

数据、大模型等新兴科技在文旅企业决策和战略、数字文旅产品供给和服务提升等方面的潜力，推进文旅企业的技术转移和商业化能力建设。

## （二）推进文化资源数字化，促进业态创新

一是进一步培育文旅数字IP，促进文旅IP以向本土化、体验化发展，提供优质数字文旅供给，建设高知名度品牌。四川非遗等文化资源丰富，非遗创新性保护走在西部前列。政府应与非遗行业合力推进文化行业标准的执行，以《非物质文化遗产数字化保护数字资源采集和著录》等行业标准和政府规定为参考，依据戏剧、文学等类别分类而治，<sup>[13]</sup>以资源数字化为起点，规范化、标准化保护多样文化资源，形成有利于保护非遗文化、民族文化、三国文化的数字化保护体系和版权保护平台，对根植于四川的文化进行数字化系统管理，提升数字文化资源的经济效益，发挥数字文化产业的巨大潜力。

二是积极探索数字文化资源与多种文化产业和旅游产业的业态创新之路，吸收借鉴先进地区数字文旅产业的发展经验，以多终端的方式提升公共文化数字化供给，提升内容丰富度和多样化，增强数字服务的可及性和可用性。<sup>[14]</sup>积极开发数字化创新示范项目，如云旅游、数字艺术、沉浸式体验等，与当下新兴文化业态剧本杀、密室逃脱等开展联名合作，通过以传统文化内核赋能新兴业态，以更具年轻人青睐的方式，实现创新发展。

三是加强数字技术的创新运用，为文旅体验的前、中、后期中提供数字化全流程保障。建立规范的产品上架诚信体系和投诉响应反馈体系，监控并及时处理不良服务和产品，以实时数据监测保障体验全过程安全，避免过度拥挤、突发状况等带来的安全隐患，并预测甚至提前响应应急预案，对场馆和景区进行数字化实时性管理。

## （三）加强平台建设，带动“上云赋智”

数字化技术的推动不仅体现在资源数字化，也体现在渠道的数字化建设。平台是数字文旅产业重要基础设施，是游客主要信息获取渠道。四川数字文旅建设开展时间较早，“智游天府”平台和乐山市智慧景区云平台荣获文化和旅游数字化创新实践优秀案例名单，从文旅大数据中心和综合管理、宣传推广、公共服务三大板块链接全省涉旅数据互联互通。<sup>[15]</sup>今后，四川应进一步加大相关平台建设和推广力度，以更好的基础设施提升游客的实时体验，积极开展优秀平台建设川内扩展和人才培养，进一步在全省范围内推广优秀经验；同时结合其他省份经验以实现创新性发展，如学习宁波围绕“文旅消费主题年”主线，举办各类数字文旅前沿技术和顶尖新品展览及优质数字文旅项目推介活动等。<sup>[16]</sup>与时代进步和技术进步共



最受孩子们喜爱的DIY制作文创农民画

举，加强文旅大数据建设。在基本公共文化供给方面，加强“四川公共文化云”建设，推动“文旅行业云”构建，引导文旅行业主体“上云用数赋智”，以大数据、大模型等为文旅行业主体提供准确数据帮助企业决策和未来发展接轨，使得“上云赋智”落到实处。

目前，网络平台是信息获取的第一渠道。四川要进一步加强与新媒体平台的合作，扩大宣传渠道，为四川热门景点和小众景点进行精准引流。创新与平台合作方式，如福建文旅厅与抖音合作推出“萤火”达人计划，组织个人推荐官与本地“网红”创作者联盟加入农旅采风团，助力乡村旅游。<sup>[17]</sup>以平台为载体，让受众信任和喜爱的KOL为媒介推荐相关景点，发挥非头部KOL的人际传播能力，而特定垂直领域的KOL也能参与到数字文化的生产当中，从Vlog生活和旅游记录，文化创意生产等方面传播旅游城市和景区，被“种草”的用户会持续参与并长期传播，形成持续性长期影响力，进而形成传播热点。如“淄博赶烤”，以网络热点为始，各方文旅参与，以数字传播流量带动当地旅游快速发展。

## （四）强化供需对接、促进文旅消费

数字文旅产业更新周期短，四川应快而主动迎合虚拟化、体验化、差异化的文旅需求转向，顺应个性化和垂直化的发展需求，以日间、夜间、乡间、城间“四间”融合，积极拓展线上和线下、现实和虚拟等多种新业态时空，培育差异化、特色化的数字文旅消费新热点和新场景，提升四川数字文旅产业的消费吸引力和品牌力。同时，四川应积极探索数字消费新渠道和新商业模式，发展网络消费、定制消费、体验消费和智能消费等新模式，同时配合多种商业新模式，以历史文化、消费热点为发力点，吸引国内外多种数字文旅消费。同时以产品运营和市场营销等多种手段，对数字文旅产业中不