

性，仍然坚守传统的运营模式和方法，未能跟上数字化趋势。其次，数字化转型需要大量的技术投入和培训成本，高昂的投入却可能难以迅速获得回报，导致项目进展缓慢，效果不佳。第三，市级和县级文旅部门对于省级政策的具体要求和意图理解不充分，导致政策的实际落实存在一定程度的偏差或滞后。同时，政府、企业、行业组织、院校等各类相关机构之间的协调合作不够紧密，缺乏充分的统筹协调，导致资源分散投入，难以形成发展合力。

（二）内容缺乏创新，科技理解不足

一些博物馆、数字文旅体验馆、VR主题乐园、沉浸式演艺等新业态和新产品，或是AR地图、AI讲解、交互性智能导游等新服务形态，都存在着概念大于功能、内容创新不足的问题。在数字化转型的过程中，一部分企业和机构片面地将科技手段当作主要的发展方向，导致部分旅游景区、文化场馆投入大量资源于并不适用的硬件设施或网络平台上，走入了“为数字化而数字化”的误区。^[10]一些地区忽视创新和个性化内容的创造，增加了运营成本，使数字化进程陷入僵局。如夜间文旅消费兴起后，各地旅游景区纷纷投资于灯光秀和幻彩工程，集中开发夜间旅游产品，但投资回本遥遥无期。

（三）宣传手段单薄，运营能力较弱

随着互联网和大数据的快速发展，新媒体思维已经渗透到数字化文旅宣传的整个过程，但在实际操作中，这一理念并未得到充分的实践。四川各县市和文旅景区开设了多个新媒体账号，但部分账号内容呈现严重的同质化特征，未能突显各个平台的独特性，难以吸引和留住目标受众。一些账号因缺乏有效运营而沦为“僵尸账号”。一些景区的数字化平台仍然采用传统的宣传方式，宣传内容缺乏个性化和互动性，难以有效吸引流

量，效率低下。

（四）数字化人才短缺，教育培训体系不够完备

四川数字化文旅产业发展面临着数字化人才短缺和持续动能不足的严峻挑战。首先，数字化文旅领域需要跨界复合型人才，既具备深厚的文化产业背景，又精通数字技术。但目前高端数字化人才的短缺问题尤为突出，特别是在关键领域如IC设计、人工智能、大数据和物联网，高端和工程技术人才的缺口逐渐扩大。^[11]其次，文旅和数字化领域之间的互动和合作不够紧密，导致研究成果和经验交流受到限制。第三，数字化文旅领域的持续动能不足，缺乏完善的教育闭环。高等和中等教育机构缺乏具备数字化背景的师资力量，数字化人才培养无法充分满足现实需要。

四川数字文旅产业发展的路径与展望

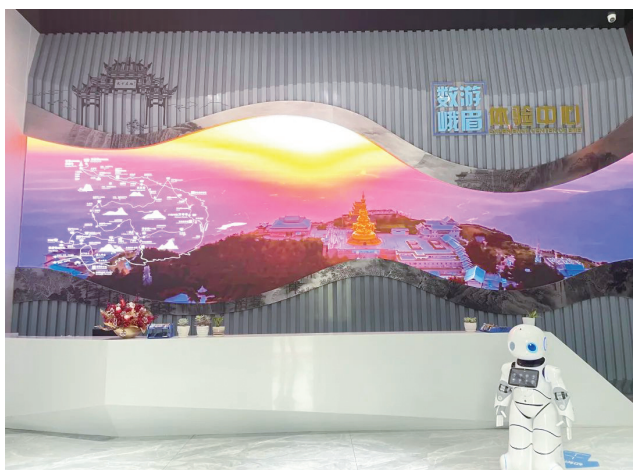
当前，数字文旅产业步入新的发展周期，四川应抓住当前的发展机会，拓展数字文旅产业创新空间，积极壮大数字文旅产业发展主体，提升发展质量与规模，加强数字文旅产业可持续发展能力。

（一）多主体协同推进，促进全产业链合作

一是发挥政府规划引导作用，带动全产业链合作推进数字文旅产业发展。加强产业发展的引导与支持，根据产业链合理优化不同参与主体的分工布局，结合省际文旅联盟甚至全国性行业组织，共拓市场，资源互补，共同助力数字文旅产业发展。搭建“数字+文旅”和“科技+文旅”政府协同平台，促进数字技术、数字资源等关键要素与传统文旅产业的融合，让数字化基础设施与文化产业、旅游产业三者深度融合，最大限度发挥数字基础设施效用，为文旅产业发展开拓新的空间。^[12]

二是以川渝智慧文旅发展联盟等平台为中介，从产业联盟和商会等行业组织发力。多主体引入形成建设合力，以良性互动促进协同发展。以科技为手段，对目前零散的各类文化旅游企业和平台进行有效聚集，实现政府主导的管理集约化、分工专业化、产品体系化。增加政府支持方面，以省级和市级专项资金为保障，促进数字文旅企业布局优化，减少同质化竞争，培育省内文旅企业的数字创新能力。

三是加强与互联网、传感器等数字化优势企业合作，推进川内数字文旅龙头企业培养，推动形成一批具有知识产权优势、核心竞争力强的数字化文旅企业，同时以川渝为起点辐射多地区、多行业的文旅企业，提升产业链和供应链水平。另一方面，四川也应加强与企业在文化生产、技术共享、数据分享等方面合作，挖掘大



“数游峨眉”体验中心