

Discussion on the management and service of smart scenic spots in the era of big data

Xuan Kong¹ Tao Fu²

Beihai Park Management Office, Beijing, 100034, China

Abstract

With the rapid development of social economy and the improvement of people's living standards, the tourism industry, as an important pillar of China's national economy, has been unable to meet the needs of modern social development. In this context, smart scenic spots came into being. Through the use of advanced technologies such as big data, cloud computing, and the Internet of Things, smart scenic spots can efficiently integrate and optimize the allocation of scenic resources, so as to realize the intelligence, refinement and personalization of scenic spot management. This paper will discuss the management and service of smart scenic spots in the era of big data, analyze the shortcomings of the existing scenic spot management, and put forward how to optimize the management and service of smart scenic spots in the era of big data, in order to provide a useful reference for the construction and development of smart scenic spots in China.

Keywords

big data era; smart scenic spots; Management & Services

大数据时代的智慧景区管理与服务探讨

孔璇¹ 付涛²

北海公园管理处, 中国·北京 100034

摘要

随着社会经济的快速发展和人们生活水平的提高,旅游产业作为我国国民经济的重要支柱,传统的管理与服务模式已经不能满足现代社会发展的需求。在此背景下,智慧景区应运而生。智慧景区通过利用大数据、云计算、物联网等先进技术,对景区资源进行高效整合与优化配置,从而实现景区管理的智能化、精细化和个性化。本文将围绕大数据时代下智慧景区管理与服务进行探讨,分析现有景区管理的不足,并提出在大数据时代下如何优化智慧景区管理与服务,以期为我国智慧景区的建设与发展提供有益参考。

关键词

大数据时代; 智慧景区; 管理与服务

1 引言

随着人民生活水平的不断提高,旅游已成为人们休闲娱乐的重要选择。旅游景区作为旅游业的载体,其管理水平和服务质量直接影响到游客的旅游体验和满意度。大数据时代的到来为旅游景区的智慧化管理提供了新的可能性和工具。在此背景下,如何有效利用大数据技术,构建智慧景区管理体系,提升景区服务的智能化水平已成为当前旅游行业亟待解决的问题。智慧景区通过整合现代信息技术,对景区运营管理、游客服务等方面进行创新,旨在实现资源的高效利用和服务的个性化提供。鉴于此,文章将目前旅游景区的发展现状,随后探讨大数据时代的智慧景区管理与服务措施,以期构建更加人性化、高效率的旅游环境,实现景区的

可持续发展。

2 现代景区管理与服务现状

2.1 景区游客超载

近年来中国旅游市场持续火爆,旅游人次和旅游收入逐年攀升,这无疑为我国经济发展注入了活力。然而在这一背景下,景区游客超载问题日益严重。一方面,部分景区对游客力的预估不足,没有及时采取有效措施;另一方面,游客对景区趋之若鹜,使得景区难以有效控制游客数量,使得景区基础设施压力加大,容易发生拥挤踩踏等安全事故;同时,大量游客涌入景区,对环境造成了极大破坏,加剧了景区资源的消耗,这些问题还进一步引发了游客投诉、景区声誉受损、旅游市场秩序混乱等后果,对景区的持续发展构成了严重威胁^[1]。

2.2 环境污染严重

旅游业与环境保护紧密相连,旅游活动的蓬勃发展依

【作者简介】孔璇(1990-),女,中国北京人,本科,助理工程师,从事旅游经济研究。

赖于良好的自然环境和生态平衡,但同时也会对环境造成破坏。首先,景区管理在环境保护方面的意识与措施不够,缺乏有效的环境监管和治理,使得水体、空气、噪声污染以及生态破坏等污染问题愈发严重;其次,游客数量的快速增长超出了环境的承载能力,加剧了资源的消耗和污染物的产生;再次,部分游客的环保意识淡薄,不文明行为频发,如乱丢垃圾、随意破坏植被等。这些问题不仅导致了景区自然景观的退化和环境质量的下降,还会导致景区可持续发展的能力受损,甚至还会对当地居民的生活质量产生负面影响,进而影响整个旅游业的健康发展。

2.3 信息发展滞后

在当前景区管理与服务现状中信息发展滞后已成为目前不容忽视的问题。这一现象的出现,主要是因为景区管理层对于信息化建设的重视程度不足,缺乏足够的资金投入和技术支持,以及相关人才的缺乏。这种滞后性容易导致信息传递不畅、服务效率低下、游客体验不佳等问题。具体而言,景区在信息发布、预订服务、智能导览等方面的信息化水平不高,无法满足游客日益增长的个性化需求,同时,信息不对称也容易造成游客与景区之间的误解和冲突。不仅影响了景区的运营效率,减少了游客的重游率和口碑传播,还会使景区在激烈的市场竞争中处于不利地位,难以吸引更多的游客,影响景区的长远发展。

2.4 安全问题严重

目前大部分景区安全问题产生较为频繁,如景区基础设施不完善,安全意识淡薄,管理不善,以及应急预案的缺失或执行不力都会导致安全问题,包括但不限于设施老化导致的意外伤害、人流管理不善引发的踩踏事故、自然灾害防范不足造成的损失等。这些问题不仅会对游客的生命财产安全造成威胁,也会对景区的声誉造成不可估量的损害,导致游客对景区的信任度下降,影响景区的客流量和经济效益。而且频繁的安全事故还会引发法律责任问题,增加景区的运营成本,甚至可能导致景区被迫关闭,对当地旅游业和经济发展造成负面影响。

3 大数据时代下智慧景区概念及其意义论述

3.1 概念论述

智慧景区是基于现代信息技术,特别是大数据、云计算、物联网等手段,以实现景区信息资源高度集成、智能化管理和个性化服务的旅游新模式。其不仅能提高景区的管理效率,提升游客的游览体验,还能通过数据分析预测游客行为,优化资源配置。智慧景区既是旅游产业发展的高级形态,也是现代服务业的重要组成部分,智慧景区的发展需要先进的信息技术支持、完善的顶层设计,以及创新的运营模式。在大数据时代下,智慧景区更是通过收集和分析游客行为数据、环境监测数据等信息,实现对景区运营状态的精准把握和高效管理。其能够提供定制化的旅游服务,预测和应对各

类风险,以及实现资源的智能化配置,从而推动景区向更加人性化、智能化、精细化的方向发展,从而更好地满足游客需求,提升景区整体竞争力,为旅游业的发展注入新动力^[1]。

3.2 意义分析

大数据时代下,智慧景区通过集成和利用大数据技术,能够实时监测景区运营状态,预测游客行为,从而提升景区管理效率,优化游客体验。其意义主要体现在多个层面:首先,它能够提高景区的资源利用率,通过智能调度减少浪费,实现可持续发展;其次,智慧景区通过个性化服务提升游客满意度,增强景区吸引力,促进旅游消费;再次,它有助于景区实现精细化管理,通过数据驱动决策,提高应对突发事件的能力;最后,智慧景区的建设还能带动当地信息技术的应用和发展,促进产业升级,为地方经济带来新的增长点。由此可见,智慧景区不仅是旅游业发展的必然趋势,也是推动社会经济发展和满足人民日益增长的美好生活需要的重要途径。

4 大数据时代的智慧景区管理与服务措施

4.1 数据采集与分析模块:景区资源管理精明化

在大数据时代,景区资源指景区所拥有的自然景观、文化遗产、设施设备、人力资源等一切可利用的资源,这些资源包括了土地、水资源、生物多样性、历史遗迹、民俗文化、服务人员等多个方面。因此景区资源管理的精明化对于提升景区运营管理效率至关重要。在大数据时代的智慧景区中数据采集与分析模块是核心组成部分,其通过收集并分析景区的各项数据,为资源管理提供科学依据。鉴于此,景区应构建全面的数据采集体系,包括安装智能传感器、部署视频监控系统、利用移动应用和社交媒体收集游客信息等,以实现景区资源的实时监控和数据分析。其次,还要建立数据存储和处理中心,确保数据的准确性和时效性,如相关部门可以采用先进的数据挖掘技术,对游客行为、资源使用状况、市场趋势等进行深入分析。再次,还可以利用人工智能算法,对采集到的数据进行分析预测,为景区资源调度、市场营销、应急预案等提供决策支持。这样智慧景区既可以优化游客体验,通过数据分析提供个性化的服务推荐,增加游客满意度,还能提高资源利用效率,通过实时监控和预测分析,减少资源浪费,降低运营成本,从而增强景区的市场竞争力,为景区的可持续发展提供有力支撑。

4.2 游客服务与体验模块:景区游客服务精准化

游客在旅游时常面临信息不对称、服务不及时、个性化需求无法满足等问题,这些问题不仅会影响游客的游览体验,还会导致游客对景区的整体印象下降。因此相关旅游管理部门应该意识到提升游客服务质量的重要性,通过精细化服务进行游客体验优化。基于这一要点,首先,景区应建立完善的游客信息反馈机制,通过线上问卷调查、现场服务评价等方式,及时收集游客意见和建议,以便更好地了解游

客需求,如相关部门可以利用智能APP,集成地图导航、语音讲解、实时信息推送等功能,让游客能够轻松获取所需信息。其次,管理部门还可以利用大数据分析游客行为,预测游客偏好,从而提供个性化的服务方案,如定制化游览路线、特色餐饮推荐等。例如设置智能客服,通过人工智能技术,实现24小时在线咨询和问题解答,并建立游客服务中心,提供一站式服务,包括行李寄存、旅游纪念品销售、休息区等,以提升游客舒适度^[1]。再次,景区可以借助移动互联网和物联网技术,推出智能导览系统,提供实时信息推送、在线预订、语音讲解等服务,方便游客自助游览。需要注意,相关部门还要定期开展员工培训,增强服务人员的服务意识和专业能力,确保游客得到优质的服务。通过景区游客服务精准化,不仅能满足游客个性化需求,提升游客满意度,还可以利用优质服务体验吸引更多游客,增加景区的知名度和影响力提高景区的品牌形象,通过优质的服务体验吸引更多游客,增加景区的知名度和影响力,为景区带来长期的经济效益和社会效益。

4.3 智能化决策支持模块:景区管理服务精细化

在智慧景区的建设中景区管理服务是连接游客与景区资源的桥梁,直接影响着游客体验和景区的运营效率。因此相关旅游管理部门应意识到,智能化决策支持对于提升管理服务质量、增强景区品牌影响力具有决定性作用。为实现这一目标,景区管理服务应走向精细化,通过智能化决策支持模块的实施,提升景区的整体竞争力。鉴于此,相关部门要建立智能化决策支持系统,通过集成数据分析、模型预测、智能推荐等功能,为管理层提供科学的决策依据。此外,还要实时监控景区运营数据,包括游客流量、消费行为、资源使用情况等,以帮助管理层及时发现问题和机会,做出快速响应。并利用大数据技术进行市场趋势分析,预测游客需求变化,从而调整服务策略和营销方案。具体而言,相关部门要开发智能决策支持系统,通过算法分析历史数据,为景区提供资源优化配置、市场营销策略等方面的建议,并建立景区综合信息平台,整合各类数据资源,实现信息共享,提高决策效率。此外,还要定期进行景区服务质量评估,利用数据分析结果,持续改进服务流程和服务内容,既能提高管理服务的精准度,还可以通过实时调整服务策略,快速响应市

场变化,增强景区的市场适应性,实现景区的可持续发展。

4.4 安全管理与应急响应模块:景区安全服务高效性

根据上述分析可知,大部分景区内容容易出现自然灾害、意外事故、公共卫生事件等突发事件,不仅对游客安全构成了威胁,也对景区内的自然和文化遗产造成损害。因此相关旅游管理部门应提升景区安全管理与应急响应能力,以保障游客安全和资源保护。基于这一目的,相关旅游管理部门应建立健全景区安全管理体系,包括制定详细的安全规章制度、应急预案和救援流程。其次,利用大数据和物联网技术,实时监控景区安全状况,包括气象变化、游客分布、设施状态等,以便及时发现潜在风险,一方面,相关部门要部署智能监控系统,如视频监控、智能传感器等,实时监控景区的安全状况;另一方面,要建立安全数据平台,整合各类安全信息,进行数据分析,预测和预警潜在的安全风险。最后,相关部门还需要与专业救援机构建立合作,加强对员工的安全培训,确保他们在紧急情况下能够迅速有效地应对,提高景区的应急救援能力。如定期进行安全演练,确保应急预案的可行性和有效性,并提供游客安全服务,如安全提示、紧急联系方式、智能导览系统等增强游客的安全感和满意度。

5 结语

综上所述,大数据时代的智慧景区管理与服务正在开启全新的发展篇章。通过数据采集与分析、游客服务与体验、智能化决策支持以及安全管理与应急响应等多个模块的协同作用,智慧景区不仅能够提升管理效率和服务质量,还能增强游客体验,保障资源安全,提升品牌影响力。鉴于此,相关部门要不断探索和完善,持续深化信息技术在景区管理与服务中的应用,以更好地应对旅游业发展的挑战和机遇,同时也为我国旅游业的繁荣发展贡献新的力量。

参考文献

- [1] 黄小明,孙新丽,袁云.智慧景区大数据管理平台建设方案探讨[J].广东通信技术,2023,43(07):57-63.
- [2] 穆芃芃.基于大数据分析的旅游景区管理策略优化研究[J].旅游纵览,2022,(11):194-196.
- [3] 龚花,陈琦,陈名辉.基于大数据分析的旅游景区管理策略优化研究[J].广西质量监督导报,2020,(10):40-41.