

关于加快推进数字文旅时代房山文旅新名片的提案

提案人 九三学社房山区工委（李珍）

问题:

后疫情时代，旅游业成为消费的重要抓手。围绕北京城市总体规划赋予房山“三区一节点”的功能定位，调研组对我区现有文旅景区、政府管理部门、行业协议及企业进行了走访调研，重点关注数字化、网络化、智能化要求下，现有文旅融合发展的不足，提出推进构建高质量、强品牌、数字化的房山区文旅新名片的建议。

分析:

存在盲目跟风、准备不足等问题，需要从需求挖掘、深度创新、人才培养、政策配套等方面加以深化推动。

1. 文旅融合体系还需进一步完善，文化、旅游的合作不够畅通，缺乏完善的制度作保障，在政策支持上仍缺乏协调机制，在税收、财政、产业扶持上的相关政策尚不完备，文化和旅游市场不够规范等。

2. 文化旅游产品融合度低，产业发展质量和整体效益仍处于发展初期，文化内涵挖掘不够深入。

3. 认知模糊，盲目投硬件缺应用，缺乏创新、同质化严重、实用性不强、缺少精细化运营。

4. 数字文旅人才匮乏、融资渠道单一，复合型新领域的人才短缺。

建议:

房山区应利用自身区位和资源优势，紧抓京津冀周末度假休闲的强劲需求，聚焦发展客群清晰、特色鲜明的高端文化旅游事业，实现“一区一城”新房山文旅产业高质量发展。

1. 进一步强化顶层设计、健全体制机制，明确我区数字文旅产业高质量发展转型方向。加强政府引导，建立和完善房山区旅游科技创新生态体系。研究制定促进数字化文旅产业发展的配套政策。完善融资渠道，缓解旅游企业转型的资金压力。

2. 坚持挖掘区域特色，打造房山数字文旅品牌。进一步整合梳理我区旅游文化资源，引入真正具有运营能力的头部文旅企业，聚焦精力打造至少 1 个数字文旅精品项目作为引爆点，以点带面联动区域旅游资源，树立房山数字文旅新品牌，注重数字化文旅产业的需求挖掘，推进数字化文旅产业的创新。

3. 全面推动数字化转型和人才建设。构建 IBOD 四位一体思维，运用 IT 工具进行运营所产生的大量数据，让运营效率更高、成本更低，创造更大的商业价值。推动文旅产业数字化转型的关键是数字化人才队伍的建设，突出引进“高精尖缺”跨专业、跨领域的复合型人才，建立“产+学”的人才培养模式，培养“实用型人才”。

4. 用五“心”级服务，提升游客满意度。让游客更安心，在数字化体系中建设安全管控系统、应急指挥系统、实名预约工具及实时信息推送系统。让游客更顺心，通过数字化做景区联动、消费场所联动、消费券核销，在线上完成，为游

客提供顺心服务。让游客更省心，通过大数据及时提炼分析总结游客问题，了解客户需求并制定相应改进措施，实现旅游管理者服务和管理的提升。让游客更放心，对商家进行处理，不诚信的本地商家将会被平台淘汰。让游客更开心，让文旅行业从业者从中获益，产业兴旺。

关于加快推进数字文旅时代房山文旅新名片的提案 办理情况

承办单位 区文旅局

一、利用数字营销平台，打造房山数字文旅品牌

为了满足游客的个性化需求，房山文旅局强化旅游信息和服务的开发。2021年1月1日，“一键游房山”房山旅游官方数字平台正式上线。截止2021年12月，一键游房山平台入驻商家数量达到**474**家，总计发布图文及视频内容2321篇次，先后策划组织了十一次大型平台运营专题活动，累计获取房山文旅精品图片、视频、语音素材超过**5000**张。从上线到至今，一键游房山平台陆续完成了三个新技术功能开发和两次页面升级改版工作，并在房山区内近千块旅游标识引导牌上植入铺设了平台登录二维码供游客扫码登录使用。

在商业化合作开发领域，一键游房山官方数字平台充分发挥平台自身的资源联络整合优势，为区内各涉旅单位提供免费的素材采集发布、品牌营销活动技术支持、旅游产品营销、旅游咨询客服等多种服务，解决各单位在专业型人材等领域的投入痛点，并多次与区内景区、民宿、涉旅商家联合举办落地营销活动，协助涉旅商家取得显著的活动效果，在房山文旅同业中获得了较好的口碑影响力。在平台外部资源合作方面，一键游房山官方数字平台通过与“支付宝”、“美团”、“腾讯”等互联网大型流量企业平台展开交互合作，首先将外部流量资源有效的转化成为平台流量，并将其引导

至景区、民宿等最终的旅游消费终端，协助区内各涉旅单位实现了旅游产品销售量的增长。

二、强化品牌设计，推动房山文旅数字化建设

下一步，区文旅局将充分调研，推动房山文旅数字化建设。利用 **5G**、**AI** 等新技术赋能，利用 **VR** 技术打造的虚拟旅游业态，让文化和旅游产业以网络为载体，以数字技术和信息通讯技术与文旅业的深度融合而形成的新产业形态，用数字技术将大量文物、艺术作品、文旅资源数字化，借助网络平台，游客可以更加便捷地搜索、了解、观看相关文物和资源，一些珍贵的文物可以借助这种形式为更广大的民众所了解和认知。