

用人工智能打开文旅新空间

【核心提示】通过人工智能赋能，坚持以人为本和科技向善，以技术迭代提升服务效能、创新产品设计、丰富消费体验，就能开拓文旅产业高质量发展新的想象空间和增长点。

□周爱民

在2025中国文化旅游产业博览会上,360度全景观影、AR趣味考古盲盒和机器人“乐手”“舞者”等一批创新产品集中亮相,以可感可触的互动体验,为游客打造了一场科技文旅盛宴。如今,走马观花式旅游已难以满足消费需求。依托人工智能技术,文旅产业正逐渐打破传统局限,加速向智慧化、个性化、沉浸式方向升级。

人工智能助力体验式文旅,核心在于构建沉浸互动场

景。湖南衡阳船山书院,运用AI模拟当年的讲学情景,王夫之先生穿越时空而来,真正做到让游客与历史人物对话,把300年前的哲学智慧和千年衡州文化做成了爆款。江西南昌滕王阁景区,打造《千年一序滕王阁》VR体验中心,让游客得以“身临其境”地感受唐代宴席。

通过打破虚拟与现实的边界,推动线上线下深度融合,数字化开启文旅“新感官时代”,为游客带来全新的视听享受,让其在情景互动中收获

独特的情感体验。这些创新实践,不仅重构文旅生产的内容生产范式,激活数字创新动能,更能让各地特色文化以更鲜活、更具吸引力的方式触达大众,激发文化传承与发展的新活力。

借助人工智能技术,文旅服务也可以更精细、更有效率。比如,浙江杭州打造文旅智能体“杭小忆”,通过大数据平台整合全市文旅资源,分析游客来源、行为与偏好,基于游客的具体需求与时间要求,实现“千人千面”的个性化信息推

送、路线规划与产品推荐。杭州西湖景区还推出“数字导游”,“亲子游”推荐曲院风荷的荷花科普、“文化游”讲解岳王庙的历史故事。使用“数字导游”的游客平均停留时间延长至5小时,景区二次消费收入增长30%。可以说,实现精准营销,提升服务体验,人工智能技术功不可没。

人工智能还可扮演旅行管家的角色。输入旅行时间、预算、兴趣爱好等条件,短短几分钟,一份由AI生成的详细旅行计划便摆在面前。越来越多游

客尤其是年轻人,开始选择使用AI进行个性化行程定制。从游客视角来看,人工智能更好让游客从“旁观者”转变为“参与者”,甚至是“设计者”,既满足了个性化消费,又提升了用户黏性。从产业发展来看,依托“大模型+大算力+大数据”架构,深度挖掘分析海量用户数据,精准勾勒游客画像、预判市场需求趋势,可以为产业发展提供科学决策依据,极大提升产业运营效能。

(来源:《人民日报》)

观察与思考

建强乡村全面振兴的“战斗堡垒”

□石晶

实施乡村全面振兴战略,是新时代新征程“三农”工作的总抓手,基层党组织作为党在社会基层组织中的战斗堡垒,必须持续建强自身,带领群众发展经济、推进乡村治理,以高质量党建扎实引领乡村全面振兴。

办好农村的事情,关键在党。基层党组织是贯彻落实党中央决策部署的“最后一公里”,必须坚持党的领导不动摇,推动农村基层党员干部学深悟透习近平新时代中国特色

社会主义思想,抓实对农村基层党组织书记、农村党员的学习培训,常态化开展“三会一课”和主题党日,提升运用党的创新理论解决实际问题的能力,切实把学习成效转化为贯彻落实党中央关于乡村全面振兴决策部署、真心实意为群众服务的硬招实招。

一名党员,一面旗帜;一个支部,一个堡垒。“村看村、户看户,群众看党员、党员看干部”。建强农村基层党组织,必须打造过硬的村干部队伍。要加大培养选拔力度,把政治素质高、群众基础好、责任心强的

人才选出来,通过结对帮带、设岗定责、定期培训等方式,集中培养村级后备力量。要以村“两委”换届为契机,加大班子分析研判力度,严格落实村干部年度考核和任期审计等制度,选优配强“两委”班子,健全日常监督管理制度,积极引导广大村干部在乡村全面振兴中担当作为、建功立业。

从群众中来,到群众中去。农民是推动乡村全面振兴的重要力量,能否广泛凝聚和调动农民参与,考验着农村基层党组织的组织力、号召力。农村基层党组织要充分发挥组

织优势,始终保持好党同人民群众的血肉联系,着力解决好群众急难愁盼问题。要健全村党组织领导乡村治理的机制,落实村级重要事项、重大问题由村党组织研究讨论机制。要充分尊重群众主体地位,完善村务公开和民主议事等制度,走好网上网下群众路线,健全联农带农富农机制,实现好、维护好、发展好广大农民群众根本利益,充分激发农民群众参与乡村全面振兴的积极性、主动性和创造性。

(来源:人民论坛网)

各抒己见

“一元午餐”彰显诚信底色

□王宗涛

国庆期间,河南老君山的“1元午餐”再度成为文旅市场的暖心焦点。在海拔180米的中天门广场,一碗热气腾腾的玉米糊涂面,搭配着煎蛋、黄瓜段与圣女果,无人值守的餐台旁,游客自主投币或扫码,不仅管饱还能续餐。更难得的是,这“一元午餐”一办就是九年,不但没赔本,反而年年有余。同一时段,开封万岁山武侠城的物价同样让人惊喜:景区内7元的雨衣,比门口商贩售价低3元;1.5元的矿泉水、3元的雪碧,让不少游客感慨“终于不用在景区花冤枉钱”。这些看似“吃亏”的经营选择,恰恰戳中了旅游业高质量发展的核心——诚信,才是景区最珍贵的“流量密码”,更是行业长远发展的基石。

长期以来,“景区物价虚高”“旺季宰客”是游客的心头痛点。从某地把“一次性客流”当逐利筹码,将封闭空间转化为抬价底气,部分景区抱着“游客只来一次”的短视思维,透支地域文旅口碑与行业信任。河南这些景区的实践,以鲜明对比打破“景区必宰客”的刻板印象,证明旅游业能跳出“收割式盈利”怪圈。

“1元午餐”的持续走红,核心不是“便宜”,而是诚信坚守与民生温度。这种“让利”换来了长效回报:老君山客流量从早年不足百万跃升至年超200万人次,景区周边民宿、特产店生意随口碑升温,“老家河南”文旅IP越擦越亮。

(来源:群众新闻)

□朱凌青

随着城镇化浪潮席卷而来,许多乡村小学在撤点并校后悄然沉寂。这些曾承载着琅琅书声和乡村希望的校舍,如今大门紧锁,操场荒芜,成为“沉睡”在村庄核心地带的闲置资产。如何唤醒它们,是当下乡村振兴中一个紧迫而现实的课题。纵观各地实践,从改造农民戏台到转型“共富工坊”,再到升级为“一老一小”幸福院,我们欣喜地看到,许多地方已经迈出了至关重要的第一步——硬件改造。然而,成功的改造绝非挂上一块新牌子那么简单,让建筑和设施重获“新生”相对容易,难的是如何让其持续焕发服务的“生命力”。

要正视现实——村小闲置是挑战,更是机遇。大量校舍闲置是农村人口结构变化的客

观结果,我们首先必须正视并接纳这一现实。与其任风雨侵蚀、造成资源浪费,不如尽早规划、主动利用。这些校舍往往地理位置优越、建筑结构稳固、空间开阔,是村庄里宝贵的公共资产。例如,江西省吉安市在数年内盘活超四成闲置校舍的实践表明,早行动不仅能防止资产贬值,更能让其尽快服务民生、创造价值。

善倾听民意——改造不是“交钥匙”,而是“共谋划”。一个成功的改造项目,必然是深深植根于村民实际需求之中的。决策过程决不能是“自上而下”的行政命令,而必须广泛征求村民意见,让村民成为规划的“主角”。一些地方发动村民筹资改造或根据村民意愿引入轻体力劳动项目,都是民主决策的生动体现。唯有如此,建成后的设施才能真正被村民

所接受、所使用、所爱护,避免成为新的闲置资源。

应明确方向——服务“一老一小”,回应最深切的民生呼唤。改造方向决定了资源的利用效能。在当前农村“空心化”“老龄化”的背景下,“一老一小”问题尤为突出。因此,闲置校舍的改造理应优先回应这一迫切的民生需求。正如山东省成武县、江西省遂川县等地所做的那样,将闲置校舍改造为“老年食堂”“儿童成长驿站”,既慰藉了留守老人的孤独与寂寞,也守护了留守儿童的安全与成长。这种基于需求的改造,其社会效益远大于单纯的经济收益。

须聚焦核心——保障运营与服务,是闲置村小“重生”的关键。如果说硬件改造是“前半篇文章”,那么持续的运营和优质的服务就是更为关键的

“后半篇文章”。许多项目失败,恰恰是败在了“重建设、轻运营”的思维上。运营之难,在于“可持续”。水电、耗材、人员工资等持续性的支出从何而来?仅靠政府补贴或村集体投入往往难以为继,需要探索“政府补一点、集体出一点、社会捐一点、个人交一点”的多元化资金筹措机制。服务之难,在于“专业化”。养老服务不是简单做饭,托幼服务不只是看孩子。它需要专业的护理知识、营养配餐、心理疏导和儿童教育能力。这要求我们必须积极探索“公建民营”“民办公助”“村企合作”等模式,引入专业社会组织或企业进行市场化运营,政府负责监督和考核,以此解决村集体“不会管、管不好”的难题。

(来源:《农民日报》)