

# 绍兴大禹文化旅游智慧旅游平台构建研究

徐丽

**摘要:** 本文以绍兴大禹文化旅游为研究对象,从大禹文化概况、大禹文化旅游智慧平台构建现状和建议三个方面展开论述研究绍兴大禹文化智慧旅游,并提出了4点发展建议。

**关键词:** 大禹文化 文化旅游 智慧旅游

## 一、绍兴大禹文化旅游概况

大禹陵景区游客已达百万,并仍呈上升趋势。根据绍兴旅游局统计,绍兴大禹陵景区2014年、2015年接待游客数分别为105.20万和121.76万,达年百万规模,市直景区中仅次于鲁迅纪念馆,排在第二。众所周知,大禹陵景区位于绍兴城东南会稽山麓,距离市中心3公里以上,地理位置相对偏远,但在吸引中外游客游览的人数上,却大大超越与鲁迅纪念馆近在咫尺的沈园景区,可见大禹文化旅游已出具规模,游客已累计相当数量。

大禹陵景区在绍兴市政规划定位中更倾向于文化度假。2015年,绍兴市政府提出,要“重构绍兴产业、重建绍兴水城”,旅游局借势大力发展水城旅游,并以此做了大量的调研和规划。其中,大禹陵景区并未出现在提出的三条首要水城游览路线中,三条游览路线分别为(1)古城内河游——主题为“坐乌篷、品黄酒、看古桥、会名人”,;(2)“古城+环城河”游——主题为“夜游环城河、领略水城风景”;(3)“古城+鉴湖”游——主题为“江南水乡、诗意鉴湖”。所幸,在“全市游系列”规划中,大禹陵景区被规划在唐诗之旅的东线,线路设定:古纤道→大禹陵→曹娥庙→东山景区→崇仁古镇→绍兴温泉城→大佛寺→沃洲湖和天姥山。此外,大禹陵景区还与香炉峰共同构成绍兴会稽山度假区。以大禹文化、古越文化、宗教文化为主线,重点规划以养生养老服务为主的生命健康产业,逐步形成生命健康服务业集聚区和高端休闲度假区,将是绍兴文化度假游之谷。

祭禹已经成为绍兴重要文化符号。自1995年以来,每年4月20日,由政府牵头,祭禹已成为绍兴市的一个常设节会,五年一大祭。2006年5月大禹祭祀被批准进入第一批国家级非物质文化遗产名录,大禹祭祀成为了国家级的历史文化遗产。

## 二、大禹文化旅游智慧平台构建现状

国内外众多学者对于智慧旅游平台的构成和构建都做了大量研究和实证。其中,笔者较为认同南京邮电大学教授姚国章等(2013)构建了智慧旅游评价系统,笔者整合成20个指标,分别为:1.国际游客服务门户(面向国际游客的多语言服务);2.国内游客服务门户;3.移动旅游服务门户;4.自助伴有服务;5.虚拟旅游服务(利用计算机网络和智能终端等为游客提供虚拟旅游服务);6.旅游目的地智慧营销(利用在线等方式实现旅游目的地的推进谏、促销以及形象展示);7.旅游电子商务应用系统(各种旅游票务、交通以及酒店等在线订购和交易);8.

旅游商品网上销售(旅游纪念品、旅游用品网上销售); 9. 旅游移动商务系统(基于各种移动终端的商务应用); 10. 游客智慧管理(对游客进行细分化管理, 实现客户关系管理); 11. 导游智慧管理(面向导游提供全过程、全流程的管理和服务); 12. 景区智慧管理(景区全面信息化、实现全方位的智慧管理); 13. 酒店智慧管理(酒店住宿、餐饮等实现智慧化管理); 14. 旅行社智慧管理、15. 旅游交通智慧管理。16. 旅游电子政务系统(政府旅游电子政务平台和各类电子政务系统); 17. 智慧地理信息系统(政府提供公共旅游地理信息系统); 18. 旅游应急救援系统(政府提供旅游应急救援调度指挥平台); 19. 旅游呼叫中心系统(政府旅游公共服务热线的运行); 20. 旅游微博互动平台(利用微博平台提供政府旅游咨询及与旅游、旅游服务商交互)。

序号	具体指标	绍兴大禹文化旅游智慧平台构建现状
1	国际游客服务门户	缺少针对大禹陵景区的介绍
2	国内游客服务门户	有大禹治水由来视频介绍
3	移动旅游服务门户	主要以“绍兴旅游”微信公众号为依托
4	自助伴游服务	绍兴旅游集团官网提供快速导航部分提供旅游计划、机票等交通、旅游助手等查询; 绍兴资讯旅游网提供1日、2日、3日DIY自助游推荐、移动客户端有绍兴古城语音导游APP、“绍兴旅游”微信公众号
5	虚拟旅游服务	针对大禹陵景区的虚拟游服务
6	旅游目的地智慧营销	暂无针对性大禹文化旅游旅游目的的平台
7	旅游电子商务应用系统	绍兴旅游集团官网、绍兴资讯旅游网提供各种旅游票务、交通以及酒店等在线订购和交易、设有淘宝旅行绍兴旅游官方旗舰店
8	旅游商品网上销售	暂无有关旅游商品
9	旅游移动商务系统	主要以“绍兴旅游”微信公众号为依托
10	游客智慧管理	主要以“绍兴旅游”微信公众号为依托
11	导游智慧管理	导游考试系统, 其他基本由旅行社管理
12	景区智慧管理	主要以“绍兴旅游”微信公众号为依托
13	酒店智慧管理	尚未达到智慧化, 仍在信息化阶段
14	旅行社智慧管理	尚未达到, 仍在信息化阶段
15	交通智慧管理	移动客户端设有绍兴旅游指南、绍兴智慧交通等
16	旅游电子政务系统	绍兴旅游政务网包括政务公开、工作动态、行业管理、旅游质监、教育培训、交流互动等
17	智慧地理信息系统	尚未完全建立、结合智慧交通
18	旅游应急救援系统	尚未建立 但设有民情热线 0575-85223031;
19	旅游呼叫中心系统	尚未建立 但设有民情热线 0575-85223031
20	旅游微博互动平台	绍兴市旅游委员会官方微博(57万粉丝, 截至2016年4月2日)

由上述数据可见, 绍兴大禹文化旅游已形成智慧旅游平台, 但在酒店智慧

管理、旅行社智慧管理、智慧地理信息系统以及针对大禹文化旅游的旅游目的地平台开发仍是可考虑为下一步发展的突破点。

### 三、大禹文化旅游智慧平台构建对策建议

本文之初已指出，数据表明，大禹陵景区在市直区旅游中有稳中上升的游客数量，大禹陵景区是典型的文化旅游景区，移动互联网、信息技术的引入和加强将会更大程度帮助文化与旅游的融合，主要建议如下：

策划系列大禹文化旅游活动，利用“绍兴旅游”微信公众号平台定期宣传大禹文化主题活动，特别是在每年4月。绍兴市每年从1月到12月与每个景点相结合都策划一系列节庆日，大禹文化景区也可结合大禹治水、大禹立国、禹之婚嫁和后裔一些列大禹文化策划系列活动，并将“祭禹大典”作为重中之重推送，并与传统和新媒体平台合作宣传，扩大“祭禹”非物质文化遗产的影响力，并随之扩大古城绍兴的知名度。

建立大禹文化旅游目的地平台。利用已有平台，整合构建大禹文化旅游目的地平台，做到吃、住、行、游、购、娱一条龙。重点在开发文化旅游纪念品，有形的文化商品和无形文化仪式，并带动会稽山周边度假游。

利用已有的移动互联网、互联网平台，与水文化景区互相引流推荐，将大禹文化、治水文化与水城文化旅游景区互为文化旅游的内容补充，不是将大禹陵景区单立为一个独立景区，而是既可以归在水城游、唐诗游、度假游也可以是古迹游等，在其他页面推送推荐，加强关注度。

注重旅游后信息反馈数据采集和分析。充分利用微信、微博和官网平台数据，利用大数据分析技术，分析海量旅游历史数据，挖掘数据背后隐藏的游客个人需求，并向需求实时、定期地反馈给包括吃、住、行、游、娱、购在内的各个产业链企业和政府部门，最后能建立自助游平台，可以根据游客需求，推荐细致具体的旅游方案，提升用户旅游体验、最大程度感受绍兴大禹文化的深远内涵。

### 结论

大禹文化是本质在于学习、继承、弘扬大禹精神，而这最好的渠道便是文化旅游。现阶段，利用信息技术开发智慧文化旅游平台，将是大禹文化和文化旅游开发的重要尝试和难的机遇，对绍兴大禹文化的传承和发扬又提供了强有力的渠道，也顺应了绍兴古城发展和创建智慧城市的形势，是文化旅游现代和传统融合的有力体现，定能大大促进绍兴大禹文化旅游的发展。

### 参考文献：

- [1]徐丽.大数据视角下基于PEST分析的绍兴旅游业智慧服务研究[J].商场现代化,2015(08):133-134
- [2]姚国章等.智慧旅游的评价体系研究[J].旅游经济,2013(07):110-111.

(作者单位：浙江越秀外国语学院)