

重庆金卡联智数字技术有限公司

金
点
子
大
赛
投
稿
文
件

日期：2019年4月12日

目录

投稿函	第 3 页
一、前言	第 4 页
二、解决方案	第 8 页
1、市场分析	
消费客单价	第 14 页
景区管理防范	第 15 页
游客停留时间	第 16 页
游客消费实力	第 17 页
旅游产品结构	第 18 页
2、解决方案	
重庆旅游趋势	第 21 页
贵州旅游趋势	第 22 页
解决思路	第 23 页
平台优势	第 24 页
平台应用	第 25 页
资源数据	第 26 页
3、平台建设	
智慧旅游构架体系	第 34 页
数据应用	第 36 页
智慧旅游硬件组成	第 38 页
智慧旅游管理	第 39 页
智慧旅游服务	第 45 页
智慧旅游营销	第 46 页
智慧旅游体验	第 48 页
智慧旅游建设目标	第 51 页
4、营销推广	
重庆旅游发展格局	第 53 页
旅游推广策略	第 54 页
旅游发展目标	第 55 页
案例分析—三峡旅游	第 56 页
案例分析—大足旅游	第 68 页

投稿函

组织机构名称：重庆金卡联智数字技术有限公司

组织机构代码：91500108MA5YW8GU0N

通讯地址：重庆市南岸区通江大道 221 号

RFID 智能交通物联网重庆工程研究中心 4 楼

联系人：李世锋 15959959513

作品名称：《重庆文旅融合发展“全球金点子大赛”——智慧旅游投稿方案》

一、 行业背景

“旅游+”正在成为推动经济社会发展新引擎，成为社会投资热点。国家旅游局印发的《“十三五”全国旅游信息化规划》正式发布，对我国 4A 级以上旅游景区提出信息化旅游建设要求，加快推进新一代信息技术在旅游业中的应用，着力在满足游客需求、提升旅游品质、引领全面创新上取得突破。

重庆作为网红打卡城市首站，2018 年重庆旅游接待游客 5.5 亿人次，居全国第一，说明重庆旅游市场需求旺盛；网络热度是双刃剑，能带红一个景区，也能放大很多问题。如：消费能力低、停留时间短、都市旅游的辐射能力弱、旅游产品结构单一、景点旅游平台数据信息出现孤岛，景区综合接待服务能力低等。

站在新的高度看待文化发展与旅游融合，如何让城市拥有自己的“灵魂”？如何做强“大都市”国际旅游目的地？

二、 解决方案

1、 企业优势

重庆金卡联智数字技术有限公司是重庆市城投金卡信息产业（集团）股份有限公司（重庆城投下属公司，以下简称为城投金卡）、华扬联众数字技术股份有限公司（股票代码：603825）（以下简称为华扬联众）和华商智汇传媒股份有限公司（股票代码：839088）合资成立的子公司。以城投金卡数字交通物联网大数据与华扬联众 DMP 大数据为基础，引入北斗卫星地理数据，景区数据结合旅游场景深入挖掘，向旅游管理部门、景区、涉旅企业和游客提供智慧景区解决方案，

并且以属地服务和品牌服务的优良基因为优势，通过对策略、创意、媒介整合和行业发展的深度洞察，为景区提供专业推广服务。

2、方案概述

基于旅游发展的现状和需要，我司建议将已有/未有智慧化建设的景区，通过统一的系统（金卡九州北斗旅游服务平台）进行打通，并且和周边景区的信息化接口进行无缝连接和互联互通，作为旅游合作和区域景点联盟的突破口，启动大重庆“全域旅游”发展，优化提升旅游品质，完成景区智能化基础硬件搭建，为景区逐步实现智能化应用和智慧化管理提供基础和支撑。通过将各个信息化系统进行整合，形成互联互通和相互关联，通过多个系统的整合，排除信息孤岛，实现景区智能化应用。结合卫星定位、移动网络、地理信息、大数据、云计算等技术，实现对景区的智慧化运营。

平台按照景区管理一张图、定位服务一张网、综合应用一条线的建设理念，通过将旅游信息化各个独立的系统，与三维地理信息系统进行汇总和融合，搭建一套面向景区可视化的综合管理平台。硬件设备作为智慧景区平台的重要组成部分，接入智慧景区平台，免除后期维护升级等繁琐的多方对接。真正实现旅游智慧化的应用和服务效果，助力景区管理能力和营销能力的提升。

我司拥有“线上+线下”数据资源整合营销平台优势，对游客客源地、人群画像、景区交通等做分析。提供游前：提供游前趋势预测及智慧营销；游中：人流量监控及预警；游后：客源分析的全生命周期旅游大数据产品和服务。对旅游行业的趋势变化进行多角度、多维

度的解读，通过用户数据、行为数据和 UGC 内容，为企业和个人用户提供定制化服务。利用大数据平台为旅游服务、管理、营销、体验提供决策参考，针对企业管理、景区景点和消费者打造智慧旅游一站式服务体系。

3、实现目标

提升服务品质：提高旅游业务综合管理和运营能力，创建优质的旅游生态环境，提升旅游服务品质。

提高经济效应：提升景区内核，延伸旅游产品，为游客提供便捷服务的同时，使旅游经济效应最大化。各类硬件系统整合，统一运营管理，降低景区经验管理成本。

保证管理监控：提高旅游生态环境监测和保护的能力，提高对游客及工作人员的安全检测和保护能力，提高对景区综合管理监控能力。

创新营销方式：对旅游舆论进行监控和数据分析，同时挖掘旅游热点和游客兴趣点，引导旅游企业策划对应的旅游产品，制定相应的营销主题，推动旅游行业的产品创新和营销创新。

一、 成功案例

我司与多个城市旅游景区景点形成长期战略合作关系，包括黄龙景区、李白故居、九寨沟、熊猫乐园、药王谷、寻龙山、黄山展馆、布达拉宫等等，具体项目建设情况如下：

1、成都金龙长城智慧旅游信息化（一期）项目建设，建设内容

包括景区综合管理平台、景区电子票务系统、景区无线网络系统、景区数字广播系统、景区管理 APP、自媒体门户应用、景区信息中心机房等。

2、四川四姑娘山智慧景区建设，包括三维地理信息综合管理平台、大数据分析系统、停车管理系统、票务系统、地灾监测系统、环境监测系统、景区 VR 应用、旅游文化地标、游客管理系统、电商管理平台等。

3、武汉黄鹤楼智慧景区建设，包括三维管控系统、文物监测保护系统、应急联动系统、游客管理服务系统、LED 大屏、电子票务系统、停车管理系统、智能 WIFI、智能广播、环境监测等。

本次金卡联智针对重庆文旅融合金点子大赛提出智慧旅游解决方案，希望利用大数据平台优势打通旅游行业“痛点”实现大重庆全域旅游，实施“市场营销精准化和产品与服务个性化推荐”，创造收入，做强做大，辐射西南，争做全国智慧旅游城市标杆。

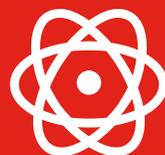
综上所述，我司提供《重庆文旅融合发展“全球金点子大赛”投稿方案》-智慧旅游



重庆文旅融合发展
“全球金点子大赛” 投稿方案

解决目标

全面提升重庆文化软实力和影响力，把重庆打造成为世界知名旅游目的地。重庆金卡联智提出旅游创新思维和重大解决方案。



企业管理

规划和制定旅游发展方向
动态调节市场各要素关系
实现均衡发展



旅客消费者

根据出游目的地、旅行时间、
游玩偏好科学合理制定
出行计划



平台运营

大数据+智能化平台运营，打造全域旅游生态圈，实现智慧城市

两大创新方向

旅游+
互联网+

三大网络架构

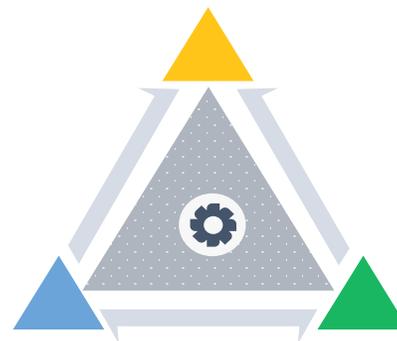
平台硬件组成
平台核心数据
平台服务体系

四大服务体系

旅游管理
旅游服务
旅游营销
旅游体验

超越全国旅游基础设施与公共服务水平

最高水准智慧旅游城市的重庆模式



全力建设旅游新型模式与创新业态

旅游吸引力与新业态的重庆示范

在全域旅游结构下打造智慧模式

智慧旅游与多个区县旅游的模式创新



CONTENTS

- 1 市场分析
- 2 解决方案
- 3 平台建设
- 4 营销推广



PART 01

市场分析

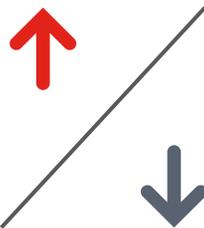
Analysis of Chongqing Tourism Market

旅游综述

站在城市高度看“旅游” 如何做强“大都市” 国际旅游目的地？

战略高地

旅游+，正在成为推动经济社会发展新引擎，成为社会投资热点。如何让城市拥有自己的“灵魂”？让文、商、旅业态协调布局，必须站在新的高度看待城市发展与旅游发展，是目前思考的关键。



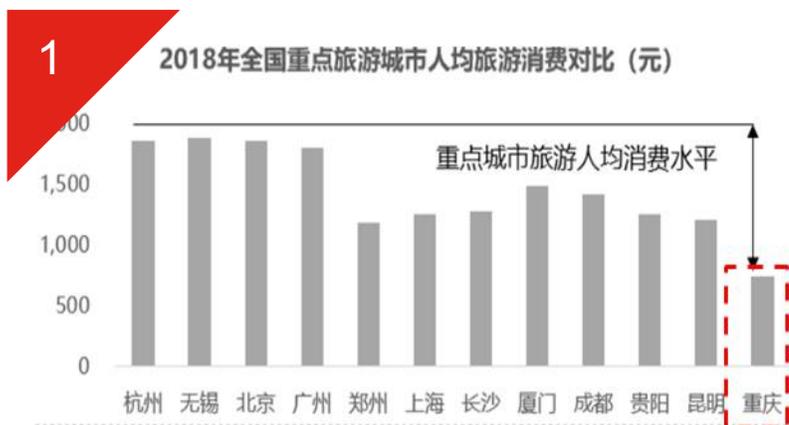
存在问题

重庆一夜成名，是一件好事，如果人都不来，何谈旅游发展。1700多万人次的游客“大考”，极大的考验重庆基础设施、综合接待服务能力。网红城市火爆效果测试出重庆旅游发展中存在的问题.....



客单价消费低

客单价消费低于全国水平，仅为杭州消费40%、成都消费46%



人均旅游消费水平落后全国平均水平及重点旅游城市



重庆旅游消费需求爆发阶段，人均消费水平无明显提高

3 2017-2018年新一线城市旅游人均消费

城市	17年	18年
西安	903	1979
杭州	1867	1950
武汉	1082	1643
成都	1424	1623
重庆	610	749

重庆人均旅游消费水平排名后靠，18年仅为杭州人均消费40%、成都人均消费46%



应急防范不足

旅游交通出行瘫痪，职能部门数据传递不及时、信息数据出现孤岛

2018年5月1日，外地游客“攻陷”洪崖洞和千厮门大桥，游客量达到4.5万人次。同比增长68%。不收门票的开放式景区，客流不可控，交通易瘫痪，接待能力差。

最新流传的一个网络段子：“爱他就陪她到洪崖洞去看夜景，恨他就让他去洪崖洞感受一下拥挤”。



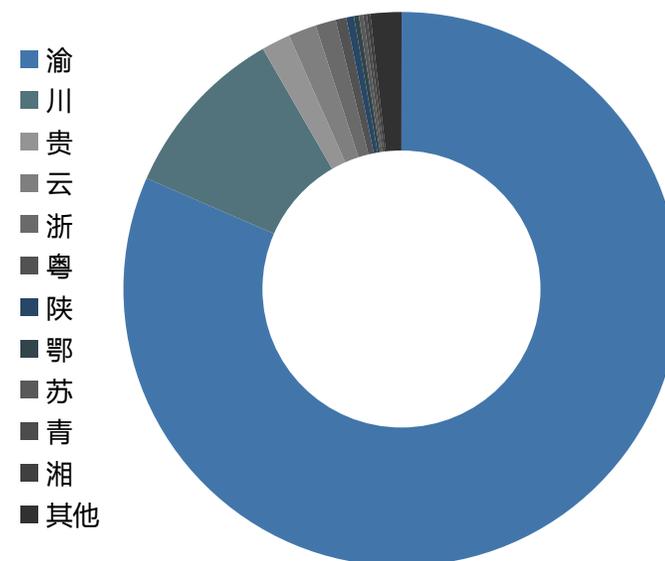
停留时间短

游客景区停留时间短，旅游产品结构单一

“北敦煌、南大足”大足石刻成为外地游客心目中旅游优选之地。它是拥有重庆唯一的世界历史文化遗产，整体出行以“一日游”为主，无法推动大足旅游业整体发展。



大足周边旅游资源



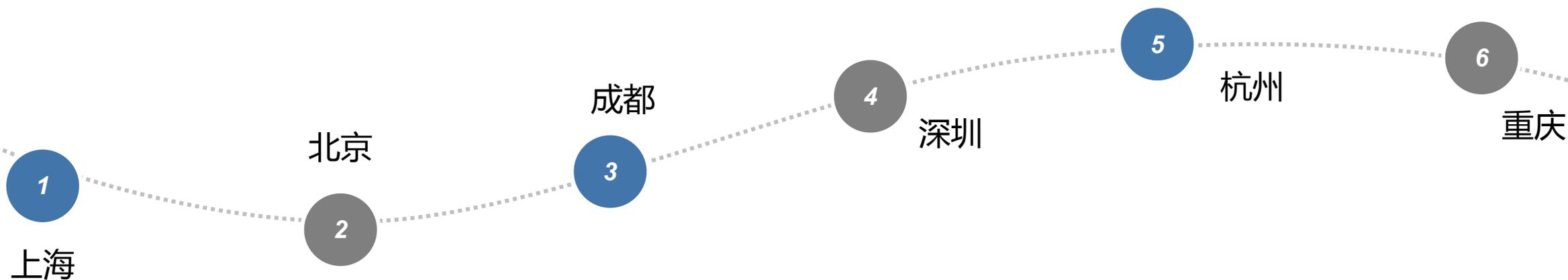
国庆大足在网车归属地

数据来源：城投金卡车联大数据



消费实力受限

重庆对于地域周边品牌吸附范围能力弱
消费能力有限，品牌青睐度低，排名仅第六



品牌对于重庆的认可度有待提高，消费实力和新一线城市排名不匹配
要吸引更多国际化、特色化品牌和产品来渝，形成消费竞争力

品牌青睐活力城市排名

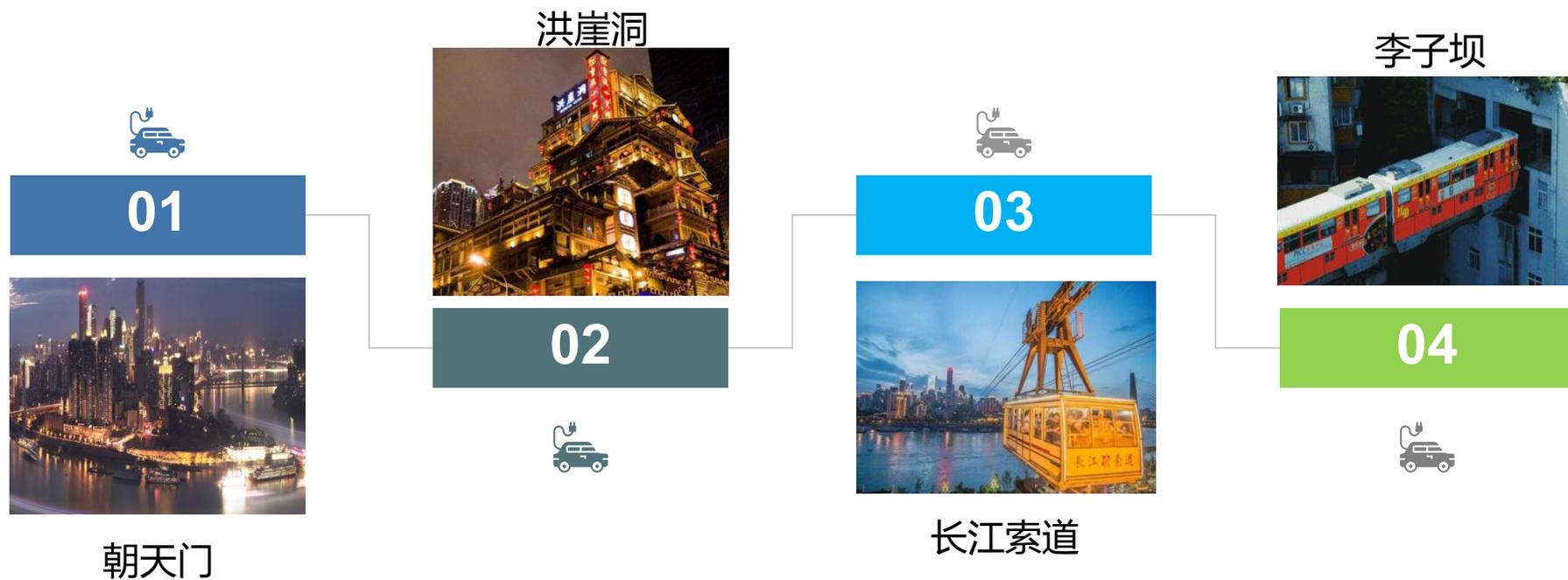
数据来源：RET睿意德中国商业地产研究中心



产品形式单一

景区之间没有形成旅游动线

文化缺乏挖掘建议去景区景点化、打造全域旅游

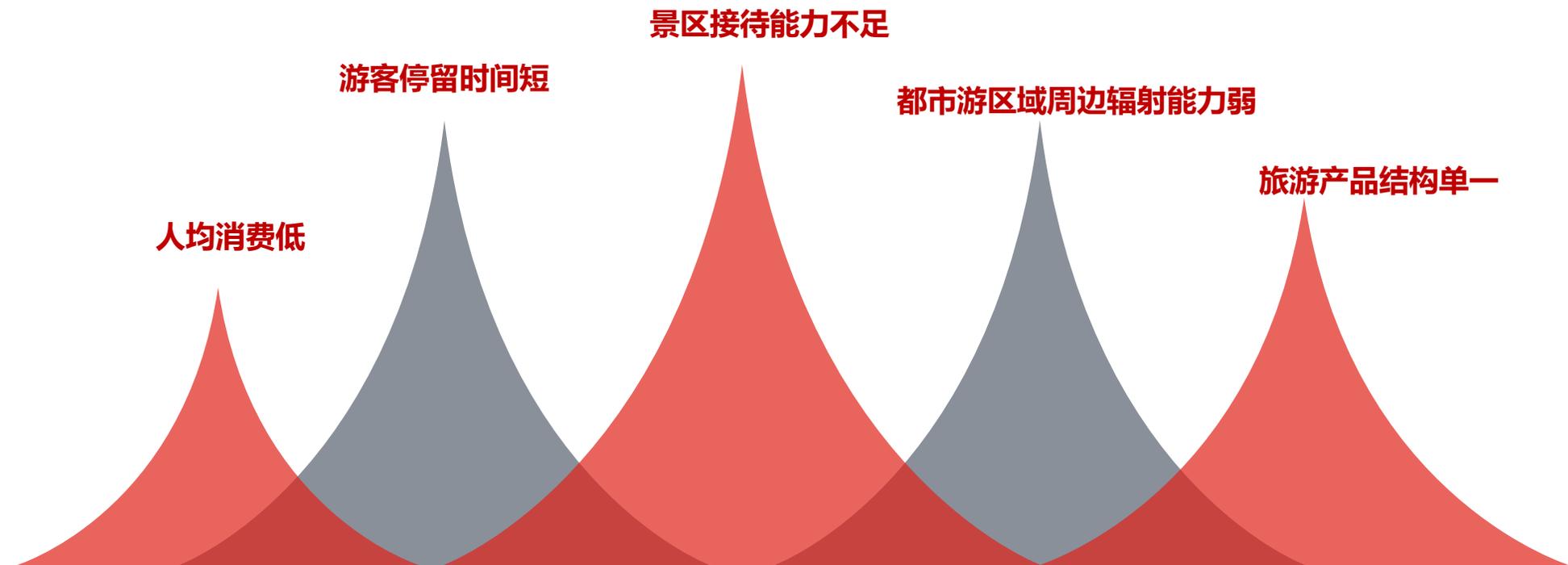


渝中区将朝天门、洪崖洞、长江索道、李子坝等网红景点虽然串联起来，但仍旧以一些老产品作为都市旅游支撑，**产品形式不够丰富，吸引力过于单一。**



旅游市场小结

文化内涵与旅游产品没有融合，无法形成重庆独有的旅游文化标签





PART 02

解决方案

Aiming at the wisdom of Chongqing Tourism Solutions

重庆旅游趋势



大数据智能化

深化大数据智能化合作，以重庆，贵州国家大数据综合试验区为载体，加快推动产业创新发展，转型升级。



旅游发展联盟

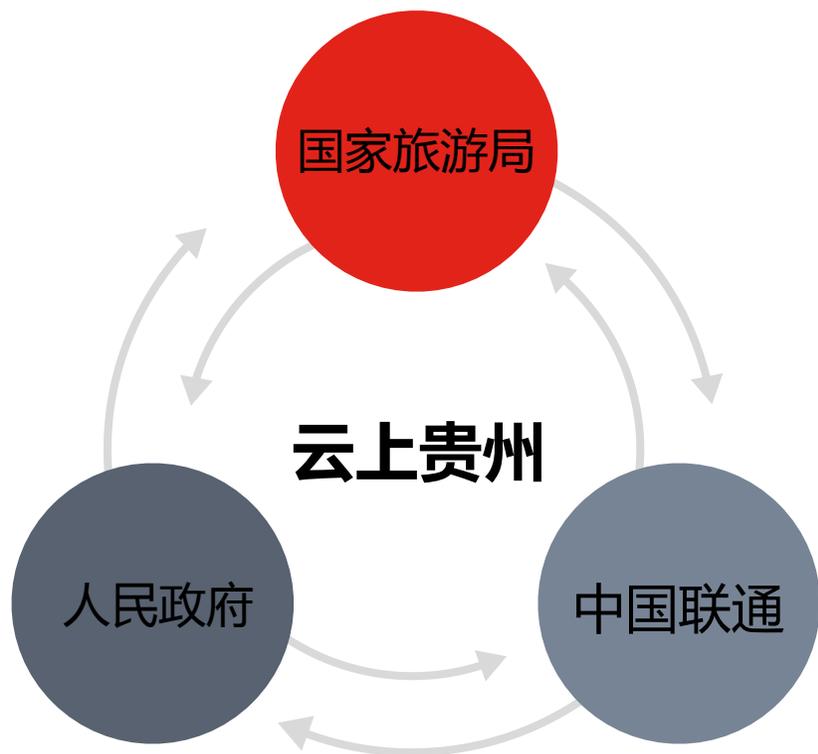
加强旅游，农业，金融等领域的合作，发展渝南黔北，大力提高区域旅游发展联盟。



2018年4月12日，重庆·贵州经济社会发展情况交流座谈会在渝举行



贵州旅游趋势



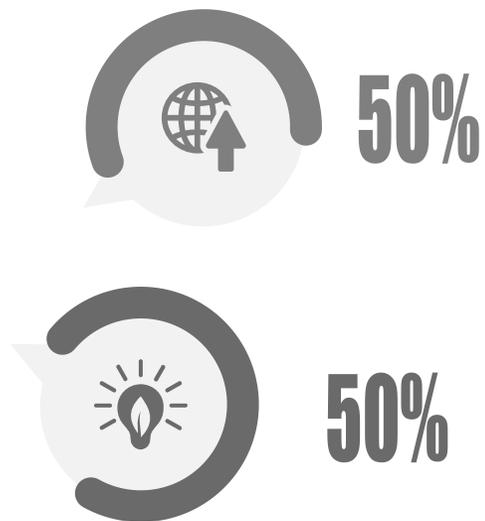
贵州立足全域旅游新时代 多功能大数据平台满足游客多方面需求

贵州旅游推出“云上贵州”智慧旅游，将国家旅游局、贵州省人民政府、中国联通三方的数据资源融合，建设贵州旅游目的地整合营销平台。

整合旅游资源、旅游产品、旅游服务、旅游品牌和宣传渠道等，建设成为集营销推广、资讯发布、电子商务、行业监管等功能于一体综合性区域旅游目的地整合营销平台。**实现智慧旅游管理、智慧旅游服务、智慧旅游营销和智慧旅游体验。**



智慧旅游解决思路



让大数据打通旅游行业“痛点” 实现全域旅游

打破行政区划的束缚，以文化内涵为主题，把零散的旅游景区、景点、景观串连起来，形成直线或环线搞“大旅游”，发展全域旅游。

有针对性的市场营销，实现“市场营销精准化和产品与服务个性化推荐”，将重庆网红城市优势转换为经济优势，创造收入。



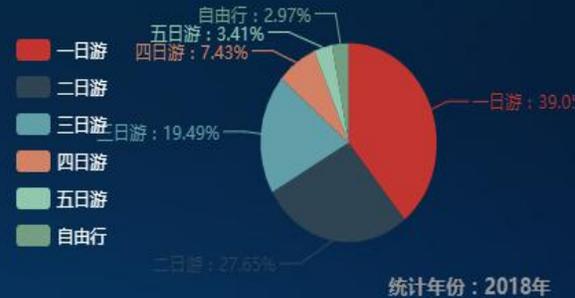
重庆旅游景区占比



旅游景区热度占比



游客旅游时长占比



春节旅游城市收入



重庆旅游景区统计



外地游客旅游偏好



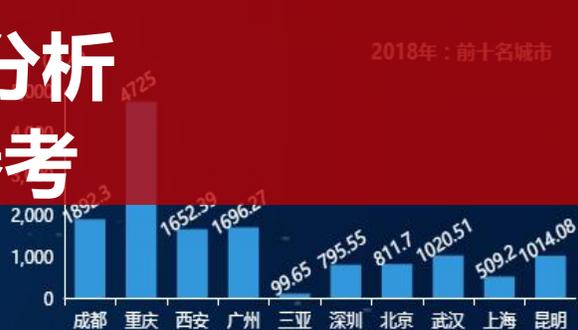
节日旅游



XXXX

旅游城市排名	城市名称	旅游总人数排名	旅游总收入排名	人均旅游消费排名	旅游业GDP排名
2	重庆	1	5	50	35
39	福州	40	37	24	46
40	晋中	32	39	40	6
41	常州	42	36	16	40
42	徐州	48	45	23	49
43	台州	46	40	10	40

春节旅游接待人次



春节旅游人均消费



我司拥有数据整合营销平台优势
对游客客源、行为、旅行轨迹、景区交通做分析
为旅游服务、管理、营销、体验提供决策参考

数据整合平台应用

融合平台资源，针对企业景区管理和消费者打造一站式服务体系

游前（提供游前趋势预测及智慧营销）

游中（人流量监控及预警）

游后（客源分析的全生命周期旅游大数据产品和服务）



智慧旅游服务

依靠现代科技的力量，把涉及旅游的各个要素联系起来，为游客提供智慧化的旅游服务



智慧旅游管理

为职能部门制定决策提供数据支持，为管理部门提供智能化手段，提升产品服务竞争



智慧旅游营销

挖掘旅游热点和游客兴趣点，引导景区策划相应的旅游产品，推动产品创新和营销创新



智慧旅游体验

从游客出发，通过信息技术提升游客旅游体验和旅游品质，提高旅游的舒适度和满意度



独有资源——城投金卡数据应用

重庆市城投金卡信息产业(集团)股份有限公司(以下简称为城投金卡)基于城市车辆基本信息、驾驶人信息以及车辆行驶轨迹的大数据采集,线下形成立体化数字交通物联网大数据链条,提供真实和具备巨大价值数据驱动力。



独有资源——城投金卡数据采集



机动车轨迹数据



电子车牌数量



机动车与驾驶人关联数据



机动车抓拍图像数据



机动车数据



RFID卡数据



RFID卡与驾驶人关联数据



抓拍设备数据



驾驶人数据



采集点数据



RFID卡采集数据



抓拍图像采集点数据



驾驶人出行轨迹数据



RFID读卡器数据



RFID卡采集点数据

大数据行业领导者：中国唯一拥有交通大数据的企业，国内唯一实现机动车信息动态采集应用的新型重庆数字交通物联网与大数据服务平台。

多专业融合资源数据平台：电子围栏、龙门架、RFID和电子监控四个途径对车辆基本信息、驾驶人信息以及车辆行驶轨迹等大数据采集，立体化的物联网大数据链条。实现辖区干道、各大景区、进出口分方向交通流数据实时采集，重庆数字交通物联网核心数据库。



独有资源——华扬联众数据平台

华扬联众数字技术股份有限公司（股票代码：603825）（以下简称为华扬联众）基于对线上人群特征和行为特征采集、存储和应用，形成自有DMP大数据管理平台，与大数据客户保持长期数据服务于合作关系。



独有资源——华扬联众数据采集

线上专业数据采集系统的制造商，做中国主流社交平台的“大数据”分析，整合用户数据、行为数据和 UGC 内容，为企业和个人提供定制化服务。

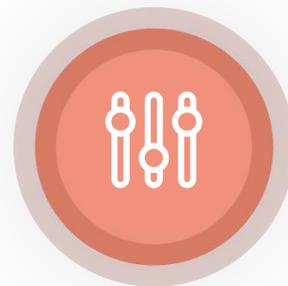
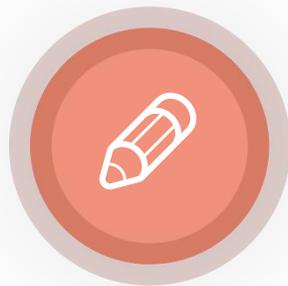


监测代码采集

在线数据、实时采集
可采集广告、官网、
微信等数据

内部数据采集

程序化采集内部数据
包括业务系统数据库、
文本、图片、视频等



对接第三方系统

系统对接、API传输
可采集运营商、电商
等第三方数据

爬虫采集

可采集社交、论坛、
电商、汽车网站等舆
情数据



金卡联智介绍

重庆金卡联智数字技术有限公司

2018年5月落地重庆

运用大数据，致力于户外媒体数字化；
资源遍布社区、高速公路、停车场、桥梁；
以属地服务及集团专业支援为优势；
为重庆企业提供全面的品牌传播服务





我们的优势



数据优势

- 城投金卡数字交通物联网大数据
- 华扬联众DMP大数据
- 北斗卫星地理数据



平台优势

- 平台运营优势
- 平台模块化部署优势
- 平台展现形式优势



方案优势

- 一体化解决方案优势
- 方案类型多样优势
- 整合营销优势



资源优势

- 华扬联众全国数据技术中心
- 华扬联众数字实验
- 商业数据工程研究中心

融合大黔渝旅游资源平台
提升旅游产业共同发展
为迎接5G时代、智慧城市创新做准备
辐射西南、面向全国智慧旅游城市标杆



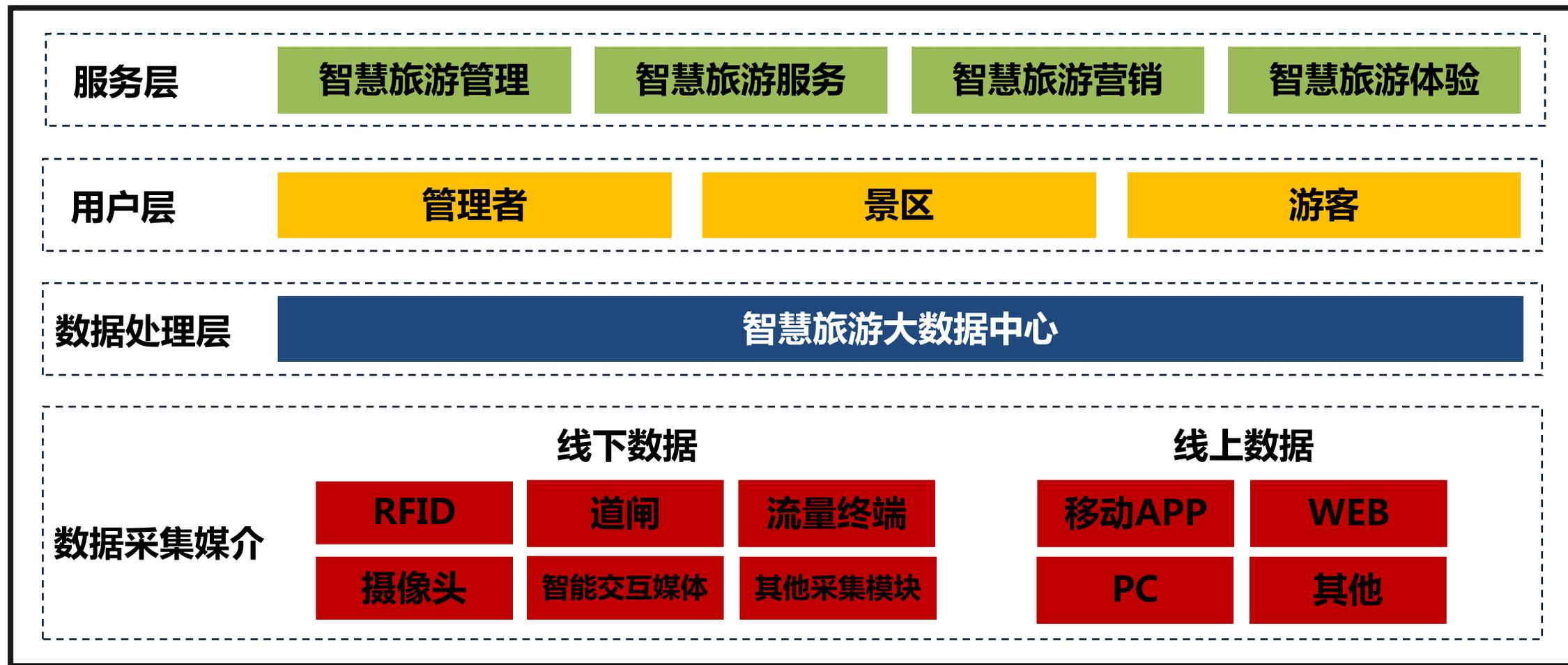


PART 03

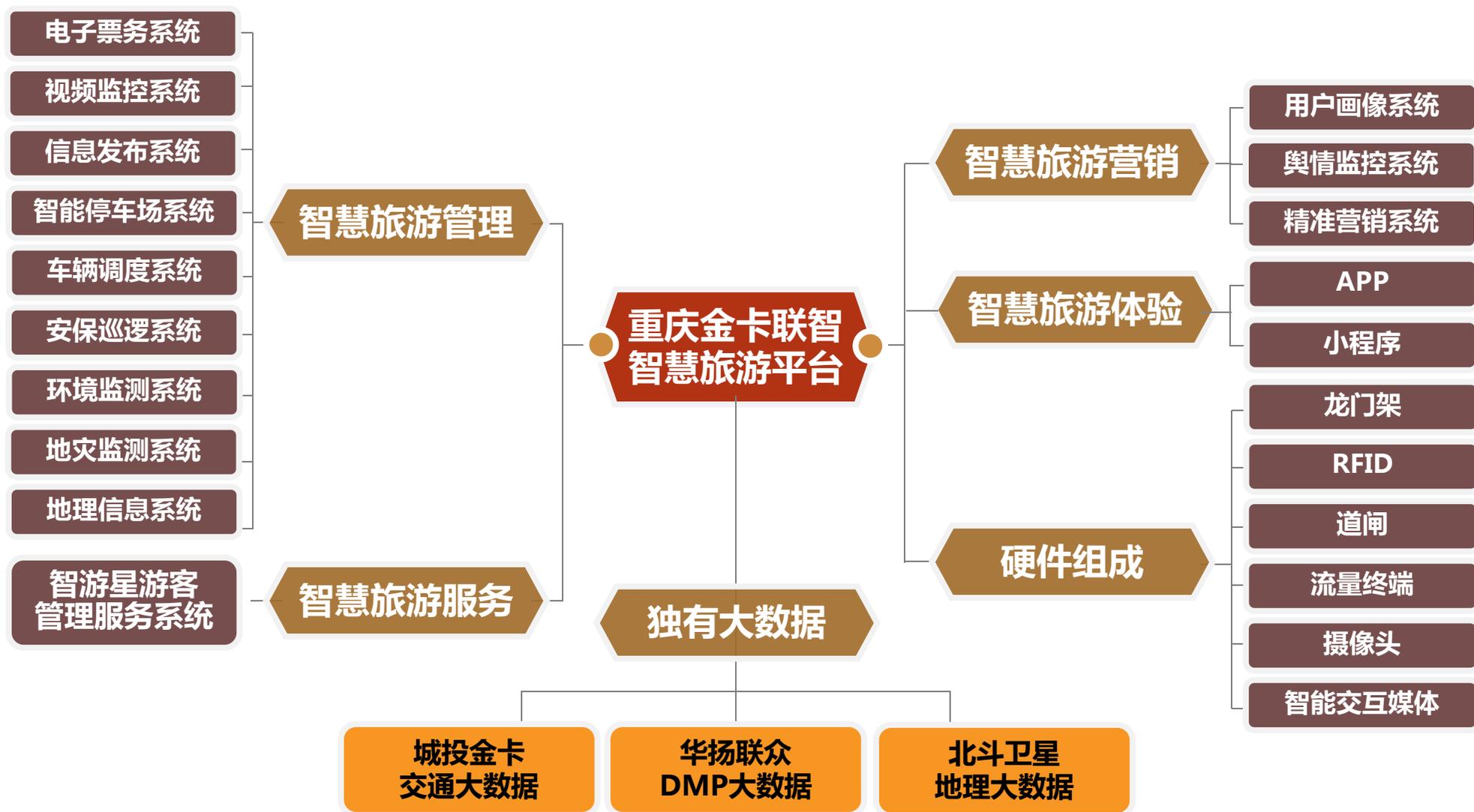
平台搭建

Wisdom of Chongqing Construction of Tourism Platform

平台架构体系



平台总体框架



核心大数据



立体化交通物联网大数据链条

基于城市车辆基本信息、驾驶人信息以及**车辆行驶轨迹**等大数据采集，并不断优化和完善的大数据模型，在线下形成**立体化的物联网大数据链条**。



智能交通物联网核心数据库

实现辖区干道、各大景区、进出口分方向**交通流数据**实时采集；同时将全市车辆基础数据、全市高速公路数据、全市营运车辆GPS信息，形成重庆**智能交通物联网核心数据库**。



在线数据、实时采集可采集广告、官网、微信等数据



系统对接、API传输可采集运营商、电商等第三方数据



程序化采集内部数据包括业务系统数据库、文本、图片、视频等



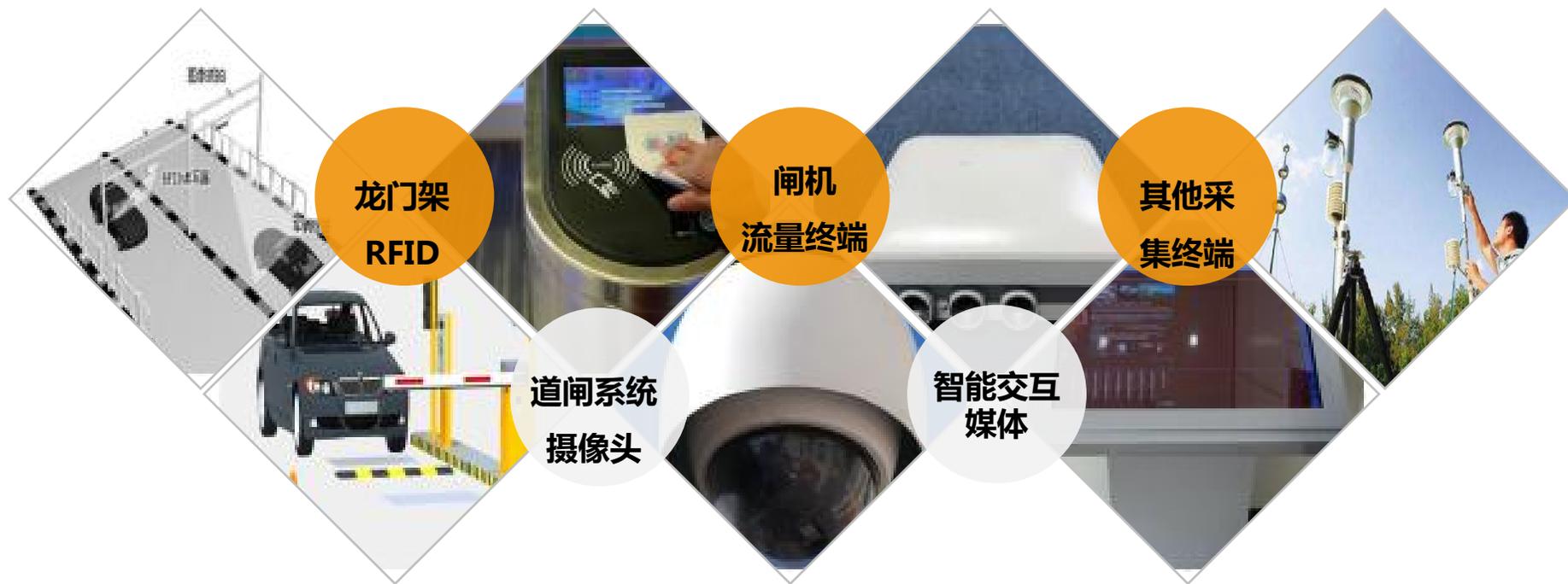
可采集社交、论坛、电商、汽车网站等舆情数据

联合城投金卡和华扬联众，融合线上和线下专业数据采集平台，通过整合两大平台的用户数据、行为数据和UGC内容，为企业和个人用户**提供定制化服务**。



平台硬件组成

硬件设备作为智慧景区平台的重要组成部分，旨在帮助景区提高工作效率、节省人力等，是景区实现智慧管理的重要基础。可**根据需求，为配置相应硬件设备。现有硬件设备也可接入**智慧景区平台，免除后期维护升级等繁琐多方对接。



智慧景区平台——智慧旅游管理

电子票务系统



基于云端服务的“**互联网软件+智能硬件**”体系，让门票销售和验证更智慧，更方便。

景区可以通过**一键分销数千家分销商**，对接主流OTA、团购渠道，可以自主选择电商平台或接入官网系统。支持分销商预存、授信，便捷的财务结算方式，**快速建立不同制度的门票销售渠道**。对于游客可以**随心所欲的选择各种渠道购票**，使用二代身份证、二维码、一维码等进行**验票快速入园**。



智慧景区平台——智慧旅游管理

视频监控系统



视频监控点远程浏览



双向语音对讲和音频广播



录像查询与回放



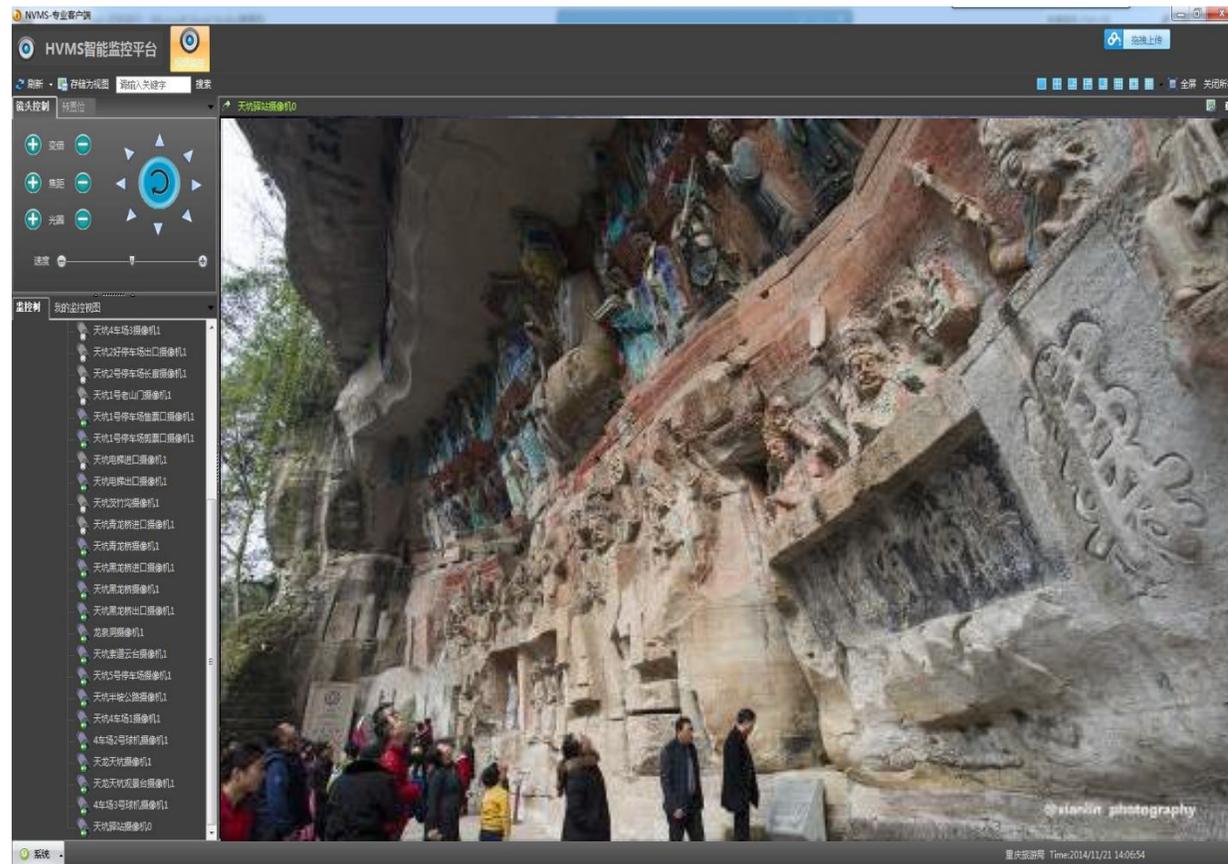
图片抓拍



报警与联动



录像



智慧景区平台——智慧旅游管理

信息发布系统

- 
 基于“旅游数据服务平台”聚集的数据资源、交通物联网资源、新媒体运营资源、公众服务平台资源。
- 
 实现旅游景区的景点参观指引信息、交通信息、人流量信息、疏导信息等**各类信息网格化精准发布**。
- 
 支持信息发布屏（LED）、APP、微信公众号、短信等多种渠道。



注意安全：最近几天风大
注意安全；
景区总承载量：10000；
当前景区人数：3000；

神农架国际生态旅游区实时入园人数3394人

景区名称	所处范围	日极限容量	日最佳容量	实时入园人数	入园人数预警
天生桥景区	国家公园游憩展示区	9600	4770	500	
官门山景区	国家公园游憩展示区	9000	6000	456	
神农坛景区	国家公园游憩展示区	9600	7200	564	
神农顶景区	国家公园游憩展示区	19740	14800	1625	



智慧景区平台——智慧旅游管理

智慧停车系统

停车场管理子系统采用现代电子与信息技术，结合远程监控系统，为出入口管控和安全服务的信息化管理，对通过出入口的车辆、人员两类目标的进、出进行放行、拒绝、记录和报警等操作的控制系统，**加强对目的地车辆的状态监控和即时通讯能力。**

准确记录识别车牌号码，确保车辆的
 进出有据可查，进出可控，景区内部
 车辆快速通过电动挡车器

关键位置加强对进出人员的管理和安
 全防范



管制车辆进出，进一步管控车位数量，
 计算每辆车停车时间

通过各类引导设备快速、自如的找到
 车位、取车



智慧景区平台——智慧旅游管理

车辆调度系统



根据景区游客流量有序调度车辆运行



结合游客APP软件基于位置提供车辆服务



统计记录车辆行驶状态及运行轨迹速度等



车辆维修保养及驾驶员勤务综合应用管理



智慧景区平台——智慧旅游管理

安保巡逻系统



景区安全管理，可以**确保景区与游客的人身与财物安全**，确保景区能够持续稳定地发展。

环境监测系统



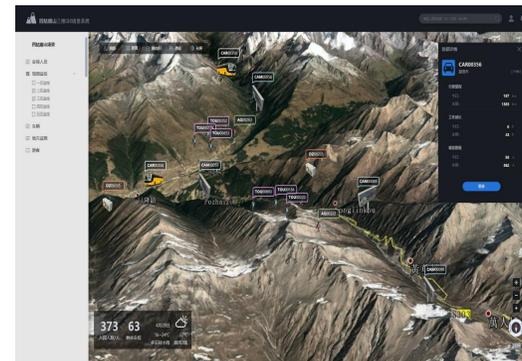
通过北斗环境监测终端对景区的**各类环境因子进行实时采集传输**，通过物联网技术，在系统集中展示景区的生态环境内容。

地灾监测系统



有效预防旅游景区地质灾害发生，**保护游客及当地群众人身财产安全**以北斗技术为核心，主要分为现场自动监测报警和分析发布两大部分。

地理信息系统



利用北斗卫星定位系统和北斗高精度地基增强系统相结合，为景区搭建**高精度定位和精确导航服务**应用网络。



智慧景区平台——智慧旅游服务

智游星游客管理服务系统



智游星
可穿戴终端



PC、手机
智能管理系统



数据中心
客服呼叫中心



智慧景区平台——智慧旅游营销

用户画像系统

秉承“旅游数据要看得见用得着”的理念，为游客进行**立体多维度画像分析**，如基本信息、群体轨迹、终端、APP使用情况等，指导管理和营销服务，结合华扬DMP大数据，便于进行**消费者定位和服务产品设计**。



智慧景区平台——智慧旅游营销

舆情监控系统



对互联网海量信息自动抓取、自动分类聚类、主题检测、专题聚焦，并形成简报、报告、图表等分析结果



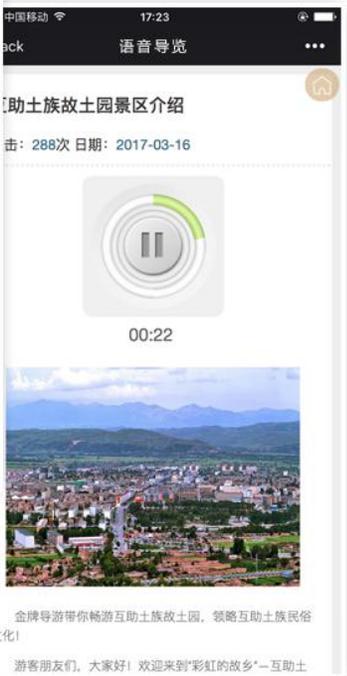
通过对舆情进行监控，提供分析依据，挖掘旅游热点和游客兴趣点



智慧景区平台——智慧旅游体验



关注或扫一扫，快速订票！



智慧旅游平台

景区管理一张图



定位服务一张网

综合应用一条线



金卡联智数据平台按照景区管理一张图、定位服务一张网、综合应用一条线的建设理念，通过将旅游信息化各个独立的系统，与三维地理信息系统进行汇总和融合，搭建一套面向景区可视化的综合管理平台，真正实现旅游智慧化的应用和服务效果。

智慧旅游管理

智慧旅游服务

智慧旅游营销

智慧旅游体验



平台建设步骤

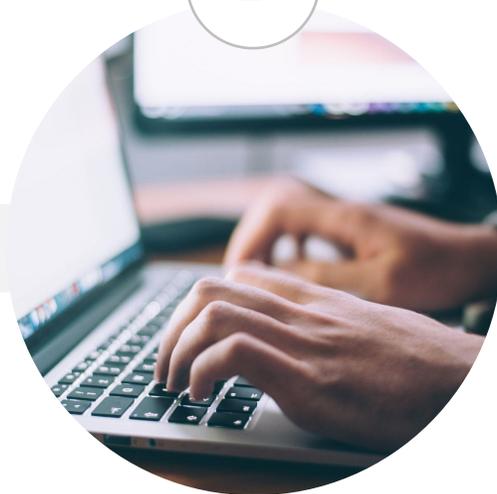
1



景区基础信息化建设阶段

完成景区智能化基础硬件搭建，为景区逐步实现智能化应用和智慧化管理提供基础和支撑。

2



智能化应用阶段

通过将各个信息化系统进行整合，形成互联互通和相互关联，通过多个系统的整合，排除信息孤岛，实现景区智能化应用。

3



智慧化运营阶段

通过结合卫星定位、移动网络、地理信息、大数据、云计算等技术，实现对景区的智慧化运营。



平台建设目标

01

提升服务品质

提高旅游业务的综合管理和运营能力，创建优质的旅游生态环境，提升旅游的服务品质。

提升景区内核，延伸旅游产品，为游客提供便捷的服务的同时，使旅游经济效应最大化。
各类硬件系统整合，统一运营管理，降低景区经营管理成本。

提高经济效应

02

03

保证管理监控

提高旅游生态环境检测和保护的能能力，提高对游客及工作人员的安全检测和保护能力，提高对景区综合管理监控能力。

对旅游舆论进行监控和数据分析，还可以挖掘出旅游热点和游客兴趣点，引导旅游企业策划对应的旅游产品，制定对应的营销主题，从而推动旅游行业的产品创新和营销创新。

创新营销方式

04





PART 04

营销推广

Chongqing tourism marketing promotion

重庆旅游发展格局



重庆旅游呈现“一带、两翼”旅游发展新格局，打造西南旅游金三角黄金旅游区

一带：指三峡黄金旅游带

两翼：指西北翼的大足石刻和合川钓鱼城；西南翼指大黔渝（武隆+涪陵+黔东南）



重庆旅游推广策略

深 · 旅 · 漫 · 游

全域旅游

纵向打通景区之间联盟
从传统观光游向深度游

智慧旅游

数据共享打造智慧城市
解决信息孤岛、实现数据资源整合



重庆旅游发展目标

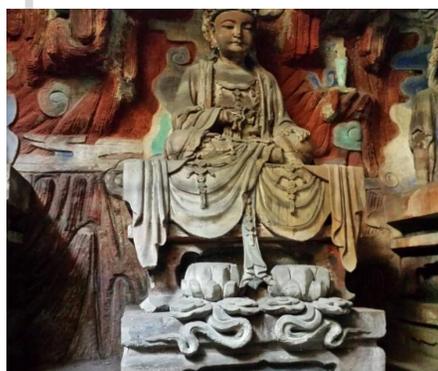
构建全域旅游新格局，打造大重庆旅游名片，建设世界知名旅游目的地



做优：大三峡

重拾品牌，打造世界级旅游目的地

是中国最早向世界推出的旅游名片之一，培育旅游业新的增长点，推动“一线游”向“一片游”转型发展，成为国家全域旅游示范区和长江三峡第一旅游目的地。



做足：大足

全域旅游体验升级，一日游到深度游转变

作为全市唯一——一个同时拥有世界文化遗产、国家5A级景区两大招牌的大足，围绕不同旅游产品满足游客需求，形成以“吃喝玩乐”为核心产品体系，把“看石刻”变成“游景区”



做靓：大黔渝

“旅游发展联盟”创新发展升级版

增强“全地域景观”的大黔渝旅游核心支撑，发起筹建渝黔东南旅游发展联盟，启动建设智慧旅游体系，构建全域旅游新格局，塑造文旅融合新名片。



An aerial photograph of a river valley. A large bridge spans the river in the background. In the foreground, a river flows through a lush green valley. On the right bank, there are several white buildings and a suspension bridge. The water is dark green, and the surrounding hills are covered in dense vegetation. The overall scene is a scenic view of a river valley.

三峡游轮

旅游品牌梳理

如何重塑三峡形象，重拾品牌，打造世界级旅游目的地？

旅游市场分析：

上世纪90年代末，长江三峡是世界级黄金旅游线路

出现“一票难求”，堪称中国旅游的“金字招牌”

三峡是世界上唯一能乘坐游轮游览的峡谷

如何借助游轮传递新的价值理念和全新的视角认识？



旅游趋势现状

昔日风光不再 三峡游吃老本直“掉粉”



旅游产品单一
缺乏个性化、精品化产品



文化内涵缺乏
缺乏对文化挖掘和讲述



沿线景区缺乏联盟
三峡游景区各自为政

游轮现状趋势

如何让游轮重新赋予三峡品牌内涵 打造品牌符号化，激活和释放大三峡的魅力？

内河游轮 正发展成为我国游轮旅游新亮点

长江游轮旅游市场的亚洲游客年均**增长15%**左右
 国内游客的增长**超过30%**

数据来源：中国信息网

超过
90
 万人次
 游客乘坐内河游轮

51 艘内河游轮 

34艘 豪华游轮
 17艘 大众游轮

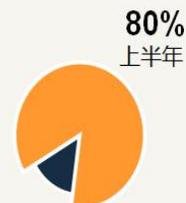
豪华游轮



游客接待量 64万人次



销售收入 10亿元



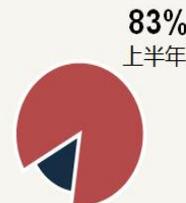
大众游轮



游客接待量 25万人次



销售收入 2亿元



超过
7

大豪华游轮品牌

豪华游轮市场运力10220客位

¥ 超 **12** 亿元

销售收入
 同比2016年基本持平

数据来源：《2017-2018年中国游轮发展报告》

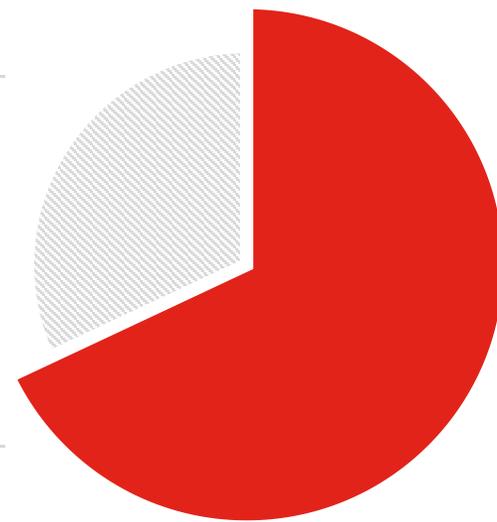
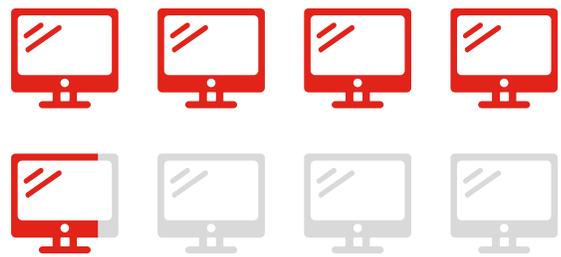


品牌核心策略

重塑三峡品牌内涵

以“文化”为核心+以“科技”为载体

三峡 游轮	三峡 博物馆
----------	-----------



品牌价值梳理

借助游轮，开创三峡文化新纪元，树立大三峡游行业标杆



打造数字三峡文化IP

将游轮从交通工具升级为移动的三峡博物馆

数字三峡——长江万里图

历史人文
交互点



历史人文
交互点



历史人文
交互点



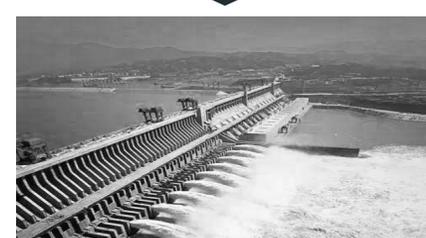
城市文明
交互点



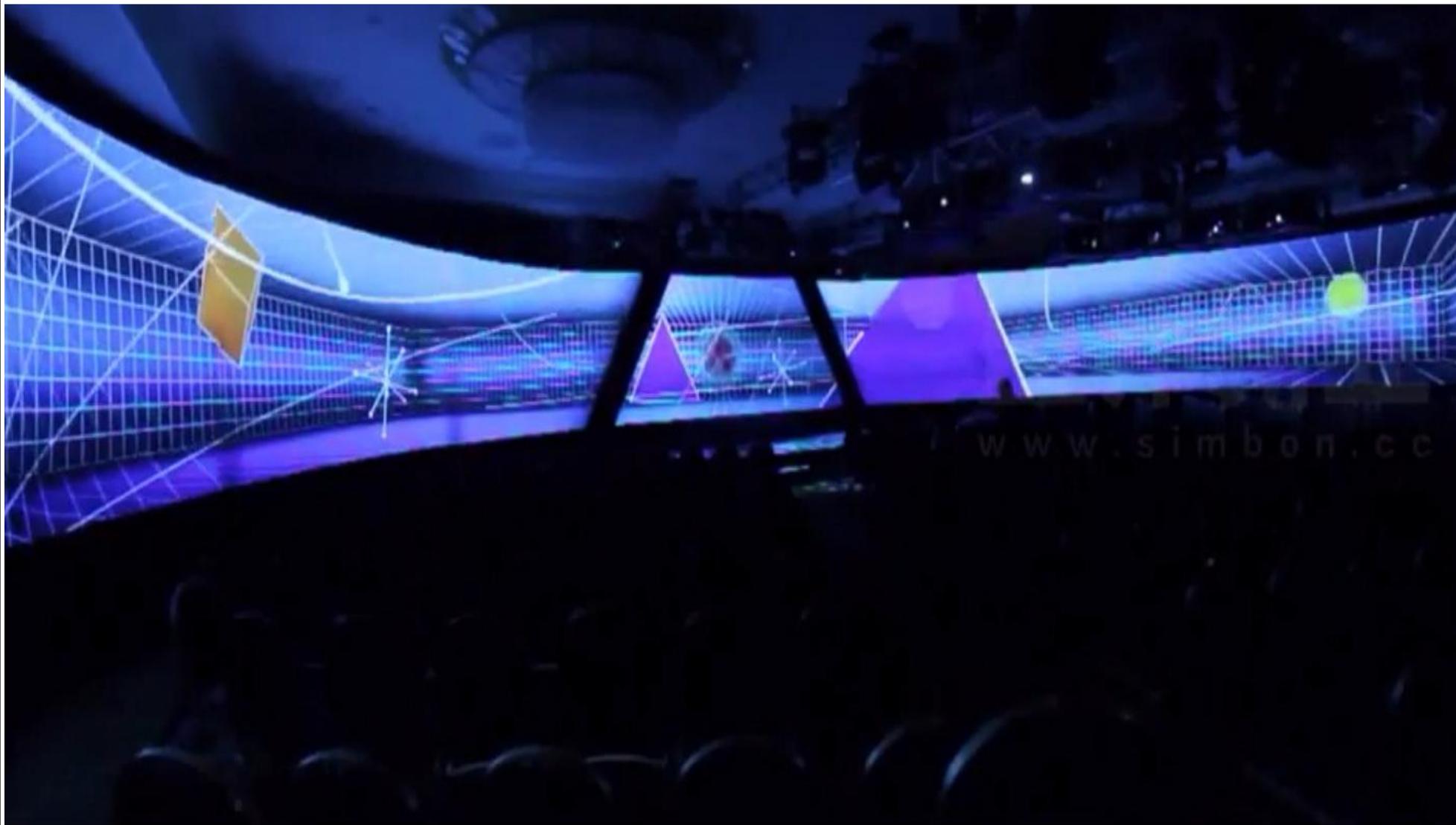
城市文明
交互点



城市文明
交互点



数字三峡——古今三峡全貌



展项描述：

该展项船舱原有影院，**通过主题影片的方式展示长江流域文化产品、民间工艺品、民间曲艺、民俗服饰等民俗文化。**



数字三峡——远古之光巫山人



展项描述：

三峡地域孕育我们的祖先，重现巫山人的生活场景，**通过AR技术和互动技术，引导游客与巫山人，如游戏、舞蹈、模仿、换装等互动，使游客达到全新的体验感受，构建与传统的预览产品的差异化。**

营销方式：

开发对应的文创产品，
实现二次传播，增强客户粘度



数字三峡——虚拟文物欣赏



展项描述：

利用数字化拍摄等技术，借助互动屏幕将文物进行展示，强调展示的交互性。

交互方式：

lcd互动屏幕



大三峡旅游体验，尊享文化之旅

三峡游轮全面提升文化体验

用极具地方特色的文化感，仪式感，参与感的各类文化活动

从视觉、味觉、听觉、触觉、感受、社交、科技几大板块的升级迭代

给予游客以景观，文化，历史等全方位体验和感受

打造开创性，尊享性，独特性的沉浸式文化体验之旅

大足旅游

市场分析

大足旅游数字化解决方案



主流客群以周边地区为主，且以一日游为主，无法推动大足旅游业整体发展



大足旅游的营销活动无法触达目标群体

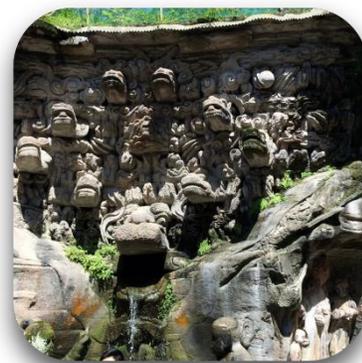


多个集成商形成，旅游大数据未合理使用，利用率低

在重庆旅游大爆发的大背景下，大足发展相对滞后



大足旅游项目仅满足游客基本游玩需求



运营策略

从景区数字化建设到全域旅游体验升级 整合大数据，打造旅游平台与数字产品，让数据服务营销

- 大足旅游数字化统一服务平台

- 综合性旅游目的地打造
- 多渠道数据融合



- 产品结构单一
- 景区开放程度低
- 市场策略模糊

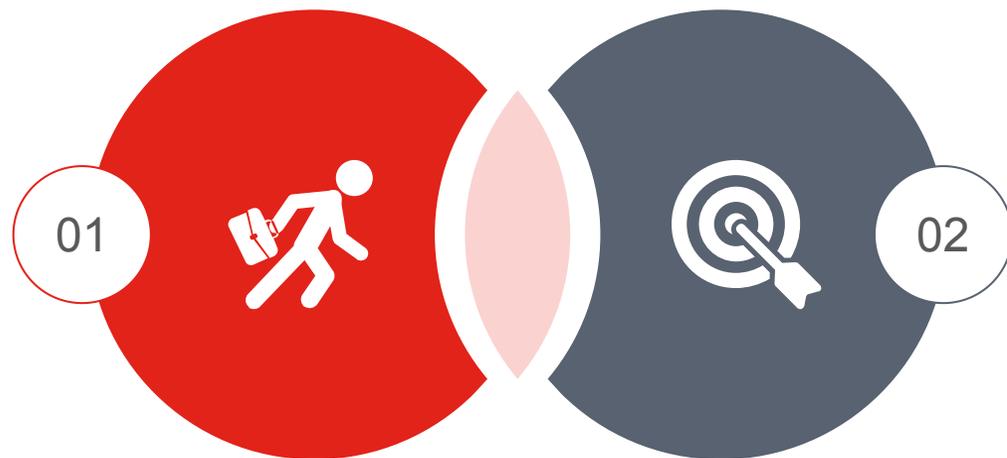
- 精准化市场营销



产品运营

结合旅游景点周边，深挖旅游产业 形成以吃喝玩乐为核心的产品体系

目前的景点未做整体规划，单点推广运营，无法让游客在大足多做停留，以一日游为主



打造覆盖吃住行游游娱购为一体的两日体验游，满足游客的个性化需求

从单一景点景区向综合旅游目的地转变



产品主题

围绕“人文”“温泉”“乡村” 打造不同旅游产品满足本异地游客需求，主打二日游



数字化建设

景区基础服务板块深度数字化，加深旅游印象、口碑及好感度



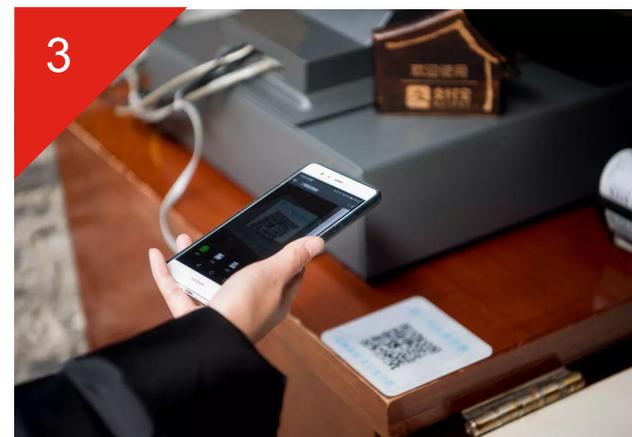
WiFi覆盖

覆盖景区各酒店、餐饮、景点等
实现了景区无线信号全覆盖



电子通道

微信端预约景点，刷脸、身份证的方式
进入景点



电子支付

景区消费、支付全面实现电子化



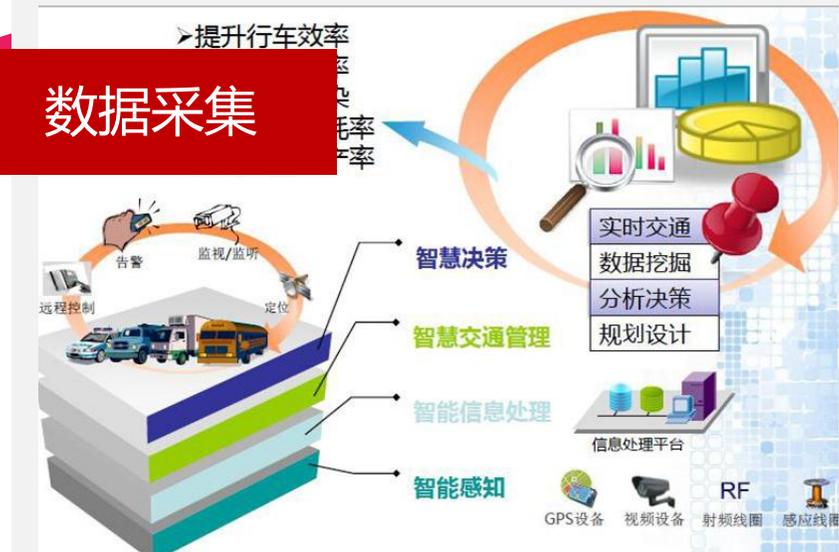
服务平台优势

拥有全网车辆基本信息、驾驶人信息以及车辆行驶轨迹

系统平台



数据采集



大足目前已建成“智能交通物联网技术支撑服务平台”，实现辖区干道、各大景区、进出口分方向交通流数据实时采集；同时将全市车辆基础数据、全市高速公路数据、全区营运车辆GPS信息（包括出租车、班线客运车、旅游客运车）、景区监控视频数据整合接入大足区智能交通物联网核心数据库。



融合数据优势

融合大数据，赋能大足旅游发展

线下数据

城投金卡、高德地图

- 线下数据
- 电子车牌
- 机动车交通信息卡
- 驾驶人交通信息卡

城投金卡：大足全域实时交通大数据，精准识别全市机动车及驾驶人行为特征及行为轨迹

数据融合



立体化游客标签

线上数据

华扬联众、腾讯、上海数据中心

- 海量线上数据
- 广告数据
- 网站数据
- 注册数据
- 会员数据

华扬联众：4大标签体系涵盖5大垂直行业，精准识别 全网15亿用户行为特征



运营目标

面向海量游客，提供流程个性化定制服务 满足多元化个性化旅游需求



游前

通过APP、公众号、小程序获取旅游资讯

旅游目的地

具有知名度、口碑和丰富的旅游资源

游中

全面满足游客定制需要
吃、住、行、游、娱、购

自由自在

为游客提供最便利的服务

无处不在

遇到问题及时响应

游后

给目的地旅游一个真正的好评

标杆

成为全国乃至世界旅游标杆





COMPANY

演示完毕感谢观看