

# 个性化背景下的旅游发展新趋势

## ——基于定制旅游的研究

隆蓉

铜仁学院大数据学院

**[摘要]**在现阶段的旅游产业创新发展实践过程中,定制旅游的产业模式已经得到了普及推广。相比于原有的传统旅游开展实施模式而言,定制旅游模式更加尊重了游客消费者的自主选择权利,进一步运用了自主定制的措施方法来满足游客的多元化以及个性化需求。因此,本文探讨了定制旅游模式在个性化背景下的全新发展趋势,完善并优化了旅游发展路径。

**[关键词]**个性化; 旅游发展趋势; 定制旅游

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.423

目前面临旅游模式个性化的实践发展趋势,定制旅游模式已经得到了很多消费者的认可。定制旅游的显著优势特征应当体现在游客自主选择的范畴扩展,运用趣味性的自主定制方式来创新原有的旅游产业实施模式,从而为游客创造全新的旅游过程参与体验。相比于传统的旅游发展模式而言,定制旅游全面满足了消费者的旅游体验需求,因此定制旅游值得被推广运用于旅游产业的实践发展过程。

### 一、定制旅游的基本含义特征

#### (一) 定制旅游的含义

定制旅游的基本含义就是旅游企业将自主选择定制旅游线路、旅游景点以及旅游服务方式的权利交给消费者,确保消费者能够运用自由选择的方法来优化旅游过程体验,从而满足旅游产业的消费者个性化全新需求<sup>[1]</sup>。因此从本质上来讲,定制旅游的侧重点应当在于全面尊重游客的自由选择权利,突破单一化与僵化的传统旅游实施模式。

在传统的旅游模式下,游客仅限于跟随旅游企业的指导人员来参观旅游景区,那么将会造成游客无法选择自己喜爱的旅游景点或者线路。但是与之相比,目前现有的定制旅游模式充分考虑到游客自身的情感需求因素,确保运用自主性更强的灵活旅游定制模式来促进游客兴奋度提高,切实满足旅游消费者的内心情感期待。近些年以来,具有灵活性以及个性化特征的全新定制旅游产业发展方式已经得到旅游消费者的普遍接受喜爱,客观上达到了全面助推旅游产业收益利润提升的效果。

#### (二) 定制旅游的特征及优势

定制旅游最为显著的优势特征体现在满足个性化的旅游消费需求,并且还体现在节约旅游企业的宝贵成本资源。在定制旅游的模式下,旅游消费者可以结合自身的情感喜好倾向,进而对于自身喜爱的旅游景区以及旅游路线进行规划选择。旅游企业通过与旅游消费者之间展开紧密的互动沟通,应当能够确保旅游消费者的真实期待得到充分满足,有助于优化游客的旅游过程体验。旅游企业通过将旅游定制的自主权利交还给消费者,旅游企业现有的经济成本资源也能得到科学的优化配置利用,对于全面促进旅游企业的经济利润目标实现具有显著积极影响。

### 二、定制旅游的目的发展状况

在目前的情况下,定制旅游的全新旅游产业发展模式已经得到全面的推广采用。定制旅游在客观上促进了现有的旅游产业实现创新发展目标,对于旅游产业的经济利润效益也表现为显著驱动效应。游客通过自主参与定制旅游的体验过程,应当能够达到更高层次的消费者满意程度,并且有益于消费者的自主选择范畴实现合理扩大。从以上的角度来讲,现阶段的定制旅游产业整体上呈现出优良的产业创新发展趋势<sup>[2]</sup>。

然而不应当忽视,定制旅游的创新发展过程也存在某些弊端或者缺陷。例如,某些旅游企业针对定制旅游的基本含义特征表现为错误认识,因此就会导致上述的旅游企业倾向于为消费者定制较为奢华的旅游消费方式,违背了绿色出行以及环保出行的基本目标要求,造成旅游产业实践领域的物质资源过度浪费<sup>[3]</sup>。并且,目前现有的定制旅游开展实施规模也是较为有限的,根源主要在于多数的旅游产业领域消费者无法承受定制旅游的经济成本,导致定制旅游模式无法在短期内实现普及化以及大众化的发展目标。因此能够判断得知,定制旅游在当前阶段背景下仍然亟待得到全方位的优化调整。

### 三、个性化背景下的定制旅游全新发展趋势

定制旅游在根本上突破了旅游产业的单一化发展弊端,通过给予游客自主定制权利的方式来助推旅游产业繁荣<sup>[4]</sup>。在目前的情况下,很多旅游企业针对定制旅游的全新发展模式正在展开积极的实践探索,定制旅游的现有实施保障机制也在不断获得完善。具体在促进定制旅游的模式优化完善过程中,旅游企业需要做到紧密结合旅游产业的个性化全新发展趋势,并且着眼于如下的定制旅游完善改进要点:

#### (一) 紧密结合旅游产业的消费者需求

定制旅游企业如果缺少了针对旅游消费者基本需求的正确把握判断,那么定制旅游将会失去最根本的价值意义。因此在目前的旅游产业创新发展情况下,旅游企业务必要做到紧密结合旅游消费者的内心情感期待,通过展开旅游消费者调研的方式来把握消费者需求。定制旅游企业对于旅游消费者群体应当主动展开实时性的联系沟通,全面增进旅游企业以及旅游消费者的情感互动交流。例如近些年以来,已经有很多的旅游企

业正在积极尝试为游客推荐喜爱的旅游景区以及旅游线路图,并且主动为游客消费者选择舒适的居住场所。旅游企业通过运用个性化的旅游消费者服务模式,应当能够赢得旅游消费者的真诚信任喜爱。旅游企业对于消费者的需求调研实践工作必须要引发重视,全面增强针对游客消费者内心情感动机的把握理解<sup>[5]</sup>。

定制旅游企业目前有必要创建企业的优良品牌形象,运用定制旅游企业特有的优良品牌信誉来吸引旅游消费者。企业目前针对企业本身具备的核心竞争实力因素必须要引发重视,据此实现重新调整与选择企业战略规划方案的目标。管理人员针对存在滞后性的企业组织体系结构必须要积极加以调整,进而运用灵活性的路径手段来促进企业的运营效率实现明显优化。现阶段已经有很多定制旅游企业正在运用积极的思路举措来应对产业链的全球调整冲击,确保企业占据的市场空间能得到明显的拓宽。企业现有的运营发展总体规划方案中还要包含创建企业优良文化形象的基本要素,依靠优良的企业品牌信誉来全面支撑企业自身长效发展。在新冠疫情的暴发蔓延期间,定制旅游企业着眼于积极转向于网络营销模式。企业管理人员通过运用灵活性较强的企业管理思路,成功促进了企业线上的全新营销平台模式建成。定制旅游企业在积极促进原有的企业营销路径转型前提下,企业能够着眼于严格保障自身的优良品牌信誉,进而赢得了更大范围内的市场消费者群体认可。

定制旅游企业目前针对企业赖以生存发展的基础设施体系应当尽快加以完善。定制旅游企业赖以支撑自身平稳健康发展的关键基础因素就是企业物质资源,但是旅游市场竞争范围内的物质资源本身具有稀缺性的明显特征。现阶段的很多定制旅游企业在面临物质资源匮乏的难题障碍过程中,企业管理人员能够运用灵活与积极的思路手段来进行应对,进而实现了支撑企业发展生存的目的。企业管理人员对于多样化的企业筹资渠道应当全面展开探索,合理运用银行信贷渠道、优惠性的政府支撑政策手段以及网络借贷平台等多种路径来筹集企业的物质基础资源。企业管理人员目前针对政府管理部门给出的扶持性法规政策应当进行正确的运用,按照合法的途径来争取企业发展必需的更多物质资源,进而全面支撑定制旅游企业的平稳健康运行与发展。

### (二) 突显定制旅游的新颖特色

定制旅游的独特吸引力主要体现在旅游模式的新颖特色方面,因此决定了定制旅游企业必须要全面突显定制旅游特色,依靠特色化的新颖旅游服务模式来增强针对消费者群体的吸引效果<sup>[6]</sup>。定制旅游企业在当前时期背景下,应当能够完整展现出旅游发展特色,对于存在滞后性的传统旅游服务理念予以摒弃。旅游企业应当充分认识到,定制旅游的本质并不在于旅游消费成本的提升,而是应当集中体现在旅游过程的人文情感内

涵以及主题特色层面,充分展现出定制旅游的独特情感吸引效果。

不同地域的定制旅游优质特色资源目前需要得到科学的开发运用,切实有效促进定制旅游模式下的地域人文历史遗产得到全方位的关注与保护。定制旅游的优质资源开发过程必须要突显地域特色,确保游客能够感受到优秀地域文化的强烈情感吸引力。唯有如此,定制旅游的价值才能得到突显。

### (三) 提升定制旅游的消费服务质量水平

在目前的情况下,某些定制旅游企业由于忽视了游客消费者的服务保障工作,因此就会导致游客消费者产生不满的情绪心理,进而影响到定制旅游的产业平稳健康发展。为了应对上述的定制旅游发展困境,那么作为旅游企业的管理服务人员必须要正确理解游客快速增长的旅游服务需求,确保运用全方位的旅游服务手段措施来满足旅游消费需求。定制旅游企业针对游客消费者的食宿保障工作、旅游过程中的交通安全维护工作、旅游景区的宣讲介绍工作等都要引发重视,切实维护游客消费者的人身健康安全利益。旅游企业目前应当摒弃过度重视旅游经济利润的传统观念认识,更多关注于旅游消费服务的质量水准提升。

## 结束语

综上所述,定制旅游目前已经成了旅游产业实现个性化发展的基本思路方向之一,受到人们的关注和重视。近些年以来,定制旅游的普及发展速度正在逐步加快,客观上展现了定制旅游在满足消费者全新旅游体验需求过程中的重要意义影响。具体在全新旅游模式的个性化发展实践中,旅游企业应当确保结合旅游产业的消费者需求,突显定制旅游的新颖特色,并且还应当积极提升定制旅游的消费服务质量。

## 参考文献

- [1] 吴玮. 生态旅游发展及其经济效益探究[J]. 今日财富(中国知识产权), 2021(10): 13-15.
- [2] 王蕊. “一带一路”倡议和跨境电子商务发展背景下陕西乡村民宿旅游发展简析[J]. 山西农经, 2021(16): 103-104.
- [3] 武永成. 游客感知视角下乡村旅游发展策略探析[J]. 武汉商学院学报, 2020, 35(04): 21-25.
- [4] 徐刚, 邓小海, 王红霞. 同质化困境下西南民族地区文化旅游体验场景营造研究[J]. 理论与当代, 2020(04): 61-64.
- [5] 陈巍. 个性化背景下的旅游发展新趋势——定制旅游[J]. 全国商情(理论研究), 2019(20): 28-29.
- [6] 寇小莹, 卜祥峰. 在线定制旅游产品创新对消费者购买意愿的影响——基于感知风险的视角[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2021, 37(02): 65-71.