

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

贵州文旅新玩法：票根经济——以一码游贵州为例

第4章 一码游贵州平台的建设历程与功能架构

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 4.1 平台建设背景与战略定位
- 4.2 平台发展历程（2020-2026）
- 4.3 平台功能架构
- 4.4 平台运营成效与数据分析

- 了解一码游贵州平台的建设背景与战略定位
- 掌握平台从 2020 年到 2026 年的发展历程与关键里程碑
- 理解平台 " 一码三端四层 " 的功能架构
- 分析平台运营成效与数据表现

- 案例：从 " 扫码入园 " 到 " 一码游全省 "
- 2020 年 5 月 19 日， " 一码游贵州 " 全域智慧旅游平台正式上线。最初，它只是一个小程序——游客扫描二维码即可获取景区信息、在线购票。
- 然而，经过 6 年的迭代发展，这个小程序已经成长为覆盖全省 800 多家景区、入驻商户 62615 家、累计用户 3544.4 万人的省级文旅数字生态平台。
- 从简单的 " 扫码入园 " 到 " 一码游全省 "，再到 AI 驱动的 " 票多多 " 智能体，一码游贵州的演进历程是中国省级智慧旅游平台发展的典范。

01

4.1 平台建设背景与战略定位

4.1.1 建设背景

- 贵州省作为中国首个国家级大数据综合试验区，具备发展智慧旅游的天然技术优势 [1]。

4.1.1 建设背景

- 2014 年以来，贵州大力发展大数据产业，建设了贵安新区国家级大数据集聚区，形成了完善的大数据基础设施和人才体系。

4.1.1 建设背景

- 2020 年，新冠疫情对文旅产业造成严重冲击，景区限流、预约入园成为常态，文旅数字化转型从 " 可选项 " 变为 " 必选项 "。

4.1.1 建设背景

- 在这一背景下，贵州省文化和旅游厅主导建设了 " 一码游贵州 " 全域智慧旅游平台，旨在通过数字化手段整合全省文旅资源，为游客提供 " 一键扫码、全域畅游 " 的智慧旅游服务 [2] 。

4.1.2 战略定位

- 一码游贵州平台的战略定位可概括为 " 三个统一 "：

4.1.2 战略定位

- 统一入口。平台以二维码为统一入口，实现全省文旅资源的 " 一码接入、一码服务、一码消费 "。游客无需下载多个 APP，只需扫描一个二维码即可获取全省文旅服务。

4.1.2 战略定位

- 统一标准。平台统一了景区预约、在线购票、智能导览、票根核验等服务标准，解决了过去各景区系统标准不一、数据不通的问题。

4.1.2 战略定位

- 统一生态。平台构建了覆盖全省景区、酒店、餐饮、交通、零售商户的统一文旅消费生态，为票根经济的规模化运营奠定了基础。

02

4.2 平台发展历程（2020-2026）

4.2 平台发展历程（2020-2026）

- 一码游贵州平台的发展可划分为四个阶段：

4.2.1 起步阶段（2020 年 5 月 -2021 年 5 月）

- 平台于 2020 年 5 月 19 日（中国旅游日）正式上线。

4.2.1 起步阶段（2020 年 5 月 -2021 年 5 月）

- 起步阶段的核心任务是 " 建基础、接景区 "—— 搭建平台技术架构，接入全省 800 多家景区的基础信息，实现景区信息查询、在线购票、预约入园等基础功能。

4.2.1 起步阶段（2020 年 5 月 -2021 年 5 月）

- 这一阶段的设计理念是 " 轻量化 "—— 游客无需下载应用程序，只需扫描一个二维码即可进入微信小程序。这种低门槛的接入方式有效降低了游客的使用壁垒。

4.2.1 起步阶段（2020 年 5 月 -2021 年 5 月）

- 截至 2021 年 5 月（上线一周年），平台总访问量达到 1.58 亿次，累计用户超 1620 万人，交易订单超 17.5 万笔 [2]。

4.2.2 扩展阶段（2021年6月-2023年12月）

- 扩展阶段的核心任务是 "接商户、拓场景"。平台从景区信息查询扩展到涵盖吃、住、行、游、购、娱全方位的智慧旅游服务。大量酒店、餐饮、交通、零售商户入驻平台，形成了初步的文旅消费生态。

4.2.2 扩展阶段（2021 年 6 月 -2023 年 12 月）

- 这一阶段，平台开始探索票根经济的早期形态——景区门票与周边商户优惠的联动。但此时的联动仍是人工对接为主，缺乏系统化的票根管理和智能推荐能力。

4.2.3 深化阶段（2024 年 1 月 -2025 年 12 月）

- 深化阶段的核心任务是 " 上数据、强运营 "。平台加强了大数据分析能力，构建了游客画像系统、商户匹配算法和客流监测平台。同时，平台开始系统性推进票根经济，将零散的票根联动整合为统一的服务体系。

4.2.3 深化阶段（2024 年 1 月 -2025 年 12 月）

- 耿胜董等（2024）指出，一码游贵州平台虽然取得了显著成效，但对涉旅企业和行业监管力度不足，且平台基于微信打造，应用场景和数据应用受限，需要进一步升级完善 [3]。

4.2.3 深化阶段（2024 年 1 月 -2025 年 12 月）

- 这一阶段正是对这些不足的系统性改进。

4.2.4 智能化阶段（2026 年 1 月至今）

- 2026 年 1 月，贵州省 " 票根联动 · 多彩贵州欢乐购 " 活动正式启动，标志着票根经济进入系统化推进阶段 [4]。2026 年 7 月 9 日，" 票多多 " 票根智能体正式上线，平台进入 AI 驱动的新阶段 [5]。

4.2.4 智能化阶段（2026 年 1 月至今）

- 这一阶段的核心特征是 "AI 原生 "——AI 不再是辅助工具，而是平台运营的核心引擎。从票根识别到权益匹配，从用户交互到数据分析， AI 渗透到了票根经济的每一个环节。

03

4.3 平台功能架构

4.3 平台功能架构

- 一码游贵州平台的功能架构可概括为 " 一码、三端、四层 "：

4.3.1 "一码"：统一入口

- 以二维码为统一入口，实现全域文旅资源的一码接入、一码服务、一码消费。游客通过微信扫一扫即可进入小程序，无需下载独立 APP，极大降低了使用门槛。

4.3.2 "三端"：三类用户界面

4.3.3 " 四层 "：技术架构

- 基础设施层：依托贵州大数据产业优势，平台采用云计算架构，具备弹性扩展能力。包括云计算资源池、大数据存储集群、网络通信基础设施等。

4.3.3 " 四层 "：技术架构

- 数据资源层：汇聚多源异构数据，包括游客数据（画像、行为、偏好）、商户数据（资质、商品、评价）、交易数据（订单、支付、核销）、票根数据（发放、核验、使用）以及第三方数据（天气、交通、舆情）。

4.3.3 " 四层 "：技术架构

- 应用服务层：提供预订支付、票根核验、智能推荐、智能客服、数据分析等应用服务。这一层是平台的核心能力层，" 票多多 " 智能体即部署于此层。

4.3.3 "四层"：技术架构

- 用户交互层：包括微信小程序、H5 页面、智能终端等多种交互渠道。多渠道设计确保不同使用习惯的用户都能便捷接入。

04

4.4 平台运营成效与数据分析

4.4.1 核心运营指标

4.4.2 增长特征分析

- 一码游贵州平台的增长呈现以下特征：

4.4.2 增长特征分析

- 指数型增长。从 2021 年到 2024 年，平台访问量从 1.58 亿次增长到 4.77 亿次（增长 3.0 倍），用户数从 1620 万人增长到 3544.4 万人（增长 2.2 倍），呈现典型的指数型增长曲线。

4.4.2 增长特征分析

- 生态网络效应。商户数量从 0 增长到 62615 家，形成了显著的跨边网络效应——商户越多→优惠越丰富→用户越多→商户越愿入驻，形成正向循环。

4.4.2 增长特征分析

- 场景延伸效应。平台从单一的景区信息查询扩展到票根经济、交旅融合、AI 智能体等多元场景，每个新场景都为平台带来了新的用户增量和数据维度。

4.4.3 票根经济贡献

- 票根经济对平台运营的贡献日益凸显。2026 年以来，通过 " 票根联动 · 多彩贵州欢乐购 " 活动和 " 票多多 " 智能体的推广，票根兑换带来的延伸消费占平台总交易额的比重持续上升。

4.4.3 票根经济贡献

- 票根经济不仅为平台带来了交易增量，更重要的是提升了用户粘性和活跃度——持有票根的用户在平台上的访问频次和停留时长显著高于普通用户。

4.4.3 票根经济贡献

- 知识卡片：一码游贵州的 " 三个一 "

4.4.3 票根经济贡献

- 一码接入：游客只需一个二维码即可获取全省文旅服务

4.4.3 票根经济贡献

- 一码服务：从信息查询到票根兑换的全程数字化服务

4.4.3 票根经济贡献

- 一码消费：从景区门票到餐饮住宿的跨业态消费闭环

- 本章全面介绍了一码游贵州平台的建设历程与功能架构。平台以 " 统一入口、统一标准、统一生态 " 为战略定位，经历了起步、扩展、深化和智能化四个发展阶段。
- 功能架构采用 " 一码三端四层 " 设计，以二维码为统一入口，服务游客、商户和管理三类用户，依托四层技术架构实现全域文旅服务。
- 平台运营成效显著，呈现指数型增长、生态网络效应和场景延伸效应三大特征，票根经济对平台运营的贡献日益凸显。

- 一码游贵州平台的 " 轻量化 " 设计理念（无需下载 APP ）对用户增长有何影响？
- 分析平台四个发展阶段中，每个阶段的核心驱动力是什么。
- " 三端 " 设计中，管理端的功能对票根经济运营有何支撑作用？
- 平台的跨边网络效应是如何形成的？如何维持这种正向循环？
- 耿胜董等（2024）指出平台 " 基于微信打造，应用场景和数据应用受限 "，你认为应如何解决这一局限？

- 关于 2026 年预估数据，需要说明估算依据：访问量和用户数基于 2021-2024 年的复合年增长率（CAGR）推算。2021-2024 年访问量 CAGR 约为 44.5%
- 一码游贵州平台的建设历程中有几个关键决策值得深入分析。第一，选择微信小程序而非独立 APP 的决策：小程序的 "轻量化" 设计极大降低了用户使用门槛，是平台用户快速增长
- 【知识卡片】平台发展的 "轻→广→深→智" 路径
- 一码游贵州的发展路径可概括为四个字：轻（轻量化入口降低门槛）、广（广泛接入商户扩展生态）、深（深度数据分析和精细化运营）、智（AI 驱动智能化服务）。这一路径具有
- 一码游贵州平台的成功离不开贵州省在大数据领域的长期布局。自 2014 年贵州获批建设全国首个国家级大数据综合试验区以来，贵州在数据中心建设、云计算基础设施、大数据人
- 平台运营中的数据治理是一个容易被忽视但至关重要的议题。平台采取的数据治理原则包括：最小化采集（只采集业务必需的数据）、目的限定（数据仅用于声明的目的）、用户授权

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材