

浅析数字经济对我国旅游资源开发与利用的赋能作用

司正方圆

中央民族大学经济学院, 北京

收稿日期: 2023年1月6日; 录用日期: 2023年1月17日; 发布日期: 2023年3月7日

摘要

我国社会正在快速进入数字化和智能化的新时代, 数字经济在国民经济中的地位日益重要, 旅游资源的开发与利用也经历着数字化转型。本文在梳理了国内外相关研究后, 分析了数字经济对我国旅游资源开发与利用的赋能作用, 梳理了在数字经济时代我国旅游资源开发与利用存在的问题, 并提出了相关政策建议。本文研究发现, 从供给端来看, 数字经济推动了我国旅游资源开发与利用的效率提高、管理模式升级、商业模式创新; 从需求端来看, 数字经济不仅能满足旅游资源消费者的日益增长的需求数量增加和多样化、高端化需求质量提高, 还能“倒逼”旅游资源开发与利用者提升其供给水平。但是, 我国目前旅游资源的开发与利用还存在着城乡数字鸿沟较大、旅游资源市场地位不准、数字化旅游平台规范性较差、人才建设不能满足数字化旅游发展需要等问题。

关键词

数字经济, 旅游资源, 开发与利用, 赋能

The Enabling Role of Digital Economy in the Development and Utilization of Tourism Resources in China

Zhengfangyuan Si

Institute of Economics, Minzu University of China, Beijing

Received: Jan. 6th, 2023; accepted: Jan. 17th, 2023; published: Mar. 7th, 2023

Abstract

Our society is rapidly entering a new era of digitalization and intelligence. Digital economy is playing

an increasingly important role in the national economy. The development and utilization of tourism resources are also undergoing a digital transformation. After combing the relevant research at home and abroad, this paper analyzes the enabling role of the digital economy in the development and utilization of China's tourism resources, combs the problems in the development and utilization of China's tourism resources in the digital economy era, and puts forward relevant policy recommendations. This paper finds that from the supply side, the digital economy has promoted the efficiency improvement, management model upgrading and business model innovation of China's tourism resources development and utilization; from the demand side, the digital economy can not only meet the increasing demand quantity, diversification and high-end demand quality of tourism resource consumers, but also "force" tourism resource developers and users to improve their supply level. However, there are still some problems in the development and utilization of tourism resources in China, such as a large digital gap between urban and rural areas, the inaccurate market position of tourism resources, poor standardization of digital tourism platforms, and inadequate talent development to meet the needs of digital tourism development.

Keywords

Digital Economy, Tourism Resources, Development and Utilization, Enabling

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

早在 2009 年《国务院关于加快发展旅游业的意见》(国发[2009] 41 号)就提出要以信息化为主要途径提高旅游服务效率¹。2019 年,中国旅游集团论坛上有人提出科技创新对于旅游服务便利化、旅游管理智慧化、旅游业态多元化具有重要的作用,有利于推动旅游业高质量发展。数字经济概念的提出源于 20 世纪末[1],2016 年 9 月召开的 G20 峰会统一规范了“数字经济”的定义:“数字经济”是指以数字化知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提高和经济结构优化重要推动力的一系列经济活动[2]。2020 年中国数字经济规模位居全球第二位,对中国 GDP 的贡献超过 35% [3]。从 2022 年 5 月国家统计局发布的数据来看,数字经济是促进经济恢复发展、引领转型升级的重要力量[4]。

数字经济的基础是数字技术,数字技术融入生产体系是数字经济赋能经济高质量发展的基础。经济的数字化转型正在彻底改变旅游的行业边界和旅游资源的开发和利用方式[5]。新冠肺炎疫情暴发后,旅游、观看演出、参观展览等线下体验活动几乎陷入停摆,全球旅游业均遭受到重创。在此变局之下,旅游资源开发与利用的新趋势逐渐显现,诸如虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、混合现实(MR)等数字技术为旅游资源的开发与利用方式变革注入了新的活力。在此背景之下,了解数字经济对我国旅游资源开发与利用的赋能作用具有重要意义,这不仅能为接下来基于数字经济时代依托数字技术创新旅游资源的开发与利用,还能为我国整个旅游业向数字化的转型升级提供理论依据与指导,为疫情下我国利用数字技术发展经济提供理论助力。

2. 相关研究进展

数字经济对旅游资源开发与利用的赋能作用主要体现在数字技术对旅游资源开发与利用的积极影

¹http://www.gov.cn/zwjk/2009-12/03/content_1479523.htm.

响。国内外关于数字技术对旅游资源的影响的研究主要是关于数字技术对旅游业的影响研究，并且其应用实践远早于对其理论的研究。

在应用实践方面，1959年，美国航空公司与国际商业机器公司联合开发了机票预订系统 SABRE，这是世界旅游业最早运用数字信息技术的商业案例。20世纪80年代，我国国内旅游业开始应用数字技术，以酒店预订系统和航空订票系统为起点开始发展。随着数字经济时代的到来，新一代数字技术在旅游业中的不断普及，数字技术对旅游资源的开发利用、对整个旅游业的带动作用越来越重要。数字技术对旅游业的影响这一话题成为热点。

在理论研究方面，研究主要包括以下两个方面：一是探讨数字技术对旅游业发展的影响。Verhoest 等人(2007)以南非中小微企业在旅游业中使用信息和通信技术的试点项目为研究对象，发现在南非旅游业，信通技术大大提高了这些企业的业绩。虽然信通技术的采用为受访公司带来了巨大的运营成本，但它也大大有助于增加收入和提高劳动生产率[6]。Buhalis 等人(2008)研究发现，互联网、电子商务等数字技术对旅游企业运营效率的提高具有积极作用[7]。Berne 等人(2012)认为，信息和通信技术(ICT)导致了旅游业和分销渠道的重组[8]。王兆峰等人(2013)认为，信息化对推动我国民族地区旅游产业发展具有重大影响[9]。王桂花等人(2019)认为，基于新时代重构的智慧旅游供应链管理体系，更有利于从根本上解决矛盾、满足需求，最大程度地发挥旅游业对其他产业的带动作用，提升其对国民经济的贡献度，最终实现旅游强国梦[10]。宋子千(2020)认为，数字技术带来的虚拟旅游有利于托高旅游产品和服务质量底线、有利于满足旅游产品或服务的个性化，有必要将“十四五”作为一个新的起点，加深对科技及其对旅游业影响的认识[11]。向征等人(2022)认为，数字技术是进行旅行生活和旅游体验不可或缺的手段。它是一种为了改进消费者交流的媒介和工具，并且随着云计算、大数据等新一代技术的兴起，这种信息技术不仅仅是旅游营销工具，还是能够创造新知识、新价值、新供给、新需求的工具[12]。二是研究数字技术在旅游实践中的应用。例如 Owaied 等人(2011)提出了一个基于知识的智能旅游导向系统框架模型[13]。黎巛等人(2012)借鉴信息科学与技术中面向对象的建模方法(Object Oriented Modeling, OOM)构建的信息技术的旅游业应用的总体研究框架[14]。Meehan 等人(2013)提出的旅游定制服务推荐系统及旅游信息化共享平台[15]。

3. 数字经济对旅游资源开发与利用的赋能作用

3.1. 数字经济对我国旅游资源开发与利用供给端的赋能

3.1.1. 数字经济赋能我国旅游资源开发与利用的效率提高

由于具有生产消费难以对接、存储困难等特点，规模经济效应难以产生，传统的旅游资源开发与利用效率一直不高。伴随着数字技术在旅游业领域的应用深度与广度不断深入与扩大，数字经济对旅游资源开发与利用的效率提高赋能作用日益显现。一方面，数字经济全面渗透到了旅游资源的开发、管理、交易、消费等各个环节，产生了较大的规模经济效应；另一方面，数字经济使得消费者的旅游需求与旅游资源开发者供给信息的精准高效匹配，不仅能够刺激旅游资源消费者的潜在需求，提升旅游资源消费者的消费效用，旅游资源的开发与利用过程也可趋向柔性化、平台化、去中心化，增加旅游资源开发与利用链条的价值，规模经济效应也会持续扩大。

具体而言，数字经济赋能我国旅游资源开发与利用的效率提高主要表现为三个方面：

第一，数字经济提升旅游资源开发与利用的生产要素组合效率。随着经济发展水平的不断提高，旅游资源的消费者对于旅游资源的品质与内容的要求也进一步提高了，他们不断要求旅游资源的开发者可以开发出具有更高质量、更具特色、更有文化底蕴的旅游资源以满足他们异质化的需求。数字技术作为数字经济的关键要素，渗透到了旅游资源开发与利用的全链条，极大地改变了传统旅游资源的生产、投

入、组合、管理和使用方式，旅游资源开发与利用的基础服务设施得到更深层次的完善，能够依靠最少的土地、劳动、资本等生产要素的投入，获得旅游资源最大限度的产出，提高了旅游资源各个生产要素的组合效率。利用数字技术，旅游消费者的需求也有了分析渠道，使得旅游资源的开发与利用者能从旅游市场出发提供更多种类、内涵的旅游资源，丰富旅游资源生产要素组合，解决传统旅游资源面临的开发与利用同质化问题。

第二，数字经济提升旅游资源开发与利用的创新效率。传统的旅游资源开发与利用方式是粗放型的，要实现整个旅游产业的高质量发展，旅游资源开发与利用方式必须向依靠技术创新的集约型转变。以互联网、物联网、云计算、人工智能等为代表的数字技术作为一种关键生产要素融入旅游资源的开发与利用过程，为这种转型提供了技术支撑。一方面，数字技术促使旅游资源开发方式更高效、高级、环保，在旅游资源的利用方面，数字技术打破了产业之间的边界，推动了不同产业之间深度融合，催生了旅游新产业、新业态的产生，例如在线旅游、数字文旅、云展览、云演艺等等[16]，加速了传统旅游产业的数字化变革；另一方面，数字技术创新与升级了旅游资源开发与利用过程中的人力资源、物质资本、科技创新等生产要素的使用与配置方式，实现了旅游资源开发与利用各环节的高效联结，提升了旅游资源开发与利用的运营效率，进而激发了整个旅游产业的创新效率。

第三，数字经济提升旅游资源开发与利用的传播效率。这一赋能作用主要体现在旅游资源的利用过程中。旅游资源被开发后，只有传播到位，才能被及时利用、消费。数字经济更新了旅游资源的宣传渠道，例如微博、抖音、快手等平台的兴盛，造就了一大批“网红”旅游景点，旅游资源消费者能够更直观地了解每种旅游资源，刺激旅游资源交易市场的活跃，使得旅游资源被开发后能及时转化为商品被利用与消费，实现旅游资源的商业价值。

3.1.2. 数字经济赋能我国旅游资源开发与利用的管理模式升级

数字技术使旅游资源开发者与利用者的组织结构趋向扁平化和网络化，管理模式向数字化和智能化推进，因此，提高旅游资源开发与利用的组织能力、管理效率，能够提升旅游资源开发与利用的决策效果，最终促进整个旅游业市场的运行效率。

首先，传统的旅游资源开发与利用的管理模式规范性较低，会因为个体因素而导致管理水平低下，导致旅游资源不能被合理地开发与利用。例如旅游资源利用中的住宿，由于缺乏对旅游资源消费者的分配手段，住宿常常会出现炒作价格、不合理定价等问题。其次，传统的旅游资源开发与利用的管理模式在匹配旅游资源供需市场方面有些困难。例如由于不能及时了解旅游资源消费者的行为与活动，不能对达到游客数量阈值的景点进行及时警告与引流，产生旅游景点人流量过大、旅游资源供不应求的问题。第三，在当下的疫情环境下，对游客进行精准管理刻不容缓。数字化管理模式能够建立起针对旅游业的疫情预警机制[17]，解决传统管理模式难以实现对来自不同地点的游客有针对性的分类管理问题，能够减少中间环节和不必要的工作，及时掌握旅游资源开发与利用者、使用者的核酸检测、体温等健康情况，还能够迅速找到密接人员，及时实现精准隔离，提高旅游资源开发与利用者应对疫情的公关危机的处理能力。

3.1.3. 数字经济赋能我国旅游资源开发与利用的商业模式创新

传统的旅游资源开发与利用商业模式已经无法适应科技进步带来的旅游资源消费者的多元化与个性化需求，而随着数字经济的不断发展。数字技术成为旅游资源开发与利用商业模式创新的关键动力，为商业模式创新提供了新的发展机会。

首先，数字经济的发展改变了旅游资源的交易场所、交易环节、交易方式，丰富了旅游资源的商品品类，通过数字技术，旅游资源开发与利用者能从大规模、多样化的数据中及时收集、整理与分析旅游

资源交易市场的信息，改造原有的盈利和商业模式，采用符合市场导向的业务战略和商业模式，例如线上订票与付款、“云旅游”等等，为旅游资源的开发与利用者创造巨大的经济价值。旅游资源开发与利用者还能借助数字技术及时获取与科学分析旅游资源消费者的需求信息与消费信息，精确锁定目标客户，优化旅游资源供应链与营销流程，开发符合需求导向的旅游资源。这些都改变了旅游资源开发与利用者和消费者之间的关系，加快了企业商业模式创新。其次，数字经济还能通过改变传统旅游资源开发与利用的管理模式间接推动其商业模式的创新。不同的管理模式常常会影响到商业模式，通过上文对旅游资源开发与利用管理模式改变的分析可以看出，管理模式的转变是商业模式创新的重要突破口。

3.2. 数字经济对我国旅游资源开发与利用需求端的赋能

习近平总书记在党的十九大报告中指出：“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”²。随着人民精神文化需求的不断增长，旅游成为人民休闲的重要方式，旅游资源的开发与利用过程在国民经济发展中的地位越来越重要，人们对于旅游资源的消费需求数量与质量的要求也不断提高，他们不仅仅满足于旅游资源带来的美学观赏效用，还增加了对其身心健康、和谐家庭关系、自身内在价值提高等效用。

数字经济时代，旅游资源消费者对旅游的体验不再仅仅满足与传统的观光游览，而是更注重旅游体验的高品质化和多元化。数字经济带来的数字化旅游使得旅游资源的开发、传播、展示、营销、管理、交易等环节一体化与平台化，为旅游资源消费者提供了更为方便的线上了解咨询、预订退订、付款等服务，突破了传统旅游资源开发与利用过程中的时空限制，不仅能使旅游资源消费者能够更全面、更迅速地掌握旅游资源信息，降低旅游资源信息搜索成本，进行更具有理性的旅游资源消费以满足自己的需求，还能反向推动旅游资源开发与利用者为适应旅游消费者的消费趋势做出改变，提升自己的数字化开发、经营和管理水平，改变传统商业模式，催生旅游新业态，进行精准营销与生产以匹配异质化、多样化消费需求，从更深层次上挖掘潜在的旅游资源消费者的需求，提升旅游资源供给需求转换效率。特别是在当今新冠肺炎疫情的背景下，由于疫情管控，旅游资源消费者对于“线上旅游”的需求越来越大，而数字化旅游对于满足这一需求的作用至关重要。

综合以上数字经济对我国旅游资源开发与利用的赋能作用分析，可以总结如图 1 所示。

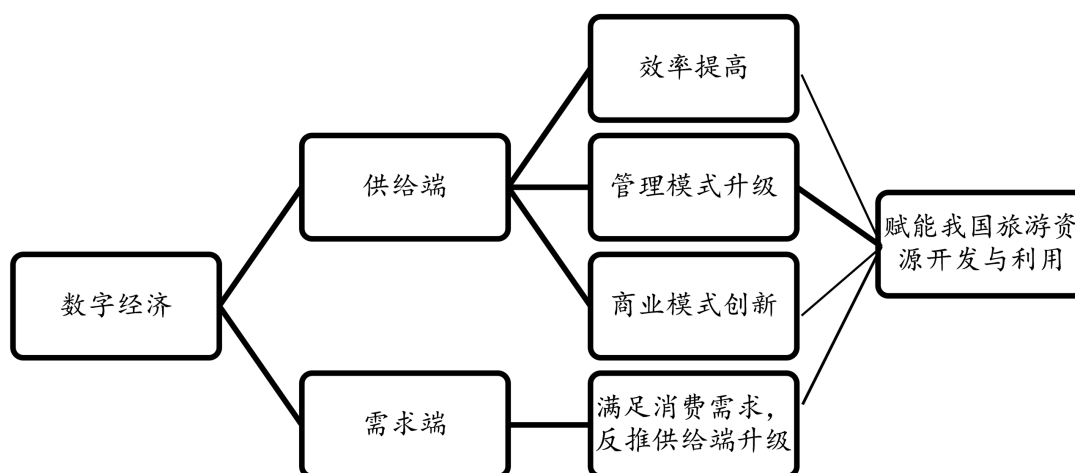


Figure 1. The enabling role of digital economy in the development and utilization of tourism resources in China
图 1. 数字经济对我国旅游资源开发与利用的赋能作用

²http://www.gov.cn/zhuanti/2017-10/27/content_5234876.htm.

4. 数字经济背景下我国旅游资源开发与利用存在的问题

4.1. 城乡数字鸿沟较大的问题依旧存在

数字鸿沟指在给定的社会环境下，不同的社会群体在互联网的可及性和使用上的差异性，数字鸿沟会使得这些不同的社会群体在发展机会上也存在不平等，使他们无法获得均衡发展，经济发展带来的红利不能由这些社会群体共享[18]。

当前，我国城乡数字鸿沟大的问题依旧存在，根据中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2021 年 12 月，我国网民规模达 10.32 亿，互联网普及率达 73.0%；我国农村网民规模达 2.84 亿，农村地区互联网普及率为 57.6%；我国城镇网民规模达 7.48 亿，农村地区互联网普及率为 81.3%；互联网普及率城镇高于农村 23.7%，网民规模城镇占 72.48%，农村占 27.52%；我国非网民规模为 3.82 亿，仍以农村地区为主，农村地区非网民占比为 54.9%，高于全国农村人口比例 19.9 个百分点。由以上数据可以看出城镇与农村之间在互联网的普及与使用方面仍有不可忽视的差距，这必定会制约数字经济赋能旅游资源的高质量开发与利用。但是数字经济若要赋能旅游资源的开发与利用就必须有较为庞大的网民规模和较高的互联网普及率，这样数字经济的赋能作用才能得以发挥，才能惠及城乡。

4.2. 旅游资源市场地位不准

近些年来，在国家相关政策引导与支持下，各类旅游资源在各地不断被开发并加以利用，这些旅游资源往往同质化非常高，重复率较高，缺乏特色与新意，难以满足旅游资源消费者的多元化需求。例如城市开发的各类大型游乐项目，农村开发的烧烤、采摘、垂钓等农家乐项目，这些项目常常是“随大流”产生的，忽略了当地的自然禀赋或是文化特色，没有因地制宜依托当地的实际禀赋进行旅游资源的开发与利用，没有找准自己应有的市场定位，使当地的旅游资源的市场竞争力被削弱，在此基础上进行数字化的旅游资源开发也势必会继承其已有的市场定位有失偏颇、缺乏特点的问题。

4.3. 数字化旅游平台规范性较差

首先是数据安全问题。数据安全是数字经济赋能旅游资源高质量开发与利用的基本保障。我国当前的网络数据安全仍然面临着较大的挑战，根据中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2021 年 12 月，遭遇个人信息泄露的网民比例为 22.1%；遭遇网络诈骗的网民比例为 16.6%；遭遇设备中病毒或木马的网民比例为 9.1%；遭遇账号或密码被盗的网民比例为 6.6%。在数字化旅游平台上，旅游资源的开发与利用者掌握着大量旅游消费者的个人信息，有些黑心不法开发与利用者将这些信息打包卖给一些推销商，还有的数字化旅游平台防护不到位使得消费者的信息被泄露或被黑客攻击盗走。这些问题会使得数字化旅游平台的可信度降低，数字经济对旅游资源开发与利用的赋能作用就难以充分发挥。

其次是市场规范问题。数字经济是一种新兴的经济发展形态，其提供的数字化平台配套的监管策略尚不完整与严格，这在一定程度上推动了数字经济在初期的发展，但也带来了许多侵犯旅游资源消费者权益的事件。例如大数据计算会令常客、熟客的价格高于其他游客，给数字化旅游产业带来了极大的负面影响。推动形成适应数字经济时代的新监管机制的举措已经刻不容缓。

4.4. 人才建设不能满足数字化旅游发展需要

具备专业互联网知识和技术、旅游管理专业知识、文化旅游产品开发知识的人才是数字化旅游发展的重要基础之一。目前的相关专业人才培养速度与数字经济发展的速度具有一定差距，人才的缺乏导致

了数字化旅游资源开发与利用过程中的体系化建设水平欠缺、动态化、精细化管理水平低、旅游资源同质化程度高、服务水平较低等问题。这些会最终导致数字化旅游后续发展缺乏动力，升级空间缩小。

5. 结论与政策建议

数字经济对于我国旅游资源的开发与利用具有赋能作用。从供给端来看，数字经济推动了我国旅游资源开发与利用效率的提高、管理模式升级、商业模式创新；从需求端来看，数字经济不仅能满足旅游资源消费者的日益增长的需求数量增加和多样化、高端化需求质量提高，还能“倒逼”旅游资源开发与利用者提升其供给水平。但是，在数字经济背景下，我国旅游资源开发与利用过程中还存在着城乡数字鸿沟较大、旅游资源市场地位不准、数字化旅游平台规范性较差、人才建设不能满足数字化旅游发展需要等问题。针对以上问题，本文对接下来实现数字经济时代下旅游资源的高质量开发和利用提出以下政策建议：

5.1. 缩小城乡数字鸿沟

在数字经济时代，要充分发挥数字经济赋能旅游资源高质量开发与利用的作用，必须保障城乡居民平等享受数字化旅游福利，高度关注并采取措施缩小城乡数字鸿沟。随着农村数字化转型不断推进，智慧绿色乡村建设稳步前进[19]，城乡数字鸿沟正在逐渐缩小，但两者差距依然不可忽视。缩小城乡数字鸿沟，实现数字化旅游资源的高质量开发和利用，要进一步加强农村地区的数字基础设施建设，降低农村地区互联网接入和使用成本，为农村数字经济建设、数字化旅游平台的搭建提供基础；开展数字化、互联网技能培训，提高居民的互联网技能应用水平，特别是要重点面向数字化程度、互联网普及率较低的农村地区居民展开互联网技能教育；发展数字化旅游文化，特别是在农村地区要培育建设“互联网 + 旅游”的文化氛围与模式；数字化旅游加强顶层制度设计，统筹城乡数字化建设，加强城乡互联网服务的一体化建设。

5.2. 精准数字化旅游资源市场定位，优化旅游资源供给

如果想实现数字化旅游资源的高质量开发与利用，开发与利用者必须准确把握市场环境，明确不同的旅游资源在竞争中的机会和威胁，清楚认知自身的特点，“因地制宜”，找准市场定位，这样才能发掘潜在消费者、抓牢“老顾客”，开发出具有个性、特色并兼具市场竞争能力的旅游资源，发现自己的机会点与问题点，制定出符合自身发展情况的商业计划。例如故宫博物院于2020年8月开发上线的“数字故宫”小程序包含“游故宫”与“看文物”两大主要板块[20]、杭州推出的“数字经济旅游十景”、中国歌剧舞剧院的线上《舞上春》表演等等，这些线上旅游资源都充分利用了自身的文化内涵与特色，在市场上具有很强的不可替代性，提升了市场竞争力。

在国家层面，要优化数字数字化旅游资源的供给，培育适应数字经济发展的新业态，一方面引导旅游资源开发与利用者精确市场定位，明确数字化旅游资源是独立品还是线下旅游的替代品或附属品，遴选优质的数字化旅游资源，打造示范性项目，如国家文化公园、国家级文化遗址的线上旅游工程建设，为人民群众提供更具文化特色、更能满足多元化需求的数字化旅游资源；另一方面引导旅游资源的消费者进行在线旅游、网络消费，加快释放潜在的消费潜力。

5.3. 加强数字化旅游平台监管

为了为数字经济发挥对旅游资源开发与利用的赋能作用提供一个稳定安全的网络环境，政府应引导并与旅游资源的开发利用者合作，基于数字技术开发能够保障数字化旅游平台数据安全的技术，升级网络后勤安保体系，实现网络的安全治理。政府还要出台配套法律法规，强化数字化旅游资源开发与利用

的安全监管,使得数字化旅游平台的监管有法可依。只有保障了最基本的网络安全、信息安全,旅游资源的消费者和开发利用者之间的信任关系才能建立起来,提高数字化旅游的品质形象。

在市场规范方面,政府要加大对数字化旅游平台的监管,构建公平有序的市场竞争环境,维护良好的市场秩序,根据数字经济发展态势及时调整数字化旅游资源开发与利用的监管策略,严厉打击现阶段旅游资源消费过程中的强迫“二选一”、滥用市场支配地位、实施不正当竞争、实施不正当价格的行为[21],切实维护旅游资源消费者合法权益。

5.4. 培育数字化旅游资源开发与利用过程中的配套人才

数字化旅游资源开发与利用的核心力量是专业化人才,特别是具备数字化技术和旅游资源开发与管理知识的人才。为了满足这一要求,必须创新人才建设模式,培养应用型数字化旅游人才。首先要创新人才培养理念,将数字化思维融入数字化旅游人才培养过程,提升数字意识、数字观念,在人才培养方案中加入培养数字化思维与应用能力、旅游资源开发与管理的相关课程,制定满足市场需求的人才培养计划;其次,要能够充分发挥好数字人才、旅游人才的作用,鼓励其创业创新,建立起创新激励机制,还要发挥好政府、行业协会、工会等机构的作用,维护人才的合法劳动者权益,为其发展提供良好的空间;最后,除自主培养外,要有规划地引进符合当地数字化旅游资源开发与利用实际需求的数字人才、旅游人才,优化人才引进和培养环境。

参考文献

- [1] Don, T. (1996) *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw Hill, New York.
- [2] 宋晓明, 田泽, 丁晨辉, 王威. 数字经济驱动中国高技术产业高质量发展——机制与路径研究[J]. 技术经济与管理研究, 2022(6): 3-7.
- [3] 王玲. 数字经济对跨境贸易金融发展的影响分析[J]. 中国商论, 2022(12): 16-18. <https://doi.org/10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2022.12.016>
- [4] 苏德悦. 经济回暖复苏 数字经济引擎持续发力[N]. 人民邮电, 2022-06-27(003).
- [5] 魏翔. 数字旅游——中国旅游经济发展新模式[J]. 旅游学刊, 2022, 37(4): 10-11. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2022.04.006>
- [6] Verhoest, P., James, T., Marais, M. and Van Audenhove, L. (2007) E-tourism: A Survey of E-Business among South African Tour Operators. *The Southern African Journal of Information and Communication*, 2007, 172-185.
- [7] Buhalis, D. and Law, R. (2008) Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet—The State of eTourism Research. *Tourism Management*, 29, 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- [8] Berne, C., Garcia-Gonzalez, M. and Mugica, J. (2012) How ICT Shifts the Power Balance of Tourism Distribution Channels. *Tourism Management*, 33, 205-214. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.004>
- [9] 王兆峰, 谢娟. 信息化促进民族地区旅游产业发展的动力机制研究[J]. 山东社会科学, 2013(11): 175-179. <https://doi.org/10.14112/j.cnki.37-1053/c.2013.11.031>
- [10] 王桂花, 王东霞, 高文华. 新时代旅游业发展的主要矛盾及智慧旅游供应链重构[J]. 商业经济研究, 2019(2): 168-170.
- [11] 宋子千. 科技引领“十四五”旅游业高质量发展[J]. 旅游学刊, 2020, 35(6): 10-12. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2020.06.005>
- [12] 向征, 丁于思, 黎巛. 信息技术与旅游: 从数字化到信息加速时代[J]. 旅游学刊, 2020, 35(1): 11-12. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2020.01.006>
- [13] Owaied, H.H., Farhan, H.A., Al-Hawamdeh, N. and Al-Okialy, N. (2011) A Model for Intelligent Tourism Guide System. *Journal of Applied Sciences*, 11, 342-347. <https://doi.org/10.3923/jas.2011.342.347>
- [14] 黎巛, 张凌云, 刘宇. 信息技术的旅游应用[J]. 社会科学家, 2012(2): 84-87.
- [15] Meehan, K., Lunney, T., Curran, K. and McCaughey, A. (2013) Context-Aware Intelligent Recommendation System for

-
- Tourism. 2013 *IEEE International Conference on Pervasive Computing and Communications Workshops*, San Diego, 18-22 March 2013, 328-331. <https://doi.org/10.1109/PerComW.2013.6529508>
- [16] 赵可金, 刘凤至. 数字时代的全球传播治理创新[J]. 对外传播, 2022(5): 9-12+31.
- [17] 张宇, 黄艳. 文化消费视角下的数字旅游研究[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2018, 15(10): 54-56.
- [18] 顾雅青. 数字化转型赋能文旅行业复苏[N]. 中国社会科学报, 2022-03-24(007).
<https://doi.org/10.28131/n.cnki.ncshk.2022.001100>
- [19] 樊融杰. 破解数字鸿沟 助力乡村振兴[N]. 中国银行保险报, 2022-05-05(007).
<https://doi.org/10.28049/n.cnki.ncbxb.2022.001596>
- [20] 孙昕然. 数字化会展应用案例研究[J]. 科技传播, 2022, 14(8): 110-112+121.
<https://doi.org/10.16607/j.cnki.1674-6708.2022.08.025>
- [21] 陈琳琳, 徐金海, 李勇坚. 数字技术赋能旅游业高质量发展的理论机理与路径探索[J]. 改革, 2022(2): 101-110.