

数智化背景下淮安红色旅游智慧服务体系优化路径研究

李洋洋, 仝智丹, 薛鑫柔, 杜威, 王娜*

淮安大学人文与社会科学学院, 江苏 淮安

收稿日期: 2026年4月11日; 录用日期: 2026年6月9日; 发布日期: 2026年6月18日

摘要

在数字中国建设与文旅融合的背景下, 推动文旅产业数智化转型, 对红色旅游智慧服务体系的建设尤为关键。本文以淮安市红色旅游景区为研究对象, 采用实地考察、问卷调查等实证方法, 聚焦于Z世代的游客需求, 剖析景区服务现状与所存在问题。从技术赋能、平台整合、体验升级、机制保障四个维度, 运用数字化技术优化智慧交通配套服务、整合数据信息平台、升级沉浸式体验与文创营销、完善管理与人才资金保障, 探索数智化背景下红色旅游智慧服务优化路径, 助力红色旅游智慧化转型与高质量发展。

关键词

数智化, 红色旅游, 智慧服务体系, Z世代

Research on the Optimization Path of Smart Service System for Red Tourism in Huai'an under the Background of Digital Intelligence

Yangyang Li, Zhidan Tong, Xinrou Xue, Wei Du, Na Wang*

School of Humanities and Social Sciences, Huai'an University, Huai'an Jiangsu

Received: April 11, 2026; accepted: June 9, 2026; published: June 18, 2026

Abstract

Against the backdrop of Digital China construction and the integration of culture and tourism, promoting the digital and intelligent transformation of the cultural tourism industry is particularly

*通讯作者。

文章引用: 李洋洋, 仝智丹, 薛鑫柔, 杜威, 王娜. 数智化背景下淮安红色旅游智慧服务体系优化路径研究[J]. 社会科学前沿, 2026, 15(6): 206-214. DOI: 10.12677/ass.2026.156467

crucial for building a smart service system for red tourism. This study takes the Huai'an Red Tourism Scenic Area as the research subject and employs empirical methods including field investigations and questionnaire surveys. Focusing on the needs of Generation Z tourists, it analyzes the current service status and existing problems of the scenic area. From four dimensions—technological empowerment, platform integration, experience upgrading, and mechanism guarantee—this paper explores optimization pathways for smart services in red tourism under the digitalization context. Specifically, it proposes optimizing smart transportation supporting services through digital technologies, integrating data information platforms, upgrading immersive experiences and cultural creative marketing, and improving management as well as talent and funding guarantees. These measures aim to facilitate the intelligent transformation and high-quality development of red tourism.

Keywords

Digital Intelligence, Red Tourism, Smart Service System, Generation Z

Copyright © 2026 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

1.1. 淮安红色旅游资源概述

红色旅游是传承红色基因、弘扬革命文化的重要载体[1]。淮安红色旅游景区是淮安市核心的红色文旅资源，立足国家“十五五”时期文旅融合与红色基因传承战略部署，淮安依托淮安文化标识、华中敌后抗日根据地积淀及刘老庄英烈精神等本土核心红色资源，整合淮安景区、黄花塘新四军军部旧址、八十二烈士陵园等优质文旅载体，持续深耕红色资源活化利用与文旅业态深度融合[2]。国家相关部门还指出，要运用大数据、人工智能等信息技术优化红色旅游产品供给，为红色旅游数智化发展指明了方向。本文以淮安市著名旅游景区“淮安故里红色纪念馆”（以下简称“该馆”）为研究对象，基于以下考量：第一，该馆是国家AAAAA级旅游景区、国家一级博物馆、全国首批爱国主义教育示范基地、全国“大思政课”实践教学基地，红色地位突出，示范价值较强；第二，馆内系统承载革命历程与崇高精神文化资源，文物史料丰富、展陈体系完整，是红色文化与数智技术融合、面向Z世代活化传播的最佳载体；第三，纪念馆青年游客与研学群体占比高，Z世代成为主要参观群体之一，便于开展需求调研与效果检验，确保研究结论真实可用。

1.2. 核心概念界定

Z世代逐渐成为红色旅游的核心消费群体，他们作为互联网原住民，对旅游服务的个性化、智能化、沉浸式要求不断提高[3]，这就要求红色旅游景区加快建设智慧服务体系。本研究将Z世代游客界定为：出生于1995年至2009年之间，在数字技术环境中成长，具有较高数字素养，将互联网和移动智能设备作为获取信息、社交互动和消费决策主要渠道的红色旅游消费群体。该群体呈现“数字化驱动、注重体验、偏好社交分享、追求个性化”的消费特征。

数智化发展的大背景下，景区的红色旅游智慧服务体系建设还存在诸多不足，与Z世代游客的需求存在明显差距。对于红色旅游智慧服务体系本研究采用张凌云等学者提出的智慧旅游理论框架，将其界定为：以游客需求为导向，依托物联网、大数据、人工智能等数智技术，整合交通、票务、导览、文创、

投诉等服务功能，实现“行前-行中-行后”全流程智能化服务的有机整体。

1.3. 国内外红色旅游研究

1.3.1. 国外研究现状

国外学者对智慧旅游的研究起步较早，Qin 等系统探讨了生成式人工智能在旅游和酒店业的应用前景，指出 GenAI 技术正在重塑旅游服务的各个环节，为个性化服务推荐和沉浸式体验设计提供了新思路[4]。在文化遗产数字化领域，国外学者强调运用 VR、AR 等技术增强游客的文化体验与情感联结。同时，国际研究普遍关注智慧旅游公共服务平台的建设，强调以游客为中心的服务理念和跨部门数据共享机制。

1.3.2. 国内研究现状

近年来，随着数智技术的迭代升级，学者们开始关注智慧旅游服务体系的构建路径。韩玲华和姚国章(2014)以江苏省为例，探讨了智慧旅游公共服务平台的建设框架。徐仁立(2020)从融合创新视角探讨了红色旅游的发展路径。在实践层面，2024 年全国红色旅游新技术应用优秀案例展示了数字化转型的多元路径。贾楠(2024)研究发现，Z 世代大学生对红色文化的传承呈现“线上活跃、线下疏离”的特征。毕太富、沈平(2023)在《信息化背景下旅游景区智慧管理研究》中系统探讨了智慧景区管理的理论与实践，为红色旅游景区的智慧化转型提供了参考。

1.4. 理论缺口与研究启示

1.4.1. 理论缺口

通过梳理相关的研究文献，可以发现，国内外学者对红色旅游、智慧旅游、旅游公共服务体系等领域进行了较为深入的研究，为本研究提供了丰富的理论基础和方法借鉴。然而，现有研究仍存在以下不足：一是针对特定红色旅游目的地的智慧服务体系研究较为缺乏，其智慧服务体系有待进一步完善；二是数智化技术与红色旅游公共服务深度融合的研究有待进一步深化；三是基于 Z 世代游客需求的红色旅游智慧服务优化路径研究尚显不足。

1.4.2. 研究启示

本研究将在已有研究基础上，以该馆为研究对象，聚焦数智化背景下的红色旅游智慧服务体系优化问题。研究将综合运用旅游服务管理、信息技术应用等理论，通过实地考察、问卷调查等实证方法，系统分析该馆红色旅游智慧服务体系的现状与问题，探索契合 Z 世代游客需求的智慧服务优化路径，以期红色旅游高质量发展提供理论支撑和实践指导。

2. 淮安红色旅游智慧服务体系建设现状

为围绕淮安红色旅游融合发展的目标，淮安市近年来逐步推进景区智慧服务体系建设，在基础设施完善和旅游体验升级方面取得了初步成效[5]。在配套服务建设上，淮安红色旅游景区打造了旅游集散中心，停车场的扩建，以及旅游公交专线的开通，这些基础建设为打造景区智慧交通体系奠定了坚实基础。

在旅游体验创新上，新安旅行团历史纪念馆成为景区智慧化建设的一大亮点，该场馆运用感应播放、模拟人脸识别场景、互动生成专属报纸等科技手段，打造了互动式的展陈体验，极大地提升了游客的游览体验[6]。与此同时，景区也提供线上购票、电子讲解等基础的智慧服务功能，减少了游客线下排队的时间，在一定程度上提升了游客游览的便捷性，也带动了景区自身服务效率的提高。

整体而言，淮安红色旅游景区的智慧服务体系的建设已具有初步框架，但其各项服务的智慧化水平仍处于较浅层面，尤其是技术应用、平台建设以及游客体验打造等方面，还具有较大的提升空间。

3. 游客问卷调查与样本特征

3.1. 问卷设计

为了解该馆红色旅游游客的基本特征、出游行为与服务体验,结合数智化背景下景区智慧服务体系优化需求,本文为此设计了该馆红色旅游调查问卷。问卷内容包括一是游客的来源、性别、年龄、文化程度、职业、收入等基本情况;二是游览次数、出游组织方式、游览时长、是否同步游览淮安其他红色景点等旅游行为特征;三是游客对景区智慧服务、讲解服务、配套设施、整体环境的满意度评价,以及对景区数智化升级、服务优化与体验提升的意见建议,为精准把握 Z 世代游客需求、研判景区服务现状提供实证依据。其中涵盖交通智慧化、平台整合、沉浸式体验、保障机制等几类题目。

3.2. 实施过程

本次问卷调查于 2026 年 3 月 13 日~2026 年 3 月 29 日在该馆景区内开展,覆盖工作日、周末,兼顾淡旺季与不同时段游客结构。调查地点选取纪念馆主入口、游客中心、瞻仰广场、展厅出口等游客停留集中区域,采取随机抽样、现场发放、现场填写、当场回收的方式进行,由小组成员一对一协助完成,避免漏填、错填,保障数据真实有效。

调查过程中兼顾不同年龄、性别、来源地、出游方式的受访对象,确保样本具有代表性与典型性。本次调查累计发放问卷 105 份,剔除信息不全、逻辑矛盾等无效问卷,共回收有效问卷 96 份,有效问卷回收率为 91.40%。

3.3. 样本特征

本次有效调查样本共 96 份,覆盖不同人口统计学与出游行为群体,样本结构合理、代表性较强。

3.3.1. 人口统计学特征

在此次调查中,从性别构成来看,男性游客 42 人,占比 43.80%;女性游客 54 人,占比 56.20%,女性游客略多于男性,性别比例相对均衡,女性游客占比稍高可能与红色旅游中情感认同、文化体验等吸引力因素有关。详见表 1 受访者人口统计学特征分布。详见表 1 受访者人口统计学特征分布(下同)。

从年龄结构来看,18~26 岁的 Z 世代游客有 62 人,占比 64.58%,超过六成,是该馆最主要的游客群体。27~45 岁游客有 21 人,占比 21.88%;45 岁以上游客有 13 人,占比 13.54%。可见,红色旅游在年轻群体中有着较强的吸引力和教育意义,同时也反映出纪念馆在数字化传播和互动体验等方面对年轻游客的感召力。

从客源分布来看,淮安本地游客有 37 人,占比 38.54%;江苏省内(淮安以外)游客有 41 人,占比 42.71%;省外游客有 18 人,占比 18.75%。本地及省内周边地区游客合计超过八成,这表明该馆的客源市场目前仍以区域为主,省外还有较大的拓展空间。

从受教育程度来看,初中及以下学历有 8 人,占比 8.33%;高中或中专学历有 15 人,占比 15.63%;大专或本科学历有 63 人,占比 65.63%;硕士及以上学历有 10 人,占比 10.42%。大专及本科学历游客占比超过六成,整体受教育程度较高。这一特征与 Z 世代游客占主体的年龄结构相呼应,也为纪念馆开展深度文化讲解、学术研学等高品质公共服务提供了受众基础。

从月收入水平来看,3000 元以下的游客有 24 人,占比 25.00%;3000~5000 元有 28 人,占比 29.17%;5000~8000 元有 23 人,占比 23.96%;8000 元以上有 21 人,占比 21.88%。收入分布总体比较分散,其中月收入 5000 元及以下的中低收入群体合计占 54.17%,这与样本中在校学生比例较高的情况相符。不同收入层级都有游客前来,也说明该馆对各类消费能力的人群均保持一定的吸引力。

Table 1. Distribution of respondents' demographic characteristics
表 1. 受访者人口统计学特征分布

结构	类别	数量	百分比
性别构成	男性	42	43.8%
	女性	54	56.2%
年龄结构	18~26 岁(Z 世代)	62	64.58%
	27~45 岁	21	21.88%
	45 岁以上	13	13.54%
来源地分布	淮安本地	37	38.54%
	江苏省内(淮安以外)	41	42.71%
	省外	18	18.75%
文化程度	初中及以下	8	8.33%
	高中/中专	15	15.63%
	大专/本科	63	65.63%
	硕士及以上	10	10.42%
收入水平	3000 元以下	24	25.00%
	3000~5000 元	28	29.17%
	5000~8000 元	23	23.96%
	8000 元以上	21	21.88%
职业分布	在校学生	46	47.92%
	企事业单位职员	18	18.75%
	自由职业者	14	14.58%
	退休人员	8	8.33%
	其他	10	10.42%

从职业分布来看,在校学生有 46 人,占比 47.92%,接近半数,是本次调查中最主要的群体,进一步印证了 Z 世代游客占主体的年龄特征。企事业单位职员有 18 人,占比 18.75%;自由职业者 14 人,占比 14.58%;退休人员 8 人,占比 8.33%;其他职业有 10 人,占比 10.42%。企事业单位职员和自由职业者位居其次,反映出纪念馆在爱国主义教育等方面所承载的社会功能。

3.3.2. 游客旅游行为特征分析

问卷第二部分主要从游览次数、出游组织方式、游览时长以及是否同步游览淮安其他景点四部分来对游客旅游行为进行分析。

问卷调查结构表明,从游览次数看,首次游览游客有 58 人,占比 60.42%;重复游览游客有 38 人,占比 39.58%。首次游览者占据主体地位,这说明纪念馆在吸引新客源上具有较强能力,品牌吸引力持续存在。同时,有接近四成的游客会重复游览率,由此也可以反映出纪念馆已经凝聚起一部分相对固定的游客群众。其中,部分游客很可能是因深度文化体验、研学活动或某种情感寄托而再次游览。详见表 2 游客旅游行为特征分析(下同)。

Table 2. Analysis of tourist travel behavioral characteristic
表 2. 游客旅游行为特征分析

旅游行为	类别	数量	百分比
游览次数	首次游览	58	60.42%
	重复游览	38	39.58%
出游组织方式	独自出游	22	22.92%
	与家人/朋友同行	62	64.58%
	单位/学校组织	12	12.50%
游览时长	2 小时以内	35	36.46%
	2~4 小时	45	46.88%
	4 小时以上	16	16.67%
是否同步游览淮安其他景点	是	68	70.83%
	否	28	29.17%

从出游组织方式来看,与家人或朋友结伴出游的游客有 62 人,占比 64.58%,是绝对主要的出游形式。独自出游的有 22 人,占比 22.92%;单位或学校组织出游的有 12 人,占比 12.50%。这种分布与样本中 Z 世代和学生群体占比较高的情况相吻合,反映出年轻游客更偏好自由结伴而非跟团或集体活动。单位或学校组织占比偏低,与该馆作为爱国主义教育示范基地的定位不太相称,说明在团建、研学旅行等团体市场的开发上还有不小空间。

从游览时长来看,停留 2~4 小时的游客最多,有 45 人,占比 46.88%;2 小时以内的有 35 人,占比 36.46%;4 小时以上仅 16 人,占比 16.67%。整体来看,超过 80%游客的停留时间在 4 小时以内,这和纪念馆以室内展陈浏览为主的特征相符。其中,2~4 小时的区间占比最高,说明多数游客基本能较完整地看完主要展陈内容。但是,游览 4 小时以上的深度体验者不足 20%,由此也可反映出纪念馆在延长游客停留时间、增加沉浸式体验项目方面仍有较大的优化发展路径。

从红色旅游联动情况来看,同步游览淮安其他红色景点的游客有 68 人,占比 70.83%;未同步游览其他景点的有 28 人,占比 29.17%。超过七成的游客会选择在参观完纪念馆后会前往河下古镇,淮安府属进行游览,由此可以说明该馆在伟人故里红色旅游线路中处于核心位置,对周边景点有较强的客流集聚和辐射带动作用。这一特征与前文所述的客源以省内周边为主的特征也交相呼应,省内的游客更容易以纪念馆为中心,组合出“主馆加周边红色景点”的区域游览路线。对于淮安红色旅游公共服务体系建设而言,应充分把握这一联动特点,在交通接驳、联票互通、信息整合上,逐步构建起一体化的红色旅游公共服务网络。

综上所述,该馆游客的行为特征可概括为,以首次游览为主、结伴自由行为主流、半日深度游览为常态、红色景点联动游览显著。这些行为特征与“年轻女性略多、省内客源为主、学历较高、学生为主体”的人口统计特征相互印证,共同勾勒出以 Z 世代及年轻群体为核心的区域红色旅游客群画像。基于上述行为特征的分析,由点及面,淮安红色旅游公共服务体系可从三大层面进行优化完善:一是健全团队预约流程与研学接待配套服务,进一步理顺校园研学等集体参观活动流程,切实提升红色教育活动开展实效。二是创新馆内展陈形式,增设多元互动体验内容,丰富观展内容与游览形式,有效延长大众参观游览时长。三是主动联动淮安市内各类红色文旅场所,统筹整合区域红色资源,推动场馆服务互通共建,搭建起统筹联动、资源共享的区域性红色文旅服务格局。

4. 淮安红色旅游智慧服务体系现存问题

4.1. 技术应用停留在表面层次，深入沉浸式体验不够充足

景区目前的数字技术应用显得不够充分，多数还在电子讲解、线上买票这些基础服务环节，类似VR/AR、AI深度讲解等新技术的深层运用比较欠缺。此外，景区没有借助数字技术重现周总理革命生涯、新安旅行团爱国历程这些重要历史场景，不能给游客创造有深度的沉浸式体验，跟Z世代游客的体验要求不相符合[3]。一些场馆的科技体验项目还存在内容单调的问题，跟红色文化内核的结合度不高，出现技术和文化脱节的“技术空转”状况，难以发挥数字技术的赋能作用。

4.2. 数据平台呈现碎片化状态，服务协同性较差

景区内部各个场馆、各个服务模块之间缺少有效的数据整合，存在明显的“信息孤岛”问题[7]。交通、票务、导览、文创等不同的服务系统各自独立，没有形成统一的服务平台，游客需要重复操作多个平台才能完成不同的游览需求，不能实现全流程的智慧化服务体验，不符合数智化背景下游客对“一站式”旅游服务的需求。

4.3. 配套服务智慧化程度偏低，游览便捷性有待提升

景区虽然完善了线下的交通配套设施，但智慧交通建设进度相对缓慢。景区缺少游客流量实时监测、智能停车调度、景区内智能导航等实用功能。在节假日旅游高峰期，景区容易出现交通拥堵、停车困难、景区内迷路等问题，影响游客的游览体验[8]。同时，景区内的智慧化服务终端布局数量不足，分布也不够合理，无法同时精准适配老年游客的便捷化需求和年轻游客的个性化需求。

4.4. 保障机制不够完善，可持续发展能力较弱

景区的智慧服务建设缺乏专业的数智化运营管理人才，技术维护和内容更新的能力明显不足，部分智慧化设备出现故障后不能及时维修，相关的数字内容也长期没有更新[9]。景区的资金投入还存在“重硬件、轻内容”的问题，资金大多集中在硬件设备的采购和建设上，在内容运营、设备长期维护等方面的资金投入较少，导致部分智慧化设备的利用率低，不能实现智慧服务体系的可持续发展。

5. 数智化背景下淮安红色旅游智慧服务体系优化路径

5.1. 深化技术赋能，夯实智慧服务基础

借助5G通信、大数据分析、以及AI、VR、AR等前沿科技，淮安景区“该馆”可构建一套契合红色文化主题的数字化应用框架。通过虚拟现实手段，能够重现华中敌后抗日根据地的历史场景以及新安旅行团抗战救亡的历史画面，营造身临其境的红色教育空间，使参观者深刻感知红色岁月的真实氛围。对于淮安其他红色旅游资源，可以运用人工智能虚拟解说系统，为游客提供灵活互动的导览服务，系统能够依据不同的年龄层次和兴趣偏好，自动调整讲解内容，满足多样化群体的参观需求[10]。此外，还要加强数字化基础配套，全面覆盖5G信号，合理地部署智能终端与监控设施，支撑智慧交通引导与客流动态调控，有效改善景区内部导览不便、人员流动不畅等现实问题。

5.2. 整合数据平台，提升服务协同能力

要打破各个服务模块之间的数据壁垒，景区需整合导览、票务、交通、文创、投诉等各类服务功能，打造出一个淮安红色旅游一站式智慧服务平台和移动端小程序。多地红色旅游景区都在运用一码通行、一键服务等一体化平台，解决碎片化问题，据此淮安各地景区可以设置一个游客画像分析、个性化行程

智能推荐、实时流量监测、停车调度、投诉反馈等平台功能，让游客通过一个平台就可以完成全部的游览操作。景区还可以与淮安市文旅局、交通局以及周边的酒店、餐饮等行业进行数据互通，实现“红色旅游 + 全域旅游”的智慧化协同服务，让游客的游览更加便捷[11]。

5.3. 升级旅游体验，打造多元智慧产品

景区要以淮安红色文化精神和新安旅行团爱国精神为核心，聚焦于 Z 世代游客的体验要求，打造出带有多元化、互动化的智慧体验产品，实现红色文化传承与旅游体验升级的融合。在展陈体验上，像“张纯如纪念馆、黄花塘新四军军部旧址、刘老庄八十二烈士陵园”等景区要推动传统展馆向数字展馆转型。景区可以运用全息投影、互动投影等技术，让红色历史文物“活起来”，增强游客的参与感和体验感。景区还可以开发红色舞台剧、红色研学课程等特色产品，将淮安的红色故事融入沉浸式体验中，获得年轻游客的青睐[12]。在文创营销上，景区可以运用区块链技术开发红色数字藏品，像纪念馆中的西花厅建筑中的一些具有纪念意义的物品可以推出手办小卡等。淮安其他景区像淮安府署、吴承恩故居、苏皖边区政府旧址等还可以通过短视频、直播等数字化渠道开展文创营销，打造出一个具有网红特色红色文创 IP，从而推动文创产业的发展，扩大红色文化的传播范围。

5.4. 完善保障机制，增强可持续发展能力

可以建立政府、景区管理部门和游客代表共同参与的三方协同治理联动机制。淮安市政府要积极引导相关部门、行业、企业及居民参与规划的制定和决策环节，形成广大的政府和社会共识，利于规划的执行实施。在人才保障上，景区要组建专业的数智化运营管理团队，引进文旅大数据分析师、数字内容创作、智能设备维护等专业人才。在资金保障上，景区应构建起多元化的资金投入机制，把政府财政资金、文旅产业发展基金以及社会资本整合起来，形成合力。重点加大对数字内容创作、平台运营维护的资金投入，摒弃“重硬件、轻内容”的发展模式[13]。同时，景区还要建立智慧服务效果评价体系，可以让工作人员通过实时监测景区游客的互动数据、满意度评价，从而形成“数据采集 - 分析研判 - 优化提升”的闭环管理，不断优化景区的智慧服务体验。

6. 结论

数智化转型为红色旅游高质量发展带来新机遇，而智慧服务体系建设是红色文化与市场价值融合的关键所在。淮安红色旅游景区应坚持以红色文化为核心、数字技术为手段、游客需求为导向，从技术赋能、平台整合、体验升级、机制保障四方面发力[14]。进而通过深化技术与红色文化融合、打造一站式智慧平台、开发适合 Z 世代的体验产品、完善人才与资金保障，有效提升游客游览体验与红色文化传播效率。其智慧服务体系优化实践可为全国红色景区提供可复制推广的经验，助力红色旅游高质量发展与红色基因传承弘扬。

基金项目

淮阴工学院 2025 年大学生创新创业训练计划项目(省级重点项目)(202511049021)。

参考文献

- [1] 徐仁立. 中国红色旅游融合创新研究[M]. 北京: 中国言实出版社, 2020: 395.
- [2] 熊杰, 章锦河, 周睿, 等. 中国红色旅游景点的时空分布特征[J]. 地域研究与开发, 2018, 37(2): 83-88.
- [3] 贾楠. 新时代大学生对红色文化的传承研究[D]: [博士学位论文]. 大连: 大连理工大学, 2024.
- [4] Qin, Q., Zhang, C., Wang, S., *et al.* (2025) Application and Prospect of Generative AI in the Tourism and Hospitality

Industry. *Journal of Systems Science and Information*, **13**, 751-763.

- [5] 张丽. 基于游客满意度的淮安市旅游公共服务设施评价[J]. 当代经济, 2018(19): 78-79.
- [6] 徐亿彤, 苏志平, 张丽佳. 红色旅游景区形象感知与情感评价——以大运河沿线苏州、镇江、淮安三地四个红色旅游景区为例[J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(23): 180-185.
- [7] 韩玲华, 姚国章. 江苏省智慧旅游公共服务平台建设[J]. 郑州航空工业管理学院学报, 2014, 32(3): 54-59.
- [8] 安奋. 延安红色旅游公共服务体系建设研究[D]: [硕士学位论文]. 延安: 延安大学, 2020.
- [9] 毕太富, 沈平. 信息化背景下旅游景区智慧管理研究[M]. 北京: 文化发展出版社, 2023: 217.
- [10] 陈奕麟, 刘晓珊, 林诗漫, 等. 人工智能赋能智慧红旅平台的设计与实现[J]. 现代信息科技, 2025, 9(22): 50-59.
- [11] 禹玉环. 文旅融合背景下遵义红色旅游高质量发展研究[J]. 遵义师范学院学报, 2025, 27(2): 57-60.
- [12] 孙煜. 乡村振兴背景下红色文旅融合发展路径探析——评中国财政经济出版社《红色文化与旅游产业融合协同发展研究》[J]. 林业经济问题, 2024, 44(5): 插 2.
- [13] 张凌云, 黎巛, 刘敏. 智慧旅游的基本概念与理论体系[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5): 66-73.
- [14] 李爽, 甘巧林, 刘望保. 旅游公共服务体系: 一个理论框架的构建[J]. 北京第二外国语学院学报, 2010, 32(5): 8-15.