

贵州省数字文旅与电子商务融合发展研究

李 婷

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月7日; 录用日期: 2025年3月26日; 发布日期: 2025年4月24日

摘 要

当今数字经济蓬勃发展, 文旅产业与电子商务的融合发展成为推动区域经济增长、促进文化传播与消费升级的重要路径。贵州凭借其丰富的自然景观和人文景观资源, 为其发展数字文旅奠定了坚实基础。近年来, 贵州充分利用大数据产业发展优势, 不断完善电商基础设施建设, 促进电商行业发展, 并积极推进数字文旅和电子商务融合发展且取得了一定成果。但仍面临着基础设施薄弱和数字技术难题; 文旅产品同质化明显, 缺乏文化IP深度开发; 缺乏既懂文旅又懂电商和数字技术的复合型人才以及存在数据隐私安全等问题。因此本文聚焦于贵州省数字文旅与电子商务融合发展现状以及面临的一些现实困境并有针对性地提出优化路径。以期推动贵州省数字文旅与电子商务深度融合, 实现产业链协同共进, 为贵州数字经济发展注入新动力。

关键词

电子商务, 数字文旅, 数字经济

Research on the Integrated Development of Digital Cultural Tourism and E-Commerce in Guizhou Province

Ting Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 7th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 24th, 2025

Abstract

Today, the digital economy is booming, and the integrated development of the cultural tourism industry and e-commerce has become an important path to promote regional economic growth,

cultural dissemination and consumption upgrade. With its rich natural and cultural landscape resources, Guizhou has laid a solid foundation for the development of digital cultural tourism. In recent years, Guizhou has fully utilized the advantages of the big data industry, continuously improved the construction of e-commerce infrastructure, promoted the development of the e-commerce industry, and actively promoted the integrated development of digital cultural tourism and e-commerce, achieving certain results. However, it still faces challenges such as weak infrastructure and digital technology difficulties; the tourism and cultural products are highly homogeneous, lacking in-depth development of cultural IPs; there is a shortage of composite talents who are proficient in both tourism and cultural industries as well as e-commerce and digital technologies; and there are also issues related to data privacy and security. Therefore, this article focuses on the current situation and some practical difficulties of the integrated development of digital cultural tourism and e-commerce in Guizhou Province, and proposes targeted optimization paths. It aims to promote the deep integration of digital cultural tourism and e-commerce in Guizhou Province, achieve the coordinated development of the industrial chain, and inject new impetus into the digital economic development of Guizhou.

Keywords

E-Commerce, Digital Cultural Tourism, Digital Economy

Copyright © 2025 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

随着数字技术的飞速发展，数字经济已成为全球经济增长的新引擎，深刻改变着各行各业的发展模式。文旅产业作为兼具经济价值与文化价值的综合性产业，在数字化浪潮下正经历着深刻变革，数字文旅应运而生。与此同时，电子商务凭借其便捷高效的交易模式、广阔的市场覆盖范围，在经济活动中占据着愈发重要的地位。促进数字文旅与电子商务融合发展，对贵州省数字经济发展和文旅产业转型升级具有重要意义。

2021年9月贵州省文化和旅游厅发布《贵州省“十四五”文化和发展旅游规划》提出建设“智慧旅游省”，推动5G、大数据、人工智能在文旅场景应用。如打造了“一码游贵州”全域智慧旅游平台，整合景区预约、导览、购物等功能，极大提升游客入黔的游玩体验。据贵州省人民政府2025年1月发布的数据显示2024年贵州全省接待游客人次比上年增长10.4%，旅游花费总增长13.3%，旅游市场全面复苏[1]。另外通过打造“贵州非遗电商化”工程，通过抖音等线上销售平台开设“贵州非遗旗舰店”，不仅带动非遗产品销售额超5亿多元，也吸引了大批游客到贵州游玩亲身体验蜡染、银饰锻造等非遗文化。但是目前贵州数字文旅与电子商务的融合发展仍在不断探索，在此过程中存在诸多问题亟待解决。本文深入研究贵州数字文旅与电子商务的融合发展现状，并分析其融合发展面临的挑战以及针对性策略，探究“大数据+文旅+电商”叠加效应，推动贵州省经济社会高质量发展。

2. 数字文旅与电子商务融合发展的理论概述

随着数字化时代的到来，人们消费行为和需求发生了显著的变化，越来越关注利用互联网来获取信息和进行消费。数字文旅与电子商务融合发展能更好顺应数字经济蓬勃发展的趋势，两者的融合发展是文化旅游产业与电子商务领域相互渗透、协同创新的新经济形态，有着丰富的理论内涵。

2.1. 产业融合理论

随着技术创新不断推动不同产业之间的边界逐渐模糊,通过技术融合、产品与业务融合、市场融合等方式,形成新的产业形态。数字文旅与电子商务的融合,就是产业融合在文化旅游领域的生动体现。数字技术与电商平台融合打破了文旅与零售的传统壁垒,文旅产品通过电商平台销售,而电商平台提供虚拟旅游体验,催生“线上体验+即时消费”的模式,形成“文旅+科技+商业”新业态。例如,贵州“一码游贵州”平台整合了机票预订、酒店住宿、景区门票销售等旅游服务,还上线了当地特色旅游文创产品以及特色农副产品等的线上售卖,将原本分离的文化旅游产业与电子商务产业紧密结合,创造出“旅游+电商”的新型商业模式。

2.2. 协同效应理论

两个或多个部分的结合后产生的效果大于各个单独效果之和,数字文旅和电子商务融合发展可以整合资源互补,使得效益大于部分之和。一方面数字文旅特色的文化IP、沉浸式体验内容等可以增加电商平台的用户粘性,如通过增加文创产品的故事性提升商品的附加值。另一方面文旅企业也可以通过电商平台的用户数据分析,精准了解消费者需求,优化旅游产品的设计以及推荐定制路线。两者的融合可以更好实现资源的共享与优化配置。

3. 贵州省数字文旅与电子商务融合发展现状

3.1. 政策支持强化融合基础

近年来,贵州省高度重视数字文旅与电子商务行业的协同发展,陆续出台了一系列支持政策。首先在国家政策的支持下贵州贵阳建设了全国首个大数据综合试验区与数字经济发展创新区,结合大数据、人工智能、全息影像等技术,持续加快推进智慧旅游景区建设、智慧旅游平台搭建,赋能文旅产业创新发展。为更好依托“国家大数据综合实验区”的战略定位,在2021年贵州省文化和旅游厅出台《贵州省“十四五”文化和旅游发展规划》明确提出推动“文旅+电商”融合,并强调构建智慧旅游平台,鼓励景区通过电商渠道拓展营销[2]。政府通过资金补贴、税收优惠等措施,支持文旅企业数字化转型,如“一码游贵州”全域智慧旅游平台获得省级专项资金支持。在之后省商务厅出台《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》等政策文件里也明确提出目标到2025年要培育打造省级电商产业园区10个以上、省级电商直播基地100个以上、省级电商龙头企业及电商直播团队1000个以上,打造电商畅销产品10,000个以上,网络零售额达1000亿元以上,形成全省电子商务产业跨越式高质量发展格局[3]。这些都从政策层面为贵州省数字文旅与电子商务的融合发展提供了有力支持。

3.2. 数字基础设施逐步完善与技术创新

数字基础设施建设是促进数字文旅与电子商务融合发展的基础。一方面贵州省积极加快推进通信网络建设,如通过“千兆黔省、万兆筑城”行动计划,到2025年,全省城镇、农村基本实现千兆光网、5G网络全覆盖,贵阳市光纤网络具备“万兆到户”、移动网络具备万兆下行能力,网络接入能力、覆盖能力跻身全国第一方阵,将贵州省建设成“千兆黔省”,贵阳市打造成“万兆筑城”[4]。高速网络全覆盖和光纤宽带的建设为数字文旅与电子商务的融合发展提供了高速、稳定的网络支持,也为数字文旅和电商行业发展奠定了坚实基础。另一方面近几年来贵州省越来越重视利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术等新技术在电商行业和数字文旅中的广泛应用。在文旅行业发展中,如“数字黄果树”项目通过VR实

景直播带动线上门票销售增长 35%，带动了景区数字经济发展。而在电商行业中企业商家也应用大数据、区块链技术等提高用户的精准化营销以及非遗商品溯源等，这在提升消费者信任度的同时增加了电商产品的销售。

3.3. 电商平台生态与商业模式创新

电商平台生态与商业模式的创新，对于推动贵州省电商行业高质量发展、激活文旅行业的活力和区域经济增长具有重要意义。首先贵州省为了更好推动数字文旅和电子商务融合的发展，文旅相关部门牵头促进多层次平台协同合作。在头部平台方面，旅游企业与携程、飞猪等在线旅游代理商合作，平台整合出行、住宿和景区门票购买以及贵州特色文旅产品线上销售等功能，使得贵州文旅产品线上交易量大幅提升。其次在本地化平台方面，如政府与相关科技企业合作开发推出“一码贵州”、“一码游贵州”全域智慧旅游平台，整合全省 90%以上景区资源，平台也成为贵州数字文旅与电商融合的重要窗口。平台通过数字化手段打通“吃住行游购娱”全链条，构建“文旅 + 电商”一站式服务生态。平台接入交通部门实时路况数据、气象局天气预警信息、旅游线路推荐以及周边便民设施信息等，真正做到为游客提供高效、便捷的智慧旅游服务。其次平台嵌入电商功能，游客通过平台购买贵州非遗产品苗绣、蜡染手工艺品、遵义辣椒、都匀毛尖等。总之，贵州省电商平台和数字文旅的融合发展带来的商业模式创新，即 C2M 模式激活了当地特色的商品市场。如电商平台通过用户数据分析反向定制文旅商品；又如拼多多平台“黔货出山”专区联合苗绣工坊开发个性化文创产品，使非遗产品复购率提升；总之“文旅 + 电商”的模式使行业发展迈向新业态的同时也繁荣贵州省数字经济。

3.4. 产业跨界发展

贵州省拥有中国首个国家级大数据综合试验区，凭借得天独厚的民族文化资源和数字经济基础，在数字文旅与电子商务融合领域形成了独具特色的发展模式。这种融合不仅体现在技术应用层面，更通过产业链重构、消费场景创新和商业模式变革，实现了文化价值与经济效益的双向赋能[5]。电子商务推动文旅与其他产业深度融合发展，首先通过“文旅 + 电商 + 农业”的模式，结合当地农业特色，推出“乡村旅游 + 农产品采购”让游客在体验乡村文旅的同时，可通过电商平台购买当地农产品[6]。如游客在游览黄果树瀑布等景区时，可在电商平台购买安顺金刺梨、镇宁蜂糖李等特色农产品。这些农产品通过精美的包装、故事化的营销，成为游客喜爱的伴手礼，实现了文旅产业与农业的协同发展。其次通过“文旅 + 电商 + 文创”的模式，开发与数字文旅相关的文创产品，通过电商平台销售，如根据景区 IP 设计的手工艺品、文化主题的数字藏品等。如以贵州少数民族服饰为灵感设计的饰品、以贵州传统建筑为原型制作的摆件等，丰富了文旅产品的电商销售品类，销售额逐年攀升。

4. 贵州省数字文旅与电子商务融合发展现实困境

4.1. 设施基础薄弱与数字技术难题

贵州省积极发展数字文化旅游业和电商的协同发展，但在基础设施和技术创新方面仍然存在难题。虽在国家提倡“数农兴商”以来贵州省大部分地区信息技术基础设施以及宽带网络的覆盖等方面都有了明显改善，但在黔东南部分偏远地区网络宽带没有完全覆盖，4G 信号不稳定，5G 网络更是稀缺。即使在覆盖区域但由于日常基站的维护费用以及人力成本过高等因素也不能时常保证网络顺畅，这在很大程度上制约了数字文旅的推广和发展。更为重要的是在一些 4A 级景区也存在网络信号不稳定问题，这导致直播电商、在线预订等服务难以普及。另外在数字文旅与电商融合中，VR、AR 等创新技术应用成本高，且专业技术人才短缺，导致难以实现技术创新突破，无法为游客提供新颖的沉浸式体验，也难以利用前沿技术优化电

商营销与服务模式。以上种种问题都限制了数字文旅和电子商务协同发展导致激发数字经济能力不足。

4.2. 产品同质化与品牌建设滞后

目前贵州省数字文旅与电子商务的融合发展深度不够，需要深入挖掘数字文旅资源，将数字技术融入到电商行业带动行业新发展。贵州数字文旅产品存在同质化问题，电商平台上的文旅商品多为常见的民族服饰、饰品等，缺乏地域文化深度挖掘和创新设计。而多数景区依赖“门票 + 特产”模式，缺乏差异化体验。如“一码游贵州”平台虽整合 2.3 万家商户，但 70% 的产品为常规土特产，未能结合地域文化开发沉浸式消费场景。在贵州榕江“村超”“侗族大歌”等 IP 一度爆火，但随着网络热度的消减仍未形成系统化品牌矩阵。另外即使在 2024 年抖音话题“贵州旅游”播放量超 150 亿次，但实际流量转化率仍然较低。利用数字化媒体宣传打造特色的旅游品牌，塑造品牌 IP，提高营销效果并打造特色产品线是不可或缺的[7]。

4.3. 专业人才匮乏

贵州省数字文旅与电子商务的融合发展深度相较其他发达省份还是滞后的，人才的缺乏和流失是造成此局面的一部分原因。当前虽然国家相关政策大力支持发展数字文旅与电商的融合发展，但这不仅需要具有专业的文旅知识和电商经验人才，也需要兼具掌握一定数字化技术的人才，而往往这样的复合型人才极其稀缺。贵州省大部分地区相比发达城市没有更高的薪资待遇，也没有更好的职业前景和完善的人才管理机制，这导致了贵州省对于此类复合型人才培养和引进较为困难。在贵州省偏远县乡镇更是缺乏掌握电子商务的专业人才，这极大限制了当地电商行业发展。另外受制于资金不足等限制，系统化培育文旅和电商技能人才存在困难，大多只能利用线上资源进行培训学习，极大限制了数字文旅与电商行业的深度融合发展。

4.4. 数据安全和隐私保护

贵州省积极发展数字文旅和电商行业，带动贵州数字经济发展的同时也存在一些用户数据隐私的安全隐患，近几年用户信息泄露事件增长 15%，数据加密技术亟待升级。在数字文旅与电子商务的融合发展中离不开大数据的资源共享，会收集大量用户数据，如个人身份信息、位置信息、消费记录等，只有了解用户的基本信息才能展开精准化的营销和旅游路线定位推荐等，但往往其中就存在一些在收集和共享大数据资源中缺乏规范和过度收集用户信息等问题，导致用户数据泄露的风险。在数据存储中，大量数据存储在数据库中，一旦数据库被黑客攻击，用户数据可能被窃取或篡改，被网络诈骗和不法分子利用。在数据传输过程中，如果文旅企业和电商企业的网络通信存在漏洞，用户数据就可能被拦截、监听或篡改，中间人攻击就可能导致传输数据的泄露。另外，数字文旅与电子商务企业常与第三方合作，如支付平台、营销机构等，若第三方的安全措施不到位，也会引发数据安全问题[8]。

5. 数字文旅与电子商务融合发展优化路径

5.1. 健全数字基础设施

破解数字文旅与电子商务融合的关键首先在于网络基础设施建设，这是其融合发展基础。针对贵州省部分地区网络不稳定和信号较差的现象要加快建设通信网络的覆盖。首先政府、文旅部门应联合通信部门和相关企业加强网络通信基础设施建设，确保主要的旅游地区以及相应的景点和公共场所拥有稳定的移动网络，方便游客使用移动设备获取相关的信息和服务。其次，文旅部门等应牵头与旅游企业合作，更好合理规划旅游发展区域，整合贵州省内县域的乡村旅游区的零散景点，形成具有特色的乡村地域休

闲旅游区或者民族风情的旅游区，这样就能够在提高旅游资源利用率的同时，带动当地的民宿、餐饮、农家乐等发展，并且可以线上营销当地特有的农副产品和特色旅游文创商品，更好带动经济发展。最后，政府相关部门和企业要积极合作开发搭建集智慧旅游服务和电商运行平台，并明确分级进行管理和运营，利用平台整合景点、住宿、交通、产品推荐等功能，提升数字旅游和电子商务协同发展水平。

5.2. 打造非遗品牌 IP 推动产品创新

贵州省是一个多民族聚居的省份，拥有许多少数民族特色村寨和丰富的少数民族文化资源。可以凭借其特色的民族文化资源为底色，推动开发特色非遗产品品牌。首先要深入挖掘独特苗族、侗族、布依族、水族等多元少数民族文化，以他们的传统建筑如肇兴侗寨、三月三民族节日、非遗蜡染、银饰等为品牌设计基础。再将这些文化元素融入文旅产品设计中，开发具有创新性的文创产品，不拘泥于蜡染、银饰本身，而是如以贵州传统蜡染图案为灵感设计的手机壳、文具以及民族传统建筑模型等品牌效应。总之要充分利用当地非遗文化 IP，建立“贵州非遗电商联盟”，推动苗绣、蜡染等产品标准化设计，开发限量联名款，讲好文化故事，提升品牌附加值[9]。

5.3. 培养和引进专业人才

随着数字经济快速发展，数字化已逐步成为推动行业创新与高质量发展的核心驱动力，文旅行业和电子商务的发展也离不开数字化的助力，因此培育和引进专业的文旅、电商人才和数字技术人才成为大势所趋。

贵州省地处我国西南欠发达地区，相对缺乏数字文旅和电子商务人才以及数字技术人才，这对于行业的可持续发展是极其不利的。在人才培育方面，贵州省县域及乡镇地区可以培育发展一批返乡创业青年人学习掌握电商经营相关知识，从电商运营、团队直播、产品售后接受专业的培训，在一定程度上缓解电商人才紧缺的局面；其次，想要从根源上解决人才的匮乏问题还得从高等教育抓起，高等教育培育人才和现实需求接轨，要注重具有相应交叉学科知识人才培育，如文旅和电商的人才。只有这样在发展文旅和电商行业中相关部门和企业才可以向大专院校或者高校引进专业人才。另外，在人才引进方面，在我省偏远地区切实需要引进专业人才可以适当的在薪资待遇及福利方面给予优待，使得专业人才愿意扎根于此，为发展行业融合做出切实的贡献，解决地区专业人才稀缺的难题。

5.4. 加强数据安全和隐私保护

当前，为了更好地适应和促进贵州省数字文旅和电子商务的协同发展，要加强大数据安全保护，防止用户隐私泄露，首先相关执法部门应做到执法必严，违法必究。积极督促企业以及从业人员学习、掌握、践行《中华人民共和国网络安全法》《贵州省大数据安全保障条例》等有关法律法规的规定。从文旅企业角度需要优化数据脱敏机制，以技术手段采用加密技术对数据进行加密处理，如运用区块链技术在游客信息管理中的应用。确保数据在存储和传输过程中的保密性。同时，利用访问控制技术，严格限制对数据的访问权限，只有授权人员才能访问和处理相关数据。还可通过数据备份与恢复技术，定期对数据进行备份，以应对数据丢失或损坏的情况。从用户教育来看，各相关行业应向用户普及数据安全和隐私保护知识，提高用户的自我保护意识。例如，提醒用户设置强密码、不随意在不可信的平台输入个人信息等。总之从执法部门到企业和用户都要极其注重对数据安全和隐私保护只有这样才能形成保护数据安全的坚实防护网。

6. 结语

在数字经济和数字技术快速发展的时代机遇下，贵州省数字文旅和电子商务的融合发展已取得一些

不错的成效,促进这一融合进程具有多维度的深远意义与广阔前景。随着数字技术的不断创新和应用以及相关国家政策的支持和倾斜,数字文旅与电子商务的协同发展是不断激活贵州数字经济的驱动力。本文从贵州省数字文旅与电子商务融合发展的视角分析其融合发展的现状、存在的问题及最后提出可行的优化路径,研究得出了一些结论但仍存在很多的不足。贵州省数字文旅与电子商务的融合持续发展不仅需要政府相关部门支持和科技企业大力联合,也要不断创新相关产业链协同,更需要专业的数字文旅和电商人才。总之贵州省数字文旅与电子商务的融合发展是顺应时代潮流的必然选择,是推动贵州经济发展、文化繁荣的重要引擎。把握机遇、应对挑战,持续创新与探索,让多彩贵州在数字时代绽放出更加绚丽的光彩。

参考文献

- [1] 贵州省人民政府. 贵州:“旅游+”发展态势良好[EB/OL].
https://www.guizhou.gov.cn/home/gzyw/202501/t20250127_86695900.html, 2025-01-27.
- [2] 贵州省文化和旅游厅. 贵州省“十四五”文化和旅游发展规划[EB/OL].
https://whhly.guizhou.gov.cn/zwgk/xxgkml/jcxxgk/zcwj/dwwj/202110/t20211012_70855219.html, 2021-10-12.
- [3] 贵州省商务厅. 省商务厅关于印发《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》的通知[EB/OL].
https://swt.guizhou.gov.cn/zwgk/zfxgk/fdzdgknr/zcfg/zcwj/202301/t20230111_77900449.html, 2023-01-06.
- [4] 贵州省人民政府. 人民政府办公厅关于印发贵州省“千兆黔省、万兆筑城”行动计划(2024-2025 年)的通知(黔府办函(2024)34 号)[EB/OL].
https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zcfg/szfwj/qfbh/202407/t20240729_85170331.html, 2024-07-30.
- [5] 金青梅, 杨妍. 数字经济助推乡村文旅产业发展的作用机制及实践路径[J]. 农场经济管理, 2024(3): 16-20.
- [6] 刘洋, 肖远平. 数字文旅产业的逻辑与转型——来自贵州的经验与启示[J]. 理论月刊, 2020(4): 104-110.
- [7] 朱万春. 数字经济赋能贵州文旅产业转型升级研究——评《数字经济赋能经济高质量发展》[J]. 应用化工, 2023, 52(12): 10012.
- [8] 任欣, 吴连翠. “互联网+”背景下农产品电商发展现状、问题与对策研究[J]. 中国商论, 2024(4): 34-37.
- [9] 李秀燕. “互联网 + 农业”背景下电子商务在农业经济中的应用研究[J]. 棉花科学, 2023, 45(2): 21-23.