

新质生产力赋能旅游电商的机制与路径研究

陈楠¹, 胡蓉卉慧²

¹贵州大学旅游与文化产业学院, 贵州 贵阳

²新疆农业大学经济管理学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2025年6月30日; 录用日期: 2025年7月14日; 发布日期: 2025年8月11日

摘要

随着数字经济的快速发展, 旅游电商作为推动旅游产业创新和发展的关键力量, 正经历着从传统业务模式向数字化、智能化转型的深刻变革。新质生产力作为数字经济时代的重要概念, 强调技术创新、要素重构与社会协同在推动产业发展的关键作用。因此本文通过探究新质生产力与旅游电商的耦合逻辑, 提出科技创新驱动、要素重组机制、组织重构机制、制度创新机制、结构优化机制, 进而指出可以通过数字化转型的技术创新路径、要素系统重构的资源协同路径、组织网络与平台治理的协同路径、持续发展的动态创新路径、社会价值导向的共创路径促进旅游电商平台的发展。研究为推动新质生产力赋能旅游电商, 促进旅游电商经济可持续发展提供了理论依据和实践指导。

关键词

新质生产力, 旅游电商, 机制路径

Research on the Mechanism and Path of Empowering Tourism E-Commerce with New Quality Productivity

Nan Chen¹, Ronghuihui Hu²

¹School of Tourism and Cultural Industry, Guizhou University, Guiyang Guizhou

²School of Economics and Management, Xinjiang Agricultural University, Urumqi Xinjiang

Received: Jun. 30th, 2025; accepted: Jul. 14th, 2025; published: Aug. 11th, 2025

Abstract

With the rapid development of the digital economy, tourism e-commerce, as a key force driving innovation and development in the tourism industry, is undergoing a profound transformation from

traditional business models to digitalization and intelligence. New quality productivity, as an important concept in the digital economy era, emphasizes the crucial role of technological innovation, factor reconstruction, and social synergy in promoting industrial development. Therefore, this article explores the coupling logic between new quality productivity and tourism e-commerce, proposes technology innovation driven, factor restructuring mechanism, organizational restructuring mechanism, institutional innovation mechanism, and structural optimization mechanism, and further points out that the development of tourism e-commerce platforms can be promoted through the technological innovation path of digital transformation, the resource collaboration path of factor system restructuring, the collaboration path of organizational network and platform governance, the dynamic innovation path of sustainable development, and the co creation path of social value orientation. The research provides theoretical basis and practical guidance for empowering tourism e-commerce with new quality productivity and promoting sustainable development of tourism e-commerce economy.

Keywords

New Quality Productivity, Tourism E-Commerce, Mechanism Path

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

随着信息技术的飞速发展, 全球经济进入了数字化转型的新时代。在这一背景下, 传统产业与新兴产业的界限逐渐模糊, 越来越多的传统行业与数字技术深度融合, 催生了数字经济、智能制造、平台经济等新兴经济形态。旅游业作为全球最具发展潜力的服务行业之一, 正经历着从传统模式向数字化、智能化和网络化的转型。这种转型不仅改变了旅游产品的生产与消费方式, 也重塑了旅游产业的竞争格局, 推动了旅游电商平台的快速崛起。新质生产力是以科技创新为主导、实现关键性颠覆性技术突破而产生的生产力, 是对传统生产力的超越[1], 新质生产力能够通过实现发展目标、增强发展动力、改善发展结构赋能高质量发展[2], 还能促进各类要素合理流动和高效集聚, 增强创新发展动力, 推动构建高质量发展的动力系统[3]。人工智能、大数据和区块链等技术正在重塑智慧旅游发展模式, 以数字技术为代表的新质生产力可降低旅游业交易成本, 丰富旅游体验方式, 创新旅游吸引物形态, 增强旅游吸引力和服务力, 使旅游服务从标准化向超个性化定制演进[4]。旅游电商作为连接游客与旅游服务供应商的重要桥梁, 其发展依赖于信息技术的深度应用, 以用户体验和个性化服务为核心。在这一过程中, 旅游电商不仅仅是一种新的商业模式, 更是一种基于互联网技术的全新生产力形式, 极大地推动了传统旅游产业的创新和升级。

尽管新质生产力赋能旅游电商潜力巨大, 但目前缺乏对新质生产力赋能旅游电商的机制分析和发展路径构建的深入研究。因此, 本文旨在通过分析新质生产力与旅游电商的耦合逻辑, 揭示二者之间的深度互动机制, 探索新质生产力赋能旅游电商的发展路径构建, 以促进旅游电商的新发展。

2. 新质生产力与旅游电商的耦合逻辑

2.1. 新质生产力与旅游电商的结构性适配基础

新质生产力是生产力在信息化、智能化社会中, 随着科技创新的提质增速和高端产业的勃兴融合呈现的高级形态[5], 是在新一轮科技革命和产业变革背景下, 以数字技术为核心驱动、以高效要素配置为

支撑、以系统性组织创新为保障的全新生产力形态,其特征表现为知识密集型、平台集成型、协同网络型与价值共创型。这一新型生产方式的兴起,不仅改变了生产工具与资源组合方式,也促使产业组织模式与价值实现机制发生根本性重塑。旅游电商作为数字经济背景下旅游产业演化的重要形态,打破了传统的供需模式,将旅游资源与消费者需求通过互联网紧密结合,提升了旅游行业的服务效率与消费体验[6],本质上是一种建立在平台化基础上的“信息-服务”交互型产业形态。其运行逻辑依赖于信息撮合、供需匹配、用户参与及数字场景构建,呈现出高度的技术嵌入性与组织复杂性。因此,在生产要素结构、运行机制与价值创造方式等维度,旅游电商与新质生产力之间存在深层次的结构适配关系。

从要素层面看,新质生产力所强调的数据、算法、算力等新型要素已成为旅游电商构建内容、链接用户、优化供需结构的关键资源;从机制层面看,新质生产力所强调的跨域协同与动态组织形态,为旅游电商多主体共创、多平台联动、多场景共生提供了组织基础;从价值层面看,新质生产力打破了传统产业链条式价值转移模式,推动价值从单向创造向网络生成转变,恰与旅游电商平台所依赖的“用户-平台-内容生产者”三元互动机制高度契合。因此,二者的耦合基础是内在的、结构性的,而非偶然的外部叠加。

2.2. 新质生产力嵌入旅游电商的功能性重塑逻辑

新质生产力不仅在结构层面与旅游电商形成适配,更在功能层面推动后者实现从中介平台向价值系统的跃迁。这种嵌入过程并非单一技术的工具性使用,而是系统性地对旅游电商的价值链进行功能重构与逻辑再造,主要体现在以下三个维度。其一,在价值生成机制上,新质生产力引导旅游电商由静态供给向动态内容共创转型。平台不再是信息的被动集散地,而成为多主体共同参与的价值生成场域。用户不再是简单消费者,而是通过数据反馈、内容参与、社交互动等方式直接参与产品价值的塑造过程。其二,在组织运行逻辑上,新质生产力推动旅游电商由封闭链条向开放网络演化。传统旅游电商依赖线性供应链协作,而新质生产力主张平台化与生态化发展模式,强化平台组织者对资源的整合能力与场景配置能力,形成以数据驱动的多边市场格局,从而提高系统的响应性与适应性。其三,在创新路径演化上,依托人工智能、增强现实、区块链等核心技术,旅游电商的交互界面、营销方式、信任机制均实现范式性重构。这种深度嵌入不只是生产工具的更新,更是制度逻辑、价值逻辑和交互逻辑的同步升级。由此可见,新质生产力并非旅游电商外部的单一赋能工具,而是其演化逻辑内在的系统性推动力。二者在要素结构、机制形式与演进逻辑上的高度耦合,不仅促使旅游电商突破既有增长瓶颈,也为其高质量发展提供了持续的内生动力。

3. 新质生产力赋能旅游电商的机制分析

3.1. 科技创新驱动: 旅游电商要素基础的重塑逻辑

新质生产力的首要表现为科技创新在生产方式中的主导作用。数字技术不仅催生了新型生产工具,更深刻改变了要素配置与价值实现方式。在旅游电商领域,科技创新作为新质生产力的重要支点,通过嵌入式的数字化转型过程,显著重塑了平台的核心要素体系。从生产资料的角度看,数据逐渐取代传统的物理资本成为平台运行的基本资源。平台通过用户行为数据、地理位置数据、舆情数据等多源异构信息的实时采集与深度挖掘,实现旅游产品的精准匹配与动态生成。数据不仅支撑旅游产品的智能化配置,更成为平台获取流量、塑造品牌与引导消费的重要资产。从劳动对象的层面观察,技术的广泛应用催生了内容驱动型的新型劳动对象结构。在短视频、直播等数字媒介作用下,旅游内容的创作者不再仅是专业商家,而扩展为广泛的用户群体。这类群体通过平台完成内容输出、流量转化与品牌协同,成为旅游电商新的劳动力形态。从生产工具的演化来看,算法系统、人工智能接口与区块链合约等成为

旅游电商平台的重要运行底座。算法不仅用于内容推荐与用户画像,还深度介入产品生成、订单匹配与客户服务等核心流程,形成了以“自动化-智能化”为特征的新型价值链结构。尤其在区块链与智能合约技术的支持下,旅游服务履约机制呈现出可追溯、不可篡改与自动执行的特性,有效提升平台运行的规范性与信任基础。综上所述,新质生产力通过科技创新机制的持续深化,改写旅游电商的要素基础结构。平台不再仅是信息中介,而是嵌入式的数字基础设施,承载着多要素协同、多角色参与与多维价值生成的系统性功能。这一机制的确立,构成了旅游电商从传统产业逻辑向智能化网络逻辑演化的基础动力源。

3.2. 要素重组机制: 旅游电商生产关系的演化路径

新质生产力的第二重机制表现为生产要素间关系的系统性重构,即从传统物理要素配置向数字化要素协同演进。在旅游电商平台中,这种要素重组既表现为资源配置逻辑的变革,也体现为劳动关系与价值生成模式的转换。一方面,旅游资源的数字化与内容化使得实体资源不再以实物为核心,而是以数字内容(如视频、攻略、直播)为价值载体,实现了资源从“物”到“媒”的再编码。平台通过内容聚合、用户评价与流量分发构建出数字化旅游体验链,形成以内容即产品为核心的新型供给逻辑。另一方面,传统的供需二元结构被打破,用户不再只是消费者,而是产品共创者、口碑传播者与平台治理参与者。在这种结构下,平台内劳动对象多元化,内容创作者、主播、运营合伙人等角色共同参与价值共建,形成了高度嵌套的平台劳动网络。此外,流量、数据、算法等新型要素的引入,打破了固有的产业边界,旅游电商得以与金融、电信、娱乐等领域形成跨界耦合,实现平台生态的横向扩展与纵向嵌套。

3.3. 组织重构机制: 旅游电商平台的多边协同模式生成

新质生产力下的组织机制突破了传统企业的科层化与边界封闭特征,强调平台型、网络化、柔性化的组织方式。旅游电商正是在这种范式转移中,实现了由交易型平台向生态型组织的跃迁。旅游电商平台通过标准化接口、数据协议与技术规则,将多类主体嵌入平台结构之中,构建出多边互动的网络组织形态。平台不再是资源控制者,而是规则制定者与协同协调者,其组织边界趋于模糊,组织结构趋于开放,组织运行逻辑也从线性供给链转向平台价值网。平台通过连接景区、导游、酒店、内容创作者与消费者,构建出共生共创的互动网络,各节点既是价值的接受者,也是生产者,形成横向协作与纵向嵌套共存的网络式结构。同时,组织激励机制更加灵活多元。基于算法推荐的分发逻辑与内容评级的反馈机制,使平台能够实现对不同类型贡献者的差异化激励,从而构建自适应、自强化的动态组织生态。因此,新质生产力所推动的组织机制重塑,使旅游电商平台从交易中心演化为协作平台,其运行机制也从单一控制型转向多元协同型,实现平台生态能力与系统弹性的同步提升。

3.4. 制度创新机制: 旅游电商治理结构的智能化转型

制度安排是平台长期稳定运行的根本保障。新质生产力赋能旅游电商的重要机制之一,即是通过制度创新重构治理结构,使平台运行更具规范性、公平性与自适应能力。算法规制机制能够实现平台治理的智能化转型。平台不再完全依赖人工审核或企业规则,而是构建以算法为核心的行为识别、风险预警与秩序维护系统,实现规则运行的自动化、动态化与透明化。同时,信用机制实现平台信任的可计算性。平台通过数据信用评价、行为评分、用户反馈等方式建立起可视化、可追踪的信任体系,降低交易不确定性,增强用户粘性与平台公信力。还能通过将平台治理结构走向多元共治,实现良性治理。用户、商家、内容创作者等多类主体在治理规则制定、监督与执行中均有参与权,平台以嵌套式治理结构实现平台规制、社区规范与国家监管的协同融合。

3.5. 结构优化机制：旅游电商产业价值链的重构路径

新质生产力的赋能效应还体现于产业结构与价值链体系的整体优化，其重构路径主要体现为产业形态多元化、价值链延伸化与商业模式创新化。首先，产业结构实现从产品导向向体验导向的演进。旅游电商平台依托数字内容、沉浸场景与互动技术，重塑用户决策路径与消费心理，形成“产品-内容-社群”三位一体的价值创造链条。其次，价值链由线性供给向共创协作转型。平台不仅是服务整合者，更是内容孵化器与用户关系中介，其价值链包含旅游开发、文化创意、消费金融、社区治理等多维功能，实现从旅游销售平台到文旅综合体的转型升级。最后，商业模式呈现从交易佣金制向平台共益型演化趋势。以数据资产、社交网络与信任关系为核心的新型平台经济模式，使得平台不再依赖单一营收结构，而通过会员制、算法分红、内容分润等多元机制实现持续盈利能力。因此，结构优化机制使旅游电商摆脱低层次的价格竞争与流量依赖，实现价值链的再配置与生态圈的自我进化，为平台迈向高质量、可持续发展打开了路径空间。

4. 新质生产力赋能旅游电商的发展路径构建

4.1. 数字化转型的技术创新路径

数字化是新质生产力赋能旅游电商最直接的体现之一。技术创新不仅是产业发展的驱动力，更是重构传统产业架构、优化价值链、提升平台效率的关键途径。数字技术的深度应用，尤其是大数据、人工智能、区块链等前沿技术的融合，为旅游电商带来了更为高效、智能、个性化的服务模式。从技术创新路径的理论基础来看，旅游电商平台的数字化转型不仅仅是对传统技术的升级，而是智能化与数据化深度融合的过程。这一过程涉及对平台技术架构的全面重构，即通过数字化技术的全面渗透，使得平台具备了在大规模个性化定制中的核心竞争力。通过智能算法对游客行为进行精准捕捉、分析与预测，旅游电商平台实现了从信息平台到智能服务平台的转型。同时，新质生产力赋能下的技术创新路径强调的是数据驱动的个性化和智能决策机制。平台能够通过实时的数据采集与智能算法，形成具有市场适应性的动态调整能力。基于大数据技术，平台不仅能够进行需求预测和市场分析，还能通过实时数据流进行优化调整，保障旅游服务的持续创新与价值提升。这种技术与市场的高度融合，进一步推动了旅游电商在服务质量、客户体验及运营效率等方面的提升。

4.2. 要素系统重构的资源协同路径

新质生产力理论主张生产要素的深度重构，尤其是通过技术手段对传统生产要素(资本、土地、劳动力)的再配置与重塑，实现生产力的跃升，新质生产力的“新”展现为新要素、新技术、新产业，“质”体现为高质量、多质性、双质效[7]。在旅游电商领域，这种要素重构表现为平台资源的协同化、数字化与共享化，即平台不仅仅依赖传统的旅游资源(景区、酒店、交通等)进行服务提供，更通过技术平台的建设，整合并再造新的生产要素。资源协同路径的构建首先依赖于资源的去中心化与智能化整合，通过多维度数据的共享与互联，构建基于平台的资源共生网络。平台不再是简单的服务交易中介，而是通过技术接口、数据协议等多方共享的方式，将分散的资源进行深度整合。这种要素整合不仅优化了资源配置，还增强了平台对不同利益相关者(旅游企业、地方政府、内容创作者等)的协作能力。在新质生产力的视域下，平台不再是单纯的中介者，而是一个集成创新与资源协同的开放平台。通过平台内外部生态的共生与共创，旅游电商平台能够形成一个高度智能化、互联互通的价值链，促进不同参与方之间的知识共享与技术协同。平台可以与地方政府、旅游景区、酒店、交通公司等合作伙伴形成战略联盟，共同开发新型旅游产品，提升平台的市场吸引力和资源整合能力。平台通过开放平台模式引入各类参与者，形成一

个多方共生的生态系统,平台通过协同机制、数据驱动与智能技术,推动不同参与者之间的良性互动。通过这种共生共创的方式,旅游电商平台能够在开放与协作中形成更高效的资源配置,进而推动平台价值的提升。

4.3. 组织网络与平台治理的协同路径

平台治理结构的演化,是新质生产力推动旅游电商平台发展的关键路径之一。传统的电商平台往往采取高度集中的中心化管理,而新质生产力赋能下的旅游电商平台则更加依赖去中心化、网络化的组织治理模式。在复杂的数字生态系统中,平台的治理结构应该朝着多主体、多层级协同治理的方向发展。通过智能合约、平台规则与多方合作,构建一个有效的协同治理结构。旅游电商平台通过智能化的算法系统和数据分析技术,实现对各类参与者行为的精准识别与引导,使得平台能够在没有过度干预的情况下实现自我调节与良性竞争。此外,平台治理的协同路径还包括制度创新与社会共治,平台不仅需要技术保障平台治理的有效性,还需要构建具有社会共识的规则体系。平台应当强化用户参与、平台责任以及社会伦理在治理中的作用,从而使平台治理更具合法性、公正性与可持续性。

4.4. 持续发展的动态创新路径

在新质生产力的视角下,旅游电商平台的持续创新不仅仅是对现有技术或业务模式的单一优化,而是平台通过不断的自我迭代与技术更新,实现与外部环境、市场需求和用户期望的持续适配,从而保持其竞争优势和市场地位。这一过程并非一成不变的,而是具有高度的动态性,是一个不断演化的系统性过程,强调平台在多变市场和技术环境中的不断自我更新与战略调整能力。持续创新的核心在于技术革新与业务模式重构的不断推进。平台不仅需要跟随技术的发展趋势进行创新应用,还要深刻理解市场需求的不断变化,尤其是在数字经济高度竞争背景下,单纯依靠技术优势已无法满足市场的长期需求。这意味着平台必须在技术创新的基础上,同时加强对市场的敏锐洞察和对客户需求的深度挖掘,以实现更高效的服务与产品创新。随着消费者对个性化与定制化旅游需求的增长,旅游电商平台不仅要提供基本的商品交易服务,还需要通过数据挖掘与人工智能算法,实现智能化定制与精准推荐,以提升用户体验与满意度。

4.5. 社会价值导向的共创路径

新质生产力赋能旅游电商的最终目标,不仅仅在于提升经济效益,更在于推动平台价值向社会价值的多元延伸。平台不再是单纯的盈利主体,而是一个多维价值创造系统,既需要考虑市场的经济效益,也要兼顾社会责任与环境可持续性。旅游电商平台要加强对社会公益与社会责任的关注,通过支持绿色旅游、促进地区文化遗产、推动公益项目等方式,构建与社会、文化的有机连接。平台不仅追求盈利最大化,还需要通过创新型商业模式推动社会价值的共同创造,关注消费者、旅游从业者、社会组织等多个主体的共同利益,形成一个以社会共生为基础的共赢格局。同时,平台应通过创新型的商业模式进一步形成平台、社会、政府之间的三方协同机制。这一机制不仅能增强平台的可持续性,还能推动地方经济的平衡发展,提升社会整体福利水平。

5. 结语

本文通过对新质生产力赋能旅游电商的机制与发展路径的深入研究,揭示了新质生产力如何推动旅游电商平台在数字化转型、技术创新、资源协同等方面的深度融合与持续发展。研究表明,新质生产力不仅通过技术创新和要素重构提升了平台的核心竞争力,还通过组织重构与生态共创推动了旅游电商的高质量发展。在这一过程中,平台的创新不仅限于技术层面的突破,更涉及业务模式的革新与治理结构

的优化, 这为旅游电商平台在全球竞争中保持可持续发展提供了有效路径。未来, 随着技术的不断进步和市场环境的变化, 旅游电商平台需要不断调整创新策略, 深化技术应用, 并强化跨领域的协同合作, 以应对日益激烈的市场竞争, 实现持续的价值创造。

参考文献

- [1] 周文, 许凌云. 论新质生产力: 内涵特征与重要着力点[J]. 改革, 2023(10): 1-13.
- [2] 徐政, 郑霖豪, 程梦瑶. 新质生产力赋能高质量发展的内在逻辑与实践构想[J]. 当代经济研究, 2023(11): 51-58.
- [3] 贾若祥, 王继源, 窦红涛. 以新质生产力推动区域高质量发展[J]. 改革, 2024(3): 38-47.
- [4] 厉新建, 曾博伟, 张辉, 等. 新质生产力与旅游业高质量发展[J]. 旅游学刊, 2024, 39(5): 15-29.
- [5] 蒲清平, 向往. 新质生产力的内涵特征、内在逻辑和实现途径——推进中国式现代化的新动能[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 45(1): 77-85.
- [6] 李丹阳, 耿松涛. 旅游电商发展、收入差距与农村消费韧性[J]. 商业经济研究, 2025(6): 64-67.
- [7] 蒋永穆, 乔张媛. 新质生产力: 逻辑、内涵及路径[J]. 社会科学研究, 2024(1): 10-18, 211.