

基于科学知识图谱的我国旅游电商研究现状及趋势可视化分析

李沁芷

江苏大学科技信息研究所, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年7月22日; 录用日期: 2025年8月13日; 发布日期: 2025年9月18日

摘要

在数字经济与“互联网+”战略的推动下, 旅游电商逐渐成为促进旅游产业转型升级的重要领域。为全面掌握该领域的研究脉络, 本文基于CiteSpace对2015~2025年中国知网收录的旅游电商相关文献进行了可视化计量分析。通过关键词共现、聚类和突现分析, 系统梳理了研究主题的分布特征和演化趋势。结果显示, 旅游电商研究经历了从初期关注智慧旅游、网络营销等基础议题, 逐步扩展到直播带货、数字技术、乡村振兴和文旅融合等多元方向, 形成了以电子商务、乡村旅游、智慧旅游和网络营销为核心的知识结构。不同聚类之间体现出宏观政策导向、技术应用深化和营销模式创新的交织, 呈现出多层次、跨领域的发展态势。研究表明, 旅游电商正处于快速演进和理论拓展的重要阶段, 本文的分析为进一步探究其内在机制、优化发展路径和完善学术体系提供了参考依据。

关键词

旅游电商, CiteSpace, 知识图谱, 研究趋势, 研究热点

Visual Analysis of the Current Situation and Trends of China's Tourism E-Commerce Research Based on Scientific Knowledge Graph

Qinzhi Li

Institute of Science and Technology Information, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jul. 22nd, 2025; accepted: Aug. 13th, 2025; published: Sep. 18th, 2025

Abstract

Driven by the digital economy and the “Internet Plus” strategy, tourism e-commerce has gradually

文章引用: 李沁芷. 基于科学知识图谱的我国旅游电商研究现状及趋势可视化分析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1633-1642. DOI: 10.12677/ecl.2025.1493086

become an important field for promoting the transformation and upgrading of the tourism industry. To comprehensively grasp the research trends in this field, this paper conducts a visualized quantitative analysis of tourism e-commerce-related literature indexed by CNKI from 2015 to 2025 based on CiteSpace. Through keyword co-occurrence, clustering, and burst analysis, the distribution characteristics and evolution trends of research topics are systematically sorted out. The results show that the research on tourism e-commerce has evolved from initially focusing on basic issues such as smart tourism and online marketing to expanding into multiple directions including live-streaming sales, digital technology, rural revitalization, and cultural tourism integration, forming a knowledge structure centered on e-commerce, rural tourism, smart tourism, and online marketing. The different clusters reflect the interweaving of macro policy guidance, deepening of technology application, and innovation in marketing models, presenting a multi-level and cross-disciplinary development trend. The research indicates that tourism e-commerce is currently in an important stage of rapid evolution and theoretical expansion. The analysis in this paper provides a reference basis for further exploring its internal mechanisms, optimizing development paths, and improving the academic system.

Keywords

Tourism E-Commerce, CiteSpace, Knowledge Mapping, Research Trend, Research Hotspot

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

随着数字技术的应用以及消费模式的改变，电子商务已经渗透到经济社会的各个领域。近年来，旅游电商通过线上平台整合景区门票、酒店预订、线路定制、特色商品和文化体验，改变了传统的旅游消费模式，推动了旅游产业链上下游的重构和升级。特别是在国家“互联网+”战略和“数字中国”建设背景下，旅游电商得到了大量政策和技术支持[1]，展现出跨界融合、场景创新以及价值链延伸等特征。直播电商为旅游电商带来新的营销模式和传播路径，许多地方政府和企业利用直播带货和短视频平台推广旅游产品、塑造旅游品牌，推动乡村旅游和农产品上行，形成了“旅游 + 新媒体”的多维联动模式[2]。随着智慧旅游、文旅融合、数字乡村等战略的持续推进，旅游电商在促进区域经济发展和文化传播中的作用日益显著。

尽管旅游电商领域已成为学术关注的热点，但现有成果多集中于具体案例、营销策略及技术路径，对领域发展脉络的梳理略显不足，对研究热点及趋势的识别上以定性分析为主，缺乏基于大样本和数据挖掘的系统呈现。本文基于中国知网(CNKI)近十年相关文献，借助 CiteSpace 软件构建旅游电商领域的知识图谱，结合关键词共现、聚类及突现分析，全面呈现该领域的研究主题演变与发展趋势，揭示其知识结构与演化规律，为后续理论研究与实践创新提供参考。

2. 研究方法与分析结果

2.1. 研究方法与数据来源

CiteSpace 可视化软件系统由华人学者陈超美开发，主要用于计量和分析科学文献数据[3]，系统梳理特定期限内某一学科或知识领域的发展脉络，分析其前沿方向的演进路径，构建可视化知识图谱，揭示该学科发展的动态规律和演变趋势。本研究利用中国知网获取的文献，选取 CiteSpace 6.3R1 绘制旅游电

商领域的知识图谱，对其进行可视化分析，揭示研究热点并预测未来发展方向，为旅游电商的创新与实践提供有益的参考。

为确保文献数据的高质量，将中国知网数据库(CNKI)作为主要数据来源进行文献检索，选择高级筛选，数据限定为期刊数据，检索设置为(主题：“旅游电商” OR “电子商务*旅游” OR “旅游*网络营销” OR “旅游*直播带货” OR “旅游*在线预订”)，检索时间设置为 2015~2025 年，收集数据时间为 2025 年 7 月 20 日，经过筛选与整合，最终检索到有效文献 3393 篇。

2.2. 数据分析结果

2.2.1. 关键词共现分析

文献关键词是对一篇文章的高度凝练与集中概括，频次及中心度较高的关键词被认为是该领域一定时期内的研究热点[4]。CiteSpace 可从论文的篇名、摘要、作者提供的关键词以及数据库附加的关键词中提取名词性术语，通过对这些名词术语进行特征词共现分析，揭示相关主题的研究热点，进一步深化对研究领域的认识。

运用 CiteSpace 工具，选取时间切片为 1 年，设定节点类型参数为关键词，得到关键词共现图谱，如图 1 所示。由图 1 可知，可视化图谱中节点为 292 个，连线为 1124 条，网络密度为 0.0265，表明关键词研究联系程度密切。图谱中节点面积越大表示关键词出现的频次越高。高频关键词频次表如表 1 所示，国内旅游电商相关研究热点主要集中于乡村旅游、网络营销、乡村振兴、智慧旅游、互联网+、营销策略、农村电商、旅游电商、在线旅游、旅游营销等研究领域。

Table 1. Frequency table of high-frequency keywords for domestic tourism e-commerce

表 1. 国内旅游电商高频关键词频次表

序号	频数	中心度	关键词
1	361	0.47	电子商务
2	199	0.15	乡村旅游
3	180	0.18	网络营销
4	147	0.25	乡村振兴
5	110	0.09	旅游
6	99	0.09	对策
7	92	0.06	智慧旅游
8	92	0.07	互联网+
9	71	0.04	旅游业
10	66	0.05	营销策略
11	61	0.04	农村电商
12	58	0.04	互联网
13	53	0.05	策略
14	50	0.04	问题
15	49	0.04	发展
16	46	0.03	创新
17	43	0.06	旅游电商
18	43	0.02	在线旅游
19	43	0.02	旅行社
20	43	0.03	旅游营销

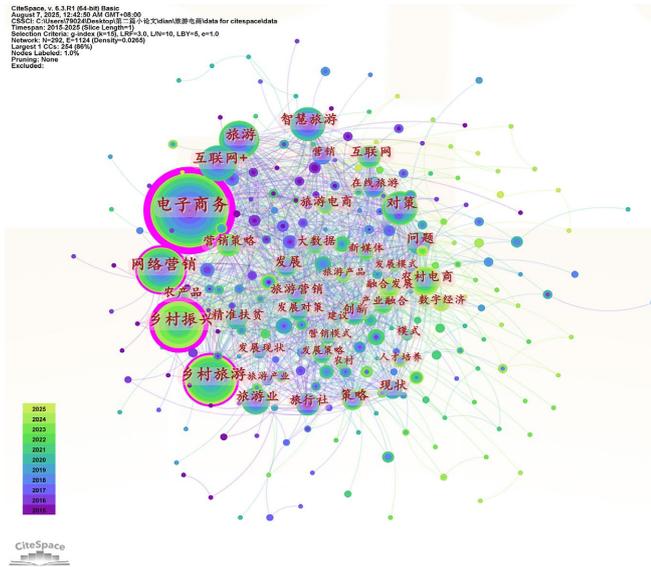


Figure 1. Keyword co-occurrence map
图 1. 关键词共现图谱

2.2.2. 关键词聚类分析

关键词聚类是在共现网络图谱的基础上，选取 Log-likelihood ratio (LLR)算法，把联系紧密的关键词聚为一类，并形成研究类团，分析各聚类团间的结构特征、关键节点、联系密度，宏观分析研究主体的研究模块与方向。

对关键词进行聚类分析，得到国内旅游电商关键词聚类图谱，如图 2 所示，其中 $Q=0.328 > 0.4$ ，说明该聚类图谱结构显著， $S = 0.7246 > 0.7$ ，代表聚类结构可信。国内旅游电商共形成 9 个聚类群，分别为：#0 乡村振兴、#1 电子商务、#2 对策、#3 智慧旅游、#4 旅游、#5 网络营销、#6 发展策略、#7 大学生、#8 促销困境。

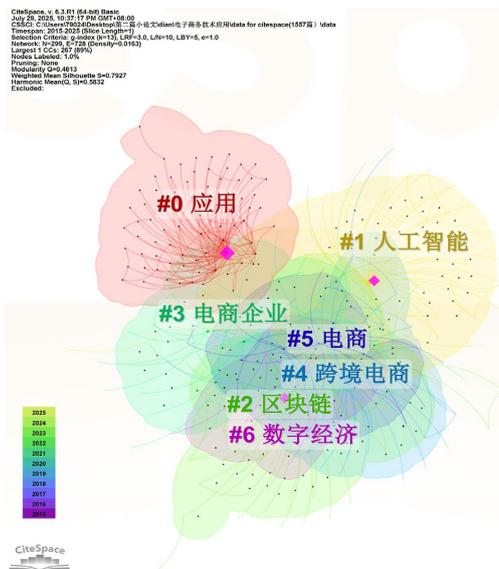


Figure 2. Keyword clustering graph
图 2. 关键词聚类图谱

2.2.3. 关键词突现分析

突现词是指一个时期内，研究领域里出现的爆发性增长的关键词。突现词的发展变化可以反映出研究领域整体的动态发展趋势。对国内旅游电商领域文献的关键词进行突现分析，绘制出 2015~2025 年关键词突现图，如图 3 所示，关键词突现呈现出四个阶段。

Top 33 Keywords with the Strongest Citation Bursts



Figure 3. Keyword burst graph
图 3. 关键词突现图

3. 研究结论

3.1. 主题演化

对照关键词突现图谱与关键词共现图谱,可以较为清晰地描绘出我国旅游电商研究的主题演进轨迹。从2015年~2025年,旅游电商研究大致可划分为四个发展阶段,其主题变化与国家政策导向、技术变革和重大社会事件密切相关。

第一阶段为起步阶段(2015~2017年),突现关键词为“智慧旅游”“旅游网站”“网络”“营销”“携程网”“旅游企业”“智慧城市”“休闲农业”等,表明研究主要关注旅游与信息化初步融合,这一时期也正是国务院发布《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》[5]及各地智慧旅游试点[6]全面铺开的阶段。这一阶段的研究重心主要集中在旅游行业如何与互联网技术初步结合,关注点多放在线上交易平台的建设、早期智慧旅游概念的提出和企业案例的分析。总体上,这一时期体现了旅游电商的概念探索和基础平台搭建特征,技术和模式仍处于起步阶段。

第二阶段为快速发展阶段(2018~2020年),突现关键词主要包括“文化旅游”“生态旅游”“全域旅游”“跨境电商”等,反映出文旅融合上升为国家战略背景下研究的深化,相关政策包括《“十三五”旅游业发展规划》[7]与“全域旅游示范区”评定[8]等。学术界关注旅游电商与文化、生态、跨境等领域的结合,探索如何通过多元化内容和差异化产品满足不同消费者群体的需求。旅游电商在这一时期表现出模式创新加快、应用领域拓展、与政策导向互动增强的趋势。

第三阶段为融合拓展阶段(2020~2022年),突现关键词包括“乡村振兴”“农村”“产业融合”“直播带货”“乡村旅游”“旅游景区”“直播”等,与疫情催化下的消费方式变迁高度一致,尤其是2020年起“直播+文旅”迅猛发展,文化和旅游部陆续出台多项政策,支持在线公共文化和旅游服务[9]、云直播[10]等新兴形式的发展。研究开始聚焦于旅游电商如何助力乡村振兴、推动区域产业融合和实现新型消费模式,技术手段和营销创新成为重要支撑,行业应用更加多样化和深入化。

第四阶段为智能跃迁阶段(2022~2025年),突现关键词包括“数字经济”“融合发展”“文旅融合”“旅游产品”“农村电商”“数字技术”等,这一阶段紧扣“数字中国”战略[11]、“文化数字化战略”[12]等国家重大布局,研究聚焦旅游电商如何在数字经济生态中实现更深层次融合,如与AR/VR体验[13]、沉浸式剧本游[14]等新兴应用的整合。表明研究已进入以数字化和智能化为核心驱动力的新阶段。学者关注旅游电商如何在数字经济背景下进一步整合资源、优化服务和提升用户体验,强调技术创新、产业协作和政策引导的综合作用,呈现出高质量发展与长期可持续目标并重的趋势。

3.2. 研究视角

通过对关键词聚类结果与共现结果的分析与归纳,可将我国旅游电商研究大致划分为三大研究视角:战略导向、技术赋能与市场机制。各视角下的研究主题彼此交叉,构成一个多维度、跨领域的知识网络。

1) **战略导向视角**。聚类结果显示,“乡村振兴”“电子商务”和“发展策略”等主题在文献中高度集中,反映出旅游电商在推动区域经济增长、促进城乡融合和带动本地产业升级方面的重要作用。关键词共现结果显示,频次较高的关键词如“乡村旅游”“乡村振兴”“发展策略”等,不仅在共现网络中占据核心位置(如“乡村振兴”中心度达0.25),也呈现出突现节奏与政策推进同步的特征。“乡村振兴”作为#0类核心聚类,与国家自2018年全面实施乡村振兴战略[15]、《数字乡村发展战略纲要》[16]以及《关于促进乡村产业振兴的指导意见》[17]等政策密切相关。研究围绕“旅游+电商”如何带动农村就业、激活本地资源、促进城乡要素流通展开探讨,不仅回应了政策需求,也推动了旅游电商从平台运营走向区域治理层面的理论深化。通过与国家“互联网+”、数字乡村建设等战略的结合,旅游电商被赋予了更

加突出的战略意义，形成了理论探索与政策实践互为支撑的研究格局。

2) 技术赋能视角。聚类主题中“智慧旅游”“网络营销”和“旅游”占据了重要位置，体现出研究者对新一代信息技术在旅游电商中的赋能路径的高度关注；关键词共现结果中，“智慧旅游”“互联网+”“创新”中心度与频次均较高，表明其是连接不同研究议题的重要枢纽节点；突现词如“智慧旅游”“直播”“大数据”分别在2015年后、2020年后迅速上升，反映出技术应用从初步探索向商业落地的转变。这一趋势与“互联网+”[18]行动计划发布、“数字中国”建设[19]进入提速阶段，以及疫情催生的线上消费浪潮紧密相关。大量成果强调，大数据、人工智能、区块链、云平台等技术在旅游电商运营、产品设计和精准营销中的应用[20]，为旅游产品的推广、交易安全和服务体验提升提供了新的解决方案。技术手段的不断进步，使旅游电商从传统单一的交易平台，逐步发展为集产品展示、智能推荐、互动体验和数据分析于一体的综合服务体系，推动了旅游产业价值链的延伸和优化。

3) 市场机制视角。市场机制的调整是旅游电商研究的另一主线。共现图显示“网络营销”“直播带货”“消费体验”等节点围绕“电子商务”呈发散分布，说明研究逐渐聚焦于平台与用户之间的互动机制，一方面，平台借助算法推荐与大数据分析实现精准触达；另一方面，用户逐渐从“浏览者”转变为“参与者”与“传播者”，形成双向反馈的市场关系。聚类结果中的“对策”“大学生”和“促销困境”聚焦于用户结构、消费心理与内容传播等主题，反映了旅游电商在受众画像、消费偏好及促销机制等方面面临的新问题，暴露出如过度促销、虚假宣传、用户信任危机等潜在风险。因此，如何在刺激消费与构建长期信任之间实现平衡，成为未来旅游电商平台需要面对的重要课题。总的来看，市场机制视角下的研究正朝着更细分的用户洞察、更智能的传播路径与更复杂的信任构建机制迈进，为旅游电商高质量发展提供了理论支撑与实证基础。

3.3. 核心驱动力

通过对关键词聚类结果、共现结果以及突现词的分析与归纳，可以识别出我国旅游电商发展的三大核心驱动力：政策引导、技术突破与社会事件。

1) 政策引导。关键词共现和聚类分析显示，“乡村振兴”“全域旅游”“数字经济”处于高频高中心度的位置，且聚类#0“乡村振兴”构成整个图谱中最显著的聚合群体之一。这些关键词的集中出现与国家政策导向呈高度一致，反映出旅游电商研究的制度驱动特征。特别是“乡村振兴”一词不仅在共现和聚类图谱中出现，还在2020年后成为突现词，显示其作为国家战略引导下的重要研究主题，已深度嵌入旅游电商的学术与实践体系中。自“互联网+”战略、数字乡村建设、“十四五”旅游业发展规划[21]等一系列政策发布以来，研究围绕政策落地效果、区域发展路径和城乡融合模式展开，表现出强烈的“政产学研”协同导向。政策作为制度引擎，不仅引导研究议题的选择，也影响学术研究的理论构建与实证路径，形成“从政策中来，到政策中去”的循环机制。这种机制为旅游电商提供了稳定的发展预期与理论支撑，也推动了相关学科间的交叉融合。

2) 技术突破。在关键词共现图谱中，“智慧旅游”“互联网+”“大数据”等技术类关键词与“电子商务”构成紧密连接，突现分析显示“智慧旅游”自2015年起即为研究高频关注点，聚类结果#3“智慧旅游”与#6“发展策略”也反映出技术的重要性，说明技术视角在推动旅游电商研究纵深发展中具有持续的核心地位。信息技术不仅是平台功能升级的重要支撑，更成为用户体验优化、营销路径创新与数据管理提升的关键变量。研究者围绕平台算法[22]、智能推荐[23]、语义分析[24]等展开讨论，探索其在旅游产品定制、服务流程再造与供需智能匹配等方面的实际应用价值。技术突破还促使学术研究不断前移，逐步从对“工具”的关注延伸至平台逻辑、消费行为机制乃至数据伦理问题，推动旅游电商从传统交易逻辑向系统智能协同转变。

3) **社会事件**。关键词“直播带货”“直播”等在突现分析中于2020年前后强烈突显,显现出旅游电商研究对重大社会事件的高度敏感性和适应性。从聚类结构看,“直播带货”与#5“网络营销”关联紧密,亦与“对策”“促销困境”等问题导向类聚类发生交叉,显示出疫情背景下直播经济对旅游电商运营逻辑的重塑作用。这些研究在很大程度上与近年来旅游行业“疫情后复苏”相关政策,如2020年起多地推出的“旅游消费券”政策[25]、文旅部推动夜间经济[26]等举措形成呼应。突发公共卫生事件对旅游业造成巨大冲击,迫使传统线下旅游模式向线上转型,研究热点也随之向虚拟旅游、在线互动、内容营销等新兴路径倾斜。“直播带货”成为连接疫情期间行业停摆与复苏的一种新型营销与变现方式。此外,重大社会事件常常起到催化作用,使研究从宏观战略迅速转向具体实践,也推动学术方法由静态分析走向更具响应性和实用性的研究路径。

4. 研究展望

4.1. 加强技术赋能研究

未来旅游电商的发展将愈加依赖新一代信息技术的深度应用。后续研究可以围绕大数据、人工智能、区块链、云计算、5G等新技术展开,系统分析这些技术如何在旅游产品设计、精准营销、智慧管理和用户体验优化中发挥作用。现有文献多停留在技术应用的描述性层面,缺少对技术驱动机制的定量验证。未来应在收集更多企业运营数据和用户行为数据的基础上,构建技术投入与绩效提升之间的因果模型,并通过案例研究和实验方法进行验证。通过将技术与具体场景相结合,可以更好地揭示不同技术在旅游电商生态中的功能边界和协同效应,为行业提供可验证、可推广的创新路径。

4.2. 深化产业融合路径

旅游电商与乡村振兴、文化产业、生态保护等国家战略之间的协同关系仍有很大的探索空间。未来的研究可以从宏观政策、区域经济、价值链协作等多个角度深入挖掘,系统分析旅游电商在带动地方经济、促进文化传播和实现可持续发展中的多重价值。除了总体层面的探讨,还可以开展区域比较研究,例如对东中西部不同类型的旅游资源与电商结合模式进行梳理和对比,挖掘因地制宜的发展路径和差异化竞争优势。进一步地,研究还可以关注旅游电商与农业、非遗、社区经济等多领域的交叉融合,探讨其在延伸旅游价值链、形成复合型产业集群中的作用,从而为地方政府和企业提供更加具体的决策参考。

4.3. 完善理论与实践的结合

当前旅游电商研究在宏观框架与微观实践之间仍存在一定脱节。现有成果大多侧重于现象描述和经验总结,对问题的深层次成因、发展规律和未来预测关注不足。未来研究需要在现有实践经验的基础上,进一步提升理论建构的系统性和前瞻性。研究者可以采用跨学科方法,结合管理学、经济学、数据科学等领域成果,构建更加适应数字经济特征的分析模型和评价指标体系。同时,应关注企业真实运营数据、消费者调研数据和平台大数据,形成纵向追踪和横向比较相结合的研究设计。通过这种方式,既能丰富旅游电商领域的理论成果,也能将学术成果有效转化为指导行业发展的实践方案,形成学术与实践之间的良性循环。

5. 结语

基于CiteSpace的可视化分析,本文系统梳理了近十年我国旅游电商领域的研究进展,系统梳理了该领域的研究演进轨迹与热点聚焦。文章围绕“主题演化”“研究视角”与“核心驱动力”三条主线,对旅游电商研究的发展轨迹进行了综合分析 with 逻辑重构。本研究也存在一些局限性:首先,数据仅来源于中

国知网(CNKI),未涵盖国际数据库与多语种文献,可能遗漏国外研究成果及部分边缘主题,影响了结果的全面性与代表性。其次,关键词共现分析在识别研究热点时存在语义泛化问题,难以准确还原文献中的深层逻辑与理论结构。再次,突现词分析易受短期学术热点的影响,存在一定阶段性偏误,难以充分反映长期趋势。未来研究可引入多数据库、多语种的文献数据,结合自然语言处理、深度语义识别等新技术,进一步提升主题识别的精准度与理论解释力,从而推动旅游电商研究在理论建构与实践应用之间实现更深入的融合。

参考文献

- [1] 黄平芳,李勇,李梁平.中国旅游电商政策的演进与发展趋势[J].资源开发与市场,2024,40(1):99-107.
- [2] 陈双双,徐金虎.旅游+新媒体融合赋能温州市农产品区域公用品牌推广策略[J].农村经济与科技,2025,36(2):68-71.
- [3] 刘维尚,司亚丽,李柳澄,等.基于知识图谱的国内外城市品牌研究可视化分析[J].包装工程,2024,45(6):197-209+249.
- [4] 苏莉娜,周环.基于知识图谱的国内外智慧图书馆发展轨迹、研究热点及研究前沿对比分析[J].唐山师范学院学报,2021,43(6):146-151.
- [5] 国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见[EB/OL].中国政府网,2015-07-04.
https://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content_10002.htm,2025-08-06.
- [6] 袁丹,潘亚光,吴润涵,等.我国智慧旅游政策特征解析与优化策略研究[J/OL].智库理论与实践:1-18.
<https://link.cnki.net/urlid/10.1413.N.20250605.1544.006>,2025-08-06.
- [7] 国务院关于印发“十三五”旅游业发展规划的通知[EB/OL].中国政府网,2016-12-07.
https://www.gov.cn/gongbao/content/2017/content_5160220.htm,2025-08-06.
- [8] 吴萌,陈长瑶.基于CiteSpace的我国全域旅游研究进展与展望[J/OL].旅游导刊:1-19.
<https://link.cnki.net/urlid/31.2132.K.20250527.1430.002>,2025-08-06.
- [9] 文化和旅游部推出在线公共文化和旅游服务[EB/OL].中国政府网.
https://www.gov.cn/xinwen/2020-02/04/content_5474482.htm,2025-08-06.
- [10] 关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见[EB/OL].中华人民共和国国务院办公厅,2020-11-30.
http://www.scio.gov.cn/xwfb/gwyxwbgswfbh/wqfbh_2284/2020n_4408/2020n12y23rxw1/wjxgzc_5767/202207/t20220716_230772.html,2025-08-06.
- [11] 中共中央国务院印发《数字中国建设整体布局规划》[EB/OL].中国政府网,2023-02-27.
https://www.gov.cn/zhengce/2023-02/27/content_5743484.htm,2025-08-06.
- [12] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》[EB/OL].中国政府网,2022-05-22.
https://www.gov.cn/zhengce/2022-05/22/content_5691759.htm,2025-08-06.
- [13] 张洁梅,张姊威.视觉营销如何唤起旅游电商直播观众的购买意愿?[J].经济与管理评论,2023,39(5):138-149.
- [14] 王红丽.移动电商助力齐齐哈尔市红色旅游发展策略[J].北方经贸,2024(10):12-14+54.
- [15] 中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见[EB/OL].中国政府网,2018-02-24.
https://www.gov.cn/zhengce/2018-02/04/content_5263807.htm,2025-08-06.
- [16] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《数字乡村发展战略纲要》[EB/OL].中国政府网,2019-05-16.
https://www.gov.cn/zhengce/2019-05/16/content_5392269.htm,2025-08-06.
- [17] 国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见[EB/OL].中国政府网,2019-06-17.
https://www.gov.cn/zhengce/content/2019-06/28/content_5404170.htm,2025-08-06.
- [18] 张念,许江越,李杰,等.“互联网+”时代下物流管理专业人才培养研究现状与趋势——基于CiteSpace知识图谱分析[J].物流研究,2025(3):87-92.
- [19] 中共中央国务院印发《数字中国建设整体布局规划》[EB/OL].中国政府网,2023-02-27.
https://www.gov.cn/zhengce/2023-02/27/content_5743484.htm,2025-07-28.
- [20] 祝博艺.旅游电商平台新兴景点推介视频对用户购买意愿的影响机制研究[D]:[博士学位论文].上海:上海大学,2024.

- [21] 国务院关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知中国政府网[EB/OL]. 2021-12-22.
https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5674298.htm, 2025-08-06.
- [22] 魏翔, 吴迪, 王鑫丽. 电商平台“内卷式”竞争及其价格效应研究——来自大型旅游电商平台的案例探索[J]. 价格理论与实践, 2025(2): 25-30+228.
- [23] 吴建春. 基于文化融入的海南旅游电商平台设计与运营分析[J]. 旅游纵览, 2024(24): 136-138.
- [24] 孙家媛. 面向旅游电商文本评论的情感分析方法研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨商业大学, 2021.
- [25] 彭婷婷. 亮点频现消费市场迎来“开门红” [N]. 中国商报, 2022-01-07(001).
- [26] 中国政府网. 推动夜间经济高质量发展[EB/OL]. 2022-09-30.
https://www.gov.cn/xinwen/2022-09/30/content_5713967.htm, 2025-08-06.