

数字经济背景下电子商务赋能安徽阜阳旅游业发展的路径研究

刘艳杰

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年11月25日; 发布日期: 2025年12月23日

摘要

在数字经济蓬勃发展的当下, 电子商务与旅游业的融合已成为推动地方经济增长、提升旅游产业竞争力的重要途径。安徽阜阳, 这座拥有深厚历史文化底蕴与丰富旅游资源的城市, 正积极探索电子商务赋能旅游发展的新路径。本文通过深入剖析阜阳旅游业的发展现状, 挖掘其优势与面临的挑战, 并结合实际提出一系列切实可行的发展路径, 旨在为阜阳旅游业实现高质量、可持续发展提供理论支撑, 助力阜阳打造成为具有独特魅力的旅游目的地。

关键词

数字经济, 电子商务, 旅游业, 发展路径

Research on the Path of E-Commerce Empowering the Tourism Industry Development in Fuyang, Anhui under the Background of Digital Economy

Yanjie Liu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: November 12, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 23, 2025

Abstract

In the current era of a booming digital economy, the integration of e-commerce and the tourism

文章引用: 刘艳杰. 数字经济背景下电子商务赋能安徽阜阳旅游业发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3894-3899. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124321

industry has become an important way to promote local economic growth and enhance the competitiveness of the tourism sector. Fuyang, Anhui, a city with profound historical and cultural heritage and abundant tourism resources, is actively exploring new paths for leveraging e-commerce to drive tourism development. This article deeply analyzes the current development status of Fuyang's tourism, identifies its advantages and challenges, and, based on practical considerations, proposes a series of feasible development paths. The aim is to provide theoretical support for achieving high-quality and sustainable development of Fuyang's tourism industry and to help Fuyang become a tourism destination with unique charm.

Keywords

Digital Economy, E-Commerce, Tourism Industry, Development 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

随着互联网技术的飞速发展，电子商务在各个领域的应用日益广泛，旅游业也不例外。电子商务赋能旅游业发展能将电子商务的便捷性、高效性与旅游业的体验性、综合性相结合，为游客提供更加个性化、多样化的旅游产品与服务。

阜阳，地处安徽西北部，历史悠久，文化灿烂，拥有颍州西湖、八里河景区等众多优质旅游资源，以及阜阳剪纸、界首彩陶等丰富的非物质文化遗产。然而，传统的旅游发展模式在信息传播、市场拓展等方面存在一定局限性。而推进电子商务与旅游业结合，能够打破地域限制、拓宽旅游市场，提升阜阳旅游的知名度与影响力，促进旅游产业转型升级，对于推动阜阳经济社会发展具有重要意义。

2. 阜阳旅游业发展现状

2.1. 政策支持不断加强

阜阳市政府高度重视旅游业发展，出台了一系列政策措施加以扶持。从产业规划引导到资金支持，从人才培养到企业培育，形成了较为完善的政策体系。阜阳市对旅游类电商企业在平台建设、品牌打造、产品开发等方面给予资金补助；鼓励高校、职业院校开设相关专业，培养电商旅游专业人才。这些相关举措为阜阳旅游业的发展营造了良好的政策环境。

2.2. 旅游资源丰富多样

阜阳拥有丰富的自然与人文旅游资源。自然景观方面，颍州西湖以其秀丽的湖光山色闻名遐迩，是中国四大西湖之一，享有“大千起灭一尘里，未觉杭颖谁雌雄”的美誉；八里河景区更是集自然风光与人文景观于一体，荣获国家 5A 级旅游景区称号，拥有世界风光、锦绣中华等多个主题园区，吸引了大量游客前来观光游览。人文景观方面，阜阳历史文化悠久，不仅是淮河文化的重要发源地，更是中原文化与江淮文化碰撞交融的核心地带。这里文化脉络厚重多元，孕育了管子文化、姜尚文化与红色文化等特色文化资源。历史长河中，千古名相管仲、春秋政治家姜子牙等一众杰出人物均从这片土地走出，为其文化底蕴增添了璀璨光芒。同时，阜阳的非物质文化遗产资源也十分丰富，阜阳剪纸、界首彩陶、颍上花鼓灯、黄岗柳编等国家级非遗项目独具特色，为电商旅游发展提供了丰富的文化内涵。

2.3. 电子商务赋能旅游的发展模式初见成效

近年来,阜阳市积极推动电商平台建设。一方面,政府引导本地旅游企业与知名电商平台合作,将阜阳的旅游产品推向更广阔的市场。另一方面,鼓励企业自主搭建电商平台,如部分景区开发了自己的官方 APP,提供门票预订、导游导览、酒店住宿等一站式服务。此外,还涌现出一些专注于阜阳本地旅游的电商平台,整合本地旅游资源,打造特色旅游产品,为游客提供个性化的旅游线路推荐、旅游攻略分享等服务。

此外,阜阳市还利用新媒体平台开展多样化的旅游营销活动。通过抖音、快手等短视频平台,拍摄制作精美的旅游宣传视频,展示阜阳的美景、美食、民俗文化等,吸引了大量用户关注与点赞。同时,利用微信公众号、微博等平台进行旅游资讯发布、互动活动开展,增强与游客的互动交流,提高游客对阜阳旅游的认知度与兴趣。

3. 电子商务赋能旅游业发展面临的挑战

3.1. 专业人才短缺

作为数字经济与传统旅游业深度融合催生的新兴产业,其核心竞争力的构建高度依赖于同时具备电子商务领域的流量运营、用户画像分析、线上渠道搭建能力,以及旅游行业的产品策划、服务标准化、客群需求洞察素养的人才,二者的协同适配是推动产业从“概念落地”走向“高质量发展”的关键支撑[1]。然而,从安徽阜阳旅游产业的人才供给现状来看,当前的人才储备与产业发展需求之间存在显著断层,已成为制约产业规模化、创新化推进的核心瓶颈。

从现有从业人员结构与能力维度分析,阜阳旅游领域的在岗群体多为传统旅游业或基础电商行业转型而来,普遍缺乏针对“电商+旅游”融合场景的系统专业培训,导致其能力体系存在明显短板。一方面,在电商运营环节,多数从业者仅掌握基础的线上店铺上架、简单促销设置等操作,对精准营销、私域流量运营、直播电商场景搭建等进阶技能掌握不足;另一方面,在旅游业务与电商的协同层面,从业者对“旅游产品电商化改造”的理解较为浅显,难以将阜阳本地的生态旅游、民俗旅游、红色旅游等特色资源转化为符合线上消费习惯的标准化产品,导致许多旅游企业的线上布局停留在“有平台、无运营”的浅层阶段。更深层次来看,阜阳在复合型人才“引、育、留”全链条上还面临着多重现实制约,进一步加剧了人才供给的短缺问题。从人才引进维度,相较于长三角核心城市或省内合肥、芜湖等经济较发达地区,阜阳的经济发展水平相对滞后,产业配套设施不够完善,且在薪资待遇、职业发展空间等方面缺乏竞争力,导致外地高素质复合型人才在选择就业地时,往往将阜阳排除在优先选项之外。从人才留存维度,阜阳部分县域地区的工作环境与人物的期望存在差距,尤其对于年轻一代的专业人才而言,工作与生活的“双重落差”使得其稳定性显著降低,许多企业即便通过短期招聘引入少量专业人才,也难以避免人才在短期内流失的问题[2]。此外,阜阳本地高校与职业院校尚未形成与旅游产业需求相匹配的人才培养体系,相关专业设置仍以传统电子商务或旅游管理为主,缺乏跨学科、实践性的课程设计,导致本地人才供给与产业实际需求“脱节”,无法为产业发展提供持续的内生人才支撑。

这种人才供需失衡的现状,从根本上制约了产业的创新发展。由于缺乏专业人才对新技术、新模式的探索应用,阜阳旅游业在智慧化服务、数字化营销、产业链整合等前沿领域的布局明显滞后,难以形成差异化的产业优势。

3.2. 旅游产品数字化程度较低

作为旅游产业发展的重要载体之一,旅游资源的数字化开发深度与电商平台的运营效能,直接决定了区域产业竞争力的高低。然而,安徽阜阳在这两大关键环节均存在明显短板,尚未形成“资源数字化

- 平台高效化 - 产业规模化”的良性发展闭环，成为制约其产业升级的重要障碍。

从旅游资源数字化开发维度来看，阜阳虽坐拥丰富的自然生态资源、历史文化资源与民俗特色资源，但资源的数字化转化与深度开发程度严重不足，大量优质资源仍处于“线下沉睡”状态。当前，阜阳多数景区的数字化建设普遍停留在“基础服务线上化”的初级阶段，核心功能集中于线上门票预订、简易语音导览、景区地图查询等表层应用，未能从“游客体验升级”与“资源价值深挖”的角度，推动数字化技术与旅游场景的深度融合[3]。例如，针对管鲍祠、颍州西湖历史文化遗址等核心文旅资源，尚未引入虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、3D建模等先进技术，无法为游客构建“穿越式”的历史场景还原体验——游客仅能通过静态文字介绍或实物陈列了解历史，难以直观感受颍州文化的历史脉络与人文底蕴，导致文化资源的吸引力与传播力大打折扣；而在旅游商品数字化开发层面，短板更为突出：多数本地旅游商品仍以传统手工作品或初级农产品形态存在，缺乏基于电商消费需求的数字化设计，且线上营销手段单一，多依赖传统电商平台的“图文展示 + 简单促销”模式，未能运用直播带货、短视频场景化种草、私域社群精准运营等新型营销方式，既无法有效传递商品的文化内涵与特色价值，也难以触达年轻消费群体的个性化需求，最终导致资源的经济转化效率低下。

3.3. 旅游品牌建设与营销推广不足

在旅游产业的发展逻辑中，区域旅游品牌不仅是吸引客群的“核心名片”，更是实现线上流量转化、提升产业附加值的关键抓手。然而，安徽阜阳在旅游品牌建设与营销推广层面存在明显短板，尚未形成品牌辨识度高、核心价值清晰、传播矩阵完善的品牌体系，导致其丰富的旅游资源难以转化为市场竞争力，也制约了电商旅游产业的可持续发展[4]。从旅游品牌建设的核心维度来看，阜阳虽坐拥颍州西湖的生态底蕴、管鲍祠的历史厚重、临泉杂技的民俗活力等多元优质资源，但在品牌形象塑造与价值传递上存在显著不足，未能构建起具有广泛市场影响力的独特品牌标签。一方面，品牌定位模糊问题突出：当前阜阳旅游尚未形成精准的差异化定位——既未明确“生态休闲”“历史人文”“民俗体验”等核心方向的主次关系，也未能从区域竞争视角提炼出区别于周边城市的独特卖点，导致品牌形象趋于同质化，难以在消费者心中留下深刻印象；另一方面，品牌核心价值挖掘不深：阜阳对自身资源的文化内涵与体验价值开发不足，未能将颍州文化的历史脉络、淮河流域的民俗特色、乡村旅游的田园意境等核心元素，转化为具象化、可感知的品牌符号，例如提及“生态旅游”，消费者多首先联想到杭州西湖、桂林山水，而阜阳颍州西湖的“皖北水乡”特色未能通过品牌传递形成记忆点[5]。

4. 电子商务赋能安徽阜阳旅游发展的路径

4.1. 加强人才培养与引进

人才是破解阜阳旅游产业发展瓶颈的核心要素，构建“引育留用”一体化的多层次电商旅游人才培养与供给体系，既是补齐产业人才短板的关键举措，也是推动产业从“要素驱动”向“创新驱动”转型的战略支撑。对此，需从“本土人才培育”“现有人才提质”“外部人才集聚”三大维度协同发力，形成覆盖人才全生命周期的保障机制。

在本土复合型人才培育层面，应强化政府、高校、职业院校与产业主体的协同联动，构建“需求导向、产教融合”的人才培养模式。政府需发挥顶层设计作用，牵头梳理阜阳旅游产业的核心岗位需求，联合本地高校及职业院校，推动专业设置与产业需求精准对接——在旅游管理、电子商务等现有专业基础上，增设“旅游数据分析”“文旅IP数字化设计”等特色课程模块，将VR或AR技术应用、直播电商实战、旅游产品线上策划等实践性内容纳入教学体系，打破传统学科壁垒，培养既懂旅游服务本质、又掌握数字电商技能的应用型人才。同时，需深化“产学研用”合作机制，鼓励本地重点旅游企业、电商

平台与院校共建实习实训基地,通过“企业导师 + 学校教师”双指导模式,让学生参与真实的旅游项目,在实践中提升岗位适配能力,实现“在校学习 - 企业实践 - 就业上岗”的无缝衔接,为阜阳电商旅游产业储备稳定的本土人才梯队[6]。

针对现有从业人员能力短板,需建立常态化、精准化的职业技能提升体系,推动“存量人才”向“优质人才”转型。一方面,政府可联合行业协会、专业培训机构,定期组织旅游专项培训与行业研讨会,围绕产业发展痛点设计培训内容:针对旅游企业运营者,开展“电商平台流量运营”“旅游大数据分析与应用”“线上客群精准营销”等进阶课程;针对一线服务人员,开展“线上旅游咨询服务规范”“旅游产品线上推介技巧”“智慧旅游设备操作”等基础技能培训[7]。另一方面,可搭建“政企联动”的技能考核与激励机制,将培训成果与从业人员的职业晋升、薪酬待遇挂钩,鼓励旅游企业设立“技能提升奖励基金”,激发从业人员主动学习的积极性,逐步解决现有团队在电商运营、数字营销、产品策划等方面的能力短板。

在外部高素质人才引进层面,需通过“政策赋能+环境优化”双轮驱动,破解阜阳“引才难、留才难”的困境。政府应结合区域实际,制定差异化的旅游人才扶持政策:对引进的高层次人才,提供涵盖住房、子女教育、医疗保障的“一站式”服务,包括发放住房补贴、优先安排人才公寓、协调子女入学等;对来阜创业的旅游人才团队,给予创业启动资金补贴、税收减免、办公场地租金优惠。此外,还需通过提升城市公共服务水平、打造宜居的生活环境,增强对人才的吸引力与归属感,从“引人”向“留人”“育人”转变,为阜阳旅游产业发展汇聚持续动能。

4.2. 提升旅游产品数字化水平

旅游资源的数字化开发是推动旅游产业从“传统服务”向“智慧体验”升级的核心引擎,需以“技术赋能 + 需求导向”为原则,加大资源投入与创新应用,通过数字技术激活阜阳旅游资源的潜在价值,构建“线上体验引流、线下服务提质、商品转化增效”的数字化发展闭环。

在景区数字化升级层面,应聚焦“沉浸式体验”与“智慧化服务”双目标,推动数字技术与景区场景的深度融合。一方面,针对阜阳颍州西湖、管鲍祠、临泉魔幻动物园等核心景区,需加大 VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、3D 建模等技术的应用力度,突破传统游览的时空限制:可依托 VR 技术打造“虚拟景区”,让游客通过线上平台即可“云游览”颍州西湖的四季风光,沉浸式感受“平湖十里碧琉璃”的意境;针对管鲍祠等历史文化景区,可建设“数字博物馆”,将文物展品、历史场景通过 3D 建模还原,结合语音讲解、互动问答功能,让游客在虚拟环境中“触摸”历史,深化对阜阳文化底蕴的认知。另一方面,需推动景区服务的数字化落地,例如在颍州西湖景区开发专属 AR 导览 APP:游客通过手机扫描景区内的碑刻、建筑、植被等实体元素,即可触发 AR 交互——扫描古桥可看到桥梁建造的历史场景动画,扫描植被可获取植物学名、生长习性等科普信息,扫描景点标识可生成个性化游览路线推荐,既解决了传统导览“信息单一、互动性弱”的问题,也让旅游体验兼具趣味性与知识性,提升游客的参与感与记忆点。此外,还可引入物联网技术,在景区内布设智能设备,实现实时人流监测、智能停车引导、线上预约购票等功能,优化游客的线下游览体验,为线上引流转化奠定基础。

在旅游商品数字化创新层面,需从“设计研发”到“营销推广”全链条发力,破解传统旅游商品“同质化、附加值低”的困境。其一,在商品设计环节,鼓励本地企业与数字技术团队合作,利用 3D 建模、动画设计、数字绘画等技术,开发多元化的数字旅游商品。针对阜阳柳编、界首彩陶等非遗资源,可设计“虚拟非遗手作”数字产品,用户通过购买激活后,可在手机端体验虚拟编织、陶艺创作的互动过程;针对颍州西湖、红色旅游等文化 IP,可开发数字文创产品,如动态水墨风格的电子壁纸、带有语音故事的数字明信片、可收藏的虚拟纪念徽章等,满足年轻游客对“轻量化、个性化”商品的需求。其二,在营

销推广环节,需依托电商平台构建“数字商品+场景化传播”的推广模式:通过短视频平台展示数字旅游商品的互动效果,邀请文旅达人开展“数字文创开箱”直播,引导用户通过电商平台直接购买;同时,可将数字商品与线下旅游场景联动,例如游客在景区消费后可获赠数字纪念品兑换码,通过“线下体验+线上留存”提升用户粘性。其三,需借助大数据分析技术实现“精准开发”:整合电商平台的用户浏览记录、消费订单、评价反馈等数据,结合游客画像分析,挖掘不同客群的消费偏好——针对年轻家庭客群,开发兼具趣味性与教育性的亲子数字文创;针对文化爱好者,侧重开发富含阜阳历史文化元素的数字藏品,让旅游商品开发更贴合市场需求,提升产品的市场竞争力与转化效率。

4.3. 强化旅游品牌建设与营销推广

强化阜阳旅游品牌建设需要深入挖掘阜阳的历史文化、民俗风情、自然风光等特色资源,提炼出具有独特魅力与核心价值的品牌形象。线下方面,需要整合旅游资源,统一品牌标识、宣传口号等,打造系列化、差异化的旅游产品,提升品牌的辨识度与美誉度,制定全方位、多层次的营销推广策略,还要加强与旅行社、景区、酒店等合作,开展旅游推介会、主题活动等,拓展客源市场。线上方面,充分利用新媒体平台,开展多样化的营销活动。除了短视频、社交媒体宣传外,还可利用直播带货、网络综艺合作等形式,推广阜阳旅游产品。例如,邀请知名主播进行阜阳旅游直播,展示景区风光、美食特产等,带动旅游消费。同时,要加强区域合作,与周边城市联合开展旅游营销活动,打造跨区域旅游品牌,拓展旅游市场空间。例如,与亳州、淮南等城市合作,推出“皖北文化旅游线路”,实现资源共享、客源互送,提升区域旅游整体竞争力[8]。

5. 结论与展望

安徽阜阳在旅游业发展方面具有一定的基础与优势,但也面临着诸多挑战。通过加强人才培养与引进、提升旅游产品数字化水平以及强化旅游品牌建设与营销推广等一系列路径的实施,阜阳有望突破发展瓶颈,实现旅游的高质量、可持续发展。这不仅将推动阜阳旅游产业转型升级,促进地方经济增长,还将为游客提供更加优质、便捷、个性化的旅游体验,提升阜阳的城市形象与知名度。未来,随着技术的不断进步与市场的持续发展,电子商务赋能旅游模式必将迎来更加广阔的发展空间,成为推动阜阳经济社会发展的新引擎。

参考文献

- [1] 王庆瑜. 数字时代县域旅游电子商务发展策略研究——以内蒙古托克托县为例[J]. 商展经济, 2025(17): 83-86.
- [2] 刘晓宇. 阜阳市文化旅游产业发展研究[J]. 西部旅游, 2025(10): 63-66.
- [3] 张松婷, 李澜, 樊冬平. “互联网+”背景下皖北乡村旅游发展路径——以安徽省阜阳市为例[J]. 新乡学院学报, 2018, 35(4): 59-61.
- [4] 于文善, 潘杰. 全域旅游视域下的阜阳旅游发展问题研究[J]. 阜阳师范大学学报(社会科学版), 2020(3): 16-22.
- [5] 顾家旺, 李良玉. 皖北历史文化旅游资源开发探讨——以阜阳市为例[J]. 阜阳师范学院学报(社会科学版), 2011(3): 25-29.
- [6] 刘保俊. 乡村旅游赋能乡村振兴发展的路径与策略——以安徽省阜阳市为例[J]. 智慧农业导刊, 2025, 5(18): 92-96.
- [7] 李永华. 精准扶贫背景下乡村旅游扶贫实施路径研究——以安徽阜阳地区为例[J]. 普洱学院学报, 2020, 36(4): 15-17.
- [8] 于鹏, 谢博强. 浅析高铁时代皖北及周边地区旅游发展策略[J]. 西部旅游, 2025(9): 19-21.