

数字平台赋能旅游产业高质量发展的机制与路径研究

陈雪梅

贵州大学旅游与文化产业学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年3月5日; 录用日期: 2026年3月17日; 发布日期: 2026年4月16日

摘要

在数字经济加速发展背景下, 数字平台已成为推动产业结构升级与经济高质量发展的核心载体。旅游产业作为高度依赖信息流、服务流与价值共创的现代服务业, 其转型升级进程与数字平台深度融合趋势愈发明显。本文基于平台经济理论、价值共创理论与产业生态系统理论, 系统梳理数字平台赋能旅游产业高质量发展的内在逻辑, 构建“要素重构-结构优化-生态重塑-价值跃迁-反馈循环”的理论机制框架, 并从产业链协同、数字治理、场景创新与制度保障等维度提出实现路径。研究认为, 数字平台通过资源配置效率提升、供需精准匹配、服务质量优化与产业组织方式变革, 推动旅游产业由规模扩张向质量提升转型。本文为数字平台驱动旅游产业转型升级提供理论支撑与政策启示。

关键词

数字平台, 旅游产业, 高质量发展, 平台经济, 产业生态

Research on the Mechanism and Path of High-Quality Development of Tourism Industry Empowered by Digital Platforms

Xuemei Chen

College of Tourism and Cultural Industry, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: March 5, 2026; accepted: March 17, 2026; published: April 16, 2026

Abstract

Against the background of the accelerated development of the digital economy, digital platforms have become a core carrier for promoting industrial structure upgrading and high-quality economic

development. As a modern service industry that heavily relies on information flow, service flow, and value co-creation, the tourism industry is witnessing an increasingly evident trend of deep integration with digital platforms in its transformation and upgrading process. Based on platform economy theory, value co-creation theory, and industrial ecosystem theory, this paper systematically sorts out the internal logic of digital platforms empowering the high-quality development of the tourism industry, and constructs a theoretical mechanism framework of “factor reconfiguration - structural optimization - ecosystem reshaping - value upgrading - feedback loop”. Furthermore, it puts forward realization paths from the dimensions of industrial chain collaboration, digital governance, scenario innovation, and institutional guarantee. The study holds that digital platforms drive the tourism industry to transform from scale expansion to quality improvement by improving resource allocation efficiency, achieving precise supply-demand matching, optimizing service quality, and reforming industrial organization modes. This paper provides theoretical support and policy implications for the digital platform-driven transformation and upgrading of the tourism industry.

Keywords

Digital Platforms, Tourism Industry, High-Quality Development, Platform Economy, Industrial Ecosystem

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

数字技术的快速迭代推动经济运行方式发生深刻变革。以大数据、云计算、人工智能为代表的新一代信息技术深度嵌入产业体系，催生出平台经济新形态。数字平台通过技术架构与规则设计连接多边市场主体，实现信息共享与资源整合，逐渐成为现代产业体系的重要基础设施。平台经济依托网络效应与规模效应，通过降低交易成本与提升匹配效率，改变传统产业的组织结构与价值创造模式[1]。随着数字化转型不断深化，平台已由简单的信息中介发展为产业资源配置的重要枢纽。旅游产业本质上属于信息密集型与体验型产业，其核心要素包括信息传播、服务组织与场景构建。旅游产品具有明显的无形性、不可储存性和个性化特征，对信息匹配效率与服务质量依赖程度较高[2]。在传统发展模式下，旅游产业长期存在信息不对称严重、资源配置效率低、供需匹配不充分以及服务标准化程度不足等问题，制约了产业整体竞争力与发展质量的提升[3]。同时，随着居民消费升级与个性化旅游需求不断增长，传统以旅行社为核心的线性产业链模式逐渐难以适应市场变化。近年来，随着平台经济的快速发展，以携程、美团、Airbnb 为代表的数字平台迅速崛起，通过整合景区、酒店、交通、餐饮与游客等多元主体资源，推动旅游交易方式、服务模式与产业结构发生系统性变革。数字平台通过在线预订系统、智能推荐算法与用户评价体系，实现供需双方的精准匹配，并在一定程度上减少信息不对称问题，提高市场透明度与资源利用效率[4]。与此同时，平台通过用户评价与内容分享机制，推动消费者参与服务优化与产品创新，从而形成价值共创的互动模式。

总体来看，现有研究为理解数字平台与旅游产业融合发展提供了重要参考，但仍存在一定不足：第一，现有研究多关注数字技术对旅游产业效率提升的作用，对数字平台赋能旅游产业高质量发展的系统机制分析相对不足；第二，多数研究采用静态分析框架，缺乏对平台经济中数据反馈与动态演化机制的探讨；第三，对数字平台在资源整合与价值创造过程中可能产生的数据垄断、利益分配不均等负面效应

关注不足。

基于此，本文在平台经济理论、价值共创理论与产业生态系统理论基础上，构建“要素重构 - 结构优化 - 生态重塑 - 价值跃迁 - 反馈循环”的动态循环机制框架，系统分析数字平台赋能旅游产业高质量发展的内在逻辑，并从产业链协同、平台治理与制度保障等方面提出实现路径，以为旅游产业数字化转型提供理论参考与政策启示。

2. 理论基础

2.1. 平台经济理论

平台经济理论源于双边市场与多边市场理论，其核心在于平台通过搭建多边互动结构，实现不同用户群体之间的价值交换与资源配置。国外学者较早从平台经济与双边市场理论视角展开研究。Rochet 和 Tirole 指出，平台通过连接不同用户群体并利用网络效应实现价值创造，从而形成多边市场结构[5]。Adner 则从产业生态系统视角分析平台在资源整合与创新协同中的核心作用，认为平台企业通过规则设计与资源配置能够推动产业生态系统的形成与演化[6]。在国内研究方面，学者们主要从数字经济与产业转型角度分析平台经济的作用机制。孙树垒等认为平台经济通过降低交易成本与提高资源配置效率，有助于释放消费潜力并推动产业结构升级[7]。与传统线性产业链模式不同，平台通过网络架构将供给侧与需求侧直接连接，降低信息搜索成本与交易成本，并通过网络效应实现价值的指数级增长。当平台用户规模扩大时，会形成直接网络效应与间接网络效应，从而强化平台竞争优势与资源整合能力[8]。数字平台具有开放性、连接性与共享性特征。一方面，平台通过标准化接口与规则设计实现多主体接入；另一方面，通过数据分析与算法推荐优化供需匹配效率。平台不仅提供交易撮合服务，还承担信息整合、信用评价与规则治理等功能，逐渐成为产业运行的重要基础设施。在旅游领域，平台整合景区、酒店、餐饮、交通、导游与游客等多元主体，构建多边互动网络，实现资源共享与服务协同。例如，携程通过在线预订与动态定价机制提升资源利用率，Airbnb 通过共享住宿模式实现闲置资源的市场化配置。平台经济理论为理解数字平台如何通过网络效应与规模效应提升旅游资源配置效率提供了重要分析工具。

2.2. 价值共创理论

价值共创理论强调价值并非由企业单向创造，而是在企业与消费者互动过程中共同形成[9]。在传统服务模式下，企业主导产品设计与服务供给，消费者处于被动接受地位。而在数字平台环境中，信息传播渠道更加开放，消费者通过评论、评分、分享与内容生产参与价值创造过程，形成互动式创新模式。在旅游产业中，游客体验具有高度主观性与情境依赖性。数字平台通过构建评价反馈体系，使游客能够实时表达满意度与改进建议。这些数据经过平台整合与分析后，反馈给服务供给主体，推动产品与服务持续优化，从而形成“数据采集 - 分析优化 - 服务升级”的闭环机制。同时，用户生成内容(UGC)成为旅游品牌传播的重要组成部分。游客通过社交媒体与平台分享旅行体验，不仅影响其他消费者决策，也间接推动企业改进产品质量。以美团为例，其评价体系在餐饮与酒店服务领域形成显著的质量约束效应。

2.3. 产业生态系统理论

产业生态系统理论强调不同主体之间通过协同合作形成共生网络，实现资源共享与创新扩散[6]。在旅游产业领域，随着智慧旅游和数字文旅的发展，数字平台对旅游产业的影响逐渐受到关注。程瑜和李玉婷认为数字技术能够提升旅游资源配置效率与服务质量[10]。韩莹和郑祥江则从旅游消费行为角度分析社交媒体与用户评价对旅游决策的影响，指出在线评价体系在提升服务透明度和游客信任方面发挥了

重要作用[11]。旅游产业涉及交通、住宿、餐饮、文化娱乐、支付结算等多个领域，天然具备跨行业融合属性。数字平台通过技术架构与规则设计，将分散主体整合为协同运行的生态体系。在这一体系中，平台企业通常处于核心节点地位，承担资源整合与规则制定功能；旅游企业提供具体产品与服务；技术服务商与支付机构提供支持；消费者则既是服务使用者，也是内容生产者与信息传播者。平台通过开放接口、流量分配与信用评价机制促进生态成员之间的互动合作，形成协同创新网络。这种开放式生态结构能够提高创新扩散效率，增强系统韧性与抗风险能力。

3. 数字平台赋能旅游产业高质量发展的机制分析

在数字平台环境下，旅游产业发展呈现出明显的动态演化特征。平台通过持续积累用户数据与交易信息，不断优化资源配置与服务模式，使产业发展形成循环反馈机制。基于此，本文在平台经济理论与产业生态系统理论基础之上，构建“要素重构-结构优化-生态重塑-价值跃迁-反馈循环”的动态循环机制框架。在该框架中，数字平台通过数据积累与用户反馈推动资源再配置和服务再优化，使旅游产业发展呈现出持续演化与循环升级的特征。

3.1. 要素重构机制

在数字经济背景下，数据逐渐成为与土地、资本、劳动并列的重要生产要素[12]。旅游产业传统上依赖自然资源与人力资源投入，但在数字平台环境中，数据要素成为推动效率提升的关键变量。数字平台通过对用户行为数据、交易数据、评价数据及位置信息的整合与分析，将原本分散、碎片化的旅游资源转化为可量化、可计算的数据资产，实现资源信息化与透明化。

平台通过算法推荐与需求预测模型提升供需匹配效率。基于用户画像分析，平台能够识别游客的偏好、消费能力与出行习惯，从而精准推送个性化旅游产品，降低信息搜索成本。同时，借助动态定价和实时库存管理系统，平台能够优化资源利用率，缓解景区客流波动带来的资源浪费问题。此外，数据分析还能辅助企业判断市场趋势、调整产品结构，提高经营决策的科学性和有效性。例如，携程通过大数据分析预测节假日客流量，实现酒店与机票的动态调价；Airbnb 利用数据模型优化房源匹配效率，提升入住率。这种以数据为核心的要素重构机制，有效提升了旅游产业运行效率，为高质量发展奠定基础。

在旅游产业中，游客体验数据具有明显的非结构化特征，例如游客评论、旅行照片、短视频内容以及社交媒体互动信息等。这些数据不仅反映游客的消费行为，还体现其情感体验和文化感知。数字平台通过自然语言处理和情感分析技术，可以对海量体验数据进行挖掘与分析，从而识别游客偏好与消费趋势。基于这些数据，平台能够为旅游企业提供精准市场信息，支持产品设计与服务优化，推动旅游资源由传统要素驱动向数据要素驱动转型。

3.2. 结构优化机制

传统旅游产业以“景区-旅行社-游客”为主线，呈现出层级分明的线性结构。该模式中信息传递环节较多，中间成本较高，导致供需匹配效率较低。数字平台通过网络化连接打破传统层级结构，推动旅游产业向扁平化与平台化方向转型。

数字平台能够缩短交易链条，使旅游企业直接面向消费者，减少中间代理环节，从而降低交易成本并提升价格透明度。同时，平台通过整合交通、住宿、餐饮与娱乐资源，构建“一站式”服务体系，实现跨领域协同。这种资源整合不仅优化了消费者体验，也提升了产业链整体运行效率。供应链数字化管理进一步支持结构优化，通过在线库存管理、电子支付与订单追踪系统，旅游企业能够实现流程再造与组织升级，提高响应速度与服务效率[13]。例如，美团通过本地生活服务整合模式，将餐饮与旅游场景深度

融合，推动产业边界延伸。整体来看，结构优化机制体现了产业组织方式由线性链条向网络协同结构的转变，是推动旅游产业高质量发展的重要路径。

3.3. 生态重塑机制

在数字平台驱动下，旅游产业由单一企业竞争转向生态系统竞争。平台通过开放 API 接口、技术赋能与流量支持，吸引中小企业、内容创作者与技术服务商加入生态体系，形成多主体共生网络。

在这一生态结构中，平台企业处于核心节点位置，承担资源整合与规则制定功能；旅游企业提供具体产品与服务；技术支持机构提供支付、数据分析与营销服务；消费者则参与评价与内容生产。各主体在互动过程中实现资源共享与创新协同。平台通过信用评价体系与标准化规则建设，降低市场交易风险，增强市场信任机制。同时，通过数据共享机制促进创新成果扩散，提高整体创新效率。这种生态重塑机制增强了产业韧性，使旅游产业在面对市场波动或外部冲击时具备更强适应能力。从高质量发展视角看，生态重塑不仅提高产业协同程度，还促进绿色发展与可持续经营模式的形成，推动旅游产业由分散竞争向协同共赢转型。

3.4. 价值跃迁机制

高质量发展的核心在于价值创造能力提升。数字平台通过技术赋能与体验创新，推动旅游服务从基本功能满足向情感价值与体验价值延伸。

数字平台通过智能客服、在线互动和虚拟现实展示等技术，提升游客体验感与参与度，增强沉浸式消费体验。同时，评价体系与信用机制对服务质量形成持续监督，推动企业优化服务流程，实现优胜劣汰。用户生成内容在平台环境下成为品牌传播的重要来源，提升企业品牌影响力和市场认知度^[14]。借助持续的数据反馈与产品迭代，旅游企业能够实现从“价格竞争”向“品质竞争”的转型，形成高附加值产品体系。在数字平台生态中，品牌重构不仅依赖企业自身努力，也依赖平台整体声誉与信任机制。价值跃迁机制作为要素重构、结构优化与生态重塑协同作用的结果，是数字平台赋能旅游产业高质量发展的最终体现。

与传统商品消费不同，旅游消费具有明显的情感属性和文化体验特征。数字平台通过虚拟展示、沉浸式内容传播和社交互动功能，使游客在出行前、中、后都能够持续参与旅游体验的建构过程。游客通过分享旅行故事、文化体验和情感感受，不仅强化了个人体验记忆，也促进了旅游目的地文化形象的传播与认同。数字平台因此不仅改变了旅游产品的交易方式，也重塑了游客的情感体验结构与文化认同机制，从而推动旅游产业由功能型消费向体验型与文化型消费转型。

3.5. 反馈循环机制

在数字平台驱动的产业生态中，价值跃迁并非机制演化的终点，而是新一轮产业升级的重要起点。随着游客评价信息、消费行为数据以及平台算法分析结果的不断积累，平台能够持续形成新的数据反馈。这些数据不仅反映游客需求变化和消费偏好，还能够为平台优化资源配置与产品设计提供重要依据。通过对海量数据的持续挖掘与分析，数字平台可以推动旅游企业不断进行产品创新和服务优化，从而提升整体服务质量与产业竞争力。

在这一过程中，平台通过数据反馈机制推动旅游产业形成“数据反馈-要素再配置-结构再优化”的循环发展模式。游客行为数据和评价信息被平台收集并进行算法分析后，会重新作用于资源配置、产品供给和服务流程，进而促进产业要素结构与组织结构的持续优化。因此，数字平台赋能旅游产业高质量发展的过程并非单向推进，而是一个通过数据反馈不断循环演化、持续升级的动态过程。这种动态循

环机制不仅增强了产业系统的适应能力，也为旅游产业长期高质量发展提供了持续动力。

4. 数字平台赋能旅游产业高质量发展的实现路径

4.1. 推动产业链数字协同，夯实数字基础设施

数字协同是实现资源优化配置与结构升级的重要前提。旅游产业链条较长、参与主体多元，只有实现数据互联互通与业务协同，才能充分释放平台的规模效应与网络效应。

围绕数据基础设施建设，应构建统一的数据平台，建设区域性旅游大数据中心，整合游客流量、住宿预订、交通运输与消费行为等多维数据，打破“数据孤岛”，提升跨部门与跨企业协同效率。依托云计算与物联网技术，可实现客流监测、票务管理与能耗控制的实时化与智能化，提高运营精细化水平。在此基础上，供应链管理的数字化转型成为提升资源配置效率的重要抓手。通过订单管理系统、库存管理系统与智能调度系统的应用，旅游企业能够实现内部流程再造与成本优化。数字化供应链不仅提升企业对市场变化的响应速度，还能够降低运营风险，增强产业整体韧性。同时，应加快智慧景区与智慧城市旅游系统建设。依托5G、人工智能与大数据技术，推动智慧导览、电子门票、智能客服与客流预测系统的应用，实现旅游服务由传统人工管理向智能化管理转型。智慧城市旅游体系的完善，有助于提升城市整体旅游服务质量与公共服务能力，为旅游产业高质量发展提供坚实基础。

4.2. 深化场景创新与产品创新，提升消费体验价值

高质量发展强调以创新驱动提升附加值。数字平台为旅游产品创新与消费场景重构提供技术支撑，应进一步发挥其数据整合与流量聚合优势。

首先，利用大数据挖掘消费偏好，开发定制化与差异化旅游产品。通过分析游客行为轨迹与消费记录，精准识别市场细分需求，推出主题旅游、研学旅游、康养旅游等特色产品，实现供给结构优化。其次，推动沉浸式体验与数字文旅融合发展。通过虚拟现实(VR)、增强现实(AR)与数字孪生技术，打造沉浸式文化体验场景，提高游客参与度与互动性。数字文旅融合不仅提升文化传播效果，也增强旅游产品的文化附加值。最后，拓展多元营销渠道。借助直播、短视频与社交平台，实现“内容+旅游”的营销模式创新。通过线上互动传播与达人推荐，提高品牌曝光度与市场转化率，推动旅游消费由线下体验向线上线下融合转型。

4.3. 完善平台治理体系，防范平台风险

数字平台在赋能产业发展的同时，也可能引发信息失真、数据滥用与市场垄断等风险^[15]。完善平台治理体系因此成为推动旅游产业高质量发展的关键环节。

信用评价机制的优化是提升市场规范性的基础，通过构建多维度信用评分体系与动态监管制度，可以提高市场透明度与信任水平，遏制虚假宣传与恶性竞争行为，形成优胜劣汰的市场环境。数据安全与隐私保护同样是平台治理的重要内容。应建立数据分级分类管理制度，完善信息安全技术保障体系，加强数据采集、存储与使用全过程监管，防范数据泄露与滥用风险，增强消费者信任基础。在此基础上，还需构建多方参与的协同治理机制，实现政府、平台企业与行业组织之间的有效分工与合作。政府侧重制度设计与法律保障，强化外部监管；平台企业承担自律管理与内部治理责任；行业协会发挥协调与监督功能，推动行业规范化发展。通过制度创新与技术监管手段相结合，可促进平台经济在规范有序的环境中持续健康发展。

4.4. 完善制度与政策支持体系，强化长效保障机制

制度保障是数字平台赋能旅游产业高质量发展的重要外部条件，应围绕政策引导、财政支持与人才

建设构建系统化支撑体系。

科学制定数字旅游发展专项规划，明确阶段性目标与重点任务，是推动产业转型升级的重要前提。通过财政补贴、税收优惠和产业基金等政策工具，可以激励旅游企业开展数字化改造与技术创新，降低转型成本，增强发展动力。技术创新与中小企业数字化转型同样需要制度层面的持续支持。通过建设创新孵化平台和公共技术服务平台，为中小企业提供技术培训、融资支持与数字解决方案，有助于缩小企业间的数字鸿沟，提升整体创新能力，促进产业结构优化升级。人才支撑是数字化转型的基础保障。应建立完善的人才培养与引进机制，加强数字技术与旅游管理复合型人才培养，推动高校与企业协同育人，促进理论与实践深度融合。通过职业教育和技能培训提升从业人员数字素养，为旅游产业持续升级提供稳定的人才保障和智力支持。

5. 结论与建议

5.1. 结论

数字平台已成为推动旅游产业高质量发展的核心动力，通过要素重构、结构优化、生态重塑与价值跃迁，实现资源配置效率提升、服务质量升级与产业结构优化，推动旅游产业由单纯追求规模增长向注重质量和价值提升转型。在数字平台赋能下，传统信息不对称、资源闲置与服务标准化不足等问题得到缓解，产业链协同能力和创新能力显著增强。同时，数字平台构建的开放生态体系和数据驱动的决策机制，使旅游企业能够更快速地响应市场变化，提升游客体验和满意度。未来，旅游产业竞争的核心将不再仅仅取决于自然资源或资本禀赋，而更多体现为数字技术能力、平台治理水平与产业生态协同能力。充分发挥数字平台的赋能作用，构建开放共享、协同创新、绿色可持续的产业生态，是推动旅游产业长期高质量发展的关键路径。

5.2. 建议

一是加快旅游数据要素市场化配置改革。数据是旅游产业高质量发展的关键生产要素，但当前存在分散、利用效率低、缺乏标准化等问题。政府应建立统一的数据标准与交易规则，推动景区、酒店、交通及相关企业的数据互联互通与共享，实现跨部门、跨企业的信息流通。应支持数据确权、数据交易平台建设和数据安全治理，保障企业合法使用数据。通过市场化配置，数据可用于游客行为分析、精准营销、客流预测和智能调度，从而提升资源配置效率、降低运营成本，并为创新产品和服务模式提供基础支撑，增强产业整体运行效率和竞争力。

二是支持平台企业开放技术能力，促进中小企业共享数字红利。数字平台掌握大数据分析、智能算法、支付及营销等核心技术，是产业数字化转型的关键节点。政策应鼓励平台企业开放部分技术能力，如 API 接口、数据分析服务和算法模型，使中小企业能够快速接入数字生态体系。通过资金补贴、技术培训、创新孵化和示范项目，降低中小企业数字化转型成本，促进产品创新和服务升级。同时，可推动平台与中小企业共建数据分析、运营管理和智慧营销工具，实现资源共享与协同创新，形成良性产业生态，提升整体竞争力和创新能力。

三是推动跨区域旅游数字协同发展。旅游产业具有高度的地域性和分散性，跨区域数字协同能够优化资源配置、提升服务效率和游客体验。政策应建设区域性旅游大数据中心与公共服务平台，实现景区、酒店、交通及营销资源共享和互认标准化服务。通过跨区域数据整合和信息流协同管理，提高游客跨区域体验一致性，优化客流调度和资源利用效率。同时，支持区域旅游联盟、公共信息服务平台和跨区域智慧旅游应用，促进旅游资源均衡开发和区域经济联动发展，提升整体产业协同效应。

四是加强平台反垄断监管，维护公平竞争环境。随着平台在旅游产业中的核心地位增强，潜在的市

场垄断、数据垄断和不正当竞争问题可能制约产业高质量发展。政府应建立科学的反垄断评估和监管机制，对平台市场支配行为进行动态监控，防止滥用市场地位。应加强数据安全和隐私保护，防止数据垄断与滥用，同时鼓励第三方监督机构和行业协会参与平台治理，实现政府监管、企业自律和社会监督的协同。通过完善市场规则与监管体系，保障中小企业发展机会，维护公平竞争环境，推动旅游产业可持续发展。

参考文献

- [1] 邓安萌, 邹建中. 平台经济发展对农村新型消费市场潜力释放的影响机制研究[J]. 商业经济研究, 2026(4): 112-115.
- [2] 张江驰, 谢朝武. 当享受遭遇恐惧: 自助出境旅游者风险决策的形成逻辑[J]. 旅游学刊, 2024, 39(8): 139-155.
- [3] 孙怡. 县域经济视角下旅游产业高质量发展路径研究[J]. 农业经济, 2023(7): 143-144.
- [4] 解蕾, 蒲丽斯. 数字经济对我国跨境电商贸易发展的影响机理——基于交易成本与生产效率视角[J]. 商业经济研究, 2025(15): 146-149.
- [5] Rochet, J. and Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1, 990-1029. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- [6] Adner, R. (2017) Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy. *Journal of Management*, 43, 39-58. <https://doi.org/10.1177/0149206316678451>
- [7] 孙树垒, 邢博, 朱忆. 平台经济对“专精特新”中小企业技术创新的影响研究——基于 ZINB 模型的实证检验[J]. 工业技术经济, 2026, 45(1): 23-32.
- [8] 赵峰, 赵芸源. 数字经济时代的资本集中: 一个政治经济学分析[J]. 马克思主义与现实, 2024(5): 111-117, 204.
- [9] Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2004) Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18, 5-14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- [10] 程瑜, 李玉婷. 数字经济时代政府间财力配置的趋势、困境与优化建议[J]. 经济纵横, 2026(2): 107-115.
- [11] 韩莹, 郑祥江. 不确定收益对顾客盲盒消费行为的影响——基于链式中介模型分析[J]. 商业经济研究, 2026(5): 80-83.
- [12] 逢锦聚, 柴瑞琨. 以推动高质量发展为主题加快发展动力转换[J]. 当代经济研究, 2026(2): 5-11.
- [13] 夏国恩, 陈润樑, 余增辉. 供应链数字化何以化解供应链中断风险——基于双重机器学习模型的因果推断[J]. 财会月刊, 2026, 47(4): 36-44.
- [14] 王宗水, 赵红, 刘霞. 社会化媒体环境下的品牌传播及品牌形象差异——基于华为与海尔的比较研究[J]. 中国管理科学, 2022, 30(6): 178-187.
- [15] 庄国波, 赵士雅. 数字技术与“五位一体”深度融合中的安全风险及化解[J]. 理论探讨, 2024(3): 46-54.