

基于利益相关者理论视角下南京智慧旅游发展的探析

王 潮¹, 李 琪¹, 韩瑞玲^{2*}

¹河北师范大学家政学院, 河北 石家庄

²河北师范大学地理科学学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2026年9月2日; 录用日期: 2026年10月3日; 发布日期: 2026年10月21日

摘 要

在数字经济与文旅产业深度融合时期, 智慧旅游成为城市提升文化软实力与旅游竞争力的关键抓手。作为国家首批智慧旅游试点城市, 南京的智慧旅游发展实践既为国内同类城市提供了可借鉴的示范样本, 也面临着转型深化阶段的独特挑战。本文以利益相关者理论为核心分析视角, 对南京智慧旅游的发展现状展开系统性研判。研究表明, 南京在智慧旅游基础设施建设、历史文化资源数字化转化及政策层面形成了显著竞争优势, 已构建起涵盖政府、多元企业主体, 含IT企业、旅游经营主体、互联网平台与游客等参与者的智慧旅游生态体系。但与此同时, 该生态体系内部仍存在突出问题: 技术应用与游客实际体验诉求存在偏差、线上线下服务协同机制不完善、多元主体间目标导向差异引发互动冲突, 这些因素共同制约了智慧旅游综合效能的充分释放。基于上述研究发现, 本文提出三大优化路径: 构建“政府引导 - 市场驱动 - 社会参与”的多元协同治理机制、以游客全旅程体验为核心优化技术应用逻辑、创新文旅深度融合的智慧产品体系, 以期推动南京智慧旅游实现从功能化建设向体验化深化、价值化共创的高质量转型, 为国内历史文化名城的智慧旅游发展提供理论参考与实践借鉴。

关键词

智慧旅游, 利益相关者理论, 南京

An Analysis of Smart Tourism Development in Nanjing from the Perspective of Stakeholder Theory

Chao Wang¹, Qi Li¹, Ruiling Han^{2*}

¹School of Home Economics, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

²School of Geographic Sciences, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: September 2, 2026; accepted: October 3, 2026; published: October 21, 2026

*通讯作者。

文章引用: 王潮, 李琪, 韩瑞玲. 基于利益相关者理论视角下南京智慧旅游发展的探析[J]. 可持续发展, 2026, 16(10): 90-98. DOI: 10.12677/sd.2026.1610338

Abstract

In an era characterized by the deep integration of the digital economy and the cultural tourism industry, smart tourism has become a key driver for cities to enhance their cultural soft power and tourism competitiveness. As one of the first pilot cities for smart tourism in China, Nanjing's development practices offer a valuable model for similar cities, yet the city also faces unique challenges as it enters a stage of deepening transformation. Adopting stakeholder theory as the core analytical framework, this paper systematically examines the current state of smart tourism development in Nanjing. The study reveals that Nanjing has established significant competitive advantages in smart tourism infrastructure, the digitization of historical and cultural resources, and policy support. It has built a smart tourism ecosystem involving the government and diverse corporate entities—including IT firms, tourism operators, and internet platforms—alongside tourists. However, prominent issues persist within this ecosystem: a misalignment between technological applications and tourists' actual experiential needs, imperfect coordination mechanisms between online and offline services, and interactive conflicts arising from divergent goals among stakeholders. These factors collectively constrain the full realization of smart tourism's comprehensive effectiveness. Based on these findings, the paper proposes three optimization pathways: establishing a multi-party collaborative governance mechanism characterized by "government guidance, market drive, and social participation"; optimizing the logic of technology application by centering on the tourist's end-to-end journey experience; and innovating a smart product system that deeply integrates culture and tourism. These measures aim to propel Nanjing's smart tourism toward a high-quality transformation—shifting from functional infrastructure development to an experience-oriented and value-co-creation model—thereby providing theoretical and practical insights for the development of smart tourism in other historic and cultural cities across China.

Keywords

Smart Tourism, Stakeholder Theory, Nanjing

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

随着以大数据、人工智能、5G、虚拟现实(VR/AR)为代表的新一代信息技术迅猛发展,全球旅游业正经历一场深刻的数字化转型。智慧旅游是信息技术与旅游产业深度融合催生的新型业态,其核心要义在于以数据要素为驱动、以智能响应为支撑,对旅游服务供给、行业管理模式、市场营销策略及游客体验流程进行全链条重构[1]。《“十四五”旅游业发展规划》¹《智慧旅游创新发展行动计划》²等政策文件的密集出台,表明了以科技赋能培育旅游新业态、新模式的发展方向,旨在精准对接人民群众日益增长的高品质、个性化旅游消费需求。

南京作为兼具“六朝古都”与“十朝都会”双重文化身份的历史名城,拥有底蕴深厚的历史文化积淀与丰富多元的旅游资源禀赋[2]。自2012年跻身国家智慧旅游试点城市行列以来,南京在智慧旅游领域开展了前瞻性、系统性探索,始终致力于推动历史文化资源与现代科技的创新融合,打造具有核心竞争

¹https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/ghjh/202201/t20220121_930613.html

²https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/zykf/202405/t20240513_952825.html

力的智慧旅游目的地。从“一机游”综合服务平台的搭建,到牛首山文化旅游区[3]、南京城墙[4][5]、智慧夫子庙[6]等标志性项目的智慧化改造实践,南京智慧旅游建设已完成从初期基础设施铺设到场景应用深化、从单一功能开发到生态体系构建的阶段性跨越。

但需明确的是,智慧旅游的健康可持续发展并非简单的技术叠加与功能堆砌,其本质是一个涉及多主体、多环节、多目标的复杂社会技术系统[7]。政府、旅游经营主体、科技企业、互联网平台、游客及社区居民等多元利益相关者共同构成了智慧旅游的生态网络,各主体的利益诉求、行为逻辑与互动关系直接决定了智慧旅游的建设成效与发展质量。当前,南京智慧旅游在取得阶段性成果的同时,也逐渐暴露出一系列深层次矛盾:技术应用与游客真实体验感知存在落差、不同智慧系统间的数据壁垒尚未破除、多元利益主体间的目标冲突缺乏有效协调机制等[8]。这些问题的根源,在于对不同利益相关者的角色定位、核心诉求与互动逻辑缺乏系统性认知,未能形成多方协同的发展格局。

基于此,本文突破传统单一技术视角或管理视角的研究局限,将利益相关者理论引入智慧旅游研究框架。该理论核心观点在于,组织的可持续发展依赖于对关键利益群体诉求的平衡协调,而非局限于单一主体的目标实现[9]。将其应用于南京智慧旅游研究,有助于系统解析各参与主体的互动逻辑、冲突根源及协同潜力。本文重点围绕三大核心问题展开探讨:南京智慧旅游发展的核心优势与基础条件;从利益相关者互动视角出发,南京智慧旅游发展面临的关键挑战与深层次矛盾;如何构建多方协同的治理机制与优化路径,推动南京智慧旅游实现高质量可持续发展。通过对上述问题的深入分析,本研究以期在南京乃至全国历史文化型城市的智慧旅游建设提供兼具理论价值与实践意义的参考。

2. 研究综述

2.1. 智慧旅游生态系统相关研究进展

智慧旅游生态系统借鉴生态系统隐喻,强调目的地内部多元主体、技术、数据、资源之间相互联结、价值流转的有机关系,是智慧旅游领域的重要研究方向[10]。国外研究较早关注技术、游客、企业之间的价值共创,Gretzel等提出智慧旅游是依托多元来源数据完成体验转化与价值生产的复杂系统,不应简单等同于技术工具的堆砌。国内研究多围绕生态系统构成要素、运行框架开展讨论,多数文献将政府、旅游企业、科技服务商、平台媒介、游客、社区居民划定为核心组成单元,探讨技术介入之后要素之间的信息流动与价值分配关系。现有成果已经识别数据孤岛、主体权责不清、价值分配失衡等普遍性现实困境,提出平台共建、数据互通等一般性改进思路[11]。但多数研究偏向通用性框架建构,针对历史文化名城场景,较少结合遗产保护约束,剖析生态系统内部数据流转、利益博弈的本土化特征,对古都类城市遗产数字化过程中多重主体诉求冲突的实证分析仍有待拓展[12]。

2.2. 利益相关者理论在智慧旅游领域的应用现状与局限

利益相关者理论主张发展决策需要兼顾不同群体诉求,已经被广泛引入景区、乡村旅游、文化遗产旅游研究之中[13]。在智慧旅游研究范畴,现有文献大多用于识别目的地的核心利益相关者,梳理不同群体的利益诉求,以此搭建智慧服务、智慧管理的框架模型[14]。部分实证研究进一步揭示,技术落地过程中政府、平台企业、景区之间存在目标分歧,商业逻辑与公共服务目标容易出现摩擦,数据权属、隐私保护会放大主体之间矛盾冲突[7]。

同时现有研究仍存在明显局限:第一,不少研究将利益相关者诉求做静态化处理,忽略数字化迭代过程中诉求会发生动态演变[15];第二,对策层面多偏向宏观呼吁协同,缺少结合具体案例对冲突生成机制的深度剖析,对历史文化类目的地,尚未充分讨论遗产保护约束下利益协调的特殊性[16];第三,部分研究将技术默认为正向解决工具,对技术带来数字鸿沟、利益分配偏移等潜在风险反思不足,未能充分

辨析技术背后的权力关系[15]。

2.3. 本研究的意义

综合现有文献,智慧旅游生态系统与利益相关者理论已经积累一定研究基础,但针对历史文化名城案例,较少专门探讨数据驱动背景下遗产型智慧旅游生态系统内部利益冲突的生成逻辑,以及适配地方现实的协同治理路径。因此本文选取南京作为案例,立足其丰富文化遗产资源与多年智慧旅游实践,剖析政府、景区、科技企业、互联网平台、游客等主体之间现实冲突的特殊性,揭示历史文化名城在数字化实践中区别于普通城市的矛盾来源。本文的贡献体现在两点:一是将利益相关者分析从静态的诉求罗列,推进到对冲突生成、互动博弈过程的案例解析;二是针对古都遗产保护约束,提出贴合南京本地场景的协同优化路径,补充国内历史文化名城智慧旅游治理的实证案例。

3. 多元驱动与坚实基础:南京智慧旅游发展的核心优势

南京智慧旅游的发展并非一蹴而就,其当前取得的成就建立在多重优势的坚实基础之上。从利益相关者视角审视,这些优势体现在基础设施建设、核心资源赋权以及顶层政策设计等多个层面,构成了政府、市场与资源三方合力驱动的良好开局。

3.1. 政府主导下的基础设施与平台框架优势

在南京智慧旅游的发展进程中,各级政府扮演着核心推动者与规则制定者的双重角色,发挥了不可替代的主导作用与奠基功能。自智慧旅游试点工作启动之初,南京便积极借鉴智慧城市建设的先进理念,开展主管部门发展规划与制度安排,确立了以智能服务优化与智能管理升级为双核心的发展框架[17]。

经过长期持续的资源投入与建设实践,南京已构建起较为完备的智慧旅游新型基础设施体系。在网络支撑层面,全市主要4A、5A级景区及重点文化场馆均已实现5G网络与高速Wi-Fi的全面覆盖,为旅游数据的高速传输、实时交互提供了坚实的技术运行条件;在数据赋能层面,市级旅游大数据中心已初步建成,通过整合交通、公安、气象等跨部门数据资源,为旅游行业宏观决策制定、客流动态监测与应急预警提供了有力的数据支撑[7]。例如,南京“城市大脑”系统已接入重点景区(含西湖景区等区域)的人流监测数据,实现了旅游高峰期的智能化调度与精细化管理。

此外,政府通过主导建设或政策支持等方式,打造了“南京文旅”官方网站、移动应用程序(APP)及“美丽牛首”等景区专属智慧服务平台[8],致力于构建权威、统一的官方信息服务入口,为游客提供标准化、一站式的信息查询与服务预订渠道。政府主导的基础设施硬件投入与公共服务平台搭建,为南京智慧旅游生态体系的构建奠定了核心骨架,营造了良好的发展基础环境。

3.2. 独特历史文化资源的数字化赋能潜力

南京旅游产业的核心竞争力源于其积淀深厚的历史文化资源,南京城墙、夫子庙、牛首山、中山陵等标志性文化景观构成了旅游吸引物的核心载体。这类优质文化资源不仅是旅游活动开展的核心客体,更成为智慧旅游内容创新与体验升级的核心源泉。在“以文塑旅、以旅彰文”的文旅深度融合发展方针指引下[6],南京正积极探索文化遗产数字化活化的多元路径,推动传统文化资源与现代科技的创新性融合。

具体来看,南京城墙借助北斗卫星定位技术与微信小程序载体,开发了集手绘电子地图、智能语音讲解、个性化线路推荐等功能于一体的数字化导览系统,既有效破解了城墙游览线路绵长、实体标识更新维护难度大等现实难题,又进一步丰富了文化遗产的展示传播形式[4];牛首山文化旅游区引入VR/AR沉浸式技术,对佛顶宫等核心景点进行体验场景重构,凭借其系统化、高品质的智慧旅游建设成果,成

功入选国家智慧旅游典型示范案例[3]；夫子庙景区则聚焦线上线下(OAO)融合发展模式，通过“一张网络、一个平台、一个数据中心”的架构设计，推动区域内老字号品牌与新技术应用深度结合，实现传统文化资源的现代表达与创新传播[6]。上述实践充分印证，南京丰富且独特的文化 IP 资源，为智慧旅游提供了兼具差异化与辨识度的内容内核，更为旅游体验创新拓展了广阔的实践空间。

3.3. 政策环境的持续支持与市场生态的初步形成

宏观政策体系为南京智慧旅游的规范化发展提供了明确的导向指引与强劲的发展动能。从国家战略部署到地方实践规划，“十四五”时期系列政策文件均将智慧旅游列为文旅产业重点发展领域，并配套出台专项资金扶持、试点项目培育等保障性举措[11][12]，为景区智慧化改造、相关企业技术创新提供了坚实的政策支撑与多元的资金渠道，有效降低了市场主体的参与门槛与创新风险。

在市场层面，南京智慧旅游已初步形成多元主体协同参与的产业生态格局。以中国电信、华为等为代表的通信与 IT 龙头企业，以技术解决方案提供商的身份深度介入智慧旅游基础设施建设，为产业发展筑牢技术运行条件[7]；携程、美团等在线旅游平台(OTA)及抖音、小红书等内容社交平台，凭借其庞大的用户流量池与成熟的运营服务体系，成为游客旅游信息获取、产品预订交易、体验分享传播的核心渠道，显著提升了旅游市场的活跃度与资源配置效率；与此同时，一批聚焦 VR/AR 沉浸式体验、数字光影秀、文创 IP 数字化开发等细分领域的中小科技文化企业加速崛起，为景区提供了多样化、定制化的智慧体验产品供给[7]。目前，政府引导、国企参与、民营科技企业创新、互联网平台赋能的市场化协作网络正在逐步成型，为南京智慧旅游的持续发展注入了多元活力。

4. 互动失衡与深层矛盾：利益相关者视角下的主要问题

尽管南京智慧旅游已具备扎实的发展基础，但在推进从系统建成向高效应用、从功能具备向体验优化的深度转型过程中，仍面临诸多现实挑战。此类问题具有显著的复杂性与综合性，若仅从单一技术维度或传统管理视角进行分析，难以触及问题本质与深层成因；而将其置于利益相关者互动关系的分析框架下进行审视，则能清晰揭示其背后潜藏的结构性矛盾与协同失衡问题。

4.1. 技术应用与游客体验感知的脱节：供给与需求错位

游客是智慧旅游服务的最终体验者和评价者，其满意度是衡量发展成效的终极标尺[3]。然而当前部分智慧旅游项目出现了技术炫技倾向，与游客的真实、细腻体验需求产生脱节。一方面，技术应用深度不足，体验浅层化。例如：牛首山景区虽引入了 VR 体验，但多限于固定点位全景展示，缺乏叙事性和交互性，导致游客停留时间短，二次消费转化率低[3]。另一方面，基础服务的智慧化未能有效解决游客痛点。研究显示，智能停车场引导不准、景区内实时信息，如：排队时间、活动变更更新滞后、个性化推荐算法不精准等问题，直接影响了游客的便利性和满意度[3]。这反映出，技术供给方(IT 企业、景区技术部门)有时更关注技术本身的先进性和可行性，而忽视了从游客旅程(行前、行中、行后)的完整触点出发进行人性化、场景化的设计，导致智慧未能真正服务于体验。

4.2. 线上线下服务协同不足：系统与数据孤岛

智慧旅游的理想状态是实现线上线下一体化、全流程无缝衔接的服务。但现实中，不同主体建设的系统之间、以及同一主体内不同功能模块之间，常存在数据孤岛和服务断点。例如，牛首山的智慧停车系统数据未能实时同步至移动导航 APP，导致高峰期游客寻位耗时增加；其 AR 导览内容与实体标识信息存在不一致[3]。南京城墙的智慧导览小程序功能相对独立，与票务预约、文创电商、客流预警等其他系统的后台数据尚未完全打通，未能形成服务闭环[4]。这背后的利益相关者矛盾在于：不同建设主体，

如：不同的 IT 供应商、景区不同业务部门出于自身利益，如：项目独立性、数据控制权、技术标准差异或能力限制，缺乏开放共享的意愿与机制。政府主导的公共数据平台与市场化平台，如 OTA、地图 APP 之间，也因数据权属、商业竞争和安全顾虑，存在数据交换壁垒，使得政府难以整合全盘数据实现精准管理，游客也无法享受跨平台的一站式服务。

4.3. 多元主体间的目标博弈与互动矛盾

智慧旅游生态中，政府、景区(旅游企业)、互联网平台、技术公司等核心主体，各有其核心诉求，这些诉求并非总是一致，甚至存在直接竞争。政府公共服务与市场平台服务的竞争与互补。政府建设官方平台，如：文旅官网、APP 旨在提供权威、公益、全面的公共服务，并掌握目的地管理主导权。而以携程、抖音为代表的商业化平台，则以盈利和流量为核心，通过强大的运营能力和用户粘性，事实上掌握了巨大的客源分发和体验定义权[7]。在功能供给层面，政府主导的公共服务平台与市场化平台在信息发布、门票预订等核心服务领域存在功能同质化竞争现象。从实践表现来看，政府平台虽具备权威性优势，但在运营灵活性与用户体验优化方面往往不及市场化平台；而市场化平台受商业逻辑主导，其内容供给可能存在权威性不足、地方文化内涵挖掘深度不够等问题。因此，如何科学界定两类平台的功能边界，推动二者实现优势互补、避免资源浪费与重复建设，成为当前南京智慧旅游发展面临的重要课题。

景区运营过程中，自主发展与平台流量依赖之间的张力愈发凸显。一方面，景区为扩大营销覆盖面、提升产品销量，亟需借助美团、抖音等平台的庞大流量优势；另一方面，又担忧过度依赖第三方平台会引发渠道佣金过高、核心数据资产流失、自有品牌影响力弱化等风险。同时，平台用户评价体系的即时性与传播力，对景区声誉形成直接且显著的影响，使景区管理面临更为复杂的舆论环境与运营压力。部分景区为掌握发展主动权，尝试搭建自主会员体系与直销渠道，但往往面临前期投入大、运营成本高、市场效果不及预期等现实困境。

此外，技术应用深化过程中衍生的伦理争议与数据安全风险日益突出。随着智慧旅游数据采集的范围持续扩大、深度不断加深，游客个人隐私保护、数据安全保障等伦理问题愈发受到社会关注[7]。在这一语境下，政府作为监管主体，需依据法律法规明确监管红线，强化执法监督力度；企业(尤其是平台型企业与科技公司)需在商业创新与合规经营之间寻求动态平衡，履行数据安全保护主体责任；而游客对个人信息使用的敏感度持续提升，对数据安全的诉求日益强烈。若政府、企业与游客三者之间的信任关系未能有效构建，将严重制约数据要素的价值转化，阻碍智慧旅游服务的深化升级。

5. 协同共治与体验优化：南京智慧旅游的发展对策

为解决上述问题，推动南京智慧旅游迈向高质量发展，必须构建一个能够有效协调各方利益、激发协同创新的治理与发展模式。对策应围绕协同治理、体验中心和产品创新三个核心展开。立足南京城墙、夫子庙、牛首山等本地遗产景区的现实条件，提出可落地的差异化举措。

5.1. 构建政府引导 - 市场驱动 - 社会参与的协同治理机制

强化政府顶层设计与规则制定者角色。政府应从具体的系统建设运营中适度抽身，转向强化战略规划、标准制定、数据监管和公平环境营造。一是针对南京文博遗产景区的现实情况，出台地方性旅游数据交互指引，区分城墙、夫子庙公共文旅数据与企业商业数据，明确遗产类景区数据开放的范围、脱敏规则，优先推动牛首山、南京城墙等财政资金建设项目完成基础数据接口标准化改造，在合规前提下破除局部数据孤岛。二是建立智慧旅游项目(特别是使用财政资金的项目)的效益评估体系，不仅评估技术指标，更要将游客满意度、文化传播效果、产业带动能力等纳入核心考核[3]，对城墙、夫子庙等遗产类景区增设“遗产真实性保护”评估维度，引导建设方向从重硬件转向重实效。三是加强对平台企业合规经

营,如:定价、数据使用、内容审核的监管,保护消费者权益,维护市场公平。

推动建立多方参与的产业联盟或协同平台。倡议由文旅部门牵头,联合头部景区、代表性 OTA 平台,如:携程、美团、本地科技企业、高等院校及研究机构,成立南京智慧旅游创新发展联盟。联盟设置遗产数字化专项工作组,重点对接城墙、明故宫、夫子庙项目,协调解决遗产场景下数据共享、导览内容审核、联合营销的现实难题。该联盟可作为常设性的对话、协商与合作平台,共同探讨技术标准互认、数据资源共享模式、联合营销活动、人才培养等议题。通过定期举办沙龙、发布联合报告、组织试点项目等方式,增进理解,化解矛盾,寻找共赢点。

畅通游客与社区居民的反馈与参与渠道。将游客和本地居民视为重要的“参与性”利益相关者。除了通过问卷、在线评价收集反馈外,可借鉴智慧夫子庙征集创意设计、老照片等做法[6],依托“乐游南京”入口开设南京古城智慧文旅“金点子”线上征集板块,面向市民游客征集城墙、秦淮片区的智慧服务改进建议,让用户参与服务优化和内容生产。对于涉及社区利益的智慧旅游项目,如:古城区的智慧交通改造,应建立社区协商机制,保障居民的知情权和参与权。

5.2. 以游客体验为核心,优化技术应用与服务流程

实施旅程导向的智慧化改造。摒弃以单一技术或景点为单位的碎片化建设思维,运用服务设计方法,全面梳理游客从产生意向、计划行程、前往目的地、在景区游览、消费、离开到分享回忆的全旅程触点。针对每个触点的痛点,如:行前信息杂乱、行中导航不便、排队时间长、文化理解困难、行后分享动力不足,整合运用合适的技术(不一定是最高端的)提供解决方案。例如:优先推进南京城墙、牛首山停车余位、客流状态数据向主流导航平台开放同步,解决自驾游客找车位的高频痛点;将实时客流、车位、等待时间、AR 深度讲解、个性化路线推荐、无障碍服务信息、一键求助、文创商品 AR 预览、游玩轨迹生成与分享等功能,无缝集成到官方或深度合作的第三方平台中。

深化文化资源的沉浸式与交互式数字化解读。避免对 VR/AR 等技术的形式化应用,着力于用技术讲好南京故事。对于南京城墙可在智慧导览小程序中,基于北斗位置触发更丰富的多媒体内容,如:历史事件情景动画、古代防御工事原理互动演示,并开发融合实景的 AR 寻宝、剧情探索游戏[4]。对于夫子庙、博物院等,可开发高质量的线上数字展厅、虚拟研学课程,并与线下参观形成联动。鼓励科技公司与文化学者、非遗传承人深度合作,确保数字内容的准确性与感染力。

保障基础服务的稳定性与普惠性。将提升无线网络覆盖质量与稳定性、优化电子票务与支付流程的流畅度、完善智能停车与交通接驳指引、确保多语种和无障碍服务等,作为智慧旅游不可动摇的“基本功”持续投入资源[3]。特别要关注老年人等数字弱势群体的需求,保留并优化传统服务通道,推行“适老化”改造。针对南京文博景区老年访客占比偏高的特征,在城墙、中山陵、夫子庙保留人工导览、纸质导览图的常态化供给,不简单以数字化服务完全替代传统服务。

5.3. 创新文旅融合的智慧产品与产业生态

打造“智慧+”文化主题 IP 与产品线。基于南京的历史文化片段,如:六朝风华、明代城墙、秦淮灯影,系统性地策划和开发系列智慧旅游产品。这不仅是单个景点的 VR 项目,而是可以包括:基于 LBS 的 Citywalk 或骑行数字导览路线包,如:寻找文学中的南京;结合夜间灯光秀、实景演艺、街区互动的沉浸式夜游产品;线上线下联动的数字文创发行与体验,如:数字藏品、AR 明信片;以历史文化为背景的轻量级手机解谜游戏等。重点开发串联明城墙、老城南、钟山片区的跨景区数字游览路线,打破各景区智慧产品相互割裂的现状,形成具有南京辨识度的智慧文旅产品矩阵。

推动“旅游+”产业融合与智慧化升级:智慧旅游应成为串联相关产业的纽带。推动智慧旅游系统与

交通、商业、餐饮、住宿、农业(乡村游)等数据进行有条件对接。例如,游客在规划城墙游览时,系统可智能推荐附近的特色非遗体验工坊、口碑美食店,并提供优惠联票或交通接驳方案。鼓励酒店、餐厅、旅行社等利用智慧旅游平台的数据和分析能力,进行产品创新和服务提升。

培育本土智慧旅游科技与运营人才。智慧旅游的持续创新离不开人才支撑。支持在宁高校开设文旅与科技交叉学科,与龙头企业共建实训基地。鼓励景区和文旅企业设立数字化部门或岗位,引进和培养既懂技术又懂文化、还懂运营的复合型人才。面向南京城墙、夫子庙等遗产景区定向开展文博数字化运营岗位实训,兼顾数字技术能力与文物遗产素养。举办智慧旅游创新大赛,激发社会尤其是青年群体的创意。

6. 结论

南京智慧旅游的发展进程,是数字经济浪潮与文旅融合双重赋能下的必然选择,目前已达成阶段性发展成效。智慧旅游基础设施框架初步成形,历史文化资源数字化转化实践持续推进,多元主体参与的市场生态格局逐步构建。然而,基于利益相关者理论的系统性分析显示,南京智慧旅游正步入从建设落地向运营提质、从功能具备向效能释放转型的深水区,面临诸多结构性挑战。其中,技术应用与游客真实体验诉求的错位鸿沟、不同智慧系统及参与主体间的数据壁垒与服务割裂现象,以及政府、市场主体、企业等核心利益相关者之间复杂的目标博弈与互动冲突,共同构成了制约其高质量发展的主要瓶颈。

破解上述发展难题,核心在于实现三大发展逻辑的根本性转变:其一,治理逻辑从政府单一主导或技术单向驱动,转向多方协同共治的多元治理模式;其二,建设逻辑从注重功能堆砌的粗放式发展,转向以游客全流程体验为核心的精细化建设;其三,发展逻辑从景点孤立式智慧化改造,转向文旅深度融合的产业生态协同创新。具体而言,南京需重点推进三方面工作:一是构建高效协同的治理机制,明确各利益相关者的权责利边界,建立数据安全有序共享的长效机制;二是运用服务设计理念,聚焦游客旅行全流程的核心痛点,开展一体化、人性化的智慧服务流程重构;三是深度挖掘历史文化资源内涵,借助现代科技手段创新文化表达形式,打造兼具深度体验感与参与性的智慧文旅产品体系。

展望未来,南京智慧旅游的发展成效,不应仅以5G网络覆盖景区数量、智慧APP上线规模等硬性指标为衡量标准,更应体现在能否为每一位游客提供便捷高效、舒适愉悦,且富有文化获得感与情感共鸣的旅行体验。是否能为各类旅游企业降本增效、创新商业模式提供赋能;是否能成为传承城市文脉、提升城市文化软实力的有效途径。这是一个需要长期迭代、持续优化的系统工程。坚持以人为本、协同创新、文化为魂的原则,有助于南京在智慧旅游探索中,走出一条具有中国特色、江南韵味、古都风范的高质量发展之路。

参考文献

- [1] Gretzel, U., Zhong, L.N. and Koo, C. (2016) Application of Smart Tourism to Cities. *International Journal of Tourism Cities*, 2. <https://doi.org/10.1108/ijtc-04-2016-0007>
- [2] 裘水清, 吕津. 南京市智慧旅游现状及对策研究[J]. 旅游与摄影, 2021(15): 42-43.
- [3] 韩松楠. 基于游客满意度的南京牛首山文化旅游区智慧旅游发展研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西民族大学, 2025.
- [4] 严玥. 南京城墙景区网络关注度特征及智慧旅游推广策略[J]. 当代旅游, 2021, 19(21): 33-35+97.
- [5] 褚珂. 南京城墙智慧旅游发展现状分析及对策研究[J]. 当代旅游, 2019(11): 2.
- [6] 曹蔚. 智慧旅游的“南京探索”——以“智慧夫子庙”文化创意产业为例[J]. 现代城市研究, 2023(8): 128-132.
- [7] 邓宁, 张玉洁. 智慧旅游: 利益相关者视角下的思辨[J]. 旅游学刊, 2023, 38(10): 3-5.
- [8] 任静. 南京智慧景区的发展——以牛首山文化旅游区为例[J]. 现代经济信息, 2019(1): 492.

-
- [9] Shireesh, N.A. and Kumar, S. (2018) Evolution of Stakeholder Management Approach in Business: A Literature Review. *International Journal of Business and Emerging Markets*, **10**, 160-176. <https://doi.org/10.1504/ijbem.2018.091264>
- [10] 符琳蓉, 汪明峰. 智慧旅游价值共创研究进展: 基于服务生态系统视角[J]. 福建师范大学学报(自然科学版), 2025, 41(5): 31-38.
- [11] 邓宁, 韩杨, 车琳琳. 基于信息生态系统的智慧旅游公共服务平台可持续运营模式研究[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2025, 59(3): 447-461.
- [12] 张春草, 陈楠. 历史文化名城开封“智慧旅游”发展策略——基于旅游从业者感知角度[J]. 保定学院学报, 2016, 29(4): 34-40.
- [13] Sheehan, L.R. and Ritchie, J.R.B. (2005) Destination Stakeholders Exploring Identity and Salience. *Annals of Tourism Research*, **32**, 711-734. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.013>
- [14] 阮立新. 基于利益相关者诉求的景区智慧旅游框架体系构建[J]. 南京师大学报(自然科学版), 2017, 40(3): 159-165.
- [15] Pedrosa Ortega, C., Hernández-Ortiz, M.J., García Martí, E. and Vallejo Martos, M.C. (2019) The Stakeholder Salience Model Revisited: Evidence from Agri-Food Cooperatives in Spain. *Sustainability*, **11**, Article 574. <https://doi.org/10.3390/su11030574>
- [16] 陈想, 张华. 文化资源综合质量与旅游开发潜力双向测度及协同治理路径研究——以阆中古城为例[J]. 西部经济管理论坛, 2026, 37(1): 85-96.
- [17] 邓贤峰, 张晓海. 南京市“智慧旅游”总体架构研究[J]. 旅游论坛, 2012, 5(5): 72-76.