

数字时代文旅产业高质量发展： 新质生产力与新型生产关系的双向度变革

宋 瑞¹, 刘倩倩²

- (1. 中国社会科学院大学商学院, 中国社会科学院财经战略研究院,
中国社会科学院旅游研究中心, 北京 100006;
2. 山东师范大学商学院, 山东 济南 250358)

摘 要: 本文以数字时代文旅产业为例, 分析新质生产力与新型生产关系的互动关系。在文旅产业, 新质生产力体现为要素形态的“新质化”转变, 即劳动者向数智协同者转变、劳动资料向数智工具升级、劳动对象向数据资产演进, 并通过重塑生产要素、重构生产过程、重建价值创造源泉等方式挑战传统生产关系; 新型生产关系则呈现“新型化”特征, 即生产资料所有制混合共享、生产主体关系平台化协同、分配关系多要素共创共享, 并从要素激活、过程优化、动力源泉等方面反作用于新质生产力。未来应从人力资本、劳动资料、劳动对象、所有制结构、生产主体关系及价值分配等方面着力推进文旅产业高质量发展。

关键词: 文旅产业; 高质量发展; 新质生产力; 新型生产关系

中图分类号: F592.0 **文献标识码:** A **文章编号:** 1005-0566(2026)03-0043-13

High-quality development of the culture and tourism industry in the digital era: A dual-dimensional transformation of new quality productive forces and new relations of production

SONG Rui¹, LIU Qianqian²

- (1. *National Academy of Economic Strategy, CASS, Beijing 100006, China;*
2. *Business School, SDNU, Jinan 250358, China*)

Abstract: Taking the cultural and tourism industry in the digital era as an example, this paper examines the interactive relationship between new quality productive forces and new types of production relations. New quality productive forces in the cultural and tourism sector are manifested in the “qualitative renewal” of production factors: laborers are transforming into digitally and intelligently collaborative actors, means of labor are being upgraded into digital-intelligent tools, and objects of labor are evolving into data assets. These changes challenge traditional production relations by reshaping production factors, reconstructing production processes, and rebuilding the sources of value creation. Meanwhile, new types of production relations in the cultural and tourism industry exhibit “new-type” characteristics, including mixed and shared ownership of the means of production, platform-based collaboration among production actors, and multi-factor co-creation and sharing in distribution relations. These transformations, in turn, promote the

基金项目: 研究和阐释党的二十大精神国家社科基金重大项目“中国式现代化进程中的文化和旅游深度融合发展研究”(23ZDA092)。

作者简介: 宋瑞(1972—), 女, 陕西西安人, 中国社会科学院财经战略研究院研究员, 中国社会科学院大学商学院教授, 中国社会科学院旅游研究中心主任, 博士, 研究方向为旅游产业与休闲经济、旅游政策。通信作者: 刘倩倩。

development of new quality productive forces through factor activation, process optimization, and the enhancement of driving forces. Looking ahead, the high-quality development of the cultural and tourism industry should focus on human capital, means of labor, objects of labor, ownership structure, relations among production actors, and value distribution.

Key words: culture and tourism industry; high-quality development; new quality productive forces; new type production relations

2023 年 9 月,习近平总书记黑龙江考察调研时首次提出“新质生产力”的概念,随后在中央政治局第十一次集体学习时对此做出系统阐释,明确发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。习近平总书记关于新质生产力的系列重要论述,是对马克思主义生产力理论的重大创新与发展^[1],深刻揭示了新时代我国经济高质量发展的核心驱动力。根据马克思关于生产力与生产关系的辩证思想,生产力的跃迁必然要求生产关系的变革。为此,党的二十届三中全会聚焦于全面深化改革,明确提出要“建立健全与新质生产力相适应的新型生产关系”,并将“因地制宜发展新质生产力”作为“十五五”时期的重要任务。从生产力与生产关系辩证统一的视角出发,统筹推进二者协同变革,对于实现中国式现代化具有重要意义。

推动文旅产业高质量发展,是以习近平同志为核心的党中央立足新时代全局作出的重大决策。党的十九大以来,习近平总书记多次对推动文旅产业高质量发展作出重要指示。党的十九届三中全会部署组建文化和旅游部,统筹规划文化事业、文化产业、旅游业发展;党的二十大擘画了推进文化和旅游深度融合的宏观路径;党的二十届三中全会进一步提出健全文化和旅游融合发展体制机制,旨在破除深层障碍;《“十五五”规划建议》进一步明确要求“大力发展文化旅游业,以文化赋能经济社会发展”。一系列统筹布局,为满足人民美好生活需要、以文化赋能经济社会发展、建设文化强国和旅游强国提供了根本遵循。

当前,以人工智能、大数据为代表的数字技术浪潮正深刻重塑全球经济结构与竞争格局。在我国数字基础设施日臻完善的背景下,数字技术已

经成为驱动文旅产业实现产品服务创新、产业结构优化的核心引擎^[2]。以数字技术为核心的新质生产力,不仅催生出智慧景区、数字博物馆、沉浸式演艺等新业态,更引发关于数据资产确权、文化 IP 价值分配及平台治理模式等新型生产关系的实践探索。显然,数字时代的文旅产业,为观察新质生产力与新型生产关系的辩证互动、协同演进,提供了一个极具价值的典型场域。

近年来,不少学者围绕相关议题提出了颇具启发性的观点,但就新质生产力与新型生产关系互动视角的系统分析而言,现有研究尚显不足。其局限性主要体现在以下 3 个方面:一是研究视角普遍存在技术决定论倾向。既有文献大多关注数字技术对文旅产业的赋能机制与具体路径^[3],较少深入探讨技术跃迁所引发的深层生产关系变革。二是生产关系研究浅表化和碎片化。即使部分研究触及到平台治理、从业者权益、数据产权等议题^[2],也多将其视为孤立的社会或管理问题,尚未从新型生产关系视角切入,更未能揭示生产力与生产关系的互动关系。三是互动机制研究缺失。部分研究尝试将新质生产力概念引入文旅产业^[4],但主要侧重于宏观阐释或指标测度,缺乏生产关系视角的有效互补,无法全面揭示文旅产业的发展全貌,也无法提供系统的解决方案。

有鉴于此,本文基于马克思主义政治经济学基本原理,构建一个新质生产力与新型生产关系双向互动的分析框架,并通过对数字时代文旅产业发展的深度剖析,尝试回答以下 3 个问题:第一,数字时代的文旅产业发展实践中,生产力的核心要素发生了哪些变化?对生产关系的影响如何?第二,文旅产业中的生产关系及其构成发生了哪些变化?如何反作用于生产力?第三,数字时代,

为推动文旅产业高质量发展,从新质生产力与新型生产关系的角度看,当前和未来一段时期内需要关注哪些重要议题?据此,本文可能的边际贡献有三:一是通过对数字时代文旅产业的深入剖析,深化对新质生产力与新型生产关系辩证互动的理论阐释;二是通过对新质生产力与新型生产关系的双向分析,为系统研判数字时代文旅产业的发展逻辑提供新视角;三是指出实现文旅产业高质量发展亟需进一步研究的重要议题。

一、文献综述

(一)新质生产力与新型生产关系

2023年至今,学界重点围绕新质生产力的理论内涵、经济效应及其形成逻辑展开研究。就其理论内涵而言:多数研究认为新质生产力是以科技创新为主导,通过关键和颠覆性技术突破实现全要素生产率提升的先进生产力形态,该概念体现了马克思主义生产力理论的当代发展^[5];也有研究结合新技术、新产业与高质量发展目标进行阐释^[6];另有研究强调劳动者、劳动资料及劳动对象等基本要素的优化与高技能人才、数据、算力等新要素的发展是新质生产力的重要体现^[7]。就其经济效应而言:在宏观层面,新质生产力推动新动能形成与经济结构优化,缩小城乡差距以实现共同富裕^[8],助推中国式现代化进程^[9];在中观层面,新质生产力的作用体现为现代产业体系建设^[10]、区域生产力布局优化^[11]、数实深度融合发展^[12]、高质量充分就业^[13]等方面,而在产业领域,研究者关注了新质生产力对农业^[14]、工业^[15]、文旅产业^[16]等的促进作用。就形成逻辑而言,学界认为数智技术创新与应用是基础^[17-18],而适配的制度环境、创新人才集聚和市场机制完善,则是新质生产力持续发展的关键保障^[19]。

伴随新质生产力的加速形成,构建与之相适应的新型生产关系逐渐成为重要议题,学者们对新型生产关系的内涵及路径展开探讨。其核心内涵体现在3个方面:一是生产要素关系的重构,即由传统“人与人”协同转向“人一机一物”智能协同,数据成为关键生产要素,劳动者的技术依赖性

和技能复合性要求提升^[20];二是组织与市场形态的演进,即企业组织突破传统边界,平台经济与创新联合体等生态化发展,市场交易数字化、网络化、智能化,推动全国统一大市场形成和资源配置效率提升^[21];三是所有权与分配机制创新,即所有权内涵从物质资料扩展到数据产权等无形资产,分配机制结合按劳分配与按生产要素贡献分配^[22]。就构建路径而言,塑造新型生产关系是以全面深化改革为核心的系统工程,需以耐心资本为主导^[23],并完善高水平市场经济体制,探索数据等新型要素流通规则^[24]。

(二)数字时代的文旅产业高质量发展

高质量发展意味着动力变革、效率变革和质量变革。就文旅产业高质量发展而言,相关研究经历了从具体特征到宏观战略的转变。早期研究侧重于其与传统增长模式的区别,如强调文旅产业高质量发展的核心在于供给侧结构性改革与创新驱动^[25]。而后,研究视角更加综合,如从产业效率、综合效益、区域平衡和游客满意等角度阐释文旅产业的高质量发展^[26],也有学者强调要区分聚焦产业内部升级的狭义视角与着眼于发挥正向外部效应的广义视角^[27]。近期研究更侧重于从国家战略高度加以探讨,如围绕中国式现代化,将文旅产业高质量发展与满足人民需求、促进共同富裕、推进文旅融合紧密关联^[28]。

随着数字技术的广泛应用,研究者们普遍认同数字技术可赋能文旅产业高质量发展。研究证实:数字技术通过提高知识产权保护力度、促进创新要素流动和降低交易成本^[29]、产业融合发展^[30]、产业结构升级^[31]促进文化产业高质量发展;通过提升产业效率、促进产业结构升级、推动商业模式创新等路径驱动旅游业高质量发展^[3]。学界普遍认为,数字技术是实现文旅融合的关键工具,其影响贯穿供需两端^[32],需求侧主要体现在人们对文旅融合产品与服务供给的多样化需求,以及对更高品质产品和服务的追求^[33]。这些研究及时关注了数字技术作为外生变量对文旅产业发展的推动作用,但其分析多停留于技术—产业二

元视角,甚至仅关注技术对产业的单向作用。

近年来,随着新质生产力概念的提出,相关研究开始从单向的技术赋能视角转向系统的生产力分析。尽管新质生产力赋能文旅产业发展的研究才刚起步,不过研究者已形成基本共识,即新质生产力是推动文旅产业实现质的跃迁的核心动力^[34],其本质是以科技创新为主导,通过数据、算法等新型生产要素对传统的劳动者、劳动资料与劳动对象进行系统重组,从而大幅提升文旅产业全要素生产率^[35-36]。在作用机制上,既有研究主要归结为技术创新、产业融合、资源配置优化和绿色低碳等方面^[37]。部分实证研究还进一步揭示了其影响的复杂性,如存在非线性门槛特征与显著的区域异质性^[38]。当然,也有学者清醒地认识到,在文旅产业,新质生产力的发展依然面临技术应用落地难、生产关系调整滞后、复合型人才短缺等现实挑战^[39-40];产业协同机制不畅导致的数据孤岛和信息壁垒现象,制约了生产要素的优化配置^[41];虚拟现实等技术应用于非遗活化时,在商业模式和利益分配机制方面面临瓶颈^[42]。这些研究敏锐地捕捉到了文旅产业在生产关系上所面临的新问题,但多将其归于平台治理、产业协同等具体操作层面问题,未能从新质生产力的内在特性出发,系统揭示新型生产关系的形成机理及其与生产力发展的互动。

(三)研究述评

综上所述:新质生产力与新型生产关系研究多为宏观层面分析,针对文旅产业的系统研究尚不多见;而文旅产业领域的相关研究则普遍存在“重生产力、轻生产关系”的倾向,多数研究聚焦于新技术所带来的生产力变革问题,对与之伴生的生产关系重构及其深层矛盾缺乏系统透视。鉴于此,本文尝试从以下 3 个方面作出努力:一是结合文旅产业的典型特征,构建完整分析框架,以深化对新质生产力与新型生产关系辩证互动关系的理解;二是围绕数字时代的文旅产业发展,系统分析新质生产力与新型生产关系的具体体现及其互动关系,以系统解析数字时代文旅产业所发生的深

刻变革;三是立足文旅产业高质量发展,从新质生产力与新型生产关系的角度提出值得进一步研究的重要议题,以期提供更广阔的研究视野、更系统的理论解释和更有效的对策建议。

二、数字时代文旅产业中新质生产力表现及其作用

(一)核心要素的“新质化”转型

马克思主义政治经济学将劳动者、劳动资料和劳动对象视为生产力三要素,其内在结构和质量水平决定生产力性质。目前,以大数据、人工智能为代表的数字技术,正以前所未有的广度和力度从生产力一侧重构文旅产业。这种重构并非简单的技术叠加或效率提升,而是引发劳动者、劳动资料和劳动对象的根本质变,实现“新质化”转型。

第一,数字技术推动劳动者从服务提供者向数智协同者转型。在传统生产力体系中,文旅产业的劳动者主要提供标准化、重复性的体力和脑力劳动,如景点讲解、票务处理和酒店服务等,其技能本质上是经验性的、固化的服务技能。伴随新质生产力的发展,特别是人工智能对程序化劳动的广泛替代,马克思所预言的“一般智力”成为直接生产力的趋势更加凸显^[43]。这要求劳动者技能从主要提供重复性劳动,转向贡献创新思维、情感交互和价值共创^[44]。在数字技术主导的文旅产业场景中,劳动者不再是孤立的服务节点,而是嵌入人机协同、数据驱动的生产网络之中的能动主体。由此带来两个突出变化。一是劳动技能体系的复合化与动态化。劳动者不仅要拥有应用数字工具的能力,更要具备将深厚的文化底蕴转化为数字化文旅产品的创意能力,以及基于数据洞察进行市场决策的运营能力^[36]。二是劳动过程的人机协同与价值共创。劳动者的工作方式从独立的“人服务于人”转变为“人机协同服务于人”。例如,景区讲解员不再是简单复述讲解词,而是利用短视频、直播等数字工具将文物背后的历史故事进行二次创作,通过社交平台发布内容、与游客互动,并借助数据分析工具动态优化其内容供给和传播策略。

第二,数字技术推动劳动资料从实体硬件向数智工具转变。传统文旅产业的劳动资料主要是景区设施、酒店设备及交通工具等物理设施。这些劳动资料作为“人手的延长”,其核心功能在于克服物理障碍、延伸人的感官触及范围,而其本身受制于时空约束和物理磨损,具有稀缺性、独占性和不可再生性等特征。目前,数字技术在文旅产业得到广泛应用,促使文化数据库、网络平台与智能终端等成为劳动资料。其本质已演化为“人脑的延伸与赋能”,其核心功能转变为增强认知体验、打破时空壁垒并进行智能化的价值创造。由此带来3个突出变化。一是文化资源的数字化复现、复用和价值增值。数字技术将具有唯一性的文化遗产转化为可无限复制、零边际成本传播的数字劳动资料,实现文化价值的数字化再生和经济价值的指数级放大。二是文旅产业链的平台化重构与智能匹配。在线旅行社(OTA)平台通过整合海量的文化内容与旅游服务供给,并运用大数据算法分析游客行为数据,构建智能高效的供需匹配系统。这种新型劳动资料,取代了传统上相对分散、信息不对称的旅行中介,实现全产业链的资源配置和流程再造。三是文旅消费场景的智能化再造与沉浸体验。VR、AR等智能设备作为新型人机交互终端,将静态的、单向的文化展示空间改造为多感官、高沉浸的互动场域,丰富了文旅消费的内涵和形式。

第三,数字技术推动劳动对象从实体资源向数据资产转变。在传统生产力中,文旅产业的劳动对象主要是山水风光、文物古迹等有形资源,其天然具有稀缺性、地域绑定性和消费排他性,价值利用方式相对单一。在数字时代,数据成为全新的关键劳动对象^[45]。由此,文旅产业的劳动对象拓展至以文化IP、游客数据为核心的信息形态,为产业摆脱资源依赖、形成新业态并实现高质量发展奠定基础^[46]。由此带来两个突出变化。一是劳动对象的范围与属性发生变化。数据作为劳动对象具备非消耗性、零边际成本的可复制性,以及在使用和交互中不断增殖的特性。二是价值形态从

单一实体向IP矩阵演化。数字技术使劳动对象的加工不再是简单的物理改变,而是复杂的符号化、抽象化与再创造过程。以故宫太和殿为例,在传统模式下,太和殿作为物理空间,其价值主要通过门票、现场讲解等方式实现;而在新质生产力模式下,太和殿被抽象和符号化为一个文化IP,成为新型劳动对象。劳动者利用数字工具对其进行再加工,衍生出数字展览、元宇宙宫殿、文创盲盒、影视内容等,并形成文化IP产品矩阵。这种“一源多用”的开发模式,构建了跨媒介、跨场景、跨地域的价值网络,可使文旅产业走出“门票经济”的窠臼。

(二)新质生产力对新型生产关系的作用

随着数字技术的全面渗透,新质生产力正以前所未有的广度和深度对文旅产业传统的生产关系构成冲击,推动生产资料所有制、生产主体关系和分配关系发生全方位变化。

第一,新质生产力通过重塑生产要素,对生产资料所有制提出新的要求。数字时代,文旅产业中的数据、IP创意、算法技术等知识密集型要素取代土地、资本等有形资产,成为价值创造的主导力量。这些新要素的可复制性、非竞争性特质,正在解构以排他性占有为基础的传统所有制框架。以三坊七巷历史文化街区为例,其通过“智慧街区”平台将物理空间中产权分散、利用率低的古建筑群,整合为可协同开发的数字资产,构建“政府主导+专业运营+社会参与”的价值共创网络,从而实现所有权与经营权的分离重组。该实践证明,若固守“一物一权”的传统法理逻辑,必将导致数据等核心要素的流动受阻。因此,建立适应数据要素特性的产权共享和收益分配机制,以促进要素融合创新,已成为文旅产业迈向高质量发展的重要前提。

第二,新质生产力通过重构生产过程,为生产主体关系演变指明方向。传统文旅产业价值链中,各主体间受制于明确的产权边界,呈现为线性交易关系,甚至存在零和博弈。新质生产力则借助数字平台将各类文旅企业、内容创作者、游客等分散主体连接成高效协作的生态网络,推动生产

关系向网络化、协同性与共生性转变。以春秋旅游“智”旅分销平台为例,它摒弃了传统 OTA 平台高度中心化的流量垄断逻辑与雇佣模式,转而利用微信小程序的连接特性,整合与串联中小旅游企业的运营数据,帮助 1.7 万家微店和中小旅行社构建起自主可控的“私域流量池”。这种生产过程的重构,在生产关系层面可消除中小主体对头部平台的非对称依赖,规避“平台霸权”,催生出技术赋能下的多元主体共生新范式。可见,运用新质生产力打破主体间壁垒,构建高效协同的产业关系,是实现文旅产业高质量发展的重要保障。

第三,新质生产力通过重建价值创造源泉,倒逼传统分配关系变革。新质生产力的价值核心是知识、创意等复杂智力劳动。在文旅产业,无论是博物馆的 IP 衍生品,还是沉浸式夜游,其高附加值均源于文化挖掘和创意设计等复杂智力投入。以乌镇为例,该景区通过恢复蓝印花布染坊等传统工艺展示、开发非遗体验项目等方式,成功将价值源泉从物理景观转向高技术含量的文化复刻与创意再造。更为关键的是,乌镇通过设立非遗保护基金、推行文创产品销售分润和精品体验课程分成等方式,建立了与之相适应的新型分配机制,将非遗代表性传承人从拿固定薪酬的表演者转变为共享收益的 IP 合伙人。这一变革的意义在于,将原本处于价值链边缘的文化创作者纳入价值分配的核心圈层,从根本上挑战了资方对创意剩余价值的传统垄断。因此,构建以知识、创意等复杂劳动价值为核心的新型分配体系,让贡献者共享发展红利,是激发文旅创新活力、实现高质量发展的必然选择。

三、数字时代文旅产业新型生产关系及其反作用

(一) 生产关系的“新型化”表现

遵循马克思主义政治经济学基本原理,生产关系的变革根植于生产力的发展。在文旅产业,新质生产力正引发一场深刻变革,动摇了传统生产关系的根基,并推动其发生系统性嬗变。这种嬗变并非对旧有生产关系的修补或改良,而是在

生产资料所有制形式、人们在生产中的地位和关系、分配关系等 3 个方面呈现出“新型化”转向。

第一,生产资料的所有制形式从单一独占转向混合共享。作为生产关系的核心,生产资料所有制的变革为多元创新要素和市场主体的深度参与提供了制度空间。其根源在于,新质生产力促使文旅产业的核心生产资料由传统的土地、文物等有形资产,拓展至数据、IP 等无形要素。这种转变不是简单的产权让渡,而呈现出混合化、社会化和产权分置特征。主要体现为 3 个方面。一是所有制形式趋向混合化。传统的混合所有制多指国有与非公有资本的股权融合,而数字文旅领域则表现为跨主体、跨领域的要素整合与协同运营。例如,一个大型文旅综合体的开发可能融合国有文化遗产资源、民营资本、科技平台的技术以及个体创作者的 IP 内容。各方通过特许经营、收益分成等方式共同占有并开发项目资产,形成超越传统产权边界的混合所有制结构。二是所有制形式趋向社会化。数字平台使得生产资料的来源从依赖资本或国家的集中投入,转向依靠社会化、分布式的集体智慧与数字劳动。以马蜂窝、携程等平台为例,其核心生产资料是由亿万游客共同创造的旅游攻略、消费点评与影像记录。这些内容汇聚成动态的、具有准公共物品属性的数据资产池,其价值远非任何单一组织所能企及,实质上构成以社会共建为基础的新型所有制形式。三是生产资料产权结构呈现“三权分置”趋势。无形资产的可复制性和非排他性促使传统“三权合一”的产权形态,向所有权、使用权和经营权“三权分置”转变。以博物馆文创产品开发为例,国家或博物馆拥有藏品数据与文化 IP 的最终所有权;通过授权,设计公司获得对 IP 进行二次创作的使用权;通过多元渠道销售,实现市场化的经营权。这种制度安排在确保核心生产资料公有属性不变的前提下,极大提升了存量文化资产的流转效率与市场化程度,为文旅产业高质量发展提供产权保障。

第二,人们在生产中的地位和相互关系从科层式分工转向平台化协同。新质生产力通过数字

平台,系统性地解构了传统文旅产业基于科层制的线性分工体系,重塑各主体的地位、权责与互动逻辑,从而为文旅产业高质量发展提供新的组织形态与协作模式支撑。其核心特征表现在3个方面。一是组织形态的网络化与扁平化。数字平台瓦解了“生产者—中介—消费者”的传统线性价值链,构建起供给方与需求方直接对接的星形网络。在此结构中,酒店、景区等分散的供给主体得以绕过传统中介,与海量游客自由匹配,大大提升资源配置效率。二是劳动关系的柔性化与平等化。平台经济催生出大规模的弹性劳动形态,拥有独特技能的导游、旅拍师等新型劳动者,正作为独立的“超级个体”崛起。这一转变,契合高质量发展对新型业态培育的需求,也意味着劳动者对传统文旅企业的组织依附性大幅减弱,而对平台算法、信用体系和流量分配机制的依附性显著增强。三是文旅产业中生产者与消费者边界日益模糊。游客已从价值链末端的被动接受者,转变为深度参与价值创造的“产消者(prosumer)”。他们发布的攻略、点评不仅是其他消费者的决策依据,更是供给侧进行产品迭代和精准营销的核心数据源,可有力推动产业向个性化、品质化转型。

第三,分配关系从资本优先转向多要素共创共享。传统模式下,文旅产业的分配体系以资本、土地等有形要素所有权为基础,而新质生产力将价值创造的源泉转向数据、创意IP与人力资本,从而推动分配关系向多要素价值共创共享范式演进。其中有3个问题值得特别关注。一是对文旅产业数智化劳动的价值确认。新型分配关系突破固定的薪酬雇佣体系,通过技术入股、项目分红等制度,赋予掌握数据分析、算法设计等技能的核心人才以剩余价值索取权。这本质上是将知识与技术从生产成本转为可直接参与利润分配的核心资本,为文旅产业高质量发展注入可持续的创新活力。二是对文旅创意IP价值的持续变现。不同于传统一次性的IP授权,新型分配关系致力于构建贯穿IP全生命周期的价值实现机制。通过透明的收益分成、品牌溢价共享等契约,确保原始持有者

与二次创造者能够持续地从IP的多场景运营中获益。这不仅激励了优质文化内容的持续生产,更是将沉睡的文化资源转化为驱动文旅产业高质量发展的动态资产。三是对游客数字劳动价值的回馈探索。数字时代,游客的点击评价等行为成为平台的关键数据资产,是一种未被充分补偿的数字劳动。为此,积分奖励、收益分成等回馈机制应运而生。这不仅是将游客从被动的消费者和免费的内容贡献者提升为共享生态成长红利的伙伴,更是一种维系文旅平台长期繁荣和游客黏性的关键策略,为文旅产业高质量发展提供稳固的用户基础。

(二)新型生产关系对新质生产力的反作用

马克思主义认为,生产关系对生产力具有能动的反作用。在文旅产业,这一规律主要体现为要素激活、过程优化和动力源泉等三个方面。

第一,从要素激活来看,新型所有制关系反作用于生产要素的创新活力,是撬动文旅产业高质量发展的关键杠杆。所有制关系作为生产关系的基石,直接影响核心生产要素的配置效率与价值释放,这在文旅产业集中体现为对数据和知识两大要素的激励与约束。一方面,新型所有制关系能够有效解放数据的生产力。通过构建超越排他性逻辑的多层次、兼容性产权体系,可大幅降低数据的合规流动与融合应用的制度成本,打破“数据孤岛”。由此实现的客流精准预测和个性化产品智能推荐,为文旅产业的高质量发展提供决策与运营支撑。另一方面,新型所有制关系能够最大限度地激活知识的生产力。借助技术入股、项目跟投等制度设计,将掌握核心技术与颠覆性创意的关键人才从高级雇员转为共享创新成果的事业合伙人。这种从零和博弈到共生关系的转变,可从根本上激发原创性技术创新和内容创造意愿,为文旅产业的高质量发展提供创新引擎。

第二,从过程优化来看,新型主体关系反作用于生产过程的协同优化,是实现文旅产业高质量发展的关键变量。数字经济时代的价值创造已从线性流程演变为多方实时互动的价值网络,主体间的协同效率直接决定产业竞争力。一方面,网

络化的新型主体关系能够放大协同创新的生产力。文旅平台作为枢纽,将景区、酒店等传统服务商与内容方、技术商乃至游客等新兴主体,从过去的串联模式重构为并联的网状结构。这种变革可降低跨界交易成本,催生出高附加值的融合业态。另一方面,灵活敏捷的新型主体关系能够加速企业内部组织迭代的生产力。为响应外部网络所带来的瞬息万变且高度个性化的市场需求,企业内部须建立与之匹配的协同机制。因此,以特定文旅项目或客群体验为导向的项目制、合伙人制等敏捷组织应运而生。这些单元被赋予高度自主权,直接对接外部伙伴和游客,从而实现对高品质产品和服务的快速迭代与持续优化。

第三,从动力源泉来看,新型分配关系反作用于生产力发展的根本动力与可持续性,是文旅产业高质量发展的发动机和稳定器。作为生产关系的核心环节,分配关系直接影响各生产主体的劳

动积极性与创造性,具有关键的反作用。一方面,承认所有价值创造者的贡献并提供相应回报的新型分配关系,是激活微观主体创造力的根本前提。当游客以用户生成内容(UGC)、个人数据等形式所付出的数字劳动通过平台积分、收益分成、荣誉认证等机制获得公正的价值承认与经济回报时,其参与共创的深度与质量得到显著提升,从而为文旅产业高质量发展注入源源不断的创新活力。另一方面,构建着眼于长期共赢的分配格局,是保障文旅产业生态系统良性循环的基石。公正透明的分配机制能够确保平台、商家、创作者及游客等在产业生态中公平共享数字化红利,激励各方持续贡献核心价值,从而为文旅产业的可持续发展筑牢基石。

综上,数字时代文旅产业的高质量发展,有赖于新质生产力和新型生产关系的双向度变革及其良性互动(见图1)。

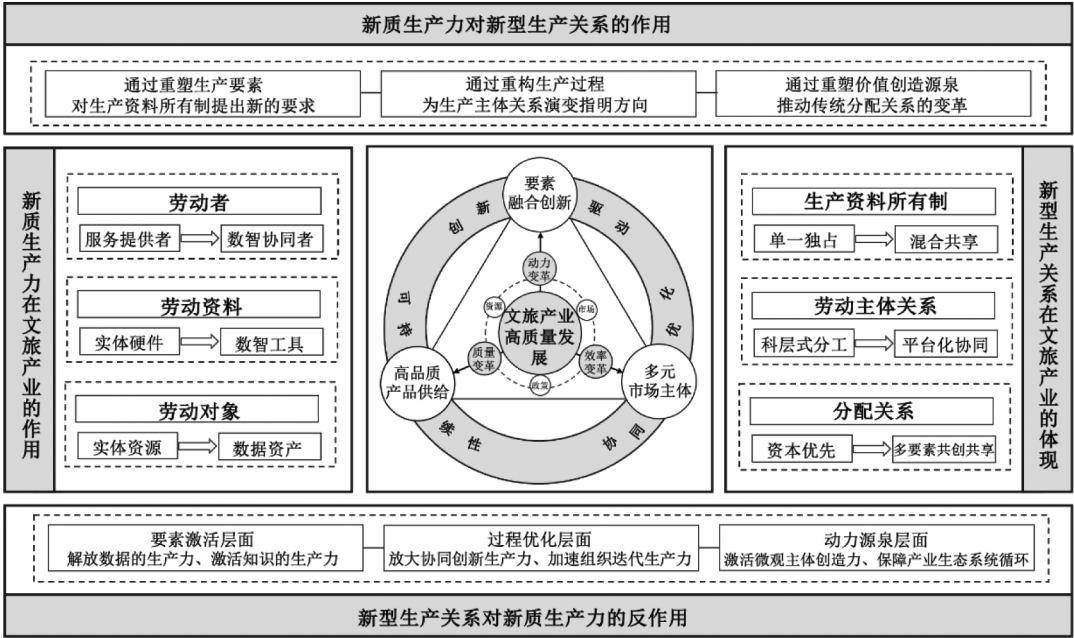


图1 数字时代文旅产业高质量发展:新质生产力与新型生产关系的双向度变革

四、数字时代文旅产业新质生产力与新型生产关系互动的实践经验

为深入探究新质生产力与新型生产关系在不同文旅业态中的互动机制,本文选择敦煌莫高窟、“乐游京津冀一码通”和江西景德镇为案例进行分析,三者分别代表以内容 IP 为核心的文旅项目、以

数据协同为特征的文旅平台和以产业生态为基础的文旅城市。

(一)项目:敦煌莫高窟的实践经验

敦煌莫高窟以其规模宏大的佛教石窟艺术闻名于世,经过多年发展,已形成以“莫高窟”这一世界级文化遗产 IP 为核心的内容 IP 驱动型文旅项

目集群。其发展模式的精髓在于充分利用数字技术对既有文化资源进行深度挖掘、活化与商业转化。从启动“数字敦煌”工程构建海量高清文物数据库,到推出《千年莫高》球幕电影和VR体验实现“窟内文物窟外看”,从打造“云游敦煌”小程序让文化遗产在线触达亿万游客,到开发“敦煌诗巾”、与《王者荣耀》联名等跨界合作,敦煌的实践正是数字时代新质生产力与新型生产关系协同演进的典范。

首先,敦煌的发展路径始于数字技术对生产力要素的系统性重塑。以“数字敦煌”工程为代表的数字技术,不仅将劳动对象从脆弱、不可移动的实体石窟跃升为可无限复制、零成本传播的敦煌IP与庞大的数字资产,还将劳动资料从考古铲、修复笔等演进为高精度扫描仪、VR设备和云平台等数智工具,更促使劳动者从传统的文博专家和讲解员转向兼具文化阐释、IP运营、数字营销等复合能力的数智协同者。

其次,生产力要素的变革引发敦煌传统生产关系的适应性调整。敦煌研究院在坚守文化遗产公有属性的基础上,通过IP授权、合作开发等方式,探索出一条所有权公有、使用权和经营权灵活开放的“三权分置”路径,形成与腾讯等企业共创共赢的混合共享新范式。同时,以敦煌IP为纽带,构建起研究机构、科技企业、设计团队与消费者多方协同的价值共创网络,各主体从过去的上下游关系,演变为平等协作、价值共创的伙伴。此外,IP授权金与销售分成的分配模式,也打破了传统的固定薪酬雇佣体系,形成覆盖IP开发全链条的利益共享格局。

更为重要的是,这种新型生产关系又对生产力产生强大的反作用。“三权分置”的所有制创新,激活了壁画数据、研究成果等文化资源,吸引外部技术与创意要素的注入,将静态的知识要素转化为动态的、可无限衍生的生产力,催生出游戏、文创、综艺等一系列成果。以IP为纽带的网络化主体关系,让敦煌研究院能高效链接市场创意力量,降低跨界合作成本,提升文化成果转化效

率。基于收益分成的IP价值分配关系,既为敦煌研究院持续产出高质量的学术研究和数字内容提供了经济基础,也为文化保护者与市场开发者提供了源源不断的创新激励。

(二)平台:“乐游京津冀一码通”的实践经验

“乐游京津冀一码通”是由京津冀三地联手打造的智慧文旅平台,整合了三地超过500家景区、数百家酒店民宿以及近600家博物馆与图书馆等文旅资源,为游客提供一站式公共服务与精准的消费促进活动。自上线以来,该平台注册量近百万,访问量超千万,已成为区域文旅协同发展的标杆。其实践背后是由新质生产力驱动与新型生产关系保障的深刻变革。

首先,该平台通过数字技术对传统生产要素进行区域性重构。在劳动资料层面,以大数据和云计算为支撑的数智工具取代各地分散、孤立的物理设施,打破行政壁垒,实现区域资源的统筹与优化配置。在劳动对象层面,开发核心从山水风光、文物古迹等实体资源,拓展为以用户网络、消费行为为核心的数据资产,平台通过对数据的深度加工和分析,实现市场趋势预判和游客需求匹配,创造出全新的服务价值。相应地,劳动者也由传统文旅从业者,向兼具文旅策划、数据分析与平台运营能力的复合型人才转变。

其次,该平台作为新质生产力的载体,冲击并重塑了区域文旅产业的生产关系。其核心表现有三。一是平台构建了“政府主导、市场运作、多方参与”的混合所有制形式。该模式在不改变各主体资产归属的前提下,通过统一平台实现数据共享与协同运营,为要素跨区域高效流动提供制度保障。二是平台将原本独立甚至竞争的多元主体,联结为以平台为枢纽的协同网络生态,使得分散的供给主体可与海量游客直接对接,推动供给与需求的高效匹配。三是平台通过发放消费券等方式,探索对生态贡献者的价值回馈机制,确认游客参与在数据增值和生态共建中的贡献。

最后,该平台所构建的新型生产关系反过来有力地促进了生产力的跃升。一是新型所有制关

系激活了区域数据要素,使区域的游客画像、客流预测和智能路线规划成为可能;二是网络型主体关系优化了跨区域创新流程,推动文旅企业由传统的“串联”关系转向可随时组合创新的“并联”网状结构;三是价值回馈机制将游客从被动消费者转变为积极的生态共建者,为平台持续繁荣注入内生动力,形成从游客参与到数据增值和服务提升、再到游客获益的良性循环。

(三)目的地:江西景德镇的实践经验

景德镇是典型的产业驱动型文旅城市,近年来围绕“陶瓷”这一核心产业,实现了从传统工业城市向创意之都与文旅目的地的系统性转型。从旧厂房改造的文旅地标陶溪川,到 AR 虚拟御窑厂、古陶瓷基因库以及青花秘境 VR 展览等数字项目,再到“春碗”等现象级文创产品,其发展反映了生产力与生产关系相互作用、螺旋上升的深刻变革。

首先,景德镇的快速发展源于数字技术对传统生产要素的全面重构。劳动者从单一的制瓷工匠向数智协同者转变,如“瓷娘 CC”等网红,借助直播、短视频等新媒介,成为文化传播与价值创造的新节点;劳动资料由实体窑炉、厂房,升级为古陶瓷基因库、虚拟御窑厂等数智工具,将静态的文化遗产转化为可无限复制、动态交互的沉浸式体验;劳动对象也从有形的瓷器实体,拓展为以陶瓷文化为核心的 IP 矩阵与数据资产,如青花瓷冰淇淋、大型实景演出《china》,通过“一源多用”实现价值倍增。

其次,景德镇主动构建与新质生产力相适应的新型生产关系。在所有制层面,通过与故宫的 IP 联名、文化遗产“三权分置”等探索,构建超越传统产权边界的混合所有制,为多元要素的融合创新提供制度空间。在主体关系层面,以三宝国际陶艺村等产业生态和数字平台为载体,打破传统产业链壁垒,形成艺术家、工坊、商户与游客自由连接、高效协同的价值共创网络。在分配关系层面,无论是陶溪川的门票分红,还是艺术家驻村的收益分成,都体现了对社区贡献、创意设计等无形

要素与复杂智力劳动价值的承认与回报。

最后,也更具深远意义的是,这种新型生产关系成为激活和放大新质生产力的关键动力。混合共享的所有制模式将“陶瓷文化”这一沉睡的知识 IP 从遗址和博物馆中解放出来,转化为 AR/VR 内容、文创产品等多元生产力形态,实现价值的指数级增长。平台化的网状协同关系则通过降低交易成本、加速创意转化,优化了从文化研究到市场产品的全链条生产过程。而承认多要素贡献的分配机制,则从根本上激发了从艺术家到普通居民等各类主体的创造活力,为整个文旅生态的持续创新与良性循环提供最为坚实的动力源泉。

五、数字时代文旅产业新质生产力与新型生产关系研究的重要议题

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。在数字时代,为实现文旅产业高质量发展,推动新质生产力与新型生产关系的正向互促,当前和未来一段时期应重点关注以下 6 个重要议题。

(一)文旅产业的人力资本再生产与包容性增长

新质生产力正推动文旅产业从劳动密集型向知识技术密集型转变,需对由此引发的人力资本与劳动关系变革问题给予充分关注。

一方面,应研究如何重构与新质生产力相适应的复合型人力资本再生产体系。在高等教育层面,应打破学科藩篱,研究推行文旅+数字技术的跨学科微专业与双学位制度,培育兼具文旅素养与算法思维的复合型人才;在职业教育层面,建议推广产教融合的现代学徒制,通过引入企业真实项目与技能微证书认证,缩短人才培养与产业需求的滞后周期;建立从业者终身学习体系,探索学历教育与在职培训的学分互认通道,为产业持续输送具备迭代能力的“新文旅人”。

另一方面,要关注劳动力转型过程中的社会公平与包容性增长问题,实现从技术替代到技术包容的范式转换。为此,需科学评估数字技术对文旅领域不同岗位的冲击和替代风险,并针对受

冲击较大的传统从业者实施技能重塑计划,倡导人机协作的包容性岗位设计理念。此外,针对网约导游等灵活就业形态,需探索适应碎片化劳动的新型社会保障体系,确保劳动者在数字化浪潮中能够体面劳动并共享产业发展红利。

(二) 文旅劳动资料的宏观调控与空间正义重塑

算力、算法与数字平台等新质劳动资料正深刻重构文旅产业的生产力与生产关系,未来需重点关注两大议题。

一方面,须警惕“算力鸿沟”加剧产业内部发展不平衡的问题。数字基础设施的高技术与资本门槛易导致市场垄断。为此,应探索建立算力普惠机制,如由政府主导构建公共数字文旅底座,为中小微企业及欠发达地区提供低成本、开放式的算力与数据服务,以技术平权促进文旅产业生态的均衡发展。

另一方面,需着力化解“算法霸权”对文化空间生产的异化。当前,商业算法主导的推荐机制易导致文化体验同质化、地方文脉碎片化以及非算法偏好文化遗产的隐形化。对此,应建立算法向善的治理框架,探索文旅推荐“白名单”制度,要求平台在算法中引入文化多样性等公共价值权重,破解流量至上导致的信息茧房;同时,鼓励利用 AIGC、MR 等技术进行深度叙事挖掘,重构而非简化地方感,在数字化进程中捍卫地方文化的主体性。

(三) 文旅劳动对象的价值重构与文化纠偏

随着新质生产力推动文旅劳动对象从有形的物质景观拓展至无形的文化数据和符号资本,相关研究应在两个方面深化。

一方面,应深入探究符号化劳动对象的价值生成逻辑。需要揭示数字时代文旅产品的复合价值构成,厘清其在多大程度上遵循传统劳动价值论,又在多大程度上由品牌叙事、文化认同等符号价值主导。未来研究可量化数字内容生产与维护中的隐形劳动,并解析符号资本重构文旅产品定价体系的内在机理,为数字资产的确权、评估与交

易提供学理支撑。

另一方面,须强化对数字化劳动对象的文化效应评估。其一,针对文化遗产数字化过程中因“可计算性偏见”可能导致的认知浅层化风险,应引入知识图谱等技术,将难于量化的文化语境与易于视觉化的物理特征进行深层关联,以对抗单纯的技术还原现象,确保数字成果承载深厚的历史底蕴。其二,针对以视觉呈现和感官刺激为导向的文旅体验所引发的注意力碎片化问题,可引入认知心理学范式,评估不同媒介对游客深度体验和情感联结的影响,并倡导研发能增加认知投入、延长注意力驻留的交互技术,从而在技术加速时代捍卫文化理解的深度。

(四) 文旅数据要素的所有制优化与价值回馈

数据确权与价值归属是界定新型生产关系的基石,未来需关注所有制结构优化与社会化价值回馈两个维度的问题。

一方面,应深化混合所有制改革,创新治理结构以捍卫文化主权与公共利益。针对国有文化资源与社会资本融合过程中可能出现的主导权虚置风险,可探索并引入“特殊管理股”制度,赋予国有主体在涉及历史叙事、核心价值观等重大事项上的一票否决权,实现资本多元与导向可控的统一。

另一方面,需破解社会化生产与价值私人占有之间的结构性矛盾。游客无偿分享的 UGC 内容共同构建了旅游目的地的公共形象与市场吸引力,其商业价值却往往被平台企业私人占有。为此,可探索建立区域性的文旅数据信托,由第三方或公共机构代管文旅公共数据资产,打破平台的垄断性占有。同时,可设计“数字反哺”机制,从平台利用 UGC 内容和公共 IP 获取的流量收益中提取一定比例,专项反哺于文化遗产保护与社区发展,确保由社会共同创造或传承的文化价值能以更公平的方式回馈社会。

(五) 文旅生产主体关系的重构与治理路径

从生产主体关系角度看,数字平台正深刻重构文旅产业生态,未来研究应聚焦于 3 个层面的问题。

一是平台与企业关系层面,需深入剖析平台算法的治理逻辑。当前,OTA 等头部平台已远非中立的信息中介,而是通过算法黑箱、动态定价及评价体系等手段,对酒店、航司等传统企业及中小微商户进行筛选与规训。研究应揭示其利用市场支配地位攫取高额佣金、挤压实体企业利润空间的内在逻辑,并探索具体的规制路径,如推动佣金协商机制法治化,以矫正失衡的产业利润分配格局。

二是平台与零工关系层面,研究重心应从现象描述转向制度建构。针对文旅零工经济中的劳动者面临的“不稳定自由”困境,核心在于推动建立适应灵活用工的新型社会保障体系,如开展职业伤害保障试点,构建更具韧性的劳动关系。

三是平台与游客关系层面,需重新审视作为“产销者”的游客通过 UGC 内容分享与数字足迹留存所构成的无偿数字劳动,并揭示价值共创背后的“数字剥削”问题。未来应探索基于数据产权的确权与回馈机制,如设计评价即权益、数据换服务的通证激励模式,将游客的数据贡献转化为实质性的价值回报,促进文旅数字生态的包容性增长。

(六)共同富裕目标下的数字文旅价值分配

从分配关系角度出发,要以共同富裕为目标,从宏观、中观和微观 3 个层面展开系统性的深化研究与实践探索。

宏观层面,应完善国家分配体系的顶层设计。在初次分配环节,应探索征收数字服务税等干预工具的可行性、理论基础与实施路径;在再分配与第三次分配环节,可研究设立专项转移支付或引导基金,着力弥合区域间的数字鸿沟,促进区域协调发展。

中观层面,应重塑文旅产业内部的要素分配格局。一方面,要审视针对核心技术人才的期权激励等分配方式,确立知识、技术等新要素的合理回报;另一方面,可探索应用区块链技术实现文旅产业链上下游的自动、透明分账,以抑制资本与平台的渠道垄断,保障弱势要素持有者的权益。

微观层面,应从对游客无偿数字劳动的伦理呼吁,转向价值评估与兑现路径的制度设计。应探索建立游客数据资产的公允价值评估体系,并设计跨平台、可兑换的数字通证或积分体系,使其数据贡献能够转化为直接经济权益,让数据生产者真正参与价值分配。

参考文献:

- [1]任保平. 生产力现代化转型形成新质生产力的逻辑[J]. 经济研究,2024,59(3):12-19.
- [2]张琴悦,宋瑞. 数字治理对文化和旅游融合发展的影响研究:基于 TOE 框架的实证分析[J]. 旅游论坛,2024,17(10):94-104.
- [3]陈琳琳,徐金海,李勇坚. 数字技术赋能旅游业高质量发展的理论机理与路径探索[J]. 改革,2022(2):101-110.
- [4]唐承财,梅江海,上官令仪,等. 新质生产力视域下国内外数字文旅研究评述与展望[J]. 地理科学进展,2024,43(10):1894-1912.
- [5]刘伟. 科学认识与切实发展新质生产力[J]. 经济研究,2024,59(3):4-11.
- [6]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.
- [7]王国成,程振锋. 新质生产力与基本经济模态转换[J]. 当代经济科学,2024,46(3):71-79.
- [8]戴翔,成鹏东,刘长鹏. 共富之道:城乡收入差距中的新质生产力作用探析[J]. 中国软科学,2025(8):73-83.
- [9]周文,李吉良. 新质生产力与中国式现代化[J]. 社会科学辑刊,2024(2):114-124.
- [10]白永秀,闫雪培,王泽润. 新质生产力赋能现代化产业体系建设:基于要素构成视角的研究[J]. 中国软科学,2024(12):21-34.
- [11]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.
- [12]师博,胡西娟. 新质生产力推进数实深度融合的机制分析与实现路径[J]. 中国特色社会主义研究,2024(6):19-29.
- [13]杨昊月,陈力. 新质生产力对高质量充分就业的作用[J]. 中国特色社会主义研究,2024(3):53-60.
- [14]宿杨. 新质生产力导向下数字经济赋能农业现代化:机制解析与路径优化[J]. 中国软科学,2024(S2):388-397.
- [15]余东华,马路萌. 新质生产力与新型工业化:理论阐释和互动路径[J]. 天津社会科学,2023(6):90-102.

- [16] 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.
- [17] 尹西明,武沛琦,钱雅婷,等. 场景驱动型数智技术创新赋能新质生产力:理论逻辑与实践进路[J]. 中国软科学,2024(10):18-31.
- [18] 谭志雄,穆思颖,郑华蓉. 制造业数字化转型赋能新质生产力涌现:以“灯塔工厂”为例[J]. 中国软科学,2025(6):28-40.
- [19] 胡洪彬. 习近平总书记关于新质生产力重要论述的理论逻辑与实践进路[J]. 经济学家,2023(12):16-25.
- [20] 刘志彪. 新质生产力驱动下的新型生产关系:趋势、挑战与对策[J]. 财贸经济,2024,45(8):5-12.
- [21] 裴长洪,倪江飞. 加快形成同新质生产力更相适应的生产关系[J]. 南京社会科学,2025(1):27-38.
- [22] 闫坤,刘诚. 以深化改革推动形成与数字经济时代相适应的生产关系[J]. 经济研究,2024,59(8):4-18.
- [23] 温铁军,白天一. 新质生产力与耐心资本[J]. 中国软科学,2025(8):63-72.
- [24] 乔晓楠,王奕. 构建适应新质生产力发展的新型生产关系:全面深化改革着力点的政治经济学分析[J]. 财经科学,2024(8):45-60.
- [25] 侯兵,杨君,余凤龙. 面向高质量发展的文化和旅游深度融合:内涵、动因与机制[J]. 商业经济与管理,2020(10):86-96.
- [26] 宋瑞. 四维度诠释旅游业高质量发展[EB/OL]. (2021-02-26). [2025-12-30]. http://travel.china.com.cn/txt/2021-02/26/content_77252427.html.
- [27] 李书昊,魏敏. 中国旅游业高质量发展:核心要求、实现路径与保障机制[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版),2023,40(1):152-160.
- [28] 王兆峰,王金伟,王梓瑛,等. 中国式现代化视域下旅游业高质量发展:理论内涵与科学议题[J]. 旅游导刊,2023,7(1):1-18.
- [29] 惠宁,张林玉. 数字经济驱动与文化产业高质量发展[J]. 北京工业大学学报(社会科学版),2024,24(2):31-47.
- [30] 陆建栖,任文龙. 数字经济推动文化产业高质量发展的机制与路径:基于省级面板数据的实证检验[J]. 南京社会科学,2022(5):142-151.
- [31] 解学芳,臧志彭. 人工智能在文化创意产业的科技创新能力[J]. 社会科学研究,2019(1):35-44.
- [32] 戴斌. 数字时代文旅融合新格局的塑造与建构[J]. 人民论坛,2020(增刊1):152-155.
- [33] 刘英基,邹秉坤,韩元军,等. 数字经济赋能文旅融合高质量发展:机理、渠道与经验证据[J]. 旅游学刊,2023,38(5):28-41.
- [34] 王金伟,陆林,王兆峰,等. 新质生产力赋能旅游业高质量发展:理论内涵与科学问题[J]. 自然资源学报,2024,39(7):1643-1663.
- [35] 祁述裕,邓雨龙. 论新质生产力推动文旅产业高质量发展[J]. 治理现代化研究,2024,40(3):62-69.
- [36] 杨建春,李开潮. 新质生产力赋能旅游业高质量发展:理论逻辑与实践路径[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版),2024,41(6):139-146.
- [37] 王琼,杨德才. 新质生产力赋能文化和旅游产业高质量发展的逻辑机理、现实挑战与实践路径[J]. 南京社会科学,2024(7):152-160.
- [38] 王静,杨勇,黄鑫. “新质”还是“传统”:新质生产力影响旅游发展的机制及效应研究[J]. 旅游科学,2025,39(6):46-65.
- [39] 徐金海,陈琳琳. 新质生产力赋能文旅融合高质量发展的理论机理与路径[J]. 社会科学家,2025(2):68-75.
- [40] 冯学钢,李志远. 新质生产力与旅游业高质量发展:动力机制、关键问题及创新实践[J]. 上海经济研究,2024(9):38-48,59.
- [41] 王金伟,李洪鑫,彭晖. 乡村振兴视域下数字科技赋能文旅融合的逻辑与路径[J]. 旅游学刊,2024,39(11):11-13.
- [42] 王蔷馨,李静. 非遗旅游的虚拟性体验模式与数字化保护路径[J]. 社会科学家,2023(12):35-40.
- [43] 付文忠,梁少春. 数字化背景下马克思一般智力理论的重释[J]. 中国特色社会主义研究,2022(2):20-30.
- [44] 张高军,石碧洋,刘淑仪. 新质生产力促进旅游业高质量发展的理论框架与实施路径[J/OL]. 旅游科学,1-12 [2026-03-26]. <https://doi.org/10.16323/j.cnki.lykx.20250610.001>.
- [45] 杨虎涛,唐瑜. 新质生产力的数据要素:特质及其适宜性制度基础[J]. 中国特色社会主义研究,2024(4):23-34,94.
- [46] 明庆忠,闫昕,刘宏芳. “五链”融合赋能文旅新质生产力发展的逻辑及实现路径[J]. 学术探索,2024(9):40-49.