新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型的实践进路研究

张 伟，杨乙元

（六盘水师范学院体育学院，六盘水 553004）

摘要：新质生产力给贵州体育旅游产业数智化转型带来了新的要素变革、转型要求、作用机制，以科技创新为本底的贵州体育旅游产业质态将引领未来发展趋势，但也面临链式增长结构与融合机制不完善、企业数智化创新的转化效果不强、数智歧视与技术滥用、科技研发不足和人才缺乏等现实挑战。因此，提出强化产业链协同与成果转化、健全企业数智化创新生态与转化机制、构建包容安全伦理导向的数智治理体系、加大科技研发投入与复合型人才梯队建设的四维实施进路，从而为新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型提供理论依据和现实参考，进而推动实现贵州体育旅游产业高质量发展。

关键词：新质生产力；体育旅游；产业数智化；数智化转型；实践进路；生成逻辑；现实挑战

中图分类号：F592；G623.8 **文献标志码：**A **文章编号：**1671－1807(2026)13－0020－07

在全球化和信息化迅猛发展的背景下，体育旅游产业作为中国国民经济和社会发展的重要组成部分，正经历着深刻的变革与升级。特别是在数智技术和数实经济融合迅速崛起的新时代，如何实现体育旅游产业数智化转型，已然成为学界与业界广泛关注的热点问题[1]。新质生产力概念一经提出就迅速成为推动传统产业实现高质量发展的重要理论工具。新质生产力的核心在于通过科技创新和数智化转型，实现劳动者、劳动资料及劳动对象的质变，从而激发产业生产要素的潜力与活力[2]。学界对体育旅游产业数字化转型的研究已形成 3 条主要路径：①技术应用路径，聚焦 VR/AR（虚拟现实/增强现实）、大数据等在具体场景中的落地[3-4]；②产业融合路径，探讨体育、旅游、文化等多产业协同机制[5-6]；③政策驱动路径，分析国家战略与地方实践的互动[7]。新质生产力概念的提出，为上述研究提供了新的统摄性理论框架。已有学者开始尝试将新质生产力与体育旅游高质量发展相联系[8-9]，但现有研究存在 3 点不足：①多停留在概念嫁接层面，缺乏对新质生产力“如何具体改变要素-能力-机制”的因果路径分析；②对“数智化转型”的测量与操作化几乎空白，无法支撑实证检验；③以贵州为案例的深入分析尚未出现，而贵州作为西部欠发达地区，其资源禀赋、产业基础与东中部差异显著，新质生产力的赋能逻辑可能呈现不同的地域特征。因此，厘清新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型的生产逻辑，找出新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型的生产逻辑，探索新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型的实践进路，对于提升贵州体育旅游市场竞争力、实现高质量发展及满足消费者日益增长和多样化的需求，具有重要学术价值和实践意义。

1 新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型的生成逻辑

1.1 要素变革：新质生产力对体育旅游生产要素的重塑

新质生产力首先作用于体育旅游产业的 3 大生产要素——劳动者、劳动资料、劳动对象，实现其质的飞跃。

（1）新型体育旅游劳动者。新型体育旅游劳动者不仅须具备扎实的体育旅游专业知识，还需精通数智技术、大数据分析及人工智能应用等现代科技手段[3]。须具备前瞻性思维，能够敏锐洞察市场动态，掌握数智营销技能，并具备跨文化交际能力。

收稿日期：2026-03-14

基金项目：贵州省 2024 年哲学社会科学规划年度课题（一般项目）（24GZYB125）

作者简介：张伟（1970—），男，贵州六盘水人，副教授，研究方向为体育旅游产业发展；通信作者杨乙元（1986—），男，吉林通化人，硕士，教授，研究方向为体育社会与产业经济。

一方面,新型体育旅游劳动者须具备前瞻性思维,能够敏锐洞察体育旅游市场的最新动态,预测消费者需求变化,为贵州体育旅游产品的设计与推广提供科学依据。另一方面,新型体育旅游劳动者需掌握先进的数智营销技能,能够利用社交媒体、短视频平台等新兴渠道,有效推广贵州体育旅游品牌,提升贵州体育旅游产品知名度。此外,新型体育旅游劳动者还须具备良好的跨文化交际能力,以应对日益增长的国际体育旅游市场,提供个性化、高质量的贵州体育旅游服务体验。

(2)新型体育旅游劳动资料。新型体育旅游劳动资料以高科技、高效能、智能化为特征,包括智能穿戴设备、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、大数据平台等。这些技术工具极大地提升了体育旅游服务的品质和效率。新型体育旅游劳动资料包括智能穿戴设备、VR、AR、大数据平台等。智能穿戴设备能够实时监测游客的运动数据,提供个性化的运动建议和安全预警,增强游客的参与感和安全性。VR 和 AR 技术则通过模拟真实场景,为游客带来沉浸式的体育旅游体验,如虚拟滑雪、攀岩等,打破了传统体育旅游的地域限制。大数据平台则通过收集和分析游客的行为数据,精准推送个性化体育旅游产品,优化体育旅游路线规划,提升游客满意度。新型体育旅游劳动资料的应用不仅丰富了贵州体育旅游的服务内容,还提高了贵州体育旅游服务的智能化和个性化水平,为贵州体育旅游产业数智化转型提供了强有力的技术支持。

(3)新型体育旅游劳动对象。在数智化转型过程中,实体体育旅游资源被赋予新的内涵和价值,同时虚拟体育旅游资源(如数智博物馆、在线体育赛事、虚拟体育社区)以及游客的个性化需求和行为数据也成为新型劳动对象[8]。同时,新型体育旅游劳动对象还扩展到虚拟旅游资源,如数智博物馆、在线体育赛事、虚拟体育社区等。这些虚拟资源不仅丰富了贵州体育旅游的内容,还打破了时空限制,为游客提供了更加便捷、多元的体育旅游体验。此外,新型体育旅游劳动对象还包括游客的个性化需求和行为数据。通过对体育旅游数据的深度挖掘和分析,精准把握游客的消费偏好和行为模式,为贵州体育旅游产品的设计和推广提供科学依据,也为贵州体育旅游产业数智化转型提供了新的增长点。

新型体育旅游劳动者、新型体育旅游劳动资料和新型体育旅游劳动对象 3 大要素的根本性变革,必然对贵州体育旅游产业的发展模式、增长方式和发展路径提出新的要求。要素的质变如果不能引致产业系统的适应性调整,赋能效应将难以实现。因此,需要进一步明确新质生产力对产业转型的内在要求。

1.2　转型要求:要素变革对产业发展的内在规定

(1)构建现代化体育旅游经济体系——对应新型劳动资料的要求。新型劳动资料(大数据、云计算、AI 等)的应用要求产业构建以数智技术为核心驱动力的现代化经济体系。这一体系须具备高效的数据处理能力、智能的决策支持系统和灵活的市场响应机制。一方面,应加快贵州体育旅游产业数智化转型,推动传统体育旅游企业与数智技术的深度融合,提升企业的数智化水平和创新能力[10]。另一方面,应构建开放共享的体育旅游数据平台,整合行业内外数据资源,为政府决策、企业运营和游客服务提供有力支持。此外,还应加强贵州体育旅游产业链上下游的协同合作,形成优势互补、利益共享的发展格局。通过构建现代化体育旅游经济体系,推动贵州体育旅游产业实现高质量发展,提升贵州体育旅游产业数智化转型竞争力和影响力。

(2)转变体育旅游经济增长方式——对应新型劳动对象的要求。劳动对象向虚拟资源和数据资产的拓展,要求产业从传统的数量扩张型增长向质量效益型增长转变,注重提升产品和服务质量,同时注重绿色发展和可持续发展。新质生产力推动贵州体育旅游产业从传统的数量扩张型增长向质量效益型增长转变。这一转变要求体育旅游企业注重提升产品和服务的质量,加强品牌建设和市场营销,提高游客满意度和忠诚度。同时,还应积极拓展国际市场,提升贵州体育旅游品牌的国际知名度和影响力。在经济增长方式转变的过程中,应注重绿色发展和可持续发展,推动贵州体育旅游产业与生态环境的和谐共生。通过采用清洁能源、推广环保材料等措施,降低贵州体育旅游活动对环境的负面影响,实现经济效益和生态效益的双赢。

(3)创新体育旅游生产力发展路径——对应新型劳动者的要求。新型劳动者的出现要求产业开辟以科技创新和文化创意为核心驱动力的新发展路径,通过科技与文化双重驱动,提升产品的智能化水平和文化内涵。新质生产力为贵州体育旅游产业开辟了全新的生产力发展路径。这一路径以科技创新和文化创意为核心驱动力,推动贵州体育旅游产业数智化转型和高质量发展。在科技创新方面,应加大对贵州体育旅游技术研发的投入力度,推动智能穿戴设备、VR/AR 技术、大数据平台

等新型劳动资料的应用和普及。通过科技创新提升贵州体育旅游产品的智能化水平和个性化服务能力。在文化创意方面,应注重挖掘和传承贵州丰富的民族文化资源,将民族文化元素融入贵州体育旅游产品的设计和推广中[5]。通过文化创意提升贵州体育旅游产品的文化内涵和吸引力,打造具有贵州特色的体育旅游品牌。

1.3 作用机制:从要求到实现的传导路径

(1)提升体育旅游产品创意设计与实施水平——实现“创新发展路径”要求。借助大数据、人工智能等技术对游客需求进行精准分析,结合民族文化元素,打造具有独特魅力的体育旅游产品。通过VR/AR技术提供沉浸式体验,加强品牌建设和市场推广。新质生产力通过科技创新和文化创意的融合应用,极大地提升了贵州体育旅游产品的创意设计与实施水平。一方面,借助大数据、人工智能等先进技术手段,对游客需求进行深入分析和精准预测,为贵州体育旅游产品的创意设计提供科学依据;另一方面,通过挖掘和传承贵州丰富的民族文化资源,将民族文化元素与现代科技手段相结合,打造出具有独特魅力和吸引力的贵州体育旅游产品。此外,在实施过程中,应注重游客的参与感和体验感,通过VR/AR技术等手段为游客提供沉浸式的体育旅游体验。同时,还应加强贵州体育旅游产品的品牌建设和市场推广力度,提升贵州体育旅游产品的知名度和美誉度。

(2)强化智慧体育旅游要素升级与市场联动——实现“构建现代化体系”要求。通过引入智能穿戴设备、大数据平台等,实现对游客运动数据的实时监测和分析,提供个性化服务。同时与旅游市场深度联动,推动线上线下融合发展。新质生产力推动了贵州体育旅游要素的智慧化升级和市场联动。通过引入智能穿戴设备、大数据平台等新型劳动资料,实现对游客运动数据的实时监测和分析处理,为游客提供更加个性化和精准的服务。同时,新型体育旅游劳动资料还与旅游市场进行深度联动,通过数据分析了解游客的消费偏好和行为模式,为贵州体育旅游产品的设计和推广提供有力支持。此外,在市场联动方面,应注重线上线下的融合发展,通过社交媒体、短视频平台等新兴渠道推广贵州体育旅游品牌和产品。还应加强与旅游代理商、酒店、交通等相关行业的合作与联动,形成协同发展的良好局面。

(3)促进体育旅游产业深度融合与价值共创——综合实现各项要求。通过与体育产业、文化产业、旅游服务业的深度融合,推动产品创新和价值共创,提高整个产业链的效率和效益。新质生产力促进了贵州体育旅游产业与其他相关产业的深度融合与价值共创。一方面,通过与体育产业、文化产业的深度融合,推动贵州体育旅游产品的创新和发展,提升贵州体育旅游产品的附加值和竞争力;另一方面,通过与旅游代理商、酒店、交通等相关行业的深度合作与联动,实现资源共享和优势互补,提高整个产业链的效率和效益。此外,在价值共创方面,应注重游客的参与感和体验感,通过提供个性化的服务和产品满足游客的多样化需求。同时,还应加强与政府、社区等相关方的沟通与协作,共同推动贵州体育旅游产业的可持续发展和繁荣壮大[11]。

(4)驱动体育旅游绿色生态内外共建与主客共享——实现“转变增长方式”要求。采用清洁能源、推广环保材料,降低活动对环境的负面影响,同时加强生态保护和修复,实现经济效益与生态效益双赢。新质生产力驱动贵州体育旅游产业向绿色生态方向发展,实现内外共建与主客共享。通过加强生态保护和修复工作提升贵州体育旅游目的地的生态环境质量。此外,在内外共建方面,应注重政府、企业和社会各界的共同参与和协作努力形成合力,推动贵州体育旅游产业的绿色转型和升级发展。在主客共享方面,应注重游客的参与感和体验感,通过提供绿色、环保的体育旅游产品和服务,满足游客对美好生态环境的向往和追求。

(5)创新体育旅游场景沉浸交互与数智应用——综合实现各项要求。通过VR/AR等技术打造高度沉浸感和交互性的体育旅游场景,形成线上线下融合的新型体育旅游模式。新质生产力为贵州体育旅游产业带来了全新的场景沉浸交互与数智应用体验。通过引入VR/AR技术等先进手段,打造出具有高度沉浸感和交互性的贵州体育旅游场景,让游客在虚拟世界中体验真实的贵州体育旅游活动。同时,与实体体育旅游资源相结合,形成线上线下相融合的新型体育旅游模式。此外,在场景沉浸交互方面,应注重游客的参与感和体验感,通过提供个性化的体育旅游服务和产品满足游客的多样化需求。在数智应用方面,应注重技术的创新和应用,通过不断研发和推广新型数智体育旅游产品和服务,提升贵州体育旅游产业智能化水平和个性化服务能力。

综上所述,新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型的生成逻辑遵循“要素变革→转型要求

→作用机制”的递进链条。其中,要素变革是逻辑起点,转型要求是逻辑中介,作用机制是逻辑终点。三者之间构成因果关系,新质生产力通过重塑生产要素,对产业发展模式提出新的内在规定,规定再经由具体机制转化为产业实践。

2　新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化转型的现实挑战

2.1　体育旅游产业链式增长结构与融合机制不够完善

(1)产业链延伸广度与深度不足。贵州体育旅游产业虽然初步形成了涵盖体育赛事、旅游观光、休闲度假等多个环节的产业链,但整体而言,产业链的延伸广度与深度仍显不足[12]。一方面,体育旅游产品多集中在基础的体育赛事观赏和简单的旅游服务上,缺乏高附加值的衍生产品和服务,如体育旅游纪念品、体育主题酒店、体育健康养生产品等;另一方面,产业链上下游之间的衔接不够紧密,缺乏有效的信息共享和协同机制,导致资源利用效率低下,无法形成强大的产业合力。

(2)产业融合深度与广度有待提升。体育旅游产业是一个高度融合性的产业,涉及体育、旅游、文化、健康等多个领域。然而,贵州体育旅游产业在融合过程中仍存在深度与广度不足的问题。一方面,体育与旅游、文化等领域的融合多停留在表面层次,缺乏深层次的融合与创新,如体育旅游与文化旅游的深度融合产品较少,难以满足游客多样化的需求。另一方面,体育旅游产业融合过程中缺乏有效的政策引导和激励机制,导致产业融合进程缓慢,难以形成具有市场竞争力的体育旅游融合型产品和服务[6]。

(3)产业链增值环节缺失与薄弱。在贵州体育旅游产业链中,增值环节的缺失与薄弱是制约贵州体育旅游产业高质量发展的关键因素之一。一方面,产业链中的研发、设计、营销等高端增值环节发展滞后,导致产业链整体附加值不高,如缺乏具有创新性的体育旅游产品设计团队和营销策略,难以吸引和留住高端游客;另一方面,产业链中的服务环节也存在不足,如体育旅游服务设施不完善、服务质量参差不齐等问题,影响了游客的体育旅游体验和满意度。

(4)产业链风险防控机制不健全。随着贵州体育旅游产业的高质量发展,产业链中的风险问题也日益凸显。然而,贵州体育旅游产业在风险防控机制建设方面仍存在不足。一方面,缺乏完善的风险预警和应对机制,无法及时有效地识别和应对产业链中的各类风险;另一方面,产业链中各环节的风险防控责任不明确,导致风险防控工作难以落到实处。

2.2　体育旅游企业数智化创新的转化效果有待加强

(1)数智化技术应用水平参差不齐。贵州体育旅游企业在数智化技术应用方面存在明显的差异性和不平衡性。一方面,部分大型企业已经积极引入大数据、云计算、人工智能等先进技术,实现了业务流程的智能化和自动化[9];另一方面,大量中小企业由于资金、技术、人才等方面的限制,数智化技术应用水平较低,难以形成有效的竞争优势。

(2)数智化创新成果与实际业务脱节。部分贵州体育旅游企业在数智化创新过程中存在成果与实际业务脱节的问题。一方面,企业过于追求技术创新而忽略了市场需求和用户体验,导致创新成果难以在实际业务中得到有效应用;另一方面,企业缺乏将数智化创新成果转化为实际生产力的能力和经验,导致创新成果无法发挥应有的价值。

(3)数智化人才短缺与培养机制不完善。数智化人才是推动贵州体育旅游产业数智化转型的关键力量。然而,贵州体育旅游企业在数智化人才方面存在短缺问题,且培养机制尚不完善。一方面,企业难以吸引到具备数智化技能和经验的专业人才,导致数智化创新工作难以顺利开展;另一方面,企业在数智化人才培养方面缺乏系统的规划和有效的措施,导致员工数智化素养和创新能力不足。

(4)数智化创新生态体系尚未形成。数智化创新生态体系是推动贵州体育旅游产业数智化转型的重要保障。然而,贵州体育旅游产业数智化创新生态体系尚未形成。一方面,企业之间缺乏有效的合作与协同机制,导致数智化创新资源无法得到有效整合和利用;另一方面,政府与行业协会在数智化创新方面的支持和引导作用有限,难以形成有利的政策环境和发展氛围。

2.3　体育旅游产业科技应用中的数智歧视与技术滥用

(1)数据隐私保护与安全问题凸显。随着大数据和人工智能技术的广泛应用,贵州体育旅游企业在收集、存储和利用游客数据方面面临巨大的隐私保护和安全风险。一方面,企业在数据采集过程中可能未经游客同意或未充分告知游客数据用途,导致游客隐私泄露风险增加;另一方面,企业在数据存储和利用过程中,因安全措施不到位而导致数据

被非法获取或滥用。

(2)算法偏见与歧视问题不容忽视。算法在贵州体育旅游产业中的应用日益广泛,如智能推荐系统、个性化服务系统等。然而,算法偏见与歧视问题也日益凸显。一方面,算法因训练数据的不均衡或偏见而导致对特定群体的不公平对待[13];另一方面,算法因缺乏透明度和可解释性而导致游客对推荐结果的不信任或误解。

(3)技术滥用与伦理风险亟待关注。在贵州体育旅游产业数智化转型中,技术滥用与伦理风险也时有发生。一方面,存在利用技术手段进行虚假宣传、误导消费者或侵犯消费者权益,如利用虚假评论提高产品销量、利用技术手段窃取竞争对手的商业秘密等;另一方面,存在忽视技术应用的伦理问题,如过度依赖技术手段而忽视人文关怀、忽视技术应用对环境和社会的影响等。这不仅损害了消费者的合法权益,也破坏了贵州体育旅游产业数智化转型的良好形象和市场秩序。

(4)数智鸿沟与包容性问题亟待解决。数智鸿沟与包容性问题是制约贵州体育旅游产业数智化转型的重要因素。一方面,不同地区、不同群体之间的数智化水平存在显著差异,导致部分游客无法享受到数智化带来的便利和效益;另一方面,部分老年游客、残障游客等特殊群体会因缺乏数智技能或设备而无法充分参与到体育旅游活动中来。这不仅影响了游客的参与度和满意度,也制约了贵州体育旅游产业数智化转型的可持续发展。

2.4 体育旅游领域科技研发不足,体育旅游科技人才缺乏

(1)科技研发投入不足与资源配置不合理。贵州体育旅游领域在科技研发方面的投入相对不足,且资源配置存在不合理现象。一方面,政府和企业对体育旅游科技研发的重视程度不够,缺乏长期稳定的资金投入和政策支持;另一方面,科技研发资源在不同领域、不同环节之间的分配存在不均衡现象,导致部分关键技术和产品的研发进展缓慢。

(2)科技成果转化机制不畅与产学研脱节。尽管贵州体育旅游领域在科技研发方面取得了一些成果,但科技成果转化机制不畅与产学研脱节问题仍然存在。一方面,科技成果与市场需求之间存在脱节现象,导致科技成果难以转化为实际生产力;另一方面,产学研之间的合作机制尚不完善,缺乏有效的沟通平台和合作机制来推动科技成果转化和应用。

(3)体育旅游科技人才短缺与培养体系不完善。体育旅游科技人才是推动贵州体育旅游产业数智化转型的关键因素。然而,贵州体育旅游领域在科技人才方面存在短缺问题,且培养体系尚不完善[14]。一方面,高校和科研机构在培养体育旅游科技人才方面的力度不够,缺乏系统的培养计划和有效的培养措施;另一方面,企业在吸引和留住体育旅游科技人才方面也面临诸多挑战。

(4)国际科技交流与合作不足与创新能力受限。在全球化和科技日新月异的背景下,国际科技交流与合作对于推动贵州体育旅游产业数智化转型具有重要意义。然而,贵州体育旅游领域在国际科技交流与合作方面仍存在不足问题。一方面,企业缺乏参与国际科技交流与合作的机会和平台,难以获取国际前沿技术和创新理念;另一方面,政府在推动国际科技交流与合作方面的政策和措施尚不完善,缺乏有力的支持和引导。

3 新质生产力赋能贵州体育旅游产业数智化的实践进路

3.1 强化产业链协同与成果转化

(1)科技与体育旅游深度融合的创新模式。新质生产力强调科技创新的核心驱动作用,对于贵州体育旅游产业而言,这意味着必须深化科技与体育旅游的融合程度[15]。贵州应积极探索大数据、云计算、人工智能等先进技术在体育旅游领域的应用场景,构建以数据为驱动的智慧体育旅游体系。一方面,通过大数据分析游客的运动偏好、消费习惯及行为模式,为贵州体育旅游企业提供精准的市场洞察和决策支持;另一方面,利用云计算平台整合贵州体育旅游资源,实现贵州体育旅游产品的个性化定制和高效管理。此外,借助人工智能技术优化贵州体育旅游服务流程,提升游客体验满意度。

(2)科技成果在体育旅游产品中的转化应用。科技成果转化应用是提升贵州体育旅游产业全要素生产率的重要途径。贵州应充分利用自身在大数据、云计算等方面的技术优势,推动科技成果在贵州体育旅游产品中的转化应用。一方面,开发基于大数据的贵州体育旅游智能推荐系统,根据游客的个人偏好和历史行为数据,为游客推荐最合适的体育旅游线路和活动;另一方面,运用云计算技术构建贵州体育旅游资源共享平台,实现贵州体育旅游资源的优化配置和高效利用。此外,借助 VR、AR 等先进技术,打造沉浸式贵州体育旅游体验产品,满足游客对个性化、多样化体育旅游体验的需

求,从而推动贵州体育旅游产业向高端化、智能化方向发展。

(3)体育旅游科技研发与创新的激励机制。为了促进科技成果在贵州体育旅游产业中的持续转化应用、建立健全体育旅游科技研发与创新的激励机制,政府应加大对体育旅游科技研发的支持力度,通过设立专项基金、提供税收优惠等方式,鼓励企业和科研机构开展体育旅游科技研发活动。同时,建立完善的科技成果评估与奖励机制,对在贵州体育旅游科技研发中取得突出成果的单位和个人给予表彰和奖励。此外,加强贵州体育旅游科技人才的培养和引进工作,通过举办培训班、研讨会等形式,提高贵州体育旅游从业人员的科技素养和创新能力,进而激发企业和科研机构在贵州体育旅游科技研发方面的积极性和创造性,为贵州体育旅游产业数智化转型提供有力的人才保障和智力支持[16]。

3.2　健全企业数智化创新生态与转化机制

(1)科技创新与体育旅游产业的协同发展机制。科技创新与体育旅游产业的协同发展机制是推动贵州体育旅游产业数智化转型的重要动力[16]。建立健全科技创新与体育旅游产业协同发展的机制,促进科技成果在贵州体育旅游产业中的转化应用。一方面,加强科研机构与体育旅游企业的合作与交流,共同开展科技研发和创新活动;另一方面,建立科技成果转移转化平台和服务体系,为体育旅游企业提供便捷的科技服务和支持。

(2)体育旅游数据共享与开放机制。体育旅游数据共享与开放机制是贵州体育旅游产业数智化转型的核心要素之一。建立健全贵州体育旅游产业数据共享与开放机制,促进贵州体育旅游产业数据资源的有效整合和利用。一方面,加强政府部门、体育旅游企业和科研机构之间的数据共享与合作,共同构建贵州体育旅游数据资源池;另一方面,推动贵州体育旅游产业数据资源的开放和共享工作,为贵州体育旅游产业数智化转型的创新发展提供有力支持[17]。

3.3　构建包容安全伦理导向的数智治理体系

(1)智慧体育旅游服务体系的构建。智慧体育旅游服务体系是提升贵州体育旅游服务质量和效率的重要手段。构建以大数据、云计算、人工智能等先进技术为支撑的智慧体育旅游服务体系,实现贵州体育旅游服务的智能化和个性化,如开发智能导游系统、在线预订平台等智慧旅游服务应用,为游客提供便捷、高效的旅游服务体验;建立贵州体育旅游服务质量监测和评价体系,对贵州体育旅游服务进行全程监控和评估,确保贵州体育旅游服务质量和游客满意度。

(2)体育旅游综合治理能力的提升。体育旅游综合治理能力的提升是推动贵州体育旅游产业数智化转型的重要保障。加强对贵州体育旅游市场的监管和执法力度,打击违法违规行为,维护贵州体育旅游市场秩序和游客权益[18];同时,加强贵州体育旅游安全管理和应急救援体系建设工作,提高应对突发事件的能力和水平。此外,加强贵州体育旅游与相关产业的融合发展工作,推动体育旅游与文化、旅游、健康等产业的深度融合和协同发展。

(3)体育旅游信息化基础设施的完善。体育旅游信息化基础设施的完善是推动贵州体育旅游产业数智化转型的重要基础。加强贵州体育旅游信息化基础设施的建设和升级工作,提高信息化水平和智能化程度,如加强网络基础设施的建设和升级工作,提高网络覆盖率和传输速度;同时,加强贵州体育旅游数据中心和云计算平台的建设工作,为贵州体育旅游产业数智化转型提供有力支持[19]。

3.4　加大科技研发投入与复合型人才梯队建设

(1)构建体育旅游数智化人才培养体系。构建以市场需求为导向、以实践能力为核心的贵州体育旅游数智化人才培养体系。加强体育旅游相关专业课程的设置和改革工作,引入大数据、云计算、人工智能等先进技术课程;同时,加强实践教学环节的设计和实施工作,提高实践能力和创新能力。此外,加强与企业和科研机构的合作与交流工作,共同开展人才培养和培训工作。

(2)完善体育旅游数智化人才引进机制。完善贵州体育旅游数智化人才引进机制,吸引更多优秀人才加入贵州体育旅游产业。制定具有吸引力的人才引进政策,提供优厚的薪酬待遇和良好的工作环境;同时,加强人才引进的宣传和推广工作,提高贵州体育旅游产业的知名度和影响力。此外,加强与国内外知名高校和研究机构的合作与交流工作,共同开展人才引进和培养工作。

(3)创新体育旅游数智化人才激励机制。创新贵州体育旅游数智化人才激励机制,激发人才的积极性和创造性。建立科学合理的薪酬体系和绩效考核机制,确保人才的付出与回报相匹配;同时,加强人才的职业发展规划和晋升通道建设工作,为人才提供广阔的职业发展空间和晋升机会。此外,加

强对人才的关怀和支持工作，关注人才的工作和生活需求，提高人才的归属感和忠诚度，激发人才的积极性和创造性。

4 结语

通过构建“要素变革-转型要求-作用机制-现实挑战-实践进路”的理论分析框架，使新质生产力持续赋能贵州体育旅游产业数智化转型，为贵州地方经济社会高质量发展注入新的活力。贵州体育旅游产业也将积极探索适合自身特点的数智化转型路径，为全国乃至全球的体育旅游产业提供有益的参考与借鉴。

参考文献

[1] 马振川，杨祥全. 新质生产力赋能民俗体育旅游高质量发展研究[J]. 体育文化导刊，2024(12)：98-103.

[2] 杨乙元. 体育旅游产业数字化战略转型与升级路径研究[M]. 合肥：中国科学技术大学出版社，2024.

[3] 王逊，张小林. 数字经济赋能我国体育旅游产业转型升级的内在逻辑及实践进路[J]. 山东体育学院学报，2024，40(6)：29-40.

[4] 冯靖媛. 数字技术赋能体育旅游业高质量发展：内在机理、现实困境与实践路径[J]. 山东体育学院学报，2024，40(1)：62-69.

[5] 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.

[6] 赵耀，舒伯阳. 新质生产力驱动旅游业高质量发展的内在逻辑与实践路径[J]. 地域研究与开发，2024，43(5)：61-66.

[7] 黄海燕，管建良，康露. 体育产业领域新质生产力的生成机理、引领作用与培育方略[J]. 上海体育大学学报，2025，49(1)：88-100.

[8] 黎镇鹏，张泽承，李志敢. 新发展格局下体育旅游产业高质量发展阻滞因素与应对策略[J]. 体育文化导刊，2022(12)：7-12，28.

[9] 余思均，赵敏，熊禄全. 新质生产力赋能体育旅游产业高质量发展：逻辑理路、关键障碍与实践路径[J]. 沈阳体育学院学报，2024，43(5)：117-123.

[10] 黄佺，张勇，周道平. 我国体育旅游示范基地高质量发展：逻辑、问题与路径[J]. 沈阳体育学院学报，2024，43(6)：124-130.

[11] 张欣，岳辉. 我国体育旅游产业数字化转型实现路径研究[J]. 体育学研究，2024，38(5)：96-106.

[12] 刘满娥，赵虹，陈立农. “一带一路”倡议背景下贵州体育旅游的优劣势及发展策略研究[J]. 广州体育学院学报，2019，39(6)：55-58.

[13] 黎镇鹏，欧阳井凤，任波. 新质生产力助推体育产业高质量发展：内在机理、重点领域与实践方略[J]. 西安体育学院学报，2024，41(4)：451-461.

[14] 陶玉流，王越，吴相雷. 体育新质生产力：方向抉择、当代使命与未来前景[J]. 中国体育科技，2024，60(4)：64-71.

[15] 张亚文，谢翔，张小林. 数实融合背景下体育旅游产业数字化转型：动力机制、现实困境与推进策略[J]. 沈阳体育学院学报，2024，43(2)：9-15.

[16] 屈植斌，李延超，顾晓艳. 贵州少数民族村落体育旅游扶贫的现实困境与发展策略[J]. 体育文化导刊，2020(3)：47-53.

[17] 周晓梅，任华，李娜娜. 贵州民族体育旅游发展探究[J]. 贵州民族研究，2023，44(4)：162-165.

[18] 夏江涛，王石峰，黎镇鹏. 我国体育旅游产业数字化转型：动力机制、现实困境与实践路径[J]. 体育学研究，2023，37(3)：65-75.

[19] 程名望，慈芳慧，王志远. 新质生产力、技术交易市场活跃度与体育产业高质量发展：来自中国省级层面的经验证据[J]. 上海体育大学学报，2025，49(1)：65-75.

Research on Practical Path of Digital Transformation of Guizhou Sports Tourism Industry Empowered by New Quality Productivity

ZHANG Wei, YANG Yiyuan

(School of Physical Education, Liupanshui Normal University Guizhou, Liupanshui 553004, China)

Abstract: New changes, transformation requirements and innovative mechanisms are introduced into the digital transformation of Guizhou's sports tourism industry by new quality productivity. Upgrades to Guizhou's sports tourism industry based on technological innovation lead the future development trend of the sector. However, this transformation also faces multiple practical challenges: incomplete industrial chain structure and integration mechanism, weak digital innovation transformation effects among enterprises, digital discrimination and technological abuse, insufficient scientific research and development investment, and shortage of compound talents. Therefore, a four-dimensional practical path is proposed to strengthen industrial chain synergy and research achievement transformation, optimize enterprises' digital innovation ecology and transformation mechanism, build a digital governance system that integrates safety inclusiveness and ethical guidance, increase investment in scientific and technological research and development, and cultivate a pool of compound talents. The theoretical basis and practical reference are provided for empowering the digital transformation of Guizhou's sports tourism industry with new quality productivity, and promoting the high-quality development of Guizhou's sports tourism industry.

Keywords: new quality productivity; sports tourism; industrial digitization; digital transformation; practical approach; generate logic; realistic challenges