

被动核算支撑走向主动价值创造。

数据资产化运营的实践路径围绕三个核心维度展开。首先是数据确权，作为数据资产化的基础，传统模式下会计数据分散、权益归属模糊，难以统一管理。数据确权通过明确会计数据的所有权、使用权、收益权等边界，厘清数据生成、流转、应用中各主体权责，为合规管理与后续运营奠定基础。例如企业内部需界定财务与业务部门在数据生成使用中的权责，跨组织场景中明确数据共享的使用范围与权利边界，避免纠纷^[4]。其次是数据估值，这是关键环节。因会计数据具有非实体性、价值波动性，传统估值方法不适用，需建立贴合其特性的科学模型。估值不仅考量采集、存储、处理等“投入端”成本，还结合应用场景、复用能力、决策支撑价值等“产出端”效益，综合评估数据资产价值。通过科学估值，可将其纳入财务报表，让数据价值从“隐性”转“显性”，为管理层资源投入与决策提供依据。最后是数据运营，这是实现价值最大化的核心手段。数据运营突破企业内部应用局限，通过开放共享、协同合作，让数据在多主体、多场景流转，释放跨界价值。如部分科技服务商与金融机构合作搭建生态平台，企业授权接入合规会计数据，金融机构据此精准判断企业经营与信用状况，提供适配金融服务；企业则借数据共享获便捷融资，降低成本，形成“数据贡献-价值回馈”的良性循环。数据资产化运营还推动会计部门角色颠覆性转变，从传统“成本中心”转向“价值创造中心”。以往会计部门聚焦账务核算、报表编制等基础事务，投入被视为运营成本；如今作为数据资产核心管理部门，通过确权、估值、运营直接参与价值创造。例如零售企业会计部门整合分析销售与财务数据，为供应链优化提供支撑；部分企业通过分析成本与业务数据关联，制定成本优化方案，实现成本节约与效益提升。

3.3 服务生态化扩张：从单一软件到平台化服务

会计信息化加速渗透中，传统单一软件模式局限性凸显。这类软件多聚焦账务处理、税务计算等特定财务功能，虽功能边界清晰但孤立，难以满足企业数字化经营的多场景、全流程需求。随着企业对数字化协同效率要求提升，会计信息化服务必然突破传统模式，向平台化、生态化扩张，构建“基础需求+多元场景”的综合服务体系，推动会计服务从“单点工具”升级为“全域赋能平台”。

生态化体系核心架构是“核心服务+增值服务”协同模式。核心服务作为基础，聚焦企业核心财务需求，以标准

化、轻量化 SaaS 模式提供服务。如财务核算通过云端系统实现凭证生成、账簿登记等自动化处理，无需企业投建本地服务器；税务申报服务自动适配各地政策，完成申报表填写、校验与提交，减少人工繁琐与误差^[5]。这类服务“即用即取”，降低使用门槛且保障合规，是企业数字化转型的“基础底座”。增值服务则依托核心服务沉淀的财务数据，向企业多元经营需求延伸。针对资金需求，平台对接金融机构资源，凭企业真实财务数据搭建融资通道；信用评估服务整合财务与多维度经营信息，生成信用画像；供应链协同服务打破财务与业务壁垒，实现企业与上下游数据联动。浪潮易云与国有银行的合作是典型实践，联合平台以云会计为核心功能，还整合普惠金融资源。企业用财务服务时，平台凭沉淀数据为金融机构提供经营参考，助企业便捷获融资，解决传统融资信息不对称、流程繁琐问题。未来生态化发展沿两大方向深化：横向扩展整合税务、工商、社保等政务服务，实现“一站式”数字化管理；纵向延伸推动会计服务渗透供应链、生产、销售等全业务链，如打通财务与采购数据核算成本、联动生产数据监控成本波动、协同销售数据支撑策略调整，实现业财深度融合。

4 结语

文章明确大数据背景下会计信息化建设可通过政策驱动、技术赋能、生态协同三大路径突破瓶颈，且将向智能化、数据资产化、服务生态化方向演进。这一研究为企业化解数据治理、技术适配等难题提供路径，助力会计职能转型。未来需结合行业特性深化研究，持续优化突破路径，推动会计信息化更好服务企业数字化转型，为企业高质量发展注入更强动力。

参考文献

- [1] 周卫红.大数据背景下工业企业财务会计信息化建设分析[J].现代工业经济和信息化,2024,14(05):65-67.
- [2] 林雅玲.大数据背景下企业财务会计信息化建设研究[J].中国电子商情,2024,(09):10-12.
- [3] 陈月乔.大数据背景下行政事业单位会计信息化建设[J].网络安全和信息化,2024,(05):17-19.
- [4] 倪静娜.大数据时代的会计信息化研究[J].财会学习,2024,(12):81-83.
- [5] 兰艳苹.大数据技术下企业会计信息化建设路径研究[J].财会学习,2024,(12):87-89.

Research on the Development of Rural Cultural Tourism in Xizang from the Perspective of Digital Economy

Yangjing Ji

Xizang Minzu University, Xianyang, Shaanxi, 712000, China

Abstract

This paper starts from the perspective of digital economy to discuss the development of rural cultural tourism in Xizang, comprehensively examining how the digital economy impacts rural cultural tourism in Xizang, existing issues, and improvement strategies. The digital economy can promote the development of rural cultural tourism in Xizang by optimizing service experiences, expanding marketing channels, and enhancing resource allocation efficiency. However, it is also constrained by factors such as weak digital infrastructure, shortage of professional talent, low-level digital application, and prominent data security risks in rural cultural tourism in Xizang. To address these challenges, this paper proposes strengthening digital infrastructure construction, cultivating and attracting talent, improving practical applications, and building data security barriers. These measures provide theoretical references and implementation pathways for rural cultural tourism in Xizang to achieve high-quality development through digital economy utilization, helping rural cultural tourism in Xizang break away from traditional models and realize a high-quality transformation of "technology + uniqueness".

Keywords

digital economy; Xizang rural cultural tourism; digital infrastructure; digitalization of cultural tourism

数字经济视角下西藏乡村文旅发展研究

纪杨靖

西藏民族大学, 中国·陕西 咸阳 712000

摘要

本文从数字经济视角下西藏乡村文旅的发展出发, 全方位论述数字经济如何作用于西藏乡村文旅、存在哪些问题和如何去改善。数字经济可通过优化西藏乡村文旅服务体验、拓展营销渠道、提升文旅资源调配效率, 推动西藏乡村文旅发展。但同时也受到西藏乡村文旅数字基础设施薄弱、专业人才短缺、数字化应用层次较低、数据安全风险突出等因素制约。针对这些问题, 本文提出加大数字基础设施建设, 培育和引进人才, 改进使用层面, 构筑数据安全屏障, 为西藏乡村文旅利用数字经济实现优质发展提供理论参考和实施路线, 助力西藏乡村文旅突破传统模式, 实现“科技+特色”的高质量转型。

关键词

数字经济; 西藏乡村文旅; 数字基础设施; 文旅数字化

1 引言

数字经济深入各行各业, 乡村文旅是数字技术赋能乡村振兴的重要载体。西藏拥有独特的高原风光与藏族民俗文化, 乡村文旅资源禀赋极为优越。但受地理环境闭塞、经济发展水平有限等因素影响, 西藏乡村文旅长期处于传统粗放式发展模式。随着游客个性化、便捷化需求不断提升, 数字经济为西藏乡村文旅发展带来新机遇^[1]。目前, 有关西藏乡村文旅数字化的研究, 大多基于全国通用分析框架, 未能充分兼顾西藏地域特殊性。因此本文结合西藏乡村实际情况, 探究数字经济对西藏乡村文旅的影响机理, 找到西藏乡

村文旅发展的痛点, 并提出适合西藏乡村文旅的数字经济解决方案, 弥补研究空白, 提出切实可行的方案。

2 数字经济对西藏乡村文旅发展的影响机制

2.1 改善旅游服务体验

数字技术应用可以为游客带来更方便、更个性化的服务。在线旅游平台可帮助游客提前获取西藏乡村旅游景点的介绍、门票价格、住宿餐饮等信息, 并支持在线预订服务。旅游时用手机 APP 能导航、导游讲解等, 改善旅游体验。部分乡村旅游景点已部署智能导览系统, 游客扫描二维码即可获取景点的详细信息及背后的文化故事。

2.2 拓展旅游营销渠道

乡村旅游景点将社交媒体、短视频平台等网络渠道, 作为展示当地优美自然风光与独特民俗文化的重要途径, 以

【作者简介】纪杨靖(2005-), 女, 中国云南昆明人, 在读本科, 从事会计学研究。

吸引更多潜在游客。直播带货已成为推广西藏乡村旅游产品与特色农产品的重要方式，部分网红主播通过直播展现西藏乡村的自然景观与生活场景，吸引大量粉丝关注，进而带动当地旅游业发展。

2.3 优化旅游资源配置

大数据技术可对游客需求与行为数据进行分析，帮助乡村旅游经营者精准把握市场需求，进而优化旅游资源调配。按照游客的喜好、预定的数据来合理安排旅游项目和服务设施，让资源得到更好的利用。通过数据分析，经营者若发现游客对藏族传统手工艺品需求较高，可增加对手工艺品制作体验项目的投入，丰富产品种类，以满足游客需求^[2]。

3 西藏乡村文旅发展面临的挑战

3.1 数字基础设施薄弱

西藏部分乡村地区存在网络覆盖不全面、信号不稳定等问题，导致数字技术在乡村文旅领域的应用受阻。部分偏远乡村尚未实现4G网络全覆盖，5G网络覆盖则更为稀缺，导致游客在旅游过程中，无法顺畅通过手机上网获取信息，或完成支付。部分乡村的信息化设备较为老旧，电脑、打印机等办公设备短缺，难以满足旅游信息化管理的需求^[3]。

3.2 专业人才短缺

乡村文旅数字化发展需要既懂旅游又懂数字技术的人才。西藏乡村地区经济发展水平较低，工作条件相对艰苦，在专业人才招聘与留存方面面临双重困境。当前乡村旅游从业者整体文化水平不高，普遍缺乏数字技术应用能力与专业旅游服务意识，难以向游客提供优质的数字旅游服务。在一些乡村旅游景点，工作人员对在线预订系统的操作不够熟练，影响游客的预订体验。

3.3 数字化应用程度低

尽管数字经济发展速度较快，但西藏乡村文旅领域的数字化应用程度仍处于较低水平。部分乡村旅游经营者对数字技术的认知不足，在运用数字技术开展旅游开发与管理方面积极性较低。多数乡村旅游景点，未建立独立官网与社交媒体账号，旅游信息更新不及时，也无法及时回复游客咨询。部分乡村旅游项目未借助数字技术进行创新，仍沿用传统旅游模式。

3.4 文旅数据安全风险凸显

在西藏乡村文旅数字化推进过程中，数据安全防护存在明显漏洞。多数乡村旅游点缺乏数据安全防护意识，游客身份信息、预订数据、消费记录等未进行加密存储，存在数据泄露风险。乡村旅游经营者尚未建立数据安全管理制度，缺乏专业数据安全技术人员，在面临网络攻击、数据篡改等问题时应对能力较弱，既损害游客合法权益，也影响乡村文旅数字化发展的公信力。

4 数字经济视角下西藏乡村文旅发展策略

4.1 加强数字基础设施建设

数字基础设施是西藏乡村文旅数字化发展的“基石”。需结合西藏乡村地区地理分散、环境特殊等实际情况，构建全域覆盖、重点突出、稳定高效的数字支撑体系。政府应将西藏乡村文旅数字基础设施建设，纳入“十四五”数字经济发展专项规划，设立专项扶持基金，并优先向林芝桃花村、日喀则珠峰周边村落、那曲草原特色村等文旅资源富集区域倾斜。针对乡村地区地理位置偏远、网络覆盖薄弱的现状，政府应联合移动、电信等运营商，采取“卫星通信+基站补点”相结合的模式，力争2025年底前实现所有乡村旅游重点村4G网络全覆盖，3A级以上乡村旅游点5G网络连续覆盖；同时配备信号增强设备，解决雪山、峡谷等区域的信号“盲区”问题，确保游客在旅游过程中可正常使用在线预订、导航导览等功能。

在降低使用成本方面，应推动运营商推出“乡村文旅专属流量包”，对乡村旅游经营者与本地村民实施费用减免，将50G定向旅游服务流量费用，控制在每月20元以内，降低数字技术使用门槛。针对乡村旅游点信息化设备短缺问题，可采取“政府补贴+企业捐赠+自主筹措”的模式，为每个乡村旅游示范点配备至少5台高性能电脑与3台智能打印设备；在重点民俗村、观景台等区域部署智能导览屏、二维码导览牌等设施。同时，建立设备定期保养制度，联合当地科技企业组建“移动技术服务队”，每季度赴乡村开展一次设备检修与操作培训，确保数字设施“建得成、用得好”，进一步提升西藏乡村文旅的数字化服务能力。

4.2 培养和引进专业人才

人才短缺是制约西藏乡村文旅数字化发展的“瓶颈”，需构建“本土培育+外部引进+长效留用”的人才保障体系。在本土人才培育方面，依托西藏职业技术学院、西藏农牧学院等本地院校，开设“乡村文旅数字化”特色培训班，每年定期组织乡村旅游经营者、农家乐负责人、村干部等人员集中培训，培训内容涵盖在线旅游平台（携程、飞猪）店铺经营、短视频拍摄剪辑（抖音、快手文旅推广技巧）、旅游大数据分析（游客画像、消费偏好分析工具使用）等实用技术，搭建“线上学习平台”，上传培训视频、操作手册等资料，方便学员随时复习。在普通从业人员上，开展“1+1”结对培训，由院校教师或者技术骨干跟乡村旅游点的从业人员结对子，手把手传授在线预定管理、智能设备使用等基本技能，争取用三年的时间将乡村旅游从业人员的数字化技能培训做到全覆盖。

在外部人才引进上，出台“西藏乡村文旅数字人才计划”，出台针对来乡村工作的APP开发人员、大数据分析人员、旅游管理人才等的政策优惠，发放生活补贴，提供免