

数字经济助力西藏旅游业发展对策研究

王雄飞 李娟* 龙思语 余慧珊 张灿阳

宜宾学院, 四川 宜宾 644000

摘要: 西藏自治区拥有得天独厚的旅游资源, 但受地理环境、基础设施和人才等多重因素影响, 旅游业发展水平相对滞后。数字经济为西藏突破地理局限、提升产业效能提供了新的可能。本文基于西藏旅游业数字化转型的进展与困境, 研究发现, 西藏在 5G 网络覆盖、智慧景区试点、数字营销及文旅融合等方面取得了阶段性成效, 但偏远地区基础设施薄弱、数字化服务渗透率偏低、数据孤岛现象突出、文旅融合深度不足、专业人才与政策保障乏力等问题依然严峻。针对上述问题, 本文从数字基建、服务应用、营销模式、文旅融合和政策保障五个维度构建系统性优化路径, 以期为西藏及类似民族地区旅游业高质量发展提供参考。

关键词: 数字经济; 西藏旅游业; 数字化转型; 文旅融合; 高质量发展

DOI: 10.64649/yh.shygl.issn3105-0085.202606021

0 引言

全球数字化转型浪潮下, 数字经济已成为驱动经济增长的核心引擎。中国数字经济产业发展报告显示, 2023 年我国数字经济规模突破 50 万亿元, 占国内生产总值的 41.5%。数字经济通过数字产业化与产业数字化的双向融合, 持续赋能传统产业转型升级。西藏旅游业因独特的自然景观和深厚的藏文化底蕴, 在全国旅游格局中具有不可替代的地位。然而, 受高海拔地理环境制约, 交通网络覆盖有限, 传统服务设施建设成本高昂, 导致旅游供给难以满足游客日益增长的智能化、个性化需求。在此背景下, 运用数字经济推动旅游业提质增效, 不仅是西藏落实“十四五”规划和相关政策的必然选择, 也是突破发展瓶颈、实现高质量发展的现实路径。

1 西藏旅游业数字化转型的实践进展

1.1 通信网络覆盖水平稳步提升

截至 2023 年底, 西藏所有乡镇已通达 5G 网络, 但部分偏远景区仍存在覆盖盲区, 陈颢天在研究中发现, 行政村 4G 和光纤宽带通达率均达到 99%, 5G 基站累计建成开通超过 1.7 万个。布达拉宫、大昭寺等重点景区周边实现了高质量网络覆盖, 为游客扫码导览、在线支付、实时分享等行为提供了基础条件^[1]。

1.2 景区智能化建设初显成效

林芝市部分景区已开通 5G 移动网络智慧导览, 游客扫码即可获得 AI 智能语音讲解。布达拉宫运用 VR 扫描和三维影像技术建立文物档案, 同时安装了智能安防监测设备。349 国道沿线设置智能标识牌, 扫描后可获取 VR 全景和突发事件信息。在文博领域, 西藏博物馆完成了 480 件文物的三维采集, 自然科学博物馆

的 AR/VR 展馆成为亲子旅游的热门打卡地。

1.3 电子票务与在线预约系统加速普及

布达拉宫、纳木措、羊卓雍措等重点景区已实现 100% 电子票务覆盖, 李玲, 苏婕在研究表表明^[2], 布达拉宫线上购票占比超过 95%, 支持提前十天预约。全区 80% 以上的 A 级景区接入“智游西藏”等官方平台, 部分景区引入人脸识别闸机和人证合一核验。西藏自治区文化和旅游厅数据显示, 布达拉宫票务系统与监管平台对接后, 门票违规交易投诉量下降 60%。

1.4 酒店民宿数字化管理分层推进

全区约 70% 的星级酒店使用了 PMS 管理系统, 约 80% 的民宿接入 OTA 平台, “智游西藏”平台注册用户超过 50 万人。拉萨、林芝等核心区域酒店数字化管理率达到 80%, 移动支付以微信和支付宝为主, 六成涉外饭店开通了外卡 POS 机, 部分高端酒店尝试使用 AI 服务机器人。

1.5 数字营销矩阵初步形成

官方抖音号“西藏文旅”半年短视频播放量破亿, 头部达人单条视频播放量超 1600 万次。“跨越山海格桑花开”主题活动全网话题阅读量达 11.32 亿次, CGTN 海外传播触达 1.29 亿人次。通过“官方账号+旅游达人+央地媒体”的全渠道联动, 活动直播观看达 1.11 亿人次, 短视频播放量达 5.35 亿次。西藏旅游大数据中心已汇集 80 万条涉旅数据, 雅鲁藏布大峡谷等试点景区通过客流监测实时调配资源, 古格王朝遗址借助 AI 图像识别将用户满意度提升至 92%^[3]。

2 西藏旅游业数字化转型面临的深层困境

2.1 数字基础设施存在明显短板

西藏高山峡谷、高海拔荒漠等复杂地形导致 5G 基站和光缆建设运维成本高昂, 偏远地

区网络覆盖率远低于核心城镇。游客进入阿里古格王朝遗址等边远景区时,常常面临无信号或信号弱的问题,既影响游览体验,也限制了旅游企业线上业务的延伸。与此同时,景区智能化设施严重不均衡。除布达拉宫等少数头部景区外,绝大多数中小景区缺乏智慧导览、物联网监测、客流实时预警等系统,智慧化管理近乎空白。更值得关注的是数据孤岛问题——景区、酒店、交通、旅行社等主体各自积累了大量运营数据,但因缺乏统一的数据标准和共享机制,无法形成覆盖全域的旅游大数据平台,导致市场分析、产业决策和技术融合均受到制约。

2.2 数字化服务与应用水平偏低

大量中小景区仍沿用传统人工售票模式,电子票务和分时预约未能普及,旅游旺季景区入口排长队、高峰时段人流拥堵的现象仍然突出。移动支付在拉萨等核心城市覆盖良好,但在那曲、阿里等边远地区及个体商户中,现金支付仍占主导,与新一代游客的消费习惯形成较大落差。无人零售、智能商圈等新型消费场景几乎空白,消费体验的数字化转型滞后。VR/AR等沉浸式技术的应用范围十分有限,主要集中于布达拉宫和自治区博物馆等少数机构。高昂的研发制作成本、缺乏藏文化特色的数字内容以及专业人才缺失,使新技术难以形成规模化的市场吸引力,“投入不足—产出不足—市场不足”的困局亟待打破。

2.3 数字营销同质化且数据利用不足

当前西藏旅游的线上宣传内容较为单一,多停留在风光大片和民俗活动的简单呈现,对藏文化深层内涵、非遗技艺、历史故事的系统挖掘和创意表达不足。大量重复的自然景观画面难以塑造持久品牌印象,也无法满足文化旅游者对深度体验的需求。与此同时,绝大多数旅游企业缺乏数据采集与分析能力,不清楚游客的消费习惯、偏好变化和出行趋势,营销策略缺乏数据支撑,客群细分和个性化推荐无从谈起,导致宣传投放的盲目性和市场转化率低下。

2.4 数字文旅融合深度不够

西藏拥有丰富的非物质文化遗产、古籍文献、传统节庆和宗教艺术资源,但其数字化转化率很低。大量珍贵文化资源尚未系统性地转化为数字资产,缺少3D建模、全息记录和线上展示,既影响了文化传播效果,也限制了文旅融合产品的开发。布达拉宫、大昭寺等智慧文旅标杆项目,虽在前期智能化设施上投入巨大,但当前主要依赖门票收入和财政补贴维持运行,缺乏广告、IP衍生、增值服务等多元盈

利渠道。专业运营团队缺失导致系统维护滞后、技术更新缓慢,“重建设、轻运营”的模式使项目长期可持续性堪忧。

2.5 人才匮乏与政策保障不完善

西藏本土数字化人才供给严重不足。区内高校数字化相关学科建设薄弱,同时受地理环境和经济发展水平制约,对外部高水平人才的吸引力有限。旅游企业在算法、大数据分析、数字营销等关键岗位几乎无人可用,数据价值难以转化为决策支撑。许多中小旅游企业主仍固守传统经营理念,对数字化转型的重要性认识不足,缺乏主动投入和创新的动力。政策层面,虽然出台了一系列扶持措施,但存在“政策多、落实少”的现象,执行力度不足、配套机制不完善。资金投入主要依赖财政拨款,社会资本参与度低,且缺乏科学的绩效评估和监督机制,部分资金使用效益不高,难以支撑长期发展需求。

3 推进西藏旅游业数字化转型的路径选择

3.1 强化数字基础设施建设,筑牢转型根基

针对偏远地区网络覆盖难题,可实施“卫星通信+5G基站补点”混合组网计划,将阿里古格王朝等游客集中的重点旅游资源区纳入专项覆盖范围。给予通信运营商建设补贴和税收减免,引入电信普遍服务补偿机制,保障高成本地区的网络长期运维。景区智能化升级应实行分层策略:对5A级和重点文化遗产景区,全面部署物联网系统,整合智慧导览、客流监控与环境监测等高端设施。对中小型景区,采取“轻量化”改造路径,重点推广成本较低的小程序导览和智能票务终端。

3.2 提升数字化服务与应用水平,优化游客体验

分阶段推进全区A级景区电子票务全覆盖,对接主流OTA平台,对落后景区给予技术和资金扶持。全面推行分时预约,有效疏导客流高峰。联合金融机构在景区商户普及移动支付终端,并配套消费补贴活动,培育使用习惯。在八廓街、鲁朗小镇等核心商圈试点建设无人零售、智能餐饮等新型消费场景,打造数字化消费示范区。设立数字文旅创新基金,鼓励科技企业、文化机构与旅游企业三方合作,围绕唐卡、藏戏等本土IP开发VR/AR沉浸式体验产品。在机场、火车站候乘区域设立VR体验馆,让游客出行前即可预览核心景观与文化活动的[4]。

3.3 创新数字营销模式,提升品牌价值与转化效率

实施“西藏文化IP数字传播计划”,改变

单纯风光展示的套路。联合专业纪录片团队、本土学者和民间艺人,制作关于非遗技艺、秘境历史、工匠故事的系列化高质量短视频与微纪录片。发动藏地居民和游客创作原生态UGC内容,形成“主题系列化、内容多元化、传播矩阵化”的格局。依托全域旅游大数据平台,引入专业分析团队构建多维游客画像。针对青年客群精准推送徒步探险、非遗工坊、藏地骑行等产品。通过智能推荐系统实现个性化触达,将粗放式宣传转向精细化的精准营销,切实提高市场转化率。

3.4 深化数字文旅融合,激活文化资源潜能

启动“西藏文化基因数字化工程”,运用3D建模、全息影像等技术对唐卡、古建筑、非遗技艺、珍贵文献进行高精度数字化采集,建立权威的文化数字资产库。打造“云上藏文化”展示平台,通过虚拟博物馆、数字展览等形式实现文化资源的永久保存与全球共享。同时开发“文化解码”AR导览和“数字非遗”互动体验产品,让游客通过手机或AR设备就能深入了解文物背后的故事和工艺。智慧文旅项目应构建“政府引导+专业公司运营+社会资本参与”的多元合作模式,拓展IP衍生品开发、广告合作、增值服务等收入渠道,改变单一依赖门票和补贴的局面。政府负责标准制定与监管,引入区外专业团队负责技术迭代与内容更新,形成可持续的运营闭环^[5]。

3.5 完善人才与政策保障体系,构建长效机制

构建“教育—实践—培训”三位一体的数

字人才培养体系。高等教育层面,联合内地高校和头部企业,在西藏本地院校开设智慧旅游、数字文旅等交叉学科。职业教育层面,定期组织针对从业人员的数字化营销、数据分析、社交媒体运营等技能培训。建立产学研实践基地,让学生和在职人员在真实项目中提升实战能力。实施“认知提升+示范引领+服务支撑”的企业转型促进计划,通过高峰论坛、案例巡讲强化企业主对数字化的认知,遴选培育一批标杆企业并给予政策倾斜。政策端需制定减税降费、专项用地等配套措施,资金端建立“财政资金引导+社会资本为主”的投融资机制,设立旅游数字化发展专项资金。引入绩效考核机制,对资金使用效益进行全程监督,确保政策和资金持续、稳定、高效地支撑数字化转型。

4 结论

西藏文旅数字化转型机遇与挑战并存。当地在网络建设、智慧景区、线上票务、数字宣传上已有一定成效,但存在偏远区域网络覆盖不足、数字化服务普及不均、文旅融合浅薄、专业人才短缺、政策落地难等问题。高原环境推高运营成本,传统文化保护与数字化发展存在矛盾,是其独有的转型难题,无法直接照搬内地发展模式。

对此需走差异化发展路径:适配高原环境部署轻量化数字设备,搭建卫星与5G融合网络;依托数字技术活化、创新传承本土文化;联动政府、企业、高校多方协同,统筹政策资金、技术市场、人才智库资源,合力推进转型。

参考文献:

- [1] 陈颢天. 西藏自治区数字经济发展现状分析与政策建议浅析[J]. 中国乡镇企业会计, 2025(5):12-15.
- [2] 李玲, 苏婕. 新时代促进西藏数字经济专业高质量发展探析[J]. 商场现代化, 2026(4):109-111.
- [3] 屈敏伶, 梁海琼, 田森方, 等. 双碳背景下西藏数字经济, 生态环境和清洁能源的耦合协调发展研究[J]. 高科技与产业化, 2026(2):67-70.
- [4] 巩艳红, 高金城, 庞洪伟. 数字经济助推西藏乡村产业振兴:理论机理与实证检验[J]. 商业经济研究, 2024(12):180-184.
- [5] 王雨晨, 宋爽. 西藏数字经济发展的影响因素及其破解对策[J]. 西藏民族大学学报(哲学社会科学版), 2024, 45(2):111-117.

作者简介: 王雄飞(2005.05—), 男, 汉族, 四川省泸州人, 本科在读, 研究方向: 国际经济与贸易。

通讯作者: 李娟(1989.09—), 女, 汉族, 山东省茌平人, 硕士研究生, 讲师, 研究方向: 财务管理。

项目信息: 本文获得宜宾学院国家级大学生创新训练计划项目“川藏文旅文化传媒有限公司——西旅文化深耕者”(项目编号:202510641023)项目基金支持。