数字财经素养培育融入高职旅游专业育人体系的实践路径研究

徐 飞[1] 刘 婷[1] 吴美均[1]

(1.广东科学技术职业学院，广东 珠海 519000)

[摘 要] 数字中国战略与新商科建设背景下，直播旅游、线上运营、数字消费等新业态持续重塑文旅岗位的能力结构。传统高职旅游育人长期偏重导游讲解、客房餐饮等服务技能，对数字财经能力的培育明显不足。本文首先界定高职旅游专业数字财经素养的行业化内涵，其次剖析育人现实困境，再次构建岗课赛融合的数字财经实践育人场景，最后从课程、校企、实训三个维度提出可操作的实践路径，以期为高职旅游专业育人体系改革提供参照。

[关键词] 数字财经素养；高职旅游专业；育人场景；文旅岗位

[基金项目] 广东科学技术职业学院 2025 年校级“个人理财课”程思政示范课程立项（项目编号：KCSZ2025KC11）

DOI: https://doi.org/10.63944/yrms02.NHE

A Study on Practical Paths for Integrating Digital Financial Literacy Cultivation into the Talent-Cultivation System of Higher-Vocational Tourism Majors

Fei Xu[1], Ting Liu[1], Meijun Wu[1]

[1] *Guangdong Polytechnic of Science and Technology, Zhuhai, China*

Abstract: Against the backdrop of the Digital China Strategy and the construction of new business disciplines, new business forms such as live-streaming tourism, online operation and digital consumption keep reshaping the competency structure of cultural-tourism posts. Traditional talent cultivation in higher-vocational tourism majors has long emphasized service skills including tour guiding, guest room and catering services, while paying insufficient attention to the development of digital financial competency. This paper first defines the industry-oriented connotation of digital financial literacy for higher-vocational tourism students. It then analyzes the practical dilemmas in talent cultivation, constructs a practical education scenario for digital finance literacy integrating posts, courses and competitions, and finally puts forward operable practical paths from curriculum, school-enterprise cooperation and practical training dimensions, so as to provide references for the reform of the talent-cultivation system of higher-vocational tourism majors.

Keywords: digital financial literacy; higher-vocational tourism majors; education scenarios; cultural-tourism posts

作者简介：徐 飞（1981—），女，博士，副教授，研究方向为旅游经济、高等教育；
刘 婷（1986—），女，博士，助理研究员，研究方向为旅游管理、职业教育；
吴美均（1991—），女，硕士，审计师，研究方向为财务管理、职业教育。

一、数字财经素养的时代意蕴与高职旅游专业育人内涵重构

（一）行业变革：从服务技能到数字财经能力的岗位迁移

伴随数字中国战略深入实施与新商科建设推进，文旅产业的生产与消费方式发生深刻变化。文旅直播带货、线上店铺运营、私域流量经营、数字化成本管控等新业态，使旅游从业者的能力要求由单一的服务技能向“服务+经营+数字财经”复合能力迁移。蒋有斌（2026）指出，在新商科时代背景下，“数字财经素养”已成为高职学生适应未来职业发展、实现个人财务健康的必备能力[1]；孙茶萍等（2025）以酒店管理专业为例，构建理论—实践—创新递进式财经素养链课程链[2]；高小安等（2025）从财经素养链视角进一步探讨酒店管理人才培养路径，印证复合能力已成为行业刚需[3]；魏国建等（2024）明确提出，财经素养是旅游从业人员不可或缺的素质，但既有专业教学多停留在技能训练层面，未能将财经素养系统融入育人全过程[4]；韦福巍等（2024）基于产教融合理念，研究地方应用型高校旅游管理专业财经素养教育，提出将企业真实经营项目转化为教学资源[5]。可见，数字财经能力已不是财经类专业的专属，而是文旅一线岗位的通用素养。

然而，高职旅游专业育人长期重服务、轻财经，毕业生面对文旅直播核算、线上店铺利润测算、数字消费决策等真实任务时能力不足。当今，直播旅游、线上运营、数字消费等场景已成为岗位常态，既有的育人体系对此缺乏系统性回应，迫切需要将数字财经素养作为育人要素而前置嵌入。

（二）数字财经素养的旅游行业化内涵界定

笔者在蒋有斌等学者对数字财经素养内涵界定的基础上，结合旅游行业岗位特征，将高职旅游专业学生的数字财经素养界定为六个维度，如下表所示。

表 1　高职旅游专业学生的数字财经素养六个维度

维度	场景适配	细化子要素
维度一：数字财经认知	面向 OTA 店铺运营、旅游直播、民宿线上经营、研学产品销售岗位，掌握数字化文旅行业特有的财经基础逻辑，区分企业经营财务与个人财务，理解线上文旅商业模式的盈利逻辑。	1.认知线上文旅商业模式：理解旅游套餐、门票分销、民宿 OTA、研学产品、直播带货的盈利逻辑； 2.理解文旅行业淡旺季对营收、成本的影响规律； 3.区分文旅企业经营财务与个人财务，认识岗位工作与自身个人财务健康的关联； 4.理解平台佣金、流量投放、补贴等数字文旅特有财经概念。
维度二：数字收支核算	适配旅行社线上计调、旅游直播运营、民宿管家、研学项目岗位，处理线上旅游产品交易全流程财务核算，能够对旅游业务线上流水进行基础测算核对。	1.线上收入核算：旅游套餐、门票、民宿客房、研学营、直播订单的收入统计； 2.线上成本核算：地接采购、酒店房费、交通、物料、直播投流、平台佣金扣减核算； 3.熟悉文旅线上交易场景：电子支付、订单退改、退款、赔付带来的收支变动； 4.基础税费认知：旅游线上代销、直播销售场景下的税费简易核算； 5.核对线上平台账单，识别订单流水异常。
维度三：线上文旅经营思维	面向旅游新媒体运营、OTA 店铺运营、文旅直播岗位，基于平台后台数据开展旅游产品经营决策，用数据优化旅游产品定价、选品、营销投放策略。	1.看懂平台后台数据：客单价、订单转化率、退改率、毛利率、库存（房态/席位）周转； 2.旅游产品数据化定价：结合淡旺季、流量成本、竞争情况调整线路、民宿、研学产品售价； 3.营销回报判断：评估短视频、直播、平台推广的投入产出，判断营销是否划算； 4.根据数据反馈迭代旅游产品，淘汰低利润文旅产品； 5.库存思维：民宿房态、研学席位、景区门票线上库存管控。
维度四：数字金融风险识别	兼顾职业岗位风险+个人生活风险，岗位上识别文旅行业线上经营风险；个人层面识别生活类数字金融风险。	1.岗位业务风险：识别虚假旅游预售、低价旅游诈骗、线上供应商虚假报价、刷单骗局、直播虚假售卖旅游产品； 2.个人金融风险：识别电信诈骗、非法校园贷、网络套路贷、虚假理财； 3.识别线上交易风险：虚假订单、钓鱼链接、对公/私转账风险； 4.能够辨别文旅网络营销中夸大收益、虚假返利的陷阱。
维度五：数字化理性消费	分为两层：一是作为普通消费者的理性文旅消费；二是岗位视角下，理解游客数字化消费行为，引导游客理性旅游消费。	1.个人层面：面对旅游分期、直播旅游套餐冲动下单，做到理性文旅消费，规避超前过度消费； 2.职业岗位层面：理解游客移动支付、消费分期的行为特征； 3.岗位服务中不诱导游客进行过度分期、冲动购买高价旅游产品； 4.能够甄别网络旅游消费陷阱，合理规划个人旅游消费预算。

维度六：线上财经合规素养	适配旅游电商、直播销售、研学项目、民宿线上运营岗位，落实文旅线上业务财经、税务、平台、数据合规，规避岗位经营违规风险。	1.平台交易合规：遵守 OTA、短视频直播平台旅游产品售卖规则，不虚假宣传、不违规定价； 2.税务业务合规：理解文旅线上代销、直播带货、民宿线上经营基础税务义务； 3.资金合规：不私收游客资金，规避公私账户混用； 4.用户数据合规：保护游客个人消费、订单信息，不泄露游客财务隐私； 5.了解旅游产品退改、预收款相关行业合规要求。

以上六个维度的数字财经素养立足于高职旅游专业 OTA 运营、文旅直播、民宿经营等岗位实际，分别从文数字财经认知、数字收支核算、线上文旅经营思维、数字金融风险识别、数字化理性消费、线上财经合规素养六方面完成操作化界定，从而将抽象素养转化为可训练的岗位动作。

二、高职旅游专业数字财经素养育人的现实困境

（一）培养目标与市场需求脱节，育人定位模糊

蒋有斌（2026）在系统剖析中指出，当前高职院校在数字财经素养培育方面首要的现实困境是培养目标与市场需求脱节[1]。旅游专业人才培养方案普遍未将数字财经素养纳入毕业要求，导致课程目标仍以传统服务技能为主。马张霞（2025）在五年制高职财商教育研究中同样发现，既有培养存在教学内容碎片化、理论与实践脱节、评价形式单一、校企合作表面化等突出问题[6]，进一步印证了目标定位与岗位需求之间的断裂。

（二）课程体系与教学内容滞后，数字模块缺位

蒋有斌（2026）将课程体系与教学内容滞后列为第二大困境[1]；林艳（2024）对高职院校财经素养教育的现状调研亦表明，学生财经素养水平整体偏低、教育实施效果不佳、实施保障不到位[7]。就旅游专业而言，现有课程体系中《旅游电子商务》《旅行社经营实务》等多侧重流程操作，缺少将数字收支核算、线上经营思维、风险识别等内容模块化的设计，难以支撑六维素养的系统性养成。

（三）实践教学平台与资源匮乏，真实场景缺失

黄海燕（2023）通过问卷调查发现，高职学生虽有正确消费观，但财富管理、投资理财等知识缺乏，甚至从未有过相关参与经验[8]；王华等（2024）在三全育人背景下对两所广西高职院校在校生的调查显示，学生在财经素养认知与需求方面存在明显错位[9]。数字财经素养培育始终停留在理念和理论层面，缺乏真实、常态化的数字财经实践场景，是当前高职旅游专业学生数字财经素养培育难以落地的关键阻碍。

（四）师资数字素养不足，协同机制薄弱

师资队伍数字素养有待提升也制约了培育质量，马张霞（2025）强调校企合作表面化使协同育人流于形式[6]。李爱雄（2024）分析认为，企业参与高职院校财经素养教育具有满足人才需求、提升经营管理能力与形象的多元价值，但现实中校企双元开发教材、互派授课、提供实践、共评成效的机制尚未健全[10]。王长江（2025）基于 CIPP 模型指出，现有评价形式单一、缺乏科学改进机制，亦制约育人成效的持续提升[11]。师资与协同的双重短板，使数字财经素养育人缺乏持续的资源供给。

上述四重困境并非孤立存在：目标脱节导致课程滞后，课程滞后加剧平台匮乏，而师资与协同短板又使前三者难以补齐，形成相互强化的负向循环，凸显以实践场景为突破口实施整体性改革的必要性。

三、数字财经实践育人场景的四维构建

突破传统旅游育人只重服务技能的局限，关键在于把数字财经素养嵌入真实文旅岗位任务，包括文旅直播核算场景、线上店铺运营场景、数字化成本管控场景、反诈骗实训场景，四个场景均围绕第一部分的六维内涵设计，使抽象素养转化为可观测、可量化的岗位动作。

（一）文旅直播核算场景

依托文旅直播真实项目，让学生承担选品成本核算、佣金与税费测算、投流成本回收测算等任务，训练“数

字收支核算”与“线上文旅经营思维”两个维度。该场景直接对应数字经济条件下文旅岗位对“运营+财经”复合能力的新要求，也契合以数字化平台支撑沉浸式实践的方向。操作中，可将一场文旅直播的 GMV、佣金率、退货率、投流费用输入核算模板，要求学生产出保本线与利润率测算表，实现做中学、算中悟。场景考核以“保本线测算准确率”（≥90%为达标）与“利润率偏差率”（≤5%为达标）为量化指标，直接对应数字收支核算维度，使素养成效可被客观评价。

（二）线上店铺运营场景

在 OTA 旗舰店、短视频小店等线上店铺运营任务中，训练客单价核算、利润测算、库存周转与数字营销 ROI 分析，强化“线上文旅经营思维”与“数字化理性消费”自觉。本场景可依托校企共建的产教融合实训基地与项目孵化平台，将企业真实店铺后台数据脱敏后作为教学案例，使学生在经营模拟中建立数据驱动的决策习惯。考核聚焦“客单价测算误差率”（≤3%为达标）与“营销 ROI 分析报告质量”，对应线上文旅经营思维维度，并形成可纳入素养成长档案的店铺运营复盘材料。

（三）数字化成本管控场景

以景区、民宿的数字化成本看板为对象，训练变动成本、固定成本与边际贡献的常态化监控，重点养成“数字收支核算”与“线上财经合规素养”。该场景可结合财务共享沙盘，让学生对水电、人力、营销、平台抽成等科目进行数字化归集与预警，形成成本管控的岗位直觉。以“月度成本异常预警命中率”（≥85%为达标）作为实训评分依据，强化数字收支核算与合规素养，使学生在真实数据中理解平台抽成规则、税务规范与数据合规要求。

（四）反诈防骗实训场景

当前电信诈骗、非法校园贷、虚假旅游预售等事件频发，凸显与财经素养缺失之间的关联；电子支付与消费分期的普及，也使学生参与经济生活的广度与深度与日俱增。针对数字金融风险，应设计电信诈骗、非法校园贷、虚假旅游预售等情景化实训，训练“数字金融风险识别”与“数字化理性消费”。本场景通过角色扮演、案例复盘与风险话术识别竞赛，提升学生在真实数字环境中的防御能力。以“风险话术识别准确率”（≥90%为达标）与“防骗方案设计质量”作为赛事评分点，对应数字金融风险识别维度。

四、数字财经素养融入育人体系的实践路径

（一）课程融入：以 OBE 与项目教学重组素养+专业

课程是素养落地的主渠道。基于 OBE 理念，应将六维数字财经素养映射进《旅游电子商务》《旅行社经营实务》《智慧景区管理》《多媒体营销》等核心课程，可设置“直播核算”“线上经营”“成本管控”“风险识别”四个微课模块，并以项目化考核替代单一试卷。例如在《旅游电子商务》中，以一场真实文旅直播的核算报表作为期末项目，由校企双导师联合评分；在《旅行社经营实务》中，以线上店铺的客单价、利润率、库存周转测算作为单元任务，训练线上文旅经营思维。课程先以微课模块嵌入现有课程，再与专业教学协同设计项目，最终将数字财经素养深度融合为专业毕业要求中，形成素养+专业的课程新结构。

（二）校企协同：以双元机制供给真实资源

校企合作是破解实践平台匮乏与师资短板的根本路径。应建立校企双元机制：双元开发教材与课程资源、互派授课与培训、企业提供实践机会、共同开展成效评价。实践中，可引入文旅企业真实数字账目、直播后台与店铺数据作为教学案例，聘请企业导师参与“文旅直播核算”“线上店铺运营”等场景指导，并建立校企共评的素养成长档案。同时可依托模块化项目体系，将企业真实经营数据转化为教学项目，缩短课堂与岗位的距离，使四维场景获得持续、真实的资源供给。

（三）实训育人：以四维场景实现常态化沉浸

实训育人的核心是把四维场景常态化、课程化。建议联动学校、企业、景区等多方主体拓展资源供给，以

社团与第二课堂的长效育人经验为参照，将“文旅直播核算、线上店铺运营、数字化成本管控、反诈防骗实训”纳入专业实训周与第二课堂，形成学期有项目、学年有赛事、毕业有作品的递进式实训节奏。建议每门核心课程至少嵌入一个四维场景任务，并纳入学生数字财经素养成长档案，作为毕业评价的实证材料，使数字财经素养在真实任务中稳定内化为岗位能力。

五、结语

数字财经素养融入高职旅游专业育人体系，不是对既有服务技能育人的否定，而是对其在数字经济条件下的能力补位与结构升级。本文在界定六维行业化内涵的基础上，针对培养目标脱节、课程滞后、平台匮乏、师资协同薄弱四重困境，构建了文旅直播核算、线上店铺运营、数字化成本管控、反诈防骗实训四维实践场景，并从课程重组、校企双元、实训常态三个方面提出实践路径。有望为高职数字财经素养融入旅游专业人才培养改革提供可资参照的范式。

参考文献:

[1] 蒋有斌.新商科背景下高职学生“数字财经素养”培育体系构建研究[J].现代职业教育, 2026(9):61-64.

[2] 孙茶萍,马剑平.酒店管理专业“财经素养链”人才培养模式体系研究[J].中国市场, 2025(35):80-83.

[3] 高小安,马剑平.财经素养链视角下酒店管理人才培养路径研究[J].环渤海经济瞭望, 2025(11):68-71.

[4] 魏国建,刘拓,李婷婷.高职院校旅游管理专业融入财经素养教育的路径探讨[J].太原城市职业技术学院学报,2024(2):134-137.

[5] 韦福巍,黄荣娟.产教融合理念下地方应用型高校旅游管理专业财经素养教育研究[J].广西开放大学学报, 2024, 35(5):68-73.

[6] 马张霞.五年制高职学生财商素养“双轴三阶四育”培养体系的构建与实践[J].全国优秀作文选(教师教育), 2025(6):88-90.

[7]林艳.高职院校财经素养教育的现状问题及对策研究[J].现代商贸工业, 2024, 45(18):244-246.

[8]黄海燕.高职学生财经素养现状分析及影响因素[J].环渤海经济瞭望, 2023(7):133-136.

[9]王华,田小华.“三全育人”背景下高职院校开展财经素养教育的调查[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2024(6):221-224.

[10]李爱雄.产教融合背景下高职院校校企“双元”开展财经素养教育的策略研究[J].教师, 2024(21):117-119.

[11]王长江.基于 AHP-模糊综合评价法的高职院校财经素养教育评价研究[J].职业教育, 2025, 24(8):33-42.