

《人工智能与旅游创新应用》

导游词创作 和虚拟讲解

模块三 生成式人工智能的旅游应用场景认知

旅游管理专业核心课程

主讲教师：_____ · 2026 秋季学期

MODULE 03 — PROJECT 02



CONTENTS · 本讲目录

让风景开口

CRAFT · FLOW
VIRTUAL ·
SYMBIOSIS

01 词之变

三重价值 · 好词差词 · 演化四阶 · 五要素 · 三板斧

02 AI 创作流

效率对比 · 资料三源 · 五步流 · 分众版本 · 三病防治

03 虚拟讲解

四类场景 · 语音生产线 · 数字人能与不能 · 共生辩论

04 人机共生

分工三层 · 真人护城河 · 共生实例 · 使用守则

学习目标

三维目标

为风景 执笔

WORDS FOR
THE SCENERY

知识目标

能说出好导游词的**五要素**与讲解 "三板斧"；描述虚拟讲解的技术形态与应用边界。

能力目标

能用 AI 辅助流程为同一景点产出**三个分众版本**的导游词，并完成打磨与事实核验。

素养目标

形成对人机讲解的**清醒认知**：让机器管覆盖，让真人管温度——找到自己的位置。

同一座桥，三段讲解

同一座廊桥：游客甲的耳机里，语音导览念着 " 历史悠久 "；游客乙刷到短视频："第三根梁上，还留着 1969 年洪水的刻痕"——**点赞十万**；游客丙的老导游说："洪水那晚，**全镇的狗叫了一夜。**"

三段讲解，信息量其实差不多——差别在哪？

AI 能写出哪一段？写不了哪一段？

虚拟讲解会取代真人吗，还是会改变真人？

本讲主线：**AI 创作流 + 虚拟讲解 + 人机共生。**



01

PART

词之 变

THE CHANGING

① 三重价值 ② 好词差词 ③ 演化四阶 ④ 五要素

导游词：被低估的专业写作

导游词不是“景点说明书”——它是**把空间翻译成时间**的现场叙事：三分钟里，让游客抵达一个故事。

——综合主流教材与业界通行表述

信息价值

INFORM

看懂眼前——“这是什么、为什么重要”——**知识的准确与取舍**，是讲解的骨架。

情感价值

MOVE

产生共鸣——细节、故事、留白——**让人记住的从来不是数据，是瞬间。**

行动价值

LEAD

引导行为——往哪看、接下来做什么——好的讲解**自带动线**，是体验的隐形导演。

三重价值对应三种写法：信息靠**资料功夫**，情感靠**叙事功夫**，行动靠**现场功夫**——AI 擅长第一层，弱在第二层，缺第三层。

讲解供给：三组行业数据

A 级景区配备专业讲解的比例
(估)

20%

大量中小景区讲解靠一块导览牌
——讲解服务的供给缺口，正是虚拟讲解的市场。

7 成

游客 " 想听讲解 "

调研中多数游客表示愿意听讲解——**需求旺盛**，但苦于 " 没有、太贵、不对味 "。

3 分钟

游客的平均驻足时长

无讲解时游客在单个点位平均停留极短——**讲解是把 3 分钟变成 30 分钟的魔法**。

2 秒

AI 生成一段初稿的时间

结构完整的景点讲解初稿秒出——**创作成本被改写**， " 每点一版词 " 成为可能。

好导游词 vs 差导游词

差词 · 说明书式

" 历史悠久，风景优美 "

形容词堆砌、数据罗列、结构千篇一律——**游客听完只记得 " 来过 "**，不记得任何瞬间。

好词 · 故事式

" 你看这第三根梁 "

具体细节切入、有人的命运、有情绪节奏——**游客带走一个可复述的故事**，成为景区的传播者。

一句话检验：游客回家后**能不能复述你的一段讲解**——能复述的是好词，不能的是说明书。

导游词的演化：从背到创

四十年，导游词经历了四次身份跃迁——**AI 不是终点，是新的起点。**

1980s 背诵时代

一本《导游词选编》全国通用——**一字不差地背**，讲解是体力活。

2000s 改编时代

网络语料共享，导游互相“借词”——**开始按客群微调**，但仍以传抄为主。

2015+ 个性时代

自媒体倒逼差异化——“讲别人不讲的”成为竞争力，**创作门槛抬高**。

2023+ 共创时代

AI 量产初稿、人注入故事——**一人可维护全景区词库**，分众版本成为标配。

演化规律

越靠近人越值钱

能被复制的价值不断贬值；

故事、判断、现场感——越靠近“人”的部分越升值。

好导游词五要素

要素①

钩子

开耳瞬间

" 您脚下的砖，比紫禁城还老两百岁 "—— **前 10 秒抓住耳朵**，讲解就成功一半。

要素②

骨架

一条主线

一个点位一条主线（一个人 / 一件事 / 一个谜）—— **听众只能记一条线**，贪多必失。

要素③

细节

可触摸

" 洪水刻痕 " " 狗叫了一夜 "—— **具体的物、具体的人**，是记忆的挂钩。

要素④

节奏

张弛有度

信息 - 故事 - 停顿三段循环—— **每 90 秒给一次情绪呼吸**，别让耳朵疲劳。

要素⑤

收口

留个念想

一句可复述的金句、一个悬念、一处 " 替游客说出的感受 "—— **讲解结束，传播开始**。

五要素是验收清单——写完逐项打勾；**AI 初稿通常缺①和⑤**，这两处要人工重点补。

讲解三板斧：故事化 · 细节化 · 互动化

斧一 · 故事化

把知识变命运

最有力

- 不说 " 建于明嘉靖年 "
- 说 " 修桥的匠人没能看到桥完工 "
- 知识挂上人的命运才有重量

斧二 · 细节化

把宏大变具体

最可感

- 不说 " 规模宏大 "
- 说 " 一根梁要三百工匠抬三天 "
- 五感细节让历史可触摸

斧三 · 互动化

把独白变对话

最现场

- " 您猜这块匾为什么是斜的？ "
- 提问 - 停顿 - 揭晓的三拍节奏
- 虚拟讲解也可用 " 选择题 " 模拟互动

使用提醒 三板斧是**改稿工具**：AI 初稿写完后，逐段检查——这段有故事吗？有细节吗？有互动吗？**三问过一遍，词就活了。**

词之变：四问四答

Q1 导游词的三重价值？

信息（看懂）、**情感**（共鸣）、**行动**（引导）—— AI 强在信息层，弱在情感层，缺行动层。

Q2 好词与差词的分界？

游客回家后**能否复述一段**——能复述的是故事，不能复述的是说明书。

Q3 五要素是什么？

钩子 · 骨架 · 细节 · 节奏 · 收口—— AI 初稿常缺钩子和收口，人工重点补。

Q4 讲解三板斧？

故事化（知识变命运）、**细节化**（宏大变具体）、**互动化**（独白变对话）。

02

PART 1

AI 创作流

THE AI WRITING

① 效率对比 ② 资料三源 ③ 五步流 ④ 分众版本 ⑤ 三病防治

先算账：一篇导游词的成本

传统：查资料 + 起草 + 打磨 2 天

2 小时

AI 辅助全流程（含核验与人工润色）

时间从 2 天到 2 小时

省在

资料整合 散落的地方志、碑刻考证、口述资料——AI 快速归拢成结构化素材，省去翻检半天。

快在

初稿量产 骨架五要素一次成型，分众版本一键衍生——过去写三个版本的时间，现在写注释。

留给

人的工序 核史实、补故事、调节奏——机器管产量，人管灵魂，两小时里人的时间花在刀刃上。

前提：资料的真实性由人把关——AI 整合的史实必须回溯原始出处，导游词错史实是硬伤。

资料采集：三源汇流

源一 · 官方权威

地方志、文保单位说明、馆方展陈——**史实的基准线**：年代、人物、数据以此为准。

源二 · 深度内容

学术论文、纪录片、专题报道、靠谱的深度游记——**故事与细节的矿藏**：AI 最需要这类 "有血肉" 的语料。

源三 · 在地口述

老居民、老员工的讲述——**独家细节的来源**："狗叫了一夜" 这种素材，全网检索不到，只能靠人采。

投喂口令

" 以下是三份资料：方志节选 / 纪录片解说 / 老人访谈。
请交叉比对：**史实以方志为准**，
故事与细节取后两者，
标注每条信息的出处 "

三源投喂后**让 AI 标注出处**——写词有据，核验有路，讲错有责。

AI 创作五步流

STEP 1

集料

人 + AI

三源资料投喂，AI 交叉整合并**标注出处**——素材库就位。

STEP 2

定纲

人

定主线与五要素框架——**"这个点位讲一个什么故事"**，人说了算。

STEP 3

成稿

AI

AI 按纲成稿：钩子 - 骨架 - 细节 - 节奏 - 收口——**结构完整的三分钟初稿**。

STEP 4

润色

人

三板斧过一遍：补故事、换细节、加互动——**把 "对" 变成 "动人"**。

STEP 5

分众

AI+ 人

初稿衍生亲子版 / 研学版 / 银发版——**一稿多吃**，AI 改壳人验魂。

五步中人的环节（2、4）不可省——**省了它们，产出只是 "说明书 Pro 版"**。

分众版本：同一座桥的三种讲法

亲子版 · 讲惊奇

" 桥会说话 "

" 你听，踩上去木板在响——这桥一百岁了，它的「皱纹」就在第三根梁上。洪水来的那晚，它救了全镇的人。"— **拟人 + 悬念**，孩子听得进。

研学版 · 讲原理

" 桥是数学题 "

" 不用一根钉子，桥为什么立了三百年？看这个木榫——受力全在咬合的角度上，这就是「廊桥不倒」的秘密。"— **问题 + 解构**，学生有获得感。

还有银发版（讲记忆与乡愁）、商务版（讲数据与价值）——**同一素材，四种叙事框架**，AI 改框架，人定调性。

创作实战：一座廊桥的三分钟

CASE · 五步流实录

任务：为浙南某廊桥写亲子版讲解词（3 分钟，约 800 字）

投入 方志节选 + 纪录片脚本 + 老匠人访谈，三源共 4000 字

产出 结构完整初稿 + 人工润色，全程 1 小时 50 分

- **定纲（人）**：主线定为 "一座桥救了一座镇" —— 不按 "建桥史" 平铺，**按事件叙事**。
- **成稿（AI）**：五要素齐全的初稿，但钩子平淡（"这座桥历史悠久"）—— **典型 AI 式开头**。
- **润色（人）**：换成 "你听，木板在响"；结尾加 "回家告诉爸爸妈妈：不靠钉子的桥，靠什么？" —— **钩子与收口人工补位**。

效果

现场试讲：孩子全程听完、家长主动提问——**分众版本的价值当场验证**。

复盘

AI 的产出是 "70 分的正确" —— **从 70 到 95 的 25 分，全在人的两道工序里**（定纲 + 润色）。

分众版本设计对照表

版本	叙事框架	语言特征	核验重点
亲子版	拟人 + 悬念 + 英雄情节	短句、象声词、" 你听 / 你看 "	安全提示准确性
研学版	提问 + 原理 + 动手环节	设问句、术语白话化	知识点的科学性
银发版	记忆 + 乡愁 + 慢节奏	怀旧语汇、留白多、音量提示	年代记忆的准确性
商务版	数据 + 价值 + 运营视角	结论先行、对比论证	数据来源可溯

一稿多吃的心法：**骨架不动、叙事重装**——让 AI 换框架，人验调性，效率翻四倍。

AI 导游词三病，对症下药

病一 史实漂移

张冠李戴、年代错配——以官方资料为基准逐条比对，导游词错史实是职业硬伤。

病二 情感空转

辞藻华丽却没有记忆点——三板斧逐段检查：有故事吗？有细节吗？有互动吗？

病三 千词一面

不同景点写出同一腔调——投喂在地口述资料、指定本地语汇，让词有 " 当地口音 " 。

防治口诀

史实→以官方为准逐条核

情感→三板斧逐段过

腔调→口述语料定音色

AI 创作流：四问四答

Q1 资料三源指什么？

官方权威（史实基准）、**深度内容**（故事矿藏）、**在地口述**（独家细节）——三源投喂并标注出处。

Q2 五步流中人的环节？

定纲（定主线）与**润色**（三板斧）——省了它们，产出只是说明书 Pro 版。

Q3 分众版本怎么做？

骨架不动、叙事重装——AI 换框架（亲子讲惊奇、研学讲原理），人验调性。

Q4 AI 导游词三病？

史实漂移（官方核对）、**情感空转**（三板斧查）、**千词一面**（口述语料定音色）。

03

PART T I

虚拟 讲解

VIRTUAL INTERPR

① 形态定义 ② 四类场景 ③ 语音生产链 ④ 数字人

虚拟讲解：不睡觉的讲解员

虚拟讲解 = AI 生成的讲解内容 + 语音 / 数字人的呈现载体——把讲解服务从“人时”里解放出来。

——综合主流教材与业界通行表述

语音导览

AUDIO

文字转语音的扫码 / 租机导览——**最成熟的形态**：成本最低、部署最快、覆盖最广。

数字人讲解

AVATAR

虚拟形象 + 口播 + 问答——**进阶形态**：有“面对面”的临场感，可实时回答提问。

智能问答

Q & A

游客随问随答的对话机器人——**最灵活的形态**：不按稿讲，按需答，藏在小程序里。

三种形态共享同一套内容底座——**好导游词是虚拟讲解的根**：词不行，再先进的载体也白搭。

四类落地场景

场景图谱

虚拟讲解 在哪上岗

虚拟讲解不是替代真人，是填补真人的空白时段与空白点位。

四类场景各有明确的性价比逻辑。

01

景区导览

扫码听讲替代租机——**零维护成本**，中小景区的第一步。

02

博物馆夜场

闭馆后的线上数字展厅——**7×24 在线**，服务半径突破围墙。

03

酒店与机场

数字人大屏答问路、荐路线——**碎片场景的服务补位**。

04

行前预览

出发前的 AI 讲解预习——**把讲解前置到决策期**，反哺种草。

语音导览生产线：五站到岗

站①

词稿

内容层

AI 创作五步流出稿
(PART 02) —— **每
点位 3 分钟、口语化、
有钩子。**

站②

切分

结构层

按点位切分 + 编号 + 配
触发说明 —— **游客扫哪
听哪，结构决定体验。**

站③

配音

语音层

AI 语音合成：选音色（亲
和 / 沉稳）、调语速（慢于常
速 10%） —— **试听 3 版再定
稿。**

站④

上架

平台层

导入导览平台，绑定点位二
维码 —— **布局图先行，别让
游客找码。**

站⑤

运维

迭代层

收集收听数据与差评
—— **哪段被跳过就改哪
段，词库是活的。**

一条线两天上线 —— **核心成本在词稿质量**，回到老话：内容是根。

数字人讲解：能做到与做不到

能做到 · 2026

已上岗

7×24 值守与多语种切换；常见问题对答如流（营业时间 / 路线 / 无障碍设施）；形象与口型基本自然；同一形象跨场景复用。

做不到 · 依然

别勉强

现场应变（" 那朵云像什么？ "）；群体情绪的实时感知与调动；深度追问超出知识库即露馅；真诚的在地情感——它是程序，没有乡愁。

部署建议：数字人答 " 标准题 "，真人解 " 发挥题 "——答不上就大方转人工，硬撑是最差的体验。

数字人实战：一座博物馆的数字员工

CASE · 部署实录（综合公开案例改编）

对象：某县博物馆，讲解员仅 2 名，旺季供不应求

部署 大屏数字人 + 小程序问答，词库 37 个点位

效果 标准问题自助率约八成，真人讲解转向深度团

- **分工设计**：数字人答 " 三件事 "—— 在哪 / 是什么 / 什么时候有；**深度讲解留给真人**，两端不打架。
- **内容打底**：37 个点位的词全部走 AI 创作流产出，**馆长终审史实**——数字人张冠李戴同样伤馆誉。
- **持续运维**：每月更新问答库（新展览 / 新政策），**答不上的问题自动记录**，成为下次更新的清单。

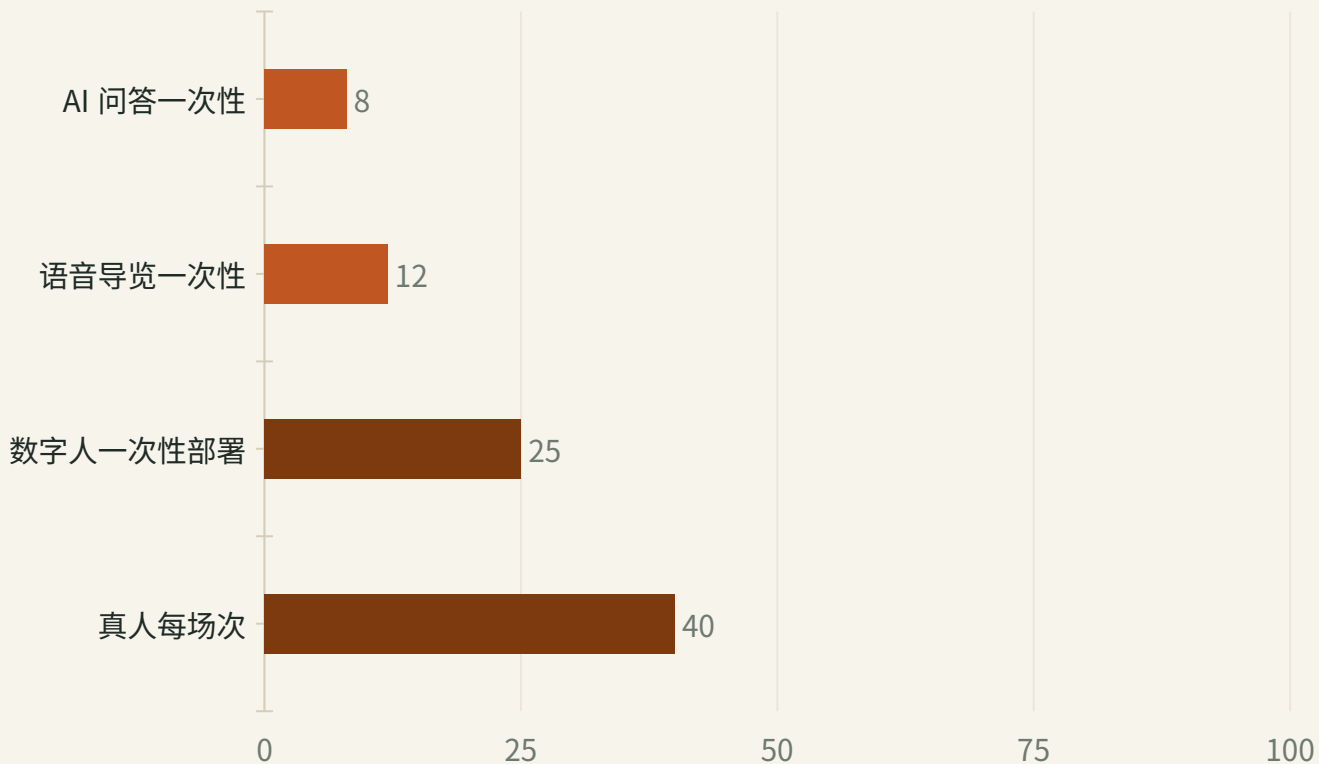
成效

旺季排队缓解、夜间线上开放——**服务时长翻了三倍**，人力没增加。

清醒

馆长原话：" 它替我值班，不替我值心 "——**数字人扩的是覆盖，真人守的是深度。**

讲解服务成本对比（示意）



示意成本指数（真人每场次 = 40），综合行业案例估算，仅作参考。

01

真人成本随场次**线性累加**——质量最高，规模受限。

02

虚拟形态**一次投入、边际趋零**——覆盖能力碾压。

03

正确姿势：**不是替代，是配比**——标准化交给虚拟，深度留给真人。

课堂辩论：数字人会取代讲解员吗

讲解员岗位招聘在缩，数字人项目在上马——这场替代是真的吗？

——议题背景

替代派

- 成本差数倍，**甲方用脚投票**
- 标准化讲解占讲解需求的**大头**
- 技术每年都在补短板——**今天的做不到是明天的已做到**

共生派

- 旅游本质是**人与人的相遇**——讲解是情感劳动
- 深度讲解、定制讲解的**需求在上升**而非下降
- 被替代的是 " 背词型 " 讲解——**淘汰你的是同行，不是数字人**

VS

讨论规则：双方必须回答—— "**未来五年讲解岗会更多还是更少，结构如何变**"？**用岗位拆解法：哪些任务外包给机器，哪些留在人手里。**

04

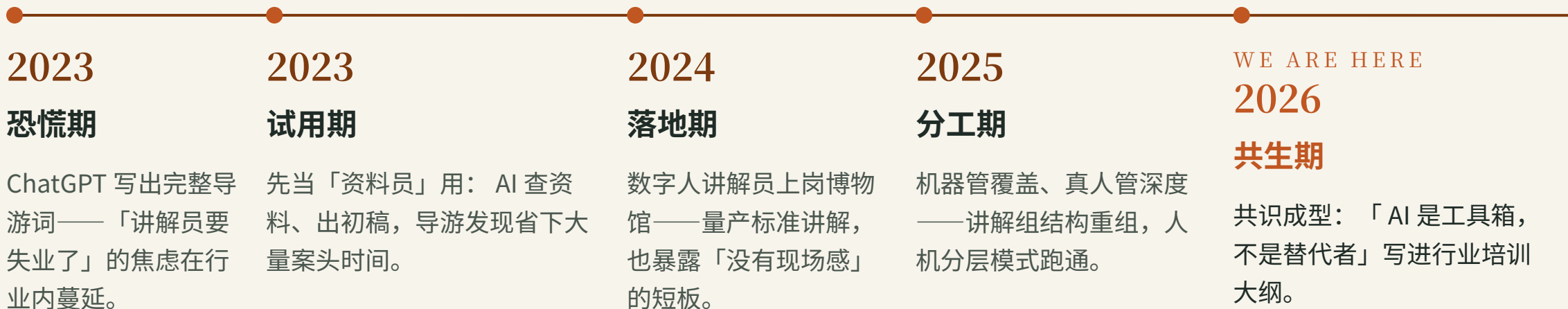
PART F

人机 共生

HUMAN-MACHINE Symbiosis

① 分工三层 ② 真人护城河 ③ 共生实例 ④ 使用守则

从恐慌到共生：三年认知转变



认知曲线的规律：每一次「取代恐慌」，最后都变成「分工重构」——先把机器当对手的人，后来都把机器当了同事。

人机分工：讲解的三层分配

L1 标准层 机器主场

固定点位、标准内容、常规时段——**语音导览与数字人的领地**：稳定、便宜、不下班。

L2 深度层 人机协作

主题讲解、研学课程、定制团——**AI 备料、真人主讲**：机器供弹药，人扣扳机。

L3 情感层 真人主场

情绪调动、现场应变、在地连接——**真人的不可让渡区**：眼神、停顿、共情，机器学不像。

职业启示 把自己从 L1 搬到 L3——**L1 的活儿交给机器越多，L3 的人越值钱**：这是讲解员的时代机会，不是丧钟。

真人的护城河：三样看家本领

现场力

看到孩子走神就插一个互动，看到老人累了就提前收口——**对现场信号的实时响应**，AI 没有眼睛也没有心。

在地力

祖辈的故事、巷子里的小道消息、时令的吃法——**语料之外的活知识**，这是 AI 永远查不到的内容。

连接力

记住回头客的名字、把散客变成朋友——**人与人的信任**是旅游服务里最稀缺的资产。

自测三问

我的讲解里有**现场即兴**的部分吗？

有**语料里查不到**的本地素材吗？

客人会**主动加我微信**吗？

——三问全有，你无可替代

护城河不是天赋——**现场力靠复盘、在地力靠采风、连接力靠用心**，三样都可以刻意练习。

共生实例：一个讲解组的新活法

CASE · 岗位重构

对象：某古城景区讲解组（8 名讲解员）引入 AI 后的分工重构

重构前 8 人全排班：一天 8 场标准讲解，重复消耗

重构后 标准讲解上语音导览，8 人转型深度服务

- **机器接管**：15 个标准点位全部上语音导览——**扫码免费听**，游客满意度反升（随到随听）。
- **人往上走**：讲解员转型三类岗——**主题深度团**（收费）、**研学课程师**（合作分成）、**词库主理人**（内容维护）。
- **意外收获**：词库主理人岗由资深讲解员担任——**她的三十年现场经验**成了词库的灵魂，AI 产不出来的部分。

结果

人均收入不降反升——**深度团客单价是标准讲解的三倍**，且更受欢迎。

启示

岗位消失的叙事是错的——**岗位在升级**：机器吃掉重复，人去赚“人”的钱。

虚拟讲解使用守则

第一条

内容人终审

数字人开口的每句话**经人审定**——机器出错，骂的是景区。

第二条

标明 AI 身份

不伪装真人——**告知是对游客的尊重**，也是标识合规要求。

第三条

保留人工入口

答不上就转真人或留咨询方式——**死胡同最伤体验**。

第四条

季度内容体检

词库按季更新——**过期信息是虚拟讲解的头号差评源**。

底线

一条主轴

虚拟讲解扩的是覆盖，真人守的是深度；

凡署景区之名的声音，人都要负责到底。

带走的清单：本周六件事

讲解能力是练出来的——本周完成：

01 词稿五要素 为家乡一处景点写 3 分钟导游词，五要素打勾

02 三板斧改造 找一段网络导游词，用三板斧重写两个段落

03 分众实验 同一景点产出亲子版 + 研学版，对比框架差异

04 语音合成 把词稿转成语音，试听三种音色选型

05 采风一次 采访一位本地长者，记下一条独家素材

06 护城河自测 对照三问，写下你的补强计划

四个问题，四个答案

Q1 好导游词的配方？

五要素（钩子骨架细节节奏收口） + **三板斧**（故事化细节化互动化）—— AI 管 70 分的正确，人补到 95 分。

Q2 AI 创作五步流？

集料→定纲→成稿→润色→分众——定纲与润色是人的不可省环节。

Q3 虚拟讲解三形态？

语音导览（最成熟）、**数字人**（有临场感）、**智能问答**（最灵活）——共享同一内容底座。

Q4 人机如何分工？

三层分配：**标准层机器**、**深度层协作**、**情感层真人**——把自己往 L3 搬。

作业：双版导游词与配音

思考题 · 下次课开篇讨论

- ① 写的过程中，哪一段你重写了两次以上？瓶颈在资料、故事还是节奏？
- ② AI 初稿里最让你 " 不吐不快 " 的 AI 味出现在哪？你怎么改的？

课后作业 · 实践任务

任务一

为家乡一处景点完成亲子版 + 研学版双版导游词（各 3 分钟），附 AI 使用说明与史实核验记录。
评分含五要素完整度、两版框架差异度、史实准确性三项。

任务二

选一版做 AI 语音合成，对比真人朗读，写 200 字听感分析。
重点分析：情感颗粒度差在哪、什么内容机器完全驾驭不了。

提交：下次课前上传课程平台；优秀词稿将进入课程共享词库，署名收录。

延伸学习资源

范 本

《舌尖上的中国》式解说词

学 " 细节挂故事 " 的叙事——**解说词的最高殿堂**，导览词可全部借鉴。

技 术

语音合成工具的 " 讲解音色 " 测评

各平台都有试听——**选音色是产品决策**，不是技术决策。

案 例

博物馆数字人项目公开复盘

看部署的坑：**知识库维护比上线更难**——运维才是长跑。

书 目

《解说我们的遗产》等解说学经典

解说学（ Interpretation ）的理论源头——**先懂为什么讲，再学怎么讲**。

下一讲转向传播侧：**旅游新媒体内容生成**——小红书、公众号、短视频的 AI 流水线。

项目三：旅游新媒体内容生成

MODULE 03 · PROJECT 03

内容， 量产

从 " 憋大招 " 到 " 日更 "

01 平台语法

小红书 / 公众号 / 短视频的**内容语法差异**与 AI 适配。

02 量产流水线

选题库→初稿→配图→发布，**一人一条线**。

03 内容资产

爆款拆解与模板沉淀——**让运气可复制**。