

《人工智能与旅游创新应用》

旅游软文 营销实训

模块四 生成式人工智能的旅游应用实训

旅游管理专业核心课程

主讲教师： ____ · 2026 秋季学期

MODULE 04 — PROJECT 05



CONTENTS · 本讲目录

一支笔的 种草力

HOOK · SCENE
TRUST · ACTION

01 实训导航

任务书 · 考核标准 · 标题三式 · 种草点

02 内容生产

软文五段 · 种草矩阵 · 写作四戒 · 好差之辨

03 优化发布

流程对比 · 发布节奏 · 数据漏斗 · 实战

04 合规复盘

复盘案例 · 红线底线 · 复盘四步 · 成果

实训目标

成果导向

写出 真爆文

PUBLISH A REAL
SEEDING POST

知识目标

能写出**三种模式的标题**；说出软文五段结构与数据漏斗三层指标。

能力目标

独立产出一**篇真实发布的种草文**：选题 - 写作 - 优化 - 发布 - 复盘全流程。

素养目标

建立「**读者视角**」：每一句都为「看下去并行动」服务——真实是最高技巧。

一篇稿子带火一座城

一篇「县城咖啡店」的种草文——**周末小城排起长队**；同一座城的官微通稿，**阅读停在 300**。差别不在预算，在笔。

读者凭什么点开你的标题？

「风景秀丽值得一去」为什么没人信？

阅读量高，就等于种草成功吗？

实训主线：**选题 - 写作 - 优化 - 发布 - 复盘**，一周一篇真稿子。



01

PART

实训 导航

THE BR

① 任务书 ② 考核标准 ③ 标题三式 ④ 种草点

实训任务书：一周一篇真稿子

软文实训不是「写作文」——**一篇真实发布的种草文**才是交付物：读者会用点击投票。

——综合主流教材与业界通行表述

任务

POST

为一目的地或文旅产品写 **800-1200 字种草文**：公众号、小红书、头条任选发布。

流程

FLOW

选题 - 大纲 - 初稿 - 精修 - 发布 **五环全走**：每环节留过程记录。

复盘

DATA

发布 48 小时后 **拉数据写复盘**：打开率、读完率、互动与转化线索。

成绩 = 过程记录 40%+ 成稿质量 40%+ 数据复盘 20%—— **只交稿子没过程，直接不合格。**

考核怎么算：三组数字

发布后数据观察期

48 小时

发布不是终点——**48 小时漏斗数**
据是复盘依据：点击会说话，别急着自我感动。

1200 字

篇幅上限

800-1200 字一带——**每屏一个种草点**：写长容易，删难。

5 环

过程记录环节数

选题到发布五环留痕——**过程占 40%**：跳环 = 不合格。

3 版

标题测试版数下限

至少三版再定——**标题决定打开率**：好标题都是选出来的。

标题三式：点开的原因

式一 · 数字式

利益摆上台

最稳

- 「3天2夜只花800」
- 省钱省时数字化
- 实用党必点

式二 · 悬念式

话只说一半

最险

- 「这座小城凭什么」
- 缺口让人想补全
- 易翻车成标题党

式三 · 共鸣式

情绪先抵达

最耐读

- 「想逃离就去这里」
- 替读者说出心情
- 共鸣型转发

选型建议 文旅种草**共鸣式最耐读**、数字式最稳——悬念式慎用（缺口要对得上内容）：标题是承诺，正文要兑现。

种草点挖掘：九问定三点

从产品挖 · 卖点清单

把产品拆到不可再拆——**一条船、一杯茶、一段故事**：小切口才有大共鸣。

从场景挖 · 时刻情绪

清晨的雾、傍晚的灯——**读者买的是那一刻**：场景比功能更好种草。

从人挖 · 谁在说

老板娘的一句话、老船工的十年——**人的故事是信任的载体**：没有人就没有记忆点。

种草点九问（节选）

最出片的一角在哪？

本地人几点去哪？

老板最得意的是什么？——**九问答完，三点自现**

一篇稿子只种**三个点**——九问是筛子，三点是钩子：贪多必失。

选题四看：动笔前先看四面

选题地图

看四面 定一篇

选题选对了，**稿子成功一半**
——四看是选题的体检表。

看完全四面再动笔。

01 看季节

时令是天然流量——**樱花季、红叶期、避暑月**：踩准时点事半功倍。

02 看热点

借势不硬蹭——**热点要和目的地有关联**：硬蹭等于自曝其短。

03 看人群

写给谁看先想清——**学生党、亲子家庭需求天差地别**：一篇稿只对一群人说话。

04 看竞品

搜同类爆文找差异位——**别人写过的角度换着写**：差异化才有存在感。

实训导航：四问四答

Q1 实训的交付物是什么？

一篇真实发布的种草文 + 五环过程记录 + 48 小时数据复盘。

Q2 标题三式怎么选？

共鸣式最耐读、数字式最稳——悬念式慎用：标题是承诺，正文要兑现。

Q3 种草点怎么挖？

九问筛出三点——产品、场景、人三个来源：贪多必失。

Q4 选题看哪四面？

季节、热点、人群、竞品——四面看完再动笔：选题对，稿子成一半。

02

PART 1

内容 生产

WRITE

① 软文五段 ② 种草矩阵 ③ 写作四戒 ④ 好差之辨

软文五段：从点开到行动

段①

钩子

标题

三式选一——**标题决定80%的打开率**：三版起步再优选。

段②

场景

开篇

一个画面直接代入——**别从历史沿革写起**：读者要的是「我也在」。

段③

种草

主体

三个种草点逐段展开——**一屏一点一段一图**：节奏感是读完率。

段④

背书

信任

实拍、数据、细节——**「下午四点的光」胜过「风景秀丽」**：细节即证据。

段⑤

行动

召唤

怎么去、多少钱、几点最美——**给读者下一步**：种草的终点是行动。

五段是脚手架——**先按结构写三篇，再谈打破结构**：守规则先于玩花样。

种草矩阵：人群对诉求

人群	核心诉求	种草点方向	标题语气
学生党	性价比出片	免费机位、平价食宿	数字式为主
亲子家庭	省心安全	动线短、设施全、节奏缓	共鸣式为主
银发客群	慢节奏舒心	康养、错峰、跟团细节	平实可信
情侣出游	氛围感仪式	日落点、小店、纪念日场景	共鸣式为主

一篇稿只锁**一个人群**——对所有人说话等于对谁都没说：写给谁，就替谁问。

写作四戒：新手最常见的病

病案图谱

四戒在手

写作病都是「自我视角」病
——四戒对症下药。

初稿完逐戒自查一遍。

01 戒自嗨

写自己想说的——**读者关心的是「与我何干」**：视角一换，稿子换血。

02 戒堆砌

卖点一口气全上——**一屏只种一个点**：堆上去的都被划过去。

03 戒空洞

「风景秀丽值得一去」——**形容词是懒惰的证据**：细节是信任的唯一来源。

04 戒套路

开头「随着人们生活水平提高」——**套路开头 = 劝退信号**：真实感是稀缺品。

好差之辨：同一条巷子

差文案 · 形容词空转

"风景秀丽，值得一去"

通篇形容词没有细节——**放之四海而皆准**：读者划走，因为没被具体打动。

好文案 · 细节即种草

"下午四点，光斜进巷子"

猫在青石板上打盹、老灶飘出米香——**画面自己会说话**：读者闻到了就是种草了。

检验标准只有一条：**读者能不能照着想象出画面**——想象得出，才算写到位。

AI 写作：能替与替不了

能替的 · 框架与提速

" 初稿已生成，请查收 "

大纲搭建、标题批量生成、语言润色——**初稿从一天到一小时**：人从空白页恐惧里解放。

替不了的 · 体验与核验

" 那碗面到底啥味 "

真实体验、事实核验、人设温度——**AI 没去过那座城**：编造的细节经不起追问。

AI 写作的正确姿势：**机器出初稿，人出真稿**——省下的时间花在核验和细节上。

先算账：一篇初稿的时间

传统：从空白页到手写初稿 1 天

1 小时

AI 辅助：大纲 + 初稿 + 三版标题（学生实训实测带）

初稿从 1 天到 1 小时

快在

破冰 空白页恐惧是最大的成本——AI 先把「烂初稿」放上来：修改永远比开创快。

快在

备选 标题一次出十版——好标题是选出来的：备选越多，优选越准。

花在

核验 地名、价格、营业时间逐条核——AI 会一本正经地编：这笔时间不能省。

时间省在初稿，花在核验——**省出来的每一分钟都该还给真实**：这是 AI 时代的写作账。

内容生产：四问四答

Q1 软文五段的结构？

钩子 - 场景 - 种草 - 背书 - 行动——每段各司其职：从点开到行动一条线。

Q2 种草矩阵怎么用？

一篇稿锁一个人群——诉求对种草点、种草点对语气：对所有人说等于没说。

Q3 好文案的检验标准？

读者能否想象出画面——细节即证据：形容词是懒惰的证据。

Q4 AI 写作的边界？

替初稿不替真稿——核验与体验在人：AI 没去过那座城。

03

PART TI

优化 与发布

OPTIMIZE & L

① 流程对比 ② 发布节奏 ③ 数据漏斗 ④ 实战复盘

工作流程：传统 vs AI 辅助

传统流程 · 手艺密集

环节	做法
选题	编辑经验与直觉
初稿	从空白页手写
标题	内部讨论定一版
改稿	一版一改以天计

AI 辅助 · 判断密集

环节	做法
选题	热点数据 + 四看筛选
初稿	AI 搭框架人工填体验
标题	批量生成三版测试
改稿	定向精修以小时计

流程变了，**好稿的标准没变**——真实、细节、对读者有用：变的只是抵达方式。

发布后救数据：三招

招一 · 换标题

打开率救星

见效最快

- 数据差先换标题
- 三版备选此时上场
- 48 小时内可改

招二 · 换头图

首屏重造

最常被忽视

- 头图即第二标题
- 换成场景图非 logo
- 首屏决定划与读

招三 · 调结构

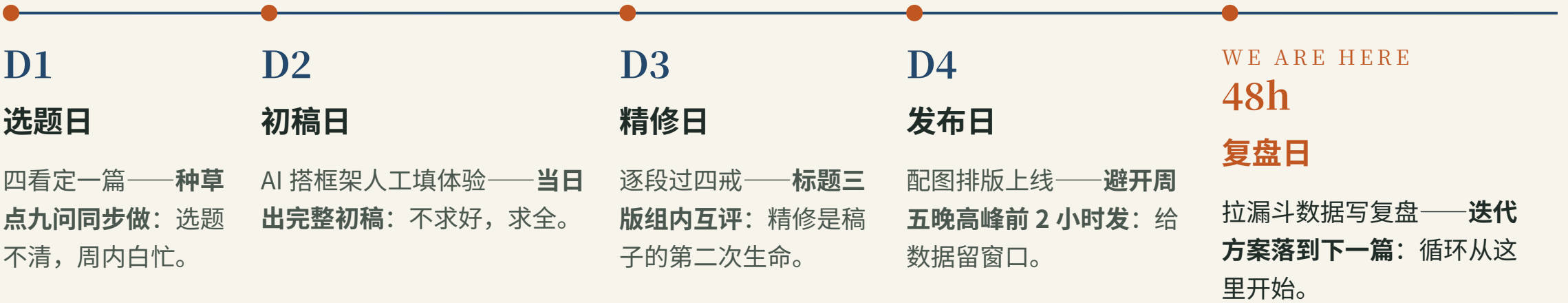
读完率优化

最根本

- 加小标题分屏
- 长段拆短段
- 金句前置加粗

使用顺序 先换**标题**再换**头图**最后调**结构**——由表及里：多数稿子死在标题，别急着动结构。

一周节奏：发稿日历



节奏的意义：**每天有硬产出，返工不过夜**——拖到截止日的稿子，没有一篇能看。

数据漏斗：三层指标

优秀打开率（公众号示意）

10%

打开率 10% 意味着——**一百个看到的人有十个点开**：标题与头图的合谋成果。

打开率

标题的分数

点开占曝光比——**低先查标题头图**：三版测试不是白做的。

读完率

结构的分数

读完全篇占比——**中途流失查段落长度**：一屏一点是解药。

互动率

共鸣的分数

赞评转占比——**评论区问「怎么去」**：种草成功的直接信号。

实战复盘：三版标题的故事

CASE · 实战实录

任务：往届小组「皖南川藏线」自驾种草文的全流程

任务 为一条自驾线写种草文，一周五环真实发布

成果 打开率 4% 到 12%，评论区全程问路书

- **初版诊断（看数据）**：打开率 4%——标题「皖南川藏线自驾攻略」太平：信息有了，理由没有。
- **改标题（做测试）**：三版测试——「这条路，老司机开一半想掉头」胜出：悬念对上了内容。
- **换头图（补首屏）**：远山图换航拍弯道——头图与标题互相成全：打开率翻到 12%。

效果

评论区全程在问路书与加油站——问攻略是转化的前奏：种草真正生效了。

教训

初版差点自我怀疑——数据差不是稿子差：是标题没给读者理由。

启示

标题是第一产品——稿子写完，产品才做了一半：另一半是包装与测试。

同一座城，两种写法

官微通稿：「我县大力发展全域旅游」 300

12000

学生种草文：细节 + 场景 + 人群锁定（同一条街）

阅读量 300 到 12000

赢在

视角 通稿对领导汇报——种草文对读者说话：视角一换，读者就来了。

赢在

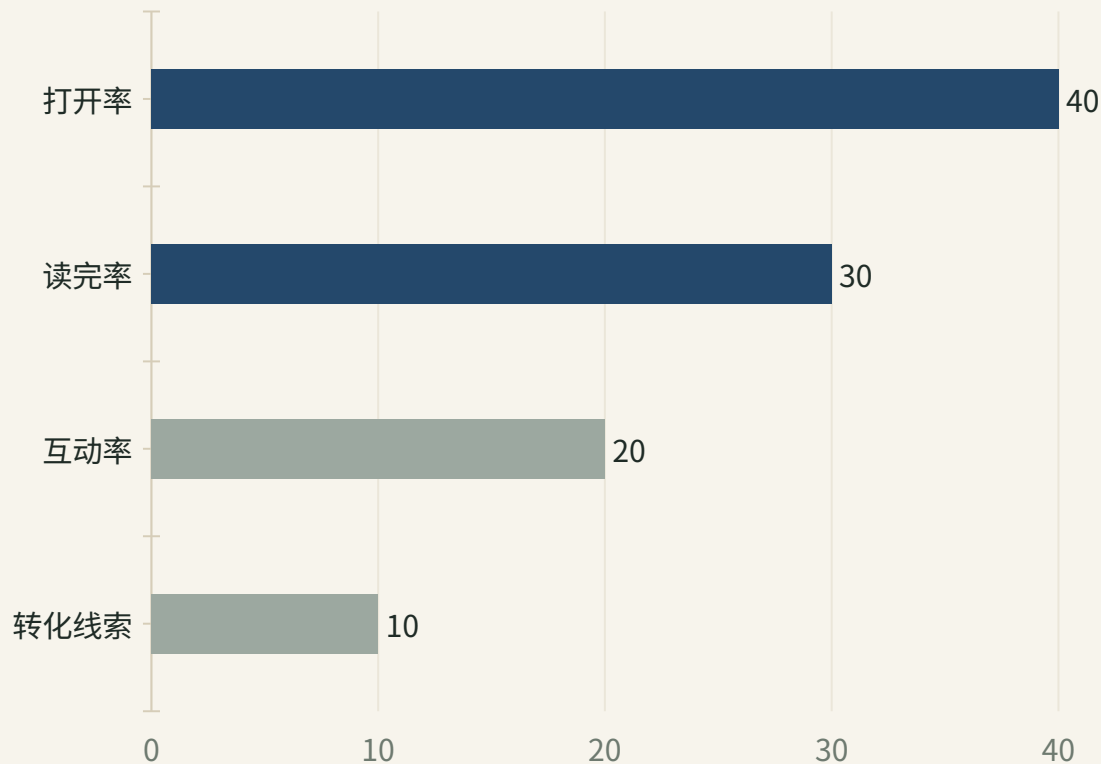
细节 「下午四点的光」——具体是唯一的信任：形容词堆不出转发。

提醒

边界 阅读 12000 不等于转化——还要看评论区在问什么：种草终点是行动。

一支笔的力量没变——**变的只是你对谁说话**：这节课教的就是这个转身。

复盘注意力分配



复盘精力照此分配——先把点开的问题救活，再谈读完与转化：顺序反了事倍功半。

40%

打开率先看——标题头图的问题占大头：改一标题救全篇

30%

读完率次之——结构节奏的体检：一屏一点是解药

10%

转化线索放最后但最贵——问「怎么去」的人：才是真种草

往届三坑，对症下药

坑① 标题党透支

缺口开得太大正文填不上——**点开即划走还挨骂**：透支的是你的信用。

坑② 图文两张皮

头图精修内容平平——**读者感觉被欺骗**：首屏承诺要与正文兑现一致。

坑③ 只看总数

盯着阅读量自我感动——**不打开漏斗看流失**：一万阅读零互动等于白写。

对症下药

兑承诺→ 标题开的缺口正文必须填上

首屏即内容→ 头图取正文最强一帧

看漏斗→ 打开 - 读完 - 互动三层逐层看

优化发布：四问四答

Q1 发布后数据差先做什么？

先换标题——再换头图后调结构：由表及里，多数稿子死在标题。

Q2 数据漏斗怎么看？

打开率查标题、读完率查结构、互动查共鸣——逐层归因再动手。

Q3 一周节奏怎么排？

选题 - 初稿 - 精修 - 发布 - 复盘一天一环：返工不过夜。

Q4 阅读量高就是成功吗？

不一定——看评论区在问什么：问「怎么去」才是真种草。

04

PART F

合规 与复盘

ETHICS & RI

① 复盘案例 ② 课堂辩论 ③ 红线底线 ④ 复盘四步

爆文的另一面：10 万阅读 0 转化

CASE · 复盘实录

任务：一篇蹭热点爆文的深度复盘（往届反面教材）

现象 蹭节日热点阅读冲上 10 万，评论区无人问行程

诊断 打开率高读完率低——标题党反噬的典型样本

- **数据拆解（看漏斗）**：打开率 12% 但读完率 8%——**热点引来了人，内容留不住人**：缺口没兑现。
- **读者访谈（看评论）**：评论清一色「图不错」——**没人问路、问价、问时间**：共鸣零落点。
- **改法落地（做迭代）**：补三段实用信息重发——**把「好看」改成「有用」**：转化线索才出现。

教训

追热点写偏了人群——**看热闹的和想去的不是同一批人**：热点要过四看再蹭。

效果

重发后评论区开始问行程——**有用是最后的护城河**：信息密度救回了这篇稿。

启示

种草的终点是行动——**不是阅读是「怎么去」**：数据好看转化空等于零。

课堂辩论：种草是分享还是套路

同样的目的地、同样的细节，一篇自发安利爆了，一篇收钱推广没人信——种草文到底是真诚分享还是精准套路？

—— 议题背景

真诚派

- 细节编不出来——**真去过才写得出那束光**
- 读者嗅觉敏锐——**套路文评论区一眼识破**
- 信任是复利——**真诚是唯一可持续的写法**

设计派

- 所有爆文都有结构——**真诚也要讲方法**
- 五段三式就是套路——**套路是经验的沉淀**
- 广告也可以有用——**设计得好读者愿意看**

VS

讨论规则：双方必须回答——「**你自己愿意被自己写的稿子种草吗**」？**落到写作者的自检场景讨论。**

发布红线：三条底线

声明

收钱必须标软广

商业合作须显著标注「推广」——平台与广告法双重要求

真实

没去过的不写

道听途说的细节是雷区——体验与信息须可溯源

数据

不刷量不买赞

刷出来的阅读是自欺——实训查实即取消成绩

一条红线

比10万+更贵

虚假种草透支的是行业信用——

合规习惯从实训第一天养成。

复盘四步：数据到行动

复盘流程

四步走完

复盘不是写总结——**是从数据到下一篇的桥。**

四步缺一不可。

01 拉数据

打开、读完、互动三层——**漏斗逐层看**：别只盯总数感动自己。

02 找断点

读者在哪一段离开——**断点即病灶**：标题、头图还是第三段。

03 问读者

评论区与私信是真话——**「图不错」背后的意思是没内容**：读者会用脚投票。

04 改一处

下一篇只改一个变量——**多改就无法归因**：科学迭代靠控制变量。

作品集三件套

真实发布的种草文

1 篇

一篇真发布的稿子——**胜过十篇课堂习作**：市场反馈是最好的老师。

成文

800-1200 字种草文

五段结构 + 三版标题——**发布链接可溯源**：这是作品集的主件。

过程

五环过程记录

选题到发布的完整留痕——**方法论的证据**：面试时讲得出怎么写。

复盘

数据复盘报告

漏斗诊断 + 迭代方案——**数据思维的证据**：这是文旅运营岗的硬通货。

带走的清单：一周六件事

| 种草文冲刺，六件事按序做：

01 定选题 四看定一篇，锁定一个人群

02 挖种草点 九问筛三点，小切口大共鸣

03 搭五段 结构先于文字，一屏一点

04 写初稿 AI 搭框架，人工填体验

05 测标题 三版组内互评再优选

06 发复盘 48 小时看漏斗，写复盘

四个问题，四个答案

Q1 好种草文的公式？

场景 + 细节 + 人群锁定——套路会被识破，真实不会。

Q2 AI 在写作中的角色？

初稿与提速——核验、体验、人设是人：AI 没去过那座城。

Q3 发布后最该看什么？

漏斗三层——打开查标题、读完查结构、互动查共鸣。

Q4 这段经历怎么写进简历？

写数据故事——打开率 4% 到 12%：过程比结果有力。

作业：种草文与复盘

思考题 · 下次课开篇讨论

想一想 01 你最近被哪篇种草文真正种草？是哪句话打动了你？

想一想 02 如果必须删掉一半字数，你删哪一半？为什么？

课后作业 · 实践任务

种草文

提交 800-1200 字种草文：真实发布并附 48 小时数据截图（打开率、读完率、互动与评论精选）
平台任选，发布链接必附

复盘报告

提交 300 字复盘：漏斗逐层诊断 + 一个断点归因 + 下一篇的改法（只改一个变量）
模板见课程平台

课程平台提交，优秀稿件进课程公众号与系刊

实训资源包

工具

AI 写作与排版

写作助手 + 公众号编辑器——各练熟一款。

范例

文旅爆文拆解库

历年 10 万 + 种草文——拆它的五段与标题。

规范

广告法红线条款

极限词与软广声明——发布前过一遍。

书单

文案经典三种

《爆款文案》等——看细节怎么写。

每天存一篇让你想立刻出发的种草文，写下它赢在哪一句——**笔感是喂出来的。**

项目六：海外领队助手应用实训

MODULE 04 · PROJECT 06

带着 AI 去带团

从图文到实战

01 领队场景

行程管理、突发应对——AI 当你的随身参谋。

02 工具实操

翻译、导航、行程助手——真机真场景演练。

03 带团演练

模拟出境全流程——从值机到归国的复盘。