

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

AI 时代的文旅主理人打造升级之路

第 4 章 AIGC 内容创作与 IP 打造

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 4.1 AIGC 技术概览与文旅内容生产范式变革
- 4.2 文案生成：从种草文案到品牌故事
- 4.3 图像与视频生成：视觉内容的高效产出
- 4.4 虚拟数字人与文旅 IP 形象设计
- 4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

- 掌握 AIGC 技术的基本原理及其在文旅内容创作中的应用
- 理解提示词工程的核心方法并能够生成高质量文旅内容
- 学会使用 AI 图像、视频生成工具进行视觉内容创作
- 建立 AIGC 内容质量管控流程和版权合规意识
- 贵州案例：贵州博物馆利用 AIGC 技术对馆藏苗族银饰进行数字化再创作。
- 通过输入苗族银饰纹样元素和文化背景描述，AI 生成了系列文创产品设计方案，包括手机壳、丝巾、书签等。

- 这些产品将传统苗银纹样与现代审美结合，上线后月销售额突破 10 万元，成为 "AI+ 非遗" 文创的标杆案例。
- 该项目的成功表明，AIGC 能够有效帮助贵州民族文化资源实现创造性转化。

01

4.1 AIGC 技术概览与文旅内容生产范式变革

4.1 AIGC 技术概览与文旅内容生产范式变革

- AIGC （ Artificial Intelligence Generated Content ， 人工智能生成内容）是指利用人工智能技术自动或半自动地生成文本、图像、音频、
- 视频等数字内容的技术体系。

4.1 AIGC 技术概览与文旅内容生产范式变革

- 2022 年以来，以 ChatGPT、Midjourney、Stable Diffusion 等为代表的生成式 AI 工具实现了质的飞跃，内容生产的效率和质量发生了根本性变化。
- 传统文旅内容生产遵循 " 人力密集型 " 模式：策划文案需要文案人员撰写，宣传图片需要摄影师拍摄，推广视频需要拍摄团队制作。

4.1 AIGC 技术概览与文旅内容生产范式变革

- 这种模式成本高、周期长、产能有限，中小型主理人难以维持高质量内容的持续产出。
- AIGC 技术的引入使内容生产范式发生根本性变革——从 " 人力生产 " 转向 " 人机协作生产 "，内容产能从 " 每周几条 " 提升到 " 每天数十条 "，而单位内容的生产成本降低一个数量级以上。

4.1 AIGC 技术概览与文旅内容生产范式变革

- AIGC 在文旅内容领域的应用价值体现在三个层面：效率层——显著降低内容生产的时间和人力成本；创意层——通过 AI 的跨界联想能力激发新的创意方向；
- 个性化层——根据不同受众和场景快速生成差异化内容。

4.1 AIGC 技术概览与文旅内容生产范式变革

- 唐浩天等学者的研究指出，生成式 AI 训练模型在文化旅游大数据中的应用，能够从需求分析、解决方案、具体实施和配套措施四个方面推动文旅内容创新 [18]。

02

4.2 文案生成：从种草文案到品牌故事

4.2 文案生成：从种草文案到品牌故事

- 文案是文旅内容营销的基础载体。AIGC 在文案生成领域的应用已相当成熟，主理人需要掌握的核心技能是提示词工程——通过精确的指令设计，让 AI 生成符合品牌调性和平台特征的高质量文案。
- 种草文案生成。小红书、抖音等平台的种草文案有特定的结构特征：吸睛标题、痛点共鸣、体验描述、行动召唤。主理人可以通过结构化提示词模板，让 AI 批量生成不同角度的种草文案。

4.2 文案生成：从种草文案到品牌故事

- 例如，针对一家茶园民宿，可以生成 " 春茶采摘体验 " " 茶文化研学 " " 周末逃离城市 " 等不同主题的种草内容。
- 品牌故事撰写。品牌故事是建立情感连接的重要工具。AIGC 可以根据主理人提供的关键事实和品牌理念，生成具有叙事性和感染力的品牌故事文本。

4.2 文案生成：从种草文案到品牌故事

- 主理人的价值在于提供真实的素材和情感内核，AI 负责结构优化和语言润色。
- 多语言内容生成。对于面向国际游客的文旅项目，AI 的多语言生成能力可以极大降低翻译和本地化成本。

4.2 文案生成：从种草文案到品牌故事

- 主理人只需用中文撰写核心内容，AI 即可生成英语、日语、韩语等多种语言版本，并根据目标文化进行表达习惯的适配。
- 知识卡片：高效提示词的 " 角色 - 任务 - 约束 - 示例 " 四要素法。①角色：设定 AI 的专业身份（如 " 你是文旅文案专家 " ）；②任务：明确具体产出要求；③约束：限定字数、风格、关键词等；

4.2 文案生成：从种草文案到品牌故事

- ④示例：提供 1-2 个参考样本。四要素齐备时，AI 生成质量显著提升。

贵州案例：村超智能体文创平台——AIGC 赋能非遗活化传承

- 2026 年 4 月，" 贵州村超 " 智能体文创平台入选贵州省行业大模型典型应用案例。榕江 " 村超 " 作为全国现象级文旅 IP，当地侗族文化底蕴深厚但传统非遗传播难以触达年轻群体。
- 该平台利用大模型驱动的 AIGC 技术，生成村超主题文创产品设计方案，将侗族文化元素进行数字化再创作，产出符合现代审美的文创产品。

贵州案例：村超智能体文创平台——AIGC 赋能非遗活化传承

- 平台还集成了 AI 智能体，提供村超赛事信息、当地文化讲解和旅游服务。AIGC 不仅用于文创设计，还辅助生成赛事宣传文案、社交媒体内容和文化科普文章。
- 该案例展示了 AIGC 在文旅 IP 运营中的创新应用——将现象级体育赛事 IP、非遗文化和生成式 AI 三者融合，为县域文旅 IP 的数字化运营提供了新范式。

03

4.3 图像与视频生成：视觉内容的高效产出

4.3 图像与视频生成：视觉内容的高效产出

- 视觉内容是文旅营销的核心——游客 " 先看图再决定去不去 "。AIGC 在图像和视频生成领域的突破，为主理人提供了强大的视觉内容生产工具。
- AI 图像生成。Midjourney、DALL-E、Stable Diffusion 等工具可以根据文字描述生成高质量图片。

4.3 图像与视频生成：视觉内容的高效产出

- 在文旅场景中，主理人可以用 AI 生成：目的地概念图（用于产品预热）、季节性宣传海报（春夏秋冬不同视觉风格）、社交媒体配图（匹配文案主题的视觉素材）、文创产品设计效果图等。
- 关键技巧在于将文旅场景的视觉元素（自然风光、文化符号、人物活动）转化为精确的提示词。

4.3 图像与视频生成：视觉内容的高效产出

- AI 视频生成。Sora、Runway、可灵等 AI 视频生成工具的出现，使视频内容的生产门槛进一步降低。
- 主理人可以用 AI 生成：产品宣传短片（从图片 + 文案自动生成动态视频）、社交媒体短视频（批量生成不同风格的短视频内容）、虚拟游览视频（让游客提前 " 云游览 " 目的地）。

4.3 图像与视频生成：视觉内容的高效产出

- AI 图片编辑与优化。
- 除了从零生成，AI 在图片编辑方面也有强大能力：智能修图（去除杂物、优化光线）、风格迁移（将普通照片转化为特定艺术风格）、批量 resize 和格式适配（一次生成适配不同平台尺寸的图片）。

4.3 图像与视频生成：视觉内容的高效产出

- 案例：某古镇主理人利用 AI 图像生成工具，为古镇的每个季节生成系列概念海报。以往需要聘请设计师花费一周完成的 4 张季节海报，现在通过 AI 在 2 小时内完成初稿，经过主理人微调后即可发布。
- 内容产出效率提升 20 倍，视觉风格统一性也显著提高。

04

4.4 虚拟数字人与文旅 IP 形象设计

4.4 虚拟数字人与文旅 IP 形象设计

- 虚拟数字人（AI Digital Human）是 AIGC 技术在文旅 IP 领域的重要应用方向。通过 AI 驱动的虚拟形象，主理人可以创造品牌的 " 数字代言人 "，实现全天候的品牌互动和内容输出。
- 李玲等学者以云台山 IP 形象为例，提出了基于 AIGC 的 " 文本生成图像 "IP 形象迭代设计方法，通过生成式 AI 中 " 大型模型 " 的运用，帮助优化和提升设计过程 [19]。

4.4 虚拟数字人与文旅 IP 形象设计

- 这一方法的核心是将文旅 IP 形象设计从 " 设计师手工创作 " 转变为 "AI 生成 + 人工精选 " 的迭代模式。
- 虚拟数字人在文旅场景中的应用包括：品牌代言——以虚拟形象作为目的地的数字代言人，在社交媒体和短视频平台持续输出内容；

4.4 虚拟数字人与文旅 IP 形象设计

- 智能导览——以虚拟导游形象在景区提供 AR 导览服务，结合大语言模型实现智能问答；
- 文化角色活化——将历史人物或文化符号转化为虚拟数字人，以 " 活 " 的方式与游客互动，如 " 李白 "AI 数字人讲解唐诗文化。

4.4 虚拟数字人与文旅 IP 形象设计

- 韩瑜的研究指出，智能数字人（AI 人）作为人工智能与数字视听融合发展的重要载体，已在各行各业得到广泛应用，
- 呼伦贝尔市文化旅游广电局推出的 " 呼伦 " 和 " 贝尔 " 虚拟数字人就是文旅领域的典型实践 [20] 。

贵州案例：“红飘带”长征数字体验馆——数字技术讲述红色故事

- 位于贵阳市南明区的“红飘带”是全国首个以长征为主题的全域沉浸式数字体验馆，通过“文化 + 科技”的手段，用数字语言讲述长征故事、传承红色基因。
- 建筑以蜿蜒舒展的红色结构为造型，从空中俯瞰如一条红色飘带蜿蜒在贵州大地上。

贵州案例：“红飘带”长征数字体验馆——数字技术讲述红色故事

- 体验馆融合了全域行浸式数字光影、AI生成视觉内容、全景展示等技术，让厚重的长征历史化作可感可触的心灵震撼。游客在其中不是被动观看，而是沉浸式参与到历史场景中。
- 电影《四渡》全国首映礼后，“《四渡》辉映红飘带”活动在此举行，形成了影视+数字体验的联动。

贵州案例：“红飘带”长征数字体验馆——数字技术讲述红色故事

- 该案例展示了 AIGC 和数字光影技术在红色文化传播中的创新应用。对主理人而言，“红飘带”提供了数字体验产品设计的标杆——如何用技术让文化内容“可感可触”，而不是简单的数字化展示。

05

4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

- AIGC 内容的高效产出伴随质量管控和版权合规两大挑战，主理人必须建立相应的管理机制。
- 内容质量管控。AI 生成内容存在 " 幻觉 " （ Hallucination ） 问题——生成看似合理但实际错误的信息。在文旅场景中，这可能表现为 AI 编造不存在的景点信息、错误的历史描述或不当的文化解读。

4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

- 主理人需要建立 "AI 生成→人工审核→修改发布 " 的三步流程，确保内容的准确性。特别是涉及历史文化内容的 AI 生成文案，必须由具备相关知识的人员进行事实核查。
- 版权合规。AIGC 生成内容的版权归属目前法律界尚无定论，但主理人需要注意以下风险： AI 生成图像中可能包含受版权保护的元素； AI 生成内容如果与已有作品高度相似，可能构成侵权；

4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

- 使用 AI 生成内容进行商业推广时，需要关注平台的相关政策（部分平台要求标注 AI 生成内容）。建议主理人保留 AI 生成过程的提示词记录作为创作证据，并在必要时咨询专业法律意见。
- 文化敏感性。文旅内容涉及地方文化、民族文化和宗教信仰，AI 生成内容可能因训练数据偏差而产生不当表述。

4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

- 主理人作为文化内容的 " 守门人 "，需要对 AI 输出内容的文化敏感性进行审查，避免因文化误读引发公关危机。
- 知识卡片：AIGC 内容管控的 " 三审制 "—— 一审事实准确性（有无错误信息），二审版权合规性（有无侵权风险），三审文化敏感性（有无文化误读）。每条 AI 生成内容在发布前必须通过三审。

4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

- 思政融入：AIGC 内容创作应坚持 " 技术为文化服务 " 的原则。在使用 AI 生成涉及民族文化内容时，须尊重民族习俗和文化敏感性，避免刻板印象和文化误读。
- 习近平总书记强调 " 推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展 " ， AIGC 技术为实现这一目标提供了新工具，但文化主体性始终由人掌握。

4.5 AIGC 内容质量管控与版权合规

- 主理人应建立 "AI 生成 - 人工把关 - 文化审核 " 的三重质量保障机制。

- 本章聚焦 AIGC 技术在文旅内容创作中的实际应用。
- AIGC 的核心能力覆盖文本、图像、音频、视频四种内容形态，其技术基础包括大语言模型（LLM）和扩散模型（Diffusion Models）。
- 提示词工程是 AIGC 内容创作的核心技能，包含角色设定、任务描述、风格指令和约束条件四要素。文旅视觉内容创作中，AI 图像生成可用于文创产品设计、营销海报和场景概念图；
- AI 视频生成可辅助制作宣传片和短视频。内容质量管控流程包括 AI 生成→人工审核→修改优化→发布监测四个环节。
- 版权合规方面需关注训练数据来源、生成内容原创性认定和肖像权使用等问题。

- （识记）AIGC 的四种内容形态是什么？各自的技术基础是什么？
- （理解）提示词工程的四要素是什么？为什么顺序很重要？
- （应用）为一个贵州苗寨体验产品撰写一组 AIGC 提示词，涵盖文案和图像。
- （分析）AIGC 内容质量管控的四环节流程如何形成闭环？
- （评价）AIGC 生成内容的版权归属问题应如何解决？请分析现有方案的利弊。
- （创造）设计一个 AIGC 文旅 IP 形象，包含概念设定、视觉描述和内容矩阵规划。

- [1] 唐浩天, 孔维, 骆方丽. 基于文旅大数据的生成式 AI 训练模型初探 [J]. 信息记录材料, 2024, 25(6): 88-91.
- [2] 李玲, 张雨, 孙亚欣. AIGC 赋能文旅 IP 形象的设计方法创新——以云台山 IP 形象为例 [J]. 包装工程, 2024, 45(8): 120-128.
- [3] 韩瑜. "AI+ 文旅" 引领智慧旅游新体验 [J]. 数字通信世界, 2024(3): 56-58.
- [4] 袁琳. AIGC 技术在博物馆文创产品设计中的应用研究 [J]. 设计, 2023, 36(15): 120-123.
- [5] Wu H, Zhong M, Chen S, et al. Research on the Sanxingdui cultural and creati
- [6] 马于翔, 李雪松. AIGC 技术辅助东三省总督府文创产品设计思考 [J]. 包装工程, 2025, 46(4): 1-8.

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材