

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 10 章 从零到一：文旅主理人的 AI 创业实战

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

- 10.1 发现机会： AI 时代的文旅创业方向选择
- 10.2 最小可行产品（ MVP ）的 AI 化构建
- 10.3 冷启动策略与种子用户获取
- 10.4 精益创业循环：构建 - 测量 - 学习
- 10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

- 理解 AI 时代文旅创业的新机遇和 " 超级个体 " 模式
- 掌握商业模式画布九要素的 AI 增强方法
- 学会精益创业 " 构建 - 测量 - 学习 " 循环在文旅中的实践
- 建立多元化收入模式和商业模式评估体系

01

开篇

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- AI 时代的文旅产业发展离不开政策引导和制度保障。2025 年以来，国家和各部委密集出台了一系列数智文旅相关政策，构成了从宏观战略到具体实施的完整政策体系。
- 国家层面核心政策：

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- 《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》（国办发[2025]2号，2025年1月）：国务院办公厅印发，提出6个方面18项措施，明确将数字技术作为文旅消费扩容的重要驱动力，
- 鼓励发展沉浸式体验、数字文博、智慧旅游等新业态。

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- 《关于加快 " 人工智能 + 消费 " 发展的实施意见》（商建发 [2026]89 号，2026 年 6 月）：商务部、中央网信办、国家发改委、教育部、工信部、民政部、住建部、文化和旅游部等 8 部门联合发布。
- 明确 " 发展人工智能 + 文化旅游 "，推动人工智能赋能旅游，与行程规划、导游导览、购物消费等环节深度融合，支持开发基于大模型的文旅智能体应用。

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- 《扩大消费 " 十五五 " 规划》（国务院批复， 2026 年 7 月）：提出到 2030 年社会消费品零售总额达到 60 万亿元左右，消费对经济增长的拉动作用进一步增强，包含 28 项具体措施，
- 文旅消费是重点扩容领域。

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- GB/T 30225-2026 《旅游景区智慧化运营管理要求》（国家标准，2026年4月发布，2026年11月实施）：
界定了旅游景区智慧化运营管理的术语和定义，
- 规定了智慧化基础设施建设和运营管理要求，为景区 AI 化转型提供了标准化依据。

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- 地方层面创新实践：
- 江苏省：《江苏省 " 人工智能 + 文化旅游 " 行动方案（2026-2028 年）》，为全国首个省级 "AI+ 文旅 " 专项行动方案。

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- 北京城市副中心：《关于北京城市副中心支持 " 人工智能 + 文旅 " 发展的若干措施》，支持开发文旅行业垂类模型，培育 "AI+ 文旅 " 产业生态。
- 贵州省：省大数据局与省文化和旅游厅协同推进 "AI+ 文旅 " 融合，利用 " 东数西算 " 算力优势赋能文旅大模型训练，推进民族文化数字孪生建设。

数智文旅政策脉络：从国家战略到行业落地

- 这些政策构成了 " 国家战略 - 部委政策 - 地方实施 " 的三级政策体系，为文旅主理人的 AI 转型提供了明确的政策方向和红利窗口。

02

10.1 发现机会： AI 时代的文旅创业方向选择

10.1 发现机会： AI 时代的文旅创业方向选择

- AI 时代的文旅创业，核心不在于 " 做什么 " 而在于 " 为什么是你做 " 和 "AI 如何让你做得更好 "。
- 机会发现需要结合三个维度：市场需求（游客需要什么）、个人优势（主理人擅长什么）和技术杠杆（AI 能放大什么）。

10.1 发现机会： AI 时代的文旅创业方向选择

- 市场需求识别。 AI 时代催生了新的文旅需求类型：个性化深度体验需求——游客不再满足于标准化产品，愿意为独特体验付费；即时决策需求——游客越来越倾向于 " 说走就走 " 的旅行，需要实时信息和服务；
- 社交分享需求——旅游消费的社交属性增强， " 可分享性 " 成为选择目的地的重要因素；文化认同需求——游客对在地文化的深度了解需求上升，从 " 看景 " 到 " 懂文化 "。

10.1 发现机会： AI 时代的文旅创业方向选择

- 个人优势评估。主理人需要诚实评估自身优势：在地资源——是否对某个目的地有深度了解和人脉网络；专业背景——是否有文化、设计、技术等领域的专业积累；内容能力——是否具备内容创作和表达的特长；
- 社交网络——是否已有一定的粉丝基础或行业人脉。

10.1 发现机会： AI 时代的文旅创业方向选择

- 技术杠杆判断。AI 能够放大的方向包括：内容密集型业务——需要大量高质量内容输出的业务（如文旅 IP 运营）；服务密集型业务——需要大量客户互动和服务的业务（如定制旅行）；
- 数据密集型业务——需要数据分析驱动的业务（如智能定价的民宿运营）。

10.1 发现机会： AI 时代的文旅创业方向选择

- 知识卡片： AI 创业机会的 " 三圈交集 " 模型——市场需求圈、个人优势圈和技术杠杆圈三者的交集，就是最佳创业方向。只满足两个圈的方向是 " 不错 " 的选择，但只有三圈交集才是 " 最优 " 选择。

03

10.2 最小可行产品（MVP）的 AI 化构建

10.2 最小可行产品（MVP）的 AI 化构建

- 精益创业方法论的核心是 " 最小可行产品 " （ MVP ）——用最低成本和最快速度构建一个能验证核心假设的产品版本。AI 工具使文旅 MVP 的构建成本和时间大幅降低。
- 文旅 MVP 的类型。根据业务类型，MVP 可以采取不同形式：体验产品 MVP——以最小规模提供一次文旅体验活动（如一次文化走读、一场主题晚宴）；

10.2 最小可行产品（MVP）的 AI 化构建

- 内容产品 MVP——发布一组主题内容测试市场反响（如一个系列的小红书攻略帖）；服务产品 MVP——提供一次完整的定制服务流程（如为一位客户设计完整行程）。
- AI 化构建流程。第一步，用 AI 生成产品概念和方案——将初步想法输入 AI，生成多个产品方案供选择；第二步，用 AIGC 制作营销内容——生成产品介绍文案、宣传图片和推广视频；

10.2 最小可行产品（MVP）的 AI 化构建

- 第三步，在社交媒体发布测试——通过内容互动数据判断市场兴趣度；第四步，用 AI 客服处理咨询——自动回复潜在客户的常见问题，降低服务成本；
- 第五步，收集反馈并迭代——用 AI 分析用户反馈数据，识别改进方向。

10.2 最小可行产品（MVP）的 AI 化构建

- MVP 验证的关键指标。不同的 MVP 需要关注不同的验证指标：体验产品 MVP—— 关注报名转化率、体验满意度和推荐意愿；内容产品 MVP—— 关注互动率（点赞 / 评论 / 分享）、粉丝增长和私信咨询量；
- 服务产品 MVP—— 关注客户满意度、复购意愿和口碑传播。

04

10.3 冷启动策略与种子用户获取

10.3 冷启动策略与种子用户获取

- 冷启动是创业最困难的阶段——没有品牌知名度、没有用户基础、没有口碑积累。AI 工具可以在冷启动阶段提供关键支持。
- 种子用户画像。冷启动阶段不需要大量用户，但需要 " 对的用户 "。种子用户应具备以下特征：对文旅体验有真实需求且愿意付费；对新事物接受度高，愿意尝试不完美的初期产品；

10.3 冷启动策略与种子用户获取

- 社交影响力较强，愿意分享体验为品牌带来口碑传播；反馈意见强，愿意提供建设性意见帮助产品改进。
- AI 赋能的种子用户获取渠道。小红书种草——用 AIGC 生成系列种草内容，通过精准标签触达目标用户；抖音短视频——用 AI 生成具有情绪共鸣的短视频内容，利用算法推荐获取自然流量；

10.3 冷启动策略与种子用户获取

- 社群裂变——设计 " 邀请奖励 " 机制，用 AI 管理裂变流程和奖励发放；线下活动——举办小型体验活动，用 AI 辅助活动策划和宣传内容制作。
- 冷启动的时间节奏。建议采用 "30-60-90" 节奏：前 30 天聚焦内容建设和初始用户获取（目标： 100 名种子用户， 30 篇优质内容）；

10.3 冷启动策略与种子用户获取

- 31-60 天聚焦体验优化和口碑积累（目标：完成首批用户体验，收集反馈并迭代产品，NPS>40）；
- 61-90 天聚焦规模化验证和模式优化（目标：用户数达到 500+，验证商业模式的可持续性，单位经济模型转正）。

贵州案例：高德 + " 黄小西 " 合作——国民级应用导流的冷启动策略

- " 黄小西 " 与高德地图的战略合作是 AI 文旅服务冷启动的经典案例。通过与国民级地图应用合作，" 黄小西 " 在近两个月内实现智能服务访问量提升超 20 倍。
- 这一策略的核心是：不依赖自建渠道获取用户，而是借助已有国民级应用的流量入口实现用户触达。

贵州案例：高德 + " 黄小西 " 合作——国民级应用导流的冷启动策略

- 对于主理人而言，该案例的启示是：AI 文旅服务的冷启动不必从零建渠道，可以寻找与自身服务互补的国民级应用（地图、社媒、OTA）进行生态合作。
- 关键在于找到 " 对方需要什么 " 和 " 自己能提供什么 " 的契合点——高德需要丰富的本地化文旅内容提升用户粘性，" 黄小西 " 需要高德的流量和 LBS 能力实现场景化触达。

贵州案例：高德 + " 黄小西 " 合作——国民级应用导流的冷启动策略

- 这种互利共赢的生态合作是冷启动阶段最高效的用户获取策略之一。

05

10.4 精益创业循环：构建 - 测量 - 学习

10.4 精益创业循环：构建 - 测量 - 学习

- 精益创业的核心理念是 " 构建 - 测量 - 学习 " 循环——快速构建产品，测量用户反应，从数据中学习，然后调整方向再次构建。AI 工具使这一循环的迭代速度显著加快。
- 构建（Build）。AI 使产品构建更快速、更低成本。主理人可以用 AI 生成产品方案、营销内容和客服流程，将 MVP 的构建时间从数周缩短到数天。

10.4 精益创业循环：构建 - 测量 - 学习

- 测量（Measure）。AI 工具使数据收集和分析更加全面和实时。通过 AI 数据分析工具，主理人可以实时追踪关键指标——用户增长曲线、内容互动趋势、转化漏斗各阶段数据——并自动生成可视化报表。
- 学习（Learn）。AI 不仅帮助收集数据，还能辅助从数据中提取洞察。主理人可以将数据输入 AI 分析助手，让 AI 识别数据中的异常点、趋势和关联关系，生成策略建议。

10.4 精益创业循环：构建 - 测量 - 学习

- 循环加速。传统精益创业的迭代周期通常以月为单位，而 AI 赋能下可以将周期缩短到周甚至天。例如，通过 AI 快速生成多种内容版本进行 A/B 测试，一天内就能获得明确的优化方向。
- 这种高速迭代能力是 AI 时代创业者的核心优势。

10.4 精益创业循环：构建 - 测量 - 学习

- Arifin 等学者的研究通过中介分析发现， AI 增强的创意构思和商业模式创新在职业教育中显著促进了可持续旅游技术创业者的培养 [33] ，这从教育视角印证了 AI 在创业实践中的加速作用。

06

10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

- 以下是一个文旅主理人利用 AI 工具从零启动到验证商业模式的完整案例。
- 背景。某文化研究者在安顺屯堡地区有深厚的人脉和知识积累，希望将屯堡文化转化为可体验的文旅产品，但缺乏营销和运营经验。

10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

- 第 1-30 天：机会验证。使用 AI 生成 " 屯堡文化深度体验 " 概念方案，包括一日体验和两日深度营两种产品形态。
- 用 AIGC 制作系列小红书种草内容（屯堡建筑故事、明代屯军后裔生活、屯堡地戏体验等），30 天内发布 15 篇内容，积累粉丝 800+，收到私信咨询 50+。

10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

- 第 31-60 天： MVP 测试。基于咨询反馈，推出首期 " 屯堡文化一日体验 " 活动，定价 398 元 / 人，限招 10 人。用 AI 客服处理咨询和预订， 3 天内招满。
- 活动后收集用户反馈， NPS 达到 65 （优秀水平），用户特别认可文化深度讲解和沉浸式体验设计。

10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

- 第 61-90 天：迭代与扩展。根据用户反馈优化产品（增加手作体验环节、优化午餐安排），推出两日深度营产品，定价 1280 元 / 人。同步在抖音发布 AI 生成的短视频内容，拓展获客渠道。
- 90 天结束时，累计服务用户 80 人，月收入达到 2.5 万元，单位经济模型转正（客单价 580 元，获客成本 80 元，毛利率 62%）。

10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

- 关键成功因素。第一，AI 工具降低了内容生产和客服成本，使一人运营成为可能；第二，快速的内容测试帮助验证了市场需求，避免了盲目投入；第三，用户反馈驱动的产品迭代使产品在短时间内达到市场接受度；
- 第四，主理人的文化专业知识是核心差异化——AI 放大了这一优势，但没有替代它。

10.5 案例深度解析：从 0 到 1 的完整路径

- 案例启示：AI 时代文旅创业的成功公式 = 深度专业积累 × AI 工具杠杆 × 精益验证速度。三者缺一不可——没有专业积累，AI 只能生产平庸内容；没有 AI 工具，专业积累无法高效转化为市场触达；
- 没有精益验证，可能投入大量资源在错误方向上。

贵州案例： AI 游西江——从景区合作到国家级案例的完整路径

- 西江千户苗寨与马蜂窝联合打造 "AI 游西江 " 智能体的历程，展示了文旅 AI 项目从 0 到 1 的完整路径。第一阶段（需求识别）： 景区面临多语言服务不足、文化讲解深度不够、高峰期人力紧张等痛点。
- 第二阶段（技术选型）： 选择与马蜂窝合作，利用其大模型能力和旅游行业经验构建智能体。第三阶段（功能开发）： 分批上线智能导游、路线规划、实时问答和多语言支持功能。

贵州案例： AI 游西江——从景区合作到国家级案例的完整路径

- 第四阶段（数据积累）：通过运营数据持续优化 AI 回答质量和文化内容深度。第五阶段（权威认可）： 2025 年 12 月入选中国互联网协会 "2025 企业数智化创新应用产品 " 案例库。
- 该案例的启示是：文旅 AI 项目成功的关键不是技术先进性，而是 " 场景理解深度 × 技术适配精度 × 运营迭代持续性 " 三者的乘积。

贵州案例： AI 游西江——从景区合作到国家级案例的完整路径

- 主理人在启动 AI 项目时，应优先选择有明确痛点的场景，与技术伙伴深度合作，并通过持续运营迭代提升 AI 服务质量。

- 本章探讨了 AI 赋能下的文旅创业与商业模式创新。AI 降低创业门槛，使 1 人 +AI 工具链的超级个体模式成为可能，启动成本降至传统的 1/10。
- 商业模式画布九要素在 AI 增强下发生系统性变化：客户细分从静态分群到动态画像、价值主张从标准化到个性化、收入来源从单一到多元。
- 精益创业流程在 AI 辅助下实现从洞察到验证的全链条加速， MVP 成本可控在 1000 元以内。
- 收入模式创新涵盖体验销售、内容付费、知识付费、 IP 授权和数据服务五个方向，收入飞轮使四种收入相互强化。商业模式健康度评估以 LTV/CAC 比值为核心指标。

- （识记） AI 降低创业门槛主要体现在哪几个方面？
- （理解） 合成体验经济的三个要素是什么？ 它们如何融合？
- （应用） 用一个贵州文旅案例说明精益创业五步流程的实践。
- （分析） 收入飞轮中四种收入的启动顺序应如何安排？ 为什么？
- （评价） " 商业模式不是设计出来的，而是在市场中演化出来的 "—— 请评价。
- （创造） 为一个文旅创业项目设计包含四种收入的商业模式，并绘制飞轮图。

- [1] Arifin A F K, Ibrahim H R, Mubarak M N, et al. Cultivating sustainable touri
- [2] Kanbach D K, Heiduk L, Blueher G, et al. The GenAI is out of the bottle: gen
- [3] Christou E, Fotiadis A, Giannopoulos A. Generative AI as a tourism actor: re
- [4] Tran H, Murphy P J. Editorial: Generative artificial intelligence and entrep
- [5] Fahrurrozi M, Amrullah, Mohzana, et al. Tourism entrepreneurship business mo

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