

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

从 0 到 1 成为 AI 旅游主理人——A.C.T.I.V.E. 模型进阶指南

第 5 章 AI 驱动的新媒体矩阵——从智能生成到精准分发

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

- 5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑
- 5.2 微信生态的 AI 运营：公众号、视频号、小程序
- 5.3 短视频平台的 AI 打法：抖音、快手、视频号
- 5.4 图文社区的 AI 策略：小红书、微博、知乎
- 5.5 AI 驱动的跨平台内容适配与分发优化

- 理解新媒体矩阵 AI 化构建的核心逻辑
- 掌握微信生态、短视频平台和图文社区的 AI 运营策略
- 了解 AI 驱动的跨平台内容适配与分发优化方法
- 建立系统化的新媒体矩阵运营能力

01

5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑

5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑

- 伍欣与彭士平（2025）在《从 0 到 1 成为旅游网络红人》中指出，旅游红人需要掌握微信、抖音、小红书等六大平台的差异化打法 [1]。
- 在 AI 时代，新媒体矩阵的构建逻辑发生了根本性变化：从 " 人力驱动多平台运营 " 转向 "AI 驱动矩阵化协同"。

5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑

- 传统模式下，旅游从业者在多个平台运营意味着工作量成倍增加——每个平台需要不同的内容形式、发布时间和运营策略。
- AI 工具的引入使 " 一人多平台 " 成为可能：主理人利用 AI 工具实现内容的自动适配、多平台分发和数据聚合分析。

5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑

- Tran 与 Rudolf （2022）的系统性文献综述发现，社交媒体在旅游目的地品牌建设中扮演着关键角色，而多平台协同是提升品牌影响力的核心策略 [2]。
- AI 驱动的新媒体矩阵构建遵循 " 一源多用、多端协同 " 的原则：

5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑

- 一源：以一次旅行体验或一个主题创意为内容源头
- 多用：利用 AI 工具将源头内容转化为适配不同平台的多模态内容

5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑

- 多端：在各平台同步分发，并根据平台反馈数据优化分发策略
- 协同：通过跨平台引流和用户迁移，构建全域流量闭环

5.1 新媒体矩阵的 AI 化构建逻辑

- 知识卡片：新媒体矩阵是指在同一品牌下，针对不同社交媒体平台的用户特征和算法机制，构建的多平台协同运营体系。AI 化的新媒体矩阵进一步引入了内容自动生成、跨平台数据分析和智能分发优化等能力。

02

5.2 微信生态的 AI 运营：公众号、视频号、小程序

5.2 微信生态的 AI 运营：公众号、视频号、小程序

- 微信生态是中国最大的私域流量池，其 AI 运营策略围绕 " 内容—社群—服务 " 三个维度展开。

5.2.1 公众号的 AI 运营

- 公众号是旅游主理人深度内容输出的主阵地。AI 工具在公众号运营中的应用包括：利用大语言模型生成长篇旅游攻略和深度评论；利用 AI 图像工具生成文章配图和封面图；
- 利用 AI 分析工具研究竞品内容和读者偏好。

5.2.1 公众号的 AI 运营

- 梅文慧与王历晴（2017）的研究表明，社交媒体中的口碑信息对人们的旅行决策有重要影响，旅游目的地品牌传播需要广泛联合多个平台 [3]。
- 在 AI 时代，公众号的深度内容与社交媒体的传播力相结合，能够形成更强的品牌影响力。

5.2.2 视频号的 AI 运营

- 视频号是微信生态内的短视频平台，其 AI 运营策略与抖音等平台有所不同。视频号的推荐算法更注重社交关系链——内容通过 " 朋友点赞 " 和 " 朋友在看 " 等社交信号进行传播。
- AI 工具在视频号运营中的应用包括：利用 AI 分析社交关系链数据，优化内容选题；利用 AI 视频工具生成适合社交传播的短视频内容。

5.2.3 小程序的 AI 化服务

- 小程序是微信生态内提供服务的重要载体。旅游主理人可以利用 AI 技术开发智能旅行助手小程序，为粉丝提供 AI 驱动的行程规划、景点推荐和旅行问答服务。
- Cassani 等（2024）开发的 zIA 系统展示了生成式 AI 在旅游助手方面的应用——一个基于 GenAI 的 "本地阿姨" 为意大利游客提供智能旅游服务 [4]。

03

5.3 短视频平台的 AI 打法：抖音、快手、视频号

5.3 短视频平台的 AI 打法：抖音、快手、视频号

- 短视频平台是旅游内容传播的核心渠道。Dewantara 等（2022）的叙事性文献综述发现，旅行 Vlog 生态在旅游数字营销演进中扮演着重要角色，视频内容已成为影响旅行决策的关键因素 [5]。

5.3.1 抖音的 AI 运营策略

- 抖音的推荐算法以 " 兴趣推荐 " 为核心，内容通过算法匹配触达潜在受众。AI 旅游主理人在抖音的运营策略包括：
- AI 选题：利用大语言模型分析抖音热门话题和趋势，生成选题方向

5.3.1 抖音的 AI 运营策略

- AI 脚本：利用 AI 生成短视频脚本，包含开头钩子（Hook）、内容主体和互动引导
- AI 剪辑：利用剪映 AI 的智能剪辑功能，自动匹配音乐节奏和转场效果

5.3.1 抖音的 AI 运营策略

- AI 封面：利用 AI 图像工具生成高点击率的视频封面
- AI 分析：利用 AI 分析工具研究视频完播率、互动率和转化率，优化后续内容

5.3.2 快手的 AI 运营策略

- 快手的社区属性更强，内容推荐更依赖 " 关注关系 " 和 " 同城 " 标签。AI 旅游主理人在快手的运营需要更注重社区互动和地域特色内容的 AI 化生产。

5.3.3 短视频 AI 化运营的通用原则

- 无论在哪个短视频平台，AI 化运营都遵循以下通用原则：
- 数据驱动选题：利用 AI 工具分析平台趋势数据，选择高潜力选题

5.3.3 短视频 AI 化运营的通用原则

- 模板化生产：建立 AI 辅助的内容生产模板，实现规模化产出
- 快速迭代：利用 AI 分析工具实时监测内容表现，快速调整策略

5.3.3 短视频 AI 化运营的通用原则

- 差异化定位：利用 AI 分析竞品内容，找到差异化内容空白

04

5.4 图文社区的 AI 策略：小红书、微博、知乎

5.4 图文社区的 AI 策略：小红书、微博、知乎

- 图文社区是旅游 " 种草 " 的核心阵地。不同平台的用户特征和内容偏好差异显著， AI 策略需要针对性设计。

5.4.1 小红书的 AI 运营

- 小红书以 " 种草 " 社区著称，用户以年轻女性为主，内容以真实体验分享为核心。AI 旅游主理人在小红书的运营策略包括：利用 AI 分析热门笔记的关键词和标签组合，优化笔记 SEO ；
- 利用 AI 生成 " 种草 " 风格的文案；利用 AI 图像工具生成高质量的产品配图和旅行照片。

5.4.1 小红书的 AI 运营

- Regita 与 Muttaqien （2023）对旅行影响者 Lorian 的 TikTok 个人品牌策略进行了分析，发现社交媒体上的个人品牌构建需要系统化的策略设计 [6]。
- 这一发现同样适用于小红书—— AI 工具能够帮助主理人在保持内容真实性的同时提升生产效率。

5.4.2 微博的 AI 运营

- 微博是公共话题讨论的核心平台，适合旅游主理人进行热点营销和事件传播。AI 工具在微博运营中的应用包括：利用 AI 监测旅游相关热搜话题，快速生成响应内容；利用 AI 分析微博传播路径和影响力数据。

5.4.3 知乎的 AI 运营

- 知乎以深度知识分享为核心，适合旅游主理人建立专业权威形象。AI 工具在知乎运营中的应用包括：利用大语言模型生成深度旅行分析和行业评论；利用 AI 整理旅行领域的常见问题并生成高质量回答。

05

5.5 AI 驱动的跨平台内容适配与分发优化

5.5 AI 驱动的跨平台内容适配与分发优化

- 跨平台内容适配是 AI 旅游主理人的核心能力之一。同一旅行体验，需要根据不同平台的特征进行内容再创作。
- Sánchez-Amboage 等（2024）的系统性文献综述指出，多平台协同的旅游营销正在融合虚拟影响者、沉浸式体验和多模态内容，形成全新的营销范式 [7]。

5.5.1 内容适配的 AI 化流程

- AI 驱动的内容适配流程如下：
- 源头内容创作：基于一次旅行体验，利用 AI 生成核心内容（如一篇深度游记）

5.5.1 内容适配的 AI 化流程

- 平台特征分析：利用 AI 分析各目标平台的内容偏好、字数限制和视觉风格
- 多版本生成：利用 AI 将核心内容转化为适配各平台的多版本内容

5.5.1 内容适配的 AI 化流程

- 视觉素材适配：利用 AI 图像工具生成适配各平台尺寸和风格的配图
- 发布时机优化：利用 AI 分析各平台的用户活跃时段，优化发布时间

5.5.1 内容适配的 AI 化流程

- 效果聚合分析：利用 AI 工具聚合各平台的数据表现，优化后续内容策略

5.5.2 跨平台流量协同

- 跨平台运营不仅是内容的适配分发，更重要的是构建平台间的流量协同。AI 工具能够帮助主理人分析各平台的流量转化路径，找到最优的跨平台引流策略。
- 典型的跨平台流量协同模型为：小红书 / 抖音（公域获客）→ 微信公众号 / 视频号（深度内容）→ 企微 / 社群（私域转化）→ 小程序 / 电商（商业变现）。

5.5.2 跨平台流量协同

- AI 工具在每个环节都能发挥作用——从获客阶段的内容优化到变现阶段的用户行为预测。
- 案例：一位 AI 旅游主理人建立了 " 一源五端 " 的内容矩阵：一次旅行体验通过 AI 工具转化为抖音短视频、小红书图文笔记、微信公众号深度游记、微博话题内容和知乎专业回答五个版本。

5.5.2 跨平台流量协同

- 通过 AI 分析工具追踪跨平台流量数据，她发现小红书到公众号的引流转化率最高（12%），据此优化了跨平台引流策略，三个月内全网粉丝增长 300%。

- 本章系统阐述了 AI 驱动的新媒体矩阵构建逻辑，覆盖微信生态（公众号、视频号、小程序）、短视频平台（抖音、快手）和图文社区（小红书、微博、知乎）的 AI 运营策略，
- 并提出了 AI 驱动的跨平台内容适配与分发优化方法。
- 核心要点在于：" 一源多用、多端协同 " 的矩阵化运营模式，以及 AI 工具在内容适配、分发优化和流量协同中的关键作用。

- 识记：新媒体矩阵 AI 化构建的 " 一源多用、多端协同 " 原则是什么？
- 理解：微信生态、短视频平台和图文社区的 AI 运营策略有何差异？
- 应用：请为一位专注于 " 亲子旅行 " 的 AI 旅游主理人设计跨平台内容适配方案。
- 分析：跨平台流量协同模型中，各平台的角色定位是什么？为什么这样设计？
- 评价：AI 工具在跨平台内容适配中可能带来哪些问题？如何避免内容同质化？
- 创造：设计一个包含至少四个平台的 AI 驱动新媒体矩阵运营计划。

- [1] 伍欣, 彭士平. 从 0 到 1 成为旅游网络红人 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2025: 55-75.
- [2] Tran N L, Rudolf W. Social Media and Destination Branding in Tourism: A Syst
- [3] 梅文慧, 王历晴. 社交媒体时代旅游目的地的品牌传播研究 [J]. 万方数据, 2017.
- [4] Cassani A, Ruberl M, Salis A, et al. zIA: A GenAI-Powered Local Auntie Assis
- [5] Dewantara, Handijaya M, Gardiner S, et al. Travel Vlog Ecosystem in Tourism
- [6] Regita D D, Muttaqien M. Lorian's Personal Branding Strategy as a Travel Inf

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