

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 11 章 数据驱动决策——AI 旅游主理人的增长飞轮

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

- 11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动
- 11.2 关键指标体系：流量、转化、留存与 LTV
- 11.3 AI 分析工具与数据看板搭建
- 11.4 A/B 测试与 AI 驱动优化迭代
- 11.5 构建个人增长飞轮：数据→洞察→行动→进化

- 建立从经验决策到数据驱动的思维模式
- 掌握关键指标体系的构建方法与核心指标含义
- 了解 AI 分析工具与数据看板的搭建流程
- 学会运用 A/B 测试与 AI 驱动优化迭代方法
- 构建个人增长飞轮的系统化框架

01

11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动

11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动

- 数据驱动决策是 AI 旅游主理人与传统旅游网红的根本区别之一。传统旅游网红的运营决策高度依赖个人经验和直觉—— " 感觉这个选题会火 " " 觉得今天适合发视频 " 。
- 这种决策方式在内容稀缺时代尚可应对，但在 AI 时代，当所有人都在使用 AI 工具进行数据分析和内容优化时，纯经验决策的效率劣势将日益凸显。

11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动

- Wisetsri 等（2021）的系统性分析指出，AI 在营销管理中的应用正从简单的数据统计向智能洞察和预测分析演进 [1]。
- AI 旅游主理人需要建立 "数据思维"——让数据成为决策的起点，而非事后验证的工具。

11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动

- 数据思维的核心原则包括：
- 可量化：将模糊的运营目标转化为可量化的指标（如 "提升内容质量" → "提升完播率至 50% 以上"）

11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动

- 可对比：通过历史数据对比和竞品数据对比，建立运营表现的基准线
- 可追踪：建立持续的数据追踪机制，发现趋势和异常

11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动

- 可行动：每个数据洞察都应转化为具体的运营行动
- 知识卡片：增长飞轮（Growth Flywheel）是亚马逊创始人贝索斯提出的商业增长模型，其核心思想是：业务增长不是线性推进的，

11.1 数据思维：从经验决策到数据驱动

- 而是通过多个环节的相互增强形成 " 飞轮效应 "—— 每个环节的优化都会加速其他环节的增长。
- 对于 AI 旅游主理人，增长飞轮的四个环节为：数据→洞察→行动→进化。

02

11.2 关键指标体系：流量、转化、留存与 LTV

11.2 关键指标体系：流量、转化、留存与 LTV

- 构建关键指标体系是数据驱动决策的基础。AI 旅游主理人的指标体系涵盖流量、转化、留存和用户生命周期价值（LTV）四个维度。

11.2.1 流量指标

- 流量指标衡量内容的触达能力：

11.2.2 转化指标

- 转化指标衡量内容驱动用户行为的能力：

11.2.3 留存指标

- 留存指标衡量用户关系的持久性：

11.2.4 用户生命周期价值（LTV）

- LTV（Life Time Value）是衡量用户长期价值的核心指标。对于 AI 旅游主理人而言，LTV 的计算需要考虑：用户在整个生命周期中的消费总额、推荐新用户的价值和品牌传播价值。
- Peres 等（2024）从创作者经济的角度指出，用户生命周期价值是创作者商业模式可持续性的核心指标 [2]。

11.2.4 用户生命周期价值（LTV）

- AI 工具能够帮助主理人计算和预测 LTV：通过 AI 分析用户的历史消费数据和行为特征，预测每位用户的未来价值，从而优化用户获取成本（CAC）和 LTV 的比例关系。
- 健康的商业模式要求 $LTV/CAC > 3$ ，即用户生命周期价值至少为获客成本的 3 倍。

03

11.3 AI 分析工具与数据看板搭建

11.3 AI 分析工具与数据看板搭建

- 数据看板是数据驱动决策的可视化工具。AI 旅游主理人需要搭建个人化的数据看板，将分散在各平台的数据整合为统一的决策视图。

11.3.1 数据来源整合

- 旅游主理人的数据来源包括：各社交媒体平台的创作者数据中心（抖音、小红书、微信公众号等）；私域运营工具的数据（企微、小程序等）；第三方数据分析工具的数据。
- AI 工具能够将这些分散的数据源整合到统一的看板中。

11.3.2 AI 增强的数据分析

- 传统数据分析侧重于 " 描述性分析 "—— 发生了什么。AI 增强的数据分析则拓展到 " 诊断性分析 "（为什么发生）、" 预测性分析 "（将会发生什么）和 " 处方性分析 "（应该做什么）。
- Bansode 等的研究指出，AI 算法通过分析用户的历史交互、偏好和人口统计信息，能够创建定制化的内容流 [3]。

11.3.2 AI 增强的数据分析

- 这一能力在数据看板中的应用体现为：AI 不仅能展示 " 上周内容互动率下降了 15% " ，还能分析 " 互动率下降的原因是发布时间从晚间调整到了上午 " 并建议 " 恢复晚间发布策略 " 。

11.3.3 数据看板的关键组件

- AI 旅游主理人的数据看板应包含以下关键组件：
- 总览面板：核心指标的实时数据和趋势图

11.3.3 数据看板的关键组件

- 内容分析面板：每条内容的详细表现数据
- 用户分析面板：粉丝画像和用户生命周期分布

11.3.3 数据看板的关键组件

- 变现分析面板：收入数据和转化漏斗
- AI 建议面板：基于数据分析的运营优化建议

04

11.4 A/B 测试与 AI 驱动优化迭代

11.4 A/B 测试与 AI 驱动优化迭代

- A/B 测试是数据驱动优化的核心方法。AI 工具能够大幅提升 A/B 测试的效率和精度。

11.4.1 A/B 测试的基本方法

- A/B 测试是指将用户随机分为两组，分别展示不同版本的内容（A 版本和 B 版本），通过对比两组的数据表现确定最优方案。在旅游内容运营中，A/B 测试的典型应用包括：
- 标题 A/B 测试：同一内容使用不同标题，测试点击率差异

11.4.1 A/B 测试的基本方法

- 封面 A/B 测试：同一视频使用不同封面，测试点击率差异
- 发布时间 A/B 测试：在不同时间发布相似内容，测试曝光差异

11.4.1 A/B 测试的基本方法

- 内容形式 A/B 测试：同一主题分别制作图文和视频版本，测试互动差异

11.4.2 AI 驱动的 A/B 测试优化

- AI 工具能够将 A/B 测试从 " 两版本对比 " 升级为 " 多版本优化 "：
- AI 多版本生成： AI 工具能够根据一个内容主题自动生成多个标题、封面和文案版本

11.4.2 AI 驱动的 A/B 测试优化

- AI 预测筛选：AI 模型预测各版本的预期表现，筛选出最优候选版本进行测试
- AI 自动优化：部分平台已支持 AI 自动优化功能——系统自动测试不同版本并选择表现最佳的版本进行推广

11.4.2 AI 驱动的 A/B 测试优化

- Smolinski 等（2023）的研究表明，生成式 AI 与信息系统的整合能够实现近乎完全自动化的广告个性化 [4]。这一能力同样适用于旅游内容的 A/B 测试和优化迭代。

05

11.5 构建个人增长飞轮：数据→洞察→行动→进化

11.5 构建个人增长飞轮：数据→洞察→行动→进化

- 增长飞轮是 AI 旅游主理人持续成长的系统化框架。飞轮的四个环节相互增强，形成正向循环。

11.5.1 数据环节

- 飞轮的起点是数据采集。AI 旅游主理人需要建立系统化的数据采集机制：每日记录各平台的内容表现数据；每周汇总用户增长和互动数据；每月分析收入和转化数据。AI 工具能够自动化大部分数据采集工作。

11.5.2 洞察环节

- 数据本身不产生价值，洞察才是。AI 工具能够从数据中提取洞察：哪些内容类型的互动率最高？哪类粉丝的转化率最优？什么时间发布的内容曝光量最大？
- Tosic 等（2025）的研究指出，AI 在个性化、安全和商业优化三个维度上为旅游行业带来了新的能力 [5]，其中商业优化能力直接适用于增长飞轮的洞察环节。

11.5.3 行动环节

- 洞察需要转化为行动。AI 旅游主理人根据数据洞察调整运营策略：优化内容选题方向；调整发布时间和频率；改进私域运营策略；优化变现路径和定价。

11.5.4 进化环节

- 行动的结果反馈为新的数据，启动飞轮的下一轮循环。关键在于建立快速迭代的机制——缩短从 " 数据→洞察→行动→反馈 " 的周期。AI 工具能够将这一周期从传统模式的数周缩短至数天甚至数小时。
- 案例：一位 AI 旅游主理人通过构建增长飞轮实现了 3 个月内粉丝翻倍的增长。

11.5.4 进化环节

- 她的飞轮运行方式为：每天 AI 工具自动采集各平台数据→每周 AI 分析生成运营洞察报告→根据洞察调整下周内容策略→月底评估增长效果并优化飞轮参数。
- 关键突破点在于：AI 分析发现 " 深度文化解读 " 类内容的关注转化率是 " 旅行攻略 " 类内容的 3 倍，据此将内容策略从 " 攻略为主 " 调整为 " 文化解读为主 "，关注转化率提升了 120%。

- 本章系统阐述了 AI 旅游主理人的数据驱动决策框架：从数据思维的建立，到关键指标体系（流量、转化、留存、LTV）的构建，再到 AI 分析工具与数据看板的搭建，
- A/B 测试与 AI 驱动优化迭代，最后构建 " 数据→洞察→行动→进化 " 的个人增长飞轮。
- 核心观点是：AI 工具使数据驱动决策的门槛大幅降低，旅游主理人能够在不依赖专业数据团队的情况下，建立系统化的数据驱动增长机制。

- 识记：数据思维的四个核心原则是什么？
- 理解：关键指标体系的四个维度分别衡量什么？它们之间是什么关系？
- 应用：请为一位旅游主理人设计一个包含至少 8 个关键指标的数据看板。
- 分析：A/B 测试在旅游内容运营中有哪些典型应用？AI 如何提升 A/B 测试效率？
- 评价：LTV/CAC 比率为什么要求大于 3？这一标准对旅游主理人意味着什么？
- 创造：设计一个完整的个人增长飞轮运行方案，包含四个环节的具体操作方法。

- [1] Wisetsri W, Ragesh T S, Aarthya C C J, et al. Systematic Analysis and Future
- [2] Peres R, Schreier M, Schweidel D, et al. The Creator Economy: An Introductio
- [3] Bansode T, Kannaujiya P, Patil H, et al. A Review On Impact Of AI On Social
- [4] Smolinski P R, Januszewicz J, Winiarski J. Towards Completely Automated Adve
- [5] Tosić V, Borkovic M, Jovčić L. Personalization, Security and Business Optimi
- [6] Ramkumar N. AI-Powered Social Media Content Optimization: Enhancing Engageme

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