

中国职业技术教育学会
智慧旅游职业教育专业委员会推荐用书

主任 / 韩玉良
专家指导委员会 副主任 / 邓宁
总主编 / 杜兰琦

智慧旅游技术应用系列教材

旅游新媒体运营

主编 李俊 伍欣

LÜYOU XINMEITI
YUNYING



旅游教育出版社

中国职业技术教育学会
智慧旅游职业教育专业委员会推荐用书

主任 / 韩玉灵
专家指导委员会 副主任 / 邓宁
总主编 / 杜兰晓

智慧旅游技术应用系列教材

旅游新媒体运营

LÜYOU XINMEITI
YUNYING

主编 李俊 伍欣
副主编 邓莎莎 黄东梅



立体化教学资源

北京·旅游教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游新媒体运营 / 李俊, 伍欣主编. -- 北京: 旅游教育出版社, 2022. 8

智慧旅游技术应用系列教材

ISBN 978-7-5637-4441-1

I. ①旅… II. ①李… ②伍… III. ①旅游业—传播媒介—运营管理—教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第128549号

智慧旅游技术应用系列教材

旅游新媒体运营

李俊 伍欣 主编

邓莎莎 黄东梅 副主编

总 策 划	丁海秀
执行策划	陈凤玲
责任编辑	陈凤玲
出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepcb.com
E - mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京柏力行彩印有限公司
经销单位	新华书店
开 本	710毫米 × 1000毫米 1/16
印 张	17.5
字 数	265千字
版 次	2022年8月第1版
印 次	2022年8月第1次印刷
定 价	59.80元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

智慧旅游技术应用系列教材

专家指导委员会、编委会

专家指导委员会

主任：韩玉灵
副主任：邓宁
委员：康年 魏凯 卓德保 丁海秀

编委会

总主编：杜兰晓
执行总主编：韦小良 郭一
委员（按姓氏笔画顺序排列）：

丁原祖	王亚丽	王国栋	王莹莹	王新宇	邓进	邓莎莎
叶冬梅	田超	邢剑飞	伍欣	刘凯	孙晶	李云
李俊	李雪丽	李想	李霞	杨栋	杨强	杨璐
汪早荣	汪敏倩	沙子凯	张伟国	张洁	张萍	张梦雨
张翊	陈志伟	陈亮	陈晓华	陈克明	陈超	邵阳
罗婵玉	孟凤娇	孟晓龙	胡卉	施蓓琦	姚梅芳	俞志兴
袁芬	钱天宇	徐汗青	黄东梅	黄昇	康传德	彭士平
韩玮	韩黄英	程琪	焦金英	谢仲文	阚玉丽	潘宁
潘贵忠	魏健					

《旅游新媒体运营》 编委会

主编：李俊 伍欣
副主编：邓莎莎 黄东梅
编委：王莹莹 李霞 李想 张梦雨 杨璐 邵阳
姚梅芳 徐汗青 彭士平 焦金英



总序

PREFACE

随着信息技术的快速发展并在旅游领域的深入应用，旅游业发生了前所未有的变革。《“十四五”文化和旅游发展规划》指出：积极发展智慧旅游，深化“互联网+旅游”，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展。如何利用信息技术发展智慧旅游，实现旅游服务、旅游管理、旅游营销和旅游体验的智能化，促进旅游业全面转型升级和高质量发展，为把旅游业建设成为人民群众更加满意的现代服务业提供智力支持和人才保障，是当下旅游高等教育亟待解决的重要课题。

浙江旅游职业学院一直秉持着“依托行业、产学结合、接轨国际”的办学理念，借着浙江数字经济转型的东风，工学结合、校企合作，紧紧围绕智慧旅游教育领域积极探索，并开设了智慧旅游等一系列平台课程。2021年3月，教育部全面修订新版职业教育专业目录。本人很荣幸地受教育部委托，作为组长牵头旅游大类中高本一体化专业目录修（制）订工作。在此过程中，由浙江旅游职业学院牵头申报了智慧旅游技术应用这个新专业并得到批准。自此，智慧旅游技术应用成为高职院校独立的专业，并于2021年9月正式开始招生。2021年8月，本人再次受教育部委托，作为组长牵头带领团队完成了智慧旅游技术应用专业教学标准和专业简介的研制工作。

智慧旅游技术应用作为新专业，亟需一套与之相匹配的专业教材。在旅游教育出版社的邀请和大力支持下，我们开始筹划全国首套智慧旅游技术应用专业系列教材的编写与出版工作。2021年6月，浙江旅游职业学院承办了

智慧旅游技术应用专业系列教材论证会，牵头组织了国内14所旅游院校、10余家旅游行业企业专家参与系列教材的编写工作。

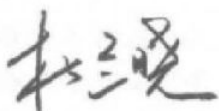
该系列教材一共5册，分别是《智慧旅游技术概论》《旅游大数据及其应用》《旅游新媒体运营》《智慧旅游运营实务》《智慧旅游产品创新与创业》。该系列教材的编撰，紧扣智慧旅游技术应用专业标准，注重学生理论知识的提炼与实践能力的提升，从智慧旅游基础知识、旅游行业、实践运营、案例分析等多维度，围绕市场调研与商务数据分析、旅游大数据应用、旅游新媒体运营、智慧旅游产品应用以及智慧旅游运营逻辑主线而精心编撰，优选了国内外大量的智慧旅游相关案例，具有较强的针对性和实用性。

在此，要衷心感谢北京第二外国语学院、上海师范大学、上海旅游高等专科学校、青岛酒店管理职业技术学院、郑州旅游职业学院、太原旅游职业学院、泰山学院、江西婺源茶业职业学院、淄博职业学院、山西职业技术学院、长沙商贸旅游职业学院、南充文化旅游职业学院、上海师范大学天华学院、南京旅游职业学院等单位 and 编写团队的倾情付出。同时，也诚挚感谢以韩玉灵教授为主任、邓宁为副主任的专家指导委员会的悉心指导和帮助，以旅游教育出版社丁海秀副社长为首的工作团队的全力支持与配合。

本套教材既可作为中高职旅游类专业教学用书，也可作为职业本科旅游类专业教学参考用书，同时还可作为工具书供从事旅游服务与管理的企事业单位专业人员和人士借鉴与参考。

本套教材虽凝聚多方心血而成，但基于智慧旅游技术应用是新专业，且应用领域十分广泛，作为全国首套智慧旅游技术应用专业系列教材，肯定还存在诸多不足和遗漏之处，恳请读者不吝批评和指正，我们将在今后再版过程中予以完善与修正。

总主编：



2022年8月



前言 FOREWORD

随着互联网和信息技术的不断进步，新媒体得以快速发展，并逐渐渗透到各行各业。新媒体在旅游行业的发展中发挥了巨大的作用，不仅成为旅游消费者获取旅游资讯的重要渠道，也使旅游企业对新媒体运营人才的需求逐渐加大。在此背景下，对旅游人才的培养提出了新挑战和新要求。

作为智慧旅游技术的应用，旅游新媒体运营已然成为旅游人才培养的重要核心课程。本教材结合旅游企业的实际需求，按照“案例+知识+实训”模式展开内容，从而实现教、学、做的统一，既为智慧旅游技术应用、旅游管理等旅游类本、专科相关专业教学提供教学资源，同时也为相关企业人员和从业者自学提供相应的学习参考。

全教材共分为五大项目。项目一介绍了新媒体的概念和特征、旅游新媒体岗位认知、旅游新媒体运营人员认知，以及旅游新媒体运营思维；项目二介绍了新媒体平台、搭建平台及内部架构，以及平台矩阵的搭建；项目三介绍了用户运营认知以及运营流程；项目四介绍了内容运营认知及技能（文案创作、海报及H5创作、视频制作、旅游直播）；项目五介绍了旅游裂变营销策划、旅游新媒体社群运营、旅游新媒体数据分析及舆情管理与网络安全等。

本教材由郑州旅游职业学院、湖南商务职业技术学院、南充文化旅游职业学院、浙江旅游职业学院、长沙商贸旅游职业技术学院教师和享梦游科技股份有限公司合作完成，李俊、伍欣任主编，负责教材的整体设计和统稿，

邓莎莎、焦金英、邵阳、黄东梅、王莹莹、李霞、杨璐、徐汗青、张梦雨、彭士平、姚梅芳等老师参与编写部分章节。教材编写过程中，新华社新华网四川有限公司副总经理、四川省旅游协会副秘书长、旅游新媒体营销联盟常务副会长兼秘书长李想为本书的编写提供部分素材内容。

在教材编写过程中，我们参考了诸多新媒体方面的专著、教材、论文及新闻通讯稿等，在此向这些作者致以诚挚的谢意。由于编者水平有限，本书难免会存在一些不足之处，欢迎广大读者给予批评指正。

编者

2022年8月



目 录 CONTENTS

项目一 新媒体认知	1
任务一 新媒体的概念和特征	3
任务二 旅游新媒体岗位认知	9
任务三 旅游新媒体运营人员认知	15
任务四 旅游新媒体运营思维	20
项目二 平台认知和搭建	27
任务一 新媒体平台认知	29
任务二 搭建平台及内部架构	50
任务三 平台矩阵的搭建	67
项目三 用户运营	81
任务一 用户运营认知	83
任务二 用户运营流程	88



项目四 内容运营	109
任务一 内容运营认知	111
任务二 文案创作	125
任务三 海报及 H5 创作	144
任务四 视频制作	160
任务五 旅游直播	178
项目五 运营提升	201
任务一 旅游裂变营销策划	203
任务二 旅游新媒体社群运营	217
任务三 旅游新媒体数据分析	232
任务四 舆情管理与网络安全	249

项目一 新媒体认知

项目导读

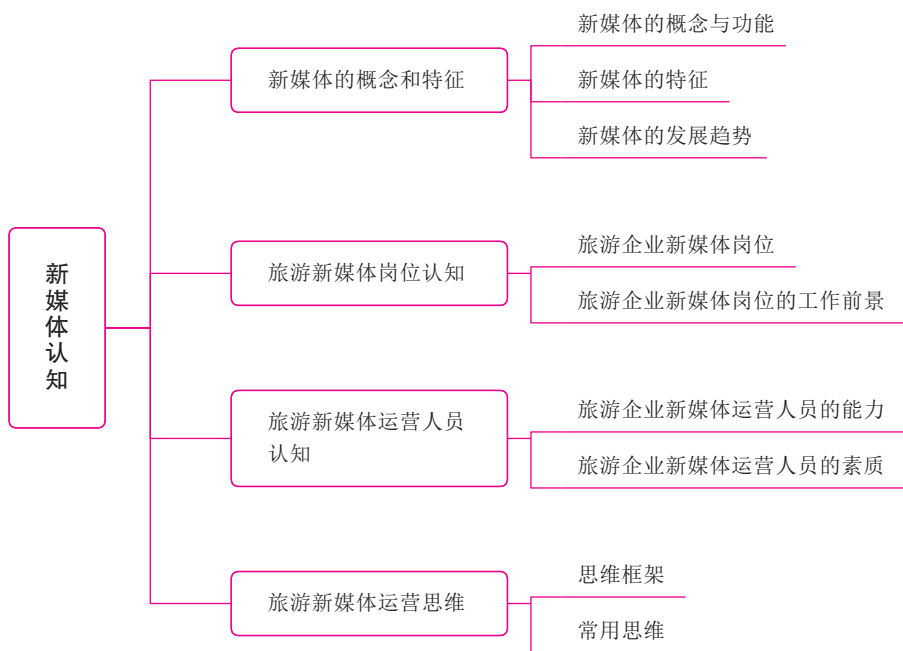
新媒体的快速发展，不仅改变了用户获取和传播信息的方式与习惯，也让众多的旅游企业看到了新媒体蕴含的巨大商机，开始纷纷转战新媒体。本项目作为全书的基础储备知识，旨在引导学生认知新媒体，并激发学生对新媒体运营的兴趣，从而能够树立正确的新媒体运营意识。



学习目标

1. 掌握新媒体的概念、功能及特征；了解新媒体未来的发展趋势。
2. 熟悉旅游企业新媒体岗位的分类、职责、岗位要求及工作前景。
3. 熟悉旅游新媒体运营人员应具备的能力和素质。
4. 了解思维框架的概念、组成和作用。
5. 掌握旅游新媒体运营常用思维。

思维导图





任务一 新媒体的概念和特征



拓展知识：
2021 年抖
音春节数据
报告

【任务导入】

2021 年抖音春节数据报告

请同学们查看 2021 年抖音春节数据报告，阅读后完成下列讨论：

1. 对照报告中的内容，2021 年春节期间，你参与了哪些抖音活动内容？
2. 通过本任务，你觉得新媒体使你的生活发生了哪些方面的变化？

任务解析：从任务案例中不难看出，虽然我们过春节的传统没变，但新媒体的到来却影响了我们过春节的生活展现方式，它已然成了我们生活的一部分。那么，到底什么是新媒体？它是如何起源的？走到今天，它在我国又经历了怎样的发展历程？这些问题都需要我们在开篇之初清晰解读，为随后进行的旅游新媒体运营内容学习打下坚实的基础。

一、新媒体的概念与功能

据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）显示，截至 2021 年 6 月，我国网民规模达 10.11 亿，较 2020 年 12 月增长 2175 万，普及率达 71.6%。10 亿用户接入互联网，形成了全球最为庞大、生机勃勃的数字社会。互联网和现代计算机技术的高速发展颠覆了人们对大众媒体传播的传统认知，报纸、杂志等传统媒体受到了极大的冲击，应运而生的新媒体已成为重要的传播方式而被广大网民接受，越来越多的企业通过微信、社群等方式向市场推广其产品信息，并取得了不可估量的收益。因此，在新媒体环境下，企业运营人员必须了解并掌握新媒体的相关知识，以便快速、有效地使用新技术做好企业运营。

（一）新媒体的概念

“新媒体”这一概念的提出可以追溯到 50 多年前。1967 年，美国哥伦比亚广播公司（Columbia Broadcasting System, CBS）技术研究所所长 P. 戈尔德马克（P. Goldmark）发表了一份关于开发电子录像（EVR）商品的计划书。在这份计划书中，戈尔德马克首次提到了“新媒体”一词，用以说明电子媒体的创新性应用。此后，“新媒体”一词开始在美国流行，这便是被广泛认为的新媒体概念起源。

伴随着新媒体的迅猛发展,越来越多的媒体从业者、IT 人士及专家学者们开始关注并深入研究新媒体。大家针对新媒体的概念界定众说纷纭,至今尚未形成统一的认识。美国《连线》杂志将新媒体描述为“所有人对所有人的传播”。清华大学新闻与传播学院熊澄宇教授认为,“新媒体是在计算机信息处理技术基础之上出现和影响的媒体形态。互联网用户既是信息的接收者,又是信息的提供者和发布者。”以上这两个定义体现了新媒体的传播基础和传播范围。上海戏剧学院陈永东教授认为,“新媒体是相对于传统媒体而言的媒体及各种应用形式,目前主要有互联网媒体、掌上媒体、数字互动媒体、车载移动媒体、户外媒体及新媒体艺术等。”这个定义体现了新旧媒体之间的区别。

由此可以看出,新媒体概念中“新”是相对的,不是绝对的,这个概念主要是与“旧的”“传统的”相比较而言的。此前,大家公认的四大传统媒体分别为报纸、杂志、广播、电视。电视传播相对报纸、杂志就是一种新媒体,互联网传播相对电视、广播也是一种新媒体。因此,随着时间的更迭、技术的革新,新体会不断升级,“新”与“旧”之间的界限会逐渐模糊,直至消失。但通过上述内容可以肯定的是,首先,新媒体是在数字技术和网络技术发展的基础上衍生出来的各种媒体形式。其次,新媒体打破了传统认知中只有媒体从业者的固化界限,它更强调传播者和接受者汇聚成对等的交流者,人人皆可生产、传播、个性化交流。

综上所述,我们认为新媒体是在各种数字媒体技术和网络技术的支持下,通过互联网、宽带局域网、无线通信网等渠道,利用计算机、手机、电视等输出终端,向用户提供视频、音频、语音数据服务,网络游戏、娱乐服务等产品的所有新的传播手段或形式的总称。

【案例 1-1】

以下哪些属于新媒体?

类型	是或否	类型	是或否
微信		喜马拉雅	
微博		电子报刊	
手机杀毒软件		门户网站	
爱奇艺		电子邮件	
抖音		广播电台	



思考：通过所学内容，讨论并思考以下问题：

1. 以上哪些是新媒体？为什么？
2. 你使用过以上哪些新媒体？谈一谈你的使用感受。

（二）新媒体的功能

1. 大众传媒功能

新媒体具有强大的信息传播功能。例如，以提供新闻信息服务为核心内容的大型商业门户网站新浪、网易、搜狐等；以提供信息搜索、聚合业务为主的搜索引擎网站百度、谷歌、360等；以提供社会化人际沟通为核心内容的新浪博客、天涯博客、知乎、问答等；也有以提供专业化服务为核心内容的丁香医生、爱问医生等，大众传媒的普遍应用为网络文化增添了活力。

2. 沟通交往功能

新媒体因其虚拟、即时、平等、开放等特性打破了现实生活中的交往障碍。截至2021年3月，我国手机上网用户的数量达到9.86亿，5G网络用户突破1.6亿。手机终端的普及，使得圈子文化盛行，不同兴趣、不同话题形成各种各样的网友圈子，拓展了网民的社会交往。在网络平台的沟通过程中，网民还创造了许多简洁的形象、约定俗成的语言文字和表情符号，形成了便捷、生动的网络语言。

3. 知识传承功能

新媒体给知识的传播与传承带来了重要的影响。一方面，新媒体可通过数字化的方式将知识、信息等进行保存与传承。各种数据库、数字图书馆、数字艺术馆、文学相关网站、学术类网站等，存储了数量浩瀚的作品、数据、资料以及文物等。另一方面，新媒体通过大数据技术的不断改进和完善，使用户在使用查询、检索功能时，被推送各种相关信息，缩短了信息查询时间，增加了知识传承的实际效果。

4. 电子商务功能

新媒体的电子商务功能为经济活动开辟了一条全新的模式。通过新媒体的推广与应用，越来越多的商家或个人通过电子商务平台进行产品的营销活动。因为新媒体营销具有更强的用户自主选择性、营销成本低廉性、目标用户精准性、企业与用户的互动性及营销内容的创意性等优势，从而备受商家青睐。淘宝、京东等购物专业化服务平台受到消费者的普遍欢迎。2020年天猫“双十一”全球狂欢季实时成交额突破3723亿，实时成交额超过1亿元的品牌已经超过300个。

（三）新媒体在我国的发展历程

新媒体的兴起不仅改变了人们传播信息的媒介，而且给整个人类社会都带来了革命性的影响。新媒体产业的比重也已超越传统媒体产业，并驱使传统媒体积极向新媒体进行转型，与新媒体一同融合发展。那么我国的新媒体从无到有经历了怎样的发展历程呢？

1. 第一阶段：1993—1995年

1993年12月6日，作为传统媒体的《杭州日报》率先尝试“触网”，拉开了中国电子报纸的序幕。1995年1月12日，神州学人电子版应运而生，成为国内首家入驻互联网的中文新闻媒体。1995年，《中国贸易报》成为我国第一家在国际互联网上发行的日报，由此拉开了国内媒体大批上网的序幕。

2. 第二阶段：1996—1999年

1996年，主流媒体人民网、新华网等纷纷转型向网络化发展，新浪、搜狐等众多商业门户网站纷纷涉足网络新闻，千龙新闻、东方网等地方媒体也开始探索转型网络化发展模式。

3. 第三阶段：2001年至今

2001年以后，众多门户网站纷纷转型改革，特别是在突发新闻和网上直播等方面频频出彩，显示出了新媒体的优势；2008年，新媒体首次加入了奥运会的传播体系，成为奥运赛事的第二大媒体，发挥了新媒体传播的社会价值和经济价值；2016年，短视频、网络直播出现，以PAPI酱为代表的网红经济已经从现象升级为一种经济产业，不断推动着新媒体产业的发展。因为新冠肺炎疫情的影响，加速了直播带货的发展，从主播到商家再到相关部门参与其中，使得直播带货成为新媒体流量变现的重要方式之一。

二、新媒体的特征

相对于报纸、杂志、广播、电视等传统媒体，新媒体在传播主体、传播方式、内容运营等方面具有以下典型的几大特征。

（一）传播主体大众化

新媒体出现以前，人们获得信息主要是通过报纸、杂志、广播、电视等渠道，而提供信息的人员也必须是经过专业学习的专门人士。随着数字技术的发展，互联网已成为信息传播的重要平台，任何人都可以通过互联网技术去传播文字、图片、视频等信息，有时还能在社会上产生重要影响。正如有杂志对新媒体的描述那样“新媒体是所有人对所有人的传播”。这种人人皆可成为新闻主体的方式使得传播主体更趋于大众化。为了更好地为大众提供



服务平台，也衍生出了多元化的传播平台，比如博客、微博、微信、直播等，传播平台的多元化直接促进了传播主体的大众化。

（二）传播方式双向化

传统媒体时代，人们只能单向接收信息，即由信息发布者主动发布，用户通过几种平台被动接收信息。由于信息传递的单向性，一方面导致传播者和受众之间产生隔阂，很难产生互动，另一方也限制了受众对信息的选择余地，只能被动地接收信息。而随着新媒体时代的到来，用户不仅可以接收信息，同时也可以成为信息的传播者，还可以将接收到的信息再次反馈或者传播出去，从而将信息传播从原来的“一对一”和“点对面”的形式转变为媒体对个人、个人对媒体、个人对个人以及个人对大众等双向互动的形式。



图 1-1 新媒体信息传播方式不再是一对一

（三）接收方式移动化

移动互联网的快速发展加剧了手机终端的普及。根据《中国移动互联网报告》显示，截至 2021 年 6 月，我国三家基础电信企业的移动电话用户总数已达 16.14 亿户，较 2020 年 12 月净增 1985 万户。移动手机终端成了人们接收信息的主要方式，且不受时间和空间的限制，使得信息接收具有明显的移动化特征。

（四）传播速度实时化

新媒体采用的数字技术加速了信息传播的时效性。因省略了信息采集、汇总的过程，也不需要复杂的排版剪辑以及后期繁杂的制作与发行，实现了信息的实时传播。同时，由于大数据技术的不断更新，很多新媒体平台还可通过大数据算法精准推送信息，这也加速了信息传播的速度。