



寻遗记

AI 赋能的非遗旅游移动端软件
及其多方位商业生态构建与创新方案

大学生创新创业训练计划 · 创业训练项目结项

国内首个 AI 个性化定制非遗旅游平台

项目概述

PROJECT OVERVIEW

项目背景

“十五五”文化和旅游发展规划明确将非遗与旅游融合纳入国家战略，2024 年中央财政累计投入非遗保护资金 113.80 亿元。中国非遗行业市场已突破 4500 亿元，年复合增长率超 30%，非遗旅游赛道处于快速成长期。但行业上游开发率不足 35%，中游同质化严重，下游年轻群体的个性化、沉浸式体验需求难以被满足，供需错配明显。

项目定位

国内首个 AI 驱动的非遗旅游垂直一站式服务平台，精准锚定 18-35 岁年轻文旅消费群体，依托 AI、LBS、区块链等数字技术，构建从路线规划、沉浸体验、社交分享、消费转化，到文化反哺的商业生态。

4500亿+

2024 非遗市场规模

年复合增长率>30%

79.1%

AI 路线认可度

超目标 13 个百分点

58.1%

用户认可度

≤20元/次定制

4.2/5

用户整体满意度

超目标 (≥4.0分)

产品核心功能与创新

CORE FEATURES & INNOVATIONS

定 AI 路线定制

CUSTOMIZATION

用户输入出行时间、预算、兴趣偏好，AI 一键生成专属非遗旅游线路，三档阶梯定价（基础 8 元 / 深度 18 元 / 专属 38 元），支持多次免费迭代；亦可浏览旅游达人的同款路线。

★ 四位 AI 导游 · 任选其一陪伴出行



娜娜

16 岁少女
汉服爱好者

阿逸

27 岁青年
汉服博主

律儿

22 岁青年
汉服博主

小佑

17 岁少年
汉服爱好者

息 信息发布

INFORMATION HUB

整合用户社区、传承人发布、文旅局发布、非遗活动通知四大板块。

用户可浏览他人旅游攻略与手账评价，查看非遗官方推文，并可一键报名参加各类非遗主题活动。

形成官方、传承人与用户三方共建的非遗内容生态。

迹 非遗印迹

JOURNEY STAMPS

专属打卡集章、旅行手账与一键分享海报。

用户添加路线后到非遗体验点完成集章，打卡内容自动同步至旅行手账，可一键生成可分享海报。

精准契合年轻群体打卡式旅游习惯，带动非遗内容自发传播。

商 非遗商城

HERITAGE MALL

提供非遗商品购买与二手转让，含团购、优惠券、售后等完整购物功能。

AI 根据用户最近浏览路线及偏好智能推荐商品，缩短购买决策路径。

商城收益与消费反哺机制无缝衔接，每笔交易回馈非遗保护。

五大产品创新点

FIVE INNOVATIONS

差异化护城河

壹

智

AI 个性化路线定制

根据用户偏好一键生成专属非遗路线，支持多次免费迭代，降低游客决策成本

破解 · 体验同质化

贰

章

线上线下打卡融合奖励机制

专属集章体系与成就系统，线上线下打卡积累奖励，提升参与度与复游率

破解 · 复游率低

叁

册

独家定制旅行手账

打卡内容自动沉淀为专属手账，留住旅行记忆，亦使用户成为自发传播载体

破解 · 记忆点不足

肆

伴

陪伴型 AI 导游服务

四位虚拟导游各具个性，全程规划路线、解答非遗文化、灵活陪伴出行

破解 · 自助无向导

伍

哺

消费明细反哺可视化

区块链记录每笔消费的非遗保护资金流向，AI 生成实时反哺报告

破解 · 公益信任危机

商业模式与财务前景

BUSINESS MODEL & FINANCIAL PROSPECTS

商业模式构建

BUSINESS MODEL

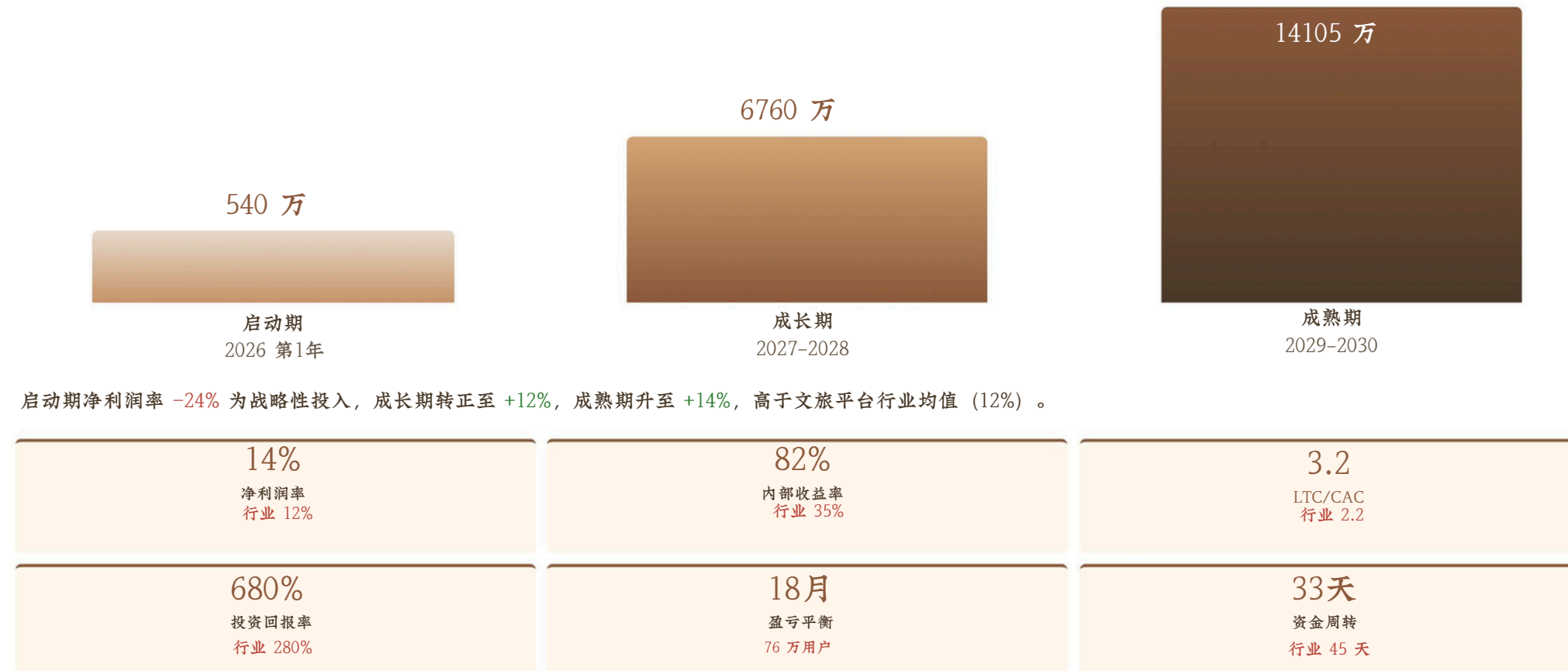
功能体系	核心: AI 个性化定制路线 关键: 非遗社区与印迹功能 衍生: 非遗商城与消费追踪
阶梯定价	基础免费降低门槛, 核心定制按深度收费: 基础 8 元 / 深度 18 元 / 专属 38 元, 支持多次免费迭代
合作策略	传承人与工坊零门槛入驻, 路线详情页嵌入沿途商品缩短购买路径, 联合文旅局与高校社团开展线下活动, 标杆工坊深度合作复制可推广模板
反哺机制	月交易额 3%-5% 阶梯注入非遗保护专项基金, 区块链全流程可追溯, 用于传承人津贴、濒危技艺记录、工坊数字化改造, 每季度发布公开报告

★ 五条收入路径

① AI 路线定制 (启动期占 44%) ② 商城交易提成 3%-10% (成熟期占 41%) ③ 商家会员费 2000-12000 元 / 年 + 广告 ④ 体验点优先展示费 ⑤ 活动报名费

三阶段收入与关键 KPI

FINANCIAL OUTLOOK



模拟运营验证

SIMULATED OPERATION VALIDATION

核心指标	预设目标	实际结果	达成率
种子用户招募	50 人	48 人	96.0%
有效问卷回收率	85%	89.6% (43 份)	105.4%
AI 路线需求认可度	70%	79.1%	113.0%
线下活动参与人次 / 付费	60 人次	87 人次	145.0%
意愿 (≤20 元/次)	50%	58.1%	116.2%
用户整体满意度	≥ 4.0 分	4.2 分	105.0%
手账自发分享率	40%	34.9%	87.3%
商品购买转化率	15%	11.5%	76.7%

✓ 模式可行

基础免费与付费定制的阶梯定价模式经测试验证可行, 3 场线下活动 87 人次参与 (达成率 145%), 证明线上线下联动可有效聚拢目标用户。

✓ 满意度达标

48 名种子用户覆盖文化爱好者 / 旅游达人 / 普通用户三类群体, 整体满意度 4.2 分 (≥4.0 目标), 产品方向获得正面反馈。

! 细节修正

手账分享率、商品转化率低于预期, B 端工坊合作存顾虑。已制定四项修正: 即时分享激励、前置购物入口、标杆合作、人机混合推荐。

伍 三阶段发展规划

ROADMAP



陆 项目三重价值

TRIPLE VALUE

- 商业价值**
4500 亿+ 市场, 14% 净利润率, IRR 82%, 模型经压力测试具备抗压能力
- 文化价值**
AI 赋能非遗活态传承, 破解资源开发不足, 让小众濒危技艺被看见
- 社会价值**
消费反哺到 2030 年扶持传承人 1500 人、带动就业 10000 岗位

项目团队

项目负责人: 曾梓澍 (项目经理和内容运营)

团队成员: 张福健 (技术开发) 金云龙 (产品规划) 冯子哲 (数据分析)

指导教师

涂 艳 中央财经大学信息学院

戴砚亮 中央财经大学文化传媒学院

遗韵千寻 一程一记