

探索文旅

文旅AI与数字化实践

文旅网站信源与 AI可见度自查手册

用7天整理真实信息、检查网页、记录可重复的观察

01

信源

02

网页

03

观察

先让真实信息有一个能核对的地方

文旅企业做AI可见度，起点是让用户找到清楚、真实、有来源的业务信息。本册从一个网站、一个具体服务和一组用户问题开始，不要求重建技术系统。

第1天：选一个真实服务页面

可以选民宿长住产品、景区预约说明、培训课程或文旅企业服务。先写下使用者最常需要判断的五个问题。

用户的问题	页面应提供的信息	原始资料位置
这是谁提供的	真实主体、品牌、作者或负责机构	_____
适合谁，能做什么	适用人群、服务范围与条件	_____
怎么使用或参与	流程、时间、所需材料	_____
有哪些限制	服务边界、不包含项目、变化条件	_____
怎么核实和联系	公开来源、更新时间、联系入口	_____

先完成一个小结果

把同一事实在官网、公众号和介绍资料中的表述放在一起。名称、地址、项目状态、服务范围出现冲突时，回到现行主数据确认，再调整对应内容。

本周选定页面：_____

主要使用者及问题：_____

Google官方说明，搜索AI功能仍适用基础SEO实践，没有专门的额外技术要求；满足要求也不保证被抓取、收录或展示。该说明适用于Google，不代表其他平台承诺。

第2天：做一张信源核对表

第一方资料可以是正式文件、业务记录、负责人确认、调研或真实服务说明。关键是写清来源身份、时间和能证明什么。

需要公开的事实	当前依据	适用日期或范围	谁来维护
主体、品牌名称	_____	_____	_____
服务内容与边界	_____	_____	_____
项目或活动状态	_____	_____	_____
对外价格及条件	_____	_____	_____
数据、案例与方法	_____	_____	_____
公开联系入口	_____	_____	_____

一个段落怎么改得更可信

原句：“我们为客户带来显著增长，是行业领先的数字化团队。”

改写方向：写清服务对象、实际交付、可核验的方法和使用条件。若没有获准公开的客户结果，直接介绍工作方法，不补造增长数字。

示例结构：“【机构】为【对象】提供【具体服务】，包含【交付内容】。所需输入为【资料】，适用条件为【条件】。方法与使用说明见【公开页面】。”

数据尤其要保留口径

写清统计对象、周期、样本来源和限制。一次内部样本观察应标作内部样本；协会走访写协会走访。不要把它们改称政府结论或全国统计。

本页的空白代表待填写，不能由AI自行补成客户、案例、排名、销量或合作结果。

第3至4天：让网页本身容易理解

先用普通浏览器实际打开页面。下面的检查可以交给网站负责人处理，每项保留同一URL下的结果。

检查点	怎么看	记录
能否正常打开	退出登录后查看正文，核对移动端	_____
重要内容是否是文字	选取、复制正文；关键事实不只放图片	_____
标题与主标题	明确说明对象和问题，与正文一致	_____
段落和层级	一段解决一件事，长文有清楚小标题	_____
内部链接	从相关页面能进入，链接文字说明去向	_____
图片与说明	图片对应正文，替代文字说明实际内容	_____
更新时间与来源	日期反映实质更新，来源能核对	_____
联系或使用入口	点击可用，用户知道下一步是什么	_____

请网站负责人再确认

该页面返回正常状态；没有被不适当的登录要求或抓取限制挡住；索引设置符合发布意图；canonical指向正确页面；sitemap包含应公开的规范URL。

这些术语分别对应“能打开、能抓取、允许索引、确认主版本、帮助发现”。看到问题时修正对应页面或配置，再回到同一地址检查。

结构化数据怎么用

让作者、机构、文章等标记与可见正文一致。使用Google富媒体搜索结果测试等工具检查实际支持的类型；工具通过不等于被收录或获得特殊展示。

第5天： 写出可单独理解的答案段落

一个好的答案段落，离开全文也能看懂对象、条件和结论。它首先服务真实读者，也帮助信息被正确引用。

推荐结构

明确对象 → 直接回答 → 条件与例外 → 来源或下一步。

示例问题：“第一次来这里住一个月，预订前要问什么？”

示例答案：“预订30天长住前，先向实际经营方确认总费用、餐饮与清洁范围、网络和工作空间、退改条件及可核验的房源信息。把包含与不包含项目写进预订记录，再决定是否下单。具体服务以该经营方当期说明和双方约定为准。”

这是写法示例，不描述任何真实基地已提供的服务。

把页面拆成可使用的资料

原来只有	可以补成	用户得到什么
一句服务口号	服务范围与使用步骤	知道适不适合自己的
一篇长文章	清单、计算例子、模板	能保存后实际操作
一个结论	来源、方法与适用条件	能判断是否可信
多篇相近内容	主页面加有区别的相关页面	顺着问题继续阅读

准备新增的一个问答：_____

它的依据与可核验入口：_____

不为了AI机械批量改写同一篇文章。跨站内容仍应有真实受众、问题、证据或使用目的差异。

第6天：记录一次可重复的观察

测试前固定问题、时间、平台及是否联网。分清被提到、链接被引用和用户产生咨询，这三件事不能互相替代。

先选5个与业务相关的问题

1. 【对象】遇到【问题】，应该先准备什么？

2. 【服务】适合哪些人，有什么条件？
3. 判断【产品或项目】是否合适，要查哪些信息？

4. 【品牌或机构】提供什么具体服务？

5. 关于【事实】，哪里有可核对的原始说明？

日期、平台及模式	原问题	是否提及	引用的具体URL	事实是否一致
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

怎样解释结果

没出现，先记录“本次未观察到”，再检查页面和来源。出现品牌名但没有链接，不记作该页面被引用。链接存在，还要点开确认是否支持回答。

需要比较前后变化时，在相近条件下复测相同问题，并注明产品模式与联网状态。AI结果有波动，少量测试是观察样本，不能直接换算成全网份额。

本次最值得处理的问题：_____

第7天：把改动和观察放在一起

本周记录	填写区
检查了哪个具体页面	
修正了什么事或入口	
增加了哪个有用段落	
哪个技术问题已复查	
本次搜索与AI观察	
真实咨询或使用反馈	
下周继续做的一件事	

保留一个简单工作目录

保存问题表、公开来源、页面URL、变更说明与观察记录。有现成文档和表格就继续使用。工具选型从当前问题出发：需要整理资料就先做好资料，需要维护网页就先处理网页。

来源与说明

• OpenLX既有《文旅GEO SOP执行手册》、现行AG3 SEO/GEO指导配置及飞书T7的相关问题机会；旧Z-Blog分发与固定标题长度要求未作为通用规则继承。

- [Google : AI features and your website](#)，核对基础SEO、文本可见性、内链、结构化数据一致性及展示边界。
- [Google : 结构化数据入门](#)，用于理解标记和验证工具。
- [WordPress : 固定链接](#)，作为网站负责人检查URL设置的官方入口。

官方资料核对日期为2026年9月6日。本册7天安排是编辑建议，不是平台规则，也不承诺排名、AI引用或客户转化。

开始执行：选一个页面，从“用户问题”页的五个问题填起。

让真实价值， 被看见、被选择。

OpenLX 中国文旅信源中心

以法匠科技的AI与数字化能力为支撑，连接真实信源、品牌传播、旅居实践与行业服务。帮助企业与专业人士沉淀内容资产、提升经营效率，推动合作从想法走向落地。

合作网络

4

地方文旅局 / 家

29

酒店 / 家

11

民宿 / 家

11

律师 / 人

600+

其他合作 / 家

OpenLX

中国文旅信源中心

聚焦可信信源、SEO/GEO、网站与内容传播，让品牌更容易被搜索与AI理解，持续积累有价值的内容资产。

闲鹤庄

旅居生活与共建实践

围绕长住生活、在地文化与社群关系，连接旅居者、物业方与运营伙伴，共建有温度、可持续的旅居产品与服务。

法匠科技

AI与数字化赋能

深耕法律专业服务，围绕AI部署、智能体、知识库与自动化工作流，把专业经验转化为可持续使用的数字能力。

云南省旅游民宿行业协会

行业服务与专业协作

围绕团体标准、民宿管家、行业培训、专家交流、活动与会员服务，连接行业资源，支持民宿经营与人才发展。

关注我们的内容矩阵

云南民宿协会

行业服务、标准与人才

探索文旅

文旅AI、SEO/GEO与数字化实践

闲鹤庄

旅居生活、社群与共建合作

宿集

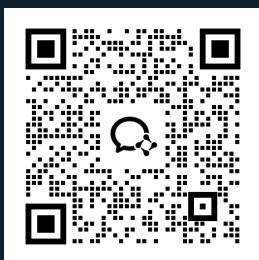
项目、创业与个人实践

民宿加油站

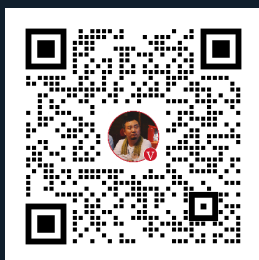
经营诊断与实操工具

冯律评谭

法律观察与专业解读



信源GEO服务群
技术服务与生态交流



贺双全会长 企业微信
商务合作与资源对接

从一个具体问题，开始合作。

项目共建 · AI部署 · 品牌信源 · 行业服务

OpenLX openlx.cn

协会 ynminsu.org.cn

闲鹤庄 xianhezhuang.cn

资料服务 ask.openlx.cn · 通过已接入账号使用