

转型不转行 导游怎样在坚守中发展

□ 李强

疫情防控常态化下,导游人才相继流失。如何留住他们,为文化和旅游行业的复苏储备力量?疫情防控常态化背景下,导游如何转型?近日,一场关于“新时代、新形势下导游职业发展”的公益论坛在山东诸城永辉乡间举办。与会的山东省内知名导游代表以及通过视频参加论坛的嘉宾们一起探讨疫情防控常态化下,导游如何转型不转行,怎样在坚守中发展?

挑战巨大

受疫情影响,导游就业机会大量减少,在一定程度上影响了旅游职业院校学生们的职业规划。这让山东旅游职业学院教授王煜琴忧心忡忡。

“本次公益论坛邀请到的都是热爱导游职业的省内以及国内知名导游。”王煜琴说,举办本次公益论坛,就是为了在导游行业发展的特殊时刻为导游们点亮一盏灯、探索可行路径、增强信心。

“即便没有疫情,导游职业本身也面临着很多挑战。一方面,进入移动互联网时代,游客获取信息越来越便利,旅游经验越来越丰富,个性化需求随之增加;另一方面,目的地建设的创新性、数字化、业态的创意化、丰富性,加之异业融合发展等,使得旅游资源的类型变得更为纷繁复杂。”全国文化和旅游系统劳动模范、全国导游职业技能大赛冠军王煜琴认为,旅游消费主体和客体的多样化,给导游职业提出了更高的要求。

去年,导游张娟在泰山直播了很多场,“泰山娟姐”在网上火爆。听闻山东一家5A级旅游景区的团队散客比例由原来的8:2变为2:8的时候,她并不惊讶。“团队游客越来越少是毋庸置疑的,肯定会挤压一部分导游的生存空间。同时,导游讲解的一些小程序也会给导游带来一定冲击。但是,游客始终愿意为优质的讲解买单,这也是我们深耕下去的理由。”她认为,未来,导游行业将出现两极分化,即一般性讲解和高端讲解。

泰安市导游协会会长谢方军认为,传统意义上的导游讲解服务,因为其本身是旅游产品的一部分,因而在一定程度上导致导游的个人价值难以最大化。只有当导游成为旅游线路产品的主体时,导游的职业之路才能越走越长久。

转型发展

过去的两年里,疫情给旅游行业造成巨大冲击。但知名网红旅游主播“普陀山小帅”却认为,这不仅仅是危机,更存在着很多机遇,“这是一个可以让导游自身发光的时代”。

来自青岛的全国模范导游员孙树伟成功跨界,变身“民间厨神”。在提供导游服务的同时,还用游客喜闻乐见的方式推介青岛本地美食,并且屡次在全国烹饪大赛中获奖。“导游”和“厨神”的双重标签,让孙树伟的职业之路越走越宽。

张晓国从事导游工作27年,从最初的导游到参与旅游目的地营销工作,乃至担任景区职业经理人,身上的标签

越来越多。“疫情之后,旅游业将迎来一个跨界融合、高质量发展的时期。这就要求导游要从原来单一的讲解服务,转型为更全面的综合服务,不仅要做好基础的讲解和服务,做‘杂家’,还要逐步成为某些方面的专家,在某些领域起到一定的引领作用,还要懂策划、会写作,不断提高‘讲’的内涵。”

在某短视频平台上拥有100多万粉丝,张娟被圈内人誉为“导游界最勤奋的蜜蜂”。从导游到“讲者”再到“网红主播”,张娟说:“这只是在疫情影响下个人身份的一种转型,也是导游多了一个表达的渠道而已。转型不是转行,而是继续在导游这个行业,用不同的方式来展示导游应有风采。”张娟说。

因为热爱,来自临沂的网红导游任冰冰仍在坚守。一毕业就开始做导游,然后创办了一家旅行社,从事票务代理、组织自驾游……任冰冰的职业版图一点点壮大。但是,一夜之间疫情让一切清零。不想放弃的她,开始在短视频平台上推介家乡,找准定位、确定风格后,涨粉20万,她从一名普通的旅游人转型为内容创作型网红达人。“下一步,我会尝试直播带货,在宣传家乡文化和旅游的同时,把家乡的好产品推销出去。我已经在联系山东的中华老字号、山东老字号、非物质文化遗产、地理标志产品等方面的商家,争取在带货方面取得成绩。”

面向未来

对于未来,网红主播“杭州小黑”

的答案是“个性化导游服务时代已经来临,私人定制和小团有着非常大的需求,‘云旅游’将成为旅游中非常重要的一部分”。

相比“导游”一词,张娟自称为“深耕文化领域的‘讲者’”。在她看来,讲者是介于导游和老师中间的一种,就是导游员中的专家。“随着科技的发展,一部分讲解功能会被智能设备所代替,但是,智能设备永远替代不了充满温情、娓娓道来的‘高级讲者’,为‘高级讲者’买单的时代终将到来。”

谢方军对此深有同感。他认为,优质的讲解会给导游带来优质的回报。2013年,谢方军就开始尝试研发专业线路,让导游成为旅游线路的主体。产品大卖之后,他又推出以导游为品牌的线路产品。

2019年,谢方军和张娟共同成立了讲者团队。虽然150分钟讲解、每人98元的费用远远高于当时的市场平均价格,但那年十一讲解业务的火爆让谢方军始料未及。“讲者团队共有5人,十一假期每天接待125名游客,完全是满负荷运转。仅讲解一项,每天的营业额就超过1万元。”

正如张晓国总结的那样:“导游的本质是对生活对生命对世界的感悟,并把这种感悟传递出去。导游要形成自己独特的IP,而不只是知识的搬运工和传声筒。”

“导游服务要顺应时代变化。导游要勇敢尝试,不断挖掘自身价值,理好自己的发展路径。不懈耕耘,一定会迎来属于导游的高光时刻。”谢方军说。

拥抱变化 逆流而上

在携程平台做“当地向导”,刘国杨专门讲解陕西历史博物馆,并将这个产品命名为“刘大使讲历史”。这是他把“讲解服务”做成线下产品的开始。

近几年,以家庭为核心的个性化定制游应运而生。面对这一变化,刘国杨成立了自己的公司,命名为西安霞客文化旅游有限公司。2018年至2021年,他个人服务近3000人次,好评率100%。2021年,他的团队服务游客14086人次,好评率99.4%。

新冠肺炎疫情让旅游业陷入寒冬,一些导游选择转行。面对比以往更大的挑战,刘国杨带领团队尝试转型,开发探索“云展览”“云旅游”项目。同时,利用互联网平台推出适合游客利用“碎片化”时间出游的定制导游服务。“这些消费群体对于旅游时间的要求更灵活,愿意为导游的知识买单,愿意为精细化服务买单,为传统导游转型升级提供了重大机遇。”刘国杨说。

采访中,他提到这样一件事。2020年1月17日,一个来自北京的家庭报名参加了他的博物馆定制游。然而,由于疫情这家人未能成行,刘国杨为用户无损取消订单,并约定“后会有期”。400多天后的去年5月3日,刘国杨和这家人在陕西历史博物馆相逢,度过了美好的一天。这次难得的重聚,让他更坚定了心中的信念:“我选择逆流而上,重塑行业价值和信心。”

旅游投诉典型案例解析

旅行社应向游客提供合格旅游产品

案由

游客皮某报名参加某旅行社组织的旅游活动。行程中,导游带领游客前往某景区漂流。其间,皮某驾驶的皮划艇先后两次撞到河中大石头,导致其腰椎骨折。后经司法鉴定,皮某的伤情构成九级伤残。皮某投诉至当地旅游投诉处理机构,要求旅行社、景区和漂流项目经营者共同承担赔偿责任。

皮某认为,其在整个漂流活动中严格遵守旅行社和景区的安排及操作程序,自身并无过错,因此,应由旅行社、景区、漂流项目经营者共同承担全部责任。旅行社工作人员称,游客出发前已告知相关注意事项,并在游客出事后果承担了相应的医疗费用,已尽到安全保障义务,因此不应承担责任。

景区负责人认为,景区是门票销售者,并不参与游客游览的后续服务,所以应当由提供旅游服务的经营者承担赔偿责任。而漂流项目经营者称,该公司在河道沿线均安排了安全保卫人员,游客受伤是意外导致,因此自身不应承担主要赔偿责任。

当地旅游投诉处理机构调查发现,本次事故因漂流时水位条件不够、漂流辅助设施及安保措施不力导致,且漂流项目经营者未取得河道漂流生产作业许可证。游客严格按照导游及景区工作人员的指示开展漂流活动,对事故的发生并无过错,不应承担责任。

漂流项目经营者在未取得经营许可的情况下经营漂流活动,且在事故发生时并未在河道沿线安排人员值守,也无救护人员及时采取救护措施。因此,应承担60%的赔偿责任。旅行社作为旅游活动的经营者,未谨慎选择旅游项目,未提供导游或其他陪同人员对游客的漂流安全加以保障,也未向旅游者详细告知参加漂流活动的风险和注意事项,存在一定过错,应当承担30%的赔偿责任。景区未严格审慎地审查漂流项目经营者的经营资质,在该公司未取得经营许可的情况下,仍为其代销门票,对游客的受伤存在一定过错,应承担10%的赔偿责任。

旅游法第三十四条规定:“旅行社

社组织旅游活动应当向合格的供应商订购产品和服务。”第四十七条规定:“经营高空、高速、水上、潜水、探险等高风险旅游项目,应当按照国家有关规定取得经营许可。”《最高人民法院关于审理旅游纠纷案件适用法律若干问题的解释》第七条第一款的规定:“旅游经营者、旅游辅助服务者未尽到安全保障义务,造成旅游者人身损害、财产损失,旅游者请求旅游经营者、旅游辅助服务者承担责任的,人民法院应予支持。”

本案中,漂流项目经营者在经营高风险旅游项目时未取得相关经营许可;旅行社在选择供应商时,未向旅游者提供合格的旅游产品;景区未审查漂流项目经营者的经营资质,便为其代销门票,均有一定过错,应依法承担相应责任。

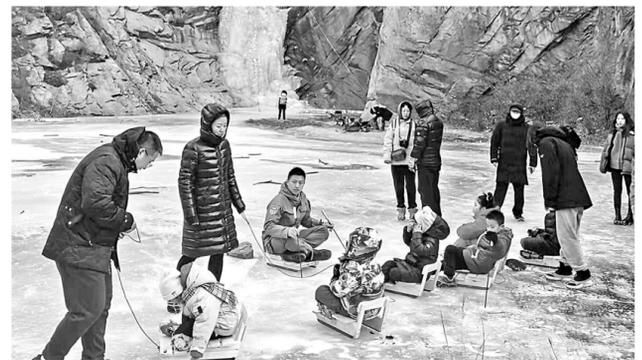
提示

随着旅游业不断发展,玻璃栈道、漂流、水上运动、滑雪滑冰、热气球、高空跳伞、蹦极、攀岩、潜水等一系列高风险旅游产品备受游客青睐。特别是滑冰、滑雪、雪橇、雪地飞车等项目,是冬季热销的旅游产品。与一般旅游项目产品相比,这些旅游项目专业性较强、风险程度较高,不但受天气、设施条件、环境因素影响,还要求参与者具备一定的专业资质,稍有不慎就可能引发各种安全事故。

旅行社在选择以上旅游产品时,应当充分评估项目风险,确保项目经营者具备相关经营许可和安全保障能力,确保产品合规可靠。旅行社及旅游项目经营者要投保相关责任保险,在向游客推介风险旅游项目时,旅行社应就旅游项目的特殊风险,不适宜参加人群、注意事项等进行充分提示,特别提示游客按照规定及时投保人身意外伤害保险。活动过程中,要安排导游或其他陪同人员对游客安全予以保障。

游客选择有一定风险旅游项目时,应当充分咨询旅行社,及时购买能够承保所参与项目的旅游意外保险产品,减少一旦出现问题可能造成的损失。在参与项目活动时,应严格遵守安全操作规范,听从工作人员指挥,避免发生危险。

(案例发布单位:文化和旅游部旅游质量监督管理所 中国旅游报)



今冬,不出京的短途京郊踏冰一日游等亲子游线路受到孩子和家长的欢迎。每逢周末,总有不少家庭参加“冰河徒步”“趣味冰车”等各类冰雪户外活动。图为在北京怀柔天池峡谷,孩子们在教练的指导下体验滑冰车。

本报记者 陈晨 摄影报道

“请进来”交流学习 南宁市旅游协会打造“导游之家”

本报讯(孟萍)近日,南宁市旅游协会导游分会在南宁万达茂喀啵兔乐园举办“请进来·全区导游协会(分会)工作和管理方法研讨会”,并为万达茂喀啵兔乐园颁发“导游之家”牌匾。

研讨会采取集中脱产、座谈交流、实地学习相结合的方式。桂林市、北海市导游协会负责人分享了疫情防控常态化下为导游排忧解难、加强培训、增强导游凝聚力的经验。

南宁市旅游协会导游分会会长黄志康表示,与企业合作共建“导游之家”是导游分会服务广大导游的一项举措。今后将以万达茂喀啵兔乐园为运营基地打造“导游的乐园”,以帮助导游转型升级和以消费需求为突破口,通过“点导游”“带团模式”,推动“广西非遗基地体验式销售”模式的落地运行。

根据南宁市旅游协会导游分会与乐园达成的共识,景区将给予导游员多项福利与政策。如设立“导游日”,每月19日,南宁市旅游协会注册导游

员可持“联名卡”到万达茂喀啵兔乐园免费领取6项游乐设施门票,且1名随行人员免费获赠同等6项游乐设施门票;乐园设立“创客中心”,在游乐场设立一个独立的导游休息室,在游乐场设立直播直播间,便于导游员直播。目前,南宁已有10家“导游之家”。“导游之家”经常举办各种活动,密切了导游员与协会的联系,促进了导游员之间的沟通交流,也为受疫情影响的导游员转型就业、创业提供了信息和平台。

以赛促训 以赛提质

敦煌市导游服务技能竞赛闭幕

本报讯(牛莹 常永青 记者 张颀堂)近日,以“讲好敦煌故事,展现导游风采”为主题的2021年敦煌市导游服务技能竞赛决赛落下帷幕。

本次大赛由甘肃省敦煌市文体广电和旅游局、敦煌市总工会、共青团敦煌市

委、敦煌市妇女联合会共同举办。大赛通过形象风采、知识问答、导游讲解、才艺展示四个环节的比拼,评出了一等奖1名、二等奖3名、三等奖6名,优秀奖5名。大赛采取“线下竞技+线上直播”方式进行,要求参赛选手围绕敦煌优秀的历史文化、丰富的旅游资源充分展示才华,并通过抖音、快手、微博等平台讲述敦煌故事。大赛主办方表示,希望以赛促训、以赛提质,选拔一批素养高、专业精、服务好的优质导游人才,为敦煌市文化和旅游高质量发展蓄力赋能。

金牌导游风采

刘国杨:“导游是文化传播者,也是我的使命”



刘国杨供图

个职业定义。导游是文化传播者,也是我的使命。”这位“90后”小伙说这番话时斩钉截铁,不禁让人为之动容。

读万卷书 行万里路

大学时,刘国杨读的是旅游管理专业。毕业后,他先在西安做了一段时间导游,后远赴西藏成为一名藏区导游。那时,他的梦想是“必须趁着年轻到‘世界屋脊’去看看”。

从2013年到2015年,每年刘国杨都要在西藏待八九个月。他回忆道:“那个时候日子过得非常充实,内心平静又充满动力。”3年间,冈仁波齐、珠穆朗玛、纳木错、玛旁雍错等神山圣湖旁,留下了他的足迹;布达拉宫、罗布林卡、扎什伦布寺里,留下了他的身影。那段生活经历让他感悟良多,“虽然那里信息闭塞、经济不发达,但是却可以令人专注、心无杂念地做事,做一切事情都很走心”。

在西藏跟团过程中,机缘巧合,刘国杨认识并资助了一名叫罗央的藏族小姑娘。2014年至今,每个月刘国杨都会给罗央带去生活费,过年过节还会给她买些衣服和书籍。今年,罗央已经是一名高二学生,他们两人有一个约定:罗央考上大学时,刘国杨会重返拉萨,以此来鼓励这位藏族小姑娘。

在西藏的经历,赋予刘国杨不断向前的力量。2015年11月,他回到西安继续导游生涯。两年后,在高级导游考试中成功晋级,成为陕西第一位90后高级导游。

高光时刻 肩负使命

2018年3月,《国家宝藏》栏目火遍中国,这给了刘国杨很大启发。他和在电台工作的好友合作注册了公众号“文物会说话”,用美声美文讲述国宝背后的故事。一期一期节目做下来,刘国杨更加成熟了。

2018年4月,他参加了“陕西旅游形象大使选拔赛”,并入围30人的总决赛。决赛中,刘国杨在3分钟的时间内讲述了西安碑林博物馆“昭陵六骏”的故事。一位评委如此点评:“大家表演了唱歌、跳舞,但是你们表演的内容和我们陕西旅游有什么具体的关系呢?有个小伙子叫刘国杨,虽然其貌不扬,但是他讲到‘昭陵六骏’,讲到‘我们等你回家的时候’,大家流泪了,这才是真正代表陕西文化的好声音。”最终,刘国杨与其他19名选手一起被聘为“陕西旅游形象大使”。职业生涯的高光时刻,让他更加坚定心中的信念:“让公众了解文物的价值,是我作为陕西旅游形象大使最神圣的使命。”

肩负使命,刘国杨步履不停。2020年5月,他到北京大学考古文博学院进修学习。而在他的个人主页上,刘国杨开始讲述文物背后的故事,逐渐向探索遗址博物馆、寻找文物出土地、采访文物发现人等领域拓展。截至去年11月底,在抖音平台上,“刘国杨的发现之旅”发布作品241个,播放量近3亿。他还在抖音平台发起话题#我在长安学唐诗#,播放量已经达到1.1亿,点燃了不同年龄阶段的人群学习唐诗

北京博雅方略文化旅游集团 北京博雅方略旅游景观规划设计院

深耕文旅二十载,以匠人之心,为政府、企业提供优质服务

“十四五”文化旅游业发展规划	
国家级旅游度假区创建	
国家文化公园	乡村振兴
红色旅游	全域旅游
国土空间规划	康养旅游
研学旅行	文旅融合专项规划
风景名胜景区	景区提升与创A
旅游休闲街区	露营地
城市双修	田园综合体

北京博雅方略旅游景观规划设计院是北京博雅方略文化旅游集团的核心机构之一,具有国家认定的旅游规划设计甲级资质、城乡规划编制乙级资质、土地规划乙级资质等多项专业资质。是中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会会员单位、中国旅游景区协会景区红色旅游研究与发展中心主任单位、中国城镇化促进会民宿发展专业委员会副会长单位。

建院以来,完成了2000余个精品规划项目,其中完成省级、市级和县级全域旅游规划70余个,荣获“中国旅游知名品牌”,在业界享有良好的口碑,得到了客户及社会各界的认可和好评。

- NO.1 战略研究与产业规划
- NO.2 旅游规划与景区提升
- NO.3 国土空间规划
- NO.4 城市设计与城市更新
- NO.5 乡村振兴与村庄规划、特色小镇
- NO.6 运营管理

地址:北京西城区车公庄大街9号院五栋大楼A3座12层
官网: www.byf.com

服务热线: 010-82781426
联系电话: 15313838109

