

小语种导游缺口如何补

□ 本报采访组

随着中国免签朋友圈持续扩容,入境旅游市场快速增长。与此同时,外语导游“不够用”成为困扰地接社的难题,小语种导游在旅游旺季供不应求较为突出。那么,市场的缺口究竟在哪?有没有办法补上?中国旅游报记者对此进行了采访。



供需矛盾表现各异

接到记者采访电话时,北京的意大利语导游吴阳刚刚下团,“终于可以休息几天了。”她感叹道,“我从3月份一直忙到现在,6月份是意大利语市场的‘淡季’,我计划休息几天,调整一下。”7月份,吴阳又要开始忙了。“目前,我的团期已经排到了10月份。7月份排了25天,8月份全满,9月份全满,10月份全满,目前正在等待11月份的出团计划。”吴阳说。

“目前我们已经开始给导游排10至11月份的团期了。今年以来,意大利和法国市场增长迅速,1—5月份我们接待了350批次3000多位游客,同比增长了30%,导游确实不够用。”北京新世界国际旅行社副总经理薛曼琳介绍,“7月至11月是意大利和法语市场的旺季,为了避免临

旺季到不了导游的情况,我们一般会提前排团期。”

桂林康辉国际旅行社总经理助理江濯尘最近一直在带团,“因为导游调配不过来,办公室负责外联和计调工作的同事有时候也得带团。”江濯尘告诉记者,“从1月份到现在,欧美市场的人境游客数量同比有30%的增长。欧美市场的业务覆盖了德语、法语、意大利语、西班牙语和英语5个语种区域,目前供需矛盾较为突出的是意大利语和西班牙语导游,原因有两方面:一是这两个市场业务增长迅速;二是桂林这两个语种的导游数量有限。”

采访中记者发现,由于欧洲、东南亚等多个客源市场的人境游客规模增长迅速,与之相对应的语种导游在

旺季都出现了供需紧张的状况。

“东南亚市场上,越南语、泰语、马来语导游缺口较为突出。欧洲市场上,意大利语、法语、西班牙语、德语导游需求激增。此外,阿拉伯语、俄语导游需求也在快速上升。”中青旅国际旅行社有限公司副总经理胡继英说。

陕西省旅行社协会秘书长弓建民介绍,针对小语种导游供需矛盾,陕西省旅行社协会曾做过调研。“我们发现在陕西市场,东南亚方向主要缺越南语和泰语导游,欧美方向主要缺法语、德语、意大利语导游。西安一直是欧美游客喜欢的目的地,外语人才储备相对丰富,供需矛盾较为突出的主要是增长比较快的客源市场。”

厦门市导游协会副会长兼秘书长方和良告诉记者,目前在厦门,日语、韩

语、越南语、泰语、马来语、法语、西班牙语导游较为紧缺。“240小时过境免签政策的实施,叠加厦门国际邮轮母港的恢复运营,使得厦门入境游客量大幅增长。政策红利释放速度超过了导游人才储备更新速度,外语导游占全市注册导游的比例较小,且一半以上为英语导游,小语种导游储备不足。”

“根据长沙市导游协会这两年对入境旅游市场的调研,长沙小语种导游短缺主要集中在法语、德语和泰语方面。”长沙市导游协会会长黄武说,“究其原因,一是湖南入境市场客源越来越丰富;二是因为湖南地处内陆,以往在小语种导游人员的培养和储备方面有所欠缺,不足以支撑现在的市场需求。”

千方百计招徕人才

“旺季时,高薪招聘小语种导游的情况普遍吗?”面对记者的提问,薛曼琳说:“这属于极个别的情况。深耕入境旅游市场多年的旅行社都有自己较为稳定的导游团队,再加上近几年通过各种方式增加人才供给,小语种导游短缺的情况正在逐步缓解。”

采访中记者了解到,行业协会、入境旅游企业都在想方设法增加外语导游供给,缓解旅游旺季小语种导游供需矛盾。

今年春节,桂林康辉国际旅行社举办了为期两周的意大利语和西班牙语导游培训班。“招收已经有一门外语基础的导游,经过培训让其再多掌握一门外语。”江濯尘分享了他们的做法,“目前来看效果还可以,有一些学员已经开始带两个语种的旅游团了。后期我们还将继续举办此类培训班,并且优化培训方式,在淡季时为有需求

的导游提供学习机会。此外,我们也会聘请有导游证的高校老师假期带团,缓解小语种导游短缺现象。”

4月,薛曼琳和同事一起回到自己的母校——北京第二外国语学院举办了一场交流会。“我们发现,很多毕业生对入境旅游行业和导游职业并不了解。在会上,我们向毕业生分享了入境旅游的市场前景及导游工作的实际情况,现场就有学生向我们表达了想要尝试的意愿。”薛曼琳笑着告诉记者,“目前已经有学生在我们这儿实习。”

厦门建发国旅集团总经理张张告诉记者,为了缓解小语种导游的供需矛盾,一方面,他们通过各种渠道广泛招聘外语导游;另一方面,加强校企合作,招募高校外语教师、外国留学生、外语专业学生组成“外语兼职服务队伍”,通过系统专业的导游职业

业培训后,与持证导游一起,为外国游客提供专业的服务。“口语表达流利精准、服务意识强、知识储备足的优秀导游,客户指定的导游,以及稀缺语种导游,薪资相对较高。”

“2024年以来,长沙市导游协会在长沙市文化旅游广电局和长沙市导游人员管理服务中心的带领下,对外语导游尤其是小语种导游展开了一系列培训。比如,举办了长沙外语导游培训班,针对外语导游,尤其是小语种导游做了摸底和语言培训提升工作。同时,协会还牵头与长沙学院外国语学院等高校达成合作,鼓励有语言优势的学生报考导游证、到旅行社实习等。”黄武告诉记者,“从今年上半年来看,基本上满足了市场需求。”

湖南省文化和旅游厅导游服务中心负责人介绍,为有效缓解外语导游短缺问题,2月,湖南省文化和旅游厅

发布了《2025年建设高素质导游人才队伍工作方案》,以“扩规模、提质量、树标杆”为核心抓手,通过构建“1+14+N”导游培训体系,即1个省级中心、14个市州基地、N个特色实训点,充分发挥外语金牌导游工作室的“传帮带”作用,重点突破小语种导游人才瓶颈,全面优化导游队伍语种结构。目前,湖南省已初步形成“以点带面、辐射全域”的外语导游培养格局。

安徽省旅游协会导游分会副会长、合肥市旅游协会导游分会秘书长刘自若介绍,他们将外语类导游和中高级导游队伍建设作为当前的重点工作。“协会通过组建外语导游团队、搭建供需对接平台等措施,着力提升导游服务质量。协会不仅实时发布外语导游招聘和带团需求信息,还指导下属导游服务公司优化派团机制,为外语导游创造更多优质带团机会,提高收入。”

供给机制要可持续

采访中,对于如何构建健康可持续的人才供给机制,业者们也给出了建议。在他们看来,由于旅游行业的特殊性,淡旺季对人才的需求差别较大,如果以旺季的需求量来配备外语导游,进入淡季大量导游可能面临无团可带的情况。“所以,第一步要先盘活行业内的存量资源,第二步是通过打造更好的职业环境,吸引更多外部人才,最终通过市场这只手,达到人才供需平衡和自然的优胜劣汰,形成健康可持续的人才流转。”有业者表示。

“人才短缺问题主要体现在旅游旺季,最好的方式就是培养双语人才。”江濯尘建议,集中培训某一类小语种导游的做法是比较有效且实用的。“20世纪90年代,旅游主管部门就曾根据市场需求举办相应培训,为市场提供人才支持。我们希望能重拾这一做法,或者为导游参与培训提供一定补助,鼓励现有的导游多学习

一门语言,这样既能满足人才需求,也能增加导游收入。”

在盘活存量资源上,如何用好用大中专院校的外语人才也是一个问题。“淡季时提前招聘大中专院校的外语人才,并做好培训,到了旺季,这部分人员就可以弥补小语种导游的不足。”有业者说,“但大中专院校外语人才进入旅游行业兼职面临的一个障碍就是上岗资质问题。能否设立临时的准入资质,或者增加导游资格考试的频次,为有意愿进入这一行业的人提供更多机会。”

从社会培养机制方面,刘自若建议,文旅主管部门可探索实施外语导游专项培训临时许可制度,授权旅游协会和重点文旅企业开展专业化的导游外语培训项目。首先,由行业协会和龙头企业主导培训,确保紧密结合旅游行业实际需求,开发更具针对性的课程;其次,通过政企三方联

动,构建更加灵活的培训机制,为从业者提供更便捷的进修渠道。“这种定向培养模式不仅能扩大人才供给渠道,还能显著提升培训质量,加速高素质外语导游队伍建设。”他说。

在薛曼琳看来,入境旅游正处于新的上升周期,正是重塑行业吸引力的关键期。“要多做正面宣传,让社会更加了解我们这个行业,了解导游职业的工作内容、价值,提升这一职业的荣誉感。”

胡继英建议,要想吸引人才,首先要解决的是收入保障问题,构建职业保障体系,推行“底薪+带团补贴”模式,稳定收入预期;其次要完善职业发展通道,通过职称评定、行业表彰等方式增强导游的职业认同感。通过这些措施,促进外语导游人才的培养和供给。

张张建议:“在行业层面,要提高外语导游的基础待遇,加强导游职业技能培训,构建职业成长体系,做好

职业发展规划,提升导游职业安全感。要引导导游树立职业价值观,强化‘服务标杆’‘地方文化代言人’的职业荣誉感与社会价值认同。在社会层面,要加强政策引导和正面宣传。”张张表示,一名优秀的导游不是一朝一夕培养成的,也不是一方努力就能成功的,需要政府、企业、高校、社会“四位一体”,从政策激励、企业关爱、教育培训、职业认同、个人努力等方面形成合力,方能形成可持续的导游人才供给机制。(采访组成员:张宇 高慧 李金枝 向晓燕 朱文文 执笔:张宇)

图①为导游带领俄罗斯、韩国游客在黑龙江山风景区参加徒步活动,图②为导游在长沙刘少奇故居景区为俄罗斯游客讲解,图③为导游带领俄罗斯游客参观乌苏里江后合影。

本报记者 陈晨 摄

近期,四川蜀道研学文化传播有限公司等3家企业获得广元市文化广播电视和旅游局发放的2025年第一季度旅游营销奖励资金。“真金白银”鼓励他们对未来信心满满。

自2010年以来,四川省广元市坚持财政激励与资源整合双轮驱动,以“真金白银”重奖旅行社,全力激发市场主体活力,吸引更多游客走进广元感受锦绣山河。

激励政策持续升级

“天下雄关”剑门关、“青苍越千年”翠云廊、“保存最为完好三古城”昭化古城、“中国交通历史博物馆”明月峡、“低海拔遇见野生动物频率最高的地方”唐家河……广元厚重的历史、多彩的人文、本真的生态,造就了文旅产业得天独厚的优势。在此基础上,广元市不断优化旅游营商环境、推出系列奖励措施。

早在2010年,广元就首次出台了旅游宣传促销优惠政策,逐渐完善申报和实施工作,发挥了对外推广、吸引客源的重要作用。系列奖励政策每年能够推动旅行社向广元输送团队游客数万人次。

政策红利的持续释放,离不开与时俱进的创新。随着广元文旅产业影响逐步扩大,各地旅行社对广元旅游产品的关注度不断提升,加上自驾游、研学游、专列游、包车游等旅游产品的不断丰富,广元市先后于2013年、2017年、2018年、2020年对相关政策措施进行修订。

2024年4月8日,为进一步激励市内外旅行社参与广元旅游产业发展的积极性和主动性,广元市再次修订了旅游营销奖励政策。

广元市文化广播电视和旅游局负责人介绍,在2020年版本的基础上,《广元市旅游营销奖励政策(2024年修订版)》降低了前置奖励条件,调整了航空旅游团队的奖励内容,细化了火车旅游团队的奖励标准,新增了入境游、汽车旅游团队、研学旅游团队的奖励措施。

激发市场主体活力

为提升服务效能,广元市财政局将旅游营销奖励纳入专项预算,建立稳定的资金保障机制,有效破解了资金拨付难题,切实缓解了企业资金周转压力。随着一笔笔奖励资金从政策文件落实到企业账户,旅行社组团积极性显著提升,实现了从观望犹豫到规模倍增的转变。

据统计,广元市已兑现2024年度旅游营销奖励资金共计130余万元。2025年第一季度旅游营销奖励资金30余万元即将兑现,惠及16家旅行社。数据显示,2024年第二季度至2025年第一季度,这16家旅行社合计为广元输送旅游团队871个、游客4.5万人次。

如今,旅行社有盼头有干劲,不断推出市场喜爱的旅游产品;文旅主管部门为市场主体提供点对点服务,保障激励政策落地实施;游客在“白天看蜀道,晚上赏夜景”中,感受广元的独特魅力。

为方便市场主体申报,广元市还新建了旅游营销奖励政策申报平台,实现“线上申报、季度兑付”。平台于今年1月投入使用,缩短了审核周期,让政企互动更加便利。

四川蜀道研学文化传播有限公司董事长李彬说:“广元在奖励力度、奖励兑现时间上诚意满满,新推出的线上平台进一步简化了流程,让申报更加高效。今年以来,我们已为广元带来游客近1万人次。”

具有吸引力的举措可谓立竿见影:2024年第二至第四季度,全市审核通过旅游团队682个、游客3.4万人次,同比增长68.94%;2025年第一季度,申报团队数量同比激增112.57%,呈现爆发式增长态势。广元市文化广播电视和旅游局

四川广元重奖旅行社见成效

□ 张欣 本报记者 白晔

局预测,今年该市将吸引20余家旅行社参与,年度组团量有望突破4万人次,全年奖励资金规模将超过200万元。

全面加强服务保障

在广元,政策激励的传导链条清晰可见,旅行社创新产品供给激发游客消费意愿,服务品质提升又反哺市场生态优化,形成“政策撬动——供给升级——消费提振”的良性循环。

记者电话联系四川蜀道三国旅游投资管理有限公司总经理牛伟时,他正在广元市旺苍县考察,计划推出新的红色旅游产品。

“实实在在又在快速兑现的政策奖励,让我们有动力不断优化产品。”牛伟告诉记者,今年以来,他们已经为广元引入游客2万人次,其中符合广元旅游营销奖励政策申报条件的达2000人次。

从政策激励到服务保障,再到体验升级,这样的协同效应在今年五一假期得到集中展现。假日期间,广元调配优质运力储备300余辆旅游运输车辆,与剑门关、唐家河、昭化古城等景区开展文旅业务合作,投入景区接驳运输车辆130台,提升景区接驳转运能力至30万人次/日;开行景区专线,在市内4个高铁站,8个客运枢纽站推出“坐高铁游广元”景区直达专线,开行广元、剑门关至昭化、唐家河、雪溪洞/明月峡等7条往返客运班线,实现客运枢纽站与景区无缝衔接,让游客感受到全域旅游服务的优化与提升。

“新政策特别增设的年度累计人次奖励和一次性贡献奖励机制,不仅可以开拓新客源,还能维系老客户,激发了旅行社长期合作的积极性。”牛伟期待,未来的奖励政策能够覆盖更多的出行方式与旅游消费场景,游客畅玩广元的同时,也能释放文旅消费活力。

广元市文化广播电视和旅游局有关负责人表示,下一步,广元市将持续强化政策创新供给,以更优营商环境促进旅游业高质量发展。

