

因为热爱所以要做得更好

□ 本报记者 唐伯依 张 宇 赵 垒

第六届全国导游大赛中选手的表现让人津津乐道,赞不绝口。如今,参赛选手们已经回到了各自的工作岗位。参加此次大赛,他们的感受如何?收获了哪些经验?面对市场需求更加细分,导游该如何应对市场变化?AI会取代导游吗?对于新入行导游有哪些建议……围绕上述问题,近日,中国旅游报社记者采访了6位银牌导游员。

1 参加第六届全国导游大赛有哪些收获?

谈到参加第六届全国导游大赛的收获,“淬炼”和“突破”是几位银牌导游员的共同感受。

来自河北的银牌导游员孙晓琪告诉记者,无论是备赛阶段还是决赛现场,都收获颇多。“备赛阶段,河北省文化和旅游厅组织了10天线上培训和40多天的线下集训,培训内容涵盖知识问答、导游词创作、模拟带团、舞台表现力等多方面,还邀请了播音主持专业的老师纠正我们的发音、语调,也有才艺导师帮助设计才艺展示环节的节目等。”在孙晓琪看来,备赛阶段的封闭式培训是一个闭合链条,是对业务能力、心态意志的全面淬炼。

“整个比赛,则是对自身业务能力的一次检验。让我印象最深刻的环节是一对一对抗。”孙晓琪说,“这个环节,我抽中的主题是中华武术。因为看到了其他参赛选手一次又一次的突破,我决定尝试更多创新。我先从妆造上入手,借了一身太极服装。然后,在内容上,我结合‘止戈为武’这个成语对讲解词进行加工,实现了‘从敢讲到会讲’的突破。在赛场上,我看到了好几位40岁以上的导游同行,她们自信的状态让我突破了年龄焦虑,让我认识到‘不要给自己设限’,要大胆尝试,做自己想做事情。”

在来自安徽的银牌导游员刘坤看来,“这场比赛更像是一次高压回炉的过程,考验参赛选手的综合素质,不仅要有良好的知识储备、导游词编创能力,还要具备临场应变能力、语言运用能力和抗压能力”。

刘坤说:“从准备阶段的挑灯夜读、字斟句酌,到赛场上的巧妙应对,每个环节都是对我们日常工作的总结与提升,所以,这次比赛对我们来说是一次淬炼,当然也是一次突破。这次大赛完善了我对‘导游’二字的认知。通过大赛的交流与比拼,我深刻地认识到何为优秀。本次大赛的主题是‘赓续中华文脉 建设旅游强国’,这就启示我们,导游不仅是历史故事的讲述者,更是文化的传播者,需要用当代的、国际的、富有感染力的

的表达,将文化遗产、风土人情,转化为游客心中生动、可触、可感的情感共鸣。大赛中,我看到许多同行将多媒体、沉浸式叙事方法等融入讲解,这让我深受启发,也促使我重新审视自己的知识体系和服务模式。”

来自广东的银牌导游员刘炳旭认为,参加此次导游大赛,是一次难得的再深造再学习的机会。“我毕业于旅游管理专业,2014年考取了导游证,至今已有近12年从业经历。站在全国大赛舞台上一直是我的梦想。”刘炳旭告诉记者,从2017年起,他就开始参加各级导游大赛,但遗憾的是与2019年、2023年两届全国导游大赛失之交臂,之后他一直有针对性地夯实自身的业务能力基础。今年,他以广东省第一名的成绩晋级全国大赛,成为广东首位闯入决赛的选手。

“为期10天的比赛紧张而充实,让我成就感满满。”江苏的银牌导游员王何音介绍,大赛从理论知识、讲解技能到带团实务等多维度对选手进行考核,体现了“以赛促学”,对参赛选手的个人成长与专业提升有很

大的帮助。

“从业20年我积累了一些经验,但这次参赛让我通过系统学习填补了不少知识盲区。最重要的是让我对相关旅游法律法规和导游服务规范有了更深入的了解。健全的法律意识与规范的服务标准,是我们服务好游客的重要基石。”王何音说,“参赛让我的讲解能力实现了质的飞跃,完成了一次突破。在即兴讲解环节,我抽到的主题是未曾去过的岳阳楼,极具挑战。我认为优秀的讲解应该做到言之有物、逻辑清晰。为此,创作讲解词时,我按照概况解说一楼内参观一结语三部分谋篇布局,并且借用《岳阳楼记》中‘先天下之忧而忧,后天下之乐而乐’这句名言,向游客传播中华优秀传统文化,获得了评委的认可。”

采访中,几位银牌导游员提到,通过比赛结识了一批优秀的同行,感受到导游群体强大凝聚力,同时也开阔了眼界。

刘炳旭说:“赛场上激烈比拼,赛场上我们关系融洽。例如,集体备赛时,内蒙古选手即兴高歌,其他选手手拉手跳起舞,那一刻我们就像一家人。再有,被淘汰者会主动为晋级者加油。我晋级后,未晋级的选手主动帮我训练、备赛,并且提出了很有针对性的建议,这让我很感动。在一对一对抗环节,我身着新中式大褂、以京剧妆容登场,以戏腔解说就是受年轻选手刘坤的启发。”

“这次大赛给我们提供了与优秀同行深入交流的机会。赛后我们在微信群中持续互动,分享各地的文旅资讯,交流讲解技巧,让我感受到导游大家庭的温暖与活力。”王何音说。

“赛场上,80后导游沉着冷静,90后导游继往开来,00后新生代敢想敢拼,通过这次比赛,我看到导游群体愈发有活力。”刘炳旭说。



大赛获奖选手合影 蒋子辰 摄

2 近年来,游客需求多样,市场细分更加明显,智慧化不断提速,导游该如何应对变化?

对于游客需求的变化,导游体会得最为明显。

来自广西的银牌导游员丁超锋说:“现在的游客越来越不满足于‘到此一游’,他们想要更深入地了解旅游目的地的文化,期待有互动、有情感交流、有意义的旅行体验。这就要求导游不断学习、更新自己的知识结构,只有这样才能跟得上游客不断变化的需求。”

那么,游客需求到底有哪些变化?孙晓琪观察到,游客对导游的需求除了安排好行程服务之外,还希望提供更多情绪价值以及更深层次的讲解。刘炳旭一直很关注新生代游客的需求,他说:“随着文旅市场的日益细分,新生代游客更追求深度体验,需要个性化的服务。”

面对不断变化的游客需求,导游如何应对?

来自湖北的银牌导游员张玲的答案是“导游服务的核心原则是不变的,那就是以游客为本,服务至诚,真正把游客放在心上”。张玲说,要做到这一点,首先要读懂游客,接团前,尽可能多地了解游客的情况,包括游客的年龄、职业、旅行目的等;行程中仔细观察,观察游客对什么样的景点

更感兴趣,希望讲解偏重哪些方面,更期待导游提供什么样的服务。以这些内容为基础,导游可以适度地调整行程。“其实都是细节,很琐碎,但就是这样的一个个细节,让游客感到暖心、放心。”

近年来,张玲专注于文化精讲。“在讲解过程中,我会根据游客年龄、知识层次等方面的不同,调整行程节奏以及讲解内容。例如,暑期大多是亲子出游,我会更多地和家长交流,了解家长们希望孩子学到什么,进而进行针对性的讲解。在接团前我会了解团员的情况,如果有当天过生日的朋友,我会送一些小文创,不仅让游客感受到自己被关心、被惦记,也能更好地宣传地方文化特色。”

刘炳旭认为,无论游客需求怎样变化,导游首先要做好的依然是讲解服务。“如果讲解不到位,即便吃住行等环节安排得再好,仍然会影响游客的体验度。一名优秀的导游应该具备丰富的知识储备,能够驾驭各种类型景区的讲解。会讲解的导游,各类景区都能讲透、讲好,因为知识体系是相通的。”

闲暇之余,刘炳旭会学习做菜,而且是学习古菜谱的烹饪方法。“学

做菜其实是为了讲好顺德美食。因为只有亲身经历了,才会有深刻的体会,只有体会到了,讲出来的内容才能够打动游客。”

近两年,刘炳旭一直在调整讲解词,并努力打造自己的讲解IP。在他看来,一定要让自己带的这条线路更有个性。“例如,我是一个表现力很强的人,所以在讲解中融入话剧表演,让讲解更生动流畅,让游客更有沉浸感,这就是我的个人风格。只要形成了自己独特的讲解风格,你就是不可替代的。”

采访中,提到AI对导游行业的影响,几位银牌导游员一致表示,未来,AI在文旅行业的应用场景很多,但具体到导游行业,AI只是助力,因为“导游的共情式服务是AI无法替代的”。

“AI让我的工作更高效、更细致,而且更有个性。我曾经借助AI为一对老夫妻设计贵州旅游行程。一般来说,游客会选择逆时针线路,从游览黄果树瀑布开始。但是,AI通过分析他们的年龄、身体状况以及实时客流数据,提出了反向游览的方案——避开人流,从相对轻松的景点开始,让行程节奏更舒缓。我采纳了这个建议,结果游客的体

验远超预期。有了AI助力,我们能够提供给游客更有温度的服务。”张玲说。

“AI是一个特别好的帮手。”丁超锋说,“我们可以用它来查找资料、打磨讲解结构、完善讲解内容,甚至用AI生成语音、图片或历史场景,让游客更直观地‘看’到我们讲的故事。AI可以帮我们节省时间、拓展思路、提高讲解效率。我们要积极主动地拥抱科技。但是有一点,科技可以提高效率,但不能取代有温度的服务。”

“导游服务的核心从来不是‘背稿子’,而是‘情感连接’。我们连接游客和目的地,也连接文化与情感。所以,AI再聪明,也替代不了导游面对游客时真诚的笑容,和游客默契的互动以及充满激情的讲述。技术赋能很重要,但最终打动游客的,永远是那份热爱和共情。”丁超锋说。

“做好导游工作的关键是热爱,学一行爱一门,择一事终一生。在导游工作中,没有发自内心的热爱,很难持续自我提升,与其泛泛了解,不如向下扎根、向上生长。持续提升自身的业务能力,紧跟文旅融合趋势,更新知识储备,提供情绪价值,建立与客人的信任关系。”孙晓琪说。

比赛结束后回到各自的工作岗位,几位银牌导游员开始了新征程。

近段时间,刘坤的日程安排得很满。“我主要做了3件事:一是复盘与沉淀,将比赛期间整理的所有资料、评委的点评意见进行系统梳理,有针对性地补足短板;二是回归与反哺,回归一线岗位,我将大赛中学到的新理念、新方法运用到实际带团中,比如优化讲解故事线、增加更多互动环节等,获得了游客的积极反馈;三是分享与交流,我接到了几家旅游院校和旅行社的邀请,进行了小范围的经验分享,将参赛收获分享给更多同行。接下来,我会继续扎根一线,坚守‘行万里而脚下有根’的初心,利用

账号发布讲解视频,供更多人学习和参考,也让外国友人了解真实的中国和中华优秀传统文化。这是一个很好的建议,未来我很乐于进行更多尝试。”

“导游不只是讲解员,更是文化的传播者和故事的讲述者,接下来,我会继续学习行程设计、目的地营销、短视频内容创作等,让自己发展得更全面,更好地向外传播中国文化。我也希望能通过培训、讲座以及内容创作等形式,让更多人了解导游这个行业,了解那些温暖又真实的中国故事。”丁超锋说。

对于行业未来的发展走向,几位导游也有着各自的判断。

“当前,旅游业正迈向高质量发展,导游行业涌现出越来越多复合型人才。只会讲解传统景点的导游,未来可能面临被淘汰的风险。”王何音一针见血地提出。

刘坤认为,导游行业将呈现3种趋势:一是深度体验化,游客渴望沉浸式的、能与当地生活深度连接的旅行;二是知识专业化与内容IP化,导游需要成为细分领域的专家,塑造独特的个人讲解风格和内容品牌;三是科技赋能化,AR/VR、人工智能等工具将成为导游的得力助手,不过,科技永远无法替代导游有温度的服务和人性化的交流。

“未来,导游行业的竞争一定是对服务、品质和专业的比拼。当更多导游用专业和热情赢得口碑,行业自然会迎来价值的回归,被更多人看到。”丁超锋说。

几位导游也对新入行的年轻导游提出了几点期望。

一是筑牢根基、沉心积淀。练好基本功,打好未来发展的“地基”。“年轻导游要扎扎实实地学好基础知识,不断提升自己的文化底蕴。文化底蕴是我们讲好中国故事的底气,而经过长时间的积累和沉淀才能拥有这份底气。”张玲说。

二是保持热爱、充满好奇。热爱是最好的老师。“我们要热爱自己的祖国,热爱自己所在的城市,热爱这个行业。只有热爱这个行业,导游的讲解才能打动游客。要始终不忘初心,成为文化的传递者、体验的守护者、热爱的点燃者。”丁超锋说。

三是发掘兴趣、塑造个性。找到自己最感兴趣的细分领域,并且深耕下去,让讲解带上个人独特的色彩和温度。王何音认为,导游要打造差异化服务。选择自己最喜欢或最擅长的领域进行深入研究,比如文博场馆精讲、非遗传播等,形成个人的核心竞争力。在带团过程中,不必刻意模仿别人,做真实的自己,用心接待每一位游客。

四是终身学习、拥抱变化。学习是最好的投资,要不断充实自己,所有的精彩表达都来自平时的日积月累。“要主动学习新科技、新媒介,将自己打造成复合型的文旅人才。”刘坤说。

王何音建议,导游要构建T型知识体系。纵向深耕目的地的特色文化,横向拓展客源地的人文认知,不只局限于书本上的内容。善于学习,虚心向前辈请教,关注优秀导游在自媒体账号发布的带团讲解视频,汲取经验、扬长避短。

“只要每位导游都带着热情和责任去讲述、分享与传递,导游这份职业一定会越来越闪亮!”丁超锋说。

“行业充满挑战,但也无比精彩,愿我们都能不忘初心,成为传播中华优秀传统文化的金色桥梁!”刘坤说。

……

正如几位导游所言,当无数“微光”汇聚,终将照亮行业的前路,文化和旅游的故事将在每一次讲述中焕发出新的光彩。