



编者按

贵州文旅频频出圈,作为一个拥有丰富自然资源和多元文化底蕴的公园省,贵州正以其独特的魅力吸引着世界的目光。近年来,贵州依托自然珍宝和文化瑰宝,积极提升旅游服务,致力于打造世界级旅游目的地。今年文化和旅游部开展2025年“5·19中国旅游日”活动的主题为“锦绣山河,美好旅程”,活动时间为4月21日至5月31日。在追求美好旅程的体验经济时代,旅游消费正从传统的观光游览向情绪体验深度延伸,“旅游情绪价值”这一概念近年来已经成为行业热词,实现和提升旅游情绪价值的核心就是服务。本期27°地标文化周刊聚焦贵州依托现代化的旅游基础设施和数字技术的深度融合,推动旅游服务向高品质、个性化、智慧化方向发展,让旅游产业链不断延伸,服务附加值显著提升。

27° 黔地文旅

圆桌谈

旅游服务之于旅游业的价值

贵州日报天眼新闻记者 曹雯

贵州民族大学旅游与航空服务学院院长廖军华。(受访者供图)

铜仁市文体广电旅游局副局长杨洪波。(受访者供图)

2025年5月30日

贵州省导游协会会长袁田。(受访者供图)



村民在贵州省黔东南州高增乡小黄村传承节日活动上演唱侗族大歌。吴德军 摄

编者按

贵州文旅频频出圈,作为一个拥有丰富自然资源和多元文化底蕴的公园省,贵州正以其独特的魅力吸引着世界的目光。近年来,贵州依托自然珍宝和文化瑰宝,积极提升旅游服务,致力于打造世界级旅游目的地。今年文化和旅游部开展2025年“5·19中国旅游日”活动的主题为“锦绣山河,美好旅程”,活动时间为4月21日至5月31日。在追求美好旅程的体验经济时代,旅游消费正从传统的观光游览向情绪体验深度延伸,“旅游情绪价值”这一概念近年来已经成为行业热词,实现和提升旅游情绪价值的核心就是服务。本期27°地标文化周刊聚焦贵州依托现代化的旅游基础设施和数字技术的深度融合,推动旅游服务向高品质、个性化、智慧化方向发展,让旅游产业链不断延伸,服务附加值显著提升。

黄果树瀑布吸引不少国内外游客纷至沓来。乔敏明 摄

中国旅游日作为由国务院批复同意设立的节日,其节期源出《徐霞客游记》开篇:“癸丑之三月晦,自宁海出西门。云散日朗,人意山光,俱有喜态。”癸丑之三月晦,即公历1613年5月19日。如今,400多年过去,旅游这件事情在中国老百姓的日常生活中发生了天翻地覆的变化,人们在旅游的过程中产生关于“食住行游购娱”乃至研学的需求,旅游服务由此诞生。

近年来,贵州围绕“食之爽心、住之安心、行之顺心、游之舒心、购之称心、娱之开心”六个方面,大力实施“六心”行动,全面提升旅游服务质量。那么,旅游服务之于旅游业的发展到底起到了怎样的作用?贵州日报27°地标文化周刊邀请贵州民族大学旅游与航空服务学院院长廖军华,铜仁市文体广电旅游局党组成员、副局长杨洪波,贵州省导游协会会长袁田,一起聊聊“旅游服务之于旅游业的价值”。

记者:我们这次访谈的话题是“旅游服务之于旅游业的价值”,各位能够分别先说说对此的理解吗?

杨洪波:在我看来,旅游服务是一个涵盖游客从出行准备到返程全周期、多场景需求的综合服务体系,包含食、住、行、游、购、娱多方面的要素,是旅游业的核心组成部分。其价值不仅体现在经济层面,更贯穿于游客体验、行业竞争力乃至社会文化发展的全过程。旅游服务是体现一个地方旅游市场综合竞争力的镜像,其价值远超简单的接待功能,是旅游资源转化为体验价值的核心。这种转化能力,正是旅游业从资源依赖转向服务赋能的核心密码。

廖军华:旅游服务之于旅游业的价值是产业本质的演进与重构。当前,旅游服务的价值创造逻辑正在发生根本性变革,其核心从单一的经济交易转向多元价值共生系统的构建。

从经济学维度来看,传统旅游服务聚焦于供需匹配的效率优化,而现代实践表明,真正可持续的价值源于主客互动形成的社会资本积累。通过主客价值共建,传统“供给一消费”单向关系被突破,供给端和消费端在互动中实现了双向价值增值。再谈文化维度,优质旅游服务的本质是文化解码能力的体现,也就是地方性知识的现代转译。

另外还有生态纬度、社会价值方面的评价。雷公山国家级自然保护区推行的“生态护林员”制度吸纳当地村民担任导览员,让游客在徒步中学习识别濒危植物,这种服务设计将环境约束转化为教育场景,使游客从旁观者变为生态守护的参与者。而在数字化加剧人际疏离的当下,旅游服务也展现出独特的社会修复功能。

记者:听了两位对于旅游服务的理解,导游之于旅游服务扮演着非常重要的角色。我们今天旅游行业中很多老总,早期都是导游出身。袁会长能解读一下其中的原因吗?

袁田:我本人是在1995年进入的导游工作岗位,经历和见证了导游人员从高规格化到高度市场化,一直到

现在高质量发展的全过程。“导游是旅游行业的人才库”,这是我经常提的一句话。导游身处一线,需要靠个人能力解决问题,直接和吃住行游购娱各个环节打交道,对于旅游行业综合了解程度以及对各方面资源的整合都有天然的优势。同时,导游工作可以提升眼界、锻炼能力、扩充朋友圈、形成个人品牌,在自我水平不断提升的过程中很容易得到转型升级的机会。

记者:最近几年来,随着移动互联网经济的发展,导游这个行业也发生了很大变化。一部分导游成长为短视频平台上的新媒体达人,通过“云游四海”的方式为游客种草,也有不少司机加入导游行业,成为司兼导这样的复合型人才等。这种跨行业的进出,为旅游服务业发展带来了什么样的变化?

袁田:在导游队伍高质量发展的今天,导游工作实际上已经开始进入创新融合的“去边界化”进程。我们不仅会出现“导游新媒体达人”“小车小团司兼导”“研学导游”,还会出现“山地户外导游”“康养导游”“乡村导游”等。导游的“专精特新化”发展,正是旅游行业迭代更新的重要标志。未来,还会出现更多新型的导游业,导游从“带路者”到“文化解码者”、从“服务员”到“体验创造者”、从“个体劳动者”到“职业共同体”,必将为旅游产业创新发展提供强劲动力。

记者:请教廖院长,随着AI导游、元宇宙景区等技术快速渗透,旅游服务的“不可替代性”究竟体现在哪里?而在智能化浪潮中,从业者应如何平衡技术工具与人文温度?

廖军华:技术的本质是优化工具理性,而旅游服务的核心价值在于其不可复制的人文交互性。AI与元宇宙虽能模拟场景与信息,但无法替代人类在服务中创造的三种独特价值。

一是文化解码的深度在场。比如,算法可传递知识,但无法像黔东南侗寨歌师那样,在教唱侗族大歌时传递族群迁徙的集体记忆。这种基于生命经验的文化阐释,构建了旅游体验的精神纵深感。二是情感共鸣的瞬时创造。比如,镇远古城民宿主为迷路游客点亮灯笼,贵州“村超”观众席传递的酸汤碗,这些非标化互动式导游从“带路者”到“文化解码者”、从“服务员”到“体验创造者”、从“个体劳动者”到“职业共同体”,必将为旅游产业创新发展提供强劲动力。

记者:请教廖院长,您认为未来的旅游服务将如何定义旅游业的竞争力?

廖军华:在我看来,未来旅游服务将以技术创新为核心推动力,重新定义旅游业的核心竞争力。这种变革不仅仅局限于传统的产品和服务优化,而是会更加注重如何通过技术手段提升服务质量、创造独特的游客体验以及推动可持续发展的目标。如果从学术研究角度预判的几个突破性方向,我想应该是:全域智能化服务的普及、虚拟旅游与跨界融合的崛起、可持续性与智慧旅游的深度融合以及旅游服务的个性化与共创模式、数文旅融合的深度与创新等。

记者:感谢廖院长,让我们看到旅游服务中人的不可替代性。下面的问题想向杨局长请教。众所周知,铜

仁市最具代表性的景区梵净山同时也是世界自然遗产地,在景区的保护和发展中,铜仁市如何做好游客游览梵净山的相关服务?

杨洪波:一是优化票务服务。严格执行“限流、预约、分时段入园”措施。二是优化现场服务。在梵净山游客服务中心、莲花广场、普渡广场等区域设置青年志愿者旅游服务点,为游客细节暖心服务和现场互动,提升游客体验感、满意度。三是优化咨询服务。明确专人接听涉旅咨询投诉电话,指导景区设置24小时服务热线,在游客集中区域和重要交通节点设置旅游咨询服务点,全天候做好游客咨询服务。四是优化交通服务。开通客运班线或定制班线、推出“小车小团”旅游包车等,实现零距离换乘。

去年以来,为抓住贵阳龙洞堡国际机场被纳入240小时过境免签和铜仁凤凰机场国际口岸开通的机遇,我们创建了境外宣传平台梵净山Facebook官方账号,并拟针对入境客源市场推出专门的文旅宣传资料,针对境外客源市场推出了“黄小西吃晚饭”“梵凤张”等精品旅游线路产品。梵净山景区向旅行商推出了针对境外团队的旅游优惠措施,并针对推出便捷服务。聚焦入境游客支付习惯难适应、外币兑换难等问题,推行便捷支付服务,并为适应境外游客需求,组织旅游车队针对境外团队对旅客运输车辆进行了改装。

记者:在打造世界级旅游目的地的背景下,贵州省导游协会成立,推出了魔客沉浸式剧本旅行项目、金讲匠导游文化精讲项目等,不断提高贵州导游服务的标杆水平。未来还将向哪些方面努力?

袁田:虽然报考导游资格证的“门槛”较低,但导游工作发展的“天花板”很高。未来我们要建设贵州导游标准化指南,为导游高质量服务和导游新业态进行定义和规范;我们要打造“贵州标杆导游创新工作室”“贵州领军导游”等项目,通过标杆引领带动导游队伍高质量发展;在行业内为导游评定“星级”,同时出台行业市场服务指导价格,促进行业优胜劣汰;并通过协会力量,多向链接、多维赋能,大力培养国际化与多语种服务导游、红色文化旅游、非遗传承导游、新媒体导游等专业化导游人才。

记者:最后请问廖院长,您认为未来的旅游服务将如何定义旅游业的竞争力?

廖军华:在我看来,未来旅游服务将以技术创新为核心推动力,重新定义旅游业的核心竞争力。这种变革不仅仅局限于传统的产品和服务优化,而是会更加注重如何通过技术手段提升服务质量、创造独特的游客体验以及推动可持续发展的目标。如果从学术研究角度预判的几个突破性方向,我想应该是:全域智能化服务的普及、虚拟旅游与跨界融合的崛起、可持续性与智慧旅游的深度融合以及旅游服务的个性化与共创模式、数文旅融合的深度与创新等。

贵州首批“司导”持证上岗解锁文旅新服务

贵州日报天眼新闻记者 明雪

空调温度调适到体感最舒适的档位,整齐摆放的矿泉水瓶折射着微光,洁净如新的车厢静待出发。5月的一个清晨,持有贵州省首批“司导人员合格证”的首约汽车“司导”张学,早早就守候在机场,迎接来自上海的王磊一家,开启为期4天的贵州“黄小西”之旅。

见到拖着行李的王磊一家,张学快步上前帮忙提拿,热情招呼着客人上车。在前往酒店的路上,他变身导游,熟练地介绍道:“去黄果树景区,大瀑布的磅礴气势和陡坡塘的秀丽风光一定不能错过。荔波小七孔景区建议从西门进东门出,既能避开人流高峰,还能顺着景点依次游玩,省时又尽兴。”抵达酒店后,张学贴心地帮客人搬运行李,第一时间将详细的旅游攻略、景点注意事项整理成图文,发送到提前建立的专属微信群里。

整个行程中,张学精心规划,王磊一家不仅深度游览了黄果树瀑布、荔波小七孔、西江千户苗寨,还解锁了清镇石龙洞攀岩探洞的新奇体验。4天行程结束,在机场告别的时候,王磊激动地给了张学一个拥抱,“张哥,谢谢你为我们推荐的景点,特别是去石龙洞攀岩探洞,真的太好玩了!”回到上海后,王磊毫不犹豫地在平台上给出五星好评:“张师傅热情周到,言行得体,不仅合理规划路线避开拥堵,还全程贴心提醒游玩细节,让我们享受了一场高品质的假期,值得推荐!”

这已经是张学从事“司导”工作的第6个年头。6年来,他累计带领600余个“小团”探索贵州山水,始终保持着“零差评”的优异记录。“每次看到客人给自己的好评,心里都很激动,有时也会控制不住自己的眼泪。”谈及服务秘诀,张学笑着说:“就是真诚,用心做好服务,才能赢得客户信任与支持。”

像张学这样的优质“司导”,如今正逐渐成为

贵州“小车小团”行业标配。2024年12月,由贵州省文旅厅、交通运输厅及贵阳市交委联合指导,贵州文旅集团旗下贵州贵旅出行服务有限公司、贵州文化旅游人才发展有限公司创新推出“司导一体化”专项培训。围绕“司导”服务安全、景区景点讲解、“司导”服务规范等内容进行授课,140余名司导人员参加了第一批次培训。

4月7日,贵州省文化和旅游厅官网公示了贵州省首批百余名通过专业培训的“司导”人员名单,这不仅标志着贵州“司导”职业正式走向规范化、专业化,更意味着贵州在推进文旅融合、提升旅游服务质量上迈出了坚实一步。

“后续我们将进一步扩大‘司导一体化’培训规模,同时建立优秀司导人才资源库,持续向社会输出优秀旅游服务人才,积极推动‘小车小团’服务提质升级,助力贵州旅游产业高质量发展。”贵州文旅人才发展公司副总经理封腾告诉记者。



“司导”提供全程细致服务。(贵州集团供图)

梵净山景区:我把游客当亲人

贵州日报天眼新闻记者 黄若佩

5月13日上午9点,铜仁火车站前,浙江游客林欣拖着行李箱快步走向“梵净山景区直通车”候车点,手机屏幕上显示着预约成功的页面——这是她提前在“梵净山生态旅游区”小程序预订的10:30时段票。轻点屏幕,可以看到实时更新的排队情况。

来到景区乘车入口处,智慧屏正跳动着“当前入园时段10:20-10:30”。入园后,林欣乘坐观光车盘山而上,转乘索道穿越云雾,12时00分已站在普渡广场。她掏出手机扫码进入红云金顶分时预约界面,系统显示:“当前预约号为1808,当前叫号为0526。”

“这个空档,刚好去蘑菇石。”林欣轻车熟路地走向西侧观景台,这得益于小程序推送的“游玩攻略”。12时36分,小程序提醒“准备登顶”时,她正用延时摄影记录流云掠过奇石。

来到普渡广场,广播和电子屏循环播报着“请1736号到1835号游客前往红云金顶入口有序登顶。”随着闸机“滴”声响起,林欣踏入红云金顶登山道。攀至峰顶时,正午的梵净山红云金顶沐浴在炽烈的阳光下,云海退至山腰,唯见莽莽武陵山脉在骄阳下逶迤舒展。

“连绵山脉在阳光下显得格外壮观,美不胜收。”林欣感慨道,4年前因数百米长龙而放弃登顶,此刻终于如愿以偿。

作为梵净山景区的核心景观,红云金顶以其拔地而起的雄峻山势及奇异的自然景观,被誉为“天空之城”。然而,该地地形陡峭、场地狭小,高峰时段常因游客聚集导致排队长度超过百米,极大地影响了游览体验。

铜仁市梵净山景区管理有限公司总经理杨海沙介绍,为有效缓解游客排队的压力,释放宝贵的等待时间,同时提升游客的游览体验,景区设计并实施了一套预约排队系统。

“红云金顶采取扫码叫号预约来实现人流预警,预约到号的游客,可根据预约时段,选择其他景点或休息等候,从而达到动态分流的目的。”杨海沙说,这样不仅使游客的游玩体验得到显著提升,也确保了红云金顶区域的游览秩序与安全,实现了资源的有效利用与游客满意度的双重提升。

红云金顶预约排队系统只是梵净山智慧旅游服务体系建设的一个缩影。在梵净山旅游区智慧指挥中心,记者看到,大屏幕上综合首页、游客画像和金顶数据、票房数据、观光车数据等12个



游客在梵净山景区扫码预约。申逸恺 摄

模块一应俱全。铜仁市梵净山景区管理有限公司数据管理部负责人彭鹏介绍,该平台能实时监控景区运营,处理游客滞留、异常购票、舆情预警等问题,还能通过AI智能分析优化游客体验,为景区管理提供强大支持。

轻触屏幕“观光车运营”模块,当前参与运营的观光车数量、发车间隔、实时位置等信息一一展现在屏幕。“这些数据都会同步展示到景区观车调度室,为观车的调度管理提供数据支持,提高游客服务质量。”彭鹏介绍。

科技赋能景区管理服务的同时,人文温度也始终如一。记者在现场看到,各个景点都有工作人员在现场维护秩序,耐心解答游客疑问;在索道站,遇到行动不便的老年游客,工作人员会主动上前小心搀扶……

“梵净山的服务理念是‘我把游客当亲人’。”杨海沙介绍,除常规旅游服务外,梵净山还会免费为游客提供姜茶、小板凳、特色小吃,节假日和暑期旺季有文艺表演,对老、弱、病、残、孕等特殊人群开通绿色通道等。“我们希望,每位游客来到梵净山都能感受到亲人般的温暖。”