

# 新版《导游服务规范》实施 促导游更贴心 让游客更放心

■中国城市报记者 张亚欣

为规范行业运行、进一步保护消费者权益,导游服务迎来新标准。

新版国家标准《导游服务规范》(GB/T 15971—2023)(以下简称新版《规范》)已于4月1日起实施。与旧版相比,新版《规范》在导游素质要求、服务要求等方面进行了重组与优化,并完善了突发事件和常见问题的处理要求。针对欺骗、胁迫旅游者消费乱象,新版《规范》规定,导游应严格按照旅游合同的约定安排购物活动,不应向旅游者兜售物品或诱导、欺骗、强迫、变相强迫旅游者购物。

在业内看来,新版《规范》的实施意味着导游服务正朝着更加规范、专业、安全的方向发展。未来,通过各种途径提升导游职业素养也将为国内旅游业的发展增添新动力。

## 愈发重视旅游服务质量

导游在旅行体验中扮演着不可或缺的角色,他们不仅是向导,更是故事讲述者、文化传播者和客户服务专家。导游的职责远远超出了简单的路线指引,他们通过深厚的知识基础、丰富的人文关怀以及专业的客户服务技巧,为游客提供独一无二的旅行体验。

基于导游存在的重要性,于2011年5月发布实施的旧版《导游服务规范》国家标准,规定了导游服务的要求和服务

过程中若干问题的处理原则。该标准实施以来,在规范导游执业行为、提升导游服务质量、保障导游合法权益等方面发挥了积极作用。

随着我国旅游业的飞速发展以及人民群众消费需求的不断升级,旅游市场呈现出品质化、个性化、多样化的特点。在此背景下,导游服务面临的市场需求、政策背景、法治环境、管理要求等均发生了较大变化,这也对导游服务能力、服务质量提出了更高要求。

因此,为适应消费升级和行业发展需要,促进导游服务水平提升,从而推动旅游业高质量发展,2020年起,文化和旅游部组织对《导游服务规范》国家标准进行修订,新版获批后,从本月1日起实施。

值得注意的是,通过对比新旧两版《规范》,中国城市报记者发现,新版《规范》中更新了导游服务能力要求,将“导游素质要求”更新为“导游服务能力要求”,从思想素质、技术技能、业务知识、职业形象方面对导游服务能力作出规范,比如增加“游客为本、服务至诚”的旅游行业价值观要求;增加“引导旅游者文明旅游”“引导旅游者节约资源,保护生态环境”等接待操作能力要求;增加“信息技术应用能力”等知识技能要求等。

“《规范》优化的内容释放出一个明确信号,即旅游业正朝着更加规范化、专业化的方向发展。”中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力在接受中国城市报记

者采访时表示,新版《规范》在导游素质要求、服务要求等方面进行重组与优化,有利于提升导游素质并细化服务流程,标志着我国旅游业对服务质量重视达到新高度。特别是在导游素质和服务要求上的提升,显示出旅游业对于从业人员的专业素养和服务态度有着更高的要求。这一变革将有助于提升旅游业的整体形象,增强旅游者的信心和满意度,进而促进旅游市场的持续繁荣。

## 对约束旅游乱象 将起实质性作用

尽管国家在旅游业发展进程中对导游的不良行为给予了严厉打击,但近年来,导游欺骗、胁迫旅游者消费乱象仍时有发生,比如丽江通报“游客未买5万元手镯被赶下车”、西双版纳37名跟团游客不购物被扣购物店中等。

在中国消费者协会发布的2023年十大消费维权舆情热点中,研学游、低价游等欺骗诱导、暗藏陷阱引发的相关投诉位列第四位。

此次新版《规范》针对上述因导游而起的旅游乱象,也增加了相关要求,比如导游应严格按照旅游合同的约定安排购物活动,不应向旅游者兜售物品或诱导、欺骗、强迫、变相强迫旅游者购物等。

新版《规范》的实施究竟能否从实质上对乱象起到约束作用,也成为消费者最为关心的问题。

“新版《规范》将从多个方面对导游的行为产生实质性的约束作用。”北京通州旅游行业协会秘书长杜山川在接受中国城市报记者采访时分析,一方面,它明确了导游应严格按照旅游合同的约定安排购物活动,这有助于减少诱导、欺骗、强迫、变相强迫旅游者购物的情况;另一方面,新版《规范》还强调了导游的职业道德和行为规范,有助于提高导游的职业素质和诚信度,从而减少不正当行为的发生。

对此,朱克力也认为,新版《规范》通过明确导游的行为准则,不仅能有效减少不正当的消费诱导行为,还能提升旅游者的消费体验和满意度。“这些规定有助于建立健康的旅游市场环境,并将进一步推动旅游业可持续发展。”朱克力说。

## 多途径提升 导游职业素养

从今年起,全国文旅市场延续了去年的火爆且大有增温之势。

刚刚结束的清明小长假接棒春节假期,同样交出一份亮眼成绩单。中国城市报记者从文化和旅游部获悉,经该部数据中心测算,清明假期3天全国国内旅游出游1.19亿人次,按可比口径较2019年同期增长11.5%;国内游客出游花费539.5亿元,较2019年同期增长12.7%。

作为促消费、稳增长的重要方式,旅游业发展至关重要;

而作为直接关联游客和旅行社的桥梁,导游的服务直接影响游客的体验和心情,导游的专业水平也和旅游业高质量发展息息相关。

在杜山川看来,新版《规范》明确了导游的服务标准和工作要求,有助于提高导游的职业素养和职业道德水平,从而为游客提供更好的旅游体验。同时,这也有助于维护旅游市场的秩序,保护消费者合法权益。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅建议,除遵守新版《规范》外,导游应加强跨文化交流能力,以适应全球化下不同文化背景的游客需求,并利用互联网和社交媒体平台,提高个人的知名度和影响力,吸引更多游客;开展特色旅游服务,结合当地的文化、历史、自然风光等资源,为游客提供独特而丰富的旅游体验;此外,还应持续学习和自我提升,关注行业动态和新兴科技手段,不断提升自己的专业素养和服务水平。

其实,为加强导游队伍建设,文化和旅游部连年牵头举办了全国导游大赛。在第五届全国导游大赛决赛上,金牌导游员李杰在发表获奖感言时称,希望社会各界共同努力,为导游群体健康发展而努力,比如从政策层面对导游行为进行更有效的约束,发现触及红线的行为一律严惩;通过举办比赛、培训、交流等活动,组织更多行业“大咖”为导游授课,帮助大家快速提升。

# 中国起源地品牌评定工作研讨会在河南内乡举行

■李翔 张新怡

近日,中国起源地品牌评定工作研讨会在河南省南阳市内乡县召开。中国文联民间文艺艺术中心研究员、中国起源地智库专家委员会主任刘德伟,国际标准化组织品牌专家、中国城市报社副总常亮,中国国家博物馆研究馆员、中国收藏家协会常务理事兼秘书长岳峰,河南省民间文艺家协会秘书长刘炳强,中国民协中国起源地文化研究中心执行主任、起源地文化传播中心主任李竞生,中国民族贸易促进会助理副会长兼标准委执行主任董春松,中国文物保护基金会罗哲文基金管理委员会副主任兼秘书长、中国民协中国起源地文化研究中心副主任曲云

华,内乡县委常委、县委宣传部部长、副县长李华东,内乡县政府党组成员周晓锋,内乡县文化广电和旅游局党组书记、局长赵国浩,内乡县民间文艺家协会主席李刚,天隆(南阳)茶业科技股份有限公司董事长苗俊亚等参加活动。

李华东表示,内乡具有悠久的历史、丰富的文化内涵及鲜明的地域特色,希望通过中国起源地品牌调研和评定,促进内乡文化及品牌资源的保护和开发利用,深入挖掘、传承内乡文化和品牌,提高内乡影响力,推动内乡文化和经济高质量发展。

刘德伟建议,一是全面深入系统开展起源地文化课题研究;二是在研究基础上形成系列课题成果,引领和升华内乡

起源地文化发展;三是大力推动课题成果转化;四是加快推进内乡特色品牌知识产权体系的整体构建,树立更多有全国乃至国际影响的公共文化品牌和特色产品品牌;五是塑造具有内乡特色的文化探源系列节庆活动;六是建立菊花等特色产业数据库;七是进行文旅融合,促进以县衙、宛梆、邓窑、打春牛为代表的内乡特色文旅、文创和研学活动升级;八是实现传统资源的创造性转化、创新性发展,创作一系列具有内乡特色的文化艺术精品;九是努力创建起源地文化品牌试点县、示范县,为全国县域经济社会发展探索经验。

常亮建议,要发挥内乡的生态和文化优势,以康养城市、长寿之乡县域品牌为统领,打

造农副产品品牌和旅游景区品牌,从而把内乡的生态优势和文化优势转化为经济优势和发展优势。

岳峰称,中国起源地品牌对于服务我国县域文化、经济、社会高质量发展而言意义重大。建议相关申报单位在不断培育中国起源地品牌的同时,更要重视品牌文化内涵的挖掘,推动品牌增值服务的系统化。

刘炳强提出“三个做好”,即政府做好顶层设计和资源配置,发挥政策法规体系作用;企业做好产业建设,推进产品开发、市场开拓;社会做好文化保护传承传播。

李竞生表示,建议内乡县在起源地品牌创建过程中理清品牌自身与内乡县历史、文化、

经济相关的无形资产,形成独特的内乡特色品牌文化,从而产生经济和社会价值,更好地推动中国起源地品牌在内乡县的创造性转化和创新性发展。

根据《中国起源地品牌通用评定标准》,内乡县申报的“内乡毛华菊”(公共品牌)和“内乡菊花文化”(文化品牌),河南内乡宝天曼国家级自然保护区管理局申报的“宝天曼”(文化品牌),南阳市鼎丰亨文化发展有限公司申报的“鼎丰亨”(企业品牌),南阳市鼎丰亨科技有限公司申报的“内乡毛华菊茶”(产品品牌),天隆(南阳)茶业科技股份有限公司申报的“酃邑贡菊”(企业品牌)6项品牌通过评审。

会上还举行了中国起源地品牌评审专家聘任仪式。