重寻定位 闯出文旅新赛道

——导游转型观察②

本报记者 丁振乾 潘世鹏 中国经济网记者 魏金金





在福建霞浦福宁古城历史文化街区，游客与身着古装游街的表演者互动。 姜克红摄（新华社发）



三亚民间旅行社有限公司导游带领研学团在热带雨林游览。 （资料图片）

随着国民旅游消费观念升级，游客对旅游的期待早已从“开阔眼界、打卡拍照”转向精神疗愈与情感体验。传统导游提供的“上车睡觉、下车拍照”式行程，与游客个性化、多元化需求存在明显差距，市场呼唤更具温度与深度的导览模式。一端是依赖传统派单的导游“无团可带”，一端是专业文博讲解员一票难求、小语种导游缺口扩大，越来越多新型导游站上风口，他们用各自的方式，重新回答“导游是干什么的”这道老题。

业态持续更新

海南三亚崖州湾科技城深海科普馆里，研学服务部主管陈楚倩正在为游客讲解“奋斗者”号深潜器。这位来自广州的年轻人看中三亚深海科技、南繁育种的产业潜力，2025年考取导游资格证后投身研学赛道。

“我们推出的一天研学路线，先让大家看、听，再到科考船上去感受，下午去科研机构对话研究员，最后请科技城内的在读硕士生、博士生分享科研经历。”陈楚倩说。在这里，导游进化为知识的翻译官与研学的组织者，其价值不再依赖购物返佣，而是体现在专业服务本身。

海南逍遥旅游集团尝试打造的“逍遥”系列产品，摒弃传统导游称谓，改称“管家”。“管家不仅要持有导游证，从业经验须达到一定年限，而且要积极回应游客需求。”三亚民间旅行社有限公司副总经理林瑜解释。这意味着，高端定制游从业者必须具备行程规划、文化讲解、突发事件处理乃至情绪价值提供的综合能力。

文博讲解赛道同样在重构。作为国内博物馆深度讲解的标杆品牌，成都任性科技有限公司旗下的“大咖说”致力于“让千万人爱上博物馆”，目前已汇聚400余名金牌讲师、800余名签约讲师，以“知名讲师IP+小团深度讲解服务”模式年覆盖游客约80万人次。

“‘大咖说’本质上是面向自由行、文博爱好者，为他们提供沉浸式的知识增量服务。”该公司总经理毕胜介绍，与传统导游“带人走”不同，文博讲解员的核心竞争力在于“带人懂”，用专业知识打通游客与文物之间的时间壁垒。

新玩法还在不断涌现。景区里与游客对戏的NPC、跟着镜头走的旅拍定制、沉浸式夜游里的剧情引导、直播间里的“云导游”……这些岗位大多不叫“导游”，干的却是导览、讲解、带玩的活。河北省旅游协会副会长兼导游分会主任委员杨磊认为，传统导游岗位对年轻人的吸引力在下降，文旅新业态却正吸引另一批年轻人加入。

“导游不会消失，只会在细分中重塑价值。”北京旅游学会副秘书长张慧英说。流水线式导游发出“英雄迟暮”的喟叹，深耕专业、沉淀人文素养的新型导游，则在市场与行业的期盼中迈向新生。

深耕人文服务

平台经济与技术工具，正在从底层改写导游的生存法则。《2026小红书文旅兴趣出游种草指南》显示，2025年小红书月均旅游相关搜索超24亿次，旅行兴趣月活用户量超2.3亿，月均新增文旅笔记2100余万条。

当线上攻略的详实程度远超传统导游词、AI能在数秒内生成个性化行程、在线旅游平台让机票酒店价格变得透明，游客自主规划能力大幅提升，导游传统的“信息中介”价值被持续稀释。

耐人寻味的是，技术越普及，游客对“人”的珍视反而越强烈。越来越多游客愿意为专业讲解付费、跟随本地向导探索城市的小众角落。这种对人的价值的重新发现，让专业化、个性化的导游服务需求持续增长。

AI能精准复述景点的年代、参数等标准化信息，却讲不出人文温度与情感故事；能规划最优路线，却无法应对即兴提问，更难在团队氛围低落时调动情绪。这种人机差异，倒逼新型导游向AI难以企及的人文、情感领域深耕。

“未来，及时捕捉并回应游客的情绪需求，将成为导游的核心竞争力。”中国旅游研究院研究员杨劲松说，只会机械背诵讲解词、安排标准化行程的传统导游，会受到智能工具的更大冲击，唯有与游客建立深度情感共鸣，才能在行业大浪淘沙中留存下来。

入境游的爆发式增长，让外语导游成为另一条热门赛道。国家移民管理局数据显示，今年前8个月，全国口岸查验出入境外国人6128.7万人次，同比增长19.5%。在线旅游平台数据显示，2026年以来，入境游客在中国境内平均停留5.1天，同比提升11%。张慧英认为，入境导游既要熟练掌握语言，也要夯实文化功底，练就把中国传统旅游资源转化为海外受众共情故事的叙事能力。

说到底，导游提供的不只是信息，更是一段被理解、被照顾的旅程。风景可以复制，路线可以规划，唯独人与人之间那份临场的互动无法预设。这恰是算法算不出的部分，也是这个职业在技术浪潮里最硬的底气。

多元拓展客源

自媒体IP型导游，是渠道变革中最具代表性的一类。他们通过短视频平台、社交媒体打造个人IP，以“专业靠谱、深谙本地”的人设精准吸引游客，实现业务转化。今年47岁的李静是较早尝试转型自媒体的户外导游，20年带团经验让她能随口报出川西每一条小众线路的最佳观景时间。

“2024年起，公司开始有意识地打造导游IP，引导有余力的导游借助直播、短视频等形式宣介四川景点、美食。”目前李静全网粉丝数已超20万，既是公司引流拓客的窗口，也是传播在地文化的鲜活载体。

平台端的变化同样明显。携程最新数据显示，平台导游库现有在册导游近3万名，认证金牌导游超3000名，自营产品中“金牌导游”派单占比达77.6%，优质导游服务逐步成为行业标配。

“鼓励导游向‘一专多能’转型，主动进军研学旅游指导师、旅游定制师、文旅主播等新工种。”杨磊认为，导游应成为内容生产者，旅行社则应转型为流量运营者和合规保障者，双方从传统的“雇佣—派单”关系，进化为“内容IP+流量平台”的共生关系。

《旅游强国建设“十五五”规划》提出，加快培养跨专业、跨领域的复合型、技能型人才，组织实施文化和旅游人才培育计划。流量逻辑正在重构，专业门槛持续抬升。对导游来说，赛道变了，“把游客放在心上”的内核没变。谁能在市场需求与游客期待之间找准位置，把人文温度与专业素养揉进每一次带团中，谁就能在市场洗牌中站稳脚跟。

发展民生谈

蒋波

社会救助是民生保障的重要防线。前不久召开的国务院常务会议提出，要健全社会救助体系，积极拓展社会救助内涵，全面推进照护、关爱等服务类社会救助，落实就业、以工代赈等发展型救助措施。这意味着，社会救助将从单一物质保障向更加综合的保障模式拓展。

长期以来，社会救助多以发放救助金、保障基本生活物资为主，重在救急解难。然而，民生之困从来不只是缺钱。救助金可以缓解一时之困，却未必能从根本上解决长期之忧，对许多困难群众来说，有的难题甚至无法用钱来解决。比如，老人需要照料，病患需要陪护，有劳动能力的困难群众需要稳定工作等。

困难群众的需求是多元的，社会救助也不应局限于单一方式，而要通过精准识别、创新服务供给以及提升困难群众可持续发展能力等途径，加快构建“物质+服务”的多元救助格局，把救助兜底保障网织得更密、更暖、更有韧性。

首先要找准“人在哪”。不少低保家庭、重病重残家庭，往往因一场大病、一次意外就陷入困境，完善社会救助体系，就要构建科学的风险识别体系，打通民政、医保、人社等部门的数据壁垒，搭建动态监测平台，设置分级预警指标，通过大数据比对捕捉风险苗头。同时，依托基层网格员、村干部、社区工作者的力量，对隐形困难、潜在风险家庭实现早发现、早介入、早帮扶。

其次要厘清“谁来帮”。不仅要精准识别谁需要帮助，更要精准找到谁能提供帮助、怎样把帮扶送到位。眼下照护、关爱类服务供给偏薄，专业机构进不了村、进不了社区，群众想买也买不到、买不起。破题要双向发力：一头培育基层服务力量，支持社工、养老、社区组织参与救助，与乡镇村社建立稳定合作；一头把购买服务的规矩立起来，按内容、专业程度、实效合理定价，配上过程监督、对象评价和动态退出，让提供服务的人有合理收益，让接受服务的人真正受益。

最后要着眼“怎么走远”。救助金侧重“输血”，只能解一时之急；真正拔掉穷根，还需“造血”赋能。完善社会救助体系，应推动就业帮扶与产业发展、项目建设相结合，因地制宜谋划一批投资适度、用工需求较大、劳动技能要求适宜的项目，让有劳动能力的困难群众实现就近就业。同时，健全职业技能培训、岗位推荐和就业跟踪服务体系，帮助困难群众从临时性就业转向稳定就业。

红色沃土花茂

赓续长征精神 奋进复兴征程

本报记者 钟子琦 吴秉泽

白墙灰瓦的民居沿山错落，青石铺就的乡愁小道上，游客三三两两；“红色之家”农家乐小院里，盬子鸡在灶上咕嘟冒泡，香气漫出院墙；陶艺馆体验区内，笑声一阵接一阵……走进贵州省遵义市播州区枫香镇花茂村，一幅产业兴、乡风美、百姓富的和美图卷徐徐展开。

1935年3月，中央红军长征途经花茂村，与当地群众结下鱼水深情，留下一段珍贵的红色记忆。2015年6月，习近平总书记来到花茂村考察，高度肯定该村把扶贫开发与富在农家、学在农家、乐在农家、美在农家的美丽乡村建设结合起来的做法，叮嘱村党支部、村委会和村干部心往一处想、劲往一处使、汗往一处流，共同把乡亲们的事情办好。

近年来，花茂村持续深挖红色资源，把红色文化融入乡村旅游，推动传统技艺传承创新，大力发展餐饮、民宿等新业态，探索农文旅融合发展，打造乡村旅游特色村。

揉泥、拉坯、塑形……母氏陶艺馆内，土陶制作技艺第四代传承人母先才手捧黏土、脚踩电动陶轮，3分钟工夫，一只土陶瓶泥坯便脱手而成。依托日渐红火的红色文旅产业，传承数百年的花茂土陶烧制技艺告别老旧模式，朝着小而美、精而优的方向迭代升级，茶具、摆件、花瓶等特色文创土陶走出大山、销往全国。

“搭上红色旅游的快车，老手艺不但没丢，还更值钱了！”母先才介绍，目前陶艺馆[illegible]常年开展研学体验，年收入最高可达30万元。

“花茂人家”文创工坊创始人张胜迪则把红色文化巧妙融入作品设计。她将古法造纸技艺与压花艺术结合，把红色文化、土陶文化融入创作，制成独具特色的纸浆压花画，还推出小夜灯、油纸伞、团扇等文创产品，深受游客喜爱，被誉为“能带走的乡愁”。

2016年，张胜迪通过“凤还巢”人才引进计划返乡创业，用10年时间将昔日小作坊发展为10余人的创作团队，吸引青年创客、书画家齐聚，让古法造纸衍生出多款文创产品。

如今的花茂村已成为近悦远来的乡愁故园、兴业乐园、致富田园。2025年，村民人均可支配收入达2.97万元，游客接待量超过71万人次。花茂村党总支书记祝焦表示，将带动村民传承好红色基因，一茬接着一茬干，持续做强乡村特色产业，做优农村人居环境，不断擦亮村民幸福生活底色。

一村蝶变，映照全域振兴。近年来，遵义因地制宜将全市村庄划分为“一类带动引领村、二类改进提升村、三类补短追赶村”，聚焦“富、学、乐、美”四项重点任务，分类推动1728个有乡村建设任务的村（社区）完善基础设施、发展乡村产业、优化乡村治理，构建起梯次推进、分类施策、全域提升的和美乡村建设新格局。

本版编辑 林紫晓 丁鑫 美编 倪梦婷

银价起伏 管住风险放首位

本报记者 翟子豪

近期，白银市场波动放大，价格出现阶段性回调。从全年看，内外盘银价大体呈现年初冲高后回落、三季度短暂反弹、四季度持续走弱的态势，波动显著大于黄金。目前，银价自年初高点回落后，已处于年内低位区间。本轮白银波动是多重因素共振的结果，既受到工业周期调整、终端需求转变的压制，也受到宏观金融条件变化影响。

同为贵金属，白银的回调幅度与黄金形成分化。“原因在于定价锚与市场结构的双重差异。”南开大学金融学教授田利辉分析，黄金的价值主要来自货币属性、避险需求与央行储备，白银则有相当部分由光伏、电子等工业需求支撑。宏观预期逆转时，黄金仅承受金融属性回调，白银则同时遭受工业需求走弱与金融属性回撤的双重打击。

定价锚的差异，构成金银行情跌幅分化的底层逻辑，而通胀上行持续压制实体经济需求，成为带动银价走弱的现实推手。“地缘局势推升油价，带动市场对通胀的担忧，美联储加息预期升温，实际利率也随之上行。”中信建投期货研究发展部贵金属及光伏首席研究员王彦青指出，此前市场普遍的降息预期持续降温，美债实际收益率走高、美元指数走强，偏紧的利率环境一方面抬升贵金属资产持有成本，另一方面压制实体经济需求、削弱市场购买力，白银的工业消费受到拖累。

“本轮回调中，宏观因素是催化剂，投机资金则主导波动幅度。”王彦青分析，“今年以来银价大幅回撤，主要就是投机资金在撤出。平仓力量的集中释放，放大了价格调整的幅度，而宏观因素始终主导着行情变化方向。”

资金面出清之外，白银供需格局正在发生结构性转变。世界白银协会预测，今年全球白银市场仍将维持缺口，为连续多年短缺。结构性数据透出隐忧，光伏用银明显下降，为有记录以来少见的大幅回落，工业需求净增量走弱。

库存方面，上海期货交易所白银库存9月至10月有所回升，伦敦金银市场协会可流通库存较前几年峰值明显减少，流动性整体偏薄。从更长周期看，白银的工业属性使其需求结构对产业技术路线变化较为敏感，光伏等领域用银强度的调整，正在改变市场对短缺持续性的预期。“期货市场由边际资金定价，管理基金的大规模净卖出，使空头力量远大于实物缺口的即时买盘。”田利辉说，“短缺是跌不深的理由，而非必大涨的理由。”

“从过去几年看，光伏对白银的需求大幅增长，但并未带动白银价格明显上涨，去年乃至今年光伏需求整体放缓，其对白银价格的方向性影响相对较弱。”王彦青认为，光伏需求属于慢变量，此前光伏需求扩张带来的短缺没有推升银价，当前需求回落同样难以形成持续的下行驱动力，供需端并不是本轮调整的主要矛盾，宏观环境与市场情绪才是主导行情变化方向与波动幅度的关键力量。

在宏观、资金多重因素交织之下，研判行情需要锚定关键观测指标。王彦青认为，宏观逻辑尚未发生根本改变，实际利率与地缘局势仍是观察行情走向的重要坐标。

“白银正处于光伏去银化与AI需求接棒之间的换挡期。”在田利辉看来，产业过渡期白银工业需求净增量短期内难以恢复，即便银价迎来阶段性修复，缺少新增需求托举的反弹也很难持续，中长期定价逻辑的重塑尚需等待产业端新需求形成规模。

对投资者而言，比预判具体点位更重要的，是厘清认知、管住风险。“当前需要注意的是把长期缺口当作短期买入信号的认知偏差。”田利辉提醒，连续短缺描述的是远期供需叙事，决定当下价格的则是即期宏观环境与边际资金。贵金属市场波动剧烈、杠杆风险尤甚，普通投资者应立足自身风险承受能力，坚持长期配置、分散布局，避免追涨杀跌和过度使用杠杆，理性看待市场起伏。