



高端旅游周刊

Business Travel Weekly

总第228期 今日4版 每周四出版
联合主办 北京市旅游发展委员会 北京商报社
主编 钱瑜 执行主编 关子辰



BBTravel订阅号

A1-A4

2017.4.20

滴滴导游坎坷前行

如今距离国家旅游局在江浙沪、广东、吉林长白山、湖南长沙等城市启动的导游自由执业试点工作已经近一周年，滴滴模式的导游不断涌现。北京商报记者通过采访获悉，在这一模式之下，导游分级成为关键，由此导游的薪资制度才能最终得到改善。然而，这样的导游分级不容易，分级标准是哪些？监管如何进行？以国家旅游局曾经批复的进行导游管理改革创新的企业之一久柏易游为例，该公司计划按照40多项因素对导游进行分级，由此导游也能够给出不同的定价，游客按需选择导游，实现导游的商品化。久柏易游的蓝图并非首例，早在2015年，途牛就联合携程、驴妈妈、去哪儿等启动“金牌导游点评”，但各家仍处于单打独斗的状态，基于全行业的评价体系尚未建立。



网约导游崛起

关于导游的变革在近两三年的时间里层出不穷，从找出原因到实施新政，中国的导游体制正在经历多重改变。因不合理低价游问题推出的导游薪酬制度问题，从导游挂靠旅行社到如今的导游自由执业，从依靠购物返点到导游点评奖励，在政策大调整的背景之下，导游分级也应运而生。

北京商报记者调查了解到，目前行业中已经出现了越来越多的网约导游平台，除了OTA等推出此类举措之外，也开始出现第三方平台的网约导游模式。比如，今年3月底刚刚公布融资消息的“旅游到我家”、国家旅游局批复的进行导游（领队）服务平台试点的“上海久柏易游信息科技有限公司”（以下简称“900游”）等。900游创始人高宏久对北京商报记者表示，以前导游被认为是“民间外交家”，现在则成为了“过街老鼠”，导游一般都会说自己在旅行社工作，不太愿意说自己是导游，但实际上，导游其实具有商品属性。

高宏久也谈及了自己在日本的经历。他表示，由于自己对日本非常熟悉，按照“网约导游”的模式，自己其实可以做一个为“跟老高游日本”的团，提前一年规划出几条线路，比如去哪里看烟花、去哪里可

以吃到好吃的米饭、去哪里吃海鲜等，之后通过朋友圈等途径公布这些信息，如果反馈不错，接下来就可以与旅行社和票务工作合作，并进行收客。而在实际中，这样的导游已然存在。高宏久介绍，浙江一个导游每年接收18个团，不算购物在内，已经可以年赚百万。“这名导游非常有心思做客户管理，一直有稳定的客户。”高宏久说道。除了这样的团模式，900游的平台上亦有不少当地导游，为自由行游客提供当地向导服务。

实际上，自从导游自由执业开始之后，“网约导游”就开始慢慢出现于市场，不仅900游在做这样的事，携程、途牛等也启动了网约导游的计划。早在去年9月，携程导游平台就迎来了第一单生意，这一业态的重点就在于“明码标价”。此外，途牛、同程等都在自己的平台上上线了预约导游的功能。在同程的系统中，已经有超过1万名专职和兼职导游，其中招募的全职导游占半数以上。

分级才是核心

网约导游的模式也直接改变了导游的薪酬制度，而导游的分层则是导游薪酬制度变革的第一步和基础。“既然导游是商品，那么导游的分级是核心，这是我们花费精力最多的地方。”900游创始合伙人

刘宏宇说道。

与他持有统一看法的还有同程旅游相关负责人。同程旅游相关负责人表示，“导游作为整个导游服务链条的关键一环，如何通过改革导游评价、导游薪酬等体系激发导游的积极性，激励优秀导游回归服务本身。导游评级体系是导游薪酬制度改革的第一步和基础。导游薪酬制度改革的关键在于建立一个覆盖全行业的导游评价体系”。

途牛认证的“金牌导游”范晓娟曾对北京商报记者表示，国内旅行社价格战猖獗，各方为了争取消费者而极力降低成本，但住宿、交通方面的成本基本无法规避，导游的服务费便成为旅行社开刀的对象。对此，早在2015年，国家旅游局等三部委就联合推出《进一步加强导游劳动权益保障的指导意见》（以下简称《指导意见》），规定旅行社要对签订劳动合同的导游提供工资+带团补贴+奖金+社会保险等薪资。而在网约导游的模式中，营收不再是依靠以往的返点。

仍有难点需突破

在具体操作中，游客的点评就成为了导游分级的重点考核，高宏久表示，希望通过游客的点评能够规范导游的行为。不过，要做到有分层不容易，适时、高效的

评价体系需要花费大量精力方能完成。

900游方面介绍，在导游的分级考核中，首先要吸引足够数量的导游进入这个平台，如此进行的后台数据采集才更有说服力和参考价值，其次，在个别地点还将进行面审环节。“我们希望能够从主观和客观多方面考核导游的素质，目前在我们的体系中，导游考核的参考因素已经有40个，其中包括了一部分国家旅游局的硬性规定。”

其次，目前导游分级还处于建设期。同程旅游方面表示，目前导游评级的制度建设还在推进中，尤其是网络评价体系的建设还在探索中，尚未形成一个适用于全行业的评价体系，动态的导游服务网络评价体系是导游服务质量管理的关键环节。

然而，由于缺乏覆盖全行业的基础数据库和评价体系，各家基本是在独立推进自己的导游评价及评级体系，与各自的业务生态是密切相关的，侧重点和发展方向也有较大区别。“导游社会化改革作为一个顶层设计，必须要有一个开放的、覆盖全行业的数据库、导游库，建立自由执业导游的准入、评级、薪酬、退出等方面制度体系。”同程相关负责人表示。

北京商报记者 关子辰 白帆/文
宋媛媛/漫画