

“互联网+”背景下西安韩语定制化导览服务模式构建与实践研究

杨 涵 王 博

西安翻译学院 陕西 西安 710105

摘要：本文立足西安中韩跨境旅游市场实际需求与行业现状，构建并实施以语言和文化为核心的韩语定制化导览服务模式。该模式借助互联网技术与高校学科资源，通过构建基础支撑、设计核心架构以及分阶段实践，推动导览服务向垂直化、智能化和生态化发展。模式聚焦韩国游客语言交流与文化体验需求，整合导游、非遗和智能技术资源，形成涵盖需求捕捉、服务供给和优化调整的完整闭环。实践表明，该模式提升了跨境旅游服务的专业性和适配性，为类似语言定制化旅游服务项目提供了可操作的实践框架和推广方案。

关键词：互联网+；韩语定制化导览服务模式；构建；实践

引言：中韩跨境旅游市场的持续升温为西安文旅产业注入强劲动力，韩国游客对历史文化深度体验的需求日益凸显。现有旅游服务平台多以英语服务为主，韩语导览资源分散、服务质量参差不齐，难以满足游客对专业语言支持与文化解读的双重期待。互联网技术在资源整合、智能匹配、流程优化等方面的成熟应用，为这一行业痛点的解决提供了关键路径。本文立足西安旅游市场特色与高校朝鲜语专业优势，系统构建“互联网+”背景下的韩语定制化导览服务模式，通过分阶段实践与动态优化，填补韩语专业导览服务空白，在提升韩国游客旅游体验的同时，推动高校产学研融合与文旅产业国际化升级。

1 西安韩语定制化导览服务模式构建的基础支撑

1.1 学科与人才资源支撑

本团队学生经过系统专业训练，多数取得 TOPIK 高级语言证书，具备良好的韩语听说读写能力；在日常学习中，学生们接触过各类跨文化交际案例，部分学生还参与过中韩文化交流、旅游志愿服务等活动，能够较好地了解韩国游客的语言习惯和服务需求。指导教师团队成员均有韩国留学经历，在中韩文化差异、旅游文化传播等方面有一定研究，部分教师参与过相关课题研究，发表过学术论文，为服务模式的文化和专业方面提供了一定指导。学校有韩国文化体验馆、语言实训室等基本硬件设施，可满足导游模拟培训、服务流程演练等简单实践需求^[1]。组建的导览团队，联合学校实训中心开展导游证考前培训、文化讲解基础训练、跨文化沟通简单模

拟演练等培训，形成专业教育与实践培训结合的人才培养方式，为服务模式输送有一定语言和旅游知识的复合型人才。

1.2 技术与平台资源支撑

项目初步设计了韩游导览通平台，整合了智能匹配、实时语音翻译、行程规划等基本功能模块，为服务模式线上实施提供基础技术支撑。与IT团队合作开发后台管理系统，实现用户端、导游端、后台管理端的基本功能协同和数据互通，保障服务流程有一定数字化程度。平台嵌入的中韩双语实时转写工具，能处理一些常见语句的转换，基本满足服务沟通需求。智能匹配算法根据游客位置、预算、兴趣和导游语言等级、讲解风格等数据，进行供需双方大致配对。行程规划引擎结合景点开放时间、游客基本偏好等因素，调整景点顺序和停留时长。服务器部署和支付系统完成初步设置，技术团队能根据基本需求对系统功能进行优化。

1.3 行业与数据资源支撑

与西安本地部分旅行社、1家非遗工坊初步达成合作意向，涉及部分核心景区导览资源，尝试构建导览加文化体验的服务链条。有与韩国地接社合作的初步想法，以拓展韩国客源渠道。通过简单市场调研，收集了一些中韩旅游人次数据和用户需求信息，大致了解韩国游客旅行倾向、消费习惯、语言服务需求和文化体验期望，为服务模式定位和产品设计提供一定参考^[2]。调研过程中注重挖掘韩国游客的个性化需求，区分不同群体的旅游偏好，为后续产品分层设计提供依据，同时收集行业内同类服务的经验教训，避免重复建设和服务短板。学校图书馆藏有一定数量的语言类、旅游类相关书籍，可提

论文来源：西安翻译学院大学生创新创业训练计划项目，项目编号:X202512714119

供部分学术资料查询服务, 为服务标准与流程设计提供基础参考。

2 西安韩语定制化导览服务模式的核心架构设计

2.1 垂直化服务定位与产品分层

服务模式聚焦韩语使用场景的细分领域, 不同于通用型导游平台的广泛服务, 尝试挖掘韩国游客对西安历史文化的基本体验需求。垂直化定位打破了传统导览服务的同质化困境, 专注于韩语导览这一细分市场, 集中资源提升服务的专业性和针对性, 精准对接韩国游客的核心需求, 打造具有差异化优势的服务品牌。产品体系采用分层设计, 基础讲解服务针对散客, 提供核心景点历史文化介绍、基础沟通帮助和行程引导, 满足游客基本旅游需求; 高端定制套餐面向企业考察团和深度游客, 提供个性化行程规划、专属导游部分时段服务、非遗体验定制等服务, 适应不同游客群体差异。产品分层充分考虑不同游客的消费能力和旅游需求, 基础服务保障游客的基本游览体验, 高端定制服务则满足游客的个性化和深度体验诉求, 同时在两种产品中均融入文化适配元素, 让服务更贴合韩国游客的认知习惯。产品设计注重文化元素融入, 将景点资源与韩国游客认知习惯、文化偏好结合, 调整讲解内容趣味性和适配性, 在韩国游客关注的礼仪习俗等方面提供讲解和指导, 开发有一定特色的服务产品。

2.2 智能化服务流程与功能整合

线上平台尝试实现部分流程数字化运营, 构建需求提交-智能匹配-服务执行-反馈调整的服务流程。数字化流程简化了游客与导游的对接环节, 减少了人工干预, 提高了服务效率, 同时实现了服务全流程的可追溯, 便于后台对服务质量进行监管和优化, 提升服务的规范性和可靠性。游客通过微信小程序可完成在线预订、需求填写、导游选择、行程确认、支付评价等基本操作, 简化服务对接环节, 提升预订便利性。智能匹配系统根据游客位置、预算、兴趣和导游语言等级、讲解风格等基本数据, 进行供需双方大致配对, 减少供需不匹配情况^[3]。智能匹配系统不断优化算法, 结合用户反馈和服务数据, 提升匹配的精准度, 让游客能够快速找到符合自身需求的导游, 同时让导游的专业优势得到充分发挥, 实现供需双方的高效对接。文化模块嵌入非遗工坊档期预约功能, 让游客了解体验大致时间, 应急服务模块有一键呼叫翻译功能, 应对基本突发沟通需求, 同时整合部分紧急医疗翻译、行程调整咨询等服务, 覆盖旅游过程中部分突发情况。

2.3 生态化资源整合与协同机制

尝试构建游客-导游-高校-行业的初步协同体系, 实现各类资源的基础整合。生态化协同体系打破了各主体之间的壁垒, 实现资源共享、优势互补, 形成多方共赢的发展格局, 既保障了游客的旅游体验, 又为导游提供了发展平台, 同时推动高校人才培养和行业产业升级。为游客提供行前文化介绍、基本紧急医疗翻译、行程回顾等部分增值服务, 行前通过线上资料帮助游客了解西安文化背景和旅游注意事项, 行中提供基本导览和应急帮助, 行后通过评价反馈增强用户联系。为导游提供部分语言培训资料、服务标准说明和讲解技巧基础培训, 建立考核方式, 提升导游基本专业水平, 稳定导游资源。通过建立完善的导游培训和考核机制, 规范导游服务行为, 提升导游的专业素养和服务意识, 同时为导游提供成长空间, 增强导游团队的稳定性和凝聚力。高校将项目部分实践数据和服务案例融入朝鲜语专业教学, 优化人才培养方式^[4]。与西安本地旅行社、非遗工坊建立初步合作机制, 明确基本服务流程和质量要求, 保证导览服务和文化体验基本连贯。通过与韩国旅游机构合作宣传, 扩大部分客源渠道, 提升服务模式在韩国市场一定知名度, 构建可持续发展体系。

3 西安韩语定制化导览服务模式的实践路径与优化

3.1 筹备阶段的需求调研与资源整合

筹备阶段项目团队到西安部分核心景区进行实地调研。通过发放中韩双语问卷、与部分文旅部门人员交流、观察游客基本行为等方式, 大致了解韩语游客在语言服务、文化体验、行程安排、支付方式等方面的需求和期望。实地调研注重真实性和全面性, 团队成员深入景区与韩国游客面对面交流, 倾听游客的真实诉求, 同时结合文旅部门的行业建议, 全面掌握市场现状和需求痛点, 为服务模式的构建提供坚实的现实依据。调研涉及部分不同年龄段、消费层次、旅游目的的韩国游客, 收集其对景点选择、讲解深度、服务形式等方面的偏好信息, 形成需求分析报告。需求分析报告对收集到的信息进行系统梳理和分析, 明确不同群体游客的核心需求和潜在需求, 为产品设计、流程优化和资源整合提供具体指导, 确保服务模式能够精准对接市场需求。同时开始构建资源网络, 筛选专业学生组建导览团队, 联合学校实训中心开展导游证考前培训、文化讲解基础训练、跨文化沟通模拟演练等培训, 提升团队基本服务能力。与1家非遗工坊初步达成合作意向, 设计导览加手作体验产品, 明确基本体验流程、时长等, 形成资源合作清单, 为平台开发和服务实施提供一定数据和资源支持。

3.2 平台开发阶段的功能攻坚与测试

平台开发阶段, 技术团队利用学校资源, 完成韩游导览通微信小程序部分核心功能开发和优化。技术团队注重功能的实用性和稳定性, 结合需求调研结果, 针对性开发贴合韩国游客需求的功能模块, 同时不断优化代码, 提升平台的运行速度和流畅度, 避免出现卡顿、闪退等问题, 保障用户使用体验。对智能匹配算法进行基本调整, 根据游客需求数据和导游资源数据, 大致优化匹配方式; 完善文化模块部分功能, 实现非遗体验档期预约、部分文化知识点推送等功能; 强化安全保障模块, 完成支付系统基本设置、用户信息保护等。安全保障模块重点关注用户信息安全和支付安全, 采用先进的加密技术, 防止用户信息泄露和支付风险, 同时建立安全应急机制, 及时应对各类安全问题, 增强用户使用平台的信任感。邀请部分韩籍学生、旅游行业人员参与界面测试和功能评估, 收集关于韩语表达、操作流程等方面的反馈意见, 对小程序进行优化。开展内部模拟运营, 模拟部分服务流程, 测试平台基本稳定性、订单处理情况等, 排查并解决部分系统问题, 确保平台能基本运行^[5]。

3.3 试点运营阶段的场景验证与动态优化

试点运营阶段, 选择大雁塔-大唐芙蓉园部分区域开展试点, 检验服务模式效果和适配性。选择该区域作为试点, 是因为其作为西安核心文旅景区, 韩国游客流量较大, 且涵盖了历史文化景点和休闲体验场景, 能够全面检验服务模式在不同场景下的适配性和实用性, 为后续全面推广积累经验。推出阶梯式服务产品, 同步上线基础讲解服务与部分高端定制服务, 满足自由行散客、家庭游客等不同群体的需求。运营期间采集数据, 通过平台后台查看部分订单情况、用户评价等, 安排学生跟单记录游客基本行为和反馈信息, 形成运营数据报告。数据采集注重全面性和针对性, 不仅收集订单量、满意度等基础数据, 还重点收集游客对服务内容、流程、导游专业水平等方面的反馈, 为服务模式的优化提供精准

的数据支撑。每周复盘, 针对试点问题进行调整: 针对韩国老年游客移动支付问题, 增加线下收付方式; 针对文化讲解问题, 补充讲解内容; 针对导游资源问题, 调整匹配和排班方式; 针对非遗体验预约问题, 简化预约流程。

结语

在互联网背景下, 西安韩语定制化导览服务模式通过学科人才、技术平台、行业资源基本融合, 构建了垂直化、智能化、生态化的服务体系, 一定程度上缓解了跨境旅游中的语言和文化问题。该模式的构建与实践, 打破了传统导览服务的局限, 将互联网技术与语言文化服务深度融合, 形成了具有鲜明特色的服务模式, 为跨境旅游服务的升级提供了新的思路和方法。分阶段实践使模式具有一定可行性和适配性, 从需求调研到平台开发再到试点优化, 形成实践推进机制。该模式基本满足了韩国游客旅游需求, 提升了西安文旅服务一定国际化水平, 为高校朝鲜语专业产学研融合提供了参考, 实现了一定人才培养、产业发展和文化传播价值。未来可尝试拓展韩国客源渠道、丰富非遗体验产品、深化智能技术应用等, 推动服务模式向规模化、标准化方向发展, 为西安文旅产业发展提供一定动力。

参考文献

- [1]薛菊华,肖拥军.生态旅游景区英文导览信息服务功能评价——以武汉市东湖磨山景区为例[J].湖北农业科学,2020,59(20):209-214.
- [2]黄凯.移动智能设备在导览服务中的应用与设计分析[J].信息与电脑,2022,34(12):146-148.
- [3]石晶.基于移动互联网的智能校园双语导览与数据采集系统的研究[J].信息技术与信息化,2020(11):173-175.
- [4]王庆月,王灿,仝镇熙.基于微信小程序的校园导览系统开发[J].电脑编程技巧与维护,2023(11):79-81,109.
- [5]张才飞,丁嘉颖,张溶洋,等.智能电子导览平台存在问题及对策研究[J].西部旅游,2021(11):197-198.