



人工智能进一步改变在线旅游机构。
受访者供图

从“平台入口”到“信任基础设施”： 国际标准化让在线旅游机构“更值得托付”

姚 歆

近日,国际标准化组织旅游及相关服务技术委员会在线旅游机构工作组(ISO/TC 228/WG19)第9次会议在浙江杭州召开。这次会议已不仅仅是一次例行技术讨论:《旅游及相关服务 在线旅游机构(OTA)在线住宿预订平台服务指南》(ISO 9468:2025)已经发布,《旅游及相关服务 在线旅游机构(OTA)术语》(ISO 18463)将进入委员会草案阶段,《旅游及相关服务 旅游景区在线预订平台服务指南》(ISO 9470)也继续推进研制。在线旅游机构(OTA)国际标准化由此显现出清晰脉络:从单一场景的服务规范,迈向覆盖术语、住宿、景区和平台治理的体系化建设。

过去10多年,OTA深刻改变了旅行的起点。游客已不再从机场、酒店大堂或景区入口开始旅程,而是从平台页面开始:搜索目的地、比较价格、阅读评价、确认订单、支付费用、接收凭证、联系售后。平台成为旅游消费入口,其规则影响整个旅游生态的透明度、公平性和可预期性。

OTA的繁荣,本质上是一场信任迁移

平台不只是交易渠道,更是信息真实性的守门人、交易结构的设计者、评价秩序的维护者、纠纷处理的协调者和数据安全的责任人。用户能否看见真实价格、理解关键条款、获得有效救济,已经成为衡量平台价值的重要尺度。标准化的任务,不是限制创新,而是为创新划定可信边界,让竞争发生在更加清晰、透明、可验证的

规则之上。

ISO 9468选择住宿预订作为切入口,正是因为这是OTA服务中较高频、较典型、也较容易产生争议的场景。到店无房、无法取消、描述与实际不符、敏感信息泄露等问题,长期消耗用户对平台的信任。该标准的重要价值,在于把抽象的“可信任”转化为可操作的服务环节,包括平台责任、信息显示、搜索浏览、订单确认、支付服务、退改取消、评价管理、客户服务、争议解决、应急服务、隐私保护、信息核验和持续改进等。它强调诚信、透明、真实性、问责、可及性、包容性、隐私与安全保障,也要求价格政策、税费、优惠条件和退改规则在关键节点清楚呈现。

更重要的是,ISO 9468把平台、服务提供者和用户放在同一套信任机制中理解。平台不能以“撮合交易”为由淡化责任,酒店等服务提供者也不能把线上展示外包后放弃真实性义务,用户则应在充分知情基础上作出选择。标准化所要建立的,正是多方责任的合理分配:平台负责规则和流程的可见、可核验、可追溯;服务提供者负责产品和服务承诺真实可履行;用户在清楚理解规则后完成交易。这种责任平衡,是数字旅游生态可持续运行的基础。

从“一个场景怎么做”上升为“一个领域如何共同讨论”

杭州会议后,ISO 18463进入委员会草案阶段,标志着OTA领域共同语言正在形成。术语标准是国际规则能够持续拓展的前提。在不同国家、平台和监管语境中,“预订”“预约”“订单确认”“取消责任”“用户生成内容”“信任指标”等概念可能存在差异。这就难以形成可比较、可执行、可互认的服务规范。ISO 18463覆盖预订管理、价格支付、搜索筛选、账户管理、旅游服务信息、客户服务、评价内容、信任指标、欺诈检测等内容,表明OTA标准化正在从“一个场景怎么做”上升为“一个领域如何共同讨论”。

在共同术语逐步形成的基础上,景区在线预订平台服务指南的推进,意味着OTA标准化开始进入全链条阶段。今天的OTA已不只是订酒店、订机票的平台,而是连接门票、演艺、当地玩乐、交通接驳、餐饮购物、导游服务和跨境支付的综合入口。景区预订比住宿预订更受容量约束,也更依赖多主体协同。最大承载量、分时预约、实名购票、电子票核验、特殊群体优惠、外籍游客证件适配、不可抗力退改等,都直接影响游客现场体验和目的地形象。

因此,景区预订标准的关键,不仅让线上交易顺利完成,而且确保线上承诺能够在线下兑现。平台需要准确展示景区名称、营业时间、产

品内容、入园规则、剩余名额、交通指引、服务设施、咨询投诉渠道和特殊提示;也需要在支付完成后及时推送订单号、电子票、核验方式和注意事项。对于老年人、残障人士、外籍游客和亲子家庭,平台还应提供更具备包容性的证件、语言、支付和入园支持。

OTA标准化还与全球数字平台治理趋势相呼应。随着大型平台拥有更强的流量入口和交易控制力,排序不透明、不公平条款、佣金压力、数据边界模糊等问题更容易被放大。未来平台责任将从事后补偿转向事前设计,在信息显示、排序机制、支付流程、商家管理、评价治理、数据保护和应急响应中预先嵌入责任机制。

人工智能(AI)正在进一步改变OTA。智能推荐、自动客服、行程生成、动态定价、评价审核和风险识别提高了效率,却也带来信息茧房、价格歧视、错误屏蔽、误导性内容和申诉困难等新风险。ISO 18463已关注“AI行程助手”等新概念,说明OTA标准化正在为人工智能服务形态预留规则基础。AI时代的关键问题,不只是系统能否生成答案,而是推荐是否透明、定价是否公平、决策是否可解释、投诉是否可转人工、弱势用户是否受到保护。技术越强,信任底线越要清晰。

标准的生命力在于实施

杭州会议还展现了中国经验向国际规则贡献的可能。中国拥有规模庞大的在线旅游用户、复杂多元的消费场景和高度移动化的服务生态,从酒店、民宿、景区、交通到本地生活,积累了大量可转化为标准语言的实践。参与国际标准化,不是简单输出某一国经验,而是在不同市场、文化和监管条件之间寻找最大公约数,为全球旅游服务贸易提供可共享的规则工具。

标准的生命力最终在实施。OTA标准不能停留在文件中,而应转化为产品页面、流程设计、客服话术、商家协议、风控机制和企业自查表。退改规则是否下单前清楚展示、最终价格是否透明、无障碍房型是否真实可订、景区核验失败是否有备选方案、投诉是否闭环处理,都是标准落地的具体表现。只有当用户切实感受到信息更清楚、退款更顺畅、客服更有效、服务更可靠,标准才真正完成了从专家语言到公众体验的转化。

旅游是一种高度依赖承诺的服务。用户购买的往往不是已经看到的产品,而是对房间、门票、价格、评价、隐私和救济的期待。OTA让这种承诺以前所未有的速度和规模发生,也因此更需要规则、责任和信任。OTA的未来,不应只是“更会卖”,而应是“更值得托付”。

(作者系国际标准化组织管理咨询技术委员会主席)

导览机器人也能做讲解员



近日,广州市文化馆(广州市非物质文化遗产保护中心)、广州职业技术大学等共同发布“岭南数智非遗馆校企联动新模式”,广州市文化馆数字文化体验厅凭借创新的“空间联营”模式和良好的实践成效,成为数智赋能非遗的重要体验场景。

除了数字文化体验厅,在广府园推出的智能导览机器人,成为园区一道独特的风景线。这款机器人集灵活行走与智能AI大模型于一身,不仅能自主规划路线、精准避障,还能按照预设流程定点停留,为游客讲解广府园的文化背景和展品故事。同时,支持语音互动答疑,以新颖智能的游览方式,极大地增强了游客参观的趣味性与沉浸感。

图为工作中的智能导览机器人。

(本报记者 谭志红/文 广州市文化馆供图)

在数字场景中感受三秦历史



近日,陕西文旅惠民XR体验与数字内容展演中心挂牌启用暨X-Space陕西数字体验空间(陕西省文化馆店)开业。该体验空间聚焦数字内容展演、XR(扩展现实)沉浸体验和文旅消费场景拓展,通过数字内容沉浸体验等形式,集中展示文化和科技融合发展成果。

现场,人们走进体验空间,沉浸式体验腾讯云VR数字内容《临境·周秦汉唐》,在虚实交融的数字场景中感受三秦历史文化的厚重底蕴和数字技术赋能文旅体验的创新表达。

图为人们在数字场景中感受三秦历史文化。

(赵明楠 本报记者 秦毅/文 主办方供图)



专家视点

推动研学产品回归教育初心

——《研学旅游指导师国家职业标准(2026年版)》引领行业迈入“质”胜新阶段

邓德智

当“读万卷书,行万里路”的古老智慧遇上新时代“立德树人”的根本任务,研学旅游已然成为教育变革与文旅深度融合的标志性业态。近日,人力资源和社会保障部、文化和旅游部联合发布的《研学旅游指导师国家职业标准(2026年版)》(简称《标准》)正式施行。这不仅是行业首个国家级职业标准,更标志着研学行业从“野蛮生长”迈向“精耕细作”的质变新阶段。

《标准》确立了“研学旅游指导师”的职业定位,核心在于通过旅游的载体功能,激活教育的内生动力。这不仅是管理权责的厘清,更是对“游”与“学”关系的思考——让旅游服务真正服务于教育目标,让“行走的课堂”具备衡量的专业标准。这一转变为行业构建起“以文旅为体、以教育为魂”的全新价值坐标。同时,《标准》确立了“旅

游”的市场主体地位。它意味着研学不仅是学校的综合实践教育活动,也可以是由市场主体开发、多场景融合的文旅消费形态。这一转变,要求我们打破对单一资源的路径依赖,转而从广阔的社会生活图谱中萃取教育养分,将城市肌理、科技前沿、非遗工坊等转化为“行走的教科书”。

人才是行业发展的基石。国家将研学旅游指导师纳入国家职业大典、出台《标准》,构建了从四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师的完整晋升通道,将从业者的职业生命划分为4个鲜明阶段。这一制度设计,标志着研学从业人员从无名称和零散从业向专业化正规职业身份的根本性转变,打破了从业者职业身份模糊、职业发展无依托的行业困境,极大地推动了从业人员的专业能力提升和职业荣

誉感的树立。

如果说晋升体系是骨架,那么《标准》中对能力的精准解码则是行业的灵魂。它致力于打造一支“懂教育、会旅游、能策划、善引导”的复合型人才队伍,彻底改变“导游讲、老师教”的割裂状态。在这一逻辑下,4个层级的指导师不再是简单的级别高低,而是4种职业角色和责任的晋升:

首先是职业起步阶段的中级工,他们是执行者,核心工作在于确保“规范与安全”。他们虽然不需要亲自设计活动课程,但必须是研学活动秩序的守护者,确保每一个环节按要求实施,从而逐步进阶为研学课堂的引导者。

当指导师迈入高级工行列,重心便从守护者转向设计者。他们重在“教学与引导”,通过精心设计课程单元、进行互动与讲解,

让知识在行走中生根发芽,成为连接“游”与“学”的关键枢纽。

作为技师级别的二级指导师跃升为育人者,他们不再满足于执行,而是侧重于“统筹与研发”。通过整合碎片化的资源,构建系统的课程,他们是真正意义上的“产品育人经理”。

作为职业最高级别的高级技师是规划者,能设计多主题的课程体系,关注的是“产品体系与创新”和“研学人才的培养”,他们重在行业研究与战略规划,是研学行业的引领者。

《标准》的发布,本质上是一场以制度规范推动行业健康发展的具体举措,它将引导供需两端更有效对接。在市场端,《标准》将倒逼优胜劣汰。随着部分机构研学指导人员素养的明显提升,缺乏专业

内核、仅靠低价吸引客户的企业将逐步被淘汰。市场将向具备专业资质、拥有高素质指导师团队的企业集中,行业竞争将从低水平的“价格战”转向核心内容的“价值战”。

在产品端,《标准》将推动产品回归教育初心,在专业人才的驱动下,企业将重心转向教育内容的研发。

人才是推动行业高质量发展的第一资源。《标准》的施行,是文旅和教育深度融合背景下的一项重要规范性举措,为研学旅游市场的规范化发展提供了金钥匙,我们有理由相信,在《标准》的指引下,研学旅游行业将更加规范、更有质量、更具温度。

(作者系浙江旅游职业学院教授、浙江省旅游发展研究中心研学研究所所长)