

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

从 0 到 1 进行旅游产品创新与创业

第 8 章 旅游产品的用户体验设计与服务创新

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用
- 8.2 体验经济下的旅游体验设计层次
- 8.3 价值共创：游客参与的产品创新
- 8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 掌握 8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用的核心概念与方法
- 掌握 8.2 体验经济下的旅游体验设计层次的核心概念与方法
- 掌握 8.3 价值共创：游客参与的产品创新的核心概念与方法
- 掌握 8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级的核心概念与方法
- 能够结合文旅实际案例分析本章知识的应用场景

01

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 服务设计（Service Design）是一种系统性的设计方法论，旨在从用户视角出发，优化服务流程、触点和体验。

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 在旅游领域，服务设计的价值尤为突出——因为旅游产品本质上是一系列服务触点的串联，任何一个触点的体验缺陷都可能影响整体评价。

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 服务设计的核心工具包括：利益相关者地图（识别所有与旅游产品相关的利益主体及其关系）、服务蓝图（将前台和后台的服务流程可视化）、

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 用户旅程地图（从用户视角描绘完整的体验过程）和触点矩阵（梳理用户与产品接触的所有物理和数字触点）。

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- Stickdorn 等（2018）提出服务设计的五个原则：以用户为中心（User-Centric）、协同创造（Co-Creative）、顺序性（Sequencing）、

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 有形化（Evidencing）和全局性（Holistic）。

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 在旅游产品设计中，这五个原则的具体含义是：从游客真实需求出发设计服务（而非从管理者便利出发）；邀请游客、员工和合作伙伴共同参与设计过程；按照时间顺序编排服务触点，确保体验的连贯性；

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 将无形的服务通过有形的载体（如欢迎卡片、纪念品）可视化；从全局视角统筹线上线下、前台后台的完整体验。

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 知识卡片：服务蓝图（Service Blueprint）是服务设计的核心工具，它将服务过程分为 "前台线"（用户可见的部分）和 "后台线"（用户不可见的支持性活动）。

8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用

- 旅游产品的服务蓝图通常包括：用户行为层、前台服务层、后台支持层和支持系统层。优化后台流程往往能间接提升前台体验——如优化厨房出餐流程可以减少游客等待时间。

02

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 旅游体验设计不是单一维度的活动，而是分层次的系统设计。本书将旅游体验分为四个设计层次，每个层次对应不同的体验类型和设计策略。

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 感官体验层是最基础的体验层次，通过视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉五感刺激创造即时感受。旅游产品的感官设计包括景观视觉效果、环境音效设计、特色餐饮口味、材质触感选择等。

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 感官体验虽然基础但不可忽视——它是游客形成第一印象的关键。

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 功能体验层关注游客在旅行过程中的功能性需求满足，包括交通便捷性、住宿舒适度、导览清晰度、安全保障等。功能体验是旅游产品的 " 基础分数 "—— 做得好不一定会获得好评，但做得差一定引发投诉。

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 情感体验层是旅游体验设计的核心差异化领域。情感体验通过叙事、仪式和人际互动创造情感共鸣——如篝火晚会的归属感、登顶时刻的成就感、文化探访中的敬畏感。

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 情感体验的设计需要深入理解目标用户的情感需求和价值取向。

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 意义体验层是最高层次的体验设计，关注旅行对游客个人成长和自我认知的影响。研学旅行中的知识收获、志愿服务旅行中的价值实现、朝圣之旅中的精神升华都属于意义体验。

8.2 体验经济下的旅游体验设计层次

- 这一层次的体验最难以设计，但也最具持久影响力。

03

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- 传统的旅游产品设计采用 " 生产者设计—消费者使用 " 的单向模式。体验经济时代，这一模式正在被 " 价值共创 " （ Value Co-creation ） 理念所取代。

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- 价值共创强调游客不仅是产品的消费者，更是产品体验的共同创造者。

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- Prahalad 和 Ramaswamy （2004）提出价值共创的两个核心机制：对话（企业用户之间的平等交流）和体验环境（为用户参与创造便利的条件）。

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- 在旅游领域，价值共创的实践形式包括：用户参与行程设计（如 " 你想去哪里？

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- 我们来安排 " 的 C2B 定制模式）、用户生成内容（UGC）作为产品组成部分（如游客拍摄的短视频成为目的地的营销素材）、

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- 用户担任体验向导（如 " 本地人带你看城市 " 的社区旅游模式）和用户参与产品迭代（通过反馈直接影响产品改进方向）。

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- 价值共创对旅游产品创新的意义在于：它将 " 创新 " 从企业内部的封闭活动转变为开放的协作过程，使产品能够更快速地响应用户需求变化。

8.3 价值共创：游客参与的产品创新

- 同时，参与共创的用户往往具有更高的忠诚度和推荐意愿，因为他们对产品产生了 " 心理所有权 "。

04

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 智慧旅游技术为旅游体验设计提供了全新的工具箱。从 AR 增强现实导览到 IoT 物联网感知，从 AI 智能推荐到区块链信任机制，技术正在以前所未有的方式重塑旅游体验。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- AR/VR 技术可以创造超越物理空间的体验。AR 导览可以在实景上叠加历史影像、文化注释和互动动画，使静态景点变为动态叙事空间。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- VR 技术则可以创造完全虚拟的旅游体验，为行动不便的人群提供 " 身临其境 " 的旅行可能。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- IoT 技术可以实现旅游环境的智能感知和响应。智能手环可以实时监测游客的位置和生理状态，为安全管理和个性化服务提供数据基础。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 智能环境控制系统可以根据游客密度自动调节灯光、音效和温度，优化体验氛围。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- AI 技术在体验设计中的应用前景最为广阔。大语言模型可以实现自然语言交互的智能导游，根据游客的实时提问和兴趣动态调整讲解内容。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 计算机视觉技术可以分析游客的表情和行为，实时评估体验质量并触发服务干预。推荐算法可以基于游客画像和实时情境，提供个性化的行程建议和惊喜体验。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 案例：某主题公园引入 AI 驱动的 " 智能故事手环 "，游客在入园时选择一个角色身份，在整个游览过程中，手环会根据游客的位置和选择触发不同的故事情节和互动任务。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 两位游客即使走同一条路线，也可能因为不同的选择而体验完全不同的故事。这种 "千人千面" 的个性化体验设计，代表了智慧旅游技术赋能体验升级的前沿方向。

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 参考文献

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- [22] Stickdorn M, Hormess M E, Lawrence A, et al. This is service design doing: Applying servic

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- e design thinking in the real world[M]. Sebastopol: O'Reilly Media, 2018.

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- [23] Prahalad C K, Ramaswamy V. Co-creation experiences: The next practice in value creation[J]

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- . Journal of Interactive Marketing, 2004, 18(3): 5-14.

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- [24] Buhalis D, Amaranggana A. Smart tourism destinations enhancing tourism experience[J]. Jour

8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- Journal of Hospitality and Tourism Technology, 2015, 6(3): 229-243.

- ◆ 8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用
- ◆ 8.2 体验经济下的旅游体验设计层次
- ◆ 8.3 价值共创：游客参与的产品创新
- ◆ 8.4 智慧旅游技术赋能的体验升级

- 1. 简述 8.1 服务设计理念在旅游产品中的应用的核心内容。
- 2. 结合贵州 / 安顺文旅实际，举例说明本章知识的应用。
- 3. 小组讨论：本章内容对旅游管理专业学习的启示。

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材