

旅行策划

职业技能等级标准

标准代码：540005

(2021 年 2.0 版)

中国旅游协会 制定
2021 年 12 月 发布

目 次

| | |
|------------------|----|
| 前言..... | 1 |
| 1 范围..... | 2 |
| 2 规范性引用文件..... | 2 |
| 3 术语和定义..... | 2 |
| 4 适用院校专业..... | 3 |
| 5 面向职业岗位（群）..... | 4 |
| 6 职业技能要求..... | 5 |
| 参考文献..... | 12 |

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：中国旅游协会旅游教育分会、浙江旅游职业学院、上海众信国际旅行社有限公司、浙江新世界国际旅游股份有限公司、浙江中旅博雅文化会展有限公司。

本标准主要起草人：黄宝辉、王昆欣、韦小良、饶华清、史庆滨、范平、韩德琼、刘莉莉、田华、王琬、童海洋、韩丽、许敏、张帆、沈景华、钱均、王西丹、顾震、卢晨。

声明：本标准由中国旅游协会授权中国旅游协会旅游教育分会起草，知识产权归属于中国旅游协会旅游教育分会，未经中国旅游协会旅游教育分会同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了旅行策划职业技能等级对应的工作领域、工作任务和职业技能要求。

本标准适用于旅行策划职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 16766-2017 旅游业基础术语

GB/T 31385-2015 旅行社服务通则

3 术语和定义

GB/T 16766-2017、GB/T 31385-2015界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 定制旅游 **customized tourism**

以旅游者为中心，在目标市场细分基础上，遵循以旅游者体验价值为导向，为旅游者提供个性化服务解决方案，努力使旅游者满足度最大化的一种旅行综合服务形式。

3.2 在线旅游运营商 **online travel operators**

指搭建旅游产品网络交易平台的商家。在线旅游服务商通过该网络平台进行产品营销，旅游消费者通过该网络平台向在线旅游服务商预订旅游产品或服务。

3.3 在线旅游服务商 **online travel service provider**

运用旅游产品网络交易平台发布旅游产品，处理旅游者在线预订、支付、咨询、投诉等具体业务，为旅游者提供线上服务的旅游企业或旅游咨询机构。

3.4 旅行社 **travel agency**

为旅游者提供相关旅游服务，开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务，并实行独立核算的企业。

[GB/T 31385—2015，术语和定义 3.2]

3.5 旅游产品 **tourist product**

通过利用、开发旅游资源提供给旅游者的旅游吸引物和服务的总和。

[GB/T 16766-2017，术语和定义 2.5]

3.6 定制旅游产品 **customized tourism product**

旅行社或在线旅游运营商接受旅游者的委托，根据旅游者的需求，单独设计行程、报价并提供服务的专项产品及服务。

3.7 旅游供应商 **travel provider**

在旅游服务过程中各项具体服务的提供单位。

3.8 旅行策划 **travel plan**

按照一定的规则，依托旅游资源和旅游设施，充分考虑旅游成本因素，配置旅游要素，融入旅游服务，并以一定的主题、内容、形式和价格表示出来的过程。

4 适用院校专业

4.1 参照原版专业目录

中等职业学校：旅游服务与管理、导游服务、酒店服务与管理、景区服务与管理、会展服务与管理、康养休闲旅游服务等专业。

高等职业学校：旅游管理、导游、旅行社经营管理、景区开发与管理、酒店管理、休闲服务与管理、会展策划与管理、研学旅行管理与服务、旅游英语、森林生态旅游、文化创意与策划、文物博物馆服务与管理、老年服务与管理、婚庆服务与管理等专业。

应用型本科学校：旅游管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育、酒店管理、会展、休闲体育、体育旅游、风景园林、人文地理与城乡规划、文物与博物馆学、文化产业管理、养老服务管理等专业。

4.2 参照新版职业教育专业目录

中等职业学校：旅游服务与管理、导游服务、高星级饭店运营与管理、会展服务与管理、康养休闲旅游服务等专业。

高等职业学校：旅游管理、导游、旅行社经营与管理、智慧景区开发与管理、酒店管理与数字化运营、休闲服务与管理、会展策划与管理、研学旅行管理与服务、定制旅行管理与服务、民宿管理与运营、葡萄酒文化与营销、旅游英语、森林生态旅游与康养、文化创意与策划、智慧健康养老服务与管理、婚庆服务与管理等专业。

应用型本科学校：旅游管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育、酒店管理、会展、休闲体育、体育旅游、风景园林、人文地理与城乡规划、文物与博物馆学、文化产业管理、养老服务管理等专业。

高等职业教育本科学校：旅游管理、酒店管理、旅游规划与设计等专业。

5 面向职业岗位（群）

【旅行策划】（初级）：主要面向旅行社企业、在线旅游运营商、旅游企业

的旅游路线策划、导游、计调等职业岗位，主要完成预制型旅游线路产品策划创意、资源采购、行程规划、产品定价等工作，从事预制型旅游线路产品的设计与制作等工作。

【旅行策划】（中级）：主要面向旅行社企业、在线旅游运营商、旅游企业的旅游产品经理、旅游定制师、旅游市场拓展专员、旅游供应商管理等职业岗位，主要完成定制旅游产品需求研判、策划创意、产品制作、供应商管理等工作，从事定制旅游产品的设计与制作，以及供应商管理等工作。

【旅行策划】（高级）：主要面向旅行社企业、在线旅游运营商、旅游企业的高级产品经理、产品总监、产品策划总监、旅游品牌经理等岗位，主要完成旅游产品市场分析、定制旅游产品设计与制作流程管控、智能旅行工具选择和运用等工作，从事旅游产品规划、集成及创新，以及定制旅游产品核心竞争力提升等工作。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分：

旅行策划职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【旅行策划】（初级）：主要面向旅行社企业、在线旅游运营商，根据作业流程的规定，从事面向大众旅游市场的预制型旅游线路产品的设计与制作。可以完成资源分析、产品创意描述及论证等工作；可以完成交通、餐饮住宿游览、地接社服务等资源采购工作；可以完成产品的节点规划和行程编排、行程单制作等工作；可以完成产品成本核算、利润预估和产品定价等工作。

【旅行策划】（中级）：主要面向旅行社企业、在线旅游运营商、旅游企业，根据业务的需求，从事面向细分旅游市场的定制旅游产品的设计与制作，以及供应商管理工作。可以完成目标市场需求分析、描述与确认等工作；可以完成旅游目的地调研、产品开发资源分析以及产品开发可行性分析等工作；可以完成资源采购、行程规划、产品定价等工作；可以完成供应商档案建立、服务绩效评价以及激励与退出等工作。

【旅行策划】（高级）：主要面向旅行社企业、在线旅游运营商、旅游企业，根据业务的需求，可以完成旅游产品市场分析工作；可以完成定制旅游产品策划创意、产品制作、供应商管理等流程管控工作；可以完成智能旅行工具选择和运用工作。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 旅行策划职业技能等级要求（初级）

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|--|------------------|---|
| 1. 旅游线路产品策划创意 | 1.1 旅游目的地旅游资源分析 | 1.1.1 能从地文景观、水域风光、生物景观等角度分析旅游目的地自然旅游资源的稀有度、审美意蕴； |
| | | 1.1.2 能从遗址遗迹、建筑与设施、人文活动等角度分析旅游目的地人文旅游资源的历史文化、科学艺术、观赏游憩价值。 |
| | 1.2 旅游线路产品创意描述 | 1.2.1 能提炼旅游线路产品的主题特色； |
| | | 1.2.2 能清晰描述旅游线路产品食住行游购娱要素所能带给旅游者的利益。 |
| | 1.3 旅游线路产品创意论证 | 1.3.1 掌握将拟开发的旅游线路产品与同业的近似旅游线路产品进行对比分析的方法； |
| | | 1.3.2 能分析旅游线路产品资源采购的保障性； |
| 1.3.3 能预估旅游线路产品落地接待过程中可能产生的风险，并制订防范措施。 | | |
| 2. 旅游线路产品资源采购 | 2.1 旅游线路产品交通服务采购 | 2.1.1 能采购航空交通服务，并注重其安全性、行程顺畅度、性价比； |
| | | 2.1.2 能采购铁路交通服务，并注重其安全性、舒适 |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 | |
|--------------|----------------------|--|---|
| | | 性、便捷性； | |
| | | 2.1.3 能采购公路交通服务，并能够合理规避安全风险，满足旅游者群体的个性化需求； | |
| | | 2.1.4 能采购水上交通服务，并注重其安全性、水上游览路线的景观观赏价值、水上交通服务质量。 | |
| | | 2.2.1 能选择预订渠道，并注重其保障性、稳定性、经济性； | |
| | 2.2 旅游线路产品餐饮住宿游览服务采购 | 2.2.2 能预订住宿服务，并注重其地理位置、配套设施、服务质量； | |
| | | 2.2.3 能预订餐饮服务，并注重其菜品质量、用餐环境、服务质量； | |
| | | 2.2.4 能预订游览服务，并注重其资源品位、服务设施、服务质量。 | |
| | | 2.3.1 按照法律法规的要求，评估地接服务商的资质； | |
| | 2.3 旅游线路产品地接服务采购 | 2.3.2 按需选择地接服务商提供的服务。 | |
| | | | |
| 3.旅游线路产品行程规划 | 3.1 旅游线路产品节点规划 | 3.1.1 能综合考虑旅游城市之间区域合作与协同以及旅游可进入性，对城市节点进行规划； | |
| | | 3.1.2 能综合考虑景区的吸引力、服务质量、地理位置、游览时间、内部游览线路安排以及景区游览顺序，对景区节点进行规划； | |
| | | 3.1.3 能综合考虑设施、服务质量以及旅游行程安排的需要，对餐饮住宿节点进行规划； | |
| | | 3.1.4 能综合考虑交通工具的选择和交通路线的安排，对交通集散节点进行规划。 | |
| | 3.2 旅游线路产品行程编排 | 3.2.1 旅游线路构成要素完整、要素衔接紧凑，体现出行程编排的完整性； | |
| | | 3.2.2 旅游线路时间和空间规划合理，体现出行程编排的顺畅性； | |
| | | 3.2.3 旅游线路行程时间分配科学合理，体现出游时设计的合理性。 | |
| | 3.3 旅游线路产品行程单制作 | 3.3.1 能拟订旅游线路产品的名称，名称完整且能体现产品的特点； | |
| | | 3.3.2 能准确、具体地描述旅游行程的安排； | |
| | | 3.3.3 能按照法律法规要求，规范撰写行程单的服务标准和安全提示。 | |
| | 4.旅游线路产品定价 | 4.1 旅游线路产品成本核算 | 4.1.1 能评估影响旅游线路产品成本的内部和外部因素，并据此对成本构成进行相应调整； |
| | | | 4.1.2 能核算旅游线路产品构成各个要素的成本，掌握成本控制的方法。 |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|------|----------------|---|
| | 4.2 旅游线路产品利润预估 | 4.2.1 能综合考虑要素采购优势以及规模效益，分析旅游线路产品的利润来源； |
| | | 4.2.2 能遵循比例原则、固定最低利润原则、目标均摊原则，列出各项利润汇总表，加总后估算旅游线路产品的利润。 |
| | 4.3 旅游线路产品定价 | 4.3.1 能体现旅游线路产品定价的市场原则、质量原则、稳定性原则、灵活性原则； |
| | | 4.3.2 能依据成本导向定价法、损益平衡分析法等定价方法给旅游线路产品定价； |
| | | 4.3.3 能使用团费明细定价表给旅游线路产品核算价格。 |

表 2 旅行策划职业技能等级要求（中级）

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|--------------|--------------------|---|
| 1.定制旅游产品需求研判 | 1.1 定制旅游产品目标市场分析 | 1.1.1 了解定制旅游产品目标市场旅游者群体的旅游动机，并依此有针对性地选择产品开发方向； |
| | | 1.1.2 能分析定制旅游产品目标市场旅游者群体关注的核心利益，并依此构思产品的内容； |
| | | 1.1.3 熟悉定制旅游产品目标市场旅游者群体旅游消费的特点，并依此构思产品呈现的形式。 |
| | 1.2 定制旅游产品目标客户需求描述 | 1.2.1 能倾听客户诉求，描述定制旅游产品目标客户旅游需求实现的场景； |
| | | 1.2.2 能给客户提供旅游目的地具体信息，引导定制旅游产品目标客户描述旅游需求的时间指向性和地域指向性； |
| | | 1.2.3 能引导定制旅游产品目标客户描述功能类旅游需求和情感类旅游需求。 |
| | 1.3 定制旅游产品目标客户需求确定 | 1.3.1 能与客户进行有效沟通，确定定制旅游产品目标客户旅游需求实现的场景； |
| | | 1.3.2 能掌握核实技巧，确定定制旅游产品目标客户旅游需求的时间指向性和地域指向性； |
| | | 1.3.3 能逐渐引导定制旅游产品目标客户明确和确认其自身的功能类旅游需求和情感类旅游需求。 |
| 2.定制旅游产品策划创意 | 2.1 旅游目的地调研 | 2.1.1 能分析旅游目的地旅游资源的价值和效益； |
| | | 2.1.2 能评估旅游目的地的无障碍环境建设水平； |
| | | 2.1.3 能分析旅游目的地社会资源对定制旅游产品开发的影响。 |
| | 2.2 定制旅游 | 2.2.1 能分析定制旅游产品开发所需的技术团队和服 |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 | |
|--|-------------------|---|----------------------------|
| | 产品开发所需资源分析 | 务团队人力资源，并做好人力规划； | |
| | | 2.2.2 能分析定制旅游产品开发所需的各类旅游供应商资源，并做好采购预案； | |
| | | 2.2.3 能估算定制旅游产品开发所需的经费投入，并制定经费预算表。 | |
| | 2.3 定制旅游产品开发可行性分析 | 2.3.1 能分析定制旅游产品规模化量产的可行性； | |
| | | 2.3.2 能分析定制旅游产品在市场上的竞争优势； | |
| | | 2.3.3 能分析定制旅游产品的盈利预期； | |
| 2.3.4 能分析定制旅游产品运营过程中可能产生的风险。 | | | |
| 3.定制旅游产品制作 | 3.1 定制旅游产品资源采购 | 3.1.1 能根据定制旅游产品主题，采购旅游供应商提供的各项旅游服务； | |
| | | 3.1.2 能根据客户需求，对旅游供应商提供各项旅游服务进行组合，并指导旅游供应商提升旅游服务的文化内涵和体验质量； | |
| | | 3.1.3 能根据客户需求，在合理而可能的前提下，推荐并规划特色旅游服务。 | |
| | 3.2 定制旅游产品行程规划 | 3.2.1 能根据定制旅游产品主题对产品节点进行整体规划，节点规划应符合旅游者体验最佳原则； | |
| | | 3.2.2 能根据定制旅游产品主题设计具备峰值体验的活动，并制订体验活动执行手册； | |
| | | 3.2.3 能撰写定制旅游产品说明书，产品说明书能够体现定制旅游产品的特质与目标市场需求的对应度，能够合法合规、图文并茂、富有文采地描述定制旅游产品行程安排。 | |
| | 3.3 定制旅游产品定价 | 3.3.1 能评估定制旅游产品目标客户在一定时间内所能承受的价格上限； | |
| | | 3.3.2 能预判定制旅游产品的战略性价格，并根据市场竞争情况制定定制旅游产品的战术性价格； | |
| | | 3.3.3 能挖掘定制旅游产品独有的利润来源，并分析其创利稳定性； | |
| | | 3.3.4 能预判定制旅游产品可能产生的风险成本。 | |
| | 4.定制旅游产品供应商管理 | 4.1 供应商档案建立 | 4.1.1 能确定供应商档案的归档范围； |
| | | | 4.1.2 能按照归档范围，收集整理供应商原始资料； |
| 4.1.3 能按照供应商资质证书、有效合作协议、业务合作明细、往来函件、投诉纠纷等类别，建立供应商档案。 | | | |
| 4.2 供应商服务绩效评价 | | 4.2.1 熟悉供应商绩效评价指标及权重，熟练填写供应商绩效评价的各种表单； | |
| | | 4.2.2 定期收集利益相关方对供应商绩效的评价并进 | |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|------|--------------|--|
| | | 行核实； |
| | | 4.2.3 能对供应商的服务绩效进行完整的过程性监督与评价。 |
| | 4.3 供应商激励与退出 | 4.3.1 熟悉供应商激励与退出的规定，及时做好供应商沟通工作； |
| | | 4.3.2 能综合评判供应商的硬件设施、运营能力、配合程度，慎重选择激励与退出的供应商； |
| | | 4.3.3 能灵活采用价格激励、订单激励、商誉激励等供应商激励模式，并进行适时调整； |
| | | 4.3.4 能妥善办理拟退出供应商的结算收尾工作。 |

表 3 旅行策划职业技能等级要求（高级）

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|---------------------------|--------------------|--|
| 1. 旅游产品市场分析 | 1.1 旅游产品目标市场评估 | 1.1.1 能评估目标市场的规模和增长潜力； |
| | | 1.1.2 能结合大数据分析，从属性、行为、期待等方面勾画目标用户； |
| | | 1.1.3 能分析目标市场的开发是否符合企业的战略定位。 |
| | 1.2 同业产品分析 | 1.2.1 能分析同业产品在同一目标市场上的占有率； |
| | | 1.2.2 能分析同业产品的综合竞争力； |
| | | 1.2.3 能分析同业产品的品牌定位。 |
| | 1.3 旅游产品市场定位 | 1.3.1 能从技术、采购、特色、价格、品质、服务等方面明确旅游产品的竞争优势； |
| 1.3.2 能确定旅游产品在目标市场上的品牌定位。 | | |
| 2. 定制旅游产品设计与制作流程管控 | 2.1 定制旅游产品策划创意流程管控 | 2.1.1 能评估旅游目的地的旅游可进入性，优先选择无障碍环境建设完善的旅游目的地，并积极推动旅游目的地建设； |
| | | 2.1.2 能确定定制旅游产品开发方向与企业的战略发展目标是否一致； |
| | | 2.1.3 能确定定制旅游产品开发所需的经费投入、人力投入，以及确定产品的盈利目标； |
| | | 2.1.4 能评估旅游产品策划创意流程的合法合规性，能指导和监督风险防范预案的执行，能制订残疾人、老年人、未成年人等特殊人群旅游风险防范预案并指 |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 | |
|---------------------------------|---------------------|---|------------------------------------|
| | | 导和监督执行。 | |
| | 2.2 定制旅游产品制作流程管控 | 2.2.1 能对购进的旅游服务项目进行控制、验证，评估采购活动的必要性、合理性与规范性。 | |
| | | 2.2.2 能从艺术性和舒适性、安全性等角度出发，对定制旅游产品节点规划和体验活动设计做出评估，并进行修正和完善； | |
| | | 2.2.3 能归类分析定制旅游产品行程说明书撰写存在的问题，并提出整改方案； | |
| | | 2.2.4 能评估定制旅游产品的定价是否有利于市场竞争，适时提出价格调整方案并指导执行。 | |
| | 2.3 定制旅游产品供应商管理流程管控 | 2.3.1 能指导和监督供应商档案的建立，定期对供应商档案进行检查，并适时提出调整和完善方案； | |
| | | 2.3.2 能确定供应商评价的指标和权重，指导和监督供应商服务绩效评价工作，并适时形成评价报告，提出提高供应商服务绩效的对策； | |
| | | 2.3.3 能制定供应商激励与退出的机制，并指导和监督执行。 | |
| | 3.智能旅行工具选择和运用 | 3.1 行程规划工具选择和运用 | 3.1.1 能选择和运用合适的工具对定制旅游产品的行程节点进行布局； |
| | | | 3.1.2 能选择和运用合适的工具设计定制旅游产品的游览时间； |
| 3.1.3 能选择和运用合适的工具规划定制旅游产品的要素衔接。 | | | |
| 3.2 资源采购工具选择和运用 | | 3.2.1 能选择和运用合适的网络平台工具对接交通资源供应商完成线上采购； | |
| | | 3.2.2 能选择和运用合适的网络平台工具对接餐饮、住宿资源供应商完成线上采购； | |
| | | 3.2.3 能选择和运用合适的网络平台工具对接游览资源供应商完成线上采购； | |
| | | 3.2.4 能选择和运用合适的网络平台工具对接休闲、娱乐资源供应商完成线上采购。 | |
| 3.3 智能管理工具选择和运用 | | 3.3.1 能选择和运用平台系统管理产品的行程； | |
| | | 3.3.2 能选择和运用平台系统管理旅游要素资源； | |
| | | 3.3.3 能选择和运用平台系统维护供应商资源； | |
| | | 3.3.4 能选择和运用客户关系管理系统维护客户资源。 | |

参考文献

- [1] GB/T 16766-2017 旅游业基础术语
- [2] GB/T 31385-2015 旅行社服务通则
- [3] LB/T 028-2013 旅行社安全规范
- [4] LB/T 072-2019 包价旅游产品说明书编制规范
- [5] LB/T 073-2019 旅行社旅游产品质量优化要求
- [6] 《中华人民共和国旅游法解读》编写组.《中华人民共和国旅游法》解读[M].北京:中国旅游出版社,2013.
- [7] 教育部《高等职业学校专业教学标准》，2017.
- [8] 教育部《中等职业学校专业教学标准》，2019.
- [9] 教育部关于印发《职业教育专业目录（2021年）》的通知（教职成〔2021〕2号）
- [10] 《教育部关于公布2019年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》（教高函〔2020〕2号）
- [11] 《教育部关于公布2020年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》（教高函〔2021〕1号）
- [12] 黄宝辉.旅游线路设计实务[M].长春:东北师范大学出版社,2020.