

中国职业技术教育学会  
智慧旅游职业教育专业委员会推荐用书

专家指导委员会主任 / 韩玉灵  
总主编 / 康年  
副总主编 / 卓德保

| 定制旅行管理与服务系列教材 |

# 定制旅行 管家实务

—— 山杉 伍欣 李婵 ○ 主编 ——



 旅游教育出版社

中国职业技术教育学会  
智慧旅游职业教育专业委员会推荐用书

专家指导委员会主任 / 韩玉灵  
总主编 / 康年  
副总主编 / 卓德保

| 定制旅行管理与服务系列教材 |

# 定制旅行 管家实务

山 杉 伍 欣 李 婵◎主编  
王晓庆 李 好◎副主编



立体化教学资源



旅游教育出版社

· 北京 ·

## 图书在版编目(CIP)数据

定制旅行管家实务 / 山杉, 伍欣, 李婍主编. -- 北京: 旅游教育出版社, 2022.8

定制旅行管理与服务系列教材

ISBN 978-7-5637-4454-1

I. ①定… II. ①山… ②伍… ③李… III. ①旅游服务—教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第126609号

定制旅行管理与服务系列教材

### 定制旅行管家实务

山杉伍欣李婍主编

王晓庆李好副主编

|        |                                       |
|--------|---------------------------------------|
| 总策划    | 丁海秀                                   |
| 执行策划   | 施云峰                                   |
| 责任编辑   | 施云峰                                   |
| 出版单位   | 旅游教育出版社                               |
| 地址     | 北京市朝阳区定福庄南里1号                         |
| 邮编     | 100024                                |
| 发行电话   | (010) 65778403 65728372 65767462 (传真) |
| 本社网址   | www.tepcb.com                         |
| E-mail | tepfx@163.com                         |
| 排版单位   | 北京旅教文化传播有限公司                          |
| 印刷单位   | 鸿博昊天科技有限公司                            |
| 经销单位   | 新华书店                                  |
| 开本     | 710毫米×1000毫米 1/16                     |
| 印张     | 12.5                                  |
| 字数     | 167千字                                 |
| 版次     | 2022年8月第1版                            |
| 印次     | 2022年8月第1次印刷                          |
| 定价     | 59.80元                                |

(图书如有装订差错请与发行部联系)

# 定制旅行管理与服务系列教材

## 专家指导委员会、编委会

### 专家指导委员会

主任：韩玉灵  
委员：杜兰晓 闫向军 魏凯 丁海秀

### 编委会

总主编：康年  
副总主编：卓德保  
执行总主编：王国栋 毛润泽

编委（按姓氏笔画顺序排列）：

|     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 万紫昕 | 山杉  | 马雯  | 王婧  | 王亚娟 | 王红国 | 王芳菲 |
| 王取银 | 王育峰 | 王晓庆 | 邓茜  | 邓莎莎 | 邓娟娟 | 石媚山 |
| 左瑞芳 | 龙睿  | 白凌  | 乔原杰 | 伍欣  | 刘青  | 刘开萌 |
| 刘文慧 | 刘晓杰 | 关旭  | 孙露铭 | 李好  | 李婵  | 李辉  |
| 李淼  | 李霞  | 李丛峻 | 李晓云 | 杨璐  | 吴筠  | 何雨  |
| 沈韵  | 沈园元 | 张玉  | 张宁  | 张运  | 张炎  | 张彩虹 |
| 张馨瑞 | 金慧慧 | 鱼珍妮 | 周洪波 | 施蓓琦 | 秦娟  | 徐璐  |
| 徐立娣 | 翁翎燕 | 郭军礼 | 戚丁钊 | 章郑程 | 康传德 | 韩国华 |
| 董丽莘 | 蒋永业 | 程琪  | 程小雨 | 谢元博 | 熊锦  | 禧琳  |

### 《定制旅行管家实务》

#### 编委会

主编：山杉 伍欣 李婵  
副主编：王晓庆 李好  
编委：万紫昕 邓茜 张宁 刘青 熊锦 张玉



# 总序 PREFACE

随着人民群众对美好生活的品质化、便利化、定制化需求不断提升，我国逐步进入大众定制旅游时代。定制旅游是旅游业高质量发展的必然要求，是传统旅行业务的变革和更新，更是旅游产业的迭代与升级。近年来，我国定制旅游的市场规模快速增长，并呈现出大众化、个性化、技术化、体验化的发展趋势。

定制旅游的快速发展，对旅游市场的专业化能力提出了更高的要求，行业亟须旅行定制师、定制旅行管家等专门人才。为此，上海旅游高等专科学校在全国率先提出以快速、集中的微专业方式培养定制旅行专门人才。自2019年起，上海旅游高等专科学校与旅游行业头部企业携程集团合作开设定制旅行微专业，组建校企教学团队，研发课程体系和课程标准，出版教材，开发旅游定制师岗位标准和定制旅行服务技能与管理职业技能等级标准。2020年，以携程集团为申报主体、联合上海旅游高等专科学校等单位申报的“定制旅行管家服务职业技能等级证书”，成功入选教育部第四批“1+X”证书制度试点名单。2021年，教育部在《职业教育专业目录（2021）》中新增“定制旅行管理与服务”专业，上海旅游高等专科学校成功申报该专业，并于2022年首次招生。

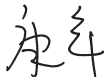
新专业需要相应的教学资源做支撑，定制旅行管理与服务专业亟须一套与之相适应的专业系列教材。在教育部全国旅游职业教育教学指导委员会、旅游教育出版社的大力支持下，我们开始筹划全国首套定制旅行管理与服务

系列教材的编写与出版工作。出版本系列教材的目的，一是科学引导定制旅行新业态的发展，为行业新兴岗位和业务标准提供相应的基础理论、知识体系和实践案例的支撑，促进我国旅游业高质量发展；二是对接行业需求，培养新型人才，为旅游类高职高专院校相关专业学生提供系统的专业教材，为从业者提供培训教材，更好地满足旅游产业发展对定制旅行专门人才的需求。

2021年6月，上海旅游高等专科学校和旅游教育出版社牵头组织了“定制旅行管理与服务”核心课程设置暨系列教材编写研讨会。来自全国30多家院校和10多家行业企业的近60名专家参加了研讨会。研讨会上，专家团队研讨了定制旅行管理与服务专业的核心课程设置，审定了该专业系列教材大纲，确定了教材编委会名单，并部署了教材编写的具体工作。系列教材编写团队历时一年多，完成了其中首批教材的编写，并将于2022年8月后陆续出版。

本套教材既可作为中高职旅游类专业教学用书，也可作为职业本科旅游类专业教学参考用书，同时可作为工具书供从事定制旅行管理与服务的企事业单位专业人员借鉴与参考。

作为全国第一套定制旅行管理与服务系列教材，书中难免存在缺陷与不足，恳请读者指正，我们将在再版过程中予以完善与修正。

总主编：

2022年8月



# 前言 PREFACE

党的十九大报告指出：“我国经济已由高速增长转向高质量发展”，这一判断既指出了包括旅游业在内的我国经济发展的鲜明特征，也为今后的经济工作指明了方向。随着我国人民消费水平、受教育程度的不断提高，各类旅游设施、条件的不断完善，以及以互联网为核心的多种新技术的应用和普及，旅游者更加追求旅游的个性化和独特性，愈加注重旅游的品质和体验。在此背景下，新冠肺炎疫情的常态化为国内旅游市场的升级提供了很好的契机。与新冠肺炎疫情发生前相比，定制旅行的产品丰富度和市场普及度得到了很大的提升，定制旅行应时而生并日益成为旅游业中一支重要的力量。定制旅行在满足人民美好生活方面发挥着极其重要的作用。

自定制旅行诞生之日起，大家对定制旅行人才的关注大多集中于产品设计人员、各类 OTA 平台、旅游攻略社区、各类新业态转型的旅行社，甚至个人，通过各种经验和工具，以一定的方式，使得客户更快、更好、更优惠地获取旅行资讯和服务，以提升定制旅行的效率和定制产品的品质。但定制旅行产品虽好，更需要能妥善落地执行，对于提升客户实际的旅行体验，也就是实际提供旅行服务的角色，关注寥寥，定制旅行客户仍然需要旅行社的新型专业化服务。

《定制旅行管家实务》共分四章，主要包括定制旅行服务概述、定制旅行行前服务与执行、定制旅行行中服务与执行、定制旅行行后服务与执行。《定制旅行管家实务》在编写中，不仅吸收了国内外旅游学教材的优点，还将当

前旅游业的最新研究成果和实践经验融入其中，具有以下特点。

第一，实用性。本书对标定制旅行定制师岗位，从行前服务与执行——行中服务与执行——行后服务与执行三大环节进行编撰，调研多家较为成熟的定制企业，结合相关案例，以及操作执行手册，具有较强的实用性。本书突出职业教育特点，注重培养读者的实际应用能力，充分考虑读者的参与和互动。书中针对定制旅行服务中各种先进技术技能进行重点实操指导，引导读者带着问题去学习，增强读者理论联系实际的能力和自主学习能力。

第二，创新性。定制旅行对于旅游体验这方面还不够完善。由于缺乏专业资深的技术操作团队和对旅游者的个性化、体验化需求认识不清等各方面因素的影响，定制旅行服务尚未有效规范，本书的出现填补了这一空白。

全书由山杉副教授（郑州旅游职业学院）和伍欣副教授（湖南商务职业技术学院）总体设计；李婍教授（吉林工程技术师范学院）、曲婷婷（吉林外国语大学）编写第一章；李好副教授（长沙商贸旅游职业技术学院）、万紫昕（长沙商贸旅游职业技术学院）、刘青（长沙商贸旅游职业技术学院）编写第二章；伍欣副教授（湖南商务职业技术学院）、邓菡（郑州旅游职业学院）编写第三章；山杉副教授（郑州旅游职业学院）、王晓庆（郑州旅游职业学院）编写第四章；山杉副教授负责全书统稿、校稿。

本书在编写调研过程中，得到了教育部职成司《职业教育专业简介》和《职业教育专业教学标准》修（制）订工作“定制旅行社管理与服务”专家小组、携程旅游公司、零时差旅游定制公司、懒猫国际旅行社有限公司、新康辉国际旅行社、享梦游科技股份有限公司的大力支持与帮助，再次表示衷心的感谢！同时编者还参阅了大量的图书、论文、杂志及网络资料，在书后的“参考文献”中无法一一列出，在此谨向这些作者致以衷心的感谢。

定制旅行正在以多姿多彩的形态如雨后春笋般出现在我们的视野中，旅游企业在定制旅行发展过程中的不断创新使得编者深感才识不足。因此，本书难免有些缺点和纰漏之处，敬请广大读者批评指正，在此表示感谢！

编者

2022年7月



|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第一章 定制旅行服务概述 .....    | 1   |
| 第一节 定制旅行服务 .....      | 4   |
| 第二节 定制师基本要求 .....     | 14  |
| 第二章 定制旅行行前服务与执行 ..... | 21  |
| 第一节 定制方案设计沟通 .....    | 24  |
| 第二节 定制旅行服务方案设计 .....  | 43  |
| 第三节 定制旅行服务预订操作 .....  | 62  |
| 第三章 定制旅行行中服务与执行 ..... | 75  |
| 第一节 行中服务流程 .....      | 79  |
| 第二节 行中服务要求 .....      | 88  |
| 第三节 行中个性化服务技能 .....   | 107 |
| 第四节 行中供应商管理 .....     | 125 |
| 第五节 行中应急与安全管理 .....   | 129 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第四章 定制旅行行后服务与执行 ..... | 147 |
| 第一节 退款操作与发票开具 .....   | 150 |
| 第二节 定制旅行客户评价管理 .....  | 153 |
| 第三节 定制客户服务投诉处理 .....  | 175 |
| 参考文献 .....            | 187 |



## 第一章

# 定制旅行服务概述



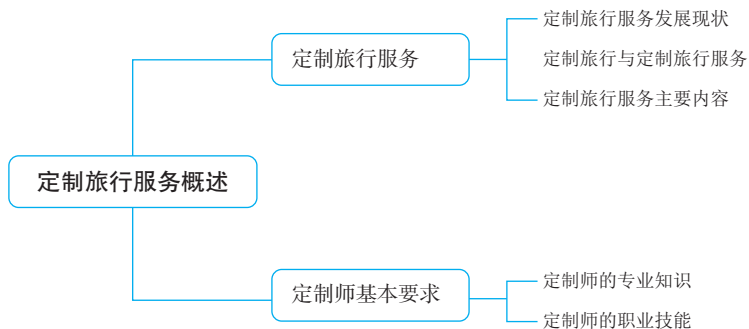
### 本章导读

管理大师彼得·德鲁克曾说，“预见未来最好的方式就是创造它”。从跟团游、自由行到定制游，我国旅游业已经进入 3.0 时代。随着人们生活水平的提高，消费升级带来的游客需求品质化、个性化变革，一部分人群追求更加优质的产品和服务，常规的跟团游、自由行产品已经难以满足客户的需求，定制旅行正在成为热点。“服务和质量”将是定制旅行赢得未来市场的关键和核心。

本章为教材之开篇，通过对国内、外定制旅行发展现状及发展趋势进行分析和梳理，提出定制旅行和定制旅行服务的定义、内容，并对定制师岗位应知应作的知识和技能进行重点介绍。



## 思维导图



## 学习目标



**职业知识：**掌握定制旅行服务的发展，了解定制旅行服务的主要内容。

**职业能力：**培养学生具备学习能力、定制旅行产品设计能力等。

**职业道德：**培养学生从事定制旅行师职业，并使其具有良好的职业素养和创新精神。



## 案例导入

### 朋派定制游

朋派定制游是途牛针对具有一定消费能力、注重旅行体验的个人或家庭客户，提供独立成团、高端定制等定制服务，满足客户个性化出游需求的中高端定制游产品品牌。作为一种新兴的出游方式，朋派定制游客群特征十分鲜明。一方面，游客以2人出游的夫妻、情侣、闺蜜及家庭用户居多，这与其“亲朋好友，自成一派”的Slogan（品牌口号）有着十分高的契合度。另一方面，朋派定制游以25~45岁年龄段游客最多，占比高达45%，其次为46~60岁、25岁以下用户，占比分别为21%、19%，更注重尝试新鲜事物的年轻游客仍然是目前定制游市场的主要消费客群。

定制师团队持续的专业打造，是朋派定制游收获用户持续关注和复购的重要保障。针对不同的目的地，朋派定制游遴选专业线路设计师为用户提供服务。同时，在定制师人才培养环节，途牛始终坚持培养自有定制师，并且通过专业的定制培训和目的地深度考察，给予定制师更多的成长空间。定制师也从幕后走到了前台，通过在官网页面的定制师介绍，用户可以直观地了解定制师的个人信息和定制出游的经典案例。

#### 服务特色

- (1) 独立成团，一单成行。
- (2) 行程可变（出游中有偿自由调整）。
- (3) 一对一管家式司机+导游服务。

(4) 提供全程旅游顾问的服务，不限服务形式，如全程跟团的当面服务或者当地有顾问提供电话和网络的联系方式，保证能随时联系，不让客人久等。

在服务方面，朋派定制游目前已针对不同的目的地建立了高品质的接待标准，同时专门成立了GTA组（Global Trip Advisor），即全球旅游定制组，遴选专业线路设计师为用户提供服务。针对用户较为关心的定制师问题，朋派定制游力推定制师从幕后走到前台，拉近了用户和定制师的距离，提升了用户满意度。

对于游客而言，朋派定制游的产品不仅可以支持他们随时随地在线查看

行程定制情况，机票、酒店、餐饮、门票、时间安排等重要信息和报价明细也被重点突出，使得游客对出游情况一目了然。在出游过程中，行程页面还支持地图模式，游客可根据地图的指引和导航轻松游玩。

（资料来源：中国旅游协会）



## 第一节 定制旅行服务



### 一、定制旅行服务发展现状

#### （一）国外关于定制旅行的研究

定制旅行在国外非常受欢迎，已然成为旅游界一种新兴的潮流，这种旅游方式在游客中越来越受欢迎。西方定制旅行细分程度高，市场也趋于成熟。国外关于定制旅行模式的研究比较丰富，涵盖了旅游市场营销、旅游产品等方面。

20世纪80年代，阿尔温·托夫勒（Alvin Toffler）最早提出了“定制化”概念的原型。后来多个学者推广了这一概念，比如学者 Hart 指出：在旅游服务中实行规模定制将是该行业的巨大机会。服务行业专家 Linda Peters（2000年）分析了定制模式在旅游服务业中的应用性，并指出了它在推广过程中的促进因素和制约因素。无数旅游学者的引证和借鉴，目前这一定制概念理论已广泛应用于旅游业的发展中。

1972年，Gunn 提出了“旅游功能系统模型”，他是基于旅游系统理论角度来分析的。

1985年，Mill 和 Morrison 对“旅游功能系统模型”进行了修正，他们的研究方向是结构功能的分析。他们参照了行为地理学的观点，强调在旅游产品设计过程中旅游者参与的重要性。游客参与产品设计，一定程度上能够实现旅游消费的效用最大化。

2002年，Gunn 对“旅游功能系统模型”进行自我补充与完善，此时他更加关注旅游者的决策过程，强调在目的地旅游发展中旅游商家为游客们提供



针对性服务的巨大作用。

从国外研究视角来看，他们对定制旅行的研究起步早，研究内容深入而细致，研究成果明显。他们往往会聚焦旅游产业特定行业中某一个具体问题，尤其重视定制旅行产品的开发模式、服务体验完善及线路设计等。

## （二）我国定制旅行的发展现状

随着我国人民消费水平、受教育程度的不断提高，各类旅游设施、条件的不断完善，以及以互联网为核心的多种新技术的应用和普及，旅游者更加追求旅游的个性化和独特性，愈加注重旅游的品质和体验。

目前旅游市场中主要存在三种旅游形式，分别是跟团游、自助游以及定制游。在中国大众旅游市场的发展过程中，跟团游的成熟引出了消费者对自助游的需求，而随着自助游的进一步发展，定制游开始呈现快速成长状态，定制旅行在满足人民美好生活方面发挥着极其重要的作用，但其潜力还远未被开发。

个性化需求的快速发展、市场空间的不断扩大，使得定制游成为近年来最具市场潜力的旅游业务之一。2016年被业界定义为私人定制游的元年，迄今定制游已成为一个千亿交易规模的大市场。出境游中，定制游已成为增幅最快的旅行方式，增长率达到70%以上；国内游中定制出行占比逐渐扩大，且国内主题定制成为明显趋势。



图 1-1 定制旅行发展时间轴

2020年是能够载入旅游业发展史册的一年，突如其来的新冠肺炎疫情带来的不只是巨大的经济损失，更是对旅行服务业发展走向与竞争格局的深刻影响。面对疫情这只“黑天鹅”，全行业在众志成城全力抗疫的同时，也需要冷静思考疫情对行业造成的深刻影响、疫情中行业暴露出的问题以及疫后行业可能面临的新走势。

### 1. 对定制旅游认知的误区

(1) 定制旅游等于高端旅游。目前,有关定制旅游的系统性研究相对较少,对于定制旅游的界定还未在学术层面形成统一的认知。有不少旅游者认为定制旅游是一种高端旅游,将其等同于豪华游、奢侈游。诚然,在中国定制旅游发展的早期阶段,定制旅游的形式以高端定制为主,但随着社会经济的不断发展,定制旅游已呈现多种发展形式,高端定制形式依然存在,但并不是唯一的形式。因此,不应将高端定制所呈现的“高端”价格等无限放大,此处的高端应当理解为相对高端。

实际上,定制旅游的高端应当更多体现在它是以旅行者的需求为中心,体现对于旅游者的重视,旅游者在旅游产品或服务中具备了更多的主动权、选择权,相较于传统旅游方式中旅游者的角色,其所处的地位更高,发挥的作用更大,得到的体验也更好,这才是真正体现定制旅游高端的一面。并且,目前定制旅游产品或服务的价格与发展初期相比已经大幅下降,其与传统旅游产品或服务的价格差距也在逐渐缩小,加上人民收入水平的提高以及对旅游消费支出的扩大,都使得定制旅游正走向大众化,已经不是专属于某些高收入人群,而是有可能成为人人皆可参与的大众旅游产品或服务。



### 知识链接 1-1

#### 高端定制游

当我们提及定制游这个概念时,就不自觉地冠之以“高端”这个形容词。其实定制游也有细分,包括大众定制游和高端定制游。高端定制游的用户画像很明确——高净值人群。大众定制游的用户画像范围则广得多,中产用户以及定制自由行客户。高端定制游是为高净值人群推出定制游,极高的客单价、私人定制是其显著特点。“高净值人群”这个概念来自金融机构,指的是个人(家庭)拥有的可投资净资产在人民币 600 万元(还有按 1000 万元计算的)以上的个人或家庭。“净值”指不包括住宅、车辆、收藏品等非流动资产的可供投资资产。

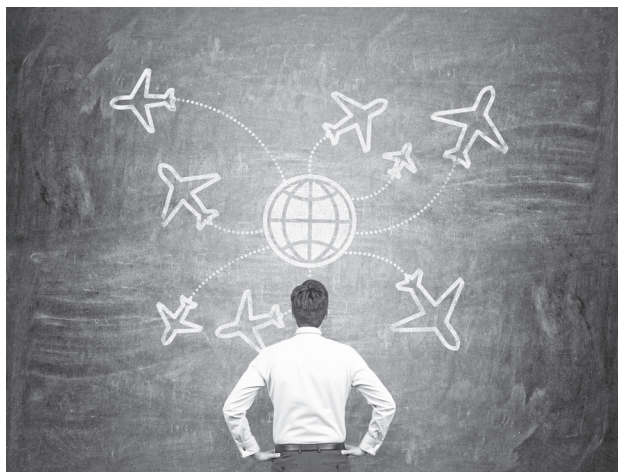


图 1-2 定制旅行规划

高利润来源于高标准。于高端定制游而言，单必要条件就包含以下 8 项：私人客服、私密行程、五星级及以上酒店、乘坐公务舱及以上、稀缺资源、VIP 观景 / 娱乐安排、顶级餐厅、地面豪华交通工具。高净值人群看重的服务则更为具体：专属司机与向导、一对一专属客服、酒店与邮轮品牌、稀缺旅游资源、特色餐食安排、突发事件及时跟进处理、创新合理的行程设计。

(2) 定制旅行无法实现规模化。部分定制旅游企业经营者认为，定制旅游由于其注重个性化、差异性，导致其产品或服务难以批量设计或生产，这就造成定制旅游企业无法实现规模化经营。实际上，随着互联网等新技术的不断应用，定制旅游企业在收集、分析旅游者信息等各类数据时更加便利化，企业建立了强大的数据库，可以利用数据库并结合旅游者的需求快速生成个性化旅游产品或服务。实现规模化的重点和难点在于如何紧紧抓住旅游者的消费需求，增加其返游率，这也是提升定制旅游企业利润所面临的重要问题。

(3) 定制旅行等同于“完全定制”。许多旅游者认为定制旅行的产品或服务一定是符合自己需求、独一无二的，与其他旅游者定制的产品或服务完全不同。应当承认，定制旅游企业提供给旅游者的产品或服务是个性化的，具备独特性，但定制旅游企业如果没有标准化或模块化的产品或服务素材储备，那么每一次的定制都将耗费大量的人力物力、付出高昂的开发成本，这不符合定制旅行企业的经营规律和盈利模式。因此，当前的定制旅游一定是标准