

ICS 03.200

T/YNMS 007—2026

CCS A 12

团体标准

T/YNMS 007—2026

小菌主金牌民宿店长经营管理能力要求

2026-08-28 发布

2026-09-28 实施

云南省旅游民宿行业协会 发布

合规边界声明

本文件属于团体标准和行业自律文件，评价、认定、分级、标识及结果证明均不构成行政许可、法定认证、政府授牌或国家职业资格。涉及医疗、诊疗、处方、治疗或中医诊疗活动的，应由依法取得许可的医疗机构和依法注册的专业人员实施；民宿及服务人员仅可提供非医疗健康服务、生活照料、健康科普和就医转介，不得替代医疗。

前 言

本文件按照 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由云南省旅游民宿行业协会提出并归口。

本文件起草单位：云南省旅游民宿行业协会、甘肃望春山民宿有限公司、甘肃晚照居文旅产业发展有限公司、大理探索文化传播有限公司、云南丹青里企业管理有限公司。

本文件主要起草人：贺双全、马状伟。

小菌主金牌民宿店长经营管理能力要求

1 范围本文件规定了"小菌主"金牌民宿店长在经营管理方面的能力要求,包括总体要求、经营管理能力要求、知识储备要求、职业道德与行为规范、培训与考核等内容。

本文件适用于"小菌主"品牌体系内民宿店长的能力培养、能力评估与岗位管理,也可作为其他品牌民宿店长能力建设的参考。

2 规范性引用文件下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 14308 旅游饭店钻级的划分与评定

GB 16153 公共场所卫生管理规范

GB/T 16766 旅游业基础术语

GB/T 18973 旅游民宿基本要求与评价

LB/T 065 旅游民宿基本要求与等级

LB/T 066 文化主题旅游民宿基本要求与评价

3 术语和定义下列术语和定义适用于本文件。

3.1 民宿 homestay 利用当地民居等相关闲置资源,主人参与接待,为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施。

[来源:GB/T 18973—2019, 3.1] 3.2 民宿店长 homestay manager 全面负责民宿日常经营管理,对民宿经营业绩、服务品质、团队建设和品牌形象承担直

接责任的民宿运营管理人员。

3.3 金牌店长 gold-medal manager 经系统培训与严格考核,在经营管理能力、服务品质把控、品牌价值创造等方面达到较高标准,获得品牌授权认证的民宿店长。

3.4 "小菌主"品牌 "Xiaojunzhu" brand 以云南野生菌文化为核心主题，融合在地自然生态与民族文化特色，打造沉浸式菌文化体验的民宿品牌体系。

3.5 经营管理能力 operation and management competency 民宿店长在经营决策、运营执行、团队管理、营销推广、服务管控、财务管理、安全保

障及创新发展等方面所具备的综合职业能力。

4 总体要求 4.1 角色定位 4.1.1 民宿店长应是民宿经营管理的核心负责人，承担经营者、管理者和服务者三重角色。

4.1.2 店长应作为民宿与品牌总部之间的桥梁，确保品牌标准在门店的落地执行。

4.1.3 店长应作为民宿与所在社区之间的纽带，维护良好的社区关系，促进民宿与社区的和谐共生。

4.1.4 店长应作为在地文化的传播者，向游客展示和传递云南特色文化及"小菌主"品牌内涵。

4.2 能力框架 4.2.1 店长应具备战略规划能力、运营管理能力、团队管理能力、营销推广能力、服务管理能力、财务管理能力、安全管理能力和创新发展能力八大核心能力。

4.2.2 八大核心能力应相互支撑、协调发展，形成完整的经营管理能力体系。

4.2.3 店长应在核心能力基础上，结合自身优势与民宿特点，形成差异化的管理风格。

4.3 基本素养 4.3.1 店长应热爱民宿行业，具备良好的职业认同感和使命感。

4.3.2 店长应具备健康的身心素质，能够适应民宿行业的工作强度和节奏。

4.3.3 店长应具备持续学习的意识和能力，关注行业动态和发展趋势。

4.3.4 店长应具备良好的沟通表达能力和人际交往能力。

4.3.5 店长应具备较强的责任心和抗压能力，能够有效应对各类突发状况。

4.3.6 店长应具备基本的审美素养和文化品位，能够营造具有品质感的民宿空间氛围。

5 经营管理能力要求 5.1 战略规划能力 5.1.1 市场分析 5.1.1.1 应掌握市场调研的基本方法，能够系统收集和分析民宿所在区域的市场信息。

5.1.1.2 应能够识别目标客群特征，分析客源结构、消费偏好和出行规律。

5.1.1.3 应能够研判行业发展趋势，关注政策导向、消费升级和技术变革对民宿行业的影响。

5.1.1.4 应能够运用 SWOT 分析等工具，评估民宿自身的优势、劣势、机遇和威胁。

5.1.2 经营定位 5.1.2.1 应能够根据市场分析结果，明确民宿的目标客群定位和价格定位。

5.1.2.2 应能够结合"小菌主"品牌特色和在地资源，形成差异化的产品定位。

5.1.2.3 应能够制定清晰的经营目标和阶段性发展计划。

5.1.3 发展规划 5.1.3.1 应能够编制民宿年度经营计划和中期发展规划。

5.1.3.2 应能够合理设定关键绩效指标，包括入住率、平均房价、客人满意度等。

5.1.3.3 应能够根据经营数据定期评估规划执行情况，及时调整经营策略。

5.1.4 竞争策略 5.1.4.1 应了解周边竞品民宿的经营状况，建立竞品信息档案。

5.1.4.2 应能够制定有效的竞争策略，突出"小菌主"品牌的差异化优势。

5.1.4.3 应能够根据市场竞争态势变化，灵活调整经营策略。

5.2 运营管理能力 5.2.1 房态管理 5.2.1.1 应建立完善的房态管理制度，实时掌握客房状态。

5.2.1.2 应能够合理调配客房资源，优化房型配置和房态结构。

5.2.1.3 应能够制定淡旺季不同的房态管理策略。

5.2.1.4 应能够运用信息化工具实现房态的高效管理。

5.2.2 收益管理 5.2.2.1 应掌握收益管理的基本原理和方法。

5.2.2.2 应能够根据市场需求、季节变化和竞争状况，制定动态定价策略。

5.2.2.3 应能够通过优化收入结构和控制空房率，实现收益最大化。

5.2.2.4 应能够分析收益数据，识别收入增长机会。

5.2.3 成本控制 5.2.3.1 应建立成本控制体系，对人工成本、物料成本、能源成本等进行分类管理。

5.2.3.2 应能够制定采购标准和供应商管理制度，有效控制采购成本。

5.2.3.3 应能够定期进行成本分析，识别成本节约空间。

5.2.3.4 应能够在保证服务品质的前提下，实现成本效益的优化。

5.2.4 品质管理 5.2.4.1 应建立民宿品质标准体系，涵盖客房品质、公共区域品质、餐饮品质等方面。

5.2.4.2 应能够定期开展品质检查，建立品质问题台账和整改闭环机制。

5.2.4.3 应能够对标行业标杆，持续提升民宿品质水平。

5.2.4.4 应能够确保民宿运营符合 GB/T 18973 和 LB/T 065 的相关要求。

5.3 团队管理能力 5.3.1 人员招聘 5.3.1.1 应能够根据民宿经营需要，制定合理的人员配置方案。

5.3.1.2 应能够明确各岗位的任职资格和能力要求。

5.3.1.3 应能够通过有效渠道招聘合适的人才。

5.3.1.4 应能够组织规范的面试和录用流程。

5.3.2 培训发展 5.3.2.1 应建立系统的员工培训体系，包括入职培训、岗位技能培训和管理能力培训。

5.3.2.2 应能够制定年度培训计划，确保培训内容覆盖服务规范、安全知识、品牌文化等方面。

5.3.2.3 应能够运用多种培训方式，提升培训效果。

5.3.2.4 应关注员工职业发展，为员工提供成长通道和晋升机会。

5.3.3 绩效考核 5.3.3.1 应建立科学的绩效考核体系，设定明确的考核指标和标准。

5.3.3.2 应能够定期开展绩效评估，及时反馈考核结果。

5.3.3.3 应能够将绩效考核结果与薪酬调整、岗位晋升等挂钩。

5.3.3.4 应能够通过绩效面谈帮助员工改进工作表现。

5.3.4 团队建设 5.3.4.1 应营造积极向上的团队氛围，增强团队凝聚力和向心力。

5.3.4.2 应能够有效协调团队成员之间的关系，化解团队矛盾。

5.3.4.3 应能够建立良好的沟通机制，促进信息共享和团队协作。

5.3.4.4 应注重培养后备人才，降低人员流动对经营的影响。

5.3.5 激励机制 5.3.5.1 应建立多元化的激励机制，包括物质激励和精神激励。

5.3.5.2 应能够根据员工特点和需求，采取差异化的激励方式。

5.3.5.3 应能够设计合理的薪酬福利体系，增强员工归属感。

5.3.5.4 应能够组织团队活动，丰富员工工作生活。

5.4 营销推广能力 5.4.1 品牌营销 5.4.1.1 应深刻理解"小菌主"品牌理念和文化内涵，准确传达品牌价值。

5.4.1.2 应能够制定民宿品牌营销策略，统一品牌传播口径。

5.4.1.3 应能够策划品牌主题活动，提升品牌知名度和美誉度。

5.4.1.4 应能够维护品牌形象，确保各触点的品牌体验一致性。

5.4.2 渠道管理 5.4.2.1 应了解主流在线旅游平台（OTA）的运营规则和推广机制。

5.4.2.2 应能够合理配置线上线下销售渠道，优化渠道结构。

5.4.2.3 应能够维护与各渠道平台的合作关系，争取优质资源位。

5.4.2.4 应能够拓展直销渠道，降低渠道依赖度。

5.4.3 新媒体运营 5.4.3.1 应掌握主流新媒体平台（包括但不限于微信、抖音、小红书、微博等）的运营方法。

5.4.3.2 应能够制定新媒体内容策略，产出优质原创内容。

5.4.3.3 应能够运用短视频、直播等形式进行民宿推广。

5.4.3.4 应能够分析新媒体运营数据，优化内容策略和推广效果。

5.4.4 客户关系管理 5.4.4.1 应建立客户档案管理系统，记录客户偏好和消费历史。

5.4.4.2 应能够制定会员管理制度，设计会员权益和积分体系。

5.4.4.3 应能够开展客户回访和满意度调查，收集客户反馈。

5.4.4.4 应能够运用客户数据分析，实施精准营销和个性化服务。

5.5 服务管理能力 5.5.1 服务标准制定 5.5.1.1 应能够制定覆盖住前、住中、住后全流程的服务标准。

5.5.1.2 应能够结合"小菌主"品牌特色，设计具有品牌辨识度的特色服务项目。

5.5.1.3 应能够制定服务礼仪规范和操作流程标准。

5.5.1.4 应能够根据客户需求和行业趋势，持续优化服务标准。

5.5.2 服务质量监控 5.5.2.1 应建立服务质量监控体系，定期开展服务品质检查。

5.5.2.2 应能够运用神秘客暗访、客户评价分析等方式评估服务质量。

5.5.2.3 应能够建立服务质量问题的发现、分析和改进机制。

5.5.2.4 应能够设定服务质量目标，持续追踪服务质量改进成效。

5.5.3 投诉处理 5.5.3.1 应建立完善的投诉受理和处理机制，确保投诉渠道畅通。

5.5.3.2 应能够按照"首问负责、及时响应、妥善处理、跟踪回访"的原则处理客户投诉。

5.5.3.3 应能够分析投诉原因，制定预防措施，减少同类投诉的发生。

5.5.3.4 应能够将投诉转化为服务改进的机会，提升客户满意度。

5.5.4 服务创新 5.5.4.1 应具备服务创新意识，能够根据客户需求变化设计新的服务产品。

5.5.4.2 应能够整合在地资源，开发具有云南特色和菌文化主题的体验服务。

5.5.4.3 应能够借鉴国内外优秀民宿的服务经验，进行本土化创新应用。

5.5.4.4 应能够建立服务创新激励机制，鼓励员工参与服务创新。

5.6 财务管理能力 5.6.1 预算编制 5.6.1.1 应能够编制年度经营预算，包括收入预算和支出预算。

5.6.1.2 应能够将年度预算分解为月度、季度预算，便于执行监控。

5.6.1.3 应能够根据经营实际，合理调整预算方案。

5.6.1.4 应能够组织预算评审，确保预算的科学性和可行性。

5.6.2 财务分析

5.6.2.1 应能够读懂基本的财务报表，包括利润表、资产负债表和现金流量表。

5.6.2.2 应能够计算和分析关键财务指标，如 RevPAR、GOP 率、人均产值等。

5.6.2.3 应能够通过财务分析发现经营问题，提出改进建议。

5.6.2.4 应能够定期编制经营分析报告，为经营决策提供数据支撑。

5.6.3 资金管理 5.6.3.1 应建立健全资金管理制度，确保资金安全。

5.6.3.2 应能够合理安排资金收支，确保民宿运营资金充足。

5.6.3.3 应能够加强应收账款管理，确保收入及时回笼。

5.6.3.4 应能够制定备用金管理制度，规范日常费用报销流程。

5.6.4 税务合规 5.6.4.1 应了解民宿行业相关的税收政策和法规要求。

5.6.4.2 应能够依法依规办理税务登记和纳税申报。

5.6.4.3 应能够合理运用税收优惠政策，降低税负。

5.6.4.4 应能够配合税务机关的检查和审计工作。

5.7 安全管理能力 5.7.1 安全制度 5.7.1.1 应建立健全安全管理制度，明确安全管理责任。

5.7.1.2 应制定消防安全、治安安全、食品安全、设施设备安全等方面的管理制度。

5.7.1.3 应建立安全巡查制度，定期开展安全隐患排查。

5.7.1.4 应建立安全台账，完整记录安全管理活动。

5.7.2 应急预案 5.7.2.1 应制定各类突发事件的应急预案，包括火灾、自然灾害、公共卫生事件、治安事件等。

5.7.2.2 应急预案应明确应急组织架构、处置流程和责任分工。

5.7.2.3 应定期组织应急演练，检验和完善应急预案。

5.7.2.4 应急预案应根据实际情况变化及时修订更新。

5.7.3 风险防控 5.7.3.1 应能够识别民宿运营中的各类安全风险，建立风险清单。

5.7.3.2 应能够评估风险等级，制定针对性的防控措施。

5.7.3.3 应能够为客人购买相关保险，降低经营风险。

5.7.3.4 应能够建立风险预警机制，做到早发现、早报告、早处置。

5.7.4 安全培训 5.7.4.1 应制定年度安全培训计划，确保全员覆盖。

5.7.4.2 安全培训内容应包括消防安全知识、急救知识、食品安全知识等。

5.7.4.3 应能够组织新员工入职安全培训和在岗员工定期安全复训。

5.7.4.4 应能够记录培训情况，建立安全培训档案。

5.8 创新发展能力 5.8.1 产品创新 5.8.1.1 应具备产品创新意识，能够根据市场需求变化开发新的住宿产品和配套服务。

5.8.1.2 应能够围绕"小菌主"品牌主题，开发菌文化体验产品，如菌菇采摘、菌宴品鉴、菌文化研学等。

5.8.1.3 应能够整合当地特色资源，打造差异化的民宿产品组合。

5.8.1.4 应能够建立产品创新评估机制，对新产品的市场表现进行跟踪分析。

5.8.2 业态融合 5.8.2.1 应了解"民宿+"的融合发展模式，能够推动民宿与相关业态的融合。

5.8.2.2 应能够探索民宿与农业体验、文化体验、户外运动、健康养生等业态的融合路径。

5.8.2.3 应能够建立与周边景区、餐饮、交通等业态的合作关系，构建区域旅游服务网络。

5.8.2.4 应能够通过业态融合拓展收入来源，提升民宿综合收益。

5.8.3 数字化转型 5.8.3.1 应了解民宿行业数字化发展趋势，积极推动民宿数字化转型。

5.8.3.2 应能够运用智能门锁、智能客控、自助入住等数字化工具提升运营效率。

5.8.3.3 应能够利用数据分析工具，支撑经营决策和管理优化。

5.8.3.4 应能够推动管理流程的数字化改造，实现运营数据的实时采集和分析。

5.8.4 可持续发展 5.8.4.1 应树立绿色发展理念，推动民宿的绿色运营。

5.8.4.2 应能够采取节能减排措施，降低能源消耗和废弃物排放。

5.8.4.3 应能够优先采购本地环保材料和产品，支持地方经济发展。

5.8.4.4 应能够引导客人参与环保实践，传播绿色消费理念。

6 知识储备要求 6.1 行业知识 6.1.1 应掌握民宿行业的基本概念、发展历程和现状趋势。

6.1.2 应了解国内外民宿行业的优秀案例和最佳实践。

6.1.3 应熟悉酒店管理的基本理论和方法。

6.1.4 应了解旅游行业的基本知识，包括旅游市场、旅游产品和旅游政策等。

6.2 法律法规 6.2.1 应了解《中华人民共和国旅游法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国劳动合同法》等与民宿经营相关的法律法规。

6.2.2 应了解民宿行业相关的特种行业许可证、消防安全许可证、卫生许可证等证照办理要求。

6.2.3 应了解食品安全、环境保护、税收等方面的法律法规要求。

6.2.4 应了解云南省及民宿所在地关于民宿管理的地方法规和政策文件。

6.3 文化知识 6.3.1 应了解云南的基本省情、地理特征和民族文化。

6.3.2 应熟悉云南野生菌的种类、分布、食用文化和安全知识。

6.3.3 应了解民宿所在地的历史文化、民俗风情和特色物产。

6.3.4 宜掌握至少一项云南非物质文化遗产相关知识，能够向客人进行介绍和展示。

6.4 外语能力 6.4.1 应具备基本的外语沟通能力，能够为外籍客人提供基础接待服务。

6.4.2 宜掌握英语日常会话和民宿服务常用语。

6.4.3 宜了解主要客源国的基本礼仪和文化禁忌。

6.4.4 可根据民宿客源特点，掌握其他语种的基础沟通能力。

6.5 信息技术 6.5.1 应能够熟练使用办公软件，进行文档处理、数据分析和演示制作。

6.5.2 应能够使用民宿管理系统（PMS）进行日常运营管理。

6.5.3 应能够使用在线旅游平台的后台管理系统。

6.5.4 应了解新媒体内容制作工具的基本使用方法。

6.5.5 宜了解数据分析工具和客户关系管理系统的使用方法。

7 职业道德与行为规范 7.1 职业道德 7.1.1 应遵守国家法律法规，依法合规经营。

7.1.2 应诚实守信，不得弄虚作假、欺骗消费者。

7.1.3 应尊重客人的合法权益，保护客人隐私和个人信息。

7.1.4 应公平公正地对待员工，不得歧视和侵犯员工合法权益。

7.1.5 应自觉维护行业形象和品牌声誉。

7.2 行为规范 7.2.1 应注重个人仪表和职业形象，着装整洁得体。

7.2.2 应使用文明用语，态度热情友好。

7.2.3 应严格遵守工作纪律，不得利用职务之便谋取私利。

7.2.4 应妥善保管民宿财物和客人遗留物品。

7.2.5 应保守民宿商业秘密，不得泄露经营数据和内部信息。

7.2.6 应积极参与行业交流和学习，不断提升专业水平。

7.2.7 应关注社会责任，积极参与社区建设和公益活动。

8 培训与考核 8.1 培训内容 8.1.1 店长培训应包括但不限于以下内容：

- a) 品牌文化培训： "小菌主"品牌理念、品牌故事、品牌标准等；
- b) 经营管理培训： 战略规划、运营管理、财务管理等；
- c) 服务管理培训： 服务标准、服务质量控制、投诉处理等；
- d) 团队管理培训： 人员管理、沟通技巧、领导力培养等；
- e) 营销推广培训： 品牌营销、新媒体运营、客户关系管理等；
- f) 安全管理培训： 安全制度、应急预案、安全操作规范等；
- g) 创新发展培训： 产品创新、数字化转型、可持续发展等；
- h) 文化知识培训： 云南文化、菌文化、在地民俗等。

8.1.2 培训应采取理论教学与实践操作相结合的方式。

8.1.3 宜组织店长到优秀民宿进行考察学习和交流。

8.1.4 应建立培训档案，完整记录店长的培训经历和考核结果。

8.2 考核方式 8.2.1 店长能力考核应采用多元评价方式，包括：

a) 理论知识考核： 采用笔试或在线考试方式，考核经营管理理论知识掌握程度；

b) 实操能力考核： 采用情景模拟、案例分析等方式，考核实际经营管理能力；

c) 经营业绩考核： 根据入住率、营收、客户满意度等经营指标进行评价；

d) 综合素质评价： 通过 360 度评价等方式，考核沟通协调、团队领导等综合能力。

8.2.2 考核应定期开展，建议每年至少进行一次综合考核。

8.2.3 考核过程应公平、公正、公开，考核结果应有完整的记录。

8.2.4 应将考核结果作为店长认证、岗位调整和薪酬激励的重要依据。

8.3 能力评估 8.3.1 应建立店长能力评估指标体系，覆盖第5章规定的八大核心能力。

8.3.2 能力评估可采用等级描述法，将各项能力划分为不同的能力水平层次。

8.3.3 应根据能力评估结果，为店长制定针对性的能力提升计划。

8.3.4 应建立能力评估结果的动态管理机制，定期更新评估结果。

附 录 A
(资料性)

民宿店长经营管理能力自评表表 A.1 给出了民宿店长经营管理能力自评表示例，店长可参照此表进行自我评估。

表 A.1 民宿店长经营管理能力自评表

序号	能力维度	评估项目	能力水平自评 (1~5 分)	改进计划
1	战略规划能力	市场分析		
2		经营定位		
3		发展规划		
4		竞争策略		
5	运营管理能力	房态管理		
6		收益管理		
7		成本控制		
8		品质管理		
9	团队管理能力	人员招聘		

10		培训发 展		
11		绩效考 核		
12		团队建 设		
13		激励机 制		
14	营销推 广能力	品牌营 销		
15		渠道管 理		
16		新媒体 运营		
17		客户关 系管理		
18	服务管 理能力	服务标 准制定		
19		服务质 量监控		
20		投诉处 理		
21		服务创 新		
22	财务管 理能力	预算编 制		

23		财务分 析		
24		资金管 理		
25		税务合 规		
26	安全管 理能力	安全制 度		
27		应急预 案		
28		风险防 控		
29		安全培 训		
30	创新发 展能力	产品创 新		
31		业态融 合		
32		数字化 转型		
33		可持续 发展		

注：能力水平自评采用 1~5 分制，其中 1 分为入门水平，3 分为合格水平，5 分为优秀水平。

附 录 B
(资料性)

民宿店长培训课程建议表 B.1 给出了民宿店长培训课程建议，培训机构和民宿企业可参照此表制定培训方案。

表 B.1 民宿店长培训课程建议

序号	课程 模块	课程 名称	建议 学时	培训 方式	课程 要点
1	品牌 文化	"小 菌主"品 牌文化与 理念	8	理论 教学+现 场教学	品牌 起源、品 牌故事、 品牌价值 观、品牌 标准体系
2		云南 菌文化与 在地文化	8	理论 教学+实 地考察	野生 菌知识、 菌文化体 验、云南 民族文 化、在地 民俗
3	经营 管理	民宿 市场分析与经营定 位	8	理论 教学+案 例分析	市场 调研方 法、 SWOT 分 析、目标 客群分

					析、差异化定位
4		民宿 收益管理 与定价策略	8	理论 教学+实操演练	收益 管理原理、动态定价、渠道收益优化、RevPAR提升
5		民宿 成本控制与品质管理	8	理论 教学+案例分析	成本 分析方法、采购管理、品质标准体系、品质检查
6	团队 管理	民宿 团队建设与管理	8	理论 教学+情景模拟	人员 配置、招聘面试、培训体系、绩效管理、激励机制
7		领导 力与沟通	8	理论 教学+互	领导 力模型、

		技巧		动演练	有效沟通、冲突管理、团队激励
8	营销推广	民宿品牌营销与渠道管理	8	理论教学+案例分析	品牌传播策略、OTA运营、直销渠道建设、合作推广
9		新媒体运营与内容创作	16	理论教学+实操演练	短视频制作、直播运营、小红书/抖音运营、内容策略
10		客户关系管理与会员运营	8	理论教学+实操演练	客户画像、会员体系设计、客户生命周期管理、精准营销
11	服务	民宿	8	理论	服务

	管理	服务标准与服务创新		教学+情景模拟	流程设计、服务礼仪、服务创新方法、体验设计
12		客户投诉处理与服务补救	4	理论 教学+案例分析	投诉处理流程、服务补救策略、客户满意度提升
13	财务管理	民宿财务基础与经营分析	8	理论 教学+实操演练	财务报表阅读、关键指标分析、经营分析报告编制
14		民宿税务合规与风险防范	4	理论 教学	税收政策、纳税实务、税务风险防控
15	安全	民宿	8	理论	消防

	管理	安全管理 制度与实 务		教学+实 操演练	安全、食 品安全、 治安管 理、安全 巡查
16		应急 预案编制 与演练	4	理论 教学+实 操演练	应急 预案编 制、应急 演练组 织、突发 事件处置
17	创新 发展	民宿 产品创新 与业态融 合	8	理论 教学+案 例分析	产品 设计方 法、“民 宿+”模 式、业态 融合案例
18		民宿 数字化转 型实践	8	理论 教学+实 操演练	智能 化设备应 用、数据 分析工 具、管理 流程数字 化
19	法律 法规	民宿 相关法律	8	理论 教学	旅游 法、消费

		法规解读			者权益保护法、民宿管理办法、证照办理
20	综合实践	标杆民宿考察与交流	16	实地考察+座谈交流	优秀民宿参访、管理经验分享、行业交流
		合计	168		

注 1：建议学时为参考值，培训机构可根据实际需要调整。

注 2：培训方式可根据课程特点和学员情况灵活组合。

注 3：建议在完成全部课程学习后，安排综合实践考核。