

ICS

CCS

T/GXDSL

团

体

标

准

T/GXDSL — 2026

旅游团体定制服务提供商能力评价规范

Standards for Evaluating the Capabilities of Customized Travel Group Service

Providers

(工作组讨论稿)

(本草案完成时间: 2026-01-22)

2026 - - 发布

2026 - - 实施

广西电子商务企业联合会 发布

目 次

前 言	II
1 引言	1
2 范围	1
3 规范性引用文件	1
4 术语和定义	2
4 总则	3
5 基本能力要求	3
6 专业服务能力评价	3
7 运营管理能力评价	4
8 创新能力与品牌影响力评价	5
9 评价方法与等级划分	5
10 附则	5

前　　言

本文件依据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。

本文件由广西产学研科学研究院提出并宣贯。

本文件由广西电子商务企业联合会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

旅游团体定制服务提供商能力评价规范

1 引言

随着我国旅游消费市场不断升级与细化，旅游需求日益呈现个性化、多元化、深度化的发展趋势，团体定制旅游作为满足特定群体专属需求的服务模式，市场规模持续扩大，已成为旅游产业创新发展的方向。然而，当前旅游团体定制服务市场尚存在服务标准不一、专业能力参差、质量评价体系缺失等问题，制约了行业的健康有序发展与消费者体验的进一步提升。为引导和规范旅游团体定制服务提供商的经营活动，提升其专业服务能力、质量管理水平与风险应对能力，保障旅游者的合法权益，促进旅游定制服务市场的高质量、标准化发展，特制定本规范。本规范旨在建立一套科学、全面、可操作的能力评价指标体系，为旅游团体定制服务提供商的自我改进、行业评价与第三方认证提供依据。本规范由广西产学研科学研究院基于广泛的行业调研与实践总结提出并组织研制。

2 范围

本规范规定了旅游团体定制服务提供商在服务能力、运营管理、资源整合、安全保障、持续改进等方面的基本要求与等级评价准则。本规范适用于中华人民共和国境内从事旅游团体定制服务业务的企业法人机构，包括旅行社、在线旅游企业（OTA）及其他专门提供定制旅游服务的组织。本规范可用于企业的自我评价、行业自律评价、第三方认证以及相关方对其能力水平的考察。

3 规范性引用文件

下列文件对于本规范的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本规范。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本规范。

GB/T 15971-2010 导游服务规范

GB/T 16766-2017 旅游业基础术语

GB/T 26356-2010 旅游购物场所服务质量要求

GB/T 31380—2015 旅行社等级的划分与评定

GB/T 39000—2020 旅游经营者处理投诉规范

LB/T 004—2013 旅行社国内旅游服务规范

LB/T 008—2011 旅行社服务通则

LB/T 045—2015 旅游电子商务网站建设技术规范

LB/T 063—2017 旅游志愿者服务质量规范（适用于部分定制团）

《中华人民共和国旅游法》（2018年修正）

《旅行社条例》（2020年修订）

《在线旅游经营服务管理暂行规定》（中华人民共和国文化和旅游部令第4号，2020年）

4 术语和定义

4.1 旅游团体定制服务：指应特定客户群体的要求，为其提供从行程策划、产品设计、资源采购、组织实施到全程服务的非标准化、个性化、专属化的旅游服务。

4.2 旅游团体定制服务提供商：指依法设立，以旅游团体定制服务为核心业务或重要业务板块，为客户提供一对一或多对一专属服务的旅游经营者。

4.3 定制服务团队：指由客户经理（定制师）、产品设计师、计调操作员、专属导游/领队等角色组成的，为客户提供全程专属服务的核心工作小组。

4.4 定制方案：指根据客户需求，量身设计并提供给客户确认的，包含行程安排、服务标准、费用构成、权利义务等内容的详细文本。

4.5 关键控制点：指在定制服务流程中对服务质量、客户体验、安全保障具有决定性影响的关键环节或节点。

4.6 客户需求分析报告：指基于与客户的深度沟通，系统梳理其旅行意图、偏好、预算、特殊要求等信息的综合性文件。

4 总则

旅游团体定制服务提供商应严格遵守国家有关法律法规，坚持诚信经营、客户至上的原则，以提升客户满意度和旅行体验为核心目标。能力评价遵循科学性、系统性、导向性、可操作性的原则，注重对提供商综合服务能力、持续创新能力和风险管控能力的全面考察。提供商的经营管理与服务过程应积极采用先进的管理方法和信息技术，提升运营效率与服务品质。本规范的评价结果可作为市场选择、行业监督和企业自我改进的参考依据。

5 基本能力要求

提供商必须具备合法经营资质，主营业务包含旅游服务，并持续满足《旅行社条例》等法规对旅行社或在线旅游经营者的各项要求。应拥有固定的经营场所、必要的办公设施和稳定的专业团队。提供商应建立完善的定制服务业务流程与管理制度，包括但不限于客户咨询与需求分析管理、产品设计与方案定制管理、资源采购与成本控制管理、合同签订与收费管理、行前说明与准备管理、行程执行与现场质量管理、售后服务与客户关系管理等制度。应设立独立的客户服务部门或岗位，负责处理咨询、投诉与紧急事务。提供商应具备保障服务顺畅运行的信息技术能力，拥有功能完善的业务管理系统、客户关系管理系统（CRM）及线上沟通平台，能够实现客户需求记录、方案在线呈现与修改、合同电子化管理、服务节点提醒、服务质量反馈等信息化管理。线上平台建设应符合 LB/T 045-2015 的相关技术要求。提供商必须建立健全安全保障体系，设立安全管理机构或明确安全责任人，制定覆盖旅行全过程的应急预案，包括但不限于交通事故、疾病感染、自然灾害、社会安全事件等应急预案，并定期组织演练。必须投保旅行社责任保险，并积极引导客户购买旅游意外伤害保险。

6 专业服务能力评价

专业服务能力是评价提供商水平的核心。在需求洞察与分析方面，提供商应配备具有良好沟通技巧和需求挖掘能力的客户经理或定制师。在接到客户意向后，应通过面对面、电话、在线等多种方式与客户进行不低于 60 分钟的深度访谈，并形成书面的《客户需求分析报告》。报告应准确涵盖团队构成、出行动机、核心兴趣点、体验偏好、预算范围、特殊需求（如餐饮禁忌、无障碍设施、主题摄影、企业

团建目标等)等关键信息,需求分析的准确性与完整性将作为重要评价指标。在产品策划与设计能力方面,提供商应拥有专业的产品研发与设计团队。基于需求分析报告,应在约定时间内(通常不超过3个工作日)为客户提供至少2套具有鲜明特色和差异化的《定制方案》初稿。方案设计应富有创意,深度整合目的地资源,能够将客户的个性化需求转化为具体、可执行的行程安排与体验活动。方案内容应详尽、透明,包括每日详细行程、交通方式与时段、住宿酒店名称及房型、用餐安排(餐厅特色及餐标)、所含景点及活动说明、服务人员配置、费用明细构成、双方权利义务、特别注意事项等。方案的合理性、创新性、可行性与细节把控度是评价重点。在资源整合与采购能力方面,提供商应具备强大的上游资源整合能力,拥有稳定、优质、多元化的资源采购网络,覆盖交通(航空、铁路、特种车辆)、住宿(星级酒店、特色民宿、度假村)、餐饮、景区、活动执行方(如营地、培训机构、文化交流机构)、导游服务等。应建立合格供应商名录与评价体系,能够为客户争取到有竞争力的资源价格和专属的接待安排,确保定制方案的顺利落地与独特体验的实现。对稀缺资源或特殊体验活动的获取能力是重要加分项。在行程执行与现场服务能力方面,提供商应为每个定制团组建专属的定制服务团队,确保服务衔接无缝。应建立标准的行前说明会制度,向客户全面介绍行程细节、安全须知、目的地情况等。应派遣经验丰富、符合客户组团特性的专属导游或领队全程服务,导游服务应符合GB/T 15971—2010的要求。在行程中,应建立有效的现场服务质量监控与应急响应机制,客户经理或24小时值班人员应能及时响应并处理团队在途中的问题与突发状况。服务团队解决现场问题的灵活性、专业性与客户满意度是核心评价内容。

7 运营管理能力评价

运营管理能力是服务质量的基石。在组织架构与团队建设方面,提供商应设置有清晰合理的定制服务业务组织架构,岗位职责明确。应建立系统的人才培训体系,定期对定制师、产品设计师、操作人员、导游领队等进行产品知识、服务技能、客户心理、安全应急、目的地文化等方面的培训,每年人均受训时长不低于50小时。拥有高素质、稳定的核心定制服务团队,定制师平均从业经验不低于3年,是评价其专业底蕴的关键。在质量管理方面,应建立文件化的质量管理体系,对服务全过程的关键控制点(如需求确认、方案审核、合同签订、资源确认、行前检查、行程中关键环节、送团后回访)进行监控与记录。应制定高于行业平均水平的企业内部服务标准。应建立完善的客户满意度调查与评价机制,在服务结束后主动收集客户反馈,回收率不低于80%,并对反馈信息进行统计分析,用于服务改进。投诉处理应符合GB/T 39000—2020的规定,建立快速响应与闭环处理机制。

在风险与财务管理方面,应具备严谨的风险识别与防控能力,在方案设计阶段即进行安全风险评估,

并向客户充分告知。财务管理制度健全，报价清晰、透明，无隐性消费。成本控制有效，能实现合理的利润率。合同管理规范，使用规范的旅游合同文本，对定制化条款约定清晰、权责分明。在信息化管理水平方面，应利用信息技术提升管理效能，业务系统能实现客户档案管理、项目进度跟踪、资源库存管理、费用结算、数据分析等功能。鼓励运用大数据分析客户偏好，为产品创新提供支持。

8 创新能力与品牌影响力评价

在持续创新与产品研发方面，提供商应展现出持续的产品与模式创新能力。定期（如每季度）研发并推出新的主题定制线路或体验产品（如研学旅行、康养旅游、商务考察、生态摄影、非遗探访等）。能够灵活应用新技术（如 VR 预览、行程轨迹分享、智能导游）提升客户体验。拥有自主知识产权的特色产品或服务模式将获得高度评价。在品牌建设与社会责任方面，提供商应重视品牌形象建设，拥有鲜明的市场定位和品牌识别度。市场营销活动专业、规范，宣传内容真实、准确。应积极履行社会责任，在旅游活动中倡导文明旅游、环境保护和可持续发展理念。在客户口碑与行业影响方面，应拥有较高的客户复购率与推荐率（如复购与推荐客户占比超过 30%）。在主流旅游平台或自有渠道上的客户评价总体优良。在行业内具有一定的知名度和影响力，积极参与行业交流、标准制定或公益活动。

9 评价方法与等级划分

对旅游团体定制服务提供商的评价可采用企业自评、客户评价、现场评审、资料审核、暗访调查等多种方法相结合的方式进行。评价机构应根据本规范制定详细的评分细则。根据综合评价得分，将旅游团体定制服务提供商的能力划分为三个等级，从高到低依次为：AAAAA 级、AAA 级、AA 级。各等级核心特征如下：AAAAA 级提供商在全部评价维度上均表现卓越，拥有极强的资源整合与创新能力，能提供极致个性化的顶级定制服务，市场口碑卓著，是行业标杆。AAA 级提供商在核心服务能力和运营管理上表现优秀，能高质量地满足客户的多样化定制需求，服务体系完备，客户满意度高。AA 级提供商具备合格的定制服务能力，能够根据客户需求提供规范的定制产品与服务，基本管理体系健全。具体等级分数线由评价组织方在实施细则中确定。评价结果有效期为三年，期间可进行监督复审。提供商应按照评价过程中指出的问题进行改进，以持续符合或提升相应等级要求。

10 附则

10.1 本规范自发布之日起实施。各相关单位可依据本规范开展旅游团体定制服务提供商的评价与认定工作。

10.2 本规范所引用的文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本规范。

10.3 随着行业发展与技术进步，本规范将适时进行修订与完善。
