

ICS 01.040.03
A 00

DB34

安 徽 省 地 方 标 准

DB 34/T 2325—2015

旅行社服务标准化规范

Specifications for standardization of service for travel agency

2015 - 03 - 27 发布

2015 - 04 - 27 实施

安徽省质量技术监督局 发布

目 次

前言	III
引言	IV
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 总要求	1
5 通用规范	2
5.1 术语和缩略语	2
5.2 符号与标志	2
6 服务提供规范	2
6.1 旅游产品开发	2
6.2 采购工作	3
6.3 信息发布	4
6.4 产品销售	4
6.5 门市服务	5
6.6 销售服务	6
6.7 导游服务	7
6.8 咨询服务	11
6.9 计调服务	12
6.10 服务游客各要素	13
7 服务保障规范	14
7.1 旅游诚信	14
7.2 员工培训	15
7.3 档案管理	15
7.4 质量管理	15
7.5 质量控制	16
7.6 安全保障	16
7.7 新技术应用	16
8 服务改进规范	19
8.1 争议及投诉处理流程	19
8.2 客户回访流程	19
8.3 服务质量的改进	19

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。

本标准由安徽省旅游标准化技术委员会提出并归口。

本标准起草单位：安徽省中国旅行社有限责任公司、安徽省旅游局监督管理处、合肥市旅游局。

本标准主要起草人：陈安达、陈激、李国庆、赵各、贺冉冉、顾彬。

引 言

在旅游产业中,旅行社是联接旅游客源地和旅游目的地,以及旅游者和旅游服务供应商的核心环节;旅行社通过中间服务,将与旅游者旅游需求密切相关的服务要素组合成相对完整的旅游产品,然后销售给旅游者,因此旅行社在旅游业发展中起着极其重要的作用。为规范旅行社经营服务活动,提高接待服务质量,引导旅行社正当竞争,以促进形成健康、有序的旅行社经营市场环境,特制定此标准。

旅行社服务标准化规范

1 范围

本标准规定了旅行社标准化服务的术语和定义、总要求、服务通用规范、服务提供规范、服务保障规范及服务改进规范。

本标准适用于旅行社开展服务标准化工作。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件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文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 10001（所有部分） 公共信息图形符号
- GB/T 14308 旅游饭店星级的划分与评定
- GB/T 16766 旅游业基础术语
- GB/T 17775 旅游区(点)质量等级的划分与评定
- GB/T 19001 质量管理体系 要求
- GB/T 24421（所有部分） 服务业组织标准化工作指南
- GB/T 26356 旅游购物场所服务质量要求
- GB/T 26361 旅游餐馆设施与服务等级划分
- LB/T 002 旅游汽车服务质量
- LB/T 004 旅行社国内旅游服务规范
- LB/T 005 旅行社出境旅游服务规范
- LB/T 028 旅行社安全规范

3 术语和定义

GB/T 16766 界定的及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

云技术

透过网络将庞大的计算处理程序自动分拆成无数个较小的子程序，再交由多部服务器所组成的庞大系统经搜寻、计算分析之后将处理结果回传给用户。

4 总要求

4.1 旅行社的设立应经工商行政管理部门注册登记，并取得旅行社业务经营许可。提供接待服务的旅行社分社及招徕旅游者的旅行社服务网点，应经所在地工商行政管理部门注册登记、旅游行政管理部门备案。

4.1.1 旅行社应按照 GB/T 19001 的要求建立旅游服务质量管理体系，确保旅游服务达到质量标准，并使服务质量得到持续改进。按照 GB/T 24421 的要求建立旅游服务标准化体系，开展服务标准化工作。

5 通用规范

5.1 术语和缩略语

5.1.1 旅行社在服务活动中所涉及的术语和缩略语应符合 GB/T 16766 的要求。

5.1.2 旅行社组织用于内部信息沟通的术语和缩略语应符合相应的企业标准。

5.2 符号与标志

5.2.1 旅行社在服务活动中所涉及的符号与标志应符合 GB/T 10001 的要求。

5.2.2 旅行社组织应编制用于规范企业内部符号与标志使用的企业标准，如企业形象识别手册等。

6 服务提供规范

6.1 旅游产品开发

6.1.1 预制产品标准

由旅行社设计提供，事先制定的确定计划人数、出发日期、线路行程及价格等，并用广告或其他方法招徕旅行者而实施的旅游产品。旅游者可以整体购买该产品。

预制产品应符合以下要求：

- a) 符合国家法律法规、部门规章、国家或行业标准要求；
- b) 出发日期明确；
- c) 服务标准标注明确；
- d) 产品明码标价，质价相符；
- e) 团队计划人数及集合地点明确。

6.1.2 定制产品标准

旅行社接受旅游者的委托，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。

定制产品应符合以下要求：

- a) 按照旅游者要求设计，产品能满足特定旅游者需求；
- b) 明码标价，列明设计费用及旅游产品费用；
- c) 列明报价有效时段和人数限制；
- d) 具体航班信息、机型及飞行时间；
- e) 具体交通信息，标注城市之间公里数及每日行车时间；
- f) 具体用餐标准，标注每人每天餐标；
- g) 标注酒店等级、离市区公里数范围；
- h) 明确游览时间。

6.1.3 新产品设计标准

6.1.3.1 旅行社应根据市场和旅游者的不同需求，适时制定新产品开发计划，不断开发满足旅游者需求的创新产品。

6.1.3.2 新产品投入销售前应组织内部评审，必要时应听取销售人员、旅游者的意见。

6.1.3.3 旅游服务产品设计应符合以下要求：

- a) 符合国家法律法规、部门规章、国家或行业标准要求；
- b) 具备可操作性；
- c) 具有安全保障；
- d) 具备突发事件应急预案；
- e) 产品能满足特定旅游者需求；
- f) 产品明码标价、质价相符，不断推出创新产品。

6.1.4 产品开发流程

应按照如下流程开展：

- a) 开展针对目标市场的调查，收集信息，发现潜在市场需求；
- b) 构思旅游产品创意；
- c) 征求销售、导购等人员意见，编排旅游线路，设计产品；
- d) 实地踩线，发现问题及时改进；
- e) 对新产品成本、广告费用、预计收客量、最终收益进行预算；
- f) 形成新产品方案，报公司审批通过执行。

6.2 采购工作

6.2.1 采购原则

旅行社采购时应遵循：供给保证原则；质量保证原则；成本领先原则；信誉保证原则。

6.2.2 采购的基本要求

6.2.2.1 选择的合作旅行社服务质量应符合 LB/T 004 和 LB/T 005 要求，且无重大责任事故及行政处罚。

6.2.2.2 选择的旅游景区各项服务质量应符合 GB/T 17775 对相应等级的要求，住宿设施的服务应符合 GB/T 14308 对相应等级的规定要求，餐馆的设施和服务应符合 GB/T 26361 要求，客运汽车的车况和服务应符合 LB/T 002 要求，购物场所服务质量应符合 GB/T 26356 要求，旅行社对供应商的选择应遵循具有相应等级、通过质量体系认证或被当地相关部门认定为优质企业的优先原则。

6.2.2.3 建立供应商管理机制，制定供应商筛选和评估标准，对合作旅行社进行考察和综合评定后定期进行筛选，优胜劣汰，动态管理，以切实保障旅游产品质量。

6.2.3 产品采购流程

应符合如下程序：

- a) 根据以往与供应商的合作情况结合本社当年业务经营计划编制采购计划；
- b) 根据采购计划开展相应工作，收集地接旅行社、客运公司、宾馆酒店、景点等采购对象信息；
- c) 审核供应商资质，主体资质合法；
- d) 有必要时要进行实地考察、询价、洽谈；
- e) 组织销售、计调、导购、质检等相关人员对采购对象进行谈判评估；
- f) 选定采购对象，上报公司审批通过；
- g) 与采购对象签订合作协议。

6.3 信息发布

6.3.1 产品说明书

旅行社在向旅游者或零售商发布产品时应提供产品说明书，详细说明产品应具备的要素。产品说明书应包括：

- a) 线路行程；
- b) 所采用的交通工具及标准；
- c) 住宿、会议（如有）地点、规格及标准；
- d) 餐饮标准及次数；
- e) 购物安排、具体次数及每次停留时间（如游客要求并书面确认）；
- f) 娱乐安排以及自费项目（如游客要求并书面确认）；
- g) 产品价格、价格包含及不包含的内容、产品价格的限制条件（如报价的有效时段、人数限制、成人价、儿童价等）；
- h) 游览时间及季节差异；
- i) 旅游目的地资讯介绍及注意事项；
- j) 针对高风险旅游项目的安全保障措施；
- k) 投诉电话。

6.3.2 入境旅游产品信息

旅行社开展入境旅游业务，应根据境外旅行社的需求，适时向境外旅行社提供适当的旅游产品信息。

6.4 产品销售

6.4.1 产品销售的基本原则

旅行社在旅游产品销售时应遵循下列基本原则：

- a) 发布的广告和宣传材料应真实、客观、准确；
- b) 依据《产品说明书》推介旅游产品，不进行超范围的宣传；
- c) 双方就旅游服务产品达成一致后，与旅游者签署正式旅游合同，并提供《产品说明书》作为旅游服务合同的附件；向旅游者开具发票；建议旅游者购买旅游意外保险，并有书面提示；妥善保管旅游者在报名时提交的各项资料，并办理交接手续；出境旅游、入境旅游根据服务约定，提供必要的出入境手续服务或提示。

6.4.2 产品销售的渠道

产品销售有以下三种渠道：

- a) 直接销售——包括如下三种模式：
 - 1) 旅游产品生产者或供给者-旅游者(在旅游目的地)；
 - 2) 旅游产品生产者或供给者-旅游者(在旅游客源地)；
 - 3) 旅游产品的生产者或供给者-自营的销售网点-旅游者(在产品销售地点)。
- b) 间接销售——旅游产品的间接销售渠道，根据所经中间环节的多少，可划分为以下三种销售模式：
 - 1) 旅游产品生产者或供给者-旅游零售商-旅游者；
 - 2) 旅游产品生产者或供给者-旅游批发商-旅游零售商-旅游者；
 - 3) 旅游产品生产者或供给者-本国旅游批发商-外国旅游批发商-外国旅游零售商-外国旅游者。
- c) 互联网销售

6.5 门市服务

6.5.1 门市硬件构造

应满足下列要求：

- a) 地理位置适中，有一定的访问人流量，面积宜 20~30 平方米；
- b) 装修统一风格，具有鲜明的品牌标志，设有咨询台、座椅等用具，利于咨询服务；
- c) 保持环境整洁、明亮、舒适；
- d) 有醒目、准确、美观的业务分类标志；
- e) 有提供各条旅游线路的信息资料；
- f) 在醒目处悬挂营业执照、备案登记证、服务承诺书，公布投诉电话；
- g) 开通免费无线网络，便于游客查询；
- h) 旗舰店、体验店还应有无线计算机、连线计算机供游客查询、体验；
- i) 配有游客意见箱、意见簿，配备灭火器等必备消防器材。

6.5.2 门市服务要求

应满足下列要求：

- a) 遵守旅游职业道德和岗位规范；
- b) 统一着装、佩戴胸卡，精神饱满、端庄大方；
- c) 使用普通话或便于同游客沟通的语言，使用礼貌用语，对客微笑服务、态度热情；
- d) 认真耐心向游客介绍旅游线路及回答相关咨询；
- e) 满足游客合理需求，推荐适合的旅游线路；
- f) 与游客签订的旅游合同及开据的发票符合相关法律、法规及规章。

6.5.3 门市服务流程

应符合如下流程：

- a) 门市服务人员应掌握旅行社现有旅游产品的具体信息，认真耐心地向游客提供服务；
- b) 游客提出旅游需求后，服务人员应结合游客要求、费用预算等情况向游客介绍旅行社的旅游产品，推荐适合的旅游线路，协商并达成一致；
- c) 如游客有个性化需求的，应将游客的初步意向反馈给计调部门，根据游客的特点和需求拟订旅游方案；
- d) 双方就旅游方案达成一致意见后，服务人员再次确认客户信息、特殊禁忌，查验游客提供的相关证件及资料是否齐全和规范；出国（境）游客还需查验护照（通行证）有效期、签证所需资料，并提供收取资料的收条（注明收到的资料、所缺的资料，最迟备齐资料的准确日期）；
- e) 指导游客填写相关资料及客户（健康）信息，双方签订统一编号的旅游合同及其附件（旅游告知书、旅游报名表、安全保障卡及补充协议），提醒游客购买旅游意外险，收取团费或预付款，并开据旅行社正规票据；
- f) 订立包价旅游合同时，旅行社应当向旅游者告知下列事项：
 - 1) 旅游者不适合参加旅游活动的情形；
 - 2) 旅游活动中的安全注意事项；
 - 3) 旅行社依法可以减免责任的信息；
 - 4) 旅游者应当注意的旅游目的地相关法律、法规和风俗习惯、宗教禁忌，依照中国法律不宜参加的活动等；
 - 5) 法律、法规规定的其他应当告知的事项；

- 6) 文明出游有关事项;
- 7) 在包价旅游合同履行中,遇有前款规定事项的,服务人员也应当告知旅游者。
- g) 旅游合同中必须包括以下信息:
 - 1) 旅行社、旅游者的基本信息;
 - 2) 旅游行程安排;
 - 3) 旅游团成团的最低人数;
 - 4) 交通、住宿、餐饮等旅游服务安排和标准;
 - 5) 游览、娱乐等项目的具体内容和时间;
 - 6) 自由活动时间安排;
 - 7) 旅游费用及其缴纳的期限和方式;
 - 8) 违约责任和解决纠纷的方式;
 - 9) 法律、法规规定和双方约定的其他事项;
 - 10) 订立包价旅游合同时,服务人员应当向旅游者详细说明前款第2项至第8项所载内容。
- h) 经双方签字确认,并加盖旅行社合同专用章的旅游合同及其旅游行程单各执一份,告知游客相关旅游信息及注意事项,出国(境)游客应告知行前说明会的时间及地点;
- i) 团费、发票及旅游合同及时归口相关业务部门,保存期限不低于两年。

6.6 销售服务

6.6.1 旅游产品销售方法

旅行社应采取不同的销售方法向旅游者推荐旅游产品,不断创新旅游产品的销售方式。

- a) 门市销售:预制旅游产品多采用门市销售方法;
- b) 上门销售:定制旅游产品多采用上门销售方法;
- c) 电话销售:接受客人的咨询和预定;
- d) 网络销售:标准旅游产品可采用网络销售方法,且包括如下两类:
 - 1) 通过PC端销售;
 - 2) 通过移动端销售。
- e) 同业销售:通过合法旅行社代理销售旅游产品。

6.6.2 与旅游者办理相关手续

无论采取何种销售方式,销售完成后,旅行社都应该符合下列要求:

- a) 与旅游者签订正式的旅游合同,并提供带有团号旅游行程作为旅游合同的附件;
- b) 收取费用,并开具旅游发票;
- c) 建议旅游者购买旅游意外保险,并有书面的提示;
- d) 了解旅游者的身体状况,告知旅游途中的注意事项;
- e) 妥善保管旅游者在报名时递交的各项资料,并办理交接手续;
- f) 出境旅游、入境旅游根据服务约定,提供必要的出入境手续服务和提示。

6.6.3 入境旅游销售的特别要求

6.6.3.1 组团社与境外旅行社建立业务关系时,应与境外组团社签署书面协议,确定提供的服务类型(系列团、非系列团、商务团等)、具体服务项目、服务标准及价格、付款方式、币种、违约责任等条款。

6.6.3.2 旅行社向入境旅游散客销售旅游服务产品,应遵从本条的其他规定。

6.7 导游服务

6.7.1 全陪导游员服务规范

6.7.1.1 准备工作

应满足下列要求：

- a) 熟悉接待计划与团队情况；
- b) 必需物品的查核与准备；
- c) 知识准备：熟悉旅游地的旅游及文化资源、风土人情、法律法规等情况；
- d) 联络与沟通：全陪导游员应与地接社等相关接待单位建立并保持有效沟通，以确保团队接待相关事宜得到妥善安排；
- e) 组团社或全陪导游员应安排好时间召开旅游团全体游客参加的行前说明会，内容包括行程安排、注意事项、文明旅游、特别要求等。

6.7.1.2 团队出发

应满足下列要求：

- a) 清点团队人数，引导旅游者乘坐约定的交通工具；
- b) 发放本次行程的相关资料；
- c) 乘坐飞机时，协助旅游者办妥登机、安检和行李托运等相关手续，并适时引导旅游者从正确的登机口依次登机；
- d) 乘坐火车时，全陪导游员应协助办好铺位的登记和分派等手续。

6.7.1.3 交通服务

应满足下列要求：

- a) 提醒旅游者注意人身和财物的安全，为旅游者提供必要的帮助和协助；
- b) 安排好飞机（火车）座位，并引导旅游者依次登机（车）休息，单位集体包团时座位可交由该单位代表分派；
- c) 取得乘务人员的支持，可采取不同方式充实旅游者的旅途生活；
- d) 交通工具不正常运行时，与交通部门和旅行社保持有效沟通并稳定旅游者情绪，适时安排引导旅游者登机（车）；
- e) 因交通工具原因被迫在当地过夜时，协助相关部门/方面安排，或请示旅行社安排好旅游者的住宿。

6.7.1.4 住宿和餐饮服务

应满足下列要求：

- a) 旅游团（者）抵达饭店时，应及时办妥住店手续，热情引导旅游者进入房间和认找自己的大件交运行李，并进行客房巡视，处理旅游团（者）入住过程中可能出现的各种问题；
- b) 做好分房方案并按照方案办妥入住登记手续。属于单位集体包团或入境旅游团队中有境外旅行社代表的，分房方案应分别交由包团单位代表或境外旅行社代表制定；
- c) 监督地陪导游员按照旅游合同的约定安排饮食。

6.7.1.5 游览服务

应满足下列要求：

- a) 与各站保持有效沟通，使旅游接待计划得以全面顺利实施，并监督各站服务适时到位；
- b) 适时向接待社和地陪提出相应的建议和意见，确保各站按旅游合同约定兑现旅游服务，确保团队接待服务质量符合要求；
- c) 在乘坐交通工具向异地移动途中，提醒旅游者注意人身及财物的安全，安排好旅游者旅途生活，适时组织娱乐活动或专题讲解，努力使旅游团(者)在旅途中感到充实、轻松、愉快；
- d) 游览过程中，协助和配合地陪导游员做好其他各项工作；
- e) 在地陪导游员缺位或失职的情况下，兼行地陪导游员职责。

6.7.1.6 购物服务

6.7.1.6.1 如游客要求并书面确认。

6.7.1.6.2 导游员应严格按照旅游合同的约定安排统一的购物活动，非经旅游者主动要求并签定书面约定，不得擅自增加旅游合同约定以外的购物安排或者强迫旅游者购物。

6.7.1.7 娱乐服务

如游客要求并书面确认，且应满足下列要求：

- a) 计划内娱乐节目：
——旅游团(者)观看计划内的文娱节目时，导游员应陪同前往并自始至终坚守岗位，简要介绍节目内容及其特点，按时组织旅游者入场，倡导旅游者文明观看节目，提醒旅游者在大型娱乐场所注意安全，统一集中活动，剧终散场时提醒旅游者不要遗留物品并依次退场。
- b) 计划外娱乐节目：
——旅游者要求自费观看计划外文娱节目时，在不影响其他游客行程时，导游员可予以协助，如帮助购买门票、要出租车等，但不必陪同前往。

6.7.1.8 离/末站服务

应满足下列要求：

- a) 协助地陪导游员做好相关工作，详见 5.7.2.7 条；
- b) 提醒旅游者保管好自己的物品和证件，引导旅游团(者)在候机楼或候车室休息等候，并按机场/车站的安排按时组织登机/车。

6.7.1.9 其他

处理遗留问题并提交陪团日志。

6.7.2 地陪导游员服务规范

6.7.2.1 准备工作

应满足下列要求：

- a) 熟悉接待计划与团队情况；
- b) 必需物品的查核与准备；
- c) 落实、核查旅游团(者)的交通、食宿、行李运输、游览等事宜；
- d) 确认旅游团(者)所乘交通工具及其准确抵达时间；
- e) 与司机确认车辆停放的位置，需要时，在旅游团出站前与行李员取得联络，落实行李运输事宜。

6.7.2.2 团队迎接

应满足下列要求：

- a) 旅游团(者)出站后，确认应接的旅游团，有全陪导游员的，及时与全陪导游员接洽；
- b) 及时引导旅游团(者)前往停车场，在车门旁恭候旅游者上车，并协助旅游者就座；
- c) 开车前礼貌地清点人数，以确保不落下旅游者；
- d) 需要时，协助旅游者与全陪导游员核对行李件数，无误后将行李移交给行李员；
- e) 做好途中讲解，包括介绍本地概况、沿途主要景观、相关注意事项等。

6.7.2.3 住宿和餐饮服务

应满足下列要求：

- a) 与饭店保持有效沟通和联系，落实住宿安排，取得客房钥匙；
- b) 告知旅游者饭店名称、位置和入店手续、基本设施、服务项目、收费标准及注意事项；
- c) 告知旅游者当天或次日游览活动的安排及集合时间、地点，就餐形式、地点、时间；
- d) 落实行李送达，安排次日的叫早服务等；
- e) 掌握全陪导游员和旅游者的房间号，便于联络；
- f) 提前与餐厅联系，核实订餐情况；
- g) 简单介绍餐馆及其菜肴的特色；
- h) 引导旅游者到餐厅入座并介绍餐馆的有关设施；
- i) 旅游者如需另加酒水或菜肴，应向其说明类别和价格；
- j) 满足有宗教习惯的旅游者的用餐需求；
- k) 随时关注用餐情况，解答旅游者在用餐过程中的提问，解决出现的问题。

6.7.2.4 游览服务

应满足下列要求：

- a) 提前到达集合地点，并督促司机做好出发前的各项准备工作；
- b) 团队出发及每次移动前清点人数；
- c) 向旅游者报告当日重要新闻、天气情况及当日活动安排，包括午、晚餐的时间、地点；
- d) 在前往景点的途中，向旅游团(者)介绍本地的风土人情、自然和人文景观，回答旅游者提出的问题，主动与旅游者进行交流；
- e) 抵达景点前，介绍该景点的简要情况，尤其是景点的背景、价值和特色；
- f) 抵达景点时，告知旅游者在景点的停留时间，游览结束后集合的时间、地点及游览过程中的注意事项；
- g) 游览过程中，尽量使用生动风趣、清晰易懂、富有感染力的讲解语言，对景点作繁简适度的讲解，包括该景点的历史背景、特色、地位、价值等内容，使旅游者对该景点有基本的了解；
- h) 当日游览活动结束后，询问旅游者对当日活动安排的反映，并预报次日的活动日程、出发时间及其他有关事项。

6.7.2.5 购物服务

如游客要求并书面确认，且应向旅游团(者)介绍商品的主要品种及特色，并为旅游者提供购物过程中所需要的服务，如翻译、介绍托运手续等。

6.7.2.6 娱乐服务

如游客要求并书面。

6.7.2.7 离/末站服务

应满足下列要求：

- a) 集中交运行李；
- b) 办理退房手续，并协助饭店结清与旅游者的有关账目；
- c) 提醒旅游者带好身份证件及贵重物品；
- d) 清点人数并集合登车；
- e) 确认或落实联程/返程交通票据，以确保团队能按时起程；
- f) 商定并宣布行前集中行李、集合出发时间；
- g) 宣布有关离站注意事项；
- h) 代表旅行社向旅游者致欢送词，向旅游者派发《游客意见表》，征询旅游者对旅游接待服务的意见；
- i) 带领团队及时抵达机场(车站、码头)，办妥登机/车/船手续，向全陪导游员移交机/车/船票及登机牌，并引导旅游团(者)依次通过机场(车站、码头)安检。

6.7.2.8 其他

处理遗留问题并提交陪团日志。

6.7.3 入境旅游导游员特别要求

除应符合导游员相关要求外，还应：

- a) 遵纪守法，遵守职业道德，严守国家和企业机密；
- b) 入境旅游团队进出中国边境口岸时，提供必要的协助。入境时，应提醒旅游者做好需复带出境贵重自用物品的海关登记，必要时应为入境团队办理入境签证；
- c) 离境前，向旅游者说明我国海关的有关规定，介绍办理出境手续的程序及托运行李的要求等，必要时协助旅游者办好离境通关手续。

6.7.4 领队服务规范

6.7.4.1 出团准备

应满足下列要求：

- a) 认真核查计调人员移交的出境旅游团队资料(出境团队资料通常包括团队名单表、出入境登记卡、海关申报单、旅游证件、旅游签证/签注、交通票据、接待计划书、联络通讯录等)；
- b) 提前到达团队集合地点，召集、率领团队按时出发，并在适当的时候代表组团社致欢迎词。

6.7.4.2 召开行前说明会

应满足下列要求：

- a) 重申出境旅游的有关注意事项以及外汇兑换事项与相关手续等；
- b) 重申中国公民文明行为公约和文明旅游常识；
- c) 发放并重点解读根据《旅游产品计划说明书》细化的《行程须知》；
- d) 发放团队标志和《游客旅游服务评价表》；
- e) 详实说明各种由于不可抗力/不可控制因素导致组团社不能(完全)履行约定的情况，以取得旅游者的谅解。

6.7.4.3 出入境服务

应满足下列要求：

- a) 应告知并向旅游者发放通关时应向口岸的边检 / 移民机关出示 / 提交的旅游证件和通关资料（如：出入境登记卡、海关申报单等），引导团队依次通关；
- b) 向口岸的边检 / 移民机关提交必要的团队资料（如：团队名单、团体签证、出入境登记卡等），并办理必要的手续；
- c) 应积极为旅游团队办妥乘机和行李托运手续，并及时引导团队登机；
- d) 飞行途中，应协助机组 / 空乘人员向旅游者提供必要的帮助和服务。

6.7.4.4 旅行途中服务

应满足下列要求：

- a) 按组团社与旅游者所签的旅游合同约定的内容和标准，为旅游者提供旅游行程接待服务，并督促接待社及其导游员按约定履行旅游合同；
- b) 入住饭店时，向地陪导游员提供团队分房方案，协助地陪导游员办好入住手续；
- c) 在游览途中，积极协助地陪导游员为旅游者提供必要的帮助和服务，劝谕、引导旅游者遵守当地的法律法规，尊重当地风俗习惯，注意团队安全，提醒旅游者妥善保管旅行证件；
- d) 旅游行程结束时，通过向旅游者发放并回收《游客旅游服务评价表》征询旅游者对旅游行程服务的意见，并代表组团社致欢送词。

6.7.4.5 突发事件处理

应依照以下流程处理：

- a) 减少损失；
- b) 通告相关方；
- c) 安抚游客；
- d) 案情或伤情拍照；
- e) 协助处理事故；
- f) 做好事件书面记录；
- g) 协助事故调查；
- h) 移交全部单证；
- i) 向有关部门报告。

6.8 咨询服务

6.8.1 基本要求

为访客提供旅游线路、旅游食宿、旅游产品、旅游资源、旅游展示、旅游活动等相关信息的咨询服务。

6.8.2 上门咨询服务

礼貌周到，细致耐心，语言清晰，给客人提供各种咨询与意见，并提供线路给客人参考。

6.8.3 电话咨询服务

礼貌周到，细致耐心，语言清晰，仔细倾听客人要求，并且给客人提供由其他途径了解的行程详细情况（告知客人最近的旅游网或网站信息）。

6.8.4 网络咨询服务

礼貌周到，细致耐心，给客人提供各种咨询与意见，并提供线路给客人参考。

6.9 计调服务

6.9.1 计调服务要求

应满足下列要求：

- a) 对待工作要有高度责任感，认真、细致做好旅行社的外联、计划、调度、接待、线路设计和质量控制，树立成本控制的理念，确保各环节有效衔接、准确无误；
- b) 注重工作的计划性，根据流程有计划、有步骤地落实用房、用餐、用车、游览等相关服务内容；
- c) 熟练掌握计调工作的职责、操作流程及业务技能，并具有风险和法律意识，了解相关法规及行业规则；
- d) 接听电话、联系业务时应态度诚恳、礼貌谦虚、条理清晰；与合作单位谈判时讲究技巧、有理有节；
- e) 针对团队操作流程，要做到条理分明、周到仔细，落实每个环节并认真核对；
- f) 要有敏锐的市场意识，注重分析和研究，掌握旅游淡旺季变化，及时调整价格方案。有意识地寻找常规线路中的新线路成分或全新线路，协助完成新产品的开发工作。

6.9.2 组团计调流程

应符合如下流程：

- a) 制定常规线路和特殊线路，或根据销售部门需求编制个性化线路，必要时提供 2 套以上方案供选择；
- b) 根据销售部门的具体细节要求编制报团单，选择 2 家以上地接社对比报价和服务质量，以便最终确认；
- c) 收集和编撰该线路的旅游须知、景点介绍等资料，及时提供给销售部门作为参考；
- d) 跟踪销售部门对行程安排是否满意、报价是否合理，以及是否有其他特殊要求，以便及时修正，促使团队成行，如遇旺季应提前做好各项预订工作；
- e) 团队确定后应做好各项检查工作，如各类证件的有效期、签注类别等，防止出现游客被拒绝登机、入境等情况；
- f) 针对出国（境）游客应按照使领馆要求对游客递交材料进行检查审核，最大限度减少游客蓄意滞留、非法活动等可能性；对于需提供补充材料的，应明确截止时间以控制送签时间；要求销售部门与游客保持联络，以便沟通送签情况，特殊团队应以书面形式通知游客；
- g) 要求销售部门提供准确游客名单，确认机位，同时落实地接社，发书面订单给对方，明确各项服务标准；
- h) 核对旅游合同、行程安排、地接或房、车、餐等细节安排是否有误；要求地接社提供详细、明确、有效的联系方式，VIP 团队提供个性化服务；
- i) 向游客出具出团通知，内容应包含具体行程、航班时间、导游（领队）姓名及电话、注意事项、计调电话、地接社紧急联络电话、旅行社质量监督电话；出国（境）团队还应召开行前说明会；
- j) 与导游（领队）进行具体交接，填写出团交接单，并要求其根据地接社签订的协议执行；
- k) 团队行程中与导游（领队）或地接社相关人员保持联络，以便掌握进程、提前调整；
- l) 与销售人员、导游（领队）加强沟通，了解团队质量，及时协调处理行程中遇到的问题，如遇重大事项应及时向旅行社汇报寻求帮助；
- m) 做好审核报帐工作，包括审核导游（领队）的现金核销帐目是否与实际相符、协助财务督促销售人员及时收回余款、催缴各地接待社发票、核算团队毛利等；

- n) 做好团队档案的归档工作,并根据导游(领队)和游客的反馈意见总结团队操作中的经验教训。

6.9.3 地接计调流程

应符合如下流程:

- a) 根据对方询价编排线路,以报价单提供相应价格信息;
- b) 仔细核对与组团社的确认中的重要事项,查看人数、抵离日期、时间、地点,行程内容及标准、全陪(领队)等信息。注意旅游团中有无单男单女、少数民族等特殊情况;
- c) 确认团队细节,与组团社说明接团地点、方式、导游以及具体行程,协商好接团结算问题等,并在确认件上加盖业务专用章并由经手人签名后回传;
- d) 编制接待计划,将团队人数、抵/离航班(车)号、时间、住宿酒店、用餐地点、参观景点、接团时间及地点以及其他特殊要求逐一登记在团队操作记录中并存档;
- e) 根据团队人数和要求安排用房、用车、用餐等事项,以传真或网络方式向协议酒店、餐厅、车队发送计划书,并要求对方书面确认。如遇变动应及时通知组团社,经同意后调整;
- f) 逐一落实完毕后,编制接待确认书,加盖业务专用章以传真或网络方式发送至组团社,并确认组团社接收;
- g) 编制接待计划及附件,由计调人员签字并加盖部门业务章后通知地陪领取计划及附件。附件包括:名单表、游客意见反馈单、导游小结等表格;
- h) 编制团队概算单,注明现付费用、用途,并填写借款单,经财务部门、总经理审核签字后转交导游人员,其凭概算单、接待计划、借款单向财务部领取借款;
- i) 给导游人员下达接团计划,说明注意事项、结算问题及其他相关信息;
- j) 做好团队进程中的监控,与地陪、全陪、组团社保持联络,了解团队质量及行程落实情况,及时协调处理行程中遇到的问题,如遇重大事项应及时向旅行社汇报寻求帮助;
- k) 编制团队结算单,经审核后加盖业务专用章或财务章,将结算单传真至组团社,按双方约定支付款项;
- l) 团队行程结束后,通知导游人员凭概算单、接待计划、游客意见反馈单、导游小结以及原始票据等及时报帐,经审核后交财务部、总经理签字结算;
- m) 协助处理投诉、理赔等善后事宜,并整理该团的原始资料,及时登记存档,以备查询。

6.10 服务游客各要素

6.10.1 餐饮

应包括下列内容:

- a) 用餐地点;
- b) 用餐时间;
- c) 餐馆名称及地址;
- d) 餐馆等级:如:农家乐、社会餐厅、团队餐厅或星级酒店;
- e) 用餐标准:如 25 元/人/餐、十菜一汤;
- f) 旅游者用餐要求:宗教、民族习俗等。

6.10.2 住宿

应包括下列内容:

- a) 住宿地点;
- b) 酒店名称及等级;

- c) 酒店地址;
- d) 前台电话;
- e) 早餐类型: 含早或者不含, 桌早或自助早餐;
- f) 酒店设施: 空调、热水、彩电等。

6.10.3 交通

应包括下列内容:

- a) 交通类型: 如飞机、火车、轮船、旅游巴士;
- b) 交通档次: 如飞机舱位、动车几等座、游轮几人舱、几座旅游巴士等;
- c) 出发时间;
- d) 前往的目的地及所需时间;
- e) 交通转乘信息;
- f) 旅游巴士及司机的相关证件: 驾驶员从业资格证、驾驶证、车辆行驶证、维修保养卡等。

6.10.4 游览

应包括下列内容:

- a) 景区名称;
- b) 景区地址;
- c) 景区等级: 如AAAAA级风景区(限国内);
- d) 景区简介;
- e) 景区游览时长;
- f) 标注景区内自费项目。

6.10.5 购物

如旅游者要求, 应包括下列内容:

- a) 购物: 标注购物地点(含旅游景区内的购物场所)、名称、等级;
- b) 购物次数: 明确购物次数;
- c) 购物时间: 明确购物时间;
- d) 购物类型。

6.10.6 娱乐

应包括下列内容:

- a) 标注娱乐项目名称、内容及娱乐地点;
- b) 标注娱乐的特色及娱乐时间;
- c) 标注娱乐服务费用, 包含及不包含的内容;
- d) 标注因人数原因出现的服务费用差异以及未成年人优惠价等。

7 服务保障规范

7.1 旅游诚信

7.1.1 旅游产品建立价目表, 实行旅游价格透明制。

7.1.2 严格执行团队计划, 切实维护游客合法权益。

- 7.1.3 不做虚假宣传，广告内容符合有关法律法规。
- 7.1.4 健全导游报酬机制，杜绝导游私拿私受回扣。
- 7.1.5 建立信用档案机制，完善内部诚信奖惩机制。
- 7.1.6 加强企业内部诚信教育，构建“以信为本”的企业文化。
- 7.1.7 自觉接受社会、媒体、客户和旅游行政主管部门的监督。

7.2 员工培训

7.2.1 前台培训

前台的形象和工作纪律、前台工作流程、前台工作人员接待标准及考核细则等。

7.2.2 计调培训

应包括下列内容：

- a) 充分的业务信息；
- b) 熟练的操控能力；
- c) 合理的行程配置；
- d) 切实的价格水平；
- e) 优惠的结付办法；
- f) 完备的应急联络，应包括：
 - 1) 办公通讯方式；
 - 2) 24小时不间断应急方式；
 - 3) 必要时提供报价中所列下榻酒店、餐厅、景点联络方式等。

7.2.3 销售培训

应包括下列内容：

- a) 客户关系管理；
- b) 品牌运作与渠道建设；
- c) 实战演练。

7.2.4 导游培训

应包括下列内容：

- a) 导游业务；
- b) 旅游政策法规；
- c) 突发事件处置。

7.2.5 其他

管理人员培训。

7.3 档案管理

旅行社应制定档案管理规范，明确档案管理人员工作职责。

7.4 质量管理

7.4.1 产品设计质量

应包括下列内容：

- a) 产品设计科学性审核；
- b) 设计产品涉及的服务标准质量管理（住宿酒店等级、餐饮标准等）。

7.4.2 旅游接待服务质量

应包括下列内容：

- a) 组团社委派导游、领队服务质量管理；
- b) 组团社对供应商地接质量的管理。

7.5 质量控制

7.5.1 制定门市前台接待、销售、计调、导游领队等不同岗位的岗位说明书及相应的操作流程，组织员工学习掌握本岗位的工作要求，予以实施。

7.5.2 建立健全内部管理机制，具备有人力资源、财务、营销、客服、质监及安全生产等方面的管理规章制度。

7.5.3 对合作的服务供方进行考核，确保其接待能力及服务质量。

7.5.4 建立健全工作标准体系，开展标准化工作。

7.5.5 通过 ISO 9001 服务质量体系认证。

7.5.6 涉及服务质量的有关一切事项均有书面记录形成文件，并处于受控状态。

7.5.7 采用 PDCA 循环，定期抽查产品质量，持续不断改进产品质量，提高游客满意度。

7.5.8 建立游客回访制度和质量跟踪改进专题会议制度。

7.6 安全保障

旅行社安全生产工作要求覆盖旅行社生产经营及管理的全过程、全链条，安全生产及应急预案标准需符合 LB/T 028 的标准规定。

7.7 新技术应用

7.7.1 智能化

7.7.1.1 基本要求

旅行社应有门户网站；旅行社门店应设置智能信息终端，具备智能云服务功能。

7.7.1.2 网站服务

应有品牌集团网站或者单体旅行社网站，应支持多语言。

7.7.1.3 智能信息终端

旅行社门店应设置信息终端，并支持多种形式（电视、电话和移动终端），支持多种功能（包括音频播放、全球定位功能、带有便携式操作系统、能进行 3G 无线通信、触摸控制、支持无线网、视频通话、具有较高的分辨率），支持多种语言。

7.7.1.4 智能云服务

应包括下列内容：

- a) 能显示旅行社介绍，旅游资讯，旅游产品线路，特色服务介绍，服务指南；
- b) 提供丰富的功能：旅行服务，线路预定服务，提供用户投诉窗口，提供满意度调查；

- c) 可根据对游客评价,形成上报信息形成报表;后台应能对旅游产品线路的满意度数据进行集中收集和管理;后台应能进行商业智能分析,客户行为分析,经营数据分析,并生成报表。

7.7.2 网络化

7.7.2.1 基本要求

应实现信息收集与资源采购、产品策划与发布、产品销售、游客服务、订单管理、团队管理、统计结算和内部管理等全业务流程网络化。

7.7.2.2 信息收集与资源采购

智慧旅行社应实现对旅游资源供应商的统一在线管理,包括供应商基本信息、要素价格、合同记录及财务信息等。旅游资源供应商主要包括景区、饭店、交通工具以及旅游保险等。

7.7.2.3 产品策划与发布

在实现资源采购的基础上,应可对收集来的信息和采购来的资源信息实现在线的策划,形成可以销售的旅游产品,并可实现在线定向发布。

7.7.2.4 产品销售

应实现旅游产品的在线广告宣传、在线展示与查询、在线预订及在线交易,实现多渠道同步发布和销售,建议提供电子咨询单和预定单;推荐实现电子合同管理。

7.7.2.5 游客服务

- 7.7.2.5.1 为游客提供便捷高效的呼叫中心服务;
- 7.7.2.5.2 通过网站等渠道收集游客的意见反馈;
- 7.7.2.5.3 推荐提供旅游体验分享功能;
- 7.7.2.5.4 实现客户关系管理。

7.7.2.6 订单管理

通过在线的方式提供电子预订单、电子订单、电子行程单、电子订单的结算单、电子导游领队任务单、团队地接任务的电子通知单,实现在线的订单流转,并可对上述电子单据进行数据统计和分析。

7.7.2.7 团队管理

实现通过 ERP 系统对所有团队、导游领队、旅游大巴的即时信息进行管理和查询统计,实现导游领队、旅游大巴的在线调度与在线监管。

7.7.2.8 统计结算

通过 ERP 系统对日常业务数据进行统计和结算,形成电子统计报表与结算报表,并可与财务数据进行对比分析。推荐实现业务数据与财务数据的无缝对接,直接生成财务报表。

7.7.3 内部管理

- 7.7.3.1 通过 ERP 系统实现对业务数据和财务数据的实时监控;推荐通过 ISO 质量管理体系认证实现业务流程和文档的标准化。

7.7.3.2 通过 OA 系统对旅行社企业内部日常工作加以管理，包括行政事务、资源管理、会议管理等；建立完善的人力资源管理制度，实现内部业务流程垂直分工的企业组织架构；推荐实现 OA 系统与 ERP 系统的对接，从而实现自动化绩效考核。

7.7.3.3 使用成熟的财务管理系统实现在线的收、付款与结算等财务管理，可在线自动生成财务报表和数据报告，推荐实现业务数据和财务数据的在线对接和财务数据监控。

7.7.4 与行业监管的技术对接

与旅游监管部门实现技术对接，实现旅游数据（团队、电子合同、游客和保险）全面及时上报，配合旅游监管部门在线审批和监管，完成上下游信息的对接。

7.7.5 技术应用创新

在国内业务、入境业务、出境业务、单项服务、会议奖励等业务上实现在线操作，鼓励使用电子标签技术、射频技术和全球定位技术（可应用于旅游大巴管理、团队行程管理和身份识别定位中）。

鼓励通过数据挖掘技术对业务、游客、供应商数据等进行挖掘分析，应用云技术实现资源共享和云服务。

7.7.6 智慧旅游

7.7.6.1 基本要求

旅行社应完善软硬件配备，全面支持智慧旅游建设。

7.7.6.2 电子票

能够支持游客在网上购买电子票。能够扫描识别二维码电子票或其它形式的电子票。

7.7.6.3 电子身份认证

能够支持以手机识别游客的电子身份认证。

7.7.6.4 便捷的支付渠道

可以提供网上支付、线下刷卡、手机支付（扫二维码支付宝钱包支付、微信支付等）服务，方便游客消费，POS 终端符合国家相关标准。

7.7.6.5 在线预订

可以通过（包括但不限于）互联网在线预订、电话预订的方式，接受游客预订。如手机客户端或微信预定等。

7.7.6.6 无线网络

7.7.6.6.1 实现室内有线网络的无线覆盖，并免费向游客提供无线上网服务。

7.7.6.6.2 在游客聚集地点实现无线网络（WLAN）热点覆盖。

7.7.6.7 智慧应用

在重点旅游项目等位置利用位置服务的技术手段向游客手机提供各类旅游信息，包括周边餐饮信息、住宿信息、游玩项目信息等自助导览、自助导游信息。

8 服务改进规范

8.1 争议及投诉处理流程

8.1.1 本着诚信经营、实事求是的理念，处理与游客的争议，化解矛盾，改进工作，不断提高游客满意度。

8.1.2 争议的解决途径有：和解、提请旅游局质监所调解及诉讼。

8.1.3 应符合如下流程：

- a) 旅行社质量监督部门接到游客投诉来信、来电、来访或旅游质监主管部门转办的投诉单后立即按照投诉处理登记表的要求进行登记。
- b) 旅行社质量监督部门落实具体经办人员根据投诉处理登记表的内容进行投诉处理。
- c) 经办人员接到案件后，应立即查阅合同及其他资料，同时与计调、导游等相关人员取得联系，认真调查、核实，分析服务是否存在缺陷。
- d) 第一时间与投诉人取得联系，详细了解旅游投诉的情况及投诉人具体要求，并进行初步协商。
- e) 对事实及责任清楚的投诉，双方应尽快沟通并促成和解。因旅行社责任导致合同违约或服务质量的，旅行社应主动赔礼道歉，按合同或相关约定进行赔偿；如双方均存在不当的，应积极与游客协商，各自承担相应责任，争取与投诉人自行和解并签署和解协议书。
- f) 对案件比较复杂或与游客协商不果的情况下，旅行社可寻求旅游质监部门帮助进行调解，也可以根据合同约定进行仲裁和诉讼。
- g) 结案后，质量监督部门对案件材料进行整理后归案，并做好总结、分析，定期召开产品质量分析会进行通报。对责任部门或责任人，旅行社应根据本单位的相关制度及考核办法进行奖惩。

8.2 客户回访流程

应如何如下流程：

- a) 质量监督部门应有回访制度，设立统一的 24 小时质量投诉电话。
- b) 对组团出游的团队现场进行客户满意度调查，形成反馈单上报，并辅以电话抽查，地接社应对组团社进行回访，形成游客满意度调查数据，所有数据输入客户系统。
- c) 每周对回访的内容进行分类整理，形成回访周报；每月将周报汇总为回访工作月报，提交质量监督部门，编写质量分析报告分送相关业务部门。
- d) 对回访中发现严重问题的，应立即上报质量监督部门负责人，并召开专题会议研究解决，及时与游客沟通给予满意的答复。
- e) 相关业务部门针对回访中发现的问题及时整改提高，并向质量监督部门反馈整改情况。

8.3 服务质量的改进

8.3.1 旅行社应根据旅游者的满意度对存在的质量问题进行分析，确定出现质量问题的原因。

8.3.2 旅行社应针对出现质量问题的原因采取有效措施，防止类似问题再次发生，达到旅游服务质量的持续改进。