

DB4401

广 州 市 地 方 标 准

DB4401/T224—2023

旅行社包价旅游产品管理规范

Specification for package tour product of travel agency

2023-08-05 发布

2023-09-05 实施

广州市市场监督管理局 发 布

目 次

前 言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 总体要求 3

 4.1 合法合规 3

 4.2 客观真实 3

 4.3 信息完备 3

 4.4 安全保障 3

5 产品设计 3

 5.1 产品设计原则 3

 5.2 市场调研 3

 5.3 线路设计 4

 5.4 安全性评估 4

6 产品制作 4

 6.1 制作原则 4

 6.2 产品等级确定 4

 6.3 产品资源采购 5

 6.4 产品定价 5

 6.5 产品说明书编写 5

 6.6 产品合同编制 6

7 产品交付 6

 7.1 交付原则 6

 7.2 行程安排确认与上报 7

 7.3 突发事件应急处理预案 7

8 产品检验 8

 8.1 产品审核抽查 8

 8.2 交付质量检测 8

 8.3 售后质量检测 9

9 产品改进 9

 9.1 优化改进或退出机制 9

 9.2 改进措施 10

附 录 A （资料性） 与行程单编制相关的用语 11

附 录 B （规范性） 包价旅游产品等级测评体系 12

附 录 C （资料性） 与包价旅游合同相关的用语 15

附 录 D （资料性） 包价旅游产品管理规范评分表 16

参 考 文 献 17

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。

本文件由广州市文化广电旅游局提出。

本文件由广州市文化广电旅游局归口。

本文件起草单位：广州广之旅国际旅行社股份有限公司、广州市文化广电旅游局、广州地区旅行社行业协会、广东省质量协会、广东省粤科标准化研究院、华南师范大学。

本文件主要起草人：林文上、秦继红、石新军、赵文志、黄静茹、文爽、杜玉坚、虞国华、李盈、张洁倩、江向华、辜明德、陈国策、吴少敏、陈鸿韬、陈伟华、史甜甜。

旅行社包价旅游产品管理规范

1 范围

本文件规定了旅行社包价旅游产品的总体要求、产品设计、产品制作、产品交付、产品检验和产品改进活动。

本文件适用于旅行社包价旅游产品研发、制作、交付、检验、改进的规范。

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 16766-2017 旅游业基础术语
GB/T 31385-2015 旅行社服务通则
LB/T 072—2019 包价旅游产品说明书编制规范
DB4401/T 108—2021 旅行社服务质量争议处理准则

3 术语和定义

GB/T 16766-2017、GB/T 31385-2015和LB/T 072-2019界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

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。

[来源：GB/T 16766-2017，4.1.1]

3.2

包价旅游产品 package tour product

旅行社向旅游者提供的，旅行社预先安排行程，提供或者通过履行辅助人提供交通、住宿、餐饮、游览、导游或者领队等两项以上旅游服务，旅游者以总价支付旅游费用的旅游产品。

[来源：DB4401/T 108—2021，3.3]

3.3

包价预制旅游产品 package prefabricated tour product

由旅行社预先设计线路行程，并确定最低成团人数、出发日期及销售价格等，并提供服务的包价旅游产品。

注：一般情况下，包价预制旅游产品的行程一（见附录A）在签订旅游合同时向旅游者提供，行程二（见附录A）在团队出发前提供。

[来源：DB4401/T 108—2021，3.4]

3.4

包价定制旅游产品 package customized tour product

旅行社接受旅游者的委托，根据旅游者的要求，专门设计行程和提供报价并提供服务的包价旅游产品。

[来源：DB4401/T 108—2021，3.5]

3.5

包价旅游产品说明书 instruction for package tour product

以旅行社与旅游者签订包价旅游合同附件形式，告知旅游者旅游产品的特色、行程安排、注意事项等相关内容的书面文件。

[来源：LB/T 072-2019，3.4]

3.6

旅游合同 tour contract

旅行社与旅游者（团）双方共同签署并遵守的约定双方权利和义务的文本。

[来源：GB/T 31385-2015]

3.7

旅游行程单 travel itinerary

旅行社在旅游行程开始前向旅游者提供的，介绍旅游过程中交通、餐饮、游览、住宿等日程安排，作为包价旅游合同组成部分的书面文件。

注：旅游行程单为包价旅游产品说明书的重要组成部分。

[来源：LB/T 072-2019，3.5]

3.8

履行辅助人 assistant performer

与旅行社存在合同关系，协助其履行报价旅游合同义务，实际提供相关服务的法人、自然人或其他组织。

[来源：LB/T 072-2019，3.2]

3.9

旅游者 tourist

离开惯常环境旅行，时间不超过12个月，且不从事获取报酬活动的人。

[来源：GB/T 16766-2017，2.2]

3.10

旅游资源 tourist resource

对旅游者具有吸引力，并能给旅游经营者带来效益的自然和社会事物。

[来源：GB/T 16766-2017，2.4]

3.11

导游员 tour guide

导游 tour guide

按照《导游人员管理条例》的规定，取得导游证，接受旅行社委派，为旅游者提供向导、讲解以及相关服务的人员。导游员包括全程陪同导游员和地方陪同导游员。

[来源：GB/T 16766-2017，4.1.7，有修改]

3.12

行程一 itinerary 1

旅行社就包价旅游产品在与旅游者签订旅游合同时，向旅游者提供的介绍旅游过程中交通、餐饮、游览、住宿等日程安排和明确接待服务标准（档次）等相关内容的书面文件。

[来源：DB4401/T 108-2021]

3.13

行程二 itinerary 2 / final itinerary

旅行社在旅游行程出发前，按照行程一确定的接待服务标准（档次）对旅游服务进行细化的书面文件，包括但不限于确定行程游览顺序、乘坐具体交通工具、入住酒店具体名称、导游/领队姓名等内容，即旅游过程中涉及的交通、餐饮、游览、住宿等最终的日程安排。

[来源：DB4401/T 108-2021]

4 总体要求**4.1 合法合规**

- 4.1.1 旅行社研发、制作、销售的包价旅游产品应遵守法律、法规要求，合乎公序良俗。
- 4.1.2 包价旅游产品说明书和旅游行程单的编制内容应合法合规，应使用合法合规来源的图文，不应侵犯他人知识产权。
- 4.1.3 应选择有良好信誉、合法资质的履行辅助人，确保能提供符合约定的服务。

4.2 客观真实

- 4.2.1 旅行社研发、制作、销售的包价旅游产品应明码标价、质价相符，具有可操作性。
- 4.2.2 包价旅游产品说明书和旅游行程单应客观真实、全面说明包价旅游产品的内容；应真实表述行程中涉及的交通、住宿、餐饮、游览、娱乐、购物等具体标准和安排。

4.3 信息完备

- 4.3.1 旅行社研发、制作、销售的包价旅游产品应对旅游者参加旅游活动的注意事项作出全面、详实的告知，应根据旅游产品的特性，有针对性的进行提示和告知。
- 4.3.2 包价旅游产品说明书或旅游行程单应包含旅游目的地与本次旅游活动相关的风俗人情、社会治安、法律法规，以及引导旅游者文明旅游等内容。
- 4.3.3 包价旅游产品说明书或旅游行程单应包含必要的旅游安全警示和说明，并就具体旅游项目的潜在风险进行充分告知。

4.4 安全保障

- 4.4.1 包价旅游产品应保障旅游者人身和财产安全。
- 4.4.2 包价旅游产品设计应遵循合理可行的原则，确保在约定时间内实现完整体验。

5 产品设计**5.1 产品设计原则**

包价旅游产品设计应遵循创新创意、优质优价原则，宜时间安排合理有效、各旅游要素衔接顺畅。

5.2 市场调研

- 5.2.1 确定产品设计内容前应进行充分的市场调研。
- 5.2.2 调研内容包括但不限于：
 - 旅游者需求调研；
 - 市场环境调研；

——同类产品调研。

5.3 资源筛选

- 5.3.1 线路安排可通过实地考察或其他可行方式，对各项旅游内容进行检验。
- 5.3.2 考察资源的有效性、真实性，择优选择与产品相关度高的资源。
- 5.3.3 围绕主题策划、特定人群研发的产品，资源筛选和安排中应体现主题内容和适应相关需求。

5.4 安全性评估

- 5.4.1 产品设计过程应充分考虑产品整体的安全性。
- 5.4.2 对涉危项目的说明和安排应遵循项目供应方的要求。

6 产品制作

6.1 制作原则

旅行社包价旅游产品应按照附录B确定产品等级，对照测评体系的等级评定标准进行资源采购、产品定价、产品说明书及行程单制作、合同编制，完成产品制作。

6.2 产品等级确定

6.2.1 等级划分

包价旅游产品从低到高分★、★★、★★★、★★★★和★★★★★共5个等级，其中“★★★★★”为最高等级，具体的等级评价体系应符合附录B的规定。

注：该体系原则上适用于包价预制旅游产品，包价定制旅游产品可参考使用。

6.2.2 测评指标

应对包价旅游产品的下列8项指标进行等级测评：

- 住宿；
- 餐饮；
- 往返大交通；
- 当地交通；
- 游览/活动项目；
- 导游服务；
- 自费项目；
- 购物点。

6.2.3 测评要求

- 6.2.3.1 包价旅游产品等级测评结果应结合研发、计调、销售、客服、质管等不同职业人员意见综合评定。
- 6.2.3.2 测评人对包价旅游产品的8项指标进行评“赞”，并汇总所获的赞数得出产品的等级测评结果。

6.2.4 等级应用

旅行社应在其发布上架的产品标题标示产品的对应等级。

示例 1：★★★★北京双飞五天团。

示例 2：北京双飞五天团★★★★。

6.3 产品资源采购

6.3.1 采购范围

包价旅游产品采购的资源包括但不限于：

- 地接社；
- 餐厅；
- 酒店；
- 汽车公司；
- 航运公司；
- 火车（高铁）；
- 航空公司；
- 景区；
- 购物店；
- 活动项目。

6.3.2 采购要求

6.3.2.1 对地接社、履行辅助人的条件进行充分审核，包括：地接社、履行辅助人的基本情况、合作的付款方式、合作的激励政策、协议约定内容等，并进行企业状况调查。

6.3.2.2 每个包价旅游产品原则上宜选择 2 家以上的供应商资源。

6.3.3 资质条件

选择的地接社、履行辅助人应具备合法资质、团队旅游安全应急处理与公共卫生防控措施。

6.4 产品定价

6.4.1 应依据包价旅游产品的质量和价值，做到合理定价。

6.4.2 应按照旅游者年龄分列成人价、儿童价、婴儿价，如有特殊人群价格优惠的应予以明示。

6.4.3 应有清晰明了、完整准确的价格构成说明，有特殊情况的需要列明。

示例 1：团费已含导游服务费。

示例 2：单人参团需补差价__元。

6.4.4 对价格构成说明中无提及但行程有描述的项目，如产生费用应视为价格已含。

6.5 产品说明书编写

6.5.1 编写要求

产品说明书需做到合规合法、客观真实、版权清晰、提示到位，应符合 LB/T 072—2019 的要求。互联网上的包价旅游说明书同样适用。

6.5.2 编写内容

6.5.2.1 产品说明书应包含但不限于：

- 旅游线路名称；
- 产品特色；

- 行程单具体安排；
- 旅行社服务人员；
- 旅游费用；
- 团队组织形式；
- 旅游注意事项；
- 旅游者意见反馈和投诉途径。

6.5.2.2 行程单用语见附录 A，行程单主要内容包括但不限于：

- 行程总体说明及介绍；
- 集合时间和地点；
- 结束时间和地点；
- 交通安排；
- 住宿安排；
- 用餐安排；
- 游览安排（需通过“X 时 XX 分或“XX 分”明确游览时间长度、游览方式，不入内游览应予以说明）；
- 购物；
- 娱乐；
- 另行付费的活动项目；
- 地接社信息说明。

6.5.2.3 对于包价预制旅游产品的产品说明书编制，因受限于航司航班等客观因素影响，产品上架销售前未能对具体的游览顺序、具体入住酒店名称等内容最终确定的，可先在行程单（行程一）中载明服务交付标准。最终落实后的行程单（行程二）内容，应在客人出发前（含集合地）让客人签字确认。

6.5.2.4 产品说明书编制用语应规范，对于服务交付涉及的游览、车游、外观等服务项目，应明确说明。

6.6 产品合同编制

6.6.1 合同要求

- 6.6.1.1 旅游线路与计划安排清晰，价格明确。
- 6.6.1.2 旅游接待规范详细、依据明确，且无违反法律法规的内容。
- 6.6.1.3 合同填写规范，行程和景点、交通、住宿、餐饮、购物、自费项目等信息明确。

6.6.2 合同内容

- 6.6.2.1 包含主合同以及行程单具体安排（含行程单）、参团告知书等涉及旅游文明、安全提示等附件。如交通包含中转、经停的，应说明中转、经停地点及停留时间。
- 6.6.2.2 包含合同变更及退改的规则。
- 6.6.2.3 对组织接待形式一旦涉及转线、转团（转出团）应予以明示并与客人书面确认，对于有可能发生拼团（拼入团）、离团、脱团、滞留等情形，应按照法律法规相关规定跟进处理，具体见附录 C。

7 产品交付

7.1 交付原则

包价旅游产品完成制作，经上架销售成团后，进入服务交付状态，交付过程应遵循合同约定、严格执行，杜绝虚假宣传。

7.2 行程安排确认与上报

7.2.1 旅游供应商确认

根据预设的产品等级（见6.2），将团队计划以系统、邮件等书面形式提供给旅游供应商，并取得供应商的反馈及确认的接待计划。内容包括：

- 行程一（交通、住宿、餐饮、游览、购物、活动等）；
- 产品等级标准；
- 服务标准及承诺；
- 安全提示；
- 突发事件应急预案。

7.2.2 旅游者确认

7.2.2.1 在旅游团成行前，计调应提前将关于外出旅游过程中应遵守和了解的一些规定和注意事项等提前告知旅游者。

7.2.2.2 导游应在出发前将最终确认的行程单交给旅游者予以确认。

7.2.3 导游员确认

团队出发前，计调应将该团的下列资料以系统、邮件等书面形式交接给导游（领队）予以确认：

- 行程二（如有）；
- 地接计划；
- 机票/船票；
- 客人分房名单等资料；
- 操作文书。

7.2.4 团队信息上报

包价旅游产品在出发前，应按照上级主管部门相关要求将团队相应资料上传至全国旅游监管平台。

7.3 突发事件应急处理预案

7.3.1 突发事件种类

突发事件包括但不限于：

- 因不可抗力或旅行社、履行辅助人已尽合理注意义务仍不能避免的事件；
- 交通事故；
- 行程受阻；
- 人身伤亡；
- 财产损失（含证件）；
- 被抢被盗；
- 疾病救护；
- 食物中毒或三人及以上的急性肠胃炎；
- 旅游者擅自离团/失联事件；
- 旅行社允许客人在行程中离团或退团；

- 不文明旅游行为；
- 其他因人为因素（含第三人）导致的意外事件。

7.3.2 处理原则

应采取紧急、必要的救助和处置措施，保护旅游者生命和财产安全，积极为客人提供救助，最大限度减少事故造成的人员伤亡和财产损失。

7.3.3 预案内容

旅行社及履行辅助人的突发事件应急处理预案，内容应包括：

- 紧急救援；
- 处理流程；
- 责任分工；
- 信息上报；
- 响应时间。

7.3.4 常用标准文书

旅行社宜准备指引性示范文本，包括但不限于：

- 处理流程指引；
- 导游/领队/现场处理人员上报情况报告；
- 现场客人确认情况说明模板。

8 产品检验

8.1 产品审核抽查

8.1.1 等级审核

产品上架售卖前应按附录B进行审核，确保产品等级正确无误。

8.1.2 内容抽查

旅行社应有专人至少3个月就产品内容（产品说明书）要素的适用性准确性进行抽查，并形成抽查报告，检查内容包括：

- 合法合规性；
- 产品等级划分准确性，不存在虚化夸大的情形；
- 内容完整性，含产品说明书和行程单的所列内容；
- 术语与表述的规范性。

8.2 交付质量检测

8.2.1 履行合同约定

8.2.1.1 旅行社应严格履行与旅游者签署的旅游合同，并交付符合约定的旅游服务。

8.2.1.2 旅行社应制定符合自身特点并满足旅游者需求的质量管理规定。

8.2.1.3 制定针对一线服务岗位的服务规范。

8.2.2 过程质量检测

- 8.2.2.1 团队行进过程中，遇到突发事件时需按预案积极处理。
- 8.2.2.2 设置专人队伍跟踪质量，宜对团队进行暗访、追踪和第三方调查等。
- 8.2.2.3 在团队行进过程中，如遇旅行社与旅游者发生争议，双方应协商解决，妥善处理。如属服务质量争议的，可依照 DB4401/T 108—2021 进行处理，如暂时无法达成协议的，旅行社应与旅游者约定后续处理时间，避免旅游者因为争议而滞留或拒绝后续服务。旅行社导游不应以任何借口脱离团队，中断提供旅游服务，损害旅游者权益。

8.3 售后质量检测

8.3.1 内部监测

8.3.1.1 建立健全管理制度

旅行社应建立健全旅游者信息管理制度和售后服务制度，包括：

- 建立质量投诉管理制度，至少向旅游者提供不少于两种意见反馈方式；
- 应快速有效处理投诉，并建立投诉档案，保存旅游者的反馈信息和处理结果等记录。

8.3.1.2 专人（专岗）跟进处理

旅行社应安排专人（专岗）对产品和服务进行跟进处理，至少6个月处理或回应旅游者的反馈信息，包括：

- 收集数据（客人满意度、旅游投诉、意见反馈等）；
- 统计分析质量数据，为优化改进提供支撑。

8.3.2 外部检测

旅行社宜聘请第三方对旅游产品和服务进行测评分析，适时获取更客观、真实、多维度的旅游产品服务评价信息。

9 产品改进

9.1 优化改进或退出机制

9.1.1 当产品有效性、适用性、质量指标任一发生变化时，均应进行产品的优化改进或退出处理。

9.1.2 当有下列情况之一时，产品有效性发生变化：

- 国家相关法律、法规、行业管理规定颁布或发生变化时；
- 旅游目的地国家或地区局势发生重大变化时；
- 旅游经济形式发生重大变化时；
- 行业管理部门或其他政府机构有要求时；
- 旅行社经营组织结构和质量管理体系发生重大变化时；
- 行前说明服务质量引起投诉或造成旅游者人身、财产损失等情况发生时。

9.1.3 当有下列情况之一时，产品适用性发生变化：

- 客人满意度下降时；
- 客人需求发生变化时；
- 消费习惯发生变化时；
- 产品经营绩效趋势（营收、毛利）下降时。

9.1.4 当有下列情况之一时，质量指标发生变化：

- 质量目标达标情况下降时；
- 地接社、履行辅助人服务质量或效能下降时。

9.2 改进措施

9.2.1 优化改进手段

9.2.1.1 应至少每6个月组织研发、计调、销售、客服、质管及地接社等，通过“产品研发沟通会”“质量情况沟通会”“质量数据统计分析”等多种形式进行专题讨论、对产品及服务质量进行检视、优化改进。

9.2.1.2 每季度/年度对8.1、8.2、8.3所列各项监视测量获得的数据进行分析和评价，并将评价结果应用于产品优化改进。

9.2.1.3 对8.1、8.2、8.3发现的不符合项采取纠正措施，确保包价旅游产品管理规范的有效性。

9.2.1.4 根据附录D的评分内容进行评估。

9.2.2 产品优化改进的内容

产品优化改进的内容包括但不限于：

- 资源选择（资源的实时性和准确性）；
- 定价策略；
- 行程安排（游览时间、游览顺序、游览方式、餐食安排、住宿安排等）；
- 服务质量；
- 旅游安全保障；
- 应急事件处理预案。
- 质量监测。

附录 A
(资料性)
与行程单编制相关的用语

表 A.1 与行程单编制相关的用语

序号	用语	定义	补充说明
1	包价旅游产品管理说明书	以旅行社与旅游者签订包价旅游合同附件形式，告知旅游者旅游产品的特色、行程安排、注意事项等相关内容的书面文件。	-
2	行程一	旅行社就包价预制旅游产品在与旅游者签订旅游合同时，向旅游者提供的介绍旅游过程中交通、餐饮、游览、住宿等日程安排和明确接待服务标准（档次）等相关内容的书面文件。	因受限于旅游资源的不确定性，行程一有可能无法对行程游览顺序、乘坐的具体交通工具、入住酒店的具体名称以及导游/领队姓名等内容作出具体说明。
3	行程二	旅行社在旅游行程出发前，按照行程一确定的接待服务标准（档次）对旅游服务进行细化的书面文件，包括但不限于确定行程游览顺序、乘坐具体交通工具、入住酒店具体名称、导游/领队姓名等内容，即旅游过程中涉及的交通、餐饮、游览、住宿等最终的日程安排。	-
4	游览 (参观)	组织旅游者进入行程安排的旅游景区/景点的区域内，通过步行或乘坐旅游汽车或者景区摆渡车、索道、缆车等交通工具等方式进行旅游体验活动。	-
5	外观	行程并未安排进入的景区/景点，旅游者在外围停留，导游对景区/景点进行讲解的情形。	-

附 录 B
(规范性)
包价旅游产品等级测评体系

B.1 测评维度与指标

因境外旅游资源评价标准差异较大，表B.1包价旅游产品等级的测评维度与指标仅适用于中国内地包价旅游产品。

表 B.1 包价旅游产品赞数测评表

测评维度/指标		测评细则				赞数	备注
		6赞	5赞	4赞	3赞		
1住宿		1. 全程入住五星级或超豪华酒店 2. 报名即知酒店选择范围（提供不超过3家酒店选择）	1. 行程至少50%入住五星级或超豪华酒店，其余入住4星或豪华酒店 2. 报名即知酒店选择范围（提供不超过5家酒店选择）	全程入住4星或豪华酒店	全程入住3星或星级酒店	-	-
2餐饮		1. 全程正餐餐标≥50元/人/餐 2. 行程中安排特色餐的正餐餐数≥全程正餐数的30%	1. 全程正餐餐标为40~49元/人/餐 2. 行程中安排特色餐的正餐餐数≥全程正餐数20%	1. 全程正餐餐标为30~39元/人/餐 2. 行程中正餐至少安排一餐特色餐	全程正餐餐标为25~29元/人/餐	-	-
3交通	3.1往返大交通	1. 不使用低成本航空公司航班 2. 除始发地与目的地首站之间没有直飞航班的情形外，不选用中转联程航班） 3. 所选航班含： 1) 免费托运行李额； 2) 航程时间≥4 h的含免费餐食。 4. 报名即知航班或航班车次参考时间段在3h内 5. 涉及高铁/动车、轮船等其他交通工具的，安排一等座/舱	1. 除始发地与目的地首站之间没有直飞航班的情形外，不选用中转联程航班 2. 所选航班含： 1) 免费托运行李额； 2) 航程时间≥4 h的含免费餐食。 3. 报名即知航班或航班车次参考时间段在4h内	报名即知航班或航班车次参考时间段在4 h内	报名即知航班或航班车次参考时间段在4 h内	-	-

表B.1 包价旅游产品赞数测评表（续）

测评维度/指标		测评细则				赞数	备注
		6赞	5赞	4赞	3赞		
3交通	3.2当地交通	1. 若连续乘坐旅游包车需时≥4 h，有动车/高铁/飞机等快捷交通的，至少安排一程使用上述交通 2. 全程安排3年内车龄的旅游包车且不少于15%空座率；或使用3年内车龄的一排三座豪华大巴	1. 全程使用旅游包车 2. 全程安排4年内车龄的旅游用车且不少于15%空座率；或使用5年内车龄的一排三座豪华大巴	1. 全程安排旅游用车。 2. 不少于10%空座率	1. 全程使用旅游用车 2. 每人一个正座	-	-
4行程	4.1游览/活动项目	安排的游览/活动项目至少2个以上是4A级及以上景点或官方权威评定或当地旅游机构推荐的特色旅游项目	安排的游览/活动项目至少1个以上是4A级及以上景点或官方权威评定或当地旅游机构推荐的特色旅游项目	安排的游览/活动项目至少1个以上是3A级及以上景点或官方权威评定或当地旅游机构推荐的特色旅游项目	必含需购门票的景点	-	-
	4.2导游服务	1. 16人必派全陪 2. 从业5年及以上的持证导游	1. 16人必派全陪 2. 从业3年及以上的持证导游	1. 16人必派全陪 2. 从业2年及以上的持证导游	保证安排持证导游	-	-
4行程	4.3自费项目	全程无自费项目	全程无自费项目	仅推荐行程单所列自费项目	仅推荐行程单所列自费项目	-	-
	4.4购物点	纯玩无购物	纯玩无购物	购物点总数量≤行程天数50%	购物点总数量<行程总天数-1	-	-
注1：指标说明： a) “3.2 当地交通”的旅游包车不包括机场接送车、景区安排的游览观光车、越野车等； b) “3.1 往返大交通”和“3.2 当地交通”必须要同时符合才能获得相应分数； c) “4.1 游览/活动项目”“4.2 导游服务”“4.3 自费项目”“4.4 购物点”必须要同时符合才能获得相应分数。 注2：评价说明： a) 四大评价维度中的任一维度对应赞数的全部测评指标要求应同时符合，方可获得该对应档次的赞数； b) 若往返大交通使用的航班按照航空公司的航程要求需在中途第三地经停，可视为符合直飞要求； c) “3.2 当地交通”所指的空座率的计算公式为：空座率=[核载座位数-司陪位置-旅游者使用座位数-行李占位（如无行李箱的车）]÷核载座位数×100%。							

B.2 赞数统计与等级确定

表B.2提供了包价旅游产品所获赞数统计与等级测评的工具。

表 B.2 包价旅游产品等级赞数测评统计要求

产品等级	赞数总计，单项维度最低赞数
★★★★★	总赞数在20~24，且任何一个维度的赞数不应低于5赞；
★★★★	总赞数在16~19，且任何一个维度的赞数不应低于4赞；
★★★	总赞数在12~15，且任何一个维度的赞数不应低于3赞；
★★	总赞数在9~11，且其中3个维度的赞数不应低于3赞；
★	总赞数在6~8，且其中2个维度的赞数不应低于3赞；
注1：低于一日游、10人以下的包价旅游产品可选择使用。	
注2：总赞数低于5个（含5个）时，产品不给予评级。	

附 录 C
(资料性)
与包价旅游合同相关的用语

表 C.1 与包价旅游合同相关的用语

序号	用语	定义	跟进处理
1	转线	组团社在行程开始前征得旅游者书面同意，将旅游者转至该旅行社所组织的其他线路旅游团队履行合同的为行为。	转线操作应获得旅游者书面签字确认。
2	拼团（拼入团）	组团社接受其他旅行社的委托，将其他旅行社招徕的旅游者拼入自身组织的旅游团队并统一安排旅游服务的行为。	拼团操作属于旅行社之间业务合作范畴，并没有限制组团社招徕的旅游者权利或增加其义务，无需征得旅游者同意。
3	转团（转出团）	组团社在出发前征得旅游者书面同意，推荐旅游者转至其他旅行社所组的旅游团队履行合同接待义务，并由旅游者与被推荐的旅行社再签订旅游合同的行为。	转团应获得旅游者书面签字确认。
4	离团	旅游团队中，旅游者经导游/领队同意后离开旅游团队，不按照旅游合同约定跟团完成约定行程并放弃离团期间涉及的行程权利的行为。	旅游者擅自离团属于违约行为，旅行社有权解除旅游合同并追究旅游者的违约责任。
5	脱团	旅游团队中，旅游者未经导游/领队同意脱离旅游团队，不按照旅游合同约定跟团完成约定行程并放弃脱团期间涉及的行程权利的行为。	旅游者脱团属于违约行为，旅行社有权解除旅游合同并追究旅游者的违约责任。
6	滞留	指因发生不可抗力或意外事件，导致旅游团无法乘坐交通工具前往下一个旅游目的地或返程的情形。	造成旅游者滞留的，旅行社应当采取相应的安置措施。因此增加的食宿费用，由旅游者承担；增加的返程费用，由旅行社与旅游者分担。

附 录 D
(资料性)

包价旅游产品管理规范评分表

表 D.1 包价旅游产品管理规范评价表

序号	评价环节	评价内容	对照本标准条目	是否符合		改进意见和建议
				符合	不完全符合	
1	产品设计	市场调研	5.1	—	—	—
2		资源筛选	5.2	—	—	—
3		安全性评估	5.3	—	—	—
4	产品制作	产品等级确定	6.2	—	—	—
5		产品资源采购	6.3	—	—	—
6		产品定价	6.4	—	—	—
7		产品说明书编写	6.5	—	—	—
8		产品合同编制	6.6	—	—	—
9	产品交付	行程安排确认与上报	7.2	—	—	—
10		突发事件应急处理预案	7.3	—	—	—
11	产品检验	产品审核抽查	8.1	—	—	—
12		交付质量检测	8.2	—	—	—
13		售后质量检测	8.3	—	—	—
14	产品改进	优化改进或退出机制	9.1	—	—	—
15		改进措施	9.2	—	—	—
注1：本表由质量管理部门至少每年一次对包价旅游产品在设计、制作、交付、检验、改进五个环节15项要求进行抽测评价，作为年度质量报告内容之一。						
注2：评价依据是对应本标准要求，全部达标的勾选“符合”；部分未达标勾选“不完全符合”，并提出对涉岗责任部门的改进意见和建议。						

参 考 文 献

- [1] 《导游人员管理条例》
-

