

《人工智能与旅游创新应用》

定制旅行方案 编制实训

模块四 生成式人工智能的旅游应用实训

旅游管理专业核心课程

主讲教师： ____ · 2026 秋季学期

MODULE 04 — PROJECT 01



CONTENTS · 本讲目录

真刀真枪

BRIEF · BUILD
REHEARSE ·
REVIEW

01 实训导航

任务书 · 价值数据 · 好差之辨 · 能力进阶 · 流程总览

02 编制主流程

客户画像 · 五步编制 · AI 分工 · 实战全流程 · 三病防治

03 打磨与路演

四个动作 · 路演五步 · 好差路演 · 评分权重

04 复盘与衔接

实训节奏 · 人机分工 · 避坑三招 · 优秀作品 · 纪律清单

实训目标

成果导向

做出 真方案

SHIP A REAL
PROPOSAL

知识目标

能说出定制旅行方案的**结构要素**与编制五步法；描述评分标准的六个维度。

能力目标

以小组为单位完成一份**真实可交付的定制方案**：从客户访谈到路演答辩全程实操。

素养目标

养成「**客户视角 + 核验习惯**」：方案不是作业，是给真人用的行程——错一处就误一事。

一份真实的委托

客户王女士来电：「一家五口，三代同游，预算两万，五天四晚，老爷子腿脚不好，小孙女想看熊猫。」——**这是本周实训的真实任务卡**，课程平台已开放接单。

你会先问什么？还是先动手查攻略？

AI 能替你完成这份方案的多少？

交付时，客户凭什么为方案买单？

实训主线：**接单 - 编制 - 打磨 - 路演 - 复盘**，四周产出一份可交付方案。



01

PART

实训 导航

THE BR

① 任务书 ② 价值数据 ③ 好差之辨 ④ 能力进阶 ⑤ 流程总览

实训任务书：四周一份交付物

实训不是模拟练习——它是一次**真实的接单**：客户真实、约束真实、交付真实，评分即验收。

——综合主流教材与业界通行表述

任务

TASK

为指定客户画像编制**五天四晚家庭定制方案**：含行程、预算、备选与应急预案。

交付

DELIVER

一份方案文档（15 页内）+ **8 分钟路演答辩**：文档占 60%，路演占 40%。

约束

RULES

预算不超、时段真实、**所有信息须核验**——AI 可用，但责任全在小组。

注意：评分标准不是「PPT 好不好看」——是「**客户会不会买单**」：评委将按客户视角打分。

为什么练这个：三组行业数据

定制游在在线旅游中的增速
(示意)

30%

跟团在缩、定制在涨——**方案编制能力是增量市场的入场券**，也是本实训的产业背景。

5 倍

定制师与传统计调的薪酬差

会设计的比会排车的值钱——**方案是定制师的核心资产**，写出来就是简历。

72 小时

行业常规的方案交付时限

客户等不了一周——**速度与质量的双重要求**：AI 辅助正是在这里切入。

3 轮

一份方案的平均修改轮次

客户总要说「再调调」——**改稿耐性也是专业能力**：预留弹性是聪明做法。

好方案 vs 差方案

差方案 · 拼凑攻略

"网上都说好"的景点串烧

网红点堆叠、时间算错、预算超支、**没有客户姓名**——换个客户照样用，等于谁也没服务。

好方案 · 为他而做

"老爷子每天只排一个硬景点"

约束都接住了：节奏适配三代、预算留缓冲、**每个选择都说得出理由**——客户看完会说「懂我」。

一句话检验：把客户名字换掉，**方案是否立刻不成立**——不成立才是定制，成立只是攻略。

四周进阶：从查攻略到做方案

实训四阶段——每周爬一级台阶，期末站上「可交付」。

W1 会访谈

挖出客户没说出口的需求——腿脚不好 = 每天一个硬景点。

W2 会编排

行程、节奏、预算成体系——每个选择有理由。

W3 会打磨

核验信息、压力测试、视觉呈现——从能用到好用。

W4 会表达

八分钟讲清方案价值——让客户愿意买单。

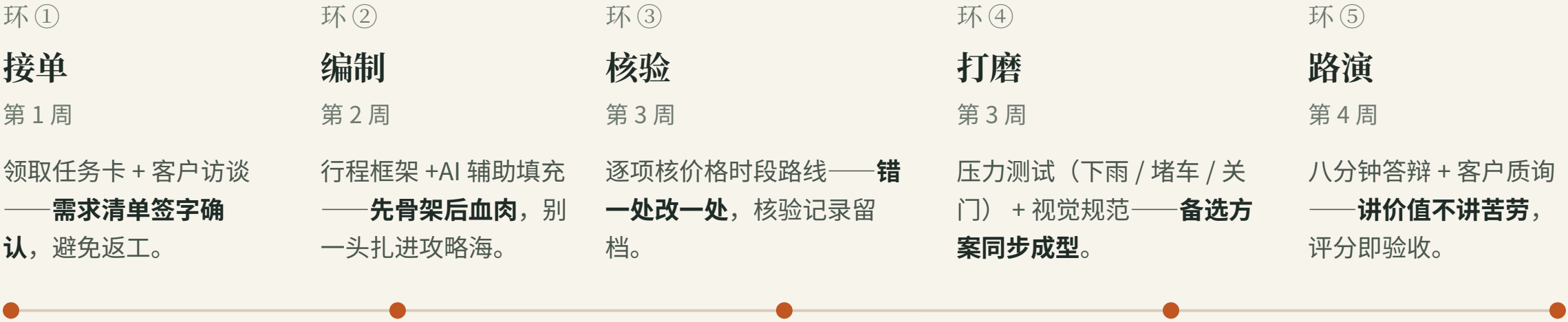
对标

行业怎么定义「会」

定制师的招聘要求：理解需求、方案设计、供应商协同——恰好是这四级台阶。

实训评分表就是岗位说明书——照着练就是照着就业练。

实训流程：五个环节



五环节环环相扣——**第一环节的偷懒，会在第五环节加倍偿还：**需求没问清，改稿改到哭。

三类客户：三种服务策略

类一 · 明确型

我要什么我说了

听懂即可

- 需求清单逐条确认
- 约束即红线不越界
- 专业建议点到为止

类二 · 模糊型

就想要个好的

挖潜为要

- 用场景提问挖动机
- 给三版方向供选择
- 选择权始终给客户

类三 · 挑剔型

都不太满意

预期管理

- 先共识评价标准
- 小步确认快速迭代
- 书面确认防扯皮

实训提示 本次任务卡的王女士是「明确 + 模糊」混合型：约束明确、玩法模糊——访谈提纲要为此设计。

实训导航：四问四答

Q1 实训评分的核心逻辑？

「**客户会不会买单**」——评委按客户视角打分：文档 60%+ 路演 40%。

Q2 怎么判断方案是不是「定制」？

换名测试——**把客户名字换掉若方案仍成立**，说明只是攻略拼接。

Q3 四周分别练什么？

访谈 - 编排 - 打磨 - 表达——恰好是定制师岗位说明书的四级台阶。

Q4 王女士属于哪类客户？

明确 + 模糊混合型：预算人数约束明确，玩法体验模糊——访谈要挖动机。

02

PART 1

编制 主流程

BUILD THE PRO

-
- ① 效率对比
 - ② 客户画像
 - ③ 五步编制
 - ④ 实战全流程
 - ⑤ 三病防治

先算账：一份方案的时间

传统：查攻略 + 排行程 + 核价格 + 做文档 3 天

1 天

AI 辅助全流程（访谈与核验仍由人做）

编制从 3 天到 1 天

省在

资料整合 景点信息、开放时段、交通衔接——AI 十分钟归拢成底稿，人从检索中解放。

快在

初稿生成 行程框架 + 预算表自动成型——从空白页到初稿只要一轮对话。

留给

人的工序 需求判断、取舍决策、信息核验与责任兜底——这 1 天里最值钱的部分。

行业时限 72 小时——AI 把你的竞争力从「快」升级到「准」：省下的时间请全部投给核验。

客户画像：访谈是编制的地基

问显性需求

人数、预算、日期、目的地偏好——**写进需求确认单**：白纸黑字，防止后期扯皮。

挖隐性需求

「带老人出游最担心什么？」——**腿脚 = 节奏、午休 = 时段、忌口 = 餐饮**：没说出口的才是关键。

定评价标准

「方案做到什么样您满意？」——**先把「好」的定义谈拢**：省下三轮无效改稿。

访谈提问三板斧

「上次全家出游，哪里最满意、哪里最累？」

「这次如果只能保一件事，保什么？」

「老爷子的体力和兴趣，您怎么形容？」

访谈产出**需求清单**——它是编制的依据，也是**答辩的靶心**：评委就按它验收。

编制五步法：从骨架到血肉

步 ①	步 ②	步 ③	步 ④	步 ⑤
定主线	搭骨架	填血肉	算细账	备 PlanB
策略层	结构层	内容层	预算层	风控层
一句话主题：「三代同堂的熊猫与慢生活」—— 主线定了，取舍就不难。	五天的框架流：大原则每天一个硬景点—— 先节奏后内容 ，宁松勿赶。	AI 填充景点、餐饮、交通细节—— 喂足需求清单 ，产出才贴身。	分项预算 +10% 缓冲—— 账要算给客户看 ：钱花在哪，一目了然。	雨天方案、排队超时、临时闭馆—— 每个硬景点配一个备选。

五步里最容易被跳过的是**步①**——没有主线的行程只是景点串烧，改起来也无从下手。

AI 辅助：能托付与必须亲为

可托付给 AI

又快又全

资料归拢、初稿生成、预算表框架、**备选方案罗列**——「填空题」它比人快十倍，且不喊累。

必须亲为

责任所在

需求判断、取舍决策、**价格与时段核验**、客户关系——「选择题」和「判断题」**错一道都是事故**。

分工铁律：**AI 管「写出来」，你管「负得起」**——方案签字的是你，不是 AI。

实战全流程：王女士方案的 72 小时

CASE · 编制实录

任务：五口之家五天四晚（预算 2 万）—— 往届优秀小组的编制过程

投入 访谈 40 分钟 + AI 辅助编制 + 两轮
核验，共 22 小时

产出 方案文档 16 页 + 备选方案 3 处
+ 路演答辩 A 等

- **访谈（1 小时）**：挖出「老爷子抗战老兵，想看建川博物馆」——需求清单外的一条金矿。
- **编制（4 小时）**：主线定为「熊猫与致敬之旅」——**孙女与爷爷各得其所**，节奏一松一紧。
- **核验（3 小时）**：发现 AI 写错一个场馆闭馆日——**两处硬伤当场拦截**，避免答辩翻车。

效果

评委点评「这是我见过最懂客户的方案」——
访谈深一小时，方案高一档。

教训

初版预算漏了机场接送——**细账不细就是硬伤**：分项预算必须逐笔过。

启示

A 等的秘诀不在排版在**洞察**——需求清单外的信息，才是定制的灵魂。

三代同游：节奏设计对照表

对象	体力特征	节奏策略	方案体现
老爷子	慢行、需午休	上午硬景点，午后休整	建川博物馆排首日上午
小孙女	兴奋点短、易疲劳	互动型体验为主	熊猫基地 + 手工课穿插
中年父母	统筹全场、最累	机动留白、少折腾	每天 16 点后自由活动

三代同游的黄金法则：**每天只排一个「硬景点」**——其余都是弹性加餐。

方案三病，对症下药

病① 信息过期

AI 写的是去年的票价与时段——**闭馆日照抄就是事故**：方案交付日即翻车日。

病② 节奏失控

一天塞四个景点，第二天全体罢工——**行程不是越多越好，是越顺越好**。

病③ 预算幻觉

只算大项漏了接送、小费、应急——**细账不细必超支**：客户记得每一笔。

对症下药

核验制→ 关键信息双人交叉核

一硬多软→ 每天一个硬景点封顶

缓冲金→ 预算表固定加 10% 机动

编制主流程：四问四答

Q1 访谈最该挖什么？

隐性需求——「最担心什么」「只能保一件事保什么」：没说出口的才是关键。

Q2 五步编制法的顺序？

定主线 - 搭骨架 - 填血肉 - 算细账 - 备 PlanB——主线先行，没有主线的行程是串烧。

Q3 AI 辅助的红线在哪？

「写出来」可托付，「负得起」必须亲为——价格时段核验与取舍决策不外包。

Q4 三代同游怎么排节奏？

每天一个硬景点 + 午后休整 + 16 点后自由——节奏对了，全家都轻松。

03

PART TI

打磨与 路演

POLISH & I

① 四个动作 ② 路演五步 ③ 好差路演 ④ 评分权重

打磨：从能用到敢交付

初稿只是「能用」——打磨让它「**敢交付**」：经得起质询、扛得住意外、看一眼就想签单。

——综合主流教材与业界通行表述

核

VERIFY

价格、时段、路线、政策逐项核验——**错一处信任归零**：核验记录就是你的底气。

压

STRESS

下雨怎么办、堵车怎么办、闭馆怎么办——**压力测试过的方案才叫成熟**。

磨

REFINE

语言、视觉、结构再上一层——**专业感是说服力的一部分**：细节即态度。

打磨的三个动作按序做——**先核后压再磨**：内容错了，皮再光鲜也是零分。

打磨工坊：四个动作

动作图谱

交付前的最后一公里

四个动作两小时一轮——**初稿与成稿的差距全在这里。**

实训第3周的工作坊内容。

01

交叉核验

两人互核关键信息——**自己查自己永远查不出错**：视角一换，硬伤现形。

02

压力测试

预设三组意外场景推演——**每个硬景点有 PlanB**，客户才敢托付。

03

换位阅读

组员扮演王女士读方案——**「哪里没被照顾到」**：客户的皱眉就是修改单。

04

视觉规范

字体统一、图标一致、留白呼吸——**专业感降低决策成本**：好看也是说服力。

路演八分钟： 五步结构

步 ①	步 ②	步 ③	步 ④	步 ⑤
共情开场	亮主线	走行程	算总账	留钩子
30 秒	1 分钟	3 分钟	1.5 分钟	2 分钟
复述客户的核心期待——「您要的是三代都尽兴」：先让评委点头。	一句话主题 + 设计逻辑——「熊猫与致敬之旅」：主线立住，全篇皆活。	按天讲节奏不讲清单—— 为什么这样排比 去了哪里更重要。	预算结构与风险预案—— 钱和意外都交代清楚 ：信任来自透明。	质询环节有问必答—— 答不上就答「三天内补」 ：诚实比硬撑加分。

八分钟很短——讲「为什么」永远优先于「是什么」：行程单客户自己会看。

好路演 VS 差路演

差路演 · 念文档

" 第一天我们先去了 ..."

照着行程单念流水账、时间严重超支、**质询一问三不知**——评委看完只记得你很紧张。

好路演 · 讲价值

" 这个安排是为了老爷子的午休 "

每个选择都有理由、时间掐得准、**质询对答如流**——评委记住的是你的专业。

一句话检验：评委听完**记住了你的判断，还是记住了你的 PPT**——前者是路演，后者是朗诵。

路演复盘：一个小组的翻车与自救

CASE · 答辩实录

任务：往届某小组路演——从超时翻车到逆势拿 A

翻车 第一次彩排：超时 3 分钟、被质询问懵、逻辑混乱

自救 48 小时重排后正式答辩：A 等 + 最佳答辩奖

- **诊断（复盘）**：把 8 分钟逐段录像回看——**超时全耗在念行程**：讲清单是路演大忌。
- **重构（改稿）**：砍掉景点罗列，只讲三条设计逻辑——**时长立减一半**，主线反而更清。
- **演练（模拟）**：组员扮「毒舌评委」三轮压力面——**正式答辩零冷场**，问啥都接得住。

效果

评委评语「回答比 PPT 精彩」——**质询环节成了加分项**：预案做足的从容。

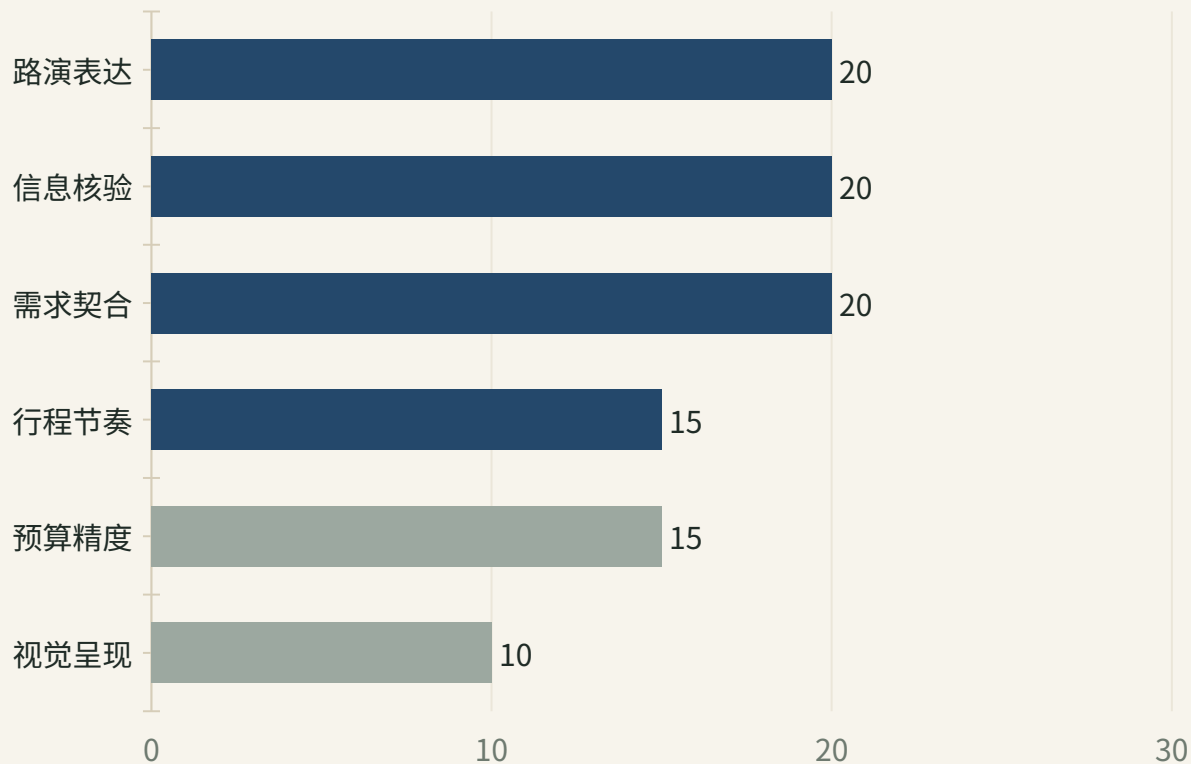
教训

第一次彩排全组熬夜背稿——**背稿不如理解逻辑**：理解了才答得出变化题。

启示

路演的可迁移性极强——**答辩、面试、提案一通百通**：这 8 分钟值得反复练。

评分维度与权重



看清权重再分配精力——把时间花在需求契合与核验上，排版只求干净规范。

20%

需求契合与信息核验各占两成——**懂客户 + 零差错**是定制的生命线

15%

节奏与预算各一成五——**顺不顺、准不准**，数据说话

10%

视觉呈现权重最低——**好看是加分项，不是救命稻草**

课堂辩论： AI 痕迹该被扣分吗

有的小组方案快而全，但字里行间一股 AI 味——评分时该奖励效率，还是扣减「不真诚」？

—— 议题背景

效率派

- 行业本就用 AI—— **禁用才是脱离实际**
- 核验无误即合格—— **工具无原罪**
- 省下的时间投入访谈—— **总质量更高**

真诚派

VS

- AI 腔 = 没消化—— **判断力才是考察点**
- 换名测试不过—— **方案不贴客户**
- 今天糊弄作业， **明天糊弄真客户**

讨论规则：双方必须回答——「**评分离散的点应该设在哪**」？ **给出可操作的判分细则。**

04

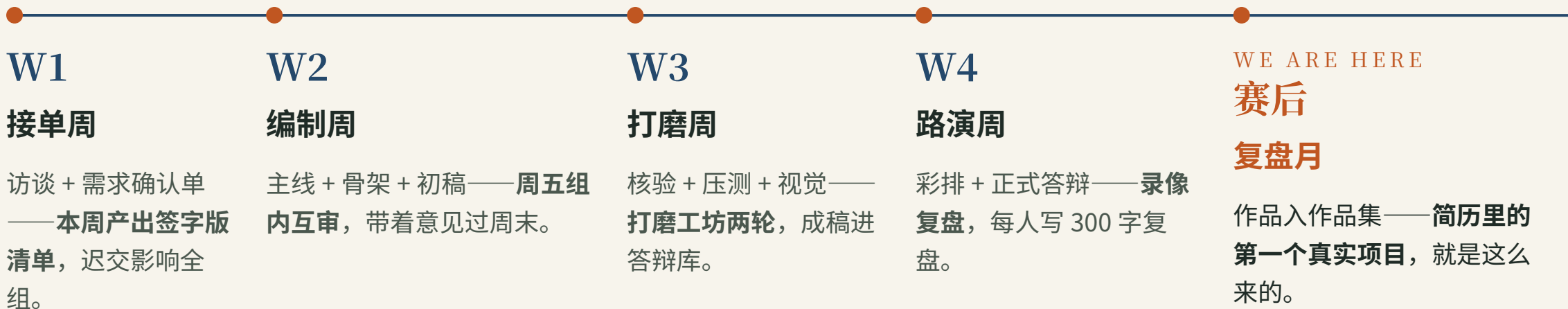
PART F

复盘与 衔接

REVIEW & BI

① 实训节奏 ② 人机分工 ③ 避坑三招 ④ 优秀作品 ⑤ 纪律清单

四周节奏：一周年历



节奏的意义：**每周有硬节点，返工不过周**——拖到最后的组，没有不崩的。

编制中的三层人机分工

层① AI 全包层⁴

资料归拢、初稿生成、预算框架——**填空题**：快而全，人只给方向。

层② 人机接力层⁴

行程编排、备选设计——**AI 出三版人选一**：选择题，判断在人。

层③ 真人决策层⁴

需求判断、取舍拍板、核验签字——**判断题**：责任不可外包。

分工口诀 填空给机器，选择靠判断，**签字必真人**——三层分清，效率与责任两全。

往届血泪：避坑三招

坑一 · 组内搭便车

一人干、四人看——**按环节分工而非按人头均摊**：访谈、编制、核验、路演各有主责。

坑二 · 需求自嗨

做的是「我以为客户要的」——**每周与需求清单对表**：偏离即纠，别等答辩才发现。

坑三 · 临门赶工

前三周松、最后一周通宵——**硬节点前置**：周五互审制度就是防崩保险。

分工表的样子

访谈主责 A、编制主责 B、核验主责

C、路演主责 D

——每人都是某环节的**第一责任人**

——组长管节点不干活，只对进度负责

往届 A 等组的共性：**分工明确 + 每周硬节点**——与技术无关，全在管理。

优秀作品长什么样

CASE · 往届范本

范本：「熊猫与致敬之旅」——往届最高分方案拆解

成绩 总评 A 等：需求契合满分 + 核验满分

去向 组长凭此作品集入职定制游公司

- **洞察（灵魂）**：访谈挖出「抗战老兵」背景——**行程专为爷爷设计一天**：孙女看熊猫，爷爷看历史。
- **严谨（骨架）**：核验记录附在附录——**每条信息标来源与日期**：评委翻到附录时已决定给 A。
- **分寸（皮肤）**：文档干净克制无炫技——**专业感来自规范而非花哨**：模板统一、留白呼吸。

亮点

「三代各有各的期待，又彼此陪伴」——**主题句即评分点**：一句话立住全案。

遗憾

路演仍有一处卡壳——**再好的稿也怕没排练**：三遍起步，别赌临场。

迁移

这套方法论直接对应岗位——**入职第一个月就在用实训的东西**：这就是实训的意义。

实训纪律：四条底线

原创

方案内容须自建

AI 可辅助但判断须自主——照搬全网方案判零分

核验

关键信息留核验记录

价格时段路线逐条溯源——附录提交

诚信

禁止编造数据

查不到的信息标注「待确认」——编造即违规

节点

硬节点不迟交

需求单、互审、成稿各有时限——迟交扣分

一条底线

比成绩更重要

实训练的是**职业习惯**：核验、诚信、守时——

成绩四周就过去，习惯跟你一辈子。

带走的清单：本周六件事

| 实训启动周，六件事到位：

01 组队分工 四人一组，四环节各定主责人

02 领任务卡 课程平台接单，读透客户画像

03 拟访谈提纲 显性三问 + 隐性三问，组内试演

04 约访谈 联系任务卡客户（教师扮演），40 分钟

05 需求确认单 访谈产出签字版，周五提交

06 工具就位 AI 工具、地图、表格模板逐项试用

四个问题，四个答案

Q1 实训的最终交付物？

16 页方案文档 + 8 分钟路演——按客户视角验收：懂客户、零差错、有分寸。

Q2 评分权重最高的两维？

需求契合与信息核验（各 20%）——把时间花在访谈和核验上，别死磕排版。

Q3 AI 在编制中的定位？

填空给机器、选择靠判断、签字必真人——三层分工，效率与责任两全。

Q4 怎么保证不崩盘？

每周硬节点 + 环节责任制——返工不过周，无人搭便车。

作业：实训启动三件套

思考题 · 下次课开篇讨论

想一想 01 你的小组里，你最适合哪个环节的主责？为什么？

想一想 02 如果客户临时把预算砍掉三成，先砍什么？

课后作业 · 实践任务

访谈提纲

提交小组访谈提纲：显性三问 + 隐性三问 + 追问设计，说明每问要挖出的信息点
一页纸，组内试演后定稿

需求确认单

完成客户访谈后提交签字版需求清单：含约束、偏好与评价标准三类条目
周五 24 点前

课程平台提交，需求单签字版是第 2 周编制的依据

实训资源包

模板

方案文档模板

课程平台提供结构与样式——**直接套用，别自造轮子。**

工具

地图与行程工具

测距、时段、顺路性——**行程可行性靠它兜底。**

案例

往届优秀方案库

三年 A 等作品——**看结构学洞察，别抄内容。**

标准

评分细则表

六维度打分表——**对照自查，交前过一遍。**

资源都在课程平台——**会不会用资源，也是实训的考察点。**

项目二：导游词与虚拟讲解设计实训

MODULE 04 · PROJECT 02

为现场 写稿

从方案到讲解的落地

01 导游词实训

为本项目方案配上分众讲解词——**方案动起来。**

02 语音制作

词稿转语音、选音色——**虚拟讲解上岗。**

03 现场考核

三分钟真讲——**敢开口才算会。**