

旅游管理专业

产业需求分析调研和可行性分析

一、专业及基本信息

1.专业名称

旅游管理

2.调研目的

调研旨在精确把握旅游产业发展现状、人才需求规模与结构、岗位知识、能力需求等，为洛阳商业职业学院旅游管理专业的建设、人才培养方案的修订提供数据支持与决策依据。

3.调研时间

2025 年 6 月—2025 年 7 月

4.调研对象

本次旅游管理专业人才需求调研的主要对象为龙门石窟、隋唐大运河博物馆、洛阳市博物馆、洛阳万豪酒店、钼都丽豪酒店等旅游相关企事业单位，洛阳文化旅游职业学院的旅游管理专业、研学旅行服务与管理专业的毕业生。

5.调研方法

采用定量与定性相结合、线上与线下互补的多元化调研方法，确保数据收集的全面性和结果分析的可靠性。具体包括：

采用文献研究法：采用网络收集相关政策、行业内部报告等资料，熟悉研学旅游产业发展现状及发展趋势；搜索同类院校专业资料，与洛阳商业职业学院同专业进行比较分析。

问卷调查法：分层制定不同问卷通过问卷星面向企业管理人员、

从业人员及毕业生学生等群体调研旅游产业人才能力素质要求、培养模式等。

访谈法：采用半结构化洛阳文化旅游学院负责人、旅游行业专家深入交流，了解研学旅游产业人才需求规模、人才需求结构等。

实地考察法：走访景区、企业等，了解旅游产业发展现状。

二、旅游管理产业发展现状调研

（一）产业总体情况

1.产业定义与范围

旅游管理产业以旅游服务为核心，涵盖旅游规划、产品开发、市场营销、服务运营、智慧旅游系统建设等环节，为游客提供“食、住、行、游、购、娱”全链条解决方案。

2.产业在区域及国家经济中的地位

旅游产业对区域 GDP 贡献显著，是许多地区的重要经济支柱。同时，该产业在税收贡献、就业吸纳能力方面也发挥着重要作用，是国家经济战略布局中的重要组成部分。

3.产业当前发展现状

全球旅游产业产值持续攀升，对全球 GDP 的贡献日益显著。以世界旅游及旅行理事会（WTTC）数据为例，2019 年旅游业对全球 GDP 的综合贡献占全球 GDP 总量的 10.4%，约为 9.6 万亿美元。尽管受新冠疫情冲击，2020 年全球旅游业产值大幅下滑，但随着疫情形势的好转和各国旅游业的逐步复苏，产值正在逐步回升。在国内，旅游业同样是我国国民经济的战略性支柱产业，2019 年国内旅游收入达到 6.63 万亿元，旅游业对 GDP 的综合贡献占 GDP 总量的 11.05%。

旅游产业的销售额涵盖多个方面，包括交通、住宿、餐饮、购物、娱乐等细分领域的消费支出。在交通方面，航空、铁路、公路等运输方式的客票收入构成了重要部分；住宿领域，酒店、民宿等各类住宿设施的房费收入可观；餐饮方面，游客在旅游目的地的餐饮消费也十分庞大。以国内“五一”小长假为例，2024年“五一”假期，全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可比口径较2019年同期增长28.2%；国内游客出游总花费1668.9亿元，同比增长12.7%，按可比口径较2019年同期增长13.5%。

旅游产业链长，涉及的企业类型众多，包括旅行社、酒店、景区、在线旅游平台、交通企业等。随着旅游市场的不断扩大，各类旅游企业数量持续增长。以旅行社为例，截至2023年底，全国旅行社总数为56275家，同比增长24.62%。同时，在线旅游平台发展迅猛，涌现出携程、去哪儿、飞猪等一批知名企业，通过互联网技术整合旅游资源，为用户提供便捷的旅游预订服务。

旅游产业是劳动密集型产业，吸纳就业能力强。全球范围内，旅游业直接和间接创造了大量就业岗位。WTTC数据显示，2019年旅游业为全球提供了3.34亿个就业岗位，占全球就业总量的10.6%。在我国，旅游业也是吸纳就业的重要领域，涵盖了从旅游服务、旅游管理到旅游营销等多个岗位，为不同技能水平的劳动者提供了就业机会。

我国旅游产业在过去几十年中经历了高速增长。随着国内经济的持续发展和居民收入的不断提高，旅游消费成为人们日常生活的重要组成部分。国内旅游市场规模不断扩大，旅游消费结构不断升级，从传统的观光旅游向休闲度假、体验旅游等多元化方向发展。

尽管受到疫情的冲击，但我国旅游产业具有较强的韧性和恢复能力，随着疫情防控政策的优化调整，旅游市场迅速回暖，呈现出强劲的增长势头。

（二）产业政策环境

1.国家层面政策

《“十四五”旅游业发展规划》明确提出“智慧旅游”“绿色旅游”“文旅融合”三大发展方向。

对旅游基础设施建设项目给予财政补贴，对文旅创新企业实施税收减免，对旅游人才培养提供专项资金支持。。

2.地方层面政策

《进一步扩大文化和旅游消费若干政策措施》（2025年7月）
消费惠民：发放省级文旅消费券，鼓励各地因地制宜推出门票减免、住宿优惠等措施。引客入豫：对组织专列、包机来豫的旅行社给予奖励（专列3.5万元/列次，包机6.5万元/架次），补贴境外参展企业交通费。夜间经济：打造“醉美·夜郑州”“古都夜八点·相约洛阳城”等品牌，支持文商体旅综合体建设。数字化消费：开发“全省一码通”年票产品，联合银联推出文旅消费支付立减活动，推广“车友会”“自驾无忧”等场景。

《“行走河南·读懂中国”数字化奖补政策》（2025年2月）
人工智能+文化旅游（如垂直行业大模型、智慧讲解系统）。沉浸式体验项目（VR/AR景区、数字文化展陈）。数据资源开发（文化旅游数据资产化、交易流通）。5G+智慧旅游协同创新：推动景区5G全覆盖，鼓励5G+VR/AR沉浸式体验、智慧导览等应用，培育30个以上创新项目。

“十四五”文化旅游融合发展规划（2022 年）。建成隋唐洛阳城国家历史文化公园、二里头夏都遗址博物馆等文旅地标。优化《唐宫乐宴》《寻迹洛神赋》等演艺项目，打造“只有洛阳”等 IP。

3.政策对产业发展的影响

有利于消费市场扩容。直接降低游客消费成本，2025 年暑期通过“行走河南·读懂中国”消费季活动，预计拉动文旅消费增长 15%-20%，郑州、洛阳等核心城市酒店入住率提升至 85%以上。

有利于产业链群培育。计划到 2027 年形成若干 500 亿级产业集群，例如洛阳依托龙门石窟、隋唐洛阳城等 IP，打造世界级文创产品开发基地，预计年产值突破 200 亿元。

（三）产业发展趋势

1.市场需求层面

个性化与定制化需求增长。现代游客越来越追求独特的旅游体验，不再满足于传统的标准化旅游产品。他们希望根据自己的兴趣、预算和时间安排，定制专属的旅游行程。例如，一些旅游企业推出了“私人订制”旅行服务，根据游客的需求设计独特的旅游线路，涵盖小众景点、特色美食体验、专属文化活动等。旅游管理专业需要培养能够精准把握游客个性化需求，设计出富有创意和吸引力的旅游产品的人才。

健康与养生旅游兴起。随着人们健康意识的提高，健康与养生旅游成为新的热点。游客希望通过旅游来放松身心、改善健康状况，如温泉疗养、森林康养、瑜伽修行等旅游项目受到欢迎。旅游管理专业需要关注这一趋势，培养具备健康养生知识和旅游服务技能的专业人才，开发更多与健康养生相关的旅游产品和服务。

文化旅游深度融合。文化是旅游的灵魂，游客对旅游目的地的文化内涵越来越感兴趣。他们希望通过旅游深入了解当地的历史、文化、艺术和民俗风情。因此，文化旅游产品不断丰富，如文化主题公园、历史遗迹深度游、非遗文化体验等。旅游管理专业需要加强文化素养的培养，使学生能够深入挖掘旅游目的地的文化资源，打造具有文化特色的旅游产品。

2. 技术应用层面

智慧旅游加速发展。大数据、人工智能、物联网等新兴技术在旅游行业的应用日益广泛，推动了智慧旅游的发展。智慧旅游通过信息化技术整合旅游资源，为游客提供更加便捷、高效、个性化的旅游服务。例如，智能导游系统、在线预订平台、虚拟旅游体验等。旅游管理专业需要培养学生掌握相关的信息技术，能够运用智慧旅游手段提升旅游服务质量和管理效率。

虚拟现实与增强现实技术应用。**VR**（虚拟现实）和**AR**（增强现实）技术为旅游体验带来了全新的变革。游客可以通过**VR**设备提前体验旅游目的地的场景，或者在旅游过程中通过**AR**技术获取更多的信息和服务，增强旅游的趣味性和互动性。旅游管理专业需要关注这些新兴技术的发展，培养能够将其应用于旅游产品开发和营销的创新型人才。

社交媒体与在线营销的重要性提升。社交媒体的普及改变了旅游营销的方式。游客越来越依赖社交媒体获取旅游信息、分享旅游体验和做出旅游决策。旅游企业需要通过社交媒体平台进行精准营销，吸引潜在游客。旅游管理专业需要培养学生具备社交媒体营销的能力，能够制定有效的在线营销策略，提升旅游产品的知名度和

影响力。

3. 技术发展趋势

旅游产业链延伸与整合。旅游产业与其他产业的融合日益加深，形成了更加完整的旅游产业链。除了传统的交通、住宿、餐饮、游览、购物、娱乐等环节，旅游产业还与农业、工业、体育、教育等领域相互渗透，衍生出乡村旅游、工业旅游、体育旅游、研学旅游等新业态。旅游管理专业需要培养学生具备跨产业思维和综合管理能力，能够推动旅游产业链的延伸和整合。

旅游集群化发展。为了提高旅游产业的竞争力和协同效应，一些地区开始出现旅游集群化发展的趋势。旅游集群是指在一定区域内，旅游企业、相关支撑机构和政府部门等相互关联、相互协作，形成的一个有机整体。例如，一些旅游度假区、旅游特色小镇等。旅游管理专业需要培养学生具备集群化发展的理念和管理能力，能够促进旅游产业集群的形成和发展。

共享经济在旅游领域的应用拓展。共享经济模式在旅游行业得到了广泛应用，如共享住宿（民宿、短租公寓）、共享交通（共享单车、共享汽车）、共享导游等。共享经济不仅为游客提供了更多的选择和更便捷的服务，也为旅游创业者提供了新的机会。旅游管理专业需要关注共享经济的发展动态，培养学生具备创新思维和共享经济运营管理能力。

4. 可持续发展层面

绿色旅游成为主流。随着环保意识的增强，游客越来越倾向于选择绿色、环保的旅游方式和旅游产品。旅游企业也开始注重可持续发展，采取一系列环保措施，如推广节能减排、保护生态环境、

开展生态教育等。旅游管理专业需要培养学生具备环保意识和可持续发展理念，能够推动旅游产业的绿色发展。

社会责任与旅游扶贫。旅游产业在促进地方经济发展、改善民生方面具有重要作用。越来越多的旅游企业开始关注社会责任，通过旅游扶贫项目帮助贫困地区脱贫致富。旅游管理专业需要培养学生具备社会责任感，能够参与和推动旅游扶贫工作，实现旅游产业的经济效益和社会效益的统一。

三、旅游管理产业人才需求调研

（一）人才需求规模

1.当前人才供需状况

根据中国旅行社协会导游专业委员会披露的数据，疫情三年间导游群体流失率达 30%-40%，从与旅行社解约的情况来看，流失率高达 50%以上，通过调查发现，疫情期间旅游企业裁减人员岗位为销售、电话客服、前台、计调、酒店景区服务员、导游、计调、产品研发等岗位，部分员工根据企业发展及业务转型需求转行到主播或一人多岗降低企业成本。根据国家文旅部发布的《2022 年度全国旅行社统计调查报告》数据显示，全国旅行社直接从业人员较 2019 年减少 17.27 万人，到 2022 年酒店业裁员人数比例达到了 38.89%。如果加上景区、主题乐园、OTA 等涉旅企业，流失人员将进一步扩大。

2023 年“元旦”“春节”“五一”假期旅游业迎来了复苏增长，就业市场供需两端也快速回升。2 月份各大涉旅企业开始了“人才抢夺战”，浙江开化“百万年薪聘导游”登上微博热搜话题，各地抢抓复苏“时间窗口”开启了“人才储备战”。云南省、山西省、河北省、绍兴市、郑

州市等地组织“旅游人才专场招聘会”，解决涉旅人才缺乏问题，加强人才梯队储备。根据智联招聘发布《2023年一季度人才市场热点快报》快报显示，3月零售/批发、旅游/度假、交通/运输行业招聘职位数环比增速位居前三。从旅游企业招聘需求来看主要集中在前厅接待、酒店服务、厨师、文员、会计、市场营销、计调、主播、销售、新媒体运营等岗位。

2.未来人才需求预测

数量需求增加：随着旅游市场的不断扩大，对旅游从业人员的数量需求也在不断增加。从导游、酒店服务员到旅游策划师、市场营销人员等，各类岗位都需要大量的专业人才来支撑。

质量要求提高：随着消费者需求的多样化和个性化，旅游业对从业人员的要求也越来越高。不仅需要具备扎实的专业知识和技能，还需要具备良好的沟通能力、服务意识和创新能力。

多元化发展：随着旅游业态的不断创新，如乡村旅游、生态旅游、文化旅游等新兴领域的兴起，对具有特定领域知识和技能的旅游人才的需求也日益增长。

（二）人才需求结构

1.岗位类型需求

本次调研针对研学产业一线工作人员、管理人员等共收集 30 份问卷，并对研学旅行管理与服务专业高校教师、毕业生进行了半结构化访谈，结果如图 3.1 所示，以下分析均基于该调研结果进行。

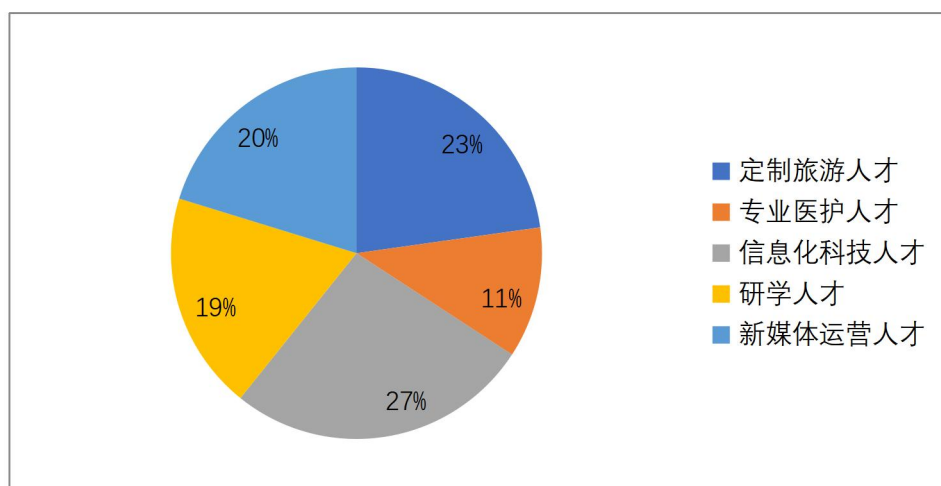


图 3.1 旅游管理专业岗位类型需求

（1）活动策划型人才：近几年主要游客是近距离旅游，乡村旅游较多，自家自驾较多，这类产品利益点少，市场总量庞大，但是主题活动太匮乏，抓住自驾游群体，以活动引领型为前瞻，会抓住很多商业机会，这类人才目前较少。

（2）定制旅游人才：根据《中国定制旅行发展报告（2019）》，2018 年线上线下定制旅游突破了 1000 亿元。定制旅游以每年三四倍的速度增长，定制旅游主流形式，是根据用户提出的初步需求，给到一个已有的模板方案，再根据客户提出的建议进行修改，最后根据方案采购资源或者代为客户预定。目前定制师作为定制游服务的重要提供者，其想法、经验、很难被平台上的技术所取代。而如今行业定制师人才的缺少，严重阻碍着定制游行业的发展。以携程定制旅行平台为例：“携程定制平台上虽然已经有 4000 多名定制师，1000 多家供应商，但还是无法完成年订单超 100 万单目标。

（3）专业医护人才：现在游客卫生要求发生变化了，目的地旅游的卫生管理标准将有专业人员执行方才放心，同时宣讲健康养生知识。

（4）信息化科技人才：信息化应用包括信息化硬件技术、信息化软件服务、大数据收集和分析以及信息化的传播，这些又称为智慧旅游。用于平台再优化互动，创造虚拟和现实的旅游场景，增加旅游的趣味性，线上线下并驾齐驱，既管理了平台流量，又增加了平台内容，既能增加互动又能增加创收。虚拟现实技术、定位导航系统、大数据分析方面的旅游人才较为缺少。

（5）研学人才：国家教育部发布公告，将“研学旅行管理与服务”列入《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》2019年增补专业，2020年起已执行招生计划。该专业毕业生，主要面向旅行社、旅游景区等机构就业，以满足各级学校普遍开展研学旅行活动的广泛需求。

（6）新媒体运营人才：现在旅游营销不是简单的资源推荐，而是要传播旅游文化，要把旅游目的地作为创意的内容，形成持续性故事性，创新性的包装与运营，这样才能真正的将自己的产品展现到大家的视野前，触发人们旅游的欲望。旅游行业通过新兴的社交传播渠道，增添旅游目的地的多视角展示与多趣味互动，例如，抖音成为旅游目的地成功营销的平台，一批旅游城市，如重庆、西安、厦门等成为抖音上的网红旅游城市，旅游收入与游客量显著增长。疫情期间，各公共文化机构推出博物馆、图书馆、剧场等产品，国内已有至少20余个城市、1000多家景区开通了线上“云旅游”服务。无论是旅游企业还是旅游行政管理部门，都急需新媒体营销人才。除此之外，会销模式也是旅行社常用的销售模式，好的会销人才比较缺少。

2.专科学历层次需求

旅游管理专业专科学历需求调研结果如图 3.2 所示。

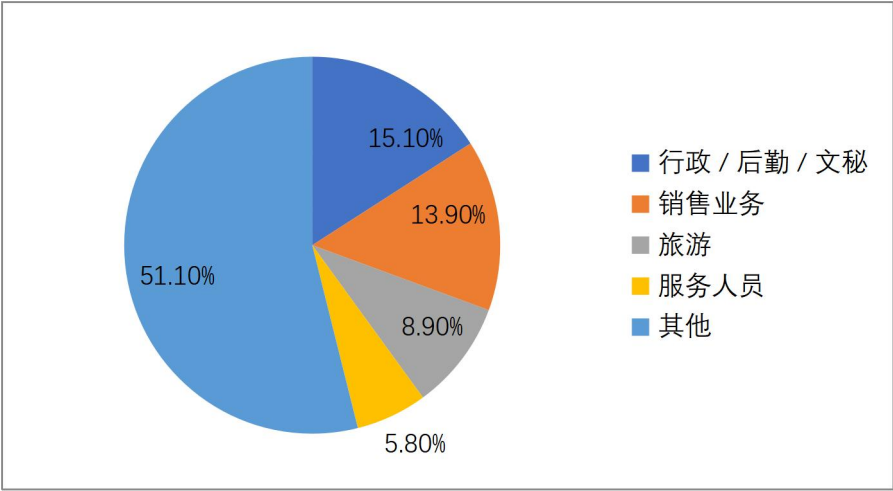


图 3.2 旅游管理专业专科学历需求

结果显示：旅游类工作专科需求占比为 8.9%。就业岗位也随着时代的发展而有了新的变化，如市场营销、销售、客服、技术研发、运营、新媒体、品牌推广、产品研发、活动策划、会销、研学导师、产品经理、BD、店长、UI 设计师、市场拓展等相关岗位。根据文旅部数据显示，截止 2021 年末，全国各类文化和旅游从业人员达到 483.43 万人。《2022 年度全国旅行社统计调查报告》显示，全国旅行社从业人员 243227 人，其中大专以上学历人数 161375 人。

3.职业资格与技能证书需求

旅游管理专业职业资格与技能证书需求调研结果见图 3.3。

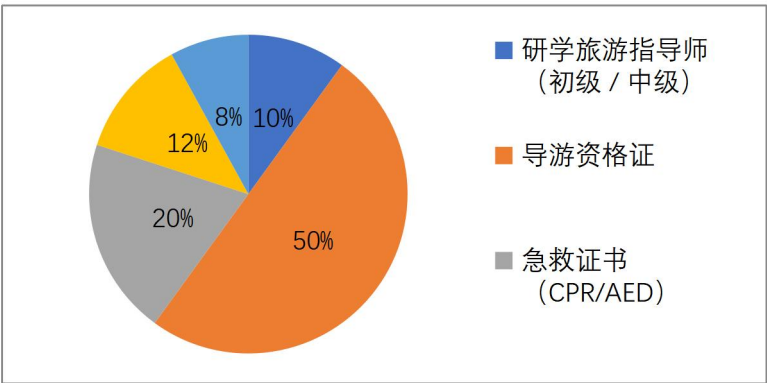


图 3.3 旅游管理专业职业资格与技能证书需求

结果显示，旅游管理专业对导游资格证的需求较大，占比达到50%。导游资格证（初级、中级、高级）。初级导游资格证是进入导游行业的基础门槛，具备基本的导游知识和技能，能够为游客提供常规的讲解和服务。中级和高级导游资格证则对导游的专业知识、讲解能力、服务水平等方面有更高的要求，能够为游客提供更优质、更深入的旅游体验。

（三）人才能力素质要求

1.专业知识要求

旅游管理专业知识要求调研结果见图 3.4。

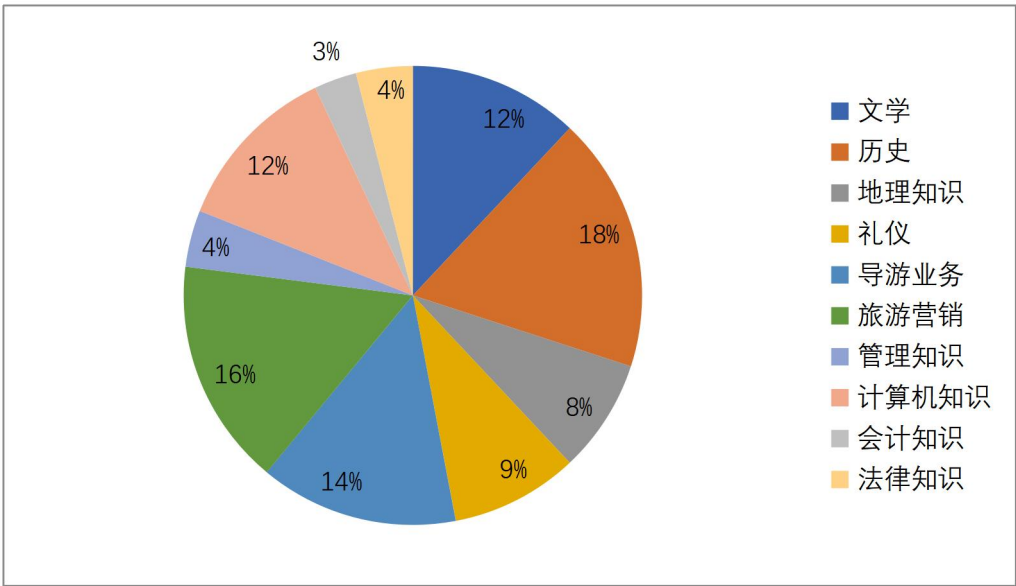


图 3.4 旅游管理专业职业资格与技能证书需求

通过对旅行社的调查发现，企业认为员工最应该有的知识是:文学、历史、地理知识，礼仪知识，导游业务知识，旅游营销知识，管理知识，计算机基础知识，法律知识、会计知识(包括人民币识别、点超、计凭证的填写、填制会计报表、做账与报账等)。酒店认为员工最应该有的知识是:酒店前厅、客房、餐饮服务理论知识，礼仪知识，菜肴、酒水知识(大酒店的急需人才:点菜员)，酒店营销知识，

酒店管理知识，计算机基础知识、会计知识(从职业规划的角度讲，作为酒店的中层管理，要能看懂财务报表，懂酒店英语(特别是涉外酒店，成本核算等财务知识)英语沟通能力好就等于成功了 80%，涉外酒店的成功=英语+做人+做事)。

2.职业技能要求

旅游管理专业职业技能要求调研结果见表 3.1。

表 3.1 旅游管理专业职业技能要求需求

调研对象	职业技能要求
旅行社管理人员，员工等	语言言能力(包括普通话与英语口语)，旅游接待能力，产品销售能力，组织协调沟通能力，应变能力，创新能力，自我完善能力
酒店管理人员，员工等	客房、餐饮操作能力，对客服务能力，点菜技能，商务服务能力，前厅接待能力，办公室接待能力，组织协调沟通能力，应变能力，行政能力、创新能自我完善能力

调查结果如表 3.1 所示。通过对旅行社的调查发现，企业认为员工最重要的能力是:语言能力(包括普通话与英语口语)旅游接待能力，产品销售能力，组织协调沟通能力，应变能力，创新能力，自我完善能力。

通过对酒店的调查发现，企业认为员工最应该有的能力是:客房、餐饮操作能力，对客服务能力，点菜技能，商务服务能力，前厅接待能力，办公室接待能力，组织协调沟通能力，应变能力，行政能力、创新能自我完善能力。

3.职业素养要求

旅游管理专业核心职业素养重要性排序见图 3.5。结果显示，“服务意识与敬业精神”高居首位，是行业的基石。“沟通与表达能力”

和“礼仪与职业形象”紧随其后，是达成优质服务的关键工具和载体。“抗压与情绪管理”和“团队协作能力”同等重要，体现了行业高强度、高协作的工作特性。“学习与创新能力”是毕业生未来发展的天花板，虽基础要求略低，但却是实现职业晋升的关键。

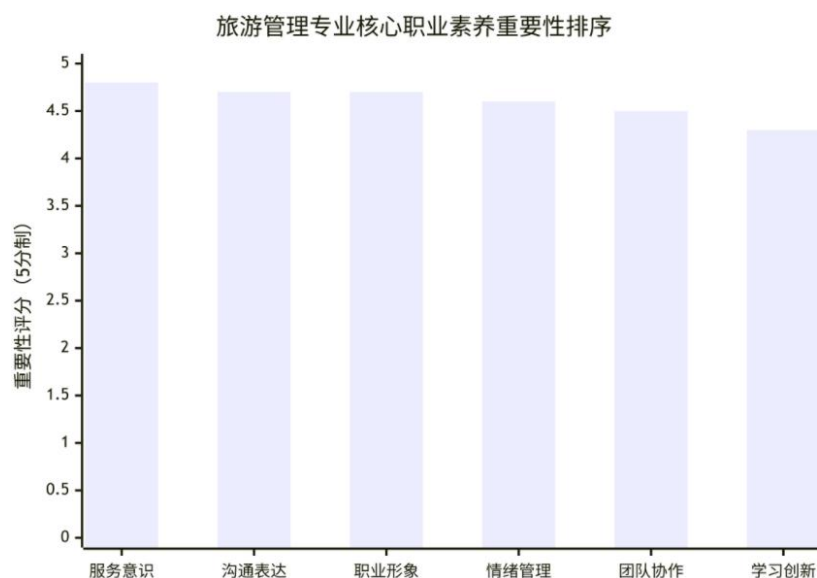


图 3.5 旅游管理专业职业素养要求

旅游业是服务行业，要求从业者一定要有较强的服务意识和服从意识，这是我们走访的几家企业所共同再三强调的。毕业生从学校走向工作岗位，就与在家里和学校不一样了，他们不再是掌上明珠，而是要热情细致地为顾客服务，要吃苦耐劳，这需要在观念上有一个大的转变，特别是在大型国际旅行社，要求员工有较强的服从意识。然而在许多大专毕业生中服务意识和服从意识都表现较差，他们眼高手低，不愿从基层做起，不能准确地给自己定位，把文凭看得过高。企业希望学生从进校的第一天开始就应该接受和加强这方面的教育和训练，这样会缩短毕业生的适应周期，也会受企业的欢迎。

四、同类院校旅游管理产业竞争力分析

（一）高职院校专业竞争力对比

洛阳商业职业学院与洛阳文化旅游职业学院、洛阳职业技术学院
旅游管理专业核心定位对比如图 4.1。

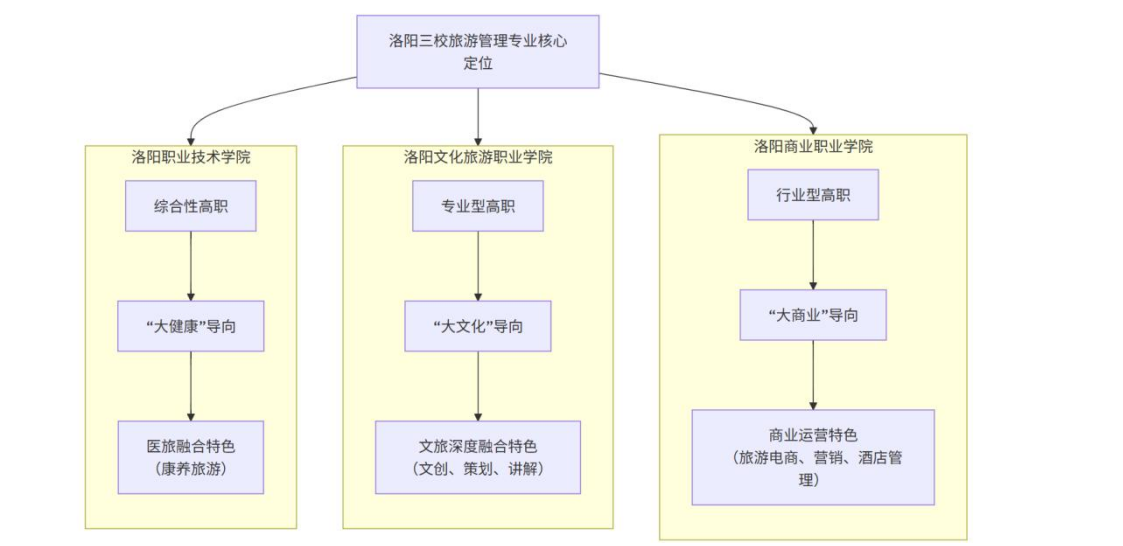


图 4.1 洛阳商业职业学院与同类型高校核心定位

调研结果如下：洛阳职业技术学院（洛职）：强在综合性和医旅结合的独特路径。对传统旅游管理之外的新兴领域（康养）较为擅长。

洛阳文化旅游职业学院：强在专业性和文化深度。对历史文化学习深度较深，致力将学生培养为“文化传播者”。

洛阳商业职业学院：强在商业实践和就业导向。培养目标明确，主要培养旅游行业中的商业、运营、管理类人才。

洛阳商业职业学院与洛阳文化旅游职业学院、洛阳职业技术学院旅游管理专业对比如表 4.1。

表 4.1 洛阳商业职业学院与同类型高校对比

维度	洛阳职业技术学院	洛阳文化旅游职业学院	洛阳商业职业学院
核心特色	医旅融合、康养旅游	文旅融合、文化赋能	商旅融合、数字运营
适合学生	对健康、养生、康复与旅游结合感兴趣者	热爱历史文化、博物展览想从事文创、策划者	对商业运营、市场营销、酒店管理感兴趣者

实践侧重	医院体检中心、 康养基地、生态景区	博物馆、文化遗址、旅行社、文创公司	高端酒店、电商企业、 在线旅游平台(OTA)
就业方向	康养旅游顾问、健康管理师、度假区服务管理	文博讲解员、旅游策划师、新媒体编辑、导游	酒店管理岗、旅游电商运营、旅游营销专员

结果显示：三所院校针对学生培养的侧重点均有所差异。部分同类院校投入大量资金建设了先进的实践教学基地和实训室。例如，洛阳文化旅游职业学院的旅游管理专业拥有先进的实训设备和实训教师，能为学生提供更真实的实践操作环境。而我校同专业的部分实训设备不足，影响了学生的实践技能培养。

一些同类院校的图书馆藏书丰富，专业图书资料齐全，并且拥有多个电子资源数据库，为学生提供了便捷的信息检索和学习渠道。例如，洛阳职业技术学院的图书馆购买了多种国内外知名的电子期刊数据库，而我校图书馆的电子资源相对较少。

（二）自身优势与劣势

1.独特优势

我校在实践教学资源的整合和利用方面有一定优势，与当地多家企业建立了合作关系，为学生提供了校外实习基地。但校内实践教学设施的规模和先进性有待提升，需要加大对实践教学设施的投入。

我校旅游管理专业的教师团队中，“双师型”教师（同时拥有教师资格证和职业资格证/行业工作经验）占比较高。很多更是来自行业一线的经理人、创业成功的旅行社老板、资深计调或营销专家。

我校在图书资料的特色化建设方面有一定成效，收集了一些与本地产业相关的专业文献和资料。但在数字化资源的建设和共享方面还存在不足，需要加强数字化资源的整合和推广应用。

核心优势在于其商业背景。课程设置会天然地向旅游电子商务、旅游营销策划、旅行社经营管理、会展经济等领域倾斜，更注重培养学生的市场意识和商业头脑。现代旅游业越来越依赖线上平台（OTA）和营销推广。我校培养的技能（如网络营销、产品设计、客户管理）非常契合“互联网+旅游”的行业大趋势，毕业生在旅游企业的电商部门、营销部门、产品部门更具竞争力。并且我校将 1+X 证书融入日常教学中，学生可在毕业前考取导游资格证书，缩短岗前培训周期。我校在人才培养过程中注重学生的综合素质培养，开展了丰富多彩的校园文化活动和社会实践活动，提高了学生的沟通能力和团队协作精神。

2.主要劣势

社会认可度亟待突破，作为新院校，品牌效应和专业知名度最弱。师资力量可能更偏向商业理论而非旅游实操，拥有资深行业背景（如金牌导游、景区管理者）的教师可能较少。校内实训基地的硬件条件（如模拟导游、模拟酒店）可能不如另外两所学校投入大、仿真性高。

五、旅游管理专业可行性分析

（一）社会需求可行性

随着全球经济的发展和人们生活水平的提高，旅游已成为人们日常生活中重要的休闲方式。国内旅游市场近年来一直保持快速增长态势，节假日旅游人数和旅游消费不断创新高。国际旅游市场也在逐步复苏，中国作为重要的旅游目的地和客源国，吸引了大量国际游客，同时也有众多国内游客出境旅游。这种持续增长的旅游市场为旅游管理专业人才提供了广阔的就业空间，无论是旅行社、酒

店、景区等传统旅游企业，还是在线旅游平台、旅游新媒体等新兴领域，都对旅游管理专业人才有着旺盛的需求。

随着旅游市场的竞争日益激烈，游客对旅游服务质量的要求也越来越高。旅游企业需要具备专业管理知识和技能的旅游管理人才来提升企业的服务水平和管理效率，以在市场中脱颖而出。例如，酒店需要专业的酒店管理人才来优化服务流程、提高客户满意度；旅行社需要专业的旅游策划和营销人才来设计个性化的旅游产品和开展有效的市场推广。

旅游管理专业经过多年的发展，在社会上已经具有较高的认知度。大多数人对旅游管理专业有一定的了解，知道该专业主要培养从事旅游行业管理和服务工作的人才。这种较高的专业认知度使得旅游管理专业的学生在就业时更容易得到社会的认可和接受。

旅游是文化传播的重要载体，旅游管理专业的人才在旅游活动中可以促进不同地区、不同民族之间的文化交流与融合。例如，旅游导游可以通过讲解当地的历史文化、风俗习惯，让游客更好地了解和感受当地的文化特色；旅游策划人员可以设计具有文化内涵的旅游产品，推动文化的传承和发展。因此，旅游管理专业的发展符合社会文化交流与传承的需求，具有积极的社会意义。

（二）师资队伍建设可行性

学校领导高度重视教师培育工作，成立了由校长牵头的“师资队伍建设工作领导小组”，人事处、教务处、科研处职责清晰。出台了《“双师型”教师认定与管理办法》、《教师企业实践管理办法》、《校外兼职教师聘用与管理办法》等一系列制度文件，为师资队伍建设可行性提供了制度保障。

师资队伍建设路径清晰。学校采用了内部培养与外部引进的措施加强师资队伍建设，其中内部培养实施了“教师能力提升计划”，与企业共建了“教师实践基地”，落实教师定期轮训制度。外部引进灵活采用了“柔性引进”的方式，大力聘请了产业及高校教授、企业管理人员担任兼职教师，带来新技术、新标准。

目前学校拥有一支相对稳定的专任教师队伍和一支具备丰富的行业实践经验的校外兼职教师队伍。校内教师熟悉学校教学体系、学生学情特点，部分教师具备“双师”素质，是师资队伍的基础力量，通过系统性培养可快速提升其专业能力。学校聘请了高级导游、五星级酒店管理人员、景区管理人员等相关行业专家，他们经验丰富，了解行业，更全面适配旅游管理专业教学需求。

我校定期选派教师到旅游企业挂职锻炼，参与企业的实际运营和管理，积累丰富的实践经验。例如，安排教师到酒店担任部门经理助理、到旅行社参与旅游线路设计和带团等工作，使教师能够及时了解旅游行业的最新动态和实际需求，将实践案例融入教学中。

与旅游企业签订合作协议，明确双方的权利和义务，建立长期稳定的合作关系。合作企业可以包括旅行社、酒店、景区、在线旅游平台等不同类型的旅游企业，为学生提供多样化的实习和就业机会。成立校企合作委员会，由学校领导、企业高管和行业专家组成，定期召开会议，共同商讨专业建设、人才培养、实习就业等事宜，及时解决合作过程中出现的问题，确保校企合作的顺利开展。

（三）校内实训平台搭建可行性

随着文旅产业的深度融合与数字化转型，市场对兼具旅游服务技能与商业运营能力的复合型人才需求日益迫切。为凸显我校“商科”

基因特色，实现人才培养与产业需求的无缝对接，建设高水平、仿真实战化的校内实训平台已成为专业建设的重中之重。完善的校内实训是保障教学质量、提升学生职业技能、强化其就业创业竞争力的核心环节，对本专业的可行性与可持续发展具有决定性作用。

我校以商科为主干，建设侧重于旅游电子商务、数字营销、运营管理的实训平台，与学院的整体发展战略和办学定位高度一致，易于获得学院在政策、资源和资金上的优先支持。

硬件技术：所需硬件（电脑、服务器、网络设备、直播设备、办公家具等）均为市场成熟产品，采购与实施门槛低。

软件技术：可引进市场广泛使用的旅行社管理软件、OTA 模拟操作系统、智慧景区管理模拟系统、新媒体数据分析工具等。软件公司通常提供完善的师资培训和教学解决方案，技术支撑有保障。

内部整合：可优先整合我校现有商科资源，如电子商务专业的直播实训室、市场营销专业的 CRM 软件、会计专业的财务模拟软件等，实现资源共享，避免重复建设。

校企合作：与本地旅行社、在线旅游平台（OTA）、文旅科技公司等建立深度合作。通过“引企入校”，企业可捐赠软件、提供真实项目数据包作为实训案例、派驻专家参与实训指导，极大降低建设成本并提升实训的真实性。

组织保障：成立由学院领导、专业带头人、企业专家组成的项目建设小组，负责规划、招标、建设和验收。

师资保障：对专业教师进行软件操作和实训教学的全员培训，同时聘请企业技师担任兼职实训教师，打造“双师型”教学团队。

管理保障：制定完善的《实训室管理办法》和《实训课程大

纲》，推行“7S”管理，确保实训室高效、规范运行，并面向学生全天候开放。

六、调研总结与建议

（一）调研总结

1.产业发展核心结论

旅游管理相关产业在 2024 年虽受宏观经济波动及部分关联行业调整的间接波及，但依托消费市场复苏与政策精准引导，整体产值仍实现稳步扩张，其中大众休闲旅游、城市微度假、康养旅游等细分领域成为核心增长动力：大众休闲旅游凭借居民消费能力逐步回升与出行意愿释放持续扩容，城市微度假依托便捷交通与本地化文旅资源开发备受青睐，康养旅游则借老龄化社会进程与健康消费升级实现快速增长，不过产业区域发展不均衡问题突出，热门旅游目的地与中小城市及偏远地区在资源开发深度、市场活跃度、营收规模上差距显著，同时受部分关联产业波动及消费信心阶段性变化影响，高端旅游定制、大型文旅综合体运营等细分领域的服务需求出现短期调整。从未来发展趋势看，绿色低碳已成为产业发展的基本要求，智慧化技术应用范围持续扩大，AI 智能服务、大数据客源精准分析、VR 沉浸式体验等技术加速渗透到旅游咨询、行程规划、景区运营等各环节，消费需求进一步向品质化、个性化、深度体验化升级，游客对服务专业性、产品文化内涵、场景参与感的要求显著提高，而城市更新背景下的文旅融合项目开发、乡村振兴战略推动的乡村旅游提质升级，为产业提供了广阔的增量空间。政策层面，国家及地方持续出台支持文旅产业发展的举措，在绿色旅游项目补贴、智慧旅游基础设施建设、旅游市场秩序规范等方面提供多维度

扶持，既为产业发展注入政策动能，也通过强化行业监管促进产业高质量发展。整体来看，产业既面临城市化推进、消费升级、政策扶持带来的多元需求机遇，也面临旅游市场竞争日益激烈、人力与运营成本持续上涨、突发事件对市场的冲击及游客需求快速迭代带来的服务升级压力等多重挑战，这也为职业院校旅游管理专业的人才培养方向定位、课程体系优化、实践能力培育等提出了更高要求与更多思考。

2.人才需求核心结论

（1）专业知识

产业与政策知识：涵盖旅游学概论、旅游政策与法规（如《旅游法》《绿色旅游发展规范》）等内容，需掌握大众旅游、康养旅游、城市微度假等细分领域的运营逻辑，明晰政策对旅游资源开发、市场监管的导向作用。

资源与产品知识：包括旅游资源分类与评价（自然景观、文化遗产、工业遗存、乡村资源等）、旅游产品设计与创新（主题线路策划、定制化服务方案打造、研学产品开发适配）、旅游目的地运营管理（景区动线规划、服务设施配置、品牌形象塑造），熟悉文旅融合、城旅融合背景下的资源活化与产品转化模式。

服务与人文知识：包含旅游心理学（游客消费心理、需求分层特征）、客户关系管理（国际游客礼仪禁忌、地域文化差异应对）、旅游职业服务礼仪（民族习俗、服务接待规范），支撑品质化、个性化服务供给。

（2）职业技能

产品策划与运营技能：具备旅游市场需求调研、目标客群精准

定位能力，能结合城市更新、乡村振兴政策机遇，设计康养、文化、研学等主题产品；掌握产品上线推广（新媒体营销、渠道合作谈判）、运营数据监测（客流量、转化率、满意度）、迭代优化的全流程技巧，可独立完成小型旅游产品的从 0 到 1 落地。

智慧服务与技术操作技能：熟练运用旅游信息化系统（票务预订平台、行程管理软件、客户关系管理 CRM 系统），能操作 AI 辅助工具进行智能行程规划、客服答疑，借助大数据分析工具挖掘游客偏好并优化服务方案，具备 VR/AR 体验设备、智慧景区监控系统的基础操作与故障排查能力。

服务执行与应急处置技能：拥有高水准的一线服务实操能力（导游带团、酒店前厅接待、定制化服务跟进），能精准响应游客个性化需求（如老年群体康养服务、亲子家庭互动需求）；掌握旅游安全风险管控全流程，具备突发事件（自然灾害、健康急症、服务纠纷）的快速响应、多方协调（医疗、交通、公安）与高效处置能力。

客户关系与协同管理技能：具备游客需求洞察、全流程服务跟进能力，能通过有效沟通建立长期客情；掌握旅游团队管理（人员调度、行程衔接）、游客满意度调研与反馈处理技巧，以及跨行业协作能力（与文旅场馆、交通企业、餐饮住宿机构的资源对接与合作维护）。

（3）职业素养

服务导向素养：秉持“游客至上”的核心理念，具备主动服务意识与细节把控能力，能敏锐捕捉游客潜在需求（如品质化体验诉求、安全保障顾虑），以专业、耐心的态度提供超出预期的服务，维护

品牌口碑。

创新与适应素养：面对激烈市场竞争与快速变化的消费需求，保持创新思维，能结合绿色低碳、技术融合趋势优化服务模式（如设计“零废弃”研学行程、开发智慧化导览服务）；具备强环境适应能力，能快速适配不同地域、不同客群（青少年、老年人、国际游客）的服务场景与需求差异。

责任与合规素养：坚守行业伦理与职业底线，具备强烈的安全责任意识，严格遵守旅游法规、安全规范及行业标准；在服务中践行生态保护理念（如引导游客文明旅游、减少环境足迹），传承地域文化内涵，助力产业可持续发展。

协作与沟通素养：拥有良好的跨部门、跨行业协作能力，能与研学机构、酒店、景区等合作方高效对接；具备清晰的口头与书面表达能力（导游词撰写、服务方案汇报、投诉调解沟通），能实现与游客、同事、合作方的顺畅交流，妥善化解分歧。

3. 专业竞争力核心结论

“专业知识系统化、职业技能精准化、职业素养适配化”的深度融合与动态协同，形成适配产业高质量发展需求的复合型能力矩阵。在专业知识层面，以产业政策与市场逻辑为引领，以资源开发与产品创新为核心，以智慧技术与人文底蕴为支撑，构建起覆盖多细分领域的知识体系，为竞争力奠定认知基础——既能精准把握绿色旅游、城市微度假等趋势政策导向，又能深度理解文旅资源活化的底层逻辑，实现知识与产业需求的精准对接。在职业技能层面，聚焦“实操性+创新性+应急性”，将智慧工具应用（AI、大数据、VR等）与产品策划、服务执行、风险处置等核心能力深度绑定，形

成“技术赋能服务、服务驱动运营”的技能优势，既能高效完成定制化产品设计、智慧化服务落地等常规任务，又能快速响应突发事件与需求迭代，凸显技能的市场适配价值。在职业素养层面，以“服务导向为核心、责任合规为底线、创新协作为延伸”，塑造与行业伦理、市场需求高度契合的职业品格，既能以人文关怀满足游客品质化诉求，又能以合规意识规避运营风险，以创新思维突破同质化瓶颈，实现素养与职业发展的长效适配。三者相互支撑、有机统一，使专业人才能胜任旅行社、景区、酒店等传统岗位的核心工作，又能适配研学旅游、智慧文旅等新兴领域的发展需求，在激烈市场竞争中形成“知识有深度、技能有精度、素养有温度”的独特竞争力。

我校旅游管理专业拥有一支高素质的“双师型”教师队伍，其中既有具有丰富教学经验的校内专任教师，又有来自旅游企业一线、具有多年实践工作经验的行业专家和企业高管作为兼职教师。双师型教师能够将理论知识与实践经验相结合，在教学中引入实际案例和行业动态，使学生能够更好地理解和掌握旅游管理的专业知识和技能，提高学生的实践操作能力和解决实际问题的能力。针对产业人才需求对师资的要求，建议加强双师型教师培养与引进、开展教师企业实践活动、建立校企师资共享机制。教师注重将科研成果转化为教学内容，推动专业教学的改革和创新。此外，教师还经常参与旅游企业的实践项目和咨询活动，不断提升自己的实践能力和行业影响力，为学生提供更优质的教学指导和实践机会。

（二）人才培养方案修订建议

1.目标精准定位

结合洛阳旅游产业的发展需求和趋势，该专业精准定位特色专

业方向，如文化遗产旅游管理、乡村旅游管理等。文化遗产旅游管理方向聚焦于洛阳丰富的文化遗产资源的保护、开发和利用，培养能够从事文化遗产旅游项目策划、管理和运营的专业人才；乡村旅游管理方向则顺应洛阳乡村旅游蓬勃发展的态势，为乡村旅游景区、民宿等提供管理人才支持。精准的专业方向定位使学生能够更好地适应市场需求，提高就业竞争力。

2.课程体系优化

适应行业转型需求。应对智慧旅游、文旅融合、全域旅游等新趋势，强化数字化技能和跨文化服务能力。将《旅游经济学》融入行为经济学视角，修改为《旅游消费者行为分析》；在《旅游市场营销》中增加短视频营销、直播带货等新媒体内容；在《景区服务与管理》中融入 VR/AR 技术应用、智慧票务系统操作。培养具备“旅游+科技”“旅游+文化”“旅游+生态”复合型知识结构的人才。提升就业竞争力匹配旅游企业（如 OTA 平台、主题公园、高端酒店）对“技术+管理”双能力人才的需求。设置酒店类岗位、导游类岗位、专升本三种选修课程，支持学生根据职业方向选择差异化路径，缩短从校园到职场的适应期。

3.深化校企合作

旅游管理是一门实践性很强的专业，许多院校都在加强实践教学环节。一方面，建设校内实训基地，如导游模拟实验室、旅游管理信息系统实验室等；另一方面，与企业建立紧密合作关系，开展订单班、实习实训等活动，如山东理工职业学院旅游管理专业与济宁市春秋国旅等五家旅行社签署联合订单培养协议，组建“旅行社联合订单培养班”。

我校与洛阳及周边地区的众多知名旅游企业建立长期稳定的合作关系，建立丰富的校外实习基地，如洛阳的星级酒店、旅行社、旅游景区等。学生在实习期间可以深入企业一线，参与实际的旅游项目运营和管理，积累实践经验，了解行业动态和市场需求。同时，企业可以为学生提供了实习指导和就业机会，实现了学校与企业的无缝对接，提高了学生的就业竞争力

4. 融入“1+X”证书

将“1+X 旅游管理职业技能等级证书”的要求融入人才培养方案。

课程对接：将证书考核内容（如全国导游基础知识、地方导游基础知识、导游业务、旅游政策与法规）拆解为 12-15 个教学模块，嵌入全国导游基础知识、地方导游基础知识、导游业务、旅游政策与法规核心课程，确保证书相关知识点覆盖率达 100%。

考核衔接：将证书获取与毕业要求挂钩（如“证书+学分”置换，考取中级证书可置换 2-3 个专业选修课学分），同时组织学生参与“导游技能大赛”等赛事，以赛促学，提升职业技能与行业认可度。

5. 融入地方特色

洛阳作为十三朝古都，拥有丰富的历史文化遗产和独特的旅游资源，如龙门石窟、白马寺、洛阳牡丹文化节等。我校旅游管理专业充分依托洛阳的地域文化优势，将洛阳的历史、文化、民俗等元素深度融入课程体系和教学内容中。通过将地方特色融入课程，如“洛阳历史文化与旅游”“古都旅游开发与规划”等融入日常教学，使学生能够深入了解洛阳的旅游特色，培养具有地域文化特色的旅游管理专业人才，在洛阳及周边地区的旅游市场中具有较强的竞争力。