

LUYOU ZHUANYE XILIE JIAOCAI

旅
游
专
业
系
列
教
材

LUYOUZHUANYE

XILIE JIAOCAI

导游概论

DAOYOU GAILUN

导 游 概 论

徐堃耿 编 著

旅游教育出版社



旅游专业系列教材

导游概论

徐堃耿 编著

旅游教育出版社

·北京·

责任编辑:李荣强

图书在版编目(CIP)数据

导游概论/徐堃耿编著. —北京:旅游教育出版社,1995

ISBN 7-5637-0611-9

I. 导… II 徐… III. 导游—旅游服务—教材 IV. F590.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 01180 号

旅游专业系列教材

导游概论

徐堃耿 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
E - mail	tepx @ fm365.com
印刷单位	北京京东印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850×1168 1/32
印 张	8
字 数	170 千字
版 次	2001 年 7 月第 2 版
印 次	2002 年第 6 月第 2 次印刷
定 价	13.50 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

目 录

第一章 导游工作概论	(1)
第一节 导游史略.....	(1)
第二节 导游工作.....	(6)
第二章 导游员	(24)
第一节 导游和导游员	(24)
第二节 导游员在旅游服务中的地位 and 作用	(28)
第三节 导游员的职责	(32)
第四节 导游员的条件	(35)
第五节 导游员的修养	(45)
第三章 导游员的工作	(66)
第一节 导游工作集体	(66)
第二节 地方导游工作程序	(70)
第三节 全程导游员的工作	(82)
第四节 旅游团领队的工作	(85)
第五节 散客的导游服务	(88)
第四章 心理学知识在导游服务中的运用	(94)
第一节 向旅游者提供心理服务	(95)
第二节 有的放矢地向旅游者提供心理服务	(98)
第三节 处理问题时心理学知识的运用.....	(105)
第四节 导游员应有的心理素质.....	(106)
第五章 导游活动中美学知识的运用	(113)
第一节 旅游活动是综合性的审美活动.....	(113)

第二节	导游员在旅游审美活动中的作用·····	(115)
第六章	旅行常识·····	(127)
第一节	交通、通讯知识·····	(127)
第二节	货币、保险知识·····	(133)
第三节	卫生常识及其他·····	(138)
第七章	导游技能·····	(143)
第一节	导游工作是一门艺术·····	(143)
第二节	导游方法的运用原则·····	(145)
第三节	导游员的带团技能·····	(147)
第四节	导游员的语言技能·····	(150)
第五节	常用的导游方法和技巧·····	(156)
第八章	旅游活动中法律知识的运用·····	(164)
第一节	海外旅游者在中国大陆的地位·····	(165)
第二节	旅游者的权利和旅行社的职责·····	(170)
第三节	旅游服务缺陷及其后果·····	(171)
第四节	旅游者越轨言行的处理·····	(174)
第九章	事故和问题的处理·····	(178)
第一节	旅游计划和活动变更事故的处理·····	(179)
第二节	漏接和误机(车、船)事故的处理·····	(180)
第三节	证件、行李和物品丢失问题的处理·····	(183)
第四节	旅游者走失事故的处理·····	(186)
第五节	旅游者患病或死亡问题的处理·····	(187)
第六节	旅游安全事故的处理·····	(190)
第七节	事故的预防·····	(195)
第十章	旅游者个别要求的处理·····	(198)
第一节	处理旅游者个别要求的一般原则·····	(198)
第二节	要求探视在华亲友、要在华亲友随团活动·····	(201)
第三节	要求转递物品和信件·····	(202)
第四节	餐饮、住房、娱乐方面的个别要求·····	(204)

第五节	购物方面的个别要求·····	(207)
第六节	要求自由活动·····	(209)
第七节	要求中途退团或延长旅游期·····	(210)
第十一章	导游工作的发展趋势和中国导游员的历史使命 ·····	(213)
第一节	导游工作的发展趋势·····	(213)
第二节	中国导游员的历史使命·····	(216)
第三节	导游员的培训和考核·····	(220)
参考书目	·····	(225)

附录

附录 I 1	民航旅客须知·····	(227)
附录 I 2	国内、国外主要航空公司·····	(233)
附录 II	铁路旅行常识(摘要)·····	(237)
附录 III	中华人民共和国禁止入出境的物品表·····	(240)
附录 IV	国际直拨电话、用户电报部分国家和地区代码·····	(241)
附录 V	世界主要城市时差表·····	(244)
附录 VI	度量衡换算表·····	(245)

第一章

导游工作概论

哪儿有旅游活动,哪儿就有导游服务,商业性导游的出现是现代旅游活动发展之必然——导游工作是旅游服务的代表性工作,具有重要的经济意义和政治意义——独立性、复杂性、诱惑性是导游工作的特点——“宾客至上”原则、“服务至上”原则、“为大家服务”原则、“维护旅游者合法权益”原则和“合理而可能”原则是导游服务准则,也是处理问题时必须遵循的原则。

第一节 导游史略

一、古代的向导

“旅游”这个名词出现于 19 世纪初,但旅游活动却早已有之。大约在公元前 4000 年,苏莫人(巴比伦人)发明了货币,贸易活动随之进入新时代,旅游活动也因此有了新的发展。腓基尼人是公认的世界最早的旅行者,他们为经商而周游列国。中国和印度等东方国家的旅游活动主要也是随着贸易交往的开始而兴起。在中国,有文字记载的旅游活动可追溯到公元前 2250 年。传说中的大禹可以算是我国最早的知名探险家和旅行家,为了治水,他在

13年中走遍了大半个国家。

娱乐性旅游活动起源于东方的中国和日本,但罗马人后来居上。他们利用驿马,去朝拜地中海的神庙,去参观埃及金字塔,去希腊参加奥林匹克运动会,去矿泉浴场疗养……后来在欧洲兴起多处海滨疗养地,洗海水浴一时成为西方上层人士的时尚。

在我国,帝王的巡幸都可以说是大规模、有组织的旅游活动,高官的考察也往往兴师动众;文人士子的漫游影响深远,他们在游中、游后写的诗、词、游记是绝好的旅游指南和导游词;商人的经商活动、信徒的朝圣、学子的修学以及探亲访友等旅游活动绵延不断。在中国历史上,孔丘等士大夫周游列国讲学、游说;司马迁等史学家,屈原、李白、杜甫等诗人、文学家,李时珍等名医名家都是在读万卷书、行万里路后创下不朽的业绩;张骞三次出使西域,开辟了通向西方的“丝绸之路”;法显、玄奘往印度取经,鉴真东渡日本传教,郑和七下西洋,为发展东西方文化、经济交流作出了重要贡献;徐霞客更是中国著名的旅行家和地理学家……他们在国际旅游史上都占有重要地位。也有不少外国人先后到中国进行政治、贸易、文化、修学、传教等活动并在大江南北参观游览。

有旅游活动,就有“导游员”为其服务。帝王巡幸时陪臣、侍从簇拥前后,外国人在中国游历有“译官”等陪随左右,士人漫游时有熟悉当地情况的僧侣、樵夫、马夫、店小二等作向导。这些“向导”不仅引路,还尽其所能介绍旅游景点和当地的风俗民情。

由于经济和交通工具的制约,古代参加旅游的人数少,旅游活动的规模不大,旅游的范围有限。向导没有也不可能以“导游”作为谋生的手段,游客赏赐的“盘缠”或“酒钱”(类似现代的“小费”)或多或少,供向导补贴家用。因此,1846年前,无论在外国还是在中国,从来没有形成过专业向导队伍。

二、商业性导游服务的出现是旅游活动发展之必然

(一)经济的发展,现代交通工具的出现导致商业性旅游活动的诞生

18世纪60年代开始的英国工业革命在19世纪40年代基本完成。1784年瓦特发明了蒸汽机,1802年轮船出现于苏格兰,1804年蒸汽机车在英格兰问世。经济的发展、现代化交通工具的出现,终于使英国人托马斯·库克能在1841年7月5日包租一列火车,运送570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加一次禁酒大会,往返票价一先令。这是世界上公认的第一次商业性旅游活动,标志着近代旅游活动的开始。

1845年,托马斯·库克在莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社,旅行社一开始就以“为一切旅游公众服务”为宗旨。近代旅游业于是诞生。

1846年托马斯·库克的旅行社组织350人去苏格兰旅游,并设置了向导。这是世界上第一次有商业性导游员陪同的旅游活动。尔后,托马斯·库克招徕游客到法国等地旅游,于是出现了国际旅游活动;横贯大西洋的邮轮的运行,为洲际旅游和环球旅游提供了条件,国际导游员(领队)也应运而生。

托马斯·库克开创了近代旅游业的先河,提供了多个成功模式,欧洲各国纷纷仿效,组建旅行社,招募向导,导游队伍逐渐形成。第二次世界大战后,随着群众性旅游活动的崛起并迅速发展,导游队伍不断壮大并逐渐专业化,现已发展成为一支几十万人的专业化队伍,遍及世界各地。

至于中国何时出现商业性导游员,无从据考查。20世纪初,一些外国旅行社,例如英国的通济隆旅游公司,就开始在中国组织旅游活动并雇用了一些中国人作向导,大概那时就有了中国导游员。但是,真正的第一批中国导游员应当出现于1923年。是年8

月,上海商业银行总经理陈光甫在同仁支持下创设了旅游部(1927年7月,旅游部独立,组建“中国旅行社”),该部雇用的导游员应该说是中国最早的导游员。

(二)商业性导游的出现是旅游活动发展之必然

旅游是一种人际交往活动,是现代人的一种高级的新颖消费形式,是人类的一项“求知、求新、求奇、求异、求乐”的综合性审美活动。人们通过旅游活动获取教益、增长阅历、陶冶情操、振奋精神,增进与异国、异地居民的相互了解和友谊。旅游业是一项带有浓郁文化色彩的经济事业,在这一特殊经济事业的发展过程中,导游员起着极为特殊的作用。可以这么说,哪儿有旅游活动,哪儿就出现导游员;哪儿有一支高水平的导游队伍,哪儿的旅游业就兴旺发达。这是因为:

1. 旅游者需要导游服务

1)从生理上还是从心理上,旅游者需要导游员。旅游者乍到一地必然会产生茫然感,需要他人为其引路、指点,为其解决语言不通的问题,以求避免因不明当地习俗而造成误会和不愉快,避免因语言不通带来的种种困难。旅游者初到一个人生地不熟的地方,定会出现拘谨心理、孤独感和不安全感,需要有熟悉当地情况的人陪伴,帮助解决食宿、旅行和日常生活中出现的种种问题,帮助其获得新的心理平衡从而精力充沛地投入旅游活动。新到一个陌生的地方,若无人指点,旅游者往往不知道从哪儿开始游览,因而很可能会进行盲目的、疲于奔命的旅游活动,不仅达不到修身养性的目的,反而破坏游兴,有损于身心健康。旅游者到异国他乡旅游时需要为其解决种种困难的那个人应该就是导游员。有导游员为旅游者科学地安排生活和旅游活动,他们就会获得事半功倍旅游效果。

2)从认识观赏事物的顺序看,旅游者需要导游讲解。不同民族的审美观存在程度不同的差异,甚至有天渊之别,若无人指点迷

津,旅游者往往无从欣赏那具有异国情调的自然美、社会美和艺术美,也就领略不到融会在风景名胜中的一国(一地)古今文化的真谛了。为了在短时间内了解到异国他乡的自然风光和人文景观的深奥寓意和艺术价值,旅游者不仅需要导游员帮助其懂得异国民族的审美观,也需要他们合理地安排游览活动,还需要他们在旅游景点作生动精彩的导游讲解。

总之,不仅从生理上、心理上、还是从认识观赏事物的顺序看,旅游者需要导游员的帮助和指点;无论是为了获得物质上、精神上美的享受,还是为了达到求知、加深阅历的目的,旅游者都离不开导游服务。

2. 旅游业也需要导游服务

导游队伍随着旅游业的诞生而逐渐形成,随着旅游业的发展而日益壮大。反之,导游服务的出现和服务质量的提高又大大促进了旅游业的发展。导游员已成为旅游接待第一线的关键人员,导游服务已成为旅游服务的代表性工种,旅游业的发展离不开导游员及他们的服务。

1)旅游业是一项经济事业。旅游经营者组合的产品主要是以无形的物化劳动出现,提供的服务是综合性的,旅游产品的销售是多次性的,贯穿于旅游活动的全过程,通常是通过导游员的工作来实现的。就是说,旅游经营者主要是通过向旅游者提供高质量的旅游服务,特别是提供优质导游服务来实现其经营目标的。

2)当今世界的旅游市场上强手林立,竞争激烈。而竞争,归根结底是人才的竞争。一个国家(地区)的旅游业能否发展,就得看是否拥有很强的竞争能力,是否有很高的信誉,而保持、提高竞争力和信誉的最有效手段是充分发挥旅游工作者、特别是导游员的主观能动性,向旅游者提供高质量的、魅力因素常有常新的旅游服务,尤其是优质导游服务,以求对潜在旅游者产生最大限度的吸引力。因此,可以说,一个国家(地区)旅游业的生存和兴旺,在很大

程度上取决于是否拥有一支高水平的、能征善战的旅游工作者队伍,特别是一支优秀的导游队伍。

第二节 导游工作

导游工作在旅游服务中占有重要地位,起着举足轻重的作用。为了使读者对导游工作及其重要性有一个基本了解,本节将就导游工作的性质、特点和导游服务原则及范围等作简明阐述。

一、导游工作类别

导游工作纷繁复杂,但就导游工作本身而言,大致可分为图文声像导游和实地口语导游两大类。

(一)图文声像导游(或称物化导游)包括:

1. 导游图、交通图、旅游指南、景点介绍册页、画册、旅游产品目录等;
2. 有关旅游活动的宣传品、招贴、广告以及旅游纪念品等;
3. 录音带、录像带、电影片、幻灯片等。

旅游业发达国家都非常重视图文声像导游,在机场、火车站、码头,在城市和旅游景点都设有“旅游服务中心”或“旅游问讯处”,那里摆满了各种旅游宣传资料,人们可随意取用(有的需花钱买),工作人员还热情耐心地解答有关旅游活动的种种问题。很多旅行社定期向公众放映有关旅游目的国的电影或录像、举办展览等招徕顾客。组团旅行社一般都在出发前向旅游团放映有关旅游目的地的电影、录像或幻灯,散发《旅游指南》等材料,帮助旅游者对前往游览的目的地有一基本了解。博物馆和许多重要旅游景点装备有先进的声像设施,帮助旅游者参观游览。

(二)实地口语导游,亦称讲解导游,由导游员在游览现场完成。随着时代的发展、科技的进步,导游手段将越来越多样化,然

而,图文声像导游只能处于从属地位,起着减轻导游员的负担、补充实地口语导游的作用,而实地口语导游不仅不会消失,而且将永远是最重要的。这是因为:

1.人的因素永远处于第一位。影响旅游者印象和旅游活动质量的诸因素中,人是第一因素,就导游服务而言,成功或失败、质量高或低,往往取决于导游员的工作。

2.导游讲解贵在灵活,妙在变化,只有高水平的导游员才能做到,才能得心应手地应付各种场面,才能满足不同层次的旅游者的各种要求。

3.导游员和旅游者之间建立起正常的人与人之间的情感关系是保证旅游服务质量的重要因素;增进各国、各地区人民之间的相互了解和友谊、维护和促进世界和平是发展旅游业的重要目的之一,而这些绝不是无生命的高科技导游手段所能实现的。

本书阐述的主要是导游人员完成的导游工作。

二、导游工作的性质

认清导游工作的性质,对导游员来说至关重要,因为它是一条主线,指导着导游员的言行举止,影响着甚至决定着导游工作各个环节的质量高低。

由于社会制度、经济发展水平、思想意识、民族文化及旅游业发展阶段的差异,世界各国对旅游业的认识不尽相同。但是,对下述五方面的认识还是基本相同的。

(一)导游工作具有社会性

旅游活动是世界上规模最大的社会经济现象,起着促进社会物质文明和精神文明建设的重要作用,为旅游者服务的导游员从事的工作本身就具有社会性。而且,导游工作是一种社会职业,对绝大多数导游员来说,它是一种谋生的手段。

(二) 导游工作属服务行业

导游服务与第三产业的其他服务一样属非生产劳动,是一种通过提供一定的劳务活动,例如翻译、导游讲解、生活服务等,满足旅游者游览、审美的愿望和旅行生活的需求,使其成为能够创造特殊使用价值的劳动。不过,导游服务不是一般的简单服务,而是一种复杂的、高智能服务,因而是高级服务。

中国的导游工作是一项为国家的社会主义建设和国内外民间交往服务的旅游服务工作,它以旅游者服务对象,以协调旅游活动、导游讲解、帮助旅游者了解中国为主要服务职责,以沟通语言和文化为主要服务形式,以增进相互了解和友谊为主要工作目的,以“热情友好,服务周到”为服务座右铭。

(三) 导游服务是传播文化的重要渠道

导游员的导游讲解、客导之间的日常交谈以及旅游者的游览观光都有助于扩大一个国家(地区)的传统文化和现代文明的影响。从导游员生动、形象的导游讲解和热情周到的生活服务以及导游员本身的言行举止,旅游者可看到一个国家(地区)、一个民族的以礼待人、热情好客的美德,了解一个国家(地区)人民的精神面貌、价值观念和道德水准,从而达到通过旅游追求精神享受的目的。因此,导游服务起着沟通和传播精神文明、为人类创造精神财富的作用,直接或间接地起着传播一个国家(地区)、一个民族的传统文化和现代文明的作用。

(四) 导游工作具有重要的经济意义

旅游业是一项经济事业,在很多国家已成为国民经济的重要部门。自1986年起,旅游业也已被列入中国国民经济计划,正式成为国民经济的组成部分。在旅游业各项服务中,导游工作处于最积极、最活跃的地位,因此,导游工作具有经济属性。它的经济意义主要表现在如下诸方面。

1. 直接创收

导游员直接为旅游者服务,为他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、生活服务及各种代办服务,收取服务费和手续费。导游工作本身就可为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金。

2. 扩大客源

旅游者是旅游业生存和发展的先决条件之一,没有旅游者,发展旅游业就无从谈起。所以,很多旅游业发达国家都在旅游宣传方面大做文章,花大量的财力、精力在国内外进行广告宣传活动,招徕游客。西班牙旅游业成功的秘诀是“精心的、高质量的和有效的宣传”,而意大利旅游界认为旅游宣传是带动旅游业前进的“火车头”。

另一种旅游宣传,更为有效的宣传,就是旅游者作的“免费宣传”。向旅游者提供高质量的旅游服务,特别是不同凡响的导游服务,是提高旅游企业的信誉和竞争力的一个重要手段。享受到优质服务而满意归去的旅游者一般都会向亲朋好友介绍自己在异国他乡的经历,从而在一定程度上影响着潜在旅游者的流向。可以说,旅游者现身说法的宣传是最好、最有效、也是最经济的旅游宣传,在招徕回头客、扩大客源方面起着重要作用。

3. 促销商品

世界各国都十分重视旅游商品和纪念品的开发、生产和促销,并视作争夺游客的魅力因素,增加旅游收入的重要手段。据统计,在世界国际旅游总消费中,用于购物的部分约占50%,在有的国家和地区,该项收入在旅游总收入中的比例则更大。在商品促销过程中,导游员大有作为,其作用举足轻重。

为了更有效地促销商品,最大限度地满足旅游者的购物要求,导游员应:

1) 思想重视、态度积极

外国旅游者在中国境内买到称心如意的商品,旅游者高兴满意,我国也就地出口了商品,获得了外汇(或回笼了货币),积累了

建设资金。每个导游员必须认识到,满足旅游者的购物要求是导游工作的重要内容之一,帮助旅游者购物导游员责无旁贷。

2) 熟悉商品、热情宣传

外国旅游者千里迢迢来中国旅游,总想买一些富有中国特色、地方色彩的工艺美术品,土特产品,或留作纪念或馈赠亲友。为了满足旅游者的不同购物要求,导游员应尽可能多地了解商品的产地、质量、使用价值、销售地点和价格等,并主动热情地向他们宣传,作好旅游者的购物参谋。也要了解在何地、哪家商店买某种商品最好,以便帮助游客在最短的时间内买到最好的中国物品,这对满足时间仓促的会议、商务旅游者的购物要求则显得更为重要。

3) 了解对象、因势利导

为了更好地促销商品,导游员不仅要熟悉中国的商品,还要做个有心人,设法了解旅游者是否有购物要求、购买能力如何以及他们希望购买什么样的商品,从而有针对性地提供购物服务,满足旅游者的购物愿望。

4) 掌握推销原则

努力促销商品,做好购物服务,是导游员的重要工作,但是必须建立在旅游者“需要购物、愿意购物”的基础之上,不能强行推销,更不得违法乱纪。在推销商品时,必须遵循下述两个原则:

——从游客的购物要求出发,因势利导。导游员的责任是帮助旅游者购买到称心如意的物品,而不是强行推销商品,因此,不要过多地安排购物时间,切忌强加于人,更忌强拉旅游者到自己的“关系户”购物图谋私利,以免引起旅游者的反感。

——实事求是,维护信誉。介绍商品要实事求是,价格要合理公道;不能作失实的介绍,不得以次充好,以假乱真,不得胡乱涨价;严禁导游员为了私利与不法商人沆瀣一气,坑蒙拐骗旅游者。在提供购物服务时,导游员要严格执行国家政策,维护国家信誉。

4. 促进科技交流

正在进行社会主义建设的中国需要外国的资金和先进的科学技术,到中国旅游的海外人士中不乏科学家、教授、方方面面的专家和经济界人士,他们中有人希望借访华之机与中国同行接触,了解合作或投资环境。导游员应作有心人,了解他们的意愿,捕捉时机,积极牵线搭桥,促进中外科技交流。海外旅游者若提出在中国投资、贷款、捐赠等意向,导游员应及时报告旅行社,在领导指示下与有关部门联系。

创汇、创收,为国家积累建设资金是创办旅游业的主要目的之一。导游人员应树立商品经济观念,把提高导游服务质量与创收、创汇、提高经济效益结合起来,为实现上述目的作出应有的贡献。

(五)导游工作属民间外交,具有重要的政治意义

国际旅游活动是当今世界规模最大的民间外交活动,据统计,每年国际旅游者已达6亿人次(国内旅游者已超过40亿人次),为旅游者服务的导游员的工作在民间交往活动中起着不可忽视的作用。

在社会主义的中国,导游工作的民间外交作用主要表现在三个方面:宣传中国,了解外国,当好民间大使。

1. 宣传中国

中国历史悠久、文化灿烂、人口众多,对国际事务的影响越来越大,在21世纪会起极为重要的作用。旅游者中有兴趣研究中国的大有人在,帮助他们正确地认识中国是导游员义不容辞的责任,而导游员的导游讲解、与旅游者的聊天、议论以及他们的举手投足本身都在有意无意地宣传中国。

导游员的导游讲解和宣传是统一的,相辅相成的。政治宣传应寓于导游讲解、日常交谈及游览娱乐之中,形式要多样化,要灵活多变,力求避免呆板、千篇一律。

导游员在讲解和宣传时应遵循如下原则:

1) 积极主动、因势利导