



“十三五”应用型本科旅游管理专业精品规划教材

导游服务技能

The Basic Skills of Tour Guide Service

主编◇黄凯 丁杰

配有电子
教学资料



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

“十三五”应用型本科旅游管理专业精品规划教材

导游服务技能

主 编 黄 凯 丁 杰

副主编 吴春焕 张莹莹

参 编 彭 慧 李梦然

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导游服务技能 / 黄凯, 丁杰主编. —北京: 中国财富出版社, 2015. 5

(“十三五”应用型本科旅游管理专业精品规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5669 - 5

I. ①导… II. ①黄… ②丁… III. ①导游—旅游服务—高等学校—教材 IV. ①F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 079595 号

策划编辑 王淑珍

责任编辑 王淑珍

责任印制 方朋远

责任校对 梁 凡

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼

邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部)

010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部)

010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5669 - 5/F · 2360

开 本 787mm × 1092mm 1/16

版 次 2015 年 5 月第 1 版

印 张 15.25

印 次 2015 年 5 月第 1 次印刷

字 数 316 千字

定 价 35.00 元

前 言

本书是针对如何培养导游人员的操作技能技巧来编写的，介绍导游职业的基本技能，侧重实际操作，定位为导游专业、旅游管理专业、涉外旅游管理专业的核心教材，以培养高素质的、具有实践能力、创造能力、就业能力和创业能力的导游人才为目标，使其与《旅游概论》、《导游基础知识》、《旅游政策与法规》、《旅行社经营管理》、《旅游市场销营管理》等衔接，并和后续课程有机地结合和运用，成为旅游专业的核心教材。

针对导游工作岗位，本书全面介绍了导游服务基础，地陪、全陪及景点讲解员的导游操作训练，使读者很容易了解导游员应具备的基本素质、工作规范和服务技巧；熟悉导游服务流程和服务标准；掌握导游服务的各种方法和技能，能够独立处理带团过程中的一般事件和突发事件，达到可以独立完成导游服务任务的目的。在编写过程中，选择了很多典型案例。为了便于学习，每个项目之后还附有练习题，并提供了案例供大家分析。本书既可作为旅游专业的教材，还可供导游从业人员自学及训练使用。

本书由黄凯、丁杰担任主编，吴春焕、张莹莹任副主编。具体分工：黄凯（北京农学院）负责大纲制订及统稿，编写项目一；丁杰（北京经济管理职业学院）编写项目三、项目四、项目八；吴春焕（北京联合大学旅游学院）编写项目六、项目七；张莹莹（北京农学院）编写项目二；彭慧（北京农学院）编写项目五；李梦然（北京农学院）参与资料收集整理及项目一部分编写工作。

因时间仓促，本书难免存在疏漏不当之处，敬请读者批评指正。

编 者

2014 年 11 月

目 录

项目一 导游服务概述	1
任务一 导游服务的产生与发展	1
任务二 导游服务的范围、性质与特点	3
任务三 导游服务的地位与作用	10
任务四 导游服务的原则和集体	12
任务五 导游服务的发展趋势	15
项目二 导游人员	17
任务一 导游人员的概念和分类	17
任务二 导游人员的职责	24
任务三 导游人员的素质	25
任务四 导游人员的权利和义务	32
任务五 导游人员的管理	35
项目三 导游服务基本技能	42
任务一 服务技能	42
任务二 语言技能	58
项目四 导游服务程序与内容	78
任务一 地陪导游服务程序与内容	78
任务二 全陪导游服务程序与内容	92
任务三 散客旅游服务程序与内容	96
项目五 游客个别要求的处理	107
任务一 游客个别要求的含义及处理原则	107
任务二 餐饮、住宿、娱乐、购物方面个别要求的处理	110

任务三 要求自由活动的处理	119
任务四 要求探视亲友、亲友随团活动的处理	120
任务五 要求中途退团、延长旅游期限的处理	123
任务六 转递物品要求的处理	125
项目六 常见问题的预防和处理	129
任务一 接团过程的突发事件处理	129
任务二 旅游活动计划和日程变更的处理	131
任务三 误机（车、船）事故的处理与预防	134
任务四 旅游者丢失证件、钱物、行李的预防与处理	136
任务五 旅游者走失的处理与预防	139
任务六 旅游者患病、死亡问题的处理	141
任务七 旅游者越轨言行的处理	145
项目七 突发事件的预防和处理	154
任务一 交通事故的预防和处理	155
任务二 治安事故的预防和处理	157
任务三 火灾事故的预防和处理	159
任务四 旅游者受伤、骨折的预防和处理	160
任务五 旅游者溺水、食物中毒的预防和处理	162
任务六 天灾逃生知识	164
任务七 国际救援组织参与救援和善后处理	187
项目八 导游工作相关知识	196
任务一 交通知识	196
任务二 住宿、餐饮、娱乐方面的法规知识	209
任务三 出入境知识	212
任务四 货币常识及其他	224
任务五 法定标识	229
参考文献	235

项目一 导游服务概述

学习目标

1. 知识目标

了解导游服务的产生与发展，理解导游服务的地位及作用。

2. 能力目标

掌握导游服务的范围、性质与特点，对导游服务的发展趋势有清晰的认识。

任务导入

导游服务是旅游服务中的一个重要组成部分，从旅游业形成和发展初期的向导服务发展到今天集向导服务、导游讲解和生活照料于一身的综合服务，经历了一个漫长的历程。在旅游业形成和发展初期，导游服务随着消遣性旅游活动的出现而产生；在现代，导游服务随着大众旅游活动的兴起而发展。

任务一 导游服务的产生与发展

一、古代：原始化导游服务

人类历史上，原始导游服务究竟出现于何时，已无从可考。然而，根据中国历史的查考，为旅行者当“向导”可视为原始导游的最初形态。当时，充当“向导”者一般都是同旅游者邂逅的车夫、当地居民和店小二，没有雇佣关系，一般以“盘缠”和“酒钱”的形式，由“问者”根据路途的长短酌情支付。

中国古代原始导游服务的另一种类型就是“陪臣”、“书童”、“家奴”和“仆从”。他们的共同特点是有固定的服务对象，对主人的旅行全程陪同，实行全方位的私家旅行生活服务。

“书童”、“家奴”和“仆从”则主要受雇于富人或富人子弟出门读书，当主人出

行时他们全程陪同，照料主人整个旅途的生活起居。

我们把古代的“向导”、“陪臣”等划分为原始导游服务，是由于受当时社会生产力发展水平的限制，旅游没有成为人们的一种自主意识和普遍需求，因而导游服务也不可能成为具有广泛意义的一种社会化行为，更不可能成为一种职业。所以，它不具有现代意义的导游属性，而只是导游服务的一种早期雏形。

二、近代：职业化导游服务

17 世纪中叶至 18 世纪中叶，是人类历史的又一个重大变革时期。其间，英国发生了工业革命，并蔓延到整个欧洲。工业革命，促进了社会生产力的重大变革，新兴的资产阶级、工人阶级的出现和新型商业城市的崛起，将人类的历史推进到一个崭新的发展阶段。

新的历史发展时期，必然会引发人们新的需求。由于以蒸汽机为代表的现代交通工具的出现，旅游消费成为 19 世纪西方发达国家富人阶层的一大时尚，出生在英国一个贫寒家庭的托马斯·库克敏锐地意识到这一消费现象的出现，于 1841 年 7 月包租了一列火车，运送 570 人从莱斯特前往拉巴夫勒参加禁酒大会，获得成功。托马斯·库克组织的这次活动被公认为是世界上第一次商业性旅游活动，于是，他本人也就成为旅行社代理业务的创始人。

由于众所周知的原因，旅行社业务和导游服务在中国起步较晚。1840 年，西方殖民主义的大炮轰开了中国的大门。随后，英国通济隆旅游公司（前身即托马斯·库克父子旅游公司）、美国运通旅游公司等在中国开设了办事处，组织旅游活动。这样，到 20 世纪初，中国的旅游市场完全被英、美、日、法等外国旅行机构所垄断。

为了打破这种局面，1923 年 8 月，上海商业储备银行总经理陈光甫先生在银行中创设了旅游部，这样就出现了中国第一批导游员。

1927 年 6 月 1 日，陈光甫先生将附设在自家银行的旅游部迁出，正式成立“中国旅游社”，成为中国历史上第一家旅行社。

新中国成立后，党和政府非常重视旅游事业，旅游的发展经历了由官方接待到商业运作两个阶段。1949 年 11 月成立了“华侨服务社”。

1954 年 4 月，中国国际旅行社成立。

1974 年，中国旅行社成立。

1980 年 6 月，中国青年旅行社成立，我国旅行社业从而形成了既有分工，又有合作，也有竞争的三足鼎立的格局。

三、现代：规范化和个性化导游服务

现代旅游的迅猛发展，旅游服务质量，特别是导游服务质量引起了各国政府的高

度重视，纷纷采取措施，制定旅游服务质量标准，对导游员实行资格认证制度和考核制度，从而实现了规范化服务与管理。

1978年党的十一届三中全会，决定中国实行改革开放。从1984年以后，旅行社外联权开始下放，于是全国各地掀起了旅行社的组建热潮，与此同时，全国导游人员达到2.5万多人。

为了加强对导游服务的管理，我国政府和旅游行政管理部门加快了制定导游服务管理行政法规的步伐，具体如下：

1978年国家旅游局颁布了《旅游涉外人员守则》。

1987年国家旅游局分成了经国务院批准的《导游人员管理暂行规定》（1999年正式颁布）。

1989年国家旅游局决定在全国范围内举行导游资格考试。

1994年国家旅游局颁布了《导游员职业等级标准（试行）》，并于次年决定分初级、中级、高级和特级四个行等级，对全国持证导游员实行等级评定。

1995年，国家技术监督局颁布了《导游服务质量》，这是建国以来国家颁布的第一个导游服务标准，从1996年6月1日开始正式实施。

1997年3月13日，国家旅游局又颁布了《旅行社国内旅游服务质量要求》行业标准，该标准从1997年7月1日起实施。导游服务国家标准和行业标准的颁布，标志着我国导游服务在政府的引导和管理下，已经完全走上规范化的发展轨道。

1999年5月，国务院颁布了《导游人员管理条例》。

2002年1月，国家旅游局又颁布了《导游人员管理实施办法》，从而使我国对导游人员管理的政策法规日臻完善。

任务二 导游服务的范围、性质与特点

一、导游服务的范围

导游服务范围是指导游人员向旅游者提供服务的领域。导游服务的范围十分广泛，可以说贯穿于旅游活动的全过程及其各个方面。归纳起来，分为以下五大类：

（一）讲解服务

指旅游者在目的地旅行期间的沿途讲解服务、参观旅游现场的导游讲解及座谈、访问和某些参观点的口译服务。

（二）生活服务

指旅游者入出境迎送、旅途生活照料及上下站联系等，以确保旅游者各项旅游活

动的顺利进行，包括食、住、行、游、购、娱等活动的具体安排实施。

（三）安全服务

指确保旅游者在旅游行程中的安全，包括关心旅游者的身心健康，保护旅游财物不受损失。

（四）咨询服务

指导游向旅游者提供各类技术、知识性问题的回答，包括旅游机构、政策法规、通信交通等。

（五）问题处理

导游帮助旅游者处理和解决临时发生的问题和困难，如游客生病、走失和团队突发事故等旅游故障和问题。

二、导游服务的性质

导游服务的性质因国家和地区的不同，其政治属性也不同。在资本主义制度下，导游人员由于长期受资本主义社会环境影响，资本主义思想熏陶，在向游客提供导游服务时，往往会自觉或不自觉地传播资本主义人生观价值观和伦理道德，使导游服务有形或无形地带有资本主义色彩。但导游服务的政治属性在世界各国或地区都是存在的，区别是在不同的社会制度下，政治性质不同而已。除此之外世界各国的导游服务还具有以下共同属性：

（一）社会性

旅游活动是一种社会现象，在促进社会物质文明和精神文明建设中起着十分重要的作用。在旅游活动中，导游人员处于旅游接待工作的中心位置，接待着四海宾朋、八方游客，推动世界上这一规模最大的社会活动。所以导游人员所从事的工作本身就具有社会性。并且，导游工作是一种社会职业，对大多数导游人员来说，它又是一种谋生的手段。

（二）文化性

作为导游服务的实际承担者，导游工作者是主体。行话说：“看景不如听景”。锦绣山川、艺术宝库、文化古迹，只有加上导游人员的解说、指点，再穿插动人的故事，

才能活起来，才能引起游客更大的兴趣，使人增长知识、领略到异乡风情，享受到审美的乐趣。限于语言和生存环境等方面的不同，游客同旅游目的地之间往往存在很大的文化差异，导致交流和欣赏的障碍。为了加强旅游的美感和愉悦程度，游客们迫切地需要导游的引导和服务，需要导游跨越不同的文化范畴，弥合文化差异。导游服务的文化性主要体现在以下两方面：

1. 导游服务是传播文化的重要渠道

导游人员的导游讲解翻译、与游客的日常交谈，以致一言一行都在影响着游客，都在扩大着一个国家（或地区）及其民族的传统文化和现代文明的影响。导游人员为来自世界各国、各民族的游客服务，通过引导和生动、精彩的讲解给游客以知识、乐趣和美的享受。同时也对各国、各民族的传统文化和现代文明进行兼收并蓄，有意无意间传播着异国文化。

2. 导游服务是审美和求知的媒介

游客要通过旅游去认识过去不曾接触或不曾了解过的事物，以期得到求知欲望的满足。这几乎要从零开始。我们知道，山水风光或文物古迹的欣赏价值，并不是孤立地存在，它总是与一定的自然、地理、历史、艺术等条件和特点相联系，是一种完美地融合在一起的客观实体。在这方面，有无指导大不相同。导游讲解服务能循循善诱地指导游客以最佳的方式，或最合适的角度去欣赏某一名胜古迹、历史故事、神话传说，能妙趣横生地向游客介绍当地的风俗习惯、掌故趣谈、风味特产等，使游客得到自然美和艺术美的享受，并且在潜移默化中增长知识。由此可见，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（或地区）及其民族的传统文化和现代文化的作用。

（三）服务性

导游服务，顾名思义是一种服务工作。导游服务与第三产业的其他服务一样，属于非生产劳动，是一种通过提供一定的劳务活动，提供一定的服务产品，创造特定的使用价值的劳动。与一般服务工作不同的是，导游服务不是一般的简单服务，它围绕游客展开，通过翻译、讲解、安排生活、组织活动等形式，工作内容涉及旅途中的交通、住宿、饮食、娱乐、购物、票证、货币和其他各方面的生活需求等，给游客提供全方位、全过程的服务。导游人员除具有丰富的专业知识外，还应具备一定的社会活动能力、应变能力以及独立处理问题的工作能力。导游人员有时像幼儿园的阿姨，有时像学生，有时又是指挥员、服务员、保安员、联络员等。因此，导游服务是一种复杂的、高智能的服务，是高级的服务。导游服务的代表性体现在

以下几方面：

第一，导游服务可以提高旅途生活质量。旅游不同于平常的简单休息，它是人类的一种高级消闲休息形式，是在旅游动机的主导下进行的有目的享受性、休闲性、娱乐性、提高性的活动，其基本特点之一就是异地性。游客身处陌生的环境，如果没有导游人员的服务，他（她）就会茫然不知所向，只好盲目游览、疲于奔命，不但不能达到精神休息的目的，还会因为过分疲劳和无奈破坏旅游情绪。对于年迈体弱者，没有导游服务，还会直接影响自己的身体健康。游客要自己安排自己的食、住、行，势必会分散游览观光的精力，也会影响旅游观光的顺利进行。有了导游人员的服务，游客就可获得事半功倍的旅游效果。即使那些旅游经验丰富而不需要导游的人也往往离不开物化的导游（即旅游指南和各种旅游地的指示）。

第二，导游服务可以促进文化交流，满足心理需求。人是群居动物，渴求一种归属感。游客身处他乡异地，满目陌生，很可能希望有人对当地情况非常熟悉，可以对其在精神上进行抚慰、生活上尽心关照。热情的导游人员，能消除游客在旅游中出现的拘谨心理和寂寞感，增强安全感。同时，不熟悉当地的语言和风俗，也会给旅游带来不少麻烦。旅游生活中常有因对当地风俗不了解或因语言不通而造成误会的情况发生。有时甚至因不熟悉情况，冒犯当地居民的风俗习惯而发生不愉快的事情，使人极为扫兴。因此，帮助游客避免上述现象发生的任务，就责无旁贷落在了导游人员的肩上。

（四）经济性

导游服务是导游人员通过向游客提供劳务而创造特殊使用价值的劳动。在商品经济条件下，这种劳动通过交换而具有交换价值，在市场上表现为价格。

今天，越来越多的国家和学者承认：旅游业是国民经济的重要组成部分，是具有独立特色的经济部门，是无烟的朝阳产业。导游的工作对象是游客，通过协调、组织、迎送、翻译、讲解、代理等形式为游客服务。目的在于引导游客，便利游客，满足游客的相应旅游需求，实现旅游企业的经济目标，获取相应的个人经济收入，体现个人的人生和社会价值。因此，导游工作一般具有经济性，由各级各类旅行社提供的导游服务，是旅游部门工作的组成部分。导游服务的经济性主要表现在以下诸方面：

1. 优质服务、直接创收

旅行社是现代旅游业的龙头行业。旅行社的产品开发能力、促销能力、接待能力如何对整个旅游业的发展意义重大。旅行社组合的旅游产品在形式上是通过签订旅游合同销售出去的，但实际上，旅游产品不同于一般的有形商品，它的销售是多次性的，

贯穿于旅游全过程，通过提供综合性服务来实现，而导游服务在其中起着举足轻重的作用。产品的设计是为了接待，宣传和销售的效果需要通过接待来实现。会计业务的顺利进行依赖于接待工作的顺利完成，依赖于导游的协调和回款。导游人员直接为游客服务，为他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、旅行生活服务以及各种代办服务，收取服务费和手续费。旅行社的产品最终是通过导游工作生产和提供出来的。因此，导游服务是旅行社产品的最终生产者 and 提供者，它直接为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金。

2. 扩大客源、间接创收

游客是旅游业生存和发展的先决条件。没有游客，发展旅游业无从谈起，导游人员也就没有了服务对象。所以，世界许多国家和地区的政府为支持旅游业的发展，不惜投入大量资金和人力在国内外进行大规模的广告宣传和促销活动以招徕游客。

然而，与广告宣传相比，另一种更为有效的宣传方式则是游客的“口头宣传”（word of mouth），即游客在旅游目的地参观访问之后，回去向其亲朋好友讲述他在旅游目的地所受到的接待、旅游经历和体验。这种“口头宣传”不仅向游客周围的人传播了旅游目的地的旅游信息，提高了旅游目的地和旅行社的知名度，而且在一定程度上会对其他游客今后的旅游流向产生影响。因为，游客的亲身体验比任何广告宣传更可靠，更令人信服。所以，导游人员向游客提供优质的导游服务，在招徕回头客，扩大客源，以及间接创收方面都起着不可忽视的作用。

3. 因势利导、促销商品

商品和旅游纪念品的开发、生产和促销是发展旅游业的重要组成部分。各国、各地对此都非常重视，并将其视作争夺游客的魅力因素和增加旅游收入的重要手段。据统计，在国际旅游总消费中，用于购物的部分约占 50%，在新加坡、中国香港等国家和地区的旅游总收入中，销售商品和纪念品的收入甚至已超过了上述比例，在促销商品过程中，导游人员的作用举足轻重。

4. 增进了解、促进经济交流

在不同国家都会有来自世界各地的游客，在这些游客中，不乏科学家、教授及方方面面的专家和经济界人士，他们中有人希望借旅游之机与各地的同行接触，相互交流信息；或想通过参观访问，了解合作的可能性以及投资的环境。因此，导游人员在与游客交往过程中要做一个有心人，设法了解他们的愿望，并不失时机地向旅行社报告，在有关领导的指示下积极牵线搭桥，促进地区间的科技、经济交流与合作，为国家和本地的现代化建设作出应有的贡献。

三、导游服务的特点

导游服务是旅游服务中具有代表性的工作，处在旅游接待的前沿。随着时代的发展，导游工作的特点也会随之发生变化，其特点归纳起来有以下几点：

（一）独立性强

导游服务工作独当一面。在旅游者整个旅游活动过程中，往往只有导游人员与游客朝夕相处，时刻照顾他们吃、行、游、购、娱等方面的需求，独立地提供各项服务，特别在回答游客政策性很强的问题或处理突发性事故时，常常要当机立断、独立决策，事后才能向领导和有关方面汇报。导游的讲解也是比较独特的，因为在同一景点，导游要根据不同游客的不同特性、不同时机进行针对性的导游讲解，以满足他们的精神享受。这是每位导游人员都必须努力完成的任务，其他人无法替代。

（二）脑体高度结合

导游服务是一项脑力劳动与体力劳动高度结合的服务性工作。由于旅游活动涉及面广，这就要求导游人员具有丰富而广博的知识，如此才能使导游服务工作做到尽善尽美，精益求精。除了掌握导游工作程序外，导游人员还必须具有一定的政治、经济、历史、地理、天文、宗教、民俗、建筑、心理学、美学等方面的基本知识，还必须了解我国当前的大政方针和旅游业的发展状况及其有关的政策法规，掌握旅游目的地主要游览点、旅游线路的基本知识。同时，还要了解客源国（或地区）的政治倾向、社会经济、风土民情、宗教信仰、禁忌等。导游人员进行景观讲解、解答游客的问题时，都需要运用所掌握的知识和智能来应对，这是一种艰苦而复杂的脑力劳动。所以导游人员要不断学习，不仅在学校里学，而且还要在实践中学，努力扩大知识面，使自己成为“万事通”，并尽力掌握一两门专业知识，成为游客敬佩的导游艺术家。另外，导游人员的工作量也相当大，除了在旅行游览过程中进行介绍、讲解，还要随时随地应游客的要求，帮助解决问题，事无巨细，也无分内与分外。尤其是旅游旺季时，导游人员往往会连轴转，整日、整月陪同游客，无论严寒酷暑长期在外作业，体力消耗大，又常常无法正常休息。因此，要求导游人员必须具备高度的事业心和良好的体质。

（三）客观要求复杂多变

导游服务工作具有一定的规程，如接站、送站、旅途服务和各方面关系的接洽、

协调等，按照一定的程序进行工作，具有相对的规范性和便利性。但导游服务中面对更多的是不确定性和未知性，客观要求复杂多变。即使是预定的日程和规程范围内，具体的情况可能千差万别，意外的情况也可能随时出现，游览中各种矛盾可能集中显现。因此，导游人员必须具备应对各种可能和偶然情况的能力。归纳起来，导游服务的复杂性主要有以下几方面：

1. 服务对象复杂

导游服务的对象是游客，他们来自五湖四海，不同国籍、民俗、肤色的人都有，职业、性别、年龄、宗教信仰和受教育的情况各异，性格、习惯、爱好等各不相同。导游人员面对的就是这样一个复杂的群体，而且每一次接待的游客都互不相同，这就更增加了服务对象的复杂性。

2. 游客需求多种多样

导游人员除按接待计划安排和落实旅游过程中的行、游、住、食、购、娱基本活动外，还有责任满足或帮助游客随时随地提出的各种个别要求，以及解决或处理旅游中随时出现的问题和情况，如会见亲友、传递信件、转递物品、游客患病、游客走失、游客财物被窃及证件丢失等。而且由于对象不同、时间场合不同、客观条件不同，同样的要求或问题也会出现在不同的情况下，需要导游人员审时度势、判断准确并妥善处理。

3. 接触的人员多，人际关系复杂

导游人员的工作是与人打交道的工作，其服务的进行触及方方面面的关系和利益。抛开导游人员是旅游目的地国家（或地区）的代表不谈，如前所述，导游人员还是旅行社的代表，他们既要维护旅行社利益，又代表着游客的利益，除天天接触游客之外，在安排和组织游客活动时还要同饭店、餐馆、旅游点、商店、娱乐、交通等部门和单位的人员接洽、交涉，以维护游客的正当权益，这自然是一项复杂的工作。单就游客而言，他们由于来自不同的国家，有着不同的旅游心愿和文化背景，他们的旅游需求基本一致却又各具特色，导游人员能够面对游客提供“CS 服务”已是难能可贵。但良好的旅途感受是综合的，导游人员还要处理和协调导游人员中全陪、地陪与外方领队的关系，争取各方面的支持和配合。虽然导游人员面对的这方方面面的关系是建立在共同目标基础之上的合作关系，然而每一种关系的背后都有各自的利益，落实到具体人员身上，情况就更为复杂。因此，导游人员需要具备“十八般武艺”来面对纷繁复杂的人际关系。

4. 要面对各种物质诱惑和“精神污染”

导游人员常年直接接触各方游客，直接面对各色各样的意识形态、政治经济、文化观点、价值观念和生活方式，有时还会面临金钱、色情、利益、地位的不断诱惑，

耳濡目染，直接面对精神污染的机会大大多于常人。常言道“近朱者赤，近墨者黑”，导游人员如果缺乏高度的自觉性和抵抗力，往往容易受其影响。所以身处这种氛围中的导游人员需要有较高的政治思想水平，坚强的意志和高度的政治警惕性，始终保持清醒头脑，防微杜渐，自觉抵制“精神污染”。

（四）跨文化性

导游服务是传播文化的重要渠道，起着沟通和传播文明、为人类创造精神财富的作用。各类游客来自不同的国家和地区、不同的民族、不同的文化背景。导游人员必须在各种文化的差异中，甚至在各民族、各地区文化的碰撞中工作，应尽可能多地了解中外文化之间的差异，圆满完成文化传播的任务。

跨文化旅游实例：安道尔旅游，安道尔是位于法国、西班牙交界的比利牛斯山脉中心的袖珍小国，国土面积 464 平方千米，人口两万人，但却聚集着最现代化的高大建筑和最古老的斜屋顶农舍，既存青铜时代的见证物，如布鲁希斯岩石，新石器时代人类祖先存放工具的玛金民达洞穴，又矗立着 60 多座古罗马式大教堂和被当作现代法庭的用红赫石砌垒的古堡。

一位安道尔作家说：“在安道尔旅行，不是在空间里活动，而是在时间里漫游。安道尔人似乎同时生活在几个时代，即从中世纪一直到 20 世纪的整个漫长的岁月。”

任务三 导游服务的地位与作用

一、导游服务的地位

旅行社、饭店和交通是现代旅游业的三大支柱，其中处于核心地位的是旅行社。旅行社的业务主要有五大项，即旅游产品的开发、旅游产品的促销、旅游产品的销售、旅游服务的采购与旅游接待（包括团体和散客）。根据马克思的生产与再生产原理，旅行社的前四项业务属于产品的生产和交换，后一项业务属于产品的消费，即游客购买旅游产品后到旅游目的地进行消费。旅游接待过程即是实现旅游产品的消费过程。如果我们把旅游接待过程看作是一条环环相扣的链条（从迎接游客入境开始，直到欢送游客出境为止），那么，向游客提供的食宿、餐饮、交通、游览、购物、娱乐等服务分别是这根链条中的一个环节。正是导游服务把这些环节连接起来，使相应服务部门的产品与服务的销售得以实现，使游客在旅游过程的种种需要得以满足，使旅游目的地的旅游产品得以进入消费。所以，导游服务虽然只是旅游接待服务中的一种服务，然而与旅游接待服务中的其他服务，如住宿服务、餐饮服务、购物服务相比，无疑居

于主导地位。

二、导游服务的作用

（一）纽带作用

导游服务在各项旅游服务中所起的纽带作用具体表现为如下几个方面：

第一，承上启下。导游人员是国家方针政策的宣传者和具体执行者，代表旅行社执行旅游计划，为游客安排和落实食、住、行、游、购、娱等各项服务并处理旅游期间可能出现的各种问题。同时，游客的意见、要求、建议乃至投诉，其他旅游服务部门在接待工作中出现的问题及他们的建议和要求，一般也通过导游人员向旅行社转递直至上达旅游行政管理部门。

第二，连接内外。导游人员既代表接待旅行社的利益，要履行合同，实施旅游接待计划，又肩负着维护游客合法权益的责任，代表游客与各旅游接待部门进行交涉，提出合理要求，对违反合同的行为进行必要的干预，为游客争取正当利益。另外，导游人员有责任向游客介绍中国，帮助他们尽可能多地了解我们的国家、人民、社会、文化和风俗民情以及国家的有关政策、法令等，同时又要多与游客接触，进行调查研究，了解外国，了解游客。

第三，协调左右。导游服务与其他各项旅游服务的服务对象是共同的，因而在目标上、根本利益上是一致的。然而，在服务内容上又各有区别，各部门、各单位又有各自的利益，这种情况决定了它们之间既有相互依存、相互合作的一面，又有相互制约、相互牵制的一面。导游人员作为旅行社派出的代表，对饭店、餐馆、游览点、交通部门、商店、娱乐场所等企业提供的服务在时间上、质量上起着重要的协调作用。因为旅游服务中任何一个环节出现问题，都会影响到整个旅游服务质量。因此，导游人员既有义务协助有关旅游服务提供者，同时也有责任对这些部门的服务提出意见和建议，以使游客与旅行社签订的旅游合同得到履行。

（二）标志作用

导游服务质量对旅游服务质量的高低起标志性作用。导游服务质量包括导游讲解质量、为游客提供生活服务的质量以及各项旅游活动安排落实的质量。导游人员与游客朝夕相处，因此，游客对导游人员的服务接触最直接，感受最深切，对其服务质量的反应也最敏感。旅游服务中其他服务质量虽然也很重要，对游客的旅游活动也会有影响，但除特殊情况外，由于接触时间短，游客的印象一般不如对导游服务质量印象深刻。一般来说，如果导游服务质量高，可以弥补其他旅游服务质量的某些欠缺，而