

龚维嘉  
主编

DANGDAI  
LUYOUXUE  
GUIHUA  
JIAOCHENG

当代  
旅游学

规划教程

业务  
导游

合肥工业大学出版社

旅游

龚维嘉 主编

樊秀龙 柏杨 副主编

DAOYOU

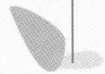
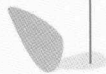
YEWU

当代旅游学规划教程



导游

业务



合肥工业大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

导游业务/龚维嘉主编. —合肥:合肥工业大学出版社,2008.4

当代旅游学规划教程

ISBN 978-7-81093-737-5

I. 导… II. 龚… III. 导游—高等学校—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 041889 号

## 导 游 业 务

龚维嘉 主编

责任编辑 朱移山

---

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2008 年 4 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2008 年 4 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710×1000 1/16
电 话	总编室:0551-2903038 发行部:0551-2903198	印 张	15.75
网 址	www.hfutpress.com.cn	字 数	270 千字
E-mail	press@hfutpress.com.cn	印 刷	安徽江淮印务有限责任公司
		发 行	全国新华书店

---

ISBN 978-7-81093-737-5

定价:26.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换。

## 前 言

中国加入 WTO 后,迅速发展的旅游业已成为朝阳产业、动力产业和无烟产业。同时,对导游人员的数量和素质都提出了迫切要求。为了规范导游人员的职业道德和提高导游人员的从业水平,国家每年都举行导游资格考试,其中导游业务是全国导游资格考试非常重要的一门课程。国家旅游局人教司曾于 1994 年组织编写了“全国导游人员资格考试系列教材”,各地也组织编写了针对导游人员资格考试的各类教材。这对帮助考生学习导游专业知识,规范全国导游考试起到了积极的推动作用,受到了读者的好评。

随着旅游业的蓬勃发展,传统书中很多内容已经不能适应新形势的需要。为此,我们组织编写了这本教材,以体现导游业务学习与实践的与时俱进。

本书系统地介绍了导游业务各个方面的知识,包括:导游工作概述、导游工作程序、导游带团技能、导游语言技能、常见疑难问题应对与事故处理和导游实务其他相关知识,并从实际出发,通过引用大量案例,说明导游员灵活综合运用业务知识的必要性。在最后还是安排了两章选修章节,让学生掌握一些基本的旅游心理常识,具备一定的审美情趣。本书可作为高等职业教育旅游类专业的学生教材,也可作为从事旅游职业人员的自学参考用书。

本教材由龚维嘉担任主编,樊秀龙、柏杨为副主编。各章分工为龚维嘉(宣城职业技术学院)负责编写第五章,樊秀龙(宣城职业技术学院)负责编写第九章,伍燕(宣城职业技术学院)负责编写第一、七章,郑晖(宣城职业技术学院)负责编写第二、三、八章,张国宪(宣城职业技术学院)负责编写第四章,马桂玲(宣城职业技术学院)负责编写第六、十章及补充部分。柏杨(安徽工商职业技术学院)提供很多建议并参与了统编工作。

教材的修订编写是一个不能终结的过程,需要我们在不断的实践中进行更新。虽然我们力求完善,但本书难免存在不足之处,诚恳希望得到本书使用者的宝贵意见和建议,以便今后修订时加以改正和补充完善。更期待着潜在作者的新思路、新观点和教学方式的融入和补充。

编者

2008年2月10日

## 目 录

第一章 导游工作概述 .....	(1)
第一节 导游服务 .....	(1)
第二节 导游人员 .....	(10)
第三节 导游人员的从业条件和素质要求 .....	(16)
第二章 团队导游服务规范 .....	(26)
第一节 旅游团队和导游服务集体 .....	(26)
第二节 旅游团队中地方导游服务规范 .....	(29)
第三节 旅游团队中全程陪同导游服务规范 .....	(48)
第四节 旅游团队中景区(景点)导游服务规范 .....	(54)
第五节 旅游团队中领队服务规范 .....	(62)
第三章 散客导游服务 .....	(65)
第一节 散客导游服务的类型和特点 .....	(65)
第二节 散客导游服务程序 .....	(69)
第四章 旅游接待中的事故和问题的处理 .....	(76)
第一节 旅游活动计划和日程变更的处理 .....	(77)
第二节 漏接、空接、错接的预防和处理 .....	(79)
第三节 误机(车、船)事故的预防和处理 .....	(84)
第四节 游客遗失证件、钱物、行李的预防和处理 .....	(86)
第五节 游客走失的预防和处理 .....	(94)

第六节	游客患病、死亡问题的处理	(96)
第七节	游客越轨言行的处理	(102)
第八节	旅游安全事故的预防和处理	(104)
<b>第五章</b>	<b>旅游者个别要求的处理</b>	<b>(112)</b>
第一节	旅游者个别要求概述	(112)
第二节	旅游者个别要求处理的一般原则	(113)
第三节	餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	(116)
第四节	旅游者要求自由活动的处理	(126)
第五节	旅游者其他个别要求的处理	(128)
<b>第六章</b>	<b>导游人员的带团技能</b>	<b>(133)</b>
第一节	导游带团的原则	(133)
第二节	导游带团的要领	(135)
第三节	处理好各种关系	(139)
第四节	引导游客审美	(143)
第五节	重点旅游者的接待	(149)
<b>第七章</b>	<b>导游人员的语言讲解技能</b>	<b>(156)</b>
第一节	导游人员的语言技能	(156)
第二节	导游人员的讲解技能	(173)
<b>第八章</b>	<b>导游服务的其他技能</b>	<b>(182)</b>
第一节	导游词的写作和运用	(182)
第二节	旅游保健与救护技能	(184)
第三节	娱乐表演技能	(191)
第四节	野外生存、自救技能	(195)

<b>第九章 心理学知识在导游服务中的运用</b> .....	(199)
第一节 学会提供心理服务 .....	(199)
第二节 了解游客的旅游心理活动 .....	(201)
第三节 导游员具备的心理素质 .....	(205)
<b>第十章 美学知识在导游服务中的运用</b> .....	(210)
第一节 导游员在审美活动中的作用 .....	(210)
第二节 导游工作者的美学修养 .....	(218)
<b>补充材料 导游业务相关知识</b> .....	(222)
一、旅游交通服务知识 .....	(222)
二、出入境知识 .....	(228)
三、货币知识 .....	(241)
四、旅行社的行李服务 .....	(242)
<b>参考文献</b> .....	(245)



# 第一章 导游工作概述

## 【本章导读】

在旅游行业中，导游是具有代表性的职业之一。导游服务是导游人员向旅游者提供的旅游接待服务。本章主要探讨导游服务的类型与范围、导游服务的性质与特点、导游人员的分类与职责及导游人员的从业条件和素质要求。

## 第一节 导游服务

导游服务是旅游服务的一个组成部分，是在旅游活动的发展过程中产生的，而且随着旅游活动的发展而发展。导游服务在社会历史中经历了一个产生和发展的过程，即从最初的向导服务发展为现代的导游服务。

### 一、导游服务的概念

导游服务是导游人员代表被委派的旅行社，接待或陪同游客旅行、游览，按照组团合同或约定的内容和标准向游客提供的旅游接待服务。理解这一概念，我们要注意以下三点问题：

首先，根据《导游人员管理条例》，导游人员必须由旅行社委派。无论是专职导游人员还是兼职导游人员，在提供导游服务时，代表的是委派他（她）的旅行社。未受旅行社委派的导游人员，不得私自接待游客，否则将受到相关条例的处罚。

其次，导游人员的主要业务是从事对游客的接待服务。地方导游人员负责的是当地的旅游接待服务；全陪导游人员负责的是游客整个旅游行程的陪同和照料服务；在旅行社设置于饭店、交通港口或大型商场服务台工作的导游人员

负责的是向顾客提供旅游咨询, 旅游活动洽谈、安排和联络服务。

最后, 导游人员向游客提供的接待服务, 对于团体游客而言必须按照组团合同规定的内容和导游服务质量标准提供服务; 对于散客而言必须按照事先约定的内容和要求提供服务。导游人员不得擅自增加、减少旅游项目或中止导游服务, 也不得降低导游服务质量标准和规定的要求。

## 二、导游服务的类型与范围

### (一) 导游服务的类型

导游服务可分为图文声像导游和实地口语导游两大类。

#### 1. 图文声像导游

图文声像导游亦称物化导游, 包括: (1) 导游图、交通图、旅游指南、景点介绍册页、画册、旅游产品目录等印刷品; (2) 有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品、广告、招贴画及旅游纪念品等实物; (3) 有关国情介绍、景点介绍的录音带、录像带、电影片、幻灯片等物质媒介。

#### 2. 实地口语导游

实地口语导游亦称讲解导游, 包括导游人员在游客旅行、游览途中所做的介绍、交谈和问题解答等导游活动, 以及在参观游览场所做的介绍和讲解。

随着科学技术的进步, 导游服务的类型将越来越多样化、高科技化。图文声像导游形象生动, 便于携带和保存, 在导游服务中的作用会进一步加强。尽管如此, 同实地口语导游相比, 图文声像导游仍处于从属地位, 只能起着减轻导游人员负担、辅助实地口语导游的作用。实地口语导游不仅不会被图文声像导游所替代, 而且将永远在导游服务中处于主导地位。

### (二) 导游服务的范围

导游服务范围指的是导游人员向游客提供服务的领域, 即导游人员业务工作的范围。在旅游接待工作中, 目的地向游客提供的服务是多方面的, 包括食、住、行、游、购、娱、邮电通讯、入出境、医疗等。导游人员所提供的服务虽是其中的一部分, 但却是最重要的, 涉及以上诸多方面。归纳起来, 主要有以下几种:

#### 1. 导游生活服务

一般来说, 导游生活服务是经由导游工作者按照旅游者与旅游单位事先签订的合约, 或是按照旅游者照章提出的种种旅游委托及其经济等级, 为其在旅

途生活中提供的相应劳务。

这种劳务的提供可以是综合性的服务,也可以是单项的服务,常见的服务包括以下三个方面:

首先,是抵离旅游目的地时的接送、餐食客房的预订、各项交通工具的落实、文娱戏票的代订等。

其次,导游生活服务还要求导游人员在与旅游者的日常接触中,注意从各种细微处保证旅游者旅行游览生活的愉快和安全。

再次,导游生活服务还包括为旅游者提供咨询、代办临时委托事项。导游生活服务是整个导游服务工作的重要一环。唯有认真做好导游生活服务,使旅游者确信和这样的导游工作者在一起,旅途生活定会顺利,从而在他们的心里渐渐树立起对导游人员的依赖。

## 2. 导游讲解服务

导游中的讲解服务就是导游者为了满足旅游者精神生活的需要,在引领旅游者参观浏览过程中依靠自己的文明素养、语言艺术和独特风格,因地、因景、因人、因事、因时而异地给对象提供的描绘说明,这是一个传播精神乐趣、道德文明和文化科学知识的过程。进一步说,导游讲解服务是由导游人员自己掌握的有关旅行游览的丰富知识,娴熟的导游技巧和流畅的语言以及驾驭语言的艺术,准确而又生动地引导旅游者进行游览参观,结合良好的生活服务,使游客在旅途中获得物质生活和精神生活两方面的利益和乐趣。

另外,导游讲解服务也包含必要的口译。在存在语言障碍的情况下,参观点里接待人员的介绍,专题座谈中主客双方的交流,拜会和接见礼宾活动的进行,都需要导游人员承担起必需的口译任务。一般来说,导游讲解服务的常见任务是风景名胜、风情民俗、古今文化艺术和建设新貌等的说明。

## 三、导游服务的基本原则

### (一) 满足游客需要的原则

导游服务的根本是满足游客的需要。游客是导游服务的对象,没有游客,就没有旅游,也就没有导游服务。游客是旅游活动的主体,是旅游产品的购买者和消费者。对旅游目的地和旅游企业来说,游客就是“上帝”,对“上帝”就要竭诚服务。导游服务是帮助游客消费的服务,应在合理而可能的基础上,以满足游客的需要为准则,为此,导游人员在服务中应该努力做到以下三点:

### 1. 以“宾客至上”为主旨

所谓“宾客至上”，首先就是要求导游人员的工作要以游客的利益为出发点，努力维护游客的合法权益；其次，要礼貌待客，在态度、言语和行为上尊重游客；再次，要平等待客，无论游客来自境内还是境外，也不论其肤色、宗教信仰、消费水平如何，都应一视同仁，平等相待，绝不能厚此薄彼。

### 2. 认真落实接待计划

接待计划是指游客或其组团社与接待旅行社达成的约定或所签合同内容的具体安排。它反映了游客的共同需求，是游客购买旅游产品的主要兴趣所在。因此，导游人员应将落实接待计划规定的内容放在导游服务的第一位。这是衡量导游人员是否履行职责的基本尺度。

### 3. 规范化服务与个性化服务相结合

规范化服务又称标准化服务，是为达到某一服务标准而采取的以程序化、定量化、制度化为主要内容的科学方法。个性化服务又称特殊服务，是导游人员在按照规范化服务要求落实旅游接待计划之外，为满足部分游客或个别游客的合理而可能的需求所提供的服务。导游人员应从旅行社的发展和我国旅游业的根本利益出发，在按照《导游服务质量》和《旅行社国内旅游服务质量要求》两个标准要求向游客提供旅游合同规定的服务内容的时候，向游客提供优质的导游服务，即将规范化服务与个性化服务密切结合起来。

## (二) 注重经济和社会效益的原则

导游服务既是一种文化传播的社会活动，又是一种可以获取经营收入的经济活动。前者的主旨在于扩大影响，提高社会效益；后者的目标在于增加经营收入，提高经济效益，二者对于导游人员来说都同等重要。只注重经济效益而忽视社会效益，导游服务就会偏离方向，满足游客的需要就可能成为一句空话；反之，只注重社会效益而忽视经济效益，导游服务就会脱离市场经济的轨道，导游人员就如外事接待员，便失去了作为旅游企业一员的价值。在导游服务中，要同时注重经济效益和社会效益的提高，二者任何一个方面都不能偏废，这也是导游服务中应遵循的一项基本原则。

## 四、导游服务的性质

旅游活动，是游客前往不同国家或地区所进行的人与人之间的交往活动。在交往中，由于不同国家或地区的社会制度、意识形态、民族文化和价值观念

的不同，向游客提供的导游服务必然带有不同的政治思想属性。

因此，导游服务的性质首先应是它的政治属性，即在不同社会制度下其服务的性质是不同的。虽然它不像政治口号那样需要进行有意识的宣传，但在客观上却渗透于导游服务的过程之中。此外，导游服务还具有以下五点共同的属性：

### （一）服务性

服务性是导游服务的基本属性，它是导游人员通过向游客提供劳务而体现的。导游服务同其他旅游服务一样，首先，它是无形的，只能在与游客的接触中进行；其次，导游人员向游客提供的劳务不产生任何物质成果，但是它创造价值和使用价值，即导游人员的劳动消耗可为旅行社带来效益，并以报酬的形式得到补偿，其具体劳动能满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需要。

### （二）文化性

从游客的角度说，旅游活动实际上是人们离开其常住地，寻觅和获取异国、异地、异民族文化的活动。导游服务的核心是文化传递，在游客的旅游活动中，由于导游人员同游客接触的时间最长，因而是游客获取文化知识和精神享受的主要帮手。导游人员的导游讲解、回答游客的问询，乃至导游人员的仪容仪表、一言一行，无不在传播旅游目的地国家或地区的传统文化和现代文明，使游客得到知识、乐趣和美的享受。所以，导游服务实际上起着沟通和传播一个国家、地区和其民族的物质文明和精神文明的作用。从这个意义上说，导游人员是文化的传播者，是“文明使者”。

### （三）社会性

导游服务的社会性来源于旅游活动的社会性。首先，旅游活动是一种社会现象，是游客同旅游目的地国家或地区人民之间的一种相互交往、相互了解和促进友谊的活动。其次，为满足游客的需要，在服务过程中，导游人员不仅要同游客保持经常接触，而且要同社会诸多方面和有关人员发生社会关系。所以，导游服务本身就是一种社会服务。再次，在导游人员向游客提供服务过程中，游客还可以更加直接地透过导游人员了解旅游目的地国家或地区人民的精神面貌、价值观、社会习俗和道德风尚。因而，导游人员自身的思想感情、言行举止也是其所处社会环境和人民精神面貌的反映。

(四) 经济性 导游服务的经济性来源于导游人员活劳动的消耗。在商品经济条件下,由于游客购买而使导游人员的劳动具有交换价值。在现实中其表现为价格,即导游服务费。导游人员还可通过活动项目的科学安排,为旅行社节约成本。此外,导游服务的经济性还表现在:引导购物,直接创收;扩大客源,间接创收;牵线搭桥,促进经济和技术交流等方面。

(五) 涉外性 在入境旅游中,导游人员向游客提供导游服务;在出境旅游中,向中国公民提供陪同服务都具有明显的涉外性。导游人员既是旅行社的代表,又是社会主义中国和中国人民形象的代表,其言行和服务的好坏都关系着祖国和人民的荣誉。他们不仅担负着向海外游客和同外国居民的接触中宣传中国社会主义物质文明和精神文明的职责,而且起着沟通和促进两国人民之间友谊的桥梁作用。从这个意义上说,涉外导游人员是不同国家人民之间的友好使者,有“民间大使”之誉。

## 五、导游服务的特点

导游服务作为一种高智能、高技能的服务工作,贯穿于旅游活动的全过程。同旅游服务中的其他服务相比,它具有如下主要特征。

(一) 独立性强 导游服务是导游人员受旅行社委派后,独自带领游客参观游览的服务活动。这种活动的显著特点是:第一,导游人员的工作是在旅行社之外进行的“单兵作战”;第二,工作流动性大,上午在一地,下午在另一地。导游服务的这种情况决定了导游人员必须独立开展工作,如:根据旅游接待计划,独自带领游客开展各项旅游活动;独自向游客进行各种讲解,回答游客的各种问题;独自协调与旅游团领队、游客以及各相关旅游接待单位和人员之间的关系;独自处理或协助旅行社领导及有关方面处理旅游中出现的各种问题或旅游故障。

导游服务的这一特点,要求导游人员树立主人翁的意识,工作中积极主动,灵巧应变,同时,又要严格自律,遵纪守法。

### (二) 脑体高度结合

导游服务是一项脑力劳动和体力劳动高度结合的服务性工作。游客来自五

湖四海、各行各业，社会背景千差万别，文化水平和性格各种各样，参观游览的项目和咨询的问题涉及古今中外、历史地理、文化艺术、政治经济、医疗卫生、宗教信仰、社会生活、民风民俗等等。这就要求导游人员要具备广博的知识和高度的智慧以及应用能力，这是一种艰苦而复杂的脑力劳动。另一方面，导游人员的体力劳动量也很大，除了向游客进行讲解、回答游客的问题需消耗大量脑力外，导游人员从早到晚与游客一起奔波，帮助游客解决各种问题，有时还要协助相关接待单位工作，几乎没有休息的时间。特别是旅游旺季，导游人员往往是连轴转，一批游客接着一批游客，难得有休整调节之机。

导游服务的这一特点，要求导游人员要树立为国家、为旅游业作贡献的思想，将个人利益与国家利益、旅行社利益结合起来，只有这样，才能更好地为游客服务。

### （三）涉及面广

导游人员在向游客提供各种服务时，需要同许多相关部门和单位接触，在向海外游客提供导游服务时，还会涉及海关、公安等部门以及外国驻华使馆或领事馆。对于游客来说，这些部门和接待单位提供的服务，应是环环相扣、符合标准要求的。这一切都需要导游人员进行广泛的协调。另外，旅游活动虽然包含着生活消费，然而更重要的是一种精神消费，而精神消费不仅外延宽广，而且内涵也极为丰富。不同的游客既存在消费层次的差异，又存在消费内容的差异。这种情况要求导游人员不仅要有饱满的热情和周到的安排，而且涉及知识的领域也很广，要有真才实学。只有这样，才能做出内容丰富、言之有理、言之有据的导游讲解。

导游服务的这一特点，要求导游人员应有较强的组织能力、协调能力和丰富的知识与语言表达能力。

### （四）关联度高

关联度是指事物之间发生牵连和影响的程度。从导游服务涉及面广的特点可知，游客的旅游活动涉及旅游目的地众多部门和接待单位，它们提供的服务虽然是按照接待计划紧密相连的，然而旅游活动复杂多变，需要导游人员根据变化的情况在报告旅行社后进行适当调整，使之环环相扣，否则任何一个环节脱节或出现问题，都会对下面的环节造成影响，甚至造成损失。

导游服务的这一特点，要求导游人员要树立大局意识，将导游服务置于关系旅游行业利益和国家利益的高度，努力做好本职工作。

### （五）复杂多变

导游服务工作不仅纷繁复杂，而且变化较大。其具体表现为：服务对象复杂；游客需求多种多样；接触人员多，人际关系复杂；要面对各种物质诱惑和“精神污染”。

导游服务的这一特点，要求导游人员既要有对工作的高度责任感，又要有坚强的意志，在复杂、困难的问题面前，要头脑冷静，既要坚持原则，又要机动灵活，巧妙应对，拒腐蚀，永不沾。

### （六）跨文化性

接待国际游客的导游服务具有跨文化的特点。跨文化性是指跨越不同文化差异进行的文化传播和交流。由于各国文化传统、风俗民情、生活方式、禁忌习俗的不同，国际游客的思维方式、价值观念、思想意识等都与中华民族存在着较大差异。导游人员在工作中，一方面要理解这种文化差异性，尊重其他民族文化；另一方面又要遵循“以我为主，不强加于人”的原则，努力寻找两种文化的交融点，采取易于为游客理解和接受的方式，进行文化传播和提供服务。

涉外导游服务的这一特点，要求外语导游人员不仅要有中华文化的扎实功底，而且要有外国文化的广泛知识，根据外国游客的心理需求和行为方式，有针对性地采取有效方法进行文化传播、沟通与交流。

## 六、导游服务在旅游接待中的地位和作用

### （一）导游服务在旅游接待中的地位

旅行社的业务主要有四大项：旅游产品的开发、旅游产品的销售、旅游服务的采购和旅游接待服务。根据马克思的生产与再生产原理，前三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，即游客购买了旅游产品后到旅游目的地进行消费。

旅游接待服务是指组成旅游产品的供方（即旅游目的地）的交通运输、旅行社、住宿、餐饮、娱乐、商品零售、邮电通讯、海关等部门，向游客提供的行、游、住、食、购、娱等方面的服务。其中旅行社提供的服务主要有两个方面，一是旅游活动的组织安排；二是导游服务。由此可见，导游服务只是旅游接待多种服务中的一种，然而它居于中心位置。如果我们把旅游接待过程看成是一条环环相扣的链条（从迎接客人入境开始，直到欢送游客出境为止），



那么,向游客提供的交通、游览、住宿、餐饮、购物、娱乐等服务,则分别是这根链条中的一个一个环节。正是导游服务把这些环节连接起来,使游客得以一个环节一个环节地进行消费,从而也使得提供各自服务的相关部门和单位的产品价值得以实现;使游客在旅游过程中的各种需要得到满足;使旅游目的地的旅游产品得以被消费。

由此可见,导游服务不仅是旅游产品生产 and 再生产的重要一环,而且在各项旅游接待服务中始终处于主导地位。正如日本旅游专家土井厚所说:“任何行业都有代表性的业务,在旅游行业中,就是导游服务。”

## (二) 导游服务在旅游接待中的作用

### 1. 纽带作用

导游服务在旅游接待中的中心位置使其在旅行社与游客之间、旅行社与各旅游接待单位之间以及游客与各旅游接待单位之间起着连接和纽带作用。

在旅行社与游客之间的纽带作用主要表现为:导游人员在按照旅行社的接待计划(即旅游合同规定的内容)为游客安排和落实行、游、住、食、购、娱等各项服务的同时,还能将游客在旅游活动中的感受,对旅行社和旅游活动安排及其他方面的意见、要求和建议及时反馈给旅行社。

在旅行社与各旅游接待单位之间的纽带作用主要表现为:导游人员一方面代表旅行社将游客需要提供服务的准确时间、数量和要求的信息及时传递给相关接待单位,协助他们处理服务中可能出现的问题;另一方面旅行社也通过导游人员了解和掌握各接待单位执行合同的情况。这一纽带作用使得导游人员在导游服务过程中既负有检查和督促各接待单位落实合同的责任,又具有将各接待单位的意见和建议反馈给旅行社的义务。

在游客同各接待单位之间的纽带作用主要表现在:导游人员一方面要对游客提出的合理要求,在不违背合同的情况下代表游客同接待单位进行沟通,尽可能地满足游客的需要,以维护游客的正当权益;另一方面又要及时提醒游客,在所到之地要尊重当地的文化习俗、接待单位的有关规定和接待人员的劳动,以维护相关接待单位的利益。

总之,以上三方面的关系都需要通过导游人员的服务进行沟通,其中,任何一种关系的纽带作用发挥不好,都可能对旅行社、游客或相关接待单位的利益或形象带来负面影响。