



高职高专“十一五”规划教材·经济管理类

导游实务

朱忠良 袁丽华 主编



冶金工业出版社

www.cnmp.com.cn

高职高专“十一五”规划教材·经管类

导游实务

主 编 朱忠良 袁丽华

副主编 邹凤莲

北 京
冶金工业出版社
2008

内 容 简 介

本书是为了适应高职高专教学需要而编写的旅游类专业教材。本书从高等职业教育旅游管理专业的培养目标、培养对象、教学内容以及行业需求出发,以职业活动的岗位能力为主线,根据专业对应岗位的技能要求来确定学生的知识、能力和素质结构。在结合旅游行业标准及导游人才就业的实践需要的基础上,以基础理论知识为支撑,应用型和实战性案例为牵引,以贴近行业的需要为“坐标”,以学生的技能掌握为目标,最大程度地满足学生求知、求技、求职的需要。在内容编写上按照能力要求来设计实践教学,以实践教学需要融入理论教学的教学设计思路,进行理论教学与实践教学双线并行的全程交叉式教学,真正贯彻知识够用、实践加强、技能突出的职业教学理念。教材编写内容特色主要表现在5个方面:以就业为导向、以应用为主旨和特征、以“重技能,宽知识,能创业”为特色、以职业技能训练为中心、以旅游场景的模拟实战为重点。

本书共分8章,内容包括导游人员、导游与导游服务、导游规范服务标准、导游带团技能、导游讲解技巧、导游应变能力、导游职业道德、导游相关知识。各章配有实训和习题。

本书可作为高等职业教育旅游管理类专业的教材和参考书,也可作为导游人员岗位培训教材和参考资料,还可以作为导游人员的自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

导游实务/朱忠良,袁丽华主编. —北京:冶金工业出版社,
2008.6
ISBN 978-7-5024-4698-7

I. 导… II. ①朱…②袁… III. 导游—基本知识 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 108284 号

出 版 人 曹胜利

地 址 北京北河沿大街嵩祝院北巷 39 号,邮编 100009

电 话 (010)64027926 电子信箱 postmaster@cnmip.com.cn

责任编辑 马文欢

ISBN 978-7-5024-4698-7

北京天正元印务有限公司印刷;冶金工业出版社发行;各地新华书店经销

2008 年 6 月第 1 版,2008 年 6 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16; 11.25 印张; 354 千字; 172 页; 1-3000 册

25.00 元

冶金工业出版社发行部 电话: (010)64044283 传真: (010)64027893

冶金书店 地址: 北京东四西大街 46 号(100711) 电话: (010)65289081

(本书如有印装质量问题,本社发行部负责退换)

前 言

随着旅游业的快速发展,旅游管理人才的培养也正面临着新的契机。高等职业教育是我国职业教育体系的重要组成部分,是旅游管理实用性人才培养的重要场所。高职旅游管理专业具有实践性强、与行业联系紧密的特点,重点是培养知识、能力、素质相结合;学习、应用、创造相结合;学校教学与社会用人单位相结合的旅游管理人才。为适应高等职业教育课程的教学特点和教学需要以及旅游管理专业导游人员培养需要,我们编写了本书。本书的主要特点如下:

(1) 本书依据高等职业教育培养应用型人才重在实践能力和职业技能的特点,在编写过程中以职业能力和创新意识为先导,互动式教学和案例式教学相渗透,围绕旅游行业,强化专业技能,奠定就业基础。以培养技能为教学重点,把专业建设、课程教学内容与教学方法改革的成果体现和反映到教材中,强调实践性,以基本理论、基本技能、实践环节为知识与能力体系,做到理论知识“必需、够用”,实践教学“实用”,技能训练“突出”,构建了“课堂+实训+岗位实习”的“三明治”式模式。在强化知识,突出实用的教学理念的指导下,用丰富的知识含量提高学生的素养,用实训提升学生的导游技能,适应专业培养目标的要求,突出了课程体验式教学,较好地解决了理论教学与实践教学的矛盾,体现高职院校旅游管理专业教育的特色。

(2) 本书依据旅游教学内容,突出课程的实战型特点,根据高职学生培养目标和专业特点,以“能本”为核心理念,突出实用性,结合旅游教学实践经验,总结知识点、重点和难点,结合导游工作特点把导游操作规程、操作标准和相应的解决办法逐一列出,提高学生实际解决旅游问题的能力,突出在增强教学和实践的实用性的同时,培养学生分析问题及解决问题的能力。

(3) 本书内容采用模块化的编写思路,以知识单元为依据构建模块,突出基本知识、基本技能、实践能力,并以掌握概念、强化应用,使其具有相对的独立性,依据导游工作需要从中选取教学内容,满足不同生源的学习需要,也使学生的学习具有主动性和体验性的特点。各章中配有实训和习题,学生可通过实训操作,培养动手能力和应用能力,掌握导游实务的技能和方法,掌握学习的重点和难点。

本书的难易程度适度,内容深入浅出,适应高职院校目前的生源状况,可作为高等职业教育旅游类专业的教材和参考书,也可作为导游人员岗位培训教材和参考资料,还可以作为旅游相关管理人员的自学用书。

本书由朱忠良、袁丽华任主编,邹凤莲任副主编,董一杰、葛建军、杨瑾参加编写。本书由袁丽华编写提纲、整理初稿,由朱忠良统稿。

本书在编写过程中参考了有关专家、教授编写的教材和专著,在此一并表示衷心感谢。

由于编者水平所限,书中如有不足之处敬请使用本书的读者批评指正,以便修订时改进。如读者在使用本书的过程中有其他意见或建议,恳请向编者(bjzhangxf@126.com)踊跃提出宝贵意见。

编 者

目 录

第一章 导游与导游服务.....1

第一节 导游的含义.....1

一、导游的概念.....1

二、导游工作的意义.....1

第二节 导游服务.....4

一、导游服务的概念.....5

二、导游服务的产生与发展.....5

三、导游服务的地位及作用.....6

四、导游服务的类型与范围.....7

五、导游服务的性质、特点与原则.....8

案例分析.....11

习题.....11

第二章 导游人员.....12

第一节 导游人员概述.....12

一、导游人员的概念.....12

二、中国导游人员的分类.....12

三、国际导游人员的分类.....13

第二节 导游人员的职责.....14

一、导游人员的基本职责.....14

二、海外领队、全陪、地陪和

景区景点导游人员的职责.....14

第三节 导游人员的管理.....15

一、导游人员的培训.....15

二、导游人员的考核.....19

三、导游人员的自我管理.....19

四、旅行社对导游人员的管理.....21

五、导游人员的计分管理.....22

案例分析.....22

实训.....22

习题.....23

第三章 导游规范服务的程序和标准.....24

第一节 旅游团队导游服务人员的

组成与协作.....24

一、旅游团队导游服务人员

的组成.....24

二、旅游团队导游服务人员

之间的协作.....24

第二节 地陪导游服务程序与标准.....25

一、地陪导游服务的工作程序.....25

二、地陪导游服务的工作标准.....25

第三节 全陪导游服务工作程序、

内容与标准.....34

一、全陪导游服务工作程序.....34

二、全陪导游服务工作标准.....35

第四节 领队服务程序与标准.....37

一、服务准备.....38

二、全程陪同服务.....39

三、后续工作.....39

第五节 景区景点导游服务程序及标准.....40

一、服务准备.....40

二、导游服务.....40

三、送别服务.....40

第六节 散客旅游服务.....41

一、散客导游服务的概述.....41

二、散客导游服务的特点.....42

三、散客导游服务的要求.....42

四、散客导游服务程序与标准.....43

案例分析.....45

实训.....46

习题.....46

第四章 导游人员的带团技能.....47

第一节 导游在旅途中社交的主要方法.....47

一、话题交流法.....47

二、把握适度法.....47

三、真诚赞美法.....47

四、友好拒绝法.....48

五、宽容大度法.....49

第二节 导游人员带团的主要方法.....49	一、导游语言的含义.....69
一、把握全局法.....49	二、导游语言的要求.....70
二、合理安排法.....50	三、导游语言的具体要求.....71
三、对症下药法.....51	四、导游语言的运用.....72
四、艺术问答法.....53	五、导游语言的功能及作用.....74
五、缓和矛盾法.....54	第二节 导游交际语言.....75
六、应对投诉法.....55	一、见面的语言技巧.....75
七、巧控团队法.....57	二、交谈的语言技巧.....76
第三节 特殊旅游团队接待技巧.....58	三、欢迎、欢送词的语言技巧.....77
一、老年旅游团的导游服务.....58	四、劝服、道歉、提醒、拒绝
二、儿童旅游团的导游服务.....58	的语言技巧.....82
三、宗教旅游团的导游服务.....59	第三节 导游讲解的语言技巧.....84
四、考察旅游团的导游服务.....60	一、导游讲解语言及其要求.....84
五、探险旅游团的导游服务.....61	二、导游讲解的主要技法.....86
第四节 散客旅游团队接待技巧.....61	三、自然景观导游讲解的技法.....89
一、用心记忆散客特征.....62	四、人文景观导游讲解技巧.....92
二、认真对待散客要求.....62	第四节 导游的态势语言.....95
三、建立友好合作关系.....62	一、导游的态势语言及其
第五节 导游人员与团队合作的技巧.....62	主要内容.....95
一、导游人员与领队接待单位	二、导游态势语言的具体要求.....96
的合作.....62	三、导游态势语言的注意事项.....97
二、导游人员与游客的关系.....63	案例分析.....97
三、导游人员与接待单位的合作.....63	实训.....98
第六节 导游人员在旅游“六要素”中	习题.....98
的服务技巧.....64	
一、“吃”的安排技巧.....64	第六章 导游应变能力.....99
二、“住”的安排技巧.....64	第一节 问题和事故的预防与处理.....99
三、“行”的安排技巧.....65	一、问题和事故的预防与
四、“游”的安排技巧.....65	处理原则.....99
五、“购”的安排技巧.....65	二、计划或活动日程变更的处理.....100
六、“娱”的安排技巧.....66	三、漏接、空接和错接的处理
第七节 导游人员促销技巧.....66	与预防.....100
一、旅游景点促销技巧.....66	四、误机(车、船)事故的处理
二、旅游商品促销技巧.....67	与预防.....102
三、旅游美食促销技巧.....68	五、游客丢失证件、财物和行李的
案例分析.....68	预防与处理.....103
实训.....68	六、游客走失的处理与预防.....105
习题.....68	七、游客患病、死亡的处理.....106
第五章 导游语言技能.....69	第二节 游客特殊要求的处理.....108
第一节 导游语言概述.....69	一、游客个别要求处理的原则.....108

二、游客个别要求的处理	109	一、旅行社的类型及其业务	140
三、游客越轨行为的处理	115	二、旅游产品	141
第三节 旅游安全事故及突发事件 的处理	116	第二节 入出境知识	142
一、旅游安全事故的预防处理	116	一、常规入出境手续	142
二、旅游突发事件的预防处理	117	二、入出境应持有的证件	142
三、游客投诉的处理	118	三、海关手续	145
案例分析	121	四、边防检查、安全检查和 卫生检疫	147
实训	123	第三节 交通知识	149
习题	123	一、航空客运	149
第七章 导游人员的职业道德和 职业形象	124	二、铁路客运	153
第一节 旅游职业道德	124	三、水路客运	157
一、职业道德	124	第四节 货币、保险知识	158
二、旅游职业道德	125	一、货币知识	158
三、旅游职业道德规范	127	二、保险知识	160
第二节 导游人员的职业形象	131	第五节 旅游卫生保健、安全知识	162
一、导游人员仪表形象礼仪	131	一、旅游卫生保健常识	162
二、导游人员行为形象礼仪	134	二、旅游安全知识	165
案例分析	138	第六节 其他知识	167
实训	139	一、国际时差	167
习题	139	二、摄氏、华氏换算	168
第八章 导游服务相关知识	140	三、度量衡换算(常用)	168
第一节 旅行社业务知识	140	案例分析	169
		习题	171
		参考文献	172

第一章 导游与导游服务

第一节 导游的含义

在旅游活动的构成要素中,旅游者是旅游的主体,旅游资源是旅游的客体,而旅游业则是实现旅游活动的媒介、手段和条件。旅游业由旅游饭店、旅行社和旅游交通三部分组成,并称旅游业的三大支柱。在旅游业的内部构成中,旅行社是龙头,是带动旅游业发展的核心要素。而导游是旅游业的灵魂,是旅行社的支柱。在实际接待工作中,导游是关键人物。

一、导游的概念

导游,在英语中的定义是“为他人引路者,特别是受雇而为他人在旅游或参观中指点风光名胜者。”从汉语词义上分析,“导”有引导、开导、开通、教导和启发的意思。“游”指旅行、游玩、游览和观赏的意思。从内涵上分析,导游二字包含了两层涵义:一是指引导游览活动的导游服务;二是指导游人员。就导游服务而言,导游是指为他人引路并作讲解,帮助旅游者参观游览的接待工作;就导游人员而言,导游是指为旅游者在旅行游览活动中提供向导、讲解服务和生活服务的人员。

随着旅游业的发展,导游的内涵也在不断发展,特别是随着导游服务专业化程度的提高,对导游服务质量管理的加强,对导游的概念有了更加明确的界定。

我国旅游局在1987年11月发布的《导游人员管理暂行规定》中规定,导游人员是指“为旅行者(包括旅游团)组织安排旅行和游览事项,提供向导、讲解和旅途服务的人员”。

我国1992年出版的《旅游辞典》为导游所下的定义是:“为旅游者提供导游生活服务和讲解服务的人员。不是一般翻译工作者,而是旅行社的代表,对外国旅游者来说,也是一个国家的代表”。

1994年国家旅游局发布的《导游员职业等级标准(试行)》中规定,导游人员是指“运用专门知识和技能为旅游者组织、安排旅行和游览事项,提供向导、讲解和旅途服务的人员”。

1995年国家旅游局发布的《中华人民共和国国家标准导游服务质量》(GB/15971—1995)中规定,导游人员相应的英语单词是“Tour Guide”,指“持有中华人民共和国资格证书、受旅行社委派、按照接待计划,从事陪同旅游团(者)参观、游览等工作人员”。

1999年10月国家旅游局发布的《导游人员管理条例》中规定,导游人员是指“依照本条例的规定取得导游证,接受旅行社委派,为游客提供向导、讲解及相关旅游服务的人员”。

二、导游工作的意义

任何一个行业都有其最积极、最活跃、最典型的工作,旅游业作为一个综合性较强的行业由各种不同性质的工作组成,其中最具代表性的就是导游工作。导游工作是整个旅游服务过程中的灵魂。如果说从迎接旅游者入境到欢送旅游者出境,旅游接待过程就像一个环环相扣的链条,那么向旅游者提供的住宿、餐饮、交通、游览、娱乐和购物等服务便像这根链条中的一个环节,是导游人员的导游工作把这些环节连接了起来,使相应部门的产品和服务的销售得以实现,使旅游者在旅游过程中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。

所谓导游工作,是指导游人员陪同旅游者旅行、游览,为旅游者提供向导、讲解和其他旅行服务的行为。其中,向导服务是安排旅游线路服务;讲解服务包括途中讲解及景区景点讲解;旅行生活服务包括翻译服务、迎送服务及食、住、行、娱、购服务。导游工作在这个过程中实现其在经济方面、政治方面及社会宣传方面的重要意义。

(一)导游工作的经济意义

1. 创收外汇, 回笼货币

外汇是用于国际间经济结算的以外国货币表示的一种支付手段,在国际货币体系中,通常以美元来计算外汇储备。一个国家或地区经济实力的强弱和国际支付能力的大小,通常用这个国家或地区拥有的外汇数量来衡量。伴随着全球一体化的进程以及国际间的经济交往日益频繁,一般情况下,一定时期内一个国家或地区的国际收入和支出应保持平衡,但实际上经常会出现不平衡的情况,即国际收支中会出现顺差或逆差。在国际经济交往中,必不可少地会发生进出口贸易,出口能够为一个国家和地区创收外汇,进口则必须花费一定的外汇,如果缺乏应有的外汇保有量,极可能影响到一个国家的发展和建设。国际收支通常由三部分组成,即贸易收支、非贸易收支和资本往来收支。其中贸易收入外汇,主要指通过物质产品的出口;在创汇的意义上,接待国际入境旅游同向海外出口商品一样能增加外汇收入,因此,接待国际入境旅游也被看作是一种出口,通常称为旅游出口。

在接待海外入境旅游者的过程中,导游人员直接为他们提供服务,充当语言翻译、导游讲解、生活服务、代办各种旅游手续,收取手续费和服务费,因此导游工作本身就可以创收外汇。

同样,导游人员接待国内旅游者,为他们提供各类合理可能的服务,收取费用,由此促进货币回笼。旅游业通过提供各类服务满足人们的需要而获取的货币收入,就属于服务回笼的一种。通过旅游业收回的货币,既有商品回笼的部分,也有服务回笼的部分,但对于我国来说,旅游业发展仍处于初级阶段旅游业实现的主要是服务回笼。

2. 因势利导, 促销商品

随着旅游业的发展,各国都越来越重视旅游商品的开发、生产和促销。导游工作还能起到积极的旅游商品促销作用。

旅游者的购物活动是旅游行为中的一项重要内容,是旅游活动的延伸和旅游印象的物化。旅游商品的供应不仅可以丰富旅游生活、弘扬当地文化,而且销售物品的收入在整个旅游收入中占有相当大的比重,因此,必须给予应有的重视。据统计,在国际旅游总消费中,用于购物的部分约占 50%,在新加坡和中国香港地区(国家)的旅游总收入中,销售商品和纪念品的收入甚至超过了上述比例。在旅游者的购物活动中,导游人员起着举足轻重的作用。例如,导游人员可以依据旅游目的地的购物知识,以积极的态度、热情的宣传因势利导,通过合理、合法的推销方式促进对旅游商品的推销。

3. 扩大客源, 间接创收

旅游业是经营性行业,和其他经营性行业一样,旅游市场意味着生存和发展。每一个旅游目的地都非常关注旅游者的数量和消费水平,因为狭义的旅游市场就是指旅游产品的消费者——旅游者,即客源市场。所以几乎所有的旅游目的地国家和地区都在想尽办法,投入大量资金和人力在国外进行大规模的广告宣传和促销活动以招徕旅游者。如西班牙旅游当局就认为国家旅游业之所以取得巨大成功,得益于精心的、高质量的和有效的宣传。然而,支付大量费用进行广告宣传并不是招徕旅游者的唯一手段,相比之下,旅游者的口头宣传不仅有效,而且更加经济。一般情况下,旅游者在旅游目的地参观访问之后,会将自己在旅游地得到的良好旅游感受,向亲属和社交圈讲解描述,从而引发相关人士的旅游渴望。如果他们受到传播者的感染,就很可能选择前者所到的地区参观游览,因为自己亲

人、朋友或身边熟人的亲身体验比任何广告宣传更可靠,更令人信服。旅游宣传的效果,同旅游地的旅游服务质量,尤其是导游服务质量有着直接的关系。向旅游者提供高质量的旅游服务特别是高质而完美的导游服务,是树立旅游地形象、提高旅游地知名度、增强旅游地竞争力的重要条件。

4. 了解市场, 获得经验

导游人员可以借助和旅游者的相处过程,从旅游者的言谈举止、对游览点的兴趣、在参观现场的表现、对购物和参加文娱活动的反映来了解旅游者的需求与爱好,从中发现旅游者需求的变化。这种现场的了解更真实、更实用,对于导游人员有针对性地提供导游服务和提高导游服务质量更有帮助,也有利于改进我国旅游产品的开发和设计,在进行旅游宣传、招徕和促销活动时能够有的放矢。

现在,我国已进入世界贸易组织。为了更有利地参与国际竞争,了解外国旅游企业的经营方式、旅游产品的组合、销售动作和管理模式就显得尤为重要。导游在接待外国旅游者以及与外国旅游企业的合作时,要善于学习,善于调查研究,为中国旅游企业吸取外国先进的管理经验和经营手段提供帮助,从而改善和提高中国旅游业的经营管理水平。

5. 扩大就业, 增收节支

旅游业是一个劳动密集型的行业,也是一个跨地区、跨行业的综合性产业。它的发展有赖于交通、建筑、工业、商业、农副业、财政、文化教育和体育卫生等各行各业的协调运行。由此可见,旅游业需要的人才门类之广、数量之大是其他产业所不可比拟的。如在世界主要经济大国中,美国从事旅游业的人员是该国第二大产业农业人员的 4.7 倍,日本从事旅游业的人员是农业人员的 3.3 倍,德国从事旅游业的人员是农业人员的 2.1 倍。旅游业的发展必然能够刺激和带动各行各业的发展,因此,旅游业必然能为世界提供更多的间接就业岗位。

就业问题是国计民生的大事。尤其对于发展中国家,发展旅游业对解决劳动力的出路更具有重要意义。随着科学技术的进步,社会劳动生产率不断提高,物质生产的第一产业和第二产业占有劳动力人数不断减少,而旅游业的高速发展将成为吸引剩余劳动力的“蓄水池”,成为解决社会劳动就业的一大支柱。据估测,每增加一个直接旅游业就业,就可以带动相关部门的 10 个就业。导游是旅游服务中极其活跃的因素,导游服务质量的优劣,不仅影响到旅游业本身,而且会影响到旅游目的地社会形象和声誉,从而对旅游地的经济文化等方面造成一定的影响。旅游服务质量高,能够促进旅游地的旅游业发展,不仅能因此增加旅游者的数量和消费能力,增加对导游自身的需求,而且会进一步刺激旅游地的供给和消费,扩大当地的社会就业。

高质量的导游工作不仅意味着为客人提供良好的服务,还应包含导游工作中要具备良好的财务意识,这既是经济发展的要求,也是旅游企业的经营要求。经济发展要求合理地使用、配置资源,用较少的投入,取得较大的利润和建设成果。现在已经有很多旅行社实行部门核算,甚至团队单独核算,这要求导游提高财务成本观念,在不影响旅游服务质量的前提下,精打细算,节约开支。

(二) 导游工作的社会意义

1. 传播文化

旅游者到旅游目的地,主要为了增加对目的地社会文化等方面的了解,获得一种美好的旅游经历。旅游目的地接待工作就是要满足旅游者的这种需要,满足的办法是安排旅游者在目的地参观游览,而旅游者参观浏览活动的导演是导游人员。导游人员通过对参观游览点的介绍、讲解或翻译,帮助旅游者认识一个国家(或地区)及民族的历史文化、传统风俗、生活方式和现代文明,进而了解他们的精神面貌、价值观念和道德水准,使旅游者对目的地社会文化和精神风貌有切身的体验。可以说,导游人员的导游讲解过程就是本国文

化的传播过程。

2. 树立形象

向旅游者提供高质量的服务特别是不同凡响的导游服务,是提高国家旅游业和旅游景点知名度,保持并提高旅游业和旅游企业信誉和竞争力的重要手段。导游服务是旅游服务中最重要的服务,旅游者往往以导游服务质量来评价整个旅游服务质量。所以,导游服务质量的优劣会影响旅游业本身的发展,同时还会影响到旅游目的地社会形象和声誉。

3. 增进交往

旅游是客源地的人们到旅游目的地进行的一种社会文化活动,通过对目的地社会文化的了解来接触目的地的人们,实现不同国度、地域和民族之间的人际交往。导游人员是首先接触而且接触时间最长的目的地的居民,导游人员的行为举止、言谈话语及讲解方式都会给旅游者留下极为深刻的印象。通过导游人员的精神服务,旅游者不仅可以了解目的地的文化,增长知识,陶冶情操,而且通过接触目的地的居民特别是与其相处时间较长的导游,自然而然地会产生一种情感交流,从而能够增进不同国度、地域、民族之间的相互了解和友谊。

(三)导游工作的政治意义

导游工作是一项直接接触人的服务工作,往往又是一项涉外工作,因此它具有十分重要的政治意义。主要表现在以下两个方面。

1. 代表家乡、宣传家乡

宣传祖国、回答旅游者的种种询问,是我国导游责无旁贷的职责。入境旅游者来华参观游览的主要目的是了解我国,了解我国人们的生活方式、我国社会制度和建设情况,其中也不乏希望深入了解和研究我国的旅游者。因此,导游人员有义务帮助来自四面八方的海外旅游者正确地认识中国。同样,导游人员陪同我国公民出境旅游时,目的地的人们也希望从我国导游人员那里了解中国的发展情况。事实上,导游人员的导游讲解、与旅游者的交谈,甚至一举一动都在有意无意地宣传着中国,宣传着家乡。正因为如此,导游人员要以积极的姿态,自觉、主动地将宣传工作做得有声有色。导游讲解与宣传不是分离的,更不是对立的,而是统一的、相互促进的。讲解是宣传的前奏,讲解中也有宣传;而宣传是讲解的主旋律,是深层次的讲解。导游人员可以采用形式多样、灵活多样的方法,把政治宣传寓于导游讲解、日常交谈和游览娱乐之中,切忌呆板、僵化、千篇一律和强加于人。

2. 做民间“大使”,增进友谊

旅游活动是当今世界规模最大的民间交往活动。旅游能促进不同肤色、不同国籍、不同民族、不同语言的人们之间的交往,增进彼此之间的了解和友谊;消除因相互隔绝而造成的误解、猜忌,加强交流,促进地区团结,维护国家安定和世界和平。在这方面,导游人员起着极为重要的作用。

导游人员可以利用其接触旅游者面广、机会多、时间长、无语言障碍,又比较熟悉外国旅游者等有利条件与旅游者进行广泛接触,广交朋友,促进旅游者和目的地之间的交流,增进人们间的友好情谊。所以,世界各国旅游界对导游人员多冠以美称。在日本,导游人员被亲切地称为“无名大使”;在英国,导游员工拥有“伦敦大使”的美誉;在新加坡,则称导游为“非官方大使”;还有一些国家把导游人员看作“国家代表”和“最好大使”。

第二节 导游服务

旅游是人们带有游览目的的非定居性旅行,以及暂时停留中所进行的物质和精神活动的总和。人们离开常住地来到异国他乡,面对陌生的环境,就需要借助导游服务消除语言障碍,以达到与旅游地民众交流的目的;同时也需要借助导游服务了解旅游交通路线、

民风民俗和历史文化,欣赏到当地社会美、自然美和文化美的真正内涵。

一、导游服务的概念

导游中的生活服务和讲解服务,概括了导游服务的全部内容。作为旅游业中最具代表性的业务,导游服务(Tour Guide Service)与其他旅游服务相比,有其自身的特点。一般旅游行业主要是劳动密集型行业,而导游中的服务属于非生产劳动,它是一种通过提供一定的劳务活动,满足旅游者游览观光愿望和旅行生活要求,使其成为能够创造特殊使用价值的知识密集型行业。前者主要是技术性操作的简单劳动,后者是智能性、技能性操作的复杂劳动。近代工业革命之后,迅速兴起的旅游业使旅游成为一种高级的文化享受,要求具有较高文化素养和业务素质的人员专职从事这一工作。

根据《导游人员管理条例》规定,可以对导游服务作如下定义:导游服务是导游人员代表其所在的旅行社,接待或陪同旅游者旅行、游览,按照组团合同或约定的内容和标准向其提供的旅游接待服务。

在这个概念中,有如下3点需要注意:

(1) 导游人员必须是经旅行社委派的,可以是专职导游,也可以是兼职导游。但未受旅行社委派的导游人员,不得私自接待旅游者。

(2) 导游人员的主要业务是从事旅游者的接待,包括在旅行游览过程中提供的服务,也包括出游前提供的咨询、联系等事宜。

(3) 导游人员在提供服务的过程中,不得擅自增加或减少、取消旅游项目,也不得降低导游服务的质量标准。

二、导游服务的产生与发展

1. 西方近代商业性导游服务

旅游是社会生活中的一种常见现象,作为一种行业,它是在资产阶级工业革命之后,也就是在19世纪中期才出现的一种经济活动。当时的工业革命不仅改变了整个世界经济和社会结构,也改变了世界范围内旅行和旅游的发展方面。就在这个时代,英国人托马斯·库克作为第一位专职的旅行代理商登上了历史舞台。

1841年7月5日,托马斯·库克组织第一批540人的旅行团,乘坐包租的火车从莱斯特到拉夫伯勒,去参加反对酗酒集会,全程11英里,每人收费1先令。这是世界上公认的第一次商业性团体旅游活动,标志着近代旅游活动的开端。在这次活动中,库克本人自始至终随团照料,可以说是近代旅游活动中导游全程陪同服务的最早体现。

1845年,托马斯·库克在英国莱斯特成立了托马斯·库克旅行社,开始专门从事旅行代理业务,从而创办了世界上第一家商业性旅行社。其服务宗旨是“为一切旅游公众服务”,从此,近代旅游业诞生了。同年,库克为组织到利物浦的观光旅游,整理出版了《利物浦之行指南》,并为此设立专门的旅游向导。1846年,库克组织了首批由导游带队的旅游团,带领350人乘火车和轮船到苏格兰旅游,旅行社为该团每位成员分发旅游活动日程表,还专门配置了导游人员为旅行团带队,这也是世界上第一次有商业性导游人员陪同的旅游活动。

1855年,库克采用团体包价的形式组织了前往法国巴黎的旅游活动,于是开始出现了国际旅游活动。后来,库克本人又亲自带团成功地进行了环球旅游。随着国际旅游业务的拓展,国际导游(领队)应运而生。

自从托马斯·库克提供了众多成功的旅游模式之后,欧洲、北美诸国和日本纷纷效仿,先后组建旅行社或旅游组织,招募导游人员,这样导游人员开始逐渐增多,并成为了世界各国的一种职业需求。

2. 我国近代导游服务

1923年8月,上海商业储备银行总经理陈光甫在同仁的支持下开设了旅行部,开始办理旅行服务。1927年7月,该旅行部独立,更名为中国旅行社,现为香港中国旅行社有限公司,这是旧中国第一家旅行社,同时也出现了第一批中国导游人员。

此后,我国一些重要城市相继成立了不少其他的旅行社组织,但由于近代的中国社会始终处于风云变幻、动荡不安中,所以旅游业虽然已经作为一种独立的行业出现,但却未能迅速发展起来,导游服务队伍也未能形成规模。

总之,随着大众旅游的兴盛,导游作为一种新兴的职业,其人数不断增加,队伍迅速扩大,现在已发展成为一支人数众多、遍及全球的专业化导游队伍。

三、导游服务的地位及作用

(一)导游服务在旅游服务中的地位

旅行社、旅游饭店和旅游交通是现代旅游业的三大支柱,而处于核心地位的是旅行社,因为旅行社是联系旅游饭店和旅游交通的纽带。而在旅行社服务中,由于导游与旅游者直接接触的时间最长,是旅游产品的主要生产者(即旅游行程的兑现者),况且,导游服务质量是衡量旅行社整体服务质量的重要和主要标志,因此,与旅行社服务中的其他服务(如住宿、餐饮、购物和娱乐等服务)相比,无疑居于现代旅游业的主导地位。

(二)导游服务的作用

导游人员是旅游接待工作的主体,在旅游活动中起着主导作用。

在旅行社内,接待工作的主体是导游人员,他们是旅游接待第一线的关键人员:在旅游活动中,导游人员处于中心地位,起着导演的作用。旅游活动成功与否的关键往往在于导游人员,外国旅游专家认为“一名好的导游会带来一次愉快的旅游,反之,则是一次不成功的旅游”。

导游在旅游接待工作中起着举足轻重的作用,主要表现在以下3个方面。

(1) 导游服务是旅游各项服务中最根本的服务。食、住、行、游、购、娱构成了旅游活动的6要素,其中最重要的是“游”,而游览的“导演”则是导游人员。导游人员为旅游者提供的语言服务沟通了不同的文化,促进了不同民族之间的交流;导游人员提供的导游讲解服务能够帮助旅游者增长知识、加深阅历、获得美的享受;导游人员提供的生活服务能够帮助旅游者身心愉快地投入游览活动,去求新、求异、求乐。总之,导游人员的服务对旅游者实现其主要旅游目的起着不可或缺的作用,由此证明导游服务是旅游服务中最根本的服务。

(2) 导游服务是旅游服务质量高低的最敏感标志。旅游团参观游览,导游人员伴随始终,朝夕相处,为他们提供语言服务、导游讲解服务和生活服务,不仅要保证他们吃得好、住得舒适、玩得痛快,还要维护他们的正当权益、保卫他们的生命财产安全。在现代旅游活动中,导游人员已成为旅游服务的关键环节。旅游活动的成功与否往往取决于导游的服务质量,即导游服务质量的好坏直接表现为旅游服务质量的优劣,甚至关系着一个国家(地区)旅游业的声誉。

(3) 导游工作是各项旅游服务的联系纽带和中间桥梁。旅行社与旅游者之间、旅行社与其他旅游企业之间的第一线联络人员是导游人员,在旅游服务各环节之间相互协作、顾全大局方面,在沟通上下、左右、内外的关系方面,导游人员的作用举足轻重。

① 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,他代表旅行社执行旅游计划,为旅游者安排并落实食、住、行、游、购、娱等各项服务,并处理旅游期间出现

的各种问题。同时,旅游者的意见、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国家最高旅游管理部门。

② 连接内外。导游人员既代表接待施行的利益,履行合同、落实旅游计划,又肩负着维护旅游者合法权益的责任,他代表旅游者各有关部门进行交涉,提出合理要求,对违反合同的行为进行干预,为旅游者争取应该享受的正当权益;导游人员有责任向旅游者介绍我国,帮助全心全意尽可能多地了解自己的国家、社会、人们的文化和风俗民情以及国家的有关政策、法令等,同时也要进行调查研究,从旅游者那里了解外国。

③ 协调左右。旅游服务与其他社会服务有着密不可分的联系,而旅游服务的各组成部门,即各个不同系列的服务在实施过程中又是相互渗透、相互作用、相互联系、相互合作的。旅行社与饭店、餐馆、游览点、交通部门、商店、娱乐场所等旅游企业之间的第一线联络人是导游人员(主要是地陪),他在各旅游企业之间起着重要的协调作用。搞好与各有关部门的关系、相互协作对提高旅游质量至关重要,这是因为导游人员要通过自己的努力使旅游者在游览过程中的物质补偿及其他需要得到满足,因此,相互协作是导游服务中的生活服务质量的重要保证,而高质量的生活服务又为导游讲解服务的成功提供了的有利条件。

四、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,主要包括以下3种类型:

- (1) 导游图、交通图、旅游指南、景点介绍册页、画册和产品目录等。
- (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。
- (3) 有关国情介绍、景点介绍的录音带、录像带、电影片和幻灯片等。

2. 实地口语导游

实地口语导游,亦称讲解导游,包括导游人员在旅游者旅行、游览途中所作的介绍、交谈和问题解答等导游活动,以及在参观游览场所作的介绍和讲解。

随着科学技术的进步,导游服务的类型将日益多样化、高科技化。图文声像导游形象生动,便于携带和保存,因而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旅游者提供服务的领域,即导游人员业务工作的范围。在旅游接待工作中,目的地向旅游者提供的服务是多方面的。归纳起来,主要有以下几种。

1. 导游生活服务

一般说来,导游生活服务是经由导游人员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。其常见的服务项目是抵离旅游目的地时接送、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的重要环节。唯有认真做好导游生活服务,使旅游者确信和这样的导游人员在一起,旅途生活定会顺利,从而在旅游者的心里渐渐树立起对导游人员的信赖。

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,在引领旅游者参观游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,导游讲解服务是导游人员以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及驾驭语言的艺术,准确而生动地引导旅游者进行游览参观,综合良好的生活服务,使旅游者在旅途中获得物质生活和精神生活两方的利益和乐趣。

其次,导游讲解服务也包含必要的口译。在存在语言障碍情况下,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须的口译任务。一般地说,导游讲解服务的常见任务是风光名胜、风情民俗、古今文化、艺术和建设新貌等的说明。

五、导游服务的性质、特点与原则

(一)导游服务的性质

导游服务是针对旅游者提供的专项服务,不同国家和地区,由于社会制度、意识形态和民族文化的不同,对导游工作政治属性的认识有所不同,已达成共识的是导游工作具有服务性、经济性、文化性、社会性和涉外性的基本属性。

1. 服务性

导游工作本质上是服务性工作,是旅游服务工作的一种,它提供的不是有形的物质产品。它与第三产业的其他服务一样属于非生产劳动,是一种通过一定的劳务活动,提供一定的服务产品,创造特定的使用价值。与一般服务工作不同的是,导游服务不是一般的简单服务,而是一种复杂的、高智能的服务,是高级的服务。衡量服务产品质量的重要途径,是接受服务者的客观感受。因此,每一位导游人员都应该认清自己的角色地位,摆正位置,决不能凌驾于旅游者之上,应把为旅游者提供满意的服务作为自己的责任。

2. 经济性

导游工作本质上具有经济性,是一种服务商品,具有一般商品共同的价值和使用价值。我们必须承认各级各类旅行社提供的导游服务最终是以获取经济利益为目的的。今天,越来越多的国家把旅游业看作国民经济的重要组成部分、具有独立特色的经济部门、服务业的典型代表。导游作为旅游业的一种职业,通过协调、组织、迎送、翻译、讲解和生活照料等形式为旅游者服务,这些服务通过交换而具有交换价值,在市场上表现为价格。因此,导游工作具有经济属性。

3. 文化性

导游工作本质上是文化性工作,是传播世界文化、民族文化的重要渠道。导游服务的文化性主要通过3种途径体现出来:一是讲解服务,导游人员为来自世界各国、各民族的旅游者服务,通过引导和生动、精彩的讲解使旅游者获得知识、乐趣和美的享受;二是通过自己的一言一行,向旅游者展示本国本地区文明,体现本民族的风情。无论是导游人员的仪容仪表、行为举止,还是导游讲解及同旅游者的日常交谈,无不直接、间接地体现着旅游目的地国家或地区民族的传统文化和现代文明;三是导游人员和旅游地居民有意或无意会受到外来文化的影响,并将这种文化向本地区传播。因此,导游工作起着沟通和传播

传统文明和现代文明，为人类弘扬优秀文化创造精神财富的作用。

4. 社会性

导游活动是一项社会工作，能够容纳一定数量的社会就业，对大多数导游人员来说，它是一种谋生的手段；而且，在旅游接待中，导游人员处于工作的中心位置，接待八方旅游者，推动具有世界性质的这一大规模的社会活动。在这一过程中，导游人员扮演着向导、陪同、接待员和讲解员等多种角色，为满足旅游者的需要，在服务过程中，导游人员不仅要同旅游者保持经常接触，而且要同社会诸多方面发生联系。因此，导游服务本身就是一种社会服务。

5. 涉外性

旅游包括国际旅游和国内旅游两部分。就国际旅游而言，无论是入境游还是出境游，都要与外国发生联系。入境游是指导游人员为海外旅游者提供导游服务；出境游是指导游人员为我国公民提供出境陪同服务。两者都具有明显的涉外性。由于中外文化背景的不同，造成双方价值观念和思维方式的差异，使涉外接待必须小心谨慎，避免小误会产生大纠纷。在国际旅游的导游工作中，导游必须掌握相关的涉外政策，了解异国文化与中华文化的差异，这正体现了导游工作的涉外性。

(二) 导游服务的特点

导游工作与其他工作相比，具有以下特点。

1. 独立性强

导游人员的工作往往是在没有他人帮助下独立进行的。导游人员率团在外，必须独立地面对旅游者，从旅行生活服务到景点讲解服务，均须导游人员独立完成。尤其面对旅客各种特殊要求，或当旅途中出现各种意料之外的情况时，导游人员还必须独立地处理善后。所以，从事导游服务的人员，首先必须具有较强的独立工作能力。

当然，这种独立性也是相对的。因为在导游人员的背后，还有旅行社提供全方位的支持。如旅游线路和车辆的安排，酒店和机票的预订，护照签证的办理，都由旅行社相关部门负责，旅途中各类应变方案的制定，也需经旅行社主管领导的批准。因此，没有集体协作，导游服务的独立性是无法实现的。

2. 复杂多变

导游服务工作的某些方面具有一定的规程，如接站、送站、旅途服务和各方面关系的接洽、协调等，都按照一定的程序进行工作，具有相对的规范性和便利性；导游工作在某种程度上还具有预先计划性，如接洽对象、浏览日程和基本服务标准等。但是导游工作中面临的情况更多是不确定的、未知的、复杂多变的。即使在预定的日程和规程范围内，具体的情况可能千差万别，意外的情况可能随时出现，游览中各种矛盾可能集中显现。其复杂性主要表现在以下几个方面：

- (1) 服务对象是一个不断变化的复杂群体。
- (2) 导游服务内容繁杂，需要协调多方面关系。
- (3) 导游讲解内容广泛，变化性。
- (4) 导游服务要面临各种复杂的环境，要抵制物质诱惑和精神污染。

3. 脑体高度结合

导游服务不是一般意义上的服务工作，而是脑力劳动和体力劳动高度结合的工作。有人说导游是“杂家”，不无道理。导游人员进行景观讲解、解答旅游者的问题时，都需要运用所掌握的知识和智慧来应付，这无疑是一种艰苦而复杂的脑力劳动。另一方面，导游人员的工作量也很大，除了在旅行游览过程中担任向导、进行讲解之外，还要随时随地应旅游者的要求，帮助解决问题，事无巨细，也无分内分外之分。特别是在旅游旺季，导游

人员往往要连轴转，整日、整月陪同旅游者，无论酷暑严寒长期在外作业，跑前跑后，体力消耗很大。导游服务的这一特点要求导游人员具有广博的知识和健康的体魄，以便能随时随地向旅游者提供所需要的服务。

(三)导游服务的原则

(1) 宾客至上、超值服务的原则。宾客至上是服务行业的座右铭，这不仅是一句招徕顾客的宣传口号，更是服务行业的服务宗旨，服务人员的行动指南，也是服务工作中处理各类问题的出发点。旅游服务是服务业的龙头产业，导游提供的不是有形的商品，而是无形的服务。服务的特点是价格有限、价值无限。一位合格的导游人员应力求提供超出旅游者期望值的导游服务，让旅游者高兴而来，满意而归。

(2) 为全体宾客服务原则。“为全体宾客服务”原则也是导游人员工作的出发点和必须遵循的服务原则。旅游团是一个整体，是一个和睦的大家庭，没有高低贵贱之分，也不应有亲疏之分。每个成员都是导游的客人，都是导游的服务对象，他们都交付了相等的旅游费用，因此，导游人员在带团过程中应对全团旅游者一视同仁，让大家同时享受你所提供服务的亲切和温暖。如果导游提供服务时厚此薄彼，偏爱一部分而冷落一部分或厚待一部分而怠慢一部分，必然会使旅行团内部关系紧张，也为自己的工作人为制造了障碍和困难。这样的话，要带好一个旅游团是绝对不可能的。

(3) 维护旅游者合法权益的原则。旅游者是上帝，导游人员尊重旅游者的最好办法，就是时时处处为旅游者着想，自觉维护旅游者的合法权益，这是保障旅游团队行程顺利、旅途愉快的前提。国内外所制定的旅游法律法规，其宗旨也在于旅游者的合法权利和人身财产安全。导游人员应学法、懂法，从而在带团过程中遇到问题时能够客观公正地加以处理，使旅游者的利益得到尊重，旅游者的权益得到保护。

(4) 维护旅行社和导游人员合法权益的原则。作为消费者，旅游者的合法权益受法律保护；作为经营者，旅行社和导游人员的合法权益也受法律保护。由于《中华人民共和国消费者权益保护法》和《旅行社管理条例》在维权方面均偏向旅游者，因此，导游人员在带团过程中，一定要注意保护旅行社和自己的合法权益。

首先，导游人员应分清哪些是自己的义务和职责范围内的事，必须全力办好的，哪些不属于自己的职责范围，仅需提供必要的帮助和协助。如旅游者在旅游途中遗失身份证件，补办证件是当事人自己的事，应由其本人亲自前往有关部门(机关)补办。考虑到当事人身处他乡，人生地不熟，导游人员要做的仅应引导其前往有关部门补办，绝不应越俎代庖为其办理。否则还不能会招致恶果(好心办坏事)。

其次凡牵涉到行程更变、旅游合同更改的情况，导游人员应将情况作好记录，并尽可能让旅游者(代表)签名证实，以免旅游者反口给自己造成被动。

(5) 规范化服务与个性化服务相结合的原则。导游工作的服务标准基于《导游服务质量》以及《旅行社国内旅游服务质量要求》，但常见的问题是，即使导游人员完全恪守这两个标准，旅游者仍可能对其所提供的服务不满意。可以想像，对于不同的旅游者，尤其那些参加过两次以上旅游团出行的旅游者，如果导游工作总是一成不变，旅游者的满意程度肯定也会降低。因此，导游人员在坚持规范化服务的同时，一定要辅之以细致入微的个性化服务，使每一位旅游者的个性需求尽量得到满足和释放。

个性化服务是针对每一个旅游团以及每一位旅游者的不同情况而提供的。当个性化服务由旅游者主动提出来时，导游人员一定要认真倾听，尽量加以解决；实在难以办到的，也应向旅游者说明原因，认求得到旅游者的理解。但通常情况下，大多数旅游者不到万不得已不会打扰导游人员，不愿意把个性需求主动讲出来，这就要求导游人员要善于察言观色，主动发现旅游者的个性需求，或激发旅游者讲出个性需求，再通过个性化服务，使旅游者获得更高的满意度。