

普通高等学校旅游管理教材

第二版

# 导游技巧与模拟导游

窦志萍 编著



清华大学出版社

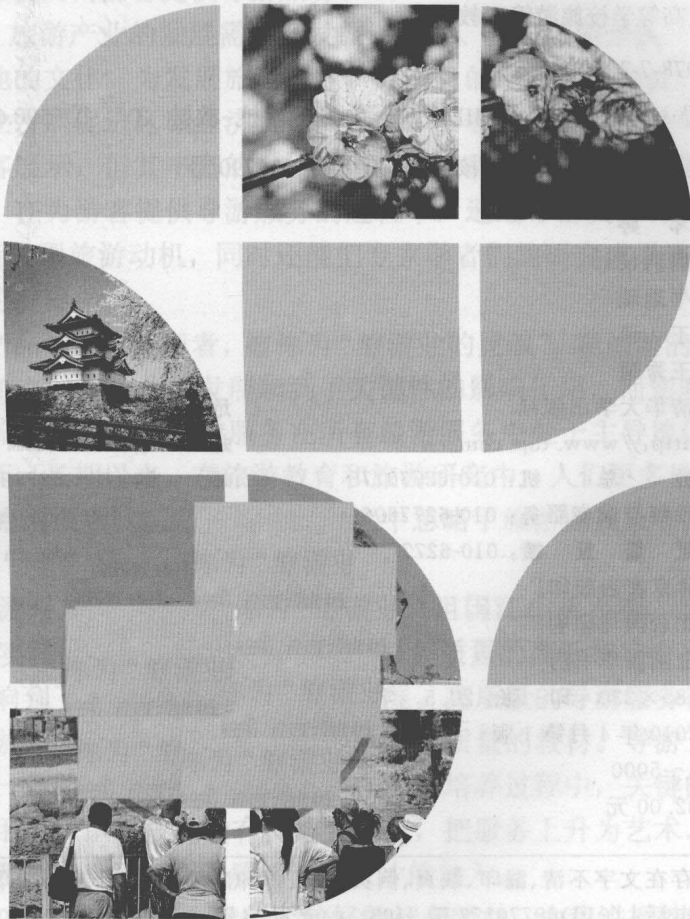


普通高等学校旅游管理教材

第二版

# 导游技巧与模拟导游

窦志萍 编著



F590.63  
D779.02

清华大学出版社  
北京



## 内 容 简 介

本书从理论分析入手,结合导游工作的特点,理论与实践结合,强调实用性和可操作性,对导游员应具备的导游语言和导游艺术技巧作了详尽的分析,并结合旅游实际,对各类典型的旅游吸引物,包括典型的自然和人文景观的导游服务程序、线路安排、审美引导、实地导游讲解内容的选择和实景导游作了各具特色的分析介绍,对导游员的实际工作具有指导作用。通过本书的学习,可以达到举一反三的效果,读者能够学会并全面掌握导游服务和导游讲解的要领,熟练进行导游服务的讲解工作。

本书既可作为高等院校旅游专业的教材,也可作为导游人员年检培训、提高导游服务质量和导游人员素质的培训教材,还可作为导游人员等级考试用书。旅游爱好者通过此书可获取相关的旅游常识、了解各种旅游景点的旅游方式和方法,是旅游者“无声的导游”。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

导游技巧与模拟导游/窦志萍编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2010.4  
(普通高等学校旅游管理教材)

ISBN 978-7-302-21632-2

I. ①导… II. ①窦… III. ①导游-高等学校-教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第231790号

责任编辑:邓 婷

封面设计:唐韵设计

版式设计:牛瑞瑞

责任校对:王 云

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者:北京密云胶印厂

装 订 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:20.5 字 数:411千字

版 次:2010年4月第1版 印 次:2010年4月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:32.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:032021-01

## 前 言

旅游者选择旅游目的地、旅游景区(点)是因为在那里有能满足他们求新、求奇、求知、求异的目的吸引物。旅游活动是一项综合性的审美活动,游客在外出前可能会对旅游目的地做一些了解,但做不到全面了解,特别是专业性知识、具有地方特色的文化等难以全面掌握;旅游者在游览方式、审美途径等方面都需要有人帮助,对景物的细节审美更需要有人指点和解释;旅游者外出旅游希望能全身心地投入到游览及审美体验中,与旅游相关的一些“杂事”最好有人代劳;旅游者希望在旅途中愉悦身心……为满足游客的这些需要,各景区就需向游客提供导游服务。

作为旅游目的地,旅游产业的发展需要开发旅游资源、建设旅游景区(点),通过旅游活动传播旅游目的地的文化。为发展旅游产业,旅游目的地不断地挖掘自身的文化内涵,希望通过旅游产业发展促进区域经济文化的发展。学者们研究的成果可通过景区建设,以物化景物向游客展示,但其丰富的内涵难以展示。所以,当地文化的最佳传播途径就是通过导游服务。在为游客提供导游服务的过程中,通过导游员有针对性的导游讲解,不仅能帮助旅游者实现旅游动机,同时还能把专家学者们的研究成果进行宣传推广,构建知识与旅游者间的桥梁。

导游员作为旅游产品的最终实现者,被称为“旅游业的灵魂”。在旅游的三大要素中,作为旅游活动主体的游客对旅游业的发展起到了关键性的影响作用,而影响游客旅游活动的关键就是当地的旅游服务,而导游服务在所有旅游服务中处于主导地位,是旅游服务的核心和焦点。然而,长期以来,在旅游教育和旅游研究中,人们更多地关注于资源、风景区、旅游市场及旅游饭店的研究,在旅游研究中忽略了旅游业发展中的一个重要的因素——导游。

“一个出色的导游带来一次成功的旅游活动”、“祖国江山美不美,全凭导游一张嘴”。作者多年的科研实践成果表明,一个地方导游服务质量的高低和导游员素质、能力、水平的高低,直接影响到了区域旅游业的可持续发展。高质量的导游服务需要高质量的导游人才,高质量导游人才的培养需要有效的教学 and 高质量的教材。导游工作是一项集知识、语言、技能为一体的艺术性的服务工作,在人才培养过程中,关键的一个教学环节是进行综合知识运用、知识与技能的有机结合训练,把服务上升为艺术。为了满足和适应旅游产业发展,需要高质量、高素质的导游人才的加入。

本书第一版自2006年出版以来,取得了较好的社会效益。由我讲授的“导游技巧与





模拟导游”这一课程成为云南省第一批省级精品课程，本人被授予了“云南省高等学校教学、科研带头人”的称号，并被评为“云南省教学名师”。由我领衔的旅游管理教学团队、主持的“旅游应用型人才培养模式创新实验区”分别被评为“云南省省级教学团队”和首批“云南省人才培养模式创新实验区”。经过几年的教学与科研实践的检验，针对导游工作出现的新问题和旅游行业发展的新形势，在做了大量跟踪调查研究的基础上，我对原书进行了提升和改进，在理论和实践方面都更贴近于当前旅游产业发展的现实。

本书在写作及修订过程中得到了旅游界同行的支持，专家们提出了良好的建议，导游朋友们提供了有效的信息，还参考了大量的文献资料，谨致感谢！

本书的出版得到了清华大学出版社邓婷女士的大力支持和帮助，谨致真诚的谢意！

由于时间仓促，而导游服务方面的研究又是一个新兴的课题，尚有许多需要深入研究探讨的问题，书中疏漏和不当之处在所难免，恳请同行专家、学者、广大师生和旅游界的朋友们批评指正。

窦志萍

于春城昆明

# 目 录

189	第三节 天体及气象景观导游	206
190	本章小结	208
191	关键概念	208
181	课堂讨论题	209
181	复习思考题	209
<b>绪论</b>		<b>1</b>
189	第一节 导游服务与导游员	1
182	第二节 导游服务程序	12
182	第二节 传统古建筑	218
182	第三节 中国古典园林	230
<b>上篇 导游技巧与导游艺术篇</b>		
<b>第一章 导游语言技巧及运用</b>		<b>20</b>
187	第一节 导游语言概述	20
184	第二节 导游语言口语表达技能	27
181	第三节 导游词及导游词创作	37
180	本章小结	42
180	关键概念	43
180	课堂讨论题	43
180	复习思考题	43
180	实训	43
<b>第二章 导游艺术与讲解技巧</b>		<b>44</b>
182	第一节 导游服务质量与导游艺术	44
180	第二节 导游讲解技巧	61
180	本章小结	80
180	关键概念	80
180	课堂讨论题	81
180	复习思考题	81
180	实训	81
<b>第三章 “六大要素” 导游服务及讲解技巧</b>		<b>82</b>
180	第一节 “吃” 的服务与讲解	83
180	第二节 “住” 的服务与讲解	90



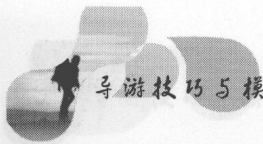
第三节 “行”的服务与讲解 .....	93
第四节 “游”的服务与讲解 .....	99
第五节 “购”的服务与讲解 .....	107
第六节 “娱”的服务与讲解 .....	118
本章小结 .....	121
关键概念 .....	121
课堂讨论题 .....	121
复习思考题 .....	122
实训 .....	122

## 下篇 典型旅游景观导游讲解

<b>第四章 景观与景观导游 .....</b>	<b>124</b>
第一节 旅游景观概述 .....	124
第二节 景观赏析与导游 .....	131
本章小结 .....	139
关键概念 .....	139
课堂讨论题 .....	139
复习思考题 .....	139
<b>第五章 山水景观导游——带游客“游山玩水” .....</b>	<b>140</b>
第一节 地质、地貌及山岳知识 .....	141
第二节 山地及特殊地貌景观游览与导游讲解 .....	152
第三节 水域水体景观导游 .....	162
本章小结 .....	182
关键概念 .....	183
课堂讨论题 .....	183
复习思考题 .....	183
实训 .....	183
<b>第六章 其他自然景观导游 .....</b>	<b>184</b>
第一节 动植物景观导游 .....	185
第二节 气候、气象景观导游 .....	197

第三节 天体及天象景观导游 .....	206
本章小结 .....	208
关键概念 .....	208
课堂讨论题 .....	209
复习思考题 .....	209
实训 .....	209
<b>第七章 中国传统古建筑游览与导游 .....</b>	<b>210</b>
第一节 中国传统古建筑概况 .....	211
第二节 传统古建筑游览与导游讲解 .....	218
第三节 中国古典园林游览与导游讲解 .....	230
第四节 古镇民居导游 .....	237
第五节 佛教、道教寺观游览与导游讲解 .....	241
本章小结 .....	263
关键概念 .....	264
课堂讨论题 .....	264
复习思考题 .....	264
实训 .....	264
<b>第八章 民族文化与民俗风情导游 .....</b>	<b>265</b>
第一节 民族文化与民俗风情导游常识 .....	265
第二节 民族、民俗与导游讲解 .....	270
本章小结 .....	279
关键概念 .....	279
课堂讨论题 .....	279
复习思考题 .....	279
<b>第九章 博物馆与主题公园导游 .....</b>	<b>280</b>
第一节 博物馆导游 .....	280
第二节 主题公园导游 .....	291
本章小结 .....	298
关键概念 .....	298
课堂讨论题 .....	298
复习思考题 .....	299





<b>第十章 特种旅游活动与导游</b> .....	<b>300</b>
第一节 特种旅游概述.....	300
第二节 徒步旅游导游.....	302
第三节 其他特种旅游活动.....	307
本章小结.....	310
关键概念.....	310
课堂讨论题.....	310
复习思考题.....	310
<b>参考文献</b> .....	<b>311</b>
<b>中华人民共和国国家标准导游服务质量</b> .....	<b>312</b>
第一节 旅游景观概述.....	124
第二节 景观赏析与导游.....	131
本章小结.....	139
关键概念.....	139
课堂讨论题.....	139
复习思考题.....	139
第一节 地质、地貌及山岳知识.....	141
第二节 山地及特殊地貌景观导游.....	152
第三节 水域水体景观导游.....	162
本章小结.....	182
关键概念.....	183
复习思考题.....	183
实训.....	183
第一节 其他自然与人文景观.....	184
第二节 河流与景观导游.....	185
第三节 气候、气象景观导游.....	197

## 绪 论

- 导游是向导——美的向导；
- 导游是领导——有凝聚力的领导；
- 导游是指导——生活艺术的指导；
- 导游是演员——旅游大舞台上的艺术家；
- 导游是导演——旅游行为的引导；
- 导游是教师——科学文化知识的传播者；

.....

导游服务是旅游服务工作的核心和纽带，在旅游服务中起主导作用。导游员是具体承担导游服务工作的人员，是旅游行业的一线工作人员。导游服务工作质量的高低是区域旅游业服务质量的重要标志，是旅游业的窗口。

### 第一节 导游服务与导游员

#### 一、导游的含义

“导”，引导。《辞海》的词条举例《史记·孙臆传》中“善战者因其势而利导之”一语，又引申为开导、教导、启发的意思。其次是“通也”，《国语·周语》中“为行者决之使导”说出了通行的意思。“导”的这些含义，要求导游员为旅行者开导指点，旁征博引，指点迷津。此外，“导”出于“向导”一词的略称。《孙子兵法》中就有“不用向导者不得地利”之语，“导”字的本身，有着一种巨大的内驱力量。

“游”，游玩、游览、游乐、观赏。《辞海》的词条举例《庄子·秋水》中“庄子与惠子游于濠梁之上”的典故，说的是庄子与惠子在濠梁上看到水中怡然自得的鱼，引起他们之间关于鱼之乐与不乐的有趣辩论，这里道出了“游玩”、“游乐”的内涵。其次，“游”还包含了行走、求知、增加阅历见闻的意思。《史记·太史公自序》中就有“南游江淮”和“北涉汶泗”的叙述。此外，“游”尚有交际、交往之意，也还有求学、求功名的意思。

《汉书·权乘传》中有“与英俊并游”之语，就是说人和人之间交往是有选择的。而《荀子·劝学篇》中的“故君子必择乡，游必择士”的说法，即指求功名而言。





“导”和“游”加在一起，既是动词，又是名词，它本身就有双重词性和丰富的内涵。现代人们所提“导游”往往具有多重含义：一是服务工作，即由旅行社或旅游景区提供的方便游客游览、了解旅游目的地知识、帮助解决旅途及游览中出现的一系列服务工作的总称；二是一种职业；三是具体从事导游服务这种职业的人。

## 二、导游服务

### (一) 导游服务的发展沿革

导游服务随消遣性旅游活动的出现而产生，随着大众旅游活动的兴起而发展。“导游服务”从其雏形发展到今天经历了一个漫长的历程。

#### 1. 导游服务的雏形期——“向导”

通过研究古代旅游我们发现，无论帝王巡游、士人漫游、宗教旅游、商业旅行及探险考察等都有熟悉当地情况的官员、僧侣、樵夫、马夫、店小二等做向导，他们不仅引路，还能介绍沿途的名胜、景点和当地的风俗民情，所提供的服务某种程度上类似于现代的导游服务，但古代的“向导”不是社会职业，没有具体的服务标准，更不属于任何企业，与现代导游服务有本质的区别，是现代导游服务的早期雏形。

#### 2. 近、现代导游服务

世界公认近代第一次旅游活动是由英国人托马斯·库克组织的，发生于1841年7月5日，托马斯·库克本人在这次活动中提供的服务成为近代全程陪同的最早体现。1845年，托马斯·库克旅行社的成立，成为近代旅游业诞生的标志。旅行社需要有人陪同游客参观游览并为之讲解。随着旅行社的发展，导游队伍迅速壮大，1850年世界上出现了专业导游队伍，导游职业诞生了。

与欧美国家相比，中国近代旅游业起步较晚。1927年中国才有了第一家旅游社——中国旅行社，随后中国出现了其他类似的旅游组织，这些旅行社和旅游组织承担了近代中国人旅游活动的组织工作，同时诞生了中国第一批从事导游服务的人员。

新中国成立后，经周恩来总理提议和当时政务院的批准，1954年4月15日成立了中国国际旅行社总社，并在上海、天津、广州等地成立了14家分社，积聚了一批能力强、外语精的翻译导游员队伍，具有新中国特色的“导游服务”随之诞生。进入20世纪80年代，中国旅游进入发展期，旅行社开始与国际接轨，有了真正意义上的导游服务，1989年中国有了第一批持证导游员。1995年国家出台了《中华人民共和国国家标准——导游服务质量》，具体规定了导游服务的质量要求，提出了导游服务过程中若干问题的处理原则，使导游服务走上了规范化、标准化的道路。1999年发布的《导游员管理条例》中给

出导游服务的定义：导游服务是导游员代表被委派旅行社，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。

## （二）导游服务工作的性质、特点、地位与作用

### 1. 性质

（1）社会性。导游服务的对象是参加旅游活动的游客，旅游活动是一种社会经济现象，所以，导游服务本身就具有社会性。导游是一种社会职业，对大多数从事导游工作的人员来说，是一种谋生的手段。

（2）文化性。旅游活动是传播文化的重要渠道，导游讲解、客导之间的日常交谈以及旅游者的参观游览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力，导游服务过程及导游员自身素质代表了一个国家、一个民族的精神面貌、价值观念、道德水准，能给游客以知识、乐趣和美的享受；由于旅游活动的特殊性，游客的活动有意无意地在传播着各自的文化，承担导游服务的人员在其中也起到介质的作用。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民族的传统和现代文明的作用。

（3）服务性。导游服务是围绕游客进行的全方位、全过程的服务工作。导游服务与第三产业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，如翻译、导游讲解、旅行生活服务来满足游客的旅游需求。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、高技能的高级服务。

（4）经济性。导游服务是导游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。因此，导游服务具有经济属性。其经济性通过直接创收、间接创收（通过扩大客源、促销商品实现）和促进文化与经济交流来实现。

（5）涉外性。导游员的导游讲解、与旅游者的交谈以及他们的举手投足都在有意无意地宣传着中国。在旅游者心目中，导游员是国家（地区）的代表，人民的友好使者，是“民间大使”。导游服务工作是传播文化的重要渠道。世界各国、各地区之间的文化传统、风俗民情、禁忌习惯的不同，游客的思维方式、价值观念、思想意识各异，这就决定了导游服务工作的跨文化性。导游员必须在各种文化差异中，甚至在各民族、各地区文化的碰撞中工作，尽可能地了解中外文化之间的差异，圆满完成传播文化的任务。

### 2. 特点

（1）独立性强。导游员要独立地宣传、执行国家政策；独立地根据旅游计划全面落实旅游合同；独立组织游览活动，满足游客合理而可能的要求；根据不同游客的文化层



次、审美情趣、兴趣爱好进行有针对性的独立讲解；出现问题，独立地、合情合理地进行处理。导游员要注意锻炼自己的独立工作能力，从细小的事情做起，凡事多问几个为什么？注意总结自己的经验，同时总结其他导游员的经验，多沟通、多交流。

(2) 复杂多变。具体表现在服务对象复杂、人际关系复杂、旅游者需求多种多样、讲解内容繁杂等。

(3) 脑力与体力高度结合。脑力的表现：渊博的知识、较强的语言表达能力，处理各种突发性问题，满足游客各种合理而可能的个性需要等内容。体力劳动的表现：导游员要在游览过程中进行介绍、讲解，要随时应游客的要求，帮助解决各种各样的问题，在旅游旺季时，往往连轴转，长期在外工作，还要适应各地的水土和饮食，体力消耗极大。

(4) 直接面对物质诱惑和精神污染。导游员是旅游行业的一线工作人员，工作流动性强，活动范围广，接触对象多，在工作中可能会接触到一些不良思想和习惯，间或还会面临着金钱、色情、名利、地位的诱惑。处在复杂氛围中的导游员需要有较高的政治思想觉悟、坚强的意志和高度的政治警惕性，始终保持清醒的头脑，自觉抵制各种精神污染和物质诱惑。

(5) 关联度高。导游员的各项服务都需要得到旅游接待服务中其他相关部门和单位的配合和支持，任何一个环节的服务出现偏差都会对旅游活动产生影响，会使导游服务黯然失色，也会对游客产生心理压力。

导游服务不同于一般的简单操作，而是一种建立在具有较高个人素质基础上并影响面较广的高智能服务。导游员要有全局观念，在工作中要头脑清醒，思维缜密，有较强的协调能力和公关能力，以保证游客的旅游活动按计划顺利进行。

### 3. 地位

旅行社、饭店、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。旅行社主要从事旅游产品的开发、旅游产品的销售、旅游服务的采购和旅游接待，旅游接待过程即是实现旅游产品的消费过程。试把旅游接待过程看作是一条环环相扣的链条（从迎接游客开始，直到欢送游客为止），向游客提供的住宿、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和服务得以销售，使游客在旅游过程中的各种需要得以满足，使旅游目的地的旅游产品得以进入消费。导游员是导游服务的提供者，也具有主导作用。旅游活动的六要素中最重要的是“游”，而游览活动的组织者是导游员。导游员为游客提供的语言服务沟通了不同的文化，促进了不同民族间的交流；导游员提供的讲解服务帮助游客增长见识、加深阅历，获得美的享受；导游员提供的生活服务帮助游客顺利完成旅游活动。导游员在游客实现其旅游目的方面有着不可替代的作用，导游服务是旅游服务中最

根本的服务。

#### 4. 作用

(1) 纽带作用。具体表现：承上启下、连接内外、协调左右。

(2) 标志作用。导游服务是旅游服务质量高低的最敏感的标志，旅游活动的成败更多地取决于导游服务质量。导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游服务质量的高低，甚至关系国家或地区旅游业的声誉。

(3) 反馈作用。在旅游服务消费过程中，旅游者会根据自己的需要对旅游产品的规格、质量、种类、标准等做出这样或那样的反映。而导游员处在接待服务的第一线，同旅游者交往和接触最直接、时间最长，对旅游者关于旅游产品方面的意见和需求最了解。导游员在导游服务过程中可收集、整理、综合旅游者的意见反馈到旅行社的有关部门，促进旅行社产品的不断改进和质量提高，更好地满足旅游者的旅游需求。

(4) 扩散作用。旅游者是凭导游服务质量来判断旅游产品的使用价值，导游员带领旅游者进行游览的实际经历和感受决定了旅游产品使用价值判断的优劣。无论导游服务质量的高或低，都会对旅游产品的销售起扩散作用。不同的是，质量高时起促销作用，质量低时起阻销作用。

### (三) 导游服务的基本原则

#### 1. “游客至上”原则

“游客至上”是服务行业的座右铭。它不仅是招徕游客的宣传口号，更是服务行业的服务宗旨、行动指南，也是服务工作中处理问题的出发点。“游客至上”意味着“顾客第一”；“游客至上”表现在服务人员与顾客的关系上就是要尊重顾客，真心实意地为顾客服务；“游客至上”要求导游员以旅游者的利益为重，尽可能地满足旅游者的正当需求。

#### 2. “维护游客合法权益”原则

世界旅游组织通过的《旅游权利法案》对游客的权利和在旅游目的地应受到的保护作了相应的规定。国家旅游局发布的《旅行社管理条例实施细则》中对旅游者的权益保护也作出了明确规定。导游员处在旅游接待的第一线，必须不折不扣地按照有关标准或约定向旅游者提供导游服务，将维护旅游者的合法权益作为自己的服务准则，并根据这一准则对其他旅游服务的供给进行监督，处理旅游过程中的有关问题。

#### 3. “经济效益与社会效益相结合”原则

导游服务具有双重功能。一是导游员帮助游客消费旅游产品和提供服务，使产品和服务的价值得以最终实现，从而创造经济效益；二是导游员作为知识和文化的传播者，既满足了游客的精神需要，又促进了游客同目的地人民之间的相互了解和友谊，从而产生社会效益。导游员在提供导游服务时，应追求经济效益和社会效益相结合。

#### 4. 履行合同, 提供“优质服务”原则

是否履行旅游合同的内容和标准是评估导游服务工作的基本尺度, 导游员在为游客提供导游服务时要以契约为基本。“优质服务”即令游客满意的服务, 它是规范化服务和个性化服务的完美结合。规范化服务是由国家或行业主管部门所制定并发布的某项服务(工作)应达到的统一标准(具体见《旅行社管理条例及实施细则》、《导游服务质量》(国家标准)、《旅行社国内旅游服务质量》、《旅行社出境旅游服务质量》(行业标准)、《导游员管理条例》等规章制度)。个性化服务是导游员按照相关标准的质量要求执行旅行社与游客之间的约定之外向旅游者提供的额外服务, 满足他们的正当要求。这种服务一般是针对旅游者的个别要求提供的。导游员应该将规范化服务和个性化服务结合起来, 向旅游者提供优质服务, 让旅游者高兴而来, 满意而归。

#### 5. “AIDA”原则

A 即 Attention, 指通过有趣的、尽可能具体的形象引起谈话对方的注意力; I 即 Interest, 指通过进一步展开已经引起对方注意的谈话激起谈话对象的兴趣; D 即 Desire, 激起谈话对象希望进一步了解情况, 得到启示, 加深双方关系, 尤其是激起对方的占有欲望; A 即 Action, 努力使对方采取占有的行动。导游员运用这一原则, 作为激发旅游者的游兴、推销附加游览项目、改变游览日程、处理问题时的一个行为模式。若能正确运用 AIDA 原则, 有助于客导双方创造友好气氛和建立良好的人际关系。

#### 6. 合理而可能的原则

合理是指导游员遇事将自己摆在游客的位置上进行换位思考, 设身处地为游客分析其要求是否在情理之中。导游员在可能的情况下, “莫以事小而不为”, 应尽量为游客提供帮助。导游员判断游客要求是否合理的重要依据: (1) 是否违反法律法规的有关规定; (2) 是否违背合同的条款; (3) 是否影响大部分游客的利益; (4) 是否违背导游员的职业道德; (5) 是否损害国家利益和旅行社利益; (6) 是否损害导游员的人格尊严。

以上六项原则并不是孤立的, 而是相互联系、互为补充的, 它们既是导游员优质服务原则, 是导游员处理各种问题时的基本原则, 也是衡量导游员服务态度、服务质量及其工作能力的重要标准。导游员必须牢记这些原则并将其融会贯通、灵活运用, 努力为旅游者提供优质导游服务, 尽量满足旅游者合理而可能的要求, 并力争妥善处理他们的意见和投诉以及旅游活动中出现的难题和事故。

### (四) 导游服务的发展趋势分析

导游服务有以下几个发展趋势。

#### 1. 服务商业化

旅游业成为一项经济产业, 旅游服务的盈利性非常突出, 作为旅游服务的主要组成



部分的导游服务已商品化。

## 2. 服务内容多样化

现代游客们已经不满足于简单的观光，而是趋向于具有个性化的旅游活动，对导游服务的要求也日趋多样化，希望得到向导、讲解、旅途生活服务等多方面的服务。

## 3. 服务范围扩大化

随着特色旅游活动的进一步开展，旅游活动的范围也在不断地扩大和延伸，个性化的特色旅游活动受到了越来越多游客的青睐，探险旅游、体验旅游、康体旅游等旅游形式异军突起，游客的足迹范围在不久的将来要深入到海底，或离开地球遨游太空。因此，导游服务的范围也将随之扩大延伸。

## 4. 服务手段科技化

随着科技的进步，图文声像等导游方式已成为导游服务的重要辅助手段，导游员可以借助各种现代化的手段和资料，通过口头讲解方式与图文声像导游方式的有机结合，向游客提供更直观、更生动、标准更高的导游讲解服务，同时也更能吸引游客。

## 5. 服务方式的个性化

游客旅游消费的个性化趋势，要求旅行社能提供个性化的旅游产品，进而服务也要求个性化。导游服务的个性化，一方面要求导游员能根据游客的差异、产品的不同，因时、因地、因人而异地提供有针对性的服务；另一方面要求导游员通过不断地学习与实践，发挥自己的优势，形成富有个人风格的导游服务方式。

## 6. 导游语言的国际化（多语种化）

随着大众旅游普及到世界各国，一个国家、一个地区的导游员不仅要掌握本国、本民族的语言，而且必须能熟练运用世界各主要语言，特别是主要客源国的语言，以便向来自不同国家和地区的旅游者提供令他们满意的导游服务，导游语言已从单一语种发展为多语种。

## 7. 导游员职业化和高知识化

导游已成为社会公认的一种职业，在我国从事导游服务工作必须具有相应的资格证书和等级证书，提高导游服务质量、使导游员职业化是必然趋势。现代游客的知识素质在不断提高，他们对知识和服务的要求也日益提高和扩展，因此，导游员必须具备相当的知识水平，在服务中体现高知识含量。

## 8. 导游服务艺术化

旅游活动本身就是一项寻觅美、追求美、发现美的过程。导游服务的更高境界是追求导游的艺术化，它引导游客去发现、感受和体验美，从而增加游客的生活情趣，提高游客的旅游品位，导游员应该成为美的使者。导游服务是一门艺术，导游员用自己的语言、行为、仪表乃至精神创作出无形的艺术作品，其魅力是无穷的。



### 三、导游员

#### (一) 概念

在我国,导游员是指依照《导游员管理条例》的规定取得导游证,接受旅行社委派,运用专门知识和技能为旅游者组织、安排旅行和游览活动,提供向导、讲解和旅途服务的人员。通常人们习惯将所有从事导游工作的人员统称为导游员,简称“导游”。

在西方国家,由于对导游工作的理解与我们不尽相同,因而对导游员的称呼和定义也有所不同,如称之为旅游团领队、陪同、随员等。

#### (二) 基本职责

1. 根据旅行社与游客签订的合同或约定,接受旅行社分配的导游任务,按照接待计划安排和组织旅游者参观、游览。
2. 负责向旅游者导游、讲解、介绍中国(地方)文化和旅游资源。
3. 配合和督促有关部门安排旅游者的交通、食宿,保护旅游者的人身和财产安全。
4. 耐心解答游客的询问,协助处理旅途中遇到的问题。
5. 反映旅游者的意见和要求,协助安排会见、座谈等活动。

在实际工作中为了更好地让导游员们形象地记住自己的职责,上述内容可细化归纳为“八大员”,即宣传讲解员、导游翻译员、旅游协调员、生活服务员、安全保卫员、情况调查员、座谈报告员、经济统计员。

#### (三) 不同服务范围导游员的主要职责(见表0-1)

表0-1 不同服务范围导游员的主要职责

导游员	主要职责
海外领队	介绍情况,全程陪同,落实旅游合同,组织和团结工作,联络工作
全程陪同导游员	实施旅游接待计划,联络工作,组织协调工作,维护安全、处理问题,宣传、调研
地方陪同导游员	安排旅游活动,做好接待工作,导游讲解,维护安全,处理问题
景区(点)导游员	导游讲解,安全提示

### 四、合格导游员的基本条件(素质要求)

导游员作为旅行社服务的主体和支柱,在游客的心目中,他们是“国家的脸面”、“游客之友”、“游人之师”。因此,要成为一名合格的导游员必须具备以下素质条件。