



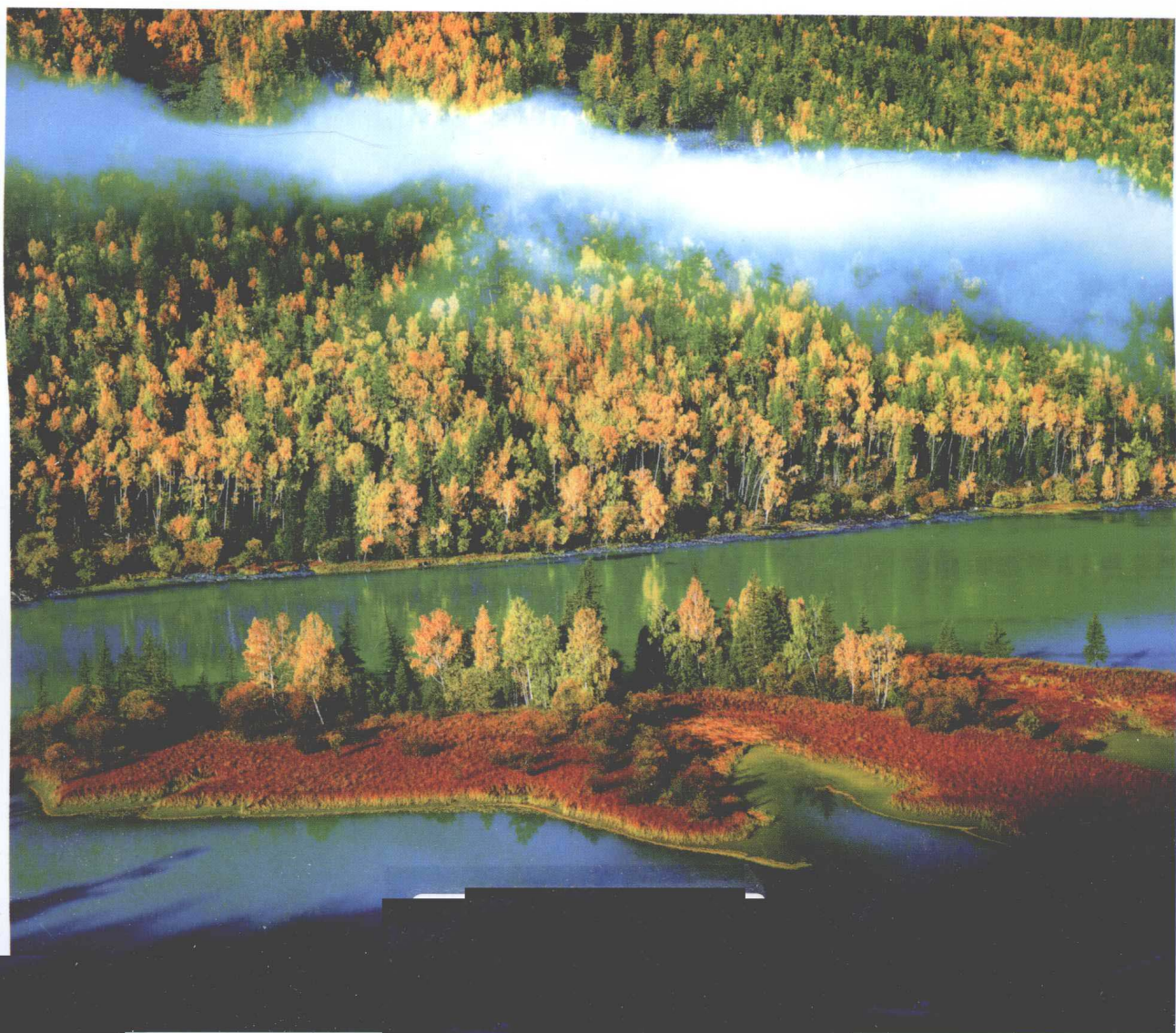
普通高等教育“十一五”国家级规划教材

模拟导游

TOURGUIDING SIMULATION

(第二版)

窦志萍 主 编



高等教育出版社
Higher Education Press

F590.63

77=2

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

模拟导游

Moni Daoyou

(第二版)

窦志萍 主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,是在教育部新世纪高职高专教改项目成果教材《模拟导游》的基础上修订而成的。

本书体例新颖、内容丰富,密切结合导游实践。本书分为5大模块。模块一为导游服务程序,内容包括接团的知识准备、迎接与入住、参观游览过程中的导游服务、送站服务及后续工作;模块二为导游讲解技能,内容包括导游讲解服务及技能、导游词、导游语言与导游训练;模块三为自然景观导游,内容包括自然景观、典型地貌景观导游、水体景观导游、生物景观导游和气象、气候景观导游;模块四为人文景观导游,内容包括人文景观与导游、民俗风情导游、古建筑导游、寺庙宫观导游以及博物馆与主题公园导游;模块五为特种旅游导游,内容涉及徒步与野营、高山探险、江河漂流、洞穴探险等特种旅游类型。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高等教育、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院的旅游类专业的教学用书,也可供五年制高职、中职学生使用,并可作为各地进行导游人员培训、年检培训的辅导教材及导游工作者和旅游爱好者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

模拟导游/窦志萍主编. —2版. —北京:高等教育出版社, 2010.1

ISBN 978-7-04-028378-5

I. 模… II. 窦… III. 导游-高等学校:技术学校-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第220843号

策划编辑 高飞 责任编辑 张海宁 封面设计 张雨微 版式设计 范晓红
责任校对 胡晓琪 责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
总机 010-58581000

经销 蓝色畅想图书发行有限公司
印刷 北京鑫海金澳胶印有限公司

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

开本 787×1092 1/16
印张 18.5
字 数 410 000

版次 2005年7月第1版
2010年1月第2版
印次 2010年1月第1次印刷
定价 29.80元(含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 28378-00

第二版前言

“一个出色的导游带来一次成功的旅游活动”，“江山美不美就看导游一张嘴”，从这些游客总结出来的话中，导游人员在旅游活动中发挥的作用已不言而喻。导游员在组织、协调旅游活动，满足游客审美需要和生活需要，创造良好的经济效益和社会效益等方面，起着重要的作用：

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

一个地区、一个国家旅游业的健康发展，离不开一支高素质的导游员队伍。随着我国旅游产业的迅猛发展，对高素质导游人员的需求日趋强烈，导游员的培养成为旅游业界、学界和教育工作者们的重要课题

“模拟导游”是旅游专业（特别是导游专业）的主干课程，具有极强的综合性。本书第一版自2005年出版以来，取得了较好的社会效益。经过4年的教学实践，为适应旅游行业发展对导游人才的需求，结合教学实践，对本书进行了修订与调整，并增加了旅游六大要素讲解等内容。本书第二版被列为普通高等教育“十五”国家级规划教材。本书以当前旅游业发展对导游人员的知识、能力和技能要求为依据，通过能力分解，建构了内容体系，在突出科学性、文化性的基础上，体现了理论与实践的结合。书中包括了导游服务程序、导游讲解技能、自然景观导游、人文景观导游四大模块，考虑到近年来特种旅游活动的发展，本书吸收了特种旅游导游的相关内容。为了更好地开展教学，本书在每一章前都列明了学习目标、教学建议和关键词，便于学生自主学习，也有利于教师提高授课的实用性并把握重点。

本书既可供在校学习的高职高专教育旅游类专业的学生使用，也可以作为已经在导游或相关工作岗位工作的人士的业务参考书，同时对于广大的旅游爱好者而言也是适用的，便于他们获取旅游知识。

主编窦志萍教授全面承担了第二版教材的修订工作，对教材中的知识点进行了修改、调整及增补。

本书第一版的编写分工是：第一章，窦志萍、郑耕耘；第二章，郑耕耘、窦志萍；第三章，郑耕耘；第四章，郑耕耘、窦志萍；第五章，窦志萍；第六章，刘飞、唐艳梅；第七章，窦志萍；第八章，罗伊玲、窦志萍；第九章，窦志萍、罗伊玲；第十章～第十二章，窦志萍；第十三章，董芸、窦志萍；第十四章，窦志萍；第十五章，段丽萍、窦志萍；第十六章，窦志萍；第十七章，岳怀仁、杨敏。

本书的作者都是长年在第一线从事旅游教学和科研管理工作的人员，有的在旅行社长期从事导游和管理工作，为本书的编写打下了坚实的基础。本书在编写过程中，吸收了很多

旅游业界人士的意见和建议,参考了不少文献资料,未及一一列明,在此一并表示最衷心的感谢。

由于“模拟导游”是一门较新的课程,课程教学本身有极强的综合实践性,同时又要涉及广泛的知识领域,加之导游工作本身的复杂性,使得为这门课程编写一本实用的教材变得非常困难,因而书中不足之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

窦志萍

2009年10月于昆明学院

目 录

模块一 导游服务程序

第一章 接团的知识准备	3	第三节 日程的商定	33
第一节 旅游活动基本要素与游客 旅游行为	4	第三章 参观游览过程中的 导游服务	37
第二节 导游人员的工作职责	9	第一节 参观游览服务	38
第三节 团体旅游接待服务程序	11	第二节 游览中的其他服务	43
第二章 迎接与入住	19	第四章 送站服务及后续工作	47
第一节 迎接的准备工作与 欢迎词	20	第一节 送行前的业务准备	48
第二节 入住饭店	29	第二节 后续工作	52

模块二 导游讲解技能

第五章 导游讲解服务及技能	57	第四节 导游实地讲解技能	75
第一节 导游讲解服务的原则 及方法	58	第六章 导游词、导游语言与 导游训练	77
第二节 旅游活动不同场合的 导游讲解服务	67	第一节 导游词	78
第三节 “六大要素”的导游 讲解	69	第二节 导游语言与非语言因素	80
		第三节 模拟导游训练	83

模块三 自然景观导游

第七章 自然景观	91	第二节 水体景观导游	123
第一节 自然景观概述	92	第十章 生物景观导游	135
第二节 自然景观的赏析	94	第一节 生物景观概述	136
第八章 典型地貌景观导游	97	第二节 植物景观导游	138
第一节 山岳景观导游	98	第三节 动物景观导游	145
第二节 特殊观赏价值地貌景观 导游	106	第十一章 气象、气候景观导游	151
第九章 水体景观导游	115	第一节 气象、气候景观观赏	152
第一节 水体景观概述	116	第二节 气象、气候景观导游	157

模块四 人文景观导游

第十二章 人文景观与导游	165	第三节 中国古建筑导游中不可	
第一节 人文景观概述	166	忽略的几个问题	209
第二节 人文景观的类型	167	第四节 中国古典园林导游	211
第三节 人文景观导游概述	168	第十五章 寺庙宫观导游	219
第十三章 民俗风情导游	171	第一节 宗教文化与旅游	220
第一节 民俗风情旅游概述	172	第二节 佛教寺院导游	222
第二节 民俗风情导游背景		第三节 道教宫观导游	233
知识与导游示范	178	第十六章 博物馆与主题公园	
第十四章 古建筑导游	193	导游	241
第一节 古建筑导游的知识		第一节 博物馆导游	242
准备	194	第二节 主题公园导游	256
第二节 中国古建筑导游	202		

模块五 特种旅游导游

第十七章 特种旅游导游	265	第三节 高山探险旅游	274
第一节 特种旅游基本常识	266	第四节 漂流旅游	278
第二节 徒步与野营旅游	271	第五节 洞穴探险旅游	281
参考文献	286		

模 块 一

导游服务程序

1

第一章 接团的知识准备

学习目标

1. 了解旅游活动的基本要素,学会分析游客的旅游行为,为导游服务工作做好准备。
2. 掌握导游人员的基本工作职责。
3. 熟悉并掌握旅游团队导游服务集体各组成人员导游服务的基本程序。

教学建议

1. 本章的教学主要采用教师的课堂讲授与模拟教学相结合的方式。
2. 通过带领学生到旅行社见习,与导游人员座谈,总结分析导游人员的职责。
3. “角色扮演”教学:教师扮演“导游”,学生扮演游客,以旅游车为教室,进行一次相对完整的接团过程实训。

【关键词】

旅游要素、游客旅游行为、导游员职责、
接待服务程序、全陪、地陪、领队

第一节 旅游活动基本要素与游客旅游行为

一、旅游活动基本要素

(一) 旅游活动基本要素的形成

人们提到旅游就会想到“吃、住、行、游、购、娱”六个字。这六个字是构成旅游活动的基本要素,是指导旅游业的规范、衡量旅游业的标准,也是广大导游员进行导游安排时必须考虑的六个要点、六个方面。了解了它的形成过程,有助于在实际导游工作中更好地为游客服务。

新中国的旅游业,是从1954年创建中国国际旅行社开始的。为了筹组这家旅行社,1953年6月18日呈送中央的报告称:“为了解决外宾的吃、住、行问题”,“决议筹组一个国际旅行社”。在周恩来总理的亲自关怀下,新中国的旅游业诞生了,当时称之为旅行业。在1954年之后的十年间,“吃、住、行”成为旅游接待活动的三要素。

随着客源变化,西方游客大增,自费游览也呈上升趋势。1964年我国首次设立主管旅游事业的政府机构——中国旅行游览事业管理局。此时对旅游的认识从“旅行”阶段进入“游览”阶段,在此后的二十年中,旅游业以“吃、住、行、游”为四大要素。

进入到20世纪80年代,当时主管旅游工作的领导看到许多国外游客在中国只游览不购物,提出要“像拧毛巾一样将外国人的钱赚来,支持社会主义建设”。于是在四要素之后,又加上“购”的要素。我国的旅游纪念品、工艺品从此发展起来了。

随着旅游活动的深入,游客的增多,文娱活动成为游客旅游需要的重要部分。文娱活动一方面可以向游客传播文化知识,另一方面可丰富游客的旅行生活,所以,在旅游活动的要素之中,又加上了“娱”。

至此,旅游的六大要素基本形成,它从无到有,从偏到全,适应了现代旅游以人为主体的、以消费为手段、以休闲为形式、以景象为对象、以文化为内涵、以身心的放松为目的的要求。

(二) 旅游活动基本要素的重要性

吃、住、行、游、购、娱六个方面,密不可分,缺一不可。其重要性可以概括如下:

“吃”是首要的。中国人讲究“民以食为天”。餐饮是旅游者基本旅游活动之一,餐饮服务质量关系到旅游产品的质量。对旅游者来说,用餐不仅仅是填饱肚子,还是一种旅游享受。

“住”是旅游的保障。没有舒适的住宿条件,旅游难以进行下去。“住”不仅仅是“睡觉”,它还是休息、娱乐和欣赏当地文化的场所。

“行”是关键。没有“行”就没有旅游。交通承担着旅游者空间位移的任务,不仅要解决旅游者往来于不同旅游点间的空间距离问题,更重要的是解决其中的时间距离问题。

“游”是核心。旅游的关键过程在于寻求美、探索美、欣赏美、享受美,最终完成领悟大自然、接受先人信息的审美体验。所以,“游”不仅是“看热闹”,更要“看门道”。

“购”是游中乐趣。购是基本旅游需求,更是旅游活动的一项重要内容。旅游者常常因

购置了称心如意的物品而难忘此次旅程,也会为没有得到有纪念价值的商品而沮丧。引导旅游者购物,是旅行社和导游的任务之一。

“娱”是游中的消闲。组织旅游者晚间文化娱乐活动,如看杂技、马戏,欣赏戏曲、歌舞等,不仅是白天参观游览活动的补充,使旅游活动更加充实,还是一种文化传播和交流。

在旅行游览过程中,游览是最根本的,吃、住、行、购、娱等都是进行游览的必要条件或派生物。如果说过去世界上大多数游客旅游是为了观光、度假、消遣的话,那么这种倾向如今已向受教益、获得信息、领略异国他乡情调、获取知识方面转化了。现代旅游是一种享受性深化、娱乐性提高、教育性增强的时尚的生活内容。由于这种转化,旅游活动基本要素的重要性就更为突出了。

二、游客旅游行为分析

(一) 游客的一般旅游行为表现

1. 从游客个性分析游客旅游行为

心理学家在对人的个性进行的研究中,将人的个性进行了多种分类,其中最著名、最常用的一种分类方法是根据人的性格将其分为内倾性格和外倾性格。处于这两种性格两端的人数较少,大多数人则位于这两个极端之间,其中一部分人靠近内倾,另一部分人靠近外倾,余下的为中间型,其分布呈正态分布。

两种性格倾向的人在旅游消费行为上存在着明显的不同特点,见表1-1。

表1-1 不同个性游客的旅游行为特征

内倾性格	外倾性格
喜欢熟悉的旅游目的地	喜欢人迹罕至的旅游目的地
喜欢老一套的旅游活动	喜欢获得新鲜经历和享受新的喜悦
喜欢明媚阳光下的娱乐和体育活动	喜欢新奇的不同寻常的旅游活动
活动量小	活动量大
喜欢乘车前往旅游目的地	喜欢坐飞机前往旅游目的地
喜欢设备齐全的膳宿设施,如家庭式餐馆、旅游商店	只求一般饭店,不一定要现代化大饭店和专门的旅游商店
全部日程均要事先安排好	只求有基本的安排,要求有较大的自主性和灵活性
喜欢熟悉的气氛、熟悉的娱乐活动项目,异国情调要少	喜欢与不同文化背景的人会晤、交谈

资料来源:陶汉军,黄松山.导游服务学概论.北京:中国旅游出版社,2003.

2. 从旅游过程分析游客旅游行为

从游客的角度,旅游过程包括出游前的准备阶段、在旅游目的地的旅游阶段和旅游结束

后的返回阶段。从导游服务看,游客的旅游过程仅表现为在旅游目的地这一阶段。这一阶段正是游客出外旅游的实质阶段,是游客的旅游行为表现得最为充分的阶段。为了更好地分析和把握这一阶段游客的行为表现,根据游客的心理和环境的变化可将其分为几个小的阶段。

(1) 到达目的地的初期阶段。游客到达旅游目的地初期,面对的是一个完全陌生的环境,他所接触的人(包括导游人员在内)和事都是生平第一次,有举目无亲之感,不仅人地生疏、风土人情不懂,而且可能有语言不通(尤其是外国游客)以及气候、饮食不适等问题。这种情况一方面使其有好奇、惊讶、兴奋之感,另一方面又有一些莫可名状的不安。这时,游客的行为是复杂的,有的低声细语,有的沉默寡言,有的指指点点,有的大声叫嚷。但是,有一点是共同的,即他们会不约而同地把希望寄托在导游人员身上,希望导游人员能够理解他们的心情,帮助他们认识这个陌生的环境,使他们有一个愉快、顺利和安全的旅游生活。

(2) 开始熟悉阶段。在这一阶段,随着游客对导游人员逐渐熟悉,对目的地情况有所了解和对环境逐步适应,游客不安的心情开始放松,思想也逐渐活跃起来。其行为表现主要有两个方面,一是游兴较浓,对参观和游览的那些秀丽、奇特、古老、壮丽的自然景观、文物古迹、现代建筑和民俗风情表现出较大的热情,二是发问开始增多,急于了解目的地的有关情况以及所见所闻的人和事。

(3) 旅游中期阶段。随着时间的推移,游客对目的地情况有了基本了解,同导游人员也比较熟悉,游客的心理包袱已基本消除,初到时的拘束、谨慎、陌生之感已不复存在,从而其个性表露也比较明显。所以,这一阶段是其个性表露阶段。主要的表现有:第一,对其旅游目标的实现更为关注,尤其是那些希望通过旅游对某一方面有更深入了解的游客,他们提出的问题会更深更广,会提出各种各样合理的或不合理的要求,希望能帮助他们圆满实现,若无法实现,则会表示不满。第二,在言行上比较放任。由于游客在这个阶段的心态比较轻松,容易在精神上产生麻痹感,使得他们的记忆力、思考力有意无意地发生分散或转移,游览中对导游人员的讲解不像以前那样全神贯注,有的则自行其是,平时健忘的人更容易丢三落四,平时散漫的人更容易缺乏时间观念,平时活泼的人会变得更加随意自由。

(4) 旅游结束阶段。在旅游目的地的旅游即将结束之际,游客的心理活动又开始复杂起来,会出现与到达目的地初期类似而又不同的紧迫感和不安感,因而在行为表现上也多种多样。有的人思乡思家心切,盼望尽早同家人团聚;有的人急于上商店购物,以作纪念和馈赠亲友;有的人担心行李超重;有的人忙于给亲友发电报、打电话,报告旅游归期。总之,在这个阶段,游客的思绪甚为分散,多忙于个人的事情。

(二) 不同特征游客的旅游行为表现

不同特征的游客其旅游需要和旅游动机存在着差异。表1-2列举的美国社会六个不同阶层游客的心理和行为特征就是最好的说明。

表 1-2 美国社会不同阶层游客的心理和行为倾向

社会阶层	成员资格	旅游心理和行为倾向
上上层	名门望族, 贵族, 商人, 金融家和高级专业人员	不追求时尚, 喜欢购买古玩, 对服务的需求比重大、要求高
上下层	新近升入上层社会者, 暴发户, 高级行政官员, 大型企业创始人, 医生和律师	追求奢侈性旅游消费
中上层	有中等成就的专业人员, 中型企业主, 中等行政人员	注重旅游产品的情趣与格调
中下层	非管理者身份的职员, 小企业主, 高级蓝领。这些人努力向上, 有一定的社会地位	注重旅游产品质量, 以求“物有所值”
下上层	普通劳动者、半熟练工人, 收入尚可, 过温饱生活	以即时满足和行乐为主
下下层	非熟练工人、失业者以及不发达的少数民族	对旅游需求很少

资料来源:屠如骥,甘朝有,吴正平,等. 旅游心理学. 天津:南开大学出版社,1986.

(三) 不同国家、地区游客的旅游行为表现

不同国家、地区和民族的游客,由于长期受本国、本地区、本民族传统文化、风俗习惯和生活方式的影响,到异国他乡旅游时,其行为方式不可能不带有本国、本地区、本民族的文化特色。对于某一相同的问题,东方人与西方人不仅在询问或处置方式上不同,而且可能涉及禁忌。例如,“你刚才上哪儿去了?”在东方人看来这种问询习以为常,而西方人则认为你在打听他(她)的私事。同样,我国南方人同北方人、汉族同少数民族在性格、行事方式及禁忌上也有一些差别。

【相关链接】

我国一些主要客源国游客的性格和行为表现

1. 日本游客

勤奋好学,好胜心强,注重实际,讲求实效,崇尚礼仪。在旅游中喜欢结伴出行,集体观念和时间观念较强;日程确定后,不得更改,即使时间很紧也要按照日程安排走马观花地看一遍;旅游中一般不表示自己的意见,即使表示,态度也比较暧昧;喜爱购物,易受同伴影响。但是,他们安全防范意识较差,导游人员需反复提醒其注意人身、财物安全。

2. 美国游客

一般比较开朗,举止大方,喜好新奇,注重实利,喜爱攀谈,行为随便。在旅游中,他们常常从个人喜好出发,不顾他人,想什么就说什么,提问、提要求较多,不顾影响。

3. 英国游客

一般比较矜持、冷静,少言寡语,有绅士派头,讲礼貌,尊重妇女。在旅游活动中,他们多看多听少语,不主动表示自己的意见,但比较守时、守纪律,遵从活动安排。

4. 法国游客

一般比较爽朗、热情,不拘小节,喜欢与人交谈,比较乐观,热爱生活,重视自由。在

旅游活动中,他们比较活跃,行为无拘无束,喜好自由活动。

5. 德国游客

一般比较勤勉,有朝气,守纪律,好清洁,爱音乐。在旅游活动中,他们重合同,讲究产品和服务质量。

6. 韩国游客

自尊心较强,注重礼仪,讲究礼节。在旅游活动中,与之交谈要注意尊重他们,避免损害其自尊心。

7. 俄罗斯游客

十分注重仪表,自尊,守时,对妇女非常尊重,爱喝烈性酒。在旅游活动中,他们遵守时间,喜好购物。交谈时,注意不要打听他们个人的私事,不要谈论其国内政治、经济以及民族、宗教等问题。

(四) 不同旅游目的的游客旅游行为

人们出游都是在一定的旅游动机推动下进行的。旅游动机最终体现在旅游目标或旅游目的上,它是动机激发的行为追求的结果。目标或目的对游客的旅游行为起着直接的制约作用,使人们在旅游过程中的行为围绕着旅游目标或目的的实现而展开。根据世界旅游组织的分类,旅游目的分为六大类,即观光、娱乐、度假类,商务、专业访问类,医疗健康类,探亲访友类,宗教/朝拜类和其他。每一类中又分为若干种。表1-3列举的是不同旅游目的的游客在旅游过程中的主要行为表现。

表1-3 不同旅游目的游客的主要行为表现

旅游目的		在旅游过程中的主要行为表现(按每种行为重要性排列)
观光、娱乐、度假类	观光旅游	观赏风景名胜、了解风俗民情、拍照、购买纪念品、在一地短暂停留
	娱乐旅游	参加娱乐活动、观赏自然景观、拍照、购买纪念品、有时与接触的人进行交往
	度假旅游	休闲娱乐、拍照、参观风景名胜、购买纪念品、避免社交
商务、专业访问类	商务旅游	进行商务活动、关心社会地位、乐于与同行交谈、过舒适生活、购买纪念品
	公务旅游	从事公务活动、关心社会地位、过舒适生活、参观风景名胜、购买纪念品
	会议旅游	参加会务活动、喜与同行交往、参观风景名胜、拍照、购买纪念品
	学习旅游	致力于专业学习、深入考察当地社会、参观风景名胜、拍照、购买纪念品
	奖励旅游	考察当地同行业务、过舒适生活、参观风景名胜、拍照、购买纪念品
	专项旅游	考察当地同行业务、与当地同行进行广泛交流、参观风景名胜、拍照、购买纪念品
医疗健康类	保健旅游	治疗或疗养疾病、与医生和病友进行交流、购买药品和保健器材、有时参观风景名胜、活动量小
	体育旅游	参加体育或健身活动、游览风景名胜、探究生活意义、拍照、购买纪念品
	生态旅游	参观、考察生态系统、沐浴大自然、保护生态环境、拍照、接触当地居民

续表

旅游目的		在旅游过程中的主要行为表现(按每种行为重要性排列)
探亲访友类		走访亲友、游览风景名胜、拍照、购买纪念品、对当地经济贡献小
宗教/朝拜类		传经布道或到宗教圣地朝拜、探究生活意义、不过舒适生活、不关心社会地位、对沿途经济无贡献
其他	探险旅游	到一地探险考察、拍照、对该地环境感兴趣、接触当地社会和居民、过艰苦生活
	过境旅游	等待航班、休息、有时购买纪念品、偶尔购买餐饮、对当地经济贡献微小

第二节 导游人员的工作职责

一、导游人员的基本职责

根据当前我国旅游业发展的实际和各类导游人员的服务对象,导游人员的基本职责可概括如下:

- (1) 根据旅行社与游客签订的合同或约定,按照接待计划安排和组织游客参观、游览。
- (2) 负责向游客提供导游服务,讲解、介绍中国(地方)文化和旅游资源。
- (3) 配合和督促有关单位安排游客的交通、食宿等,保护游客的人身和财物安全。
- (4) 耐心解答游客的问询,协助处理旅途中遇到的问题。
- (5) 反映游客的意见和要求,协助安排游客会见、座谈等活动。

二、海外领队的职责

海外领队是经国家旅游行政主管部门批准组织出境旅游的旅行社的代表,是出境旅游团的领导者和代言人。因此,海外领队在团结旅游团全体成员、组织游客完成旅游计划方面起着全陪、地陪往往难以起到的作用。其主要职责是:

(一) 介绍情况、全程陪同

领队应在出发前向旅游团介绍旅游目的地国家或地区的概况及注意事项,并陪同旅游团完成全程参观游览活动。

(二) 落实旅游合同

领队应监督和配合旅游目的地的国家或地区的全陪、地陪,全面落实旅游合同,安排好旅游计划,组织好旅游活动。

(三) 组织和团结工作

领队应关心游客,做好旅游团的组织工作,维护旅游团内部的团结,调动游客的积极性,保证旅游活动顺利进行。

(四) 联络工作

领队应负责旅游团与旅游目的地国家或地区接待旅行社的联络与沟通,转达游客意见、要求与建议乃至投诉,维护游客的合法权益,必要时出面斡旋或帮助解决问题。

三、全程陪同导游人员的职责

全程陪同导游人员(简称全陪)是组团旅行社的代表,对所率领的旅游团(游客)的旅游活动负有全责,因而在整个旅游活动中起主导作用。其主要职责是:

(一) 实施旅游接待计划

全陪应按照旅游合同或约定实施旅行社的接待计划,监督各地接待单位的执行情况和接待质量。

(二) 联络工作

全陪负责旅游过程中同组团旅行社和各地方接待旅行社的联络,应做好旅行各站的衔接工作。

(三) 组织协调工作

全陪应协调领队、地陪、司机等各方面接待人员之间的合作关系,配合、督促地方接待单位安排好旅游团(游客)的吃、住、行、游、购、娱等旅游活动,照顾好游客的旅行生活。

(四) 维护安全、处理问题

全陪应维护游客旅游过程中的人身安全,处理好各类突发事件;转达或处理游客的意见、建议和要求。

(五) 宣传、调研

全陪应耐心解答游客的问询,介绍中国(地方)文化和旅游资源;开展市场调研,协助开发、改进旅游产品的设计和市场促销。

四、地方陪同导游人员的职责

地方陪同导游人员(简称地陪)是接待旅行社的代表,是旅游接待计划在当地的执行者,是当地旅游活动的组织者。其主要职责是:

(一) 安排旅游活动

地陪应根据旅游接待计划,合理安排旅游团(游客)在当地的旅游活动。

(二) 做好接待工作

地陪应认真落实旅游团(游客)在当地的接送服务和吃、住、行、游、购、娱等服务,与全陪、领队密切合作,做好当地旅游接待工作。

(三) 导游讲解

地陪负责旅游团(游客)在当地参观游览中的导游讲解,解答游客的问题,积极介绍和传播中国(地方)文化和旅游资源。

(四) 维护安全

地陪应维护游客在当地旅游过程中的人身和财物安全,做好事故防范和安全提示工作。

(五) 处理问题

地陪应妥善处理旅游相关服务各方面的协作关系,以及游客在当地旅游过程中发生的各类问题。