



高等院校旅游管理专业规划教材

导游业务

主 编 王红宝
副主编 王 杨 王玉成 和文征

BOARDING TIME

FLIGHT



SEAT



GATE



Tourism



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社



高等院校旅游管理专业规划教材

导游业务

主 编 王红宝
副主编 王 杨 王玉成 和文征



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP)数据

导游业务 / 王红宝主编. —杭州: 浙江大学出版社, 2010. 8
ISBN 978-7-308-07828-3

I. ①导… II. ①王… III. ①导游—教材
IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 141678 号

导游业务

主 编 王红宝

副主编 王 杨 王玉成 和文征

丛书策划 朱 玲 樊晓燕

责任编辑 朱 玲

文字编辑 王元新

封面设计 联合视务

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 德清县第二印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 13.5

字 数 336 千

版 印 次 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-07828-3

定 价 25.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

前 言

第二次世界大战结束以来,和平的国际环境和世界经济的繁荣,使旅游业得到迅速发展。如今世界旅游业已经发展到空前繁荣的阶段,1992年旅游业已经跃居为世界第一大产业。虽然我国旅游业起步较晚,但是改革开放以来,旅游业得到持续、健康、快速的发展,目前我国正从世界旅游大国向世界旅游强国迈进。导游业务是旅游业的代表性业务,是旅游业发展中不可或缺的重要组成部分。导游人员作为一个国家或地区的代表和象征,被誉为“形象大使”。随着我国旅游业的不断深入发展,对导游人员的要求也越来越高。

自20世纪80年代以来,我国一些旅游界学者开始把导游作为一门学问和艺术进行研究。由于导游业务的实践性很强,因此其理论研究须随着旅游业的整体发展而发展,并进而服务于实践。本教材由从事多年“导游业务”课程教学和实践的教师编写,在参考和借鉴目前国内外有关导游研究成果的基础上,注意反映导游学的新观点、新成果和新材料,体现出与时俱进的特征。本教材每章都设计有学习目标、复习思考、案例分析、知识链接等相关知识。另外,案例分析主要体现华北地区的旅游发展情况,理论联系实际,使学习者重点理解和掌握导游服务程序以及导游服务技能和方法。总体上,本教材呈现出理论系统、结构完整、内容丰富、知识全面、语言风格活泼等特征。

本教材既可以作为高等院校旅游管理专业教材使用,又可以作为导游人员资格考试培训用书,同时还可以作为在职导游人员的培训教材和导游爱好者的自学参考用书。

本教材由王红宝、王玉成负责全面规划和统筹。具体分工如下:第一章和第三章由王红宝(石家庄经济学院)编写;第二章由和文征(石家庄经济学院)编写;第四章由王玉成(河北大学)编写;第五章、第六章、第七章及附录由王杨(河北师范大学)编写;第八章由王杨(河北师范大学)、孟国辉(石家庄市铁路职业中专)合作编写。

鉴于编者水平有限,书中难免有不妥之处,恳请各位专家和读者提出宝贵意见,以便今后进一步修改完善。

编 者
2010年5月

目 录

第一章 导游服务概述	001
第一节 导游服务的产生与发展	001
一、古代——导游服务萌芽时期	001
二、近代——导游服务产生时期	002
三、现代——导游服务全面发展时期	003
四、导游服务的未来发展趋势	005
五、中国导游服务的发展历程	006
第二节 导游服务的内涵和特点	007
一、导游服务的概念	007
二、导游服务的地位和作用	008
三、导游服务的类型和范围	009
四、导游服务的性质	012
五、导游服务的特点	013
第三节 导游服务的原则	015
一、“宾客至上”原则	015
二、等距离交往原则	015
三、规范化服务与个性化服务相结合原则	016
四、履行合同原则	016
五、合理而可能的原则	016
六、AIDA 原则	016
第二章 导游人员	019
第一节 导游人员的概念及分类	019
一、导游人员的概念	019
二、导游人员的分类	020
第二节 导游人员的条件	022
一、导游人员的基本条件	022
二、全陪、地陪和领队应具备的条件	022
第三节 导游人员的角色定位	023
一、导游人员的角色含义	023
二、导游人员的角色定位	024
三、导游人员的角色学习和认知	025

第四节 导游人员的从业素质	025
一、良好的思想道德	026
二、渊博的知识	027
三、较强的业务能力	028
四、身心健康	030
第五节 导游人员的职业形象	030
一、仪容、仪表	030
二、仪态	031
三、礼貌、礼节	032
第六节 导游人员的职责	035
一、导游人员的基本职责	035
二、领队的职责	035
三、全陪导游的职责	036
四、地陪导游的职责	036
五、景区(点)导游人员的职责	037
第三章 团体旅游接待服务规范	041
第一节 导游服务规范概述	041
一、导游服务规范和导游服务规范化的含义	041
二、导游服务规范化的必要性	042
三、导游服务集体	043
第二节 地陪导游服务规程	044
一、准备工作	044
二、迎接服务	048
三、入店服务	050
四、核对、商定日程	051
五、参观游览服务	051
六、其他服务	053
七、送站服务	054
八、后续工作	057
第三节 全陪导游服务规程	058
一、准备工作	058
二、首站接团服务	060
三、入住饭店服务	060
四、核对商定日程	060
五、各站服务	060
六、离站服务	061
七、途中服务	062
八、末站服务	062
九、后续工作	062

第四节 领队导游服务规程	063
一、准备工作	063
二、全程陪同服务	064
三、后续工作	065
第五节 景区(点)导游服务规程	067
一、准备工作	067
二、导游服务	067
三、送别服务	067
第四章 散客旅游接待服务	071
第一节 散客旅游概述	071
一、散客旅游的概念	071
二、散客旅游与散客旅游团的特点	072
三、散客旅游与团队旅游的区别	072
四、散客旅游服务的类型	073
第二节 散客旅游的服务规程	075
一、接站服务	075
二、导游服务	077
三、送站服务	078
第五章 导游服务技能与方法	081
第一节 导游语言技能	081
一、导游语言的概念和特点	082
二、导游语言的艺术形式	084
三、导游语言的作用	085
四、导游语言的“八有”原则	086
五、运用导游语言的基本要求	088
第二节 导游讲解技能	089
一、导游讲解的概念	089
二、导游讲解应遵循的原则	090
三、导游讲解的常用方法	090
第三节 导游带团技能	097
一、导游带团的特点	097
二、导游带团的原则	098
三、导游带团的技能	098
第四节 导游心理服务技能	109
一、了解旅游者的旅游动机	109
二、调整旅游者的情绪	111
三、掌握旅游者不同旅游阶段的心理特征	113
四、做好特殊旅游者的服务工作	116
第六章 游客个别要求的处理	120
第一节 游客个别要求的处理原则	120
一、游客个别要求的含义	121

二、游客个别要求的处理原则	122
第二节 常见游客个别要求的处理	125
一、餐饮、住宿、娱乐、购物等方面个别要求的处理	126
二、要求中途退团或者延长旅游期限的处理	134
三、要求探视亲友、亲友随团活动的处理	136
四、要求自由活动、临时活动的处理	137
五、转递物品或者信件的处理	138
六、其他方面个别要求的处理	139
第七章 常见问题和事故的预防与处理	141
第一节 常见问题和事故的处理步骤和防范措施	141
一、常见问题和事故的类型	142
二、常见问题和事故形成的主要原因	143
三、常见问题和事故处理的一般步骤	146
四、常见问题和事故的防范措施	147
第二节 常见问题和事故的预防与处理	151
一、旅游计划与日程变更的处理	151
二、漏接、错接与空接的预防与处理	153
三、误机(车、船)事故的预防与处理	155
四、游客走失、患病或受伤、死亡等事故的预防与处理	155
五、游客证件、钱物、行李等遗失的预防与处理	160
六、旅游安全事故的预防与处理	162
七、游客越轨言行的处理	165
第八章 导游业务的相关知识	168
第一节 礼节礼貌知识	168
一、我国港澳台地区	169
二、主要客源国	169
第二节 旅行常识	171
一、入出境知识	172
二、交通、邮电知识	174
三、货币、保险知识	178
四、旅游中的护理与急救知识	181
附录一 导游人员管理条例	184
附录二 导游人员管理实施办法	187
附录三 导游证管理办法	191
附录四 导游服务质量	193
附录五 旅游安全管理暂行办法实施细则	201
附录六 重大旅游安全事故报告制度试行办法	204
专业网站汇集	206
参考文献	207

第一章 导游服务概述



学习目标

通过本章的学习,要求学生了解导游服务的产生与发展;熟悉导游服务的内涵与特点;掌握导游服务的原则;并能对导游服务有一个比较全面、系统的认识和理解,以正确对待导游服务工作。

导游服务是旅游业务的代表性业务,是一种高智能、高技能的服务工作,在旅游服务中占有非常重要的地位,起着纽带和标志的作用。本章从导游服务的产生和发展入手,具体介绍导游服务的内涵和特点以及导游服务的原则等一系列相关知识。

第一节 导游服务的产生与发展

导游服务作为旅游服务的重要组成部分,是在旅游活动过程中产生并随着旅游活动的发展而发展的。导游服务经历了从最初形态的向导服务发展为现代的导游服务的过程。

一、古代——导游服务萌芽时期

导游服务的最初形态是向导服务,它是随着私有制的出现和旅行活动的开展而产生的。古代向导服务是导游服务的萌芽时期。

在国外,古埃及在公元前3000年左右就已经建立了统一的国家,大规模修建的金字塔和神庙吸引了统治区域内外的大批朝拜者,出现了世界上最早的大规模非生产性的祭祀旅行活动。古希腊是西方文明之源,繁荣的城邦贸易、流通的货币和众多的宗教圣地使其成为古代最发达的旅行活动地区之一,尤其奥林匹克运动会的举办,更是吸引很多人前去旅行——参加或观看奥林匹克运动会。古罗马拥有广阔的疆土、稳定的政局、繁荣的商业、发达的交通和多样的文化,这些都极大地促进了古代旅行的发展。这一时期的旅行不仅有经商和宗教旅行形式,而且还出现了滨海疗养、鉴赏艺术、游览古迹、欣赏建筑等多种目的的旅行。到了封建社会,旅行的方式更加多种多样,以消遣为目的的王公贵族的四处巡游;以求学求知为目的的教育旅行;以探险为目的的航海旅行;以经商为目的的跨地区、跨国商业

旅行;以传经布道为目的的宗教旅行等相继发展起来。在这些旅行活动中,有的由侍从相随,他们除了担任随时侍奉和护卫外,也起着旅行向导的作用,而有的途中雇佣了当地的向导指引方向。但需要指出的是,在漫长的古代旅行发展史中,以商业为目的的旅行始终是主要形式,而纯粹以消遣为目的的旅行还不是普遍现象,只是少数人参加的活动。由此可见,在古代时期的各种旅行中,已经产生了向导服务,不管提供这种服务的人的身份是独立的,还是附属于其主人,他们在旅行中所起的向导作用是值得肯定的。

中国是旅行活动起源较早的国家之一。相传,大禹为治理洪水,在 13 年中走遍大半个中国,应该算是我国最早的旅行家了。在我国古代,帝王们外出巡游时必有“陪臣”、“侍从”一起同往,这些人实际上起着导游的作用。他们不仅要为帝王查看出游线路,充当向导,而且还要为帝王讲解沿途的景物。春秋战国时期,诗人宋玉就曾是楚怀王、楚襄王出游时的“文学侍从”。秦始皇、汉武帝出巡时,每次也都带领大批侍从、陪臣同游,如司马迁曾陪汉武帝封禅,一方面为汉武帝巡游提供咨询服务,另一方面又为自己以后编写《史记》收集各种风物民情史料,可以说司马迁是我国学术考察旅行的鼻祖。我国历代文人士子、政治家、科学家、探险家漫游四方,他们每到一处不仅要访问考察,还会请熟悉当地情况的人作为向导,讲解沿途的山水景物和民俗风情。文人墨客的漫游往往影响深远,他们在游历中写下的诗、词、歌、赋以及游记,成为今天的旅游指南和导游词。孔子、司马迁、李白、杜甫、李时珍、徐霞客等遍游祖国名山大川,留下了宝贵的诗篇、文献。张骞三次出使西域、玄奘前往印度取经、鉴真东渡日本、郑和七次下西洋,为发展东西文化交流作出了杰出的贡献。他们在国际旅游史上占有重要的地位。

在古代,来中国旅行的外国人主要是来往的使节、商人、修学者或宗教徒。例如意大利著名旅行家马克·波罗走过世界很多地方,在中国居住 20 余年,写下了著名的《马克·波罗游记》。历代王朝都设有专门的接待机构、接待人员和接待设施。据《史记》记载,汉武帝时期为外国人入境设有专门的旅馆,即“蛮夷邸”,有专门的外贸机构和外贸官员,还有专门的翻译人员,即“译官”。外国人在中国活动期间,“译官”负责陪同和接待,其工作内容已类似于当今的国际导游员的具体工作了。

从整体上看,古代的向导服务受到当时社会经济条件的很大制约。具体来说,生产力的发展为旅行活动的开展创造了前提条件,从而产生了对向导服务和当地进行导游服务的需要,私有制的出现使财富集中到少数人手中,他们有能力承担或支付向导服务的费用。另外,这个时期的向导服务对提供者来说多少带有偶然性、临时性,他们接受的也只不过是游客赏赐给的“盘缠”或“酒钱”(相当于现在的小费),人们不可能以此作为谋生的手段,更不能据此来养家糊口。因此,这个时期虽然出现了向导,提供了初期的导游服务,但还只能是少数人的一种兼职行为,不能形成一种社会化的职业,更不可能形成向导或导游队伍。

二、近代——导游服务产生时期

随着资本主义生产关系的确立,特别是 18 世纪 60 年代,英国开始的产业革命以及随后在美国、法国、德国等西欧国家和日本相继于 19 世纪完成的产业革命,大大促进了生产力的发展和经济的繁荣。近代是导游服务的开创时期。

世界上公认的第一次商业性旅游是 1841 年由英国人托马斯·库克组织的。托马斯·库克,1808 年 11 月 22 日生于英格兰德比郡墨尔本镇,自幼家境贫寒,做过帮工、木工、颂经

人等。由于宗教信仰的原因,他极力主张禁酒。1841年7月初,在他居住的莱斯特城不远的拉夫伯勒(Loughborough)要举行一次禁酒会。为了壮大这次大会的声势,托马斯·库克在莱斯特城张贴广告、招徕游客,组织了570人从莱斯特城前往拉夫伯勒参加禁酒大会。他向各位游客收费1先令,为他们包租了一列火车,做好了行程的一切准备,使这次短途旅行十分成功。这标志着近代旅游活动的开始。在这次旅游活动中,托马斯·库克本人始终陪着旅游者,并为他们安排各项活动、交通及用餐,已经具备了现代导游服务的各项主要特征,因此这也被认为是第一次正式的具有现代意义的商业性、职业化导游服务。1845年,托马斯·库克在英国莱斯特城正式成立了“托马斯·库克旅行社”,开始专门从事旅行社代理业务,这也是世界上最早创办的一家商业性旅行社,它标志着近代旅游业的诞生。1846年,托马斯·库克的旅行社组织了一个350人团队先后乘火车和轮船去苏格兰旅游,旅行社为每位成员分发了旅游活动日程表,还为旅行团专门配置了导游员带队。这是世界上第一次有商业性导游人员陪同的旅游活动。1855年,托马斯·库克采用团体包价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环球旅游。1864年,托马斯·库克组织的旅游人次已经累计超过百万。托马斯·库克不仅开创了近代旅游业的先河,而且提供了众多成功的旅游模式。欧洲、北美诸国和日本纷纷仿效,先后组建旅行社或类似的旅游组织,招募导游员,带团在国内外参观游览。这样,导游员开始逐渐增多并成为世界各国的一种职业需求。

与西方国家相比,我国近代旅游业起步较晚。1923年8月,爱国企业家陈光甫先生在自己开办的上海商业储备银行设立了旅行部,办理旅行业务。1927年6月,旅行部从该银行中独立出来,正式成立了中国旅行社,并在国内15个城市开设分社。中国旅行社的业务范围很广,代理各种各样的交通服务、预定酒店、组织团队旅行、提供翻译、导游服务,并且创办了我国第一本旅行杂志,对我国旅游业的发展进行学术探讨,介绍国内外主要旅游活动、各地风光名胜以及有关旅游接待服务信息等内容。同时,中国还出现了其他类似的旅游组织,如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜岛团等。

综上所述,这个时期既是导游服务的开创时期,也是导游服务的奠基时期,所提供的导游服务在许多方面和现代导游服务是相同或类似的。而旅行社招聘全程陪同和临时雇佣当地人员进行导游活动又促使了社会中一些人逐渐将导游工作作为一种职业来对待。所以,这个时期是导游服务逐步走向职业化的时期。

三、现代——导游服务全面发展时期

第二次世界大战之后,和平与繁荣的环境促使世界经济稳步发展,居民收入不断提高,闲暇时间不断增加。加之各国政府对发展旅游业的重视,使旅游活动开始进入千家万户。20世纪70年代中期,大众旅游成了时尚。1992年,旅游业更跃居为世界上最大的产业。旅游对社会经济的影响越来越大,旅游业已经成为世界经济的一个重要组成部分,为2亿多人提供了就业,其中就包括导游服务人员。目前,世界上许多国家都加强了对导游人员的选拔、教育和培训以及导游服务质量的管理。现代的导游服务主要呈现出以下主要特征。

1. 导游服务职业化

随着旅游业的发展,导游队伍也在不断地壮大。导游服务在旅游服务中的重要性使得导游服务的地位逐步为社会确认,即导游服务成了社会诸种职业中的一种。早在20世纪

70年代,西方一些发达国家就已经将导游作为一种职业列入其社会职业分类词典之中。我国劳动和社会保障部1999年颁发的《中国职业分类大典》也将导游作为一种职业列在第四大类“商业与服务行业”之中。与其他国家不同的是,我国导游服务职业还未完全形成自由化,而在德国、日本、新加坡等国已经实行了导游职业自由化制度。

2. 导游服务商品化

与其他消费品一样,旅游产品也是一种商品,在市场中遵循的也是市场法则。作为旅游产品一部分的导游服务对游客来说具有使用价值,能够满足游客身心的需要,同时在进行导游服务的过程中导游人员需要付出劳动,因而又具有价值。在交换中,其消耗的活劳动需要得到补偿,这种补偿和创造的价值是以收费的形式表现出来的。在国外,导游服务收费在理论上是通过谈判来确定的,而在现实中则由政府机构确定,或由旅游产业界的协议来规定。在我国,导游服务收费包含在包价旅游的综合服务费中,而散客委托服务则按单项计价。导游服务商品化这一特征要求导游人员在导游服务的过程中必须讲求服务质量,以服务质量赢得更多的回头客,否则就会在激烈的市场竞争中被淘汰。

3. 导游服务规范化

在近代,导游服务刚刚出现的时候,导游服务不可能有统一的社会标准。但到了现代,随着旅游业竞争日益激烈,游客对导游服务的质量越来越重视。为了保护消费者的合法权益,国际标准化组织、一些地区性的旅游组织和不少国家的旅游组织或相关机构先后制订了服务标准、旅游产品销售标准和导游服务标准,对旅游产品和导游服务全过程的质量要求进行了规范。例如,欧盟理事会颁布的《关于包价旅行、包价度假、包价旅游的指令》,规定了旅游商的促销产品必须向消费者就产品价格、日程以及所包含的各项服务的内容、规格、档次等提供详细的书面材料。我国技术监督局也于1995年制定了《导游服务质量》国家标准,1997年国家旅游局又颁布了《旅行社国内旅游服务质量要求》的部门标准。所有这些标准分别从不同角度、不同层面对导游服务质量提出了规范化的要求。

4. 导游人员管理的法制化

为了确保导游服务质量,维护旅游者的合法权益,树立旅游目的地的旅游企业形象,世界上许多国家政府部门、组织加强了对导游人员的管理,并将这种管理纳入法制化轨道,主要措施包括以下几种。

(1) 导游资格考试制度

目前许多国家都对导游人员规定了选拔程序,选拔的主要方法就是进行导游人员资格考试。考试一般分笔试和面试两种形式,考试内容多涉及实际工作中必备的知识和技能。不同的是各国负责组织考试的机构不尽相同。除了政府、旅游管理部门、导游协会外,还有委员会、评估机构乃至大学等。我国1989年建立了全国导游人员资格考试制度,1995年又建立了导游人员等级考核制度。

(2) 导游人员注册制度

世界大部分国家都有明确规定,导游人员在进入旅游行业从事导游工作时要进行注册,只有经过注册的导游人员才有执业资格。不同的是,注册有效期限和负责注册的机构各不相同。有的国家一次注册终身有效,有的国家每年、每两年或每隔五年需要注册一次。负责注册的机构除了市政当局、地方政府、旅游部门外,还有商会、导游公司等。我国关于导游人员注册制度的规定是,导游人员在获得导游资格证后,需要向一家旅行社或导游管

理服务机构注册,然后持同旅行社签订的劳动合同或导游管理机构登记证明材料向所在地旅游行政管理部门申请办理导游证。

(3) 导游人员管理立法

很多国家对本国的导游人员制定了有关的法规,相当一部分国家规定不合格的导游人员从事导游工作为非法。例如,在塞浦路斯,法律明文规定,没有取得导游资格的人从事导游工作为非法行为。在我国,为了加强对导游人员的管理,1999年中华人民共和国国务院颁布了《导游人员管理条例》,2002年国家旅游局又颁布了《导游人员管理实施办法》,规定除了对导游人员实行资格考试制度和等级制度外,还实行计分管理制度和年审制度,从而将我国导游人员的管理纳入法制化轨道。

四、导游服务的未来发展趋势

随着旅游业的快速发展,新的旅游活动方式正在不断地涌现。为了适应旅游活动的发展趋势,导游服务势必要随时调整,以满足旅游者的需要。导游服务在未来将会出现如下五种发展趋势。

1. 导游内容的高知识化

导游服务是一种知识密集型的服务工作,是一种高智能、高技能的服务工作,是传播文化的重要渠道,是促进世界各国、各地区、各民族间文化交流的重要途径。在未来的旅游活动中,参与者的文化修养更高,对知识的更新更加重视,文化旅游、专业旅游、生态旅游、科研考察旅游的发展,对导游服务将会提出更高的知识要求。因此,导游人员必须提高自身的文化修养,在掌握渊博知识的同时,努力深化导游讲解的内容,使其更具有科学性,更有说服力,更能吸引旅游者。导游人员不仅能与旅游者讨论一般的问题,还应能较深入地谈论某些专业问题。总之,导游人员要努力丰富自己的知识,使自己既要成为一名“杂家”,又要成为某一领域或某一方面的专家。

2. 导游手段的科技化

随着科学技术的发展,将会有越来越多的先进的科技手段运用到导游服务工作中去。这些先进的导游手段,运用在游览前或游览现场,引导旅游者参观游览,不仅能让旅游者看到或听到旅游景观的现状,还能让其进一步了解历史沿革和相关知识,起到深化实地导游讲解和以点带面的作用,从而成为导游工作不可或缺的辅助手段。导游人员必须学会越来越先进的科技导游手段,并且要在游前导、游中导和游后导中运用自如,与实地口语导游密切配合,使其相辅相成、锦上添花。

3. 导游方法的多样化

经过几十年的努力,我国导游业已经总结出几十种行之有效的导游方式。但是这些方法大都是在现场讲解时使用的。旅游活动多样化的趋势,尤其是参与性旅游活动的兴起和发展,要求导游人员随之变换其导游方法。参与性旅游活动的发展意味着人们追求自我价值实现的意识在不断增强。追求自我价值不仅体现在工作中,人们还将其转移到了娱乐活动中。人们参加各种竞赛,参与各类节庆活动,与当地居民一起活动、生活,还在旅游目的地学习语言、各种手艺和技能,甚至参与探险活动,等等。旅游活动的这一发展趋势给导游员提出了更高的要求。未来优秀的导游员应该是个多才多艺的人,不仅能说会道,能向旅游者提供精彩的讲解,而且要能歌善舞,能随时带领大家一起活跃旅游生活。另外,导游人

员还要有较强的动手能力,有健康的体魄、勇敢的精神,能与游客一起回归大自然,参与绿色旅游生活,一起参加各种竞赛,甚至去探险。

4. 导游服务的个性化

当今社会是个性张扬的社会,个性化发展成为时代的主题。旅游者对旅游产品消费的个性化需求也越来越明显。现代旅游服务之间的竞争,归根到底是服务质量的竞争,是特色服务的竞争。如果说导游服务的标准化、规范化是保证导游服务质量的基础,那么,个性化服务就是服务质量的灵魂。导游服务要求导游人员能根据游客的个性差异和不同的旅游需求提供针对性的服务,使不同的游客都能获得极大的身心满足。同时,导游服务个性化有利于导游人员根据自己的优势、特长或爱好,形成自己的导游艺术风格,给游客留下特色鲜明的印象。

5. 导游职业的自由化

从世界各国导游发展历史来看,导游员作为自由职业者是必然趋势,他们身份自由、行动自由、收入自由,靠为游客提供良好的服务和高尚的职业道德得到社会的认同。收入取决于上团机会、服务水平、个人声誉。各方面都好的导游人员上团的机会就高一些,收入自然也高一些。目前,我国各地成立的“导游公司”或“导游服务中心”就是这一趋势的反映。

五、中国导游服务的发展历程

总体而言,我国导游服务发展过程大致经历了三个时期。

第一个时期是中华人民共和国成立以前的时期,它始于20世纪20年代。1923年8月,上海商业储备银行总经理陈光甫先生首次在该行设立了旅行部,办理旅行代理业务。1927年该部从银行独立出来设立了“中国旅行社”,除了继续从事有关旅行代理业务外,还组织接待国内旅游团和国际旅游团,为游客提供导游和翻译服务。除“中国旅行社”外,在这个时期成立的其他旅游组织,如铁路游历经理处、公路旅游服务社等也为游客提供导游服务。可以说,这个时期是我国导游服务的初始时期。

第二个时期是自中华人民共和国成立至改革开放前的时期。这个时期的导游服务是外事接待工作的重要组成部分。新中国第一家国营华侨服务社于1949年11月19日在厦门诞生。1954年4月15日,中国第一家面向外国旅游者开展国际业务的旅行社——中国国际旅行社在北京成立,随后还在上海、广州等12个城市设立分社。其任务是承办除外国政府代表团之外的所有其他单位委托的外宾在中国的食、宿、行、游等生活接待以及外国自费旅游者的接待工作。这些旅行社配备了专职的翻译导游,这是新中国真正意义上的第一批导游员。1957年,华侨旅行社更名为中国旅行社,接待对象为我国港澳台同胞、海外侨胞、外籍华人。由于外事工作政策性强,政治思想素质要求高,因而对翻译导游人员提出了“三过硬”的工作要求,即思想过硬、外语过硬和业务过硬。同时,对翻译导游也提出了“五大员”的工作任务,即宣传员、调研员、服务员、安全员和翻译员。除此之外,还提出了有关外事纪律。至于向华侨、港澳台同胞提供服务的接待人员的工作则主要服从于侨务工作的需要。所以,这个时期导游服务的主要特点体现在:服从政治需要;翻译导游人员以翻译面貌出现;不讲究经济效益。

第三个时期是改革开放以后的时期,也是我国导游服务同国际接轨的时期。1980年,中国青年旅行社成立,形成由中国国际旅行社(国旅)、中国旅行社(中旅)、中国青年旅行社

(青旅)三家垄断经营的局面。三大旅行社承揽了绝大部分入境游客的招徕和接待工作以及国内游客的国外旅游业务。1984年,国务院对旅行社的体制做出两项决定,一是打破垄断,在一定条件下对旅行社放开经营;二是规定旅行社由行政或事业单位改为企业。这两项决定对我国旅行社从过去的友好接待单纯职能转变为真正的企业化运作起到了决定性作用。这个时期不仅导游人员数量众多,导游队伍不断扩大,更为重要的是导游服务已经作为旅游服务的一部分而成为旅游产品价值实现的重要一环。导游服务质量直接关系到对旅游产品质量的评价,并构成旅游产品吸引力的一个重要因素。这个时期导游服务的特点主要体现在:导游服务队伍扩展迅速;导游服务作为旅游服务的一部分构成了旅游产品的重要内容;导游服务程序和服务质量实现了标准化;导游服务管理实现了制度化和法制化。

第二节 导游服务的内涵和特点

自托马斯·库克旅行社成立以来,旅游活动便作为一种商品来经营。旅行社为了从旅游活动中获得利润,就必须提高游客的满意度,使组织的旅游活动能够安全顺利地进行。为此,就需要做好各项旅游服务,如引导游客顺利地旅行、向游客介绍游览项目、帮助游客解决旅行中的各种问题或事故等。“导游”一词就是对这类工作的高度概括。

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其提供旅游接待服务。

导游服务的概念包括如下含义。

1. 导游人员必须由旅行社委派

根据《导游人员管理条例》,在提供导游服务时,导游人员代表的是委派他的旅行社。导游人员可以是专职的,也可以是兼职的。未经旅行社委派的导游人员,不得擅自接待旅游者、承揽导游业务。

2. 导游人员的主要业务是从事游客的接待

导游人员在陪同旅游者旅行、游览的过程中,为旅游者提供向导、讲解以及相关的旅游服务。具体来说,地方导游人员所负责的是当地的旅游接待服务;全陪导游人员所负责的是游客整个旅游行程的陪同和照料服务;景区景点导游人员所负责的是所在景区景点的导游讲解服务;海外领队所负责的是出境旅游团的全程陪同和照料服务;在旅行社设置于饭店、交通港口或大型商场柜台工作的导游人员所负责的是向顾客提供旅游咨询、旅游活动洽谈和安排以及联络服务。

3. 导游人员提供的接待服务必须符合组团合同或约定的内容和标准

导游人员在接待过程中要注意维护所代表的旅行社的形象和信誉,同时也要注意维护游客的合法权益。因此,导游人员必须按照组团合同或约定的内容和标准为游客提供服务,不得擅自增加、减少甚至取消旅游项目,也不得降低导游服务质量标准。

二、导游服务的地位和作用

旅行社、饭店和交通是现代旅游业的三大支柱,其中旅行社在现代旅游业的三要素中处于核心地位,而旅行社接待工作中处于第一线的关键角色是导游人员。导游人员是导游服务工作的主体,因此,世界各国旅游专家把导游服务视为现代旅游业的代表工种,并给予高度评价。例如日本旅游专家土井厚认为,任何行业都有代表性的业务,在旅游业中,其代表性业务就是导游服务。导游服务在旅游接待中起着不可或缺的作用。具体来说,导游服务的重要性主要体现以下几个方面。

1. 导游服务的地位

导游人员的地位由于受政治制度和社会因素的制约,各国有所不同,但是对导游工作的地位都给予很高评价——导游工作是旅游服务中代表性的工作。导游人员是旅游接待的第一线关键人员,起着主导的作用。

旅行社的业务主要包括四大项,即旅游产品开发、旅游产品销售、旅游服务采购和旅游接待。根据马克思的生产和再生产原理,产品要经过生产、分配、交换和消费四个环节,其中生产是起点,消费是终点。旅行社的前三项业务属于产品的生产与交换,最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。旅游接待过程即是实现旅游产品的消费过程。如果说我们把旅游接待过程看做是一条环环相扣的链条(从迎客人入境开始,直到欢送游客出境为止),那么,向游客所提供的住宿、餐饮、交通、游览、购物、娱乐等服务则分别是这根链条上的一个个环节。正是导游服务把这些环节连接起来,从而使相应服务的部门和单位的产品价值得以实现。因此,导游服务虽然只是旅游接待服务中的一种,但是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,导游服务无疑居于主导地位。

2. 导游服务的作用

导游服务作为旅游行业的代表性业务,在旅游服务中具有十分重要的作用,主要体现在以下几个方面。

(1) 纽带作用

导游服务是旅游服务的核心和纽带。正是通过导游服务才将旅游服务中的其他各项服务联系起来,使之相互配合,协同完成旅游接待工作。

首先是“承上启下”的作用。导游人员代表旅行社具体实施接待计划,为旅游者安排和落实食、宿、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,导游人员作为旅行社的代表,在旅游活动期间直接面对旅游者,为旅游者提供全程服务。旅游者的需求以及对旅游产品的意见、建议等,导游人员了解得最为清楚。因此,导游人员处于承上启下的位置,应做好信息反馈工作,及时地反映、转达至上级管理部门。其次是“连接内外”的作用。导游人员既代表旅行社的利益,履行合同,实施旅游接待计划,又代表旅游者的利益,负有维护旅游者的合法权益的责任,代表旅游者与各旅游服务部门进行交涉、提出合理要求。当遇到违反合同的行为时,要进行必要的干涉,为旅游者争取应该享有的正当权益。同时,导游人员有责任向游客介绍中国,帮助他们尽可能地多了解我们的国家、人民、文化、风俗民情以及国家的有关政策、法令等。在与游客接触的过程中,导游人员应多进行调查研究,了解国外,了解游客。最后是“协调左右”的作用。导游人员在旅游接待服

务中,还要负责协调与其他旅游接待部门的横向关系。导游服务与其他各项旅游服务的服务对象是共同的,但是服务内容上又有所不同。在根本利益一致的前提下,又有各自的部门利益,存在着相互依存、相互合作,又相互制约、相互牵连的关系。导游人员作为旅行社的代表,对饭店、旅游景点、交通部门、旅游商店、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了问题,都会影响整个旅游服务质量。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。

(2)标志作用

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。导游人员与其他旅游接待单位的人员相比,同游客接触的时间最长,游客对导游服务的感受也最为深刻,对服务质量的感受最敏感。旅游服务中的其他服务虽然也很重要,但是对游客印象一般不如导游服务质量深刻。因此,导游服务质量的高低相对于旅游目的地的接待服务水平具有某种代表性,起着一定的标志作用。

(3)扩散作用

优质的导游服务能对旅游目的地的旅游产品和旅行社形象起到扩散或传播的作用。由于导游服务质量的高低在很大程度上决定着旅游产品的使用价值,游客往往通过导游人员带领游客进行活动的情况来判断旅游产品的使用价值。如果导游服务质量高,令游客满意,游客会认为旅游产品物有所值,回到旅游客源地后就会以其亲身体验向亲朋好友进行义务宣传,从而扩大旅游产品的销路。反之,如果导游服务质量不高,则会导致游客抱怨和不满,并间接影响其周围的人,从而影响旅游产品的销路。由此可见,无论导游服务质量是高是低,都会对旅游产品的销路起到扩散的作用。不同的是,质量高时起到促销的作用,质量低时起到阻碍销售的作用。

(4)反馈作用

在旅游接待的过程中,导游人员如能较好地处理旅行社与游客的关系、旅行社与其他旅游接待单位的关系以及游客同其他旅游接待单位的关系,游客和其他旅游接待单位的意见、建议、要求等就能比较顺畅地向导游人员表达出来,并通过导游人员及时反馈给旅行社,这有利于旅行社进一步改进旅游产品,提高旅游产品的质量,以便更好地满足旅游者的需要。

三、导游服务的类型和范围

导游服务的类型和范围所包括内容是多方面的,具体来说,包括以下内容。

1. 导游服务的类型

导游工作类型是指导游人员向旅游者介绍所游地区或景点情况的方式。现代导游工作的方式大致分为两大类,即图文声像导游方式和实地口语导游方式。

(1)图文声像导游方式

图文声像导游方式也可以称为物化导游方式,随着科学技术的进步,物化导游方式更加丰富多彩,目前主要包括以下内容:

- 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。
- ②有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品、广告、招贴以及旅游纪念品等。