



普通高等教育“十二五”规划教材

餐旅管理与服务类专业教材系列

导游 实务与技巧

李勉 主编



 科学出版社

普通高等教育“十二五”规划教材

餐旅管理与服务类专业教材系列

导游实务与技巧

李 勉 主编

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书通过导游岗位职业能力分析,以实践教学为突破口,以工作岗位和典型工作任务分析为依据,以职业岗位能力培养为主线,按照导游主要工作情境编排内容,教材内容主要包括导游服务准备、地陪导游服务、全陪导游服务和景区模拟导游四个学习情境,每个学习情境下编排了具体的学习任务。

本书既可作为高职旅游教育的教材,也可作为高等院校相关专业师生的参考书以及导游从业人员的学习用书。

图书在版编目(CIP)数据

导游实务与技巧/李勉主编. —北京:科学出版社,2012

(普通高等教育“十二五”规划教材·餐旅管理与服务类专业教材系列)

ISBN 978-7-03-033277-6

I. ①导… II. ①李… 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(2012)第 001727 号

责任编辑:周 恢 / 责任校对:王万红

责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2012 年 2 月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2012 年 2 月第 一 次印刷 印张:13 1/2

字数:317 200

定价:23.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换<铭浩>)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62138017 (VP04)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

高等教育“十一五”规划教材
高职高专餐旅管理与服务类专业
专家委员会

- | | | |
|-----|---------|------------|
| 主任 | 黄震方 | 南京师范大学 |
| 副主任 | 黄维兵 | 四川烹饪高等专科学校 |
| | 海米提·依米提 | 新疆大学 |
| 秘书 | 陈云川 | 四川烹饪高等专科学校 |
| | 唐宇 | 四川烹饪高等专科学校 |
| | 沈力匀 | 科学出版社 |
| | 周恢 | 科学出版社 |

委员（按姓氏笔画排序）

- | | |
|-----|------------|
| 王全在 | 内蒙古财经学院 |
| 王美萍 | 北京联合大学 |
| 石强 | 深圳职业技术学院 |
| 冯玉珠 | 河北师范大学 |
| 朱水根 | 上海旅游高等专科学校 |
| 杨坚 | 西南大学 |
| 汪京强 | 华侨大学 |
| 邹益民 | 浙江大学 |
| 林伯明 | 桂林旅游高等专科学校 |
| 赵桂毅 | 淄博职业学院 |
| 唐文 | 吉林商业高等专科学校 |
| 徐桥猛 | 无锡商业职业技术学院 |
| 彭诗金 | 郑州轻工业学院 |
| 魏洁文 | 浙江商业职业技术学院 |

高等教育“十一五”规划教材
高职高专餐旅管理与服务类专业
编写委员会

主任 黄维兵

副主任 陈云川 唐宇

委员（按姓氏笔画排序）

丁辉	王亚伟	邓红	冯文昌	卢一
刘爱月	刘琥	吉良新	孙茜	曲绍卿
朱国兴	何江红	何稼静	张树坤	张菁
李晓	李勉	李玉荣	李凯	杜应生
杨江伟	沈涛	邱萍	陈祖明	罗林安
郑昌江	胡善凤	赵建民	郝梅	钟志惠
袁新宇	陶卫平	高海薇	梁爱华	睦红卫
黄剑	黄刚平	曾凡琪	鲁永超	董红兵
熊敏	薛兵旺	霍力	魏新生	

序 言

近年来,高等职业教育受到世界各国的普遍重视,我国的经济建设也越来越凸显出对技术应用型和高技能人才的需求。为此,我国将发展高等职业教育作为实现我国优化人才结构、促进人才合理分布、推动经济建设的战略措施。为满足社会对技术应用型和高技能人才的需求,我国的高等职业教育近几年实现了跨越式发展,办学规模不断扩大,办学思路日益明确,办学形式日趋多样化,取得了显著的办学效益和社会效益。

中国的高等职业餐旅管理与服务类专业教育,一方面,尽管在20世纪80年代才形成规模发展,但积累了许多成功的经验。但另一方面,由于起步晚、基础差,在发展中还存在不少问题,主要集中在四个方面:第一,培养目标不够明确;第二,课程体系不够科学;第三,教学方式比较落后;第四,教学设施明显不足。

中国高等职业餐旅管理与服务教育要实现可持续发展,需要树立以市场为导向的新思维,实现观念上的四大结合:第一,实现服务社会与结合市场的结合;第二,实现学科建设与市场的结合;第三,实现追求规模与追求规格的结合;第四,实现政府供给与社会供求的结合。以实现在优化人才培养机制、优化专业和课程设置、优化教学内容和教学过程、改革教学管理等方面有所创新。

教材建设是优化教学内容和教学过程、提高高等职业餐旅管理与服务类专业教育教学质量的重要环节,而如何打破传统的教学内容和教学方法,使之适合高等职业教育的特点,更是迫切需要进行深入研究和实践的。

“高职高专餐旅管理与服务类专业”系列教材是2006~2010年教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会组织一批双师型的教师,在对当前高职高专餐旅管理与服务类专业的教材和教学方法、教学内容进行充分调查研究、深入分析研究的基础上编写的。本套教材以理论知识为主体,以应用型职业岗位要求为中心,以素质教育、创新教育为基础,以学生能力培养为本位,力求突出以下特色:

(1) 理念创新:秉承“教学改革与学科创新引路,科技进步与教材创新同步”的理念,根据新时代对高等职业教育人才的需求,体现教学改革的最新理念,使本套教材内容领先、思路创新、突出实训、成系配套。

(2) 方法创新:摒弃“借用教材、压缩内容”的滞后方法,专门开发符合高职特点的“对口教材”。在对职业岗位所需求的专业知识和专项能力进行科学分析的基础上,引进国外先进的课程开发方法,以确保符合职业教育的特色。

(3) 特色创新:加大实训教材的开发力度,填补空白,突出热点。对于部分教材,提供“课件”、“教学资源支持库”等立体化的教学支持,方便教师教学与学生学习。对于部分专业,组织编写“双证教材”,注意将教材内容与职业资格、技能证书进行衔接。

(4) 内容创新:在教材的编写过程中,力求反映知识更新和科技发展的最新动态。将新知识、新技术、新内容、新工艺、新案例及时反映到教材中来,更能体现高职教育专业设置紧密联系生产、建设、服务、管理一线的实际要求。

我们相信在 2006~2010 年教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会专家的指导下,在广大教师的积极参与下,这套餐饮管理与服务类专业系列教材,一定能为我国餐饮服务与管理行业培养出适用的新型人才。

2006~2010 年教育部高等学校高职高专
餐旅管理与服务类专业教学指导委员会

科学出版社

前 言

进入 21 世纪，全球旅游业持续快速发展。作为新的国民经济增长点，我国旅游业正在向国民经济的重要产业迈进。旅游业的飞速发展使得旅游服务质量成为旅游企业核心竞争力之一，而作为其中最为突出和重要的服务环节，导游服务水平高低是旅游服务质量高低的最敏感的标志。因此，培养优秀的导游人员，提高导游从业人员整体素质水平，成为了旅游职业教育发展的重要突破口。

导游人员素有“旅游业的灵魂”、“旅行社的支柱”等美誉，是旅游从业人员队伍的重要组成部分。导游服务是旅游活动各项服务中最为根本的服务，也是各项旅游服务的联系纽带和中间桥梁。为了满足旅游业发展对导游人才的需要，特别是针对高职高专学生从事旅游业一线岗位职业的要求，我们编写了这本《导游实务与技巧》。

本书通过导游岗位职业能力分析，以实践教学为突破口，以工作岗位和典型工作任务分析为依据，以职业岗位能力培养为主线，按照导游主要工作情境编排内容。本书内容主要包括导游服务准备、地陪导游服务、全陪导游服务和景区模拟导游四个学习情境，每个学习情境下编排了具体的学习任务。本书在编写上改变了传统的章节形式，按照学生的认知规律和职业成长的规律，采取任务形式体现了现实环境下导游专业岗位群工作任务，构建了“任务引领、项目导向”的教材体系，加强了本书的直观性和实用性。本书内容结合现实导游工作，对导游服务流程和标准等内容进行了一定的补充和完善，剔除了与实际导游工作情况不符的内容，并增加了大量的情景案例、导游提示和服务技巧，课后练习采用实践能力训练题形式，强化实践能力的训练，本书有利于教师组织学生进行模拟导游练习，掌握导游服务技能，适应未来的旅游接待工作。

本书由湖北职业技术学院李勉担任主编，并负责本书的统稿，湖北职业技术学院邵晓莉、湖北青年职业学院杨华担任副主编，湖北职业技术学院吴亚娟和王丹参与编写。本书各章节编写分工如下：李勉编写学习情境二，学习情境四之任务一、三；邵晓莉编写学习情境一之任务一、三、四、五；杨华编写学习情境三；吴亚娟编写学习情境一之任务二、六、七；王丹编写学习情境四之任务二、四。

感谢湖北职业技术学院给予的大力支持、湖北省海外旅游集团董继武先生给予的悉心指导及科学出版社的帮助，也希望读者及业界同仁们不吝赐教，对书中编写中的疏漏提出宝贵意见，以便我们以后的修订和提高。

目 录

前言

学习情境一 导游服务准备	1
任务一 导游服务工作认知.....	1
任务二 导游人员形象准备.....	26
任务三 导游讲解语音准备.....	29
任务四 导游讲解语言准备.....	41
任务五 导游词准备.....	54
任务六 导游服务心理准备.....	61
任务七 导游社交能力准备.....	68
学习情境二 地陪导游服务	79
子情境一 团队导游接待服务.....	79
任务一 接团准备.....	79
任务二 接团服务.....	84
任务三 入住饭店服务.....	92
任务四 目的地接待服务——餐饮服务.....	97
任务五 目的地接待服务——购物服务.....	101
任务六 目的地接待服务——娱乐服务.....	104
任务七 景区参观游览.....	107
任务八 送团及后续服务.....	123
子情境二 散客导游接待服务.....	131
任务一 散客导游服务认知.....	131
任务二 接站服务.....	134
任务三 导游服务.....	138
任务四 送站服务.....	141
学习情境三 全陪导游服务	144
任务一 出发前准备.....	144
任务二 赴目的地途中服务.....	149
任务三 抵达目的地服务.....	152
任务四 目的地各站陪同服务.....	154
任务五 离站及末站服务.....	161

学习情境四 景区模拟导游.....	166
任务一 山地旅游景观导游.....	166
任务二 水体景观导游.....	176
任务三 古建筑景观导游.....	185
任务四 博物馆导游.....	198
主要参考文献.....	204



导游服务准备

做好准备工作，是导游人员提供良好服务的重要前提。由于导游工作的服务性、文化性和涉外性等特点，导游人员在上岗前，必须做好全方位的准备工作，主要包括工作认知、形象准备、讲解准备（语音、语言、导游词）、心理准备和社交能力准备等方面。

任务一 导游服务工作认知



任务介绍

- (1) 认识导游服务行业的基本情况。
- (2) 熟悉导游服务的职业要求。
- (3) 树立导游服务工作的信心。



任务资讯

一、导游服务的内涵及类型

(一) 导游服务的内涵

现代导游服务是导游人员代表被委派的旅行企业，接待或陪同游客进行旅行、游览等旅游活动，并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。

导游服务的内涵，具体来说包括以下几层含义：

(1) 导游服务的主体——导游人员是旅行社等旅游企业委派的，未受旅行社委派的导游人员，不得私自接待游客。

(2) 导游人员的主要业务是从事游客的接待，包括游客出游前和出游中的接待服务。一般说来，多数导游人员的主要工作是在陪同游客旅行、游览的过程中向其提供导游服务的，但是也有些导游人员是在旅行社设在不同地点的柜台前接待客人，在游客出游前向其提供旅游咨询，帮助客人联系和安排各项旅游事宜。

(3) 导游人员向游客提供的接待服务必须符合标准。对于团体游客必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施,对于散客必须按事前约定的内容和标准实施。一方面,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,另一方面也要注意维护游客的合法权益。对于参加旅行社组织的旅游活动的游客而言,导游服务工作是其顺利完成游程的主要依托。

(二) 导游服务的类型

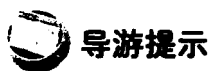
导游服务的类型是指导游人员向游客介绍所游地区或地点情况的方式。导游服务的范围极广,内容相当复杂,不过,就现代导游服务方式而言,大致可分为两大类:图文声像导游方式和实地口语导游方式。

1. 图文声像导游方式

图文声像导游方式,亦称物化导游方式,它主要包括导游图、交通图、旅游指南等纸质宣传物;有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品和纪念品以及旅游目的地国家风情介绍的电影片、光盘等数码宣传物。

2. 实地口语导游方式

实地口语导游方式,亦称讲解导游方式,它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途中所做的介绍和讲解。



导游提示

实地口语导游在导游服务中的地位

随着时代的发展、科学技术的进步,导游服务方式将越来越多样化、高科技化。图文声像导游方式形象生动、便于携带和保存的优势将会进一步发挥,在导游服务中的作用会进一步加强。然而,同实地口语导游方式相比,仍然处于从属地位,只能起着减轻导游人员负担、辅助实地口语导游方式的作用。实地口语导游不仅不会被图文声像导游方式所替代,而且将永远在导游服务中处于主导地位。这是因为:

(1) 导游服务的对象是有思想和目的的游客,需要导游人员提供有针对性的导游服务。旅游者来自世界各地,有着不同的文化背景和个性特征,导游人员可以通过实地口语导游方式了解游客的个性特征和旅游需要,然后根据游客的不同需求,灵活地调整导游讲解内容,有针对性、有重点地进行讲解,而图文声像类导游往往只能以单一的形式出现,很难满足不同社会背景和出游目的的游客的需求。

(2) 现场导游情况复杂多变,需要导游人员灵活处理。现场导游情况纷繁复杂,天气情况好坏、游客情绪高低、有无突发事件都会极大影响游客的参观游览。图文声像导游提供的内容都是基于一种特定的理想环境状态下,无法根据环境的变化而变化,因此只有人,尤其是高水平的导游员才能够灵活妥善地应对这种复杂多变的情况,迅速调整导游讲解方案。

(3) 旅游是一种人际交往和情感交流活动, 需要导游人员的参与。旅游是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动, 任何类型的旅游者, 都或多或少的有着文化和交流的旅游动机。沟通和交流的前提是双向的, 而这同样是高科技图文声像导游方式难以做到的, 同时, 导游人员在向游客提供导游服务的过程中, 其仪容仪表、言谈举止和导游讲解方式都会给游客留下难以泯灭的印象。通过导游人员的介绍和讲解, 游客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人员, 会自然而然地产生一种情感交流。

(三) 导游服务的范围

导游服务范围是指导游人员向游客提供服务的领域, 即导游人员业务工作的内容。导游服务工作繁重纷杂, 服务范围很广, 食、住、行、游、购、娱、出入境迎送、上、下站联络、邮电通讯、医疗等, 几乎无所不包。但归纳起来, 导游服务大体可分为三大类, 即导游讲解服务、旅行生活服务和市内交通服务。

(1) 导游讲解服务。导游讲解服务包括游客在目的地旅行期间的沿途讲解服务、参观游览现场的导游讲解以及座谈、访问和某些参观点的口语翻译服务。

(2) 旅行生活服务。旅行生活服务包括游客出入境迎送、旅途生活照料、邮电通讯、安全服务以及上、下站联络等。

(3) 市内交通服务。市内交通服务是指导游人员同时兼任驾驶员为游客在市内和市郊旅行游览时提供的开车服务。这种服务在西方旅游发达国家比较普遍, 目前我国还不多见。

二、导游服务的发展历程

(一) 导游服务的起源

导游服务是旅游活动发展到一定阶段的产物, 伴随着旅游活动的发展而发展。在我国, 古代社会就已经出现了非商业性的导游活动, 唐诗“借问酒家何处有, 牧童遥指杏花村”中的牧童就是一位临时性为游客引路的向导。真正意义上的职业导游, 是到了近代才产生的。

世界公认的第一次商业性旅游活动是由英国人托马斯·库克组织的, 他于 1841 年 7 月 5 日组织了 570 人从莱斯特到拉夫巴勒参加禁酒大会, 成为近代旅游活动的标志。发现组织活动中巨大的商机后, 托马斯·库克于 1845 年又组织 350 人从莱斯特到利物浦的团体休闲旅游活动, 并全程陪同, 可以说这是世界第一次真正意义上的大规模的商业旅游活动。

1845 年, 托马斯·库克创办了世界上第一家商业性旅行社, 成为世界上第一位专职旅游代理商; 1846 年亲自陪同一个旅行团到苏格兰旅行, 并配备了向导, 这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动; 1865 年, 托马斯·库克与儿子约翰·梅森·库克成立了托马斯·库克父子公司, 迁址至伦敦, 并在美洲、亚洲和非洲设立分公司, 该公司即后来的通济隆旅游公司。1872 年, 托马斯·库克亲自带领了一个 9 人旅游团进行了环

球旅行；1892年，托马斯·库克还创造性地发明了一种流通券，即旅行支票，进一步便利了游客出境旅游。由于对近代商业旅游所做出的开创性贡献，托马斯·库克又被称为近代旅游之父。

（二）我国导游服务的演变历程

中国的第一代导游员出现于1923年8月，即上海商业储备银行的旅游部组建之时。从出现至今，我国导游服务经历了四个发展阶段。

1. 起步阶段（1923~1949年）

同欧美国家相比，中国近代旅游业起步较晚。20世纪初期，一些外国旅行社在上海等地设立旅游代办机构，总揽中国旅游业务，雇用中国人担任导游。1923年8月，上海商业储备银行总经理陈光甫先生在其同仁的支持下，在该银行下创设了旅游部。1927年6月，旅游部从该银行独立出来，成立了中国旅行社，这是中国历史上第一家商业性旅行社。与此同时，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、浙江名胜导游团等。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，同时也出现了第一批中国导游人员。

2. 开拓阶段（1949~1978年）

新中国成立后，第一家旅行社“华侨服务社”于1949年11月在厦门筹建，12月正式营业；1954年4月15日，中国国际旅行社在北京西交民巷4号诞生。在这个阶段，我国导游员约有二三百人，以外事接待工作为主要内容，他们是国际导游队伍的一支后起之秀，为我国旅游业的发展做了大量的工作。



导游提示

中国旅行社成立的过程

1949年11月19日在厦门成立“华侨服务社”→1957年3月，全国各地华侨服务社在北京开会，决定在社名上增加“旅行”二字→1957年4月22日在北京成立“华侨旅行服务社总社”→1969年，因某些政治原因总社机构被撤销→1972年8月，中央批准恢复总社→1974年，鉴于许多华侨已成为外籍华人，不宜再用华侨旅行服务社名义接待。经国务院批准，正式成立“中国旅行社”。

中国国际旅行社成立的过程

1952年，我国成立“国际活动指导委员会”→1953年，南汉宸和刘贯了解苏联国际旅行社情况，决定筹建中国国际旅行社→1953年6月18日呈报政务院→1954年4月15日，“国旅”在北京西交民巷4号正式成立总社→1954年4月28日，政务院通知在天津、上海、南京、广州、杭州、汉口、沈阳、哈尔滨、南宁、安东、大连和满洲里等12个城市成立分社。

中国青年旅行社成立的过程

1979年11月16日成立全国青联旅游部。1980年6月27日,经国务院批准,正式成立“中国青年旅行社”。

3. 发展阶段(1978~1989年)

中国共产党十一届三中全会后,我国实行对外开放政策,大批海外旅游者涌入我国。为适应旅游业的大好形势,中国青年旅行社总社于1980年6月成立,几个中央部委也相继成立了旅行社。1984年后外联权下放,全国各地纷纷组建旅行社,全国导游员猛增到25000人。他们为我国旅游业的大发展做出了贡献,但由于增长速度过快,旅游行业从业人员素质良莠不齐,导游队伍中出现了鱼龙混杂的局面。

4. 全面建设导游队伍阶段(1989年至今)

为了整顿导游队伍,使导游服务水平适应我国旅游业的大发展,1989年3月,国家旅游局在全国范围内进行了一次规模空前的导游资格考试;同年,《中国旅游报》等单位发起了“春花杯导游大奖赛”。这些标志着我国开始迈入全面建设导游队伍的阶段。自此至2001年,我国每年举行一次全国性的导游资格考试。

1994年,国家旅游局决定对全国持有导游证的专职及兼职导游员分等定级(初级、中级、高级、特级),进一步加强导游队伍建设。

2001年,国家旅游局颁发《导游人员管理实施办法》,决定首先在上海市、浙江省等地启用IC卡导游证,实行导游计分制管理;同年,全国导游资格考试组织权由国家旅游局下放至各省、自治区和直辖市旅游局。

2002年,国家旅游局开展整顿和规范旅游市场秩序活动,把全面清理整顿导游队伍作为三个重点环节之一来抓,明确提出严厉查处乱拿私授回扣、打击非法从事导游活动、坚决清理一批政治、道德、业务素质不合格的导游人员、建立和完善“专职导游”和“社会导游”两套组织体系和教育管理体系、全面推行导游计分制管理和IC卡管理等举措,促进了导游工作的规范化和导游队伍的建设。

截至2008年,全国持证导游人数达到了474614人。在未来旅游活动中,导游服务将出现导游内容高知识化、导游手段科技化、导游方法多样化、导游服务个性化和导游职业自由化等五大趋势。

三、导游服务的性质和特点

(一) 导游服务的性质

导游服务的性质在不同的国家和地区,由于社会制度、意识形态和民族文化的不同,其政治属性也不同。除政治属性外,世界各国的导游服务还具有以下共同的属性。

1. 社会性

导游服务的社会性来源于旅游活动的社会性。旅游活动是一种社会活动，一方面它是人类社会经济发展到一定阶段的产物，并随着社会经济的发展而发展；另一方面，它的开展又涉及现代社会的许多方面，从而对社会经济的发展起着促进作用。导游服务的对象是广大游客，为满足游客的需要，在服务过程中，导游人员不仅同游客保持经常接触，而且要同社会诸多方面发生社会关系。所以，导游服务本身就是一种社会服务，对于从事导游服务的人员而言，其工作是一种谋生的手段。

2. 文化性

导游服务的文化性产生于游客对异国他乡知识和文化品位的追求。无论导游人员的仪容仪表、行为举止，还是导游讲解以及同游客的日常交谈，无不直接、间接地表达或渗透着旅游目的地国家或地区民族的传统文化和现代文明。因此，一方面，导游服务是传播文化的重要渠道；另一方面，导游服务也是旅游者审美和求知的媒介。

3. 服务性

导游服务与第三产业的其他服务一样，属于非生产性劳动，是一种通过提供一定的劳务活动，如翻译、导游讲解、旅行生活服务等，来满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适旅行的需求。然而，导游服务又不同于一般的、简单的技能服务，它既可以提高旅途生活质量，又能满足游客的心理需求，因此是一种复杂的、高智能、高技能的高级服务。

4. 经济性

导游服务是导游人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。导游服务的经济性主要表现在优质服务直接创收、扩大客源间接创收、因势利导促销商品和促进经济交流等四个方面。

5. 涉外性

导游人员为外国游客提供的导游服务具有明显的涉外性。导游人员在向外国游客提供导游服务的过程中，不仅担负着向他们宣传社会主义中国物质文明和精神文明的职责，使之对我国的历史、文化、社会制度和建设成就有较深入地地了解，消除他们中某些人的无知、误解和疑虑，而且起着沟通他们同我国人民之间相互了解和友谊的桥梁作用。导游人员应该充分利用接触外国游客面广、机会多、时间长、无语言障碍等有利条件，同他们进行广泛的接触，并帮助他们与我国人民之间进行有效的沟通，以实现相互理解和感情上的交流。从这个意义上说，导游人员向外国游客提供导游服务的同时又肩负着“民间大使”的重任。

(二) 导游服务的特点

1. 独立性强

导游人员在带团外出旅游中往往要独当一面。导游人员要独立地宣传、执行国家政策,要独立地根据旅游计划组织活动、带旅游团参观游览,尤其是在出现突发问题时,导游人员还需要独立地、合情合理地进行处理。导游人员的导游讲解也具有相对的独立性,因为导游人员要根据不同游客的文化层次和审美情趣进行有针对性的导游讲解,以满足他们的精神享受需求。因此,每位导游人员都应独立完成旅行社委派的各项任务。导游服务的这一特点要求导游人员要勇于向困难挑战,在战胜困难的过程中提高自己的各种能力。

2. 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。导游人员接待的游客来自世界各地和社会各个阶层,文化背景和文化水平的差异要求导游人员必须具备宽广的知识面,古今中外历史、天文地理、政治、经济、社会、文化、医疗、卫生、宗教、民俗等均需涉猎。而由于游客文化背景和文化水平的不同,导游人员在进行景观讲解、解答游客的问题时,都需要运用所掌握的知识 and 智慧来灵活应对,这是一种艰苦而复杂的脑力劳动。另一方面,导游人员的工作量很大,且大多数时间都是在户外工作,除了在旅行游览过程中进行讲解之外,还要随时随地处理游客的各类要求,解决各种突发问题。尤其是旅游旺季时,导游人员往往连轴转,体力消耗大,又常常无法正常休息。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,以便能随时随地向游客提供所需要的服务。

3. 复杂多变

导游服务工作不仅繁杂,且变化较大,其复杂性主要表现在如下几个方面。

1) 服务对象复杂

导游服务的对象是游客,他们来自世界各地,不同国籍、民族、肤色的人都有,职业、性别、年龄、宗教信仰和受教育的情况也各异,至于性格、习惯、爱好等更是千差万别。导游人员面对的就是如此复杂的群体,而且由于接待的每一批游客都互不相同,这又是个不断变化着的复杂群体。

2) 游客需求多种多样

导游人员除按接待计划安排和落实游客旅游过程中的食、住、行、游、购、娱基本活动外,还有责任满足或帮助满足游客随时提出的各种个别要求以及解决或处理旅游中随时出现的问题和情况,如会转递物品、游客患病、游客走失、游客财物被窃与证件丢失等,而且由于对象不同、时间场合不同、客观条件不同,同样的要求或问题也会出现不同的情况,需要导游人员审时度势、判断准确并妥善处理。

3) 人际关系复杂

导游人员除天天接触游客之外,在安排和组织游客活动时还要同饭店、餐馆、旅游