



全国导游人员资格考试统编教材
QUANGUO DAUYOU RENYUAN ZIGE KAOSHI TONGBIAN JIAOCAI

导游业务

D A O Y O U Y E W U

全国导游人员资格考试统编教材专家编写组 编

TOURISM

中国旅游出版社



全国导游人员资格考试统编教材
QUANGUO DAOYOU RENYUAN ZIGE KAOSHI TONGBIAN JIAOCAI

导游业务

DAOYOU YEWU

全国导游人员资格考试统编教材专家编写组 编

中国旅游出版社

项目策划: 付 蓉
项目统筹: 譙 洁
责任编辑: 譙 洁
责任印制: 冯冬青
封面设计: 中文天地

图书在版编目(CIP)数据

导游业务 / 全国导游人员资格考试统编教材专家编写组编. -- 北京: 中国旅游出版社, 2016.4 (2017.1重印)
全国导游人员资格考试统编教材
ISBN 978-7-5032-5567-0

I. ①导… II. ①全… III. ①导游-资格考试-教材
IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第056582号

书 名: 导游业务

主 编: 全国导游人员资格考试统编教材专家编写组
出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编: 100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

营销中心电话: 010-85166503

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷: 北京工商事务印刷有限公司

版 次: 2016年4月第1版 2017年1月第13次印刷

开 本: 787毫米×1092毫米 1/16

印 张: 22

字 数: 343千

定 价: 32.00元

I S B N 978-7-5032-5567-0

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

出版说明

业内称导游人员是旅游业的灵魂，是旅游业的形象大使，这充分说明导游人员在旅游业中的重要作用。在我国旅游业蓬勃快速发展的今天，旅游者越来越追求高品质的旅游产品，对导游人员的职业素养、业务水平、综合能力的要求越来越高。可以说，高素质的导游人员是高品质旅游产品的核心要素。

2015年8月，国家旅游局《关于完善“导游人员从业资格证书核发”行政审批事项有关工作的通知》（旅办发〔2015〕62号）规定，将于2016年起实行全国统一的导游人员资格考试制度。2016年1月，国家旅游局公布了全国导游人员资格考试大纲。作为国家旅游局唯一直属的出版社，中国旅游出版社迅速响应了这一新出台的导游人员资格考试政策，邀请了业内权威专家组成全国导游人员资格考试统编教材专家编写组，在认真学习、研讨国家旅游局发布的相关文件精神 and 统考大纲要求的基础上进行教材编写工作。目前奉献给广大考生及业内读者的就是编写组专家经过近5个月精心编写、由中国旅游出版社专业编辑经过四审四校精心加工的全国统考版的《政策与法律法规》《导游业务》《全国导游基础知识》三门考试科目教材。

此次统考教材的编写，充分体现出了以下特点：其一，本套教材完全遵循国家旅游局相关文件精神 and 统考大纲要求，书名与考试科目相一致，每本教材中的内容都涵盖了国家旅游局颁布的统考大纲的全部要点；



在编写上力求简洁、通俗，易学、易记，便于学习和掌握，方便考生应考。其二，编写组成员均为业内资深的专家学者，长期工作在我国导游人员管理、行业教育培训和旅游院校导游专业教学一线，有着丰富的实践经验和较高的专业水准。他们的通力合作，确保了这套统考教材在内容上能够最大限度地贴近编写大纲的要求，也是这套教材高品质的保证。其三，本套教材在吸取原来各省导游人员资格考试教材内容和编写风格的基础上，强调理论与实践相结合，强调内容与时俱进、有全国示范意义并经得起业界实践的检验，强调注重实用性和业务可操作性。其四，配套完善。为了更好地满足考生顺利应考的需求，我社还同时推出了与这3门考试科目教材相配套的《全国导游人员资格统一考试模拟习题集》，将《政策与法律法规》《导游业务》《全国导游基础知识》3门科目的重点、难点进行梳理和总结，并以练习题的方式展现出来，方便考生开拓思维、掌握重点和难点。

2016年全国旅游工作会议提出，深化导游管理体制改革的，从行政化、封闭式管理向法制化、市场化管理转变；从导游必须由旅行社委派向导游依法自主有序流动的开放式管理转变，同时改革导游管理模式。可以预见，在新的管理模式下，导游队伍将焕发出新的发展生机和活力。我们希望这套精心策划、精心编写和出版的统编教材，不仅能够切实满足广大考生应考的需要，同时还能够为我国导游人员业务能力和综合素质的提升、为我国旅游业的发展尽一份绵薄之力。

中国旅游出版社

2016年3月8日

目 录

基础篇

第一章 导游服务	1
第一节 导游服务的内涵及类型	1
第二节 导游服务的发展历程	6
第三节 导游服务的性质、特点及原则	13
第四节 导游服务的地位及作用	24
第二章 导游人员	28
第一节 导游人员的内涵及类型	28
第二节 导游人员的从业素质	33
第三节 导游人员的职责要求	39
第三章 导游人员的职业道德与修养	44
第一节 导游人员的职业道德	44
第二节 导游人员的修养和行为规范	47
第三节 导游人员的仪容仪表礼仪	51
第四节 导游人员的言谈举止礼仪	59
第五节 导游人员的人际交往礼仪	67



规程篇

第四章 地方导游服务规程与服务质量	81
第一节 接待阶段前的准备	81
第二节 接待过程中的服务	87
第三节 接待结束阶段的工作	99
第五章 全程导游服务规程与服务质量	105
第一节 接待前的服务准备	105
第二节 接待过程中的服务	108
第三节 接待结束阶段的工作	115
第六章 景区导游服务规程与服务质量	118
第一节 旅游景区导游服务程序	118
第二节 旅游景区其他相关服务	122
第七章 散客旅游服务规程与服务质量	125
第一节 散客旅游服务类型与特点	125
第二节 散客旅游服务规程与服务质量	129

技能篇

第八章 导游人员的语言技能	137
第一节 导游语言的内涵及特性	137
第二节 导游口头语言表达技巧	146
第三节 导游态势语言运用技巧	151
第四节 导游语言的沟通技巧	156

第九章 导游人员的带团技能	168
第一节 导游人员带团的理念、特点与原则	168
第二节 导游人员的主导地位和形象塑造	170
第三节 导游人员提供心理服务的技巧	173
第四节 导游人员引导游客审美的技巧	182
第五节 导游人员组织和协调的技巧	187
第六节 导游人员接待重点游客的技巧	199
第十章 导游人员的讲解技能	210
第一节 导游讲解的内涵及原则	210
第二节 实地导游讲解常用技法	215
第三节 实地导游讲解的要领	225
第十一章 导游人员的应变技能	230
第一节 游客个别要求的处理	230
第二节 旅游故障的预防与处理	252
第三节 旅游安全故障的预防与处理	285
第四节 自然灾害的预防与处理	292

知识篇

第十二章 旅行社知识	295
第一节 旅行社的性质和主要业务	295
第二节 旅游产品及其类型	297
第十三章 入出境知识	300
第一节 入出境所持的证件	300
第二节 入出境手续的办理程序	304
第三节 海关对入出境游客所携物品的规定	308



第十四章 交通知识	311
第一节 航空客运知识	311
第二节 铁路客运知识	317
第三节 水路客运知识	319
第十五章 货币与保险知识	321
第一节 货币知识	321
第二节 保险知识	323
第十六章 其他常识	327
第一节 卫生常识	327
第二节 国际时差与温度、度量衡换算	334
参考文献	339
后 记	341

第一章 导游服务

第一节 导游服务的内涵及类型

一、导游服务的内涵

导游服务是指导游人员代表被委派的旅游企业，接待或陪同游客进行旅游活动，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：

首先，导游服务的主体是具有导游资格的导游人员，而且导游人员必须是旅游企业（包括旅行社和景区景点）委派的，未受旅游企业委派的导游人员，不得私自接待游客。

其次，导游服务的主要内容是游客的接待。一般来说，多数导游人员是在陪同游客旅行、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置的不同地点的柜台前接待客人，向客人提供旅游咨询，帮助客人联系和安排各项旅游事宜。他们同样提供的是接待服务，所不同的是，前者是在游览中提供接待服务，后者则是在出游前提供接待服务。

此外，向游客提供的接待服务，对于团队游客而言，导游人员必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施，对于散客则应按事前约定的内容和标准实施。导游人员不得擅自增加或减少甚至取消旅游项目，也不得降低导游服务质量标准。



因此，导游服务是整个旅游服务过程中的灵魂，导游人员在旅游过程中的服务艺术、服务技能、服务效果和组织能力对游客的综合旅游感受会形成最直接的影响。不仅如此，导游服务工作的优劣，还会直接影响到整个旅游行业的信誉，对旅游业的发展产生直接或间接的影响。

二、导游服务的类型

导游服务包括图文声像导游和实地口语导游两种方式。

（一）图文声像导游

图文声像导游亦称物化导游，是指作为游客旅游指导的招徕宣传品和旅游纪念品，包括多种不同形式的图文印刷资料和声像制品。

1. 图册类

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. 纪念品类

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。

3. 声像类

有关国情（城市）介绍、景点介绍的录像带、录音带、电影片、幻灯片和 CD、VCD、DVD 光盘等。

旅游业发达的国家对图文声像导游极为重视，各大中城市、旅游景点以及机场、火车站、码头等处都设有摆放着各种印制精美的旅游宣传资料的“旅游服务中心”或“旅游问讯处”，游人可以随意翻阅，自由索取。工作人员还热情、耐心地解答有关旅游活动的各种问题并向问询者提供有参考价值的建议。很多旅行社通过定期向公众放映有关旅游目的国（地）的电影或录像、举办展览会等方式来影响潜在的游客。组团旅行社通常在旅游团出发前，在领队向团员介绍目的地的风俗民情及旅游注意事项的同时，为游客放映有关旅游目的地的电影、录像或幻灯片，散发《旅游指南》等资料，帮助游客了解即将前往参观游览的旅游目的地。此外，许多博物馆、教堂和重要的旅游景点都装备有先进的声像设施，方便游客参观游览，帮助游客较为深刻地理解重要景观景物的文化内涵和艺术价值，从而获得更多美好的享受。



4. 语音导览器

自助式语音导览器具有多种语言可供选择,可通过红外无线连接,采用图、文、声、像全方位多媒体技术对展览内容进行翔实的介绍,使展览得到更大程度的扩展和延伸。

5. 智慧旅游

利用移动云计算、互联网等新技术,借助便携的终端上网设备,主动感知旅游相关信息,并及时安排和调整旅游计划。简单地说,就是游客与网络实时互动,让游程安排进入触摸时代。智慧旅游使旅游资源和信息资源得到高度系统化整合和深度开发激活,并服务于公众、企业、政府等的面向未来的全新的旅游形态。它以融合通信与信息技术为基础,以游客互动体验为中心,以一体化的行业信息管理为保障,以激励产业创新、促进产业结构升级为特色。

(二) 实地口语导游

实地口语导游亦称讲解导游,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导游讲解。

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,同实地口语导游相比,图文声像导游仍将处于从属地位,实地口语导游在导游服务中的核心地位是不可替代的,并将永远发挥着主导作用。其原因主要有以下三个方面。

1. 导游服务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

由于社会背景和旅游动机的不同,不同游客的出游动机和目的不尽相同,其表达方式也各有千秋。有的人直截了当,有的人则比较含蓄,还有的人可能缄默不语。单纯依靠图、文、声、像一类千篇一律的固定模式介绍旅游景点,是不可能满足不同社会背景和出游目的的游客的需求的。导游人员可以通过实地口语导游了解游客对旅游景点的喜好程度,在与游客的接触和交谈中,掌握不同游客的想法和出游目的,然后根据游客的不同需求,在对景观景物进行必要的介绍的同时,有针对性、有重点地进行导游讲解。这是图文声像导游难以企及的。



2. 现场导游情况复杂多变，需要导游人员灵活、妥善处理

现场导游的情况是纷繁复杂的，在导游人员对景观景物进行介绍和讲解时，有的游客会专心致志地听，有的则满不在乎，有的还会借题发挥，提出各种稀奇古怪的问题。这些情况都需要导游人员沉着应对，妥善处理。在不降低导游服务质量标准的前提下，一方面满足那些确实想了解旅游目的地景观景物知识的游客的需求，另一方面要想方设法调动那些对旅游目的地不感兴趣的游客的游兴，还要对提出古怪问题的游客做必要的解释，以活跃整个团队的旅游气氛。此类复杂情况并非现代科技导游手段可以解决的，只有人，而且是高水平的导游人员才能得心应手地加以处理。

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和沟通

旅游是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动，游客通过接触目的地居民来了解目的地的社会文化，实现不同国度、不同地域、不同民族之间的人际交往和情感交流。导游人员是游客率先接触且接触时间最长的目的地居民，其仪容仪表、神态风度和言谈举止都会给游客留下难以磨灭的印象。通过导游人员的介绍和讲解，游客还可以了解旅游目的地的文化，增长知识，陶冶情操。经过一段时间的接触和交往，游客和导游人员之间会自然而然地产生一种情感交流，建立起相互信任和友谊。这种导游人员与游客之间建立的正常的人与人之间的情感关系是提高导游服务质量的重要保证。这同样是高科技导游方式难以做到的。

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，亦即导游人员业务工作的内容。导游服务繁重纷杂，范围很广，食、住、行、游、购、娱几乎无所不包（见图 1-1）。但归纳起来，导游服务主要包括以下三大类。

（一）导游讲解服务

导游讲解服务包括游客在目的地旅行时导游人员所做的沿途讲解、参观游览地的导游讲解，以及座谈、访问和某些参观点的口译服务等。

导游讲解服务有助于传播文化、增进了解和陶情怡性。通过导游人员的介绍、讲解或翻译，可以帮助游客认识一个国家（或地区）的历史文化、传统风俗、生活方式和现代文明，以及当地居民的精神面貌、价值观念和道德

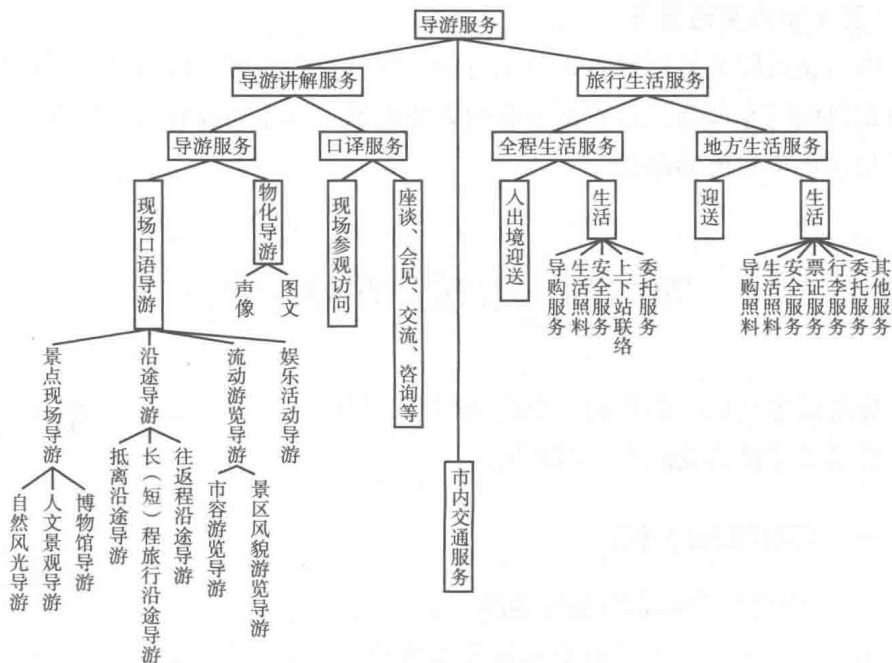


图 1-1 导游服务示意图

水准，使游客通过对目的地社会文化和精神风貌的切身体验，获得惬意的审美感受和美好的回忆。高质量的导游讲解服务还可以在某种程度上弥补生活服务中的某些不足，消除因生活服务的不尽如人意而造成的不愉快。

（二）旅行生活服务

旅行生活服务包括游客入出境迎送、旅途生活照料、安全服务以及上下站联络等。

旅行生活服务是目的地旅游接待工作中不可缺少的环节，也是导游服务的重要内容。首先，导游人员通过做好迎送游客、帮助游客办理住店离店事宜、安排游客行李运送、注意保护游客安全等日常工作，以及与饭店、餐馆、商店等旅游相关接待单位进行必要的协调、沟通，可使游客在旅游期间的的生活顺利、愉快；其次，提供令人满意的旅行生活服务，可使游客对导游人员产生信赖感，逐渐消除初见时的隔膜和距离；最后，提供热情周到的旅行生活服务，使游客的旅游生活丰富多彩，精神轻松愉快。客、导之间关系融洽，有利于游客集中精力倾听导游人员的讲解，从而使导游讲解取得良好的效果。



（三）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驾车服务。这种服务在西方旅游发达国家比较普遍，目前我国也已呈现迅速发展的趋势。

第二节 导游服务的发展历程

导游服务是旅游服务的一个组成部分，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。

一、导游服务的起源

（一）古代社会的非商业性导游

在人类历史上，人类有意识地外出旅行是由于产品或商品交换引起的。在原始社会末期，随着生产力的发展，出现了第三次社会大分工，商业从农牧业和手工业中分离出来，社会上出现了专门从事商品交换的商人。他们以经商为目的，周游于不同的部落之间，于是产生了最早的以经商为目的的旅游活动，但它仅限于一种单一的商务旅行活动，是人类早期旅游活动的一种雏形，且没有产生相应的导游服务。

奴隶社会和封建社会时期，人类的旅游活动有了一定的发展，外出旅游的人数不断增加，旅游的目的也不再单一，但旅游活动仍处于一种小规模、无组织、无领导的状态。虽然已出现有人在旅行时聘请当地熟悉路途的人做向导，但是这些向导都只是临时性的，正如“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”中所描述的，其作用仅是为旅行者引路的“牧童”而已，还不是我们现代意义上的导游人员。作为一种商业性质的职业导游，是到了近代才产生的。

（二）商业性导游服务的产生

18世纪60年代后，以英国为代表的西方国家开始进入工业革命时期。随着生产力的迅速发展，旅游活动产生了本质性的变化，其最突出的标志是近代旅游业的诞生和商业性导游服务的产生。



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(Thomas Cook)组织的。1841年7月5日,托马斯·库克组织了570人,利用包租火车的方式,从莱斯特到拉夫巴勒参加一次禁酒大会。这次活动虽然不是纯粹的商业性活动,却成了近代旅游活动的标志,更重要的是托马斯·库克从中看到了巨大的商机。1845年,托马斯·库克又组织了一次350人的团体消遣性旅游活动,从莱斯特到利物浦,为期一周。为组织这次活动,托马斯·库克做了大量的先期准备工作,印制了世界上最早旅游指南《利物浦之行手册》,自己全程陪同,可以说这是世界上第一次大规模的、有组织的、纯粹以商业为目的的旅游活动。同年,托马斯·库克在莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社。此后,他放弃了原来的工作,开始专门从事旅游代理业务,成为世界上第一位专职的旅行代理商。

1846年,托马斯·库克亲自带领一个旅行团到苏格兰旅行。旅行社为每个成员发了一份活动日程表,还为旅行团专门配备了向导,这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动,导游服务作为一种职业正式登上了历史的舞台。

1865年,托马斯·库克与儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)成立了托马斯·库克父子公司(即后来的通济隆旅游公司),迁址于伦敦,并在美洲、亚洲、非洲设立分公司。1872年,托马斯·库克亲自带领一个9人旅游团访问纽约、南北战争战场、多伦多等地,把旅游业务扩展到了北美洲。这次环球旅行使其声名远播,产生了极大的影响。

1892年,托马斯·库克还创造性地发明了一种流通券。凡持有流通券的国际游客可在旅游目的地兑换等价的当地货币,即旅行支票,这更加方便了游客进行跨国和洲际旅游。

后来,欧洲、北美诸国和日本纷纷仿效托马斯·库克组织旅游活动的成功模式,先后组建了旅行社或类似的旅游组织,招募陪同或导游人员,导游队伍逐渐形成。第二次世界大战后,由于世界范围的和平与发展,大众化旅游活动迅速发展,导游队伍得以不断壮大。

二、我国导游服务的演变历程

我国导游服务起步于1923年8月,至今经历了四个发展阶段。



（一）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，如英国的通济隆旅游公司、美国的运通旅游公司等开始在上海等地设立旅游代办机构，总揽中国旅游业务。

1923年8月，上海商业储备银行总经理陈光甫先生在其同人的支持下，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，其分支社遍布华东、华北、华南等15个城市。与此同时，中国还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，同时也产生了第一批导游人员。

（二）开拓阶段（1949—1978年）

新中国成立后，我国旅游事业有了进一步发展。第一家旅行社“华侨服务社”于1949年11月在厦门正式营业。1954年4月15日，中国国际旅行社在北京西交民巷4号诞生。其后又在各地设立分支社，主要负责接待外宾，为外国人来华旅游提供方便，但不承担自费旅游的接待业务。到1956年，由于华侨、港澳同胞回国观光探亲的越来越多，旅行社开始接待自费游客。1964年6月，国务院批准成立“中国旅行游览事业管理局”作为国务院直属机构，加强对旅游事业的组织和领导。在此期间导游队伍逐渐形成，规模约有二三百人，近十几种语言导游。这一时期导游服务以外事接待工作为主要内容，因此，从事导游服务的工作人员均称为翻译导游人员。



小知识 1-1：中国旅行社成立过程（“中旅”CTS）

1949年11月19日，厦门有关部门接管了旧的“华侨服务社”，创立了新中国第一家华侨服务社。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，并于4月22日在北京成立“华侨旅行服务社总社”。1969年因各种原因被短期撤销。1972年8月，中央又批准恢复总社。1974年经国务院批准，成立了中国旅行社，并与华侨旅行社合署办公，统称中国旅行社。