

导游年审培训系列教材“步步高”(I)

实用导游技能

Shiyong Daoyou Jineng

彭元力 周刚刚 / 主编

中国旅游出版社

导游年审培训系列教材“步步高”(1)

实用导游技能

主 编：彭元力 周刚刚

中国旅游出版社

责任编辑：谭 燕

责任印制：李崇宝

封面设计：吴 涛

图书在版编目 (CIP) 数据

实用导游技能 / 彭元力, 周刚刚主编. - 北京:
中国旅游出版社, 2003. 10
(导游年审培训系列教材 “步步高” I)
ISBN 7 - 5032 - 2230 - 1

I. 实… II. ①彭…②周… III. 实用 - 基本知识
IV. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 088723 号

书 名：实用导游技能

主 编：彭元力 周刚刚

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

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷：河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂

版 次：2003 年 8 月第 1 版

2004 年 8 月第 2 次印刷

开 本：850 毫米 × 1168 毫米 1/32

印 张：8.25

字 数：160 千

印 数：4001 - 7000 册

定 价：25.00 元

版权所有 翻印必究

编委会成员名单

主 编：彭元力 周刚刚

副主编：钟业南 苏惠媛

编 委：（按音序排名）

蔡发祥	陈志君	崔松雪	付晓雪
贺剑武	姜力箭	江晓云	柯 球
李 黎	李灵资	卢成志	卢 玲
申新宜	韦登山	伍 进	谢文莉
玉而钦	余亚明	周文宗	周云涛
诸芳子	朱鲁路		

统 稿：周刚刚 麻名佳 叶 杰

前 言

旅游业是 21 世纪三大朝阳产业之一，旅行社是旅游业的龙头企业，而直接在旅游一线接待旅游者的导游员，肩负民间大使的重任。在游客眼中，导游员不光是旅行社的代表，还是国家、省、市的代表。故而提高导游员的素质、强化导游服务质量，是“非典”之后中国旅游业复原、起飞以及可持续发展的重要条件。

正因为如此，国家旅游局下文要求各地将导游年审培训的时间提高到每年 56 小时。在这每年 7 天的培训时间中，究竟应该从哪些方面去培训导游一时成了各地旅游局面临的课题。

《实用导游技能》一书正是在这种背景下编写的一本探索帮助导游员提高导游服务技能与导游文化的导游年审培训教材。在编写过程中，我们本着“管理好导游队伍，服务好导游队伍，提高好导游队伍”的原则，根据当前导游接团的实际，确定了以下组稿思路：一是配合全国旅游市场整顿，强化导游职业道德教育；二是重点介绍新形势下出现的导游必知的新导游服务技能，如购物促销技能、中外文化比较技能等；三是既要有导游型专家的权威性新理论，又应有专家型导游接团积累的实践经验及旅行社老总论导游，以增强本书的实用性；四是选

登几篇或从全方位导游角度切入、或饱含佛教文化内涵的优秀英文、日文导游词及中文桂林景点介绍范本，以飨高品位导游。

本书为导游年审培训系列教材“步步高”（Ⅰ）。拟于2004年、2005年陆续编写、出版导游年审培训系列教材“步步高”（Ⅱ）、（Ⅲ）。

本书在编写过程中，得到了桂林旅游高等专科学校导游系的大力支持，还得到了桂林工学院旅游学院、桂林各旅行社以及许多专家、导游的积极参与，在此一并表示衷心感谢！因编写时间仓促，敬请广大旅游界同仁提出宝贵意见，以利修正。

本书各章节作者分工如下：

第一章“导游职业道德”作者为伍进、贺剑武、江晓云；“导游购物促销”一节为李黎、周刚刚、朱鲁路、李灵资编写；“加点套餐团队夜生活”一节为诸芳子、周刚刚编写；“应变答疑”一节为谢文莉编写；“中西文化比较”一节为周刚刚编写；“礼仪文化”一节为苏惠媛、玉而钦编写；“导游实践”的作者“英语”为申新宜，“日语”为韦登山，“法语”为陈志君、卢成志，“德语Ⅰ”为傅晓东，“德语Ⅱ”为周文宗，“韩语”为崔松雪，“印尼语”为余亚明，“粤语”为柯球，“台湾团”为周云涛编写；“漓江导游词（英）”为周刚刚编写；“象鼻山、伏波山、叠彩山（日）”为卢玲编写；“伏波山导游”为周文宗编写；“栖霞寺导游”为蔡发祥编写；“桂林旅游业发展回顾与展望”为苏惠媛编写；“旅行社总经理谈导游”为姜力箭编写。

桂林市旅游局

二〇〇三年九月十五日

目 录

第一章 导游职业道德	(1)
第一节 引言	(1)
第二节 导游职业道德与修养	(3)
第三节 导游职业道德与诚信	(5)
一、当今社会是一个讲诚信、讲信誉的社会	(5)
二、当前道德失范中的诚信问题	(5)
三、诚信在道德建设中的基础地位和感化作用	(6)
第四节 导游职业道德规范	(9)
一、思想方面	(9)
二、行为规范方面	(12)
第五节 加强导游职业道德的途径和方法	(14)
一、导游要加强自身职业道德修养	(14)
二、建立健全导游行业自律机制，加强导游行业 自律	(15)
三、旅游行政管理部门加强质量监督	(16)

第六节 正确处理导游与旅行社或导游公司之间的道德关系	(17)
一、关爱导游——旅行社的一项道德责任	(17)
二、关心企业——导游的一种道德义务	(18)
第七节 导游员诚信举例	(19)
一、旅行社(导游员)能否擅自变更合同约定	(19)
二、主动维护游客权益,树立导游员诚信形象	(20)
三、不可与旅游经营者串通欺骗消费者	(22)
四、诚实的谎言	(23)
第二章 导游技能	(25)
第一节 导游购物促销	(25)
一、购物促销现况	(25)
二、促销与宰客的界别	(27)
三、导游员谈购物促销技巧	(30)
四、专家论导游购物促销规范与技巧	(35)
五、游客购物心理	(45)
六、定点商品常识	(53)
七、定点商品促销词选	(66)
第二节 加点“套餐”与团队夜生活	(70)
一、加点“套餐”	(70)
二、团队夜生活	(73)
第三节 应变答疑	(78)

第三章 导游文化	(88)
第一节 比较文化	(88)
第二节 礼仪文化	(102)
一、现代礼仪	(103)
二、重视美容,适当化妆	(108)
三、导游员要讲究礼仪	(110)
四、我国主要客源国和地区的习俗礼仪简介	(111)
五、宗教礼仪常识	(116)
第四章 导游实践	(123)
第一节 经验篇	(123)
一、英语接团实践	(123)
二、日语接团实践	(127)
三、法语接团实践	(138)
四、德语接团实践 (I)	(143)
五、德语接团实践 (II)	(146)
六、韩语接团实践	(151)
七、印尼语接团实践	(159)
八、粤语接团实践	(163)
九、台湾接团实践	(170)
第二节 实训篇	(172)
一、漓江导游词 (英文)	(172)
二、象鼻山、伏波山、叠彩山导游词 (日文)	(192)

三、伏波山导游词	(207)
四、栖霞寺导游词	(220)
附 录	(232)
桂林旅游业回顾与展望	(232)
旅行社总经理谈导游素质	(245)
主要参考书目	(251)

第一章 导游职业道德

第一节 引言

一份调查报告说明的问题

报告类别：调查报告

行业分类：旅游

调查地点：北京、上海、广州

调查时间：2002年

样本数量：700余位

样本情况：常住居民

调查机构：中国经济景气监测中心

报告来源：中国经济景气监测中心

旅游业迅速发展，导游服务也日渐升温。中国经济景气监测中心对北京、上海、广州三城市700余位常住居民调查显示，目前我国导游水平参差不齐，人们要求导游首先做到诚信、敬业、敬岗。

(一) 近六成被调查者在意是否有导游证

据调查, 57% 的居民在旅游中接触过导游 (表 2), 说明导游服务已经成为旅游业中的重要组成部分, 也说明导游已成为人们旅行所需要的重要服务内容。如果接受导游服务, 那么有 58% 的居民在意导游员是否持有导游证, 另外 42% 的居民不在意。这表明, 随着对导游岗前培训和发放证件等规范管理, 大多数居民注意导游是否持证上岗, 是否有到位的服务水平和质量。同时, 超过四成的居民缺乏这方面的意识, 这也显示出进一步规范导游市场, 不仅需要从旅游行业大力入手, 也需要从提高广大旅行者监督意识、保护意识入手 (表 3)。

(二) 认为导游水平参差不齐

对目前的导游水平, 大多数居民认为参差不齐, 特别是不合法导游水平低的问题尤为突出 (表 1)。

表 1 导游水平状况

	全部导游	合法导游	不合法导游
高	15.8%	27.0%	4.5%
参差不齐	55.7%	61.3%	50.0%
低	28.5%	11.7%	45.5%

表 2 游客在旅行中接触导游情况

接触过	57%	未接触过	43%

表 3 游客对导游证在意情况

在意	58%	不在意	42%

调查中人们同意,一方面要通过培训和竞争,促进导游队伍整体水平的提高;另一方面要依法取缔不合法的导游,净化导游队伍,使导游在法制的基础上提高服务质量。

(三) 希望做到诚信、敬业、爱岗

对于职业导游首先应该做到的事,37.4%的居民认为是守信诚实,24.8%认为是知识丰富,22.4%认为是敬业爱业,还有15.4%认为是关爱善良。这一组数据中也反映出目前相当一部分导游水平偏低,难以给旅游者诚实、信誉、敬业、友好的感觉。导游员必须努力提高作为市场经济和旅游经济重要组成部分的导游服务(表4)。

表4 游客对导游的首要要求

守信诚实	37.4%	知识丰富	24.8%
敬业爱业	22.4%	关爱善良	15.4%

第二节 导游职业道德与修养

旅游业是一种特殊的服务性行业,这就要求导游必须具有与旅游业相适应的、高风亮节的修养与良好的思想道德品质,以调节、支配自己的心理活动和行为方式,为旅游业的繁荣昌盛做出贡献。

良好的修养主要包括爱国主义情怀和职业道德感两方面。导游工作的重要一环是指导游客领略中华民族优秀传统文化遗产及名山奇景,这就决定了导游员必须对自己的祖国满怀自豪感和

尊严感，对社会主义现代化建设和繁荣社会主义旅游事业充满义务感和责任感。我国实行改革开放以来，越来越多的国外旅游者来我国观光旅游。来华的绝大部分游客对中国是友好的，但也有部分人对中国很不了解，甚至会有少量的不怀好意者。他们可能会就人权、西藏、台湾、计划生育、法轮功、宗教、民族等敏感问题提出各种各样的问题。导游员应该严格按照党的方针政策去回答这些提问，对个别寻衅者，应据理驳斥，随时随地自觉维护国家与民族的尊严是导游员爱国主义情怀的具体体现。

为满足旅游者的需要而多做贡献的崇高情感是导游最基本的职业道德。而且，这种积极的情感应在为游客服务的实践活动中体现出来。例如，“贫贱不能移，富贵不能淫”就是职业道德感的一种体现。如果导游在接待中强游客所难，不能真诚为游客服务，甚至嫌贫爱富，不平等待人，或为一己小利而向旅游者兜售物品、索要小费或者与经营者串通欺骗、胁迫旅游者消费，那么，不但游客会蒙受损失，而且旅游业也会相应受到声誉损失。

发展旅游业，就必须坚决反对和阻止违反爱国主义情感、缺乏职业道德的行为。导游工作者应当自觉维护国家利益和民族尊严，树立良好形象，并使之转化成为对导游工作的热爱及对游客的尊重和体贴。对本职工作的热爱是导游爱国感和责任感的具体反映，而这种情感正是导游为社会主义旅游业的繁荣昌盛而努力工作的精神支柱。在导游工作中，导游健康积极的情感自然会在服务、讲解过程中从表情、动作和声音等明显反应流露出来，以此表达对游客的友爱和关心，有效地感染游客，引发游客积极快乐的情绪。只有这样，导游才能真正起到应有的作用。

第三节 导游职业道德与诚信

讲诚信是导游职业道德建设的基础和前提，这是由当今社会道德的时代特征、当前道德失范中的诚信问题、诚信在道德建设中的特殊地位与作用以及现代市场经济体制的基本要求决定的。

一、当今社会是一个讲诚信、讲信誉的社会

有学者认为，当今社会是一个讲“信誉”的社会，“信誉”将成为人的重要资本。这一观点抓住了当代人际关系的根本和真谛。“信誉”是标志人们之间相互关系的概念，它同诚信、信用等概念相并用。凡是有人际关系的地方，处处都充满和体现着信誉、诚信、信用问题，如约会能不能守时、说话能不能算数、承诺能不能兑现、买卖是不是公平、交易是不是诚心、协议是不是履行、言行是不是一致、规定是不是遵守……都是信誉、诚信、信用问题。在今天日益发达的商品经济和市场经济条件下，社会分工越来越细，人们之间的交往越来越频繁，信誉问题就备加受到人们的重视和关注。诚信、信誉、信用是当今社会道德的时代特征。

二、当前道德失范中的诚信问题

由于我们对市场经济和对外开放引起的少量负面作用认识不足和采取的措施力度不够，社会上某些人的世界观、人生观、道德观、价值观受到了腐蚀，在一些领域和一些地方道德失范，表现为：是和非、善和恶、美和丑界限混淆；个人主义、享乐主义、拜金主义思想滋长；见利忘义、损公肥私现象时有发生。

例如在“私欲”和“金钱”的驱动下，一些企业制造假冒伪劣商品；一些商店随意提高商品价格；文化、娱乐、服务行业的黄、毒、赌现象在一些地方屡禁不止；惟利是图的宰客导游为数不多，但却影响恶劣……所有这些现象，有的构成了违法行为，但多数现象属于道德失范行为，但都与信誉密切相关，涉及到企业对消费者的信誉、商店对顾客的信誉、社会公众之间的信誉等等。总之，凡是有违法行为和道德失范的地方，都缺少诚信信誉和信用。

三、诚信在道德建设中的基础地位和感化作用

（一）诚信关系是人与人之间道德行为的基本关系

人们在生活、工作和交往中要面对许多的关系，如生意关系、竞争关系、合作关系、干群关系、同事关系、朋友关系、家庭关系、邻里关系……各种关系可以多种多样、千变万化，惟有一种关系必须保持稳定不变，这就是诚信关系。诚信关系是人与人之间道德行为的基本关系。道德建设首先应当建立在诚信关系的基础之上，这是做人的起码条件，是处理人之间、人和社会之间关系的最起码的要求。有了诚实和信用，人们之间的关系才可以融洽，人们和社会之间的关系才可以协调，人们之间才会有关爱，人们才会为他人和社会着想、为他人和社会履行自己的责任。在人们相互交往的过程中，一个人讲不讲信誉，已成为衡量这个人道德素质高低的普遍标准。

（二）诚信对人们之间的道德情感具有传递和感化作用

道德的作用是通过大家公认的行为准则调节人们之间、人和社会之间的关系的。这种调节是通过人们之间道德情感的传

痛和感化作用来实现的，而人们之间道德情感的传递和感化离不开诚信关系，诚信是人际关系的黏合剂。因此，每一种职业人员的道德状况，必然以相互间的联系与往来为媒介传递开去，给人们以好或坏、善或恶的影响。一种职业人员如果很注意诚信，这种诚信就可以通过一传十、十传百的传播方式，在一系列职业人员的感情上发生共鸣。如果我们的导游人员在工作中忠于职守、诚信勤恳地为广大游客排忧解难，那么就会率先树立起讲究信誉的榜样。如果一个旅游团内有一位医生，他看见了导游的诚信行为，就会在感情上受到感染，进而会在自己的工作中发扬救死扶伤的人道主义精神，千方百计为病人解除痛苦；如果这个医生的病人是教师，那么这个教师从医生的诚信行为中受到启迪，就会促使他忠诚党的教育事业，精心去培养自己的学生。这种感情还会不断地传递下去，传给学生、工人、农民、服务员……最终形成一种良性循环。相反，坏的、恶的不讲诚信的行为最终就会形成一种恶性循环。

（三）诚信可以消除社会中的不稳定因素，形成安定团结的社会局面

在现实生活中，人与人之间的交往总会出现这样或那样的矛盾，人们在遇到不尽如意的人或事时，会感到压抑、不安、痛苦，弄不好，矛盾就会激化，危及到社会的稳定。解决这些不稳定因素和矛盾的方式是多方面的，如行政的方式，法律的方式。而通过诚信道德这种推己及人、由人推己的情感传递方式，来消化和解除这种矛盾和不稳定因素也是可以的。我们常常见到这种情况，人们的一些思想疙瘩、忧虑、不安和心理负担，用了许多方法都没有解决，却在人们之间诚信情感的感染下自行解决了。这正是诚信情感传递和诚信情感感染的力量，