



新世纪高职高专教改项目成果教材
Xinshiji Gaozhi Gaozhuan Jiaogai Xiangmu Chengguo Jiaocai



导游业务与技巧

张明清 主 编
窦志萍 副主编



高等教育出版社

新世纪高职高专教改项目成果教材

导游业务与技巧

张明清 主 编

窦志萍 副主编

高等教育出版社

内容提要

本书是教育部新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目成果,是由有关教育部高职高专教育旅游专业教学改革试点院校编写的。主要内容包括:导游业务的基本概况;导游人员的素质要求及其培训、考核与管理;导游人员,包括团队导游、散客导游、景区(点)导游的服务规范及工作程序;导游人员解决游客个别要求及处理意外事故的程序及原则;导游人员服务的艺术及技巧;导游服务工作的相关知识等。

本书可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等院校、本科院校高职教育旅游专业及相关专业学生的学习用书,也可供五年制高职院校、中等职业学校学生及其他有关人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

导游业务与技巧 / 张明清主编. —北京: 高等教育出版社, 2003.12

ISBN 7-04-013187-0

I. 导... II. 张... 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(2003)第 098345 号

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-64054588
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-82028899		http://www.hep.com.cn

经 销 新华书店北京发行所
印 刷 天津新华印刷一厂

开 本	787×1092 1/16	版 次	2003 年 12 月第 1 版
印 张	15	印 次	2003 年 12 月第 1 次印刷
字 数	360 000	定 价	17.60 元

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

出版说明

为认真贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》和《面向21世纪教育振兴行动计划》，研究高职高专教育跨世纪发展战略和改革措施，整体推进高职高专教学改革，教育部决定组织实施《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》（教高[2000]3号，以下简称《计划》）。《计划》的目标是：“经过五年的努力，初步形成适应社会主义现代化建设需要的具有中国特色的高职高专教育人才培养模式和教学内容体系”。《计划》的研究项目涉及高职高专教育的地位、作用、性质、培养目标、培养模式、教学内容与课程体系、教学方法与手段、教学管理等诸多方面，重点是人才培养模式的改革和教学内容体系的改革，先导是教育思想的改革和教育观念的转变。与此同时，为了贯彻落实《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》（教高[2000]2号）的精神，教育部高等教育司决定从2000年起，在全国各省市的高等职业学校、高等专科学校、成人高等学校以及本科院校的职业技术学院（以下简称高职高专院校）中广泛开展专业教学改革试点工作，目标是：在全国高职高专院校中，遴选若干专业点，进行以提高人才培养质量为目的、人才培养模式改革与创新为主题的专业教学改革试点，经过几年的努力，力争在全国建成一批特色鲜明、在国内同类教育中具有带头作用的示范专业，推动高职高专教育的改革与发展。

教育部《计划》和专业试点等新世纪高职高专教改项目工作开展以来，各有关高职高专院校投入了大量的人力、物力和财力，在高职高专教育人才培养目标、人才培养模式以及专业设置、课程改革等方面做了大量的研究、探索和实践，取得了不少成果。为使这些教改项目成果能够得以固化并更好地推广，从而总体上提高高职高专教育人才培养的质量，我们组织了有关高职高专院校进行了多次研讨，并从中遴选出了一批较为成熟的成果，组织编写了一批“新世纪高职高专教改项目成果”教材。这些教材结合教改项目成果，反映了最新的教学改革方向，很值得广大高职高专院校借鉴。

新世纪高职高专教改项目成果教材适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用。

高等教育出版社

2002年11月30日

导游是旅游活动的灵魂,是民间大使,是游客之友,是游人之师。导游工作的质量直接关系到一个国家或地区的旅游形象——“一个出色的导游带来一次成功的旅游活动”。因此,导游人才的培养在旅游业的发展过程中极为重要。

本书是教育部《高职高专教育旅游专业人才培养规格和课程体系改革建设的研究与实践》项目的成果之一。导游业务与技巧是高职高专院校旅游专业的专业基础课,是导游专业学生的必修课程。对于高职高专的学生来说,我们强调“理论以必需、够用为度”的原则,掌握大量的、高深的理论知识不是高职高专教学的主要目的。高职高专旅游专业教学的主要目的应该是培养学生的思维方法,让学生了解哪些知识是今后从事旅游工作必备的,帮助学生找到获取知识的途径,教会学生把知识灵活运用于实践的方法和原则。

《导游业务与技巧》是一本既有理论基础又具有较强实践指导性的,为广大旅游专业特别是导游专业学生和社会上有志从事导游工作的、或已在导游服务工作岗位工作的旅游行业从业人员提供的实用教材。教材在编写中力求简明扼要、通俗易懂、重点突出。本书以管理学、心理学等多学科理论为基础,突出实作的特色,强调知识的示范性、理论的实用性和可操作性,既适合高职高专旅游专业的教学需要,也能满足不同层次旅游企业中导游人员工作的需要。

该书的主要内容包括五个部分。首先,阐述了有关导游服务与旅游业的关系,导游服务的产生和发展、导游服务的性质、类型、范围,以及导游服务的基本原则等,并从现代旅游业的发展角度进一步规范了导游员的职业和素质要求;其次,针对团队导游、散客导游、景区(点)导游工作的性质,提出了既符合国家规范又具有个性特点的服务规范及程序;第三,针对导游工作的复杂多变性特征,从提高导游服务应变能力的高度,通过对导游人员带团过程中常见问题的分析,提出了导游服务过程中解决游客个别要求和处理意外事故的程序及原则;第四,进一步强调了导游服务的艺术性,从理论和实际的角度全面论述了导游人员带团过程中如何提高技能技巧、优选讲解方法、提高导游工作质量等内容;最后,根据导游服务工作的需要,从综合性学科的角度,全面介绍了导游人员在导游工作过程中必备的相关知识。

从该书的框架来看,与其他同类教材相比,体系有了较大的变化。本书是以旅行社的接待业务为线索来构建全书,围绕导游服务的基本要求,重点探讨了旅行社导游业务及技巧。这种改变是一个新的突破,它使该书具有较强的操作指导性,完全可以作为一本业务工具书。

从内容方面来看,该书根据我国旅游业发展的实际和需要以及旅游研究的最新成果,补充了新的内容和观点,使本教材较之其他同类教材在内容上有了一些拓展,如导游服务史、特殊游客的接待等,使该书更加符合旅游形势发展的要求。

通过本教材的学习,学生基本能做到直接从业。同时能帮助导游人员解决大量的实际问题。

该书的编写就是以上述目标为指导思想的。

本书由昆明大学副校长张明清副教授担任主编,昆明大学旅游系副主任窦志萍副教授担任副主编,并负责对全书主要观点的审定、编写结构的设计及统稿。全书的编写分工是(按章节顺序):第一章,王丽萍(昆明大学);第二章,林丽、窦志萍(昆明大学);第三章,朱江(昆明旅游质检所);第四章,朱江;第五章,窦志萍(昆明大学);第六章,刘延阳(云南师范大学);第七章,窦志萍;第八章,赵明(云南旅游学校);第九章(第一、二、三节),蒋素梅(昆明大学);第九章(第四节),赵明;第十章、第十一章,符继红(云南师范大学);第十二章,张明

ii 前言

清（昆明大学）；附录，窦志萍。本书由云南大学工商管理与旅游学院副院长吕宛清教授审稿。

本书的作者都是常年在第一线从事旅游教学、科研和管理工作的资深人员，大量的实践经验为本书的编写打下了坚实的基础。本书的编写过程中，参考了许多专家学者的大量研究成果，他们的研究为我们提供了思路 and 材料方面的借鉴，极大丰富了本书的内容，在此一并表示感谢和敬意。

由于水平所限，书中难免有缺憾和不足之处，敬请读者给予指正。

编者

2003年6月

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581698/58581879/58581877

传 真：(010) 82086060

E - mail：dd@hep.com.cn 或 chenrong@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社法律事务部

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)64014089 64054601 64054588

策划编辑	叶 波
责任编辑	齐维京
封面设计	王凌波
版式设计	王 莹
责任校对	存 怡
责任印制	韩 刚

目 录

CONTENTS

第一篇 基础理论篇	1
第一章 导游服务工作	2
第一节 导游服务与旅游业.....	2
第二节 导游服务史略.....	4
第三节 导游服务的性质与特点.....	7
第四节 导游服务工作的类型及范围.....	10
第五节 导游服务工作的基本原则.....	12
第二章 导游人员	16
第一节 导游人员概述.....	16
第二节 导游人员的基本条件.....	22
第三节 导游人员的职业道德、职业修养和行为规范.....	29
第四节 导游人员的培训、考核与管理.....	34
第二篇 导游人员服务规范篇	43
第三章 团队导游服务规范	44
第一节 旅行社业务简介.....	44
第二节 旅游团队导游服务人员组合.....	47
第三节 地方导游服务程序与服务质量标准.....	49
第四节 全程陪同导游服务程序与服务质量标准.....	59
第五节 领队服务工作程序.....	62
第四章 散客导游服务规范	66
第一节 散客旅游与散客导游服务.....	66
第二节 散客导游服务程序与服务质量.....	68

第五章 景区(点)导游服务规范	72
第一节 景区(点)导游概述	72
第二节 景区(点)导游服务程序和规范	75
第三篇 导游服务应变能力篇	83
第六章 游客个别要求的处理	84
第一节 个别要求处理的原则	84
第二节 常见个别要求的处理	86
第三节 其他个别要求的处理	91
第七章 问题及事故的预防及处理	95
第一节 活动日程变更的处理	95
第二节 接站时常见事故的预防及处理	98
第三节 送站时常见事故的预防及处理	101
第四节 遗失事故的预防及处理	103
第五节 游客走失事故的预防及处理	107
第六节 游客患病、死亡的处理	109
第七节 旅游者越轨言行的处理	113
第八节 旅游安全事故的预防及处理	115
第四篇 导游艺术与服务技能篇	123
第八章 导游艺术	124
第一节 导游语言艺术	124
第二节 导游讲解技能	133
第九章 带团技能技巧	144
第一节 导游员的自我管理技巧	144
第二节 建立良好人际关系的技巧	148
第三节 提高导游服务质量的技巧	151
第四节 做好特殊游客的接待	155
第五篇 相关知识篇	163
第十章 导游服务工作相关知识	164
第一节 交通常识	164
第二节 通讯、外汇、保险常识	172

第三节	出入境知识·····	177
第四节	旅游卫生保健知识·····	180
第五节	礼仪常识·····	183
第十一章	常见法规知识·····	189
第一节	《旅行社管理条例》及其实施细则·····	189
第二节	《导游人员管理条例》及其实施办法·····	192
第三节	《旅游投诉暂行规定》及其主要内容·····	199
第十二章	WTO与导游服务工作·····	202
第一节	WTO 关于服务贸易的一般原则和具体承诺·····	202
第二节	WTO与中国导游人员·····	204
附录1	中华人民共和国国家标准导游服务质量·····	209
附录2	导游人员管理条例·····	216
附录3	导游员职业等级标准(试行)·····	219
附录4	导游人员记分管理规定扣分及处罚情况表·····	223
附录5	中国海关有关规定·····	224
附录6	北京与世界主要城市时差表·····	226
附录7	相关单位换算表·····	227
参考文献	·····	229

第一篇 基础理论篇

第一章 导游服务工作



学习目的

通过本章的学习,要求学生掌握导游服务的概念,了解导游与旅游活动的关系,熟悉导游服务工作在旅游服务中的地位与作用;熟悉导游服务工作的的发展历程,掌握现代导游服务工作发展的主要特征;掌握导游服务工作的性质与特点;了解导游服务工作的类型及范围;掌握并灵活运用导游服务工作的基本原则。

第一节 导游服务与旅游业

一、导游服务的概念

导游服务是导游人员代表旅行社,接待或陪同旅游者旅行、游览,按照组团合同或约定的内容和标准向旅游者提供的旅游接待服务。

这个概念强调三个要点:

(1) 导游人员是旅行社委派的,未受旅行社委派的导游人员,即使有合法的导游证,也不得私自接待游客。

(2) 导游人员提供的主要服务是接待服务,即在陪同旅游者旅行、游览过程中向其提供导游讲解服务和旅行生活服务。

(3) 导游人员提供接待服务必须按照旅行社与旅游者约定的标准及国家或行业规定的标准实施。对旅游团队必须严格执行组团合同的规定和导游服务质量标准,对散客必须按事前约定的内容和标准实施。导游人员不得擅自增加自费项目或减少甚至取消约定的旅游项目,也不得降低导游服务质量。导游人员在接待过程中既要维护旅行社的声誉和形象,更要维护旅游者的合法权益。

二、导游与旅游活动

旅游活动一般包括食、住、行、游、购、娱六大要素。虽然导游服务不是旅游活动的直接消费体现,却是旅游消费活动必不可少的环节。导游人员为旅游者在六大消费中提供全方位、全过程的引导服务,即组织旅游消费、指导旅游消费、沟通旅游消费、协调旅游消费。旅游活动的顺利进行与否,在一定程度上与导游人员的服务引导有关。有人甚至说:“没有导游员的旅行是不完美的旅行,甚至是没有灵魂的旅行。”

三、导游服务工作在旅游服务中的地位

导游服务在旅游服务中占有何地位?各国对此有不同的认识。但有一点是共同的,

即“导游人员是旅游接待第一线的关键人员，起着主导作用”。

在旅游接待服务中，导游服务贯穿旅游活动的始终，其地位举足轻重。导游工作是旅游服务中的代表性工作，导游服务是旅游各项服务中最为根本的服务。旅行社、饭店、交通是现代旅游业的三大支柱，其中处于核心地位的是旅行社。旅行社主要从事旅游产品的开发、旅游产品的销售、旅游服务的采购和旅游接待，其中旅游接待过程即是实现旅游产品的消费过程。如果把旅游接待过程看做是一条环环相扣的链条（从迎接游客开始，直到欢送游客为止），那么，向游客提供的住宿、餐饮、交通、游览、购物、娱乐等服务分别就是这根链条中的一个个环节。正是导游服务把这些环节连接起来，使相应服务部门的产品和服务得以销售，使游客在旅游过程中的各种需要得以满足，使旅游目的地的旅游产品得以进入消费。因此，可以说导游服务在旅游服务中居于主导地位，是旅游服务的轴心和焦点。

同样，导游人员是导游服务的提供者，也具有主导作用。旅游活动的六要素中最重要的是“游”，而游览活动的组织者正是导游人员。导游人员为旅游者提供的语言服务沟通了不同的文化，促进了不同民族间的交流；导游人员提供的导游讲解服务帮助旅游者增长了见识、加深了阅历，获得了美的享受；导游人员提供的生活服务帮助旅游者顺利完成了旅游活动。导游人员在旅游者实现其旅游目的方面有着不可替代的作用，由此可见，导游服务必定是旅游服务中最根本的服务。

四、导游服务工作的作用

（一）纽带作用

导游服务是各项旅游服务联系的纽带和中间桥梁。旅行社与旅游者之间、旅行社与其他旅游企业之间的第一线联络人员即是导游人员。正是导游服务把旅游接待服务中的各项服务联系起来，并使之相互配合，协同完成旅游接待任务。其纽带作用具体表现为：

1. 承上启下

导游人员是国家方针政策的宣传者和具体执行者，代表旅行社执行旅游接待计划，为旅游者安排和落实食、住、行、游、购、娱等各项服务并处理其在旅游期间出现的各种问题。同时，旅游者的意见、要求、建议乃至投诉，其他旅游服务部门在接待工作中出现的问题及他们的建议和要求，一般也通过导游人员向旅行社转递直至上达旅游行政管理部门。

2. 连接内外

导游人员既代表接待旅行社的利益，履行合同、落实旅游接待计划，又肩负着维护旅游者合法权益的责任——代表旅游者与各有关部门进行交涉，提出合理要求，对违反合同的行为进行干预，为旅游者争取应当享受的权益。同时，导游人员有责任向游客介绍中国，帮助他们尽可能多地了解我们的国家、社会、文化、风俗民情以及有关政策、法令等，同时也要进行调查，从旅游者那里了解外国。

3. 协调左右

导游服务与其他各项旅游服务的服务对象是共同的，因而在目标和根本利益上是一致的。但是，他们在服务内容上又有区别，各部门、各单位有各自的利益。这就决定了他们之间既相互依存，又相互制约。导游人员作为旅行社派出的代表，对饭店、餐馆、景

点、交通部门、商店、娱乐场所等企业提供的服务在时间、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了问题,都会影响到整个旅游服务质量。导游人员既有义务协助有关旅游服务的提供者,同时也有责任对这些部门的服务提出意见,以使旅游者与旅行社签订的合同得到落实。

(二) 标志作用

导游服务是旅游服务质量高低的最敏感的标志。导游服务质量包括导游讲解质量、旅行生活服务的质量及各项旅游活动安排落实的质量。导游人员与旅游者相处时间长,旅游者对导游人员的服务接触最直接,感受最深切,对其服务质量的反映也最敏感。一般来说,如果导游服务质量高,可以弥补其他旅游服务质量的某些缺陷,而导游服务质量的低劣却是无法弥补的。因此,旅游活动的成败更多地取决于导游服务质量。导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游服务质量的高低,甚至关系到国家或地区旅游业的声誉。

(三) 反馈作用

在旅游服务消费过程中,旅游者会对旅游产品的规格、质量、种类、标准等做出这样或那样的反映。导游人员处在接待服务的第一线,同旅游者交往和接触最直接、时间最长,对旅游者关于旅游产品方面的意见和需求最了解。导游人员应充分发挥自己的工作优势,在旅游接待实践中收集、整理、综合旅游者的意见,并及时反馈到旅行社的有关部门,促进旅行社产品的不断改进和质量提高,更好地满足旅游者的旅游需求。

(四) 扩散作用

导游服务质量的高低将对旅游产品的销售产生影响,因为旅游者是凭导游服务质量来判断旅游产品的使用价值的。导游人员带领旅游者进行游览的实际经历和感受决定了旅游产品使用价值判断的优劣。如果导游服务质量高,令游客感到满意,游客会认为该产品物有所值,并以其亲身体验向亲朋好友进行义务宣传,这种口碑效应将扩大旅游产品的销路。反之,若导游服务质量不高,会导致游客的抱怨和不满,并间接影响其他人,从而阻碍了旅游产品的销售。因此,无论导游服务质量的高或低,都会对旅游产品的销售起扩散作用。不同的是,质量高时起促销作用,质量低时起阻销作用。

第二节 导游服务史略

一、古代的导游服务

纵观人类社会的发展史,旅游活动自古有之。大约在公元前4 000多年,苏美尔人发明了货币,贸易活动随之进入新阶段,出于经济原因的旅游活动也有了新的发展。腓尼基人是公认的世界最早的旅行者,他们为经商而周游列国。中国和印度等东方国家的旅游活动主要也是随着贸易交往的开始而兴起的。在中国,有文字记载的旅游活动可追溯到公元前2250年。传说中的大禹可以算是我国最早的知名探险家和旅行家,为了治水,他在13年中走遍了大半个国家。

有“旅游”活动,就有“导游员”为其服务。古代帝王巡幸时陪臣、侍从簇拥前后,外国人在中国游历有“译官”等陪随左右,士人漫游时有熟悉当地情况的僧侣、樵夫、马

夫、店小二等做向导。他们不仅引路,还能介绍沿途的名胜、景点和当地的风俗民情,所提供的服务某种程度上类似于现代的导游服务。由于经济和交通工具的制约,古代参与旅游的人数少,旅游活动的规模不大,旅行的范围也有限。由于没有专业的导游员,也不可能以“导游”作为谋生手段的,因而,1846年前,无论在外国还是在中国,都没有形成专业性的导游队伍和导游服务。

近现代导游服务的产生和发展

随着经济的发展、现代交通工具的出现,商业性旅游活动也随之产生了,而导游服务则是随着消遣性旅游活动的出现而产生的。

18世纪60年代,英国开始工业革命,至19世纪40年代,英、美、日、法、德等国都先后完成了各自国家的产业革命,经济的发展达到了空前的水平。经济的进步促进了交通工具的现代化,交通工具的现代化对人类旅游活动的发展产生了巨大的影响。

1841年7月5日,英国人托马斯·库克与米德兰铁路公司签订了合同,包租一列火车,组织了570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会,往返行程22英里(1英里=1.6093千米),团体收费每人一先令。这次活动中,托马斯·库克为旅游者提供了往返交通、一支演唱赞歌的乐队、一顿带火腿的野外午餐和午后茶点等服务,而且托马斯·库克亲自随团陪同照顾。这次旅游活动成为公认的近代旅游活动的开端,托马斯·库克也成为近代全程陪同的最早者。1845年,托马斯·库克在莱斯特正式成立了托马斯·库克旅行社——标志着近代旅行社的诞生,开始从事旅行代理业务。并于当年夏季组织了纯商业性的团体消遣旅游,组织了350人从莱斯特到利物浦的旅游活动。为了这次旅游活动,托马斯·库克考察了旅游线路,出版了《利物浦之行手册》,亲自随团陪同导游并一路上多处雇佣了地方导游。专业性的导游正式出现于1851年。当时,伦敦举办了第一届世界博览会,托马斯·库克共组织了16万人参加了博览会并在英国参观游览,为旅游者提供的导游服务由此诞生,并正式成为一种新的行业。1855年,托马斯·库克旅游公司组团到法国巴黎,全程活动一次性包价,开创了国际包价旅游的先河。1872年,托马斯·库克组织了环球旅行,其影响深达欧美地区,成为旅游的代名词,他为后人留下了许多组织旅游活动的模式,被世界公认为近代旅游业的创始人。

此后,欧洲、北美各国纷纷效仿库克组织旅游活动,先后组建了旅行社和类似的组织,招募陪同和导游,带团进行参观游览。这样,世界上的导游队伍迅速壮大,出现了专业导游队伍。

与欧美国家相比,中国近代旅游业起步较晚。20世纪初,一些外国旅行社,如英国的通济隆旅游公司(其前身即托马斯·库克父子旅游公司)、美国的运通旅游公司开始在上海等地设立旅游代办机构,组织旅游活动。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(现为香港中国旅行社股份有限公司),其分社遍布华东、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,如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导团等。一些社会团体也相继成立了旅游组织,1935年中外人士组成了中国汽车旅行社,1936年筹组了国际旅游协会,1937年出现友声旅行团、精武体育会旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等。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，同时也出现了中国第一批导游人员。

1949年11月19日，厦门有关部门接管了旧“华侨服务社”，创立了新中国第一家华侨服务社。后来，经周恩来总理提议和当时政务院的批准，1954年4月15日成立了中国国际旅行社总社，并在上海、天津、广州等地成立了14家分社。1957年，各地华侨服务社在北京召开专业会议，决定统一全国华侨服务社的名称，增加“旅行”二字，并于当年4月22日成立华侨服务社总社。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。1979年11月16日成立了中国青年旅游部，1980年6月27日，国务院正式批准中国青年旅行社成立。从此，国旅、中旅、青旅三大社承担了绝大部分海外来华游客的招徕和接待工作以及国内游客的旅游业务，导游队伍也随之迅速壮大。

三、现代导游服务工作发展的主要特征

由于现代旅游业的不断发展、旅游人数的增加、旅游地域的扩大，导游员的数量迅猛增加，导游服务也相应地发生了巨大变化，这种变化呈现出以下几大特征：

（一）导游人员职业化

以前，由于交通不便、条件艰苦、旅游人数少，充当旅游者的向导只是一种偶然行为，旅游者给予的“盘缠”（旅费）、赏赐的“酒钱”（相当于现在的小费）多寡不一，可供向导贴补家用，但不能以此谋生、养家糊口；而现在，不管是从导游人员从业的数量来看，还是从导游服务的社会影响来看，导游工作已成为一种社会职业。

（二）导游服务商业化

过去，向导为旅游者引路并不以索取报酬为目的；而现在，旅游业成为一项经济产业，旅游服务的营利性非常突出，作为旅游服务的主要组成部分的导游服务已商业化。

（三）导游服务内容扩大化

古代的向导主要为旅游者引路；后来，向导除了引路，还进行讲解并照料旅游者的生活；现在的导游人员逐渐将向导、讲解、旅途生活服务等集于一身。随着旅游活动的进一步发展，导游服务的内容还将继续扩大、不断变化。这个发展趋势契合了旅游者出游的具体需要的变化——人们出游的目的不再满足于一般的漫游，而是为了开拓视野、增长知识或休闲享受；同时，这种变化也可以进一步促进旅行社降低成本，提高自身经济效益。

（四）导游手段多样化

过去，导游人员主要靠自身素质和掌握的文化知识，通过生动精彩的导游讲解，为旅游者提供导游服务；现在，随着科技的进步，图文声像等导游方式已成为导游服务的重要辅助手段，导游人员往往通过口头讲解方式与图文声像导游方式的有机结合来提供高标准的导游讲解服务。

（五）导游语言国际化

随着大众旅游普及到世界各国，一个国家、一个地区的导游人员不仅要掌握本国、本民族的语言，而且必须能熟练运用世界各主要语言，特别是主要客源国的语言，以便向来自不同国家和地区的旅游者提供令他们满意的导游服务，导游语言已从单一语种发展为多种语言。

第三节 导游服务的性质与特点

一、导游服务工作的性质

（一）社会性

旅游活动是一种社会现象，起着促进社会物质文明和精神文明建设的重要作用。在旅游活动中，导游人员处于旅游接待工作的中心位置，接待着四海宾朋、八方游客，推动着世界上这一规模最大的社会活动，所以，导游服务工作本身就具有社会性。并且，导游工作是一种社会职业，对大多数导游人员来说，是一种谋生的手段。

（二）文化性

导游服务是传播文化的重要渠道。导游人员的导游讲解、“客、导”之间的日常交谈以及旅游者的游览观光都有助于扩大一个国家（地区）的传统文化和现代文明的影响力。从导游人员生动形象的导游讲解和热情周到的生活服务以及导游员本身的言行举止，旅游者可以看到一个国家、一个民族的精神面貌、价值观念、道德水准，并得到知识、乐趣和美的享受。同时，导游人员还吸收着各国、各民族的传统文明和现代文明，并有意无意地传播着异国文化。因此，导游服务起着沟通和传播一个国家和民族的传统文明和现代文明的作用。

（三）服务性

导游服务，顾名思义是一种服务工作，是围绕游客进行的全方位、全过程的服务工作。导游服务与第三产业其他服务一样属非生产劳动，是一种通过提供一定的劳务活动，如翻译、导游讲解、旅行生活服务来满足游客旅游需求的。与一般服务工作不同的是，导游服务不是一般的简单服务，而是一种复杂的，高智能、高技能的，智力与体力相结合的服务。

（四）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。其经济性表现在以下几方面：

1. 直接创收

导游人员直接为游客服务，为他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、旅行生活服务及各种代办服务，收取服务费和手续费。导游工作本身就有为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金的功能。

2. 扩大客源

旅游者是旅游业生存和发展的先决条件之一，没有旅游者，发展旅游业就无从谈起。所以，世界上许多国家和地区的政府为支持旅游业的发展，不惜投入大量资金在国内外进行大规模的广告宣传和促销活动，以招徕游客。除此之外，导游人员向旅游者提供高质量的服务也是提高旅游企业的信誉和竞争力的一个重要手段。享受到优质服务、满意而归的旅游者往往会向亲朋好友介绍自己的旅游经历，这种口碑宣传是最有效、最经济的旅游宣传，在招徕回头客、扩大客源方面起着重要作用。

3. 促销商品