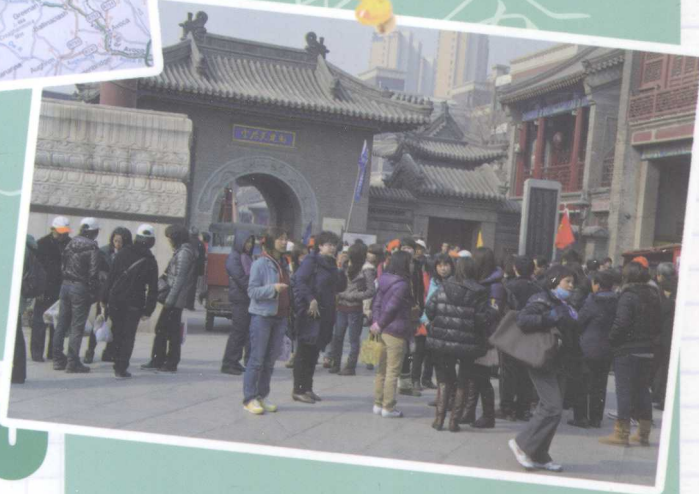
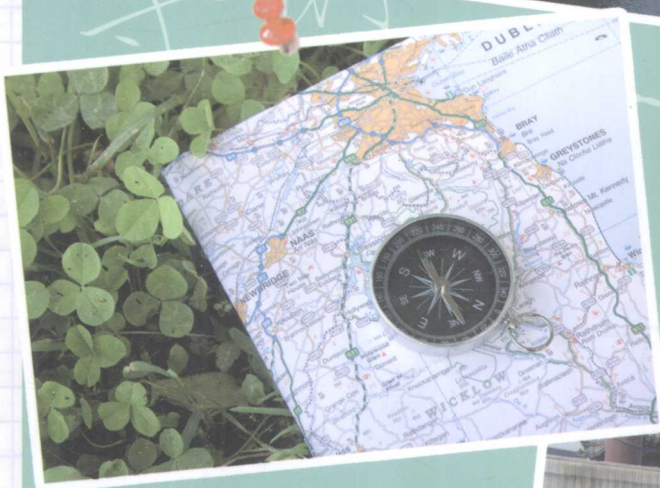
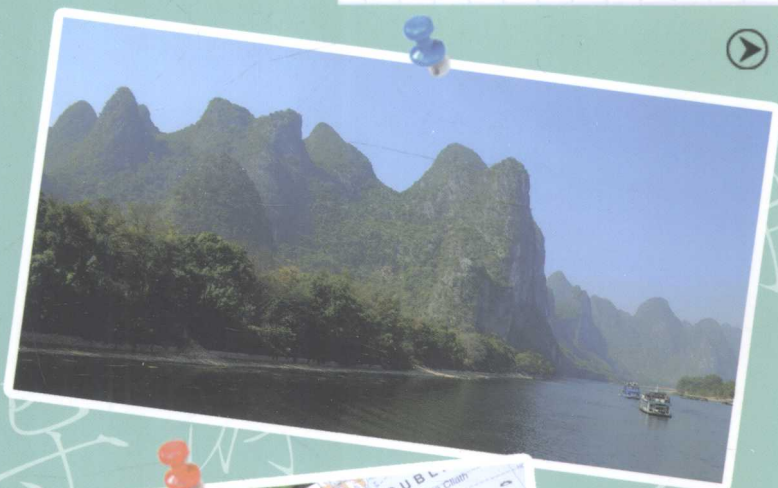


导游业务

► 张志远 石 雯 主编



DAOYOU
YEWU

导游业务

张志远 石雯 主编

中央广播电视大学出版社

北 京

定价：40.00 元

书号：ISBN 958-304-0223-1

(如有缺页或倒装，本社负责退换)

内容简介

本书根据旅游行业的实际需要,围绕导游职业能力的特点,分 10 个项目具体讲述了导游服务概述、导游人员、团体旅游接待服务程序、散客旅游服务、导游带团技能、导游讲解技能、导游心理服务技能、常见问题和事故的预防与处理、游客个别要求的处理和导游业务相关知识。

图书在版编目(CIP)数据

导游业务 / 张志远, 石雯主编. —北京: 中央广播电视大学出版社, 2014.1

ISBN 978-7-304-05527-1

I. ①导... II. ①张... ②石... III. ①导游

IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 050463 号

版权所有, 翻印必究。

导游业务

张志远 石雯 主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 营销中心 010-58840200 总编室 010-68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号

邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 苏 醒

印刷: 北京市全海印刷厂

版本: 2014 年 1 月第 1 版

开本: 787×1092 1/16

责任编辑: 冯 欢

印数: 0001~3000

2014 年 1 月第 2 次印刷

印张: 15.75 字数: 373 千字

书号: ISBN 978-7-304-05527-1

定价: 40.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前言

PREFACE

导游人员素质的高低直接关系旅游服务的质量、旅游业的整体水平和国家的整体形象。建立一支高水平的导游人员队伍,对于实现旅游强国和加强旅游业精神文明建设起至关重要的作用。因此,在本书的内容编排上,我们突出导游知识的基础性、广博性和导游服务工作的程序性、艺术性。在本书的设计中,我们强调前瞻性、科学性和新颖性,把常识、基础理论、实务技巧紧密结合。

本书根据旅游行业的实际需要,围绕导游职业能力的特点,分10个项目具体讲述了导游服务概述、导游人员、团体旅游接待服务程序、散客旅游服务、导游带团技能、导游讲解技能、导游心理服务技能、常见问题和事故的预防与处理、游客个别要求的处理和导游业务相关知识。

在本书的编写中:一方面,我们把培养读者职业能力和职业素质这条主线贯穿于整个体系的设计中;另一方面,还在书中增加了一些操作性较强的小贴士和可读性较强的小案例以及知识链接等,每章附有任务清单、情景在线、知识广场、牛刀小试和课外取经,以强调读者的参与及互动。全书内容深入浅出,贴近导游工作的实际,可作为旅游从业人员和旅游爱好者的参考资料。

本书由张志远、石雯任主编,佟欣任副主编。在编写过程中,编者参考和借鉴了国内许多专家学者的相关成果,在此向他们表示深深的谢意。

因编者水平和实践经验有限,书中错漏在所难免,诚恳欢迎各位读者给予批评指正,不胜感激。

编者

78		长业背理将部旅客部	二卷升
12		野路长理部旅客部	三卷升

目 录

编委国部旅导 五目更

CONTENTS

项目一 导游服务概述

编委国部旅导 六目更

任务一	导游服务的产生和发展	1
任务二	导游服务的内涵和特点	8
任务三	导游服务的地位和作用	15
任务四	导游服务的基本原则	17

项目二 导游人员

编委国部旅导 正卷升

任务一	导游人员的概念及分类	23
任务二	导游人员的条件	26
任务三	导游人员的职责	28
任务四	导游人员的从业素养	30
任务五	导游人员的职业形象	41

项目三 团体旅游接待服务程序

编委已部野情站事味理同风常 八目更

任务一	导游服务规范概述	56
任务二	地方陪同导游服务程序	59
任务三	全程陪同导游服务程序	73
任务四	景区景点导游服务程序	79
任务五	出境旅游领队服务程序	80

项目四 散客旅游服务

编委国部同方旅 旅惠客部 六卷升

任务一	散客旅游	84
-----	------------	----



任务二 散客旅游招徕接待业务	87
任务三 散客旅游的服务规程	91

项目五 导游带团技能

任务一 导游人员的形象定位	97
任务二 处理好各种合作关系	100
任务三 与游客交往的技能	102
任务四 导游促销技巧	110

项目六 导游讲解技能

任务一 导游语言	116
任务二 口头语言	121
任务三 体态语言	126
任务四 交际语言	130
任务五 导游讲解技能	134

项目七 导游心理服务技能

任务一 了解旅游者的旅游动机	145
任务二 调整旅游者的情绪	147
任务三 掌握旅游者不同旅游阶段的心理特征	150
任务四 做好特殊旅游者的服务工作	153

项目八 常见问题和事故的预防与处理

任务一 旅游计划和日程变更的处理	158
任务二 漏接、错接、空接的预防与处理	160
任务三 误机(车、船)事故的预防与处理	163
任务四 证件、钱物、行李遗失的预防与处理	164
任务五 游客走失的预防和处理	167
任务六 游客患病、死亡问题的处理	169
任务七 旅游安全事故的预防与处理	172

任务八 游客越轨言行的处理	176
任务九 旅游投诉的处理	178

项目九 游客个别要求的处理

任务一 游客个别要求的处理原则	182
任务二 餐饮、住房、娱乐、购物等方面个别要求的处理	184
任务三 游客要求中途退团或者延长旅游期限的处理	193
任务四 游客要求自由活动和转递物品的处理	195
任务五 游客要求探视亲友、亲友随团活动的处理	197

项目十 导游业务相关知识

任务一 入出境知识	200
任务二 交通知识	203
任务三 邮电通信知识	209
任务四 货币、保险知识	211
任务五 旅游卫生保健常识	213
任务六 礼貌礼节常识	215
任务七 其他知识	221

附录 导游相关法律法规

附录一 导游人员管理条例	225
附录二 导游人员管理实施办法	227
附录三 导游证管理办法	230
附录四 导游服务质量	232
附录五 旅游安全管理暂行办法实施细则	239
附录六 重大旅游安全事故报告制度试行办法	242

参考文献	244
------------	-----

项目一 导游服务概述

任务清单



- 了解导游服务的发展史、地位和作用。
- 熟悉导游服务的性质和特点。
- 掌握导游服务应遵循的基本原则。
- 树立正确的导游服务理念。

情景导入



提升景物品质的关键——导游文化

山西大院近年来声名远播，许多游客都曾慕名前往参观游览，但回去后的反应却截然不同。一种说法是：没有什么特别，无非是些高墙大院、雕梁画栋，到处都一样，看过一个就足够了。另一种说法是：虽然大院林立，但每一个都有各自的特点，黄土灰瓦也能建起如此恢弘的建筑，木刻瓦雕中蕴涵着本地不同的文化风物。

其实，从这两种不同的观点中就可以看出文化在景物中的重要性了。对于普通游客来讲，不了解当地的传统文化，不了解当地某一特定时期的历史风貌，参观游览就只能从事物的外表看起，想深入其中就必须有一个引导者，这个引导者就是导游人员。

以王家大院为例，大院内精品荟萃，多种文化会聚于此，这种文化的品位散见于大院的各个角落：建筑文化、官文化、商文化、谱牒文化直至装饰文化、民俗文化。而把诸多文化传播给游客的导游人员，也即是文化的传播者。通过导游这一传媒，才让游人领悟到诸多文化深层次的蕴涵。

（武藏：《导游文化——提升景物品质的关键》，中国旅游报）

任务一 导游服务的产生和发展

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。

（一）国外古代导游服务的萌芽

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为主要形式，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。

（二）中国古代导游服务的萌芽

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》搜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可·波罗走过世界很多地方，在中国居住 20 余年，写下了著名的《马可·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

(一) 国外近代导游服务的产生

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、诵经人等。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,作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·库克本人始终陪伴着旅游者,并为他们安排各项活动、交通及用餐,已经具备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了环球旅游。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。

（二）中国近代导游服务的产生

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、预订酒店、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、各地风景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、浙江名胜导团等。

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

（一）国外现代导游服务的全面发展

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，为两亿多人提供了就业，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。

（二）中国现代导游服务的全面发展

这个时期我国导游服务的发展可以大致分为两个阶段，即改革开放前和改革开放后。

自中华人民共和国成立至改革开放前这段时期，我国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。

1990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。

改革开放以后,可以说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)3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作出两项决定: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游客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。

(三) 现代导游服务主要特征

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。我国原劳动和社会保障部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,能够满足游客的身心需要,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进行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 5 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 5 种发展趋势。

(一) 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。

(二) 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。

(三) 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。

(四) 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,归根结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。

(五) 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。

任务二 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。

(一) 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。

(二) 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。

(三) 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、导游服务的类型和范围

（一）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。
- （3）有关国情介绍和景点介绍的录音带、录像带、电影片、幻灯片等。

旅游业发达的国家都非常重视图文声像导游方式，各大中城市、旅游景点以及机场、火车站、码头等处都设有“旅游服务中心”或“旅游问讯处”，那里摆满了各种印制精美的旅游宣传资料，人们可以随意翻阅，其中大部分供问讯者免费取走；工作人员还会热情、耐心地回答有关旅游活动的种种问题，并向问讯者提供很有价值的建议。很多旅游公司通过定期向公众放映有关旅游目的地国家或地区的电影或录像、举办展览会来影响旅游者。组团旅行社一般在旅游团集合后、出发前都要为旅游者放映有关旅游目的地的风俗民情及注意事项，帮助旅游者对即将前往的旅游目的地有一个基本的了解。很多博物馆、教堂和重要的旅游景点都安装了先进的声像设施，方便旅游者参观游览，并帮助他们比较深刻、全面地理解重要景观内涵的深奥寓意和艺术价值，从而获得更多美的享受。

2. 实地口语导游方式

实地口语导游方式也称为讲解导游方式，是导游人员在游客旅行游览过程中对游客进行介绍、讲解的导游方式。具体来说，它包括导游人员在旅游者旅行、游览途中所作的介绍、交谈和问题解答等导游活动，以及在参观游览现场所作的介绍和讲解。

随着科学技术的进步，导游服务方式越来越高科技化，越来越多样化。图文声像导游方式形象生动，然而同实地口语导游方式相比，仍然处于从属地位。实地口语导游方式不仅不会被图文声像导游方式所代替，而且会一直在导游服务中处于主导地位。

总之，对旅游者而言，图文声像导游方式和实地口语导游方式都是必要的。它们相互补充，取长补短，可以使旅游者在旅游过程中获得更加完美的导游服务，获得旅游需求的最大满足。

（二）导游服务的范围

导游服务的范围是指导游人员向旅游者提供服务的领域及其组成。导游服务的范围涉及很广，但就导游服务主体来说，导游服务的范围一般由3个部分构成，即导游讲解服务、旅行生活服务与交通服务。这三者都是旅游接待服务的重要组成部分。

导游服务工作的范围如图1-1所示。

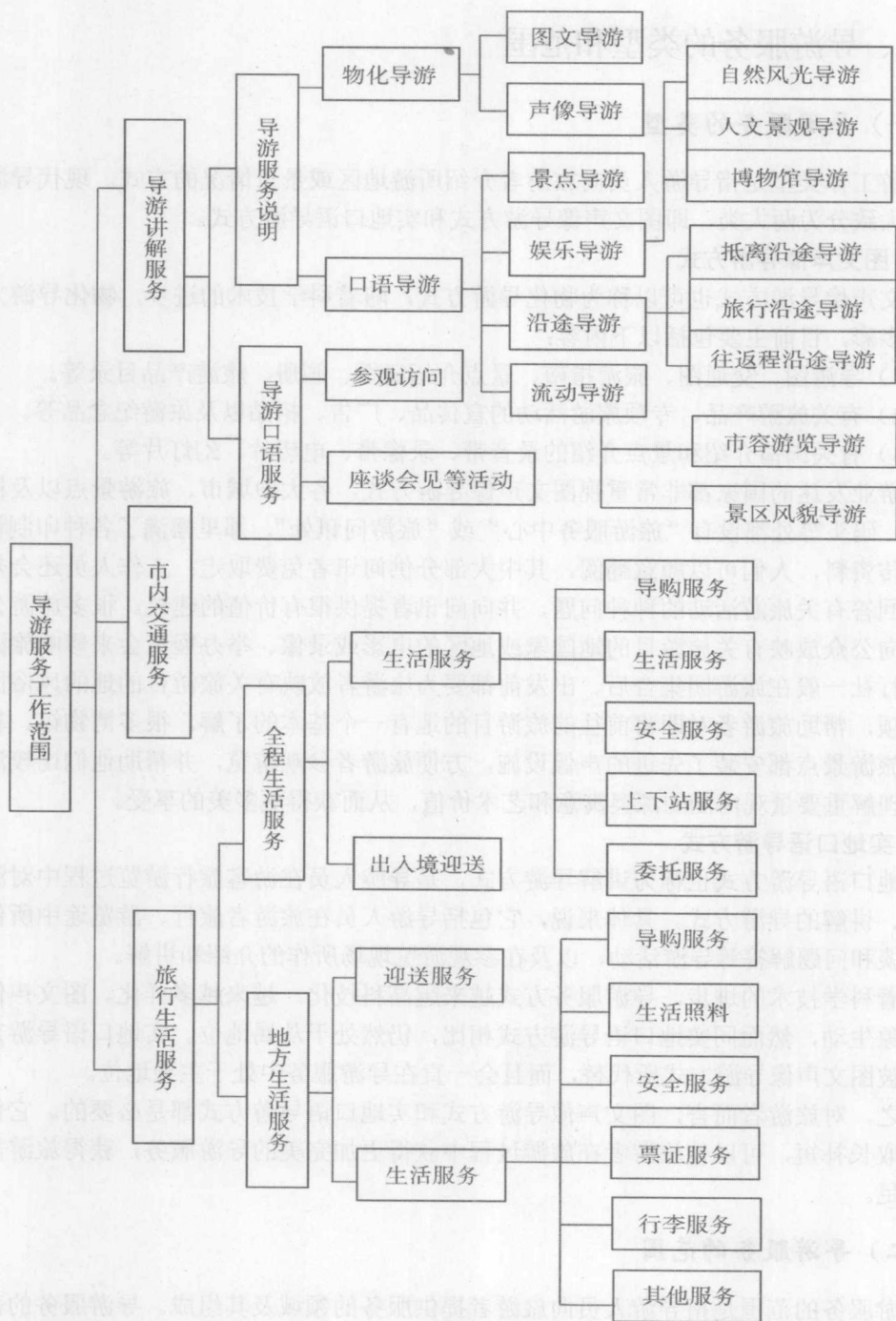


图 1-1 导游服务工作范围

1. 导游讲解服务

导游讲解服务包括旅游者在旅游目的地旅游期间的沿途讲解服务，参观游览现场的导