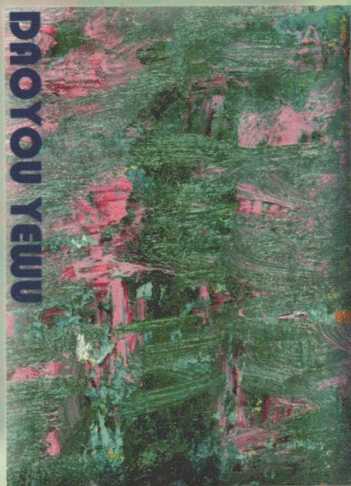




教育部高职高专规划教材
Jiaoyubu Gaozhi Gaozhuan Guihua Jiaocai

谢北立 主编

导游业务



中国财政经济出版社

教育部 高职高专规划教材

导 游 业 务

主编 谢北立 副主编 刘学林 刘学华 刘学林 刘学华

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第87160号

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导游业务/谢北立主编. —北京: 中国财政经济出版社,
2001.2

教育部高职高专规划教材

ISBN 7-5005-4953-9

I. 导… II. 谢… 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 (2000) 第 87160 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@dre.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

发行电话: 010-64003349 (传真) 64013338-293、294

北京市密云县印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开 8.375 印张 192 000 字

2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月北京第 1 次印刷

印数: 1—5 060 定价: 14.00 元

ISBN 7-5005-4953-9/F·4436

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作的重要组成部分。改革开放以来,在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下,各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看,具有高职高专教育特色的教材极其匮乏,不少院校尚在借用本科或中专教材,教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此,1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》),通过推荐、招标及遴选,组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师,成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍,并在有关出版社的积极配合下,推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种,用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和专业主干课程。计划先用2~3年的时间,在继承原有高

职、高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验,解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题;然后再用2~3年的时间,在《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》立项研究的基础上,通过研究、改革和建设,推出一大批教育部高职高专教材,从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求,充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的,适合高等职业学校、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和民办高校使用。

教育部高等教育司

2000年4月3日

前言

旅游业在世界上被誉为朝阳产业。

在我国，旅游业正在蓬勃发展。作为国民经济新的增长点，旅游业的性质、地位已被越来越多的人所认识和接受，各地都掀起了兴办旅游的热潮。1999年，我国共接待海内外入境游客7280万人，旅游创汇141亿美元；我国国内旅游达7.19亿人次，旅游花费达2832亿元人民币。旅游业已成为我国第三产业的重要组成部分。

我国要实现旅游业的持续、健康发展，早日成为世界先进旅游大国，就要造就一支包括导游员在内的高素质旅游人才队伍。我国蓬勃发展的旅游业，正在呼唤各类专业人才。

导游服务以其对现代旅游活动的作用和影响，成为各类旅游服务中最重要的一项，导游员也在旅游从业人员中占有重要地位，因为在旅游服务过程中，导游员与游客接触的时间最长，游客从导游的讲解中了解的知识最广，得到的服务最多。我们还应该看到，时代的发展对导游员的要求越来越高。作为21世纪的中

国导游员,肩负着继往开来、促使中国旅游业健康和可持续发展的历史使命。

在旅游高等教育中,旅游高职高专教育占有非常重要的地位。作为教育部高职高专旅游类专业系列教材之一,本书的主要读者对象是高职高专导游专业学生。作者总结多年的教学和导游经验,在编写中力争突出高职高专教学特色,结构合理。基本理论的讲述以够用为度,在内容选取、编排结构、文字表述等多方面,既考虑导游工作的需要,又考虑学生的实际情况。本书从导游服务的需求出发,重点阐述导游人员在接团服务中必备的素质要求和业务知识技能。讲述的内容突出了专业性、实用性和可操作性。全书的内容体系能较好地与实践性教学和多媒体教学接轨。建议各校创造条件,让教师根据授课内容开展情景教学,让学生多接触实际,增加感性知识。

本书由谢北立担任主编。各章节编写分工如下。

谢北立(桂林旅游高等专科学校):第一章、第二章第一、二、四节、第四章第二节;周刚刚(桂林旅游高等专科学校):第二章第三节、第四章第三节、第五章第四节、第六章第二、三节;张惠芬(北京旅游学院):第三章;陈永发(上海旅游高等专科学校):第四章第一节、第五章第一、二、三节、第六章第一节。全书由谢北立最后统稿。

本书的编写参阅了不少有关资料,在此向资料的作者们表示衷心感谢。

鉴于作者的水平所限和时间所迫,书中的缺点和不足在所难免,我们期盼旅游界的专家同仁和读者们不吝赐教。

作者

2000年10月

目 录

第一篇 理 论 篇

第一章 导游服务概述·····	(3)
第一节 旅游与旅游者·····	(3)
第二节 导游服务工作·····	(17)
第二章 导游员·····	(28)
第一节 导游员的资格和分类·····	(29)
第二节 导游人员的职责·····	(33)
第三节 导游员的素质要求·····	(36)
第四节 导游人员的职业道德和修 养·····	(48)

第二篇 实训篇——导游接待规程

第三章 地方导游服务程序及常见问题 的应对·····	(61)
第一节 服务准备·····	(62)
第二节 迎接服务·····	(67)
第三节 入住服务·····	(77)
第四节 核对、商定节目安排·····	(80)

第五节 参观游览服务·····	(82)
第六节 其他服务·····	(94)
第七节 送客服务·····	(100)
第八节 后续工作·····	(107)
第四章 全陪、领队和散客接待服务·····	(113)
第一节 全程导游服务·····	(113)
第二节 领队服务·····	(121)
第三节 散客接待服务·····	(128)

第三篇 技能篇

第五章 讲解技巧·····	(141)
第一节 导游语言艺术的特征·····	(142)
第二节 导游讲解语言的艺术·····	(156)
第三节 导游交际语言的艺术·····	(165)
第四节 导游词的创新·····	(170)
第六章 接团技巧·····	(186)
第一节 协调与沟通·····	(186)
第二节 营造愉快氛围·····	(196)
第三节 购物促销技巧·····	(209)
附录·····	(224)
附录一 导游人员管理条例·····	(224)
附录二 导游员职业等级标准·····	(228)
附录三 导游服务质量·····	(234)
附录四 旅游商品常识·····	(246)
主要参考文献·····	(257)

第一篇



理论篇

黨一策



第一章

导游服务概述

内容提示

本章从旅游活动的产生开始，对旅游活动、旅游者
和旅游业进行概括性的描述。重点介绍了现代旅游和旅
行社业的发展，给出了有关旅行者、游客和旅游者的确切定义，
介绍了导游服务工作的性质、特点和应该遵守的服务原则。通过
本章学习，应该了解旅游、旅游业、旅行社和导游服务等基本概
念和内容。

第一节

旅游与旅游者

一、旅游与旅游业

(一) 旅游活动的产生和现代旅游

旅游活动在古代就有了，其产生、形成和发展，是与生产力

的发展、社会的发展、人们观念的发展紧密相关的。旅游是人类社会交往关系发展的一种具体形式。由于旅游使用的交通工具不同、出游的目的不同、旅游者的构成不同和旅游产品的形式不同,旅游活动可分为古代旅游、近代旅游和现代旅游三个阶段。

1. 古代旅游

古代旅游行为以王公巡游、商贾贸易、宗教传播和狩猎活动为主要目的,使用的交通工具主要是舟楫、车马甚至双腿,旅游者多是帝王、贵族、僧侣和商人,没有形成社会性的规模。当时的旅游不仅规模有限,而且游程有限。旅游项目也十分有限,不存在以休闲、度假、消遣、移情于山水之际、追求异域文化体验为内容的旅游项目。所以说,古代旅游侧重于“旅”而轻于“游”。当然,古代旅游与当今的旅游也有共同之处,那就是两者都是旅游者离开惯常居住地到较远的地域进行以人际交往为特点的旅游行为。

古代旅游中著名的帝王巡游,有公元前 1490 年古埃及荷赛特女王到现今索马里一带的观光巡游;公元前 10 世纪,“周穆王欲肆其心,周行于天下”^①——周朝的周穆王到现今新疆、青海一带的巡行,会西王母于昆仑山,留下了如今“周穆八骏”的传说;以及公元前 219 年秦始皇到现今山东、河北一带的巡游等等。

古代商贾贸易旅游最早起源于地中海沿岸诸国,如古罗马帝国。公元前 138 年,汉武帝派遣张骞出使西域,历时 20 余年,两次出使,开辟了有名的“丝绸之路”,从而把中国、印度、古罗马和埃及连接起来。“丝绸之路”至今仍是世界上最令人神往

^① 《春秋左氏传》。

的黄金旅游线路之一。1405年,明朝郑和从水路出使西洋,历时28年,七次下西洋,开辟了“海上丝绸之路”。古代旅游通常发端于商贾活动,商贸旅游成了当时旅游活动的支柱,故在我国的史书记载和文学作品中,往往是“商”、“旅”二字不离,“商旅”一词时常可见,如“商旅不行,檣倾楫摧”^①等等。

“读万卷书,行万里路”,在古代,著名的思想家、文学家、史学家、哲学家和社会学家,有不少是在文化旅游中丰富他们的阅历和知识,成为一代名人的。我国著名的思想家孔子、史学家司马迁、文学家和诗人屈原、李白、杜甫、白居易、岑参、苏东坡、陆游等都是通过游历大江南北、长城内外,写下了不朽的名篇。尤值一提的是地理学家和旅行家徐霞客,他历时30多年,足迹遍及现今16省,对我国的地质、地貌、水文、气候、民俗和旅游进行了前无古人的考察研究,写出了旅游地理科考巨著《徐霞客游记》,该书至今仍是我国从事旅游地理研究的重要文献。

在古代旅游中,以传播各宗教教义为目的的宗教旅游活动占有相当重要的地位。神秘性是宗教的特点之一,宗教创造了许多让教徒崇拜的偶像,并占有景色迤逦的名山大川,形成“天下名山僧占多”的局面。朝圣者纷纷涌往各个胜地进行宗教朝拜,僧侣也云游四方讲经布道、取经拜师,从而形成了宗教色彩浓厚的旅游。历史上,中国是受佛教影响最大的国家,中外高僧频繁往来,历尽千辛万苦,从事佛事活动,如东晋的法显、慧景、道正,唐朝的玄奘、鉴真等法师。印度、尼泊尔、日本的僧人也来我国讲学、讲经布道。与佛教并列的基督教、伊斯兰教,其传教活动地域比佛教更为广泛。由于佛教、基督教、伊斯兰教这三大宗教的力量,从而形成了遍布世界各个角落的宗教旅游活动,并

① 范仲淹《岳阳楼记》。

至今不衰。

2. 近代旅游

近代旅游起源于 19 世纪 40 年代。在资本主义社会发展初期,由于以蒸汽机的发明为代表的产业革命的成功,生产力得到较大发展,促进了贸易和资本输出,促进了以宗教为代表的文化传播,同时,也为近代旅游的兴起创造了条件。在英国产业革命 70 多年后,1841 年 7 月 5 日,英国人托马斯·库克(Thomas Cook)开始了世界上第一次由中间商招徕组织的旅游服务活动。他包租火车组织了一次团体旅游,往返里程 24 英里,有 570 余人参加,其目的是参加一次禁酒大会,费用是一先令,库克从中获得 5% 的报酬。这次活动被标志为近代旅游和旅游业的开端。1845 年,托马斯·库克开始了旅行代理业务。1865 年他创办了世界上第一个旅行社——库克父子旅游公司,提供最早的有组织的包价旅游服务,开创了旅行社业务的基本模式。从此,旅游活动开始了向商品化发展的历程,并在国民经济中逐步发展成独立的经济部门。近代旅游的特点在于,交通工具有了质的飞跃,出现了火车、客轮和飞机,游程大大延长;旅游者的层面也已不再是少数王公、贵族、商贾和僧人,而是拥有闲暇时间、有一定经济条件的人士;出现了一批专供旅游者前往的旅游目的地。

3. 现代旅游

第二次世界大战结束后,旅游活动进入了一个崭新的阶段——现代旅游阶段。这是由于两方面原因造成的。一方面,相对的和平环境使得各国社会相对稳定,经济迅速恢复,资本主义国家国民生产总值不断增长,由此发达国家大众的收入和支付能力稳步提高,生产自动化程度的提高也使得人们的带薪假期不断加长,从而促使旅游活动迅速走向大众化。这是现代旅游的一个明显标志,故也有人把现代旅游称为大众旅游(Mass Tourism)。

另一方面,战后科学技术发生了巨大变革,与旅游联系紧密的通信、交通、民航等行业迅速发展。传统的依赖火车和轮船的旅行方式被汽车和喷气式飞机所取代。乘飞机旅行逐渐成为远距离旅行的主要方式,人们可以很方便地作国际旅行。进入20世纪90年代后,以信息技术为代表的新技术出现,更使得旅游活动方便、现实和贴近大众。以上种种因素从客观上促进了旅游活动发生质的飞跃。现在,旅游已成为全球大众化的、持续发展的、内容和方式丰富多彩的、影响国计民生的经济和文化现象,旅游业也在世界经济中占有重要地位。1997年,全世界国际旅游业收入占世界服务业出口总量的31.7%,超过了运输业(23.2%)和金融保险业(5.0%),仅次于通信、计算机、信息和其他服务业(40.7%),居第二位^①。在许多国家,旅游已成为国民经济的重要组成部分。

4. 现代旅游的构成

从所给定的地域(地区、国家、一组国家)来看,现代旅游可分为以下形式,即

(1) 国内旅游;(2) 入境旅游;(3) 出境旅游。

这三种形式可以用不同的方式组合起来,派生出新的旅游类型,即境内旅游(包括国内旅游和入境旅游)、国际旅游(入境旅游和出境旅游)和国民旅游(出境旅游和国内旅游)。如图1-1所示:

(二) 旅游业与旅行社

1. 旅游业与旅行社

在现代旅游中,旅游活动是“以一定的经济、社会存在和发展作为依托,由旅游主体、旅游客体和旅游媒体互为条件、相互

^① 世界银行《1999年世界发展指标》,中国财政经济出版社。

作用所产生的诸般现象和关系的总和”^①，这就是说，旅游活动由旅游主体——旅游者、旅游客体——旅游资源和旅游媒体——旅游业所组成，并在一定的社会经济环境下产生、发展。

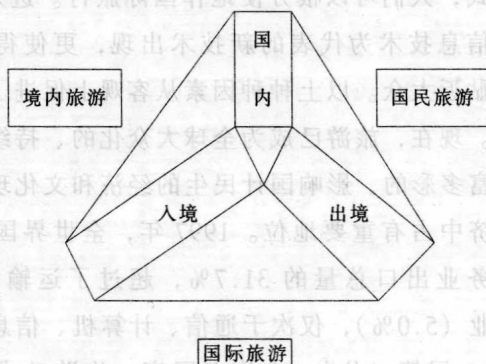


图 1-1

作为旅游媒体的旅游业，对于旅游活动全过程是必不可少的。从旅游宣传，旅游者产生旅游动机，旅游者购买全部旅游产品（包括旅游者的吃、住、行、游、购、娱）直到返回自己的惯常环境，都离不开旅游业。也就是说，如果没有这个媒体，仅仅靠旅游者和旅游资源是无法实现现代旅游活动的。

在旅游经济范畴内，旅游业由饭店业、旅行社业和旅游交通业组成，我们将其称为旅游业的三大支柱。

旅行社业是招徕、接待旅游者并为其提供相关服务的行业。作为旅游业中的“龙头”和“中间商”行业，整个旅游业的运转和所有旅游企业的经营活动都必须依赖于它。如旅游产品有赖于旅行社去宣传、促销，旅游客源市场有赖于旅行社去招徕和接待，旅游活动的实现更需要旅行社组织和协调，相关旅游企业的

^① 杨时进《旅游学》，中国旅游出版社，1996年。