

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

导游知识与技能

李 颖 主编

中国科学技术出版社

CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

· 北 京 ·

BEIJING

丛书序

我国拥有世界上最为多样化的旅游资源,最为悠久的历史文化,最为丰富的劳动力储备,而且旅游教育体系比较完备,这是发展旅游业的突出优势。相对于高新技术、工业发展等方面与发达国家的差距,我国旅游业具有抢占全球高地的先天条件。旅游教育为旅游业抢占全球高地提供着人才保障,是变劳动力储备为人才优势,变旅游大国为旅游强国的重要途径。

近年来,随着我国旅游业的迅速发展,旅游高等教育,特别是高职高专教育,进入一个新阶段。开办旅游管理专业的院校之多、招生数量之众、办学条件之好都大大超过了历史上任何一个时期。然而,作为高等院校基本建设之一的教材建设,却远远滞后于旅游教育发展的步伐,以致许多高等院校的旅游管理专业缺乏适用的教材,这势必影响旅游业继续发展的人才支撑,也不利于旅游高等教育的进一步发展。虽然有关部门、单位组织编写了一批旅游管理专业教材,但仍然远远满足不了旅游教育发展的需要。

上海财经大学的全华教授等国内有关高校的众多一线教师,编写出版一套“21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。获悉此事,我甚感欣慰。翻阅系列教材的部分书稿,我认为这套教材体现了以旅游行业需求为导向,以应用为主,以必需、够用为度的编写思路,其突出特点有三。

(一) 行业能力的导向性

旅游业的发展实践证明,旅游管理队伍大多来源于一线员工的晋升,需要理论素养,更需要能力建设。这套系列教材,不拘于学科知识体系框架,更加突出旅游行业岗位能力标准,使在学习课程内容后,能形成适合旅游发展需要的行业能力结构。

(二) 学习兴趣的引导性

兴趣是最好的老师,旅游活动本身就是一种趣味活动,在知识和技术不断更新的情况下,旅游教材不仅应在内容上及时予以反映,更要激活学生不断探究旅游知识,掌握旅游管理技能的兴趣。这套教材重在学生对旅游业相关岗位兴趣的培养,在激发学生浓烈兴趣基础上,再提供经典的学习材料和进一步探索相关知识、培养相关能力的途径,变被动听讲,为主动求索旅游管理知识和技能。

(三) 因材施教的针对性

处在当今信息化社会中的大学生,思维活跃、接受能力强,而且精力充沛,追求着时尚和新潮。教材内容老套,教学手段落后,教学方法刻板,是当今大学生厌学的重要原

因。针对旅游本身就是青年人追求的生活时尚，这套教材版式活泼，图文并茂，做到了科学性、趣味性、可读性与当代大学生学习、思维特点的有机结合。每章有“学习目标”、“重点难点”、“引入部分”以及小案例或小对话，生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，不仅针对旅游行业特殊性，而且紧密结合当代大学生的思维特点，做到因材施教。

随着旅游业影响力的不断扩大，越来越多的莘莘学子步入高等学府，学习旅游专业；越来越多的高等院校开办旅游专业，输送旅游行业的新生力量；越来越多的出版单位和专家学者关注旅游教育，出版多种教材。欣喜之余，也企盼着在方方面面的努力下，旅游教材日臻完美，旅游教育日趋完善，中国早日由劳动力储备大国转变为旅游人才强国，由旅游教育大国转变为旅游教育强国。

中国旅游文化资源开发促进会副会长 魏小安

2008年夏

丛书引言

高职高专教育是旅游行业人才培养最为有效的形式之一，而一套适合高职高专层次、把握现代服务业发展脉搏、切准旅游业岗位需求的教材，是许多高职高专院校孜孜以求的教学要件。为了落实教育部《关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》的精神，确保高质量教材进课堂，“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”编委会，在全国范围内，精选高职高专教学一线的教师，根据高职高专旅游专业课程设置的需要，针对当前高职高专学生的学习特点，编辑出版了“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。对于出版社和编者而言，这是一大挑战，而对于高职高专院校来说，实为一大幸事。

纵观这套教材，具有如下特点：

1. 定位明确：紧紧围绕旅游行业岗位的要求、标准编写。教材的结构符合学生学习动机，能够诱发学生的学习兴趣。遵循从实际到理论，从具体到抽象，从个别到一般，或者说是提出问题、解决问题、归纳总结问题，选用任务导向和案例分析。教学目标具体、层次分明、文字凝练、信息传递高效，让学生一目了然。

2. 特色突出：突出了高职高专特色和旅游行业特色，强化就业中要用到的技能，弱化理论和原理介绍。对操作性比较强的课程，实训内容占较大比例。每本书的参编人员要求必须有一名和本书内容对应的旅游企业在岗人员，确保其实用性。

3. 版式活泼：图文并茂，力图做到科学性、趣味性、可读性和实用性的有机结合，每章有“学习目标”、“重点难点”、“引入部分”、“正文”、“课后总结”等几个板块。使教材使用者能便捷地把握主要内容、重点、难点以及知识和能力要求。章节正文内容之前的“小案例”或“小对话”生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，为学生在兴趣驱使下，自主深化学习内容，提供了丰富的材料和便捷的途径。

教材编写者为了突出上述特色，做了许多努力，他们的每一点努力，哪怕是细微之处的改进，都将会使教师使用教材时，更加得心应手，学生学习教材时，收益更多。

我相信随着这套教材走进课堂，教师备课、授课将更加轻松，学生的学习活动，将变得更加生动有趣，高职高专的教学质量，将得到进一步提升。

高 峻

2008 年 6 月 22 日

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

编委会名单

顾问 程文栋 魏小安 石培华 高峻

主编 全华 于成国

委员 (以姓氏笔画为序)

马荣霞 王永刚 王晶 付向阳 刘琼英

朴松爱 张立达 张帆 张柏君 李飞

李嫔 李森 李颖 杨宏伟 陈昀

杜炜 郑旭华 郑岩 俞彤 姜海涛

柏杨 凌强 唐飞 徐兢 崔广彬

曹洪珍 彭绪娟 韩雪琴 蒯兴望

《导游知识与技能》编委会

主审 全华

主编 李颖

副主编 车秀英

编委 李颖 车秀英 钱晓梅

前 言

作为新世纪的导游员,应考虑如何面对激烈的国内外竞争,适应新的市场环境。毫无疑问,只有提高导游员的素质和带团能力。导游员的素质也将直接影响到旅游业的整体形象。

中国旅游业起步较晚,但发展速度很快。为了更好地配合旅游业的发展,提高从业人员的素质,满足社会需求,突出高职高专旅游专业学生的特点,提供一本适用的导游知识和技能教材,我们围绕旅游行业岗位的要求和标准,力求做到科学性、趣味性、可读性、实用性相结合,编写了这本教材。

本书由河南省南阳市二职校李颖担任主编,大连职业技术学院的车秀英担任副主编。李颖编写了本书的第一章、第二章、第三章和第四章,车秀英编写了本书的第五章、第六章和第八章,大连职业技术学院的钱晓梅编写了本书的第七章。全华主审。

本书在编写过程中,参阅了大量的书籍,在此对被参考和借鉴的书刊资料的作者表示诚挚的谢意!

由于编写时间仓促,本教材难免有疏漏之处,敬请读者批评、指导,以便修订时使之完善。

编 者
2008 年 10 月

目 录

第一章 导游概述	1
第一节 导游服务的发展	1
第二节 导游服务的地位和作用	5
第三节 导游服务的类型和范围	8
第四节 导游服务的性质和特点	11
第二章 导游服务人员	16
第一节 导游员的概念和分类	16
第二节 导游人员的职责	19
第三节 导游人员的素质	21
第四节 导游人员的培训与考核	29
第三章 导游服务程序	34
第一节 地方陪同导游服务	34
第二节 全程陪同导游服务	52
第三节 领队的服务	58
第四节 景点景区的导游服务	61
第五节 散客导游服务	62
第四章 导游带团技能	70
第一节 导游员的形象	70
第二节 导游员处理关系的技能	73
第三节 导游人员的讲解技能	75
第五章 导游艺术	92
第一节 导游员语言艺术的传播	93
第二节 导游语言艺术形式	96
第三节 导游语言艺术运用	109
第六章 导游工作中事故的预防与处理	117
第一节 旅游事故的预防和处理	118
第二节 旅游计划变更处理	120
第三节 漏接、空接、错接和误机(车、船)的事故的预防与处理	121
第四节 旅游者证件、财务、行李丢失的预防与处理	126
第五节 旅游者走失事故的预防与处理	130
第六节 旅游者生病、死亡的处理	131
第七节 旅游者越轨言行的处理	134
第八节 交通事故、治安事故和火灾事故的预防与处理	136

第七章 旅游者个别要求的处理	144
第一节 旅游者个别要求的处理原则	145
第二节 餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	147
第三节 要求自由活动的处理	151
第四节 探望亲友和亲友随团活动要求的处理	152
第五节 转送物品和信件要求的处理	153
第六节 要求中途退团或延长旅游期限的处理	154
第八章 导游服务相关知识	158
第一节 出入境知识	159
第二节 旅行交通知识	172
参考文献	181
参考网站	182

第一章 导游概述

学习目标

了解导游服务产生和发展的历史；熟悉导游服务的地位和作用；掌握导游服务的类型、范围、性质和特点，对导游服务有一个全面、系统的认识和理解。

重点难点

1. 导游服务的类型、范围、性质和特点。
2. 导游服务的性质和特点。

案例

导游职业何时能被人羡慕

现在，创建优秀旅游城市，打造旅游品牌，关键是人才。在中国旅游业这个大舞台上，导游扮演着非常重要的角色，成为公众瞩目的焦点。“景色美不美，全凭导游一张嘴。”导游被称为“民间大使”，是一个城市或地区，甚至是一个国家的形象代表。在国外，导游更是一个令人羡慕的职业。然而，当您打开报纸、电视，甚至互联网时，导游的形象已经一落千丈。例如，导游员带客购物，拿回扣，甩团等“劣迹”常被曝光，人们心中也往往把“导游”两字与宰客、坑骗、不讲诚信等贬义词联系在一起。因此，当贵阳市发起举办首届中国导游节时，业界一呼百应。许多导游从业者期望借此机会，倾诉内心实感，展现业态实况，以获得全社会的关心与理解。

由此可见，随着旅游业的发展和旅游活动的大众化，游客对导游员的要求也越来越高。因此，作为沟通游客与景点的导游也显得尤其重要。

第一节 导游服务的发展

人类旅游活动的出现已经有上千年的历史了。“旅游”一词最早出现在中国魏晋南北朝时期，当时的文人墨客对自然山水的审美欣赏蔚然成风。南朝诗人沈约《悲哉行》一诗中“旅游媚年春，年春媚游人”就有所体现。当今社会所谓的“旅游”，是被西方泛化了的“旅游”，它最早出现在19世纪初的英国。《韦伯特大字典》中，旅游（tour）被解释为“是一个人回到其出发地所经历的旅程；是一次出自商务、娱乐或教育的目的所作的旅行，旅行期间通常按计划的线路访问不同的地方”。

一、古代旅行活动的导游

导游服务是旅游服务的一个组成部分,并随着旅游活动的产生而发展起来。在中国封建社会,随着旅游活动的产生,特别是在封建社会中后期,出现了以经商、求学、探险、科考、宗教、游说等为目的的旅行活动。如郑和下西洋、张骞出使西域、唐僧西天取经、鉴真东渡等都可以视为古代的旅行活动。

在中国古代的旅行活动中,平常人家的旅行都有书童、仆人陪同,并照料其起居生活;王公贵族、帝王巡游都有熟悉环境的人做向导,沿途为其介绍当地的风土人情。这些随从就担当了向导的职责。此外,由于当时旅行的规模小、人数有限、交通工具落后、道路状况差、旅行过程艰辛危险,需要熟悉当地地理环境、有一定历史文化背景的人为旅行者指引道路、了解风情。那时的向导并不是一种职业,只是为人们指引道路。当地的百姓、车夫、店家、渔夫、樵夫等都可以充当向导,这就是古代导游的雏形。

在西方,腓尼基人被称为最早的航海商人。他们擅长行驶船只,销售各地的土特产和手工艺品。由此可见,历史上人们外出旅行是由产品或商品的生产交换引起的,即第三次社会大分工使商业从农牧业和手工业中分离出来,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,开创了人类旅游活动的先河。显然,在这个时期,导游是作为一种辅助功能伴随着旅行而产生的。因此,它不可能形成一种职业,当然也不会存在现代意义上的导游行为。中国古代有“父母在,不远游”之说。在英语中,“travel”(旅行)一词就源于“travail”(艰辛)。

二、近代的商业性导游

1. 陪同和领队

世界上关于领队和陪同的旅行,最早的记载是《圣经》上的《出埃及记》。它所记载的事,大约发生在公元前15世纪至公元前14世纪。当时,以色列人离开两河流域移居埃及,并在那里大量繁衍,引起埃及人的仇恨。埃及法老(国王)没收其财产,强迫他们做苦工。为了生存,以色列人的首领摩西决定带领全族离开埃及,寻找新的居留地。摩西运用自己的智慧和勇气,克服了重重困难,经过40年的长途跋涉,终于走出埃及,来到迦南地东方约旦河东岸。由此可见,旅行团的领队所扮演的角色非常重要,他要拥有随机应变的能力和非凡的胆识。

2. 托马斯·库克

18世纪中叶,英国开始了工业革命,很快遍及整个欧洲。产业革命的基本完成,促进了生产力的快速发展和社会财富的急剧增加,出现了

一批新兴资产阶级和工人阶级；加之社会经济的进步和繁荣，使更多人拥有了外出旅游的财力和经济条件。另外，特别是蒸汽技术在交通工具中的运用，出现了速度快、运量大的火车和轮船，为人们的出游带来了更多的便利，节省了路途中花费的大量时间，使当时的旅游活动有了突破性的进展，也使旅游成为人们新的需求。

1841年7月5日，英国人托马斯·库克包租了一列火车，组织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，每人收费1先令。这次的团体旅行活动非常成功，托马斯·库克做了全面的组织和周密的安排。事先张贴广告招徕游客，沿途全程陪同介绍景物。虽然旅行活动并非出于商业目的，但被公认为是世界上第一次商业旅游。而后，他也从这次活动中感觉到人们非常高兴别人为其安排和组织旅游活动。1845年，他创办了世界上第一家商业性旅行社“托马斯·库克旅行社”，开始代理旅行社业务。这家旅行社的问世也标志着近代旅游业的诞生。

1846年，托马斯·库克以旅行社的名义亲自带了一个由350人组成的旅游团到苏格兰旅行。旅行社为每位团员分发活动日程表，还专门配置了向导，成为世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动。

1855年，托马斯·库克旅行社以团体包价的形式组织到法国等地旅游，预先收取旅游费用，开创了国际旅游先河。至1864年，他组织的旅游人次累计达数百万人，托马斯·库克的经营模式使欧洲、北美各国和日本纷纷效仿。这样，在世界上逐渐出现了很多类似旅行社，形成了导游队伍。第二次世界大战后，大众性旅游活动崛起并得到发展，使导游队伍迅速扩大。目前，几乎世界各国都拥有一大批数量不等的专职导游和兼职导游。

三、新中国的导游服务

同欧美国家相比，中国近代旅游业起步较晚。20世纪初期，一些外国的旅行社，如英国的通济隆旅游公司（前身即托马斯·库克父子旅游公司），美国的运通旅游公司、日本的国际观光局等开始在中国设立旅游代办机构，经营中国旅游业务，雇用中国人作导游。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，在该银行下创设了旅游部，旅游业也随之成为独立的行业。1927年6月，旅游部从该银行独立出来，成立了中国旅行社（以下简称“中旅”），其分支社遍布华东、华北、华南等地区的15个城市，代办旅行业务，提供导游讲解、翻译等服务并创办了中国的第一本旅行杂志。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总揽旅游业务，如交通、住宿、翻译服务等。“中国旅行社”是中国旅游业的旗舰，在中国乃至国际旅游业的发展历史中作出了不可磨灭的贡献。我国最早从事导游职业的人员也应运而生。

新中国成立后,我国旅游事业得到了进一步发展。1949年11月,最早的旅行社“华侨服务社”在厦门筹建,12月正式营业。1954年4月15日,“中国国际旅行社”(以下简称“国旅”)在北京设立总部。其后又在各地设立分支社,主要从事接待外国宾朋、华侨、华人、中国的港澳台胞等的工作,但从不承担个人的各种自费旅游项目或其他自费接待任务。1960年开始,随着我国国际关系的改善,西方游客逐年增多,中国的旅游事业有所开拓和发展。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,中国的导游队伍逐渐扩大,规模约有二三百人,近十几种语言。但当时的导游服务主要负责外事接待工作和政治工作。周总理还对导游人员提出了“三过硬”(思想过硬、业务过硬、外语过硬)原则,导游人员要呈现出业务能力强、政治觉悟高、职业责任感强的特点。党的十一届三中全会后,我国实行对外开放政策,吸引了大批海外旅游者,国内旅游业欣欣向荣。1978年,中国旅行游览事业管理局改名为“管理总局”,各省市自治区都设立了旅游局。1980年6月,中国青年旅行社(以下简称“青旅”)成立。1988年,全国形成了以中旅、国旅、青旅为主干框架的近1600家旅行社。全国导游人员迅速扩大到25000多人,他们为这一时期中国旅游业的发展和海外旅游客源市场的扩大作出了贡献。导游人员思想活跃、年轻、有朝气,政治、业务素质也有明显提高。

目前,中国是旅游资源大国。2007年,中国旅游业总收入达1.09万亿元,首次突破1万亿元。统计显示,2007年全年入境旅游人数达1.32亿人次,同比增长5.5%,其中入境过夜旅游人数达5472万人次,同比增长9.6%;旅游外汇收入达419亿美元,同比增长23.5%;中国继续保持全球第四大入境旅游接待国地位。2007年,国内旅游人数达16.1亿人次,同比增长15.5%;国内旅游收入达7771亿元,同比增长24.7%。据国家统计局、国家旅游局的统计,2007年“五一”黄金周全国出游达1.79亿人次,旅游收入736亿元人民币,同比均增长20%以上。20个黄金周累计接待国内旅游18.1亿人次,实现旅游收入7440亿元人民币。2008年春节黄金周受雪灾影响旅游收入与人次首次出现下滑,下降幅度分别为6.2%和5.2%。但若同2006年同期比较,收入与接待游客人次都有6.8%和11.6%的增长。中国国家旅游局预计到2010年,中国旅游业总收入将达到12260亿元人民币,年均增长10%左右,相当于全国国内生产总值(GDP)的7%。其中国内旅游收入将达8810亿元,平均增长11%左右。

第二节 导游服务的地位和作用

一、导游服务的地位

1. 导游服务在旅游服务中的主导地位

众所周知,旅行社、旅游饭店和旅游交通是现代旅游业的三大支柱。其中,旅行社是旅游者、旅游饭店和旅游交通之间的纽带。旅行社作为中介服务机构,主要任务是向旅游者销售旅游产品。旅行社根据旅游者的需求,组合设计旅游过程,安排旅游线路,为游客提供综合性的服务。导游服务业务是旅行社业务的典型代表,它在旅游服务中向游客提供面对面的服务,其质量的高低决定着旅行社整体服务质量的高低。因此,导游员是旅游接待工作的主体,在旅游服务中起着主导的作用。

2. 导游服务在旅游者中的地位

导游员是旅游接待的主体,处在旅游接待的第一线。一次旅游活动的顺利成功与否,关键取决于导游员的服务。国际上,通常称导游员是“旅行社的支柱”。对于旅游者来讲,导游员为其提供的是食、住、行、游、购、娱一条龙服务。游览是旅游活动中的重要环节,游览活动的主要执行者就是导游员,要为旅游者安排最佳旅游路线、选择最佳观赏景物。中国历史悠久,名山大川、名胜古迹资源丰富。通过导游员的讲解,可以帮助旅游者领略自然风光的形态特征,体会人文景观的文化内涵和底蕴,更加深刻地理解不同景物的欣赏价值;导游员提供的生活服务可以帮助旅游者放松身心、愉快地投入旅游活动中,解除后顾之忧;导游员提供的语言服务可以帮助旅游者消除异域文化障碍,促进不同地区、民族之间的交流。总之,旅游者有了导游员的帮助和照顾,在旅途中可以消除紧张拘谨心理,完全轻松地投入游览活动中;有了导游员的指引,旅游者可以从最佳的审美角度去享受各种不同事物的自然美、艺术美、文化美、外在美、内在美等,并从中增长见识,拓宽视野。

3. 导游服务在旅游业中的地位

(1) 导游服务与旅游业的声誉息息相关。

在现代旅游活动中,导游员已成为整个旅游服务工作运转的焦点和轴心,一次导游服务的好坏会直接影响到旅游服务质量的优劣,甚至关系到一个国家(地区)旅游业的声誉。现代人类社会已经进入信息社会,高科技手段的运用使旅游者在旅游活动中增强了自主性、参与性。旅游者对旅游产品的要求也越来越高。如果旅游产品的种类、价格、服务等不能满足旅游者的需要,他们就不肯购买。所以,只要拥有一批素质、业务、能力过硬的导游员,不仅能保证旅游服务质量,保持旅游业的良好声誉,而且还能很好地促销旅游产品,争夺客源,在市场上增强

竞争力。

(2) 导游服务能满足旅游者的需求。

旅游经营者组合设计饭店、游览点、交通部门、商店、娱乐场所等旅游企业的产品,以商品的形式出售给旅游者,通过导游员的综合服务得以实施,使旅游者在物质和精神上得到满足。同时,导游员的讲解语言、知识、服务技能也构成了旅游产品,即旅游者所购买的也有导游服务本身。优质的服务可以树立旅游目的地及旅游企业的良好形象,扩大影响。导游员是旅游服务的直接提供者,也是旅行社良好形象的代表。因此,导游员幽默的语言、优雅的旅游服务礼仪、灵活的带团技巧,都直接关系着旅游产品的质量和旅游者的满意程度。

二、导游服务的作用

1. 导游服务的宏观作用

导游服务的宏观作用主要体现在经济、政治方面。旅游活动是具有经济属性的综合性社会活动,导游服务是通过向游客提供劳务创造特殊使用价值的劳动。导游员受旅行社指派,通过自己的努力向旅游者销售旅游产品,使旅游者得到物质补偿,需求得到满足,也使导游的工作得以实施,这些都是以经济收入为目的商业性活动。导游服务的宏观作用具体表现在以下几个方面。

(1) 直接间接创收。

在国内外旅游者游览活动中,导游员直接为游客服务,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。导游工作本身就为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金。

(2) 扩大客源市场。

旅游业的生存和发展与客源市场有密切的关系,没有旅游者,发展旅游业就是无稽之谈,导游员就没有了服务对象,形同失业。因此,很多国家和地区政府都愿意投入大量的人力、物力和财力对旅游产品进行策划宣传,吸引游客注意。但是,与广告和其他媒体相比较,更有效地宣传途径就是“口碑效应”,即免费宣传。而导游员向旅游者提供的高质量服务就是提高旅游企业的声誉,获取竞争优势的一个重要手段。当游客在游览参观某地后,享受到了满意优质的服务,觉得物有所值,自然会向亲朋好友介绍自己的旅游经历,激发人们的旅游动机,形成潜在的旅游客源。可见,口碑宣传是最有效、最经济的旅游宣传方式,在旅行社招徕回头客、扩大客源方面起着重要作用。

(3) 促销旅游商品。

旅游业中的旅游购物需求弹性系数很大,具有相当大的利润空间。因此,世界各国都十分重视旅游商品和纪念品的开发、生产和促销。导游人员在向游客介绍当地风土人情时,实际上就是在向游客推销游览项

目和旅游线路。如在游戏中,把新开发的旅游景点的照片或宣传资料作为奖品;讲讲周边旅游资源的特色等。可见,旅游购物不仅是为游客服务,而且对当地的旅游经济有着明显的推动作用。有关资料显示,在世界各国旅游总消费中,旅游购物所创造的收入在旅游业整体收入中占很大的比例,旅游发达国家可达50%以上。游客在参观旅游景点的过程中并不能得到完全满足,还有对旅游产品进行消费的需要,而导游员对旅游商品的促销起着举足轻重的作用。

(4) 促进经济交流。

在旅游者中,尤其是来华旅游的专家学者和经济界人士,有很多人希望借旅游之机与各地的同行接触,相互交流信息、沟通情感、了解合作的可能性及投资环境。目前会展旅游、商务旅游、专题旅游、专项旅游、特种旅游的发展,促使导游员要做有心人,及时了解游客的意愿,并不失时机地向旅行社报告,积极牵线搭桥,促进中外及地区间的经济交流和发展。例如,在一次北京客人到南阳参观的接待中,导游员用专业的知识给客人介绍了南阳的玉文化,其中一位在北京开酒店的老板深受启发,与南阳的玉器批发商联系,在自己的酒店大厅中专门开设了一个柜台用于经营南阳的独玉。

2. 导游服务的微观作用

(1) 组织协调作用。

导游服务是各项旅游活动的纽带和桥梁。导游员是旅行社的代表,在旅游活动的各环节之间组织协调、内外沟通、顾全大局。为旅游者安排食、住、行、游、购、娱等各项服务,自始至终陪同服务。对旅游期间出现的各种突发事件及投诉、意见和建议,导游员要在第一时间作出处理并报告上级部门。导游员还要搞好与各有关部门的关系,配合各部门的工作,争取各部门提供保质保量的服务。任何一个环节出现问题,都将会影响旅游的服务质量。因此,导游员与各部门的组织协调不仅保证了旅游者的生活服务质量,而且也提供成功的导游讲解服务创造了有利条件,维护了旅游者的合法权益,做到保质保量的完成旅游接待计划,落实旅游合同。

(2) 民间大使作用。

旅游活动在当今世界上是规模最大的民间外交活动,能够促进不同国家、地区之间的交往,增进了解、加深友谊、消除隔阂、维护世界和平与团结。如日本称导游员为“无名大使”;新加坡称导游是“非官方大使”;而美国称导游员是“祖国的一面镜子”。中国称导游为“民间大使”,在游览活动中,导游员的导游讲解和服务,要带给游客健康、知识和快乐。在旅游者心目中,导游员是国家(地区)的代表,人民的友好使者。他们的举手投足、一言一行都代表了祖国的形象,都有意无意地宣传着祖国。中国导游员应热爱了解自己的祖国,运用精湛的导游讲解艺术,向游客讲解祖国的悠久历史、锦绣山河;在旅游过程中提供主

动、热情、优质的导游服务，宣传祖国，赞美家乡，做国家文明的使者。通过与国外旅游者广泛的接触、交往，帮助旅游者认识中国、增进相互之间思想、感情的交流。

想一想

某旅行社导游员接待一旅游团去黄山旅游，团里成员都是由各个财政所的所长组成。导游员对游客悉心照顾，一方面满足游客的各种需求；另一方面精心协调客人的吃住行游，赢得了游客的好评。随后，多位随团旅游的所长，都通过这位导游员并介绍其他客人到此旅行社，与旅行社合作。

请大家想一想导游员在旅游活动的前后都处于怎样的地位？

第三节 导游服务的类型和范围

一、导游服务的内涵

导游服务是指导游人员代表所在旅行社委派、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游客提供的旅游接待服务。

从导游服务的概念可以看出，导游服务的内涵主要体现在以下几个方面。

(1) 导游员是旅行社委派，未经旅行社委派的导游员不能擅自接待旅游者。导游员可以是专职，也可以是兼职的。

(2) 导游员必须按照旅行社的要求从事接待游客的业务，业务范围包括从游客出游前到最后旅行结束所提供的一系列咨询、接待、联络、陪同服务等。

(3) 在整个服务过程中，导游员不得擅自更改旅游项目，要按照合同或约定的内容和标准实施。

二、导游服务的类型

导游服务的类型是指导游人员向游客介绍所游览地区或地点情况的方式。基于导游服务范围广、内容多的特点，现代导游服务类型大致可分为图文声像导游和实地导游。

1. 图文声像导游

图文声像导游亦称物化导游，它包括以下几个方面。

(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。图文声像导游形式丰富，携带方便；各旅游城市的景点景区、机场、车站、码头等处都摆放着各种印刷精美的旅游宣传资料，供来往行人随意翻阅，自由索取。

(2) 有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品、广告、招贴画以及旅游纪念品等；这种导游方式直观、生动、形象、广泛，具有说服力，很多城市用此来宣传自己的旅游业，吸引人们驻足参观。

(3) 有关国情介绍和景点介绍的录像带、录音带、电影片、幻灯片以及 CD、VCD 光盘等。目前旅游企业大多通过举办展览会、参加会展等手段来宣传旅游，影响潜在的旅游者。随着高科技的发展，信息的传播，人们可以在各旅游网站的帮助下了解旅游目的地；许多博物馆、重要的旅游景点装备有先进的声像设施和电子导游系统，游客自己轻触屏幕便可依据喜好选择进入参观游览。

小资料

《周游宝岛》：为大陆客担当“图文导游”

据报道，2008 年 7 月 4 日大陆赴台旅游首发团正式成行。出发前，上海团的每位成员都收到了一份特别的礼物——《周游宝岛》旅游专刊。这是第一本由大陆媒体人士合作编写的台湾旅游咨询手册，为大陆游客游台湾提供“图文导游”。这本专刊，一篇篇生动的文字，一幅幅美丽的照片，将宝岛珍贵的人文景观与自然景点一一呈现，原汁原味地展现了宝岛的风情和魅力。

除此以外，这本专刊还简单介绍了台湾的历史，根据赴台游客的实际需求，制作了常用字的简、繁对照表，并附有赴台旅游注意事项和旅行、消费“小贴士”。《周游宝岛》旅游专刊今后将不定期出刊，成为大陆居民赴台旅游的“专业向导”。

资料来源：新华网 2008.7.5

2. 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介绍和讲解。

图文声像导游与实地口语导游两种方式，相辅相成，互为补充，取长补短，使旅游者在旅游过程中得到至尊般的享受。然而，两者相比，图文声像导游仍居从属地位，只能起着弥补讲解不足、减轻导游人员负担、辅助实地口语导游的作用。实地口语导游不仅不会被图文声像导游所替代，而且将永远在导游服务中处于主导地位。这是由以下原因决定的。

(1) 游客的特征决定着导游讲解的多样化。

由于游客的文化水平、性别年龄、社会背景和旅游动机等特征的不同，出游的想法和目的以及期望值也不尽相同。单纯依靠图文声像导游千篇一律的固定模式介绍旅游景点，是不可能满足所有游客的需要的。相反，利用实地口语导游的方式，在与游客的接触和交谈中鉴貌辨色，