



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

导 游

D

daoyou

是丽娜 陶卓民 主编



凤凰出版传媒集团



江苏教育出版社

JIANGSU EDUCATION PUBLISHING HOUSE

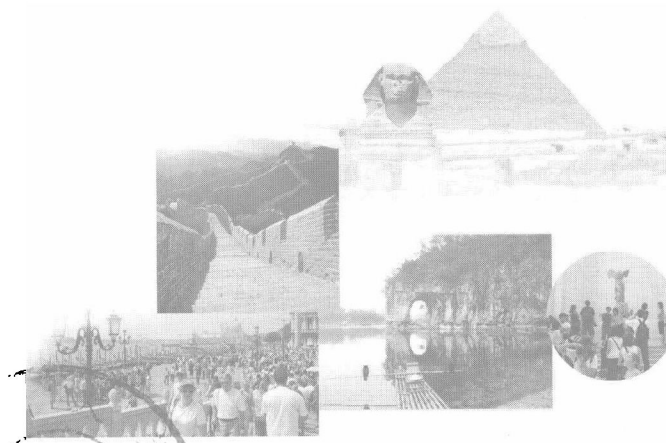


普通高等教育“十一五”国家级规划教材

FS90.63
92

导游

是丽娜 陶卓民 主编



凤凰出版传媒集团



江苏教育出版社

JIANGSU EDUCATION PUBLISHING HOUSE

书 名 导 游
主 编 是丽娜 陶卓民
责任编辑 朱 敏
装帧设计 刘晓地
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏教育出版社(南京市马家街 31 号邮编 210009)
网 址 <http://www.1088.com.cn>
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 南京理工出版信息技术有限公司
印 刷 江苏新华印刷厂
厂 址 南京市张王庙 88 号(邮编 210037)
电 话 025-85521756
开 本 787×1 092 毫米 1/16
印 张 20.5
插 页 1
版 次 2007 年 8 月第 1 版
2007 年 8 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5343-8293-2/G·7930
定 价 36.00 元
批发电话 025-83260760,83260768
邮购电话 025-85400774,8008289797
短信咨询 10602585420909
E-mail jsep@vip.163.com
盗版举报 025-83204538

苏教版图书若有印装错误可向承印厂调换
提供盗版线索者给予重奖

图书在版编目 (C I P) 数据

导游 / 是丽娜, 陶卓民主编. —南京: 江苏教育出版社,
2007. 8

ISBN 978 - 7 - 5343 - 8293 - 2

I. 导... II. ①是... ②陶... III. 导游—基本知识 IV.
F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 135964 号

前言

“十一五”时期是我国旅游业发展的战略提升期,随着经济的持续增长和人民生活水平的不断提高,旅游需求也在持续增长,旅游业迎来了新的发展机遇。旅游业是一个综合性强、关联度高、蓬勃发展的新兴产业,对促进经济增长、社会进步、文化繁荣发挥着积极的作用,对相关产业、行业的影响和促进作用日益显现。导游员是旅游服务的直接组织者和提供者,是旅游形象的展示者和传播者,是推动旅游业发展的重要力量。在全面建设小康社会、构建社会主义和谐社会的历史进程中,我国旅游业不断发展和壮大,迫切需要建设一支高素质的导游队伍。

回顾我国导游队伍的成长历程,通过一代代导游员的艰苦奋斗,形成了中国导游队伍有知识、有才华,拼搏进取、爱岗敬业、乐于奉献、全心全意为海内外旅游者服务的优良传统,涌现出了一批批先进代表和模范人物。在旅游业发展的新时期,不仅要把这种优良传统发扬光大,而且要根据旅游市场的新特点,树立知识性、科技性、个性化和人情味的导游新形象。我们作为高等院校旅游专业的教学和科研工作者,承担着重要的责任。

本书从实用性和现代性的角度出发,以学生应该掌握的导游学基本知识及培养实际操作能力为主线,由基础原理、实践操作、导游艺术和应知应会四部分构成。第一部分结合导游学的基础原理,重点突出导游服务的概念、性质、特点及在旅游接待中的地位 and 作用,从而探索导游服务发展的规律性;第二、三部分详细阐述了做好导游服务工作应掌握的规范、技能和技巧,重点培养学生如何实现优质服务、如何结合有关原理对实际工作中的种种现象进行分析和处理的能力;第四部分介绍了导游员必备的关于出入境、交通邮电、货币保险、卫生救护等方面的旅行服务知识。

本书是多年导游实践、导游教学和导游研究的成果,因而在编写过程中力求理论性和应用性的统一。导游学知识是较抽象的,因而在阐述基本原理时尽量做到深入浅出,通过补充材料、参考案例等形式简明扼要地讲清楚导游学的理论知识。同时,导游学是一门实践性很强的课程,本书不仅提供了大量典型案例供参考,而且在每章之后设计了复习思考题、案例讨论题和模拟操作题,便于教师组织学生进行课堂讨论和模拟情境练习。本书不仅可以用作高等院校、中高等职业院校旅游专业学生的教材,同时也可作为参加导游资格考试的复习参考教材,或导游员接受年检培训、旅行社提高导游服务质量的培训教材。

本书是几所院校的教师分工合作共同研究的成果。其中,南京林业大学旅游管理系的是丽娜编写了教材大纲及第一章、第二章、第三章;中国传媒大学南广学院媒介管理系的温芳编写了第四章、第五章;江苏广播电视大学城市科学系的张惠华编写了第六章;南京铁道职业技术学院旅游系的沙蕾编写了第七章;南京师范大学旅游管理系的陶卓民编写了第八章。全书最后由是丽娜和陶卓民共同修改定稿。

2


本书荣幸地被列为高等教育“十一五”国家级规划教材,在此对教育部和江苏教育出版社的大力支持表示衷心的感谢。本书在编写过程中参阅了大量国内外相关研究资料(见参考文献),书中的案例有的是编者自己归纳总结,有的是来自于其他学者的汇集分析,在此向各位尊敬的学者、专家致以深深的敬意。此外,本书听取了许多旅游界资深人士和旅游企业一线工作人员的意见和建议,其编写出版得到了南京国际翻译导游服务公司王飞华经理和江苏教育出版社编辑朱敏女士的具体指导和帮助,在此一并表示诚挚的感谢。

由于时间仓促,书中如有疏漏不当之处,恳请专家、学者、广大师生和旅游界的朋友批评指正。

编 者

2007年6月

目 录

第一篇 基础原理篇

第一章 导游服务	(3)
第一节 导游服务的产生和发展	(4)
第二节 导游服务的概念和范围	(9)
第三节 导游服务的性质、特点和原则	(10)
第四节 导游服务的地位、作用和发展趋势	(28)
第二章 导游员	(33)
第一节 导游员的概念和类型	(34)
第二节 导游员的职责	(42)
第三节 导游员的从业素质	(45)
第四节 导游员的职业准则	(60)

1



第二篇 实践操作篇

第三章 导游服务程序和规范	(77)
第一节 导游服务规范的必要性	(78)
第二节 导游服务集体	(79)
第三节 团体导游服务程序和规范	(81)
第四节 散客导游服务程序和规范	(106)

第四章	旅游故障的处理和预防	(115)
第一节	旅游故障概述	(115)
第二节	常见旅游故障的处理和预防	(124)
第三节	旅游投诉及处理	(156)
第五章	旅游者个别要求的处理	(160)
第一节	旅游者个别要求的处理原则	(160)
第二节	旅游者个别要求的处理	(163)
第三节	特殊旅游者(团)要求的处理	(183)

第三篇 导游艺术篇

第六章	导游讲解艺术	(197)
第一节	导游的语言艺术	(198)
第二节	导游讲解艺术	(227)
第三节	导游词创作	(244)
第七章	导游带团艺术	(252)
第一节	导游带团理念和技巧	(253)
第二节	导游的人际交往艺术	(256)
第三节	导游的心理服务艺术	(263)
第四节	导游的审美艺术	(271)

第四篇 应知应会篇

第八章	旅游相关知识	(281)
第一节	出入境知识	(282)
第二节	交通、邮电知识	(290)
第三节	货币、保险知识	(297)
第四节	卫生救护知识	(303)
第五节	其他常识	(317)

第一篇 基础原理篇

第一章 导游服务

第二次世界大战之后,特别是20世纪50年代以来,世界旅游业快速发展,旅游活动进入千家万户。导游服务作为旅游服务的一个重要组成部分,已经成为衡量一个国家旅游业发展水平的重要标志。本章在介绍导游服务产生和发展历程的基础上,阐述了导游服务的概念和范围,分析了导游服务的性质、特点和原则,并对未来导游服务发展的趋势进行了探讨。

【导入案例】

3

南京某旅行社接待了一批走华东线的客人,这批客人都是南京某大学四十年前毕业的校友,刚在母校参加完联谊活动。因年龄都偏大,在接团前,旅行社就一再叮嘱导游员小李服务要细致。一路上,小李对该团的服务热情周到,讲解也非常精彩,旅途中旅游者的饮食起居都安排得妥妥帖帖。途中一位年事已高的客人不慎感冒,不停地咳嗽。小李看在眼里,急在心上,晚餐前特意通知餐厅买了一点川贝和几个梨子,请餐厅专门为客人做了一个“川贝蒸梨”。这位客人非常感激,病情也很快得到好转。旅游车在途中发生了机械故障,小李一面向旅行社汇报,一面在车上主动为客人表演节目,还组织大家唱江南民歌,稳定了客人情绪,尽管临时调的车子标准降低了,客人也没有表示不满。在后来的旅游活动中,小李主动搀扶客人,为他们做一些力所能及的事,用更加热情的服务去弥补出现的不足,博得了客人的好感。在客人购买茶叶、刺绣工艺品时,小李以详细生动、真实客观的讲解为客人做好购物参谋,让客人买到了称心如意的旅游纪念品。行程结束后,旅游者对小李的服务非常满意,临走前都纷纷表示要把自己的亲朋好友介绍过来旅游,后来客人还专门给旅行社送了一面锦旗。

导游服务质量的高低直接关系到旅游活动是否丰富多彩,每一位旅游者的旅游体验是否愉悦。本案例中小李提供了哪些方面的导游服务?为什么旅途中出现的意外没有影响旅游者对小李的评价?导游服务对于旅行社的经营起到什么作用?让我们认真学习本章的内容,找到这些问题的答案。

第一节 导游服务的产生和发展

一、古代的向导服务

向导服务是导游服务的最初形态,私有制的出现和旅行活动的开展为其产生提供了条件。私有制的出现使社会财富集中到一部分人手中,他们有能力承担或支付向导服务的费用。同时,旅行活动的开展产生了对向导服务等当地导游服务的需要。

在奴隶社会,有奴隶主的享乐旅行,如奴隶主在其所属地区进行巡视,到其他地区进行奴隶的买卖和到名山大川祭祀天地神祇,其侍仆除担任随时侍奉和护卫的任务外,还为他们提供探路、引路的“服务”。此外,在奴隶社会,宗教旅行、商业旅行和体育旅行也开始兴起,如五千年前的埃及已有组织朝圣者去参拜圣地的朝圣旅行,腓尼基人在地中海和爱琴海周围地区从事商业活动,古希腊时代,有组织参加、观看奥林匹克运动会的体育旅行。

到了封建社会,除帝王将相的巡游外,以求学为目的的教育旅行、以健康为目的的温泉疗养旅行、以探险为目的的航海旅行、以经商为目的的跨地区和跨国商业旅行、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,往往都配有熟悉旅途的人做向导,他们不仅引路,有时还能指点和介绍一些沿途的名胜、景点和当地的民俗风情。

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的身份是独立的,还是附属于其主人,他们在旅行中所起的向导作用是毋庸置疑的。不过,古代的向导服务并不具有普遍的社会意义。首先,在古代,整个社会生产力水平是低下的,旅行活动只是社会中极少数人的行为,不会促进社会经济发展。诸如帝王将相的巡游、官员的调动等,其开支均由沿途各州县承担,对社会经济的发

展没有任何推动作用。其次,这时的向导收取的只不过是旅游者赏赐的“盘缠”或“酒钱”,多少带有偶然性、临时性,不可能以此作为谋生的手段,也未形成固定的职业。因此,古代的向导服务很大程度上受到社会条件的制约,不可能形成向导队伍,同具有社会独立形态的现代导游服务存在着很大差别。

二、近代的导游服务

随着资本主义生产关系的建立,产生了一批新兴的资产所有者和大量的雇佣工人,同时新技术的应用大大推进了社会生产力的发展、商业贸易的繁荣、城市的兴起和交通工具的革新。一批新兴的资产所有者聚敛了大量财富,产生了外出旅游享乐的需要;原材料供应和产品销售促使不同地区、不同国家之间贸易的蓬勃发展和人员往来的增加;城市旅馆、铁路旅馆、餐馆、咖啡馆的发展既方便了当地居民,更方便了过往客商;火车、轮船的出现,不仅使运输速度加快、运载量加大,而且它们比马车更加舒适:这一切均为旅游活动的开展创造了有利条件。

正是在这种背景下,英国人托马斯·库克率先开始了旅游活动的组织工作。1841年托马斯·库克包租了一列火车,运送570人从莱斯特赴拉夫巴勒参加禁酒大会。随后他又组织了几次这样的活动,每次都亲自陪同。1845年托马斯·库克创办了人类历史上第一家专门为旅游活动服务的旅行社,并于当年组织了350人从莱斯特到利物浦进行包价旅游,旅游费用包括分属四家铁路公司的运输费、住宿费和途中游览卡那封城堡及斯诺登山的费用。为了方便这次旅游活动,库克不仅亲自陪同,而且在卡那封城堡和斯诺登山游览中聘请了地方导游员。到19世纪60年代早期,库克的活动领域还主要局限在英国。1862年,库克开始进军欧洲。至1864年,库克组织的旅游人数已达100多万,他的名字也成为了旅游的代名词。在库克成功经验的示范下,英国、欧洲、北美、日本先后组建了不少旅行社或其他旅游组织,招募陪同和导游员,这不仅促成了导游队伍的形成,而且也使导游服务成为旅游活动必需的一项服务。

这个时期的导游服务已经分成两种类型:一种是全程陪同服务,即作为向导负责安排旅游团的行程和生活照料工作;另一种是地方游览



项目的讲解服务,即对当地游览项目进行导游和讲解。因此,这个时期的导游服务在许多方面同现代导游服务是相同或类似的,同时旅行社招聘全程陪同或临时雇用当地人员作导游,这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,这个时期是现代导游服务的奠基时期,也是导游服务逐步走向职业化的时期。

三、现代的导游服务

第二次世界大战之后,特别是 20 世纪 50 年代以来,世界经济的稳定增长、居民收入的不断增加、新的科学技术在旅游业中的应用、各国政府对发展旅游业的重视,均为旅游活动的蓬勃发展创造了十分优越的条件。旅游活动开始进入千家万户,旅游对社会经济的影响越来越大,为旅游者提供服务的导游员队伍也在不断扩大。

导游服务不仅为旅游者旅游活动的顺利进行提供了安全、可靠和便利的条件,而且也成为一个国家或地区旅游产品从生产到消费转化过程中的重要一环。旅游者亲自到旅游目的地去消费,消费的是综合性的无形服务,这种消费,不借助导游员的帮助是困难的,因此导游服务在旅游业的各种接待服务中占有重要的地位。正如许多旅游界人士所认为的那样,“导游服务是旅游服务中最为重要的服务”,导游员是“民间大使,他沟通了不同地区、不同国家人民之间的友谊”。这些看法表明了战后人们对现代导游服务作用的认识有了质的飞跃。

导游服务在旅游服务中的重要性和导游员队伍的不断扩大,使许多国家加强了对导游员的执业资格、导游员的选拔和培训以及导游服务质量的管理,从而使现代导游服务呈现出如下一些主要特点:

(一) 导游服务职业化

战后,随着世界旅游业的不断发展,越来越多的人将导游作为一种谋生的手段,从而使导游员队伍迅速扩大。以我国为例,1980 年翻译导游员为 2 106 人,至 2006 年,从事国际、国内旅游的导游员高达 32 万多人,26 年中导游员数量增加了 100 多倍。导游员数量的增加和导游服务在旅游接待服务中的重要性,使得导游服务的地位逐步为社会所确认,即导游服务成为了社会诸多职业中的一种。

(二) 导游服务商品化

在当代,旅游产品也同其他消费品一样是一种商品。导游服务作

为旅游产品的一部分,既能满足旅游者身心的需要,对旅游者又具有使用价值;同时在服务过程中导游员要消耗活劳动,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。导游服务商品化这一特征要求导游员讲求服务质量,以质量来赢得信誉,否则在市场竞争中将被淘汰。

(三) 导游服务规范化

由于旅游业的竞争日益激烈,旅游者对包括导游服务在内的旅游产品的质量越来越注重。为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定了服务标准、旅游产品销售标准和导游服务质量标准,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,我国国家技术监督局于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》这一部门标准,它们分别从不同的角度、不同的层面对导游服务质量提出了规范化的要求。

(四) 导游员管理的法制化

在各行各业的人员进入导游员队伍的情况下,世界许多国家通过将导游员的管理纳入法制化轨道来确保导游服务质量,主要措施有:

(1) 导游资格考试制度。导游资格考试是对导游员进行选拔的主要手段。考试一般分笔试和口试两种形式,考试的内容涉及实际工作中必备的知识和技能。我国于1989年建立了全国导游资格考试制度,1995年起又建立了导游员等级考核制度。截至2006年9月,我国拥有导游资格证的人数达47.27万人,其中执业导游员32.05万人。

(2) 导游员注册制度。世界上大部分国家都有明确规定,导游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员才有执业资格。我国关于导游员注册制度的规定是,导游员在获得导游资格证后,需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的旅游行政管理部門申请办理导游证。

(3) 导游员管理立法。不少国家针对导游员的管理制定了有关的法规,绝大多数国家规定不合格的导游员从事导游工作为非法。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》,规定除了对导游员实行资格

考试和等级考核外,还实行计分管理和年度审核,从而将我国导游员的管理纳入了法制化轨道。

四、我国导游服务的发展历程

我国导游服务的发展经历了三个时期。

第一个时期是中华人民共和国成立以前的时期,始于 20 世纪 20 年代,这个时期是我国导游服务的初始时期。20 世纪初,国外的一些旅行社开始在上海等地组织旅游活动,雇用中国人当导游。1923 年 8 月,上海商业储蓄银行总经理陈光甫首次在该行设立了旅行部,承办旅行代理业务。1927 年该部从银行独立出来成立了“中国旅行社”,除继续从事有关旅行代理业务外,还组织接待国内旅游团和国际旅游团(如赴日观赏樱花团),为旅游者提供导游和翻译服务。除“中国旅行社”外,在这个时期成立的其他旅游组织,如铁路游历经理处、公路旅游服务社等也为旅游者提供导游服务。

第二个时期自中华人民共和国成立至改革开放初期,这个时期的导游服务是外事接待工作的重要组成部分。由于外事接待工作的对象是外国人、华侨,所以从事这方面工作的人员称为翻译导游员。当时国家对翻译导游员提出了“三过硬”(即思想、外语和业务三方面过硬)的工作要求和“五大员”(即宣传员、调研员、服务员、安全员和翻译员)的工作任务以及有关外事纪律。在这个时期,导游服务的主要特点是:服从政治需要,翻译导游员以翻译面貌出现,旅游接待以友谊为重,不讲经济效益。

第三个时期是改革开放以后的时期,也是我国导游服务同国际接轨的时期。在这个时期,为满足急剧增长的国际旅游需求,我国新兴的旅游业相继经历了三个发展高峰,即 20 世纪 80 年代初期以大量进口豪华汽车为代表的旅游交通运输业的发展高峰;80 年代中期以众多旅游涉外饭店建设为代表的旅游饭店业的发展高峰;80 年代末期以大量旅行社的成立为代表的旅行社业的发展高峰。这三个发展高峰为我国旅游业的进一步发展奠定了坚实的基础,与此相对应的是,导游服务已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。这个时期导游服务的主要特点是:导游服务队伍扩展迅速,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。

第二节 导游服务的概念和范围

一、导游服务的概念

服务是为满足顾客的需要,供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果。在旅游活动中,服务就是航空、铁路、航运、巴士等运输公司以及饭店、餐馆、景点管理处等若干企事业单位合作生产出的旅游商品,旅行社从这些企事业单位采购它们各自生产的商品,再委派导游员把各种商品连接、整合和组装成一个综合性的旅游服务商品。

概括地说,导游服务是导游员代表被委派的旅行社,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其提供的旅游接待服务。

二、导游服务的范围

导游工作繁重纷杂,服务范围很广。从时间上说,它包括旅游者自抵达之日起至离开最后一站为止所需要的各种服务;从服务类别上说,它包括讲解服务、生活服务、安全服务、咨询服务、问题处理等。

(一) 讲解服务

导游讲解服务包括旅行期间的讲解和参观游览现场的导游讲解以及座谈、访问时的口译服务。旅游者外出旅游是为了了解旅游目的地的历史文化、传统习惯、现代文明,并由此深入理解当地的精神面貌、价值观念和道德水准,这一切都有赖于导游员的精心安排、讲解和翻译。一个知识广博、善于辞令的导游员满足了旅游者的精神需求,当然会受到旅游者的欢迎,因此讲解服务是导游服务中的一项主要内容。

(二) 生活服务

旅行生活服务包括旅游者入境、出境迎送,旅途生活照料,上、下站联络等,是适应旅游者在旅游过程中的各种旅行生活需要而提供的服务。旅游者出游要求服务周到、舒适、受尊重,这就需要导游员通盘考虑旅游者住店离店的安排、行李运送、交通、餐饮、购物等方面工作。做好旅行生活服务不仅关系到旅游者的生理需要,并为其旅游活动的顺