



21世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材

导游技能实务

叶骁军 主编

南开大学出版社

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材

总主编 叶骁军

导游技能实务

主 编 叶骁军

副主编 曹灿明

编 者 邢夫敏 于德珍 马洪元
高雯雯 王 琰

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

导游技能实务 / 叶骁军主编. —天津:南开大学出版社,
2008.7

ISBN 978-7-310-02944-0

I. 导… II. 叶… III. 导游—基本知识 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 094908 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 17.5 印张 316 千字

定价:30.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编撰指导委员会

(按姓氏笔画排列)

卜复鸣	王安国	王冰	王仲君	王建平	王雅红
叶骁军	邓辉	任平	任昕竺	何若全	华国梁
朱耀	朱俊彪	沈文娟	沈鸿秋	刘庆友	李亚非
李京霖	陆峰	沙润	杨新海	周武忠	肖飞
俞晓红	喻学才	顾钢	黄震方	蒋亚奇	鲁斌
臧其林	魏向东				

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材

编写组

叶骁军	王建平	陈来生	马洪元	于德珍	邢夫敏
柯英	李晓	黎宏宝	谢佳	李雪东	陈建军
吴捷	吴新宇	曹灿明	邵兰	王雅红	许云华
蔡军伟					

总 前 言

旅游,最时尚的活动。

旅游,最让人钟情的积极休闲方式。

当旅游成为一种产业,而且是世界最大的产业的时候,关于她的研究,关于她的人才培养——专业教育,便纷至沓来……

中国的旅游业离不开世界的土壤,中国的旅游教育是世界旅游教育的有机组成部分。中国最初的旅游教材主要是在借鉴国外教材的基础上编撰的。最初的教材,她们,是中国旅游教材的弹词开篇;她们,是中国旅游教育的基石;她们,是国产旅游教材的阶梯……

其后,旅游教材如雨后春笋,茁壮成长。

旅游科学是理论与实际密切结合的科学。中国高等教育已进入大众化时代,它要求每一个大学毕业生必须既具有高度的理论基础,也必须具备实际的工作能力。旅游教材应跟上现代社会的发展,告别一支粉笔一本书的时代,告别仅给教师一本书让教师自己制作PPT的时代,告别学生纸上写作业的时代,进入电脑网络教学的时代,进入通过现代教学手段实现理论与实践教学密切结合的时代。

我们这套教材是为适应高等教育大众化时代,要求本科教育培养现代化应用性新型人才的大趋势而产生的。她是由国内多所高等院校旅游类专业的资深教师联合编撰的最新旅游类专业新概念系列教材。

本教材适合旅游类专业(包括旅游管理、饭店管理、导游、餐饮与烹饪等专业)本科生使用,同时也适合于广大的旅游爱好者及相关培训使用。

教材具有以下特点:

1. 系统性。全套教材每本约 30 万字,包括旅游理论、旅游资源、旅行社管理、酒店管理、财会管理等模块。

2. 时效性。它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据、资料和案例。

3. 统一性。全套教材体例统一,教学要素完整,章节层次脉络清楚。各章节有内容提要 and 练习。其他教学要素如教学大纲、重要概念、图片、表格、阅读材料、资料卡片等刻制在光盘中。

4. 实践性。重视实践活动,有书面及电子实训和练习。可用电脑和网络进行作业和实训。

5. 方便性。为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要,本书配有与教材相配套的网页式辅教光盘。光盘采用 Frontpage 软件制作,版面活泼,色彩丰富,使用方便。内容包括课程教学大纲、全书各级目录、主要内容、重要概念、图片和表格、练习和思考,以及超级链接:扩展知识面的阅读材料、资料卡片等,生动、形象、直观,可与纸质教材相互配合使用。大幅度减轻教师负担,特别是基本免除教师板书之劳。

作者

2008.04

内容简介

本书是国内多所高等院校旅游专业联合编写的纳入出版规划的旅游类专业全国通用系列教材之一,它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据和案例。导游业务课程是本专科旅游类专业必开课程之一,本书根据近年来的实际情况,定名为《导游技能实务》。全书分上中下三编。上编:导游服务理论篇,阐述导游服务的基本理论;中编:导游服务实务篇,着重讲授关于导游服务的基本能力,地陪、全陪、海外领队的服务程序和规范,旅游故障的预防和处理;下编:导游服务知识篇,介绍了与导游服务相关的如出入境知识、国际与外事礼仪知识、国际金融知识、卫生检疫知识等。

本书的特点是,注重理论知识和实际运用相结合,以增强该课程的生动性和实用性。书中每章都有案例,本书各种实训程序和实用性表格使学生学完本课程不仅可以轻松通过导游资格证考试,而且具备了基本的带团能力。本书适合作为本科学生的教材使用,同时也适合于广大的旅游爱好者及相关培训使用。

为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要,随书附有与教材相配套的辅教光盘,内容包括教学大纲、全书各级目录、主要内容、重要概念、丰富的图片和表格、练习和思考等。超级链接:扩展知识面的阅读材料、资料卡片等,生动、形象、直观,可与纸质教材相互配合使用,免除教师板书之劳。

目 录

上编 导游服务理论

第一章 旅行社与导游服务	(3)
第一节 旅行社	(3)
第二节 导游服务的性质与特点	(13)
第三节 旅游者的心理动机和心理特征	(20)
第四节 旅游者的旅游行为	(25)
第二章 导游员	(33)
第一节 导游员的概念与分类	(33)
第二节 导游员的素质	(40)
第三节 导游员形象与礼仪	(45)
第四节 导游员管理	(49)
第三章 导游服务艺术	(54)
第一节 导游服务体系	(54)
第二节 导游服务艺术	(56)
第三节 导游对现场旅游投诉的处理	(77)

中编 导游服务实务

第四章 导游员的基本能力	(87)
第一节 带团能力与方法	(87)
第二节 与旅游者相处的能力与方法	(96)

第三节 与领队相处的能力与方法	(99)
第四节 导游器具的使用规范	(101)
第五章 导游服务程序与规范	(104)
第一节 地方陪同导游服务程序与规范	(104)
第二节 全程陪同导游服务程序与规范	(122)
第三节 海外领队服务程序与规范	(126)
第四节 定点导游服务程序与规范	(133)
第五节 散客导游服务程序与规范	(134)
第六章 旅游故障的预防与处理	(145)
第一节 旅游故障的类型及其成因	(145)
第二节 旅游故障处理的基本原则与程序	(148)
第三节 社会和技术性旅游故障的预防与处理	(151)
第四节 自然灾害性旅游故障的预防与处理	(167)
第七章 旅游者要求的处理	(191)
第一节 旅游者要求的处理原则	(191)
第二节 旅游者各项要求的处理	(193)

下编 导游服务知识

第八章 旅游饭店	(203)
第一节 旅游饭店的服务程序	(203)
第二节 旅游饭店服务故障与缺陷的处理方法	(211)
第九章 出入境知识	(217)
第一节 出入境证件	(217)
第二节 通关与边防检查	(225)
第十章 其他知识	(229)
第一节 交通运输知识	(229)
第二节 邮电通讯知识	(237)
第三节 货币金融知识	(240)
第四节 卫生急救知识	(243)
思考与练习	(246)
参考文献	(267)
后记	(269)

上编 导游服务理论

第一章 旅行社与导游服务

本章提要

本章论述旅行社和导游服务的基本知识。要求掌握旅行社的概念、类型和旅行社的组织机构,熟悉业务流程,掌握旅行社的主要业务,了解旅行社的营销和组团程序。掌握导游服务的性质、特点和原则,了解不同旅游者不同的心理特征和旅游行为表现。

第一节 旅行社

一、旅行社的概念与主要业务

旅行社的发展是社会经济发展到一定阶段的产物,是人类旅游活动发展的必然结果。就世界范围而言,人类历史上第一家旅行社产生于 19 世纪 40 年代,当时工业革命的成功为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础,旅游需求普遍化和社会化的形成为旅行社的产生提供了现实的可能性,市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件。1845 年英国人托马斯·库克正式开办了商业性的旅行代理业务,组织了世界上第一次团体观光旅游活动,从莱斯特到利物

浦,参加人数为350人,成为近代旅行社业务正式开始的标志。1865年,库克正式在伦敦开办了自己的旅游办事处——“托马斯·库克父子公司”,标志着世界上第一个以营利为目的的向社会大众提供专业化旅游服务的机构正式成立。

中国旅行社创建于1923年,最初为上海商业储蓄银行下设的一个旅行部,到1927年正式成为独立的中国旅行社。

(一)旅行社的概念

1. 国外关于旅行社的定义

世界旅游组织将旅行社定义为:“零售代理机构向公众提供关于可能的旅行、居住和相关服务,包括服务酬金和条件的信息。旅行组织者或制作商或批发商在旅游需求提出前,以组织交通运输、预订不同方式的住宿和提出所有其他服务为旅行和旅居做准备。”([法]罗贝尔·朗加尔,旅游经济,北京:商务印刷馆,1998)

欧洲是现代意义的旅行社的发源地,在欧洲人看来,“旅行社是一个以持久营利为目标,为旅客和旅游者提供有关旅行及居留服务的企业。这些服务主要是出售或发放运输票证;租用公共车辆,如出租车、公共汽车;办理行李托运和车辆托运;提供旅馆服务、预订房间,发放旅馆凭证或牌证;组织参观游览,提供导游、翻译和陪同服务以及提供邮递服务。它还提供租用剧场、影剧院服务;出售体育盛会、商业集会、艺术表演等活动的入场券;提供旅客在旅行逗留期间的保险服务;代表其他驻国外旅行社或旅游组织者提供服务。”([法]罗贝尔·朗加尔,国际旅游,北京:商务印刷馆,1998)这一定义是有关旅行社最为完整的有法律依据的定义之一,这在西方有关向旅行社和旅游经营商发放许可证的许多法律文件中都可以找到依据。

另外,日本、欧美等国家和地区对旅行社的定义也并不完全相同。

2. 中国关于旅行社的定义

1996年10月国务院颁布的《旅行社管理条例》规定:旅行社是指有营利目的,从事旅游业务的企业。并说明“本条例所称旅游业务,是指为旅游者代办出、入境和签证手续,招徕、接待旅游者旅游,为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。”

《旅行社管理条例》按照业务范围不同将中国的旅行社划分为两种类型,一是国际旅行社,二是国内旅行社。

国际旅行社具体经营的业务包括:

招徕外国旅游者来中国,华侨与香港、澳门、台湾同胞归国或回内地旅游,为其安排交通、游览、住宿、购物、娱乐及提供导游等相关服务;

招徕、组织中国境内居民(包括中国公民和长期在中国境内居住的外国人)

在国内旅游,为其安排交通、游览、住宿、饮食、娱乐及提供导游等相关服务;

经国家旅游局批准,招徕、组织中国境内居民到外国和香港、澳门、台湾地区旅游,为其安排领队及委托接待服务;

经国家旅游局批准,招徕、组织中国境内居民到规定的与中国接壤的国家的边境地区旅游,为其安排领队及委托接待服务;

经批准,接受旅游者委托,为旅游者代办入境、出境及签证手续;为旅游者代购、代订国内外交通客票,提供行李服务;

其他经国家旅游局批准的旅游业务。

国内旅行社具体经营的业务包括:

招徕、组织我国公民在国内旅游,为其安排交通、游览、住宿、购物、娱乐及提供导游等相关服务;

接受我国公民的委托,为其代购、代订国内交通客票,办理托运行李、领取行李等业务;

经国家旅游局批准,地处边境地区的国内旅行社可以接待前往该地区的外国旅游者。

《旅行社管理条例》规定,外国旅游经营者可以同中国投资者依法共同投资设立中外合资经营旅行社和中外合作经营旅行社。中方投资者必须是依法设立的公司,外国旅游经营者必须是该国旅游行业协会会员,年旅游经营总额在4 000万美元以上。

外商投资旅行社可以经营入境旅游业务和国内旅游业务,但不得经营中国公民出国旅游业务和中国其他地区的人赴香港、澳门、台湾地区的旅游业务。

中国台湾也是旅游业发达的地区,台湾《发展观光条例》第二条第八项规定:旅行业是指为旅客代办出国及签证手续,或安排观光旅客旅游、食宿及提供有关服务而收取报酬的事业。台湾地区的旅行业按设立条件与业务范围划分为综合旅行业、甲种旅行业和乙种旅行业三种类型。

外国旅行社在中华人民共和国境内设立的常驻机构只能从事旅游咨询、联络、宣传活动,不得经营旅游业务。

(二)旅行社的基本业务

旅行社的业务从旅游者产生旅游动机到旅游活动结束,贯穿于旅游决策和消费的全过程。在旅游者旅游动机的形成阶段,旅行社主要通过市场调研及时了解旅游者的旅游动机,并根据旅游者的旅游动机有针对性地设计旅游产品。在旅游者根据自己的旅游动机搜集相关的旅游信息时,旅行社会适时地以多种方式进行旅游促销活动,尽可能提供最新、最全的旅游信息,并能使旅游者方便地获取。旅游者经过对大量信息的评价与判断后,会有选择地向相关旅行社进

行咨询,此时旅行社可以通过网络、面对面等多种渠道向旅游者提供真实有效的优质咨询服务。旅游者通过对其咨询结果的比较而做出最终的决策,向其满意的旅行社付费购买旅游产品,这对于旅行社而言就意味着旅游产品的销售服务,这一服务环节是与旅行社的采购服务密切相连的。旅游者实际旅游活动的开始,同时也就意味着旅行社接待服务的开始;而当旅游者旅游活动结束后,旅行社则提供相应的售后服务,以解决旅游者各种可能的问题,并保持与旅游者的联系,为下一次旅行社业务的开展奠定良好的基础。

在市场经济条件下,所有旅游服务与产品的供给都是为了满足特定的旅游消费需求。与旅游者的消费流程相对应,旅行社将会顺次开展市场调研与旅游产品组织设计、促销、咨询服务、销售、采购、接待和售后服务等业务流程。

我们可以将其归纳为旅行社的三项基本业务:

- (1)旅游产品开发业务(含市场调研、组织、设计与采购等业务);
- (2)旅游产品市场营销业务(包括促销与销售等业务);
- (3)旅游接待业务(包括咨询、接待与售后服务等业务)。

旅行社所起的作用与其他行业的大多数零售商不同,因为旅行社并不购买产品以转售给其顾客,只有在一个顾客决定购买旅游产品的时候,旅行社才代表该顾客向其委托人采购。因此,旅行社从不携带“库存”的旅游产品进行推销。可以说,旅行社的主要作用是为旅游产品的销售和购买提供一个便利的场所或条件,其中介组织的特征是非常典型的。

二、旅行社的业务类型

旅游有各式各样的形式,为了与日益多样化的各种旅游形态相适应,根据旅行社业务的不同,我们把旅行社业务作以下分类:

(一)按经营范围划分

根据旅行社的经营范围的不同可以把旅行社业务分为国际旅行业务和国内旅行业务。

(二)按服务形式划分

按服务形式可以分为组团旅行业务和接团旅行业务。

组团旅行业务是预先制定包括旅游目的地、日程、交通或住宿服务内容、旅游费用的旅游计划,通过广告等推销方式招徕旅游者,组织旅游团队,为旅游者办理签证、保险等手续,并通过接待计划的形式与接团旅游业务进行衔接。

接团旅行业务是指根据旅游接待计划安排,为旅游者在某一地方或某一区域提供翻译导游,安排旅游者的旅行游览活动,并负责订房、订餐、订票及各旅游目的地的联络等,为旅游者提供满意的综合服务。

组团旅游业务的特点是生产并推销旅游产品,具有组织能力和创造能力;接团旅游业务的特点是实现旅游产品向旅游商品的转化,即通过旅游接待服务,实现旅游商品价值。

(三)按业务分工划分

旅行社业务按分工可分为旅游经营业务、旅游批发业务、旅游零售业务、特殊旅游业务和旅游代理业务。

1. 旅游经营业务

旅游经营业务是指根据旅游资源和旅游设施提供的实际可能和旅游者的实际需求及不同消费水平,制定出若干不同的项目、日程和价格的旅游线路,并通过各种销售渠道在旅游市场上推出。

2. 旅游批发业务

旅游批发业务是指专门从事各种旅游供给的组合。其本身并不制定旅游线路,而是根据获得的各种旅游线路的份额,通过零售网络或航空公司向公众进行广告等各种宣传以招徕旅游者。

3. 旅游零售业务

旅游零售业务是指接待旅游者或者代理旅游批发业务去完成组织旅游者的业务,直接为旅游者提供有关旅游目的地、旅游线路、交通工具、餐饮、住宿、观光以及其他旅游项目服务,并从中获得利润。

4. 特殊旅游业务

特殊旅游业务是指专门从事奖励旅游、会议旅游、展销会和博览会等特殊旅游项目的组织业务,特点是业务专业化。

5. 旅游代理业务

旅游代理业务是指代表客源国(地区)进行旅游销售业务。双方一般订有正式的书面合同,规定合作方式、期限与其他有关条件。

(四)按组织形式划分

旅行社业务按组织形式可以分为团体旅游业务和散客旅游业务。

团体旅游业务是指以为团体单位,通常设有导游或陪同。散客旅游业务是指以个人或少数人为单位,通常不设陪同。

三、旅行社的组织与运行

旅行社的组织结构相对于其他企业而言,其组织层级结构一般都比较简单。多数旅行社通常只有总经理、部门经理、员工等三个层次。管理跨度(即一个管理者能够直接有效管理的下属数量)差别很大,有些旅行社的某些部门人员较多,但多数旅行社人员的管理跨度较小。一些旅行社传统的组织机构模式是按

照旅行社内部业务分工进行部门设置的。这种组织结构,也被称为直线式组织结构。在这种结构模式中,除去人事部和财务部等职能部门以外的各业务部门的分工情况如图 1-1 所示。

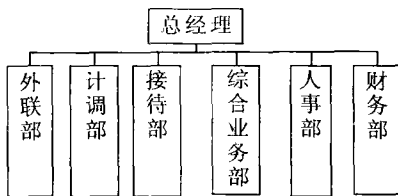


图 1-1 旅行社的直线式组织结构

(一) 外联部

有很多旅行社的外联部被叫做市场部、销售部或市场营销部。外联部的主要业务就是设计和销售旅行社产品。外联,也就是对外联络,开始之所以有个“外”字,除了强调与外界联络之外,大概主要是因为中国旅游业发展之初侧重发展国际入境旅游的缘故,有对国外进行宣传招徕之意。现在很多旅行社已不使用这一名称了,即使仍然沿用这一名称,意义也有了变化。在很多时候,外联业务只是业内一种约定俗成的说法而已,旅行社的营销管理在旅行社的经营管理中占有举足轻重的地位。

(二) 计调部

计调部全称为计划调度部,是旅行社接待业务的调度中心,主要职责是负责接待服务的计划工作和一切关系的调度工作。由于旅行社提供的是综合性的服务,各方面、各环节之间的协调与配合就显得尤为重要。计调工作是旅行社接待工作的保障。

(三) 接待部

接待部由不同语种的导游员为主体组成,主要负责具体接待计划的制定与落实,为旅游团(者)提供接待和陪同服务。

(四) 综合业务部

综合业务部是旅行社多功能的、带有拓展业务性质的综合部门,它同时具有某些职能部门的特征。主要承担散客旅游业务和票务工作,许多旅行社的行李业务也由综合业务部负责。旅行社的所有部门中,综合业务部的业务范围最广。

(五) 人事部

负责旅行社人力资源调配、考核等管理的部门。

(六) 财务部

负责旅行社财务方面(如资金和财产)管理的部门。