



全国导游资格考试统编教材

QUANGUO DAYOU ZIGE KAOSHI TONGBIAN JIAOCAI

D A O Y O U Y E W U

导游业务

(修订版)

全国导游资格考试统编教材专家编写组 编

TOURISM

★★★
根据国家旅游局
全国导游考试新大纲
权威编写

统编教材

中国旅游出版社



全国导游资格考试统编教材

QUANGUO DAUYOU ZIGE KAOSHI TONGBIAN JIAOCAI

导游业务

DAUYOU YEWU

全国导游资格考试统编教材专家编写组 编

中国旅游出版社

项目统筹： 譙 洁
责任编辑： 譙 洁 李冉冉
责任印制： 冯冬青
封面设计： 中文天地

图书在版编目（CIP）数据

导游业务 / 全国导游资格考试统编教材专家编写组
编. -- 2版. -- 北京：中国旅游出版社, 2017.5 (2017.6重印)
全国导游资格考试统编教材
ISBN 978-7-5032-5801-5

I. ①导… II. ①全… III. ①导游—资格考试—教材
IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第079338号

书 名：导游业务

作 者：全国导游资格考试统编教材专家编写组编

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2017年5月第2版 2017年6月第2次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：22.25

字 数：347千

定 价：32.00元

I S B N 978-7-5032-5801-5

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

修订版说明

2015年8月,国家旅游局《关于完善“导游人员从业资格证书核发”行政审批事项有关工作的通知》(旅办发〔2015〕62号)规定,从2016年起实行全国统一的导游人员资格考试制度并公布考试大纲。2017年3月,国家旅游局再次组织相关专家对2016版考试大纲进行了修订。

为适应新考试大纲要求,满足业内广大考生应考的需要,中国旅游出版社及时组织业内权威专家认真学习与研讨了统考大纲的变化,对2016年全国统编版《政策与法律法规》《导游业务》《全国导游基础知识》三本教材进行了修订,并根据新考纲中关于科目三和科目四的变化,组织专家编写了《地方导游基础知识——全国31个省、自治区、直辖市基本概况》一书。

作为国家旅游局唯一直属的出版机构,此次统编版考试教材的修订,是以国家旅游局相关文件精神和最新考试大纲要求为指引,既吸取了第一版全国导游人员资格考试统编教材内容和编写风格的精华,又体现出了以下特点:其一,教材完全遵从新大纲要求,内容覆盖全部考点,且重点突出,有全国示范意义,经得起业界实践检验;其二,在强调理论与实践相结合、内容与时俱进的基础上,更加注重实用性和业务可操作性。其三,编写风格既简洁、通俗,更强调易学、易记,便于考生学习和掌握,便于应考。

同时,我们还修订了与这4本教材相配套的《全国导游资格统一考试模



拟习题集》，完全遵循新考纲关于题型和分值比例的新变化，为考生开阔思维、掌握难点、突出重点、练习备考提供服务。

我们衷心希望这套重新修订的统编教材，不仅能够切实满足广大考生应考的需求，同时还能够为我国导游人员业务和能力等综合素质的提升、为我国旅游业的发展尽份绵薄之力。

中国旅游出版社

2017年5月

目 录

基础篇

第一章 导游服务	1
第一节 导游服务的内涵及类型	1
第二节 导游服务的发展历程	7
第三节 导游服务的性质、特点及原则	14
第四节 导游服务的地位及作用	24
第二章 导游人员	28
第一节 导游人员的内涵及类型	28
第二节 导游人员的从业素质	32
第三节 导游人员的职责要求	40
第三章 导游人员的职业道德与修养	44
第一节 导游人员的职业道德	44
第二节 导游人员的修养和行为规范	47
第三节 导游人员的仪容仪表礼仪	50
第四节 导游人员的言谈举止礼仪	56
第五节 导游人员的人际交往礼仪	62



规程篇

第四章 地方导游服务规程与服务质量	69
第一节 接待阶段前的准备	69
第二节 接待过程中的服务	75
第三节 接待结束阶段的工作	88
第五章 全程导游服务规程与服务质量	94
第一节 接待前的服务准备	94
第二节 接待过程中的服务	97
第三节 接待结束阶段的工作	105
第六章 出境旅游领队服务程序与服务质量	108
第一节 接待阶段前的准备	108
第二节 接待过程中的服务	111
第三节 接待结束阶段的工作	122
第七章 景区导游服务规程与服务质量	124
第一节 旅游景区导游服务程序	124
第二节 旅游景区其他相关服务	128
第八章 散客旅游服务规程与服务质量	130
第一节 散客旅游服务类型与特点	130
第二节 散客旅游服务规程与服务质量	134

技能篇

第九章 导游人员的语言技能	141
----------------------------	-----



第一节	导游语言的内涵及特性	141
第二节	导游口头语言表达技巧	150
第三节	导游态势语言运用技巧	155
第四节	导游语言的沟通技巧	160
第十章	导游人员的带团技能	171
第一节	导游人员带团的特点与原则	171
第二节	导游人员的主导地位和形象塑造	172
第三节	导游人员提供心理服务的技巧	176
第四节	导游人员引导游客审美的技巧	184
第五节	导游人员组织和协调的技巧	190
第六节	导游人员接待特殊游客的技巧	199
第十一章	导游人员的讲解技能	205
第一节	导游讲解的内涵及原则	205
第二节	实地导游讲解常用技法	210
第三节	实地导游讲解的要领	220
第十二章	导游人员的应变技能	225
第一节	游客个别要求的处理	225
第二节	旅游故障的预防与处理	244
第三节	旅游安全故障的预防与处理	271
第四节	旅游投诉的原因与处理	277
第五节	自然灾害的预防与处理	281

知识篇

第十三章	旅行社知识	288
第一节	旅行社的性质和主要业务	288
第二节	旅游产品及其类型	291



第十四章 入出境知识	293
第一节 入出境所持的证件	293
第二节 出入境手续的办理程序	298
第三节 海关对入出境游客所携物品的规定	302
第十五章 交通知识	306
第一节 航空客运知识	306
第二节 铁路客运知识	314
第三节 水路客运知识	317
第十六章 货币与保险知识	318
第一节 货币知识	318
第二节 保险知识	320
第十七章 其他常识	324
第一节 卫生常识	324
第二节 国际时差与温度、度量衡换算	335
参考文献	343
后 记	345
修订补记	347

第一节 导游服务的内涵及类型

一、导游服务的内涵

导游服务是指导游人员代表被委派的旅游企业接待或陪同游客进行旅游活动，并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。

导游服务的内涵，具体来说包括以下几层含义：

首先，导游服务的主体是具有导游资格的导游人员，而且导游人员必须是旅游企业（包括线上和线下旅游企业或景区景点）委派的。未受旅游企业委派的导游人员，不得私自接待游客。

其次，导游服务的主要内容是游客的接待。一般来说，多数导游人员是在陪同游客旅行、游览的过程中向其提供导游服务的，但是也有些导游人员是在旅行社设置的不同地点的柜台前接待客人，向客人提供旅游咨询，帮助客人联系和安排各项旅游事宜。他们同样提供的是接待服务，所不同的是，前者是在游览中提供接待服务，后者则是在出游前提供接待服务。

此外，向游客提供的接待服务，对于团队游客而言，导游人员必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施，对于散客则应按事前约定的内容和标准实施。导游人员不得擅自增加或减少甚至取消旅游项目，也不得降低导游服务质量标准。



因此，导游服务是整个旅游服务的灵魂，导游人员在导游过程中所体现出的敬业精神、文化修养、人格魅力和服务艺术（包括服务技能、服务效率、语言艺术和组织应变能力等）对游客的综合旅游感受会形成最直接的影响。不仅如此，导游服务工作优劣还会直接影响到整个旅游行业的声誉，对旅游业的发展产生正面或负面的影响。

二、导游服务的类型

导游服务包括图文声像导游和实地口语导游两种方式。

（一）图文声像导游

图文声像导游亦称物化导游，是指作为游客旅游指导的招徕宣传品和旅游纪念品，包括多种不同形式的图文印刷资料和声像制品。

1. 图册类

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. 纪念品类

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. 声像类

有关国情（城市）介绍、景点介绍的录像带、录音带、电影片、幻灯片和光盘等。

旅游业发达的国家和地区对图文声像导游极为重视，各大中城市、旅游景点以及机场、火车站、码头等处都设有摆放着各种印制精美的旅游宣传资料的“旅游服务中心”或“旅游问讯处”，游人可以随意翻阅、自由索取。工作人员还热情、耐心地解答有关旅游活动的各种问题并向问询者提供有参考价值的建议。很多旅行社通过定期向公众放映有关旅游目的国（地）的电影或录像、举办展览会等方式来影响潜在的游客。组团旅行社通常在旅游团出发前，在领队向团员介绍目的地的风俗民情及旅游注意事项的同时，为游客放映有关旅游目的地的电影、录像或幻灯片，散发《旅游指南》等资料，帮助游客了解即将前往参观游览的旅游目的地。此外，许多博物馆、教堂和重要的旅游景点都装备有先进的声像设施，方便游客参观游览，帮助游客较为深刻地理解重要景观景物的文化内涵和艺术价值，从而获得更多美好



的享受。

4. 语音导览器

自助式语音导览器具有多种语言可供选择,可通过红外无线连接,采用图、文、声、像全方位多媒体技术对展览内容进行翔实的介绍,使展览得到更大程度的扩展和延伸。

5. 智慧旅游

通过融合通信与信息平台,利用云计算、物联网和互联网技术,借助全球卫星定位系统,使用便携式移动终端上网设备,主动感知旅游相关信息,实现导游服务。简单地说,就是游客与网络实时互动,让游程安排进入触摸时代。如使用百度、高德等导航软件,可以方便地实现向导服务;利用景区开发的第三方应用程序(APP),可以实现景区游线规划、景点讲解、安全提示、旅游商品销售等目的。智慧旅游无疑是物化导游重要的表现形式。

(二) 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导游讲解。

随着时代的发展、科学技术的进步,导游服务方式将越来越多样化、高科技化。图文声像导游形象生动、便于携带和保存的优势将会进一步发挥,在导游服务中的作用会进一步加强。然而,同实地口语导游相比,图文声像导游仍将处于从属地位,实地口语导游在导游服务中的核心地位是不可替代的,并将永远发挥着主导作用。其原因主要有以下三个方面。

1. 导游服务对象是有思想和目的的游客,需要导游人员提供有针对性的导游服务

由于社会背景和旅游动机的不同,不同游客的出游动机和目的不尽相同,其表达方式也存在差异。有的人直截了当,有的人则比较含蓄,还有的人可能缄默不语。单纯依靠图、文、声、像一类千篇一律的固定模式介绍旅游景点,是不可能满足不同社会背景和出游目的的游客的需求的。导游人员可以通过实地口语导游了解游客对旅游景点的喜好程度,在与游客的接触和交谈中,掌握不同游客的想法和出游目的,然后根据游客的不同需求,在对景观景物进行必要的介绍的同时,有针对性、有重点地进行导游讲解。这是



图文声像导游难以企及的。

2. 现场导游情况复杂多变，需要导游人员灵活、妥善处理

现场导游的情况是纷繁复杂的，在导游人员对景观景物进行介绍和讲解时，有的游客会专心致志地听，有的则满不在乎，有的还会借题发挥，提出各种稀奇古怪的问题。这些情况都需要导游人员沉着应对，妥善处理。在不降低导游服务质量标准的前提下，一方面满足那些确实想了解旅游目的地景观景物知识的游客的需求，另一方面要想方设法调动那些对旅游目的地不感兴趣的游客的游兴，还要对提出古怪问题的游客做必要的解释，以活跃整个团队的旅游气氛。此类复杂情况并非现代科技导游手段可以解决的，只有人，而且是高水平的导游人员才能得心应手地加以处理。

3. 旅游是一种人际交往和情感交流活动，需要导游人员的参与和沟通

旅游是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动，游客通过接触目的地居民来了解目的地的社会文化，实现不同国度、不同地域、不同民族之间的人际交往和情感交流。导游人员是游客率先接触且接触时间最长的目的地居民，其仪容仪表、神态风度和言谈举止都会给游客留下难以磨灭的印象。通过导游人员的介绍和讲解，游客还可以了解旅游目的地的文化，增长知识，陶冶情操。经过一段时间的接触和交往，游客和导游人员之间会自然而然地产生一种情感交流，建立起相互信任和友谊。这种导游人员与游客之间建立的正常的人与人之间的情感关系是提高导游服务质量的重要保证，这同样是高科技导游方式难以做到的。

三、导游服务的范围

导游服务的范围是指导游人员向游客提供服务的领域，亦即导游人员业务工作的内容。导游服务繁重纷杂，范围很广，食、住、行、游、购、娱几乎无所不包（图 1-1）。但归纳起来，导游服务主要包括以下几类。

（一）导游讲解服务

导游讲解服务包括游客在目的地旅行时导游人员所做的沿途讲解、参观游览地的导游讲解，以及座谈、访问和某些参观点的口译服务等。

导游讲解服务有助于传播文化、增进了解和陶情怡性。通过导游人员的介绍、讲解或翻译，可以帮助游客认识一个国家（或地区）的历史文化、传

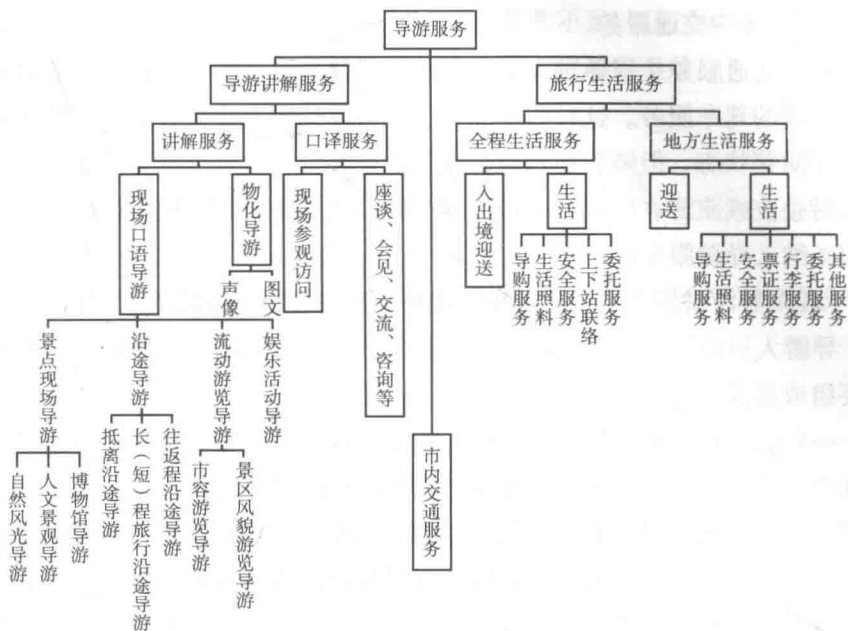


图 1-1 导游服务示意图

统风俗、生活方式和现代文明，以及当地居民的精神面貌、价值观念和道德水准，使游客通过对目的地社会文化和精神风貌的切身体验，获得惬意的审美感受和美好的回忆。高质量的导游讲解服务还可以在某种程度上弥补旅途生活服务中的某些不足，消除因生活服务的不尽如人意而造成的不愉快。

（二）旅行生活服务

旅行生活服务包括游客人出境迎送、旅途生活照料、安全服务以及上下站联络等。

旅行生活服务是目的地旅游接待工作中不可缺少的环节，也是导游服务的重要内容。首先，导游人员通过做好迎送游客、帮助游客办理住店离店事宜、安排游客行李运送、注意保护游客安全等日常工作，以及与饭店、餐馆、商店等旅游相关接待单位进行必要的协调、沟通，可使游客在旅游期间的的生活顺利、愉快；其次，提供令人满意的旅行生活服务，可使游客对导游人员产生信赖感，逐渐消除初见时的隔膜和距离；最后，提供热情周到的旅行生活服务，使游客的旅游生活丰富多彩、精神轻松愉快。客、导之间关系融洽，有利于游客集中精力倾听导游人员的讲解，从而使导游讲解取得良好的效果。



（三）市内交通服务

市内交通服务是指导游人员同时兼任驾驶员为游客在市内和市郊旅游游览时提供的驾车服务。这种服务在西方旅游发达国家比较普遍，目前我国还处于萌芽状态，但随着网约导游业务的普及，导游人员在履行合法手续并经旅游企业或旅游者同意后，将逐渐把为散客或小型团队提供市内及周边交通服务纳入导游服务的范畴。

（四）导游讲解服务、旅行生活服务与旅游接待服务的关系

导游人员向游客提供的导游讲解服务和旅行生活服务是旅游接待服务的重要组成部分。

一方面，从导游讲解服务来说，游客到目的地来主要是为了增加对目的地社会文化等方面的了解，获取在目的地的旅游经历。旅游目的地的旅游接待工作就是要满足游客的这种需要，满足的办法则是安排游客在目的地参观游览，而导游人员带领游客参观游览并对参观游览的内容及相关知识进行讲解或翻译是实现游客需要的主要途径。通过导游人员的介绍、讲解或翻译，帮助游客认识一个国家（或地区）及其民族的历史文化、传统习俗、生活方式和现代文明，进而了解他们的精神面貌、价值观念和道德风尚，使游客对所访的目的地的社会文化和精神风貌有切身的体验。

另一方面，从旅行生活服务来说，它也是目的地旅游接待工作不可缺少的一环。在现代，游客以实现享受需要为其出游的主要目的之一。因此，认真做好游客的旅行生活服务显得十分重要。在这方面，导游人员是做好游客旅行生活服务的重要环节，除了迎送游客、帮助游客住店离店、安排行李运送、注意保护游客安全等项事宜外，还要与饭店、餐馆、商店等服务行业进行必要的沟通，使游客在旅游期间的的生活顺利、愉快，这不仅有利于游客增加对目的地的认识和了解，提高游客的满意程度，而且也有利于激发游客对目的地旅游的兴趣，增加对导游人员为其提供各项服务的好感和信赖。总之，做好游客的旅行生活服务会给游客留下美好的印象。

导游讲解服务与旅行生活服务之间的关系是相辅相成的关系。虽然两者满足游客需要的方面不同，然而它们都是游客整体旅游需要的一部分，相互之间既密切联系，又互相补充。对导游人员来说，一个方面服务上的某些欠缺在某种程度上可用另一方面服务的加强予以弥补，即高质量的导游讲解服



务在某种程度上可以弥补旅行生活服务上的某些不足，反过来热情周到的旅行生活服务在某种程度上也可以弥补导游讲解中的某些不足。

第二节 导游服务的发展历程

导游服务是旅游服务的一个组成部分，是旅游活动发展到一定阶段的产物，伴随着旅游活动的发展而发展。

一、导游服务的起源

(一) 古代社会的非商业性导游

在人类历史上，人类有意识地外出旅行是由于产品或商品交换引起的。在原始社会末期，随着生产力的发展，出现了第三次社会大分工，商业从农牧业和手工业中分离出来，社会上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，于是产生了最早的以经商为目的的旅游活动，但它仅限于一种单一的商务旅行活动，是人类早期旅游活动的一种雏形，且没有产生相应的导游服务。

奴隶社会和封建社会时期，人类的旅游活动有了一定的发展，外出旅游的人数不断增加，旅游的目的也不再单一，但旅游活动仍处于一种小规模、无组织、无领导的状态。虽然已出现有人在旅行时聘请当地熟悉路途的人做向导，但是这些向导都只是临时性的，正如“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”中所描述的，其作用仅是为旅行者引路的“牧童”而已，还不是我们现代意义上的导游人员。作为一种商业性质的职业导游，是到了近代才产生的。

(二) 商业性导游服务的产生

18世纪60年代后，以英国为代表的西方国家开始进入工业革命时期。随着生产力的迅速发展，旅游活动产生了本质性的变化，其最突出的标志是近代旅游业的诞生和商业性导游服务的产生。

世界公认的第一次商业性旅游活动是由英国人托马斯·库克(Thomas Cook)组织的。1841年7月5日，托马斯·库克组织了570人，利用包租火车的方式，从莱斯特到拉夫巴勒参加一次禁酒大会。这次活动虽然不是一次



纯粹的商业性活动，却成了近代旅游活动的标志，更重要的是托马斯·库克从中看到了巨大的商机。1845年，托马斯·库克又组织了一次350人的团体消遣性旅游活动，从莱斯特到利物浦，为期一周。为组织这次活动，托马斯·库克做了大量的先期准备工作，印制了世界上最早的旅游指南《利物浦之行手册》，不仅自己全程陪同，而且在卡那封城堡和斯诺登山游览中还聘请了地方导游，因此可以说这是世界上第一次大规模的、有组织的、纯粹以商业为目的的旅游活动。同年，托马斯·库克在莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社。此后，他放弃了原来的工作，开始专门从事旅游代理业务，成为世界上第一位专职的旅行代理商。

1846年，托马斯·库克亲自带领一个旅行团到苏格兰旅行。旅行社为每个成员发了一份活动日程表，还为旅行团专门配备了向导，这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动，导游服务作为一种职业正式登上了历史的舞台。

1865年，托马斯·库克与儿子约翰·梅森·库克（John Mason Cook）成立了托马斯·库克父子公司（即后来的通济隆旅游公司），迁址于伦敦，并在美洲、亚洲、非洲设立分公司。1872年，托马斯·库克亲自带领一个9人旅行团访问纽约、南北战争战场、多伦多等地，把旅游业务扩展到了北美洲。这次环球旅行使其声名远播，产生了极大的影响。

1892年，托马斯·库克还创造性地发明了一种流通券。凡持有流通券的国际游客可在旅游目的地兑换等价的当地货币，即旅行支票，这更加方便了游客进行跨国和洲际旅游。

后来，欧洲、北美诸国和日本纷纷仿效托马斯·库克组织旅游活动的成功模式，先后组建了旅行社或类似的旅游组织，招募陪同或导游人员，导游队伍逐渐形成。第二次世界大战后，由于世界范围的和平与发展，大众化旅游活动迅速发展，导游队伍得以不断壮大。

二、我国导游服务的演变历程

我国导游服务起步于1923年8月，至今经历了四个发展阶段。

（一）起步阶段（1923～1949年）

同欧美国家相比，中国近代旅游业起步较晚。20世纪初期，一些外国旅