

河南旅游教育丛书 王玉宝 主编

导游业务



中国旅游出版社

中国书画函授大学肇庆分校建校二十周年纪念册

书画业务



河南旅游教育丛书 王玉宝主编

导游业务



中国旅游出版社

责任编辑：谭 燕

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

导游业务/王玉宝主编. —北京: 中国旅游出版社, 2007. 7

(河南旅游教育丛书)

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3231 - 2

I. 导… II. 王… III. 导游—基本知识 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 119961 号

书 名：导游业务

主 编：王玉宝

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

设 计：河南经典旅游文化传媒有限公司 0371 - 65908158

经 销：河南经典旅游图书销售有限公司 0371 - 65908865

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷：北京新魏印刷厂

版 次：2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：12.25

印 数：1 ~ 10000 册

字 数：170 千

定 价：20.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3231 - 2

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

河南旅游教育丛书编委会

主任 杨盛道

副主任 邹文珠 何琳 李亚白 周保建 王玉宝

成员 张稳 岳西平 潘进军 余火川 周耀霞
张毅兵 李宗军 张建州 李延庆 崔益铭
焦红波 郭新华 杨万山 王九位 陈蔚德
李瑞玲 陈佳平 袁平

《导游业务》编写组

主 编 王玉宝

编 委 李瑞玲 罗亚平 刘文庆

序 言

在现代社会中，旅游已逐步成为人民的生活方式之一，被誉为“朝阳产业”。河南是中华民族的主要发祥地之一，被史学家誉为“中国历史文化博物馆”。游中原者知中华，中原历史文化、古都文化、寻根文化、武术文化、宗教文化、民俗文化、红色文化等魅力独特、异彩纷呈。还有中岳嵩山、太行山、伏牛山、大别山等奇山秀水，为发展旅游业提供了得天独厚的资源基础和条件。

近年来，河南省委、省政府高度重视旅游业的发展，把旅游业作为重要的支柱产业来扶持和培育。先后召开了河南旅游产业发展大会和伏牛山生态旅游发展工作会议，出台了一系列政策措施，着力推动郑、汴、洛沿黄“三点一线”和南太行山旅游精品上档升级，推动伏牛山生态旅游整体开发。河南旅游业持续火爆，2006年全省接待旅游人数1.3亿人次，旅游总收入突破1000亿元，旅游业已成为带动河南经济社会发展的重要力量和展示河南形象的重要“窗口”。面对未来，河南旅游业充满生机和希望。

河南旅游教育丛书是乘河南旅游业快速发展的东风应运而生的，该丛书出版发行以来，满足了广大旅游从业人员学习业务知识、提升专业技能的需要，为提升人才素质，提高服务水平发挥了重要作用。根据形势的需要和广大读者的要求，我们组织有关专家对河南旅游教育丛书进行了修订，该丛书在2002年版本基础上，在内容、结构、体例和文风等方面作了较大调整和创新，进一步丰富内容、突出重点、强调作用，使其更具权威性、专业性、实用性和示范性。该丛书不仅可以作为全省广大旅游从业人员必备的业务参考书，而且也为一切实来河南旅游或对河南历史文化饶有兴趣的海内外人士提供了一套丰厚的旅游指南。

愿“河南旅游教育丛书”为您铺就学习旅游业务的坦途，开启了解河南旅游的窗口。

程鼎三
6.27

目 录

序 言	杨盛道(1)
第一章 导游服务	(1)
第一节 导游服务的产生和发展	(1)
第二节 导游服务的概念、类型及范围	(4)
第三节 导游服务的性质与特点	(8)
第四节 导游服务的原则	(13)
第二章 导游人员	(16)
第一节 导游人员的概念与分类	(16)
第二节 导游人员的职责	(18)
第三节 导游人员的素质	(21)
第四节 导游人员的职业道德与行为规范	(28)
第三章 导游工作程序与标准	(32)
第一节 地方导游服务程序与标准	(32)
第二节 全程导游服务程序与标准	(46)
第三节 领队服务程序与标准	(49)
第四节 景区景点导游服务程序与标准	(51)
第五节 散客导游服务程序与标准	(52)
第四章 旅途中旅游者个别要求的处理	(59)
第一节 旅游者个别要求处理的原则	(59)
第二节 餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	(61)
第三节 要求自由活动与转递物品方面个别要求的处理	(65)

第四节	其他方面个别要求的处理	(66)
第五章	导游服务中常见问题与事故的处理	(69)
第一节	漏接、空接、错接的处理与预防	(69)
第二节	活动计划与日程变更的处理	(71)
第三节	误机(车、船)事故的预防和处理	(73)
第四节	证件、钱物、行李丢失的预防与处理	(74)
第五节	旅游者走失的处理和预防	(77)
第六节	旅游者患病、死亡的处理	(78)
第七节	旅游者越轨言行的处理	(81)
第八节	旅游安全事故的处理	(82)
第六章	带团技能	(87)
第一节	导游人员的自我定位与调节	(87)
第二节	处理合作关系的技能	(94)
第三节	与旅游者交往的技能	(97)
第四节	对不同旅游者的接待	(110)
第七章	导游讲解	(117)
第一节	导游语言	(117)
第二节	口头语言	(122)
第三节	体态语言	(133)
第四节	导游交际语言	(140)
第五节	导游词的撰写	(146)
第六节	导游讲解常用方法	(153)
第八章	导游业务相关知识	(161)
第一节	入出境知识	(161)
第二节	交通、邮电知识	(168)
第三节	货币、保险知识	(175)
第四节	卫生、保健知识	(178)
第五节	礼貌、礼节常识	(180)
后 记	(186)

第一章 导游服务

第一节 导游服务的产生和发展

导游服务是旅游业不可缺少的重要组成部分，导游服务以其在旅游活动中全方位、全过程的引导功能，确立了在旅游接待中的中心地位。随着旅游业的快速发展，导游服务以其在旅游业中的特殊地位，受到广大游客越来越广泛的关注和重视。

一、古代的向导

导游作为一种职业，产生的历史并不长，是近代社会的产物。然而，导游服务作为一种服务形式，在社会历史中却经历了一个漫长的产生和发展过程，即从古代的向导发展为现在的导游服务。

纵观人类社会发展的历史，人类有意识的外出旅行是由于产品或商品交换引起的，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。就整个世界范围而言，人类有意识的外出旅行活动应始于原始社会末期，并在奴隶制社会时期得到了迅速的发展。开创了人类旅游活动的先河，他们以经商为目的，周游于不同的部落之间。很显然，在这个时期，导游服务还没有产生。

导游服务是随着消遣性旅游活动的出现而产生的。在原始社会前期，由于生产工具的落后和生产力的低下，人类的生存无时不处在饥饿和自然灾害侵袭的威胁之中。人们的劳动所获除供自己食用之外，几乎没有什么剩余物。随着人类社会由原始社会进入奴隶社会，生产力发展带来的劳动剩余物被奴隶主占有，他们已不再满足生活起居上的享乐，而开始了以巡视、巡游为名义的享乐旅行。如公元前1490年古埃及荷赛特女王到今索马里一带的观光巡游等，在旅行中，其臣


仆簇拥前后，除随时侍奉外，实际上也起着旅行向导的作用。到了封建社会，经济的进一步发展和交通条件的逐步改善，旅行的形式变得多种多样。除帝王将相的巡游外，还出现了士人、学子的漫游及宗教朝圣旅行等。特别是在封建社会的中后期，以求学为目的的教育旅行、以保健为目的的疗养旅行、以探险为目的的航海旅行、以经商为目的的跨国旅行等发展了起来。如意大利旅行家马可·波罗为经商来到中国，意大利航海家哥伦布发现美洲新大陆，麦哲伦绕地球一周证明了地圆说等。

我国是一个幅员辽阔、历史悠久的文明古国，旅游的历史也非常久远。大禹为治理洪水，跋山涉水走遍了大半个中国，可以算是中国最早的旅行家；古代帝王为了维护统治的需要，更为了消遣娱乐而进行各种形式的巡游，如秦始皇多次巡游，汉武帝泰山封禅，隋炀帝开掘运河、造龙舟游江南，女皇武则天先后八次到嵩山并登岳封禅等，都是古代旅行中最具规模最为显赫的旅游活动。帝王出游必有陪臣、侍从同游，其中有些人实际上就充当了帝王出游的向导。除了帝王巡游之外，我国自春秋战国时期以来，各代的旅行活动中都曾出现了一些在世界旅游发展史上占有重要地位的著名代表人物。如孔子周游列国，张骞出使西域，法显天竺求法，玄奘印度取经，鉴真东渡日本，郑和七下西洋，徐霞客旅行考察等，他们的旅行故事闻名遐迩、脍炙人口，千百年来被人们称道。在这些旅游活动中，往往由熟悉路途的人做向导，他们不仅引路，还介绍沿途的名胜、景致和当地的风俗民情。他们提供的服务在某些方面已有些类似于现代的导游服务。不过，由于那时参加旅游活动的人数不多，旅游活动的规模不大，人们当向导的机会很少，所以那些充当向导的人不可能以此谋生，他们偶尔收到的只不过是游客赏赐的“盘缠”和“酒钱”（类似于现代的“小费”），最多只够作家庭补贴之用。因此，尽管在古代的旅游活动中产生了向导，并提供了简单的向导服务，但是并不能形成一种社会职业。

二、近代的导游服务

（一）世界上第一次商业性旅游活动

随着资本主义生产关系的建立，特别是18世纪60年代英国开始的产业革命以及随后美、法、德、日在19世纪完成的产业革命，大大促进了生产力的发展和经济的繁荣。产业革命一方面带来了阶级关系的变化，产生了一批新兴的资产阶级，使大量的农村人口流入城市成为雇工；另一方面加速了科学技术在工业中的应用，特别是蒸汽机技术在交通运输中的应用，出现了速度快、运载量大的火车和轮船，从而使这个时期的旅游活动获得了突破性的进展。1841年7月5日，



英国人托马斯·库克包租了一列火车，运送了570人从莱斯特前往拉夫勒参加禁酒大会，往返行程22英里，团队收费每人1先令，免费提供带火腿肉的午餐及小吃，还有一个唱赞美歌的乐队跟随，事前还贴出海报招徕游客。这是世界上公认的第一次商业性的旅游活动，标志着近代旅游活动的开始。

在这次旅游活动中，库克自始至终随团陪同照顾，可以说是现代旅行社全程陪同的最早体现。

（二）世界第一家商业性旅行社

1845年托马斯·库克在英格兰的莱斯特创办了世界第一家商业性旅行社，一开始就将“为一切旅游公众服务”定为旅行社服务宗旨。同年，库克又组织了350人从莱斯特到利物浦的包价旅游，包括火车票、住宿费和途中游览卡那封城堡和斯诺登山的费用。为组织好这次旅游，库克给每个人分发了导游资料。这次旅游也是库克亲自带队，近代旅游业从此诞生。

自1855年起，库克组织了一系列的旅游团并提供全程导游服务。到1864年，经托马斯·库克组织参加旅游的人数已累计达100多万，他的名字也成了旅游的代名词在欧美地区家喻户晓。后来欧洲及北美诸国和日本纷纷仿效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，例如，1857年和1885年美国先后成立了登山俱乐部和帐篷俱乐部，1890年法国、德国成立了观光俱乐部等，招募陪同或导游，带团在国内外参观游览。自此，在世界上逐渐形成了导游队伍。第二次世界大战后，大规模的群众性旅游活动兴起并得到发展，使导游队伍迅速扩大。到目前，几乎世界各国都拥有数量不等的专职和兼职导游队伍。由此可见，专业导游队伍是在旅行社产生之后逐步形成和发展起来的。

三、中国现代导游服务的发展

（一）中国第一批导游人员

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上海等地设立旅游代办机构，总揽中国旅游业务，雇用中国人充当向导。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。1927年6月，旅游部从该银行独立出来，成立了中国旅行社，其分支遍布华东、华北、华南等15个城市。与此同时，中国还出现了其他类似的旅游组织，如铁路游历经理处、公路旅游服务社等。社会团体方面也相继成立了旅游组织，1935年中外人士

组成中国汽车旅行社，1936年筹组了国际旅行团、现代旅行社等。这些旅行社和旅游组织承担了中国人旅游活动的组织工作，同时也出现了第一批中国导游人员。

（二）三大旅行社的成立和发展

1949年10月1日，中华人民共和国成立，同年11月19日，厦门有关部门接管了旧“华侨服务社”，创立了新中国第一家华侨服务社。此后几年又相继在闽、粤两省成立了一批华侨服务社。1957年3月闽、粤两省华侨服务社在北京召开会议，决定统一全国华侨服务社名称，增加“旅行”二字，并于4月22日成立华侨旅行服务总社。1974年经国务院批准，成立了中国旅行社，并与华侨旅行社合署办公，统称中国旅行社。1990年7月26日，中国旅行社集团公司在北京成立。1954年4月15日，经周恩来总理提议和当时政务院批准，在北京成立了中国国际旅行社总社，并在上海、天津、广州等地成立了314家分社，1989年3月在北京成立了中国国际旅行社集团公司。1979年11月16日，在北京成立了全国青联旅游部，1980年6月27日国务院正式批准成立中国青年旅行社，1988年12月16日中国青年旅行集团公司在北京成立。自此，国旅、中旅、青旅三大全国性旅行社承担了绝大部分海外来华游客的招待和接待工作，以及国内游客的旅游业务。随之导游人员的队伍也迅速壮大。

改革开放以后，我国旅游业得到了快速、全面的发展。1984年旅行社行业体制发生了重大改变：一是旅行社有条件地开放经营，打破了垄断局面；二是旅行社的性质由行政事业单位改为企业。旅行社行业如雨后春笋般迅速发展壮大，一大批有实力，机制灵活的旅行社得到快速发展。据国家旅游局政策法规司统计，至2005年年底，我国旅行社已达到16245家，其中国际旅行社1556家，国内旅行社14689家，形成了全国性服务网络。随着旅行社业的快速发展，导游队伍也不断发展壮大。目前，注册导游人员达24.89万人，他们正在为我国旅游业的蓬勃发展作出重要贡献。与此同时，导游服务作为旅游服务的一部分已成为旅游产品价值实现的主要环节，构成了旅游产品的重要内容。

第二节 导游服务的概念、类型及范围

一、导游服务的概念

导游服务是导游人员代表被委派的旅行社，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其提供的旅游接待服务。

首先,导游人员是旅行社委派的,可以是专职的,也可以是兼职的。未受旅行社委派的导游人员,不得私自接待游客。

其次,导游人员的主要业务是从事对游客的接待服务。一般说来,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在不同地点设立的柜台前接待客人,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。不同的是,前者是在出游中提供接待服务,后者是在出游前提供接待服务。

最后,导游人员向游客提供的接待服务,对于团体游客必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施,对于散客必须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。一方面,导游人员在接待过程中要注意维护其所代表的旅行社的形象和信誉;另一方面也要注意维护游客的合法权益。

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景区(点)情况的方式。现代导游服务方式大致分为两大类:图文声像导游和实地口语导游。

(一) 图文声像导游方式

图文声像导游方式亦称物化导游方式。随着科学技术的飞速发展,图文声像导游的方式也更加丰富多样,目前主要分为图文导游方式、声像导游方式和多媒体导游方式三种。

1. 图文导游方式

图文导游方式包括导游图、交通图、旅游指南、景点介绍册页、宣传册、画册、旅游产品介绍及有关旅游活动的宣传品、广告、招贴等印刷资料。图文导游方式图文并茂,给人创造一种身临其境的感觉,且携带方便,制作快捷,成本低廉,不失为一种良好的导游方式。

2. 声像导游方式

包括有关国情介绍、景点介绍的录音带、录像带、影片、幻灯片等。这种导游方式主要是作为游客成行前及旅行期间的旅游指导,通过声音、影像给游客以深刻的感官印象,帮助游客了解旅游目的地的基本情况,起到导游的作用。同时这种方式也是招徕游客的宣传品和旅游纪念品。声像导游方式一般用于重大参观项目、旅游博览会和大型旅游活动,并且在一些环境相对封闭的旅游景区、景点(如博物院、教室、游船等)也多装备有先进的声像设施,以方

便游人参观游览。

3. 多媒体导游方式

这是一种利用计算机和现代信息技术开发的导游方式，在旅游业中已获得广泛的应用。多媒体导游方式充分利用各种传播媒介，方便、迅捷地与游客进行双向交流。例如旅游咨询处和公共场所的多媒体信息查询系统以及旅游景区内的电子导游系统，游客可以通过电脑键盘、触摸屏等对旅游信息库进行查询。

(二) 实地口语导游方式

实地口语导游方式，亦称讲解导游方式，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，以及在参观游览现场所做的介绍和讲解。

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，图文声像导游方式形象、直观、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，同实地口语导游方式相比，仍将处于从属地位，只能起着减轻导游人员负担、辅助实地口语导游方式的作用。实地口语导游方式不仅不会被图文声像导游方式所替代，而且将永远在导游服务中处于主导地位。这是因为：

1. 导游服务的对象是有思想和有目的的游客

俗话说：人上一百，形形色色。不同的游客，由于社会背景和旅游动机的不同，出游的想法和目的不尽相同，有的人会直接表达出来，有的人比较含蓄，还有的人可能缄默不言。单纯依靠图文声像这千篇一律的固定模式介绍旅游景点，不可能满足具有不同社会背景和出游目的游客的需要。导游人员可以通过实地口语导游方式观察游客的举止行为，同游客进行接触和交谈，了解不同游客的想法和出游目的，然后根据游客的不同需要，在对参观游览的景物进行必要介绍的同时，有针对性、有重点地进行讲解，这绝不是一台电脑，或者是一个高智能的机器人所能做到的。

2. 现场导游情况复杂多变

现场导游情况纷繁复杂，在导游人员对参观游览的景物进行介绍和讲解时，游客中有的人会专心致志地听讲，有的人则心不在焉，有的人还会借题发挥，提出各种稀奇古怪的问题。这些情况都需要导游人员在讲解过程中沉着应付，妥善处理。一方面在不降低导游服务质量标准的前提下，满足那些确想了解参观游览地景物知识的游客的需要；另一方面想方设法调动那些对参观游览地不感兴趣的游客的游兴，对提出古怪问题的游客给予必要

的解释，以活跃整个旅游气氛，此类复杂情况也并非现代科技导游手段可以做到的。

3. 旅游是一种人际交往和情感交流关系

旅游是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动，通过对目的地社会文化的了解来接触目的地的居民，实现不同国度、地域、民族之间的人际交往，建立友谊。导游人员是游客首先接触而且接触时间最长的目的地的居民，导游人员的言谈举止及讲解方式都会给游客留下深刻的印象。通过导游人员的介绍和讲解，游客不仅可以了解目的地的文化，增长知识，陶冶情操，而且通过接触目的地的居民，特别是与其相处时间较长的导游人员，会自然而然地产生一种情感交流，即不同国度、地域、民族之间的相互了解和友谊。虽然这种友谊不一定用语言表达出来，但对游客和导游人员来说都是十分宝贵的，这同样是现代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，换句话说，就是导游人员业务工作的内容。

在旅游接待工作中，目的地向游客提供的服务是多方面的，包括行、游、住、食、购、娱、邮电通信、入出境、医疗等。其中导游人员提供的服务虽只是其中的一部分，却都是最重要的，涉及上述诸多方面。归纳起来导游服务大体可分为如下三大类：

（一）导游讲解服务

导游讲解服务包括游客在目的地旅行期间的沿途讲解服务、参观游览现场的导游讲解以及座谈、访问和某些参观点的口译服务。

（二）旅行生活服务

旅行生活服务包括游客迎送服务、旅途中游客食、住、游、购、娱的具体安排、安全服务及帮助游客处理旅途中遇到的各种问题。

（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行游览时提供的导游服务。这种服务在西方旅游发达国家比较常见，目前，在我国还较为少见。

第三节 导游服务的性质与特点

一、导游服务的性质

导游服务的性质在不同的国家和地区，由于社会制度、意识形态和民族文化的不同，其政治属性也不同。尽管如此，世界各国的导游服务还是具有以下共同属性。

（一）社会性

导游服务的社会性来源于旅游活动的社会性。旅游活动是一种社会活动，一方面，它是人类社会经济发展到一定阶段的产物，并随着社会经济的发展而发展；另一方面，它的开展又涉及现代社会的许多方面，从而对社会经济的发展起着促进作用。导游服务从事的是对旅游活动的主体——游客的接待服务。为满足游客的需要，在服务过程中，导游人员不仅同游客保持经常接触，而且要同社会诸多方面发生社会关系。所以，导游服务本身就是一种社会服务。今天，导游服务已被世界许多国家列为各种社会职业中的一种职业，成为社会中一部分人谋生的手段。

（二）文化性

导游服务是传播文化的重要渠道。导游服务的文化性产生于游客对异国他乡知识和文化品位的追求。无论导游人员的仪容仪表、行为举止，还是导游讲解以及同游客的日常交谈，无不直接、间接地表达或渗透着旅游目的地国家或地区民族的传统文化和现代文明。导游人员为来自世界各国、各民族的游客服务，通过引导和生动、精彩的讲解使游客获得知识、乐趣和美的享受，同时还吸收着各国、各民族的传统文化和现代文明，并有意无意地传播着异国文化。因此，导游服务起着双向沟通和传播精神文明，为人类创造精神财富的作用，直接或间接地起着传播一个国家（或地区、民族）的传统文化和现代文明的作用。

（三）服务性

导游服务，顾名思义是一种服务工作，它与第三产业的其他服务一样，属于非生产劳动，是一种通过提供一定的劳务活动，如翻译、导游讲解、旅行生活服务等来创造价值和特殊价值的劳动。导游服务作为旅游服务的核心组成部分是在与游客的接触中进行的。通过导游人员提供的服务来满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适的需求。然而，导游服务又不同于一般的、简单的技能服务，它是