



湖南省导游考试推荐教材

HUNANSHENG DAOYOU KAOSHI TUIJIAN JIAOCAI

HUNANSHENG
DAOYOU KAOSHI
TUIJIAN JIAOCAI

导游实务

湖南省旅游局/编



湖南科学技术出版社

湖南省导游考试推荐教材

HUNANSHENG DAOYOU KAOSHI TUIJIAN JIAOCAI

HUNANSHENG
DAOYOU KAOSHI
TUIJIAN JIAOCAI

导游实务

湖南省旅游局/编



 湖南科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导游实务 / 湖南省旅游局编. —长沙: 湖南科学技术出版社, 2007.10

湖南省导游考试推荐教材

ISBN 978-7-5357-5063-1

I. 导… II. 湖… III. 导游—资格考核—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 142283 号

湖南省导游考试推荐教材

导游实务

编 者: 湖南省旅游局

责任编辑: 唐乘花

出版发行: 湖南科学技术出版社

社 址: 长沙市湘雅路 276 号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系: 本社直销科 0731-4375808

印 刷: 长沙化勘印刷有限公司

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址: 长沙市青园路 4 号

邮 编: 410004

出版日期: 2007 年 10 月第 1 版第 1 次

开 本: 787mm×960mm 1/16

印 张: 10

字 数: 180000

书 号: ISBN 978-7-5357-5063-1

定 价: 15.00 元

(版权所有·翻印必究)

HUNANSHENG
DAOYOU KAOSHI
TUIJIAN JIAOCAI

《湖南省导游考试推荐教材》编写委员会

主任：袁新华

副主任：刘绵松 卜越辉

成员（以姓氏笔画为序）：

王江浩	王佩良	江波	伍欣	汤静	刘智	刘淑娟
陈兆忠	陆术华	苏洁	何方	何丽芳	李先跃	肖自裕
吴楚忠	杨晓喻	孟迪云	屈中正	郑焱	易斌	易伟新
岳楚华	赵湘军	夏先培	高新国	阎友兵	郭鹏	黄黎玲
谢穉	彭新竹	曾献南	廖明旗			

《导游实务》编写委员会

主编：赵湘军

编写人员（以姓氏笔画为序）：

江波 刘智 陈兆忠 李先跃 苏洁 易伟新 赵湘军

出版说明

为了配合全省导游考试,湖南省旅游局于2002年组织编写了第一版导游考试推荐教材,2005年进行了修订,该套教材在使用过程中对帮助广大考生学习导游专业知识和技能起到了积极的作用。近年来,随着湖南旅游产业的快速发展,书中的部分内容已经不适应新形势发展的需要。为此,湖南省旅游局组织专家、教授对这套教材进行全面修改,以确保教材的权威性、先进性。

本套教材是湖南省导游考试的推荐教材,在很大程度上肩负着规范湖南省导游员行为、培养导游员队伍的重任。在组织编写过程中,专家、教授们经过反复的座谈、研讨,本着严肃、认真的科学态度完成编写任务。这套教材的编写得到了有关旅游院校(系)相关专业教师及旅行社从业者的大力支持和帮助,特别是参与教材编写的各位专家、教授付出了辛勤的汗水。在此,谨向关心和支持导游考试教材编写的各位专家、教授表示诚挚的谢意。

《导游基础》各章的编写人员如下:

第一章、第十章、第十一章、第十四章的第十一至第十四节由阎友兵撰写;第二章、第四章、第十二章、第十四章的第六至第十节由廖明旗撰写;第三章、第九章、第十三章由何丽芳撰写;第五章、第六章、第十四章的第一至第五节由易斌撰写;第七章、第八章由肖自裕撰写。全书由阎友兵统稿。

《导游实务》各章的编写人员如下:

第一章由易伟新撰写;第二章由苏洁撰写;第三章由刘智撰写;第四章由陈兆忠撰写;第五章由赵湘军撰写;第六章由李先跃撰写;第七章由江波撰写。全书由赵湘军统稿。

《政策法规与职业道德》各章的编写人员如下:

第一章、第三章由汤静撰写;第二章、第八章由黄黎玲撰写;第四章、第五章、第九章由伍欣撰写;第六章、第十章由刘淑娟撰写;第七章由孟迪云撰写;第十一章、第十二章由石文斌撰写。全书由汤静统稿。

《导游语文》各章的编写人员如下:

第一章由谢稿撰写;第二章由彭新竹撰写;第三章由王佩良撰写;第四章、



第五章的第三节由屈中正撰写；第四章的第三节王江浩参与编写讨论工作；第五章的第一节由岳楚华撰写；第五章的第二节由阙庆华撰写；第六章由郭鹏和屈中正撰写。全书由屈中正统稿。

教材的修改是一个逐步完善的过程。我们力求本套教材在原来的基础上有所提高，能够更受欢迎，但不足之处在所难免，欢迎广大读者提出建议，以便进一步修订。

湖南省旅游局

2007年9月



第一章 导游服务 1

第一节 导游服务概述 1

第二节 中国导游发展简史和发展趋势 4

第三节 导游服务的性质 12

第四节 导游服务的特点 14

第五节 导游服务的原则 16

第二章 导游员 19

第一节 导游员的概念与分类 19

第二节 导游员的职责和行为规范 22

第三节 导游员的素质要求 24

第三章 导游服务相关知识 32

第一节 旅行社业务知识 32

第二节 旅游交通知识 34

第三节 导游服务礼仪知识 38

第四节 旅游急救知识 41

第五节 其他知识 43

第四章 导游服务规程 46

第一节 导游服务团队 46

第二节 地陪服务规程 48

第三节 全陪服务规程 68

第四节 非团队导游服务规程 77

第五章 导游服务技能 83

第一节 组织技能 83

第二节 交际技能 90





第三节	协作技能	97
第四节	讲解技能	100
第六章	游客个别要求的处理	118
第一节	处理游客个别要求的基本方法	118
第二节	游客在餐饮、住宿、娱乐、购物方面个别要求的处理	120
第三节	游客要求自由活动的处理	123
第四节	游客其他个别要求的处理	125
第七章	问题和事故的预防与处理	128
第一节	旅游计划变更的处理	128
第二节	接送故障的预防与处理	130
第三节	丢失事故的预防与处理	134
第四节	走失事故的预防与处理	138
第五节	游客伤病、死亡的预防与处理	140
第六节	外籍游客越轨言行的处理	143
第七节	旅游安全事故的预防与处理	145
第八节	交通故障的预防与处理	149





第一章 导游服务

导游服务是旅游服务体系中的重要一环，直接关系到游客对整个旅游服务质量的评价。世界各国旅游界对导游服务和导游员都很重视，认为导游工作不仅仅是导游员个人谋生的职业，从一定意义上说应视为国家的代表。

第一节 导游服务概述

一、导游服务的概念

从字面上理解，“导游”一词就是指“引导”加“游览”，即组织、指导旅游活动，以满足游客游览、交往、增长见闻阅历的愿望。这是一项给予知识的服务性工作。它可包含两种含义，一是指组织协调旅游活动，满足游客“求知、求新、求奇、求乐”愿望的导游服务；二是指导游员。在现实生活中，人们的习惯称谓“导游”一般是指导游员。

就中国现阶段而言，导游服务是导游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游客提供的旅游接待服务。在这个概念的内涵中，首先，导游员提供的导游服务必须是要经过旅行社的委派；其次，导游服务既指导游员在游客旅游过程中的接待，也包括游客出游前的咨询、联系等事宜；再次，导游人员必须按照合同的约定来提供服务，不得擅自增加或减少、取消旅游项目，也不得随意降低服务标准；最后，在导游过程中，导游员在旅途中为游客提供生活和讲解服务等，帮助游客度过愉快的旅行生活，实现其休息、娱乐和了解异国风情的目的，保证旅游活动顺利进行。

二、导游服务的内容

导游服务的内容是指导游员向游客提供服务的工作内容，涉及食、住、行、





游、购、娱等多方面服务。归纳起来,导游服务的内容大体可分为导游讲解服务、旅行生活服务 and 短途交通服务三大类。

1. 导游讲解服务

导游讲解服务是人们最熟悉的导游服务内容,包括导游员在旅行期间的讲解服务、在旅游目的地乘车时的沿途讲解服务和在旅游景点的实地讲解服务。此外,外语导游员在陪同外宾座谈、访问和拜会时的口译服务也属于导游讲解服务。

2. 旅行生活服务

旅行生活服务在导游服务中所占比例最大,内容也最为繁琐。它包括旅游团出入境迎送服务、饮食起居照料服务、交通安排服务、团队安全服务、购物及娱乐引导服务和上下站联络服务等。

3. 短途交通服务

短途交通服务是指导游员在市区内(含市郊短途)担任司机,驾驶旅游车带领旅游团进行游览。这种服务多见于西方旅游交通十分发达的城市,如巴黎、慕尼黑、伦敦等地,目前在我国还非常罕见。

导游服务虽然包括这三个方面的内容,但并非每位导游员在每次带团期间都必须提供这三个方面的服务。在实际工作中,不同的导游服务有其不同的侧重面,它们相辅相成,为游客实现旅游愿望提供最大限度的帮助。

三、导游服务在旅游服务体系中的地位和作用

导游员在旅行社接待工作中是处在第一线的关键人物。在实际接待工作中经常出现这样的情况:在同样的接待条件下、来自同一客源地的游客、参观游览同一景点,由于不同的导游服务就可能会出现截然不同的接待效果。好的导游服务,旅游进行顺利,人人都很满意;差的导游服务,客人牢骚很多,甚至旅行难以进行下去。导游服务在旅游接待中的地位 and 作用由此可见一斑。

1. 导游服务在旅游服务体系中的地位

导游服务处于旅游服务体系的中心地位。旅游服务体系范围非常广泛,与游客联系最为密切的有旅行社、饭店、旅游交通部门、旅游景点和旅游行政管理等部门等。其中,旅行社、饭店和旅游交通是现代旅游接待业的三大支柱,旅行社处于核心地位。

旅行社内部包括了多个部门,如计划调度部门、业务联系部门、财务核算部门、内部管理部门和客户接待部门等,无论是团队游客还是散客游客都需要这些部门的服务。但是,游客并不会都与这些部门的人员进行直接接触,大多是由导游员居中进行协调和组织。导游员根据游客和旅游活动的实际情况,结



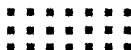
合旅游接待服务体系各部门的工作内容和特点,引导游客开展旅游活动,接受各部门提供的服务。人们常说“导游是旅游业的灵魂”,“导游员是旅行社的支柱”,“在实际接待工作中,导游员是关键人物”,就是指导游服务在旅游接待服务体系中所处的中心地位。

2. 导游服务在旅游服务体系中的作用

旅游接待服务是旅游目的地向游客实际提供各项旅游服务的过程,也是旅游目的地向游客销售的旅游产品价值最终实现的过程。如果我们把旅游接待过程看做是一条环环相扣的链条,那么,向游客提供的住宿、餐饮、交通、游览、购物、娱乐等服务分别是这根链条中的一个个环节。导游服务则是在具体的接待工作中把这些环节连接起来,使旅游产品与服务的销售得以实现、游客在旅游过程中的种种需求得以满足。因此,导游服务是旅游接待服务的核心和纽带。

(1) 纽带作用。导游服务在旅游接待中的纽带作用主要体现在承上启下、沟通内外、协调左右等方面。①承上启下。导游员是国家方针政策的宣传者和具体的执行者,代表旅行社执行旅游计划,为游客安排和落实食、住、行、游、购、娱等各项服务并处理旅游期间可能出现的各种问题。同时,游客的意见、要求、建议乃至投诉,其他旅游服务部门在接待工作中出现的问题及他们的建议和要求,一般也通过导游员向旅行社转递直至上达旅游行政管理部门。上下之间顺畅的信息交流有助于做好导游工作。②沟通内外。导游员既代表接待旅行社的利益,要履行合同,实施旅游接待计划,又肩负着维护游客合法权益的责任,代表游客与各旅游接待部门进行交涉,提出合理要求,对违反合同的行为进行必要的干预,为游客争取正当利益;导游员有责任向游客介绍中国或本地,帮助他们尽可能多地了解我们的国家、人民、社会、文化和风俗民情以及国家的有关政策、法令等,同时多与游客接触,进行调查研究,了解外国或外地,了解游客。③协调左右。所谓“左”或“右”是指与旅行社有业务协作关系的其他旅游接待部门,如宾馆饭店、车队、旅游景点管理部门、定点购物商店、娱乐部门、海关、边防、检疫、公安以及其他与旅游有关的协作部门。旅行社在接待服务中必须加强横向联系,与一切有关部门密切配合、协调行动,才能做好工作。否则,无论哪一个环节出了差错,都会影响服务质量。导游员作为旅行社的代表和第一线的接待人员,在提供各种旅游服务、办理各种手续、接洽各种事务时,必须和这些服务部门打交道,求得它们的配合,以形成一根合作链。如果链条上某一环节出现问题,导游员就要出面协调解决。因此,导游员处于协调左右关系的关键位置。

(2) 标志作用。导游服务在旅游接待中的标志作用主要体现在以下几个方面:①旅游服务质量高低的标志。导游服务质量对旅游服务质量的高低起标志



性作用。导游服务质量包括导游讲解质量、为游客提供生活服务的质量以及各项旅游活动安排落实的质量。导游员与游客朝夕相处,因此游客对导游员的服务接触最直接,感受最深切,对其服务质量的反应最敏感。旅游服务中其他服务质量虽然也很重要,对游客的旅游活动也会有影响,但除特殊情况外,由于接触时间短,游客的印象一般不如对导游服务质量印象深刻。一般来说,如果导游服务质量高,可以弥补其他旅游服务质量的某些欠缺,而导游服务质量低劣却是其他服务难以弥补的。因此,游客旅游活动的成败更多地取决于导游服务质量。②旅行社形象的标志。导游员是旅行社的代表,是旅行社接待工作的主体。随着旅游业的迅猛发展,旅行社数量剧增,众多的旅游企业在激烈的旅游市场竞争中,必须突出自身特色,取得竞争优势。而拥有一支高水平的导游员队伍,提供高质量的导游服务,将成为旅行社的无形资产和品牌形象,从而提高旅行社的知名度和美誉度。③旅游业声誉的标志。导游员被看做是当地人民的典型代表和“友好使者”,他们的一言一行成为衡量当地的道德水准、价值观念和文化水准的重要标志,不仅关系到整个旅游活动效果的好坏,而且还关系着国家和地区旅游业的声誉。

当然,强调导游员在旅游接待工作中的重要地位决不意味着否定或贬低旅游部门中其他工作以及与旅游有关部门工作的重要性。旅游事业是一项综合性的经济事业,对游客的接待也是一项复杂的综合性服务工作,需要各有关方面的共同协作和密切配合。

第二节 中国导游发展简史和发展趋势

一、中国古代旅游与导游服务

人类自诞生以来,就总是不满足于周围环境对自身的束缚,力图拓宽自身的视野,扩大自身的活动范围和生存空间。同时,人类先祖们也迫于各种自然灾害而反复迁徙。从某种意义上说,这就是历史上最早的旅行。这种旅行活动还不能称为旅游活动,真正具有“旅游”性质的活动应该是出现于奴隶社会。

然而,中国古代文明长期以来建立在以小农经济为主体的自给自足的自然经济基础上,形成了相对封闭的文化传统,从而给旅行活动带来了某种消极的影响,使旅行在中国古代社会生活中居于相对次要的地位。但是,从历史画卷中,后人仍然可以体味到古代旅行途中帝王的奢华、文士的清雅和行贾的忙



碌等。

1. 古代旅游活动的类型

在中国古代,影响较大的旅游活动类型主要有帝王巡游、公务行游、商贾周游、文士漫游、宗教旅游和平民郊游等。

帝王巡游是指古代王朝统治者为了个人享乐和巩固政权的目的,离开国都到其他各地游历。这是古代社会最高等级的旅游活动形式。在中国历史传说中,4600年前的黄帝就曾经“迁徙往来无常处”。历史上很多帝王都有过巡游的经历,如秦始皇封禅泰山、隋炀帝南下扬州、康熙乾隆皇帝数下江南等。

公务行游是指出于公务原因进行的旅游活动。自秦汉时期起,中央政府已注重从各地选用人才从事国家行政管理和对外出使,地方官吏也往往由最高统治集团任免。官吏的调任迁转,不仅相对较为频繁,而且常常辗转千里,因而旅行成为他们社会生活中重要的内容之一。张骞、郑和的出使便是这类旅游的典范。

商贾周游指以经商为生计的商人的行旅活动。旧时商人家常贴有这样的楹联:“生意兴隆通四海,财源茂盛达三江。”它把“生意兴隆”与通达“四海”“三江”紧密地联系在一起,体现了商贾事业是周游天下,无所不至。

文士漫游是指古代文人学士所进行的旅游活动。由于他们普遍拥有较高的文化修养,善于进行观察和分析,并往往将所见所闻用文字记录下来,所以,这类旅游活动是古代各种旅游活动中成果最丰富的一种。汉代司马迁的《史记》就是他在千里行旅同时进行实地考察的基础上写作的。明代徐霞客的《徐霞客游记》不仅被看做是一部旅行札记,也被看做是一部地学百科全书。许多科学论著以及古代大量山水诗文的创作都与文士漫游活动密切相关。

宗教旅游是指各种宗教教徒为了取经传法或为了遵守教规而开展的旅行活动。当今世界三大宗教与其他地域性宗教之所以能具有相当的规模,宗教朝觐活动起了很大的促进作用。东晋的法显、唐代的玄奘和鉴真等都称得上这类活动的代表人物。据史书记载,他们在宗教旅行的过程中也进行了一定的游览活动。因此,称得上是一种特殊的旅游活动。

平民郊游是指古代民众在特定的时间前往居住地附近进行的近距离旅游活动。这些活动逐渐发展演变,成为今天的特色民俗活动。清明扫墓、端午赛龙舟、重阳登高郊游等都是人们所喜欢的,由古代平民郊游演变而来的民俗活动。

2. 古代导游服务的萌芽

在古代社会,人们外出旅行要遇到很多困难和危险,因而导游作为一种助旅活动伴随着旅行的产生而萌芽。

古人云:“入乡问俗”,旅行者问路时被问的人就充当了向导的角色,例如





同旅行者邂逅的车夫、马夫、轿夫、当地居民、客店堂倌、和尚、道士等。尽管他们偶尔为之，但他们在不自觉中成为导游员的雏形。在古代文献典籍中经常可见这种服务形式，如“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”等。随着旅行活动越来越多的开展，向导有时不仅给旅行者引路，而且还会讲解景物，有时还注意帮助游客选择旅游路线。

随着中国与外界的交往，中国古代出现了专门负责外事的接待人员。据《史记》记载，汉武帝时期就为外国人入境设立专门的旅馆“蛮夷邸”，翻译人员“译官”“舌人”等，以后历朝都大抵如此。元朝西亚旅行家伊本·巴图泰的旅行游记中记载：“在中国行路最为稳妥便利……客有欲前行者，吏遣人护送之。”这护送之人无疑就是陪同导游的人员。

在古代，我国还出现了导游图和导游书等旅游指南。如唐代的导游图就称为“图经”、“地经”。除了导游地图以外，中国古代大量的游记、览胜书籍也起着引导旅行者游览的作用，如《黄山领要录》、《泰山道里记》等。

不过，在多数情况下，古代旅行者和向导之间不存在一种雇佣关系，一般是在不确定的场合中偶然相遇的。古代尽管出现了一些专门在交通要道、名胜古迹处引导旅行者并收取报酬的“导者”，但没有形成一种社会化的职业。因此，古代社会还没有出现当今意义上的导游服务，而只能说是一种导游服务的萌芽。

二、中国近现代旅游与导游服务

导游作为一种服务活动形态有着悠久的历史，但作为一种独立的职业却是随着近代旅游业的崛起而出现的。职业导游员的出现，使导游活动具有经济意义。

1. 中国近现代旅游业的兴起

早在 19 世纪末 20 世纪初，西方的一些旅游企业如英国通济隆、美国运通等旅行代理机构纷纷进驻中国，相继组织外国游客到中国旅游，同时雇用中国人做导游。

但导游作为一种社会化的职业，其出现是在我国近代旅游业诞生之后。1923 年 8 月，中国第一家旅行代理机构——上海商业储蓄银行旅行部在上海诞生（1927 年 6 月旅行部从银行独立出来，改名为“中国旅行社”），标志着中国近代旅游业的兴起。它开创了中国旅行代理的先河，推动着中国从古代个体的、分散的、无组织的传统旅游迈入大规模的、团体型的、有组织的近代旅游阶段。

中国旅行社在内地存在的 30 余年间，一直执中国近代旅游业之牛耳。它在国内外广设分支机构，形成了庞大的服务网络，并与一些国际著名旅游机构签



订了互相代理业务协议,将服务范围扩展到了世界各地。它所经营的范围十分广泛,除代售海陆空客票、经办货运业务、开办招待所、组织旅游团体外,还代办出国留学手续、发行旅游刊物、经营邮政和保险业务等,是旧中国规模最大、信用最好的旅行代理机构。

中国旅行社成立后不久,在其影响下,中国开始出现了一批旅行社性质的组织,经营着与中国旅行社相仿的业务。除旅行社外,还涌现了各种各样的旅行团体。这些旅行社和旅游组织承担了近代中国人旅游活动的组织工作,因而也就出现了中国第一批职业化的导游员。除了培训一批高素质的导游员外,当时的旅行机构还致力于物化导游的建设,出版了各种旅游类书籍,如《旅客须知》、《导游丛书》、《旅行便览》、《旅行手册》以及《旅行杂志》等。这些出版物对于方便民众的旅行、推动游览事业的发展、宣传中国的名胜起到了积极的作用。

2. 职业化导游服务的产生

在旅游活动中,人们通常除了需要保证正常的住宿、餐饮和交通等之外,还要求通过参观游览扩大阅历,陶冶情操,增进与异国(地)居民的相互了解和友谊等,从而拥有更多的收获。因此,这就为职业化导游服务的产生提供了前提。

(1) 游客需要导游服务。旅游活动的一个重要特点是异地性,也就是游客要离开他们惯常的环境,前往一个陌生或不太熟悉的地方。环境的改变,使游客产生了与在惯常居住地时不同的需求。在生活上,游客需要建立起一套适应新的生活环境的生活方式;在心理上,游客需要摆脱心理上自我保护感的束缚,消除在旅行中出现的谨慎心理和寂寞感,增强安全感;在求知上,游客需要在短时间内尽可能多地掌握有关陌生环境的信息,去认识过去不曾接触或不曾了解的事物,以期得到求知欲的满足;在审美上,游客需要获得最佳的审美感受,等等。以上这些方面的需要,不是一般人或机构能够满足的,只有经过专业训练的导游员,才知道该如何去面对这些游客开展服务,使他们迅速、有效地适应旅游目的地(国)的环境,获得旅游活动的最大满意度。

(2) 旅游经营者需要导游服务。主要体现在:①旅游产品推销的需要。旅游业经营者提供的旅游产品是一种综合性服务产品,这种产品的一个显著特点就是它的销售需要导游服务一步步去落实,从而贯穿于旅游活动的全过程。日本交通公社曾做过一次由于宣传引起的旅游动机的调查,调查表明,经熟人和朋友介绍而引起到某地进行游览观光的欲望的,占各种宣传形式的69%。而这种宣传介绍的动因,很大程度上取决于一个地方的优秀导游服务给人留下的美好印象。②市场竞争的需要。在当今世界,旅游业的竞争十分激烈,旅游人才



的优劣成为旅游经营者在市场竞争中成败的关键因素。保持、提高竞争力和信誉的最有效的办法是充分发挥旅游工作者尤其是导游员的主观能动性,向游客提供高质量的旅游服务,以吸引回头客并对潜在的隐性旅游客源产生吸引力。

3. 中国现代导游服务发展史略

自1923年中国第一家旅行代理机构创办之后,中国有了第一批职业化的导游员,标志着中国现代导游服务的正式产生。但是,由于新中国成立前社会动荡、经济落后,导游服务发展非常缓慢。1949年新中国成立以后,尤其是20世纪70年代末我国实行改革开放之后,导游服务才得以迅速发展。

(1) 初创时期(1949年11月至1978年11月)。为了帮助滞留在厦门的华侨出境和港澳同胞离开内地,接待回国观光、探亲的华侨,新中国第一家旅行社“厦门华侨服务社”于1949年11月筹建,此后几年,又相继在泉州、广州等地成立了华侨服务社。1974年,经国务院批准成立了中国旅行社,并与华侨服务社合署办公,统称“中国旅行社”,简称“中旅”。1954年4月,出于接待外国友人的需要,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14家分社,简称“国旅”。

国旅和中旅承担起了组建新中国导游队伍、开展新中国导游服务的重任。这一时期,我国约有导游翻译人员300人,操几十种语言,以接待外宾、华侨、港澳台同胞为主。旅游业不以赢利为目的,而是旨在通过接待国际游客来华旅游,向世界宣传新中国的社会主义建设成就,因此导游工作也就成了一项外事工作、政治工作。导游员是国家干部,周总理对其提出了“三过硬”(即政治素质过硬、外语水平过硬、业务知识过硬)的工作要求。导游员也被称为“五大员”,即宣传员、调研员、服务员、安全员和翻译员。导游工作依附于外事、政治工作是这一阶段最主要的特点。虽然这批导游员数量不多,但素质很高,开创了具有中国特色的导游风格,为中国旅游业赢得了良好声誉。

(2) 发展时期(1978年12月至1989年2月)。中国共产党十一届三中全会后,我国实行改革开放,吸引了大量海外游客来华旅游,国内旅游业也蓬勃发展起来。为适应旅游业发展的大好形势,1980年6月国务院正式批准中国青年旅行社(简称“青旅”)成立,与国旅系统、中旅系统共同搭建起了内地旅行社业的主干框架。在此前后,春秋、康辉、友谊、天马、邮电、铁路等行业性和地区性旅行社如雨后春笋般迅速涌现。旅游业逐步转变为以经营服务为主的经济性产业,导游工作也从外事接待进入到以经济性接待为主的阶段。在游客与旅行社数量迅速增长的同时,原有的新中国第一批导游员数量严重不足。于是,各地导游员队伍迅速扩充,一度达到数十万人之多。但是,与数量上升形成鲜明反差的是,第二代导游员的整体平均素质有所下滑,许多人的学识和工



作能力不如前辈,个别道德败坏的导游员甚至做出了一些有损人格、国格的事情,提高导游服务质量成了导游管理的重要目标。

(3) 全面建设时期(1989年3月至今)。为了整顿导游员队伍,提高导游服务水平,适应我国旅游业大发展的新形势,自1989年初开始,我国开始全面建设导游员队伍,并且强调导游服务专业化,在高校开设导游课程,举办导游知识大赛。1989年3月,国家旅游局在全国范围内推行了第一次“全国导游人员资格考试”,以后将之固定下来成为导游员的执业资格考试。同年,《中国旅游报》等单位发起了“春花杯导游大奖赛”,致力于培养导游员队伍中的佼佼者。

此后,国家旅游局和各省、自治区和直辖市旅游行政管理部门对导游员队伍进行了各种规范化的管理,如建立导游员记录、实施导游服务质量投诉、建立导游人员年审制度等。1996年,国家旅游局开始在全国范围内对导游员进行等级(初级、中级、高级、特级)评定工作。从2002年1月1日起,国家旅游局全面推行并实施IC卡导游员计分制管理。目前,导游人员资格考试制度、导游员等级评定制度、导游员年审制度和导游员计分制度等,成为我国导游队伍管理的主要制度。

三、中国导游服务发展趋势

1. 中国旅游活动的发展趋势

(1) 旅游业是朝阳产业。20世纪后半期,随着新技术革命的产生、世界经济的持续发展、国际政治环境的相对缓和、文化艺术的不断繁荣,旅游业迅猛发展,与电讯产业、电子工业并称为当今世界三大“朝阳产业”。1992年,世界旅游组织的一份研究报告表明,旅游业已经成为世界第一大产业。

根据世界旅游组织历年统计的数字,自1950年到1986年,国际旅游的中心地区在欧洲,其次是美洲,尤其是北美。欧美两洲无论是从旅游接待人次,还是旅游接待收入,都占全世界总量的一半以上。20世纪80年代以后,东亚和太平洋地区的旅游业崛起。根据世界旅游组织预测,到2010年,国际旅游人数将达到10亿多人次,国际游客将继续从传统旅游区移向新兴旅游区。从旅游人群的分布和流向来看,未来旅游业发展的重心将在亚太旅游区。

位于亚太旅游区的我国,拥有众多的旅游资源、丰富的历史文化和独特的自然景观,将对国际游客产生其他旅游区难以企及的强大吸引力。加之,经过30年改革开放的发展,旅游业已经具备了相当的产业规模和基础,国际一流旅游大国的奋斗目标完全可能实现。与此同时,随着人民生活水平的提高和带薪假期的增多,我国国内旅游发展形势也十分喜人,越来越多的中国人加入旅游