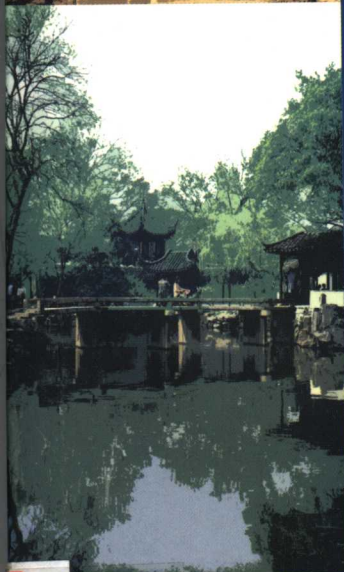
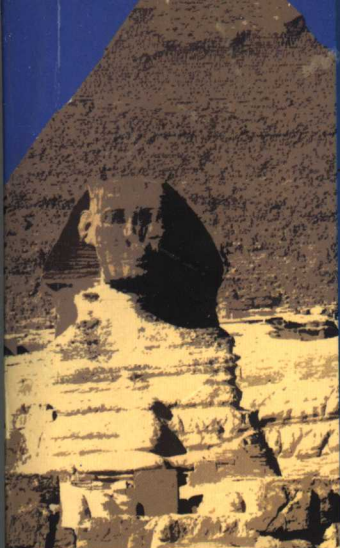




高等学校旅游专业系列教材

导游实务

赵阳 王丽飞 编著

哈尔滨工业大学出版社

高等学校旅游专业系列教材

导游实务

赵 阳 王丽飞 编著

哈尔滨工业大学出版社

《高等学校旅游专业系列教材》

编审委员会

顾问 赵敏 孟宪成 陈德祺 辛玖林

主任 吴晓滨

副主任 段光达 郑昌江 刘跃忠

委员 (按姓氏笔划)

王民 王立军 王庆华 申影

刘淑平 祁颖 汪洋 吴琼

张瑞平 宗占林 韩宗禹 董铁军

赖胜才

内容提要

本书主要论述了导游服务方面的主要内容,共四编十章,主要包括:导游服务基本原理、导游员素质要求、导游员行为规范、导游服务程序、导游服务技巧及导游服务必备常识等内容。

本书除可作为高等学校旅游专业的教学用书外,还可作为高等教育自学考试相关专业的教材及旅游企事业单位工作人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

导游实务/赵阳等编著. —哈尔滨:哈尔滨工业大学出版社,2005.10

(高等学校旅游专业系列教材)

ISBN 7-5603-2210-7

I. 导… II. 赵… III. 导游-高等学校-教材

IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 100642 号

出版发行 哈尔滨工业大学出版社

社址 哈尔滨市南岗区复华四道街 10 号 邮编 150006

传真 0451-86414749

网址 <http://hitpress.hit.edu.cn>

印刷 哈尔滨市工大节能印刷厂

开本 787×960 1/16 印张 16.75 字数 300 千字

版次 2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

书号 ISBN 7-5603-2210-7/F·312

印数 1~3 000

定价 22.00 元

(如因印装质量问题影响阅读,我社负责调换)

总 序

随着我国经济体制改革的不断深入,旅游业一跃成为我国的朝阳产业、支柱产业。旅游业的蓬勃发展,促进了旅游教育的繁荣。截至 2002 年底,全国共有旅游类高等院校(包括设有旅游系或旅游专业的院校)407 所,比上年增长 30.99%,在校生 157 409 人,增长 54%。即使这样,仍然不能满足旅游业发展的需要。

旅游业是综合性很强的产业,同时也是一种文化性产业。尤其是我国人世以来,旅游业对从业人员的素质要求越来越高,已由满足上岗要求转变为适应行业发展的需求,由单纯的岗位技能掌握拓展为综合应用能力的具备。因而,旅游业对高等院校旅游专业的培养目标提出了全新的要求,其教材建设就显得十分重要。

本套教材是遵循系统阐述基础理论、基本知识,并紧密结合生产、经营和管理实际的原则,组织黑龙江大学、哈尔滨商业大学、哈尔滨师范大学、黑龙江工程学院等十几所院校教师编写的。本套教材包括《旅游学概论》、《酒店管理》、《旅游服务教程》等 16 种书。

本套教材具备四大突出的特点:

第一,结合旅游专业的培养目标和教学特点,采用集群模块课程的教学方法,突出“宽基础、活模块”方式,使全套书内容既有系统性,又有相对的独立性,以适应各院校独自办学的特点。

第二,吸纳了当前旅游业先进的管理思想和经营理念,保证了本套教材的先进性与经营管理相结合的实践性。

第三,采用了国际上比较流行的教材结构,每一章都有必要的说明和提示,并将课外的相关知识、案例穿插在其中,以指导学生自学、明确目的,调动学生学习的积极性和主动性。

第四,本套教材不仅适用于高等学校旅游专业,其中大部分教材也适用于酒店管理专业。另外,也可以作为高等教育自学考试相关专业的教材和业内人士的自修参考书。

经过全体参编人员的共同努力,这套教材现已陆续出版,我们欢迎广大专家学者和教师批评指正。

在本套教材的编写过程中,得到了黑龙江省教育厅高教处的大力支持和明确指导,以及相关院校领导、专家学者和教师的帮助,在此,一并表示衷心的感谢!

编审委员会

2004年2月

前言

旅游业包含了一系列的活动和服务,是为旅游者提供交通、住宿、餐饮、娱乐和其他相关活动的产业。

随着旅游活动由早期的所谓社会“精英”阶层的专属行为,转而成为大众的一种常态生活方式,旅游业也在高新技术革新、世界经济持续发展、国际环境相对缓和等因素的催化下向前飞速发展。据统计,旅游业已经跃升为世界上经济产出最大的行业,并伴随着 21 世纪全球经济一体化的浪潮,以令人惊叹的加速度继续向前发展着。

随着改革开放的步伐,中国旅游业经过 20 多年的发展,产业规模不断壮大,成为国民经济的一个新的增长点,被誉为最具发展潜力的“朝阳产业”。据世界旅游组织预测,到 2020 年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

导游服务是旅游业中最具代表性的业务。在我国旅游业高度发展的同时,我国导游队伍自身素质的提高却相对滞后。目前,我国拥有十余万导游人员,其组成十分复杂,知识水平参差不齐。其中,相当一部分的导游人员没有接受过导游工作的理论教育和业务培训,甚至连一些导游管理人员也同样缺乏这方面的专业知识。“事业兴旺,人才为本。”众所周知,导游人员素质的高低直接影响对旅游者的服务质量,关系着一个地区、一个国家的旅游形象。因此,建设一支数量充足、结构合理、思想业务素质高的导游队伍已经迫在眉睫,为了实现这一宏伟目标,改革旅游教育机制,加强旅游从业人员业务能力培训,提高旅游从业人员素质,使其掌握系统的旅游专业知识,已经成为亟待解决的问题。

作者在多年的导游工作实践和旅游教学的基础上,编写本教材。对导游服务与导游员的基本概念和相关理论进行全面阐述,对导游服务程序和操作技能进行系统介绍,并补充常用导游基础知识内容,力求突出新时期导游员知识化、专业化、风格化、艺术化的特点。

本书共四编十章。第一编理论篇,共两章,主要阐述导游服务的基本概念,导游服务的历史沿革和发展趋势,导游工作的特点和性质,导游员的概念与分类、素质要求、职业道德与基本职责以及导游服务质量和导游员管理等有关内容。第二编实训篇,共四章,主要介绍导游服务规范化操作程

序,包括地陪导游员、全陪导游员、海外领队导游员的团队服务操作程序和散客服务程序,以及导游员对旅游者个别问题的处理方法和对各种突发事件的预防及处理措施。第三编技能篇,共两章,主要论述导游员的组织技能、语言技巧,包括团队协作方法、心理分析方法、个性化服务以及交际语言和导游语言技巧等内容。第四编常识篇,共两章,概括介绍导游服务必备常识和导游讲解所涉及的基础知识。

针对“导游实务”课程实践性较强的特点,本书在理论内容的阐述中辅以丰富、翔实的案例和补充阅读资料,体系科学,结构严谨,内容丰富,融知识性、系统性和实用性于一体,既可以作为高等学校旅游专业所开设的专业课程教材,也可以作为旅游企业从业人员学习用书和导游员培训教材。

本书在编写过程中,得到了哈尔滨商业大学旅游烹饪学院郑昌江书记的指导和帮助,在此深表谢意。

本书在写作过程中,参考了部分行业内相关研究成果,并已在参考文献中列出,在此向这些作者表示衷心的感谢,此外,特别向那些因疏忽或难以寻找出处而未作标示的作者谨致歉意和谢意。

鉴于作者的水平有限和时间紧迫,本书难免存在不足之处,敬请各位读者不吝赐教,以便在今后的理论教学与导游实践中加以充实和完善。

本书从《中国旅游报》摘编部分资料,有不妥之处请作者指正,有关版权问题请与我们联系。

作 者
2005年7月

目 录

第一编 理论篇	1
第一章 导游服务	1
学习内容	1
1.1 导游服务的产生与发展	1
1.2 导游服务的性质与特点	4
1.3 导游服务的基本原则	12
1.4 导游服务质量	14
本章小结	17
基本概念	17
复习思考题	17
补充资料	17
第二章 导游员	20
学习内容	20
2.1 导游员的概念与分类	20
2.2 导游员的素质要求	22
2.3 导游员的职业道德和职责	29
2.4 导游员的管理	33
本章小结	40
基本概念	40
复习思考题	40
补充资料	40
第二编 实训篇	44
第三章 团队接待服务	44
学习内容	44
3.1 旅游团队导游服务集体	44
3.2 地陪导游工作程序与服务标准	46
3.3 全陪导游工作程序与服务标准	62
3.4 海外领队工作程序与服务标准	69
本章小结	75

基本概念	75
复习思考题	75
补充资料	76
第四章 散客接待服务	79
学习内容与目标	79
4.1 散客旅游与散客导游服务概述	79
4.2 散客导游服务程序	83
本章小结	88
基本概念	88
复习思考题	88
补充资料	88
第五章 旅游者个别要求的处理	91
学习内容与目标	91
5.1 旅游者个别要求的处理原则	91
5.2 要求变更计划或活动日程的处理	93
5.3 餐饮、住房、娱乐、购物方面的个别要求的处理	95
5.4 旅游者要求自由活动的处理	100
5.5 旅游者其他个别要求的处理	101
5.6 旅游者越轨言行的处理	104
本章小结	107
基本概念	107
复习思考题	107
补充资料	107
第六章 常见问题和事故的预防与处理	109
学习内容与目标	109
6.1 漏接、错接、空接的预防与处理	109
6.2 误机(车、船)事故的预防与处理	112
6.3 旅游者丢失物品的预防与处理	115
6.4 旅游者走失的预防与处理	119
6.5 旅游者患病、死亡的预防与处理	122
6.6 旅游安全事故的预防与处理	126
本章小结	131
基本概念	131
复习思考题	131
补充资料	131

第三编 技能篇	133
第七章 导游员的带团技巧	133
学习内容与目标	133
7.1 旅游团队组织技巧	133
7.2 心理服务技巧	137
7.3 个性化服务技巧	143
7.4 导游促销技巧	147
本章小结	149
基本概念	149
复习思考题	150
补充资料	150
第八章 导游员的讲解技能	151
学习内容与目标	151
8.1 导游语言的表现形式	151
8.2 导游语言的讲解技巧	156
8.3 导游讲解中的审美艺术	166
本章小结	179
基本概念	179
复习思考题	179
补充资料	179
第四编 常识篇	180
第九章 导游服务必备常识	180
学习内容与目标	180
9.1 旅行社业务知识	180
9.2 人、出境知识	185
9.3 交通、邮电知识	189
9.4 货币、保险知识	195
9.5 卫生常识及其他知识	197
本章小结	199
基本概念	199
复习思考题	199
第十章 导游讲解基础知识	200
学习内容与目标	200
10.1 自然旅游资源基础知识	200
10.2 我国部分少数民族民俗知识	206

10.3 宗教文化旅游资源及景点知识	212
10.4 部分风物特产知识	219
本章小结	226
基本概念	226
复习思考题	226
附录一 导游人员管理条例	227
附录二 旅行社管理条例	230
附录三 旅行社质量保证金赔偿试行标准	237
附录四 旅行社质量保证金赔偿暂行办法	239
附录五 导游服务质量	242
附录六 导游证管理办法	251
附录七 出境旅游领队人员管理办法	254
参考文献	256

(1985)认为:德育是“教育者按照一定社会或阶级的要求,有目的、有计划、有组织地对受教育者施加系统的影响,把一定的社会思想和道德转化为个体的思想意识和道德品质的教育”。胡守棻主编的《德育原理》(1989)中认为,德育是将一定社会或阶级的思想观点、政治准则、道德规范转化为个体思想品德的教育活动。孙喜亭在《教育原理》中认为,德育是教育者按照一定社会的要求,通过特定的教育活动,把特定的社会的思想和道德规范内化为受教育者的思想意识和道德品质的过程。总的来说,我国德育理论工作者对“德育”这一概念的理解,主要存在五种观点:(1)一要素说。认为“德育”就是道德教育或者说“德育是道德教育的简称”。(2)二要素说。认为德育就是思想政治教育的同义语。^①这两种观点对德育的界定都存在一定的片面性,第一种观点似乎与西方道德教育有相像之处,但没有将我国社会主义德育的根本要求包括在内,其内涵有点过窄;第二种观点则偏重于突出政治,并与思想政治教育的内涵混淆,忽视道德教育的重要性。(3)三要素说。针对以上两种观点的片面性,有人提出了三要素说,认为“德育”就是思想政治教育和道德品质教育,或者说是“政治教育、思想教育、道德教育”^②。其中,政治教育解决的是立场、方向、道路问题,思想教育解决的是世界观、人生观、价值观问题,道德教育则是解决各种社会关系、人际关系的基本道德观念问题。《现代汉语词典》对德育的解释即是政治思想和道德品质的教育。(4)四要素说。有的学者根据邓小平同志“四有”新人的要求,认为在政治教育、思想教育、道德教育

① 王逢贤著:《德育原理纲要》,东北师大出版社1983年版,第1页。

② 詹万生著:《整体构建德育体系》(引论),教育科学出版社2001年版,第21页。

第一编 理论篇

第一章 导游服务

学习内容与目标:

- 1.1 导游服务的产生与发展
- 1.2 导游服务的性质与特点
- 1.3 导游服务的基本原则
- 1.4 导游服务质量

通过本章学习,掌握导游服务的基础知识,了解导游服务产生与发展的主要过程,掌握导游服务的性质、特点,应遵循的基本原则及提高导游服务质量的基本方法。

1

1.1 导游服务的产生与发展

1.1.1 旅游活动与导游服务

1. 旅游活动的产生与发展

旅游活动自古有之。不过古代旅游仅仅是重“旅”轻“游”的“旅行”活动,以帝王巡游、商贾贸易、宗教传播和狩猎活动等为主要目的。这些活动虽然没有形成社会性规模,其游程和活动项目也十分有限,但已经与当今的旅游活动有了共同之处,即都表现为旅游者离开惯常居住环境到较远的地域进行以人际交往为特点的旅游行为。

18 世纪 60 年代以后,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和社会财富的急剧增加,有产阶级的规模日趋扩大,并逐渐具备了外出旅游的经济条件。科学技术的进步,特别是交通运输业的大力发展,促进了更大规模的人员流动。工业革命加速了城市化进程,也改变了人们的工作性质,回归自然、逃避紧张而枯燥的工作环境的愿望日益强烈。这一切都使旅游活动产生了本质的变化,其突出标志就是近代旅游业的诞生。

第二次世界大战以后,特别是 20 世纪 60 年代以来,社会化大众旅游活

动在全世界范围内迅速升温,由此进入现代旅游时期(或称大众化旅游时期)。这一时期旅游的最显著特点莫过于其已经成为大众化的社会活动,即旅游活动的参与者涉及世界各地的各个社会阶层,而且人数越来越多,结伴而行的旅游团队占较大份额,旅游者的出游频率也逐渐提高。同时,旅游消费水平提高,旅游活动地域分布广泛且集中,并由此造成旅游市场的激烈竞争。

纵观中国历史,帝王巡游是历史上大规模、有组织的旅游活动;文人墨客的漫游往往影响深远,他们在游历中写下的诗、词、歌、赋以及游记,成为今天绝好的旅游指南和导游辞;商人的经商活动、信徒的朝圣之旅、学土的修学之行,以及探亲访友等旅行、旅游活动绵延不绝。孔子、司马迁、李白、杜甫、李时珍、徐霞客遍游祖国名山大川,留下了宝贵的诗篇、文献;张骞三次出使西域、玄奘前往印度取经、鉴真东渡日本、郑和七下西洋,为发展东西方文化交流作出了杰出的贡献。他们在国际旅游史上都占有重要地位。历史上有许多国际旅游者先后来到中国,成为我国“入境”旅游者的先导。意大利著名旅行家马可·波罗走过世界很多地方,在中国居住 20 余年,写下了著名的《马可·波罗游记》。

2. 导游服务的由来与发展

(1) 古代的向导

早期的旅游活动中,在当时的条件下只能称之为“向导”的“导游”,包括帝王巡幸时的陪臣和侍从,外国人游历时的“译官”,文人学士漫游时接触到的熟悉当地情况的僧侣、马夫、店小二等。这些“向导”不仅能够引路,还可以尽其所能介绍景点情况和当地的民俗风情,宋玉、纪晓岚等文学侍从就是今天文化型导游员的雏形。但由于古代经济、社会条件等的制约,古代的旅行远非现代意义上的旅游,当时的“向导”并不具备商业性质,不是职业,更没有专业要求。但它毕竟证明了旅行、旅游活动对导游服务的需求,并且在旅行、旅游活动中发挥了特殊的作用。

(2) 商业性导游服务的产生

1841 年 7 月 5 日,英国人托马斯·库克包租了一列货车,运送 570 人由英格兰德莱斯特前往拉夫巴勒参加一次禁酒大会,往返票价为 1 先令。这是世界上公认的第一次商业性旅游活动,它标志着近代旅游活动的开始。在这次旅游活动中,托马斯·库克本人始终陪伴着旅游者,并为他们安排各项活动、交通及用餐,已经具备了现代导游服务的各项主要特征,因此也被认为是第一次正式的具有现代意义的商业性、职业化导游服务。托马斯·库克“尽量使客人方便、舒适,尽量替客人省钱”的旅游思想,正是现代旅游业中“宾客至上”原则的体现。

商业性、职业化导游服务是在宏观的社会历史背景下产生的偶然现象,同时也是旅游活动自身发展的必然结果。

①旅游者需要导游服务。导游服务可以提高旅游生活质量。旅游不同于日常的简单休息,它是人类特有的一种高级消闲、休息形式,是在旅游动机的主导下进行的有目的享受性、休闲性、娱乐性、提高性的活动,其基本特征之一就是异地性。旅游者通常要离开他们惯常的生活环境,前往一个陌生的或不太熟悉的地方。面对陌生的环境,旅游者需要在生活上建立起一套适应新环境的生活方式;在心理上摆脱自我保护感的束缚;在旅游目的上力求短时间内掌握尽可能多的知识和信息。有了导游员提供的导游服务,并且这种服务又是根据旅游者的愿望和实际,科学合理地安排和进行的,旅游者就能获得事半功倍的旅游效果。即使那些凭借丰富的旅游经验而不需要导游服务的旅游者,也往往离不开物化的导游服务(即旅游指南和各种旅游地的标示)。

②旅游经营者需要导游服务。导游服务随着旅游业的诞生而逐渐形成,并随着旅游业的发展而不断壮大。导游服务的出现,使人们在旅游过程中可以获得更多的享受和欢乐,为旅游活动增添了无法替代的魅力因素,导游服务质量的提高大大促进了旅游业的发展。导游员已经成为旅游接待第一线的关键人员,导游工作已经成为旅游服务的代表性工种,旅游业的生存和发展已经离不开导游员的导游服务。

3. 我国导游服务工作的现状与发展趋势

我国近代旅游业起步较晚。1923年8月,上海商业储备银行总经理陈光甫先生在银行下设旅行部,开创了中国人自己组织旅游活动的先河。旅行部雇用的导游员成为我国最早的商业性导游员。该部于1927年独立,组建“中国旅行社”(现为香港中国旅行社股份有限公司),经营业务范围不断扩大,除原有服务项目外,还提供导游翻译服务。

随着新中国旅游业的诞生和发展,导游接待队伍逐渐形成。导游服务也经历了从官方接待时期的政治任务到旅游大发展时期的经济活动的过渡。自1992年国家旅游局实行导游资格考试制度以来,我国已经迈入了全面建设导游队伍、规范导游服务的时期。1994至1995年对导游员进行初、中、高、特的分级评定,使广大导游人员有了自己的职业等级评定标准,也使导游服务进入了社会化、专业化和职业化的历史新阶段。截至2002年底,我国获得导游资格证书的导游员已经达到19万余人,基本形成了一支专、兼职的专业导游服务队伍。

21世纪是一个充满机遇与挑战的世纪,我们将面临一个经济全球化、网络普及化、交通现代化、需求个性化的新环境。旅游业也会因此发生新的

变化,对导游服务也会提出更高的要求。随着旅游需求多样化、旅游活动立体化、旅游方式个性化、旅游者成熟化、旅游服务优质化、旅游业竞争全面化的发展趋势,导游工作必将走向一个新的台阶,创造出一个新的境界,即导游知识化(Knowledgeable)、科技化(Technological)、专业化(Specialized)、个性化(Individualized)、艺术化(Artistic)。

我国加入世界贸易组织(WTO),意味着我国旅游业同其他所有的服务贸易签署国站在同一条起跑线上,与国际标准接轨。我国的导游人员面临着适应更广阔市场的机遇和挑战,服务水平高的导游员会有更大的发展空间,反之,服务水平低的导游员将被淘汰出局。

1.2 导游服务的性质与特点

1.2.1 导游服务的性质

由于社会制度、意识形态和文化背景的差异,不同的国家和地区对导游服务性质的认识也不相同,但基本上都承认导游服务具有经济性、社会性、服务性、文化性和涉外性等基本属性。

1. 经济性

导游服务是由导游人员通过向旅游者提供服务而创造特殊使用价值的劳动。这种服务包括协调、组织、迎送、翻译、讲解、生活照料等多种形式,这些服务通过交换而具有交换价值,在市场上表现为价格。这就是导游工作的经济属性。目前,越来越多的国家和地区更注重导游服务的经济属性的表现,把旅游业看做是国民经济的重要组成部分,是具有独立特色的经济部门,是服务业的典型代表。

导游服务的经济性主要表现在以下几个方面:

(1) 回笼货币,直接创收

导游人员为旅游者提供导游讲解、语言翻译、旅行生活服务,以及各种委托代办服务,向旅游者收取服务费和手续费。同时,导游接待业务是旅行社的主体业务之一,其业务收入是旅行社整体经济收入的重要组成部分。发展入境旅游接待业务,可增加旅游目的地国家或地区的非贸易外汇收入,可用于补偿外贸逆差,从而有助于平衡国家或地区的国际收支。发展国内旅游,是扩大服务性消费品的一个重要途径,国家可以通过它为经济建设回笼货币,从而消除通货膨胀。

(2) 扩大客源,间接创收

客源是旅行社乃至整个旅游业生存、发展的基础,为了旅游业的持续发展,世界各国不惜投入大量的人力、物力、财力,在国内外进行大规模的广告

宣传和促销活动以招徕顾客。虽然这种方法可以有效地促进旅游者对旅游企业的认知,吸引旅游者,但如果希望旅游者成为旅游企业的忠实顾客,仅凭广告宣传是远远不够的,更有效的途径是旅游者的切身感受和他们的“口头宣传”,即旅游者在旅行游览过程中,切身感受到了导游人员提供的优质服务,回去后向亲朋好友讲述自己的旅游经历和体验,这比任何广告都更可靠,更令人信服。因此,优质的导游服务在扩大客源、招徕回头客、间接创收方面起着重要作用。

(3) 促销商品,发展经济

在旅游的食、住、行、游、购、娱六大要素中,购物是非常重要的一环。旅游商品、纪念品的开发和生产是发展旅游业的重要组成部分。各个国家和地区都把旅游商品促销看做是争夺客源和市场的魅力因素,并把它作为增加旅游经济收入的重要手段。导游人员在旅游购物促销中的良好表现可以提升旅游促销效果,促进地方经济发展。

(4) 提供信息,促进交流

导游人员在导游讲解的过程中,除了为旅游者翻译、讲解、传播旅游知识外,还应该有意地向旅游者传播地方经济建设的有关信息,了解旅游者的投资意向,积极为之牵线搭桥,促进中外及地区间的科技、经济交流,为我国及地方经济建设多作贡献。

2. 社会性

旅游业是国民经济的重要组成部分,导游工作作为旅游业中的一个工种,从根本上来说也是一种社会性的服务工作。导游人员的工作对象是旅游者,通过协调、组织、迎送、翻译、讲解、代理等形式为旅游者提供服务,目的在于引导、便利旅游者,满足旅游者的相应旅游要求,实现旅游企业的经济目标,获取相应的个人经济收入,体现个人的人生价值和社会价值。

导游活动是一项社会工作,能够容纳一定数量的社会就业。对大多数导游人员来说,它是一种谋生手段。而且,在旅游接待过程中,导游人员处于工作的中心位置,他们接待各方旅游者,推动旅游这一世界上规模最大的社会活动。在这一过程中,导游人员必须扮演多种角色,理顺上下、内外、左右各方面的关系,解决导游服务过程中的各种问题。导游员的多重身份主要表现在:

① 导游人员既是旅游团队的指导者,也是旅游者的服务员。并不是每一位旅游者都具备丰富的旅游知识,尤其是对于国际旅游者来说,远渡重洋,对异国他乡存在着天然的陌生感,旅游手续、语言、生活习惯等方面存在着较多障碍,对导游人员存在着较大依赖。也有个别旅游者素质较差、心术不正,其旅游行为需要积极的规范甚至防范。这些都要落实到导游人员的