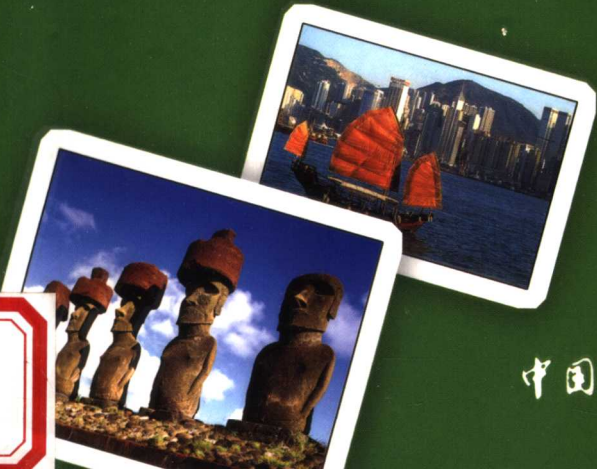




21世纪职业院校
旅游系列规划教材

导游业务

魏芬◎主编



中国物资出版社

21 世纪职业院校旅游系列规划教材

导游业务

魏 芬 主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导游业务/魏芬主编. —北京: 中国物资出版社,

2007. 7

(21 世纪职业院校旅游系列规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 2686 - 5

I. 导… II. 魏… III. 导游—高等学校: 技
术学校—教材 IV. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 086407 号

责任编辑 王 莉

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.ciph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本: 850mm × 1168mm 1/32 印张: 9.75 字数: 262 千字

2007 年 7 月第 1 版 2007 年 7 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2686 - 5/F · 1105

印数: 0001—3000 册

定价: 18.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



编写说明

当前旅游业作为国民经济的重要产业之一，发展迅猛，已经成为国民经济新的增长点，它引领着先进社会生产力的发展要求，又代表着先进文化前进的方向。为了适应旅游人才发展的需要，近年来许多中高等院校纷纷开办了旅游专业，由此全国职业教育商贸专业委员会委托中国商经学会商贸学校教育研究会编写了此套旅游系列教材。

本系列教材借鉴和吸收了国内外旅游基础理论和实践的最新前沿成果，根据职业院校教学计划的要求，重点放在学科体系、内容体系、结构体系的创新上，既有简明易懂的理论知识，又侧重了强化知识应用和可操作性，因此，具有一定的科学性、新颖性、实用性和示范性。

本书分为八章内容：第一章阐述了导游工作的由来、发展、性质、特点、地位和作用等内容；第二章阐明了导游人员的概念、职责和素质等内容；第三章介绍了导游服务规程和要求；第四章介绍了导游服务的带团艺术和语言艺术以及心理学和审美知识在带团中的运用；第五章概括了导游服务的质量标准；第六章和第七章主要介绍了在旅游过程中游客的个别要求和突发事件的处理；第八章阐述了导游人员要掌握的相关知识。

本书由安徽工商职业学院魏芬任主编，由山东城市服务技术学院和广西商业高级技工学校的杨华和黄文胜任副主编。参加此



书编写的有：广西商业高级技工学校黄文胜（第一章和第二章），安徽工商职业学院魏芬（第三章），安徽工业经济技术学院何敏（第四章和第五章），山东城市服务技术学院杨华和陈汶（第六章），安徽工商职业学院王锡涛（第七章和第八章）。本书最后由魏芬统稿定稿。

本书在编写过程中，参阅了大量的专著和书籍，在此，对被参考和借鉴书刊资料的作者深表谢意。由于编写水平有限，疏漏之处在所难免，恳请读者不吝赐教，以便进一步修订完善。

2007 年 4 月



目 录

第一章 导游工作	1
第一节 导游服务的由来与发展	1
第二节 导游服务的性质与特点	7
第三节 导游服务的地位和作用	11
第四节 导游服务的原则	13
第五节 导游工作的类型和范围	15
第二章 导游员	22
第一节 导游员的定义与分类	22
第二节 导游员的职责	26
第三节 导游员的素质	29
第四节 导游员的职业形象	36
第五节 导游员的培训、考核和管理	41
第三章 导游服务规程	46
第一节 地陪服务规程	47
第二节 全程导游工作程序	71
第三节 海外领队工作程序	77
第四节 景区(点)导游服务规程	82

第五节 散客导游服务规程	85
--------------	----

第四章 导游服务艺术 97

第一节 导游服务中的带团艺术	97
第二节 导游服务中的语言艺术	108
第三节 导游服务心理学艺术的运用	126
第四节 导游服务中审美艺术的运用	134
第五节 常用导游技法介绍	141

第五章 导游服务质量 151

第一节 导游服务质量概述	151
第二节 导游工作中常见的质量问题	157
第三节 导游服务质量的管理	166

第六章 突发事件的预防与处理 179

第一节 旅游突发事件概述	179
第二节 旅游计划变更问题的处理	181
第三节 错接、漏接、空接和误机（车、船）事故的 预防和处理	184
第四节 游客证件、财物和行李丢失问题的预防与处理	189
第五节 游客走失事故的预防与处理	194
第六节 游客患病、受伤或死亡问题的处理	196
第七节 游客越轨言行的处理	199
第八节 旅游安全事故的预防与处理	201

第七章 游客个别要求的处理 208

第一节 游客个别要求的处理原则	208
-----------------	-----



第二节	游客在餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	210
第三节	游客要求自由活动和转递物品的处理	218
第四节	要求探视亲友或要求亲友随团活动的处理	220
第五节	要求中途退团或延长旅游期限的处理	221

第八章 导游服务相关知识 226

第一节	出入境知识	226
第二节	旅游交通、邮电知识	239
第三节	货币、保险知识	247
第四节	卫生救护常识及其他	254

附录 270

中华人民共和国导游人员管理条例	270
导游人员管理实施办法	274
国内旅游组团合同范本	280
旅游安全管理暂行办法实施细则	287
重大旅游安全事故报告制度试行办法	292
中华人民共和国国家标准导游服务质量	294

参考文献 304



第一章

导游工作

学习目标

- 了解导游工作的产生及发展趋势
- 掌握导游工作的性质与特点
- 理解导游工作的地位和作用
- 掌握导游工作的原则
- 熟悉导游工作的类型和范围

第一节 导游服务的由来与发展

一、导游服务的产生

导游工作是旅游服务工作的一个组成部分，它在旅游活动的发展过程中产生，并随着旅游活动的发展而发展。

(一) 世界导游服务的产生与发展

1. 古代旅游活动

人类的旅游活动由来已久。古代帝王的巡游、士人学者的修学游，就是现代旅游活动的雏形。随着旅游活动的发展，出现了为游客服务的“向导”。他们往往是僧侣、樵夫、马夫、店小二

等熟悉当地情况的人，通过为士人、学子引路，介绍当地景点和风俗民情，挣些零花钱贴补家用。他们所提供的服务已经与现代导游人员的工作相近，不过，由于古代旅游活动的规模太小，在1846年以前世界各国都没有形成专业的导游队伍。

2. 商业性导游服务的出现和发展

经济的发展、现代交通工具的诞生为近代旅游活动的出现和发展提供了条件。英国人托马斯·库克在1841年包租了一列火车，运送570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加一次禁酒大会。这次旅游的行程为35英里，往返票价一先令，事前还贴出海报招徕游客。这是世界上第一次商业性旅游活动，标志着近代旅游活动的开始。1845年，托马斯·库克在英格兰创办了世界上第一家商业性旅行社，“为一切旅游公众服务”是他的服务宗旨。近代旅游业从此诞生。1846年，旅行社组织350人，由托马斯·库克亲自带队，乘火车和轮船到苏格兰旅游，旅行社为每位成员发了一份活动日程表并为旅游团配置了向导，这是世界上第一次有商业性导游人员陪同的旅游活动。1855年，托马斯·库克采用团体包价形式组织了前往法国巴黎的旅游活动，于是国际旅游活动出现了。后来托马斯·库克本人又亲自带团进行了成功的环球旅游。随着国际旅游业务的发展，国际导游员（领队）应运而生。到1846年，经托马斯·库克组织的旅游人次已累计超过百万。托马斯·库克不仅开创了近代旅游业的先河，而且提供了众多成功的模式，欧洲、北美诸国和日本纷纷效仿，先后组建旅行社或类似的旅游组织，招募导游员，带团在国内外参观游览。这样，世界上逐渐有了导游队伍。

3. 大众时期的导游服务

第二次世界大战结束以后，世界各地的社会化大众旅游活动迅速普及。在这种大众旅游模式中，导游人员所提供的导游服务作为旅游各项服务中最为重要的内容，起着非常关键的作用。导



游人员通过为游客提供生动的讲解服务、周到的旅行生活服务，使游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需求得到满足，导游人员也能获取应得的报酬。因此，随着大众旅游活动的发展，导游作为一种新兴的职业，其人数不断增加，队伍迅速扩大，现在已发展成一支拥有几十万人的遍及全球的专业化导游队伍。

（二）中国导游发展史

1. 起步阶段（1923—1949 年）

中国的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创设了旅游部。1927 年 7 月，旅游部独立，组建“中国旅行社”（香港中国旅行社的前身）。从此，中国人开始组织自己的旅游活动，同时也出现了第一批中国导游员。

2. 开拓阶段（1949—1978 年）

1949 年 12 月，新中国在厦门成立了第一家以组织旅游活动为主的“华侨服务社”，1974 年发展成中国旅行社·China Travel Service（简称中旅·CTS）。1954 年，中国国际旅行社·China International Travel Service（简称国旅·CITS）在北京成立。在此期间，我国的导游队伍逐渐形成，规模有二三百人，有十几种语言。

3. 发展阶段（1978—1989 年）

中国共产党十一届三中全会后，我国实行对外开放政策，吸引了大批海外游客涌入我国，国内旅游也随之蓬勃发展。1980 年，中国青年旅行社·China Youth Travel Service（简称青旅·CYTS）成立。到 1988 年年底，全国形成了以中旅、国旅、青旅为主干框架的近 1600 家旅行社体系，全国导游人员迅速扩大到 2.5 万多人。

4. 全面建设导游队伍阶段（1989 年至今）

1989 年 3 月，国家旅游局在全国范围内进行了一次规模空



前的导游资格考试,从此,每年举行一次全国性的导游资格考试;同年,《中国旅游报》等单位发起了“春花杯导游大奖赛”,以后又举办了多次全国导游大奖赛。标志着我国开始迈入全面建设导游队伍的阶段。

1994年,国家旅游局决定对全国持有导游证的专职及兼职导游员分等定级,并发布了《导游员职业等级标准》(试行),1995年发布了《中华人民共和国国家标准导游服务质量》。1999年5月国务院颁发的《导游人员管理条例》,标志着我国导游队伍的建设迈上了法律进程。

2001年,国家旅游局颁发《导游人员管理实施办法》,决定启用新版导游证,实行导游计分制管理,在全国范围内推行导游电子信息网络化管理。2002年,国家旅游局开展整顿和规范旅游市场秩序活动,全面清理整顿导游队伍,促进了导游工作的规范化和导游队伍的建设。2003年起,开展了“百名导游援藏”行动。

到2004年年底,全国共有各类旅游院校1313所,在校学生为57.86万人。2006年9月,全国拥有导游资格证的人数达47.27万人。经过几十年的发展,我国已形成了一支由职业导游和兼职导游组成的专业导游队伍。但中国的导游队伍要真正引导中国旅游业的发展,还任重而道远。

二、导游服务的含义

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。导游服务的内涵具体来说应包括以下几层含义:

第一,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。

第二,导游人员的主要业务是从事游客的接待。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设在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。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。

第三，导游人员向游客提供的接待服务，对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的标准质量。导游人员在接待过程中，一方面要注意维护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。对于参加旅行社组织的旅游活动的游客而言，导游服务工作是其顺利完成游程的主要依托。

三、导游服务的发展趋势

旅游业持续发展，旅游活动的内涵在不断发生变化，新兴的旅游活动在不断涌现，导游工作也要与时俱进，跟上旅游业发展的形势，满足游客新的需要。导游工作的发展可能会出现四个方面的趋向：

（一）导游内容的高知识化

导游服务是一种高智能、高技能的服务，是传播文化、传递知识、促进世界文化交流的重要途径。随着文化旅游、专业旅游、科研考察旅游的开展，对导游服务提出了更高的知识要求。

要适应这一趋向，导游人员必须不断吸收新知识和新信息。导游掌握的知识不仅要有广度，还要有深度，更要具有科学性。导游不仅要成为“杂家”，还要成为某些方面的专家；不仅能同游客讨论一般问题，还能较深入地谈论某些专业问题。



（二）导游手段科技化

现在旅游指南、导游图、旅游宣传册页等辅助性导游手段已经普及，实地口语导游时，导游员用的扩音器，幻灯片、录音带、电影、录像等都成了导游手段。这些先进的导游手段广泛应用在游览前或在游览现场，有利于引导游客参观游览，不仅让他们看到（听到）了旅游景观的现状，还让他们进一步了解其历史沿革和相关知识，起到深化实地导游讲解和以点带面的作用，现已成为导游工作不可或缺的辅助方式。随着科学技术的进步和旅游业的发展，导游手段将越来越科技化。

（三）导游方法的多样化

我国导游界已经总结出了几十种行之有效的导游方法。但随着旅游活动多样化的趋势，导游方法也有新发展。现代人不仅在工作中，还在娱乐活动中追求自我价值的实现。人们参加各种节庆活动，与当地居民一起活动、生活，还在旅游目的地学习语言、各种手艺和技能，甚至参加冒险活动等。

参与性旅游活动的发展，对导游人员提出了更高的要求。未来的导游人员不仅是位能说会道、能唱会跳、多才多艺的人，还要能动手，有强壮的体魄、勇敢的精神，与游客一起回归大自然，参与绿色旅游活动，一起参加各种竞赛，甚至去探险。

（四）导游职业的自由化

从世界各国导游发展的历史来看，导游人员作为自由职业者是必然趋势。他们身份自由、行动自由、收入自由，靠为游客提供良好的服务和高尚的职业道德取得社会认同，收入取决于上团机会。服务水平高、个人声誉好的导游人员上团机会就多，收入就高，体现了“优胜劣汰”的原则。目前，我国各地区成立的导游公司或导游中心就是这一趋势的反映。

总之，未来的旅游业要求导游人员要掌握更多的导游技艺，



凭借不断创新来满足游客不断变化着的旅游需求。只有这样，导游人员才能胜任未来的导游服务工作，才有可能将导游工作做得不同凡响。

第二节 导游服务的性质与特点

一、导游服务的性质

导游工作的属性在各国各有不同，但都具有以下共性。

（一）服务性

导游工作本质上是服务性工作，它通过提供导游讲解、旅行生活服务等，满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适旅行的需求，带给游客一种好的感受或体验。因此，导游与游客是“服务”和“被服务”的关系，每一位导游员都要把为游客提供满意的服务作为自己的责任。

（二）经济性

导游工作是一项通过一定的劳务活动创造特殊使用价值的劳动，具有经济属性。导游工作的经济意义主要表现在下述方面：

1. 直接创收

导游员直接为游客服务，为他们提供导游讲解服务、旅行生活服务、语言翻译服务以及各种代办服务，收取服务费和手续费获得经济利益。

2. 促销商品

在世界国际旅游总消费中，用于购物的部分约占 50%。因此，各国、各地对商品和旅游纪念品的开发、生产和促销都非常重视，并将其视做争夺游客的魅力因素和增加旅游收入的重要手段。导游员通过商品推介，获得一定的佣金，更重要的是促进了旅游商品销售，带动了当地旅游商品产业的发展。

3. 节支增收



导游员处于安排活动日程的中心地位，必须具有经济意识，学会合理安排、灵活调整、节约开支。现在很多旅行社实行部门独立核算，甚至单团核算，要求导游员学会算账，在不影响旅游服务质量的前提下，精打细算、增加收入。

导游人员必须树立商品经济观念，把提高导游服务质量与提高经济效益有机结合起来，为国家创收更多的外汇，回笼更多的货币，积累更多的资金。

补充资料

据统计，在世界各国旅游总消费中，用于购物消费的部分高达50%以上，在新加坡、中国香港等国家或地区，销售旅游商品和纪念品的收入比重已超过60%。导游人员对旅游商品的促销起着举足轻重的作用。但导游员要注意的是，不管游客是否购物，前后态度都应一致，购物与否不是判断客人好坏的标准。

（三）文化性

导游服务具有双向的文化传播作用。导游员的导游讲解、与游客的日常交谈，甚至他的一言一行都在影响着游客，都在传递着本国、本地区、本民族的传统文化和现代文明的信息。同时，游客也通过与导游员的交流把本国的文化、民俗介绍给导游员，传递着异国文化的信息。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。

（四）涉外性

世界旅游组织预测指出，到2020年我国将成为世界上最大的旅游目的地和第四大旅游客源国。这意味着我国的旅游部门，将需要更多的导游为海外游客提供导游服务和为本国公民提供出境陪同服务，这两者都具有明显的涉外性。

由于中外文化背景的不同，双方在价值观、思维方式、习惯禁忌等方面有很大差距。因而，在涉外接待中导游人员必须谨慎



言行,避免因一些疏忽或误会产生大的纠纷或问题。涉外无小事,从事涉外服务的导游员一定要严守外事纪律,认真做好工作。

(五) 社会性

导游人员作为导游服务的实际承担者,要接待来自五湖四海的游客,并为他们提供范围广泛的各種服务,因此,导游人员从事的服务工作本身就是一种广泛接触社会的工作,具有很强的社会性。而且随着旅游活动的发展,旅游业成为社会经济中的一个行业,导游队伍便逐渐成为社会诸多职业中的一种,因而导游工作又是一项社会职业,能够容纳一定数量的社会就业。对绝大多数导游来说,它已成为一种谋生手段。

二、导游服务的特点

导游工作是一种高智能、高技能的服务工作,是旅游服务中具有代表性的服务。导游工作的基本特点可归纳为如下四点:

(一) 独立性

导游服务工作独当一面。在整个旅游活动过程中,往往只有导游人员与游客朝夕相处,时刻照顾他们吃、行、游、购、娱等方面的需求,独立地提供各项服务,特别是在回答游客政策性很强的问题或处理突发性事故时,常常要当机立断、独立决策,事后才能向领导和有关方面汇报。

导游的讲解也具有相对的独立性。导游要根据不同游客的不同文化层次,根据游客的不同审美情趣和在旅游现场的情绪以及周围的环境,进行有针对性的导游讲解,以满足他们的精神享受。这是每位导游人员都必须努力完成的任务,其他人无法替代。

(二) 脑力劳动与体力劳动高度结合

导游工作是一项脑力劳动与体力劳动高度结合的服务性工