

中等职业教育国家“十一五”规划教材

旅游服务与饭店管理专业



根据国家教育部中等职业教育教学大纲编写

导游业务

Daoyouyewu

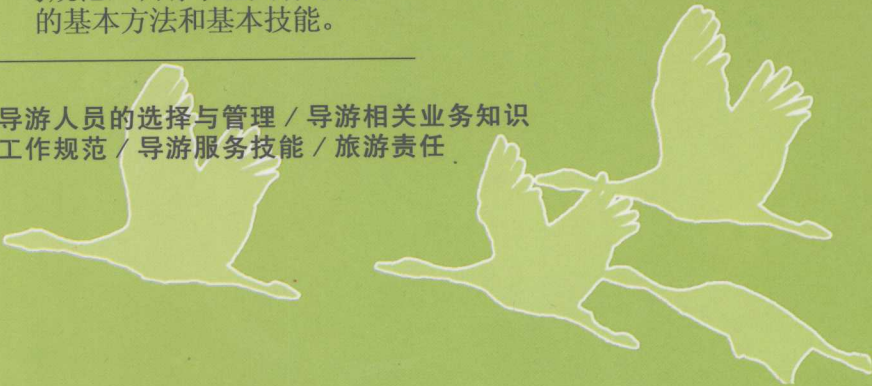
旅游服务与饭店管理教材编委会 编写
主编 / 张雯洁 杨 坤



内容简介

本课程是中等职业学校旅游服务与管理专业的一门主干专业课程。
其主要任务是：使学生掌握导游工作中的相关知识与规范，训练学生具有导游的基本方法和基本技能。

导游服务 / 导游人员的选择与管理 / 导游相关知识
导游工作规范 / 导游服务技能 / 旅游责任



国家“十一五”规划教材



电子科技大学出版社
Dianzikejidaxuechubanshe

中等职业教育国家“十一五”规划教材

旅游服务与饭店管理专业



根据国家教育部中等职业教育教学大纲编写

导游业务

Daoyouyewu

旅游服务与饭店管理教材编委会 编写

主编 / 张雯洁 杨 坤



电子科技大学出版社

Dianzikejidaxuechubanshe

图书在版编目(CIP)数据

导游业务 / 张雯洁, 杨坤主编. —成都: 电子科技大学

出版社, 2007.6

ISBN 978-7-81114-426-0

I. 导... II. ①张... ②杨... III. 导游—专业学校—教材

IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 030667 号

内容简介

本书是为中等职业学校旅游服务与管理专业的学生编写的教材。内容包括导游服务、导游人员的选择与管理、导游相关业务知识、导游工作规范、导游服务技能和旅游责任等。目的是让学生了解当今导游服务现状和发展趋势。熟悉导游服务中必须涉及的相关专业知识。让他们牢固掌握导游工作的规范及导游的基本方法和技能, 导游服务中常见的问题和事故的处理方法。使学生牢固树立社会主义道德风尚、爱国热情和敬业精神成为先进文化的合格的宣传者。

本书内容丰富, 案例生动活泼, 适合作为各中等职业学校、中等专业学校、高等职业学校(三年中专+两年大专)、成人高校以及民办高校的相关专业的通用教材, 也可以作为有关人员的岗位培训教材或作为社会读者的自学读物。

导 游 业 务

主编 张雯洁 杨 坤

出 版: 电子科技大学出版社(成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦 邮编: 610051)

策划编辑: 吴艳玲

责任编辑: 张 鹏

主 页: www.uestcp.com.cn

电子邮件: uestcp@uestcp.com.cn

发 行: 新华书店经销

印 刷: 四川省南方印务有限公司

成品尺寸: 185mm×260mm 印张 12.75 字数 335 千字

版 次: 2007 年 6 月第一版

印 次: 2007 年 6 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-81114-426-0

定 价: 16.80 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 邮购本书请与本社发行部联系。电话: (028) 83202323, 83256027
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。
- ◆ 课件下载在我社主页“下载专区”。

导 言

随着我国国民经济的高速发展,旅游越来越成为人们重要的生活方式。与世界发达国家相比,我国的旅游起步较晚,旅游业在我国还是一个新兴的产业,旅游教育更是近20年来才逐渐发展起来的。

我国是一个文明古国,有悠久的历史,灿烂的文化,秀丽的山川,而且民族众多,旅游资源丰富而独特。改革开放以来,在党和政府发展旅游经济思想的指导下,旅游业得到迅速发展,其在国民经济中的作用不断增强,在世界旅游业中的地位不断提高。20世纪末,我国接待海外旅游者的人数跃居世界第五位,旅游外汇收入居世界第六位,我国已成为亚洲的旅游大国。

我国春节、五一、国庆三大黄金周旅游的冲击波,将我国的国内旅游和出境旅游推向了高潮,旅游业这一新经济增长点的旺盛生命力与其关联带动作用发挥到了极致。

根据国家旅游局的规划,到2010年,来华旅游入境人数将达到7100万人次,旅游外汇收入将增至380~430亿美元;国内旅游人数将达到20~25亿人次,旅游收入可望增至10000~10500亿元人民币。

面对如此巨大的旅游市场前景,在从政策上加速发展我国旅游经济的同时,需要大量的旅游服务与管理人才。调查研究表明,当前,旅游业人才缺口最大的是中、初级旅游行业管理者和劳动者,而中等职业学校的旅游服务与管理专业正是提供这类人才的摇篮。

为贯彻执行《中共中央国务院关于深化教育改革 全面推进素质教育的决定》精神,积极推进《面向21世纪教育振兴行动计划》。我们针对旅游教育的特点出版了符合新型教育理念的“全新教材”。旅游服务与管理专业涉及的课程(教材)极为广泛,根据教育部职业教育与成人教育司编制的“旅游服务与管理专业教学指导方案”,该专业的课程划分为“文化课”、“专业课”和“选修课”三大类。

在经过认真的分析和研究后,我们严格按照国家《中等职业教育旅游服务与管理专业教学大纲》的要求,邀请了一批在旅游教育一线从教经验丰富的教师,精心组织编写了一套极具活力、极为适用的全新教材,首期推出的有:《职业道德与职业指导》、《法律基础知识》、《计算机应用基础》、《旅游概论》、《旅游心理学》、《中国旅游地理》、《旅游政策与法规》、《中国民族民俗》、《导游基础知识》、《菜点酒水知识》、《导游业务》、《旅行社业务》、《旅游市场学》、《前厅服务与管理》、《餐厅与宴会管理》、《客房服务与管理》、《酒店管理概论》、《旅游英语基础》等近二十种规划教材。

本套教材在编撰过程中,得到了旅游部门的大力支持和帮助,业内知名专家审定后认为:“该套教材生动活泼,内容新颖,实践性强,能狠狠地抓住知识基础和技能训练这

个中职教育的根本主题；在同类教材中有出类拔萃之感，很适合于在全国旅游教学中采用……”

纵观本套教材，具有如下的特点和亮点：

一、定位准确。教材是教学中的根本，教材的内容既不能“偏高”，也不能“偏杂”。本套教材能抓住中职教育主要是培养“中、初级专门人才”这个根本，在每种教材的内容取舍、组织构架上都十分恰当，可谓亮点之一。

二、理念全新。旅游业是我国与国际接轨最早的行业，尤其是在当今经济全球化的时代，旅游业的服务规范、管理方法、经营理念，随时都在发生巨大的变化。而且，我国的旅游业，从产业上已由纯粹的“经济功能阶段”发展为以“经济功能为主，多种功能共同发挥的阶段”；从市场的角度来看，“大众化旅游”已经形成。因此，在教材中必须及时反应产业和市场的特点。本套教材能将国际、国内旅游业和市场的最新发展和变化有机地融入其中，可谓亮点之二。

三、重视基础。人文社科与科学技术一样，依然有其特定的知识体系，而在知识体系中，“知识基础”是其最重要的平台。本套教材能紧扣旅游服务和管理专业的特点，清晰地阐述了知识体系中的“重点”、“难点”和“盲点”，使读者在学习中能从容地抓重点、突难点、解盲点，建立起稳固的知识基础，可谓亮点之三。

四、突出实践。当代职业教育在全新教学理念的指导下，教学模式已经多样化，其中，模拟工作实践中真实环境的“情景教学”和以实际工作中的重要、典型、常见例子为主线的“案例教学”被广泛采用，这就要求教材从实践中来，通过“教”与“学”再到实践中去。本套教材从整体上结合得非常完美，可谓亮点之四。

五、强化应用。中等职业教育必须以职业岗位规范和职业能力的需要为依据，最终目的是要求把所学的知识应用到实际岗位上。本套教材无论从体例结构、案例选取、综合技能培训等方面，都始终贯彻了“应用”这个主题，可谓亮点之五。

此外，本套书架构别致，脉络清晰，语言流畅，具有极大的可读性；加之版式新颖、封面、装帧、印刷都极为考究，定价经济实惠。这些闪光的元素构成了巨大的卖点。

可以预测，本套书将成为 2007 年中等职业教育旅游服务与管理专业同类教材中的一朵奇葩。

教材或者图书虽然是特殊的商品，但毕竟是“商品”，任何商品最终都要接受市场的检验，出版者将企盼着千百万读者的回应。

中等职业教育教材编写委员会

目 录

第一章 导游服务	1
第一节 导游服务的产生和发展	2
一、古代的导游形态	2
二、近代导游的出现	3
三、大众旅游时期的导游服务	4
四、我国的导游活动	5
第二节 导游服务在旅游业中的地位和作用	6
一、导游服务在旅游业中的地位	6
二、导游服务在旅游业中的作用	8
第三节 导游服务的性质和特点	9
一、导游人员的工作性质	9
二、导游人员的工作的特点	12
第四节 导游服务的原则	13
习题与练习一	18
第二章 导游人员的选择与管理	19
第一节 导游人员的类型	19
一、导游人员的定义	19
二、导游人员的类型	20
第二节 导游人员的基本职责	22
一、导游人员的工作职责	22
二、导游人员提供导游服务的业务范围不同, 其具体的职责也存在差异	23
第三节 导游人员的资格	24
一、外国对合法导游人员的要求	25
二、我国对合法导游人员的要求	26
第四节 导游人员的管理	31
一、导游管理模式	31
二、导游人员管理内容	34
习题与练习二	36
第三章 导游相关业务知识	37
第一节 旅游活动的旅行常识	37
一、交通知识	37

二、卫生防病知识	41
三、出入境知识	43
第二节 旅行社销售业务知识	45
一、旅行社产品的价格	45
二、旅行社销售渠道的类型	47
三、旅行社的销售活动	48
四、旅行社的售后服务	49
第三节 旅行社的采购业务知识	49
一、旅行社采购应遵循的原则	49
二、旅行社采购的项目	50
第四节 旅行社行李、票务业务知识	54
一、票务业务知识	54
二、行李托运	57
第五节 旅行社财务结算业务知识	58
一、旅行社财务的基本任务	58
二、组团业务的结算	58
三、特殊情况的结算业务	60
四、结算付款方式	61
五、拖欠款的处理	61
习题与练习三	65
第四章 导游工作规范	66
第一节 地陪工作规范	66
一、服务准备	67
二、迎接服务	71
三、入店服务和核定行程	75
四、参观游览服务	77
五、其他服务	81
六、送站服务	84
七、后续工作	86
第二节 全陪工作规范	89
一、准备工作	89
二、首站接团服务	90
三、住进饭店服务	92
四、核对、商定日程	93
五、各站服务	93
六、离站、途中、抵站服务	94
七、后续工作	95
第三节 出境领队工作规范	96

一、准备工作	96
二、全程陪同服务	100
三、后续工作	103
第四节 景区、景点导游工作规范	104
一、服务准备	104
二、导游服务	105
三、送别服务	105
习题与练习四	107
第五章 导游服务技能	108
第一节 导游带团技能	108
一、接待初期	109
二、接待中期	114
三、接待结束阶段	123
第二节 导游语言技能	123
一、导游语言的特点	124
二、导游语言艺术风格	128
三、导游语言运用的原则	130
四、导游语言运用的要求	132
第三节 导游讲解技能	134
一、导游讲解的原则	135
二、导游讲解的技巧	136
习题与练习五	152
第六章 旅游责任	153
第一节 工作事故的处理和预防	153
一、导游服务工作事故处理的一般原则	154
二、导游服务工作事故的处理和预防	156
第二节 旅游安全事故的处理与预防	161
一、旅游安全事故的界定	161
二、旅游安全事故处理的一般原则	161
三、旅游安全事故的处理	162
四、交通事故的处理	164
五、治安事故的处理	165
六、火灾事故的处理	166
七、食物中毒的处理	167
第三节 个人事故的处理和预防	167
一、旅游者丢失证件、钱物、行李的预防与处理	167
二、旅游者走失的处理和预防	171

三、旅游者患病、死亡问题的处理	173
四、旅游者违规、越轨言行的处理	175
第四节 违约责任和赔偿	177
一、旅游业者的违约损害赔偿	177
二、旅游者的违约损害赔偿	178
三、法律对不可抗力的规定	179
第五节 旅游投诉的处理	180
一、旅游投诉的具体范围	180
二、旅游投诉的处理步骤	181
第六节 旅游意外保险	183
一、我国旅游意外保险的概念和性质	183
二、办理旅游意外保险程序	184
习题与练习六	186
第七章 案例汇编	188
一、游客的意见不同的处理	188
二、带团时如何防止客人不守时	188
三、游客的自主选择权受法律保护	188
四、如何控制游客的负面情绪	188
五、老年人旅游团	189
六、儿童旅游团	189
七、妇女旅游团	189
八、年轻人旅游团	190
九、游客出错了	190
十、旅游途中有人试图阻拦旅游车	191
十一、游客与人发生争吵	191
十二、游客与导游人员发生争执	191
十三、游客之间发生矛盾	192
十四、游客与领队发生矛盾	192
十五、地陪、全陪、领队之间发生矛盾	192
十六、与游客之间产生误会和分歧	193
十七、游客出难题	193
十八、游客提出的问题回答不出	194
十九、游客想寻找亲朋好友	194
二十、旅游景点游人多	194
二十一、住宿不达标要补偿客人	195
二十二、不要让旅游者失望	195
参考文献	196

第一章 导游服务

任何行业都有其代表性的业务，在旅游行业中，就是导游服务。

——土井厚（日本，旅游专家）

【本章提要】

远古时代人类为求生存，从被迫迁徙行为到近、现代以娱乐休闲为主要目的出门愉快旅行，经历了漫长的岁月。随着旅游需求的增长，大众旅游蓬勃兴起，催生出一项生气勃勃的产业——旅游业。旅行社是旅游业的龙头，在旅行社众多业务中，导游服务是其重要组成部分，其在旅游活动的发展过程中产生，并随旅游活动的发展而发展。导游服务，指的是导游人员代表被委派的旅行社，接待或陪同旅游者旅行、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。本章通过对不同时期导游服务活动多样形态的阐述，认清导游服务的工作性质、特点及原则，揭示出导游服务在旅游业中的关键地位和作用。

【背景案例】

“十一”黄金周旅游高峰即将来临，在旅行社忙得不可开交时，湘潭市导游文花枝却躺在床上，期待安装假肢。“我是导游，先救游客。”在生死关头，文花枝的勇气赢得了车祸现场所有人的敬佩。

2005年8月28日下午2时35分，在陕西省洛川县境内，由文花枝带领的旅游团队，乘坐的旅游车与一辆大货车迎面相撞，许多游客被困。当赶来营救的人打算先将坐在前排的文花枝抢救出来时，文平静地说：“我是导游，后面都是我的游客，请你们先救他们。”当时文受伤严重，左腿胫骨断裂，骨头外露，腰以下部位被卡在座位里。由于整个救援时间较长，文花枝曾多次昏迷。直到当日下午4时多，当最后一名游客被送上救护车，文花枝才接受救援。不幸的是，由于腿部伤势严重，文的左大腿最终不得不截肢。

“我是导游，先救游客。”

【案例思考】

古代希伯来礼拜仪式中，有一种特殊的旅途祷文：“我的上帝，祈求你领我走上平安之路，导我平安前行，直达平安境地。拯救我得免于敌人之手，免遭伏击之恐惧，被抢劫之痛苦。求你使我得免于旅途一切苦难和艰辛，救我脱离这个世界带来不义的一切伤痛与痛苦。”谁能给出门旅行的人做指点？

【知识要点】

- 一、了解导游服务的产生和发展。
- 二、了解导游服务的地位和作用及导游服务的性质和特点。
- 三、掌握导游服务的原则。

第一节 导游服务的产生和发展

人类自诞生以来,就没停止过对未知世界的探索,不满足周围环境对自身的束缚,总是力图不断扩大自身的活动范围和生存空间,从而拓宽自身的视野。从远古时代开始,原始人群为了寻找新的采集和狩猎的资源,同时,迫于洪水、大火、干旱、地震等各种自然灾害的危害,开始了反复的迁徙。从某种意义上说,这就开始了人类历史上最早的旅行。人类的旅游活动,经历了迁徙—旅行—旅游的不同阶段。旅行者到了他乡异域,需要其他人的帮助,导游服务自然随之产生和发展。

一、古代的导游形态

在最初的年代,人类的生产能力极其低下,过着居无定所、饥寒交迫的生活。随着社会的发展,人类历史上出现了三次社会大分工。第一次是畜牧业与农业的分离,第二次是手工业从农业、畜牧业中分离出来,第三次是商业从农业、畜牧业和手工业中分离出来。正是由于这一发展,人类终于迈出了完全自主的第一步。人们为了自己的商品能够获得更多的利润,克服时间和空间的障碍,跋山涉水不断扩大商品交换的地域范围,到其他地区去交换自己的产品或货物,因而也便产生了旅行外出的需要。由此,人类最初的外出旅行是人们出于现实主义和产品交换或经商的需要而促发产生的一种经济活动。纵观历史上遗留下来的诸多著名的古老旅行线路,例如“丝绸之路”、“香料之路”等等,都是这类活动踏出的踪迹。

社会的进步,不仅使商业旅行迅速发展,而且让人类的其他旅行活动也逐步丰富起来。

在西方,被称为“海上民族”的腓尼基人是最早的航海者和商人,他们驾驶着狭长的船只踏遍地中海的每一个角落,沿岸的每个港口都能见到腓尼基商人的踪影。他们从地中海出发向西越过直布罗陀海峡进入大西洋,向北行至波罗的海沿岸,向东到达了今天的印度,向南甚至远至好望角。他们不仅贩卖自己制作的各种精美的手工艺品,更销售来自各个地方的特产:有来自远东和印度的谷物、酒类、纺织品、地毯和宝石,有来自黑海沿岸的铅、黄金和铁,有塞浦路斯的铜、柏树和玉米,也有希腊的各种工艺品。此外,西西里岛的酒和油,巴利阿里群岛的酒和科西嘉的蜡,从非洲内地带回的象牙和奴隶,从西班牙带回的金银,甚至还有来自不列颠的锡,所有这些都汇集到了腓尼基人手里,经他们手再卖出去。腓尼基人交换着商品,并且也传播着文化。

古埃及人早在公元前 3000 多年就建立了统一的国家。在历史上,没有哪个民族对于来世的期望能与古埃及人相匹敌,从贫民到贵族都是如此,拥有一切的法老们更是希望得到永恒,有些甚至不惜倾尽国力修建了举世瞩目的金字塔、神庙。在 1889 年埃菲尔铁塔建成前,胡夫金字塔一直是地球上最高的建筑物,这个记录竟然保持了 4 400 多年,吸引了无数参观旅行的人。公元前 5 世纪,古希腊著名历史学家希罗多德游历埃及时曾记下了最早关于金字塔的文字。

古希腊于公元前 5 世纪达到全盛时期。当时提洛岛、特尔斐和奥林匹亚是著名的宗教圣地。在建有宙斯神庙的奥林匹亚的节庆活动最负盛名。节庆期间,举行宙斯神大祭,同时举行赛马、赛跑、角斗等体育活动。这种活动一直延续至今,发展成现代的奥林匹克运动会。

古罗马时期,是世界古代旅行的全盛时期。由于社会秩序相对稳定,交通便利,人们开始

到沿海地区游览,在有些达官贵人中甚至出现了海滨疗养、艺术鉴赏、游览古迹、欣赏建筑等多种方式的旅行。

与此同时,在世界的东方旅行活动也在迅速地发展,有了朝聘之旅、巡游之旅、游学之旅、游说之旅、羁游之旅、士人之旅、科考之旅、宗教旅行等多种形式。历史上出现为了撰写《史记》而游天下的司马迁,为民族的和平出使西域的张骞,为西天取经历经艰险的唐三藏,以及七下西洋的郑和等一批伟大的旅行家、探险家。

在中国古代的旅行活动中,帝王的巡游最具规模和影响力。帝王巡游时,往往有一大批随从照顾帝王的饮食起居,其中还有专门的人员为他讲解沿途景物。如诗人宋玉就曾经是楚怀王、楚襄王出游时的文学侍从。纪晓岚在陪同乾隆皇帝出游时也担当此角色。古代有钱人家的子弟出门读书、旅行时,常常有书童陪伴,他们照料主人的整个旅途的生活,这种全程式的陪同,也可看成导游人员在古代的又一种形式。

在交通工具落后,道路状况很差,住宿接待设施不完善,社会物质条件匮乏的古代,未知的旅途是艰险的。旅行者到了异域他乡,需要找人指路带路,许多名山大川、文物古迹有着相当深厚的文化背景和历史渊源,远非一般旅行者短期内所能洞悉,非常需要熟识者予以指导。人到一个生疏的环境,无论生活上、人事上均为陌生,为求得行动正确和安全,解决所需的疑难都需要向人提问,被问者也就充当了向导的角色。他们可能是当地的居民、车夫、客栈老板、店家、船家等。开始时,问者与答者的关系全出于社会人情关系,并无金钱雇佣关系。后来,有的旅客要长途旅行或专去风景优美地区游览考察,就寻专人为向导,给些零花钱,这就是古代导游的雏形。

二、近代导游的出现

结束古代旅游时代的标志性的事件是 18 世纪末出现在英国的产业革命。在西方主要资本主义国家机器生产代替手工操作,推动了重大的经济社会变革,加速了城市化的进程,致使居民产生返回大自然去的需要,外出旅游的人数增多。科技的进步,蒸汽技术在交通工具运输中应用,出现蒸汽动力的火车、轮船等新式交通工具,使人类频繁远行成为可能。产业革命让社会生产的财富重新分配,产生了大量的中产阶级、资产阶级。资产阶级革命和阶级关系的变化打破了封建等级关系的束缚,让大量的新生中产阶级有了出游的财富和机会,也有了出游的要求。随之而来的是近代旅游者数量的猛烈增长,旅游活动发生了质的变化,就需要有为广大旅游者服务的公共服务部门及相关人员。这时候标志性的事件就是英国牧师托马斯·库克在 1845 年成立的“托马斯·库克旅行社”,这是世界第一家专门为旅游者服务的、以收取佣金为代理方式的第一个旅游企业。它标志着旅游产业的产生,也标志着旅行社的产生。

1841 年 7 月,英国人托马斯·库克包租了一列火车,运送了 570 人从莱斯特前往洛赫伯勒参加禁酒大会,往返行程 24 英里,团体收费每人 1 先令,免费提供带火腿肉的午餐及小吃,还有一个唱赞美诗的乐队跟随,成为公认近代旅游的开端。在这次旅游活动中,托马斯·库克自始至终随团陪同照顾,可以说是现代旅行社陪同的最早体现。

1845 年,托马斯·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,在筹备和组织这次活动期间,托马斯·库克做了大量的实地考察工作,以便确定全程的各个停留地点和游览内容,特别是了解该地是否有足够数量的廉价住宿设施。这在当时来说至关重要。由于传统交通运输方式对住

宿市场的影响,当时的住宿设施规模都比较小,在各停留地点为300多名旅行团成员妥善安排住处确不是容易的事情。这次旅游也是托马斯·库克亲自带队,不仅本人担任该旅行团的陪同和导游,在沿威尔士地区停留参观期间,还聘用了地方导游。据说这也是组团旅行社聘用地方导游的先例。从此托马斯·库克组织的旅游活动,不仅有随团陪同人员帮助照料旅游者的旅途生活,而且还雇佣当地的人员做景点介绍。到1864年,经托马斯·库克组织的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。

从托马斯·库克开始组织旅游活动,创办旅行社到雇佣导游人员的过程,就是导游人员职业化的过程。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,先后组织了旅行社或类似的旅游组织,招募陪同或导游,带团在国内参观游览。这样,在世界上逐步形成了导游队伍。

第二次世界大战后,大规模的群众性旅游活动崛起并得到发展,使导游队伍迅速扩大。到目前,几乎世界各国都有一大批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、大众旅游时期的导游服务

第二次世界大战以后,世界有一个较长时间的相对和平的时期。政治稳定、生产恢复、经济繁荣、社会发展速度明显加快。各国逐渐将注意力转移到经济建设上,人们支付能力大大加强。旅游交通工具的进步再次缩短了时间和空间距离,飞机技术、汽车技术的成熟,旅游者出游有更多的选择自由。旅游活动出现了多样化的趋势:按地域范围划分出现了国际旅游、国内旅游;从旅游目的划分出现了观光型旅游、休闲型旅游、保健型旅游、公务型旅游、宗教型旅游、购物型旅游、求知型旅游、猎奇型旅游;从旅游交通划分出现了航空旅游、铁路旅游、汽车旅游、游船旅游等。人们可以根据自己的喜好选择不同的旅游产品,普通大众成了旅游的主流——无论从出游的人次的总量增长上来看,还是从旅游内容的构成上来看(以大众观光为主流),普通大众占了主要优势。所以我们把20世纪60年代至今,成为大众旅游的时期。

在这个时期,人们不必再担心外出旅游活动的安排,也不必再忧虑外出旅游过程中可能遇到的各种问题。有组织的团体包价旅游成为现代旅游活动中最为普及的形式。旅行社把旅游资源、旅游饭店和旅游交通作为商品购买下来,再销售给旅游者。如果将旅游接待过程看做是一条环环相扣的链条,那么向旅游者提供的餐饮、住宿、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。导游服务是旅游接待服务的核心和纽带,它联系着旅行社与游客,协调旅行社各部门的工作。导游人员为旅游者提供生动的旅行期间的沿途讲解服务、参观游览的现场导游讲解以及座谈、访问和某些参观点的口译服务;周到的旅行生活服务,包括游客出入境迎送、旅途生活照料、安全服务及上下站联络等等内容,按照事先确定的时间、线路、活动内容,有计划地完成旅游活动。正是导游服务把这些环节连接起来,使相应服务部门的产品和服务得以销售,使旅游者在旅游过程中的各种需要得以满足,使旅游目的地的旅游产品能够被消费。因此,导游服务是整个旅游过程中的服务灵魂,导游服务的质量对旅游服务质量的高低起标志性作用,还会直接影响到整个旅游行业的信誉,对旅游经济的发展产生直接或间接的影响。

现在世界各地的专业导游人数已经有几十万,呈现出空前的繁荣景象,表现出一些大众旅游时期的特点。

（一）导游职业自由化

旅游大众化时期，旅游业迅速发展，导游人员队伍不断壮大，旅游区域不断扩大，旅游服务项目的日益复杂，旅游的社会影响日益加深，以导游服务为谋生手段的人越来越多。专职导游、兼职导游同时存在，形成优势互补的良好态势。导游职业在世界上呈现自由化的趋势。

（二）导游服务商品化

旅游业被认为是“朝阳产业”，由旅游消费带来的巨大效应，促进了为旅游者服务的活动迅速发展。导游服务同其他的旅游消费产品一样成为一种商品，按劳收取劳务费用。导游服务的质量高低，成为影响旅游产品质量和销售的一个重要因素。

（三）导游服务规范化

竞争中求发展，是各行各业现状。只有为旅游者提供更便利的、更有使用价值的导游服务，才能在日趋激烈的旅游业竞争中立于不败之地。规范化的导游服务标准，对导游来说有了可遵守的准则，对旅游者来说有了检查服务质量的标准。导游服务的规范化随着社会的发展必将更为完善。

四、我国的导游活动

1923年8月，上海商业储蓄银行总经理创办了“上海商业储蓄银行旅行部”，旅游业作为一种独立的行业在我国开始出现。1927年7月，该旅行部从银行中独立出来更名为“中国旅行社”，在旅行社做翻译、导游的职员应该是我国最早的职业导游人员。

1949年10月1日，中华人民共和国成立。回顾新中国导游事业发展的历程，大体可以分为四个阶段。

（一）新中国成立以后至改革开放以前

老一代导游人员，服务于国家政治外交和对港澳台工作，为促进与世界各国和地区友好交往，作出了积极贡献。新中国成立后，1949年最早成立的旅游接待机构是华侨服务社。随着新中国的国际交往日趋频繁，国家先后于1954年和1957年成立了中国国际旅行社和中国旅行社，主要从事接待外国游客、华侨、华人以及港澳台同胞的工作。这一时期的导游工作者虽然人数较少，但是政治素质高、业务能力强、政治责任感和职业荣誉感强。这期间导游工作作为新中国的对外友好交流和民间友好交往及对港澳台工作，发挥了积极作用。

（二）20世纪70年代末至90年代初

广大导游人员为国家多创外汇，推动旅游业向经济产业发展，努力奉献。党的十一届三中全会后，在改革开放方针的指引下，党和国家中心工作转移到以经济建设为中心，加快推进社会主义现代化建设上来，中国旅游业获得了前所未有的发展机遇。立足于为国家现代化建设多创外汇，我国旅游业借改革开放之力、得改革开放之利，快速发展起来，并逐步由外事接待型向经营接待型和接待经营型转变。这一时期我国导游事业围绕发展入境旅游、接待入境游客而展开，经受了改革开放浪潮的洗礼，经受了计划经济向市场经济转变的考验。总体上，这一时

期的导游队伍以旅行社的全职导游为主体,队伍不断扩大,思想十分活跃,政治素质、专业素质和外语水平较高,导游是一个非常有吸引力的就业门类。

(三) 20 世纪 90 年代

广大导游人员为把旅游业培育成为国民经济新的增长点,满足广大人民日益增长的旅游需求,努力奋斗,做出了重要贡献。党的十四大以后,我国社会主义现代化建设加快推进,对外开放不断深入,经济体制改革不断深化,社会主义市场经济体制逐步建立,我国经济社会发展进入新的阶段。旅游业先后被党中央、国务院确立为第三产业的重点和国民经济新的增长点着力加以培育。这一时期我国入境旅游持续快速增长,国内旅游迅猛发展,出境旅游开始逐步增长,初步形成三大市场共同发展的格局。与此同时,我国导游队伍发展出现深刻变化,一方面,在市场经济体制的推动下,适应三大旅游市场繁荣发展特别是国内旅游快速增长的需要,导游队伍规模迅速扩大,导游体制也发生了重大变化。绝大部分导游人员坚持职业道德,努力提高业务水平,工作兢兢业业,满腔热忱地为海内外旅游者服务,为满足快速增长的旅游市场需求发挥了积极作用,为奠定中国旅游业国民经济新的增长点的地位,做出了艰苦努力和积极的贡献。

(四) 新世纪新时期

广大导游人员服务于旅游三大市场全面发展,为扩大产业规模、提升产业素质、发挥产业功能,努力贡献才华和力量。进入新世纪以来,我国旅游业全面发展,入境旅游、国内旅游、出境旅游全面繁荣,产业规模快速增长,产业素质稳步提升,产业功能不断扩张,我国已经成为世界第四大旅游大国。在这一进程中,广大导游人员为海内外游客服务、为经济社会发展服务,为旅游业持续健康较快发展发挥了重要作用。在我国,导游人员资格考试从 1989 年实行以来,共为行业培养选拔了近 20 万名导游人员,其中 13 万人目前仍工作在导游岗位上。十多年来,导游考试合格人数从 1989 年仅有的 9 627 人,到 2006 年 9 月累计增长到 32.05 万人,增长了 32 倍。随着中国成为世界旅游大国,导游队伍规模快速扩大。总体上导游人员文化程度、知识水平、业务素质不断提高,年轻化、社会化、多样化趋势明显,市场意识、竞争意识、维权意识不断增强。导游人员是旅游服务的直接组织者和提供者,是推动中国从世界旅游大国向世界旅游强国迈进的生力军。

第二节 导游服务在旅游业中的地位和作用

一、导游服务在旅游业中的地位

“导游人员是旅游接待第一线的关键人员,起着主导作用。”这是各国有着不同的导游人员定义下得出的相同认识。导游服务是旅行社业务的主要内容,是旅游者完成旅游活动的保证,是旅行社竞争的关键,是旅行社了解旅游者建议和意见,从而改进旅游产品的主要途径。

(一) 导游服务是旅行社业务的主要内容

旅游业是接待型的综合服务产业,导游是其中重要的一环,常常被看做是旅游接待的轴心,

导游业务被视为旅行社业务中最具有代表性的业务。

旅行社各部门的工作都围绕导游服务开展,是导游人员工作得以顺利开展的支柱。导游人员则代表旅行社执行旅游接待计划,为旅游者安排和落实吃、住、行、游、购、娱六方面的服务,并处理旅游期间出现的各种问题。导游人员作为旅行社派出的代表,对饭店、餐馆、景点、交通部门、商店、娱乐场所等企业提供的服务在时间、质量上起着重要的协调作用。当出现问题后导游人员要与各有关部门协商,提出合理要求,对违反合同的行为进行干预,为旅游者争取应当享受的权益,使旅游产品的价值最终通过各项旅游服务一体化的供给得以实现。

（二）导游服务是旅行社竞争的关键

国际旅游界将导游人员称为“旅游业的灵魂”、“旅行社的支柱”、“参观游览活动的导演”。在旅行社,接待工作的主体是导游人员,他们是旅游服务的关键环节。一次旅游活动的成功或失败往往取决于导游的服务质量。导游服务水平的高低在旅游者的心目中就是旅行社服务质量的好坏,决定了旅游者的满意度,直接影响到旅游者的消费行为。由此可见,导游人员决定了导游服务的质量,旅行社的竞争就是导游服务质量的竞争。拥有一支优秀的导游队伍不仅使旅游者满意而去,而且可以起到很好的宣传作用,留有较好的口碑,促进旅游产品的销售。

（三）导游服务使旅游者顺利完成旅游活动

吃、住、行、游、购、娱是旅游活动的六大要素,其中最重要的是“游”,而游览活动的组织者则是导游人员。所以有人说:“没有导游人员的旅行是不完美的旅行,甚至是没有灵魂的旅行。”

当导游人员接受旅行社的委派,领取接待计划表后,旅行社对旅游者的相关服务就是通过导游展现出来,在旅游者的心目中导游人员就是旅行社的全权代表。山水风光或文物古迹的欣赏价值,并不是孤立地存在的。它总是与一定的自然、地理、历史、艺术等条件和特点相联系的,是一种完美的融合在一起的客观实体。旅游者要达到求知的目的,离不开导游指导,而导游人员在旅游活动中所起的作用的一个重要方面,正是这种指导游览的作用。导游人员能循循善诱地指导旅游者以最佳的方式,或最合适的角度去欣赏某一名胜风景和古迹;能娓娓动听地告诉旅游者蕴藏在风景和文物后面的历史故事、神话传说;能妙趣横生地向旅游者介绍当地的风俗习惯、掌故趣谈、风味特产,如此等等,使旅游者得到自然美和艺术美的享受,并在潜移默化中增长知识。同时,导游人员还要提供生活服务帮助,例如安排最合理的旅游线路、游览时间、车船机票预定等等。许多旅行社的努力都通过导游服务传递给旅游者,使旅游者顺利完成旅游活动。

（四）导游服务是反馈旅游产品质量的主要途径

导游人员处在接待服务的第一线,同旅游者交往和接触最直接、时间最长,对旅游者关于旅游产品的意见和需求最了解。在旅游服务消费过程中,旅游者会根据自己的需要对旅游产品的规格、质量、种类、标准等做出这样或那样的反映。旅游者的意见、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,一般也通过导游人员向旅行社传递直至上达旅游行政管理部门。导游人员应充分发挥自己的工作优势,在旅游接待实践中,收集、整理、综合旅游者的意见并反馈到旅行社的有关部门,促进旅游产品质量的不断提高,

从而更好地满足旅游者的旅游需求。

二、导游服务在旅游业中的作用

(一) 桥梁作用

导游人员通过其具体工作向旅游者宣传国家和上级领导部门、旅行社、地方和国家旅游管理机构制定的相关制度,并严格贯彻执行和自觉遵守国家方针、政策、法规和纪律。

导游人员代表旅行社具体实施各项服务工作。在旅游活动期间,直接面对来自五湖四海的旅游者,提供自始至终的全程服务。因而当旅游者在旅游期间出现的各种问题的需求、对现行旅游产品的意见、建议等,导游人员可以在第一时间内了解,并向上级部门反映。此外,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,导游人员也最为了解。导游人员应起到桥梁作用,及时将有关信息上报给旅行社,反映至上级管理部门,上下之间通畅的信息交流是做好旅游接待工作的重要保证。

旅游业是一个比较复杂的综合性服务行业,最活跃、最具有代表性的工种是导游服务。导游服务与其他各项旅游服务的服务对象是相同的,因而在目标和根本利益上是一致的,但是,它们在服务内容上又有区别。各部门、各单位有各自的利益,这就决定了它们之间既有相互依存、相互合作的一面,又有相互制约、相互牵制的一面。旅游接待服务由六大要素所组成,缺一不可,无论哪一个环节出现问题,都会影响整个服务质量,甚至影响旅游活动的顺利进行。只有各项服务环节都协调一致了,才谈得上工作好坏的问题。因此,导游人员应尽力协调各旅游服务部门之间的关系,主动配合相关部门的工作,争取各部门按照计划提供保质保量的优质服务,以确保旅游合同得到落实。

(二) 标志作用

导游服务是旅游服务质量高低的最敏感的标志。导游人员是旅行社的代表,是旅行社接待工作的主体。随着旅游业的飞速发展,旅行社的数量增加很快。在竞争激烈的旅游市场中怎样突出自己的特色,树立旅行社的良好品牌形象,提高旅行社的知名度和美誉度,造就一大批忠诚的顾客,形成具有竞争性的客源市场,取得竞争优势,是每家旅行社必须认真思考的问题。因为一个为公众所熟悉的旅行社的知名品牌,往往更容易使旅游者对旅行社产品产生信任感,更能吸引旅游者。导游人员是旅行社良好形象的代表,一般来说,导游人员作为旅游服务的直接提供者,在服务游客的过程中,要带给游客知识、健康和愉悦。如果导游服务质量高,可以弥补其他旅游服务质量的某些缺陷,而导游服务质量的低劣却是其他服务无法弥补的。因此,旅游活动的成败更多地取决于导游服务质量。拥有一支高水平的导游队伍,使优秀导游服务成为旅行社旅游服务质量的重要标志。

对于旅游者而言,他们到一个国家或地区去旅游,接触时间最长、接触最多的人是导游人员。因而他们常常把导游人员看做是当地人民的典型代表和“友好使者”,并以导游人员的一举一动来衡量当地人的道德标准、价值观念和文化水准。比如,日本人称导游人员为“无名大使”,美国人称导游人员是“一个国家的脸面”,埃及人称导游人员是“祖国的一面镜子”,我国称导游人员为“民间大使”。因此,在旅游者心目中,导游人员的一言一行代表了祖国的尊严和人民的形象。导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游活动效果的好坏,而且关系着国家