

全国优秀畅销书

QUANGUO YOUXIU CHANGXIAO SHU

导游 带团 艺术 续篇



DAOYOU DAITUAN YISHU
XUPIAN

蒋炳辉 / 著

导游员在外国人面前代表着中国人，在中国人面前代表着本地人，在本地人面前代表着旅行社的人。



中国旅游出版社

导游带团艺术续篇

蒋炳辉 著

中国旅游出版社

责任编辑：殷 钰

责任印制：李崇宝

图书在版编目(CIP)数据

导游带团艺术续篇/蒋炳辉著. —北京：中国旅游出版社，
2004. 7

ISBN 7 - 5032 - 2382 - 0

I. 导… II. 蒋… III. 导游—基本知识 IV. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 059897 号

书 名：导游带团艺术续篇

著 者：蒋炳辉

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲九号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn>

E-mail: cttp@cnta.gov.cn

印 刷：北京博诚印刷厂印刷

版 次：2004 年 7 月第 1 版

2004 年 7 月第 1 次印刷

开 本：850 毫米 × 1168 毫米 1/32

印 张：6

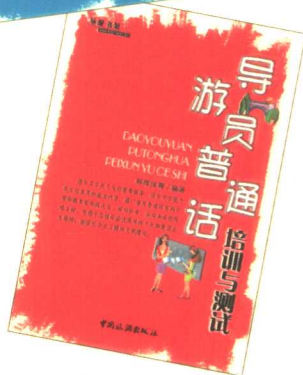
字 数：140 千

印 数：10000 册

定 价：12.00 元

版权所有 翻印必究

❖
导游带团艺术
续篇
❖





序

为了适应旅游业的发展，我们要建立一支高素质的导游队伍。加强导游人员的管理，规范导游人员的行为，全面提高导游人员的政治业务素质，这是旅游产业进步的需要。

导游人员是做与人打交道工作的，拥有高素质的导游人员是旅游企业的财富。中国有句俗语：“没有规矩不成方圆。”导游人员的规范服务体现了现代导游人员的服务水平和服务质量，反映了一个国家、一个民族、一个企业的精神面貌和管理水平，更关系到旅游业的未来与发展。我们的导游人员在外国人面前代表着中国人，在中国人面前代表着本地人，在本地人面前代表着旅行社的人。展示城市形象、弘扬民族文化，丰富人们的生活，导游人员责任重大。

《导游带团艺术续篇》一书的出版，使旅游界增添了培训教育的新内容。我衷心希望广大导游人员用服务的规范规范自己的言行，用规范的服务服务于广大旅游者。

道书明

2004年4月26日





目 录

序	1
1. 以身说法	1
〔因为它是生我养我的地方……〕	
2. 为人置梯法	6
〔应懂得怎样给人面子,如何铺台阶、置梯子〕	
3. 简洁述说法	9
〔秤砣虽小压千斤〕	
4. 画龙点睛法	14
〔点睛之词来源于……〕	
5. 虚实结合法	19
〔唐伯虎点秋香的故事不是史实〕	
6. 借用故事法	25
〔难道我们还不如北宋的那位裁缝吗?〕	
7. 巧妙穿插法	31
〔用闪光点照亮游客心中的那盏灯〕	



8. 类比对比法	35
〔关于“橘枳殊途”的故事〕	
9. 设置疑问法	39
〔思维起于疑难〕	
10. 通俗讲解法	44
〔他用朴实无华、通俗流行的口语进行讲解〕	
11. 突出主题法	47
〔抓住主题、突出重点、择其讲解〕	
12. 程序讲解法	50
〔不能虎头蛇尾或乱套〕	
13. 警示讲解法	53
〔这套动作实属是个好办法〕	
14. 景观介绍法	56
〔让游客领悟景观的奥秘所在和大自然的美〕	
15. 严肃题材法	61
〔把游客的眼泪“导”出来〕	
16. 选择讲解法	64
〔此刻获得的知识是他们终身难忘的〕	
17. 指示方位法	67
〔要以游客的方向进行指示〕	



- | | |
|-----------------------|-----------|
| 18. 交错讲解法 | 69 |
| 〔使景点变得更加生动形象〕 | |
| 19. 先己后人法 | 72 |
| 〔先讲自己的错,然后……〕 | |
| 20. 善于提问法 | 75 |
| 〔问题该怎么问,要比问什么重要〕 | |
| 21. 巧妙应答法 | 78 |
| 〔游客听后翘起大拇指〕 | |
| 22. 循序渐进法 | 82 |
| 〔由原来的只谈两分钟话,发展到超过半小时〕 | |
| 23. 旁敲侧击法 | 85 |
| 〔使游客悟出一些道理〕 | |
| 24. 及时劝说法 | 87 |
| 〔从“闯大祸”的边缘上拉回来〕 | |
| 25. 缓和矛盾法 | 90 |
| 〔一开始以其他话题作“引言”〕 | |
| 26. 巧设机关法 | 92 |
| 〔巧妙设计,诱“敌”中计〕 | |
| 27. 避免争论法 | 95 |
| 〔如果赢了,还是输了〕 | |



- | | |
|-----------------------|------------|
| 28. 引新妙解法 | 98 |
| 〔这就叫辞旧迎新〕 | |
| 29. 角色换位法 | 101 |
| 〔要是我绝对不敢去冒这个险〕 | |
| 30. 运用借口法 | 104 |
| 〔是领队让我来看看你〕 | |
| 31. 模糊语言法 | 107 |
| 〔模糊语言绝非含糊语言〕 | |
| 32. 亲如一家法 | 110 |
| 〔强调自己是游客的知音、朋友、一家人〕 | |
| 33. 借题发挥法 | 114 |
| 〔向医院借来一本宣传手册〕 | |
| 34. 把握分寸法 | 116 |
| 〔聪明人与笨人之间的差别〕 | |
| 35. 自我准备法 | 120 |
| 〔一项高智能、高技能的服务工作〕 | |
| 36. 一举两得法 | 124 |
| 〔既做宣传讲解工作,又能取得实际效果〕 | |
| 37. 活用数字法 | 128 |
| 〔大桥通航净高,变成了 16 层高的楼房〕 | |



- | | |
|-----------------------|------------|
| 38. 实话曲说法 | 130 |
| 〔你认为毛泽东好,还是邓小平好?〕 | |
| 39. 随机应变法 | 135 |
| 〔要想体验中国老百姓的生活,就得这样〕 | |
| 40. 洗耳恭听法 | 140 |
| 〔老天爷为啥给人长着一双眼睛两只耳朵呢?〕 | |
| 41. 和风细雨法 | 145 |
| 〔这一招确实很奏效〕 | |
| 42. 因人而异法 | 149 |
| 〔绝大多数游客为什么能听从安排和指挥〕 | |
| 43. 导入意境法 | 154 |
| 〔就像导演向演员说戏那样〕 | |
| 44. “导”出情感法 | 162 |
| 〔导游为什么喜欢那首诗〕 | |
| 45. 制造悬念法 | 167 |
| 〔曲线比直线美〕 | |
| 46. 善用道歉法 | 174 |
| 〔道歉是导游员的有效“武器”〕 | |
| 47. 即兴吐玉法 | 177 |
| 〔导游员的一番话,把整个宴会厅都暖热了〕 | |



1. 以身说法法

〔因为它是生我养我的地方……〕

一名导游员站在上海南浦大桥桥面上，对着一批法国游客说：

女士们，先生们：

南浦大桥是上海市区第一座跨越黄浦江的大桥，在世界的混凝土钢结构叠合梁斜拉桥中名列第四。大桥建于1988年12月，落成于1991年11月，整个工程只花了两年零11个月的时间，桥全长8346米，主桥长846米，宽30.35米，南浦大桥的建成通车，实现了上海几代人的梦想。过去曾有一种说法：“宁要浦西一张床，勿要浦东一幢房。”我家就住在浦东，以前到浦西来都得靠轮渡。瞧！大桥底下的那种轮渡船就是我们的交通工具，过去一班船就要花20分钟左右的时间，如今我走过大桥去迎接各位来宾也只不过是20分钟的时间。南浦大桥对浦东开发和发展起着十分积极的作用，并且大大缓解了过江难的矛盾。

这位导游员用自己亲身经历的事实为例证，针对游客进行讲解的方法称作以身说法法。

以身说法法在导游带团过程中起着很大的作用，它不仅可使游客颇受教育，而且也能使导游谈谈亲身感受和说说心里话。

运用以身说法法的前提必须是身临其境，通过自己的第



一手资料,导游员住在浦东深感交通不便,单单过江就需 20 分钟的时间,又运用上海市民中的一句口头禅:“宁要浦西一张床,勿要浦东一幢房”来形容过去由于交通极不方便所造成浦江两岸的强烈反差。同时,导游员在讲述南浦大桥的功能时,不仅讲述南浦大桥对浦东的发展起了积极作用,而且在去迎接游客时只用了 20 分钟的时间。这些丰富的素材和动人的讲解,起到了以理服人的效果。

一、亲身感受,可信度相对高

这是因为自己真正进入角色,所讲解的内容不是他人的素材或凭借于书本的知识,因而游客听来十分亲切,同时也乐于接受和比较喜欢这种导游方式。例如:一名老导游员在介绍上海 50 年来的巨大成就时,就十分感慨地说:“对于上海这座大都市来说,导游词又是城市面貌的真实写照。”

1954 年,为了国际接待任务的需要,中国国际旅行社正式成立,并相继在上海、天津、武汉、南京、广州等 12 个大城市组建分社。为此,上海专门挑选了一批优秀的外语翻译人才,组成了上海第一支导游队伍。据一些旅游界的老前辈回忆,当时的导游词及相关文献资料几乎为零,而正式使用的导游词必须经过有关部门的严格审核,具有统一、标准的模式,加上当时对外开放的旅游景点很少,主要是外滩、豫园、玉佛寺和少数几家展览馆、少年宫,因此,整个上海的导游词非常简单。

改革开放以来,我国的旅游业发展迅猛。目前,全国已有 180 多所高校创办了旅游专业,720 多所中专、职高中设置了旅游课程。全国的导游人员已多达 12 万,上海也已经有 8000 多人获得了导游人员资格证书。



与此同时,日新月异的城市面貌,极大地丰富了导游词的内容。从 20 世纪 90 年代开始,上海市旅游部门加快了导游词的编写工作。其中,上海国旅编写了《上海导游词》,上海中旅编写了《新编上海景观》,上海青旅编写了《上海旅游名胜导游》和《上海自导自游》。几乎每隔一两年,就会有一本新的导游词问世。

即便如此,上海导游词的更新速度,仍然跟不上城市发展的步伐。1998 年出版的《上海旅游手册》,可以说是上海最新的一种导游词手册。这一手册虽然前瞻性地介绍了建设中的浦东国际机场、延安中路高架道路和地铁二号线,但上海马戏城、金茂大厦和国际会议中心等新景观的建成,又一次拉开了导游词和城市发展的距离。

如今,不少导游人员不得不经常收集报刊上的新闻资料,来补充自己的导游词。一位老导游感慨地说:“从导游词的变化,可以看到上海 50 年来的建设成就。只要半年不带团,就会感到很陌生。”

二、真情实感,以情动人

导游员所讲解的事实都是自己的所为。同时,要以事实教育人感动人,首先自己必须受教育,面对事实自己必须有感而发,这样才能情真意切,扣人心弦。例如:一名导游员在介绍上海特有的石库门房子建筑时说:“该建筑采取了欧洲的纵横排列形式,高度一般为两至三层,外墙为清水砖或花岗石,并以花岗石作大门框架,厚木大门漆成乌黑色,进门有‘天井’(小院),内部正间为主间,左右各设前后厢房。楼上和底层结构相同,不过在楼梯的空隙增设了一个亭子间。在一定程度上讲,上海这种石库门房子是中西结合的产物。我是在这种建筑中



长大的,改革开放后我购买了商品房,如今三口之家住着两室一厅的新房子,但我时常想念着石库门房子,因为它是生我养我的地方啊。”

三、运用以身说法法应注意几个方面

1. 运用以身说法法的基础和前提必须是导游员亲身经历或感受较深的事实。如果没有深切的感受,导游员还是不采用该法为好。同时,有些虽处在身临其境之中,但感触不深最好也勿使用,勉强只能引起游客的误解和错觉。

2. 导游员把事实经历以及感受要有一番精心的取舍,这样才能有个充分的准备,达到预期的效果。例如,正像文中提到过的那位南浦大桥的导游员,将自己的导游词精心加工,并且不断地练习,使每次所讲的导游词形成自己的风格,因此,每次都能收到良好的带团效果。

3. 导游员在介绍景点时既要谈景点的变化,又要结合自己谈体会。在许多情况下,导游员往往忽略了自己的亲身体会,为此,将两者相结合的做法效果会更好。又因以身说法法本身具有可靠性,加上说出的素材是旁人不可替代和弥补的,因此更具有说服力。比如,上海地陪在向外宾介绍上海人的婚俗情况时,把站在饭店门口身穿结婚礼服的新郎、新娘是如何接待参加婚宴的亲朋好友,又如何向这些参宴者敬酒敬烟的,参宴者又是怎样“闹新房”的等等,一一道来。最后,这位导游员将自己摆进话题内,讲述一番“招架不住”的感受,说得游客们笑声不断,拍手叫好。如果导游员没有此番亲身经历,他是绝对讲不出那种效果的。

4. 面对游客的感情变化,说说自己类似游客的感情体验,既可引起游客的思想启迪,也能使对方得到感情深化。导游员

在介绍上海在“一年一个样，三年大变样”的飞速发展中，既没有讲上海如今共有多少幢高楼大厦，也没有向游客介绍举世瞩目的伟大建设成就，而是讲他原先自以为是“上海通、老上海，是上海的活地图”，“现在再也不敢拍胸脯讲了，假如三个月不来该地，也许不知道怎样走法”。短短的几句话非常有说服力，导游员以身说法，十分精练地说明了党的改革开放政策的成功以及邓小平同志关于建设有中国特色的社会主义理论的正确。游客也在这种事实面前得到教育和启发，纷纷称赞导游员的讲解水平。

总而言之，以身说法法在导游员讲解过程中具有多种效果，为此许多优秀的导游员都较为善于运用该法来加强工作效果以达到带好一个旅游团队的目的，全国十佳导游赵宏同志深有体会，他说：“热爱祖国，不仅要在导游过程中积极主动地宣传祖国，更重要的是不为一些游客的优厚物质享受所动心。前些年，出国风盛行，有的同行借工作之便出国进修、考察，一去不归，而我出国办展览走了几个国家和地区，按期回到了祖国。许多游客出于对我的导游知识和服务精神的感激，主动提出担保我出国，我都一一谢绝了。1985年，一位72岁的美国大企业旅行团中的老华侨，郑重地让领队老罗转告我，要将自己随行的19岁的女儿嫁给我，并要为我办理出国手续，我也婉言谢绝了老人的好意，我离不开生我养我的黄土地。我的家乡在陕西礼泉，自幼父母讲过的汉武帝刘彻、司马大将军霍去病、唐太宗李世民、民族英雄岳飞、郑成功等许多故事，教育了我立志要在自己的国土上做一番事业。20岁入党，更坚定了我的信念，24岁大学毕业，使我报效祖国增添了知识的翅膀……”

赵宏同志以身说法情真意切，效果极好，他给广大导游员以及旅游工作者树立了一个好榜样。

以身说法法以其独特的魅力在众多导游讲解艺术中占据

了十分重要的位置，导游员也应充分利用这一“法宝”为自己服务。

2. 为人置梯法

〔应懂得怎样给人面子，如何铺台阶、置梯子〕

在旅游旺季中，汽车服务公司为了迎接更多的旅游团队而采取“套团”的方法。一天，导游员老赵正在和游客一起用晚餐，准备吃好后直接走着去火车站（因餐厅离火车站只有5分钟的路程，旅游车去“套团”了），这时一位老先生叫喊了起来，说是一台数码照相机遗忘在旅游车上，这时老赵赶紧过来说：“不要紧，我会与司机联系的。”说完就拿出手机与司机通话：“喂！张师傅吗？我们团中有一位先生的数码照相机落在您车上了，我跟他说没关系的，这位师傅的为人挺好的，我十分了解他，他见到后一定会帮助收起来的。”过了一会儿，手机里才传来司机的声音：“我在打扫车厢卫生时发现了一台相机，我想肯定是你们那个旅游团的，我就把它收起来了。”“谢谢！我替那位老先生谢谢您！”关上手机，导游员的脸上露出了欣慰的笑容。

导游员为了帮助游客寻找遗失的相机，打手机给司机时并不开门见山的询问数码照相机的下落，而是首先肯定数码照相机在车上，并且说“这位师傅的为人挺好的，我十分了解他”，“他见到后一定会帮助收起来的”等等。这无形中给司机戴上了为人挺好的“高帽子”，这顶“高帽子”是导游对司机的

