

新疆维吾尔自治区导游资格考试用书

# 导游业务知识

新疆维吾尔自治区旅游局 / 编

Daoyou yewu zhishi



旅游教育出版社

新疆维吾尔自治区导游资格考试用书

# 导游业务知识

新疆维吾尔自治区旅游局 编

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:丁海秀

### 图书在版编目(CIP)数据

导游业务知识/新疆维吾尔自治区旅游局编. —北京:旅游教育出版社,2007.3

新疆维吾尔自治区导游资格考试用书

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1467 - 4

I. 导… II. 新… III. 导游 - 资格考核 - 自学参考资料  
IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 023442 号

新疆维吾尔自治区导游资格考试用书

### 导游业务知识

新疆维吾尔自治区旅游局 编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
E-mail	tepx@163.com
排版单位	首都经贸大学出版社激光照排部
印刷单位	河北省三河市灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850 × 1168 1/32
印 张	8.875
字 数	180 千字
版 次	2007 年 4 月第 1 版
印 次	2007 年 4 月第 1 次印刷
印 数	1 - 6000 册
定 价	25.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

## 新疆旅游培训中心简介

新疆旅游培训中心成立于1994年,主要负责全区旅游行业职业教育培训、岗位培训、资格考前培训及教材编撰等工作。中心成立以来,以服从、服务于旅游业发展为前提,以改革创新为动力,以全面提高旅游队伍素质为理念,以市场为导向,把培养提高旅游队伍人才素质作为首要任务,促进新疆旅游业人力资源整体素质的全面提高。经过10多年的发展,中心现拥有优秀的、高素质的师资和客座专家、学者队伍。受自治区导游考试办公室委托,组织编写了旅游相关教材、考试大纲等教学资料;开展了旅行社经理岗位考试培训,导游员年审、导游员资格考前培训,景区管理、讲解员培训,旅游饭店管理、服务人员培训,旅游汽车驾驶员培训等工作,为促进新疆旅游从业队伍素质和服务质量的提高发挥了重要作用。

导游考前培训是我中心的拳头培训项目,有绝对的教学优势和良好的社会口碑,每年为我区输送大量合格、优秀的导游人员。

电话:0991-8833199 网址:[www.t6885.com](http://www.t6885.com)

## 新疆维吾尔自治区导游资格 考试用书编撰委员会名单

主任:池重庆 穆扎帕尔·米吉提  
副主任:李寿庄 杨新民 帕尔哈提·艾孜木  
王玉成 丁秀峰 罗振权 代兴善  
编委:刘默然 张春明 乌斯满江 解华 梁健  
王静 桑福君 钱欣 李梅 徐进  
何伟 古丽娜

## 修订说明

由新疆维吾尔自治区导游资格考试教材编撰委员会组织编写的导游资格考试用书于2003年5月出版发行后,满足了自治区导游人员资格考试和旅游院校教学的需求,获得了各方面的肯定和广泛的好评。由于当时任务重,编写时间短,原导游资格考试用书存在一定的缺陷和不尽人意之处。我们在使用的过程中也发现了个别问题,因此决定对整套教材进行修订。修订后的教材由《导游基础知识》《旅游政策与法规》《导游业务知识》和《汉语言文学知识》四本书组成,保持了原教材的特点和基本内容,对局部进行了适当的调整,去掉了一些陈旧过时的内容,补充了一些新的知识,以满足旅游业快速发展的需要。

导游资格考试用书在修订过程中,得到了许多业内人士的支持和关心,他们提出了不少中肯的意见和建议,在此表示衷心的感谢!

虽然我们做了许多工作,但本教材肯定仍有疏漏和不足之处,恳切希望广大读者批评指正,以便今后进一步完善。

修订者

2007年3月

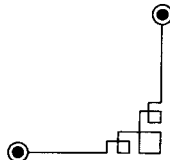
# 目 录

<b>第一章 导游服务概述</b> .....	(1)
第一节 导游服务的产生和发展 .....	(1)
第二节 导游服务的性质、地位和作用 .....	(6)
第三节 导游服务的特点和基本原则 .....	(14)
第四节 导游人员的分类及职责 .....	(21)
<b>第二章 团队导游服务程序及规范</b> .....	(27)
第一节 旅行社业务及团队导游服务组成 .....	(27)
第二节 地陪导游服务程序与标准 .....	(38)
第三节 全陪导游服务程序与标准 .....	(56)
<b>第三章 散客导游服务程序及规范</b> .....	(61)
第一节 散客旅游概述 .....	(61)
第二节 散客导游服务程序 .....	(66)
<b>第四章 导游服务常见问题的处理与应变能力</b> .....	(73)
第一节 旅游者个别要求处理的原则 .....	(73)
第二节 旅游者餐饮、住房方面个别要求的处理 .....	(75)
第三节 旅游者娱乐和购物方面个别要求的处理 .....	(78)
第四节 旅游者自由活动要求的处理 .....	(80)
第五节 旅游者其他个别要求的处理 .....	(81)
<b>第五章 导游服务常见事故的处理与预防</b> .....	(85)
第一节 旅游活动计划和日程变更的处理 .....	(86)
第二节 漏接、错接、空接的处理及预防 .....	(88)
第三节 误机(车、船等)事故的处理及预防 .....	(90)

第四节	旅游者丢失证件、贵重物品和行李的处理及预防	(92)
第五节	旅游者走失事故的处理及预防	(97)
第六节	旅游者患病和死亡问题的处理及预防	(99)
第七节	旅游安全事故处理及预防	(102)
第八节	旅游者越轨言行的处理	(107)
第六章	导游服务相关知识	(110)
第一节	交通运输常识	(110)
第二节	旅游者出入境和海关常识	(118)
第三节	货币、保险常识	(128)
第四节	卫生常识及其他	(135)
第七章	导游人员带团技能	(140)
第一节	导游人员的自我管理	(141)
第二节	带团的特点与原则	(144)
第三节	处理工作内容与环节的技能	(146)
第四节	与游客交往的技能	(150)
第五节	与其他相关环节协作的技能	(165)
第八章	导游人员讲解技能	(169)
第一节	导游讲解应遵循的原则与要求	(169)
第二节	导游讲解的技巧与方法	(173)
第九章	导游人员语言运用技能	(182)
第一节	口头语言与态势语言	(182)
第二节	导游语言表达技能	(193)
第三节	导游交际语言技能	(205)
第十章	导游人员职业道德及行为规范	(213)
第一节	导游人员的职业道德	(213)
第二节	导游人员的基本素质	(216)
第三节	导游人员礼貌礼节	(225)



第四节 导游人员行为规范 .....	(237)
附录 .....	(240)
附录 1 旅游救援工作指南 .....	(240)
附录 2 航空运输知识（国航旅客须知） .....	(245)
附录 3 航空运输符号与缩写 .....	(251)
附录 4 铁路旅行常识摘要 .....	(254)
附录 5 国际邮件的重量、尺寸限度表 .....	(261)
附录 6 空运水陆路包裹（SAL 国际包裹业务） .....	(261)
附录 7 我国主要城市长途直拨电话区号与邮政 编码 .....	(262)
附录 8 部分国家和地区国际长途电话代码 .....	(264)
附录 9 世界主要城市时差表 .....	(267)
附录 10 北京与世界主要城市时差表 .....	(268)
附录 11 度量衡换算表 .....	(269)



## 第一章

## 导游服务概述

## 第一节 导游服务的产生和发展

## 一、导游服务产生和发展的历程

导游服务是旅游服务的一个组成部分,是在旅游活动的发展过程中产生的,随旅游活动的发展而发展。

在人类历史上,人类有意识的外出旅行是由于产品或商品交换引起的,即第三次社会大分工使商业从农牧业和手工业中分离出来,出现了专门从事商品交换的商人。他们以经商为目的,周游于不同的部落之间。在原始社会末期开创了人类旅游活动的先河,很显然,在这个时期,导游服务还没有产生。

导游服务是随着消遣性旅游活动的出现而产生的。随着人类社会由原始社会进入奴隶社会,生产力的发展所带来的劳动剩余物归奴隶主占有,他们已不再满足生活起居上的享乐,而开始了以巡视、巡游为名义的享乐旅行。在旅行中,其臣仆簇拥前后,除随时侍奉外,实际上也起着旅行向导的作用。到了封建社会,经济的进一步发展和交通条件的改善,除帝王将相的巡游外,还出现了士人、学子的漫游,特别是在封建社会的中后期,以求学为目的的教育旅行、以保健为目的的疗养旅行、以探险为目的的航海旅行、以经商为目的的跨国旅行等发展了起来。在这些旅行活动中,往往配有熟悉路途的人做向导,他

们不仅引路,还能介绍沿途的名胜、景点和当地的风俗民情。他们提供的服务在某些方面已有些类似于现代的导游服务。不过,由于那时参加旅行活动的人数不多,旅行活动的规模不大,人们当向导的机遇很少,所以那些当向导的人不可能以此为生,他们接受的只不过是游客赏赐的“盘缠”和“酒钱”(类似于现代的“小费”),最多只够做家庭补贴之用。总之,在古代的旅行活动中,虽然产生了向导,提供了初期的导游服务,但是其偶然性的成分很大,难以产生向导队伍。

资本主义生产关系的建立,特别是18世纪60年代英国开始的产业革命以及随后美、法、德、日在19世纪完成的产业革命,大大促进了生产力的发展和经济的繁荣。产业革命一方面带来了阶级关系的变化,产生了一批新兴的、富有的资产阶级,使大量农村人口流入城市成为雇工;另一方面加速了科学技术在工业中的应用,特别是蒸汽机技术在交通运输中的应用,出现了速度快、运载量大的火车和轮船,从而使这个时期的旅游活动获得了突破性的发展。1841年7月5日,英国人托马斯·库克包租了一列火车,运送了570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会,往返行程22英里,团体收费每人一先令,免费提供带火腿肉的午餐及小吃,还有一个唱赞美歌的乐队跟随,成为公认的近代旅游活动的开端。在这次旅游活动中,库克自始至终随团陪同照顾,可以说是现代旅行社全程陪同的最早的实践活动。1845年,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,库克给每个人分发了导游资料。这次旅游也是库克亲自带队。自1855年起,库克组织了一系列的旅游团并提供全程导游。

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。后来欧洲及北美诸国和日本纷纷仿效库克组织旅游活动的成功模式,先后组建了旅行社或类似的旅游组织,招募陪同或导游,带团在国内外参观游览。这样,在世界上逐渐形成了导游队伍。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,几乎世界各国都拥有一支规模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。同欧美国家相比,中国近代旅游业起步较晚。20世纪初期,一些外国旅行社,如英国的通济隆旅游公司(前身即托马斯·库克父子旅游公司)、美国的运通旅游公司开始在上海等地设立旅游代办机构,总揽中国旅游业务,雇用中国人充当向导。1923年8月,上海商业储备银行总经理陈光甫先生在其同仁的支持下,在该银行下创设了旅游部。1927年6月,旅游部从该银行独立出来,成立了中国旅行社,其分支社遍布华东、华北、华南等15个城市。与此同时,中国还出现了其他类似的旅游组织,如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导团等。社会团体方面也相继成立了旅游组织,1935年中外人士组成中国汽车旅行社,1936年筹组了国际旅游协会,1937年出现友声旅行团、精武体育会旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等。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,同时也出现了第一批中国导游人员。

1949年10月1日,中华人民共和国成立。同年11月19日,厦门有关部门接管了旧“华侨服务社”,创立了新中国第一家华侨服务社。此后几年,又相继在泉州、广东等地成立了华侨服务社。经周恩来总理提议和当时政务院的批准,1954年4月15日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。1957年各地华侨服务社在北京召开专业会议,决定统一全国华侨服务社名称,增加“旅行”二字,并于4

月 22 日成立华侨旅行服务社总社。1974 年经国务院批准,成立了中国旅行社,并与华侨旅行社合署办公,统称中国旅行社。1979 年 11 月 16 日成立了全国青联旅游部,1980 年 6 月 27 日国务院正式批准中国青年旅行社成立。自此,国旅、中旅、青旅三大全国性旅行社承担了绝大部分海外来华游客的招徕和接待工作,以及国内游客的旅游业务,随之导游人员的队伍也迅速壮大。1984 年以后,随着中国旅游业的快速发展,旅行社的数量增长很快,特别是进入 20 世纪 90 年代和新世纪,国际旅行社和国内旅行社像雨后春笋般地涌现,目前已达到 1 万多家,各类专职和兼职导游人员达到十几万人。

## 二、导游服务发展的主要特征

导游服务的发展除了导游人员数量随着大众旅游活动的发展不断扩大外,就导游服务本身而言,还呈现出如下主要特征。

(1) 从导游服务的社会属性来说,它从社会中的一种偶然行为发展为一种社会行为,即从其非职业性发展为职业性。在古代旅行活动中,由于旅行的人数很少,充当游客的向导只是一种偶然的、临时性工作,不可能以此谋生。随着旅游活动的发展,旅游业成为社会经济中的一个行业,以向导、陪同、接待员、讲解员等身份出现的专业人员和导游队伍便产生了,并逐渐成为社会诸职业中的一种职业。早在 20 世纪 70 年代,西方一些发达国家就把导游这一职业列入其社会职业分类词典之中,并将导游分为旅行导游、观光导游和机构访问向导三种。由我国劳动和社会保障部组织编写的《中国职业分类大典》,也将导游作为一种职业列在第四大类“商业与服务业”之中。

(2) 从导游服务的内容来说,导游人员的工作从为游客当向导发展为向导与讲解相结合,最后发展为向导、讲解与生活

照料或开车集于一身。导游服务内容的这种演变虽然难以按照旅游活动发展的阶段进行区分,甚至在同一旅游发展阶段,也存在着导游服务在内容上的交叉。然而,导游服务内容的这种发展趋势在客观上是存在的,推动导游服务内容这种变化的因素首先是游客需求的变化。随着人们收入水平的提高、生活条件的改善,人们出游的目的不再满足于一般的漫游,而是为了开阔视野、增长知识或得到享受,因而对旅游服务提出了更多、更高的要求,要求在异国他乡的旅游活动既舒适安全又能获取更多的知识。导游服务内容的这种演变正是游客需求变化的反映。其次是旅行社提高经济效益的需要。自旅行社产生以来,旅游活动便作为商品来经营。旅行社为了降低成本,提高经济效益,全权委托导游人员代表旅行社处理游客旅游过程中的各种需求,使导游人员逐渐将向导、讲解与生活照料或开车集于一身,这样可以大大提高劳动生产率。

(3)从导游服务的类型来说,从单纯地依靠导游人员的体能发展到体能与图文声像相结合。导游人员的体能包括身体素质 and 将所掌握的知识转化为语言的能力。最初,导游人员主要是依靠自身的身体条件,在交通极不发达的情况下凭借体力引导游客旅行。随着消遣性旅游活动的开展,游客已不再满足于导游的单纯向导作用,需要导游人员给他们介绍途中和所到之地的有关情况,如景物、名胜和风土人情等。这样,导游人员除起着向导作用外,还需要运用语言能力向游客进行介绍和讲解。在现代大众旅游兴起之后,导游人员接待的游客越来越多,接待的频率在不断提高,完全依靠体能已不能适应蓬勃发展的旅游活动的需要,而且导游人员的体能也是有极限的。因此,以图文声像作为辅助手段进行导游服务已成为必需。它不仅减轻导游人员的体能消耗,而且也是游客所期盼的。现代导游服务中,导游人员的口头讲解

与图文声像结合的基础是科学技术的进步。

(4)从导游服务的语种来说,现已从单一语种发展为多种语言。这种发展的基础是大众旅游已普及到世界各地。为了能向众多国家和地区的游客提供导游服务,导游人员队伍必须由会多种语言的人员组成。

## 第二节 导游服务的性质、地位和作用

### 一、导游服务的性质

导游服务的性质在不同的国家和地区,由于社会制度、意识形态和民族文化的不同,其政治属性也不同。在资本主义制度下,导游人员由于生长在资本主义社会环境中,长期受资本主义思想意识的熏陶,在向游客提供导游服务时,往往会自觉或不自觉地传播资本主义的人生观、价值观和伦理道德,使导游服务有形或无形地带有资本主义色彩。在社会主义制度下,中国的导游人员在向国内外游客提供导游服务时,无论是介绍山川的秀美,还是讲解历史文化,都应树立主人翁意识,充满爱国主义的热情,坚持四项基本原则,相机而妥善地宣传党的方针、政策和社会主义现代化的建设成就。对于那些愿意了解我国现状的游客,导游人员更应主动热情地给以帮助,这既是中国导游人员的职责,也是一项光荣的使命。总之,导游服务的政治属性在各国或地区都是存在的,区别是在不同的社会制度下,政治性质不同而已。此外,世界各国的导游服务还具有某些共同属性。

#### (一) 社会性

旅游活动是一种社会现象,在促进社会物质文明和精神文明建设中起着十分重要的作用。在旅游活动中,导游人员处于

旅游接待工作的中心位置,接待着四海宾朋、八方游客,推动世界上这一规模最大的社会活动,所以导游人员所从事的工作本身就具有社会性。并且,导游工作又是一种社会职业,对大多数导游人员来说,它是一种谋生的手段。

## (二)文化性

导游服务是传播文化的重要渠道。导游人员的导游讲解、与游客的日常交谈,甚至一言一行都在影响着游客,都在扩大着一个国家(或地区)和其民族的传统文化和现代文明的影响。导游人员为来自世界各国、各民族的游客服务,通过引导和生动、精彩的讲解给游客以知识、乐趣和美的享受,同时还吸收着各国、各民族的传统文化和现代文明,并有意无意地传播着异国文化。因此,导游服务起着沟通和传播精神文明、为人类创造精神财富的作用,直接间接地起着传播一个国家(或地区)和其民族的传统文化和现代文明的作用。

## (三)服务性

导游服务,顾名思义是一种服务工作,它与第三产业的其他服务一样,属于非生产劳动,是一种通过提供一定的劳务活动,例如翻译、导游讲解、旅行生活服务等,来满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适旅行的需求。然而,导游服务不同于一般的、简单的技能服务,它是一种复杂的、高智能、高技能服务,因而是高级的服务。

## (四)经济性

导游服务是导游人员通过向游客提供劳务而创造特殊使用价值的劳动。在市场经济条件下,这种劳动通过交换而具有交换价值,在市场上表现为价格。因此,导游服务具有经济属性。

### 1. 直接创收

导游人员直接为游客服务,为他们提供语言翻译服务、导



游讲解服务、旅行生活服务以及各种代办服务,收取服务费和手续费。由此可见,导游工作本身就可为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金。

### 2. 扩大客源,间接创收

游客是旅游业生存和发展的先决条件,没有游客,发展旅游业就无从谈起,导游人员也就没有了服务对象。所以,世界许多国家和地区的政府为支持旅游业的发展,不惜投入大量资金和人力在国内外进行大规模的广告宣传和促销活动以招徕游客。然而,与广告宣传相比,另一种更为有效的宣传方式则是游客的“口头宣传”(word of mouth),即游客在旅游目的地参观访问之后,回去向其亲朋好友讲述他在旅游之地所受到的接待、旅游经历和体验。这种“口头宣传”不仅向游客周围的人传播了旅游目的地的旅游信息,提高了旅游目的地和旅行社的知名度,而且在一定程度上会对其他游客今后的旅游流向产生影响。因为,游客的亲身体验比任何广告宣传更可靠,更令人信服。所以,导游人员向游客提供优质的导游服务,在招徕回头客、扩大新客源,从而在间接创收方面起着不可忽视的作用。

### 3. 促销商品

商品和旅游纪念品的开发、生产和促销是发展旅游业的重要组成部分,各国、各地对此都非常重视,并将其视作为争夺游客的魅力因素和增加旅游收入的重要手段。据统计,在国际旅游总消费中,用于购物的部分约占50%,在新加坡、中国香港等国家和地区的旅游总收入中,销售商品和纪念品的收入甚至已超过了上述比例。在促销商品过程中,导游人员的作用举足轻重。

### 4. 促进经济交流

我国正在进行大规模的社会主义经济建设,各地都需要资金和先进的科学技术。在来中国旅游的海外人士及在国内旅