

黑龙江省全国导游人员资格考试系列教材

导游业务

DAOYOUYEWU

黑龙江省旅游局 编



黑龙江科学技术出版社

黑龙江省全国导游人员资格考试系列教材

- ◆ 全国导游基础知识
- ◆ 导游业务
- ◆ 政策法规与职业道德
- ◆ 现场导游考试指南
- ◆ 黑龙江省导游基础知识
- ◆ 复习大纲及复习题

DAOYOUYEWU

责任编辑 石 颖

封面设计 满大庆

ISBN 978-7-5388-5410-7



9 787538 854107 >

定价: 150.00 元 (全六册)

黑龙江省全国导游人员资格考试教材

导 游 业 务

黑龙江省旅游局 编

黑龙江科学技术出版社

中国·哈尔滨

图书在版编目(CIP)数据

导游业务 / 赵新洛主编. - 哈尔滨: 黑龙江科学技术出版社, 2007.5

(黑龙江省全国导游人员资格考试系列教材)

ISBN 978-7-5388-5410-7

I. 导… II. ①赵… III. 导游-资格考试-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 067042 号

责任编辑 石 颖

封面设计 满大庆

黑龙江省全国导游人员资格考试系列教材

导游业务

DAOYOUYEWU

黑龙江省旅游局 编

出 版 黑龙江科学技术出版社

(150001 哈尔滨市南岗区建设街 41 号)

电话 (0451) 53642106 电传: 53642143 (发行部)

印 刷 哈尔滨禹嘉商务印刷有限责任公司

发 行 黑龙江科学技术出版社

开 本 850 × 1168mm 1/16

印 张 69.125

字 数 1 200 000

版 次 2007 年 7 月第 1 版 · 2007 年 7 月第 1 次印刷

印 数 1-1 000

书 号 ISBN 978-7-5388-5410-7/Z · 631

定 价 150.00 元 (全六册)

《黑龙江省全国导游人员资格考试教材》

编辑委员会

主 任 薄喜茹

副主任 刘显富 王永生 李大方

编 委 王 宾 王洪国 王重华 朱广明

刘玉山 刘晓波 孙嘉驹 张 宏

满大庆 阎建华

《导游业务》

主 编 赵新洛

副主编 郑宇红

编写说明

根据国家旅游局关于导游人员考试改革精神,黑龙江省旅游局组织编写了《黑龙江省全国导游人员资格考试教材》。本教材吸收了全国各地编写导游人员培训教材的经验,注重提高学员的实际导游能力。

本教材的编写得到了黑龙江省有关大专院校的支持,也吸收了省内旅游界许多专家的意见。

由于水平和时间所限,难免有不足之处,我们将进一步征询各方意见,对教材进一步做出修订,力求日臻完善。

黑龙江省旅游局

2007年5月



目 录

第一章 旅游业与导游服务	(1)
第一节 旅游业	(1)
第二节 导游服务	(2)
第二章 导游人员	(12)
第一节 导游人员的分类	(12)
第二节 导游人员的职责	(15)
第三节 导游人员的素质	(17)
第四节 导游人员的纪律和守则	(23)
第三章 团队导游服务规范	(26)
第一节 团队导游服务集体	(26)
第二节 地方导游服务程序与服务质量	(27)
第三节 全程导游服务程序与服务质量	(40)
第四章 散客导游服务规范	(44)
第一节 散客导游服务的类型与特点	(44)
第二节 散客导游服务程序	(45)
第五章 导游服务基本技能	(50)
第一节 导游人员的带团技能	(50)
第二节 餐饮、住房、娱乐、购物等方面个别要求的处理	(67)
第三节 对“特殊”旅游者的服务	(74)
第四节 导游人员的讲解能力	(79)
第六章 常见问题和事故的预防与处理	(91)
第一节 旅游计划和日程变更的处理	(91)
第二节 漏接、空接、错接的处理和预防	(92)
第三节 误机(车、船)事故的处理和预防	(95)
第四节 旅游者丢失证件、钱物、行李的预防与处理	(96)
第五节 旅游者走失的处理和预防	(99)
第六节 旅游者患病、死亡问题的处理	(101)
第七节 旅游者越轨言行的处理	(104)
第八节 旅游安全事故的处理与预防	(105)
第七章 导游服务礼貌礼节	(109)
第一节 礼貌、礼节、礼仪	(109)



第二节	人际交往中的礼节	(110)
第三节	导游服务人员的仪容、仪表、仪态	(114)
第四节	导游服务人员的服饰礼仪	(117)
第五节	导游服务人员的电话礼节	(119)
第六节	涉外礼仪惯例与通则	(121)
第八章	导游业务相关知识	(127)
第一节	旅行社业务知识	(127)
第二节	人出境知识	(131)
第三节	交通、邮电知识	(135)
第四节	货币、保险知识	(146)
第五节	卫生常识及其他	(150)



第一章 旅游业与导游服务

第一节 旅游业

旅游业,国际上称之为 TOURISM INDUSTRY,即旅游产业。它是凭借旅游资源和设施,从事招徕、接待游客,为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱等六个环节服务的综合性产业。旅游业主要由三部分构成,即旅行社业、交通客运业和以饭店为代表的住宿业。它们是旅游业的三大支柱。

一、旅游的概念

旅游,是指人们以满足某种精神和物质需要为目的,离开常住地到异国他乡作短期停留,除定居和就业以外所引起的一切现象和关系的总和。它既是一种文化生活,又是一种综合性的社会经济活动。

旅游者,是指为了满足精神和物质的需要,暂时离开常住地到异地进行非定居性旅行的人。

这里常住地,它是指人们常去的地方,即使这个地方离他的居住地很远,如某人的度假别墅或第二住房皆属常住地;二是指离一个人的居住地很近的地方,即使他很少去,也属常住地。

旅游者必须具备三个基本条件:旅游动机、可自由支配收入和余暇时间。旅游动机多种多样,包括社会动机、文化动机、经济动机等;但不包括获取谋生性报酬的动机。可自由支配收入是指个人或家庭一定时期内全部收入中扣除纳税、社会消费(如健康人寿保险、老年退休金和失业补贴的预支等)和日常生活消费(如衣、食、住、行等)后的剩余收入部分;余暇时间是指除去工作时间、满足生理需要的生活时间(如吃饭、睡眠等)和必需的社会活动时间(如参加必需的社会公益活动、社交约会等)后人们可自由支配的时间。

二、旅游活动体系

旅游活动体系是指形成旅游活动的网络。它包括三个方面,即客源地、目的地和交通运输部门。

客源地是指产生客源的地区或旅游者居住的地区。在国际旅游中,则称为旅游客源国或旅游产生国。

目的地是指旅游者到访的地区或旅游接待地区。在国际旅游中,则称为旅游目的地国或旅游接待国。



交通运输部门是指向旅游者提供自出发地(或客源地)至所访目的地之间的交通运输部门,它可能是客源地的交通运输部门,也可能是目的地的交通运输部门,还可能是其他地区的交通运输部门。

客源地的功能是向目的地提供客源;目的地的功能是接待旅游者;交通运输部门的功能是向旅游者提供由客源地至目的地和由目的地返回客源地的手段;三者共同构成了旅游活动的体系。

旅游者是旅游活动的主体。旅游吸引物(指自然界和人类社会凡能对游客产生吸引力的各种事物和因素)是旅游活动的客体。旅游服务及其相应的设施是连接旅游活动主体和客体的纽带。

第二节 导游服务

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,即从最初的向导服务发展为现代的导游服务。

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。在原始社会末期,他们以经商为目的,周游于不同的部落之间,开创了人类旅游活动的先河。很显然,在这个时间,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,还出现了士人、学子的漫游,特别是封建社会的中后期,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。在这些旅游活动中,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,那些当向导的人不能以此为生,是一种临时性的劳务。总之,在古代的旅游活动中,虽然产生了向导,提供了原始的导游服务,但是未成为一种职业,也未产生向导队伍。

随着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。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体现。

1845年,托马斯·库克与铁路公司签定了代售客票协议后,正式成立了托马斯·库克父子旅游公司。其旅行社的问世标志着近代旅游业的诞生。同年8月,他首次组织了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。不仅亲自带队,还在沿途一些地方雇佣了当地人做向导。他此次专门安排的旅游向导被认为是近代最早的导游人员。

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。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。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,雇佣中国人充当向导。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,成立了中国旅游社,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,同时也产生了第一批中国导游员。

哈尔滨早在上个世纪初即是旅游城市。中东铁路管理当局与世界上最大的旅游企业——通济隆公司签定了全球旅客联运合同。在哈开设了3个办事处。上个世纪初哈尔滨的徒步、骑马等旅游早已扬名海内外。自行车环球旅游始于哈尔滨(1911年)。哈尔滨队在1939年国际自



行车比赛中获冠军。

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、哈尔滨等地成立了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日国务院正式批准成立中国青年旅行社。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旅游者的招徕和接待工作,以及国内旅游者的旅游业务,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90年代,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15000多家,各类专职和兼职导游人员达到十多万。

二、导游服务的概念

导游服务是导游人员代表被委派的旅行社,按照组团合同或与旅游者约定的内容和标准向旅游者提供向导、讲解及相关的旅游接待服务。

首先,导游人员是旅行社委派的。未受旅行社委派的导游人员,不得私自接待游客。其次,导游人员的主要业务是在陪同游客旅行、游览的过程中向其提供导游服务。最后,导游人员向游客提供的接待服务,对于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,对于散客必须按事前约定的内容和标准实施。一方面,导游人员在接待过程中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。

三、导游服务的类型

现代导游服务方式大致可分为两大类:图文声像导游方式和实地口语导游方式。

(一)图文声像导游方式

图文声像导游方式,亦称物化导游方式。它包括:

(1)导游图、交通图、旅游指南、宣传册、画册、旅游产品介绍及有关旅游活动的宣传品、广告、招贴等印刷资料。

(2)有关国情介绍、景点介绍的录音带、录像带、电影片、幻灯片等。

(3)利用计算机和现代信息技术开发的多媒体方式。

(二)实地口语导游方式



实地口语导游方式,亦称讲解导游方式,它包括导游人员在游客旅行、游览过程中进行介绍、讲解的导游方式。

四、导游服务的性质和特点

(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。

此外,世界各国的导游服务还具有以下共同属性:

1.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,属于非生产性劳动,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,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、高智能、高技能服务,因而是高级的服务。

2.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)民族的传统文化和现代文明的影响。导游人员为来自海内外的旅游者服务,通过引导和生动、精彩的讲解向旅游者传播知识,同时还吸收海内外各民族的传统文明,所以导游服务文化的传播是一种双向传播。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,直接和间接地起着传播一个国家(地区)民族的传统文化和现代文明的作用。

3.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作用。在旅游活动中,导游人员则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。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。

4.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。在商品经济条件下,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。导游服务的经济性主要表现在以下诸方面:

(1)直接创收。导游人员通过直接为游客服务,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。为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金。

(2)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。导游人员向游客提供优质的导游服务,可以招徕回头客、扩大新客源,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、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,导游人员起着举足轻重的作用。

(4)促进经济交流。在海外来华游客中,特别是那些参加会议旅游和专向旅游的游客中,不乏各个领域的学者、科学家、经济界人士以及企业家等方方面面的人士。他们中有人希望借旅游之机与各地的同行接触,相互交流信息;或想通过参观访问,了解投资环境和合作的可能性,导游人员良好的服务和交流,可以起到牵线搭桥的作用,促进中外及地区间的科技、经济交流,为我国的经济发展做出应有的贡献。

5.涉外性

在入境旅游中,导游人员向海外游客提供导游服务;在出境旅游中,向中国公民提供陪同服务都具有明显的涉外性。导游人员既是旅行社的代表,又是社会主义中国和中国人民形象的代表,其言行和服务的好坏都关系着祖国和人民的荣誉。他们不仅担负着向海外游客和在同外国居民的接触中宣传中国社会主义物质文明和精神文明的职责,而且起着沟通和促进两国人民的桥梁作用。从这个意义上说,涉外导游人员是不同国家人民之间的友好使者,是“民间大使”。

(二)导游服务的特点

导游服务作为一种高智能、高技能的服务工作,贯穿于旅游活动的全过程,同旅游服务行业中的其他服务相比,它具有如下主要特征:

1.独立性强

导游服务是导游人员受旅行社委派后,独自带领游客参观游览的服务活动。这种活动的显著特点是:第一,导游人员的工作是旅行社之外进行的“单兵作战”;第二,工作流动性大,上午在另一地,下午在另一地。导游服务的这种情况决定了导游人员必须独立地开展工作,如:根据旅游接待计划,独自带领游客开展各项旅游活动;独自向游客进行各种讲解,回答游客的各种问题;独自协调与旅游团领队、游客以及各相关接待单位和人员之间的关系;独自处理或协助旅行社领导及有关方面处理旅游中出现的各种问题或旅游故障。一句话,导游人员必须独立完成旅游接待任务。当然,导游人员的这种独立工作的特点并不意味着工作中可以随心所欲,而必须以国家的有关政策、法规、标准和旅行社的有关规定为依据。



导游人员的这一特点,要求导游人员要树立主人翁的意识,工作中积极主动,灵巧应变,同时,又要严格自律,遵纪守法。

2. 脑体劳动高度结合

导游服务是一项脑力劳动和体力劳动高度结合的服务性工作。导游人员接待的游客中,各种社会背景、文化水平的人都有,其中不乏专家和学者。导游人员需要很广的知识面,古今中外、天文地理、政治、经济、社会、医疗、卫生、宗教、民俗等均需涉猎。导游人员进行景观讲解、解答游客的问题时,都需要运用所掌握的知识和智慧来应对,这是一种艰苦而复杂的脑力劳动。另一方面,导游人员的工作量也很大,除了在旅行游览过程中进行介绍、讲解之外,还要随时随地应游客的要求,帮助解决问题。尤其是旅游旺季时,导游人员往往连轴转,整日、整月陪同游客,无论严寒酷暑长期在外作业,体力消耗大,又常常无法正常休息。

导游服务的这一特点,要求导游人员要树立为国家、为旅游业做贡献的思想,将个人利益与国家利益、旅行社利益结合起来,只有这样,才能更好地为游客服务。

3. 复杂多变

导游服务工作不仅繁杂,且变化较大。其复杂性主要表现在如下几个方面:

(1)服务对象复杂。导游服务的对象是游客,他们来自五湖四海,不同国籍、民族、肤色的人都有,职业、性别、年龄、宗教信仰和受教育的情况也各异,至于性格、习惯、爱好等更是千差万别。而且接待的每一批游客都互不相同,导游人员面对的总是一个不断变化着的复杂群体。

(2)游客需求多种多样。导游人员除按接待计划安排和落实游客旅游过程中的行、游、住、食、购、娱基本活动外,还有责任满足或帮助满足游客随时会提出的各种个别要求,以及解决或处理旅游中随时会出现的问题和情况。由于对象不同、时间场合不同、客观条件不同,同样的要求或问题也会出现不同的情况,需要导游人员审时度势、判断准确并妥善处理。

(3)接触面广,人际关系复杂。导游人员除天天接触游客之外,在安排和组织游客活动时还要同饭店、餐馆、旅游点、商店、娱乐、交通等部门和单位的人员接洽,而且也要处理导游人员中全陪、地陪与领队的关系。每一种关系的背后都有各自的利益,落实到具体人员身上,情况可能更为复杂。导游人员一方面代表委派的旅行社,要维护旅行社的信誉和利益;另一方面,又代表游客,要维护游客的合法权益,还要以双重代表的身份与有关各方交涉。导游人员正是处在这种复杂的人际关系网的中心。



(4)面对各种物质诱惑和“精神污染”。导游人员在同海内外游客的正常交往中,常常会受到一些不健康的思想意识和生活作风的影响,有时还会面临着金钱、色情、名利、地位的诱惑。处在这种氛围中的导游人员需要有较强的政治思想水平、坚强的意志和高度的政治警惕性,才能始终保持清醒头脑,自觉抵制“精神污染”。

4.跨文化性

导游服务具有跨文化性的特点。跨文化性是指跨越不同文化差异进行的文化传播和交流。由于各国、各地区之间的文化传统、风俗民情、生活方式、禁忌习惯不同,游客的思维方式、价值观念、思想意识各异,这就决定了导游服务工作的跨文化性。导游人员必须在各种文化的差异中,甚至在各民族、各地区文化的碰撞中工作,应尽可能多地了解各国、各地区文化之间的差异,圆满完成传播文化的重任。

五、导游服务的地位和作用

(一)导游服务在旅游服务中的地位

旅游接待服务是指组成旅游产品的供方,即旅游目的地的交通运输、旅行社、住宿、餐饮、娱乐、商品零售、邮电通讯、海关等部门向游客提供其旅游活动中所需要的行、游、住、食、购、娱等方面的服务。其中旅行社提供的服务主要有两个方面,一是旅游活动的组织安排,二是导游服务。由此可见,导游服务只是旅游接待过程中多种服务中的一种服务,然而又是诸种旅游接待服务中居于中心位置的服务。因为正是导游服务把这些环节连接起来,使游客得以一个环节一个环节地进行消费,从而也使得提供各自服务的相关部门和单位的产品价值得以实现。

(二)导游服务在旅游接待服务中的作用

1.纽带作用

导游服务在旅游接待中的中心位置使其在旅行社与游客之间、旅行社与各旅游接待单位之间以及游客与各旅游接待单位之间起着连接和纽带作用。

在旅行社与游客之间的纽带作用主要表现为:导游人员在按照旅行社的接待计划(即旅游合同规定的内容)为游客安排和落实行、游、住、食、购、娱等各项服务的同时,还能将游客在旅游活动中的感受,对旅行社和旅游活动安排及其他方面的意见、要求和建议及时反馈给旅行社。

在旅行社与各旅游接待单位之间的纽带作用主要表现为:导游人员一方面代表旅行社将游客需要提供提供服务的准确时间、数量和要求的及时传递给相关接待单位,协助他们处理服务中可能出现的问题;另一方面旅行社也通过导游人员了解和掌握各接待单位执行合同的情况。这一纽带作用使得导游人员在导游服务过程中既负有检查



和督促各接待单位落实合同的责任,又具有将各接待单位的意见和建议反馈给旅行社的义务。

在游客同各接待单位之间的纽带作用主要表现在:导游人员一方面要对游客提出的合理要求,在不违背合同的情况下代表游客同接待单位进行沟通,尽可能地满足游客的需要,以维护游客的正当权益;另一方面又要及时提醒游客,在所到之地要尊重当地的文化习俗、接待单位的有关规定和接待人员的劳动,以维护相关接待单位的利益。

总之,以上三方面的关系都需要通过导游人员的服务进行沟通,其中,任何一种关系的纽带作用发挥不好,都可能对旅行社、游客或相关接待单位的利益或形象带来负面影响。

2. 标志作用

由于导游人员与其他旅游接待单位的人员相比,同游客接触的时间最长,导游服务覆盖旅游活动的全过程,游客对导游服务的感受最为深切,留下的印象也最为久远,游客有什么困难均需直接找导游人员为其排解,所以,导游服务质量的高低对于旅游目的地的接待服务具有某种代表性,起着一定的标志作用。当然,这并不意味着其他的服务就不重要。

3. 扩散作用

优质的导游服务能对旅游目的地的旅游产品和旅行社形象起到扩散或传播作用。旅游产品质量主要由旅游资源质量、旅游服务质量、旅游活动组织安排质量和旅游环境(包括自然环境和社会环境两个方面)质量组成。除第四项内容外,其他三项都与导游服务密切相关。因为旅游资源的特色需要导游人员讲解好,各项旅游服务的质量在相当程度上取决于导游人员及时有效的信息沟通,而旅游活动组织安排质量更是导游人员的本职工作。导游服务质量高,为游客提供的特殊使用价值就大,旅游目的地旅游产品对游客的效用也大,游客的满意程度就高,对于扩大旅游目的地旅游产品在客源市场上的影响力度就大,从而有利于其销路的扩展。反之,若导游服务质量低劣,则会对旅游产品起阻销作用。

4. 反馈作用

如前所述,导游人员若能较好地处理旅行社同游客的关系、旅行社同其他旅游接待单位的关系,以及游客同其他旅游接待单位的关系,游客和其他旅游接待单位的意见、要求和建议就能比较顺畅地向导游人员表达出来,并通过导游人员及时反馈给旅行社有利于旅行社进一步改进旅游产品的设计和包装,进一步提高旅游产品的质量。

六、导游服务的原则

(一) 游客至上原则