



全国导游人员资格考试统编教材
QUANGUO DAUYOU RENYUAN ZIGE KAOSHI TONGBIAN JIAOCAI

全国导游基础知识

QUANGUO DAUYOU JICHU ZHISHI

全国导游人员资格考试统编教材专家编写组 编

TOURISM

中国旅游出版社



全国导游人员资格考试统编教材

QUANGUO DAOYOU RENYUAN ZIGE KAOSHI TONGBIAN JIAOCAI

全国导游基础知识

QUANGUO DAOYOU JICHU ZHISHI

全国导游人员资格考试统编教材专家编写组 编



中国旅游出版社

项目策划：付 蓉
项目统筹：譙 洁
责任编辑：付 蓉
责任印制：冯冬青
封面设计：中文天地

图书在版编目 (CIP) 数据

全国导游基础知识 / 全国导游人员资格考试统编教材专家编写组编. -- 北京 : 中国旅游出版社, 2016.3 (2016.9重印)
全国导游人员资格考试统编教材
ISBN 978-7-5032-5504-5

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

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第304587号

书 名：全国导游基础知识

主 编：全国导游人员资格考试统编教材专家编写组
出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)
<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn
营销中心电话：010-85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司
印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂
版 次：2016年3月第1版 2016年9月第10次印刷
开 本：787毫米×1092毫米 1/16
印 张：23.25
字 数：358千
定 价：32.00元
I S B N 978-7-5032-5504-5

版权所有 翻印必究
如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

出版说明

业内称导游人员是旅游业的灵魂，是旅游业的形象大使，这充分说明导游人员在旅游业中的重要作用。在我国旅游业蓬勃快速发展的今天，旅游者越来越追求高品质的旅游产品，对导游人员的职业素养、业务水平、综合能力的要求越来越高。可以说，高素质的导游人员是高品质旅游产品的核心要素。

2015年8月，国家旅游局《关于完善“导游人员从业资格证书核发”行政审批事项有关工作的通知》（旅办发〔2015〕62号）规定，将于2016年起实行全国统一的导游人员资格考试制度。2016年1月，国家旅游局公布了全国导游人员资格考试大纲。作为国家旅游局唯一直属的出版社，中国旅游出版社迅速响应了这一新出台的导游人员资格考试政策，邀请了业内权威专家组成全国导游人员资格考试统编教材专家编写组，在认真学习、研讨国家旅游局发布的相关文件精神 and 统考大纲要求的基础上进行教材编写工作。目前奉献给广大考生及业内读者的就是编写组专家经过近5个月精心编写、由中国旅游出版社专业编辑经过四审四校精心加工的全国统考版的《政策与法律法规》《导游业务》《全国导游基础知识》三门考试科目教材。

此次统考教材的编写，充分体现出了以下特点：其一，本套教材完全遵循国家旅游局相关文件精神 and 统考大纲要求，书名与考试科目相一致，每本教材中的内容都涵盖了国家旅游局颁布的统考大纲的全部要点；



在编写上力求简洁、通俗，易学、易记，便于学习和掌握，方便考生应考。其二，编写组成员均为业内资深的专家学者，长期工作在我国导游人员管理、行业教育培训和旅游院校导游专业教学一线，有着丰富的实践经验和较高的专业水准。他们的通力合作，确保了这套统考教材在内容上能够最大限度地贴近编写大纲的要求，也是这套教材高品质的保证。其三，本套教材在吸取原来各省导游人员资格考试教材内容和编写风格的基础上，强调理论与实践相结合，强调内容与时俱进、有全国示范意义并经得起业界实践的检验，强调注重实用性和业务可操作性。其四，配套完善。为了更好地满足考生顺利应考的需求，我社还同时推出了与这3门考试科目教材相配套的《全国导游人员资格统一考试模拟试题集》，将《政策与法律法规》《导游业务》《全国导游基础知识》3门科目的重点、难点进行梳理和总结，并以练习题的方式展现出来，方便考生开拓思维、掌握重点和难点。

2016年全国旅游工作会议提出，深化导游管理体制改革的，从行政化、封闭式管理向法制化、市场化管理转变；从导游必须由旅行社委派向导游依法自主有序流动的开放式管理转变，同时改革导游管理模式。可以预见，在新的管理模式下，导游队伍将焕发出新的发展生机和活力。我们希望这套精心策划、精心编写和出版的统编教材，不仅能够切实满足广大考生应考的需要，同时还能够为我国导游人员业务能力和综合素质的提升、为我国旅游业的发展尽一份绵薄之力。

中国旅游出版社
2016年3月8日

目 录

第一章 旅游与旅游业基础知识	1
第一节 旅游的概念、分类与特点	2
第二节 旅游活动的构成要素	4
第三节 旅游业与旅游市场	6
第四节 中国当代旅游业发展概况	8
第二章 中国历史文化	15
第一节 中国历史概述	15
第二节 中国古代文化与哲学	21
第三节 中国古代科学技术	29
第四节 中国古代历史文化常识	37
第三章 中国民族民俗	43
第一节 中国民族民俗概述	43
第二节 汉族	45
第三节 北方部分少数民族	49
第四节 西南部分少数民族	56
第五节 南方部分少数民族	66
第四章 中国旅游景观	72
第一节 山地旅游景观	72



第二节	水体旅游景观	79
第三节	气象、气候和天象旅游景观	86
第四节	动植物旅游景观	88
第五节	中国的世界遗产及其他	90
第五章	中国四大宗教	95
第一节	中国宗教概述	95
第二节	佛教	96
第三节	道教	115
第四节	基督教	124
第五节	伊斯兰教	129
第六章	中国古代建筑	134
第一节	中国古建筑文化概述	134
第二节	宫殿与坛庙	139
第三节	古城与古长城	143
第四节	陵墓	146
第五节	古楼阁、古塔和古石桥	150
第七章	中国古典园林	156
第一节	中国古典园林概述	156
第二节	中国古典园林的组成要素与造园艺术	159
第三节	中国古典园林之构景手法	163
第四节	中国著名古典园林	165
第八章	中国饮食文化	169
第一节	中国主要菜系	169
第二节	特色风味菜	173
第三节	地方名点小吃	176
第四节	名茶与名酒	187

第九章 中国风物特产	193
第一节 陶瓷器.....	193
第二节 三大名锦与四大刺绣.....	196
第三节 玉雕、石雕、木雕、竹雕、贝雕.....	198
第四节 漆器、锡器、铜器.....	201
第五节 文房四宝、年画、剪纸和风筝.....	205
第十章 中国旅游诗词、楹联、游记选读	211
第一节 汉字的起源与演变规律.....	211
第二节 诗词格律及楹联常识.....	213
第三节 旅游诗词名篇选读.....	224
第四节 旅游名联选读.....	260
第五节 游记名篇选读.....	274
第十一章 中国港澳台地区和主要客源国概况	300
第一节 港澳台地区概况.....	300
第二节 亚洲主要客源国概况.....	306
第三节 欧洲主要客源国概况.....	318
第四节 美洲主要客源国概况.....	333
第五节 大洋洲、非洲主要客源国概况.....	338
附录 中国的世界遗产与国家 5A 级旅游景区	344
参考文献	358
后记	361

第一章

旅游与旅游业基础知识

旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物，人们有意识地外出旅行最初是由产品或商品交换引起的。原始社会末期，随着私有制的产生，社会中出现了一部分人专门从事不同地区和不同行业之间的物物交换，由此产生了早期的商业旅行。到了奴隶社会和封建社会，随着生产力的不断发展，商品生产和商品交换的范围和规模进一步扩大，商业旅行有了新的发展。与此同时，一些非经济目的的旅行在这个时期也相继产生，如帝王将相的巡游、文人墨客的漫游、贵族子弟的求学游、宗教信徒的朝圣游等。但是，一方面由于这些旅行在总体上规模仍然较小，还未形成社会性需求；另一方面社会中也没有完全形成相应的交通、住宿等服务的社会化供给，因此，这一时期的旅行还不是真正意义上的现代性旅游。

到了19世纪，产业革命加速了社会经济的发展，促进了科学技术的进步，火车、轮船的出现，使大规模的人员流动成为可能；与此同时，城市化进程的加速，推动了城市住宿业和餐饮业的发展，出现了提供正规服务的商业旅馆。正是在这样的背景下，英国旅行商托马斯·库克创办了世界上第一家旅行社，专门经营旅行业务。19世纪末，随着内燃机的发明、汽车业的兴起，以及20世纪初第一架飞机的问世，欧洲各国之间和欧美两大洲之间的空中往来更为便捷。第二次世界大战之后，世界经济的快速发展、带薪假日在西方国家的普及、喷气式飞机用于民航和各国政府对旅游业的支持，促进了“大众旅游”局面的出现，现代旅游业也随之产生并得到迅速发展。



第一节 旅游的概念、分类与特点

一、旅游、旅行的概念及区别

1. 旅游

根据世界旅游组织的定义，旅游是指人们为休闲、商务或其他目的离开惯常环境，到其他地方访问，连续停留时间不超过一年的活动。这里的“惯常环境”包括居住地附近的地方和人们经常去的地方。它一是指人们常去的地方，即使这个地方离他的居住地很远，如某人在他地的度假别墅或第二住宅均属惯常环境；二是指离一个人的居住地很近的地方，即使他很少去，也属惯常环境。

2. 旅行与旅游的区别

旅行，指远行，外出行走，去外地办事。旅行和旅游的区别在于：一是从时间上看，旅行先于旅游；二是从空间上看，旅游必须离开惯常环境，而旅行则不一定；三是从目的上看，旅行是为了行万里路，读万卷书；四是从方式上看，旅行一般是指个人的行走或远行，旅游通常是团体出行，时间上相对短暂。总之，旅游就是旅行游览活动，是一种复杂的社会现象，涉及社会的政治、经济、文化、历史、地理、法律等各个领域。

二、旅游的分类

现代旅游的范围越来越广，参与的人数越来越多，旅游的内容与方式也多种多样，因而旅游活动可以从不同角度进行分类，如按地理范围分，可以分为国际旅游、国内旅游；按旅游距离分，可以分为远程旅游、近程旅游。

以下主要介绍按旅游目的的分类。按照人们外出旅游的目的，旅游活动可以分为消遣性旅游和事务性旅游。

1. 消遣性旅游

消遣性旅游是指以休闲为主要目的而开展的旅游。其种类较多，主要有：

(1) 观光旅游。是以领略异国他乡的自然风光、都市景观或社会风情为主要内容的旅游。它是世界上开展得最为普遍的消遣性旅游类型，也是目前

我国接待量最大的市场类型。

(2) 度假旅游。出于休养身体, 或者为暂时摆脱日常工作和生活环境的紧张压力而前往海滨、山区等优雅而清静的地方生活和放松一段时间的旅游。其活动方式自由自在, 活动内容随意自由。

(3) 文化旅游。泛指以体验异乡社会风情、了解他乡文化教育为主要内容的旅游。由于文化的范畴很广, 因而这类旅游的表现形式不尽相同, 其中主要涉及探索和了解旅游目的地社会的民族历史、生活方式、风俗习惯、民族艺术、社会组织和文化教育等内容。

(4) 宗教旅游。多指宗教信徒以前往特定宗教圣地朝拜为主要目的的旅游。它虽是一种古老的旅游形式, 然而在今天仍是世界各地普遍可见的旅游。

(5) 探险旅游。通常是指人们到人迹罕至的地方, 以探险猎奇为主要内容的旅游。参加这种旅游的多为中青年人士中的乐于冒险者。目前, 世界上比较常见的这类旅游是江河漂流和登山活动。

(6) 专业旅游。通常指以前往旅游目的地考察和交流某一领域的专业知识为主要目的而开展的旅游。由于参加这类旅游活动的多为某一领域的同行人士和专家学者, 所以这类旅游实际上属于特殊兴趣旅游。

2. 事务性旅游

事务性旅游系指因公或因个人事务而外出开展的旅游。主要包括:

(1) 公务旅游。通常指政府部门(部长以上除外)、党派组织和社会团体人员因公出访异国他乡的差旅性访问活动。这类访问活动之所以被纳入旅游活动, 是因为: 第一, 访问期间大多伴有消遣性旅游; 第二, 在目的地访问期间的消费被列入当地旅游收入账户。

(2) 商务旅游。指工商界人士因商务需要而出访异国他乡的访问活动。它被纳入旅游活动的原因与公务旅游相同。商务旅游者由于出访频率高, 不受季节影响和消费水平高, 故是一个颇有价值的市场, 尤其对航空公司和高档饭店更是如此。

(3) 会议旅游。指因参加会议而前往异国他乡的访问活动。随着世界经济的发展和国内外交流的日益频繁, 各种类型的会议数量也不断增多。因此, 会议旅游也是一个各国旅游业界普遍关注的重要市场。



(4) 家庭和个人事务旅游。这类旅游活动包括探亲访友、外出参加亲友婚礼、出席在外求学子女的开学或毕业典礼、外出参加某种培训班或短期修学等。

三、旅游的特点

(1) 旅行与逗留的合成性。旅游是由旅行活动与逗留活动构成的。前者包括游客在其出发地与旅游目的地之间的交通往返活动和在旅游目的地不同地区(或景点)之间的空间转移活动;后者则包括游客在旅游目的地的逗留期间的参观游览活动和其他活动。

(2) 异地性。旅游是人们离开自己惯常的居住地,前往异国他乡的旅行和访问活动,所以它不同于人们在惯常环境范围内开展的任何旅行活动。

(3) 暂时性。按照世界旅游组织的定义,旅游是指人们在旅游目的地的停留时间不超过一年的活动,否则便属于定居性质。

(4) 非移民性和非就业性。旅游是人们除了移民和就业之外的外出旅行和访问活动。因此,人们移居他乡的旅行活动与人们去异国他乡打工挣钱的旅行活动均不属于旅游活动。这里,需要注意的是商务旅游虽然在某种意义上也是为了“挣钱”,但是却不是从所访问之地获取工资性报酬。

第二节 旅游活动的构成要素

一、旅游活动的基本要素

从旅游活动体系来看,其基本要素包括旅游活动的主体、旅游活动的客体和旅游活动的中介体。

(1) 旅游活动的主体。旅游活动的主体是旅游者。人们要实现出外旅游的需求,成为现实的旅游者,必须具备三个条件,即旅游动机、足够的可自由支配收入和足够的闲暇时间。其中,可自由支配收入是指人们全部收入中扣除应缴的税金和所需的生活与社会消费之后的余额;闲暇时间是指人们在进行日常工作、学习、生活与必要的社会活动所需时间之外的可自由支配的时间。



(2) 旅游活动的客体。旅游活动的客体是旅游资源。它是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。旅游资源包括自然旅游资源、人文旅游资源和社会旅游资源。其中,前两类旅游资源多为有形旅游资源,后一类旅游资源为无形旅游资源,如旅游服务质量、居民生活方式、社会制度、居民好客态度等。

(3) 旅游的中介体。旅游的中介体是指为游客提供各种便利性旅游服务的旅游业,如交通客运业、旅行社业和饭店住宿业等。旅游业作为旅游主体和旅游客体之间的中介主要是为游客提供各种旅游设施和旅游服务,以方便游客实现其旅游经历和体验。

二、旅游活动内容六要素

从旅游活动内容的构成来看,其基本要素即人们通常概括的食、住、行、游、购、娱六要素。依据这六要素,在安排和进行旅游活动时,要特别注意以下几点。“食”:这是首要的,只有吃得好,才能游得好,所以一定要吃饱、吃好、吃干净。“住”:不能住太贵的饭店,因为出来主要是旅游而不是睡觉,所以干净、舒适即可。“行”:选择游览目的地,一定要注意该处进得去,也出得来。“游”:游是核心,一定同导游配合好,可领略到更多乐趣和知识。“购”:异地他乡购些物品也是乐趣之一,但只购当地独有的,当地非常便宜的。“娱”:娱乐乃人之常情,玩一些当地喜闻乐见的项目,注意安全,切勿到不适当的场所。

三、旅游活动内容新六要素

从旅游活动的发展来看,其延伸要素有商、养、学、闲、情、奇六要素。其中,“商”指商务旅游,包括商务旅游、会议旅游、奖励旅游等;“养”指养生旅游,包括养生、养老、体育健身等;“学”指研学旅游,包括修学旅游、科考、培训、拓展训练、摄影、采风、夏令营和冬令营等;“闲”指休闲度假旅游,包括乡村休闲、都市休闲、各地度假等;“情”指情感旅游,包括婚庆、婚恋、纪念日旅游、宗教朝觐旅游等;“奇”指探奇旅游,包括探索、探险、探秘、娱乐、新奇体验等。



第三节 旅游业与旅游市场

一、旅游业的概念及其三大构成

1. 旅游业的概念

旅游业是凭借旅游资源和设施，专门或主要从事招徕、接待游客，为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物和文娱等服务的行业。

旅游业在国际上被称为旅游产业（tourist industry），即旅游业在性质上是一个经济性产业。我国将其定位为国民经济和服务业中的战略性支柱产业。

与其他行业相比，旅游业的主要特征有：它是一个综合性的产业；它是一个劳动密集型的服务性产业；它是一个脆弱性的产业，其发展受到多种因素的影响。

2. 旅游业的三大构成

旅游业的构成有几种说法。一是从国民经济各行业中为游客提供产品和服务角度出发，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。

二是从一个国家或地区旅游业的发展出发，旅游业主要由五大部分构成，即除了上面的三大支柱外，还包括以景区景点为代表的游览场所经营部门和各级旅游管理组织。

二、旅游市场的概念及其构成要素

1. 旅游市场

旅游市场，从经济学的角度说，是旅游产品供求双方交换关系的总和，反映的是旅游产品供求所引起的各种经济现象和经济关系。

从市场营销学角度说，旅游市场通常是指旅游产品的消费市场和旅游客源市场，即指某一特定旅游产品的现实购买者和潜在购买者。

2. 旅游市场的构成要素

从经济学的角度说，旅游市场由旅游市场主体、旅游市场客体和旅游市



场中介三个要素构成。其中,旅游市场主体是指参与旅游产品交换的买者和卖者,即旅游产品的消费者和旅游产品的供应者;旅游市场客体是指可供交换的旅游产品;旅游市场中介是指介于旅游产品买者和卖者之间的各种有形的和无形的媒介和桥梁,如旅游中间商和其他中介机构以及旅游价格、旅游竞争、旅游网站、旅游信息与旅游问询中心等。

三、我国三大旅游市场及其特点

1. 入境旅游市场及其特点

我国入境旅游市场由外国市场、华侨市场和港澳台地区市场三部分组成。其主要特点有:

(1) 我国的入境旅游人数一直在上升,由1980年在世界排名第18位上升到2013年的第4位。

(2) 在入境游客人数中,中国香港、澳门游客一直占绝大多数,如1978年占86%,2013年仍占80%。

(3) 我国的外国人旅游市场基本稳定,除美国一直是我国旅游的主要客源国外,主要集中在东北亚和东南亚地区。以韩国、日本、俄罗斯和美国游客为主,2013年四国的来华旅游人数占入境外国游客人数的42.29%。

(4) 随着我国入境游客人数的增多,我国的旅游外汇收入也在稳步增加,在世界各国的排名不断上升,从1980年的第34位上升到2013年的第4位。

2. 国内旅游市场及其特点

我国国内旅游市场是指大陆范围内的旅游市场,即境内旅游市场。其主要特点有:

(1) 国内旅游市场规模大,发展潜力足。无论是出游人数还是旅游消费总额都远远超过了入境旅游市场。自20世纪80年代以来,我国国内旅游人数一直在增加,从1984年的2亿人次增加到2014年的36亿人次,我国已成为世界最大的国内旅游市场。

(2) 旅游形式以散客为主。在国内旅游中,绝大多数游客采取的是自助游,旅行社组织的只占很小一部分。

(3) 旅游消费增长快,但消费水平仍较低。1985年,我国国内旅游消费



总额为 80 亿元，2013 年增至 2.54 万亿元，年均增长 22.8%。然而，在人均消费额上，2013 年我国国内游客的支出折合美元约为 124 美元，而同年我国接待入境游客则人均支出为 400 多美元。

3. 出境旅游市场及其特点

出境旅游需求是我国公民的境内旅游需求向境外的延伸，是我国旅游业发展的必然结果。我国公民的出境旅游包括出国旅游、边境旅游和港澳台地区旅游。其主要特点有：

(1) 出境旅游发展速度快，消费水平高。出境旅游人数由 1987 年的 32.8 万人次增至 2014 年的 1.09 亿人次，年均增长 29.9%；出境旅游消费由 1991 年的 4.17 亿美元增至 2013 年的 1293 亿美元，年均增长 24%。目前，我国已成为世界第一大出境旅游市场和第一大出境旅游消费国。

(2) 因私出境和个人出游所占比重高。如 2013 年，我国出境旅游人数为 9819 万人次，而因私出境旅游人数则高达 9196.9 万人次，占出境旅游总人数的 93.66%；在出境旅游总人数中，2013 年旅行社组织的只占小部分，占 71.2% 的是个人出游。

(3) 出境旅游目的地以亚洲国家和地区为主。2002 年，我国赴亚洲国家和地区的旅游人数为 4195 万人次，占当年出境旅游总人数的 85.5%；2012 年，列为出境旅游目的地首站的前十位国家和地区中，除美国外其余 9 个均位于亚洲，其总人数为 7233.52 万人次，占当年出境旅游总人数的 87%。

第四节 中国当代旅游业发展概况

中华人民共和国成立特别是改革开放以来，我国旅游业在党和政府的重视和支持下获得了健康和快速的发展，不仅旅游人数和旅游收入增长很快，跻身世界前列，而且建立了比较完善的旅游产业体系，形成了入境旅游、国内旅游和出境旅游全方位发展的格局，成为世界旅游大国。

我国旅游业的发展阶段可以从不同角度划分。从发展历程中表现的主要特征来划分，可以分为改革开放前和改革开放后两个时期。



一、改革开放前（1949~1977年）

改革开放前的时期即政治任务接待时期，这个时期的旅游业在性质上是作为外事工作的一部分开展的，工作重心在入境旅游的接待上。

接待业务的主要特点是：第一，接待对象局限在外国友好团体与其成员以及华侨、台港澳同胞和其家属，因而接待规模小；第二，旅游接待的目的不是为了经营，而是作为政治任务来完成；第三，旅游接待单位均为事业性质，接待中不计成本；第四，旅游主管部门与旅行社融为一体，一套人马两个牌子，旅游行政管理职能为旅游接待业务所取代。因此，这个时期只能说是我国旅游业的初始时期。

二、改革开放后（1978年至今）

这个时期为自1978年改革开放起至目前的30多年。旅游业发展走的是与西方旅游发达国家截然不同的道路，即先入境、后国内、再出境的发展途径。在这个时期，我国旅游业实现了在产业属性上从事业性质向经济性质的转变，产业体系从单一向综合的转变，旅游管理方式从微观到宏观的转变，旅游业的发展从策略层面到战略层面的转变。这个时期我国旅游业大体上可以细分为打基础、发展和提升三个阶段。

1. 打基础阶段（1978~1990年）

根据国际旅游业的一般发展规律，旅游业在其打基础阶段的显著特点是高投入、高速度、低质量、低效益。首先，因为旅游业总体来说是劳动密集型行业，但是在其打基础阶段，需要建设许多基础设施和旅游设施，如机场、车站、公路、饭店等，要投入大量资金，以形成接待能力。其次，一方面由于打基础阶段接待设施不完善，从业人员缺乏经验，因而服务质量较低，管理水平不高，经济效益低下；另一方面由于接待人数基数小，一定数量接待人数的增加往往表现为增长速度较快。最后，在打基础阶段，旅游业的管理体制、法律法规和配套政策也有一个逐步形成和完善的过程。因此，在打基础阶段，旅游业的发展主要表现为以外延扩大再生产为主的规模扩大的速度型发展模式。

在这一阶段，我国旅游业发展的主要特征是：第一，旅游业发展的重心