



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高职高专旅游管理专业实训系列教材

导游服务

实训教程

张晓娟 程伟 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

本书针对导游工作岗位,模拟真实环境,从导游员的职业素质、导游服务规程、导游服务技能、导游人员的应变能力、旅游产品的开发与营销等几个方面进行岗位模拟实训,使学生了解导游员应具备的基本素质、工作规范和服务技巧;熟悉导游服务流程和服务标准;掌握导游服务的各种方法和技巧,能够独立处理带团过程中的一般事件和突发事件,达到可以独立完成导游服务任务的目的。

本书内容突出实战性、实用性、可操作性,理论阐述简明扼要,服务程序条理清晰,不仅指出了正确的操作要领,还指出了实际工作中常出现的问题,便于初学者借鉴。

本书除了作为普通授课的辅助教材外,同时还可以作为相关企业员工培训及学生在实际工作中的随身手册。

本教材配有电子教案,凡使用本书作为教材的教师或学校可向出版社索取。您可以发送电子邮件至 cmpgaozhi@sina.com,或拨打咨询电话 010-88379375。

图书在版编目(CIP)数据

导游服务实训教程/张晓娟,程伟主编. —北京:机械工业出版社,2008.1

普通高等教育“十一五”国家级规划教材(高职高专旅游管理专业实训系列教材)

ISBN 978-7-111-23386-2

I. 导… II. ①张…②程… III. 导游-旅游服务-教材
IV. F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第014133号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:孔文梅 徐春涛 责任编辑:徐春涛 责任校对:袁凤霞

封面设计:饶薇 责任印制:李妍

北京富生印刷厂印刷

2008年3月第1版第1次印刷

169mm×239mm·6.75印张·262千字

0 001—4 000册

标准书号:ISBN 978-7-111-23386-2

定价:18.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话:(010) 68354423

封面无防伪标均为盗版

高职高专旅游管理专业实训系列 教材编审委员会

主 任 郑向敏

秘 书 李洪波

委 员 （以姓氏笔画为序）

万 雯 王 琦 王 瑜 皮晓媛 宋春亭

张晓娟 李 玫 李 俊 李晓东 陈金华

徐 杰 贾亚萍 郭 防 常永翔 程 伟

前 言

随着近年来国内旅游业的发展,旅游者的旅游消费意识和观念也在发生着巨大的改变,从改革开放初期单一的随团旅游,已经发展到目前的自助旅游、特色旅游、商务旅游、纯休闲旅游等多种旅游方式,旅游业得到了飞速发展。对于旅游中直接面对旅游者、实现旅游价值和旅游计划的执行者——导游员来讲,旅游市场也对其提出了更高的要求。导游员除了要具备基本素质以外,还要不断丰富自身知识,提高个人修养和素质,培养较强的职业能力和处理各种问题的能力。为了适应旅游市场的发展,导游员首先要从基础工作做起,将基础工作做好、做精。本书就是在此背景下产生的。

本书是长期工作在教学一线上的教师们,总结多年的教学和导游工作经验,大胆地改革了传统的文科类教材的编写结构和方法,引入项目教学、情景教学、操作体验等多种方法,将导游员应掌握的服务程序及标准和应具备的服务技能,编写成38个训练项目,以“实做、实操、实训”方式培训导游从业人员的职业素质与技能。本书内容突出实战性、实用性、可操作性,理论阐述简明扼要,服务程序条理清晰,不仅指出了正确的操作要领,还指出了实际工作中常出现的问题,便于初学者借鉴。

本书由张晓娟、程伟任主编,负责大纲的制订和统稿工作。各章节编写分工如下:第一章,由丁正荣编写;第二章,由陈凌凌编写;第三章,由程伟编写;第四章,由张晓娟编写;第五章,由陈健平和张晓娟共同编写;第六章,由刘雁琪编写。

在本书的编写过程中,我们参阅了大量的相关资料,在此向资料的作者们表示衷心的感谢和崇高的敬意。鉴于我们的水平有限,第一次尝试一种新的编写方式,书中一定存在许多不足之处,敬请旅游业界专家、同行和读者批评指正。

本教材配有电子教案,凡使用本书作为教材的教师或学校可向出版社索取。您可以发送电子邮件至 cmpgaozhi@sina.com,或拨打咨询电话010-88379375。

编 者

目 录

前言

第一章 导游服务概述	1
第一节 导游服务的产生和发展	1
第二节 关于导游服务	4
第三节 导游工作认知实训	14
实训项目 导游工作认知	14
第二章 导游员职业素质实训	17
第一节 导游员的基本素质实训	17
实训项目 1 导游员的职业道德	18
实训项目 2 导游员的仪容仪表	22
实训项目 3 导游员的服务规范	27
第二节 导游员的沟通素质实训	30
实训项目 4 与游客交往的技巧	30
实训项目 5 协调合作关系的技巧	35
第三章 导游服务规程实训	43
第一节 服务准备实训	43
实训项目 1 接待计划研究及落实接待事宜	44
实训项目 2 物质与形象准备工作	50
实训项目 3 开好出国说明会	55
第二节 接团和首次导游服务	62
实训项目 4 认找旅游团方法	62
实训项目 5 首次导游服务	68
第三节 入住饭店服务实训	74
实训项目 6 入住饭店服务流程	75
第四节 核对、商定日程实训	82
实训项目 7 活动日程核对与商定	82
第五节 参观游览实训	87
实训项目 8 出发前的导游服务	87
实训项目 9 途中导游服务	92
实训项目 10 离店与送行服务	97
第六节 导游服务综合实训	104
实训项目 11 导游服务全过程模拟	104

第四章 导游服务技能实训	111
第一节 导游带团技能实训	111
实训项目1 游览内容安排及路线设计	112
实训项目2 旅行途中调节气氛的方法	116
实训项目3 自然景观审美引导技能	120
第二节 导游语言技能训练	125
实训项目4 导游语言基本要求	125
实训项目5 导游交际语言技巧	130
第三节 导游讲解技能实训	135
实训项目6 导游讲解方法	135
实训项目7 导游讲解技巧	139
实训项目8 导游讲解风格展示	141
第五章 导游应变与应对能力实训	145
第一节 旅游故障的处置与预防实训	145
实训项目1 旅游活动计划和日程变更的处理	146
实训项目2 漏接、空接、错接、误机的预防和处理	150
实训项目3 物品丢失的预防和处理	156
实训项目4 游客走失的预防和处理	161
实训项目5 旅游者患病、死亡的处理	165
实训项目6 卫生救护常识与急救处理	170
实训项目7 安全事故的预防与处理	176
第二节 旅游者个别要求处理实训	181
实训项目8 餐饮、住房、娱乐等要求的处理	182
实训项目9 购物要求的处理	188
实训项目10 转递物品和信件要求的处理	192
第六章 旅游产品营销能力实训	196
实训项目1 本地旅游资源调查	196
实训项目2 购物引导与商品促销技巧	202
实训项目3 组团技巧	205
附录	209
参考文献	210

第一章

导游服务概述

第一节 导游服务的产生和发展

一、导游服务的产生和发展历程

在人类发展历程中，由于产品或商品交换的出现，引出人类有意识的外出旅行，在社会第三次大分工完成后，出现了专门从事商品交换的商人。正是他们在原始社会末期开创了人类旅行活动的先河，他们以经商为目的，周游于不同的部落之间。很显然，在这个时期，真正意义的旅游和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。奴隶社会阶段出现了以巡视、巡游为名义的享乐旅行。在奴隶主的旅行中，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。封建社会，经济的进一步发展和交通条件的改善，使更多的人能够参与旅行，这个时期出现了士人、学子的漫游、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。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，由于古代旅游的规模较小，那些充当向导的人不可能以此为生。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。

18 世纪 60 年代，英国开始了产业革命，随后法、德、美、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，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体现。

第二次世界大战以后，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。

同欧美国家相比,中国近代旅游业起步较晚。1923年8月,上海商业储蓄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。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,中国最早的导游人员也在这个时期产生了。

1949年新中国成立,同年11月,新中国第一家旅行社“华侨服务社”成立,1954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”;1954年4月15日成立了中国国际旅行社,总部设在北京,并在上海、天津、广州等地成立了14家分社;1980年6月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游客的招徕和接待工作,以及国内游客的旅游业务,导游人员的队伍也随之迅速壮大。

二、导游服务的发展趋势

未来旅游活动的发展趋势对导游服务将会产生重大影响并提出新的要求。导游服务的发展表现出如下5种趋势。

1. 导游服务的高知识化趋势

导游服务是一种知识密集型的服务,即通过导游人员的讲解和服务来传播文化、传递知识,促进各地的文化交流。在未来社会,人们的文化修养更高,对知识的更新更加重视,尤其文化旅游、专业旅游、科学考察的发展,对导游服务将会提出更高的知识要求。

根据这一趋势,导游人员必须提高自身的文化修养,在掌握广博知识的同时,使导游讲解的内容进一步深化,更具有科学性。这样,导游人员的讲解将更有说服力,不仅能同游客讨论一般问题,还能较深入地谈论某些专业问题。总之,在知识方面,导游人员不仅要成为“杂家”,还要成为某一领域或某些方面的专家、学者。

2. 导游手段的高科技化趋势

随着科学技术的发展,出现了能上网的手机、笔记本电脑、便携式VCD、DVD、远红外线遥控放音系统等先进的移动视听设备,这些设备也陆续运用到导游工作中来。这些先进的导游手段在游览前或在游览现场引导游客参观游览,不仅能让游客看到、听到了旅游景观的现状,而且还能进一步了解其历史沿革和相关知识,起到深化实地导游讲解和以点带面的作用,成为导游工作不可或缺的辅助手段。因此,导游人员必须学会使用它们,并在游前导、游中导和游后导中运

用自如，与实地口语导游密切配合，使其相辅相成、锦上添花。

3. 导游服务方式的多样化趋势

旅游活动的多样化趋势，尤其是参与性旅游活动的兴起和发展，要求导游人员随之变化其导游方法。参与性旅游活动的发展，意味着人们追求自我价值实现意识在不断增强。追求自我价值不仅体现在工作中，人们还将其转移到了娱乐活动之中。人们参加各种竞赛，各类节庆活动，与当地居民一起活动、生活，还在旅游目的地学习语言、各种手艺和技能，甚至参加探险活动等。这就要求导游人员不仅会说（导游讲解），还要能动（与游客一起参加各种活动）。

旅游活动的这一发展趋势将对导游人员提出更高的要求。未来的导游人员不仅是能说会道、能唱、能跳、多才多艺的人，还要有强壮的体魄、勇敢的精神，与游客一起回归大自然，参与绿色旅游活动，一起参加各种竞赛，甚至去探险。总之，今后的导游方法将越来越多，导游人员不仅要熟练地运用各种导游讲解方法，还要掌握参与各种旅游活动时的方式方法。只有这样，导游人员才能胜任未来的导游工作，才有可能将导游服务做得不同凡响。

4. 导游服务方式的人性化趋势

导游服务的对象是千差万别的，往往不是按标准服务能完全解决的，必须根据游客的具体特点，灵活提供针对性强、具有个性化的超常服务，为旅游者着想，理解人，关爱人，“于细微之处见真情”。导游若能提供一些富有人情味的个性化服务，会使旅游者感激不尽，令他们对导游员及旅行社保持好感甚至永生难忘。

5. 导游服务的商业化趋势

过去，向导为旅游者引路并不以索取报酬为目的；而现在，旅游业已成为一项经济产业，旅游服务的营利性非常突出，导游工作已经成为一种社会职业，作为旅游服务的主要组成部分，导游服务商业化趋势日益明显。

三、导游服务发展的主要特征

除了导游人员数量随着大众旅游活动的发展而不断增加外，导游服务还呈现出如下主要特征。

1. 从导游服务的社会属性看，由泛缘关系向业缘关系转变

在古代旅行活动中，由于参与旅行的人数很少，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，并逐渐成为一种职业。早在 20 世纪 70 年代，西方一些发达国家就已经把导游这一职业列入其社会职业分类当中，并将导游分为旅行导游、观光导游和机构访问向导 3 种。

2. 从导游服务的内容看, 由单一向导服务向多功能服务转变

首先, 多功能服务是旅游者的需要。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, 而是为了开拓视野、增长知识和获得享受, 因而对旅游服务提出了更多、更高的要求。要求在异地的旅游活动既要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, 多功能服务是旅行社提高经济效益的需要。旅行社自产生以来, 旅游活动和服务便作为商品来经营。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事项, 使导游人员逐渐将向导、讲解与生活服务等集于一身, 大大提高了劳动效率。

3. 从导游服务的类型看, 导游服务手段趋于多样化

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。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然。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. 从导游服务的语种看, 语言趋于国际化

这一特征是由于大众旅游已经在世界各地得到普及。为了能为来自于不同国家和地区的游客提供优质的导游服务, 需要导游人员掌握多种语言。

第二节 关于导游服务

一、导游服务的概念

导游服务是指导游人员代表被委派的旅行社, 接待或陪同游客旅行、游览, 按照组团合同或约定的内容和标准向游客提供向导、讲解和其他旅游接待服务。这一概念包含三方面的含义。

(1) 导游人员是旅行社委派的, 可以是专职的, 也可以是兼职的。未受旅行社委派的导游人员, 不得私自接待游客。

(2) 导游人员的主要业务是从事游客的接待。一般说来, 多数导游人员是在陪同游客旅行、游览的过程中向其提供向导、讲解及其他旅游接待服务。

(3) 导游人员向游客提供的接待服务, 必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施, 导游人员不得擅自增加或减少甚至取消旅游项目, 也不得降低导游服务质量。

二、现代导游服务的类型

导游服务的类型是指导游人员向游客介绍游览地区或地点情况的方式。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。

1. 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、景点介绍册页、画册、旅游产品目录等。
- (2) 有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品、广告、招贴以及旅游纪念品等。
- (3) 有关国情介绍、景点介绍的录音带、录像带、电影片、幻灯片等。

在旅游业发达国家，对图文声像导游极为重视，各大中城市、旅游景点以及机场、火车站、码头等处都设有“旅游服务中心”或“旅游问讯处”。那里摆满了各种印制精美的旅游宣传资料，人们可随意翻阅，其中大部分供问询者自由阅取；工作人员还热情、耐心地解答有关旅游活动的种种问题，并向问询者提供很有价值的建议，帮助他们比较深刻、全面地理解重要景观内含的深奥寓意和艺术价值，从而获得更多美好的享受。

2. 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、游览途中所做的介绍、交谈和问题解答等导游活动，以及在参观游览现场所做的介绍和讲解。实地口语导游方式在导游服务中处于主导地位，这是因为：

(1) 导游服务的对象是有思想和目的的游客 不同的游客，由于社会背景和旅游动机的不同，出游的想法和目的不尽相同，有的人会直接表达出来，有的人比较含蓄，还有的人可能缄默不语。导游人员可以通过实地口语导游方式观察游客的举止行为，同游客进行接触和交谈，了解不同游客的想法和出游目的，然后根据游客的不同需要，在对参观游览的景物进行必要的介绍的同时，有针对性、有重点地进行讲解。

(2) 现场导游情况复杂多变 现场导游情况纷繁复杂，在导游人员对参观游览的景物进行介绍和讲解时，游客中有人会专心致志地听讲，有人则满不在乎，有人还会借题发挥，提出各种稀奇古怪的问题。这些情况都需要导游人员在讲解过程中沉着应付、妥善处理。一方面在不降低导游服务质量标准的前提下，满足那些想了解景物知识的游客的需要，另一方面想方设法调动那些不感兴趣的游客的游兴，对提出古怪问题的游客做必要的解释，以活跃整个旅游气氛。

(3) 旅游是一种人际交往和情感交流关系 旅游是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动，通过对目的地社会文化的了解来接触目的地的人民，实现不同国度、地域、民族之间的人际交往，建立友谊。一般情况下，导游人员

是游客最先接触、接触时间最长的目的地的居民，导游人员的行为举止、言谈话语及讲解方式都会给游客留下难以泯灭的印象。通过导游人员的介绍和讲解，游客不仅可以了解目的地的文化，增长知识，陶冶情操，还可以通过接触目的地的居民，特别是与其相处时间较长的导游人员，对旅游目的地产生好感，并与导游人员建立友谊，增进不同国度、地域、民族之间的相互了解和友谊。

三、导游服务的范围

1. 导游讲解服务

导游讲解服务包括游客在目的地旅行期间的沿途讲解、参观游览现场的导游讲解以及座谈、访问和某些参观点的口译服务。

2. 旅游生活服务

旅行生活服务包括游客入出境迎送、旅途生活照料、安全服务及上下站联络等。

3. 市内交通服务

市内交通服务是指导游人员同时兼任驾驶员为游客在旅游城市市内和市郊旅游提供的交通服务。这类服务在西方国家较多，在我国较为少见。

四、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、民族文化和历史发展等条件的不同而存在一定的差异，但也有很多的共同点，概括起来主要包括以下几方面。

1. 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。同时，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。

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）及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、精彩的讲解传递给游客以知识、乐趣和美的享受，同时还吸收各国、各民族的传统文明和现代文明，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。

3. 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,如翻译、导游讲解、旅游生活服务等,来满足游客对游览、审美的愿望和对安全、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。

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几方面。

(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。

(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。导游服务的宣传方式则是游客的“口头宣传”,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。

(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,并将其视作争夺游客的魅力因素和增加旅游收入的重要手段。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 来中国旅游的海外人士及在国内旅游的游客中,不乏科学家、教授及方方面面的专家和各阶层人士,他们大多希望通过旅游与各地的同行接触,相互交流信息;或想通过参观访问,了解合作的可能性及投资的环境,也可能有贷款、捐赠的意向。导游人员在与游客交往过程中要做一个有心人,设法了解他们的愿望,不失时机地向旅行社报告,在领导的指示下积极牵线搭桥,促进中外及地区间的科技、经济交流,为我国的社会主义建设事业做出应有的贡献。

5. 涉外性

导游人员提供涉外导游服务的政治意义和所起的民间外交的作用不容低估。涉外导游服务的政治意义主要表现在如下两个方面。

(1) 宣传中国 目前中国接待的海外来华游客中,绝大多数对中国充满了向往与渴望,希望了解中国的社会制度、经济发展和人民生活状况,其中也不乏希望深入了解和研究中国的游客。因此,帮助来自四面八方的海外游客正确地认识中国是导游人员义不容辞的责任。同样,导游人员陪同中国公民出境旅游时,目的地的人民也希望从中国导游人员那里了解中国的发展情况。所以,导游人员的导游讲解,一言一行都在宣传着中国。作为中国的导游人员,在进行涉外导游

服务时,应具有鲜明的立场,以积极的姿态,努力将伟大祖国的发展和变化融于导游讲解、日常交谈和游览娱乐中,对于那些希望了解中国的游客及其他国家和地区的人民,更应不失时机地宣传中国。

(2) 发挥民间大使的作用 旅游活动是当今世界规模最大的民间外交活动,旅游促进了国家之间、地区之间的人际交往,增进了各国、各地区、各族人民之间的相互了解和友谊,消除因相互隔绝而造成的误解和猜疑,对加强世界各国人民的团结,维护国家安定和世界和平具有重要意义。在这一方面,导游人员起着极为重要的作用。

在游客心目中,导游人员是一个国家的代表,是人民的友好使者,是“民间大使”。导游人员可利用旅游活动的群众性、广泛性的特点广交朋友;可利用接触游客面广、机会多、时间长、无语言障碍的有利条件与游客进行广泛接触,进行感情上的交流。一位外国游客曾赞誉说:“中国的导游人员是通向友谊的桥梁,是中国人民的友好使者。”对于这种赞誉,大部分中国导游人员是受之无愧的,他们以高尚的思想品德、渊博的知识、精湛的导游技能、热情的服务,为来自五湖四海的游客提供了不同凡响的导游讲解服务和富有人情味的旅游生活服务,帮助游客认识中国,增进中国与各国人民之间的相互了解,在为中国赢得友谊和朋友方面做出了重要贡献,履行着“民间大使”的重任。

五、导游服务的特点

导游服务是一种高智能、高技能的服务工作,它贯穿于旅游活动的全过程,即从游客入境(或出境)起,一直到游客出境(或入境)止,导游服务始终陪伴着游客,因而是旅游服务中最具代表性的服务。导游服务与服务行业中其他服务不同,归纳起来有如下特点:

1. 独立性强

导游人员在接受旅行社委派后,带团外出旅游中往往要独当一面。导游人员要独立地宣传、执行国家政策;独立地根据旅游计划组织活动、带旅游团参观游览;在出现问题时,导游人员还要独立地、合情合理地进行处理。

导游人员的导游讲解也具有相对的独立性。导游人员要根据不同游客的文化层次和审美情趣进行有针对性的导游讲解,以满足他们的精神享受需求,这是导游人员的主要任务。

2. 脑体高度结合

导游服务是一项强脑力劳动和强体力劳动高度结合的服务性工作。导游人员在进行导游服务时,要面对各种社会背景、不同文化水平的游客,其中不乏专家和学者。导游人员需要具备宽广的知识面,古今中外、天文地理、政治、经济、社会、文化、医疗、卫生、宗教、民俗等均须涉猎。导游人员在进行讲解、解答

游客的问题时,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,导游人员的工作量极大,除了在旅行游览过程中进行向导、讲解之外,还要随时随地应游客的要求,帮助解决问题,事无巨细。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。

3. 复杂多变

导游服务工作不仅繁杂,而且变化大,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,他们来自世界各地,具有不同国籍、民族、肤色和文化背景,不同的职业、性别、年龄、宗教信仰,至于性格、习惯、爱好等更是千差万别。导游人员面对着一个非常复杂的群体。

(2) 游客的需求多种多样 导游人员除按接待计划安排和落实游客旅游过程中的食、住、行、游、购、娱等基本活动外,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过程中随时会出现的问题和情况,如会见亲友、传递信件、转递物品、游客患病、游客走失、游客财物被窃与证件丢失等,而且由于对象不同、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,这就需要导游人员审时度势、判断准确并妥善处理。

(3) 接触的人员多,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、旅游景点、旅游商店、娱乐、旅游交通等多部门和单位的人员接洽,而且还要处理好导游服务集体中与全陪、领队的关系。虽然导游人员面对的这些关系是建立在共同目标之上的合作关系,然而每一种关系的背后都有各自的利益,落实到具体人员身上,情况可能较为复杂。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,时时刻刻维护旅游者的合法权益,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) 要面对各种物质诱惑和“精神污染” 导游人员在同游客的正常交往中,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觉悟和水平、坚强的意志和高度的警惕性,能始终保持清醒头脑,自觉抵制“精神污染”。

4. 跨文化性

导游服务工作是传播文化的重要渠道,然而世界各国、各地区之间的文化传统、风俗民情、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,因此应尽可能多地了解中外文化之间的差异,圆满完成传播文化的重任。

5. 高度关联

导游服务质量的高低除取决于导游人员的业务水平、知识积累和各种能力之外,还需要得到旅游接待服务相关部门的配合与支持,如旅行社计调部门、住宿单位、交通部门、娱乐单位等的配合。任何一个环节的服务出现偏差都会对旅游活动产生影响,同时也会影响整个旅游活动的顺利进行。这一点也说明了服务质量控制的难度,因此,导游人员一定要有全局观念,在工作中要头脑清醒,思维缜密,着力预防服务质量事故的发生,要有较强的协调能力、公关能力和处理问题的能力,以保证游客的旅游活动按计划顺利进行。

六、导游服务在旅游服务工作中的地位和作用

1. 导游服务在旅游服务工作中的地位

旅行社、饭店和旅游交通是构成现代旅游业的三大支柱产业,其中处于核心地位的是旅行社。因为旅行社担负着生产和销售旅游产品的职能,旅行社招徕游客的多少直接关系到饭店、交通部门接待游客的数量和其经济效益。

旅行社的业务主要有四大项,即旅游产品的开发、旅游产品的销售、旅游服务产品采购和旅游接待。旅行社的前三项业务属于产品的生产和交换,后一项业务属于产品的消费,即游客购买了旅游产品后到旅游目的地进行消费。旅游接待过程就是实现旅游产品的消费过程。如果我们把旅游接待过程看作是一条环环相扣的链条(从迎接游客入境开始,直到欢送游客出境为止),那么,向游客提供的住宿、餐饮、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。正是导游服务把这些环节连接起来,使相应服务的部门和产品和服务的销售得以实现;使游客在旅游过程的种种需要得以满足;使旅游目的地的旅游产品得以进入消费。所以,导游服务虽然只是旅游接待服务中的一种服务,然而与旅游接待服务中的其他服务相比,无疑居于主导地位。

2. 导游服务的作用

(1) 纽带作用 导游服务是旅游接待服务的核心和纽带。通过导游服务,把旅游接待服务中的其他各项服务联系起来,使之相互配合,协同完成旅游接待任务。导游服务在各项旅游服务中的纽带作用具体表现为如下几个方面。

1) 承上启下。导游人员是国家方针政策的宣传者和具体执行者,代表旅行社执行旅游计划,为游客安排和落实食、住、行、游、购、娱等各项服务并处理旅游期间可能出现的各种问题。同时,游客的意见、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转达,直至上达国家最高旅游行政管理部门。

2) 连接内外。导游人员既代表接待旅行社的利益,要履行合同,实施旅游接待计划,又肩负着维护游客合法权益的责任,代表游客与各旅游接待部门进行

交涉,提出合理要求,对违反合同的行为进行必要的干预,为游客争取正当利益;导游人员有责任向游客介绍中国,帮助他们尽可能多地了解我们的国家、人民生活、社会、文化和风俗民情以及国家的有关政策、法律法规等,同时多与游客接触,进行调查研究,了解外国,了解游客。

3) 协调左右。导游服务与其他各项旅游服务的服务对象是共同的,因而在目标上,在根本利益上是一致的。然而,在服务内容上又各有区别,各部门、各单位又有各自的利益。这种情况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。导游人员作为旅行社派出的代表,对饭店、餐馆、游览点、交通部门、商店、娱乐场所等企业提供的服务在时间上、质量上起着重要的协调作用。因为旅游服务中任何一个环节出了问题,都会影响到整个旅游服务质量。导游人员既有义务协助有关旅游服务提供者,同时也有责任对这些部门的服务提出意见和建议,以便于使游客与旅行社签订的旅游合同得到落实。

(2) 标志作用 导游服务质量是旅游服务质量高低的标志。导游服务质量包括导游讲解质量、为游客提供生活服务的质量以及各项旅游活动安排落实的质量。导游人员与游客朝夕相处,因此游客对导游人员的服务接触最直接,感受最深切,对其服务质量的反应最敏感。旅游服务中其他服务质量虽然也很重要,对游客的旅游活动也会有影响,但除特殊情况外,由于接触时间短,游客的印象一般不如对导游服务质量印象深刻。一般来说,如果导游服务质量高,可以弥补其他旅游服务质量的欠缺,而导游服务质量低劣却是无法弥补的。因此,游客旅游活动的成败更多地取决于导游服务质量。导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游服务质量的高低,甚至关系着国家或地区旅游业的声誉。

(3) 反馈作用 在消费过程中,游客会根据自己的需要对旅游产品的内容、规格、质量、标准等作出不同的反应。而导游人员在向游客提供导游服务的过程中,由于处在接待游客的第一线,同游客交往和接触的时间最长,对游客关于旅游产品方面的意见和需求最了解。导游人员应充分利用这种有利条件,根据自己的接待实践,综合游客的意见,反馈到旅行社有关部门,促使旅游产品的设计、包装、质量得到不断改进、完善,更好地满足游客的需要。

(4) 扩散作用 如前所述,导游服务质量对旅游服务质量起着标志性作用,因而导游服务质量的高低在很大程度上决定着旅游产品的使用价值。游客往往通过导游人员带领游客进行旅游活动的情况来判断旅游产品的使用价值。如果导游服务质量高,令游客感到满意,游客会认为该旅游产品物有所值,而且在满载而归后,以其亲身体验向亲朋好友进行义务宣传,从而扩大了旅游产品的销路。

反之,若导游服务质量不高,则会导致游客抱怨和不满,并间接影响其周围的人,从而阻碍了旅游产品的销路。由此可见,无论导游服务质量高低,都会对旅游产品的销售起扩散作用。