



导游基础

王三北 欧阳正宇 秦斌峰 编著

GANSU
TRAVEL

甘肃人民美术出版社

TRAVEL
GANSU

导游基础

王三北 欧阳正宇 秦斌峰 编著

甘肃人民美术出版社

图书在版编目(C I P)数据
导游基础/王三北, 欧阳正宇, 秦斌峰编著. —兰州:
甘肃人民美术出版社, 2007. 8
ISBN 978-7-80588-597-1

I. 导… II. ①王… ②欧… ③秦… III. 导游—基本知识
IV. F590. 63

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第113896号

导游基础

王三北 欧阳正宇 秦斌峰 编著

责任编辑: 宁 萍

封面设计: 牛亚洲

出版发行: 甘肃人民美术出版社
地 址: 兰州市南滨河东路520号
电 话: 0931-8773149(编辑部) 0931-8773269(发行部)
E-mail: gsart@126.com
网 址: <http://www.gansuarts.com>
印 刷: 兰州市大众彩印包装有限公司
开 本: 787毫米×1092毫米 1/16
印 张: 19.75
字 数: 360千字
版 次: 2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷
印 数: 1~1 000
书 号: ISBN 978-7-80588-597-1
定 价: 25.00元

(甘肃人民美术出版社图书若有破损、缺页可随时与本社发行部联系更换)

版权所有 盗版必究

前言

旅游业作为一个朝阳产业,进入 21 世纪后在世界和我国依然保持着强劲的增长势头。甘肃作为西部省份,经济发展的整体水平与东部、南部地区尚有较大差距,但旅游资源的蕴含十分丰富,有广阔的发展空间。随着旅游业的快速发展,对旅游教育事业提出了更高的要求,不仅要对在职工进行培训,不断提高其从业水平,而且要培养大批高质量的人才以满足旅游业的需要。正是在这种形势下,甘肃省旅游培训中心与西北师范大学旅游学院联合编写了这套导游系列教材。

本套系列教材有《甘肃导游》《旅游法规与职业道德》《导游基础》及《导游业务》四本教材和《导游考试指南》组成。这套教材是甘肃省导游人员资格考试的指定培训教材,亦可用作高等院校旅游专业本科使用教材,也可用于旅游及相关行业从业人员的业务学习与参考用书。本套系列教材与同类教材相比,有以下特点:

1. 及时关注了国际、国内经济大环境变化对旅游业的影响,如《导游业务》中增加了“导游服务环境分析”这部分内容,具体分析了导游服务所处的政治、法律、经济、文化、科技等宏观环境,也分析了竞争者、消费者、媒体、社会公众等微观环境,研究了环境与导游服务的互动与影响。

2. 及时吸收了最新的资料。如《旅游法规与职业道德》中吸收了截止 2006 年 12 月底最新颁布和修订的与旅游相关的政策法规和规章,如 2006 年 1 月 29 日国务院新发布的《娱乐场所管理条例》、2006 年 2 月 28 日国家民航总局发布的《国内航空运输承运人赔偿责任限额规定》、2006 年 4 月 16 日发布的《大陆居民赴台湾地区旅游管理办法》、2006 年 4 月 29 日颁布的《中华人民共和国护照法》、2006 年 9 月 19 日国务院公布了于 2006 年 12 月 1 日起施行的《风景名胜区条例》等,其目的在于使旅游从业人员及时了解和掌握国家旅游法律法规。

3. 体现了旅游业的地域特色。由于本套教材主要在甘肃省使用,因此教材中适当突出了甘肃旅游业的情况,如《导游基础》中增加有关世界遗产和非物质文化遗产以及甘肃旅游资源和丝绸之路的内容;在《导游业务》中也增加了“甘肃导游服务的区域特点”等部分内容,使处在甘肃的导游人员在从业中更具实际性和可操作性。

4. 这套教材与同类教材相比,体例较为完备,内容更为全面,因此,它不但可以作为旅游业从业人员获得职业资格时的必备教材,还可以作为从业

人员在日常经营、管理、营销等方面工作时的工具用书,具有一定的兼容性和前瞻性。

在编写这套系列教材的过程中,我们参阅了全国范围内同类型其他优秀著作与教材,也从相关经济、文化、法律、管理等优秀著作与论文中汲取了不少有益的养分,可以说,除了我们的劳动以外,业内外同行、专家和学者们杰出的前期劳动与创造是我们这套教材得以完成的重要基础,虽然我们列出了参考书目,但也难免挂一漏万,谨向为我们这套教材提供过智力援助的专家学者们表示深深的敬意!

编 者

2007年5月1日

目 录

第一章 旅游概论	(1)
第一节 旅游概论	(1)
一、旅游的基本概念	(1)
二、旅游活动的构成	(1)
三、旅游的基本类型的划分	(3)
四、中国旅游的发展	(4)
五、旅游者	(9)
六、旅游资源	(10)
七、旅游业	(13)
八、旅游的作用及影响	(13)
第二章 导游历史知识	(15)
第一节 中国社会发展简史	(15)
一、社会形态的演进	(15)
二、王朝的更替	(17)
第二节 中国历史小常识	(20)
一、国号名称的主要来由	(20)
二、帝王、皇族、皇戚称谓	(20)
三、帝王的名号	(22)
四、天干地支、年月日辰、四时节气	(23)
五、阴阳、五行、八卦	(25)
六、四书五经、三纲五常	(26)
七、姓、氏、名、字、号及避讳	(26)
第三节 中国政治制度史	(27)
一、中国封建政体的演变	(27)
二、中国古代重要的政治制度	(28)
三、重要的官制	(29)
第四节 中国文化史	(31)
一、文字	(31)
二、史学	(32)
三、社会思想	(33)
四、教育	(34)

五、科学技术	(36)
第五节 民族关系史	(38)
一、中华民族的融合	(38)
二、统治者处理民族关系常用的手段	(39)
三、对边疆少数民族地区的管辖	(39)
第三章 世界遗产名录与非物质文化遗产	(41)
第一节 世界遗产名录	(41)
一、“世界遗产名录”的设置	(41)
二、世界遗产标志	(41)
三、被列入“世界遗产名录”的中国遗产地	(42)
第二节 非物质文化遗产	(44)
一、非物质文化遗产的概念	(44)
二、入选联合国教科文组织“人类口述和非物质遗产代表作” 的中国项目	(44)
三、第一批国家级非物质文化遗产名录(共计518项)	(45)
第四章 中国的民族民俗	(65)
第一节 概述	(65)
一、民族	(65)
二、民俗	(66)
三、节日	(66)
第二节 汉族及其主要传统节日	(68)
一、春节	(68)
二、元宵节	(69)
三、清明节	(69)
四、端午节	(70)
五、中秋节	(71)
第三节 主要少数民族的风俗	(71)
一、回族	(71)
二、藏族	(73)
三、蒙古族	(75)
四、维吾尔族	(77)
五、壮族	(78)
第四节 甘肃特有少数民族	(79)

一、东乡族	(79)
二、裕固族	(81)
三、保安族	(83)
第五章 中国四大宗教	(86)
第一节 概述	(86)
一、宗教的形成	(86)
二、中国宗教概况	(86)
三、宗教与宗教文化	(87)
第二节 佛教	(88)
一、佛教的创立和传播	(88)
二、藏传佛教及其宗派	(91)
三、佛教的教义和经典	(93)
四、佛教的供奉对象	(93)
五、中国佛教寺院的布局	(96)
六、佛教的礼仪	(97)
七、中国的佛教名胜	(98)
第三节 道教	(99)
一、道教的创立与派别	(99)
二、道教的教义	(100)
三、道教的经典和标志	(102)
四、道教供奉的对象	(102)
五、道教的宫观	(103)
六、道教礼仪	(104)
七、道教名胜	(105)
第四节 伊斯兰教	(106)
一、伊斯兰教的创立和派系	(106)
二、伊斯兰教在中国的传播	(107)
三、伊斯兰教的经典和标记	(108)
四、伊斯兰教的教义	(108)
五、中国清真寺的布局	(109)
六、伊斯兰教的礼仪	(110)
第五节 基督教	(111)
一、基督教的创立和发展	(111)

二、基督教的经典和标记	(112)
三、基督教的教义	(112)
四、基督教的主要教派	(113)
五、基督教在中国的传播	(114)
六、基督教的信仰对象	(114)
七、基督教礼仪	(115)
第六章 中国古代建筑艺术	(116)
第一节 中国古代建筑概况	(116)
一、中国古代建筑的历史沿革	(116)
二、中国古代建筑的结构	(118)
三、中国古代建筑的造型及基本构件	(118)
四、中国古代建筑的特点	(123)
第二节 宫殿与坛庙	(126)
一、宫殿建筑	(126)
二、坛庙建筑	(129)
第三节 陵墓建筑	(130)
一、中国古代帝王丧葬制度的演化	(130)
二、陵园的建筑布局	(131)
三、墓室结构	(132)
四、殉葬制度的演化	(133)
五、陵墓景观的构成及其旅游价值	(133)
六、中国现存的著名古代陵墓	(134)
第四节 中国传统民居	(135)
一、北京四合院	(135)
二、徽州明清住宅	(136)
三、闽南土楼住宅	(136)
四、窑洞住宅	(137)
五、干栏式住宅	(138)
第五节 历史文化名城、名镇、名村	(138)
一、中国古代城市规划制度	(138)
二、中国古代城市规划的特点	(139)
三、历史文化名城	(140)
四、中国历史文化名镇、名村	(145)

第六节 万里长城	(149)
一、城市防御建筑	(149)
二、长城的沿革	(149)
三、明长城的基本结构	(150)
四、嘉峪关	(151)
第七节 石窟艺术	(151)
一、概述	(151)
二、敦煌石窟	(152)
三、麦积山石窟	(153)
四、云冈石窟	(153)
五、龙门石窟	(154)
第七章 中国旅游文学知识	(155)
第一节 对联	(155)
一、对联的起源和发展	(155)
二、对联的分类	(157)
三、对联的特点	(159)
四、对联的格式	(161)
五、对联的领词	(161)
六、对联的断句	(162)
第二节 诗词	(162)
一、诗歌基础知识	(162)
二、词的基础知识	(164)
三、历代咏陇诗词	(166)
四、古代山水名胜诗词及名句选	(171)
第三节 小说散文游记	(173)
一、小说	(173)
二、散文游记	(174)
第八章 旅游文物艺术	(176)
第一节 中国陶瓷文化	(176)
一、陶瓷基本知识	(176)
二、中国陶瓷历史	(177)
三、甘肃彩陶文化	(178)
四、唐三彩	(179)

五、宜兴紫砂陶	(180)
六、景德镇名瓷	(180)
七、醴陵釉下彩瓷	(181)
八、德化白瓷	(181)
第二节 中国书画艺术	(181)
一、文房四宝	(181)
二、中国传统绘画的一般特点	(182)
三、国画的历史	(184)
四、中国古典绘画的分类	(186)
五、款识、题跋	(186)
六、书法艺术的审美欣赏	(187)
七、历代书法艺术的特点	(188)
八、木版年画	(190)
第三节 中国青铜器文化	(190)
一、青铜器简史	(191)
二、青铜器的制造	(192)
三、青铜器的主要器型	(193)
四、青铜器主要纹饰	(195)
第四节 中国工艺美术	(196)
一、中国工艺美术的基本题材	(196)
二、丝织刺绣	(196)
三、雕刻工艺	(198)
四、漆器	(199)
五、金属工艺	(200)
六、编织工艺	(201)
第九章 中国饮食与中药	(203)
第一节 中国烹饪主要风味流派	(203)
一、中国烹饪风味流派的划分	(203)
二、各地烹饪风味流派	(204)
三、宫廷风味菜	(206)
四、素菜	(206)
五、药膳	(206)
第二节 中国名酒	(207)

一、中国酒的分类	(207)
二、白酒	(207)
三、黄酒	(208)
四、葡萄酒	(209)
五、啤酒	(209)
六、配制酒	(209)
第三节 中国名茶	(210)
一、茶叶的分类	(210)
二、中国八大茶类及其派生茶	(210)
三、中国名茶 30 种	(216)
第四节 中药	(216)
一、中药材	(216)
二、中成药	(218)
第十章 中国自然景观	(220)
第一节 山地自然景观	(220)
一、花岗岩名山	(220)
二、岩溶景观	(222)
三、丹霞地貌	(223)
四、雅丹地貌	(223)
五、其他自然因素形成的名山	(223)
六、甘肃名山	(224)
第二节 水自然景观	(226)
一、江河景观	(226)
二、湖泊景观	(228)
三、涌泉景观	(230)
四、瀑布景观	(231)
五、海滨景观	(232)
六、甘肃水自然景观	(233)
第三节 气象与气候景观	(235)
一、云、雾、雨奇景	(235)
二、冰、雪、雾凇奇景	(235)
三、日出、日落、霞光奇景	(236)
四、佛光、蜃景奇景	(236)

第四节 动植物景观	(237)
一、动物景观	(237)
二、植物景观	(238)
第五节 自然保护区和风景名胜区	(239)
一、自然保护区	(239)
二、风景名胜区	(240)
第十一章 中国台、港、澳地区概况	(242)
第一节 台湾	(242)
一、概况	(242)
二、旅游环境和资源	(243)
三、民俗文化	(245)
第二节 香港特别行政区	(245)
一、概况	(245)
二、旅游环境和资源	(246)
三、民俗文化	(248)
第三节 澳门特别行政区	(248)
一、概况	(248)
二、旅游环境和资源	(249)
三、民俗文化	(251)
第十二章 中国主要客源国	(252)
第一节 亚太地区客源国	(252)
一、日本	(253)
二、新加坡	(255)
三、泰国	(257)
四、韩国	(260)
五、澳大利亚	(262)
第二节 欧洲地区客源国	(263)
一、英国	(264)
二、法国	(267)
三、德国	(269)
四、俄罗斯	(271)
第三节 北美地区客源国	(273)
一、美国	(274)

二、加拿大	(276)
第 四 节 世界历史常识	(277)
一、世界历史分期	(277)
二、四大文明古国	(278)
三、五大文明发祥地	(278)
四、世界七大奇观	(278)
五、地理大发现	(278)
六、文化复兴运动	(279)
七、世界三次技术革命	(279)
第十三章 丝绸之路	(280)
第 一 节 丝绸之路概述	(280)
第 二 节 丝绸之路的历史之旅	(281)
一、丝绸之路的缘起	(282)
二、丝绸之路的开通	(284)
三、政权割据与丝绸之路的曲折发展	(288)
四、丝绸之路走向繁荣	(289)
五、丝绸之路的转折	(290)
六、欧亚交通与丝绸之路	(290)
七、海上丝绸之路	(291)
八、官马西道与丝绸之路	(292)
九、亚欧大陆桥与现代丝绸之路	(292)
第 三 节 丝绸之路上的驿站、关隘、桥梁和渡口	(293)
第 四 节 丝绸之路的旅游资源	(296)
参考书目	(297)
后 记	(299)

第一章 旅游概论

第一节 旅游概论

一、旅游的基本概念

随着世界及各国经济的发展和人民生活水平的不断提高,旅游活动已成为人们日常生活的一个重要组成部分,“旅游”一词便成为与现代人的生活息息相关的名词。简单地说,旅游,就是旅行游览。联合国的“官方旅行机构国际联合会”(AIGTO)认为:旅游是指到一个国家访问,停留超过 24 小时的短期旅客,其旅游目的属于下列两项之一:(1)悠逸(包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动);(2)业务、出使、开会等。世界旅游组织(WTO)在 1991 年 6 月的“旅游统计国际大会”上对旅游基本概念重新作了定义:“旅游是指一个人旅行到他或她通常环境以外的地方,时间不少于一段指定的时段,主要目的不是为了在所访问的地区获得经济效益的活动。”

无论对旅游一词如何界定,都得从时间过程、空间位移、行为目的、活动性质的角度来研究旅游活动。首先,旅游是人们离开其定居地,去异国他乡的访问活动。这一点反映了旅游活动的异地性。其次,旅游是人们前往旅游目的地,并在那里作短暂停留的访问活动,这种短期停留有别于移民性的永久居留。这一点反映活动的暂时性。第三,旅游是人们的旅行和暂时居留而引起的各种现象和关系的总和,它不仅包括旅游者的活动,还涉及这些活动在客观上所产生的一切现象和关系。这一点反映了旅游现象的综合性。

二、旅游活动的构成

(一) 旅游活动的要素

任何关系活动都是由不同的要素所构成。构成旅游活动的基本要素是:旅游的主体——旅游者,旅游的客体——旅游资源,旅游的媒体——旅游业。主体、客体和媒体三者相互依存,相互制约,紧密结合,构成旅游活动的整体——人类生活的高级消费形式,并产生经济效益和社会效益。

1. 旅游者是旅游活动的主体

在旅游活动构成的各要素中,旅游者处于主体地位。旅游者是旅游活动的首要条件,一切旅游活动都是围绕旅游者而进行的,没有旅游者就没有旅游活动,也就没有由旅游活动而产生的各种经济或社会现象。

旅游的主体是随着社会历程发展而不断演变历史的人。在封建社会中,由于社会条件的限制,旅游的主体只限于皇室贵族和士大夫阶层等少数人。到了资本主义社会,由于社会生产力有了大幅度的提高。社会经济水平条件有了极大的改善,作为古代旅游主体的个别皇室贵族和零散的士大夫知识分子,就为豪商巨富的近代资产阶级所代替。现代科学技术的飞速发展,生产力水平的极大提高,劳动人民生活水平的进一步改善和闲暇时间的增多,旅游者的主流又将为广大劳动群众所代替。由此可知,作为旅游主体的旅游者随着社会发展而不断变化着历史的人。

虽然旅游者是处在一定历史阶段中的社会的人,但并非所有的人都能成为旅游者。形成旅游者必须具备有三个基本条件:一是可自由支配的收入水平,即除了支付衣、食、住、行等日常的必需消费外,还有余额可供其他项目选择;二是具有一定的余暇时间,即扣除了正常工作时间和家务休息时间以后的时间,且余暇时间应有连续性;三是具有旅游动机,即人们对旅游活动有兴趣,这与人们的受教育程度和素养水平相关。此外,还有其他一些客观和主观的条件,只有具备了上述三个基本条件和其他一些条件,一个人才能成为现实的旅游者。

2. 旅游资源是旅游的客体

在旅游活动构成的各要素中,旅游资源处于客体或对象的地位。旅游资源是激起旅游兴趣并导致各种旅游活动的最直接的因素,是保证旅游供给、发展旅游事业的重要物质基础。一个国家或地区旅游资源的拥有与否及丰富程度,是决定和影响旅游发展的根本前提条件之一。旅游资源是旅游活动的客观基础,是一个国家招徕客源、开拓市场、发展旅游业的重要的物质基础和条件。

旅游资源是指客观存在于自然环境和社会生活中,可以对旅游者产生一定吸引力的事物和现象。但是,旅游资源与自然和社会中的事物和现象既有联系,又有区别。它们二者之间的联系表现在:自然界和人类社会是旅游资源产生的基础,各种自然旅游资源和人文旅游资源都分别来源于自然界和人类社会,它们的内容就是存在的自然界和人类社会中的事物和现象。它们二者之间的区别则在于:旅游资源虽然来自于自然界和人类社会中的事物和现象,但它却不是等于而是高于自然界和人类社会中的事物和现象。旅游资源并不是泛指自然界和人类社会中存在的所有事物和现象,而是特指那些能够满足旅游者美的享受的审美对象。因为旅游实际上就是一种带有

美的享受性质的娱乐消遣活动,在旅游的整个过程中自始至终都贯穿着审美的活动。而旅游资源的功能又恰恰是为旅游者提供自然美、社会美和艺术美。由于旅游活动与审美活动存在着不可分割的联系,因此绝不可以把旅游资源与自然界和人类社会中的各种事物和现象简单地等同起来。

3. 旅游业是旅游活动的中介体

相对于旅游者和旅游资源来说,旅游业是旅游活动构成的中介体。它是旅游主体和旅游客体得以结合,最终实现旅游活动的手段。在现代旅游中,完成旅游活动的要素已不再只是旅游者和旅游资源,而是旅游业这一中介体也被包括进来,利用旅游业提供的便利服务完成旅游活动已成为现代化旅游的一种规范化的旅游模式。

旅游业是旅游发展的产物,同时也是旅游发展的推动者。旅游业在推动旅游发展方面的作用首先体现在它是旅游供给的重要提供者,其次是它的组织作用。在供给方面,旅游业需要根据市场的需要组织自己的一系列配套产品。在需求方面,旅游业更是通过各种方式为自己的产品组织客源。从旅游业诞生之日起,它的组织作用就表现得非常突出,而且正是由于这种组织作用才使旅游业从无到有并推动了旅游活动的规模化发展。

(二) 旅游活动的特征

休闲娱乐性 指通过工作之余的旅游活动达到求趣求乐的目的。

异地流动性 指人们求新求奇的审美需求是通过离开居住地到异地环境中去旅游而实现的。

季节变换性 指旅游者外出旅游时间的选择和旅游接待地企业经营业务上体现出来的明显淡、旺季差异性。

综合性 旅游活动的综合性集中表现在:第一,旅游活动的构成内容除包括人们通常说的行、游、住、食、购、娱六个主要方面的内容外,还包括通讯、医务、洗理、修补、出入境管理等方面的需求。第二,旅游活动还涉及社会方面的事物和因素,如文化内容、经济、社会、及意识形态方面的内容。第三,旅游需求使目的地国家或地区许多部门和行业为其提供服务,如经济部门有旅馆业、饮食业、交通运输业、邮电通讯业、建筑业、商业等,非经济部门有文教、卫生、公安、海关等。

三、旅游的基本类型的划分

旅游者的购买行为是旅游者的主观条件(旅游动机、购买心理等)综合