

• 导游教育丛书 •

中国旅行社协会组织编写

导游

技巧与艺术

◎ 王连义 / 主编



TOURISM

旅游教育出版社

00.63-43
4

I-890.63-43
U34



导游教育丛书

导游技巧与艺术

中国旅行社协会组织编写

王连义 主编

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:董茂永

图书在版编目(CIP)数据

导游技巧与艺术/王连义主编. — 北京:旅游教育出版社,
2002.8

ISBN 7-5637-1055-8

I. 导… II. 王… III. 导游—职业教育—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 059086 号

导游教育丛书

导游技巧与艺术

中国旅行社协会组织编写

王连义 主编

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	tepfx @ fm 365. com
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850×1168 1/32
印 张	7.25
字 数	114 千字
版 次	2002 年 9 月第 1 版
印 次	2002 年 9 月第 1 次印刷
印 数	5000 册
定 价	12.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

序

中国旅游业随着改革开放的步伐,经过 20 多年的发展,产业规模不断壮大,已成为国民经济中一个新的增长点,接待入境过夜旅游人数和创汇数已位居世界第五位。旅游业作为具有巨大发展潜力的“朝阳产业”,是向国内外游客展示中国大好河山、介绍中国悠久历史文化、宣传中国良好形象的重要窗口,导游人员则是具体体现我国旅游业形象的一面镜子,其一举一动、一言一行都代表着一个国家、一个地区、一个企业的文化水平和精神风貌,为此很多人誉导游为“民间大使”。导游人员应当在传播先进文化、塑造美好心灵、弘扬社会正气、宣传社会主义精神文明方面起到积极而有益的作用。因此,建立一支具有良好职业道德、敬业爱岗的高素质导游队伍是我国旅游业健康发展的客观要求,也是旅游人才建设的一项紧迫任务。

随着旅游业的迅猛发展,近年来我国导游人员也快速增长,截至 2001 年底,我国有导游人员约 15 万人。广大导游人员热情为旅游者服务,积极钻研业务,遵纪守法,为我国旅游业的发展作出了积极的贡献。但是,我们也要看到,随着导游人员队伍的不断壮大,导游人员的水平参差不齐,一些导游人员的业务水平低,更重要的是职业道德、文明素质还有待提高。为了提高导游人员的整体水平,中央文明办和国家旅游局在全国导游队伍中开展了争做

“文明导游员”活动,导游人员热烈响应,广大导游人员按照文明健康游览、文明科学讲解、文明优质服务的要求,努力提高自身素质,不断改进导游工作,涌现出一大批具有崇高职业理想、良好职业道德、过硬职业技能的文明导游员。

培养提高导游人员的文化水平和道德修养不只是一朝一夕的事,要常抓不懈。要求导游人员平时不断地自学,不断地“充电”,这就需要为导游人员提供大量的学习材料,及时总结、宣传优秀导游人员的从业经验。中国旅行社协会组织全国各地的著名导游和旅游培训专家编写了这套“导游教育丛书”,旨在为初级导游人员进一步加强道德修养,提高业务水平提供有益的帮助。该套丛书从我国导游人员的实际水平和工作实践出发,注重理论与实践相结合,突出中国特色与时代特色,力求做到看了就懂,学了就会做,不求深奥,但求实用。希望更多的机构、团体为我们的导游人员提供更丰富的材料。

提高导游人员的素质,任重道远,希望全国的导游人员努力学习,认真实践,与全国旅游业同仁一道为建设世界旅游强国作出积极的贡献。

国家旅游局局长 何光暉

2002年9月5日

主 编 的 话

随着旅游事业的蓬勃发展,我国近年来出版了许多有关导游和导游技巧与艺术的书。如果问这本小书和以往国内出版的有关导游的书有什么区别,首先,写了许多过去书上未曾有过的内容,而且,我们还力图完成三个转变:第一,希望从以研究景观为主转变到以研究游客为主、市场为主;第二,力图从单一研究景点导游技巧为主,转变为以研究全面提高吃、住、行、游、购、娱的接待艺术水平为主;最后,我们努力将以研究导游业务“应知”的知识为主,转变为研究全面提高“应会”技巧、技能为主,特别是应变的技巧和技能。

以上是我们的想法,是否得以实现,我们期盼着广大读者,广大导游员同仁们,特别是一些专家、学长评说。

本书绪言由著名学者王志佑教授撰写,他在绪言中提出的“以人(游客)为本”的观点是我们写作此书的指导思想。第四章的前三节也由志佑学长执笔。本书第三章,由导游出身的,现仍坚持在导游岗位的法语译审、国旅总社接待部副部长顾永庆教授撰写,他的生动案例,拿来就能用的技巧和艺术,将使读者受益非浅。本书第一章,第二章和第四章的第四、五、六节由本人执笔,并负责全书统稿。

在此书出版之际,我们向中国旅行社协会的蒋齐康副秘书长表示我们的谢意,他是出版此书的倡导者,给予作者许多指教和具体帮助。

我们向唐志辉社长、沈根发先生表示我们的谢忱,没有他们的激励、指导,此书写作不会可能。

我们特别感谢陈霁女士和董茂永先生,正是由于他们的“为他人作嫁”的高尚品格、耐心地催稿和编稿,使得此书出版成为可能。

我们感谢许多友人的支持,我们等待读者的关爱和评说。

2002 年劳动节

	序
	主编的话
1	绪论
8	第一章 导游接待工作技巧
9	第一节 导游技巧的主要内容
9	一、导游业务“六要素”的形成及其重要性
11	二、如何提高导游水平
16	第二节 “吃”是旅游首要及安排技巧
17	一、介绍中餐的艺术
19	二、选择名菜、名吃的技巧
21	三、途中饮食安排要素和技巧
22	四、避免水土不服的“八大绝招”
24	第三节 “住”是旅游保障及安排技巧
25	一、学会介绍星级饭店
27	二、酒店介绍技巧和服务
29	三、快捷入住技巧
30	第四节 “行”是旅游关键及安排技巧
30	一、导游员在“行”中的讲究和乘坐技巧
33	二、“欢迎词”——行的开始,第一印象
35	三、“欢送词”——行的小结,终生难忘

- 36 第五节 “游”是旅游核心及导游技巧
37 一、介绍中国景观特点的技巧
41 二、教游客欣赏景观的艺术
44 三、导游水平、技巧、艺术自测法
46 四、学会推销,介绍“精品”
51 第六节 “购”是游中乐趣及安排技巧
52 一、如何帮助游客制定一个“购物计划”
53 二、帮助游客购“惟此地独有”的产品
54 三、旅游纪念品的“五大要素”
55 四、教会游客“购物避免上当法”
56 第七节 “娱”是游中消闲及安排技巧
57 一、晚间活动安排技巧
57 二、生动、幽默的晚间“讲座”备受欢迎
58 三、海外晚间活动,加倍小心
59 四、旅游莫忘带上书

60 第二章 针对不同客源对象的导游技巧

- 60 第一节 针对海外市场的导游技巧
61 一、发达的欧洲地区
66 二、兴旺的美洲地区
75 三、上升的亚洲地区
82 四、独特的中东和非洲地区
84 五、新兴的俄罗斯和东欧地区
88 六、不可忽视的大洋洲地区
91 七、华侨、港、澳、台市场

96	第二节 针对国内旅游者的导游技巧
97	一、以广州为中心的珠江三角洲地区及其 邻近市场
104	二、以上海为中心的长江下游地区及其 邻近市场
110	三、以京、津为中心的黄河下游地区及其 邻近市场
115	第三章 导游应变技巧
115	第一节 导游业务难题处理的基本原则
115	一、“不易处理的问题”
116	二、“不常处理的问题”
116	三、“从未处理过的问题”
120	第二节 难题处理技巧
120	一、难题预防技巧
126	二、与外国领队的配合技巧
133	三、与全陪或地陪的配合技巧
135	四、做领队的技巧
137	五、处理行李破损、丢失的技巧
141	六、应对游客“非礼”的艺术
144	七、在非正常场合对游客的安排
145	第三节 事故处理技巧
145	一、事故处理的法律保障
148	二、游客重病、重伤或死亡的处理办法

153	第四章 导游艺术
153	第一节 导游员的服务艺术
153	一、导游艺术的内涵
155	二、个性化导游服务艺术
157	三、专业化导游服务艺术
159	第二节 处理与游客关系的艺术
161	第三节 导游员的促销艺术
163	第四节 导游讲解艺术
164	一、导游方法和技巧的运用原则
167	二、导游语言、语调艺术
171	三、导游节奏和体态语言
174	第五节 常用导游讲解技巧
175	一、创新立意法、名人效应法、制造悬念法、 组织故事法、导入意境法、以熟喻生法
183	二、七大要素法、分段讲解法、有问有答法、 详细描绘法、突出特点法、画龙点睛法
190	三、不同角度法、触景生情法、寓情于景法、 虚实结合法、引而不发法、启示联想法
195	四、引用名句法、因人而异法、有的放矢法、 课堂讲解法、此处无声法、简单描绘法
202	五、由此及彼法、点面结合法、沿途谈天法、 谈笑有度法、类似比拟法
207	第六节 外语导游讲解技巧
207	一、不拘原文法

210	二、朝代对比法
211	三、避免难懂法
213	四、比较文化法
215	五、跟上时代法



绪论



改革开放 20 多年以来,由于国家的重视,社会的关注、支持和业界人士的辛勤努力,中国旅游业得到了长足的发展。摒弃了初创时期的单调、缺乏艺术和技巧的接待方式,摆脱了被动、应付的局面,逐步走上了以市场为导向、健康有序、锐意开拓的发展道路。一改过去“我卖什么,你买什么”那种卖方市场的传统做法,逐步构建起“游客需要什么,我就提供什么”的经营理念。不断更新旅游产品,丰富旅游活动文化内涵,以人(游客)为本、全面提高服务质量,满足游客的不同需求,扩大宣传、积极开辟新的客源市场,旅游业产生的巨大的社会效益和经济效益有目共睹。但是,为了适应变化了的国际、国内旅游业经营环境和游客对导游服务提出的新的要求,就需要与时俱进,进一步全面提高导游员的素质,建立一支完全与国际旅游业接轨的导游员队伍已是势在必行,这既是百年大计,更是当务之急。

导游服务的性质和特点及其在全部旅游接待中所处的地位和所发挥的作用决定着从事这一工作的人——导游员,所应具备的条件、素质和进一步发展的努力方向。

旅游活动是一种活泼的、积极的、健康的社会交往形





式,整个人类社会和大自然为其活动场所,人员构成、活动时间与区域均不受限制。旅游活动的这种社会性就决定了导游服务的社会性。今天,旅游活动已经不再是高收入阶层的奢侈、豪华享受,而明显趋于普及化、大众化,成为人民群众文化与精神生活的组成部分。旅游者的社会结构更加复杂多样,而这些来自社会各阶层的四海游人、八方来客正是旅游业服务的对象,所以导游服务即是社会服务。面对游客群体,导游员应当豁达乐观、视野开阔、胸怀坦荡、善解人意、助人为乐,以服务他人为荣,以游客的满意作为自己一切言谈举止的出发点和落脚点,这既是个修养问题,也是知识技术水平问题。

旅游活动本身就是文化交流。旅游者离开长期居住地,来到异地他乡就是要了解、欣赏异地、异国的异质文化,所以他们对旅游活动的文化内涵要求很高,而且越来越高。导游员在给客人进行景点讲解过程中,无论是对人文旅游资源还是自然旅游资源,都应充分揭示其文化底蕴,最大限度地满足游客对美的追求、对文化的享受。导游服务的这种文化性就要求导游员具有较高的文化素质,并且不间断地提高自身文化修养,否则旅游者对文化的深层次的需求就无法得到满足,也很难使游客对博大精深的中华文化和壮丽的锦绣山川产生强烈共鸣。此外,文化交流从来都是双向进行的。外国游客来自世界各地,而大千世界又是如此五彩缤纷,导游员在接待过程中必然会接触到来自远方的客人所显示的某些文化品格和精神气质,



而这也恰恰是旅游的魅力所在:加深了双方的了解,交流了感情,共同丰富人类美好的精神文明。

导游员向游客提供劳务而创造出特殊的使用价值,按劳务价格,从游客那里得到报酬,所以导游服务具有经济性是不言而喻的。此外,在市场经济体制下,对产品的宣传、包装能在顾客中产生极大的影响,导游员是旅游产品的载体,体现和印证旅游产品的质量,优异的导游服务对于开拓市场、扩大客源、争取回头客以及树立和维护旅游企业形象、旅游地区的声誉都发挥着不容忽视的作用。尤其值得注意的是,新世纪破晓以来,人类已经进入了人文经济时代,以信息技术、高科技为基础的新经济赋予人们在生活、消费等诸多领域以更多的自主权、选择权,使极具个性化的自我需求大大膨胀,这在旅游活动中表现得尤其明显。旅游者对旅游服务提出了各种各样的期望,“满足游客需求”现在应具体化为“满足游客个性化的需求”。所以,仅从导游服务角度来看,导游工作的职责必须扩展,讲解的深度、广度必须加强,这已是不可回避的客观要求。对于导游员来说,加强再学习,拓宽知识面,掌握新本领,提高导游技巧和服务艺术水平就是迫在眉睫的事情了。

我国旅游事业同时还肩负着加强中外民间交流的重任,有着极其明显的涉外特征。旅游业的这种双重性质决定了导游服务的双重职责和导游员的双重身份。作为导游员,一方面要向游客提供旅游服务,另一方面又要向游客介绍中国的政治经济,弘扬神州的历史文化,让世界更



好地认识中国、让中国更好地了解世界,担负着对外宣传的任务。此外,如今世界并不安宁,偏见、误解、欺凌、讹诈依然存在,通过国际民间交往,加强人民之间的沟通、消除误解,以达到相互尊重、增进友谊的目的就显得尤其重要、迫切。在这一领域旅游业大有用武之地,导游员担任此项增强人民之间友谊的重任是时代的需要。

导游工作另一明显特征是具有很大的独立性,导游员接团后基本上是独自一人在外,远离领导和同事,很多工作都需要导游员独立完成。景观讲解是导游员的主要工作,在讲解过程中要注意游客的情绪变化、兴趣所在,以便及时调整自己的讲解内容和技巧。此外,导游员还必须照顾旅游者的起居、健康、安全、购物、访友等等。至于游客对旅游活动的意见、要求,导游员更应及时搜集、归纳、分析、判断,当机立断,采取改进措施,弥补工作中的缺陷,以免造成进一步的损害、影响旅游活动顺利进行。因此,导游员必须具备于细微之处发现问题、独立思考、独立解决问题的能力。个性化的旅游需求更要求导游员与人为善,体贴入微,不计较个人得失,勇于承担责任、承认错误,不畏风险,知难而上。在新的形势下,在国际、国内旅游业激烈竞争的今天,特别需要导游员具备和发扬这样一些美德。

旅游服务是一项跨行业、跨地域的工作,关联性强,涉及面广。在陪团的全过程中和边防、海关、公安、检疫、机场、交通等部门发生工作联系,又要和饭店、景点、商店、医



院、娱乐场所等单位进行业务接触,而上述机构提供的服务与支持又是导游工作不可缺少的组成部分,任何一个环节出了问题都会影响整个旅游活动的顺利进行。因此,为了能驾御全局,全盘考虑并协调各方面的工作,使之能相互配合,发挥综合效益,导游员就必须处理好这方方面面的关系,导游服务的关联特点要求导游员既有竞争意识,又有协作精神,掌握与人交往的本领,提高自身的公关能力。此外,导游员所服务的对象都是来自远方的客人,在整个旅行游览过程中游客的安全问题是最重要的事情。导游员不仅要时时注意力求减少乃至杜绝发生不愉快的事情,还应具备解决突出事件、处理灾难性事故的能力,在本书的下面章节里将对这些问题作详细的阐述。

从以上对旅游服务的性质和特点的分析可以看出,导游服务在全部旅游接待服务中居举足轻重的地位。游客能否进行一次称心如意的旅行,在很大程度上取决于导游服务的质量,而游客的满意又是经营旅游业的目标和一切工作的归宿。旅游业各服务载体正是通过导游服务使其产品进入消费领域而实现其价值的。在解决旅游需求与旅游供给这一矛盾的过程中,导游服务是核心。一方面它关系到游客的满意程度,因此必须高质量完成接待任务;另一方面又涉及到旅游产品今后的销售,从而影响到企业的兴隆与地区旅游业的发展。总之,在挑战与机遇并存的21世纪,全面、大幅度提高导游员素质,培养、锻炼一支在激烈竞争中永远立于不败之地的导游员队伍是我国旅游

