

郭书兰 主编

导游

原理与实务

系

列

教

材

高等专科旅游管理专业



东北财经大学出版社

DAOYOUYUANLIYUSHIWU

高等专科旅游管理专业系列教材

导游原理与实务

郭书兰 主编

东北财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

导游原理与实务/郭书兰主编. - 大连:东北财经大学出版社,
1999.6 (2000.6 重印)

高等专科旅游管理专业系列教材

ISBN 7-81044-494-8

I. 导… II. 郭… III. 导游-高等学校:专业学校-教材
IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 29170 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: [http:// www.dufep.com.cn](http://www.dufep.com.cn)

读者信箱: [dufep @ mail.dlptt.ln.cn](mailto:dufep@mail.dlptt.ln.cn)

大连理工大学印刷厂印刷

东北财经大学出版社发行

开本: 850×1168 毫米 1/32 字数: 257 千字 印张: 10 1/4

印数: 6 001 - 12 000 册

1999 年 6 月第 1 版

2000 年 6 月第 2 次印刷

选题策划: 许景行 杨耀先

责任编辑: 张宏巍

封面设计: 冀贵收

组稿: 许景行

责任校对: 刘铁兰

版式设计: 吴 伟

定价: 15.00 元

总 序

改革开放 20 年来,我国旅游业有了较大发展,其营运方式经历了由计划轨道向市场轨道的转换,旅游市场从单一的观光市场发育为多元的结构市场。在此期间,国际旅游业也发生了巨变,一种适应个性化、多样化需求的新旅游模式——“新时代旅游”,正在取代适应大众化、单一化常规需求的旧旅游模式——“大众旅游”。另一方面,随着知识经济时代的到来,传统旅游企业的组织和功能、管理理念、营销哲学、经营手段、服务措施等,已经并正在受到全面挑战,发生重大变化。

为适应上述转换和变化,迎接 21 世纪中国旅游业的黄金时代,我国旅游管理学科建设必须有较大发展,教材建设应当与之同步。“高等专科旅游管理专业系列教材”的推出,正是顺应了这一要求。

本套教材的出版,旨在弥补我国高等专科旅游管理专业教材建设的相对不足与滞后,满足新时期国内普通专科、高等职业技术教育、自考专科、成人教育专科、电大专科及岗位培训等对旅游管理专业新教材的要求。

本套教材共有 23 种,涵盖“旅行社管理”方向和“酒店管理”方向的必修与选修教材,具体如下:

- 1.《现代管理基础》;
- 2.《旅游法规》;
- 3.《旅游学概论》;
- 4.《旅游经济学》;
- 5.《旅游心理学》;
- 6.《旅游美学》;
- 7.《旅游英语》;
- 8.《旅游交际礼仪》;
- 9.《旅游公共关系学》;
- 10.《旅游市场营销管理》;
- 11.《旅游企业会计》;
- 12.《旅游企业财务管理》;
- 13.《旅游信息管理》;

14.《中国旅游海外客源市场概况》;15.《旅行社运行与管理》;16.《中国旅游地理》;17.《导游原理与实务》;18.《酒店管理概论》;19.《酒店实用英语》;20.《前厅客房服务与管理》;21.《餐饮服务与管理》;22.《酒店设备运行与管理》23.《食品营养与卫生》。

本套教材力求摒弃反映传统计划经济体制要求的陈旧内容,充实反映中国社会主义市场经济体制的新内容,并考虑与国际市场接轨的要求,充分吸收反映学科发展新貌和中外旅游实践新动态的海内外研究最新成果,突出专科教材的特征,侧重理论指导下的管理实务与运作,简化以学科知识新体系为背景的知识要点的陈述,适当增大图、表、例和典型案例等内容的比例,着眼于国内餐旅企业新岗位群的诸多最新现实需要,强化知识的应用性和可操作性,借以提高学生的专业技能和整体素质。

本套教材编写由国内处于学科领先地位的多所高校院系负责人牵头,各书的作者从这些高校学术群体中择优选聘。参加本套教材编写的单位有:东北财经大学渤海酒店管理学院、上海旅游高等专科学校、郑州大学文博学院旅游管理系、桂林旅游高等专科学校、海南大学文学院旅游系、浙江大学旅游学院、湖北大学旅游学院、西安外国语学院旅游系、中国旅游管理干部学院。

由于编写时间仓促,本套教材疏漏之处在所难免,恳请读者不吝赐教,以便于修订,使之日臻完善。

“高等专科旅游管理专业系列教材”

编写委员会

前 言

人们把旅游业称之为 21 世纪中国的朝阳产业之一,是不无道理的。据世界旅游组织第 12 次大会提供的市场调查材料分析,到 2020 年,在“全世界十大旅游目的地”的排行榜中,中国名列第一位,旅游入境人数将达到 1.31 亿人次,占国际旅游市场份额的 8.6%。从现在起,全世界的旅游收入,将以每年平均 6.7% 的速度增长,而中国将大大超过这一增长速度。中国旅游业的黄金时代即将到来。

数十年来,中国的导游员队伍不断发展壮大,他们用自己的心血与汗水,为祖国旅游业的发展做出了不可磨灭的贡献。但是,毋庸讳言,导游员队伍的总体素质,无论是业务水平、文化教养,都远远滞后于旅游业发展的需要,这支队伍将面临严峻的挑战。

导游是旅游业的灵魂。时代召唤有抱负、有作为的青年投身到这支队伍中来!

这本书是我们历年从事导游课程教学和带领学生实习的产物。编写中我们致力于这样两个目标的追求:博采众长,力求全面反映国内外导游界的研究成果;鉴于课程本身的特点,力求在深入进行理论阐述的基础上,提供充分的实例以供读者借鉴。同时,考虑到有志于从事导游工作的青年,必须通过考试获取导游资格证书,本书的导游原理部分,在阐述我们自己的理解的同时,尽可能向全国导游资格考试教材靠拢,不另标新立异。

全书各章编写分工如下:郭书兰:第一章、第五章、第六章;孔明臣:第二章、第四章、第七章;毛安福:第三章。

本书从拟定提纲到编写过程,始终得到东北财经大学许景行教授的指导与帮助,同时还借鉴、采纳了导游界众多有识之士的研究成果,在此一并深致谢忱!

我们的理论水平与实践积累都还浅薄,疏漏在所难免,谨请方家教正。

编 者

“高等专科旅游管理专业系列教材”

编写委员会

(按姓氏笔划排列)

主任委员

刘 住 陈 纲

副主任委员

李 力 许景行

委 员

马 勇	孙子文
李 力	刘 住
许景行	陈 纲
杨哲昆	郑旭华
周振东	党金学
梁 智	谢北立

目 录

第一章	导游的历史、现状与未来	(1)
第一节	导游服务的产生与发展	(1)
第二节	导游工作的现状与未来	(13)
第二章	导游工作基本概念	(23)
第一节	导游工作的性质	(24)
第二节	导游活动的特点	(40)
第三节	导游的地位与作用	(48)
第三章	导游队伍建设	(59)
第一节	导游员及其分类	(59)
第二节	导游员的素质	(68)
第三节	导游员的培训与考核	(109)
第四章	导游工作内容	(123)
第一节	导游员的职责	(123)
第二节	导游工作程序	(132)
第五章	导游语言艺术	(157)
第一节	导游语言艺术概论	(157)
第二节	导游交际语言艺术	(185)

第三节	导游讲解语言艺术	(202)
第四节	提高导游语言艺术的品位	(219)
第六章	特殊问题的应对	(235)
第一节	事故的预防	(235)
第二节	事故的处理	(240)
第七章	旅行与交际常识	(258)
第一节	人出境知识	(258)
第二节	交通、邮电知识	(265)
第三节	货币、保险知识	(273)
第四节	交际礼仪常识	(278)
第五节	旅游卫生保健常识	(289)
附录		(293)
主要参考书目		(317)

第一章 导游的历史、现状与未来

纵观人类社会发展的历史,古代的旅游活动多出于经济的原因,有人是为了寻找新居,有人是为了逃避战争。一些国家派员出访,一般是为了达到某种军事和政治目的。只有少数科学家、探险家的旅行是为了获取知识、开阔眼界。在当时的经济条件下,任何形式的旅游都是很艰苦的,而且带有一定的冒险性。究其原因,除了交通工具落后以外,就是缺乏向导。事实证明:有组织有领导的旅行,成功的可能性大;无组织和无领导的旅行,则很难达到预期目的。近代,旅行成为愉快的事情,并且逐渐成为人们生活的一个组成部分,专职导游随之而产生,在人类的旅游活动史上掀开了新的一页。

第一节 导游服务的产生与发展

一、世界商业性导游的由来

(一)世界有陪同和领队的旅行

人们把组织和领导全程或出境旅行的人称为陪同或领队。世界史上有领队和陪同的旅行的最早记载是《圣经》上的《出埃及记》。它所记载的事,大约发生在公元前14世纪—前15世纪。当时,以色列人离开两河流域移居埃及,在那里大量繁衍,引起埃及人的仇视。埃及法老(国王)没收他们的财产,强迫他们做苦工。为了控制以色列人口,命令他们只许生养女孩,将生下来的男孩一律溺死。为了求取生存,以色列人的首领摩西决定带领全族离开

埃及,寻找新的居留地。摩西作为上帝的使者,运用自己的智慧和勇气,克服了重重困难,经过 40 年的长途跋涉,终于走出埃及,来到迦南地东方约旦河东岸。这批难民在走出埃及的途中,遇到的最大的两个困难是交通工具和水。在横渡红海时没有船只,摩西不得不把海水分开,使得五十多万人得以到达彼岸。过了红海以后,在旷野里走了三天找不到水,人和牲畜都渴得要命。摩西又带领他们找到有树生长的地方,那里有十二股泉水,就在水边安营。根据塔西佗《历史》的记载,旅途中的以色列人因缺水而筋疲力竭地倒在平地上,和死人差不多了,忽然看见有一群野驴向着一座有树木覆盖的小山那里走去。摩西跟着它们走,终于发现了大量的水流。这个发现挽救了他们。于是他们继续向前行进,最终占据了一块地方,在那里建立了一座城市。后来,在犹太教的神殿里供奉了一个动物的形象,因为这种动物引导他们结束了流浪。

中世纪一次著名的军事探险,是由西欧封建主和天主教会发动的对中东地区的远征,他们打着征服异教徒的口号,实际上是寻求富财。东征的先驱是由平民组成的,他们在强烈的物质欲望的驱使下,沿多瑙河向东行进,然后南下到君士坦丁堡。当他们到达外国人中间时,还没有意识到已经处在异教徒之中。这一批作为远征前卫的乌合之众,因为语言不通,又在匈牙利犯了一些罪行,遭到了屠杀。后来的两批,在彼得的率领下,通过匈牙利到达君士坦丁堡。彼得是东征的狂热鼓吹者,他去过耶路撒冷朝圣,熟悉道路。从 1085 年开始,十字军发动了八次东征。当时,威尼斯商人正在和东方的穆斯林做生意,对海道熟悉。第四次东征,是由威尼斯人安排交通工具,因为他们的赞助,东征军攻占了君士坦丁堡。

可见,旅行团领队是个非常重要的角色,他要具备各种才能和应变的能力。今天的旅游团队领队,尽管没有上述领队摩西所面临的种种险境,但也不是轻而易举的。并不像想像中的那样,只是参观异地、下榻豪华饭店、品尝美味佳肴、会见新闻人物。今天的

导游已经成为一种职业,要做名符其实的摩西式的人物,能创造奇迹,完成表面上看来不可能完成的事;要做游客的密友,为他们解决旅途中的各种问题。这个工作是非常辛苦的。

(二)“监护旅游之父”托马斯·库克

世界公认的第一次商业性旅游是 1841 年由英国人托马斯·库克组织的。托马斯·库克是一位木旋工。出于宗教信仰的原因,他极力主张禁酒。1841 年 7 月初,在他居住的莱斯特城不远的拉夫巴勒要举行一次禁酒大会。为了壮大这次大会的声势,托马斯·库克在莱斯特城张贴广告,招徕游客,又为他们包租了一列火车,作好了行程中的一切准备,使这次短途旅行十分成功。在这次旅行中,托马斯·库克作了全面的组织和安排,完全是为信仰所驱使,并非出于个人私利。但他从这次经历中发现,人们乐意别人为其安排和组织旅游,可以把这种活动作为一种职业,并且他终于成为这种职业的开创者。

1845 年,库克放弃了木工的工作而从事安排旅行的行当。他在英格兰的莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社,“为一切旅游公众服务”是它的服务宗旨。他组织的许多旅行都未设陪同,只发给旅行者一种凭证,用以支付其住宿和其他费用。一切均有事先安排。今天,这种凭证方法已被普遍采用了。

1846 年,库克亲自带领一个旅行团乘火车和轮船到苏格兰旅行。旅行社为每个成员发了一份活动日程表,还为旅行团配置了向导。这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动。此后,托马斯·库克又组织了到法国等地的旅游活动,都预先收取旅游费用。他本人还亲自带领一个旅游团访问纽约、华盛顿、里士满、南北战争战场、猛马山洞、辛辛那提、尼亚加拉大瀑布、多伦多和蒙特利尔,把旅游业务扩展到了北美洲。这次环球旅行产生了极大的影响,使人们“想到旅游,就想到库克”。

托马斯·库克不仅开创了近代旅游业的先河,而且提供了众多

成功的模式,欧洲及北美诸国纷纷仿效。1923年8月,中国上海商业储备银行创设了旅行部,组织国内和国际的短途旅游。1927年,旅行部又改名为“中国旅行社”,代办国内外旅行的各种业务,出版《旅行杂志》,中国人的旅游活动开始由自己来组织了。

(三)旅游业的发展需要有商业性导游服务

旅游是人们的一种有目的的社会活动。或观光,或探险,或探亲访友,或科学考察,都是为了达到一定的目的在异地作临时性的居留。旅游是—定社会经济形态的产物。老子所谓“虽有舟舆,无所乘之;虽有甲兵,无所陈之;民复结绳而用之。甘其食,美其服,安其居,乐其俗。邻国相望,鸡犬之声相闻,民至死不相往来”的理想是不现实的。随着社会分工的产生,舟车的发明,人们的交往不仅成为必要的,而且也成为可能的了。但是,古代的旅游只是少数人的行为,而且旅游范围有限。近代旅游的特点是以发达国家的中上层人士为主。直到第二次世界大战以后,群众性的旅游活动才迅速崛起并蓬勃发展。今天,外出旅行已经成为全球性的现象,为了适应这一形势的需要,对旅游活动的组织日趋职业化,使外出旅行比以前速度快、乐趣大、安排更加容易。在这个庞大的职业队伍里,导游员是不可缺少的角色。

1. 旅游者需要导游服务

于光远同志提出:旅游的基本内容是“观光旅游”。“观光”即观赏风光。这里的风光泛指自然风光,也指人文景观的韵致色彩。人们日常生活的环境比较单调,机械性的劳动容易产生厌倦情绪,如果遭遇一些不愉快,心情会更加抑郁沉闷,不能自拔。大自然是无私的,它随时敞开胸怀拥抱所有的人,使你忘却烦恼,忘记荣辱;使你重新振作,产生自尊;恢复你的灵性,增加前进的力量。范仲淹所谓的“登斯楼也,则有心旷神怡、宠辱皆忘,其喜洋洋者矣”就是切实的感受。人文景观包括历史遗迹、建筑园林、绘画雕刻、音乐舞蹈、社会风尚、服饰佳肴等,是人类创造的物质财富和精神财

富,可以娱悦耳目、净化情感、陶冶情操、提高文化素养。所以说,旅游是一种对美好事物的追求,使旅游者在一系列寻美探美的活动中,达到自我调节的目的,以缓和心理的冲突,维系心理平衡,提高生存质量。这种愿望的实现,要靠对旅游地的正确选择和旅游部门的导游服务。

人们对旅游地的选择存在一定程度的盲目性。因为影响旅游决定的因素,除了旅游者的经济条件、闲暇时间、居住环境、旅游偏好以外,还有感知环境的差异。感知环境是人们通过各种信息渠道所获得的对外界环境的整体印象,包括旅游地的旅游环境和客源地到旅游地的感知距离。这个环境不是客观存在的环境,而是决策人感知的环境,这个距离也不是实际距离,而是决策人心理上的距离,两者之间存在差异。所以,旅游者认为最满意的选择,不一定是最佳的选择。通过导游员的合理安排可以达到最佳的旅游效果。

1)合理安排生活

凡是旅游过的人都有可能遇到心烦意乱的事,如旅途中丢失行李,到达旅游地后宾馆客人已满等,这种破坏情绪的经历,常使人对以后的旅行失去兴趣。再者,一个人初到异乡,总有一种陌生感和恐惧感,感到很不舒服。有了导游服务,这些担心就不会有了。生活服务是整个导游服务的重要组成部分,其中食、宿、行服务又是生活服务的主要内容,还包括旅途中需要的各种特殊服务,如安排新婚夫妇的单间客房,对有特殊生活习惯的少数民族和年老体弱的游客的照顾等,使游人可以解除一切后顾之忧,一心一意地游览。导游员对旅游地的风俗民情了如指掌,在向游人作了具体的介绍以后,可以使游人消除陌生感。对于游览顺序,导游也做了科学的安排,避免游人盲目奔波和作无谓的体力消耗,游人有充分的时间和精力去观赏和游览,取得的效果当然是最佳的。

2)最大的心理满足

对于旅游者来说,选择旅游观赏物是一个重要问题,但旅游宣传的描述往往言过其实,使游人身临其境时大失所望。有导游服务的旅游团,在游览路线中仅包括有价值的参观点。通过导游员的讲解,能使游人在心理上得到最大的满足。

3) 满足游人求知欲的需要

人们旅游的一个重要目的是为了增长知识。许多旅游者喜欢更多地了解他们所游览的地区,而不仅是宣传小册子上的那点简单介绍,但又不可能都去亲自探索和研究。旅行团导游是给旅游者提供的一位“流动专家”。对于多数人来说,阅读有关地区的文献资料,不如倾听一位博学的导游做讲述那样有趣生动。一些传说和传奇故事在发生地讲述,就显得特别令人激动,在有关地点讲述历史,有助于更好地了解和记住历史。如在绍兴沈园可讲陆游和唐婉的爱情故事,在九江讲白居易的《琵琶行》,在登封讲“十三和尚救唐王”的故事,都会使游人有身临其境的感觉。1997年,澳大利亚一个旅游团来华,由河南登封市旅游局副局长郭梦竹担任全陪。在游览登封时,郭梦竹详细介绍了登封的概况和旅游景点,提出了一佛(少林寺)、一道(中岳庙)、一文(嵩阳书院)、一武(少林功夫)、一山(中岳嵩山)、一水(许由洗耳泉)之说。听完介绍,客人都觉得增长了许多知识,对讲解非常满意。

人文景观的美,很多是内在的,如巴黎圣母院的卡西莫多、汉昭烈庙的张飞,需要导游员的讲解才能使游人产生感情上的共鸣。自然景观的美是外在的,必须选择观赏的位置,把握观赏时机,才能收到最佳观赏效果。如昆明滇池的西山俗称“睡美人山”,必须从一定的距离和角度,才能欣赏到“睡美人”那静穆、秀美、飘逸的空间意象。路南石林“阿诗玛”的天然石像,从不同位置观照,会呈现出截然相异的形象:如从正前方十步开外望去,“石像”犹如穿裙戴帽、亭亭玉立但愁容满面的少女;但从偏左方八米开外望去,顿时变幻成一位瘦骨嶙峋、风烛残年的老太婆。对于十分熟悉风

景点的导游人员来说,在观赏现场帮助游客找到最佳位置是比较容易的,这样可以避免观赏的盲目性。巫山是三峡中的佼佼者,有“巫山七百里,巴水三回曲”的奇山秀水,是导游与观赏的重点,而巫山十二峰中神女峰更为游人所向往。但初次乘船游三峡,难以掌握观赏的时间,需要导游员提醒,以便迅速捕捉目标景观,使游人一饱眼福。

2. 旅游业也需要导游服务

1) 旅游是一种经济行为,是一种商品交易行为

交易的一方是包括旅行社在内的旅游业经营者,另一方是旅游者。旅游业经营者所出售的商品是以旅游点为媒介的综合服务,旅游者所得到的是精神上的满足。这种满足在一定程度上取决于导游员的导游服务。

加拿大旅游学家帕特里克·克伦说:“吸引人们参加有陪同旅游的重要因素,当然是旅游团领队。他使旅游者无忧无虑,聆听解说、了解奇风异俗;他作为主人,把素昧平生的一些人融合为一个友好团体;他精通史地,在他的讲解下,旅游者对闻所未闻、见所未见的事茅塞顿开……”是一次普通的旅游,还是一次真正的享乐旅游,与组织领导大有关系。领队会成为令人愉快的东道主。

日本交通公社曾做过一次关于宣传引起的旅游动机的调查,调查表明,经朋友和熟人介绍而引起到某地进行游览观光的欲望的,占各种宣传形式的69%。而这种宣传介绍的动因,很大程度上取决于这一个地方的优秀导游服务给人们留下的美好印象。

2) 当今世界的旅游市场强手林立、竞争激烈

进入20世纪90年代以来,国际旅游市场竞争激烈。各国旅游部门都采取一切措施,加大促销力度。法国有“名牌旅游国”之称。从1979年至1994年,旅游人数连续15年上升,1994年到达创记录的6 000万人次,超过法国人口的总数,成为世界第一接待大国。然而,1995年出现了意想不到的变化,旅游人数下降了两