



21世纪经济与管理规划教材

旅游管理系列

导游学

Science of
Tourist Guide

熊剑平 石洁 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



北大，本行等。北大，在做有关文化的事情，还关
育、学术、思想、精神。北
版人，这个浮躁的
一些，不行的电
原也，太急，我，清
一点，改变，界，源
品性，普健，人，在
假象，老油，人，在
有些，还将影，人们
思想，北大，一，古，
北人，在做有关文化的事
还关涉教育、学术、思想、精
北大，在这个
总，故，与众不
人，型，人，区，北
的，精，一点，以，学，书
丰厚，品性，普健，
格，多，新，很，
是我，有些，
们的，对，思想，

导游学

Science of
Tourist Guide

熊剑平 石洁 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

导游学/熊剑平,石洁主编. —北京:北京大学出版社,2014.9

(21世纪经济与管理规划教材·旅游管理系列)

ISBN 978-7-301-24783-9

I. ①导… II. ①熊… ②石… III. ①导游—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第203273号

书 名: 导游学

著作责任者: 熊剑平 石 洁 主编

责任编辑: 周 莹

标准书号: ISBN 978-7-301-24783-9/F·4042

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: em@pup.cn QQ:552063295

新浪微博: @北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 出版部 62754962

印 刷 者: 北京富生印刷厂

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 23.25印张 537千字

2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

印 数: 0001—3000册

定 价: 45.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

丛书出版前言

作为一家综合性的大学出版社,北京大学出版社始终坚持为教学科研服务,为人才培养服务。呈现在您面前的这套“21 世纪经济与管理规划教材”是由我国经济与管理领域颇具影响力和潜力的专家学者编写而成,力求结合中国实际,反映当前学科发展的前沿水平。

“21 世纪经济与管理规划教材”面向各高等院校经济与管理专业的本科生,不仅涵盖了经济与管理类传统课程的教材,还包括根据学科发展不断开发的新兴课程教材;在注重系统性和综合性的同时,注重与研究生教育接轨、与国际接轨,培养学生的综合素质,帮助学生打下扎实的专业基础和掌握最新的学科前沿知识,以满足高等院校培养精英人才的需要。

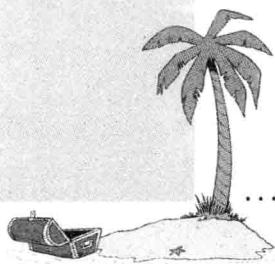
针对目前国内本科层次教材质量参差不齐、国外教材适用性不强的问题,本系列教材在保持相对一致的风格和体例的基础上,力求吸收国内外同类教材的优点,增加支持先进教学手段和多元化教学方法的内容,如增加课堂讨论素材以适应启发式教学,增加本土化案例及相关知识链接,在增强教材可读性的同时给学生进一步学习提供指引。

为帮助教师取得更好的教学效果,本系列教材以精品课程建设标准严格要求各教材的编写,努力配备丰富、多元的教辅材料,如电子课件、习题答案、案例分析要点等。

为了使本系列教材具有持续的生命力,我们将积极与作者沟通,争取三年左右对教材不断进行修订。无论您是教师还是学生,您在使用本系列教材的过程中,如果发现任何问题或者有任何意见或者建议,欢迎及时与我们联系(发送邮件至 em@pup.cn)。我们会将您的宝贵意见或者建议及时反馈给作者,以便修订再版时进一步完善教材内容,更好地满足教师教学和学生学习的需要。

最后,感谢所有参与编写和为我们出谋划策提供帮助的专家学者,以及广大使用本系列教材的师生,希望本系列教材能够为我国高等院校经管专业教育贡献绵薄之力。

北京大学出版社
经济与管理图书事业部



前言

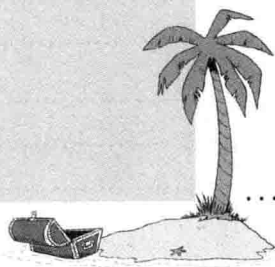
导游是中国旅游从业大军中的一支生力军,是旅游活动的直接组织者和旅游服务的提供者,是旅游形象的展示者和旅游文化的传播者,被誉为“旅游业的灵魂”和“文化遗产的使者”。随着中国旅游业的持续、健康和跨越式发展,建立一支规模适度、素质精良的导游队伍的要求日益迫切,尤其是培养一批“懂理论、识规范、熟技能、能应变”的复合型导游人才。

本书注重“理论学习与案例分析相结合、规范流程与服务技能相结合、知识梳理与应变处理相结合”的研究框架,根据导游活动的客观规律,以导游学为主线,突出理论、规范、技能、常识四大板块,“一线串四珠”,分四篇,共十五章。第一篇为理论篇,包括第一章导游学的概念体系、第二章导游学的学科体系、第三章导游学前沿理论研究、第四章导游业的历史沿革和第五章导游业的国别比较研究和第六章导游综合评价模型构建,全面阐述了导游学的内涵、学科体系及其相关理论知识;第二篇为规范篇,包括第七章团队导游服务规范、第八章散客导游服务规范和第九章导游辞的创作规范,系统总结了团队导游服务、散客导游服务和导游辞创作的规范流程;第三篇为技能篇,由第十章导游员的语言技能、第十一章导游员的带团技能、第十二章导游员的讲解技能、第十三章导游员的应变技能四章组成,着重归纳了导游员的语言、带团、讲解和应变四大基本技能;第四篇为常识篇,包括第十四章导游服务安全知识和第十五章导游服务其他知识两大部分,详细梳理了导游活动中需要掌握的基本知识和旅游常识。

本书在编写过程中参考了大量国内外相关文献和资料,凝聚了所有前人研究的智慧和辛劳的汗水,在此一并表示感谢。限于认识 and 水平,本书疏漏、谬误之处敬请广大读者、专家宽宥,并不吝赐教。

熊剑平

2014年9月于武汉



目 录

理 论 篇

第一章 导游学的概念体系	3
第一节 导游	3
第二节 导游员	9
第三节 导游业	12
第四节 导游学	14
第二章 导游学的学科体系	17
第一节 导游学的学科树	17
第二节 核心层	18
第三节 基础层	21
第四节 关联层	31
第三章 导游学前沿理论研究	38
第一节 服务供给与消费者行为	38
第二节 薪酬管理	45
第三节 需求层次演进与职业生涯构建	50
第四节 道德风险和社会责任	57
第五节 三维素质理论	65
第六节 信息化对导游活动的影响	75
第四章 导游业的历史沿革	81
第一节 古代导游活动的产生	81
第二节 近代商业性导游服务的产生和发展	82
第三节 导游服务的发展趋势	87
第五章 导游业的国别比较研究	90
第一节 与日本导游业的比较	90

第二节 与法国导游业的比较	95
第三节 与英国和德国导游业的比较	97
第六章 导游综合评价模型构建	102
第一节 导游员综合评价指标体系	102
第二节 导游员综合评价方法	105

规范篇

第七章 团队导游服务规范	111
第一节 地陪规范服务流程	111
第二节 全陪规范服务流程	146
第三节 出境旅游领队规范服务流程	158
第四节 景区导游员规范服务流程	172
第八章 散客导游服务规范	180
第一节 散客旅游概述	180
第二节 散客旅游规范服务流程	182
第九章 导游辞的创作规范	197
第一节 导游辞的内涵及其类型	197
第二节 导游辞的内容结构	199
第三节 导游辞的写作方法	204

技能篇

第十章 导游员的语言技能	215
第一节 导游语言的内涵及特性	215
第二节 导游口头语言表达技巧	221
第三节 导游态势语言的运用技巧	225
第四节 导游语言的沟通技巧	229
第十一章 导游员的带团技能	238
第一节 导游员带团的特点和原则	238
第二节 导游员带团的方法和技巧	239
第十二章 导游员的讲解技能	267
第一节 导游讲解的内涵及原则	267
第二节 导游讲解常用的方法技巧	271

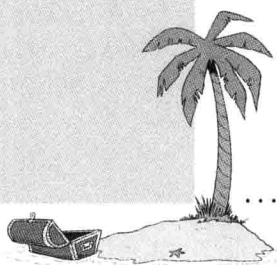
第三节 实地导游讲解的基本要领	279
第十三章 导游员的应变技能	283
第一节 事故类型及应变处理原则	283
第二节 常见事故(问题)的应变处理	285
第三节 游客个别要求的处理	313

常 识 篇

第十四章 导游服务安全知识	333
第一节 旅游安全注意事项	333
第二节 旅游交通安全知识	336
第三节 卫生安全知识	337
第四节 躲避天灾的安全知识	340
第十五章 导游服务其他知识	343
第一节 出入境知识	343
第二节 交通知识	350
第三节 货币知识	358
第四节 其他知识	360
参考文献	363

21世纪经济与管理规划教材

旅游管理系列



理 论 篇

- 第一章 导游学的概念体系
- 第二章 导游学的学科体系
- 第三章 导游学前沿理论研究
- 第四章 导游业的历史沿革
- 第五章 导游业的国别比较研究
- 第六章 导游综合评价模型构建

第一章 导游学的概念体系

第一节 导 游

一、导游的定义

“导游”一词源于英文单词“Guide”,其原意包括两层含义:用作动词意为“引导”,即引导旅行游览的意思;用作名词意为“引导者”,通常指导游员。我国学术界和旅游界对“导游”的理解主要为上述两种。本书中将“导游”作动词理解,即引导游客进行旅行游览的一种服务活动,而“导游员”将另作解释。

陈永发等认为,导游是在旅游服务供给过程中,为引导游客消费,对旅游活动进行组织、指导、沟通、协调等的服务活动;赵湘军认为,导游是引导、协助游客开展游览活动的一种服务行为,也就是导游服务;夏学英认为,导游是导游员受旅行社委派,陪同游客旅行、游览,为游客提供向导、讲解和其他服务的过程。

以上几种表述从不同的角度阐述了导游活动的内涵,侧重点虽有所不同,但基本涵盖了导游服务工作的对象、内容和性质。综合以上观点,本书所定义的“导游”是指导游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的旅游接待服务。

二、导游服务的内涵及类型

(一) 导游服务的内涵

导游服务的内涵,主要包括以下三个方面:

(1) 提供导游服务的导游员是旅行社委派的,可以是专职的,也可以是兼职的。未受旅行社委派的导游员,不得私自接待游客。

(2) 导游服务的主要内容是游客的接待。一般来说,多数导游员是在陪同游客旅行、游览的过程中向其提供导游服务的,但是也有些导游员是在旅行社设在不同地点的柜台前接待客人,向客人提供旅游咨询、帮助客人联系和安排各项旅游事宜。他们同样提供的是接待服务,所不同的是,前者是在游客出游中提供接待服务,后者则是在游客出游前提供接待服务。

(3) 对于团队游客而言,导游员必须按组团合同的规定和导游服务的质量标准实施;对于散客而言,则应按事前约定的内容和标准实施。导游员不得擅自增加、减少甚至取消

旅游项目,也不得降低导游服务的质量标准。

(二) 导游服务的类型

导游服务包括图文声像导游和实地口语导游两种类型。

(1) 图文声像导游又称物化导游,是指作为游客旅游指导的招徕宣传品和旅游纪念品,包括多种不同形式的图文印刷资料和声像制品。具体包括:① 图册类,如导游图、交通图、旅游指南、景点介绍册页、画册、旅游产品目录等。② 纪念品类,包括有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品、广告、招贴及旅游纪念品等。③ 声像类,如有关国情(城市)介绍和景点介绍的录像带、录音带、电影片、幻灯片和 CD(VCD、DVD)光盘等。旅游业发达的国家对图文声像导游极为重视,各大中城市、旅游景点及机场、火车站、码头等处都设有“旅游服务中心”或“旅游问讯处”,陈列着各种印制精美的旅游宣传资料,游人可以随意翻阅、自由索取。工作人员还会热情、耐心地解答有关旅游活动的各种问题并向问询者提供有参考价值的建议。组团旅行社通常在旅游团出发前,在领队向团员介绍目的地的风俗民情及旅游注意事项的同时,为游客放映有关旅游目的地的电影、录像或幻灯片,散发《旅游指南》等材料,帮助游客预先了解即将前往参观游览的旅游目的地。此外,许多博物馆、教堂和重要的旅游景点装备有先进的声像设施,方便游客参观游览,帮助游客较为深刻地理解重要景观景物的文化内涵和艺术价值,从而获得更多美好的享受。④ 语音导览器,自助式语音导览器具有多种语言可供选择,可通过红外无线连接,采用图、文、声、像全方位多媒体技术对展览内容进行翔实的介绍,使展览得到最大限度的扩展和延伸。⑤ 智慧旅游,即利用移动云计算、互联网等新技术,借助便携的终端上网设备,主动感知旅游相关信息,并及时安排和调整旅游计划。简单地说,就是游客与网络实时互动,让行程安排进入“触摸”时代。智慧旅游是旅游资源和信息资源得到高度系统化整合和深度开发激活,并服务于公众、企业、政府等的面向未来的全新的旅游形态。它以融合的通信与信息技术为基础,以游客互动体验为中心,以一体化的行业信息管理为保障,以激励产业创新、促进产业结构升级为特色。

(2) 实地口语导游也称讲解导游,它包括导游员在游客旅行、游览途中所做的介绍、交谈和问题解答等导游活动,以及在参观游览过程中所做的导游讲解。实地口语导游在导游服务中处于核心地位,并且将永远在导游服务中起主导作用。其原因主要有以下三个方面:① 导游服务对象是有思想和目的的消费者,需要导游员提供有针对性的导游服务。由于社会背景和旅游动机的不同,不同游客的目的不尽相同,其表达方式也各有特点。导游员可以通过实地口语导游来了解游客对旅游景点的喜好程度,在与游客的接触和交谈中,了解不同游客的想法和出游目的,然后根据他们的不同需求,在对景观景物进行必要介绍的同时,有针对性、有重点地进行导游讲解,这是高智能机器人难以做到的。② 现场导游情况复杂多变,需要导游员灵活处理。现场导游的情况是纷繁复杂的,在导游员对景观景物进行介绍和讲解时,有的游客会专心致志地听,有的则心不在焉,有的还会借题发挥,提出各种稀奇古怪的问题。这些情况都需要导游员沉着应对,妥善处理。在不降低导游服务质量标准的前提下,一方面满足那些确实想了解参观游览地景物知识的游客的需求,另一方面要想方设法地调动那些对参观游览地兴趣寥寥的游客的游兴,还要对提出古怪问题的游客做必要的解释,以活跃整个团队的旅游气氛。此类复杂情况并非

现代科技导游手段可以解决的,只有人,而且是高水平的导游员才能得心应手地加以灵活处理。③ 旅游是一种人际交往和情感交流的活动,需要导游员的参与和沟通。它是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动,游客通过接触目的地居民来了解目的地的社会文化,实现不同国度、不同地域、不同民族之间的人际交往和情感交流。导游员是游客率先接触而且接触时间最长的目的地居民,导游员的仪容仪表、神态风度和言谈举止都会给游客留下较深刻的印象。通过导游员的介绍和讲解,游客还可以了解目的地的文化,增长知识,陶冶情操。经过一段时间的接触和交往,游客和导游员之间会自然而然地产生一种情感交流,建立起相互信任。这种导游员与游客之间建立起的正常的人与人之间的情感关系是提高导游服务质量的重要保证。这也同样是高科技导游方式难以做到的。

因此,随着时代的发展、科技的进步,图文声像导游在导游服务中的作用将会进一步加强,但在导游服务中的从属地位是不可改变的。换言之,实地口语导游将永远在导游服务中起主导作用。

案例 1-1

上海世博推出多语种电子导游仪

为了满足大量海外世博自助游游客的需求,从2010年4月6日起,上海市在400多家宾馆、景区以及世博会指定接待旅行社,陆续投入1万台世博电子导游仪,供游客租赁使用。

导游讲解内容一:世博园看点及趣闻轶事

世博电子导游仪收录中、英、日、韩、法、德、西七种语言,缓解了导游紧缺的难题。“这无疑是请了一个精通七国语言的贴身高级导游带你游览世博园。”据世博电子导游仪研发人员肖天介绍,由于导游仪带有卫星定位功能,因此,无论游客走到哪个景点,只要打开导游仪,自动播放器就会有甜美的声音为你做景点讲解。“世博园区内不设专门的讲解员,出于环保考虑,旅行社的导游又不能在园区用扩音器讲解,而世博导游仪内有世博园内100多个展馆的总体介绍,即使一家人出行也只需租一台导游仪,那么即使没有世博导览图,也能畅游世博园区。”

世博电子导游仪在介绍世博各个场馆时,除了将场馆的建筑理念、最佳看点娓娓道来以外,有时还会将一些场馆的由来等趣闻轶事加入讲解内容。

导游讲解内容二:上海市内“吃喝玩乐购”

世博电子导游仪除了在世博园区内能十分精准地为游客做向导,在世博园区外的市内,同样能为游客提供吃喝玩乐购的“无人导游”一条龙服务。“只要你有需求,你就可以通过世博导游仪搜到你所处位置最近的各种特色餐馆、水疗会所、医疗单位、购物天堂、洗手间、银行等各种公共服务项目,消除人生地不熟的烦恼。”

导游讲解内容三:长三角100多个热门景区

借助世博电子导游仪,游客也可以深入地了解上海文化。在导游仪中,不仅有外滩、南京路、豫园、东方明珠等热门景点的解说,还包含屋里厢、静安涌泉、鲁迅纪念馆、龙华烈



士陵园等近1000个讲解景点,甚至比老上海人了解的还要多。导游仪还能提供杭州、苏州、岳阳西塘等100多个热门景区的导游讲解,为游客畅游上海周边城市提供便利。

导游仪内有世博园多个展馆的总体介绍,即使一家人出行也只需租一台导游仪即可。

>> 案例分析

“电子导游”的出现,使许多导游员增强了危机意识。随着时代的发展、科技的进步,导游服务方式必将走向多样化、科技化。我们不禁思考,导游员会不会失业呢?

其实,虽然现代化科技手段丰富,在一定程度上影响着传统导游的地位,但任何现代化的讲解手段都无法取代导游员与游客面对面的交流,无法实现针对个人的“因人施讲”。当然为了适应我国旅游发展的需要,导游员必须加强自身语言能力的提高和文化知识的学习。只有这样,实地口语导游才能更好地在导游服务中发挥主导地位。

三、导游服务的范围

导游服务的范围是指导游员向游客提供服务的领域,即导游员业务工作的内容。导游服务纷繁复杂,范围很广,食、住、行、游、购、娱、出入境迎送、上下站联络、邮电通信、医疗等,几乎无所不包(如图1-1所示)。但归纳起来,导游服务主要包括以下三大类:

(一) 导游讲解服务

它包括游客在目的地旅行时的沿途讲解,参观游览地的导游讲解以及座谈、访问和某些参观点的口译服务。

(二) 旅行生活服务

它包括游客出入境迎送、旅途生活照料、上下站联络、邮电通信、安全服务等。

(三) 市内交通服务

这主要指导游员同时兼任驾驶员为游客在市内和市郊旅行游览时提供的交通服务。这种服务在西方旅游发达国家比较普遍,目前我国尚不多见。

四、导游服务对象辨析

(一) 旅行者、游客、旅游者和导游服务消费者

1. 旅行者

旅行者(traveller)是指在两个或两个以上地理区域间,包括在其居住国境内(国内旅行者)和在国家之间(国际旅行者)旅行的人。旅行者包括游客和其他旅行者,其中,游客是所有参与旅游活动的旅行者;其他旅行者则指那些在惯常环境中旅行的人,包括边境工人、上班族、长期移民、谋职者和无固定居住地者等,如图1-2所示。

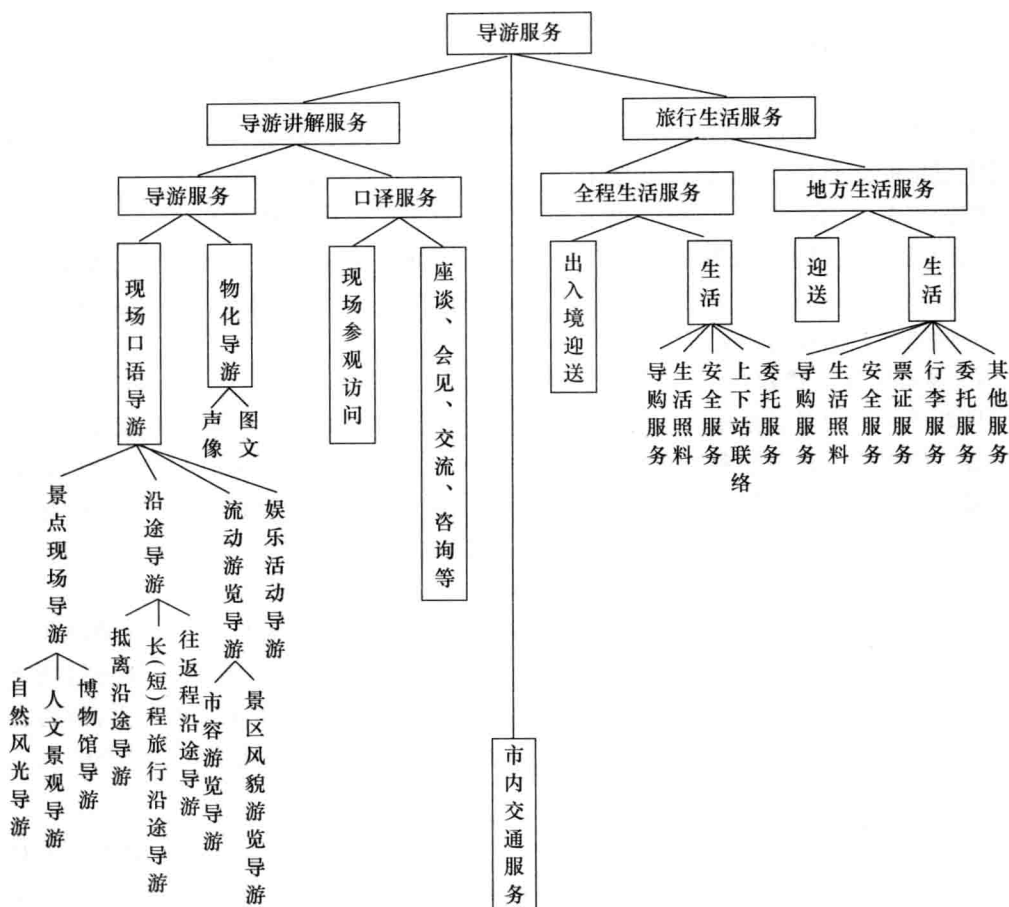


图 1-1 导游服务的范围

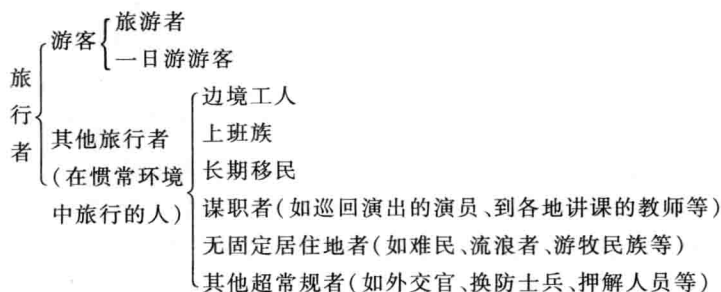


图 1-2 旅行者、游客与旅游者之间的关系

2. 游客

1963年,联合国国际旅游大会在意大利的罗马召开,大会提出了游客(visitor)的概念,将其定义为:离开其惯常居住地所在国到其他国家去,且主要目的不是在所访问的国家内获取收入的旅行者。或者说,游客是指任何到其惯常环境之外的地方旅行,停留时间在12个月之内,且主要旅行目的不是通过其活动从被访问地获取收入的人。游客包括旅



游者(tourist)和短期旅游者(excursionist)。其中,短期旅游者或称一日游游客(same-day visitor)是指在所访问的目的地停留时间在24小时以内,且不过夜的临时性游客。

3. 旅游者

关于旅游者的界定存在不同的看法,1963年的罗马会议将旅游者定义为:在所访问的国家逗留时间超过24小时且以休闲、商务、家事或会议为目的的临时性游客。但并非所有的国家都采用此定义。然而,世界各国对旅游者内涵的认识却是趋同的:一是异地性,即离开居住地(国),来到另一地(国);二是目的性,即旅行的目的主要包括观光、度假、探亲等休闲性目的,或商务、学术及其他公务性目的;三是暂时性,即一般不打算迁居或永久性离开原居住地(国)。

4. 导游服务消费者

导游服务消费者是指接受导游服务的人。他们为了更好地进行旅游活动而产生了导游服务的需求。导游服务消费者既不同于旅行者,也不同于游客和旅游者,因为无论是旅行者、游客还是旅游者,他们既有可能需要导游服务而成为导游服务消费者,也有可能根本不需要导游服务。如某些自驾车旅游者、探险旅游者可能完全不需要导游服务,因而不属于导游服务消费者。

导游服务消费者存在狭义和广义之分。狭义的导游服务消费者是指对导游服务产生实际购买行为并接受相应导游服务的人;而广义的导游服务消费者除此以外还包括在出游过程中以及出游决策过程中未进行购买就接受了某种形式的导游服务的人,如通过网络传播、图文声像传播、书面传播和景区景点的导游示意图等途径接受导游服务的人。

(二) 导游服务的对象辨析

对于导游服务的对象的认识,学术界存在不同的观点:一种观点认为导游服务的对象是旅游者,即导游服务主要是针对那些除了谋职原因外,离开常住地到异国他乡达24小时以上的人。该观点的立论依据在于导游服务的内容中包括为旅游者提供旅途生活服务,但一日游游客对此并不需要,因此认为导游服务的对象只是旅游者。另一种观点认为导游服务的对象是游客。该观点的立论依据在于不仅旅游者需要导游服务,一日游游客也需要导游服务,所以导游服务的对象应该是包括旅游者和一日游游客的游客。

本书认为辨别导游服务的对象,应主要看其是否需要并接受导游服务,而不在于其是否需要全部的导游服务或有无购买导游服务的行为。像“其他旅行者”显然不需要导游服务,所以不应作为导游服务的对象;某些“一日游游客”可能只需要导游讲解服务,但同样是导游服务的对象。比如,武汉市民到黄鹤楼参观游览,停留时间不超过一天,且只需要导游员提供讲解服务,他们当然是导游服务的对象;而自助游旅游者在一些旅游目的地可以免费索取导游图、画册,并在游客中心查询信息、观看有关景点的录像片和DVD等,他们虽无购买导游服务的行为,但需要并接受了图文声像导游服务,所以也是导游服务的对象。

至于旅游者和游客,他们可能需要导游服务,也可能完全不需要导游服务,所以都不宜单独作为导游服务的对象。因此,导游服务的对象应当且只能是导游服务消费者。

第二节 导 游 员

一、导游员的定义

导游员(guide)在英语中的定义为:Person who shows others the way especially a person employed to point out interesting sights on a journey or visit,意为为他人引路者,特别受雇而为他人在旅游或参观中介绍风景名胜者。根据《旅游业词典》的定义,导游员是指“已拥有职业特许证并受雇于某公司,带领游客在当地进行旅游观光活动的工作人员”;国家旅游局于1987年发布的《导游员管理暂行规定》中对导游员的定义为:为旅行者(包括旅行团)组织安排旅行和游览事项,提供向导、讲解和旅途服务的人员;1992年版的《旅游辞典》中对导游员的定义是:为游客提供导游生活服务和讲解的人员,而且特别强调不是一般的翻译工作者,而是旅行社的代表,同时对外国游客而言,也是一个国家的代表;加拿大用“旅游团领队”指代导游员,并要求:“他是受过高等教育和培训的人,他有能力进行研究,为一次旅行做好充分准备,以带领团队旅行、做旅游讲解,从而使一次旅游成为一次异乎寻常、难以忘却的经历。”美国则这样形容导游员:“他是首要的代理人和各种服务的供应商,直接和旅行者打交道,保证提供承包的服务项目、实现承诺、使游客满意,此人就是陪同或旅游团领队。”相关表述还包括:导游员是为游客在旅行游览活动中,提供向导、讲解服务和生活服务的人员;导游员是指运用专门知识和技能为游客组织、安排旅行和游览事项,提供向导、讲解和旅途生活服务的人员;导游员是持有中华人民共和国导游资格证书,受旅行社委派,按照接待计划,从事陪同旅游团(者)参观、游览的工作人员;导游员是指依照《导游员管理条例》的规定取得导游证,接受旅行社委派,为游客提供向导、讲解及相关旅游服务的人员。

国内学者对导游员的概念也有多种表述:吕宛清等认为,导游员是以游客为工作对象,以指导参观游览、沟通思想为主要工作方式,以安排游客吃、住、行、游、购、娱为主要工作任务,以增进相互了解、为国家建设积累资金为目的的接待服务人员,也是进行民间外交和地区间横向联系的第一线工作人员;夏学英认为,导游员是指在旅游活动中,为游客组织、安排游览事项,提供向导、讲解和旅途生活服务的人员。

上述定义分别从不同的角度对导游员的内涵进行了界定,其侧重点虽各有不同,但也形成了一些共识:导游员的服务对象是游客;导游员需要通过导游资格考试、获得导游资格证并持证上岗;导游员从事导游业务需经旅行社委派;导游员的工作任务是为游客提供向导、讲解及相关旅游服务。这些观点中除对导游服务对象的认知存在不同以外,其他方面都是本书关于“导游员”定义的构成要素,即导游员是指按照《导游员管理条例》的规定取得导游证,接受旅行社委派,为导游服务消费者提供向导、讲解及相关旅游服务的人员。

二、导游员的内涵

对导游员概念的理解应注意从以下几方面去考虑: