

广东旅游出版社 中英日三语对照实用文例丛书

刘金举 刘魏枫 编著

うのは、元々ここ広州
の習慣です。全部シュ
ウマイやギョウザなど
の軽い点心類ですの
で、皆さんのお口に合
うと思います。

originated in Guangzhou. 广州的习惯。
There are pastries and 点心和烧卖等
steamed dumplings. I'm 定会合大家的
sure you will like it.

〔陈多友 主编〕

中英日三语对照

旅游日语

CHINESE ENGLISH JAPANESE

C. まあ、おいしそう。
飲茶の故郷に來たんで
すから、一度体験しま
しょう。

C: Sounds delicious.
Since we are here at the
paradise of tea-drinking,
why not go to have a
drink?

C. 听起来很美味。既
然来到了飲茶的故郷、
我们就一起去体会一下
吧。



CHINESE
ENGLISH

中英日三语对照

广东旅游出版社

旅游日语

顾问：宿久高 胡振平 修刚 孙立川 吴之桐 佟君 麻贵宾 保莉采子
主编：陈多友

图书在版编目 (CIP) 数据

中英日三语对照旅游日语: 中英日/刘金举 刘魏枫编著.
—广州: 广东旅游出版社, 2000.8
(中英日三语对照实用文例丛书)

ISBN 7-80521-944-3

I. 中... II. 刘... III. 旅游-日语 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 19469 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

广东省农垦总局印刷厂印刷

(广州市沙河东莞庄路)

850×1168 毫米 32 开 10.5 印张 241 千字

2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1—7000 册

定价: 16.80 元

前 言

随着对外经济文化交流活动的日益频繁，我国加入 WTO 日期的临近，精通多门外语且学有专长的人才越来越受欢迎；更由于特殊的历史、地理等因素的影响，中日两国间的各种官方、民间性质的交流在我国对外关系事务中占据着相当大的比重，各行各业都需要大批能够熟练地使用标准的日语，按照国际规范处理各类日常工作的复合型人才。据媒体报道：我国（包括港、澳、台）境内自 70 年代末以来出现的日语热，现在正不断升温，日语已成为仅次于英语的第二大外语语种。与此同时，成为既懂日语又懂英语、中日英三语共用的多栖型涉外型人才成了当今中国社会生活中一种崭新的时尚。因此，各种日语、英语图书资料、光盘软件极其热销。然而，与这种潮流不相称的现状是：目前国内图书市场上还缺乏适于中日英复合型人才学习用的图书资料、工具书等。为了弥补这一不足，我们特意组织了一批中青年学者编写了这套《中英日三语对照实用文例丛书》，推向市场，以期解决广大日英语爱好者的燃眉之急，为国家培养专业外语人才作一点贡献。

这个系列由 10 册构成，它们是：《中英日三语对照商贸日语》、《中英日三语对照旅游日语》、《中英日三语对照社交日语》、

《中英日三语对照办公文秘日语》、《中英日三语对照契约文书单证日语》、《中英日三语对照公关日语》、《中英日三语对照国际市场营销日语》、《中英日三语对照电信、网络日语》、《中英日三语对照日常医疗日语》、《中英日三语对照经营管理日语》。

此系列丛书具有如下特点：

一、内容丰富，涉及面广。内容涉及：外经外贸、国际金融、涉外谈判、会务应酬、契约合同、CI战略、海内外市场营销、论文报告、单据文书、演说发言、信息传递与处理、电报·电话·电传·传真网络、办公文秘、旅游观光、出差公干、社交礼仪、医疗保健、个人信函，等等，几乎无所不包。

二、读者层面广，可操作性强。本系列丛书可以广泛地适用于行政机关、事业部门办公文秘人员，涉外公务人员，涉外企业经营管理人员、各类社团、组织的公关人员，学者·科研人员、外经外贸·国际金融·旅游服务·医疗保健等领域的专业人士，又可兼作大专院校必修课、选修课或自学教材。本系列丛书分科明细，针对性强，侧重于实务和基本技能的介绍，学习者可以现学现用，边学边用。因此，它们是经营现代社会生活的必携之书。

三、结构合理，简单便利。各分册自成体系，均按业务实务具体程式逐一展开。读者可以在按步就班，循序渐进地学习日语、英语词汇、语法、句型知识的同时，系统地掌握专业知识和相关的基本技能；与此同时，各章节又相对独立，在概括性地介绍了基本实务和技能的基础上皆罗列了大量的具体文例。读者可以从各个角度进行针对性的模拟演练，必要时可对之稍加改动，便可以在实际中运用。而且，为了便于初学者使用，各章节都以日、英、汉三语对照的形式列出了核心词语，并每节单词表后面重点词汇、短语、句型、语法现象作了详细解说。

四、日、英对照文例丰富多彩，表达准确。读者可以从中学

到许多专业知识以及解决具体问题的方式方法。

本系列丛书由华南师范大学外国语言文化学院陈多友副教授统一组稿、定稿。其具体分工如下：

之一，《中英日三语对照商贸日语》，由陈多友执笔；

之二，《中英日三语对照旅游日语》，由刘金举执笔；

之三，《中英日三语对照社交日语》，由蔡建军执笔；

之四，《中英日三语对照办公文秘日语》，由李雁南执笔；

之五，《中英日三语对照契约文书单证日语》，由秦创、陈多友执笔；

之六，《中英日三语对照公关日语》，由李志颖执笔；

之七，《中英日三语对照国际市场营销日语》，由伍毅敏执笔；

之八，《中英日三语对照电信、网络日语》由李志颖、李琳执笔；

之九，《中英日三语对照日常医疗日语》，由丁国奇执笔；

之十，《中英日三语对照经营管理日语》，由刘金举、胡秋宝执笔。

自开始酝酿本系列之日起，我们就陆续受到了国内外日语界大家前贤的悉心指导，也得到了众多同行的真诚相助；同时，本系列丛书得以出版应该归功于广东旅游出版社广大同仁的大力支持和艰苦工作。在此，一并表示衷心的感谢。由于时间仓促，笔者水平有限，谬误在所难免，敬请广大读者指正。如本系列丛书能对广大读者学习外语起到些许帮助，就是笔者最大的荣幸。

陈多友

2000年6月于华南师大

目 次

第一章 旅游概要	(1)
第一节 何谓“旅游”	(1)
第二节 旅游者	(2)
第三节 旅游资源	(3)
第四节 旅游业者	(4)
1. 旅行社	(5)
2. 导游的工作	(6)
3. 何谓“服务”	(8)
4. 导游服务之所在	(9)
5. 导游技巧	(10)
第五节 我国旅游业发展概略	(13)
第六节 我国旅游业的光明前景	(15)
第七节 我国旅游业面临的挑战和问题	(17)
 第二章 旅游日语实务 (日本語観光用語:	
Practical Oral English)	(21)
第一节 产品设计及宣传 (観光地の開発及び宣伝:	
Tourism Design and Propaganda)	(21)
第二节 旅游者的事先调查 (観光者の事前調査:	

	Investigation by Sightseers in Advance)	(28)
第三节	行程的协商及建议 (スケジュールについての 相談及びアドバイス: Consultation and the Suggestion of the Journey)	(33)
第四节	旅游合同的签订 (旅行契約の締結: The Signing of Travel Contract)	(38)
第五节	出发前准备 (出発前の準備: Preparation Before Start)	(41)
第六节	入境迎接 (入国時の出迎え: Meet on Customs)	(45)
第七节	途中讲解 (路上案内: Explanation on the Way)	(53)
	1. 白云机场、中医药大学及广州概况等 (白雲空場、 中医薬大学及び広州概况等: Baiyun Airport, Traditional Chinese Medicine University and general introduction to Guangzhou)	(53)
	2. 鸟苑、退休后老年人的生活 (鳥苑、定年後の 年配者たちの生活: Bird market and life of the retired people)	(63)
	3. 海珠广场 (海珠広場: Haizhu Square)	(66)
第八节	景点介绍 (観光地の案内: The Introduction of Scenic Spots)	(70)
	1. 万里长城 (万里の長城: The Great Wall)	(71)
	2. 故宫 (故宮: The Imperial Palace)	(76)
	3. 中山纪念堂 (中山記念堂: the Dr. San Yat-sen Memorial Hall.)	(81)
	4. 陈氏书院 (陳氏書院: Chen Academy)	(103)

第九节	导购（買物案内：Leading Purchase）		(150)
第十节	购物（買物：Shopping）		(154)
第十一节	用餐前中国菜系及酒类介绍（食前における 中華料理と酒についての紹介：Introduction of Chinese Food Department and the Wine Before Dinner）		(162)
第十二节	用餐时服务（食事中のサービス： Service in the Restaurant）		(181)
第十三节	入住酒店（ホテルチェック・イン： Hotel Accommodation）		(190)
1.	抵达酒店前的介绍（ホテルに到着する前の紹介： Introduction before）		(190)
2.	入住手续（チェックインの手続き： Accommodation Procedure）		(192)
第十四节	酒店服务（ホテルでのサービス： Hotel Service）		(197)
第十五节	自选旅游（オプションアルツアー： Optional Tour）		(200)
第十六节	饮夜茶（夜の飲茶： ^{やムチャ} Tea-drinking at Night）		(215)
第十七节	酒店退房手续（チェック・アウトの手続き： Checking out of Hotel）		(228)
第十八节	转机送别（乗り継ぎ時の見送り：Temporary Farewell at Airport）		(232)
第十九节	国内登机手续（国内搭乗手続： Civil Checking in）		(242)

第二十节	客人观光归来迎接（観光帰来時の出迎え： Meeting the Sightseers Back）	(246)
第二十一节	疾病治疗及药膳（病気の治療及び薬膳料理： Disease Care and Traditional Chinese Herbal Medicine）	(250)
第二十二节	归国送别（帰国への見送り： Saying Farewell）	(259)
第二十三节	紧急事故处理（緊急事故の対応： Dealing With Emergency）	(264)
附录：		(269)
一、中国の23の世界遺産		(269)
二、ルックJTB 旅行条件書		(290)
后记		(328)

第一章 旅游概要

第一节 何谓“旅游”

翻开报纸，你会发现，铺天盖地的广告版里占极大篇幅的是旅游信息；如果节假日到各处名胜古迹去，你会发现游人如鲫。还有，前些年我们所见到的游客绝大多数是外国人，而现在，其中的绝大多数则是我们的同胞。有了假期去旅游，有了奖金去旅游，甚至春节期间为了逃避沉重的压岁钱负担也去旅游，以致于在“知识经济”这一时髦的名词之后，又渐渐流行起“假日经济”这一名词。旅游观光活动不仅能够扩大人类的知识范围、提高人们的知识水平、促进经济的发展、增加外汇收入、有利于回收滞留在流通领域中的本国货币，而且还能够加强全世界人类间的交流，促进世界和平与人类的进步。并且，旅游以其不污染自然资源、相对能够吸收更多的就业人口等诸多优点见长，随着人类生活的日渐富足，作为世界性的一项朝阳产业，它可以以其不断更新的手段、设施、服务、项目和面孔，满足游客求新、求知、求乐等多方面的需求；在丰富人们精神生活的同时，又满足了他们希望用自己的眼睛和耳朵去吸取更多的知识、回归大自然这一要求。因而旅游业在今天极大地发展起来。

那么，究竟何谓“旅游”？这个问题看似简单，但是如果详细解释，实际上比较复杂。

目前国际上对“旅游”的定义很多。不过，我们可以将之归纳为：旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象，是人们不从事赢利的活动而以游览、消遣、疗养、求知等为主要目的进行非定居性的旅行而引起的一切现象和关系的总和。由之，我们可以了解到，我们平常所讲的“旅游”，实际上是“旅行”和“游览”二者相结合的活动，二者既相互联系又相互区别。游览是旅游的目的，旅行则是达到目的的手段。

现代旅游活动以游览为中心，包括食、住、行、游、购、娱六个环节，由旅游者、旅游业和旅游资源三大要素构成，并依靠现代旅游业而得以实现。下面我们分别就上述三要素进行简单说明。

第二节 旅游者

旅游者是旅游的主体，他们的数量、消费水平是决定旅游业内部各种比例的主要因素，在日常生活中我们通常称之为游客。首先有了游客的旅游活动，之后才产生为之服务的旅游行业。国际上将之分为旅游者和游览者两种。其中旅游者是指到一个国家去暂时逗留至少 24 小时的游客，游览者是指到一个国家去暂时逗留不足 24 小时的游客。总之，游客是指出于除了为获得有报酬职业之外的其它任何原因，离开常住国到其它国家参观游览的任何人。我国国家统计局从我国统计工作的实际考虑，明文规定：“旅游者是指来我国参观、旅游、探亲、访友、修养、考察或从事贸易、业务、体育、宗教活动、参加会议等的外国人、华

侨和港澳同胞”。

综观上述定义，我们会发现，实际上这一国际上的定义与我们印象中的概念之间存在着以下不同：①我们平常所说的游客，包括海外和国内旅游者。②在我们的印象中，游客的目的无非就是去参观游览而已。但实际上，旅游的目的非常广泛，如考察、学习等，而且，随着经济和社会的发展，它必将益发多样化。

为什么会产生旅游行为？主要是因为人们都存在着“求知、求新、求异、求乐”的心理，随着经济能力的提高和交通的发展，这些在当地无法得以满足的心理需求，必然会驱动人们去寻求能够满足自己需求的地方去旅游。这里有一个很重要的问题，就是旅游必然需要经费，因而，经济发展水平是旅游发展的决定因素。

有了旅游的动机和能力，下面需要的就是能够吸引游客的旅游资源。

第三节 旅游资源

要发展旅游活动，首先需要具备能够满足人们这种心理需求的条件，即必须提供旅游者进行参观、旅游、娱乐、观赏、休息、品尝、修学、疗养、健身等活动的地点和场所。这就是我们通常所说的旅游资源。它是旅游业赖以存在和发展的基础，包括秀丽的山川、雄伟的地貌等自然资源和民俗、民族、古迹等人文资源。作为旅游资源，必须具有鲜明的地方性、历史性、民族性、娱乐性和观赏性，给人以美感和奇特感。因而，旅游资源的质量优劣，主要由旅游资源本身的吸引能力、地理位置等所决定。旅游资源的丰富程度和质量好坏，直接影响到客源市场的规

模、客源的多寡，在一定程度上决定着旅游业发展的规模和速度。

既然是一种资源，它就必然存在着开发、宣传、成熟、衰亡这样几个阶段构成的周期，这个周期的长短决定着旅游景点的寿命，关系到该地区旅游业的发展。如何开发、利用和保护好那些具有特色的旅游资源，关系到旅游事业的成败。我国许多地方存在着掠夺性开发的问题，对我国旅游事业的发展十分不利。如何进行可持续性的开发和利用，是我国旅游管理机构和旅游业者目前必须解决的问题。在这方面，九寨沟等景区先行了一步，如旅游旺季对游客人数进行限定、在景区只准许环保车辆行驶等。

第四节 旅游业者

有了具备一定经济能力和需求的旅游者，并开发了适宜的旅游资源，如果要促进旅游业的大发展，就需要为旅游者提供服务的旅游业。

现代旅游业，实际上并非单单指旅行社，它是为了适应旅游活动发展的需要，从满足旅游者消费活动的实际出发，把满足旅游者需求的各个部门、各行业、各不同企业综合成一个为旅游者提供各种服务的社会综合体，其三大支柱是旅行社、旅游交通和旅游饭店。现代旅游业具有三个必不可缺的要素：提供满足旅游者需求的旅游资源、提供接待能力的旅游设施和提供接待服务的旅游服务。其中，旅游服务中的导游服务是旅游业的灵魂。

在此，我们只简单介绍最直接的从业者，即我们平常所说的旅行社及导游等的相关知识。

1. 旅行社

中华人民共和国《导游服务质量》规定，旅行社是“依法设立并具有法人资格，从事招徕、接待旅行者，组织旅游活动，实行独立核算的企业。”它的主要业务是为旅游者设计旅游线路、组织和安排、并为旅游者提供所需要的各种旅游服务项目。

实际上，按照在旅程中所提供的服务和所发挥的作用，旅行社又分为为客人设计旅游产品，接受旅游团（者）或海外旅行社预定，制定和下达接待计划，并可提供全程陪同导游服务的组团社和接受组团社的委托，按照接待计划委派地方陪同导游人员，具体负责客人在当地的参观游览等事宜的接待社两类。为了保证旅游者的权益，促进我国旅游业的发展，我国于1985年发布实施了《旅行社管理暂行条例》，将旅行社划分为：

第一类旅行社：经营对外招揽并接待外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来华、归国或回内地旅游业务。

第二类旅行社：不对外招徕，只经营接待第一类旅行社或其它涉外部门组织的外国人、华侨、港澳同胞来华、归国或回内地旅游业务的旅行社。

第三类旅行社：经营中国公民国内旅游业务。其中一、二类旅行社也广泛经营国内旅游业务。

随着我国旅游业的发展，特别是国内、出境旅游的发展，1996年10月国务院颁布了我国旅游行业第一部正式的国家行政法规——《旅行社管理条例》，11月国家旅游局依据该条例发布实施了《旅行社管理条例实施细则》。与85年发布的条例相比，该细则在内容上作了一系列重要调整，成为一部较为成熟、完善的国家行政法规。主要表现在：

1. 重新划分了旅行社类别，由原来的一、二、三类旅行社，

变为国际旅行社和国内旅行社。其中，国际旅行社经营入境旅游和国内旅游业务，有一部分经批准特许经营出境旅游业务，国内旅行社只能经营国内旅游业务。

2. 提高了旅行社注册资本的最低限，国际旅行社由原来的25万（二类社）和50万（一类社）提高到150万，国内旅行社由3万提高到25万。

3. 规定旅行社要向旅游行政管理部门交纳质量保证金，其中国际旅行社中只经营入境旅游的交纳60万元，经营出境旅游的交纳100万元，国内旅行社交纳10万元。当旅行社由于人为因素而导致旅游质量问题产生，而旅行社无力、或不愿对客人提供相应的赔偿时，由旅游局负责从该社的质量保证金中扣除并予以赔偿。

此外，对旅游者权益的保护做出了较为全面、明确的规定，加强了对旅行社经营活动和旅游市场的监督、检查，并加重了对违规经营的处罚等。

2. 导游的工作

导游员由于其工作范围、对象等的不同，其扮演的角色也随之变化。而且，目前世界各国对各类导游员的称呼也不尽相同，从而增加了导游员称谓的复杂性。此处采用大家比较熟悉的按工作区域分类的方法予以区分：

导游人员实际上包括领队（国际导游员）、全程陪同人员（简称全陪）、地方陪同人员（简称地陪）和定点导游员四类。我国导游人员的定义是：持有中华人民共和国导游资格证书、接受旅行社委派、按照接待计划，从事陪同旅行团（者）参观、游览等工作的人员。在我国，只有通过国家旅游局主办的导游资格考试，受旅行社的聘用，并且每年通过当地旅行社的年审，才能正

式成为合格的导游人员。

实际上领队和全陪，都是受组团社的委派，全程陪同客人的导游人员，只不过：

(1) 领队（国际导游员、随员或添乘员）：出现在出境旅游团队中，他是受组团旅行社委派，全权代表该旅行社陪同旅游团从事涉外旅游活动并协调与接待方旅行社关系的旅游工作人员。在我国，国际导游员这一名称是一个比较新的概念，是随着近年出境旅游的兴旺而出现的。我国于1998年开始实行领队资格考试制度。在旅游过程中，随员要注意代表组团社维护客人的利益。由于随员一般与客人同一国籍，不存在交流障碍的问题，容易得到客人的信任，因而在处理旅游过程中所发生的问题时，领队具有绝对的权威。

(2) 全程陪同（全陪）是指受组团社委派，在领队（入境游的情况下）和地陪的配合下实施接待计划，为旅游团（者）提供全程陪同服务的导游人员。他在观光过程中一直陪伴客人，在各观光地之间的移动过程中，承担照顾客人、联络各地接待旅行社，使移动等得以顺利完成。在这些任务中，最重要的是解决和处理在观光过程中所发生的问题。由于自始至终陪伴客人，全陪充分了解客人的兴趣、性格等，以此为基础，提醒当地陪同应该注意的事项，协助当地陪同和随员解决问题，使旅行能够顺利进行下去。特别是在没有随员的日本旅行团中，实际上全陪也起着随员的作用，是团友唯一的依靠，更应该加倍努力。

(3) 当地陪同是受接待旅行社委派，代表接待社实施接待计划，安排旅游团（者）在当地的旅游活动，提供讲解、翻译等服务的导游人员。实际上，他不仅要为客人在当地提供服务，进行导游，而且还要协助全陪和随员，对上一环节所出现的失误进行补救，为使下一程的工作更加容易做而多加努力，多做宣传。这