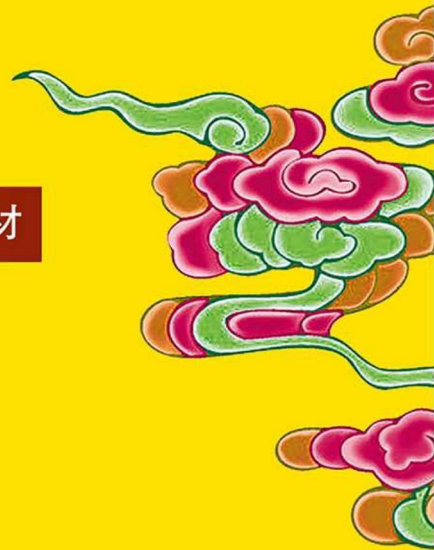


全国导游人员资格考试（云南考区）专用教材



导游业务

云南省旅游发展委员会 编

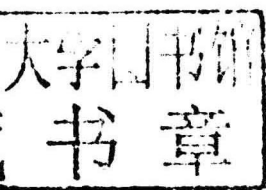


云南大学出版社
Yunnan University Press

■ 全国导游人员资格考试(云南考区)专用教材

导游业务

云南省旅游发展委员会 编



 云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导游业务/云南省旅游发展委员会编. —昆明:
云南大学出版社, 2014

全国导游人员资格考试 (云南考区) 专用教材

ISBN 978 - 7 - 5482 - 2030 - 5

I. ①导… II. ①云… III. ①导游—资格考试—教材
IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 130102 号

导游业务

云南省旅游发展委员会 编

策划编辑: 熊晓霞

责任编辑: 石 可

封面设计: 刘 雨

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 云南大学出版社印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18

字 数: 352 千

版 次: 2014 年 7 月第 1 版

印 次: 2014 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5482 - 2030 - 5

定 价: 42.00 元

社 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号

云南大学英华园内 (邮编: 650091)

发行电话: (0871) 65031850

全国导游人员资格考试（云南考区） 专用教材编委会

编委会主任：段跃庆

编委会副主任：何池康

编委会主要成员：（按姓氏笔画排列）

王文光 方利敏 安小可 刘晓波 张京龙 吴宝璋
陈 燕 杨叶昆 杨 弘 赵 明 贾云辉 殷国聪
黄 瑛 符继红 窦志萍

主 编：窦志萍

副 主 编：赵 明

序 言

中共云南省旅游发展委员会党组书记 主任 段跃庆

在人类社会，知识，往往是承载梦想的摇篮，是从自然和人文形态中寻找自我、发现自我、塑造自我，进而回归幸福与宁静的完美体验。如果这个立论得以确立，那么，在这个体验的过程中，导游员便是人们追逐梦想的引领人。

事实上，我们总能从大自然和人类文明成果的载体上不经意地被莫名的情结所感动、所震撼，那是因为我们找到了精神乃至灵魂维系的一个部分，与其说她源于我们的内心，倒不如说源于我们的生命。从这个意义上说，导游员是打开这扇心灵之窗的揭帘人。

感谢云南的高天厚土，她赐予我们温润的雨露阳光和锦绣连绵的磅礴画卷；感谢云南的风土人情，她赐予我们人文的斑斓和内心的纯美；感谢云南的博大和包容，她是一本书，让每一位阅读者在字里行间追逐梦想，不知归途，一如虔诚的僧侣，导游员便是这本书最忠实的传播人。

作为全国的旅游大省，云南省正朝着旅游强省的目标坚实迈进。随着云南旅游“二次创业”的不断深入，尤其是《旅游法》的出台，云南旅游产业迎来了前所未有的发展机遇，同时，我们也面临着行业人才队伍建设、尤其是导游人员队伍建设过程中素质提升的巨大挑战。为进一步提升我省导游员队伍质量，适应时代进步和旅游产业发展实际需求，继2011年云南导游考试教材修编之后，2014年，云南省旅游发展委员会认真组织修编了这套供导游人员参加全国导游人员

资格考试专用的系列教材。在遵循国家旅游局对全国导游考试改革精神的基础上，教材充分考虑到云南省目前导游人员培训与资格考试考务工作的现状以及云南省旅游产业发展的实际情况，并在注重知识的全面性、权威性与实用性的前提下，适时规划、更新了有关内容。

新修订出版的教材共有六种：即《全国导游基础知识》《云南导游基础知识》《导游业务》《旅游法规》《现场导游》（中文版和英文版）。这套教材的出版，以期为旅游爱好者提供旅游知识，增添旅游情趣，也希望能为导游人员提高自己的业务水平、工作能力和服务质量提供帮助。

我有一个愿望，那就是让每一位导游员都能成为游客一本阅之不倦的书。

值此教材出版之际，为之作序。

2014 年 4 月 16 日

目 录

第一篇 基础理论

第一章 导游服务与导游人员	(2)
第一节 导游服务	(2)
第二节 导游人员	(15)
第二章 旅游者心理	(33)
第一节 旅游者概述	(33)
第二节 旅游者心理概述	(40)
第三节 旅游者心理的一般特征	(45)

第二篇 服务规范

第三章 团队导游服务规范	(58)
第一节 旅游团队与团队旅游	(58)
第二节 旅游团队地陪导游服务规范及要求	(65)
第三节 全陪导游服务规范	(82)
第四节 领队服务规范	(88)
第五节 景区(点)导游服务规范	(94)
第四章 散客导游服务规范	(99)
第一节 散客旅游概况	(99)
第二节 散客导游服务	(103)

第三篇 问题处理与应变能力

第五章 旅游者个别要求的处理	(112)
第一节 处理旅游者个别要求原则、方法和程序	(112)
第二节 餐饮、住宿、交通、游览、娱乐、购物方面的要求的处理	(116)
第三节 旅游者要求自由活动的处理	(122)

第四节 旅游者其他个别要求的处理	(125)
第六章 常见问题及事故的预防与处理	(130)
第一节 旅游活动中问题和事故概述	(130)
第二节 常见问题及事故的预防与处理	(136)
第三节 旅游投诉及处理	(163)
第四篇 知识与技能	
第七章 导游语言与导游讲解技能	(168)
第一节 导游语言	(168)
第二节 导游讲解技能	(181)
第八章 导游服务技能	(193)
第一节 导游员自我管理技能	(193)
第二节 协作技能	(196)
第三节 游览服务技能	(199)
第四节 特殊游客的接待	(204)
第九章 导游业务相关知识	(210)
第一节 出入境知识	(210)
第二节 交通常识	(215)
第三节 货币、保险、邮电常识	(223)
第四节 旅游中的急救和护理常识	(227)
第五节 其他相关常识	(232)
第五篇 服务质量与管理	
第十章 服务质量与导游管理	(236)
第一节 导游服务质量的评估与管理	(236)
第二节 导游员管理	(239)
第三节 导游员星级评定	(242)
附 录	(244)
附录1 导游服务规范	(244)
附录2 导游员职业等级标准	(255)
附录3 旅游安全管理暂行办法实施细则	(261)

附录 4	重大旅游安全事故报告制度试行办法	(265)
附录 5	重大旅游安全事故处理程序试行办法	(267)
附录 6	旅行社服务通则	(269)
附录 7	中华人民共和国海关对中国籍旅客进出境行李物品的管理规定	(276)
主要参考文献		(278)
后 记		(279)

第一篇 基础理论

第一章 导游服务与导游人员

旅游是社会经济发展到一定阶段的产物，是由商业旅行转化而来的。人类有意识的外出旅行是由于商品交换引起的，即第三次社会大分工使商业从农牧业和手工业中分离出来，出现了专门从事商品交换的商人。正是他们，在原始社会末期开创了人类旅行活动的先河。

第一节 导游服务

一、导游服务的产生和发展

导游服务是近代社会的产物，随着近代旅游业发展及旅游者外出旅行及旅游综合需求而产生的一种服务。但追寻其发展源头，其原始形式却是随着人类的旅行活动的产生而萌芽的，而人类的旅行活动可追溯到原始社会时期。

（一）导游服务的萌芽

旅行是人类最古老的活动之一。原始时期，人类为了生存不断迁徙，在中国，有文字记载的旅行活动可追溯到公元前 2250 年前后。传说中的大禹可以算是我国最早的知名探险家和旅行家，为了治水，他在 13 年中走遍了大半个国家。原始社会末期，私有制产生，出现了剩余产品，有了进行商品交换的必要，于是出现了人类以经商为目的的外出旅行。进入奴隶社会及封建社会，随着社会经济发展的需要，出现帝王巡游、士子漫游、求学旅行、探亲访友、宗教朝觐及航海远行等非经济性的旅行活动。由于经济落后、交通不便、社会不安定等的限制，古代旅行活动的规模有限，参加人数很少，活动范围不大，以“行”为主，与今天“旅游”的概念有本质区别。在古代各类旅行活动中，由于异地旅行需要人指引路径，出现“向导”。这些“向导”不仅指引路径，有时也能介绍沿途风光，介绍当地的风俗民情。但古代的“向导”仅只是个别人的偶然行为，没有成为一种职业或谋生的手段，由于社会经济等因素的影响，“向导”也未成为一种社会化的需要。古代“向导”，不存在现代意义上的具有独立形态的导游服务，但“向导”活动中有了今天导游服务的萌芽。

（二）导游服务的产生

导游服务是随着消遣性旅游活动的出现而产生的。消遣性旅游活动的产生与

科学技术、特别是现代交通条件的改善及经济社会的发展密不可分。

工业革命使人类社会的经济生活发生了巨大变化。19 世纪出现的轮船和火车等现代交通工具,使人类旅行的活动规模、范围和内容出现了前所未有的变化。1841 年 7 月 5 日,英国人托马斯·库克(1808—1892)与米德兰县铁路公司签订了合同,包租一列火车,组织了一次从莱斯特前往拉夫伯勒的旅游活动。虽然这不是第一次乘坐火车的旅行活动,但这一次活动具有广泛的公众性,出现了每人交费 1 先令的包价服务。托马斯·库克向旅游者提供的包价服务内容有:往返交通、一支演奏赞歌的乐队、野外午餐和午后茶点,而且托马斯·库克亲自随团陪同照顾。这次旅游活动被世界公认为是近代旅游活动的开端。在这次旅游活动中,库克自始至终随团陪同照顾,可以说库克的服务行为是现代旅行社全程陪同的最早体现。

1845 年,库克又组织了 350 人从莱斯特到利物浦的包价旅游,包括火车票、住宿费和途中游览卡那封城堡及斯诺登山的费用。库克给每个人分发了世界上第一本旅游指南——《利物浦之行指南》。不久,托马斯·库克旅游公司在莱斯特成立,其宗旨是“一切为公众服务”。至此近代旅游业诞生,商业性导游服务产生了。

1851 年,伦敦举办了第一届世界博览会,在此期间,库克组织 16.5 万多人参加了博览会,并为旅游者提供“导游服务”,由此,专业性导游诞生了,并正式成为一种新的职业。托马斯·库克旅游公司在 1855 年组织了从英国莱斯特前往法国巴黎的 4 日游,全程采用一次性包价(不包括餐饮费),预先收取旅游费用。库克亲自全程陪同照顾,并做联络协调、安排工作,于是出现了国际旅游活动。从此国际导游、跨越国境线的全程陪同——领队——应运而生。

到 1864 年,经托马斯·库克组织的参加旅游的人数已累计达 100 多万人次,他的名字也成了旅游的代名词,在欧美地区家喻户晓。托马斯·库克为后人留下了许多组织旅游活动的成功模式和导游服务模式,所以世人公认他是世界近代旅游业的创始人,被誉为“旅游业之父”。

随后欧洲、北美诸国及日本纷纷效仿库克组织旅游活动,先后组建了旅行社或类似的旅游组织,招募陪同或导游员,带团在国内外参观游览。这样,在世界上逐渐形成了专业导游队伍。第二次世界大战后,大规模的群众性旅游活动崛起并得到发展,导游队伍迅速扩大。到目前,几乎世界各国都拥有一大批数量不等的专职和兼职导游队伍。此过程表明,专业导游员队伍是在旅行社产生之后逐步形成和发展起来的。

同欧美国家相比,中国近代旅游业起步较晚。20 世纪初期,一些外国旅行社,如英国的通济隆旅游公司(前身即托马斯·库克旅游公司)、美国的运通旅游公司等外国旅游公司开始在上海等地设立旅游代办机构,总揽中国旅游业务,

并雇用中国人充当向导,出现了我国最早的受外国人雇佣的“导游员”。1923年8月,上海商业储备银行总经理陈光甫在其同仁的支持下,创建了中国历史上第一个旅游机构——旅游部,1927年6月陈光甫改组旅游部,成立了中国旅行社(现为香港中国旅行社股份有限公司),其分社遍布华东、华北、华南15个城市。与此同时,中国还出现了其他类似旅行社的旅游组织,如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导游团等。此间,社会上还出现了不同类型的团体旅游组织,典型的有,1935年中外人士组成中国汽车旅行社,1936年筹组了国家旅游协会,1937年出现友声旅行团、精武体育会旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等。这些旅行社和旅游组织承担了近代中国旅游活动的组织工作,也出现了隶属中国旅游企业的第一批中国职业导游人员。

(三) 现代导游服务的发展

“二战”后,大众化旅游的兴起,旅游成为新兴的具有极强综合性特点的朝阳产业,且在世界经济中的地位越来越重要。在此背景下,旅游代理商如雨后春笋般出现,有组织的团体包价旅游成为现代旅游中最为普及的形式。游客在旅行社的组织安排下,借助各类旅游企业提供的产品和服务,在导游人员带领下,按照事先确定的时间、线路和活动内容,有计划地完成全程旅游活动。这种规范化的旅游活动模式,使人们外出旅游的障碍大大减少,让旅游变成一种健全又方便的经历。在这种大众旅游模式中,导游人员所提供的服务成为各项旅游服务中最为重要的内容,起着关键的作用。导游员通过为游客提供导游服务,使游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需求得到满足。导游员通过提供服务也获得报酬,使导游服务成为一种谋生的手段,导游员发展成为一种正式职业,成为从业者的事业。导游员作为一种新兴的职业,其人数不断增加、队伍迅速扩大。在不少国家,导游职业很受欢迎,如美国就有不少大学教授、专家、硕士、博士等长期担任业余导游员,为旅游者提供导游服务。到20世纪末,全球已形成近7万家旅行社组成的庞大的世界性服务网络。旅行社的发展壮大,也造就了一大批富有开拓创新精神的导游员,导游服务为旅游活动增添了无法取代的魅力因素。现代旅游的发展,各国对导游服务的重视和加强,使导游服务呈现出从业人员职业化(对从业资格严格要求)、导游服务商业化、服务内容扩大化、服务多样化艺术化、手段科技化、知识现代化、语言国际化等特点,导游服务质量大大提高,同时促进了旅游业的发展。

(四) 新中国导游服务的发展

新中国成立后,我国导游服务的发展与旅游业发展同步经历了三个阶段:

1. 初创阶段(1949年11月—1978年11月)

1949年11月19日,福建厦门有关部门接管了旧的“华侨服务社”,创办了

新中国第一家华侨服务社,12月正式营业。1954年4月15日,经政务院总理周恩来提议,并经政务院批准,在北京成立中国国际旅行社总社,其后又在各地设立分、支社,主要负责接待外宾,为外国人来华旅游提供方便,但不承担自费旅游的接待任务。1957年4月,华侨旅行社服务总社在北京成立,标志着旅游接待对象有所改变,组织华侨、港澳同胞自费观光,成为重要的任务之一。1974年经国务院批准,成立了中国旅行社,并与华侨旅行社合署办公,统称中国旅行社。在这一阶段,导游服务多属于政治任务,导游员是执行政治任务的国家干部,强调政治、知识、外语三方面的组织和水平,他们的工作被总结为“四大员”——翻译员、讲解员、宣传员、保卫员。

2. 大发展阶段(1978年12月—1989年初)

中国共产党十一届三中全会后,国家实行对外开放政策,对旅游业的发展起到极大的促进作用。1981年,国务院成立了国务院旅游工作领导小组,把旅游业务部门纳入了统一的规划,使旅游业有了突飞猛进的发展,大批海外旅游者开始涌入我国。1980年6月中国青年旅行社总社成立,国旅、中旅、青旅三大全国性网络式旅行社承担了绝大部分海外来华游客的招徕和接待工作以及国内游客的旅游业务,导游人员的队伍随之迅速壮大,导游服务的内涵不断提升,外延不断扩大。1984年后旅行社外联权下放,全国各地纷纷组建旅行社。到1988年底,我国的旅行社猛增至1573家,导游员队伍也随之猛增到25000人,导游服务与国际接轨。

3. 全面建设阶段(1989年至今)

为适应旅游业的发展,提升和保障导游服务质量,1989年3月,国家旅游局确立了导游人员资格考试制度,并在全国范围内进行第一次导游人员资格考试。1994年国家旅游局发布《导游员职业等级标准》(试行),1995年发布《中华人民共和国国家标准导游服务质量》(GB/T15971-1995)(该规范已于2010年修订),1999年5月2日《导游人员管理条例》正式出台,该条例是导游服务发展相对成熟的标志。2001年,国家旅游局颁布《导游人员管理实施办法》,决定启用新版导游证,并实行导游计分制管理。为推行该实施办法,将运用现代技术手段建立导游数据库,在全国范围推行电子信息网络化管理。2009年国家颁布了新的《旅行社管理条例》和《旅行社条例实施细则》,对旅行社及其提供的导游服务作了新的规定。2009年12月《国务院关于加快发展旅游业的意见》中专门提出,要“抓紧改革完善导游等级制度,提高导游人员专业素质和能力,鼓励专业技术人员特别是离退休老专家、老教师从事导游工作。实施全国旅游培训计划,加强对红色旅游、乡村旅游和文化遗产旅游从业人员培训,五年内完成对旅游企业全部中高级管理人员和导游人员的分级分类培训”。2013年10月1日,中华人民共和国《旅游法》正式实施,《旅游法》中对旅游者、旅行社及导

游服务都做了规定和要求。

二、导游服务的概念、地位与作用

（一）导游服务的概念

导游服务是指导游人员代表被委派的旅行社，按组团合同或协议书记载的内容和标准为旅游者提供的向导、讲解和相关服务的旅游接待服务。导游服务概念包含有三个相关的内容：

第一，导游人员为旅游者提供导游服务是旅行社委派的。未受旅行社委派的导游员不得私自接待游客，更不允许导游人员在机场、车站及景点门前私自招揽游客。

第二，导游人员的主要任务主要是在接待、陪同旅游团（者）旅行、游览过程中为其提供向导、讲解和相关的旅游接待服务。

第三，导游人员向旅游者提供服务时，要遵循国家相关规范及要求，要依照组团合同或约定的内容及标准为旅游者提供服务。组团合同是旅游者与旅行社签订的具有法律效力的文件，若来不及签合同可以做个约定。导游人员对于合同或约定要不折不扣执行。

（二）导游服务的地位

旅行社、饭店和现代交通构成了现代旅游业的三大支柱企业群，其中处于核心地位的是旅行社，其业务主要包括五大项：旅游产品的开发、旅游产品的促销、旅游产品的销售、旅游服务的采购与旅游接待。其中前四项业务属于产品的生产和交换，后一项业务属于产品的消费，旅游接待过程即是实现旅游产品的消费过程。在旅游接待服务中，导游服务贯穿旅游活动的始终，是旅游服务中最具代表性的服务，是各项旅游服务中最根本的服务。导游人员为旅游者提供的语言服务沟通了不同的文化，促进了不同民族之间的交流；导游人员提供的导游讲解服务帮助旅游者增长知识、加深阅历，获得美的享受；导游人员提供的生活服务帮助旅游者身心愉快地投入游览活动，去求新、求异、求乐。

导游服务是旅游服务中最为根本的服务，是旅游服务工作运转的轴心与焦点，与旅游接待过程中的其他服务相比较，导游服务处于主导地位。

（三）导游服务的作用

1. 纽带作用

导游服务在旅游服务中的纽带作用具体表现为以下三方面。

（1）承上启下。导游人员是国家方针政策的宣传者和具体执行者，代表旅行社执行旅游计划，为游客安排和落实食、住、行、游、购、娱等各项服务，处理旅游期间可能出现的各种问题。同时，游客的意见、要求、建议乃至投诉，其

他旅游服务部门在接待工作中出现的问题以及他们的建议和要求,一般也通过导游人员向旅行社传递直至上报旅游行政管理部门。

(2) 连接内外。导游人员既代表接待旅行社的利益,履行合同,实施旅游接待计划,又肩负着维护游客合法权益的责任,代表游客与各旅游接待部门进行交涉,提出合理要求,对违反合同的行为进行必要的干预,为游客争取正当权益。在服务过程中帮助游客尽可能多地了解旅游目的地的相关政策及社会、经济、文化和风俗民情,在为游客提供服务的过程中,了解游客的文化及需求。

(3) 协调左右。导游服务与其他旅游行业的其他服务之间既有相互依存、相互合作的一面,又有相互制约、相互牵制的一面。导游人员作为旅行社的代表,要依合同对饭店、餐馆、游览点、交通部门、商店、娱乐场所等企业所提供的服务及质量进行监督,同时做好沟通协调工作,协助有关企业及部门为旅游者提供符合标准合同要求的服务。

2. 标志作用

导游服务质量对旅游服务质量的高低起标志性作用。

导游服务质量是指导游人员执行旅游合同及国家和行业标准的程度,以及旅游者对其服务满意度的总和。导游服务质量以维护旅游者利益为根本出发点,以旅游合同和国家、行业标准为依据,以旅游者满意度为准绳。

导游服务质量与旅行社产品的组合性相联系,涉及旅游活动的各个要素。针对导游人员,导游服务质量包括导游讲解质量、为游客提供生活服务的质量以及各项旅游活动安排落实的质量。旅游者对导游人员的服务接触最直接,感受最深切,对其服务质量的反应也最敏感,旅游活动的成败更多地取决于导游服务质量。导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游服务质量的高低,甚至关系着国家或地区旅游业的声誉与形象。

3. 反馈作用

在旅游消费过程中,旅游者往往根据自己的需要及体验对旅游产品的规格、质量、标准等做出这样或那样的反应。旅游者的信息反馈是旅行社,甚至旅游目的地“生产”新产品、改进提升产品质量的重要措施。导游人员是旅游行业的一线工作人员,是旅游合同的执行者,是旅游者意见和建议的第一知情人。因此,导游人员应及时、准确地把旅游者的意见、建议反馈给旅行社及相关部门。导游人员在为旅游者提供导游服务的同时,也成为旅游者、旅行社及旅游目的地相关管理部门的“桥梁”。

4. 扩散作用

(1) 导游员是旅游目的地的形象大使,导游人员的形象会影响到旅游者对旅游目的地的评价。

(2) 游客通常会根据导游人员带领他们进行旅游活动的情况来判断旅游产

品的使用价值。因此导游服务的水平直接影响到旅游产品的销售即旅游目的地的形象。

三、导游服务的性质与特点

(一) 导游服务的性质

不同的国家和地区,由于社会制度、意识形态和文化差异,对导游服务的性质有不同的提法,即使在同一国家,不同时期的认识也不尽相同。尽管如此,世界各国对导游服务的五大属性是一致认同的。

1. 社会性

旅游活动是世界范围内最大的社会活动。在旅游活动中,导游人员处于旅游接待工作的中心位置,接待着四海宾朋、八方游客,所以,导游人员所从事的工作本身就具有社会性。同时,导游服务工作又是一种社会职业,对大多数导游人员来说,它是一种职业,是谋生的手段。

2. 文化性

文化是人类社会历史实践过程中所创造的精神财富和物质财富的总和。导游服务是传播文化的主要渠道,其服务的核心内容之一就是文化传递。导游服务一方面向旅游者传递旅游目的地国家和地区的正能量和优秀文化,宣传传统文化和现代文明;另一方面导游员在与旅游者交往中,也在了解旅游客源地的传统文化和现代文明。因此,导游服务的文化传播是一种双向传播,导游员是增进各国、各地区人民相互了解和友谊的“文化大使”,起着沟通和传播精神文明、为人类创造精神财富的作用。

3. 服务性

导游服务顾名思义是一种服务工作,它与第三产业的其他服务一样,属于非生产劳动,是一种通过提供一定的劳务活动,如导游讲解、翻译、旅行生活服务,来满足游客游览审美的愿望和安全舒适的旅行需求。但是,导游服务不同于一般的、简单的技能服务,它是一种复杂多变的、高智能、高技能的极具艺术性的高级服务。

4. 经济性

导游服务就其本质而言,是导游人员通过向游客提供劳务而创造特殊使用价值的劳动。在商品经济条件下,这种劳动通过交换而具有交换价值,在市场上表现为价格。因此,导游服务具有经济属性。导游服务的经济性主要表现在以下两个方面:

(1) 直接创收。导游人员直接为游客服务,他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、旅行生活服务以及各种代办服务需要收取服务费和手续费,导游服务直接创收,通过服务创收为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金。