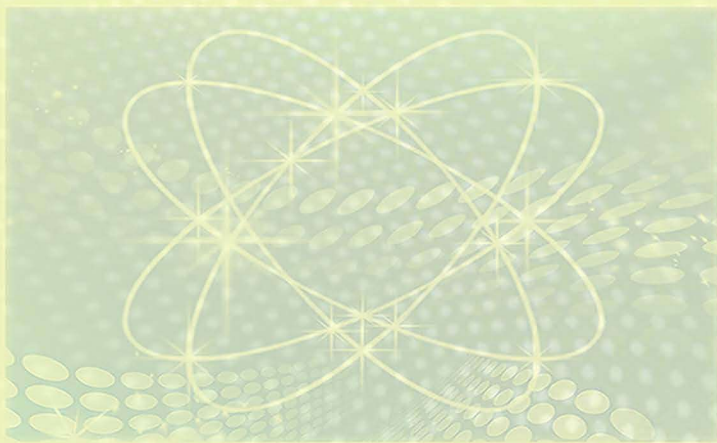


导游实务

梁文生 主编



山东科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导游实务/梁文生主编. —济南: 山东科学技术出版社,
2007 (2013.重印)

山东省导游资格考试教材

ISBN 978-7-5331-4778-5

I. ①导... II. ①梁... III. ①导游—资格考核—教材
IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第125845号

导游实务

梁文生 主编

出版者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市玉函路16号

邮编: 250002 电话: (0531) 82098088

网址: www.lkj.com.cn

电子邮件: sdkj@sdpress.com.cn

发行者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市玉函路16号

邮编: 250002 电话: (0531) 82098071

印刷者: 山东新华印务有限责任公司

地址: 济南市世纪大道2366号

邮编: 250104 电话: (0531) 82079112

开本: 787mm × 960mm 1/16

印张: 20.5

版次: 2013年10月第1版第3次印刷

ISBN 978-7-5331-4778-5

定价: 36.00 元

山东省全国导游资格考试教材编委会

主 任：于 冲

副 主 任：梁文生

编 委：（以姓氏笔画为序）

王玉玲 尹德娟 孙凤芝 张明池

张 静 宋 涛 时文雯 曾招喜

魏 凯

导游实务

主 编：梁文生

副 主 编：张明池 尹德娟

编写人员：（以姓氏笔画为序）

王钦涛 王 艳 王新平 宋斐红

张爱文 宿翠萍 曾招喜 魏 凯

前 言

山东省位于中国东部沿海，黄河下游，陆地总面积 15.71 万平方千米，近海域面积 17 万平方千米，总人口 9 417 万，辖 17 个市 140 个县（市、区）。山东是我国的经济大省，2012 年全省实现生产总值（GDP）50 013.2 亿元，比上年增长 9.8%。山东旅游资源十分丰富，孔子在这里诞生，泰山在这里崛起，黄河从这里入海，奥运在这里扬帆……

山东省委、省政府高度重视旅游业发展，把旅游业作为国民经济的主导产业和现代服务业的龙头，纳入经济文化强省和蓝色经济区建设的战略和全局的高度，大力推动发展。尤其是在 2008 年以来的应对国际金融危机中，省委、省政府把大力培育和发展旅游消费作为“调结构、扩内需、保增长”的重要措施，优先支持旅游业加快发展。近年来，全省旅游行业着力打造“好客山东”文化旅游品牌，大力发展旅游消费，努力扩大旅游投资，加快推进产业转型升级，高质量推进旅游目的地体系建设。2005 年全省旅游总收入首次突破 1 000 亿元，2008 年突破 2 000 亿元，2010 年达到 3 058.8 亿元，2011 年达到 3 736.6 亿元，2012 年突破 4 000 亿元大关，达到 4 519.7 亿元，增长 21%。全省旅游业呈现出加快发展的态势，形成了较为完善的旅游产业体系。

导游是旅游业的灵魂。导游作为承载文化、传播文化，倡导文明、传播文明的使者，是旅游行业的服务窗口，是旅游形象的展示者，是推动旅游业发展的重要力量。因此，导游人员的素质和形象直接影响到旅游行业的服务质量和整体形象。山东旅游产业的迅速发展对导游员提出了更高要求。作为一名优秀的导游员应具有较高的职业素养、规范的职业行为、娴熟的职业技能，具有超强的学习力、创新力和执行力。要做到“四爱”“四懂”。即爱祖国、爱家乡、爱旅游、爱游客，懂景物、懂商务、懂政务、懂服务。积极参与各级党委政府公务及重大活动的接待任务，为当地重大政务、商务活动服务，成为传播“好客山东”文化及地域文化的形象大使。山东省积极探索导游队伍建设，在职业化导游团队建设方面探索出一条特色之路，得到了国家旅游局的充分肯定，并在全国加以推广。



从事导游职业，必须取得相应的从业资格。国家对导游人员实行等级考试制度，等级分为初级、中级、高级、特级。为了选拔符合山东旅游业发展的导游人才，我们特地编写了这套教材。全套共分四册，分别是《旅游政策法规》《导游基础知识（全国部分）》《导游基础知识（山东部分）》和《导游实务》，用于山东省初级导游资格考试。《旅游政策法规》主要考查考生对党的基本路线方针政策、国家发展战略的了解、熟悉和掌握情况，考查考生对合同法、旅行社管理、导游人员管理等与旅游工作密切相关的法律法规的了解、熟悉和掌握情况。《导游基础知识（全国部分）》和《导游基础知识（山东部分）》主要考查考生对中国历史、民俗、建筑、宗教、景观、传统技艺等知识、中国主要客源地以及山东省 17 个市旅游资源的了解、熟悉和掌握情况。《导游实务》主要考查考生对导游员的职责、职业道德、导游服务程序、导游技能及旅游活动中突发事件处理等内容的了解、熟悉和掌握情况。这套教材实用性强，编写人员皆为旅游领域的专家或旅游院校具有丰富实践经验的导游课程教师。书中重要内容通过案例说明，并加以点评。考生在学习时可以结合案例学习，对今后从事导游工作具有重要的借鉴作用。这套教材也可作为旅行社新导游培训的参考教材，对广大旅游爱好者了解导游工作也具有参考作用。考生使用本教材参加导游资格考试时，要注意结合山东省导游资格考试委员会编写的“考试大纲”、参考教材学习备考。

这套教材的编写广泛征求了省内各级旅游部门、旅游院校、旅行社相关人员的宝贵意见和建议，充分体现了集体的辛勤劳动和智慧。在此，一并表示感谢。

由于时间短，编写仓促，错误之处难免。敬请广大读者和同行及时反馈，以便将来修订时改进。

山东省全国导游资格考试教材编委会

2013 年 9 月



目 录

综述篇	1
第一章 导游服务	2
第一节 导游服务的产生与发展	3
第二节 导游服务的地位与作用	7
第三节 导游服务的类型与范围	11
第四节 导游服务的性质与特点	13
第二章 导游员	19
第一节 导游员的概念与类型	20
第二节 导游员的职责	22
第三节 导游员的培训与考核	26
素养篇	34
第三章 导游员的基本素养和职业形象	35
第一节 导游员的基本素养	36
第二节 导游员的职业形象修炼	46
第四章 导游员的职业道德与职业精神	52
第一节 导游员的职业道德	53
第二节 导游员的职业精神	58
第五章 导游员的礼仪修养	61
第一节 礼仪概述	62
第二节 导游服务礼仪	64
第三节 政务接待礼仪	73
操作篇	77
第六章 团队导游服务程序与标准	78
第一节 地陪导游服务程序与标准	79
第二节 全陪导游服务程序与标准	117
第三节 出境领队服务程序与标准	137
第四节 景区导游服务程序与标准	159

第七章 散客导游服务程序与标准	168
第一节 散客旅游概述	169
第二节 散客导游服务的类型和特点	175
第三节 散客导游服务程序	177
第八章 旅游中事故的防范和处理	192
第一节 常见事故的防范和处理	193
第二节 重大事故的防范和处理	215
技能篇	225
第九章 导游员的带团服务技能	227
第一节 导游员带团服务要领	228
第二节 与游客交往的技能	234
第三节 团队协作技能	242
第四节 个性化服务技能	245
第五节 摄影服务技能	253
第十章 导游员的语言与讲解技能	261
第一节 导游语言基本要求	262
第二节 导游口头语言表达技巧	263
第三节 导游态势语言运用技巧	266
第四节 导游交际语言常用技巧	270
第五节 导游讲解常用方法	273
第六节 导游词的创作	278
常识篇	285
第十一章 导游服务相关知识	285
第一节 旅游交通知识	286
第二节 入、出境知识	297
第三节 货币、保险知识	304
第四节 旅游卫生保健知识	307
第五节 其他知识	311
山东省全国导游资格考试大纲 导游实务	314
参考文献	320

综述篇

开篇案例

援藏经历是我一辈子的财富

——长江三峡旅游发展有限责任公司导游 向东海

每个人心里都有一首属于西藏的歌，也许是嘹亮的“青藏高原”，也许是悠长的“在那东山顶上”；每个人心里都有一种属于西藏的色彩，或是圣洁的白，或是透亮的蓝。在西藏这片神奇的热土上，我拥有的是生命中一段不可复制的时光。

2010年4月15日，作为全国第八批援藏导游中的一员，我再次走进这片雪域高原。2007年4月，作为宜昌市选派的全国第五批援藏导游员，我首次踏上去西藏的路，6个月后，我顺利完成援藏任务，满载而归。两次援藏经历，让我学到不少东西。在西藏带团充满挑战，不仅要面对恶劣的天气，对抗高原缺氧，还要灵活机动，随机应变。

西藏有不计其数的庙宇，以前对于佛教知识我掌握得很少，为了完成援藏任务，我查阅了大量藏传佛教书籍。

在藏半年，我购买了大量书籍、影音资料，同时利用业余时间，自费去各个景点踩线。在西藏，从一个景点到另外一个景点，往往有好几百千米的路程。这么远的路，如果一直给客人讲解佛教或者是历史方面的知识，客人不一会儿就会睡着了。那么，就要求导游组织一些活动或者要表演一些节目。我利用休息时间，学了更多的土家山歌，还有藏语歌曲。我们在西藏工作的时间短，学藏语是不可能的，我就买来很多CD，找一些简单而好听的藏语歌曲来学，我用拼音把这些歌曲记录下来，然后硬是用藏语把这些歌背了下来。当我怀着激动的心情唱给客人听，客人们都陶醉了，都以为我是藏族小伙子。今年，我还学会了跳锅庄舞。

在宜昌做地接，除了忙一点，我基本没吃过什么苦。在西藏就不一样了，饿肚子是常有的事。同时由于西藏特殊的地理环境，经常会有客人因高原反应需要医治。无论时间多晚、自己多累，我都会帮游客联系医生，挂吊瓶、吸氧，必要时还会把客人送到医院，好几次，我在医院陪着客人度过了整个晚上。记得有一次，一位客人在去纳木错的路上太过兴奋，又是跑又是跳的，随后就晕倒了。当时情况非常紧急，我背起客人就往山下的车上走，好不容易把客人背到了车上，我却两眼一黑晕了过去。当我醒来时，眼前全是客人们关切的目光，客人们一起给我鼓掌，说我是他们的英雄。

在西藏的日子很艰苦，但精神上很富足。西藏的自然景观很美，高原反应也很厉害，但只要有坚定的意志，所有困难都可以克服。我的援藏经历，是我一辈子的财富。

思考：什么是导游员，什么是导游服务，怎样才能成为一优秀的导游员？



第一章 导游服务

本章导读

通过本章学习，了解导游服务的产生和发展，现代导游服务的主要特点和内容，熟悉导游服务的性质，掌握导游服务的要领，从而清晰地理解导游在旅游接待服务中的地位和所起的重要作用，提高导游人员对导游服务学是一门科学的认识。

案例导入

某国际旅行社外联了一个14人的日本旅游团。该团由一些中青年书画家和他的夫人组成，要求参观美术展、碑林、刺绣工艺，与我国中青年书画家进行交流。根据游客要求，该社安排的旅游线路是北京、济南（曲阜）、苏州、杭州、广州。旅游项目除各地一些游览景点外，在北京参观美术馆书法和绘画展览，与北京中青年书画家座谈，在曲阜参观孔庙大成殿陈列的碑碣石刻，在苏州参观刺绣厂，在杭州参观西泠印社和西湖景区的碑刻、匾额、楹联，在广州与岭南画派的画家座谈。经商洽，日方组团社同意和确认了价格，该团于次年5月9日来华，负责接待的是该社导游人员李某。一路上李导对该团的服务非常热情、周到，除了旅途中该团游客的饮食起居等生活得到妥帖安排外，该团的各项要求均得到了落实，游客对李导的工作甚为满意。途中一位夫人患急性肠炎，由于治疗及时，很快好转。游客希望购买的文房四宝、拓片、刺绣工艺品和一些名画也如愿以偿。离境前，李导还向该团简要介绍了陕西书画旅游线路的一些精品，游客表示下次多联络一些人来华访问。回国后，该团团长代表全团致信某国际旅行社，向该社总经理和李导表示感谢。

分析：本次日本旅游团成员复杂，中国之行旅游目的很多，需要协调的事情繁琐，加上对目的地不熟悉，若没有专业人士作引导，将很难成行。而旅行社李导的工作恰好帮助他们解决了这些问题，并且取得了较好的效果。

思考：导游服务在旅游产品中的地位和作用？



第一节 导游服务的产生与发展

一、世界导游服务的产生与发展

(一) 古代的向导

“旅游”一词最早出现于19世纪初，但旅游活动作为人类的文明活动早在古代就已经出现了。

在古代社会，人们外出旅行主要是出于经济目的。在原始社会末期和奴隶社会形成时期，随着商品生产和交换的发展，第三次社会大分工的出现，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。他们以经商为目的四处奔走。随着商品交换越来越发达，交换的范围日益增大，人们就更多地离开常住地，到异地他乡经商。因此，最早的旅行是建立在经商贸易基础上的一种经济活动。

此外，以消遣为目的的旅行当时也已出现。例如，在西方奴隶制社会，奴隶主以巡视、巡游为名义的享乐旅行。古埃及在5000多年前就已开始组织朝圣者去圣地朝拜的朝圣旅行。古希腊时代，人们旅行去参加、观看奥林匹克运动会。古罗马时期，是世界古代旅行的全盛时期，由于社会秩序的稳定，以及交通条件的便利，人们开始离开城市到沿海地区游览，有些达官贵人甚至远赴埃及观赏金字塔。在此时期，已不仅仅有只限于经商和宗教旅行的形式，而且出现了海滨疗养、鉴赏艺术、游览古迹、欣赏建筑等多种目的旅行。

到了封建社会，旅行的形式更加多种多样。帝王、王公贵族的巡游，以求学求知为目的的教育旅行，以探险为目的的航海旅行，以经商为目的的跨国旅行等形式也发展了起来。如意大利旅行家马可·波罗为经商来到中国；著名意大利航海家哥伦布进行航海探险旅行，发现了美洲新大陆等等。但是需要指出的是，在漫长的古代旅游发展史中，以经商为目的的旅行始终是主要形式，以消遣为目的的旅行并非普遍现象，而只是少数人参与的活动。

在英语中，旅行(Travel)一词就来源于艰辛(Travail)。正因为如此，当人们外出旅行时，为了使自己在人生地疏的环境中能够正确地行动并确保安全，就请熟悉路途和当地情况的人来做向导。这些充当向导的人不仅可以引路，而且还能对沿途的山水景物及当地的风俗民情进行介绍，他们提供的服务在一定程度上已具有类似现代导游服务的形式。只不过在古代，由于客观因素的制约，旅游活动的人数和范围有限，规模不大，人们当导游的机会并不多，往往是一些与旅行者偶然相遇的车夫、马夫、

船夫、当地居民以及僧侣等为其担任向导，导游服务只是一种偶尔为之的行为。向导有时是出于义务，与旅行者并无金钱关系，有时则收受或多或少的报酬。但是做向导在当时并不能成为安身立命的谋生手段。

总之，在古代的旅行活动中，由于社会生产力发展水平低下，旅游的发展速度非常缓慢，虽然产生了导游的最初形式——向导，但是并未成为一种广泛的、社会化的需要，因此也没有形成以向导为固定职业的专业队伍。

（二）近代商业性导游服务的出现

1841年7月5日，英国人托马斯·库克通过多方努力，精心组织和安排了一次特殊的火车短途旅行，这次活动成为旅游发展史上的标志性事件。托马斯·库克利用包租火车的形式组织了570人从莱斯特前往拉夫巴勒，去参加禁酒大会，往返行程22英里，每人收费1先令。这次团体旅行十分成功，作为世界上公认的第一次商业性团体旅游活动，标志着近代旅游活动的开端。托马斯·库克也因此被世界公认为是商业性旅游的鼻祖。在这次活动中，托马斯·库克本人自始至终随团陪同照料，可以说是近代旅游活动中全程陪同的最早体现。

1845年，托马斯·库克在英国莱斯特正式成立“托马斯·库克旅行社”，开始专门从事旅行代理业务，从而创办了世界上第一家商业性旅行社。其旅行社的问世标志着近代旅游业的诞生。1846年，托马斯·库克的旅行社组织了一个350人的团队乘火车和轮船去苏格兰旅游，旅行社为每位成员分发了旅游活动日程表，还为旅行团专门配置了导游带队。这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动。托马斯·库克的成功使他的旅行社成为世界上声誉显赫的旅行社，他的名字也成为旅游的代名词，使人们“想到旅游，就想到库克”。

托马斯·库克组织的旅游活动，从考察线路、组织产品、广告宣传、销售组团直至设置随团陪同人员（全陪和领队）和聘用地方导游人员（地陪），体现了旅行社业务活动的基本要求，开创了旅行社业务的基本模式。从托马斯·库克开始组织商业旅游活动、创办旅行社，到聘用导游人员的过程，是导游员职业化的过程。职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，并最终成为一种新兴的社会职业。

（三）大众旅游时期的导游服务

二战结束以后，世界各地的社会化大众旅游活动迅速普及。于是，世界旅游逐渐步入了大众旅游时代。旅游已不再是一种奢侈品，而是生活的必需品，已成为人们的一种生活方式。随着大众旅游的兴起，旅游业作为一种新兴的综合性产业，在世界经济中确立了重要地位。在这个时期，旅游代理商如雨后春笋大量出现，有组织的团体包价旅游成为现代旅游活动中最为普及的形式。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，由导游人员引导和带领，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,使人们外出旅游时因不熟悉旅游目的地的情況而带来的种种不便大大减少,旅游变成一种既安全方便又轻松愉快的经历。在这种大众旅游模式中,导游人员所提供的导游服务作为旅游各项服务中最为重要的内容,起着非常关键的作用。导游人员通过为游客提供生动的讲解服务、周到的旅行生活服务等,使游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需求得到满足,导游人员也能获取应得的报酬。因此,随着大众旅游活动的发展,导游作为一种新兴的职业,已拥有相当规模的专业化队伍。

二、中国导游服务发展概述

(一) 古代的向导

中国是一个幅员辽阔、历史悠久的文明古国,旅游的历史也非常久远。大禹为了治理洪水,在 13 年中跋山涉水走遍了大半个中国,可以算是我国最早的旅行家。

在我国,古代帝王为了维护统治的需要,为了体察民情,更为了消遣游乐,常常进行规模较大的巡游。秦始皇、汉武帝泰山封禅;隋炀帝筑御道、凿运河、造龙舟,乘舟畅游江南;康熙、乾隆皇帝的南北巡游等等,都是古代旅行中最具规模的旅游活动。

“读万卷书,行万里路”,古代的许多文人士子、科学家、探险家为了探求真理,丰富知识,陶冶情操而漫游天下。孔子带领弟子风尘仆仆周游列国,宣扬自己的政治主张和道德观念;司马迁经过艰苦而长期的旅行活动,最终写出了被誉为“史家之绝唱,无韵之离骚”的历史巨著——《史记》;李白、杜甫、苏东坡等文学家和诗人读书、行路,漫游大江南北,留下了大量脍炙人口的诗文名篇,成为绝好的旅游指南和导游词;地理学家和旅行家徐霞客从 22 岁起,历时 30 多年,足迹遍及现今的 16 个省,对我国的名山大川进行了系统、全面的考察,写出了旅游地理科考巨著《徐霞客游记》;李时珍踏遍大江南北进行科学考察,研究药物,写出了药理学巨著《本草纲目》。他们在医学、地理学、史学、文学等领域做出了杰出的贡献。

在古代,宦宦以公务和政治活动为目的进行的旅行称为宦游。公元前 138 年和 119 年,张骞奉汉武帝之命,作为官方正式使节两次出使西域,开辟了著名的“丝绸之路”,沟通了中国和中亚、中东以及西方之间的经济和文化关系;明朝著名的外交使节、航海家郑和七次下西洋,访问了 30 多个国家,为传播中华文明、加强中外经济文化的联系与交流做出了杰出贡献。

宗教旅游活动在我国古代旅游中占有相当重要的地位。信徒们云游四方,取经传道,朝拜宗教圣地等活动形成了宗教色彩浓厚的旅游。玄奘以百折不回的精神前往印度取经;鉴真六次东渡方到达日本传教;我国佛教的四大名山更是吸引了无数的朝圣者前往朝拜。因此,宗教旅游活动自古以来就长盛不衰。

当然，与世界旅游发展史相同，以经商为目的的商务旅行在我国各种类型的古代旅游活动中始终占有重要地位。以至在史书和文学作品中，往往将“商”“旅”二字连在一起，如“商旅不行，檣倾楫摧”等等。

在古代，也有不少外国人先后来到中国进行外交、经商、修学、传教等活动，并在中国各地进行游览访问。

随着旅游活动的产生，出现了与之相适应的导游活动。在我国古代，帝王们出外巡游时必有“陪臣”“侍从”同往，这些人实际上起着导游的作用。历代文人士子、科学家、探险家、政治家漫游四方，往往带有“书童”“仆人”等照料其在旅途中的生活。并且每到一地访问考察，还要有熟悉当地情况的人做向导，以指引道路，讲解沿途的山水景物和风俗民情。在古代，来中国旅行的外国人主要是来往的外交使节、商人、修学者或宗教信仰徒，历代王朝都设有专门的接待机构、接待人员和接待设施。

大量史料证明，中国作为世界上最早出现旅游活动的国家之一，在古代旅游发展过程中，出现过众多杰出的旅行家，其旅游活动多姿多彩，形式多种多样。但是由于社会生产力发展水平的制约，参加旅游活动的人数和旅游活动的规模都很有有限。因而虽然出现了向导，提供了初期的导游服务，但是人们当“向导”的机遇是很少的，所以“向导”也只能是少数人的一种兼职行为，同样也不能形成一种社会化的职业。

（二）近代导游服务的产生与发展

与西方国家相比，我国近代旅游业起步较晚。20世纪初期，外国的一些旅行社，如英国的通济隆旅游公司，美国的运通旅游公司、日本的国际观光局等开始在中国境内的一些城市设立旅行机构，经营旅游业务。中国人自己经营的第一家旅行社是由爱国企业家陈光甫先生创办的。1923年8月，陈光甫先生在自己开办的上海商业储备银行设立了旅行部，办理旅行业务。1927年6月，旅行部从该银行中独立出来，正式成立了中国旅行社，并在国内15个城市开办分社。中国旅行社的创建标志着中国近代旅游业的建立，该旅行社聘用的导游人员可以说是我国最早的职业导游人员。

此后，我国其他一些主要城市也相继成立了旅行社或旅游组织。可见，我国商业性导游服务的出现与我国旅游业的诞生是同步的，只是由于近代中国社会风云变幻、动荡不安，所以旅游业虽然已经作为一种独立的产业出现，但却未能迅速地发展起来，导游服务队伍也未能形成规模。

（三）新中国导游服务的发展历程

1949年10月1日，中华人民共和国成立，中国旅游业发展的历史掀开了新的一页。当时，百业待兴，而在华侨最为集中的厦门，出入境的人很多。为了贯彻落实国家的侨务政策，安排接待回国探亲、定居、访问的海外侨胞，为他们出入境提供服务，也为了让世界上更多的人了解新中国，成为我们的朋友，1949年11月19日，厦门市有关部

门接管了旧“华侨服务社”，经过整顿，于同年12月正式开业，创立了新中国第一家国营旅行社——华侨服务社。此后，广州、泉州等十几个城市也相继成立了华侨服务社。

1954年4月15日，中国国际旅行社在北京成立，并在全国设立了14家分社，成为我国第一个从事接待外国游客的机构。其任务主要是负责承办除外国政府代表团之外的外宾接待工作，为外宾在中国的食、住、行、游等提供服务，后又开始接待外国自费游客。1957年4月22日，华侨旅行服务社总社在北京成立。1974年，国务院批准成立中国旅行社，与华侨旅行服务社合署办公，接待对象主要为自费归国观光探亲的海外华侨、外籍华人以及港、澳、台同胞。1980年，中国青年旅行社在北京成立。至此，我国三大全国性旅行社——国旅、中旅、青旅，承揽了绝大部分入境游客的招徕和接待工作，以及国内游客的旅游业务。

从新中国成立初期到改革开放之前，我国的旅游业只以完成接待任务为目标，并不考虑经济效益。因此，当时的导游接待服务也就是一项政治任务和外事工作。导游人员作为从事外事、工作的国家干部，要求其在政治、外语和文化知识三方面过硬。这一时期我国旅游业的发展规模不大，而且主要是入境旅游，导游员的数量较少，主要从事翻译导游服务。改革开放以后，我国旅游业得到了快速、全面发展。1984年，旅行社行业的体制发生了重大改变：一是旅行社有条件地放开经营，打破了垄断局面，二是旅行社的性质由行政事业单位改为企业性质。这样，我国旅行社的职能就从过去的宣传中国，友好接待转变为以营利为目的的企业化运作。旅行社行业迅速壮大，一大批有实力、机制灵活的旅行社得到快速发展。据统计，至2011年末，全国纳入统计范围的旅行社共有23 690家，全国旅行社资产总额711.17亿元；各类旅行社共实现营业收入2 871.77亿元；营业税金及附加13.06亿元。随着旅行社的快速发展，导游队伍也不断壮大。目前，我国各类专职或兼职导游人员已达70万人，他们正在为我国旅游业的发展做出重要贡献。

第二节 导游服务的地位与作用

一、导游服务的地位

（一）导游服务在旅游服务中处于中心地位

现代旅游业的三大支柱是旅行社、饭店和交通，处于核心地位的是旅行社，被称为旅游业的龙头。作为向游客提供旅行服务的专门机构，旅行社的基本业务主要有旅游产品的开发、促销、销售及旅游服务的采购和旅游接待。

旅行社的产品就是旅行社为满足游客旅游过程中的需要而向游客提供的各种有偿服务。游客购买了旅游产品到旅游目的地进行消费，旅行社通过为游客提供所需要的包括



导游服务在内的各种接待服务，以实现旅游产品的消费过程。并通过产品销售的完成得以实现其经营目标。在这里，旅行社不仅是旅游消费者与旅游服务供应者之间单纯的中介机构，同时还作为旅游产品供给者，派出陪同或导游人员承担起旅游接待任务。

导游人员作为旅行社的代表，同各旅游供应商共同完成旅游服务。旅游服务供应者在旅游消费者整个旅游活动过程中所提供的各项服务（如住宿、餐饮、交通、游览、娱乐、购物，导游等）就像一条环环相扣的链条，应该说每一项旅游服务都是很重要的，但唯有导游服务以其在旅游活动中全方位全过程的引导功能将各个服务环节连接起来。通过引导旅游消费，连接旅游各接待部门，使其产品和服务得以顺利销售，使游客在旅游过程中的各种需要得到满足，使旅游产品的价值最终通过旅游服务一体化的供给得以实现。所以，与旅游接待服务中的其他服务相比，导游服务居于旅游综合服务的中心地位。正如日本旅游专家土井厚在其所著的《旅游业入门》中所说：“任何行业都有其代表性的业务，在旅游行业中，就是导游服务。”

（二）游客需要导游服务

导游服务成为游客的需要，是由现代旅游活动的客观规律所决定的。

从生理学角度分析，旅游是人类休息的一种高级形式。它是人们通过有目的、有指导、有节奏的观光游览、消遣娱乐和物质享受，获得精神和物质上的满足，达到恢复体力和恢复精力的目的，它是一种积极的、广义上的休息。游客初到一个陌生的地方，若无人指点，往往不知该从何处开始游览，因而很可能会进行盲目的、疲于奔命的旅游活动，不仅达不到放松身心、修身养性的目的，反而会因为过度疲劳而破坏游兴，甚至影响身心健康。

如果游客在旅游过程中还需要为自己的食、住、行等操心劳神，必然会分散其观光游览的精力，使其不能获得精神享受，甚至会影响到旅游活动的顺利进行。因此，有导游人员为其科学合理地安排旅行生活和游览活动，游客就可以在轻松惬意的旅游活动中获得事半功倍的旅游效果。

从心理学角度分析，人对不熟悉的环境会产生茫然感，特别是海外游客，如果语言不通，首先就有一种生疏感，甚至有一种不安全感。当游客初到一个人生地不熟的地方旅游时，非常希望能有个熟悉当地情况的人陪伴，为其解决由于语言不通带来的种种不便，避免因为对当地习俗不了解而造成误会和不愉快，消除在旅行中出现的拘谨心理和寂寞感，增强安全感。同时，游客在旅游过程中需要有人引路，需要有人沟通语言，需要有人帮助解决食宿问题，解决旅行生活中出现的各种问题；遇到困难险境时，需要有人帮其解除。所以，导游人员提供的导游服务可以帮助游客在陌生环境中获得新的心理平衡的支点，从而精力充沛地投入旅游活动。

从认识观赏事物的顺序分析自然景观和人文景观的美是客观存在的，但是不同国家、不同地区、不同民族的审美观往往存在不同程度的差异，甚至会迥然不同。当游客到异

国他乡观光游览时，面对充满异国情调的人文景观，如果没有导游人员指导游览而又事先对所游览的人文景观缺乏足够了解的话，便会思之无据，感之无情，从而感到无从欣赏，因而对融化在风景名胜中的一国（或一地）古今文化的真谛也就领略不到或领略不深。

正因为如此，有人认为：“没有导游员的旅行是不完美的旅行，甚至是没有灵魂的旅行。”这并不是说导游服务就是旅游活动的全部，而是说明无论从生理上、心理上，还是从认识观赏事物的顺序看，游客都离不开导游服务。

（三）旅游业需要导游服务

1. 旅游业的发展需要高质量的导游服务

旅游市场的竞争是非常激烈的，无论国际旅游市场还是国内旅游市场都是如此，并且这种竞争归根到底是人才的竞争。可以说，一个国家或地区旅游业的生存和发展，在很大程度上取决于是否拥有一支高水平的旅游工作者队伍，特别是取决于是否拥有一支优秀的导游队伍。

2. 旅游经营者需要通过良好的导游服务实现自己的经营目标

旅游业是综合性的服务产业。对游客而言，旅游产品是一次旅游的“经历”或“过程”，旅游过程的六大要素（食、住、行、游、购、娱）缺一不可。对生产、销售旅游产品的旅游经营者而言，旅游产品主要是以无形的物化劳动出现，提供的服务是综合性的。旅游产品的销售并不是一次性完成，而是多次性的，贯穿于旅游活动的全过程，通常需要通过导游人员提供的导游服务来实现。因而对于旅游经营者来说，导游人员是其旅游产品要素的实际组装者和产品销售的实现者。同时，导游本身也具有旅游产品生产者的性质，其语言、行为本身就是旅游产品的一部分。导游人员自身素质的高低、文化内涵的深浅，导游人员在服务中表现的一举一动，礼节礼貌，服务态度都被游客认为是所购买产品的应有内容，直接关系到旅游产品质量及旅游消费者的满意度。因此，旅游经营者主要是通过向游客提供高质量的旅游服务，特别是提供优质导游服务来实现其经营目标。

二、导游服务的作用

导游服务在旅游服务中起着举足轻重的作用，主要表现在以下几方面：

（一）纽带作用

导游服务是旅游服务的核心和纽带。正是通过导游服务才将旅游服务中的其他各项服务联系起来，使之相互配合，协同完成旅游接待工作。

1. 承上启下

“上”是指上级领导部门，包括旅行社、地方和国家旅游管理机构。“下”是指游客和其他旅游服务部门。导游人员是国家方针政策的宣传者和具体执行者，对国家和上级部门制定的有关法规、方针、政策、制度和纪律，必须在工作中加以宣传，并具

体贯彻执行和自觉遵守。

导游人员代表旅行社具体实施接待计划，为游客安排和落实食、住、行、游、购、娱等各项服务，并处理旅游期间可能出现的各种问题。同时，导游人员作为旅行社的代表，在旅游活动期间，直接面对来自五湖四海的游客，提供全程服务，因而游客的需求、对现行旅游产品的意见、建议等，导游人员了解得最为清楚。

此外，其他旅游服务部门在接待工作中出现的问题及他们的建议和要求，导游人员也最为了解。导游人员应做好信息反馈工作，及时将有关信息上报给旅行社并反映至上级管理部门。上下之间通畅的信息交流是做好旅游接待工作的重要保证。

2. 连接内外

导游人员具有双重身份，既要代表旅行社的利益，履行合同，实施旅游接待计划，又要代表游客的利益，负有维护游客合法权益的责任，代表游客与各旅游服务部门进行交涉、提出合理要求。当遇到违反合同的行为时，要进行必要的干预，为游客争取应该享受的正当权益。导游人员既有义务向游客介绍当地的社会、文化和风俗民情以及国家的有关政策、法令等，又有责任通过与游客接触，进行行业调查研究，了解相关情况，了解游客的现实及潜在消费需求。

3. 协调左右

导游人员在旅游接待服务中，还要负责协调与其他旅游接待部门的横向关系。导游服务与其他各项旅游服务的服务对象是共同的，但在服务内容上又各有不同。在根本利益一致的前提下，确保各自的部门利益，决定了它们之间既相互依存、相互合作，又相互制约、相互牵制。就旅游接待服务的六大要素所组成的服务链条而言，各服务环节协调一致，才能做好服务工作。因此，导游人员应尽力协调各旅游服务部门之间的关系，主动配合相关部门的工作，争取各部门按照计划提供保质保量的优质服务，以确保旅游合同得到落实。

（二）标志作用

1. 旅游业的使者

旅游业是一个比较复杂的综合性服务行业，各个服务环节缺一不可，但最活跃、最具有代表性的工种是导游服务。对于游客而言，他们到一个国家或地区去旅游，接触时间最长、接触最多的人是导游人员。因而他们常常把导游人员看做是当地人民的典型代表和“友好使者”，并以导游人员的一言一行、一举一动来衡量一个国家的道德标准、价值观念和文化水准。因此，在游客心目中，导游人员是旅游业的使者。导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游活动效果的好坏，而且关系着国家和地区旅游业的声誉。

2. 旅游服务质量高低的标志

导游服务质量是旅游服务质量高低最敏感的标志。导游人员带领游客参观游览，完成旅游消费的全过程。在此期间与游客朝夕相处，为他们的旅游活动提供导游讲解

