

旅游教育系列教材

导游理论与实践



荣婕军 编著
宝荣学
姚陈费

陕西人民出版社

旅游教育系列教材

导游理论与实践

姚宝荣 陈荣婕 费学军 编著

陕西人民出版社

(陕)新登字 001 号

图书在版编目 (CIP) 数据

导游理论与实践/姚宝荣等编著. —西安: 陕西人民出版社, 2005

(旅游教育系列丛书)

ISBN 7-224-07394-6

I. 导... II. 姚... III. 导游—基本知识

IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 100565 号

导游理论与实践

编著者: 姚宝荣 陈荣婕 费学军

出版发行: 陕西人民出版社 (西安北大街 147 号 邮编: 710003)

印刷: 西安市建明工贸有限责任公司

开本: 787mm×1092mm 16 开 20.75 印张

字数: 350 千字

版次: 2005 年 11 月第 1 版 2005 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1 1000

书号: ISBN 7 224-07394 6 / F·973

定价: 26.00 元

“旅游教育系列教材”编辑委员会

主 任 户思社

副主任 党金学 王 峰

编 委 (以姓氏笔画为序)

王晓华	王秀文	王莉霞	乌永志	文晓莉
李 伟	李红媛	张 芒	陈荣婕	陈锋仪
陈 慧	张 蕾	杨红英	杨国庆	姚宝荣
赵 勇	费学军	高佳璟	唐 玮	党金学
黄建敏	黄文英	曹 锋	黄 蓓	熊 关

目 录

第一编 总 论

第一章 旅行社	(1)
第一节 旅行社的产生与发展	(1)
第二节 旅行社的性质与分类	(2)
一、旅行社的性质	(2)
二、旅行社的分类	(2)
第三节 旅行社的作用与职能	(4)
一、旅行社的作用	(4)
二、旅行社的职能	(8)
第四节 旅行社的主要业务及其特点	(9)
一、旅行社的主要业务	(9)
二、旅行社业务的特点	(12)
第五节 旅行社产品的特征及其分类	(13)
一、旅行社产品的特征	(13)
二、旅行社产品的分类	(15)
第二章 导游服务	(22)
第一节 旅游产品	(22)
一、旅游产品的概念	(22)
二、导游服务是旅游产品的重要组成部分	(22)
第二节 导游服务的性质和特点	(23)
一、导游服务的性质	(23)
二、导游服务的特点	(27)
第三节 导游服务工作的类型及其范围	(28)
一、导游服务工作的类型	(28)
二、导游服务工作的范围	(29)
第四节 导游服务的原则	(30)
一、“宾客至上”的原则	(30)
二、“安全第一”的原则	(31)

三、维护旅游者合法权益的原则	(31)
四、规范化服务与个性化服务相结合的原则	(32)
第五节 导游服务工作的禁忌	(33)

第二编 导游人员

第三章 导游人员	(35)
第一节 导游人员史略	(35)
一、国外导游人员的历史沿革	(35)
二、国内导游人员的发展历程	(37)
三、导游职业现状和发展趋势	(39)
第二节 导游人员概述	(41)
一、导游人员的基本概念	(41)
二、导游人员的分类	(42)
第三节 导游人员的基本职责	(45)
一、导游人员的基本职责	(45)
二、境外领队的职责	(45)
三、全陪导游人员的职责	(46)
四、地陪导游人员的职责	(46)
五、景点景区导游人员的职责	(47)
第四节 导游人员的基本条件	(47)
一、良好的思想品德	(47)
二、渊博的知识	(49)
三、独立工作能力和创新精神	(51)
四、较高的导游技能	(52)
五、竞争意识和进取精神	(53)
六、身心健康	(54)
七、注意仪容、仪表	(55)
第五节 导游人员的权利与义务	(55)
一、导游人员的基本权力	(55)
二、导游人员的基本义务	(56)

第四章 导游人员的管理	(59)
第一节 导游人员的培训	(59)
一、培训的必要性	(59)
二、培训的类别和内容	(61)
三、培训的方式	(61)
第二节 导游人员的考核	(62)
一、新进导游人员的录用考核	(62)
二、在职导游人员的考核	(63)
三、兼职导游人员的考核	(65)
第三节 导游人员的管理	(65)
一、导游人员的计分管理	(65)
二、导游人员的年审制度	(67)

第三编 导游服务程序

第五章 旅游团队导游人员服务集体	(68)
第一节 旅游团队导游服务集体	(68)
一、地陪与领队和全陪的关系	(68)
二、地陪与其他相关人员的关系	(70)
第二节 导游服务集体协作共事的基础和原则	(72)
一、旅游团队导游服务集体协作共事的基础	(72)
二、旅游团队导游服务集体协作共事的原则	(73)
第六章 导游服务程序	(74)
第一节 出境旅游领队的服务程序	(74)
一、准备工作	(74)
二、开好出境前的说明会	(75)
三、办理出境手续	(76)
四、办理入境手续	(76)
五、落实境外旅游接待	(77)
六、办理境外离境手续	(78)
七、办理回国入境手续	(78)

八、散团及其他事宜	(79)
第二节 全陪导游人员服务程序	(79)
一、服务准备	(79)
二、首站接团服务	(80)
三、入住饭店服务	(80)
四、核对、商定日程	(81)
五、各站服务	(81)
六、离站服务	(82)
七、途中和抵达服务	(82)
八、末站服务和后续工作	(83)
第三节 地方陪同导游人员服务程序	(84)
一、服务准备	(84)
二、迎接工作	(92)
三、赴饭店途中的服务	(94)
四、入店服务	(97)
五、核对、商定日程	(98)
六、参观游览活动	(99)
七、其他服务	(102)
八、送站服务	(104)
九、结束工作	(110)
第四节 景区景点导游服务程序	(113)
一、景区景点导游概述	(113)
二、景区景点导游服务程序和规范	(113)
第五节 散客服务类型及服务程序	(114)
一、散客服务类型	(114)
二、散客服务程序	(116)

第四编 导游人员应变能力

第七章 对旅游者个别要求的处理	(122)
第一节 旅游者个别要求的处理原则	(122)
一、努力满足旅游者需要的原则	(123)

二、“认真倾听、耐心解释”的原则	(123)
三、“尊重旅游者、不卑不亢”的原则	(123)
第二节 要求变更计划或活动日程的处理	(124)
一、旅游团(者)要求变更计划或活动日程的处理	(124)
二、因客观原因需要变更计划或活动日程的处理	(124)
第三节 餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	(127)
一、餐饮方面个别要求的处理	(127)
二、住房方面个别要求的处理	(129)
三、文娱活动方面个别要求的处理	(130)
四、购物方面个别要求的处理	(131)
第四节 旅游者要求自由活动的处理	(132)
一、一般情况下允许旅游者自由活动	(132)
二、需劝阻旅游者自由活动的几种情况	(133)
第五节 旅游者其他个别要求的处理	(134)
一、要求探视亲友、亲友随团活动的处理	(134)
二、要求为其转递物品的处理	(135)
三、中途退团或延长旅游期限的处理	(135)
第六节 旅游者越轨言行的处理	(136)
一、对攻击和诬蔑言论的处理	(137)
二、对旅游者违法行为的处理	(138)
三、对旅游者散发宗教宣传品行为的处理	(139)
四、对违规行为的处理	(139)
第八章 问题及事故的预防与处理	(140)
第一节 接站时问题和事故的预防与处理	(140)
一、漏接的预防与处理	(140)
二、错接的预防与处理	(142)
三、空接的原因与处理	(144)
第二节 误机(车)事故的预防与处理	(145)
一、误机(车)事故的原因	(145)
二、误机(车)事故的预防	(146)
三、误机(车)事故的处理	(146)

第三节 旅游者丢失物品的预防与处理	(147)
一、旅游者丢失物品的预防	(147)
二、旅游者丢失证件的处理	(148)
三、旅游者丢失钱物的处理	(150)
四、旅游者行李丢失、损坏的处理	(150)
第四节 旅游者走失的预防与处理	(152)
一、旅游者走失的原因	(153)
二、旅游者走失的预防	(153)
三、旅游者走失的处理	(154)
第五节 旅游者患病、死亡的处理	(155)
一、旅游者患病的预防与急救	(155)
二、旅游者患一般疾病的处理	(159)
三、旅游者突患重病的处理	(159)
四、旅游者病危的处理	(159)
五、旅游者死亡的处理	(160)
第六节 旅游安全事故的预防与处理	(161)
一、交通事故	(161)
二、治安事故	(163)
三、火灾事故	(164)
四、海啸	(165)
五、食物中毒的预防与处理	(166)

第五编 导游服务技能

第九章 导游艺术	(167)
第一节 导游人员的语言技能	(167)
一、运用导游语言应遵循的基本原则	(168)
二、导游语言的音调和节奏	(172)
三、导游交际中的语言方式	(173)
第二节 导游人员的导游讲解技能	(179)
一、导游方法的运用原则	(179)
二、常用的导游方法和技巧	(181)

导游业务

三、不同场合的导游与讲解	(192)
第十章 导游人员的带团技能	(196)
第一节 导游人员的带团技能	(197)
一、树立良好的形象	(197)
二、向旅游者提供心理服务	(200)
三、调节旅游者的审美行为	(207)
第二节 建立良好的人际关系	(214)
一、与旅游者建立良好的人际关系	(214)
二、正确面对旅游者投诉	(215)
三、正确处理旅游纠纷	(216)
第三节 特殊旅游团队的接待	(217)
一、残疾旅游者的接待	(217)
二、学生旅游团的接待	(219)
三、老年旅游团的接待	(220)
四、“难以对付”旅游者的接待	(220)

第六编 导游业务相关知识与案例分析

第十一章 导游业务相关知识	(223)
第一节 导游人员的礼节礼貌	(223)
一、导游服务时的礼节	(223)
二、进出旅游者房间的礼节	(224)
三、宴席中的礼节	(225)
第二节 客源地知识概况	(226)
一、跨文化知识	(226)
二、国际旅游文化知识	(227)
三、民族文化风情	(240)
第三节 交通知识	(245)
一、航空客运知识	(245)
二、铁路客运知识	(251)
三、水路客运知识	(256)

第四节 邮电通讯、货币、保险知识	(256)
一、邮电通讯知识	(256)
二、货币知识	(258)
三、保险知识	(259)
第五节 旅行证件及中国海关的有关规定	(259)
一、旅行证件的有关规定	(259)
二、中国海关的有关规定	(262)
第十二章 旅游接待案例分析	(266)
第一节 导游人员接待案例分析	(266)
一、背景	(266)
二、案例及分析	(267)
三、相关知识整合	(272)
第二节 旅行社接待案例分析	(275)
一、背景	(275)
二、案例及分析	(276)
三、相关知识整合	(291)
附录一 导游人员管理条例	(293)
附录二 导游人员管理实施办法	(297)
附录三 导游人员等级考核评定管理办法(试行)	(302)
附录四 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	(304)
附录五 中华人民共和国出境入境边防检查条例	(307)
附录六 北京与世界主要城市时差表	(313)
附录七 华氏和摄氏温度换算	(314)
附录八 度量衡换算表	(315)
附录九 陕西饭店、宾馆一览表	(316)
主要参考书目	(320)

第一章 旅行社

第一节 旅行社的产生与发展

旅行社是指依法设立并具有法人资格，从事招徕、接待旅游者，组织旅游活动，实行独立核算的企业。

旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构，它是旅游活动发展到一定阶段的产物。

1845年，英国人托马斯·库克成立的托马斯·库克旅行社是世界上第一家旅行社，从而使旅行社成为一种崭新的行业，现代旅游也由此发端。但是，直到第二次世界大战后，旅行社仍主要集中在西方发达国家，它们主要经营国内和邻近国家的旅游。到20世纪60年代，随着战后经济的恢复和迅速发展，特别是大型远程喷气客机问世之后，旅游业得到空前发展，旅行社也随之发展起来。

20世纪20年代初期，中国尚无华人开办的旅游机构。1923年8月15日，银行家陈光甫先生在他担任总经理的上海商业储蓄银行内开设了旅行部。1927年6月1日，旅行部与银行分立，正式命名为中国旅行社，它是中国人自己创办的第一家旅行社。

1954年4月15日，中国国际旅行社在北京成立。直到1979年，我国只有中国国际旅行社（简称国旅）和中国旅行社（简称中旅）两个旅行社系统。国旅负责接待外国旅游者，中旅负责接待海外华侨、港澳台同胞。1980年6月，中国青年旅行社正式成立，形成了国、中、青三足鼎立的局面。国、中、青三家旅行社在各地都有自己的分、支社，但客源招徕都基本由三个总社垄断，各地分、支社主要负责地方接待。

1984年,为了加速我国旅游业的发展,国务院就我国旅行社的体制改革做出了两项决定:一是打破垄断,允许各旅行社之间展开竞争;二是旅行社由行政或事业单位改为企业。这两项决定对我国旅行社从过去单纯的友好接待职能转变为真正的企业化运作起到了决定性的作用。

改革开放以来,伴随着中国旅游业的发展,旅行社得以迅速发展,队伍不断扩大。截至2004年底,全国有国际旅行社1472家,国内旅行社13867家,共计15339家。它们与世界各国及港澳台地区的旅行商保持着长期良好的合作,大多数旅行社拥有一流的接待设施、周到的服务和先进的网络信息服务,为旅游者提供精美的旅游线路和独具匠心的特色旅游,使旅游者充分领略中国旅游景观、民族风情。这些旅行社已成为世界旅游者通向中国的桥梁和了解中国历史文化的纽带。

第二节 旅行社的性质与分类

一、旅行社的性质

1996年国务院颁布的《旅行社管理条例》对我国旅行社的性质做出如下明确规定:“旅行社是指以赢利为目的,从事旅游业务的企业。”

《旅行社管理条例》对旅游业务的涵义也做了明确的规定:“旅游业务是指为旅游者代办出、入境和签证手续,招徕、接待旅游者旅游,为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。”

从《旅行社管理条例》的有关规定中,我们可以概括出我国旅行社的两个基本特征:

1. 以赢利为目的决定了旅行社的企业性质。
2. 提供与旅行游览有关的服务是旅行社的主要职能。

二、旅行社的分类

(一) 境外旅行社的分类

目前,国际上旅行社的种类很多,西方的旅行社大致可分为以下两类:

1. 旅游批发商。

也叫批发旅游经营商,主要从事组织和批发包价旅游业务。他们与饭店、交通运输部门、旅游景点及包价旅游所涉及的其他部门签订协议,预先购买这些服务项目,然后根据旅游者的不同需求和消费水平,设计出各具特色的包价旅游产品,通过旅游零售商在旅游市场上销售。

多数旅游批发商兼营零售业务，他们一方面向零售商批发其包价旅游产品，另一方面也直接将其包价旅游产品向公众销售，招徕旅游者，组织旅游活动。英国托马斯·库克旅游公司及美国运通公司皆是世界著名的旅游批发商兼零售商。

2. 旅游零售商。

亦称零售代理商，是旅游批发商和旅游者之间的联系纽带。他们的主要业务是代理批发商业务，招徕、组织旅游者，并为旅游者提供接待服务。旅游批发商根据他们的销售额付给佣金。

除此以外，世界其他国家和地区旅行社也有不同的类别划分。例如，日本的《旅行业法》将日本的旅行社划分为一般旅行业、国内旅行业和旅行业代理店三种不同的类型；我国台湾省的旅行社也依其业务不同划分为综合旅行业、甲种旅行业和乙种旅行业，对此我们不再详述。

（二）我国旅行社的分类

我国现行的《旅行社管理条例》第五条规定：“旅行社按照经营业务范围，分为国际旅行社和国内旅行社两类。”

1. 国际旅行社。

国际旅行社的经营范围包括入境旅游、出境旅游和国内旅游业务。其具体经营业务如下：

（1）招徕外国旅游者来中国，华侨与香港、澳门、台湾同胞归国及回内地旅游，为其代理交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐事务及提供导游、行李等相关服务，并接受旅游者委托，为旅游者代办入境手续；

（2）招徕我国旅游者在境内旅游，为其代理交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐事务及提供导游、行李等相关服务；

（3）经国家旅游局批准，组织中华人民共和国境内居民到外国和香港、澳门、台湾地区旅游，为其安排领队、委托接待及行李等相关服务，并接受旅游者委托，为旅游者代办出境及签证手续；

（4）经国家旅游局批准，组织中华人民共和国境内居民到规定的与我国接壤国家的边境地区旅游，为其安排领队、委托接待及行李等相关服务，并接受旅游者委托，为旅游者代办出境及签证手续；

（5）其他经国家旅游局规定的旅游业务。

2. 国内旅行社。

国内旅行社是指其经营范围仅为国内旅游业务的旅行社。其具体经营业务如下：

（1）招徕我国旅游者在境内旅游，为其代理交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐事务及提供导游等相关服务；

- (2) 接受旅游者的委托,为其代购、代订国内交通客票,提供行李服务;
- (3) 其他经国家旅游局规定的与国内旅游有关的业务。

无论是国际旅行社还是国内旅行社,都有组团旅行社和接待旅行社之分。我国多数组团社同时又是接待社,而一些规模较小,缺乏有经验的外联人员的旅行社则仅限于接待业务,通常称地接业务。

组团旅行社简称为组团社,它是指接受旅游团(者)或海外旅行社的预订,制定和下达接待计划,并可提供全程陪同导游服务的旅行社。

接待旅行社简称为接待社或地接社,它是指受组团旅行社委托,按照接待计划委派地方陪同导游人员,负责组织安排旅游团(者)在当地参观游览等活动的旅行社。

第三节 旅行社的作用与职能

一、旅行社的作用

(一) 旅行社是销售旅游产品的中间商

旅行社是旅游发展的产物,随着旅游业的发展,它已成为旅游业的三大支柱之一。为了适应现代旅游的发展,旅行社为旅游者办理交通、食宿等的预订,通过安排旅行和进行联络等服务工作而得到报酬。它在旅游业中起着媒介和经纪人的作用,是采购、组合和销售旅游产品的中间商。旅行社为旅游者所提供的实际上是一种组织和服务工作。在国际上旅行社依靠一批地区上分布合理、数量充裕和业务关系相对稳定的客户作为它引进客源或销售旅游产品的网络,以便在瞬息万变的旅游市场上或与同行激烈竞争的情况下能确保充足的客源供应;在国内,它依靠众多的旅游供应商,诸如交通部门、饭店、餐馆、旅游景点、商店、文化娱乐单位等,为它组织的旅游者提供所需要的食、住、行、游、购、娱等各种服务。可以说,旅行社是把各有关部门聚集到旅游业中来的纽带。因此,现代大规模的旅游活动,已经离不开旅行社这一组织形式。

(二) 旅行社是旅游业的龙头

旅行社组织接待旅游者,为旅游者提供生活服务和接待服务而获取的自身经济效益是微小的,它所创造的价值在整个旅游业中所占份额也不大。但旅行社将交通部门、饭店、餐馆、旅游景点、商店、文化娱乐等单位生产的单项旅游产品统一采购进来,然后进行优化组合,形成各具特色的旅游线路或吸引人的旅游项目即旅行社的产品销售给旅游者,使相关企业获利,从而产生的综合经济效益是巨大的。旅行社通过自身的经济活动

带动了旅游业其他部门的发展,从这个意义上来说,旅行社是旅游业的龙头。旅行社的龙头作用主要体现在如下四个方面:

1. 增加经济收入和外汇收入。

旅行社从国内和国外招徕旅游者前往旅游目的地观光游览或度假。这些旅游者在旅行过程中需要乘坐飞机、火车、汽车、轮船等交通工具。抵达目的地后,他们还要在当地饭店住宿,在当地餐馆用餐,参观游览当地的名胜古迹,在当地商店购买旅游纪念品或其他商品。这些都为旅游目的地的旅游服务供应部门和企业带来可观的经济收入。

另外,国际旅游者还为旅游目的地带来了大量外汇收入。在创汇过程中,旅行社,特别是那些能够直接从事海外招徕和接待的大型跨国旅行社往往扮演着极其重要的角色。发达国家和发展中国家对此具有同样的认识。但发展中国家在起飞过程中更倾向于将旅行社视为引进国际客源,为经济发展积累外汇的重要部门,并在政府方面予以倾斜和支持。

2. 增加就业机会。

旅行社的经营活动还能够给旅游目的地增加许多就业机会。首先,由于旅游活动的所有环节几乎都离不开人员服务,旅行社在其招徕和接待旅游者的过程中需要导游人员、旅游咨询人员、销售人员以及各类管理人员,为当地居民提供了不少就业机会。其次,各种旅游服务供应部门和旅行社招徕和介绍的旅游者,也需要雇佣大量的人员,又为当地居民提供许多就业机会。最后,旅游者的到来,不仅会消费旅游服务供应部门和企业提供的服务产品,而且能够消费许多相关行业的产品和服务。这些相关行业为了向旅游者提供产品和服务,也需要雇佣许多人员,从而为当地居民提供更多的就业机会,人们常把这种就业称之为“引发就业”。

3. 增加政府税收。

旅行社在扩大旅游目的地政府税源、增加政府部门收入方面起着显著的作用。旅行社的经营活动提供的税源包括:

(1) 旅行社缴纳的营业税、所得税等;

(2) 各种旅游服务供应部门和企业因旅游者的消费而增加的营业收入和经营利润部门征收的营业税、所得税等;

(3) 当地相关行业因向旅游者提供产品和服务而扩大了业务量、增加了营业收入,政府可以从中获得更多的税收;

(4) 国际旅游者前往旅游目的地时需向当地政府交纳的人境签证费、商品海关税、机场税等。

4. 平衡地区经济发展。

旅行社的经营有利于平衡地区经济发展,成为旅游目的地新的经济增