

普
华
经
管

全国
高职高专
旅游专业规划教材

导游 业务

主 编 ◎ 叶华胜

副主编 ◎ 杨奇美



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



全国高职高专旅游专业规划教材

导游业务

主 编 叶华胜
副主编 杨奇美

人 民 邮 电 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

导游业务 / 叶华胜主编. —北京: 人民邮电出版社, 2006.7

全国高职高专旅游专业规划教材

ISBN 7-115-14842-2/F · 805

I. 导... II. 叶... III. 导游—高等学校: 技术学校—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第062276号

内容提要

本书以导游活动为主线, 系统全面地介绍了导游员执行接待任务的基本程序和技能。主要包括导游业务概述、导游员的素养、导游员的礼貌礼节、导游员的带团程序、散客旅游服务、导游服务工作技能、游客个别要求处理、旅游事故的处理与预防以及导游业务的相关知识。

本书既吸收了以往旅游教材中的优点, 又根据旅游业发展的新趋势增加了一些操作性强的小技巧和可读性强的小知识, 同时增加了情景训练、案例分析和问题思考。全书图文并茂, 十分贴近导游工作的实际。

本书可作为高职院校、中等职业学校旅游专业教材, 也可作为旅游企业和旅游行政管理机关对导游工作人员进行资格培训的教材。

全国高职高专旅游专业规划教材

导游业务

-
- ◆ 主 编 叶华胜
副 主 编 杨奇美
责任编辑 赵卉蓉 邢 剑
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 13.5 2006年7月第1版
字数: 217千字 2006年7月北京第1次印刷

ISBN 7-115-14842-2/F · 805

定价: 25.00 元

读者服务热线: (010)67129879 印装质量热线: (010)67129223

《全国高职高专旅游专业规划教材》
编辑委员会

主 任：胡德华

副主任：刘 京

委 员：（以姓氏笔画为序）

叶华胜 包锦阳 任昕竺

刘秀峰 邱云美 苏北春

沈忠红 洪美玉 柏 杨

倪慧丽 程旭东 蔡敏华

魏洁文

本书编委会

主 编：叶华胜

副主任：杨奇美

委 员：（以姓氏笔画为序）

叶华胜 杨奇美 周 宁

周 瑾 柏 杨 莫艳恺

曹伟玉 詹海珍

总 序

我国旅游业经过改革开放以来近 30 年的稳步发展,业已成为最具发展活力和潜力的产业之一。据世界旅游组织的预测,到 2020 年,中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。

随着我国旅游事业的迅猛发展,社会对旅游人才的需求日益扩大,但与此同时,旅游市场的竞争也日益激烈。因此,培养出数量足够、素质较高且能充分适应和满足旅游市场需要的旅游专业人才,已成为当前我国高等院校、高职高专院校和旅游业界必须思考并解决的一个既重要又迫切的问题。

然而,要想培养出一支高素质的旅游人才队伍,关键是要编写出一套体系科学、内容新颖、切合实际、操作性极强的旅游专业系列教材。正是基于这样的需要,我们自 2004 年 7 月份起就开始精心策划、组织和联络,在广泛征求全国高职高专院校旅游专业的专家、教授、学者、学生以及旅游业界专业人士对旅游专业教材建设的意见与建议的基础上,成立了“全国高职高专旅游专业规划教材”编写委员会,并对教材的编写原则、体系架构和基本内容进行了充分的探讨,最后确定由直接从事旅游专业一线教学和科研工作,既具有丰富的旅游教学科研经验,又有丰富的旅游实践经验的专家、教授、学者和“双师型”教师担任本套教材的主编工作。

“全国高职高专旅游专业规划教材”编写原则与特色如下。

1. 注重基础,体系完整。本套教材的编写遵照教育部关于高等院校教学与教材建设的精神和教育部关于《高职高专院校人才培养工作水平评估方案》的要求,保证各科目基本理论和内容体系的完整阐述,符合旅游类专业学生的学习要求。

2. 观点新颖,研究前沿。本套教材在保持每一科目基本内容完整丰富的同时,给予足够的篇幅论述国内外游泳研究与应用的新领域和新动态,在继承传统教材精华的基础上,注重新法规、新政策、新方法的充实与完善,充分体现了前沿性、知识新、信息量大的特点。从而实现了“基础”与“前沿”的良好结合。

3. 联系实际,突出应用。本套教材的编写力求突出高职高专旅游类专业的应用性特点。在编写过程中,作者密切结合自己多年的经验,在内容选择方面重视实用性,在不妨碍理解的前提下尽量减少理论的叙述,并采用大量实战性强的案例、阅读资料等加以论证说明,从而确保了学生和旅游业界的学习者能够学以致用,收到实效。

4. 风格清新,形式多样。本套教材在贯彻知识、能力、技术三位一体教育原则的基础上,力求在编写风格和表达形式方面有所突破,运用图表、案例、情景实训等形式。降低学生学习难度,增加学生学习兴趣,强化学生的素质,提高学生的操作能力。

由于我们的经验有限，教材中难免存在不妥和疏漏之处，我们期待着旅游界的同行、专家、学者和广大读者的批评与指正，以便我们能够紧跟时代步伐，及时修订和出版更新、更优的旅游系列精品教材。

胡德华

2006年1月

前 言

本书定位为高职高专、中等职业学校的教学教材和旅游企业、旅游行政管理部門的职业技能培训教材。本书主编从事导游专业教学已经十多年，同时担任浙江省全国导游员资格考试培训师和浙江省全国导游员资格考试考评员多年，深知在校学生和社会考生对以前各类版本的《导游业务》教材的看法和要求，因此，在编写这本教材时，我们加入了大量的实训题和案例分析题，在正文中插入了一些实物景点图片，补充了一些导游服务技巧知识，在后面的附录中还增加了与旅游活动相关的知识，力图使理论与实践、学习与训练有机结合，使本书所介绍的知识和技能更加贴近导游员的工作实际。

本书共分九章，其中第一章《导游业务概述》、第四章《导游员带团程序》、第五章《散客旅游服务》、第六章《导游服务工作技能》、第七章《游客个别要求的处理》由叶华胜老师编写，第二章《导游员的素养》、第三章《导游员的礼貌礼节》、第九章《导游业务相关知识》由杨奇美老师编写，第八章《旅游事故的处理与预防》由詹海珍老师编写。曹伟玉老师也参与本书的编写。在本书编写过程中，作者学习、参考、吸收了许多同志的科研成果和资料，在此表示感谢。此外，我们还要感谢那些给编写本书提供大量帮助和指导的旅游界资深人士及旅游企业一线的工作人员。由于我们水平有限，在编写本书的过程中可能会出现一些疏漏和错误，欢迎广大读者和旅游业界人士批评指正。

编 者

2006年5月

目 录

第一章 导游业务概述	1
第一节 导游业务发展简史	1
第二节 导游工作的性质、特点及服务原则	4
第三节 导游员	10
第二章 导游员的素养	20
第一节 导游员的知识素养	20
第二节 导游员的道德素养	25
第三节 导游员的能力素养	29
第三章 导游员的礼貌礼节	34
第一节 导游员的服饰	34
第二节 导游员的仪容卫生	38
第三节 导游员言谈举止	40
第四节 日常交往中的礼仪	44
第四章 导游员带团程序	54
第一节 全程导游员的带团程序	54
第二节 地方导游员的带团程序	61
第三节 景区景点导游员的导游程序	75
第四节 出境旅游团的带团程序	77
第五章 散客旅游服务	84
第一节 散客旅游	84
第二节 散客旅游招揽接待业务	88
第三节 散客旅游的导游程序	92
第六章 导游服务工作技能	99
第一节 带团技能	99
第二节 导游员的语言技能	109
第三节 导游员的导游讲解技能	112

第七章 游客个别要求的处理	125
第一节 处理原则	125
第二节 游客个别要求的基本处理方法	127
第八章 旅游事故和问题的处理与预防	137
第一节 旅游活动日程和计划变更的处理	137
第二节 业务事故的处理与预防	139
第三节 个人事故的处理与预防	144
第四节 安全事故的处理与预防	148
第五节 游客生病或死亡事故的处理与预防	153
第六节 游客越轨言行的处理	156
第七节 旅游投诉的处理	158
第九章 导游业务相关知识	163
第一节 旅行社业务知识	163
第二节 旅游交通知识	171
第三节 出入境知识	179
第四节 货币知识	186
附录 A 导游人员管理实施办法	190
附录 B 中外互免签证一览表	194
附录 C 外国在中国设立领馆情况一览表	198
附录 D 中国在外国设立领馆情况一览表	200
参考书目	205

第一章 导游业务概述

学习目标

- 了解国内外导游业务的发展过程,了解我国导游员的分类及各类导游员的职责,了解导游工作在旅游业中的地位和作用
- 掌握导游工作的性质、特点及导游服务中应遵循的原则

第一节 导游业务发展简史

旅游业作为一个独立的经济产业出现只有不到二百年的历史,而与旅游业紧密联系的导游业务存在的历史就更短些。在历史上,随着旅游活动的发展出现了为游客提供服务的“早期导游”——向导。这些向导往往是僧侣、樵夫、马夫或店小二等熟悉当地情况的人。他们不仅为那些士大夫或学士领路,还会向他们介绍当地的地理情况及风俗民情。这些向导的行为已经具备了当今导游员某些方面的特征。由于古代参加旅游活动的人局限于上层社会的帝王、士大夫、学士,数量非常少,同时交通不发达,旅游活动的范围非常小且不固定,因此古代的向导不能够以此作为谋生的职业,他们只不过临时性地充当一下向导的角色,赚取一点“酒钱”或“盘缠”。正是由于角色和收入的不稳定性,使得全世界在 1846 以前没有出现现代意义上的专业导游队伍。

一、世界导游业简史

专业导游服务首先出现在当时世界上最发达的工业国家——英国。

英国是世界上最早发展资本主义经济的国家之一。18 世纪 60 年代英国率先进行了工业革命,到 19 世纪 40 年代,它进行了一系列殖民扩张,使自己成为当时世界上的“日不落帝国”。在工业革命中,有很多科技成果与交通紧密相连,瓦特发明的蒸汽机被运用到交通工具上,带动了近代交通的长足发展。蒸汽机首先被用在内河运输上,1802 年英格兰的内河里出现了蒸汽机驱动的轮船。接着蒸汽机又用来改良陆上交通,1804 年蒸汽机车也在英国问世。

经济的快速发展和近代交通工具的进步为近代旅游业的发展提供了经济和物质条件,新一代的交通工具解决了当时新兴的资产阶级想外出旅游而又不能成行的矛

盾，人们可以进行较长距离的旅行了。但由于当时的服务系统还非常落后，人们外出旅行还是很不方便。第一个从中发现商机的人是英国的托马斯·库克。1841年7月5日，托马斯包下了一列火车，运送570名游客从莱斯特前往拉夫巴勒参加一次禁酒大会。这次的行程为35英里，往返票价为一先令，事先甚至还有宣传海报。活动非常成功，极大地改变了人们的旅游观念，被公认为世界上第一次商业性旅游活动，标志着近代商业旅游活动的开始。

托马斯·库克本人在这次成功活动的激励下，坚定了自己的创业信心。他于1845年，创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社，并把“为一切旅游公众服务”作为旅行社的服务宗旨。托马斯·库克旅行社的创立成为近代旅游业诞生的标志，他本人也成为世界旅游业的鼻祖。

1846年，托马斯·库克组织了350名游客，由其亲自带队，乘火车和轮船到苏格兰旅游。旅行社为这次旅游活动作了详尽的安排，向每个成员发放了一份活动日程表，并配备了专门的向导。这是世界上第一次有商业性导游员陪同的旅游活动。随后，托马斯·库克旅行社组团到欧洲国家旅游，并在出团前向游客收取旅游费用。这样就出现了国际间旅游活动并初步显现“包价旅游”的雏形。

托马斯·库克开创了世界近代旅游业的先河，并探索出许多成功的经营模式。欧洲及北美洲等地的旅游商人纷纷借鉴他的模式组建旅行社，招聘向导，组织游客集体参与国内外参观游览活动。从此，旅游业不断发展壮大，导游员队伍也逐渐形成。

第二次世界大战结束以后，世界旅游业进入到现代旅游业阶段。由于世界经济得到迅速恢复与发展，人民生活水平普遍提高，旅游作为大众性的活动普遍开展起来，这就促进和加速了现代旅游业的腾飞，形成一个完整独立的旅游经济体系，使之成为西方各国国民经济中一个重要组成部分。西方国家的导游员队伍也随之快速发展壮大起来。

二、中国导游业发展简史

中国近代旅游业起步较晚。1840年以后，中国社会进入了半殖民地半封建社会。与西方列强签订的一系列不平等条约和对外门户开放政策，使中国成为外国冒险家的乐园。西方国家的商人、传教士、学者和冒险家纷纷来到中国，而与此同时中国的一些爱国之士为了寻求救国救民的真理也纷纷走出国门考察或求学。另外，19世纪70年代开始的洋务运动使中国出现了“留学热”。在这种出入中国门户的国际性旅行和旅游活动日益频繁的大环境，中国近代旅游业悄然起步。

在19世纪末期，上海租界区就已形成专门为外国游客服务的民间旅游组织。到了20世纪初，西方一些旅游企业，如英国的“通济隆”、美国的“运通”等旅行社陆续占领中国市场。但他们主要是为外国来华旅游者服务的，并不重视中国游客。

因此,有骨气的中国人希望有自己的旅游社。1923年,银行家陈光圃先生在上海商业储蓄银行内设立了“旅行部”,专门为中国人办理出国手续和代订车船票,组织国内和出国旅游业务,旅行部在1924年春组织了第一批旅游团赴杭州游览,1925年2月组织第一批国际旅游团——赴日本的“观樱团”。1927年春,旅游部出版了我国第一本旅游杂志——《旅行杂志》,同年6月,他们重新申请执照,单独挂牌,更名为“中国旅行社”。尽管当时它在中国社会经济中的地位无足轻重,但它毕竟标志着中国人自己旅游业的开始。

中国旅游业真正得到发展是在新中国成立以后,我们称之为中国的现代旅游业。它大体上分为3个阶段:开创阶段、改革振兴阶段和全面发展阶段。

(一) 开创阶段(1949—1977)

这段时间是中国现代旅游业的开创阶段。这个阶段有两个主要标志:第一个是“华侨服务社”和“中国旅行社”的成立标志着新中国旅游业的诞生;第二个是“中国旅行游览事业管理局”的建立,标志着中国客源市场的转移及游客构成的重大变化。

新中国成立之初,国家赋予我国导游员的重要使命,就是要宣传中国,扩大影响,拓展民间外交。这一时期我国旅游战线上每一位工作人员都是“民间大使”,旅游接待是以“政治接待”为主,不讲经济效益,也不计成本。随着新中国在国际社会的地位越来越高,世界各国特别是西方国家的人民对古老而神秘的中国充满了兴趣和好奇心,他们纷纷要求自费来华参观。入境游客的结构和层次的变化,也使我国旅游接待任务发生了部分变化,在完成政治接待任务的同时也开始注意经济效益。为了规范对旅游业的领导和管理工作,国务院决定于1964年7月22日成立“中国旅行游览事业管理局”作为国务院管理全国旅游事业的直属管理机构。该机构成立仅仅一年,就接待外国自费游客12 877人次,创“国旅”成立以来接待外宾最高记录。

(二) 改革振兴阶段(1978—1989)

在党的十一届三中全会以前,我国旅游业基本上实行以外事接待工作为管理对象,以行政管理为主要手段,决策权高度集中,政企合一,统负盈亏的管理体制。各地旅行社作为一个负责外事接待的事业单位存在。企业既没有经营自主权,也没有经营压力,旅游业在国民经济中的地位和作用没有得到应有的重视。随着改革开放的逐步深化,国家发展旅游业的目也随之发生根本性的改变,旅游业作为一个综合性经济事业的性质得到肯定。

在这个阶段,国家对旅游业的改革措施主要体现在以下两个方面。

首先是逐步完善旅游管理机构,形成从中央到地方的一整套管理体制,制定了一系列有关发展旅游业的方针政策。1981年10月,国务院作出了《关于加强旅游

工作的决定》，指出我国旅游业的发展方针是“积极发展、量力而行、稳步前进”。1981年，国务院成立了“旅游工作领导小组”，把有关旅游业的发展规划、统筹协调等工作纳入国家统一计划。为了进一步加强对全国旅游业的统一领导，全国人大常委会于1982年8月23日将“中国旅行游览事业管理总局”更名为“中华人民共和国国家旅游局”，随后各省、自治区、直辖市也相继建立了地方旅游局，从而形成了从中央到地方的一整套旅游行政管理体制。

其次是通过一系列措施，打破高度集中的旅游业管理格局，引入竞争机制，加速旅游业的发展。主要措施有3点：一是企业化，使旅行社由原来的行政事业单位向自主经营、自负盈亏的企业转化，从外事接待型转化为经营型；二是实行多元化的经营体制，形成国有、集体、个体、中外合资以及合作经营等多种形式并存的竞争态势；三是简政放权，在经营方式上由过去封闭式的等客上门转向开放式的招揽客人，主要表现在外联权下放和允许非旅游部门办旅行社。这个时期是我国导游员队伍成长壮大较快的时期，全国导游员人数由改革开放前的几千人，发展到近两万人。

（三）全面发展阶段（1990至今）

这一时期，我国旅游市场结构和旅游供给结构开始了历史性的转变。首先是对国内旅游的态度由改革开放初期的“不鼓励、不支持、不反对”，到1993年中央提出“搞活市场、正确引导、加强管理、提高质量”的国内旅游发展方针。国内旅游市场与入境旅游市场日渐融洽，为旅游产业走向规模化发展创造了条件。其次是国内民众对出境旅游的期盼及国家对出境旅游的支持，使得中国成为世界重要的旅游客源地。这样我国旅游业就全面进入了三大旅游市场——入境旅游市场、国内旅游市场、出境旅游市场。这一时期我国导游员队伍无论在数量上还是质量上都得到了空前的发展。目前我国取得导游员资格证书并从事导游工作的人数已达15万人。

导游业已经成为我国国民经济中一个重要的组成部分，对我国经济的发展和社会的稳定都起着不可忽视的重要作用。

第二节 导游工作的性质、特点及服务原则

导游工作是整个旅游服务过程中的灵魂。住宿、餐饮、交通、游览、娱乐、购物组成了旅游服务的不同环节，是导游员的导游工作把这些环节连接了起来，使相应部门的产品和销售得以实现，使游客在旅游过程中的种种需要得以满足。导游工作实现了旅游活动的经济价值、社会价值，并发挥特有的政治功能。

对导游工作的性质、价值和特点的充分认识是做好导游工作的意识基础。而确立导游服务原则则是保证旅游活动顺利进行的必要之举。

一、导游工作的性质

世界各国的导游工作都具有以下 6 种属性。

（一）政治性

每个国家的导游工作都具有政治属性，这是由导游工作本身的特性所决定的。无论哪个国家的导游员都是该国的民间大使，他们在工作中都会有意或无意地对外宣传本国的政治、经济、文化等各方面制度。但是各国的社会制度、意识形态和民族文化存在很大的差异，因此各国导游工作的政治属性又是各不相同的，中国的导游工作要坚持社会主义国家的本质属性。

（二）社会性

导游工作的社会性主要体现在两个方面。第一，旅游活动具有社会性。当今世界旅游活动是规模最大的社会经济现象，参加旅游的人来自不同国家、属于不同的阶层、从事不同的职业、有着不同的年龄和性别，而导游员则处于旅游接待的中心位置。第二，导游工作既是一种社会性职业，对导游员个人来说又是其谋生的手段。

（三）文化性

在导游工作中，导游员进行导游讲解，并与游客进行日常交流，他们的一言一行都影响着游客，都在向游客传递本地区、本民族的传统文化和现代文明的信息；同时，游客也通过与导游员的交流把本国的思维方式和风俗习惯介绍给导游员。因此，导游工作起着沟通和传播文化，为人类创造精神财富的作用。

（四）服务性

导游工作是第三产业的一部分，属于非生产性劳动。它主要是通过向游客提供一定的服务，如导游讲解、向导、翻译、安排旅行生活等，满足游客游览、审美的愿望和进行安全、舒适旅行的需求。但导游服务与一般服务不同，它是一种创造特殊使用价值的劳动。导游员的劳动与客人的消费是同时进行的，是一种复杂的、即时的高级服务。

（五）经济性

导游工作作为一种劳动，是通过交换来体现自身价值的。因此，导游服务也具有经济性。它的经济属性主要表现在 4 个方面。

1. 吸收外汇, 回笼货币

导游员为游客提供导游讲解服务、翻译服务、旅行生活服务以及各种代办服务, 收取服务费和手续费。在入境旅游过程中, 优质的导游服务会进一步激发游客积极主动地参与各种消费活动。可见导游工作可以直接为国家建设吸收外汇、回笼货币, 积累建设资金。

2. 扩大客源, 间接创收

游客是旅游业生存和发展的先决条件, 没有游客也就没有旅游业。因此, 所有旅游目的地国家和地区都在千方百计地吸引游客。这些国家和地区的旅游企业和旅游当局在宣传促销方面投入了大量的资金来招揽游客, 而导游员则是每个旅游目的地的活广告。他们亲自向游客介绍当地的旅游资源, 引导游客体验在当地旅游的乐趣。特别是那些优秀的导游员, 他们能够以高超的导游技能和优异的服务水平, 为当地旅游企业建立信誉, 增强竞争力。因为享受到优质服务、满意归去的游客会向他的亲朋好友介绍自己的经历, 向他们推荐自己游览过的景点。可以说, 游客的现身说法是最好的、最有效的、也是最经济的旅游宣传, 在旅游目的地扩大客源方面, 起着不可忽视的作用。

3. 促销商品

旅游商品和纪念品的开发、生产与促销是发展旅游业的重要组成部分, 各国对此都非常重视, 并将其视为吸引游客和增加收入的重要手段。游客初到一地, 他对旅游商品情况并不十分地了解, 不会贸然作出购买行为。这时, 导游员耐心细致的介绍就会起到关键作用。导游员在促销商品、扮演购物参谋时, 应注意做到以下4点。

- (1) 思想重视, 态度积极;
- (2) 熟悉商品, 热情宣传;
- (3) 了解对象, 因势利导;
- (4) 技巧得当, 注重原则。

4. 促进经济交流

随着我国社会主义建设事业的不断进步, 我们需要大量的外部资金和先进技术。而海内外游客中有大量的企业家、投资家, 他们也想通过参观活动了解相关信息, 寻求商机, 结识投资伙伴。若游客真诚地表达了相关愿望, 导游员可及时向有关单位汇报, 为促进中外及地区间的经济交流尽一份力。

(六) 涉外性

新中国发展旅游业之初主要方针是开展民间外交, 打破西方国家对中国的封锁, 因此我们接待的对象基本上是外国游客和港澳台同胞及海外侨胞; 改革开放之后, 为了吸纳国家经济建设急需的外汇, 我国继续大力提倡发展国际旅游; 直至今日,

国际旅游仍然是我国旅游业的重头戏。因此,接待海外游客的导游工作具有涉外性。

我国是社会主义国家,作为一名导游员,在工作中应肩负以下3个任务。

1. 宣传中国

为了向世界人民展示中国和平发展的伟大目标,宣传中国和平崛起对世界进步的重大意义,导游员要义不容辞地帮助来自世界各地的游客正确认识中国。导游员在宣传时要加强自觉性和主动性,将自己的宣传工作做得有声有色。

为了使宣传工作做得更好,导游员在导游讲解和宣传时须遵循以下4个原则

- (1) 积极主动,因势利导;
- (2) 实事求是,内外有别;
- (3) 有的放矢,生动自然;
- (4) 不卑不亢,求同存异。

2. 了解外国

游客的社会地位、文化水平、生活习惯、宗教信仰、兴趣爱好是导游员安排旅游活动的重要依据。导游员只有充分了解服务对象国的概况、社会动态、风俗民情、生活方式和礼节习俗等情况,才能向游客提供满意的导游服务和旅行生活服务。同时,也应了解外国旅游企业的经营模式、产品组合和销售方式,了解各国游客的流向及原因,掌握不同客源国在中国的不同需求等,以便国内旅游业者制定恰当的销售策略,提供有针对性的旅游商品和服务,满足不同国家游客的需求。

3. 当好民间大使

在游客心目中,导游员是一个国家、一个地区的代表,是人民的友好使者,是“民间大使”。导游员可利用旅游活动的群众性、广泛性的特点广交朋友,与游客进行友好的接触,进行感情上的交流,增进各国人民之间的友谊。

二、导游工作的特点

导游工作是一种高智能、高技能的服务工作,是面对游客的全方位的服务。其基本特点可归纳为以下5点。

(一) 独立性

导游工作是独当一面的工作。导游员接受旅行社委派的任务后,就要独立完成旅游过程中的各种任务。他要独立地宣传讲解,执行国家相关方针政策;要独立地按照旅游接待计划组织旅游活动;在出现问题或发生旅游事故时,要独立地以合情合理的方式处理解决。

(二) 复杂性

导游工作不同于一般的旅游服务,它是一项脑力劳动与体力劳动高度结合的服