



高职高专系列规划教材

GAOZHI GAOZHUAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

导游实务

DAOYOU SHIWU

主编 陈临蓉



西南财经大学出版社



高职高专系列规划教材

GAOZHI GAOZHUAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

导游实务

DAOYOU SHIWU

主 编 陈临蓉

副主编 江舸 梁心见

西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

导游实务/陈临蓉主编. —成都:西南财经大学出版社,2006.8
ISBN 7-81088-596-0

I.导... II.陈... 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 099354 号

导游实务

主编:陈临蓉

责任印制:杨斌

责任编辑:叶茜

封面设计:杨红鹰

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	成都科刊印务有限公司
成品尺寸:	170mm×240mm
印 张:	11.5
字 数:	210 千字
版 次:	2006 年 8 月第 1 版
印 次:	2006 年 8 月第 1 次印刷
印 数:	1—3000 册
书 号:	ISBN 7-81088-596-0/G·037
定 价:	18.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

高职高专系列规划教材

《财务会计》

《财务会计同步练习》

《成本会计》

《会计基础》

《基础会计综合模拟实训》

《资产评估——全案模拟与操作》

《现代企业管理》

《电子商务基础与实训》

《现代仓储与配送运作管理》

《国际货运代理实务操作》

《大学新语文》

《商务秘书实务与训练教程》

《经济应用文写作》

《实用商务英语教程》

《经济法》

《经济法课程随堂练习》

《经济学原理》

《计算机基础教程》

《计算机网络技术》

《导游实务》

编写说明

为了适应社会对技能型人才的需要,教育部明确提出要大力发展高职高专教育。这促进了高职高专教育的迅猛发展,并逐渐形成了与普通高等教育并驾齐驱的态势。但高等职业教育有其自身特点,在教育理念、教育体制、教学内容和教学方式等方面与普通高等教育模式存在较大差异。高等职业教育培养目标十分清晰准确,即定位于培养高技能应用型专门人才。高职高专要办出特色,在教材建设上,就是要能准确体现高职高专特色,能尽快反映企业或行业发展的最新成果。

原有的高职高专教材,对过去的高等职业教育起到了积极作用。但内容陈旧,不成体系,与当前的就业市场联系不够紧密,实用性和实践性不强,职业特色不够鲜明,已不能满足高职高专教育发展的需要。因此,编写一套具有高职高专特色的系列教材有重大的现实意义。

鉴于此,我们与西南财经大学出版社合作,组织了成都航空职业技术学院、四川商务职业学院、成都职业技术学院、四川交通职业技术学院、四川电力职业技术学院、四川托普信息技术职业学院、四川天一学院、四川管理职业学院等学院的老师共同编写了高职高专系列规划教材。

该系列教材编写的指导思想是:第一,根据高职高专教育的特点,以就业岗位群或行业为主,兼顾学科分类;第二,以服务为宗旨,以就业为导向;第三,坚持与“双证制”紧密衔接;第四,遵循继承、突破、创新和超越的原则,着力向精品化、立体化发展。本系列教材融入了国内相关院校的先进教学成果,并且借鉴了相关优秀教材的编写方法,以学生就业所需的专业知识和操作技能为着眼点,突出高职高专教学的实用性和可操作性,强化实际训练,尽可能做到“教师易教,学生乐学,技能实用”。

为了编好该系列教材,在西南财经大学出版社的支持下,我们进行了多次磋商、讨论。首先,成立了由成都航空职业技术学院副院长陈玉华教授任主任,四川商务职业学院副院长许丹雅副教授、成都职业技术学院副院长凌红副教授任副主任,其他院校主管教学的副院长和相关负责领导参加的编委会。在编委会的组织、协调下,规划了第一批财务与会计、工商管理、物

流、旅游管理、计算机(含电子商务)、财经基础、统计、法学、国际商务等十大系列三十余种教材。下一步根据各院校的教学需要,还将组织策划第二批教材,对该系列教材加以补充完善。其次,为保证教材的编写质量,在编委会的协调下,组织各院校具有丰富教学经验并有副教授以上职称的教师担任主编,由各书主编拟出大纲,经编委会审核后编写。同时,每一种教材,都邀请了不同院校的教师参加编写,以取长补短。

经过多方的努力,该系列教材终于与读者见面了。在此,我们对八所院校领导和相关工作人员的大力支持,对各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢!

高职高专系列规划教材编委会

2006年7月

前 言

人们常说“一个出色的导游带来一次成功的旅游活动”、“祖国江山美不美,全凭导游一张嘴”。导游员作为旅游产品的最终实现者,被称为“旅游业的灵魂”。可见,导游服务是旅游服务质量最重要的环节之一,是旅游服务的核心。导游服务的质量和导游员素质、能力、水平的高低,不仅反映了一个国家、一个民族、一个企业的精神面貌和管理水平,更关系到旅游业的未来与发展。

旅游服务质量是旅游业竞争力的重要因素,亦是旅游业发展的生命线。为此,培养素质高、知识面宽、服务规范、综合业务能力强的优秀导游员队伍已经成为我国旅游业发展的迫切需要,是我国高等旅游职业教育的重要任务之一,也是我们编写本教材的最高目标。

作为高等职业院校旅游专业的一门主干专业课教材,本书力图在汲取、借鉴相关学科理论和参考同行经验总结与研究成果的基础上,从实务的角度来展示导游理论和框架。内容上着重阐述了导游历史与发展、导游人员、导游服务程序、导游服务技能、常见问题和事故的预防与处理、旅游者个别要求的处理以及导游服务相关的知识等。尤其在导游技能培养方面,注重科学性、实用性、现代性和可操作性。除了提供复习思考题外,还提供了相关的教学资料与生动的教学案例及实训项目,以便教师组织学生进行模拟导游练习,掌握导游服务技能,适应未来的旅游接待工作。本书由陈临蓉担任主编,江舸、梁心见担任副主编。各章编写分工如下:陈临蓉(第一章);冷放(第二章);梁心见(第三章);陈巍(第四章);江舸(第五章);刘婷婷(第六章);王允(第七章)。

本书既可作为高职高专旅游专业的教材,也可作为高等院校相关专业的教学参考书、导游从业人员的培训教材或自学阅读丛书。

本书的写作是与前人的研究基础及导游工作实践分不开的。在编写过程中,得到了旅游界同行的支持,许多专家们提出了良好的建议,也有许多导游朋友提供了有效的信息,在此谨致感谢!

同时,本书在编写过程中,始终得到成都职业技术学院、四

前 言

川天一学院、四川商务职业学院以及西南财经大学出版社等的指导与帮助,在此一并表示感谢!

旅游业是一个不断发展变化的行业,尽管我们力求反映最新的行业动态和理论成果,但疏漏之处依然在所难免,恳请读者和业内人士不吝赐教。

编者

2006 年 8 月

高职高专系列规划教材编委会

主 任：陈玉华（成都航空职业技术学院副院长）

副主任：许丹雅（四川商务职业学院副院长）

凌 红（成都职业技术学院副院长）

委 员：吴启恒（四川天一学院副院长）

王永莲（四川交通职业技术学院副院长）

李开勤（四川电力职业技术学院副院长）

周仁贵（四川托普信息技术职业学院管理系主任）

杨华书（四川管理职业学院教务处处长）

目 录

第一章 导游服务与导游人员	(1)
第一节 导游服务	(1)
第二节 导游人员的分类	(11)
第三节 导游人员的基本素质	(16)
第四节 导游人员的管理	(22)
本章小结	(25)
第二章 导游服务规范	(26)
第一节 地方导游服务程序与服务质量	(26)
第二节 全程导游服务程序与服务质量	(39)
第三节 散客导游服务	(44)
第四节 重点旅游者的接待	(50)
本章小结	(55)
第三章 带团技能	(56)
第一节 带团的要领	(56)
第二节 处理好各种关系	(61)
第三节 心理学在导游服务中的应用	(66)
第四节 导游审美艺术	(75)
本章小结	(81)
第四章 语言技能	(82)
第一节 导游语言的功能与要求	(82)
第二节 讲解艺术	(85)
第三节 实地导游讲解常用技法	(98)
本章小结	(106)
第五章 游客个别要求的处理	(107)
第一节 游客个别要求处理的原则	(107)
第二节 游客在餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	(110)

目 录

第三节 游客要求自由活动的处理	(116)
第四节 游客其他个别要求的处理	(118)
本章小结	(122)
第六章 导游服务中主要问题和事故的预防与处理	
.....	(123)
第一节 计划或活动日程变更的处理	(123)
第二节 漏接、空接、错接的预防与处理	(125)
第三节 误机(车、船)事故的预防与处理	(127)
第四节 游客丢失证件、钱物、行李的预防与处理	
.....	(128)
第五节 游客走失的预防与处理	(131)
第六节 游客患病、死亡的处理	(132)
第七节 游客越轨言行的处理	(134)
第八节 旅游安全事故的预防与处理	(135)
本章小结	(137)
第七章 相关知识	(139)
第一节 交通知识	(139)
第二节 通讯邮电外汇知识	(152)
第三节 出入境知识	(154)
第四节 旅游卫生保健知识	(160)
第五节 其他常识	(165)
本章小结	(172)
参考文献	(173)

第一章

导游服务与导游人员

第一节 导游服务

一、导游服务的产生和发展

导游服务是旅游服务的一个重要组成部分。导游服务的产生并不是偶然的。从最早的向导“服务”发展到今天的集向导服务、导游讲解服务和生活照料于一身的综合服务，它经历了一个漫长的历程。在旅游业形成和发展初期，导游服务随消遣性旅游活动的出现而产生；在现代，导游服务随着大众旅游活动的兴起而发展。

（一）导游服务的产生

在人类历史上，人类有意识的外出旅行是由于产品或商品交换引起的，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游活动的先河。他们以经商为目的，周游于不同的部落之间。显然，在这个时期，导游服务还没有产生。当然，古代旅游充满艰苦性、冒险性的原因除了交通工具落后外，没有向导也是其重要的原因。

世界上有领队和陪同旅行的最早记载可以说是《圣经》上的《出埃及记》。它所记载的事，大约发生在公元前14~15世纪。当时，以色列人离开两河流域移居埃及并在那里大量繁衍，引起埃及人的仇恨。埃及法老没收其财产，强迫他们做苦工。为了生存，以色列人的首领摩西决定带领全族人离开埃及，寻找新的居留地。摩西作为上帝的使者，运用自己的智能和勇气，克服了重重困难，经过40年的长途跋涉终于走出埃及，来到迦南地东方约旦河东岸，并在附近建立了城市。摩西就是那个时代的领队，他具备各种才能和应变能力，他创造奇迹，最终带领以色列人走出了埃及，完成了表面上看来不可能完成的事。

纵观中国远古的历史,人类的旅游活动也早已存在,而且只要有“旅游者”,就有“导游员”为其服务。古代帝王巡幸时陪臣、侍从簇拥前后,外国人在中国游历有“译官”等陪同左右,士人漫游时有熟悉当地情况的僧侣、樵夫、马夫、店小二等做向导。这些向导和陪同不仅引路,还能介绍沿途的名胜、景点和当地的风俗民情,所提供的服务某种程度上也类似于现代的导游服务。

由此可见,导游服务是在旅游活动的发展过程中产生的,是随着消遣性旅游活动的出现而产生的。只不过,在古代旅游活动中,虽有向导提供初期的导游服务,但具有很大的偶然性,没有产生专门的向导队伍,因而古代的“向导”与现代的“导游服务”或“导游员”有着本质的区别。

(二) 导游服务的发展

事实证明,有组织、有领导的旅游成功性大,反之,则很难达到预期目的。近代旅游成为人们愉快的活动,专职导游随之而产生,在人类社会上掀起了新的一页。

1. 近、现代导游服务的产生和发展

工业革命以后,世界经济的发展达到了空前的水平。经济的进步促进了交通工具的现代化,交通工具的现代化对人类旅游活动的发展产生了巨大的影响。

1841年7月5日,英国人托马斯·库克(Thomas Cook)组织了世界上公认的近代第一次旅游活动。托马斯·库克,1808年11月22日生于英格兰德比郡墨尔本镇,自幼家境贫寒,十岁辍学从业,做过帮工、木工、颂经人等。出于宗教信仰的原因,他极力主张禁酒。1841年7月初,在他居住的莱斯特城不远的拉夫巴勒要举行一次禁酒会。为了壮大这次会的声势,托马斯·库克在莱斯特城张贴广告、招徕游客,组织了570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会。他向每位游客收费1先令,为他们包租了一列火车,做好了行程的一切准备,使这次短途旅行十分成功。这次旅行成为公认的近代商业性旅游活动的开端。库克本人被世界公认为近代旅游业的创始人,同时他也是最早从事真正导游服务(全程陪同服务)的人员。

1845年托马斯·库克放弃了木工的工作,开始专门从事旅游代理业务,成为世界上第一位专职的旅行代理商。他在英格兰的莱斯特城创办了世界上第一家商业性旅行社,“为一切旅游公众服务”是它的服务宗旨,标志着近代旅行社的诞生。1846年,托马斯·库克亲自带领一个旅行团乘火车和轮船到苏格兰旅行。旅行社为每个成员发了一份活动日程表,还为旅行团配置了向导。这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动。1865年托马斯·库克与儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)成立父子公司(即通济隆旅游公司),迁址于伦敦,并在美洲、亚洲、非洲设立分公司。此后,托马斯·库克又组织了到法国等地的旅游活动。1872年他本人亲自带领一个9人旅游团

访问纽约、华盛顿、南北战争战场、尼亚加拉大瀑布、多伦多等地，把旅游业务扩展到了北美洲。这次环球旅行声名远播，产生了极大的影响，使人们“想到旅游，就想到库克”。此外，托马斯·库克在1892年还创造性发明了一种流通券。凡持有流通券的国际旅游者可在旅游目的地兑换等价的当地货币，即旅行支票，更加方便了旅游者进行跨国和洲际旅游。

后来，欧洲及北美诸国和日本纷纷仿效托马斯·库克组织旅游活动的成功模式，先后组建了旅行社或类似的旅游组织，招募陪同或导游，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，使导游队伍迅速扩大。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。

2. 中国导游服务史略

与欧美国家相比，中国近代旅游业起步较晚。1923年8月，上海商业储备银行总经理陈光甫先生在其同仁的支持下，在该银行下创设了旅游部。1927年6月，旅游部从该银行独立出来，成立了中国旅行社，其分支社遍布华东、华北、华南等15个城市。与此同时，中国还出现了其他类似的旅游组织，如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导团等。社会团体方面也相继成立了旅游组织。1935年中外人士组成中国汽车旅行社，1936年筹组了国际旅游协会，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人旅游活动的组织工作，同时也出现了第一批中国导游人员。

新中国成立后，我国旅游事业有了进一步发展。1949年11月，厦门有关部门接管了旧“华侨服务社”，创立了新中国第一家旅行社。后来，经周恩来总理提议和当时政务院的批准，1954年4月成立了中国国际旅行社总社（“国旅”，CITS），并在上海、天津、广州等地成立了14家分社。1957年，各地华侨服务社在北京召开专业会议，决定统一全国华侨服务社的名称，增加“旅行”二字，并于4月22日成立华侨服务社总社。当时主要负责接待外宾，为外国人来华旅游提供方便，但不承担自费的接待任务。因此，导游人员是国际导游队伍的一支后起之秀，他们为我国旅游事业的发展、创立中国导游风格、总结导游工作经验，扩大我国国际旅游市场中的影响起到了重要作用。到1964年6月，国务院批准成立“中国旅行游览事业管理局”作为国务院直属机构，加强对旅游事业的组织和领导。在此期间我国的导游队伍逐渐形成，规模约有二三百人，近十几种语言。这时期导游服务是作为外事接待工作的面貌出现，因此，从事导游服务的工作人员均称为翻译导游人员。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（“中旅”，CTS）。1978年，中国旅行游览事业管理局改名为“管理总局”，各省、市、自治区都设立相应的旅游局。1979年11月16日，

成立了全国青年旅游部,1980年6月27日,国务院正式批准中国青年旅行社(“青旅”,CYTS)成立。到1988年底,全国形成了以中旅、国旅、青旅为主干框架的近1600家旅行社体系,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,全国导游队伍也迅速扩大到25 000多人,他们为这一时期我国旅游业的发展做出了贡献,但整体导游水平和素质不如前一阶段。

为了整顿导游队伍,规范导游服务,加强导游管理,自1989年起,国家旅游局每年举行一次全国性的导游资格考试;并举办了多次全国导游大奖赛;1994年,对全国持有导游证的专职及兼职导游员分等定级;随后又发布了一系列法律法规;2001年起,实行导游计分制管理,运用现代科学技术手段建立导游数据库,在全国范围内推行导游电子信息网络化管理;建立和完善了“专职导游”和“社会导游”两套组织体系和教育管理体系等等,促进了导游工作的规范化和导游队伍的建设。

目前,我国已形成了一支由职业导游和兼职导游组成的专业队伍。他们中不乏经验丰富、知识渊博、导游技能高超的人才,但更多的为第三代导游员,即20世纪90年代以来进入旅行社和旅游行业的导游员,因而从总体上来看,中国的导游队伍比较年轻,具有一定的文化素质和较大的工作热情,比较适应市场经济的发展。

二、导游服务的性质

导游服务的性质在不同国家和地区,由于社会制度、意识形态和民族文化的不同,其政治属性也不尽相同。在我国导游的具体工作中政治意义主要表现为:宣传社会主义中国;了解外国;发挥民间大使的作用等等。除政治属性外,世界各国的导游服务还具有以下共同的属性:

(一) 社会性

旅游活动是一种社会经济现象,在促进社会物质文明和精神文明建设中起着十分重要的作用。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,推动世界上这一规模最大的社会活动。所以,导游人员所从事的工作本身就具有社会性。并且,导游工作又是一种社会职业,对大多数导游人员来说,它也是一种谋生的手段。

(二) 文化性

锦绣山川、艺术宝库、文化古迹,只有加上导游人员的解说、指点,再穿插动人的故事,才能活起来,才能引起游客更大的兴趣,使人增长知识,领略到异乡风情,享受到审美的乐趣。因此,导游服务是传播文化的重要渠道。导游服务的文化性主要体现在以下两方面:其一,导游人员的导游讲解翻译、与游客的日常交谈,以致一言一行都在影响着游客,其生动形象的导

游讲解和热情周到的生活服务以及本身的言行举止都可以让旅游者感受到一个国家、一个民族的精神面貌、价值观念、道德水准,甚至给游客以知识、乐趣和美的享受;其二,由于导游服务工作的特殊性,导游员在工作中,还有意无意地吸收着各国、各民族的传统文明和现代文明,并有意无意地传播着异国文化。因此,导游服务起着沟通和传播精神文明、为人类创造精神财富的作用,直接或间接地起着传播一个国家(或地区)、一个民族的传统文明和现代文明的作用。

(三) 服务性

导游服务,顾名思义是一种服务工作,是导游人员通过向游客提供服务而创造特殊使用价值的劳动,是围绕游客进行的全方位、全过程的服务工作。导游服务与第三产业的其他服务一样属非生产劳动,是一种通过提供一定的劳务活动,如翻译、导游讲解、旅行生活服务来满足游客的需求。只是导游服务不是一般的简单服务,而是一种复杂的、高智能、高技能的高级服务。

(四) 经济性

旅游业是国民经济的重要组成部分,是具有独立特色的经济部门,是无烟的朝阳产业。导游服务是导游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。其经济性表现在以下几方面:

1. 直接创收

导游员直接为游客服务,为他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、旅行生活服务及各种代办服务,收取服务费和手续费。导游工作本身就直接为国家建设创收外汇、回笼货币、积累资金。

2. 间接创收

(1) 扩大客源

旅游者旅游业生存和发展的先决条件之一,没有旅游者,发展旅游业就无从谈起。而导游员向旅游者提供高质量的服务是提高旅游企业的信誉和竞争力的一个重要手段。享受到优质服务、满意而归的旅游者会向亲朋好友介绍自己的旅游经历,其口碑宣传是最有效、最经济的旅游宣传方式,在招徕回头客、扩大客源方面起着重要作用。

(2) 促销商品

世界各国都十分重视旅游商品和纪念品的开发、生产和促销,并将它们视作争夺游客的魅力因素和增加旅游收入的重要手段。据统计,在世界各国旅游总消费中,用于购物消费的部分高达50%以上。导游员对旅游商品的促销起着举足轻重的作用。

(3) 促进文化与经济交流

来华旅游者中不乏方方面面的专家和经济界人士,他们中有人希望借旅

游之机与各地的同行接触，相互交流信息，了解合作的可能性及投资环境。导游员应做有心人，了解他们的意愿，并不失时机地向旅行社报告，积极牵线搭桥，促进中外及地区间的经济交流，为社会主义建设做出应有的贡献。

（五）涉外性

国际旅游活动是当今世界规模最大、参加人数最多的民间外交活动。在我国优先发展入境旅游是旅游业发展的长期战略任务，同时，随着人民生活水平的提高，出境旅游也迅猛发展起来。无论是入境游，还是我国公民的出境游，导游员的服务都具有明显的涉外性。导游人员提供的涉外导游服务的政治意义和所起的民间外交的作用主要表现在以下两个方面：

1. 宣传社会主义中国

目前中国接待的海外来华游客中，绝大多数人都希望了解中国，了解中国的社会制度、建设情况和各族人民的生活。因此，帮助来自四面八方的海外游客正确认识中国是导游人员义不容辞的责任。同样，导游人员陪同中国公民出境旅游时，目的地的人民也希望从中国导游人员那里了解中国的发展情况。所以，导游人员的导游讲解，甚至一举一动都是在宣传中国。作为社会主义中国的导游员，在进行涉外导游服务时，应有鲜明的政治立场，要以积极的姿态，努力将对外宣传寓于导游讲解、日常交谈和参观游览娱乐中。

2. 发挥民间大使的作用

旅游活动作为当今世界最大规模的民间外交活动，促进了各国、各地区、各族人民之间的人际交往，增进了相互了解和友谊，对加强世界各国人民的团结，维护国家安定和世界和平具有重要意义。在这一活动中，导游人员无疑是一个国家或地区的代表，被誉为友好使者，是“民间大使”。导游人员可利用旅游活动的群众性、广泛性的特点广交朋友，可利用接触游客面广、机会多、时间长、无语言障碍又比较熟悉外国和游客等有利条件，与游客进行广泛接触，进行思想感情上的交流。

三、导游服务的地位和作用

导游员作为旅游产品的最终实现者，被称为“旅游业的灵魂”。在旅游发展的三大要素中，作为旅游活动主体的游客对旅游业的发展起到了关键性的影响作用，而影响游客旅游活动的关键就是当地的旅游服务，而导游服务在所有旅游服务中处于主导地位，是旅游服务的核心。

（一）导游服务在旅游服务中的地位

旅行社在现代旅游业的三大要素中处于核心地位，因为旅行社担负着生产和销售旅游产品的职能，旅行社招徕游客的多少直接关系到饭店、交通部门接待游客的数量和其经济效益。而在旅行社接待工作中处于第一线的关键角色则是导游员，导游员为旅游者提供的语言服务沟通了不同的文化，促进