

中国骨干旅游名校教材出版项目
“十二五”普通高等教育旅游管理规划教材

导游概论

TOUR GUIDE
INTRODUCTION

■ 徐堃耿 编著



化学工业出版社

中国骨干旅游名校教材出版项目
“十二五”普通高等教育旅游管理规划教材

导游概论

徐堃耿 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书是作者从事旅游教学和导游资格考试培训、考务 20 多年的精华之作,其吸收了导游管理、导游服务的研究成果,将管理学、心理学、礼仪学、美学等方面的一般原理与导游工作的实践相结合,系统地阐述了导游学的基本原理和框架。全书共 7 章,具体为导游服务、导游人员、导游服务规程、导游服务技能、旅游者个别要求的处理、旅游活动中一些问题和事故的应急处置、导游服务相关知识。本书注重理论与实践相结合,每章有“特别提示”、“参考资料”、“想一想”和“案例”等模块,有利于培养学生分析和解决问题的能力。

本书既可作为高等院校旅游专业本科、专科的基础教材,也可作为导游资格考试的培训教材,职业高中的旅游班也可以选此书作必修教材;对有志从事导游服务工作的年轻人,本书不失为一本易学易懂的自学教材,同时,它还是旅游从业人员的一本有实用价值的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

导游概论/徐堃耿编著. —北京:化学工业出版社, 2013. 4

中国骨干旅游名校教材出版项目

“十二五”普通高等教育旅游管理规划教材

ISBN 978-7-122-16630-2

I. ①导… II. ①徐… III. ①导游-高等学校-教材
IV. ①F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 040181 号

责任编辑:刘立梅

装帧设计:张辉

责任校对:战河红

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装:大厂聚鑫印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张 13 字数 334 千字 2014 年 3 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 28.00 元

版权所有 违者必究

前言

FOREWORD

我国旅游业的飞速发展令世人瞩目，旅游业现已成为我国经济发展的支柱产业，我国正在从世界旅游大国向旅游强国挺进。

旅游业的大发展需要大量高素质的导游人员。笔者从事旅游教学和导游资格考试培训、考务 20 多年，深知为培养合格的导游人员，首先要为有志于从事导游服务工作的年轻人提供一套高质量的、知识结构合理的、规范性强的基础教材。为此，化学工业出版社组织出版了“十二五”普通高等教育旅游管理规划教材，《导游概论》位列其中。

《导游概论》是旅游专业的基础教材。教材编写强调科学性、实用性和前瞻性。教材简明扼要、循序渐进地阐述了导游人员应知应会的各种知识和服务技能以及处理问题、事故的方式方法，力求体系完整又重点突出。教材编写注重创新，本书反映了近几年导游服务中出现的变化，汲取了导游服务实践的成功经验，因而更贴近现时的导游服务实践，更具操作性。我们将与导游服务直接关联的法律法规知识作为导游人员必备知识融入了教材的相关章节，希望未来的导游人员将其牢记于心并在导游活动中正确运用。我们在教材中增加了“特别提示”、“参考资料”、“想一想”和“案例”等模块。其中“特别提示”是对相关知识的深化，“参考资料”就某些内容作知识补充，“想一想”帮助读者深入思考一些问题，而“案例”则以实例帮助读者理解某些论述；每章前有该章的内容概述，每节前有案例引出正文，每章尾有本章小结和复习思考题，便于读者自学，也方便教师把握教学思路、突出重点。

本书既可作为高等院校旅游专业本科、专科的基础教材，也可作为导游资格考试的基本培训教材，职业高中的旅游班也可选此书作必修教材；对有志从事导游服务工作的年轻人，本书不失为一本易学易懂的自学教材，同时，它还是旅游从业人员的一本有实用价值的参考书。

编者

2013 年 5 月

目录

CONTENTS

导游服务

1

- 
- 1.1 导游服务的产生和发展 /1
 - 1.1.1 古代向导 /1
 - 1.1.2 导游服务的产生和发展 /2
 - 1.2 导游服务 /5
 - 1.2.1 导游服务的概念 /6
 - 1.2.2 现代导游服务类型 /6
 - 1.2.3 导游服务范围 /6
 - 1.2.4 导游服务的性质 /8
 - 1.2.5 导游服务的特点 /11
 - 1.2.6 导游服务的地位和作用 /13
 - 1.2.7 导游服务原则 /14
 - 1.2.8 导游服务工作的发展趋势 /16
 - 本章小结 /17
 - 复习思考题 /17

导游人员

18

- 
- 2.1 导游人员 /18
 - 2.1.1 导游和导游人员 /18
 - 2.1.2 导游人员的分类 /20
 - 2.1.3 导游服务集体 /23
 - 2.1.4 导游人员的权利 /23
 - 2.1.5 旅游者眼中的导游人员 /23
 - 2.2 导游人员的职责 /24
 - 2.2.1 导游人员的基本职责 /24
 - 2.2.2 地方陪同导游人员的职责 /25
 - 2.2.3 全程陪同导游人员的职责 /25
 - 2.2.4 出境旅游领队人员的职责 /26
 - 2.2.5 景点景区导游人员的职责 /26
 - 2.3 导游人员的素质 /26
 - 2.3.1 良好的思想品德 /27
 - 2.3.2 较全面的知识 /28

2

- 2.3.3 较高的导游服务技能 /29
- 2.3.4 竞争意识和进取精神 /30
- 2.3.5 身心健康 /30
- 2.4 导游人员的修养 /31
 - 2.4.1 导游人员的道德修养 /32
 - 2.4.2 导游人员的文化修养 /34
 - 2.4.3 导游人员的行为规范 /39
- 2.5 导游人员的管理 /42
 - 2.5.1 重视旅游从业人员的培训和考核 /43
 - 2.5.2 导游人员的管理 /45
- 本章小结 /46
- 复习思考题 /46

导游服务规程

48

3

- 3.1 地陪导游服务规程 /48
 - 3.1.1 服务准备 /49
 - 3.1.2 接站服务 /50
 - 3.1.3 入住饭店服务 /52
 - 3.1.4 核定活动日程 /53
 - 3.1.5 参观游览服务 /54
 - 3.1.6 生活服务 /57
 - 3.1.7 送站服务 /59
 - 3.1.8 后续工作 /61
- 3.2 全陪导游服务规程 /63
 - 3.2.1 服务准备 /63
 - 3.2.2 全程陪同服务 /65
 - 3.2.3 后续工作 /67
- 3.3 领队导游服务规程 /68
 - 3.3.1 服务准备 /69
 - 3.3.2 行前说明会 /70
 - 3.3.3 全程陪同服务 /71
 - 3.3.4 后续工作 /74
- 3.4 散客接待服务规程 /75
 - 3.4.1 散客旅游 /75
 - 3.4.2 散客旅游的前期服务 /76
 - 3.4.3 散客的导游服务规程 /77
- 3.5 景点、景区导游服务规程 /81

3

3.5.1 服务准备 /81

3.5.2 导游服务 /81

3.5.3 送别服务 /82

本章小结 /82

复习思考题 /82

导游服务技能

83

4

4.1 带团技能 /83

4.1.1 拥有正确的服务心态 /84

4.1.2 树立良好形象 /84

4.1.3 建立良好的人际关系 /85

4.1.4 与旅游者交朋友 /88

4.1.5 特殊旅游者的接待 /93

4.2 语言技能 /98

4.2.1 导游语言 /98

4.2.2 应对技能 /102

4.2.3 聚谈艺术 /104

4.3 导游技能 /106

4.3.1 帮助旅游者观景赏美 /107

4.3.2 导游讲解技能 /114

本章小结 /120

复习思考题 /120

旅游者个别要求的处理

122

5

5.1 正确处理旅游者的个别要求 /122

5.1.1 认真对待，正确处理 /123

5.1.2 坚持合理、可能原则处理旅游者的一般要求 /123

5.1.3 坚持不卑不亢原则应对旅游者的苛求 /124

5.2 生活方面旅游者个别要求的处理 /125

5.2.1 餐饮方面个别要求的处理 /125

5.2.2 住房方面个别要求的处理 /126

5.2.3 娱乐方面个别要求的处理 /128

5.2.4 购物方面个别要求的处理 /130

5.2.5 转递物品要求的处理 /133

5.3 旅游活动方面旅游者个别要求的处理 /133

5.3.1 自由活动要求的处理 /134

5.3.2 游览时旅游者个别要求的处理 /135

5.3.3 交通方面旅游者个别要求的处理 /136

5.3.4 探视亲友方面个别要求的处理 /137

5.3.5 中止旅游活动要求的处理 /139

5.3.6 延长旅游期要求的处理 /141

本章小结 /141

复习思考题 /142

旅游活动中一些问题和事故的应急处置

143

6.1 接、送站事故的预防和处理 /144

6.1.1 漏接的预防和处理 /144

6.1.2 空接的预防和处理 /145

6.1.3 错接的预防和处理 /146

6.1.4 旅游团人数变更的处理 /147

6.1.5 误机(车、船)事故的预防和处理 /148

6.2 旅游活动中一些问题的预防和处理 /149

6.2.1 旅游活动日程和内容变更的处理 /150

6.2.2 证件、财物遗失的预防和处理 /151

6.2.3 旅游者走失的预防和处理 /155

6.2.4 旅游者越轨言行的处理 /157

6.3 旅游者伤病、死亡的预防和处理 /159

6.3.1 旅游者患病的预防 /159

6.3.2 旅游者患一般疾病的处理 /159

6.3.3 旅游者患重病的处理 /160

6.3.4 旅游者中暑的预防和处理 /161

6.3.5 旅游者受伤、骨折的预防和处理 /162

6.3.6 旅游者死亡的处理 /163

6.4 旅游安全事故的预防和处理 /164

6.4.1 旅游安全管理 /164

6.4.2 交通事故的预防和处理 /166

6.4.3 治安事故的预防和处理 /167

6.4.4 火灾事故的预防和处理 /168

6.4.5 旅游者食物中毒的预防和处理 /169

6.4.6 旅游者溺水的预防和处理 /170

6.4.7 天灾的应急处置 /171

6.4.8 国际救援组织参与救援 /172

6.5 旅游者投诉的预防和处理 /172

6.5.1 旅游者投诉的预防 /173

6.5.2 旅游者权益的保护 /174



6.5.3 旅游投诉 /175

本章小结 /178

复习思考题 /178

导游服务相关知识

180



7.1 交通知识 /180

7.1.1 航空客运知识 /180

7.1.2 铁路客运知识 /183

7.1.3 公路客运知识 /184

7.1.4 水上客运知识 /185

7.2 入出境知识 /186

7.2.1 入境知识 /186

7.2.2 出境知识 /188

7.2.3 海关知识 /189

7.3 旅游保险知识 /191

7.3.1 旅游保险 /191

7.3.2 旅行社责任保险 /192

7.3.3 旅游意外保险 /192

7.4 其他知识 /193

7.4.1 货币常识 /193

7.4.2 国际时差 /195

7.4.3 度量衡常识 /196

7.4.4 温度换算常识 /197

7.4.5 世界旅游组织和旅游日 /197

本章小结 /198

复习思考题 /198

参考文献

199

1

导游服务

现时，越来越多的人在世界各地旅行游览。有了旅游活动，就有了为之服务的交通服务、住宿服务、餐饮服务、导游服务、娱乐服务、购物服务等旅游服务，也就产生了旅游中介机构——旅行社以及相应的管理机构和行业协会。在上述旅游服务中起着核心作用的是导游服务，通过导游服务，将各种服务串联起来，使其环环相扣，从而满足旅游者的正当要求，让他们享受旅游产品的使用价值。

1.1 导游服务的产生和发展

学习情境

星期六，王芳随父母去颐和园玩，看到有些人扛着小旗，引领着一群人，走走停停。她好奇地问：“爸爸，那些扛小旗的叔叔阿姨在干什么呀？他们不好好看风景，而在指指点点，嘴还说个不停。”“噢！那是些导游，周围的那些人是旅游者，导游在为旅游者作导游讲解。”“什么是导游讲解？”“你看，那个阿姨手指着长廊中的一幅画，她在讲那幅画是什么意思。通过她的讲解，旅游者就会理解长廊上各种画的意思和整个长廊的艺术价值。导游的指点和讲解帮助旅游者更多地了解颐和园，轻松地欣赏美、享受美。”“寒假我们去澳大利亚，会有导游吗？”“有！有领队带领我们去澳大利亚，到了那里，有导游引导我们游览，还会讲讲……”

问题研讨

“导游服务能帮助旅游者最大限度地达到旅游目的。”这种说法对吗？请举例说明。

知识研修

1.1.1 古代向导

“旅游”这个名词出现于19世纪初，但旅游活动却早已有之。

大约在公元前4000年，苏莫人（生活在现时伊拉克巴比伦地区的居民）发明了货

币,贸易活动随之进入新时代,旅游活动也因此有了新的发展。腓基尼人是公认的世界最早的旅行者,他们为经商而周游列国。中国和印度等东方国家的旅游活动,主要也是随着贸易交往的开始而兴起的。在中国,有文字记载的旅游活动可追溯到公元前 2250 年。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。

娱乐性旅游活动起源于东方的中国和日本,但罗马人后来居上。他们利用驿马,去朝拜地中海的神庙,去参观埃及金字塔,去希腊参加奥林匹克运动会,去矿泉浴场疗养……后来在欧洲兴起多处海滨疗养地,洗海水浴一时成为西方上层人士的时尚。

在我国古代,帝王的巡幸都可以说是大规模、有组织的旅游活动,高官的考察也往往兴师动众;文人士子的漫游影响深远,他们在游中、游后写的诗、词、游记是绝好的旅游指南和导游词;商人的经商活动、信徒的朝圣、学子的修学以及探亲访友等旅游活动,绵延不断。在中国历史上,孔丘等士大夫周游各地讲学、游说;司马迁等史学家,屈原、李白、杜甫等诗人、文学家,李时珍等名医名家都是在读万卷书、行万里路后创下不朽的业绩的;张骞三次出使西域,开辟了通向西方的“丝绸之路”;法显、玄奘前往印度取经,鉴真东渡日本传教,郑和七下西洋,为发展东西方文化、经济交流作出了重要贡献;徐霞客更是中国著名的旅行家和地理学家……他们在国际旅游史上都占有重要地位。也有不少外国人,先后到中国进行政治、贸易、文化、修学、传教等活动,并在大江南北参观游览。

有旅游活动,就有“导游人员”为其服务。帝王巡幸时,陪臣、侍从簇拥前后;外国人在中国游历,有“译官”等陪随左右;士人漫游时,有熟悉当地情况的僧侣、樵夫、马夫、店小二等作向导。这些“向导”不仅引路,还尽其所能介绍旅游景点和当地的风俗民情。

由于经济和交通工具的制约,古代参加旅游的人数少,旅游活动的规模不大,旅游的范围有限。向导没有也不可能以“向导”作为谋生的手段,游客赏赐的“盘缠”(车马费)或“酒钱”(类似现代的“小费”)或多或少,只供向导补贴家用。因此,1851 年前,无论在国外还是在中国,从来没有形成过专业向导队伍。

1.1.2 导游服务的产生和发展

1.1.2.1 经济发展促使旅游业的诞生

18 世纪 60 年代开始的英国工业革命,在 19 世纪 40 年代基本完成。1784 年,瓦特发明的蒸汽机成了交通工具的动力;1802 年,轮船出现于苏格兰;1804 年,蒸汽机车在英格兰问世。经济的发展、现代化交通工具的出现,终于使英国人托马斯·库克能在 1841 年 7 月 5 日包租一列火车,运送 570 人从莱斯特前往洛赫伯勒参加一次禁酒大会,往返票价一先令。这是世界上公认的第一次商业性旅游活动,标志着近代旅游活动的开始。

参考资料 1-1

托马斯·库克在组织旅游活动前贴出了海报,与米德兰县铁路公司签订了合同,包租了一列火车;参游者交费一先令(英国辅币,一先令等于一英镑的二十分之一),这次旅游活动往返 24 英里(从莱斯特至洛赫伯勒);托马斯·库克为旅游者提供的服务包括往返交通、一支演奏赞歌的乐队、一顿带火腿的野外午餐及午后茶点。在这次旅游活动中,托马斯·库克亲自随团陪同照顾。

1845年,托马斯·库克正式开始从事旅游代理业务,并在当年夏季组织了纯商业性的团体消遣旅游。为了这次去利物浦的旅游活动,托马斯·库克做了考察旅游线路、组合产品、宣传广告、销售组团、出版《利物浦之行手册》等工作,还亲自随团陪同,并一路上在多处雇用当地人充任导游。在这次旅游活动中出现了商业性的导游人员,但专业的“导游向导”正式出现是在1851年。这一年,伦敦举办了第一届世界博览会,16万人参加了博览会并在英国参观旅游。有一批人专门为他们的游览活动提供“导游服务”,导游队伍由此形成,“导游人员”正式成为一种新的职业。

在成功组织前往利物浦的团体消遣旅游后不久,“托马斯·库克旅游公司”在莱斯特问世,一开始就以“为一切旅游公众服务”为宗旨。近代旅游业就此诞生。

参考资料 1-2

旅游业是指以旅游资源为依托、以旅游设施为条件、为旅游者提供在整个旅游活动中所需要的各种服务并以此获取经济利益的一系列相关行业的总和。

旅行社是旅游业的标志性行业。旅行社属于旅行代理业,是最典型的旅游中介组织。旅行社的主要作用是:旅游产品的开发、旅游产品的销售、旅游服务的采购和旅游接待。

在我国,经营国内旅游业务和入境旅游业务,获经营许可满两年,未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的旅行社可申请经营出境旅游业务。中国还有外商旅行社,即中外合资旅行社、中外合作经营旅行社和外资旅行社。

托马斯·库克旅游公司于1855年组团前往法国旅游,全程活动一次性包价(不包括餐饮费),开创了国际包价旅游的先河。1872年,托马斯·库克组织了环球旅游,使他和他的旅游公司名声大噪,托马斯·库克的名字在欧美地区家喻户晓,成了旅游的代名词。世人公认他是世界近代旅游业的创始人。

托马斯·库克为后人留下了许多组织旅游活动的成功模式,欧美各国纷纷效仿,组建旅行社,招募导游人员,近代旅游业发展迅速,导游队伍也迅速形成、壮大。

第二次世界大战后,国际政局相对稳定,各国经济迅速恢复、发展,国民收入增加,带薪假期增多、交通工具现代化,旅游活动进入“现代旅游”(大众旅游)新阶段。

现今,旅游已是人民大众的重要生活内容,旅游业已成为世界经济的重要支柱产业,旅游活动的形式多种多样,内容日益丰富,活动范围扩及全球。

同欧美国家相比,中国近代旅游业起步较晚。20世纪初期,一些外国旅行社开始在上海等地设立旅游代办机构,总揽中国旅游业务。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,在该银行旗下创设了旅游部,这是第一家由中国人创办的中国旅游企业。1927年6月,旅游部从银行独立出来,成立了中国旅行社,其分社遍布华东、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。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。

中华人民共和国成立后,福建省厦门市军管会于1949年11月19日接管了一家“华侨服务社”,12月正式营业,成为新中国第一家国营旅行社(中国旅行社前身)。自此,中国旅游业不断发展,走出了一条具有中国特色的旅游业发展道路。

1978年改革开放前,我国的旅游业是作为外事工作的一部分展开的,工作重心放在入境旅游,作为政治任务来完成。

改革开放后,我国的旅游业开始蓬勃发展,但走的是与西方旅游发达国家不同的道路,即入境旅游→国内旅游→出境旅游的发展途径,实现了产业属性从事业性质向经济性质的转

变,实现了我国国内旅游市场体系与国际旅游市场体系的全面对接,我国的旅游业已被定位为国民经济的战略性产业。我国现已成为第三大入境旅游接待国和第四大出境旅游消费国。

1.1.2.2 导游服务的出现是旅游活动发展之必然

旅游是一种人际交往活动,是现代人的一种高级的、新颖的消费形式,是人类的一项“求知、求新、求奇、求异、求乐”的综合性审美活动。人们通过旅游活动可以获取教益、增长阅历、陶冶情操、振奋精神,增进与异地、异国居民的相互了解和友谊。

参考资料 1-3

旅游活动由三个要素构成,即旅游者,旅游活动的主体;旅游资源,旅游活动的客体;旅游业,旅游活动的介体,即旅游业中的旅行社组织旅游者到旅游资源地参观游览并提供各项旅游服务。

旅游业是具有浓郁文化内涵的经济事业,在这一特殊经济事业的发展过程中,导游服务的作用举足轻重。

(1) 旅游者需要导游服务

① 无论从生理上还是从心理上,旅游者都需要导游服务 旅游者乍到一地必然会产生茫然感,需要他人为其引路、指点,为其解决语言不通的问题,以避免因不明当地习俗而造成误会和不愉快,避免因语言不通带来的种种困难。旅游者初到一个人生地不熟的地方,定会出现拘谨感、孤独感和不安全感,需要有熟悉当地情况的人陪伴,帮助解决食宿及旅行和日常生活中出现的种种问题,帮助其获得新的心理平衡,从而精力充沛地投入旅游活动。新到一个陌生的地方,若无人指点,旅游者往往不知道从哪儿开始游览,因而很可能会进行盲目的、疲于奔命的旅游活动,不仅达不到修身养性的目的,反而破坏游兴,有损身心健康。旅游者到异国他乡旅游时需要为其解决种种困难的那个人就是导游人员。有导游人员为旅游者提供导游服务(科学地安排生活和旅游活动),他们就会获得事半功倍的旅游效果。

② 从认识观赏事物的顺序看,旅游者需要导游讲解 不同民族的审美观存在程度不同的差异,甚至有天壤之别,若无人指点迷津,旅游者往往无从欣赏那具有异国(地)情调的自然美、社会美和艺术美,也就领略不到融会在风景名胜中的一国(一地)古今文化的真谛了。为了在短时间内了解到异国他乡的自然风光美和人文景观的深奥寓意及艺术价值,旅游者不仅需要导游人员帮助其了解异国(地)人民的审美观,也需要他们合理地安排游览活动,还需要他们在旅游景点作生动精彩的导游讲解。

总之,不管从生理上、心理上,还是从认识观赏事物的顺序上,旅游者都需要导游人员的帮助和指点;无论是为了获得物质上、精神上美的享受,还是为了达到求知加深阅历的目的,旅游者也都离不开导游服务。

参考资料 1-4

旅游者是指为了休闲、商务和其他目的,离开惯常环境,到其他地方访问或停留、连续时间不超过一年的人。

旅行者是指在两地间旅行的人,包括游客和非游客。

游客是一个统称的概念,包括旅游者和一日游游客。

旅游者是指在一地停留时间超过24小时、不足12个月的游客。

一日游游客是指在一地停留时间不超过24小时、不过夜的游客。

(2) 旅游业也需要导游服务

导游队伍随着旅游业的诞生而逐渐形成,随着旅游业的发展而日益壮大。反之,导游服务的出现和服务质量的提高,又大大促进了旅游业的发展。导游人员已成为旅游接待第一线的关键人员,导游服务已成为旅游服务的代表性工种,旅游业的发展离不开导游人员及他们的服务。

① 旅游企业需要导游人员来实现经营目标 旅游业是一项经济事业。旅游经营者组合的产品,主要是以无形的物化劳动出现,提供的服务是综合性的,旅游产品的销售是多次性的,贯穿于旅游活动的全过程,通常是通过导游人员的工作来实现的。就是说,旅游经营者主要是通过向旅游者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的。

参考资料 1-5

旅游产品,亦称旅游服务产品,是由实物和服务综合构成,向旅游者销售的旅游项目,其特征是服务成为产品构成的主体,其具体展示主要有线路、活动和食宿。

因为旅游产品的主体是服务,所以它不能一次性销售,它的销售过程贯穿于整个旅游活动,主要是通过导游人员的服务工作来实现的。

旅游产品主要分为整体旅游产品(例如各种形式的包价旅游)和单项旅游产品(例如为旅游者提供的单一服务项目)。

② 旅游业需要高素质的导游人员来提高竞争力 当今世界的旅游市场上强手众多,竞争激烈。而竞争,归根结底是人才的竞争。一个国家(地区)的旅游业能否发展,就得看是否拥有很强的竞争能力,是否有很高的信誉,而保持、提高竞争力和信誉的最有效手段是充分发挥旅游工作者,特别是导游人员的主观能动性,向旅游者提供高质量的、魅力因素常有常新的旅游服务,尤其是优质导游服务,以求对潜在旅游者产生最大限度的吸引力。因此,可以说,一个国家(地区)旅游业的生存和兴旺,在很大程度上取决于是否拥有一支高水平的、能征善战的旅游工作者队伍,特别是一支优秀的导游队伍。

想一想

你认为旅游者和旅游业是否真的都离不开导游服务?请举一例说明。那些背包旅游者是否也离不开导游服务?为什么?

1.2 导游服务

学习情境

两位朋友相聚,谈起国庆假期外出旅游的经历。甲很高兴,说“旅游很舒服,服务周到,讲解也精彩,尤其是听C地导游小姐的讲解真是一种享受,不过购物的次数和时间多了点,有点美中不足。”而乙却很不满意,说“全陪对游客很冷淡,走了4个景点,两地的讲解还不如我知道得多。门票这么贵,导游讲得又这么差,真扫兴!”

问题研讨

1. 从上文中你看出导游服务包括哪些内容?它们之间是什么关系?
2. 乙为什么感到国庆旅游活动“真扫兴”?

知识研修

1.2.1 导游服务的概念

导游服务是导游人员代表被委派的旅行社,按照组团合同或协议书约定的内容和标准为旅游者提供向导、讲解和相关的旅游接待服务。

这个概念包含了三个相关的内容:

① 导游人员是旅行社委派的,未经旅行社委派的导游人员,即使有合法的导游证,也不得私自进行导游活动;

② 导游人员的主要业务是接待旅游者,即在陪同旅游者旅行、游览过程中向其提供导游讲解服务和旅途生活服务;

③ 导游人员向旅游者提供的接待服务,对旅游团队必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施,对散客必须按事前约定的内容和标准实施。导游人员不得擅自增加自费项目或减少、取消约定的旅游项目,也不得降低导游服务质量。导游人员在接待旅游者的过程中,既要维护旅行社的形象和信誉,也要努力维护旅游者的合法权益。

1.2.2 现代导游服务类型

(1) 图文声像导游

图文声像导游,亦称物化导游,它包括:导游图,交通图,旅游指南,景点介绍册(页)、画册,旅游产品目录,有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品、广告、招贴以及旅游纪念品;有关国情、景点介绍的录音带、录像带、电影片、光盘、幻灯片;在有的景点内设有录像室及声光模拟实物,帮助游客对景点的历史、布局等有个基本了解。我国很多重要景点的资料已经被传输到网上,人们可以从网上阅读、了解景点的概况,还可从多媒体图片中欣赏景点的主要景观、景物。

(2) 实地口语导游

实地口语导游方式,亦称讲解导游方式,它包括导游人员在游客旅行、游览途中所作的介绍、交谈和问题解答等导游活动,以及在参观游览现场所作的介绍和讲解。

随着时代的发展、科学技术的进步,导游服务方式将越来越多样化、科技化,图文声像导游方式形象生动、便于携带和保存的优势将会进一步发挥,在导游服务中的作用会进一步加强。然而,同实地口语导游相比,图文声像导游始终处于从属地位,起着减轻导游人员的负担、补充实地口语导游的作用,而实地口语导游不仅不会消失,而且将永远是最重要的。这是因为现代旅游活动既需要富有人情味的导游服务,也需要导游人员灵活的、高质量的、常讲常新的导游讲解服务。

特别提示

旅游活动是一种人际交往,包含沟通和情感交流,参观游览现场复杂多变,旅游者的要求多种多样,这不是固定模式的图文声像所能处理的,即使是一个高智能机器人也很难做到。

1.2.3 导游服务范围

(1) 导游服务内容

导游服务范围是指导游人员向旅游者提供服务的领域,也就是导游人员业务工作的内容。在旅游接待工作中,目的地向旅游者提供的服务是多方面的,包括食、住、行、游、

购、娱等,导游人员提供的服务虽然只是其中的一部分,然而却是最重要的。导游服务的涉及面很广,可以说无所不包,但大体上可归纳为两大类:导游讲解服务和生活服务。导游服务还包括市内交通服务,即导游人员同时兼任驾驶员,为旅游者在市内和市郊旅行游览时提供导游讲解服务和交通服务。具体如图 1-1 所示。

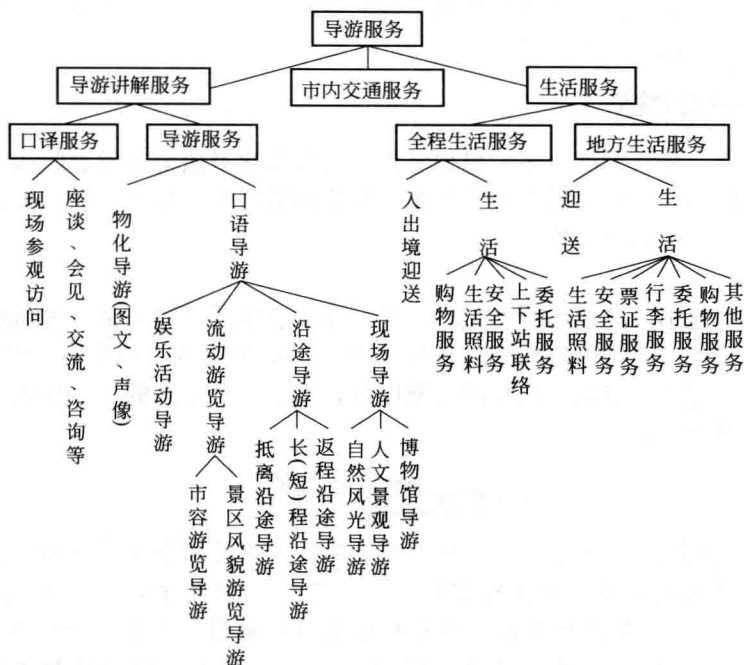


图 1-1 导游服务示意图

(2) 导游讲解服务和生活服务相辅相成

通过导游讲解服务,旅游者能够认识一个国家(地区),扩大一个国家(地区)的传统文化和现代文明的影响;通过向旅游者提供良好的生活服务,使他们认识一个国家(地区)人民的以礼待人、热情好客的美德,了解该国人民的精神面貌和道德水准。

认真做好旅行生活服务,使旅游者生活丰富多彩,精神轻松愉快,游兴浓郁,客、导之间感情融洽,有利于旅游者集中精神认真听取导游人员的讲解,从而使讲解服务取得良好的效果。而高质量的讲解服务,可加深他们对游览地的了解和对自然景观、人文景观的认识,使他们增长知识、加深阅历,获得更多的旅游乐趣和精神享受。高质量的讲解服务在某种程度上可以弥补生活服务中的某些不足,消除因生活服务的不尽如人意造成的不愉快。

案例 1-1

一南方旅游团傍晚抵京,安排旅游者入住饭店后,地陪带旅游团到附近餐厅用晚餐。餐后,旅游者意见很大,冲着地陪嚷嚷:怎么搞的,就给我们吃这样的饭菜?!连红薯都上了餐桌!在我们那里,红薯是用来喂猪的!好不容易有个肉菜,但量太少了,一人一筷子就没了,吃饭竟没有饮料……地陪试图解释:你们团的餐标就是这样的……旅游者一听更来气了,有人吵着要更换地陪。

[评析]

餐饮服务是旅行生活服务的重要组成部分,导游人员应予以重视。看来,该地陪没有重视这“第一餐”,没有讲清旅游团用餐的有关规定,用餐期间也没有去看望旅游者,解决可

能出现的问题,致使第一餐后旅游者就很生气,甚至产生更换地陪的念头,可见生活服务的重要性。第一餐就让旅游者不满,势必造成地陪工作的被动,影响以后的旅游活动,导游服务质量也将打折扣。

还有一点要注意,从大城市来的旅游者可能喜欢玉米、红薯之类的食品,但从产区来的旅游者,尤其是产区的农民旅游者对此就不感兴趣了。导游人员若能事先了解客源地,与餐厅联系好,就不会出现案例中的情况了。

1.2.4 导游服务的性质

由于社会制度、经济发展水平、思想意识、民族文化及旅游业发展阶段的差异,世界各国对旅游业的认识不尽相同,因而对导游服务性质的看法也有较大差异,但是,世界各国的导游服务还是具有以下共同属性。

1.2.4.1 服务性

导游服务与其他第三产业的服务工作一样,属于非生产劳动,是一种通过提供一定的劳务活动,例如翻译、导游讲解等,来满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适旅行的需求。然而,导游服务不同于一般的、简单的技能服务,而是一种复杂的、高技能、高智能的服务工作,因而是高级的服务。

特别提示

这里说导游服务是一项高级的服务,并不是说从事导游服务的导游人员比其他服务人员“高级”。导游人员与旅游接待部门的其他工作人员是平等的,他们之间的关系是协作共事关系。但是,导游服务是一项高技能服务,更是一项高智能服务,对导游人员的人性化服务要求、知识要求和服务技能要求很高,所以,我们将导游服务称作高级服务。

1.2.4.2 文化性

导游服务是传播文化的重要渠道。导游人员向来自世界各地、各民族的游客宣传旅游地区的文明,通过引导游览,生动、精彩的讲解以及日常交谈给游客以知识、乐趣,让他们品味文化差异,获得美的享受。同时导游人员还吸收着各国、各民族的文化,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(地区)、民族的传统文化和现代文明的作用。

然而世界各国、各地区之间的文化传统、风俗民情、禁忌习俗不同,旅游者的思维方式、价值观念、思想意识迥异,导游人员要在各种文化的差异中,甚至在各民族、各地区文化的碰撞中工作,所以要求导游人员努力了解中外文化的差异,力争圆满完成传播文化的重任。

1.2.4.3 经济性

导游服务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,从而具有经济属性。导游服务的经济性主要表现在以下几个方面。

(1) 直接创收

导游人员直接为游客服务,为他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、旅行生活服务以及各种代办服务,收取服务费和手续费。此外,高质量的导游服务在招徕回头客、吸引潜在旅游者、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,并视作争夺游客的魅力因