

临安市导游培训系列资料（一）

景点导游员培训教程

浙江林学院旅游系 编
临安市风景旅游局

二〇〇三年四月

目 录

第一篇 导游概论	1
第一节 现代旅游概述	1
第二节 导游的涵义与管理	5
第三节 导游的地位与作用	9
第二篇 临安旅游基础知识	15
第一节 临安的地理概况	15
第二节 临安的人文与旅游资源概况	16
第三节 临安的农业概况	19
第四节 临安八大工业园区简介	21
第三篇 旅游法规与行业标准	24
第一节 导游人员管理暂行规定	24
第二节 导游人员管理实施办法	27
第三节 国家旅游局公告	30
第四节 临安市景点导游员管理实施办法	32
第五节 旅行社管理条例	33
第六节 旅行社管理条例实施细则	37
第七节 旅行社投保旅行社责任保险规定	47
第八节 导游服务质量	49
第九节 漂流旅游安全管理暂行办法	54
第四篇 生态导游知识	58
第一节 生态旅游产生背景	58
第二节 生态旅游及其资源	60
第三节 生态旅游景区	64
第四节 植物的造景的功能	66
第五篇 导游服务礼仪礼貌	69
第一节 礼、礼仪、礼貌概述	69
第二节 导游人员服饰礼仪	69
第三节 仪容卫生具体要求	75
第四节 言谈举止礼仪	79
第五节 社交礼仪	86

第六篇 导游服务程序	91
第一节 全程导游人员服务程序	91
第二节 地方陪同导游人员服务程序	95
第七篇 导游服务技能	113
第一节 导游服务的原则	113
第二节 导游的艺术化	115
第三节 实地导游技法	121
第八篇 导游服务规范与应变知识	128
第一节 导游服务规范问答	128
第二节 导游服务应变问答	131

第一篇 导游概论

第二次世界大战结束以来,旅游活动在全球各地都取得了巨大的进展。旅游活动规模之大不仅使其成为全世界关注的社会现象,而且也为旅游业的发展带来了前所未有的商机。特别是从20世纪60年代开始,旅游业已成为世界上发展势头最为强劲并且持久不衰的产业,被誉为20世纪的经济巨人,在世界经济中扮演着越来越重要的角色。仅以国际旅游为例,在战后以来的半个世纪中,全世界国际旅游人次从战后初期的年约2530万人次已发展到今天的年逾5亿人次;全世界国际旅游收入总额也从战后初期的年约21亿美元增长到今天的年逾4000亿美元,约占全世界国际贸易总额的10%和全世界服务贸易总值的20%。如果将全世界的国内旅游也考虑进去,则旅游业的经济规模更为可观,据世界旅游理事会(WTTC)的一份调查和研究报告,1991年全世界个人旅游消费总额为16660亿美元,约占同年全世界个人消费总额的11%;公务旅游开支总额为3340亿美元,约占同年全世界企事业单位公务开支总额的1.2%。也就是说,1991年全世界旅游(包括国际旅游和国内旅游)消费总额已达2万亿美元之多;此外,1991年全世界旅游企业的固定资产投资为6130亿美元,约占同年全世界各行业资本投资总量的11.2%;用于旅游行政管理方面的政府开支为2870亿美元,约占同年全世界政府工作开支总额的6.5%。以上这四个方面的开支额汇总到一起,使全球旅游业1991年的总产出高达29000亿美元。在旅游就业方面,该报告中的有关统计结果表明,1991年全世界直接和间接就业于旅游业的人数总计为1.83亿人,约占全世界就业劳动力的10.2%,即全世界每10名就业人员中,就有一名服务于旅游业。这些数字表明,进入90年代后,旅游业已经发展成为世界上最大的产业。

但是,旅游发展的潜在能量还远远没有充分释放。即便是在目前大多数西方工业化国家中,每年能够出国旅游的人数在该国人口中的比重仍未达到近乎封顶的水平。例如,在出境旅游比较流行的英国,每年出国旅游的人次数也仅为全国人口的1/3。在头号发达国家的美国,每年出国旅游的人数仅为国内旅游人数的1/100,若同其全国人口数相比较,则所占比重更低。在大多数发展中国家中,国内旅游度假尚且远未成为国民生活的必需品,出国旅游者在这些国家的人口中所占的比例就更小了。战后以来,旅游活动发展的历程及其趋势都表明,随着各国经济的发展、人们闲暇时间的增多、教育的更加普及和受教育程度的不断提高以及其他各种社会经济因素的有力促进,今后旅游活动参加者的规模将会不断扩大,从而也决定了旅游业有着光明的发展前景。对此,很多国际旅游组织和专家学者都曾作过乐观的预测。经济学家中的一些有识之士也坦言指出,在21世纪的世界经济中,旅游业的地位将变得更加重要。

第一节 现代旅游概述

一、现代旅游的概念

旅游是在一定的社会经济条件下所产生,并随着社会经济发展而发展的一种综合性社

会活动。旅游实际上是旅行和游览的结合。旅行是指人们离开居住地而客居异地的行为，是一种为了生存或某种特定目的而进行的被动性的活动；而游览则是以消闲为主的、积极主动的活动，是…一种追求享乐、调节生活情趣的活动。在古代社会中，由于社会经济不发达，人民群众的生活水平低下，因而旅行和游览就具有了本质性的区别：旅行主要是人民群众为生计而四处奔走的活动；游览则仅仅是王公贵族、富豪人家消闲、寻乐的行为。

第二次世界大战以后，特别是 20 世纪 60 年代以来，由于社会经济的发展以及人们生活水平和条件的不断改善，旅行和游览已有机结合起来，形成以游览为目的，以旅行手段的现代旅游活动。因此，现代旅游是指人们暂时离开居住地到异地所进行的各种包含游览、度假在内的、有目的的全部活动的总称。如果从更广泛的角度看，凡是包含着游览内容在内的各种旅行活动都可称之为现代旅游，诸如公务出差、参加会议、宗教朝拜、探亲访友、科学考察、康复疗养、体育竞赛、商务活动等。现代旅游发展至今，已具有以下几方面的特点：

（一）现代旅游已成为人们物质文化生活的组成部分

不断提高人们的物质文化生活水平是社会经济发展的基本目标。在人们的物质文化生活中，一般包括生存消费、享受消费和发展消费，而旅游消费则属于享受消费和发展消费。随着社会经济的发展及个人可支配收入的提高，人们为了减少或消除工作带来的身心疲劳，丰富物质文化生活，就会主动外出旅游，或游览名胜古迹、欣赏山水风光；或了解异地风情以增长见识；或探亲访友以道怀故旧；或休闲度假以增进身心健康……从而使旅游活动成为人们物质文化生活的重要组成部分，并使人们用于享受和发展的消费支出也会相对增加，进而增加旅游消费的支出。

（二）现代旅游是有益于人们身心健康的文化审美活动

现代旅游不仅是物质资料的消费，更是一种精神文明的享受。因此，从文化角度看，旅游是一种文化活动，既是文化的创造过程又是文化的消费过程。作为文化的创造过程，通过旅游活动体现出一种社会、民族文化的内涵及特质，从而创造一种包括食、住、行、游、购、娱在内的，新的物质文化生活方式。作为文化的消费过程，通过旅游活动可使旅游者对旅游目的地国家或地区优美的自然风光和奇异的民风、民俗进行认识和鉴赏，从而不仅是一种有益于人们身心健康的审美活动过程，而且有利于促进不同国家、不同民族之间的文化交流，增进国家之间、民族之间的团结。

（三）现代旅游是一种积极而健康的社会交往活动

交往是人类生活中一种最基本的社会活动，没有交往就不能结成人群，没有交往就不能成其为社会。没有交往就没有人类认识自然、改造自然的力量。尤其是当今的国际社会，是一个开放的相互联系、相互依存的社会。社会交往活动已成为当今国际社会的基本特征之一。而旅游活动，不仅促进了国际社会中国与国之间、民族与民族之间的广泛交流和理解，进而加强了不同国家、不同民族之间的文化交流和经济往来，而且通过对自然界优美

环境的感受和多姿多彩的旅游消闲活动，开阔了人们的胸襟，沟通了彼此之间的思想感情，从而调动了人们交往的主动性和积极性，并在自然、轻松而愉快的气氛中产生其它交往形式不能达到的积极效果。

（四）现代旅游是以经济活动为基础的综合性社会活动

现代旅游虽然不是以经济活动为目的，但其整个活动过程必须以经济活动为基础。因为任何旅游者要想在旅游活动过程中，有效地达到旅游的目的并满足旅游需求，都离不开食、住、行、游、购、娱等各方面的服务，这样就需要有专门的服务部门提供相应的服务，并与之发生一定的交换行为，从而产生一系列经济活动。因此，现代旅游已不是一种单一的社会文化活动，而是建立在以经济活动为基础。把多种要素集合在一起的综合性社会活动。特别是随着以提供旅游服务为主的旅游业的产生和迅速发展，现代旅游就逐渐发展成为以旅游为目的、以经济活动为基础的旅游经济活动。

二、现代旅游迅速发展的原因

从第二次世界大战结束至 60 年代大众旅游的形成，旅游活动不仅重新恢复，而且出现了前所未有的快速发展。以国际旅游活动为例，在 1950 年至 1960 年短短的 10 年中，无论是全世界的国际旅游人次，还是国际旅游消费额，都增长了大约 3 倍。战后，旅游活动之所以出现如此快速的发展，主要还是同当时的社会经济发展状况有关。

第二次世界大战结束之后，各国都开始致力于本国的经济建设，医治战争创伤。虽然战后世界上仍不时有局部战争发生，但是就世界总的环境而言，缓和与发展一直占据着主导地位。这为战后世界经济的增长和旅游活动的发展提供了必要的前提和保证。与此同时，科学技术的进步不断取得重大突破，世界经济和社会状况也不断出现新的进展。这些方面的发展变化都对战后旅游活动的发展产生了很大的推动作用。具体地讲，促使战后旅游活动在世界范围内迅速发展的主要因素包括：

第一，战后世界人口迅速增加。在战后初期，全世界人口仅约 25 亿人。到 60 年代，已增加到 36 亿人。在短短的 20 年中，世界人口增加了 44%。世界人口基数的扩大成为战后大众旅游人数增加的基础。

第二，战后世界经济迅速发展。据统计，以 1979 年的美元价值计算，战后，1949 年的全世界生产总值为 25000 亿美元；到 60 年代末，则上升为年 62000 亿美元。几乎所有国家战后的经济增长速度都大大超过了战前的增长速度。经济的发展使得众多国家的人均收入，或者更确切些说，使得众多国家居民的家庭平均收入迅速增加，尤其是在那些原先经济基础就较雄厚的西方国家中更是如此。到 60 年代，这些国家开始形成所谓的“富裕社会”。人们收入的增加和支付能力的提高对旅游的迅速发展和普及无疑起到极其重要的刺激作用。

第三，交通运输工具的进步缩短了旅行的时间距离。第二次世界大战结束以来，铁路和轮船虽然在不少国家中仍为人们的重要旅行方式，但就世界范围讲，特别是在经济发达

的工业化国家中，这些传统的旅行方式逐渐为汽车和飞机所代替。在欧美发达国家中，拥有小汽车的家庭比例不断增大，长途公共汽车运营网络也不断扩大和完善。汽车成为人们中、短途外出旅游的主要交通工具。这种旅行方式所具有的自由、方便、灵活等特点自然缩短了人们旅行过程中的时间距离。与此同时，民航运输的发展也使得人们有机会在较短的时间内作长距离旅行，特别是外出作国际、洲际乃至环球旅游。航空旅行因而成为人们最重要的远距离旅行方式。此外，这些交通运输工具在性能上的进步和在数量上的发展也使得人们旅游开支中旅行费用的减少成为可能。

第四，生产自动化程度的提高使劳动者的带薪假期得以增加。战后，随着科学技术的进步，各产业生产过程的自动化程度不断提高并且日益普及，生产效率因而不不断提高，同时也大大减少了生产同样数量的同样产品所需要的时间。虽然早在第二次世界大战之前，西方有些国家便已开始以立法形式规定就业人员享有带薪假期，但一是这样的国家仅属个别。二是这种闲暇时间也只是短短几天，因而在很大程度上牵制了人们的旅游活动和外出旅行的距离。战后生产自动化程度的提高使劳动时间有条件得以缩短，加之劳动阶级坚持不懈的斗争，从而使人们的带薪假期有可能得以增加。到 60 年代以后，很多国家都在不同程度上规定了带薪假期制度。这种变化使人们的闲暇活动得以更多地开展。作为闲暇活动重要形式之一的外出旅游有了时间上的保证，参加旅游活动的人数迅速增加，并且出游的距离和在外逗留的时间也大大加长。

第五，战后各国城市化进程普遍加快。战后以来，几乎在所有的经济发达国家中，农村人口都在不断下降。例如到 70 年代初，美国的农村人口已下降到不足全国人口的 1%。在美国全国劳动力人口中，只有大约 5% 从事农业生产。在这些国家中，绝大多数人口聚居在城市，绝大多数劳动者都在从事单调乏味的重复性工作。这些都使得城市居民，特别是劳动就业人员的身心承受着极大的压力。他们需要定期使自己紧张的体力和神经得到放松，从而更向往重返没有城市污染和工业污染的大自然，向往能使人耳目一新的异域环境。这一情况成为战后旅游度假迅速发展的重要社会心理原因之一。

第六，战后世界各国的教育事业不断向新的广度和深度发展。加之信息技术进步的影响，越来越多的人对自己乡土和本国以外其他地区和国家的事物增加了了解，并因此产生兴趣，这种好奇心的增长增强了他们的求知欲。这一情况对于战后旅游热的兴起和发展无疑也有极其重要的影响。

影响战后旅游迅速发展的其他因素当然还有很多。上述这些只是从需求方面观察而归纳出来的主要推动因素。实际上，战后旅游的迅速发展是需求和供给两方面因素共同推动和促成的结果。如果从供给方面继续进行分析，那么至少还有两项重要因素推动了战后旅游的蓬勃发展：其一是廉价团体包价旅游的发展；其二是很多国家的政府为了发展本国的旅游业，特别是为了吸引和便利国际旅游者来访而采取的支持态度和鼓励措施，例如支持和参预旅游资源的开发、放宽出入境限制、支持和组织旅游宣传等等。

第二节 导游的涵义与管理

在旅游活动的构成中,旅游者旅游的主体,旅游资源是旅游的客体,而旅游业则是实现旅游活动的媒介、手段和条件。旅游业由旅游饭店、旅行社、旅游交通所组成,三者并称旅游业的三大支柱。在旅游业的内部构成中,导游是旅游业的灵魂,是旅行社的支柱。在实际接待工作中,导游是关键人物。

一、导游的基本涵义

“导游”这一概念,以词义上来分析,由“导”与“游”两个词组成。“导”有引导、开通的意思,“游”指旅行游览的意思。导游,顾名思义,就是引导旅游者旅行游览。这是导游的词义。从内涵上来分析,“导游”这一概念包含两层涵义:一是指导游者,二是指导游览活动。这是导游概念的学科涵义。在现实生活中,导游的两种涵义常被混淆使用,实际上两者是有区别的。日常生活中使用的导游员、导游人员、导游翻译、导游工作者等概念是在导游者意义上使用的,而导游业务、导游工作、导游接待服务等则是在导游活动意义上使用的。

1. **导游者。**什么是导游者?有不同的说法,如:“是为他人引路者,特别是受雇而为他人旅游或参观中指点风光名胜者”;“是指为旅行者(包括旅行团)组织安排旅行和游览事项,提供向导、讲解和旅途服务的人员”。我国 1992 年出版的《旅游辞典》为导游者所下的定义是:“为旅游者提供导游生活服务 and 讲解服务的人员。不是一般翻译工作者,而是旅行社的代表,对外国旅游者来说,也是一个国家的代表”。上述定义均有一定的概括性,从不同角度揭示了导游者这一概念的特征,但都较为简略。

根据现阶段我国旅游接待工作的体制和语言条件,为便于较全面地理解导游的内涵,我们对导游者的定义加以扩展:导游者是以旅游者为主要工作对象,以指导参观游览、沟通思想为主要工作方式,以安排旅游者的吃、住、行、游、购、娱为主要任务,以增进相互了解和友谊、为国家建设积累资金为目的的接待服务人员,也是进行民间外交和地区间横向联系的第一线工作人员。应该怎样来理解这一定义?第一,导游以旅游者为主要工作对象。旅游者是指暂时离开常住地,前往异国他乡进行吃、住、行、游、购、娱等活动,以期达到物质上和精神上满足的人。导游工作的对象就是这些人。特别是在现代旅游活动中,活动的空间如此广阔,活动内容如此复杂,没有导游者参与的旅游活动是无法想象的。第二,指导参观游览、沟通思想是导游工作的主要方式。指导参观游览、沟通思想这一特点,使得导游者既不同于旅行社的其他工作人员,也与其他部门和行业的外语翻译有所区别。导游者除提供讲解服务之外,还要提供生活服务。第三,导游以安排旅游者的吃、住、行、游、购、娱为主要任务。从工作范围来说,导游者为游客提供综合性的劳务服务,落实安排旅游者食、住、行、游、购、娱等事项,满足旅游者物质或精神的需要,保证旅游活动的顺利进行是其主要业务工作的任务。第四,增进相互了解和友谊,为国家建设积累资金是导游工作的主要目的。我国导游工作的宗旨是向旅游者提供最佳服务、尽可能满足旅游者的精神上 and 物质上的需求,同时,又要以国家主人翁的姿态,积极贯彻国家的方针、政策,

最大限度地体现我国社会主义的物质文明和精神文明，增进各国、各地区人民之间的相互了解，广交朋友，扩大对外影响，并为国家建设积累资金。从上述四个方面来理解导游者的涵义，显得更为全面和完整。

2. 导游活动。导游活动是旅游服务中的一个重要组成部分，是发展旅游业的重要环节。它是指导游者在旅途中为旅游者提供的生活服务和讲解服务。既是一项近似口头文学的语言艺术，又是一项内容广泛的服务工作。它通过生活上的周密安排、游览中动听的讲解、旅途中的代办服务，努力帮助旅游者度过愉快的旅行生活，实现其休息、娱乐和了解异国风情的目的，保证旅游者的旅游活动顺利完成。

旅游活动因其特殊的活动方式，而具有下述特点。第一，涉及面广。旅游是一种人群的空间移动活动，除要涉及异国他乡的政治、经济、文化等领域外，还要与沿途的饭店、交通、饮食、游览点、娱乐场所、旅游商品部门等方面发生联系，涉及多方面的关系。第二，独立性强。旅游者在旅行游览的整个过程中，与导游者共同形成一个相对独立的小社会，在旅途中发生的各种问题或事故，常常需要导游者当机立断、独立决策，与旅游者协作配合及时解决。而不允许拖延时机。第三，政策性强。旅游既是一种经营活动，也是一种宣传活动，要求导游者在提供优质服务的同时，必须具有较高的政策觉悟和政策水平，讲究策略和方法，对旅游者的各种要求进行恰当的、有分寸的回答和处理。第四，重复性大。一次旅游活动，对旅游者来说或许是一次性的，充满新奇感的，但对导游者来说则是循环往复、重复繁琐的。无论是接待程序、还是游览路线，以及接待设施与服务项目，都是按规范化的程式组合起来的，导游活动就是这些规范程式的不断重复循环。此外，导游活动直接面对“旅游污染”，体力消耗较大，工作量较重等也是其一般特点。

二、导游的分类及管理

1. 导游的分类。导游划分的方法通常有三种，即按导游人员的雇用性质分、按导游人员的活动范围分、按导游人员所使用的语言分。

(1)按雇用性质划分，有专业导游与业余导游之分。①专业导游。专业导游人员是指由授权接待单位雇用的专业导游人员，②业余导游。这是近些年来出现的。旅游业有淡、旺季之分，淡季旅游者人数少，专业导游人员常常任务不足；旺季旅游者人数多，在编专业导游人员不敷应用。所以，旅行社采用雇用业余导游人员的办法加以平衡。所有导游人员都要取得导游资格证。

(2)按导游人员的活动范围划分，有以下几种。①全程陪同导游。全程陪同导游人员(简称全陪)负责国际旅游团队从入境到出境全过程的导游接待服务工作，接团任务完成后还要做收尾工作和总结工作，他们代表中国方面负责全程接待服务的旅行社。他们的任务是和地方陪同导游人员密切合作，共同按中方旅行社与外国旅行社签订的合同，对国外旅游者(团)提供接待服务。全陪的工作侧重于全程的旅行、参观游览及其他活动的计划和安排，负责结算帐目、了解情况、对外宣传、特殊问题的处理，保证安全等方面的工作，并代表旅行社与领队和旅游者进行业务磋商与联系。②地方陪同导游。地方陪同导游人员(简称地

陪)、是旅游者(团)途经某省市时,由该省市接待旅行社派出的导游人员。他们代表当地的接待旅行社,对旅游者(团)在当地的停留期间提供全套接待服务。他们必须与全陪密切合作,按计划完成当地的接待服务,并处理可能发生的各种问题。地陪也要做好善后工作和总结汇报工作。③参观游览点讲解员。他们是由参观游览点的管理部门派出的或由上级主管部门派驻某一参观游览点进行讲解的工作人员,他们只负责讲解,而不涉及其他事情。北京的毛主席纪念堂、人民大会堂、雍和宫等处都有这样的讲解员。

(3)按导游员所使用的语言来划分,主要有以下几种:①外语导游;②汉语普通话导游;③地方方言导游;④少数民族语言导游。

2. 导游的管理。导游业是随着我国旅游业的发展而发展起来的新兴行业,经历了从无到有、从小到大、管理从无序到有序的过程。1978年,国家曾制定了《旅游涉外人员守则》,属内部掌握。制定这个守则的指导思想是对旅游涉外人员严加管理,对不该做的事做了具体严格的规定。1987年国家旅游局发布了经国务院批准的《导游人员管理暂行规定》,这是我国导游管理的第一份正式文件。这个规定的指导思想有了较大改进,如不仅规定了义务,也规定了权利。综观我国导游管理的情况大致如下:

(1)导游证书。简称导游证;是导游人员的从业资格证书。颁发导游证主要是为了维护旅游声誉,提高导游素质,保证导游服务质量和便于监督检查。我国导游证书由国家旅游局统一制作,全国范围通用,只限本人工作时使用,不得外借或转让。导游从业人员首先要参加当地旅游局组织的导游基础知识、方针政策、导游业务等项目的专业考试,成绩合格并经有关部门审查后方可领取导游员证书,未经正式考试而临时从事导游的人员,经考核后可发给临时导游证书。

(2)导游守则。我国导游人员在工作中所必须遵守的纪律:①忠于祖国,发扬爱国主义精神,自觉维护民族尊严;②坚持无产阶级国际主义,反对狭隘民族主义和大国沙文主义;③严格遵守和执行旅游工作的各项规章制度和有关工作细则,努力维护我国的旅游声誉;④加强请示汇报,对重大问题不得擅自处理,对外不得发表违反政策的言论;⑤严守国家机密,注意内外有别;⑥坚守岗位,认真负责;⑦维护和宣传我国的法律、法令和海关规定;⑧不介入旅游者之间的分歧和矛盾;⑨不得携带自己的亲友、同学、同事等参加旅游活动;⑩出现危急情况应挺身而出,保护旅游者的人身和财物安全,不得擅自离职守;⑪不得利用工作之便贪污受贿,套汇逃汇,不得接受小费。

(3)导游考核。考核是我国促进导游人员刻苦钻研业务和竭诚为游客服务的主要措施之一。主要包括:①定期考试与工作考察相结合,考试能了解导游的语言(中、外文、特种地方话和少数民族语)、导游知识和导游业务水平;考察则能了解其办事能力、职业道德、服务态度等方面的情况。这样才能比较全面地了解导游的实际水平和导游效果。②考试的内容和方法要适应专业的需要。考试内容不只限于外语(或其他语言),也包括导游基础知识、导游业务、方针政策等;考试方法采用口试与笔试相结合,以促进导游人员业务水平的全面提高。③考核与奖惩相结合。我国有关部门规定,专职导游在导游资格考试中,一门不

及格便不得领取导游证，第二年须全部重考；第二年仍有一门不及格者，便调离导游岗位。对游客在意见表中打满分的导游，给予一定的奖励；打负分的则给予一定的处罚。这些行之有效的措施，有力地促进了导游人员各种素质的全面提高。④考核与职称评定挂钩。⑤考核形成制度化。

(4) 导游职责。我国导游员的主要职责是：①接受旅行社分配的导游任务，按照接待计划，安排和组织旅游者参观、游览；②负责向旅游者翻译、导游、讲解和传播中国文化；③配合和督促有关部门安排旅游者的交通、食宿，保护旅游者的人身和财物安全；④反映旅游者的意见和要求，联系安排会见、座谈等活动；⑤解答旅游者的问讯，协助处理旅游中遇到的问题。

(5) 处罚规定。对不履行规定的职责造成严重后果者，根据情节给予行政处分，并可以扣留导游证和导游证书；无理拒绝检查其工作的，扣留导游证和导游证书；有上述两项行为，情节恶劣的，经省、自治区、直辖市行政管理部门批准，收回导游证和导游证书，吊销导游注册。本人不服的按规定可以提出上诉，未按规定参加考试并办理登记注册手续者，不得担任导游工作；否则，由旅游管理部门没收全部非法所得，并可以处以非法所得 3 倍以下的罚款。

三、导游工作的性质

任何一个行业都有其最积极、最活跃、最典型的工作，旅游业作为一个综合性较强的行业由各种不同性质的工作所组成，其中最具代表性的就是导游工作，导游工作的特点充分体现了旅游业的综合性特征。导游工作的基本性质可以概括为以下三条。

1. 导游工作是整个旅游服务中的重要组成部分。旅游服务是旅游经营业务的主体，是实现旅游业经营既定目的的基本手段，是使旅游者的需求得到满足和旅游商品的供给可能转化为客观真实的媒介。旅游服务依靠各种服务机构职能的充分发挥，以保证旅游生活的愉快和满足。旅游服务的范围极为广泛，具体到旅游者出入本国国境或抵离异国国境的手续的代办，旅游者离家、返家的交通工具的提供，旅游者旅途通讯手段的方便，住宿饮食的安排，游览项目的组织与游览观光中的现场引导，土特产品选购中的参谋指导，文化娱乐生活的满足，旅游者医疗保健力面的照顾和帮助，行李物件的提取接送或行包托运报关的代办，以及其他为保证旅游者生活得以正常进行所必须提供的服务等等，都属于旅游服务的范围。而导游服务是整个旅游服务的轴心，导游工作使旅游服务的各种项目、各个方面、每个环节形成系列化，有机组合为现实的旅游商品。导游工作通过对旅游活动的组织，实地导游讲解，在物质和精神上为旅游者提供最佳服务来实现旅游经营的目的。所以，旅游界有这样的看法：“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。”

2. 旅游商品的销售需要通过导游服务去完成。从经济学的角度来看，旅游也是一种商品，即旅游商品。从狭义角度来理解，旅游商品指有形商品，如旅游工艺美术品和旅游纪念品。从广义角度来理解，旅游商品指无形商品，即以综合服务形式出现的旅游商品。以综合服务出现的无形旅游商品与一般的有形商品不同。一般的有形商品的交换是一次性行

为，商品早已在工厂里生产出来，放在商店的货架上，买主出钱买走了，交换也就完成了。无形旅游商品则不同。它的生产过程就是销售过程，它的交换不是一次性的，而是多次性的，贯穿于综合接待服务的全过程。从旅游者入境到出境的整个过程都是旅游商品交换的过程。

这一特点表明：第一，旅游商品的销售需要旅游综合服务去完成，而导游接待服务处于旅游综合服务的中心地位，因此旅游商品的销售需要通过导游接待服务去完成，导游人员参加了旅游商品的生产和销售的全过程。第二，旅游商品的质量与导游接待服务的质量关系密切。作为商品都具价值和使用价值的属性。价值是交换价值的基础，是旅游企业追求的目标，因旅游企业生产和销售旅游商品的目的是为了赢利；而旅游者则不关心旅游商品的价值，只关心其使用价值，旅游者购买旅游商品是因为它有使用价值，使用价值越高，旅游者越愿意购买，反之亦然。所以，旅游企业在追求旅游商品价值的同时，还必须十分重视提高其使用价值，否则，旅游商品卖不出去，价值也无从实现。从而，使用价值变成了价值的物质承担者或载体。旅游企业要想提高所生产的旅游商品的使用价值，提高服务质量是重要的一环。所以，导游人员的素质好，服务质量高，对提高旅游商品的使用价值具有特别重要的意义。这也正是旅游界一致公认“导游业务”是“代表性的业务”，是“最独具特色”的工作，是“最重要的业务”的原因所在。

3. 导游工作是一种文化性的行为。导游工作者是导游服务的实际承担者，是为旅游者提供这一服务的主体。导游讲解必须借助于一个导游人员的语言艺术和文化修养，广博的知识和敏锐观察力；导游服务必须依靠导游人员的职业道德和服务技能，良好的服务态度和独立的办事能力。这样才能完成导游这一工作的使命。同时，导游接待服务作为旅游事业的一个组成部分，不单是要通过为旅游者提供各项导游服务，以获得经济上种种相应的劳务报偿，为企业（也是为国家）谋取合理的利益。它还必须经过精心的导游服务，帮助旅游者了解旅游地国家的古今文明，丰富旅游者的精神文化生活，增进旅游者在各方面的知识和对旅游地各地区与各族人民的了解。从这个意义上说，导游人员也就是传播历史、社会、文化知识的专门家，又是增进同各国和各地人民友谊的民间使节。行话说：“看景不如听景”。壮丽的河山、美丽的风光、艺术宝库、文化古迹，只有加上导游员的解说、指点，再穿插动人的故事，才能活起来，才能引起人们更大的兴趣，使人增长知识，领略到异乡风情，享受到审美的乐趣。60、70年代，世界上大多数游客到国外是为度假、休息、享受，80年代以来，领略他国社会风情、获取异地知识为目的的旅游所占比重增加，因此导游员的重要性就更为明显。本来是一座死山，一条长河，一些古迹，经过导游员的讲解，这些物质财富才会变成精神财富，富有生命，为人们提供美好的艺术享受，增强旅游者的游趣。因此，人们把导游员的这种工作看成具有“点石成金”的作用。

第三节 导游的地位与作用

导游业务是旅游业中不可缺少的重要组成部分，没有现代导游业务也就没有现代旅游业。世界各国旅游界对导游业务和导游人员都以高度美好的词句来评价，说导游业务是旅

游业的“灵魂”、“代表性的业务”，说导游人员是“国家的代表”、“最好的大使”、“非官方大使”。日本旅游协会出版的《导游业务教程》中写道：“导游业务是旅游业中最重要的业务，这样说不会言过其实。因为对旅游的评价，常常由导游员决定。”美国尤金·丁·豪勒在其主编的《旅游英语》一书中写道：“在整个旅游工作中，最独具特色、最困难的工作大概就算导游了”。新加坡旅游促进会编写的《导游员训练手册》中写道：“旅游者对一个国家和人民的印象会受到他所接触的导游员的很大影响”，“所以一个合格的、有能力的导游员的重要性，无论怎样强调都不为过分。”导游业务如此重要，是由于它在旅游业中所处的重位地位和所起的重要作用决定的。

一、导游在旅游中的地位

导游接待服务处于旅游综合服务的中心地位。人们常说的“导游是旅游业的灵魂”，“导游是旅行社的支柱”，“在实际接待工作中，导游是关键人物”等，都是指这种中心地位而言的。从经营管理的角度看导游接待服务，它的中心地位表现在下述三方面。

(一)承上启下。“上”指上级领导部门，包括旅行社、地方和国家旅游领导机构；“下”指基层旅游企事业单位及社会各界对上级领导部门而言，导游人员是国家的工作人员，对国家和各级部门制定的有关法规、方针、纪律和制度，必须在工作中加以执行贯彻。对下面各基层旅游企事业单位，社会各界在执行有关法律、方针、政策以及纪律制度方面的情况以及各种意见、反应必须及时上报，实行信息反馈。上下之间顺畅的信息交流是做好工作的重要保证。处于第一线的导游最熟悉情况，能起到重要的承上启下的作用。

(二)沟通内外。“内”指中国方面的内部各有关部门以及中国社会。“外”指外国的有关方面，如国际旅游市场、外国旅行社、旅游者，也包括外国的舆论界。国家或上级管理部门制定的有关法规和方针、政策最终还是要落实到外国旅行社和旅游者身上，他们的反应如何，有何批评和建议，大都是导游人员最先知道，应及时向有关部门反映。遇有特殊情况和问题需要中国方面的有关部门与外国旅行社、领队和旅游者共同协商解决时，导游人员沟通内外的角色就更显得重要。导游人员直接和旅游者交往，旅游者对中国从大到小的各方面的情况有何议论、评价，导游人员能够直接听到、看到，处于为国家有关部门收集信息的有利地位。

(三)协调左右。所谓“左”或“右”是指与旅行社协作的部门，如宾馆、饭店、车队、参观游览单位、娱乐部门以及海关、边防、检疫、公安等其他有关部门。旅行社通过外联招徕旅游者，但在接待服务中则必须加强横向联系，与一切有关部门密切合作，协调行动，才能做好工作。否则，无论是哪一个环节出了差错，都会影响服务质量。导游人员处于接待服务的前线，在为旅游者提供旅行服务、生活服务、讲解服务、参观游览服务，以及办理各种手续，接洽各种事务时，都必须和其他服务部门打交道，求得其他部门的配合，形成一个配合协作链，协同动作。这个协作链的中心一环就是导游人员。如果这个链上某一个或某几个环节出现不协调，就要由导游人员出面调解；如果协作单位之间互有意见，互相扯皮，也要由导游人员出面解决。否则就会影响整体接待服务的顺利进行。因此，导游

人员处于旅游接待综合服务协调的中心地位，所负责任重大。

如前所述，导游接待服务处于旅游综合服务的中心地位，那么，导游工作在旅游业中的地位是怎样确定的？这里我们以旅游者为一方，以旅游经营者为另一方，从双方对导游工作的需要来进行分析。

1. 旅游者需要导游工作者的服务。导游工作者的服务之所以成为旅游者的需要，是由现代旅游活动的客观规律决定的。

(1)从生理学角度来看。旅游是人类休息的一种高级形式。它不同于那种以睡眠、散步为内容的舒展四肢、恢复体力的简单休息，而是需要通过有目的、有指导、有节奏的游山玩水和物质上的享受，即通过瑰丽景色与文化艺术的欣赏和丰富的物质与生活的满足，来达到心旷神怡、振奋精神的生息养性的境地。那种面临陌生的环境，茫然不知所向，只好盲目游览，疲于奔命的旅游者，不但不能达到精神休息的目的，还会因为过分疲劳而破坏旅游情绪，特别是那些年迈体弱者，还会直接影响自己的身体健康。旅游者要为自己食、住、行操劳，势必会分散游览观光的精力，也会影响旅游观光的顺利进行。有了导游者提供的导游服务，而且这种服务又是根据旅游者的愿望和实际的可能，科学合理地安排和进行的，旅游者就能获得事半功倍的旅游效果。即使那些凭借丰富的旅游经验而不用导游者的人，也往往离不开物化的导游（即旅游指南和各种旅游信息）的指导，以此进行那种有目的、有选择、有益于身心健康的旅游活动。

(2)从心理学角度考察。当一个人初到异地他乡，举目无亲，环顾四周，目光所及又都是那么陌生，总想能有个可以使其在精神上得到抚慰、生活上得到关照，而对当地情况又非常熟悉的朋友。由此可见旅游者需要有个热情的导游者，才能消除在旅游中出现的拘谨心理和寂寞感，增强安全感。同时，不熟悉当地的语言和风俗，也会给旅游者带来不少的困难。生活中常有因对当地风俗习惯不了解和语言不通而造成误会的情况发生，有时甚至因不熟悉情况，冒犯当地居民的风俗习惯而发生不愉快的事情，而使人极为扫兴。而帮助他们避免上述现象发生的角色，也就责无旁贷地要由导游工作者来担当了。

(3)从认识顺序看。旅游者要通过旅游去认识过去不曾接触过或不曾了解过的事物，以期得到求知欲望的满足。这几乎需要从零开始。我们知道，山水风光或文物古迹的欣赏价值，并不是孤立地存在的，它总是与一定的自然、地理、历史、艺术等条件和特点相联系的，是一种完美的融合在一起的客观实体。在这方面，有无指导是大不相同的。显然旅游者要达到求知的目的，离不开导游指导，而导游者在旅游活动中所起的作用的一个重要方面，正是这种指导游览的作用。导游工作者或旅游指南能循循善诱地指导游览者以最佳的方式，或最合适的角度去欣赏某一名胜风景和古迹，能娓娓动听地告诉旅游者蕴藏在风景和文物后面的历史故事、神话传说，能妙趣横生地向旅游者介绍当地的风俗习惯，掌故趣谈，风味特产。如此等等，使旅游者得到自然美和艺术美的享受，并在潜移默化中增长知识。

2. 旅游业经营者也需要通过良好的导游服务实现自己的经营目标。

(1) 旅游是一种经济行为。作为一种经济现象，它是以包括旅行社在内的旅游经营者为一方和以旅行者为另一方，通过，提供优良服务和游览观光为媒介而实行的一种特殊形式的“商品”交换。但这种交换并不是一件轻而易举的事。因为，随着近年来人们生活水平的提高，社会文化和教育事业的进一步发展，旅游新闻和信息媒介的增多，个人旅游经验的丰富，兴趣爱好的日益多样化，都使得旅游者与旅游经营者之间的“离心”作用时有增加。要克服这种“离心”作用，或者说要能适应千百万人对旅游需要的丰富性、特殊性，就要求旅游经营者在特殊形式的“商品”交换中，最大限度地发挥自己旅游设施和旅游服务(包含导游服务)的能动性，保持自己对旅游者最大限度地吸引力，借此也增强自己在同业中的竞争能力。

(2) 旅游业开展需要高质量的导游服务。提供包括导游在内的高质量的服务，是保持企业在旅游者中间的信誉和旅游业中竞争能力的一个主要手段。而在高质量的服务工作中，重视和发挥导游人员的作用，又显得格外重要。一些旅游界人士认为，一个国家或地区旅游业的成败，除了旅游设施完备程度的高低有一定影响外，在很大程度上取决于它是否有一支优秀的导游队伍。日本交通公社曾作过一次关于宣传引起旅游动机的调查分析，据其调查表明，经朋友和熟人介绍而引起到某地进行游览观光欲望的，占各种宣传形式的百分之六十九。而这种宣传介绍的动因，很大程度取决于一个地方的优秀的导游服务给人们留下的美好的印象。由此可见，导游服务在旅游事业中占有极重要的地位，无论对旅游者还是对旅游经营者来说，都是如此。

二、导游在旅游中的作用

在我国的经济发展中，旅游业已被列为我国重要的经济产业之一，因此导游工作首先具有经济属性。在我国以经济建设为中心的现代时期，旅游业必将成为最重要的第三产业，成为一项创收外汇、扩大就业、回笼货币、促进经济社会发展的重要产业。导游工作在旅游业中处于最活跃、最积极的地位，具有重要的经济和政治作用。

(一) 导游的经济作用。导游在旅游业中所发挥的经济作用，集中表现为以下几点。

1. 直接创汇。导游工作是一项直接面向旅游者的服务工作，在吃、住、行、游、购、娱诸环节中，哪一环都离不开导游员的服务。无论是旅游团或是零星游客，无论是综合服务或是委托代办，导游工作都可以为国家建设创收外汇和资金。以 1988 年对外综合服务收费标准计算，全陪和地陪平均每人每年实际为国家创汇 1.39 万美元，相当于出口 9 吨猪肉，经济效益大于一般产业工人。2. 节约开支。由于导游员处于日程安排的中心地位，一位细心的导游员可以运用合理安排计划、随时灵活调整，适时适度地引导、杜绝责任事故、爱惜和节约公用财物等办法，节省接待开支而同时不违反对外合同。3. 扩大客源。导游工作由于接触旅游者时间长，层次深，影响大，对于形成旅游者的印象是一个重要因素。出色的导游接待，以优质服务对旅游者进行实际的、形象的宣传招徕工作，可增加回头客的比例，同时通过满意而归的旅游者发挥他们口碑的作用，可提高旅游业的知名度，为扩大客源作出贡献。4. 促进交流。在大量旅游者中有相当部分是经济界人士、专家、学者或其他专门

人才，旅游工作人员特别是导游人员通过搭桥牵线有可能会促进经济、科技、学术、文化的交流，若再善于捉住时机，因势利导，导游人员在促进交流方面将大有可为。此外，从宏观角度来看，导游工作是整个旅游服务工作的重要组成部分，而旅游业对提供就业机会，加快货币回笼，带动各经济部门乃至地区和全国经济的发展和繁荣均可产生可观的效益。这其中也有导游人员的一份作用。

（二）导游的政治作用。导游工作是一项直接接触人的服务工作，往往又是一项涉外工作，因此它具有十分重要的政治作用。主要表现在以下两个方面。1. 宣传自己。导游工作的中心任务是导游讲解，导游员通过导游讲解可以把自己祖国的自然风光、历史文化、人文风情介绍得引人入胜、回味无穷，与旅游者进行交流，帮助旅游者更深刻地了解和认识接待国或地区。在我国，导游员在讲解、宣传时要遵循下述原则：积极主动，因势利导；实事求是，内外有别；有的放矢，生动自然；不卑不亢，求同存异。2. 民间“大使”。导游工作作为一项民间交流、涉外工作，在接触人数众多、阶层广泛的旅游者时有许多便利条件，可以利用旅游工作的民间性、群众性、广泛性的优势，广交朋友，增进友谊。这一点往往为官方外交所不及。因此，旅游工作（包括导游工作）有时还是官方外交的先导和重要补充。在旅游者眼里导游员便是民间“大使”。除上述两方面政治作用外，在导游工作中还能为了解旅游者对我服务工作或其他方面的反映，为做好旅游者活动期间的安全保卫工作，起到调研和保卫的作用。

三、导游工作的基本内容

导游工作习惯也称导游服务，是指导游者为满足旅游者的旅行游览生活需要，在食、住、行、游、购、娱等方面，为保证旅游者的旅游活动顺利进行所提供的一系列服务。导游服务的内涵比较宽泛，从广义来说，旅游服务的各个侧面，与导游工作都有或多或少和直接或间接的联系。但就导游服务的主体来说，它主要有两个部分组成，即导游生活服务和导游讲解服务这两个方面。

1. 导游生活服务。一般地说，导游生活服务是经由导游工作者按照旅游者与旅游单位事先签订的合约，或是按照旅游者照章提出的种种旅游委托及其经济等级，为其在旅途生活中提供的相应劳务。这种劳务的提供可以是综合性的服务，也可以是单项的服务。其常见的服务项目是抵离旅游目的地时的接送、餐食客房的预订、各项交通工具的落实、文娱戏票的代订等。其次，导游生活服务还要求导游人员在与旅游者的日常接触中，注意从各种细微处保证旅游者旅行游览生活的愉快和安全。再次，导游生活服务还包括为旅游者提供咨询、代办临时委托事项。导游生活服务是整个导游服务工作的重要一翼。唯有认真做好导游生活服务，使旅游者确信和这样的导游工作者在一起，旅途生活会顺利，从而在他们的心里渐渐树立起对导游人员的信赖和喜悦，才会使导游工作者与旅游者之间渐渐地消除初见时所存在的无形的隔膜和距离，使双方关系变得融洽。也只有在这时，导游人员所进行的导游讲解活动才会具有做深、做准、做活的客观条件。

2. 导游讲解服务。导游中的讲解服务就是导游者为了满足旅游者精神生活的需要，在

引领旅游者参观游览过程中依靠自己的文明素养、语言艺术和独特风格，因地、因景、因人、因事、因时而异地给对象提供的描绘说明，这是一个传播精神乐趣、道德文明和文化科学知识的过程。进一步说，导游讲解服务是由导游人员自己掌握的有关旅行游览的丰富知识，娴熟的导游技巧和流畅的语言以及驾驭语言的艺术，准确而又生动地引导旅游者进行游览参观，结合良好的生活服务，使游客在旅途中获得物质生活和精神生活两方面的利益和乐趣。其次，导游讲解服务也包含必要的口译。在存在语言障碍情况下，参观点里接待人员的介绍，专题座谈中主客双方的交流，拜会和接见中礼宾活动的进行，都需要导游人员承担起必须的口译任务。一般地说，导游讲解服务的常见任务是风光名胜、风情民俗、古今文化、艺术和建设新貌等的说明。导游讲解服务是贯串于游览全过程的一种系列性的连续行为，也是一种涉及广泛知识领域的综合性的行为。这就要求导游讲解服务的内容十分广泛，因而导游工作者需要拥有的导游知识是没有止境的。