



高职高专“十二五”规划教材

导游业务

Tour Guide Business

(第二版)

主编 袁俊 夏绍兵



NLIC2970818666



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



高职高专“十二五”规划教材

导游业务

Tour Guide Business

(第二版)



主编 袁俊 夏绍兵

副主编 鲁建平 袁春 马艳平

参编: (以姓氏笔画为序)

马艳平 刘娟 刘勤

刘小红 吴筠 陈雪岚

袁春 袁俊 夏绍兵

章晴 蒋永业 鲁建平



NLIC2970818666



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

导游业务/袁俊,夏绍兵主编.—2版.—武汉:武汉大学出版社,
2012.6

高职高专“十二五”规划教材

ISBN 978-7-307-09801-5

I. 导… II. ①袁… ②夏… III. 导游—高等职业教育—教材
IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 100926 号



责任编辑:易 瑛

责任校对:刘 欣

版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北鄂东印务有限公司

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 19 字数: 358 千字 插表: 1

版次: 2008 年 8 月第 1 版 2012 年 6 月第 2 版

2012 年 6 月第 2 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-09801-5/F · 1677

定价: 30.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

基 础 篇

第一章 导游服务

3

- 第一节 导游服务的发展历程 3
- 第二节 导游服务的内涵和类型 7
- 第三节 导游服务的性质、特点和作用 11
- 第四节 导游服务的发展趋势 18

第二章 导游员

21

- 第一节 导游员的概念及分类 21
- 第二节 导游员的素质要求 25
- 第三节 导游员的职责和纪律要求 31
- 第四节 导游员的培训、考核与管理 35

实 务 篇

第三章 全陪导游服务流程

47

- 第一节 全陪导游工作流程图 47
- 第二节 全陪导游的服务程序 49

第四章 地陪导游服务流程

62

- 第一节 地陪导游工作流程图 62
- 第二节 地陪导游的服务程序 62

第五章 景区(点)导游服务流程

88

- 第一节 景区(点)导游工作流程图 88
- 第二节 景区(点)导游的服务程序 90

第六章 海外领队服务流程

98

- 第一节 海外领队工作流程图 98
- 第二节 海外领队的服务程序 100

第七章 散客导游服务流程

116

- 第一节 散客旅游概述 116
- 第二节 散客导游服务的类型与特点 118
- 第三节 散客导游服务程序 121

第八章 旅行社其他岗位的服务流程

132

- 第一节 门市接待服务流程 132
- 第二节 外联服务流程 141
- 第三节 计调服务流程 147

第九章 导游辞的创作

156

- 第一节 导游辞的基本类型 156
- 第二节 导游辞的内容形式 158
- 第三节 导游辞的创作要领 162
- 第四节 示范导游辞 170

技 能 篇

第十章 导游员的带团技能

183

- 第一节 导游员的带团层次 183
- 第二节 导游员的带团要领 185
- 第三节 各种关系的处理技巧 188

第四节 对客心理服务技巧	192
第五节 重点游客的接待技巧	199

第十一章 导游员的语言技能 205

第一节 导游语言的基本要求	205
第二节 导游口头语言表达技巧	210
第三节 导游态势语言运用技巧	215
第四节 导游交际语言运用技巧	220

第十二章 导游员的讲解技能 230

第一节 导游讲解的原则和要求	230
第二节 常用导游讲解方法和技巧	233

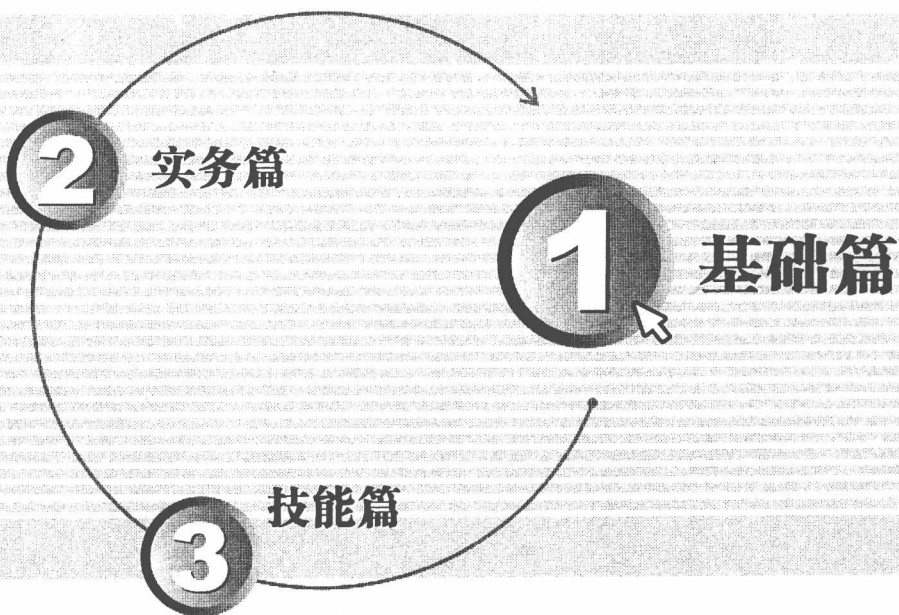
第十三章 导游员的应变技能 246

第一节 应变处理的基本原则	246
第二节 个别要求的应变技能	248
第三节 常见事故的应变技能	256

第十四章 导游服务的其他技能 277

第一节 导游器材的使用技能	277
第二节 处理旅游常见疾病的技能	282
第三节 旅游交通的相关技能	285
第四节 换算技能	291

主要参考文献 295



第一章 导游服务

【学习目标】

- ◆了解导游服务产生和发展的历程
- ◆理解导游服务的概念和服务范围
- ◆熟悉导游服务的性质和特点
- ◆明确导游服务在旅游业中的地位和作用

第一节 导游服务的发展历程

一、导游服务的产生

导游服务是旅游服务的一个组成部分，是旅游活动发展到一定阶段的产物，并伴随着旅游活动的发展而发展。

(一) 古代社会的非商业性导游

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。在原始社会末期，随着生产力的发展，出现了第三次社会大分工，商业从农牧业和手工业中分离出来，社会上出现了专门从事商品交换的商人。他们以经商为目的，周游于不同的部落之间，于是产生了最早的以经商为目的的旅游活动，但它仅限于单一的商务旅行活动，是人类早期旅游活动的一种雏形，还没有产生导游服务。

奴隶社会和封建社会时期，人类的旅游活动有了一定的发展，外出旅游的人增多，旅游的目的也不再单一，但人类旅游活动仍处于一种小规模、无组织、无领导的状态。虽然已有人在旅行时聘请当地熟悉路途的人做向导，但是这些向导都只是临时性的，其作用仅是为旅行者指引道路而已，不是我们现代意义上的导游。商业性质的职业导游，是到了近代才产生的。

(二) 商业性导游服务的产生

18世纪60年代后，以英国为代表的西方国家开始进入工业革命时期。随着生产力的迅速发展，旅游生活产生了本质性的变化，其最突出的标志是近代旅游业的诞生和商业性导游服务的产生。

1841年7月,英国人托马斯·库克(Thomas Cook)组织了570人,利用包租火车的方式,从莱斯特城到拉夫巴勒参加禁酒大会。虽然这次活动不是一次纯粹的商业性活动,但它却成了近代旅游产生的标志。更重要的是,托马斯·库克从中看出了巨大的商机。1845年,托马斯·库克又组织了一次350人的团体消遣性旅游活动,从莱斯特到利物浦,为期一周。为组织这次活动,托马斯·库克做了大量的先期准备工作,印制了世界上最早的旅游指南《利物浦之行手册》,自己全程陪同,可以说这是世界上第一次大规模的、有组织的、纯粹以商业赢利为目的的旅游活动。此后,托马斯·库克放弃了原来的工作,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。

1846年,托马斯·库克亲自带领一个旅行团到苏格兰旅行。旅行社为每个成员发了一份活动日程表,还为旅行团专门配置了导游,这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动,导游作为一个职业正式开始。

1865年,托马斯·库克成立了托马斯·库克父子公司(即后来的通济隆旅游公司),迁址于伦敦,并在美洲、亚洲、非洲设立分公司。1872年他本人亲自带领一个9人旅游团访问纽约、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。这是第一次由旅行社组织的环球旅行,产生了极大的影响。

此外,托马斯·库克在1892年还创造性地发明了一种流通券。凡持有流通券的国际游客可在旅游目的地兑换等价的当地货币,更加方便了游客进行跨国和洲际旅游。这种流通券就是后来的旅行支票。

后来,欧洲及北美诸国和日本纷纷效仿。第二次世界大战后,由于世界范围的和平与发展,大众化旅游活动迅速发展,导游队伍得以壮大。

二、我国导游服务发展历程

我国导游服务最早起步于1923年8月的上海,至今经历了四个发展阶段。

(一) 起步阶段(1923—1949年)

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,如英国的通济隆旅游公司,美国的运通旅游公司等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,其分社遍布华东、华北、华南等地区的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,同时也产生了第一批导游员。

(二) 开拓阶段(1949—1978年)

中华人民共和国成立后,我国旅游事业有了进一步发展。中华人民共和国成立后第一家旅行社“华侨服务社”于1949年12月在厦门正式营业。1954年4月15日,中国国际旅行社在北京西交民巷4号诞生,其后又在各地设立分社,主要负责接待外宾,为外国人来华旅游提供方便,但不承担自费旅游的接待业务。到1956年,由于华侨回国、港澳台胞回内地观光探亲的越来越多,旅行社开始接待自费游客。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。在此期间导游队伍逐渐形成,规模有二三百人,近十几种语言导游。这一时期导游服务是以外事接待工作的面貌出现的,因此,从事导游服务的工作人员均称为翻译导游员。

【小资料】中国旅行社成立过程(简称“中旅”,CTS)

1949年11月19日,厦门有关部门接管了旧的“华侨服务社”,创立了中国第一家华侨服务社。1957年3月,全国各地华侨服务社在北京开会,决定在社名上增加“旅行”二字,并于4月22日在北京成立“华侨旅行服务社总社”。1969年因各种原因被短期撤销。1972年8月,中央又批准恢复总社,1974年经国务院批准,成立了中国旅行社,并与华侨旅行服务社合署办公,统称中国旅行社。

【小资料】中国国际旅行社成立过程(简称“国旅”,CITS)

1952年,我国成立“国际活动指导委员会”。1953年,南汉宸和刘贯一了解苏联国际旅行社情况后,决定筹建中国国际旅行社,并于1953年6月18日呈报政务院。1954年4月15日,“中国国际旅行社”在北京西交民巷4号正式成立总社。同年在天津、上海、南京、广州、杭州、武汉、沈阳、哈尔滨、南宁、安东、大连和满洲里等12个城市成立分社。

(三) 发展阶段(1978—1989年)

中国共产党十一届三中全会后,我国实行对外开放政策,吸引了大批海外游客涌入我国,国内旅游也蓬勃发展。1978年,“中国旅行游览事业管理局”改名为“中国旅行游览事业管理总局”,各省、市、自治区都设立相应的旅游局。1980年6月,中国青年旅行社总社成立,几个中央部委如邮电部、教育部、铁道部等也相继成立了旅行社。1984年后旅行社外联权下放,全国

各行业和地区性旅行社迅速发展。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,全国导游员迅速扩大到 25000 多人。但由于增长速度过快,导游队伍中出现了鱼龙混杂的局面。

【小资料】中国青年旅行社成立过程(简称“青旅”,CYTS)

1979 年 11 月 16 日,成立了全国青联旅游部,1980 年 6 月 27 日,经国务院正式批准,中国青年旅行社成立。

(四) 全面建设导游队伍阶段(1989 年至今)

为了整顿导游队伍,使导游服务水平适应我国旅游业发展的需要,1989 年起,国家旅游局每年举行一次全国性的导游资格考试;同年,《中国旅游报》等单位发起了“春花杯导游大奖赛”。此后又举办了多次全国导游大奖赛,对提高我国的导游服务水平、推进导游工作规范化的进程做出了贡献,同时也标志着我国开始迈入全面建设导游队伍的阶段。

为进一步规范导游服务、加强导游管理,1994 年国家旅游局决定对全国持有导游证的专职及兼职导游员分等定级,划分为初级、中级、高级、特级四个级别,进一步加强导游队伍建设。同年,国家旅游局联合国家技术监督局发布了《导游员职业等级标准(试行)》,1995 年发布《中华人民共和国国家标准导游服务质量》。1999 年 5 月国务院颁发的《导游人员管理条例》标志着我国导游队伍的建设迈上了法律进程。

2001 年,国家旅游局颁发《导游人员管理实施办法》,决定启用 IC 卡导游证,实行导游计分制管理,并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。2002 年,国家旅游局开展整顿和规范旅游市场秩序活动,把全面清理整顿导游队伍作为三个重点环节之一来抓,明确提出严厉查处乱拿、私收回扣等不良行为,打击非法从事导游活动,坚决清理一批政治、道德、业务素质不合格的导游员,建立和完善“专职导游”和“社会导游”两套组织体系和教育管理体系,全面推行导游计分制管理和 IC 卡管理等举措,促进了导游工作的规范化和导游队伍的建设。2003 年起,为了支持我国西部地区旅游事业的发展 and 导游队伍的建设,还开展了“百名导游援藏”行动。

由于国家重视旅游人才的培养,导游的职业队伍已经形成。经过几十年的努力,截至“十一五”期末,全国导游员总数有近 60 万人。

第二节 导游服务的内涵和类型

一、导游服务的概念

导游服务是指导游员代表被委派的旅游企业接待或陪同游客进行旅游活动,并按照组团合同或约定的内容和标准向游客提供一整套旅游接待服务。

导游服务的内涵,具体来说包括以下几层含义:

(1) 导游服务的主体是具有导游资格的导游员,而且导游员必须是受旅游企业(包括旅行社和景区景点)委派的,未受旅行社委派或景区景点指派的导游员,不得私自接待游客。

(2) 导游员的主要业务是接待或陪同游客旅行、游览。一般说来,多数导游员是在陪同游客旅行、游览的过程中向其提供导游服务的,但是也有些导游员是在旅行社设置的不同地点的柜台前接待客人,向客人提供旅游咨询,帮助客人联系和安排各项旅游事宜,他们提供的同样是接待服务。不同的是,前者是在出游中提供接待服务,后者是在出游前提供接待服务。

(3) 导游员向游客提供的接待服务,必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施,对于散客则应按事前约定的内容和标准实施。导游员不得擅自增加或减少甚至取消旅游项目,也不得降低导游服务质量标准。一方面,导游员在接待过程中要注意维护所代表的旅行社的形象和信誉,另一方面也要注意维护游客的合法权益。对于参加旅行社组织的旅游活动的游客而言,导游服务工作是其顺利完成游程的主要依托。

因此,导游服务是整个旅游过程中的服务灵魂,导游员在旅游过程中的服务艺术、服务技能、服务效果和组织能力对游客的综合旅游感受会形成最直接的影响。不仅如此,导游服务工作的优劣,还会直接影响到整个旅游行业的信誉,对旅游经济的发展产生直接或间接的影响。

二、导游服务的类型

导游服务的类型是指导游员向游客介绍所游览地区或地点情况的方式。按导游服务方式可分为两大类:图文声像导游和实地口语导游。

(一) 图文声像导游

图文声像导游亦称物化导游,是指作为游客旅游指导的招徕宣传品和旅游纪念品,包括多种不同形式的图文印刷资料和声像制品。具体包括:

(1) 导游图、交通图、旅游指南、景点介绍册页、画册、旅游产品目录等。

(2) 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等。

(3) 有关国情介绍和景点介绍的录像带、录音带、电影片、幻灯片以及CD、VCD光盘等。

旅游业发达的国家对图文声像导游极为重视,各大中型城市的旅游景点以及机场、火车站、码头等处都设有摆放着各种印制精美的旅游宣传资料的“旅游服务中心”或“旅游问讯处”,人们可以随意翻阅,自由索取;工作人员还应热情、耐心地解答有关旅游活动的各种问题并向问询者提供有参考价值的建议。很多旅游公司通过定期向公众放映有关旅游目的国(地)的电影或录像、举办展览会等手段来影响潜在的游客。组团旅行社通常在旅游团集合后、出发前,在领队向团员介绍目的地的风俗民情及旅游注意事项的同时,都要为游客放映有关旅游目的地的电影、录像或幻灯片,散发《旅游指南》等材料,帮助游客对即将前往游览参观的目的地有一些基本了解。此外,许多博物馆、教堂和其他重要的旅游景点装备有先进的声像设施,方便游客参观游览,并帮助他们比较深刻、全面地理解重要景观内含的深奥寓意和艺术价值,从而获得更多美的享受。

(二) 实地口语导游

实地口语导游,亦称讲解导游,它包括导游员在游客旅行途中所做的介绍、交谈和问题解答等导游活动。

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、高科技化。图文声像导游形象生动、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,图文声像导游仍然处于从属地位,只能起到减轻导游员负担、辅助实地口语导游的作用。实地口语导游不仅不会被图文声像导游所替代,而且将永远在导游服务中处于主导地位。这是因为:

1. 导游服务的对象是有思想和有目的的游客

由于社会背景和旅游动机的不同,不同的游客出游的想法和目的也不尽相同,有的人会直接表达出来,有的人比较含蓄,还有的人可能缄默不语。单纯依靠图文声像制品千篇一律的固定模式介绍旅游景点,不可能满足不同社会背景和出游目的的游客的需求。导游员可以通过实地口语导游掌握游客对旅游景点的喜好程度,在与游客的接触和交谈中,了解不同游客的想法和出游目的,然后根据游客的不同需求,在对参观游览的景物进行必要介绍的同时,有针对性、有重点地进行讲解。

2. 现场导游情况复杂多变

现场导游情况纷繁复杂,在导游员对参观游览的景物进行介绍和讲解

时,有的游客会专心致志地听,有的则满不在乎,有的还会借题发挥,提出各种稀奇古怪的问题。这都需要导游员在讲解过程中妥善处理。导游员要在不降低导游服务质量标准的前提下,一方面满足那些确实想了解参观游览地景物知识的游客的需求,另一方面要想方设法调动那些对参观游览地不感兴趣的游客的游兴,还要对提出古怪问题的游客做必要的解释,以活跃整个旅游气氛。

3. 旅游是一种人际交往和情感交流关系

旅游是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动,通过对目的地社会文化的了解来接触目的地的人民,实现不同国度、地域、民族之间的人际交往,建立友谊。导游员是游客首先接触而且接触时间最长的目的地的居民,导游员的仪容仪表、言谈举止和导游讲解方式都会给游客留下难忘的印象。通过导游员的介绍和讲解,游客不仅可以了解目的地的文化,增长知识,陶冶情操,而且通过接触目的地的居民,特别是与其相处时间较长的导游员,会自然而然地产生一种情感交流,这种游客与导游之间建立起的正常的人与人之间的情感关系是提高导游服务质量的重要保证。

三、导游服务的范围

导游服务工作繁重复杂,服务范围很广,旅游活动的六大要素食、住、行、游、购、娱,无所不包(见图1-1)。但归纳起来,导游服务大体可分为三大类,即导游讲解服务、旅行生活服务和市内交通服务。

(一) 导游讲解服务

导游讲解服务包括为游客在整个旅行期间所做的沿途讲解服务、景区景点的现场讲解服务以及座谈、访问和某些参观点的口译服务等。

导游讲解服务有助于传播文化、增进了解和陶冶性情。通过导游员的介绍、讲解或翻译,帮助游客认识一个国家(或地区)及其民族的历史文化、传统风俗、生活方式和现代文明,进而了解他们的精神面貌、价值观念和道德水准,使游客对游览地的社会文化和精神风貌有切身体验,获得在旅游目的地的难忘经历和美好回忆。高质量的导游讲解服务有助于加深游客对游览地的了解和对自然景观、人文景观的认识,从而使他们增长知识,获得更多的旅游乐趣和精神享受,还可以在某种程度上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而造成的不愉快。

(二) 旅行生活服务

旅行生活服务包括游客入出境迎送、旅途生活照料、邮电通信、安全服务以及上、下站联络等。

旅行生活服务是目的地旅游接待工作不可缺少的环节。在现代旅游中,

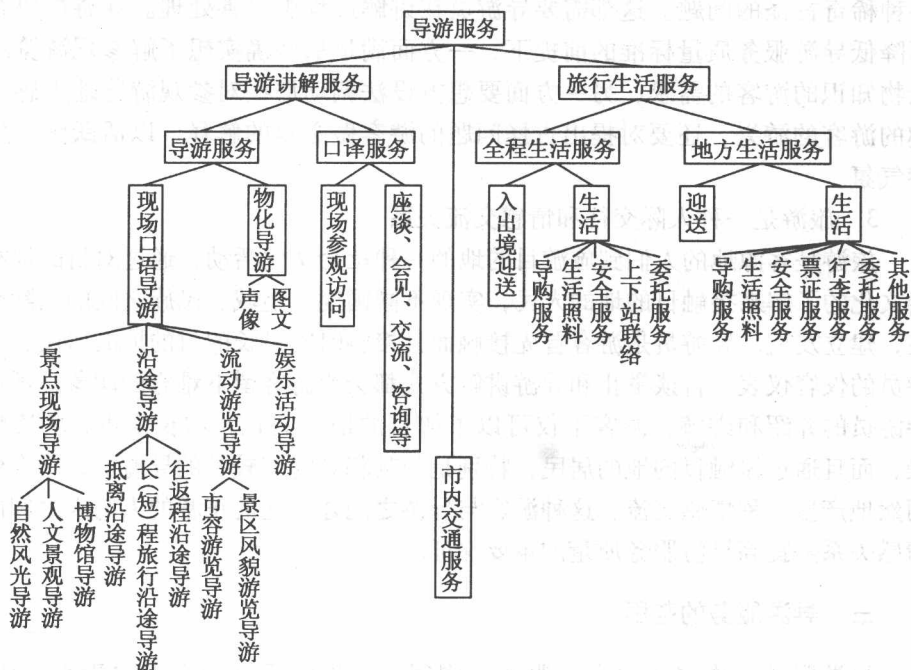


图 1-1 导游服务示意图

游客以实现享受需求为其出游的主要目的之一。因此，认真做好游客的旅行生活服务显得十分重要。在这方面，导游员是做好游客旅行生活服务的重要环节。首先，导游员除了处理迎送游客、帮助游客住店离店、安排行李运送、注意保护游客安全等日常事务外，还负责与饭店、餐馆、商店等提供旅游接待服务的相关部门进行必要的协调、沟通，使游客在旅游期间的生活顺利、愉快。其次，提供令人满意的旅行生活服务，可使游客对导游员产生信赖感，逐渐消除初见时的隔膜。再次，提供热情周到的旅行生活服务，可使旅游生活丰富多彩，游客精神轻松愉快、游兴浓郁，客、导之间关系融洽，有利于游客集中精力倾听导游员的讲解，从而使导游讲解服务取得良好的效果。

（三）市内交通服务

市内交通服务是指导游员同时兼任驾驶员为游客在市内和市郊旅行游览时提供的开车服务。这种服务在西方旅游发达国家比较普遍，目前我国也已有发展的趋势。

第三节 导游服务的性质、特点和作用

一、导游服务的性质

导游服务是针对游客提供的专项服务,具有社会性、文化性、服务性、经济性和涉外性五大特点。

(一) 社会性

旅游活动是一种社会现象,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,导游员处于旅游接待工作的中心位置,接待着四海宾朋、八方来客,所以导游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,对大多数导游员来说,它是一种谋生的手段。

(二) 文化性

不同游客由于国别、语言和生存环境等方面的不同,与旅游目的地之间往往存在较大的文化差异,从而产生交流和欣赏的障碍。为了加强旅游的美感和愉悦程度,游客们需要导游的引导和服务,需要通过导游的讲解来跨越不同的文化范畴,来弥合不同的文化差异。

导游服务的文化性主要体现在以下两个方面:

1. 导游服务是传播文化的重要渠道

导游员的导游讲解、翻译、与游客的日常交谈,一言一行都在影响着游客,都在扩大着一个国家(或地区)及其民族的传统文化和现代文明的影响。导游员为来自世界各国、各民族的游客服务,通过引导和生动、精彩的讲解给游客以知识、乐趣和美的享受;同时也对各国、各民族的传统文明和现代文明兼收并蓄,有意无意间传播着异国文化。

2. 导游服务是审美和求知的媒介

游客要通过旅游去认识过去不曾接触或不曾了解的事物,以期得到求知欲望的满足。导游讲解服务能循循善诱地指导游客以最佳的方式或最合适的角度去欣赏某一名胜古迹、历史故事、神话传说,能妙趣横生地向游客介绍当地的风俗习惯、掌故趣谈、风味特产等,使游客得到自然美和艺术美的享受,并在潜移默化中增长知识。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)及其民族的传统文化和现代文化的作用。

(三) 服务性

导游服务与第三产业的其他服务一样,属于非生产劳动,是一种通过提供一定的劳务活动和服务产品,创造特定的使用价值的劳动。与一般服务工作不