

旅游高等职业教育

旅游（旅行社）管理专业教材

国家旅游局人事劳动教育司指定用书

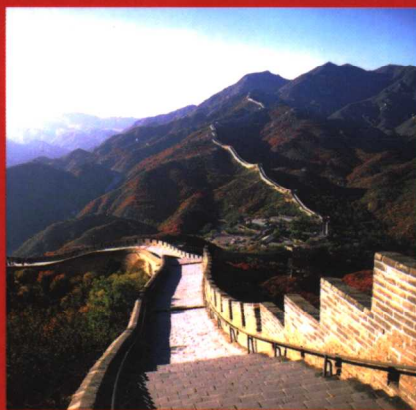


TOURISM

导游业务

D A O Y O U Y E W U

TOUR GUIDE



陶汉军 黄松山 / 编著

.C3

旅游教育出版社

F190.03

T315

旅游高等职业教育旅游(旅行社)管理专业教材
国家旅游局人事劳动教育司指定用书

导游业务

陶汉军 编著
黄松山

DAO YOU
YE WU

旅游教育出版社
· 北 京 ·

TOURISM

HA167/12

责任编辑:张毅 刘剑宏

图书在版编目(CIP)数据

导游业务/陶汉军,黄松山编著. —北京:旅游教育出版社,2003.7

ISBN 7-5637-1107-4

I.导… II.陶… III.导游—基本知识 IV.F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 029272 号

旅游(旅行社)管理专业教材
国家旅游局人事劳动教育司指定用书

导游业务

陶汉军 黄松山 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
E-mail	teptx@sohu.com
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	12.25
字 数	193 千字
版 次	2003 年 7 月第 1 版
印 次	2003 年 7 月第 1 次印刷
印 数	6000 册
定 价	17.50 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为配合职业教育体制改革,受国家旅游局人事劳动教育司委托,我社组织业内专家,根据高等职业教育要求和旅游行业的特点,精心编写出版了这套旅游高等职业教育系列教材。该系列教材在编写中,充分注意高等职业教育的特点,使其既有一定的理论深度,又充分注意学生实际职业能力的培养,确保该教材既高于同类中专教材,又不同于一般本科教材,符合旅游高等职业教育的教学要求和人才培养目标。该系列教材自2000年7月出版以来,以其准确的定位和科学的编排受到广大师生的普遍好评,成为业内影响最广,备受欢迎的专业化教材。

此次再版,在充分听取广大读者意见的基础上,根据国家最新的职业教育改革精神,征求了教育部旅游职业教育教学指导委员会有关专家委员的意见,并在杜江等业内专家主持下,确定了修订原则和修订方案,目的是在保持原教材特色的基础上,进一步完善该系列教材,使其更加贴近教学实际。

新版高职教材在保持原教材优势的基础上,以方便教师教学和学生学习为宗旨,增设了课前导读、教学目标、案例分析、本章小结等模块,旨在教师和学生之间搭建一个互动的平台,使教师能够更好地和学生沟通。文中示例、公式及关键词一律突出显示,目的是让读者花最少的时间掌握最有用的信息。与原版教材相比,本版教材在编排上主要具有以下显著特征:

精简优化了内容。在初版中,有些教材花大量篇幅介绍某些工种的岗位职责及主要任务,既占课时,又不便于教师教学。再版时,将这部分内容置于附录中,既便于教师灵活运用,又有利于学生分清主次。同时,针对旅游学科实践性强的特点,修订后的教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。在案例的处理上,有些案例有评析,可以帮助学生进一步掌握每章重点;有些案例没有评析,既给教师布置作业留下了余地,也可供学生自学使用。

更新增补了资料。根据旅游业最新发展情况,此次修订增补了最新行业法规,补充了入世后的相关内容,更新了旧的材料和数据,使本版教材能充分反映行业的最新发展和业内最新的研究成果。

权威专家严格把关。本教材的作者均为业内专家,有着丰富的教学经验及旅

游企业的管理经验,能将教材中的“学”与“用”这两个矛盾很好地统一起来。在此基础上,经杜江等业内权威专家把关和专业编辑审读加工,确保了本教材的权威性和专业性。我们深信:只有专业的,才是最好的!

贴近教学的全新编排。增课前导读,帮助读者更好地理解各章内容;拟教学目标,帮助教师更好地与学生沟通;补有用信息,案例分析、思考与练习,让学生尽快消化所学知识;改目录风格,人性化的设计,面面俱到,全书内容一览无余。

作为全国惟一的旅游教育专业出版社,有着丰富的旅游教育专业教材的编辑出版经验和庞大的专业作者队伍,我们有责任把最专业权威的教材奉献给广大读者,这也是我社教材受到广大读者认可的重要原因。

新版高职教材即将面市,我们想借这套教材的出版,探索一种全新的教材编写、出版模式,把一本本赏心悦目、专业实用的教材奉献给大家,使其真正成为您的贴心朋友。

旅游教育出版社

2003.1

前言

随着我国入境旅游、国内旅游和出境旅游全方位的迅速发展,导游服务已成为旅游服务中一项带有全局性与标志性的重要服务和我国诸种社会职业中的一种职业。为适应我国旅游业进一步发展的需要,不少高等职业院校开办了导游专业,培养导游服务人才。本书旨在为其提供一本比较切合实际的适用教材。

本书的编写充分考虑到导游实际工作的需要,使之具有实用性和可操作性,并在每章之后附有思考题和案例,同时又在汲取我国导游人员长期积累的丰富实践经验的基础上,考虑到高等职业教育的实际,适度进行了理论上的概括和提升,使之既有一定理论深度,又充分注意学生实际职业能力的培养,确保该教材既高于同类中专教材,又不同于一般本科教材,达到理论与实际的密切结合,符合旅游高等职业教育的教学要求和人才培养目标。

本书除作为高等职业院校导游专业教材外,对在职导游人员也具有参考意义。

目 录

第 1 章 导游服务的性质、地位和作用	(1)
课前导读	(1)
教学目标	(1)
第一节 导游服务的产生和发展	(1)
一、古代时期的向导服务	(1)
二、近代时期的导游服务	(3)
三、现代时期的导游服务	(4)
四、我国导游服务的发展历程	(6)
第二节 导游服务的性质	(7)
一、导游服务的含义	(7)
二、导游服务的性质	(9)
第三节 导游服务在旅游接待中的地位 and 作用	(11)
一、导游服务在旅游接待中的地位	(11)
二、导游服务在旅游接待中的作用	(12)
第四节 导游服务的特点和原则	(13)
一、导游服务的特点	(13)
二、导游服务的基本原则	(16)
本章小结	(18)
案例 1	(18)
案例 2	(19)
思考与练习	(19)
第 2 章 导游服务的客体	(20)
课前导读	(20)
教学目标	(20)
第一节 旅游需要	(20)
一、旅游需要的概念	(20)

二、促成旅游需要产生的因素	(21)
三、旅游需要的特点	(22)
四、旅游需要的体系	(24)
第二节 人们的旅游动机和心理特征	(25)
一、旅游动机及其分类	(25)
二、游客的一般心理特征	(27)
三、不同游客的心理特征	(28)
第三节 游客的旅游行为	(30)
一、游客旅游行为模式	(30)
二、游客的一般行为表现	(32)
三、不同特征游客的行为表现	(34)
本章小结	(38)
案例	(38)
思考与练习	(39)
第3章 导游服务的主体	(40)
课前导读	(40)
教学目标	(40)
第一节 导游人员的角色定位	(40)
一、导游人员角色与定位	(40)
二、导游人员的角色学习和角色认知	(42)
三、导游人员角色冲突、角色一致和角色转换	(42)
第二节 导游人员的从业素质	(45)
一、高尚的思想品德	(45)
二、合理的知识结构	(46)
三、较强的业务能力	(48)
四、良好的健康身心	(49)
第三节 导游人员的职业形象	(49)
一、仪容、仪表	(50)
二、仪态	(51)
三、礼貌、礼节	(52)
第四节 导游人员的职责	(54)
一、导游人员的基本职责	(54)
二、地陪导游人员的职责	(54)

三、全陪导游人员的职责	(55)
四、海外领队的职责	(56)
五、景区景点导游人员的职责	(56)
本章小结	(56)
案例	(57)
思考与练习	(57)
第4章 导游服务体系和规范	(59)
课前导读	(59)
教学目标	(59)
第一节 导游服务体系	(59)
一、导游服务体系存在的必然性	(59)
二、导游服务体系的构成	(60)
三、导游服务体系中的主要关系	(62)
第二节 团体旅游接待服务规范	(63)
一、团体旅游接待服务的含义	(63)
二、地陪规范服务程序	(64)
三、全陪规范服务程序	(71)
四、海外领队规范服务程序	(75)
五、景区景点导游人员规范服务程序	(76)
第三节 散客导游服务与服务程序	(76)
一、散客旅游概念	(76)
二、散客旅游与团队旅游的区别	(77)
三、散客导游服务程序	(77)
本章小结	(81)
案例	(81)
思考与练习	(81)
第5章 游客个别要求的处理	(82)
课前导读	(82)
教学目标	(82)
第一节 游客个别要求的处理原则	(82)
一、努力满足需要的原则	(83)
二、认真倾听、耐心解释的原则	(83)
三、尊重游客、不卑不亢的原则	(83)

第二节 餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	(84)
一、餐饮方面个别要求的处理	(84)
二、住房方面个别要求的处理	(85)
三、文娱活动方面个别要求的处理	(86)
四、购物方面个别要求的处理	(87)
第三节 要求亲友随团活动、中途退团或延长旅游期限的处理	(88)
一、游客要求其亲友随团活动	(88)
二、游客要求中途退团	(89)
三、游客要求延长旅游期限	(89)
第四节 要求自由活动和转递物品的处理	(89)
一、游客要求自由活动的处理	(89)
二、游客要求代转物品的处理	(90)
第五节 特殊游客需求的对诗	(91)
一、对宗教界游客的服务	(91)
二、对儿童、老年游客的服务	(92)
三、对残疾游客的服务	(93)
本章小结	(94)
案例 1	(94)
案例 2	(94)
思考与练习	(95)
第 6 章 常见问题与事故的应对	(96)
课前导读	(96)
教学目标	(96)
第一节 漏接、空接、错接的预防与处理	(96)
一、漏接的预防与处理	(96)
二、空接形成的原因与处理	(97)
三、错接的预防与处理	(98)
四、入境旅游团人数变更的处理	(99)
第二节 旅游计划和日程变更的处理	(99)
一、旅游计划变更的原因与情况	(99)
二、应对旅游计划变更的举措	(100)
三、旅游计划变更的实施	(100)
第三节 误机(车、船)事故的预防与处理	(101)

一、误机(车、船)事故的原因	(102)
二、误机(车、船)事故的预防	(102)
三、误机(车、船)事故的处理	(102)
第四节 证件、钱物、行李遗失的预防与处理	(103)
一、旅行证件遗失	(103)
二、行李遗失	(105)
三、钱物丢失	(107)
第五节 游客走失的预防与处理	(107)
一、游客走失的预防	(107)
二、游客走失的处理	(108)
第六节 游客患病、死亡的处理	(109)
一、游客患病的预防	(109)
二、游客患一般疾病的处理	(109)
三、游客突患重病的处理	(110)
四、游客因病死亡的处理	(111)
第七节 安全事故的预防与处理	(112)
一、交通事故的预防与处理	(112)
二、治安事故的预防与处理	(114)
三、火灾事故的预防与处理	(115)
四、食物中毒的预防与处理	(116)
第八节 游客越轨言行的处理	(117)
一、对攻击诬蔑言论的处理	(117)
二、对违法行为的处理	(117)
三、对违规行为的处理	(118)
本章小结	(118)
案例	(118)
思考与练习	(119)
第7章 导游带团技能	(120)
课前导读	(120)
教学目标	(120)
第一节 导游带团的特点和原则	(120)
一、导游带团的特点	(120)
二、导游带团的原则	(122)

第二节 营造和谐、愉快的合作氛围	(125)
一、尊重游客	(125)
二、保持微笑服务	(125)
三、学会使用柔性语言	(126)
四、与游客建立“伙伴关系”	(126)
五、提供个性化服务	(127)
第三节 处理好各种关系	(127)
一、导游人员与旅游团领队的合作关系	(127)
二、导游人员与相关接待单位的协作关系	(129)
三、导游人员之间的合作关系	(131)
四、导游人员与司机的合作关系	(132)
本章小结	(132)
案例	(132)
思考与练习	(133)
第8章 导游讲解技能	(134)
课前导读	(134)
教学目标	(134)
第一节 导游讲解应遵循的原则与要求	(134)
一、导游讲解应遵循的原则	(134)
二、导游讲解的基本要求	(135)
第二节 导游语言技能	(142)
一、导游语言的语音	(142)
二、导游语言的节奏	(144)
三、交际语言、体态语言在导游服务中的运用	(146)
第三节 常用导游讲解方法与技巧	(157)
一、分段讲解法	(157)
二、问答法	(158)
三、类比法	(159)
四、悬念法	(160)
五、虚实结合法	(160)
六、点面结合法	(161)
七、突出重点法	(161)
八、妙用数字法	(163)

九、画龙点睛法	(164)
十、创新立意法	(165)
本章小结	(166)
案例	(166)
思考与练习	(166)
第9章 导游服务模式和规律性	(167)
课前导读	(167)
教学目标	(167)
第一节 导游服务模式	(167)
一、导游服务模式的含义	(167)
二、导游服务模式的类型与特征	(168)
三、决定和影响导游服务模式的因素	(171)
第二节 导游服务的规律性	(176)
一、导游服务规律的含义	(176)
二、导游服务的规律性	(176)
本章小结	(179)
案例	(179)
思考与练习	(179)

第1章

导游服务的性质、地位和作用

课前导读

本章学习应从导游服务的特性、服务对象的需求和目的地国家利益相结合的基础上,来认识导游服务的属性、地位和作用以及服务应遵循的基本原则。

教学目标

- ① 认识导游服务所具有的属性
- ② 了解导游服务在旅游接待服务中所处的中心位置
- ③ 理解导游服务对旅行社产品生产与再生产,及对国家和地区形象、声誉方面的影响
- ④ 掌握做好导游服务工作应遵循的基本原则

第一节 导游服务的产生和发展

导游服务在社会历史中经历了一个产生和发展的过程,即从最初的向导服务发展为现代的导游服务。

一、古代时期的向导服务

古代时期的向导服务是随着旅行活动的发展而产生的。

在原始社会末期,旅行活动虽已开始,如游牧部落的迁徙、商人来往于不同部落之间从事的产品或商品的交换,但是,这些旅行活动并未伴随着向导服务的产生,因为这时的社会条件还不具备。

进入奴隶制社会以后,由于私有制的出现,社会财富集中于少数奴隶主手中,他们除过着奢华享乐的生活外,还进行了不同目的的旅行。如在其所属地区进行巡视、到其他地区进行奴隶买卖和到名山大川祭祀天地神祇等。在这些旅行活动

中,其侍仆簇拥前后,除担任随时侍奉和护卫的任务外,也起着旅行向导的作用,即为他们提供探路、引路的“服务”。不过,由于其同奴隶主之间的人身隶属关系,这种“服务”并不以报酬的形式表现出来。此外,在奴隶制社会时期,宗教旅行、商业旅行和体育旅行也开始兴起。如古埃及在公元前 3000 年就组织了朝圣者去参拜圣地,腓尼基人在地中海和爱琴海周围地区从事商业活动;公元前 8 世纪起,古希腊的奥林匹亚体育竞技节庆(今天的奥林匹克运动会即源于此)也吸引了各方人们的参与和观看。

到了封建社会,由于社会生产力的进一步发展、交通条件的改善、人身隶属关系的废除,各种旅行活动也开始多了起来。除帝王将相的巡游外,还出现了士人、学子的漫游,特别是在封建社会的中后期,以求学为目的的教育旅行,以健康为目的的温泉疗养旅行,以探险为目的的航海旅行,以经商为目的的跨地区、跨国界商务旅行,以传经布道为目的的宗教旅行也相继发展起来。我国自春秋战国时期封建制确立以来,历朝各代的旅行活动都出现了一些著名的代表人物。如春秋战国时期孔子、苏秦、张仪的游说各国诸侯,西汉张骞出使西域,东晋法显赴印度留学求法,唐朝李白、杜甫的文人漫游、玄奘的印度拜师求经、鉴真的五次东航日本,元朝汪大渊两次下“东洋”、“西洋”(元明以今南海东部约东经 110°以东为东洋,以西及沿海各地至非洲东岸为西洋),明朝的郑和下西洋等等。在这些旅行活动中,往往都配有熟悉旅途的人做向导。他们不仅引路,有时还能指点和介绍一些沿途的名胜、景点和当地的风俗民情。我国历朝的新官上任、官吏的调动或被贬返归故里、学子的赴京赶考等,或有臣仆、侍从相随,或有家人、书僮相伴,这些臣仆、侍从、家人、书僮除沿途侍候之外,实际上也起着向导的作用。在国外,13 世纪以后,随着城市的复兴、贸易的发展,西方的探险旅行、科考旅行、教育旅行、温泉疗养旅行也发展起来。诸如意大利人哥伦布发现美洲新大陆,葡萄牙人伽马发现绕过非洲南端的好望角通往印度的新航线,麦哲伦绕地球一周证明了地圆说,达尔文通过环球航行创立了进化论学说等。在这些旅行活动中,有的由侍从相随,有的途中雇用了向导。

由此可见,在古代时期的各种旅行中,已经产生了向导服务,不管提供这种服务的人的身份是独立的,还是附属于其主人,他们在旅行中所起的向导作用是毋庸置疑的。

产生向导服务的条件是:第一,社会生产力的发展为旅行活动的开展创造了前提,从而产生了对向导服务的需要;第二,私有制的出现使社会财富集中在一部分人手中,他们有能力承担或支付向导服务的费用。不过,这个时期的向导服务并不具有普遍的社会意义。因为在古代,整个社会生产力水平是低下的,旅行活动只是

社会中极少数人的行为,不仅参加旅行活动的人数很少,而且不少旅行活动对于社会并没有什么经济上的进步意义。诸如帝王将相的巡游、官员的调动等,其沿途开支均由各州县承担,对社会经济的发展没有任何推动作用。其次,这时的向导服务对提供者来说,一是具有偶然性,二是他们收受的只不过是游客赏赐的“盘缠”或“酒钱”(相当于现代的小费),人们不可能以此作为谋生的手段,更不能据此来养家糊口。因此,古代的向导服务受到社会经济条件的很大制约,同具有社会独立形态的现代导游服务存在着很大差别,不可能形成向导队伍。

二、近代时期的导游服务

随着资本主义生产关系的建立,特别是18世纪60年代,英国开始的资产阶级产业革命以及随后美国、法国、德国等西欧国家和日本相继于19世纪完成的产业革命,大大推进了生产力的发展和经济的繁荣。产业革命的结果一方面产生了一批新兴的资产所有者和大量的雇佣工人,使资产阶级的统治地位最终确立;另一方面新技术在工业中的应用大大推进了社会生产力的发展、商业贸易的繁荣、城市的兴起和交通运输工具的革新,使一批新兴的资产所有者积敛了大量资财,除满足自己和家庭的日常消费外,还产生了出外旅游享乐的需要;生产的发展、原材料供应和产品销售促使不同地区、不同国家之间贸易的蓬勃发展和人员往来的增加,交通工具的革新,火车、轮船的出现不仅运输速度快、运载量大,而且比马车时代更加舒适;城市的兴起,城市旅馆、铁路旅馆、餐馆、咖啡馆的发展既方便了当地居民,又方便了过往客商。这一切均为旅游活动的开展创造了有利条件。

正是在这种背景下,英国人托马斯·库克以其超人的智慧率先开始了组织旅游活动的生涯。最初他只是义务性的,1841年,他包租了一列火车,运送570人赴拉夫巴勒参加禁酒大会,往返行程22英里。随后他又组织了几次这样的活动,每次都亲自陪同。他机灵地悟出了一条使事业发展的路子,1845年成立了人类历史上第一家专门从事旅游活动组织和经营的旅行社,并于当年组织了350人从莱斯特到利物浦的包价旅游,旅游费用包括分属四家铁路公司的运输费、住宿费和游览途中卡那封城堡和斯诺登山的费用。为了方便这次旅游活动,库克不仅亲自陪同,而且在卡那封城堡和斯诺登山游览中聘请了地方导游。此后,他又组织了一系列在英国国内和赴欧洲、北美、非洲和环球旅游活动。在这些活动中,均配有全程导游服务。

到1864年,库克组织的旅游人数已达100多万,他的名字也就成了旅游的代名词,在英国和欧美地区家喻户晓。在库克成功经验的示范下,英国、欧洲、北美、日本先后组建了不少旅行社或其他旅游组织,招募陪同和导游,不仅促成了导游队

伍的形成,而且也使导游服务成为必须向旅游团提供的一项服务。

上述情况表明,这个时期的导游服务已经分成两种类型:一种是全程陪同服务,另一种是地方游览项目的讲解服务。前者不仅起着向导作用,而且还担负了旅游团的行程和生活照料工作;后者则是对当地游览项目进行导游和讲解。

近代时期既是导游服务的开创时期,也是现代导游服务的奠基时期,其所提供的导游服务在许多方面和现代导游服务是相同的或类似的。其次,旅行社招聘全程陪同和临时雇佣当地人员进行导游活动,又促使社会中一些人逐渐将导游工作作为一种职业来对待。所以,这个时期又是导游服务逐步走向职业化的时期。

三、现代时期的导游服务

第二次世界大战之后,特别是20世纪50年代以来,世界经济的稳步发展、居民收入的不断提高、余暇时间的增多、新的科学技术在旅游业中的应用、各国政府对发展旅游业的重视,为旅游活动的蓬勃发展创造了十分优越的条件,使旅游活动开始进入了千家万户。随着大众旅游的兴起,旅游对社会经济的影响也越来越大,旅游业已成为世界经济中一个重要的产业部门,为2亿多人提供了就业机会(其中包括为游客提供导游服务的人员)。

导游服务不仅为游客的旅游活动顺利进行提供了安全、可靠和便利的条件,而且也是一个国家或地区旅游产品从生产至消费转化中的重要一环。旅游消费不同于一般物质产品的消费,游客只能亲自到旅游目的地来进行消费,而且这种消费所消费的是一种综合性的无形产品——服务。游客到一个陌生的地方去消费,这种服务不借助导游人员的帮助是困难的。导游接待在旅游服务中占有极为重要的位置,正如旅游界许多人士所认为的那样,“导游服务是旅游服务中最重要的服务”,导游人员是“民间大使”,导游服务在不同地区、不同国家人民之间“架起了友谊的桥梁”。这些看法标示了战后以来,人们对现代导游服务的作用的认知有了质的飞跃。

导游服务在旅游服务中的重要性,导游人员队伍的不断扩大,使世界上许多国家对导游人员的执业资格、导游人员的选拔、教育和培训以及导游服务质量加强了管理,从而使现代时期的导游服务呈现了如下一些主要特征:

1. 导游服务职业化

战后以来,随着世界旅游业的不断发展,越来越多的人将导游作为一种谋生的手段而参加到导游队伍中来,使导游人员队伍迅速扩大。导游人员数量的增加和导游服务在旅游服务中的重要性,使得战后以来导游服务的地位逐步为社会所确认,导游服务逐渐成为社会诸多职业中的一种。20世纪70年代,西方一些发达国