

QUANGUO DAUYOU JICHU ZHISHI

# 全国导游基础知识

贵州省旅游局 编

【2010年版】



中国旅游出版社

# 全国导游基础知识

(2010年版)

贵州省旅游局 编

中国旅游出版社

责任编辑：殷 钰 郭海燕

装帧设计：赵 芳

责任印制：闫立中

---

**图书在版编目 (CIP) 数据**

全国导游基础知识/贵州省旅游局编. --北京:

中国旅游出版社, 2010. 8

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3994 - 6

I. ①全… II. ①贵… III. ①导游 - 资格考核 - 教材  
IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 153723 号

---

**书 名：**全国导游基础知识

**作 者：**贵州省旅游局

**出版发行：**中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cna. gov. cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

**排 版：**北京中文天地文化艺术有限公司

**经 销：**全国各地新华书店

**印 刷：**河北省三河市灵山红旗印刷厂

**版 次：**2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

**开 本：**850 毫米 × 1168 毫米 1/32

**印 张：**9.625

**印 数：**1 - 8000 册

**字 数：**228 千

**定 价：**23.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3994 - 6

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

# 贵州省全国导游资格考试培训 教材编写委员会

- 主 任 傅迎春
- 副 主 任 杨 俊 李三旗 陈国钧 李 光 李秀珍
- 成 员 蒋兴勇 丁蜀生 张鹏华 郑 旭 吴 迈  
王贵东 史静一 李 平 陈维莎 傅 瑜  
李 芳
- 办公室主任 蒋兴勇 史静一
- 主 编 李秀珍
- 执行副主编 蒋兴勇 史静一
- 编 务 人 员 何文化 杨 龙

## 本书编写人员

沙 润 王 芳 王 丽 余子萍 沈红娣 赵中华

# 总 序

贵州省旅游局局长 傅迎春

作为 21 世纪最具活力的新兴产业，旅游业被誉为永不衰落的“朝阳产业”。贵州作为我国旅游资源富省之一，工业化进程中旅游视角下的生态环境良好，自然景观、民族文化、历史古迹和气候资源禀赋独特，把贵州打造成吸引全世界眼球的旅游休闲目的地，“多彩贵州”日益彰显出独有的优势和潜力。

近年来，省委、省政府从“欠发达、欠开发”的基本省情出发，始终把旅游业作为第三产业的“龙头”加快发展，积极构建“五位一体”（旅游、宣传、文化、体育、农业）旅游发展新格局，创新发展模式，调整产业结构，实施精品战略，加大宣传力度，强化基础设施建设，提升旅游管理水平，旅游产业经济总量不断增长，在“保护一方山水、促进一方经济、造福一方百姓、传承一方文化、推动一方发展”中作用进一步增强，旅游业为贵州经济社会发展历史性跨越作出了积极贡献。

国务院《关于加快发展旅游业的意见》提出“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”，对贵州旅游产业来说，无疑迎来一个前所未有的重要发展期和黄金机遇期。新形势、新任务下，转变旅游发展方式，调整旅游产业结构，推动产业转型升级，对进一步加快旅游人才队伍建设提出了新的更高要求。

导游是旅游从业人员“三支队伍”中的重要组成部分，是

旅游产业发展的实践者和推动者，是先进文化的传播者。截至2009年年底，全省取得导游资格证书的导游有9016人，占全省旅游直接从业人数的6%。认真按照省委领导提出的“把导游培训作为培育壮大旅游产业的基础工程来抓”的目标要求，培养和造就一支诚实守信、爱岗敬业、业务精湛、服务规范、执业文明的高素质导游队伍，是贵州旅游业转变发展方式，推动产业转型升级的关键，是加快建设旅游大省、实现旅游业历史性跨越的需要。

为适应新形势旅游业发展要求，省旅游局立足导游人才队伍建设大局，从夯实教育基础性工作入手，从专业要求和导游职业实际需求入手，在2005年版导游资格考试培训系列教材的基础上，历时半年时间，组织专家进行修订完善，丛书涵括《政策法规与职业道德》、《贵州导游基础知识》、《全国导游基础知识》、《导游业务》、《贵州导游现场考试指南》等五本教材，并首次在全国公开出版发行。这套丛书融纳最新信息，突出本土特色，强调权威实用，集专业性、指导性、操作性于一体，是导游人员从事导游接待的规范读本，是旅游业者和社会各界了解贵州旅游发展的指南，也是省内旅游院校重要的基础辅导资料。相信丛书的付梓出版，对加大我省旅游资源宣传力度，加强旅游服务质量体系建设，加快旅游业又好又快发展必将起到强有力的推动作用。

这套导游资格考试培训系列教材，得到了北京第二外国语学院等院校和国内资深旅游专家学者的鼎力相助，省内专家及旅游业内人士也付出了辛勤的劳动，在此，谨向各位老师、专家和同志们表示诚挚的谢意。

是为序。

2010年7月10日于贵阳

# 目 录

第一章 旅游业概述 .....	1
第一节 旅游活动 .....	1
一、旅游的概念 .....	1
二、旅游的产生与发展 .....	2
三、旅游活动的基本要素 .....	3
第二节 旅游业 .....	6
一、旅游业的构成 .....	6
二、旅游业对目的地的作用 .....	6
三、中国旅游业的发展 .....	9
第三节 旅游发展的新业态 .....	11
一、红色旅游 .....	11
二、生态旅游 .....	15
第四节 旅游市场 .....	18
一、旅游市场及其构成 .....	18
二、国际旅游市场 .....	18
三、中国旅游市场 .....	20
第五节 旅游组织 .....	21
一、旅游组织及其职能 .....	21
二、国际性旅游组织 .....	22
三、中国旅游组织 .....	23

<b>第二章 中国历史文化简述</b> .....	24
<b>第一节 中国发展简史</b> .....	24
一、原始社会时期 .....	24
二、夏、商、西周时期 .....	26
三、春秋战国时期 .....	28
四、秦汉至南北朝时期 .....	30
五、隋唐宋元时期 .....	35
六、明清（至1840年）时期 .....	41
七、鸦片战争至1949年 .....	43
八、新中国成立六十年 .....	46
<b>第二节 中国历史文化常识</b> .....	48
一、皇帝与皇权 .....	48
二、科举 .....	54
三、年节、岁时、历法 .....	55
四、阴阳、五行、八卦 .....	58
<b>第三章 中国自然景观</b> .....	61
<b>第一节 山地景观</b> .....	61
一、概述 .....	61
二、喀斯特（岩溶）地貌景观 .....	63
三、花岗岩山地景观 .....	66
四、丹霞景观 .....	67
五、其他主要山地景观 .....	68
<b>第二节 水域景观</b> .....	72
一、概述 .....	72
二、江河景观 .....	73
三、湖泊景观 .....	74
四、海洋景观 .....	75



---

五、瀑和泉 .....	78
第三节 天气景观 .....	81
一、我国的气候 .....	82
二、天气景观 .....	83
第四节 生物景观 .....	85
一、植物景观 .....	85
二、观赏动物 .....	88
第四章 中国的四大宗教 .....	90
第一节 概述 .....	90
一、中国宗教信仰的特点 .....	90
二、中国的宗教政策 .....	91
第二节 佛教 .....	92
一、佛教的创立 .....	92
二、佛教的教义和经典 .....	93
三、佛教的传播及其在中国的发展 .....	95
四、中国佛教寺院的布局及主要供奉的对象 .....	97
五、佛教礼仪和节日 .....	103
六、中国佛教名胜 .....	105
第三节 道教 .....	108
一、道教的创立与发展 .....	109
二、道教的教义、经典和仪式 .....	110
三、道教宫观及主要供奉的对象 .....	112
四、中国道教名胜 .....	115
第四节 伊斯兰教 .....	116
一、伊斯兰教的产生及传播 .....	116
二、伊斯兰教的经典和标记 .....	117
三、伊斯兰教的教职称谓、节日及饮食禁忌 .....	118

四、清真寺建筑和中国的主要清真寺 .....	119
第五节 基督教 .....	120
一、基督教的产生与教派形成 .....	121
二、基督教的教义及其在中国的传播 .....	122
三、基督教的经典和主要节日 .....	123
四、教堂建筑和中国的主要教堂 .....	123
第五章 中国的民族及民俗 .....	126
第一节 概述 .....	126
一、中国的民族 .....	126
二、中国的民俗 .....	127
第二节 汉族民俗 .....	128
一、汉族的形成 .....	128
二、汉族的语言和宗教 .....	129
三、汉族的民居 .....	129
四、汉族的服饰 .....	130
五、汉族的饮食 .....	130
六、汉族的节庆民俗 .....	131
第三节 旅游涉及的主要少数民族民俗 .....	132
一、北方地区主要少数民族 .....	132
二、中南地区主要少数民族 .....	141
三、西南地区主要少数民族 .....	145
第六章 中国城市与建筑 .....	158
第一节 中国古代城市和历史文化名城 .....	158
一、古代城市的特点 .....	158
二、中国古代城市布局的沿革 .....	159
三、历史文化名城 .....	160
第二节 中国古代建筑 .....	162

---

一、概述 .....	162
二、宫殿与坛庙 .....	170
三、陵墓建筑 .....	176
四、传统民居 .....	184
五、其他著名古代建筑 .....	187
第三节 现代城市和建筑 .....	195
一、现代城市的发展与类型 .....	195
二、现代建筑概述 .....	197
三、中国当代主要标志性建筑 .....	202
<b>第七章 中国古典园林和现代主题公园 .....</b>	<b>205</b>
第一节 中国古典园林 .....	205
一、起源、特色与分类 .....	205
二、构景要素 .....	210
三、造园手法 .....	218
四、中国现存著名的古典园林 .....	220
第二节 现代主题公园 .....	222
一、概述 .....	222
二、主题公园的选址与类型 .....	224
三、我国重要的主题公园 .....	226
<b>第八章 中国饮食文化和地方特产 .....</b>	<b>228</b>
第一节 中国烹饪风味流派 .....	228
一、地方菜系 .....	229
二、宫廷菜 .....	233
三、素菜 .....	234
四、药膳 .....	234
第二节 中国名酒与中国名茶 .....	235
一、中国名酒 .....	235

二、中国名茶 .....	239
第三节 地方特产 .....	241
一、中药 .....	241
二、陶瓷 .....	245
三、丝织刺绣 .....	248
四、雕刻 .....	250
五、其他主要工艺产品 .....	253
第九章 中国旅游文学和传统书画知识 .....	257
第一节 对联 .....	257
一、起源与发展 .....	257
二、分类、特点与格式 .....	259
第二节 诗词 .....	266
一、诗词基本知识 .....	266
二、山水名胜诗词选 .....	268
第三节 小说、散文游记 .....	274
一、小说 .....	274
二、散文游记 .....	275
第四节 中国传统书画艺术 .....	277
一、文房四宝 .....	277
二、中国画 .....	279
三、书法 .....	282
主要参考文献与网站 .....	285
附录一 中国的历史文化名城 .....	286
附录二 中国的世界遗产 .....	288
附录三 入选联合国教科文组织“人类口述和非物质 遗产代表作”的中国项目 .....	291
后 记 .....	293

# 第一章 旅游业概述

## 第一节 旅游活动

### 一、旅游的概念

根据世界旅游组织的定义，旅游是指人们为休闲、商务或其他目的离开惯常环境，到其他地方访问，连续停留时间不超过一年的活动。

这里的“惯常环境”包括居住地附近的地方和人们经常去的地方。离居住地很近的地方，即使很少去，也属惯常环境；人们常去的地方，即使离居住地很远，如某人的第二住房，仍然属于惯常环境。

旅游目的大致可分为六大类，即休闲、娱乐、度假类；探亲访友类；商务、专业访问类；康体养生类；宗教文化类；其他类。一次旅游有时也可以包含多种目的。

#### （一）休闲、娱乐、度假类

包括观光旅游、度假旅游、娱乐旅游等。

#### （二）探亲访友类

这是一种以到旅游目的地走访亲友为主要目的的旅游活动。在此过程中，游客顺便观光游览。

### （三）商务、专业访问类

这类旅游活动同游客个人职业或所在单位的经济活动相关联，主要有商务旅游、公务旅游、会议旅游、修学旅游、科考旅游、专项旅游和奖励旅游等。

### （四）康体养生类

主要有体育旅游、保健旅游和生态旅游。这种类型的旅游活动强调健康、舒适、环保的理念，契合低碳旅游发展方向。

### （五）宗教文化类

宗教文化旅游是一种以体验宗教文化、朝拜、传经布道为目的的旅游活动。

### （六）其他类

包括未列入上述各类的旅游活动，如过境旅游、探险旅游、海上出境旅游等。

按照时间，旅游可分为过夜游和一日游。过夜游是指在旅游目的地的住宿设施内至少停留一夜的旅游活动。一日游是指在旅游目的地的住宿设施过夜的旅游活动。

此外，旅游活动还可以按距离、组织形式、计价方式、费用来源和旅游方式等来划分。

## 二、旅游的产生与发展

人们有意识地外出旅行最初是由产品或商品交换引起的。随着三次社会大分工的出现、私有制的产生，生产的产品出现了剩余，产生了商品交换，形成了对旅行经商和出外交换产品的需要。它始于原始社会末期，在奴隶社会得到了迅速发展。在封建社会时期，商品生产和商品交换的范围和规模进一步扩大，使经商旅行有了新的发展。与此同时，各种非经济目的的旅行活动，如帝王将相的巡游、文人墨客的漫游、宗教信徒的朝圣等活动也相继开展，但由于参加的人数很少，不具有普遍

的社会意义。

到了19世纪,产业革命加速了社会经济的发展和城市化的进程,促进了科学技术的进步,火车、轮船的出现,使大规模的人员流动成为可能。19世纪中期,英国人托马斯·库克创办了世界上第一家旅行社,专门经营旅行业务。随后在欧洲其他国家和美国也成立了类似的旅行机构。此时旅行的发展才开始在许多方面具有了旅游的特点。

19世纪末内燃机的发明,不仅使汽车数量大量增加,更重要的是促成了飞机的发明。第二次世界大战后,世界经济迅速发展,人们收入不断提高,带薪假日在西方国家普及,加上喷气式客机用于民航和各国政府对旅游业的支持,出现了“大众旅游”的新局面。

综上所述,旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物,并非有了人类就有了旅游。其基础条件是人类意识的发展,精神需求的提高和社会、经济、科技、文化的发展进步。

### 三、旅游活动的基本要素

#### (一) 构成要素

##### 1. 游客——旅游活动的主体

游客是指任何一个到惯常环境以外的地方去旅游,连续停留不超过12个月,主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人。要成为游客,必须具备三个基本条件:旅游动机、可自由支配收入和空闲时间。

游客分为旅游者和一日游游客两类。

旅游者是指任何一个到他惯常环境以外的地方去旅行,其停留时间在24小时以上、一年以内,主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人。也称过夜游客,即游客中那些在访问地或访问国的住宿设施中过夜的人。

一日游游客是指那些不在访问地或访问国集体或私人的住宿设施中过夜的游客。一日游游客主要分为三类:

第一类是从惯常居住地出发并于同日返回的人;

第二类是从目的地地区或国家来的一日游游客,即那些在目的地地区或国家停留然而又不过夜的过境客人;

第三类是乘坐游船到达某一地区或国家的人,即使游船在港口停留几天,然而船上乘客每天均回船上过夜,他们对所访问的地区或国家来说均是一日游游客。

## 2. 旅游吸引物——旅游活动的客体

旅游吸引物是指自然界和人类社会中凡能对游客产生吸引力的各种事物和因素。主要表现为旅游目的地的旅游资源。

### (1) 旅游资源的概念及其特征

旅游资源是指自然界和人类社会中凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业所开发利用,并能产生经济效益、社会效益、环境效益的各种事物和因素。

旅游资源的本质特征是对游客具有吸引力。吸引力的大小取决于旅游资源固有的质量和所处的地理位置。旅游资源固有质量是指旅游资源本身的特色及旅游市场对它的认知。特色越浓,认知的程度越高,对游客的吸引力越强。旅游资源所处的地理位置是指它所在的地点距离客源地区的远近及可进入的便利程度。

### (2) 旅游资源分类

旅游资源包括的范围很广,种类繁多。从宏观的角度看,可分为自然旅游资源和人文旅游资源。《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972 - 2003)依据旅游资源的性状(即现存状况、形态、特性、特征)又进一步划分出八大类型。

自然旅游资源是在亿万年自然地理环境的演变之中形成的具有旅游功能的事物和因素。自然旅游资源分为四大类,即地文景观类、水域风光类、生物景观类和天象与气候景观类。



人文旅游资源是人类创造的，反映各时代各民族政治、经济、文化和社会风俗民情状况，具有旅游功能的事物和因素。它也分为四大类，即遗址遗迹类、建筑与设施类、旅游商品类和人文活动类。

### 3. 旅游服务及其设施——旅游活动的媒介

旅游服务是指旅游目的地旅游行业的人员以一定的物质资料为凭借，为满足游客在旅游活动过程中的各种需求而提供的服务。

旅游设施是指旅游目的地旅游行业的人员向游客提供服务时依托的各项物质设施和设备。它包括交通运输设施、食宿接待设施、游览娱乐设施和旅游购物设施等。

旅游服务及其相应的设施是连接旅游活动主体和客体的纽带。

#### (二) 活动要素

按照内容，可以把旅游活动分为“食、住、行、游、购、娱”六个基本环节，这是安排旅游活动时必须考虑的六个要点。

“食”是首要的。“民以食为天”，餐饮是旅游者的基本旅游活动之一，餐饮服务质量关联到旅游产品的质量。对旅游者来说，用餐不仅仅是填饱肚子的问题，还是一种精神享受。

“住”是旅游的保障。没有舒适安全的住宿条件，旅游难以进行下去。

“行”是关键。交通承担着旅游者空间位移的任务，不仅要解决旅游者往来不同旅游点之间的空间距离问题，更重要的是解决其中的时间距离问题。有些时候，“行”与“游”相互重叠，“行”的过程即是“游”的过程，如现代大型邮轮旅游。

“游”是核心。重点在于寻求美、探索美、欣赏美、享受美，最终完成领悟大自然、接受先人信息的审美体验。所以，“游”不仅是“看热闹”，更要学会“看门道”。

“购”是游中乐趣。旅游者常常因购置了称心如意的物品而难忘旅程，也会为没有得到有纪念价值的商品而沮丧。引导旅