

高职高专旅游及餐饮管理类专业规划教材

导游实务与技巧

周柳 主编

- ◎依据旅行社典型导游岗位工作过程和工作内容来设计，采用项目导向、任务驱动的体例进行编写，充分考虑每个工作任务的关联性和相对独立性。
- ◎通过真实案例带领读者进入到工作情境中，在工作任务的驱动下，循序渐进、有目的地学习相关知识和技能，有针对性地解决实际工作问题。



电子课件



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

高职高专旅游及餐饮管理类专业规划教材

导游实务与技巧

主 编 周 柳

副主编 陈 菲

参 编 黄咏柔 凌莉丽

机 械 工 业 出 版 社

本书依据旅行社典型导游岗位工作过程和工作内容来设计,采用项目导向、任务驱动的体例进行编写,充分考虑每个工作任务的关联性和相对独立性,通过真实案例带领读者进入到工作情境中,在工作任务的驱动下,循序渐进、有目的地学习相关知识和技能,有针对性地解决实际工作问题。全书共分为8个项目,分别是导游认知、导游基础准备、地陪导游服务程序与内容、全陪导游服务程序与内容、出境领队规范服务程序与内容、导游讲解技法、导游应变技能、典型旅游景观导游讲解。每个项目又分为若干任务。本书体现出鲜明的实践特色与时代气息,突出职业性、实用性和针对性。

本书可作为高职高专和应用型本科院校旅游管理及相关专业教学用书,也可作为旅游管理、导游、酒店管理等相关专业的参考用书,还可作为导游人员培训用书及等级考试复习参考用书。

为方便教学,本书配备电子课件等教学资源。凡选用本书作为教材的教师均可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载。如有问题请致信 cmpgaozhi@sina.com,或致电 010-88379375 联系营销人员。

图书在版编目(CIP)数据

导游实务与技巧/周柳主编. —北京:机械工业出版社, 2011.1

高职高专旅游及餐饮管理类专业规划教材

ISBN 978-7-111-33224-4

I. ①导… II. ①周… III. ①导游—高等学校:技术学校—教材
IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第013239号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:徐春涛 责任编辑:徐春涛

封面设计:马精明 责任印制:杨曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2011年2月第1版第1次印刷

184mm×260mm·15.25印张·371千字

0 001—4 000册

标准书号:ISBN 978-7-111-33224-4

定价:28.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者服务部:(010) 68993821

封面无防伪标均为盗版

前 言

随着我国经济的快速发展和社会的全面进步，旅游已经成为现代人类社会一种不可或缺的生活方式。2009 年 12 月 1 日，国务院办公厅发布了《国务院关于加快发展旅游业的意见》，明确指出“要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。”这标志着我国旅游业又进入了一个新的发展时期。

导游人员是旅游接待第一线的关键人员，在旅游者实现其旅游目的方面有着不可替代的作用。改革开放以来，我国导游人员数量出现了快速增长，至 2009 年底，全国导游人员总数达到 52.87 万人。虽然在庞大的导游队伍中不乏爱岗敬业、舍身为客的优秀导游员，但导游人员整体素质还普遍偏低。高质量的导游服务需要高质量的导游人才，培养高质量导游人才是各类旅游院校迫在眉睫的重要任务，有效的教学和高质量的教材是培养高质量导游人才的有力保障。这本《导游实务与技巧》是编者结合多年教学经验，在长年深入旅行社和导游一线工作岗位，并亲身体验、跟踪、调查研究的基础上写成的，是校企合作和高职教材改革的重要成果之一。

本书完全依据旅行社典型导游岗位工作过程和工作内容来设计，采用项目导向、任务驱动的体例进行编写，充分考虑每个工作任务的关联性和相对独立性，通过真实案例带领读者进入到工作情境中，在工作任务的驱动下，循序渐进、有目的地学习相关知识和技能，有针对性地解决实际工作问题。本书体现出鲜明的实践特色与时代气息，突出职业性、实用性和针对性。

本书由广州城市职业学院周柳担任主编，负责大纲设计和统稿工作。具体编写分工如下：周柳负责项目 1、2、3、4、5、8 的编写；陈菲负责项目 6、7 的编写；黄咏柔和凌莉丽参与了部分项目的编写工作。

广东省旅游局培训中心、广之旅对本书的编写给予了大力支持，为本书提供了大量源自行业一线的真实案例，同时本书还借鉴与采纳了同行的许多成果，无法一一列举，在此一并表示诚挚的谢意！

本书的编写获得了广州城市职业学院的教研项目资助，学院领导给予了高度关注和大力支持，在此谨致感谢！

由于旅游业是一个不断变化的行业，导游服务是一个值得深入研究与探讨的课题，虽然我们力求反映最新的行业动态和理论成果，但书中疏漏和不当之处在所难免，恳请同行专家、学者、广大师生和旅游界的朋友批评指正。

编 者

目 录

前言

项目 1 导游认知	1
任务 1 走进导游业	1
任务 2 如何成为一名导游	16
项目 2 导游基础准备	27
任务 1 导游语言准备	27
任务 2 导游形象与常用工具使用	43
任务 3 导游心理准备	49
项目 3 地陪导游服务程序与内容	55
任务 1 地陪服务准备	55
任务 2 地陪迎接服务	63
任务 3 入住饭店服务	72
任务 4 核对商定日程服务	78
任务 5 参观游览服务	81
任务 6 餐饮服务	87
任务 7 导购服务	94
任务 8 送站服务	97
任务 9 善后工作	102
项目 4 全陪导游服务程序与内容	105
任务 1 全陪服务准备	105
任务 2 首站接团服务	109
任务 3 进驻饭店服务与核对商定旅游活动日程	112
任务 4 各站服务	114
任务 5 途中服务	117
任务 6 离站与末站服务	121
任务 7 后续工作	123
项目 5 出境领队规范服务程序与内容	126
任务 1 出团前的工作准备	126
任务 2 出入境知识与技巧	134
任务 3 境外游览服务	141
任务 4 散团后的善后工作	149

项目 6 导游讲解技法	153
任务 1 导游讲解的常用方法.....	153
任务 2 导游讲解风格的培养.....	167
项目 7 导游应变技能	172
任务 1 漏接、空接、错接事故的预防与处理.....	172
任务 2 误机（车、船）事故的预防与处理.....	176
任务 3 旅游安全事故的预防与处理.....	178
任务 4 旅游者遗失证件、钱物、行李的预防与处理.....	181
任务 5 旅游者走失的预防与处理.....	186
任务 6 旅途中常见急救护理知识的运用.....	189
项目 8 典型旅游景观导游讲解	197
任务 1 地质地貌景观导游.....	197
任务 2 水域景观导游.....	206
任务 3 古建筑导游.....	211
任务 4 佛寺道观导游.....	220
任务 5 民族文化与民俗风情导游.....	228
参考文献	235

项 目 1

导 游 认 知

任务 1 走进导游业



任务目标

- 了解导游服务的产生和发展趋势。
- 熟悉导游服务的概念、性质、特点、地位。
- 掌握提供导游服务的原则和导游人员应具备的素质要求。
- 具备运用基本的导游服务知识进行导游事件分析的能力。



任务引入

任务 1-1

2005 年 8 月 28 日下午，湖南省湘潭市 23 岁的女导游员文花枝带领某旅游团一行 28 人赴延安旅游，乘坐的旅游大巴车在陕西洛川县境内发生严重交通事故，造成 6 人死亡，14 人重伤，8 人轻伤。事故发生时，文花枝左腿严重受伤，九处骨折，胫骨断裂，腰部以下被卡在座位里，不能动弹。危急关头，文花枝从容镇定，一边报警求救，一边安慰惊慌的游客。当救援人员到达后，她对施救人员说：“我是导游，后面都是我的游客，请你们先救游客。”就这样，文花枝强忍剧痛近两个小时，直到最后一名游客被送上救护车，她才接受救援。由于耽误了最佳救治时机，最终导致左腿高位截肢。如今，坐在轮椅上的文花枝虽然身处逆境，但她依然笑对人生，以积极乐观的心态感染着周围每一个人。

任务 1-2

周家文，一名从事导游工作 25 年的资深导游员，2005 年，他参与组建九江龙之旅旅行社，并出任副总经理，同时兼任导游部经理，还担任九江市导游协会副会长。

20 世纪 80 年代，周家文辞掉原来的工作，当上了导游。1994 年，周家文成为九江中

国旅行社的一名专职导游员。当导游后，周家文将自己曾学习到的评书艺术与导游讲解相结合，自创了独特的“周式评书体导游词”，深受游客喜爱。很多听过他讲解的游客评价说：“周导的讲解，娓娓道来、朗朗上口，抑扬顿挫、韵味十足，跟听评书一样，真是一种享受。”周家文对自己有一个特别的要求：“讲庐山，客人不捧腹大笑我不甘心；讲井冈山，客人不流泪我不下山。”他始终奉行一个宗旨，那就是全心全意为游客服务，不计较个人得失，用他的话来说，就是“不管口袋有没有，只要客人笑着走”。

多年来，周导细心了解全国各地人们的生活习惯、性格特点、兴趣爱好等，巧妙地运用于导游活动中。在带北方团队的时候，有些景区没有面食供应，他经常从市区购买馒头、包子带到景点，当客人用餐时看到热腾腾的面食时，无不惊喜万分。

25年的导游之路，周家文越走越精神，越走越欢畅。他深情地说道：“虽然我已快60岁了，但我还是愿意把导游这碗‘青春饭’吃到老！”

任务 1-3

2007年4月1日，吉林导游徐某带领某旅游团队一行40人到丽江旅游，因地陪彭某改变行程领客人游览古城四方街，途中客人走散，徐某与彭某发生争执。当彭某离开后，徐某走进四方街一家商店，抢到一把匕首，在刺伤店主之后又持刀刺伤游客及路人19人。20名受害人中，重伤1人，轻伤3人，轻微伤15人，未达轻微伤1人。这起震惊全国的导游丽江杀人案在丽江市中级人民法院公开开庭审理时，徐某是否有精神病成为控辩双方争论的焦点，法院委托权威机构对徐某进行了重新鉴定，鉴定结论显示其患有旅行性精神病。

通过以上三个案例，请讨论导游服务的特点、原则与导游人员应具备的素质。



任务分析

通过对以上三个案例的分析讨论，要让学生明白什么是导游服务，导游服务的性质、特点、地位，导游服务在整个旅游接待中的作用，以及做一名合格导游人员所必须掌握的服务原则和应具备的素质要求。



相关知识

一、导游服务的概念

导游服务是指导游人员受旅行社委派，代表旅行社按计划组织协调旅游活动，包括提供接待、咨询服务，陪同旅游者参观游览，讲解旅游景点及其相关知识，安排旅游者生活及活动等工作。导游服务的目的是满足旅游者求新、求奇、求知的愿望和旅游生活的相关需要，从而带给旅游者一次完美的旅游历程。

导游服务概念的内涵包括以下几个方面：

(1) 导游人员是旅行社委派的，可以是专职的，也可以是兼职的。未受旅行社委派的导游人员即使取得导游证，也不得私自接待旅游者。

(2) 导游人员的主要业务是接待旅游者,既包括在旅游者出游前向其提供接待、咨询服务,也包括在陪同旅游者旅行、游览过程中向其提供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,对于团体游客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或减少甚至取消旅游项目,也不得降低导游服务质量标准。

导游服务是整个旅游过程中的灵魂,导游人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,不仅会对游客综合的旅游感受形成最直接的影响,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、导游服务的产生和发展

随着经济的发展、现代交通工具的出现以及人类社会层次的不断提高,产生了商业性旅游活动。人们从一地到另一地旅游有诸多不便,导游这一职业便应运而生,进而出现了专门为人们出游服务的旅行社。可以说,导游服务是随着消遣型旅游活动的出现而产生的,并随着旅游业的不断兴旺发达而日趋成熟。

1. 古代旅游活动

人类社会由原始社会进入奴隶社会,生产力的发展所带来的劳动剩余物归奴隶主所有,他们已不再满足生活起居上的享乐,而开始了以巡视、巡游为名义的享乐旅行。在旅行中,其臣仆簇拥前后,除随时侍奉外,实际上也起着旅行向导的作用。到了封建社会,经济的进一步发展和交通条件的改善,除帝王将相巡游外,士人、学子也开始漫游,特别是在封建社会的中后期,以求学为目的的教育旅行、以保健为目的的疗养旅行、以探险为目的的航海旅行、以经商为目的的跨国旅行等发展了起来。在这些旅行活动中,往往配有熟悉路途的人做向导,他们不仅引路,还能介绍沿途的名胜、景点和当地的风俗民情,所提供的服务在某些方面已有些类似于现代的导游服务。但由于参加旅行活动的人数不多,旅行活动的规模不大,当向导的机会很少,所以那些当向导的人不可能以此为生,他们收受的只不过是游客赏赐的“盘缠”和“酒钱”(类似于现代的“小费”),最多只够作家庭补贴之用。总之,在古代的旅行活动中,虽然产生了向导,提供了初期的导游服务,但是其偶然性的成分很大,难以产生向导队伍。

2. 商业性导游服务的产生

资本主义生产关系的建立,特别是18世纪60年代英国开始的产业革命以及随后美、法、德、日在19世纪完成的产业革命,大大促进了生产力的发展和经济的繁荣。产业革命一方面带来了阶级关系的变化,产生了一批新兴的、富有的资产阶级,使大量农村人口流入城市成为雇工;另一方面加速了科学技术在工业中的应用,特别是蒸汽机技术在交通运输中的应用,出现了速度快、运载量大的火车和轮船,从而使这个时期的旅游活动获得了突破性的发展。

世界公认的第一次商业性旅游是由英国入托马斯·库克(Thomas Cook)组织的。1841年7月5日,托马斯·库克包租了一列火车,成功运送了570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会,往返行程22英里,团体收费每人1先令,免费提供带火腿肉的午餐及小吃,还有一个唱赞美歌的乐队跟随。这次旅行成为公认的近代旅游活动的开端。在这次旅游活动中,库克自始至终随团陪同照顾,可以说是现代旅行社全程陪同的最早体现。

1845年,托马斯·库克正式开始从事旅行代理业务,并在当年夏季组织了350人从莱斯特到利物浦的包价旅游。为了这次去利物浦的旅游活动,托马斯·库克亲自考察了旅游线路,确定沿途的游览点,与各地客栈老板商定旅客的吃住等事宜,回来后,整理出版了《利物浦之行手册》,一路上亲自随团陪同导游并在多处雇用了地方导游。在这次旅游活动中出现了商业性的导游人员。

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——近代旅游业从此诞生。

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。后来,欧洲及北美诸国和日本纷纷效仿库克组织旅游活动的成功模式,先后组建了旅行社或类似的旅游组织,招募陪同或导游,带团在国内外参观游览。这样,在世界上逐渐形成了导游队伍。第二次世界大战后,大规模的群众性旅游活动崛起并得到发展,使导游队伍迅速扩大。到目前为止,几乎世界各国都拥有一大批优秀的专职和兼职导游队伍。由此可见,专业导游队伍是在旅行社产生之后逐步形成和发展起来的。

3. 我国导游队伍状况

我国的导游人员队伍是在20世纪80年代以后,随着现代旅游事业的发展而从小到大逐步建立起来的,并在近年来呈现出快速增长的趋势。至2009年底,全国拥有导游资格证书的人数已达52.87万人,其中30岁以下者占80%,大专及以下学历者占80%。我国导游人员队伍呈现年轻化,平均学历偏低,与世界旅游发达国家相比较,我国导游人员在素质上尚存在很大的差距,还不能适应和满足当前我国现代旅游事业持续、快速、健康发展的形势和需要。

目前,我国导游人员的薪酬机制、激励机制和劳动保障制度等尚不健全,部分导游人员有工作却没有工资,致使其没有基本的生活保障;一些旅行社除不给导游工资外,还向导游人员收取人头费转卖游客,导致“零团费”和“负团费”现象屡见不鲜。不少导游人员在无工资等相应保障的情况下,为了生存,只能采取降低服务标准、强制顾客购物等“非常”手段,从而大大损害了导游人员在人们心目中的形象。这也说明我国导游人员整体素质的确尚不尽如人意。

三、导游服务的类型

导游服务的类型,是指导游人员向游客介绍所游地区或地点情况的方式。现代导游服务方式大致可分为两大类:实地口语导游方式和物化导游方式(其中包括多媒体导游方式)。

1. 实地口语导游方式

实地口语导游方式,亦称讲解导游方式,是指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。实地讲解导游是目前主要的导游方式,不仅不会被其他导游方式所替代,而且在导游服务中将永远处于主导地位,这是因为:

(1) 有利于旅游活动中的人际交往和情感交流 游客在旅游过程中除了观赏、愉悦身心外,还参加了寻求异域文化的社会活动,需要交往和交流,而导游人员在讲解和服务过程中,不仅使游客对当地风俗和居民情况产生了直观印象,而且还增进了人们直接的了解

和情感交流。

(2) 有利于提供个性化导游服务 导游人员在服务中会遇到各种各样的旅游者,他们的社会背景不同,知识层次不同,旅游动机也不相同。导游讲解贵在灵活、妙在变化,单纯依靠图文声像一类千篇一律的固定模式介绍旅游景点,是不可能满足不同游客需求的。导游人员通过与游客面对面的沟通,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,使每位游客在旅游活动中都有所收获。

(3) 有利于及时解决各种问题 现场导游情况纷繁复杂,旅游过程中,随时有游客提出各自感兴趣的,甚至稀奇古怪的问题和要求,随时都可能发生无法预料的事件。这些情况都需要导游人员沉着应对,妥善处理。通过实地讲解导游服务,可以及时解决和处理各种突发事件,这是物化导游方式所无法替代的。

2. 物化导游方式

物化导游方式分图文导游方式、声像导游方式和多媒体导游方式三种。

(1) 图文导游方式 图文导游方式包括各种导游图、交通图、各种旅游指南(如宣传册、画册、产品介绍、路标指南等)。这种方式简明、方便、图文并茂、制作价廉快捷,能起到良好的导游作用。一些文学诗词作品也会起到指导出行游览的作用。

(2) 声像导游方式 声像导游方式包括影片、录像、幻灯片等,可通过声音、影像给游客以深刻的印象,帮助游客了解旅游目的地的概况,起到导游的效果。声像导游的影片、录像一般多采取音乐伴随解说的方式,用画面和画外音来达到导游的效果。声像导游方式在重大参观项目、旅游博览会和大型旅游活动中常用。

在旅游业发达的国家和地区,人们极为重视图文声像导游。在各大中城市中的旅游景点以及机场、火车站、码头等处都有旅游服务中心或旅游问询处,那里摆满了各种印刷精美的旅游宣传资料,方便游人参观游览并帮助他们比较深刻、全面地理解和欣赏重要景观,从而获得更多美的享受。

(3) 多媒体导游方式 这是一种利用计算机和现代通信技术开发的导游方式,发展非常迅速。多媒体导游方式的特点是充分利用各种传输媒体,与旅游者进行双向交流。例如,游客可以利用旅游咨询处或公共场所的多媒体信息查询系统,根据自己的喜好、闲暇时间、经济状况,通过计算机键盘、触摸屏等在旅游信息数据库中进行查询、交流、组合以及购买旅游产品。从广义上说,互联网上的旅游网站就是很不错的多媒体导游系统。

概括起来,物化导游方式由于充分利用了高科技手段,使得导游信息既多又快,对旅游者来说十分方便。它还可以解决许多以往无法解决的问题,比如游客出游前,可以通过互联网在家里事先安排好线路、食宿和机票等事宜,并在网上预先详细了解目的地的风俗民情和注意事项等。尽管如此,同实地口语导游方式相比,物化导游方式仍然处于从属地位,只能起着减轻导游人员负担、辅助实地口语导游方式的作用。

四、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. 服务性

导游服务是一项服务性很强的工作,与第三产业的其他服务一样,属于非生产劳动,它通过提供一定的劳务活动,如翻译、导游讲解、旅行生活服务等,来满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需求。由于导游服务是旅游产品的组成部分,其服务性更加重要和特殊。第一,导游的服务对象是大众旅游者,包括不同国籍、民族、年龄、性别和社会不同层次、文化程度、性格习惯的旅游者。第二,导游的服务时间较长,地域空间广大。导游服务的范围包括吃、住、行、游、购、娱等方面,涉及面之广是其他行业所比不上的。第三,导游服务的知识和技能要求很高、很宽,不同于其他的旅游业务。导游员陪同游客从一个景区到另一个景区,要具备渊博的知识,要有熟练的语言表达能力,要有一定的组织、协调和控制能力,还要有良好的心理承受能力和应变能力。此外,导游人员还要充当各种不同角色,如在外宾面前,作为中国人,导游员是主人;作为旅游团的一分子,导游员是游客利益的代表;作为导游员,他又要引导好、服务好整个团队,即扮演着服务员的角色。所以,导游服务是复杂的高技能服务。

2. 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。在商品经济条件下,这种劳动通过交换而具有交换价值,在市场上表现为价格,通过引导游客,照料游客,满足游客相应的旅游需求,实现旅游企业的经济目标,获取相应的个人经济收入,体现个人价值和社会价值。因此,导游工作具有经济性。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。由此可见,导游工作本身就可为国家创收外汇、回笼货币、积累资金。

(2) 间接创收 旅游者旅游业生存和发展的先决条件之一,没有旅游者,旅游业的发展就无从谈起。一段旅游生活结束后,享受到优质服务而满意归去的旅游者一般都会向亲朋好友介绍自己在异国他乡的经历,从而在一定程度上影响着潜在旅游者的流向。旅游者现身说法的宣传是最好、最有效,也是最经济的旅游宣传。导游工作在招徕回头客、扩大客源、提高旅游企业信誉和竞争力方面起着重要作用。

(3) 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,并将其视为争夺游客的魅力因素、增加旅游收入的重要手段。据统计,在世界国际旅游总消费中,用于购物的部分约占 50%,在新加坡和中国香港等地,该项收入在旅游总收入中的比例则更大。

在导游员提供导游服务的过程中,游客对导游员已产生了信赖,导游员直接参与了旅游商品的销售。在旅游商品的介绍、参谋、销售过程中,导游员所起的作用是不可或缺的。

(4) 促进经济交流 在来我国旅游的海外人士及国内游客中,不乏科学家、教授及方方面面的专家和经济界人士,他们中有人希望借旅游直接与各地的同行接触,相互交流信息,或想通过参观访问,了解合作的可能性以及投资的环境。因此,导游人员在与游客交往过程中要做一个有心人,设法了解他们的愿望,并不失时机地向旅行社报告,在有关领导的指示下积极牵线搭桥,促进中外及地区间的科技、经济交流与合作,为国家和本地区的现代化建设做出应有的贡献。

3. 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，导游人员处于旅游接待工作的中心位置，接待着四海宾朋、八方游客，导游员服务的优劣直接或间接地影响社会的各个层面，因此导游服务具有社会性。

4. 文化性

导游服务是一项文化含量很高的工作，导游员必须具备多方面的文化素养，才能当好文化使者。一方面，导游人员通过生动、精彩的讲解给游客以知识、乐趣和美的享受，同时还在传播着一个国家（或地区）、民族的传统文化和现代文明；另一方面，导游人员在与游客的日常交流与相处过程中，还在吸收和学习各国、各民族的传统文与现代社会文明，丰富着自己的文化内涵。因此，导游服务起着沟通和传播文化、为人类创造精神财富的作用，具有文化性。

5. 涉外性

导游人员为外国游客提供的导游服务具有明显的涉外性。导游人员不仅是被委派旅行社的代表，而且是旅游目的地国家或地区形象的代表。因此，导游人员在向外国游客提供导游服务的过程中，不仅担负着向他们介绍社会主义中国物质文明和精神文明的职责，使之对我国的历史、文化、社会制度和建设成就有较深入的了解，消除他们中某些人的无知、误解和疑虑，而且起着促进他们同我国人民之间相互了解和友好交往的桥梁作用。导游人员应该充分利用接触外国游客面广、机会多、时间长、无语言障碍等有利条件，同他们进行广泛的交流，并帮助他们与我国人民之间进行有效的沟通，以实现相互理解和感情上的交流。从这个意义上说，导游人员向外国游客提供导游服务的同时又肩负着“民间大使”的重任。

五、导游服务的特点

导游服务是旅游服务中最具代表性的一项工作，它贯穿于旅游活动的全过程，是一种高智能、高技能的工作。导游服务与服务行业中其他工作相比，其特点如下：

1. 独立性强

导游服务是独立性很强的工作。导游人员作为旅行社的全权代表，独自带团外出旅游，要独立地宣传、执行国家政策，独立地执行旅游计划、提供各项服务，与游客朝夕相处，时刻照顾他们食、住、行、游、购、娱等方面的需求，尤其是在出现问题时，导游人员还需独立决策，合情合理地进行处理。同时，导游人员要根据不同游客的文化层次和审美情趣进行有针对性的导游讲解，以满足他们的精神需求。这是导游人员的主要任务，每位导游人员都应独立完成，其他人无法替代。

2. 工作复杂

由于导游服务的社会性，其工作的涉及面很广，工作关系繁多，人际关系复杂。导游服务要接待来自海内外的各方游客，除必须按服务规程行事，安排旅游者食、住、行、游、购、娱等方面工作外，还要随时应付各种不同的需求，做好服务工作，还要做好沟通上下、联系内外等方方面面的工作。例如，协调领队、地陪、司机以及其他有关人员的关系，及时处理旅游发生的各种各样的问题等。导游服务的复杂性主要体现在：

（1）服务对象复杂 导游服务的对象是游客，他们来自于世界各地，思想意识、宗教

仪式、宗教信仰、文化程度、审美情趣各不相同,至于性格、习惯、爱好更是千差万别,在迎来送往中,导游人员总是在面对不断变化着的复杂群体。

(2) 旅游中出现的问题多种多样 导游人员除按接待计划安排和落实游客旅游过程中的食、住、行、游、购、娱基本活动外,还有责任满足或帮助满足游客随时提出的个别要求,以及解决或处理旅游中随时出现的问题。由于对象不同、时间长短不同、客观条件不同,同样的要求或问题也会出现不同的情况,需要导游人员审时度势、准确判断并妥善处理。

(3) 人际关系复杂 导游人员除天天接触游客之外,在安排和组织游客活动的同时还要同饭店、餐馆、旅游点、商店、娱乐、交通等部门和单位的人员接洽,而且也要处理导游人员中全陪、地陪与领队的关系。每一种关系的背后都有各自的利益,落实到具体人员身上,情况可能更为复杂。导游人员一方面代表委派的旅行社,要维护旅行社的信誉和利益,另一方面又代表游客,要维护游客的合法权益,还要以双重代表的身份与有关各方交涉。导游人员正是处在这种复杂的人际关系网的中心。

(4) 讲解内容庞杂 导游员除了具备有关旅游专业知识,还需掌握政治、经济、文化、历史、天文、地理、宗教、民族、心理学、审美学、计算机技术等方面的基本知识,以及有关政策法规,同时还要根据不同旅游者的状况,有针对性地进行讲解。因此,导游员必须不断学习,开拓知识面,掌握新知识、新信息。

3. 直接面对各种诱惑

导游人员常年接触各方游客,直接面对各式各样的意识形态、文化观点、价值观念和生活方式,有时还会面临金钱、美色、利益、地位的不断诱惑,直接面对精神污染的机会大大多于常人。正像瑞士导游专家汉斯·乔治·戈根海姆曾指出的:“我们面前还有各种各样的诱惑,金钱、美女、佳酿。并不是导游人员比别人坏些或意志薄弱些,而是由于摆在我们面前的诱饵更芳香一些,机会更多一些”。常言道“近朱者赤,近墨者黑”,导游人员如果缺乏高度的自觉性和抵抗力,往往容易受到这些影响,甚至沦为俘虏。所以,身处这种氛围中的导游人员需要有较高的政治思想水平、坚强的意志和高度的政治警惕性,始终保持头脑清醒,防微杜渐,自觉抵制各种诱惑和污染。

4. 脑体高度结合

导游服务是一项脑力劳动与体力劳动高度结合的服务性工作。一方面,导游人员要具有丰富而广博的知识,如此才能使导游服务工作做到精益求精,尽善尽美。除了掌握导游工作程序外,导游人员必须具有一定的政治、经济、历史、地理、天文、宗教、民俗、建筑、心理学、美学等方面的基本知识;了解我国当前旅游业的发展状况及其有关的政策法规;掌握旅游目的地主要游览点、旅游线路的基本知识;了解客源国(或地区)的政治倾向、社会经济、风土人情、宗教信仰和禁忌等;具有敏捷的思维能力和很强的语言表达能力,能够运用知识、语言和智慧灵活地向旅游者导游讲解,回答他们的提问,处理各种问题,这是一种艰苦而复杂的脑力劳动。另一方面,导游人员的工作量大、工作的地域空间大、时间跨度长,除了在旅行游览过程中进行介绍、讲解,还要随时随地地应游客的要求,帮助解决问题,事无巨细,也无分内与分外之分。尤其是旅游旺季时,导游人员往往会连轴转,整日、整月陪同游客,无论严寒酷暑长期在外工作,体力消耗大,又常常无法正常休息。因此,导游人员必须具备高度的事业心和良好的体质。

六、导游服务的地位与作用

1. 导游服务的地位

旅行社、饭店和交通是现代旅游业的三大支柱，其中旅行社处于核心地位。因为旅行社是旅游经营的重要环节，它担负着生产和销售旅游产品的职能，旅行社招徕游客的多少直接关系到饭店、交通部门接待游客的数量和其经济效益。在构成旅游活动的六要素“吃、住、行、游、购、娱”中，最重要的就是“游”。在旅游接待服务中，导游人员的导游讲解帮助旅游者增长知识、加深阅历、获得美的享受；导游人员提供的生活服务帮助旅游者身心愉快地投入游览活动，满足其求新、求异、求美的需求；导游人员为旅游者提供的口译服务有助于不同文化的沟通，促进了不同民族之间的交流。在旅游接待服务中，导游服务贯穿旅游活动的始终，它将涉及旅游活动的其他部门的服务串联起来，使之相互配合，这样不仅旅游企业的产品得以销售，游客在旅游过程中的种种需求也得以满足。总之，导游人员的服务在旅游者实现其主要旅游目的方面起着举足轻重的作用。国际旅游界人士说：“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。”一个优秀的导游员会带来一次愉快、成功的旅行；反之，肯定是不成功的旅行。导游服务是旅游服务中最为根本的服务，与旅游接待服务中的其他服务相比，它处于主导地位。

2. 导游服务的作用

(1) 纽带作用 导游服务是旅行社与旅游者之间、旅行社与其他旅游企业之间联系的纽带和桥梁，它使旅游接待服务中的各项服务有机联系起来，协同完成旅游接待任务。其纽带作用表现如下：

1) 承上启下。导游人员是国家方针政策的宣传者和具体执行者，他代表旅行社执行旅游计划，为旅游者安排和落实食、住、行、游、购、娱等各项服务，并处理旅游期间出现的各种问题。同时，旅游者的意见、要求、建议乃至投诉，其他旅游服务部门在接待工作中出现的问题及他们的建议和要求，一般也通过导游人员向旅行社传递直至上达国家最高旅游管理部门。

2) 连接内外。导游人员既代表接待旅行社的利益，履行合同、落实旅游计划，又肩负着维护旅游者合法权益的责任，他代表旅游者与各有关部门进行交涉，提出合理要求，对违反合同的行为进行干预，为旅游者争取应该享受的正当权益。导游人员有责任帮助旅游者尽可能多地了解我们的国家、人民、文化和风俗民情以及国家的有关政策、法令等，同时也要进行调查研究，从旅游者那里了解世界。

3) 协调左右。导游服务与其他各项旅游服务的服务对象是共同的，因而在目标上、在根本利益上是一致的，然而在服务内容上又各有区别，各部门、各单位又有各自的利益。这就决定了他们之间既相互依存、相互合作，又相互制约、相互牵制。导游人员作为旅行社派出的代表，对饭店、餐馆、游览点、交通部门、商店、娱乐场所等企业提供的服务在时间上、质量上起着重要的协调作用，因为旅游服务中任何一个环节出了问题，都会影响到整个旅游服务质量。导游人员既有义务协助有关旅游服务的提供者，同时也有责任对这些部门的服务提出意见和建议，以使旅游者与旅行社签订的旅游合同得到落实，旅游者的愿望得以实现。

(2) 标志作用 导游服务是旅游服务质量高低最敏感的标志。导游服务质量包括导游讲解质量、为旅游者提供生活服务的质量以及各项旅游活动安排落实的质量。导游人员与旅游者陪伴始终、朝夕相处,因此,旅游者对导游人员服务的接触最直接,感受最深切,对其服务质量的反应最敏感。一般而言,如果导游服务质量高,可以弥补其他旅游服务质量的某些欠缺,而导游服务质量低劣却是无法弥补的。因此,旅游活动的成败更多地取决于导游服务质量。导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游服务质量的高低,甚至关系到国家或地区旅游业的声誉。

(3) 宣传作用 导游服务质量的高低会影响旅游产品的销售,因为导游服务质量的高低在很大程度上决定着旅游产品的使用价值,游客往往通过导游人员带领游客进行旅游活动的情况来判断旅游产品的使用价值。如果导游服务质量高,令游客感到满意,游客会认为该旅游产品物有所值,而且在满载而归后,以其亲身体会向亲朋好友进行义务宣传,从而扩大了旅游产品的销路。反之,若导游服务质量不高,则会导致游客的抱怨和不满,并间接影响其周围的人,从而阻碍了旅游产品的销路。

(4) 反馈作用 导游人员在向旅客提供导游服务过程中,由于处在接待游客的第一线,同游客交往和接触的时间最长,对游客关于旅游产品方面的意见和需求最了解。游客会根据自己的需要对旅游产品的类型、规格、质量、标准等做出这样或那样的反映。导游人员可充分利用这种有利条件,根据自己的接待实践,综合游客的意见,反馈到旅行社有关部门,促使旅游产品的设计、包装、质量得到不断改进、完善,更好地满足旅客的需要。

应当指出的是,导游服务虽然在旅游接待服务中具有重要的地位和作用,但旅游服务是一项综合服务,没有其他各项旅游服务的配合,导游服务也不可能做好,所以导游人员不可轻视其他服务工作的作用。

七、导游服务的原则

导游人员在向旅游者提供导游服务时,既要热情周到,又要不违背原则,对待游客一视同仁,处理问题合情合理;既要圆满完成旅行社交给的任务,又要满足旅游者的需求。导游必须遵守游客至上、维护旅游者合法权益、履行合同、平等待客和合理而可能的原则。

1. 游客至上的原则

在服务业中,有一句座右铭是“宾客至上”,它是每一位服务人员的行动指南,是整个服务业的宗旨,也是服务工作中处理问题的出发点。在旅游服务中,它具体体现为“游客至上”。

“游客至上”意味着在游客与旅行社的关系中,游客始终是第一位的。客源是旅行社赖以生存和发展的生命线,没有游客,导游员服务的价值就无从体现,导游服务就是一句空话。

“游客至上”要求维护游客的合法权益。自觉地维护游客的合法权益是旅游业必须遵守的准则,更是导游人员必须遵守的天职。世界旅游组织及我国国家旅游局都对维护游客的合法权益做出了明确规定,每个导游员都应该自觉地将维护游客的合法权益当做自己的服务准则。

“游客至上”表现在导游人员处理问题时应以旅游者的利益为重,尽可能地满足旅游者的正当需求,不能过多地强调自己的困难,更不能以个人的情绪来随心所欲地对待旅游者,这是对游客的不尊重。

2. 维护旅游者合法权益的原则

世界旅游组织颁布的《旅游权利法案》和中华人民共和国国家旅游局颁布的《旅行社管理条例》中都对旅游者的权益保护做出了明确规定：

(1) 旅行社应为旅游者提供保障旅游者人身、财物安全需要的服务。

(2) 旅行社所提供的服务项目应该明码标价，质价相符，不得有价格欺诈行为。

(3) 旅行社在组织旅游者旅游之前应与其签订合同，合同应就下列内容做出明确的约定：①旅游行程（包括乘坐的交通工具、游览景点、住宿标准、餐饮标准、购物次数等）安排；②旅游价格；③违约责任。

(4) 旅游者的合法权益受到损失时，旅游者有权向旅游行政管理部门或其委托的旅游质量监督机构投诉；证实是因旅行社的过错使旅游者的合法权益受到损害时，旅行社应视情节依法给予赔偿。

导游人员作为旅行社的全权代表，在旅游接待服务中，必须不折不扣地按照有关规定向旅游者提供导游服务，将维护旅游者的合法权益作为自己的服务准则，并根据这一准则监督其他旅游服务的供给，处理旅游过程中的有关问题，维护旅游者的合法权益。

3. 履行合同的原则

导游人员带团要以契约为基础，根据旅行社与游客签订的合同或约定，按照接待计划安排和组织游客参观、游览。是否不折不扣地履行旅游合同的内容是评估导游人员是否履行职责的基本尺度。这一标准涉及两个方面：一是受企业内部制定的相关成本、责任等方面的约束；二是按合同规定的相关的服务内容与等级要求。导游人员凡事要满足内外两种要求，设身处地地为公司着想，也要为旅游者着想。擅自更改合同内容或随意增减旅游景点等都是违背合同的行为，应予以杜绝。

4. 平等待客的原则

不论旅游者国籍、种族、宗教信仰、消费水平如何，导游人员都应一视同仁，为全体宾客服务，为每一位旅游者而存在。“为大家服务”原则的一个基本点是：导游人员必须对旅游团的每一个成员保持同等距离，一视同仁，对每一个旅游者都同样热情、友好、礼貌，提供同样的服务。只有坚持“为大家服务”的原则，公平公正地处理问题，才能赢得游客的尊重和信赖。

5. 合理而可能的原则

满足旅游者的正当要求，使他们愉快地度过旅游生活是导游人员的主要任务。旅游环境复杂多变，旅游者的要求往往也会多种多样。有些旅游者对可能享受的旅游服务理想化，经常会提出一些不合理的要求，甚至对旅行社的安排、导游人员的服务横加指责和挑剔。即使在这种情况下，导游人员也要耐心倾听、认真对待，分析其中是否有合理的成分，绝不能置之不理。如果有合理的成分，又有可能办到，导游人员应想方设法满足他们，弥补导游服务中的不足；对不合理或无法实现的要求，要实事求是、合情合理地耐心解释。导游人员若能做到这一点，他的工作必然会得到旅游者的高度评价。实行合理而可能的原则，不仅能最大限度地满足游客的要求，还能使客人心悦诚服，更加相信导游员，有利于导游服务工作的顺利进行。

“合理而可能”原则既是导游服务的原则，也是导游人员处理问题、满足旅游者要求