



教育部高职高专规划教材

导游业务

主编 张惠芬

(第2版)

DAOYOUYEWU



中国财政经济出版社

教育部 高职高专规划教材

导 游 业 务

(第2版)

张惠芬 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

导游业务/张惠芬主编. —2 版. —北京: 中国财政经济出版社, 2005.7
教育部高职高专规划教材

ISBN 7-5005-8249-8

I. 导… II. 张… III. 导游-高等学校: 技术学校-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 051654 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 传真: 88190655

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×960 毫米 16 开 13.25 印张 214 000 字

2005 年 7 月第 2 版 2005 年 7 月北京第 1 次印刷

定价: 17.00 元

ISBN 7-5005-8249-8/F·7211

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作的重要组成部分。改革开放以来，在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下，各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看，具有高职高专教育特色的教材极其匮乏，不少院校尚在借用本科或中专教材，教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此，1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》（以下简称《基本要求》）和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》（以下简称《培养规格》），通过推荐、招标及遴选，组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师，成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍，并在有关出版社的积极配合下，推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种，用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和专业主干课程。计划先用2~3年的时间，在继承原有高职、高

专和成人高等学校教材建设成果的基础上，充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验，解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题；然后再用2~3年的时间，在《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上，通过研究、改革和建设，推出一大批教育部高职高专规划教材，从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求，充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的，适合高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

再版前言

旅游业在世界上被誉为朝阳产业。

在我国，旅游业正在蓬勃发展。作为国民经济新的增长点，旅游业的性质、地位已被越来越多的人所认识和接受，各地都掀起了兴办旅游的热潮。2004年，入境旅游人数突破了1亿人次大关，入境过夜游客突破4000万人次，旅游外汇收入突破250亿美元，国内旅游收入突破4000亿元，旅游总收入突破6000亿元。我国要实现旅游业的持续、健康发展，早日成为世界先进的旅游大国，就要造就一支包括导游人员在内的高素质的旅游人才队伍。我国蓬勃发展的旅游业，正在呼唤各类专业人才。

导游服务以其对现代旅游活动的作用和影响，成为各类旅游服务中最重要的一项，导游人员也在旅游从业人员中占有重要的地位，因为在旅游服务过程中，导游人员与游客接触的时间最长，游客从导游的讲解中了解的知识最广，得到的服务最多。我们还应看到，作为21世纪的中国导游人员，肩负着继往开来、促使中国旅游业健康和可持续发展的历史使命。

在旅游高等教育中，旅游高职高专教育占有非常重要的地位。作为教育部高职高专旅游专业系列教材之一，本书的主要读者对象是高职高专导游专业的学生。作者总结多年的教学和导游经验，在编写中力争突出高职高专的特色，基本理论的讲述以够用为度。在内容选取、结构编排、文字表述等方面，既考虑导游工作的需要，又考虑学生的实际情况。本书从导游服务的需求出发，重点阐述导游人员在接团服务中必备的素质要求和业务知识技能，突出了专业性、实用性和可操作性。全书的内容体系能较好地与实践性教学和多媒体教学接轨，建议各校创造条件，让教师根据授课内容开展情景教学，让学生多接触实际，增加感性认识。

本书由张惠芬担任主编。各章节编写分工如下：

陶汉军：第一章、第二章；张惠芬：第三章第一、第二节，第六章、第七章、第八章；周刚刚：第三章第四节、第四章第四节、第五章第二、第三、第四节；陈永发：第三章第三节、第四章第一、第二、第三节，第五章第一节。全书由张惠芬最后统稿。

本书的编写参阅了不少有关资料，在此向资料的作者们表示衷心的感谢。

鉴于作者的水平有限和时间紧迫，书中的缺点和不足在所难免，我们期盼旅游界的专家、同仁和读者们不吝赐教。

作 者

2005 年 3 月

目

录

第一章 导游服务概述·····	(1)
第一节 导游服务的发展历程·····	(1)
第二节 导游服务的属性·····	(7)
第三节 导游服务在旅游服务中的地位和 作用·····	(10)
第四节 导游服务工作特点和应遵循的 原则·····	(12)
第二章 导游人员·····	(20)
第一节 导游的类型与职责·····	(20)
第二节 导游的素质要求·····	(25)
第三节 导游的形象要求·····	(31)
第四节 导游的修养与行为规范·····	(35)
第三章 导游服务程序和标准·····	(40)
第一节 我国旅行社的分类与产品·····	(40)
第二节 地陪导游服务程序及标准·····	(43)
第三节 全陪导游服务程序·····	(60)
第四节 散客导游服务·····	(67)
第四章 导游语言艺术·····	(74)
第一节 导游语言艺术的特征·····	(74)
第二节 导游讲解语言艺术·····	(80)

第三节	导游交际语言艺术·····	(86)
第四节	导游词的创新·····	(90)
第五章	带团技能·····	(102)
第一节	与团队沟通·····	(102)
第二节	营造愉悦氛围·····	(111)
第三节	购物促销技巧·····	(116)
第四节	加点促销技巧·····	(121)
第六章	对游客个别要求的处理·····	(126)
第一节	游客个别要求的处理原则·····	(126)
第二节	餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理·····	(127)
第三节	游客要求其亲友随团活动、中途退团及延长旅游期 的处理·····	(134)
第四节	游客要求自由活动和转递物品的处理·····	(135)
第五节	对“特殊”游客的接待·····	(137)
第七章	常见问题及事故的预防与处理·····	(145)
第一节	常见问题及事故处理的原则和程序·····	(145)
第二节	漏接、空接、错接旅游团(游客)的处理·····	(148)
第三节	旅游活动计划和日程变更的处理·····	(152)
第四节	误机(车、船)事故的预防与处理·····	(155)
第五节	遗失证件、钱物、行李的预防和处理·····	(157)
第六节	游客走失的预防和处理·····	(162)
第七节	游客患病、死亡的处理·····	(164)
第八节	旅游安全事故的预防与处理·····	(168)
第九节	游客越轨言行的处理·····	(172)
第八章	相关知识·····	(177)
第一节	入出境知识·····	(177)
第二节	交通知识·····	(185)
第三节	货币知识·····	(189)
第四节	其他常识·····	(191)
主要参考文献	·····	(203)

第一章

导游服务概述

第一节

导游服务的发展历程

导游服务产生于奴隶社会时期，其发展经历了一个漫长的过程。

一、古代的导游服务

导游服务是伴随着私有制的出现和旅行活动的进行而产生的。在奴隶社会时期，剩余产品归奴隶主占有，奴隶主们不仅仅满足于日常生活上的享乐，而且还开始了以巡视、巡游为目的的旅行。在这些旅行活动中，其侍仆簇拥前后，除担负着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，由于他们同奴隶主之间是人身依附关系，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。

进入封建社会，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、跨国商务旅行，以传经布道为目的的宗教旅行也较快地发展了起来。在这些旅行活动中，常常带有侍从相随或途中雇用向导，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。

由此可见，在古代的各种旅行中，已经产生了向导服务，不管提供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。这种向导服务便是今天导游服务的前身。

伴随着旅行活动的发展，在封建社会的中后期，与提供向导服务的同时，也出现了为旅行活动提供方便的导游书籍和在一地提供导游服务的人员。他们对游览地区的历史地理、文化艺术、风土人情、民间习俗了如指掌，介绍起来滔滔不绝。

由此可见，在古代便已产生了向导服务和导游服务。其产生的条件是：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和导游服务的需要；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和导游服务的费用。不过，古代的向导服务和导游服务并不具有普遍的社会意义。因为这时的社会生产力水平低下，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社会没有经济上的重要性，诸如帝王将相的巡游、官员的调动等，其开支均由沿途各州县承担，对社会经济的发展没有任何推动作用。其次，这时的向导服务和导游服务，对提供者来说，一是多少带有偶然性，二是他们收受的只不过是游人赏赐的“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，古代的向导和导游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，不可能形成导游队伍。

二、近代的导游服务

近代是指 18 世纪和 19 世纪，在这个时期，西方国家都先后建立了资本主义制度。18 世纪 60 年代，英国开始了产业革命，随后美国、法国、德国等西欧国家和日本也相继在 19 世纪完成了产业革命。产业革命的结果是：一方面产生了一批新兴的资产所有者和大量的雇佣工人；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。一批新兴的资产所有者积聚了大量资财，产生了出外考察和旅游享乐的需要；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,更方便了过往客商。这一切均为旅游活动的开展创造了有利条件。

正是在这种社会背景下,英国人托马斯·库克从其 1841 年包租了一列火车,运送 570 人赴拉夫巴勒参加禁酒大会的实践中得到启发,率先开始了组织旅游活动的生涯。开初他只是义务性的,随后他又组织了几次这样的活动,每次都亲自陪同,然而他的灵智使他悟出了一条事业发展的路子,于 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。自此,他全身心地投入到旅游活动的经营中,在每次活动中,均聘请有全程导游为游客提供导游服务。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向旅游团必须提供的一项服务。

上述情况表明,近代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,而且还担负了旅游活动全过程的活动安排和游客生活照料工作;后者则仅是对当地游览项目进行导游和讲解。

因此,近代的导游服务既是导游服务的开创时期,又是现代导游服务的奠基时期,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,旅行社招聘全程导游服务人员和临时雇佣当地人员进行导游活动又促使了社会中一些人逐渐将导游工作作为一种职业来对待,从而使导游服务逐步走向职业化。

三、现代的导游服务

现代是指第二次世界大战之后至今,在这个时期,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,使旅游业已成为世界经济中最大的产业部门,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,从而使现代的导游服务呈现了以下一些主要特征:

(一) 导游服务职业化

导游服务职业化是指导游服务已成为社会中的一种新的职业。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,使导游人员的队伍迅速扩大。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,即导游服务成为了社会诸种职业中的一种职业。20世纪70年代,西方一些发达国家已开始将导游作为一种职业列入其社会职业分类词典之中,我国劳动和社会保障部1999年颁发的《中国职业分类大典》也将导游作为一种职业列在《大典》第四大类“商业与服务业”之中。

(二) 导游服务商品化

导游服务的商品化是指在商品经济或市场经济条件下,导游服务是一种有偿服务,即导游人员在向游客提供的服务要取得与其投入的劳动相应的报酬。导游服务作为旅行社产品的一部分,同其他组成部分一样具有使用价值和价值,其使用价值表现为能满足游客身心的需要,其价值表现为导游人员消耗了活劳动,在交换中,其消耗的活劳动需要得到补偿,这种补偿是以收费的形式表现出来。在我国,导游服务收费包含在包价旅游的综合服务费中,而散客委托服务则另行计价。在国外,导游服务收费在理论上是通过谈判来确定,而在现实上则由政府机构确定,或由导游协会和旅游产业界的协议来规定。

(三) 导游服务规范化

导游服务的规范化是指导游服务要遵照旅游活动的规律按一定的程序 and 标准进行。在托马斯·库克时代,导游人员为游客提供的服务虽然各家旅行社都会有其具体要求,但是不可能达到规范化的程度,更不可能有统一的社会标准。在当代,由于旅游业的竞争日益激烈,游客对包括导游服务在内的旅游产品的质量越来越注重,为保护消费者的合法权益,国际标准化组织、一些地区性的旅游组织和不少国家的旅游组织或相关机构先后制定了导游服务质量标准,对旅游产品和导游服务全过程的质量要求进行了规范。例如,国际标准化组织的ISO9004:2是专对服务业建立的质量标准;欧洲共同体理事会颁布的《关于包价旅行、包价度假、包价旅游的指令》,规定了旅游

商的促销产品必须向消费者就产品价格、日程及包含的各项服务的内容、规格、档次等提供详细的书面材料。我国制定了《导游服务质量》国家标准和《旅行社国内旅游服务质量要求》的部门标准。它们分别从不同角度、不同层面上对导游服务质量提出了规范化的要求。

（四）导游人员管理的法制化

导游人员管理的法制化是指国家或地方将导游人员的管理纳入法规管理的轨道，即依法对导游人员的从业资格、服务规范、服务行为及违规的惩处进行了界定。任何导游人员都必须在法规规定的范围内开展业务工作，其目的在于纯洁导游队伍，确保导游服务质量，维护游客的合法权益，树立旅游目的地国家、地区和旅游企业的形象。世界许多国家的政府部门或有关机构、组织都加强了对导游人员的管理，并将这种管理纳入法制化轨道。我国也是如此，近几年先后制定了《导游人员管理暂行规定》、《导游人员管理条例》和《导游人员管理实施办法》。根据这些法规，各国采取的主要管理措施有：

1. 导游资格考试制度

世界上许多国家都对导游人员规定了选拔程序，选拔的主要手段就是进行导游资格考试。考试一般分笔试和口试两种形式，考试的内容多涉及实际工作中必备的知识和技能。不同的是，各国负责组织考试的机构往往千差万别，除政府、旅游管理部门、导游协会外，还有测试委员会、评估机构乃至大学等。

我国于1989年建立了全国导游资格考试制度，1995年起又建立了导游人员等级考核制度。

2. 导游人员注册制度

世界上大部分国家都有明确规定，导游人员在从事导游工作时需要进行注册，只有经过注册的导游人员才有执业资格。不同的是，注册有效期限和负责注册的机构各不相同。有的国家一次注册终身有效，有的国家每年、每两年或每五年需注册一次；负责注册的机构除市政当局、地方政府、旅游部门外，还有商会、导游协会、导游公司等。

我国关于导游人员注册制度的规定是，导游人员在获得导游资格证后，需向一家旅行社或导游管理服务机构注册，然后持同旅行社签订的劳动合同或导游管理服务机构登记证明材料向所在地的旅游行政管理部门申请办理导游证。

除上述制度外，我国还对导游人员实行计分管理和 IC 卡管理制度以及年度审核制度。

四、我国导游服务的发展历程

我国导游服务经历了三个时期。第一个时期是中华人民共和国成立以前的时期，它始于 20 世纪 20 年代。1923 年 8 月，上海商业储蓄银行总经理陈光甫首次在该行设立了旅行部，承办旅行代理业务。1927 年该部从银行独立出来成立了“中国旅行社”，除继续从事有关旅行代理业务外，还组织国内旅游团和国际旅游团（如赴日观樱团），为游客提供导游和翻译服务。除“中国旅行社”外，在这个时期成立的其他旅游组织，如铁路游历经理处、公路旅游服务社、航空讯美空游等也为游客提供了导游服务。可以说，这个时期是我国导游服务的初始时期。

第二个时期自中华人民共和国成立至改革开放之前。这个时期的导游服务是作为外事接待工作的面貌出现的。由于外事接待工作的对象是外国人，所以从事这方面工作的人员称为翻译导游人员。由于外事工作政策性强，政治思想素质要求高，因而对翻译导游人员提出了“三过硬”（即思想、外语和业务三方面过得硬）的工作要求和“五大员”（即宣传员、调研员、服务员、安全员和翻译员）的工作任务以及有关外事纪律。他们出色的承担起“民间大使”的神圣职责，成为我国旅游业的奠基者和骨干力量。至于为华侨、港澳同胞提供服务的接待人员的工作则主要服从于侨务工作的需要。所以在这个时期，导游服务的主要特点是：第一，服从政治需要；第二，不讲经济利益。

第三个时期是改革开放以后的时期，也即我国导游服务同国际接轨的时期。在这个时期，不仅导游人员数量众多，导游队伍不断扩大，而且更为重要的是导游服务已作为旅游服务的一部分而成为旅游产品价值实现的重要一环，导游服务质量直接关系游客对旅游产品质量的评价，并构成旅游产品吸引力的一个因素而受市场调节。这个时期导游服务的主要特点有：第一，导游服务队伍扩展迅速；第二，导游服务作为旅游服务的一部分构成了旅游产品的重要内容；第三，导游服务程序和服务质量实现了标准化；第四，导游服务管理实现了制度化和法制化。

总之，导游服务从古代到现代经历了一个漫长的发展演化过程，在这个过程中发生了由量到质的变化。主要表现为：第一，古时的向导和导游服务

在性质上是业余的，而现代导游服务已成为了一种社会职业；第二，在服务方式上，古时的服务带有随意性，而现代导游服务则是规范化的；第三，在服务内容上，古时的服务多为指路性或介绍性的，而现代导游服务则是全方位的。

第二节

导游服务的属性

一、导游服务概念

（一）导游的概念

“导游”一词源于英语 TourGuide，其中 Guide，作为名词按牛津词典解释，意为“指路的人”，作为动词，即为“引导”。TourGuide 按美国威斯康星大学哲学博士查理斯·梅特卡编著的《住宿、旅行和旅游辞典》的解释是“领有执照并受雇带领游客在当地观光旅行的人”。

（二）服务的概念

服务，国际标准化组织和我国国家技术监督局制定的国家标准 GB/T16766—1997《旅游服务基础术语》所下的定义是：“为满足顾客的需要，供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果”。在旅游活动中，服务即是作为旅游产品供方的旅游企业在同游客的接触中使其需要得到满足的活动。

（三）导游服务概念

导游服务是导游人员代表被委派的旅行社，接待或陪同游客旅行、游览，按照组团合同或约定的内容和标准向其提供的旅游接待服务。

二、导游服务的属性

旅游活动是游客前往不同的国家或地区与人的交往活动，在交往中，由于不同国家或地区的社会制度、意识形态、民族文化和价值观念的不同，向游客提供的导游服务必然具有不同的政治思想属性。

因此，导游服务的属性首先是它的政治属性，即在不同社会制度下其服务的性质是不同的。虽然它不像政治口号那样需要进行有意识的宣传，但在

客观上却渗透于导游服务的过程之中。此外，导游服务还具有以下共同的属性：

（一）服务性

服务性是导游服务的基本属性，它是导游人员通过向游客提供劳务而体现的。导游服务同其他旅游服务一样，首先它是无形的，只能在与游客的接触中进行；其次，导游人员向游客提供的劳务不产生任何物质成果，但是它创造价值和特殊的使用价值，即导游人员的劳动消耗能为旅行社带来效益，并以报酬形式得到补偿，其具体劳动能满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需要。

（二）文化性

旅游活动，从游客的角度讲，实际上是人们离开其常住地对异国、异地、异民族文化的寻觅和获取的活动。导游服务的核心是文化传递，在游客的旅游活动中，导游人员由于同游客接触的时间最长，因而是其获取文化知识和精神享受的主要帮手。导游人员的导游讲解、回答游客的问询，乃至导游人员的仪容、仪表，一言一行无不在传播旅游目的地国家或地区的传统文化和现代文明，使游客得到知识、乐趣和美的享受。所以，导游服务实际上起着沟通和传播一个国家、一个地区和其民族的物质文明和精神文明的作用，从这个意义上说，导游人员是文化的传播者，是“文明使者”。

（三）社会性

导游服务的社会性来源于旅游活动的社会性。旅游活动是一种社会现象，是游客同旅游目的地国家或地区的人们之间的一种相互交往、相互了解和促进友谊的活动，在这种活动中，导游人员处于旅游服务的最前沿和接待工作的中心位置，推动着世界上这一规模最大的社会活动，从而使导游人员的工作具有明显的社会性。其次，为满足游客的需要，在服务过程中，导游人员不仅要同游客保持经常接触，而且要同社会诸多方面和有关人员发生社会关系，所以，导游服务本身就是一种社会服务。最后，在导游人员向游客提供服务的过程中，游客还可以更加直接地透过导游人员了解旅游目的地国家或地区人民的精神面貌、价值观、社会习俗和道德风尚，因而，导游人员自身的思想感情、言行举止也是其所处社会环境和人民精神面貌的反映。

（四）经济性

导游服务的经济性源于导游人员活劳动的消耗。在市场经济条件下，导游人员的劳动由于游客的购买而具有交换价值，在现实中表现为价格，即导