



21世纪高职高专规划教材 • 旅游酒店类系列

模拟导游

Travel
and Hotel

主 编 周晓梅

副主编 雷 晶 焦 巧 刘丽莉



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>

21 世纪高职高专规划教材·旅游酒店类系列

模 拟 导 游

主 编 周晓梅

副主编 雷 晶 焦 巧 刘丽莉

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书围绕如何编写导游词及如何讲解旅游景观等内容进行介绍,共分7章:第1章,绪论,讲述导游的作用与职业素养;第2章,导游语言,讲述如何运用导游语言的幽默艺术;第3章,导游词及其编写,讲述如何编写导游词;第4章,导游程序及其模拟,模拟导游程序,穿插情景对话,给人以身临其境的感觉;第5章,景观与景观导游,讲述如何进行景观赏析与导游;第6章,自然景观导游,讲述如何进行自然景观导游;第7章,人文景观导游,讲述如何进行人文景观导游。

本书不仅可以作为旅游管理专业及其相关专业学生的教材,同时还可以作为导游员从事导游服务工作的学习用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

模拟导游 / 周晓梅主编. — 北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社,2009.8
(21世纪高职高专规划教材·旅游酒店类系列)

ISBN 978-7-81123-807-5

I. 模… II. 周… 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(2009)第133339号

责任编辑:刘 洵

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京东光印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:16.5 字数:364千字

版 次:2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-81123-807-5/F·450

印 数:1~4000册 定价:26.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。
投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高技术应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能，因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所列选教材进行审定。

目前，“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种，范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写，其中部分教材是教育部《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》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；适应“实践的要求和岗位的需要”，不依照“学科”体系，即贴近岗位，淡化学科；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来，推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践中的意见与建议，及时反馈给我们，以便对已出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版，适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2009年8月



前 言

根据教育部《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的“职业教育课程改革”精神，为适应全国导游资格考试改革新形势，“模拟导游”课程应运而生，并成为高等职业教育旅游管理专业主干课程之一。

北京交通大学出版社从武汉职业技术学院的网站上看到我们这个精品课程的团队，因此邀请我们编写该本教材——《模拟导游》，很是感激。我们这个团队的成员都是双师型人才，他们均有实践经验，都在旅行社带过团队、工作过，在这种情况下，我们编写了《模拟导游》一书。本书分为：学习目标、本章导读、关键词汇、案例分析、本章自测、相关链接等几大部分进行编写。其中“本章自测”和“相关链接”这两大部分非常有特色，“本章自测”这个栏目增强大学生学习的自觉性，并且为教师提供了考试的模型，方便教师的教学；“相关链接”让人耳目一新，提高大学生课外学习的兴趣。总之希望此书成为读者的朋友！

由于编写时间仓促及编写水平有限，不足之处在所难免，请读者和旅行社从业人员多加批评和指导。

参加本书编写的人员主要是武汉职业技术学院旅游与航空服务学院旅游管理专业的老师。其中雷晶编写第 1 章，焦巧编写第 2、3 章，周晓梅编写第 4、6 章，山东电子职业技术学院管理与应用外语系曹文杰负责编写第 5 章，刘丽莉编写第 7 章。雷晶老师帮助审稿，周晓梅老师负责全书统稿。

在这里，我们特别感谢北京交通大学出版社给我们这次编写机会，尤其是编辑刘洵，正是她的耐心指导和编稿，才使得此书的出版成为可能。

总之，我们期待读者的关爱和评说。

2009 年 7 月于武汉



目 录

第1章 绪论	(1)
1.1 导游与导游员	(1)
1.1.1 导游的产生	(1)
1.1.2 导游的含义	(2)
1.1.3 导游员的概念	(2)
1.1.4 导游员的分类	(3)
1.1.5 导游员的基本职责	(4)
1.2 导游服务	(4)
1.2.1 导游服务的性质	(5)
1.2.2 导游服务的特点	(8)
1.2.3 导游服务的基本原则	(9)
1.3 导游服务技能	(12)
1.3.1 树立良好的形象	(12)
1.3.2 提供超常服务,与游客建立伙伴关系	(13)
1.3.3 调节游客的审美行为	(13)
1.3.4 做好旅游团的总体协调工作	(14)
1.4 导游的作用与职业素养	(15)
1.4.1 导游的地位和作用	(15)
1.4.2 导游员的素质	(20)
1.4.3 导游员的修养	(27)
案例分析	(33)
本章自测	(34)
相关链接	(35)
第2章 导游语言	(37)
2.1 导游语言概述	(37)
2.1.1 导游语言的含义	(37)
2.1.2 导游语言的内容及特点	(38)
2.1.3 导游语言的类型	(40)

2.1.4 导游语言的基本要求	(41)
2.2 导游语言的运用原则	(43)
2.2.1 导游语言的四原则	(43)
2.2.2 导游语言的“八有”要素	(44)
2.3 态势语言的运用	(47)
2.3.1 服饰语	(47)
2.3.2 表情语	(49)
2.3.3 姿态语	(50)
2.4 导游语言的幽默艺术	(53)
2.4.1 幽默语言艺术的作用	(53)
2.4.2 导游语言的幽默艺术技巧	(55)
2.4.3 导游幽默禁忌	(59)
2.5 导游口语表达技能	(61)
2.5.1 掌握语调	(61)
2.5.2 调节音量	(61)
2.5.3 控制语速	(62)
2.5.4 注意停顿	(62)
案例分析	(64)
本章自测	(66)
相关链接	(67)
第3章 导游词及其编写	(68)
3.1 导游词知识概述	(68)
3.1.1 导游词的概念	(68)
3.1.2 导游词的构成	(68)
3.1.3 导游词的特点	(70)
3.1.4 导游词的作用	(71)
3.2 导游词的编写	(72)
3.2.1 书面导游词创作要求	(72)
3.2.2 书面导游词编写技巧	(75)
案例分析	(91)
本章自测	(96)
相关链接	(96)
第4章 导游程序及其模拟	(98)
4.1 准备工作	(98)
4.1.1 熟悉接待计划	(98)

4.1.2	落实接待事宜	(101)
4.1.3	做好物质准备	(102)
4.2	迎接工作	(103)
4.2.1	旅游团抵达前的业务准备	(103)
4.2.2	迎候旅游团	(104)
4.2.3	途中服务	(105)
4.3	市容导游	(106)
4.3.1	首次沿途导游	(106)
4.3.2	城市概况介绍	(106)
4.3.3	风光风情介绍	(107)
4.4	饭店住宿	(108)
4.4.1	介绍下榻的饭店	(108)
4.4.2	协助办理住宿手续	(109)
4.4.3	介绍饭店及其设施	(110)
4.4.4	照顾行李进房	(111)
4.4.5	带领旅游团用好第一餐	(112)
4.4.6	宣布当日或次日活动安排	(112)
4.4.7	协助处理游客入住后的各类问题	(112)
4.4.8	确定叫早时间	(114)
4.5	商谈日程	(114)
4.5.1	核对、商定日程的必要性	(114)
4.5.2	核对、商定日程的时间、地点	(115)
4.5.3	核对、商定日程时, 可能出现的几种情况及处理措施	(115)
4.6	参观游览	(118)
4.6.1	出发前的服务	(118)
4.6.2	途中导游	(119)
4.6.3	景点导游、讲解	(119)
4.6.4	参观活动	(122)
4.6.5	返程中的工作	(122)
4.7	食在中国	(124)
4.7.1	计划内的团队便餐	(124)
4.7.2	自助餐服务	(124)
4.7.3	风味餐服务	(125)
4.7.4	宴会服务	(126)
4.8	购物	(126)

4.8.1 概述	(126)
4.8.2 模拟导购情景对话	(126)
4.9 娱乐	(133)
4.9.1 观看文娱演出	(133)
4.9.2 舞会	(137)
4.10 送团	(137)
4.10.1 送站前的业务准备	(138)
4.10.2 离店服务	(138)
4.10.3 集合上车	(139)
4.10.4 送站途中的讲解服务	(139)
4.10.5 提前到达机场(车站、码头)	(140)
4.10.6 办理离站手续	(140)
4.10.7 送站模拟情景对话	(140)
案例分析	(141)
本章自测	(145)
相关链接	(146)
第5章 景观与景观导游	(147)
5.1 旅游景观概述	(147)
5.1.1 旅游景观的含义	(147)
5.1.2 自然景观	(149)
5.1.3 人文景观	(153)
5.2 景观赏析与导游	(156)
5.2.1 景观赏析	(156)
5.2.2 景观导游	(158)
案例分析	(163)
本章自测	(166)
相关链接	(166)
第6章 自然景观导游	(168)
6.1 概述	(168)
6.1.1 自然景观的概念	(168)
6.1.2 自然景观的特点与类型	(168)
6.1.3 自然景观的三个层次	(170)
6.2 山地景观导游	(170)
6.2.1 山地的概念及其意义	(171)
6.2.2 名山的基本概念与基本造景功能	(172)

6.2.3 山地与自然因素及人文因素的配合	(176)
6.3 水体景观导游	(179)
6.3.1 水体景观及其意义	(179)
6.3.2 水体本身的造景功能与水景间的差异	(180)
6.3.3 水与其他自然因素及人文因素的配合	(183)
6.3.4 我国主要水自然景观类型	(185)
6.4 动植物景观导游	(190)
6.4.1 动植物景观及其意义	(191)
6.4.2 动物与植物的造景功能	(191)
6.4.3 中国动植物资源	(194)
6.5 自然景观导游要领	(195)
6.6 自然景观导游技巧	(200)
案例分析	(204)
本章自测	(208)
相关链接	(209)
第7章 人文景观导游	(210)
7.1 中国古建筑导游	(210)
7.1.1 中国古建筑欣赏概述	(210)
7.1.2 古建筑导游的要点	(212)
7.2 宗教建筑艺术导游	(215)
7.2.1 佛教建筑艺术导游	(216)
7.2.2 道教建筑导游	(222)
7.2.3 伊斯兰教建筑导游	(224)
7.2.4 基督教建筑导游	(226)
7.3 园林艺术导游	(228)
7.3.1 园林艺术欣赏概述	(228)
7.3.2 园林艺术导游的要点	(230)
7.4 博物馆导游	(231)
7.4.1 博物馆欣赏概述	(231)
7.4.2 博物馆导游的要点	(232)
7.5 民俗风情导游	(234)
7.5.1 民俗风情欣赏概述	(234)
7.5.2 民俗风情导游要点	(234)
7.6 主题公园导游	(236)
7.6.1 主题公园欣赏概述	(236)

7.6.2 主题公园导游的要点	(237)
7.7 人文景观导游要领	(240)
7.8 人文景观的导游技巧	(242)
案例分析	(247)
本章自测	(249)
相关链接	(249)
参考文献	(251)



第1章 绪论

■ 学习目标

了解导游及导游员的概念；了解导游服务的性质、特点和基本原则；学习并掌握导游服务的相关技能；明确导游的作用及需具备的职业素养。

■ 本章导读

导游服务从旅游业形成和发展初期的向导服务发展到今天集向导服务、导游讲解和生活照料于一身的综合服务，经历了一个漫长的历程。在旅游业形成和发展初期，导游服务随着消遣性旅游活动的出现而产生；在现代，导游服务随着大众旅游活动的兴起而发展。

■ 关键词汇

导游 导游员 导游服务 素质 修养

1.1 导游与导游员

1.1.1 导游的产生

世界性的旅游组织和导游是在5 000年前的埃及兴起的。据记载，大约在公元前1490年，荷塞普塞特（Hesaiusait）女王访问旁特（Punt）地区（大概是现在的索马里），这是世界上第一次为了和平和游览目的而进行的旅游。这一历史上意义重大的旅游，记载在拉克瑟（Luxor）的德尔巴哈里（Deit El Bahari）寺院的墙壁上。从现代人的眼光看，腓尼基人是最早的旅行者，因为他们周游各地进行贸易。而东方早期的旅行，尤其是中国和印度，主要也起源于贸易往来。

近代旅游业中首次出现职业导游是在近一个世纪前，英国人托马斯·库克（Thomas Cook）组织的从莱斯前往拉夫巴勒的团体火车旅游。我国导游员的产生和发展与世界各国一样，是随着旅游业尤其是入境旅游的发展而逐渐发展壮大起来的。

考察导游的起源和发展，其历史进程主要体现在三个方面：其一，导游内容从单一的向导活动发展到集向导服务、导游讲解、生活照料等于一身的多功能服务；其二，导游员同游客的关系从泛缘关系发展到业缘关系；其三，导游操作从随意化发展到规范化。

1.1.2 导游的含义

导游 (Tour Guide) 一词来源于“向导”，由来已久。远古时代旅游归贵族独享，个人单独旅行或全家集体旅游时，都有一个负责旅行事务的专人陪伴，称为“旅行护卫”(Tour Escort)。

具体说来，导游可以解释为以旅游者为主要对象，以指导、参观游览、沟通思想为主要工作方式，以安排旅游者的吃、住、行、游、购、娱为主要任务，以增进相互了解和友谊、为国家建设积累资金为目的的接待服务人员，也是民间外交和地区间横向联系的一线工作人员。

随着我国旅游业的发展，“导游”的内涵也在不断地变化和发展，通常“导游”这一概念包含两层含义：一是服务工作，是指导游人员代表被委派的旅行社，接待或陪同旅游者旅行、参观、游览，按照组团合同约定的内容和标准向旅游者提供的旅游接待服务工作；二是引导游览的人，即导游员。严格地讲，导游员是指依照《导游人员管理条例》的规定取得导游证，接受旅行社委派，为旅游者提供向导、讲解及相关旅游服务的人员。

导游一词由“导”和“游”组成。“导”即引导的意思；“游”即游览，这两个字组成一个词具有重要性，作为动词是引导游览的意思，而作为专有名词是指引导游览的人。我们通常听到人们说“某某导游”就是指导游员。根据《牛津字典》的解释，导游是指引路的人，是旅游者雇用的向导。他需要具有旅游者参观地的知识，掌握这个国家政治、社会、文化和历史背景的综合知识，还应对世界上的其他人民和地方有所了解。有一种英文解释是，导游是给他人指路的人，尤其是受雇在一次旅行或访问中指出有趣景观的人。在印度，一名学者把导游定义为拥有知识和经过专业培训，被旅游者雇用，在旅游期间引导其了解和欣赏旅游目的地的人。

由此可以看出，导游有时是名词，即指导游服务工作、导游职业或者导游人员，有时是动词，即为那些有导游需求的游客提供引导游览服务。本书提及的导游是指导游人员。一名优秀的导游，首先要以其热情周到的服务，给游客以宾至如归的感受，同时能够以丰富的知识和高超的导游技巧提升风景名胜的品位，给游客以美的享受，使其流连忘返并向往再度重游，还要以出色的表演给客人送去欢乐。导游是运用语言的高手，他们在广泛收集资料的基础上，再对其进行加工和创造，以出色的讲解来展示。民间流传一句话“江山美不美，全靠导游一张嘴。”导游是旅游界的复合型人才，是旅游业的灵魂。正如国际旅游界普遍持有的观点那样：“没有导游的旅行是不完美的旅行，甚至是没有灵魂的旅行。”

1.1.3 导游员的概念

导游员，是指依照《导游人员管理条例》的规定取得导游证，接受旅行社委派，佩戴IC卡、持有接团计划、按照组团约定的内容和标准为游客提供向导、讲解及相关旅游服务的人员。

具有高级中学、中等专业学校或者以上学历，身体健康，具有适应导游需要的基本知识和语言表达能力的中华人民共和国公民，可以参加导游员资格考试；经考试合格的，由国务院旅游行政部门或者国务院旅游行政部门委托省、自治区、直辖市人民政府旅游行政部门颁发导游员资格证书。

取得导游员资格证书的，经与旅行社订立劳动合同或者在导游服务公司登记，方可持所订立的劳动合同或者登记证明材料，向省、自治区、直辖市人民政府旅游行政部门申请领取导游证。

具有特定语种语言能力的人员，虽未取得导游员资格证书，旅行社需要聘请临时从事导游活动的，由旅行社向省、自治区、直辖市人民政府旅游行政部门申请领取临时导游证。取得了导游证并在导游证的有效期限内，导游人员才有资格从事导游活动。

导游活动是指导游员陪同游客旅行、游览，为游客提供向导、讲解和其他旅途服务。导游人员从事导游活动，必须经旅行社委派；未经旅行社委派，不得从事导游活动。

导游员进行导游活动时，应当佩戴导游证。无导游证从事导游活动的，依据国务院发布的《导游人员管理条例》的有关规定给予处罚。

1.1.4 导游员的分类

导游员由于业务范围、业务内容的不同，服务对象和使用语言的差异，以及其业务性质和服务方式的差别，可以分成很多类别。并且，即使是同一个导游员，由于从事的业务性质不同，所扮演的社会角色也随之变换。

1) 按业务范围划分

导游员分为海外领队、全程陪同导游员和地方陪同导游员。

海外领队（领队）是指受经国家旅游行政主管部门批准可以经营出境旅游业务的旅行社的委派，全权代表该旅行社带领旅游团从事旅游活动的工作人员。

全程陪同导游员（全陪）是指受组团旅行社（组团社）委派，作为组团社的代表，在领队和地方陪同导游员的配合下实施接待计划，为旅游团（游客）提供全程陪同服务的工作人员。这里的组团社或组团旅行社是指接受旅游团（游客）或海外旅行社预订，制订和下达接待计划，并可提供全程陪同导游服务的旅行社。这里的领队是指受海外旅行社委派，全权代表该旅行社带领旅游团从事旅游活动的工作人员。

地方陪同导游员（地陪）是指受接待旅行社委派，代表接待社实施接待计划，为旅游团（游客）提供当地旅游活动安排、讲解、翻译等服务的工作人员。这里的接待社或接待旅行社是指接受组团社的委托，按照接待计划委派地方陪同导游员负责组织安排旅游团（游客）在当地参观游览等活动的旅行社。

2) 按职业性质划分

导游员分为专职导游员和兼职导游员。

专职导游员是指在一定时期内以导游工作为其主要职业的导游员。目前，这类导游员一

一般为旅行社的正式职员。

兼职导游员亦称业余导游员，是指不以导游工作为其主要职业，而利用业余时间从事导游工作的人员。

3) 按导游使用的语言划分

导游员分为中文导游人员和外语导游人员。

中文导游人员是指能够使用普通话、地方话或者少数民族语言从事导游服务的人员。

外语导游人员是指能够运用外语从事导游服务的人员。目前，这类导游员的主要服务对象是入境旅游的外国游客和出境旅游的中国公民。

4) 按技术等级划分

导游员分为初级导游员、中级导游员、高级导游员和特级导游员。

初级导游员：获导游员资格证书一年后，就技能、业绩和资历对其进行考核，合格者自动成为初级导游员。

中级导游员：获初级导游员资格两年以上，业绩明显，考核、考试合格者晋升为中级导游员。中级导游员是旅行社的业务骨干。

高级导游员：取得中级导游员资格四年以上，业绩突出、水平较高，在国内外同行和旅行商中有一定影响，考核、考试合格者晋升为高级导游员。

特级导游员：取得高级导游员资格五年以上，业绩优异，有突出贡献，有高水平的科研成果，在国内外同行和旅行商中有较大影响，经考核合格者晋升为特级导游员。

1.1.5 导游员的基本职责

根据当前我国旅游业的发展情况和各类导游人员的服务对象，导游员的基本职责可概括如下：

第一，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；

第二，负责向游客讲解、介绍中国（地方）文化和旅游资源；

第三，配合和督促有关单位安排游客的交通、食宿等，保护游客的人身和财物安全；

第四，耐心解答游客的问询，协助处理旅途中遇到的问题；

第五，反映游客的意见和要求，协助安排游客会见、座谈等活动。

1.2 导游服务

导游服务从旅游业形成和发展初期的向导服务发展到今天集向导服务、导游讲解和生活照料于一身的综合服务，经历了一个漫长的历程。在旅游业形成和发展初期，导游服务随着消遣性旅游活动的出现而产生；在现代，导游服务随着大众旅游活动的兴起而发展。

现代导游服务是指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。

1.2.1 导游服务的性质

导游服务的性质在不同的国家和地区,由于社会制度、意识形态和民族文化的不同,其政治属性也不同。

除政治属性外,世界各国的导游服务还具有以下共同的属性。

1) 社会性

旅游活动的社会性决定了导游服务的社会性。旅游活动作为一种社会活动,一方面它是人类社会经济发展到一定阶段的产物,并随着社会经济的发展而发展;另一方面,旅游活动的开展涉及现代社会的方方面面,对社会经济的发展起着推动和促进作用。导游员在提供服务的过程中,也要同社会诸多方面发生社会关系。所以,导游服务本身就是一种社会服务。随着社会经济的不断发展,导游服务早已成为世界许多国家一种社会职业,成为社会中一部分人谋生的手段。

2) 文化性

导游服务的文化性产生于游客对异国他乡不同文化背景的追求。无论是导游员的仪容服饰、仪态举止,还是导游讲解,或是同游客的日常交谈,无不直接或间接地表达或渗透着旅游目的地国家或地区的传统文化和现代文明。导游员为来自世界各地的游客服务,通过全面、生动和幽默的讲解使游客获得知识、趣味和美的享受,有意无意地传播着旅游目的地国家、地区和民族的文化,同时也吸收着世界不同民族和地区的传统文化和现代文明。因此,导游服务起着双向沟通,直接或间接地传播一个国家(或地区或民族)的传统文化和现代文明的作用。

3) 服务性

导游服务,顾名思义是一种服务工作,它与第三产业的其他服务一样,属于非生产性劳动,是一种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,来满足游客旅行活动中的各种需求。然而,导游服务又不同于一般的、简单的技能服务,它是一种复杂的、高智能、高技能服务。高质量的导游服务,能够消除游客在异地的紧张感和寂寞感,使游客专心投入到游览活动中,以保证旅游活动顺利进行并圆满完成。

4) 经济性

导游服务是导游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。因此,导游服务具有经济属性。导游服务的经济性主要表现在以下诸方面。

第一,优质服务,直接创收。旅行社作为旅游业三大支柱之一,是旅游活动的组织者,在我国旅游业中处于“龙头”地位。而其生产的产品是通过导游服务来销售的,导游员是导游服务的执行者,其通过直接为游客提供语言翻译服务、导游讲解服务、旅行生活服务及各种代办服务,收取服务费和手续费。由此可见,导游工作本身就可为国家建设创收外汇、

回笼货币、积累资金。

第二，扩大客源，间接创收。稳定的客源是旅游业生存和发展的先决条件，没有游客，发展旅游业就无从谈起，导游员也就没有了服务对象。因此，世界许多国家和地区的政府为支持旅游业的发展，不惜投入大量资金和人力在国内外进行大规模的广告宣传和促销活动以招徕游客。然而，与广告宣传相比，更为有效的宣传方式则是游客的“口头宣传”（word of mouth），即游客在旅游目的地参观游览之后，回去向亲朋好友讲述在旅游目的地的见闻和综合体验。这种“口头宣传”不仅向游客周围的人传播了旅游目的地的旅游信息，提高了旅游目的地和旅行社的知名度，而且在一定程度上会对其他游客今后的旅游流向产生影响。因为，游客的亲身体验比任何广告宣传更可靠，更令人信服。所以，导游员向游客提供优质的导游服务，在招徕回头客、扩大新客源、间接创收方面起着不可忽视的作用。

第三，因势利导，促销商品。商品和旅游纪念品的开发、生产和促销是发展旅游业的重要组成部分。各国、各地区对此都非常重视，并将其视作提升目的地吸引力和增加旅游收入的重要手段之一。据统计，在国际旅游总消费中，用于购物的部分约占 50%，在新加坡、香港等国家和地区的旅游总收入中，销售商品和纪念品的收入甚至已超过了上述比例。在促销商品和纪念品的过程中，导游员起着举足轻重的作用。

第四，增进了解，促进经济交流。我国正在进行大规模的经济建设，各地都需要引进资金和先进的科学技术。在来中国旅游的海外人士及在国内旅游的人中，不乏方方面面的专家和经济界人士，他们中有人希望借旅游之机与各地的同行接触，相互交流信息；或想通过参观访问，了解合作的可能性及投资的环境，也可能有贷款、捐赠的意向。导游员在与游客交往的过程中要做一个有心人，设法了解他们的意图和愿望，并不失时机地向旅行社报告，在领导的指示下积极牵线搭桥，促进中外及地区间的科技、经济合作与交流，为国家和本地区的现代化建设作出自己的贡献。

5) 涉外性

导游员为海外游客提供的导游服务具有明显的涉外性。这时，导游员不仅是旅行社的代表，也是旅游目的地国家或地区形象的代表。因此，导游员在向外国游客提供导游服务的过程中，不仅担负着向他们宣传社会主义中国物质文明和精神文明的职责，而且起着增进他们同我国人民之间相互了解、架起友谊桥梁的作用。

自改革开放以来，随着经济的迅速发展和人民生活水平的不断提高，我国公民出境旅游的发展势头也很强劲。到 2005 年底，我国国际旅行社的总数已达到 1 590 家，它们从事着海外旅游者入境旅游和中国旅游者出境旅游的组织 and 接待工作。对于前一种旅游，导游员为海外游客提供导游服务；而对于后一种旅游，导游员为中国公民提供出境陪同服务，两者都具有明显的涉外性。据国际旅游组织预测，到 2015 年，中国将成为全球第一大入境旅游接待国、第四大出境旅游客源国。旅游者的跨国界旅行行为增进各国人民之间的了解和友谊、促进世界和平作出了积极贡献。导游员提供的涉外导游服务的政治意义和所起的民间外交的作用主要表现在以下两个方面。