

第一章

导游工作概论

哪儿有旅游活动，哪儿就有导游服务，商业性导游的出现是现代旅游活动发展之必然——导游工作是旅游服务的代表性工作，具有重要的经济意义和政治意义——独立性、复杂性、诱惑性是导游工作的特点——“宾客至上”原则、“服务至上”原则、“为大家服务”原则、AIDA 原则和“合理而可能”原则是导游服务准则，也是处理问题时必须遵循的原则。

第一节 导游史略

一、古代的向导

“旅游”这个名词出现于 19 世纪初，但旅游活动却早已有之。

大约在公元前 4000 年 苏莫人（巴比伦人）发明了货币，贸易活动随之进入新时代，旅游活动也因此有了新的发展。腓基尼人是公认的世界最早的旅行者，他们为经商而周游列国。中国和印度等东方国家的旅游活动主要也是随着贸易交往的开始而兴起。在中国，有文字记载的旅游活动可追溯到公元前 2250 年。传说中的大禹可以算是我国最早的知名探险家和旅行家，为了治水，他在 13

年中走遍了大半个国家。

娱乐性旅游活动起源于东方的中国和日本，但罗马人后来居上。他们利用驿马，去朝拜地中海的神庙、去参观埃及金字塔、去希腊参加奥林匹克运动会、去矿泉浴场疗养……后来在欧洲兴起多处海滨疗养地，洗海水浴一时成为西方上层人士的时尚。

在我国，帝王的巡幸都可以说是大规模、有组织的旅游活动，高官的考察也往往兴师动众；文人士子的漫游影响深远，他们在游中、游后写的诗、词、游记是绝好的旅游指南和导游词。商人的经商活动、信徒的朝圣、学子的修学以及探亲访友等旅游活动绵延不断。在中国历史上，孔丘等士大夫周游列国讲学、游说，司马迁等史学家，屈原、李白、杜甫等诗人、文学家，李时珍等名医名家都是在读万卷书、行万里路后创下不朽的业绩；张骞三次出使西域、开辟了通向西方的“丝绸之路”，法显、玄奘往印度取经，鉴真东渡日本传教，郑和七下西洋，为发展东西方文化、经济交流作出了重要贡献；徐霞客更是中国著名的旅行家和地理学家……他们在国际旅游史上都占有重要地位。也有不少外国人先后到中国进行政治、贸易、文化、修学、传教等活动并在大江南北参观游览。

有旅游活动，就有“导游员”为其服务。帝王巡幸时陪臣、侍从簇拥前后，外国人在中国游历有“译官”等陪随左右，土人漫游时有熟悉当地情况的僧侣、樵夫、马夫、店小二等作向导。这些“向导”不仅引路，还就其所能介绍旅游景点和当地的风俗民情。

由于经济和交通工具的制约，古代参加旅游的人数少，旅游活动的规模不大，旅游的范围有限。向导没有也不可能以“导游”作为谋生的手段，游客赏赐的“盘缠”或“酒钱”（类似现代的“小费”）或多或少，供向导补贴家用。因此，1846年前，无论在外国还是在中国，从来没有形成过专业向导队伍。

二、商业性导游服务的出现是旅游活动发展之必然

(一) 经济的发展, 现代交通工具的出现导致商业性旅游活动的诞生

18 世纪 60 年代开始的英国工业革命在 19 世纪 40 年代基本完成。1784 年瓦特发明了蒸汽机, 1802 年轮船出现于苏格兰, 1804 年蒸汽机车在英格兰问世。经济的发展、现代化交通工具的出现, 终于使英国人托马斯·库克能在 1841 年 7 月 5 日包租一列火车, 运送 570 人从莱斯特前往拉夫巴勒参加一次禁酒大会, 往返票价一先令。这是世界上公认的第一次商业性旅游活动, 标志着近代旅游活动的开始。

1845 年 托马斯·库克在莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社 旅行社一开始就以“为一切旅游公众服务”为宗旨。近代旅游业于是诞生。

1846 年 托马斯·库克的旅行社组织 350 人去苏格兰旅游, 并设置了向导。这是世界上第一次有商业性导游员陪同的旅游活动。尔后 托马斯·库克招徕游客到法国等地旅游, 于是出现了国际旅游活动; 横贯大西洋的邮轮的运行 为洲际旅游和环球旅游提供了条件 国际导游员 领队 也幸运而生。

托马斯·库克开创了近代旅游业的先河、提供了多个成功模式, 欧洲各国纷纷仿效, 组建旅行社, 招募向导, 导游队伍逐渐形成。第二次世界大战后, 随着群众性旅游活动的崛起并迅速发展, 导游队伍不断壮大并逐渐专业化, 现已发展成为一支几十万人的专业化队伍, 遍及世界各地。

至于中国何时出现商业性导游员, 无证据考查。20 世纪初, 一些外国旅行社, 例如英国的通济隆旅游公司, 就开始在中国组织旅游活动并雇佣了一些中国人作向导, 大概那时就有了中国导游员。但是, 真正的第一批中国导游员当出现于 1923 年。是年 8 月 上海

商业银行总经理陈光甫在同仁支持下创设了旅游部（1927年7月旅游部独立组建“中国旅行社”）。该部雇佣的导游员应该说是中国最早的导游员。

（二 商业性导游的出现是旅游活动发展之必然

旅游是一种人际交往活动，是现代人的—种高级的新颖消费形式，是人类的一项“求知、求新、求奇、求异、求乐”的综合性审美活动。人们通过旅游活动获取教益、增长阅历、陶冶情操、振奋精神，增进与异国、异地居民的相互了解和友谊。旅游业是一项带有浓郁文化色彩的经济事业，在这一特殊经济事业的发展过程中，导游员起着极为特殊的作用。可以这么说，哪儿有旅游活动，哪儿就出现导游员；哪儿有一支高水平的导游队伍，哪儿的旅游业就兴旺发达。这是因为：

1. 旅游者需要导游服务

1)从生理上还是从心理上，旅游者需要导游员。旅游者乍到—地必然会产生茫然感，需要他人为其引路、指点，为其解决语言不通的问题，以求避免因不明当地习俗而造成误会和不愉快，避免因语言不通带来的种种困难。旅游者初到—个人生地不熟的地方，定会出现拘谨心理、孤独感和不安全感，需要有熟悉当地情况的人陪伴，帮助解决食宿、旅行和日常生活中出现的种种问题，帮助其获得新的心理平衡从而精力充沛地投入旅游活动。新到—个陌生的地方，若无人指点，旅游者往往不知道从哪儿开始游览，因而很可能进行盲目的、疲于奔命的旅游活动，不仅达不到修身养性的目的，反而破坏游兴，有损于身心健康。旅游者到异国他乡旅游时需要为其解决种种困难的那个人应该就是导游员。有导游员为旅游者科学地安排生活和旅游活动，他们就会获得事半功倍的旅游效果。

2)从认识观赏事物的顺序看，旅游者需要导游讲解。不同民族的审美观存在程度不同的差异、甚至有天渊之别，若无人指点迷

津。旅游者往往无从欣赏那具有异国情调的自然美、社会美和艺术美，也就领略不到融汇在风景名胜中的一国（一地）古今文化的真谛了。为了在短时间内了解到异国他乡的自然风光和人文景观的深奥寓意和艺术价值，旅游者不仅需要导游员帮助其懂得异国民族的审美观，也需要他们合理地安排游览活动，还需要他们在旅游景点作生动精彩的导游讲解。

总之，不仅从生理上、心理上、还是从认识观赏事物的顺序看，旅游者需要导游员的帮助和指点；无论是为了获得物质上、精神上美的享受，还是为了达到求知、加深阅历的目的，旅游者都离不开导游服务。

2. 旅游业也需要导游服务

导游队伍随着旅游业的诞生而逐渐形成，随着旅游业的发展而日益壮大。反之，导游服务的出现和服务质量的提高又大大促进了旅游业的发展。导游员已成为旅游接待第一线的关键人员，导游服务已成为旅游服务的代表性工种，旅游业的发展离不开导游员及其他的服务。

1) 旅游业是一项经济事业，旅游经营者组合的产品主要是以无形的物化劳动出现，提供的服务是综合性的，旅游产品的销售是多次性的、贯穿于旅游活动的全过程，通常是通过导游员的工作来实现的。就是说，旅游经营者主要是通过向旅游者提供高质量的旅游服务、特别是提供优质导游服务来实现其经营目标的。

2) 当今世界的旅游市场上强手林立，竞争激烈。而竞争，归根结底是人才的竞争。一个国家地区的旅游业能否发展就得看是否拥有很强的竞争能力，是否有很高的信誉，而保持、提高竞争力和信誉的最有效手段是充分发挥旅游工作者、特别是导游员的主观能动性，向旅游者提供高质量的、魅力因素常有常新的旅游服务，尤其是优质导游服务，以求对潜在旅游者产生最大限度的吸引力。因此可以说，一个国家地区旅游业的生存和兴旺在很大程度上

度上取决于是否拥有一支高水平的、能征善战的旅游工作者队伍，特别是一支优秀的导游队伍。

第二节 导游工作

导游工作在旅游服务中占有重要地位，起着举足轻重的作用。为了使读者对导游工作及其重要性有一个基本了解，本节将就导游工作的性质、特点和导游服务原则及范围等作简明阐述。

一、导游工作类别

导游工作纷繁复杂，但就导游工作本身而言，大致可分为图文声像导游和实地口语导游两大类。

（一）图文声像导游 或称物化导游 包括

1. 导游图、交通图、旅游指南、景点介绍册页、画册、旅游产品目录等；
2. 有关旅游活动的宣传品、招贴、广告以及旅游纪念品等；
3. 录音带、录像带、电影片、幻灯片等。

旅游业发达国家都非常重视图文声像导游，在机场、火车站、码头 在城市和旅游景点都设有“旅游服务中心”或“旅游问讯处”，那里摆满了各种旅游宣传资料，人们可随意取用（有的需花钱买），工作人员还热情耐心地解答有关旅游活动的种种问题。很多旅行社定期向公众放映有关旅游目的国的电影或录像、举办展览等招徕顾客。组团旅行社一般都在出发前向旅游团放映有关旅游目的地的电影录像或幻灯 散发《旅游指南》等材料 帮助旅游者对前往游览的目的地有一基本了解。博物馆和许多重要旅游景点装备有先进的声像设施，帮助旅游者参观游览。

（二）实地口语导游 亦称讲解导游 由导游员在游览现场完成 随着时代的发展、科技的进步，导游手段将越来越多样化，然

而，图文声像导游只能处于从属地位，起着减轻导游员的负担、补充实地口语导游的作用，而实地口语导游不仅不会消失，而且将永远是最重要的。这是因为：

1. 人的因素永远处于第一位。影响旅游者印象和旅游活动质量的诸因素中人是第一因素。就导游服务而言，成功或失败、质量高或低，往往取决于导游员的工作。

2. 导游讲解贵在灵活，妙在变化，只有高水平的导游员才能做到，才能得心应手地应付各种场面，才能满足不同层次的旅游者的各种要求。

3. 导游员和旅游者之间建立起正常的人与人之间的情感关系是保证旅游服务质量的重要因素；增进各国、各地区人民之间的相互了解和友谊、维护和促进世界和平是发展旅游业的重要目的之一，而这些绝不是无生命的高科技导游手段所能实现的。

本书阐述的主要是导游人员完成的导游工作。

二、导游工作的性质

认清导游工作的性质，对导游员来说至关重要，因为它是一条主线，指导着导游员的言行举止，影响着甚至决定着导游工作各个环节的质量高低。

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。但是，对上述五方面的认识还是基本相同的。

（一）导游工作具有社会性

旅游活动是世界上规模最大的社会经济现象，起着促进社会物质文明和精神文明建设的重要作用，为旅游者服务的导游员从事的工作本身就具有社会性。而且，导游工作是一种社会职业，对绝大多数导游员来说，它是一种谋生的手段。

（二 导游工作属服务行业

导游服务与第三产业的其它服务一样属非生产劳动，是一种通过提供一定的劳务活动，例如翻译、导游讲解、生活服务等，满足旅游者游览、审美的愿望和旅行生活的需求，使其成为能够创造特殊使用价值的劳动。不过，导游服务不是一般的简单服务，而是一种复杂的、高智能服务，因而是高级的服务。

中国的导游工作是一项为国家的社会主义建设和国内外民间交往服务的旅游服务工作，它以旅游者为服务对象，以协调旅游活动、导游讲解、帮助旅游者了解中国为主要服务职责，以沟通语言和文化为主要服务形式，以增进相互了解和友谊为主要工作目的，以“热情友好 服务周到”为服务座右铭。

（三 导游服务是传播文化的重要渠道

导游员的导游讲解、客导之间的日常交谈以及旅游者的游览观光都有助于扩大一个国家（地区）的传统文化和现代文明的影响。从导游员生动形象的导游讲解和热情周到的生活服务以及导游员本身的言行举止，旅游者可看到一个国家（地区）、一个民族的以礼待人、热情好客的美德，了解一个国家（地区）人民的精神面貌、价值观念和道德水准，从而达到通过旅游追求精神享受的目的。因此，导游服务起着沟通和传播精神文明、为人类创造精神财富的作用，直接或间接地起着传播一个国家（地区）、一个民族的传统文化和现代文明的作用。

（四 导游工作具有重要的经济意义

旅游业是一项经济事业，在很多国家已成为国民经济的重要部门。自 1986 年起，旅游业也已被列入中国国民经济计划，正式成为国民经济的组成部分。在旅游业各项服务中，导游工作处于最积极、最活跃的地位，因此，导游工作具有经济属性。它的经济意义主要表现在如下诸方面。

1. 直接创收

导游员直接为旅游者服务，为他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、生活服务及各种代办服务，收取服务费和手续费。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。

扩大客源

旅游者旅游业生存和发展的先决条件之一，没有旅游者，发展旅游业就无从谈起。所以，很多旅游业发达国家都在旅游宣传方面大做文章，花大量的财力、精力在国内外进行广告宣传活动，招徕游客。西班牙旅游业成功的秘诀是“精心的、高质量的和有效的宣传”而意大利旅游界认为旅游宣传是带动旅游业前进的“火车头”。

另一种旅游宣传，更为有效的宣传，就是旅游者作的“免费宣传”。向旅游者提供高质量的旅游服务，特别是不同凡响的导游服务，是提高旅游企业的信誉和竞争力的一个重要手段。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。可以这么说，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，在招徕回头客、扩大客源方面起着重要作用。

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，并视作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%。在有的国家和地区，该项收入在旅游总收入中的比例则更大。在商品促销过程中，导游员大有作为，其作用举足轻重。

为了更有效地促销商品，最大限度地满足旅游者的购物要求，导游员应：

1) 思想重视、态度积极

外国旅游者在中国境内买到称心如意的商品，旅游者高兴满意，我国也就地出口了商品，获得了外汇（或回笼了货币），积累了

建设资金。每个导游员必须认识到满足旅游者的购物要求是导游工作的重要内容之一，帮助旅游者购物导游员责无旁贷。

2) 熟悉商品、热情宣传

外国旅游者千里迢迢来中国旅游，总想买一些富有中国特色、地方色彩的工艺美术品，土特产品，或留作纪念或馈赠亲友。为了满足旅游者的不同购物要求，导游员应尽可能多地了解商品的产地、质量、使用价值、销售地点和价格等，并主动热情地向他们宣传，作好旅游者的购物参谋。也要了解在何地、哪家商店买某种商品最好，以便帮助游客在最短的时间内买到最好的中国物品，这对满足时间仓促的会议、商务旅游者的购物要求则显得更为重要。

3) 了解对象、因势利导

为了更好地促销商品，导游员不仅要熟悉中国的商品，还要做个有心人，设法了解旅游者是否有购物要求、购买能力如何以及他们希望购买什么样的商品，从而有针对性地提供购物服务，满足旅游者的购物愿望。

4) 掌握推销原则

努力促销商品，做好购物服务，是导游员的重要工作，但是必须建立在旅游者“需要购物、愿意购物”的基础之上，不能强行推销，更不得违法乱纪。在推销商品时，必须遵循下述两个原则：

——从游客的购物要求出发，因势利导。导游员的责任是帮助旅游者购买到称心如意的物品，而不是强行推销商品，因此，不要过多地安排购物时间，切忌强加于人，更忌强拉旅游者到自己的“关系户”购物图谋私利，以免引起旅游者的反感。

——实事求是，维护信誉。介绍商品要实事求是，价格要合理公道；不能作失实的介绍，不得以次充好，以假乱真，不得胡乱涨价；严禁导游员为了私利与不法商人沆瀣一气，坑蒙拐骗旅游者。在提供购物服务时，导游员要严格执行国家政策，维护国家信誉。

4. 促进科技交流

正在进行社会主义建设的中国需要外国的资金和先进的科学技术，到中国旅游的海外人士中不乏科学家、教授、方方面面的专家和经济界人士，他们中有人希望借访华之机与中国同行接触，了解合作或投资环境。导游员应作有心人，了解他们的意愿，捕捉时机，积极牵线搭桥，促进中外科技交流。海外旅游者若提出在中国投资、贷款、捐赠等意向，导游员应及时报告旅行社，在领导指示下与有关部门联系。

创汇、创收，为国家积累建设资金是创办旅游业的主要目的之一。导游人员应树立商品经济观念，把提高导游服务质量与创收、创汇、提高经济效益结合起来，为实现上述目的作出应有的贡献。

（五 导游工作属民间外交 具有重要的政治意义

国际旅游活动是当今世界规模最大的民间外交活动，据统计，1992年国际旅游者已近5亿人次（国内旅游者已超过40亿人次），为旅游者服务的导游员的工作在民间交往活动中起着不可忽视的作用。

在社会主义的中国，导游工作的民间外交作用主要表现在三个方面：宣传中国，了解外国，当好民间大使。

1. 宣传中国

中国历史悠久、文化灿烂、人口众多，对国际事务的影响越来越大，对21世纪将具有重要意义。旅游者中有兴趣研究中国的大有人在，帮助他们正确地认识中国是导游员义不容辞的责任，而导游员的导游讲解、与旅游者的聊天、议论以及他们的举手投足本身都在有意无意地宣传中国。

导游员的导游讲解和宣传是统一的，相辅相成的。政治宣传应寓于导游讲解、日常交谈及游览娱乐之中，形式要多样化，要灵活多变，力求避免呆板、千篇一律。

导游员在讲解和宣传时应遵循如下原则：

1) 积极主动、因势利导

介绍中国、传播中华文明是中国导游员的基本任务之一，导游员应时刻牢记在心讲解和宣传的目的在于增进相互了解。其方式应着重在“导”字，要生动、贴切地讲解，积极主动地引导。切忌作勉强他人的、假大空的说教。由于讲解、宣传的对象不同、场合有别、气氛各异。因此，导游员要随机应变、因势利导，掌握好时机和分寸。

2) 实事求是 内外有别

旅游者到中国游览希望真实地了解中国，希望看到真实的東西，听到真实的介绍。因此，导游员在讲解和宣传时要讲真话，不讲空话，不弄虚作假，不文过饰非。我们在讲成绩、讲社会进步、讲社会主义革命和建设成就时，不仅要作纵向比，即与中国的过去比较，也要进行横向比，即与经济发达的国家比较。导游员要明白“实事求是、摆明事实、道理就在其中”这个道理，所以在讲解、宣传时不要急于下结论，而让旅游者看完后、听完后自己去作出结论。我们讲缺点、不掩盖问题，我们要诚恳地征求游客的意见甚至批评，绝不是给社会主义中国抹黑，恰恰相反，我们这样做，是向外国旅游者显示中国人民实事求是的精神和作风，反映出中国人民对自己的事业充满信心。

但是，保守国家机密是每个国民的责任，“内外有别”是涉外工作人员必须遵守的工作纪律。泄漏国家机密为国法所不容、政纪所不许，国内外皆然。导游员必须对此有清醒的认识并在与外国旅游者交往时严格遵守政纪国法，坚持“友好归友好、保密归保密”的原则。

3) 有的放矢、生动自然

由于职业、社会经济地位和宗教信仰的不同，旅游者的文化修养和兴趣各不相同，导游员要根据不同对象进行不同的讲解和宣传，还要根据谈话的内容、谈话对象的情绪及当时的气氛，随机应变，尽量做到有的放矢。

导游讲解和对外宣传要生动自然、语言要妙趣横生，举例要富

有说服力,让人易于接受、乐意接受。力诫说教、套话、空话和废话。

4) 不卑不亢、求同存异

外国旅游者,不管其国别、民族和肤色,只要是我们的客人,导游员都应一视同仁、平等相待,在言谈、举止、态度上要不卑不亢、落落大方,切忌作出有丧人格、国格的行为。

导游员在谈论中国的内政问题时要理直气壮,对一些微妙问题要正面回答,观点鲜明,但不予纠缠,对个人的挑衅,应予以驳回,但要有理、有利、有节。由于各国、各民族之间风俗习惯不同、道德观念各异,思维方式和政见迥异,所以当谈论出现分歧时,导游员的态度应该是各抒己见、互相尊重、求同存异。争论往往是无益的,强加于人是错误的。

2. 了解外国

进行调查研究、了解外国是导游员的基本职责之一,是导游工作的需要,也是旅游业的需要。要了解别人,就得进行调查。

了解外国,方便导游员的工作,有助于提高导游服务质量。旅游者的社会地位、文化水平、生活习惯、宗教信仰、兴趣爱好等是导游员制订旅游活动计划的重要依据;了解对象国的概况、社会动态、风俗民情、生活方式、礼节习俗等有助于导游员向旅游者提供令人满意的导游服务;对旅游者经济状况和购物需求的了解,有利于导游员向他们提供更好的购物服务;掌握旅游者的情绪和心理状态,导游员能更有针对性地向他们提供心理服务……总之,通过书本、通过与旅游者的交往了解外国,了解旅游者,有助于导游员增长知识、提高工作能力,做好导游服务工作。

外国旅游企业的经营状况、旅游产品的组合、旅游推销的规模和方式,外国旅游者在中国喜欢看什么、吃什么、买什么,他们的要求、建议、意见以及对对象国的概况、风俗民情等对一个国家(地区)的旅游业、对每一个旅游企业都具有十分重要的意义。对上述内容进行调查研究,有助于引进外国的先进经验和管理、经营手段,从

而改善、提高我国旅游业的经营、管理水平 提高旅游服务质量 有助于进行更具针对性的旅游宣传招徕活动。

3. 当好民间大使

旅游活动是当今世界规模最大的民间外交活动。旅游促进人际交往，增进各国、各族人民之间的相互了解和友谊，消除因相互隔绝而产生的误解、猜疑、顾虑，加强团结，有利于维护世界和平。世界旅游组织自 1980 年以来，每年提出一个主题口号，大多数口号都体现出了旅游活动在促进相互了解、维护世界和平方面的重要性。例如，1986 年的口号就是“旅游 世界和平的促进力量”。

在旅游者心目中，导游员是国家地区的代表，人民的友好使者，是“民间大使”。导游员可利用旅游活动的群众性、广泛性的特点广交朋友，可利用接触旅游者面广、机会多、时间长、无语言障碍又比较熟悉外国等有利条件与旅游者进行广泛接触，进行思想、感情上的交流。中国导游员以其高尚的思想品德、渊博的知识、精湛的导游艺术、热情的服务态度，在帮助旅游者认识中国、增进相互了解、为中国赢得友谊和朋友方面作出了重要贡献。一位外国旅游者赞誉说：中国导游员是通向友谊的桥梁，是中国人民的友好使者。大部分中国导游员是当之无愧的。

三、导游工作是旅游服务中具有代表性的工种

旅游服务是一项综合性的服务工作，包括饭店服务、饮食服务、交通服务、旅行社服务、导游服务、商店服务及文体娱乐服务等，而且每一项服务都很重要。旅游者的旅游动机各异，要求不同，对上述服务的需要也不尽相同，然而总的说来，这些服务缺一不可。

但是，日本旅游专家土井厚则认为“任何行业都有代表性的业务，在旅游业中就是导游服务。”为什么？这是因为：

（一）提供导游服务的导游员是旅游计划的主要执行者，是旅

游服务各方面关系的协调者，是旅游活动过程中各种问题的主要处理者；导游员的工作是旅游接待工作中最积极、最活跃、最典型的工种，导游服务的好坏在很大程度上决定着旅游服务质量的高低。

（二）旅游产品既有有形的、物质的，又有无形的、非物质的，而以无形的、物化的劳务为主。旅行社组合的旅游产品在形式上是通过签订旅游合同销售出去的，但实际上，旅游产品不同于一般的有形商品，它的销售是多次性的、贯穿于旅游活动的全过程，通过提供综合性的旅游服务实现的，而导游员的工作在其中起着举足轻重的作用。我们可以说，导游员的素质决定着导游服务的质量，导游服务质量的高低则在很大程度上决定了旅游产品的使用价值，而旅游者就是根据其使用价值来购买某一旅游产品的。由此证明导游工作在旅游接待各项服务中是一项起着关键作用的服务。

（三）我们在前文提到，从生理上、心理上或从认识事物的顺序上，旅游者需要导游服务。国际旅游界人士提出“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”，这是很有道理的，从另一个角度说明导游工作是旅游服务中具有代表性的工种。

四、导游工作的特点

导游工作是一种高技能的服务行业。各行各业的工作都有与众不同之处，导游工作也不例外，有许多有别于其它服务行业的特点。随着社会的进步和旅游业的发展，导游工作的特点将会发生变化。目前，导游工作的基本特点可归纳为如下三点：

（一）复杂性

导游工作是一项脑力劳动和体力劳动高度结合的服务性工作，工作繁重、复杂。导游工作的复杂性主要表现在以下七个方面：

1. 接待海外旅游者的导游员从事的工作具有涉外性，政策性强。外事无小事，要求导游员工作细致认真，即使是小事，稍有疏

忽。问题就不会少。

2. 工作对象复杂。导游员的工作对象有不同国籍、不同层次、不同职业、不同性别、年龄的旅游者,有各种各样的国内旅游企业及其工作人员,导游工作集体成员之间的关系有时也相当复杂。

3. 工作面广。导游员不仅要落实旅游计划,安排旅游者的食、住、行、游、购、娱等各方面的活动,还要沟通上下、内外、左右各方面的关系。

4. 导游讲解的内容广泛、庞杂,而且还在不断更新、扩展。现场导游翻译时具有“快、急、难、杂”的特点,要求导游员不仅掌握丰富的知识,还要具备随机应变的能力。

5. 导游工作的连续性、重复性和流动性使导游员在旅游旺季时工作连轴转、量大、难度高、体力消耗大,往往无法休息也不能过正常的家庭生活。

6. 导游手段的多样化、高科技化,而且还在不断发展、变化,要求导游员不仅具有丰富的知识,高超的导游技巧,还要学会运用高科技辅助导游手段。

7. 导游工作具有双重性。导游员既是旅行社的代表,要维护旅行社的利益,又代表着旅游者的利益,要与各方交涉,维护他们的正当权益。

(二) 独立性

导游员在工作时往往独当一面,要独立地宣传国家的方针政策,正确地执行政策,要具有较强的组织能力,特别是独立处理问题的能力。

导游员的导游讲解具有相对的独立性。为了满足旅游者的精神生活的需要,导游员要引导他们参观游览并提供讲解服务以及生活服务,这些都需要导游员去努力完成,其他人无法替代这一职能。

（三）诱惑性

旅游活动的发展有利于各民族之间的相互了解，促进文化交流，但也会产生不健康的“精神污染”，即一个国家地区在发展旅游业的同时往往会“引进”不良的思想意识、处世方式和生活作风。导游员直接面对这种“旅游污染”的机会大大多于常人，一些意志不坚、抵制能力不强的导游员会或多或少受各种腐朽思想的影响，甚至沦为俘虏。

对于导游工作的诱惑性，瑞士导游专家汉斯·乔治·戈根海姆曾明确指出：“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要坏些或意志薄弱些，而是由于摆在我们面前的诱饵更芳香一些，机会更多一些。”

五、导游服务范围

导游工作繁重纷杂，服务范围很广，可以说无所不包，但大体上可归纳为两大类：导游讲解服务和生活服务。（见图 1）

导游讲解服务和生活服务相辅相成，缺一不可。

通过导游讲解服务，让旅游者认识一个国家地区，扩大一个国家（地区）的传统文化和现代文明的影响；通过向旅游者提供良好的生活服务，使他们认识一个国家地区人民，一个民族的以礼待人、热情好客的美德，了解他们的精神面貌和道德水准。

认真做好旅行生活服务，可使旅游者确信与这样的导游员在一起旅游活动定会顺利，从而对其产生信赖感，逐渐消除初见时的隔膜和距离。提供良好的生活服务，使旅游者生活丰富多彩，精神轻松愉快，游兴浓郁，客、导之间的感情融洽，有利于旅游者集中精神认真听取导游员的讲解，从而使讲解服务取得良好的效果。而高质量的讲解服务，可加深他们对游览地的了解和对自然景观、人文景观的认识，使他们增长知识、加深阅历，获得更多的旅游乐趣和精神享受。高质量的讲解服务在某种程度上可以弥补生活服务中