

## 第一章

## 绪 论

旅游业已成为当今世界上发展势头最为强劲、规模最大的产业。随着旅游业的飞速发展，导游服务在旅游业中的特殊地位越来越突显，导游学的研究也越来越被人们所重视。

## 第一节 导游学的研究对象及任务

导游学是一门研究导游活动现象及其内在规律的学科。它既是一门横跨多学科的综合性学科，又是一门应用性很强的边缘学科。目前，导游学还是一门正在创建中的新兴学科，学科的许多问题还有待于探讨和研究。

### 一、导游的含义

“导游”一词从词义上分析，“导”是引导、开通的意思；“游”是指旅行游览。顾名思义，导游就是引导旅行游览的意思；从用法和内涵上分析，“导游”一词有两种用法及含义：一是作为名词时，是指导游者——导游员（Tour Guide）；二是作为动词时，是指导游活动——导游服务。导游的概念目前在我国表述不一。刘静艳等在《导游学教程》中将

导游定义为：以游客为工作对象，以指导、参观游览、沟通思想为主要工作方式，以安排游客的吃、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，也是进行民间外交和地区间横向联系的第一线工作人员。陈永发在《导游学概论》一书中把导游的概念表述为：导游是在旅游供给过程中，为引导游客消费，对旅游活动进行组织、指导、沟通、协调等的服务活动。其实，这两个概念中，前者是指导游的第一层含义——导游者的定义，后者是指导游的第二层含义——导游活动的定义。导游一词既然有两层含义，那么，导游的概念也应从两个方面来表述——导游者和导游活动。

导游者就是导游人员，简称导游员，是指运用专门知识和技能为游客组织、安排旅行和游览事项，提供向导、讲解和旅途生活服务的人员。在我国，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，为游客提供向导、讲解及相关旅游服务的人员。<sup>①</sup>我国导游员实行持证上岗，从事导游活动首先必须取得导游人员资格证书，获得导游证后经与旅行社订立劳动合同或者在导游服务公司登记，并受其委派的人员方可从事导游活动。未经旅行社委派不得从事导游活动。

导游活动是导游人员受旅行社委派，陪同游客旅行、游览，为游客提供向导、讲解和其他服务的过程。

导游服务是旅游业不可缺少的组成部分，导游员是旅游活动的灵魂，是完美旅行的保证。由旅行社组团的旅游消费活动主要是通过导游员的服务来实现的。导游服务质量直接影响旅游消费行为，导游员在某种程度上可以起到“点石成金”的作用。原本是一座山、一条河、一些古迹，经过导游员的讲解，就使其富有生命力，使游客得到艺术享受，增强游客的旅游情趣。所以有人说：“祖国山水美不美，全凭导游员的一张嘴。”

<sup>①</sup>全国导游人员资格考试教材编写组编《导游实务》，旅游教育出版社，2001年，第

## 二、导游学的研究对象及任务

导游学是一门应用性很强的、跨学科的、综合性的边缘学科，它有自己的独特的研究对象。由于导游是一种旅游服务活动，它是以为游客为服务对象，以组织、指导、沟通、协调旅游活动为基本服务形式，以赢得社会效益和经济效益为目的的旅游服务活动。因此，导游学研究主要围绕着导游的两层含义加以研究，并从中发现导游活动的规律。旅游消费活动涉及食、住、游、行、购、娱六大要素，所以导游活动是一项综合性的活动。导游学不仅要研究导游主体（导游员），导游服务，还要研究导游客体（游客）。导游学的任务是：

1. 通过对导游活动的产生、发展及不同时期导游活动特点的研究，揭示导游的本质特征、属性，阐明导游服务在旅游业中的地位和作用，总结导游活动的发展规律，预测导游活动的发展趋势。

2. 研究导游的基本概念及导游服务原理。任何一门学科都有自己的理论基础，导游学也不例外。导游学是一门应用性的边缘学科，目前正处在创建和形成之中，许多概念及理论尚在探讨之中。研究导游的基本概念及导游服务的基本原理、完善导游学科体系是导游学研究的重要任务。导游服务原理是指对导游服务的本质及其活动规律的认知，包括宏观和微观两个方面的研究。宏观方面是指对导游在旅游业中的地位以及导游对社会的作用的认知的研究，微观方面则是指对导游接待服务规律性的认知的研究。

3. 研究导游的主体——导游员。主要研究导游员的社会地位和作用、从业素质（业务素质、思想素质、身心素质）、职业形象、社会角色。

4. 研究导游的客体——游客。主要研究游客在旅游过程中的心理活动和行为特征及其影响因素。导游活动是一个客我交往过程，了解游客，是做好导游服务的前提。

5. 研究导游服务规程及方法。通过对地方导游员（地陪）、全程导游员（全陪）、海外领队在特定旅游情境中的接待流程及规范化操作的研究，来指导导游服务工作，促使导游服务趋向标准化。导游学是一门应用性的学科，导游服务方法的研究在导游学中占据重要的位置。导

游服务不仅要符合规范，更要给游客以愉悦和美的享受。加强导游服务规程及方法的研究，把导游服务提升到新的境界，是导游学的任务之一。

6. 研究导游员的培训与管理。鉴于导游人员的服务质量直接关系到一个国家和地区旅游业的声誉及发展，因此必须对导游员进行科学培训与管理，包括对导游员的日常管理与考核，对导游过程中导游员行为的监控，并且通过有效的管理机制来调动导游员的工作热情和积极性，不断提高导游服务质量，以适应游客不断发展的需要。

### 三、导游学的研究方法

导游学既是一门跨学科的、综合性的学科，又是一门应用性的边缘学科。它的研究对象是导游活动及导游活动中活生生的、有血有肉的人，研究对象复杂，因此导游学在研究方法上和其他学科既有共性又有不同之处。导游学的基本研究方法有：

#### （一）实践研究法

实践研究法是指在实践活动中进行研究的一种方法，这种研究是在不加入人为控制的情况下进行的。实践研究法主要有观察法、体验法和案例研究法。

1. 观察法。观察法是指研究者深入旅游企业，对导游员、游客以及其他旅游工作人员有目的、有计划地直接进行观察、了解、记录导游活动过程，并加以分析归纳，从中总结出导游活动本质和规律的一种方法。

2. 体验法。体验法是指研究者通过亲身的旅游或导游实践活动，把自己的感受、体会真实地记录下来，并加以分析总结，从中得出结论的一种方法。

3. 案例分析法。案例分析法是指研究者通过对导游服务中所发生的各种案例进行全面细致的分析研究，了解导游活动中人的心理、行为及其发展规律，总结出导游活动中各种问题及事故的发生、发展、处理原则及有效途径的一种方法。

#### （二）抽样调查法

抽样调查法是导游学研究的一种常用方法。旅游业的特点之一

服务对象——游客的流动性大，逗留时间短，一般不可能深入全面了解。抽样调查法就是通过对有代表性的群体和个人进行访问、谈话、问卷等方法搜集有关资料，并对抽样调查的资料加以分析，从中间接了解导游主体和客体的心理、行为、需求及游客对导游服务的满意度等的一种方法。

## 第二节 导游学与其相关学科

导游学是正在创建中的、新兴的应用性学科。导游学研究内容广泛、综合性强，涉及心理学、美学、传播学、人际关系学、管理学、经济学、行为学、语言学、文化学、社会学、地理学、环境学、历史学等多门学科，它们分别从不同角度、不同层次指导旅游实践活动。这些学科的基本理论已成为导游学理论基础的营养源，这些学科的研究成果有助于导游学理论体系的建设，这些学科的发展将推动导游学的发展，这是由导游活动的综合性决定的。

1. 心理学。心理学是研究个体心理现象、心理活动及其规律的科学。人的心理现象是一个十分复杂的系统，包括心理动机、心理过程和特性三个方面的内容。导游活动的主体、客体都是人，人的心理活动复杂多变，这是由心理过程和个性心理特征两方面相互作用的结果。在旅游活动中，心理服务是导游服务的重要内容，了解和把握游客心理活动特点及其变化规律，是做好导游服务的基础。导游工作是一项艰苦复杂的服务性工作，要求导游员不仅要有较好的身体素质，更要有较高的心理素质和较强的心理调节能力。所以心理学理论对导游学的理论建设具有重要意义，心理学和导游学的交叉产生了导游心理学。心理学的分支——社会心理学是研究人在社会环境中心理活动及其规律的科学，社会心理学的社会群体理论及社会角色研究对游客的从众心理及导游员的角色定位研究有指导意义。

2. 美学。美学是研究人类审美活动及其规律的科学。爱美之心，人皆有之。人类的一切活动都是“按照美的规律来塑造”并运行的。未来世界是审美的世界。人本身要审美化，客观事物要审美化，劳动生活也要审美化。用发展的眼光看，以旅游为定向的审美需求将会是人类的主要审美形式之一。旅游活动是人们喜爱的一项求知、求新、求奇、

求异、求乐的活动，是集自然美、社会美和艺术美于一身的综合性审美活动。导游员在旅游审美活动中至少扮演三个角色：游客的审美对象、审美信息的传递者、审美行为的协调者。这就需要导游员能正确引导游客欣赏美，正确运用审美标准，并能使游客保持最佳的审美状态。导游员要深入了解旅游的审美感受，尊重游客固有的审美习惯，正确引导游客观景赏美。导游员只有掌握一定的美学知识，才能更好地帮助游客欣赏美，使游客获得最大的美的享受。

3. 传播学。传播学是一门研究人类信息交流的学科。所谓传播是人们借助于一定的载体进行信息传递并引起互动的活动，传播的目的在于使传者与受者的双方的认识趋于一致达到沟通。现代社会是信息社会，导游活动也是一种信息传播活动，导游员不仅要向游客传播知识，而且还要向游客传递旅游信息。传播学关于信息传播原理、信息传播模式和信息传播技巧等理论，对导游学的理论建设都有指导作用和借鉴意义。

4. 公共关系学。公共关系学是一门研究人际关系的新兴学科。旅游是大规模的人际交往活动，导游工作的性质特殊，工作对象广泛，人际关系复杂，导游员要善于和各种人打交道，较好地处理各种人际关系是导游员的重要素质之一。公共关系学关于人际关系的理论及方法技巧对导游工作实践都具有指导意义。

5. 管理学。管理学是一门研究管理理论及其规律的应用性科学，是人类近代史上发展最迅猛、对社会经济发展影响最为重大的学科之一。只要有人群，就有管理。导游员既是旅游计划的执行者，又是旅游活动的组织者、指导者、协调者，管理学研究的计划、组织、指挥、协调、控制等管理职能，对导游工作和导游管理都有积极的指导意义。

6. 历史学。历史学是研究人类社会发展过程的科学。现代历史学研究领域极其广泛，早已渗透到旅游学的研究领域，产生了旅游发展史这门学科。旅游是人类社会发展到一定阶段的产物，导游服务是旅游服务的一个组成部分，是在旅游活动的发展过程中产生的，随着旅游活动的发展而发展。旅游活动发展史蕴含在人类社会史之中。研究导游的起源和发展首先要搞清人类社会的发展历程及规律，用历史知识和方法去研究导游活动。历史年代学、历史人物学已直接用于导游发展史的研究。历史学的开阔视野和独特的研究方法也为导游的

研究提供了便利条件。

7. 其他相关学科。导游学综合性强，涉及学科较多，除上述学科外，还有组织行为学、文化人类学、人类资源学、经济学、民俗学、考古学、地理学、生态学、宗教学、文学艺术等，这些学科都与导游学结成了近缘关系。

导游学作为一门综合性的、边缘性的应用学科，需要其他相关学科的理论支撑，但又不局限于其中的某一理论框架。导游学是在总结导游实践经验并汲取各学科营养的基础上而创建自己的理论体系的一门新兴学科。

## 第二章

# 导游的起源与发展

## 第一节 导游的起源与发展历程

导游活动是随着人类旅游活动的发展而逐渐产生的。要研究导游的发展史，首先就要了解旅游的发展史。那么，旅游活动是什么时候产生的，又是怎样发展的呢？有的旅游学书中认为：旅游活动自古有之。其实不然，旅游活动产生于原始社会末期，是社会经济发展到一定阶段的产物。

### 一、劳动剩余物与旅行的出现

旅游是社会经济发展到一定阶段的产物，是由娱乐性旅行转化而来的。人类社会早期，由于生产力水平低下，没有劳动剩余物，也不可能外出旅行的意识。人类有意识的外出旅行是由于劳动剩余物的出现而产生的。早期人类社会出现过三次社会大分工，社会分工促进了劳动组织的进步，提高了劳动生产率，促进了社会发展，开始有了劳动剩余物，并且逐渐有了积累，再后来出现了劳动剩余物交换现象。尤其是第三次社会大分工使商业从农牧业和手工业中分离出来，出现了商人，正是他们在原始社会末期开创了人类旅游活动的先河——商贩活

动，他们以经商为目的周游各地。人类开始有意识地外出旅行，进行商品异地交换，商品的长途异地交换又促进了交通运输的发展。这个时期还没有导游服务。导游是近代社会的产物，但其原始形式却是伴随着人类旅行活动的产生而萌芽的。

## 二、旅行的发展与导游的萌芽

商品交换是人类社会技术进步的结果，也是人类生存的需要。伴随商品交换而出现的旅行也是人类早期技术进步的产物，旅行扩大了人类生存的空间和能力。可见，商品交换和旅行的产生都具有早期人类社会生产的性质，商品交换和旅行都是经济性质的活动。随着社会的发展——从原始社会进入奴隶社会，生产技术的进步，劳动剩余物的不断增加，形成了财富的积累，并被奴隶主所占有。财富积累到一定程度，财富占有者开始追求享乐，利用旅行游乐玩赏，逐渐在具有经济性质的旅行中衍生出非经济活动——游乐性旅行，开始了以巡视、巡游为名义的享乐旅行。在旅行中，财富占有者的臣仆簇拥前后，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，随着经济的进一步发展和交通条件的改善，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逐渐发展起来了。在这些旅游活动中，往往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。

中国是旅游活动起源较早的国家之一，娱乐性旅行活动源于中国和日本的帝王巡游——游山玩水。“旅游”一词在我国最早出现于南北朝诗人沈约的《悲哉行》中“旅游媚年春 年春媚游人”。唐代是我国古代旅游的高峰期，游历山水成为文人墨客的时尚，我国山水诗多出于唐宋时期。由于出门旅行的人增多，引导旅行游览的专门的“导游图”——《图经》也随之出现。唐代著名文学家韩愈南迁时就曾借《图经》用来了解沿途风光并把此事记于诗中“曲江山水闻来久 恐不名访倍难，愿借图经将入界，每逢佳处便开看。”中国古代大量的游记揽胜书籍也起着引导旅行游览的作用，如《泰山道里记》、《黄山领要

录》等书籍 其撰写目的就在于“俾游览之士 携诸行笈 红宏寻壑 了如指掌”。正如古人所谓“以文人之笔舌 传山川之精彩”<sup>1</sup>，启后人之好游者”。有了旅游现象 也就有“导游”为其服务 但不称为导游 而是向导 古书称为“导者”、“译官”、“舌人”等。他们都熟悉当地风情、风光，不仅引路，而且讲解。如秦始皇游遍大江南北，每次出游都有人专门设计巡游路线 有人充当“导游”。

徐霞客是我国著名的旅行家和地理学家，在国际旅游史上占有重要地位。他写的《徐霞客游记》是一部不朽的著作，在世界地理史上有着重要影响。这部著作的完成既是他对祖国名山大川进行考察的结果 同时也是和当地“向导”的指点和帮助分不开的。

实际上，“向导”只提供了初期的导游服务，却在不自觉中成为导游员的雏形，他们提供的服务在某些方面已有些类似于现代的导游服务，但并非现代意义上的导游，其原因是：(1)不以此谋生。由于古代参加旅游的人数少，产生以此谋生的向导的客观条件不充分，因此起初向导的产生完全是出于社会人情关系的需要，而没有业缘关系的因素。后来有人要长途旅行或去风景优美地区，需要专人做向导，这时也只是给向导一些“盘缠”或“酒钱”，还未出现以向导作为谋生手段的人。(2)不是职业。导游作为一种活动形态已有很长的历史，但导游作为一种独立的职业却是随着近代旅游业的崛起才出现的。在人类早期的旅行活动中，由于社会生产力的低下，旅游的人数和内容都有限，旅游生产和旅游消费都处在不自觉的状态中，因此古代的“导游”也不可能成为一种社会化的需要，只是个别人的偶然行为，不存在现代意义上的具有独立形态的导游活动，所以也不会形成一种社会化的职业。

### 三、近代旅游与职业导游的出现

由游乐性旅行转变为旅游经历了一个漫长的过程。从 18 世纪 70 年代产业革命开始出现旅行到 19 世纪 40 年代旅游的出现 经历了 70 年的历史。导游作为一种活动形态有很长的历史，但导游作为一种独立的职业却是随着近代旅游业的崛起而出现的。19 世纪 30 年代，产业革命在英国完成，随着社会生产力的发展和生产关系的变革，旅

游开始成为一种社会性的活动，寻找为旅游服务的导游就成为一种经常性的需求。近代旅游业诞生之日，就是职业导游活动产生之时。1841年7月5日，英国人托马斯·库克精心安排，利用包租火车的形式组织了570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会，往返票价一先令。这种以有组织的形式出现、并与近代运输业（火车、轮船）直接挂钩的旅游活动，标志着近代旅游活动的开始。这是因为：（1）这次活动有广泛的公众性，参加者来自各行各业，包括家庭妇女。（2）托马斯·库克本人不仅发起、筹备和组织了这次活动，还自始至终陪同，可以说是现代旅行社全程陪同的最早体现。（3）这次活动规模之大在当时是空前的。（4）这次活动为托马斯·库克旅行社的诞生奠定了基础，并提供了经验。1845年，托马斯·库克在英格兰的莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社，近代旅游业从此诞生，并出现了职业导游员。在随后组织的1845年赴利物浦之游和1846年赴苏格兰之游期间，他专门编写出版了世界上最早的旅游指南《利物浦之行手册》和《苏格兰之行手册》。在这两次旅游活动中，托马斯·库克在沿途都雇用了地方导游员进行讲解。1855年他采用包价形式组团赴法国巴黎旅游，1872年又亲自带团进行具有开拓性的环球旅行。随着国际旅游业务的拓展，国际导游员（领队）应运而生。

从托马斯·库克开始组织旅游活动，创办旅行社到雇用导游员的过程，是导游员职业化的过程。职业导游员的出现，使导游活动具有了经济意义，一种独立的社会活动形态就此产生，同时也开创了现代旅行社业务的基本模式。

托马斯·库克1808年8月22日生于英国的德比郡（Derbyshire）墨尔本（Melborne），10岁就离开了学校，为谋生而从事许多不同的工作，1828年成为浸礼会（Baptist Mission）的领经人，后来当巡回传教士，不久重操木匠旧业。随着英国交通运输业的发展，尤其是铁路运输业的发展，商人开始包租交通工具旅行。托马斯·库克不是这种做法的第一人，第一人是当时的布赖登铁路公司董事长罗兰·希尔爵士（Sir Rowland Hill），他1840年就包租交通工具旅行了。1841年，托马斯·库克作为南米德兰禁酒协会的秘书建议米德兰郡铁路公司7月5日在莱斯特至洛勒罗赫（Loughborough）之间加开一列专供禁酒大会用的专列，他组织了这次禁酒大会的旅行，售出了570张车票，从中得到

5% 的报偿（往返票价一先令）。这是第一次由中间人组织的通过公开登广告招徕游客的游览专列。自此以后，托马斯·库克被认为是第一位铁路游览代理人，他的这种开创性做法，后来在世界各地被效仿。这次成功激起他的兴趣，1845 年他又以职业旅行代理商的身份组织类似的商业性旅行活动，同年成立了托马斯·库克公司，总部设在莱斯特，被认为是世界上第一家旅行社。1866 年，库克首次经营了前往美国的旅游业务，两年后又带团经海路前往巴基斯坦、埃及。1872 年又组织了环球旅行，经历了 222 天，先后到达美国、日本、中国、新加坡、锡金、印度、亚丁、苏伊士、巴勒斯坦、土耳其、希腊，最后回到英国。1892 年 7 月 18 日，托马斯·库克去世，终年 83 岁。老库克去世后，他的事业由其独子约翰·梅逊·库克继承。7 年后，约翰·梅逊·库克去世，公司由约翰·梅逊·库克的三个儿子继续经营。1927 年，公司与欧洲国际卧车公司合并，让出部分产权。1929 年被英国米德兰银行集团接管。

#### 四、现代旅游与导游的发展

第二次世界大战以后，旅游业确立了它在世界经济中的地位，世界旅游进入了大众旅游时期。旅游现已成为当今世界上规模最大的综合性的社会活动，旅游业已成为世界第一大产业。已走过了半个多世纪历程的现代旅游，在发展过程中显示出以下特征：

1. 旅游已成为大众性活动。大众性是现代旅游的最突出的特征，二战后，旅游不再是少数人的专利，而成为大众性活动，成为人们生活的重要组成部分。

2. 旅游内容越来越丰富多样。旅游已从单纯观光向观光游览、休闲度假、科学考察、探险体验等多样性方向发展。随着旅游需求的不变化，旅游的内涵也在不断拓展，旅游内容将越来越丰富多样。

3. 国际旅游发展迅速。国内旅游一直是世界旅游的主体，无论是出游人次还是旅游收入，都在世界旅游中占有重要地位。但随着经济的发展，人们生活水平的不断提高，出国旅游的人数越来越多。近几年国际旅游发展迅速，尤其是进入信息时代后，地球变得越来越小，出国旅游放眼世界已成为时尚。

4. 旅游形式向个性化方向发展。在形式上，现代旅游已从程式化

的团队包价旅游向散客型个性化旅游方向发展。散客旅游又称自助或半自助旅游，由游客自主安排旅游行程，与团队包价旅游相比，形式灵活、自由度大、选择性强。近几年散客旅游发展迅速，已成为现代旅游的主要形式。随着旅游业的发展，旅游服务条件的进一步改善，人的自主意识的增强和旅游经验的丰富，散客旅游所占的比重将越来越大。

5. 游客对文化和环保更加重视。21世纪是知识经济的时代，人们对于知识的追求更加强烈，外出旅游不只是为了消遣、度假，还有求知的渴望，利用旅游之机吸取旅游目的地文化中的有益知识，提高自身文化修养和知识含量。随着经济的发展，人们生活水平的不断提高，人们也更加重视自身健康，对旅游目的地环境质量要求也越来越高，追求绿色环保，回归自然已成为时尚，这也是近几年生态旅游盛行的原因。

现代旅游的发展向旅游业提出了更高要求。旅游业是以提供服务为主要特征的，旅游消费不同于一般的物质消费，游客购买的更多的是一种无形的服务产品。作为旅游消费和旅游生产中中介的导游服务是旅游服务的重要组成部分，在旅游服务中居主导地位，各项旅游服务是通过导游服务联系起来的，导游服务在各项服务中直接面向游客的频率最高，游客的旅游消费主要是通过导游服务来实现的，所以世界各国都非常重视导游服务。现在世界各国都有一支规模庞大的专业化导游员队伍，随着旅游业的飞速发展，旅游规模的不断扩大，以导游为谋生手段的人也越来越多。导游对旅游、社会的广泛影响越来越被人们所关注。现代旅游的特点决定了现代导游呈现以下特征：

1. 导游职业自由化。导游职业在世界上呈现自由化的发展趋势。在西方一些国家，导游早已成为自由职业，无论是专职导游还是兼职导游，都不是旅行社的正式雇员，而是通过签订合同为旅行社服务。据我国国家旅游局的统计，截止到2001年底，全国共有导游员十五万，其中社会兼职导游员达到九万人，占导游员总数的百分之六十，兼职导游员人数首次超过专职导游员，导游的主体已由过去的以专职导游为主而转变为现在的以社会兼职导游为主。旅行社对导游员实行合同管理，根据合同规定对导游人员所承担的义务进行检查、监督，这是促进导游人员依法提供优质导游服务的保障，是提高导游服务质量、增强竞争力的重要举措，可以促使导游人员增强责任感和使命感，

自觉地为游客服务。

2. 导游服务商品化。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,是旅游产品的组成部分,是旅游经营的一项重要内容。导游服务不仅可以直接创收,而且导游服务的质量高低还可以直接影响旅游产品质量和销售优劣。

3. 服务内容高知识化。导游服务是一种知识密集型的服务,导游讲解过程就是传播文化、传递知识的过程,同时也是一种文化交流过程。随着社会的发展,游客的文化素质越来越高,对导游员的文化要求也越来越高。导游知识包罗万象,要求导游员要有渊博的知识和宽广的视野。

4. 导游手段科技化。随着时代的发展和科学技术的进步,导游手段更加多样化,高科技化。电子导游图、电子导游器业已应用到导游服务之中,近几年还出现了机器人导游。导游手段的多样化、高科技化的发展趋势,对导游员提出了更高要求。未来的导游员不仅要有渊博的知识,还要掌握现代科技知识。

## 五、我国职业导游的出现和发展

我国职业导游员的出现同我国旅游业的诞生是同步的。中国旅游活动起源较早,但旅游业起步较晚。中国第一家旅行社——中国旅行社是由陈光甫先生创建的。1923年8月,陈光甫先生在同仁的支持下,在上海商业储备银行设立了旅游部。1927年7月旅游部从该银行独立出来成立了中国旅行社,其分社遍布华东、华北、华南等地15个城市。该旅行社聘用的导游员是我国最早的职业导游员。

1949年11月19日厦门有关部门接管了旧“华侨服务社”创立了新中国第一家华侨服务社。此后几年,又相继在泉州、广东等地成立了华侨服务社。经周恩来总理提议和当时政务院的批准,1954年4月15日设立了中国国际旅行社总社,并在上海、天津、广州等地设立了14家分社。1957年,各地华侨服务社在北京召开专门会议,决定统一全国华侨服务社名称增加“旅行”二字并于4月22日成立华侨旅行服务社总社。1974年经国务院批准,成立了中国旅行社,并与华侨旅行社合署办公,统称中国旅行社。这一阶段我国导游工作经历了曲折

的发展历程，从共和国成立到文化大革命之前，旅行社的工作内容主要是政治接待，导游服务是政治接待任务，是我国外事活动的组成部分。导游员都是政府配备的国家工作人员，被称为“四大员”——翻译员、讲解员、宣传员、保卫员。十年动乱时期这种政治接待工作也中断了。

改革开放以后，我国旅游业飞速发展，导游业也有了很大发展。1979年11月16日成立了全国青联旅游部，1980年6月27日国务院正式批准中国青年旅行社成立。自此，国旅、中旅、青旅三大全国性旅行社承担了绝大部分海外来华游客的招徕和接待工作，以及国内游客的旅游业务，随之导游人员的队伍也迅速壮大。随着我国旅游业的快速发展，旅行社的数量增长很快，特别是进入20世纪90年代国际旅行社和国内旅行社像雨后春笋般地涌现，2001年底已达到10532家，专职和兼职导游人员达到15万人，且规模仍在不断扩大。为加强管理、提高导游服务质量自1989年以后，国家旅游局每年在全国范围内进行导游员资格考试，实行持证上岗制度。1994年，国家旅游局决定对全国持有导游证的专、兼职导游员分等定级，并对中级以上的导游员进行考试定级。1997年7月，“领队”一词首次出现在《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》之中，并实行领队证制度，标志着我国的导游服务进入成熟、全面发展阶段，导游员的培训、考核与管理也走上了正轨。国家旅游局和各省、市旅游局通过各种导游大赛，评选“十佳导游员”、“优秀导游员”、“文明导游员”促进了导游队伍的建设和管理。2001年开始，导游员资格考试权力下放到各省、自治区、直辖市和计划单列市，使导游员的培训、考核与管理更加科学合理。

## 第二节 新形势下对我国导游的要求

我国加入世界贸易组织，为旅游业的发展带来机遇的同时，也使我国的旅游业，尤其是开放度较低的旅行社业，面临着前所未有的挑战。对于处在旅游业大环境及旅行社业全面改革的浪潮之中的中国导游，同样是机遇和挑战并存。在入世后的新形势下，如何抓住机遇、应对挑战，在更加激烈的竞争中生存发展，使自己立于不败之地，是我国每个导游员值得深思的新问题。

## 一、入世后的中国旅游业

### (一) 世界贸易组织关于服务贸易的一般原则和具体承诺

世界贸易组织 (World Trade Organization) 成立于 1995 年 1 月 1 日, 其前身是成立于 1947 年的关税和贸易总协定 (GATT)。关贸总协定 (GATT) 成员国于 1993 年 12 月 15 日在乌拉圭回合谈判中达成了《服务贸易总协定》(GATS) 在第二部分“普遍义务与原则”中规定了世界贸易组织成员在服务贸易上必须遵循的基本原则, 其中最重要的原则是:

1. 最惠国待遇原则。WTO 成员“应立即无条件地向其他成员国的服务及服务提供者给予不低于它给予其他成员国相同服务和服务提供者的待遇”。这意味着 WTO 所有成员国都有资格从一国给予另一国的最优待遇中受益。

2. 透明度原则。WTO 成员必须公布与服务贸易有关的法律、法规、行政规章, 以及所有有关服务贸易的行政决定、规则、习惯做法和签订的与服务贸易有关的国际协定, 最迟应在它们生效之前予以公布。这对公平贸易和市场竞争的实现意义重大。

3. 发展中国家特殊待遇原则。发达国家成员应通过技术援助、培训、开设咨询点和具体承诺义务谈判等多种方式, 帮助发展中国家扩大服务贸易出口, 提高国内服务能力、效率和效力, 以推动发展中国家更多地参与世界服务贸易; 发展中国家成员应承诺开放本国市场和逐步实现服务贸易自由化, 允许发展中国家成员根据本国服务业的发展状况和竞争程度, 决定是否开放及如何开放某一服务业, 并允许实行一定程度的补贴和保护。

4. 服务贸易一体化安排原则。WTO 允许成员在世贸组织体系以外, 参加推动服务贸易自由化的协定, 允许发展中国家之间按其发展水平达成某些协定, 但参加协定的各方不得对该协定外的国家采取提高壁垒的措施。成员国在决定加入或对某一协定作出修改时, 应通知其他成员。若其他成员认为该协定损害了本国利益, 可提起争端解决。

5. 服务贸易自由化中紧急保障原则。成员国在由于未能预见的

变化或由于某一具体承诺引起该项服务进口数量太大，即该项服务市场开放度过大，以致严重损害国内服务提供者利益时，可以申请保护，既可修改承诺，也可全部或部分暂时终止承诺义务。

市场准入和国民待遇是《服务贸易总协定》中的最重要的内容，也是成员国谈判的焦点。所谓“市场准入”就是开放本国服务市场。按不同的服务行业分别作出具体承诺，列入各国的减让表，并作为协定中具有约束力的组成部分。国民待遇是在不违反《服务贸易总协定》有关规定且与服务贸易减让表上的条件和要求相一致的条件下，成员国应在所有影响服务供给的措施方面，给予其他成员国的服务和服务提供者，以不低于其给予国内服务和提供者者的待遇，不允许受到歧视。服务业国民待遇的实施应坚持“利益互惠”的原则。

旅游业是服务业，人世对我国旅游业的客观影响主要体现在服务贸易条款中，自由贸易、市场经济是贯穿服务贸易条款中心的内容。中国已成为世界贸易组织成员国，发展旅游业应遵循世贸组织关于服务贸易的一般原则与条款。

## （二）入世后的中国旅游业

我国旅游业相对其他行业来说是一个开放度较高的行业。一是开放时间较早，我国饭店业在 20 世纪 70 年代就开始对外开放。二是开放领域较广，入世前我国的旅行社、旅游景点、旅游商品的生产等领域外商就可以合资、合作的形式进入旅行支票、旅游保险、旅游交通也放宽了市场准入的条件，外商投资、合资都给予优惠待遇。人世给中国旅游业带来了新的发展机遇。

1. 改善了旅游业的发展环境。入世后我国金融业、信息业、汽车工业等与旅游相关的行业加快了对外开放的步伐，使旅游业发展的环境得到改善，减少了来自相关企业自身的束缚，优化了旅游业发展的软、硬环境，扩大了市场规模，使我国的世界旅游大国的形象更加突出。

2. 加快了与世界接轨的步伐。旅游业是一种跨国性的行业，也是开放型的产业，应向国际化方向发展，以提高行业的竞争力。中国的入世，方便了外国旅游企业进入我国的旅游市场。在加剧了旅游市场竞争的同时，也对我国旅游企业产生明显的示范和规范作用，有利于我国旅游业建立更加符合国际规则的运营机制。产业结构的优化，行业布局的调整，资本的运作，企业的重组，提升了行业素质，促进了