



第一章 概 述

学习目标

- 1.1 导游服务的产生与发展
- 1.2 导游服务的主体与客体
- 1.3 导游服务的性质与作用

■ 关键概念

■ 课堂讨论题

■ 思考题

■ 实训题

■ 自测题

通过本章学习，你应该达到以下目标。

知识目标：了解导游服务产生的历史背景及其发展进程，熟悉导游服务体系的构成要素，认识导游服务的性质及其地位。

技能目标：能准确地分析不同国家导游服务在各个发展阶段的异同之处，并指出导游服务在不同时期所起的作用。

能力目标：能够较熟练地分析导游服务主体的内涵与类型；能够准确地指出不同类型游客的旅游动机以及产生的原因。





第一节 导游服务的产生与发展

一、国外导游服务的产生

(一) 古代的向导

人类早期的旅游活动出于一种生存的需要。当时，人们为了找寻足够的食物和适宜生存的气候而四处奔走。但是，外来人进入陌生之地，需要熟悉当地情况的人引导道路，由此产生了最初的“导游”。事实上，这种所谓的“导游”只不过是指点路径的热心人而已。随后，一些商人开始到异地他乡交换商品，因而成为最早的旅行者。商人们为了商旅的安全顺利，常常需要人指引安全的道路。这一旅行中的需求促成了导游的起源。为旅行者充当道路向导，减少旅途中的艰辛，是那一时期导游的主要任务。实际上，当时的“旅行者”只需要“导游”发挥向导的作用，使他们能够顺利地到达目的地，而对于当地的各种“景点”则毫无兴趣。

然而，随着生存的基本需求得到了解决，人们开始了以满足享乐为目的对外面世界的探索。古埃及在五千多年前就已开始组织朝圣者去圣地朝拜的朝圣旅行。在卢克索的狄爱尔拜哈里神庙的墙上刻有文字和浮雕，记载了霍兹海贝赛女王在公元前1490年的诸国巡游之行。史料说明，当时的埃及已经成了当时闻名世界的旅行者圣地。在尼罗河上，埃及贵族们乘坐小舟游览，在陆地上，他们则乘坐轿子或轻便马车旅行。古希腊时期的哲学家毕达哥拉斯和柏拉图都在埃及游历过。

古希腊时期是旅游发展的第一个高峰时期。古希腊人已经有了“休闲”的概念，并将其提升至自由人的人生基础的高度，认为“休闲”是锻炼自己、提高修养的途径。哲学家亚里士多德主张，休闲是人生的目的，而工作是实现这一目的的手段。这一时期盛行利用公共设施开展的公共休闲。休闲活动主要有政治活动、哲学活动、美术活动、趣味活动、宗教文化仪式、竞技大会以及奥林匹克运动会等。人们开始去旅行参加或观看这些休闲活动。演出会、文化盛会、节日庆典比比皆是，旅行变得具有娱乐性和目的性。虽然古希腊的陆路交通很不方便，但是其海上交通十分发达。旅游活动的蓬勃发展，催生了导游数量的急剧增加。那时的导游被称为带路人，他们往往聚集在景点附近，为前来参观的游客充当向导。

古罗马时期是世界古代旅行的全盛时期。由于社会秩序的相对稳定，以及交通条件的便利，人们开始离开城市到沿海地区游览。有些达官贵人甚至不远千里到埃及去观看金字塔。这一时期的旅行已不仅限于经商和宗教旅行的形式，而且还出现了海滨疗养、鉴赏艺术、游览古迹、欣赏建筑等多种目的的旅行活动。

古罗马衰落之后，封建制度和天主教登上了历史舞台。两者支配着中世纪的欧洲。这一时期也被叫做休闲的黑暗期。而摆脱黑暗、迎来文化黎明的是文艺复兴时期。这一时期，导游员的职责和形象有了重大转变。他们作为上流社会子女的“家庭教师”，陪伴学生们开



展了著名的“大游学”之旅。由于这一类型的旅行是出于教育和文化方面的原因，所以旅行的过程中往往需要有人担任全过程的陪同，这些全程陪同必须通晓多国语言，精通历史、文化、建筑、宗教、时事等多方面的知识。他们应该具有丰富的阅历，而且善于表达。他们除了承担旅途中教师和导游的职责以外，还需督导学生的道德品行和宗教信仰。这种全过程的陪同，可以看作全陪导游员的早期形式。

由此可见，进入封建社会后，旅行的形式更加多种多样：王公贵族的巡游，以求学求知为目的的教育旅行，以探险为目的的航海旅行，以科学考察为目的的旅行，以经商为目的的跨国旅行等形式也发展起来。

然而，需要指出的是，在漫长的古代旅游发展史上，以经商为目的的旅行始终是主要形式，单纯消遣目的的旅行并不是普遍的现象，只是少数人参加的活动。因此，在古代的旅行活动中，由于社会生产力发展水平低，旅游的发展非常缓慢，虽然产生了导游的最初形式——向导和陪同，但是并未成为一种广泛的、社会化的需要，因此也没有形成一支以向导为固定职业的专门队伍。

（二）近代的商业性导游

始于18世纪60年代，到19世纪40年代基本完成的产业革命，大大促进了生产力的发展和经济的繁荣。它不仅给人类社会带来了巨大的变化，也使得这一时期的旅游活动得到了突破性的发展。一方面，产业革命推动和加速了城市化进程，使大量农村人口流入城市成为雇工。紧张的城市生活节奏、拥挤嘈杂的生活环境，以及单调重复的工作方式，使人们产生了回归大自然、调节精神疲劳的强烈愿望。另一方面，产业革命也带来了社会财富分配方式的新变化。由于产业革命促进了生产力的迅速发展和社会财富的急剧增加，一个新兴的、富有的工业资产阶级诞生了。更多的人拥有了可以用来旅游的财力。

此外，科学技术的进步，特别是蒸汽技术在交通运输中的运用，催生了轮船、火车等新型交通工具。这些新型交通工具不仅速度快，而且运量大，给人们的长途旅行带来了极大的便利，从而大大刺激了人们的旅游需求。此时，旅游开始成为一种新的社会需要。

在这种历史背景下，英国人托马斯·库克敏锐地发现这个巨大商机并果断地采取了行动，创建了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社，成为世界上第一个专职的旅行代理商。

托马斯·库克出生于英格兰一个贫寒的家庭，曾做过书籍推销员，当过牧师。1841年7月5日，他精心安排，利用包租火车的形式组织570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会，每人收费1先令，包括往返交通费、一顿午餐和饭后茶点并有一支乐队陪伴演奏。在这次活动中，托马斯·库克既是组织者，又是全程陪同。这是一次非商业性的活动。然而，这次活动已具备了现代旅游活动的某些特征。1842—1844年，应米德兰铁路公司和禁酒大会的要求，库克曾多次组织禁酒会成员和学校的孩子们在假期和周末进行铁路旅游。每次活动，库克都亲自担任陪同。

1845年，库克正式成立了托马斯·库克旅行社。他在1845年组织了从莱斯特到利物浦的旅游活动。这是近代史上的首次团队旅游。这次团队旅游属于包价旅游，旅游费用包括分属4家铁路公司的运输费、住宿费和途中游览卡那封城堡和斯诺登山的费用。为了方便这次旅游活动，库克不仅自己充当导游员，而且在卡那封城堡和斯诺登山游览中专门聘请



了地方导游员。1846年他在苏格兰之行中又设置了专职导游员，这是世界上第一次为旅行团正式配备职业导游员。

1851年，库克组织16.5万人赴伦敦参加在水晶宫举行的世界博览会。1856年，他又组织50万人参加巴黎万国博览会。在上述两次活动中，库克专门提供了一批为游客做向导和讲解的职业导游员。此后，这支职业导游队伍由小变大。1872年库克的公司成功组织了一次历时222天的9人环球旅游。随着国际旅游业务的拓展，国际导游员（领队）应运而生。

在西方国家里，托马斯·库克的名字与“有导游的旅行”是同义词。托马斯·库克为近代旅行社和导游职业的产生和发展做出了不可磨灭的贡献，因而被公认为近代旅游业的创始人。在库克成功经验的示范下，欧洲、北美等先后组建了不少旅行社或其他旅游组织，招募陪同和导游员。这些做法不仅促成了导游员队伍的形成，而且也使导游服务成为旅行社向旅游团必须提供的一项服务。

出生在德国埃森的贝德克尔也为近代导游服务工作做出了杰出贡献。1839年，贝德克尔编写了世界上最早旅游指南手册。他是一位徒步旅行爱好者，经常将旅途中的见闻，包括何处设有咖啡馆、糖果店、旅馆、客栈等，都记录在案，最终编成城市旅游图、旅游手册。他的第一本手册主要介绍荷兰、比利时的状况。1844年，他编撰出版了《瑞士导游指南》，以后又出版了好几本导游指南。因此，有人将他与托马斯·库克一起视为近代旅游业的创始者。

（三）现代的导游服务

第二次世界大战结束后，随着大众旅游时代的到来，导游服务也由近代导游服务阶段过渡到现代导游服务阶段。现代导游服务为旅游活动的顺利开展提供了便利条件，成为游客的旅游活动安全、可靠和便利的重要保障，导致其在旅游业中的地位不断提高。越来越多的旅游者在出行时选择参加由导游员陪同的旅游团队。为了满足旅游者对导游服务的需求，旅行社大量雇用专职导游员和兼职导游员。由此，导游员队伍迅速扩大，成为旅游业的一个重要行业。

导游员队伍的壮大和导游服务地位的提高，导致许多国家加强了对导游人员的执业资格、人员选拔、教育培训、服务质量等方面的管理，从而使现代导游服务呈现出职业化、规范化、商品化等特点。

1. 职业化

作为旅游服务的一个重要组成部分，导游工作已经发展成为一项重要的职业。在旅游发达的国家，导游工作已经被很多人当做一种谋生的手段，导游员队伍也日益职业化。从20世纪70年代开始，一些旅游发达国家将导游作为一种职业列入其社会职业分类词典之中。美国、德国、日本、新加坡等国家还实行了导游职业自由化制度。

2. 规范化

大众旅游的兴起和发展，使得越来越多的旅游者关心旅游服务的质量。因此，导游服务的规范化成为提高旅游服务质量的重要途径，引起旅游业的高度重视。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



后制定了服务标准、旅游产品销售标准和导游服务质量标准，对旅游产品和导游服务全过程的质量进行了规范。我国的国家旅游局也出台了相应的导游服务质量标准。这些标准从不同层面、不同角度对导游服务质量提出了规范化的要求，使导游服务日益规范化。

3. 商品化

导游服务作为一种旅游产品，具有商品的属性。一方面，导游服务能够满足旅游者的身心需要，对他们具有使用价值。另一方面，导游人员在提供服务的过程中需要消耗活劳动，因而又具有价值。导游人员因提供导游服务而向旅游者收取费用，而旅游者因享受了这些服务而按相应的价格支付费用。因此，在旅游市场上，导游服务的供需双方遵循商品交换的法则，出售和购买及消费导游服务产品。由此可见，导游服务具有商品化的特点。

二、中国导游服务的产生

（一）中国近代导游服务的初创时期

中国的近代导游服务产生于 20 世纪初期。当时，为了满足一些西方冒险家、政客以及高层人士探索东方文明的好奇心，一些外国旅行社，如英国的通济隆旅游公司（Thomas Cook）、美国的运通旅游公司（American Express）等开始在中国的上海等沿海城市设立旅游代办机构，总揽在中国的旅游业务，并雇用中国人充当导游员。这些经营活动促使中国产生了最早的导游服务。

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，负责推广文化、经办客务运输和旅馆食宿。1927 年该部从银行独立出来，成立了中国旅行社。除了继续从事有关旅行代理业务外，中国旅行社还组织国内旅游团和国际旅游团，为游客提供导游和翻译服务。该旅行社还创办了中国的第一本旅行杂志，介绍各地风景名胜。随着经营业务的增加和经营范围的扩大，中国旅行社开始在各地开设分社和办事处。

继中国旅行社之后，铁路游历经理处、公路旅游服务社、航空讯美游等旅游组织也为游客提供了导游服务。上述旅行社的经营活动促使了中国第一批导游员的出现。20 世纪 20~40 年代末新中国成立前夕，导游服务在我国经历了从无到有和初步发展的进程，被公认为我国职业导游服务的初创时期。

（二）中国现代导游服务的开拓时期

1949 年年底到 1978 年改革开放之前，我国的导游服务处于开拓时期。这个时期的导游服务是以外事接待工作的面貌出现的。1949 年 11 月，“华侨服务社”在厦门筹建，并于当年 12 月正式营业。这是新中国成立后的第一家旅行社。1954 年 4 月 15 日，中国国际旅行社在北京西交民巷 4 号诞生。同时，该旅行社在各地设立 14 家分支社，为外国人来华旅游提供方便。1964 年 6 月，国务院批准成立“中国旅行游览事业管理局”作为国务院直属机构，加强对旅游事业的组织和领导。由于外事接待工作的对象主要是外国人，所以从事这方面工作的人称为翻译导游人员。这一时期，我国约有翻译导游人员 300 人，操几十种语言，以接待外宾、华侨和港澳同胞到大陆旅游探亲为主。这批导游人员虽然数量不多，但素质很高，他们在当时周恩来总理提出的政治、外语、业务知识“三过硬”的要求下，认



真完成“五大员”（宣传员、调研员、服务员、安全员、翻译员）的工作任务，刻苦努力，开创了新的导游风格，在国际旅游界为中国旅游业赢得了良好的声誉。在这个时期，导游服务的主要特点是：服从政治需要，不追求经济效益。

（三）中国现代导游服务的迅速发展时期

我国实行改革开放后，导游服务业进入了迅速发展时期。1980年6月，中国青年旅行社总社成立，打破了新中国成立以来由中国国际旅行社和中国旅行社（前身为华侨旅行服务总社）在我国旅游市场上的两强共存局面。随后，一些由邮电、教育、铁路等中央部委组建的旅行社相继成立。1984年，国家旅游局将旅行社的外联权下放。此举促进了全国各个行业和地区兴办的旅行社大量出现。到1988年年底，全国形成了以中国旅行社（简称中旅）、中国国际旅行社（简称国旅）和中国青年旅行社（简称青旅）为主干框架的旅行社体系，拥有近1600家旅行社。国内众多旅行社的出现和旅游市场规模的扩大，形成了对导游人员的大量需求。在此形势下，全国导游员队伍迅速扩大到25000多人，他们为这一时期我国旅游业的发展做出了贡献。

为了提升导游员的素质和能力，提高导游服务质量和接待水平，国家旅游局在1989年3月在全国范围内进行第一次“全国导游人员资格考试”，并且将其固定下来，成为导游人员的执业资格考试。此后，中国的各级旅游行政管理部门相继出台多项针对导游从业人员的规范化管理措施，如建立导游人员记录制度、受理导游服务质量投诉等。1995年，国家旅游局开始在全国范围内对导游人员实行等级（初级、中级、高级、特级）评定。目前，导游人员资格考试制度、导游人员年审制度、导游人员等级评定制度已成为中国导游管理的三大主要基石。

自2002年起，国家旅游局根据实际情况，决定对导游人员实行计分制监管方式，这标志着我国对导游管理的进一步规范化。这个时期，导游服务的主要特点有：导游服务队伍迅速扩大，作为旅游服务一部分的导游服务构成了旅游产品的重要内容，导游服务程序和服务质量实现了标准化，导游服务管理实现了制度化和法制化。

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到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。目前，我国已形成了一支由职业导游和兼职导游组成的专业队伍。中国国际旅行社总社、中国旅行社总社、中国青年旅行社总社等大型旅行社一般拥有比较稳定的导游队伍。从总体上来看，这些导游人员具有较高的文化素质和较大的工作热情。他们主要从事国际旅游接待，为旅游业的发展做出了贡献。大多数小型旅行社没有专职导游队伍，部分持有导游证的外联人员、计调人员可兼任导游员，各业务部门都有相对稳定的兼职导游队伍。

三、导游服务的发展历程

（一）导游服务的演变过程

从发展进程来看，导游服务呈现出从主要关注功能性活动的原始导游角色，向主要关



注交流活动的专业导游角色转变。这种演变过程与两类重要的变动因素紧密相关：其一是旅游系统的产生和发展，其二是制度化游客随着旅游系统的发展而到来。

当旅游活动刚开始渗透到一个地区，旅游发展处于早期阶段时，原始导游大量出现。他们所起的作用是由古老的探路人角色发展而来，他们的服务对象通常为非制度化的游客，比如“探险家”、“漂泊者”等。这些游客加入旅行团和雇用导游员的重要目的在于他们需要进入陌生，甚至危险的区域，所以需要找人带路。这些区域通常没有标准化的旅游接待设施，游客必须借助导游服务才能确保与当地人接触，以获得一些基本的旅游接待服务。

这些游客踏上这样的旅程，主要是寻求对当地的直接体验。他们接受导游服务时，并不要求导游员对沿途所见的景致做出详尽解说，而更想得到一些基本的旅游信息。

随着旅游的发展，最初的环境也发生了变化。初期过后，随着旅游需求的不断增长，旅游活动开始变得常规化，游客纷至沓来，旅游路线沿途各类商业化的接待设施也建立起来。随着导游职业的常规化，标准化的旅游活动不需要导游员具备原始导游员所具备的太多引路探险等技能。与此同时，游客对导游服务的要求变得更高了。他们不但要求导游员进一步改善服务质量，而且还要求导游员提供更加充实的信息和更加详尽的景点解说。

旅游系统的发展和制度化游客的到来，使原始导游服务技能逐渐失去了市场，却刺激了职业导游的发展。这一时期，导游员的服务质量和可靠性却在急剧下降。游客的投诉及其对地区总体声誉形成的潜在危险最终促使旅游主管部门出面干预，试图对不正规的旅游市场加以规范，在这一过程中试图将导游服务引上职业化的道路。因此，专业导游人员逐渐占据导游服务市场。他们的服务特点是：主要由制度化游客所组成的旅行团，尤其是团队大众游客，在设施完善的旅游系统核心区域，组织常规的旅游活动。

总体来说，在导游服务的演变过程中，向导职能的重要性下降，中介职能的重要性上升，信息交流成为专业导游的服务核心。随着旅游线路的常规化，功能性职能的重心由最初的带路，转移到使游客获得进入非公共区域的许可，以及对整个旅游团队的控制上。在互动职能方面，随着商业化旅游设施的出现，导游服务工作的重心从充当旅游者和当地人的双方代表，转移到日程行程安排上。在社交职能方面，导游服务工作的重心从促进团队融合转向了提高团队士气。在信息交流职能方面，导游服务工作从仅对景点和信息的筛选过渡到以深度解说为中心。

（二）导游服务的发展趋势

未来旅游活动的发展趋势对导游服务将会产生重要影响并提出新的要求。导游服务在未来将出现以下趋势。

1. 导游内容的高知识化

导游服务是一种知识密集型的服務，即通过导游员的讲解来传播文化、传递知识，促进各地区间的文化交流。在未来社会，人们的文化修养会更高，更加重视对知识的更新。因此，文化旅游、专业旅游、科研考察等旅游活动将出现较大发展，从而对导游服务的知识内容提出更高的要求。



根据这一趋势，导游员必须提高自身的人文修养，不断吸收新知识和新信息。导游员掌握的知识不仅要有广度，还要有深度，使导游讲解的内容进一步深化，更加具有科学性和说服力。导游员不仅能够同游客讨论一般的问题，还能较深入地谈论某些专业问题。总之，在知识方面，导游员不仅要成为“杂家”，还要成为某些方面的专家。

2. 导游手段的科技化

随着科学技术的发展，更先进的科技导游手段如图文声像导游、网络导游等将会运用到导游工作中来。通过这些科技化的导游手段，导游员能够在游览前或在游览现场引导游客参观游览过程中，不仅让游客看到或听到旅游景观的现状，还能够进一步了解其历史沿革和相关知识，起到深化实地导游讲解和以点带面的作用，并最终成为导游工作不可或缺的辅助手段。因此，导游员必须学会使用这些科技导游手段并在游前导、游中导和游后导中运用自如，与实地口语导游密切配合，使其相辅相成，锦上添花。同时，导游员还应在导游过程中讲解相关的科技知识，运用科技手段，使游客了解到旅游和高科技发展之间的关系，从而使导游工作充满时代气息。

3. 导游方法的多样化

旅游活动多样化的趋势，尤其是参与性旅游活动的兴起和发展，要求导游员随之变化其导游方法。参与性旅游活动的发展，意味着人们追求自我价值实现的意识在不断增强。追求自我价值不仅体现在工作中，人们还将其转移到了娱乐活动之中。人们参加各种节庆活动，与当地居民一起活动、生活，还在旅游目的地学习语言、各种手艺和技能，甚至参加冒险活动等。这要求导游员不仅会说（导游讲解），还要能动，与游客一起参加各种活动。

旅游活动的这一发展趋向对导游员提出更高的要求。未来的导游员应不仅是一位能说会道、能唱会跳、多才多艺的人，还要能动手，有强壮的体魄、勇敢的精神，与游客一起回归大自然，参与绿色旅游活动，一起参加各种竞赛，甚至去探险。

4. 导游服务的个性化

今天的社会是个性张扬的社会，个性化发展成为时代的主题。人们对旅游需求的个性化趋势导致其对导游服务产品的消费也呈现个性化的趋势。导游服务的个性化要求导游员应根据游客的个性差异和个性化旅游需求提供具有针对性的服务，使游客获得更大的心理满足。另外，导游服务的个性化有利于导游员根据自己的优势或特长、爱好，形成其独特的个性风格，给游客留下特色鲜明的印象。

5. 导游职业的自由化

从世界各国导游发展的历史来看，导游员作为自由职业者是必然趋势。他们的身份自由、行动自由、收入自由。通过为游客提供良好的服务和高尚的职业道德，导游员取得社会的认同，其收入水平取决于获得服务机会的多寡、服务水平高低、个人声誉优劣等，体现了“优胜劣汰”的原则。目前，我国各地区成立的导游服务公司或导游服务中心就是这一趋势的反映。



第二节 导游服务的主体与客体

一、导游服务的主体

(一) 导游服务主体的内涵

导游服务的主体是指导游服务人员，他们是导游服务行为的实施者。在我国，导游服务人员必须依照《导游人员管理条例》的规定，通过考试取得导游资格，并从事向导、讲解及其他相关的导游服务工作。

在我国，导游人员必须在取得导游资格后，与旅行社订立劳动合同或者在导游服务公司登记，并持所订立的劳动合同或者登记证明材料，向所在地区的省、自治区、直辖市人民政府旅游行政部门申领导游证。

根据《导游人员管理条例》的规定，有下列情形之一的，不得颁发导游证：(1) 无民事行为能力或者限制民事行为能力的；(2) 患有传染性疾病的；(3) 受过刑事处罚的，但过失犯罪的除外；(4) 曾被吊销导游证的。

(二) 导游服务主体的类型

1. 按照工作职责范围划分的导游服务主体

按工作职责范围，导游服务主体划分为四个类型：国际导游员、全程导游员、地方导游员和定点导游员。

(1) 国际导游员

国际导游员，业内习惯称之为“旅游团领队”，是受出境旅游团所在国或地区的组团旅行社的派遣，带领旅行团队赴境外旅游的导游员。国际导游员对组团旅行社负责，代表该旅行社与旅游目的国或地区的组团旅行社及各地接待旅行社的相关人员进行业务联系，随团活动，伴随始终。

(2) 全程导游员

全程导游员，业内习惯称之为“全陪”，是组团旅行社为国内旅游团队派出的全权代表，对安排接待的旅游团负有全责。全程导游员的服务内容包括：贯彻和落实组团社制订的旅游接待计划，使旅游者的旅游活动如期、如愿、顺利地进行。

(3) 地方导游员

地方导游员，业内习惯称之为“地陪”，是地方接待社委派的导游员，代表接待社执行旅游接待计划。其服务目标是按照接待计划的要求和全陪的意见和建议，安排和开展游客在当地停留期间的各项旅游活动，使游客的旅游消费如期、如愿、顺利地进行。

(4) 定点导游员

定点导游员亦称景点讲解员，是指在博物馆、纪念馆等历史文化艺术场所或者重要景区、景点，从事本景点导游讲解工作的人员。定点导游员只负责景点的导游讲解而不涉及



其他导游服务。通过他们的导游讲解，游客较为全面地了解该景区、景点或参观地全貌和主要特色，增加他们对保护环境、生态系统或文物意义的认识。

2. 按照职业性质划分的导游服务主体

按职业性质，导游服务主体可划分为三个类型，即专职导游员、业余导游员和自由职业导游员。

(1) 专职导游员

专职导游员是指长期受雇于某家旅行社的专业导游人员。他们是旅行社的全职正式员工，按旅行社的工资制度领取固定工资。这类导游员通常受过良好教育和专业培训，具备一定的职业素质和工作经验。

(2) 业余导游员

业余导游员，亦称“兼职导游员”。他们不以导游服务为主要职业，而是利用自己的业余空闲时间从事导游工作。这类导游员一般具备较高的文化层次和专业素质。有的业余导游员还具有相当专业的讲解水平和知识结构，很适合从事定点导游讲解服务和景点导游服务。

(3) 自由职业导游员

自由职业导游员是以导游服务为主要职业的人员。他们不隶属于某个特定的旅行社，而是以合约形式为多家旅行社服务。他们具有较高的综合素质和娴熟的导游技能与艺术，是未来我国导游队伍的发展趋势之一。

3. 按照使用语言划分的导游服务主体

根据所使用的语言，导游服务主体可划分为四个类型，即外语导游员、汉语普通话导游员、地方方言导游员和少数民族语言导游员。

(1) 外语导游员

外语导游员是指以某一门或几门外国语言作为工具，为使用该语言的游客提供导游服务的人员。外语导游员服务的主要对象是入境旅游的外籍游客和出境旅游的中国游客。

(2) 汉语普通话导游员

汉语普通话导游员是指以汉语普通话为工具，为使用汉语普通话或能够听懂汉语普通话的游客提供导游服务的人员。汉语普通话导游员的服务对象主要是参加国内旅游的游客，但也有少量能讲汉语普通话的外籍、来自港澳台地区的游客等。

(3) 地方方言导游员

地方方言导游员是指以地方方言（如粤语、闽南话、客家话等）作为工具，为使用该方言的游客提供导游服务的人员。地方方言导游员的服务对象主要是来自广东、福建、广西、海南等省、自治区的使用地方方言的游客、来自港澳台地区的游客、侨居海外的华侨游客和海外华人游客。

(4) 少数民族语言导游员

少数民族语言导游员是指以我国某一个或某几个少数民族所使用的民族语言作为工具，为使用该语言的少数民族游客提供导游服务的人员。少数民族语言导游员的服务对象主要来自我国的少数民族聚居地区。



二、导游服务的客体

（一）导游服务客体的内涵

导游服务的客体是指导游服务的对象，即购买和消费导游服务的游客。游客通过购买旅行社提供的旅游产品和服务，成为导游服务产品的消费者。了解作为导游服务客体的游客类型、特点及其对导游服务的需求，有助于导游员有针对性地提供优质导游服务。因此，为了做好导游服务工作，导游员必须首先了解游客的需要，洞悉和把握游客的心理及其变化，观察和注重游客的行为表现，从而为有针对性地提供导游服务创造前提条件。

1963年，联合国在意大利罗马召开的国际旅游会议上提出关于游客的定义：“游客是指那些除为获得有报酬的职业以外，基于任何原因到一个不是自己常驻的国家去访问的任何人。”

1991年，世界旅游组织在加拿大渥太华的国际旅行和旅游会议上通过了《关于旅游统计工作的建议》。该建议于1993年3月由联合国统计委员会正式通过。根据该建议提供的国际标准，“游客是指任何一个到他惯常环境以外的地方去旅行，连续不超过12个月，并且其旅行的主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人”。

按照世界旅游组织的建议，我国旅游统计部门对游客的定义进行了确定，即游客“指任何为休闲、娱乐、观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动，离开常驻国（或常住地）到其他国家（或地方），其连续停留时间不超过12个月，并且在其他国家（或其他地方）的主要目的不是通过所从事的活动获取报酬的人”。并规定：“游客不包括因工作或学习在两地有规律往返的人。”^①

（二）游客的旅游需要

旅游需要产生的因素可分为内部因素和外部因素。内部因素是人们产生旅游需要的驱动力量，而外部因素则是形成旅游需要的必要条件。

1. 旅游需要产生的内部因素

心理学研究表明，人的需要产生于未被满足的欲望。未被满足的欲望会引起人自身内部的一种紧张状态。这种紧张状态会产生一种内在的驱动力量，促使人们产生满足这一欲望的需要。人们正是通过使需要得到满足的行为使自己有意无意地摆脱所处的紧张状态。人们一旦某种需要得到满足之后，又会产生新的需要。所以，从个人来说，人们的生活正是在需要—满足—新的需要的规律作用下变得丰富多彩。人类社会正是由于这一规律的作用而不断推向前进。

旅游需要是在人们的基本生活需要得到满足之后产生的。它不同于食、住、行等为维持人们生存的先天需要。旅游需要是人们对社会、文化和环境的反应和适应的过程中学习得来的，是在社会实践中形成的一种后天需要。换言之，旅游需要是在一定的社会环境下人们主观心理状态的一种反映。

^① 转引自：陶汉军. 旅游学简明教程. 第一版. 上海：上海财经大学出版社，2006：87.



2. 旅游需要产生的外部因素

旅游需要产生的外部因素主要包括经济因素、文化因素和社会因素。

(1) 经济因素

经济因素对人们产生旅游需要的作用主要表现为两个方面。

①可自由支配收入增加。随着社会生产力的发展,人们的收入不断增加。在基本生活需要得到满足之后,人们会将其剩余的可自由支配收入用于社会消费、文化消费或精神消费。因此,可自由支配收入的增加是促使人们外出度假旅游的重要物质基础。

②余暇时间增加。社会劳动生产率的提高使得人们的余暇时间增多。人们除了工作时间、满足生理需要的生活时间以及必要的社会活动时间外,也需要考虑如何支配剩余的可支配时间。同样,不同的人会有不同的支配方式,其中外出旅游也是选择之一。余暇时间的增加为人们产生旅游需要提供了时间上的保障。由此观之,经济因素是旅游需要产生和实现的重要社会环境因素。

(2) 文化因素

旅游需要的产生同现代人们的文化价值观密不可分。随着社会经济的发展,人们的文化价值观发生了很大变化。人们更多地追求生活质量的提高。人们将旅游活动看做一种高尚的、健康的、文明的活动,从而产生了旅游的需要。

(3) 社会因素

在现代社会里,每个人都生活在一定的社会群体中。任何人的生活方式都会受到其所属社会群体中其他人的影响。就个人的旅游消费来说,群体的影响也是很大的。无论是家庭成员、同事,还是邻里、朋友,如果其中有人提出外出旅游的建议或有人外出旅游归来诉说其收获和体会,这种倡导者或先行者的作用往往会对他人产生重大影响,促使其产生旅游需要的动机。这种作用虽然是无形的,然而有时会给人们形成一种社会压力。在一些国家里,外出旅游度假已成为人们的一种生活方式,是人们生活质量提高的一种象征,不外出度假的人便会在心中形成一种压力。这种压力就可能转变成动力,促使这些人产生外出旅游的需要。

(三) 游客的旅游动机

旅游动机是一个人为了满足自己的某种需要而决意外出旅游的内在驱动力,或者是促使一个人有意于外出旅游的心理动因。^①美国学者罗伯特·麦金托什、沙西肯特·劳特鲁,日本学者田中喜一、今井吾等人提出了关于游客旅游动机的不同分类。

1. 麦金托什-劳特鲁的分类

美国罗伯特·麦金托什和沙西肯特·劳特鲁在其合著的《旅游的原理、体制和哲学》一书中认为,人们出游有四种基本动机。

(1) 生理动机

生理动机包括休息、参加体育运动、海滨修养、娱乐、治疗等。这一类动机是从维护身体健康出发的。

^① 李天元. 旅游学概论. 第六版. 天津: 南开大学出版社, 2009: 98.



(2) 文化动机

文化动机指了解和欣赏异地的文化、艺术、风俗、语言、宗教等。这一类动机表现的是人们求知的欲望。

(3) 交际动机

交际动机包括在异地结交新朋友, 探亲访友, 逃避单调的日常生活和家庭邻里环境等。这类动机表现的是人们对熟悉的东西的一种厌倦和反感, 以暂时避开现实的压力, 借旅游来调节生活和变换环境的愿望。

(4) 地位与声望动机

地位与声望动机包括考察、交流、参加会议、探险以及个人研究等, 以达到被人承认、引人注目、施展才能、受人赏识和博得良好声誉的目的。

2. 田中喜一的旅游动机分类

日本学者田中喜一在其所著的《旅游事业论》一书中, 将人们的出游动机归纳为如下四种类型。

(1) 心情的动机

心情的动机包括思乡心、交游心和信仰心等。

(2) 身体的动机

身体的动机包括治疗需要、保养需要和运动需要等。

(3) 精神的动机

精神的动机包括知识需要、见闻需要和欢乐需要等。

(4) 经济的动机

经济的动机包括购物目的和商业目的。

3. 今井吾的旅游动机分类

日本学者今井吾将人们外出旅游的动机划分为三种类型。

(1) 消除紧张的动机

如变换气氛、从繁杂中摆脱、接触自然等。

(2) 自我完善的动机

如对未来的向往、接触自然等。

(3) 社会存在动机

如朋友的友好、大家一起旅行、家庭团圆等。

(四) 游客的旅游行为特征

1. 按照游客个性划分的旅游行为特征

由于不同的游客具有不同的个性, 所以他们的旅游行为特征也不尽相同。从个性角度, 游客可以划分为内倾性格游客和外倾性格游客两种类型。

(1) 内倾性格游客的旅游行为特征

内倾性格游客一般属于安乐小康型。他们往往选择到熟悉的旅游目的地。其外出旅游的主要目的是为了休息和消遣。他们喜欢比较宽松的旅游活动日程和比较周全、舒适的旅



游服务。在旅游过程中，他们较多地顺从目的地旅行社的安排，在行为取向上趋附于其他游客。

(2) 外倾性格游客的旅游行为特征

外倾性格游客一般属于追新猎奇型。他们往往选择到那些比较偏僻、不太为人所知的地方去旅游。其主要目的是为了寻求刺激和获得新的经历。他们对旅游服务和设施要求不高，希望在旅游安排上留有较多的余地和灵活性，以便发挥自己的潜能，寻求自己的乐趣和欢悦。在旅游过程中，他们的行为表现为随意和放任，不愿接受过多的限制和约束。他们常常不遵守约定的时间，往往离团自行其是。

2. 按照旅游阶段划分的旅游行为特征

在不同的旅游阶段，游客的心情和感受存在着一定的变化，而这种变化往往导致他们在旅游目的地的表现出现一定的差异。这种差异造成游客在各个旅游阶段的行为特征不尽相同。

(1) 初到目的地阶段游客的旅游行为特征

游客到达旅游目的地初期，面对的是一个完全陌生的环境，他所接触的人（包括导游人员在内）和事都是生平第一次，有举目无亲之感，不仅人地生疏、风土人情不懂，而且可能有语言不通（尤其是外国游客），气候、饮食不适等。这种情况一方面使其有好奇、惊讶、兴奋之感，另一方面又有一些莫可名状的不安。这时，游客的行为表现是复杂的，有的东张西望，有的低声细语，有的沉默寡言，有的指指点点，有的甚至大声叫嚷。但是，有一点是共同的，即他们会不约而同地把目光和希望寄托在导游人员身上，希望导游人员能够理解他们的心情，能帮助他们认识这个陌生的环境，使他们有一个愉快、顺利和安全的旅游生活。

(2) 开始熟悉目的地阶段游客的旅游行为特征

在这一阶段，随着游客开始对导游人员逐渐熟悉，对目的地情况有所了解和对环境逐步适应，游客不安的心情开始放松，思想也逐渐活跃起来，其行为主要表现在两个方面：一是游兴较浓，对参观和游览的那些秀丽、奇特、古老、壮丽的自然景观、文物古迹、现代建筑和民俗风情表现出较大的热情；二是发问开始增多，急于了解目的地的有关情况以及所见所闻的人和事。

(3) 旅游中期阶段游客的旅游行为特征

随着时间的推移，游客对目的地情况有了基本了解，同导游人员也比较熟悉，游客的心理包袱已基本消除，初到时的拘束、谨慎、陌生之感已不复存在，从而其个性表露也比较明显。所以，这一阶段是其个性表露阶段。主要的表现有：第一，对其旅游目标的实现更为关注，尤其是那些希望通过旅游对某一方面有更深入了解的游客，他们提出的问题会更深更广，甚至会提出一些各种各样合理的和不合理的要求，希望能帮助他们圆满实现，对于自己提出的一些不合理或虽合理但难以满足的要求未能得到满足则表示不满；第二，在言行上比较放任。由于游客在这个阶段的心态比较轻松，容易在精神上产生麻痹感，使得他们的记忆力、思考力会无意地会发生分散或转移，游览中对导游人员的讲解不像以前那样全神贯注，有的则自行其是，平时健忘的人更容易丢三落四，平时散漫的人更容易缺乏时间观念，平时活泼的人会变得更加随意自由。

(4) 旅游结束阶段游客的旅游行为特征

旅游目的地旅游即将结束之时，游客的心理活动又开始复杂起来，会出现与到达目的



地初期类似而又不同的紧迫感和不安感,因而在行为表现上也多种多样。有的人急于要求导游人员帮助他(她)解决没有满足的要求;有的人思乡思家心切,盼望尽早同家人团聚;有的人急于上商店购物,以用做纪念和馈赠亲友;有的人担心行李超重;有的人忙于给亲友发电报、打电话,报告旅游归程日期。总之,在这个阶段,游客的思绪甚为分散,忙于个人的事情大为增多。

3. 不同性别游客的旅游行为特征

性别因素是影响游客行为的一个重要条件。男性游客与女性游客在许多方面各有其不同的行为特征。准确地认识和把握不同性别游客的旅游行为特征,有助于向他们提供具有针对性的导游服务。

(1) 男性游客的旅游行为特征

男性游客一般比较开朗,不太计较小事和由此引起的不愉快,比较理智;他们考虑问题比较实际,对旅游产品质量甚为关注,尤其是涉及旅游计划的变更,往往要究其原因;他们比较富于探索,在旅游中常常对导游人员讲解的问题和旅游目的地的情況发问。但是,他们在言行上往往比较随便,不太注意仪表和生活小节,爱出风头,好表现自己,最怕丢面子,损伤其人格和尊严。

(2) 女性游客的旅游行为特征

女性游客的行为一般比较谨慎,能比较自觉地遵守旅游团队的纪律,听取导游人员的告诫;在旅游中,她们注意倾听导游人员的介绍,对导游讲解中的故事和风趣幽默的笑话兴趣较浓;她们感情丰富,喜欢同目的地的人员接触,了解一些有关社会、妇女和生活上的事情;她们喜好购物,对商品的质量、价格、包装比较注重。但是,她们比较胆怯,易受他人的影响,自控力较弱,往往喜怒溢于言表。

4. 不同年龄游客的旅游行为特征

年龄意味着人的体力、精力、阅历的不同。处在不同年龄阶段的游客,其旅游目的、游览兴趣、承受能力、消费偏好等各有差异,由此导致不同年龄阶段的游客,其旅游行为特征的差别显著。

(1) 青年游客的旅游行为特征

青年游客精力旺盛,不怕艰苦,对设施和服务要求不高。他们富于幻想,对旅游有浓厚兴趣,喜欢追新猎奇,喜好娱乐和运动;他们好表现,希望自己的行为能引起他人的注意和重视,不要将他们当做未成年人对待。但是,他们初涉社会,阅历少,处事简单,将旅游想象得极为美好;他们的情绪不太稳定,易冲动,遇事不够冷静,经受不住挫折和打击。

(2) 中年游客的旅游行为特征

中年游客阅历较广,一些人曾多次出游,旅游经验较丰富,待人处事比较谨慎,对旅游中出现的问题能泰然处之;他们在旅游中,比较讲究实际,对旅游产品和服务质量要求较高,对通过旅游要实现的目标甚为关注。但是,正因为他们老成持重,在旅游中注意看、听和问,一般较少表示自己的意见和看法,一旦表示出来,往往有一定的分量。

(3) 老年游客的旅游行为特征

老年游客由于年龄和身体原因,在旅游中一般行动迟缓,节奏较慢,对旅游安全甚为



关注；他们在旅游中，主要以观赏自然景观和文物古迹为主，然而对异地的老年人生活、家庭和社会福利事业也很有兴趣；他们思古怀旧心情较重，对访问故地、会见老朋友或其亲友情有独钟；他们虽然食量小、睡眠少，但要求饮食可口、住得舒适；他们一般顺从旅游安排，很少发表意见。

5. 不同职业游客的旅游行为特征

人们长期从事某个职业，其行为或多或少会受到该职业的影响。因此，不同职业游客的旅游行为特征之间必然存在一定的差异。

(1) 专业技术人员的旅游行为特征

专业技术人员一般学有所成，具有某方面的专业或技术知识，他们在旅游中除了一般的观赏旅游景观外，更加关注了解本专业或技术领域的情况，希望参观该领域的有关单位、设施，会见该领域的有关人员，并进行交流。因此，在涉及其领域的事情，他们提问较多。他们对旅游服务也比较注重，对导游人员要求较高。

(2) 行政管理人员的旅游行为特征

行政管理人員由于来自权力机构，社会地位较高，在旅游中他们往往从管理、质量、效率角度来对待问题，对旅游活动的组织安排、服务质量、服务效率要求较高。他们对导游人员、接待单位的服务人员乃至管理人员的行为不足之处常存有看法，有时也溢于言表。此外，他们对服务设施和环境的舒适也比较讲究。

(3) 经商人员的旅游行为特征

经商人员在我国海外来华游客中占有相当比重。他们虽然多数情况下以散客身份旅游，但也有不少人参加旅游团。即使以散客身份旅游，有时也需要目的地提供接送服务和导游服务。由于工作性质的关系，他们对旅游服务效率和服务质量要求较高，对旅游产品的价值和使用价值十分看重；其次，他们对旅游生活质量也很讲究，往往要求住高级饭店，乘坐高级轿车，要求精美饮食；最后，在旅游中，他们喜欢了解有关经济、法律和商务情况，处事比较慎重，较少发表意见。

(4) 产业工人的旅游行为特征

产业工人由于从事的工作性质，在旅游中有较强的群体观念。他们一般顺从旅游安排，对参观游览和娱乐活动很有兴趣；他们一般心直口快，对旅游中存在的缺陷容易发牢骚；在旅游中他们比较关心一些带有普遍性的社会问题，诸如物价、失业、犯罪和子女教育等；他们对旅游设施和服务要求不高。

(5) 农民的旅游行为特征

农民比较纯朴、节俭，对旅游生活质量要求不高，在购物时也不乱花钱。在旅游中，除一般的参观游览外，比较关心了解当地的农民生活和收支情况。

6. 不同文化程度游客的旅游行为特征

文化教育对于一个人具有较大的影响。不同文化程度的游客，其旅游行为特征也不尽相同。

(1) 受过高等教育游客的旅游行为特征

受过高等教育的游客由于知识面较广，对世界其他地区的情况有一定了解，因而游兴较浓，对异国他乡的环境适应能力较强。在旅游中，为进一步丰富知识，他们一般提问较多，愿与他人攀谈；对旅游设施和服务要求较高。