



中国旅游协会推荐教材



旅游管理专业新视野教材

谢彦君·主编

导游业务

赵爱华 朱 斌 张 岩·编著



中国旅游出版社



中国旅游协会推荐教材



旅游管理专业新视野教材

谢彦君·主编

导游业务

赵爱华 朱 斌 张 岩·编著



中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉
责任编辑：张珊珊
责任印制：冯冬青
封面设计：中文天地

图书在版编目 (CIP) 数据

导游业务 / 赵爱华, 朱斌, 张岩编著. -- 北京 :
中国旅游出版社, 2016. 5

(旅游管理专业新视野教材丛书 / 谢彦君主编)

ISBN 978 - 7 - 5032 - 5586 - 1

I. ①导… II. ①赵… ②朱… ③张… III. ①导游—
高等学校—教材 IV. ①F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 067660 号

书 名：导游业务

作 者：赵爱华 朱 斌 张 岩

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京明恒达印务有限公司

版 次：2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：17. 25

字 数：363 千

定 价：34. 00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 5586 - 1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

《旅游管理专业新视野教材》

编审委员会

主 任：谢彦君

委 员（按姓氏笔画排序）

- 王 斌 大连外国语大学经济与管理学院 院长、教授
王 颖 辽宁对外经贸学院国际商学院旅游管理系 主任、教授
王小军 沈阳大学工商管理学院 院长、教授
尹力军 呼伦贝尔学院旅游管理与地理科学学院 教授
石长波 哈尔滨商业大学旅游烹饪学院 院长、教授
毛金凤 沈阳师范大学旅游管理学院 院长、教授
刘建军 内蒙古师范大学旅游学院 副院长、教授
孙洪波 辽东学院旅游管理学院 院长、教授
陈 才 海南师范大学旅游学院 副院长、教授
邹本涛 渤海大学旅游学院 副院长、教授
张润生 中国旅游出版社 副总编辑
张树青 北华大学旅游管理系 主任、教授
宿伟玲 大连大学旅游学院 院长、教授
谢春山 辽宁师范大学历史文化旅游学院 副院长、教授
谢彦君 东北财经大学旅游与酒店管理学院 院长、教授

再版序言

《旅游管理专业新视野教材》初版于2005年，至今已过十个年头。其间，出版社曾有过修订再版的动议，但终因一些因素的影响而未果。这次再版，给了这批教材进一步完善的机会，也算是一件好事。我们寄希望于它能够在原有的基础上有一个更大的进步，更加适合21世纪中国旅游高等教育的需要。

我一直主张，教材是大学教育的基本建设之一，也是影响大学教育质量的根本元素之一，甚至在某种情况下可能是最重要的影响因素。对于旅游高等教育而言，很多教育问题其实都可以归根或溯源于教材方面，因为它既是这个领域科学研究所积累的知识的集成式存在形态，也是教育工程实施的蓝本。前者体现了旅游科学界工作成果的总结，后者体现了旅游教育界工作过程的起点和依据。身在旅游教育流程中的施教者和受教者，其工作的效率、效果离不开教科书的质量。所以，教材建设可谓大学教育的重中之重。

然而，毋庸讳言，旅游管理专业的大学教育在其繁荣的背后还是存在一些问题的，有些问题可能还很严重，其中就有教材建设问题。这种情况的细节可以存而不论，造成这种状况的社会根源可以存而不论，就连我们在每一次教材编写过程中能在多大程度上提升教材的品质也可以存而不论，但完全失察于这些问题的性质和程度，完全在功利心的驱动下采取鸵鸟策略来对待旅游管理专业教材建设方面所存在的问题，则无论如何是不可取的。因此，借此机会，笔者还是想利用这一角之地，谈谈这方面的问题，其主旨是希望旅游教育界的同人在使用本专业的任何一套教材时，都能够更多地立足于一种超越的境界，本着一种探索的精神，敢于采取一种批评的态度，能够在教学过程中建设性地、开放性地利用现有的这些教材。旅游管理学科正处于其幼年阶段，教材的幼稚病显而易见，在这种情况下，倘若过于倚重教材甚至完全视某一本教材上白纸黑字的条条为金科玉律的话，对于这样一个稚嫩的学科来说，恐将大大影响教育质量，从而也会影响本专业领域人才的职业发展历程。

旅游管理专业的教材建设究竟存在什么问题？对此学界同人所见虽有不同，但

往往都各有其高明之处。如果避开一些根源性、体制性和机制性的问题不谈，仅就技术层面来看，那么，教材建设所存在的问题与高等教育的定位策略是密切相关的。

关于本科层次旅游管理高等教育的定位问题，一直是一个争论不休而且始终不能达成基本一致性认识的一个问题。这种状况不仅是旅游管理专业自身的长期困惑，其实也是中国高等教育一直以来教育指导思想混乱的一个局部折射。其中最为重要的一个方面，即关于大学教育中的理论与实践的关系问题，长期以来一直就未曾获得理论上的解决，导致高等教育的行政主管部门一直摇摆于“学术型”和“应用型”之间，从而不断地制造人工的一刀切行政局面，使得中国半个多世纪以来的高等教育如同玩跷跷板游戏一般，不断地在“理论”与“实践”、“理论”与“应用”、“学术型”与“应用型”这两端颠来倒去。其实，这种局面的根本在于，并没有真正把握高等教育的本质：教育过程到底是理论教育还是实践教育？这是所有问题的核心，明确了这个根本点，相应的施政纲领也就会顺应规律并取得应有的成效。

从本质上来说，一切教育，尤其是高等教育，作为知识的传授过程，都是理论教育过程，而非实践教育。如果以某种极端的形式来表述的话，那么，可以说，实践就是实践，实践仅仅是实践，实践教育不存在于教育过程中，而仅仅存在于实践过程中。同理，大学教育没有实践教育，只有教育实践。大学所实施的专业教育，都是在提供专业领域的理论教育。延伸到可能被某些人视为错误而在我看来仅仅是一种极端表述而已的观点，那就是，甚至连研究生层次的专业学位教育（如 MBA、MTA 教育），都应该明确是从事理论教育的过程。在这里，恐怕不需要再唠叨“什么是理论”这样的基本问题了，我们只需要重提任何人也否认不了的一个事实就可以了：理论来源于实践，理论用于指导实践，但理论不同于实践。换言之，理论是一种知识形式，实践是一种生命状态，两者的差异是根本性的。将正确的理论恰当地应用于实践，会极大地提升人类生命状态的能力和质量，这就是理论的应用价值，这一事实本身也再次明确了理论与实践的区别和联系。在旅游高等教育乃至中国整个高等教育中，当前存在的错误认识是：不管学科的成熟度（即理论的体系化程度）如何，都同时并存着两种教育类型，即理论教育和实践（应用）教育。这种错误思想导致了教育实践的扭曲，其根本点在于，混淆了作为教育之目标的“理论”与作为教育之工具、方法、手段、路径的“实践性教学”（诸如案例教学、情境化教学，总之是“理论联系实践”的教学方式）之间的关系，以至于在不分学科知识深度（如经济学与旅游管理两个学科在理论深度上的巨大差异）的前提下，就把转向

“应用型大学”、实施“应用型教育”以及编写“应用型教材”等一系列误导教育实践的观念和主张贯彻到全国各类高校当中。此类错误教育思想所导致的教育实践方面的荒唐思想和实践，可谓不一而足。本人曾亲历一事：有某出版社曾邀我主编一套针对二本和三本院校旅游管理本科专业的应用型教材，被我拒绝，但此事足可见人们对“应用型”教育理解偏颇到何种程度。因此，从根本上来看，教材建设领域在对待理论与应用的关系这个问题上所流行的舍本逐末、绝源逐流的做法，其实是教育定位问题的一种反映。试想，那种没有理论的应用，究竟能应用个什么呢？

基于这种认识，我提出旅游管理专业本科教材建设的几点建议：

第一，突破理念局限，向着“理论化”方向努力，吸收旅游管理研究领域的最新科研成果，打造一批有理论分量的本科教材。理论总是体现在范畴和命题层面，只有借助于一些新范畴、新命题的提出及其体系化，理论作为一个知识体系才能得以成立。在我的课堂经验中曾有一例，可以用来说明理论知识与单一事实知识之间的区别：我曾不止一次问过所教过的学生，蚊子有几条腿？答案中除了没有一条腿、三条腿的之外，几乎说几条腿的都有。接着，我告诉大家：“所有的昆虫，都是六条腿。”这时，大家似乎恍然大悟，大有松了一口气的样子。我告诉学生，这后一个结论，就是昆虫学家的一个科学命题，是一种理论结论，它的特点是抽象表述，表达了从特殊到一般的知识转化过程和结果。昆虫学专业教育的目标，就是告诉学生这个一般性的理论结论，而不是逐个去考证个别事实；但好的教学方式，可能会借助于野外观察的方式（实践教学）来让学生获得这个理论知识。这就体现了“理论教学是目的、实践教学是方法”的教育理念。就目前的旅游管理类本科教材的内容构成来看，缺少的是抽象的理论，充斥的是个别的事实甚至带有极大局限性的对策或行动策略。这样的教科书，在科学性上已经大打折扣了。

第二，旅游管理专业本科教材的建设，也要与人才培养的专业定位和人才规格层次定位相呼应，立足于专业方向，限定在普通高等教育层次，力图在这个经纬交叉点上建立起本科旅游管理专业教材的定位基点。在旅游管理专业的高等教育领域，与旅游学研究的情况相对应的一种糟糕情况是，也同样存在着“泛化”的取向：比如，旅游管理专业的课程设置框架泛化，以至于可以开设旅游医学、旅游保险学、旅游交通学等莫名其妙的课程，并把“旅游××学”作为设置旅游管理专业课的基本思路，殊不知这种以交叉性学科为主的专业课设置思路（名为“交叉”，实为“戴帽”），已经在埋没旅游管理专业的“专业特性”；再比如，每一门课程的内容框

架泛化，以至于每一门课都搞前后、左右、上下的关联，让人感觉每一门课的内容中都包容着别一门课的内容，重复度极高。如果再联系到旅游管理专业的授课教师同时承担多门课程（我所知道的最多门数是一人承担20门，其中有14门专业课程，而通常都在5门左右）这一事实，那么，不难想象，旅游管理专业教科书在内容框架上的彼此缺乏区分度，其实是教师与教材之间长期形成的一个互为因果的循环关系的反映。这种因果链条如果不主动去打破，那么，旅游管理专业本科教育过程中存在的低效率和差效果的局面，必将会持续下去。此外，还存在着普通本科教育因近年来教育主管部门着力推行的就业导向的教育思想而催生出来的“向两边看齐、唯独失却自我”的教育倾向：普通本科专业教育盲目向高职高专教育学习，并将其美称为“应用型”教育模式，或者片面强调研究型教育。以上种种，都是近年来旅游管理普通本科教育因教育思想混乱所引发的教育实践问题。因此，旅游管理专业的教材建设，必须建立在深刻理解作为专业教育和普通本科教育这两个定位维度的根本特性的基础上。

第三，旅游管理专业的教材建设，还应该瞄准人才培养的能力目标来加以组织、建设。其实，大学人才培养的目标往往是复合型的，但每个专业必然有其主导或突出的主体目标，旅游管理专业也不例外，否则，就不成其为专业教育和大学教育。就旅游管理专业而言，依个人浅见，其人才培养的能力目标宜理解为一个“五层金字塔”结构的能力组合，是一个分类、分层的组合结构。具体结构如下：

塔尖层级：对应于专业核心能力，即学习本专业必须具备的最根本能力。由极有限、但必需的课程来加以培养。这一层级是能够在本体论意义上回答“什么是‘旅游管理专业’”这一“专业”核心问题的层级，带有学科知识的纵向区分功能。一般地，用以构造一个专业与其他专业根本区分度的课程，是这个专业独特的、专属的少数几门核心基础课。就当前中国旅游管理本科教育层次而言，最为迷失的就是这一层次。这种迷失的表现是：在旅游教育界，人们很难就此几门核心基础课达成基本的共识。

塔檐层级：对应于专业发展能力，即学习本专业必须具备的专业核心能力。由有限的、但必需的、能形成专业核心能力的重要课程来加以培养。就当前中国旅游管理专业普通本科教育层次而言，应属于那些能够构成旅游管理专业基本特色和独特知识保护带的“自足性分支学科”，即可以表述为“××旅游学”形态的知识内容。毋庸讳言，目前此类课程的建设是比较弱的，甚至是有结构性缺欠的，也是旅

游教育界未来应积极、自觉地加以巩固和拓展的知识领域。只有这一层次与塔尖层次的完美结合，才能构筑旅游管理专业独特的知识样貌，其学科独立性才能得以彰显。

塔腰层级：对应于专业拓展能力，即学习本专业应该具备的专业巩固能力。由有限的、但相关的、能助成专业延展能力的相关课程来加以培养。在旅游管理普通本科教育当中，传统上是由“旅游××学”+各类旅游企业管理的分支学科构成这一层级的主体课程，其发育程度相对较好，但因其长期篡位于塔尖、塔檐两个层次而导致了本专业特色的迷失，这是值得警觉和应予调整、复位的。

塔座层级：对应于专业转换能力，即学习本专业应该具备的专业转换能力。由一些体现本校特色和优势、与本专业有所关联的“院校平台课”来加以培养。通常，一些财经和管理类大学会通过设立诸如统计学、经济学、管理学、会计学、财政学等平台课程来培养学生的专业转换能力，或者通过大类招生等办学模式来达到这一目标。其他一些以外语或文史类为特色的大学，也可能在其平台课的设置中寻求旅游管理专业中的外语或人文特色。

塔基层级：对应于人生成就能力，即作为本科教育层次毕业生的基本能力。由一些能体现大学教育层次、养成本专业人才所需要的综合品质的大学共同课来培养。本层次的课程几乎不带有专业色彩，但却充分展现了层次水平，是构成大学生和非大学生在普通人文和自然科学知识领域上层级区分的基本课程。

以上所论，无非个人的区区之见，未必得体。正如本人在第一版序言中曾指出的那样：教材建设实际上是科学研究成就的一个反映，是一个与学术论文、学术专著相关联的知识链条。教材内容的深刻性、系统化程度以及整体协调性，是一个学科长期积累的结果。就旅游管理专业而言，在短短的三四十年的历史中，是不可能一下子达到完善的程度的。好在我们身在其中的每个人，都在为这个目标而努力，而最终呈现给世人的究竟是一个怎样的结果，那也只好留待教材的使用者批评、指正了。

是为序。

谢彦君

2016年3月7日

于灵水湖畔

目 录

第1章 导游服务	1
第1节 导游服务的产生与发展	2
第2节 导游服务的类型与范围	9
第3节 导游服务的性质和特点	12
第4节 导游服务的地位和作用	17
第5节 导游服务的原则	19
第2章 导游人员	23
第1节 导游人员概述	24
第2节 导游人员的职业要求	29
第3节 导游人员的权利和义务	37
第3章 导游服务心理	44
第1节 游客的心理需求和行为分析	46
第2节 导游人员的心理素质与心理健康	56
第3节 导游人员的心理服务	65
第4章 导游服务礼仪	71
第1节 导游服务礼仪概述	72
第2节 导游人员的服务礼仪规范	76
第3节 导游人员的职业形象塑造	85

第5章 导游服务管理	91
第1节 导游管理的内容和模式	92
第2节 导游人员的招聘、培训与激励	96
第3节 导游服务质量管理	103
第6章 团队导游服务规程	111
第1节 团队导游服务集体	113
第2节 地陪导游服务规程	117
第3节 全陪导游服务规程	130
第4节 领队导游服务规程	136
第5节 景区景点导游人员服务规程	140
第7章 散客导游服务规程	142
第1节 散客旅游服务概述	143
第2节 散客旅游服务的类型	147
第3节 散客导游服务程序与规范	150
第8章 游客个别要求的处理	155
第1节 对游客个别要求的处理	157
第2节 对“特殊”游客的服务	165
第3节 旅游者投诉处理	170
第9章 旅游事故及其处理	175
第1节 旅游事故概述	177
第2节 业务事故的预防和处理	181
第3节 个人事故的预防和处理	187
第4节 安全事故的预防和处理	192
第5节 特殊旅游事故的预防和处理	198
第10章 导游服务技能	201
第1节 导游词创作技能	202

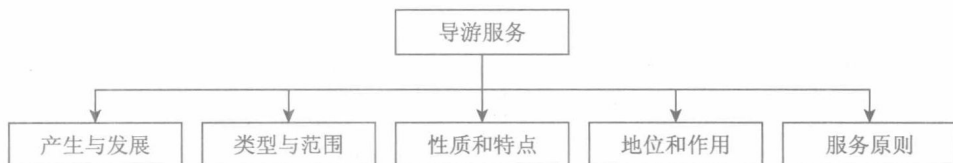
第2节 导游语言技能	206
第3节 导游讲解技能	217
第4节 导游交往技能	227
第11章 导游服务常识	229
第1节 出入境知识	230
第2节 交通知识	239
第3节 旅游救护与安全知识	248
第4节 其他知识	255
主要参考文献	262
后 记	264

第1章 导游服务

【学习目标】

学完本章，你应该了解导游的起源、历史以及中国导游服务的发展历程；理解导游的概念；熟悉导游服务的类型与范围、性质与特点、地位与作用；掌握导游服务的原则，为优质高效的导游服务提供工作思路和方法。

【内容结构】



【重要概念】

导游 导游服务

导入案例

多才多艺的导游

某年秋天，北京的穆先生作为全陪导游员接待了一个15人、没有领队的台湾旅游团。按照旅游日程，该团要到京、沪、杭、三峡、西安、桂林、广州等地参观游览。一路上，穆先生与客人们朝夕相处，在食、住、行、游、购、娱等各项旅游活动中，充分发挥出职业导游员的作用，得到了大家的信任和爱戴。

在游览过程中，他根据古都和风景地的不同类别，为大家介绍了相关的文化、历史、生活和风光特色等知识。讲解中加了一些野史、趣闻逸事，分别突出了各地“古”“全”“美”的特点，使游客们产生了浓厚的兴趣。他还根据各地接待条件和环境的不同，为游客全面介绍各地的风味食品、生活习惯和商品特色，使大家对大陆的生活和文化发展状况有了充分的了解。同时，他根据游客的爱好，为大家讲幽默故事、传说，唱歌，变魔术，表演书法，同游客下棋、打牌、打太极拳，从而减少了游客在旅途中等候的苦恼，活跃了旅游的气氛，丰富了大家的文娱生活。

离别时，游客们纷纷上前与他握手、拥抱，依依不舍。有游客说：“穆先生，是我们见到过的最好的导游。你的多才多艺给我们留下了深刻的印象，我们从你身上学到了不少东西。”

分析要点

穆先生的多才多艺为旅游者带来了欢乐，在游客中树立了威信，为旅游活动的顺利进行打下了良好的基础。一个职业导游员应该是一位“杂家”，除了具有扎实的语言基础外，还应积累广博的知识，学习与旅游活动有关的各种技艺，诸如表演、烹饪、书画、古董鉴别和棋艺等，这样才能在接待过程中体现出魅力，赢得游客的称赞与信任。如果游客在旅游疲劳时，能有一位琴棋书画样样精通的导游员为他们表演一项项“绝活”，那么他们会心情愉快，疲劳顿消，对导游员的服务也会非常满意。所以，导游员要多学一些“绝活”，成为一名“杂家”，才能在关键场合“露一手”。

第1节 导游服务的产生与发展

一、导游

什么是导游？导游一词源于“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行时，都有一个负责旅行事务的专人陪伴，称之为“旅行护卫”。

“导”，顾名思义是向导、引导、领导的意思。“游”的本意可谓游玩、游览，其中不仅包含游历、游学之意，也包含了行走、求知、增加阅历见闻的意思。导游，就是以旅游者为主要工作对象，以指导、参观游览、沟通思想为主要工作方式，以安排旅游者的食、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。

二、导游的起源与发展

历史上人类有意识地外出旅行是由商品交换引起的。第三次社会大分工使商业从农牧业和手工业中分离出来，出现了专门从事商品交换的商人阶层。正是商人在原始社会末期开创了人类旅行活动的先河，他们以经商为目的，周游于各个不同的区域和部落之间。研究表明，在这一时期，导游服务还是不存在的。导游是近代社会的产物，但其原始形式却是随着人类旅行活动的产生而萌芽的。导游从旅游业形成和发展初期的向导服务，发展到今天集导游服务、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。

（一）古代时期导游服务的萌芽

纵观人类社会的发展史，古代的旅游活动多出于经济目的，有人是为了寻找新居，有人是为了逃避战争。一些国家派员出访，一般是为了达到某种军事和政治目的。只有少数科学家、探险家的旅行是为了获取知识、开阔眼界。在当时的经济条件下，任何形式的旅游都是很艰苦的，而且带着一定的冒险性。究其原因，除了交通工具落后以外，主要就是缺乏向导。事实证明，有组织有领导的旅行，成功的可能性大；无组织无领导的旅行，则很难达到预期目的。向导是对旅游活动中充当导游角色的一些人的称呼，其主要职责是指引道路、避免险情。在古代社会，外出旅行要遇到很多困难和危险：饥渴劳顿、迷失方向、行囊被窃、车翻船沉等。所以，古人出行时要选择熟悉道路、善于应变的人做向导。

随着人类社会由原始社会进入奴隶社会，生产力的发展所带来的劳动剩余物归奴隶主所占有，他们已不再满足生活起居上的享受，开始了以巡游、巡视为代表的享乐旅行、旅游活动。这一时期从大量的史书、游记、文学作品以及各种雕刻绘画等文献、遗迹中，可以了解古代旅行、旅游向导的大致情况。在古代的旅行、旅游活动中处处可以看到向导的身影，那些旅行臣仆、侍卫、随从、译官等人在很大程度上起着向导的作用，有时还会有所谓的“引导官”负责指引道路，在他们的帮助下，人们得以更好地完成各种旅行活动。

在这一时期，作为当时统治者的官员，也会出于政治统治目的进行大量的外出旅行活动。当时，奉命出使异域的贵族、大臣，都带有大量随从，其中最主要的是向导和译员。明代著名的外交使节郑和曾七次航行到印度洋一带，走访了30多个国家，创造了世界航海史上的壮举。郑和下西洋的随从中，有大批船工、勇士和力士，有负责对外礼

仪的官员、懂天文的阴阳官、管医药治病的医官，还有从全国各地选派来的通晓阿拉伯语的译员。

为了一定的目的，古代的文人、侠士、僧人、道士以及科学家和探险家都有过长途旅行的经历，如司马迁、李白、杜甫、李时珍、徐霞客遍游祖国名山大川。在当时的条件下，旅行、旅游只是极少数人的活动，他们旅行一般都带有家奴、仆人照料其生活，如果是远行还常常有向导。士人、学子漫游时也往往有熟悉当地的僧侣、马夫、店小二等做向导。从所提供的旅行帮助来看，这些随从、向导在某些方面和现在的导游有些相似。

这些旅行、旅游活动的向导不仅引路，而且能介绍沿途的名胜、景点、当地民俗风情等，他们提供的服务已经比较接近现代的导游服务。不过由于那时参加旅行、旅游活动的人数规模不大，人们从事此项活动的机会自然不多，他们所收受的报酬是依靠旅行者、旅游者赏赐的“盘缠”“酒钱”，类似现代的“小费”，最多只够家庭补贴所用。所以在这一时期，虽然产生了旅行、旅游活动的向导，可以为人们提供早期的导游服务，但是由于上述各种原因，其偶然成分很多，不可能产生专业化的向导队伍。

（二）近代时期导游服务的产生

17世纪的英国资产阶级革命，特别是18世纪的产业革命，大大提高了社会劳动生产力，促进了资本主义发展，为近代旅游乃至现代旅游的开拓创造了有利条件。首先，科学技术的进步、机器的使用，为旅游提供了先进的交通工具。其次，商品经济的发展为旅游创造了巨大需求。伴随着国内商品交换和国际贸易的进行，许多商人辗转于世界各地，买进卖出各种商品，同时对住宿、餐饮等也提出相应的需求。再次，带薪假日的出现，为旅游发展提供了可能。产业革命所带来的社会劳动生产力的提高以及人们的强烈要求，促使带薪假日出现，从而使工薪阶层也有可能参加旅游活动了。旅游成为经济活动还是在铁路问世以后，1825年9月，世界上第一条铁路在英国诞生，之后，美国和德国也相继修建了铁路。铁路运输具有速度快、成本低、运量大的特点，为大规模、远距离旅游活动创造了条件。

在此阶段，世界公认的第一次商业性旅游出现了。1841年7月初，托马斯·库克组织了世界上第一次团体火车旅行。当时，在他居住的莱斯特城不远的拉夫巴勒要举行一次禁酒大会。为了壮大大会的声势，托马斯·库克在莱斯特城张贴广告，招徕游客，又为他们包租了一列火车，做好了行程中的一切准备，使这次短途旅行十分成功。此次活动，每人收取一先令，包括往返的路费、一顿带火腿的午餐和一支乐队。托马斯·库克组织这次活动完全是为信仰所驱使，并非出于个人私利。但他从中发现，人们乐意别人为其安排和组织旅游，可以把这种活动作为一种职业。1845年，托马斯·库克放弃了木工的工作而从事安排旅行的行当，他在英格兰的莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社。1846年，托马斯·库克亲自带领一个旅行团乘火车和轮船到苏格兰旅行。旅行社为每个成员发了一份活动日程表，还为旅行团配置了向导。这是世界上第一次有商业性导

游陪同的旅游活动。1851年,托马斯·库克组织16.5万人参观了伦敦博览会。1855年,托马斯·库克组织了从英国雷斯特至法国巴黎的为期4天的旅游,全程旅费和住宿采用一次性包价,这便是世界上第一次出国包价旅游。1872年,他又组织了历时220天的9人团环球旅行。托马斯·库克不仅开创了近代旅游业的先河,而且提供了众多成功的经营模式,欧洲及北美诸国纷纷效仿,组建旅行社,招募导游人员,组团在国内外参观。从此,旅游业不断发展,导游队伍逐渐形成。

(三) 现代时期导游服务的发展

第二次世界大战后,世界经济得到恢复和发展,资本主义国家生产相对过剩,经济危机使许多产业有明显的起伏兴衰。但是,国际旅游业却呈现一派持续增长的繁荣景象。第二次世界大战后,工业化国家旅游业的发展速度一直未停滞,而发展中国家纷纷崛起。现在世界各国出现了大批专门从事旅游经营活动的组织,其数量和活动范围正在不断扩大。现代旅游发展的基本特征之一是旅游者的大众性。旅游者的大众性突出表现为旅游活动在世界各地各个阶层普及,而且人数众多。旅游已不再是有钱人才能享受的奢侈生活,越来越多的人已把旅游看作自己生活的一部分,是人生的一种权利。导游服务对象数量庞大,导游工作可以作为谋生的手段。与世界旅游业发展相伴生的是世界旅行社业的崛起,全球已形成由旅行社组成的世界性服务网络,在庞大市场需求的推动下,导游队伍迅速扩大。到目前,世界大多数国家拥有一大批数量不等的专职和兼职导游队伍。可以说,旅行社产生之后,造就了一支规模宏大的职业导游和兼职导游队伍。

三、中国导游服务的发展历程

中国第一代导游人员出现于1923年8月,上海商业储蓄银行的旅游部组建之时,至今经历了4个发展阶段。

(一) 起步阶段(1923~1948年)

我国历史上真正职业导游业务的开始,也是随着我国历史上第一家旅行社的诞生而开始的。漫长的封建社会束缚了社会生产力的发展,闭关锁国的外交政策,限制了中外交往,也限制了中国人的眼界。新中国成立以前,中国的经济命脉控制在官僚买办和帝国主义列强手里,旅游业也不例外。英国的“通济隆洋行”、美国的“运通公司”、日本的“国际观光局”先后打入中国的沿海城市,从事旅游业务活动。中国人出国,要靠洋人的旅行社办理手续和票务。中国人自己办旅行社是从1923年开始的。

1923年,上海商业储蓄银行的总经理陈光甫先生在外出购票时受了洋人的气,于是在有关方面的支持下,他在自己的银行内部设立了旅游部,这是世界上公认的中国第一个旅行社。开始的日子很艰难,导游工作涉及从替人购票到提箱子、带路、讲解、食宿、送行等各方面,他们以“人求近利,我图远功”为宗旨,树立了良好的声誉。1927