

第6版



全国导游人员资格考试系列教材

导游业务

DAO YOU YE WU

国家旅游局人事劳动教育司◎编



1413294

第6版



全国导游人员资格考试系列教材

导游业务

DAO YOU YE WU

国家旅游局人事劳动教育司◎编



淮阴师院图书馆 1413294

责任编辑:陈 霁 梁 爽

图书在版编目(CIP)数据

导游业务/国家旅游局人事劳动教育司编. - 北京:旅游教育出版社,1999.7
(2011.1)

全国导游人员资格考试系列教材

ISBN 978-7-5637-0842-0

I. 导… II. 国… III. 导游-资格考核-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 24948 号

全国导游人员资格考试系列教材

导游业务

(第 6 版)

国家旅游局人事劳动教育司 编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
装订单位	河北省三河市发发装订厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	16.25
字 数	258 千字
版 次	2011 年 1 月第 6 版
印 次	2011 年 1 月第 1 次印刷
定 价	28.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

第6版修订说明

为配合全国导游考试,国家旅游局人教司曾于1994年组织编写了“全国导游人员资格考试系列教材”。这套教材问世后,对帮助广大考生学习导游专业知识、规范全国导游员考试起到了积极的推动作用,并因其权威性、实用性深受全国各地读者的好评。近年来,随着我国旅游业的发展,书中的很多内容已经不适应新形势的需要,为此,我们曾组织专家对这套教材进行过多次修订,以保证其权威性、先进性。

本套教材作为全国诸多导游考试教材中历史最久、使用面最广、内容最权威的“全国导游人员资格考试系列教材”,在很大程度上承担着规范导游员行为,培养导游员队伍的重任。我们力求通过实用、准确的内容和严谨、科学的编写态度来更好地实现这一目的,切实促进我国导游员培训考试工作的健康发展。

本套教材中的《导游业务》是第5次全面修订(第6版),由陶汉军完成。

在本套教材的编写以及多次修订过程中,得到了来自一线的培训教师、广大考生以及旅行社从业者和各地旅游行政管理部门的人员的帮助。他们提出的很多有益的意见和建议,帮助我们丰富并完善了本套教材的内容。在此,谨向关心和支持导游考试教材建设的单位和个人表示衷心的感谢。

教材的修改完善是一个不能终结的过程。虽然我们力求完善,但修订后的教材仍难免存在不足,诚恳希望广大读者指正,以便今后再作修订。

旅游教育出版社

2010年11月

目 录

第1章 导游服务	(1)
第一节 导游服务的类型与范围	(1)
一、导游服务的概念	(1)
二、现代导游服务的类型	(1)
三、导游服务的范围	(3)
第二节 导游服务的性质和特点	(5)
一、导游服务的性质	(5)
二、导游服务的特点	(8)
三、导游服务在旅游服务中的地位和作用	(11)
第三节 导游服务的基本原则	(13)
一、满足游客合理需要的原则	(13)
二、维护游客合法权益的原则	(14)
三、注重经济和社会效益的原则	(15)
第四节 导游服务的发展趋势	(16)
一、未来旅游活动发展趋势	(16)
二、导游服务的发展趋势	(17)
第2章 导游人员	(19)
第一节 导游人员的分类	(19)
一、导游人员的概念	(19)
二、导游人员的分类	(20)
三、游客心目中的导游人员	(21)
第二节 导游人员的职责	(22)
一、导游人员的基本职责	(22)
二、出境旅游领队、全陪、地陪和景点景区导游人员的职责	(23)
三、导游人员的角色	(24)
第三节 导游人员的从业素质	(26)
一、高尚的思想品德	(26)

二、“T”型知识结构	(27)
三、较强的业务能力	(29)
四、良好的健康身心	(30)
第四节 导游人员的形象	(30)
一、仪容、仪表	(30)
二、仪态	(31)
三、礼貌、礼节	(32)
第五节 导游人员的修养与行为规范	(34)
一、导游人员的修养	(34)
二、导游人员的行为规范	(37)
三、导游人员的权利和义务	(37)
第六节 导游人员的培训与考核	(38)
一、导游人员的培训	(38)
二、导游人员的考核	(40)
第3章 旅游团队导游服务程序与服务质量	(43)
第一节 地方导游服务程序与服务质量	(43)
一、服务准备	(43)
二、接站服务	(46)
三、入店服务	(48)
四、核对、商定活动日程	(49)
五、参观游览服务	(50)
六、其他服务	(52)
七、送客服务	(54)
八、后续工作	(57)
第二节 全程导游服务程序与服务质量	(58)
一、服务准备	(58)
二、首站(入境站)接团服务	(60)
三、各站服务	(61)
四、途中服务	(63)
五、末站(离境站)送团服务	(63)
六、后续工作	(64)
第三节 出境旅游领队服务程序与服务质量	(65)
一、服务准备	(65)
二、出境服务	(66)
三、境外服务	(66)

四、归国入境服务	(68)
五、归国后续工作	(68)
第四节 景区、景点导游服务程序和服务质量	(69)
一、服务准备	(69)
二、导游讲解	(69)
三、送别服务	(70)
第4章 散客旅游服务	(71)
第一节 散客旅游服务概述	(71)
一、散客旅游概念	(71)
二、散客旅游是当今旅游活动的主要形式	(71)
三、散客旅游的特点	(72)
四、散客旅游接待要求	(73)
第二节 散客旅游服务的类型	(74)
一、单项委托服务	(74)
二、旅游咨询服务	(75)
三、选择性旅游服务	(76)
第三节 散客旅游服务程序与服务质量	(77)
一、接站服务	(77)
二、导游服务	(79)
三、送站服务	(80)
四、自驾车散客旅游的接待服务	(81)
第5章 旅游故障的预防与处理	(83)
第一节 旅游故障的类型与成因	(83)
一、旅游故障的含义与特点	(83)
二、旅游故障的类型	(84)
三、旅游故障形成的原因	(86)
第二节 旅游故障处理的基本原则与程序	(87)
一、旅游故障处理应遵循的基本原则	(87)
二、旅游故障处理的主要程序	(88)
第三节 旅游计划和日程变更的处理	(90)
一、旅游计划变更的原因与情况	(90)
二、旅游计划变更前的举措	(91)
三、旅游计划变更的实施	(91)
第四节 漏接、错接与空接的预防与处理	(92)
一、漏接	(92)

(80)	二、错接	(94)
(80)	三、空接	(94)
(80)	四、入境旅游团人数变更的处理	(95)
(80)	第五节 误机(车、船)事故的预防与处理	(96)
(80)	一、误机(车、船)事故的原因	(96)
(80)	二、误机(车、船)事故的预防	(96)
(80)	三、误机(车、船)事故的处理	(97)
(80)	第六节 旅游者证件、行李、钱物遗失的预防与处理	(97)
(80)	一、旅游者证件、行李、钱物遗失的预防	(97)
(80)	二、旅行证件遗失的处理	(98)
(80)	三、行李遗失或损坏的预防与处理	(100)
(80)	四、钱物丢失的处理	(102)
(80)	第七节 旅游者走失的预防与处理	(103)
(80)	一、引起旅游者走失的原因	(103)
(80)	二、旅游者走失的预防	(103)
(80)	三、旅游者走失的处理	(104)
(80)	第八节 旅游者患病、死亡的处理	(104)
(80)	一、旅游者患病的预防	(104)
(80)	二、旅游者患一般疾病的处理	(105)
(80)	三、旅游者突患重病的处理	(105)
(80)	四、旅游者因病死亡的处理	(106)
(80)	第九节 安全事故的预防与处理	(108)
(80)	一、交通事故的预防与处理	(108)
(80)	二、治安事故的预防与处理	(109)
(80)	三、火灾事故的预防与处理	(110)
(80)	四、溺水事故的预防与处理	(111)
(80)	五、食物中毒的预防与处理	(112)
(80)	第十节 旅游者越轨言行的处理	(113)
(80)	一、对攻击诬蔑言论的处理	(114)
(80)	二、对违法行为的处理	(114)
(80)	三、对违规行为的处理	(114)
(80)	第6章 旅游者个别要求的处理	(116)
(80)	第一节 旅游者个别要求处理的基本原则	(116)
(80)	一、“合理而可能”的原则	(116)
(80)	二、认真倾听、耐心解释的原则	(117)

三、尊重旅游者、不卑不亢的原则	(117)
第二节 餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	(117)
一、餐饮方面个别要求的处理	(118)
二、住房方面个别要求的处理	(119)
三、文娱活动方面个别要求的处理	(120)
四、购物方面个别要求的处理	(120)
第三节 要求自由活动的处理	(121)
一、一般情况下允许旅游者自由活动	(121)
二、特殊情况下应劝阻旅游者自由活动	(122)
第四节 探视亲友或亲友随团活动要求的处理	(122)
一、旅游者要求探视亲友	(122)
二、旅游者要求亲友随团活动	(123)
第五节 转递物品和信件要求的处理	(123)
一、旅游者要求转递物品	(123)
二、旅游者要求转递信件和资料	(124)
三、收件人是外国驻华使、领馆及其人员	(124)
第六节 要求中途退团或延长旅游期限的处理	(124)
一、旅游者要求中途退团	(124)
二、旅游者要求延长旅游期限	(125)
第七节 特殊旅游者需求的对待	(125)
一、对宗教界旅游者的服务	(125)
二、对儿童、老年旅游者的服务	(126)
三、对残疾旅游者的服务	(127)
第7章 导游业务相关知识	(129)
第一节 旅行社知识	(129)
一、旅行社的性质	(129)
二、旅行社的业务	(129)
三、旅游产品	(130)
第二节 出入境知识	(132)
一、持有效证件入境	(132)
二、外国旅游者在中国境内的权利和义务	(136)
三、持有效证件出境	(136)
第三节 交通、邮电知识	(137)
一、交通知识	(137)
二、邮电通信知识	(142)

第四节 货币、保险知识	(144)
一、货币知识	(144)
二、保险知识	(146)
第五节 卫生常识及其他	(149)
一、卫生常识	(149)
二、躲避天灾知识	(151)
三、其他常识	(153)
第8章 导游带团技能	(156)
第一节 导游带团的理念、特点与原则	(156)
一、导游带团的理念	(156)
二、导游带团的特点	(157)
三、导游带团的原则	(158)
第二节 同游客交往的技能	(160)
一、导游交往的组成要素与遵循的原则	(160)
二、同游客交往的艺术	(162)
第三节 与领队共事的艺术	(172)
一、导游人员与领队合作的基础	(172)
二、导游人员与领队合作的方法	(172)
第四节 与相关接待单位的协作	(174)
一、与相关接待单位协作的基础	(174)
二、与相关接待单位协调的艺术	(175)
第五节 司陪之间的合作	(177)
一、导游人员与司机的合作	(177)
二、导游人员之间的合作	(178)
第9章 导游语言技能	(180)
第一节 导游语言艺术的功能和作用	(180)
一、导游语言的概念与特点	(180)
二、导游语言艺术形式	(181)
第二节 导游语言艺术的基本要求	(185)
一、准确、适中	(185)
二、通俗、流畅	(188)
三、生动、灵活	(192)
第10章 导游讲解技能	(199)
第一节 导游讲解应遵循的原则与要求	(199)
一、导游讲解的属性	(199)

二、导游讲解应遵循的原则	(201)
三、导游讲解的基本要求	(202)
第二节 导游讲解的方式和方法	(205)
一、导游讲解的方式	(205)
二、导游讲解的方法	(209)
附 录	(217)
附录 I 旅游救援工作指南	(217)
附录 II 国家及省级旅游质监所投诉电话表	(221)
附录 III 航空运输知识(国航旅客须知)	(222)
附录 IV 航空运输符号与缩写	(226)
附录 V 铁路旅行常识摘要	(229)
附录 VI 国际邮件的重量、尺寸限度表	(232)
附录 VII 空运水陆路包裹(SAL 国际包裹业务)	(233)
附录 VIII 中国海关旅客须知(部分)	(233)
附录 IX 中国与外国签订互免签证协议情况一览表	(236)
附录 X 我国主要城市长途直拨电话区号与邮政编码	(239)
附录 XI 部分国家和地区国际长途电话代码	(241)
附录 XII 世界主要城市时差表	(243)
附录 XIII 北京与世界主要城市时差表	(244)
附录 XIV 度量衡换算表	(245)
参考书目	(248)

第1章

导游服务

第一节 导游服务的类型与范围

一、导游服务的概念

导游服务是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游客提供的旅游接待服务。

首先,导游人员是旅行社委派的,可以是专职的,也可以是兼职的。未受旅行社委派的导游人员,不得私自接待游客。

其次,导游人员的主要业务是从事游客的接待。一般说来,多数导游人员是在陪同游客旅行、游览的过程中向其提供导游服务的,但是也有些导游人员是在旅行社在不同地点设立的柜台前接待客人,向客人提供旅游咨询,帮助客人联系和安排各项旅游事宜,他们同样提供的是接待服务。不同的是,前者是在出团中提供接待服务,后者是在出团前提供接待服务。

最后,导游人员向游客提供的接待服务,对于团体游客必须按组团合同的规定和导游服务质量标准实施,对于散客必须按事前约定的内容和标准实施。导游人员不得擅自增加或减少甚至取消旅游项目,也不得降低导游服务质量标准。一方面,导游人员在接待过程中要注意维护所代表的旅行社的形象和信誉,另一方面也要注意维护游客的合法权益。

二、现代导游服务的类型

导游服务的类型是指导游人员向游客介绍所游地区或地点情况的方式。现代导游服务方式大致可分为两大类:图文声像导游方式和实地口语导游方式。

(一) 图文声像导游方式

图文声像导游方式,亦称物化导游方式,它包括:

- (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) 有关旅游产品、专项旅游活动的宣传品、广告、招贴以及旅游纪念品等;
- (3) 有关国情介绍、景点介绍的录音带、录像带、电影片、幻灯片等。

在旅游业发达国家,对图文声像导游极为重视,各大中城市、旅游景点以及机场、火车站、码头等处都设有“旅游服务中心”或“旅游问讯处”,那里摆满了各种印制精美的旅游宣传资料,人们可随意翻阅,其中大部分供问讯者自由取走;工作人员热情、耐心地解答有关旅游活动的种种问题并向问讯者提供很有价值的建议。很多旅游公司定期向公众放映有关旅游目的国(地)的电影或录像,举办展览会等来影响潜在的旅游者。组团旅行社一般在旅游团集合后、出发前都要为旅游者放映有关旅游目的地的电影、录像或幻灯片,散发《旅游指南》等材料,领队向团员介绍目的地的风俗民情及注意事项,帮助旅游者对即将前往游览的目的地有一个基本了解。很多博物馆、教堂和重要的旅游景点装备有先进的声像设施,方便旅游者参观游览并帮助他们比较深刻、全面地理解重要景观的历史、人文价值和艺术价值,从而获得更多美的享受。

(二) 实地口语导游方式

实地口语导游方式,亦称讲解导游方式,它包括导游人员在游客旅行、游览途中所作的介绍、交谈和问题解答等导游活动,以及在参观游览现场所作的介绍和讲解。

随着时代的发展、科学技术的进步,导游服务方式将越来越多样化、高科技化,图文声像导游方式形象生动、便于携带和保存的优势将会进一步发挥,在导游服务中的作用会进一步加强。然而,同实地口语导游方式相比,仍将处于从属地位,只能起着减轻导游人员负担、辅助实地口语导游方式的作用。但基于导游服务的特殊性,实地口语导游方式不仅不会被图文声像导游方式所替代,而且将永远在导游服务中处于主导地位。

1. 导游服务的对象是有思想和目的的游客

不同的游客,由于社会背景和旅游动机的不同,出游的想法和目的也不尽相同,有的人会直接表达出来,有的人比较含蓄,还有的人可能缄默不言。单纯依靠图文声像这千篇一律的固定模式介绍旅游景点,不可能满足具有不同社会背景和出游目的游客的需要。导游人员可以通过实地口语导游方式观察游客的举止行为,同游客进行接触和交谈,了解不同游客的想法和出游目的,然后根据游客的不同需要,在对参观游览的景物进行必要的介绍的同时,有针对性、有重点地进行讲解,这绝不是一台机器,甚至一个高智能的机器人所能办到的。

2. 现场导游情况复杂多变

现场导游情况纷繁复杂,在导游人员对参观游览的景物进行介绍和讲解时,游

客中有的人会专心致志地听讲,有的人则满不在乎,有的人还会借题发挥,提出各种稀奇古怪的问题。这些情况都需要导游人员在讲解过程中沉着应付、妥善处理。一方面在不降低导游服务质量标准的前提下,满足那些确实想了解参观游览地景物知识的游客的需要,另一方面想方设法调动那些对参观游览地不感兴趣的游客的游兴,对提出古怪问题的游客做必要的解释,以活跃整个旅游气氛。此类复杂情况也并非现代科技导游手段可以做到的。

3. 旅游是一种人际交往和情感交流关系

旅游是客源地的人们到旅游目的地的一种社会文化活动,通过对目的地社会文化的了解来接触目的地的人民,实现不同国度、地域、民族之间的人际交往,建立友谊。导游人员是游客首先接触而且接触时间最长的目的地的居民,导游人员的行为举止、言谈话语及讲解方式都会给游客留下难以泯灭的印象。通过导游人员的介绍和讲解,游客不仅可以了解目的地的文化,增长知识,陶冶情操,而且通过接触目的地的居民,特别是与其相处时间较长的导游人员,会自然而然地产生一种情感交流,即不同国度、地域、民族之间的相互了解和友谊。虽然这种友谊不一定能用语言表达出来,但对游客和导游人员来说都是十分宝贵的。这同样是高科技导游方式难以做到的。

三、导游服务的范围

(一) 导游讲解服务、旅行生活服务与市内交通服务

导游服务范围是指导游人员向游客提供服务的领域,换句话说,就是导游人员业务工作的内容。在旅游接待工作中,目的地向游客提供的服务是多方面的,包括行、游、住、食、购、娱、邮电通信、入出境、医疗等,其中导游人员提供的服务虽是其中的一部分,然而却是最重要的,涉及上述诸多方面(见下页图)。归纳起来,导游服务大体可分为讲解服务、生活服务、交通服务三大类:

1. 导游讲解服务

导游讲解服务包括游客在目的地旅行期间的沿途讲解服务、参观游览现场的导游讲解以及座谈、访问和某些参观点的口译服务。

2. 旅行生活服务

旅行生活服务包括游客入出境迎送、旅途生活照料、安全服务及上下站联络等。

3. 市内交通服务

市内交通服务是指导游人员同时兼任驾驶员为游客在市内和市郊旅行游览时提供的开车服务。这种服务在西方旅游发达国家比较多见,目前在我国还极为少见。

(二) 导游讲解服务、旅行生活服务同旅游接待服务的关系

导游人员向游客提供的导游讲解服务和旅行生活服务是旅游接待服务的重要组成部分。

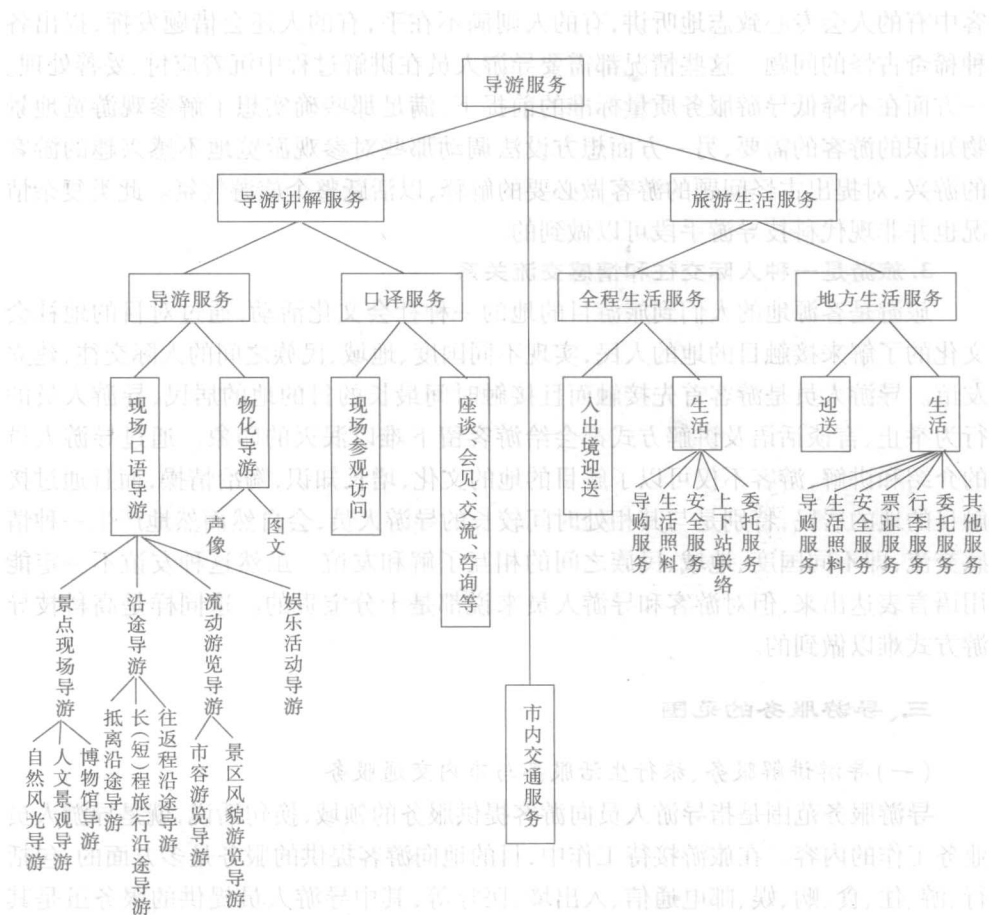


图 1-1 导游服务示意图

首先,从导游讲解服务来说,游客到旅游目的地来主要是为了增加对目的地社会文化等方面的了解,获取在目的地的旅游经历。旅游目的地的旅游接待工作就是要满足游客的这种需要,满足的办法则是安排游客在目的地参观游览,而导游人员带领游客参观游览并对参观游览的内容及相关知识进行讲解或翻译是实现游客需要的主要途径。通过导游人员的介绍、讲解或翻译,帮助游客认识一个国家(或地区)和其民族的历史文化、传统风俗、生活方式和现代文明,进而了解他们的精神面貌、价值观念和道德水准,使游客对所访目的地的社会文化和精神风貌有切身的体验。

其次,从旅行生活服务来说,它也是目的地旅游接待工作不可缺少的一环。在现代,游客以实现享受需要为其出游的主要目的之一。因此,认真做好游客的旅行

生活服务显得十分重要。在这方面,导游人员是做好游客旅行生活服务的重要环节,除了迎送游客、帮助游客住店离店、安排行李运送、注意保护游客安全等项事宜外,还要与饭店、餐馆、商店提供的住宿、餐饮、购物等服务进行必要的沟通,使游客在旅游期间的的生活顺利、愉快,这不仅有利于游客增加对目的地的认识 and 了解,提高游客的满意程度,而且也有利于激发游客对目的地旅游的兴趣,增加对导游人员为其提供各项服务的好感和信赖。总之,做好游客的旅行生活服务会给游客留下美好的印象。

第二节 导游服务的性质和特点

一、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。

在资本主义制度下,导游人员由于生长在资本主义社会环境中,长期受资本主义思想意识的熏陶,在向游客提供导游服务时,往往会自觉或不自觉地传播资本主义的人生观、价值观和伦理道德,使导游服务有形或无形地带有资本主义色彩。

在社会主义制度下,中国的导游人员在向国内外游客提供导游服务时,无论是介绍山川的秀美,还是讲解历史文化,都应树立主人翁意识,充满爱国主义的热情,坚持四项基本原则,相机而妥善地宣传党的方针、政策和社会主义现代化的建设成就。对于那些愿意了解我国现状的游客,导游人员更应主动热情地给予帮助,这既是中国导游人员的职责,也是一项光荣的使命。

总之,导游服务的政治属性在世界各国或地区都是存在的,区别是在不同的社会制度下,政治性质不同而已。此外,世界各国的导游服务还具有某些共同属性。

(一) 社会性

旅游活动是一种社会现象,在促进社会物质文明和精神文明建设中起着十分重要的作用。在旅游活动中,导游人员处于旅游接待工作的中心位置,接待着四海宾朋、八方游客,推动世界上这一规模最大的社会活动,所以导游人员所从事的工作本身就具有社会性。并且,导游工作又是一种社会职业,对大多数导游人员来说,它是一种谋生的手段。

(二) 文化性

导游服务是传播文化的重要渠道。导游人员的导游讲解、与游客的日常交谈,甚至一言一行都在影响着游客,都在扩大着一个国家(或地区)和其民族的传统文化和现代文明的影响。导游人员为来自世界各国、各民族的游客服务,通过引导和

生动、精彩的讲解给游客以知识、乐趣和美的享受,同时还吸收着各国、各民族的传统文明和现代文明,并有意无意地传播着异国文化。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,直接间接地起着传播一个国家(或地区)和其民族的传统文明和现代文明的作用。

(三) 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,属于非生产劳动,是一种通过提供一定的劳务活动,例如翻译、导游讲解、旅行生活服务等等,来满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适旅行的需求。然而,导游服务不同于一般的、简单的技能服务,它是一种复杂的、高智能、高技能服务,因而是高级的服务。

(四) 经济性

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。在市场经济条件下,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。

1. 直接创收

导游人员直接为游客服务,为他们提供语言翻译服务、导游讲解服务、旅行生活服务以及各种代办服务,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。

2. 扩大客源,间接创收

游客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,导游人员也就没有了服务对象。所以,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,另一种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访问之后,回去向其亲朋好友讲述他在旅游之地所受到的接待、旅游经历和体验。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,导游人员向游客提供优质的导游服务,在招徕回头客、扩大新客源,从而在间接创收方面起着不可忽视的作用。

3. 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、各地对此都非常重视,并将其视作为争夺游客的魅力因素和增加旅游收入的重要手段。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、中国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。在促销商品过程中,导游人员的作用举足轻重。