



中等职业教育
旅游类专业系列教材

LÜYOU

导游业务



总主编 杨铭铎

主审 刘美森

主编 冯云艳 汪春蓉



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

中等职业教育旅游类专业系列教

中等职业教育旅游类专业系列教材

Daoyou Yewu

冯云艳 汪春蓉 / 编 著
刘美森 / 主 审

重庆大学出版社

内容提要

本书系统地介绍了导游业务各个方面的知识,包括:导游服务概述、导游员、导游工作程序、导游的带团技能、导游语言技能、常见疑难问题应对与事故处理和导游实务相关知识,并从实际出发,通过引用大量案例,说明导游员掌握必要的业务知识的必要性。

本书可作为中等职业教育旅游类专业的学生教材,也可作为从事旅游职业人员的自学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

导游业务/冯云艳,汪春蓉编著. —重庆:重庆大学出版社,2006.7

(中等职业教育旅游类专业系列教材)

ISBN 7-5624-3684-3

I. 导... II. ①冯...②汪... III. 导游—专业学校—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 080643 号

中等职业教育旅游类专业系列教材

导游业务

冯云艳 汪春蓉 编 著

刘美森 主 审

责任编辑:顾丽萍 版式设计:顾丽萍

责任校对:任卓惠 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆大学建大印刷厂印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:14.5 字数:260 千

2006年7月第1版 2006年7月第1次印刷

印数:1—5 000

ISBN 7-5624-3684-3 定价:19.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

序 言

根据《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神,为贯彻《全面实施21世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划,同时根据《中等职业教育国家规划教材申报、立项及管理意见》的精神,我们组织相关专家、学者和旅游行业经营管理者编写了这套系列旅游教材。

有“无烟工业”之称的旅游业,正受到越来越多的国家和地区政府的重视。为保证在未来的旅游业竞争中占有一席之地,我国政府也不遗余力地发展旅游产业以扩大内需,促进就业。目前我国有26个省、自治区、直辖市将旅游产业作为国民经济支柱产业来发展。可以预计,在不久的将来,我国旅游业将得到长足的发展。为此,我们中等职业教育应该培养出更多行业需要的操作型人才,为旅游业发展提供人力资源的支持。

当前,我国旅游教育界与企业界存在着脱节的状况,中等职业教育培养的旅游操作型人才往往很难与企业的需求相吻合,造成社会旅游教育资源的浪费。究其原因,缺乏具有针对性的、能满足中等职业教育需要的教材是一个重要的方面。为此,我们组织了大量专家、学者和旅游界具有丰富实践经验的经营管理者,进行教材的编写工作。我们从中等旅游职业教育的客观规律出发,力求提高教材的实用性、针对性和趣味性。这套教材既可以满足中等旅游职业教育的需要,也可以作为旅游行业从业人员的培训教材。

本系列教材的突出特点是,编者根据自身旅游实践做了大量的案例分析,有利于学生在学习实现理论和实践的有效结合。可以说与传统的教材比较而言,这是一次有益的尝试。

哈尔滨商业大学副书记、副校长、教授、博士生导师
教育部教材编审委员会委员
教育部职教师资基地建设专家组成员

杨铭铎

2006年6月

前言

导游服务是旅游服务中居于主导地位 and 起核心作用的重要环节。导游员是旅行社各项业务的具体提供者，更是沟通各国（地区）人民友好往来的“民间大使”。随着国际旅游业的蓬勃发展，我国旅游业也呈现出旺盛的发展势头，导游实践也已经证明人们对导游的素质要求日趋提高。游客希望导游除了拥有丰富的各类知识外，还希望导游能科学地计划旅游线路，妥善地安排游客行、游、住、吃、购、娱，正确地处理人际关系和可能出现的突发事件。如此种种，便对导游实务教材提出了更高的要求。因此，本着章节的系统性、结构的逻辑性和内容的相对完整性原则，本着实用和可操作性相结合的特点，编写了这本教材。

本书的内容由基础知识、基本技能、程序和相关咨询知识4部分组成。具体章节是：第1章导游服务概述；第2章导游员素质；第3章导游工作程序；第4章导游的带团技能；第5章导游的语言技能；第6章导游工作中常见疑难问题的应对和事故的处理；第7章导游实务相关知识。本书由冯云艳和汪春蓉合编：冯云艳编写第2、3、5章，汪春蓉编写第1、4、6、7章。全书最后由四川行政学院旅游系刘美森教授审定改稿。

本书从拟定提纲到具体编写，曾得到了相关领导、专家、教授和导游界朋友的指导、支持和帮助，在此一并致以衷心的感谢。同时在本书的编写过程中，参考并吸收了大量国内外同行的教材、资料和研究成果，在此也表示深深的谢意。

鉴于时间仓促和编者水平有限，疏漏和错误在所难免，因此，编者希望在本书的使用过程中能得到各位读者的批评指正。

编者

2006年4月于成都

请
按
此
裁
下
寄
回
我
社
或
在
网
上
下
载
此
表
格
填
好
后
E-mail
发
回

教师信息反馈表

为了更好地为教师服务,提高教学质量,我社将为您的教学提供电子和网络支持。请您填好以下表格并经系主任签字盖章后寄回,我社将免费向您提供相关的电子教案、网络交流平台或网络化课程资源。

书名:		版次	
书号:			
所需要的教学资料:			
您的姓名:			
您所在的校(院)、系:	校(院)		系
您所讲授的课程名称:			
学生人数:	____人	____年级	学时: _____
您的联系地址:			
邮政编码:		联系电话	(家) (手机)
E-mail:(必填)			
您对本书的建议:		系主任签字 盖章	

请寄:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)
重庆大学出版社市场部

邮编:400030

电话:023-65111124

传真:023-65103686

网址:<http://www.cqup.com.cn>

E-mail:fxk@cqup.com.cn

目 录

第1章 导游服务概述	1
1.1 导游服务的概念、现状与发展	1
1.2 导游服务的性质、特点、地位与作用	6
1.3 导游服务的类型、范围与原则	11
典型案例	16
课堂讨论	18
练习与思考	18
第2章 导游员	20
2.1 导游员的概念及其分类	20
2.2 导游的职责	26
2.3 导游的职业形象	31
2.4 导游人员的素质	41
2.5 导游人员的培训和管理	53
典型案例	64
课堂讨论	67
实战训练	68
练习与思考	68
第3章 导游工作程序	69
3.1 地陪的工作程序	69
3.2 全陪的工作程序	89
3.3 领队的工作程序	95
3.4 景点讲解员的工作程序	99

典型案例	100
课堂讨论	102
实战训练	103
练习与思考	104
第4章 导游的带团技能	105
4.1 导游带团的特点和原则	106
4.2 与旅游者交往的技能	107
4.3 其他相关环节的合作技能	116
4.4 导游促销技能	118
4.5 特殊旅游团队的接待	124
典型案例	129
课堂讨论	132
练习与思考	132
第5章 导游语言技能	134
5.1 讲解语言技能	134
5.2 导游交际语言常用技巧	148
典型案例	157
实战训练	158
练习与思考	158
第6章 常见疑难问题应对与事故处理	160
6.1 游客个别要求的处理	160
6.2 常见旅游故障应对	168
6.3 旅游安全事故的应对	177
典型案例	181
课堂讨论	182
练习与思考	183
第7章 导游实务相关知识	184
7.1 旅行社知识	184
7.2 出入境知识	189

7.3 交通知识	198
7.4 货币、保险及其他知识	208
典型案例	217
课堂讨论	219
练习与思考	219
参考文献	220

第1章 导游服务概述

学习目的

本章重点介绍有关导游服务的概念、性质、特点及原则。通过本章的学习,使学生比较全面地了解 and 掌握导游服务的相关内容,并能熟练应用。为此,要求达到如下标准:熟悉并掌握导游服务的概念;熟练掌握导游服务的性质和特点;了解导游服务的类型和范围;掌握游客的合法权益;熟悉导游服务的发展与目标。

主要内容

- ①导游服务的概念、现状与发展;
- ②导游服务的性质、特点、地位与作用;
- ③导游服务的类型、范围与原则。

旅游业是接待型的综合服务产业,从旅游业产生之日起,导游就以其在旅游活动中全方位全过程的引导功能确立了在旅游业务中的地位。导游服务是随着旅游活动的产生而产生,并随其发展而发展。导游是现代旅游业中的重要一环,被视为旅游接待的轴心,导游实务被视做旅游业中最具有代表性的业务。

1.1 导游服务的概念、现状与发展

1.1.1 导游服务的概念

1) 导游的概念

导游一词源自于英语“Guide”。“Guide”一般有两种用法:一是做名词,意为

引导者;二是做动词,意为引导。“Guide”一词的双重性,有时会影响我们对导游一词的使用。导游有时是指导游工作,有时又是指导游员。

导游这个概念是人们在长期旅游实践中逐渐形成并发展起来的。自托马斯·库克组织的商业性旅游活动起,以服务为产品主要特征的旅游活动就作为一种商品来经营。既然是商品,要想获得利润,就必须使游客满意,从而提高产品的质量及销量。为此,就需要做好各项旅游服务,“导游”一词就是对做这类工作的最佳总结。

2) 服务的概念

国际标准化组织和我国国家技术监督局制定的国家标准 GB/T 16766—1997《旅游服务基础术语》对服务所下的定义是:“为满足顾客的需要,供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果。”在旅游活动中,服务就是作为旅游产品供方在同游客的接触中使其需要得到满足的活动。

按照国家技术监督局制定的国家标准 GB/T 19004.2—1994《质量管理和质量体系要素第2部分:服务指南》,体现服务的内容主要有:

- ①设施、能力、人员的数目和材料的数量;
- ②等待时间、提供时间和过程时间;
- ③卫生、安全性、可靠性和保密性;
- ④应答能力、方便程度、礼貌、舒适、环境美化、胜任程度、可信性、准确性、完整性、技艺水平、信任和有效的沟通联络。

将这些内容归纳起来,可以看出服务的主要构成要素,即:

①人力和物力要素。服务离不开人,也离不开物质,它是人借助一定的物质条件进行的帮助活动。

②效率要素。服务应讲究效率,不能拖拖拉拉,它要求在单位时间内完成更多的工作量或完成同样工作量花费更少的时间。

③能力要素。服务除需要消耗一定的体能外,还要求注重语言能力、技术能力、应变能力、协调能力、沟通能力和管理能力。

④文明要素。服务要讲究文明礼貌,互相尊重,注意礼节、仪容、仪表和仪态以及服务环境的美化。

⑤安全要素。服务是相互接触的活动,在相互接触中,要确保顾客的人身财物安全,注意保密。

⑥效用要素。服务的提供要具有实用性,要能满足顾客的欲望和需要。

3) 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其提供向导、讲解及相关的旅游服务。

导游服务的具体内容包括以下几方面:

(1) 持证上岗

从事导游服务的导游人员必须是通过导游资格考试,获得旅游行政部门颁发的导游资格证书和导游证。

(2) 接受委派

依据《导游人员管理条例》第2条、第19条的规定:“导游人员进行导游活动,必须经旅行社委派。导游人员不得私自承揽或者以其他任何方式直接承揽导游业务,进行导游活动。”若违反上述规定,将受到相应的处罚。

(3) 标准服务

导游服务主要是导游人员为游客提供向导、讲解及相关服务,服务的依据是旅游合同或与游客约定的内容。导游人员不得擅自增加、减少或取消合同规定和事先约定的服务项目,否则,既损害了游客的合法权益,又损害了旅行社的利益和国家的形象。

1.1.2 导游服务的现状

导游作为一种职业是伴随着近现代旅游业的发展而发展的,在长期的导游工作实践中,由于导游工作的作用,使得从事导游工作的人员越来越多,虽积累了丰富的经验,但也存在着一些问题。

1) 导游队伍的构成

随着旅游业的不断发展、旅游人数的增加、旅游区域的扩大,导游人员的数量也在不断增加,其构成也由过去的主要源于旅行社转变成为以社会兼职导游为主。

在这个队伍中,由于旅行社的规模和经营的业务不同,因此,导游人员的构成又有明显的区别。大的旅行社,尤其是经营入出境的国际旅行社,通常都会有自己相对稳定的导游队伍,这支队伍从总体上来看,具有较高的文化素养和较大的工作热情,他们主要从事国际旅游接待工作。这是因为大的旅行社接待量大,对导游服务有经常性需求,为稳定队伍、保证服务质量,愿意培养和保留这样的导游人员;作为导游人员也愿意在有发展的环境中工作,因而人员结构总体上比较稳定。而大多数中小旅行社,尤其是小旅行社,基本上没有自己的专职导游,除了本社有导游证的可以借调、外联人员可以兼任外,就只能聘请兼职导游。但随着兼职导游人员数量的增加,各中小旅行社也都有自己相对稳定的兼职导游。

目前,我国旅游业的发展速度较快,而从业人员的数量在今后较长的一段时间内仍将处于一个供不应求的紧张阶段。

2) 导游队伍存在的问题及解决措施

经过几十年的努力,我国的导游队伍在不断发展壮大,他们用自己的心血和汗水,为国家旅游业的发展做出了不可磨灭的贡献。但由于认识上的原因及各种各样的诱惑,也使导游这个职业存在着一些问题。

有很多人认为导游这个职业吸引人的魅力之处颇多,诸如除可以同游客一道游山玩水、坐飞机、住豪华酒店、结交众多的朋友、开阔眼界以外,还可以比较轻松地在短时间内获得较高的经济收益。因此,导游队伍就目前而言,就其总体素质,无论是业务水平、文化素养、敬业精神,都还达不到我国旅游业发展的需要。

导游队伍所存在的问题具体表现在以下几方面:导游人员与消费场所相互串通,私拿私受回扣的现象严重;旅行社变相转让经营权之风盛行;一些旅游城市的景区景点秩序混乱;“一日游”市场不法者欺行霸市;“黑社”、“黑车”、“野导”非法经营;“伴游”、“陪游”借旅游服务之名从事色情活动。这些问题严重影响了旅游业的健康发展,损害了游客的利益,影响了国家的声誉。

要想解决好这些问题,虽然有很大的难度,但社会舆论一再呼吁旅游行业需要加强整治和管理;旅游业内部也要求通过治理整顿形成良好的市场和管理机制;各级旅游行政管理部门也都在制订相关的解决措施。

为了进一步规范导游服务,加强导游管理,1994年国家旅游局决定对全国持有导游证的专职及兼职导游员分等定级,划分为初级、中级、高级、特级4个级别。同年,国家旅游局联合国家技术监督局发布了《导游职业等级标准》(试行),1995年发布《中华人民共和国国家标准导游服务质量》,1999年5月国务院颁发的《导游人员管理条例》标志着我国导游队伍的建设迈上了法律进程。2001年,国家旅游局颁发了《导游人员管理实施办法》,决定启用新版导游证,实行导游计分管理,并运用现代化技术手段建立导游数据库,在全国范围内推行导游电子信息网络化管理。2002年,国家旅游局开展整顿和规范旅游市场秩序的活动,把全面清理导游队伍作为3个重点环节之一来抓,明确提出严厉查处乱拿、私受回扣等现象,打击非法从事导游活动的人员,坚决清理一批政治、道德、业务素质不合格的导游人员,建立和完善“专制导游”和“社会导游”两套体系和教育管理体系,全面推行导游计分制管理和IC卡管理等举措,促进了导游工作的规范化和导游队伍的建设。

1.1.3 导游服务的发展

导游服务所覆盖的内容是丰富而又复杂的,每一项内容都与旅游活动紧密联系着,旅游活动的发展对导游服务将会产生影响并提出新的要求。导游服务的发展与目标将呈现下述特征:

1) 导游服务个性化

服务产品是无形的,服务质量最终是由游客评价的,游客评价旅游服务质量优劣的标准是能否满足自身的需求,现在游客的需求最显著的特征是极具个性化。现代旅游服务之间的竞争,归根结底是服务质量的竞争,是服务特色的竞争。导游服务个性化是客源市场竞争加剧的必然产物。如果说导游服务的标准化、规范化是保证导游服务质量的基础,那么,个性化服务就是服务质量的灵魂。导游服务的个性化要求导游人员要根据游客的个性差异和不同的旅游需求提供针对性的服务,使不同的游客都能获得极大心理满足;另一方面导游服务的个性化有利于导游人员根据自己的优势或特长,形成自己的个性风格,给游客留下特色鲜明的印象。

2) 导游职业自由化

从世界各国导游的发展历史来看,导游人员作为自由职业者是必然趋势。他们身份自由、行动自由、收入自由,靠为游客提供良好的服务和高尚的职业道德取得社会认同。收入取决于上团机会、服务水平、个人声誉。各方面好的导游上团机会就多,收入就高,体现了“优胜劣汰”的原则。目前,我国各地区成立的“导游公司”或“导服中心”就是这一趋势的反映。

3) 导游手段科技化

面对竞争日益激烈的市场,面对越来越成熟的消费态势,面对“个性化服务”要求越来越高的游客,导游服务手段的高科技将越来越广泛地运用到导游工作中来,如图文声像导游、网络导游等。在游览前或在游览现场引导游客参观游览过程中,这些科技化导游手段不仅让游客看到(听到)旅游景观的现状,还进一步让他们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代面的作用,将成为导游工作不可或缺的辅助手段。因此,导游人员必须学会使用它们,并在游前导、游中导和游后导中运用自如。同时,导游为游客在游览过程中讲解科技知识、运用科技手段,能够使游客了解旅游和高科技发展之间的关系,使导游工作充满时代气息。

4) 人员管理法制化

在各行各业的人员大量进入导游队伍的情况下,为了确保导游服务质量,既维护游客的合法权益,又要树立旅游目的地、地区和旅游企业的形象,世界许多国家的政府部门或有关机构、组织都加强了对导游人员的管理,并将这种管理纳入法制化轨道。主要管理措施有:

(1) 导游资格考试制度化

世界上许多国家都对导游人员规定了选拔程序,选拔的主要手段就是进行导游资格考试。考试一般分笔试和口试两种形式。考试内容多涉及实际工作中必备的知识和技能。不同的是,各国负责组织考试的机构往往千差万别,除政府、旅游管理部门、导游协会外,还有测试委员会、评估机构等。

(2) 导游人员注册制度化

世界上大部分国家都有明确规定,导游人员在进入旅游行业从事导游工作时需要进行注册,只有经过注册的导游人员才有职业资格。各国不同的是,注册有效期限和负责注册的机构各不相同。有的国家一次注册终身有效,有的国家每年、每两年或每五年需注册一次;负责注册的机构除政府、旅游部门外,还有商会、导游协会、导游公司等。我国关于导游注册制度的规定是,导游人员在获得导游资格证后,需向一家旅行社或导游管理服务机构注册,然后持同旅行社签订的劳动合同或导游管理服务机构登记证明材料向所在地的旅游行政管理部门申请办理导游证。

(3) 导游人员管理制度化

世界上有不少的国家对导游人员的管理制定了相关法规,相当一部分国家规定不合格的导游人员从事导游工作为非法行为。为加强对导游人员的管理,1987年,我国旅游行政部门制定了《导游人员管理条例暂行规定》,1999年,以国务院第263号令的形式发布了《导游人员管理条例》,2002年,国家旅游局又颁布了《导游人员管理实施办法》,规定除对导游人员实行资格考试制度和等级考试制度外,还实行计分管理制度和年度审核制度,从而将我国导游人员的管理纳入了法制化轨道。

1.2 导游服务的性质、特点、地位与作用

导游活动是引导游客前往不同国家或地区进行参观游览的活动,而向游客提供接待服务的导游人员又生活在不同的社会制度和文化背景下,不同的社会

制度、意识形态、民族文化和思想观念必然会通过导游人员的言行反映出来,从而使导游服务首先具有政治文化倾向性。导游服务是旅游服务中最具代表性的工作,处在旅游接待的前沿。随着旅游不断地演进,导游服务的特点也在不断地发生变化。

1.2.1 导游服务的性质

导游服务除具有政治文化属性外,还具有以下的属性:

1) 服务性

服务性是导游服务的基本属性,它是导游人员向游客提供劳务而体现的。导游服务同其他旅游服务一样,首先是无形的,只能在与游客的接触中进行;其次,导游人员向游客提供的劳务不产生任何物质成果,但是它创造价值和特殊的使用价值,即导游人员的劳动消耗能为旅行社带来效益,并以报酬形式得到补偿,其劳动能满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需求。导游服务同其他旅游服务不同之处是,它不是一般的纯粹体能服务或简单的技能服务,而是一种脑体结合的、复杂的、高智能的、高技能的服务。

2) 文化性

旅游活动实际上是一种大规模的文化交流活动。在活动过程中,导游人员由于同游客接触的时间最长,因而是游客获取文化知识和精神享受的主要帮手。导游人员的导游讲解、回答游客的问询,甚至导游人员的仪容、仪表、言谈举止无不在传播和展示一个国家或地区的传统文化和现代文明,使游客得到知识、乐趣和审美的享受。因此,导游服务实际上起着沟通和传播一个国家、一个地区和其民族的物质文明和精神文明的作用。

3) 社会性

旅游活动是一种社会现象,是游客同旅游目的地国家或地区的人们之间的一种相互交往、相互了解和促进友谊的活动,是人们日常社会交往活动的延伸,即人们在其物质生活得到满足后所产生的范围更为广泛的审美社交活动。导游服务为这种活动牵线搭桥,从而使其带有明显的社会属性。与此同时,为满足游客的需要,在服务的过程中,导游人员不仅要同游客保持经常性接触,而且还要同社会诸多方面和相关人员发生社会关系。因此,导游服务本身就是一种社会活动,这也是世界上许多国家将导游列为一种社会职业的原因。

4) 经济性

在商品经济条件下,导游人员的劳动由于游客的购买而具有交换价值,在现实中表现为价格,即导游服务费。导游服务同其他旅游服务一样,是旅游产品价值构成的一部分,以旅游产品价值的实现为国家创收外汇,回笼货币,为旅游企业增加收益。

5) 涉外性

导游人员为外国游客提供的导游服务具有明显的涉外性。这时,导游人员不仅是被委派旅行社的代表,而且是旅游目的地国家或地区形象的代表。因此,导游人员在向外国游客提供导游服务的过程中,不仅担负着向他们宣传社会主义中国的物质文明和精神文明的职责,使之对我国的历史、文化、社会制度和建设成就有较多的了解,而且起着沟通和促进他们与我国人民之间友谊的桥梁作用。从这个意义上来讲,涉外导游人员是不同国家人民之间的友好使者,是“民间大使”。

1.2.2 导游服务的特点

导游服务在旅游服务中的地位使得它的特点与其他服务相比更具独特性,具体如下:

1) 独立性强

导游人员在接受了旅行社委派的任务后,带团外出旅游中往往要独当一面。导游人员要独立宣传、执行国家政策,要独立地根据旅游计划组织活动,带旅游团参观游览,尤其是在出现问题时,还需独立地、合情合理地进行处理。在进行导游讲解时,要根据不同游客的文化层次和审美情趣,有针对性地进行讲解,以满足他们的精神需求。这些都是导游人员的主要任务,别人无法代替。

2) 脑体高度结合

导游服务是一项脑力劳动和体力劳动高度结合的服务性工作。导游人员接待的游客中,各种社会背景、文化水平的都有,其中不乏专家和学者。导游人员需要广泛的知识,古今中外、天文地理、政治、经济、社会、文化、医疗、卫生、宗教、民俗等均需涉猎。导游人员在景点讲解、解答游客的问题时,都需要运用所掌握的知识 and 智慧来应对,这是一项艰苦而复杂的脑力劳动。另一方面,导游人员的工作量也很大,除了在旅行游览过程中进行介绍、讲解外,还要随时随地应对游客的要求,帮助解决问题,事无巨细,也无分内分外之分。尤其是在旅游旺