



中等职业教育精品实用教材
根据教育部中等职业学校新教学大纲要求编写

礼貌礼节

孟晓芳 主编



经济科学出版社

中等职业教育精品实用教材
根据教育部中等职业学校新教学大纲要求编写

礼 貌 礼 节

孟晓彦 主编

经济科学出版社

15
59

图书在版编目(CIP)数据

礼貌礼节 / 孟晓芳主编. —北京:经济科学出版社,2008.5
(中等职业教育精品实用教材)
ISBN 978-7-5058-7124-3

I. 礼… II. 孟… III. 旅游服务—礼仪 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 049610 号

责任编辑:张惠敏
责任校对:王肖楠
技术编辑:李长建

礼貌礼节

孟晓芳 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址:北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编:100036

教材编辑中心电话:88191307 发行部电话:88191540

网址:www.esp.com.cn

电子邮件:esbj3@esp.com.cn

北京市昌平百善印刷厂印装

787×1092 16开 9印张 220000字

2008年4月第1版 2008年4月第1次印刷

ISBN 978-7-5058-7124-3/F·6375 定价:14.80元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

出版说明

为了更好地贯彻《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,全面落实《面向 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,中等职业教育精品实用教材编写组组织相关力量对实现中等职业教育培养目标、保障重点专业建设的主干课程进行了规划和编写。

中等职业教育精品实用教材是面向中等职业教育的规范性教材,严格按照教育部最新颁发的教学大纲编写,并通过了专家的审定。本套教材深入贯彻素质教育的理念,突出中等职业教育的特点,注重对学生的创新能力和实践能力的培养,在内容编排、例题组织和图示说明等方面努力作出创新亮点,在满足不同学制、不同专业以及不同办学条件教学需求的同时,实现教学效果的最优化。

希望各地、各校在使用本套教材的过程中,认真总结经验,及时提出改善意见和建议,使之不断地得到完善和提高。

中等职业教育精品实用教材编写组

前 言

随着社会的发展,旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业在城市经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强,旅游业对城市经济的拉动性、社会就业的带动力以及对文化与环境的促进作用日益显现。

随着我国旅游事业的飞速发展,它已经成为国民经济新的增长点。同时,对旅游行业专门人才提出了更高要求。为满足市场对旅游专门人才的新要求,编者根据中等职业学校课程教学基本要求组织专业教师编写了本教材。本书借鉴和吸收了国内外旅游理论和最新成果,系统阐述了旅游礼貌礼节的基本理论、规范和要求。在编写过程中,注重理论与实际相结合,突出了可操作性,旨在使旅游服务人员掌握旅游服务工作中常用的礼貌交际用语、基本礼节以及礼貌行为规范,养成礼貌待客的良好职业习惯。全书内容实用,文字简洁,通俗易懂,可操作性强。

本书具有以下3个特点:

(1) 内容难易适中。在难易程度的把握上,根据本课程相关教学要求以及旅游业的最新发展编写,同时兼顾中等职业学校的教学实际。

(2) 板块设置灵活。“学习目标”、“背景案例”、“第二课堂”和“典型案例”等板块的设置,不仅提高了学生的学习兴趣,而且开阔了他们的视野,提高了他们的分析能力。

(3) 配置同步练习。每章后面都配有“复习思考题”,一方面有助于巩固本章的主要内容;另一方面能够进一步提高学生的分析能力和实际操作能力。

本书的主要内容包括旅游服务礼貌礼节概述、旅游服务人员礼貌礼节的基本要求、旅游服务主要岗位的礼貌礼节、我国部分民族礼貌礼节、港澳台地区礼貌礼节、国外不同地区礼貌礼节、国际交往礼貌礼节和宗教礼貌礼节等。

本书是中等职业学校饭店服务与管理专业、旅游服务与管理专业教材,也可作为旅游行业岗位培训教材和旅游爱好者学习用书。

全书由孟晓芳编写。在编写过程中参阅了大量相关论著,并汲取了其中的最新研究成果和有益经验,在此向原著者表示衷心感谢!

由于编者水平有限,书中难免会有缺点和错误,敬请读者批评指正。

编 者

目 录

第一章 旅游服务礼貌礼节概述	1
第一节 中国文化中的礼、礼貌、礼节	1
第二节 旅游服务行业礼仪	3
第三节 讲究礼貌礼节的意义	6
第四节 培养礼貌礼节的途径	7
复习思考题	8
第二章 旅游服务人员礼貌礼节的基本要求	9
第一节 仪容仪表	9
第二节 礼貌服务	13
第三节 其他礼节	20
复习思考题	25
第三章 旅游服务主要岗位的礼貌礼节	26
第一节 前厅服务的礼貌礼节	26
第二节 总台服务的礼貌礼节	29
第三节 客房服务的礼貌礼节	33
第四节 餐厅服务的礼貌礼节	34
第五节 酒吧服务的礼貌礼节	37
第六节 商场服务的礼貌礼节	39
第七节 会议服务的礼貌礼节	40
第八节 康乐服务的礼貌礼节	41
第九节 导游服务的礼貌礼节	43
复习思考题	45
第四章 我国部分民族礼貌礼节	46
第一节 汉族的礼貌礼节	46
第二节 部分少数民族的礼貌礼节	48
复习思考题	66
第五章 港澳台地区礼貌礼节	67
第一节 香港地区的礼貌礼节	67
第二节 澳门地区的礼貌礼节	69

第三节 台湾地区的礼貌礼节	71
复习思考题	72
第六章 国外不同地区礼貌礼节	73
第一节 亚洲地区礼貌礼节	73
第二节 欧洲地区礼貌礼节	85
第三节 美洲地区礼貌礼节	94
第四节 大洋洲地区礼貌礼节	99
第五节 非洲地区礼貌礼节	102
复习思考题	104
第七章 国际交往礼貌礼节	105
第一节 迎送、会见、会谈	105
第二节 宴请	109
第三节 签字仪式、开幕式、文艺晚会、参观	117
第四节 国旗悬挂礼仪及礼宾次序	120
第五节 见面的礼仪	123
复习思考题	124
第八章 宗教礼貌礼节	125
第一节 基督教礼仪	125
第二节 伊斯兰教礼仪	128
第三节 佛教礼仪	131
第四节 道教礼仪	134
复习思考题	136

第一章 旅游服务礼貌礼节概述

学习目标

了解礼、礼貌、礼节的定义；掌握旅游礼仪的概念及特点；理解培养礼貌礼节的意义；认识培养礼貌礼节的途径，养成文明礼貌的好习惯。

【背景案例】

湖北省有一位专营金刚石刀片的农民企业家，其生产的刀片畅销全国各地。省城一家大公司的总经理想和他合作，邀请这位农民企业家共商合资办厂事宜。见面时，总经理见他肤黑貌丑，握手时仅伸出两个手指敷衍地碰了一下，随即掏出手绢擦手并悄悄扔掉。然而这一动作被农民企业家发现，他感觉受到了很大的侮辱，拂袖而去。而省城另一家公司将这位农民企业家请去，以礼相待，很快达成共识。合资办厂后，当年创造产值7000多万元。

【解析】由此案例我们可以看出，在人际交往中讲文明、懂礼貌的确非常重要。

目前，旅游业已经被确立为我国的支柱产业，是国民经济的新的增长点。旅游业是我国对外交流的窗口，从某种意义上来说，旅游业展现在中外旅游者面前的形象，代表着中华民族的文明水平。同时，旅游服务质量也是旅游业的生命线。因此，讲文明、懂礼貌是旅游业为中外旅游者提供优质的礼仪服务、树立企业形象和提高经济效益的需要。就个人而言，讲文明、懂礼貌也是衡量其道德水准高低和修养水平的尺度。作为旅游业的从业人员，一定要十分重视旅游服务礼貌礼节方面的学习和培养。

第一节 中国文化中的礼、礼貌、礼节

一、礼

现代礼貌、礼仪源于礼。礼的产生，可以追溯到原始社会。礼属于上层建筑，是与社会经济基础相适应的。礼的本意为敬神，在古代，特指奴隶社会或封建社会等级森严的社会规范和道德规范。礼既可以指表示敬意或隆重举行的仪式，也可泛指礼貌礼节，有敬重、友好、谦恭、关心、体贴别人之意，是人们在长期的生活实践中由于风俗习惯而形成的为大家共同遵守的仪式。

自从人类出现，有了人与自然的关系，有了人与人之间的交往，礼便产生和发展起来。在原始社会，人们常常有意无意地用一些象征性的动作来表示他们的意向和感情。同一氏族的成员在共同采集、狩猎和饮食生活中所形成的习惯性语言、动作就构成了“礼”的最初雏形。那时，人类的祖先以狩猎为生，他们在打猎时，相互之间必须保持适当的距离。因此不同部落的人相遇时，若双方都怀有善意，便各自伸出手掌，手心朝前，向对方表示自己手中没有石头或

其他武器,走近之后,两人相互摸摸右手,以示友好。这个动作沿袭下来,就成为今天人们常用的表示友好的握手礼节了。

进入阶级社会初期,人们还不知道桌椅为何种物品,帝王和平民都是席地而坐。在原始社会中,人们互相致敬的姿势——“跪拜”,到阶级社会中便演变成为一种表示臣服的礼仪。行跪拜礼的是臣服者、地位低下的人;跪拜礼被掺入了一种人格污辱的成分,“卑躬屈膝”一词就是这样得来的。随着阶级社会的发展,为了维护统治的需要,等级制度更加森严,礼仪也逐渐繁杂化、规范化和经典化了。

到近代,“礼”又有了更进一步的发展。当今国际上通用的一些交际礼节大部分是从这个时期发展而来的,如鸣放礼炮就起源于英国。英国的航海业曾经是世界上最发达的,英国海军舰船在驶入其他国家海域之前要把军舰上的炮弹放空,以表示对对方没有敌意;在遇到他国舰船时也同样这样做,表示对对方友好。之后,这种礼节逐渐发展成为国际上相互表示敬意的隆重仪式。由于当时最大的战舰装有大炮 21 门,所以鸣炮 21 响就成了一种最高礼节。

由此可见,“礼”起源于原始社会,形成、发展于阶级社会。随着社会的不断进步和经济贸易的扩大、发展,国际交往将会进一步加强,礼作为人类文明的标志也必将会得到不断地完善和发展。



鸣放礼炮

举行盛大庆典鸣放礼炮,其规格各国不尽相同。美国国庆日鸣放 50 响,表示每州鸣一响。1949 年 10 月 1 日,新中国宣告成立时,正值中国共产党成立 28 周年,所以 54 门大炮齐鸣 28 响。在迎宾仪式中鸣放礼炮,最高规格是 21 响,一般为国家元首鸣放,其次 19 响,为政府首脑鸣放;再次为 17 响,为副总理鸣放。以鸣放礼炮作为国际礼节,我国是从 1961 年 6 月正式开始的,当时印度尼西亚总统苏加诺第二次来我国访问。之后,我国曾多年停止鸣放礼炮。自 1984 年 3 月起,我国恢复鸣放礼炮仪式。

二、礼貌

礼貌是指在人际交往中,向交往对象表示谦虚、恭敬及友好的言语动作。我国历来重视行与礼的关系,如“己所不欲,勿施于人”、“礼尚往来”、“来而无往非礼也”等。礼貌的具体要求是:热情友好,尊重他人;待人接物落落大方,不卑不亢;办事慎重而不推诿;行为举止有教养。例如,人们见面打招呼问好:“您好!”、“早上好!”这样一个词至少可以传递三个信息:表示尊重,示以亲切,给予友情。一个词同时送给对方三件礼物,又显示出自己懂礼貌、有教养、有风度,从而形成一种和谐、友善、热情的“人际气候”。

礼貌可以分为礼貌行为和礼貌语言两部分。礼貌行为是一种无声的语言,如微笑、点头、欠身、鞠躬、合十、握手、拥抱、鼓掌等;礼貌语言是一种有声的行动,如使用“女士”、“小姐”、“先生”等敬语,“欢迎光临”、“我能为您做点什么”等谦语,“贵姓”、“几位”等雅语。在交往时讲究礼貌,可以建立一种相互尊重和友好的关系,同时能调节公共场所的人际关系,缓解或避免某些不必要的冲突。现在,我们正在提倡的礼貌语言为五声十个字,即“您好”、“请”、“谢谢”、“对不起”、“再见”,这充分体现了语言的文明。

三、礼节

礼节在礼学体系中处于表层,在一定程度上可以反映一个民族的文化传统、等级秩序、精



神面貌和道德风尚等。礼节通常是指人们在日常生活中,特别是在交际场合,相互表示尊重、问候、祝颂、慰问及给予必要的协助与照料的惯用形式,它实际上是礼貌的具体表现方式。

礼节虽然不像法律那样必须严格遵守,但要得到他人的理解和社会的认可,就必须遵守人与人之间交往的规则和方式,即遵守礼节。例如,走亲访友、看望病人带些礼物以示尊重。同事朋友遇到如失去亲人、失火被盗、事业受挫等不幸的事时,可以打电话或登门致以亲切的问候,表达帮助的愿望,使对方得到心理安慰,对方会非常感激。亲朋好友遇到结婚、生子、乔迁新居或者事业成功等喜事时要表示祝贺。祝贺的方式根据祝贺对象而定,以让对方高兴为前提。例如,朋友中有人升迁,在得知消息后要给他打电话说“祝你事业有成、步步高升”之类的祝贺语,对方听了一定会很高兴的。

四、礼、礼貌、礼节的联系与区别

礼、礼貌、礼节都包含一个“礼”字,是指人们在交往中,相互表示尊敬和友好,其本质都是表达对他人的—种尊重和体贴。礼节是礼貌的具体表现,礼貌是礼节的规范,礼则是通过礼貌和礼节得到体现,这三者是相辅相成,密不可分的。如果说礼貌侧重于强调个人的道德品质,那么礼节侧重强调的就是这种品质的外在表现形式。有礼貌而不懂礼节容易失礼,虽然对他人十分尊敬,却不知怎样表达,因而在与人交往时往往会表现得尴尬、紧张等。不懂礼貌而只学些表面的礼节形式,就难免机械模仿、故作姿态,给人以虚情假意的感觉。所以说讲礼貌、懂礼节应当是内在品质与外在形式的统一。三者的区别在于,礼貌是表示尊重的言行规范,礼节是表示尊重的惯用形式和具体要求,礼既可指为表示敬意而举行的隆重仪式,也可泛指社会交往中的礼貌和礼节。



各国的禁忌

世界各国、各民族都有一些禁忌,这些禁忌均为各国各民族所重视。如果触犯了这些,就会引起客人的不快甚至纠纷,影响涉外交往。

印度人忌讳用左手递送食物和礼品,因为左手是洗澡和上厕所用的。

泰国等信奉佛教的国家和地区忌讳别人用手触摸自己的头部,他们认为这是一种侮辱。

与阿富汗人打交道时,不能用左手触摸对方。

巴基斯坦人忌讳别人用手拍自己的肩背,认为这是警察逮捕人时才用的动作。

第二节 旅游服务行业礼仪

一、旅游礼仪概述

(一) 旅游礼仪的定义

根据礼的定义,结合旅游的特点,对旅游礼仪的定义可以有广义和狭义两种理解。

广义的理解:旅游礼仪是指旅游过程中人际交往的礼节礼仪,包括旅游过程中旅游者与旅游者之间、旅游工作者与旅游者之间以及其他交往场合的礼节礼仪。

狭义的理解:旅游礼仪就是旅游过程中旅游从业者为消费者提供旅游服务时的行为规范

和准则,即在旅游过程中旅游从业者为消费者提供吃、住、行、游、购、娱全方位旅游服务时的礼节礼貌和服务程序。

通过对旅游礼仪定义的认识,对其本质特征可以从两个方面进行理解:一方面,旅游礼仪是一种以服务为特征的交往形式。在一定意义上旅游活动本身就包括人际交往活动。同时,也存在旅游工作者与旅游者之间服务与被服务这种特殊形式的交往。另一方面,旅游礼仪是一种程序化、规范化的服务礼仪。旅游业是一种服务行业,在旅游过程中,旅游工作者应为旅游者提供全方位服务,这种服务要严格按照一定的行为规范和服务程序进行。

(二) 旅游礼仪的内容

通过对旅游礼仪的定义和本质特征的认识,我们不难看出,旅游礼仪既然是旅游从业者为消费者在旅游活动中所提供的符合礼仪规范和准则的礼仪服务,而这种礼仪服务又是通过旅游从业者来体现和实现的。所以旅游礼仪应包括两方面的内容:一是旅游从业者在旅游活动中的礼仪修养,即旅游工作者自身应具备的基本礼仪;二是旅游工作者在旅游服务的不同部门和岗位的服务礼仪。

1. 旅游从业者的基本礼仪修养

在旅游活动中,旅游服务的主体是旅游从业者,旅游从业者的礼仪修养是自身素质和旅游业形象的外在表现,因此,旅游从业者的礼仪修养十分重要。其基本礼仪修养应包括以下几个方面:遵守人际交往中的一般礼仪准则;注重日常礼仪,如平时的称呼礼节、问候礼节等;注重个人的仪容、仪表、仪态等。

2. 旅游各部门和主要岗位的服务礼仪

旅游活动的全过程主要涉及行、吃、住、游、购、娱6个方面,这6个方面的礼仪服务要求也就构成了旅游服务礼仪的基本内容。“行”的礼仪包括旅游过程中乘坐各种交通工具时的服务礼仪,主要通过交通部门工作人员的服务来实施和体现;“吃”的礼仪包括旅游活动中进餐和赴宴时的礼仪;“住”的礼仪包括旅游活动中入住宾馆饭店时的礼仪,主要通过宾馆饭店服务人员的服务来实施和体现;“游”的礼仪包括参观游览过程中的讲解和生活服务,主要通过旅行社导游人员的服务来实施和体现;“购”和“娱”的服务礼仪则分别指在旅游过程中到商店购物和从事娱乐活动的礼仪服务,主要通过旅游商店售货员和娱乐场所的服务员来实施和体现。

二、旅游礼仪的特点

要想了解旅游礼仪的特点,就不能脱离旅游和旅游业本身。旅游是区别于日常生活的高层次活动,因此,旅游礼仪也形成了区别于其他礼仪的特点。具体如下:

1. 综合性

旅游礼仪的综合性是由旅游活动的综合性决定的。旅游活动中的旅游者来自不同的地区、国家和民族,从事不同的职业,具有不同的年龄、性格和喜好,其历史文化背景和礼仪习俗也各不相同。旅游活动中从事旅游服务的旅游部门也分属不同的部门和行业,具有各自的经营服务特色和礼仪服务要求,这些都使得旅游礼仪具有鲜明的综合性特点。

2. 广泛性

旅游活动内容的广泛性是指旅游礼仪不仅涉及一般的人际交往礼仪,也涉及旅游过程中各环节和各方面的礼仪,同时也涉及观光旅游、度假旅游、商务旅游以及会议旅游等各种不同



形式的旅游礼仪,这也由此构成了旅游礼仪广泛性的基础。

3. 服务性

就其性质来说,旅游业是一种服务行业,是以向旅游者提供安全、方便、舒适、愉快的服务为工作宗旨并以此获得收入和取得经济效益的行业。否则,旅游业就失去了存在的基础。旅游服务包括服务程序、服务规范等服务礼仪,礼仪则存在于服务的各个环节,所以,礼仪服务是旅游服务的重要内容。只有游客满意了,旅游工作才是符合要求的,而旅游礼仪是面向客人的,只有符合礼仪的服务才会赢得客人的赞誉。可见,在旅游活动中服务与礼仪是密不可分的。

三、旅游礼仪的原则

在日常生活中,学习、应用礼仪,有必要掌握一些具有普遍性、共同性和指导性的礼仪规律。这些礼仪规律,即礼仪的原则。

1. 平等交往的原则

平等交往是现代礼仪的重要原则。平等,即尊重交往对象、以礼相待,对任何交往对象都必须一视同仁,给予同等程度的礼遇。

2. 真诚守信原则

运用礼仪时,务必诚信无欺、言行一致。英国的社会学家卡斯利博士认为,大多数人选择朋友都是以对方是否出于真诚而决定的。真诚就是在交际过程中做到态度真诚、诚实守信,不虚伪、不做作。交际活动作为人与人之间信息传递、情感交流、思想沟通的过程,如果缺乏真诚则不可能达到目的,更无法保证交际效果。

3. 尊重原则

尊重是礼仪的情感基础,人际交往中必须尊重对方的人格尊严。在社会交往中,要做到敬人之心常存,处处不可失敬于人,不可伤害他人的个人尊严,更不能侮辱对方的人格。在旅游行业,旅游接待服务人员尤其要注意在服务过程中时刻尊重客人。

4. 适度原则

人际交往中要注意保持一定的社交距离,也就是要把握与特定环境相适应的人们彼此间的感情尺度。在与人交往时,既要彬彬有礼,又不能低三下四;既要热情大方,又不能阿谀奉承。旅游工作者在接待外国宾客时,要以“民间外交官”的姿态出现,特别要注意维护国格和人格。

5. 自律原则

这是礼仪的基础和出发点。学习、应用礼仪,最重要的就是要自我要求、自我约束、自我对照、自我反省和自我检查。通过礼仪的教育与训练,人们会在心中树立起一种高尚的道德观念和行为修养准则,并以此严格约束自己,在社交活动中自觉地按照礼仪规范去做,使自己成为一个高尚的人,一个受欢迎的人。

【典型案例】

在一个秋高气爽的日子里,迎宾员小李身穿剪裁得体的新制服,第一次独立走上了迎宾员岗位。一辆白色高级轿车向饭店驶来,司机熟练而准确地将车停在饭店豪华大转门的雨棚里。小李看到后排坐着两位男士,前排副驾驶坐着一位外国女宾。车刚停稳,小李一步上前,以优雅的姿态和标准的职业动作为后排客人打开车门,做好护头姿势,目视客人并礼貌亲切地问

候,动作麻利规范,一气呵成。关好车门,小李赶紧走到前门,准备以同样的仪式迎接那位女宾下车,但那位女宾满脸的不高兴,小李感到茫然和不知所措。通常后排座为上座,一般有身份者都会在后排就座。优先为重要客人提供服务是饭店服务程序的常规,这位女宾为什么不高兴呢?小李错在哪里?

【解析】尊重妇女是一种社会公德。西方有一句俗语:“女士优先。”在社交场合和公共场所,男士应为女士着想,照顾和帮助女性。例如,在上车时,要让女士先行;下车时,则要先为女士打开车门;进出大门时,主动帮助她们开门、关门等。案例中小李虽然按饭店的规定工作,但却没能按照国际上的通行做法先打开车门欢迎女宾,从而使得那位女宾不高兴。

第三节 讲究礼貌礼节的意义

礼仪是人们实现自身精神文明的重要体现,遵守礼仪是现代人实现自身价值的重要手段和途径。在现代社会,人们只有通过讲究礼仪,才能建立良好的合作关系,才能得到帮助和被群体接纳,个人的能力、才华、业绩和成就,才能得到社会的认可和好评。

一、讲究礼貌礼节是文明社会公民应有的行为规范

人与人互相观察和了解,一般都是从交往过程中的礼貌礼节开始的。英国知名哲学家弗兰西斯·培根说过:“行为举止是心灵的外衣。”社会主义社会的礼貌礼节是建立在人与人相互平等、相互尊重的思想基础上的,只有尊重、关心和体贴别人,才会在人际交往中注意自己的语言行为,养成良好的礼貌习惯,具有彬彬有礼的风度。所以,讲究礼貌礼节不仅是文明社会公民应有的行为规范,而且也是为人们创造良好交往环境的需要。

二、讲究礼貌礼节是做好旅游接待工作的先决条件

当前,旅游业激烈的市场竞争实质上也是服务质量的竞争。旅游企业(如饭店和旅行社等)的生存与发展、声誉与效益、市场与客源依靠的就是向游客提供全方位的优质服务。旅游接待服务的目的就是最大限度地满足不同客人的正当需求,使客人乘兴而来,满意而归。客人在饭店和其他旅游相关部门消费时,不仅要求舒适、安全、方便,而且要得到愉悦、欢乐。客人是“上帝”,是旅游服务接待的对象,客人用一定的货币购买“服务”,就会时刻希望物有所值。而优质服务应该包括一流的设备条件和一流的服务水平,即优良的服务态度、高尚的服务精神、齐全的服务项目、精湛的服务技能以及最佳的服务效率等。

有关研究表明,在旅游企业服务设备条件相当的情况下,服务精神和态度能极大地影响服务质量。“宾客至上”的服务精神与热情友好、真诚和蔼的服务态度,可以使客人在感官上、精神上产生尊重感、亲切感。宾客这种受人尊敬的感觉和体验,主要是从员工的热情友好服务中得到的,所以说称职的接待服务人员一定要做到礼貌待客、热情服务。另外,还要注意仪容、仪表、仪态以及服务用语等各方面,因为这些外在的美是心灵美的自然流露,是一个人良好道德品质的外在表现。总之,讲究礼貌礼节是优良服务态度的关键,是优质服务所必需的。

三、讲究礼貌礼节是提高我国旅游业在国际上声誉的需要

尊重国际礼仪和交际礼节,尊重各国人民的风俗习惯,是我国对外活动的一贯做法。它反映了我国维护世界和平、加强国际友好合作的真诚愿望。



改革开放以来,在我国国际交往中,除了正规的官方来往之外,民间的交往也日益增多,以旅游的形式来我国的外国友人越来越多。在这种情况下,我们越来越需要逐步提高旅游礼仪水平,以便让礼仪更好地为我国的对外方针政策服务,提高我国旅游业在国际上的声誉,为我国的对外社会、经济 and 外事工作服务,在我国经济与国际市场接轨、增强国际竞争力中发挥作用。

第四节 培养礼貌礼节的途径

良好的礼貌修养,是经过长期有意识地学习、实践、积累而逐步形成的。我们可以通过以下途径来实现。

一、学习是培养礼貌礼节的前提

1. 努力学习礼貌礼节知识

一个人懂得的礼貌礼节知识越广博,在待人接物方面越是能够应付自如,为宾客所接受。加强对国内外礼貌礼节知识的学习,对自己礼貌修养的提高是十分必要的。有的人具有较高的道德修养和良好的品德,但在涉外工作和旅游服务工作中,因为对其他国家或某一具体活动的礼仪不了解,仅凭以往的经验办事,轻则闹笑话,重则可能影响企业甚至整个国家的国际形象。

2. 广泛涉猎科学文化艺术知识,提高文化素养

文化素养的高低决定了人们精神生活层次的高低。一般来说,有修养的人都是学识较高的人。这种人往往思考问题周密,分析问题透彻,处理问题有方,欣赏力强,在人际交往中具有独特的魅力。相反,学识低的人往往难以应付各种社交活动,在人际交往中给人以浅薄的印象。古人云:“慧于心而秀于言”,就是说,心灵聪慧则语言秀美。例如,在日常生活中,问“您叫什么名字”不如“请问您贵姓”更为礼貌;“您有什么事”不如“我能帮助您吗”更为文雅。因此,旅游礼仪人员应提高文化素养,注意学习身边的人们运用语言艺术的技巧,自觉养成良好的语言习惯。

3. 加强思想道德修养

一个人的道德修养决定着它具有怎样的理想、信念、情感、意志等,它是调节人们相互关系的所有行为规范的总和。一个对职业充满敬重和热爱,有着强烈责任感与事业心的旅游服务人员,一定会想方设法地为客人提供优质服务;一个完全出自内心深处尊重别人、道德高尚的旅游服务人员,其服务态度一定会真诚亲切,也会全心全意为客人服务。

二、实践是培养礼貌礼节的根本

“实践出真知”,实践是动机和效果之间的桥梁。在礼貌礼节的培养过程中,学习只是强化了礼貌修养的意识和基础,应用于实践才是关键。有的人说起理论来头头是道,可一到社交场合却出现了怯场行为,心里总害怕出“洋相”,结果当然是越怕越紧张,越紧张就越容易出问题。要想使自己从容地运用礼貌礼节,就要积极地到实践中去,通过各种人际交往接触,不断加以锻炼,“在游泳中学会游泳”,只有这样才能使自己成为一个真正具有礼貌修养的人。

三、贵在自觉,持之以恒

当前,仍有一些人连最起码的文明礼貌礼节习惯都没有,甚至还沾染了一些不文明、不礼貌的坏习惯和坏习气。这就要求我们在培养自身礼貌礼节修养的时候,自觉地以现代的社会道德和文明礼貌为标准,改掉不文明、不礼貌的行为,净化思想,陶冶情操。只要自觉地严格要求自己,从点滴做起,持之以恒,礼貌修养是完全可以培养的。礼貌修养的培养是一个自我认识、自我养成、自我提高的长期渐进的过程,为了促进这个过程的发展,就必须自觉地学习、勇敢地实践。

此外,从心理学角度,提高旅游从业人员的礼貌礼节修养的途径还可以从以下两方面进行:一是组织进行有效的心理引导并提供舒适的工作条件。作为旅游企业,要不断促进旅游服务人员树立正确的人生观、世界观,支持员工搞好工作,增强他们的成就感,帮助他们激发积极的社交兴趣,此外还要积极协调好员工之间的关系,关心员工的身心健康。二是要不断剖析自己。我国有“人贵有自知之明”、“知人者智,知己者明”等古训,这些警句提醒我们的旅游服务工作者要不断了解自己的气质、个性及兴趣,从而发挥自己的优势,弥补自己的不足,不断完善自己,提高礼貌修养。

复习思考题

一、简答题

1. 什么是礼、礼貌、礼节? 它们之间有什么联系和区别?
2. 简述旅游礼仪的定义。
3. 旅游礼仪有哪些特点?
4. 简述旅游礼仪的原则。
5. 讲究礼貌礼节有什么意义?
6. 怎样培养一个人的礼貌礼节修养?

二、实训题

1. 根据文明礼貌礼节从点滴做起的要求,观察自己身边的人际交往礼仪,编排一个小故事以反映讲究礼貌礼节的重要性。

2. 李女士是一位商务工作者,她待人热情,工作出色。因为业务成绩突出,随团到东南亚某国考察。考察团到目的地后受到东道主的热情接待。席间,主人亲自为来自中国的每一位嘉宾递上一杯当地特产的饮料。轮到李女士接饮料时,一直习惯于“左撇子”的李女士自然而然地伸出左手去接。主人见此情景脸色马上变了,非常生气地将饮料重重地放在餐桌上,并且不再理睬李女士。这是为什么?

第二章 旅游服务人员礼貌礼节的基本要求



学习目标

了解仪容仪表的概念;理解注意仪容仪表的重要性;掌握作为旅游服务人员注重仪容仪表的基本要求;了解仪态的概念,理解仪态的要求并能在实践中应用;掌握旅游接待人员的礼貌用语;熟悉并掌握旅游服务人员的操作礼节、握手礼节及电梯礼节。

【背景案例】

一名刚毕业的大学生准备参加招聘面试。他买了件新衬衫,在面试当天才拆开来穿,结果衬衫上都是褶皱。这位大学生并不在意衬衫上的褶皱,心想,如果看着不太好还有西装可挡一下呢。怀着这样的侥幸心理,他去面试了。然而,在面试过程中,主考官却让他把西装脱了好随便一点。当时他就傻眼了,后来面试的整个过程中他满脑子想的都是衬衣上的褶皱。不用问,他的面试结果当然是失败。

【解析】案例中的大学生面试失败的原因很简单,就是因为着装不整洁。由此我们也可以想到,作为旅游接待服务人员,如果着装不够整洁,势必会影响顾客的心情,使企业在顾客心中的印象大打折扣。

旅游业是一个服务行业,也是一个窗口行业。从本质上来讲,旅游业为旅游者提供的服务就是礼貌礼节服务。旅游工作者在旅游过程中的礼貌礼节服务,既代表一个企业和行业的接待水平和服务质量,也代表一个国家的文明礼貌程度,因此,每位旅游工作者都应予以充分的重视。

第一节 仪容仪表

一、仪容仪表的概念

仪容主要是指一个人的容貌,它是仪表的重要组成部分。就塑造整体形象而言,容貌是整个仪表中至关重要的部分,它反映了一个人的精神面貌,是传达给接触对象感官的最直接、最生动的第一信息。仪表即人的外表,包括容貌、服饰、姿态三个方面,是一个人精神面貌和内在素质的外在表现。仪容仪表与一个人的道德修养、文化水平、审美情趣和文明程度有着十分密切的关系。在人际交往中,仪容仪表是一个不可忽视的因素,良好的仪容仪表会给人留下美好的第一印象。



二、仪容仪表的重要性

1. 良好的仪容仪表是旅游服务人员的一项基本素质

许多人认为,仪容仪表均属外在的东西,与实际工作联系不大,其实不然,旅游行业大多以接待与服务工作为主,具有职业特殊性。旅游服务接待工作的特点是直接向宾客提供服务,宾客获得的第一印象常常来源于旅游服务人员的衣着打扮。良好的仪容仪表会产生积极的宣传效果,同时还可能弥补某些服务设备方面的不足;反之,不好的仪容仪表往往会让人生厌,即使有热情的服务和一流的设施也不一定能给宾客留下好的印象。员工的仪容仪表反映服务档次,档次决定价格,价格产生效益,这是一个连锁反应循环圈。为了向宾客提供优质服务并使宾客满意,从业人员除了应具备良好的职业道德、广博的业务知识和熟练的专业技能之外,还应讲究礼貌礼节,注重仪容仪表。

2. 良好的仪容仪表反映了企业的管理水平与服务水平,是树立企业形象的需要

员工的仪容仪表反映出企业的管理水平和服务水平。员工拥有良好的仪容仪表可以树立企业的良好形象。以饭店业为例,在评定旅游饭店星级的标准中就有考核员工仪容仪表一项。如今,旅游市场竞争激烈,设施设备条件已大为改善,日益完美,在此基础上,对服务人员的素质要求就会逐步提高,而服务人员的仪容仪表不仅反映了服务人员的素质,而且体现了企业的形象。

3. 良好的仪容仪表是尊重宾客的需要

注重仪容仪表是尊重宾客的需要,也是讲究礼貌礼节的具体表现。在整个旅游过程中,旅游者都在追求一种比日常生活更高标准的享受,其中包含美的享受,即视觉、听觉、嗅觉等感官的美好感受。服务接待人员的仪容仪表不仅能满足宾客视觉方面的需要,同时又使他们感觉自己是一位尊贵的客人,从而在心理上得到满足。据专家分析,在给人的印象中各种刺激所占的百分比是:视觉印象占75%;谈吐印象占16%;味觉印象占3%;嗅觉印象占3%;触觉印象占3%。

综上所述,旅游服务工作人员的仪容仪表非常重要。它不仅是个人形象问题,更为重要的是它反映了旅游企业的形象,同时也反映了一个国家或民族的道德水准、文明程度、精神面貌和生活水平。所以,要发展我国的旅游业,吸引更多的世界各国朋友和海外侨胞及港、澳、台同胞来观光旅游,就应着眼于国家和民族的利益,为维护旅游业的声誉和提高经济效益而注重自己的仪容仪表。

三、仪容仪表的基本要求

(一) 服饰要求

衣着是人们审美的一个重要方面,着装的大方和整洁有一种无形的魅力,它能反映一个人的社会生活、文化水平和各个方面的修养。衣着美很大程度上在于“相称”,也就是说,要与自己的职业、身份、年龄、性别相称,与周围的环境、场合协调。

1. 着装原则

(1) 色彩搭配合理。要了解服饰中的常用颜色及其表现效果。白色表现淡雅、圣洁、纯