

• 李家明 编著

# 旅游服务 写作 教程

华南理工大学出版社

# 旅游服务写作教程

李家明 编著

华南理工大学出版社

[粤]新登字12号

## 内 容 介 绍

本书是全国第一家创办酒店管理专业的广州大学旅游服务应用写作教材，由编著者在多年教学的教案基础上整理成书，具有突出的专业性和浓郁的南方色彩，适合作高等院校旅游服务专业写作教材。旅游服务企业在职干部的进修和同类中专的写作课，也可选学本书相关内容。

### 旅游服务写作教程

编 著 李家明

责任编辑 黄善方

华南理工大学出版社出版发行

(广州五山路·邮编510641)

广州市艺迅科教经营部印刷厂印刷

开本：850×1168 1/32 印张：8.75 字数：251千

1994年10月第1版第1次印刷

印数1-3000

ISBN7-5623-0841-1

---

G·181

定价：8.80元

# 序

陈子典

广州是改革开放的综合试验区，随着改革开放和经济建设的深入发展，国外商人和友好人士在广州出入频繁，到广州参观旅游者越来越多，国内各地到广州经商、参观、旅游者更不计其数，于是，培养酒店管理与旅游服务人才，便成了急需解决的问题。

我们高兴地看到，广州大学主动适应形势发展需要，在全国首创酒店管理与旅游服务专业(本科与专科)，而李家明副教授承担了《旅游服务写作》这门课的教学任务。

李家明副教授是广东写作学会常务理事、广州市秘书学研究会副秘书长，多年从事基础写作与应用写作的教学和研究，积累了丰富的教学经验。广州大学建立了酒店管理专业以后，他又针对该专业学生将来工作的需要，开设了《旅游服务写作》。在教学中，既注意吸收全国应用写作教学研究的新成果，又注重研究广州地区旅游服务业的情况与需要，使自己的教学更为切合实际，效果更好。同时，他还十分注意收集国外及港、澳、台地区文书研究的信息和使用的情况，从中吸取对我们有参考价值的东西，并适当地引进到课堂教学中来，使教学与广州建成现代化国际大都市的目标紧密联系起来。他在这方面的研究成果，在广州市秘书学研究会的学术年会上，曾多次作过介绍，对开拓同行的眼界，也起到了很好的作用。

由于他善于钻研，教学扎实，注重理论联系实际，不断吸取新的研究成果，所以他的教学受到学生好评，并获得了广州市优

秀教学成果奖。

现在，他抽空把教案整理成书，编成《旅游服务写作教程》，交出版社出版，这无疑是他多年教学与研究的心血结晶。

本书分十二章阐述有关旅游服务的写作知识，内容全面，又突出重点，处处与旅游服务行业的需要联系起来，着眼于提高旅游服务行业人员的文书写作能力。为了加深学生对基础知识的理解，本书引用了不少例文。这些例文，以白天鹅等五星级酒店、广州酒家等饮食企业和广东各大旅行社等具有先进性、规范性的为主，也为学生写作提供了较好的样板。这样，就使本教材与一般的应用写作教材区别开来了。

在本书的编写体例方面，每章先有“学习要求”，让读者带着问题去学习，学完以后也便于检查自己对问题的理解与掌握情况。在每章结束后，又设有“思考与练习”，从不同角度、不同的方面去巩固本章学过的知识，或启发学生去把知识运用于实际，解决实际问题。这也是符合教学规律的。

国务院办公厅1993年11月21日发出了《国家行政机关公文处理办法》修订通知，规定自1994年元旦起，公文文种有所增减，若干公文用法有所改变。这是公文写作最权威的新规范，在本书中已迅速得到体现。

由于上述情况，我想本书不仅可作为酒店服务专业的教材，而且可供酒店服务行业干部、职工自学之用，对其他行业的干部、职工，也有参考价值。

初阅本书初稿，留下上面印象，现记录下来，仅作本书的“序”。

1994年9月教师节

# 目 录

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 第一章 概说                | (1)   |
| 第一节 旅游服务写作的重要意义       | (1)   |
| 第二节 旅游服务写作的特点         | (3)   |
| 第三节 旅游服务写作的学习要求和方法    | (7)   |
| 第二章 旅游服务广告词           | (10)  |
| 第一节 旅游服务广告词的性质、特点和作用  | (10)  |
| 第二节 广告的原则与分类          | (21)  |
| 第三节 广告词的结构与写法         | (24)  |
| 第三章 函电 条据             | (32)  |
| 第一节 各类书信              | (32)  |
| 第二节 电报 电传 传真          | (59)  |
| 第三节 条据与片示             | (63)  |
| 第四章 启事与海报             | (69)  |
| 第一节 启事                | (69)  |
| 第二节 海报                | (83)  |
| 第五章 通用公文              | (86)  |
| 第一节 概说                | (86)  |
| 第二节 通知 通报 公告          | (94)  |
| 第三节 报告 请示 函           | (100) |
| 第四节 决定 批复             | (105) |
| 第五节 会议纪要              | (107) |
| 第六章 旅游服务企业管理规章制度      | (123) |
| 第一节 概说                | (123) |
| 第二节 章程 条例             | (125) |
| 第三节 制度 规定 规则 规程 守则 须知 | (134) |

|                        |       |
|------------------------|-------|
| 第七章 计划与总结 .....        | (152) |
| 第一节 计划 .....           | (152) |
| 第二节 总结 .....           | (158) |
| 第八章 旅游服务新闻 .....       | (177) |
| 第一节 旅游服务消息 .....       | (177) |
| 第二节 旅游服务通讯 .....       | (183) |
| 第三节 旅游服务简报 .....       | (187) |
| 第九章 旅游指南与导游词 .....     | (196) |
| 第一节 旅游指南 .....         | (196) |
| 第二节 导游词 .....          | (202) |
| 第十章 旅游服务经济合同书 .....    | (215) |
| 第一节 合同的性质、作用与分类 .....  | (215) |
| 第二节 合同的特点 .....        | (217) |
| 第三节 合同的内容与结构 .....     | (220) |
| 第十一章 调查报告 .....        | (230) |
| 第一节 调查报告概说 .....       | (230) |
| 第二节 调查报告的写法 .....      | (233) |
| 第十二章 旅游服务类学术论文 .....   | (247) |
| 第一节 学术论文的性质作用和特点 ..... | (247) |
| 第二节 学术论文的写作 .....      | (249) |

# 附录：

- 一、1986年国家语委等七个部门关于出版物上数字用法的试行规定 .....
- 二、1981年国家出版局公布使用的《中华人民共和国专业标准校对符号及其用法》 .....
- 三、国家行政机关公文处理办法  
(国务院办公厅1993年11月21日修订) .....

# 第一章 概 说

**【学习要求】**明确学习旅游服务写作的重要意义，认识旅游服务写作的性质特点，了解本科教材的内容体例和学习要求，掌握正确的学习方法，从而提高本学科学习的自觉性、积极性和效率。

## 第一节 旅游服务写作的重要意义

旅游服务写作是写作学的重要组成部分，属于应用写作的范围。由于“旅游热”已在全世界风靡多时，旅游业随着改革开放而在中国迅猛发展，方兴未艾，旅游服务写作就越来越显示出它的重要意义。

### 一、是促进干部水平提高的金钥匙

写作，就是以书面语言作为超越时空的信息传播工具，在现代化的信息社会里，写作将成为每个现代劳动者（无论是专门学者还是技术工人）的必备技能。所以，林默涵说：“提高人民的写作能力，是发展科学文化的基础。”

发达国家都有一个共同经验，要发展经济，必先培养人才。要培养人才，必须重视其写作能力的培养。美国报考外交官的人“必须有较高写作和讲话能力”。日本某研究生院院长经过调查之后强调说：“许多理工科毕业生认为，对他们最有用且需要进一步加强的课程，一是代数，二是物理，三是作文。”所以，“写作能力是一个现代合格的领导干部知识、能力结构不可缺少

的部分”，已成为许多人的共识。

旅游服务行业中的管理干部，其接触对象不仅有物有景，而且更多的是人；不仅有员工，还有游客；不仅有国内游客，还有越来越多的海外来的游客，这行业的管理干部同样必须具备较强的写作与讲话的能力。我国语文大师叶圣陶先生说得好：“大学毕业生不一定要能写小说、诗歌，但一定要能写工作和生活中的实用文章，而且非写得既通顺又扎实不可。”（见《科技与写作》1983年第1期）由此可见，提高旅游服务应用文写作能力，不仅是旅游服务管理干部必备的基本能力，而且是他们提高水平以适应信息时代要求的金钥匙。

## 二、是提高旅游服务业管理科学化水平的“软件”。

我国的旅游服务业虽然说自八十年代以来已迅速发展成为独立的有生气的行业，但是基础还差，经验不足，管理的科学文化水平仍偏低，造成效益不高，海内外部分旅客也颇有微词。现在又面临着国际旅游市场的日益激烈的竞争。如何提高我们的竞争能力呢？关键的一环是提高我们的科学管理水平。而要做到这一点，就必须提高我们旅游服务应用文的写作水平。这就象电脑中的“软件”一样，由应用文记载着各种指挥旅游服务业运转的指挥系统：形诸文字的各种“规章制度”使员工及旅客有章可循；

“调查报告”使管理者准确把握旅游市场动向，使旅游产品适销对路；“旅游广告”用多种艺术形式富有吸引力地把旅游商品推销给国内外潜在的旅游顾客，诱发更多人的购买行动；“旅游工作计划”使我们事业的发展放在科学性的基础上，“旅游业务总结”使我们把经验教训升华到理论的高度来把握，使下一步不会重复旧病而能在原有成绩基础上更上一层楼；旅游学术论文的写作更使我们掌握客观规律，由“必然王国”进入“自由王国”。所有这些都说明，旅游服务应用文的写作，对于提高旅游服务管理科学化水平，促进我国旅游事业的现代化，起着不可或缺的重要保证作用。

## 第二节 旅游服务写作的特点

旅游服务写作既然属于应用文写作的范围，那么，除了它的内容是反映旅游服务的需要这方面之外，它同时也具备了一般应用文写作的共同特点。这些特点表现在五个方面。

### 一、对象的明确性

应该说，所有的文章都要考虑是给什么对象看的。不过，有的很宽泛，很自由。例如，儿童文学作品当然是给儿童看的，但除了儿童之外，有兴趣的教师、父母、老年人、青年人，都可以看。而且，在儿童这个年龄阶的人，谁看谁不看也是很自由的。所以，文学作品的读者对象是不明确的。但是，与文学作品相反，应用文的写作是要给确定的对象看的。例如，书信给收信人，电报给收报人，公文给主送单位和抄报抄送单位或个人，旅客须知是写给旅客看的，经济合同约束的是签约的双方。当然，象广告这些应用文的对象会宽泛些，但就绝大多应用文体来说，它有较明确的受文对象。这一点是由应用文的实用性决定的。它是用来办实事的，不象文学作品那样只供人们欣赏。办实事就要讲实效，该送20个人看，就不能只送19个人。而秘密文件则不能扩大受文范围。

### 二、写作的集体性

应用文写作，特别是其中的公文写作，集体性的特点很明显。这种集体性，首先是写作过程的集体性，往往要由有关的人商量出一个比较明确的意见，然后交一个人（大文章要交给多人分工合作）拟稿，有人审核，领导签发。其次表现在应用文的落款具名上，多数用单位的名义发文，不象文学作品那样谁写的就署谁的名。虽然应用写作中也有少数署个人的名的，如私人书信、个体劳动者签的经济合同。有些应用文虽然以领导人的姓名署名，但不是或不只代表他本人，往往代表该单位。如以国家主席名义发布的命令、以法院院长签署的判决书和相关的布告等。而这些

以领导人名义发的应用文，往往又不是这些领导人自己写的，可以由他们的秘书或其他下属代拟。这些都体现了应用文写作的集体性。为了体现这个特性，应用文作者应充分体会单位领导集体的意图，在应用文中准确地体现这种意图，不能以自己的不同见解代替单位的意图。在善解单位领导意图方面，三国时当过江夏太守黄祖的秘书祢衡堪称楷模。他写的文件“轻重疏密，各得便宜”。黄祖称赞祢衡写的正如“祖腹中所欲言也”。

### 三、格式的固定性

应用文区别于文学作品的第三个显著特点是它的格式比较固定。文学作品当然也有基本的格式，但它提倡不拘一格，要求不断创新，不落俗套。“文无定式”，就是指文学作品的这种千姿百态的情况。但应用文相反，它在长期的使用过程中，相袭沿用，逐渐形成了各种应用文各自比较固定的格式和相配套的习惯用语。例如书信分称谓、正文、结尾、落款几部分，它们都有自己的固定位置和习惯用语，写错了不仅会闹笑话，而且会误事。象“父亲大人老同志，昨夜你妻打我妻……”这样的笑话并非绝无仅有。而信封还有固定格式，写错了就寄不到收信人手里。据1986年统计，因信封的书写不合规定而被退回广州的国际信函就达10万多件！①又如，规章制度要分条列项地写，非如此，都写成一篇文章，就没有人把它看成规章制度了。至于国家机关的主要公文，则对文种和格式都作了具体统一的规定。例如国务院办公厅于1993年11月21日修订的《国家行政机关公文处理办法》，就明确规定主要公文12类13种的用法。其中第三章“公文格式”，规定“公文一般由发文机关、秘密等级、紧急程度、发文字号、签发人、标题、主送机关、正文、附件、印章、成文时间、附注、主题词、抄送机关、印发机关和时间等部分组成。”全章对这些格式组成部分的写法和位置都有明确的规定，公文拟稿人必须按规定撰稿，才能准确办事，提高行政效率。可见，应用文的格式有不可随意更改的特性。

---

①见1990年7月21日《羊城晚报》

当然，这种格式的固定性是相对的，“变”才是绝对的。历代应用文的格式都有所变化。远的不说，清代的公文格式，到了民国就一大变；新中国成立后，也有若干次变化。例如从前打“报告”要求上级有所指示或批准，自从1981年国务院办公厅发布《国家行政机关公文处理暂行办法》之后，就应改用“请示”这新文种了。所以，对待应用文的格式，首先要按规定和约定俗成的习惯去写；然后，随着社会生活的发展变化，应用文写作经验的积累，对应用文的格式也可以提出创造性的意见。

#### 四、语体的平实性

应用文的语体风格不同于文学作品和理论文章的语言。文学作品以塑造形象来反映社会生活，着眼于以情动人，讲究语言的形象性、生动性、趣味性，大量运用比喻、夸张、拟人、象征等修辞方式。议论文侧重以理服人，注重语言的逻辑严密，同时也可把叙事与说理、议论与抒情熔于一炉。应用文则致力于务实，它不是供人欣赏的，而是为了解决、处理一定的实际问题或事务，所以，应用文的语体风格尚平实，要求庄重、朴实、准确、精炼。

关于这一点，不必说现代社会生活节奏快，要求在利用应用文办事时提高效率，就是在封建时代，对公文的语体风格早就提出平实精练的要求。唐太宗非常反对浮夸虚假的公文，当他发现起居舍人对武德九年六月四日玄武门事件的记载“语多微言”，曲意遮掩时，当即指出：“史官执笔，何需有隐。宜即改削浮词，直书其事。”明太祖朱元璋不仅反对公文的“虚词”、乱真的“浮文”，而且对公文的冗长繁多很反感。刑部主事茹太素曾一次呈上奏疏，长达17000字，等写到16500字时才说到正题。朱元璋对这种语言风格很恼火，当即打了他几十大板，并下诏昭示天下：“禁繁多，减案牍”。“繁文违式者罚之”。到了当代，对应用文语体风格平实的要求就更高了。

#### 五、任务的时效性

应用文是用来办实事的，就不能不讲时效性。不能象文艺作品那样，“十年磨一戏”，“吟安一个字，捻断十根须”。应用

文的写作，常常是突击性的，要限时完成。古代秘书随皇帝出巡，有时皇帝有急事口授诏书，秘书就在路边起草后，快马追上皇帝呈上去。在当今信息时代，“时间就是生命、效率就是金钱”，对应用文撰写速度的要求就更高了。

为了提高应用文的时效性，现代管理人员必须提高自己的知识、能力素质，比较熟练地掌握与自己的工作关系密切的若干种应用文的写作技能技巧，做到熟能生巧，应付裕如，既加快速度，又保证质量，及时完成任务。

在这方面，毛泽东的秘书田家英可称楷模。田家英从1948年到1966年任毛泽东秘书，长达18年，是一个才华出众的优秀人才。他上任不久，毛泽东向他口授意见，要他起草一份电报，当场交卷。他出色地完成了。1956年，党的“八大”开幕词，毛泽东曾起草过两个稿子，不知为什么都没有写完。后来让陈伯达起草。毛泽东嫌陈写得太长，扯得太远，于是又找田家英。毛泽东告诉田家英：“不要写得太长，有个稿子带在口袋里，我就放心了。”①这时离开会只有几天了，时间非常紧迫，田家英只花了一个通宵就交出初稿。毛泽东比较满意，立即送中央书记处的刘少奇、周恩来、朱德、陈云和其他同志，经过多次修改，最后定稿。毛泽东写文章常常亲自动笔，偶尔秘书代劳一下，也要说明，从不埋没别人的劳动。毛泽东致开幕词后来到休息室，许多人称赞开幕词写得好。毛泽东对大家说：“开幕词是谁写的？是个年轻秀才写的，此人是田家英。”②人们还记得开幕词里有这样一句话：“虚心使人进步，骄傲使人落后。”它早已成为脍炙人口的格言。这是田家英的得意之笔，也是毛泽东很满意的一句话。田家英起草“八大”开幕词这一例子，可以说比较典型地体现了应用文写作的诸特点。

---

①②见逢先知《毛泽东和他的秘书田家英》，载《求是》

1989年23期

### 第三节 旅游服务写作的学习要求和方法

我们理解了旅游服务写作的重要意义和应用文共同的特点，就可以明白学习旅游服务写作应该有什么要求，这些要求同时也是学习方法，达到这些要求，也就是掌握了正确的学习方法。

#### 一、观念正确

旅游服务写作是办实事、解决实际问题的，首先应该有正确的观念。

要有法规观念。办实事，解决问题，都要符合国家的法律、法规的规定。我们国家正在走向法治，许多法律、法规先后制定并颁布施行。写应用文首先要符合法律、法规，办事才合法，才行得通，才有社会效益和经济效益，才会利用法律保护自己的合法权益。这在写经济合同、制订规章制度时特别重要。

要有政策观念。党和国家某一时期有一定的路线、方针、政策，是指导各项工作取得胜利的保证。写旅游服务应用文要自觉贯彻有关的方针政策，才行得通，工作才做得好，问题才能得到理想的解决。

要有正确的文化伦理观念。旅游服务业接待海内外众多民族和国度的旅客，在与他们有关的应用文中，既要让他们理解、乐于接受执行，又要维护我们自己的国格、人格的尊严，这就需要作者有正确的文化伦理观念，熟悉各国各民族的文化传统与风土人情。

#### 二、业务熟悉

不熟悉旅游服务业的业务，不熟悉有关的实际情况，即使有关的应用文知识再熟，也写不出好的应用文来。学习旅游服务写作，在校的学生要注意理论联系实际，多作社会调查；在职干部要注意全面而有重点地掌握情况，多作深入的研究分析，不要满足于对情况的一知半解，不要以偏概全，不要将表象当本质。否则，就会“不识庐山真面目，只缘身在此山中”。要懂业务，知

情况，才不致在应用文中说外行话，做不切实际的事。

### 三、作风严谨

应用文是办实际的解决实际问题的，如果出现差错，就会坏了事，甚至造成重大的损失。这个“严谨”，首先是指内容要符合领导意图、符合实际情况；同时也指文体选用准确，格式正确；还有，指文句通顺，用词准确，不写错别字，正确使用标点符号。

这里用得着国际外交文书史上的两个实例，虽然它与旅游服务写作内容有别，但道理是一样的。

埃塞俄比亚曾因忽略一词，引起战争。十九世纪末，苏伊士运河通航，作为红海沿岸的国家，埃塞俄比亚成了英法意侵略者眼中的“肥肉”。1889年，意大利乘埃塞俄比亚请求外援的机会，双方签订了“乌查里条约”。条约的第17条规定：“埃塞俄比亚万里之王陛下在与其与其他列强或政府所发生的一切交涉中，可以借助于意大利国王陛下的政府。”条约有个意大利文本。在意大利文本中，意大利人暗中把“可以”一词改写为“必须”。埃塞俄比亚的文书官员忽略了这两个文本中的一词之差，就请国王正式签字。条约生效后，意大利便得意地通知各国政府，声称埃是意的保护国。此事触犯了埃的民族自尊心，埃政府宣布废除条约。意大利正好找到借口，就发动了对埃的侵略战争。虽然由于埃国军民同仇敌忾，终于击退了侵略者，但已付出了沉重的代价。

“可以”表可能性，埃有选择权。“必须”却带有强制性。

无独有偶。全世界都知道日本在第二次世界大战中吃了两颗原子弹，却很少人知道这与日本在外交文书中误用一个多义词有关。1945年7月26日，劝告日本投降的波茨坦公告发表了。当时日本政府对此进行了认真的研究，并发表了一个公报。公报中有这样一句话：“政府将采取默杀波茨坦宣言的方针。”它的本义是：“政府不即刻作出答复，将继续研究表态口径。”可是当时新闻界将“默杀”译为“不予理睬”。同盟国听后大为不满，认为日本不肯投降。因此，加强了战争行动，没多久，美国投了两颗原子弹，苏联对日宣战。战后查明，是电文译错了。原来“默

杀”是多义词，有“不理睬”之意，也有“不声不响地采取明智的不付诸行动的措施”之意。日本政府用意在后。正是这个多义词造成了误译。一词用错，影响历史，其教训可谓大矣。①

外交文书也属应用文的一类。以上两例说明，应用文的写作不能掉以轻心。有的人认为“应用文写作容易搞，照着框框往上套”。其实，这是一种误解。须知“文章不难于巧而难于拙；不难于曲而难于直；不难于细而难于粗；不难于华而难于质”。②

---

①见《司法文书与公文写作》1985年第2期

②见李涂《文章精义》

作风严谨，还要注意行文中正确使用数字；在起草和校对中正确使用校对符。现将国家有关的两个规定附录于下，供对照使用。

### [思考与练习]

- 一、旅游服务写作有什么重要意义？
- 二、旅游服务写作有什么特点？
- 三、从你的具体情况出发，你准备如何按要求学好旅游服务写作？

## 第二章 旅游服务广告词

**【学习要求】** 认识旅游服务广告在商品经济中的重要作用，了解其性质、作用和特点；掌握旅游服务广告词写作的基本原则、结构和常用技巧，能写出创意清新、定位准确、简洁生动、能吸引公众的旅游服务广告词。

### 第一节 旅游服务广告的性质、特点与作用

广告是一种“广而告之”的宣传。用于商业目的的广告叫商业广告，旅游服务广告是商业广告中的一种。商业广告是用多种形式，公开地、广泛地、巧妙地向国内外市场传递信息，以引起公众兴趣和购买动机的宣传手段。

#### 一、广告的性质

在闭关锁国的时代，广告在中国被斥之为资本主义骗人的花招。而且，那时中国处于产品经济阶段，也没有做商业广告的迫切需要。因为产品市场是一种卖方市场，产品供不应求，皇帝女不愁嫁不出去。自从中国实行改革开放以来，经济发展迅速。由于实行社会主义市场经济，我国的市场也由产品市场逐渐发展成商品市场，由卖方市场转变为买方市场。由于商品的丰富与多样，就使消费者有机会选择与挑剔，这就引起了卖方的竞争。商业广告是商业竞争的产物，于是，商业广告（包括旅游服务广告）在中国也跟着迅速地发展起来了。

其实，从本质上说，自人类有商业活动之日起就有广告。不过，其初步的形式简单粗糙而已。中国的第一个印刷广告比西方的第一个印刷广告约早三四百年。那是宋朝济南刘家针铺的广告，