



浙江旅游职业学院国家示范性骨干高职院校建设丛书

为旅游业打造“中国服务”而准备

——国际化工学结合人才培养的探索与实践

Preparing to Build China Service in Tourism: Exploration and
Practice of Training International-visioned Students

严一平 韩永良 蒋炯坪 等 著

王昆欣 审稿



中国旅游出版社



浙江旅游职业学院国家示范性骨干高职院校建设丛书

为旅游业打造“中国服务”而准备

——国际化工学结合人才培养的探索与实践

Preparing to Build China Service in Tourism: Exploration and
Practice of Training International-visioned Students

严一平 韩永良 蒋炯坪 等 著
王昆欣 审稿



中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉
责任编辑：譙 洁
封面设计：中文天地
责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

为旅游业打造“中国服务”而准备：国际化工学结合人才培养的探索与实践 / 严一平等著. —北京：中国旅游出版社，2013. 8

(浙江旅游职业学院国家示范性骨干高职院校建设丛书 / 王昆欣，金炳雄主编)

ISBN 978-7-5032-4799-6

I. ①为… II. ①严… III. ①旅游业—人才培养—教学改革—高等职业教育 IV. ①F590.6-40

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 208984 号

书 名：为旅游业打造“中国服务”而准备
——国际化工学结合人才培养的探索与实践

作 者：严一平 韩永良 等

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：北京中广文化传播中心

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

开 本：880 毫米×1230 毫米 1/32

印 张：8.25

字 数：220 千

定 价：29.80 元

I S B N 978-7-5032-4799-6

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

《浙江旅游职业学院国家示范性
骨干高职院校建设丛书》
编 委 会

主 任：王昆欣 金炳雄

副主任：董 捷 陈宝珠 徐云松 谢 征 王忠林

成 员：叶志良 汪亚明 王 方 王 坚 韩永良

陆 文 张永波 陈萍萍 周李俐 李成军

沈建龙 刘 晖 周国忠 黄 慧 励继红

戴桂宝 张捷雷 赵金芳

本书编委会

撰稿：严一平 韩永良 蒋炯坪 何立萍

朱倩倩 徐 峥 肖文捷

总序

中国品牌与中国服务

——浙江旅游职业学院的愿景与使命

《浙江旅游职业学院国家示范性骨干院校建设》丛书付梓之日，正当3年国家示范性骨干院校建设期满迎接教育部、财政部验收之时，又恰逢学院30周年华诞。古人云“三十而立”，泛言成长之喜悦；唐代诗人贾岛有诗云，“两句三年得，一吟双泪流”，极言求索之艰辛。眼前的这套丛书共8本，凡百万言，主题从人才培养模式到师资队伍建设，从提高学生综合素质到大学宗旨，再到服务区域旅游经济发展的大学责任，更兼有发展理事会、企业制学院、国际化工学结合、智慧校园等浙江旅游职业学院特有之创见，可以说既是学院骨干建设3年辛苦、3年蜕变、3年跨越的感悟与凝练，也是学院创业发展30年思索、30年实践、30年创造的回望与坚守。

丛书的编写与出版并非终极目的，中国古人讲所谓三不朽，曰“上有立德，次有立功，其次有立言”。丛书所倡导的理念、所记载的案例，只是践行浙江旅游职业学院愿景与使命的一个具体步骤，我们最终的目的是为中国旅游教育、为中国旅游业立功德、树标杆，即“建设国家示范性高等职业院校，打造旅游职业教育中国品牌，进而为我国在世界旅游业塑造‘中国服务’贡献力量”。

一、打造旅游职业教育“中国品牌”

中国旅游研究院院长戴斌教授在一篇文章中这样描述旅游教育：“面向旅游企事业单位，以提供合格产业后备军为己任的旅游职业教育在我国已经探索出了相对成型的路途与模式，甚至可以说已经达到国际同类院校的平均以上水平，但普通高等教育仍然处于探索进程中。比如‘五星联盟’院校的上海旅游高等专科学校、桂林旅游高等专科学校、山东旅游职业学院、浙江旅游职业学院和南京旅游职业学院，分别形成了自己独特的办学模式……”

应该说这个评价是客观的，同时代表了整个旅游行业对近 30 年来旅游职业教育的肯定。尤其是近年来，上海旅专、浙江旅院先后入选国家级示范院校，旅游高职教育的地位获得了前所未有的提升。然而，较之在亚太地区首屈一指、在全球也有相当影响的台湾高雄餐旅大学、香港理工大学旅游与酒店管理学院等院校，我们的影响还不够大，特色还不够鲜明，人才培养模式还不够成熟，文化积累还不够深厚。因此，站在现在这样一个较高的发展起点上，建设一所能够代表中国比肩于世界名校的旅游职业学院就成为我们浙江旅院全员上下的共识和追求。

30 年来，尤其是国家示范性骨干院校建设的 3 年来，我们在不断的劣汰、优升、裂变中不断地提升与超越，践行着以教育为己任，以学生为本位，服务旅游、服务浙江的社会责任。近 3 年来，校园面积从 240 亩扩大到 580 亩，在校生从 6500 人增加到 1 万人，全国旅游高职高专院校中第一项国家级教学成果二等奖、第一项国家社科基金、第一支国家级教学团队、第一门国家级精品课程、第一个国家旅游标准化示范单位、第一个通过世界旅游组织旅游教育质量认证……一个个数字背后是浙江旅院人敢于争先、勇创品牌的决心。省部共建、发展理事会、企

业制学院、智慧校园……一个个新理念背后是浙江旅院人执着探索、锐意改革的信念。

当然，“中国品牌”的意涵绝不仅仅是报告里的闪亮数据和名词，品牌应该是旅院培养的每一名学生，是散落于祖国东南半壁，担任饭店、旅行社、景区经理的业界砥柱，是在迪拜、美国、日本追寻理想的年轻精英；品牌应该是旅院贡献的每一份智慧，是送到田间地头农民家门口的每一门实用技术课程，是遍布浙江山水的每一项旅游规划，是无私支援中西部地区旅游职业教育的每一份情谊；品牌应该是旅院传承的每一种文化，是浙江旅游博物馆的历史寻根，是《诗画江南》舞台剧的青春演绎。

二、塑造旅游产业“中国服务”

如果说创造“中国品牌”是一所大学走向成功和成熟的标志途径，那么我们接下来要关注的则是一所代表“中国品牌”的大学究竟能创造什么样的价值。或者说一所大学的品牌仅仅做到泛泛的“耳熟能详”或许不难，难的是为国家重塑某种范式，为世界订立某种标准。例如，说起美式管理，我们能想到宾州大学沃顿商学院；说起瑞士服务，脑海会浮现洛桑酒店管理学院；说起法式西餐，就不能不提到法国蓝带厨艺学院。那么中国能不能诞生一所这样“现象”级的学校？

一个崛起中的大国也绝不仅仅是某些领域、某些行业的优势，而应当在所有的领域都铭刻下自身的烙印，补齐最短的短板。今天的中国作为世界工厂，已然以物美价廉的“中国制造”站在了世界之巅；在科学、文化领域，“中国创造”也在全世界开疆拓土，努力寻找自己的位置。然而当温婉细致的日本服务、钟表般精准的瑞士服务、高贵典雅的法式服务如星光般闪耀在国际舞台之时，“中国服务”在哪里？作为一

个服务业大国，我们是不是应该在全球范围内树立起“中国服务”的标签？

“中国服务”的具体内涵或许还需要专家学者们去发掘和丰富，但我们认为“中国服务”的核心价值至少应包括国际领先的服务标准和中国特色的服务文化这两个维度。而培养学生国际视野和传承优秀旅游文化恰恰是一所优秀旅游高职院校的核心价值所在。可以说，塑造“中国服务”，于旅游高职院校既是责无旁贷的时代使命，又是躬逢其盛的美好愿景。

由此，在过去3年的国家示范性骨干院校建设中，浙江旅院始终在以塑造“中国服务”的情怀审视我们的每一个专业和每一个项目，以是否具备实现“中国服务”的素养来审视我们培养的每一名学生。

“中国服务”应该具备国际水准。我们将占在校生比例9.5%的近700余名学生送到海外留学、实习，在美国、韩国、日本、阿联酋、新加坡等世界顶尖的旅游企业都能看到他们的身影；我们将学院的教职工送到世界最优秀的旅游院校学习培训，4年全员轮训了400余人次；我们将世界优秀的旅游教育资源引进学校，澳大利亚安格里斯学院为学生提供了双语、双文凭课程，而全球领先的意大利歌诗达邮轮集团则将大中华区唯一的培训中心建在了这里。

“中国服务”应该蕴含中华文化特色，浙江旅院建设了浙江旅游博物馆、茶艺实训中心，编排了中国旅游院校第一台大型舞台剧——《诗画江南》。我们清新典雅的制服文化、热情大方的微笑文化，无不在校园中散发着中华传统礼仪的芬芳。此外，我们还在书法、绘画、雕刻、陶艺、武术、厨艺中寻找和守护着中华文明的精神家园。

“中国服务”应该是高附加值和高品质的代名词。在骨干项目建设中，我们打造了在全国高校领先的智慧化校园，让科技的光芒照耀在校园的每一个角落；我们建设了高尔夫实训中心、红酒文化体验中心、航

空服务综合实训中心……力求在旅游服务中体现“品质”的力量。

旅游教育的“中国品牌”，旅游产业的“中国服务”，就像两根缰绳，牵引着浙江旅游职业学院筚路蓝缕，以启山林；又像两座灯塔，照耀着过往的雪泥鸿爪，未来的薪火相传。

远大的愿景更需务实之耕耘。翻阅手边的丛书，字字可见浙江旅院人艰苦求索的创业热情，可见教育部、财政部、国家旅游局以及浙江各级政府部门、旅游企业、兄弟院校的关注关怀，可见旅院校友、海内外各界人士的拳拳深情。丛书之编撰，作者们已在主观尽最大努力，但受制于种种条件，仍难免挂一漏万，讹误疏失，在此一并致以歉意和感激，并请方家不吝指正。

《论语》有言，“士不可以不弘毅，任重而道远”。浙江旅游职业学院当以此为念，一路前行。

王昆欣

国际顶尖企业变成实训课堂

——浙江旅游职业学院探索国际化旅游人才培养路径

■本报记者 时晓玲 通讯员 韩昱

从浙江旅游职业学院毕业，俞梦乔谋得的第一份工作是千岛湖一家五星级酒店的大堂副理。这个酒店的中级管理岗位，一般至少需要出色工作3年才有可能胜任。俞梦乔凭什么？“这不奇怪，这些年，学院一直在探索培养熟练掌握旅游专业知识的国际通用型专门人才路径。”浙江旅游职业学院院长王昆欣说，“只有走国际化的路子，把优秀学生送出去，把国际教育资源请进来，才能真正培养出高素质旅游人才，打造‘中国服务’的国际品牌。”

翻开俞梦乔实习履历，记者发现，他不仅在世界最豪华的七星级酒店迪拜帆船酒店和世界最高建筑迪拜塔上的乔治·阿玛尼酒店实习过，还曾在美国的洲际酒店集团实习过。“世界一流酒店实习的经历，让我在找工作时得心应手。”俞梦乔对自己的职业前景充满自信。近年来，浙旅职院在积极探索国际化学结合人才培养路径，尤其是大面积推动海外顶岗实习和研修上，走出了一条特色之路。

引入国际旅游教育资源，旅游企业都是学校课堂

在今年的新生录取中，浙旅职院西餐工艺专业第一志愿上线率500%，这在2011年不少高职招生不满的情况下显得极不寻常，其实，就在几年前，浙旅职院烹饪专业招生也是个老大难。究其改变的原因，恐怕与该专业每年都派出20多个学生到阿联酋实习有很大关系。

2000年，阿联酋朱美拉集团旗下的帆船酒店开业，世界上第一次有了七星级酒店的概念。看着电视上令人叹为观止的“人类奇迹”，王昆欣想，旅游业是国际化程度很高的产业，作为国内最早独立设置的旅游高职院校之一，浙旅职院必须敢于创新，把学生送到这样顶级的酒店去实习。

2008年，浙旅职院终于与朱美拉酒店集团代表达成协议。王昆欣告诉教师们：“中国服务业尤其是旅游业，整体水平与世界先进水平相差太大。能不能全面引入国际旅游教育资源，不但关系到学生的就业质量与发展前景，甚至关系到中国旅游业究竟是提升还是沉沦。”

3年来，该院共有45名学生前往帆船酒店实习，前往阿联酋的迪拜、阿布扎比的实习生超过80人。2009年，该院烹饪专业实习生代表朱美拉集团参赛，获得了中东地区烹饪大赛的冠军。2010年4月，全球最高建筑——阿联酋迪拜塔落成，全球第一家乔治·阿玛尼酒店在迪拜塔上开业。俞梦乔和他的同学作为酒店第一批实习生，见证了世界一流的服务水准。

事实上，早在2005年，浙旅职院就开始选拔学生前往日本温泉度假酒店研修。两年后，日本国际友好宾馆协会会长石原清一访华，对浙旅职院研修生的成长给予高度评价。就这样，赴日研修项目持续开展了6年，13批远赴日本的该院学生已近400人。

从2005年至今,浙旅职院有612名学生到韩国、乌克兰、美国、法国、中国澳门等国家和地区开展留学、实习、培训等活动,拥有出国经历的学生占在校生的6%。如今,在世界上最好的酒店、主题公园和世界顶尖旅游大学都有浙旅职院的学生,他们体验着国际化的文化,学习着具有国际水准的旅游企业运营管理知识。

走国际化工学结合之路,学校在教改上下大力气

走出一条国际化工学结合、校企合作的路,对一所高职院校来说,绝不是一件简单的事。王昆欣一直在做的一件事就是统一全院领导班子和教师的认识:国际化工学结合不是把学生送出去就算完事,随之而来的,应该是教学内容、教学方法、评价手段的一系列改革。

“外教要增加,外语要分层授课,国际商务礼仪要培训,双语授课比例要提高,中外共编教材……”浙旅职院酒店管理系副主任何立萍掰着手指,数着大规模出国实习与传统教学之间的差异,“要想让学生的出国实习更有质量,学校必须在教改上下大力气。”

走国际化工学结合之路,学院教学计划要改,老师整体教学水平要提高,在改革中,质疑声有了,争议也出现了,有些老师抱怨自己被折腾得够呛。但是几年后,当一批批学生在迪拜拿奖,当上了管理人员,当为数众多的老师被送到新加坡、澳大利亚学习,体验到了国际旅游教育的高水准时,无论老师还是学生,都少了一丝疑惑,多了几分欣喜。

毕业于日本早稻田大学的浙旅职院教师胡鸣博士谈到,在自己担任班主任的班级里,大多数学生都要去日本研修。在此之前,她会利用课余时间,通过各种资源为学生开展插花和日本茶道等培训。“这叫广义情境教学。我在日本生活了7年,深知在日本研修,文化隔膜是瓶颈。”为了广泛开展广义情境教学,浙旅职院甚至专门在自己的实习酒店里布

置了日式客房、韩式客房，供学生体验。

体面就业是初级目标，“中国服务”是未来愿景

“国际化教育绝不仅仅是培养几个外语人才那么简单，根据学院的跟踪调查，境外实习学生在4个方面均有显著提升：思想道德上，具备了以诚实守信为核心的责任品质；知识结构上，具备了以广博国际视野为核心的知识能力；专业能力上，具备了以跨文化沟通能力为核心的交往能力；个人素质上，具备了以可持续发展的学习能力和创新意识为核心的人文素养。”王昆欣这样诠释国际化工学结合带来的变化。

在国际化工学结合的带动下，浙旅职院人才培养模式改革也在全面推进：在办学途径上大力推进中外合作办学，在教学手段上全面推广广义情境教学，在课程建设上强调中外优质资源共享，在实践教学上环节注重留学研修并重。

人才培养模式改革的最直接成果体现在学生就业质量的提升上。世界500强企业——日本全日空航空公司杭州分公司一半的员工，均为浙旅职院归国的赴日研修生。拥有阿联酋、美国实习经历的学生，或留在当地就业，或回国后多被洲际集团、凯悦集团、喜来登集团等国际酒店集团录用。一些在韩国、乌克兰交换学习的学生，还拿到了博士学位。据测算，有过境外实习、境外交换学习或中外合作办学经历的浙旅职院毕业生，起薪要比普通毕业生高20%。

除了提高学生就业质量，浙旅职院还有一个宏大的愿景，就是要打造“中国服务”品牌。相较于强大的“中国制造”，“中国服务”一直默默无闻。“日本有温馨真诚的‘日式’服务，瑞士有精准严谨的‘瑞士服务’，‘中国服务’是什么？”王昆欣说，“我希望通过我们的努力，使国人和国际友人无论在哪里，都能享受到国际化水准并充满中国文化韵

味的服务，从酒店、导游一直扩展到所有服务业。”

俞梦乔就是“中国服务”的一个微型样本。他曾在迪拜帆船酒店担任过8个月的“行政管家”。他说，当个有心的管家，其实要有很高的水平和观察力：有的客人喜欢可乐加一片柠檬，有的客人则喜欢无糖可乐，而这些，在客人入住时，都需要管家细心观察，甚至要依据客人每天起床后被角掀开的方向，判断客人喜欢睡床的哪一侧……俞梦乔每天会把这些客人的习惯录入电脑。“我要把在迪拜的职业熏陶，用到国内的工作岗位上，让所有来酒店的客人都能享受到国际顶尖的服务。”

摘自2011年11月13日《中国教育报》第一版

目 录

CONTENTS

总序 中国品牌与中国服务

——浙江旅游职业学院的愿景与使命 1

代序 国际顶尖企业变成实训课堂

——浙江旅游职业学院探索国际化旅游人才培养路径 1

绪论 全球化进程中的旅游教育 1

第一篇 理论研究篇

第一章 “中国服务”理论 19

第一节 “中国服务”理念的提出 19

第二节 旅游业的“中国服务” 27

第三节 旅游服务国际品牌比较	35
第二章 国际化工学结合理论	48
第一节 国际化工学结合的理念综述	48
第二节 国际化工学结合的概念解析	56
第三节 国际化工学结合的多元动因理论和意义	62
第三章 “中国服务”理论与国际化工学结合理论的融合	68
第一节 中国服务：旅游教育国际化的重要目标	68
第二节 国际化工学结合：旅游教育国际化的实现途径	73
第三节 理论融合：基于国际化发展的中国旅游教育体系	78

第二篇 实践探索篇

第四章 构建国际化工学结合的人才培养模式	87
第一节 国际化工学结合人才培养模式特征	87
第二节 国际化工学结合的人才培养方案	93
第三节 国际化工学结合的课程开发	101
第四节 国际化校企合作的教材开发	107
第五节 国际化人才培养的教学方法创新	111
第六节 国际化师资队伍的建设	119