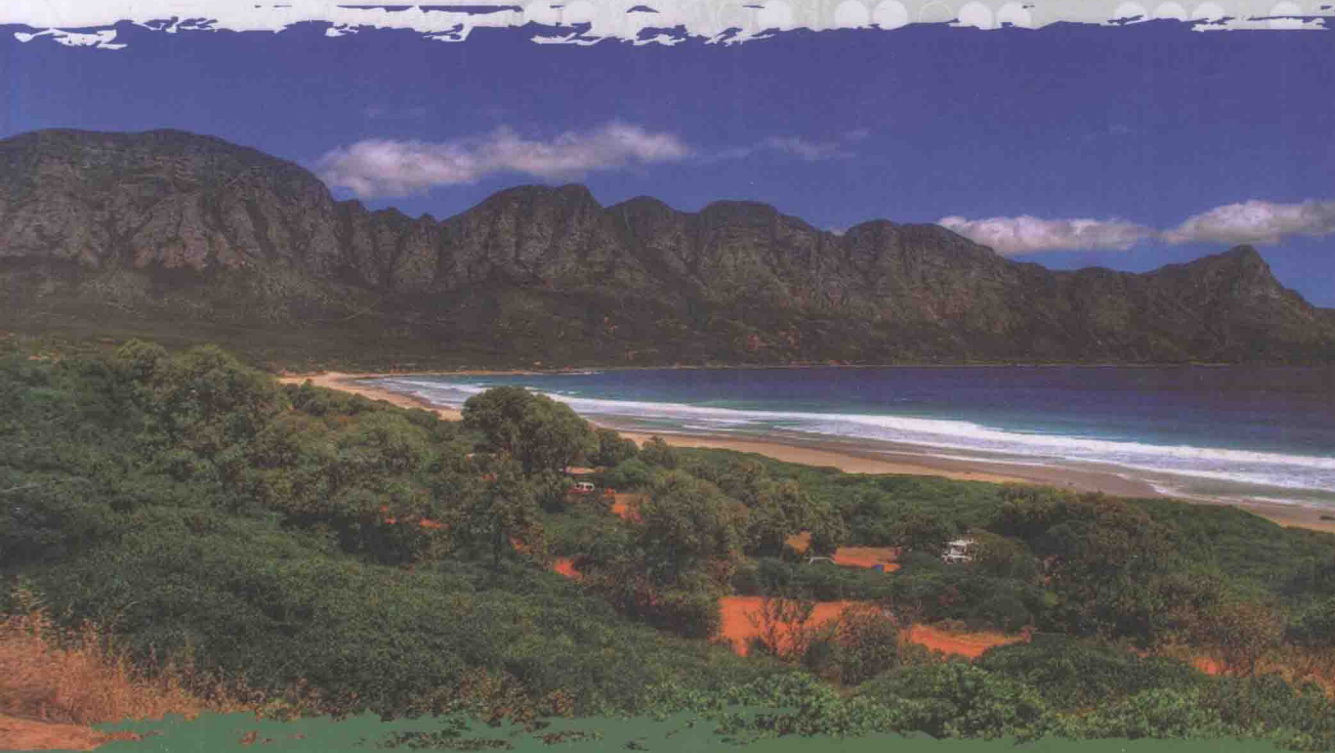




新世纪应用型高等教育
旅游管理类课程规划教材

旅游服务礼仪

新世纪应用型高等教育教材编审委员会 组编
主 编 刘筏筏 李 兵



大连理工大学出版社



新世纪应用型高等教育
旅游管理类课程规划教材

新世纪

旅游服务礼仪

LÜYOU FUWU LIYI

新世纪应用型高等教育教材编审委员会 组编

主 编 刘筏筏 李 兵

副主编 朱玉华 丛 述 马 瑛

大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游服务礼仪 / 刘筱筱主编; 李兵主编. — 大连:
大连理工大学出版社, 2013. 7
新世纪应用型高等教育旅游管理类课程规划教材
ISBN 978-7-5611-8014-3

I. ①旅… II. ①刘… ②李… III. ①旅游服务—礼
仪—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 145151 号

大连理工大学出版社出版

地址: 大连市软件园路 80 号 邮政编码: 116023

发行: 0411-84708842 邮购: 0411-84703636 传真: 0411-84701466

E-mail: dutp@dutp.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连力佳印务有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 印张: 17.5 字数: 404 千字
印数: 1~2000

2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

责任编辑: 姚春玲

责任校对: 魏 宁

封面设计: 张 莹

ISBN 978-7-5611-8014-3

定 价: 37.00 元

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。教育部最新修订的《普通高等学校本科专业目录(2012年)》在管理学学科门类下单独设立了旅游管理学科大类,旅游管理不再是工商管理学科大类下的二级学科,而是与工商管理学科大类平级,升格为一级学科大类。新专业目录下,旅游学科如何做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业的发展培养所需的各类人才,是每一位旅游教育工作者所要深入思考的问题。

要做大做强旅游学科,使旅游教育与旅游产业发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是进行旅游教材的建设,因为教材是体现教学内容和教学方法的载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革、全面推进素质教育、培养创新人才的重要保证。

主编刘筏筏、李兵具有多年高校旅游服务礼仪教学和社会成人礼仪培训经历,经验丰富,对服务礼仪拥有自己独到的感悟。阅读本教材后,有两点感受:一是现代教材观理念。传统的教材观以师生对教材的“服从”为特征,由此而生成的是对教学矛盾的解决方式表现为“灌输式”的教学。在本教材中,编者将社会成人培训相关理念融入其中,以教材“服务”师生,即将教材定义为“文本”和“材料”,提供了编者、教师、学生与真理间跨越时空的对话,为师生创新提供了舞台。二是对于大学生“四种能力”的培养理念。教材的编写充分体现了强化旅游管理专业大学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力的建设需求,符合旅游业的快速发展对于旅游人才的新需求。

是为序。

中国人民大学教授、博士生导师金正昆

2013年3月

《旅游服务礼仪》是新世纪应用型高等教育教材编审委员会组编的旅游管理类课程规划教材之一。

旅游业作为最具发展前景和潜力的新兴产业,是 21 世纪的第一大产业和重要经济增长点,受到世界各国和地区的普遍重视。中国历经改革开放后 35 年的发展,如今已跻身世界旅游大国行列。它树立了鲜明的旅游目的地形象,增进了与世界的双向交流,扩大了国际影响。在国内,形成了上下重视、多方参与的旅游发展格局,旅游业在经济建设、文化建设、社会建设以及国际交往中发挥着积极而重要的作用,成为提高国民生活质量、建设小康社会的重要途径之一。据世界旅游组织预测,到 2015 年,中国将成为世界上第一大入境旅游接待国、第四大出境旅游客源国和世界上最大的国内旅游市场。

旅游业是服务性行业,是一种跨地区、跨国界,以旅游从业人员为旅游者提供服务为前提的人际交往活动,具有明显的外向性或涉外性。旅游业作为窗口行业,旅游从业人员对旅游者的服务情况,既代表了一个旅游企业的服务水平和服务质量,也反映了一个国家和民族的文明程度。因此,旅游从业人员必须加强礼仪修养,重视旅游服务礼仪,树立良好的个人形象和企业形象,以满足旅游者的需求。为此,我们组织了多名从事一线教学的教师,精心编写了这本《旅游服务礼仪》,旨在为即将踏入旅游服务行业的学子们抛砖引玉,帮助他们为今后的工作打下坚实的基础。

本教材的编写与其他同类教材相比,具有更加突出的特点。具体体现在以下几个方面:

1. 理论与实践紧密结合。本教材作者均从事多年高

校旅游服务礼仪教学和社会成人礼仪培训,经验丰富,对旅游服务礼仪进行了较为深入的理论研究和实践探索。本教材对旅游服务礼仪的内涵、原则和提升技巧、培训方法等进行了深入剖析和细致讲解,希望能够使礼仪提升服务的内涵,即不但为客人提供标准化、规范化的服务,同时也能够带给客人良好、温暖的身心感受,礼仪不再只是硬邦邦的标准,而是真正可以渗透到服务细节和客人内心的服务技巧。

2. 注重礼仪教学实效性。让学生学会思考,才能使其思想得到提升;改变一个人,使其温婉有礼,不仅要改变其举止,更要改变其内心。规范服务的学与做并不难,可坚持并形成习惯却并非易事。本教材内容编写结合了服务心理学、人际交往学、公共关系学及个人情商提升等相关内容,目的是使学生知其然,也知其所以然,融会贯通,增强学习和实践本门课程的自觉性、主动性和积极性,完善自我,强化和提高个人旅游服务礼仪技能。

3. 主题明确,内容清新。本教材在编写过程中突出了主题——旅游服务中的礼仪,全书九大模块的内容由此布局、展开,并将学习寓于具体服务场景中,主题明确,内容清新,便于学生娴熟掌握、灵活运用。

4. 体例简洁,案例贯穿始末。旅游服务礼仪是旅游从业人员在旅游服务过程中为形成和谐融洽的对客服务关系、向客人表达尊重和友好而遵守的行为规范。教材在阐明相关理论的基础上重在实践操作和训练,每一项目都安排了具有启发性的“案例导入”,项目末安排了“案例思考”。案例内容丰富、新颖而独特,贴近现实,很多取材于旅游服务培训和调研中的实际案例。通过大量案例的配合讲解,使礼仪变得简单、直接、明了并易于接受。

本教材由辽宁师范大学刘筱筱、广东韶关大学李兵任主编,闽江学院朱玉华、辽宁师范大学丛述、北京石油化工学院马瑛任副主编。具体编写分工如下:刘筱筱编写第一、二、四模块,李兵编写第三、六模块,马瑛编写第五模块,丛述编写第七模块,朱玉华编写第八模块,陈丽编写第九模块,刘筱筱负责教材的整体框架设计和统稿工作。此外,培训师余超,北京联合大学旅游学院刘雅琳,辽宁师范大学王雪婷、唐晓丹为教材的编写提供了部分素材;林志豪、傅泳裕、陈海强、赵阳雯等四位同学进行了部分人物插图拍摄工作。

在本教材的编写过程中,我们得到了辽宁师范大学旅游管理学院谢春山院长的大力支持和帮助,同时也得到了国内知名礼仪专家吕艳芝教授的耐心点评和指导,在此谨致谢忱。此外,我们还得到了许多礼仪培训师朋友和礼仪教学一线教师的热情帮助,尤其是与礼仪培训师杨润香、杨建英、柳丽等共同搭建了国内第一个礼仪培训公益平台——松格公益礼仪工作室。大家在日常的联络和交流中互相学习,取长补短,在此一并致谢。

本教材在编写过程中还参考和借鉴了许多相关著作和网站,使教材内容更丰富、更

完美,在此谨向其著作者表示衷心的感谢。

为方便教师教学和学生自学,本教材配有电子课件,如有需要,请登录我们的教材服务网站下载。

教材若有不当之处,诚望广大读者进行批评指正,我们将不胜感激。

编者
2013年7月

所有意见和建议请发往:dutpbk@163.com

欢迎访问教材服务网站:<http://www.dutpbook.com>

联系电话:0411-84708445 84708462



模块一 旅游服务礼仪概述	1
项目一 服务与礼仪	3
任务一 礼仪的内涵与结构	4
任务二 服务的内涵与外延	5
项目二 旅游服务礼仪的功能与实践	14
任务一 旅游服务礼仪的功能	14
任务二 旅游服务礼仪的实践	16
任务三 旅游服务礼仪的心态基础	17
项目三 旅游服务礼仪的相关理论	21
任务一 旅游服务礼仪中的社会心理学理论	22
任务二 旅游服务礼仪中的人际交往理论	25
任务三 旅游服务礼仪中的公共关系理论	31
模块二 旅游服务人员的仪容、仪态、仪表礼仪	35
项目四 旅游服务人员的仪容礼仪	37
任务一 旅游服务人员仪容的基本要求和修饰的原则	38
任务二 旅游服务人员的发部修饰礼仪	39
任务三 旅游服务人员的面部修饰礼仪	40
任务四 旅游服务人员的肢体修饰礼仪	41
项目五 旅游服务人员的仪态礼仪	43
任务一 旅游服务人员仪态礼仪要求	43
任务二 旅游服务人员的基本体姿礼仪	45
任务三 旅游服务人员的表情礼仪	53
任务四 旅游服务人员的手势礼仪	55
项目六 旅游服务人员的仪表礼仪	58
任务一 旅游服务人员着装基本原则	59
任务二 旅游服务人员制服着装礼仪	60

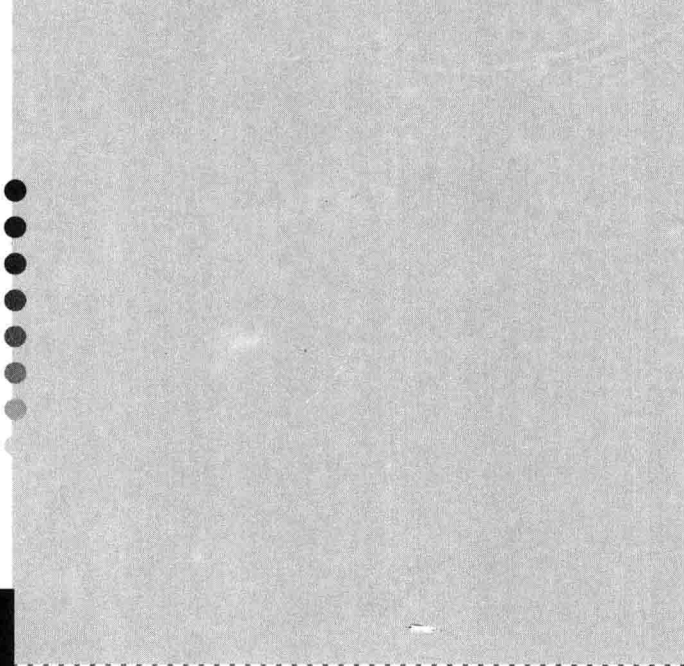


任务三	旅游服务人员正装着装礼仪	61
任务四	旅游服务人员饰品佩戴礼仪	64
模块三	旅游服务语言礼仪	67
项目七	旅游服务语言基本知识	69
任务一	旅游服务语言的功能	69
任务二	旅游服务语言礼仪的特点和原则	70
任务三	旅游服务语言的要求	72
任务四	旅游服务语言的禁忌	75
项目八	旅游服务语言使用规范	77
任务一	问候与迎送服务用语规范	78
任务二	请托与致谢服务用语规范	79
任务三	推托与致歉服务用语规范	80
任务四	征询与应答服务用语规范	82
任务五	赞赏与祝贺服务用语规范	83
项目九	旅游服务语言能力培养	86
任务一	旅游服务语言的科学发声	87
任务二	旅游服务语言的知识积累	87
任务三	旅游服务语言的实践锻炼	88
任务四	旅游服务语言的恰当表达	89
任务五	旅游服务语言的有效倾听	90
模块四	旅游社交礼仪	93
项目十	见面礼仪	95
任务一	称呼礼仪	96
任务二	介绍礼仪	97
任务三	见面问候礼仪	99
任务四	名片礼仪	102
项目十一	位次礼仪	105
任务一	行进位次礼仪	106
任务二	宴会位次礼仪	107
任务三	乘车位次礼仪	109
任务四	会客位次礼仪	110

项目十二 馈赠礼仪	113
任务一 礼品的选择	114
任务二 馈赠的技巧	115
项目十三 网络礼仪	118
任务一 使用电子邮件的礼仪	118
任务二 使用即时通信工具的礼仪	120
任务三 使用 BBS 和新闻组的礼仪	121
模块五 酒店服务礼仪	123
项目十四 前厅服务礼仪	125
任务一 酒店门厅服务礼仪	126
任务二 酒店前台服务礼仪	128
任务三 大堂副理及酒店代表服务礼仪	131
项目十五 客房服务礼仪	134
任务一 楼层接待服务礼仪	135
任务二 客房一般服务礼仪	137
任务三 客房送餐服务礼仪	139
任务四 访客接待服务礼仪	140
项目十六 餐饮服务礼仪	143
任务一 迎宾领位服务礼仪	144
任务二 值台服务礼仪	145
任务三 走菜服务礼仪	147
任务四 中餐服务礼仪	148
任务五 西餐服务礼仪	150
任务六 酒水服务礼仪	153
模块六 旅行社服务礼仪	157
项目十七 旅行社话务人员电话礼仪	159
任务一 旅行社话务人员接听电话基本礼仪	159
任务二 旅行社话务人员接听咨询电话礼仪	161
任务三 旅行社话务人员处理投诉电话礼仪	163
任务四 旅行社话务人员进行电话回访礼仪	164

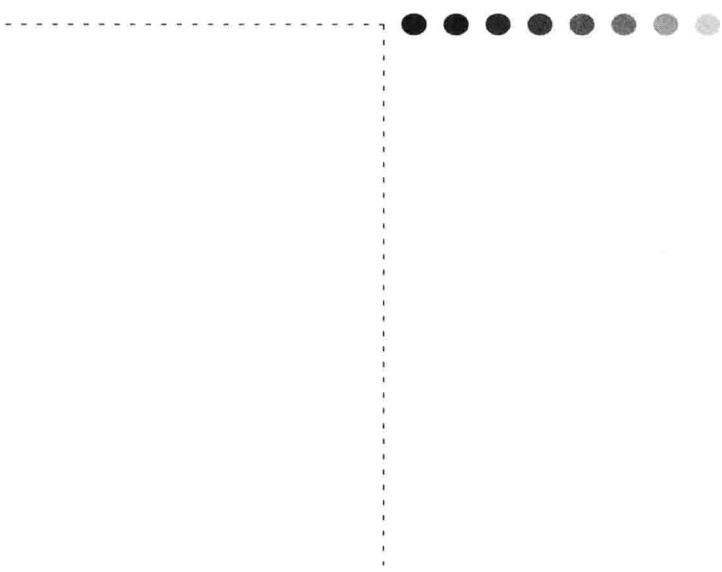
项目十八 旅行社业务人员服务礼仪	167
任务一 旅行社营业部员工服务礼仪	168
任务二 旅行社计调人员服务礼仪	170
任务三 旅行社外联人员服务礼仪	171
项目十九 导游员服务礼仪	175
任务一 导游员的准备工作礼仪	176
任务二 导游员的迎送服务礼仪	176
任务三 导游员的游览服务礼仪	178
任务四 导游员沟通协调服务礼仪	181
项目二十 旅行社的相关业务活动礼仪	184
任务一 旅行社与交通部门业务活动礼仪	184
任务二 旅行社与酒店业务活动礼仪	187
模块七 其他旅游服务礼仪	191
项目二十一 景区服务礼仪	193
任务一 闸口工作人员服务礼仪	193
任务二 讲解员服务礼仪	194
任务三 现场工作人员服务礼仪	196
项目二十二 接待服务礼仪	199
任务一 会议接待服务礼仪	199
任务二 庆典接待服务礼仪	203
任务三 展览接待服务礼仪	208
模块八 游客社会公共礼仪	211
项目二十三 游客“食”的礼仪	213
任务一 中餐进食礼仪	214
任务二 西餐进食礼仪	216
项目二十四 游客“住”的礼仪	220
任务一 预约的礼仪	220
任务二 登记入住的礼仪	221
任务三 入住客房的礼仪	222
任务四 离店的礼仪	223

任务五 投宿民宅的礼仪	223
项目二十五 游客“行”的礼仪	225
任务一 乘飞机的礼仪	225
任务二 陆地出行的礼仪	228
任务三 乘船的礼仪	230
项目二十六 游客“游”的礼仪	232
任务一 游览的礼仪	232
任务二 在旅游景点的礼仪	233
任务三 游客购物的礼仪	234
项目二十七 游客“娱”的礼仪	236
任务一 参加体育运动的礼仪	237
任务二 参加文艺活动的礼仪	239
任务三 参观画展的礼仪	241
模块九 涉外服务礼仪	245
项目二十八 东方礼仪与西方礼仪	247
任务一 东方礼仪的特点	247
任务二 西方礼仪的特点	249
任务三 东西方礼仪的差异	250
项目二十九 涉外服务礼仪通则	257
参考文献	265



模块一

旅游服务礼仪概述



服务与礼仪

学习目标

1. 掌握有关礼仪的基本概念;
2. 了解服务的内涵与外延。

任务要点

正确理解礼仪在打造“中国服务”中的作用。

案例导入

你还要饭吗?

某地一家饭店的午餐时间,来自台湾的某旅游团在此用餐。当服务员发现一位70多岁的老先生面前是空饭碗时,就轻步走上前,柔声问道:“请问老先生,您还要饭吗?”那位老先生摇了摇头。服务员又问道:“那么,先生您完了吗?”只见那位老先生冷冷一笑,说:“小姐,我今年70多岁了,自食其力,这辈子还没落到要饭吃的地步,怎么会要饭呢?我的身体还硬朗着呢,不会一下子完的。”由此可见,由于服务员用词不当,尽管出于好心,却在无意中伤害了客人,使客人不满。

请谈谈本案例对你的启示。

中国历史悠久,文明璀璨,素有“礼仪之邦”的美誉。在中华民族五千年的历史发展进程中,礼仪始终伴随左右。作为中国传统文化的重要组成部分,礼仪对中国历史的发展有着深远影响。

孔子曰:“博学于文,约之以礼。”人们崇礼、尚礼,将“礼”作为修身养性、社会交往的重要准则;而历代圣贤和君主更是将“礼”视做治理国家的准绳,凡事以“礼”为治、以“礼”为教。《管子·牧民》一书中说:“礼义廉耻,国之四维。”“礼”已成为国家高度文明的体现。

随着时代进步和社会发展,礼仪文化也在与时俱进、发展完善,逐渐形成了专门的学科,并已渗透到人们社会生活的各个领域当中。其中,旅游业可以说是和礼仪最密不可

分的行业之一。中国的历史古迹浩如烟海,自然风貌蔚为壮观,旅游资源可谓是得天独厚。作为我国的支柱产业之一,旅游业已逐步成为拉动中国内需的新动力。

值得关注的是,随着旅游业的蓬勃发展,旅游消费投诉事件也在逐年增多,服务质量的问题日益凸显。国家旅游局《2011年全国旅游投诉情况通报》显示,全年受理旅游投诉事件1万多件,投诉重点大多集中在旅游服务质量上。

学习旅游服务礼仪,是进一步提升旅游服务质量行之有效的途径和方法。唯有优质的服务,才能够更好地规范旅游服务人员的行为,为旅游者提供满意服务,加快旅游业的前进步伐。在当前全球经济一体化的形势下,深入探讨旅游服务礼仪的理论和应用,对于中国旅游产业走向世界、与国际接轨,具有十分重要的意义。

任务一 礼仪的内涵与结构

一、礼仪的内涵

翻开《辞源》,书中对“礼仪”的解释是:“礼仪,行礼之仪式。”“礼仪”一词中的“礼”原指事神祈福的形式;而“仪”则是法度标准。礼仪是一种悠久的文化遗产。从周公制礼到独尊儒术,从礼仪革新到和谐社会,礼仪文化不断与时俱进。经过朝代的更迭、文化的碰撞,最终演变成为适应当今社会的现代礼仪。



礼仪是指在人际交往过程中,通过约定俗成的活动程序和行为方式,向交往对象表示尊重和友好的规范总和。换言之,礼仪是人际交往的润滑剂,是待人接物的一种交往艺术。

探究礼仪,认知礼仪,首先要了解礼仪的内涵。中国礼仪博大精深,其内容纷繁庞杂。尽管礼仪习俗、程序仪式会随着社会变化而变化,但体现尊重的基本内涵是不变的。礼仪的内涵主要包括礼貌、礼节、仪表、仪式。

礼貌是人们在社会交往中相互表示敬意和友好的行为规范。礼貌是敬人律己的外在表现,主要通过言语和动作来体现。比如,在公共场所要相互礼让、理解宽容;在单位里要尊敬领导、关心同事;在生活中要尊重老人、爱护儿童。礼貌是交往中必须遵守的基本道德规范,它反映了一个人内在修养和素质的高低,更能体现社会的文明程度。谦恭有德的礼貌是一种无形的约束力,促使每一位社会成员都自觉调整行为,以适应社会文明的要求,顺应社会发展的潮流。

礼节是人们在日常交往中,向交往对象表示尊敬、欢迎、祝贺、慰问、哀悼的惯用形式。礼节是礼貌在行为语言方面的具体表现,比如,服务行业都倡导微笑服务。而商业巨头沃尔玛又进一步细化了标准,规定“三米六齿”,将微笑服务的礼貌行为变为具体可实施的标准礼节。问候、引导、鞠躬、握手等均属于礼节的各种形式,但是“百里不同风,十里不同俗”,各民族、国家的礼节不尽相同,体现着自己的地域特色。

仪表是个人的整体外在形象,包括容貌、服饰、仪态等。容貌主要是面容修饰、发型

发式、肢体修饰；服饰是指服装、鞋袜、饰物等；仪态是指面部表情、体态动作、行礼方式等。仪表是个人礼仪的重要组成部分，因为在交往过程中，只有整洁得体的仪表才能给对方留下良好的第一印象，从而开启双方愉快的合作之旅。

仪式是在一定场合举行的、具有特定程序和流程的礼仪活动。仪式的应用场合广泛，有政务场合的重大庆典活动，如迎宾仪式、升旗仪式、阅兵式等；也有适用于商务场合的开业剪彩仪式、签字仪式；社交场合中的婚庆仪式、寿筵庆典仪式也都属于仪式的范畴。仪式是一种完整的礼仪程序，由一系列系统具体的礼节综合而成，在规模和层次上明显要高于礼节。

二、礼仪的结构

礼仪是一门系统而完整的应用学科。从结构上来讲，礼仪由意识、行为、习惯三者构成，缺一不可。

礼仪意识是人们对于礼仪的认识、理解和观念认知。“意识决定行为，行为决定习惯，习惯决定结果”。礼仪意识是人类文明进步的产物。内心具有礼仪意识的人，才会表现出“以他人为中心”的价值倾向，并体现出尊重他人和社会公众的行为。欠缺礼仪意识的人，则会表现出“以自我为中心”的价值倾向，呈现出以利己为目的的个人行为。一个缺乏礼仪意识的服务人员，即使接受过系统的礼仪培训，在服务行为上也依然无法体现出对客户的尊重。所以，服务人员在进行服务礼仪的培训中，首先要强化和树立正确的礼仪意识。

礼仪行为是礼仪意识的具体表现，是个人和社会群体在日常活动中的外在行为规范。双方会面时的亲切问候、公交车上的座位谦让、迎送客户的微笑致意，都是礼仪行为的具体体现。礼仪行为是衡量个人文明程度的准绳，《论语·雍也》中说：“质胜文则野，文胜质则史。文质彬彬，然后君子。”优秀的内在修养和得体的礼仪行为相结合，才能由内而外体现出良好的个人素质和企业风范。

礼仪习惯是在礼仪意识沉淀和礼仪行为固化的基础上形成的秩序。意识是行为的源头，习惯则是行为的内化模式，导致人在固定情境中会自然而然做出特定的动作。培根说：“习惯是一种顽强而巨大的力量，它可以主宰人生。”礼仪行为一旦形成习惯，即从有意识层面上升到了无意识层面，就会在交往场合自如运用、进退有度。良好的礼仪习惯是人际关系的润滑剂，为我们与他人的愉快合作奠定基础，能让我们受用终生。它是无形的个人资产。

任务二 服务的内涵与外延

一、服务的内涵

21 世纪，我们已经进入了一个全面服务的时代，面临着行业竞争压力加剧、客户需求与日俱增的局面。人们越来越意识到了服务的重要性。产品的拓展空间是有限的，产品趋同现象不可避免，而作为软实力的服务则潜力无限。服务不再是产品的附属品，而成

