



新世纪高职高专旅游管理专业系列规划教材
教育部高等学校高职高专旅游管理类专业教指委第一届教学成果奖

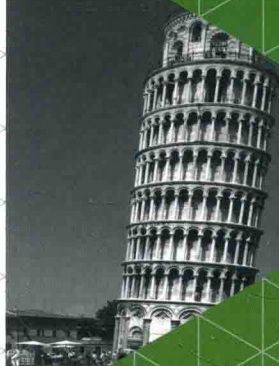
旅游服务礼仪

(第三版)

新世纪高职高专教材编审委员会 组编

主 编 陈 姮

主 审 李 鸿



大连理工大学出版社



新世纪高职高专旅游管理专业系列规划教材

教育部高等学校高职高专旅游管理类专业教指委第一届教学成果奖

新世纪

旅游服务礼仪

(第三版)

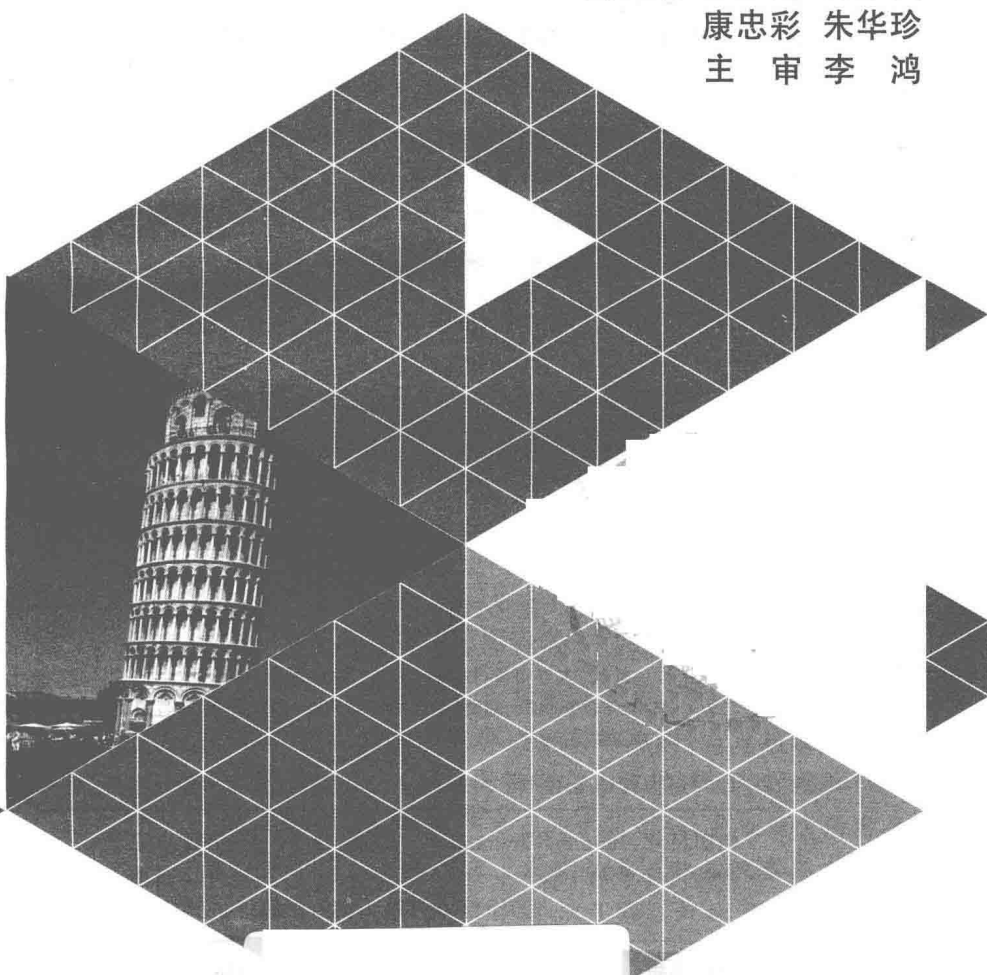
新世纪高职高专教材编审委员会 组编

主 编 陈 姮

副主编 王建茹 乔淑英

康忠彩 朱华珍

主 审 李 鸿



大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游服务礼仪 / 陈姮主编. — 3 版. — 大连 : 大连理工大学出版社, 2015. 3
新世纪高职高专旅游管理专业系列规划教材
ISBN 978-7-5611-9774-5

I. ①旅… II. ①陈… III. ①旅游服务—礼仪—高等职业教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 036370 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:0411-84708943 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:13.5 字数:312 千字
2005 年 7 月第 1 版 2015 年 3 月第 3 版
2015 年 3 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 978-7-5611-9774-5

定 价:29.80 元

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代,我们已经跨入了 21 世纪的门槛。

20 世纪与 21 世纪之交的中国,高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命,我们正在对传统的普通高等教育的培养目标与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。

20 世纪最后的几年里,高等职业教育的迅速崛起,是影响高等教育体制变革的一件大事。在短短的几年时间里,普通中专教育、普通高专教育全面转轨,以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步,其来势之迅猛,发人深思。

无论是正在缓慢变革着的普通高等教育,还是迅速推进着的培养应用型人才的高等职业教育,都向我们提出了一个同样的严肃问题:中国的高等教育为谁服务,是为教育发展自身,还是为包括教育在内的大千社会?答案肯定而且唯一,那就是教育也置身其中的现实社会。

由此又引发出高等教育的目的问题。既然教育必须服务于社会,它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。换言之,教育资源必须按照社会划分的各个专业(行业)领域(岗位群)的需要实施配置,这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题,这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育目的问题。

众所周知,整个社会由其发展所需要的不同部门构成,包括公共管理部门如国家机构、基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门,等等。每一个部门又可作更为具体的划分,直至同它所需要的各种专门人才相对应。教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标,就不能很好地完成社会分工所赋予它的使命,而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑(在市场经济条件下尤其如此)。可以断言,按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才,是教育体制变革的终极目的。

随着教育体制变革的进一步深入,高等院校的设置是否会同社会对人才类型的不同需要一一对应,我们姑且不论,但高等教育走应用型人才培养的道路和走研究型(也是一种特殊应用)人才培养的道路,学生们根据自己的偏好各取所需,始终是一个理性运行的社会状态下高等教育正常发展的途径。

高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的一个阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的教育,它从专科层次起步,进而应用本科教育、应用硕士教育、应用博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国教育体制变革的成功之日。从这一意义上说,高等职业教育的崛起,正是在为必然会取得最后成功的教育体制变革奠基。

高等职业教育还刚刚开始自己发展道路的探索过程,它要全面达到应用型人才培养的正常理性发展状态,直至可以和现存的(同时也正处在变革分化过程中的)研究型人才培养的教育并驾齐驱,还需要假以时日;还需要政府教育主管部门的大力推进,需要人才需求市场的进一步完善发育,尤其需要高职高专教学单位及其直接相关部门肯于做长期的坚忍不拔的努力。新世纪高职高专教材编审委员会就是由全国 100 余所高职高专院校和出版单位组成的、旨在以推动高职高专教材建设来推进高等职业教育这一变革过程的联盟共同体。

在宏观层面上,这个联盟始终会以推动高职高专教材的特色建设为己任,始终会从高职高专教学单位的实际教学需要出发,以其对高等职业教育发展的前瞻性的总体把握,以其纵览全国高职高专教材市场需求的广阔视野,以其创新的理念与创新的运作模式,通过不断深化的教材建设过程,总结高职高专教学成果,探索高职高专教材建设规律。

在微观层面上,我们将充分依托众多高职高专院校联盟的互补优势和丰裕的人才资源优势,从每一个专业领域、每一种教材入手,突破传统的片面追求理论体系严整性的意识限制,努力凸现高等职业教育职业能力培养的本质特征,在不断构建特色教材建设体系的过程中,逐步形成自己的品牌优势。

新世纪高职高专教材编审委员会在推进高职高专教材建设事业的过程中,始终得到了各级教育主管部门以及各相关院校相关部门的热忱支持和积极参与,对此我们谨致深深谢意,也希望一切关注、参与高职教育发展的同道朋友,在共同推动高职教育发展、进而推动高等教育体制变革的进程中,和我们携手并肩,共同担负起这一具有开拓性挑战意义的历史重任。

新世纪高职高专教材编审委员会

2001 年 8 月 18 日

《旅游服务礼仪》(第三版)是新世纪高职高专教材编审委员会组编的旅游管理专业系列规划教材之一。

随着我国旅游业的迅猛发展以及高等职业教育的不断纵深发展,为培养出高质量的新型实用型高等职业从业者及相关人才,搭建起高职教育改革、人才培养模式以及工学结合等沟通、交流的桥梁,编者在多方调研、不断探索实践的基础上,对上一版《旅游交际礼仪》进行了修订,同时,为了更准确反映书稿内容和编写目的,将书名更换为《旅游服务礼仪》。《旅游服务礼仪》主要立足于我国社会主义市场经济体制下旅游岗位的第一线需要,由旅游、酒店等礼仪专业科班出身且具有一线教学经验的高职高专院校骨干教师编写而成。教材汲取国内高职高专旅游专业系列优秀教材的精髓,突破传统教材的编排框架模式,精心优化、重构核心内容,集知识的系统性、实践性、生动性和前瞻性于一体,并依据行业发展的需求,以岗位职业的需要为出发点,根据知识结构、能力培养、素质提升等要求构建完成。

重新修订的本版教材主要有以下特点:

1. 教材结构更加合理

本版教材仍是基于上一版教材的模块式编排体例。但与上一版教材相比,本版教材对概念的定义更加清晰,项目分类更加合理,内容编排更切合实际。教材中穿插案例根据内容重新进行了归类,使整体协调,一目了然,更便于学生自学。

2. 案例贯穿教材始末

本版教材保留了上版教材的小部分精选案例,更换了大部分陈旧案例,并纠正了前版教材中案例不对题的缺点。所选案例新颖,富有趣味性和知识性,便于广大旅游专业学生更好地理解相关内容,加深印象。

3. 项目设置全面

本版教材与上一版教材相比,删减了部分学习项目,重新组合了相关联内容,并增加了前版教材漏缺的部分内容,使教材内容整体更丰满,更方便教师教学和学生自学。

4. 模拟实践环节紧扣教学内容

与上一版教材相比,本版教材更换了案例分析中的大部分案例,案例内容紧贴项目理论,让学生在学完课堂内容后,可以更好地训练自己分析问题的能力,并巩固所学知识,加深理解。实境训练环节也进行了重新设置,更加贴合所学内容,充分凸显了实践教学的特色和实境教学的魅力。

5. 注重技能服务型人才的培养

本版教材紧跟行业规范,契合饭店与旅行社最新岗位规范的要求和特色,注重实用性,符合高等职业院校的人才培养目标。

本教材由青岛职业技术学院陈姮任主编,由石家庄职业技术学院王建茹和乔淑英、山东省淄博工业学校康忠彩、湖北三峡职业技术学院朱华珍任副主编,黑龙江旅游职业技术学院王雪妍、牡丹江大学王丽飞和青岛职业技术学院黄今玉等参与了教材编写工作。具体编写分工如下:陈姮、王丽飞、黄今玉编写绪论、模块二的项目八至项目九以及附录;乔淑英编写模块一;王雪妍编写模块二的项目五至项目六;朱华珍编写模块二的项目七;康忠彩编写模块三;王建茹编写模块四、模块五。本教材由陈姮负责统稿工作。滨州职业学院李鸿审阅了全部书稿。

为方便教学,本教材配有教学课件,如有需要,请登录教材服务网站进行下载。

我们在本教材的编写过程中参考了许多相关文献资料,在此谨向相关作者表示衷心的感谢。

敬请广大读者对本教材中的疏漏之处进行批评指正,并将意见和建议及时反馈给我们。

编者

2015年3月

所有意见和建议请发往:dutpgz@163.com

欢迎访问我们的网站:<http://www.dutpbook.com>

联系电话:0411-84707492 84706104



绪 论	1
一、礼的形成和发展	2
二、礼仪与旅游交际活动	4
三、旅游交际中礼仪的功能	5
四、旅游交际礼仪与实践	6
 模块一 基本礼仪	9
项目一 仪容礼仪	11
项目二 仪表礼仪	18
项目三 仪态礼仪	29
项目四 语言礼仪	39
 模块二 饭店服务礼仪	47
项目五 饭店服务概述	49
项目六 前厅服务礼仪	61
项目七 客房服务礼仪	72
项目八 餐饮部服务礼仪	84
项目九 其他服务礼仪	104
 模块三 旅行社服务礼仪	113
项目十 旅行社窗口服务礼仪	115
项目十一 导游礼仪	123

模块四 国际交往礼仪	137
项目十二 迎送礼仪	139
项目十三 会见、会谈和签字仪式	145
项目十四 宴请礼仪	152
项目十五 参加文艺晚会及参观游览礼仪	160
模块五 我国主要客源国(地区)习俗和礼仪	165
项目十六 亚洲国家(地区)的习俗和礼仪	167
项目十七 欧洲国家(地区)的习俗和礼仪	180
项目十八 美洲国家(地区)的习俗和礼仪	188
项目十九 大洋洲国家(地区)的习俗和礼仪	195
项目二十 非洲国家(地区)的习俗和礼仪	199
附 录	204
参考文献	208

绪 论

导 读

中华民族素有“礼仪之邦”的荣耀与传承,从古迄今传承着博大精深的礼仪文化。礼仪作为一种文明程度的象征,是经济不断发展、社会不断进步、国富民强的重要标志,是国与国之间、个体与组织之间、个体与个体之间相互交流的衡量标准和行为道德规范,是社会主义核心价值观不可或缺的重要支撑。一个国家的强盛,离不开精神的支撑,一个文明的进步,同样有赖于文明的成长。因此倡导、培养和弘扬社会主义核心价值观,坚持爱国、敬业、诚信和友善的态度,是每个公民以及各个层面应遵循的价值准则,是实现中华民族伟大的复兴之梦必须恪守的价值取向。本章着重阐述了礼仪的起源、发展及其在现代旅游交际中的重要作用。

学习目标

- ◆ 掌握礼仪的国别性、民族性和地域性
- ◆ 了解现代交际礼仪的社会功能
- ◆ 熟悉现代交际礼仪在践行社会主义核心价值观中的具体要求和作用

孔子尊师

公元前 521 年春,孔子得知他的学生宫敬叔奉鲁国国君之命,要前往周朝京都洛阳去朝拜天子,觉得这是个向周朝守藏史老子请教“礼制”学识的好机会,于是征得鲁昭公的同意后,与宫敬叔同行。到达京都的第二天,孔子便徒步前往守藏史府去拜望老子。正在书写《道德经》的老子听说誉满天下的孔丘前来求教,赶忙放下手中刀笔,整顿衣冠出迎。孔子见大门里出来一位年逾古稀、精神矍铄的老人,料想便是老子,便急趋向前,恭恭敬敬地向老子行了弟子礼。进入大厅后,孔子再拜后才坐下来。老子问孔子为何事而来,孔子离座回答:“我学识浅薄,对古代的‘礼制’一无所知,特地向老师请教。”老子见孔子这样诚恳,便详细地抒发了自己的见解。

回到鲁国后,孔子的学生们请求他讲解老子的学识。孔子说:“老子博古通今,通礼乐之源,明道德之归,确实是我的好老师。”同时还打比方赞扬老子,他说:“鸟儿,我知道它能飞;鱼儿,我知道它能游;野兽,我知道它能跑。善跑的野兽我可以结网来逮住它,会游的鱼儿我可以用车丝缚在鱼钩上来钓到它,高飞的鸟儿我可以用良箭把它射下来。至于龙,我却不能够知道它是如何乘风云而上天的。老子,其犹龙耶!”

启示:2000 多年过去了,孔子的学说思想已成为中华民族宝贵的精神财富。作为炎黄子孙,我们应该很好地继承和发扬孔子的伟大思想,提升民族道德水平,才能无愧于古人和来者。

一、礼的形成和发展

素有“礼仪之邦”的中国,既是人类文明的发源地之一,又是文明古国之一。现代人类学、考古学的研究成果表明,礼仪起源于人类最原始的两信仰:一是天地;二是祖先。古人云:“中国有礼仪之大,故称夏;有服章之美,故称华。”古代华夏民族正是以丰富的礼仪文化而受到周边其他民族的赞誉的。周代的《周礼》《礼记》《礼仪》被称为“礼学三著作”。其中《周礼》一书,相传是周朝开国元勋、大思想家周公(姬旦)所著,其内容大部分是西周旧制,同时记载着作者许多政治思想,被列为儒家重要经典著作,迄今已有 3 000 余年历史。



礼仪是中国传统文化的重要组成部分。从历史唯物主义观点出发,礼是一种文化现象,从属于上层建筑,并与社会经济基础相适应。经过儒家和历代帝王的鼓吹与倡导,礼仪已渗透到人们生活的各个层面,成为中华民族一种文化的特征。儒家学说创始人孔子对礼仪尤为重视,他曾明确告诫弟子:“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动。”“不学礼,无以立”,道出了“礼”是立身之本。荀子认为:“人无礼而不生,事无礼则不成,国无礼则不宁。”在中国几千年的文明史中,儒家礼治主张

逐渐得到统治者的赞同,并形成内容更为广泛的行为规范。时至今日,“相敬如宾”“礼尚往来”等良好社会风尚已成为人们为人处世的态度和一种人际交往的表达方式,这对凝聚民族力量和促使社会安定团结具有极其重要的作用,儒家礼治主张不仅已成为中国传统文化的重要组成部分,同时也促成了中华民族的一种文化心理。

在西方,“礼仪”一词最早见于法语的 *Etiquette*,原意为“法庭上的通行证”。自从被纳入英文后,就涵盖了“礼仪”之意,意为“人际交往的通行证”。西方的文明史在一定程度上也同样体现着人类对文明的追求和演变的历史进程。人类为了维持与发展除血缘亲情以外的各种人际关系,避免各种“格斗”或“战争”,逐步形成了各种与之相关的类似于礼仪的一些形式。例如“握手礼”和“脱帽礼”的由来:当事者在特定的真实环境下,为了表示自己手里没有武器,让对方感觉到自己没有恶意而创造了举手礼,后来演进为握手礼;为了表示自己的友好与尊重,愿在对方面前“丢盔卸甲”,于是演绎并创造了脱帽礼。

综上所述,无论是在中国,还是在西方,礼仪是伴随着历史的发展而形成的,它伴随着人类文明进步而不断发展。新型人际关系、社会关系的确立标志着中国礼仪、礼学进入了崭新的历史时期。人与人之间的际往来,已不仅是一种本能的需要,更是适应社会和谐发展、实现个人不断进步、促进人类文化传播的一种必不可少的沟通手段和交流方式。学礼、知礼、用礼是现代青年立足于社会,进一步求得个人成功发展的重要条件。而中华民族的伟大复兴,不仅要在经济发展方面创造奇迹,也要在精神文化方面书写辉煌。当今旅游业的迅猛发展已成为国民经济新的增长点,旅游交际礼仪在其交际活动中的作用更显重要。就中国社会旅游业从业者而言,努力实现多元化优质服务,以此提升企业形象,是产生一定社会效益助推力的重要内涵。

青岛啤酒节和慕尼黑啤酒节

参
考
阅
读

1903年,青岛啤酒厂由英、德商人创办,时名“日耳曼啤酒公司青岛股份有限公司”,生产设备、原材料从德国进口。该厂产品1906年即在慕尼黑国际博览会上获得金奖。历经100多年艰辛发展历程,青岛啤酒厂积累了丰富的经验,形成了自己独特的传统工艺和创新模式。“青岛啤酒”已成为中国最具价值的品牌之一。中国青岛啤酒节始创于1991年,由国家有关部委和青岛市人民政府共同主办,是融旅游休闲、文化娱乐、经贸展示于一体的国家级大型节庆活动,每年八月中旬的第一个周六开幕,为期16天,啤酒节占地400亩,拥有40余项大型娱乐设施。啤酒节每年吸引50多个啤酒品牌汇聚一堂,接纳300多万海内外游客相聚狂欢,是国内规模最大的酒类狂欢活动,在国内外具有较广泛的知名度和影响力,被誉为亚洲最大的啤酒盛会。迄今已成功连续举办13届。

慕尼黑啤酒节源于1810年巴伐利亚王储路德维希与萨克森的黛丽丝公主的婚礼。亲王夫妇邀庶民与他们同乐,免费供应各种美食,载歌载舞庆祝了5天。活动结束后举行了赛马比赛。此后,在每年9月的第三个星期六至10月的第一个星期日之间,慕尼黑人都在那块草坪上举行庆祝活动,后来逐步演变成慕尼黑啤酒节。历史上,除因战争和霍乱中断过24次外,截至2014年9月,慕尼黑啤酒节已举办了181届。



二、礼仪与旅游交际活动

1. 礼仪的概念与含义

从概念上看,“礼仪”包括“礼”和“仪”两个部分。“礼”是表示敬意的通称,是通过尊敬的言语表达出来的、悠久的历史与长期的社会生活实践积淀而成的、为大家共同遵守并表示敬重的一种仪式,它涵盖了“诚”与“信”,即友好、谦恭、敬爱、体贴、关爱。“仪”是指“法度标准”,即表现“礼”合乎社交规范和道德规范的方式。“礼仪”即行礼之仪式,是指自始至终以一定的、约定俗成的程序方式来表现的律己、敬人的完整行为。今天的礼仪通常是指在正式场合,为表示敬意、尊重、重视等所举行的合乎社交规范和道德规范的仪式。例如,迎接外国元首或政府首脑时检阅仪仗队和鸣放礼炮,展览会开幕或大厦落成的剪彩仪式等。但无论何种交际活动,都需要遵循礼仪规范及原则,包括相互尊重原则、诚信原则、宽容原则以及适度原则等。

2. 旅游交际活动

在饭店、导游等服务中,礼仪属于一种职业素养,一种交往行为规范,主要体现礼貌服务、客人至上原则。礼貌、礼节贯穿于服务过程的每个层面,无论是饭店员工、经理,还是旅行社的保安员、导游员,首先必须是“礼仪大使”,以礼待人,关心客人,才能更好地树立组织与个人形象。

礼节是礼貌的具体表现方式,通过相互尊重、问候、示意、祝福等有声语言或态势语言完成。如值台员送茶、上菜、斟酒、送毛巾等应按先客人后主人(国际惯例女士优先,男士在后)等的顺序进行。同时应尊重别国风俗习惯和宗教仪式,尊重少数民族风俗文化,从而赢得信任,获得利益。

3. 跨文化交际礼仪

在人际交往过程中掌握跨文化交流原则,具有国际化视野并将良好的服务水平呈现给社会,将有助于社会的进步和发展。

区域分布、历史成因等多方面因素逐渐构成了跨文化的东西方文化礼仪。在跨文化交际中,生活在不同文化背景中的人们由于各自具有独特的礼仪文化和不同的礼貌礼节,会产生各种障碍和困难,因此了解和掌握不同文化背景之下的各种礼仪文化的差异和不同的礼仪功能,对加强不同国度、不同文化背景中的人与人之间的沟通、信任,促进

国与国之间的友好交往、交流与合作具有重要意义。

东方礼仪文化通常指东南亚地区(包括中国、韩国、泰国、新加坡等代表国家)涵盖东方民族特质的礼仪文化。东方人较为含蓄、谦虚,并以此为美德;西方人比较直接。

以馈赠礼仪为例,东方人对馈赠的礼物通常不会当着客人的面将其打开,也常常把感谢的话放在心中;而



西方人则不同,当面打开礼物加以欣赏,赞美之词溢于言表,即时表示尊重和重视对方。由此可见,在国际交往日趋频繁的今天,人们在与异域别国人士交往中既要维护自身和本国的形象和利益,又要熟悉和了解他国的礼仪习俗。美国礼仪学家伊丽莎白·汉斯特曾经说过:“我们应当努力了解所到国家的风俗习惯,不应当认为我们的行为是唯一应当遵循的标准。”

情景再现

某高职高专院校教学改革研讨会在青岛召开,会务组按计划顺利安排好绝大多数参会代表。但有一位要在会议上发言的重要代表因故延期到达,针对这一突发变化,会务组一方面和该代表及时、有效沟通,核实准确的到达时间、方式,安排接站;另一方面,适当调整会议日程,通知相关人员协调会议发言次序,确保大会圆满成功,获得了与会人员的一致赞赏。

【点评】

细节决定成败,不要忽略任何一个人,包括任何一件细微之事。良好的服务态度和服务水平是赢得信任和声誉的重要环节。可见,在服务过程中不要忽视任何一位客人,以及客人的任何一句话,这是尊重与被尊重的要素。突发事件不可避免,关键是要具有处理突发事件的能力和經驗,给客人提供满意的服务,遵循真诚、实效的服务原则。

三、旅游交际中礼仪的功能

1. 礼仪与人际交往

孔子曾说过:“礼者,敬人也。”他的本意是强调在人际交往中人人皆不可失去敬人之意。荀子也说:“礼者,养也。”强调的是礼仪是每个人皆须具备的为人处事的基本素养。

社交礼仪是指人们在人际交往过程中所具备的基本素质、交际能力等。社交礼仪在当今社会人际交往中发挥的作用愈显重要。通过社交,人们可以沟通心灵,建立深厚友谊,取得支持与帮助;通过社交,人们可以互通信息,共享资源,帮助事业取得成功。随着人们相互合作、相互交往的机会日趋增多,只有懂得正确运用社交礼仪,才能真正做到尊重自己、尊重他人,应对自如,凸显个人魅力。

在人际交往与沟通过程中,无论与何种阶层、组织、人士打交道,只有彼此尊重,讲究社交礼仪,才能展开有效沟通,从而拉近双方的心理距离,进一步增进了解,促进双方合作成功。

2. 礼仪与形象

礼仪代表了形象,在人际交往中讲究礼仪,有助于提高个人的文明程度,对个人成功具有积极意义。同时,礼仪所代表的形象也反映了一个社会组织的精神风貌,是一个团体中每个成员素质的最直接的体现。良好的组织形象是任何组织都希望达到的一种至高目标,组织形象的塑造是通过各种规范化的礼仪、员工的各种交际活动来实现的。旅



行社、饭店等服务行业的接待范围极其广泛,从国外游客到国内游人,从商人到政府官员,他们在特殊的交际场合,通过人际交往活动,更能充分展示其服务能力、管理水平、人格魅力等,从而产生一定的晕轮效应。因此,遵守礼仪原则,在客观上影响别人的同时,也代表着组织和国家的形象与尊严。在国际交往活动中,讲究礼貌礼节是一个国家和民族文明程度的重要标志。

3. 礼仪与服务质量

在激烈的旅游市场竞争中,比拼的看似是旅游产品,实则是旅游服务质量。旅游服务质量是指旅游服务人员向旅游者提供的服务在实用价值上、精神层面上适合和满足其需要的程度。服务水平的高低主要取决于礼仪服务的水平,因此,服务礼仪也就成了提升服务质量的关键所在。

服务质量是旅游企业的生命线,是旅游服务的核心。积极主动的服务意识与热情真诚的服务行为,甚至能超越旅游产品的魅力,使客户产生尊重感和愉悦感,从而使其成为忠诚客户和口碑客户。

树立旅游工作者的职业心态、服务意识,规范旅游工作者的仪容仪表、服务用语、服务流程等,能使旅游服务进一步系统化、细节化、个性化,以便最大限度地满足客户在物质、情感、喜好等方面的需求,为企业创造可观的经济效益。可以说一个旅游企业的生存发展,就建立在优质服务的基础之上,而学习旅游服务礼仪是提升旅游服务质量的重要途径。

四、旅游交际礼仪与实践

(一) 礼仪与社会主义核心价值观

礼仪正能量的传播是践行社会主义核心价值观不可或缺的元素。党的十八大提出,倡导富强、民主、文明、和谐,倡导自由、平等、公正、法治,倡导爱国、敬业、诚信、友善,积极培育和践行社会主义核心价值观。富强、民主、文明、和谐是国家层面的价值目标,自由、平等、公正、法治是社会层面的价值取向,爱国、敬业、诚信、友善是公民个人层面的价值准则,这 24 个字是社会主义核心价值观的基本内容。国家重视开展礼节礼仪教育,正在逐步使礼节礼仪成为培育社会主流价值观的重要方式。

文明崇高的礼仪需要社会主义核心价值观加以引导和规范,使不同的礼仪在社会实践中转化为一个个大大小小的规范仪式,以文化符号和政治符号的形式融入人们的生活中,成为人们须臾不离的必需品。

以礼仪文化为核心内容之一的中国传统文化,积淀着中华民族深层的精神追求,代表着中华民族独特的精神标识,既是我们增强文化自信的力量源泉,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基之一。为此,我们要科学地分析、理解中国礼仪文化的思想内涵,汲取其合理内核,使之成为涵养社会主义核心价值观的重要源泉。



(二) 礼仪的实践性

1. 自信与自律

“自信是成功的一半”。自信来源于广博的知识,是通过系统而全面的学习与实践得到的。既要以为我为主,又要尊重他人。在自我约束、自我反省、自我要求中求得发展空间,寻找正确的交往方式。在旅游交际活动中,应充分了解、熟悉不同区域、不同文化背景下的交际行为,尊重对方的要求。

2. 自尊与平等

“不卑不亢、一视同仁。”在旅游交际活动中,面对不同国度、不同肤色、不同种族的客人,要讲究礼仪原则,运用人际交往的各种技巧、方法,灵活、巧妙地处理各种关系,自尊自爱,把握分寸,语言、着装适度。在注重维护国格与人格的同时,不以貌取人、以财取人,要一视同仁、一样礼遇。孟子曰:“恭敬之心,礼也。”一个国家的公民道德素质与文明礼仪涉及国家的信誉,有时甚至会影响到整个民族、国家的对外形象。

3. 真诚与宽容

“严于律己、宽以待人”。在交际活动中运用礼仪时,要充分利用沟通技巧和倾听艺术,并拥有能包容别人的开阔胸襟。容许他人有个人行动和独立自主判断的自由,在日常生活和交往中尤为重要。要加强道德修养,举止大方、谈吐幽雅,从而改善人际关系,塑造良好形象。

4. 积累与实践

在实践中,要丰富自我、完善自我,逐步使自己接近并符合旅游职业要求的较高标准。努力学习相关基本理论和基本知识,包括掌握外语和计算机应用技能,以此加深对行业的了解,赢得客人的信任、理解与尊重。积累知识就是积累财富,可以提高个人综合素质。以礼待人,以礼律己,有助于在各种人际交往与社会实践中不断发挥自己的聪明才智。根据不同的风俗文化和民俗习惯,采取正确的服务礼仪行为和方式,弘扬华夏传统文化,提高自我,锻炼自我,完善自我,不断开拓国际化视野,以便更好地服务于社会,适应开放的国际化发展的趋势。

首轮效应

参 考 阅 读

首轮效应又称首因效应,是指一个人或一个组织留给他人的客观印象产生的第一印象。它属于一种有关个人形象、组织形象的成因及其理论塑造。首轮效应的理论核心点在于:人们在日常生活中初次接触某人、某物、某事时所产生的即时印象,通常会在对该人、该物、该事的认知方面发挥明显的、甚至举足轻重的作用。具体而言,首轮效应是由第一印象、心理定式、制约因素这三个主要内容所形成的整体。





项目模拟实践与应用练习

1. 项目模拟与实境训练

模拟举办 2014 青岛世园会志愿者的招募活动,以 4~6 人为一组按下列要求进行活动。

训练地点:教室

训练时间:3~4 课时

训练内容:

- (1)写一则招募志愿者启事。
- (2)招聘现场模拟训练:招聘主办者(2 人)和应聘者(2~4 人)的过程训练(语言、举止等礼仪要求,学生、教师即时进行点评和指导)。
- (3)选出表演较成功的一组,分角色介绍体会、经验。

2. 案例分析

(1)学校在举办研讨会议期间,抽调学生志愿者,经过培训后协助做会务礼仪接待等服务工作。其中两名学生在清洗玻璃杯后,又使用餐巾纸擦干杯子,试分析其做法是否正确。

(2)在会议茶歇期间,有的学生为了更好地达到礼仪效果,当与会者刚刚将果皮、纸杯等杂物放到茶歇桌上时,便马上走过去将其清理掉,看上去干练、迅速。请从客观角度评价这样的服务方式和做法。

3. 思考题

- (1)以组为单位,结合自己所学的专业畅谈你如何弘扬社会主义核心价值观。
- (2)大学生以及高(中)等职业技术学院或学校的学生如何才能完善自我形象?他们学习和掌握旅游交际礼仪具有什么样的深远意义?
- (3)试简述握手礼和脱帽礼的由来。