



国家骨干高职院校旅游类规划教材

旅游与酒店类 岗位职业英语

主 编◎宋慧娟

副主编◎梁 翠 徐 茵

中国旅游出版社



国家骨干高职院校旅游类规划教材

旅游与酒店类 岗位职业英语

主 编◎宋慧娟

副主编◎梁 翠 徐 菡

中国旅游出版社

责任编辑：董 昱

责任印刷：冯冬青

封面设计：何 杰

图书在版编目(CIP)数据

旅游与酒店类岗位职业英语 / 宋慧娟主编. — 北京：
中国旅游出版社，2017.1

国家骨干高职院校旅游类规划教材

ISBN 978-7-5032-5756-8

I. ①旅… II. ①宋… III. ①旅游服务—商业服务—
英语—高等职业教育—教材②饭店—商业服务—英语—高
等职业教育—教材 IV. ①F59 ②F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第322096号

书 名：旅游与酒店类岗位职业英语

主 编：宋慧娟

副主编：梁 翠 徐 茜

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@ccta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京工商事务印刷有限公司

版 次：2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷

开 本：720毫米×970毫米 1/16

印 张：10.25

字 数：150千

定 价：38.00元

I S B N 978-7-5032-5756-8

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

国家骨干高职院校旅游类规划教材 编委会

主 任 成都职业技术学院旅游分院院长 赖 斌

副主任(排名不分先后)

成都职业技术学院旅游分院副院长 余 昕

四川工程职业技术学院 旅游系主任 张宗书

四川交通职业技术学院 旅游系主任 刘 玺

成都纺织高等专科学校 旅游系主任 蒲 珠

四川工商职业技术学院 旅游系主任 蔡登火

四川商务职业学院 旅游系主任 罗晓东

眉山职业技术学院 商贸旅游系主任 彭瑞清

绵阳职业技术学院 旅游系主任 王 婷

乐山职业技术学院 旅游系主任 李忠东

四川省饭店行业协会常务副会长 四川盛嘉饭店管理有限公司 鲍小伟

成都旅游职业教育集团副理事长、成都市旅游协会执行副会长 温儒杰

洲际酒店集团成都世纪城大饭店酒店群区域人力资源总监 夏萍辉

前言

改革开放 30 多年来,一方面中国旅游业在各方面都取得了长足进展,旅游业在国民社会经济发展和国际交流交往中扮演着越来越重要的角色。另一方面,伴随中国旅游业的加速国际化,旅游业界对高素质人力资源的需求不断提升,在中国从旅游大国向旅游强国迈进的过程中,培养一批国际化、专业化的高素质人才是促进这一转化成功实现的重要条件。在此背景下,编者针对国内旅游类高职学生对英语专业术语理解不深入、使用不恰当的问题,将引进的优质教学资料进行优化提升,编成此书,以期在国际化旅游人才培养上有所贡献。

《旅游与酒店类岗位职业英语》是 2009~2012 年四川省高等教育人才培养质量和教学改革项目“现代服务业高技能人才培养的 A 型模式研究——以成都职业技术学院为例”(P09542)产出的重要成果。A 型人才培养模式是面向现代服务业产业特征培养高端技能型人才的教育教学理念,是高职院校以服务为宗旨、就业为导向,体制机制为纽带,实施专业课程建设和综合素质养成一体化人才培养的概念框架体系。《旅游与酒店类岗位职业英语》就是在现代服务业 A 型人才培养模式理念下,以“实用、实效”原则为指导思想,采用新思路、新体例编写的双语应用教材。

本书将旅游产业的核心词汇进行收集和整理,并加上专业注解,进而通过英文短文和场景演练进行强化,是一本旅游类的综合用书。全书分为四个部分,第一个部分为词汇释义篇。入选该部分的词条在旅游学科中有一定的基础性和专业性,涉及旅游经济、旅游产品、旅游资源、旅行社、旅游规划和酒店六大类,涵盖了常用核心专业词汇。词条包括了相应的英文术语及其中文释义,并且运用英文和中文分别对每个词汇进行了举例造句,帮助读者了解每个专业词汇的运用和加深对其的理解。第二个部分为术语理解篇。该部分是对专业词汇的扩展与补充,主要摘录了与旅游类术语联系紧密的英文短文,通过英文短文对旅游类术语进行全面阐释,加深阅读者的理解。第三部分为交际运用篇。该部分以旅游产业的六大要素,即吃、住、行、游、购、娱为依据,结合成都本地特色,编制六个典型的工作情境,将第一部分所涉及的核心术语引入工作情境中,从实际运用的角度帮助学习者加深和掌握这些核心术语,为学习者的进一步学习提供第一手资料。

第四部分为附录，收集了在旅游学科中常用的中英文对照的词汇，以满足旅游国际化进程中的不同从业者的需要。

本书由成都职业技术学院宋慧娟主编，负责拟订编写计划、统稿，编写本书第一部分、第二部分；梁翠编写第三部分，徐菡编写附录。本书在编撰过程中参考了《旅游景区质量等级的划分与评定》（2016）《旅游饭店星级的划分与评定（GB/T 14308—2010）》等资料，在此，谨向参考资料的作者表示感谢。

由于编者水平有限，本书难免有疏漏之处，敬请广大读者批评指正！

项目课题组

2014年7月

目 录

CONTENTS

第一部分 旅游与酒店管理核心术语双语解析	1
1. 旅游经济类	1
2. 旅游产品类	6
3. 旅游资源类	19
4. 旅行社	30
5. 旅游规划	39
6. 酒店类	47
第二部分 旅游与酒店产业管理双语认知	51
主题单元一：认识旅游	51
学习情境一：旅游讲座	51
学习情境二：旅游的历史	54
学习情境三：旅游的发展	55
学习情境四：现代人的旅游观	55
主题单元二：旅行社	57
学习情境一：旅行社综合认知	57
学习情境二：中国旅行社的两大类型	59
学习情境三：旅游经销商	60
学习情境四：旅行社报价	61
主题单元三：饭店业	62
学习情境一：认知住宿业	62

学习情境二：饭店产业综合认知	63
学习情境三：饭店宗旨	65
主题单元四：餐饮服务	67
学习情境一：餐饮认知	67
学习情境二：餐馆类型	68
学习情境三：结账	69
主题单元五：旅游交通	71
学习情境一：陆路和水路旅行	71
学习情境二：航空旅行	73
第三部分 旅游与酒店管理工作情境双语应用	75
一、餐饮主题	75
预设情境一：预订	76
预设情境二：点菜	78
二、住宿主题	81
预设情境一：预订	82
预设情境二：入住	84
预设情境三：酒店服务主题	86
预设情境四：离店	87
三、交通主题	89
预设情境一：指路	90
预设情境二：乘坐公交车	92
预设情境三：乘坐出租车	93
预设情境四：乘坐地铁	95
预设情境五：乘火车	97
四、观光主题	99
预设情境一：在旅行社	99
预设情境二：在旅行中	102
预设情境三：告别	104
五、购物主题	106
预设情境一：在购物中心	106
预设情境二：关于退税	108

学习情境二：饭店产业综合认知·····	63
学习情境三：饭店宗旨·····	65
主题单元四：餐饮服务·····	67
学习情境一：餐饮认知·····	67
学习情境二：餐馆类型·····	68
学习情境三：结账·····	69
主题单元五：旅游交通·····	71
学习情境一：陆路和水路旅行·····	71
学习情境二：航空旅行·····	73
 第三部分 旅游与酒店管理工作情境双语应用·····	75
一、餐饮主题·····	75
预设情境一：预订·····	76
预设情境二：点菜·····	78
二、住宿主题·····	81
预设情境一：预订·····	82
预设情境二：入住·····	84
预设情境三：酒店服务主题·····	86
预设情境四：离店·····	87
三、交通主题·····	89
预设情境一：指路·····	90
预设情境二：乘坐公交车·····	92
预设情境三：乘坐出租车·····	93
预设情境四：乘坐地铁·····	95
预设情境五：乘火车·····	97
四、观光主题·····	99
预设情境一：在旅行社·····	99
预设情境二：在旅行中·····	102
预设情境三：告别·····	104
五、购物主题·····	106
预设情境一：在购物中心·····	106
预设情境二：关于退税·····	108

旅游与酒店管理核心术语 双语解析

导读

该部分摘录了旅游学科中具有一定基础性和专业性的词条，这些词条涉及旅游经济、旅游产品、旅游资源、旅行社、旅游规划和酒店六大类，涵盖了常用核心专业词汇。词条包括了相应的英文术语及其中文释义，并且运用英文和中文分别对每个词汇进行了举例造句，帮助读者了解每个专业词汇的运用和加深对其的理解。

1. 旅游经济类

1.1 旅游经济 (Tourism Economy)

旅游经济是指由旅游者的旅游活动引起的，旅游者同旅游企业之间以及旅游企业同相关企业之间的经济联系。旅游企业为旅游者提供相应的吃、住、行、游、购、娱等服务，而旅游者给付一定报酬，从而形成了旅游者与旅游企业之间的经济联系。旅游企业为安排好旅游者的旅游活动，需要同有关其他企业或部门发生经济联系。这些经济联系便构成了

旅游经济的内容，它是国民经济运行的一部分。

Example: If you want to have a better understanding about Tourism Economy, you should learn the courses, such as *Economics of Tourism*, *Economic law*, *Introduction of Tourism*, *Managerial Principles*, *Public Relations of Tourism*, *Accounting*.

例句：如果你想进一步了解旅游经济，你应该学习以下的课程：“旅游经济学”、“经济法”、“旅游学概论管理原理”、“旅游公共关系学”、“会计学”。

1.2 旅游客流 (Tourist Flow)

旅游客流简称旅游流。当旅游者从自己的常住地出发，到不同的旅游目的地去观光游览、娱乐消遣，便构成了具有一定流向、流量特性的游客群体，这一游客群体就称为旅游客流。

Example: Temporal characteristics of tourist flow are always one of the key issues in tourist study.

例句：旅游客流的时间分布特征历来是旅游研究的重点。

1.3 旅游收入 (Touristic Income)

旅游收入是指旅游接待部门（或国家、地区）在一定时期内通过销售旅游商品而获取的全部货币收入。它可分为国内旅游收入和国际旅游收入。国内旅游收入是通过向国内旅游者销售旅游商品而获得的收入，是已创造国民收入再分配的一部分。国际旅游收入是向入境旅游者销售商品所获得的收入，是从境外旅游者那里获取的外汇收入。

Example: The development of social economy and the improvement of the infrastructure have promoting influence on touristic income.

例句：社会经济的发展和基础设施的不断完善对旅游收入有较大的促进作用。

1.4 旅游支出 (Travel Expense)

旅游支出指旅游者在旅游过程中所付出的金钱花费和时间花费。

Example: In recent years, as the improvement of people's life, travel expense has taken an increasingly large proportion in people's total consumption expense; therefore, the competition in the tourism industry has become more intensified.

例句：近年来，随着我国人民生活水平的逐步提高，旅游支出在人们消费总支出中所占的比例也越来越大，旅游业的竞争也越来越激烈。

1.5 旅游需求 (Touristic Demand)

旅游需求是在一定的时期内，一定价格上，旅游者愿意而且能够购买的旅游产品的数量，即旅游者对某一旅游目的地所需求的数量。

Example: Analysis of the difference of tourism demand is helpful to the understanding of market features.

例句：旅游需求差异分析有利于认识旅游市场特征。

1.6 旅游供给 (Tourism Supply)

旅游供给是在一定的时期内一定价格上旅游者愿意而且能够购买的旅游产品的数量，即旅游者对某一旅游目的地所需求的数量。

Example: One of the causes of the imbalance between China's tourism supply and demand lies in their intrinsic feature of being contradictory. On the one side, tourism demand and supply depend on each other for existence, on the other side, they contradict with each other.

例句：中国的旅游供给和需求之间的不平衡的原因之一在于它们的互相矛盾的固有特征。一方面，旅游需求与旅游供给相互依存；另一方面，它们又相互矛盾。

1.7 人均停留天数 (Length of Stay)

人均停留天数这一指标通常指来访旅游者在某一旅游目的地访问期间的平均停留天数。在国外的一些有关旅游研究中，这一指标有时亦采用人均过夜次数表示。

Example: According to the statistics, the average length of stay for the inbound tourists to Sichuan is 1.8, with the average expense of \$165 per day.

例句：据统计，2004年，入境旅游者在川人均停留天数为1.8天，人均花费仅165美元/天。

1.8 旅游客源市场 (Tourist Market)

旅游客源市场是指旅游区内某一特定旅游产品的现实购买者与潜在购买者。

Example: A study on Tourist market is the key item about tourism, and is one of the steps in planning the regional tourism development.

例句：旅游客源市场研究是旅游学科研究的重点对象，是区域旅游开发研究的重要环节之一。

1.9 旅游目标市场 (Tourist Target Market)

旅游目标市场是指企业能够为之提供有效产品和服务，因而能够为企业带来最佳利润的消费者群体。

Example: During the domestic tourism marketing, eastern tourist market is the target market of long-distance tourism in Western China.

例句：在国内旅游营销中，要把东部客源市场作为中国西部远程旅游目标市场。

1.10 旅游市场占有率 (Tourist Market Share)

旅游市场份额是指在一定时期内旅游产品在某一（特定）市场区域（或范围）上的销售量与同期同类旅游产品在同一旅游市场上的总销售量之比例，一般用百分比表示。

旅游市场占有率 = 本企业旅游产品销售量 / 市场上同类旅游产品销售量 × 100%。

Example: Despite modest declines in arrivals to Australia over recent months, Australia continues to out-perform many competing destinations and as a result has gained market share.

例句：在最近几个月尽管入境游客略微有所下降，但澳大利亚旅游业仍比许多竞争目的地表现要好，而市场占有率也有所增加。

1.11 市场覆盖率 (Market Coverage)

市场覆盖率指某一旅游产品在所有潜在的销售区域的覆盖比率。

市场覆盖率 = 本企业产品投放地区数 / 全市场应销售地区数 × 100%

Example: Every tourism products should continuously improve market share and market coverage.

例如：每一种旅游产品都应该不断提高市场占有率和市场覆盖率。

1.12 可进入性 (Accessibility)

可进入性是指从客源产生地到游览地全过程的进入难易程度。它主要包括交通工具和交通基础设施（如机场、道路等）两个主要方面，涉及国民经济的整体计划，同时也包括目的地与游客的友好程度。

Example: The Wuling mountain area must speed up the construction of traffic facilities for tourism and promote the accessibility for tourists.

例句：武陵山区必须加快旅游交通设施建设，提高旅客的可进入性。

1.13 旅游购物支出 (Touristic Shopping Expense)

旅游购物支出指为旅游做准备或者在旅游途中购买的商品（不包括服务和餐饮），其中包括购买衣服、工具、纪念品、珠宝、报刊书籍、音像资料、美容及个人物品等的支出，不包括任何一类游客出于商业目的而做的购买，即为了转卖而做的购买。

Example: It is known to all that the touristic shopping expense of Chinese visitors is the top one of the world.

例句：众所周知，中国游客旅游购物支出全球排名第一。

1.14 假日经济 (Holiday Economy)

假日经济是指人们利用节假日集中购物、集中消费的行为，带动供给、带动市场、带动经济发展的一种系统经济模式。

假日经济属于消费经济范畴。假日经济的主要特征是消费，假日经济具有的文化特征是休闲与旅游，假日经济具有的空间特征是流动与聚合，包括人流、物流和资金流。从时间上来讲，集中在双休日与两个“七天”的节日高峰。

Example: Holiday economy injected fresh energy to the growth of consumption.

例句：假日经济为消费增长注入新的活力。

2. 旅游产品类

2.1 旅游产品 (Tourism Product)

旅游产品是旅游业者通过开发、利用旅游资源提供给旅游者的旅游吸引物与服务的组合。即旅游目的地向游客提供一次旅游活动所需要的各种服务的总和。

从旅游目的地的角度来讲, 旅游产品是旅游经营者凭借一定的旅游资源和旅游设施、设备向旅游者提供的满足旅游者旅游需要的各种物质产品和劳务服务的总和。

从旅游者的角度来讲, 旅游产品是旅游者花费一定的时间、金钱和精力所获得的一段旅游经历, 其中包括旅游者在旅游活动过程中所购买的各种有形商品和享用的无形服务以及在此过程中的精神陶冶、主观感受。

Example: Nowadays, most of tourism products are created by humans, not genuine or natural, even though it is eco-tourism resources, it will also be marked by human beings inevitably.

例句: 如今的旅游产品大多都经过人类的创造, 不是天然固有的, 即便是生态旅游资源, 也会不可避免地打上人类的标记。

2.2 单项旅游产品 (Single Tourism Product)

单项旅游产品指旅游者在旅游过程中所购买的某一项或者某一方面的物质产品或服务, 如游览某一景点、乘坐一次缆车、购买一次导游服务等。

Example: Single tourism product is just any item which is related to accommodation, catering, transportation, entertainment, shopping during the traveling.

例句: 单项旅游产品只是旅游者在旅游活动中所涉及的住宿、餐饮、交通、娱乐、购物等其中的某一项。

2.3 线路旅游产品 (Tour Route Product)

线路旅游产品将吃、住、行、游、购、娱六大要素组合起来满足旅游者的旅游需要, 因此又称为组合旅游产品。

Example: Since tour route is a kind of tourism products, tourism industry trends to provide

more and more tour route products so as to meet the demands of different tourists.

例句：由于旅游线路是旅游产品之一，因此旅游产业的发展趋势是设计更多的旅游线路产品，以满足不同消费者的旅游需要。

2.4 整体旅游产品 (Integrated Tour Product)

整体旅游产品是指旅游目的地提供给旅游者并满足其旅游需要的全部物质产品和服务以及旅游环境，又称为旅游目的地产品或旅游地产品，其中包含了若干个单项旅游产品和若干条旅游线路产品。

Example: Integrated tour products include not only the intangible product, but also the tangible one.

例句：整体旅游产品既包括无形的产品，又包括有形的产品。

2.5 包价旅游产品 (Package Tour Product)

包价旅游产品是旅游者在旅游活动开始前将全部或部分旅游费用预付给旅行社，由旅行社根据同旅游者签订的合同或协议相应地为旅游者安排旅游项目。

Example: For most of the travelers, package tourism product is a good choice.

例句：对于大多数旅游者来说，包价旅游产品是个不错的选择。

2.6 非包价旅游产品 (Non-package Tour Product)

非包价旅游产品主要指单项服务，也称委托代办业务，是旅行社根据旅游者的具体要求而提供的各种非综合性的有偿服务。

Example: For better enjoying the vacation, more and more young people trend to non-package tour product.

例句：为了能够更好地享受假期，更多的年轻人更倾向于非包价旅游产品。

2.7 国内旅游 (Domestic Tourism/Travel)

国内旅游指人们在其居住国境内开展的旅游活动，通常是指一个国家的居民离开自己的常住地，到本国境内其他地方去进行的旅游活动。

Example: The ratio between international tourism income and domestic tourism income is one to nine in most countries of the World. According to this, the domestic tourism in our country is much lower than normal level.

例句：按照世界大多数国家国际与国内旅游收入 1:9 的比例计算，我国的国内旅游远远低于正常水平。

2.8 国际旅游 (International Tourism)

国际旅游是指跨国开展的旅游活动，即一个国家的居民跨越国界到另一个或几个国家去访问的旅游活动。包括入境旅游和出境旅游。

Example: The problem of international tourism has caused wide public concern over the recent years.

例句：近些年，国际旅游的问题引起了广泛关注。

2.9 入境旅游 (Inbound Tourism/Travel)

入境旅游指外国居民到本国的旅游活动。以我国为例，其他国家或地区的居民前来我国旅游，称为国际入境旅游或简称入境旅游。

Example: Gu Xiaoyuan (deputy director general of Beijing Tourism Administration) said, "If the negative image caused by food safety issues cannot be corrected, its impact on the inbound (tourism) market will linger."

例句：顾晓园（前北京市旅游局副局长）说：“如果由于食品安全问题导致的负面形象不能得到改善，这将对入境（旅游）市场造成持久性的影响。”

2.10 出境旅游 (Outbound Tourism/Travel)

出境旅游指本国居民到他国的旅游活动。以我国为例，我国的居民离开我国到境外其他国家或地区去旅游，称之为出境旅游或出国旅游。

Example: The development of outbound tourism will stimulate the increase of China's inbound tourism, promote the transnational operation of tourism enterprises and is conducive to the upgrading of comprehensive quality of China's tourism industry.

例句：出境旅游发展会刺激中国入境旅游增长，促进旅游企业的跨国经营，有利于提