



Travel Diary

旅游礼仪

□ 田光占 编著



西南财经大学出版社

Luyou Ligi

旅游礼仪

□ 田光占 编著

T-590.63/4

西南财经大学出版社

责任编辑:李 才

封面设计:喜悦无限设计工作室

书 名:旅游礼仪

编 著:田光占

出 版 者:西南财经大学出版社

(四川省成都市光华村西南财经大学内)

邮政编码:610074 电话:(028) 7353785

印 刷:郫县犀浦印刷厂

发 行:西南财经大学出版社

全 国 新 华 书 店 经 销

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:10.625

字 数:230千字

版 次:2001年10月第1版

印 次:2001年10月第1次印刷

定 价:16.80元

ISBN 7-81055-828-5/F·681

1. 本书封底无防伪标志不得销售。
2. 版权所有,翻印必究。

前 言

中国素有“礼仪之邦”的美称,富有文明礼貌的优良传统。懂礼节、讲礼貌是中华民族的美德。改革开放以来,随着我国社会经济的发展和人民物质文化生活水平的提高,人们之间的联系日益密切,对外交往日益频繁,对礼节礼貌的认识也提到了一个新的高度,懂礼节、讲礼貌已成为衡量人们的教养和道德水准的尺度,同时也成为衡量一个国家和民族文明程度的重要标志。

旅游业是我国改革开放后发展起来的新兴产业,是以满足旅游者观光游览、休闲度假、求新猎奇为目的的服务行业,担负着满足人民群众日益增长的物质文化需求和充当对外交往窗口和桥梁的重任。旅游业的礼节礼貌水平不但关系到企业的声誉,也直接影响到我国的对外形象。

礼仪是人际交往中为表示相互尊敬和友好而约定俗成的、共同遵循的行为规范和交往程序。在旅游过程中,旅游业为中外旅游者提供吃、住、行、游、购、娱全方位的旅游服务,同时要求严格按照一定的行为规范和服务程序进行。因此,旅游服务无论从本质上还是从形式上都可看做是一种以礼仪为核心的服务,同时,也是旅游从业者与旅游者之间特殊的人际交往形式的体现。

旅游业是一种综合性很强的服务行业。服务是旅游业的主要产品,和一般服务业相比,旅游服务产品是一种综合性的产品,它是由旅游部门和相关部门共同提供的。因此旅游服务这一产品的内涵更加广泛,形式更加多样。它不仅包括宾馆饭店、旅行社、旅游交通(民航、铁路、公路)三大旅游企业提供的服务,还包括旅游商店、娱乐等其他部门所提供的服务。因而,作为旅游服务产品核

心的礼仪服务,是每个旅游企业都必须做到的。只有旅游各环节和各部门的礼仪服务符合一定的行为规范和程序,旅游服务产品才是合格的产品。正如有关旅游服务质量的规定所要求,礼仪服务是服务产品的主要内容,也是旅游服务质量的最终体现,因此,在旅游服务中懂礼貌、讲礼仪既是旅游服务工作的需要,也是提高旅游服务质量的要求。这也就是编写本书的出发点和目的所在。

本书从认识礼仪入手,在结合旅游业实际并对旅游业行为规范和服务程序进行分析和概括的基础上,较为全面地介绍了礼仪和旅游礼仪的基本概念,并以旅游礼仪就是旅游服务行为规范和服务程序总和的观点统括全书,构建全书的基本框架。本书对旅游业及旅游相关行业的服务礼仪作了全面系统的介绍,同时着重于理论联系实际,学以致用。因此,本书体系科学,结构严谨,内容丰富完整,融知识性、系统性和实用性于一体。

本书是作者在多年从事旅游科研、教学和实践的基础上,参阅相关书籍和有关部委制定的服务规范标准编写而成的,可作为旅游管理部门和服务人员的工作手册和培训教材,亦可作为大专院校旅游专业的教学用书。

本书编写过程中得到了四川省旅游局、中国西南航空公司、成都铁路局、四川锦江宾馆、成都海外旅游公司、四川旅游酒店培训中心等单位有关同志的大力支持,同时,田瑛、向洪、游勇、李犁、陈志、符晓蓉、谢育新、刘芳、李向前及曾建明等同志参与了本书的资料搜集整理及讨论工作,在此一并致谢。

旅游礼仪是一门新兴学科,涉及面广,知识更新快,书中许多内容尚待进一步完善;另外,由于编写时间仓促,书中不足之处在所难免,恳请读者不吝赐教。

编者

2000年10月于成都

目 录

第一章 旅游礼仪概述	(1)
第一节 礼仪	(2)
一 礼仪的定义	(2)
二 现代礼仪的特点	(4)
三 礼仪与礼貌、礼节的关系	(7)
第二节 旅游礼仪	(8)
一 旅游礼仪的本质和特点	(9)
二 旅游礼仪基本准则	(13)
三 旅游礼仪修养	(19)
第二章 旅游基本礼仪	(27)
第一节 日常礼仪	(27)
一 体现在语言上的礼节	(28)
二 体现在行为举止上的礼节	(32)
第二节 仪表仪容礼仪	(35)
一 仪表仪容的概念	(35)
二 注重个人仪表仪容的意义	(36)
三 对个人仪表仪容的基本要求	(37)
第三节 仪态礼仪	(40)
一 仪态的概念	(40)
二 仪态礼仪的内容和要求	(41)

第三章 旅游礼仪服务	(47)
第一节 礼仪服务的内容和原则	(47)
一 旅游服务的含义	(47)
二 礼仪服务及主要内容	(49)
三 礼仪服务的原则	(51)
四 旅游工作者与旅游者的关系	(53)
第二节 礼仪服务的重要性	(55)
一 礼仪服务是提高服务质量的需要	(55)
二 礼仪服务是旅游工作者人格和风度 的体现	(60)
三 礼仪服务能够满足客人的心理需求	(63)
四 礼仪服务可以增进与旅游者间的相互 了解和友谊	(65)
第三节 旅游服务礼貌用语	(66)
一 旅游工作者的语言	(67)
二 常用礼貌用语	(69)
第四章 饭店服务礼仪	(87)
第一节 前厅部服务礼仪	(87)
一 迎宾员服务礼仪	(88)
二 行李员服务礼仪	(89)
三 总服务台服务礼仪	(91)
四 订房组服务礼仪	(93)
五 电梯服务礼仪	(94)
六 电话总机服务礼仪	(95)
七 大堂副理服务礼仪	(97)
八 注意事项	(98)

第二节	客房部服务礼仪	(98)
一	迎客服务礼仪	(99)
二	客人住店期服务礼仪	(100)
三	离店服务礼仪	(103)
四	注意事项	(104)
第三节	餐厅服务礼仪	(104)
一	卫生礼仪	(105)
二	迎候礼仪	(105)
三	值台礼仪	(106)
四	结账礼仪	(108)
五	送客礼仪	(109)
六	注意事项	(109)
第四节	宴会服务礼仪	(111)
一	宴请形式	(112)
二	宴请准备礼仪	(115)
三	宴会服务员礼仪	(122)
四	团队用餐服务礼仪	(125)
第五节	酒吧服务礼仪	(126)
一	客人要酒时的礼仪	(127)
二	开瓶时的礼仪	(128)
三	斟酒时的礼仪	(129)
四	对客人的礼仪	(131)
五	酒类服务礼仪	(132)
第五章	旅行社服务礼仪	(136)
第一节	导游服务的重要性	(136)
一	导游服务是旅游服务的组织承担者	(137)

二	导游服务是旅游服务的直接操作者·····	(137)
三	导游服务是旅游服务的协调者·····	(138)
第二节	导游服务的基本要求·····	(138)
一	热爱社会主义祖国·····	(138)
二	热心为旅游者服务·····	(139)
三	遵纪守法·····	(141)
四	有丰富的知识·····	(142)
五	有独立工作和处事的能力·····	(142)
第三节	导游服务基本礼仪·····	(146)
一	仪容与服饰·····	(146)
二	见面时的礼仪·····	(146)
三	谈话时的礼仪·····	(147)
四	参加宴请时的礼仪·····	(148)
五	进入客人住房时的礼仪·····	(149)
六	日常交往中的礼仪·····	(150)
第四节	导游员服务礼仪·····	(151)
一	全陪导游服务礼仪·····	(151)
二	地陪导游服务礼仪·····	(159)
第六章	民航服务礼仪·····	(170)
第一节	民航乘务工作基本要求·····	(171)
一	乘务员应具备的品质和作风·····	(171)
二	乘务员工作职责·····	(172)
三	乘务长工作职责·····	(173)
四	客舱工作职责·····	(174)
第二节	民航乘务基本礼仪·····	(175)
一	接待旅客时的礼仪·····	(175)

二	谈话时的礼仪·····	(175)
三	举止仪表礼仪·····	(176)
四	服务时的礼仪·····	(177)
五	公共场所礼仪·····	(177)
六	进入餐厅的礼仪·····	(178)
第三节	民航乘务服务礼仪·····	(178)
一	预先准备阶段·····	(179)
二	直接准备阶段·····	(180)
三	飞行实施阶段·····	(182)
四	飞行讲评阶段·····	(189)
第四节	民航旅客的特殊服务·····	(190)
一	对小旅客的服务·····	(190)
二	对婴儿的服务·····	(190)
三	对孕妇的服务·····	(192)
四	对老年旅客的服务·····	(192)
五	对睡觉旅客的服务·····	(193)
六	对遗失物品的旅客的服务·····	(193)
七	对晕机旅客的服务·····	(194)
八	对伤残旅客的服务·····	(194)
第五节	民航乘务礼貌用语·····	(197)
一	常规服务用语·····	(197)
二	特殊服务用语·····	(202)
第七章	铁路及公路交通服务礼仪·····	(210)
第一节	铁路列车服务礼仪·····	(210)
一	列车员服务礼仪·····	(211)
二	铁路站台服务礼仪·····	(214)

第二节 旅游汽车服务礼仪	(218)
一 汽车司机在旅游中的地位和作用	(218)
二 旅游汽车司机服务礼仪	(219)
第八章 旅游综合服务礼仪	(223)
第一节 旅游商店服务礼仪	(223)
一 创造良好的购物环境	(224)
二 迎客礼仪	(225)
三 举止行为礼仪	(232)
四 待客礼仪	(232)
五 交易礼仪	(234)
六 送客礼仪	(235)
七 售后服务礼仪	(236)
第二节 娱乐服务礼仪	(236)
一 游泳池服务礼仪	(236)
二 保龄球服务礼仪	(238)
三 健身房服务礼仪	(240)
四 夜总会服务礼仪	(242)
第三节 会议服务礼仪	(244)
一 会议礼仪概述	(245)
二 会议通用礼仪	(245)
三 常规会议礼仪	(248)
四 与会人员的基本礼仪	(252)
第四节 舞会服务礼仪	(254)
一 组织舞会的礼仪	(254)
二 参加舞会的礼仪	(256)
第五节 茶会服务礼仪	(259)

一	茶会准备礼仪·····	(260)
二	茶会进行礼仪·····	(261)
三	茶会结束礼仪·····	(262)
第九章	主要国家和地区的习俗与礼仪·····	(263)
第一节	亚洲主要国家和地区的习俗与礼仪·····	(263)
一	港、澳、台及华侨·····	(263)
二	日本·····	(266)
三	泰国·····	(274)
四	新加坡·····	(278)
五	马来西亚·····	(279)
六	韩国·····	(280)
第二节	欧洲主要国家的习俗与礼仪·····	(281)
一	英国·····	(281)
二	法国·····	(288)
三	德国·····	(291)
四	意大利·····	(296)
五	俄罗斯·····	(300)
第三节	北美洲和大洋洲主要国家的习俗与礼仪·····	(303)
一	美国·····	(303)
二	加拿大·····	(315)
三	澳大利亚·····	(316)
第四节	中外主要节日礼仪·····	(318)
一	中国传统节日·····	(318)
二	外来节日·····	(321)
第五节	中外主要宗教礼仪·····	(323)
一	基督教礼仪·····	(323)



二	佛教礼仪·····	(325)
三	伊斯兰教礼仪·····	(326)
四	道教礼仪·····	(328)



第一章

旅游礼仪概述

中国是一个历史悠久的文明古国,素有“礼仪之邦”的美称,文明礼貌的传统美德源远流长。几千年的民族文化,逐渐形成了人们共同认可的道德规范和行为方式,这就是礼仪。在相当长的一段时间里,人们整天为温饱而奔波,无暇顾及礼节礼貌的问题。改革开放的今天,人们的社会交往日益广泛,国际间的交流日益频繁,注重礼仪已成为人们工作、学习和交往中的一种共识,进而也成为衡量一个企业、一个国家和民族文明程度的重要尺度,成为现代社会文明进步的标志。

旅游业是我国改革开放后发展起来的新兴产业,它是以满足人们求新、猎奇、观光、休闲、度假、娱乐等需求的服务行业,也是我国对外交流的窗口。从某种意义上来说,旅游业展现在中外旅游者面前的形象,也代表着中华民族的文明程度。因此,讲礼仪、懂礼仪既是旅游业为中外旅游者提供优质的礼仪服务、树立企业形象和提高经济效益的需要,也是中华民族传统美德和礼仪的继承和发扬,具有十分重要的意义。

对于旅游礼仪,目前尚无统一的定义和规范的论述,但在旅游服务中,注重旅游职业道德行为的规范早已为旅游业所认同。本



章首先从对礼仪的认识入手,并在此基础上结合旅游业的实际对旅游业的行为规范进行分析和概括,以便读者对旅游礼仪有一个全面、准确的理解。

第一节 礼 仪

一 礼仪的定义

礼仪是指人们在相互交往中为表示相互尊敬和友好而约定俗成的、共同遵循的行为规范和交往程序。礼仪既可以指在较大、较正规场合隆重举行的各种仪式程序,也可以泛指人们在社交活动中的礼貌礼节。

关于礼仪的定义,古今中外都有不少的论述,它们都不同程度反映了当时当地人们对礼仪的认识,我们无须品评。至于上述有关礼仪的定义,其至少反映了三层意思:礼仪是约定俗成的行为规范;礼仪是人际交往中的礼节礼貌;礼仪包含一定场合下应有的礼节礼貌程序。也就是说,礼仪是一种非强制性的、但适用范围很广的行为规范和准则。上述定义比较全面地概括了礼仪的内涵和外延,因此,这一定义得到了多数世人的认同。

中国是举世公认的“礼仪之邦”,礼仪发展到今天大体经历了形成、演变和发展三个阶段。不同阶段的礼仪内容和形式都各有差异,其文化内涵十分丰富,从而形成了我国丰富多彩的礼仪文化。有人说中华礼仪的发展史就是一部中国的文化史,这种说法一点也不过分。

古代礼仪是原始社会和奴隶社会时期的礼仪,是礼仪的形成时期。在人类社会脱离愚昧后便开始有了礼仪。中国古代最初的



礼仪起源于原始社会氏族公社举行的祭祀活动,其主要形式是用礼器举行祭祀仪式,以表示氏族成员对神灵和祖先的敬重和祈求。虽然如此,至奴隶社会初期的殷商,礼仪都没有形成一套制度,更没有广泛地出现于社会生活中,因此礼仪的形成有“礼立于敬而源于祭”之说。

奴隶社会初期,随着社会生产力的发展和私有制的出现,礼仪开始从单纯的事神领域伸延到事人的领域,开始了对社会生活的全面干预,并由此逐渐成为一种政治统治工具。到西周时期礼仪已十分完备,形成了中华最早的礼仪典范。现存最早的有关礼仪的著作《周礼》、《礼记》和《礼记》大体上反映了周代的礼仪制度,这三部传世“礼经”在奴隶社会时期和封建社会时期相继延续,成为历代治国安邦、施政教化、规范行为、培育人格的经典。礼仪作为一种无形的力量调节、整合、润滑着各种社会关系,制约着人们的行为,起到了不可估量的作用,因此又有“礼制始于殷而成于周”之说。

现代礼仪是在古代礼仪的基础上承袭和发展起来的。古代“礼仪”的含义极为广泛,既表现为一般的行为规范,又包含政治法律制度。自近代以来,礼仪的范畴逐步缩小,礼仪与政治体制、法律典章、伦理道德、行政区划等逐渐分开。到现代,礼仪的内容变得比较单纯,仅包含一般礼仪和礼节的范畴。在改革开放和对外文化交流的过程中,礼仪也吸收了具有浓郁现代气息的高效率、快节奏的新形式,其中也不乏外来的新内容。因此,可以这样认为,现代礼仪是在承袭古代礼仪,摒弃封建落后成分,并吸收中外文明健康的时代风尚和道德行为规范的基础上形成的有关人际交往的行为规范和准则。

中华礼仪大体可由两部分组成:一为礼制,二为礼俗。礼制是



阶级社会的产物,是伴随着国家的产生、社会的发展而产生和发展的,具有强制性;而礼俗则是地区民族在生活和生产中约定俗成的行为规则,具有自发性和随意性的特点。社会发展的历史表明,礼俗先于礼制。礼制是在历史的传承与民俗的借鉴中不断改进发展起来的,礼制的主要功能是维护国家的统一和社会的进步;礼俗则使社会生活和人际关系有序地进行。二者相互补充,相互促进。

从礼仪的形成、演变和发展史可以看出,礼仪也是一种文化形态。从某种意义上讲,中国古代文化就是礼仪文化,它既包括了一套以仁、义、礼、智、信为中心的价值观念,也包括了一系列以礼节仪式为内容的风俗习惯,这些礼节仪式的形成和发展是人类文明的结晶与标志。古人云:“中国有礼仪之大,故称‘夏’;有华章之美,故称‘华’。”中国古代华夏族正是以其丰富的文化作为区别于周边民族的标志。现代礼仪则以科学精神和现代生活为基础,表现出新型的社会关系和时代风尚,成为现代社会文明进步的标志。在改革开放大潮汹涌澎湃的今天,社会生产力迅速发展,我国在国际交往上、人与人之间的关系上以及精神文明的建设上所表现出的礼仪文化正发挥着越来越大的作用。可以这样说,礼仪已成为我国精神文明建设和对外交流的重要形式,它对于建立良好的人际关系、促进社会文明进步、提高企业经济效益、树立企业乃至国家形象有着难以估量的作用。

二 现代礼仪的特点

礼仪的内容和形式以及礼仪的形成、演变和发展进程表明:礼仪是人们在社会交往过程中所遵循的行为准则,人们以此来规范和约束自己的行为,协调和制约人际间的相互关系。与其他行为准则相比,现代礼仪具有以下特点: