

高职高专旅游类专业精品教材

旅游 服务礼仪

杨红霞 主编 / 罗情意 闫宝华 副主编



清华大学出版社



高职高专旅游类专业精品教材

旅游 服务礼仪

杨红霞 主编 / 罗情意 闫宝华 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书结合国际旅游业发展的新形势和新特点,按照高等职业教育旅游管理专业应用型人才的培养目标进行编写。本书注重教学内容和教材结构的创新,注重旅游服务的工作过程和岗位特色,采用新颖统一的格式化体例分礼仪常识、个人礼仪和服务礼仪三个模块详细介绍了三十个任务,各任务包括“任务目标、任务描述、任务准备、背景知识、实训内容、趣味常识”等项目,注重学生技能和素质的培养。

本书适合高职高专旅游类专业作为教材使用,同时适合旅游行业从业人员参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游服务礼仪/杨红霞主编.--北京:清华大学出版社,2015

高职高专旅游类专业精品教材

ISBN 978-7-302-40576-4

I. ①旅… II. ①杨… III. ①旅游服务—礼仪—高等教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第144718号

责任编辑:刘士平

封面设计:傅瑞学

责任校对:袁芳

责任印制:杨艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:12.25

字 数:278千字

版 次:2015年11月第1版

印 次:2015年11月第1次印刷

印 数:1~2000

定 价:25.00元

产品编号:055847-01



前言

2015年,国家旅游局《关于进一步加强旅游行业文明旅游工作的指导意见》指出:“近年来,随着我国经济的快速发展和人民生活水平的不断提高,旅游已经成为老百姓的一种生活方式。2014年,国内旅游人数36.11亿人次,入境旅游人数1.28亿人次,出境旅游人数1.07亿人次,这既是国人走世界、看世界,也是世人在感知中国、了解中国的一个巨大的双向互动。每位游客,特别是每位出境游客都是‘中国的名片’。如果有不文明行为,不仅会引发他人的不满和反感,给自己带来麻烦,还会损害国家和民族的形象。同时,旅游文明程度也是衡量旅游业发展水平的重要标志,不坚决遏制旅游不文明行为,将直接影响旅游强国目标的实现。”

本书结合国家旅游业发展的新形势和新特点,按照高等职业教育旅游管理专业应用型人才的培养目标,系统介绍礼仪常识、个人礼仪和服务礼仪等基本理论知识,并注重教学内容和教材结构的创新。由于本书结构新颖、内容详实、流程清晰、案例生动、贴近实际、突出实用性,注重旅游服务的工作过程和岗位特色,注重实践能力的培养,且采用新颖统一的格式化体例设计,既适用于高职高专院校旅游类专业的教学,还适用于旅游企业从业者的职业教育与岗位培训。

本书由杨红霞主编,罗情意、闫宝华任副主编。各篇章写作分工如下:罗情意编写任务1、任务16~任务20;杨红霞编写任务2、任务25~任务30;陈慧枫编写任务3~任务6;张智编写任务10~任务15;黄蔚红编写任务21~任务24;汪西霞编写任务7~任务9。杨红霞、闫宝华负责全书统稿。李珊君、伍新蕾老师、广之旅国际旅行社河源分公司均对本书提出了宝贵意见,在此表示衷心的感谢。

由于水平所限,书中难免有不当之处,还请读者批评、指正。

编者

2015年8月



目 录

模块一 礼仪常识

任务 1 了解礼仪常识	3
-------------------	---

模块二 个人礼仪

任务 2 个人色彩定位	9
任务 3 仪容礼仪	16
任务 4 发形设计	19
任务 5 肢体修饰	26
任务 6 服饰搭配	30
任务 7 体态礼仪	42
任务 8 手势礼仪	47
任务 9 表情礼仪	52

模块三 服务礼仪

任务 10 称呼礼仪	59
任务 11 介绍礼仪	69
任务 12 握手礼仪	77
任务 13 致意礼仪	83
任务 14 鞠躬礼仪	88
任务 15 引领礼仪	93
任务 16 问候礼仪	99
任务 17 致谢礼仪	103
任务 18 赞美礼仪	107
任务 19 电话礼仪	111
任务 20 投诉处理	116
任务 21 餐饮服务礼仪	121
任务 22 中餐用餐礼仪	128

任务 23	西餐用餐礼仪	138
任务 24	酒水礼仪	149
任务 25	住宿服务礼仪	157
任务 26	乘机服务礼仪	161
任务 27	火车服务礼仪	168
任务 28	汽车服务礼仪	173
任务 29	邮轮服务礼仪	178
任务 30	消费休闲礼仪	183
参考文献		188



旅游服务
礼仪

模块一

礼仪常识



任务 1

了解礼仪常识

礼仪名言引入

人无礼则不生,事无礼则不成,国家无礼则不宁。

——《荣辱》



任务目标

1. 了解礼仪概念。
2. 熟悉旅游服务礼仪的概念与作用。
3. 掌握旅游服务礼仪原则。



任务描述

小王刚入职某酒店,其上司对他说,你进酒店来工作,就要懂礼仪,讲礼仪,一切行为都要遵循我们酒店的旅游服务礼仪规范。小王蒙了,什么是礼仪?什么是旅游服务礼仪?遵循旅游服务礼仪规范有什么用?

请你在学完本章后回答小王感到疑惑的问题,并告诉他做一个有礼的酒店员工首先应该遵循哪些旅游服务礼仪原则。



任务准备

1. 场地准备:多媒体教室。
2. 用品准备:PPT。
3. 仪容仪表准备:与课人员着正装,女生过肩长发应扎起。



背景知识

一、礼仪的定义

中国自古有礼仪之邦的美誉,其礼仪文化源远流长。礼仪一般分为广义与狭义两种:广义的礼仪一般认为礼仪发源于人类社会形成初期;礼仪是社会历史的产物,是人类脱离

动物界并组成人类社会以后,在长期的社会实践中逐步形成的,礼仪是社会生活的总规范,包括道德、政治经济制度、思想准则、习俗等内容,是社会生活方方面面的集中体现;狭义的礼仪则认为礼仪起源于周公制礼作乐,是周公制礼作乐后形成的一系列人人须遵循的处理社会等级关系与协调人际关系的制度性准则,如《周礼》、《礼节》。

随着社会的发展,中西方经济文化的交融,中国传统礼仪中调整社会等级关系的作用被逐渐淡化,协调人际关系方面的作用则逐渐扩大,并吸收西方礼仪精华部分而形成了中国现代礼仪。本书所涉及的礼仪为中国现代礼仪,是指协调人际关系的一系列行为规范,包括礼貌、礼节与仪式。

二、旅游服务礼仪

礼仪通常细分为公务员礼仪、商务礼仪、社交礼仪、服务礼仪等。其中服务礼仪是从从事服务行业的人员所应遵循的协调其人际关系尤其是对客服务的一系列行为规范。服务礼仪根据行业的不同分为超市服务礼仪、汽车 4S 店服务礼仪、电信(移动)营业厅服务礼仪、旅游服务礼仪等。

服务礼仪主要包括仪容、仪态、语言、服饰、岗位规范五个部分的内容。由于服务礼仪在仪容、仪态、语言、服饰、岗位操作规范等具体问题上均有详细而明确的规定,使得服务礼仪与其他礼仪类别相比具有明显的规范性与可操作性特点。

旅游服务礼仪是指旅游服务业人员所应遵循的协调其人际关系的一系列行为规范。在本书中旅游服务礼仪主要体现为旅游服务业人员应遵循的协调其与客人关系方面行为规范,主要由个人魅力篇、服务礼仪规范等内容构成。个人魅力篇由个人形象设计即旅游服务人员仪容仪表服饰规范等内容与导游员形体礼仪两部分组成;服务规范由迎客服务礼仪、语言服务礼仪、餐饮服务礼仪、住宿服务礼仪、旅途服务礼仪、导购娱乐服务礼仪与宗教服务礼仪规范组成。旅游服务礼仪同样具有规范性与可操作性强的特点。

三、旅游服务礼仪作用

随着社会物质文明、精神文明的发展,礼仪在调节人际关系中的作用被人们越来越看重。例如“有‘礼’走遍天下,无‘礼’寸步难行”、“礼仪是人际交往的通行证”等体现礼仪调节人际关系方面重要性的名言不断涌现,并流传甚广。讲礼仪还能体现人们的素养,是个人形象素质的展现,讲礼仪已是每一位公民应遵守的社会公德。通过礼仪来调节人际关系,可能还会产生意想不到的结果:有人因不讲礼仪,丢了生意;有人因为重礼获得他人的好感而收获甚大,所以社会上又有讲礼仪能创造财富一说,如著名礼仪学家周思敏认为“你的礼仪价值百万”。

旅游业是服务行业,其产品是无形的服务。旅游从业者在提供服务的过程中,通过“旅游服务礼仪”的运用,能够达到以下效果:一是协调好与客户的关系。运用礼仪可弥补自身工作的不足,减少投诉与纠纷,协调好与客户的关系;二是使企业及自身获取更大收益。通过“旅游服务礼仪”的运用体现员工自身的良好素质与企业的美好形象,达到提升个人形象与企业品牌价值的效果,增强旅游从业者及其企业的市场竞争力,从而使个人及企业获得更大的受益;三是展现国家或地区的良好形象,提升游客总体满意度。旅游从业

者是服务产品的生产者,同时还是其所在地区与游客间的联系者,是地区,甚至是国家的形象代言人,旅游从业者是否讲礼仪,是否懂得运用礼仪直接影响游客对该国家、地区的总体印象与评价,旅游从业人员讲礼仪可以更好地展现其所在地区、国家的美好形象。



实训内容

在旅游工作中,旅游服务工作者应注意遵循以下服务礼仪准则。

1. 保持良好心态

旅游从业人员拥有良好的心态,可以更好地通过旅游服务礼仪展现其自身素质,体现企业良好形象,从而起到事半功倍的效果。相反,服务人员若具有不良心态,则降低其自身素质,损坏企业形象。旅游从业人员应保持以下良好心态。

(1) 热情主动。所谓热情主动服务,是指服务人员面对服务对象时应主动、热情、积极、细致、周到、耐心、真心实意地提供服务。拥有热情服务心态的员工会使其产生亲和感,容易使服务对象感受到温馨。相反,冷漠被动服务的员工往往使服务对象产生距离感,不认同其服务品质。

(2) 平等待人。进入大众化旅游时代,旅游从业人员往往会接触到更多不同层次的服务对象,切忌面对不同的服务对象提供不同层次的服务,厚此薄彼,从而引起部分客人的不满,制造纠纷,影响自身与公司形象。

(3) 海纳百川。旅游从业人员往往会遇到不同行业、不同国籍、不同层次的游客,有时会见到客人们形形色色的表现,应持海纳百川的心态去面对不同的游客,切不可讪笑、讥笑或看不起客人。

(4) 互利双赢。在现代服务业中,客人非常注重服务人员对自己的态度与付出,大多数客人会根据服务员的态度与努力程度给予物质上或精神上的鼓励,服务人员付出越多,收获越大,从而达到互利双赢的效果。虽然有时服务人员的努力付出没有得到相应回报,但是如果服务人员一直以消极的态度对待客人,只考虑自己而忽略客人,只做对自己可能有利而损害客人利益的事情,就很有可能出现两败俱伤的情况。

(5) 善于感恩。善于感恩的员工往往会拥有更积极的心态去对待自己的同事、领导、客人,反之,则会更易拥有“负能量”,以消极的心态去对待工作与他人。

(6) 尊重他人。尊重是礼仪的核心,没有尊重,礼仪就失去了意义。古人云“敬人者,人恒敬之”,想要得到别人的尊重首先应尊重别人。旅游从业人员尊重游客,是自身良好素养与品质的体现,也是与游客打开交际之门的基础。尊重主要是通过以下方面来体现:①真诚待人,即真诚地对待他人;②遵守时间,信守承诺;③按礼仪规范行事;④尊重他人的风俗习惯、宗教信仰。

2. 审美原则

旅游服务礼仪中的仪容仪态与服务规范中都体现了审美原则,旅游服务人员的仪容、仪态与服务规范都应展现审美的特性,做到仪容整洁悦目、仪态端庄优雅、语言礼貌幽默机智、服饰得体、服务规范合理,从礼仪中体现其审美情趣,让游客感受到美的享受与服务,给游客带来精神上的满足。

3. 行事规范

旅游从业人员应遵守规范化原则,如仪容礼仪规范、仪态礼仪规范、岗位服务礼仪规范等。规范化服务是体现一个旅游企业形象的最显著的形式,譬如餐厅员工穿着整齐划一、美观得体会使游客有好的评价,而员工披散头发,则会给客人带来食物不干净、餐厅档次不高的感觉;导游人员打扮过于艳丽,会引起不必要的困扰,影响女性游客对其评价。服务过程操作不规范,则会影响客人的不满与投诉,直接损坏服务人员的形象与企业的形象。旅游从业人员应认真学习礼仪规范,做到规范行事。



任务考核

1. 简述什么是礼仪及旅游服务礼仪。
2. 学习旅游服务礼仪有什么作用?
3. 旅游服务礼仪的原则是什么?

趣味常识

中国式礼貌带来的小尴尬

生活在法国,要时时刻刻留心,特别是与人交谈的时候,在国内看似正常的做法,在这里就可能是错的。一天,我和朋友去郊外的一个教堂。因为是第一次去,我们迷路了。在一个十字路口等红灯时,正巧有一对看上去七八十岁的老夫妻朝我们走来。我迅速放下车窗,非常礼貌地对他们大喊:“PAPIE、MAMIE(这两词翻译过来差不多是:老爷爷、老奶奶的意思),对不起,请问你们认不认识×××路?”谁知,老夫妻竟望了望我,沉默了几秒钟后,愣是没回答我。朋友马上把车子停一边,下车问他们:“真对不起女士和先生,你们是不是知道×××路?”只见老人家熟练地举起手臂给朋友指明了方向。等朋友上车,我就迫不及待地问他:“刚才我说的法语有中国口音吗?是不是他们听不懂?要不然怎么会待在那儿不回答我?可你去的时候,却能回答你?”朋友笑着反问我:“其实你的法语根本没口音,说得不错,再好好想想,他们为什么不回答你呢?”我实在搞不懂这里的奥秘所在,抓了抓头皮问朋友:“他们难道是排斥外国人的法国人?”朋友听了大笑,说:“告诉你吧,就因为你叫他们‘PAPIE、MAMIE’呀!”我叫的不应该吗?在中国,就连5岁的小孩子都知道应该怎么称呼长辈才是有礼貌的,如果叫他们“先生和女士”的话,反而令人受不了。朋友很是理解我的“苦衷”,但在法国他们会觉得我是在说他们“老”!在法国,人与人之间很忌讳“老不老”这种话题,因此我的中国式礼貌反而害了我。



旅游服务
礼仪

模块二

个人礼仪



任务 2

个人色彩定位

礼仪名言引入

美德是精神上的一种宝藏,但是使它生出光彩的则是良好的礼仪。——约翰·洛克



任务目标

1. 认识色彩在个人形象定位中的重要性。
2. 了解色彩定位的内容。
3. 掌握色彩定位的方式。



任务描述

请根据个人外在形象选择适合自己的服饰颜色和妆容色彩。



任务准备

1. 场地准备:多功能礼仪实训室。
2. 用品准备:色相环、色调图或色布。
3. 仪容仪表准备:与课人员着正装,女生过肩长发应扎起。



背景知识

科学研究表明,就像自然界的一切生物都有自己的颜色一样,我们的身体也是有颜色的,决定我们体内与生俱来具有决定性作用的是核黄素——呈现黄色;血色素——呈现红色;黑色素——呈现茶色。核黄素和血色素决定了一个人肤色的冷暖,而肤色的深浅明暗是黑色素在发生作用。我们的眼珠色、毛发色等身体色特征,也都是这三种色素的组合而呈现出来的结果。在看似相同的外表下,我们每个人之间在色彩属性上是有差别的。即使晒黑了,脸上长了些瑕疵,或者皮肤随着年龄的变化逐渐衰老,我们每一个人也不会跳出既定的“色彩属性”。

一、个人色彩分析

1. 基本色彩分类

三原色:红、黄、蓝,有了这三种颜色,其他颜色都可以调配出来。

二次色:当三原色两两相加,会产生新的三个色彩:红加黄等于橘色、红加蓝等于紫色、黄加蓝等于绿色。这三个新的色彩:橘色、紫色和绿色被称为二次色。

暖色系与冷色系:含有黄色的色彩称为暖色系,包含蓝色的色彩称为冷色系。正红正绿称为中间色,偏黄的红,如橘红、砖红以及所有带咖啡色的红,都属于暖色;偏蓝的红,如粉红、紫红和酒红属于冷色。绿色则要看其中黄与蓝的比例来决定,黄色较多的苹果绿、橄榄绿和草绿都属于暖色,蓝色较多的土耳其绿、墨绿和薄荷绿都属于冷色。色相环如图 2-1 所示。

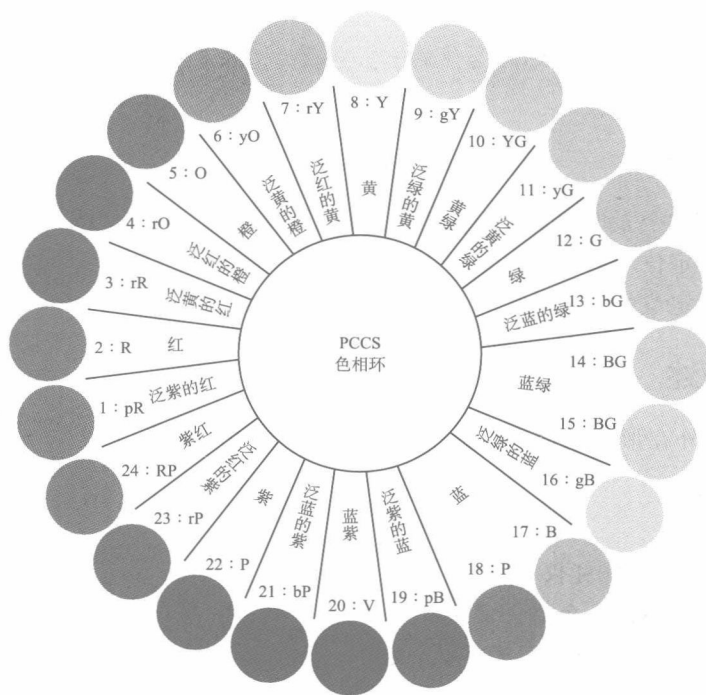


图 2-1 色相环

2. 应用色彩的三大元素:色相、明度与纯度(见图 2-2)

色相:即色彩的“相貌”,可分为冷、暖。

明度:是指色彩的明暗程度,可分为深、浅。

纯度:即鲜艳程度,是指色彩的饱和度,可分艳、浊。

二、个人色彩与服装、妆容色彩

通过对色彩的基本认识,我们将阐述深色人、浅色人、冷色人、暖色人、艳色人和浊色人的特点与色彩搭配。

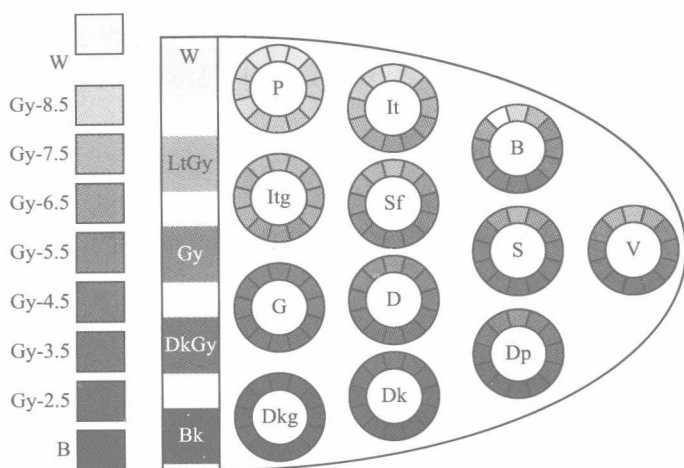


图 2-2 色调图

1. 深色人

深色人即给人的主要印象是深色的人,整体色彩相对浓重,呈现出一种力量感。深色人的头发、眼珠和皮肤的色彩看起来都比较深。

皮肤——颜色深,如黑色、橄榄色、古铜色、灰褐色、深米色等,皮肤质地暗哑没有透亮感。

头发——色深且浓密,如黑色、黑棕色、黑褐色、蓝黑色等,发质大多比较粗硬。

眼睛——眼珠多为黑色、深棕色,眼白略显青灰色或者棕灰色。

妆容色彩——

口红:适合酒红色、大红色、青玫瑰色等。

腮红:适合天竺葵红、檀香木色等。

眼影:适合灰色、桃色、灰棕色、香槟白色、海水绿色等。

服饰色彩——

深色人的主色可以是色彩浓重的紫色、番茄红、皇家蓝、柠檬黄、翡翠绿,也可以是比较暗浊的蓝黑色、鸭绿色、铁锈色、灰褐色、灰色和黑色等。

搭配色彩——

深色人的主要色彩特征是深色,因此,除了极端暖、极端冷的色彩外,深色人穿着暖调子、冷调子的服装都是可以的。

深色人的服装,搭配纯度高的色彩时,往往有意想不到的效果。

深色人不适合直接穿着浅色,浅粉、浅蓝、淡绿、中黄、薰衣草等颜色,也不要全身上下彩度都一样,显得暗淡无比。当深色人穿错颜色时,脸上会有浮肿感,肤色暗哑,不均匀,五官立体感差,整个人看上去无精打采。

2. 浅色人

浅色人整体看起来浅淡柔和,肤色、发色、瞳孔色的色差相对比较弱,浅色人同样有偏暖色和偏冷色之分。

皮肤——颜色浅,如米色、象牙白色、浅粉色等,可能会有些苍白,但整体感觉柔和。