

福建省面向中等职业教育

招收 **高等职业教育** 学生入学考试

复习指导用书

旅游类专业基础知识

(第三版)

语文科

数学科

英语科

商贸管理类

财经类

政法类

师范教育类

文秘类

工艺美术类

旅游类

机械类

计算机类

电子电气类

建筑类

农学类

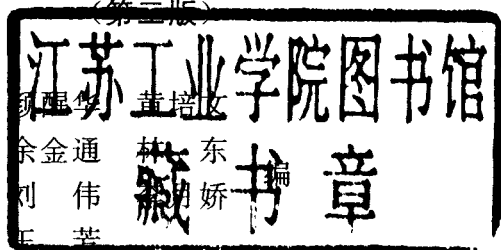
医学类

厦门大学出版社

福建省面向中等职业教育招收高等职业教育学生
入学考试复习指导用书

旅游类专业基础知识

(第三版)



厦门大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游类专业基础知识/颜醒华等编. —三版—厦门:厦门大学出版社, 2003. 9

福建省面向中等职业教育招收高等职业教育学生入学考试复习指导用书

ISBN 7-5615-1592-8

I. 旅… II. 颜… III. 旅游服务-基本知识-高等教育: 职业教育-入学考试-复习参考资料 IV. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 16622 号

颜醒华编写第十二章, 全书统稿;
黄培文编写第一章、第四章、第五章;
余金通编写第二章第一节;
林 东编写第二章第二节、第三节;
刘 伟编写第三章;
李月娇编写第六章、第七章、第八章;
王 芳编写第九章、第十章、第十一章。

厦门大学出版社出版发行

(地址: 厦门大学 邮编: 361005)

<http://www.xmupress.com>

xmup@public.xm.fj.cn

开本: 787×1092 1/32 印张: 8.375 字数: 188 千字

定价: 14.00 元

如有印装质量问题请与承印厂调换

序

由省教育厅组织专家编写的《福建省面向中等职业教育招收高等职业教育学生入学考试复习指导用书》于2000年3月正式出版后,又于2000年12月重印,及时为广大中职学校应、往届毕业生参加省高职单招考试提供了一套很好的复习用书,受到广大中职学校师生的欢迎。2001年下半年,本套丛书大部分分册在修订后出版发行,为第二版。现在,根据形势的发展,省教育厅决定本套丛书修订后出版第三版。我们相信,此次修订将使我省高职单招考试朝科学化、规范化发展上迈出重要的一步。

高等职业技术教育是我国高等教育的重要组成部分。大力发展高等职业技术教育,既是经济建设和社会发展的需要,也是多样化发展高等教育事业,不断提高国民素质和创新能力的需要。根据全国的统一部署,我省从1999年开始,按新的管理模式和运行机制举办高等职业技术教育,首次安排计划招生,其中也首次面向中等职业教育招生。高等职业技术教育是专科层次的普通高等学历教育,承担着培养拥护党的基本路线,适应生产、建设、管理、服务第一线需要的德、智、体、美等方面全面发展的高等技术应用型专门

人才的重任。这就要求所培养的学生应在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上,重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能,具有良好的职业道德和敬业精神。当前,教育部门和从事高职人才培养的院校必须认真贯彻落实党中央、国务院《关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》及省委、省政府《关于加快实施科教兴省战略的决定》精神,进一步明确办学的指导思想,深化教学改革,加强教学建设,全面推进素质教育,高起点、高标准地推进高等职业技术教育的改革和发展,在努力提高人才培养质量的同时,不断办出水平,办出特色。

高等职业技术教育是今后一个时期高等教育发展的重点。认真做好高职的单招考试工作,是促进高等职业技术教育健康发展的一项重要工作。在这里,我们谨向为撰写和编辑出版《福建省面向中等职业教育招收高等职业教育学生入学考试复习指导用书》付出了辛勤劳动,做出了重要贡献的各位专家和厦门大学出版社同志们表示衷心的感谢!我们相信,在省委、省政府的高度重视下,在大家的共同努力下,我省的高等职业技术教育一定会越办越好,为经济社会发展做出更大的贡献。

本丛书编委会

2003年8月

目 录

第一部分 旅游基础知识

第一章 旅游概述	(1)
第一节 旅游的定义与类型	(1)
第二节 旅游的基本要素	(5)
第二章 旅游业的构成与旅游市场	(18)
第一节 旅游业的构成	(18)
第二节 旅游市场	(24)
第三节 旅游产品	(32)
第三章 礼貌礼节要求及在旅游 接待服务中的运用	(36)
第一节 礼貌礼节概述	(36)
第二节 旅游服务接待中礼貌礼节 基本要求	(38)
第三节 饭店各个岗位的礼貌礼节	(43)
第四节 其他礼貌礼节知识	(47)

第二部分 导游业务

第四章 导游服务与导游人员	(53)
第一节 导游服务的内容	(53)
第二节 导游服务的性质和特点	(54)
第三节 导游服务的原则	(55)

第四节	导游人员的类型及其基本职责	(57)
第五节	导游人员的素养	(59)
第五章	导游接待服务程序与质量	(64)
第一节	导游接待服务的分工	(64)
第二节	导游接待服务程序	(65)
第三节	导游中常遇到的问题及其对策	(70)

第三部分 饭店服务操作与管理

第六章	饭店与饭店服务质量	(90)
第七章	前厅部	(94)
第一节	前厅部的组织机构及其职能	(94)
第二节	客房预订	(97)
第三节	前厅接待服务	(118)
第八章	客房部	(127)
第一节	客房部的组织机构及其职能	(127)
第二节	客房楼面接待服务	(129)
第三节	客房的清扫整理	(140)
第四节	公共区域的清扫	(157)
第九章	餐饮部的机构及职能	(161)
第一节	餐饮部结构和各部职能	(161)
第二节	餐厅的种类及特点	(167)
第十章	餐饮服务的基本技能	(173)
第一节	托盘	(173)
第二节	斟酒	(176)
第三节	餐巾折花	(179)
第四节	摆台	(182)
第五节	上菜和分菜	(194)

第十一章	餐饮服务·····	(202)
第一节	餐饮服务的基本环节·····	(202)
第二节	零点餐厅服务程序与团体 包餐服务程序·····	(210)
第三节	宴会服务·····	(218)
第十二章	酒水与酒水服务·····	(233)
第一节	酒水·····	(233)
第二节	酒水服务与管理·····	(249)

第一部分 旅游基础知识

第一章 旅游概述

本章要点:

1. 旅游的定义与旅游的本质属性
2. 旅游的特点与旅游类型
3. 旅游者的定义与旅游者产生的条件
4. 旅游资源的定义与我国旅游资源的基本特征
5. 旅游业的定义与旅游业的特点

第一节 旅游的定义与类型

一、概述

旅游的产生源于人类意识的发展、精神需要的提高和经济条件的成熟。

(一) 旅游的定义

《旅游概论》(李光坚主编, 2001 年版) 在第 23 页把旅游这个概念表述为: “旅游是人们为寻求精神上的愉快感受而进行的非定居性旅行和游览过程中所发生的一切关系和现象的总和。”

(二) 旅游的本质属性和特点

1. 旅游的本质属性

纵观人类旅行、旅游历史的演变, 尤其是从现代旅游业的

迅速崛起与发展趋势可以看出,旅游是人类社会经济、文化发展的产物,旅游是当今社会一种大众化的复杂的社会、经济与文化现象。旅游消费是人类一种超出生存需要、层次较高的生活消费。因此,旅游具有社会属性、文化属性、经济属性和消费属性。

2. 旅游的特点

(1) 广泛性:一指旅游者构成的广泛性;二指旅游地域的广阔性和活动领域的多面性;三指旅游内容的丰富性及所属性质的多样性。

(2) 综合性:是指旅游是集食、住、行、游、购、娱于一体的社会活动。

(3) 参与性:是指旅游者在旅游全过程中必须亲临其境、身体力行的不可替代性。

(4) 季节性:是指旅游活动因受到自然条件和社会条件背景的制约而呈现出淡季、旺季的差异性。

二、旅游的类型

现代旅游活动的领域越来越广泛,参加旅游的人数越来越多,旅游的方式也越来越多样化。旅游从不同角度来考察,有多种的分类方法。下面就介绍两种分类方法。

(一)按游览区域分

1. 国际旅游

国际旅游是指跨越国界的旅游活动。分入境旅游和出境旅游。由于历史的原因及国情的不同,港澳台居民到内地来旅游,本质上是国内旅游,但由此带来的旅游外汇收入,习惯上仍并到国际旅游收入中去。

2. 国内旅游

国内旅游是指人们在居住国范围内的旅游活动。它的特点是从事这种旅游活动的人没有国籍的限制,游客可以是本国公民,也可以是长住该国的外国人。

国内旅游与国际旅游的关系是:从旅游发展来看,国内旅游是一国旅游业发展的基础,国际旅游是国内旅游的延伸和发展。

(二)按旅游动机划分(基本旅游类型)

从旅游的动机来划分,旅游可分为观光型、度假保健型、公务型、宗教型和购物型等五种主要类型(见表 1-1)。

表 1-1 五种旅游类型的简要归纳总结

内容	特点	含 义	举 例
1. 观光型	游于一线	所谓观光旅游,主要指旅游者到异国他乡游览自然山水,鉴赏文物古迹,领略风土民情,从中获得自然美、艺术美、社会美的审美情趣,以达到积极的休息和愉悦身心的效果。	华侨、外籍华人来祖国观光旅游常与其他旅游动机,如旧地重游、寻根访祖、探亲会友等活动内容有机地结合在一起。
2. 度假保健型	定于一点	为避暑,寻求幽雅清静的生活环境,欢度假期,治疗疾病,或参加一些有益健康的体育运动和一些有趣味、有特色的消遣娱乐活动,以达到消除疲劳、减少疾病、适意娱情、增进健康为目的的旅游。	号称“世界旅游王国的西班牙”,每年接待几千万的国际旅游者,大多数属于游海滩、寻阳光和海水浴等以度假消闲保健为目的的旅游者。

(续表)

内容	特点	含 义	举 例
3. 公务型	不定性	是指以某种公务为主要目的的旅游。它是在旅行过程中产生的旅游行为。主要形式有商务旅游和会议旅游。	据 WTO 统计,全世界国际旅游者中有 50% 以上是公务旅游者。由于国际性会议规格高,多提前进行筹备,因而具有消费大、时间长、计划性强的特点,比一般的旅游接待能获得较高的经济效益,成为世界各国尤其是旅游业发达国家(地区)竞相发展的一个旅游项目。
4. 专项旅游	宗教型	主要是以朝圣、拜佛、求法、取经或宗教考察为主要目的的旅游活动。	是世界上最古老的旅游类型,延续至今仍然具有很大的吸引力。今天,纯宗教目的的旅行已逐渐发展成为国内外广大旅游者所乐于接受的游山玩水 and 宗教娱乐活动相结合的旅游形式。
	购物型	是一种购物与观光游览相结合,以购物为主要目的的旅游。	据统计每年进入香港的国际旅游者中有 60% 左右的人是为了购物,其购物费用也占全部旅游费用支出的 60% 左右。又如“袖珍之国”安道尔,在旅游业中也是以购物取胜,游客就有句口头禅,“不买东西,就别到安道尔来”。

世界旅游组织(WTO)则按人们出游的目的将旅游分为六大类,即休闲、娱乐、度假类;探亲访友类;商务专业访问类;健康医疗类;宗教/朝拜类及其他类型的旅游(见表 1-2)。

表 1-2 WTO 的旅游分类

1. 休闲、娱乐、度假类	包括观光旅游、度假旅游、娱乐旅游等。
2. 探亲访友类	以走访亲友为主要目的的旅游;在旅游过程中,游客可能顺便观光游览,但这不是其主要的旅游目的。
3. 商务专业访问类	旅游同游客个人职业或所在单位的经济活动相关联;主要形式有商务旅游、公务旅游、会议旅游、学习旅游、专项旅游和奖励旅游等。
4. 健康医疗类	主要有体育旅游、健康旅游和生态旅游。
5. 宗教/朝拜类	以朝拜、布道为主要目的旅游活动。
6. 其他	包括未列入上述各类的旅游活动,如过境旅游、探险旅游等。

此外,按距离、按组织形式、按计价方式、按费用来源和旅游活动方式还可以将旅游划分成其他几种不同的类型,详见其他有关的教学参考书。

第二节 旅游的基本要素

一、旅游的主体——旅游者

(一)旅游者的定义

《概论》第 90 页对旅游者下了这样一个定义:“旅游者就是暂时离开常住地,通过游览、消遣等活动,以获得精神上愉快感受为主要目的的人。”在该书第 90 页第三段,作者对这一表述作了以下补充说明:“规定要有游览消遣的活动内容并不排除在非旅游活动中产生的旅游行为。”

1979年,我国国家统计局从统计工作的需要出发,对海外来华旅游者做了如下规定:“来华旅游者是指来我国参观旅行、探亲访友、休养、考察或从事贸易、业务、体育、宗教活动、参加会议等外国人、华侨和港澳同胞。”同时还规定,旅游者不包括下列八种人:应邀来我国进行访问,由部长以上人员率领的党、政、议会、军队代表团成员;各国驻华使馆人员;常驻我国的外国专家、留学生、新闻记者等;乘国际班机直接过境的旅客、机组人员和在口岸逗留不过夜的铁路员工及飞翔船船员;边境地区往来的居民;归国或回大陆定居的华侨、港澳台同胞;到我国定居的外国人和原已出境又返回我国定居的外国侨民;归国或出国人员。

1984年,世界旅游组织(WTO)给国内旅游者下的定义是:“任何以消遣、闲暇、度假、体育、商务、公务、会议、疗养、学习和宗教等为目的,而在其居住国,不论国籍如何,所进行24小时以上、一年之内旅行的人,均视为国内旅游者。”

(二) 旅游者的形成与发展

根据《概论》上的内容,旅游者形成的条件主要归纳为两个方面,一、即社会条件和个人条件。

1. 社会条件

这里的社会条件主要一、是指社会富裕和社会闲暇。二、人们的旅游权利。

2. 个人条件

社会富裕不等于每个家庭、每个人都富裕。因此,一个人要成为旅游者还必须具备其他一些条件,概括起来,旅游者的个人条件主要是要有“钱”、有“闲”和有旅游动机。

(1)有“钱”就是有足够支付旅游费用的“可随意支配的收入”。所谓可随意支配收入是指家庭个人的总收入扣除全部税

收及社会消费以及生活之必需消费部分之后余下的金额,或叫“开支节余”。

(2)有“闲”就是有闲暇时间,即可自由支配的时间。所谓闲暇时间,就是不受其他条件限制,完全根据个人意愿去自由支配的时间。一般来说,具有现代意义的闲暇时间可分为三种:一是每天都有的较短空闲时间;二是周末的闲暇时间;三是假日时间(主要指带薪假日)。前者的空闲时间只能适应就地或在家中消遣,不足以外出旅游,只有后两种闲暇时间才能使短途和长途旅游得以实现。

“可随意支配的收入”和“可自由支配的时间”是产生旅游者的客观条件。

(3)旅游动机的确立:是指人们为了满足生存需要以外的消费需求而产生的具有明确方向的旅游行为的内驱力,旅游动机是指推动旅游者进行旅游活动的心理因素。旅游动机主要有身体方面、文化方面、社交方面、地位和声望方面的动机等几种类型。而旅游动机产生于旅游的需要,没有旅游的需要,就不会产生旅游动机,而没有旅游动机,就没有旅游的行为。

(4)身体条件:旅游者必须以良好的身体作保证,否则旅游活动难以开展。

二、旅游的客体——旅游资源

(一)旅游资源的概念

凡是足以吸引旅游者亲临其境的自然和人文因素都可构成旅游资源。换句话说,凡是对旅游者具有吸引力的任何因素,都可构成旅游资源。定义有4个方面含义:(1)吸引力;(2)可进入性;(3)价值性;(4)变化性。

(二) 旅游资源类型

旅游资源有多种多样,既有现实和潜在之分,又有有形和无形之别。从原因和实际属性出发,可将旅游资源归纳为自然旅游资源和人文旅游资源两大类型(表 1-3)。

表 1-3 旅游资源的归类分析

名称	种类	特点	功能
自然旅游资源(亦称自然景观,是旅游的第一环境)	包括名山大川、森林瀑布、奇岩怪石、石窟溶洞、海滨沙滩、江湖小溪、草原沙漠、奇花异草、珍禽怪兽,乃至阳光气候、云海雪景等等。	它是大自然的产物,具有天赋性和因地而异、因时而殊的特点。	能给旅游者提供自然界中各种事物和现象的自然美,使观赏者产生美的感受和愉悦的心情。
人文旅游资源(亦称人文景观,是旅游的第二环境)	人文旅游资源包括历史遗存、时代建设及那些不可见的、但置身其中可以感觉到的非物内容,如语言、宗教信仰、民俗风情及“异国他乡”的情调。	是人类创造的景观,人类文明的产物,人类劳动创造的结晶;具有历史性、民族性与艺术性的特征,是最宝贵的旅游资源。	能为旅游者提供旅行游览中的艺术美和社会美的审美情趣。

(三) 旅游资源的特点(表 1-4)

旅游资源作为旅游活动的客体和可供旅游者进行实地观赏的对象,具有吸引性、变化性、垄断性、季节性四个基本特点。

表 1-4 旅游资源的三个基本特点

特点	内 涵
吸引力	吸引力是旅游资源的重要特征,或称为本质特征。旅游者是以愉悦身心为目的,他们追求的是自己想象中的一种生活方式,希望能得到一种美的享受。旅游资源必须具有吸引旅游者的功能,才具有社会意义和经济价值。哪个地方的旅游资源吸引力越大,客流量就越大,其旅游价值与开发利用价值就越高。
变化性	人类社会是在不断地发展变化的,随着社会生产力的不断提高,人文旅游资源会得到源源不断的创造和补充;自然旅游资源也会因旅游经营者的不断开拓而不断地被发现和开发利用。旅游资源不断地发展和变化,这也是旅游的内容和形式会不断丰富和变化的原因之一。
垄断性	独具特色的旅游资源就具有特殊的使用价值,因而它就具有垄断性;尤其是珍贵文物、历史文化遗存,是不能再生产和替代的特殊物品,它与那些惟我独有或独存的动植物,都将成最珍贵的旅游资源。
季节性	是指旅游资源的旅游功能价值的发挥具有明显的季节性特征。以自然风光为主的旅游资源,其季节性更为显著。

(四)我国的旅游资源及其特色

1. 我国的自然景观资源(表 1-5)

我国地大物博,山河壮丽,山水、土石、光气和动植物的巧妙结合,构成了我国独具特色的自然风光,成为我国发展旅游业得天独厚的旅游资源。