

新编

新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜYOU JIEDAI LIYI

旅游接待礼仪

吕欣 主编
韩枫 裴智君 副主编



旅游教育出版社



新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜYOU JIEDAI LIYI

旅游接待礼仪

吕欣 主编

韩枫 裴智君 副主编



旅游教育出版社

责任编辑:陈 志

图书在版编目(CIP)数据

旅游接待礼仪/吕欣主编. —北京:旅游教育出版社,2011.10

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2229 - 7

I. ①旅… II. ①吕… III. ①旅游业—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(2011)第 167548 号

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

旅游接待礼仪

吕 欣 主编

韩 枫 裴智君 副主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	19.375
字 数	309 千字
版 次	2011 年 10 月第 1 版
印 次	2011 年 10 月第 1 次印刷
定 价	33.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

新编高职高专旅游管理类专业 规划教材编委会

主 任 谢彦君

委 员 (按音序排列)

狄保荣 韩玉灵 计金标

姜文宏 罗兹柏 王昆欣

张广海 张新南 朱承强



经过将近三年的策划与组织,旅游教育出版社的“新编高职高专旅游管理类专业规划教材”终于要整体付梓印行了。本套丛书不管是在编写宗旨的确立还是在撰著者的遴选方面,都经历了一个较为严谨而细致的过程,这也为保证丛书的质量奠定了一个良好的基础。

中国的高等旅游教育和旅游产业发展,已经度过了三十多个春秋。从20世纪70年代末的筚路蓝缕到今天已蔚为大观的局面,这当中包含了几代学人和业者共同努力、共同创业的艰辛。在今天看来,尽管在这个知识和行业共同体中曾经并依然存在着观点、思想和认识上的碰撞和摩擦,但一路前行的步伐却始终没有停止过。这也是中国旅游教育界、旅游产业界呈现于世人的最令人鼓舞的风貌和景观。

在整个高等旅游教育体系中,职业教育的发展,只是在最近的十几年中才真正被政府纳入到大力发展的战略框架当中,并在今天形成了占据旅游高等教育半壁江山的势头。如果站在整个旅游高等教育的视野来审视旅游职业教育和普通教育在整个旅游高等教育中的局面,大家会有一个基本的共识:旅游高等职业教育在人才培养方面,无疑更加体现了专业细分、供需对接、学为所用的人才培养效率和效果,并不像旅游本科教育那样,每年的毕业生有70%以上流入其他行业或领域,从而造成社会教育资源的极大浪费。这个问题学界多有认识、阐述和呼吁,并一致认为,其根源在一定程度上是由本科专业目录管理过于僵化的行政机制所造成。值得欣慰的是,最新的本科专业目录调整方案中,已经增设了饭店管理专业,这一举措借鉴了旅游专业高等职业教育按照旅游大类进行专业细化的成功方面,进一步昭示了旅游大类下设专业(二级学科)进一步有限度细化的趋势。

前言

礼仪是一种文化,是人类文明和进步的重要标志。在经济全球化的时代,礼仪的作用显得越来越重要,特别是对于旅游业这种服务型产业而言,礼仪的作用尤为凸显。旅游服务礼仪已直接体现为一种生产力,正在创造着利润与价值。随着全球旅游业的快速发展和国际旅游市场竞争的日益激烈,提高旅游接待人员的服务礼仪水平已成为旅游企业提升竞争力的重要手段。为了满足旅游企业对服务技能型人才的需求,为了更好地服务旅游经济的发展,由富有旅游接待礼仪教学与实践经验的教师组成团队,精心编写了此教材。

本教材汇集了编写者的经验与探索,其特色是:

一、注重融入新的教学理念,借鉴和吸收多方权威人士的论断与研究新成果,从不同的视角,精选素材,确定内容,使教材富有新意和时代感。

二、立足于高职人才培养方向,强调应用性和系统性,对以往教材体系进行整合。注意结合旅游业发展的新形势和新特点,彰显旅游业发展的新趋势,注重教材内容和教材结构的创新,体现与时俱进的精神和前瞻性、新颖性。

三、突出实操性,通过“特别提示”环节彰显可操作性和规范性,并着眼于服务细节的强化;“拓展知识”环节具有补充强化和开阔视野的作用,有益于相关内容的掌握和理解;通过“案例分享与思考”、“本章闯关测试”两个环节贴近实际的精选案例,着力于实践能力的训练和培养。

四、以内强素质、外塑形象为基点,在着力强化服务操作技能技巧及规范等方面的内容培训和学习的同时,还注意通过点滴渗透,树立礼仪意识、观念和良好的服务心态,提升学习者的主观能动性、服务热情和专业服务价值。

五、流程清晰,内容简明,详略得当,图文并茂,便于学习与掌握。配备有教学资源包(包括教学课件、期末考试样题),以方便教师授课之用。

本教材由大连商务职业学院吕欣担任主编并统稿,辽宁省交通高等专科学校韩枫、海南外国语职业学院裴智君为副主编。全书共十章,其中第三、四、五、九章由吕欣编写,第一、七章由韩枫编写,第二、八章由裴智君编写,第六、十章由佳木斯

大学祝招玲编写。教材课件分别由裴智君(第二、八章)和韩枫(其余各章)制作,期末考试样题由祝招玲编写。

本教材适用于高职高专旅游专业的教学,也可用于旅游企业的职业教育与培训。

本教材在编写过程中,参考和引用了一些相关文献和资料,在此向它们的作者表示诚挚的谢意。受水平等因素所限,书中难免存在疏漏与不足之处,敬请专家和广大读者指正。

编 者
2011 年 6 月

目 录

第一章 旅游接待礼仪概述	1
第一节 礼仪的基本概念、特征和原则	1
第二节 旅游接待与礼仪	7
第二章 旅游接待人员的形象礼仪	11
第一节 仪容礼仪	11
第二节 仪态礼仪	23
第三节 服饰礼仪	42
第三章 旅游接待人员的基本交际礼仪	57
第一节 会面礼仪	57
第二节 拜访与接待礼仪	73
第四章 旅游服务语言规范与运用艺术	84
第一节 旅游服务语言运用的基本要求	84
第二节 称呼礼仪	89
第三节 旅游服务语言的分类及运用艺术	93
第四节 电话服务礼仪	102
第五章 旅游涉外接待礼仪	112
第一节 国际交往礼仪的基本原则	112
第二节 涉外接待礼仪	126
第三节 会见、会谈、签字礼仪	132
第四节 涉外宴请礼仪	139
第五节 馈赠礼仪	145

第六节 参观游览与文艺晚会接待礼仪	152
第七节 舞会礼仪	155
第六章 餐饮接待礼仪	162
第一节 中餐接待礼仪	162
第二节 西餐接待礼仪	168
第三节 宴会接待礼仪	171
第四节 酒吧接待礼仪	185
第五节 茶艺礼仪	188
第七章 酒店住宿接待礼仪	195
第一节 前厅服务礼仪	195
第二节 客房服务礼仪	204
第八章 旅行社接待礼仪	211
第一节 旅行社业务部门接待礼仪	211
第二节 导游接待服务礼仪	220
第九章 旅游目的地接待与游览礼仪	239
第一节 旅游景区与主题公园接待礼仪	239
第二节 宗教之地 知礼知行	248
第三节 游轮——移动的五星级度假村	261
第十章 我国主要客源国的习俗礼仪	270
第一节 亚洲	270
第二节 欧洲	277
第三节 美洲	286
第四节 非洲	291
第五节 大洋洲	294
参考文献	300

引言

我国素有“文明古国”、“礼仪之邦”的美称,礼仪文化源远流长。礼仪是一个人、一个组织乃至一个国家文明和进步的标志,是现代社会人际交往活动中的规则。礼仪接待是旅游接待优质服务的重要组成部分。本章解释了礼仪的基本概念、礼仪的起源与发展,归纳出礼仪的特征和原则以及礼仪在旅游活动中的重要作用等。

学习目标

1. 明确礼的含义,把握礼貌、礼节、礼仪之间的关系。
2. 明确礼仪的特征、原则。
3. 掌握礼仪在旅游接待中的重要作用。

第一节 礼仪的基本概念、特征和原则

“人无礼则不立,事无礼则不成,国无礼则不宁”。礼仪是人类社会历史发展的产物,是在长期的社会实践中逐步形成的,它支配着人们的思想和行为。

一、礼仪的基本概念

礼仪的内涵非常丰富,它是由“礼”和“仪”两部分构成的。

(一) 礼的含义

礼的含义比较丰富。“礼”的本意是敬神,礼字源于“禮”,今天引申为表示敬意的通称,是人们在长期的生活实践与交往中约定俗成的行为规范。在古代,礼特指奴隶社会或封建社会等级森严的社会规范和道德规范。在现代社会,礼是为表

示敬意和隆重而举行的仪式,也可以是社会交往中的礼貌和礼节。在西方,“礼仪”(etiquette)一词来源于法语,原意是“法庭上的通行证”。古代法国的法庭为了保证法庭秩序,制定了许多法庭规则,并把这些规则写在准许进入法庭的通行证上,以让人们入庭后有所遵循。后来,“礼仪”一词进入英语,逐渐演化成“人际交往的通行证”,因为在社会生活的各个领域,人们都需要遵守一定的准则和规范。英语中的“礼仪”主要指有教养的礼节和规矩、谦恭有礼的言谈举止以及一定的仪式、典礼、习俗等。



拓展知识

《说文解字》对礼的解释是:“禮,履也,所以事神致福也,从示从豊。豊,乃行礼之器也,从豆,象形。”其中,禮字左边的“示”表示祭祀的容器,它是庆丰收时用的,所以右边加上“豊”。“豊”是古代礼器的一种,礼器是古人祭祀时行礼的器物,它包括烹煮器、食器、酒器、水器和乐器等。“豊”属于食器,它主要是用于盛放黍、稷、稻、粱等熟食。礼器是物化的礼制,也是中国古代文化的凝结物。

此外,据考证“礼”字古时候通“履”字,意为鞋子,穿鞋子走路要合适,因此“礼”要适度。

(二) 礼貌

礼貌是指人与人之间在交往活动中相互表示敬意和友好的行为准则,它调整人们之间的相互关系、维持社会生活正常秩序的道德规范和行为准则,反映了人们的文化层次和文明程度。礼貌一词,出自《孟子·告子下》:“迎之致敬以有礼,言将行其言也,则就之;礼貌未衰,言弗行之,则去之。其次,虽未行其言也,迎之致敬以有礼,则就之;礼貌衰,则去之……”礼貌是一个人待人接物时的外在表现,它基于相互尊重而且要表里如一,它通过语言、动作、表情等来表达对人的尊重。具体分为礼貌行为和礼貌语言。在日常交往中,人们会通过微笑、点头、鞠躬、握手、拥抱、合十礼等行为和“谢谢您”、“恭候光临”、“我能为您做点什么”等语言,来展示一个人的礼貌程度。在不同的国家和民族,处于不同的时代和不同的行为环境中,礼貌表达的形式和要求虽然不同,但其基本要求是一致的,即要态度和善、遵守秩序、尊老爱幼、仪表端庄、言行一致、整洁卫生、不卑不亢、符合职业素质要求。

(三) 礼节

“礼节”一词出自《荀子·非十二子》:“遇友则修礼节辞让之意。”节,即是节制、适度。礼节是人们在日常生活特别是在交往中相互表示友好和敬意的惯用形式。礼节是外在行为规则,处于礼学体系中最表层,是礼貌在语言、行为等方面的具体表现。

中国古代的跪拜、作揖、拱手等,当今世界通行的点头、握手、鞠躬等,欧美国家的拥抱、亲吻等,南亚各国的合十、贴面、敬礼等,都是不同国家礼节的表现形式。

(四) 礼仪

礼仪是一个复合词语,包含“礼”和“仪”。礼表示敬神,仪表示法度标准。

礼仪,从广义上说,指的是一个时代的典章制度;从狭义上说,指的是人们在社会交往中由于受历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素的影响而形成的,既为人们所认同,又为人们所遵守,以建立和谐关系为目的的各种符合礼的精神要求的行为准则或规范的总和。

在礼的系统中,礼仪是有形的,其基本形态既受到礼的基本原则的制约,也受到物质水平、历史传统、文化心态、民族习俗等的影响。

礼仪的表现形式有个人礼仪、家庭礼仪、公务礼仪、社交礼仪、商务礼仪、习俗礼仪、宗教礼仪、服务礼仪、涉外礼仪等。



特别提示

礼貌、礼节、礼仪都体现为一个“礼”字,都是人们在交往中,相互表示敬重和友好的形式,其本质都是尊重人、体贴人。从本质上看,三者是一致的,礼节是礼貌的具体表现,礼貌是礼节的规范,礼仪通过礼貌、礼节得到体现,三者相辅相成,密不可分。但三者又有各自的特殊含义和要求。

礼貌侧重强调个人的道德品质,礼节侧重于这种品质的外在表现形式。有礼貌而不懂礼节,往往容易失礼;谄熟礼节却流于形式,充其量只是客套。

礼貌是礼仪的基础,礼节是礼仪的基本组成部分。礼是仪的本质,而仪则是礼的外在表现。礼仪在层次上要高于礼貌礼节,其内涵更深、更广,它是由一系列具体的礼貌礼节所构成,是程序化了的礼节;礼节只是一种具体的做法,而礼仪则是一个表示礼貌的系统、完整的过程。

二、礼仪的特征

(一) 时代性

礼仪规范不是一成不变的,随着社会经济的不断发展、人际交往的日益频繁,礼仪不断地更新形式,表现出强烈的时代特色。

跪拜礼是古人日常生活中常见的传统礼节,而握手是现代社会交往的常见礼节。现代人讲究快捷、高效的生活节奏,又讲究平等和相互尊重,为此就要有与之相应的现代礼仪活动。因此,需要在实践中不断更新丰富礼仪的形式和内容,发展

建立新的符合时代要求的现代礼仪。

(二) 可操作性

在日常生活中,人们见面时的点头问候、致意、握手、拥抱等礼节,没有高难度的技巧,它是人们长期积累下来的习俗,存在于人们的举手投足之间。所以,人们不需要多高的学历就可以学习。简单易学、可操作、标准清楚、规则简明是礼仪的又一个特征。正因为礼仪具有可操作性,才使它可以推广和宣传,从而成为人们提升文明程度的一个标志。



拓展知识

希尔顿于1919年把父亲留给他的1.2万美元连同自己挣来的几千美元投资出去,开始了他雄心勃勃的经营旅馆生涯。当他的资产从1.5万美元奇迹般地增值到几千万美元的时候,他欣喜自豪地把这一成就告诉母亲,母亲却淡然地说:“依我看,你跟以前根本没有什么两样……事实上你必须把握比5 100万美元更值钱的东西:除了对顾客忠诚之外,还要想办法使在希尔顿旅馆住过的人还想再来住。你要想出这样的简单、容易、不花本钱而行之久远的办法来吸引顾客。这样你的旅馆才有前途。”

母亲的忠告使希尔顿陷入迷惘:究竟什么办法才具备母亲指出的这四大条件呢?他冥思苦想不得其解。于是他逛商店,串旅店,从自己作为一个顾客的亲身感受之中得出了“微笑服务”的准确答案,它同时具备了母亲提出的四大条件。

从此,希尔顿实行了微笑服务这一独创的经营策略。每天他对服务员说的第一句话是:“你对顾客微笑了没有?”他要求每个员工不论如何辛苦,都要对顾客投以微笑。

1930年西方国家普遍爆发经济危机,也是美国经济萧条严重的一年,全美旅馆倒闭了80%。希尔顿的旅馆也一家接一家地亏损不堪,曾一度负债50亿美元。希尔顿并不灰心,而是充满信心地对旅馆员工说:“目前正值旅馆亏空、靠借债度日的时期,我决定强渡难关。请各位记住,千万不可把愁云挂在脸上,无论旅馆本身遭遇的困难如何,希尔顿旅馆服务员的微笑永远是属于顾客的阳光。”因此,经济危机中幸存的20%的旅馆中,只有希尔顿旅馆的服务员面带微笑。经济萧条刚过,希尔顿旅馆便率先进入了繁荣时期,跨入了黄金时代。

众所周知的有美国“旅馆之主”之称的希尔顿,是世界上非常有名气的酒店业者,是国际酒店第一管理者,也是经营最长久的一个。在从1919年到1976年的57年时间里,美国希尔顿旅馆从一家店扩展到70家,遍布世界五大洲的各大城市,成为全球最大规模的旅馆集团之一。50年来,希尔顿旅馆生意如此之好,财富增加得如此之快,简直堪称奇迹,其成功的秘诀之一,就在于服务人员微笑的魅力。

(三) 继承性

礼仪是人类历史发展过程中逐步积淀而成的一种文化,它经历了长期的演变过程,并且被一代一代地传承下来。任何一个国家、民族的礼仪都有自己一脉相承的文化,又不断吸收其他国家、民族的礼仪文化。礼仪的继承性就体现在对代表礼仪的主流和本质的、体现社会文明和进步的高尚礼仪的继承和发展。礼仪的继承性具有一定的稳定性,被继承的礼仪作为一种良好的社会行为规范,在社会发展的一定历史时期内成为社会进步和人类文明的重要标志。同时,礼仪又具有与时俱进的变革性,它不是一味地全盘继承,而是经过一代又一代的去粗取精,取其精华,去其糟粕,在扬弃中不断推陈出新,不断适应时代和社会的需要。

(四) 差异性

礼仪作为人们相互交往中的行为规范,既有共性,也存在差异性。一是不同的时代,存在差异性;二是不同国家、民族、地区存在差异性;三是即使同一时间、同一地点,对待不同的人物、事件,也存在差异性。



拓展知识

有个酒店住入了一个少数民族团体,团体中美丽的少女们都各戴着一顶很漂亮的鸡冠帽。有个酒店男员工与之混熟了一点后,出于好奇,用手摸了一下一位少女的帽子,结果被弄到族长那里去,族长以为男员工爱上了那位少女,向她求婚。后经酒店领导出面调解,二人以兄妹相称。

在历史上这个少数民族曾在一夜里受到外族的入侵,恰巧一公鸡鸣叫,唤醒了人们,才免去了一次灭族之灾。以后,为了纪念这只公鸡,村里美丽的少女都戴上鸡冠帽,男子一触摸就表示求婚。因此在与少数民族的交往中,应了解并尊重少数民族的风俗习惯,不做他们忌讳的事,这样才有利于各民族之间平等友好地交往。

三、礼仪的原则

礼仪的原则在社会交往中被共同完善、共同认可,具有指导作用。原则是对实践的高度概括,礼仪原则可以规范人们的礼仪行为,减少社交活动中的尴尬现象。

(一) 真诚尊重的原则

苏格拉底曾言:“不要靠馈赠来获得一个朋友,你须贡献你诚挚的爱,学习怎样用正当的方法来赢得一个人的心。”可见在与人交往时,真诚尊重是礼仪的首要原则,只有真诚尊重,方能建立和谐愉快的人际关系。

真诚尊重是对人对事的一种实事求是的态度,是待人真心实意的友善表现。

真诚尊重首先表现为对人不说谎、不虚伪、不骗人、不侮辱人,其次表现为对于他人有正确的认识,相信他人,尊重他人。只有真诚尊重方能使双方心心相印,友谊地久天长。

真诚尊重固然重要,然而在社交场合中,真诚尊重也存在许多误区。一种是在社交场合,一味地表达自己的所有真诚,却不管对象如何;一种是不管对方是否能接受,凡是自己不赞同的或不喜欢的,一味地抵制排斥,甚至攻击。如果在社交场合中,陷入这样的误区是很糟糕的。故在社交中,必须注意真诚尊重的一些具体表现,在你倾吐衷言时,有必要看一下对方是否是自己的知音,如对方压根儿不喜欢听你的真诚的心声,那你就徒劳了。另外,如对方的观点或打扮等你不喜欢、不赞同,也不必针锋相对地批评他(她),更不能嘲笑或攻击他(她),你可以委婉地提出或适度地表示不喜欢或干脆避开此问题。有人以为这是虚伪,非也,这是给人留有余地,是一种尊重他人的表现,自然也是真诚在礼貌中的体现。就像在谈判桌上,尽管对方是你的对手,也应彬彬有礼,显示自己尊重他人的大将风度,这既是礼貌的表现,同时也是心理上战胜对方的表现。要表现你的真诚尊重,在社交场合,切记三点:给他人充分表现的机会,对他人表现出你最大的热情,给对方永远留有余地。

(二) 平等适度的原则

在社交场合,礼仪行为总是表现为双方的,你给对方施礼,自然对方也会相应地还礼于你。这种礼仪施行必须讲究平等的原则,平等是人与人交往时建立情感的基础,是保持良好人际关系的诀窍。平等在交往中,表现为不要骄狂,不要我行我素,不要自以为是,不要厚此薄彼,更不要傲视一切,目中无人,更不能以貌取人,或以职业、地位、权势压人,而是应该处处时时平等谦虚待人,唯有此,才能结交更多的朋友。

适度原则即交往应把握礼仪分寸,根据具体情况、具体情境而行使相应的礼仪。如在与他人交往时,既要彬彬有礼,又不能低三下四;既要热情大方,又不能轻浮谄媚;要自尊却不能自负;要坦诚但不能粗鲁;要信人但不能轻信;要活泼但不能轻浮;要谦虚但不能拘谨;要老练持重,但又不能圆滑世故。

(三) 自信自律的原则

自信的原则是社交场合中一个心理健康的原则,唯有对自己充满信心,才能如鱼得水,得心应手。自信是社交场合中一种很珍贵的心理素质。一个有充分自信心的人,才能在交往中不卑不亢、落落大方,遇到强者不自惭,遇到艰难不气馁,遇到侮辱敢于挺身反击,遇到弱者会伸出援助之手;一个缺乏自信的人,就会处处碰壁,甚至会一败涂地。

自信但不能自负,自以为了不起、一贯自信的人,往往就会走向自负的极端,凡

事自以为是,不尊重他人,甚至强人所难。那么如何剔除人际交往中自负的劣根性呢?自律原则正是正确处理好自信与自负关系的又一原则。自律乃自我约束的原则。在社会交往过程中,在心中树立起一种内心的道德信念和行为修养准则,以此来约束自己的行为,严于律己,实现自我教育、自我管理,摆正自信的天平,既不必前怕虎后怕狼地缺少信心,又不能凡事自以为是而自负高傲。

(四) 信用宽容的原则

信用即讲究信誉的原则。孔子曾有言:“民无信不立,与朋友交,言而有信”,强调的正是守信用的原则。守信是我们中华民族的美德,在社交场合,尤其要讲究守信。守信一是要守时,与人约定时间的约会、会见、会谈、会议等,绝不应拖延迟到;二是要守约,即与人签订的协议、约定和口头答应他人的事一定要说到做到,所谓言必信,行必果。故在社交场合,如没有十分的把握就不要轻易许诺他人,许诺做不到,反落了个不守信的名声,从此会永远失信于人。

宽容的原则即与人为善的原则。在社交场合,宽容是一种较高的境界,《大英百科全书》对“宽容”下了这样一个定义:“宽容即容许别人有行动和判断的自由,对不同于自己或传统观点的见解能够耐心公正地容忍。”

宽容是人类的一种美德,在人际交往中,宽容是创造和谐人际关系的法宝。宽容他人、理解他人、体谅他人,千万不要要求全责备、斤斤计较,甚至咄咄逼人。总而言之,站在对方的立场去考虑一切,是你争取朋友的最好方法。

第二节 旅游接待与礼仪

在一次导游经验交流会上,一位资深导游说道:“作为旅行社的一名导游员,我在旅游行业已经工作了十年,在带团的过程中,我有很多体会,归纳为一点就是做好富有人情味的超常服务。导游服务在旅途中是不可忽视的,食、宿、行、游、娱、购这六个方面都要照顾到,只有不怕辛苦,做好富有人情味的超常服务,才会使客人感到心理上的满足。”^①

旅游接待服务是面向世界的工作,客人来自五湖四海,在外国人眼里,旅游接待人员代表的是中国的形象;在中国人眼里,旅游接待人员代表的是旅游目的地的形象;在旅游目的地人眼里,旅游接待人员代表着旅游企业的形象。旅游业常被称为是两个C的行业:一个C(Comfort)代表舒适,另一个C(Courtesy)代表礼貌。它要求旅游接待人员在工作中必须以礼待客,礼字当先,让客人能高兴而来,满意而归。

^① 李嘉珊,刘俊伟. 旅游接待礼仪. 北京:中国人民大学出版社, 2006.

一、旅游接待礼仪的基本原则

(一) 以我为主, 尊重他人

在旅游接待,特别是接待外宾中,要以我国的礼貌语言、礼貌行动、礼宾规程为主,使外宾感受到中国无愧是礼仪之邦。同时,还要充分考虑到国情、民族、文化背景的不同,当我们的接待方式不适合外宾时,可适当运用他们的礼节、礼仪,以表示对外宾的尊重。

(二) 不卑不亢, 自尊自爱

旅游接待人员在接待工作中首先要自尊自爱,对任何宾客都既不要低三下四,也不要趾高气扬,要维护国家的形象,也要维护自己的风度。

(三) 一视同仁, 真诚关心

宾客最讨厌服务人员以貌取人,所以,旅游接待人员应做到对所有的宾客都热情友好,以礼相待。所谓“来的都是客”,要用真诚友好的态度使旅游者乘兴而来,满意而归。

案例分享

香港丽晶酒店的礼宾服务在全香港五星级豪华酒店中是数一数二的。丽晶礼宾部的主管考夫特先生说:如何关心客人、如何使客人满意和高兴是酒店服务最重要的事情。考夫特先生在1980年丽晶开业时就从事礼宾工作。多年来,每个到过丽晶接受过考夫特先生亲自服务的客人无不为他提供的“难不倒”服务所折服。

一次,客人在午夜提出要做头发,考夫特先生和值班的几位酒店员工迅速分头忙着联系美容师,准备汽车,15分钟内就把美容师接到酒店,引入客人房内,客人感动地说这是奇迹。

又有一次,一对美国夫妻想到中国内地旅游,但要办签证,可他们只在动身的前一天才提出来。考夫特先生立即派一名工作人员直奔深圳,顺利地办完手续。他说:“时间这么紧,只有这个办法,因此,再累再苦也得去。”

有人问考夫特先生,如果有人要上等特殊年份的香槟酒,而酒店中没有怎么办?考夫特先生说:“毫无疑问,我要找遍全香港。实在满足不了客人,我会记下香槟酒的名称及年份,发传真去法国订购,并向客人保证,他下次再来丽晶时,一定能喝上这种香槟酒。”

当然,我们不可能完全像考夫特先生那样,也许我们的酒店也不具有这种条件。但是,这种做酒店服务所应该具备的全心全意为客人服务的精神和意识,是我们每个优秀员工都必不可少的。

例如:某酒店前台迎送服务礼仪规定,“客人乘坐的车辆到达酒店时,要主动为