

高职高专旅游与酒店管理专业系列教材

旅游服务礼仪

(第2版)

吴新红 董洪莲 主 编
王迎新 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书结合旅游服务行业对职场礼仪的需要,采用项目模块编写体例,简要介绍了旅游服务礼仪基本理论和基础知识;详细阐述了旅游服务人员在形象塑造、行业沟通、会议会务、涉外接待等方面的共性化礼仪规范与要求;结合不同旅游企业的特点,具体讲解了旅游饭店、旅行社等的个性化礼仪规范、服务程序等,同时配有大量图片、图解。全书共9个项目,每个项目设置参考案例、知识储备、特别提示、实战演练等环节,侧重旅游类工作岗位的实际操作性,更侧重训练学生的实际技能和综合能力。

本书适合高职高专院校旅游服务类专业的师生使用,也可作为应用型本科院校旅游服务类专业的教材,还可供旅游行业从业人员培训时参考。

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。举报:010-62782989, beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目(CIP)数据

旅游服务礼仪 / 吴新红, 董洪莲主编. —2 版. —北京: 清华大学出版社, 2021.1

高职高专旅游与酒店管理专业系列教材

ISBN 978-7-302-57108-7

I . ①旅… II . ①吴… III . ①旅游服务—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 (2020) 第 251153 号

责任编辑: 施 猛

封面设计: 常雪影

版式设计: 方加青

责任校对: 马遥遥

责任印制:

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

印 装 者:

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm 印 张: 16.25 字 数: 372 千字

版 次: 2013 年 8 月第 1 版 2021 年 1 月第 2 版 印 次: 2021 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

产品编号:

第2版前言



作为现代职业人，知礼、懂礼、用礼是就业以及从业过程中的基本要求；作为网络时代的旅游服务人员、饭店服务人员，知礼、懂礼、用礼，是高素质职业人应具备的基础技能。

本书是在《旅游服务礼仪》原版的基础上修订而成的，遵循目标、任务、实战演练等学习顺序，秉承原版的编写风格，强调内容的应用性和可操作性，并与时俱进地更换了全书四分之三的案例。

本书主要介绍旅游行业在工作岗位、社交等不同场合应该遵循的礼仪与程序，将礼仪知识与旅游服务实际相结合，在理论够用的基础上，强化学生的服务意识，规范学生的职业礼仪。

本书具有以下4个特点。

(1) 教材编写运用模块框架下的任务驱动模式，紧紧围绕现阶段高职高专教育人才培养目标，从“培养能够与企业工作岗位对接的‘制造型人才’向培养能够适应旅游产业结构升级和工作岗位变化的‘创造型人才’”转型这一实际要求，采用“工学结合、任务驱动、项目导向、顶岗实习”的模式，融“理论、实务、案例、实训”于一体，全面提高学生的实际操作能力。

(2) 教材所有模块都以学习目标为导向，采用任务驱动型教学理念，以学习任务的形式，达到知识目标、技能目标、实战目标，使学生明确在该学习任务中的技能要求，从而有针对性地开展学习与练习。

(3) 教材重新梳理、整合知识体系。教材中的学习任务都以实际工作岗位的案例导出。对于在实际工作中有特别要求的部分，通过“知识储备”或“特别提示”环节予以体现。各模块通过对学习任务的分析、整理，提炼学生需要掌握的技能，以岗位操作要求指导教学。

(4) 教材提供同步实战演练。在技能要求的知识点中，设置相应的同步实战演练，各个学习任务演练题目设计由浅入深、从小环节到大流程，以便学生循序渐进地进行实务分析与操作，达到理论与实践的统一，并通过实际操作有效提高职业能力。

本书中，项目1、7、8由王迎新编写，项目2、4、6、9、10由吴新红编写，项目3、5由董洪莲编写。

编者在编写本书的过程中参阅了大量著作及相关书刊资料，在此一并致谢！

由于编者水平有限，书中难免有疏漏和不妥之处，欢迎广大读者批评指正。反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

编 者

2020年9月18日

第1版前言



旅游业是当今世界发展最快的产业之一。自我国改革开放特别是加入WTO以来,我国旅游业取得了长足发展,丰富的旅游资源、多样的风土人情吸引着全世界的旅游者,尤其是2008年北京第29届奥林匹克运动会和2010年上海世界博览会等大型国际盛会的举办,进一步推动了我国旅游业的跨越式发展。旅游业作为一个传统而现代的服务性行业,其发展有赖于良性的经济环境、丰富的旅游资源和特色旅游产品。此外,旅游接待人员的素质、职业道德和礼仪规范等因素对旅游业声誉和发展的影响也越来越明显。因此,旅游业从业人员应加强礼仪知识的学习,重礼、知礼、学礼、用礼,实现旅游业的优质服务,提高旅游业的美誉度。

高等职业教育旅游管理专业的教学是为旅游业一线培养应用型人才的职业教育,其特点在于强调应用性和操作性。本书主要介绍了旅游业从业人员在工作岗位、社交等不同场合应该遵循的礼仪与程序,将礼仪知识与旅游服务实际相结合,在学习理论的基础上,强化学生的服务意识,规范学生的职业礼仪。

本书主要具有以下4个特点。

(1) 本书的编写运用模块框架下的任务驱动模式,紧紧围绕现阶段高职高专教育人才培养目标,从“培养能够与企业工作岗位对接的‘制造型人才’向培养能够适应旅游产业结构升级和工作岗位变化的‘创造型人才’转型”,采用“工学结合、任务驱动、项目导向、顶岗实习”的模式,融“理论、实务、案例、实训”于一体,全面提高学生的实际操作能力。

(2) 本书所有模块都以学习目标为导向,采用任务驱动型教学理念,以学习任务的形式,明确知识目标、技能目标、实战目标,改变了传统教材的知识传输方式,使学生明确在学习任务中的技能要求,从而能更有针对性地开展学习。

(3) 本书以学习任务为目标,重新梳理、整合知识体系。学习任务都以实际案例导出,对于在实际工作中有特别要求的部分,通过“知识储备”或“特别提示”环节予以体现,各模块通过对学习任务的分析 and 整理,提炼学生需要掌握的学习型工作任务,以岗位操作的要求指导教学。

(4) 本书提供同步实战演练,激发学生的学习兴趣。在技能要求的知识点中,设置相应的同步实战演练,各个学习任务的设计由浅入深,由小环节到大流程,以便学生循序渐进地进行实务分析与案例操作,达到理论与实践的统一。

本书编写具体分工：项目2、4、6由吴新红编写，项目3、5由董洪莲编写，项目1、7、8由王迎新编写，项目9、10由赵萱编写。

编者在编写本书过程中参阅了大量著作及相关资料，在此一并致谢！

由于编者水平有限，书中难免有疏漏和不妥之处，欢迎广大读者批评指正。反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

编 者

2013年4月

目 录



学习项目1 认识礼仪	1	学习项目3 旅游服务人员沟通礼仪	51
学习任务1.1 礼仪的特征和功能	1	学习任务3.1 旅游服务人员沟通	
1.1.1 礼仪的概念	2	礼仪内容	51
1.1.2 礼仪的起源与发展	3	3.1.1 称呼礼仪	52
1.1.3 礼仪的原则、特征和功能	4	3.1.2 问候礼仪	55
1.1.4 中西方礼仪文化的差异	7	3.1.3 致意礼仪	56
学习任务1.2 旅游服务礼仪及功能	9	3.1.4 介绍礼仪	57
1.2.1 旅游服务礼仪的概念	10	3.1.5 名片礼仪	59
1.2.2 旅游服务礼仪的特征	10	3.1.6 握手礼仪	60
1.2.3 旅游服务礼仪的意义	11	3.1.7 交谈礼仪	62
1.2.4 旅游服务礼仪的功能	12	学习任务3.2 旅游服务人员语言	
1.2.5 旅游服务礼仪应遵循的原则	14	与心理	67
1.2.6 旅游服务人员的基本素质	15	3.2.1 旅游服务用语	68
学习项目2 旅游服务人员形象塑造	18	3.2.2 电话礼仪	77
学习任务2.1 旅游服务人员仪容礼仪	18	3.2.3 旅游服务心理	80
2.1.1 仪容的中心——头发	19	3.2.4 沟通距离	81
2.1.2 仪容的重点——面部	22	学习项目4 旅游饭店服务礼仪	84
学习任务2.2 旅游服务人员仪表礼仪	29	学习任务4.1 前厅部服务礼仪	84
2.2.1 旅游职业人员服饰要求	32	4.1.1 饭店服务人员服务原则	86
2.2.2 旅游业男士西装穿着礼仪	33	4.1.2 门厅迎送服务礼仪	87
2.2.3 旅游业女士西装套裙穿着		4.1.3 行李服务礼仪	88
礼仪	37	4.1.4 总台接待服务礼仪	89
2.2.4 旅游工作者饰品佩戴要求	37	4.1.5 电话总机服务礼仪	92
学习任务2.3 旅游服务人员仪态礼仪	38	4.1.6 大堂副理服务礼仪	93
2.3.1 仪态概述	39	学习任务4.2 客房部服务礼仪	94
2.3.2 各种仪态的基本要求	40	4.2.1 楼层接待服务礼仪	94

4.2.2 客房日常服务礼仪·····	95	6.3.1 行路礼仪和乘车礼仪·····	173
4.2.3 其他服务礼仪·····	97	6.3.2 乘船礼仪和乘机礼仪·····	175
4.2.4 客人离店前后的服务礼仪·····	98	学习项目7 旅游涉外接待礼仪·····	180
学习任务4.3 餐饮部服务礼仪·····	98	学习任务7.1 涉外服务与迎送礼仪·····	180
4.3.1 客餐服务礼仪·····	102	7.1.1 涉外服务礼仪的原则·····	181
4.3.2 中餐宴会服务礼仪·····	105	7.1.2 外事迎送礼仪·····	185
4.3.3 西式宴请礼仪·····	113	学习任务7.2 涉外会见与会谈礼仪·····	188
学习任务4.4 酒吧、茶馆礼仪·····	118	7.2.1 涉外会见礼仪·····	188
4.4.1 酒吧招待员服务礼仪·····	119	7.2.2 涉外会谈礼仪·····	190
4.4.2 饮品服务礼仪·····	122	7.2.3 会见与会谈的注意事项·····	194
4.4.3 茶馆服务礼仪·····	124	学习任务7.3 礼宾次序与国旗悬挂	
学习项目5 旅行社、景区接待礼仪·····	127	礼仪·····	195
学习任务5.1 导游接待礼仪·····	127	7.3.1 礼宾次序·····	196
5.1.1 导游接团礼仪·····	128	7.3.2 国旗悬挂礼仪·····	198
5.1.2 导游带团礼仪·····	132	学习项目8 中国主要客源国和地区的	
5.1.3 导游送团礼仪·····	141	礼仪及习俗·····	204
学习任务5.2 门市部业务接待礼仪·····	142	学习任务8.1 亚洲主要国家的礼仪	
5.2.1 门市部礼仪内容·····	143	及习俗·····	204
5.2.2 门市部业务员旅游接待礼仪·····	145	8.1.1 日本·····	204
学习任务5.3 旅行社其他环节接待		8.1.2 韩国·····	206
礼仪·····	145	8.1.3 缅甸·····	207
5.3.1 旅行社特殊团队接待礼仪·····	146	8.1.4 新加坡·····	208
5.3.2 旅行社商务接待礼仪·····	147	8.1.5 泰国·····	209
5.3.3 旅游汽车司机服务礼仪·····	149	8.1.6 菲律宾·····	210
学习任务5.4 旅游景区接待礼仪·····	150	8.1.7 马来西亚·····	211
5.4.1 景区员工的素质要求·····	151	学习任务8.2 美洲主要国家的礼仪	
5.4.2 景区旅游服务质量的提高·····	152	及习俗·····	212
学习项目6 会务礼仪·····	155	8.2.1 美国·····	212
学习任务6.1 会议服务礼仪·····	155	8.2.2 加拿大·····	213
6.1.1 大型会议礼仪·····	156	8.2.3 巴西·····	214
6.1.2 签字仪式礼仪·····	162	学习任务8.3 欧洲主要国家的礼仪	
学习任务6.2 舞会及观看演出礼仪·····	165	及习俗·····	215
6.2.1 舞会礼仪·····	167	8.3.1 英国·····	216
6.2.2 观看演出礼仪·····	169	8.3.2 法国·····	217
学习任务6.3 交通礼仪·····	172	8.3.3 德国·····	218

8.3.4 意大利·····	219	9.2.4 传统节日·····	228
学习任务8.4 大洋洲主要国家的礼仪 及习俗·····	219	9.2.5 主要禁忌·····	229
8.4.1 澳大利亚·····	220	学习任务9.3 蒙古族·····	229
8.4.2 新西兰·····	221	9.3.1 简介·····	229
学习任务8.5 非洲主要国家的礼仪 及习俗·····	222	9.3.2 交往礼仪·····	230
8.5.1 埃及·····	222	9.3.3 饮食特点·····	230
8.5.2 南非·····	222	9.3.4 传统节日·····	230
学习项目9 我国主要少数民族的礼仪 及习俗·····	225	9.3.5 主要禁忌·····	231
学习任务9.1 维吾尔族·····	225	学习任务9.4 其他少数民族·····	231
9.1.1 简介·····	226	9.4.1 满族·····	231
9.1.2 交往礼仪·····	226	9.4.2 朝鲜族·····	232
9.1.3 饮食特点·····	226	9.4.3 回族·····	233
9.1.4 传统节日·····	226	9.4.4 壮族·····	235
9.1.5 主要禁忌·····	226	9.4.5 苗族·····	236
学习任务9.2 藏族·····	227	9.4.6 侗族·····	238
9.2.1 简介·····	227	9.4.7 傣族·····	239
9.2.2 交往礼仪·····	227	9.4.8 彝族·····	241
9.2.3 饮食特点·····	228	9.4.9 哈萨克族·····	242
		9.4.10 土家族·····	243
		9.4.11 白族·····	244
		参考文献·····	247

学习项目 1

认识礼仪

知识目标

1. 了解中国古代礼仪的演变阶段；
2. 掌握礼仪的基本概念；
3. 掌握礼仪的作用与准则。

技能目标

1. 认识礼仪在旅游接待中的重要性；
2. 深入了解礼仪的发展和阶段性特征；
3. 感受东西方礼仪的差异。

实战目标

1. 让学生认识到礼仪贯穿于服务工作的始终；
2. 通过演练，提升员工服务形象和服务水平；
3. 让学生在真实的情境中感受优秀的旅游服务礼仪将会为组织赢得良好的经济效益。

学习任务1.1 礼仪的特征和功能

参考案例

汉文帝刘恒(公元前202年—公元前157年)，汉高祖刘邦第四子，母薄姬，汉惠帝刘盈之弟，西汉第五位皇帝。汉文帝在位时，存在诸侯王国势力过大及匈奴入侵中原等问题。汉文帝对待诸侯王，采取以德服人的态度。道德方面，汉文帝曾经亲自为母亲薄氏尝药，深具孝心。后元七年六月己亥，汉文帝崩于长安未央宫，葬于霸陵。在古代，有夺取天下之功的称为祖，有治理天下之德的称为宗。所以，其庙号太宗，谥曰孝文皇帝，也是

《二十四孝》中亲尝汤药的主角。

(资料来源:趣历史. <http://www.qulishi.com/renwu/liuheng/>.)

知识储备

在西方,“礼仪”一词,最早见于法语的“*Etiquette*”,原意为“法庭上的通行证”。为了保证法庭的特有气氛和特殊秩序,开庭之前应由书记员当庭宣读法庭纪律。这些纪律包括:不准大声喧哗,未经审判长许可不准提问,未经法庭许可不准摄影、录像,等等。当它译为英文后,就有了礼仪的含义,意即“人际交往的通行证”。西方的文明史同样在很大程度上体现了人类对礼仪的追求及其演进历史。人类为了维持与发展血缘亲情以外的各种人际关系,避免“格斗”或“战争”,逐步形成了各种与“格斗”“战争”有关的动态礼仪。如为了表示自己手里没有武器,让对方感觉到自己没有恶意而创造了举手礼,后来演进为握手礼;为了表示自己的友好与尊重,愿在对方面前“丢盔弃甲”,于是创造了脱帽礼等。

随着时代与社会经济的飞速发展,礼仪已融入社会生活的各个领域,并且占据着越来越重要的位置。礼仪作为一种社会文化现象,从大的方面来讲,它反映了一个民族的文明程度和一个国家的国民素质,而具体到人们的社会生活,礼仪更是无处不在。无论是人际沟通与交往,还是企业的整体形象宣传;无论是企业产品品牌推介,还是员工素质高低的衡量,都离不开礼仪这个参照物。因此,我们应学习礼仪知识,研究不同的礼仪文化和礼仪现象,提高个人的道德修养,按照礼仪规范去约束个人的行为等,这都需要我们对礼仪的形成与发展追根溯源。

1.1.1 礼仪的概念

礼仪,是对礼节、仪式的统称,是指在人际交往中,自始至终以约定俗成的程序与方式来表现的律己、敬人的完整行为,是人们在社交活动中对他人表示尊重与友好的行为规范和处世准则,并为社会广大公众所普遍认可。礼是仪的本质,而仪则是礼的外在表现。

从表象来看,礼仪涉及的无非仪表、姿态、谈吐、举止等方面的小事小节,然而小节之中显精神。从个人修养的角度来看,礼仪可以说是一个人内在修养和素质的外在表现。从交际的角度来看,礼仪可以说是人际交往中适用的一种艺术,一种交际方式或交际方法,是人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的做法。从传播的角度来看,礼仪可以说是在人际交往中进行沟通的技巧。总之,礼仪是人们在社会交往活动中应共同遵守的行为规范和准则。能否自觉遵守礼仪,不但是衡量一个人道德修养的基本尺度,而且是衡量一个国家文明程度的重要标志。

1.1.2 礼仪的起源与发展

我国是一个文明古国，素有“礼仪之邦”的美称。我国最早的三部礼书《周礼》《仪礼》《礼记》，详细记载了秦汉以前的礼仪。

现代礼貌礼仪起源于礼，而礼的产生可追溯到远古时代。自从有了人类，有了人类与自然的关系，有了人与人的交往，礼便产生和发展起来。从理论上讲，首先，礼起源于人类协调主客矛盾的需要，人为维持“人伦秩序”而产生礼，为“止欲制乱”而制礼。被人们普遍尊崇的“圣贤”黄帝、尧、舜、禹等，不但为“止欲制乱”而制礼，而且身体力行，为民众做典范，因此人们才更加遵礼尚礼。其次，礼起源于原始的宗教祭祀活动，从祭祀之礼扩展为各种礼仪。

人类的礼仪源于对自然的敬畏和祈求，他们对自然现象充满了好奇和恐惧，各种宗教、原始崇拜便由此产生，如拜物教、图腾崇拜、祖先崇拜等。为了表达这种崇拜之意，人类就有了祭祀活动，并在祭祀活动中逐渐完善了相应的规范和制度，最终成为祭祀礼仪。随着社会生产力水平的提高，人们的认识能力得以提高，对复杂的社会关系有了一定的认识，于是人们就将“万神致福”活动中的一系列行为，从内容到形式扩展为各种人际交往活动，从最初的祭祀之礼扩展到社会各个方面的礼仪。

随着人类社会的发展，人们表达敬畏的祭祀活动日益频繁，逐步形成种种固定的模式，最终成为正规的礼仪规范。从历史发展的角度看，我国古代礼仪演变可分为4个时期。

礼的起源时期——夏朝以前。原始的政治礼仪、敬神礼仪、婚姻礼仪等已有了雏形。

礼的形成时期——夏、商、西周三代。第一次形成了比较完整的国家礼仪与制度，提出了一些极为重要的礼仪概念，确立了崇古重礼的文化传统。

礼的变革时期——春秋战国时期。以孔子、孟子为代表的儒家学者系统地阐述了礼的起源、本质和功能。

礼的强化时期——秦汉到清末，其重要特点是尊神抑人、尊君抑臣、尊父抑子、尊夫抑妇。它逐渐成为妨碍人类个性自由发展、阻碍人类平等交往、束缚思想自由的精神枷锁。

辛亥革命以后，西方文化大量传入我国，传统的礼仪规范、制度逐渐被时代抛弃，科学、民主、自由、平等的观念日益深入人心，新的礼仪标准、价值观念得到推广和传播。中华人民共和国成立后，在马列主义、毛泽东思想、邓小平理论的指导下，新型人际关系、社会关系的确立，标志着中国的礼仪、礼学进入了一个新的历史时期。

从世界范围看，资产阶级登上历史舞台，在经济基础和上层建筑各个领域进行了深刻的变革，这是礼仪发展的一个重要阶段。今天国际上通行的一些外交礼仪绝大部分就是在这个时期形成并发展起来的。

特别提示

鸣放礼炮起源于英国，迎送国家元首鸣放21响，迎送政府首脑鸣放19响，迎送副总理级官员鸣放17响，目前已成为国际上通用的礼仪。

1.1.3 礼仪的原则、特征和功能

1. 现代礼仪应遵循的原则

现代礼仪作为社会交往中的行为规范准则，是由人们共同完善、共同认可的。在人际交往和沟通过程中，在商务活动、旅游接待与服务工作中，人们应当自觉学习和遵守现代礼仪，照章办事，胡作非为、我行我素，都是违背现代礼仪要求的。

现代礼仪应遵循“尊重”“遵守”“适度”“自律”等原则。

1) “尊重”原则

在各种类型的人际交往活动中，人与人之间应以相互尊重为前提，要尊重对方，不损害对方利益，同时又要保持自尊，尤其是在国际交往中，要始终注意维护国家利益和民族尊严，维护自己的人格尊严，在外国人面前不卑不亢。在社会交往中，人与人之间只有彼此尊重，才能保持和谐、愉快的关系。

2) “遵守”原则

礼仪作为行为规范、处事原则，反映了人们共同的利益。每个人都有责任、有义务去维护它、遵守它。各种类型的人际交往，都应当自觉遵守下列准则。

(1) 遵守社会公德。社会公德指公共道德。它直接反映出一个社会公民的礼节、礼貌、道德修养程度和水准，其内容包括几个方面：①爱护公物；②遵守公共秩序；③救死扶伤；④尊重老人、妇女；⑤爱护儿童；⑥在邪恶面前主持正义；⑦爱护、保护动物。

(2) 遵时守信。遵守时间、讲求信用，是建立和维持良好社会关系的基本前提。人际交往时，应遵守规定或约定的时间，对于限定时间的聚会或社交活动应按照规定的时间稍微提前或按时到达，不得违时，更不可失约。守信就是要讲信用，千万不可言而无信。

(3) 真诚友善。在人际交往中，真诚是赢得对方信任和尊重的前提。真诚坦荡、友善待人，是人际交往应当遵循的准则。

(4) 谦虚随和。在人际交往中，虚心、不摆架子、不自以为是、不固执己见，更容易被对方所接受。

3) “适度”原则

现代礼仪强调人与人之间的交流与沟通一定要把握适度性，在不同场合，对不同对象，应始终不卑不亢、落落大方，把握好一定的分寸。

4) “自律”原则

在人际交往中，在要求对方尊重自己之前，首先应当检查自己的行为是否符合礼仪规范要求。应当做到严于律己、宽以待人，这样才能赢得别人的尊重和好感。

2. 礼仪的特征

礼仪的基本特征是时代特征与社会特征的完美结合。它以科学精神、民主思想和现实生活为基础，以新颖、实用、简单、灵活的形式体现出高效率、快节奏的时代特点。一般说来，现代礼仪具有4种特性。

1) 国际性

礼仪作为一种文化现象，是全人类的共同财富。它跨越了国家和地区的界线，为世界各国人民共同拥有。尽管不同的国家、不同的民族、不同的社会制度的礼仪有一定的差异性，但在讲文明、懂礼貌、相互尊重原则基础上形成的完善的礼仪形式，已为世界各国人民所接受并共同遵守。

2) 民族性

礼仪作为约定俗成的行为规范，在拥有共性的同时，又表现出一种较为明显的民族差异性。如东方民族的含蓄、深沉；西方民族的开放、直率；东方人见面习惯于拱手、鞠躬；西方人见面习惯于接吻、拥抱。礼仪的民族差异性，在不同宗教信仰的民族行为中表现得最为明显。

3) 继承性

礼仪的形成和完善，是历史发展的产物。它经过一个又一个时代，不断地去粗取精，逐渐固定下来。礼仪一旦形成，通常会长期沿袭、经久不衰，特别是诸如尊老敬贤、父慈子孝、礼尚往来等一些反映民族传统美德的礼仪，一代一代流传至今，并将被子孙后代不断继承和发扬光大。

4) 时代性

礼仪具有时代性，随着时代的发展而发展。随着社会经济的不断发展、人际交往的日益频繁，礼仪已经融入社会生活的各个方面，表现出较为强烈的时代特色。

3. 礼仪的功能

礼仪作为人们调整和处理人际关系的手段，一经形成和固定，就成了一个民族、一个国家传统文化的重要组成部分，世代继承相传，并且融入人们日常生活的方方面面，发挥着重要的作用。礼仪具有多种功能，主要集中表现在以下几个方面。

1) 教育功能

礼仪是现代文明的集中体现。从大的方面讲，它可以衡量一个国家的文明程度和国民素质的高低。从小的方面讲，具体到个人，是否讲礼节、懂礼貌，则是衡量其综合素质高低的一个重要标准。礼仪蕴含着丰富的文化内涵，体现着社会的要求与时代的精神。让国民都来接受礼仪教育，可以从整体上提高国民的综合素质。

相关链接

日本人的整洁和秩序

日本是一个非常整洁、有秩序的国家。去日本观光的游客，大多数都会说日本非常干

净,日本街道上没有垃圾桶,也没有扫马路的清洁工。

日本街道为什么这么干净?因为日本人会将垃圾带回家再丢掉。

在日本,如果学校组织郊游活动,每个同学都会带着垃圾袋,把野餐的垃圾装到垃圾袋里带回去。

那么,风吹来的垃圾和树叶到哪里去了?在城市的车道上,有扫地车在打扫。各店家门前的辅路,一般由每家店的店长带领员工打扫。如果一家店门口垃圾很多,可能很少会有客人光顾。

日本从1980年就开始实行垃圾分类回收,如今已成为世界上垃圾分类回收做得最好的国家之一。在日本,哪天该扔哪一类垃圾都是规定好的,没有人违反。

在日本,能够作为资源回收利用的垃圾,90%都会被回收利用。比如超市里盛食品的泡沫塑料盒,日本人会洗干净,去超市的时候顺便带过去,丢到超市门口的回收桶里。他们还会将报纸、书刊叠整齐,放在垃圾回收站,等待清运工人拿走。

在日本,无论在哪里,只要是需要排队的地方,哪怕只有两个人,也一定会自觉排队,电梯口会排队,公交车站会排队,地铁门口会排队,医院窗口会排队……因为日本人从小就被教育要守秩序。

驾车者开车时,只要看到人行横道的标志,都会注意有没有要过马路的行人。只要看到行人,一般会在离斑马线十几米的地方停下来,行人不过,车不走,更没有在应急车道超车的情况,也没有人按喇叭。

2) 沟通功能

人们在社会交往过程中会产生各种关系,主要有经济关系、政治关系和道德关系,这三者构成了人们的社会关系。在人际交往中,不论体现的是何种关系,维系人与人之间沟通与交往的礼仪,都起着十分重要的“润滑剂”作用。交流双方的行为只有符合“礼仪”的要求,人际交流才能正常进行,才能增进双方之间的感情。热情的问候,友善的目光,亲切的微笑,文雅的谈吐,得体的举止等,都可以唤起人们的沟通欲望,建立好感和信任,从而促成交流的成功,进而促进人们取得事业成功。

3) 协调功能

人们受教育程度不同,成长环境不同,加之个性、职业、年龄、性别等方面的差异,导致人们在人际交往中会产生不同的角色取向。在人际交往中,人们为了维护自身利益,在行为方式上往往不同程度地带有“利己排他”的倾向,这就必然会使交往双方发生不同程度的矛盾和冲突。礼仪的原则和规范,约束着人们的动机,指导着人们立身处世的行为方式。从一定意义上说,礼仪是人际关系和谐发展的调节器。人们在交往时按礼仪规范去做,有助于加强人与人之间互相尊重、友好合作的新型关系,可缓和或避免某些不必要的情感对立与障碍,从而协调人与人之间的关系、人与社会的关系。如家庭中尊老爱幼、夫妻恩爱,兄弟姐妹之间情同手足,朋友之间真诚相待,同事之间无私相助等,都能造就和谐的人际关系。而不和谐的人际关系同样可以借助礼仪来进行有效的调节。如聚会、宴

会、联谊活动的开展不仅有助于改善不和谐的人际关系，还可使原本和谐的人际关系得到更健康的发展。

4) 服务功能

在现代旅游与服务行业，优质服务的标准是最大限度地满足客人的需求，尤其是满足客人的精神需求。

在客人的各种需求中，尊重的需求始终处于第一位，而礼仪的“退让以敬人”的原则，恰好满足了客人的这种需求。所以，在旅游与服务行业，礼仪服务是优质服务的主要内容。它通过服务人员良好的仪容、仪表、仪态，规范得体的礼貌服务用语，标准的服务操作程序，亲切的笑脸，诚恳的态度，细致而周到的体贴与关怀，将“客人是上帝”这一传统而又全新的服务理念演绎得淋漓尽致。

5) 塑造功能

礼仪作为规范和约束人们行为的准则，不仅潜移默化地净化和熏陶着人们的心灵，还从行为美学方面指导着人们不断地充实和完善自我。通过接受良好的礼仪训练，人们的谈吐变得越来越文雅，人们的服饰与装扮变得越来越富有个性，并符合大众的审美标准，人们的仪态变得越来越优雅，体现出时代特色和精神风貌。总之，礼仪帮助人们塑造了一个全新的自我，使人们在社交场合、在公众面前具有良好的形象，充分展示各自的风采。

6) 维护功能

礼仪既反映了整个社会文明发展的程度，又反作用于社会，对社会的精神文明产生广泛、持久和深刻的影响。社会的发展与稳定，家庭的和谐与安宁，邻里的和睦，同事之间的信任与合作，都依赖于人们共同遵守礼仪的规范与要求。社会上讲礼仪的人越多，社会便会更加和谐、稳定。在维护社会秩序方面，礼仪起着法律所起不到的作用。

1.1.4 中西方礼仪文化的差异

随着我国改革开放的步伐日益加快，跨国交际日益增多，中西方礼仪文化的差异更是愈发显露，这种差异带来的影响不容忽视。在中西方礼仪还没有完美融合之前，我们有必要了解这些礼仪的差异。

1. 交际语言的差异

日常打招呼，中国人大多使用“吃了吗”“上哪呢”等语言，这体现了人与人之间的一种亲切感；可对西方人来说，这种打招呼的方式会令对方感到唐突、尴尬，甚至不快，因为西方人会把这种问话理解成为一种“盘问”，感到对方在询问他们的私生活。在西方，日常打招呼时，他们只说一声“Hello”(你好)或按时间来分，说声“早上好”“下午好”“晚上好”就可以了，而英国人见面会说：“今天天气不错啊！”

称谓方面，在中国，一般只有彼此熟悉、亲密的人之间才可以“直呼其名”；但在

西方,“直呼其名”比较常见。在西方,常用“先生”来称呼男性;对十几岁或二十几岁的女子可称呼“小姐”,对已婚的女性可称“女士”或“夫人”等。在家庭成员之间,不分长幼尊卑,一般可互称姓名或昵称。在家里,孩子可以直接叫爸爸、妈妈的名字,对所有的男性长辈都可以称“叔叔”,对所有的女性长辈都可以称“阿姨”。这在中国是不行的,我们必须分清辈分、老幼等关系,否则就会被认为不懂礼貌。

中西方语言中有多种不同的告别语。如在和病人告别时,中国人常说“多喝点水”“多穿点衣服”“早点休息”之类的话,表示对病人的关心。而西方人绝不会说“多喝水”之类的话,因为这样说会被认为有指手画脚之嫌,他们会说“多保重”或“希望你早日康复”之类的话。

2. 餐饮礼仪的差异

中国有句话叫“民以食为天”,由此可见,饮食在中国人心目中的地位之高。中国菜往往注重色、香、味、形、意俱全;西方人多注重食物的营养而忽略了食物的色、香、味、形、意如何。在餐饮氛围方面,中国人在吃饭的时候喜欢热闹,很多人围在一起吃吃喝喝、说说笑笑,营造一种欢快的用餐氛围。除非是在很正式的宴会上,否则中国人在餐桌上并没有什么很特别的礼仪。西方人在用餐时,喜欢幽雅、安静的环境,他们认为在餐桌上一定要注意自己的礼仪,比如,在进餐时不能发出很难听的声音。

中西方宴请礼仪也各具特色。在中国,从古至今,大多以左为尊,在宴请客人时,要将地位很尊贵的客人安排在左边的上座,然后依次安排。在西方则是以右为尊,男女间隔而坐,夫妇也分开而坐。女宾客的席位比男宾客的席位稍高,男士要替位于自己右边的女宾客拉开椅子,以示对女士的尊重。

3. 服饰礼仪的差异

西方男士在正式社交场合通常穿保守式样的西装,内穿白衬衫,打领带,穿黑色的皮鞋。西方女士在正式场合要穿礼服套装,另外女士外出有戴耳环的习惯。西方国家,尤其是美国,人们在平时喜欢穿着休闲装,如T恤和牛仔服。

当今中国人穿着打扮异彩纷呈,传统的中山装、旗袍等并不多见。在正式场合,男女着装与西方并无二致。在平时的生活中,人们穿着服饰的特点是彰显个性,美观大方。一般不同的场合,人们会选择不同的服饰。

4. 中西方礼仪融合的意义

礼仪是一种文化,是文化就有纵向的传承与发展和横向的借鉴与融合。随着全球化步伐的不断加快,在经济、文化高速碰撞融合的大背景下,西方文化大量涌进中国,中国传统礼仪正不断受到西方礼仪文化的冲击。如何保护中华民族传统礼仪,并与西方礼仪进行合理融合,成为人们思考和探讨的话题。越来越多的人认识到,中西方礼仪文化必将互相渗透,不断发展。

不可否认,当今国际通行的礼仪基本上是西方礼仪。西方人从小就接受这种礼仪的教

育与熏陶,使得礼仪能够自然地表现在人的行为之中,使其礼仪文化被视为世界标准。

如今,中西方礼仪文化的融合,更多的还是借鉴西方的礼仪标准。但无论是借鉴西方的礼仪,还是我们自创一套礼仪系统,在形式上都不难,难的是我们也能有一个完整的价值体系,有对自身文化的高度认同和深刻觉悟。一方面我们要借鉴西方礼仪;另一方面,我们要树立文化自信心,形成我们的文化感染力。民族的复兴不仅是国力的复兴,更是一种文化的复兴。只有别人也认同我们的文化,才能使我们的礼仪通行于世界。

人无礼则不立,事无礼则不成,国无礼则不宁。一个缺乏礼仪的社会,是不成熟的社会;而一个礼仪标准不统一甚至互相矛盾的社会,则是一个不和谐的社会。礼仪,是整个社会文明的基础,是社会文明直接、全面的表现方式。创建和谐社会,必须先从礼仪开始。如今中国面临前所未有的挑战,无论是物质、精神还是文化各个方面,都迫切地需要一套完整而合理的价值观进行统一,而礼仪文化无疑是这种统一标准的“先行军”。将中西方礼仪文化合理地融合,有助于我们建立适合中国当代社会的礼仪文化体系,实现和谐社会的伟大构想。

相关链接

旅游服务人员的基本素质要求——“ASK”要求

A——Attitude (态度)。旅游服务人员应具有热情友好、真诚周到的服务态度,对客人一视同仁,同时也应对自己的工作持一种正确的态度。

S——Skill (业务技术)。旅游服务人员应具有良好的业务技术能力。

K——Knowledge(知识)。旅游服务人员应具有广泛的知识,熟知各国、各地区、各民族的风土人情。

学习任务1.2 旅游服务礼仪及功能

参考案例

《论语》中的礼仪

【原文】执圭,鞠躬如也,如不胜。上如揖,下如授。勃如战色,足蹢蹢,如有循。享礼,有容色。私觐(dí),愉愉如也。

【译文】(孔子出使诸侯国)拿着圭,恭敬谨慎,像是举不起来的样子。向上举时好像在作揖,放在下面时好像是给人递东西。脸色庄重近乎战栗,步子很小,好像沿着一条直线往前走。在举行赠送礼物的仪式时,显得和颜悦色。和国君私下会见的时候,更轻松愉快了。

【评价】上述文字，集中记载了孔子在朝、在乡的言谈举止，给人留下十分深刻的印象。孔子在不同的场合，对待不同的人，往往容貌、神态、言行都不同。他在家乡时，给人的印象是谦逊、和善的老实人；他在朝廷上，则态度恭敬而有威仪，不卑不亢，敢于讲话；他在国君面前，温和恭顺，局促不安，庄重严肃又诚惶诚恐。所有这些，为人们深入研究孔子、研究中国古代礼仪，提供了具体的资料。

1.2.1 旅游服务礼仪的概念

旅游服务礼仪，是指旅游工作者在为旅客服务过程中所遵循的，对他人表示尊重与友好的行为规范和处世准则，通过语言、动作，并以约定俗成的程序与方式表现出来的规范自己、恭敬旅客的行为。旅游服务礼仪是旅游业中“人情味”最浓的因素，旅游服务人员的礼貌服务，可以使身处异国他乡的宾客仍有在家一般的亲切、温暖之感。

特别提示

旅游业是我国的“窗口”服务行业，要发挥好旅游业的“窗口”作用并提高其服务质量，必须牢固树立“宾客至上”的服务意识。以礼待客，讲究礼貌、礼节是旅游优质服务的重要组成部分，是称职员工必备的行为规范和素质条件。同时，旅游从业人员整体的礼仪水平对于改善国际交往，增进各国人民之间的了解和友谊，展示中华民族的精神风貌和维护我国的声誉，传播社会主义精神文明等，有着重要的现实意义。

1.2.2 旅游服务礼仪的特征

1. 广泛性

现代旅游包括行、吃、住、游、购、娱六大环节，是综合性强、跨度大的服务性行业，其接待与服务工作涵盖面非常广。旅游的六大环节都需要按照一定的礼仪规范做好服务与接待工作，旅游礼仪贯穿旅游活动的全过程，任何一个工作环节出现差错都会影响旅游活动的整体效果。因此只有提高全行业的礼仪素质，在每个环节都严格按照旅游礼仪规范接待宾客，并注意各行业(部门)间的协调与配合，才能满足旅游者的消费需求。

2. 针对性

旅游礼仪直接服务于旅游行业，是礼仪在旅游活动中的具体应用，具有很强的实用性和针对性。不同的旅游服务门类各有特点，接待程序、操作规范也不相同，因此相对应的岗位都有针对性很强的礼仪规范。如酒店、旅行社都有自己的一整套礼仪规范；在交通服务方面，飞机、火车、轮船和汽车的接待服务礼仪也各有区别。

3. 民族性

旅游服务礼仪作为约定俗成的行为规范，它在具有共通性的同时，又表现出明显的民族差异性。比如，我们中华民族在长期的历史发展过程中，一方面，形成了一套完整的礼仪思想和礼仪规范，重礼仪、守礼法、讲礼信已成为民众的自觉意识，贯穿于社会活动的各个方面，成为中华民族重要的文化特征；另一方面，我国各民族在长期的发展过程中，在饮食、起居、节庆、婚宴、礼仪、禁忌等方面又有本民族特殊的风俗习惯，因此，在旅游服务中应遵守党的民族政策，尊重各民族的宗教信仰、特殊礼仪和各种禁忌。

4. 国际性

旅游服务礼仪作为一种文化现象，是全人类的共同财富，它跨越了国家界线。尽管不同国家、不同民族的旅游服务礼仪有一定的差异性，但在服务过程中，在“律己敬人”原则基础上形成的国际旅游服务礼仪，已被各国人民所接受并广泛采用，特别是在当今世界经济走向一体化的情况下，现代旅游服务礼仪兼收并蓄，融会各国礼仪之长，从而使国际旅游服务礼仪更加趋同化。

1.2.3 旅游服务礼仪的意义

在社会生活中，人们往往把是否讲究礼仪作为衡量一个人道德标准高低和有无教养的尺度，同时也把讲究礼仪作为一个国家和民族文明程度的重要标志。旅游业是我国重要的“窗口”行业，讲究服务礼仪有着特殊意义。

1. 讲究服务礼仪事关旅游业的兴衰

旅游服务的直接目的，是最大限度地满足不同客人的正当需求。处事适宜、待客以礼，是当代旅游业从业人员应有的风范，也是我国旅游行业的优良传统。随着我国改革开放的深入和经济社会的发展，旅游业一方面得到了迅猛发展，另一方面面临更趋激烈的竞争，而竞争的关键问题就在于提升旅游服务质量。因此，讲究服务礼仪，为客人提供优质服务，对旅游企业的生存与发展有着决定性意义。当前，随着我国对外开放的进一步扩大，国际交往日趋频繁，来华旅游的外宾越来越多，为这些宾客提供优质服务，对于促进我国旅游业的发展，提升我国国际形象，都具有十分重要的意义。

2. 讲究服务礼仪是构建和谐社会的客观要求

进入新世纪后，党中央根据我国经济和社会发展的需要，提出了构建和谐社会的战略任务，并采取了一系列重大措施。当前，全国各地的各行各业都在为构建和谐社会而努力。作为旅游行业，在构建和谐社会方面，更是负有重要而艰巨的任务。因为旅游业涉及面广，人员复杂，环境多变，容易产生矛盾和纠纷。根据这一特点，客观上要求旅游行业必须讲究服务礼仪，为各类客人提供优质的服务，融洽人际关系。同时，因为旅游业形成

了一套服务礼仪规范，有着礼貌服务的优良传统，只要旅游企业加强管理，落实服务礼仪要求，就能提高服务质量，为旅客营造舒适的活动环境，让各类客人乘兴而来，满意而归。

3. 讲究服务礼仪是精神文明建设的需要

社会主义精神文明建设的根本任务是适应社会主义现代化的需要，培养有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义公民，提高整个中华民族的思想道德素质和精神文明水平。旅游行业讲究服务礼仪，一来可以体现我国社会主义精神文明建设成果；二来可以展示我国公民的精神风貌；三来可以广泛传播文明种子；四来可以在实践中培养“四有”旅游职工队伍。

1.2.4 旅游服务礼仪的功能

明末清初思想家颜元曾对礼仪作过如下描述：“国尚礼则国昌，家尚礼则家大，身尚礼则身正，心尚礼则心泰。”礼仪作为一种行为规范或行为模式，在人类社会生活的各个方面都发挥着重要的作用。

1. 有助于旅游从业人员与旅游者之间的交流与沟通

吃、住、行、游、购、娱是旅游活动的具体表现。旅游本身就是社交活动，旅游从业人员与旅游者之间需要不断地交流、沟通与协调。从心理学的角度讲，人际交往之初，由于交往的双方还是陌生的，相互之间不十分了解，不可避免地会产生某种戒备心理或距离感。如果交往双方在交往之初都能做到以礼相待，则可以消解当事人之间的心理隔阂，拉近双方的距离。

在旅游活动中，旅游者与旅游从业人员由于不了解，存在距离感。旅游者是客人，那么相对而言，旅游从业人员就是主人，作为主人，应该首先对客人施之以礼。当客人来到一个新的环境，听到一句热情的问候，看到一个亲切的微笑，心里就会生出浓浓的暖意来。这时，礼仪就像春风与美酒，滋润着人们的心灵，沟通着人们的情感。旅游工作者通过热情、周到的礼仪服务，向客人表示真诚的尊重和友好，可使客人产生亲切感、信任感。基于这种朋友般的亲切与信赖，当客人有特别的旅游需求或在旅游中遇到个人困难时，他们会愿意向工作人员倾诉或咨询，工作人员也能及时了解并解决客人的需要和难处，这样才能真正实现旅游工作人员与旅游者之间的相互了解和沟通。

2. 有助于妥善处理旅游纠纷

旅游服务工作面对的客人形形色色，由于职业、年龄、素质、宗教信仰等方面的不同，对服务质量的要求比较个性化，无论服务人员的工作如何出色，都难免出现纠纷。

纠纷发生，无论是什么原因，也不管是旅游服务方的问题还是旅游者本身的问题，有礼有节地进行处理都是第一原则。如果是旅游服务方的问题，要主动向旅游者道歉，并

尽快妥善地处理；如果是旅游者的问题，切不可得理不饶人，要先耐心听其讲完，再有礼貌地解释说明。在任何情况下，工作人员与旅游者争吵甚至打斗都只会激化双方之间的矛盾，解决不了问题。

3. 可以约束旅游从业者的行为

礼仪对于人们的社会行为，特别是非礼貌的、不道德的行为具有很强的约束作用。在社会生活中，人们很多不文明、不道德的行为，无法通过行政或法律的手段去干预，而往往要靠道德规范、社会舆论来引导和约束。在旅游服务工作中，从业人员也同样自觉或不自觉地受到旅游礼仪的约束。一方面，旅游礼仪中的具体行为准则可以规范和约束从业人员在工作当中的行为表现；另一方面，礼仪作为道德的载体也影响着从业人员的工作意识和态度，进而约束他们的行为。

旅游行业讲究职业道德，职业道德和旅游礼仪是密切相关的。一个从业人员在工作中有时可能会受外界因素或自身主观意识的影响做出一些不文明的行为，这时候，道德标准可以起到约束的作用，让他具有判断是非曲直、辨别善恶美丑的能力。例如，一个具有高尚道德品质、懂得礼仪规范的人，会明白破坏集体荣誉、损坏公物的行为会受到鄙视，违反操作规程会受到批评，刁钻耍滑的工作作风会受到指责等。明白了孰对孰错，就知道在工作中哪些行为该做、哪些行为不该做，这就是职业道德意识和旅游礼仪规范的力量。

旅游从业人员面对的不仅有我国的客人，还有其他国家或地区的客人，从一定意义上来说，他们代表的是我们国家的形象和风貌，所以他们的行为是否符合礼仪标准尤为重要。旅游工作中，自觉地接受旅游礼仪约束的人，才能被人们认可，才能符合旅游业要求；如果一个人我行我素，不能遵守礼仪要求，他就会受到人们的谴责和反对，最终会被旅游行业甚至社会淘汰。

4. 可以提高服务质量

在旅游业的竞争中，其根本是质量的竞争。服务质量是旅游业的生命线，是旅游业的中心工作，它不仅关系着旅游业的经营、效益、声誉，更关系着旅游业的兴旺与发展。为此，服务质量越来越受到行业人士的关注。

服务质量是指旅游业向客人提供服务时，其产品在使用价值上、精神上 and 物质上适合和满足客人需要的程度。由于服务水平的高低在很大程度上是由礼仪服务水平高低所决定的，因此，礼仪服务也就成为服务质量的核心。这就要求旅游业管理者和员工践行“质量就是生命，质量就是效益，质量的关键是服务，服务的核心是礼仪”这个理念。

服务态度是影响服务质量的主要因素之一。态度是一种内在心理的表现，它无法直接观察，只能从当事人的言行中去判断。在旅游服务中，优质的服务态度能使客人在感官上、精神上有“亲切感”，有“宾客至上”“宾至如归”的感觉。这种亲切的情绪体验，往往源于服务人员提供的实质性的服务内容和他们彬彬有礼、得体大方的言行举止、仪表仪容。良好的服务态度来自教化，来自服务人员对所从事的服务工作的正确认识和热爱，来自服务人员对客人的理解和尊重。

服务人员如果能够讲究旅游礼仪,表现礼貌的服务态度,主动运用服务技巧,使客人在旅游过程中对服务人员有亲切感、温暖感、信任感,对服务工作表示认可和满意,那么就达到了提高服务质量的要求。

1.2.5 旅游服务礼仪应遵循的原则

1. 自律原则

礼仪的最高境界是自律,即从业人员在没有任何监督的情况下,仍能自觉地按照礼仪规范约束自己的行为。旅游工作者不仅要了解和掌握具体的礼仪规范,而且要在内心树立起一种道德信念,加强行为修养,从而获得内在的力量。这就要求旅游工作者在对客服务中从自我约束入手,时时检查自己的行为是否符合礼仪规范,严格按照礼仪规范接待和服务宾客,而且要做到有没有上级主管在场都一样,客前客后一个样,把礼仪规范变成自觉的行为、内在的素质。

2. 宽容原则

在旅游服务与交际活动中,旅游工作者既要严于律己,又要宽以待人,更要“得理也饶人”。要多宽容他人不同于自己的行为,要多体谅、多理解他人,切不可求全责备。比如,在服务工作中,宾客有时可能提出一些无理甚至是失礼的要求,旅游工作者应冷静且耐心地加以解释,不要反驳旅客甚至把旅客逼到窘境,否则会使旅客产生逆反心理,形成对抗,特别是当旅客有过错时,要“得理也饶人”,要运用沟通技巧,让旅客体面地“下台阶”。

3. 适度原则

在旅游服务过程中,旅游工作者必须坚持礼仪规范,讲究运用技巧,把握分寸,适度得体。比如在交际活动中,既要彬彬有礼,又不低三下四;既要热情大方,又不阿谀奉承。尤其在接待外宾时,要以“民间外交家”的姿态出现,要特别注意维护国格和人格,做到“自尊、自爱、不卑不亢”,既不盛气凌人,又不妄自菲薄。

4. 平等原则

在旅游活动中,允许旅游服务人员根据不同的交往对象采取不同的应对方法,但前提是必须坚持平等原则,即尊重所有的旅客,对所有的旅客以礼相待,这是旅游服务的核心要求。旅游服务人员应做到敬人之心常存,处处不可失敬于人,失敬就是失礼,尤其不可侮辱对方的人格,做到对任何交往对象都一视同仁,真诚关心,给予同等程度的礼遇。具体地说,无论是外宾还是内宾,是官还是民,都要热情服务,不可看客施礼,更不能“以貌取人,以财取人”。

1.2.6 旅游服务人员的基本素质

特别提示

“世事洞明皆学问，人情练达即文章。”“礼”不仅有协调各类人际关系的作用，而且还定位了人们的社会角色，并通过道德关系，以礼貌礼仪规范明确了人们的社会义务与责任。礼仪，能使人在人际交往中充满自信、处变不惊，还能帮助人们更有效地向交往对象表达自己的尊重、敬佩、友好与善意，增进彼此间的了解与信任。

旅游服务人员必须做到礼貌待客、热情服务。礼貌待客，是要求服务人员对客人表示尊重与友好，在服务中注重仪容、仪态、语言和肢体语言的规范；热情服务则要求服务人员发自内心、满腔热忱地主动向客人提供周到的服务，从而表现出服务人员的良好风度与职业素养。

旅游服务的对象来自天南海北、四面八方，所以旅游服务人员要有过硬的文化知识、语言能力、组织能力和公关能力，还应具备高水准的礼仪水平，这样才能使旅游接待工作尽善尽美。具体来说，旅游服务人员应具备以下基本素质。

1. 良好的思想品德和职业道德

旅游服务人员首先应具有强烈的民族自尊心和个人自尊心，能将全心全意为人民服务的思想和“宾客至上”“服务至上”的服务宗旨紧密结合起来，热情地为海内外游客服务；其次应认真学习礼仪规范，并严格要求自己，树立为人民服务的职业道德观，以确保旅游接待工作顺利完成。

2. 良好的工作态度

良好的工作态度主要表现为：不管在哪个工作岗位，平凡的或重要的，喜欢的或不喜欢的，都尽心尽力、脚踏实地，对职责范围内的事不推托、不拖拉，认真地完成每一项任务，这是对从业人员的基本要求。对于接待人员而言，良好的工作态度是其所应具备的基本从业条件。

3. 高雅、亲切、自然、礼貌的态度

旅游服务人员在做接待工作时，要做到面带微笑、充满自信，具体包括以下要求。

1) “站如松，行如风”

站姿应给人以挺拔、优美的感觉，避免给人留下疲软、精神不饱满的印象。

2) 眼神应保持坦然、和善、亲切

“眼睛是心灵的窗口”，从旅游服务人员的目光中，客人应能感受到他的个人修养、职业修养、工作态度等。因此，工作人员应合理地、恰当地运用眼神，以帮助自己表达情感、促进沟通，促进人际关系的和谐。眼神交流时要注意以下几点。

(1) 不回避正常的目光交流，也不盯着别人，以免造成对方的不适与尴尬。

(2) 忌用冷漠、轻视甚至狡黠的眼神与客人交流，不可白眼或斜眼看人，不可上下打量人等。

3) 手势语言要自然、得体、到位、有力

在人际沟通中，手势除了能辅助语言，表达一定的思想内容，还能表现出旅游服务者的职业素质与修养。手势美是一种动态美，在工作或交际中，要适当运用手势辅助语言传情达意，为交际形象增辉。

4. 丰富的文化知识和较强的语言表达能力

旅游服务是知识密集型、高智能的工作，尤其是导游人员，旅游者总希望他们的导游是一位“万事通”。因此，作为一名导游，知识面要广，拥有的知识越丰富越好，而且能把各种知识融会贯通，这样才能更最大限度地满足游客的要求。

旅游服务人员每天和形形色色的人打交道，每一件事情的完成、每一件事情的处理都必须以语言为沟通媒介，故语言表达能力是检验旅游服务人员专业素质的一个重要标准。事实证明，语言能力强的旅游服务人员常常可以在工作中从容应对、游刃有余，让客人满意甚至赏识，可以说在某种程度上，旅游服务人员职业素养的高低取决于语言表达能力的高低。

5. 熟悉旅游业务，具有组织接待能力

旅游服务人员要有扎实的业务基础，能够认真履行自身的职责，在服务时间内、工作范围内尽一切可能为客人提供尽善尽美的服务。旅游服务人员要有协调能力，具有合理安排、组织活动及接待客人的能力，做事讲究方式、方法并及时掌握不断变化的客观情况，灵活地采取相应措施，临危不惧，遇事不乱，有高度的责任感和较强的独立工作能力，以保证接待任务顺利完成。

实战演练

训练项目1：东西方礼仪文化的差异

训练要求：

1. 熟悉并掌握东西方礼仪文化；
2. 五人一组，对全班学生进行分组；
3. 分小组讨论；
4. 其他各小组为该小组的讨论结果进行评议并打分。

训练项目2：如何提供旅游服务并尊重游客

训练要求：

1. 掌握旅游服务礼仪的功能和意义；
2. 四人一组，对全班学生进行分组；
3. 分小组讨论；

4. 其他各小组为该小组的讨论结果进行评议并打分。

课后练习

1. “国尚礼则国昌，家尚礼则家大，身尚礼则身正，心尚礼则心泰。”这是古代哪位大家说的？()

- A. 孔子 B. 孟子 C. 颜元 D. 老子

2. 现代礼仪应遵循的原则有()。

- A. 尊重、遵守、谦虚、自重 B. 遵守、自律、自尊、尊重
C. 尊重、自尊、遵守、自律 D. 尊重、遵守、适度、自律

3. 现代礼仪的特征有()。

- A. 民族性、继承性、国际性、地域性 B. 继承性、民族性、地区性、国际性
C. 民族性、地区性、国际性、通用性 D. 国际性、民族性、继承性、时代性