



21世纪高职高专规划教材

公共基础系列

现代服务礼仪

张岩松 邹春霞 马丽萍 主 编
付 强 徐莎莎 车秀英 副主编



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>

21 世纪高职高专规划教材·公共基础系列

现代服务礼仪

张岩松 邹春霞 马丽萍 主 编
付 强 徐莎莎 车秀英 副主编

清华大学出版社
北京交通大学出版社

·北京·

内 容 简 介

本书作为反映高职教育教学改革最新理念的新型实用教材,是工作过程导向课程开发的一次有益尝试。它根据各行业服务工作中所涉及的礼仪活动确定了设计服务人员服务形象礼仪、基础服务礼仪、行业服务礼仪和服务行业从业人员形体训练四大学习领域,每个学习领域包含若干个学习情境,共计13个学习情境,每个学习情境下设若干个任务。每个任务包含情境导入、任务分析、知识储备、实践训练、自主学习、评价考核六个部分。让学生在“做中学,在学中做,学做结合”,切实提高服务实践操作能力。本书附录部分还提供了涉外礼仪规范、三大宗教礼仪、中国民俗礼仪、国外民俗风情及常用礼仪资料等,便于服务行业从业人员使用和参考。

本书可作为高职高专院校相关专业学生的礼仪教材,还可作为服务行业从业人员提高礼仪素养和交际能力的自我训练手册,它也是各级各类组织进行服务礼仪岗位培训的创新型教材。

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 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

现代服务礼仪/张岩松,邹春霞,马丽萍主编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社,2009.12

(21世纪高职高专规划教材·公共基础系列)

ISBN 978-7-81123-989-8

I. ①现… II. ①张… ②邹… ③马… III. ①服务业-礼仪-高等学校:技术学校-教材 IV. ①F719

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第220129号

责任编辑:郭东青

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京交大印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:21.75 字数:534千字

版 次:2010年1月第1版 2010年1月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-81123-989-8/F·576

印 数:1~4000册 定价:33.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监局反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能，因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所选教材进行审定。

目前，“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种，范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写，其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；适应“实践的要求和岗位的需要”，不依照“学科”体系，即贴近岗位，淡化学科；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来，推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践中的意见与建议，及时反馈给我们，以便对已出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版，适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2010年1月

前 言

当今，现代服务业在国民经济中的重要性日益凸显，推动服务业的发展关键在于服务行业从业人员的素质，而服务行业从业人员的素质集中表现在对服务礼仪规范的遵守和履行上。有形、规范、系统的服务礼仪，可以树立服务行业从业人员和企业良好的形象，能让服务行业从业人员在和客户交往中赢得理解、好感和信任。鉴于此，我们编写了《现代服务礼仪》教材。

本教材作为反映高职教育教学改革最新理念的新型实用教材，是以工作过程为导向的高职课程开发的一次有益尝试，是基于行动导向的情境化教学模式的有益探索。情境化教学模式以学习情境为载体，关注学生的兴趣和经验，具有鲜活的魅力，可以充分拓展学生的创造性思维空间和实践空间。同时针对不同的情境，采用独立探索、协作学习、教师辅导、案例收集、企业参观、技能训练、角色扮演、讲座、报告撰写及答辩等方式，教学多以小组进行，强调合作和交流，培养学生运用方法的能力和社会活动能力。教师从知识传授者的角色转变为学习过程的组织者、咨询者、指导者和评估者，最终将学习的压力传递到学生身上，实现由教学过程向学生自觉学习过程的转化。

鉴于以上理念，我们根据各行业服务工作中所涉及的礼仪活动确定了服务人员形象礼仪、基础服务礼仪、行业服务礼仪和服务行业从业人员形体训练四大学习领域，每个学习领域包含若干个学习情境，共计 13 个学习情境，每个学习情境下设若干个任务。每个任务一般按照情境导入、任务分析、知识储备、实践训练、自主学习、评价考核六个部分进行编写。“情境导入”提出在服务工作中需要面对的服务礼仪工作和问题；“任务分析”对急需解决的服务礼仪任务进行分析，提出教学需要面对的具体问题；“知识储备”旨在让学生在教师的指导下掌握基本的服务礼仪知识，以便于下一步操作训练；“实践训练”是教师课堂教学的主要内容，通过设计教学情境，模拟角色扮演等方式方法，让学生在学中做，在做中学，学做结合，不断提高其实践操作能力；“自主学习”包括案例分析、自我操作练习等各类题型，方便实用，目的是让学生深化对服务礼仪知识的把握，将服务礼仪规范不断内化为行为习惯，塑造出全新的自我；“评价考核”旨在全面检验学生对本“任务”要求的应知应会知识、专业能力、通用能力和工作态度等目标的实现情况。本书形体训练部分按照“任务分析”、“训练指南”和“课后练习”组织编写，并且配备了生动的动作图片，便于教师指导学生进行练习，举一反三。本书附录部分还提供了涉外礼仪规范、三大宗教礼俗、中国民俗礼仪、国外民俗风情及常用礼仪资料等，便于服务行业从业人员使用和参考。

本书由张岩松、邹春霞、马丽萍任主编，付强、徐莎莎、车秀英任副主编，具体分工为：张岩松负责全书体例和框架设计并编写绪论、学习情境 10 和附录 E；邹春霞编写学习情境 4、学习情境 6、学习情境 9 及附录 D；马丽萍编写学习情境 1、学习情境 2、学习情境 8 及附录 B 和附录 C；徐莎莎编写学习情境 5 和附录 A；付强编写学习情境 3、学习情境 11、学习情境 12 和学习情境 13；车秀英编写学习情境 7。包红君、张昀、王海鉴、刘桂华、徐东闽、齐迹、佟昌杰、王洪亮、于凯、周宏波、唐成人、房红怡、李健、黄岚、刘晶、刘晓燕、蔡颖颖、马乐、穆秀英等完成了资料收集、文字录入工作，郭颖、徐娜、武萌萌、宗峰、吴佳霖等完成了图片拍摄和制作工作，车秀英、张岩松进行了全书的文字校对与统稿工作。

本书可作为高职高专院校相关专业学生的礼仪教材，还可作为服务行业从业人员提高礼仪素养和交际能力的自我训练手册，它也是进行服务行业从业人员礼仪岗位培训的创新型教材。本教材克服了礼仪传统教材重理论轻实践、重普及轻操作的缺点，相信它必将受到广大师生和相关人员的欢迎。

本书在编写过程中，参考了大量报刊文献，吸收了国内学者最新的研究成果，在此向各位专家、学者表示衷心的感谢。

本书是尝试之作，对书中的疏漏之处，敬请读者不吝赐教。

编者
2009 年岁末

目 录

绪论	1
0.1 什么是礼仪	1
0.2 服务礼仪的含义与特征	5
0.3 服务礼仪的要求	6
0.4 服务礼仪修养	10

学习领域 I 服务形象礼仪

学习情境 1 仪容设计	17
任务 1 良好卫生习惯的养成	17
任务 2 容貌的修饰	22
学习情境 2 服饰选配	35
任务 1 规范的着装	35
任务 2 饰物的选配	43
任务 3 常规用品的使用	50
学习情境 3 仪态设计	57
任务 1 体态	57
任务 2 表情	67
任务 3 手势	75

学习领域 II 基础服务礼仪

学习情境 4 服务日常交往	87
任务 1 见面的礼节	87
任务 2 礼物馈赠	96
任务 3 拜访与接待	103
任务 4 顾客投诉处理	110
学习情境 5 服务语言礼仪	117

任务 1 服务语言应用·····	117
任务 2 交谈·····	126
任务 3 电话沟通·····	136

学习领域Ⅲ 行业服务礼仪

学习情境 6 酒店服务礼仪 ·····	147
任务 1 前厅服务礼仪·····	147
任务 2 客房服务礼仪·····	154
任务 3 餐厅服务礼仪·····	160
任务 4 康乐服务礼仪·····	166
学习情境 7 旅游服务礼仪 ·····	171
任务 1 旅行社接待销售礼仪·····	171
任务 2 导游员接待服务礼仪·····	178
学习情境 8 会展服务礼仪 ·····	188
任务 1 会议礼仪·····	188
任务 2 展览会礼仪·····	201
学习情境 9 银行服务礼仪 ·····	209
任务 1 银行服务规范·····	209
任务 2 银行岗位服务礼仪·····	216
学习情境 10 护理服务礼仪 ·····	221
任务 1 日常工作礼仪·····	221
任务 2 护患沟通礼仪·····	230

学习领域Ⅳ 形体训练

学习情境 11 形体基本动作组合训练 ·····	245
任务 1 手臂动作训练·····	246
任务 2 躯干动作训练·····	247
任务 3 下肢动作训练·····	250
任务 4 形体舞蹈组合训练·····	252
学习情境 12 芭蕾 ·····	255
任务 1 芭蕾基本手位和脚位·····	255
任务 2 擦地练习·····	258

任务 3 蹲的练习·····	261
任务 4 踢腿练习·····	264
学习情境 13 时尚健身美体术 ·····	267
任务 1 瑜伽·····	267
任务 2 有氧健身操·····	270
任务 3 社交舞蹈·····	272
附录 A 涉外礼仪规范 ·····	277
附录 B 三大宗教礼俗 ·····	290
附录 C 中国民俗礼仪 ·····	298
附录 D 国外民俗风情 ·····	307
附录 E 常用礼仪资料 ·····	325
参考文献 ·····	335

绪 论

0.1 >>> 什么是礼仪

礼仪是人际交往过程中的外在表现的形式与规则的总和。它作为在人类历史发展中逐渐形成并积淀下来的一种文化，始终以其某种精神的约束力支配着每一个人的行为。礼仪是人类文明进步的重要标志，是适应时代发展、促进个人进步和成功的重要途径。礼仪、法律与道德，被称为人生幸福的三位守护神。而礼仪却不像法律那样威严，不像道德那样肃然。礼仪始终是一个会心的微笑、一种温和的声音、一种怡情悦心的需要。

1. 礼仪的含义

(1) 礼仪是一种行为准则或规范。它是一种程序，有一定的套路，表现为一定的章法，只有遵守这些习俗和规范，才能适应社会发展。

(2) 礼仪是一定社会关系中人们约定俗成、共同认可的行为规范。它表现为一些零散的规矩、习惯，然后才逐渐上升为大家认可的，可以用语言、文字、动作进行准确描述和规定的行为准则，并成为人们有章可循、可以自觉学习和遵守的行为规范。

(3) 礼仪是一种情感互动的过程。在礼仪的实施过程中，既有施礼者的控制行为，也有受礼者的反馈行为。即礼仪是施礼者与受礼者的尊重互换、情感互动的过程。

(4) 礼仪的目的是为了实现社会交往各方面的互相尊重，从而达到人与人之间关系的和谐。在现代社会，礼仪体现着一个人对他人和社会的认知水平、尊重程度，是一个人学识、修养和价值的外在表现。遵守礼仪是人获得自由的重要手段和途径之一。

2. 礼仪的内容

随着时代的变迁和社会的进步，人们的文明程度在不断地提高，现代礼仪在对我国古代礼仪扬弃的基础上，不断推陈出新，内容更完善、更合理、更加丰富多彩。礼仪主要包括如下方面内容。

(1) 礼节。礼节是人们在交际过程中逐渐形成的约定俗成的和惯用的各种行为规范的总和。礼节是社会外在文明的组成部分，具有严格的礼仪性质。它反映着一定的道德原则的内容，反映着对人对己的尊重，是人们心灵美的外化。在阶级社会，由于不同阶级的人在利益上的根本冲突，礼节多流于形式。在现代社会中，由于人与人之间地位平等，其礼节从形式到内容都体现出人与人之间相互平等、相互尊重和相互关心。现代礼节主要包括：介绍的礼

节、握手的礼节、打招呼的礼节、鞠躬的礼节、拥抱的礼节、亲吻的礼节、举手的礼节、脱帽的礼节、致意的礼节、作揖的礼节、使用名片的礼节、使用电话的礼节、约会的礼节、聚会的礼节、舞会的礼节、宴会的礼节等。当今世界是个多元化的世界，不同国家、不同民族、不同地区的人们在各自生存环境中形成了各自不同的价值观、世界观和风俗习惯，其礼节从形式到内容都不尽相同。

(2) 礼貌。礼貌是指人们在社会交往过程中良好的言谈和行为。它主要包括口头语言的礼貌、书面语言的礼貌、态度和行为举止的礼貌。礼貌是人的道德品质修养的最简单、最直接的体现，也是人类文明行为的最基本的要求。在现代社会，使用礼貌用语，对他人态度和蔼，举止适度，彬彬有礼，尊重他人已成为日常的行为规范。

(3) 仪表。仪表指人的外表，包括仪容、服饰、体态等。仪表属于美的外在因素，反映人的精神状态。仪表美是一个人心灵美与外在美的和谐统一，美好纯正的仪表来自于高尚的道德品质，它和人的精神境界融为一体。端庄的仪表既是对他人的一种尊重，也是自尊、自重、自爱的一种表现。

(4) 仪式。仪式指行礼的具体过程或程序。它是礼仪的具体表现形式。仪式是一种比较正规、隆重的礼仪形式。人们在社会交往过程中或是组织在开展各项专题活动过程中，常常要举办各种仪式，以体现出对某人或某事的重视，或是为了纪念等。常见的仪式包括开业或开幕仪式、闭幕仪式、欢迎仪式、升旗仪式、入场仪式、签字仪式、剪彩仪式、揭匾挂牌仪式、颁奖授勋仪式、宣誓就职仪式、交接仪式、奠基仪式、捐赠仪式等。仪式往往具有程序化的特点，这种程序有些是人为地约定俗成的。在现代礼仪中，仪式中有些程序是必要的，有些则可以简化。因此，仪式也大有越来越简化的趋势。但是，有些仪式的程序是不可省略的，否则就是非礼。

(5) 礼俗。礼俗即民俗礼仪，它是指各种风俗习惯，是礼仪的一种特殊形式。礼俗是由历史形成的，普及于社会和群体之中并根植于人们心中，在一定的环境经常重复出现的行为方式。不同国家、不同民族、不同地区在长期的社会实践中形成了各具特色的风俗习惯。“十里不同风，百里不同俗”，不但每一个民族、地区，甚至一个小小的村落都可能形成自己的风俗习惯。

3. 礼仪的特性

礼仪是人们在漫长的社会实践中逐步地形成、演变和发展的。现代礼仪是在一番脱胎换骨之后形成的，它具有文明性、共通性、多样性、变化性和规范性等特性。

(1) 文明性。礼仪是人类文明的结晶，是现代文明的重要组成部分。人类从出世那天起就开始了文明的追求，亚当、夏娃用树叶遮身便是文明之举。人类从茹毛饮血到共享狩猎成果，从盲目迷信、敬畏鬼神到崇尚科学、论证无神，从战争到和平，尤其是文字的发明，人类运用语言文字来表达文明、宣传文明、建设文明。文明的体现宗旨是尊重，既是对人也是对己的尊重，这种尊重总是同人们的生活方式有机地、自然地、和谐地和毫不勉强地融合在一起，成为人们日常生活、工作中的行为规范。这种行为规范包含着个人的文明素养，比

如待人接物热情周到、彬彬有礼；人们彼此间互帮互助、彼此尊重、和睦相处，体现出人们日常生活中的文明、友好；注重个人卫生，穿着适时得体，见人总是微笑着问候致意，礼貌交谈，文明用语，这也体现出人们的品行修养。总之，礼仪是人们内心文明与外在文明的综合体现。

(2) 共通性。礼仪是人们在社会交往过程中形成并得到共同认可的行为规范。我们今天生活的世界可谓千姿百态。人们尽管分散居住于五大洲的不同角落，但是，许多礼仪都是世界通用的。例如，问候、打招呼、礼貌用语、各种庆典仪式、签字仪式等，大体上是世界通用的。虽然由于各国家、各地区、各民族形成了许多特有的风俗习惯，但就礼仪本身的内涵和作用来说，仍具有共通性。正是由于礼仪拥有共通性，才形成了涉外交往礼仪。

(3) 多样性。世界是丰富多彩的，其中礼仪也是五花八门、绚烂多姿的。世界各地民俗礼仪千奇百怪，几乎没有人能说清楚世界上到底有多少种礼仪形式。从语言的表达礼仪到文字的使用礼仪，从举止礼仪到规范化礼仪，从服饰礼仪到仪表礼仪，从风俗礼仪到宗教礼仪等，在不同的国家、不同的场合，礼仪的表达方式也有所不同。比如在人们常见的国际交往礼仪中，仅见面礼节就有握手礼、点头礼、亲吻礼、鞠躬礼、合十礼、拱手礼、脱帽礼、问候礼等。礼仪可谓多种多样，纷繁复杂。有些礼仪所表达的方式和内容，在甲国家或地区与乙国家或地区可能截然相反。

(4) 变化性。礼仪并不存在僵死不变的永恒模式，随着时间的推移，礼仪会发生巨大的变化。可以说，每一种礼仪都有其产生、形成、演变、发展的过程。礼仪在运用时也具有灵活性。一般说来，在非正式场合，有些礼仪可不必拘泥约定俗成的规范，可增可减，随意性较大。在正式场合，讲究礼仪规范是十分必要的。但如果双方已非常熟悉，即使是较正式的场合，有时也不必过于讲究礼仪规范。

(5) 规范性。礼仪，指的就是人们在交际场合待人接物时必须遵守的行为规范。这种规范性，不仅约束着人们在一切交际场合的言谈话语、行为举止，使之合乎礼仪；而且也是人们在一切交际场合必须采用的一种“通用语言”，是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。中国 WTO 首席谈判代表龙永图曾讲过一个耐人寻味的故事。

一次在瑞士，龙永图与几个朋友去公园散步，上厕所时，听到隔壁的卫生间里“砰砰”地响，他有点纳闷。出来之后，一位女士很着急地问他有没有看到她的孩子，她的小孩进厕所十多分钟了，还没有出来，她又不能进去找。龙永图想起了隔壁厕所间的响声，便进去打开厕所门，看到一个七八岁的小孩正在修抽水马桶，但他怎么弄都抽不出水来，急得他满头大汗，这个小孩觉得他上厕所不冲水是违背规范的。

这个儿童自觉遵守礼仪规范的精神是很值得我们学习的。礼仪是约定俗成的一种自尊、敬人的惯用形式，任何人要想在交际场合表现得合乎礼仪、彬彬有礼，都必须对交际礼仪无条件地加以遵守。另起炉灶，自搞一套，或是只遵守个人适应的部分，而不遵守自己不适应的部分，都难以为交往对象所接受、所理解。

4. 礼仪的原则

人们的各种交际活动自始至终都有一些具有普遍性、共同性、指导性的规律可循，这就是礼仪的原则。探讨这些原则，有助于交际礼仪的规范化，增强人们对交际礼仪的认识，进而加强礼仪在社会活动中的指导作用。

(1) 遵守原则。礼仪规范是为维护社会生活保持稳定而形成和存在的，实际上是反映了人们的共同利益要求。社会上的每个成员不论身份贵贱、职位高低、财富多寡，都有自觉遵守、应用礼仪的义务，都要以礼仪去规范自己的一言一行、一举一动。如果违背了礼仪规范，会受到社会舆论的谴责，自然交际就难以成功。例如，前苏联领导人赫鲁晓夫在这方面就有前车之鉴，他在一次联合国会议上为了让人们安静下来，竟然脱下鞋子，并用鞋子敲打会议桌子，他的不雅举止显然违背了礼仪规范，更有损他本人及前苏联的国际形象，在这次会议上联合国作出决定对前苏联代表团罚款一万美元，可见违背交际礼仪的遵守原则是不行的。从这一原则出发，关键是养成好的习惯，有这样一个实例：

某省会城市一家三星级饭店的女总经理，衣着得体大方，语言热情适宜，正在宴请北京来的专家。席间，秘书突然过来说有急事，请她暂时离席去送外宾，可惜这位女经理迟迟未起身，原来双脚不堪忍受高跟鞋束缚，出来“解放”了一会儿，突然有了情况，一时找不到“归宿”，令女经理好不难堪。

造成这种情况的原因恐怕不是不懂礼仪知识，主要还是没有养成良好的习惯，对礼仪规则遵守得不够造成的。

(2) 敬人原则。孔子说：“礼者，敬人也。”敬人是礼仪的一个基本原则，它要求人们在交际活动中互尊互敬，友好相待，对交往的对象要重视、恭敬。尊敬是“礼”的本义，是交际礼仪的重点和核心。在对待他人的诸多做法中最重要的一条，就是要敬人之心长存，处处不可失敬于人，不可伤害他人的个人尊严，更不能侮辱对方的人格。可以说，掌握了敬人的原则就等于掌握了礼仪的灵魂。尊敬的作用是十分巨大的，有这样一个实例：

日本东芝电器公司，曾一度陷入困境，员工士气低落。当士光敏夫出任董事长时，他经常不带秘书，一个人来到各工厂与工人聊天，听工人的意见，更有意思的是，士光敏夫还经常提着一瓶酒去慰劳员工，和他们共饮。他终于赢得了公司上下的支持，员工的士气也高涨了起来。在三年内，士光敏夫终于重振了日暮途穷的东芝公司。

士光敏夫的诀窍就是关心、重视、尊重每一个员工，“敬人者，人恒敬之”，他同时也赢得了员工的信服与支持。

(3) 宽容原则。一般来说，交往双方的心理总存在一定的距离，存在不相容的心理状态，这种差异会在交往者之间产生思想隔膜，甚至会使得关系僵化，要想缩小这种心理上的差异，求得人与人之间能多一份和谐、多一份信赖，就必须抱着宽容之心。宽容就是要求人们既要严于律己，又要宽以待人，要多容忍他人，多体谅他人，多理解他人，而不能求全责备，斤斤计较，过分苛求，咄咄逼人。唯有宽容才能排除人际交往中的各种障碍，不能宽容

他人的人，往往会得理不饶人，使人际关系恶化。共性是寓于个性之中的，人们应该维护和发展共性，以理解和宽容来增强人们之间的凝聚力。

(4) 真诚原则。礼仪的运用基于交际主体对他人的态度，如果能抱着诚意与对方交往，那么交际主体的行为自然而然地便显示出对对方的关切与爱心。因为无论用何种语言表达，行为则是最好的证明。在通常情况下人们可以用假话来掩饰自己的企图，但却无法用行为来掩饰自己的虚伪，因为体态语是无法掩饰虚假的。因此唯有真诚，才能使你的行为举止自然得体，与此相反，倘若仅把运用礼仪作为一种道具和伪装，在具体操作礼仪规范时口是心非，言行不一，弄虚作假，投机取巧，或是当面一个样，背后一个样，有求于人时一个样，被人所求时又一个样，将礼仪等同于“厚黑学”，是违背交际礼仪的基本原则的。

(5) 适度原则。俗话说：“礼多人不怪。”人们讲究礼仪是基于对对方的尊重，这是无可厚非的，但是，凡事过犹不及，人际交往要因人而异，要考虑时间、地点、环境等条件。施礼过度或不足，都是失礼的表现。比如见面时握手时间过长，或是见谁都主动伸手，不讲究主次、长幼、性别；告别时一次次地握手，或是不住地感谢，让人觉得厌烦。礼仪的施行是内心情感的表露，只要内心情感表达出来，就完成了礼仪的使命。如果反复重复，给人以不理解、不领情之嫌，画蛇添足，实无必要。

0.2 >>> 服务礼仪的含义与特征

在市场的竞争条件下，一个企业要获得成功，必须以服务质量求生存、求发展。用服务创造价值，推行“以顾客满意为中心”的服务战略。打造以优质服务为核心的竞争优势，已经成为新形势下的竞争法则。优质服务是企业发展的永恒主题，更是企业生存与发展的根本所在。

在市场经济条件下，商品的竞争就是服务的竞争。在与服务对象打交道的过程中，讲究服务礼仪，遵守服务规范，学会与顾客交往和沟通，能够展现一名服务行业从业人员的外在美和内在修养，拉近服务行业从业人员与顾客的距离，赢得顾客的满意和对企业的忠诚，提升企业的形象，实现品牌的增值。

服务是指服务方遵照被服务方的意愿和要求，为满足被服务方需要而提供相应满意活动的过程。服务是一种劳动方式，它不是以实物形式而是以提供劳动的形式满足他人某种需求的活动。它不创造实物产品，但又必须以实物产品为依托。

1. 服务礼仪的含义

服务的产生过程是指将部分家务劳动变为带有交换性质的服务劳动的过程，其目的是为了解决人们实际生活中的难题。它是伴随人类需求不断增长而发展起来的。服务礼仪与礼仪有着密切的关系。礼仪是服务礼仪的基础和内容。服务礼仪是礼仪在服务过程中的具体运用，是礼仪的一种特殊形式，是体现服务的具体过程和手段，使无形的服务有形化、规范化、系统化。服务礼仪是指服务行业从业人员在自己的工作岗位上向服务对象提供服务时的

标准的、正确的做法。

服务礼仪主要以服务行业从业人员的仪容规范、仪态规范、服饰规范、语言规范和岗位规范为主要内容。由于服务范围广、服务对象复杂，所以服务行业从业人员还要掌握交际礼仪、涉外礼仪、我国部分少数民族及港澳台地区习俗礼仪、我国主要客源国习俗礼仪、宗教礼仪等，这样才能游刃有余地做好服务工作。

2. 服务礼仪的特征

(1) 规范性。服务礼仪是指服务行业从业人员在自己的工作岗位上应当严格遵守的行为规范。这种规范，要求服务单位及员工要按照一定的礼仪规范做好服务与接待工作，服务过程中的言谈话语、行为举止要合乎礼仪规范。“顾客至上”应该是服务行业各个部门共同的行为准则。

(2) 可操作性。服务礼仪是礼仪在服务过程中的具体应用，具有简便易行、容易操作的特征。它既有总体上的服务礼仪原则、操作规范，又在具体的细节上有一系列的方式、方法。

(3) 灵活性。服务礼仪的规范是具体的，但不是死板的教条，它是灵活的、可变的，服务行业从业人员应该在不同的场景下，根据交往对象的不同特点，灵活地处理各种情况。

0.3 >>> 服务礼仪的要求

1. 讲“五快”

邹翊燕、丁永玲在其《现代服务礼仪》(武汉大学出版社 2007 年版)一书中强调服务行业从业人员在服务中要尽量做到“五快”，这是服务礼仪的基本要求之一。

(1) 眼快。主要是要求服务行业从业人员看清楚服务对象的态度、表情和反应。服务对象的好恶和即时需求，往往会通过一定表征显露出来，服务行业从业人员如能及时捕捉并正确反应，就能让服务达到事半功倍的效果。眼快一方面要求服务行业从业人员要精神集中、注意观察，不能心不在焉、目光呆滞；另一方面还要求服务行业从业人员要力争眼顾全局，不能只凝视一处。只有一位服务对象时，要尽量抓住每一个细节；有一群服务对象时，既要抓住主要宾客，也要兼顾其他客人。

(2) 耳快。主要是要求服务行业从业人员听清楚对象的意见、反映和谈论。耳快要求服务行业从业人员能快速区分“该听”与“不该听”的内容，服务对象谈论与本次服务或本组织有关的内容时要仔细聆听，必要时服务行业从业人员可以用复述的形式来表示听清楚了，对于重要的意见和反映，应做书面记录、留取客户电话，并告知反馈时间。服务对象之间谈论私事及其周边的趣闻时不要旁听，更不要插嘴。耳快，清楚是前提，它要求“正确”和“全部”。听到的内容一定要保证正确，否则由错误的理解而产生的服务行为，当然也是不正确的。服务对象的话一定要听完整，不能仅听只言片语或断章取义。如果服务对象采用的是较重的方言，可以要求他慢慢地、逐字地重述一遍，或请同来的客人帮忙，或用文字进

行沟通。

(3) 脑快。主要是要求服务行业从业人员对于耳闻目睹的事情作出准确而及时的判断,并且迅速作出必要的反应。脑快要勤思考。未经思考地看或听只会是“视而不见”、“充耳不闻”。对有的服务行业从业人员来说无用的东西,往往却在善于思考的服务行业从业人员那里成为信息。脑快要多积累经验。判断的准确性取决于丰富的经验,因此服务行业从业人员要在工作中,多看看、多听、多学习、多积累经验,为服务工作中及时、准确的判断打下良好的基础。

(4) 手快。主要是要求服务行业从业人员在有必要以手为服务对象拿取、递送物品,或以手为其提供其他服务、帮助时,又快又稳。手快要注意技巧。服务的方式、顺序、手势等都有具体的要求,服务行业从业人员要多观察、多请教、多学习,才能符合规范的要求。手快要勤练习。熟能生巧,多花时间,基本功扎实了,动作自然就又快又稳。以物为媒介时,服务行业从业人员可以在家用相似的东西进行练习,也可以在工作场所没有客人时进行练习;以人为对象时,服务行业从业人员可两人或几人一组,相互练习。

(5) 脚快。主要是要求服务行业从业人员腿脚利索,办事效率高,行动速度快。既显得自己训练有素,又不会耽误服务对象的时间。脚快要求服务行业从业人员态度积极,要把服务对象的事情当自己的事情去做,把时间看成生命,不能慢条斯理、拖拖拉拉、敷衍了事。脚快还要求服务行业从业人员熟悉工作程序和协作部门。欲速则不达,如果不熟悉工作程序,往往只会忙中出错,反而耽误时间。所以服务工作开始前,就应详细了解整个程序,并积极和协作部门沟通,取得他们的支持。

2. 无差错

完成本行业(或本单位)所规定的服务项目,向顾客提供无差错的服务是形象塑造的基本要求,客观地说,服务行业从业人员在工作中出点差错是难免的。但是,这差错哪怕只占企业全部工作的1%,对于接受它的顾客来说,企业的服务也不能算是100%优质。要创优质服务,服务者就必须认真对待服务工作的每个环节,在服务中不出差错。当然,金无足赤,人无完人。当企业的服务一旦出差错时,服务者的态度就成了决定服务优劣的关键。对能知错改错的态度,顾客通常是能够谅解和接受的。

优质服务最忌讳的就是不正视和纠正服务中的差错。杭州太子楼酒家的一名服务员曾为了证明顾客投诉的包子是干净的,便当众吃下了带鸡毛的包子。此事在全国引发了一场讨论。事实上,该服务员要维护企业声誉的出发点是好的,但最大的失误就在于其不能正视企业服务中出现的差错。因为出售了不卫生的包子这是事实,企业是推卸不掉责任的。不正视错误和承担责任,就不能积极地纠正错误,确保今后的服务质量。因此,创优质服务,塑造形象,除在服务中力争不出差错外,要紧的就是有一个知错就改的态度。

3. 热情高

据记载,清朝著名画家郑板桥一天到一座寺院游玩,接待的和尚看来客是个其貌不扬的小老头,随便说了一句“坐”,又对司茶叫了一声“茶”,就了事。当郑板桥仔细欣赏几方

碑刻的时候，和尚估计这老头准是个读书人，于是就改口对郑板桥说“请坐”，回头对司茶说“泡茶”。后来，寺里来了一伙达官贵人，其中有人认识郑板桥，尊敬地喊“郑先生”时，和尚这才知道小老头就是大名鼎鼎的郑板桥，马上跑上前去，打躬作揖，嘴里说“请上坐，请上坐”，回头又大声对司茶喊“泡好茶”。当郑板桥要走时，和尚拿出纸笔，请郑板桥留下墨宝。郑板桥挥笔写下“坐，请坐，请上坐；茶，泡茶，泡好茶”，活灵活现地勾画出这个和尚对“卑贱者”鄙视、对“高贵者”讨好的嘴脸。在服务中，应热情友好、办事热心，急顾客之所急，想顾客之所想，对每一位顾客和每一笔生意都表现出极大的热忱，一视同仁，绝不能像那位和尚那样将人分为三六九等。

就服务而言，热情包括情感上的热烈，如用微笑表达欢迎顾客的愿望等；也包括行为上的主动，如乘务员遇到行动不便的旅客上下车时主动搀扶一把等。前者毋庸赘言，后者则应提醒服务者重视。宾馆服务台的工作人员告知一位老者要找的人住在6楼时，看着老者吃力地攀上了楼梯。事后有人问服务员为什么不告诉老人在拐弯处可乘电梯上楼，服务员一脸疑惑地回答：“他又没有问我电梯的事。”像这种等着顾客张嘴要的服务，绝不能算热情。

4. 善突破

这是指突破规定的服务项目，作为服务，不一定是写在服务公约上的，而是由顾客随时产生的需求决定的。有位先生曾光顾美国著名的花旗银行，向一个营业窗口的职员提出将一张旧的百元钞票换成一张崭新的，像这种不在服务公约之内的服务项目，即使拒绝提供也无可非议。但是，那位接待他的职员欣然接受了他的需求，并接连打了好几个电话，才在其他营业窗口内找到了一张同面值的新钞票。最后，一个小纸盒被递到这位先生面前，里面除了一张新钞票外，还附了张字条，上面写着：“谢谢您想到了我们。”这种把本是额外的服务也当作分内的并尽心尽力做好的服务，就是优质的服务。

5. 技艺好

服务的特点之一是具有颇高的手工技艺性。以烹饪业来说，绵延上千年的中国烹饪，为中华子孙留下了丰富的饮食文化。中国的八大菜系技艺超群，各领千秋，名闻遐迩，久盛不衰，使中国烹饪技艺居世界之巅。技艺是服务的技术基础。不只烹饪业具有颇高的手工技艺性，商店售货也有很高的技艺性，当好一名营业员，为顾客提供优质服务，也并非轻而易举的，这需要掌握一定的技巧；不掌握一定的技巧，光凭热情是不能搞好服务的。

北京百货大楼模范售货员杜学昌以全国劳动模范、著名售货员张秉贵为榜样，刻苦钻研，掌握了不用询问，凭经验就能准确判断适合这位顾客穿着的服装型号、款式本领。更有甚者，如果顾客为别人代购，只需说出身高、体重、脸型、年龄、职业等特征，他就能为顾客选出合适的服装，使顾客高兴而来、满意而归。正是凭借这种娴熟技艺，杜学昌塑造了良好的服务形象。

6. 举止雅

行为美是服务美的表现形式之一，是由服务者的形象美、举止美构成的。抽象的服务美通过服务者的形象美、举止美而具体地表现出来。微笑服务就是行为美的具体内容之一。一