

国家教委规划教材
中等职业学校饭店服务专业



服务语言艺术

全国中等职业学校饭店服务专业教材编写组 编
黄文清 主编



高等教育出版社

国家教委规划教材
中等职业学校饭店服务专业

服务语言艺术

全国中等职业学校饭店服务专业教材编写组 编
黄文清 主编

高等教育出版社

(京)112 号

图书在版编目(CIP)数据

服务语言艺术/黄文清主编. —北京:高等教育出版社,
1998.6 (1999 重印)
ISBN 7-04-006514-2

I. 服… II. 黄… III. 服务业-语言艺术 N. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 24942 号

出版发行	高等教育出版社		
社 址	北京市东城区沙滩后街 55 号	邮政编码	100009
电 话	010-64054588	传 真	010-64014048
网 址	http://www.hep.edu.cn		
经 销	新华书店北京发行所		
印 刷	北京朝阳北苑印刷厂		
开 本	850×1168 1/32	版 次	1998 年 5 月第 1 版
印 张	7	印 次	1999 年 5 月第 3 次印刷
字 数	180 000	定 价	7.10 元

凡购买高等教育出版社图书,如有缺页、倒页、脱页等
质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

本书是由国家教委职教司组织编写的中等职业学校饭店服务专业配套教材，是国家教委规划教材。

本书主要包括：服务语言概述、服务礼貌语言、服务语言的应用、服务忌语、掌握服务语言艺术的途径。书中内容丰富，论据充分，列有大量情景，对案例的分析深入浅出，语言生动，易读易懂。

本书除可作为职业高中、中专饭店服务专业配套教材外，还可供饭店从业人员和管理者学习使用。

2066104

前 言

根据国家教委制订的全国中等职业技术学校饭店服务专业教学计划，高等教育出版社组织出版了与其配套的系列教材。1996年6月高等教育出版社召开了饭店服务专业部分教材的编写提纲审定会。与会的有湖北旅游学校、浙江旅游学校、广州旅游职业学校、汕头龙湖酒店管理集团等单位的专家和教师。本书是根据这次会议审定通过的《服务语言艺术》编写提纲而编写的。

本书力图从日新月异的旅游服务业中，探索服务语言的本质和功能，介绍服务语言的有关知识和运用，为培养旅游服务人才的学校提供一本较为科学、实用、简明的教材。

本课程的目的为了使旅游、涉外职业学校的学生、或从事该项工作的人员，充分认识语言艺术在服务工作中的意义和作用，学好服务语言的基本知识，学会在服务工作中语言的表达与领会的技能技巧，掌握服务语言艺术，为今后做好本职工作，提高服务质量打下良好的基础。

本书编写讲求实用，因此，不将“语言”和“言语”作具体的划分，而采用一般性的约定俗成的说法，概称为“语言”或“语言艺术”。章后除了有思考题外，还安排“案例讨论”，以求通过讨论，启发思维，学得更生动、深刻、有效。教师可根据实际情况有针对性地布置讨论提纲，以各种方式促进服务语言的学习和训练。

根据国家教委颁布的本专业教学计划，“服务语言艺术”为选开课，总教学时数为36课时。具体课时安排是：第一章服务语言概述7课时；第二章服务礼貌语言5课时；第三章服务语言的应用8课时；第四章服务忌语5课时；第五章掌握服务语言艺术3课时；案例讨论与情境对话训练8课时。

本书除作为旅游职业学校教材外，还可供旅游、涉外培训使用，亦可作为其他服务行业人员自我提高业务的参考书。

本人从事旅游服务语言教学实践多年，在本教材编写过程中，融入了不少个人的体会，并参考了一些权威的语言学专著，注意吸收、采用新观点和新资料；同时，得到广州旅游职业学校的领导 and 教师的热情帮助，在此，一并表示诚挚的感谢。

服务语言艺术作为一门学科是新的探索与尝试，不成熟之处在所难免，诚望专家、同行和读者批评、指正。

编 者

1996 年 12 月

目 录

第一章 服务语言概述	(1)
第一节 服务语言的含义	(1)
第二节 服务语言的原则	(9)
第三节 服务语言的功能	(24)
第四节 服务语言的特点和要求	(32)
思考题	(44)
案例讨论	(45)
第二章 服务礼貌语言	(47)
第一节 服务礼貌语言的准则	(47)
第二节 服务礼貌敬语	(55)
第三节 服务礼貌形体语言	(70)
思考题	(85)
案例讨论	(85)
第三章 服务语言的应用	(87)
第一节 服务语言应用的条件	(87)
第二节 服务语言应用的技巧	(107)
思考题	(137)
案例讨论	(138)
第四章 服务忌语	(141)
第一节 一般的语言忌讳	(141)
第二节 涉外常用语忌讳	(159)
第三节 涉外语其他忌讳	(167)
思考题	(180)
案例讨论	(180)
第五章 掌握服务语言艺术	(182)

第一节 提高语言交际的心理素质	(182)
第二节 加强服务语言修养的训练	(191)
第三节 服务语言应对一百例	(202)
思考题	(213)
案例讨论	(214)

第一章 服务语言概述

旅游业被称之为“无烟工业”、“无形贸易”，随着中国对外开放，它正在蓬勃发展之中。在旅游业中，饭店业有着极为重要的地位，饭店服务员是饭店的主人，有责任通过创造一流的服务，为企业赢得顾客，力争最好的经济效益和社会效益，促进旅游业的发展。

饭店服务与语言的关系密切。没有语言的服务，被人称为“哑巴服务”、“不完整的服务”。旅游饭店是服务员语言交际的舞台，服务员对语言知识了解程度的深浅和语言艺术水平的高低，将直接影响服务工作的成败。

第一节 服务语言的含义

一、服务语言的含义

语言是什么？语言是人类特有的用来表情达意、进行交际，达到相互了解目的的工具。

服务语言是指在接待客人过程中，服务员用来同客人沟通、交际，以达到为客人服务目的的语言。它通常表现为三种形式：口头语言、副语言和形体语言。

口头语言，或称“口语”、“有声语言”，是服务工作中使用最多，又最重要的交际形式；副语言和形体语言是辅助性的交际形式。虽然两者是辅助性的，但其作用不可忽视。一位外国心理学家有这样的说法：一个信息的总效果=7%的有声语言+38%的语音+55%的面部表情。不管这个公式的准确度如何，但它说明

了在表达效果的总目标下，口语与副语言、形体语的关系是不可分的。副语言和形体语言在服务语言中同样是不可或缺并需掌握的重要表达形式。

（一）口语的特征和作用

服务语言主要是口头语言，要有效地掌握和运用服务语言，就要了解口头语言，即口语的知识、特征、作用和要求。

口语与书面语，虽然两者关系密切，功能基本一致，但由于各自凭借的条件不同，使用情况不同，因而它们又有所区别。口语（有声语言）表现出与书面语言（无声语言）不同的特征和作用。

1. 有声性

一般来说，书面语的信息载体是文字，它是写和看的语言，是通过语言视觉来沟通信息的；而口语的信息载体则是语言，它是说和听的语言，是通过语言听觉和动觉来交流信息的。口语的有声性，是指口头语言靠声音，靠每个字的字音、整句话声音高低快慢的变化和各种语调所构成的达意传情的语音系统来体现的。古希腊哲学家亚里士多德说过，人类的声音是自身所有官能中最富有表现力的。服务语言要提高这种表现力，就要对口语的这一特征进行深入的研究。

2. 直接性

构成说话的三个要素是信息、说话者和听话者。说话者和听话者直接相见，如在饭店中，服务员直接面对客人，中间并无阻隔，也不需中介环节，互相面对收、发信息，随时转换听、说角色，实际形成双向交流。口语交际，双方在同一时间、场合进行，这有利于信息表达完整充分，传递及时迅速。

3. 瞬间性

口语交际，特别是在饭店服务中，对话时间短，语言瞬间性强，常常现想现说，词语推敲不够，句子比较短，结构比较简单，甚至不完整。同时，口头语言一经出口，瞬息即逝，不可能完整、

准确地记住讲过的全部内容。据心理学实验，一般人听连续的语流，精确地留在记忆里的时间不超过 10 秒，超过 10 秒，听话者的记忆就模糊不清、残缺不全了。正因为口语这种瞬间性，所以对说者和听者都有较高的要求。具体说来，就是在极短的时间内，要求说者尽快地把思维转换成语言，要求听者相当快捷地把对方的话语转换成认知。

4. 情境性

饭店口语交际有特定的情境，有很多意思不用语言表达或完整的语言表达，彼此就可以意会。有时说话者只说出个别词语就能代替全句，甚至只用一个面部表情或手势也能表情达意。这都有赖于口语的情境优势。饭店特定的情境为交际双方提供了一个直观可感的背景，真正促成了直接的、立体的、双向的交际。

5. 多变性

口语的内容和过程往往随着对话双方交流的发展变化共同调节，只有对话双方的积极参与、调节，才能收到满意的交际效果。因为口头语言比书面语言自由得多，同时因地因人因事而不同，有时在同一对象、同一场合，也因情况的突然变化而不同。口语的多变性特征来源于时、地、人、事的多变，因此，要求说者和听者都要随机应变，做到因“情”制宜。如服务员的接待语，要随时根据客人的反应，调整自己的表达内容和方式，才能收到应有的效果。

6. 复合性

口语是使用有声语言和无声语言的复合行为。一方面，传递信息的有声语言，经常借助于副语言和形体语的帮助，饭店服务员礼貌的有声语言加上甜美的微笑，其服务效果是特佳的。另一方面，接收信息的听人说话，不仅要听语音、辨词义、品情调，还要察言观色，看对方的表情和举止，要调动眼睛和耳朵等感觉器官，同时去接受各种信息。注意口语的这个特征，使服务语言各种方式积极配合，对拓展语言的功能是大有裨益的。

7. 双刃性

俗话说，一句话可使人“跳”，也可使人“笑”；“良言一句三冬暖，恶语伤人六月寒”。口语的双刃性特征，在饭店服务中要格外重视。服务语言既可更好地创造饭店与客人之间的良好关系，也可以无意中破坏这个关系。日本坂川山辉夫等著的《说话艺术》一书概括说话的这一特点时，把语言比作一把双刃剑，这是贴切的。这把双刃剑确实锋利无比，就看人们是不是善于使用它。

(二) 副语言的特征和作用

副语言是一种伴随着有声语言而出现的一种特殊语音现象。在人类语言中，有声语言是最基本、最重要的语言形式，副语言和形体语是起辅助性作用的语言形式。它们同样构成了人类交际和认知的工具，不过其作用不同，前者起主要作用，后者起辅助作用。

副语言包括伴随有声语言而出现的语音特征和表意的功能性发声。属于副语言范畴的语调、语速、重音、停顿、笑声等几种，在饭店服务中是常用的。

1. 语调

语调又叫“句调”、“语气”，由声音的高低变化形成，通常在句尾表现，它体现说话人的心境、态度和情感，强化了说话的内容。掌握语调的技巧，可增强语言的表现力和感染力，是口语不可缺少的辅助形式。在饭店服务中，用亲切、热情、诚恳、谦恭的语调，并与口语准确自然地协调，是十分重要的。

2. 语速

语速是指说话的快慢。这是由说话人思想感情变化及说话内容所决定的。语速也和交际效果关系密切，服务人员要克服说话语速不当的毛病，学会按照语境的要求恰当地运用快速、中速、慢速说话，才能使口语有节奏感和音乐美，增强语言的表现力。

3. 重音

说话人依据表情达意的需要，故意把某个词语说得重一些，这

就是重音。重音在口语中起加重语气、突出情感、强调重点的作用。把握重音也是服务语言的基本技巧之一。说话时，一定要从实际情况出发去确定重音，通过语音的强弱变化，准确地表情达意，使听话人能领会、理解说话人表达的确切含义。口语没有重音，会使听者糊涂；而滥用重音，可能会造成错觉。

4. 停顿

停顿是指说话根据实际需要作出的语音间歇。它是说话节奏的特殊处理，并非思想感情的中断或空白，而是为了提示或强调，突出说话人的感情和意图。美国著名作家马克·吐温说过：“恰如其分的停顿经常产生非凡的效果，这是语言本身难以达到的。”服务人员一定要掌握好停顿的技巧，学会用停顿表情达意，善于用停顿来表达言外之意、弦外之音，传达出比有声语言更多的东西。

5. 笑声

笑声是人有意识地表达愉快、欢喜情感的功能性发声。笑声伴随有声语言出现，能使有声语言表意更明白晓畅，表情更丰满热烈。笑声与微笑不同，笑声是伴随有声语言而来的语音现象，属副语言，而微笑是无声的，是形体语。笑声有很多种，但在饭店服务中，因高兴、喜悦只能有轻声的笑、真诚的笑，不能哈哈大笑、捧腹大笑，更不能有嘲笑、讥笑。服务员在工作中，应根据实际情况，恰当、自然地运用笑声来加强有声语言的效果。

（三）形体语的特征和作用

形体语是形体语言的简称，又叫“行为语言”、“人体语言”、“态势语言”、“动作语言”，它是伴随着有声语言出现或单独使用的无声语言，包括人的眼神、表情、手势、体姿等。形体语在交际中起着强调、修饰、渲染等辅助表意的作用，它是人们实现交际功能的重要辅助工具。

形体语能够补充、强化口语信息。在饭店服务中，服务员的身姿体态、举手投足、神情容貌，始终传送着各种信息，拓宽着信息传送的渠道，补充和强化了有声语言的信息。

形体语同样能够沟通、交流感情。形体语是无言的心声，是交际双方真情实感在形体方面的自然表现。服务员通过形体语也完全可以同客人沟通、交流，去为客人服务。

形体语并能调控交际过程。通过眼神、表情、手势、体态等传递信息，可以对交际过程进行调控，以达到更有效地进行口语交际的目的。

综上所述，作为语言的辅助形式，形体语和副语言都具有口语的多数特征，但由于两者表意的手段不同，又表现出很不同的特点，副语言离不开有声语言，而形体语可以单独使用，收到“此时无声胜有声”的效果，可见它用法更灵活，表意作用很强。

二、服务语言的活动

服务语言的活动在这里是指服务口语的活动，是服务员在工作中，同客人沟通，为客人服务的具体语言使用活动，它分为表达（说话）和领会（听话）两个经常换位的方面。表达与领会构成了服务语言的一个完整的动态过程。

（一）表达

1. 服务语言表达活动

服务语言表达活动就是服务员根据交际需要，从语言系统中寻找材料，并以适当的形式组合起来，包装并传送自己的意和情的语言活动。语言系统中的语音、字、词、句子等材料，修辞、语法、逻辑等规则都是服务语言表达的工具，但这些材料和规则本身还不是话语，只为服务员表情达意提供可能性。要实现用语言来表情达意，更好为客人服务的目的，还必须从要表达的内容和服务情境的实际出发，遵照一定的规则来选择和组织语言材料，这样一个过程是属于服务语言的表达活动。

服务语言的任何一次表达过程都是一次交际过程。服务员与客人的每一次交际过程，根据信息论的说法就是：弄清客人的问题，确定交际目的，然后根据所要表达的思想内容选择适当的词

语来组成话语，这是“编码”；话语组织好后用发音器官说出，这是“发码”；话说出去后，声波通过空气向听话人输送，这是“传码”；听者用听觉器官接收到语言声波，这是“收码”；再经过大脑思考辨识还原为思想内容，这是“解码”。这样由编码——发码——传码——收码——解码等五个阶段构成了服务语言的整个交际过程。实际上，在服务接待中，服务员是以说话者和听话者的双重身份出现的，由说到听，是从“编码”到“解码”的过程；由听到说是从“解码”到“编码”的过程。交流表达的过程，是在说和听的互为逆向运动中实现的。

服务语言交际过程的五个阶段缺一不可，任何一个阶段出了问题，如“编码”阶段用词不当，“发码”阶段语音不清，“传码”阶段受阻不通，“收码”阶段听觉不灵，“解码”阶段把握不准，都会影响交际效果，影响饭店服务的质量。所以，服务员必须有较高的语言表达能力。

2. 服务语言表达能力

服务语言表达能力是服务员运用口头语言传情表意，以达到为客人服务目的的能力。

服务语言能力是一种综合性的能力。它不仅指说话的技能、技巧，还包括服务员的思维水平、知识水平和个性心理特征等方面的因素。思维水平的高低，决定了说话的逻辑性、条理性和语言的概括能力；知识水平的高低决定了说话词汇的丰富性，表达的准确性；说话人的个性心理特征又决定了语言的特征、话题的选择和个人的语言风格。因此，客人可以从一位服务员讲话的内容，判断出其知识面的深度和广度；从其话题的角度与语句的连接，了解其思维的灵活性和逻辑性；从其用语的风格与感情色彩，了解其服务意识和性格；从其语速与表达技巧，可以了解其口语素养等。说话能力就像一块试金石，是对饭店服务人员综合素质的检验。

服务语言表达能力的主要构成因素包括组织内部语言的能

力、快速语言“编码”的能力和运用语音表达的能力。

(1) 组织内部语言的能力

服务员在说话时，应先想后说，边想边说。想，就是组织内部语言，思考“对谁说”、“说什么”、“怎么说”，即想说话的意向、要点和方式。想得好才能说得好。所谓“想得好”，是指内部语言组织得好和快。内部语言组织得好，则说话就有条理、清楚；内部语言组织得快，则语速就快，语流就连贯、流畅。因此，组织内部语言能力，是构成服务语言表达能力的第一要素。

(2) 快速语言“编码”的能力

语言“编码”是一个复杂而短暂的过程，为使这个过程能顺利而快速地进行，要满足两个条件：一是要有丰富的口语词汇，这是语言编码的基本材料，口语词汇多，词语的选择面就广，表达就能更准确，更有表现力；二是要掌握修辞、语法、逻辑的知识，这些知识是语言“编码”的法则。服务员说话遵照这些法则，客人才能听得懂。现代饭店服务的快节奏要求服务员要有快速语言“编码”能力，不容许拖拉，以致影响工作的效率。

(3) 运用语音表达的能力

服务员把要向客人转达的信息快速编码成一定的语言，并通过发音器官，变为有声语言，客人才能听到，交际、服务才能进行。服务员的语音，客人爱听，感到动听，才产生好效果。相反，不讲究语音的表达，吐音不清，音量微弱，语调平淡，语速过快或过慢，不注意语言艺术，那么客人听起话来就厌烦、反感。由此可见，运用语音表情达意的能力，也是服务语言能力不可或缺的，为提高这种能力，服务员有必要对语音作较认真的学习。

(二) 领会

服务语言领会活动是服务员根据客人说出的话语了解表达者需求的逆向语言活动。在饭店服务中，服务员语言的领会能力与表达能力同样重要。

语言的领会活动也是对语言的积极运用，领会者要想领会表

达者传送的信息，必须掌握对方的语言材料，组合规则以及表达技巧等。语言活动的听、说是不可分的，善听有助于会说，只有做好语言的“解码”工作，才能实现向新的“编码”过渡。

领会过程比表达过程容易。这是因为表达既有语言技巧问题，更有内容准确与否、认识深刻与否、表达清晰与否等问题；表达过程词语的选择、组合，不仅要考虑表达内容本身，而且还要考虑到听者的接受能力等（发声的速度赶不上听的速度）；表达过程的技巧性、艺术性较领会过程要求高，而领会则只求对化为声音的话语进行“破译”，没有那么多的考虑和要求。

然而对服务员来说，没有准确的领会就没有准确的表达，很难想象，一个对客人话语听不明白的服务员能对这位客人提供优质的服务。虽然领会过程是易于表达过程，但两者的关系是密不可分的，表达与领会两种能力都具备才能做好工作。

第二节 服务语言的原则

一、尊重性原则

尊重，指尊敬与重视。人都有尊重人和受人尊重的需要。尊重他人是现代人成功的重要条件，尤其为他人服务的行业，给他人以真诚，为他人创造幸福，事业才有所成就。

在饭店服务中，服务员的语言表现出对客人的尊重是至关重要的。它能赢得客人的好感和友谊，是饭店与客人建立起良好关系的润滑剂。所以，尊重性原则是服务语言第一条重要的原则。

服务语言的尊重性原则要求服务员注重观念的更新，树立客人至上的观念，以礼敬人的观念和以诚感人的观念，讲好服务语言。

（一）客人至上

客人至上这是饭店业所有员工必须牢牢树立的观念。不少饭