



现代职业核心能力教育丛书

主编：赖华强

旅游服务口才

*Speechcraft for
Tourism Services*



隋春花 编著



暨南大学出版社

JINAN UNIVERSITY PRESS



现代职业核心能力教育丛书

主编：赖华强

旅游服务口才

*Speechcraft for
Tourism Services*

隋春花 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游服务口才 / 隋春花主编. — 广州: 暨南大学出版社, 2013. 12
(现代职业核心能力教育丛书)
ISBN 978 - 7 - 5668 - 0721 - 2

I. ①旅… II. ①隋… III. ①旅游服务—口才学 IV. ①F590.63②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 190077 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 弓设计

印 刷: 湛江日报社印刷厂

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 17

字 数: 325 千

版 次: 2013 年 12 月第 1 版

印 次: 2013 年 12 月第 1 次

印 数: 1—3000 册

定 价: 39.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

现代职业核心能力教育丛书编委会

顾 问 曾 峥 刘荣万

主 任 刘雪庚

副 主 任 安森丙 曾楚清 闫文龙

丛书主编 赖华强

秘 书 董炳荣 李 玲

编委会成员（以姓氏笔画为序）

王富鹏	王小伟	付 永	刘雪庚	刘益民	闫文龙	安森丙
杜国胜	李 东	李 玲	李祥福	吴奇峰	邱福坚	余少辉
陈 军	岳长胜	官健生	高维忠	梅献中	曹广涛	隋春花
董炳荣	惠转宁	曾楚清	曾松荣	曾向昌	赖华强	谭亲四

总 序

经济发展靠科技，科技运用靠人才，人才培养靠教育。在各类教育中，职业教育与经济发展的关系最为密切。若没有作为潜在的生产力、科学技术的转化器和产业升级转型的助推器的职业教育，先进的科学和设备就不能变成现实的生产力，再好的设计也只能是一张图纸，成不了看得见、摸得着的现实产品。现代职业教育的勃兴是伴随着现代工商业的繁荣发展起来的。尤其是 20 世纪 50 年代以来，伴随着新科技革命，世界发达国家进一步推进和发展了职业教育。

当今世界上经济最发达的国家，也都是职业教育最发达的国家：美国有 4 000 所左右的高等院校，其中属于高等职业教育的院校就有 3 000 多所；在德国，读完高中后有 70% 以上的学生读的是高等职业院校；澳大利亚仅有 2 300 多万人口，而高等院校就有 400 所左右，其中有近 300 所是高等职业院校。就当前国际范围内来讲，职业教育发展水平最高者莫过于德国，职业技术教育被誉为促进德国经济发展的“秘密武器”。20 世纪 60 年代以来，世界范围内涌现出了各种各样的高等职业院校，如英国的多科性技术学院、法国的短期技术学院、瑞士的高等职业培训、加拿大的社区学院和俄罗斯的高等职业学校；印度、马来西亚、阿富汗的综合技术学院；韩国的初级职业大学、我国台湾地区的高等专科学校和工业技术学院等。随着高等教育的大众化，多数人接受的高等教育应当是高等职业教育。

杜威认为，不能将职业教育狭义地理解为实利教育。从前的教育尽管名称不叫职业教育，但实际上都具有职业性质。职业教育家黄炎培先生说，职业教育就是“使无业者有业，使有业者乐业”。温家宝总理 2006 年考察重庆第二财贸学校时说：“职业教育是面向社会各个方面，面向各个阶层，面向人人的（教育）。”接受职业教育关乎人的全面发展和终身教育。

在我国，人们普遍存在一种观念：职业教育似乎是低一等的教育。其实，纵观全球教育理念，职业教育与普通教育的区别不是层次的区别，而是类型的区别。普通教育有中等、高等之分，职业教育也有中等、高等之分；普通高等教育有专科、本科及研究生之分，职业高等教育也有专科、本科和研究生之分。当前，世界高等职业教育发展的一个重要趋势是，高等职业教育的资格水



平逐渐提高,在硕士甚至是博士层次出现了与普通高等教育相对应的职业资格。这些现象表明,各国都在努力提高职业教育的地位,积极改变人们对职业教育的错误认识。

从国际职业教育的发展趋势来看,随着新技术的发展和新兴行业的层出不穷,人们转岗择业现象日趋频繁,加之人本主义和终身学习思潮的涌动,世界职业教育的价值取向逐渐偏向满足人全面发展的需要,现代职业教育已从单纯培养职业技能走向培养学生的持续发展能力,以能力为本位的职业教育观已成为国际共识。有人从各种能力的关系角度,将现代职业能力分为专业能力和非专业能力两种。专业能力或称岗位能力,是指在专业知识和技能基础上,按照一定专业技术指标和方法完成某一项工作任务的能力,是传统职业技术教育或培训的重点;非专业能力或称综合职业能力、通用职业能力(英国称通用能力,德国、澳大利亚、新加坡和我国台湾地区称为关键能力,美国称为基本能力,香港称为基础技能、共同能力),是指超越专业能力而对整个职业生涯发挥着至关重要作用的基本能力。1998年,我国劳动和社会保障部在《国家技能振兴战略》研究报告中首次把职业核心能力分为八项,包括:与人交流、数字应用、信息处理、与人合作、解决问题、自我学习、创新革新及外语应用。普适性是职业核心能力最主要的特点。对劳动者来说,掌握好核心能力,可满足适应就业择业需要,在不断变化的环境中获得新的职业技能和知识,解决难题,不断创新,同时在不同的工作条件下调整自我,和谐地与他人合作相处。这是一种可持续发展的能力,是现代社会中能使每个人获得满意工作和幸福生活的有效能力。在德语中,“关键”一词原意为“钥匙”,“关键能力”意味着“打开成功之门的钥匙”。教育部在2006年颁布的16号文件中指出,要“教育学生树立终身学习理念,提高学习能力,学会交流沟通和团队协作,提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力”。

尽管目前各国对非专业能力的概念认识还未能达成一致,但总的来看是相近或相似的,在大的方向上是趋于一致的,重视学生非专业能力的培养已成为世界职业教育发展的共同趋势。

目前,从大量的资料和企事业单位所反映的情况来看,一些刚就业的人员和职场中的人群所欠缺的并非专业能力,而是职业核心能力。这些人中,或合作意识不强,或沟通能力欠缺,或个人和团队管理能力差,或创新意识薄弱,或缺乏良好的心理素质等。这就给职业核心能力教育的课程设置和教育方法提出了新的要求。在课程设置上,要变过去那种注重课程本身的严密性、完整性、系统性和权威性为注重学习者适应未来岗位的需要,变对“技术应用”和理论上的“必须够用”的简单、片面理解为学生应用能力、创新能力等



核心能力培养的重要性、必要性的全面深刻的认识；在教学方法上，要让学生边学边用，以用促学，学以致用，变过去为就业而学为为提高就业能力而学，变以教师为中心的学习为以学生为中心的学习，变专攻一种技能的学习为寻求多种技能的学习。顺应这一发展需要，国内职业教育课程建设与教学改革开始呈现出一种火热局面。但纵观职业教育教材市场，还是以专业能力教育的课程教材居多，而有关职业核心能力教育的课程教材品种亟须开发创新。

正是基于上述意义，我们编写了这套“现代职业核心能力教育丛书”。该丛书贯彻《国家中长期教育改革发展规划纲要（2010—2020年）》和教育部《关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》精神，围绕现代职业核心能力的培训提升和综合素质训练，拟由文化素养读本、职业道德素养读本、职业生涯规划与管理、社交礼仪与口才、信息能力与应用文写作、团队合作和发明创新等七个系列组成。为确保内容具有针对性和适应性，每个系列又分中等和高等两个层次，每个层次由一种到数种课程教材构成。全套丛书预计可产生20种以上课程或教材。丛书的选题紧扣国家劳动和社会保障部职业技能鉴定中心对现代职业核心能力的界定（参见《职业核心能力培训测评标准》，北京：人民出版社，2007年7月第1版）。丛书编写者都是长期从事教育工作的高等学校或职业院校教师，强调理论联系实际，内容科学，理念先进，且突出实用性。

随着我国改革开放的不断深入，以及社会主义市场经济体制的建立和不断完善，特别是近些年来由于经济结构的调整和发展方式的转变，职业教育的发展异军突起：中等职业教育持续快速发展，高等职业教育在规模上已成为高等教育的“半壁江山”，无论是中职教育还是高职教育，在规模和质量方面都已步入前所未有的阶段。

我们期望大家的辛勤劳动和本套丛书的出版，能对高职、中职学校和本科院校高等职业教育在职业核心能力教育的课程建设、教学改革和高级创新应用型人才培养方面发挥积极的作用。

刘雪庚*

2013年9月10日

* 刘雪庚，原广东省韶关市技师学院院长、党委书记，广东省韶关市人大常委会副秘书长。

目 录

总 序 / 1

绪 论 / 1

第一章 旅游服务口才基础 / 21

第一节 发声、语调与普通话 / 21

第二节 听知、思维与胆量 / 34

第三节 基本表达方式 / 39

第四节 交谈、演讲、辩论和即兴讲话 / 44

第二章 旅游服务口才培养 / 57

第一节 旅游服务口才意识培养 / 57

第二节 旅游服务口才心态培养 / 72

第三节 旅游服务口才素质培养 / 83

第三章 旅游服务礼貌用语 / 98

第一节 规范礼貌用语 / 98

第二节 电话服务礼貌用语 / 119

第三节 形体辅助礼貌用语 / 123

第四章 酒店服务口才 / 133

第一节 酒店服务口才要求 / 133

第二节 酒店服务口才技巧 / 142

第三节 酒店不同部门服务口才 / 151

第五章 导游讲解口才 / 158

第一节 导游讲解要求 / 158

第二节 导游讲解技巧 / 164



第三节 导游词的写作 / 170

第六章 旅游销售服务口才 / 188

第一节 销售服务沟通技巧 / 188

第二节 酒店销售服务口才 / 196

第三节 旅行社销售服务口才 / 200

第七章 旅游投诉服务口才 / 206

第一节 旅游投诉服务口才要求 / 206

第二节 旅游投诉服务步骤 / 209

第三节 旅游投诉服务口才技巧 / 215

附录1 酒店服务口才100例 / 222

附录2 大学毕业生求职面试口才 / 231

参考文献 / 259

后记 / 261

绪 论

一、口才概述

(一) 口才定义与口语特点

1. 口才定义

“口才”，即说话的才能，或者运用口语传递信息、表达思想情感的能力。“口”，即口头、口语、说话，它是相对于“文”，即文字、书面语、作文而言的。“才”，即人们运用其知识、经验对外办事的才能或能力。与“口才”相对应的是“文才”，后者特指运用书面语言创作诗文的才能或能力。

“口才”一词较早见于《孔子家语》，书中有：“宰予，字子我，鲁人，有口才著名。”（《孔子家语·七十二弟子解》）这里的“口才”，也即“说话才能”的意思。

一说到口才，许多人就以为它是个神乎其神的东西。尤其是年轻人，既羡慕别人有好口才，也希望自己能有好口才；但是，一说到口才，他们往往又容易将其神秘化，以为那是跟自己无缘的东西。其实，口才跟世界上的许多事物一样，是极其寻常的东西。正如美国成功学大师戴尔·卡耐基所说：“不论是否处于被囚禁的状况之下，绝没有哪种动物是天生的大众演说家。”许多口才学家也坚持认为：“口才对于极少数人来讲，是生成的；对于绝大多数人来讲，要靠练习获得。”

弄清口才的定义，有助于我们改变口才“神秘论”和“天赋论”的观点。

2. 口语特点

口语和书面语二者同异互见，相映成趣，相得益彰。内容上的综合性、实用性、人文性和审美性特点，实践上的灵活性、多样性、发展性和创造性特点，是二者相同之处；形式上的有声性、表情性、通俗性和简散性特点，是口语独有的。这里我们要特别关注它形式上的特点。

口语形式上具有如下特点：

(1) “以声传情”。

有人说，口语比书面语要丰富得多。那其丰富性体现在哪里？语言学家徐



世荣说：“就是语音。”萧伯纳说：“例如‘是’，可以有50种说法，至于‘是不是’，也许有500种说法，而它们的书写形式只有一种。”口语就是使用跟书面语大致相同的词汇和句式，而主要借助语音的长短、快慢、高低、强弱、粗细、明暗、连断和收放等变化，来表达比书面语丰富、复杂、委婉和细腻得多的思想感情。

也正是有声性使口语具有一次性、易逝性特点。所谓一次性，即“君子一言，驷马难追”、“说出去的话，泼出去的水”，话一出口，就是终极形式，不容收回，也难以再现；不像书面语，可以字斟句酌、反复推敲，还可以供读者来回视读。一次性对于受话者来说就是易逝性。口语通过声音作用于大脑，一般一个连续的语流，被人脑精确地记住只有七八秒钟，此后便被新的语言片断所覆盖。这就要求受话者必须神情专注，并通过选择关键性词语来记住说话人表达的意思。

(2) 副语言丰富。

口语不仅“以声传情”，而且还借助眼神、表情、手势、身姿和动作这些副语言（又称第二语言、身姿语）来协助表情达意。人类可以说“浑身是嘴”，例如，“怒发冲冠”表示愤怒，“趾高气扬”表示骄傲自满，“点头哈腰”表示恭顺或过分客气，“嗤之以鼻”表示轻蔑，“挤眉弄眼”表示暗示，“咬牙切齿”表示仇恨，“摩拳擦掌”表示精神振奋等等。我们都说，一个人的眼睛、鼻子、眉毛都会说话，正所谓“此时无声胜有声”，这绝对不是夸张。正是由于口语具有以身姿来协助表情达意的特点，所以研究身姿语在口语交际中的运用，也成为一门专门学问。

(3) 通俗性。

口语的通俗性体现在好说好懂，说者“上口”，信手拈来、出口成章，说得不费力；听者“上耳”，兴趣盎然、津津有味，听得也不费力。往往“上口上耳”的话才能“入脑入心”。

口语的通俗性，主要表现在语汇使用上的“三多”：

① 平实通俗的口语化词汇多。例如：

土豆（马铃薯）、番茄（西红柿）、电脑（电子计算机）、打的（乘出租车）、炒股（买卖股票）、栽了（失败或出丑）、发了（因获得大量钱财而兴旺）……

② 音节流亮的象声词、双声叠韵词和感情色彩强烈的语气词用得多。例如：



象声词：哗、轰、砰、呼、唰……

双声叠韵词：叽叽喳喳、马马虎虎、大大咧咧、怪里怪气、犹犹豫豫、慌慌张张……

语气词：啊、吗、呢、吧……

③熟语（包括成语、谚语、格言、歇后语、惯用语）和缩略语用得很多。
例如：

成语：胸有成竹、半斤八两……

谚语：只许州官放火，不许百姓点灯；有意栽花花不发，无心插柳柳成荫……

格言：知识就是力量、有志者事竟成……

歇后语：兔子的尾巴——长不了、黄鼠狼给鸡拜年——没安好心……

惯用语：开门红、马后炮、敲门砖、炒鱿鱼、敲边鼓……

缩略语：北大（北京大学）、三好（思想好、学习好、身体好）、中共（中国共产党）、劳模（劳动模范）、科技（科学技术）……

出现上述情况的原因，跟交际对象的复杂性以及有声言语的一次性、易逝性等特点有关。言语表达就是要努力适应最大多数听众，使人人乐听、爱听并且一听就懂。

（4）形式简散。

口语在形式上也不像书面语言那样整齐规范，而是随想随说，形式简略，结构松散。

口语在形式上的简散性特点，主要表现为句法上的“三多”：

①省略多。例如：

书面语：买两张今天下午 G2150 次去广州南站的高铁票。

口语：……两张……G2150 次……广州南站……

②短句子多。例如：

书面语：买一套新版的、精装的、带绣像的《红楼梦》。

口语：买一套《红楼梦》，新版的，精装的，带绣像的。



③语序灵活。例如：

书面语：这本书我回了。

口语：这本书我回了。

我回了这本书。

（这本）书，我回了。

我回了，（这本）书。

此外，追加句、插入语使用频繁，脱落、赘余现象普遍。

形成这种现象的原因，跟口语的直接性（交际双方面对面）、现想现说等特点以及说话人呼吸、换气等生理需要有关。口语表达要求在特定的语境下，以最简洁明快的形式，将最重要的思想、信息诉诸受众，以取得高效交流的效果。

正是由于口语具有上述种种特点，才为人们创造性地运用口语提供了无限丰富的可能和机会。

（二）口才意义、标准与施展原则

1. 口才意义

我们的牙齿不如猛兽锋利，视力不如飞禽发达，听力不如蝙蝠精准，嗅觉不如猎犬灵敏，但为什么人类能成为万物之灵呢？其中一个重要原因是，我们能够运用语言这项重要沟通工具。诚如古人所说：“人之所以为人者，言也。”

现将口才的意义概括为以下八点：

（1）好口才是一种巨大的生产力。

第二次世界大战期间，美国人认为人类赖以生存和竞争的三大战略武器分别是：原子、美钞和舌头。而现在他们把人类赖以生存和竞争的三大战略武器改成：口才、美钞和电脑。口才从原来的第三位变成现在的第一位。早在 20 世纪 60 年代，美国全国就有近百家学校设有口才训练课程，可见他们对口才的重视。

（2）好口才有助于维护国家尊严和利益。

我国古代先贤曾说过：“出言陈辞，身之得失，国之安危也”、“一言可以兴邦，一言可以误国”、“一言之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师”。18 世纪，法国资产阶级政治家、军事家拿破仑则认为：“一支笔，一条舌，能抵三千毛瑟枪。”



被称为“钢嘴”的周恩来总理，多次在国际外交场合利用他雄辩的口才维护国家尊严。一次有位外国人问周总理：“你们中国人走路总是低着头啊，你看我们走起路来挺胸抬头的，多有气势啊。”总理回答道：“我知道，一般上坡的人总是低头走路，而走下坡路的人总是高抬着头。”

多么犀利，多么精辟！总理不卑不亢地维护了国家尊严。

(3) 好口才有助于提高领导力。

不管面对多少下属，好口才有助于提高领导力。

美国历史上第一个年薪过百万的管理人员叫史考伯，他是美国钢铁公司总经理，但对钢铁一窍不通。记者曾问他：“老板为什么愿意一年付你超过100万元的薪金，你到底有什么本事？”史考伯回答：“我对钢铁懂得并不多，我最大的本事是我能鼓舞员工。而鼓舞员工的最好方法，就是表现出真诚的赞赏和鼓励。”

赞美是说话的艺术，史考伯深谙其中的奥秘，他就是凭借它提高管理能力，为自己赢得年薪超过100万元的待遇。

(4) 好口才有助于建立良好的人际关系。

良好的人际关系是事业成功的关键。英国前首相丘吉尔说：“一个人可以面对多少人，就代表这个人的人生成就有多大。”美国人类行为科学研究者汤姆士认为：“说话的能力是成名的捷径，它能使人鹤立鸡群。能言善辩的人，往往令人尊敬，受人爱戴，得人拥护。它使一个人的才学充分拓展，熠熠生辉，事半功倍，业绩卓著。”他甚至断言：“发生在成功人物身上的奇迹，一半是由口才创造的。”没有口才者不会有说服力，没有说服力就不会有影响力，没有影响力就不会有领导力，没有领导力就只能单枪匹马、独自奋斗。好口才才能使你左右逢源，创造奇迹。

(5) 好口才有助于求职顺利。

中国著名演讲家、当代第一位演讲学教授邵守义说：“是人才不一定有口才，但是有口才必定是人才。”会看病的医生、很能干的会计师、作出成绩的编辑记者、创造纪录的运动员、胜任工作的资料员以及烹饪高手、摄影师、杂技演员等都是人才，但他们未必都有出色的口才；然而，有口才者必定是人才，而且往往是优秀的、难得的人才，因为口才好反映一个人的整体素质高，如心态积极、自信主动、博学多识和才思敏捷等。



日本一些大公司在招聘人才进行面试时，曾专门就说话能力规定了若干不予录用的条文，如“应聘者声若蚊子者，不予录用；说话没有抑扬顿挫者，不予录用；交谈时不得要领者，不予录用；说话颠三倒四、不知所云者，不予录用”。

(6) 好口才有助于事业成功。

美国成功学大师卡耐基说：“一个人的成功，15%是靠他的专业知识，85%是靠他的口才交际能力。”

我国航天部门领导说，之所以选杨利伟作为第一个进入太空的宇航员，主要有三方面原因，其中之一是他的心理素质好，口头表达能力强，说话有条理、有分寸。杨利伟认为航天无小事，所以不管做什么事情，都尽最大努力做好，就连训练后的总结会、训练小结也是如此。实践证明，杨利伟不负众望。在面对全世界的目光、接受新闻媒体的采访、进行巡回演讲时，他总是准备充分，条理清晰，逻辑性强，态度从容。

(7) 好口才有助于攻坚克难。

“看人说话，量体裁衣”，好口才有助于攻坚克难。

美国谈判大师荷伯·科恩有一次飞往墨西哥城主持一个谈判研讨会。抵达目的地时，旅馆告之“客满”。此时，荷伯施展了他的看家本领，找到了旅馆经理问：“如果墨西哥总统来了怎么办？你们是否要给他一个房间？”经理回答：“是的，先生。”荷伯接着说：“好吧，他没有来，所以我住他那间。”结果荷伯顺利地住进了总统套房。不过附加条件是，总统来了必须立即让出，而这个概率是很小的。

(8) 好口才有助于家庭和谐。

“家和万事兴”，良好的口才有助于营造和谐的家庭气氛。

某夫妇准备出席友人的婚礼，爱慕虚荣的妻子缠着丈夫给自己买昂贵的花帽。但由于时逢经济危机，手头紧张，丈夫不肯花这笔钱。妻子说：“人家小金的爱人多大方，早就给她买流行的花帽了，哪像你，小气鬼！”丈夫不急不气地说：“她有你这样漂亮吗？我敢说，她如果有你这样漂亮，根本就不需要用帽子来装饰！”妻子听后转怒为笑。



2. 口才标准

所谓口才，绝非“口上之才”。好口才也不等于口若悬河、滔滔不绝。口才有没有一个评价标准？何谓好口才？通常，夸奖某某口才好一般用“声音洪亮、字正腔圆、言语得体、风趣幽默、充满智慧、博学多才”等词语来描述。我们将好口才标准概括为“准确、简明、生动、得体”。

(1) 准确。

首先是语音要清晰准确。说话要口齿清楚，确保听者在语音上“听得清”，不给人含混不清的感觉。其次是用词要明白准确。说话者遣词造句、表情达意，要语意明白、精准，勿给人含糊其辞或词不达意的感觉。再次是内容要明白准确。说话人要观点鲜明，意思明确，勿给人似是而非、模棱两可的感觉。

(2) 简明。

首先是中心要明确。说话人要立意明确，内容集中，详略得当，重点突出，不蔓不枝，不给人东拉西扯、信口开河、不知所云的感觉。其次要条理分明。说话人先讲什么，次讲什么，再讲什么，要首尾一致，层次分明，逻辑严密，勿给人语无伦次、思维混乱、条理不清的感觉。再次是话语要简洁。写文章讲究“惜墨如金”，讲话也要追求用语精练、言简意赅、以少胜多的效果，努力避免口语散漫的缺点，勿给人啰唆重复、废话连篇的感觉。

(3) 生动。

首先是语调要抑扬顿挫。讲话要音量适中，语速恰当，语调丰富，努力通过绘形绘色的语调来表达丰富、复杂、委婉和细腻的思想感情，勿给人声音乏力、语调平直的感觉。其次是词汇要丰富，句式要多变。汉语有丰富的同义词或近义词，句式也灵活多变。说话时要充分利用汉语的这一特点，勿给人词汇贫乏、句式单调的感觉。再次是表达方式要灵活多样。口语因为增加了态势语和现场气氛，往往比书面语更富表现力，说话者或声情并茂，或眉飞色舞，要驾轻就熟，出口成章，信手拈来，给人一种生动形象、新鲜活泼、深入浅出和生机盎然的感觉。

(4) 得体。

首先态度要从容大方。说话要仪表端庄，举止得体，态度从容、自然、热情、大方，勿给人扭捏、怯场、做作、随便或粗率的感觉。其次话语要切合身份、场合、目的和对象的需要。说话是在具体语境中进行的，“切合语境”是“把话说好”的重要保证，也是“会说话”的一个重要标志。说话者要善于审时度势，把握听众心理，勿给人造次、唐突的感觉。最后，说话还要讲究



“口德”，勿使用污言秽语或出口伤人，这也是说话“得体”的一个重要内容。

3. 口才施展原则

人们在长期的口语交际活动中，不仅明确了“好口才”标准，而且还发现总结了很多“把话说好”的规律和法则。遵循这些规律、按照这些法则说话，就能把话说好，最大限度地少犯或不犯错误。有人将这些规律和法则概括为以下四句话：

(1) 什么目的说什么话。

说话总是有目的的，如果说话没有目的，就会言不及义或者信口开河，不仅浪费自己的时间精力，还可能引起别人的误会或不满。坚持“话由旨遣”，要做到：①有的放矢，不讲或少讲废话。跟目的无关的，不讲；跟目的关联不大的，少讲。②一以贯之。讲话时要不断提醒自己不要跑题；要把讲话的目的作为方向、尺度，避免东拉西扯、前后矛盾。③随机应变。讲话是一种现场感很强的表达形式。说话要有准备，但是又不能死抱初衷，自说自话，漠视听众的反应和场景的变化，还要处理好“有备而来”与随机应变的关系。

(2) 是什么人说什么话。

同样一个人，面对学生与面对师长，面对下级与面对上司，面对老朋友与面对陌生人，其身份（社会角色）是不同的，因而其所遵循的讲话法则也是不同的。只有明确在特定语言环境下的身份角色，讲话才是得体的，否则就会出格。试想，如果学生对老师说话用教诲的口吻，下级对上司说话用训导的语气，在大街上遇到陌生人，上前就跟人家搭讪，情况会怎么样？对方多半会迷惑不解，或怒形于色，或拂袖而去。所以讲话时要注意自己的角色语言，同一个人面对不同的听众，要懂得角色转换。

(3) 对什么人说什么话。

俗话说：“到什么山上唱什么歌，见什么人说什么话。”说话要看对象。一是要注意对方的性格和心态。开朗的听众，喜欢热烈、坦率的谈话；深沉的听众，喜欢睿智、思辨的话题。跟心情愉快的听众讲话，可以轻松、随意些；跟心情郁闷的听众讲话，不要拿别人寻开心。二是注意对方的年龄和性别。对少儿听众，语言要形象、直观；面对中老年听众，要多用交流、请教的口吻。跟男性听众说话，可以随意、大声一点；跟女性听众说话，最好亲切、婉转一些。三是注意对方的文化和职位。一般来说，文化程度高的听众比较喜欢谈论高深的话题；文化程度低的听众比较喜欢贴近生活的平实语言。同样一席话，跟领导讲可能被认为谦恭有礼，跟群众讲则可能被认为是故作姿态。

(4) 什么场合说什么话。

说话跟写文章不同，很难无视说话时的场合。首先要注意时间限制。譬如