



服务类专业“十三五”规划教材
“互联网+服务类专业”立体化教材

服务 语言艺术

— FUWU YUYAN YISHU —

主编 殷敏 岳梦颖



(含微课)

航空工业出版社

服务类专业“十三五”规划教材
“互联网+服务类专业”立体化教材

服务语言艺术

主编 殷敏 岳梦颖

航空工业出版社

北京

内 容 提 要

本书主要针对服务类专业的学生讲述服务语言艺术的应用。全书共分为6个项目，分别介绍了服务语言的特点与要求、基本服务语言的分类、服务语言的使用技巧、形体语言的使用、服务忌语和服务语言修养等内容。本书内容翔实、案例丰富，是集理论性、实践性和可操作性为一体的教材。

本书可作为各类院校服务类专业的教材，也可作为服务行业的培训教材，还可作为从事服务业的工作人员提高服务语言艺术修养的参考用书。

图书在版编目（C I P）数据

服务语言艺术 / 殷敏, 岳梦颖主编. — 北京 : 航空工业出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5165-1693-5

I. ①服… II. ①殷… ②岳… III. ①商业服务—语言艺术—高等学校—教材 IV. ①F718

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第195374号

服务语言艺术

Fuwu Yuyan Yishu

航空工业出版社出版发行

(北京市朝阳区北苑2号院 100012)

发行部电话: 010-84936597 010-84936343

三河市祥达印刷包装有限公司印刷

全国各地新华书店经售

2018年8月第1版

2018年8月第1次印刷

开本: 787×1092

1/16

印张: 10.5

字数: 243千字

印数: 1—5000

定价: 39.80元

前言

Preface

随着人们生活水平的提高，服务型经济的发展趋势越来越明显，它在整个经济中的比例也越来越大。“以人为本”“顾客至上”的服务理念在服务行业已经深入人心，良好的服务是企业竞争中取胜的有力手段，而服务语言是所有服务的载体，它贯穿于整个服务过程。因此，要想做好服务工作，正确面对和处理服务中出现的各种状况，就必须学习和掌握必要的服务语言技巧。

作为服务类专业的学生，除了学习必要的文化知识外，还应该系统地学习服务相关的语言知识和礼仪知识，以便为后续的职业生涯打下基础。为此，我们根据国家对于服务类专业课程的要求，在听取了多位授课教师意见的基础上，精心组织编写了《服务语言艺术》这本书。

本书具有以下几个鲜明的特点：

1. 内容精选，定位准确

本书以“实用为主，够用为度”为原则，淡化了学科和理论色彩，精选学生在不同场合的必备礼仪知识，着重介绍了服务语言的使用方法和应用技巧。语言精练，言之有物，旨在学以致用。

2. 结构新颖，体例丰富

本书采用“项目—任务”的教学模式，每个项目由多个任务组成，每个任务均包含以下内容：

- ◇ **案例导入：**每个项目均从案例入手，通过鲜活的案例来吸引学生思考，方便学生阅读和学习。
- ◇ **知识链接：**介绍与本任务相关的服务语言的基本理论知识。在介绍这些理论知识时，设置了“故事屋”“知识库”“课堂互动”等体例，既能增加教材的可读性，突出应用和方便学生理解，又能充分调动学生学习的积极性。
- ◇ **任务实施：**通过模拟情景的练习，使学生能够学以致用，达到理论与实践相结合的目的。

此外，每个项目后都设置了项目考核，方便检测学生的知识掌握情况，培养学生的实际操作能力。

3. 面向就业，突出应用

本书以培养应用型人才为目的，坚持以应用为原则，特别注重理论与实践的结合，在教材中增加案例教学的比重，选取了大量与实际工作岗位相关的典型案例，使教学更加贴近行业和岗位的需要。

本书由殷敏、岳梦颖担任主编，张赟、黄欣、张露、章瑶担任副主编。

在编写本书的过程中，编者参阅了大量有关礼仪方面的资料和教材，在此，对这些资料的作者和编者表示衷心的感谢。由于时间仓促，书中不尽如人意之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者

2018年7月

本书编委会

主 编：殷 敏 岳梦颖

副主编：张 赟 黄 欣

张 露 章 瑶

目录

Contents

项目一 认识服务语言	1	一、服务语言的基本原则	16
任务一 了解服务语言	2	(一) 尊重性原则	16
案例导入	2	(二) 正确性原则	18
知识链接	2	(三) 规范性原则	19
一、什么是语言	2	二、服务语言的应用原则	20
二、什么是服务语言	3	(一) 适应性原则	20
三、服务语言的表现形式	4	(二) 礼貌性原则	21
(一) 口语	4	任务实施	22
(二) 形体语言	4	项目考核	22
四、服务语言的作用	5	项目二 使用基本服务语言	25
任务实施	8	任务一 掌握酒店服务语言	26
任务二 理解服务语言的特点		案例导入	26
与要求	9	知识链接	26
案例导入	9	一、酒店服务用语要求	26
知识链接	10	(一) 酒店服务用语的	
一、服务语言的特点	10	基本要求	26
二、服务语言的要求	13	(二) 酒店服务用语守则	27
(一) 形式上的要求	13	二、服务语言传递情感的	
(二) 程序上的要求	14	要素	29
任务实施	14	任务实施	32
任务三 掌握服务语言的		任务二 掌握旅游服务语言	33
原则	15	案例导入	33
案例导入	15	知识链接	34
知识链接	16	一、游客的心理因素	34

二、旅游服务语言的	
基本要求	37
三、旅游服务语言的	
使用规则	39
任务实施	41
任务三 运用服务礼貌用语	41
案例导入	41
知识链接	42
一、说好敬语的前提	42
二、常用礼貌敬语	43
(一) 称呼语	43
(二) 问候语	44
(三) 招呼语	45
(四) 道别语	46
(五) 介绍语	47
(六) 征询语	49
(七) 道歉语	51
(八) 感谢语	52
(九) 赞美语	53
(十) 委婉语	54
三、礼貌用语注意事项	54
任务实施	56
项目考核	57
项目三 掌握服务语言使用技巧	61
任务一 掌握服务沟通技巧	62
案例导入	62
知识链接	62
一、沟通的内涵	62
(一) 有效沟通的三	
大要素	63
(二) 有效沟通注意事项	64
(三) 服务沟通不畅的原因	64
二、学会倾听	65
(一) 倾听的含义	65
(二) 倾听在服务中的	
作用	66
(三) 倾听的障碍	66
(四) 服务中的倾听技巧	67
三、学会提问	68
(一) 提问的作用	68
(二) 提问的技巧	68
四、服务沟通的技巧	69
任务实施	72
任务二 掌握服务语言	
应用技巧	73
案例导入	73
知识链接	73
一、委婉拒绝的技巧	73
(一) 缓兵之计法	74
(二) 幽默拒绝法	74
(三) 先肯定后否定法	74
(四) 微笑不语法	75
二、说服的技巧	75
(一) 诱导客人心理转变	75
(二) 通过责备自己来暗示	
客人作自我检讨	75
(三) 引导客人换位思考	76
(四) 在玩笑中“不经意”	
地劝说	77
(五) 联想法	77
三、解释的技巧	78
(一) 把握适当的时机	78
(二) 解释要有理有据、	
态度温和	78
四、含蓄的技巧	79
五、应答的其他技巧	80
六、电话沟通技巧	82
任务实施	83
项目考核	84

任务实施	116	知识链接	138
项目考核	117	一、服务意识	138
项目五 避免服务忌语	119	(一) 服务意识的基本	
任务一 了解常见忌讳	120	概念	138
案例导入	120	(二) 服务意识的重要性	139
知识链接	120	(三) 服务意识的具体	
一、常见服务用语忌讳	120	体现	141
(一) 称谓忌讳	120	二、培养良好的服务	
(二) 问话忌讳	121	意识	143
(三) 回答忌讳	122	(一) 缺乏服务意识的	
(四) 介绍忌讳	122	原因	143
(五) 粗话忌讳	122	(二) 提高服务意识	145
二、服务态度忌讳	122	(三) 培养主动服务意识	145
三、其他服务禁忌	124	任务实施	147
任务实施	124	任务二 加强服务语言修养	148
任务二 了解涉外服务忌讳	125	案例导入	148
案例导入	125	知识链接	148
知识链接	125	一、加强服务语言修养的	
一、话题忌讳	125	必要性	148
二、数字忌讳	127	二、克服语言交际	
三、鲜花忌讳	127	心理障碍	149
四、颜色忌讳	128	(一) 语言交际的心理	
五、行为忌讳	129	障碍	149
六、饮食习惯忌讳	130	(二) 克服语言交际障碍的	
七、赠予忌讳	131	方法	151
八、涉外服务用语忌讳	132	三、加强服务语言修养的	
任务实施	133	方法	153
项目考核	134	任务实施	155
项目六 加强服务语言修养	137	项目考核	156
任务一 培养服务意识	138	参考文献	158
案例导入	138		



项目一

认识服务语言

项目导读

随着人们生活水平的日益提高，人们对旅游服务、酒店服务等各种服务的要求越来越高。而服务，在相当程度上是通过服务人员优美而准确的语言来实现的。因此，恰当地运用语言艺术，对于提高服务质量、树立企业良好形象具有重要的意义。

本项目将介绍服务语言的概念、特点与要求、表现形式及使用原则，使读者了解规范的、个性化的服务语言在服务行业中的重要作用。

学习目标

- 理解服务语言的含义。
- 掌握服务语言的特点与要求。
- 掌握服务语言的原则。

任务一 了解服务语言

案例导入

服务语言不当引起客人反感

来自香港的旅游团下榻某酒店，由于刚好是午餐时间，所以旅游团就在这家酒店用餐。大概过了十几分钟，服务员发现有位 70 多岁的老先生饭碗已空，就轻步上前询问：“先生，您还要饭吗？”那位老先生摇了摇头。

服务员又问道：“那么先生您完了吗？”

只见那位先生冷笑起来：“小姐，我今年已经 70 多岁了，自食其力，这辈子还没落到要饭吃的地步，怎么会还要饭呢？我的身体还硬朗得很呢，一下子不会完的。”

服务员顿时哑口无言。

领班见此情景，急忙上前对老先生说：“抱歉，由于我们的言语不当给您带来了不便，以后我们会注意避免这种情况。请问您现在还需要添点饭吗？”

老先生脸色稍微好了一些：“你们这说话太气人了，我暂时不需要别的服务了，谢谢！”

领班再次向老先生表示了歉意，老先生挥挥手表示不再计较。

思考：

- (1) 案例中为什么老先生会出现冷笑这样的反应？
- (2) 通过案例，你觉得服务语言在服务中起什么作用？

知识链接

一、什么是语言

语言是人类最重要的交际工具，是人们进行沟通的主要表达方式。

广义上的语言可以分为口语、书面语和形体语言三种类型。口语即我们所说的话，它以声音作为载体，是语言的最基本形式；书面语是以文字作为载体的一种语言形式，它源于口语，但比口语更加规范，因为它在形成前可以反复斟酌和修改；形体语言是指人们的动作、目光和表情等，它同样可以用于表达思想、情感、态度和意向等。

二、什么是服务语言

服务语言是指服务人员在接待客人过程中，用来与客人沟通、交际，以达到为客人服务的语言。

服务语言贯穿于服务的全过程，此过程中服务人员和客人之间关于服务的各种交流，均属于服务语言的范畴。

例如，在酒店服务中，从客人进入酒店，前台服务员说“您好，欢迎光临”开始，直至客人住宿完毕离开酒店，这期间所涉及到的称呼语、问候语、介绍语、征询语、感谢语、赞美语等，都属于服务语言。



知识库

现代服务行业对服务“Service”的解释如下：

S—Smile，微笑服务，对每位客人提供微笑服务。

E—Excellent，出色的服务，将每一项细微的服务工作都要做得很出色。

R—Ready，准备，随时准备好为客人服务。

V—Viewing，看待，将每位客人都看成是需要特殊照顾与关怀的。

I—Inviting，邀请，在每次服务结束时，都要真诚地邀请客人再次光临。

C—Creating，创造，精心创造出使客人能享受其热诚服务的气氛。

E—Eye，目光，始终要有热情的目光，关注客人，预测客人要求并及时提供服务。

服务语言对于服务行业中的工作人员完成本职工作，满足客人的需求，赢得他们的满意是至关重要的。服务人员语言能力的高低，最终会反映到服务质量上。具有较强沟通能力、较好语言使用艺术的服务人员，更容易打动人，促成服务目标的圆满实现，从而为企业带来满意的效益。



故事屋

酒店总台人员在办理入住手续时，让同行的客人出示证件，而客人只愿意出示其中一人的身份证，服务员对客人这样说：

① “住店客人必须登记，这是酒店的规定。”

② “为了便于各位出入房间和在酒店签单方便，同时也为方便你们朋友的查询，请大家出示一下证件，我们帮您登记。”

第一种说法以“规定”来强制客人，让客人容易产生抵触心理。

第二种说法让客人感觉到，登记是为了方便客人在酒店的活动，是站在客人的角度着想的，这样客人就会比较容易接受。

三、服务语言的表现形式

服务语言通常是以口语为主要表达方式，同时配合形体语言使用。形体语言是辅助性交际形式，但是必不可少。

(一) 口语

口语与生俱来拥有众多的伴生符号，如声音的高低、大小、速度的快慢等，说话瞬间的身体姿势、手势、表情、视线，它们一同构成完整清晰的沟通语境，可以有效消除各种误解，清晰无误地完成信息的传递。

口语具有以下特点：

(1) **即时性**。口语传播在声音发出后立刻消散，不具有延续性。在服务语言中，对话时间较短，句子结构比较简单，双方的沟通相对直接明确。

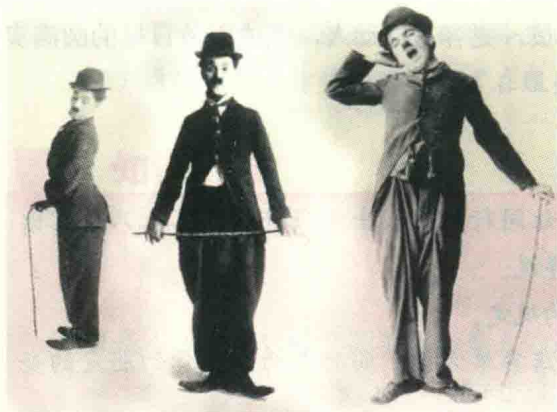
(2) **特定情境性**。服务语言中的口语都是在特定情景下产生和使用的。例如，如果酒店提供餐饮服务，那么，餐饮服务用语只是在就餐环境下使用。

(3) **直接性**。双方交流时不需要中介，实现的是双向交流。

口语自带的伴生符号随着口语的发展而来，是一种特殊的语音现象，这些符号在服务语言中经常被使用到。例如，服务员在为老人提供就餐服务时，需要适当放慢语速，以便跟老人语速保持相同，从而达到较好的沟通效果。

(二) 形体语言

形体语言是指通过身体的动作来表情达意的一种交际手段。形体动作是表达感情、传递信息的重要载体，它们通常与口语一起配合使用。形体语言在沟通中的作用，我们可以通过表演大师卓别林的《摩登时代》《大独裁者》等无声电影窥见一斑，这些只靠形体语言演绎出的艺术形象，集合了形体语言所有的表达方式。



形体语言包括动作、眼神和表情等多个方面。其中，表情和目光是最常见的形体语言，微笑、气愤、愁苦、茫然等情绪都可以反映到人的表情和眼神上；而动作则起到强调、修饰、渲染口语的效果，服务过程中的鞠躬、点头、握手等都属于此列。例如，服务员在说“欢迎光临”时，同时做出“请进”的动作即是如此。

服务过程中，如果我们发现有客人在座位上东张西望，或者站立起来向服务人员致意，此时通常都说明该客人需要服务。这种浅显的形体语言，在实际的服务过程中，是经常出现的。服务人员需要练就察言观色的本领，只有“眼观六路耳听八方”才能及时、迅速地为客人提供优质服务。



课堂互动

如果你是服务员，请用下列方法表示“请跟我来”：

- ① 用口语表示（至少两种表示方法）。
- ② 形体语言表示。
- ③ 口语+形体语言表示。

四、服务语言的作用

没有语言的服务，被人称为“哑巴服务”。旅游业和酒店服务是服务人员语言交际的舞台，服务人员对于语言知识的了解程度和语言艺术水平的高低，将直接影响服务工作的成败。

服务语言所展示的特有功能是非语言手段所无法替代的，它在服务过程中起到以下重要作用。

1. 树立良好的服务形象

现代的旅游和酒店服务行业是一个以提供服务为主的特殊行业，面对日渐成熟的消费者，如果服务不能够与时俱进，那么良好的服务形象就无从谈起。

服务行业中服务形象的建立依赖的是服务质量，而良好的服务质量，就是能够持续不断地为客人提供规范的、个性化的服务。在提供服务时，服务语言贯穿于服务的全过程，它的使用恰当与否是影响服务质量最直接的因素。“良言一句三冬暖，恶语伤人六月寒。”不恰当的服务语言，会削弱服务体验，影响服务形象。



故事屋

晚上 9:00，某酒店一位刚入住的客人招手示意服务员：

“我的门卡怎么打不开门？”

服务员立刻上前，并回答：

① “请让我试一下好吗？”服务员接过门卡一试，门开了，服务员回答客人：“可能刚才才是您使用不当，您看，门现在开了。”

② “请您给我试一下好吗？”服务员接过门卡，边试边说：“您将磁条向下插进门锁，待绿灯亮后立即向下转动门把手，门就可以开了。”门开后，服务员将门卡插入取电开关内取电。

如果你是这位客人，你会觉得哪种方式更容易接受？

第一种处理方式比较直截了当，让客人面子上过不去，下次开门仍有可能出现打不开门的情况；第二种处理方式，服务员不动声色地纠正了客人不当的使用方法，既帮助了客人，又让客人免于尴尬，体现了较好的服务风范。

客人出游或就餐，是为了使自己身心放松，服务语言如能给客人营造一种如沐春风、想客人之所想的感觉，这无疑会提升客人对企业的评价，进而提升企业形象。反之，服务中的恶言恶语带来的不仅是口角之争，同时也会在无形中减少潜在客人，影响企业效益。



故事屋

用餐高峰期，一客人满头大汗地从外面进来。

客人：“服务员，有什么冰镇的饮料吗？”

服务员正忙着给别人上菜：“菜单上有，你不会自己看啊！”

客人找了一会儿，没找到需要的啤酒，又问：“服务员，还有其他牌子的啤酒吗？”

服务员：“菜单上都写着呢，你自己看！”

客人：“那来瓶冰的橙汁吧。”

服务员：“没有！”

面对这样的服务语言，如果你是客人，感觉是什么样的？这里服务员对客人不仅没有敬称、敬词，且语气生硬、不耐烦，服务忌语也脱口而出，这样的服务会大大伤害客人的感情。

2. 沟通情感

现代情绪心理学研究表明，情感是成就一切事业的前提和基础。服务语言的情感因素在服务中有举足轻重的地位。情感是服务的纽带，没有感情的服务，是苍白的、低效的。服务员通过情感语言为客人服务，其效用较之其他服务手段更大。“一句话使人笑，一句话使人跳。”这句俗语生动诠释了语言在沟通中的巨大作用。



故事屋

村里有一户人家的孩子满月，邻居们都来祝贺。

有一个人说：“看这孩子的模样，长大一定很漂亮。”于是他得到了主人家的热情款待。

另一个人说：“孩子有富贵相，以后定能当官。”他也得到了热情招待。

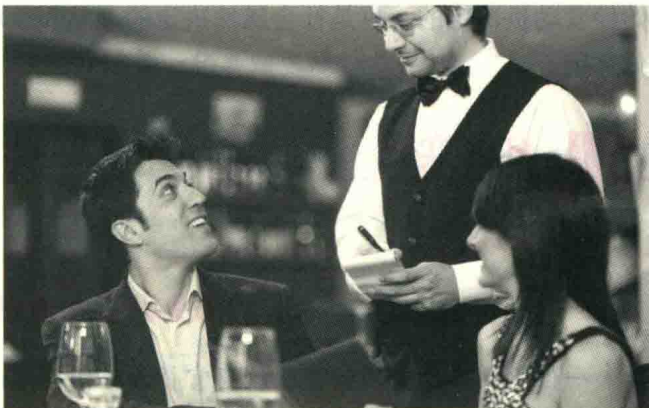
第3个人说：“这孩子一定会死的。”他被主人家赶了出去。

虽然第3个人说了句实话，但他的话属于“使人跳”的类型，这种说话方式是不能用于服务中的。

2010年7月《美国国家科学院院刊》发表的一项研究表明：人类之所以可以顺畅地沟通，原因在于交谈双方之间的一种“心灵融合”。这种“心灵融合”在神经科学里指的是神经耦合会帮助交谈双方建立一个“共同点”或“共鸣点”。只有真正关注

彼此的境况和情感，承认和接纳对方的心情与感受，以真诚的态度回应对方，才有希望走向理解、和谐与共鸣。

服务语言正是需要服务人员拥有这种承认和接纳对方的心态，以真诚的态度为客人提供个性化服务。情感上的靠近，能够使客人放松，从而为优质服务打下良好的情感基础。



服务人员可以使用一些语言技巧缩短情感距离，例如，语气亲切、柔和；语调高低适中；语速快慢得当；多使用敬称、敬词、敬语等。这些服务语言技巧的良好运用显示了服务人员客人的敬意与关爱，使客人处处感到备受尊重，时时感到温馨自在，从而愉快地度过美好时光。

3. 协调客人关系

服务业作为以面对面沟通为主的行业，说到底是一种人际关系的沟通。

服务人员在协调与宾客的关系时，需要热诚相待，并注意所处的特殊位置，必须明确服务人员的形象就是企业形象，服务人员的态度就是企业的态度。即使和客人发生了异议、冲突，只要没发生伤害到原则的问题，都应该站在体谅客人的角度，退一步进行处理。

协调和客人的关系时，需要注意以下技巧：

(1) 视客人为亲友。

在服务实践中，对客人以亲友相待，以微笑的面孔、百倍的热情欢迎每一位客人的光临。在为客人服务时，应该想客人之所想，体察客人心理，解决好客人的各种难题。

(2) 客人永远是对的。

这句话是“顾客就是上帝”这句口号的具体体现。这句话真正的含义并不是说，客人一定都是对的，而是应该让客人觉得他是对的；即便客人有错，服务人员解决问题的方法和态度也应该给客人留有面子。



故事屋

酒店的吸烟室常会遇到客人将香烟灰无意中弹到地板上，甚至出现直接将烟头扔在地板上的情况，这时服务员悄悄地将烟头捡起，再将桌上的烟缸放到客人的手边，并礼貌、小声地提醒客人：“先生，烟缸，请。”客人不仅不会觉得难堪，反而会意识到自己的不对，一般都会加以改正，并对酒店产生好感。

(3) 把客人视为企业的主宰。

服务人员把客人作为企业的主宰，既是由企业的经济属性，即谋求更高盈利的原始经营动机决定的，也是社会属性决定的奉献和获取经济利益相统一的服务理念的具体体现。

任务实施

1. 阅读案例

一根头发引发的思考

一位中年男子在两位当地政府官员的陪同下走向某酒店大堂。

男子在总台登记时，一位陪同对总台服务员说：“钱先生是市政府请来的贵宾，按贵宾规格接待。”

钱先生和两位官员走出电梯，来到客房，放下行李。

一位陪同说：“钱先生一路辛苦，稍稍休息一下，六点钟市长将来餐厅设宴为钱先生洗尘。”

钱先生：“市长客气了，只要你们这儿的投资环境好，我回国后一定组织一批工商团来贵市考察，洽谈投资……”

晚宴后，钱先生来到客房，感到很疲劳，淋浴后准备就寝，掀起床被，刚想睡下，发现枕头上有一根长发。

他自言自语道：“连床单也没换？太脏了。”于是拨通了服务电话。

“小姐，我是911房客人，请你来一下。”

“我是服务员。”笃笃的敲门声响起。

钱先生穿了外套开了门。

“先生，你有什么事吗？”

“哦，小姐，我房间卫生没打扫，床单没换。”

“先生，这不可能，床单肯定是换过的。”

“你看枕头上有头发，换了怎么会有？”

“先生这不会是你的吧？”

“不可能，我头发没这么长。”

“对不起，可能早上服务员铺床时掉下的，我帮你拿掉。”

服务员伸手把头发拿了。

“这不行，必须换掉。”

服务员拿了两只枕套进来，把枕套换了。

钱先生压制着一肚怒火。

“必须全部换掉！”