

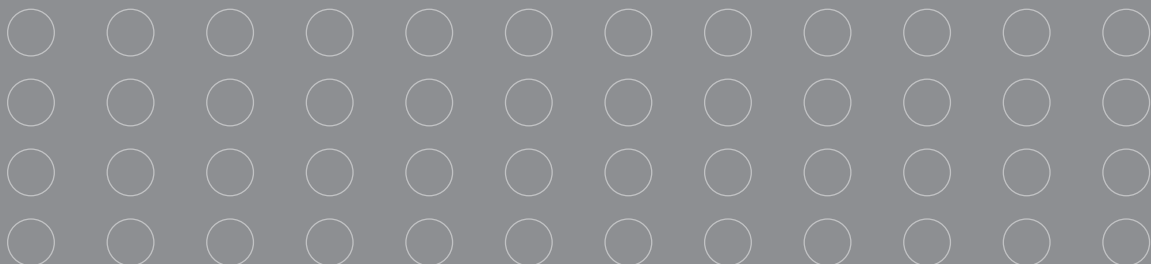


中等职业教育创新教材

中等职业教育创新教材审定委员会审定

服务礼仪

中等职业教育创新教材编审委员会组编



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务礼仪/中等职业教育创新教材编审委员会组编. —武汉:武汉大学出版社, 2011. 3

中等职业教育创新教材

中等职业教育创新教材审定委员会审定

ISBN 978-7-307-08562-6

I. 服… II. 中… III. 服务业—礼仪—职业高中—教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 036026 号

责任编辑:贾云华

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:三河市鑫鑫科达彩色印刷包装有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:12.5 字数:274千字

版次:2011年3月第1版 2016年7月第4次印刷

ISBN 978-7-307-08562-6/F·1478 定价:27.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

中等职业教育创新教材·旅游服务系列

编审委员会

主 任 韦明体

副 主 任 方 璇 孙 静

委 员 (按姓氏笔画为序)

王 伟 王讯飞 王少怀

王晓晖 亓吉亮 代小飞

邓建伟 白旭琴 许 凤

李 波 李 琳 李 雪

张天旺 张满红 张晓山

张东宏 张 颖 张清源

陈宇华 黄占辉 詹 旭

内 容 简 介

本书是在贯彻落实《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》的前提下,依据中等职业学校旅游服务类相关专业最新的教学大纲,结合2010年国家职业技能鉴定的相关标准编写而成。本书介绍了服务行业在服务过程中应遵循的操作规范及应懂得的一些礼仪常识,全书共分8章,内容包括服务礼仪概述、服务人员仪容规范、服务人员仪态规范、服饰礼仪规范、服务人员语言规范、实用人际交往礼仪、涉外服务礼仪及习俗礼仪。本书内容丰富、体例完整,具有形式新颖、可操作性强等特点。

本书可作为中等职业学校旅游服务与管理专业、酒店服务与管理专业等旅游服务类相关专业的教材,也可作为企事业单位及酒店、旅行社的礼仪培训教材。

前言

旅游是一种愉快而美好的特殊生活,是人类社会生活的一项重要内容。旅游发展的历史差不多已有 5 000 年。然而,在生产水平低下、经济不发达、交通闭塞的漫长岁月里,旅游是一种只有帝王将相、达官贵人、富贾巨商、文人学士等少数权贵和富有人士才有条件享受的奢侈享乐活动。旅游活动发展成为社会的一种现象,是在近代才开始出现的。随着社会生产力的发展、科学技术的创新及其在生产中的广泛应用,如今,旅游已经成为一种全民性的高层次的消费活动,一种积极而健康的社会交往活动,一种人们的审美活动和综合性的审美实践。

加入 WTO 以来,我国经济得到了飞速发展。2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会的成功举办更带动了服务性产业的进一步发展,目前,国内旅游业、酒店业正以其独特的行业优势呈现出一派欣欣向荣的景象。

随着我国旅游业的迅速发展,国家对旅游从业人员的知识和技能水平以及相关的职业教育和职业培训提出了更高的要求。对于服务人员和即将走向服务岗位的学生来说,做好服务工作不仅需要职业技能,更需要懂得服务礼仪的规范。本书是在贯彻落实《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020 年)》的前提下,依据中等职业学校旅游服务类专业最新的教学大纲,结合 2010 年国家职业技能鉴定的相关标准,特组织相关学校的一线教师 and 行业专家编写而成的。

本书内容丰富、体例完整、形式新颖、可操作性强。本书从服务礼仪的概念入手,参照最新的服务礼仪标准,介绍了旅游从业人员在服务过程中应遵循的操作规范及一些应懂得的礼仪常识,全书共分八章,内容包括服务礼仪概述、服务人员仪容规范、服务人员仪态规范、服饰礼仪规范、服务人员语言规范、实用人际交往礼仪、涉外服务礼仪以及习俗礼仪。在编排上,本书特设了“学习提示”“本章导读”“经典案例”“理论链接”“重点回顾”和“巩固练习”等栏目,以帮助学生更好地掌握章节内容,并把理论和实践操作紧密的结合。其中,“巩固练习”栏目中的实训题是按照服务礼仪技能考试的最新标准,针对本章理论所设的实训操作训练,旨在用具体的操作帮助学生灵活掌握所学的服务礼仪规范。

本书的编写体例设计如下：

- 学习提示** 列出由本章内容提炼出的问题,以引起学生的学习兴趣。
- 本章导读** 每章开篇都有一段导读,既是用生动的语言引导本章内容,又是对本章内容的概述。
- 经典案例** 每章前设置一则涵盖本章内容的经典案例,用精彩的案例及案例简评给予学生直观的指导,并以此为基础进行理论知识的讲解。
- 理论链接** 每章的理论知识讲解,包含本章的所有理论知识。理论链接中穿插“名人名言”“案例分析”“知识拓展”等栏目,以增强学生的学习兴趣,扩大学生的知识面。
- 重点回顾** 对本章的重难点知识加以精华提炼,以帮助学生进行集中复习。
- 巩固练习** 针对每一章理论知识编设的训练题,包括简答题和实训题,以帮助学生进一步巩固所学的知识点。其中,实训题是按照服务礼仪技能考试的标准,针对本章理论所设的实训操作训练。

本书理论联系实际、结构新颖、内容丰富、通俗易懂,较好地体现了职业教育的特点,可作为中等职业学校旅游服务与管理专业、酒店服务与管理专业等相关旅游服务类专业的教材,也可供企业学校相关专业的教师参考,还可作为旅游从业人员的自学参考和酒店、旅行社等企事业单位的礼仪培训用书。

由于编者水平有限,加之时间仓促,书中疏漏和不足之处在所难免,敬请广大专家、学者及读者朋友赐教,以便于修订,使之日臻完善。

编 者

目录

第一章 服务礼仪概述	1
第一节 礼仪	3
第二节 服务礼仪	8
第二章 服务人员仪容规范	15
第一节 仪表仪容概述	17
第二节 面部的修饰与化妆	21
第三节 发部的修饰	33
第四节 肢体的修饰	38
第三章 服务人员仪态规范	43
第一节 服务人员的姿态	45
第二节 服务人员的手势	57
第三节 服务人员的表情	59
第四章 服务礼仪规范	73
第一节 服饰概述	74
第二节 服务人员服装规范	80
第三节 服务人员的饰品规范	91
第四节 服务人员用品规范	94
第五章 服务人员语言规范	103
第一节 服务人员礼貌用语	104
第二节 服务人员文明用语	117
第三节 服务人员电话用语	124

第六章 实用人际交往礼仪	135
第一节 见面礼仪	136
第二节 礼仪交往	141
第三节 会议与庆典礼仪	146
第七章 涉外服务礼仪	151
第一节 外事活动礼仪	152
第二节 涉外服务礼仪的基本要求	159
第三节 我国主要客源国和地区的礼节与风俗	163
第八章 习俗礼仪	175
第一节 婚寿庆丧中的礼仪	176
第二节 宗教活动的礼仪	181
第三节 世界各国禁忌	187
参考文献	190

第一章

服务礼仪概述



- 什么是礼仪？
- 礼仪的特点有哪些？
- 什么是服务礼仪？
- 服务礼仪的内容有哪些？
- 服务礼仪的重要性有哪些？



本章导读

自古以来,礼仪就有着非常重要的作用,它代表着一个人的修养。作为处在旅游事业第一线的广大服务人员,有必要学习礼貌礼仪知识,提高自身修养,以便在服务工作中,发扬中华民族的优良传统,展现现代中国人的精神风貌,满足八方宾客在礼貌服务方面的要求。这对提高企业的经济效益,乃至树立整个国家和民族的形象是至关重要的。本章主要介绍了礼仪的含义、特点以及形成演变过程,并简要叙述了服务礼仪应遵循的原则和服务礼仪的重要性。



经典案例

某校一批旅游服务与管理专业的应届毕业生 22 个人,实习时被老师带到北京的一个旅游公司里参观。全体学生坐在会议室里等待总经理的到来,这时有秘书给大家倒水,同学们表情木然地看着她忙活,其中一个还问了句:“有绿茶吗?天太热了。”秘书回答说:“抱歉,刚刚用完了。”林晖看着有点别扭,心里嘀咕:“人家给你水还挑三拣四。”轮到他时,他轻声说:“谢谢,大热天的,辛苦了。”秘书抬头看了他一眼,满含惊奇,虽然这是很普通的客气话,却是她今天唯一听到的一句。

门开了,总经理走进来和大家打招呼,不知怎么回事,静悄悄的,没有一个人回应。林晖左右看了看,犹犹豫豫地鼓了几下掌,同学们这才稀稀落落地跟着拍手,由于掌声不齐,越发显得零乱起来。总经理挥了挥手:“欢迎同学们到这里来参观。平时这些事一般都是由办公室负责接待,因为我和你们的老师是老同学,非常要好,所以这次我亲自来给大家讲一些有关情况。我看同学们都没有带笔记本,这样吧,王秘书,请你去拿一些我们公司印的纪念手册,送给同学们作纪念。”接下来,更尴尬的事情发生了,大家都坐在那里,很随意地用一只手接过总经理双手递过来的手册。总经理脸色越来越难看,来到林晖面前时,已经快要没有耐心了。就在这时,林晖礼貌地站起来,身体微倾,双手握住手册,恭敬地说了一声:“谢谢您!”总经理闻听此言,不觉眼前一亮,伸手拍了拍林晖的肩膀:“你叫什么名字?”林晖照实作答。总经理微笑点头,回到自己的座位上。早已汗颜的老师看到此景,才微微松了一口气。

两个月后,北京的那家旅游公司来学校招聘,林晖被选中了。有几位颇感不满的同学找到老师:“林晖的学习成绩最多算是中等,凭什么选他而没选我们?”老师看了看这几张尚显稚嫩的脸,笑道:“是人家点名来要要的。其实你们的机会是完全一样的,你们的成绩甚至比林晖还要好,但是除了学习之外,你们需要学的东西太多了,而修养是第一课。”

案例简评 从这则案例可以看出,林晖之所以能被北京的那家旅游公司选中,原因就在于他给旅游公司的总经理留下了好的第一印象。日常生活和工作中,各个方面都要注重待人接物的礼仪,这样不仅能给别人留下好印象,而且可能会为自己带来意想不到的收获。好的开始是成功的一半,作为旅游从业人员,服务礼仪是其从业的根本,只有做到了这一点,给客户留下了好的第一印象,才能进行工作的进一步开展和再次合作。



理论链接

第一节 礼 仪

礼仪是指在人际交往中,以一定的、约定俗成的程序方式来表现的律己敬人的过程,涉及穿着、交往、沟通、情商等内容。从个人修养的角度来看,礼仪可以说是一个人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、友好的习惯做法。从传播的角度来看,礼仪可以说是在人际交往中进行相互沟通的技巧。礼仪可以分为政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪和涉外礼仪五大类。

礼者,敬人也。不学礼,无以立。

——孔子

一、礼仪的含义

礼仪即礼节和仪式,是律己、敬人的一种行为规范,是表现对他人尊重和理解的过程及手段。礼仪是以最恰当的方式来表达对他人尊重的。礼仪的“礼”指的是尊重,即在人际交往中既要尊重自己,也要尊重别人。古人讲“礼者,敬人也”,实际上是一种待人接物的基本要求。礼仪的“仪”字,顾名思义,仪者仪式也,即尊重自己、尊重别人的表现形式。

礼仪是指人们在社会交往中由于受历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素而形成的,既为人们所认同又为人们所遵守的,以建立和谐关系为目的的各种符合交往要求的行为准则和规范的总和。总而言之,礼仪就是人们在社会交往活动中应共同遵守的行为规范和准则。

中国是举世公认的“礼仪之邦”。礼仪是中国古代文化的基础,从某种意义上讲,中国古代文化就是礼仪文化。在中国传统社会里,旧礼制是为古代统治阶级服务的,礼仪是封建的礼制在社会生活中程式化或名物化的体现,在很大程度上是社会等级伦理的派生物,直接体现社会的不平等。现代社会,在新型的人与人之间的关系中,在精神文明建设中,我们应当

借鉴继承优秀的传统礼仪,摒弃传统礼仪中落后的烦琐的内容。现代礼仪一方面是社会规范和道德规范的组成部分,同时也是一种纯粹的交往形式。与传统的礼仪相比,现代礼仪所具有或反映的文化内涵已大为减少,它以现代新型的人际关系为前提。

二、礼仪的特点

(一) 传统性

礼仪是一个国家、民族传统文化的组成部分。在我国,现代礼仪是以中华民族的传统中华文化为核心,并不断吸收其他民族的文化,在长期的社会生活实践中不断发展和完善起来的。它根植于传统文化这块沃土上,因而有着深刻的传统性。“礼仪之邦”几千年的文明史,中华民族修礼、崇礼、习礼的传统文化,深深地融入现代礼仪之中,约束和规范着现代人的行为。礼仪是将人们在长期生活及交往中的习惯、准则固定并沿袭下来,有着广泛的社会文化基础,礼仪的这种传统性是根深蒂固的。在社会生活中,礼仪是人们约定俗成的行为规范,大都没有形成文字,无需刻意传授,而是人们在相互交往中传播、继承,相沿成习积淀下来的。在这个过程中,传统礼仪中那些烦琐的、保守的内容不断地被摒弃,只有那些体现了人类的精神文明和社会进步,代表着中华民族传统文化本质和主流的礼仪,才得以世代相传,不断完善和发扬。

(二) 共同性

礼仪是在人类共同生活的基础上形成的,是同一社会中全体成员调节相互关系的行为规范。礼仪随着社会生产、生存环境和生活形态的变化而不断充实和完善,逐渐成为社会各阶层共同遵守的行为准则,礼仪的内容大都以约定俗成的民俗习惯、特定文化为依据,集中地反映了一定范围内人们共同的文化心理和生活习惯,从而带有明显的共同性特点。礼仪又是应用于人们的社会交往之中,其规范和准则必须得到广泛的认可,才能在相当的范围内共同遵守,这也决定了礼仪的共同性特点。由于交往范围不断地扩大,原先由于地域和文化交流限制所造成的礼仪规范的差异逐渐被打破,许多礼仪形式被越来越多的人所接受和认可,礼仪的共同性特点将会日趋明显。

(三) 差异性

礼仪作为一种约定俗成的行为规范,其运用要受到时间、地点和环境的约束,同一礼仪往往会因时间、地点或对象的变化而有所不同。这就是礼仪差异性的特点。礼仪的差异性首先表现为民族差异性,世界上所有的民族都有其自成体系的交际礼仪,不同民族的礼仪多姿多彩,各具特色,各民族的习俗礼仪都凝结着本民族、本地区人民的文化情结,人们严格遵循,苦心维护,难以改变,如同是见面礼,不同民族有不同形式。礼仪的差异性还表现为个性差异,每个人因其地位、性格、资质等因素的不同,在使用同样的礼仪时会表现出不同的形式特点,如同是出席招待会,男士和女士要有不同的表现风格。礼仪的差异性还表现在其时代的变异性,它随着社会的进步而不断发展、丰富和完善。礼仪总是体现着时代要求和时

代精神,因而,会随着时代的发展而产生差异。世界各国都很重视礼仪改革,礼仪发展变化的趋势是使礼仪活动更加文明、简洁、实用。

(四) 自律性

礼仪是人类社会生活中约定俗成的不成文法,礼仪对人们的各种行为规范都有着广泛的约束力,但这种约束力不是强制性的。礼仪不像法律那样威严,也不像道德那样肃然,它的实施无需别人的督促和监督,即使有人冒犯了礼仪规范,也不会受到制裁。因此,礼仪的实施主要是依靠人们自觉地利用礼仪规范去约束自己的行为,这就是礼仪的自律性。礼仪的这一特点,要求人们在实施礼仪的过程中,树立起一种内心道德信念和行为修养准则,不断提高自我约束、自我克制的能力,在人际交往中自觉地遵守礼仪规范。礼仪的自律性并不是说礼仪是可以随意冒犯的,不注重礼仪的人在社会生活中会处处碰壁,孤独、尴尬、失意总是难以摆脱,而自觉地注重礼仪,与人交往就会一帆风顺,处处受人尊重。

(五) 等级性

礼仪的等级性表现在对不同身份、地位的人士礼宾待遇不同。在社会生活中,人们往往用长幼之分、男女之别来规范每个人的受尊重程度。而在官方交往中,要确定官方礼宾次序,确定礼宾次序的主要依据是担任公职或社会地位的高低。这种礼宾次序带有某种强制性,不同的人会得到不同的礼宾待遇,但这并不意味着尊卑贵贱,而是现代社会正常交往秩序的表现,反映了各级公务人员的社会身份和角色规范。礼仪的等级性在社会交往中还表现为双向对等性,即在不同地区、不同组织的交往中,双方人员在公职身份和社会地位上要相近,业务性质上要相似,以此来表示对对方的尊重。双方的交往还应当是一个尊重互换、情感互动的过程,在礼节上要有来有往,相互对等。这是工作需要与礼仪要求的结合统一。

三、礼仪的形成

中华民族是人类文明的发祥地之一,有着五千年的文明历史,文化传统源远流长,礼仪作为中华民族文明的标志,也有着悠久的历史。

礼仪是在人类摆脱愚昧状态后产生的。礼仪起源于氏族公社举行的祭祀活动。在原始社会时期,由于人们对日月星辰的更替,风雨雷电的变幻,灾害瘟疫的流行等自然现象不能解释,认为鬼神、祖先是唯一能对人类生活进行干预的超自然的力量,因此以鬼神为崇拜的偶像。那时的礼仪也都是与祭鬼神、祭祀祖先相联系的,其主要形式是用礼器举行祭祀仪式,以表示氏族成员对神灵和祖先的敬献和祈求。因此有“礼立于敬,而源于祭”之说。原始社会的其他生活礼仪与原始人类生活密切相关。比如原始人类用拍手、击掌、拥抱等来表达感情,用手舞足蹈庆贺狩猎的胜利,这就是最初的礼节。随着社会的发展,当人类在同自然界的斗争中取得了一些成功之后,勃发起了毫无节制地获取自然界恩赐的雄心,并企图为所欲为地侵夺他人,因此就需要有一种能够节制人的行为的规范,于是礼仪应运而生。

进入奴隶制社会,大规模的奴隶劳动使社会生产力有了很大的提高,社会文明也进一步

发展,人与自然、人与人之间的关系也更加深入和复杂。在这种情况下,礼仪仅作为一种祭祀祖先的形式已经不能起到在社会生活的各种关系中节制人的行为的作用,于是礼仪便从单纯事神的领域跨入了事人的领域,开始了对人们社会生活的全面干预。在这一阶段,奴隶主阶级为了维护本阶级的利益,巩固统治地位,制定了比较完整的国家礼仪和制度,提出了许多重要的礼仪概念,确定了崇古重礼的文化传统。

夏以前的礼仪多无从可考,而夏、商、周三代的礼仪则在典籍中有很多记载,同时有大量的出土文物为证。夏、商、周三代所处的奴隶社会,整个礼仪的思想基础都建立在上帝、鬼神、天命的迷信上。商代的礼主要是祭祀祖先和鬼神,礼制则始于殷而成于周,周人把“礼”与“德”结合起来,成了区分贵贱、尊卑、顺逆、贤愚的人际交往准则。此后,礼仪逐步扩展为吉礼、凶礼、宾礼、军礼、嘉礼等各种礼制。“五礼”的范围已基本包容了中国古代社会生活的各个领域,全面地规范着整个社会生活,制约着人的行为,并逐步成为一种具有相对稳定性的精神内容。周朝关于礼的典籍很多,内容非常详细完备,以致后代很少有人再撰修礼制典籍。《礼仪》《周礼》《礼记》是为后世称道的“三礼”。“三礼”的内容大体上反映了周代的礼仪制度,其中的《礼仪》分为冠、婚、丧、祭、射、乡、朝、聘等八礼,多为礼俗;《周礼》为六官、地官、春官、夏官、秋官、冬官之职掌,实则经纬万端,包举万事万物,是一部治国安邦之汇典;《礼记》的主要内容是阐述礼仪的作用和意义。这三部传世“礼经”对后代治国安邦、施政教化、规范人们行为、培育人格都起到了不可估量的示范作用。周礼的内容可以说是无所不包,具有了相当的系统性和完备性,充分反映了上古时代中华民族的尚礼精神。后来经过儒家从伦理道德上加以阐释,使其更加深入人心,传承沿袭,深刻地影响着世世代代炎黄子孙的心态、仪表和交际行为。

礼仪在其传承沿袭过程中,不断发生着变革。中华礼仪向来由两部分组成,一为礼制,二为礼俗。礼制是国家的礼仪制度;礼俗是民间习惯形成的礼仪习俗。从人类学角度考察,礼俗是先于礼制的。原始社会,氏族部落的礼仪完全处于一种自在状态,只是为本部落或本地区民族的生产有序而建立的行为规则,而且是约定俗成的,没有人为的强制性。礼俗具有自发性、自在性和随习性的特点,所以它可以自在自为地传承发展,以至形成了后来丰富多彩的格局,创造了灿烂的中华文化。礼制则是阶级社会的产物,是伴随着国家的产生而产生,伴随着国家的发展而发展的。当物质生产和精神文明的发展使氏族部落逐渐融合统一进而产生阶级和国家之后,统治者要求国民的行为规范和统一,于是便产生了朝章法典、礼仪制度。最初的礼制是承袭先进部落的礼俗制定的,然后以此去规范万民百姓。在礼制的发展过程中,也不断吸收民间的优良礼俗,同时又淘汰一些过时无用的礼制,礼制就是在历史的传承与对民俗的借鉴中不断改造、发展起来的。礼制把原来礼俗的规格提高了,使其庄严神圣、规范统一,并被更广泛地使用。礼制的主要功能是维护国家的统一和兴旺发达,而礼俗则使社会处在井然有序又充满着温馨和美好的人生情趣中,二者互补互用,共同保证了人际交往和社会生活的有序进行。

礼仪的演变有其内在的思想哲学根源。历代统治者都把礼仪作为确立伦理道德观念、

调整人际关系和社会生活的准则。在礼仪方面,儒家文化是正宗,是主流,儒家的礼教影响着我国几千年的文化,成了中国文化之精魂。儒家学者宣传“礼教”,提倡以修身、真诚为本,认为在各种伦理关系中,对人诚实无妄才是礼的最高境界。在人际关系中,要以“中”为用,“中庸”的表现形式就是礼。为了求得社会的和谐、统一,儒家将各种人的关系划分为五类,君臣、父子、兄弟、夫妇、朋友,谓之“五伦”。各类人际关系中都规定了相应的道德规范,这就是君惠臣忠、父慈子孝、兄友弟恭、夫义妇顺、朋友信诚。这些道德原则化为具体的行为规范,就是各种各样的礼仪。此外,道家崇尚自然无为,主张废除礼仪道德;法家主张以法代礼,实行强权政治;墨家以义代礼,主张平等、博爱、利他。这些学派都分别影响着后代礼仪的发展,形成了灿烂多姿的中国文化。

礼仪的变化还与法律的发展有关。礼仪和法律都是社会公认的行为规范,但二者维护规范的力量不同。法律是依靠国家的权力来推行的,带有明显的强制性,而礼的维系力量主要来源于文化传统、风俗习惯、社会舆论和道德。随着现代社会的发展,法律不断具体和完善,法律与礼仪相互融通。一方面,许多礼仪规范变成了法律,如保护环境、保护妇女儿童的合法权益等;另一方面,一些原先作为法律的内容也被划为礼仪的领域,如服饰、称呼等礼节。

礼仪在中国是一种文化形态,它既包括一套以仁、义、礼、智、信为中心的价值观念,也包括一系列以礼节仪式为内容的风俗习惯。这些礼节仪式的形成和发展,是人类文明的结晶与标志,从而使人和动物、文明和愚昧区别开来。一方面,礼仪在其发展和演变的过程中起着调节、整合、润滑各种社会关系的作用,作为一种无形的力量制约着人们的行为,使人们循规蹈矩地参与社会生活,达到国泰民安的目的。另一方面,礼仪中的繁文缛节又逐渐成为妨碍人的个性自由发展、阻挠人们自由交往、窒息思想自由的枷锁,逐渐被时代所抛弃。每一个时代的仪式和礼节都会有所变化,礼仪的演变随着时代的发展而加快,但其所蕴涵的基本精神,即相互尊重和信任、信赖和友谊,从来都是一致的。

四、礼仪的作用

礼仪是人们在生活和社会交往中约定俗成的,人们可以根据各式各样的礼仪规范,正确地把握与外界的人际交往尺度,合理地处理好人与人的关系。如果没有这些礼仪规范,往往会使人们在交往中感到手足无措,乃至失礼于人,闹出笑话。熟悉和掌握礼仪,就可以做到触类旁通,待人接物恰到好处。

礼仪是塑造形象的重要手段。在社会活动中,交谈讲究礼仪,可以变得文明;举止讲究礼仪,可以变得高雅;穿着讲究礼仪,可以变得大方;行为讲究礼仪,可以变得美好……只要讲究礼仪,事情就会做得恰到好处。总之,一个人讲究礼仪,就可以变得充满魅力。

知识拓展

礼是发于人性之自然、合于人生之需的行为规范。有无礼节是人与禽兽的差别之所在(人性使然),也是人类社会祥和的基础。综观今日,讲礼、识礼者少,故社会秩序乱象常见,各种摩擦、冲突频繁发生,人们相处不仅缺少安全感,甚至有举目皆敌的危机感。礼仪礼节在人群中是绝不能少的。人与人交流感情,事与事维持秩序,国与国保持常态,皆是礼从中周旋的力量。

礼仪礼节的作用不容忽视,我们现代人若不认真对待和学习,在社会上就免不了到处碰壁吃亏,届时将悔之晚矣。无礼的行为背后引发的常是闲言碎语,如“某人岂有此理”“未曾受过教育”“没有常识”等讪笑讥诮。处身社会,没有人会希望别人如此评价自己,因为这对自己的前途,一切的一切,将会产生不可估量的负面影响。

礼仪礼节是不妨碍他人的美德,是恭敬人的善行,也是自己行万事的通行证,是要通达践履的。若我们能多点“克己复礼”的功夫,由自己的本分做起,从家庭做起,那么社会将会更加安和有礼。

第二节 服务礼仪

一、服务

服务是一个与人打交道的工作,也是一个与服务对象沟通的工作。学会与顾客交往、沟通的技巧,掌握对顾客服务的行为规范,展现一名服务人员的外在美和内在美,更容易拉近服务人员与顾客之间的距离,赢得顾客的满意和忠诚,进一步提升企业形象。在市场经济条件下,服务的竞争与商品的竞争同样重要。企业只有在服务上狠下工夫,才能在同行业中具备更强的竞争力。只有把客户服务放在首位,最大限度地为客户提供优质的服务,满足客户的需求,企业才能获得可持续的、长远的发展。

人有礼则安,无礼则危。

——《礼记》

雷锋曾说过:“人的生命是有限的,可是,为人民服务是无限的,我要把有限的生命,投入到无限的为人民服务之中去。”在那个年代,为人民服务是许多人生活的信仰。当代社会,服务同样有着重要的地位,只有服务人民,服务客户,才能发展企业。

1. 服务的概念

服务是指为他人做事,并使他人从中受益的一种有偿或无偿的活动。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的某种需要。

在市场经济条件下,一个企业要获得成功,必须以服务求生存、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,已成为市场经济条件下的竞争法则。

2. 优质服务

优质服务(简称优服)是消费者对服务者所提供服务的期望值和满意度的“相对统一”。之所以特意给出这一概念,是因为从事服务业的人都知道“服务”就是自己要推销的“商品”,以为自己有了自觉性就会做得好,就是“优质的”,却往往忽略了消费者的期望值这一点,忽略了“优质服务”是这两种因素的相对统一。优质服务既是规范化服务也是个性化服务。各企业一般会采用情感服务、特色服务或超常服务来形成自己的服务特色。

二、服务礼仪简述

1. 概念

服务礼仪与礼仪有着密切的关系。礼仪是服务的基础与内容,服务礼仪是各服务行业人员必备的素质和基本条件。服务礼仪是指服务人员在工作岗位上,通过言谈、举止、行为等,对客户表示尊重和友好的行为规范和惯例。简单地说,就是服务人员在工作场合适用的礼仪规范和工作艺术。服务礼仪是体现服务的具体过程和手段,它可使无形的服务有形化、规范化、系统化。出于对客人的尊重和友好,服务人员在服务中要注重仪表、仪容、仪态、语言和操作的规范,用发自内心的热忱为客人提供主动、周到的服务。

2. 主要内容

服务礼仪以服务人员的仪容规范、仪态规范、服饰规范、语言规范和岗位礼仪为主要内容。

(1)仪容规范。服务礼仪的仪容规范指的是服务人员在工作岗位上,按照本行业的要求对自己的仪容进行必要的修饰与维护的要求和标准,主要包括面部修饰、发部修饰、肢体修饰和化妆修饰四个方面。

(2)仪态规范。服务礼仪的仪态规范是指对服务人员的身体在工作岗位上的姿态、行为和动作的要求,主要包括仪态、举止和风度。

(3)服饰规范。服务礼仪的服饰规范是服务行业对其从业人员在工作岗位上的服饰提出的统一要求与限制。服务人员的服饰规范,主要涉及在其服务工作中所穿戴使用的服装、饰品等的选择与使用的规范。

(4)语言规范。服务礼仪的语言规范是对服务人员在工作岗位上使用的礼貌用语及谈话技巧的要求与准则。

(5)岗位礼仪。服务礼仪的岗位礼仪是指服务人员在服务岗位上应遵循的要求和操作标准。

随着科技的发展、信息的发达,企业的技术、产品、营销策略等很容易被竞争对手模仿,而代表公司形象和服务意识、由每位服务人员所表现出来的思想、意识和行为则是不可模仿的。

对于服务人员来说,如何做好服务工作,不仅需要职业技能,更需要懂得服务礼仪的规范,包括热情周到的态度、敏锐的观察能力、良好的口语表达能力及灵活、规范的事件处理能力等。

有形、规范、系统的服务礼仪,不仅可以树立服务人员和企业良好的形象,更可以塑造受客户欢迎的服务规范和服务技巧,让服务人员在和客户交往中赢得理解、好感和信任。作为服务人员来说,学习和运用服务礼仪,已不仅仅是自身形象的需要,更是提高效益、提升竞争力的需要。

3. 服务礼仪的原则

(1) 尊重的原则

孔子云:“礼者,敬人也。”这是对礼仪核心思想的高度概括。所谓尊重的原则,就是要求服务人员在服务过程中,将对客人的重视、恭敬、友好放在第一位,这是礼仪的重点与核心。在服务过程中,首要的原则就是敬人之心常存,掌握了这一点,就等于掌握了服务礼仪的灵魂。在人际交往中,只要不失敬人之意,哪怕具体的做法一时失当,也容易获得服务对象的谅解。

(2) 真诚的原则

服务礼仪所讲的真诚的原则,就是要求在服务过程中,必须待人以诚,只有如此,才能表达对客人的尊敬与友好,才会更好地被对方所理解,所接受。与此相反,倘若仅把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,则是有悖服务礼仪的基本宗旨的。

(3) 宽容的原则

宽容是要求我们在服务过程中,既要严于律己,更要宽以待人。要多体谅他人,多理解他人,学会与服务对象进行心理换位,千万不要要求全责备,咄咄逼人。这实际上也是尊重对方的一个主要表现。

(4) 从俗的原则

由于国情、民族、文化背景的不同,在人际交往中,实际上存在着“十里不同风,百里不同俗”的局面。这就要求服务人员在服务工作中,对不同的国家、地区和民族的礼仪文化、礼仪风俗及宗教禁忌要有全面、准确的了解。只有这样,才能够在服务过程中得心应手,避免出现差错。

(5) 适度的原则

适度原则,是要求应用服务礼仪时,为了保证取得成效,必须注意技巧,合乎规范,特别要注意做到把握分寸,认真得体。凡事过犹不及,如果服务人员在服务时做得过了头,或者做得不到位,就不能正确地表达自己的自律和敬人之意。

三、服务礼仪的重要性

古人云:“得人心者得天下。”这句饱经历史见证的治国古语放在如今的“商海”中,依然是颠扑不破的真理。国君只有得到子民的拥戴,才能完成大业,而厂商等企业也只有得到消费者的青睐,才能在市场上站稳脚跟。

良好的礼仪风范在人际交往中起着非常重要的作用,它不仅可以表达对交往对象的尊

重,也可以反映出自身的良好修养。以热情有礼、周到妥帖的态度做好迎客工作,让客人有“宾至如归”之感。与客人见面时,应着装得体,并向客人表示欢迎、问候,握手致意。古往今来有许多礼仪典故向我们揭示了礼仪的重要性,也从侧面告诉我们在迎来送往中应注意的若干问题。“倒履相迎”就是一则很好的借以比喻对朋友的热情与诚意的典故。

倒履相迎

东汉时期的大学问家蔡邕,文史、辞赋、音乐、天文无不精通,官任皇室右中郎将,人称“人学显著,贵重朝廷,常车骑填巷,宾客盈座”。但他从不摆架子,从不傲慢,很善于和人交往,好朋友很多。相传有一次,他的好友王粲来拜访,正逢蔡邕睡午觉。家人告诉他王粲来到门外,蔡邕听后,迅速起身跳下床,急急忙忙踏上鞋子就往门外跑,由于太慌忙,把右脚的鞋子踏在了左脚上,把左脚的鞋子踏在了右脚上,而且两只鞋都倒踏着。当王粲看到蔡邕这副模样时,便抿着嘴笑起来。

日常,我们只知道衣装不整待客是无礼之举,但这个故事告诉我们,谦逊、热情与诚意才是礼仪的内核,没有了这些,即便衣装款款,也不过是个“暴发户”而已,不足一提。

当今社会,商品消费竞争激烈,在买方市场条件下,商品不再供不应求,消费者有绝对充分自由的选择空间。企业要想赢得消费者、占领消费市场,首先就得“得人心”,谁的产品更适合消费者,谁的产品更能站在消费者的利益方面考虑,让消费者看着开心、买得舒心、用得放心,谁的产品就自然会有不俗的市场表现。这是产品立足于市场的根本,当产品打开市场以后,就需要以热情的服务来维系产品的成长,赢得“人心”。因此,良好的服务态度,是有“礼”的直接表现。

一个企业的成功,一个品牌的成熟,既离不开科学的管理、过硬的技术和完善的销售系统,同样也离不开热情的服务。服务礼仪到位了,“人心”自然会笼络到一起。

有一位穿梭于各个城市做生意的“空中飞人”,经常入住酒店。他有个习惯,就是睡觉的时候喜欢“高枕无忧”,因为酒店的枕头都不高,因此总是要用另一张床上的枕头垫在自己的枕头下面才能睡得着。有一次入住一家酒店,第一天晚上的“高枕无忧”他像往常一样自己动手。而第二天晚上回到酒店的时候,却发现了一个小小的变化:枕头变了,下层是一个普通枕头,上层是一个散发淡淡药香的保健枕,而且比普通枕头要高。从此,他只要到了这个城市,就会入住那家酒店,而且还介绍朋友入住。

可见,服务工作中,洞悉并满足客户的需求,带给客户的不仅仅是一次的满意和惊喜。

另一方面,一个“不经意”的服务不周,带来的不一定就只是那一点遗憾了。

一位企业家去某地咨询投资事宜,等他赶到该地税务局的时候,还有半个多小时就要下班了。但服务大厅里,五个窗口只有一个窗口有人——一个年轻的女工作人员正眉飞色舞

地煲着电话粥。

他来到这个窗口前面,对那位小姐连说了三次“您好”,而里面却毫无反应。差不多十分钟过去了,终于,那位工作人员在“讨厌”声中挂了电话,当她看见自己的窗口前面站了人,头也不抬地说:“明天再来!”“可明天是周六……”“那周一再来,还用我教你。”她抬起头,给了个白眼。“我大老远来一趟不容易,而且现在还不到下班时间……”“那我容易吗?我还要接孩子、做饭……懒得跟你说。”

“啪”地一声,最后一个窗口也关上了。

用这位企业家的话说:连窗口部门的工作人员都这样,那在该地的投资收益保障实在让人担心。

从上面的例子我们可以看出,服务礼仪有着非常重要的作用。恰到好处地运用服务礼仪,已不仅仅是关乎服务人员自身形象的问题,它也直接与企业的利益相挂钩,是关系到企业效益提升的关键所在。

服务行业是观察社会风气的一个重要窗口。作为“窗口行业”,服务行业与社会接触面最广,与人们的生活息息相关。服务质量的优劣,直接体现服务人员的文明程度和文化素养,体现着企业的服务质量和管理水平,从某种意义上讲,也体现着一个国家和人民的精神面貌和道德水准。

孔子云:“不学礼,无以立。”在现代生活中,礼仪依旧是每个人不可或缺的基本素养。学习服务礼仪,首先可以加强个人素质。在人际交往中,有道德才能高尚,讲礼仪才算文明。其次,可以外塑公司形象。服务礼仪讲究尊重,强调沟通,重视认知,力求互动,得法地运用,不仅会令自己更易于为他人所接受,而且有助于维护公司的良好形象。最后,还可以增进交往。掌握服务礼仪,有助于更好地与他人合作,使自己成为受欢迎的人。

不学礼,则不知礼;不知礼,则必失礼;不守礼,则会被视为不讲理。服务人员必须学礼、知礼、守礼、讲理,时时处处彬彬有礼。

四、服务礼仪的基本要求

礼仪是个人、组织外在形象与内在素质的集中体现。对于个人来说,适当的礼仪既是尊重别人,同时也是尊重自己的体现,在个人事业发展中起着决定性的作用。它提升人的涵养,增进了解沟通,细微之处显真情。对内可融洽关系,对外可树立形象,营造和谐的工作和生活环境。随着科技的发展、信息的发达,虽然企业的技术、产品、营销策略等很容易被竞争对手模仿,而代表公司的服务却是不可模仿的。也就是说,在市场经济条件下,商品的竞争就是服务的竞争。此时,服务中的礼仪就越发显得重要。影响企业发展的因素很多,而最大因素却并不在于员工技术能力的低下,而在于这些现象背后的深层问题——员工对企业不尽职、对顾客不关心、对同事不合作、对工作不负责、对自己不进取的态度。因此,从根本上提升服务品质、打造企业核心竞争优势、增强服务意识、提升服务素养是服务礼仪对现代企业及员工所提出的基本要求。服务人员在服务实践中必须做到:视顾客为亲友;顾客永远是

对的;销售顾问为单位的主力;强化现代服务理念;提升服务品位。

作为旅游服务行业,旅游从业人员在其工作岗位上的服务礼仪显得尤为重要。在旅游服务过程中,旅游服务企业(含当地政府和居民)、旅游服务人员和顾客之间相互交往时,要体现出相互的尊重,必须遵守一定的有关旅游行业服务礼仪的理论原则、基本技巧和礼仪规范,其中包括旅游服务人员、游客及旅游地居民相互交往时在食、住、行、游、购、娱等各个方面的礼仪。作为旅游从业人员,在服务过程中,也应该达到服务礼仪的基本要求,做到视顾客为亲友、顾客永远是对的、善于双向沟通、注重形象效应等。

案例分析

难道这就是五星级的服务?

一天上午,某公司在一家五星级酒店的多功能会议厅召开会议。其间,该公司职员李小姐来到商务中心发传真,发完后李小姐要求借打一个电话给总公司,询问传真稿件是否清晰。

“这里没有外线电话。”商务中心的服务员说。

“没有外线电话稿件怎么传真出去的呢?”李小姐不悦地反问。

服务员回答:“我们的外线电话不免费服务。”

“我已预付了20元传真费了。”李小姐生气地说。

服务员答道:“我收了你的传真费,并没有收你的电话费啊!更何况你的传真费也不够。”

李小姐说:“啊?还不够?到底你要收多少呢?开个收据我看一看。”

“我们传真收费的标准是:市内港币10元/页;服务费港币5元;3分钟通话费港币2元。您传真了两页应收港币27元,再以1:1.08的比价折合成人民币,我们要实收人民币29.16元。”服务员立即开具了传真和电话的收据。

李小姐问:“传真收费和电话收费是根据什么规定的?”

“这是我们酒店的规定。”服务员脱口而出。

李小姐:“请您出示书面规定。”

“这不就是价目表嘛。”服务员不耐烦地回答说。

李小姐:“你的态度怎么这样?”

“您的态度也不见得比我好呀。”服务员反唇相讥。

李小姐气得付完钱就走了。心想:五星级服务,难道就是这样的吗?

分析 这则案例中的服务员不具备一名合格的旅游从业人员的基本素质。接待服务工作是一门综合艺术,是需要非常讲究接待服务的方法和技巧的。要提高服务质量,就要求服务人员必须接受专业的训练,才能使他们无愧于五星级的标志。



重点回顾

礼仪是指在人际交往中,以一定的、约定俗成的程序方式来表现的律己敬人的过程,涉及穿着、交往、沟通、情商等内容。礼仪是人们在社会交往活动中应当共同遵守的行为规范和准则。礼仪主要有传统性、共同性、差异性、自律性和等级性等特点。

服务礼仪是服务人员在工作场合适用的礼仪规范和工作艺术,是服务人员在工作岗位上,通过言谈、举止、行为等,对客户表示尊重和友好的行为规范和惯例,是其向服务对象提供服务时所采取的标准、正确的做法。服务礼仪以服务人员的仪容规范、仪态规范、服饰规范、语言规范和岗位规范为主要内容。服务礼仪的原则主要有尊重的原则、真诚的原则、宽容的原则、从俗的原则以及适度的原则。

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,它可使无形的服务有形化、规范化、系统化。旅游服务行业的服务礼仪专指旅游从业人员在其工作岗位上的服务礼仪,包括旅游服务人员、游客及旅游地居民相互交往时在食、住、行、游、购、娱等各个方面的礼仪。



巩固练习

1. 礼仪的作用有哪些?
2. 服务礼仪的主要内容是什么?
3. 服务礼仪要遵循的原则有哪些?
4. 服务礼仪对现代企业的重要性有哪些?
5. 旅游从业人员应当注意哪些服务礼仪?