

哈尔滨市航空服务中等专业学校

职业礼仪培训市场调研报告

2021年7月20日

第一节 调研概述

在新经济时代，礼仪是一种潜在的资本。职业礼仪培训从无到有、从弱到强，为企业提高竞争力、为单位机构提升服务水平起到了一定的作用。较早接受职业礼仪培训的行业主要有航司、宾馆、酒店、商场、医院等窗口行业，这些行业规范服务的意识较早，并已逐步形成了系统的培训体系，基本是全员培训的形式。近两年，金融、保险、证券、银行等相关机构开始认识到职业礼仪培训的重要性，并纳入到员工培训的内容中。而近期比较突出的变化是各级政府的职能部门也开始注重服务意识，像工商、民委等部门相继意识到职业礼仪培训的重要性，公务员的职业礼仪培训也逐渐呈现出增长的趋势。

本报告从国内职业礼仪培训市场的多个角度出发，概括了职业礼仪培训市场发展状况，包括环境分析、市场现状、市场规模、竞争格局、地质战略、发展趋势等，最后通过深度分析得出研究成果及战略建议

第二节 调研背景

目前，越来越多的人和企业意识到职业礼仪在生活和工作

作上的重要作用；职业礼仪已经成为提高从业人员素质和单位形象的必要条件；意识到职业礼仪是人立身处世的根本、

人际关系的润滑剂、是现代竞争的附加值。

职业礼仪分为多个方面，例如求职面试礼仪、着装礼仪、电话礼仪、会议礼仪等等，在职业礼仪中，有不同企业关注的共同的、最基本的礼仪规范，也有不同行业特性所决定的不同方面的礼仪规范。

就业是每一个从业者人生轨迹中必然面对，而且需要严肃面对的一个挑战。如何迈出走向社会的第一步，又如何在职场中稳健的迈出每一步是每一个从业者需要思考的问题。专业知识与技能固然重要，现在职业礼仪也成为从业者在求职及就业中必须具备的基本知识和能力之一，随着时代的发展，越来越多的公司和企业将职业礼仪列为评价从业者综合素质的一项必然要求，公司和企业不仅将目光投向专业方向、教育背景这样的硬实力上，职业礼仪作为软实力已经成为企业选拔人才的关键点之一。为了更好地面对以后的工作，我们需要了解企业对从业者职业礼仪的关注点。

正是由于对礼仪知识的缺乏或是对职业礼仪的不重视，以至于有的从业者在求职过程中与机遇失之交臂，或者在工作过程中发生尴尬的事情。因此，了解一定的职业礼仪对于即将步入社会的职业新人们是十分必要的。本次调研旨在走向企业，研究企业对从业者职业礼仪的关注点，以提高从业者

对职业礼仪的重视并有针对性的加以学习。

第三节 调研方案

我们于 2021 年 7 月 1-17 日对国内职业礼仪培训市场进行了调研，主要的调研对象为航空公司、房地产公司、医院、银行、政府窗口单位、知名企业以及部分待业人员。针对不同的企业和人员，我们又选取了不同的调研方法，如电话采访，到场调查，网上咨询等。

第四节 调研内容

在调研前，我们综合了组员意见，决定对 7 家企业进行调研。以下是七家企业培训信息的调查表：

表 1 部分企业人员培训调查信息表

名称编号	1	2	3	4	5	6	7
企业性质	航空公司	医院	酒店	工厂	机关	银行	商场
公司规模	6000 人	120 人	50 人	530 人	100 人	50 人	200
对礼仪培训的需求	急需	需要	急需	需要	需要	急需	急需
礼仪培训的比重	100%	30%	60%	15%	30%	35%	75%
对培训师的要求	专业培训讲师、效果要好	专业培训讲师、效果要好	专业培训讲师、效果要好	只要培训效果好	专业培训讲师、效果要好	专业培训讲师、效果要好	只要培训效果好
礼仪对工作的影响	影响很大	相对较好	相对较好	相对较好	影响很大	相对较好	影响很大

该表数据显示，企业单位都开始重视礼仪培训的重要性。但在培训的质量、内容、讲师要求、后续服务方面有一定的

差距，其主要原因在于公司规模以及所针对的市场的不同而产生的。例如航空公司，其主要针对的目标市场为民航服务市场，目标客户都是有刚性需求的人们，在此条件下，客户首先考虑的一定是客观因素，例如时间、价格、优惠政策等，同时也很看重工作人员的服务质量。再看一下银行、医院、公司及一些企事业单位，这样的企业所针对的目标客户是有公众和投资需求的人们。他们更注重的是自己的窗口形象问题，因而产生了培训的差异化。

就培训时间而言，医院、工厂、酒店、商场类等，一般在7天左右，而对于银行、政府单位类，其培训时间在半个月以上。由此可以看出，政企事业单位的培训时间远远大于产业公司；而在职业礼仪培训方面，6号所占比重为35%由此可以看出：窗口单位越来越重视礼仪培训的重要性；职业礼仪对于工作的影响，由表可以得出：客户对企业人员的礼仪方面要求越来越大，素质将成为成功的关键。

根据上述结果，我们认为这些都不足以证明礼仪的真正地位。因此，接下来我们又采用了电话调查和人员上门的方式，再次对航司、银行，机关、商场、医院等单位进行了访问。在采访中我们了解到，在部分客户中，对于那些以投资需求为主的客户来说，职业礼仪至关重要。根据上述单位所提供的数据显示：在未成功的销售案例中，除去客观因素，从主观角度来看，约有33%是因为客户对销售人员的行为或

是言语不满而导致交易失败的；12%的原因是客户对于销售人员的第一印象不好；48%的原因在于销售人员的专业知识不过关；最后剩下的7%则是因为其它因素影响了客户的判断。

接下来，我们又搜索了一下国内知名企业的培训资料，归纳整理，信息数据如下：

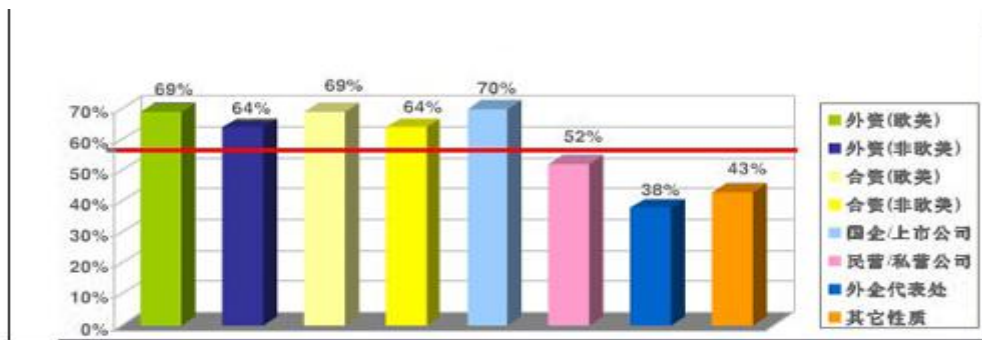


图 1 拥有稳定培训计划的企业

在所调查的企业中，我们了解到近六成的企业会进行稳定的计划培训，而有稳定计划培训的企业中，外资、国企/上市公司分别达到了69%和70%。

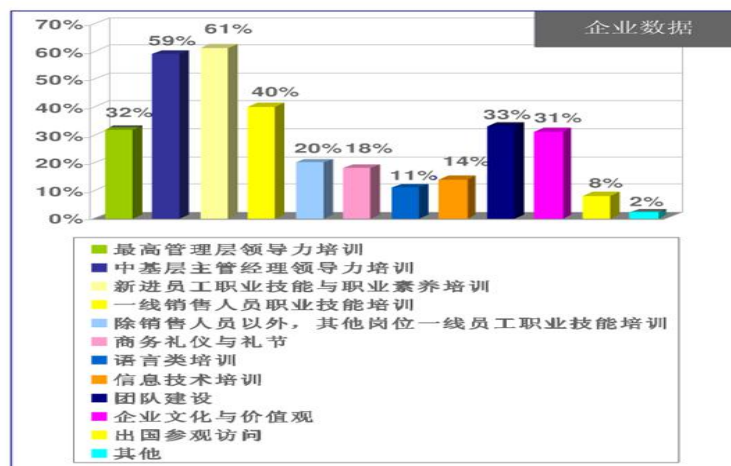


图 2 企业培训内容

关于企业培训内容的调研是多选题，从图表我们可以了解到，企业对职业礼仪的培训比率为18%，企业文化和价值

观占 31%，相对较高比例的分别是新近员工职业技能与职业素养培训、中基层主管经理领导力培训、以及一线销售人员的职业技能培训，所占比例分别为 61%、59%、40%。

第五节 综合分析

由调研数据我们可以看出：

一、职业礼仪培训市场分析

在市场经济的大环境下，企业开始转变以往的思路，从以前单一追求产品质量到现在重视服务及员工个人素质培训。无一不体现出现代职业礼仪的重要性及可发展性。根据上面统计数据不难看出，在未来几年内，对于学院礼仪培训市场的需求将会成阶梯性增长，市场将会迎来一个黄金发展期。

二、职业礼仪培训市场现状

通过调查发现，目前国内除少部分单位接受有关公司培训或者组织员工到上海、南京等地培训外，基本都是自行组织学习职业礼仪，所学内容均为网上搜索或自行订立，在对外的职业礼仪培训中并无规范性和标准性可言，职业礼仪培训市场急需有国家级职业礼仪培训基地来弥补这一空缺，以此实现统一规范。

三、职业礼仪培训竞争格局

目前国内只有几家非正规的职业礼仪培训公司，如上海、南京等。但这些培训机构所需费用较大，且需企业上门培训，

竞争力稍差，影响力不强。

四、职业礼仪培训发展趋势

作为一个从零开始的新兴行业，中国本土的职业礼仪培训师队伍多是半路出家，经过几年发展，目前培训市场已经小有规模，但由于市场需求的高速膨胀，职业礼仪培训人才短缺。随着社会对职业礼仪培训的高度关注，职业礼仪培训市场需求也越来越大。目前，人们对于职业礼仪的需求趋于多元化，不仅使得职业礼仪培训需求日渐旺盛，而且培训机构的培训方向也在进一步细分。

第六节 市场布局

一. 市场定位

目前除少部分企业单位满足于自行组织培训外，大部分企业单位均需要正规系统化的职业礼仪培训服务。我们针对市场需求，和哈尔滨北方航空职业技术学院达成战略合作同盟，针对国内高中端市场进行宣传、推广，打造机构品牌，做业内的领头羊。

二. 市场优势

虽然一些外地培训机构成立早，起点高，对职业礼仪培训市场有一定的影响力，但是作为一家高等级的职业礼仪培训机构，我们的优势还是很明显的：

1. 良好的教学环境，优秀的讲师资源。

我们是航空行业的一所国家级中等职业示范学校，学校

精心布置的职业礼仪培训教室，配置齐全的教学设施及优秀的培训讲师将会给学员最好的学习环境。

讲师资源：学校合作伙伴哈尔滨北方航空职业技术学院在业界享有很高声誉，其授课讲师为国际礼仪培训老师；面对高端市场需要时，均可按时保质保量的完成培训任务。

2. 费用优势

基地为非营利性，收费合理，节约开支，隐性费用基本无。

3. 后续服务优势

我们有一整套完善的后续服务流程，相对于外培机构，我们快捷便利的上门回访是绝大的战略优势。在提供优质的后续服务同时，将会更加拉近客户的距离，为下次合作提供良好的契机。

第七节 调研结果

在未来的发展过程中，国内企业对于职业礼仪的重视性将会越来越强，今后一个时期，会有更多的企业参与到职业礼仪培训中来，职业礼仪培训的市场将会进入一个快速发展时期，需求量会越来越大。

在这个飞速发展的市场前，我们将会找准市场定位，结合媒介宣传，加大推广力度，打好基础，相信通过这些举动，我们一定会取得伟大的成功，在未来的职业礼仪培训市场竞争中取得优势

