

普通高等院校公共基础课程系列教材

商务礼仪

基于国际视野

叶明 编著



清华大学出版社

普通高等院校公共基础课程系列教材

商务礼仪

基于国际视野

叶明 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书的结构是在文明发展和社会进步的大背景中,由个体内部心地素养向群体外部准则展开。主轴是心地价值到社会价值的过渡。这两部分相互支撑、相互关联,逻辑关系紧密。第一篇为个人修养篇,涉及美与着装、男士着装、女性着装、女士配件、体态举止、主次先后、进餐礼仪、沟通规则;第二篇为群体社会篇,介绍致意方式、面试礼仪、办公礼仪、礼尚往来、商务用餐、旅行礼仪、酒店起居和私人聚会。本书提供哲学、历史、美学和社会学的礼仪背景,兼具逻辑性和实用性,提出了许多新的观念。

本书适合高等院校学生作为礼仪素养课程教材使用,也适合社会读者阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪:基于国际视野/叶明编著. —北京:清华大学出版社,2015
普通高等院校公共基础课程系列教材
ISBN 978-7-302-38669-8

I. ①商… II. ①叶… III. ①商务—礼仪—高等学校—教材 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 283765 号

责任编辑:刘士平
封面设计:张京京
责任校对:刘 静
责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载:<http://www.tup.com.cn>,010-62795764

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:13

字 数:296千字

版 次:2015年11月第1版

印 次:2015年11月第1次印刷

印 数:1~2000

定 价:39.00元



前言

“礼仪”新解

中国长久以来凭“礼仪之邦”享誉天下。“礼”可谓中华文明的重要传承。古人以三纲五常为德，五礼五服立序，十七篇礼经册仪。孔子也言“非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动。”^①如今，人们已赋予“礼仪”以现代意义，毕竟这个词汇不是外来语。

首先，从词意上分析。“礼”的现代解释应为祭祠求福，礼节礼貌，典礼仪式，行为准则，道德规范^②。虽然“仪”往往和“礼”合用，但它的直接意思却有不同：礼节仪式，法度规则，言行举止，容貌风度……^③正如古人常用“君临四海，母仪天下”来形容皇帝和皇后的言行气度。如果从词意的侧重点来看，“礼”更趋向伦理学的范畴，而“仪”更接近实际操作的要害典籍。

其次，在探究“礼”和“仪”的细微差别后，赋予“礼仪”社会学现代内涵就显得很有时代意义。德国著名社会学家诺尔伯特·爱里亚斯(Elias Norbert)在《文明的进程》^④一书中一改以往把社会与个人对立的说法，提出在文明的进程中，个体化进程是历史性社会化进程的假设。依据此思路，不妨把“礼”理解为社会性的内涵，即社会中人与人之间的群体关系；而“仪”则为个体修养的表现，即个体在

① 《论语·颜渊》朱振家·论语全解[M]. 上海:上海古籍出版社,2014:175.

②③ 夏征农. 辞海[M]. 上海:上海辞海出版社,2002:990.

④ Elias Norbert. La Civilisation des mœurs & La Dynamique de l'Occident[M]. Paris:Pocket,1974 & 1975.

社会中的个体倾向。

最后，在社会性的“礼”与个性的“仪”相互影响下，二字合一。“礼仪”就成为以伦理价值为导向和文明程度为表现，影响社会群体和个体社会化进程的社会规范和行为准则。

国际社会的礼仪

如果把社会性和个性扩展到全球范围，国际礼仪便是以伦理价值为导向和文明程度为表现，影响国际社会群体和其成员国际化进程的国际社会规范和行为准则。纵观历史长河，随着工业文明的崛起，以西方精神为内涵的现代文明席卷世界，冲击着古老的农业文明。从18世纪的工业革命到如今的世界经济一体化时代，西方文明价值始终主导着整个世界。国际礼仪基本上就是以英国和法国为主的西方礼仪，国际化进程即意味着西化。

国人或许有疑问：“礼仪之邦”在世界上何时失去其地位？西方礼仪又是何时成为国际意义的礼仪呢？要想解答这两个问题（其实是同一个问题），有必要从中西方交流的一次重大事件谈起。

1792—1794年，英国国王乔治三世派乔治·马卡特内爵士(Lord Geroge Macartney)为使臣，前往乾隆皇帝时期的大清帝国洽谈通商事宜(见图0-1)。马卡特内爵士贵为未来“日不落帝国”的特使，拒绝向乾隆大帝行“奴才”见“主子”的叩拜之礼。史书和后人把重点放在描绘这一场因礼仪分歧而导致的外交冲突，殊不知马卡特内爵士此次中国之行的目的不是通商，而是不折不扣的情报搜集。



图 0-1 从左到右：乔治三世、马卡特内爵士和乾隆

经过对清王朝的细心考察，马卡特内爵士回到英国后，于1797年出版了一本彻底改变中国在欧洲形象的《派往中国皇帝特使的历史性汇报》^①。马卡特内爵士的秘书乔治·马森(George Mason)和随从威廉·亚历山大(William Alexander)也先后在1800年和1804年发

^① An Historical Account of the Embassy to the Emperor of China; Staunton George Leonard. An Historical Account of the Embassy to the Emperor of China Abridged Principally from the Papers of Earl Macartney. Opelousas: Ulan Press, 2012.

行了他们在中国清王朝所见的临摹画册。依据法国汉学家米歇尔·卡切尔^①的看法，中国在欧洲人眼里的发达文明形象是通过马可·波罗(Marco Polo)的描绘，特别是传教士利玛窦(Matteo Ricci)、德·惠勃克(Guillaume de Rubrouck)和居·阿尔德(Jean-Baptiste du Halde)的记载逐渐树立起来的。自从马卡特内爵士出使大清后，欧洲人文明的优势得到证实，中国形象相反从此跌落到愚昧平庸的地步。特别是意大利人哈奏利(Rasori)翻译了大清法律后，中国形象就与专权残暴相同，以致“礼仪之邦”彻底沉沦成野蛮之域。

面对西方文明的崛起，在中华帝国暮暮余晖下，只有一人首先意识到“礼仪之邦”的危机是前所未有的文明危机。他就是1876年大清首位驻英大使——郭嵩焘。在《郭嵩焘日记》中，他是如此记录的：“西洋立国二千年，政教修明……^②，……三代以前，独中国有教化耳，故有要服，荒服之名，一皆远之与中国而名曰夷狄。自汉以来，中国教化日益微灭，而政教风俗，欧洲各国乃独擅其胜，其视中国，亦犹三代盛时之夷狄也。中国士大夫知此义者尚无其人，伤哉！”^③

呜呼，中国士大夫因文明的衰落而悲伤，作为西方文明外部表现的“礼仪”又究竟源于何时何处？

首先，有必要追溯一下西方文明的起源。古希腊的柏拉图如孔子一般，把“礼”当作城市社会良好运转的基础。亚里士多德认为，恭谦礼貌是人与人之间和谐社会关系的重要基础。以口才流芳百世的古罗马西塞罗(Cicero)，提倡公民行为举止条例化，培养正直的良民，保证社会群体和帝国公共秩序。正是这些智者的主张，经过历史的洗涤沉淀，最终把“礼仪”转化成文明的一部分。

在黑暗的中世纪，人文主义者在思想上追寻古典光辉的同时，也在与人相处的城市生活中追求真正意义的生活贵族。据法国学者阿兰·蒙坦顿(Alain Montandon)^④的研究，礼貌在11世纪成为宫廷生活中行为举止的楷模，特别是对他人的关注和随时愿为他人效劳的态度，^⑤整体提升了社会生活的和谐与协调；在此基础上，着装规范、上流社会的风范、沟通方式、精神状态、玩笑与幽默都在12世纪得到发展。在此期间，上帝、贵族、骑士和僧侣就成了人们理想的典范：上帝的力量、骑士的勇气、贵族的气质和僧侣的精神。这些理想典范自然又与外表俊美搭配，使得外在的举止、行为、体态和内在的气质融为一体，不过，外部形象始终是沟通最决定性的力量。

文艺复兴时期，意大利成为继承和发展礼仪的主力。大量相关礼仪的书籍被编写成册，为礼仪的继承和教育做出了巨大的贡献。如图0-2所示，其中最具有影响力的是巴达萨尔·郎世宁(Baldassar Castiglione)在1528年印制的《朝臣手册》和荷兰著名人文主义者伊拉斯谟(Erasme, 1466—1536)在1530年撰写的针对儿童礼仪教育的教科书——《儿童行为礼节》(*De civilitate morum puerilium*)。这两书在欧洲各国多次印刷出版，成为礼仪书籍中的

① Cartier Michel. Entre sinophobie et sinophilie in: Cartier Michel (dir.), Chine entre amour et haine (Actes du 8^{ème} colloque de sinologie de Chantilly)[M]. Paris: Desclée de Brouwer, 1998: 7.

② 郭嵩焘·郭嵩焘日记(3)[M]. 长沙: 湖南人民出版社, 1981: 124.

③ 郭嵩焘·郭嵩焘日记(3)[M]. 长沙: 湖南人民出版社, 1981: 439.

④ Montandon Alain. Politesse et savoir-vivre[M]. Paris: Anthropos, 1997.

⑤ Montandon Alain. Politesse et savoir-vivre[M]. Paris: Anthropos, 1997: 16.

经典。



图 0-2 巴达萨尔·郎世宁和伊拉斯谟

如果说西方礼仪文化在中世纪还只是宗教信仰生活中的一部分,那么它的真正发展则起始于16世纪的世俗化过程。欧洲的王室贵族成为世俗化的主要力量,最初有意大利、西班牙、英格兰、波兰和罗马尼亚,后来有德国、俄国和其他东欧国家。但自始至终对礼仪文化有着特殊贡献和地位的是法国(见图 0-3)。



图 0-3 从左到右：弗朗索瓦一世、亨利三世和路易十四

酷爱文化艺术的法国国王弗朗索瓦一世,不仅善待旷世艺术奇才达·芬奇,而且还把意大利文艺复兴对生活的精细雅致的品位也带到了法国。从此,法国的宫廷生活都依照他的品位和格调来管筹,贵族地位的高低决定着赋予他们的权利和义务,其中也包括礼仪。这些宫廷秩序和规则经过亨利三世的强化,到了高度中央集权的“太阳王”路易十四时代,随着法国国力的强盛,终究演化成普世性的西方政治、社会、文化和生活的礼仪。法语也成为代表高品位文化素养的社交礼仪语言。1789年,影响世界的法国大革命诞生了人类历史的新政体——民族国家(Etat-Nation),开创了真正意义上的“国际”社会。拿破仑的军功更是把法国的价值观输送到全世界。法国对国际礼仪的决定性影响力一直到第二次世界大战后才被英语语系的美国所代替。尽管英语成为世界上的国际语言,但礼仪规则因历史性惯例而依然存在。

另一支力量是在17世纪以法国女雅士为主体蓬勃发展起来的文化运动。此思潮与

法国亨利四世粗犷的宫廷风格相悖,反对巴洛克的暴力,否认男性的优势,讲究语言的纯净,以表达高雅和品德高尚来理想化描绘人世间的爱,追求极度的高贵、细致和典雅。女雅士文化运动以封闭性的文学沙龙为主要活动方式,成员要么是血统贵族,要么是灵魂贵族。法国有著名的凯瑟琳·德·朗布依埃(Catherine de Rambouillet)、马德琳·德·斯库德里(Madeleine de Scudéry)和拉法叶夫人(Madame de La Fayette)等著名沙龙(见图 0-4)。如图 0-5 所示,从治尤范(Geoffrin)夫人的沙龙可以看出当时沙龙的景象。同一时期,以约翰·利莉(John Lyly)为代表的英国造作文体、意大利的詹巴蒂斯塔·马里诺(Giambattista Marino)和西班牙诗人贡戈拉(Gongora)都构筑了这一文化流派的内涵。可以说,这是西方社会中的一个“国际”文化运动,对礼仪都有着深远的影响。“女士优先”的原则或许就有据可循了。



图 0-4 从左到右:凯瑟琳·德·朗布依埃、马德琳·德·斯库德里和拉法叶夫人



图 0-5 治尤范(Geoffrin)夫人的沙龙

总之,国际礼仪是在西方古典思想的影响下,以文艺复兴人文主义为契机,意大利为开端,法国使之系统和国际化,随着英法殖民扩张而全球化,成为国际社会共同的行为规范和准则。

国际视野中的商务礼仪

国际视野中的商务礼仪是从国际视野来观察商务礼仪,那就意味着既要涉及国际商务礼仪,也要谈及国内的商务礼仪。其实,二者并没有本质的区别。众所周知,西方崛起的基石之一便是它强大的经济实力。过去如此,现在依然如此。纵观世界,西方企业在经济和商业界的强势是有目共睹的:世界货币基金理事会里的投票权、全球 500 强企业的排名、世界上市公司的控股权、全球主要生产资料的市场定价权、世界产业标准的制定、全球品牌无形资产的影响力……在如此强势的、西方主导的经济和商业世界里,行业间的社会行为规范显然以国际礼仪为主导。反观中国的传统礼仪,在清朝末期面对西方列强的颓势中已经奄奄一息。民国革命打着反封建的旗号,提倡的是以上海半殖民文化为主的、西化的中国社会行为规范。因此,当今的中国商务礼仪发展趋势就有两个明显特点:一是国际化,比如我们的着装规范;二是本土化,比如我们的称谓和饮食。所以,国际视野中的商务礼仪是从国际视野的高度来谈商务礼仪,必然也涉及国内的商务规范。

相对外交、政务等其他礼仪环境,商务礼仪有哪些特点或属性?

首先,根据企业的性质和特点,商务环境应为保守价值场所。虽说 IT 行业的迅猛发展对这个特殊氛围带来不小的冲击,比如追求创意的苹果公司显然不能与古典派的蓝巨人 IBM 相比;戴尔电脑公司 CEO 迈克尔·戴尔的愿景规划风格显然与亚马逊创建人杰夫·贝索斯魅力风格截然不同。但是,金融、银行和汽车制造等传统行业对行业的规范和企业伦理的追求依然如初,等级与秩序仍是主调。

其次,商务环境要求专业性。俗话说:外行看热闹,内行看门道。三百六十行,行行有行规和其中的门道。同行间最能表现彼此之间默契的便是行话和穿着的表征,即专业性的表现。在西方高校中,不同专业学生的着装就体现出明显的差异性。政治、法律和商管专业的学生基本上是西装革履^①地完成学业;而计算机等 IT 专业的学生基本是牛仔裤加 T 恤衫。这种准专业倾向其实就是为未来步入职场做心理准备。正如美国礼仪专家杰奎琳·惠特摩尔(Jacqueline Whitmore)所言:“为了能够在当今竞争激烈的商界取得成功,你就需要了解商业的规则……礼仪就是一套规则和指导……”^②

再者,企业生活决定了商务环境讲究的是效率。在专业性的前提下,商界人士的言行举止都透露出对效率的苛求。在中国香港和台湾地区,我们也常常抱怨电话另一边的讲话如录音机一般,礼貌但冷酷。原因在于:要在最短的对话中把所有的信息表达出来。

最后,商界人士特别是高层主管还表现出不同寻常的“风雅”(snobism)。作为成功人士的象征,品位的重要性显然不可轻视。在成就得到社会肯定之后,品位作为个人修养的体现自然也成为私下相互观察与竞争的目标。

总之,国际视野中的商务礼仪有机地结合了相对静态的国际商务礼仪和动态的商务礼仪国际化。

①② 杰奎琳·惠特摩尔,商务礼仪[M]. 姜岩,译. 北京:中央编译出版社,2010:7.

研习商务礼仪的意义

国际视野中的商务礼仪,以一个新的高度论述礼仪在商务环境范围内的运用。它不仅体现出个人修养品位和专业阅历,更重要的是突出管理沟通和印象管理,从而呈现一种特殊的软实力。

麻省理工学院中国总面试官蒋佩蓉女士和资深外交家李佩仪女士倾力合作推出《佩蓉谈商务礼仪和沟通》^①重点突出礼仪的沟通效能。举手投足,一切尽在不言中。

号称美国礼仪之母的艾米莉·博斯特,强调“第一印象效应”^②的重要性。也算是开创了印象管理的先河。

还是杰奎琳·惠特摩尔总结得透彻:“……商务礼仪是一项基本的软技巧,这个软技巧正是区分领先者和落后者的区别。”^③

或许令某些人费解的是英国人爱德华·伯曼奉献了一本《像新绅士一样生活》^④。副标题是“献给中国的商旅精英,从物质富有跨越到精神高贵”。感慨之余更多几分惆怅,可谓“舌尖上的中国”——甜酸苦辣咸,五味俱全。

总之,想借用一下最近时髦的词汇,你的礼仪,你的形象价值百万。

思路 and 架构

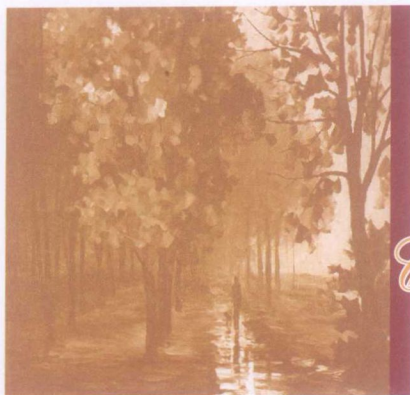
在诺尔贝特·爱里亚斯的启发下,本书的结构是在文明发展和社会进步的大背景下,由个体内部心地素养向群体外部准则展开。主轴是心地价值到社会价值的过渡。这两部分相互支撑、相互关联,逻辑关系紧密。第一篇为个人修养篇,涉及美与着装、男士着装、女性着装、女士配件、举止形态、主次先后、进餐礼仪和沟通规则;第二篇为群体社会篇,介绍致意方式、面试礼仪、办公礼仪、礼尚往来、商务用餐、旅行礼仪、酒店起居和私人聚会。从逻辑关系和内容安排上观察,此书不仅适合国际商务礼仪的学习者和爱好者,同样也适合商务礼仪的研修者。

① 蒋佩蓉·李佩仪. 佩蓉谈商务礼仪和沟通[M]. 北京:中华工商联合出版社,2012.

② 艾米莉·博斯特. Etiquette—你的礼仪价值百万[M]. 会梁,译. 北京:金城出版社,2011:3.

③ 杰奎琳·惠特摩尔. 商务礼仪[M]. 姜岩,译. 北京:中央编译出版社,2010:6.

④ 爱德华·伯曼. 像新绅士一样生活[M]. 李创平,译. 北京:当代中国出版社,2011.



Contents

目 录

第一篇 个人修养篇

第 1 章	美与着装	3
1.1	美学与审美	4
1.2	百年中国女性服饰的变化	5
1.3	服装的社会功能	13
第 2 章	男士着装	14
2.1	发型	15
2.2	西装	17
2.3	衬衣	18
2.4	领带	20
2.5	皮鞋	25
2.6	西服、衬衣和领带搭配的五条原则	26
2.7	不同地点不同搭配	28
2.8	配件	30
2.9	细节	31
第 3 章	女士着装	33
3.1	发型	34

3.2	服装	41
3.3	化妆	43
第4章	女士配件	55
4.1	提包	56
4.2	鞋	59
4.3	首饰	61
4.4	香水	62
第5章	体态举止	65
5.1	肢体语言	66
5.2	控制体态	69
5.3	展示信心的动作	76
第6章	主次先后	82
6.1	静态的位置主次	83
6.2	动态的优先权	88
6.3	空间距离	93
6.4	时间概念	93
第7章	进餐礼仪	95
7.1	中餐礼仪	96
7.2	西餐礼仪	99
第8章	沟通规则	112
8.1	书信	113
8.2	东亚地区的书信规则	115
8.3	英语商业信函的书写规则	117
8.4	以法语为主的欧系书信规则	119
8.5	电话礼仪	120
8.6	电子邮件	123
8.7	手机	123

第二篇 群体社会篇

第9章	致意方式	127
9.1	握手	128
9.2	法式面颊礼	130

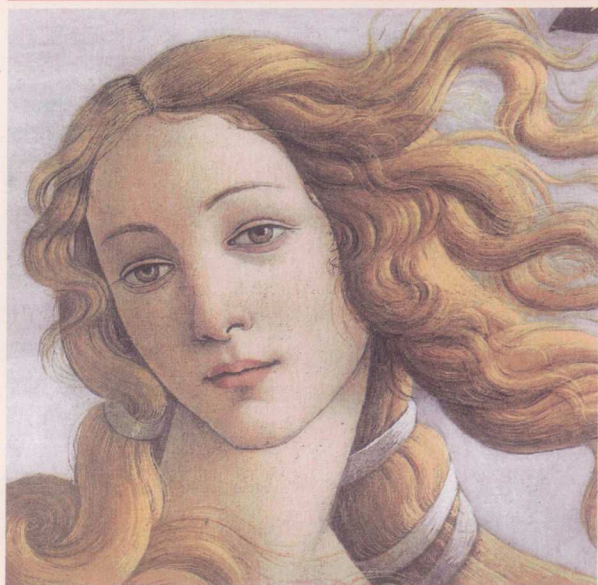
9.3	吻手礼	131
9.4	女士的屈膝礼	131
9.5	鞠躬礼	131
9.6	拱手礼	132
9.7	名片	133
第10章	面试礼仪	135
10.1	了解招聘公司=职业尊重	136
10.2	了解自己=自我尊重	136
10.3	面试礼仪	137
10.4	面试的陷阱问题	138
第11章	办公礼仪	142
11.1	办公室的环境特点	144
11.2	同事礼仪	146
11.3	冲突管理	146
11.4	会议礼仪	147
11.5	组织文化与文化差异	149
第12章	礼尚往来	150
12.1	商务拜访	152
12.2	商务接待	152
12.3	礼物	155
第13章	商务用餐	157
13.1	非正式的商务用餐	159
13.2	正式的商务用餐	160
第14章	旅行礼仪	164
14.1	旅行证件:用细节赢得认可	165
14.2	机场:用自律赢得尊重	166
14.3	机舱礼仪:用谦让赢得快乐	169
第15章	酒店起居	172
15.1	入住登记(check-in)	173
15.2	住宿礼仪	174
15.3	退房(check-out)	176
15.4	酒店小费	176

第 16 章 私人聚会	178
16.1 展现自我	179
16.2 表达愿望	181
结语	186
参考书目	189

第一篇

个人修养篇





第1章 美与着装

目 标

- 审美的基本概念
- 人格结构对着装的影响
- 着装的功能