

21世纪高职高专经济管理类基础课程“十二五”规划教材 A BASIC COURSE

OF CONTEMPORARY ETIQUETTE

现代礼仪 基础教程

主编 ◎ 管建莉 甄 珍 陈家才



天津大学出版社

TIANJIN UNIVERSITY PRESS

 21 世纪高职高专经济管理类基础课程“十二五”规划教材 ...

• 现代礼仪基础教程 •

主 编◎管建莉 甄 珍
陈家才
副主编◎吴 君 杨新春
吴月红
参 编◎蒋丽娟 徐 迎
郭宏杰 李 黎

内 容 提 要

本书是根据教育部《高职高专教育专业人才培养目标及规格》编写的,内容丰富,实用性强,主要讲述了现代礼仪的基本理论、技巧。全书内容涵盖了仪容举止礼仪、服饰礼仪、语言交际礼仪、见面礼仪、文书礼仪、接访和馈赠礼仪、餐饮礼仪、求职面试礼仪、会议礼仪、谈判与仪式礼仪和涉外礼仪。全书从高职高专教学实际和培养目标出发,在内容、结构的安排上,由浅入深、循序渐进,既注重知识体系的完整性和系统性,又体现了理论“必需、够用”的原则,尽量缩短理论与实践的距离,将复杂的专业问题变得通俗易懂,易于接受,更具有实用性和可操作性。

本书不仅适合高职高专学生使用,也可作为在职人员培训的理想用书。

图书在版编目(CIP)数据

现代礼仪基础教程/管建莉,甄珍,陈家才主编. —天津:
天津大学出版社, 2010.8

21 世纪高职高专经济管理类基础课程“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5618-3678-1

I.①现… II.①管… ②甄… ③陈… III.①礼仪—高等学
校;技术学校—教材 IV.①K891.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 165688 号

出版发行 天津大学出版社

出 版 人 杨欢

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编: 300072)

电 话 发行部: 022-27403647 邮购部: 022-27402742

网 址 www.tjup.com

印 刷 北京市通州京华印刷制版厂

经 销 全国各地新华书店

开 本 185mm×260mm

印 张 14.5

字 数 335 千

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次

定 价 27.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,烦请向我社发行部门联系调换

版权所有 侵权必究

21 世纪高职高专经济管理类基础课程“十二五”规划教材

「编审委员会」

主任委员

许久霞 长春职业技术学院商贸学院副院长、教授
潘玉耕 烟台职业学院党委书记、研究员

副主任委员

郭 兰 保定职业技术学院教务处处长、教授
李小丽 西安欧亚学院金融与贸易学院金融教研室主任、副教授
陈春干 苏州高博软件技术职业学院国际商务系副主任、高级经济师
张述凯 山东工业职业学院工商管理系主任、副教授

委 员

(排名不分先后)

王 勇 淄博职业学院工商管理系主任、教授
朱彩云 黑龙江旅游职业技术学院旅游商贸系主任、教授
刘 兵 黑龙江农业职业技术学院教授
李晓红 石家庄铁路职业技术学院教授
安春梅 甘肃联合大学经济与管理学院院长、教授
王海岳 南通职业大学民营企业研究所所长、教授
李 君 大连艺术职业学院国际商务系主任、副教授
李保龙 山西煤炭职业技术学院财经系主任、副教授
郑晓青 吉林工业职业技术学院商学院院长、副教授
沈 莹 辽宁信息职业技术学院工商管理系副主任、副教授
卢 晞 海南经贸职业技术学院工商管理系主任、副教授
胡永和 忻州职业技术学院财经系主任、副教授
孙茂忠 烟台职业学院副教授
张开涛 山东华宇职业技术学院经济管理系主任、副教授
刘春霞 黑龙江旅游职业技术学院旅游商贸系教研室主任、副教授
程 奎 新疆机电职业学院副院长、副教授
何晓东 甘肃民族师范学院政法经济管理系主任、副教授

『出版说明』

我国的高等职业教育按照“以服务为宗旨，以就业为导向，以能力培养为主线”的高职教育理念，已经走出一条产学结合、有中国特色的高职教育发展之路。高等职业教育已成为我国培养高技能型人才的主要形式。高等职业教育的全面深化改革，急需高质量、彰显高职特色、真正实现高职人才培养目标的新型系列优秀教材。

天津大学出版社为适应社会对高技能型经济管理类人才的迫切需求，贯彻落实《教育规划纲要》（2010—2020年）的精神，按照教育部要求，组织一批知名专家学者编写了21世纪高职高专经济管理类“十二五”规划教材，覆盖财务会计、市场营销、电子商务、物流管理、连锁经营、财政金融、经济贸易、旅游管理、餐饮管理与服务等专业。

为确保高质量教材进课堂，天津大学出版社积极践行先进的高职教育理念，努力提升教材开发的科学性、针对性和实效性，重在学生专业技能及职业素质的培养，提升学生的职场竞争力。本套教材有以下特点：

1. 定位准确，理念先进

根据高职教育培养目标准确进行教材定位，以学生为中心，体现“够用为度、注重实践”的原则，秉承围绕工作过程、以就业为导向、以能力本位为核心、注重校企合作的高职教材开发理念，以“突出实用性”作为本套教材的编写宗旨。

2. 内容实用，课证融合

以职业能力需求主导教材内容的选择，最大限度地创设职场环境，实现教学和专业工作的近距离对接；与时俱进，吸收专业领域的最新知识、技术和方法，注重学生的可持续发展；紧密结合国家职业资格证书考试和职业技能等级认定对知

识、技能的要求，与学生顺利获得相应的专业等级技能证书有效衔接。

3. 体例新颖，形式活泼

以目标、任务、问题为驱动，以流程图、实际案例、实训及活动设计相结合的方式组织教材的编写，图文并茂、版式灵活，集实用性、科学性、易学性为一体。

4. 校企合作，打造精品

院校专业带头人及骨干教师基于对实际工作岗位的调研分析，与企业一线专家共同研编教材。重点支持品牌专业、特色专业以及国家示范院校教材的建设，争创精品教材。

本套教材适用于高职高专院校经济管理类相关专业。我们竭诚希望广大读者给予支持和指导，以使其日臻完善，共同为繁荣我国的高职教育事业尽绵薄之力。

天津大学出版社

现代礼仪是一门实用性和实践性很强的课程。编写此教材的目的在于使学生掌握基本的礼仪知识，能够通过各项目情景的训练，熟知各类活动中的礼仪技巧和行为规范，塑造组织和个人的良好形象。为此，我们按照行动导向的指导思想，以工作流程作为贯穿理论与技能知识的线索，紧密结合各类活动的主要内容，编写了这本全新的礼仪教程。在教材的编写过程中，我们遵循现代礼仪和高职教育的特点，重点关注和突出了以下特点：

1. 以职业能力为导向

本书根据高职教育人才培养目标的要求，强调“理学一体”和“教、学、做”相结合，淡化理论，突出实践应用能力的培养。在介绍礼仪基本理论的前提下，注重教材的实用性，无论是基础知识的学习还是职业能力的训练，都突出以学生为本。

2. 增加实训项目，突出学以致用

本书在编写时将基础知识与实训内容相结合，在内容上按各类活动分为 11 章，每章节都提出明确的学习目标，每章都列有案例导入。每章结束后设有复习与思考和技能实训板块，使学生在学習基础理论知识的同时，提高实践技能，突出学以致用。

3. 编写体例上的创新

本书遵循适用、够用、管用和好用的原则，注重科学性、系统性和实用性的统一，介绍各类现代生活和工作中所需的礼仪，内容涵盖了仪容举止礼仪、服饰礼仪、语言交际礼仪、见面礼仪、文书礼仪、接访和馈赠礼仪、餐饮礼仪、求职面试礼仪、会议礼仪、谈判与仪式礼仪和涉外礼仪。不仅适合高职高专学生使用，也可作为在职人员培训的理想用书。

本书由金肯职业技术学院管建莉、石家庄职业技术学院甄珍、西昌学院陈家才担任主编，金肯职业技术学院吴君、河北建材职业技术学院杨新春、安徽工程大学吴月红担任副主编，湖北财税职业学院蒋丽娟、湖北财税职业学院徐迎、河北建材职业技术学院郭宏杰、保定职业技术学院李黎担任参编。全书共分 11 章，其中绪论、第 8 章和第 11 章由吴君老师编写，第 1 章、第 2 章由杨新春、吴月红老师编



PREFACE

写,第3章、第4章和第5章由管建莉老师编写,第6章和第9章由郭宏杰、陈家才老师编写,第7章由蒋丽娟、甄珍老师编写,第10章由徐迎老师编写,李黎老师负责教材资料的收集、整理工作。全书由管建莉老师拟定总体写作思路并负责统稿。

为提升本教材的针对性与创新性,编写人员深入调研,查阅了大量的文献资料,付出了辛勤的汗水。在编写过程中,参阅了一些礼仪方面的教材和专著以及报刊和网络上的资料,在此对相关作者表示诚挚的谢意。由于编者水平有限,书中难免有偏颇、疏漏之处,恳请各位专家学者和读者朋友批评指正。

编 者

绪 论 / 1

- 0.1 礼仪的含义 / 1
- 0.2 礼仪的原则 / 3
- 0.3 礼仪的功能 / 5

第 1 章 仪容举止礼仪 / 10

- 1.1 仪容礼仪 / 10
- 1.2 举止礼仪 / 14

第 2 章 服饰礼仪 / 26

- 2.1 着装的要求 / 26
- 2.2 男士服饰礼仪 / 30
- 2.3 女士服饰礼仪 / 33

第 3 章 语言交际礼仪 / 40

- 3.1 见面交谈的语言艺术 / 41
- 3.2 语言交际的一般要求与忌讳 / 47
- 3.3 存在文化差异的语言交际 / 51

第 4 章 见面礼仪 / 58

- 4.1 称呼礼仪 / 58
- 4.2 介绍礼仪 / 63
- 4.3 握手礼仪 / 67
- 4.4 名片礼仪 / 70
- 4.5 其他见面礼仪 / 73

第 5 章 文书礼仪 / 80

- 5.1 书信类文书礼仪 / 81
- 5.2 致辞类文书礼仪 / 87

第 6 章 接访与馈赠礼仪 / 92

- 6.1 办公室礼仪 / 93
- 6.2 电话礼仪 / 99

6.3 接待与拜访礼仪 / 105

6.4 馈赠礼仪 / 109

第7章 餐饮礼仪 / 117

7.1 宴请礼仪 / 117

7.2 中餐礼仪 / 122

7.3 西餐礼仪 / 132

第8章 求职面试礼仪 / 141

8.1 求职前的准备 / 142

8.2 求职方式及其礼仪 / 145

8.3 面试礼仪与技巧 / 151

第9章 会议礼仪 / 162

9.1 洽谈会礼仪 / 163

9.2 展览会礼仪 / 165

9.3 赞助会礼仪 / 167

9.4 联欢会礼仪 / 169

第10章 谈判与仪式礼仪 / 173

10.1 商务谈判礼仪 / 174

10.2 开业与剪彩礼仪 / 179

10.3 签字仪式礼仪 / 186

10.4 新闻发布会礼仪 / 190

第11章 涉外礼仪 / 197

11.1 涉外礼仪的原则 / 198

11.2 涉外交往主要礼仪 / 200

11.3 世界主要国家礼俗与禁忌 / 209

参考文献 / 222

绪 论

学习目标

掌握礼仪的含义，理解礼仪的构成要素、特性、内容、社会功能和原则。
能够运用礼仪知识指导自己的行为。

案例导入

郑伟是一家大型国有企业的总经理。有一次，他获悉有一家著名的德国企业的董事长正在本市进行访问，并有寻求合作伙伴的意向。他于是想尽办法，请有关部门为双方牵线搭桥。

让郑总经理欣喜不已的是，对方也有兴趣同他的企业进行合作，而且希望尽快与他见面。到了双方见面的时候，郑总经理对自己的形象刻意进行了一番修饰，他根据自己对时尚的理解，上穿夹克衫，下穿牛仔裤，头戴棒球帽，足蹬旅游鞋。无疑，他希望能给对方留下精明强干、时尚新潮的印象。

然而事与愿违，郑总经理自我感觉良好的这一身时髦的“行头”，却偏偏坏了他的大事。郑总经理错在哪里？他的德国同行对此会有何评价？

简评：根据惯例，在涉外交往中，每个人都必须时刻注意维护自己的形象，特别是要注意自己在正式场合留给初次见面的外国友人的第一印象。郑伟总经理与德国同行的第一次见面属于国际交往中的正式场合，应穿西服或传统中山装，以示对德方的尊敬，但他没有这样做。他的德方同行可能会如此评价：此人着装随意，个人形象不合常规，给人的感觉过于前卫，尚欠沉稳，与之合作之事当再做他议。

0.1 礼仪的含义

礼仪是人类文明的产物，是随着社会的进步而逐渐形成的。中国素有“礼仪之邦”的美称。几千年来，形成了一套完整的礼仪体系，其中一些优良的道德规范与人际交往的礼节、仪式及行为准则，依然影响至今，成为中华民族宝贵的财富之一。随着经济的飞速发

展及中国与世界各国交往的日益深入,人们需要了解礼仪这种通用的“交往语言”,以塑造良好的个人形象、组织形象,甚至国家形象,并以恰当的方式向交往对象表示尊重,共同营造良好和谐的氛围,以取得共赢的结果。

0.1.1 礼仪的基本含义

1. 我国古代“礼仪”的含义

我国是四大文明古国之一,有着悠久的历史传统文化。在浩如烟海的古代典籍中,“礼”和“仪”两个字是分开使用的。

“礼”主要包含以下三层意思:

(1) 礼之本义为敬神,后来引申为表示敬意和礼貌。“礼有五经,莫重于祭”所指的就是为了敬神而举行的“祭祀之礼”。“以宾礼亲宾客”则表达了四方诸侯朝见天子时表达的尊敬以及天子款待所属诸侯或者邦国使节时表示的礼遇亲善。

(2) 泛指奴隶社会或封建社会贵族等级制的社会规范和道德规范,如“礼不下庶人,刑不上大夫”。

(3) 特指用来表示庆贺的物品,既包括物质形态的礼品,也包括精神形态的献礼,如“及受礼,惟酒一斗,鹿肉一泮”。

“仪”也有如下三种主要的含义:

(1) 指容貌和外表,如“令仪令色,小心翼翼”,“风仪秀整,美于谈论”。

(2) 指程式或仪式,如“诏府中备凶仪”。

(3) 指准则和法度,如“普施明法,经纬天下,永为仪则”。

“礼仪”作为一个复合词在古汉语中有两种解释:一是指人们必须遵守执行的涉及政治、经济、文化、军事制度的典章制度;二是指社会交往过程中自发形成的做人的道德、行为准则及各种正式的仪式。

2. 现代“礼仪”的含义

现代的礼仪是“礼”和“仪”的统称,是人们在社会人际交往过程中用于相互表达尊重、友善的约定俗成的行为方式、规则与活动程序的总和。“礼”是指礼节、礼貌,“仪”是指仪容、仪表、仪态及仪式。

0.1.2 礼仪的基本构成要素

礼仪涉及的社会生活面十分广泛,但不管是哪种礼仪,都包含四个基本要素,即礼仪主体、礼仪客体、礼仪媒介、礼仪环境。

1. 礼仪主体

礼仪主体是指礼仪活动的实施者和操作者,具体可分为个人主体与组织主体。

(1) 个人主体。由个人来操作、实施礼仪活动时,礼仪的主体就是个人主体。比如,参加朋友婚礼、举办生日宴会,参加者、举办者的言谈举止和仪容仪表完全由个人具体实

施,代表的是个人。

(2) 组织主体。由一个组织实施一些规模较大、程序较为复杂的礼仪活动时,礼仪的主体就是组织主体。比如某公司举行一次开业典礼,礼仪的主体是该公司。

当然,个人主体与组织主体并非绝对的,一成不变的,在一定的条件下是会发生变化的。

2. 礼仪客体

礼仪客体又称礼仪的对象,是指礼仪活动的指向者和承受者。它的外延十分广泛,可以是人也可以是物,可以是物质的也可以是精神的,可以是有形的也可以是无形的。比如对女性的称呼有“女士”、“小姐”、“美女”、“夫人”等,其中,“女士”可以作为女性的通称,而“夫人”则是指已婚女士。应该针对不同的礼仪客体,选择相应的称呼,否则就会失礼。

3. 礼仪媒介

礼仪媒介是指进行礼仪活动所要依托的媒体。礼仪媒体种类繁多,可划分为口头语言礼仪媒介、书面语言礼仪媒介、界域语言礼仪媒介、形体礼仪媒介、物体礼仪媒介及事体礼仪媒介等。

4. 礼仪环境

礼仪环境是指礼仪活动得以实施的具体时空条件。礼仪环境对礼仪活动有严格的制约作用。比如不同的时间与场合,所着的服装是不同的。又比如见面礼,国际通行的见面礼是握手礼,而在日本、韩国及朝鲜等国家则适用鞠躬礼。

在礼仪实施的过程中,首先需要礼仪主体,礼仪活动才能进行;其次要考虑礼仪客体,否则礼仪就缺乏指向,也就体现不出尊重他人的原则;再次礼仪活动要借助礼仪媒介,否则礼仪信息无法传达;最后还要考虑礼仪操作的实际环境要求,否则礼仪效果适得其反,礼仪会失去应有的作用。所以,上述四项基本要素缺一不可。

0.2 礼仪的原则

人们的各种交际活动自始至终都有一些具有普遍性、共同性、指导性的规律可循,这就是礼仪的原则。探讨这些原则,有助于社交基本礼仪的规范化,增强人们对礼仪的认识,进而加强礼仪在社会活动中的指导作用。礼仪原则在具体的交际活动中具有以下几种:

0.2.1 遵守原则

礼仪规范是为维护社会生活的稳定而形成和存在的,实际上是反映了人们的共同利益要求。社会上的每个成员不论身份高低、职位大小、财富多寡,都有自觉遵守、应用礼仪的义务,都要以礼仪去规范自己的一言一行、一举一动。如果违背了礼仪规范,会受到社

会舆论的谴责，自然交际就难以成功。例如前苏联领导人赫鲁晓夫在这方面就有前车之鉴。他在一次联合国会议上为了让人们安静下来，竟然脱下鞋子，并用鞋子敲打会议桌子，他的不雅举止显然违背了礼仪规范，更有损他本人及苏联的国际形象，在这次会议上联合国作出决定：对苏联代表团罚款一万美元，可见违背礼仪的遵守原则是不可取的。

0.2.2 敬人原则

孔子说：“礼者，敬人也。”敬人是礼仪的一个基本原则，它要求人们在交际活动中互尊互敬，友好相待，对交往对象要重视、恭敬。其实“礼”的本源就是敬人，“礼”的繁体字为“禮”。据考证，“礼”来源于古代祭祀活动。在卜辞中，“礼”写作“禮”，即“𠂔”、“曲”、“豆”之合。“𠂔”，古时指一条条的玉石；“曲”就是盛玉石的“盆子”；“豆”是放盆子的支架。众多玉石放在盆子里便是“曲”，把盛玉石的盆子放在支架上便是“豐”。“豐”是供人们进行祭祀活动用来敬神的，因此后来加上“𠂔”字旁，便演变成繁体字的“禮”字，用来表示尊敬的意思。所以尊敬是“礼”的本义，是礼仪的重点和核心。对待他人时要敬人之心长存，处处不可失敬于人，不可伤害他人的个人尊严，更不能侮辱对方的人格。可以说，掌握了敬人的原则就等于掌握了礼仪的灵魂。尊敬的作用是十分巨大的，例如，日本东芝电器公司曾一度陷入困境，员工士气低落。当士光敏夫出任董事长时，他经常不带秘书，一个人深入各工厂与工人聊天，听工人的意见，更有意思的是，士光还经常提着一瓶酒去慰劳员工，和他们共饮。最终他赢得了公司上下的支持，员工的士气也高涨了起来。在三年内，士光敏夫终于重振了暮日穷途的东芝公司。士光敏夫的诀窍就是关心、重视、尊重每一位员工，“敬人者，人恒敬之”，他同时也赢得了员工的信服与支持。

0.2.3 平等原则

平等是礼仪的基本原则。现代礼仪与传统礼仪的不同之处在于，现代礼仪是建立在平等的基础之上，并以平等作为基本原则的。要尊重交往对象，就要对任何交往对象都一视同仁，给予同等的礼遇，不能因为交往对象之间的职位、财富、文化、种族等的不同而厚此薄彼。每个人都有人格，人格是平等的，都应当受到尊重。在与人交往中，要做到彬彬有礼、自尊自爱，不低三下四、不轻浮谄谀。当然，在人际交往中，在人格平等的基础上，在具体实施礼仪活动中，会根据人的身份与地位的差异，采用不同的具体的方法，如斟酒倒茶时要先长辈后晚辈、先职位高者后职位低者等。

0.2.4 自律原则

礼仪作为一种行为规范，要求社会的每个成员都能够自觉去遵守与执行。按照自律原则，每个人要学会自我约束、自我反省、自我对照，不仅要在心中树立起道德信念和行为准则，而且要不断地以礼仪规范要求自已、检查自己，不断地培养和提高自已的礼仪修养，自觉地养成良好的礼仪习惯，形成一种自觉的礼仪行为。

0.2.5 宽容原则

一般来说,交往双方的心理总存在一定的差异,存在不相容的心理状态,这种差异会在交往者之间产生思想隔膜,甚至会使关系僵化,要想缩小这种心理上的差异,使得人与人之间能多一份和谐、多一份信赖,就必须抱着宽容之心。宽容就是要求人们既要严于律己,又要宽以待人,要多容忍他人,多体谅他人,多理解他人,而不能求全责备,斤斤计较,过分苛求,咄咄逼人。唯有宽容才能排除人际交往中的各种障碍,不能宽容他人的人,往往会得理不饶人,使人际关系恶化。共性是寓于个性之中的,人们应该维护和发展共性,以理解和宽容来增强人们之间的凝聚力。

0.2.6 真诚原则

礼仪的运用基于礼仪主体对他人的态度,如果能抱着诚意与对方交往,那么礼仪主体的行为自然而然地便显示出对对方的关切与爱心。因为无论用何种语言表达,行为则是最好的证明。在通常情况下人们可以用假话来掩饰自己的企图,但却无法用行为来掩饰自己的空虚,因为体态语是无法掩饰虚假的。因此唯有真诚,才能使你的行为举止自然得体,与此相反,倘若仅把运用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,弄虚作假,投机取巧,或是当面一个样,背后一个样,有求于人时一个样,被人所求时又一个样,将礼仪等同于“厚黑学”,是违背礼仪的基本原则的。

0.2.7 适度原则

俗话说:“礼多人不怪。”人们讲究礼仪是基于对对方的尊重,这是无可厚非的,但是,凡事过犹不及,人际交往要因人而异,要考虑时间、地点、环境等条件。如果施礼过度或不足,都是失礼的表现。比如见面时握手时间过长,或是见谁都主动伸手,不讲究主次、长幼、性别;告别时一次次地握手,或是不住地感谢,让人觉得厌烦。礼仪的施行只是内心情感的表露,只要内心情感表达出来,就完成了礼仪的使命。如果反复重复,似乎有别人不理解、不领情之嫌,画蛇添足,实无必要。

0.3 礼仪的功能

礼仪是人类社会文明发展的产物,是人们社会交际活动的共同准则。加强礼仪教育,对于提高自身的修养和素质,促进社会主义精神文明建设,塑造良好形象,扩大社会交往,促进事业成功都具有十分重要的作用。礼仪具有多方面的功能,主要表现在如下几个方面:

0.3.1 弘扬礼仪传统

古老文明的中华民族,以其聪颖的才智和勤奋的力量,创造了人类历史上最灿烂的文

化。中华民族，素以礼仪之邦著称于世。几千年来，各族人民都创造了一整套独具特色的礼节、仪式、风尚、习俗、节令、规章和典制等，并沿袭至今，这些礼仪习俗，反映了各民族的传统美德与优良品质，勾画了各民族的历史风貌。

0.3.2 提高自身修养

礼仪是一种修养。在社会中，人们总得按照一定的规范生活，如果说道德是一种内在的行为规范，礼仪就是一种外在的行为规范，两者共同约束人们的言行举止。人们用道德的力量来支配自己的行动，趋善避恶，使其符合社会公德，造就美好的心灵。但是内在的道德修养是不能脱离外在的形式而存在的，它总要通过一定的形式表现出来。这种形式就是礼仪。

在礼仪的学习与运用中，人们通过不断的努力，自觉克服自身不良的行为习惯，以规范的言行表现对他人的尊重，这也是一种修身养性的方式。

在人际交往中，也以一个人运用礼仪的程度来判断其文明程度，来观察其素质高低。因为一个人在人际交往中，其修养、素质完全能通过其外在的仪容仪表、言谈举止反映出来。因此，要在人际交往中表现出自己较高的素质和良好的修养，就必须学好和用好礼仪。

0.3.3 改善人际关系

马克思说过“社会是人们交往作用的产物”。没有社交活动，人类的生活是不可想象的。人们参加社交活动，多为调节紧张的生活，建立友谊、交流感情、融洽关系、广结良友、增长见识、获取信息。现代化的社会对人们的社交提出了新的要求，社会越发展，物质生活越丰富，人们社交的需要就会越显示出它的价值，而处在社交活动中的每个人的仪表、仪态及对礼仪知识的了解也变得极其重要。一个人只要同其他人打交道，就不能不讲礼仪。运用礼仪，除了可以使个人在交际活动中充满自信、胸有成竹、处变不惊之外，其最大的好处就在于，它能够帮助人们规范彼此的交际活动，更好地向交往对象表达自己的尊重、敬佩、友好与善意，增进大家彼此之间的了解与信任。

礼仪与礼貌是一种信息传递，它可以以闪电般的速度把你的尊重之情准确表达出来并传递给对方，使对方立即获得情感上的满足，与此同时，对方也会以礼貌回敬。于是双方热情之火点燃了，支持与协作便开始了。假如人皆如此，长此以往，必将促进社会交往的进一步发展，帮助人们更好地取得交际成功，进而造就和谐、完善的人际关系，取得事业的成功。

0.3.4 塑造组织形象

良好的组织形象是任何组织都刻意追求的目标，组织形象的塑造处处都需要礼仪。比如，你想和某一单位联系业务，当你拨打对方办公室电话竟无人接或铃响五六声之后才有人接时，你会对该单位产生一种印象——工作效率不高、制度不健全、员工素质差等印象。反之，当你一拨通电话，听到对方和蔼可亲的问候、得体的称谓、礼貌的语言、简洁

干练的回答、热情的接待，你会立即有一种亲切之感。

组织通过各种规范化的礼仪，还可以激发员工对组织的自豪感，增强组织的凝聚力、向心力。如松下公司创作了自己的“松下之歌”、“松下社训”，每天早晨八点钟，遍布各地的松下企业员工一起高唱松下歌曲，使每一名员工都以自己是松下的员工而感到光荣。目前，我国的许多企业通过统一企业标志、统一企业服装、统一色彩等，塑造组织统一的社会形象，也使组织的员工自觉地维护组织的形象，组织通过开业庆典、周年纪念、表彰大会等仪式，激发员工对本组织的了解、爱戴，加深感情，增强组织的凝聚力和向心力。可见，礼仪在塑造组织形象中的作用是十分巨大的。

0.3.5 净化风气，建设精神文明

礼仪具有净化风气、美化人们生存环境的功能。荀子说：“人无礼而不生，事无礼而不成，国无礼而不宁。”良好的礼仪修养，能体现一个人的素质，一个组织良好的礼仪形象和美誉度，一个国家良好的礼仪水准和文明程度。每个人讲文明、讲礼貌，按照礼仪规范来约束自己的行为，这将有助于净化社会风气，有助于推进社会主义精神文明建设，实现人与人之间的和谐相处。可以说，提倡礼仪的学习与运用，必将使社会成为礼治的社会、文明的社会。要想达到这个目标，每个人都应从“我”做起，自觉地学习运用礼仪，共同创造文明的生活环境。

练习与思考

1. 举例说明礼貌、礼节和礼仪之间的区别和联系。
2. 礼仪的基本特征是什么？
3. 举例说明不同时代礼仪的表现内容。
4. 请就以下两个问题进行讨论：
 - (1) 礼节礼仪与职业道德有怎样的关系？
 - (2) 大学生，尤其是职业技术学院的学生掌握礼仪礼节的重要意义何在？

技能实训

实训项目一：案例赏析

【案例一】

李明是一位刚进入大学的新生，从小父母就教育他要做一个有礼貌的孩子，他自己也觉得对人很有礼貌，如为了表示对同学的关心，他不断地打听同学家