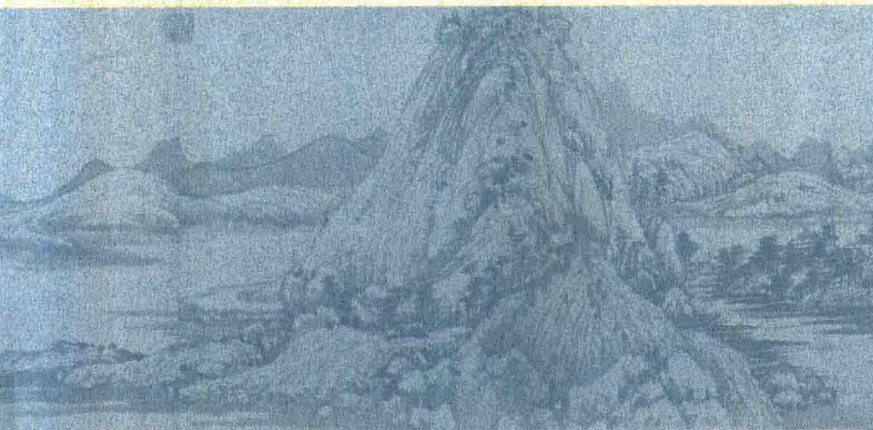




普通高校“十三五”规划教材·公共基础课系列

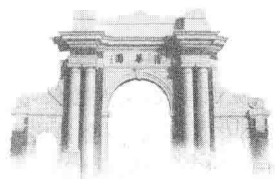
实用商务礼仪



魏凯林 © 编著



清华大学出版社



普通高校“十三五”规划教材

实用商务礼仪

魏凯林 © 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

《实用商务礼仪》系统、全面地介绍了商务活动中的个人形象礼仪,服饰礼仪,见面礼仪,交谈礼仪,通信礼仪,商务往来礼仪,行进间的礼仪,宴请礼仪,商务会议礼仪,商务谈判与签约礼仪,仪式与会务礼仪,购物、住宿、餐饮服务礼仪,招聘与求职礼仪,涉外商务礼仪,宗教礼仪以及外国的礼俗与禁忌等方面的知识、技能和技巧。《实用商务礼仪》涉及面广、实用性强,不仅可以作为高职院校学生的教材,同时也可以作为高等专科学校、成人高校、本科院校的技术学院、继续教育学院和各类培训机构的教材或参考用书。

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

实用商务礼仪 / 魏凯林编著. —北京:清华大学出版社,2017

(普通高校“十三五”规划教材·公共基础课系列)

ISBN 978-7-302-45949-1

I. ①实… II. ①魏… 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(2016)第 310351 号

责任编辑:梁云慈

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:刘海龙

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, e-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:保定市中画美凯印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:14.75 字 数:335千字

版 次:2017年1月第1版 印 次:2017年1月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:30.00元

产品编号:072626-01

前言

“礼者，敬人也”，是表示对人的尊重；“仪，度也”，即“敬人”的具体形式。中国是个文明古国，被誉为“礼仪之邦”。礼仪，作为人们约定俗成的行为规范，通过礼节、礼貌、仪表、仪式等具体形式表现出来，又以精神道德的力量支配着每个人的行为举止。

现代商务礼仪，是在继承传统礼仪的基础上演化发展起来的。随着我国市场经济的迅速发展，各种商品琳琅满目、品种繁多，即使是同类商品，生产的厂家也很多。在激烈的竞争条件下，企业如何占领市场，永续发展？这有赖于树立良好的企业形象，培养高素质的员工队伍，向顾客与合作伙伴提供热情礼貌、周到细致的全方位服务。而学习与践行商务礼仪，是实现上述目标的重要措施。

现今，许多院校根据社会经济发展的需要，开设了商务礼仪教学课程。在长期的教学实践中，作为一线教师，笔者常常思考一个问题：商务礼仪是一门完整系统的社会科学，如何让学生全面了解和掌握这方面的知识，而不仅仅是为了教学和学生求职的需要？“铁打的营盘，流水的兵”，社会发展的链条在不停地转动，今天的学生，明天就是社会的主人。今天学的知识，明天应该能够灵活运用。为了适应这种需要，笔者在吸取前人研究成果的基础上，增添补充了一些新的实用的内容，编写了《实用商务礼仪》一书。

本书的重点是论述人们在商务交往中，为什么要注重礼仪和怎样做才符合礼仪等问题。因此，本书采用理论联系实际、深入浅出的方法，详细介绍了各种商务场合应该遵守的礼仪规范。是一本适合在校学生和社会读者学习礼仪知识的书籍。

在本书的编写过程中，笔者参阅、引用了有关商务礼仪方面的书刊和资料，并得到了有关专家、学者的具体指导，在此一并致以衷心的感谢！因笔者水平有限，书中难免有疏漏和不足之处，恳请同行和读者批评指正。

编者

2016年7月28日

目 录

前言	I
第一章 绪论	1
第一节 礼仪的含义与特征	1
第二节 我国礼仪的形成与发展	3
第三节 西方礼仪的起源与影响	5
第四节 商务礼仪	6
第二章 形象礼仪	11
第一节 形象塑造的重要性	11
第二节 仪容礼仪	12
第三节 仪态礼仪	20
第三章 服饰礼仪	27
第一节 着装得体	27
第二节 男士西装	29
第三节 职业女装	34
第四节 旗袍和中山装	37
第五节 饰物的选择与佩戴	38
第四章 见面礼仪	41
第一节 礼貌用语	41
第二节 介绍礼仪	44
第三节 握手与致意	46
第四节 名片的使用	48
第五节 其他见面礼仪	50
第五章 交谈礼仪	53
第一节 交谈的规范	53
第二节 选择适宜的话题	55

第三节	交谈的技巧	57
第六章	通信礼仪	62
第一节	电话礼仪	62
第二节	手机礼仪	64
第三节	网络礼仪	66
第四节	书信礼仪	68
第七章	商务往来礼仪	82
第一节	拜访礼仪	82
第二节	接待礼仪	84
第三节	馈赠与受礼	86
第八章	行进间的礼仪	90
第一节	陪同客人时的礼仪	90
第二节	自己出行时的礼仪	95
第九章	宴请礼仪	101
第一节	宴请的形式与准备	101
第二节	中式宴请	106
第三节	西式宴请	110
第十章	商务会议礼仪	117
第一节	会前准备	117
第二节	出席会议人员礼仪	119
第三节	会议座次安排	120
第十一章	商务谈判与签约礼仪	123
第一节	谈判的礼仪	123
第二节	签约的礼仪	127
第十二章	仪式与会务礼仪	131
第一节	开业典礼礼仪	131
第二节	剪彩仪式	134
第三节	展览会礼仪	137
第四节	新闻发布会礼仪	139
第十三章	购物、住宿、餐饮服务礼仪	142

第一节	购物服务礼仪	142
第二节	住宿服务礼仪	144
第三节	餐饮服务礼仪	149
第十四章	招聘与求职礼仪	154
第一节	招聘礼仪	154
第二节	求职礼仪	158
第三节	劳动合同	166
第十五章	涉外商务礼仪	178
第一节	涉外商务礼仪的基本原则	178
第二节	迎送礼仪	179
第三节	商务活动礼仪	182
第四节	与一些国家商务交往中应注意的事项	187
第十六章	宗教礼仪	192
第一节	佛教	192
第二节	基督教	196
第三节	伊斯兰教	201
第四节	道教	204
第十七章	外国的礼俗与禁忌	207
第一节	亚洲主要国家的礼俗与禁忌	207
第二节	欧洲主要国家的礼俗与禁忌	214
第三节	非洲主要国家的礼俗与禁忌	219
第四节	美洲主要国家的礼俗与禁忌	221
第五节	大洋洲主要国家的礼俗与禁忌	223
参考文献		225

第一章

绪 论

“礼”是一种道德规范。孔子说：“礼者，敬人也。”意思是说，在人际交往中，既要尊重别人，也要尊重自己。尊重自己，就是注重自身的仪容仪表和内在素质的提高，努力塑造完美的“我”。尊重别人，只是口头说说不行，人家怎么知道你心里想什么呢？这就需要一定的表达形式，这种形式就叫“仪”，所以，“仪”是向别人表示尊重的具体形式和基本技巧。

在人们的社会交往中，只有“礼”没有“仪”是不行的，那会成为空中楼阁，无法表达出来；只有“仪”没有“礼”也是不行的，那会成为无源之水、无本之木，失去表达的方向。所以，在社会实践中，应该把“礼”和“仪”结合起来，形成“礼仪”。

第一节 礼仪的含义与特征

一、礼仪的含义

礼仪是人们在社会交往中，为表示相互尊重而约定俗成的行为规范，它包含礼貌、礼节、礼俗和仪容、仪表、仪态、仪式等。

礼貌是人们相互交往中敬重、友好的行为表现，它不仅可以融合人际关系，也是一个人的文化层次和文明程度等内在修养的体现。礼貌包括礼貌语言和礼貌行为。礼貌语言是一种有声的行动，如“您好”“祝您万事如意”等；礼貌行为是一种无声的语言，如一个微笑、一个鞠躬等。这些都属于礼貌的范畴。

礼节是人们在日常生活，特别是交际场合相互问候、致意、祝愿、慰问等常用的礼貌行为，也包括对他人提供必要的帮助与馈赠等。如过年过节，给亲友发一条贺信、送一份礼物，或者慰问孤寡老人、资助因贫困而失学的儿童等。礼节是礼貌在语言、行为、仪态等方面的具体表现形式。没有礼节，就无所谓礼貌；有了礼貌，必然会伴随着具体的礼节行为。

礼俗是礼仪与习俗的结合体，指婚丧、祭祀、交往等各种场合的礼节。“十里不同风，百里不同俗”，礼俗因地域的不同而千差万别。一个讲礼貌的人，在参加亲友或客户的生辰、婚庆、丧葬、祭祀活动时，必须了解和尊重当地习俗，不然就会闹出笑话，得罪对方。

仪容，通常是指人的外貌，主要包括脸蛋、头发、肌肤等。在人际交往中，一个人的仪容会引起交往对象的特别关注，并将影响对方对自己的整体评价。容颜在很大程度上来自遗传，这里讲的仪容，是根据自身的特点，通过修饰与保养，达到尽可能完美的程度。

仪表是指人的外表，如服饰、姿态、气质风度等。我们常说的仪表堂堂，就是讲一个人身材魁梧、服饰得体、气质庄重、风度翩翩。

仪态是指人的姿势、举止和动作。注重仪态，一要讲究文明礼貌，不应在他人面前有粗野的动作和行为表现。二要庄重自然、大方得体。在与人交往时，要不亢不卑、真诚实在，既不要趾高气扬，又不能低三下四。三要仪态美观、优雅脱俗。四要仪态敬人，通过良好的行为举止来体现敬人之意。

仪式是指按一定的程序与规范举行较大或较隆重活动的形式。如结婚典礼、开业剪彩、展览会开幕、新闻发布会等。

礼仪是“礼”和“仪”的合一。“礼”是第一位的，它是主旨。礼貌、礼节、礼俗和仪容、仪表、仪态，都是“礼”的具体表现形式，它们共同的目的是表示对人的尊重与友好。

二、礼仪的特征

礼仪一般具有以下特征。

1. 规范性

礼仪是一种规范。礼仪规范的形成，不是人们抽象思维的结果，而是对人们在社会实践中所形成的一定礼仪关系的概括和反映。这种规范性，不仅约束着人们在一切交往场合的言谈话语、行为举止，使之合乎礼仪，而且也是人们在一切交际场合必须采用的一种“通用语言”，是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。人们可以学习与运用礼仪，也可以在继承的基础上发展与完善礼仪，但不能随心所欲地创造所谓新的礼仪，因为礼仪是人们在长期的社会实践中逐渐形成的、约定俗成的道德规范，这就是礼仪的规范性。

2. 广泛性

古今中外，各种礼仪浩如烟海，遍布社会生活的各个领域，贯穿着人类社会的始终。上至国家下至家庭，从国内到国外，人们生活中的衣、食、住、行和社会交往中的各个方面，都有具体的礼仪规范，礼仪可谓无处不在；从古代到近代，从现在到未来，礼仪都是人际交往的行为规范，礼仪可谓无时不有。从礼仪使用的范围和性质来看，还可以分为家庭礼仪、社会礼仪、商务礼仪、公关礼仪、涉外礼仪、宗教礼仪等。

3. 平等性

礼仪的基本原则是人与人之间的平等性。如果长官打骂平民，富豪看不起穷人，他们之间又如何谈得上相互尊重呢？其实，你当官，我做百姓，只是分工不同而已；你富裕，我贫困，只是各人拥有的财富不同而已，但人格上都是平等的。礼仪倡导人与人之间的平等关系，它也只适用于平等关系下的人际交往。因此，不论个人之间、集体之间，还是国家之间，都应当一律平等，违背了平等、尊重的原则，也就违背了礼仪的基本准则。虽然在现实生活中，对不同身份、不同地位的人，在礼宾待遇方面作了不同的等级规定，但这种规定并不意味着尊卑贵贱，而是服从社会控制体系和正常交往秩序的体现，是工作需要和礼仪需要相互融合统一的结果，人与人之间关系的本质并没有改变。

4. 差异性

礼仪的具体运用,在不同的民族、不同的时代以及不同的行为环境中,有不同的内容与要求,其中民族差异性较为明显。礼仪的民族性差异源自各民族礼仪形成、发展的文化背景不同和心理上的差异等。礼仪的民族性体现了一个民族的心理、文化和习惯,反映了一个民族的文明、智慧和社会风尚。因此,凝结了整个民族情感的礼仪是不易改变的。

礼仪的差异性还表现在个体差异上。同一个礼仪形式,在不同场合、针对不同对象,会有细微差别。现代社会强调个体特征。个体特征是一个人的地位、文化素养、经历、资质等方面的综合反映,所以,不同的人在礼仪行为方面,往往会表现出一定的差异性。

5. 包容性

每一个国家或地区、民族的礼仪,都有其自身的特点。但是,随着信息传播和社会交往的增加,现代礼仪兼容并蓄,融合世界各个国家礼仪之长,使礼仪的地域性相对减弱,变得更加国际化。例如,人们在问候、打招呼、礼貌用语、各种庆典仪式等方面的礼仪,大体上是世界通用的。正是由于礼仪的包容性,才形成了国际交往礼仪。

6. 传承性

礼仪是历史的产物,任何国家的礼仪都具有自己鲜明的民族特色,任何国家的当代礼仪都是在本国古代礼仪的基础上传承、发展起来的。离开了本国、本民族既往礼仪成果的传承、扬弃,就不可能形成现代礼仪。

作为人类文明的积累,礼仪的发展从未间断,一直代代相传。将人们在交际应酬之中的习惯做法固定下来,流传下去,并逐渐形成自己的民族特色。这不是一种短暂的社会现象,而且也不会因为社会制度的更替而消失。现代礼仪正是从传统礼仪的精神遗产中,去其糟粕,取其精华,在实践中逐步形成和发展起来的,因而具有明显的历史继承性特征。

第二节 我国礼仪的形成与发展

一、礼仪的形成

礼仪起源于原始社会的中晚期。此时的人类,开始用树皮、秸草缝制衣服,以遮羞御寒;共同狩猎,均等分配食物;把贝壳穿起来挂在脖子上用以装饰自己;族人死了,举行原始的宗教仪式,等等。人类进入新石器时代以后,不仅能制作精细的磨光石器,并且出现了农业和畜牧业。在此后数千年的岁月里,原始礼仪渐具雏形。当时的人们已经注意尊卑有序、男女有别,如长辈坐上席,晚辈坐下席;男子坐左边,女子坐右边等礼仪日趋明确。

在原始社会,由于科学知识贫乏,加之社会生产力十分低下,人类处于一种愚昧状态,在大自然面前显得软弱无力。对斗转星移、四季更替、风起云涌、电闪雷鸣等自然现象感到神秘莫测,在地震、旱涝、瘟疫等自然灾害面前感到束手无策。于是,人们就把生活中的得失成败归之于自然的恩赐或惩罚。

人们相信在天地间还有超自然的神主宰着世间万物,天、地、日、月、山、川等皆由神主管,并且还有形形色色的鬼在世间作祟。人们为了避免受到伤害,便虔诚地向神鬼跪拜敬礼,祈求免灾降福,从而产生了人类以祭天、敬神为主要内容的“礼”的雏形。繁体字的“禮”由“示”和“豊”组成。“示”指神灵,“豊”是一种专门用于祭祀活动的盛满美食的器皿。所以,“礼”的意思是端着供品向神灵表示敬意。在长期敬神祭鬼的活动中,各种程序与形式逐渐完善并固定下来,这就是最初的礼仪。可见,礼是原始社会宗教信仰的产物。

二、礼仪的发展

随着私有制、阶级和国家的出现,人类社会进入到奴隶社会,这是人类社会的一大进步,人类的文明程度也随之得到提高。原始社会时期的野蛮现象逐渐消失,各种礼仪制度相继确立。

礼作为一种行为尺度和规则被打上了阶级的烙印,礼仪也从主要的原始宗教仪式发展成为一整套的伦理道德观念。奴隶主贵族用礼来树立君主的尊严和绝对权威,维护自己在政治、经济、文化及社会各方面的统治。这就是所谓“礼,国之大柄也”。古人云:“中国有礼仪之大,故称夏;有服装之美,故称华。”古代华夏民族正是凭丰富的礼仪文化受到周边其他民族的赞誉。早在孔子以前,已有夏礼、商礼、周礼三代之礼。西周时代是我国古代历史上的礼治时代,在周公主持下制定的《周礼》,内容较为广泛,礼法更为详尽,是我国最早也是最重要的礼仪论著,对后世礼仪的发展影响较大。

春秋战国时期,以孔子、孟子、荀子为代表的学者更加系统地阐述了礼的起源、本质与功能。孔子是我国历史上第一位礼仪学专家,他把“礼”作为治国安邦的根本。他主张“为国以礼”,“克己复礼”,倡导人们“约之以礼”,做“文质彬彬”的君子。他积极投身于礼仪教育,以“诗、书、礼、乐教弟子盖三千焉;身通六艺者,七十有二人”。

孟子也很重视“礼”,如他所说“恻隐之心,仁也;羞恶之心,义也;恭敬之心,礼也;是非之心,智也”。把仁、义、礼、智作为基本道德规范。他还认为“辞让之心”和“恭敬之心”是礼的发端和核心。荀子著有《礼论》,论证了礼的起源的社会作用。他说:“礼者,人道之极也。”把礼看作做人的根本目的和最高理想,把识礼、循礼与否作为衡量人的贤愚和高低贵贱的尺度。

到了封建社会,礼发展进入礼仪时期,而且礼仪制度有了新的特点,即被打上了严格的等级制度的烙印,其主要作用是维护封建社会的等级秩序。在中国,封建社会的最高统治者皇帝自命为“真命天子”,他的话就是金科玉律。朝见天子,须三跪九叩,念念有词。品官相见,当品级低者向品级高者行拜礼时,动辄一跪三叩,重则三跪九叩。这些都适应了封建社会地主阶级等级森严的政治制度的需要。

清代后期,清王朝政权腐败,民不聊生,古代礼仪盛极而衰。随着西学东进,一些西方礼仪传入中国,如北洋新军便采用西方军队的举手礼,以代替不合时宜的打千礼。清末民初,孙中山和他的战友们破旧立新,用民权代替君权,用自由、平等取代宗法等级制度;普及教育,废除祭孔读经;改易陋俗,剪辫子、禁缠足;等等,从而拉开了现代礼仪的帷幕。

新中国成立后,在继承的基础上,对旧礼仪进行了革新改造,摒弃了昔日束缚人们的“神权天命”“愚忠愚孝”以及严重束缚妇女的“三从四德”等封建礼教,确立了同志式的合

作互助关系和男女平等的新型社会关系,而尊老爱幼、讲究信义、以诚待人、先人后己、礼尚往来等中国传统礼仪中的精华,则得到继承和发扬。特别是党的十一届三中全会以来,拨乱反正,纠正了“文化大革命”中的混乱思潮,中国的礼仪建设进入全面复兴时期。从推行文明礼貌用语到积极树立行业新风,各行各业的礼仪规范纷纷出台。岗位培训、礼仪教育日趋红火,讲文明、懂礼貌蔚然成风。“礼仪之邦”的大地上,再度掀起学礼仪、讲礼仪、用礼仪的精神文明建设新高潮。

第三节 西方礼仪的起源与影响

国际礼仪源于西方礼仪。习惯上所称的西方,通常是指欧美各国,其文化源流、宗教信仰相近,在礼俗上虽因受各种复杂因素影响而有差别,但共性较多。澳洲及南美地区,因在历史上深受欧美文化的影响,其礼俗也与欧美各国有许多共同之处。

西方文明史同样在很大程度上表现出人类对礼仪的追求及其演变的历史。人类为维持与发展血缘亲情以外的各种人际关系,避免“格斗”或“战争”,逐步形成了各种与“格斗”“战争”有关的动态礼仪。例如,为了表示自己手里没有武器,让对方感觉到自己没有恶意而创造了举手礼,后来演变为握手;为了表示自己的友好与尊重,愿意在对方面前“丢盔卸甲”,于是创造了脱帽礼。在古希腊的文献典籍中,如苏格拉底、柏拉图、亚里士多德等先哲的著作中,都有很多关于礼仪的论述。中世纪更是礼仪发展的鼎盛时代。文艺复兴以后,欧美的礼仪有了新的发展,从上层社会对礼节的烦琐要求到20世纪中期对优美举止的赞赏,一直到适应社会平等关系的比较简单的礼仪规则。

西方礼仪的形成经历了复杂的历史过程。著名西方礼仪专家让·塞尔在分析西方礼仪形成时指出:它是地中海式的礼仪,因为思想方法、思维方式的灵活性和分寸感都来自古希腊文化;从法的观念和等级形式来看,它是古罗马式的;注重博爱、自由和平等的精神,体现出它是基督教式的;它是欧洲式的和大西洋式的,因为在西欧同北美的结合所形成的熔炉里,锻炼了欧洲最有前进力的分子,创造出在其他地区未见到的物质文明的繁荣;中世纪和文艺复兴的连续影响把妇女置于社交生活的中心地位,使妇女成为受尊重的对象,这是其他文明所没有的;西方礼仪深受法国思想的影响,因为它是在17—18世纪的法国宫廷里形成的,并在当时成为全欧洲仿效的样板。

正如人们所说,文明不过是一件东拼西凑的百衲衣,谁也不能夸口是“独家制造”。西方礼仪的形成充分证明了这一点,事实上当今世界各民族的礼仪莫不是如此。国际礼仪不仅是社会交往的产物,更是国际贸易和国际文化交流的产物。在国际交往中,为避免因为各国文化、历史差异而产生误会和隔阂,逐渐形成了一种约定俗成且大家共同采用并遵守的通行礼仪,或者说是与礼仪相关的国际惯例,成为人与人之间进行交往的行为准则和规范。国际交往的参加者能够以共同接受的通行礼仪约束自己的行为,这也有助于相互理解与接受。从实际操作意义上看,有了通行的国际礼仪,就像是创造了一种普遍流行且彼此接受的礼仪“世界语”。一些起源于欧美的礼仪,即西方礼仪如今已在世界众多国家中通行,而且将会有越来越多的被诸国普遍遵循的礼仪规矩,国际礼仪的内容会不断丰富和发展。

虽然中外礼仪根植的文化土壤不同,但都植根于文明,并随着文明的发展而形成。从世界范围内来看,无论是中华礼仪、古罗马式的礼仪、中世纪和文艺复兴时代的礼仪,还是欧洲式和大洋式的礼仪,无一不是如此。

第四节 商务礼仪

商务礼仪是人们在商务活动中,用以维护企业或个人形象,对交往对象表示尊重、友好的行为规范,它是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。

在当今的商业社会里,由于竞争的加剧,行业内部及相近行业间在产品和服务方面的趋同性不断增强,使企业与企业之间所提供的产品和服务差别不大,这就使企业的服务态度成为影响客户选择产品和服务的重要因素。同时,礼仪也体现了企业的文化氛围和员工的个人素质,是企业形象的重要内容。对于现代企业来说,学习商务礼仪,已成为企业提高美誉度、增强竞争力的重要手段。因此,作为商务人员应高度重视商务礼仪的学习与运用。

一、商务礼仪的原则

我国有“礼仪三百,威仪三千”的说法,由此可见我国礼仪名目之多。加上世界各国的礼仪习俗,更是五彩缤纷。我们在践行礼仪的过程中,应该遵守哪些原则呢?

1. 完整系统的原则

商务礼仪是一个完整的体系,它涉及商务活动的方方面面,因此,我们在商务交往中不能忽视它的整体性。每个商务人员都要使自己的仪容、仪表、仪态和言谈举止符合礼仪的要求。不能今天按礼仪要求办事,明天又忘了;或者是这个场合按礼仪要求出场,换一个场合又随便乱来。对于交往对象,要全面了解他们的礼仪习俗和民族、宗教禁忌,以符合他们礼仪要求的方式来接待。

2. 公平对待的原则

礼仪的核心是尊重交往对象,以礼相待。商务交往中的每个人都希望得到尊重,体现自我价值。因此,对交往对象要一视同仁,给予相同的礼遇。如果因为交往对象彼此之间存在年龄、性别、文化、职业、身份、财富等方面的差异,而采取不同的接待方式,或傲慢冷落,或曲意相迎,会被视为不礼貌的行为。故交往时要尽量做到公平对等,使每一位客人都得到应有的尊重。

3. 和谐适度的原则

在商务交往中,沟通和理解是建立良好的商务关系的重要条件,如果不善于把握沟通时的感情尺度,即人际交往中缺乏适度的距离感,结果会适得其反。在一般交往时,既要彬彬有礼,又不能低三下四;既要热情大方,又不能曲意奉承。在接待服务时,既要亲切友好,尊重客人,又要自尊自爱,端庄稳重。特别要注意把握分寸,周到而得体。在与陌生

人初次见面时,恰当的礼仪可以展示教养、内在气质和人格魅力。但不分场合,乱用礼仪,反而令人难以相处。例如,礼仪强调在正规场合着正装,如果你出席宴会、舞会、音乐会,也一身正装,反而与聚会的环境与氛围不协调。因此,应用礼仪要和谐适度,具体情况具体分析。

4. 尊重习俗与禁忌的原则

随着我国经济的迅速发展和开放的不断深入,商务活动要跟不同国籍、不同地区的商务人员打交道。各国各地区的商务人员都有自己的礼仪习俗、民族宗教禁忌。与他们打交道,要充分了解和尊重他们的习俗、禁忌,入乡随俗才能融合彼此。

二、商务礼仪的作用

1. 内强素质

现代商务人员不可避免地要跟人打交道,即便是日常的商务工作,都要恰到好处地展示自己的气质与修养。教养体现于细节,细节展示素质,一个人的仪容仪表、言谈举止,是其素质的具体体现。有人常在公众场合抽烟,他自认为是一件小事,无伤大雅。但对于不抽烟的人来说,认为你侵犯了人权,危害了他人的身体健康,会说你素质太低。礼仪的核心是对人的尊重,尊重他人,就要从点点滴滴做起。因此,学习和运用礼仪,可以全面提高一个人的素质。

2. 外塑形象

企业形象是由理念、行为和视觉组成的。理念是指创办企业的宗旨,你认为是消费者至上,还是金钱万能呢?行为是指企业生产或销售的商品是价廉物美,还是假冒伪劣;视觉是指商品的款式、色彩、质地和包装,还包括厂容厂貌、员工着装、产品的商标等。一个以消费者至上、“顾客就是上帝”的企业,会努力生产、销售款式新颖、价廉物美的商品,提供文明礼貌的优质服务来满足消费者的需要。也只有这样的企业才能获得社会的认可、顾客的赞誉,才会有永续发展的后劲。

个人形象主要指仪容仪表、言谈举止等,而这些正是礼仪的重要内容。例如仪容的修饰,仪表的矫正,服饰的颜色、式样、搭配,待人接物,礼尚往来等,都有明确的规范。因此,学习和运用礼仪,有利于商务人员更好地、更规范地设计和维护自身形象,充分展示个人的优雅风度与良好教养,赢得社会的尊重和消费者的赞誉,为企业和个人创造更多的经济效益与社会效益。

3. 增进沟通

现代企业处于一个复杂、开放的大环境中,要处理客户关系、政商关系、社区关系等各种关系,要协调各方不同的利益要求,难免会产生摩擦和矛盾。人们在商务交往中,由于各自的立场、利益不同,对同一个问题也会产生不同的理解与看法,如果双方不能沟通,不仅交往的目的难达到,还可能产生误解与隔阂,进而影响到商务活动的有效开展。礼仪规

范了人们的行为方式,协调了人与人之间的关系,在社会交往中发挥着巨大的沟通协调作用。恰当地运用礼仪,可以消除误会,加深了解,增进友谊,融合关系,达到有效沟通的目的。

4. 提高效益

新加坡前总理李光耀曾说:“礼仪能导致良好的人际关系,而良好的人际关系又是提高生产力的要求。”礼仪就是生产力。正确使用商务礼仪,可以树立良好的企业形象,提高企业的美誉度和知名度,从而帮助企业建立广泛的合作关系,提高企业的经济效益和社会效益。

乔·吉拉德是世界上最精明的推销员之一。一天,一位中年妇女从对面的福特汽车销售店走出来,进了吉拉德的雪佛兰汽车展销店。她的本意是想买一辆白色的福特车,只是顺便到吉拉德的店子里看看。“夫人,欢迎您来看我的车。”吉拉德微笑着说。妇女兴奋地告诉他:“今天是我55岁的生日,想买一辆白色的福特车作为送给自己的生日礼物。”“夫人,祝您生日快乐!”吉拉德热情地祝贺道。随后,他轻声地向身边的助手交代了几句,就领着中年妇女边走边介绍。一会儿,助手走了进来,把一束玫瑰花交给了吉拉德。吉拉德把这束漂亮的玫瑰花送给中年妇女,再次对她的生日表示祝贺。那位中年妇女感动得热泪盈眶,当即在吉拉德这儿买了一辆白色的雪佛兰轿车。有时候,一个微笑,一声祝贺,一束鲜花,就能赢得消费者的满意,从而做成一笔大的生意,礼仪在商务交往中的作用就不言而喻了。

三、商务礼仪的修养

在商务礼仪中,要体现以下几方面的修养。

1. 道德修养

礼仪是道德规范体系中最基本的行为规范,道德是礼仪的基础,礼仪是道德的表现形式,有德才会有礼,无德必定无礼,两者相辅相成、互为补充。所以,学习和运用礼仪,必须首先加强道德的修养。

一是要诚实守信。对于商务人员来说,诚信是最基本的道德要求。“言必信,行必果”,“一诺千金”讲的就是诚信。在商务交往中,交易双方只有坚守诚信,兑现诺言,才能建立起稳固的商务关系,企业的发展才有后劲。同仁堂历经300年而长盛不衰,靠的是“炮制虽繁必不敢省人工,材料虽贵必不敢减物力”;海尔从一个乡镇企业发展成为跨国集团,靠的是“真诚到永远”的承诺。成就一个品牌可能需要几十年甚至更长时间,但一次追逐小利的不诚信可能毁掉多年的经营。“三鹿”这个有着几十年历史的老品牌,因被检测出有三聚氰胺而从此消失。

二是要谦虚谨慎。俗话说,“满招损,谦受益”。人不能没有自信心,但自信不等同于骄傲。骄傲是前进路上的最大障碍,总是会怂恿人对镜自赏,扬扬得意,自我感觉超过现实。这是一种无知、偏见、傲慢的表现。“金无足赤,人无完人。”在成绩面前要保持清醒的头脑,善于寻找自己的不足,在商务交往中,也许会有人赞誉你,这可能是出于礼貌,或者

有求于你。如果你由此就骄傲起来,甚至蛮横无理,就会伤了感情,影响以后的交往。

三是要遵纪守法。法纪来源于道德,道德始于礼仪。人类的文明是从敬神、敬鬼的礼仪开始的,然后形成社会的道德规范。道德规范倡导人们爱国家、爱集体、礼貌待人、助人为乐等,但它没有约束力。对于违犯道德规范的人,只能规劝、谴责,不能强迫人改正。法纪是在道德规范的基础上形成的强制性条文,规定人们应该怎么做,不能怎么做,违犯了就要惩罚,强制改正。如党员违犯了党的纪律,轻则警告、留党察看,重则开除党籍;人若诽谤他人、侵害他人的财物和人身安全,法律就要制裁,判你赔礼道歉、归还赃物,甚至判刑、坐牢。法纪是道德规范的另一种表现形式,遵纪守法,就能提高自己的道德修养,养成良好的礼仪行为习惯。

2. 精神修养

商务关系错综复杂,需要处理的问题和矛盾很多,仅仅依靠训练有素的专业技能和智力是不够的,还需要有效地控制自己的情绪,而不被情绪所控制。这就是心态调整的问题,属于精神修养的范围。

人们常常会出现这样的情况:自己明明知道应该怎么做,不应该怎样做,但情绪一来,就由着性子做事,往往把事情弄砸。要调整和控制自己的心态,最重要的还是要坚持礼仪的宗旨:尊重为本。首先是尊重自己。尊重自己,就要维护个人的尊严和形象,维护自己的人格与国格。其次是尊重别人。尊重别人,一要接受对方。各人的立场、观点不同,对待事物的看法也难免不一致,只要不是原则问题,就要充分考虑对方的意见,求同存异,宽以待人。二要重视对方。善于发现对方的优点,肯定对方的成绩,包容对方的不足之处,特别是不要在背后议论他人的是是非非。三要赞美对方,肯定对方的优点和长处。你在赞美对方时,会给对方带来一种愉悦,而对方的这种愉悦也会反馈给你。人际交往是互动的,当你善待别人时,别人也会善待你,这种融洽、愉悦的气氛,有利于心态的调整和控制。

3. 文化修养

文化修养是一个内涵与外延很广的命题。这里所讲的文化修养,是站在礼仪的角度,指如何塑造个人形象方面的文化知识。

人们常说的气质,其实就是一个人内在素质的外部表现,是这个人丰厚的文化底蕴所产生的效果,而光靠外部的修饰与包装是不能达到的。提高自身文化修养,一是要多读书,读好书。虽然不能“读尽人间书”,但要根据自己的实际,有针对性地选读一些文、史、哲、艺术等方面的书,提高自己对世界的了解与把握。“腹有诗书气自华”,可见读书之重要。二是要行万里路。“读万卷书,不如行万里路”。阅历是人生一种无法替代的财富。能从事多种职业、走遍五湖四海固然是件好事,向身边的同事、朋友学习也能提升自己。每个人都有闪光的地方,虚心地吸取别人的长处,弥补自己的短板,就能在潜移默化中提高自己的文化修养。三是要融会贯通。知识并不代表能力,阅历也不象征智慧,只有经过自己“去伪存真,去粗取精”的锻造,才能用他山之石雕刻出自己所喜爱的美玉来。

4. 审美修养

“爱美之心，人皆有之”。但什么是美？人们如何根据自己的相貌、身体、肤色和职业、场所来装扮自己？这要由每个人的审美意识来决定。一个人审美能力的提高，需要长期的知识积累和审美实践，具体来说，主要应注意以下几个方面。

首先要加强对审美知识的学习，增加审美知识的储备。通过学习与思考，弄明白什么是美，为什么要进行审美，怎样才能达到美的标准。在不断的学习与审美实践中，不断提高自己的审美能力。

其次要树立正确的审美观。不同族群、不同阶层的人士，其审美观也有不同：有的人以端庄大方为美，有的人以妩媚妖艳为美；有的人以奇装异服为美，有的人以着装整洁为美。作为商务人员，要善于在纷繁复杂的世界中，分辨出真善美和假丑恶，吸取精华，扬弃糟粕，树立高雅的审美观。

思考与练习

1. 简述礼仪的含义、形成与发展。
2. 礼仪在人们的社会生活与商务交往中有哪些重要的作用？
3. 怎样培养和提升自身的礼仪修养？
4. 观察周围的人和事，分析哪些言行举止符合礼仪规范，哪些不符合礼仪要求，应当怎样改进？