

徐克茹 / 编著




SHANGWULIYI  
BIAOZHUN  
PEIXUN

# 商务礼仪 标准培训

提升职业形象 铺平成功之路



 中国纺织出版社

徐克茹/编著




SHANGWULIYI  
BIAOZHUN  
PEIXUN

# 商务礼仪 标准培训

提升职业形象 铺平成功之路



 中国纺织出版社

## 内 容 提 要

本书系统地介绍了当代商务礼仪的基本知识和标准规范,帮助职场人员提高个人职业修养水平,使他们能合乎礼仪、自如得体地面对客户、上司、同事以及外国客商,在各种不同类型的商务场合中展现出完美出众的职业风采,更顺利地取得事业的成功。

本书可作为各企事业单位员工礼仪培训教材,也适合各类型企业的所有人士阅读,特别能对初涉职场或即将步入职场的人士以及没有系统学习过商务礼仪的职业人士提供帮助。

### 图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪标准培训/徐克茹编著. —北京:中国纺织出版社, 2007. 1

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4068 - 4/F · 0735

I. 商… II. 徐… III. 商务 - 礼仪 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 119008 号

---

策划编辑:姜 冰 特约编辑:夏咏华

责任设计:何 建 责任印制:初全贵

---

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail:faxing@c-textilep.com

三河市世纪兴源印刷有限公司印刷 三河水成装订厂装订

各地新华书店经销

2007 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:15

字数:235 千字 印数:1—7000 定价:26.00 元

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4068 - 4/F · 0735

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

# 引言

1993年大学毕业的时候,我得到了一个令大家羡慕的“铁饭碗”。平静安稳地工作了若干年之(以)后,我突然发现很多同龄人在事业上已经远远超过了我。我好像已经变成了温室里鲜艳的花朵,外表看似茁壮美丽,骨子里却弱不禁风。而立之年,需要鼓起勇气改变自己了。

记得有一个寓言,讲冷水锅里的青蛙,被放在炉子上煮,由于水温是在极缓慢地升高,所以它对即将到来的危险浑然不觉。本来青蛙能够轻而易举地跳出锅外,可是由于水温是缓缓地逐渐升高的,所以它并没有打算离开这渐渐温暖的舒适环境。当它意识到问题的严重时,它已经被热水烧伤了,失去了本来拥有的弹跳能力。扔掉铁饭碗,我才发现自己那些年的生活很像那只青蛙!幸运的是我还具备走路的能力,努力锻炼还能够恢复“弹跳力”。找工作并不是很难,但是我打算重新选择一份自己真正热爱并且擅长的工作。

礼仪培训,成为了我的新工作。商务礼仪培训课程在5年前还是很少的。进修,听课,疯狂读书,在看似没有任何进展的情况下努力坚持。这也许是大部分改行的人都有过的经历。

勇气和毅力,是做培训师所必须具备的素质。即使你天生就具有演讲的才华,你也时常要在情绪周期和体力周期中的低谷上爬坡。只要站在台上,所有的状态立刻要调节到“极佳”。其次,还必须不停地学习。人的自信心通常来自能力,而能力来自知识和实践。当你拥有更多知识并不断实践之后你会变得更加自信,你会用更富创意的方法去工作。通过自己坚持不懈的辛勤工作,自己完全能够改变自己的命运。“我们是否能成为一名成功的专业人士在很大程度上取决于我们为理解专业知识所付出的努力大小,以及我们是否能继续完善和发展自己的职业修养。”

我们正处于一个剧烈变革的时代。不学习、不会学习或不再学习的人将有着相同的命运——被时代无情、迅速地甩到后面。查尔斯·达尔文说,一个物种的成功并不取决于它个体的大小或强弱,而是取决于这个物种适应外界变化的能力。

改变世界,从改变自己做起。“你能否进门取决于你看上去像什么;你能否留下来取决于你知道什么。”形象是外在的,素质是内在的,难的是内外兼修!我希望我的学员们看上去都像成功的职业人士,能够在职场上获得充分展示自己的机会;我更希

望我的学员们能够在商务场合轻松自如地、得体地与他人沟通,这样他们会更顺利地走上成功之路。

《新华词典》对“礼仪”的解释是“礼节与仪式”。礼节:表示尊敬、问候、祝愿等的习惯形式。仪式:在一定场合举行的、具有专门程序的、规范化的活动。

同样的一个人,当他(她)穿某一身衣服,以某一种表情、语言、动作表达自己时,会遭到拒绝;但是当他(她)穿另一身衣服,以另一种表情、语言、动作表达自己时,却会被接受。在商务场合当中,我们每天都会与各种各样的人打交道,对我们来说,人际关系与专业知识同等重要,甚至在很多时候人际关系更能决定我们事业的走向。我们在各种场合(如接待、拜访、用餐、面试等)当中是否有得体的表现、是否正确表达了对对方的尊重,构成了我们人际关系的基础。本书总结了我这几年来在商务礼仪培训课程当中最常讲授的礼仪知识,介绍了商务场合中所需的最基本的礼仪规则。考虑到职业人士工作节奏和学习习惯,我尽量使本书遵循简洁明快、通俗易懂、朴素实用的风格。在每一小节的后面,都附有一些习题。第二章和第七章的内容与大家日常的工作联系最为紧密,因此习题的题型也比较复杂。请认真对待这些习题,因为假如你只是走马观花地仅仅“看看”书中讲了些什么而不去认真做实际的练习,那么等你合上书本以后,90%以上的内容你都将归还给我!认真地练习完这些内容以后,我相信:不管是与客户一起吃螃蟹,还是需要接待比尔·盖茨,你都会充满信心!

现在就下决心改变自己!在商务场合当中,你会发现你的形象在改善,你的人际关系在改善,你的工作将会越来越顺利。这个世界会因为你所付出的努力而更加光明灿烂!

徐克茹

2006年11月于北京

# 目录

- 001 第一章 商务礼仪的基本概念**
- 001 第一节 什么是商务礼仪
- 003 第二节 商务礼仪的文化基础
- 007 第三节 商务礼仪培训的教学方法
  
- 013 第二章 商务场合基本礼仪**
- 013 第一节 见面问候的礼仪
- 017 第二节 介绍的礼仪
- 021 第三节 使用名片的礼仪
- 024 第四节 接打电话的礼仪
- 028 第五节 网络礼仪
- 031 第六节 办公室礼仪
- 036 第七节 与工作有关的文体活动中的礼仪
- 039 第八节 求职面试礼仪
  
- 045 第三章 职业形象:仪容礼仪**
- 045 第一节 形象的社会心理学基础
- 049 第二节 皮肤类型的诊断与保养操作方法
- 061 第三节 仪容礼仪规范与日常修饰的操作方法
- 072 第四节 卫生与小节
  
- 079 第四章 职业形象:仪表礼仪**
- 079 第一节 职业服装品质的基本要素
- 086 第二节 职业服装审美的基本要素之一:色彩
- 092 第三节 职业服装审美的基本要素之二:款式
- 115 第四节 职业服装审美的基本要素之三:饰品
- 127 第五节 职业人士衣柜大扫除

130	第六节	镜头中的形象
133	<b>第五章</b>	<b>职业形象:身体语言与仪态礼仪</b>
133	第一节	身体语言
142	第二节	基本站姿与站姿变化
148	第三节	基本坐姿与坐姿变化
154	第四节	走姿与蹲姿
157	<b>第六章</b>	<b>商务餐饮礼仪</b>
157	第一节	茶
167	第二节	中餐礼仪
170	第三节	西餐礼仪
182	第四节	日餐礼仪
191	第五节	韩餐礼仪
198	第六节	自助餐礼仪
205	<b>第七章</b>	<b>商务接待、拜访与会议礼仪</b>
205	第一节	商务接待礼仪
212	第二节	商务拜访礼仪
216	第三节	商务会议礼仪
219	<b>第八章</b>	<b>商务旅行与礼尚往来</b>
219	第一节	旅途中的礼仪
224	第二节	居住宾馆的礼仪
226	第三节	商务送礼的礼仪
231		<b>参考文献</b>

# 第一章 商务礼仪的基本概念

## 第一节 什么是商务礼仪

管子曰：“仓廩实则知礼节，衣食足则知荣辱。”

粮仓放满了，人们就知道要讲究礼节了；吃饱穿暖了，人们就知道什么是光荣与耻辱了。

随着经济的飞速发展，人们在商务场合当中，越来越注意如何以恰当的方式表示对交往对象的尊重，从而营造良好的商务交往氛围，取得共赢的结果。中华民族素以“礼仪之邦”著称于世，那么，什么是“礼仪”？

**礼仪** 是“礼”和“仪”的统称，是人际交往过程中，人们相互表达尊重、友善，以建立和谐关系为目的而遵从的行为方式、行为准则和活动程序的总和。“礼”是指礼节、礼貌，“仪”则涵盖了仪容、仪表、仪态以及仪式。

**礼节** 是指人们在相互交往的过程中，相互表示尊敬、问候、欢迎、哀悼、祝福等的习惯形式。这些习惯形式在历史过程当中随着时代的发展而不断变化，在同一时代又有着极大的地域性差异。比如，在中国古代，见了尊者要行跪拜礼（跪下磕头），原始的跪拜礼又根据对方尊贵的程度不同而分为拜首、稽首、顿首，区分的尺度是头俯的程度不同，如此烦琐的程序与当时社会生活缓慢的节奏相关。当代的中国生活节奏越来越快，人们已经习惯了以点头、微笑、握手的形式相互致意。各国的礼节各有不同，如两个日本商人或两个韩国商人见了面会鞠躬致意，而当他们会见美国商人时，既有可能鞠躬致意也有可能按照美国人的习惯握手致意。

**礼貌** 是指言语、动作谦虚、恭敬、文明的表现。礼貌分为礼貌语言和礼貌行为两个部分。“请”、“谢谢”、“对不起”等都是礼貌的语言，而“让尊者先行”、“为女士开门”等都属于礼貌的行为。“有礼貌”、“有教养”、“文明”这些概念都是时代进步的产物。

**仪容、仪表、仪态** 仪容、仪表和仪态都是指人的外表而言，但“仪容”重在人的容貌，“仪表”重在人的服饰、风度，“仪态”重在人的姿态。仪容、仪表、仪态综合起来，构



成了一个人展示给其他人的外在形象。“爱美之心人皆有之”，将良好的形象展示给他人，令他人心情愉悦，是尊重他人的具体表现。

**仪式** 是在一定场合举行的、具有专门程序的、规范化的活动。在日常生活中，结婚仪式、节日庆典、丧葬祭祀等仪式都与人们的生活息息相关。在商务场合当中，公司的开业庆典、剪彩仪式、新员工欢迎仪式等等都是常见的仪式。仪式是企业宣扬企业文化、展示企业风采、增强组织凝聚力的重要手段，对企业发展起着不可忽视的作用。

**商务礼仪** 是指在商务场合当中，人们相互表示尊敬、问候、祝愿的礼节、礼貌，商务人员的仪容、仪表、仪态以及与商务工作有关的各种仪式活动的总称。它是礼仪在商务场合当中的具体运用。

在商务场合当中，礼节、礼貌都是人际关系的“润滑剂”，能够非常有效地减少人与人之间的摩擦，最大限度地避免人际冲突，使商务场合的人际交往成为一件非常愉快的事情。在满足人们的社会交往需求的同时，也满足了人们被尊重的需求。

在商务场合当中，商务人员个人的形象并不仅代表自己，还代表着个人所为之工作的企业，这一点与社交场合是有很大区别的。因此，在商务场合当中，商务人员的仪容、仪表、仪态，一切的言行举止都格外重要，每个员工的良好形象，在商务交往对象眼里都是企业的良好形象，而任何一位员工的不良行为，都会破坏整个企业的良好形象。

## 习题

1. 商务礼仪包含哪些内容？（答案略）

2. 在商务场合当中，你的行为举止不仅仅代表着你本人，还代表着你为之工作的部门、你的部门所属的公司、你的公司所属的集团，甚至代表你的集团所属的地区以及我们的国家。

小张是某公司的员工，某天正好去财务部窗口领工资。在等候的时候，他随手把手中捏着的一张无法报销的票据揉成团扔在了地上。

其他部门的同事看见了，心里说：“那个××部的人素质真差！”

恰巧此时有位顾客来财务部交订金，他看到小张把纸团扔在地上，心里想：“这个公司的员工如此行事，他们做的东西质量会好吗？售后服务会有保证吗？还是先别交订金了吧，回去再斟酌斟酌……”

生产部经理陪着几位外商参观公司，正好路过这里，地上的纸团没有逃过大家的眼睛，结果外商指着那团纸问老板：“这样的员工，能做出符合质量要求的产品吗？”

本来不费吹灰之力便能扔到垃圾桶里的一小团废纸，导致公司失去了数百万元的订单。

请思考：如果你是老板，你将如何避免类似问题再次发生？

## 第二节 商务礼仪的文化基础

美国心理学马斯洛理论把人的需求依次由较低层次到较高层次分成生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求五类，如图 1-1 所示。

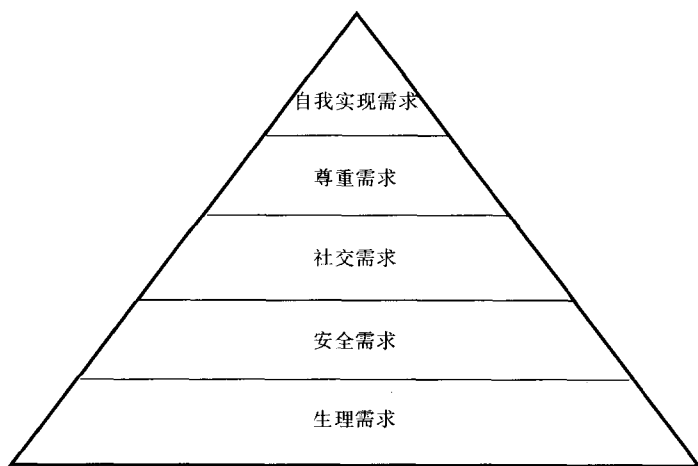


图 1-1 马斯洛需求层次理论

(1) 生理需求：人对食物、水、空气和住房等的需求都是生理需求，这类需求的级别最低。人们在转向较高层次的需求之前，总是尽力满足这类需求。人在得不到足够的食物以填饱肚子之前，通常对其他事物都不感兴趣。

(2) 安全需求：安全需求包括对人身安全、生活稳定以及免遭痛苦、威胁或疾病等的需求。和生理需求一样，在安全需求没有得到满足之前，人们通常并不关心更高层次的需求。

(3) 社交需求：社交需求包括对友谊、爱情以及隶属关系的需求。当生理需求和安全需求得到满足后，人的“社会性”就突显出来，有了“人际交往”的需求。这一层次是与前两层次截然不同的另一层次。

(4) 尊重需求：尊重需求既包括对成就或自我价值的个人感觉，也包括他人对自

己的认可与尊重。有这种需求的人如果不被别人尊重,会对他们的心理构成威胁,他们会感到沮丧或愤怒。

(5) 自我实现需求:自我实现需求的目标是实现自我,或是发挥潜能。要满足这种尽量发挥自己才能的需求,应该已在某个时刻部分地满足了其他的需求。当然,自我实现的人可能过分关注这种最高层次的需求的满足,以至于自觉或不自觉地放弃满足较低层次的需求。

管子所言的“仓廩实则知礼节,衣食足则知荣辱”与马斯洛的“需求层次理论”主体上是一致的。但是,中国人的需求和美国人的需求真的是完全一样的吗?曾经有德国的学者,对一家中德合资公司里的中方工作人员做过这样的需求调查,其结果如图 1-2 所示。

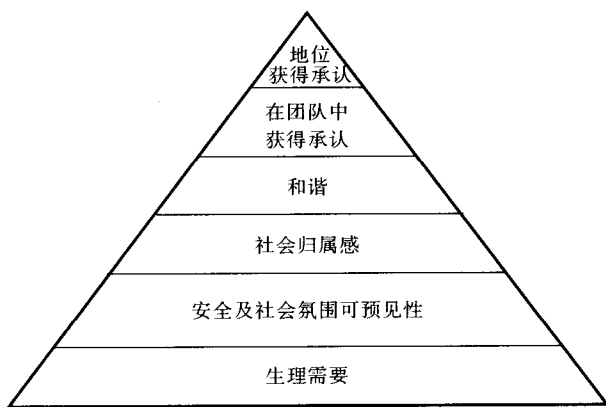


图 1-2 中方工作人员需求层次

对比马斯洛的需求层次理论图,大家看到,马斯洛认为自我实现是人们追求的最高目标。所谓自我实现,马斯洛认为就是人的潜能(如友爱、合作、求知、审美、创造等)的充分发挥。他认为可以将其定义为“不断实现潜能、智能和天资,定义为完成天职或称之为天数、命运或禀性,定义为更充分地认识、承认了人的内在天性,定义为在个人内部不断趋向统一、整合或协同动作的过程”。也就是说,个体之所以存在,之所以有生命意义,就是为了自我实现。

而图 1-2 则说明,中方的工作人员所追求的最高目标不是“自我实现”,而是“地位获得承认”及“在团队中获得承认”。“和谐”及“社会归属感”对中方工作人员来说也很重要。不难看出,中方工作人员更在意周围人及其他人对自己的认可。中方工作人员之所以会更在意别人对自己的看法而不是更在意是不是“自我实现”,这与中国

的传统文化密不可分。

我们在本书里面所谈论的“文化”，是指不同的人种、民族、社会成员特有的生活方式、思想方式、行为方式、交往方式以及与之密切相关的、后天习得的各个方面。

从体貌特征上看，不同人种之间的差异是很明显的——有蓝色的眼睛、棕色的眼睛、灰色的眼睛、黑色的眼睛；白色的皮肤、棕色的皮肤、黄色的皮肤、黑色的皮肤；至于头发的颜色，更是从浅到深数不胜数。但是，遗传学家对非洲、欧亚地区、东亚地区、大洋洲和美洲 5 个地理区域的 52 个族群进行的研究表明，尽管不同的人种看上去非常不同，但是世界不同地区的人的基因却非常相似。人种间可见的不同之处，例如肤色和头骨的形状，是由于很小的一部分不同的基因特性所导致的。人和人之间的基因序列，有 99.9% 都是相同的！

尽管人在生物学本质上极为相似，但是由于地理环境不同、历史发展过程不同，不同国家、不同民族之间在漫长的岁月当中逐渐形成了巨大的文化差异。中国人和外国人在政治、经济、伦理、信仰等方面都存在着观念上的差异，不仅如此，我们和其他国家的人在思维方式上也存在着很大的差异。至于现实生活当中具体的行为方式、交往方式、风俗习惯等等，差异则更是显而易见。在“与世界接轨”的今天，你会在各种商务场合遇到各种不同文化环境当中成长起来的人，而这些来自不同文化的人，就好比同样的计算机硬件，被安装了不同的操作系统和其他各不相同的软件，当你必须同时使用这些不同的计算机的时候，你就必须要学习不同软件的使用方法，了解它们各自的特点，这样你才能更有效率地做好工作。

中华民族习惯于称自己为“龙的传人”，龙在中国文化当中，取各种动物之长，角如鹿、头如驼、眼如兔、颈如蛇、腹似蜃、鳞如鲤、爪似鹰、掌如虎、耳似牛，象征着一种被奉若典范的“神性”，而且逐渐被纳入帝王意识形态的阐释系统，成为帝王的吉祥物。同样是龙，在西方却是撒旦的化身，代表着邪恶的力量。因为这种文化的差异，当我们主办国际会议时——不管是亚太经济合作组织 (Asia - Pacific Economic Cooperation - APEC) 的经济合作论坛还是奥运会，我们恐怕都很难用龙来作为吉祥物。

世界上对于文化类型的划分方法也是多种多样。国际商务惯例领域公认的权威专家南·利普托特(美)将文化分为三种基本的类型：部落主义型、集体主义型和多元主义型。其主要观点详见下表。

目前，由于外商在华投资的大量增加以及民营企业的蓬勃发展，各个国家的外商在华独资企业，中外合资企业，我国本土历史悠久、实力雄厚的老牌国企，我国本土的家族企业等多种企业形式处于一种并存的状态。因此，在现实的工作中，摆上你的午餐餐桌的很可能是一道“世界文化大拼盘”。

在家族企业中你可能会感受到很多“部落主义文化”的气息，老板称呼老板娘为

世界文化与商务礼仪

世界文化的主要类型	特点	商务交往策略	礼仪原则
部落主义型：每个人从家族单位获得其身份特征	群体通过血缘关系连接并有共同的世界观；家族的生存、名声与荣誉最为重要；每个人从家族单位获得其身份特征；追求在群体中的地位，希望受别人尊重	私人关系是商务活动成功的保证；初次见面通过个人引见；形象是势力和地位的证明，你的形象越好，越使他们感到自尊；慷慨和友谊能够赢得让步	遵从他们的文化习俗或规则——使用或承认当地礼节；展示无可挑剔的保守的形象；接近他们时带礼物；说奉承的话
集体主义型：个人通过与群体的联结来展现自己	群体团结一致；人人平等、共同参与、共同分享；不能容忍个人超出群体、脱离群体；没有群体就没有一切；智慧和成就属于群体；个人为能给群体带来荣誉而自豪	初次见面通过德高望重的组织引见；谦和、保守、不要突出个人、大家平等一致、尊重老年人和资历深的人；注意象征性行为；懂得回敬好意或盛情；分享是相互尊重的象征；谈生意时强调结果有益于群体	必须按照他们的规则行事；不要对其中某一个人表示特殊的尊敬；不要强调其中某一个人的重要性；谈论人时要间接，不要特指某人；对某人所属的家庭、公司、国家都要表示尊敬
多元主义型：社会结构由许多组织构成，个人通过这些组织的组合来展现自己	每个人自由地（而且必须）形成自己的个人特点；个人为自己负责，群体不会去关照他们；群体的形成必须经个人同意且不要求统一，认同差异；独立自主是个人追求的最高价值，依赖是一种失败；处处显示自己的权利	初次接触由专业人员推荐；他们认为商务活动是为了追逐利润，所以应当强调买卖的好处而不是涉及哪些人；他们乐于接受所有更好的方法，商务提议应直指要点并能解决问题；他们总想知道与他们合作的公司到底是什么样子的，因此将整个组织展现给对方可能更为有利	个人成就很重要，个人隐私也很重要，要记住尊重他们的隐私，不要提太个人化的话题

“孩子他妈”，你至今仍不知老板娘的芳名。你觉得老板娘是因为与老板的关系而存在的，至于她自己是谁好像并不重要。

或者，当你刚刚长舒一口气，离开一家“枪打出头鸟”的充满集体主义文化的公司，进入一家中美合资的公司之后，你又可能一时半会儿难以适应“事事都要自己

独立自主、绝不触及他人隐私”的多元主义文化。你和你的同事有时在外面一起吃饭、娱乐,但是他们从来都不到你的家里来,这和以前“枪打出头鸟”、不允许你做任何“出格”的事情的那家公司是截然相反的。在家里孤单一人的时候,你的心里不免又会感叹一下人情的淡薄,怀念起以前亲如一家人的公司同事们。

再或者,当初你刚毕业的时候进入了一家日本公司,第一天的培训课上你所学到的是面对上司时绝不跷起二郎腿,可是你现在面对的美国老板正坐在写字台上,跷着“4”字形的二郎腿兴奋地发表他的高见。

面对以上情况,我们应该怎么办?我们没有其他捷径可走,只有认真学习,尽可能多地了解各种文化下人们的不同思维方式、不同行为习惯,从而顺利开展我们的商务活动。

### 习题

1. 本节当中所提到的“文化”是什么含义?
2. 世界文化可以分为哪三种基本的类型?
3. 阅读以下案例并回答问题。

美国人丽莎被公司在纽约的总部派驻到北京已有3个月了。在她自己看来,她一到北京就很快适应了北京的环境。刚一来时,就有很多人帮助她把住所安置好,接下来每天都有一些同事出入她的家中,这一切都让她感到自己是个很受中国同事欢迎的人。对于自己在北京的新工作、中国的各种食品、每天的新活动,她都感到适应得很好。现在她正在一所夜校学汉语,在学校很受老师和同学们的喜爱。除了同事们,现在每天还有同学、邻居不断地来家里拜访她,每时每刻,都有人不断给予她关怀和照顾。从表面上看,一切似乎都很正常,但是,丽莎却感觉自己变得越来越焦虑、烦躁、不安。不知道为什么,她变成了一个心烦意乱的人。

请问:你认为丽莎是因为没有好朋友而烦恼,还是因为没有个人空间而痛苦?如果丽莎请你帮她从这种“心烦意乱”的困境中解脱出来,你将怎样帮助她?

## 第三节 商务礼仪培训的教学方法

商务礼仪标准培训的授课对象是年龄在18~60岁之间的成年人,因此,应该遵循成人学习规律,才能取得最佳的学习效果。

现代成人学习理论认为,成人的学习能力在30岁时达到顶峰,30~50岁之间是

平稳的高峰期,50岁以后才开始下降。因此,成人学习的潜力仍是相当巨大的。但是由于成人神经系统中信息的传导速度放慢,疲劳恢复的时间加长,感知器官的功能下降,因此,成人在单位时间内的学习效率会明显不如青少年。但如果允许成人按照适合自己的速度进行学习,其学习效果会和青少年相同。另外,成人在机械记忆能力、感知能力方面与青少年相比虽有所下降,但成人在意义记忆、抽象逻辑、思维能力方面却拥有青少年无法比拟的优越性。和青少年相比,成人在学习时具有更加独立和自我指导的特性。他们更加希望作为一个具有独立人格的人参与一切活动,希望别人尊重他们的独立地位和活动能力,把他们视为有自我导向能力的人。但反过来看,由于成人都希望在学习中别人能看重自己,因此他们又会因为害怕学习失败而产生焦虑感。在教学过程中,需要根据成人的这些学习特点来设计编排课程内容。

成人承担了多种的社会角色和社会职责,因此积累了一定的生活经验和社会阅历。成人的学习是在已有的知识和经验的基础上的再学习、再教育。成人的经验是成人学习活动中一项宝贵的资源。在学习的过程中,应当采取各种教学形式,使每个人的知识和经验都能够在群体里互相分享,以取长补短,共同探索,共同提高。

成人的学习目的明确,希望所学的内容能够有用,能够解决问题。如果他们知道学的东西没有用处,或者学的内容不能解决他们面临的实际问题,学习兴趣就会大大降低。因此,在设计商务礼仪培训的课程内容时,一定要注意教学方法的“有用性”和“实效性”。在开始培训前,应该先让大家了解培训的目的、实施方法、主题及计划安排,以使训练顺利完成。全体讨论解决问题的策略时,要注意控制时间,尤其要注意引导学员进行更深入的讨论,以免草草收场使训练半途而废。

所谓“教学方法”,是指在教学过程中,教师和学生为实现教学目的、完成教学任务而采取的教与学相互作用的活动方式的总称。教学活动是教师的教和学生的学密切结合、相互作用的双边活动。教学方法既应包括教师的教法,也应包括学生的学法,还应包括在特定背景条件下,师生之间的协调一致。商务礼仪培训可以采用以下几种教学方法。

## 一、讲授法

讲授法是一种传统的培训方式,是指教师通过简明、生动的口头语言向学生系统地传授知识的教学方法。从教师“教”的角度看,它是一种将自己所拥有的知识和经验以口头表达的方式传授给学生的方法;从学生“学”的角度看,它是一种从教师那里接受知识和经验的学习方法。讲授法的优点是运用起来方便,整个培训教学过程容易控制,教学主题不易偏离,因而课堂效率比较高。教师如果掌握良好的讲授方法,则可以让很多抽象的知识变得具体、形象、浅显易懂,使学生更容易接受这些知识,还

能够让学生避免认识过程中许多不必要的曲折,在短时间内获得大量系统的知识。讲授法的缺点是信息单向传递,反馈效果差。这种方法常被用于一些理念性知识的培训。礼仪的概念、历史发展、文化差异等内容,都可以采用讲授法。

## 二、演示法

演示法是指在教学过程中,教师运用直观性教具配合讲授进行示范性的操作表演,使学生从观察中获得感性认识或验证理论知识的一种教学方法。演示法的基本特点是:直观性强,使学生得到具体、真实、生动、鲜明的观念和直接经验;能提高学生的学习兴趣,集中学生的注意力;有利于理论联系实际,发展学生的观察力、想象力和思维能力。

演示法的种类按演示用的器材可分为:

- ①实物、模型的演示;
- ②图片、图画的演示;
- ③实物操作演示;
- ④幻灯、投影、录音、录像、教学电影的演示。

礼仪培训课程有很多内容都是实际操作性的,例如怎样吃西餐、怎样系领带等。使用实物教具进行操作演示,可以使学生清晰地感知到演示的对象,效果非常直观、显著。在条件不具备的情况下,也应当尽量多地准备相关的图片、图画进行演示。在讲解有关人际沟通的礼仪时,如果能够播放相关录像、电影,充分利用视觉与听觉的感知方式,则可以给学生留下更为清晰和更为深刻的印象,取得良好的教学效果。据曼彻斯坦银行调查,五官的感知比例具体为:味觉器官 1%、触觉器官 1.5%、嗅觉器官 3.5%、听觉器官 11%、视觉器官 83%。所以,以视觉和听觉为重点的“视听教育法”是有科学依据的。

演示法的缺点是:学员的反馈和实践少;演示器材成本较高;与课程内容相关的视听资料比较少,不易收集。在具体实施中,在刺激学员视觉、听觉的同时,结合授课法、讨论法、角色扮演法的技巧,克服视听教育的呆板,让学员也亲自做一做,亲口说一说,则会取得更好的学习效果。

## 三、研讨法

研讨法是指由培训教师有效地组织学员以团体的方式对某个课题或问题进行研究和讨论并得出共同的结论,由此让学员在研讨的过程中互相交流、启发,以使学员达到增长知识、提高能力的目的。研讨法是一种常用的培训方法,可分成一般小组讨论与研讨会两种方式。研讨会多以专题演讲为主,中途或会后允许学员与演讲者进



行交流沟通。在礼仪培训课堂中常用的是小组讨论的方法，其特点是信息交流方式为多向传递，学员的参与性高。多用于巩固知识，训练学员分析、解决问题的能力与人际交往的能力，但运用时对培训教师的要求较高。

小组讨论方式有很多种，最常用的有课题讨论法、对立式讨论法和民主讨论法三种。

### 1. 课题讨论法

课题讨论法是指培训教师让学员讨论、研究某个课题或需解决的问题，在此过程中提高学员的知识水平和解决问题的能力。

### 2. 对立式讨论法

对立式讨论法是指将学员分为意见对立的两组，针对某一命题进行讨论的一种讨论法，一般要求对立的两组人数相等，发表意见时间相同。这种讨论法通过辩论的方式，让双方保持对立的意见，可使学员在针锋相对的辩论中练习自己的洞察力、分析力和说服能力。礼仪培训中的对立讨论法一般不需判定胜负，只要对双方观点进行评论即可。

### 3. 民主讨论法

民主讨论法是指在讨论中，培训教师与学员地位平等，学员可自由发表自己的看法，最后由学员共同得出团体都认可的结论。

## 四、角色扮演法

角色扮演法，是由培训教师来设计某个与课程内容有关的场景（“剧本”），由部分学员来扮演其中的角色，其他学员与培训教师进行观摩并做适当的点评。表演与观摩的过程能够有效开发“演员”和“观众”的行为能力，这种方法能够进一步改变学员态度，提高学员观察和解决问题的能力。

角色扮演法在礼仪培训当中可以运用于接待客人、电话应对、销售会谈等基本技能的学习和提高。这种方法的优点是信息传递多向化、反馈效果好、实践性强。

角色扮演法对时间、演出场地、剧本、道具等要求严格，因此，课前的充分准备十分必要。角色扮演法可与讲授法、研讨法、案例分析法等共同结合使用，以取得更好的效果。如果条件允许，还可以使用摄影机将表演过程拍摄下来，供全体学员反复研讨。

## 五、案例分析法

案例分析法是指把实际工作中出现的问题作为案例交给学员研究分析，培养学员们的分析能力、判断能力、解决问题能力及行动能力的培训方法。这种方法反馈效