

职业教育“十二五”文秘专业重点规划教材

SHANGWU LIYI

商务礼仪

主 编：王 红 余少文

副主编：张奕琳



广东高等教育出版社

Guangdong Higher Education Press

职业教育“十二五”文秘专业重点规划教材

SHANGWU LIYI

商务礼仪

主 编：王 红 余少文

副主编：张奕琳

ZHIYE
JIAOYU



广东高等教育出版社

Guangdong Higher Education Press

广州

图书在版编目 (CIP) 数据

商务礼仪/王红, 余少文主编. —广州: 广东高等教育出版社, 2013. 9
ISBN 978 - 7 - 5361 - 4986 - 1
(职业教育“十二五”文秘专业重点规划教材)

I. ①商… II. ①王… ②余… III. ①商务 - 礼仪 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 213689 号

出版发行	广东高等教育出版社 社址: 广州市天河区林和西横路 邮编: 510500 营销电话: (020) 87551597 http://www.gdgjs.com.cn
印 刷	佛山市浩文彩色印刷有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	15
字 数	365 千字
版 次	2013 年 9 月第 1 版
印 次	2013 年 9 月第 1 次印刷
印 数	1~3 000 册
定 价	28.80 元



总序

如何培养适应社会需求的具有综合素质和职业能力的复合型秘书人才,不仅是时代赋予我们的重要责任,也是秘书专业教学改革所提出的崭新课题。以广东女子职业技术学院文秘专业教师为主的广东高职文秘专业教育队伍一直以来坚持不懈地探索高职秘书人才培养的模式和方法,构建适应广大中小企业秘书岗位的人才培养体系。本系列《职业教育“十二五”文秘专业重点规划教材》正是为满足高职教育秘书人才培养教学改革的需要而编写的。本系列教材全面反映了当前广东文秘专业人才培养的最新教学科研成果。希望教材的出版,能在秘书人才培养过程中起到更好的指导作用,能够对广大有意向从事秘书职业的人士起到入门的引导作用,能够对已从事秘书工作的社会人士起到帮助提升素质和技能的强化作用。

本系列教材系职业教育“十二五”文秘专业重点规划教材。为使本系列教材成为创新的精品教材,成为秘书专业教学改革的成果体现,全体编委在教材编写之前,特别就教材编写的指导思想、编写原则和体例等问题进行了讨论,大家达成了以下共识:

第一,校企合作。根据《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》提出的“统筹中等职业教育与高等职业教育发展”和“推进校企合作制度化”的职业教育发展规划要求,以及高职院校教学对象、教学内容和教学方法的变化,我们在教材编写过程中,邀请企业有丰富秘书工作经验的人士或者秘书部门的管理人员参与,将企业的典型案例和规范操作流程引入教材。

第二,规范性。严格与国家劳动与社会保障部的秘书职业技能鉴定标准相衔接,根据文秘专业建设、课程建设的发展规律与趋势,以及用人单位对秘书人才的需求,构建编写体例,选择编写内容。

第三,灵活性。从激发学生的学习兴趣出发,本系列教材以采用课前让学生进行案例分析,列出参考书目指导学生查阅资料,让学生自己分析寻找答案以掌握解决问题的方法,解放学生的大脑,促使他们思考,让教学“活”起来,给课堂留空间。

第四,实用性。本系列教材紧贴现实尤其是现代企业的实际情况,增强



了秘书专业的针对性、应用性和实用性。教材还从秘书职业需要出发，加强了群体意识、合作意识、人际关系等方面的内容，把职业能力训练与职业素质的训导有机地结合起来，既增强了学生综合运用所学知识解决实际问题的能力，又使其在实际工作环境中思想素质、职业素质得到提高，团队精神和合作能力得到锻炼。

本系列教材全体编委且有丰富的教学经验，科研成果丰硕。该系列教材汇集了各位编委的辛勤劳作和心血，编委们看到教材能够顺利出版，都深感欣慰。

在此还要感谢广东高等教育出版社的同仁，对教材的组织编写到出版一直给予重视和大力支持，为教材的规划与出版辛苦奔走，精心策划，对他们的辛苦付出我们全体编委致以衷心的感谢！

本系列教材在编写过程中，参考了不少方家大作，并参阅、摘引了有关报刊材料，在此特作说明，并表示由衷的感谢！

教材编写时间仓促，并且是编委们的阶段性成果，必然存在不足之处，仍有提高和修改的空间，祈望专家、同行和广大读者批评指正，以便未来进一步修订和完善。

编委会主任 周茂东

2013年7月



前言

商务礼仪是商务人员在商务活动中,为了塑造组织和个人的良好形象而遵循的礼节性规范或程序。

随着我国市场经济的发展和改革开放的深入,各行各业的商务活动日益频繁,越来越多的商务交往,要求商务人员熟悉、掌握商务礼仪的知识,用商务礼仪的规范来要求、约束组织和个人活动。商务礼仪已成为各行各业人士工作规范的构成部分和现代商务组织不可忽视的形象资源,因而受到商务组织乃至社会各界的广泛重视。

通过商务礼仪教育,提高专业人才的道德素养和行为规范,是高职院校素质教育的重要内容。因此,我们根据多年的教学实践经验编写了本教材。

本教材以商务礼仪为主线,共分9章,主要包括商务礼仪概述、商务形象礼仪、商务言谈礼仪、商务交往礼仪、商务办公礼仪、商务仪式礼仪、商务通信礼仪、商务宴饮礼仪、涉外商务礼仪等方面的内容,较为全面地介绍了商务礼仪的相关知识和运用技巧。

本教材力争做到深入浅出、生动形象、全面具体,集理论性、知识性、实践性和可操作性于一体。在编写教材时,考虑到高职学生的特点,采取学训结合模式,让学生在学中做、做中行,注重“实训练习”锻炼、提高学生对商务礼仪知识、技巧的运用能力。把课程教材与实训教材合二为一,在很大程度上解决了商务礼仪课程“实践教学难”的问题。在教材编写的过程中,我们遵循商务礼仪的规律和高职教育的特点,努力探索有效地培养人才道德素养和行为规范的新路子。本教材具有以下特点:

一、强调“学习导引”

本教材每节前面都设置有“学习目标”和“案例导入”栏目,让学生明确每部分内容的学习目标和基本概念,学生可根据学习要求和案例资料,自行分析问题,进行有效学习。而教材编写体例“学习目标”—“案例导入”—“礼仪规范”—“基本训练”—“综合练习”,使理论、实例和训练三者有机结合,符合学生的认知规律,遵循教学原则,让学生更好地掌握商务礼仪知识和提高实践运用能力。



二、突出“实践训练”

本教材在编写过程中，强化了技能操作步骤与方法，在每节的后面设计了“基本训练”，每章的后面安排了“综合练习”，训练力度大大加强。目的是为了让学生把学到的商务礼仪知识运用到实践中去。同时，在部分正文中，选用了商务人士相关插图。这些插图大大增加了教材的直观性、启发性和可读性。商务人士在各情景中如何展示商务礼仪，都可通过插图让学生一目了然，从而弥补文字论述的不足。同时也更易于学生模仿，激发其学习商务礼仪的兴趣，加深对理论知识的理解。

三、注重“实用好用”

本教材吸收了理论和实践的最新成果，力求做到案例具体、新颖、贴近实际。如“商务通信礼仪”一章中，明确了微博、微信这些最新的即时通信工具在使用中应该遵守的礼仪规范，让学生能充分、全面地掌握当前商务活动中礼仪要求的新趋势。

本教材由王红、余少文主编，张奕琳副主编，具体编写分工如下：王红、张奕琳（第二章、第五章、第六章、第七章、第八章），余少文（第一章、第三章、第四章、第九章）。教材的编写与出版得到了广东女子职业技术学院和广东高等教育出版社的鼎力支持。在本教材编写过程中，参阅了大量文献资料，参考、引用了许多的案例，参考资料的来源及作者姓名我们已在参考文献上注明。有些资料我们是参考互联网上发布或转发的信息，其中有些难以查明出处，在此一并向作者表示诚挚的感谢！

编者

2013年7月



目 录

第一章 商务礼仪概述	(1)
第一节 礼仪的特征与原则	(1)
第二节 商务礼仪的白金法则与 3A 法则	(7)
第三节 培养商务礼仪修养的途径	(10)
第二章 商务形象礼仪	(15)
第一节 仪表仪容	(15)
第二节 服饰搭配	(28)
第三节 仪态举止	(49)
第三章 商务言谈礼仪	(75)
第一节 常用礼貌用语	(75)
第二节 交谈的技巧	(78)
第三节 聆听的艺术	(84)
第四章 商务交往礼仪	(88)
第一节 见面礼仪	(88)
第二节 握手礼仪	(93)
第三节 介绍	(97)
第四节 拜访礼仪	(104)
第五节 馈赠礼仪	(108)
第五章 商务办公礼仪	(118)
第一节 办公室礼仪	(118)
第二节 接待礼仪	(122)
第三节 会议礼仪	(132)
第六章 商务仪式礼仪	(140)
第一节 开业典礼	(140)



第二节 剪彩仪式	(145)
第三节 展览展销会	(149)
第四节 发布会	(154)
第七章 商务通信礼仪	(160)
第一节 电话礼仪	(160)
第二节 传真、邮件礼仪	(168)
第三节 网络礼仪	(172)
第八章 商务宴饮礼仪	(179)
第一节 宴请礼仪	(179)
第二节 中餐礼仪	(188)
第三节 西餐礼仪	(195)
第九章 涉外商务礼仪	(207)
第一节 涉外礼仪原则	(207)
第二节 部分国家礼仪习俗与禁忌	(211)
第三节 三大宗教主要礼俗	(221)
参考文献	(228)



第一章 商务礼仪概述

第一节 礼仪的特征与原则

●学习目标

1. 理解礼仪的含义。
2. 了解礼仪的起源和发展。
3. 明确礼仪的特征与原则。

●关键词 尊重他人 约束自身 美化自身 赢得认可

●案例导入

送客须有礼

1962年,周恩来总理到西郊机场为西哈努克亲王和夫人送行。亲王的飞机刚起飞,我国参加欢送的人群便自行散开,各自找车准备返回,而周恩来这时却依然笔直地站在原地未动,并让工作人员立即把那些已登车的同志请回来。这次周总理发了脾气,他严厉起来了,狠狠地批评:“你们怎么搞的,没有一点礼貌!各国外交使节还在那里,飞机还没有飞远,客人还没有走,你们倒先走了。大国这样对小国客人不是搞大国主义吗?”当天下午,周总理就把外交部礼宾司和国务院机关事务管理局的负责同志找去,要他们立即在《礼宾工作条例》上加上一条,即今后到机场为贵宾送行,须等到飞机起飞,绕场一周,双翼摆动三次表示谢意后,送行者方可离开。

●礼仪规范

一、礼仪的含义及内涵

礼仪,是指人们在社会的具体交往中,为了表示互相尊重而在仪表、仪态、仪容、言谈举止等方面形成约定俗成、共同认可的规范和程序。英语中“礼仪”一词是从法语“etiquette”演变而来的,原意是指法庭上使用的一种通行证,在上面记载着进入法庭时的各项守则。把“礼仪”和“通行证”联系起来,从一个侧面形象地说明了礼仪所具有的功能。礼仪作为一种形式,可以满足不同社会生活的需要,所有美好形象的塑造都离不开礼仪,而且人类越进步,人们的工作、生活就越需要礼仪来约束、规范。

应该说,遵守礼仪的目的是为了让人们能够轻松、愉快地交往。而礼仪的根本要求是约束、美化自己,尊重他人。

对于礼仪,我们还可以从不同的角度去理解:

从修养的角度看,礼仪是一个人的内在修养和素质的外在表现。

从交际的角度看,礼仪是人际交往中的一种艺术,也可说是一种交际方式或交际方法。

从民俗的角度看,它是待人接物的一种惯例,是人际交往中必须遵守的律己敬人的形式。

礼仪的内涵主要体现在礼貌,礼节,仪表,仪态,仪式等方面。

(1) 礼貌:是指人际交往中,相互表示尊重和友好的道德准则和言行规范,它体现了时代风尚和一个人的道德水平,体现了个人的文化层次和文明程度。礼貌往往表现在礼貌行为和礼貌语言两个方面。

(2) 礼节:是指人们在日常生活和社会交往过程中,相互表示尊重、友好、祝愿、慰问以及给予必要协助与照料的形式。礼节是礼貌的外在表现,主要包括待人的方式、招呼与致意形式,公共场合的举止、风度和衣着等。

(3) 仪表、仪态:是指人的外表和举止,包括衣帽、服饰、容貌以及姿态和手势动作等。仪表、仪态体现了一个人对自身的要求和对对方的重视、尊重程度。

(4) 仪式:是指在较为隆重的场合,为表示礼貌和尊重而举行的礼宾形式。如司仪、仪仗队等。

二、礼仪的起源和发展

(一) 礼仪的起源

礼仪的起源,可以追溯到原始宗教的祭祀活动。东汉许慎所编《说文》中,对“礼”字诠释道:“礼,履也,所以事神致福也。”可见,“礼”的本意是“敬神”。而古人云:“举行礼仪,祭神致福。”就是说,“礼”立于敬而源于祭。在进行敬神、祭祖等活动中,参与者必然按照一定的行为规范和准则行事。所以,“礼”亦即行为规范。

(二) 礼仪的发展

“礼”的最初出现是为了“敬神”。而礼仪的发展则是出于协调社会矛盾、维护社会秩序的现实需要。人类为了生存和发展,不得不以群居的形式相互依存,人类的群居性使人与人之间相互依赖又相互制约。这就需要有被所有成员共同认定、保证和维护社会秩序的所谓的“人伦秩序”,这就是最初的礼仪。“礼”逐渐由神及人,即由敬神扩展为敬人。

礼仪在其传承沿袭的过程中不断发生着变革,其演变过程可以分为以下几个阶段:

1. 萌芽、形成期(原始社会至夏、商、西周三代)

礼仪起源于原始社会。根据大量的考古资料发现,在黄河、长江中下游以及燕山等地区,这个时期已经出现了“礼器”(祭祀鬼神用的器皿)等踪迹。考古遗址发现的一



些祭坛也昭示着当时出现了祭礼。

2. 发展、变革期（奴隶社会至两汉）

人类进入到奴隶社会，统治阶级为了巩固自己的统治地位，把原始的宗教礼仪发展成符合当时政治需要的礼制，形成了比较完整的国家礼仪与制度。如“五礼”，就是一整套涉及社会生活各方面的礼仪规范和行为标准；周代的《周礼》、《仪礼》与《礼记》就是我国最早的礼仪学专著。在汉以后 2 000 多年的历史中，它们一直是国家制定礼仪制度的经典著作，被称为“礼经”。

春秋战国时期，孔子、孟子、荀子等对礼教的发展起到了积极的促进作用。

孔子认为“礼”是治国、安邦、平定天下的基础。他阐述了“礼”与“仁”的关系，认为“礼”必须与“仁”的内容相合才有意义，“人而不仁，如礼何？人而不仁，如乐何？”，提倡“仁者爱人”，强调人与人之间要有同情心，要相互关心、彼此尊重。

孟子进而提出：“长幼有序，夫妻有别，父子有亲，君臣有义，朋友有信。”这“五伦”的准则成为封建礼仪的核心。

汉代初年叔通孙奉高祖之命制礼，到汉武帝“罢黜百家，独尊儒术”，提倡尊民以礼，劝学兴礼，使得儒家所倡导的礼仪等思想正式成为国家的主流意识形态。

3. 鼎盛（唐宋）、衰落期（元明清时期）

在魏晋时期虽然出现了玄学、道教和佛教思想对儒家思想的挑战，但是传统礼仪并没有受到严重的影响。而北齐颜之推的《颜氏家训》堪称家礼的典范。唐宋时期礼仪开始由朝廷走向民间，以家训、乡约等形式活跃在社会各个阶层。

宋代程朱理学的兴起，进一步强化了礼制的秩序。这一时期的礼仪的重要特点是尊君抑臣、尊夫抑妇、尊父抑子、尊神抑人。传统礼仪逐渐变为妨碍人的个性发展、阻挠人们平等交往、窒息人的思想自由的精神枷锁。

时代发展到了元、明、清时期，传统礼仪也逐渐走向了衰亡。

（三）现代礼仪的形成和发展

辛亥革命的成功，使封建王朝土崩瓦解。孙中山先生和他的同志们破旧立新，用民权代替君权，用自由、平等取代宗法等级制度，正式拉开了现代礼仪的帷幕。

新中国建立以后，人民成了国家的主人，同志式的合作互助的人际关系和男女平等的新型社会关系得以确立，这标志着我国礼仪进入了一个新的历史时期。

改革开放以来，中国的礼仪建设进入到新的全面复兴时期。

随着加入 WTO，中国与世界的交往日益密切，礼仪的内容和形式也在不断地变革，在继承、发扬中华民族传统礼仪的基础上，又同国际礼仪接轨，形成符合国际通行原则的礼仪规范。

三、礼仪的特征

（一）规范性

礼仪的规范性就是要求人们在社会交往中要遵循那些约定俗成的、共同认可的规范

和程序,要依礼而行。它不仅约束着人们在交际场合的言谈举止,使之合乎礼仪,而且也是人们在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。

(二) 差异性

不同地域、不同民族的文化差异性十分明显,这也决定了其礼仪内容也有明显不同。如果忽视了这种差异性就达不到施礼的目的,甚至让人啼笑皆非。

(三) 继承性

礼仪的形成和完善是历史发展的产物。它经过一个又一个时代,不断地去芜取精,剔除糟粕,吸收精华,最后逐渐固定下来。礼仪一旦形成,通常会长期沿袭,经久不衰,特别是诸如尊老敬贤爱幼、父慈子孝、礼尚往来等一些反映民族传统美德的礼仪,一代一代流传至今,并将为子孙后代不断继承和发扬光大,进而成为人类的非物质文化遗产。

(四) 时代性

礼仪是一定时代的产物。在我国封建社会中,形成了一套带有浓厚封建色彩、为统治阶级服务的礼仪。到了当代,我们必须摒弃那些为剥削阶级服务的礼仪规范,对有积极、普遍意义的传统礼仪中的精华,加以发扬光大。这对于培养良好的个人素质、协调和谐人际关系、养成文明的社会风气等,都具有非常重要的意义。

四、礼仪的原则

在日常生活中,我们学习、运用礼仪时,要了解、掌握具有普遍性、共同性、指导性的礼仪原则。

(一) 遵守原则

学习礼仪的最终目的是运用,所以人不论身份高低、职位大小、财富多寡,都应该自觉遵守、应用礼仪,用礼仪来规范自己的言行举止。否则,就会受到公众和舆论的谴责。

(二) 尊重原则

“礼者,敬人也。”自古以来,人敬我一尺,我敬人一丈,一直为人们所遵奉。尊敬是礼仪的情感基础。在人际交往中,人与人是相互平等的,无论职务高低、年龄长幼、民族大小、种族强弱,人格上没有贵贱之分。对交际对象,一定要不失敬于人,不伤害他人的个人尊严,更不能侮辱他人的人格。这是礼仪的灵魂所在。只有尊敬对方,才能获得对方的尊敬。只有相互尊重,才能建立、保持和谐愉快的人际关系。



（三）自律原则

自律是礼仪的基础和出发点，学习礼仪，最重要的就是自我要求、自我约束、自我控制、自我反省，要严格按照礼仪的规范要求自已，做到不失足于人，不失色于人，不失口于人。所以同他人交往，不能随心所欲。

（四）真诚原则

真诚是做人之本。真诚就是在交际过程中做到诚实守信，不虚伪，不造作，言行一致，表里如一。有位名人曾说过，人与人相交贵在交心，人与人相知贵在知品，人与人相敬贵在敬德。真诚向来是为人所称道的美德，而虚伪作假最遭人所厌弃。真诚待人，可广结人缘，拥有众多的同行朋友和社会友人，人与人之间就会感情融洽，即使有误会或隔阂，也容易消除，正所谓心诚所至，金石为开。

（五）宽容原则

在人际交往中既要严于律己，更要宽以待人。对于不同于自己、不同于大众的做法和行为要宽容，甚至容忍，而不能求全责备、斤斤计较。

（六）适度原则

哲学上“度”是指一定事物保持自身质的数量界限，超过这个界限，就会引起质的变化。在人际交往中情感的表达也有一个适度问题，这就是：待人既应彬彬有礼，又不低三下四；既要殷勤接待，又不失庄重；既要热情大方，又不轻浮谄谀，总之要把握好各种情况下彼此间的距离及情感尺度。

（七）入乡随俗原则

“十里不同风，百里不同俗。”由于国情、民族、文化背景等的不同，不同地方的礼仪也有不同程度的差异。在人际交往中，一定要入境问俗、入乡随俗、入门问讳，对不同国家、不同民族的不同的习俗、禁忌，要了解，更要尊重，而不能目中无人、自以为是，要做到求同存异，才能减少摩擦和麻烦，使交际活动更得心应手。

五、提高礼仪修养的目的和作用

（一）提高礼仪修养的目的

提高礼仪修养可以使个人的言行在社会交往活动中被人理解和接受。

在社会交往活动中，随着主客关系和交际对象的变化，人的社会角色也在发生相应的变化。每个人都是一个角色丛，同时扮演的往往不是一个社交角色，而是几个社交角色。不管是扮演什么角色，我们只有在言行举止等方面都符合社会生活的规范要求，才能成为一个被人理解和接受的角色。

很多时候，人们需要戴上人格“面具”。人格面具是人们为了建立于己有利的形



象、得到社会的认可，而在公共场所的外在表现。戴好人格“面具”不是虚伪，不是看破红尘，而是把最好的一面展示给别人，扮演好自己在某种场合里的角色，把握好社交中的分寸。比如：把家里的不愉快带到工作场合，或把工作上的烦恼带回家都是不妥的，都是没有戴好“面具”的表现。

在社交中，要把角色扮演得恰到好处，礼貌有加，事事得体，并不是一件容易的事情。因此，每一个人一方面要重视社交角色的定位，增强角色意识；另一方面要加强自己的礼仪修养，以适应多种角色的不同的礼仪要求。

（二）提高礼仪修养的作用

1. 遵行礼仪可以给人留下良好的第一印象

在人际交往中，根据交往的深浅程度，可将人的形象分为三个层次，即：对于那些只知其名未曾见面的人来说，一个人的形象主要与他的名字相关；对于初次相见只有一面之交的人来说，他的形象主要与他的相貌、仪表、风度举止相关；对于那些相知相交很深的人来说，那么他的形象更多的是与他的品行、文化、才能有关。

美国历届总统在参加竞选时，为了有一个完美的自身形象，都会成立一个专门的班子为其设计服装、发型、表情、动作、手势等。由此可见，礼仪对于塑造良好的个人形象、对于事业成功至关重要。

2. 礼仪可以有助于展示个人的良好教养和魅力

形象包括内在和外在两个方面，内在方面是指人的思想水平、道德水准、文化修养等，内在因素对人的形象起着决定性的作用。而这些重要的内在因素往往通过外在因素体现出来。人们通过语言谈吐、服饰打扮、举止仪态等来展示自己的良好修养，体现个人魅力。一个内心世界极其丰富、思想道德很高尚的人，如果不能掌握起码的礼仪知识，不懂得如何通过人们约定俗成的方式表达自己，他就很难得到承认和尊重，也很难树立自己的形象。因为人们更愿意接受具有良好的外形、自信的谈吐和适度的举止的人，所以说，只有内在因素和外在因素高度的统一，才能更好地展示一个人的魅力。

3. 礼仪可以更好地向交往的对象表示尊敬、友好之意，从而使自己赢得好感

古语曰：礼者，敬人也；敬人者，人恒敬之。尊敬他人是获得他人好感并进而友好相处的重要条件。反之，自高自大，忽略他人的存在，则很难得到他人的认可。

基本训练

1. 礼仪的含义是什么？
2. 礼仪的起源与发展有哪几个阶段？
3. 礼仪的特征有哪些？
4. 礼仪的原则是什么？
5. 提高礼仪修养的目的和作用是什么？



第二节 商务礼仪的白金法则与3A法则

●学习目标

1. 理解商务礼仪的含义、特征。
2. 明确商务礼仪的作用。
3. 掌握商务礼仪的白金法则与3A法则。

●关键词 白金法则 3A法则 尊重与友好 交往艺术

●案例导入

商务礼仪关乎你职场成败

金明照明器材厂的业务员杜先生按原计划,带上企业新设计的照明器材样品兴冲冲地跑到南亚贸易公司。他大汗淋漓的,脸上的汗珠也没有擦一下,便直接走进了业务部张经理的办公室,正在处理业务的张经理被吓了一跳。

“对不起,这是我们企业设计的新产品,请您过目。”杜先生说。张经理让座、上茶后,拿起照明器仔细研究起来。杜先生看到张经理对新产品如此感兴趣,如释重负,便往沙发上一靠,跷起二郎腿,一边吸烟一边悠闲地环视着张经理的办公室。谈到价格时,张经理强调:“这个价格比我们的预算高出不少,能否再降一点?”杜先生回答:“我们经理说了,这是最低价格,一分钱也不能再降了。”张经理皱了皱眉,又问:“这种照明器的性能先进在什么地方?”杜先生搔了搔头皮,反复地说:“造型新、寿命长、节电。”张经理沉默了半天没有开口,后来托词离开了办公室,只剩下杜先生一个人。过了一会,门被推开,进来的却不是张经理,而是办公室秘书。

●礼仪规范

一、商务礼仪的含义

商务礼仪是人们在商务活动中,用以维护企业形象和个人形象,对交往对象表示尊重、友好的行为规范和惯例,它是一门交往的艺术。商务礼仪的核心是体现人与人之间的相互尊重。

二、商务礼仪特征

商务礼仪是现代礼仪的重要组成部分,它是一般礼仪在商务活动中的具体运用和体现,因而除了具有一般礼仪固有的特征外,还有其自身的特点。总的来说,商务礼仪就



是以尊重为根本，善于表达和表现，形式更规范。其具体表现为以下几点：

（一）有更强的规范性

没有规矩不成方圆。商务礼仪的规范性，实际上是强调商务交往中商务人士待人接物的标准做法、标准化要求。商务礼仪的规范虽然不具有强制性，更多的还是表现为一种约束，但如果不遵守这些规范，你不但会贻笑大方，还会被人轻视，甚至会导致工作、事业的失败。

（二）有更强的对象性

在商务活动中，一定要区分对象，因人而异，到什么山上唱什么歌，对什么人说什么话。商务活动中的对象，往往与商务组织的经济利益关系很密切。所以，注意区分对象、重视商务活动对象，才能争取更多的合作机会，赢得更多的经济效益。

（三）具有更强的技巧性

商务礼仪是一门社会科学，也是人际交往艺术的运用。它具有很强的可操作性，在应用中一定要把握好分寸和尺度，要有所为，有所不为。这个分寸和尺度的把握，在具体运用中有很多方法和技巧，商务人士要在实践中好好学习、认真总结，以使自己的交际艺术得到不断提高，使工作、生活如鱼得水。

随着中国加入 WTO 以及 2008 年奥运会和 2010 年世博会的成功举办，我们的商业活动越来越全球化，商务礼仪也发挥着越来越重要的作用。学习商务礼仪有利于提高商务人士的个人素质，有助于塑造良好的个人形象和建立良好的人际关系，有利于维护企业的公众形象，从而在很大程度上提高企业的整体竞争力。

三、商务礼仪的作用

对于商务人士而言，商务礼仪是其思想水平、文化修养、交际能力的外在表现；对于企业而言，商务礼仪是企业价值观念、道德理念、管理水平，以及员工整体素质的集中体现，它是企业文化的重要标志。

（一）商务礼仪可以提高商务人员的个人素质

对商务人士来说，素质就是在商务交往中其文明程度和待人接物的基本表现，它反映一个人的气质风度、道德情操、精神面貌。它既要求商务人士具有与人为善的道德观念，又要求其具有优雅得体的言行举止。所以学习商务礼仪，可以提高一个人的修养。

（二）商务礼仪有助于建立良好的人际关系

商务人士在商务活动中，如果能遵循礼仪规范，就能化解矛盾、消除分歧，并有助于加强人与人之间的相互尊重，促进双方建立友好的合作关系。因为一般来说，人们受到尊重、礼遇、赞同和帮助，就会产生吸引心理，能形成友好关系；反之，就会产生敌对、抵触、反感、憎恨的心理。商务人士遵循礼仪规范，可以帮助自己获得上司、客