



高职高专教学改革系列规划教材



实用商务礼仪

SHIYONG SHANGWU LIYI

马春莲 王震 戴明 主编

孔建华 副主编



化学工业出版社

高职高专教学改革系列规划教材

实用商务礼仪

马春莲 王 震 戴 明 主编
孔建华 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

《实用商务礼仪》充分综合了商务礼仪所涉及的各个方面，突出实用性、操作性与通俗性，力求与国际接轨。本书主要内容包括商务礼仪概述、商务仪容仪表礼仪、商务语言仪态礼仪、商务会面礼仪、商务往来礼仪、商务餐饮礼仪、商务通信礼仪、商务会议礼仪、商务仪式礼仪、商务办公礼仪、商务涉外礼仪等。

《实用商务礼仪》可供涉及经济、管理与服务的专业教学使用，同时还可以作为企业员工商务礼仪方面的培训用书和毕业大学生的礼仪指导书，力求能够让学生和读者系统、全面地学习商务礼仪的相关知识。

图书在版编目 (CIP) 数据

实用商务礼仪/马春莲，王震，戴明主编. —北京：
化学工业出版社，2015.8
高职高专教学改革系列规划教材
ISBN 978-7-122-24093-4

I. ①实… II. ①马…②王…③戴… III. ①商务-
礼仪-高等职业教育-教材 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 128557 号

责任编辑：蔡洪伟 于 卉 王 可
责任校对：王素芹

装帧设计：王晓宇

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）
印 装：北京云浩印刷有限责任公司
787mm×1092mm 1/16 印张 11¼ 字数 292 千字 2015 年 8 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：25.00 元

版权所有 违者必究



前言

FOREWORD

古人云：国尚礼则国昌，家尚礼则家大，身有礼则身修，心有礼则心泰。

孔子曰：不学礼，无以立。

中国素以“文明古国”“礼仪之邦”著称于世，礼仪是人类为维系社会正常生活而要求人们共同遵守的最基本的道德规范。对个人来说，礼仪是一个人的思想道德水平、文化修养、交际能力的外在表现；对社会来说，礼仪是一个国家社会文明、道德风尚和生活习惯的反映。特别是在中国更加向世界开放的今天，礼仪不仅体现出丰厚的优秀传统文化，更富有鲜明的时代内涵。随着人与人、国与国交往的日益频繁，讲究礼仪，礼尚往来，对营造和谐的人际关系，显得尤为重要。重视、开展礼仪教育已成为道德实践的一个重要内容。

本书力求做到深入浅出、形象生动、翔实具体，集理论性、实践性、知识性和可操作性于一体。在编写教材时，每章有一节实践指导，强调学、做、行一体化，采取学训结合、课内实训与课外实训相结合的方式，让学生在学中做，做中行。本教材是所有编写者在参考了大量资料的基础上，并结合近年来研究探讨的成果，推出的一本实用礼仪教材，较为全面地介绍了商务礼仪的相关知识和运用技巧。坚持以职业岗位核心能力需求为主线，突出对学生职业岗位能力的培养。希望对相关职业院校教师和同学的礼仪学习有所帮助。

本书以商务礼仪的发展和应用为主线，共分为 11 章，主要内容包括商务礼仪概述、商务仪容仪表礼仪、商务语言仪态礼仪、商务会面礼仪、商务往来礼仪、商务餐饮礼仪、商务通信礼仪、商务仪式礼仪、商务会议礼仪、商务办公礼仪、商务涉外礼仪等方面的内容。其中第 1、第 2、第 10 章由山东华宇工学院马春莲编写，第 3、第 4、第 5、第 6 章由山东华宇工学院王震编写，第 7、第 8、第 9 章由山东华宇工学院戴明编写，第 11 章由山东华宇工学院孔建华、时欢和刘国森共同编写。本书在编写过程中借鉴和参考了大量的商务礼仪书籍和资料，在此向有关作者表示感谢！

书中疏漏及不足，恳请读者批评指正。

编者

2015 年 5 月



目录

CONTENTS

第 1 章	商务礼仪概述	1
	【学习目标】	1
	【案例导入】	1
1.1	礼仪的基本概念	2
1.2	商务礼仪的特征和作用	4
1.3	商务人员的礼仪修养	9
	【实践指导】	11
	【练习与思考】	12
第 2 章	商务仪容仪表礼仪	13
	【学习目标】	13
	【案例导入】	13
2.1	商务仪容礼仪	14
2.2	商务女士服饰礼仪	20
2.3	商务男士服饰礼仪	29
	【实践指导】	38
	【练习与思考】	38
第 3 章	商务语言仪态礼仪	39
	【学习目标】	39
	【案例导入】	39
3.1	商务语言礼仪	40
3.2	职业仪态礼仪	46
3.3	职业表情和界域的规范	51
	【实践指导】	54
	【练习与思考】	54
第 4 章	商务会面礼仪	55
	【学习目标】	55

	【案例导入】	55
4.1	称呼与介绍	55
4.2	握手、递送名片与鞠躬	60
	【实践指导】	63
	【练习与思考】	63
第5章	商务往来礼仪	64
	【学习目标】	64
	【案例导入】	64
5.1	商务接待礼仪	65
5.2	商务拜访	70
5.3	商务馈赠礼仪	72
	【实践指导】	73
	【练习与思考】	74
第6章	商务餐饮礼仪	75
	【学习目标】	75
	【案例导入】	75
6.1	中餐礼仪	76
6.2	西餐礼仪	80
6.3	餐饮酒水知识	83
6.4	了解茶水知识	92
	【实践指导】	96
	【练习与思考】	97
第7章	商务通信礼仪	98
	【学习目标】	98
	【案例导入】	98
7.1	电话礼仪	99
7.2	手机礼仪	102
7.3	传真和电子邮件使用礼仪	104
7.4	商务文书礼仪	107
	【实践指导】	116
	【练习与思考】	116
第8章	商务会议礼仪	117
	【学习目标】	117
	【案例导入】	117
8.1	洽谈会礼仪	117
8.2	新闻发布会礼仪	119

8.3	赞助会礼仪	121
8.4	展览会礼仪	122
8.5	茶话会礼仪	124
	【实践指导】	125
	【练习与思考】	126
第9章	商务仪式礼仪	127
	【学习目标】	127
	【案例导入】	127
9.1	签约仪式礼仪	127
9.2	开业仪式礼仪	129
9.3	庆典仪式礼仪	132
9.4	剪彩仪式礼仪	133
9.5	交接仪式礼仪	135
	【实践指导】	137
	【练习与思考】	137
第10章	商务办公礼仪	138
	【学习目标】	138
	【案例导入】	138
10.1	办公室礼仪	138
10.2	日常工作礼仪	144
	【实践指导】	146
	【练习与思考】	147
第11章	商务涉外礼仪	148
	【学习目标】	148
	【案例导入】	148
11.1	商务涉外礼仪的原则	148
11.2	中外主要节日介绍	153
11.3	国外礼俗风情比较	162
	【实践指导】	170
	【练习与思考】	171
	参考文献	172

第 1 章

商务礼仪概述



学习目标

- ◇ 掌握礼仪的基本含义、基本原则。
- ◇ 掌握商务礼仪的基本特征与作用。
- ◇ 明确学习商务礼仪的重要性。
- ◇ 掌握个人修养提升的途径。

案例导入

最好的介绍信

一位先生要雇一个没带任何介绍信的小伙子到他的办公室做事，先生的朋友挺奇怪。先生说：“其实，他带来了不止一封介绍信。你看，他在进门前先蹭掉脚上的泥土，进门后又先脱帽，随手关上了门，这说明他很懂礼貌，做事很仔细；当看到那位残疾老人时，他立即起身让座，这表明他心地善良，知道体贴别人；那本书是我故意放在地上的，所有的应试者都视而不见，只有他俯身捡起，放在桌上；当我和他交谈时，我发现他衣着整洁，头发梳得整整齐齐，指甲修得干干净净，谈吐温文尔雅，思维十分敏捷。怎么，难道你不认为这些小节是极好的介绍信吗？”

讨论题：

- (1) 本案例对你有哪些启示？
- (2) 你已经拥有哪些“介绍信”了？
- (3) 反省自身一天的言谈举止，看看有哪些需要改进的地方。



1.1

礼仪的基本概念

1.1.1 礼仪的概念和起源

我国自古就是一个文明世界的礼仪之邦。早在三千多年前的西周时期,我国的古代礼仪就基本成型。到了春秋时期,更是由孔子集其大成,并发扬光大。此后,由孔子所构造的礼仪体系一直影响中国社会长达两千多年。

那么到底什么是礼仪呢?我们可以从这个“礼”字入手来找答案。

1.1.1.1 古代礼仪的含义

据考证,礼仪在中国最初是用来敬奉神明的。礼字是一个“示”字旁,“示”是祭祀的容器,是在庆丰收时用的,所以加上一个“豊”字。行了礼,来年才会有好运,才能有发展。也有人考证“礼”字古时候通“履”字,意为鞋子,穿上鞋子后更好走路,但鞋大了不行,小了也不行,因此“礼”一定要适度,正所谓“礼贵从宜,事难泥古。”

在中国古代,礼仪的含义十分广泛。一般而言,它至少有以下四种解释。

(1)它是一种包括政治、经济、文化、军事制度在内的典章制度。因此被视为“国之基”,“君之大柄”。左丘明就明确地提出“礼以体政”的主张;孔子则明言,“礼者何,即事之治也”。

(2)它是一种做人的道德规范。孔子曾说:“礼者,人道之极也”,对人必须“约之以礼”。荀子指出:“礼者,节之准也。”他们都明确了礼仪在道德生活中的重要作用。《礼记》中则更是强调:“凡人之所以为人者,礼义也。”

(3)它是个人及社会必须遵守的行为准则。孔子曾提出:“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动。”在这里,他就将礼仪作为了一种做人的行为规范。

(4)它是各种正式仪式的总称。当人类处于蒙昧时代时,生产力极端低下,人们对自然现象无法解释,只能把“天”和“神”当作至高无上的主宰,对之顶礼膜拜,进行祭祀。这就产生了最早的也是最简单的以祭天、敬神为主要内容的“礼”。汉语中的“礼”本身就含有敬神的意思。



练一练

谈一谈你所知道的我国封建社会时代有哪些著名的礼仪仪式?

综上所述,我国古代礼仪的主旨,是明确地规定,并严格地维护封建等级制度,强调并坚持人的等级差异。对于这一点,荀子早就讲得很明白:“礼者,贵贱有等,长幼有序,贫富轻重,皆有称也。”

读一读

礼仪的类别

吉礼——祭祀之事为吉礼

嘉礼——婚冠之事为嘉礼

宾礼——宾客之事为宾礼

军礼——军旅之事为军礼

凶礼——丧葬之事为凶礼

1.1.1.2 现代礼仪的含义

可以这么说，与古代礼仪相比，现代礼仪更关心的是人际交往的成功，因此其核心内容就是人际交往的行为规范；而不是像古代礼仪那样以自我约束为主。由此我们就推出了礼仪的定义：礼仪是人类社会活动的行为规范，是人们在社交活动中应该遵守的行为准则。

我们大家谈到“礼”字，经常会联想到这几个词：“礼貌”、“礼节”、“仪表”、“仪式”。礼貌是指人们在相互交往过程中表示敬重友好的行为规范；礼节是指人们在社会交往过程中表示致意、问候、祝愿的惯用形式；仪表是指人的外表，如衣帽、服饰、姿态等；仪式指一定场合举行的专门化、规范化的活动。那么这几个词可以说是礼仪的具体表现。也就是说礼仪包括礼貌、礼节、仪表、仪式。

1.1.1.3 现代礼仪与古代礼仪的差异

随着社会的进步，礼仪的含义也在发展。有了现代礼仪与古代礼仪之分。主要来说有三点差异。

(1) 二者的基础不同。古代礼仪是以封建等级制度为基础的；现代礼仪虽承认身份差异，但更强调以人为本，以尊重人作为自己的立足点与出发点。

(2) 二者的目标不同。古代礼仪以维护封建统治为目的，而现代礼仪则重在追求人际交往的和谐与顺利。

(3) 二者的范围不同。古代礼仪所讲究的是“礼不下庶人”，因而与平民百姓无关，而现代礼仪则适用于任何交际活动的参与者。

1.1.2 现代礼仪的分类

对礼仪的研究，目的在于让它更好地服务于社会。对礼仪进行分类也是为了更好地研究礼仪，发展礼仪。从目前礼仪发展的状况，以及礼仪的实际需要出发，我们可以把现代社交礼仪分成下面几种类型。

(1) 从内外区分：把礼仪分成国内礼仪和涉外礼仪两种。

这种分类着重于礼仪服务的对象的内外区别。国内礼仪指在本国范围内通行的一些礼仪规范和区域特征。国内礼仪除了一些通行的法规外，有一些礼仪内容是属于某个民族或区域所特有的，因此具有极强的个体性，比如一些少数民族所特有的礼仪行为。

练一练

查阅资料，找到我国人口数量最多和最少的两个少数民族，研究他们的人口数量、地域分布、节庆、习俗和禁忌等内容。

涉外礼仪指参与外事活动应遵循的礼仪规范。涉外礼仪的内容和范围极广，除了一些国际通用的礼仪规范外，还有很多不同国家的风俗礼制均是涉外礼仪研究的内容。不同的国家和不同的民族均有自己特定的礼仪风俗，涉外工作人员就有必要了解掌握不同的礼仪内容。比如同样是送鲜花，在法国人家里做客，就不应送菊花，尤其是黄色的菊花，因为黄色表示不忠诚，更何况菊花又更多地被用在葬礼之中。在拉丁美洲的一些国家，菊花被看成一种“妖花”。在德国人家里做客，千万不要给女主人送红玫瑰，那是赠送情人的礼品。在日本，人们忌讳荷花，而荷花在我国却是一种“出淤泥而不染”圣洁的精神象征。

(2) 从主体应酬的工作对象分：可分为内务礼仪、公务礼仪、商务礼仪、个人社交礼仪四种。

内务礼仪是指人们在家庭中，亲朋好友之间应酬交往时应遵循的礼仪规范，包括家人间的问候、祝贺、庆贺、赠礼、宴请等。

公务礼仪指人们在公务活动中应遵循的礼仪规范，包括公务行文礼仪、公务迎来送往礼仪、公务会见会谈礼仪、公务宴请招待礼仪。

商务礼仪指人们在商务部门工作应酬中应遵循的礼仪规范，如商务接待、商务谈判、商务庆典等礼仪。

个人社交礼仪指个人参加社交活动时应遵循的礼仪规范，包括一些基本的礼节，如握手、介绍、交谈、馈赠等。

1.2 商务礼仪的特征和作用

商务礼仪是礼仪的分支。前面我们给礼仪下了一个定义，那么商务礼仪的定义实际上就是把礼仪概念当中的“人类活动”具体化了，具体到了商务活动这一人类活动当中。换句话说，商务礼仪就是商务活动中的行为规范，是人们在商务活动中应该遵守的行为准则。

1.2.1 商务礼仪的原则

商务礼仪包括的内容非常广泛，要掌握这些千差万别的礼仪习俗对任何人来说都是非常困难的。因此很多人在询问商务礼仪中是否有一些指导性的原则存在。人们是否可以根据这些指导性的原则去避免发生大的礼仪错误。实践证明，这样的指导性原则是存在的。总结起来，有四条：等级性、对等性、入乡随主、守时践约。

1.2.1.1 等级性

(1) 商务礼仪具有等级性，表现在对不同身份、地位的人士的礼宾待遇作出不同规定。

(2) 在正式的商务活动中要确定礼宾次序，这种礼宾次序带有某种强制性，要符合国际规范。

(3) 确定礼宾次序的主要依据是担任公职的高低，而不是社会生活中的通行的某些规范，例如长幼有序、男女之别等。

(4) 也就是说，次序的主次先后，不意味着出身的尊卑贵贱，而是根据公司的利益关系而定的。这就是商务礼仪与一般社会交往的不同之处。

想一想

1. 当男士与女士第一次见面的时候 ()。
A. 男士应该等女士先伸手 B. 男士应该主动伸手 C. 双方应该同时伸手
2. 一男一女下楼, 应该 ()。
A. 男先, 女后 B. 女先, 男后 C. 并排走

1.2.1.2 对等性

商务礼仪是讲究对等性的, 也就是指商务礼仪活动是双向的、对等的, 在礼节上应该有来有往, 相互对等。诸如在商务活动中, 不同地区、组织之间的商务往来, 要由职位相近、业务相似的人员接待陪同。我们把这个简称为对口对等原则, 也就是接待方与被接待方人员之间应该职位相近、业务相似。比如: 来访的是部门的业务主管, 那么负责接待的最好也是业务主管。这就是所谓的对等; 来的是销售部门的, 那么负责接待的最好也是销售部门的, 这就是所谓的“对口”。

1.2.1.3 入乡随主

商务活动, 特别是国际商务活动是一个跨民族、跨区域的行为, 所以在礼仪规范上一定会有一些冲突和不同之处。那么如何选择适用的礼仪规范、如何处理和化解这些冲突呢? 这个时候我们就要以“入乡随主”的原则来调解这种矛盾。所谓的入乡随主就是按照主方(邀请方)的礼仪习惯来完成商务活动。

当然, 这一原则在实践中, 也要灵活运用, 不可盲从。

1.2.1.4 守时践约

守时践约也是商务礼仪活动中普遍适用的原则之一。尽管一些大的商务交易和谈判可以通过合用或者其他具有同等法律效力的约定来达成协议, 但在大多数情况下, 特别是在日常的商务活动当中, 人们更多的是依靠对对方诚信的信任。这种诚信的效力, 在很多情况下大于任何形式的仪式和语言。而这种诚信的品质的最直接表现就是守时践约, 遵守时间和约定。

根据商务礼仪的要求, 守时践约包含两个方面的内容: 一是对时间的承诺和信守, 也就是要在宾主预先约定的时间里, 在预先约定好的地点亮相; 另一方面, 要求参加商务活动的人员不要轻易许诺, 以防出现不能守时践约的尴尬局面。国人经常在这方面出现问题, 容易习惯性地承诺“过两天我请客”; 或者在一些非正式场合下轻易答应一些小事, 例如给对方寄一些说明资料, 名片等, 但事后却忘得干干净净。但在很多国家, 人们往往对这些事情非常看重。比如, 英美人士, 他们的时间安排得非常紧凑, 如同火车时刻表, 每天的日程都安排得非常满。“过两天请客”可能就意味着他们要空出一个晚饭或午饭时间, 因此, 会很在意这种承诺, 并将其视为一种邀请。但当他们发现承诺不会被兑现时, 自然就会产生不好的印象。而这种印象有可能会直接导致他们对整个商业行为和信誉的重新评估。



1.2.2 商务礼仪的特征

商务礼仪的类型多样,规范各不相同,但都遵循以下特征。

1.2.2.1 普遍性

古今中外,从个人到国家,礼仪无时不在,无处不在。凡是有人类生活的地方,就存在着各种各样的礼仪规范。古时候,人类为了求生存要祭神以求保护,这种礼仪形式至今在一些偏僻地区依然存在。如在春节时,家家户户要摆起烛台祭祖宗,祭天神、地神和灶神,以求来年风调雨顺,阖家幸福,这是人类一种美好愿望的精神寄托,尽管有封建迷信的色彩,但仍旧作为一种礼仪而留存。现代社交礼仪的内容已渗透到社会活动的方方面面,从政治、经济、文化领域,到人们的日常生活方面,礼仪活动普遍存在。比如,大到一个国家的庆典,小到一个企业公司的开张仪式,再到人们日常生活中的接待、见面谈话、宴请等,均需要讲究礼仪规范,遵守一定的礼仪行为准则。

礼仪是人类在社会生活的基础上产生的行为规范,全体社会成员均离不开一定的礼仪规范的制约。在生活中,许多礼仪是不随人的意志为转移的,它的存在本身具有很强的普遍性,无时无刻不约束着人们的行为规范,反映着人们对真善美的追求与渴望。比如最简单的问候语,如“你好”、“再见”等,这几乎是全世界通用的一种问候礼节,具有绝对的普遍性。

1.2.2.2 继承性

中国作为一个有“礼仪之邦”之称的泱泱大国,礼仪文化源远流长。在礼仪发展的源流中,礼仪文化的发展是一个扬弃的过程,一个剔除糟粕、继承精华的过程。那些反映劳动人民的精神风貌、代表劳动人民道德水平和气质修养的健康高尚的礼仪得到了肯定和发扬,而那些代表剥削阶级帝王将相封建迷信的繁文缛节得以根除。比如:古代的磕头跪拜风早已被现代的握手敬礼所替代,至于古代朝见天子所需的三叩九拜,早已被抛进历史的垃圾堆;而那些“温良恭俭让”、“尊老爱幼”的行为规范则得到了弘扬。以往老人生日寿辰时,晚辈得行祝寿礼仪,置办寿辰酒宴以祝老人福寿绵长,万事如意,而如今的年轻人除了摆寿酒外,还在电台点歌、电视台点节目以祝老人生日快乐,寿长福远。这种变迁不仅反映了人类礼仪的一脉相承,也反映了礼仪在继承过程中得到了丰富发展,更突出了人类对那些代表礼仪本质东西的倾心向往。可见,礼仪变化的继承性必将随着人类历史的不断进步而发展。



练一练

尝试找到一种我国古今通用的礼仪。

1.2.2.3 差异性

人说“百里不同风,千里不同俗”,不同的文化背景,产生不同的礼仪文化,不同的地域文化决定着礼仪的内容和形式。我国疆域辽阔,是一个多民族国家,不同的民

族，其风俗习惯、礼仪文化各有千秋。就说见面问候致意的形式，就大不一样，有脱帽点头致意的，有拥抱的，有双手合十的，有手抚胸口的，有亲吻脸颊的，更多地还是握手致意。这些礼仪形式的差异均是由不同地方风俗文化决定的，具有约定俗成的影响力。

礼仪的差异性除了地域性的差异外，还表现在礼仪的等级差别上，对不同身份地位的对象施以不同的礼仪。同样是宴会就会因招待对象的身份地位高低的差别而有所不同，身份和地位高的，可能就会受到更高级的款待，身份低的相对就低一等。

练一练

搜集资料，尽可能多地总结世界各国、各民族的见面礼节。

1.2.2.4 时代性

礼仪作为一种文化范畴，必然具有浓厚的时代特色。任何时代的礼仪由于其时代的特性和内容，往往就决定了它的表现。比如，礼仪本起源于原始的祭神，因而人类最初的礼仪是从祭神开始的；古代把裸体怀孕的妇女陶塑像作为生育女神来祭拜，这正是基于人类在蒙昧时期无法更好地保护自己而产生的强烈的对生殖崇拜的一种礼仪表现。

时代的特色对文化冲击的烙印是巨大的，可以说，每个时代的文化正是时代变迁的缩影，而礼仪文化也如此。如辛亥革命的爆发，猛烈地冲击了封建社会的上层建筑及其意识形态，也影响到了人们日常生活的方方面面，于是就造就了一代新风尚。据1912年3月5日出版的报纸记载：“清朝灭，总统成，皇帝灭，新礼服兴，翎顶补服灭，剪发兴，辫子灭，爱国帽兴，瓜皮帽灭，放足鞋兴，菱鞋灭，鞠躬礼兴，跪拜礼灭……”

可见礼仪文化总是一个时代的写照。文革时期，清一色的服饰文化正是当时人们思想行为统一到一个文化模式中的反映。而现在丰富多彩的服饰文化也正是现代人丰富的内心世界的反映。

1.2.2.5 发展性

我们说，时代总在不断地前进。礼仪文化也不是一成不变的，而是随着社会的进步而不断发展。一方面，礼仪文化随时代的不断进步而时刻地发生着变化，如现代人所发送的祝福短信、邮件、视频等礼仪形式就是时代进步而产生的新生事物；另一方面，随着国家对外交往的不断扩大，各国的政治、经济、思想、文化等诸种因素的互相渗透，我国的传统礼仪自然也被赋予了许多新鲜的内容。礼仪规范更加国际化，礼仪变革向着符合国际惯例的方向发展。如何形成一整套既富有我们国家自己的传统特色，同时又符合国际惯例的礼仪规范已成为必需。这种礼仪文化的培养和形成有助于我们的国家走向世界，更好地与国际接轨，成为“地球村”上一个真正的礼仪之邦。

礼仪规范的这种发展性总是与时代精神密切地结合在一起。礼仪文化的发展总是受时代发展变化推动的，时代不前进，礼仪文化的内容自然也不会得到很好的发展。时代性与发展性和继承性都是相辅相成的。总而言之，随着时代的不断进步，人类的礼仪规范必将更为文明、优雅、实用。

1.2.3 商务礼仪的作用

当今社会,文明礼仪既是塑造高尚人格的途径,又是追求事业成功的手段;既是打开交际大门的钥匙,又是联系人际关系的纽带;既是良好社会秩序的基石,又是社会发展的助力器。概括来说,礼仪的作用主要体现在以下4个方面。

1.2.3.1 礼仪是人际关系的纽带

从交际的角度看,礼仪是人际交往中适用的一种交际方式或交际艺术,可以说,礼仪是人际交往的一把钥匙,礼仪是人际关系和谐的“润滑剂”。

人们在交往之初,由于双方相互之间不十分了解,因此,不可避免地会彼此产生某种戒备心理或距离感。如果交往双方在交往中都能做到施之以礼、应之以礼,则可以消除交往双方之间的心理隔阂,拉近双方的距离。一句热情的问候、一个亲切的微笑,都可以使你得到一个朋友,得到一份友情,生活会因此变得温馨和谐。一声“对不起”或是“请原谅”,能够减少双方的摩擦而化干戈为玉帛。因此,注重交往礼仪,无疑会增加对方对自己的好感,从而为以后的进一步交往奠定良好的基础;而横眉冷对、出言不逊、高傲冷漠,就可能造成气氛紧张、矛盾横生,生活会因此变得枯燥乏味,工作也会困难重重。

1.2.3.2 礼仪是形象塑造的手段

从审美的角度看,礼仪可以说是一种形式美,是人心灵美的必然外化。“礼”表达的是敬人的美意,“仪”展现的是表达这种美意的形式。礼仪规范是对人的美好形象的一种设计,施礼是对美的形象的塑造与展示,礼仪形象是人们社会身份识别最重要的符号。因此,从个人而言,应从重视自身形象和获得别人欢迎的角度来对待礼仪。

从企业的角度分析,礼仪与企业的成功息息相关。潜在客户会通过员工的礼仪形象与行为来判断企业形象;商务活动中的礼仪形象,大到合体的衣服、行为举止,小到一个微笑、一个眼神所涵盖的修养与内涵会直接影响企业的发展与成败。因此,比尔·盖茨说:“在市场竞争环境下,现代竞争首先是人素质的竞争。”而礼仪形象力已经成为企业第四资源,企业的最大成本是没有经过正确训练员工。

1.2.3.3 礼仪是事业成功的捷径

礼仪与一个人的职业生涯息息相关。在现代职场,一个知礼懂礼、举止优雅、自信有度的人,能赢得上司、同事、客户的尊重和敬仰,而一个不修边幅、不能给人留下良好礼仪印象的人必定会遭到职场的淘汰。世界著名形象设计师英格丽说:“很多有价值的学习和成长机会就存在于那些最不引人注意的礼仪细节中,如修饰、握手、递接名片,看起来如此平凡,无关大局,而它们都是筑成你迈向成功大堤的每一撮泥土。”事实就是这样,不注意礼仪细节的人就会被那些看似微小的细节吞噬掉职业形象魅力,更会因此失去许多走向成功的机会。

1.2.3.4 礼仪是社会行为的规范

礼仪是社会生活中人们共同遵守的最基本的行为规范,也是千百年来人类社会道德修养与人生智慧在处世方式上的心理认同和行为体现。对于个人来说,礼仪是一个人的思想道德水平、文化修养和交际能力的外在表现;对于社会来说,礼仪是一个国家和地区生活习惯、道德风尚的综合反映,是社会文明程度的重要标志。

1.3 商务人员的礼仪修养

1.3.1 商务人员个人礼仪

1.3.1.1 商务人员个人礼仪的概念

商务人员个人礼仪是指在商务活动中，个人在对交往对象以礼相待时，有关个人形象的设计、塑造及维护的具体规范，由仪容、仪表和仪态三部分组成，主要涉及个人的相貌、身高、体形、服饰、语言、行为举止、气质风度及文化素质等方面内容。美好的个人形象，是一个人的无形资产，也是商务人员成功商务交往的基础。

礼仪的核心在于以适当的途径敬人，因此，商务人员若要秉持以礼待人的思想，追求以礼待人的效果，必须注重个人形象的塑造与维护。从表面上看，个人礼仪似乎只涉及个人衣着打扮、举手投足之类无关大局的小节小事，但细节之处显精神，言谈举止见文化。

个人礼仪作为一种社会文化，不仅事关商务人员个人的精神风貌、素养体现、人生阅历、工作态度、个人能力等，而且还关系所在企业的整体形象。如果商务人员置个人礼仪规范于不顾，自以为是，我行我素，不仅影响个人形象，而且还会蚀损所在企业的整体形象，直至影响所在企业商务活动的效益。因此，商务人员必须提高个人礼仪素养，强化个人礼仪观念，重视个人礼仪学习，这既是商务人员成功实现商务活动目的的前提，也是实现个人修身、齐家、治国抱负的必由之路。

1.3.1.2 商务人员践行个人礼仪的原则

商务人员学习个人礼仪，需要遵循三项基本原则：一是塑造个人形象要考虑自身特点；二是塑造个人形象要适应所处的具体时空；三是塑造个人形象要遵循各种约定俗成的规范。三者相辅相成，缺一不可。

商务人员个人礼仪修养不是简单个体行为的表现，也不是一蹴而就的事情，商务人员坚持不懈地努力学习礼仪规范，不断总结与体会礼仪的本质，才能使自己的个人形象日臻完善，历练成一名成功的商务人士。

1.3.2 商务人员提高礼仪修养的途径

礼仪修养是指一个人在待人接物方面的素质和能力，礼仪修养是商务人员自我学习、自我磨炼、自我养成的过程，礼仪规范从形式上看，只是些举手投足、表情达意的小事，没有什么高深的学问和特殊的技能，但是要达到应付自如、出神入化，展示优美形象的境界，就需要长期知识的积累和不断学习与实践。

现实生活中，我们会看到这样的情形：某人由于不注重仪表、不讲求举止，以致在不知不觉中影响人际关系，使交往出现不愉快、不和谐，甚至导致交往中断。尤其在一些涉外场合，是否行礼如仪还会反映出人格和国格的文明水准，不仅影响个人形象，还间接影响企业形象、民族形象和国家形象。

想一想

请另谋高位

一次某公司招聘文秘人员，由于待遇优厚，应聘者如云。中文系毕业的小李同学前往面试，她的简历材料可能是最棒的：大学四年中，在各类刊物上发表了3万字的作品，内容有小说、诗歌、散文、评论、政论等，还为六家公司策划过周年庆典，一口英语表达也极为流利，书法也堪称佳作。小李五官端正，身材高挑、匀称。面试时，招聘者拿着她的材料等她进来。小李穿着迷你裙，露出藕段似的大腿，上身是露脐装，涂着鲜红的唇膏，轻盈地走到一位考官面前，不请自坐，随后跷起了二郎腿，笑咪咪地等着问话。孰料，三位招聘者互相交换了一下眼色，主考官说：“李小姐，请下去等通知吧。”她喜形于色：“好！”挎起小包飞跑出门。

小李能等到录用通知吗？为什么？

那么商务人员的礼仪修养应该从哪里入手呢？

1.3.2.1 学练礼仪规范

礼仪修养不是先天具备的，商务人员良好礼仪形象的塑造，主要是商务人员经过长期学习、训练和积累逐渐养成的。礼仪修养可以通过自我学习、自我磨炼、自我养成，也可以借助他人的指导来学习提高。通常来讲，通过二者结合的途径，效果最好。礼仪是一门实践性、应用性很强的知识和技能，学习礼仪的目的在于应用，学习礼仪贵在应用，只有边学边用，学用结合，才能更好地理解各种礼仪的要领和价值，也只有不断地应用礼仪知识，才能培养自己的礼仪习惯，才能有效地提高自己的礼仪修养。当然，知易行难，改变要从一点一滴做起，要在不断的自我修正中得到强化。

1.3.2.2 锤炼道德品质

道德品质也称“德性”，简称“品德”。它是个人在道德行为中所表现出来的比较稳定的、一贯的特点和倾向，是一定社会的道德原则和规范在个人思想和行为中的体现，由道德认识、道德情感、道德信念、道德意志和道德行为等因素构成。礼仪修养与道德修养是密不可分的。一个人礼仪修养水平的高低，是受其道德修养水平制约的。修礼先修德，大力加强道德品质修养对于提高礼仪修养水平是十分重要的。只有达到较高的思想境界，才会产生强烈的礼仪意识，只有不断地自我磨炼、自我完善，礼仪修养才能不断地得到提高。

1.3.2.3 注重个性修养

礼仪修养是建立在健康、良好的个性基础上的。从心理学角度讲，个性是一个人所具有的本质的、稳定的心理特征的总和，主要包括个人的气质、性格和能力。个性反映出一个人的涵养，不仅表现在做什么，更表现为如何做。加强商务礼仪修养，必须注重个性的自我完善，必须注意培养开朗、耐心、宽容、沉着、勇敢、顽强、有幽默感的个性，养成较强的应变能力、自控能力和表达能力等。

1.3.2.4 丰富文化底蕴

狭义的文化底蕴指文史修养，广义的文化底蕴则指对人类文化精神的深刻认识与领悟，