



“十三五”应用型本科经济管理学院特色教材规划系列

商务礼仪

Business Etiquette

主 编◎林 慧



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

“十三五”应用型本科经济管理学院特色教材规划系列

商务礼仪

主 编 林 慧
副主编 陈 瑜 文传淑 齐 莉

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务礼仪/林慧主编. —北京: 中国财富出版社, 2015. 6

(“十三五”应用型本科经济管理学院特色教材规划系列)

ISBN 978-7-5047-5686-2

I. ①商… II. ①林… 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 (2015) 第 085855 号

策划编辑 王淑珍

责任编辑 王淑珍

责任印制 方朋远

责任校对 梁 凡

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)
010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-5686-2/F·2374

开 本 787mm×1092mm 1/16 版 次 2015 年 6 月第 1 版

印 张 15.5 印 次 2015 年 6 月第 1 次印刷

字 数 368 千字 定 价 36.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

前言

商务礼仪是商务人士在人际交往中应当遵循的基本礼仪，是企业形象、组织文化、管理水平、员工修养的综合表现。随着社会的发展、市场竞争的日趋激烈，商务礼仪不再是无须多动笔墨的“小问题”，它与企业的发展壮大密切相关。商务礼仪是一种无声的“语言”，在商务交往中扮演着必不可少的重要角色，有时甚至可以决定商务活动的成功与否。

商务礼仪是一门综合性与实用性很强的学科。越来越多的人认识到，学习和掌握商务礼仪对个人和企业很有必要，对提高自身修养、提高人际交往能力大有帮助。

本书力争做到深入浅出、形象生动、翔实具体，集理论性与实践性、知识性与操作性于一体。在本书的编写过程中，根据商务礼仪和高校教育的要求，重点关注了以下特色。

第一，知识学习与能力培养相结合。淡化理论色彩，根据高等院校的培养目标以及学生的认知特点、学习规律，着力编写各方面商务礼仪的实务技巧，突出针对性与操作性。

第二，理论讲解与实例分析相结合。文中设计了小案例、知识链接等版块，以图文并茂的方式，使学生学有范例、练有参考，突出趣味性与实用性。

本书遵循适用和好用的原则来介绍商务礼仪，从礼仪与商务礼仪的概述开始，继而介绍了商务人士必备的商务形象礼仪、商务见面礼仪、商务往来礼仪，再扩展到商务会议礼仪、商务宴请礼仪，最后延伸到商务办公礼仪、商务涉外礼仪。本书既可作为高等院校管理类等专业本、专科学生的教材，也可作为社会培训用书，以及各级管理人员的参考书。

具体而言，全书共分八章，详细介绍了商务礼仪的操作规则。第一章为商务礼仪概述，主要介绍礼仪的含义、特征与作用，以及商务礼仪的基本原则。第二章为商务形象礼仪，主要介绍仪容仪表修饰的基本原则，讲授化妆技巧、着装及仪态礼仪。第三章为商务见面礼仪，主要介绍称呼、介绍、致意、名片等方面的礼仪规范。第四章为商务往来礼仪，主要介绍商务交往中的接待、拜访、馈赠等礼仪技巧。第五章为商务会议礼仪，主要介绍一般会议和各种专题会议礼仪，以



及商务谈判礼仪、庆典仪式礼仪。第六章为商务宴请礼仪，主要介绍筹备和参加宴请的礼仪、中餐及西餐的礼仪细节。第七章为商务办公礼仪，主要介绍了商务人士在办公室和公共区域的礼仪规范、使用各种通信工具以及编写和发送商务文书的礼仪要求。第八章为商务涉外礼仪，主要介绍商务涉外交往的基本原则、各国的商务礼俗与禁忌。

本书由林慧担任主编，陈瑜、文传淑、齐莉担任副主编。具体编写分工如下：林慧负责第一章至第六章的编写；文传淑、齐莉负责第七章的编写；陈瑜负责第八章的编写。全书由林慧进行统一协调、修改和润色。

在本书编写过程中，参考了近年来一些专家、学者的著作，参阅了大量资料，在此对本书所引参考文献、阅读资料的作者表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，本书难免存在不足之处，敬请广大读者提出宝贵意见，以便及时修正完善。

编者

2015年1月

目 录

第一章 商务礼仪概述	(1)
第一节 礼仪与商务礼仪	(2)
第二节 商务礼仪的特征与功能	(4)
第三节 商务礼仪的原则	(9)
第四节 商务礼仪的修养	(15)
第二章 商务形象礼仪	(20)
第一节 商务仪容礼仪	(21)
第二节 商务仪表礼仪	(35)
第三节 商务仪态礼仪	(50)
第三章 商务见面礼仪	(66)
第一节 商务称呼礼仪	(67)
第二节 商务介绍礼仪	(70)
第三节 商务致意礼仪	(75)
第四节 商务名片礼仪	(80)
第四章 商务往来礼仪	(89)
第一节 商务接待礼仪	(90)
第二节 商务拜访礼仪	(95)
第三节 商务馈赠礼仪	(98)
第五章 商务会议礼仪	(106)
第一节 一般会议礼仪	(107)
第二节 专题会议礼仪	(115)
第三节 商务谈判礼仪	(124)
第四节 庆典仪式礼仪	(134)



目 录

第六章 商务宴请礼仪	(146)
第一节 宴请礼仪	(147)
第二节 中餐礼仪	(156)
第三节 西餐礼仪	(167)
第七章 商务办公礼仪	(181)
第一节 办公室礼仪	(182)
第二节 商务通讯礼仪	(187)
第三节 商务文书礼仪	(195)
第八章 商务涉外礼仪	(203)
第一节 商务涉外礼仪的原则	(204)
第二节 各国商务礼俗与禁忌	(208)
参考文献	(242)



第一章 商务礼仪概述

内容简介

礼仪,是指人们在社会交往中约定俗成的行为规范和准则。礼仪的基本理念是以尊重为本,即要做到以对方为中心,进行良性沟通,讲究表达的形式规范。本章结合礼仪的含义、特征与作用,分析商务礼仪的基本原则,探讨礼仪与修养的关系。

学习目标

- 理解礼仪和商务礼仪的含义;
- 了解商务礼仪的特征与作用;
- 掌握商务礼仪的基本原则;
- 掌握大学生提高礼仪修养的途径。

案例导入

都是握手惹的祸

刘丽是一位热情而敏感的女士,在中国某著名的房地产公司担任副总裁。有一天,她接待了来访的建筑材料公司主管营销的陈经理。陈经理被秘书领进了刘丽的办公室,秘书对刘丽说:“刘总,这位是某某公司的陈经理。”刘丽离开办公桌,面带微笑,走向陈经理。陈经理先伸出手来,与刘丽握了握手。刘丽客气地对他说:“很高兴你来为我们公司介绍这些产品。这样吧,让我先看看这些材料,再和你联系。”陈经理在几分钟内就被刘丽请出了办公室。之后的几天,陈经理多次打电话过来,但秘书的回答是:“刘总不在。”

到底是什么让刘丽这么反感一个只说了两句话的人呢?刘丽在一次形象礼仪培训课上提到了这件事:“首次见面,他留给我的印象是不懂基本的商务礼仪,没有绅士风度。他是一位男士,职位又低于我,怎么能像王子一样伸出高贵的手让我来握呢?他伸给我的手不但看起来毫无生机,握起来更像一条死鱼,冰冷、松软、毫无热情。当我握他的手时,他的手掌没有任何反应,握手的这几秒钟,他就留给我一个极坏的印象,他的心可能和他的手一样冰冷。他的手没有让我感到对我的尊重,他对我们的会面也不重视。作为一个公司的销售经理,居然不懂得基本的握手方式,他显然不是那种经过高级职业培训的人。而公司能雇用这样素质的人做销售经理,可见公司管理人员的基本素质和层次也不会太



高。这样素质低下的人组成的管理团队，怎么会严格遵守商业道德，提供优质、价格合理的建筑材料呢？我们这样大的房地产公司，怎么能与这样的小公司合作呢？怎么会让我们为他们提供建材呢？”

在商务活动中，商务人员个人形象并不仅仅代表自己，还代表个人为之工作的企业。因此，在商务场合中，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形象的代表，而任何一个员工的不良行为，都会破坏整个企业的良好形象。

第一节 礼仪与商务礼仪

礼仪作为人类历史发展中逐渐形成并积淀下来的一种文化，是人类文明进步的重要标志，是适应时代发展、促进个人进步和成功的重要途径。

商务礼仪是企业形象、组织文化、管理水平、员工修养的综合表征。每位员工的形象和言行举止都是整个企业的缩影，企业员工的商务礼仪修养又影响着企业未来的发展，得体的商务职业形象是维持和促进企业发展的基础之一。

一、礼仪的含义

礼，即尊重别人；仪，即规范形式。礼仪是在人际交往中，约定俗成的律己敬人的行为规范。礼仪的目的是“轻松、愉快地进行人际交往”；礼仪的本质是“约束自己，尊重他人”；礼仪的原则是“为他人着想”；礼仪的精髓是“己欲立而立人，己欲达而达人”、“己所不欲，勿施于人”。

（一）礼仪的表现形式

礼仪的内容相当丰富，其表现形式也多种多样。礼貌、礼节、仪表、仪式等，都属于礼仪表现的基本形式。

1. 礼貌

礼貌是指人们在语言、行为、仪表等方面对他人表示尊重和友好的行为规范，是待人接物时的外在表现，它通过言谈、表情、姿势等形式，来表示对他人的敬重。礼貌包括礼貌行为和礼貌语言两个方面。礼貌行为是一种无声的语言，需要通过人们的仪表、仪容、仪态来体现；礼貌语言是一种有声的语言，要求人们说话和气，言谈得体，不讲脏话和粗话。

2. 礼节

礼节是指人们在社会交往过程中表示尊敬、问候、致意、祝愿等惯用的形式，它是待人接物的行为规则，是礼貌的具体表现方式。



3. 仪表

仪表是指人的容貌、姿态、风度、着装等方面的综合体现，是礼仪的重要组成部分。

4. 仪式

仪式是指礼仪展现的程度和形式。仪式是秩序的表现方式，是一种重大的礼节，即为表示敬意或表示隆重而在一定场合举行的、具有专门化程序的规范化的活动。

礼貌、礼节、礼仪，三者的内涵既有区别又有联系：礼貌是道理，礼节是形式，礼仪是体系；道理是内驱力，形式是外包装，体系是综合表现。

总之，礼貌、礼节、仪表和仪式都是礼仪的具体表现形式，它们是互相联系的。礼仪要求在思想上对交往对象有尊敬之意，言行举止上懂得礼仪规矩，外表上注重仪容、仪态、风度和着装，正式场合遵循一定的典礼程序等。

(二) 对礼仪的理解

礼仪是一门综合性较强的行为科学，可以从以下几个不同的角度来理解礼仪。

从修养的角度来看，礼仪是一个人内在修养和素质的外在表现。

从道德的角度来看，礼仪是为人处世的行为规范和基本准则。

从交际的角度来看，礼仪是人际交往中适用的一种艺术、一种交际方式或交际方法。

从民俗的角度来看，礼仪是人际交往中约定俗成的待人尊重、友好的习惯做法。

从传播的角度来看，礼仪是在人际交往中进行相互沟通的技巧。

从审美的角度来看，礼仪是一种形式美，是人的心灵美的必然外化。

从文化的角度来看，礼仪是社会文化、企业精神的重要内容。

二、商务礼仪的含义

商务礼仪是指商务人员在商务活动中，为了树立个人和企业的良好形象，对商务交往对象表示尊重与友好的行为规范。

商务礼仪是企业形象、组织文化、管理水平、员工修养等综合表现，企业只有引入必要的商务礼仪规范才能将企业管理提升到一个更高的层次。每位员工的行为和形象都是整个企业的缩影，企业员工的商务礼仪、规范修养又影响着企业未来的发展，得体的商务职业形象是企业员工维护企业形象和促进企业发展的基础之一。



知识链接 1-1

常用商务交际用语

首次会面应说：幸会	看望他人应说：拜访
等待他人应说：恭候	婉拒送别应说：留步
烦劳他人应说：打扰	请人帮助应说：烦请
请求方便应说：借光	请人办事应说：拜托



请人教导应说：请教

请人解疑应说：请问

夸人见解应说：高见

求人谅解应说：包涵

宾客来到应说：欢迎

和人分别应说：告辞

请人指点应说：赐教

很久不见应说：久违

物归原主应说：奉还

欢迎宾客应说：光临

中途先走应说：失陪

赠送作品应说：雅正

商务礼仪是普通礼仪在一定企业的商务活动中的具体表现，是社会所有礼仪规范的重要组成部分之一，其核心作用是为了体现人与人之间的相互尊重。但商务礼仪与普通社交礼仪又有一定的差异。从普通的社交礼仪来说，“礼”是尊重别人，“仪”是规范自己。礼仪在某种程度上是文明和素养的标志，礼仪规范的普及是提高个人素质的重要因素。

企业的商务礼仪由商务礼节、商务仪式两方面内容组成。商务礼节，就是企业商务人员在企业的商务活动中为表示尊重之意而采取的具有时代和地域特色的约定俗成的规范；即按一定的程序进行的专题性的商务活动礼仪。商务仪式有很强的专业性、规范性和可操作性，并且往往与企业的经济效益密切相关。商务礼仪的规范极大地影响着商务活动的效率甚至成败，所以在企业的商务活动中，企业有关人员一定要重视商务礼仪并深入研习。

第二节 商务礼仪的特征与功能

在社会生活中，礼仪约束着人们的态度和动机，规范着人们的行为方式，协调着人与人之间的关系，维护着社会的正常秩序，在社会交往中发挥着巨大的作用。在商务交往中，个人的形象、能力、才华、业绩、成就要得到群体及社会的认可和好评，通过讲究礼仪规范，从而建立良好的合作关系是一把重要的金钥匙。

一、商务礼仪的特征

商务礼仪不仅是企业商务活动中不可缺少的规范员工言行的重要形式，也是企业经营相关业务顺利开展的重要条件，商务礼仪具有其自身的重要特征。

（一）规范性

俗话说：“无规矩不成方圆。”商务礼仪就是企业中的商务人员在相关商务活动中交往行为的规则。商务礼仪作为促进商务活动中企业间各类信息沟通、企业公共关系和谐等行为的规则，涉及经济活动的各个方面。商务礼仪的规范性规则使商务礼仪的细节易于遵守，也便于通过专业的商务礼仪训练达到规范员工行为的效果。

商务礼仪的规范性决定了对待不同职务、不同行业、不同级别的商务交往伙伴的方式



不同。在商务活动中,要确定商务礼宾的礼节和程序,这些礼节和程序都要符合约定俗成的商务惯例。商务礼仪中对于不同的等级,规定了不同的待遇,这并不是违反平等原则,而是具有平等人格的不同身份的商务人员之间表达尊敬之意的形式,是商务交往秩序的体现。



★ 小案例 1-1

总理与鞋

在外事活动中,周恩来总理十分注重礼节。他重病期间,重要的外事活动都坚持参加,后来病得连脚板也肿起来,他原来的皮鞋、布鞋都不能穿,只能穿着拖鞋走路。参加外事活动时,工作人员关心总理,让他穿着拖鞋参加,认为外宾是能够理解的。周总理不同意,他慈祥又严厉地说:“不行,要讲礼仪嘛!”于是,他让工作人员为他特制了一双鞋。

(二) 差异性

“十里不同风,百里不同俗,千里不同情。”商务礼仪具有差异性的特点,不同民族、不同地域、不同文化、不同宗教的商务礼仪规范都有各自的特征。由于国家、地域、宗教、民族、文化等差异,商务礼仪的规范和方式就有很多不同之处,这种不同的最深体现便是价值观的差异。商务礼仪的差异性还体现在不同的场合,商务礼仪就会有不同的规范。当所处场合不同,那么所具有的身份也就不同,所要使用的商务礼仪也会不同。

(三) 传承性

商务礼仪是在一般礼仪规范的基础上形成并发展起来的,而一般的礼仪规范也是将人们在交往中的习俗、规则确定并传承下来的。商务人员的从业交往行为规范,随着社会经济的发展以及人们思想观念的改变而改变,从而推进商务礼仪的传承、发展和创新。



知识链接 1-2

晋商如何培训礼仪

晋商的商号招收学徒,其中基本的日常交际礼仪的培训就需要一年多时间,由年长资深者和前辈进行一对一培养,非常艰苦。晋商间流行谚语:“十年寒窗考状元,十年学商倍加难”;“忙时心不乱,闲时心不散”;“快在柜前,忙在柜台”;“人有站相,货有摆样”。



在山西商人中间还流传着这样的学徒工作规矩：“黎明即起，侍奉掌柜；五壶四把（茶壶、酒壶、水烟壶、喷壶、夜壶和笤帚、掸子、毛巾、抹布），终日伴随；一丝不苟，谨小慎微；顾客上门，礼貌相待；不分童叟，不看衣服；察言观色，唯恐得罪；精于业务，体会精髓；算盘口诀，必须熟练；有客实践，无客默诵；学以致用，口无怨言；每岁终了，经得考验；最所担心，铺盖之卷；一旦学成，身股入柜；已有奔头，双亲得愁。”由此可见晋商礼仪培训之一斑。

（四）发展性

商务礼仪具有发展性，商务礼仪的各种规范会随着社会、经济、文化的发展以及时代、环境的变迁而不断发展。一方面，社会、文化、经济的进化使商务礼仪持续发展和提升；另一方面，随着全球化浪潮的到来，各国的政治、经济、思想、文化、宗教等方面的互相交流，各国商务礼仪也被赋予了新的内涵和形式。不同时代的商务礼仪具有不同的特征，应该在商务工作实践中多观察、多学习，以适应商务礼仪的不断发展。

二、商务礼仪的功能

礼仪是人际交往中产生的，影响着人类社会的方方面面，是实现文明交往的纽带，是创造良好社会风气和保障社会生活、生产正常进行的基本条件。商务礼仪之所以被提倡并受到社会各界的普遍重视，主要是因为它具有多种重要的功能。

（一）规范行为

礼仪最基本的功能就是规范各种行为。在商务交往中，人们互相影响、互相作用、互相合作，如果不遵循一定的规范，双方就缺乏协作的基础。在众多的商务规范中，礼仪规范可以使人们明白应该怎样做、不应该怎样做以及哪些可以做、哪些不可以做，有利于维护自我形象，尊重他人，赢得友谊。

礼仪作为行为规范，对人们的社会行为具有很强的约束作用。礼仪一经制定和推行，久而久之，便成为社会的习俗和行为规范。任何一个生活在某种礼仪习俗和规范环境中的人，都自觉或不自觉地受到该礼仪的约束。自觉接受礼仪约束的人是“成熟的人”的标志，不接受礼仪约束的人，社会就会以道德和舆论的手段来对他加以约束，甚至以法律的强制手段来约束他。

（二）协调关系

在商贸活动和商务谈判中，难免碰到沟通不畅的事情，有时还会导致谈判双方关系破裂、影响谈判结果。这时如果处理不当，不仅客户对商务从业人员的印象不佳，而且还会影响企业的形象。礼仪具有调节人际关系的作用。一方面，礼仪作为一种规范、程序，作为一种文化传统，对人们之间相互关系模式起着规范、约束和及时调整的作用；另一方面，某些礼仪形式、礼仪活动可以化解矛盾、建立新的关系模式。可见，礼仪在发展健康



良好的人际关系中,起着极其重要的作用。

在商务活动过程中,通过一定的商务礼仪的巧妙运用,能够化解矛盾,消除分歧,达到相互谅解,缓和人与人之间的紧张关系,从而妥善地解决纠纷的目的。



★ 小案例 1-2

关系协调 一箭双雕

年轻的部门经理张力是员工小娜的上司,张力经常当众斥责小娜。为了缓和这种不协调的上下级关系,一次,借周末休闲之机,小娜邀请张力与自己共进晚餐。美酒佳肴下肚之后,小娜开始对张力掏出肺腑之言:“你对我经常加以指责,使我常常在同事面前下不了台,我又生气又难堪,心情很不好。其实,有什么话好好说,效果可能更好,也更能体现你作为领导的涵养与风度。”这番话让张力很感动,也从另一个侧面反映了他的工作作风问题。张力想:我还想以后高升呢,确实应该改一改。小娜这番话可谓一箭双雕,既提醒了张力,又改善了自己的处境,还为架设两人的友谊之桥打下了基础。从此,小娜不但再也听不到张力的斥责声,而且还受到了张力的重用。

从这个案例可以看出商务礼仪的重要作用:在尊重张力的前提下,小娜既协调了人际关系,又为自己的工作发展带来了机会。这不是靠努力工作就能达到的,而是要掌握商务礼仪的妙诀:尊重他人的同时维护自己的自尊和地位,在适当的时候表现自己的道德、修养和才华,让别人更容易接近你、了解你。

在现代生活中,人们相互关系错综复杂,有时会突然发生冲突,甚至会采取极端行为。礼仪有利于使冲突各方保持冷静,缓解已经激化的矛盾,使人们之间的感情得以沟通,建立起相互尊重、彼此信任、友好合作的关系。

(三) 沟通信息

商务活动是一种双向交往活动,交往成功与否,首先取决于沟通的效果如何。商务交往是一个复杂的过程,交往对象的文化背景、思想、情感、观点和态度都存在差异,这就使交往双方的沟通有时变得不那么容易,甚至会产生误解。若交往达不到沟通的效果,不仅交往的目的不能实现,而且会给交往双方所代表的组织造成严重的负面影响。

在商务活动中,随着交往的深入,双方可能都会产生一定的情绪体验。它表现为两种情感状态:一是情感共鸣,另一种是情感排斥。礼仪是一种信息,通过这种信息可以表达出尊敬、友善、真诚等感情,使别人感到温暖。在人际交往中,自觉地执行礼仪规范,可以使交往对方的感情得到沟通,在向对方表示尊重、敬意的过程中,获得对方的理解和尊重。人们在交往时以礼相待,有助于加强人们之间相互尊重,建立友好合作的关系,缓和或者避免不必要的矛盾和冲突。良好的礼仪容易使双方互相吸引,增进感情,促进良好的



人际关系的建立和发展；反之如果不讲礼仪，粗俗不堪，那么久而久之容易产生感情排斥，造成人际关系紧张，给对方留下不好的印象。因此，在商务活动中，恰当的礼仪可以获得对方的好感、信任，进而有助于事业的发展。

（四）塑造形象

礼仪的基本目的是树立和塑造个人及企业的良好形象。所谓个人形象就是个人在公众观念中的总体反映和评价。作为从事商务活动的人员，应该从我做起，积极地学习和掌握现代商界共同遵守的礼仪规范，在遵守时间等小事上都注重礼仪修养，做到利益无小事，从而树立良好的个人形象。所谓树立企业形象，是指在激烈的商务竞争环境中，通过得体 and 诚挚的商务接待、拜访、谈判、宴请、通信、社交、送礼等活动，为自己树立高效、讲信誉、易于交往、善待商业伙伴的形象。如麦当劳以清洁、快速的服务领先于其他的快餐行业，戴尔电脑以良好的售后服务而闻名。没有谁愿意雇用一整天不讲卫生的员工坐在自己的旁边，没有哪一家公司愿意与一个不讲信誉的员工、不懂礼貌的公司做生意。

商务人员要注意自己的个人形象，从企业员工的形象好坏往往能推断出企业的实力情况和信誉状况。如果员工的形象好，则无疑为其所代表的企业传递了无声的商业信息，不仅宣传了企业的形象，而且也会给企业带来有形和无形的财富。

（五）赢得机会

一个人的言谈举止影响着别人对他的看法，而这些看法可能会影响一个人的人际关系，甚至会影响个人的发展和提升；同样，优雅的举止和恰当的服饰会使一个人更好地展示自己的优势和长处，赢得更多的机会。对于一个管理者来说，良好的行为举止可以使管理工作更有效，使自己的人际关系更加和谐，更加容易得到上级的赏识和下级的理解与支持；对于一个员工来说，则可以让自己赢得更多的学习、工作机会，更容易与一个集体融洽地相处，使领导更赏识自己，更容易得到升迁的机会，使个人生活更幸福；对于一个集体来说，有着好的礼仪规范，就意味着这个集体有着更强的凝聚力和更多的生存、发展机会，更容易做到全员公关，从而树立良好的组织形象。



★ 小案例 1-3

修养是第一课

林晖等一批应届毕业生，实习时导师带他们到某知名公司参观。全体同学坐在会议室里等待总经理的到来，这时有秘书给大家倒水，同学们表情木然地看着她忙活，其中一个还问了句：“有绿茶吗？天太热了。”秘书回答说：“抱歉，刚刚用完了。”林晖看着有点别扭，心里嘀咕：“人家给你水喝还挑三拣四。”轮到他时，他轻声说：“谢谢，辛苦了。”秘书抬头看了他一眼，满含着惊奇，虽然这是很普通的客气话，却是她今天唯一听到的一句。



门开了，总经理走进来和大家打招呼，不知道怎么回事，静悄悄的，没有一个人回应。林晖左右看了看，犹犹豫豫鼓了几下掌，同学们这才稀稀落落地跟着拍手，由于不齐，显得凌乱起来。总经理挥了挥手：“欢迎同学们来这里参观，平时这些事一般由办公室主任负责接待，因为我和你们导师是老同学，非常要好，所以这次我亲自来给大家介绍一些有关情况。我看同学们好像都没有带笔记本，这样吧，王秘书，请你去拿一些我们公司的笔记本，送给同学们当作纪念。”接下来，更尴尬的事情发生了，大家都坐在那里，很随意地用一只手接过总经理双手递过来的笔记本。总经理脸色越来越难看，来到林晖面前时，已经快要没有耐心了。就在这时，林晖礼貌地站起来，身体微倾，双手握住笔记本，恭敬地说了声：“谢谢您！”总经理听闻此言，不觉眼前一亮，伸手拍了拍林晖的肩膀：“你叫什么名字？”林晖照实作答，总经理微笑点头，回到自己的座位上。早已汗颜的导师看到此景，才稍微松了一口气。

两个月后，在激烈的求职竞争中，林晖顺利地进入了这家知名企业。有几位颇感不满的同学找到导师：“林晖的学习成绩最多算是中等，凭什么选他而没选我们？”导师看了看这几张尚属稚嫩的脸，笑道：“是人家点名来要的。其实你们的机会是完全一样的，你们的成绩甚至比林晖还要好，但是除了学习之外，你们需要学的东西太多了，修养是第一课。”

第三节 商务礼仪的原则

任何事物都有其一定的原则，都有一些共同的规律可循。礼仪也不例外，也有它自身可遵循的原则。礼仪的原则，是对礼仪实践的高度概括。所以，熟悉和掌握礼仪的原则，就可以做到触类旁通，以不变应万变。平等、尊重、宽容是礼仪最基本的三项原则。现代礼仪种类很多，如交际礼仪、职业礼仪、家庭礼仪、庆典礼仪等，“平等”是各种礼仪中应当共同遵循的原则。“尊重”与“宽容”作为现代礼仪原则，符合礼仪的本质特征，有利于商务关系的建立和发展。随着信息沟通的普遍性和全球一体化的不断发展，商务活动已经不只是“一方土地上的交易活动”。因此，商务礼仪也随之发展而形成了一系列全球商务人士共同遵循的商务礼仪原则。

一、尊重原则

尊重，就是以人为先，不管他人是你的长辈、上司，还是晚辈、下属，都要站在他人的角度考虑问题，将他人的需求放在首位，并将敬意付诸行动。尊重对方是建立友谊、加深交往、发展关系的前提。商务礼仪总的尊重原则，是指致礼施仪时要体现出对他人真诚



的尊重,而不能藐视他人。尊重他人讲的是对待他人的态度,这种态度要求承认和重视他人的人格、感情、爱好、习惯和职业、社会价值以及所应享有的权利和利益。尊重他人在商务场合要注意三点:给他人充分表现的机会;对他人表现出你最大的热情;给对方永远留有余地。

尊重是礼仪的情感基础。尊重长辈、关心客户不但不是自我卑下的行为,反而是一种至高无上的礼仪,体现了一个人良好的内在素质。当然,礼待他人也是一种自重,不应以伪善取悦于人,更不能富贵骄人。尊重还要做到入乡随俗,尊重他人的喜好与习俗。总之,对人尊重和友善,这是处理人际关系的一项重要原则。



知识链接 1-3

尊重需要的类型

心理学家马斯洛认为,人们对尊重的需要分两类,即自我尊重的需要和来自他人的尊重。自我尊重的需要包括对获得信心、能力、本领、独立和自由等愿望。来自他人的尊重包括威望、承认、接受、关心、地位、名誉和赏识。一个具有足够自尊心的人总是更有信心,更有能力,也更有效率,能够正确认识自己在社会上所扮演的角色,不会为了满足自己的自尊而造成对别人的无礼。礼仪讲究互尊原则,即相互尊重、坦诚、和善,这样才能满足每个人的自尊心理。

与人交往,不论对方职务高低、身份如何、相貌怎样、才能大小,只要与之打交道,首先就应尊重对方的人格,做到礼遇适当、赞美得体、话题投机,让对方感到自己是受欢迎和有地位的,从而使其得到一种心理上的满足,感到和你相处时心情很愉快,这样才能建立感情,深入沟通,达到交往的目的。

要想在人际交往中通过礼仪体现出对对方的尊重,应从以下几个方面做起。

(1) 与人交往,要有热情而真诚的态度。这是礼仪的初衷和宗旨,意味着对别人的接待,会给人留下受欢迎、受重视、受尊重的感觉。但是,热情不能过火,过分的热情会使人感到虚伪和缺乏诚意。所以,待人热情一定要出自真诚,真诚是人与人相处的基础,是打开商务交往之门的金钥匙,是尊重他人的真挚情感的自然流露。

(2) 要给他人留面子。所谓面子,即自尊心。每个人都有自尊心,失去自尊,对一个人来说是件非常痛苦、难以容忍的事情。所以,伤害别人的自尊是严重的失礼行为,如果是故意而为,那就更不道德了。比如,谈话中不要涉及他人的隐私;不要提到对方的缺陷,更不能拿别人的缺陷开玩笑;对他人做错的事,要善意婉转地指出。

(3) 允许他人表达思想,表现自己。丰富的个性和多元思想的共存,是现代社会区别于传统社会的一个基本特征。因此,现代礼仪中的互尊原则,要求人们必须学会彼此宽