



普通高等教育“十二五”规划教材

国际商务文化 与礼仪实践教程

主 编 李 菁

副主编 陶 菁 汪 婷 郭海燕



中国水利水电出版社

www.waterpub.com.cn

013065426

F740-43
107



普通高等教育“十二五”规划教材

国际商务文化 与礼仪实践教程

主 编 李 菁

副主编 陶 菁 汪 婷 郭海燕

F740-43
107



北航

C1673045



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

013082458

内 容 提 要

本书共分为七章，每一章分为3~11节不等，每一节课文正文前有学习目标，每一章后附有“本章小结”和“思考题”，各章节根据具体内容设有知识点小链接、案例或国际商务礼仪日常会话（英文）、信函文件基本格式图例等内容。第一、二章主要论述商务礼仪的基础理论以及文化因素的影响；第三章主要介绍国际商务活动中的基本礼仪；第四章~第六章主要介绍商务职场和办公礼仪；第七章介绍了世界各大洲（亚洲、欧洲、非洲和美洲）部分国家文化与商务礼仪。

本书可作为普通全日制高校以及高职高专学生教学用书，也可作为商务从业人员礼仪培训教材以及对此感兴趣的读者参考学习使用。

图书在版编目（CIP）数据

国际商务文化与礼仪实践教程 / 李菁主编. -- 北京
: 中国水利水电出版社, 2013.8
普通高等教育“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5170-1158-3

I. ①国… II. ①李… III. ①国际商务—文化—高等学校—教材②国际商务—礼仪—高等学校—教材 IV.
①F740②F718

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第187213号

书 名	普通高等教育“十二五”规划教材 国际商务文化与礼仪实践教程
作 者	主编 李菁 副主编 陶菁 汪婷 郭海燕
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (发行部)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	中国水利水电出版社微机排版中心
印 刷	北京市密东印刷有限公司
规 格	184mm×260mm 16开本 11.5印张 273千字
版 次	2013年8月第1版 2013年8月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	23.00元

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究

前言

第一章 商务礼仪概论	1
第一节 商务礼仪的含义、内容与特征	1
第二节 商务礼仪的基本原则与作用	5
第三节 中外商务礼仪的起源与发展	9
本章小结	14
思考题	14
第二章 文化因素对国际商务活动和礼仪的影响	15
第一节 文化因素对商务活动和礼仪的影响	15
第二节 跨国商务礼仪文化的主要差异	23
本章小结	28
思考题	28
第三章 国际商务活动中的基本礼仪	29
第一节 举止谈吐礼仪	29
第二节 介绍礼仪	36
第三节 握手礼仪	39
第四节 其他见面礼仪	41
第五节 名片礼仪	43
第六节 电话礼仪	46
第七节 着装礼仪	49
第八节 礼品礼仪	55
第九节 方位与座次礼仪.....	59
第十节 称谓礼仪	64
第十一节 使用公共设施礼仪.....	67
本章小结	69
思考题	69
第四章 国际商务职场礼仪	70
第一节 国际商务办公礼仪.....	70

第二节	国际商务接待礼仪	73
第三节	国际商务拜访礼仪	76
第四节	国际商务仪式礼仪	79
第五节	国际商务展会礼仪	92
第六节	国际商务谈判礼仪	96
第七节	跨国企业面试与求职礼仪	98
本章小结		106
思考题		107
第五章	国际商务应酬礼仪	108
第一节	就餐礼仪	108
第二节	国际商务娱乐礼仪	114
第三节	舞会礼仪	117
第四节	国际商务旅行礼仪	119
本章小结		124
思考题		125
第六章	国际商务文书礼仪	126
第一节	国际商务通信礼仪	126
第二节	国际商务邀约与请柬礼仪	135
第三节	国际商务启事礼仪	141
第四节	国际商务备忘录礼仪	149
本章小结		152
思考题		153
第七章	世界各大洲部分国家文化与商务礼仪	154
第一节	亚洲主要国家文化与商务礼仪	154
第二节	美洲主要国家文化与商务礼仪	166
第三节	欧洲主要国家文化与商务礼仪	170
第四节	非洲主要文化与商务礼仪	174
本章小结		175
思考题		175
参考文献		177

第一章 商务礼仪概论

第一节 商务礼仪的含义、内容与特征

学习目标

了解商务礼仪的内容。

掌握商务礼仪的含义、特征。

一、商务礼仪的含义

要正确地理解商务礼仪，有必要首先明确礼仪的基本含义。

在一般性的表述之中，与“礼”相关的词最常见的有三个，即礼仪、礼节、礼貌。大多数情况下，它们被视为一体，并混合使用。其实，从内涵上来看，三者不宜简单地混为一谈。它们之间，既有区别，又有联系。

礼貌，一般是指在人际交往中，通过言语、动作向交往对象表示谦虚和恭敬。它侧重于表现人的品质与素养。

礼节，通常是指人们使用于交际场合的，相互表示尊重、友好的惯用形式。它实际上是礼貌的具体表现方式。它与礼貌之间的相互关系是：没有礼节，就无所谓礼貌；有了礼貌，就必然伴有具体的礼节。

礼仪，则是对礼节、仪式的统称。它是指在人际交往中，自始至终地以一定的、约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的规范化行为。显而易见，礼貌是礼仪的基础，礼节是礼仪的基本组成部分。换言之，礼仪在层次上要高于礼貌、礼节，其内涵更深、更广。礼仪，实际上是由一系列的、具体的、表现礼貌的礼节所构成的。它不像礼节一样只是一种具体的做法，而是一个表示礼貌的系统而完整的过程，不过从本质上讲，三者所表现的都是待人的尊敬与友好。

有鉴于此，为了更完整、更准确地理解“礼”，采用礼仪这一概念来对此加以表述，是最为可行的。

站在不同的角度，往往还可以对礼仪这一概念做出种种不同的殊途同归的解释。

从个人修养的角度来看，礼仪可以说是一个人内在修养和自身素质的外在表现。也就是说，礼仪即教养，个人的素质往往体现为对礼仪的认知和应用。

从道德的角度来看，礼仪可以被界定为人们为人处世的行为规范，或曰标准做法、行为准则。

从交际的角度来看，礼仪可以说是人际交往中所适用的一种交往艺术，也可以说是一种交际方式或交际方法。



从民俗的角度看，礼仪既可以说是在人际交往中必须遵行的律己敬人的习惯形式，也可以说是在人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法。简言之，礼仪是待人接物的一种惯例。

从传播的角度来看，礼仪可以说是一种在人际交往中进行相互沟通的技巧。

从审美的角度来看，礼仪可以说是一种形式美。它是人的心灵美的必然外化。

了解上述各种对礼仪的具体诠释，可以进一步地加深对商务礼仪的理解，并且更为准确地对商务礼仪进行把握。

商务礼仪，可被界定为商务人员在商务交往（活动）中体现相互尊重所应恪守的行为规范。它的核心是一种行为的准则，约束日常商务活动的各方面。体现人与人之间相互尊重。

上述关于商务礼仪的界定，可从下述三个方面予以解释：

其一，有助于明确商务礼仪的适用对象。显而易见，商务礼仪主要适用于商务人员之间进行有效沟通、处理自己所面临的人际关系。对非商务人员来说，商务礼仪并非有效的交际技巧。

其二，有助于明确商务礼仪的有效范围。在商务交往中，商务礼仪方才适得其所。在其他类型的人际交往中，商务礼仪并不是放之四海而皆准的。

其三，有助于明确商务礼仪的基本内容。商务人员的行为规范，乃是商务礼仪的基本内容。行为者，人之所作所为也；规范者，约定之标准做法也。因此，可将商务礼仪视为商务人员在商务交往中待人接物的标准化、规范化做法。



二、商务礼仪的内容

从内容上讲，商务礼仪由主体、客体、媒体、环境等四项基本要素所构成。

商务礼仪的主体，指的是商务礼仪的操作者和实施者。它既可以是个人，也可以是组织。当商务礼仪活动规模较小、较为简单时，其主体通常是个人；当商务礼仪活动规模较大、较为复杂时，其主体通常则是组织。没有商务礼仪主体，商务礼仪活动就不可能进行，商务礼仪也就无从谈起。

商务礼仪的客体，又称商务礼仪的对象。它指的是商务礼仪的指向者和承受者。从外延上讲：它可以是人，也可以是物；可以是物质的，也可以是精神的；可以是具体的，也可以是抽象的；可以是有形的，也可以是无形的。没有商务礼仪客体，商务礼仪就失去了对象，就不成其为商务礼仪。

商务礼仪的媒体，指的是商务礼仪活动所依托的一定的媒介。进而言之，它实际上是商务礼仪的内容与商务礼仪的形式的统一。任何商务礼仪都必须使用媒体，不使用商务礼仪媒体的商务礼仪是不可能存在的。商务礼仪的媒体，具体由人体媒体、物体媒体、事体媒体等所构成。在具体操作商务礼仪时，不同的媒体往往是交叉、配合使用的。



商务礼仪的环境，指的是商务礼仪活动得以进行的特定的时空条件。大体说来，它可以分为自然环境与社会环境。商务礼仪的环境，经常制约着商务礼仪的实施，不仅实施何种具体的商务礼仪由其所决定，而且具体的商务礼仪的实施方法也由其所决定。

上述四项基本要素所构成的商务礼仪，亦可被归纳为两个方面的具体内容：

商务礼仪的具体内容之一是律己之规。它主要包括对商务人员自身的言谈话语、举止行为、仪容仪表、穿着打扮等方面的规范。它亦称形象设计，主要要求商务人员严于律己、维护自尊，并且时时守规矩、处处讲规矩、事事有规矩。

商务礼仪的具体内容之二是敬人之道。它主要包括商务人员在其面对交往对象时进行交际与应酬的基本技巧，具体涉及商务人员所从事的商务交往的各个方面。

三、商务礼仪的特征

(一) 注重信用

从事商务活动的双方，都有利益上的需要，而不是单方面存在利益需求，因此，在商务活动中，诚实、守信就显得非常重要。所谓诚实，即诚心诚意参加商务活动，力求达成协议，而不是夸夸其谈，不着边际，毫无诚意；所谓守信，就是言必信，行必果。合同签订之后，一定要履行。如果出了意外，实在不能如期履约，那就应给对方一个满意的结果来弥补，而不应该言而无信，决而不行。

(二) 注重文化

商务活动虽然是一种经济活动，但文化含量较高。因此，商务人员要体现文明礼貌、谈吐优雅、举止大方的风貌，就必须不断提高自身的文化素质，树立文明礼仪的企业形象，在商务活动中表现出文明典雅、有礼有节。

(三) 注重时效

商务活动的时机性很强，如果时过境迁，就会失去良机。在商务活动中，如果说话做事恰到好处，问题就会迎刃而解。

(四) 注重规范

商务礼仪，指的就是人们在商务交往中待人接物时所必须遵守的行为规范。这种规范性，不仅约束着人们在一切交际场合的言行举止，使之合乎礼仪；而且也是人们在一切交际场合所必须采用的一种“通用语言”，是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。总之，商务礼仪是约定俗成的一种自尊、敬人的惯用形式。因此，任何人要想在商务交往中表现得合乎规范、彬彬有礼，就必须对商务礼仪无条件地加以遵守。另起炉灶，自搞一套，或是只遵守个人所适应的部分，而不遵守不适应自己的部分，都难以为交往对象所接受。

(五) 注重差异

商务礼仪主要适用于商务活动，适用于与普通情况之下的、一般性的商务交往与应酬。在这个特定范围之内，商务礼仪行之有效。而离开了这个特定的范围，商务礼仪则未必适用。理解了这一特征，就不会把商务礼仪当成放之四海而皆准的东西，就不会在非商务交往的场合使用商务礼仪去以不变应万变。必须明确，当所处场合不同、所具有的身份不同时，所要应用的商务礼仪往往会因此而各有不同，有时甚至还会差异很大。商务礼仪可以说是一种社会历史发展的产物，并具有鲜明的时代特点。一方面，它是在人类长期的



商务交往实践之中形成、发展、完善起来的，绝不可能凭空杜撰，一蹴而就，完全脱离特定的历史背景。另一方面，社会的发展，历史的进步，以及由此而导致的众多商务交往的新特点、新问题的出现，又要求商务礼仪有所变化，有所发展，推陈出新，与时代同步，以适应新形势下新的要求。与此同时，随着世界经济的国际化倾向日益明显，各个国家、各个地区、各个民族之间商务交往的日益密切，其各自的商务礼仪随之也不断地相互影响，相互渗透，相互之间取长补短，不断地被赋予新的内容。这就使商务礼仪具有相对的变迁性。了解了这一点，就不会把它看作一成不变的东西，而能够更好地以发展、变化的眼光去对待它。在日常工作与生活中，学习、应用商务礼仪，有必要从宏观上掌握一些具有普遍性、共同性、指导性的有关商务礼仪的规律。

(六) 注重操作

切实有效，实用可行，规则简明，易学易会，便于操作，是商务礼仪的一大特征。它不是纸上谈兵、空洞无物、不着边际、故弄玄虚、夸夸其谈，而是既有总体上的礼仪原则、礼仪规范，又在具体的细节上以一系列的方式、方法，细致而周详地对礼仪原则、礼仪规范加以贯彻，将它们落到实处，使之“言之有物”，“行之有礼”，不尚空谈。商务礼仪的易记易行，能够为其广觅知音，使其被人们广泛地运用于商务交往的实践，并受到广大公众的认可；而反过来，又进一步地促使商务礼仪以简便易行、容易操作为第一要旨。

(七) 注重传承

任何国家的商务礼仪都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继承、发展起来的。离开了对本国、本民族既往商务礼仪成果的传承、扬弃，就不可能形成当代商务礼仪。这就是商务礼仪传承性的特定含义。作为一种人类的文明积累，商务礼仪将使用在商务交往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，而且不会因为社会制度的更替而消失。对于既往的商务礼仪遗产，正确的态度不应当是食古不化，全盘沿用，而应当是有扬弃，有继承，更有发展。

礼仪小知识

在交际中令人讨厌的八种行为

- (1) 经常向人诉苦，包括个人经济、健康、工作情况，但对别人的问题却不予关心，从不感兴趣。
- (2) 唠唠叨叨，只谈论鸡毛小事，或不断重复一些肤浅的话题。
- (3) 态度过分严肃，不苟言笑。
- (4) 言语单调，喜怒不形于色，情绪呆滞。
- (5) 缺乏投入感，悄然独立。
- (6) 反应过敏，语气浮夸粗俗。
- (7) 以自我为中心。
- (8) 过分热衷于取得别人好感。



第二节 商务礼仪的基本原则与作用

学习目标

掌握商务礼仪的基本原则和作用。

了解商务礼仪学科的特点。

一、商务礼仪的基本原则

(一) “尊敬”原则

有人曾把商务礼仪的基本原则概括为“充分地考虑别人的兴趣和感情”。尊敬是礼仪的情感基础。在我们的现实社会中，人与人是平等的，尊重长辈，关心客户，这不但不是自我卑下的行为，反而是一种至高无上的礼仪，说明一个人具有良好的个人素质。“敬人者恒敬之，爱人者恒爱之”，“人敬我一尺，我敬人一丈”。“礼”的良性循环就是借助这样的机制而得以生生不已的。当然，礼待他人也是一种自重，不应以伪善取悦于人，更不可以富贵骄人。尊敬人还要做到入乡随俗。尊重他人的喜好与禁忌。总之，对人尊敬和友善，这是处理人际关系的一项重要原则。

(二) “真诚”原则

商务人员的礼仪主要是为了树立良好的个人和组织形象，所以礼仪对于商务活动的目的来说，不仅仅在于其形式和手段层面上的意义，同时更应注重从事商务、讲求礼仪的长远效益。只有恪守真诚原则，着眼于将来，通过长期潜移默化的影响，才能获得最终的利益。也就是说商务人员与企业要爱惜其形象与声誉，就不应仅追求礼仪外在形式的完美，更应将其视为商务人员情感的真诚流露与表现。

(三) “谦和”原则

“谦”就是谦虚，“和”就是和善、随和。谦和不仅是一种美德，更是社交成功的重要条件。《荀子·劝学》中曾说道：“礼恭而后可与言道之方，辞顺而后可与言道之理，色从而后可言道之致”，即是说只有举止、言谈、态度都是谦恭有礼时，才能从别人那里得到教诲。谦和，在社交场上表现为平易近人、热情大方、善于与人相处、乐于听取他人的意见，显示出虚怀若谷的胸襟，因而对周围的人具有很强的吸引力，有着较强的调整人际关系的能力。当然，我们此处强调的谦和并不是指过分的谦虚、无原则的妥协和退让，更不是妄自菲薄。应当认识到过分的谦虚其实是社交的障碍，尤其是在和西方人的商务交往中，不自信的表现会让对方怀疑你的能力。

(四) “宽容”原则

“宽”即宽待，“容”即相容。宽容就是心胸坦荡、豁达大度，能设身处地地为他人着想，谅解他人的过失，不计较个人得失，有很强的容纳意识和自控能力。中国传统文化历来重视并提倡宽容的道德原则，并把宽以待人视为一种为人处世的基本美德。从事商务活动，也要求宽以待人，在人际纷争问题上保持豁达大度的品格或态度。在商务活动中，出于各自的立场和利益，难免出现误解和冲突。遵循宽容原则，凡事想开一点，眼光放远一点，善解



人意、体谅别人，才能正确对待和处理好各种关系与纷争，争取到更长远的利益。

(五) “适度”原则

人际交往中要注意各种不同情况下的社交距离，也就是要善于把握住沟通时的感情尺度。古话说：“君子之交淡如水，小人之交甘如饴。”此话不无道理。在人际交往中，沟通和理解是建立良好人际关系的重要条件，如果不善于把握沟通时的感情尺度，即人际交往缺乏适度的距离，结果会适得其反。例如在一般交往中，既要彬彬有礼，又不能低三下四；既要热情大方，又不能轻浮谄媚。所谓适度，就是要注意感情适度、谈吐适度、举止适度。只有这样才能真正赢得对方的尊重，达到沟通的目的。

(六) “自律”原则

从总体上来看，商务礼仪的具体规范由对待自身的要求与对待他人的做法这两大部分所构成。对待个人的要求，是商务礼仪的基础和出发点。学习、应用商务礼仪时，首先需要自我要求、自我约束、自我控制、自我对照、自我反省、自我检点，这就是所谓自律的原则。古语云：“己所不欲，勿施于人。”若是没有对自己的严格要求，人前人后不一样，只求诸人、不求诸己，不讲慎独与克己，遵守商务礼仪就无从谈起，就是一种蒙骗他人的大话、假话、空话。

(七) “互动”原则

在商务交往中如欲取得成功，就必须无条件地遵守互动的原则。所谓互动，在此具体含义有二：一是要求商务人员在其商务往来中必须主动进行换位思考、善解人意。换位思考的基本点，就是要求商务人员必须善于体谅交往对象的感受。二是要求商务人员在其商务活动中要时时、处处努力做到“交往以对方为中心”。也就是说，不允许无条件的“自我中心”。具体运用商务礼仪时，互动的原则永远都不容许被忽略。

(八) “沟通”原则

在商务交往中，人们通常有接触才会了解，有了解才会沟通，有沟通才会互动。因此，可将沟通视为商务交往中人与人之间的互动之桥。在商务礼仪中，沟通的原则要求商务人员在其商务交往中，既要了解交往对象，更要为交往对象所了解。礼仪的主旨在于“尊重”，而欲尊重他人，就必须首先了解人，并令自己为对方所了解。这样，才能实现有效的沟通。

(九) “平等”原则

在具体运用商务礼仪时，允许因人而异，根据不同的交往对象，采取不同的具体方法。但是，与此同时必须强调指出：在商务礼仪的核心点，即尊重交往对象、以礼相待这一点上，对任何交往对象都必须一视同仁，给予同等程度的礼遇。不允许因交往对象彼此之间在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富以及与自己关系的亲疏远近等方面有所不同，而厚此薄彼，区别对待，给予不同待遇。这便是商务礼仪中平等的原则的基本要求。

(十) “从俗”原则

注重礼仪其中包括注意尊重对方的风俗习惯。世界上许多国家乃至一个国家不同的民族、不同的地域、地区都有各自不同的风俗习惯，礼节规范也有较大的差异，这是因为各国各民族各地区人民之间有着不同的社会制度，宗教信仰，生产方式，文化传统，他们的



礼节风俗当然有巨大的差异。由于国情、民族、文化背景的不同，在当代商务交往中，实际上存在着“十里不同风，百里不同俗”的局面。对这一客观现实要有正确的认识，不要自高自大，唯我独尊，以我画线，简单否定其他人、其他单位、其他国家不同于己的做法。必要之时，必须坚持入乡随俗，与绝大多数人的习惯做法保持一致，切勿目中无人，自以为是，指手画脚，随意批评，否定其他人的习惯性做法。遵守从俗的原则，会使人们对商务礼仪的应用更加得心应手，更加有助于人们的商务交往。

（十一）“遵守”原则

在商务交往中，每一位参与者都必须自觉、自愿地遵守商务礼仪，以商务礼仪去规范自己在交际活动中的一言一行，一举一动。对商务礼仪，不仅需要学习、了解，更重要的是学了就要使用，要将其付诸个人社交实践。在商务活动中，任何人，不论身份高低、职位大小、财富多寡，都有自觉遵守、应用商务礼仪的义务，否则，就会受到公众的指责，其商务交往就难以成功，这就是遵守的原则。没有这一条，就谈不上商务礼仪的应用、推广。

总之，掌握并遵行礼仪原则，在人际交往、商务活动中就有可能成为待人诚恳、彬彬有礼之辈，并受到他人的尊敬和尊重。

二、商务礼仪的作用

礼仪作为道德范畴，在商务活动中处处都在发挥着一种积极的、有重要影响的作用。它的重要作用在于：

（一）有助于人们美化自身，美化生活

个人形象，是一个人仪容、表情、举止、服饰、谈吐、教养的集合。学习运用商务礼仪，无疑将有益于人们更好地、更规范地设计个人形象、维护个人形象，更好地、更充分地展示个人的良好教养与优雅的风度，这种商务礼仪美化自身的功能，任何人都难以否定。当个人重视了美化自身，大家个个以礼待人时，人际关系将会更和睦，生活将变得更加温馨，这时，美化自身便会发展为美化生活。这也是礼仪所发挥的作用。

（二）有助于提高商务人员的自身修养，树立企业良好形象

在商务交往中，商务礼仪的应用往往是衡量一个人文明程度的准绳。它不仅反映着一个人的交际技巧与应变能力，而且还反映着一个人的气质风度、阅历见识、道德情操、精神风貌。因此，可以说商务礼仪的应用体现着商务人员的个人教养，而有道德才能高尚，有教养才能文明。这也就是说，通过一个人对商务礼仪运用的程度，可以察知其教养的高低、文明的程度与道德的水准。在市场经济条件下现代企业必须重视企业形象的塑造，除了企业的有形资产外，其中一个重要方面便是企业的员工的素质。每个员工都代表着企业的形象。商务人员在相互接触中往往通过对方的仪容、仪表、仪态来判断对方的可靠程度，彬彬有礼，举止有度，谈吐不俗，端庄稳重，落落大方，自然真诚，从容不迫，挥洒自如，就会使对方产生信任感，安全感，从而赢得尊重和欢迎，也就会为你的形象增添无言的光彩，为彼此沟通创造良好的铺垫，因而有利于商务活动的开拓，增加交易成功的保证系数。

（三）有助于营造良好的交易氛围，提高交易成功率

在商务活动中，交易双方在不甚了解对方的背景时，往往凭第一印象来评价对方，而给对方的这第一印象就显得特别重要。在商务活动中，商务人员高尚的道德情操，得体的



仪容仪表, 优雅的说谈举止, 准确的礼貌用语, 渊博的知识领域, 恰当的礼节礼遇, 无一不给对方留下深刻而美好的印象, 并且能够帮助人们规范彼此的、具体的交际行为, 更好地向交往对象表达自己的尊重、敬佩、友好与善意, 增进大家彼此之间的了解与信任, 从而能够沟通与对方的感情, 得到对方的信任, 使其产生对企业的好感, 进而使交易中的阻力和障碍相应减少。因此它能够有助于营造良好的交易氛围。

(四) 有助于促进商务交往, 为长期合作打下基础

在商务活动中注重礼仪是对他人自尊心的尊重, 是情感融洽的基础。这有助于交往者在心灵上相互沟通, 进而发展为相互理解, 形成友好合作的关系, 并为双方长期合作打下基础。一名成功的商务人员, 必须具备这方面的丰富知识, 了解双方的差异性, 才能在商务活动中加深理解, 增进友谊, 避免尴尬, 提高效率, 为自己的商务活动铺平道路。

三、商务礼仪学科的特点

随着理论研究的发展和社会实践的检验, 商务礼仪已经成为一门新兴的人文科学。作为社会科学的一个重要分支, 商务礼仪主要以商务交往的基本规范及其一般规律作为自己的研究对象。

总的说来, 商务礼仪是一门人文应用科学。具体而言, 商务礼仪学科的特点是:

首先, 它是一门应用性学科。商务礼仪具有很强的实用性与可操作性。从某种意义上说, 它实际上就是有关商务交往艺术的科学。

其次, 它是一门实践性学科。与纯粹的理论演绎、概念探讨、逻辑抽象显然不同, 商务礼仪来源于社会实践, 并且直接服务于社会实践。它拒绝夸夸其谈, 并注重一切从实际出发, 坚持实事求是。

第三, 它是一门普及性学科。在现实生活中, 每一个人往往都有可能参加商务交往, 每一个人都希望自己的商务交往取得成功, 而商务礼仪正是一门将商务交往导向成功的科学。由此可见, 在现代社会里, 商务礼仪应当是一门人人所必修的普及性学科。而随着整个社会文明程度的提高, 它也必将进一步得到广泛的普及。

第四, 它是一门综合性学科。不容置疑的是, 商务礼仪是一门专门研究人们商务交往的行为规范的科学。这正是它有别于其他学科的标志。但在另一方面, 它又广泛吸收了其他许多学科的成果, 用以充实、完善自身。在这个意义上, 又可将它视为一门综合性学科。

礼仪小知识

礼仪小故事

曾子避席

“曾子避席”出自《孝经》, 是一个非常著名的故事。曾子是孔子的弟子, 有一次他在孔子身边侍坐, 孔子就问他: “以前的圣贤之王有至高无上的德行, 精要奥妙的理论, 用来教导天下之人, 人们就能和睦相处, 君王和臣下之间也没有不满, 你知道它



们是什么吗？”曾子听了，明白老师孔子是要指点他最深刻的道理，于是立刻从坐着的席子上站起来，走到席子外面，恭恭敬敬地回答道：“我不够聪明，哪里能知道，还请老师把这些道理教给我。”在这里，“避席”是一种非常礼貌的行为，当曾子听到老师要向他传授时，他站起身来，走到席子外向老师请教，是为了表示他对老师的尊重。曾子懂礼貌的故事被后人传诵，很多人都向他学习。

第三节 中外商务礼仪的起源与发展

学习目标

了解中外商务礼仪的起源与发展。

一、中国商务礼仪的起源与发展

中国自古就以礼仪之邦著称于世，其漫长的礼仪发展史大致可以分为礼仪的萌芽时期、礼仪的草创时期、礼仪的形成时期、礼仪的发展和变革时期、礼仪的强化时期、礼仪的衰落时期、现代礼仪时期和当代礼仪时期等8个时期。礼仪的形成和发展，经历了一个从无到有，从低级到高级，从零散到完整的渐进过程。

（一）礼仪的萌芽时期（公元前5万—前1万年）

礼仪起源于原始社会时期，在长达100多万年的原始社会历史中，人类逐渐开化。在原始社会中、晚期（约旧石器时期）出现了早期礼仪的萌芽。例如，生活在距今约1.8万年前的北京周口店山顶洞人，就已经知道打扮自己。他们用穿孔的兽齿、石珠作为装饰品，挂在脖子上。而他们在去世的族人身旁撒放赤铁矿粉，举行原始宗教仪式，这是迄今为止在中国发现的最早的葬仪。

（二）礼仪的草创时期（公元前1万年—公元前22世纪）

公元前1万年左右，人类进入新石器时期，不仅能制作精细的磨光石器，并且开始从事农耕和畜牧。在其后数千年岁月里，原始礼仪渐具雏形。例如在今西安附近的半坡遗址中，发现了生活距今约5000年前的半坡村人的公共墓地。墓地中坑位排列有序，死者的身份有所区别，有带殉葬品的仰身葬，还有无殉葬品的俯身葬等。此外，仰韶文化时期的其他遗址及有关资料表明，当时人们已经注意尊卑有序、男女有别。而长辈坐上席，晚辈坐下席；男子坐左边，女子坐右边等礼仪日趋明确。

（三）礼仪的形成时期（公元前21世纪—公元前771年）

约公元前21世纪至公元前771年，中国由金石并用时代进入青铜时代。金属器的使用，使农业、畜牧业、手工业生产跃上一个新台阶。随着生活水平的提高，社会财富除消费外有了剩余并逐渐集中在少数人手里，因而出现阶级对立，原始社会由此解体。

公元前21世纪至公元前15世纪的夏代，开始从中国原始社会末期向早期奴隶社会过渡。在此期间，尊神活动升温。



在原始社会，由于缺乏科学知识，人们不理解一些自然现象。他们猜想，照耀大地的太阳是神，风有风神，河有河神……因此，他们敬畏“天神”，祭祀“天神”。从某种意义上说，早期礼仪包含原始社会人类生活的若干准则，又是原始社会宗教信仰的产物。礼的繁体字“禮”，左边代表神，右边是向神进贡的祭物。因此，汉代学者许慎说：“礼，履也，所以事神致福也。”（《说文解字》）

以殷墟为中心展开活动的殷人，在公元前14世纪至前11世纪活跃在华夏大地。他们建造了中国第一个古都——地处现河南安阳的殷都，而他们在婚礼习俗上的建树，被其尊神、信鬼的狂热所掩盖。推翻殷王朝并取而代之的周朝，对礼仪建树颇多。特别是周武王的兄弟、辅佐周成王的周公，对周代礼制的确立起了重要作用。他制作礼乐，将人们的行为举止、心理情操等统统纳入一个尊卑有序的模式之中。全面介绍周朝制度的《周礼》，是中国流传至今的第一部礼仪专著。《周礼》（又名《周官》），本为一官职表，后经整理，成为讲述周朝典章制度的书。《周礼》原有6篇，详细介绍六官名称及其职权，现存5篇，第6篇用《考工记》弥补。六官分别称为天官、地官、春官、夏官、秋官、冬官。其中，天官主管宫事、财货等；地官主管教育、市政等；春官主管五礼、乐舞等；夏官主管军旅、边防等；秋官主管刑法、外交等；冬官主管土木建筑等。春官主管的五礼即吉礼、凶礼、宾礼、军礼、嘉礼，是周朝礼仪制度的重要方面。吉礼，指祭祀的典礼；凶礼，主要指丧葬礼仪；宾礼，指诸侯对天子的朝觐及诸侯之间的会盟等礼节；军礼，主要包括阅兵、出师等仪式；嘉礼，包括冠礼、婚礼、乡饮酒礼等。由此可见，许多基本礼仪在商末周初已基本形成。此外，成书于商周之际的《易经》和在周代大体定型的《诗经》，也有一些涉及礼仪的内容。在西周，青铜礼器是个人身份的象征。礼器的多寡代表身份地位高低，形制的大小显示权力等级。当时，贵族以佩带成组饰玉为风气。而相见礼和婚礼（包括纳采、问名、纳吉、纳徽、请期、亲迎等“六礼”）成为定式，流行民间。此外，尊老爱幼等礼仪，也已明显确立。

（四）礼仪的发展、变革时期（公元前770—前221年，东周时期）

西周末期，王室衰微，诸侯纷起争霸。公元前770年，周平王东迁洛邑，史称东周。承继西周的东周王朝已无力全面恪守传统礼制，出现了所谓“礼崩乐坏”的局面。

春秋战国时期是我国的奴隶社会向封建社会转型的时期。在此期间，相继涌现出孔子、孟子、荀子等思想巨人，发展和革新了礼仪理论。

孔子（公元前551—前479年）是中国古代大思想家、大教育家，他首开私人讲学之风，打破贵族垄断教育的局面。他删《诗》、《书》，定《礼》、《乐》，赞《周易》，修《春秋》，为历史文化的整理和保存做出了重要贡献。他编订的《仪礼》，详细记录了战国以前贵族生活的各种礼节仪式。《仪礼》与前述《周礼》和孔门后学编的《礼记》，合称“三礼”，是中国古代最早、最重要的礼仪著作。孔子认为“不学礼，无以立”。（《论语·季氏篇》）“质胜文则野，文胜质则史。文质彬彬，然后君子。”（《论语·雍也》）他要求人们用道德规范约束自己的行为，要做到“非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动。”（《论语·颜渊》）他倡导的“仁者爱人”，强调人与人之间要有同情心，要互相关心，彼此尊重。总之，孔子较系统地阐述了礼及礼仪的本质与功能，把礼仪理论提高到一个新的高度。



孟子（约公元前 372—前 289 年）是战国时期儒家主要代表人物。在政治思想上，孟子把孔子的“仁学”思想加以发展，提出了“王道”、“仁政”的学说和民贵君轻说，主张“以德服人”在道德修养方面，他主张“舍生而取义”。（《孟子·告子上》），讲究“修身”和培养“浩然之气”等。

荀子（约公元前 298—前 238 年）是战国末期的大思想家。他主张“隆礼”、“重法”，提倡礼法并重。他说：“礼者，贵贱有等，长幼有差，贫富轻重皆有称者也。”（《荀子·富国》）荀子指出：“礼之于正国家也，如权衡之于轻重也，如绳墨之于曲直也。故人无礼不生，事无礼不成，国家无礼不宁。”（《荀子·大略》）荀子还提出，不仅要有礼治，还要有法治。只有尊崇礼，法制完备，国家才能安宁。荀子重视客观环境对人性的影响，倡导学而向善。

（五）礼仪的强化时期（公元前 221—1796 年）

公元前 221 年，秦王嬴政最终吞并六国，统一中国，建立起中国历史上第一个中央集权的封建王朝，秦始皇在全国推行“书同文”、“车同轨”、“行同伦”。秦朝制定的集权制度，成为后来延续两千余年的封建体制的基础。

西汉初期，叔孙通协助汉高帝刘邦制定了朝礼之仪，突出发展了礼的仪式和礼节。而西汉思想家董仲舒（公元前 179—前 104 年），把封建专制制度的理论系统化，提出“唯天子受命于天，天下受命于天子”的“天人感应”之说。（《汉书·董仲舒传》）他把儒家礼仪具体概况为“三纲五常”。“三纲”即“君为臣纲，父为子纲，夫为妻纲。”“五常”即仁、义、礼、智、信。汉武帝刘彻采纳董仲舒“罢黜百家，独尊儒术”的建议，使儒家礼教成为定制。

汉代，孔门后学编撰的《礼记》问世。《礼记》共计 49 篇，包罗宏富。其中，有讲述古代风俗的《曲礼》（第 1 篇）；有谈论古代饮食居住进化概况的《礼运》（第 9 篇）；有记录家庭礼仪的《内则》（第 12 篇）；有记载服饰制度的《玉藻》（第 13 篇）；有论述师生关系的《学记》（第 18 篇）；还有教导人们道德修养的途径和方法，即“修身、齐家、治国、平天下”的《大学》（第 42 篇）等。总之，《礼记》堪称集上古礼仪之大成，上承奴隶社会、下启封建社会的礼仪汇集，是封建时代礼仪的主要源泉。

盛唐时期，《礼记》由“记”上升为“经”，成为“礼经”三书之一（另外两本为《周礼》和《仪礼》）。

宋代，出现了以儒家思想为基础，兼容道学、佛学思想的理学，程颐兄弟和朱熹为其主要代表。二程认为，“父子君臣，天下之定理，无所逃于天地间。”（《二程遗书》卷五）“礼即是理也。”（《二程遗书》卷二十五）朱熹进一步指出，“仁莫大于父子，义莫大于君臣，是谓三纲之要，五常之本。人伦天理之至，无所逃于天地间。”（《朱子文集·未垂拱奏礼·二》）朱熹的论述使二程“天理”说更加严密、精致。家庭礼仪研究硕果累累，是宋代礼仪发展的另一个特点。在大量家庭礼仪著作中，以撰《资治通鉴》而名垂青史的北宋史学家司马光（1019—1086 年）的《涑水家仪》和以《四书集注》名扬天下的南宋理学家朱熹（1130—1200 年）的《朱子家礼》最著名。明代时，交友之礼更加完善，而忠、孝、节、义等礼仪日趋繁多。



（六）礼仪的衰落时期（1796—1911年）

满族入关后，逐渐接受了汉族的礼制，并且使其复杂化，导致一些礼仪显得虚浮、烦琐。例如清代的品官相见礼，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。（《大清会典》）。清代后期，清王朝政权腐败，民不聊生。古代礼仪盛极而衰。而伴随着西学东渐，一些西方礼仪传入中国，北洋新军时期的陆军便采用西方军队的举手礼等，以代替不合时宜的打千礼等。

（七）现代礼仪时期（1911—1949年，民国时期）

1911年末，清王朝土崩瓦解，当时远在美国的孙中山先生（1866—1925年）火速赶回祖国，于1912年1月1日在南京就任中华民国临时大总统。孙中山先生和战友们破旧立新，用民权代替君权，用自由、平等取代宗法等级制；普及教育，废除祭孔读经；改易陋俗，剪辫子、禁缠足等，从而正式拉开现代礼仪的帷幕。

民国期间，由西方传入中国的握手礼开始流行于上层社会，后逐渐普及民间。

20世纪30—40年代，中国共产党领导的苏区、解放区，重视文化教育事业及移风易俗，进而谱写了现代礼仪的新篇章。

（八）当代礼仪时期（1949年至今）

1949年10月1日，中华人民共和国宣告成立，中国的礼仪建设从此进入一个崭新的历史时期。新中国成立以来，礼仪的发展大致可以分为三个阶段：

1. 礼仪革新阶段（1949—1966年）

1949—1966年，是中国当代礼仪发展史上的革新阶段。此间，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。

2. 礼仪退化阶段（1966—1976年）

1966—1976年，中国进行了“文化大革命”。许多优良的传统礼仪，被当做“封资修”货色扫进垃圾堆。礼仪受到摧残，社会风气逆转。

3. 礼仪复兴阶段（1977年至今）

1978年党的十一届三中全会以来，改革开放的春风吹遍了祖国大地，中国的礼仪建设进入新的全面复兴时期。从推行文明礼貌用语到积极树立行业新风，从开展“18岁成人仪式教育活动”到制定市民文明公约，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、重礼貌蔚然成风。《公共关系报》、《现代交际》等一批涉及礼仪的报刊应运而生，《中国应用礼仪大全》、《称谓大辞典》、《外国习俗与礼仪》等介绍、研究礼仪的图书、辞典、教材不断问世。广阔的华夏大地上再度兴起礼仪文化热，具有优良文化传统的中华民族又掀起了精神文明建设的新高潮。

二、西方商务礼仪的起源与发展

在西方，礼仪一词最早见于法语的 *Etiquette*，原意为“法庭上的通行证”。但它一进入英文后，就有了礼仪的含义，意即“人际交往的通行证”。西方的文明史，同样在很大程度上表现着人类对礼仪追求及其演进的历史。人类为了维持与发展血缘亲情以外的各种人际关