

大学生素质教育系列教材
国民素质教育培训系列教材

商务礼仪

耿 燕 主编
陶玉侠 高 炯 副主编



清华大学出版社

大学生素质教育系列教材
国民素质教育培训系列教材

商务礼仪

耿 燕 主编
陶玉侠 高 炯 副主编



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

商务礼仪对于开展商业经营、塑造个人和企业形象具有重要作用,也是从事商务交际活动所必须遵循的礼仪规范。本书按照商务礼仪的基本要求和规定,具体介绍了形象礼仪、举止礼仪、接访礼仪、沟通礼仪、办公室礼仪、求职礼仪、商务接待、商务宴请、商务公关、商务沟通、商务谈判、商务会议等文明礼仪修养基本规范知识,并通过指导学生实训,达到学以致用、强化应用技能培养的目的。

本书融入了商务礼仪最新的实践教学理念,力求严谨、注重与时俱进,具有知识系统、语言简洁、案例鲜活、继承传统、注重创新、强化社会实践和实际应用等特点,且采用新颖的一体化格式设计;因而本书既可以作为普通高校本科及高职高专院校经济管理、广告、市场营销、工商与行政管理等专业教学的首选教材,也可以作为各类企业人员的在职培训用书,对于广大社会读者也是一本有益的读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/耿燕主编. —北京:清华大学出版社,2013.4

(大学生素质教育系列教材.国民素质教育培训系列教材)

ISBN 978-7-302-31299-4

I. ①商… II. ①耿… 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(2013)第012237号

责任编辑:田在儒

封面设计:何凤霞

责任校对:刘静

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:清华大学印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:14.5

字 数:331千字

版 次:2013年4月第1版

印 次:2013年4月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:29.00元

产品编号:051205-01

教材编审委员会

主任：牟惟仲

副主任：宋承敏 冀俊杰 张昌连 李大军 吕一中
范蓓 梁露 张建国 王阳 王松
车亚军 宁雪娟 鲁彦娟 田小梅 彭爱美

委员：孟繁昌 丁玉书 陈捷 李洁 鲍东梅
黑岚 孙军 李耀华 吴晓慧 张蕾
孙慧君 李俊琦 林群 陈光义 刘铮
耿燕 温智 吴琳 李冰 王涛鹏
张劲珊 李文洁 李璐 孟红霞 贾晓龙
岑慧仪 王仲建 石宝明 李连璧 王月
李卓 宇恒 王桂霞 曹敏 王晓霞
陈晓群 韩瑞 王洋 刘剑 赵妍

总编：李大军

副总编：梁露 王琦 吴慧涵 冯丽霞 温丽华

专家组：林玲玲 范蓓 邵海峡 崔晓文 马继兴

序言

新中国成立以来,党和政府一直高度重视教育,特别强调要全面提高学生的综合素质。2001年6月,中共中央国务院《关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》做了最为明确、准确的表述:“实施素质教育就是全面贯彻党的教育方针,以提高国民素质为根本宗旨,以培养学生的创新精神和实践能力为重点,造就有理想、有道德、有文化、有纪律的德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。”

素质教育是以提高民族素质为宗旨的教育,它是依据《中华人民共和国教育法》规定的国家教育方针,着眼于受教育者及社会长远发展的要求,以面向全体学生、全面提高学生的基本素质为根本宗旨,以注重培养受教育者的态度、能力,促进他们在德智体美劳方面生动、活泼、主动地发展为基本特征的教育。

素质教育的内涵丰富,从定位角度来看,“素质教育的宗旨是提高国民素质,目标是培养德智体美劳全面发展的合格公民,灵魂是思想道德教育,重点是提高创新精神和实践能力”;从功能角度来看,“素质教育充分考虑人与社会发展的需要,尊重学生的主体地位、主动精神和个性差异,注重形成健全的人格”;从价值取向角度来看,“素质教育关注人的‘能力、创造性、潜在竞争力、可持续发展’,并以促进学生的长远发展作为核心价值”。

目前,我国已进入全面建设小康社会,加快推进社会主义市场经济,加速现代化经济发展的关键时期。随着全球经济一体化进程的加快和科技进步的日新月异,随着改革开放和中国经济国际化发展的趋势,随着国家经济转型和产业结构调整,需要解决就业、择业、晋升、薪酬、竞争、恋爱、生理、心理、治安等社会问题,而解决这些社会问题的最根本和最好的办法,就是关注早期素质教育,加强综合素质培养。

21世纪,我国从计划经济体制转变为社会主义市场经济体制,经济增长方式从粗放型转变为集约型,而且正在实施“科教兴国”和“可持续发展”战略。我国要在21世纪激烈的国际竞争中处于战略主动地位,最大的问题就是解决好人的素质和人才问题。

国以才立,政以才治,业以才兴,素质是人才的根本,社会主义事业需要合格的建设者和可靠的接班人。人的实践需要人的主观能动性、创造性、自主性,现代化建设需要人的求实精神、开拓精神、无私奉献精神,社会主义市场经济需要人的创造力、应变力、竞争力、承受力。从根本上说,人的这种主体性、精神、能力都来源于人的素质,只有不断提高人的素质,才能推进人的全面发展,造就数以亿计的高素质劳动者、数以千万计的专门人才和一大批拔尖的创新创造型人才。

本系列教材根据《中华人民共和国教育法》规定的国家教育方针,全面贯彻党的素质教

育要求,以高等院校、职业院校为主,兼顾企业、社区工作者和居民,属于通用型的素质教育培训教材。

本系列教材作为素质教育培训的特色教材,坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进;在吸收国内外素质教育权威专家、学者的最新科研成果的基础上,融入了素质教育的最新教学理念;依照素质教育所设计的问题和施教规律,根据素质教育发展的新形势和新特点,全面贯彻国家新近颁布实施的有关素质教育的法律、法规及管理规定;按照社会及企业用人的需求模式,结合了解决学生就业及加强素质教育的实际要求;注重结合大学生遇到的各种问题,强化德智体美劳全面发展,突出培养创新精神和实践能力,并注重教学内容和教材结构的创新。

本系列教材的出版,对普及国民素质教育,创建和谐社会,帮助学生加强素质培养,提高竞争力,毕业后能够顺利就业具有特殊的意义。

编委会
2012年8月

前言

随着我国改革开放和社会主义市场经济的快速推进,我国经济建设保持着连续多年的高速增长。面对经济全球化与市场国际化的迅速发展,日益激烈的市场竞争已经由价格、服务转向了品牌和形象,商务礼仪正是创造品牌、树立形象、提高竞争力的强大助推器,目前已经成为衡量一个外向型国家交际交流水平的重要标志之一。

随着全球经济合作越发密切,国际的商务活动越发频繁,商务礼仪进入了一个全新的发展阶段,越来越受到各行业、各领域人士的普遍重视。据统计,目前在各种商务合作领域中,各类公司需要大量熟练掌握商务礼仪的人才,以提高公司的竞争力,每年我国商务人才需要进行商务礼仪专门培训的人员达到50万~100万人次。企业急招、社会呼唤!商务礼仪人才的需求量越来越大,商务礼仪人才具有广阔的市场发展前景。

商务礼仪是一门综合性学科,具有深刻的人文内涵,商务礼仪对于开展商业经营、塑造个人和企业形象具有重要作用,也是从事商务交际活动所必须遵循的礼仪规范。得体商务礼仪能够争取社会公众理解、获取合作支持、不断完善自我、优化生存环境,有效帮助初闯社会的青年人规范言行、学会沟通、激发创造性思维、树立现代公众意识、提高自身素质与能力、增强潜在竞争力。加强商务礼仪教育是当前亟待解决的问题。

本书作为大学生素质教育的特色教材,坚持以科学发展观为统领,严格按照教育部关于“加强国民素质教育”的要求,根据社会及企业的要求与需求模式,注重加强商务礼仪素质教育,本书的出版,对普及国民素质教育、创建和谐社会,对帮助学生加强素质培养、提高潜在竞争力、毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

本书共8章,以提高学习者商务交往素质能力为原则,本着在商务环境中学习礼仪,通过礼仪提高商务交往能力和自身素养的宗旨,为学员提供各种商务场景,将商务礼仪知识与技能融会贯通。按照商务礼仪的基本要求和规定,具体介绍了形象礼仪、举止礼仪、接访礼仪、沟通礼仪、办公室礼仪、求职礼仪、商务接待、商务宴请、商务公关、商务沟通、商务谈判、商务会议等文明礼仪修养基本规范知识,并通过指导学生实训,达到学以致用、强化应用技能培养的目的。

本书由李大军进行总体方案的策划并具体组织,由耿燕主编并统稿,陶玉侠和高炯为副主编;由具有丰富商务礼仪教学与实践经验的周晓教授审定。作者编写分工:牟惟仲(序言),赵宏宇(第一章、第七章),耿燕(第二章、第五章),陶玉侠(第三章、第八章),高炯(第四章、第六章),宋常桐、李瑶、毛锦华、丁玉书、高炯(附录);华燕萍(文字修改和版式调整),李晓新(制作教学课件)。

在本书编著过程中,我们参阅了国内外大量有关商务礼仪方面的最新书刊和网站资料,精选收录了具有典型意义的案例,并得到有关专家教授及企业家的具体指导,在此一并致谢。为了配合本书的发行使用,我们提供配套的电子课件,读者可以从清华大学出版社网站免费下载。因作者水平有限,书中难免存在不妥之处,故恳请同行和读者批评指正。

编 者
2013年3月

目 录

第一章 商务礼仪概述	1
第一节 商务礼仪的概念与发展	1
一、礼仪的基本概念	2
二、我国礼仪的形成与发展	2
三、商务礼仪的特征	4
第二节 商务礼仪的原则和作用	5
一、商务礼仪的原则	5
二、商务礼仪的作用	7
第二章 商务形象礼仪	13
第一节 形象及服饰的重要性	14
一、形象的含义和重要性	14
二、服饰概述	18
三、服饰的重要性	19
第二节 商务人员形象的原则	21
一、正式整洁原则	21
二、个性原则	21
三、TPO原则	22
四、协调原则	22
五、得体原则	24
第三节 商务男士的外在形象礼仪	27
一、男士礼服礼仪	27
二、男士西服礼仪	28
第四节 商务女士的外在形象礼仪	36
一、女士礼服礼仪	36
二、最具代表性的商务女性服装	37
三、女性职业装礼仪	37
第五节 服饰的色彩搭配	42

一、服饰色彩搭配的作用	42
二、服饰色彩搭配的原则	43
第三章 商务举止礼仪	49
第一节 身体语言的作用	50
一、以伴随有声语言为主要特征来强调有声语言的信息	50
二、以辅助有声语言为主要特征来补充有声语言的信息	51
三、以替代有声语言为主要特征来替代有声语言的信息	51
第二节 标准站姿	52
一、标准站姿	52
二、男士标准站姿	52
三、女士标准站姿	54
第三节 标准坐姿	56
一、标准坐姿	56
二、坐姿礼仪	58
三、坐姿禁忌	58
第四节 标准行姿	59
一、标准行姿	59
二、行姿礼仪	60
三、行姿禁忌	61
第五节 握手礼仪	62
一、标准握手姿势	62
二、握手礼仪	63
三、握手的禁忌	64
四、世界各国的握手习惯	64
第四章 办公室礼仪	69
第一节 办公室礼仪原则	69
一、衣着原则	69
二、举止原则	70
三、工作原则	71
第二节 处理好上下级关系的方式	71
一、对待上级的礼仪	72
二、对待下级的礼仪	74
第三节 处理好同级关系的方式	77
一、相互尊重是原则	77
二、真心相处很重要	79
三、平时交往要谨慎	80

第四节 办公室谈吐准则	81
一、言谈得体	81
二、善于倾听	82
三、谈吐禁忌	83
第五节 办公室环境维护准则	84
一、公共卫生环境维护	84
二、个人办公环境维护	87
三、办公室用餐环境维护	88
第五章 商务接访礼仪	93
第一节 商务接待礼仪	94
一、商务接待原则	94
二、准备工作	95
三、迎客礼仪	96
四、乘车礼仪	96
五、待客之道	97
六、相见时的礼仪	98
七、送客的礼仪	101
第二节 商务拜访礼仪	102
一、拜访的时机	102
二、拜访的准备	103
三、成功拜访进行时	104
四、什么时候告辞	104
第三节 商务馈赠礼仪	105
一、馈赠的含义	105
二、馈赠的目的	106
三、馈赠的原则	106
四、赠送礼仪	109
第四节 商务会议礼仪	110
一、发布会礼仪	111
二、展览会礼仪	113
三、赞助会礼仪	116
四、茶话会礼仪	119
第六章 商务沟通礼仪	123
第一节 商务语言沟通的原则	123
一、尊重宽容、友好平等	124
二、顺应为先、双赢互惠	125

三、内容准确、条理清晰、逻辑严密	125
四、准备充分、有的放矢、求同存异	126
第二节 商务沟通的技巧	126
一、语言沟通技巧	126
二、非语言沟通技巧	130
第三节 商务电话礼仪	132
一、打电话的礼仪	133
二、接听电话的礼仪	134
三、转接电话的礼仪	135
四、通话中的礼仪	135
第四节 信函礼仪	136
一、普通信函礼仪	136
二、英文商务信函礼仪	139
三、电子信函礼仪	142
第五节 谈判礼仪	146
一、谈判准备礼仪	147
二、谈判人员的礼仪	149
三、谈判签约礼仪	151
四、各国商人谈判风格介绍	154
第七章 商务宴请礼仪	167
第一节 赴宴礼仪	167
一、赴宴前的准备	168
二、赴宴中的礼仪	168
第二节 中餐宴会礼仪	170
一、中餐宴会的座次排列	170
二、中餐宴会的桌次排序	170
三、上菜顺序与就餐方式	171
四、用餐要求	171
第三节 西餐宴会礼仪	172
一、西餐宴会的座次排列	172
二、西餐餐具的使用	173
三、席间礼仪	174
第八章 谋职礼仪	179
第一节 谋职注意事项	180
一、做好充分准备	180
二、写好求职简历与求职信	182

三、打好求职电话	185
四、辞职准备事项	185
第二节 谋职仪容仪态礼仪	186
一、仪容礼仪	186
二、仪态礼仪	188
第三节 面试礼仪	190
一、面试前的精心准备	190
二、面试时的充分发挥	191
三、面试时注意事项	192
四、谈薪技巧	193
五、面试后续礼仪	194
附录一 办公室礼仪英语	198
附录二 商务接访礼仪常用英语	203
附录三 商务电话礼仪常用英语	206
附录四 商务信函礼仪常用英语	209
附录五 宴请礼仪常用英语	215
参考文献	218

第一章

商务礼仪概述

学习目标

- (1) 了解礼仪的起源和发展,明确礼仪的原则与作用;
- (2) 充分认识商务礼仪的重要性。

技能要求

掌握商务人员应具备的基本礼仪修养,能够在生活及商务交往中,展现并运用一定的商务礼仪技能。

引导案例

商务礼仪对企业经营的重要性

日本著名企业家松下幸之助之前不修边幅,其企业也不注重形象,因此企业发展缓慢。

一天,在理发时,理发师不客气地批评他不注重仪表,说:“你是公司的代表,却这样不注重衣冠,别人会怎么想,连人都这样邋遢,他的公司会好吗?”从此,松下幸之助一改过去的习惯,开始注意自己在公众面前的仪表仪态,生意也随之兴旺起来。现在,松下电器的各类产品享誉天下,与松下幸之助长期率先垂范,要求员工懂礼貌、讲礼节是分不开的。

第一节 商务礼仪的概念与发展

中华民族富有优良的文明礼貌传统,素有“礼仪之邦”的美称,几千年来,形成了一整套完善的礼仪,为人类的文明做出了卓越的贡献。随着人类历史的发展、社会的进步,礼仪、礼节延续到现代,已被更新和注入了许多新的形式和内容,成为现代人际交往中的重要桥梁。

如今我国已进入市场经济,社会经济各个领域正逐步与世界接轨,了解和掌握新时代下礼仪礼节的基本常识,具备商务礼仪活动的基本素养,对现代商务人员具有更重要的意义和作用。要了解商务礼仪的含义,首先需了解礼仪的含义及礼貌、礼节、礼仪相互之间的关系。

一、礼仪的基本概念

（一）礼仪的含义

礼仪是指人们在一定的社会交往场合,为表示相互尊重、友好而约定俗成的、共同遵循的行为规范和交往程序。礼仪包括“礼”和“仪”两部分,“礼”指“事神致福”的形式,即敬神,现引申为表示尊敬。“仪”指“法度标准”,现引申为表率、标准。

礼仪是有形的,它存在于社会的一切交往活动中。其基本形式受物质水平、历史传统、文化心态、民族习俗等众多因素的影响。语言(包括书面的、口头的)、行为表情、服饰器物是构成礼仪最基本的三大要素。一般来说,任何重大典礼活动都需要同时具备这三种要素才能完成。

（二）礼貌、礼节、礼仪三者的关系

礼貌、礼节、礼仪三者之间从本质上是一致的,都是人们在相互交往中表示尊重、友好的行为,但是又有特殊的含义和要求,三者之间存在着既互相区别又相互渗透的关系。

礼貌,是指人们在交往时,通过言语、动作向交往对象表示谦虚、恭敬和友好的行为规范。礼貌是指一个人在待人接物的外在表现,侧重于表现人的品质与素养。

礼节,是礼貌的具体表现,通常是指人们在交际场合,相互表示尊重、友好的惯用形式。如我国古代的作揖、跪拜等。礼节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,则是礼节、礼仪的统称,是社交活动中,自始至终以一定程序、方式来表现的完整行为,更具文化内涵。

一般来说,礼貌是礼仪的基础,礼节是礼仪的基本组成部分,礼仪在层次上要高于礼貌、礼节,其内涵更深广。

（三）商务礼仪的含义

商务礼仪是公司或企业的商务人员在商务活动中,为了塑造良好的个人和组织形象而应当遵循的对交往对象表示尊敬与友好的规范或程序。它是一般礼仪在商务活动中的运用和体现,并且比一般的人际交往礼仪的内容更丰富,它不仅以对交往对象的尊重为基础,而且以提供符合消费者需求的商品和优质的服务来体现这种尊重。同一般的礼仪相比较,商务礼仪有很强的规范性和可操作性,并且与商务组织的经济效益联系密切。

二、我国礼仪的形成与发展

中国是世界文明古国之一,礼仪的形成和发展,经历了从无到有、从低级到高级、从零散到完整的漫长历史过程。礼仪在其传承沿袭的过程中不断发生着变革,从历史发展的角度看,其演变可分为以下6个阶段。

（一）礼仪的起源时期

礼仪的起源时期：夏朝以前（公元前 21 世纪前）。综合考古学、民族学的材料可以发现，礼仪起源于原始社会，整个原始社会是礼仪的萌芽时期，这一时期原始的政治礼仪、祭祀礼仪、宗教礼仪、婚姻礼仪等已有了雏形，但还不具有阶级性。

《礼记》曾对礼的起源和发展作出概括的描述，大意是：远古时代，人们把黍米和猪肉放在石板上烤制而食；在地上凿坑作为酒樽，用手掏捧而饮，并且用茅草茎捆扎成鼓槌来敲击土鼓，以表示对鬼神的祭祀，这是远古时代拜神灵的礼仪，也是礼的开始。

（二）礼仪的形成时期

礼仪的形成时期：夏、商、西周三代（公元前 21 世纪—公元前 771 年）。

从夏朝建立起，中国进入了奴隶制社会。由于大规模地利用奴隶劳动，使生产力比原始社会有了更大的发展，与之相适应，社会文化也得到了较大的发展。在这个阶段，奴隶主阶级为了维护本阶级的利益，巩固自己的统治地位，修订了相对较完整的国家礼仪和制度，提出了极为重要的礼仪概念，如“五礼”即吉礼、凶礼、军礼、宾礼、嘉礼，确定了崇古重礼的传统。

周代“礼”的内涵已由原始社会的祭神仪式演变为封建等级秩序，大到国家政治、小到家庭生活，无不按照一定的程序、仪式进行。如在西周，出现了中国历史上第一部记载礼的书籍——《周礼》。人们通常认为，传世的《周礼》和《礼记》是周公的遗典，它们与其释文《礼记》，成为后世称道的“三礼”，是各种礼制的百科全书，涵盖了中国古代礼仪的主要内容，堪称我国古代礼仪的经典之作。

（三）礼仪的变革时期

礼仪的变革时期：春秋战国时期（公元前 771—公元前 221 年）。

这一阶段是我国从奴隶社会向封建社会的过渡时期，三代之礼在许多场合废而不行，一些新兴利益集团开始创造符合其利益和巩固其社会地位的新礼。此阶段学术界百家争鸣，以孔子、孟子为代表的儒家学者系统地阐述了礼的起源、本质等问题，第一次在理论上全面深刻地论述了社会等级秩序划分及其意义，以及与之相适应的礼仪规范。

作为儒家创始人的孔子，对礼仪非常重视，他提出的“六艺”，包括礼（礼仪规范）、乐（音乐）、射（武功、射箭）、御（武功、乘马）、书（书法）和数（数学），并提出“养国之道，乃教之以六艺”。从孔子制定六艺开始，礼作为六艺的重要内容，包含了孔子的政治理想和追求，并以此作为一种工具，去维护统治阶级的利益。总之这一阶段出现了礼崩乐坏的局面，并创造了新礼。

（四）礼仪的强化和衰落阶段

礼仪的强化和衰落阶段：秦汉到清末（公元前 221—公元 1911 年）。

这一时期的特点是尊君抑臣、尊夫抑妇、尊父抑子、尊神抑人。在礼仪漫长的历史演变过程中，礼仪在封建社会中，一直被统治阶级所利用，一直作为一种无形的力量制约着人们的行

为,同时也逐渐成为妨碍人类个性自由发展、阻挠人类平等交往、窒息思想自由的精神枷锁。

(五) 现代礼仪时期

现代礼仪时期:1911—1949年。

从1911年辛亥革命以后,西方文化大量传入中国,在自由、平等、民主、博爱等思想的影响下,一部分传统礼仪制度和规范逐渐被时代所摒弃,符合时代要求的礼仪被继承、完善、流传。新的礼仪标准和价值观念得到推广和传播。

(六) 当代礼仪时期

当代礼仪时期:1949—

新中国成立后,经历了礼仪革新阶段(1949—1966),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。

礼仪退化阶段(1966—1976),十年浩劫期间礼仪受到严重摧残,社会风气逆转。

礼仪复兴阶段(1977—),十一届三中全会以来,随着改革开放和现代化进程的进一步加快,我国与世界的交往也日趋增多,西方的一些先进的礼仪也陆续传入我国,同我国传统礼仪一道构成了社会主义礼仪的基本框架。礼仪建设全面复兴,讲文明、懂礼貌蔚然成风,今后,随着社会的进步和国际交往的增多,我国当代礼仪在中华民族礼仪优良传统的基础上,同国际礼仪接轨,必将得到新的完善和发展。

三、商务礼仪的特征

(一) 规范性

规范就是标准化的要求。没有规矩不成方圆,商务礼仪的规范性是一个舆论约束,实际上就是强调商务交往中商务人员待人接物的标准做法、标准化要求。当然商务礼仪规范跟其他的规范还是有所不同的,商务礼仪的规范要是不遵守,不会受到制裁。这一点和法律规范不同,违法乱纪,必然会受到制裁,而商务礼仪是舆论约束,是自我约束,不是强制约束,但是如果不遵守商务礼仪,会让他人见笑。

总之,礼仪是约定俗成的一种自尊、敬人的惯用形式。因此,任何人要想在交际场合表现得合乎礼仪、彬彬有礼,都必须对礼仪无条件地加以遵守。另起炉灶、自搞一套,或是只遵守个人适应的部分,而不遵守自己不适应的部分,都难以为交往对象所接受、所理解。

(二) 限定性

礼仪,主要适用于交际场合,适用于普通情况之下的、一般的人际交往与应酬。在这个特定范围之内,礼仪肯定行之有效。离开了这个特定的范围,礼仪则未必适用。这就是礼仪的限定性特点。理解了这一特点,就不会把礼仪当成放之四海而皆准的东西,也就不会在非交际场合拿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,所要应用的礼仪往往会因此而各有