



高职高专
市场营销类课程规划教材

商务礼仪

新世纪高职高专教材编审委员会组编

主编 王颖 王慧 主审 高岚



大连理工大学出版社



新世纪

高职高专市场营销类课程规划教材

商务礼仪

新世纪高职高专教材编审委员会组编

主 审 高 岚

主 编 王 颖 王 慧 副主编 李 萍 曹洪珍 李艳松

SHANGWU LIYI

大连理工大学出版社

DALIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪 / 王颖,王慧主编. —大连:大连理工大学出版社,2007.7

高职高专市场营销类课程规划教材

ISBN 978-7-5611-3594-5

I. 商… II. ①王… ②王… III. 商务—礼仪—高等学校: 技术学校—教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 065120 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84703636 传真:0411-84701466

E-mail:dutp@dutp.cn URL:http://www.dutp.cn

大连业发印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:185mm×260mm 印张:14 字数:309 千字

印数:1~4000

2007 年 7 月第 1 版

2007 年 7 月第 1 次印刷

责任编辑:邱晓云

责任校对:花 雨

封面设计:波 朗

ISBN 978-7-5611-3594-5

定 价:21.00 元

总序

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代，我们已经跨入了 21 世纪的门槛。

20 世纪与 21 世纪之交的中国，高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命，我们正在对传统的普通高等教育的培养目标与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。

20 世纪最后的几年里，高等职业教育的迅速崛起，是影响高等教育体制变革的一件大事。在短短的几年时间里，普通中专教育、普通高专教育全面转轨，以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步，其来势之迅猛，发人深思。

无论是正在缓慢变革着的普通高等教育，还是迅速推进着的培养应用型人才的高职教育，都向我们提出了一个同样的严肃问题：中国的高等教育为谁服务，是为教育发展自身，还是为包括教育在内的大千社会？答案肯定而且惟一，那就是教育也置身其中的现实社会。

由此又引发出高等教育的目的问题。既然教育必须服务于社会，它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。换言之，教育资源必须按照社会划分的各个专业（行业）领域（岗位群）的需要实施配置，这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题，这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育目的问题。

如所周知，整个社会由其发展所需要的不同部门构成，包括公共管理部门如国家机构、基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门，等等。每一个部门又可作更为具体的划分，直至同它所需要的各种专门人才相对应。教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标，就不能很好地完成社会分工所赋予它的使命，而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑（在市场经济条件下尤其如此）。可以断言，按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才，是教育体制变革的终极目的。

随着教育体制变革的进一步深入,高等院校的设置是否会同社会对人才类型的不同需要一一对应,我们姑且不论。但高等教育走应用型人才培养的道路和走研究型(也是一种特殊应用)人才培养的道路,学生们根据自己的偏好各取所需,始终是一个理性运行的社会状态下高等教育正常发展的途径。

高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的一个阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的教育,它从专科层次起步,进而应用本科教育、应用硕士教育、应用博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国教育体制变革的成功之日。从这一意义上说,高等职业教育的崛起,正是在为必然会取得最后成功的教育体制变革奠基。

高等职业教育还刚刚开始自己发展道路的探索过程,它要全面达到应用型人才培养的正常理性发展状态,直至可以和现存的(同时也正处在变革分化过程中的)研究型人才培养的教育并驾齐驱,还需要假以时日;还需要政府教育主管部门的大力推进,需要人才需求市场的进一步完善发育,尤其需要高职教学单位及其直接相关部门肯于做长期的坚忍不拔的努力。新世纪高职高专教材编审委员会就是由全国 100 余所高职高专院校和出版单位组成的旨在以推动高职高专教材建设来推进高等职业教育这一变革过程的联盟共同体。

在宏观层面上,这个联盟始终会以推动高职高专教材的特色建设为己任,始终会从高职高专教学单位实际教学需要出发,以其对高职教育发展的前瞻性的总体把握,以其纵览全国高职高专教材市场需求的广阔视野,以其创新的理念与创新的运作模式,通过不断深化的教材建设过程,总结高职高专教学成果,探索高职高专教材建设规律。

在微观层面上,我们将充分依托众多高职高专院校联盟的互补优势和丰裕的人才资源优势,从每一个专业领域、每一种教材入手,突破传统的片面追求理论体系严整性的意识限制,努力凸现高职教育职业能力培养的本质特征,在不断构建特色教材建设体系的过程中,逐步形成自己的品牌优势。

新世纪高职高专教材编审委员会在推进高职高专教材建设事业的过程中,始终得到了各级教育主管部门以及各相关院校相关部门的热忱支持和积极参与,对此我们谨致深深谢意,也希望一切关注、参与高职教育发展的同道朋友,在共同推动高职教育发展、进而推动高等教育体制变革的进程中,和我们携手并肩,共同担负起这一具有开拓性挑战意义的历史重任。

新世纪高职高专教材编审委员会

2001 年 8 月 18 日

前 言

《商务礼仪》是新世纪高职高专教材编委会组编的营销类课程规划教材之一。

商务交际是一门高深的学问,它包括许多的技巧和经验,直接代表商务工作者及其所在企业的形象,甚至影响所在企业的命运。而商务礼仪是在商务交际中应该遵守的交往艺术,它是无声的“语言”,是衡量一个人与企业形象的重要标准。

随着世界经济全球化发展进程的加快和我国对外改革开放的不断深入,国内外的商务活动与日俱增。同时,在商务活动中,由于商务人员的语言、文化背景、风俗习惯和宗教信仰的不同,有关对商务礼仪相关知识的学习越发引起人们的关注。在这样的背景下,我们组织多所高职高专院校的一线教师,根据目前高职高专教育发展的要求和特点,编写了这本教材。本书既可作为高等职业院校相关专业的教材,也可作为广大从事财经、商贸的工作人员以及公司企业礼仪培训的参考用书。

本教材共分十二章。从商务礼仪的各个环节出发,讲述在商务交往过程中需要掌握和了解的礼仪知识。本教材具有如下特点:

1. 实践性。商务礼仪是一门理论性与实践性相结合,突出实践性的课程。在编写过程中,我们充分考虑到高职教育的特色,强调其实践性。

2. 实用性。本书突出高职教材的实用性特征,侧重相关礼仪指导下的微型案例学习,着眼于应用型人才的需要,强化知识的应用性和可操作性。

3. 全面性。本书不仅对日常商务交往活动的礼仪知识做了详细的介绍,同时还添加了对部分国家的礼仪习俗的介绍,以达到现代商务活动与国际市场接轨的要求,借以提

高学生的整体素质和素养。

本教材由辽宁对外经贸学院王颖、黑龙江工商职业技术学院王慧任主编,齐齐哈尔大学李萍、辽宁对外经贸学院曹洪珍、渤海大学李艳松任副主编,辽宁对外经贸学院杨娜、辽宁对外经贸学院邹亮、黑龙江工商职业技术学院张东娜参加了本书的编写。具体分工如下:第一章由王颖编写;第二章由王慧编写;第三章由张东娜编写;第四章、第五章由李萍编写;第六章、第十二章由曹洪珍编写;第七章由杨娜编写;第八章、第十一章由邹亮编写;第九章由李艳松、邹亮共同编写;第十章由李艳松编写。长春职业技术学院高岚通审了全部书稿,在此表示由衷的感谢。

由于礼仪知识包含甚广,加之编者才疏学浅,书中错漏之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

所有意见和建议请发往:gzjckfb@163.com

联系电话:0411-84707492 0411-84706104

编 者

2007年7月



第一章 导论	1
第一节 礼仪的历史沿革.....	1
第二节 礼仪的含义和内容.....	3
第三节 商务礼仪的特点和作用.....	6
第四节 商务礼仪的原则.....	9
第二章 商务着装礼仪	16
第一节 着装礼仪的基本原则	16
第二节 西装礼仪	18
第三节 套裙礼仪	25
第四节 不同行业着装礼仪	29
第三章 商务仪容仪态礼仪	34
第一节 商务仪容规范	34
第二节 饰品佩戴礼仪	37
第三节 商务仪态礼仪	44
第四章 商务交谈礼仪	49
第一节 谈话的基本要求	49
第二节 谈话的技巧运用	55
第三节 谈话的禁忌	64
第五章 商务办公与通讯礼仪	68
第一节 商务办公礼仪	68
第二节 电话礼仪	72
第三节 电子商务礼仪	76
第六章 商务社交礼仪	81
第一节 商务会面礼仪	82
第二节 商务拜访礼仪	91
第三节 馈赠礼仪	93
第七章 商务旅行礼仪	97
第一节 商务旅行的准备	97
第二节 旅途礼仪	99
第三节 入住酒店礼仪.....	106
第八章 商务宴请礼仪	112
第一节 宴会的安排.....	112
第二节 中餐礼仪.....	121

第三节 西餐礼仪·····	129
第九章 商务会务礼仪·····	135
第一节 会务组织礼仪·····	135
第二节 会务与会礼仪·····	140
第三节 几种常见的商务会务礼仪·····	142
第十章 商务仪式礼仪·····	157
第一节 签约仪式礼仪·····	157
第二节 开业仪式礼仪·····	160
第三节 庆典仪式礼仪·····	166
第四节 剪彩仪式礼仪·····	170
第十一章 谋职礼仪·····	177
第一节 求职前的准备·····	177
第二节 求职信、求职电话礼仪·····	181
第三节 面试礼仪·····	188
第四节 求职后续礼仪·····	192
第十二章 商务涉外礼仪·····	195
第一节 涉外礼仪原则和禁忌·····	195
第二节 部分国家涉外礼仪·····	200
参考文献·····	213

第一章

导 论



学习目标

素质目标:了解礼仪的历史沿革。

知识目标:理解礼仪的含义和内容,熟悉礼仪的特点;掌握商务礼仪的含义、特点、功能及作用。

技能目标:熟悉和掌握商务礼仪的原则。

引 例

张良辅佐汉高祖刘邦,能够“运筹帷幄之中,决胜于千里之外”,据传是因喜得《太公兵法》一书之故。据《史记·留侯世家》记载:张良在博浪沙谋刺秦始皇未成,逃匿到下邳(今江苏邳县)。一天,张良信步于圯水桥上,见一穿着十分寒酸的老人当道,张良出于尊老的想法欣然让路。继则,老人又故意将鞋丢落桥下,并以命令的口气要张良将他的鞋子捡回来。面对如此无理的要求,张良起初未免恼怒,转而一想他年事已高,尊老忍让为上,便下桥拾鞋,拂去灰尘,跪下给老人穿好。老人有所感动,随即约张良五天后一早原地见面。张良感到事有蹊跷,跪下答应而退。五天后张良天亮时赴约,见老人已先在桥头,老人指责张良:“小子,赴老人之约,为什么迟到?过五天后早点来!”五天后,张良三更鸡鸣便去,无奈又落在老人的后面,老人告诉他,五天后再来。又过了五天,张良不到半夜就赶去,等了一会儿老人才赶到。老人见张良已先到桥头,显得很高兴,感叹说“孺子可教也”,这才把《太公兵法》交与张良。获此兵书,张良潜心研读,如虎添翼,不仅成了一位大军事家,而且成为大智谋家。他担任刘邦的首席谋士,为破秦灭楚,建立强盛的汉王朝立下了奇功。“圯桥进履”带有明显的传奇色彩和演绎成分,但其中的道理对今天的人们不无教益。

在商品经济日益发展的今天,商界的尔虞我诈正越来越不为人们所认同,人们更加青睐文明经商。商务交际是一门很高深的学问,是技巧和经验的积累,它直接关系到企业、企业家和企业员工的形象甚至命运,因此,商务礼仪的学习和实践是非常重要的。

第一节 礼仪的历史沿革

礼仪是人类文明和社会进步的重要标志,它既是交往活动的重要内容,又是道德、文

化的外在表现形式,是指人们在各种社会交往中,用以美化自身、敬重他人的约定俗成的行为规范和程序。它是礼节和仪式的总称,具体表现为礼貌、礼节、仪表和仪式等。

中国是四大文明古国之一,一直极为重视礼仪,历来被誉为“文明古国,礼仪之邦”,有着优良的道德传统,注重“诚于中而形于外”。在中国,礼仪最早是用来敬奉神明的,主要在祭祀祖先和天神的时候使用。行了礼,来年才会有好运,才能发展。也有人考证古时候“礼”字通“履”字,意为鞋子,鞋穿上后更好走路,但大了不行,小了也不行,因此“礼”一定要适度。后来,随着“礼”的功能的增多,礼仪已成为一种社会秩序、社会等级制度,成为人际关系中一种固定的表现形式。《礼记·曲礼上》中说:“礼者,所以定亲疏,决嫌疑,别同异,明是非也。”在原始社会,由于生产力极端低下,当时的人们就把许多无法解释的自然现象,当做“神”和“天”的旨意,而“神”和“天”被认为是至高无上的主宰,于是人们因敬畏而对之顶礼膜拜,进行祭祀。这就产生了最早也是最简单的以祭天、敬律为主要内容的“礼”。

到了原始社会晚期,随着私有制的潜滋暗长,礼仪逐渐成为政治统治的工具。随着社会的发展,礼仪的内容和对象逐渐与人类社会的生活联系起来。进入奴隶社会,奴隶主为了维护其统治利益,将原始社会的宗教仪式发展成符合当时社会政治需要的礼制。周公集“礼”之大成,提出“礼仪三百”,“威仪三千”。当时的“礼”既是一种法律制度,又是一种仪式和规范。

随着奴隶社会的解体,人类进入了封建社会,礼仪制度进一步得到发展。封建社会的礼制既有整套烦琐的为国家政治服务的礼仪制度,又有系列的社会交往中应遵循的行为规范,还有严格的家庭礼制。可以说,封建社会以“三纲五常”为核心的等级观念和以“三从四德”为中心的男尊女卑的观念对当时的政治和生活各个方面起着非常重要的作用。

荀子说:“人无礼则不生,事无礼则不成,国无礼则不宁。”从本质上说,中国的旧礼制是为古代统治阶级服务的,它扼杀人的个性和自由,在中国人的文化心理上积淀了循规蹈矩、逆来顺受的消极思维方式。

辛亥革命推翻了封建王朝,中国进入了半殖民半封建社会。西方列强高唱着“圣经”和“西方文明”却在任意瓜分中国的土地。旧中国的统治者也喊着:“礼、义、廉、耻、忠、孝、仁、爱”,表面道貌岸然,实际也是虚伪残暴。

中国的传统礼仪,一方面存在着与现实生活相冲突的思想因素,另一方面也有与时代精神相一致的思想因素。比如,中国传统伦理道德提倡的公忠、正义、仁爱、中和、诚信、礼让、敬老、尊师、自强、持节、明智、知耻、节制、廉洁、勤俭等基本的道德规范,虽然由于当时特定的历史条件及制度的限制,有一定的局限性,但基本内涵在今天仍有着较强的现实意义。

当前,在改革开放大潮汹涌澎湃的今天,社会生产力迅速发展,我国正在全面建设小康社会,构建社会主义和谐社会,精神文明建设和物质文明建设以及政治文明建设协调发展。我们在国际交往上,在人与人之间的关系上,在精神文明的建设上,仍然不能抛弃礼仪文化。如果置礼仪规范于不顾,那么绝不会给我们的身心带来愉悦。当然,新的礼仪应该是东西方的交融,是国际惯例和人际交往的准则,是道德行为规范的集合体,而不是“旧礼”的简单重复。

第二节 礼仪的含义和内容

一、礼仪的含义

西方国家的“礼仪”一词始于法语,原意为“法庭上的通行证”。古代法国的法庭把法庭规则写在进入法庭的通行证上,发给进入法庭的每个人,让他们了解并在进入法庭后严格遵守。这有些类似于中国古代“礼仪”一词的准则、法度的意思。后来“礼仪”一词进入英语,演变成“人际交往的通行证”。它有三层含义:一是指谦恭有礼的言词和举动;二是指教养、规矩和礼节;三是指仪式、典礼、习俗等。

在我国,最早时的“礼”和“仪”常常是分开使用的。在古代典籍中,“礼”主要有三层意思:一是等级制度以及与其相适应的礼节;二是尊敬和礼貌;三是礼物。“仪”在古汉语中也有三层意思:一是指容貌和外表;二是指礼节和仪式;三是指准则和法度。将“礼”和“仪”连用始于《诗经·小雅·楚茨》:“为宾为客,献酬交错。礼仪卒度,笑语卒获。”此外,《周礼》中也有关于礼仪的说法。

中国古代的“礼仪”从本质上讲是道德教化,它不仅仅指表面的形式,更重要的是指道德的内涵。礼仪是道德的重要内容,又是道德的重要表现形式。如“君臣之礼”便是奴隶制和封建制等级制度的表现。

礼仪是中国传统文化的核心之一,它的内涵极为丰富,涉及人们社会生活的各个方面,它体现的是社会秩序、等级秩序,也是人们交往方式的一种指导,是大家必须遵守的一般行为规范。纵观中外对于“礼仪”含义的理解,我们可以看出“礼仪”一词包含了以下几个方面的基本意思:

1. 礼仪是一种行为规范或行为模式。这种行为规范可能表现在人们的习俗之中,也可能表现在典章制度中,成为典章制度的重要内容。
2. 礼仪是大家共同遵守的一种行为准则。它是在社会实践中形成的,并得到了大多数人的认可。个别人与众不同的行为方式,不能成为礼仪。
3. 礼仪的意义在于实现人际关系的和谐。无论等级制度下的礼仪,还是平等基础上的礼仪,都是实现社会稳定、融洽人际关系的重要手段和途径。

二、礼仪与相关概念的区分

与礼仪有着密切关系的还有一些相关的概念,往往容易混淆,有必要做出分辨。

(一) 礼貌

礼貌,指人们在语言、动作、表情乃至仪表、仪态等方面对他人表示谦虚、恭敬、友好的表现。如:讲礼貌、有礼貌等。

(二) 礼节

礼节,指人们在日常生活与交往中对他人表示尊重、祝贺、致意、问候、感谢、哀悼、慰问等各种惯用形式。如:鞠躬、握手、感谢信、致敬电、鸣礼炮、献花圈等。

（三）仪式

仪式，指在一定场合，表示郑重、敬意、友好而举行的具有专门程序化行为规范的活动的。如：开幕仪式、颁奖仪式、结婚仪式等。

（四）仪表

仪表，指人的外表。如：容貌、身材、姿态、修饰、风度等。

（五）礼宾

礼宾，也是我们经常提到的礼仪词汇，即以礼待宾之意。它是指人际的、社会的乃至国际间交往过程中表现尊重、友好的具有一定层次的活动规范。如：迎宾式等。

三、礼仪的特点

正确地掌握礼仪的特点，对于我们继承和发扬其优良传统，坚持正确的方向有着非常重要的意义。

（一）规范性

礼仪是人们在社会实践中，特别是人际交往的实践中所形成的惯常的行为模式。其中有一些行为模式被思想家们集中概括出来，溶于典章之中，由此便成为人们普遍遵守的行为准则。规范性是礼仪的本质特点。它告诉人们应该怎样做，不应该怎样做；怎样做是对的，怎样做是错的。对此，礼仪都有明确的规定。礼仪的规范性，有两个方面的重要表现：其一，语言具有规范性，人们无论谈论什么事都要运用礼貌语言。例如，人们见面时相互问候，告别时说声“再见”，以及在交谈中双方所使用的都是比较规范的礼貌语言。其二，行为具有规范性，在礼仪活动中，人们究竟应该怎样施礼都有一定的规范。例如，人们见面时以握手等行为表示问候，告别时用握手、挥手表示再见，关系亲密的甚至以拥抱、亲吻表示问候和告别，甚至对于怎样握手、拥抱等都有严格的规定。

（二）多样性

社会生活的内容是异常丰富多彩和复杂多变的，每一位社会成员都要扮演多重社会角色：一个人在家庭中可能是丈夫、父亲，而到了单位可能是领导，去商店购物又成为顾客，到电影院又是观众等。不同场合有不同的人际关系，因此也就产生了各种不同的礼仪要求。所以，社会生活的多样性，决定了礼仪形式的丰富多彩。家庭生活中有夫妻之礼、父子之礼；社会交往中有各种社交礼仪；学校生活中有师生之礼、同学之礼；各种职业也都有自己的职业礼仪。另外，宗教礼仪、国际交往中的礼仪，也都是礼仪内容的重要组成部分。随着社会的不断发展和进步，礼仪的内容必将更趋丰富多样。

同时，礼仪的种类繁多，表现形式也多种多样。其日常交际活动中常用的礼仪就有鞠躬礼、握手礼、亲吻礼、拥抱礼等多种形式，正式交际场合中的礼仪更是多种多样，礼仪的要求也就更为严格。

（三）继承性

任何一种文化现象都具有继承性。礼仪作为一种文化现象，当然也具有继承性。礼仪虽然与一个时代的经济、文化、生活方式等息息相关，但与其他社会现象和行为规范相比，礼仪更是人们心理习惯的积淀。这种积淀在人们心理结构中形成了一定的观念定式、

思维定式和价值标准定式,并通过实践活动表现出来。由此,我们也可以把礼仪解读为一个民族或一定地域的人们在长期的历史发展过程中逐渐形成并世代相传的文化传统。所以,现代礼仪与传统礼仪之间存在着剪不断的联系,许多传统礼仪在今天仍然流行,并得到发扬光大。

当然,礼仪也存在革新的问题。礼仪的继承性,只是相对于有些社会现象和行为规范而言的。没有一成不变的事物,也就不存在尽善尽美的礼仪。我国传统的礼仪不乏优秀内容,诸如尊老敬贤、温良、谦让、忠孝仁义等,但也不乏陈腐落后、封建愚昧的糟粕。我们一方面要继承发扬优秀的传统礼仪,一方面又要大力传播现代礼仪的新观念,用现代礼仪的新风俗取代腐朽愚昧的旧礼习。

(四) 差异性

礼仪的差异性就是礼仪的民族性和地域性。由于各民族的文化传统、宗教信仰等方面存在差异,导致了礼仪规范的差异。即使是同一民族,在不同地区、不同国度,由于生存环境、文化氛围的不同,具体的礼仪规范也千差万别。所谓“十里不同风,百里不同俗”,正是说明了礼仪在地域上的差异性。

例如与帽子相关的礼仪,在大部分国家和地区,客人进入主人家房间,都必须脱下帽子,表示对主人的尊敬。但是如果在墨西哥的富好谷也照此行事,则被视为怀有敌意。在美国、英国熟人相遇,要把帽子微微揭起,表示敬意;而在意大利的格塞兹诺,熟人相遇要把帽子拉低,连眼睛都要遮住,这才算礼貌。

这样的例子举不胜举。礼仪的差异性,并不否定礼仪的共同性。特别是现代社会,人们的交往范围日益扩大,交往频次日益增多,导致了礼仪向趋同的方向发展。如见面握手,打招呼用“你好”等已成为世界性的礼仪形式。

微型案例

1-1

重视礼仪的中外差异

数年前,当时的美国总统克林顿访问上海,在参观一个社区时,一群幼儿园的孩子们有组织地用英文高声欢呼“热烈欢迎克林顿爷爷”。克林顿微笑致谢,但多少有一点儿迟疑。就在此刻,一个三岁的男孩却直呼“克林顿、克林顿”。倍感亲切的克林顿抱起了这个孩子……所有中外记者都抓拍到了这个镜头,第二天包括《纽约时报》在内的世界各大报刊都刊登了克林顿与这个中国孩子零距离接触的照片。

【分析提示】

在我国,指名道姓地称呼对方是不礼貌的,甚至是粗鲁的。但是在美国人之间,不论职位、年龄,总是尽量喊对方的名字,以缩短相互间的距离。可见,由于各国文化传统的差异,人们日常生活中的礼仪也都存在广泛的差异。

（五）可行性

切实有效,适用可行,规则简明,易学易会,便于操作,是礼仪的又一大特点。但并非所有的礼仪都是如此,宫廷、官衙中的某些礼节十分繁琐,所以很难推广,是特权意识的表现。

“礼者,敬人也”,这也是礼仪的精义。该怎么样,不该怎么样,就看能不能敬人、敬大多数的人,而不能为造作而礼仪,为礼仪而礼仪。所以,要促使礼仪简便易行、容易操作,“言之有物、行之有礼”是最佳的选择。

第三节 商务礼仪的特点和作用

一、商务礼仪的含义

商务礼仪是商务人员在商务活动中,为了塑造个人和组织的良好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,是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。

商务礼仪是社会礼仪的重要组成部分,但它又不同于一般的人际交往礼仪,包括商务礼节和仪式两方面的内容。商务礼节就是人们在商务交往中为表示尊重对方而采用的人们共同约定并形成的规范形式。仪式即按程序进行的礼节形式。

一般来讲,在商务活动中言行合情合理、优美、大方、得体、符合要求;按约定俗成的规矩办事、礼貌待人;按约定俗成的、大家都可以接受的礼节程序接待客户等都属于商务礼仪的范畴。商务礼仪有很强的规范性和可操作性,并与企业的经济效益密切相关。所以在商务活动中,一定要对商务礼仪有足够重视。

二、商务礼仪的特点

商务礼仪既然是商务活动中不可或缺的重要内容及商务活动成功的重要条件,它必然有其内在的重要特点。

（一）商务礼仪具有等级性

不同身份、不同级别的人要求得到的待遇是不一样的。在官方的商务活动中,要确定来宾的次序,这些次序都要符合国际惯例,具有一定的强制性。不同的等级,规定了不同级别的待遇。这是国际交往秩序的体现,是工作需要和礼仪需要的统一。

（二）商务礼仪具有信用性

要从事商务活动,必定有双方利益上的需要,而不是单方的利益要求,因此,在商务活动中,诚实、守信非常重要。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。即签约之后,一定履行,如果因意外,而不能如期履行,那么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。

(三) 商务礼仪具有时代性

不同时期的礼仪具有不同的时代特点,所以,人们应该关注礼仪的变化,不要以为礼仪是一成不变的,可以完全照搬。而是应该在实践中多观察、多学习,力求适应礼仪的变化。商务礼仪具有地域性和共同性,不同地区的礼仪会有所不同,同时一些基本原则在各地都是为人们所接受和看重的,商务礼仪具有互动性,它是双方的互敬,不是一方尊敬礼让,另一方高高在上地无偿享受。商务礼仪具有规范性,它具备一定的普遍性,在商务交往中已经形成了一套比较系统的规范,要求大家遵照这样的规范去处理人与人、人与组织以及组织与组织的关系,力求和谐,达到双赢。

(四) 商务礼仪具有特殊性

在不同的场合,礼仪就会有所不同。且不说国内礼仪和其他国家礼仪的不同,就是在同一国家,当所处场合不同、所具有的身份不同时,所要使用的礼仪也会不同。比如,相同的手势语在不同国家就会有不同的意义,善意可能会被当做恶意来看待,会造成误解和不必要的麻烦。

三、商务礼仪的功能和作用

礼仪在一定程度上是一个国家的文明标志,国人礼仪素质的提高,也是精神文明建设的重要内容。礼仪是在人际交往中产生的,它影响着人类社会的方方面面,商务礼仪之所以被提倡,之所以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,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。它既有助于个人,又有助于社会。

(一) 商务礼仪的三大功能

1. 商务礼仪的塑造形象功能

礼仪的基本目的就是树立和塑造良好的形象。所谓个人形象就是个人在公众观念中的反映和评价。作为从事商务活动的人员,应该从我做起,从每一件小事上注重礼仪修养,做到“内慧外秀”。这样才能树立起良好的个人形象。同时,从事商务活动的人员,必须文明经商,树立良好的企业形象,广泛赢得顾客的信任,促进信用的提高。

2. 商务礼仪的沟通功能

商务活动是双向交往活动,因而交往成功与否,首先要看是否能够沟通,或者说,是否能够取得对方的理解。交往的对象是人,而不是被动的客体,他有自己的思想、情感、观点和态度。由于立场不同,观点不同,人们对同一个问题会有各自不同的理解和看法,这就使交往双方的沟通有时变得困难,若交往中无法取得沟通,不仅交往的目的不能够实现,有时还会导致误解,给企业造成严重的负面影响。商务礼仪,旨在消除差异,使双方相互接近,达到情感沟通,而和谐的沟通则是良好商业合作的平台。

3. 商务礼仪的协调功能

在商贸活动和商务谈判中,难免要碰到沟通不畅的事情,有时客户还可能因此而不高兴。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。商务礼仪,

能化解矛盾,消除分歧,相互理解,达成谅解,调适人际关系,使之趋于和谐,从而妥善地解决商务纠纷。

(二)商务礼仪的社会作用

孔子说:“博学于文,约之于礼。”礼仪虽然对人有较强的约束力,但它却是一封永远的介绍信。正如文明世界的《百万礼仪集粹》的编者埃米莉·波斯所述:“表面上礼仪有无数的清规戒律,但其根本目的却在于使世界成为一个充满生活乐趣的地方,使人变得平易近人。”商务礼仪不仅是商务活动取得成功的重要手段,而且已逐渐渗透到社会经济生活中的各个方面,为构建和谐文明社会起着重大的作用。

1. 有助于塑造良好的公众形象

所谓形象,就是交往双方在对方心目中形成的综合化、系统化的印象。形象是十分重要的,它的形成大多数是通过礼仪来传递的,并且直接影响着交往双方能否融洽相处以及交际的成败。不仅如此,一个个体或一个单位,想要扩大知名度、提升美誉度就要在全社会公众面前树立最佳形象,而与社会公众交往的礼仪形象是获得成功的重要途径。如果人人都具有良好的礼仪意识,人人都能够身体力行,那么商务礼仪对于塑造良好的公众形象和推动社会文明的教化作用就显而易见了。

2. 有助于培养人们良好的道德品质

讲究礼仪既是人际交往中增进友谊、联络感情的行为,也是一个人公共道德修养的外在表现。一个严于律己、宽以待人的人,往往也从待人接物、仪表仪态、气质风度、谈吐教养等行为举止各个方面表现出高尚的礼仪,这是其内心所具备的高尚道德和文化素养的反映。物质文明建设需要一个文明知礼的生活环境,要求人们成为有道德、有修养、有文化、有学识、懂得遵守并维护社会公德的人。因此,我们每个人都要加强自身的道德修养,遵守社会公德,用礼仪、礼节、礼貌来造就良好的社会秩序和社会风气,用礼仪文化促进社会文明的发展。

3. 有助于社会风气的净化和美化

礼仪能陶冶人们的情操,规范社会成员的行为。礼仪不仅反映出社会的精神面貌和文明程度,还可以形成一种具有约束性的道德力量。每个人都应将自己的言行举止纳入符合社会期望和时代要求的礼仪轨道,并按照社会需要和社会效益来调整自己的言行,抛弃有碍于社会文明和民族文明的陋习,选择适合于社会风尚的言行。如果一个人不把自己的本性加以规范约束,不讲究礼仪,无视社会文明,便是一种野蛮的表现。

4. 有助于提高人们的修养,规范人们的行为

礼仪是构成社会主义精神文明的基本要素。加强社会主义精神文明建设,不可不重视礼仪教育。通过礼仪教育,可以提高人们的修养,规范人们的行为,使人们有礼貌、讲卫生、自觉遵守公共秩序和劳动纪律,形成待人以礼、助人为乐的社会风气。

5. 有助于对外开放,加强国际交往

尊重国际礼仪和交际礼仪,尊重各国人民的风俗习惯,是我国对外活动的一贯做法。它反映了我国维护世界和平、加强国际友好合作的真诚愿望。在国际交往中除了处理正规的官方来往之外,民间的交往也日益增多。这既是我国进一步加强对外开放的成果,也是国际市场走向一体化的必然选择。