



对外经济贸易大学  
远程教育系列教材

# 商务礼仪

Business Etiquette

吕维霞 刘彦波 编著

www.  
euibe.com

清华大学出版社





对外经济贸易大学  
远程教育系列教材

# 商务礼仪

Business Etiquette

吕维霞 刘彦波 编著

www.  
euiibe.com

清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

本书系统论述商务交往中的礼仪规范,涉及个人日常礼仪、旅行、办公室、宴请、送礼、谈判、通讯等诸多方面。主要包括商务人员在个人形象方面的礼仪,如个人的着装、谈吐,以及商务活动中见面、通讯、应聘、会议、谈判等方面的要求。书中还讲述了礼仪难题的处理方法,并在每章的后面精心设计了自测题,以加深对礼仪规范的理解。是大学生及商务人员学习、了解各种礼仪规范的理想教材。

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 13501256678 13801310933

## 图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/吕维霞,刘彦波编著. —北京:清华大学出版社,2007.11

(对外经济贸易大学远程教育系列教材)

ISBN 978-7-302-16407-4

I. 商… II. ①吕…②刘… III. 商务—礼仪—高等教育:远距离教育—教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 169516 号

责任编辑:马庆洲

责任校对:王凤芝

责任印制:孟凡玉

出版发行:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

[c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

社 总 机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印 刷 者:北京四季青印刷厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:16 插 页:1 字 数:313 千字

版 次:2007 年 11 月第 1 版 印 次:2007 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~6000

定 价:25.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:027379-01

## 编 审 委 员 会

名誉主任 刘 亚  
主 任 谢毅斌  
副 主 任 仇鸿伟 李福德  
委 员 (按姓氏笔画排列)

王立非	王丽娟	王淑霞	刘 军
刘传志	张凤茹	张新民	沈四宝
沈素萍	吴 军	邹亚生	陈 进
杨言洪	杨晓军	冷柏军	李柱国
李家强	郑俊田	胡苏薇	赵忠秀
赵雪梅	曹淑艳	韩 风	彭秀军

## 总 序

中国远程教育的发展经历了三代：第一代是函授教育；第二代是广播电视教育；20世纪90年代，随着现代信息技术的发展，以网络为基础的第三代现代远程教育应运而生。到目前为止，教育部批准开展现代远程教育试点的高校共67所。对外经济贸易大学远程教育学院（简称“贸大远程”）是在中国加入WTO后的第一年，2002年3月正式成立的。

现代远程教育作为新生事物，对传统的教学模式、学习习惯、获取新知的途径等产生了巨大的冲击。如何在网络时代打造学习型社会，构筑终身教育体系，是当今时代的重大课题，现代远程教育试点高校为此进行了许多卓有成效的探索。在网络教育的具体实践中，贸大远程始终坚持依托学校的整体优势和特色，坚持知识的内在逻辑性与职业、行业的市场需求的统一，坚持开展面向广大在职人员的现代远程教育，逐步形成了独具我校特色的“7+1”学习模式（即网络课堂、网上答疑、课程光盘、教材资料、适量面授、网上串讲、成绩检测，以及第二课堂活动），为学生个性化学习提供了广阔的空间。自2003年起，贸大远程连续3年蝉联新浪网、择校网、搜狐网和《中国电脑教育报》联合评出的全国“十佳网络教育学院（机构）”称号。值得一提的是，“国际贸易实务”课程荣获国家级奖项，“商务英语”等7门课程荣获北京市优秀教材一等奖和精品课程称号，另有10余门课程在全国性的远程教育课程展示会上获得大奖。

几年来丰富的现代远程教育实践和教学经验积累，为我们出版成龙配套的贸大远程系列教材奠定了坚实的基础。目前，普通高等学校的现有教材并不完全适合远程教学，市面上真正用于现代远程教育的成规模的网络教材还不多见，与网络课件相配套的系列教材更是寥寥



无几,因此为接受远程教育的广大莘莘学子专门设计符合他们需要的教材已成为现代远程教育发展的迫切需求。

基于以上原因,贸大远程按照学校一级教学管理体制,本着为社会、为学生服务的宗旨,致力于教学质量的保证和提高,特聘请了国际经济与贸易学院、金融学院、国际商学院、英语学院、公共管理学院等学院的优秀教师,以目前开设的两个学历层次的7个专业为依据,以现有的导学课件为基础,编写了这套远程教育系列教材。本套教材共分为外语、经济贸易、工商管理、法律、金融与会计、行政管理、综合7大系列,全面覆盖两个学历层次7个专业的上百门课程;为了打造贸大远程优质教材品牌,我们与清华大学出版社和对外经济贸易大学出版社达成协议,计划3年之内全部出齐。

本套教材在策划编写过程中,严格遵循现代远程教育人才培养的模式与教学客观规律,充分考虑到远程学生在职和成人继续教育业余学习的实际情况,专门为远程学生量身定制,具有较强的针对性、实用性和可操作性。本套教材的编写具有如下特点。

一、在教材体系和章节的安排上,严格遵循循序渐进、由浅入深的教学规律;在对内容深度的把握上,考虑远程教育教学对象的培养要求和接受基础,其专业深度比本科有所降低,基础面相对拓宽,不是盲目将内容加深、加多,而是做到深浅适中、难易适度。

二、在每章开篇给出明确的学习目标与重点难点提示,涵盖了教学大纲的重点或主要内容。相对于传统的学校教育,远程教育更倚重于学生的自学能力和自控能力。明确的教学目标有利于学生带着任务有目的地学习。同时,教材中充分考虑到了学生学习时可能遇到的问题,给他们以提示和建议。由于本套教材的作者都是经过挑选的具有长期教学经验的优秀教师,且大多数作者都来自远程教学的第一线,是远程网络课件的主讲老师,能够为学生提供更加丰富的、切中要害的问题解答,从而使远程学生在学习时少走弯路。

三、在章后和书后分别设置“同步测练与解析”和“综合测练与解析”栏目,涵盖了本章及本书的重要知识点,并给出了详尽的参考答案,对难题还进行分析点评,列出解题思路与要点,更加方便学生自学。测验是检验教学目标是否达到的有效手段。由于远程学生是在虚拟的网络课堂上课,远离教师,处于相对独立的学习环境;教师不能通过直接交流了解学生对学习内容的掌握情况;学生也由于与教师、同学之间的分离,无法判断自己的学习状况。针对这种情况,我们在教材中设置了大量自测自练题目。旨在通过这种自测自练方式,积极引导及时消化和吸收所学知识,不断加深对教材内容的理解,阶段性检查学习效果,全面复习和掌握所学知识,综合评判自己对知识的掌握程度,巩固最终学习成果。

四、考虑到有些专业课程具有较强的社会实践性,在教材的编写上也力争做到理论联系实际,注重案例的引入。尽可能安排一个或多个案例,并进行详细的分析讲解。旨在通过案例教学,对课程重点难点进行深化分析和实操训练,加强学生对知识点的理解和记忆,强化学生分析问题、解决问题的能力以及动手操作能力。

在本套教材的编写与出版过程中,我们得到了众多业界专家学者的真诚理解与支持,得

到了清华大学出版社与对外经济贸易大学出版社的通力合作,在此向他们一并致以衷心的感谢。在前所未有的战略机遇期和“十一五”期间,相信本套教材的出版,必将是全国远程教育界一件很有意义的事情。衷心祝愿现代远程教育在建立学习型社会、构筑终身教育体系的进程中,在推动中国教育事业向现代化大教育形态的历史转变中,迈出更大、更坚实的脚步。

对外经济贸易大学远程教育学院院长

谢毅斌

2006年7月于北京

F

FOREWORD

商务礼仪

## 前 言

加入 WTO 后,国际贸易快速发展,商务礼仪在中国日趋重要。随着 2008 年奥运会和 2010 年世博会的临近,全国更是掀起了学习礼仪的热潮。礼仪学习是时代的要求,是民族素质提高的体现。

本书参考了当前较新的书面资料、网络资料以及社会经验,增加短信礼仪等一些最新的内容和知识;尤其是大学生就业礼仪和大学生求职礼仪,是在作者连续五六年高度关注和不断思考的基础上编写完成的。此外,顺应建设节约型社会的国家要求,结合政府规定大部分公共场所空调系统夏天的温度不低于 26℃,党和国家领导人夏天在一些正式会见外宾的场合也开始着便装,以倡导节能等社会情况,本书对商务人员穿着正式制服或西服的着装原则进行了新的探讨。

本书是在近几年教学工作实践和资料积累的基础上完成的,旨在为人们提供最新的、实用的现代商务礼仪的规范、原则和技巧,努力体现知识新、练习题量大、兼顾大学生求职就业等特点。根据向学生提供大量同步测试和综合测试的编写要求,作者整理了近七八年考试试卷并采集书中知识点,完成了课后同步测练与解析和六套综合测练与解析的编写。

本书除作为远程教材外,也可作为高等院校和职业院校的教学与培训教材,书中所附的大量习题及参考答案一定会受到各位商务礼仪老师的欢迎。本书的大学生求职礼仪和大学生就业礼仪两部分,可作为大学生就业的参考,更希望能对大学生的父母们提供帮助。

本书遵循现代商务礼仪的客观性、准确性原则,将礼仪规范的阐述与生动有趣的案例结合起来,将中国的礼仪与涉外商务活动中的礼仪结合起来,深刻地阐述了礼仪所蕴涵的深厚文化渊源与礼仪的现实表现的紧密关系,力图实现时效性与全面性、生动性与准确性、客观性





商务礼仪  
www.euibe.com

与实用性的有机结合,给人们提供有效的指导。

本书有关章节曾得到教育部国际司王凡同志的修改和审阅,在此深表谢意。在编写的过程中,我们参阅了同行专家的许多资料,在此向他们表示最诚挚的感谢。由于时间仓促,水平有限,错误难免,恳请批评指正。

作者

2007年7月于北京

# C

## CONTENTS

# 目 录

第一章 商务礼仪概论 .....	1
第一节 礼仪的含义和学科特点 .....	2
第二节 礼仪的主要功能和原则 .....	3
第二章 商务人员个人礼仪 .....	10
第一节 商务人员仪表礼仪 .....	11
第二节 商务人员的服饰礼仪 .....	12
第三节 个人表情礼仪 .....	16
第四节 个人举止礼仪 .....	17
第五节 个人形体语言 .....	21
第三章 商务见面礼仪 .....	28
第一节 商务人员的称呼 .....	29
第二节 商务人员的问候 .....	34
第三节 商务握手礼仪 .....	37
第四节 商务介绍礼仪 .....	40
第五节 商务名片使用礼仪 .....	45
第四章 商务接待拜访礼仪 .....	50
第一节 接见礼仪 .....	51
第二节 商务接待的八讲 .....	57
第三节 商务赴会拜访的五讲 .....	68
第五章 商务宴请礼仪 .....	77
第一节 宴会的种类 .....	78



第二节	酒水知识 .....	79
第三节	商业宴请礼仪 .....	85
第四节	宴会进行时的礼仪 .....	89
第五节	我国少数民族生活习惯和饮食特点 .....	92
第六节	西餐礼仪 .....	94
第七节	世界一些国家进餐礼仪与禁忌 .....	100
<b>第六章</b>	<b>商务通讯礼仪 .....</b>	<b>110</b>
第一节	关于移动电话的一些常识 .....	111
第二节	接打电话礼仪 .....	113
第三节	正确使用移动电话和语音信箱 .....	120
第四节	发送接收移动电话短信礼仪 .....	121
第五节	收发传真礼仪 .....	124
第六节	收发电子邮件(E-mail)礼仪 .....	125
第七节	电子商务礼仪 .....	128
<b>第七章</b>	<b>大学生就业礼仪 .....</b>	<b>134</b>
第一节	高等教育迅速发展 .....	135
第二节	国家的宏观就业形势和政策 .....	137
第三节	大学生的自我定位 .....	140
第四节	大学生合理的就业心态 .....	142
<b>第八章</b>	<b>大学生谋职礼仪 .....</b>	<b>152</b>
第一节	了解招聘渠道和招聘过程 .....	153
第二节	准备应聘 .....	156
第三节	面试的过程和准备 .....	158
第四节	求职过程的一些注意事项 .....	169
<b>第九章</b>	<b>赠送礼品礼仪 .....</b>	<b>175</b>
第一节	礼品的选择 .....	176
第二节	礼品赠送的礼仪 .....	181
第三节	接受、拒绝礼品的礼仪 .....	184
<b>综合测练与解析 .....</b>	<b>189</b>	
<b>参考文献 .....</b>	<b>243</b>	



# C 第一章

## CHAPTER ONE

# 商务礼仪概论

### 学习目标

本章主要讲述礼仪的含义、学科特点、主要功能和重要原则。目的是让学生掌握礼仪的本质,掌握包含于各个礼仪细节中的主要原则。

### 重点难点提示

● 本章的重点内容是礼仪的含义和原则。对原则的深刻体会是学习中的重点。



## 第一节 礼仪的含义和学科特点

礼仪学习是每一个现代人的必修课程。在学习之前,有必要了解礼仪的本质、礼仪的学科特点、礼仪的主要功能和原则。

### 一、礼仪的含义

关于礼仪的概念,西方语汇中的 Etiquette,源于法语。礼,就是尊重别人;仪,就是通过一定的规范形式将尊重的意思表达出来。礼仪是礼节和规范的总称。商务礼仪是商务活动中必须遵守的规范总和。

作家胡兰成笔下的江南乡下人,简朴的农家妇女也许坐在门槛上织毛衣、捡豆子,穿着家居的粗布裤,但一见邻居来访,即使是最为熟悉的街坊邻居,她也必先进屋里去,将裙子换上,再出来和客人说话,穿裙或穿裤会因时代不同而不同,“礼”是重要的,是对自己和对他人的尊重,在农妇身上显现的是一种文化底蕴。故事中的农妇认为换上裙子就是对外人的尊重,裙子这样的表达形式就是“仪”。

礼仪起源于古代的习俗,是社会长期发展的产物。近代思想家黄遵宪云:“礼也者,非从天降,非从地生,因人情而为之者也。人情者何?习惯是已。”

### 二、礼仪的经济基础和社会基础

#### (一) 礼仪建立在经济充分发展的基础上

“仓廩实而知礼节”就是中国哲人对礼仪与经济基础之间关系的经典总结。礼仪是建立在经济基础之上的社会行为,随着生活水平的提高和人民交往的不断加强而不断发展。所以,礼仪是经济交往和社会发展的综合产物。

伊朗有这样一则民间传说,在很久以前,沙漠中有一个小村子,村里有一口井,井水甘甜而充沛,村民们生活平静,邻里和睦。不知道什么原因,这口井慢慢枯竭,村子便失去了往日的宁静,偷盗、争吵和打架的事情时常发生,到后来,井水完全干涸,人们就散了,各自逃命去了。这个故事说明了礼仪和经济基础的关系。

在古代,我国中原地带生产力发达,是全国乃至东亚地区的经济中心,人们的文明程度高于周边地区,是当时的礼仪之邦。

现在人们普遍认为欧美人比较注意文明礼貌和环境卫生,但这也是近一两百年的事情。2004年,西班牙《趣味》月刊发表过一篇很有意思的文章,说18世纪以前欧洲人认为洗澡会导致生病,不但不洗澡,连脸也不洗,1870年,英国维多利亚女王登基时,白金汉宫还没有洗

澡间。这些都说明物质文明对精神文明起决定性作用。

## （二）礼仪随着社会交往的加强而发展

随着当前中国经济的发展与繁荣，国内和国外的经济及各种社会联系加强了，我们对学习礼仪的要求也越来越迫切了。

## 三、礼仪的学科属性和特点

礼仪在学科属性上属于行为科学。行为科学在早期被叫做“人际关系学说”，其产生主要以梅奥领导的霍桑实验和在此基础上形成的人际关系学说为标志。1949年在美国芝加哥大学的会议上决定将这门学科叫做行为科学。

行为科学是一门交叉学科和应用性学科，应用人类学、社会学、心理学等学科的理论和方法来研究组织中的人的行为规律的科学。商务礼仪就是应用管理心理学、消费者行为学、人类学、社会学、哲学等学科基础上的交叉学科。

# 第二节 礼仪的主要功能和原则

商务礼仪具有重要的功能，是人际交往的重要手段。礼仪也有自己的重要原则，这些原则体现了礼仪的规范性和本质特点。

## 一、商务礼仪的主要功能

### （一）商务礼仪的沟通作用

商务活动是一种双向交往活动。交往的成功与否，首先取决于沟通的效果如何。商务交往是一个复杂过程，由于交往对象的文化背景、思想、情感、观点和态度有所不同，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。尤其是在涉外交往中，语言和文化的差异往往会给商务沟通带来障碍，只有通过商务礼仪的学习和掌握，才可以消除差异，使双方相互接近，达到感情沟通，使商业事务顺利进行。可以说，在当今这个繁忙而又竞争激烈的商业环境里，彬彬有礼的谈吐举止可以使我们的商务活动更容易被同事或交易方所接受，从而尽可能避免误解和剧烈冲突的发生。

### （二）商务礼仪的形象作用

礼仪的基本目的就是树立或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、研究和



掌握现代商界共同遵守的礼仪规范,在每一件小事上都注重礼仪修养,做到礼仪无小事,从而树立良好的个人形象。所谓树立企业形象的作用,是指在激烈的商务竞争环境中,通过得体而诚挚的商务接待、拜访、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。没有谁愿意雇用一整天不讲卫生的员工,也没有哪一家公司愿意与一个不讲信誉、员工不懂礼貌的公司做生意。

一个商务人员要注意自己的个人形象,从个人形象的好与坏往往能够推断出公司的实力情况和信誉状况。如果你的形象良好,不但能为你所代表的企业传递无声的商业信息,宣传组织的形象,还会给你的组织带来有形和无形的财富。

### (三) 商务礼仪的协调作用

在商务活动过程中,有时会碰到购销不畅、谈判不顺,有时也会碰到对你有敌意的同事或客户,对这些问题处理不当,就会激化矛盾或把小事闹成大事,影响企业的形象。而通过一定的商务礼仪的巧妙应用,则可能化解矛盾,消除分歧,达成谅解,缓和人与人之间的紧张关系,使之趋于和谐,从而妥善地解决纠纷,广交朋友。

### (四) 商务礼仪的服务作用

在日益蓬勃发展的服务业领域,对服务提供者进行评价的重要指标是他们在处理与顾客关系时所表现的工作态度、个性和沟通技巧以及他们自身的外观形象等要素,而这些要素正是商务礼仪需要强调的内容。这些方面做得正确与否,是消费者评价服务质量的一个重要方面。态度不佳、口齿不清、不修边幅的商务人员影响人们对他所提供服务的满意度的测评。如果商务人员自觉地意识到这些问题,通过训练使自己具有高超的交际技巧,整洁的外观形象,会给被服务者留下良好的印象。

## 二、商务礼仪的重要原则

### (一) 主客原则

#### 1. 保护客方

商务礼仪中,主方立场为保护者,而客方扮演的则是被保护者的角色。例如:在接待时,应该保护客人的身体安全,不要使劲劝酒;尤其是外国客人,有的外商不善于喝浓烈的酒,在接待中,中方就不能劝酒,这是保护客人身体健康的做法。

进电梯时先让来宾进入,出电梯时则相反,以免电梯门不慎夹到来宾。谈判时在座次的安排问题上应体现主宾之别。以上所述虽然是看似不重要的小事,但这些细节往往能表现出我们体贴客人的心意。它不仅可以反映出我们的个人修养,也更能让客人因此感受到我们的真诚与可靠。

## 2. 客随主便

《礼记》早就明确提出了“礼从宜，使从俗”的要求，意思是，依礼行事要适宜，出使的人要尊重当地的风俗。在商务交往中，处于客位的当事人应该遵从当地的或主人的规范，就是客随主便。在举行宴会时，客人可等主人开始进餐时再开始吃饭。客随主便的要求，使双方在发生交往时对遵从何种礼仪规范有了一个共同认可的标准，从而可以减少盲目性和无序性，处于客位的当事人需要暂时放弃自己熟悉的固有的礼仪规范，转而学习、熟悉和遵循比较陌生的新的礼仪规范。因而，客随主便的要求，更多的是对于客方的当事人的限制。当然，这种遵守是在对方尊重自己的民族、气节和人格的基础上的遵从；反之，则不适用。

## 3. 主随客便

主人要按照客人的喜好来招待客人。不要过分强迫服务，将自己的想法强加给客人。这体现了现代人的人性化的尊重观念。

## (二) 尊重原则

### 1. 遵守时间

鲁迅先生说：“无端地浪费人家的时间无异于谋财害命。”这句话说明遵守时间是尊重别人的重要体现，甚至相当于珍惜别人的生命。时间就是金钱，时间就是生命，商场上最看重的莫过于守信，而遵守时间是守信的重要表现，所以与人相约一定要守时。特别是我们正朝着国际舞台大步迈进，此时此刻更要学习守时的好习惯，因为文明愈进步的国家愈珍惜生命，也愈强调守时的重要性。

### 2. 尊重他人

是否尊重他人是一个人的文化素养的体现，是一个人的精神境界的写照，是一个人有无社会经验的表现。

第一，珍惜他人的健康和生命。会餐中如欲喝酒也该讲究礼貌，千万不要不分场合和对象进行劝酒。酒喝多了会伤身，如果酒后开车更是危险，既损人又不利己。所以商业行为中注重对方的生命权亦是很重要的一环。在公共场所或会餐时，记住先询问是否可以吸烟，以免危害他人健康。

第二，多用商量语气。在商业会谈的礼仪中，商量是一门艺术，重点学习如何彼此尊重，对领导者而言尤其重要。当我们有求于人的时候，不论是上司或属下都宜采用询问商量的口气，如多用“可不可以？”“好不好？”或“May I？”等，让对方有考虑的时间及空间，因为他有权选择说：可以(Yes)或不可以(No)。在办公室中，常见的情况是员工要请假，却摆出一副理直气壮的样子。如：“老板，我明天有事，要请假。”同样地，上司也常对员工说：“这件事情下班前一定得完成。”如此的口气不仅让对方很难表达意见，同时还会造成或加大双方的隔阂。如果能学习采用如“老板，我明天有事要处理，不知道能否向你请个假？”“小陈，这件事情很紧急，下班前能不能帮我完成？”这种温和商量的语气，会使人感到受到尊重，也容易获





得正面的答复,更能使事情顺利进行,也使谈话气氛和谐愉快。

第三,避免惊吓他人。开会开至中途,如物品不慎掉落需要收拾时,应先通知身旁的人,然后再俯身去拾捡,并说声“对不起,我捡支笔”,切不可直接弯身取物,以免吓着身旁的人。另外,桌子下部分是女性最隐秘的空间,不能冒失行事。记得小时候玩的吓人游戏吗?千万不要从背后喊人,如此使人受惊吓的行为是很不恰当的。走路或与人交谈时,千万不可把手放在衣服口袋里,这样会使人缺乏安全感,会给人留下为人轻浮、无所事事的印象。另外,将双手交叉于胸前也是很不礼貌的行为,因为欧洲人认为隐藏双手,不让别人看见是敌意的表示,所以一定要将双手露出,如果天气很冷可戴上手套。用餐时不可用刀、叉、筷子等尖锐的东西指向他人,这样会使别人产生恐惧感。柜台人员与客人谈话的时候,也不要以笔尖朝向别人。诸如此类的行为都会使人感到不安全。

第四,尊重他人隐私。每个人都希望拥有自己的空间和不为人知的秘密。所以,在公共场所不要随意谈论他人隐私,或以爱打听的姿态自居。有些过于私人的问题还容易造成尴尬的场面,应尽量避免公开谈论,诸如婚姻状况、年龄、体重、三围以及薪水、穿着品牌、化妆品品牌等问题。与人交谈时,如果对方不愿主动提及某事,必有其原因或有难言之隐,此刻最不应该有的态度就是“打破砂锅问到底”。如果你知晓了别人的困难,又没有能力替人排忧解难,记住千万不要在背后幸灾乐祸。因为这是很不道德的行为。如果你知道了别人的隐私,也不要到处去传播,那样就会落得一个传播小道消息、出卖朋友的恶名,你就永远别想交到真正的朋友,在公司里也难以立足,更别说是有很大的造就。

### (三) 适度原则

在哲学上,“度”指的是一定事物保持自己质的数量界限,超过这个界限,就要引起质的变化。在人际交往中情感的表达也有一个适度的问题,这就是待人既应彬彬有礼,又不低三下四;既要殷勤接待,又不失庄重;既要热情大方,又不轻浮谄媚,把握好各种情况下的社会距离及彼此间的感情尺度。比如握手时,对方毫不用力,会产生一种被冷淡或不被看重的感觉;对方用力过大,会觉得对方粗俗;只有对方用力适中,才会觉得对方热情真诚。

### (四) 自律原则

不论是在上司或同事面前,还是出于业务的考虑,都应遵守礼仪视为尊重他人的重要表现,都应“慎独”,将良好的礼仪规则内化到心中,成为个人素质的一部分,这样做起来才会自然,不显得做作。

自律的原则还反映在不要忽视细节礼仪,因为别人往往从细微处来观察你的为人和品格。有时可能一个细节会得到别人对你的尊重和敬佩。有两个学生在一家公司工作,老板是一位非常有钱的中年人,他经常将重要的事情放手让他们俩去做,可是在一年以后,其中一位留了下来,而另一位却被解聘了,被解聘的原因是在出差时带着女朋友,花了很多差旅