

高职高专经管系列教程

商务礼仪

李兰英 肖云林 主 编
葛红岩 郑陵红 副主编

上海财经大学出版社

高职高专经管系列教程

商务礼仪

李兰英 肖云林 主 编
葛红岩 郑陵红 副主编

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/李兰英,肖云林主编. —上海:上海财经大学出版社,
2007. 12

(高职高专经管系列教程)

ISBN 978-7-5642-0035-0/F · 0035

I. 商… II. ①李… ②肖… 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 174797 号

☐ 责任编辑 李成军

☐ 封面设计 钱宇辰

SHANGWU LIYI

商 务 礼 仪

李兰英 肖云林 主 编

葛红岩 郑陵红 副主编

上海财经大学出版社出版发行

(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海译文印刷厂印刷

上海远大印务发展有限公司装订

2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

700mm×960mm 1/16 14 印张 243 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 22.00 元

前 言

商务礼仪是商务组织的人员在商务活动中,为了塑造组织和个人的良好形象而遵循的礼节性规范或程序。

随着商务活动的日益频繁,商务礼仪已成为各个职业行为的重要内容和现代商务组织不可替代的形象资源,越来越受到商务组织乃至社会各界的广泛重视。

商务礼仪知识的获取和商务礼仪能力的形成需要优质的商务礼仪职业教育。建构主义认为,知识不是通过教师传授得到的,而是学习者在一定的情境即社会文化背景下,借助教师和学习伙伴的帮助,利用必要的学习资料,通过意义建构的方式而获得的,恰当的学习资料是基本的构成要素。

根据商务礼仪教材服务岗位群和商务礼仪专业学生智能结构的特点,为了提高学生学习的针对性,我们按照行动导向的指导思想,以工作流程作为贯穿理论与技能知识的线索,紧密结合商务活动的主要内容,编写了这本全新的商务礼仪教程。

在教材的编写过程中,我们遵循商务礼仪和高职教育的特点,重点关注和突出了以下特点:

第一,理论简约、实务详尽。淡化学科和理论色彩,注重高职学生的智能结构特点与认知规律,着力编制各商务礼仪主要工作流程,突出针对性与逻辑性。

第二,理论讲解与实例分析相结合。设定了牢记要点、微型案例、小资料、

提醒您、小技巧等板块,突出趣味性与实用性。

第三,知识介绍与系统归纳相结合。在知识集群、技能集群全方位推出的同时,系统归纳理论与操作知识脉络,提高信息传递效率,突出整合性与新颖性。

本书遵循适用、够用、管用和好用的原则介绍商务礼仪,内容涵盖了礼仪的起源、商务人员个人礼仪、日常交往礼仪、商务活动礼仪、商务仪式礼仪、商务会展礼仪、求职礼仪、商务文书礼仪及涉外商务礼仪,适用于商务类、管理类及文秘类专业的学生,也可供商务人员在商务活动中参考。

本书编写者均为长期从事秘书、商务礼仪实务和教学研究工作的中青年教师,有较强的理论功底和娴熟的实务能力。

本书由上海工商外国语职业学院与湖北荆州职业技术学院合作编写,上海工商外国语职业学院李兰英和湖北荆州职业技术学院肖云林设计了全书的整体框架与结构体系,上海财经大学国际工商管理学院企业管理专业博士葛红岩和荆州职业技术学院郑陵红参与了编写。各章编写者如下:李兰英(第一章、第二章、第五章、第八章);肖云林(第四章);郑陵红(第六章);葛红岩(第三章、第七章)。全书最后由李兰英、肖云林统稿。

为提升本教材的针对性与创新性,编写人员深入企业调研,付出了辛勤的汗水。在编写过程中集采众家之说,参考颇多,在此深表谢意。参考资料的来源及作者姓名,我们已在本书的参考文献中注明。有些资料我们是参考互联网上发布或转发的信息,其中有些已经无法查明出处,在此向原作者所付出的辛勤劳动表示衷心感谢。

我们也感谢上海财经大学出版社李成军编辑等诸位同志的鼎力相助,使本书得以面世。

我们衷心希望本教材能够有助于推进商务礼仪教育,提高商务礼仪的整体层次。限于水平、时间等诸多原因,教材中难免存在疏漏与不妥之处,敬请读者批评指正,以便在修订时进行完善。

编 者

2007年10月

目 录

前言.....	1
第一章 商务礼仪概述.....	1
学习目标.....	1
引入案例.....	1
第一节 商务礼仪的内涵.....	2
第二节 商务礼仪的作用与原则.....	8
第三节 商务人员应具备的礼仪修养	12
小结	18
应用	19
第二章 商务人员的个人礼仪	25
学习目标	25
引入案例	25
第一节 服饰礼仪	26
第二节 仪容礼仪	36
第三节 仪态礼仪	45
第四节 社交语言礼仪	54
小结	59

应用	60
第三章 日常交往礼仪	63
学习目标	63
引入案例	63
第一节 称呼礼仪	64
第二节 握手礼仪	66
第三节 介绍礼仪	69
第四节 名片礼仪	72
第五节 方位礼仪	75
小结	78
应用	79
第四章 商务活动礼仪	81
学习目标	81
引入案例	81
第一节 商务接待礼仪	82
第二节 商务谈判礼仪	88
第三节 商务宴请礼仪	99
第四节 商务馈赠礼仪	106
第五节 商务电话礼仪	109
小结	113
应用	115
第五章 商务仪式礼仪	119
学习目标	119
引入案例	119
第一节 签约仪式礼仪	120

第二节 开业典礼礼仪·····	123
第三节 剪彩仪式礼仪·····	128
第四节 新闻发布会礼仪·····	132
小结·····	139
应用·····	141
第六章 商务会展礼仪·····	144
学习目标·····	144
引入案例·····	144
第一节 商务会议礼仪·····	145
第二节 商务会展礼仪·····	156
小结·····	161
应用·····	162
第七章 求职礼仪·····	166
学习目标·····	166
引入案例·····	166
第一节 求职前的准备·····	167
第二节 求职相关信函写作礼仪·····	171
第三节 面试礼仪·····	178
小结·····	189
应用·····	190
第八章 商务文书礼仪·····	193
学习目标·····	193
引入案例·····	193
第一节 社交类礼仪文书·····	194
第二节 仪式类礼仪文书·····	202

小结.....	210
应用.....	211
参考文献.....	214

第一章 商务礼仪概述

学习目标

通过本章学习,你应能够:

了解礼仪的起源、概念及原则;

理解商务礼仪的概念;

理解商务礼仪的作用和原则;

了解商务人员应具备的气质及礼仪修养。

引入案例

城运会礼仪小姐的包装

经过层层选拔的“城运会”礼仪小姐将在城运会期间一展风采。被精选出来的 270 名佳丽,经过严格的“包装”,目前正“整装待发”。

270 名佳丽分引导小姐、鲜花小姐和颁奖小姐 3 组。引导小姐注重清纯、活泼;颁奖小姐则注重成熟、富有内涵;鲜花小姐注重热情与庄重。

这次礼仪小姐的培训有 4 个要求,即容颜仪表像演员,身体素质像运动员,文化素质像研究生,音质音色像播音员。

按照训练大纲,小姐们练得非常认真。她们从站、行、坐姿开始,严格训练。引导小姐上场时,走路要走单线,摆肩前摆 35 度,后摆 15 度。鲜花小姐进场后必须单肩摇花,领导讲话时,花要放在胸前,运动员退场时必须双肩摇花。颁奖小姐的托盘是非常讲究的:颁奖前需持盘;颁奖时需托盘,要求大拇指放在盘沿上,而不能放在盘沿内;颁奖完需持盘回来。每种动作要

求都不能错位,不然就会失礼。

最让小姐们犯难的是笑。有人说,笑还不容易吗?其实不然,不同的场合应有不同的笑。笑分5度:1度笑为本意笑,这种笑适合于时装模特儿、电视台节目主持人;2度笑为温馨的笑,适用于迎宾员、商店服务员及拍标准像;3度笑为甜美的笑,颁奖员、发奖员最为合适;4度笑为热情的笑,适应于气氛热闹欢快的场合;5度笑为开怀笑,即大笑。对于1~3度的笑,学起来还比较容易,4度以上的笑就很难把握。尤其是4度笑,很多小姐把握不准,不是嘴笑大了就是笑在3度上。然而,当她们掌握了5度笑后,便会在不同的场合运用自如,笑得自然,笑得可亲。一位礼仪小姐把5度笑和有关礼仪常识带回家里,令家人惊喜不已,说女儿像换了个人。

如果说礼仪小姐的化妆着重强调淡彩、自然美的话,那么她们的身着服饰则应体现青春的活力。礼仪小姐的服饰不同于模特儿,设计上不能太露,要体现服装的整体感。由于竞赛场上运动员服装五颜六色,所以礼仪小姐的服装款式应具备特色,色彩必须醒目。因此,整件上衣不用扣子,而是在腰部用了—个极具特色的金属绊子,因为小姐的腰有胖有瘦,用了绊子就可以放松自如了;在大片的领子交叉处又用红色的碎花加上点缀,这样就显得色彩鲜明。裙子设计为8折网球裙,这是因为网球裙更能体现出礼仪小姐秀美的长腿。

鲜花小姐的服装设计是上衣为大圆领、长袖,色彩为红白相间的横条,配穿白色4片小短裙,其特点为简洁明快。

颁奖小姐的服装为旗袍。颁奖小姐的旗袍共有3种色彩:白色、粉红色和玫瑰红。在白色的旗袍上绣有紫色牡丹,表示宝贵;粉红色旗袍上绣的大红梅花以及玫瑰色旗袍上所绣的黄色腊梅都代表南京。

——资料来源:王培才主编:《公共关系理论与实务》,电子工业出版社2005年版。

第一节 商务礼仪的内涵

“礼仪”—词,最初是从法语 etiquette 演化而来的,原意是一种长方形的纸板,上面书写着进入所应遵守的规矩、秩序,因而这种纸板就被视为“法庭上的通行证”。后来,“礼仪”就引申为“人际交往的通行证”。如今,对于商务人员来讲,礼仪仍是一种“通行证”。

一、礼仪的起源

礼仪的起源最早可以追溯到远古时代。《礼记·礼运》曾记载：“夫礼之初，始诸饮食，其燔黍捭豚，污尊而抔饮，蕢桴而土鼓，犹若可以致其敬于鬼神。”意思是说，在远古时代，人们把黍米和猪肉放在滚烫的石头上烤炙而食，在地上凿坑作为酒樽用手掬捧而饮，并且用茅草茎捆扎成鼓槌敲击土鼓，以表示对鬼神的祭祀。这便是远古时代拜祭神灵的礼仪。

“礼”字最早见于殷墟甲骨文中。在原始社会里，社会生产力非常低下，原始人类在大自然面前经常显得惶恐不安。人们不了解各种自然现象，也无法解释这些自然现象的发生，便对神灵产生了敬畏，开始祭神。这便是礼仪的最终溯源。古代一些原始部落崇拜太阳神是为了克服对黑夜的恐惧，祈祷太阳留在人间。当地球上出现日食时，这些部落的人们就认为太阳将要死去，为了使它复活，就将燃烧着的木炭绑在箭头上向天上射去。日食过后，太阳复出，他们还认为是自己的力量使太阳复活了。有些部落崇拜风雨等自然现象，到了缺雨的干旱季节，便举行祈雨活动。有些部落认为人生病死了是触犯了天神和鬼怪，人病死之后必须开始驱鬼祈神的巫术活动。出猎要举行仪式，作战前要占卜。古人的这些祭神活动已经体现了一定的礼仪要求。

进入阶级社会后，祭祀的重点由祭鬼神改变为祭君主的祖先，在当时人们普遍认为只有君主的祖先才能见到天神，在人与天神之间起到沟通的作用。人们按照对君主血缘关系的亲疏远近分别到宗庙、祖庙祭祀。统治者用隆重繁琐的仪式祭祀宗庙，体现宗法统治和皇权意志。按照古代礼仪制度，周天子在每年夏秋之际，向各诸侯国颁发“历书”。历书主要规定明年有无闰月，每月的朔日（即初一）是哪一天，诸侯要把历书藏在庙里。每逢月朔（每月初一）便宰杀一只羊，亲自去告祭宗庙，称为告庙，然后，戴着皮弁（一种用白鹿皮做成的帽子）在太庙听政治事，称为“视朔”，然后再祭于祖庙，称为“月祭”。这些祭祀活动有着严格的礼仪规范，以此来体现统治者的权力。

以上这些都是礼仪的最初形态。当社会发展到现在，礼仪也有了更新的解释。

二、礼仪的概念

“礼”在《辞海》中的解释为：（1）本谓敬神，引申为表示敬意的通称；（2）为表敬意或表隆重而举行的仪式；（3）泛指奴隶社会或封建社会贵族等级制度的社会规范和道德规范。

礼仪就是指人们在社会交往活动中约定俗成的一种敬重他人、美化自身行为的规范与准则。其宗旨是使人人都感到舒适、得体,其本质是通过各种规范的言行表示人际间的真诚、尊重、友好和体谅,它是人的社会关系的集中体现。

“礼”应该属于人类社会范畴,一般概念上理解,“礼”不外乎礼貌、礼节、礼仪三方面。

礼貌:指在人际交往中通过动作、语言、表情表示对对方尊重、恭敬的一种行为规范,如尊称、主动打招呼、道谢等。

礼节:指在交际场合人们相互问候、致意,表示尊重、友好的惯用形式,如挥手致意、握手慰问、亲切拥抱等。

一般而言,礼貌是一个人内在素养和品质特征的外在表现,礼节是礼貌的具体表现方式,可以说“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。

应该说,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、更广,它是由一系列具体的表现礼貌的礼节所构成,是一个表示礼貌的系统的、完整的过程。

微型案例



一家公司招聘总经理助理,经过多次筛选淘汰,最后剩下5位竞聘者,决定胜出者的最后一轮考试,让他们终生难忘。考场是一座5层的办公楼,5位竞聘者由工作人员带进考场,当他们沿着楼梯逐级而上,最后到达面试地点时,只见总经理和主考人员已经坐在办公室等候。当5位竞聘者坐下后,总经理宣布,考试已经结束,优胜者已考出来了,就是走在最后边的这位先生。顿时,5位竞聘者大惑不解,总经理接着解释道:“你们进入办公室的过程就是考试。请看录像:你们走到第二层楼的楼梯途中,地上有一枚一角的硬币,前四位先生无动于衷,最后这位先生捡了起来。进办公室后,他就交给了我。在你们走到第三层楼的出入口时,有位员工捧着一大摞资料出来,不小心滑了一下,资料撒了一地,前四位先生视而不见,还是最后这位先生帮助捡起来。这两种事虽小,却反映了一个人的修养,别忘了,修养也是一种宝贵的财富,也是一种竞争优势。”

——资料来源:孙荣编著:《秘书工作案例》,复旦大学出版社2005年版。

三、礼仪的原则

尽管世界各国各地礼仪习俗不同,但基本原则是一致的,所谓礼仪原则就是人们在社交中处理人际关系的基本准则。熟悉礼仪的基本原则,有助于在具体礼仪活动中做到自觉、主动,也更加自然得体。

(一)“自律、自爱”原则

自律原则就是要求自身树立良好的道德信念和行为准则,自我要求、自我约束、自我控制、自我对照、自我反省,正所谓“己所不欲,勿施于人”,同时更要提倡“严于律己,宽以待人”。在交往中,我们要求对方做到的,自己首先要做好。

(二)“谦和、宽容”原则

谦和包括谦虚与和善,谦虚是人类的美德,和善是处理人际关系的基石。只有举止、言谈神态都谦恭有礼时,才能从别人那里得到教诲,这也符合谦谦君子之道。

古人云:“有容乃大。”宽容也是一个人良好品德的外在表现。宽容就是心胸坦荡、豁达大度,既要严于律己,更要宽以待人。会容人,体谅人,有较强的容纳意识和自控能力,不能求全责备、斤斤计较,甚至过分苛求别人。

(三)“尊重、真诚”原则

人际交往互相尊重最为重要,尊重是礼仪的情感基础,只有彼此间相互尊重才能保持和谐、愉快的人际关系。每个人在人际交往中都处于平等地位,“敬人者恒敬之,爱人者恒爱之”。正所谓“精诚所至、金石为开”,一个人的思想、观点、愿望和要求能否为对方所接受,往往与他对对方的真诚程度成正比。

(四)“适度、从俗”原则

适度原则要求应用礼仪时,必须注意技巧,合乎规范,掌握好社交中各种情况下的不同交往准则和彼此间的感情尺度,凡事当止即止,过犹不及,古语说“君子之交淡如水,小人之交甘如醴”,一旦交往尺度有误,很容易引出完全相反的结局。

从俗也就是所谓的入乡随俗,由于国情、民族、文化背景不同,客观上就存在着完全不同的具体礼仪表达方式与方法,以及对同一种礼仪行为的不同评价标准,贸然采取自以为是的礼仪方式,很可能触及禁忌,引起对方的反感。



微型案例

细节见成败

两家公司的总经理,经中间人介绍,相聚谈一笔合作的生意,这是一笔双赢的生意,而且做得好还会大赢,看到合作的美好前景,双方的积极性都很高。宏达公司总经理首先拿出友好的姿态,恭恭敬敬地递上了自己的名片;伟强公司总经理单手把名片接过来,一眼没看就放在了茶几上。接着他拿起了茶杯喝了几口水,随手又把茶杯压在名片上,宏达公司总经理看在眼里,明在心里,随口谈了几句话,起身告辞。事后,他郑重地告诉中间人,这笔生意他不做了。当中间人将这个�息告诉伟强公司总经理时,他简直不敢相信自己的耳朵,一拍桌子说:“不可能!哪儿有见钱不赚的人?”立即打通宏达公司总经理的电话,一定要他讲出个所以然来,宏达公司总经理道出了实情:“从你接我名片的动作中,我看到了我们之间的差距,并且预见到了未来的合作还会有许多的不愉快,因此,还是早放弃的好。”闻听此言,伟强公司总经理放下电话痛惜失掉了生意,为自己的失礼感到羞愧。

四、商务礼仪的内涵

(一)商务礼仪的定义

商务礼仪是指公司或企业的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规范或程序,是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。一般来讲,商务礼仪的范畴不仅包括在商务活动中言行合情合理、优美、大方、得体、符合要求,而且也包括按约定俗成的规矩办事、礼貌待人。商务礼仪体现在商务活动的每一个细节之中。



微型案例

一位英国商人与日本商人进行商务谈判。双方自我介绍后互赠名片,日本商人郑重地接过名片仔细阅读后放入特定的名片盒;而英国商人只是随意地接过名片后就放入衣袋。在日本商人的名片上不但有日文,还有英文的文字介绍;而英国商人的名片上却只有英文,没有日文介绍。

——资料来源:张春红编:《商务礼仪现用现查》,沈阳出版社 2002 年版。

虽然,偶然的疏忽并不意味着最后的失败,但周到的礼仪可带来较高的成功率却是不争的事实。

(二)商务礼仪的特征

商务礼仪具有区别于其他礼仪的特征:

1. 商务礼仪的文化性。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、举止大方的个人形象,就必须不断提高自身的文化素质,树立良好的企业形象,在商务活动中表现出文明典雅的素质。

2. 商务礼仪的程序性。部分商务活动有着严格的礼仪程序的要求,如签字仪式、开业庆典等,这就要求商务人员在筹备商务活动时除了掌握必备的礼仪外还需知晓商务活动的程序礼仪,并按照一定规范的礼仪程序进行,以免出错,引起误会。没有形成一定程序的礼仪是杂乱无章的礼仪。

3. 商务礼仪的规范性。商务礼仪除了具有程序性之外,还具有规范性的特征。商务礼仪是人们在商务活动中约定俗成的礼仪规范,在商务活动中的礼仪要求具有一定的规范性。

小资料

下面的测试题可帮助你了解自己的商务礼仪商(Business Etiquette Quotient, BEQ)

请选出下列情形中那些能准确反映你通常是怎样做(而非你希望怎样做)的选项:

1. 当我被邀请参加一项商务活动,我总是会在一星期内做出答复。
A. 是 B. 不是 C. 有时
2. 我总是在收到信息的同一天回电话。
A. 是 B. 不是 C. 有时
3. 无论是工作中还是在家里,我从不咒骂人。
A. 是 B. 不是 C. 有时
4. 我总是在被邀请进餐后,或收到礼物后,或别人对我做出任何善意表达之后,会回信或打电话感谢对方。
A. 是 B. 不是 C. 有时
5. 我的进餐礼节很好。
A. 是 B. 不是 C. 有时

6. 我将自己看作团体的一员,不会为了寻求上司对我个人业绩的奖励而单干独行。

A. 是 B. 不是 C. 有时

7. 我会立即处理重要的信件,而在一周内答复其余的。

A. 是 B. 不是 C. 有时

8. 在与来自另一种文化的人交往之前,我会花一些时间来学习其文化中特有的礼仪,而不至于由于无知冒犯对方。

A. 是 B. 不是 C. 有时

9. 当别人的工作值得称赞时,我不会吝惜自己的口头或书面赞赏。

A. 是 B. 不是 C. 有时

10. 我会给我最重视的商业伙伴送去节日问候卡。

A. 是 B. 不是 C. 有时

计分方法如下:选A即“是”得3分,选C即“有时”得2分,选B即“不是”得1分。把所得分数相加总分达到28~30分,则商务礼仪商为优秀;25~27分为良好;20~24分为一般;10~19分为不及格。

——资料来源:胡晓涓主编:《商务礼仪》,中国建材工业出版社2003年版。

第二节 商务礼仪的作用与原则

一、商务礼仪的作用

(一)商务礼仪的形象作用

商务礼仪的基本目的就是塑造个人及企业的良好形象。个人形象是个人在公众观念中的总体反映和评价。个人形象对于商务人员来讲十分重要,它体现着每个人的精神风貌与工作态度。一名商务人员在商务交往中如果不重视个人形象,就会直接影响其所在企业的形象。正如一位知名的大师所说:“在世人眼里,每一名商务人员的个人形象如同他所在企业生产的产品、提供的服务一样重要。它不仅真实地反映了每一名商务人员本人的教养、阅历以及是否训练有素,而且还准确地体现着他所在企业的管理水平与服务质量。”企业的每一个商务人员,在与他人接触的过程中,其一言一行、一举一动,都关联着企业的形象。良好的企业形象是企业巨大的无形资产。据有关专业机构评估,雀巢咖啡