



全国财政职业教育教学指导委员会审定
全国高职高专院校市场营销专业规划教材

商务礼仪

赵景卓◎主编



中国财政经济出版社



全国财政职业教育教学指导委员会审定
全国高职院校市场营销专业规划教材

商 务 礼 仪

赵景卓 主 编
万 莉 副主编
王又昀

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务礼仪/赵景卓主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2008.2

全国高职高专院校市场营销专业规划教材

ISBN 978-7-5095-0457-4

I. 商… II. 赵… 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 (2008) 第 006011 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京富生印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 14.75 印张 289 000 字

2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月北京第 1 次印刷

印数: 1—3060 定价: 24.00 元

ISBN 978-7-5095-0457-4/F·0381

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

编委会名单

主 任 贾 杰

副主任 李乃君

编 委 (排名不分先后)

宫相荣 李 萍 陈 瑛 蒋永忠 王小兰

张晓青 王枝茂 刘晓华 赵华明 苏 徐

周 庆 祝 刚 张晓其 柳 欣 孙百鸣

陈宝昌 赵景卓

序

《国务院关于大力发展职业教育的决定》中指出：“到 2010 年，高等职业教育招生规模占高等教育招生规模的一半以上。‘十一五’期间，为社会输送 1100 多万名高等职业院校毕业生。实施国家技能型人才培养培训工程，加快生产、服务一线急需的技能型人才的培养，特别是现代制造业、现代服务业紧缺的高素质高技能专门人才的培养。”教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》中指出：“要针对高等职业院校学生特点，培养学生的社会适应性，教育学生树立终身学习的理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作，提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力，培养德智体美全面发展的社会主义建设者和接班人。”

目前我国高等职业教育的现状是：第一，高等职业教育发展迅猛，社会对高素质技能型人才需求旺盛。第二，职业教育办学思想已从计划培养向市场驱动转变，从政府直接管理向宏观引导转变，从传统的升学导向向就业导向转变，明确了“坚持以服务为宗旨，以就业为导向的职业教育办学方针”，提出了“职业教育教学与生产实践、技术推广、社会服务紧密结合”的具体要求。第三，高职学生应具备的主要能力为交流沟通的能力，实践的能力，就业和创业能力，创造的能力和继续学习的能力。

那么，怎样才能在职教蓬勃发展的喜人形势下，切实转变职业教育的办学思想，培养出具备既定能力、适应经济建设和构建社会主义和谐社会需要的高素质技能型人才呢？《国务院关于大力发展职业教育的决定》中明确指出：“进一步深化教育教学改革。根据市场和社会需要，不断更新教学内容，改进教学方法。合理调整专业结构，大力发展面向新兴产业和现代服务业的专业，大力推进精品专业、精品课程和教材建设。”从中我们不难看出，打造精品专业、精品课程和精品教材是更新教学内容、改进教学方法的重要环节。但是，高职教育的教材要彻底改变以往的学科式、压缩饼干式、面面俱到式、平分秋色式等并非易事，而要推出面向生产、建设、服务和管理第一线需要，且体现产学结合、工学交替、融教学做为一体的教材还需花费一定的气力和时间，还需要一个认识、认知和认同的过程。为此，我们组织高等职业技术学院第一线具有创新理念和丰富教学经验的教师，在充分调研的基础上，结合目前各高等职业技术学院教改、教研的实际情况，编写了这套市场营销专业系列教材，作为探索高职教育技能型人才适用教材的尝试。

本套教材力求实现以下目标：

1. 有助于高职学生交流沟通能力的形成和培养。本套教材每章前都有导入案例，每章后都有案例分析。其中不论是导入案例还是案例分析，都提出了两个以上的问题，并且没有约束性答案，学生可根据社会知识和书本知识开放性思维，提出自己的见解和看法。由于每

个问题都不会有完全一致的答案,这就会促使同学之间、学生和老师之间的探讨和交流,以求更加确切和完整的答案。这个过程就必然会锻炼和培养学生思考、分析、总结、交流的能力。

2. 有助于高职学生实践能力的形成和培养,本套教材充分顾及到了理论“必须”和“够用”即可,而实践的环节却要完整和翔实。这样学生可根据书中的知识要点在实际生活中加以认识和印证,并通过课内实验对预测、商务礼仪、谈判技巧、营销方案等内容熟练掌握;最后,通过毕业设计和顶岗实习对所学知识加以综合和升华。从而使书本知识不再是条条框框,而是操作环节和要领;学生不再是望文生畏,而是在教材的指导和提示下完成既定工作,提高操作技巧和水平。

3. 有助于高职学生就业和创业能力的形成和培养。本套教材在编写过程中充分关注了“以服务为宗旨,以就业为导向”和“职业教育要为提高劳动者素质特别是职业能力服务”等方针和要求。对书中的知识要点不是侧重“为什么”,而是侧重“怎样做”;不是引导其怎样进行宏观管理,而是指导其针对具体情况如何操作。使学生通过学习,能将理论与实际相结合,通过实践能将知识转化为能力和本领,进而在实际生活中能够将所学与岗位对接,并在岗位上卓有成效地开展工作。

4. 有助于高职学生继续学习能力的形成和培养。本套教材在注重对学生动手能力和操作水平的强化和实训的同时,对相关知识要点也作了必要的铺垫。如对相关概念作了解释,有的也交待了来龙去脉;有的对相关知识作了一定的链接,有的还作了适度展开。整个知识体系不是因为注重了“能力本位”而支离破碎,而是轮廓清晰,具体翔实;兼顾了“培养学生的社会适应性,教育学生树立终身学习理念,提高学习能力”,为学生继续深入地学习和探索奠定了坚实的基础。

本套教材适用于高等职业技术学院、高等专科学校、成人高校、民办高校、各级各类继续教育学院市场营销专业使用,也可作为自学进修、专业技能考试和国家相关证书考试的教学用书。

本套教材是依据教育部教高[2006]16号文件的精神,对原同类教材的内容进行了必要取舍,在对高素质技能型人才培养适用教材进行探索和尝试中形成和面世的。尽管还难免存在疏漏,还需要不断完善,但所秉承的理念和知识体系、结构和内容,相信会在高职教育中得以彰显和奏效,我们也希望这套教材能得到高职学生和教师的认可和赞同。

全国高职高专院校市场营销专业规划教材

编 审 委 员 会

2007年8月

编写说明

本书是全国高职高专院校市场营销专业规划教材,是为高职高专院校的市场营销专业及相关各专业开设商务礼仪课程而编写的。

礼仪是人们在社会生活中处理人际关系时,以一定的程序、方式来表现的律己、敬人的完整行为,它是人们在长期的社会交往过程中形成并被约定俗成的各种行为规范。我国作为东方文明的发祥地,素来就有“礼仪之邦”的美誉。华夏文明孕育出“礼仪之邦”,古人说:“中国有礼仪之大,故称夏;有服章之美,故称华。”古代中华民族注重礼仪文化理论与实践的探索,以内在的道德自律约束自身言行,追求社会和谐进步。中华民族源远流长的礼仪是先人留给我们的一笔宝贵遗产。

商务礼仪是企业的从业人员以及其他一切从事经济活动的人士在商务活动中应当遵循的行为规范。在中国更加向世界开放的今天,礼仪不仅体现出丰厚的历史优秀传统,更富有鲜明的时代内涵。随着人与人、国与国之间交往的日益频繁,讲究礼仪,礼尚往来,对发展经济、营造和谐的现代人际关系,显得尤为重要。

曾经有人总结出这样一个公式:成功=15%的知识技能+85%的人际交际,这里所说的人际关系,不是庸俗的拉关系,而是指礼节、礼仪。从社会交往来说,礼仪是立身处世之本,是待人交友的学问。礼仪无处不在,每个人只要置身于社会,就离不开礼仪。对于个人来说,礼仪不仅可以展现一个人的风度和魅力,还体现了一个人的内在学识和文化修养。注重礼仪,在尊重别人同时也是尊重了自己,在个人事业发展中起着决定性作用。

本书体系合理,结构严谨,通俗易懂,注重实用。详细讲解了作为商务人士在各种场合中的行为举止礼仪、仪表仪容礼仪;商务交往中的会面礼仪、接待礼仪、电话礼仪;办公环境中的行为规范;商务活动中的庆典仪式礼仪,以及涉外商务礼仪,等等。本书是高等院校商务管理以及相关专业学生的必修内容,也是商界人士塑造成功形象的必修课。

本书由山东商业职业学院赵景卓(副教授)任主编,太原城市职业技术学院万莉(讲师)、广东广州市番禺职业技术学院王又昀(经济师)任副主编,济南大学王雅静(讲师)、山东商业职业技术学院吴真任参编。本书编写过程中得到了各位同行及企业领导的支持,借鉴了国内同类著作和教材,仅此一并致谢。

编者

2008年2月

目 录

第一章 商务礼仪概述	(1)
第一节 礼仪的涵义与特点	(2)
第二节 礼仪的意义与原则	(4)
第三节 礼仪修养的培养途径	(8)
实训与练习	(12)
第二章 礼仪与商务活动	(14)
第一节 礼仪在商务活动中的作用	(15)
第二节 商务人员职业化	(17)
第三节 商务人员职业礼仪	(22)
实训与练习	(29)
第三章 仪表礼仪	(32)
第一节 仪表美	(32)
第二节 妆饰礼仪	(35)
第三节 服饰礼仪	(41)
第四节 仪态礼仪	(48)
实训与练习	(56)
第四章 日常交往礼仪	(58)
第一节 日常交往的礼貌修养	(59)
第二节 见面时的礼仪礼节	(65)
第三节 谈话的礼仪	(69)
实训与练习	(76)
第五章 商务办公礼仪	(79)
第一节 打造良好的办公环境	(79)
第二节 建立和谐的人际环境	(82)
第三节 迎送接待礼仪	(85)
第四节 现代通讯礼仪	(86)

第五节 文书礼仪·····	(89)
实训与练习·····	(95)
第六章 商务交往礼仪 ·····	(98)
第一节 商务拜访的礼仪·····	(99)
第二节 宴会礼仪·····	(104)
第三节 茶话会礼仪·····	(110)
第四节 喝咖啡的礼仪·····	(113)
第五节 礼尚往来·····	(116)
实训与练习·····	(121)
第七章 商务活动礼仪 ·····	(124)
第一节 会议礼仪·····	(124)
第二节 商务谈判礼仪·····	(131)
第三节 庆典活动礼仪·····	(135)
实训与练习·····	(146)
第八章 商业服务礼仪 ·····	(149)
第一节 商场服务礼仪·····	(150)
第二节 宾馆服务礼仪·····	(152)
第三节 推销员礼仪·····	(157)
第四节 导游服务礼仪·····	(161)
实训与练习·····	(165)
第九章 求职礼仪 ·····	(168)
第一节 求职准备阶段礼仪·····	(169)
第二节 求职面试礼仪·····	(175)
第三节 面试后的礼仪·····	(182)
实训与练习·····	(185)
第十章 国际交往礼仪 ·····	(190)
第一节 国际交往基本礼仪规范·····	(191)
第二节 外事接待礼仪·····	(197)
第三节 出国访问礼仪·····	(203)
第四节 一些国家的商务习俗·····	(210)
实训与练习·····	(218)
附 图 ·····	(221)

第一章 商务礼仪概述

本章学习目标

- ☐ 掌握礼仪与商务礼仪的涵义及特点
- ☐ 了解礼仪的形成与发展,重点掌握礼仪的意义与原则
- ☐ 了解礼仪与个性修养、文化修养、心理素质、职业道德修养的关系,从而理解礼仪修养的培养途径



案例导读

礼仪是成功之本

有这样一个故事:张欣是个热情而敏感的女士,在中国某著名的房地产公司任副总裁。有一天,她接待了来访的某建筑材料公司主管营销的赵经理。赵经理被秘书领进了张欣的办公室,秘书对张欣说:“张总,这是某某公司的赵经理。”张欣离开办公桌,面带微笑,走向赵经理。赵经理先伸出手来,让张欣握了握。张欣客气地对他说:“很高兴你来为我们公司介绍你们的产品。这样吧,让我先看一看你的材料,再和你联系。”赵经理在几分钟内就被张欣请出了办公室。几天内,赵经理多次打电话,但秘书的回答都是:“张总不在。”

到底是什么让张欣这么反感一个只见了一次面的人呢?张欣在一次形象课上提到这件事:“首次见面,他留给我的印象是不懂基本的商务礼仪,还没有绅士的风度。他是一个男人,职位又低于我,怎么能像王子一样伸出高贵的手来让我握呢?他伸给我的手不但看起来毫无生机,握起来更感觉冰冷、松软、毫无热情。当我握他的手时,他的手掌没有任何反应,握手的这几秒钟,他就留给我一个极坏的印象,他的心可能和他的手一样的冰冷。他的手没有让我感到对我的尊重,他对我们的会面也并不重视。作为一个公司的销售经理,居然不懂得基本的握手方式,他显然不是那种经过高级职业训练的人。而公司能雇用这样素质的人做销售经理,可见公司管理人员的基本素质和层次也不会太高。这样素质低下的人组成的管理阶层,怎么会严格遵守商业道德,提供优质、价格合理的建筑材料呢?我们这样大的房地产公司,怎么能与这样的小公司合作呢?怎么会让我们为我们提供建材呢?”

(资料来源:改编自 www.sthx.com.cn)

商务礼仪是商务活动中人际关系的通行证。随着市场经济的高度发达,商务交往

已经成为维系社会关系的重要纽带,在商务活动中,恰当的礼仪既体现出对他人的尊重,又展示出个人的修养与魅力。因而,掌握基本的商务礼仪已成为现代人在社会上生存和发展不可或缺的基本素质。年轻人要想立足于社会,就要学会塑造良好的个人形象,做到知礼懂礼、守礼行礼,这是成就事业、获得美好人生的重要条件。卡耐基说过:一个成功的企业,18%需要专业技术,82%需要有效的人际关系沟通。

第一节 礼仪的涵义与特点

一、礼仪的涵义

我国作为东方文明的发祥地,素来就有“礼仪之邦”的美誉,礼仪文化源远流长,并有着完备的体系。在汉语里,最早的“礼”和“仪”是分开使用的。在古代典籍中,“礼”主要有三层意思:一是政治制度,二是礼貌、礼节,三是礼物。“仪”也有三层意思:一是指容貌和外表,二是指仪式和礼节,三是指准则和法度。到了先秦时代,人们已经很难将“礼”和“仪”明确区分了,而文字上将“礼”和“仪”连用也始于《诗经·小雅》。

中国古代的“礼仪”从本质上更偏重于政治体制上的道德教化。在现代社会,礼仪作为一种行为规范,通过律己及美化自身,体现出对他人的敬意与尊重。礼仪是人们在社会生活中处理人际关系时以一定的程序、方式来表现的律己、敬人的完整行为,它是人们在长期的社会交往过程中形成并被约定俗成的各种行为规范。

【小知识】

古今对礼仪的阐释

东汉许慎《说文解字》的解释:礼,履也,所以事神致福也;仪,度也,宜也,匹也。

清代著名学者辜鸿铭认为:礼貌的本质是什么呢?这就是体谅、照顾他人的感情。中国人有礼貌是因为他们过着一种心灵的生活,他们完全了解自己这份情感,很容易将心比心,推己及人,显示出体谅照顾他人情感的特性……中国人的礼貌是发自内心,充满了一种类似于名贵香水般奇异的芳香。

英国哲人约翰·洛克说:礼仪是在他的一切别种美德之上加上一层藻饰,使它们对他具有效用,去为他获得一切和他接近的人的尊重与好感。

日本礼仪专家松平靖彦在《正确的礼仪》一书中认为:礼仪是人们在日常生活中为保持社会正常秩序所需要的一种生活规范。

二、商务礼仪的涵义

商务礼仪是指企业的从业人员以及其他一切从事经济活动的人士,在商务活

动中应当遵循的行为规范。它是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。

对于商务人员来说,商务礼仪是其思想水平、文化修养、交际能力的外在表现;对于企业来说,商务礼仪既是其价值观念、道德理念、员工整体素质的集中体现,也是其文明程度的重要标志。因此,正确运用商务礼仪,对于树立良好的企业形象、个人形象,妥善处理各方面关系,促进商务工作开展,实现营销工作目标,取得良好经济效益,都具有非常现实的意义。

■三、礼仪的特点

(一) 民族性

任何民族都有自己独特的文化和习俗。礼仪作为民族文化的重要组成部分,必然具有其鲜明的民族特色。例如,东方民族含蓄、深沉,西方民族则直率、开放;东方人在初次见面时习惯于拱手、鞠躬,西方人则习惯于接吻、拥抱。又如,春节拜年、端午节赛龙舟、清明节祭祖扫墓,就是中华民族特有的传统习俗。礼仪的民族特色是世代相传、经久不衰的,它丰富了民族文化的内容,而民族的传统精神又赋予它一种别具一格的魅力。

【小知识】

英国礼仪对国际礼仪的影响

18世纪以来,英帝国以强大的武力侵略世界各地,建立了号称“日不落”的殖民大帝国,结果不但使英语成为世界语,而且英式社会习惯与文化礼俗也陆续传至各地,逐渐被世界各地人民接受并遵循。

(二) 时代性

20世纪初,在欧美国家如果有一位少妇外出遛狗,将会被视为没有教养,有辱礼节,但在20年后,欧美遛狗成风,而少妇遛狗则成为最有风度的行为。我国的西藏在和平解放前实行的是农奴制,那时主人上马前,农奴要跪伏在地上当“马凳”,这种行为在当时被认为是天经地义的“礼仪”。而农奴制一旦被推翻,就不可能再有这样的“礼仪”。可见,礼仪并不是僵死不变的模式,它具有鲜明的时代特点。一方面,可以说每一种礼仪都有其形成和发展的过程。另一方面,社会的发展,也必然要求礼仪推陈出新,体现新的社会道德规范,跟上时代发展的步伐。

(三) 规范性

礼仪是一种行为规范,这种规范性约束着人们在一切实际场合的言谈话语、行为举止。例如,见面时不自觉地要伸手相握,临走时下意识地要道声“再见”,没有人规定我们必须这样做,但这却已成为人们自觉的行为,大家都觉得只有这样才正确,才合乎礼仪。所以,礼仪是人们在一切交际场合必须采用的一种“通用语言”,是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度,是约定俗成的一种自尊、敬人的惯用形式。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,如果我行我素,或者自己另搞一套,都难以被交往的对象接受和理解。

【小案例】

可敬可怕的日本民族

日本是一个经济大国，也是个高度注重文明的国度。当1997年亚运会在日本广岛结束时，6万人的会场上竟然没有一张废纸。全世界的报纸都登文惊叹：“可敬可怕的日本民族！”

1998年世界杯足球赛在法国举行。据报道，因为赛会方面的球票丑闻，日本数千名交了钱的球迷抵达赛场后却无票进场，但他们不骂不闹，服从东道主安排，在体育馆内通过大屏幕观赛。更令人感动的是，转播结束后，工作人员清理现场时，同样没有发现一点垃圾，所有的弃物都被日本人装进自备的塑料袋带走了。日本队在第二场比赛中，以0:1输给克罗地亚队后，在场的日本球迷边流着伤心的眼泪，边向法国工作人员鞠躬致谢，没有一个人泄愤闹事。

(四) 共通性

礼仪是基于人类共同生存、生活、交往的需要而产生、发展和完善的，因此，礼仪必然带有共通性。大千世界可谓千姿百态，人们尽管分散居住于五大洲、四大洋的不同角落，但是，许多礼仪却是世界通用的，如问候、打招呼、礼貌用语、各种庆典仪式、签字仪式等。虽然由于各国家、各地区、各民族形成了许多特有的风俗习惯，但就礼仪本身的涵义和作用来说，仍具有共通性。随着国际交往的日趋频繁，人们也越来越重视使自己的行为符合国际通行的礼仪规范。

第二节 礼仪的意义与原则

一、礼仪的形成与发展

中国是文明古国，礼仪的历史由来已久，它随着人类社会的产生而产生、发展而发展，经历了一个由无到有、由低级到高级不断变革演化的漫长过程。

原始社会时期，生产力水平十分低下，人们对许多自然现象无法解释，认为自然界当中有一种神秘的力量在主宰着自己，于是产生一种对“天”、“神”的敬畏与乞求，对之顶礼膜拜，举行仪式，进行祭祀，礼仪也随之产生了。

进入奴隶社会以后，“礼”被打上阶级的烙印，成为调整统治阶级内部关系，麻醉和统治人民的工具。在我国周代，礼除了用于祭祀之外，还作为治国之本。奴隶主为了维护奴隶主的尊严和权威，制定了极其残酷和野蛮的礼法制度，如殉葬、人牲等。

到了封建社会，礼仪又成为统治阶级进行封建统治的工具，有些还以法律的形式固定下来，形成“礼制”，束缚着人们的行为。值得注意的是，这一时期，儒家礼治的主张日益得到统治者的赞同，成为中国传统文化的重要组成部分，对中国人的文化心理产生深厚的影响，同时也奠定了古代礼仪文化的基础。如儒家

学说的创始人孔子对礼仪非常重视,他说:“不学礼,无以立”,他还告诫弟子:“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动。”另一位儒家代表荀子则进一步提出:“人无礼而不生,事无礼则不成,国无礼则不宁。”当然,儒家思想中有些是积极的,而有些则成为束缚人们的桎梏,必须批判地继承。

辛亥革命推翻了封建礼教的束缚,废除了许多维护尊卑等级的“礼制”,如跪拜礼、作揖礼被握手礼取而代之。

新中国成立后,人与人之间逐步建立了平等互助的和睦关系,礼貌、礼节、礼仪的传统美德得到发展。特别是改革开放以来,人们对礼仪重新进行了文化审视和理性思考,汲取了西方文明的优秀成果,使中西方礼仪能够有机地交融,各种新颖的礼仪形式生动地体现了礼仪文化的生命力和革新精神。

二、现代礼仪的意义

泰戈尔曾说“礼貌就像新鲜空气,尽管看不见摸不着,却能使你神怡气爽”。可见,礼仪在日常生活中是不可或缺的,与我们的生活息息相关。加强礼仪教育,对于提高自身修养和素质、促进社会文明、塑造良好形象、扩大社会交往、促进事业成功都具有十分重要的现实意义。

(一) 提高自身修养

在人际交往中,礼仪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、道德情操和精神风貌。因此,在这个意义上,完全可以说礼仪即教养,而有道德才能高尚,有教养才能文明。这也就是说,通过一个人对礼仪运用的程度,可以察知其教养的高低、文明的程度和道德的水准。由此可见,学习礼仪,运用礼仪,有助于提高个人的修养,有助于“用高尚的精神塑造人”,真正提高个人的文明程度。

(二) 完善个人形象

个人形象是一个人仪容、仪表、举止、服饰、谈吐、教养等的综合,而礼仪在上述诸方面都有自己详尽的规范。要想完善个人形象,必须把外在美与内在美结合起来。如果一位女士天生丽质,貌若天仙,但她整日浓妆艳抹,珠光宝气,人们不会称道她有“品味”。一位先生知识渊博,能说会道,但如果他满口脏话,恐怕谁都不会恭维他的教养。学习礼仪,应用礼仪,就是要更好地、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风度,礼仪的这种美化形象、完善自我的功能,任何人都难以否定。

【小案例】

最好的介绍信

某公司招聘一名文职人员,前来应聘的人很多。经理最终选择了一位既没有带任何介绍信,又没有人推荐的小伙子。经理的朋友感到奇怪,经理解释说:“其实,他带来了许多介绍信。他在进门前先蹭掉脚上的泥土,进门后随手轻轻关上了门,这说明他很懂礼貌,做事很仔细;当看到那位残疾老人时,他立即起身让座,这表明他心地善良,知道体贴别人;进了办公室,别人都从我故意放在地板上的那本书上迈过去,而他却很自然地俯

身捡起，放在桌上；当我和他交谈时，我发现他衣着整洁，头发梳得整整齐齐，指甲修得干干净净，他谈吐文雅，思维敏捷。难道这些不是最好的介绍信吗？”

（三）改善人际关系

作为社会一员的人，每天都少不了与他人交往。如果你不能很好地与人相处，那么在生活中、事业上就会寸步难行，一事无成。俗话说：“礼多人不怪。”人际交往，贵在有礼。一个人只要同其他人打交道，就不能不讲究礼仪。运用礼仪，除了可以使个人在交际活动中充满自信、胸有成竹、处变不惊之外，其最大的好处就在于，它能够帮助人们规范彼此的交际活动，更好地向交往对象表达自己的尊重、敬佩、友好与善意，使人在尊敬他人的同时也赢得他人的尊敬，从而增进大家彼此之间的了解与信任，使人们的交往气氛更加愉快。假如人皆如此，长此以往，必将促进社会交往的进一步发展，帮助人们更好地取得交际成功，进而造就和谐、完美的人际关系，取得事业的成功。

（四）塑造企业形象

良好的企业形象是所有企业着力追求的目标，企业形象的塑造处处都需要礼仪。比如，你想和某一企业联系业务，当你拨打对方办公室电话，铃响五六声后才有人接，而且态度生硬懒散，你会对该企业产生一种印象：工作效率不高，制度不健全，员工素质差等。反之，当你一拨通电话，就听到对方礼貌的语言，简洁干练的回答，热情的接待，你立即会有一种亲切之感。

企业形象常常是在不经意间体现并塑造出来的。整洁优雅的环境，宽敞明亮、井然有序的办公室，独具个性、富有哲理的价值观，色彩柔和的服饰，彬彬有礼的员工，富于特色的广告等，都会给公众留下深刻的印象。礼仪则是通过企业员工的仪容仪表、言谈举止、礼貌礼节、仪式及活动过程表现出来，它是塑造企业形象的基础工程。任何不讲究礼仪的企业，都不可能获得良好的社会形象。

企业通过各种规范化的礼仪，还可以激发员工的自豪感，增强企业的凝聚力、向心力。目前，我国的许多企业通过统一企业标识，统一企业服装等，塑造统一的社会形象，也使员工自觉地维护企业的形象；企业通过开业庆典、周年纪念、表彰大会等仪式，激发员工对本企业的了解、热爱，加深感情。可见，礼仪在塑造企业形象中的作用是十分巨大的。

（五）构建和谐社会

世界各国和各民族都十分重视礼节礼貌，把它视为一个国家和民族文明程度的重要标志。正如古人所说“礼仪廉耻，国之四维”，将礼仪作为立国的精神要素之本。反过来说，遵守礼仪，运用礼仪，将有助于净化社会空气，提升个人乃至全社会精神文明方面的品位。当前，我国正在大力推进社会主义精神文明建设，倡导和谐社会，其中的一项重要内容就是深入开展社会公德、职业道德、家庭美德教育，要求全体社会成员遵守“爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”的公民道德规范，树立以“八荣八耻”为主要内容的社会主义荣辱观。这些内容都与礼仪完全吻合。可以说，提倡礼仪的学习运用与推进社会主义精神文明建设是殊途同归，二者相互配合、相互促进。

三、礼仪的基本原则

在日常生活中,学习、应用礼仪,有必要在理论上掌握一些具有普遍性、共同性、指导性的礼仪规律。这些礼仪规律即礼仪的原则。

(一) 尊重原则

尊重是礼仪的情感基础。在社会生活中,人与人是平等的,尊重长辈,关心客户,这是一种至高无上的礼仪。不应该厚此薄彼,区别对待,更不能伤害他人的尊严,侮辱对方的人格。孟子说:“爱人者人恒爱之,敬人者人恒敬之。”因此,对任何交往对象都必须一视同仁,给予同等程度的礼遇。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。尊重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

礼仪上所讲的真诚,就是要求在人际交往中要以诚待人,诚心诚意,言行一致,表里如一。只有这样,才能在交往中更好地被人理解和接受。商务人员讲究礼仪主要是为了树立良好的个人和组织形象,“诚信为本”乃商家立业之道。同时商务活动并非短期行为,它注重的是长远效益,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。所以,商务人员要爱惜其形象与声誉,不仅追求礼仪外在形式的完美,更应将其视为情感的真诚流露与表现,要知道那些违背诚信原则者终将被人所唾弃。

(三) 自律原则

礼仪就像是一面镜子,通过学习对照,可以发现自己在思想品质、行为举止等方面存在的缺陷,从而树立起一种内心的道德信念和礼貌修养准则,这样就会获得一种内在的力量,在这种力量的作用下,人们不断提高自我约束、自我克制的能力,在与他人交往时,就会自觉按礼仪规范去做,而无须别人的提示与监督。如果自觉依据这些规矩来待人处事,就能使大家相处和谐、愉快,反之,就容易使人产生反感冲突。因为,谁都喜欢和一个彬彬有礼的人相处,而不愿意和一个粗鲁无礼的人接近。

【小案例】

龙永图的一段经历

中国加入世贸组织首席谈判代表龙永图曾经讲过一个耐人寻味的故事:

那是在瑞士,他与几个朋友去公园散步,上厕所时,听到旁边卫生间里传出“轰轰”的响声,他有点纳闷。出来之后,一位女士焦急对他说,她的孩子进厕所十多分钟了,还没有出来,她又不能进去找,请求他进去帮忙看看是怎么回事。龙永图想起刚才的响声,便进去打开厕所门,看到一个七八岁的小孩正满头大汗地修抽水马桶。

这个小孩觉得他上完厕所不冲水是违背规范的,他自觉遵守礼仪规范的精神是很值得学习的。

(四) 适度原则

俗话说：“礼多人不怪。”但是，凡事过犹不及。在运用礼仪时，要特别注意把握分寸，施礼过多或不足，都是失礼的表现。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。当然，运用礼仪要真正做到恰到好处，恰如其分，除了勤学苦练，多加实践之外，别无他法。

(五) 宽容原则

宽即宽待，容即相容。宽容就是要求人们既严于律己，又宽以待人，要心胸坦荡、豁达大度，多容忍他人，多体谅他人，能设身处地为他人着想，还要善于发现他人的优点，取人之长，补己之短，要有很强的容纳意识和自控能力。在商务活动中，出于各自的立场和利益，难免出现冲突和误解，这就要求从事商务活动的人士保持豁达大度的心态，遵循宽容的原则，凡事想开一点，眼光放长远一点，设身处地为他人着想，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。

【小案例】

楚庄王“绝缨夜宴”

战国时期，楚庄王为庆贺战功而宴请群臣，并召来嫔妃同席畅饮，直喝到傍晚。楚庄王又命人掌灯夜宴，并让宠妃许姬斟酒助兴。忽然刮来一阵大风把蜡烛都吹灭了，黑暗中一人趁乱拉住许姬的衣袖。许姬恼怒，挣扎之中衣袖被撕破。直到她扯断那人帽子上的缨带，那人才惊慌溜掉。许姬请庄王查办那人。庄王听罢，吩咐左右先不要点蜡，命众人解开缨带，摘下帽子，尽情畅饮。群臣闻言，纷纷照办。这时庄王才命人掌灯。灯光下，群臣绝缨饮酒，无法辨认是谁的缨带被扯断了。数年后，庄王讨伐郑国，武将唐狡奋勇当先，五个回合斩敌将五颗首级，敌军丧胆而逃，楚军大获全胜。庄王要加赏唐狡，唐狡忙跪地说：“臣受君王之恩赐已经很厚了，哪敢再领赏？”庄王惊讶道：“寡人并不识卿，怎么说受过我的赏赐呢？”唐狡愧色满面，低声谢罪：“绝缨夜宴上扯住美人衣袖的就是罪臣，大王不究死罪，感恩不尽，故舍命相报。”

大将襄老不禁赞叹道：“倘若君王不能容人之过，谅人之短，而在绝缨夜宴上明烛治罪，又怎得唐狡的拚力死战呢？”

社会生活中的礼仪细节并非人人都能全部学到，但只要把礼仪的原则铭记在心间，贯穿于言行，礼仪这种文化现象就能在社会生活中发挥应有的功能。

第三节 礼仪修养的培养途径

一、礼仪与个性修养

个性是指一个人在其生活、实践活动中经常表现出来的、较为稳定的、带有一定倾向性的个体心理特征的总和，是一个人区别于其他人的独特的精神面貌和心理特征。由于人的先天遗传因素和后天影响不同，就使人的心理活动过程和行