



商业礼节

SHANGYELIJIE

正确的礼节

能助你成功

李 实 编译



商 业 礼 节

——正确的礼节能助你成功

李 实 编 译

贵 州 人 民 出 版 社

责任编辑 程 立
封面设计 周 红
技术设计 杨林栩

商 业 礼 节
——正确的礼节能助你成功
李 实 编译
贵州人民出版社出版发行
(贵阳市延安中路9号)

贵州新华印刷厂印刷 贵州省新华书店经销
787×960毫米 32开本 4.375印张 62千字
1989年6月1版 1989年6月贵阳第1次印刷
印数1——4,000册
ISBN 7-221-00919-8/F·20 定价1.30元

前 言

本书比较详细地介绍了在美国通行的商业礼节，包括如何处理打电话、送礼、写邀请信和感谢信、谢绝邀请或礼物、穿着打扮、向人问候、自我介绍、给小费等人们经常遇到的事情。虽然是从商业角度来谈，但却适合于各类读者。虽然谈的主要是美国的礼节，但由于许多西方国家同美国的礼节相似，由于本书也介绍了其它国家的一些礼节，因此，它有较大范围的适用性。

随着我国改革开放的深化，将有越来越多的人出国工作和学习。由于我国长期闭关锁国，大部分人对外国特别是外国人的礼节了解甚少。这本小册子能帮助您弥补这方面的不足。即将出国工作、学习、访亲会友、永久居住的人，若在临行前买一本，花几个小时读一次，将对陌生的异国他乡有几分了解，对如何处世待人做到心中有数。随身携带，更会减少您前进道路上的闪失，增加您成功的机会。

我国虽是礼仪之邦，但由于生产力、商品经济不发达，商业礼节也很不健全，很不普及，在许多情况下，不少人缺乏应有的礼节；有时候却又礼节成灾。为此，很需要健全和普及适合我国的礼节，使人们相互交往有一个共同的准绳。这需要借鉴国外有用的东西。

本书是根据美国Marilyn Pincus的《商业礼节和礼仪》(1987年出版)、Lettia Balbridge的《经理工作方式指南》(1985年出版)等书，以及我在美国堪萨斯州立大学国际贸易研究所工作和学习的体会编写的。有编、有译、有写，目的是为了适合我国读者的需要。

由于本人水平所限，书中难免有错误和不足之处，敬请读者批评指正。

李 实

1988年10月

目 录

第一章 叙 言..... (1)

- 一、礼节越来越多 1
- 二、遵守礼节会得到报酬 2
- 三、失礼将受到惩罚 2
- 四、要不断学习新的礼节 4
- 五、什么是商业礼节 4
- 六、什么是礼仪 6

第二章 工作会餐..... (7)

- 一、首要的事是目的明确 7
- 二、工作会餐地点的选泽及其他 8
- 三、六种使客人感到舒服自在的方法 11
- 四、当客人有特殊的食物要求时 14
- 五、如何选好用酒 15
- 六、在饭馆如何才能得到优惠对待 16
- 七、当你是别人的客人时 17
- 八、最好不要提及的话题 17
- 九、当别的朋友到来时 18
- 十、可以把笔记本和计算器带到宴会桌吗 19

十一、饭桌前的打扮	19
十二、当主人订的饭菜不适合你的习惯时	20
第三章 如何对待来自上级、同事、下级、 顾客和供货商的正式邀请…… (21)	
一、如何确定你是否被期望出席	22
二、如何正确地对请帖作出回答	22
三、谢绝邀请的方法	24
四、不能出席时应当送礼吗	26
第四章 关于商业送礼…………… (27)	
一、何时、如何送礼，送什么礼	28
二、如何选择礼物	31
第五章 当你收到礼物时…………… (33)	
一、如何确定礼物是否恰当，可以接受	34
二、当你计划谢绝时	35
三、如何写谢绝礼物的信件	35
第六章 如何写商业信件…………… (39)	
一、信件要短，要紧扣主题	40
二、什么时候应当写信	41
三、什么情况下信件应当书写	42
四、信件中是否可以提及家庭成员及小道 消息	43
五、示范信件	44

第七章 打电话的风度比讲的话还重要

..... (53)

- | | |
|--------------|----|
| 一、如何提高打电话的效果 | 53 |
| 二、如何迅速结束通话 | 55 |
| 三、其他五个应注意的事项 | 58 |

第八章 搞好同顾客的交际，提高服务

质量..... (61)

- | | |
|------------|----|
| 一、信件联系 | 62 |
| 二、电话服务 | 63 |
| 三、关于录音电话 | 68 |
| 四、面对面服务 | 72 |
| 五、面对面服务的环境 | 74 |

第九章 商业服装能为你办许多事..... (76)

- | | |
|-----------------------|----|
| 一、服务的功能 | 76 |
| 二、初次印象极为重要 | 77 |
| 三、如何利用服装、附件和打扮为你做正面宣传 | 78 |
| 四、穿衣服要注意当地的风俗习惯 | 79 |
| 五、“道具”也可以做宣传 | 79 |
| 六、性感衣服决不可穿 | 80 |
| 七、要避免用香水、香粉等香料 | 81 |
| 八、不可有意炫耀服装和“道具” | 81 |
| 九、穿衣服的礼节 | 82 |

第十章 正确的礼节会使你增强信心… (84)

- 一、打扮好会使你自我感觉好 85
- 二、服装能使你增强自信 85
- 三、风度能使你增强自信 86
- 四、熟练能使你增强自信 86
- 五、把即将做的事过几次“电影” 87
- 六、矫健的步伐、大方的走姿也会助你一臂之力 87
- 七、克服自疑，接受自己 87

第十一章 不同的国家，不同的礼节… (89)

- 一、要重视翻译工作 89
- 二、讲几句外语 90
- 三、各国风俗集锦 91
- 四、各国送礼花絮 94

第十二章 大型会议的礼节…………… (97)

- 一、国 旗 97
- 二、迎接来宾 98
- 三、安排座位 98
- 四、关于等待后来者 98
- 五、避免争论 99
- 六、向贵宾和高级人士致谢 99
- 七、结束会议 99

第十三章 如何向客人问候和做介绍…(100)	
一、关于握手、拥抱和接吻	100
二、做介绍	102
第十四章 商务人员的外交艺术……(105)	
一、外交语言示例	106
二、语言以外的外交手段	109
第十五章 小 费……(111)	
一、小费十二种	112
二、当你是别人的客人时	115
三、关于交小费的其他问题	116
第十六章 办公室的男女礼节……(118)	
一、奉献和谢绝技术	119
二、理解策略	120
三、其他男女礼节	120
第十七章 当你离开公司时……(122)	
一、离开前做好安排	123
二、离开后的检查	134
附 录 礼节一览表……(127)	
一、邀请和感谢	127
二、便 笺	127

三、礼 物	128
四、会议	128
五、做介绍	129
六、小费	130

第一章 叙 言

无论你是谁，如果要想在今天迅速变化、竞争激烈的商业界不断取得成功，就必须了解、熟悉和正确应用商业礼节。

一、礼节越来越多

为什么礼节越来越多？主要原因有三条：

（1）我们已经进入了高技术时代。在许多场合，不需要人与人面对面接触就能解决许多问题，如通过信件、电话、电报、电传等。因此，需要敏感的“高级接触”活动来弥补这方面的不足，满足人的社会交际的需求。

（2）商业界的范围越来越大。不同民族、不同文化、不同风俗习惯、来自世界各地的人常常在一起洽谈商务。为了使信息能顺畅地交流，彼此能友好地相处，避免发生使双方不愉快或者阻碍商务活动甚至造成商务谈判失败的事情，显然，需要大家共同遵守一定的规矩。

(3) 越来越多的妇女进入了商业界。因此，需要抛弃一些老规矩，建立一些新规矩。

二、遵守礼节会得到报酬

任何时候都是这样的，如果你不仅知道应该做什么和如何做，而且还懂得各种场合下的礼节，那么，无论你在哪儿，都会保持竞争的锋芒。

懂得并能正确运用商业礼节，大大有助于你找到职业，做好工作，达到目的。

当你同你的下级、同级或上级相处时，如果你能注意到引起他们正反应的各个细节，你就会得到他们更多的信任、合作和帮助。

当你熟悉并能正确运用商业礼节时，就增加了你在争取订货、赢得并保持顾客等方面胜利的可能性。你的供货商以及你需要依靠的其他人也会尽力为你打开方便之门。

三、失礼将受到惩罚

精明的企业家、商人，每天都会考虑要进行的商务活动的成本和效果之间的关系，看看哪项活动值得做，哪项活动不值得做。倘若分

析一下搞好商业礼节的得失，就会发现在商业礼节方面的投资是十分合算的。

美国首都华盛顿市的一家市场研究公司为白宫消费者事务办公室进行了一项研究。从这项研究所得出的数字中，你可以估计出失礼对企业造成的损失。

这项研究说，在受到非礼貌对待的顾客中，96%的人从不直接向对待他们不好的公司表示不满和抱怨，但是，91%以上的人不再来该公司购买商品。此外，他们每个人平均要向另外9个人讲述他们的遭遇，其中大约有13%的人要向另外20个以上的人讲述他们的遭遇。

毫无疑问，这9个人或20个人还会向他们的朋友、同事转述同样的甚至有点扩大化的故事。

想想你对缺乏礼貌的公司的反应。只要有可能，你同样不愿再次光顾。如果你不得不继续同它打交道时，心情也一定是不愉快的。而且，只要有可能，你就会转移购买地点。同样，你也会把你不开心的经历告诉别人。

在有你需要商品的若干公司中，你想去这家公司而避免去那家公司的一个重要原因，就是这些公司中工作人员的态度。工作人员的态度决定顾客的多少，顾客的多少决定利润的

多少、企业的成败。

商业礼节正是帮助服务人员完善服务态度和吸引顾客的良师益友。

四、要不断学习新的礼节

人们可能认为，一个成功者早已经掌握了商业礼节艺术，不需要为此再花时间。但是，时间的变化、社会价值的变化，要求人们的行为随之发生变化。听凭自然发展不足以使人应付各种情况，要随时学习新的礼节。

激烈的市场竞争迫使企业要不断改善同顾客的关系。许多企业对职员进行礼节培训，以便他们能礼貌地对待顾客。美国百事可乐公司要求职员学习的第一句话是：我能帮助您吗？

(Can I help you?)

企业的高级管理人员、直接与外界和顾客接触的职员还常常求助于礼节咨询人员。企业经理们已经认识到，掌握商业礼节对整个企业的成功是极为重要的。

五、什么是商业礼节

如果你请示商业礼节方面的专家，查看商

业礼节方面的专著的话，你会发现这些答案是不完全相同的。但是，精神是一致的。

育行的合情合理、优美、大方、得体、符合要求、按规矩办事、礼貌待人、人们可以接受等都属于礼节的范畴。

礼节受时间和地点的约束。不同的时间、不同的地点有不同的礼节。

在同一个地方，100年前的礼节可能和现在有很大不同。

在同一个时间，在中国适宜的礼节在美国就不见得合乎情理。即使在同一个国家如美国，在费城可以被接受的行为，到了芝加哥就可能冒犯了别人。

不同的年龄要求不同的礼节。同样的一句话，有可能伤害老年人的感情；而对青年人来说，很可能不会察觉有什么不妥。

另外，如何称呼人，不同的人有不同的要求。有的人不喜欢别人用女士（Ms.）或夫人（Mrs.）、只用名不用姓称呼自己，有的人却认为无所谓。

正是这些细微的差别迫使我们认真对待商业礼节。否则，将会因小失大，遭到预想不到的报应。

六、什么是礼仪

英文词典对礼仪 (Protocol) 的定义是：

“外交的或军事的礼节和次序的规则”。比如，开会时关于悬挂国旗、奏国歌的规则。举行正式宴会时，也牵涉到一系列的礼仪问题。如安排座位，介绍客人的顺序，感谢出席的政府官员及贵宾的顺序，如何用头衔等。

为了表达对自己国家的尊敬、对所接触的人的尊敬，每个人都应当遵守已形成的规则。一个经理人员如不懂礼仪，那么他在代表公司办事时，不仅自己会被误解，陷入困境，而且会给公司造成损失。如出国办事，还会影响国家的声誉。

在中国，礼仪和礼节并没有显著的区别。为了便于叙述和读者接受，在本书中，我们用礼节代替礼仪。