

实用社交礼仪

SHIYONG SHEJIAO LIYI

罗泽凤 蓝天 凌玲◇编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



黑龙江大学出版社
HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS

实用社交礼仪

SHIYONG SHEJIAO LIYI

罗泽凤 蓝天 凌玲◇编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



黑龙江大学出版社
HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

实用社交礼仪 / 罗泽凤, 蓝天, 凌玲编. -- 哈尔滨:
黑龙江大学出版社; 北京: 北京大学出版社, 2015.2
ISBN 978-7-81129-858-1

I. ①实… II. ①罗… ②蓝… ③凌… III. ①商务-
礼仪-高等学校-教材 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 311779 号

实用社交礼仪

SHIYONG SHEJIAO LIYI

罗泽凤 蓝天 凌玲 编

责任编辑 刘岩

出版发行 北京大学出版社 黑龙江大学出版社

地 址 北京市海淀区成府路 205 号 哈尔滨市南岗区学府路 74 号

印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司

开 本 720 × 1000 1/16

印 张 15.5

字 数 286 千

版 次 2015 年 2 月第 1 版

印 次 2015 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81129-858-1

定 价 32.00 元

本书如有印装错误请与本社联系更换。

版权所有 侵权必究

前 言

礼仪是什么？过去在欧洲它是上流社会专有的一套言谈举止准则。这些礼貌准则的出发点是要处处尊重他人、事事处理得当，而不是一种装腔作势、卖弄自己教养的行为。

在现代社会，礼仪修养几乎成为一个人和一个社会文明程度的标志。优雅的行为举止、得体的仪态和言语、真挚的情感和规范的礼仪，成为人与人之间沟通的桥梁，其力量和价值都是无可比拟的。可以说，礼仪是一种强大的软实力，投入最少，风险最少，获得的回报最丰富。

奇妙的是，礼仪这种东西既没有法规保障，也没有权力强制。谁是礼仪的制定者和发布者？国际上至今没有哪个机构来负责制定或发布规则，规定一定要这样握手、这样安排西餐座位。甚至在一向重视礼仪的英国上流社会，19世纪以前竟然没有一本教导礼仪的书，礼仪规范好比中国武侠小说里的武功秘籍一样，靠的是家族世代代口授心传来学习。为什么呢？据说原因有二：一说这是英国人的作风，习以为常的事，无须记录；另一说是英国上流社会有意不让礼仪传出“上流”的圈子，以维护上流圈子里的人身份的高贵，保证与平民大众的阶层划分。

直到19世纪中叶，英国才出现了一本所谓的礼仪大全（中译本书名《教子信札》，吉林人民出版社2005年出版，褚律元译），作者是英国政治家、外交家兼作家切斯特菲尔德伯爵。他有个儿子当时正远离家乡去世界各地求学，作者就通过写信的形式，把整套上流社会的礼仪陆续用笔墨传授给儿子，教儿子如何富有教养、如何在社会上处世以获得成就，希望儿子最终成为外交家。这位宝贝儿子竟把父亲给他的信全部公开，出版成书。这本书一经出版即热销不衰，一代代地流传于英国上流社会，成为“绅士们的教科书”，被誉为世界闻名的不朽家书。

其实，这一现象说明了礼仪具有时代性的特点。礼仪不能通过特殊的机构

制定和监管,而是随着现代生活方式的改变,通过礼仪专家收集整理社会中好的礼仪方式,经过不断的传承和淘汰,逐渐成为规则,进而在相应的社会空间里得到广泛的流传。

基于上述礼仪教育的必要性及时代适应性的缘由,我们在经过近十年的教育实践过程、使用过多种版本教材的基础上,本着理论联系实际、注重教材科学性和职业性等原则,编写了本教材。本教材主要有以下特点:

1. 内容选取的适用性。学生目前普遍需求和适用的礼仪就是本教材要选讲的礼仪内容,堆积大量的礼仪细则会让学生厌倦而排斥。不仅要让学生学会礼仪的形式,更要让学生深入了解形式背后的道理,如为什么吃肉的时候一定要配红酒、吃鱼的时候配白酒?为什么饭后要喝黑咖啡?针对诸如此类人人知其然的问题,尽量讲清其所以然。

2. 学习形式的灵活性。本教材使用时不必按部就班、平均用力,可以根据学生的实际需要各有侧重。如商务仪式礼仪、馈赠礼仪等,不妨暂时先了解内容,临急抱佛脚也不迟,但个人形象礼仪、餐饮礼仪需要在生活中多加实践才能运用自如。

3. 编写体例注重训练性。礼仪不仅是修养,更是一种能力。本书采用精讲多练的方式,强调先仿后练,具有参与性、可操作性。每一章均包含“学习目标”、“案例”、“点评”、“本章小结”、“思考与训练”等学习环节。

4. 文字图形活泼轻松。礼仪知识穿插故事与历史,插图特请画家手绘,优雅温馨。

本书三位作者均为广东开放大学礼仪课程主讲教师,第一、六、七章由凌玲硕士编写,第三、四、五章由蓝天教授编写,第二、八、九章由罗泽凤副教授编写。最后由罗泽凤校对、统稿。

本书编写过程中,我们参阅了许多同行的著作和文章,得到了学校领导的大力支持,在此一并致以深切谢意!

本书编写虽历时两年,经多次修改调整,但由于我们水平有限,难免有不足和疏漏,敬请读者批评指正。

编者

2014年12月

目 录

第一章 礼仪的基本概念	1
第一节 礼仪的含义	1
第二节 礼仪的作用	8
第三节 礼仪的原则	12
第四节 礼仪的修养	16
第二章 个人形象礼仪	19
第一节 仪容	19
第二节 仪表	26
第三节 仪态	39
第三章 交际交往礼仪	50
第一节 会面礼仪	50
第二节 介绍礼仪	57
第三节 名片礼仪	61
第四章 商务活动礼仪	66
第一节 商务接待礼仪	66
第二节 商务谈判礼仪	72
第三节 膳宿礼仪	75
第四节 商务拜访礼仪	81
第五节 商务仪式礼仪	85
第五章 公务活动礼仪	101
第一节 会议礼仪	101
第二节 参观礼仪	111
第三节 调研礼仪	114
第四节 慰问礼仪	117

第五节 会见与会谈礼仪	121
第六章 职场礼仪	128
第一节 求职面试礼仪	128
第二节 办公室礼仪	135
第三节 通信礼仪	140
第七章 社交活动礼仪	150
第一节 馈赠礼仪	150
第二节 做客礼仪	161
第三节 参加文体活动礼仪	164
第八章 餐饮礼仪	179
第一节 餐饮礼仪基本内容	179
第二节 中餐礼仪	186
第三节 西餐礼仪	193
第四节 自助餐礼仪	204
第五节 饮酒礼仪	206
第六节 咖啡和茶礼仪	212
第九章 国际交往礼仪	227
第一节 国际交往原则及出国的注意事项	227
第二节 国外的习俗差别	234
参考文献	240

第一章 礼仪的基本概念

【学习目标】

通过本章学习,应该达到以下目标:

知识目标:了解礼仪的含义及作用。

能力目标:熟悉并掌握运用礼仪应遵循的原则,具备基本的礼仪修养。



第一节 礼仪的含义

案例:

以“礼”服人

一位中考失利的学生上了职业高中,心情曾一度苦闷自卑。在一次礼仪课上,老师给大家提出了礼仪要求:“入座轻稳莫含胸,腿脚姿势须庄重。双手摆放要自然,安详庄重坐如钟。”她勉强地照着做了,但渐渐地,奇迹也随之发生了。这位学生说道:“当我挺起长久以来含着的胸膛,世界仿佛变大了;当我庄重地举手投足,自己仿佛变得重要了;当我端庄安详地挺身而坐,即使在父母面前,仿佛每句话都掷地有声。一种从没有过的独立感、尊严感油然而生。我在坐、立、走之间,清晰地感悟到了自己的存在。此后的日子,我知道自己该做什么了。”“新学年开学,师生们写在脸上的庄严与亲切感染了我。要允许别人以貌取人,因为在初次见面开口之前,你只能靠仪表展示自己。这也许是礼仪教育的真谛。”

点评:

我们通过礼仪学习与行为锻炼,可以提高个人的综合素质,使自己成为一个有自信、有气质、知书达理、受欢迎的人。

一、认识礼仪

(一)什么是礼仪

我们中华民族是礼仪之邦。古人云：“礼者，人道之极也”，“不学礼，无以立”。孔子言：“礼者，敬人也。”管子曰：“仓廩实则知礼节，衣食足则知荣辱。”那么，什么是“礼仪”呢？

礼仪，是“礼”和“仪”的统称，“礼”是指礼节、礼貌，“仪”是礼的表达，涵盖仪表、仪态以及仪式等方面的内容。礼仪是人际交往过程中约定俗成的规则，是人们为律己、敬人从而建立和谐关系应遵从的行为方式、行为准则和活动程序的总和。

(二)礼仪与礼貌、礼节和仪式

和礼仪相关的几个概念还有礼貌、礼节和仪式。

礼貌是人们通过言语、动作表达谦虚、恭敬和文明的形式。礼貌分为礼貌语言和礼貌行为。“您好”、“请”、“谢谢”、“对不起”、“再见”等是礼貌语言；“女士优先”、“长者先行”、“为老、幼、病、残、孕、弱及怀抱婴儿者让座”等属于礼貌行为。

礼节是在人际交往过程中，人们相互表达尊敬、欢迎、问候、祝福、哀悼等的惯用形式。比如在传统节日春节、元宵节、端午节、中秋节时，人们会以赠送礼物的方式，向亲朋好友表达美好的祝愿。

仪式是指在一定场合，以特定的、规范化的程序进行的活动。在日常生活中，结婚仪式、纪念庆典、丧葬祭祀等，都属于常见的活动仪式。

二、礼仪的内容

礼仪的性质是一种行为规范和准则，礼仪可以调节人际关系，是创建精神文明和构建和谐社会的重要途径。礼仪主要以礼仪活动、礼仪规范和礼仪规律作为研究对象。依据礼仪的适用对象和适用环境不同，大致可以将礼仪分为政务礼仪、商务礼仪、职场礼仪、社交礼仪和国际礼仪等几大类。

政务礼仪是政务人员，特别是国家公务员作为国家机关形象的重要代表，在日常工作及生活中应掌握并遵守的礼仪规范，有助于提升公务员素质。政务礼仪主要包括修饰礼仪、行政礼仪、外事礼仪、接待礼仪及社交礼仪等五个方面的内容。

商务礼仪是在商务活动中体现相互尊重的行为准则，泛指商务人员在自己的工作岗位上所应当严格遵守的行为规范，是对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。商务礼仪主要包括职业形象礼仪、商务活动礼仪、公务活动礼仪、职场礼仪、社交礼仪、商务餐饮礼仪和涉外活动礼仪等内容。其中商务活动礼仪又包含会面礼仪（问候、称呼、见面礼、介绍）、商务接待礼仪（区分来访性质、做好准备工作、安排

招待步骤等)、商务会谈礼仪(谈判座次、会议座次等)、膳宿礼仪(膳宿安排、入住宾馆等)、商务拜访礼仪(做客、待客)、仪式礼仪(签字仪式、开业典礼、剪彩仪式、商品展销会、新产品发布会)等内容。

职场礼仪是指人们在职业场所中应当遵循的一系列礼仪规范,培养树立塑造并维护自我职业形象的意识。职场礼仪主要包括求职礼仪(简历、面试等)、办公室礼仪(办公室环境礼仪、办公室人际关系)、通信礼仪(电话、手机、网络、电子邮件)和办公设备使用礼仪(收发传真,使用复印机、公用计算机和打印机)等内容。

社交礼仪是指人们在人际交往过程中所具备的基本素质、交际能力等。通过社会交际,人们可以沟通交流,建立友谊,获得支持与帮助;尤其在现代社会,通过社交,人们能够互通信息,共享资源,对取得事业成功大有裨益。社交礼仪主要包括馈赠与收受礼仪(礼品选择、礼品赠送、礼品接受)、做客礼仪(日常拜访礼仪、赴约前准备、在主人家的礼仪、告别礼仪)、文体活动礼仪(欣赏音乐会、观看体育比赛、参加舞会)等内容。

国际礼仪也称涉外活动礼仪,是涉外活动中遵循的国际惯例和行为规范。按照国家礼仪规则安排涉外活动,是对交往对象敬重、友好的表现。国际礼仪主要包括出国注意事项(证件准备、物品准备、出入境规范)、与外国人相处的礼仪(注意自己的习惯、给小费的学问、在国外不受欢迎的行为等)、西方国家节假日及习俗差别、商贸业务礼仪等内容。

三、礼仪的特征

礼仪作为一门专门研究人们的交际行为规范的科学,与其他学科相比,有其独具的特征,主要表现在普遍性、规范性、操作性、传承性、差异性等五个方面。

(一) 普遍性

从古到今,从个人到组织,从地方到国家,礼仪无时不在,无处不在。凡是有人类活动的地方,就存在着各种各样的礼仪规范。礼仪是一种人类的文明积淀,它把人们在交际中的习惯做法和约定俗成的行为固定下来,并逐渐形成人们交流沟通的定式。比如远古时候,人类要祭神以求保护,这种礼仪至今在一些偏远地区或少数民族地区依然存在。又如在春节时,家家户户要摆起烛台祭祖宗,祭天神、地神和灶神,以求来年五谷丰登,风调雨顺,阖家幸福。还有中秋节吃月饼、端午节吃粽子、重阳节登山等传统习俗。

现代社交礼仪已渗透到社会的方方面面,从政治、经济、文化领域,到人们的日常生活方面,礼仪活动普遍存在。比如,大到一个国家的庆典,小到一个企业的开张,再到人们日常生活中的会客接待、餐食宴请等,均需要讲究礼仪规范,遵守一定

的礼仪行为准则。

现实生活中,许多礼仪是不以人的意志为转移的,它的存在本身就具有很强的普遍性,无时无刻不约束着人们的行为规范,反映着人们对思想道德修养的追求。例如,守时守约、入乡随俗等规范是国际普遍通则;比如最简单的问候语:“你好”、“谢谢”、“对不起”、“再见”等,这几乎是全世界通用的礼貌用语,具有普适性。一般而言,社会的文明程度越高,作为社会全体成员共同遵守的交际规则——礼仪所占的比重越大。

进入现代社会,礼仪理应成为人们的一种生活态度和习惯,人人都应该学习礼仪,做一个有礼有节、受欢迎的人。

(二) 规范性

礼仪是人际交往的行为规范和行为准则。礼仪的规范性约束着人们在一切交际场合的言谈举止,使之合乎礼仪,同时社会公众也以此作为评判自己是否律己敬人、谦虚友好,是否具有有良好的素质修养的一种尺度。

现代生活中,如果所有的社会成员都遵守人际交往的基本规则,那么人们就能拥有一个和谐、有序且轻松的交际环境。但如果人们不讲究人际交往的基本规则,不遵守某种约定俗成的行为规范,大家各划各拳,各唱各调,或者有的人只遵守自己适应的部分,不遵守自己不适应的部分,那么人与人之间就会难以沟通,难以合作,进而影响生活质量和工作秩序。例如,在享用西餐时,西餐的餐巾是用来保洁服装、擦拭嘴部或剔牙遮羞用的,不应用来擦汗、擦眼睛或擦拭餐具。又如,享用自助餐时,讲究排队取菜、多次少取、避免外带、避免浪费和送回餐具等,但如果某人有多取食物,导致“堆积如山”的菜品浪费,或者打包外带等行为,则会给人以不文明用餐的印象。因此,要想在交际场合表现得大方得体、彬彬有礼,任何人都必须自动自觉地遵守礼仪规范。

(三) 操作性

礼仪源于社会生活,既来源于社会实践,又直接为社会实践服务。与理论学科不同,它注重一切从实际出发,以满足人们生活需要为宗旨。礼仪的一大特征是:规则简明,实用可行,便于操作,便于传播,便于学习。

比如,人们见面时,通过微笑、点头、握手传递尊敬、友好的情感,是基本的礼仪规范。又如,在职场环境中,职业人士应注重展现自己的职业素养和专业精神,讲究办公礼仪和通信礼仪。举例来说,为他人做介绍时,应遵从“尊者享有优先知情权”的原则,即先把晚辈介绍给长辈,再把长辈介绍给晚辈;先把职位低的人介绍给职位高的人,再把职位高的人介绍给职位低的人;先把公司同事介绍给客户,再把客户介绍给同事;先把己方同事介绍给对方公司同行,再把对方公司同行介绍给己

方同事;先把个人介绍给集体。例如,在对本公司张部长和来访客户陈小姐做相互介绍时,应先对陈小姐说:“陈小姐,这是我们公司售后服务部的张部长。”然后再对张部长说:“张部长,这是我们的来访客户陈小姐。”

(四) 传承性

各国各民族的礼仪都是在本国、本民族古代礼仪的基础上传承并发展下来的。离开了古代礼仪,则无所谓现代礼仪。礼仪是人类的文明积累和文化遗产,它在人类几千年来周而复始的活动中,以某种约定俗成的做法或习惯行为,延续留传下来,并逐渐形成自己的特色。

我国是礼仪之邦,礼仪文化源远流长。在历史发展的过程中,优良的文化传统和美德被发扬和保留下来,这些传统和美德反映了劳动人民的精神风貌,代表劳动人民的道德水平和素质修养。而那些落后的观念,反映封建思想和帝王意志的规定便被淘汰和摒弃了。

比如古代社会的“三从四德”,文字记载出自《仪礼·丧服·子夏传》:“妇人有三从之义,无专用之道。故未嫁从父,既嫁从夫,夫死从子。”意思是,女孩子在未出嫁之时要听从家长的教诲,不要胡乱地反驳长辈的训导,因为长辈们的社会见识丰富,有根本性的指导意义;出嫁之后要礼从夫君,与丈夫一同持家执业、孝敬长辈、教育幼小;如果夫君不幸先己而去,就要坚持好自己的本分,想办法抚养小孩长大成人,并尊重自己子女的生活理念。可以看出,这是一种有男尊女卑倾向的思想,对妇女强调缄默和牺牲,戒律条规也更加具体繁细,妇女为之付出的代价也更多。又如,古代臣民朝见皇帝,要行三跪九叩之礼,而现代社会则完全不需要以这种礼节面见领导了。

而那些“温良恭俭让”、“仁、义、礼、智、信、忠、孝、悌”和“尊老爱幼”等行为规范则得到了弘扬。这是人类礼仪的一脉相承,并在继承过程中得到了丰富和发展,反映了人类对思想道德修养和文化艺术修养的接受与认可。礼仪在人类历史中,不断进步发展。

(五) 差异性

不同的历史文化产生不同的礼仪习俗和礼仪文化,不同的地域文化也有着不同的礼仪内容和表现形式。我国幅员辽阔,是一个多民族国家,不同民族和不同地区的礼仪风俗也各有特色。例如,我国北方人常吃饺子,而南方则以馄饨常见;北方习惯饭后喝汤,而南方则讲究饭前饮汤。

中国礼仪与西方礼仪的差异则表现得更为明显。西方礼仪讲究简洁,例如称呼中的“uncle”,涵盖了叔叔、伯父、舅父、姑父、姨父,而在我国,这些称呼都指向着特定的人。西方礼仪强调实用,言语表达率直,面对他人的肯定或称赞时,常常用

“谢谢”表示回应和接受对方的美意,而我国人民则相对含蓄、谦虚,常会说“惭愧”、“过奖了”、“我还有很多不足”等话语,表示自己的谦逊和礼貌。

四、中国古代礼仪

中国古代有“五礼”之说,祭祀之事为吉礼,冠婚之事为嘉礼,宾客之事为宾礼,军旅之事为军礼,丧葬之事为凶礼。民俗界认为,礼仪包括生、冠、婚、丧四种人生礼仪。实际上,礼仪可分为政治与生活两大部类。

政治类包括祭天、祭地、宗庙之祭、祭先师先圣、相见礼、军礼等。生活类礼仪的起源,按荀子的说法有“三本”,即“天地生之本”、“先祖者类之本”、“君师者治之本”。在礼仪中,丧礼的产生最早。丧礼于死者是安抚其鬼魂,于生者则成为分长幼尊卑、尽孝正人伦的礼仪。

礼仪的本质是治人之道,是鬼神信仰的派生物。人们认为,一切事物都有看不见的鬼神在操纵,履行礼仪即是向鬼神讨好、求福。因此,礼仪起源于鬼神信仰,也是鬼神信仰的一种特殊体现形式。

“三礼”(《仪礼》、《礼记》、《周礼》)的出现标志着礼仪发展的成熟。宋代时,礼仪与封建伦理道德说教相融合,即礼仪与礼教相杂,成为实施礼教的得力工具之一。

(一)古代政治礼仪

(1)祭天。始于周代的祭天也叫郊祭,冬至之日在国都南郊圜丘举行。古人首先重视的是实体崇拜,对天的崇拜还体现在对月亮的崇拜及对星星的崇拜上。所有这些具体的崇拜,在达到一定数量之后,才抽象为对天的崇拜。周代人崇拜天,是从殷代出现“帝”崇拜发展而来的,最高统治者为天子,君权神授,祭天是为最高统治者服务的,因此,祭天盛行到清代才宣告结束。

(2)祭地。夏至是祭地之日,礼仪与祭天大致相同。汉代称地神为地母,说她是赐福人类的女神,也叫社神。最早祭地是以血祭祀。汉代以后,不宜动土的风水信仰盛行。祭地礼仪还有祭山川,祭土神、谷神、社稷等。

(3)宗庙之祭。宗庙制度是祖先崇拜的产物。人们在阳间为亡灵建立的居所即宗庙。帝王的宗庙制是天子七庙,诸侯五庙,大夫三庙,士一庙。庶人不准设庙。宗庙的位置,天子、诸侯设于门中左侧,大夫则庙左而右寝。庶民则是寝室中灶膛旁设祖宗神位。祭祀时还要卜筮选尸。尸一般由孙辈小儿充当。庙中的神主是木制的长方体,祭祀时才摆放,祭品不能直呼其名。祭祀时行九拜礼:“稽首”、“顿首”、“空首”、“振动”、“吉拜”、“凶拜”、“奇拜”、“褒拜”、“肃拜”。宗庙祭祀还有对先代帝王的祭祀,据《礼记·曲礼》记述,凡于民有功的先帝,如帝喾、尧、舜、禹、

黄帝、文王、武王等都要祭祀。自汉代起始修陵园、立祠祭祀先代帝王。明太祖则始创在京都总立历代帝王庙。嘉靖时在北京阜成门内建立历代帝王庙，祭祀先王三十六帝。

(4)对先师先圣的祭祀。汉魏以后，以周公为先圣，孔子为先师；唐代尊孔子为先圣，颜回为先师。唐宋以后一直沿用“释奠”礼（设荐俎饌酌而祭，有音乐没有尸），作为学礼，也作为祭孔礼。南北朝时，每年春秋两次行释奠礼，各地郡学也设孔、颜之庙。明代称孔子为“至圣先师”。清代，盛京（今辽宁沈阳）设有孔庙，定都北京后，以京师国子监为太学，立文庙，孔子称“大成至圣文宣先师”。曲阜的庙制、祭器、乐器及礼仪以北京太学为准式。乡饮酒礼是祭祀先师先圣的产物。

(5)相见礼。下级向上级拜见时要行拜见礼，官员之间行揖拜礼，公、侯、驸马相见行两拜礼，下级居西先行拜礼，上级居东答拜。平民相见，依长幼行礼，幼者施礼。外别行四拜礼，近别行揖礼。

(6)军礼。包括征伐、征税、狩猎、营建等。

(二)古代生活礼仪

(1)诞生礼。从妇女未孕时的求子到婴儿周岁，一切礼仪都围绕着长命的主题。高禘之祭即是乞子礼仪。此时，设坛于南郊，后妃九嫔都参加。汉魏时皆有高禘之祭，唐宋时制定了高禘之祭的礼仪，金代高禘祭青帝，在皇城东永安门北建木制方台，台下设高禘神位。清代无高禘之祭，却有与之意义相同的“换索”仪式。诞生礼自古就有重男轻女的倾向。诞生礼还包括“三朝”、“满月”、“百日”、“周岁”等。“三朝”是婴儿降生三日时接受各方面的贺礼。“满月”在婴儿满一个月时剃胎发。“百日”时行认舅礼、命名礼。“周岁”时行抓周礼，以预测小儿一生命运、事业吉凶。

(2)成年礼。也叫冠礼，是跨入成年人行列的男子的加冠礼仪。冠礼从氏族社会盛行的男女青年发育成熟时参加的成丁礼演变而来。汉代沿袭周代冠礼制度。魏晋时，加冠开始用音乐伴奏。唐宋元明都实行冠礼，清代废止。中国少数民族不少地区至今还保留着古老的成年礼，如拔牙、染牙、穿裙、穿裤、盘发髻等仪式。

(3)飧燕饮食礼仪。飧在太庙举行，烹太牢以饮宾客，重点在礼仪往来而不在饮食，“燕”即“宴”，燕礼在寝宫举行，主宾可以开怀畅饮。燕礼对中国饮食文化的形成有深远的影响。节日设宴在中国民间食俗上形成节日饮食礼仪。正月十五的元宵、清明节的冷饭寒食、五月端午的粽子和雄黄酒、中秋月饼、腊八粥、辞岁饺子等都是节日礼仪的饮食。在特定的节日吃特定的食物，这也是一种饮食礼仪。宴席上的座次，上菜的顺序，劝酒、敬酒的礼节，也都有社会往来习俗中男女、尊卑、长幼关系和祈福避讳上的要求。

(4)宾礼。主要是对客人的接待之礼。与客人往来的馈赠礼仪有等级差别。士相见,宾见主人要以雉为贄;下大夫相见,以雁为贄;上大夫相见,以羔为贄。

(5)五祀。指祭门、户、井、灶、中溜(中室)。周代是春祀户,夏祀灶,六月祀中溜,秋祀门,冬祭井。汉魏时按季节行五祀,孟冬三月“腊五祀”,总祭一次。唐、宋、元时采用“天子七祀”之说,祀司命(宫中小神)、中溜、国门、国行、泰厉(野鬼)、户、灶。明清两代仍祭五祀,清康熙之后,罢去门、户、中溜、井的专祀,只在十二月二十三日祭灶,与民间传说的灶王爷腊月二十四朝天言事的故事相合,国家祀典采用了民间形式。

(6)傩仪。滥觞于史前,盛行于商周。周代的傩仪是四季驱邪逐疫。周人认为,自然的运转与人事的吉凶息息相通。四季转换,寒暑变异,瘟疫流行,鬼魂乘势作祟,所以必须适时行傩以逐邪恶。傩仪中的主神是方相氏。到了两汉,傩仪中出现了与方相氏相配的十二兽。魏晋南北朝隋唐沿袭汉制,傩仪中加入了娱乐成分,方相氏和十二兽角色,由乐人扮演。至今遗存的贵州土家族傩堂仪最为完整和典型。

第二节 礼仪的作用

案例:

高尚的职业道德

《北京晨报》的一则报道:一公共汽车司机在行车途中突发心脏病猝死。临死前,他用最后一丝力气踩住了刹车,保住了车上二十多名乘客的安全。然后他趴在方向盘上,离开人世。

点评:

这名司机生命的最后举动告诉我们,在他心里,时刻想到的是对乘客的安全负责。一位普通的司机,却体现了高尚的人格和职业道德。

崇尚礼仪是我国人民的传统美德。随着我国现代经济的高速发展,礼仪已渗透到社会生活中的方方面面。尤其在社交活动中,礼仪发挥着越来越重要的作用。社交礼仪的作用主要体现在以下几方面:

一、规范个人行为,提高素质修养

礼仪与每个人的日常生活密不可分,无论是会见亲朋好友还是日常交往,都离不开礼仪。礼仪被认为是一个人道德修养的表现,一个人若不讲礼节文明,那么他

在学习或工作时都不会很顺利,因为没有人愿意和一个不讲礼节的人相处。随着现代社会生活的不断进步,文明程度的不断提升,如何使自己的行为更为规范,展现自己的素质修养,学习礼仪便显得特别重要。

例如,一位朋友请客,客人误饮了水盅里的水,无疑,用碗里的水洗手才符合餐饮礼仪。然而,简单地将这一点指出来就是懂得礼仪的表现吗?如果主人这样做了,那么客人哪里还会有好心情吃饭?主人不当场指出他的错误,还端起碗,学着客人的样子也将自己面前的水盅里的水喝了下去,带动在场的其他客人纷纷效仿。事后,待客人明白这个餐饮规范后,该会多么感激朋友的体贴,怎样感叹朋友的修养啊!这件事情告诉我们的道理是:正确的东西不一定恰当。礼仪的背后永远是对人尊重的修养。

二、树立企业品牌,维护企业形象

随着世界经济的发展,特别是全球经济一体化的不断形成,各国间的联系加强,商务往来增多,如何才能在众多的企业中脱颖而出,除了需要卓越的生产能力和创新能力外,还要建立良好的企业形象,此时,社交礼仪便起到了一个十分重要的作用。

(一) 企业形象

企业形象表达的手段主要包括以下几个方面:

(1) 物质形象,指反映企业精神文化的物化形态,比如企业的店徽、店旗、商标和特定的店面装饰、结构布置等。

(2) 人品形象,指企业人员通过培训学习,在待人接物、处世态度和工作行为等方面的表现。

(3) 管理形象,指管理行为的表现形式,如组织形态、工作程序、交接班制度、奖惩方式、领导指挥方式等。

(4) 礼仪形象,指企业中人际关系的礼貌惯式和庆典活动上的礼节规范。

(二) 企业礼仪

企业礼仪是企业的精神风貌。它包括企业的待客礼仪、经营作风、员工风度、环境布置风格以及内部的信息沟通方式等内容。企业礼仪往往形成于企业的传统与习俗,体现企业的经营理念。它赋予企业浓厚的人情味,对培育企业精神和塑造企业形象起着潜移默化的作用。企业礼仪的类型主要包括以下三类:

(1) 工作礼仪,是企业日常经营管理活动,以及商务活动中的礼仪规范,如年会、展会、店会、表彰会、职代会、培训会、新闻发布会以及技术、生产、销售合作签约仪式等,处处体现着礼仪。

(2)生活礼仪,是企业开展的与员工生活直接相关的各种文体活动或关怀活动礼仪,如企业的运动会、联欢会、讲演会、茶话会等,通过这些活动可以密切员工之间的关系,有利于共同价值观的形成和企业目标的传播。如在美国玛丽·凯化妆品公司,每逢圣诞节、公司纪念日,总经理都给全体员工寄发贺卡;员工过生日时,总经理寄去贺信,并亲笔写下贺词,然后郑重签名。员工进厂1周年、3周年、6周年、9周年时,总经理奉送比较贵重的首饰,当员工工作15周年时,将得到一件镶有钻石的首饰。

(3)节庆礼仪,是指企业具有重要纪念意义的活动仪式,主要包括公司的活动庆典和公共节日庆典。公司的活动庆典主要有:公司成立的周年庆典,公司成功开发出重要技术或新发布产品的庆典,公司分公司或子公司成立的庆典,公司重要计划目标达成庆典,新生产线投产成功庆典,等等。公司公共节日庆典主要包括:三八妇女节、五一劳动节、国庆节庆典,行业性的节日庆典,等等。庆典活动是连接企业与员工、集团与分属企业、企业与社会的重要纽带。

(三)企业礼仪工作要点

礼仪工作是企业全部工作中一个必要的内容,它是现代企业文化建设的一个重要方面。做好企业的礼仪工作,不仅对企业本身的发展大有裨益,而且对企业员工自身素质的提升发挥着积极的作用。企业礼仪工作有特定的原则,主要反映在以下三点:

(1)诚信平等。诚信和平等的原则,是企业礼仪工作的第一原则。诚,指的是真心诚意的友善表现;信,指的是实事求是的客观态度。平等,指的是人格的平等、企业间关系的平等以及礼仪活动中各方所执之礼的大体相当。

我们知道,礼仪有形式和手段的成分,但在这形式和手段的成分中,首先应当体现的是企业的真诚情感,不虚伪做作,不吹牛诓骗。在交往中能正确认识对方,相信对方,并给对方机会。诚信就要讲信用。现代社会,信用是任何组织或个人生存发展的必要条件,它关系到组织或个人的形象,影响到市场的竞争力或个人的亲和力。企业行为的守信,即要遵纪守法,它关系到社会道德的健康发展和社会秩序的稳定和谐。在交往中,只讲一团和气而不讲原则,只讲亲睦关系而不顾制度纲纪,将正常的交往庸俗化,在声色犬马、灯红酒绿中形成的交往关系和达成的交往目的,都不是健康诚信的交往礼仪,而是互相掣肘,互相利用,是与礼仪本身的内涵背道而驰的。

礼仪的平等是诚信的派生,精神上真诚守信了,行为上才能体现出平等。没有平等,交往中的礼仪就成了施恩与受恩,会使受恩一方产生精神上的压抑和人格上的屈辱,礼仪变形为枷锁,牢牢地套住了一方,使一方企业在受恩时也受制于对方。