



商务礼仪

理论、技能、案例、实训

张晓艳 ● 编著



黄河出版传媒集团
宁夏人民教育出版社

商务礼仪

理论、技能、案例、实训

张晓艳 ● 编著



黄河出版传媒集团
宁夏人民教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪 / 张晓艳编著. — 银川: 宁夏人民教育出版社, 2016. 10

ISBN 978-7-5544-1697-6

I. ①商… II. ①张… III. ①商务—礼仪 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 257928 号

商务礼仪

张晓艳 编著

责任编辑 姜楠 王慧

封面设计 赵瑾

责任印制 殷戈



黄河出版传媒集团
宁夏人民教育出版社

出版发行

地址 宁夏银川市北京东路 139 号出版大厦(750001)

网址 <http://www.yrpubm.com>

网上书店 <http://www.hh-book.com>

电子信箱 jiaoyushe@yrpubm.com

邮购电话 0951-5014284

印刷装订 宁夏凤鸣彩印广告有限公司

印刷委托书号 (宁)0003252

开本 787 mm × 1092 mm 1/16

印张 18.5 字数 328 千字

版次 2016 年 10 月第 1 版

印次 2016 年 11 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-5544-1697-6/G·3409

定价 32.00 元

版权所有 侵权必究



前 言

习近平在谈到职业技术教育时指出,要弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚,努力让每一个人都有出彩的机会。这一论述,进一步明确了职业技术教育的根本目的和职业精神。

在经济全球化,市场经济竞争激烈的商务活动中,要比别人优胜,除了有卓越的智商,还要有高超的情商,这个情商就涉及商务礼仪。良好的商务礼仪,是情商的重要组成部分,是职场人士获得成功、取得制胜的基础和法宝。

高职院校的大学生面对职场挑战,要叩开成功之门,创造辉煌人生,实现自我价值,让自己的人生更加出彩,除了注重思想品德修养、学习科学文化知识、提高自己的智力水平外,还要学习和掌握商务礼仪,提高自己的情商水平,提升自己的综合素质,增加人生出彩的机会,提高人生出彩的质量。

商务礼仪是指人们在商务活动中普遍适用的礼仪规范,或一以贯之的、约定俗成的程序和方式方法,其核心是尊重人的行为规范和准则,是用来表现尊重对方的过程 and 手段,被人们称为商务活动的“润滑剂”。

学习商务礼仪,就是要学习和掌握在商务活动中与人交往的方法和技巧,“约束自己,尊重他人”,提高自己的道德修养和综合素质,以优雅的仪容仪表和言谈举止赢得别人的尊重和理解,从而建立良好愉快的人际关系,达到商务活动的目的,获得良好的声誉,树立良好的形象。

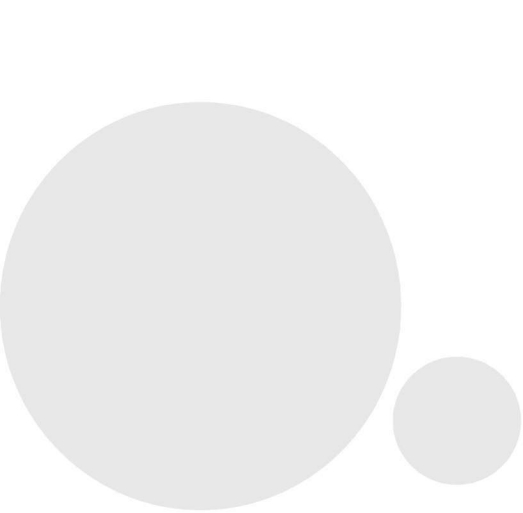
本教材以商务礼仪基本知识为主线,以培养学生商务礼仪修养为重点,以满足学生就业和适应社会为主要目标,遵从商务礼仪的一般规律,安排设计相关教学项目。

本教材共分为十个项目,分别为商务礼仪概述、见面礼仪、拜访礼仪、交谈礼仪、体姿礼仪、通信礼仪、服饰礼仪、宴请礼仪、会议礼仪、位次礼仪。同时将学习目标、学习任务、技能训练、章后习题四者统一安排设计,让学生在学中练、做中学,逐步提高礼仪实践能力,将商务礼仪规范不断内化于心,外化于行,达到知行统一,知行合一。

本教材注重科学性、针对性、实用性、趣味性,尤其是注重帮助学生提高沟通和交往能力,为学生立足社会和走向成功奠定良好的专业基础。

本教材在编写过程中,借鉴和参考了大量国内外相关书籍和教材,在此,谨向所有相关作者表示诚挚感谢。由于水平有限,实践经验不足,本书在内容上还有许多不足之处,敬请专家、学者和广大读者多批评指正。

编 者



目 录

项目一 商务礼仪概述	001
任务一 商务礼仪的概念及特点	002
任务二 商务礼仪的作用	005
任务三 商务礼仪的基本原则	007
任务四 商务人员的修养	009
项目二 见面礼仪	017
任务一 自信与微笑	018
任务二 守时与介绍	024
任务三 握手与鞠躬	030
任务四 名片的使用	038
任务五 面试礼仪	043
项目三 拜访礼仪	052
任务一 商务拜访概述	053
任务二 拜访前的准备	055
任务三 拜访的规范	057

任务四 馈赠礼仪	062
项目四 交谈礼仪	076
任务一 交谈礼仪概述	077
任务二 寒暄与敬语	081
任务三 交谈的技巧	087
任务四 聆听与拒绝	097
项目五 体姿礼仪	107
任务一 体姿礼仪概述	108
任务二 面部表情	111
任务三 身体姿势	114
任务四 手势礼仪的规范	124
项目六 通信礼仪	133
任务一 电话礼仪	135
任务二 电话礼仪意识与规范	142
任务三 纸质通信礼仪	146
任务四 电子网络通信礼仪	153

项目七 服饰礼仪	164
任务一 仪容礼仪	165
任务二 服饰礼仪	173
任务三 男女职场着装礼仪	185
任务四 饰品礼仪	189
项目八 宴请礼仪	199
任务一 宴请礼仪概述	200
任务二 宴请的种类与形式	204
任务三 宴会的筹备	206
任务四 宴请者和受宴者的礼仪要求	209
任务五 中西餐礼仪	213
项目九 会议礼仪	229
任务一 会议礼仪概述	230
任务二 会议的筹备	237
任务三 会议座次礼仪	247
任务四 会中会后礼仪	257

项目十 位次礼仪	266
任务一 行进位次礼仪	267
任务二 乘坐不同交通工具的位次礼仪	270
任务三 商务谈判的位次礼仪	278

项目一 商务礼仪概述

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。

——洛克



学习目标

知识目标:

- 1.熟悉商务礼仪的含义与特点;
- 2.了解商务礼仪的作用;
- 3.掌握商务礼仪的原则;
- 4.了解商务人员的修养和提升修养的方法与途径。

技能目标:

- 1.深化对商务礼仪的理解,在日常学习生活中,应用商务礼仪;
- 2.能够学以致用,将商务礼仪运用于各类商务活动之中。

素质目标:

提高自身的礼仪素质,在实际工作和社会交往中做到事事合乎礼仪,讲究礼仪规范。



学习任务

根据所学知识,梳理商务礼仪概述中相关的知识点,进行自我形象检测,查看是否符合商务礼仪的具体要求。

要求:

- 1.6-8人一组,每组选取组长一名(组员轮流担任),由团队共同完成任务;
- 2.每组安排2-4名同学准备自我形象检测量表,剩下同学对每位同学进行打分;
- 3.每组形成《小组形象检测表》一份,首页写清成员姓名、学号;
- 4.课程结束后,每一组进行演练,教师作出评价。

案例情景

王老师的苦恼

今天是王老师比较郁闷的一天。缘由是这样的：王老师带领学生参观一家乳制品工厂。工厂的引导员小林首先自我介绍：“大家好，我是引导员小林，由我向大家介绍工厂的有关情况。”王老师对于这个开头感到满意，但是接下来就让他头疼了。首先在参观过程中，有的同学穿着高跟鞋，不停发出“哒哒哒”的声音，让平静的车间出现不和谐的声音。在参观的途中，有的同学不顾小林的讲解，不停地进行提问：“喂，这个酸奶是怎么发酵出来的？”小林回应说：“接下来我会带领大家参观我们的制作流程，请大家留意！”“但我就想现在知道，你讲下嘛！”小林无奈……

在现场参观以后，公司为学生和老师们的提供了一个互动环节，大家走进工厂的会议室，入座前，有的学生拖开自己的椅子，发出“吱吱……”的声响，坐下后个别同学还跷起二郎腿，有的玩起了手机，有的交头接耳，窃窃私语。公司人事部李经理在向同学介绍工厂的运营状况时，同学们面无表情地听着，有的同学手机铃声不断响起，于是原本十分钟的讲解不断延长。其间，李经理还让工作人员为每位同学提供了酸奶制品，一望同学很随意地接过酸奶，喝完后将奶瓶随意丢弃在桌子上。

任务一 商务礼仪的概念及特点

“仓廪实而知礼节，衣食足而知荣辱。”讲的是物质文明和精神文明的关系，说明礼节礼仪是人们的一种精神追求。现代社会，物质文明得到了极大的发展，人们越来越重视和追求精神文明，注重礼节，崇尚礼仪。“礼”者，尊重也。“仪”者，仪式也。礼仪就是尊重的仪式。礼仪在本质上讲的就是如何尊重他人的形式，包括了尊重自己和尊重别人的形式和表现形式。再通俗一点讲，礼仪就是尊重自己和尊重别人的要求、规则和艺术，就是待人接物、与人相处之道。

在现代社会，礼仪就是保障和谐社会的基础和重要的内容，它既是一个人的思想道德水平、文化修养、交往能力的外在表现，又是一个国家文明程度、道德风尚的集

中体现。讲道德、懂礼仪、重礼节,已成为现代文明的重要标志。

商务礼仪则是在商务活动中体现的交往要求、规则和艺术,其核心是尊重人的行为准则,即用商务礼仪来约束商务活动的方方面面,规范人的仪容仪表和言谈举止。高等职业教育是面向就业和实践的教育,要着重培养学生融入行业、融入社会,参加各种社会实践的能力。因此高职院校学生学习商务礼仪尤为重要。开展商务礼仪教育是现代职业教育的重要内容,是高职院校重要专业之一。

一、商务礼仪的概念

商务礼仪,是商务人员在日常的商务活动中或是在自己的工作岗位上,为了维护企业或个人形象,对交往对象表示尊重和友好的行为规范,是相互尊重原则的具体体现。简单地说,就是商务人员在商务活动中适用的礼仪规范和交往艺术。相比于一般的人际交往礼仪,商务礼仪具有更强的规范性和实践性,并且和商务组织的形象和经济效益密切相关。

随着商业活动越来越全球化,商务礼仪扮演着越来越重要的角色。商务礼仪已经成为现代商务活动中必不可少的交流工具。而在现代商务礼仪规范中,除了遵守相关的法律法规以外,商务礼仪还受到特定历史文化传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素的影响。商务人员必须对于交往对象进行全方位的了解,从而在商务活动中做到知己知彼,心中有数,建立和谐的商务关系。

现代商务礼仪的内容随着时代的发展而逐渐丰富。它具体包括了:商务见面礼仪、商务拜访礼仪、商务交谈礼仪、体姿礼仪、通信礼仪、服饰礼仪、宴请礼仪、会议礼仪以及位次礼仪等方面。

二、商务礼仪的特点

(一)规范性

规范者,标准也,是标准化要求。商务礼仪是对于商务人员的行为的规范,属于一种行为约束。但同时,与法律的强制约束不同,商务礼仪规范对于商务人员的约束多是一种舆论约束,因此可将商务礼仪看做是一种自然法的范畴,即商务人员在从事商务活动中,按约定俗成的规范做事。例如,在商务会餐中会有一种自助餐的形式,那商务礼仪就要求是多次少取,几次都可以,而一次性大量获取被认为是不符合商务礼仪的规范的。向别人介绍人员时,要按先后顺序,不分男女,不分老少,应该先介绍主人,后介绍客人。理论上讲叫做客人有优先了解权,这是客人至上原则的体现。

(二)差异性

差异性是在商务交往过程中,应该区分对象,因人而异。就是对象性,跟什么人说什么话。如宴请客人时优先考虑的问题是什么?当然是菜肴的安排。要问对方不吃什么,有什么忌讳的,不同民族有不同的习俗,我们必须尊重民族习惯。在商务活动中,中西方的差异更加明显,除了文化的差异外,还存在宗教的差异,因此在接待外宾时,要更好地体现差异性的原则,尊重其历史文化传统、风俗习惯、宗教信仰等。

(三)技巧性

在商务交往过程中,技巧性原则尤为重要。每个商务人员对于所有的商务礼仪不能做到面面俱到,尤其在涉外交往过程中,很多的礼仪需要在生活中现学现用,灵活处置。因此,我们在商务交往的过程中,需要掌握一些技巧,例如给对方提出问题最好是封闭式的问题,让他进行选择;在商务谈判中,可以根据对方的弱点进行反击等,从而使得商务活动圆满完成。除此以外,在面对不了解的商务礼仪,可以先进行观察,观察对方的行为,再进行模仿学习。

同步案例

刚毕业的小王

小王从学校毕业后接触的第一份工作是电话接线员,给一家公司联系客户,但是在第一天他就面临了很多的问题。

上午,小王接到李总的通知,要求他和客户小林联系,李总需要进行具体的拜访,小王在接到任务后,立即拨通了小林的电话。在得知小林公司在下周三、四都有时间的情况下,预定了时间。但是,李总翻阅了行程发现,在下周的三、四他的行程满满当当,没有时间去拜访。小林得知情况后,已安排了那两天接待李总的计划。小王顿时觉得一头雾水。

问题:小王在联系过程中存在哪些问题?

任务二 商务礼仪的作用

在商场中,“长远的眼光、睿智的头脑、机敏的谈吐”是三大成功利器。但商务礼仪作为人类交流感情、建立友谊和开展各种活动的桥梁和纽带,同样也是必不可少的第四大利器。

有人把商务礼仪看作是商务人员的敲门砖,有人称商务礼仪是商务活动的通行证,更有人直言,商务礼仪将决定着商务活动的成败。商务礼仪的作用,一言以蔽之,内强素质,外塑形象。

一、传递信息

礼仪是一种信息,通过礼仪可以传递和表达出尊敬、友善、真诚等感情信息,使别人感到温暖。在商务活动中,可将礼仪分为三种类型:言语礼仪、行为礼仪以及服饰礼仪。言语礼仪是通过口头或者书面的方式来表达,一句问候、一个敬语都能表达出自身的友善和关心;行为礼仪是通过体姿、表情表达相关的信息,一种恰当的体姿可以获得对方的好感、信任,有助于事业的发展;服饰礼仪是通过服饰传达相关的信息,尤其是在商务交往中,商务人员身着民族服装尤为明显,例如我们可以根据头纱的颜色判断回族妇女的婚姻状况,也可以通过戒指的位置分辨对方的婚姻状况。可见以上三类的礼仪均体现了信息传递的功能。

二、建立关系

在商务交往中,人们互相影响、互相作用、相互合作,如果不遵循一定的规范,双方就缺乏协作的基础。因此,规范的商务礼仪有利于建立一种合作互信的基础,规范双方的行为。在交往中明确应该怎样做,不应该怎样做,哪些可以做,哪些不可以做,有利于确定自我形象,尊重他人,赢得友谊。

在遇到问题时,需要通过理性的分析,合理地运用商务礼仪知识,如耐心的讲解、及时的道歉、宽容的态度、坦诚的语言,以便消除误会、达成共识。因此,良好规范的商务礼仪可以更好地化解矛盾,排除纠纷,协调好各方面的关系,促成最终的合作。

三、塑造形象

市场竞争除了产品竞争以外,还包括了企业人员综合素质和形象的竞争。塑造良好的个人形象,提升个人素质是现代商务礼仪的一项重要职能。细节展示素质,素

质展示形象。所谓个人素质,就是商务人员在商务交往中待人接物的基本表现,比如在商务场合敬酒,有修养的人员通常会彬彬有礼,不会强行劝酒。又比如吸烟,在商务活动中,优秀的商务人员是不会吸烟的。

商务人员的形象,是商务人员言谈举止,在商务交往中给交往对象形成的综合化、系统化的印象,是影响交往能否融洽,交往能否成功的重要因素。企业的形象是由该企业的员工集体体现出来的,良好的企业形象有助于企业在激烈的市场竞争中占据有利的地位,而不好的企业形象往往会导致企业的衰亡。正确运用商务礼仪,可以在公众心目中塑造出良好的企业形象,使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地,给企业带来良好的社会效应和经济效益。

同步案例

塑造形象

举世闻名的微软公司创始人比尔·盖茨在大学时期不善交际,但后来为了创办微软公司他不得不出席各种聚会并进行演讲,渐渐地他开始热衷于社交活动,对社会公益事业也表现出极大的热忱,他开始认真倾听周围人对自己的评价,并不断努力提升自己的形象,使自己更具有亲和力——当然,他做到了。试想一下:如果比尔·盖茨没有努力改善形象,没有吸引并笼络到一大批合作者和追随者,他怎么可能缔造出称雄世界的微软帝国呢?

问题:比尔·盖茨的成功有何启示意义?

四、联络感情

商务礼仪具有很强的凝聚情感的作用。如果商务人员在商务活动中都能自觉主动地遵守礼仪规范,按照礼仪规范约束自身的行为,尊重他人,就容易建立感情沟通的基础,建立起相互尊重、平等友善、轻松信任的关系。时常对于客户的拜访或是受邀参加一些宴会,不仅具有了解信息的功能,同时也具备了联络感情的桥梁和机会。而行使商务礼仪行为的基础首先是情感,礼仪行为要有感而发,带有温暖的色彩,才能产生和颜悦色、大方得体的表现效果,否则,礼仪只不过是一套僵硬的程序和手段而已。

任务三 商务礼仪的基本原则

商务礼仪具有国际性、民族性和时代性等特点,因此在不同的商务场合,面对不同的商务交往对象,商务礼仪的重点应该有所区别,但基本原则是相同的,一贯的。因此商务人员需要全面了解和掌握商务礼仪的基本原则。

一、平等与尊重原则

平等与尊重原则是商务礼仪的首要原则。商务交往根本点就是交往双方的相互平等与尊重,如果缺乏这个基础,会导致商务交往过程变得机械化、形式化,商务活动就难以取得实质性的进展。因此,在商务交往中,虽然要根据不同的对象需要采用不同的礼仪方式,但对于交往对象的人格上的尊重,则需要一视同仁。尤其是在对于商务拜访过程中,在拜访职位相差较大的人员时,要为高职位者准备礼品,而这些礼品也要符合被馈赠者个人的爱好和特点。在商务交往过程中,不能因为交往对象的年龄、职位、地位的不同而厚此薄彼。

有人曾把商务礼仪的基本原则概括为“充分的考虑别人的兴趣和感情”。尊重他人是一种高尚的美德,是个人内在修养的外在表现。尊重,是一个人一生的修养,也是一个人所必须具有的品质,它能反映的是一个人的文化素养和道德修养。尊重他人是商务礼仪的基石。尊重长辈,关心客户,是永远不变的法则。

在商务交往中,需要尊重他人的劳动果实,尤其是在对方的观点和自己有偏差时,需要认真聆听对方观点,求同存异。尊敬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,这是处理商务关系的一项重要原则。

二、适度与宽容原则

古话说:“君子之交淡如水,小人之交甘若醴。”适度原则是指事物保持其质和量的限度,是质和量的统一,认识事物的度才能准确认识事物的质,才能在实践中掌握适度的原则。因此,在商务交往中需要注意把握分寸,适度得体。礼仪是一种程序性规定,而程序自身就是一种“度”。商务礼仪中无论是表示尊敬还是热情都需要有一个“度”,没有“度”,施礼就可能进入误区。

适度原则的要求是多方面的。情感上,与人交往的要不卑不亢、彬彬有礼,切忌

低三下四、轻浮谄媚。行为上,与人相处要优雅大方,切勿矫揉造作,扭扭捏捏,粗俗无礼。交流中,与人交流时要表现出友好与热情,真诚与直率,不要夸大其词,侃侃而谈。除此以外,还要注意交流的场合,在参加商务活动过程中,妆容适度尤为重要,切忌打扮过分新潮,或是素颜出场,应该打扮得体,“浓妆淡抹总相宜”。

宽容,就是心胸坦荡、豁达大度,能设身处地为他人着想,不计较个人的得失,谅解他人的过失,有很强的容纳意识和自控能力。诺贝尔和平奖获得者大主教德斯蒙德·图图强调:“没有宽恕就没有未来!”能够宽恕别人有意或无意的过错,需要的是宽广的胸怀。宽容的人往往更容易得到大家的爱戴和尊重。因此在商务活动中,商务人员要宽以待人,以礼待人,遵信守约,约束好自身的行为,对于他人的点滴失误和不周不要斤斤计较,做到宽宏大量,豁然大度。只有这样,才能正确对待和处理好商务活动中各种关系与纷争,争取到更长远的利益。除此以外,在对外交往中还要以宽容的心态包容不同意识形态和文化的差异。

三、守时与守信原则

守时与守信原则是在商务交往过程中也必须遵循的原则之一。在商务交往过程中,守时是十分简单的事情,但就是这条简单的原则,却成了很多人失败的关键因素。守时主要体现在,约见时需要遵守约定的时间,准时到达约定的地方开展商务活动,一旦出现不守时的现象,会给对方留下不好印象,从而影响商务活动的顺利进行。

守信的原则始于《史记》“一诺千金”的故事。守信对于商务人员尤其重要。守信原则体现在以下几个方面:首先许诺要谨慎,在商务交往中,尤其是商务谈判中,在充满不确定的因素下,切忌轻易许诺或草率答应对方的要求,在许诺以前需要深思熟虑,考虑周全,一切从自己的实际出发。其次承诺需兑现,在商务活动中,一旦做出承诺,必须做到“言必行,行必果”,只有这样才能获得对方的认同和好感。最后,失约需道歉,万一出现一些不可抗拒的因素,致使承诺不能实现,就应该主动进行道歉,争取获得对方的谅解,并将双方的损失降低到最小。

四、真诚与自律原则

真诚是打开人心灵的金钥匙,因为真诚的人能使人产生安全感,减少自我防卫。越是良好的人际关系越需要关系双方暴露一部分自我。在商务交往中,需要关注的是双方的长远利益而非短期利益,需要商务人员通过长期潜移默化的影响,才能获得长远的利益。也就是说商务人员和企业都要爱惜自身的形象与声誉,不仅要追求