

高职高专规划教材

商务礼仪

主 编 颜 伟 杭挥天

副主编 刘 辉



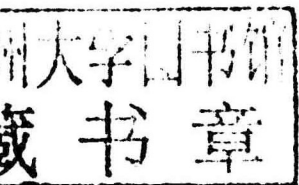
四川大学出版社

高职高专规划教材

商务礼仪

主 编： 颜 伟 杭挥天

副主编： 刘 辉



四川大学出版社



前 言

礼仪是一套规范和行为准则，礼仪的存在使人们在个人生活和职业道路中的各种人际关系更加和谐、更富有成效、更加便于管理。和一般的人际交往礼仪相比，商务礼仪具有更强的规范性和可操作性，它不仅有利于协调人际关系，促进商务交往活动顺利进行，而且有利于塑造良好的个人形象和企业形象，提高企业的经济效益。因此，对于现代企业商务人员来说，学习现代商务礼仪是十分必要的。随着社会经济文化的变化，许多经久不变的商场习俗和礼仪，在快速运作的商业环境中已经发生了微妙的变化。基于此，本书归纳了大量有关商业领域的最新交际技巧和礼仪规则。有针对性地分析和解答了商务交往中的礼仪礼节，系统详实地介绍了现代企业商务人员应该具备的礼仪知识和技能，有助于企业商务人士塑造自身形象，为商务活动的顺利开展保驾护航。

本书在编写过程中不仅遵循了理论与实际相结合的原则，而且根据高职院校的培养目标及学生的认知特点、学习规律，重点突出了职业技能的培训优势，安排了大量的实训项目。

本书由陕西工业职业技术学院颜伟、杭挥天担任主编，对教材的教学情境进行了整体设计，另外，陕西工业职业技术学院刘辉老师担任副主编。最后由颜伟对全书进行了统一加工整理，杭挥天辅助编辑定稿。

本书编写具体分工为：颜伟编写情境一、情境三、情境四、情境五、情境六；杭挥天编写情境七、情境八；刘辉编写情境二。

希望读者通过商务礼仪的学习与实践，能够获得一些新的知识、技能，从而更好地同他人沟通。

由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，敬请广大读者批评指正。

编 者

2012年5月



目 录

前 言	(1)
情境一 商务礼仪认知	(1)
子情境 1 商务礼仪的基础知识	(1)
子情境 2 商务礼仪的功能	(10)
子情境 3 职业修养认知	(13)
情境二 职业形象礼仪	(21)
子情境 1 仪容礼仪	(21)
子情境 2 仪态礼仪	(25)
子情境 3 职业着装礼仪	(35)
子情境 4 办公室礼仪	(46)
子情境 5 求职面试礼仪	(50)
情境三 商务文书礼仪	(56)
子情境 1 商务通信礼仪	(56)
子情境 2 商务柬帖礼仪	(65)
子情境 3 商务启事礼仪	(69)
情境四 商务接待与拜访礼仪	(79)
子情境 1 商务会面礼仪	(79)
子情境 2 商务接待礼仪	(91)
子情境 3 商务拜访礼仪	(95)
情境五 商务仪式礼仪	(103)
子情境 1 开业庆典礼仪	(103)
子情境 2 剪彩仪式礼仪	(108)
子情境 3 签约仪式礼仪	(113)



情境六 商务活动礼仪.....	(123)
子情境 1 商务会议礼仪	(123)
子情境 2 商务谈判礼仪	(132)
子情境 3 常见的公务会议礼仪	(138)
情境七 商务宴请礼仪.....	(145)
子情境 1 商务宴会安排	(145)
子情境 2 中式宴请礼仪	(155)
子情境 3 西式宴请礼仪	(162)
情境八 涉外商务礼仪与国际宗教礼仪.....	(171)
子情境 1 涉外商务礼仪原则与禁忌	(171)
子情境 2 亚洲主要国家礼仪与禁忌	(179)
子情境 3 欧美主要国家商务礼仪与禁忌	(187)
子情境 4 非洲国家商务礼仪与禁忌	(191)



情境一 商务礼仪认知

【情境导入】

某公司新招聘一批员工，为了使新员工尽快了解和融入公司的企业文化，公司需要对这批新员工进行培训。为了让新员工认识到商务礼仪的重要性，公司打算先让新员工模拟一下日常的公司交际及商务礼仪，根据员工的表现对他们进行针对性的培训。

【本情境学习任务】

本情境要求学生理解礼仪和商务礼仪的内涵；认识商务礼仪的功能；掌握商务人员必备的礼仪修养，从而步入学习商务礼仪职业素质与技能的大门。

子情境 1 商务礼仪的基础知识

【子情境模拟】

某新员工报到当天，需要去拜会各部门经理，以加强新老员工之间的认识和沟通。请你以新员工的身份模拟拜会公司财务经理、后勤经理、营销经理和总经理的情境。

【子情境分析】

请根据上述情境的模拟，分析：

1. 该新员工拜会公司各领导时，如果上午去拜会，几点过去比较合适？
2. 该员工去拜会公司各位领导时，如果是六月份，在穿着方面应该如何打扮？
3. 该员工拜会公司各领导，主要谈话内容分别有哪些？
4. 该员工在模拟过程中，有哪些不足之处？
5. 根据模拟请你总结一下重视商务礼仪对个人有哪些好处？

【本情境学习任务】

本情境的模拟目的在于通过初步认识礼仪和商务礼仪的科学内涵，使学生掌握商务礼仪的实践应用原则，进而帮助学生运用礼仪知识指导商务实践活动。



【子情境学习过程】

一、认识礼仪

(一) 礼仪的本质

人类区别于动物的一个显著特征是人类的社会性。人类的活动不但受着自然规律的影响和制约,而且还受着社会规律以及由社会规律决定的各种社会规范的影响和制约。在这些社会规范中,除了道德规范和法律规范以外,还有一个很重要的方面,这就是礼仪规范。礼仪,作为在人类历史发展中逐渐形成并积淀下来的一种文化,始终以某种精神的约束力支配着每个人的行为,从一个人对它的适应和掌握的程度,可以看出他的文明与教养的程度。因此,礼仪是人类文明进步的重要标志。

礼仪这门学科,具有十分丰富的内容和复杂的结构。为了正确理解和把握一系列礼仪规范,有必要先阐明礼仪的本质。

本质是一种规定,礼仪的本质规定,可以通过礼仪本身揭示出来。本节主要介绍礼仪的涵义、特性。

(二) 礼仪的涵义

在欧洲,“礼仪”一词最早见于法语的“etiquette”,原意是“法庭上的通行证”。

法庭,无论是在古代还是在现代,为了展示司法活动的威严性,保证审判活动能够合法有序地进行,总是既安排得庄严肃穆,又要求所有进入法庭的人员必须十分严格地遵守法庭纪律。例如,按照《中华人民共和国刑事诉讼法》和《人民法院组织法》等法规规定,为了保证法庭的特有气氛和特殊秩序,开庭之前应由书记员当庭宣读法庭纪律。这些纪律包括:不准大声喧哗,未经审判长许可不准提问,未经法庭许可不准摄影、录像,等等。

古代的法国法庭也有类似的规定,不过它不是当庭宣读,而是将其写在或印在一张长方形的“etiquette”即通行证上,发给进入法庭的每一个人,作为其入庭后必须遵守的规矩或行为准则。

由于在社会交往中,人们也必须遵守一定的规矩和准则,才能体现人之所以为人的特有风范,才能保证文明社会得以维系和正常发展,所以,当“etiquette”一词进入英文后,便有了“礼仪”的含义,意即“人际交往的通行证”。后来,经过不断的演变和发展,“礼仪”一词的涵义逐渐变得明确起来,并独立出来。

中国作为一个具有悠久文化历史的文明古国,素有“礼仪之邦”之美称。“礼仪”一词,很早就被作为典章制度和道德教化使用。在古汉语中,“礼”主要包含三层意思:

第一,我国奴隶社会和封建社会的等级制度,以及与之相适应的一整套礼节仪式。如《论语·为政》:“殷因于夏礼,其损益,可知也”。《礼记·曲礼上》:“礼不下庶人,刑不上大夫。”

第二,表示尊敬和礼貌。《左传·襄公二十二年》:“执事不礼于寡君”(执事:指晋



国国君。寡君：指郑国国君）。

第三，礼物，即赠送的物品。《晋书·陆纳传》：“及受礼，唯酒斗，鹿肉一。”

“仪”既指容貌和外表，又指礼节和仪式。

现代文豪梁实秋先生在其《秋室杂文·谈礼》中说：“礼是一套法则，可能有官方制定的成分在内，亦可能有世代沿袭的成分在内，在基本精神上还是约定俗成的性质，行之既久，便成为大家公认的一套规则。”

日本也是一个讲究礼仪的国家。当代礼仪专家松平靖彦先生在日本全国社出版的《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……礼仪本身包含了人们在社会生活中应予遵守的道德和公德，人们只有不拘泥于表面的形式，真正使自己具备这种应有的道德观念，正确的礼仪才得以确立。”这是从礼仪和道德的相互关系上来揭示礼仪的本质。

从古今中外对于礼仪的描述中我们可以发现，所谓礼仪，从广义上讲，指的是一个时代的典章制度；从狭义上讲，指的是人们在社会交往中由于受历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素的影响而形成。它是既为人们所认同，又为人们所遵守，以建立和谐关系为目的的各种符合礼的精神、要求的行为准则或规范的总和。

礼仪的上述涵义主要表达了以下几层意思：

第一，礼仪是一种行为准则或规范。礼仪表现为一定的章法。所谓“入乡随俗，入境问禁”，就是说你要进入某一地域，你就要对那里的人的习俗和行为规范有所了解，并按照这样的习俗和规范去行动，这才是有礼的。

第二，礼仪准则或规范是一定社会的人们约定俗成、共同认可的。在社会实践中，礼仪往往首先表现为一些不成文的规矩、习惯，然后才逐渐上升为大家认可的，可以用语言、文字、动作来做准确描述和规定的行为准则，并成为人们有章可循，可以自觉学习和遵守的行为规范。

第三，讲究礼仪的目的是为了实现社会交往各方的互相尊重，从而达到人与人之间关系的和谐。在现代社会，礼仪可以有效地展现施礼者和受礼者的教养、风度与魅力。它体现着一个人对他人的认知水平、尊重程度，是一个人的学识、修养和价值的外在表现。一个人只有在尊重他人的前提下，自己才会被他人尊重。人与人之间的和谐关系，也只有在这种互相尊重的过程中，才会逐步建立起来。所以，从某种意义上可以说，遵守礼仪是人们获得自由的重要手段和途径之一。

【礼仪知识】

1. 孔子是我国历史上第一位礼仪学家。
2. 我国享有“礼仪之邦”的美誉。
3. 礼仪中最美的笑是微笑。
4. 在我国，约定商务活动时间时，以提前 2~3 分钟到达地点为最好。
5. 握手是当代世界上最为普遍的一种表达见面、告别、祝贺、安慰、鼓励等感情的礼节。
6. 支配式握手也称“控制式握手”。双握式握手美国人称“政客式握手”；在众多



人握手时，勿交叉握手。

7. 行礼者拒受礼者 2 米左右进行，行礼时身体上部向前倾约 15~90 度。
8. 交谈礼仪是指人们在交谈活动中应遵循的礼节和应讲究的仪态等。
9. 恩格斯曾经说过“幽默”是具有智慧教养和道德优越感的表现。
10. 听，可分为泛听和聆听两种。
11. 很早以前就有《周礼》、《仪礼》、《礼记》等礼仪专著。
12. 《礼记》是我国一部重要的礼仪学古典专著。

【礼仪故事】

千里送鹅毛

“千里送鹅毛”的故事发生在唐朝。当时，云南一少数民族的首领为表示对唐王朝的拥戴，派特使缅伯高向太宗贡献天鹅。

路过沔阳河时，好心的缅伯高把天鹅从笼子里放出来，想给它洗个澡。不料，天鹅展翅飞向高空。缅伯高忙伸手去捉，只扯得几根鹅毛。缅伯高急得捶胸顿足，号啕大哭。随从们劝他说：“已经飞走了，哭也没有用，还是想想补救的办法吧。”缅伯高一想，也只能如此了。

到了长安，缅伯高拜见唐太宗，并献上礼物。唐太宗见是一个精致的绸缎小包，便令人打开，一看是几根鹅毛和一首小诗。诗曰：“天鹅贡唐朝，山高路途遥。沔阳河失宝，倒地哭号啕。上复圣天子，可饶缅伯高。礼轻情意重，千里送鹅毛。”唐太宗不知何意，缅伯高随即讲出事情原委。唐太宗连声说：“难能可贵！难能可贵！千里送鹅毛，礼轻情意重！”

这个故事体现着送礼之人诚信的可贵美德。今天，人们用“千里送鹅毛”来比喻送出的礼物单薄，但情意却异常浓厚。

（三）现代社交礼仪的涵义

现代社交礼仪，泛指人们在社会交往活动过程中形成的应共同遵守的行为规范和准则。具体表现为礼节、礼貌、仪式、仪表等。

礼节：即礼仪节度。礼本意谓敬神，后引申为敬意的通称。《礼记·儒行》：“礼节者，仁之貌也。”礼节指人们在社会交际过程中表示致意、问候、祝愿等的惯用形式。

礼貌：指人们在相互交往过程中表示敬重、友好的行为规范。

仪式：泛指在一定场合举行的具有专门程序、规范化的活动。《说文解字》说：“仪，度也。”本意指法度、准则、典范。后引申为礼节、仪式。

仪表：指人的外表，包括容貌、服饰、姿态、举止等方面。

总之，现代社交礼仪是现代人们用以沟通思想、联络感情、促进了解的一种行为规范，是现代交际不可缺少的润滑剂。



（四）现代社交礼仪特点

1. 普遍性

古今中外，从个人到国家，礼仪无时不在，无处不在。凡是有人类生活的地方，就存在着各种各样的礼仪规范。远古时候，人类为了求生存要祭神以求保护，这种礼仪形式至今还在一些偏僻地区存在。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，以求来年风调雨顺，阖家幸福。这是人类对美好愿望的一种寄托，尽管有封建迷信的色彩，但仍旧作为一种礼仪而存在。现代社交礼仪的内容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，大到一个国家的国庆庆典，小到一个企业公司的开张志喜，再到人们日常生活中的接待、见面谈话、宴请等，均需要讲究礼仪规范，遵守一定礼仪行为准则。

礼仪是人类在社会生活的基础上产生的行为规范，全体社会的成员均离不开一定的礼仪规范的制约。在生活中，许多礼仪是不随人的意志为转移的，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，反映着人们对真善美的追求愿望。比如最简单的问候语：“你好”、“再见”等，这几乎是全世界通用的一种问候礼节，具有绝对的普遍性。

2. 继承性

在礼仪发展的源流中，礼仪文化的发展是一个扬弃的过程，一个剔除糟粕、继承精华的过程。那些反映劳动人民的精神风貌、代表劳动人民道德水平和气质修养的健康高尚的礼仪得到了肯定和发扬，而那些代表剥削阶级封建迷信的繁文缛节得以根除。比如古代的磕头跪拜早已被现代的握手敬礼所替代，至于古代朝见天子所需的三跪九叩，更早已抛进历史的垃圾堆。而那些“温良恭俭让”、“尊老爱幼”的行为规范则得到了弘扬。以往老人生日寿辰时，晚辈得行祝寿礼仪，置办寿辰酒宴以祝老人福寿无疆，万事如意。而如今的年轻人除了摆寿酒外，还在电台点歌、电视台点节目以祝老人生日快乐，寿长福远。这种变迁不仅反映了人类礼仪的一脉相承，也反映了礼仪在继承过程中得到了丰富发展，更突出了人类对那些代表礼仪本质的东西的倾心向往。可见，礼仪变化的继承性必将随着人类历史的不断进步而发展。

3. 差异性

人们常说的“百里不同风，千里不同俗”，就是指在不同的文化背景，社会产生不同的礼仪文化。不同的地域文化决定着礼仪的内容和形式。我国疆土辽阔，是一个多民族大家庭。不同的民族，其风俗习惯、礼仪文化各有千秋，见面问候时致意的形式各不相同。有脱帽点头致意的，有拥抱的，有双手合十的，有手抚胸口的，有口碰脸颊的，更多的还是握手致意。这些礼仪形式的差异均是由不同地方风俗文化决定的，具有约定俗成的影响力。

礼仪的差异性除了地域性的差异外，还表现在礼仪的等级差别上，对不同身份地位的对象施以不同的礼仪。同样是宴会，但会因招待对象的身份地位的差别而有所不同。身份和地位高的，可能就会受到更高级的款待，身份低的相对款待就低一等。



4. 时代性

礼仪作为一种文化范畴,必然具有浓厚的时代特色,时代的特性和内容往往决定了礼仪的表现。比如,礼仪本起源于原始的祭神,因而人类最初的礼仪是从祭神开始的。例如古代把裸体怀孕的妇女陶塑像作为生育女神来祭拜,这正是基于人类在蒙昧时期,无法更好地保护自己而产生的强烈的对生殖崇拜的一种礼仪表现。

时代的特色对文化冲击的烙印是巨大的,可以说,每个时代的文化正是时代变迁的缩影,而礼仪文化也如此。如辛亥革命的爆发,猛烈地冲击了封建社会的上层建筑及其意识形态,也影响到了人们日常生活的方方面面,于是就造就了一代新风尚。据1912年3月5日的《时报》记载:“总统成,皇帝灭……新礼服兴,翎顶补服灭;剪发兴,辫子灭;爱国帽兴,瓜皮帽灭;放足鞋兴,菱鞋灭;鞠躬礼兴,跪拜礼灭;卡片兴、大名刺灭……”

可见礼仪文化总是一个时代的写照。“文革”时期,清一色的服饰文化正是当时人们思想行为统一到一个文化模式中的反映。而现在丰富多彩的服饰文化正是现代人丰富的内心世界的反映,也是社会改革开放的投影。

5. 发展性

时代总在不断地前进,礼仪文化也不是一成不变的,而是随着社会的进步而不断发展。一方面,礼仪文化随时代的不断进步而时刻地发生着变化。如现代人所拍发的礼仪电报、电台点歌祝寿贺喜等礼仪形式就是时代进步而产生的新生事物。另一方面,随着国家对外交往的不断扩大,各国的政治、经济、思想、文化等诸种因素的互相渗透,我国的传统礼仪自然也被赋予了许多新鲜的内容。礼仪规范更加国际化,礼仪变革向符合国际惯例的方面发展。如何形成一整套既富有我国传统特色、同时又符合国际惯例的礼仪规范已成为必需。这种礼仪文化的培养和形成有助于我国走向世界,更好地与国际接轨,成为地球村上一个真正的礼仪之邦。

礼仪规范的这种发展性总是与时代精神密切地结合在一起。礼仪文化的发展总是受时代的发展变化推动,时代不前进,礼仪文化的内容自然也不会得到很好的发展。时代性、发展性和继承性都是相辅相成的。总而言之,随着时代的不断进步,人类的礼仪规范必将更为文明、优雅、实用。

二、认识商务礼仪

(一) 商务礼仪的内涵

商务礼仪是指在商务活动过程中,对合作者表示尊重和友好的一系列行为规范,是礼仪在商务活动过程中的具体运用。商务礼仪以礼仪为基础和内容,它与礼仪有着共同的基本原则:尊重、友好、真诚。

商务礼仪是在商务活动中,作为指导、协调商务活动中人际关系的行为方式和活动形式,用来约束我们日常商务活动的方方面面。这其中包括仪表礼仪、言谈举止、书信来往、电话沟通等技巧,从商务活动的场合又可以分为办公礼仪、宴请礼仪、专题活动



礼仪、涉外礼仪。商务礼仪广泛涉及社会经济生活的各个方面，并为社会中全体成员调节相互关系，为各国家、各民族、各阶级、各党派、各社会团体以及各阶层人士共同遵守。

商务礼仪的核心作用是为了体现人与人之间的相互尊重。这样我们学习商务礼仪就显得更为重要。我们可以用一种简单的方式来概括商务礼仪，它是商务活动中对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。

礼出于俗，俗化为礼。商务礼仪的操作性，就是应该怎么做，不应该怎么做。在商务交往中做到“约束自己，尊重他人”才能使人们更轻松愉快地交往。“为他人着想”不仅是商务交往、也是人与人之间正常交往的基本原则。所以说学习并正确地运用商务礼仪既是一个人内在修养和素质的外在表现，又是人际交往中适用的一种艺术，一种交际方式或交际方法，是人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法。在人际交往中进行相互沟通就一定要掌握商务礼仪的技巧。从个人的角度来看，掌握一定的商务礼仪有助于提高人们的自身修养，美化自身、美化生活，并能有效地促进社会交往，改善人际关系，还有助于净化社会风气。

（二）商务礼仪的特征

1. 注重信用

从事商务活动的双方，都有利益上的需要，而不是单方面存在利益需求，因此，在商务活动中，诚实、守信就显得非常重要。所谓诚实，即诚心诚意参加商务活动，力求达成协议，而不是夸夸其谈，不着边际，毫无诚意；所谓守信，就是言必信，行必果。

2. 注重时效

商务活动的时机性很强，如果时过境迁，就会失去良机。在商务活动中，如果说话做事恰到好处，问题就会迎刃而解。

3. 注重文化

商务人员要体现文明礼貌、谈吐优雅、举止大方的风貌，就必须不断提高自身的文化素质。要树立文明的企业形象，在商务活动中就应表现出文明典雅、有礼有节。

（三）商务礼仪的目的

第一，提升个人的素养。比尔·盖茨讲“企业竞争，是员工素质的竞争”。教养体现细节，细节展示素质。

第二，方便我们的个人交往应酬。我们在商业交往中会遇到不同的人，对不同的人如何进行交往是要讲究艺术的。

第三，有助于维护企业形象。在商务交往中个人代表整体，个人形象代表企业形象。



三、商务礼仪与传统礼仪的关系

(一) 商务礼仪与礼仪的共同性

- (1) 行为性：都是一种与人交往的行为艺术。
- (2) 作用性：都能够为自己树立良好形象发挥重要作用。
- (3) 目的性：都是为了获得对方的尊重与信任。

(二) 商务礼仪与礼仪的特殊性

- (1) 规范化：商务礼仪的应用比传统礼仪更为规范化。
- (2) 覆盖性：商务礼仪的性质与具体功能，更被现代社会的商务人士所认可。
- (3) 适用性：传统的礼仪只是表面的行为模式；而商务礼仪则根据不同的商务场合都有不同的行为模式。

四、商务礼仪的应用原则

在从事各种商业活动，具体应用商务礼仪时，应遵守以下基本原则：

1. 平等原则

现代商务礼仪中的平等原则，是指以礼待人，既不能盛气凌人，又不能卑躬屈膝。平等原则是现代商务礼仪的基础，是现代商务礼仪有别于以往礼仪的最主要的原则。平等原则是商务礼仪的基础，也是商务礼仪最根本的原则。但平等又是相对的，不是绝对的。由于现实生活中，人们之间存在经济条件、政治地位、尊卑长幼、男女性别等方面的差异，反映到礼仪上来，必然产生礼仪形式上的某种差异。

2. 互尊原则

商务交往中的礼仪，实质上体现的就是对对方的尊重。尊重对方是建立友谊、加深交往、发展关系的前提。商务礼仪中的尊重原则，是指致礼施仪时要体现出对他人真诚的尊重，而不能藐视他人。礼仪本身从内容到形式都是尊重他人的具体体现。古人云：“敬人者，人恒敬之。”在人际交往，尤其是商务社交中只有相互尊重，人与人之间的关系才会融洽、和谐。

心理学家马斯洛认为，人们对尊重的需要分为两类，即自尊和来自他人的尊重。自尊包括对获得信心、能力、本领、成就、独立和自由等的愿望；来自他人的尊重包括这样一些概念：威望、承认、接受、关心、地位、名誉、赏识。一个具有足够自尊的人总是更有信心，更有能力，也更有效率，自然也包括对自己在社会上所扮演的角色的正确认识，否则就会为了满足自己的自尊而造成对别人的无礼。礼仪讲究互尊原则，即相互尊敬、坦诚、谦恭、和善及得体，这样才能满足每个人的自尊心理。

与人交往，不论对方职务高低、身份如何、相貌怎样、才能大小，只要与之打交道，首先就应尊重他人的人格。做到礼遇适当、寒暄热烈、赞美得体、话题投机，让人感到自己是受欢迎和有地位的，从而得到一种心理上的满足，感到交往的心情很愉



快,这样才能深入沟通,建立感情,达到目的。

要想在与人交往中通过礼仪的形式体现出对对方的尊重,就应从以下几个方面做起:

(1) 与人交往,要热情而真诚。热情的态度,意味着对别人的隆重接纳,会给人留下受欢迎、受重视、受尊重的感觉,这是礼仪的初衷和主旨。待人热情一定要出自真诚,真诚是人与人相处的基础,是打开社会交往的金钥匙,是尊重他人的真挚情感的自然流露。

(2) 要给他人留面子。所谓面子,即自尊心。每个人都有自尊心,自尊心对一个人是十分重要的。失去自尊,对一个人来说,是一件非常痛苦、难以容忍的事情。所以,伤害别人的自尊是严重失礼的行为,如果是故意而为,那就更不道德了。维护自尊,希望得到他人的尊重,是人的基本需要之一。所以,与人交往,一定要避免有可能伤害他人自尊心的行为。

(3) 允许他人表达思想,表现自己。每个人都有表达自己的思想、表现自身的愿望。社会的发展,为人们弘扬个性提供了更为广阔的空间。丰富的个性色彩和多元思想的共存,是现代社会区别于传统社会的一个基本特征。因此,现代礼仪中的互尊原则,要求人们必须学会彼此宽容,尊重他人的思想观点和个性。

3. 诚信原则

诚信,是指遵时守信,“言必信,行必果”。诚信在人际交往中是非常重要的。在商务活动中,博得人们的信赖,才更有利于自己的成功。在社交场合中,一是要守时,与人约定时间的约会、会见、会谈、会议等,绝不应拖延、迟到;二是要守约,即与人签订的协议、约定和口头答应的事,要说到做到。所以,在社交场合,如果没有十分的把握就不要轻易许诺他人,许诺做不到,反得到不守信的恶名,从此会永远失信于人。

4. 宽容原则

宽容原则,是指宽以待人,不过分计较对方礼仪上的得失。严于律己,宽以待人,这是为人处世的较高境界,也是具备较高修养的表现。中国传统文化历来重视并提倡宽容的道德原则,并把宽以待人视为一种为人处世的基本美德。在现代社会中,从事商务活动,要求宽以待人,在人际纷争问题上保持豁达大度的品格或态度。

5. 谦和原则

谦和既是一种美德,更是社交成功的重要条件。谦和,在社交场上即表现为平易近人、热情大方、善于与人相处、乐于听取他人的意见,具有较强的人际吸引力和调整人际关系能力。我们强调的谦和并不是指过分的谦和、无原则的妥协和退让,更不是妄自菲薄。

6. 适度原则

适度原则,是指在施行商务社交礼仪过程中必须在熟悉礼仪准则规范的基础上,注意各种情况下人际关系的距离,把握与特定环境相适应的人们彼此间的感情尺度、行为尺度、谈吐尺度,以建立和保持健康、良好、持久的人际关系。

在人际交往中,沟通和理解是建立良好的人际关系的重要条件,如果不善于把握沟



通时的感情尺度，即人际交往缺乏适度的距离，结果会适得其反。只有这样才能真正赢得对方的尊重，达到沟通的目的。

总之，掌握礼仪原则，在人际交往和商务活动中，就有可能成为待人诚恳、彬彬有礼之人，并受到别人的尊敬和尊重。

【案例赏析】

难道这就是五星级的服务

一天上午，某公司在一家五星级酒店的多功能会议厅召开会议。其间，该公司职员李小姐来到商务中心发传真，发完传真后李小姐要求借打一个电话给总公司，询问传真稿件是否清晰。

“这里没有外线电话。”商务中心的服务员说。

“没有外线电话稿件怎么传真出去的呢？”李小姐不悦地反问。

服务员：“我们的外线电话不免费服务。”

“我已预付了 20 元传真费了。”李小姐生气地说。

服务员：“我收了你的传真费，并没有收你的电话费啊！更何况你的传真费也不够。”

李小姐说：“啊，还不够？到底你要收多少呢？开个收据我看一看。”

“我们传真收费的标准是：市内港币 10 元/页；服务费港币 5 元；3 分钟通话费港币 2 元。您传真了两页应收港币 27 元，再以 1: 1.08 的比价折合成人民币，我们要实收人民币 29.16 元。”服务员立即开具了传真和电话的收据。

李小姐问：“传真收费和电话收费是根据什么规定的？”

“这是我们酒店的规定。”服务员出口便说。

李小姐：“请您出示书面规定。”

“这不就是价目表嘛。”服务员不耐烦地回答说。

李小姐：“你的态度怎么这样？”

“您的态度也不见得比我好呀。”服务员反唇相讥。

李小姐气得付完钱就走了。心想：五星级服务，难道就是这样的吗？

本案例中的服务员不具备一名合格商务人员的基本素质。接待服务工作是一门综合艺术，是非常讲究接待服务的方法、技巧的。要提高服务质量，就要求服务人员必须接受专业的训练，才能使他们无愧于五星级的标志。

子情境 2 商务礼仪的功能

【子情境模拟】

以该公司产品（如月饼，价格 100 元一盒，包装精美。也可以以自己熟悉的商品）为对象，让新进员工向某一顾客进行推销，推销地点假设是在大型商超，请模拟该推销



过程。

【子情境分析】

请根据上述情境的模拟，分析：

1. 当顾客驻足观看该公司产品时，员工应该什么时候过去接待顾客？
2. 该员工的表现有哪些不足之处？这些不足会让顾客对公司和产品产生什么印象？
3. 该员工在推销过程中，需要注意哪些事项？
4. 通过模拟，请分析重视商务礼仪对公司和员工的作用有哪些？

【本情境学习任务】

本情境的实施在于学习认识商务礼仪的重要作用，学会掌握并应用商务礼仪的实际运用规则，认真按照商务礼仪规则指导现代商务活动，为社会组织赢得更大的经济效益。

【子情境学习过程】

一、商务礼仪的功能

礼仪是在人际交往中产生的，它影响着人类社会的方方面面。商务礼仪之所以被提倡，之所以受到社会各界的普遍重视，主要是因为它具有多种重要的功能，是实现文明交往的纽带，是创造良好社会风气和保障社会生活、生产正常进行的基本条件。

1. 塑造形象功能

商务礼仪的基本目的就是树立和塑造企业及个人的良好形象。在商务活动中，企业的各部门、各个员工的行为，随时都在表现着企业的经营思想、管理水平，表现着个人的文化素养、职业道德。因此，必须加强礼仪修养，提高对礼仪的认识。在商务活动中，讲究礼仪，灵活得体地运用商务礼仪，就会使企业和个人在公众的心目中取得一个良好的反映和评价，树立起优秀的社会形象赢得公众的信任和支持，促进信用的提高。

2. 沟通功能

商务活动是双向交往活动，交往成功与否，主要看双方能否融洽地沟通，或者说能否取得对方的信任、好感和尊重。由于立场不同，观点不同，人们对同一问题会有各自不同的理解和看法，这就使交往双方的沟通有时变得困难，若交往中无法取得沟通，不仅交往的目的不能够实现，有时甚至导致误解，给企业造成严重的负面影响。

商业企业面对的是各种各样的公众，既有顾客、客户、厂家，也有上级、社区领导，还有各个管理部门，与他们相处融洽，才能保证企业健康、高效地营运，取得好的效益。明智的商业企业家，都会把妥善处理各种关系当作自己的重要工作内容，使自己在艰难困苦中，能够左右逢源；在错综复杂的环境中，自由地“游刃有余”。商务礼仪是处于各种对象交往中的润滑剂，是增强与之和谐相处的纽带。

3. 协调功能

在频繁的商贸活动、商务谈判中，难免会出现各种误解或纠纷，如果处理不当，不



仅会影响企业的信誉和形象，还可能会造成经济上的损失。商务礼仪能化解矛盾、消除分歧、相互理解、达成谅解，调适人际关系，使之趋于和谐，从而妥善地解决商务纠纷。

二、商务礼仪的规则

商务礼仪就是人们在商务场合中适用的礼仪规范。

商务人员“三 A 法则”是待人处世的基本规则之一，因其三个要点的词首皆为英文字母“A”而得名。

第一个 A，接受对方，Accept。所谓接受对方，就是要待人如己，宽以待人。不是原则问题，不要对别人随便进行判断。要容人。因为人们所站的位置不一样，考虑是不一样的，必须接受对方，包容对方。

第二个 A，重视对方，Appreciate。这个单词含有欣赏的意思。重视有很多种，此处所讲的重视，则是欣赏，就是要善于发现对方的优点。当你肯定别人时，实际上是在肯定自己，说明自己宽容，有层次，有涵养，能容天下难容之事。

第三个 A，赞美对方，Admire。Admire 的意思是在人际交往中，不仅要善于欣赏对方，而且要把对方的优点予以正面的肯定。实际上，你正面地肯定对方，会带给对方一种愉悦。而对方这种愉悦也会反馈给你。人际交往是互动的，当你善待别人的时候，别人就会善待你。

位置决定态度，当你和别人打交道时，摆正了自己的位置，你的心态就容易得到比较好的调整和控制。所以，公关人员在日常工作中，在压力比较大的时候，要想一想“三 A 法则”，要坚持接受对方、重视对方、赞美对方。这是一种教养，也是一种规范。如果公关人员能够做到这三 A 的话，其公关成功率一定会很高。如果我们每个人都能运用这三 A，来处理和别人的关系，那么大家的相处就会友善和谐、其乐融融。

三、商务礼仪的社会作用

孔子说：“博学于文，约之于礼”。商务礼仪不仅是商务活动取得成功的重要手段，而且已经逐渐渗透到社会经济生活中的各个方面，为构建和谐文明社会起到重大的作用。

1. 有助于塑造良好的公众形象

所谓形象，就是交往双方在对方心目中形成的综合化、系统化的形象。形象是十分重要的，它的形成大多数是通过礼仪来传递的，并且直接影响着交往能否融洽以及交际的成败。不仅如此，一个个体或一个单位，想要扩大知名度、提升美誉度就要在全社会公众面前树立最佳形象，而与社会公众交往的礼仪形象是获得成功的重要途径。如果人人都具有良好的礼仪意识，人人都能够身体力行，那么商务礼仪对于塑造良好的公众形象和推动社会文明的教化作用就显而易见了。

2. 有助于培养人们良好的道德品质

讲究礼仪既是人际交往中增进友谊、联络感情的行为，也是一个人公共道德修养的