

# 商务礼仪与职业形象

邵斌 张春雨 主编

江西高校出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪与职业形象/邵斌,张春雨主编. —南昌:江西高校出版社, 2011. 7

ISBN 978 - 7 - 5493 - 0293 - 2

I. ①商... II. ①邵... ②张... III. ①商务 - 礼仪 - 高等学校职业教育 - 教材 ②商业工作者 - 形象 - 设计 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011) 第 148792 号

出版发行社	江西高校出版社
社址	江西省南昌市洪都北大道 96 号
邮政编码	330046
总编室电话	(0791) 8504319
销售电话	(0791) 8511423
网址	www.juacp.com
印刷	南昌市光华印刷有限责任公司
照排	江西太元科技有限公司照排部
经销	各地新华书店
开本	787mm × 1092mm 1/16
印张	14
字数	310 千字
版次	2011 年 7 月第 1 版第 1 次印刷
印数	1 ~ 3000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 5493 - 0293 - 2
定价	25.00 元

赣版权登字 - 07 - 2011 - 151

版权所有 侵权必究

# 前 言

当今职场和商场竞争都非常激烈。作为一个即将毕业踏上职场的大学生,要在激烈的竞争中赢得优势,不但要拥有扎实的专业知识和熟练的操作技能,还需要掌握人际交往中的礼仪规范,具备有效沟通及妥善处理人际关系的能力,塑造良好的职业形象。

我国素有“礼仪之邦”的美誉,讲礼仪是中华民族的优良传统。我国古代伟大的思想家孔子在两千多年前就说过“不学礼,无以立。”就是说,如果一个人不学习礼仪,不懂得礼仪,就很难在社会上占有一席之地。学习并遵守商务礼仪,不仅有助于商务人员树立良好的职业形象,展示人格魅力,更有助于在商务活动中赢得对方的尊重和信任,有助于建立良好的商务合作关系。

本书编写基于“工学结合”的高职教育新理念和“项目引导、任务驱动”的教学模式,内容的选取侧重于培养礼仪的应用能力和提升学生的职业形象。全书内容的安排以一个即将毕业的大学生进入职场前后的形象塑造、求职、同事相处、商务沟通、商务交际、商务活动、涉外商务等行动任务为主线进行了顺序的重构,精选设计了职业形象塑造、职场礼仪、沟通礼仪、商务交际礼仪和商务活动礼仪5个项目及15项子任务。

为了更好地体现“以就业为导向”的技能培养要求,本书在内容组织和编写上注重实用性、可操作性,形式活泼,内容浅显易懂,风格上着重突出了以下特点:

一、简明实用。在内容选取上以“先进”、“必需”、“够用”为原则,着重培养学生对商务礼仪的规范的掌握和应用能力。

二、目标明确。每个项目任务都设有知识目标和技能目标,使学生在学习过程中方向明确、针对性强。

三、内容编排项目化。全书按一个即将毕业的大学生懂仪学习和工作中所需的礼仪为项目引导教学,按工作实践中的礼仪要求展开项目任务驱动教学。

四、突出技能培养。本书重点在于培养和训练学生运用商务礼仪和形象塑造的能力,每一个项目任务都安排了“技能训练”,用来培养学生运用礼仪规范的实践技能,将技能培养贯穿于课程内容的始终,有利于实现知识学习与技能培养的有机统一。

五、强化案例教学。本书融入了商务礼仪及职业形象的典型案例,目的是通过案例教学和研讨,使学生理解商务交往中礼仪的重要性,更好地掌握礼仪规范和职业形象要求。

本书由邵斌、张春雨担任主编,姚丽玫、何璐担任副主编,石贤超、魏心芹参与了教材

编写。具体分工如下:邵斌负责拟定大纲和体例、统稿和审稿工作,并编写了导论;张春雨参与了审稿并编写了项目二;何璐编写了项目一和项目五的任务五;姚丽玫编写了项目四;石贤超编写了项目三;魏心芹编写了项目五中除任务五的其他部分;九江职业技术学院李海林老师为本书拍摄了图片。

本书在编写过程中,参考了国内外同行的许多著作和文献,引用了部分资料,特向这些作者表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限,书中定有不妥之处,恳请广大专家、同行和广大读者不吝赐教,我们将在以后的改版中加以改进。

编 者

2011年6月

# 目 录

导论 /1

项目一 形象塑造 /12

任务一 仪容设计 /12

任务二 仪表设计 /23

任务三 仪态设计 /36

项目二 初入职场 /51

任务一 求职面试 /51

任务二 初入职场 /66

项目三 商务沟通 /79

任务一 通讯沟通 /79

任务二 公文沟通 /91

项目四 商务交际 /102

任务一 商务会面 /102

任务二 拜访与接待 /116

任务三 商务馈赠 /127

项目五 商务活动 /138

任务一 中式宴请/138

任务二 西式宴请/152

任务三 商务会议/164

任务四 商务仪式/183

任务五 涉外商务/202

主要参考文献/215

不学礼，无以立。

——孔子

**【知识目标】** 认识礼仪的本质及渊源，了解商务礼仪的含义、基本原则和作用，了解职业形象的内涵和功能。

**【技能目标】** 掌握礼仪学习的方法和提升职业形象的途径。

**【关键词】** 礼仪 商务礼仪 职业形象

**【案例导入】** 修养是大学第一课

耶鲁大学有一批应届毕业生，实习时被导师带到白宫某实验室里参观。学生坐在会议室里等待该实验室主任胡里奥的到来。这时，有秘书给大家倒水，同学们表情木然地看着她忙活，其中一个还问“有黑咖啡吗？天太热了。”秘书回答说“抱歉，咖啡用完了。”有一个叫比尔的学生看着有点别扭，心里嘀咕“人家给你倒水还挑三拣四的。”轮到他时，他轻声说“谢谢，辛苦了。”秘书抬头看了他一眼，满含着惊奇，虽然这是很普通的客气话，却是她今天唯一听到的一句。

门开了，胡里奥主任走进来和大家打招呼，不知怎么回事，静悄悄的，没有一个人回应。比尔左右看了看，犹犹豫豫地鼓了几下掌，同学们这才稀稀落落地跟着拍手。由于不齐，掌声越发显得凌乱起来。胡里奥主任挥了挥手：“欢迎同学们到这里来参观。平时这些事一般都是由办公室负责接待，因为我和你们的导师是老同学，非常要好，所以，这次我亲自来给大家讲一些有关情况。我看同学们好像都没有带笔记本。这样吧，秘书，请你去拿一些我们实验室印的纪念手册，送给同学们作纪念。”接下来，更尴尬的事情发生了，大家都坐在那里，很随意地用一只手接过胡里奥主任双手递过来的手册。胡里奥主任的脸色越来越难看，走到比尔面前时，已经快要没有耐心了。就在这时，比尔礼貌地站起来，双手握住手册恭敬地说了一声：“谢谢您！”胡里奥闻听此言，不觉眼前一亮，伸手拍了拍比尔的肩膀“你叫什么名字？”比尔照实回答，胡里奥微笑点头回到自己的座位上。早已汗颜的导师看到此情景，微微松了一口气。

两个月后，毕业去向表上比尔的去向栏里，赫然写着该军事实验室。有几位颇感不满的同学找到导师：“比尔的学习成绩最多算是中等，凭什么选他而没选我们？”导师看了看这几张尚属稚嫩的脸，笑道：“是人家点名来要。其实你们的机会是完全一样的，你们的成绩甚至比比尔还要好，但是除了学习之外，你们需要学的东西太多了，修养是大学的第一课。”

从案例中可以看出,大学生能否顺利就业,事业能否取得发展,不仅取决于学习成绩,还取决于他的形象、修养和素质。因此,在校期间,学生不仅要学习、掌握理论知识,锻炼、培养专业技能和综合能力,而且要不断学习和实践人际礼仪,塑造良好的职业形象。

## 一、礼仪

### 1. 礼仪的本质

礼仪是人们在人际交往中,以一定的程序、方式来表现律己敬人的过程。它涉及穿着、交往、沟通、情商等内容。从个人修养的角度来看,礼仪是一个人的内在修养和素质的外在表现;从道德的角度来看,礼仪是为人处世的行为规范、行为准则;从交际的角度来看,礼仪是人际交往中使用的一种艺术,也可以说是一种交际方式;从民俗的角度来看,礼仪是在人际交往中必须遵守的律己敬人的习惯形式,也可以说是在人际交往中约定俗成的待人以尊重、友好的习惯做法,简言之,礼仪是待人接物的一种惯例;从传播的角度来看,礼仪是一种在人际交往中进行相互沟通的技巧;从审美的角度来看,礼仪是一种形式美,是人的心灵美的必然的外化;从组织的角度来看,礼仪是企业文化、企业精神的重要内容,是企业形象的主要附着点。但凡国际化的企业,对礼仪都有高标准的要求,都把礼仪作为企业文化的重要内容,同时也是获得国际认证的重要软件。

### 2. 礼、礼貌、礼节、礼仪的关系

礼仪,是“礼”和“仪”两个字的合成词,它们虽有联系却有着不同的含义。

#### (1) 礼的含义

“礼”的含义比较丰富,其跨度和差异也比较大。按《辞海》中的解释,主要体现在以下四个方面:

- ①本来的含义是敬神,后引申为表示敬意的统称。如敬礼、礼貌。
- ②为表示敬意或表示隆重而举行的仪式。如典礼、婚礼、丧礼。
- ③泛指奴隶社会、封建社会贵族的等级制以及社会生活中的社会准则和道德规范。
- ④指礼物。如送礼、礼品、礼单。

随着历史的发展,“礼”的内涵已经有了延伸和扩展,在许多场合它已成为“礼貌”“礼节”“礼宾”“礼仪”等的代名词。因此,礼是表示敬意的通称,它是人们在社会生活中处理人际关系并约束自己行为的准则。礼属于道德的范畴,是社会公德中极为重要的部分。道德是由社会经济基础决定的一种社会意识形态,是一个社会用以调整人们之间以及个人与社会之间关系的行为的总和。礼渗透于人们的日常生活之中,体现着人们的道德观念,确定着人们交往的准则,指导着人们的行为。在社会生活中,人人以礼相待,互尊、互爱、互谅,并成为自觉的行动,这是社会文明进步的表现。

#### (2) 礼貌的含义

礼貌是人们在交往时相互表示敬重和友好的行为规范,它体现了时代风尚、道德水准以及人们的文化层次和文明程度。它对人们交往时的基本要求是:诚恳、谦恭、和善和

有分寸,做到待人“诚于中而形于外”。礼貌是一个人在待人接物时的外在表现,它主要通过礼貌语言和礼貌行为来表达对他人的谦虚和恭敬。在日常生活与工作中,礼貌表现在人们的举止、仪表、语言上,表现在服务的规范程序上,表现在对客人的态度上。一个微笑,一个鞠躬,一声“您好”,一声“谢谢”,一句“祝您旅途愉快”,这些都是礼貌的具体表现。良好的教养和良好的道德品质是礼貌的基础。在有教养的人们那里,礼貌应该是出于自然的。因此,我们应该自觉地培养和训练自己良好的礼貌习惯。

从道德、社会风尚方面来研究礼貌,可以将它分为三类:一是各种公共场所最起码的行为准则;二是各种个人交往中最起码的礼节;三是个人私生活中起码应有的行为习惯。

礼貌的主要内容包括:遵守秩序,言必有信,敬老尊贤,待人和气,仪表端庄,讲究卫生。礼貌的内容既是社会公德的核心内容,也是商务职业道德的基本规范。

### (3) 礼节的含义

礼节是礼貌的具体表现形式,是礼貌在语言、行为、仪表等方面的具体规定。礼节是人们在日常生活中,特别是在交际场合相互表示尊敬、祝颂、问候、致意、哀悼、慰问以及给予必要协助和照料的惯用形式,是社会文明的组成部分。从形式上看,它具有严格的仪式;从内容上看,它反映着某种道德原则,反映着对他人的尊重和友善。例如:在某人生日那天,他的亲戚、朋友、同事、同学对他说一句“生日快乐”,或给他送上生日贺卡、一束鲜花,或送上一个生日蛋糕等,这就是礼节;在宴会服务时,服务员送茶、斟酒、上菜、送毛巾等按照先宾客后主人、先女宾后男宾等程序进行,这也是礼节。

在国际交往中,交际礼节也是各式各样的。日常见面礼节就有鞠躬礼、点头致意礼、举手注目礼、握手礼、吻手礼和接吻礼等。虽然现代社会的交际礼节有从简及趋向一致或相通的趋势,但是,各国人民的文化特征是客观存在的,使用起来就存在着各国、各地区、各民族的不同习惯。因此,我们平时应十分注意不同礼节的具体运用,在交往时必须注意尊重对方,以免出现“失礼”的行为。

### (4) 礼仪的含义

礼仪作为一种调整人际关系的道德行为要求,是人类社会为维系社会正常生活而共同遵循的最简单、最起码的道德行为规范。对个人而言,礼仪是一个人思想水平、文化修养、交际能力的外在表现;对于社会而言,礼仪是精神文明建设的重要组成部分,是社会文明程度、道德风尚和生活习俗的反映。从礼仪的历史沿革看,现代社会的礼仪主要是在人际交往、社会交往和国际交往中,为表示尊重和友好的一系列行为、道德、社会规范和惯用形式。狭义的礼仪通常是指举行的合乎社交规范和道德规范的仪式,即是指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,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及要求的,在较大或较隆重的场合,为表示重视、尊重、敬意等的行为准则或规范的总和。例如,在接待外宾时鸣放礼炮;外宾到达宾馆时,服务小姐在宾馆门前列队站立、微笑、鼓掌等。

### (5) 礼、礼貌、礼节、礼仪的联系与区别

礼、礼貌、礼节、礼仪,它们之间既有联系,又有区别。其联系是:

①礼包括礼貌、礼节、礼仪,其本质都是表示对人的尊重、敬意和友好;

②礼貌、礼节、礼仪都是礼的具体表现形式。

其区别在于:

①礼貌是礼的行为规范;

②礼节是礼的惯用形式;

③礼仪是礼的较隆重的仪式。

### 3. 礼仪的渊源

礼仪作为人际交往中的重要行为规范,它不是凭空臆造的,也不是可有可无的。了解礼仪的起源,有利于认识礼仪的本质,自觉地按照礼仪规范的要求进行社交活动。

#### (1) 中华礼仪的渊源

古人言“中国有礼仪之大,故称夏,有服章之美,故称华。”古代华夏族正是以丰富的礼仪文化而受到周边其他民族的赞誉的。早在孔子以前,已有夏礼、殷礼、周礼三代之礼,因革相沿,到周公时代的周礼,已比较完善。孔子是我国历史上第一位礼仪学专家,他把“礼”作为治国安邦的基础。他主张“为国以礼”,“克己复礼”,并积极倡导人们“约之以礼”,做“文质彬彬”的君子。孟子也重视“礼”,并把仁、义、礼、智、信作为基本道德规范,他还认为“辞让之心”和“恭敬之心”是礼的发端和核心。荀子则比孟子更重视“礼”,他著有《礼论》,论证了礼的起源和社会作用。他说“礼者,人道之极也。”把礼看做做人的根本目的和最高理想,把识礼、循礼与否作为衡量人的贤愚和高低贵贱的尺度。因而他强调“人无礼则不生,事无礼则不成,国无礼则不宁。”管仲则把礼看做人生的指导思想和维持国运的支柱。他说“礼义廉耻,国之四维,四维不张,国乃灭亡。”从这些思想家的言论中,我们不难看出,礼仪是适应调节人际关系的需要而产生和发展的。

我国古籍中,《周礼》、《仪礼》、《礼记》等就是最重要的古典礼仪专著。我国古代“礼”的概念,包含着丰富的内容,大体可归结为三个层面:一是指治理奴隶制、封建制国家的典章制度;二是古代社会生活所形成的作为行为规范和交往仪式的礼制及待人接物之道;三是对社会成员具有约束力的道德规范(包括自身修养)。纵观我国礼仪内容和形式的演变与发展,我们可以看出“礼”和“德”不但是统治者权力的中心支柱,而且其在几千年的历史发展中形成了许多有广泛社会性与强大号召力的优良道德规范和人际交往的礼节仪式及生活准则,并且已成为中华民族共同的财富,对中华民族精神素质的修养起了极其重要的作用。

#### (2) 西方礼仪的起源

在西方,礼仪一词,最早见于法语的 *étiquette*,原意为“法庭上的通行证”。但它一进入英文后,就有了礼仪的含义,意即“人际交往的通行证”。西方的文明史,同样在很大程度上表现着人类对礼仪追求及其演进的历史。人类为了维持与发展血缘亲情以外的各种人际关系,避免“格斗”或“战争”,逐步形成了各种与“格斗”“战争”有关的动态礼仪。比如:为了表示自己手里没有武器,让对方感觉到自己没有恶意而创造了举手礼,后来演进为握手;为了表示自己的友好与尊重,愿在对方面前“丢盔卸甲”,于是创造了脱帽礼

等。

在古希腊的文献典籍中,如苏格拉底、柏拉图、亚里士多德等先哲的著作中,都有很多关于礼仪的论述。中世纪更是礼仪发展的鼎盛时期。文艺复兴以后,欧美的礼仪有了新的发展,从上层社会对遵循礼节的繁琐要求到20世纪中期对优美举止的赞赏,一直到适应社会平等关系的比较简单的礼仪规则。历史发展到今天,传统的礼仪文化不但没有随着市场经济发展和科技现代化而被抛弃,反而更加多姿多彩。国家有国家的礼制,民族有民族独特的礼仪习俗,各行各业有自己的礼仪规范,国际上也有各国共同遵守的礼仪惯例等。有的国家和民族针对不遵守礼仪规范者,还规定了一定的处罚规则,有的已把礼仪作为公民就业前的“入门课”。被企业录用的大学毕业生,也必须先经过严格的礼仪训练,才能上岗工作。

从礼仪的渊源,我们可以清楚地看到:

第一,礼仪在中国作为社会秩序的一部分而受到中华民族历代贤良的广泛重视和提倡。

第二,礼仪是为维系和发展人际关系而产生,并随着人际关系和其他社会关系的发展变化而发展变化的。它不仅是社会交往的产物,也是国际文化交流的产物。

第三,礼仪是施礼者与受礼者的情感互动过程。正如《礼记·曲礼上》所云“礼尚往来,往而不来非礼也;来而不往,亦非礼也。”

第四,礼仪是一种程序,有一定的规则,不是毫无联系的某些行为的堆积组合。

第五,礼仪规范、程序是一定社会中人们约定俗成、共同认可的。

第六,遵行礼仪是现代人文明的重要组成部分,是人际交往的重要手段和途径。

## 二、商务礼仪

### 1. 商务礼仪的内涵

商务礼仪是人们在商务活动中,为了塑造和维护良好的个人或组织形象,对交往对象表示尊重与友好的规范和程序,是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。现代社会中,商务礼仪已成为商务活动中必不可少的交流工具,与商务组织的经济效益密切相关;商务礼仪也是商务人员开展商务活动的金钥匙,有利于塑造商务人员良好的个人形象和企业形象,是商务活动的通行证,并事关商务活动的成功与否。

商务礼仪的内容之一是律己之规,包括对商务人员自身的言谈举止、仪表仪容等方面的规范。它也称之为形象设计,要求商务人员严于律己、维护自尊,并且时时守规矩、处处讲规矩、事事有规矩。二是敬人之道,包括商务人员在面对交往对象时进行交际与应酬的基本技巧,具体涉及商务人员所从事商务交往的各个方面。

### 2. 商务礼仪的原则

在商务活动中,运用商务礼仪,同他人友好沟通,建立良好的商务合作关系,应遵循商务礼仪的10项原则。

#### (1) 敬人原则

孔子曾经对礼的核心理念作过高度概括“礼者，敬人也。”所谓敬人的原则就是要求人们在商务交往中，与交往对象既要互谦互让，互尊互敬，友好相待，和睦相处，更要将对交往对象的重视、恭敬、友善置于第一位。在商务礼仪的两大构成部分中，有关对待他人的做法这一部分，实际上是商务礼仪的重点与核心。而对待他人的诸多做法中最为关键的一条就是要敬人之心常存，处处不可失敬于人，不可伤害他人的尊严，更不能侮辱对方的人格。掌握了这一点，就等于掌握了商务礼仪的灵魂。

#### (2) 自律原则

从总体看，商务礼仪的具体规范由对待自身的要求与对待他人的做法两大部分构成。对待自身的要求是商务礼仪的基础和出发点。学习、应用商务礼仪时，首先需要自我要求、自我约束、自我控制、自我对照、自我反省、自我检点，这就是自律的原则。古人云“己所不欲，勿施于人。”若没有对自己的严格要求，人前人后不一样，只求诛人，不求诛己，不讲慎独与克己，遵守商务礼仪就是一种蒙骗他人的大话、假话和空话。

#### (3) 互动原则

在商务交往中如欲取得成功，就必须无条件地遵守互动原则。所谓互动有两层含义：一是要求商务人员在其商务往来中必须主动地进行换位思考、善解人意。换位思考的基本点就是要求商务人员必须善于体谅交往对象的感受。二是要求商务人员在其商务活动中要时时、处处努力做到“交往以对方为中心”，也就是说，不允许无条件地“以自我为中心”。

#### (4) 沟通原则

在商务交往中，人们通常有接触才会有了解，有了解才会有沟通，有沟通才会有互动。因此，沟通是商务交往中人与人之间的互动之桥。在商务礼仪中，沟通的原则要求商务人员在其商务交往中，既要了解交往对象，更要被交往对象所了解。礼仪的主旨在于尊重，而欲尊重他人就必须首先了解他人，并令自己为对方所了解，才能实现有效的沟通。

#### (5) 宽容原则

宽容原则的基本含义是要求人们在商务交往中运用商务礼仪时，既要严于律己，更要宽以待人。要多容忍他人，多体谅他人，多理解他人，而不能责备求全，斤斤计较，过分苛求，咄咄逼人。在商务交往中，要容许他人有个人行动和独立进行自我判断的自由。对不同于己、不同于众的行为要耐心容忍，不必苛求他人处处与自己保持完全一致。这实际上也是尊重对方的一个主要表现。

#### (6) 平等原则

在具体运用商务礼仪时，允许因人而异，根据不同的交往对象，采取不同的具体方法。同时必须强调：在商务礼仪的核心点（即尊重交往对象、以礼相待）上，对任何交往对象都必须一视同仁，给予同等程度的礼遇。不允许因交往对象在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富等方面有所不同以及与自己关系的亲疏远近而厚此薄彼，区别对待。

### (7) 从俗原则

由于国情、民族和文化背景的不同,在现代商务交往中,实际中存在着“十里不同风、百里不同俗”的局面。对这一客观现实要有正确的认识,不要自高自大,唯我独尊,以我划线,简单否定其他人、其他地区不同于己的做法。必要之时必须坚持入乡随俗,与绝大多数人的习惯做法保持一致,切勿目中无人、自以为是、随意批评,否定其他人的习惯性做法。遵守从俗原则则会使人们对商务礼仪的应用更得心应手,更有助于人们的商务交往。

### (8) 真诚原则

真诚原则就是要求在商务交往中运用商务礼仪时,务必待人以诚,言行一致,表里如一。只有如此,自己在运用商务礼仪时所表达的尊敬和友善,才会更好地被对方所理解和接受。相反,若仅把运用商务礼仪作为一种道具或伪装,在具体操作商务礼仪规范时口是心非,言行不一,弄虚作假,投机取巧,则有悖于商务礼仪的基本宗旨。将商务礼仪等同于“厚黑学”肯定是行不通的。

### (9) 适度原则

适度原则的含义主要是要求应用商务礼仪时,为保证取得成效,必须注意技巧,合乎规范,特别是要注意把握分寸,认真得体。这是因为凡事过犹不及,运用商务礼仪时,假如做得过了头,或者做得不到位,都不能正确表达自己的自律、敬人之意。运用商务礼仪时要真正做到恰到好处,恰如其分,只有勤学多练、积极实践,别无他途。

### (10) 遵守原则

在商务交往中,每一位参与者都必须自觉自愿地遵守商务礼仪,以商务礼仪去规范自己在交际活动中的一言一行,一举一动。对商务礼仪不仅需要学习、了解,更重要的是学习就要使用,要将其付诸个人的社交实践。在商务活动中,任何人,不论身份高低、职位大小、财富多寡,都有自觉遵守、应用商务礼仪的义务,否则,就会受到公众的指责,其商务交往就难以成功。

## 3. 商务礼仪的功能

商务礼仪之所以受到社会各界的普遍重视,主要是因为它具有多重重要功能。

### (1) 有助于提高人们的自身修养

在商务交往中,商务礼仪的应用往往是衡量一个人文明程度的准绳。它不仅反映了一个人的交际技巧和应变能力,而且还反映了一个人的气质风度、阅历见识、道德情操、精神风貌。因此,商务礼仪的应用体现着商务人员的个人教养,也就是说,通过一个人对商务礼仪运用的程度可以察知其教养高低和文明程度及道德水准。因此,通过学习和运用商务礼仪有助于提高个人修养,有助于提高现代人的文明程度。

### (2) 有助于人们美化自身、美化生活

个人形象,是一个人仪容、表情、举止、服饰、谈吐、教养给人的综合印象,而商务礼仪在上述诸方面都有详尽的规范,因此学习和运用商务礼仪无疑将有益于人们更好更规范地设计和维护个人形象,更好更充分地展示个人良好的教养和优雅的风度。当个人重视

美化自身,大家个个以礼待人时,人际关系将会更和睦,生活将变得更温馨,美化自身便发展为美化生活。

### (3) 有助于促进商务交往,改善人际关系

古人云:世事洞明皆学问,人情练达即文章。这句话讲的其实就是交际的重要性。一个人只要从事商务活动就不能不讲商务礼仪。运用商务礼仪除了可使个人在商务交往中充满自信,处变不惊之外,其最大的好处就在于它能帮助人们规范彼此的交际行为,更好地向交往对象表达自己的尊重、敬佩、友好与善意,增进大家彼此之间的了解和信任。长此以往必将促进社会交往进一步发展,帮助人们更好地取得交际成功,造就和谐、完美的人际关系,取得事业的成功。

### (4) 有助于净化社会风气,推进社会主义精神文明建设

一般而言,人们的教养反映其素质,而素质又体现于细节,细节往往决定一个人的成败。反映现代人个人教养的商务礼仪是人类文明的标志之一。一个人、一个组织、一个国家的商务礼仪水准往往反映这个人、这个组织、这个国家的文明水平、整体素质与整体教养。遵守、应用商务礼仪将有助于净化社会风气,提升个人乃至全社会的精神品位。中共中央颁布的《公民道德建设实施纲要》就明确将“明礼诚信”规定为我国公民的基本道德规范。

## 三、职业形象

著名形象设计公司英国 CMB 曾对 300 名金融公司决策人进行调查,结果显示,成功的形象塑造是获得高职位的关键。另一项调查显示,形象直接影响到收入水平,那些更有形象魅力的人收入通常比一般同事要高 14%。现代企业越来越认识到公司形象、员工形象对企业在激烈的市场竞争中的作用和意义。

### 1. 职业形象的内涵

职业形象是指社会、公众对特定职业及其从业人员在职业活动中显现出的外在仪表、职业能力、从业操守的综合评价。职业者的内在素质无论多高,自我感觉表现如何良好,都不能成为职业形象定位的决定性因素。只有通过从业者表现在外的语言、动作及修饰、服饰等外部特征对其作出判断和评价才能形成对特定职业的总体评价——职业形象。因此,职业形象是特定职业群体在公众心中形成的特定性、标志性的精神面貌和性格特征,是通过职业活动中人的仪表、行为、操守表现出来,为人们所感知的特定标识,其本质是对特定职业的社会评价。具体包括外在形象、品德修养、专业能力和知识结构这四大方面。

职业形象需要严格把握一些原则性尺度。其中最为关键的就是职业形象要尊重区域文化的要求,不同文化背景的公司肯定对个人的职业形象有不同的要求。其次,不同的行业,因为集体倾向性的存在,只有职业形象符合主流趋势时,才能促进职业的发展。

职业形象要达到几个标准:与个人职业气质相契合、与个人年龄相契合、与办公室风格相契合、与工作特点相契合、与行业要求相契合。个人的举止更要在标准的基础上,在

不同的场合采用不同的表现方式,在个人的装扮上也要做到在展现自我的同时尊重他人。

## 2. 职业形象的功能

既然职业形象是社会、公众对特定职业与职业人的评价,关于这种评价的作用有专家指出“形象是当今社会的核心概念之一,人们对形象的依赖已经成为一种生存状态。这就是说,形象可以决定发展,形象直接决定效益。”他指出“良好的个人形象可以使一个人走向成功和富裕,相反,不良的个人形象则可以毁掉一个人的事业和前程。据统计,女性的工作失败有35%是因为形象不良所致,公认的有魅力的职业女性应该拥有良好的气质和典雅的风度。”为什么职业形象具有如此的社会、经济效应呢?这是因为良好的职业形象具有下列功能:

### (1) 引起注意

由于人类是一种视觉占主导的动物,因此,我们对事物的印象,源于自己之所见。形象与注意之间有着相关关系,而注意是人类认识活动过程的开始,某特定认识对象只有进入人们的注意领域,才可能被人们开始进一步地认识,乃至最后接受。因此,职业形象如何直接关系到能否引起对象的注意,诚如著名时装设计大师夏奈尔所说“当你穿得邋邋遢遢时,人们注意的是你的衣服;当你穿得无懈可击时,人们注意的才是你。”

### (2) 便于沟通

任何职业活动的实质都是人与人传递信息、交流思想与情感沟通的活动,而从职业活动者来说,影响人们沟通的因素主要有职业者使用的传播技术、态度、知识程度,包括语言表达能力、思考能力、手势、表情、自信、尊重对方、丰富的知识和社会经验等,这些要素综合起来,就是良好的职业形象。因为,职业形象不佳,如盛气凌人、虚伪,那么不仅不能给交往对象带来美,而且让交往对象对该职业者和该项职业活动产生排斥、逆反心理。而良好的职业形象能够拉近与交往者之间的心理距离,给交往对象带来美的享受,让交往对象身心愉悦,交往对象也会更认同和接受职业活动。所以,只有强化职业形象才能消除逆反心理产生的诱发因素。

### (3) 建立公信力

公信力即公众对职业的信任程度。职业形象直接关系到职业的公信力。商业心理研究也表明:影响人与人之间沟通所产生的影响力和信任度的因素中,语言、语调和形象三个方面的重要程度依次为:语言占7%,语调占38%,视觉(形象)占55%。所以,良好的职业形象更易引起公众对该职业活动的信任,从而认同和接受该职业活动。否则,公众就会拒绝,职业活动就不能顺利展开。

### (4) 实现职业目标

首先,个人的人性特征、特质通过形象表达,容易形成令人难忘的第一印象。第一印象在个人求职、职业活动中会起到很关键的作用。特别是许多人力资源部门在招聘员工时,对职业形象方面关注的比重也很大。其次,职业形象强烈影响个人业绩。首当其冲的就是业绩型职业人,如果自己的职业形象在商务交往中不能体现专业度,不能给客户

带来信赖感,所有的技巧都是徒劳。即使是办公室工作人员,如果在和政府机关、事业单位、合作伙伴打交道的过程中,职业形象欠佳,极有可能把良好的合作破坏。再次,职业形象会影响个人晋升几率。获得上司的认可是晋升的核心要素之一,如果因为在上司面前职业形象问题导致误会、尴尬甚至引发上司厌恶,业绩再好也难有出头之日。

### 3. 提高职业形象的途径

在现代社会,“让人喜欢你”是一条重要的人际交往准则,无论是个人交际还是商务交往,职业形象都非常重要,良好的职业形象是“让人喜欢”的最基本条件。在校大学生为了顺利就业,并在职业生涯中不断发展,必须学会塑造良好的职业形象。

#### (1) 掌握职业礼仪规范

交往中要让大家都一个轻松、和谐的环境,每个人就必须把自己不符合社会环境、不符合礼仪规范的随意性,用同一尺度、同一标准来进行约束和规范,这尺度、标准就是礼仪。因此,必须掌握和实践礼仪规范,这样,我们在同人交往中才能做到有礼有节。

#### (2) 提高自身内在素质

礼仪虽然是人际交往中的外在表现,但却是一个人的内在素质的综合反映和自然流露。短时间的形象“包装”只能暂时掩盖或修饰,并不能真正塑造一个良好的职业形象。学生从进校的第一天开始,就应该有意识地学习职业形象知识,形成良好的职业形象理念和修养。

#### (3) 强化礼仪实践训练

要会做,做得美,就必须花大力气进行规范实践、训练。日常生活中,应加强对个人外在素质的培养,根据自身特点进行仪容、仪态、仪表的设计和训练。训练良好的体态、规范的姿势,刻意纠正不雅观的举止、习惯等。反复运用,重复体验,才能真正掌握。

#### (4) 形成良好的行为习惯

在日常生活和工作中,我们要刻意培养良好的行为习惯,注意自我检查,自我监督,坚持按礼仪规范行事,养成习惯。形象很大程度表现在人为的行为举止上。举止首先是指人在日常生活与工作基本姿态,它包括站、立、坐、蹲、行等,每一种姿态要做到端庄优雅,并不是一件很容易的事情。其次是指人的手势与表情等体态,主要表现在交际中的手势、表情、眼神、微笑等。有研究表明,人们之间相互沟通的过程中,有65%的信息是通过体态语言来交流的,体态语言是心迹的表露,是人际交往中不可缺少的沟通方式。一个人要在各种社交中做到举止有度、举止得当、举止文明、举止潇洒,就必须掌握姿态端庄优雅的基本知识,同时要要进行基本姿态的形体训练,养成姿态端庄、体态和善的好习惯。

## 【案例讨论】

### 1. “小姐”之称的中国特色

《现代汉语词典》中,“小姐”解释为:旧时对未婚女子的称呼;娘家的人对已出嫁的人也称为小姐。“小姐”这一称谓在我国可谓冷热几十年,宠辱一口间,颇能体现出了中国

特色。

50多年前,一个女性如能被人称为小姐,那么她不是大家闺秀也是文化丽人。小姐这两个字,一般是配不上的。要不然怎么会有“小姐的身子丫鬟的命”一说呢?

20多年前,“小姐”一词臭了,你叫别人一声“小姐”,不但被叫者不高兴,叫人者也要倒霉。那时男女老少流行统称同志,小姐是被批判的“封、资、修”的东西。

十几年前,面对年轻的女子,你再称对方一声“小姐”,对方不仅沾沾自喜,还会感到受宠若惊,“小姐”一词被《国家公务员条例》列为国家公务员的指定礼貌用语。

然而在今天,“小姐”一词又贬值了。北京一男士携妻购物,女店员笑容可掬“先生,您给小姐买点什么?”这位妻子当即相斥:“你才是小姐呢。”“小姐”沾了“三陪”的光,成了“黄”称。而在国外,“小姐”这个称呼不知叫了多少年没有什么变化,就是对未婚女子的称呼,而且你如果对年龄偏大的女士叫一声小姐,对方不但不会责怪你,还会心里暗暗高兴呢!因为这样有夸她年轻之意,她往往愿意接受。

讨论:(1)“小姐”称呼的中国特色说明了什么?

(2)“小姐”称呼究竟应该怎样使用?

## 2. 齐顷公的失礼

公元前592年,齐国国君齐顷公在朝堂接见来自晋国、鲁国、卫国和曹国的使臣,各国使臣带来了墨玉、币帛等贵重礼品献给齐顷公。献礼时,齐顷公向下一看,只见晋国的亚卿郁克是个独眼,鲁国的上卿是个秃头,卫国的上卿孙良夫是个跛脚夫,曹国的大夫公子首是个驼背,不禁暗自发笑:怎么四国使臣都是有毛病的。

当晚,齐顷公见到自己的母亲萧夫人,便把白天看到的4个人当笑话讲给萧夫人听,夫人一听便乐了,执意要亲眼见识一下。正好第二天是齐顷公设宴招待各国使臣的日子,于是便答应让萧夫人届时躲在帷帐的后面观看。第二天,当四国使臣的车子一起到达后,众人依次入厅时,萧夫人掀开帷帐向外望,一看到4个使臣便忍不住大笑起来,她的随从也个个笑得前仰后合。笑声惊动了众使者,当他们弄明白原来是齐顷公为了让母亲寻开心,特意做了这样的安排时,个个怒不可遏,不辞而别。四国使臣约定各自回国后请兵伐齐,血洗在齐国所受的耻辱。4年后,四国联合起来讨伐齐国,齐国大败,齐顷公只得讲和。

讨论:齐国为什么会招来战争?