

汽车商务礼仪

主编 姚飞 赵珊珊 白林



北京理工大学出版社

职业教育课程改革创新示范精品教材

汽车商务礼仪

主 编 姚 飞 赵珊娜 白 林

副主编 孙娉婷 路 超 郑洪亮 苗立忠



 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 提 要

本书共分为五章，每章由商务礼仪的基础知识和汽车销售人员的礼仪规范组成。本书既有理论知识的支撑，又有汽车销售实践操作的规范流程，是“教、学、做”的理实一体教学。使学生在掌握理论知识的同时，明确现场的实践过程，提高学生的实战能力。

本书具体内容：礼仪、商务礼仪、汽车销售礼仪的概述，常规仪态礼仪、汽车销售人员仪态礼仪、常规仪容仪表礼仪、汽车销售人员仪容仪表礼仪，交往礼仪、汽车销售人员交往礼仪，汽车销售人员应注意的其他礼仪。

本书形式新颖、内容精练、体系完善，并配有案例分析、实施与考核、礼仪小故事等模块，供学生课后整理、教师课堂考核使用的同时，使学习过程变得生动有趣。

本书既可作为中高职学生学习礼仪知识的教科书，也可作为提高自身修养的礼仪用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

汽车商务礼仪/姚飞, 赵珊珊, 白林主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2014.9
ISBN 978-7-5640-9676-2

I. ①汽… II. ①姚… ②赵… ③白… III. ①汽车—商务—礼仪 IV. ①F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第197472号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(总编室)

82562903(教材售后服务热线)

68948351(其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京通县华龙印刷厂

开 本 / 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 / 14

字 数 / 327千字

版 次 / 2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

定 价 / 32.00元

责任编辑 / 张荣君

文案编辑 / 张荣君

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边超心

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换

编写说明

近20年来，我国汽车工业迅猛发展，已成为国家的支柱产业。轿车逐步进入普通家庭，成为人们日常工作和生活中不可缺少的工具。2013年我国汽车年产量双双突破2100万辆，这是我国连续5年成为全球最大的车市。在这种形势下，我国汽车运用、检测与维修、销售等行业人才需求量将日益增长，越来越多的人迫切地需要去了解汽车，学习汽车技术。这给汽车行业带来了极大的机遇和挑战，同时也对汽车行业的相关从业人员提出了更高、更新的要求。

为了适应企业和市场对汽车行业技能型、服务型人才的需求，满足汽车行业从业人员和汽车技术爱好者的需要，北京理工大学出版社特邀一批知名行业专家、学者以及一线教学名师，联合社内优秀编辑组成专门的编写工作组，精心规划出版了本套“职业教育课程改革创新示范精品教材”。

目前，专业课程教学模式与教学方法的改革是职业教育教学改革的重点之一。“以项目为引导，以任务为驱动”的教学方式对学生综合能力的培养和提高起着十分重要的作用。本系列教材以“中等职业学校汽车运用与维修专业领域技能型紧缺人才培养培训指导方案”为依据，结合中职教育的特点和企业实际工作岗位的真实情况，根据现阶段学习情境化的要求，以培养学生熟练掌握汽车行业相关岗位所具备的基础知识和基本技能为目标，采用项目教学、任务驱动、基于工作过程和学做一体化模式进行编写。

在编写之际，本系列教材编写工作组广泛考察了中职学生的学习实际，本着“实用、适用、先进”的编写原则和“通俗、精炼、可操作”的编写风格，以求着力培养能直接从事实际工作、解决具体问题、维持有序工作的应用型人才。在具体编写时力求贯彻以下原则：

(1) 工学结合、任务驱动的原则。以就业为导向，培养学生的实际运用能力，以达到学以致用为目的。通过对汽车行业相关工作岗位的分析，梳理出岗位核心能力，以职业岗位的典型工作任务为驱动，设计理实一体化的学习任务。

(2) 以工作过程系统化、培养综合职业能力为目标的原则。通过典型案例（任务）导入，设计融入职业基本能力、社会能力、专业能力于一体的系统化学习性工作任务，使

学生在真实的工作场景中获得解决综合性专业问题的能力，并形成相应的思维方式。同时，以科学性、实用性、通用性为原则，以使教材符合汽车类课程体系设置。

(3) 以学生为主体、教师为引导、符合职业实际的原则。以提高学生综合素质为基础，充分考虑对学生个人能力的提高；在理实一体化的场景中，强调“学中教”“做中学”，体现以学生为主体、教师为引导的理念。

(4) 以内容为核心，注重形式的灵活性原则。本系列教材配有大量的插图、表格和大量的图片资料，介绍了大量的经典案例，大大提升了教材的趣味性和实用性，可以帮助学生更好地理解 and 掌握相关知识。

总体而言，本系列教材在内容上强调面向应用，“以项目为引导，以任务为驱动”，精选案例，严把质量关；在风格上力求文字简练、脉络清晰、图表明快、版式新颖；在理论阐释上，遵循“必需”“够用”的原则，在保证知识体系相对完整的同时，确保知识讲解详细、生动、易懂。

本系列教材既可作为中等职业院校汽车类相关专业的课程教学用书，也可作为相关行业从业人员的培训和参考用书。

前 言

随着人们社会交往的日益频繁，越来越多的人意识到礼仪的重要性，不论是企业还是个人都掀起了学习礼仪的热潮，规范的礼仪是顺适时代提高自身竞争力的前提。学习运用现代商务礼仪，在业务往来中树立良好的形象，更是建立人与人之间相互尊重、信任、宽容、友善的良好合作关系的手段。

社会学家总结说：礼仪是为人之本，是成事之根。因此，礼仪成为现代文明人的必修课。本书立足于普及商务礼仪知识，强化商务人士的礼仪形象，提高商务礼仪的效果，通过对与商务生活紧密相连的工作、社交、会客、谈话、宴请、着装等方面的商务礼仪知识的详细解说，从而扩大和提升商务礼仪的实用价值。

本书以真正实现中、高职教育与上岗就业零距离为目标，贴近中、高职人才培养与经济社会发展的需求，按照最新人才培养模式，课程体系、教学内容和教学方法的改革要求，强化技能培训，增强学生择业、就业能力。

全书全面地介绍了汽车销售商务人员形象礼仪、交往礼仪、会议礼仪、仪式礼仪、涉外礼仪以及国际商务礼仪与禁忌等方面的知识和技巧。

本书由沈阳交通技术学校姚飞、鞍山交通运输学校赵珊珊和朝阳工程技术学校白林任主编，辽宁现代服务职业技术学院孙娉婷、朝阳工程技术学校路超、郑洪亮、苗立忠任副主编。参与本书编写工作的还有：高菲菲、孙巍、刘玉慧、郭尧等。

为提升本书的创新性与实用性，编写人员在编写过程中深入企业调研，集采众家之说，参考相关资料和文献，在此深表谢意。

由于编者的知识水平有限，书中难免存在不足之处，敬请读者批评指正。

编 者
2014年05月

C 目 录 Contents

第一章 概 述	1
第一节 礼 仪	1
第二节 商务礼仪	9
第三节 汽车销售礼仪	16
第二章 仪态礼仪	24
第一节 常规仪态礼仪	24
第二节 表情手势礼仪	28
第三节 汽车销售人员常规仪态礼仪	39
第四节 汽车销售人员表情动作礼仪	46
第三章 仪容仪表礼仪	54
第一节 常规仪容仪表礼仪	54
第二节 汽车销售人员仪容仪表礼仪	70
第四章 交往礼仪	86
第一节 常规交往礼仪	86
第二节 汽车销售人员交往礼仪	120
第五章 汽车销售人员应注意的其他礼仪	143
第一节 求职礼仪	143
第二节 整车销售核心流程及其礼仪规范	149
第三节 试乘试驾礼仪	156
第四节 汽车售后服务礼仪	160
附 录	175
附录 I 集团售后服务流程	175
附录 II 世界知名品牌知识	182
附录 III 世界各国主要节日	209

第一章 概 述

第一节 礼 仪

学习目标

了解礼及礼仪的基本含义、礼仪的构成要素，熟悉礼仪的特点，掌握礼仪的作用。

礼仪格言

没有经过琢磨的钻石是没有人喜欢的，这种钻石戴了也没有好处，但是一旦经过琢磨，加以镶嵌之后，它们便生出光彩来了。美德是精神上的一种宝藏，但是使他们生出光彩的则是良好的礼仪。——洛克



基础知识

一、“礼”的含义

礼仪是在人际交往中，以一定的约定俗成的程序方式来表现的律己敬人的过程，涉及穿着、交往、沟通、情商等内容。从个人修养的角度来看，礼仪可以说是一个人内在修养和素质的外在表现。从交际的角度来看，礼仪可以说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。从传播的角度来看，礼仪可以说是在人际交往中进行相互沟通的技巧。可以大致分为政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪、涉外礼仪五大分支。

何为“礼”？《说文解字》中有云：“礼，履也，所以事神致福也。”即礼反映的是祭祀神灵、祈求福祉的活动。后来由此逐渐演化发展开来，成为人与人之间相互尊重、互相表达敬意的活动。

“礼”有很多含义，大致可归纳为以下几种：

- ①社会生活中，由于道德观念和风俗习惯而形成的礼节，例如：婚礼、丧礼、典礼等；
- ②符合统治者整体利益的行为准则，例如：礼教、礼治、克己复礼等；
- ③表示尊敬的态度和动作，例如：礼让、礼遇、礼赞、礼尚往来、先礼后兵等；
- ④表示庆贺、友好或敬意所赠之物，例如：礼物、礼金、献礼等。

二、礼仪的概念

1. 礼仪的含义

根据礼仪产生的缘由、内容及其发展变化，礼仪的含义可以表述如下：礼仪是一定社会上层建筑中政治制度的一部分；礼仪是社会统治集团维护社会秩序、协调人际关系的准则；礼仪是介于道德规范和法律规范之间，由社会全体成员约定俗成、共同遵守的行为规范；礼仪是顺利进行人际交往与社会交流的工具；礼仪是一定社会的一种文化现象。

在当今世界经济日趋一体化的现代社会，礼仪内容也日趋“同化”。现代礼仪是维护社会秩序，协调、处理人际关系的准则，是社会全体成员共同约定和遵守的思想和行为规范，是顺利、成功地进行人际交往、社会交流的手段和工具。文明礼仪，不仅是个人素质、教养的体现，也是个人道德和社会公德的体现。作为具有5 000年文明史的“礼仪之邦”，讲文明、用礼仪，也是弘扬民族文化、展示民族精神的重要途径。

2. 礼貌、礼节、礼仪的关系

(1) 礼貌

礼貌，一般是指在人际交往中，通过语言、动作向交往对象表示谦虚、恭敬和友好的行为。礼貌可分为礼貌语言和礼貌行为两个部分。礼貌语言是一种有声的行动；礼貌行为是一种无声的语言。它体现了时代的风貌与道德品质，体现了人们的文化层次和文明程度。礼貌是一个人在待人接物时的外在表现，它通过言谈、表情、姿态来表示对人的尊重。在不同的民族、不同的时代以及不同的行为环境中，礼貌表达的形式虽然不同，但其基本要求是一致的，即做到诚恳、谦虚、和谐、有分寸。

我国历来十分重视言与礼的统一，有许多关于礼貌的语言，如“己所不欲，勿施于人”、“礼尚往来”、“恭候光临”等。今天我们正在提倡的礼貌语言为五声十个字，即“您好”、“请”、“谢谢”、“对不起”、“再见”。还有关于礼貌的行动，如“微笑、点头、欠身、鞠躬、握手、双手合十、拥抱、接吻”等。在人际交往及工作中，谁恰当地做到了礼貌待人，谁就会收到工作顺利、行动自如、精神愉快的良好效果。

(2) 礼节

礼节，是人们在日常生活和交际场合中相互表示尊重、友好的惯用形式。礼节与礼貌的相互关系是相辅相成的，没有礼节，就无所谓礼貌；有了礼貌，就必然伴有具体的礼节，有礼貌而不懂礼节，容易失礼。礼节是向他人表示敬意的各种形式的总称，如鞠躬、点头、握手、举手、注目等，都是礼貌意识的体现。在不同的民族、不同的时代、不同的环境，礼貌表达的形式和要求均不同，但礼貌的基本要求是一致的。礼节又是礼貌的具体表现方式，如中国古代的跪拜、作揖；当今世界流行的点头、握手，欧美国家的拥抱、亲吻，南亚诸国的双手合十，印度等国家的吻手、吻脚，少数国家和地区的拍肚皮、碰鼻子等都属于礼节，是不同国家礼节的表现形式。

(3) 礼仪

礼仪是指人们在相互交往中，为了互相尊重，在仪表、仪态、仪容、仪式、言谈举止等方面约定俗成的、共同认可的行为规范。

“礼”是指人们在交往的过程中，要互相尊重、诚恳和善、谦恭和有分寸。比如人们在

公共场所遵守秩序，不大声喧哗，尊老敬贤，待人和气，仪表端庄等，都是源于尊重他人、谦恭有分寸的品德品质。

“仪”是指礼的外在表现形式。是“礼”在人们的语言、行为、仪态等方面的具体表现，常常被称为礼貌和礼节。比如，进入别人住宅时要先敲门，得到允许后方可进入；见了师长要问好；欢迎宾客要握手；受人帮助说声“谢谢”，等等，都是对人表示尊重和善意的有礼貌的表现。礼仪的学习过程本身是一个内强素质、外塑形象的过程。一个人在成长过程中，如果只注重自己的道德品质修养，而不注重礼仪、礼貌、礼节的学习，举止就会显得不得体，甚至粗鲁、粗野，就不会被别人认可和接受；相反，如果只注重自己的礼貌、礼节、仪表的学习，而不注重内在道德品质的修养，也会显得虚伪浮华。只有既注重礼节、仪表的学习与修养，又注重良好道德品质修养的人，才能成为真正有教养的人、受欢迎的人。

三、礼仪的特点

礼仪体现的是人与人之间的关系，必须符合特定历史条件下的道德规范和传统的文化习惯，而现代礼仪较之传统礼仪有着明显的特征。

1. 时代性

礼仪作为一种行为规范是会随着时代的发展而发展，随着时代的进步而进步的，不可能一成不变。现代生活具有多元、丰富、多变的特点，所以后人对前人的礼仪规范也没有必要墨守成规。要正视礼仪的变异性、现实性，因此现代礼仪必须是正确反映时代精神、体现新社会的道德规范。

2. 地域性

不同的国家、民族，同一国家的不同地方，也都有着不同的礼仪，有的甚至截然相反。中西礼仪的差距是人所共知的，它基于东方文化和西方文化的差别，呈现了各自的地域特色。

民间有“百里不同风，千里不同俗”的说法，不同的文化背景产生不同的礼仪文化。一个国家，一个地区，一个民族的礼仪规范是在长期的共同生活中逐步形成、积累和发展起来的。由于不同国家、地区、民族，政治、经济、文化等诸因素的特点不同影响礼仪形成，使得礼仪规范不可避免的具有一定的地域性、民族性。

为了与世界各国人民友好往来，敬爱的周恩来总理，在新中国成立初期就提出了在外交工作中要“入乡随俗，不强人所难”的礼仪原则。“入乡随俗”是指对别国、别民族的礼仪规范要尊重，“不强人所难”是指本民族、本国礼仪不要强求来访者勉为其难。这个原则充分体现了对别国、别民族历史文化的尊重和宽容，也是我们正确处理各民族、各国家不同礼仪的一个基本立场和原则。

礼仪的地域性这一特点，要求在社交和礼仪活动中，我们既要注意各民族、国家、区域文化的共同之处，又应十分谨慎地处理相互间的文化差异，既要自尊，又要尊重别人，科学恰当地处理礼仪活动中的碰撞问题，把地域差别作为交流、互补的条件。

3. 针对性

《礼记》上有一句名言：“礼不下庶人，刑不上大夫。”意即“礼”所赋予的各种特权

是奴隶们根本不能享用的，而“刑”所规定的各种刑罚，与君王达官、贵人是无缘的。礼、刑与阶级地位如此紧密地联系在一起，足见其具有鲜明的针对性。但是，礼仪又无针对性。比如，给老人让座，别人帮助了自己说一声“谢谢”等。其实许多礼仪是不带针对性色彩的。

4. 可行性

切实有效，实用可行，规则简单，易学易会，便于操作，是礼仪的又一大特征。

“礼者，敬人也”，这是礼仪的精髓。该怎么样，不该怎么样，就看能不能敬人、敬大多数人，而不能造作，为礼仪而礼仪。所以，社交活动中，既要使礼仪的实质作具体化的规范，又不能无中生有。要促使礼仪简便易行、容易操作，“言之有物、言之有礼”是最好的选择。

5. 通用性

礼仪作为一种行为准则或规范，是全人类共同的财富。在不同的民族、不同的国度中，一直为不同行业的人们所认同并共同遵守着，这一点从以下俗语、谚语、名人名言中即可窥见一斑：

“君子敬而无失，与人恭而有礼，四海之内皆兄弟也。”（《论语》）

“凡人之所以为人者，礼义也。”（《礼记》）

“有礼走遍天下。”（俗语）

“礼仪经商。”（香港商界信条）

“您先请，是礼貌。”（英国）

“礼貌周全不花钱，却比什么都值钱。”（塞万提斯，西班牙）

“有两种和平的暴力，那就是法律和礼貌。”（歌德，德国）

“为人粗鲁意味着忘记了自己的尊严。”（车尔尼雪夫斯基，俄国）

由此可见，礼仪作为国家、民族传统文化的重要组成部分，在各国、各族人民中由来已久并广为流传。在日常的生活工作中，遵礼守礼已成为一种普遍的共识。

6. 多样性

礼仪作为一种行为规范，涉及社会生活的各个方面，从而决定了礼仪具有多样性的特点。这种多样性具体表现在以下两个方面。

（1）礼仪具有鲜明的职业特点

不同的职业具有不同的礼仪规范，各行各业都有自己特定的角色形象，规定礼仪的侧重点也不同。如，汽车销售人员常常代表着一个汽车品牌的形象，具有礼貌的谈吐、得体的衣着、大方的举止、高雅的气质，才会受到客人的瞩目，才会赢得各方人士的信任和支持。

（2）不同的生活领域具有不同的礼仪规范

随着社会的发展，人们的生活领域也在不断地拓宽，天上、海下、北极、南极都有了人类的足迹。但无论怎样发展，以社会职能为标准都可以划分为三大领域，即社会生活领域、职业生活领域和家庭生活领域。如果我们把社会比作一个大舞台的话，我们每个人都在不同的社会生活领域中扮演着不同的角色。

今后，随着信息技术革命的不断发

的交往与沟通将会日益频繁和密切，饱含文化内涵的礼仪将会更多的相互影响，相互渗透，相互取长补短，一些共同的礼仪将被作为国际公认的行为规范而普遍采用。一些新的普遍受到重视的国际礼仪，实际上就是东西方的文化交融，是国际惯例、人际交往准则、道德行为规范的集合体。只有在不同生活领域中都严格地遵守不同的礼仪规范，才能处处展现最优秀的你，才能具有丰富多彩的人生。

四、礼仪的作用

中国是一个文明古国，素来以温文尔雅，落落大方，谦恭礼让而著称于世。随着社会交往的日益扩大，礼仪在社会交往中的作用日益提高，文明交往成为世界各民族、各地区、各国的共同要求和愿望。礼仪是人类社会文明发展的产物，是人们社会交际活动的准则，它对于扩大社会交往，提高自身修养，促进社会主义精神文明和物质文明建设，具有极大的推动作用。

1. 礼仪的作用

礼仪是人们在社会生活中用以调整、处理相互关系的手段。具体来说，礼仪的作用有以下几个方面：

(1) 礼仪对国家与社会的影响和作用

①有利于弘扬我国优良民族传统文化。新形势下的礼仪教育，既有利于我国优秀传统文化和传统美德的继承，又为传统文化赋予新的时代内容，对形成适应社会主义现代化建设需要的新的价值观、道德观和行为规范具有重要的推动作用。能使我国优良民族传统文化发扬光大，成为新时期凝聚我国各族人民，齐心协力建设有中国特色社会主义国家的精神力量。

②有利于建立良好的社会秩序。秩序，是指人和事物的一种有规律的活动状态。人类社会和自然界的运动都必须遵守一定的秩序。在茫茫宇宙中，如果没有秩序，各种星球就会在互相冲撞中共同毁灭。人类社会也是如此，如果没有了秩序，无论日常生活，还是生产活动都无法正常进行。

管子曾经指出：“礼义廉耻，国之四维，四维不张，国乃灭亡。”一个国家有没有完备的礼仪规范，人们能不能自觉地遵守，是衡量其社会秩序状况的一个重要尺度。

③有利于树立良好的社会风尚。社会风尚也可以称为社会风气，一般是指一定时期社会上人们在日常生活中形成的思想言行方面带普遍性的倾向。

礼仪反映一个民族、一个国家的文明水平、整体素质、整体教养。遵守礼仪、应用礼仪，有助于净化社会环境，提升全体社会成员的精神品位和道德文化素质。当前，我国精神文明建设中有一项重要内容，就是要求全体社会成员“讲文明、讲礼貌、讲卫生、讲秩序、讲道德、心灵美、语言美、行为美、环境美”，这些内容与礼仪的基本要求完全吻合。因此，讲礼仪与社会主义精神文明建设相互配合、相互促进，有利于纠正和克服社会上的不良风气，逐步形成良好的社会风尚。

(2) 礼仪对个人的影响和作用

①有利于培养高尚的道德情操。所谓情操，就是人的感情境界。礼仪不仅仅反映一个人的交际技巧与应变能力，而且反映一个人的道德情操、精神面貌。因此，通过一个人在

社会生活中对礼仪运用的程度，可以察知其教养的高低、文明的程度和道德的水准。

礼仪对人的要求既有内在的修养，又有外在的表现形式。从这个意义上完全可以说，礼仪即教养，有教养才能文明，有道德才能高尚。英国哲学家约翰·洛克对于道德与礼仪之间的这种密切关系有过十分精彩的论述：“礼仪是在他的一切别种美德之上加上的一层藻饰，使他们对它具有效用，去为他获得一切和他接近的人的尊敬和好感。没有良好的礼仪，其余一切成就就会被人看成浮夸、自负、无用和愚蠢。”所以，要培养自己高尚的道德情操，就得知情知礼，所谓“彬彬有礼，然后君子也”，讲的就是这个道理，不懂情、不知礼难以成为道德情操高尚的人。

②有利于培养优雅的气质。优雅的气质是指人的一种吸引人的个性特征。气质本来是心理学的一个概念，指一个人心理活动的动态性特征，是构成个性的组成部分。不同的人具有不同的气质，认识问题、处理问题、待人接物也会因此而有差异。人的气质特性尽管是最稳定的一种心理特征，但是它仍然会在环境的影响下发生一定的变化，具有一定的可塑性。

③有利于培养优美的仪表风度。优美的风度是一个人的德、才、学、识等内在素质，具体通过言谈举止、装束打扮、态度作风反映出来的受人欢迎的整体形象。人们常常用文质彬彬、风度翩翩来形容一个人的风度。人们也都希望自己在与人交往时潇洒大方，不拘束、不呆板，气度不凡，招人喜欢，受人尊敬。

④有利于建立融洽的人际关系。美国《幸福》杂志对美国 500 位年薪 50 万美元以上的企业高级管理人员和 300 位政界人士进行了一项调查表明，93.7% 以上的人认为人际关系畅通是事业成功的最关键性因素。JR 人才调查中心一份调查报告显示，中国每 100 位头脑出众、业务过硬的人士中，就有 67 位因人际关系障碍而在事业中严重受挫，难以获得成功，他们共同的心理障碍是难以启齿赞美别人。

礼仪的核心是关心人、尊重人。对礼仪的学习有利于培养人们理解、宽容、谦虚、诚恳的待人态度，热情友好、庄重大方、高雅文明的行为举止，与人为善、助人为乐的道德品质。应当说，热情、谦恭、有礼的态度是表现对他人尊重的一种重要方式。

在社会交往中，礼仪不仅可以使人充满自信，胸有成竹，处变不惊，而且能够规范交际行为，更好地向交际对象表达自己的尊重、敬佩、友好与善意，增进彼此的了解与信任，造就和谐、融洽的人际关系。而且，外表的魅力——美丽的容貌、优雅的举止、得体的谈吐、翩翩的风度等，往往有形无形地左右着人际关系的建立与发展。

⑤有利于促进事业的成功。我们每一个人都渴望成功，在争取成功的道路上，礼仪起着促进的作用。社会学家调查表明，形象在一个人的成功因素中占有很大比例。在一般人看来，进行形象设计，只是将人的外形美化，训练形体动作等，但事实上它会让人看起来更诚信，工作效率更高，显得更智慧。北京某外贸公司的一位业务员，为了开展向中东某国的出口业务，潜心了解阿拉伯国家的民俗礼仪，在去该国推销产品时，尊重阿拉伯国家的习惯，穿上素服，戴上头巾，不露秀发。在客户应邀来北京谈判时，她又处处注意礼仪，坚持平等互利。每逢伊斯兰教节日，便中止谈判，安排客户前往北京牛街礼拜寺进行宗教活动。这样既与客户建立了友谊，又赢得了客户的信任和尊重，不仅当时签署了上百万元的出口合同，而且以后这位客户的所有进出口业务都找这位女士办理。

“张良纳履”在中国是一个家喻户晓、妇孺皆知的故事。辅佐汉高祖刘邦夺得天下的张

良年轻时，有一次步行到下邳桥上，有一老者故意堕鞋桥下，叫他给拾起来。张良二话没说不仅从桥下拾来鞋，而且恭恭敬敬地为老人穿上。老人说：“孺子可教矣。”就把《太公兵法》这部奇书交给了张良。中国古代这样的故事很多，如“不耻下问”、“三顾茅庐”等，都说明待人谦恭有礼，才能得到别人的信任，才能获得广泛的支持，取得事业的成功。

⑥有利于养成良好的行为习惯。良好的行为习惯也是人们获得机会和成功的重要因素。有一家有名的私营企业，需要招聘一位厨师，由于待遇较高，应聘的人很多。经过几关测试后，留下了三位进行“真刀真枪”的实际操作。考题就是做同一道菜，甲、乙、丙按顺序一个一个地完成。考试完毕后，主考官们认为三个人都很不错，技术上不相上下。只是在整个操作过程中，乙每次清洗完后，都要用手捧水把水龙头冲洗干净，特别是用肥皂洗完手后，水龙头上沾了泡沫，如果不清洗干净，别人使用时会弄脏手。说明了这个人不仅具有好的技术，而且还具有良好的卫生习惯。所以录用了乙。录用的原因看似很简单，但仔细想想，这不仅仅是运气。其实不论在什么岗位，都要具有良好的素质，当机会出现在你面前时，别因小失大，让机遇从你手中不知不觉地消失。

现代文明社会，得体的礼仪使人们充满信任、友爱和欢乐，使民族精神焕发出永恒的魅力。正因如此，礼仪被纳入社会学的学术视野，不仅因为它关系到整个社会的精神文明、社会风气和民族风貌，也关系到提高精神文明建设，发展生产力的层面。宏观上，礼仪与社会生活、文化事业、民族和睦、国际交往有不可忽视的联系，微观上与家庭、同事、亲邻、学友及个人行为密切相关，甚至会影响到人的思想、心态、生活、学习、工作，关系到每个人的事业发展和成就。

五、中国的礼仪变迁

在中国古代，礼仪文明作为中国传统文化的一个重要组成部分，对中国社会历史发展起了广泛深远的影响，其内容十分丰富。礼仪所涉及的范围十分广泛，几乎渗透了古代社会的各个方面。

作为典章制度，它是社会政治制度的体现，是维护上层建筑及与之相适应的人与人交往中的礼节仪式。作为道德规范，它是国家领导者和贵族等一切行为的标准和要求。在孔子以前已有夏礼、殷礼、周礼。夏、殷、周三代之礼，因革相沿，到周公时代的周礼，已比较完善。作为观念形态的礼，在孔子的思想体系中是同“仁”分不开的。他主张“道之以德，齐之以礼”的德治，打破了“礼不下庶人”的限制。到了战国时期，孟子把仁、义、礼、智作为基本的道德规范，礼为“辞让之心”，成为人的德行之一。

在长期的历史发展中，礼作为中国社会的道德规范和生活准则，对中华民族精神素质的修养起了重要作用；同时，随着社会的变革和发展，礼不断被赋予新的内容，不断地发生着改变和调整，中国的礼仪变迁经历了以下五个时期：

1. 形成期

夏朝以前（公元前21世纪前），礼仪起源于原始社会，在原始社会中、晚期（约旧石器时代）出现了早期礼仪的萌芽。整个原始社会是礼仪的萌芽时期，礼仪较为简单和虔诚，还不具有阶级性。人类进入奴隶社会，统治阶级为了巩固自己的统治地位把原始的宗教礼仪发展成符合奴隶社会政治需要的礼制，礼被打上了阶级的烙印。在这个阶段，中国第一

次形成了比较完整的国家礼仪与制度。如“五礼”就是一整套涉及社会生活各方面的礼仪规范和行为标准。古代的礼制典籍亦多撰修于这一时期，如周代的《周礼》《仪礼》《礼记》就是我国最早的礼仪学专著。在汉以后 2000 多年的历史中，它们一直是国家制定礼仪制度的经典著作，被称为礼经。

2. 发展期

春秋战国时期（公元前 771 ~ 前 221 年）这一时期，学术界形成了百家争鸣的局面，以孔子、孟子、荀子为代表的诸子百家对礼教进行了研究和发展，对礼仪的起源、本质和功能进行了系统阐述，第一次在理论上全面而深刻地论述了社会等级秩序的划分及其意义。秦汉到清末（公元前 221 ~ 公元 1911 年），在我国长达 2000 多年的封建社会里，尽管在不同的朝代礼仪文化具有不同的社会政治、经济、文化特征，但却有一个共同点，就是一直为统治阶级所利用，礼仪是维护封建社会的等级秩序的工具。这一时期礼仪的重要特点是尊君抑臣、尊夫抑妇、尊父抑子、尊神抑人。在漫长的历史演变过程中，它逐渐演变成为妨碍人类个性自由发展、阻挠人类平等交往，窒息思想自由的精神枷锁。纵观封建社会的礼仪，内容大致有涉及国家政治的礼制和家庭伦理两类。这一时期的礼仪构成中华传统礼仪的主体。

3. 融合期

近代以后，礼仪的范畴逐渐缩小，礼仪与政治体制、法律典章、行政区划、伦理道德等基本分离，现代礼仪一般只有仪式和礼节的意思，去掉了繁文缛节、复杂琐碎的内容，吸收了许多反映时代风貌、适应现代生活节奏的新形式。

中国进入半殖民地半封建的社会时期，中国出现“大杂烩”式的礼仪思想，关于礼仪的标准、价值观念得到了推广和传播。正在此时，西方与中国推崇的思想截然不同，西方推行自由、平等、解放的思想。相对于中国的思想而言，西方更显得开放和自由，中国的思想略为保守。

辛亥革命以后，受西方资产阶级“自由、平等、民主、博爱”等思想的影响，中国的传统礼仪规范、制度，受到强烈冲击。“五四”新文化运动对腐朽、落后的礼教进行了清理，符合时代要求的礼仪被继承、完善、流传，那些繁文缛节逐渐被抛弃，同时接受了一些国际上通用的礼仪形式。

4. 破坏期

“文革”十年，是当代中国历史上一段十分重要而又特别的时期，中华礼仪在一定程度上遭受到了破坏。

5. 新发展

新中国成立后，逐渐确立以平等相处、友好往来、相互帮助、团结友爱为主要原则的具有中国特色的新型社会关系和人际关系。

改革开放以来，随着中国与世界的交往日趋频繁，西方一些先进的礼仪、礼节陆续传入我国，同我国的传统礼仪一道融入社会生活的各个方面，构成了社会主义礼仪的基本框架。同时也将世界各民族的礼仪礼节风俗一同带了进来，使文明古国的传统礼仪文化不断发展。如礼炮、交际舞会、名片等都是从欧洲传入我国的。

现在，我国对重大活动、重要事件的仪式、程序及出席人士的安排等都做出了具体规

定，日常的行政、经济、文化、军事活动中的各种公务礼仪礼节也在不断得以完善。人们学习礼仪知识的热情空前高涨。随着社会活动的发展及文明程度的提高，各种礼仪更加深入人心，新的礼仪形式不断地出现，交际礼仪、节庆礼仪、人生礼仪等各种新的形式越来越被人们广泛接受，同时，现代科学技术、文化生活也被引入礼仪礼节活动。如礼仪电报、礼仪点歌、电话拜年等近年来广为流行，许多礼仪从内容到形式都在不断变革，现代礼仪的发展进入了全新的发展时期。



思考与练习

1. 礼仪的含义是什么？
2. 礼仪的构成要素及特点有哪些？
3. 从历史的角度出发，谈谈礼仪在中国的作用。



礼仪小故事

在德国的公共场合，凡是有门的地方，总会有这样的现象，走在前面的人，进去后总要回头看看后面有没有人进门。如果有，他就扶着门让后面的人进去，后面的人进去后，也总是要向扶门的人说声“谢谢”，没有人进门后一甩门扬长而去的举动。令人感动的是，所有的人都这样做。德国的公共场所都有电梯或扶手梯，每一次在扶手梯上都惊奇地发现，无论人多人少，无论结伴而行的人还是情侣，没有并排站在扶手梯上的。不可思议，德国人说“上楼、下楼时站在右侧，空出左边的位置，以便让有急事的人从左侧先行”。这是多么为别人着想啊！虽然它不是一项法律，只是人们的生活习惯，非常钦佩这一行为。这一左右现象到处可见到；男的走在左侧，同行的女的走在右侧，怕的是车辆撞上女的；也有小辈走在左侧，长辈走在右侧，主人在左、客人在右。所有这些习惯，都是为了方便照顾对方。

对一个人来说，礼仪是一个人的思想道德水平、文化修养、交际能力的外在表现，对一个社会来说，礼仪是一个国家社会文明程序、道德风尚和生活习惯的反映。

第二节 商务礼仪

学习目标

掌握商务礼仪的含义、商务礼仪的特点、商务礼仪的作用、商务礼仪的重要性。

礼仪格言

“不学礼，无以立。”——孔子



基础知识

一、商务礼仪的含义

商务礼仪是在商务活动过程中，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，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，按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。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。商务礼仪的使用目的有以下几种：

1. 提升个人的素养

比尔·盖茨讲“企业竞争，是员工素质的竞争”，进而到企业，就是企业形象的竞争，教养体现细节，细节展示素质。

2. 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这是要讲究艺术的，比如夸奖人也要讲究艺术，不然的话即使是夸人也会让人感到不舒服。

3. 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，个人的所作所为，就是本企业的典型活体广告。一举一动、一言一行，此时无声胜有声。

商务交往涉及的面很多，但基本来讲是人与人的交往，所以我们把商务礼仪界定为商务人员交往的艺术。人们对礼仪有不同的解释。有人说是一种道德修养。有人说礼仪是一种形式美，有人讲礼仪是一种风俗习惯。告诉我们应该怎么做，不应该怎么做。讲一个座次的例子：商务礼仪中的座次。我们都知道来了客人要让座，但不知道哪是上座，一般情况下可能无所谓，但外事活动和商务谈判中就必须讲究了。所以交往中必须讲究艺术。

二、商务礼仪的特点

1. 现代商务礼仪不断发展变化

不管是商界新手，还是老练的商务领导，都会感到商务礼仪的变化速度很快。旧的不适应时代发展需要的礼仪规范不断被淘汰，新的规范不断出现。原因是社会、政治、经济和科学文化的发展。例如，由于世界各国的女权运动的开展、人权状况的不断改善，就需要通晓如何避免出现性别歧视、种族歧视以及其他歧视他人行为的礼仪；如果仍然看不到这样的变化和不能规避类似的问题，则会引来不必要的麻烦。因此，如何更好地掌握应用此类新技术设备，相关工作人员需要不断地学习，以更好地去工作。