



21世纪全国高等院校通识课规划教材

商务礼仪与实训

SHANGWU LIYI YU SHIXUN

张宏亮 陈琳 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高等院校通识课规划教材

商务礼仪与实训

主 编 张宏亮 陈 琳
副主编 张 策 李 勉 刘红一
王中州 张 钊



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

随着社会的发展,人们的商务活动越来越频繁,商务礼仪的未来发展趋势逐渐倾向国际化、实用化和灵活化。本书《商务礼仪与实训》的写作,深入浅出、具体翔实地论述了商务人员在商务活动中应该遵循与注意的礼仪规范,具有很强的可操作性。本书按照标准商务流程来设计的,本书内容的广度、深度以及新鲜度都是领先的。本书首先从商务人士的形象塑造礼仪,介绍了商务人员的服饰礼仪、仪容礼仪和仪态礼仪。针对商务活动特点,又详细介绍了商务交际礼仪,商务接待、拜访礼仪,商务宴请礼仪,商务谈判礼仪,商务会务礼仪,商务仪式礼仪,商务旅行礼仪,商务通讯礼仪。本书最后还介绍了常见的涉外礼仪及世界各国的礼仪文化等内容,希望本书能对广大商务人士有所助益,促进商务活动的沟通和协调,塑造良好的企业形象。

本书适合作为高等院校通识课教材,也可供商务人士阅读。

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪与实训/张宏亮,陈琳主编. —北京:北京大学出版社,2009.8

(21世纪全国高等院校通识课规划教材)

ISBN 978-7-301-15296-6

I. 商… II. ①张…②陈… III. 商务—礼仪 IV. F718

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第091372号

书 名:商务礼仪与实训

著作责任者:张宏亮 陈 琳 主编

策 划 编 辑:周 伟

责 任 编 辑:周 伟

标 准 书 号:ISBN 978-7-301-15296-6/F·2209

出 版 者:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路205号 100871

网 址:<http://www.pup.cn>

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62756923 出版部 62754962

电 子 信 箱:xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者:河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者:北京大学出版社

经 销 者:新华书店

787毫米×980毫米 16开本 15.75印张 309千字

2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

定 价:25.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024; 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

前 言

中国自古就有“礼仪之邦”之称，在春秋战国时期就诞生了中国第一本关于记述礼仪的书籍。时光荏苒，数千年已逝，礼仪也随着社会的沧海桑田而日新月异。尤其是市场经济的发展，商务竞争的日益加剧，作为商务人员的软素质——商务礼仪规范也成为商务活动成功的“催化剂”，受到了广大商务人员的极大重视。基于此，《商务礼仪与实训》的写作紧跟时代步伐，响应时代召唤，力求能够为商务人员软实力的提升有所裨益。

本书的特色有以下三个方面。

一、实训部分极为突出

本书的实训篇幅比重大，占整体内容的三分之一强，并坚持以“理论够用”为原则，更强调操作性和实用性，以项目为导向，体现完整的工作过程，实现“教学做一体”。本教材内容的选择是基于商务活动的工作过程和具体的工作任务，每一个能力模块为一章。

二、内容的编排新颖、丰富

本书的编写始终贯彻“以学生为本”的编写理念，在内容的编排和选取上做到“与时俱进”，结合国内的新鲜案例，并参照国际上富有代表性的最新版的教材和体例，图、表、文并茂，清晰可观；内容十分丰富，有典型案例、复习思考题、技能实训、礼仪常用英语等，凸显本书的新颖性、趣味性、可读性。

三、职业针对性强

本书的组织编写正是在国家大力发展高职示范校的时代背景下，针对高职学生的特点，围绕职业教育的目标编写的。本书纠正并调整了很多只适于普通高等教育而不适用于高职教育的内容，体现高等职业院校的特点和特色，符合其实际的教学要求，不盲目追求教材的系统性和完整性。

本教材适用于国际贸易、市场营销、电子商务、文秘管理等专业，还可以作为企业员工商务礼仪方面的培训用书和商务人员自学读物。它是各位老师辛勤耕耘、集体努力的结晶。

本书由天津职业大学的张宏亮负责组织编写并统稿审定，各章节编写的具体分工如下：张宏亮负责编写绪论、第一章、第二章、第三章；济南铁道职业技术学院的李勉负责编写第四章、第五章，山东济南大学管理学院的陈琳负责编写第六章、第七章；山东工业职业技术学院的张策负责编写第八章、第九章；天津职业大学的王中州负责编写第十章，辽宁



经济职业学院的刘红一负责编写第十一章。在编写的过程中，还参考了大量的关于商务礼仪的著作，并请教了相关礼仪专家和行业内人士，在此一并谢过。另外，辽宁经济职业学院的张钊老师也参加了其中的编写工作，并为本书的编写提供了相关的资料。

在本书的撰写过程中，我们阅读了大量的图书杂志等文献资料，这些都以参考文献的形式列出，由于篇幅关系，本书只能在书尾注明，未在正文中一一注明出处。在此，谨向这些文献的作者和版权所有者表示深深的感谢！同时感谢北京大学出版社给本书的编写提供了一个非常好的平台，给予了大力的支持和帮助，深表谢意！

由于作者的水平有限，加之时间较紧，疏漏之处在所难免，敬请广大师生和读者指正，以期对本书的不断完善。

张宏亮

2009年4月于天津



目 录

第一章 商务礼仪概述	1
第一节 礼仪的含义及特点.....	1
第二节 商务礼仪的含义及内容.....	4
第三节 商务礼仪的作用和原则.....	5
第四节 商务礼仪的学习方法.....	11
复习思考题.....	12
第二章 商务人员形象礼仪	13
第一节 商务人员服饰礼仪.....	13
第二节 商务人员的仪容礼仪.....	31
第三节 商务人员的仪态礼仪.....	35
复习思考题.....	41
项目实训.....	41
第三章 商务交际礼仪	46
第一节 称呼礼仪.....	46
第二节 介绍礼仪.....	49
第三节 名片礼仪.....	53
第四节 握手礼仪.....	56
第五节 致意礼仪.....	58
复习思考题.....	60
项目实训.....	61
第四章 商务接待、拜访礼仪	63
第一节 商务接待礼仪.....	63
第二节 商务拜访礼仪.....	67
第三节 商务馈赠礼仪.....	71



复习思考题.....	75
项目实训.....	76
第五章 商务宴请礼仪.....	79
第一节 宴请基本礼仪.....	79
第二节 中餐宴会礼仪.....	87
第三节 西餐宴会礼仪.....	90
第四节 其他的酬宾礼仪.....	97
复习思考题.....	100
项目实训.....	101
第六章 商务谈判礼仪.....	103
第一节 商务谈判礼仪的基本原则.....	103
第二节 商务谈判前的准备.....	107
第三节 商务谈判中的礼仪.....	113
复习思考题.....	121
项目实训.....	122
第七章 商务会务礼仪.....	125
第一节 洽谈会礼仪.....	125
第二节 商品展销会礼仪.....	129
第三节 新闻发布会礼仪.....	132
第四节 茶话会礼仪.....	137
复习思考题.....	144
项目实训.....	145
第八章 商务仪式礼仪.....	148
第一节 开业仪式礼仪.....	148
第二节 剪彩仪式礼仪.....	156
第三节 签字仪式礼仪.....	161
第四节 交接仪式礼仪.....	167
复习思考题.....	171
项目实训.....	172



第九章 商务旅行礼仪.....	176
第一节 商务旅途中的基本礼仪.....	176
第二节 商务出行礼仪.....	181
第三节 宾馆礼仪.....	186
复习思考题.....	189
项目实训.....	190
第十章 商务通讯礼仪.....	193
第一节 接打电话礼仪.....	193
第二节 收发电子邮件和传真礼仪.....	198
第三节 常用商务文书礼仪.....	200
复习思考题.....	206
项目实训.....	208
第十一章 涉外商务礼仪.....	211
第一节 部分国家的商务礼仪.....	211
第二节 出国访问礼仪.....	218
第三节 接待外宾礼仪.....	228
复习思考题.....	234
项目实训.....	235
附录 商务礼仪常用英语.....	238
参考文献.....	241

第一章 商务礼仪概述

学习目标

通过本章的学习，了解商务礼仪的含义、基本内容和商务礼仪的重要作用，掌握商务礼仪的基本原则，掌握商务礼仪学习的基本方法和商务礼仪学习和运用中应该注意的问题。

第一节 礼仪的含义及特点

中华民族是人类文明的发祥地之一，文化传统源远流长。礼仪作为中华民族文化的基础，也有着悠久的历史。自古以来，中国都素有“礼仪之邦”之称。

一、礼仪的起源

礼仪究竟怎么起源的，自古以来，人们做过种种探讨，归纳起来有以下几种说法：一说是起源于鬼神崇拜，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。二说是起源于古代社会劳动人民之间的情感和信息交流。三说是起源于封建社会统治阶级对被统治阶级实行教化统治。

二、礼的内涵

“礼”，在世界其他的民族一般指礼貌、礼节，而在中国乃是一个独特的概念。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，在礼仪的建立与实施过程中，孕育出了中国的宗法制；

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，就是礼教，如古代的“三从四德”。

纵观我国礼仪内容和形式的演变与发展,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。

礼仪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、时代潮流等因素而形成,既为人们所认同,又为人们所遵守,是以建立和谐关系为目的的各种符合交往要求的行为准则和规范的总和。简言之,礼仪就是人们在社会交往活动中应共同遵守的行为规范和准则。

三、礼仪的特点

(一) 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,这种礼仪形式至今在一些偏僻地区依然存在,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,这是人类一种美好愿望的寄托。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。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,遵守一定的礼仪行为准则。

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。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。

(二) 规范性

礼仪具有规范性,主要是指它对具体的交际行为具有规范性和制约性。这种规范性本身所反映的实质是一种被广泛认同的社会价值取向和对他人的态度。无论是具体言行还是具体的姿态,都可反映出行为主体的包括思想境界、道德修养等内在品质和外在的行为标准。礼仪是全社会的约定俗成,是全社会共同认可、普遍遵守的准则。礼仪代表一个国家、一个民族、一个地区的文化习俗特征。但我们也看到很多礼仪是全世界通用的,具有全人类的共同性。如问候、打招呼、礼貌用语、各种庆典仪式、签字仪式等。可以说共同的文化孕育了共同的礼仪。礼仪的普遍认同性表明社会中的规范和准则,必须得到全社会的认同,才能在全社会中通用。



（三）传承性

礼仪本身是个动态发展过程，是在风俗和传统变化中形成的行为规范，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，必将随着人类历史的不断进步而发展。礼仪一旦形成，就有一种相对独立性。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帝王将相封建迷信的繁文缛节得以根除。如古代的磕头跪拜风早已被现代的握手敬礼所替代，古代朝见天子的三跪九叩早已成为历史的一页。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东西的倾心向往。

（四）差异性

人说“百里不同风，千里不同俗”，不同的文化背景，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，是一个多民族的大家庭，不同的民族，其风俗习惯、礼仪文化各有千秋。就说见面问候致意的形式就大不一样，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的风俗文化决定的，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。同样是宴会就会因招待对象的身份地位高低的差别而有所不同，身份和地位高的，可能会受到更高级的款待，身份低的相对就低一等。

（五）时代性

礼仪作为一种文化范畴，必然具有浓厚的时代特色。任何时代的礼仪由于其时代的特性和内容，往往就决定了它的表现。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，如古代把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撞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《时报》记载：“清朝灭，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。而现在丰富多彩的服饰文化也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。

总之,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,如现代人所派发的礼仪贺卡、短信祝福、电视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,我国的传统礼仪也融合了许多新鲜的内容。礼仪变革向符合国际惯例的方面发展,礼仪规范更加国际化。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,它的发展总是受时代发展变化的推动的,礼仪虽然有较强的相对独立性和稳定性,但它也毫不例外地随着时代的发展而发展变化。如现代经济的快节奏、高效率,使现代礼仪向简洁、务实的方向发展。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。

第二节 商务礼仪的含义及内容

一、商务礼仪的含义

商务礼仪是人们在日常商务交往活动中体现相互尊重的行为准则,它是一种商务交往艺术。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。如何掌握基本的商务活动,使您适应商务场合的礼仪要求?如何熟悉与掌握礼仪规范,在商务“餐”中亮出您的风度和端庄?如何避免商务交流中可能遇到的尴尬问题,如着装不妥、用餐时手足无措?如何杜绝事情虽小,但会对个人以致公司的形象产生意想不到的不良影响?商务礼仪系统地介绍现代商务礼仪的特点、要点、规范,使您在商务场合中事事合乎礼仪,处处表现自如、得体,从而使商务交往活动顺利进行,事半功倍。商务礼仪是在商务活动中体现相互尊重的行为准则。商务礼仪的核心是一种行为的准则,用来约束我们日常商务活动的方方面面。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。

商务礼仪知识共享礼仪是人际交往的艺术,教养体现细节,细节展现素质,愿以下社交礼仪知识能帮助我们提高自身修养。

二、商务礼仪的基本内容

商务礼仪的基本内容包括以下几个方面:

- (1) 商务人员的形象塑造,包括商务人员服饰礼仪、商务人员仪表礼仪和商务人员仪态礼仪;
- (2) 商务日常见面礼仪,包括称呼礼仪、介绍礼仪、名片礼仪和握手礼仪;
- (3) 商务接待、拜访礼仪,包括商务接待礼仪、商务拜访礼仪和礼品馈赠礼仪;



(4) 商务宴请礼仪, 包括宴请基本礼仪、中餐宴会礼仪、西餐宴会礼仪和其他的酬宾礼仪;

(5) 商务谈判礼仪, 包括商务谈判礼仪的基本原则、商务谈判前的准备和商务谈判中的礼仪;

(6) 商务会务礼仪, 包括商贸洽谈会礼仪、产品展销会礼仪、新闻发布会礼仪和茶话会礼仪;

(7) 商务仪式礼仪, 包括开业仪式礼仪、剪彩仪式礼仪、签字仪式礼仪和交接仪式礼仪;

(8) 商务旅行礼仪, 包括商务旅途中的基本礼仪、商务出行礼仪和宾馆礼仪;

(9) 商务通讯礼仪, 包括接打电话礼仪、收发传真、电子邮件礼仪和常用商务文书礼仪;

(10) 涉外商务礼仪, 包括部分国家的商务礼仪、出国访问礼仪、接待外宾礼仪。

第三节 商务礼仪的作用和原则

一、商务礼仪的作用

(一) 塑造个人与企业的良好形象

我们在别人心目中的印象一般在 15 秒内形成。别人依据我们的衣着打扮、谈吐与行为来构成印象, 然后推断我们的性格。要改变恶劣的初次印象并不容易, 因此在职人士必须在客户面前建立一个良好的初次印象, 才能使得合作顺利, 良好的印象可以事半功倍, 一个人讲究礼仪, 就会在众人面前树立良好的个人形象。

一个组织的成员讲究礼仪, 就会为自己的组织树立良好的形象, 赢得公众的赞誉。现代市场竞争除了产品竞争外, 更体现在形象竞争。良好的企业形象是企业的无形资产, 无疑可以为企业带来直接的经济效益。一个拥有良好的信誉和形象的公司或企业就容易获得社会各方的信任和支持, 就可在激烈的市场竞争中处于不败之地。所以, 商务人员时刻注重礼仪, 既是个人和组织良好素质的体现, 也是树立和巩固良好形象的需要。个人形象代表企业形象, 个人的所作所为就是本企业典型的活体广告。

(二) 规范我们日常的商务行为

礼仪最基本的功能就是规范各种行为。商务礼仪可强化企业的道德要求, 树立企业遵纪守法、遵守社会公德的良好形象。我们知道, 道德是精神的东西, 只能通过人的言行举

止,通过人们处理各种关系所遵循的原则与态度表现出来。商务礼仪使企业的规章制度、规范和道德具体化为一些固定的行为模式,从而对这些规范起到强化作用。企业的各项规章制度既体现了企业的道德观和管理风格,也体现了礼仪的要求。员工在企业制度范围内调整自己的行为,实际上就在固定的商务礼仪中自觉维护和塑造着企业的良好形象,能展示企业的文明程度、管理风格和道德水准。

(三) 传递信息、展示价值

良好的礼仪可以更好地向对方展示自己的长处和优势,它往往决定了机会是否降临。如在公司,你的服饰得当与否可能会影响到你的晋升或与同事的关系;带客户出去吃饭时你的举止得体与否也许就决定了交易的成功与否;又或者,在办公室不雅的言行或许就使你失去了一次参加老板家庭宴请的机会……这是因为礼仪是一种信息,通过这个媒介表达出尊敬、友善、真诚的感情。所以在商务活动中,恰当的礼仪可以获得对方的好感、信任,进而推动事业的发展。



案例 1-1

小张今年 23 岁,××财经大学本科毕业。2008 年 9 月的一个周五,加了一会儿班,小张离开办公室已是晚上 7 点多了。大厦电梯载着他开到 11 楼时,进来一位老人。小张不认识,但是老人却先开口说:“小伙子,你是哪个公司的?”小张没有搭话,还瞟了对方一眼,没开口。老人不悦地问:“你是哪个公司的?告诉我”,小张才回答说:“期货公司的,有什么事情吗?”也就是这段对话,回到家后,小张接到经理的电话,才知道那位老人是他“领导的领导”。就这样,小张被下通牒:“你打个辞职报告,可以不来上班了。”小张的做法缺乏基本的礼仪修养,毁坏了个人形象,可见,礼仪无小事。

从某种意义上说,商业礼仪已经成为建立企业文化和现代企业制度的一个重要方面。现今全球经济一体化,商业社会竞争激烈,要比别人优胜,除了拥有卓越的能力外,还要掌握有效沟通及妥善的人际关系,而更重要的是拥有良好优雅的专业形象和卓越的商务礼仪。随着中国加入世贸,商机蓬勃,位处中国的商务人员若能掌握国际商务礼仪之知识,必能巩固国际商业关系。

二、商务礼仪的基本原则

(一) 平等尊敬

不尊重别人的人,别人也不会尊重他。正所谓“己所不欲,勿施于人”。别抱怨别人



不尊重你，要先问问自己是否尊重别人。所有的真爱基于一份尊重，没有任何一个人有资格否认另一个人，每个人都有存在的价值。虽然我们有时很难不用自己的价值观去判断别人，但是一颗尊重的心可以帮助我们不会错得太多。关爱是世界上最好的礼物，当你给人时，别人会用同样的方式来回敬你。在商务交往中我们要充分地考虑别人的兴趣和感情。人与人是平等的，尊重长辈、关心客户是一种至高无上的礼仪。当然，礼貌待人也是一种自重，不应以伪善取悦于人，更不可以富贵骄人。尊重他人的喜好、禁忌与当地的风俗和习惯。著名的社会哲学家弗洛姆说：“尊重生命、尊重他人也尊重自己的生命，是生命进程中的伴随物，也是心理健康的一个条件。”



案例 1-2

某纽约商人看到一个衣衫褴褛的铅笔推销员，出于怜悯，他塞给那人一元钱，不一会，他返回来，从卖笔的那儿取出几支铅笔，并抱歉地解释自己忘取笔了，末了说：“你跟我都是商人，你有东西要卖。”几个月后，再次相遇，那位铅笔推销员已成为推销商，并感谢这位纽约商人说：“你重新给了我自尊，告诉了我，我是个商人。”

（二）真诚宽容

商务人员的礼仪主要是为了树立良好的个人形象和组织形象，商务活动并非仅仅是短期行为，人们越来越注重其长远利益，只有恪守真诚原则，放眼将来，通过长期潜移默化的影响，才能获得最终的利益。商务人员不应仅追求礼仪外在形式的完美，更应将其情感的真诚流露与表达作为根本。商务人员要宽容、心胸坦荡、豁达大度，就是要能设身处地为他人着想，谅解他人的过失，不计较个人的得失，有很强的容纳意识和自控能力。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。从事商务活动，也要求宽以待人，在人际纷争问题上保持豁达大度的品格或态度。在商务活动中，出于各自的立场和利益，难免出现冲突和误解。遵循宽容的原则，凡事想开一点，眼光看远一点，善解人意、体谅别人，才能正确地对待 and 处理好各种关系与纷争，争取到更长远的利益。



案例 1-3

有一个年轻人，好不容易获得一份销售工作，勤勤恳恳干了大半年，非但毫无起色，反而在几个大项目上接连失败。而他的同事个个都干出了成绩。他实在忍受不了这种痛苦。在总经理办公室，他惭愧地说可能自己不适合这份工作。

“安心工作吧，我会给你足够的时间，直到你成功为止。到那时，你再要走我不留你。”老总的宽容让年轻人很感动。他想，总应该做出一两件像样的事来再走。于是，他在后来的工作中多了一些冷静和思考。过了一年，年轻人又走进了老总的办公室。不过，这一次他是轻松的，他已经连续七个月在公司销售排行榜中高居榜首，成了当之无愧的业务骨干。原来，这份工作是那么适合他！他想知道，当初，老总为什么会将一个败军之将继续留用呢？

“因为，我比你更不甘心”老总的回答完全出乎年轻人的预料。老总解释道：“记得当初招聘时，公司收下100多份应聘材料，我面试了20多人，最后却只录用了你一个。如果接受你的辞职，我无疑是非常失败的。我深信，既然你能在应聘时得到我的认可。也一定有能力在工作中得到客户的认可，你缺少的只是机会和时间。与其说我对你仍有信心，倒不如说我自己对自己仍有信心。我相信我没有用错人。”

（三）把握尺度

应用礼仪时要注意把握分寸，认真得体。适度就是把握分寸。礼仪是一种程序规定，而程序自身就是一种“度”。礼仪无论是表示尊敬还是热情都有一个“度”的问题，没有“度”，施礼就可能进入误区。人际交往中要注意各种不同情况下的社交距离，也就是要善于把握住沟通时的感情尺度。适度，不是中庸，而是一种明智的生活态度，自然与适度是唯美的人生境界。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。如在异性间握手时，握的时间、力度都要适可而止。时间太短、用力太轻显得不热情，给人不尊重的感觉；但时间太长不肯放手就又是对人家的侵犯了，用力太重会把人家的手弄疼。与人交谈时，眼光要看着对方，但又不能盯着不放。不看着对方，给人以心不在焉的感觉，是不礼貌的；但如果盯着对方，又是不尊重人家了。所谓适度，就是要注意感情适度、谈吐适度、举止适度。只有这样才能真正赢得对方的尊重，达到沟通的目的。

（四）准时守信

遵守规定或约定的时间也是尊重别人的重要体现。谁对时间最吝啬，时间对谁越慷慨。要时间不辜负你，首先你要不辜负时间。放弃时间的人，时间也放弃他。歌德说：“今天所做之事勿候明天，自己所做之事勿候他人。”守时为立业一要素。为了深化“时间就是金钱”这个观念，科特迪瓦总统洛朗·巴博出资请当地的一家公共公司举办了一个名叫“守时之夜”的活动，奖励那些特别守时的商业人士和公务员。值得一提的是，只要你能证明自己是那个最守时的人，就可以获得一幢价值6万美元的别墅。



案例 1-4

上海市静安区业余大学引进国际教育管理中心 (IEDMC)，建立了语言文化中心，并运用享誉国际职场的 Achievers 教育系统，打造了职业拓展中心 CDC。“面对 800 余名报名职前培训的应届大学生，提供免费培训的职业拓展中心 (CDC) 只留下了 26 人。2003 年，CDC 首次在上海大学挑选了 30 位应届大学生进行培训，结果有半数的学生最后进入了 GM、GE、英特尔等世界 500 强企业。用培训方负责人 Tony 的话来说，“被淘汰的人往往不知道自己被取消资格的原因，这也正是 CDC 要教会他们的——在求职或者在职场的生存发展中，重要的是良好的职业习惯，而不是一味地迎合企业”。

200 余名有机会参加 CDC 测试的学生中，又有 25% 的学生因为“不守时”，而丧失了参加最终培训的资格。“求职态度本来就是国际化大企业对员工的招聘底线，CDC 的测试同样也是基于此，我们对来测试的学生们从上第一堂课就开始进行选拔，不守时的学员就已先丢失了继续培训的资格，因为他们的求职态度不对” Tony 说，以 GE 为例，进公司的第一年，任何不遵守公司规范的员工都会被开除。

(资料来源: <http://www.fxzg.net>)

(五) 恪守承诺

信守约定是指在一切正式的商务交往之中，都必须认真而严格地遵守自己的所有承诺，言出必行。许诺一定要兑现，如约会必须要如约而至。在商务交往中，要真正做到“一诺千金”，对一般人而言，尤须在下列三个方面身体力行，严格地要求自己：一是在人际交往中，许诺必须谨慎；二是对于自己已经做出的约定，务必要认真地加以遵守；三是万一由于难以抗拒的因素，致使自己单方面失约，或是有约难行，需要尽早向有关各方进行通报，如实地解释，并且还要郑重其事地向对方致以歉意，并且主动地负担按照规定和惯例因此给对方所造成的某些物质方面的损失。



案例 1-5

诚实守信的经商——顺德商人的共同名片

一家意大利企业在国内考察了几年后，最终还是确定了广东顺德开关厂有限公司作为他们在华南地区唯一的合作伙伴，并不断增资合作。公司董事长麦先生说，良好的信用是吸引外商的一个重要因素。