



21st CENTURY
实用规划教材

全国高职高专**经济管理类**规划教材

现代商务礼仪

主 编 覃常员 张幸花



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



中国农业大学出版社
CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书系统、全面地介绍了商务活动中的商务人员形象设计、语言交际礼仪、商务会面礼仪、商务人员日常交往礼仪、商务活动礼仪、谈判礼仪、应聘礼仪、涉外商务礼仪以及国际商务礼俗与禁忌等方面的知识、技能和技巧。本书内容新颖,语言简洁流畅,并配有例证和实训,是一本优秀的商务礼仪教材。

本书涉及面广、实用性强,不仅可以作为高职院校学生的教材,同时也可以作为高等专科学校、成人高校、本科院校的技术学院、继续教育学院和各类培训机构的教材或参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

现代商务礼仪/覃常员,张幸花主编. —北京:中国农业大学出版社;北京大学出版社, 2009.9
(全国高职高专经济管理类规划教材)

ISBN 978-7-81117-855-5

I. 现… II. ①覃…②张… III. 商务—礼仪—高校学校:技术学校—教材 IV. F718
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 150789 号

书 名: 现代商务礼仪

著作责任者: 覃常员 张幸花 主编

总 策 划: 第六事业部

执行策划: 乐和琴 刘 丽

责任编辑: 郝建良 丛晓红

标准书号: ISBN 978-7-81117-855-5

出 版 者: 北京大学出版社(地址: 北京市海淀区成府路 205 号 邮编: 100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

中国农业大学出版社(地址: 北京市海淀区圆明园西路 2 号 邮编: 100193)

网址: <http://www.cau.edu.cn/caup> E-mail: cbsszs@cau.edu.cn

电话: 编辑部 62732617 营销中心 62731190 读者服务部 62732336

印 刷 者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社 中国农业大学出版社

经 销 者: 新华书店

787mm×980mm 16 开本 15.5 印张 312 千字

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 24.00 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

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

高职高专财经管理系列实用规划教材(已出版)

序号	书 名	主 编	订 价	序号	书 名	主 编	订 价
1	统计学原理与实务	姜长文、简家进	26.00	28	会计电算化实用教程(第2版)	刘东辉	20.00
2	经济法原理与实务	孙晓平、邓敬才	38.00	29	会计英语	杨 洪	28.00
3	现代公共关系原理与实务	张美清	25.00	30	基础会计实训教程	王桂梅	20.00
4	广告原理与实务	郑小兰、谢 璐	32.00	31	财务会计实用教程	丁增稳、高 丛	36.00
5	管理学原理	季 辉、冯开红	26.00	32	中小企业管理	吕宏程	35.00
6	企业管理	张·亚、周巧英	34.00	33	国际商务谈判	卞桂英、刘金波	33.00
7	人力资源管理	李蔚田、傅 航	40.00	34	金融英语	刘 娣	24.00
8	市场营销学	李世宗、李建峰	28.00	35	成本会计实训教程	贺英莲	23.00
9	基础会计教程与实训	李 洁、王美玲	28.00	36	营销策划技术	方志坚	26.00
10	基础会计原理与实务	侯旭华、缙字英	28.00	37	市场调研案例教程	周宏敏	25.00
11	审计学原理与实务	马西牛、杨印山	32.00	38	秘书理论与实务	赵志强	26.00
12	财务会计	李 哲、孙晓平	29.00	39	成本会计	李桂梅	28.00
13	税务会计实用教程	李克桥、郭 华	37.00	40	资产评估	董亚红	40.00
14	财务管理教程与实训	张 红、景云霞	37.00	41	消费心理学	臧良运	31.00
15	会计电算化实用教程	张耀武、卢云峰	28.00	42	零售学	陈文汉	30.00
16	国际金融基础与实务	冷丽莲、刘金波	33.00	43	管理信息系统	刘 宇	33.00
17	国际贸易理论与实务	程敏然、贺亚茹	40.00	44	统计学基础	阮红伟	30.00
18	货币银行学	曹 艺、卞桂英	28.00	45	基础会计教程	侯 颖	30.00
19	进出口贸易实务	周学明、金 敏	30.00	46	现代企业管理	于翠华、贾志林	38.00
20	财政基础与实务	才凤玲、张云莺	34.00	47	统计学原理	廖江平、刘登辉	25.00
21	财政与金融	谢利人、郝巧亮	37.00	48	经济法实用教程	胡卫东、吕 玮	39.00
22	国际结算	徐新伟	33.00	49	通用管理实务	叶 萍	39.00
23	商品学概论	方凤玲、杨 丽	30.00	50	商务礼仪	李 巍	33.00
24	商务谈判	范银萍、刘 青	32.00	51	国际结算	黎国英	25.00
25	现代物流管理	沈 默、李承霖	37.00	52	国际贸易概论	黎国英、张新亚	28.00
26	仓储与配送管理实务	郭曙光	44.00	53	现代商务礼仪	覃常员、张幸花	24.00
27	电子商务实务	胡华江、余诗建	27.00				

电子书(PDF版)、电子课件和相关教学资源下载地址: <http://www.pup6.com/ebook.htm>, 欢迎下载。

欢迎免费索取样书, 请填写并通过 E-mail 提交教师调查表, 下载地址: <http://www.pup6.com/download/教师信息调查表 excel 版.xls>, 欢迎订购。

联系方式: 010-62750667, wudi1979@163.com, linzhangbo@126.com, 欢迎来电来信。

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、更加便于管理同时更有意义。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。在经济迅速发展的今天,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技巧,有助于企业商务人员塑造自身形象,为商务活动的顺利进行保驾护航。

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以及学生的认知特点、学习规律,重点突出了职业技能的培训,安排了大量的实训项目。

本书由广州城建职业学院覃常员进行课程整体设计并与广东邮电职业技术学院张幸花共同担任主编,广州科技贸易职业学院许争艳、广州城建职业学院匡爱花担任副主编。最后由覃常员对全书进行统一加工整理,总纂定稿。

本书编写具体分工为:覃常员编写第1章、第4章和第6章;张幸花编写第2章、第3章和第5章;许争艳编写第7章和第9章;匡爱花编写第8章。

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、技能与技巧,帮助读者更好地同他人沟通相处。

由于编者水平有限,书中难免存在不妥之处,敬请广大读者批评指正!

编 者
2009年6月

目 录

第 1 章 商务礼仪概述.....	1	应用与拓展	42
1.1 礼仪及商务礼仪内涵	2	习题与实训	44
1.1.1 礼仪的概念	2	第 3 章 商务语言交际礼仪.....	45
1.1.2 商务礼仪的内涵	3	3.1 语言交际的方式	46
1.2 商务礼仪的功能	5	3.1.1 有声语言	47
1.3 商务礼仪的基本原则	6	3.1.2 副语言	50
1.4 商务人员的礼仪修养	9	3.1.3 势态语言	53
1.4.1 礼仪修养的内涵	9	3.2 语言交际的技巧和禁忌	56
1.4.2 商务人员礼仪修养的提高.....	10	3.2.1 语言交际技巧	56
应用与拓展	12	3.2.2 语言交际禁忌	65
习题与实训	14	3.3 语言交际中的文化差异	68
第 2 章 商务人员形象设计.....	16	3.3.1 文化背景对语言交际的影响.....	69
2.1 商务人员形象设计及其原则	17	3.3.2 有效的跨文化交际原则.....	72
2.1.1 形象和个人形象设计	17	3.4 电话礼仪	73
2.1.2 商务人员形象设计原则.....	18	3.4.1 电话交谈的特点和要求.....	74
2.2 商务人员的仪容举止礼仪	19	3.4.2 电话交际礼仪	75
2.2.1 仪容举止的含义	19	3.4.3 电话形象	77
2.2.2 基本的仪容修饰礼仪	20	3.5 演讲礼仪	78
2.2.3 表情礼仪	24	3.5.1 演讲语言概述	78
2.2.4 举止礼仪	26	3.5.2 演讲语言的要求	80
2.3 商务人员的仪表服饰礼仪	29	应用与拓展	82
2.3.1 商务人员的着装原则	29	习题与实训	83
2.3.2 服饰与色彩	32	第 4 章 商务会面礼仪.....	84
2.3.3 礼服的穿着	34	4.1 称谓礼仪	85
2.4 商务人员的体态语言礼仪	37	4.1.1 称呼的方式	85
2.4.1 体态语言	38	4.1.2 称呼时应注意的问题.....	86
2.4.2 空间位置与尊重	40	4.1.3 国际交往中的称谓礼仪.....	87
2.4.3 体态语言的运用原则	41		



4.2 介绍的礼仪	89	5.4.7 拒礼礼仪	124
4.2.1 介绍自己	89	应用与拓展	125
4.2.2 介绍他人	90	习题与实训	126
4.2.3 介绍集体	91	第6章 商务活动礼仪	128
4.2.4 接受介绍时的礼仪	91	6.1 商务会议礼仪	129
4.3 握手与致意礼仪	92	6.1.1 商务会议筹备礼仪	129
4.3.1 握手礼仪	92	6.1.2 商务会议主持、发言和参会 礼仪	136
4.3.2 致意礼仪	96	6.1.3 几种常见的商务会议礼仪 要点	138
4.4 名片使用礼仪	97	6.2 商务洽谈礼仪	145
4.4.1 名片的用途	97	6.2.1 商务洽谈的准备礼仪	146
4.4.2 商务名片的制作	98	6.2.2 商务洽谈的仪表礼仪	148
4.4.3 名片的交换礼仪	99	6.2.3 商务洽谈的迎见礼仪	148
应用与拓展	100	6.2.4 商务洽谈的举止礼仪	148
习题与实训	101	6.2.5 商务洽谈的谈吐礼仪	150
第5章 商务人员日常交往礼仪	102	6.3 商务仪式和专项活动礼仪	151
5.1 邀约礼仪	103	6.3.1 开业典礼礼仪	151
5.1.1 邀约的方式	105	6.3.2 交接仪式礼仪	154
5.1.2 回复正式邀约礼仪	108	6.3.3 剪彩仪式礼仪	156
5.2 商务拜访礼仪	110	6.3.4 签字仪式礼仪	158
5.2.1 拜访前的预约礼仪	110	6.3.5 开放参观活动礼仪	160
5.2.2 拜访中的举止礼仪	112	6.4 商务宴请礼仪	162
5.2.3 做客礼仪	113	6.4.1 宴请的种类与形式	163
5.3 商务接待礼仪	114	6.4.2 宴请筹备礼仪	165
5.3.1 接待准备	115	6.4.3 宴请的程序礼仪	169
5.3.2 正式接待	115	6.4.4 赴宴礼仪	169
5.3.3 接待时的注意事项	116	应用与拓展	171
5.4 商务馈赠礼仪	118	习题与实训	173
5.4.1 确定馈赠目的	118	第7章 应聘礼仪	174
5.4.2 馈赠的原则	118	7.1 应聘准备工作	175
5.4.3 礼品的选择	119	7.1.1 应聘前的准备工作	175
5.4.4 馈赠方式	120	7.1.2 应聘前的简历制作	176
5.4.5 馈赠的礼节	121		
5.4.6 受礼礼仪	123		





7.1.3 着装形象设计	177	8.3.2 会见、会谈礼仪	207
7.2 面试礼仪	178	8.4 涉外商务宴请及陪同礼仪	209
7.2.1 面试从接到通知就开始	178	8.4.1 涉外宴会的形式	209
7.2.2 面试前的物资准备	178	8.4.2 涉外宴请的准备礼仪	210
7.2.3 面试前的心理准备	179	8.4.3 涉外宴请座次安排礼仪	211
7.2.4 面试前的研究准备	180	8.4.4 涉外宴请程序礼仪	211
7.3 求职信函、求职电话和笔试礼仪	183	8.4.5 出席西餐宴会的注意事项 礼仪	212
7.3.1 求职信函	183	应用与拓展	213
7.3.2 求职电话礼仪	185	习题与实训	215
7.3.3 笔试礼仪	186		
应用与拓展	188		
习题与实训	190		
第8章 涉外商务礼仪	191	第9章 国际商务礼俗与禁忌	217
8.1 涉外商务礼仪的原则	192	9.1 亚洲国家商务礼俗与禁忌	218
8.1.1 涉外礼仪	192	9.1.1 亚洲概况	218
8.1.2 涉外礼仪的基本原则	193	9.1.2 亚洲主要国家的礼俗与禁忌	219
8.2 涉外商务礼仪的基本要求	196	9.2 欧洲国家商务礼俗与禁忌	223
8.2.1 维护形象	197	9.2.1 欧洲概况	223
8.2.2 信守约定	197	9.2.2 欧洲主要国家的礼俗与禁忌	223
8.2.3 不卑不亢	197	9.3 美洲国家商务礼俗与禁忌	227
8.2.4 热情有度	197	9.3.1 美洲概况	227
8.2.5 尊重隐私	198	9.3.2 美洲主要国家的商务礼俗与 禁忌	227
8.2.6 不必过谦	199	9.4 非洲国家商务礼俗与禁忌	229
8.2.7 入乡随俗	199	9.4.1 非洲概况	229
8.2.8 求同存异	199	9.4.2 非洲主要国家的商务礼俗与 禁忌	230
8.2.9 不宜先为	200	应用与拓展	233
8.2.10 女士优先	200	习题与实训	235
8.2.11 爱护环境	201		
8.2.12 以右为尊	202		
8.3 涉外商务迎送、会见和会谈礼仪	202	附录 商务礼仪相关知识	236
8.3.1 迎送礼仪	202	参考文献	240

第1章 商务礼仪概述



学习目标

● 技能目标:

1. 在商务活动中能够遵循商务礼仪的基本原则
2. 学会基本站姿、坐姿、蹲姿
3. 学会面部表情的正确运用、手势语的正确运用

● 知识目标:

1. 理解礼仪及商务礼仪内涵
2. 明确商务礼仪的功能
3. 掌握商务礼仪的基本原则

【做一做】

1. 在地面上画一条直线或直放一条细绳索,行走时双脚内侧踩在画的直线上或细绳上,若稍稍碰到直线或细绳,即证明行走时两脚几乎是在一条直线上。否则,就是不正确的,需要训练纠正。

2. 坐姿要端正,不要跷脚、摇腿,也不要显出懒散的样子,女同志不要分开双腿。入座时走到座位前,转身后把右脚向后撤半步,轻稳坐下,然后把右脚与左脚并齐,坐在椅上;上体自然挺直,头正,表情自然亲切,目光柔和平视,嘴微闭,两肩平正放松,两臂自然弯曲放于膝上,也可以放在椅子或沙发扶手上,掌心向下,两脚平落地面;起立时右脚向后收半步然后站起。每个同学都试一试,如果不符合这些标准,就需要训练纠正。

【想一想】

某制药厂濒临倒闭,政府计划为他们引进德国投资。在签约之前,德国某公司总裁到该制药厂视察,该厂长陪同参观车间。就其其间,这位厂长不经意间吐了一口痰。德国总裁看到后,当时就结束了视察,并告知政府领导决定不再签约。他的理由很简单:这是制药厂,产品是关系人命的,怎能随地吐痰?这家工厂本来可以借助外商投资起死回生,但由于该厂长在社交场合一个不经意的失礼,导致了工厂最终破产。



在商品经济日益发展的今天,商界的尔虞我诈正越来越不为人们所认同,人们更加青睐文明经商。商务交际是一门很高深的学问和艺术,是知识、技巧和经验的积累,它直接关系到企业、企业家、企业员工的形象甚至命运。因此,商务礼仪的学习和实践非常重要。

1.1 礼仪及商务礼仪内涵

1.1.1 礼仪的概念

众所周知,中国是一个有着几千年文明历史的礼仪之邦。在今天的社会生活中,无论是工作、学习、商务活动、娱乐休闲,我们都要讲究文明,讲究礼仪。

那么,什么是礼仪呢?

礼仪就是在人际交往活动中,以一定的、约定俗成的程序、方式表现出来的律己、敬人的过程。它涉及仪表、穿着、交往、沟通、语言、情商等方面的内容。

礼仪规范的对象是个人行为修养,它既适用于个人与个人之间的交往,也适用于组织与组织之间的交往。

礼仪属于公共关系学,是公共关系学的一个子学科。公共关系学是现代社会中一个社会组织塑造组织形象的科学,而礼仪作为子学科塑造的则是个人形象。

礼仪大致分为政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪、涉外礼仪 5 大类。因为礼仪是一门综合性的学科,各分支礼仪内容都是相互交融的,大部分礼仪内容大体相同,本书所指的是商务礼仪。

从个人修养的角度来看,礼仪是一个人内在修养和素质的外在表现。

从交际的角度来看,礼仪是人际交往中的一种实用艺术,是一种交际方式和交际方法,是人际交往中约定俗成的表示尊重、友好的规范做法。

从传播的角度来看,礼仪是在人际交往中进行相互沟通的技巧和艺术。

从个人的角度来看,礼仪的主要功能是有助于提高个人的自身修养和素质;有助于美化自我、美化生活;有助于促进人们的社会交往,改善人际关系;同时还有助于改善社会风气。

从组织的角度来看,礼仪是组织文化、组织精神的重要内容,是组织形象的主要载体。大凡国际先进的企业,都有高标准的礼仪要求,都把礼仪作为企业文化的重要内容。同时,也把它作为获得国际认证的重要软件。

礼仪包含“礼”和“仪”两种形式,礼者敬人也,要知礼、懂礼、讲理,要尊重他人。“仪”即仪式,是人际交往活动中的表现形式。要求人们将所掌握的礼仪知识准确、恰当地表现出来。





学习礼仪知识首先要从理论上系统学习,尽可能多地掌握相关知识;其次在日常生活中要自觉实践、恰当运用。在理论指导下的实践过程中,使自己的心灵得到净化,个人的修养和素质得到提高,从而促进整个社会文明的发展。

1.1.2 商务礼仪的内涵

商务礼仪是指在商务活动中的礼仪规范和准则。它是一般礼仪在商务活动中的运用和体现,在内容上比一般的人际交往礼仪更为丰富。同一般的人际交往礼仪相比,商务礼仪具有很强的规范性和可操作性,并且与商务组织的经济效益密切相关。商务礼仪具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式等方面。

1. 礼貌

礼貌是指人们在商务活动中展现出来的得体的风度和风范。礼貌是礼的行为规范,是指人在仪容、仪表、仪态、语言和动作上待人接物的表现。礼貌主要通过言语和动作表现对他人的谦虚和恭敬,它是一个人文化层次和文明程度的体现。良好的教养和道德品质是礼貌的基础,我们可以通过自觉的培养和必要的训练,养成良好的礼貌习惯。在日常生活和工作环境中,习惯的微笑、主动打招呼、善意的问候、得体的举止等都是礼貌的反映。商务交往中有礼貌的人往往热情大方、待人谦恭、行为举止得体,显得很有教养。在商务会面时,他会自觉地向对方问好,行致意礼或握手礼,说话彬彬有礼,一切礼仪的运用看上去自然和谐。

2. 礼节

礼节是指人们在社会交往过程中表示出的尊重、祝颂、问候、哀悼等惯用的形式和规范。礼节是礼的惯用形式,是礼貌的具体表现方式。比如现代商务交往中,初次见面要行握手礼、交换名片等礼节。礼节从形式上看,具有严格规定的仪式;从内容上看,它反映着某种道德原则,反映着对人的尊重和友善。在行握手礼时,长辈、上级、女士先伸手,晚辈、下级、男士才能伸手相握;交换名片时一般是地位低的先向地位高的递名片,对方人员较多时,先将名片给职务高或年龄大的,分不清职务时,按照座次递送名片,这都是礼节。在国际交往中,由于各国的风俗习惯和文化的不同,礼节的具体表达具有明显的差异。例如,握手、点头、拥抱、鞠躬、合十、碰鼻子、折肚皮等,都是礼节的表现形式,而且不同国家、地区和民族的表达形式不同。礼节是社会交往中人与人之间约定俗成的“法”;是必须遵守的表示礼仪的一种惯用形式。因此,我们平时应十分注重不同礼节的具体运用,以避免出现“失礼”行为而影响商务活动的进行。



李杨的亲身经历

前些时候，李杨做兼职，就是发传单，我们在街头也应该遇见过。不知道你是怎么面对那些发传单的人的！李杨发了一天传单，很多人都是不正眼看一下，更不会接传单！但是，他那天碰到了一个很有礼貌的人，那人接过传单后，微笑着说了声“谢谢！”

发了一天，他遇到第一个说谢谢的，而且脸上不是不耐烦，而是微笑！

3. 仪表

仪表是指人的容颜、服饰、姿态、风度等。仪表展现了一个人内在的文化修养和审美情趣，得体的服装和修饰会给人留下良好的第一印象，从而为进一步地人际交往和商务活动打下良好的基础。恰当的穿着、优雅的举止会提高一个人的身份，树立良好的形象。根据自身的条件、结合自己的身份注意色彩调配、考虑出席场合，是仪表礼仪成功与否的评判依据。例如，一位刚毕业的女学生去应聘秘书职位，如果知道面试官是一位男士，最适宜选择浅灰色套裙配蓝色衬衫；如果面试官是女士，穿米色套裙配蓝色衬衫更合适；如果面试官有男有女，则选择中间色度蓝色配白衬衫。同时应着淡妆，妆面清新自然。这样的仪容和仪表修饰，遵循了自己的身份、应聘的职位、角色的定位和与环境相适应的着装要求。



4. 仪式

仪式是指在一定场合举行的、具有专门程序、规范的活动形式。仪式常用在较大和较隆重的场合，如开幕式、签字仪式、剪彩仪式等。在商务活动中，商务人员经常会组织或参加各类商务仪式，这些仪式均有规范和做法，有助于仪式顺利举办，建立良好组织形象。因此，要认真对待、精心准备、注重细节，不能出错。在商务活动中，言谈举止及仪表大方得体、讲究礼貌，按约定俗成的规矩办事，按礼节程序接待客户(顾客)等，都属于商务礼仪的范畴。

商务礼节与商务礼仪既相互联系又相互区别。首先，商务礼节产生于商务礼仪之前。在商业活动的初始阶段，人们之间的礼节单调而简单。随着业务活动的复杂化和现代化，商务礼节越来越多，也越来越复杂，逐渐在人们心目中形成了一种约定俗成的规矩，于是就产生了一定的礼节程序，商务礼仪也就从商务礼节中自然而然地分离了出来。因此，商务礼节是商务礼仪的基础，没有商务礼节，商务礼仪是不存在的。其次，商务礼节和商务礼仪是有区别的，礼仪



包含礼节,礼仪除礼节外还有礼貌等内容。但就目前来讲,我国的商务礼节和商务礼仪之间的差别不是很明显。

商务礼仪作为企业文化和企业理念不可或缺的组成部分,其作用是无法替代的。在商务活动中,任何一个微小的礼仪细节的疏忽都可能给自身及公司的形象带来损害,甚至会因此失去重要客户。

1.2 商务礼仪的功能

商务礼仪能展示企业的精神风貌、管理风格和道德水准,也可以塑造良好的企业形象。良好的企业形象是企业的无形资产,可以为企业带来直接的经济效益。一个人讲究礼仪,就会在众人面前树立良好的个人形象;一个组织的所有成员讲究礼仪,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,还有形象竞争。一个具有良好信誉和形象的商务组织,必定能赢得社会各方的信任和支持,取得事业的发展,进而在激烈的市场竞争中处于不败之地。所以,商务人员要时刻注重礼仪,这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以增强竞争力的需要。

从现代企业的要求来看,商务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。它主要具有以下功能。

1. 规范行为和塑造形象的功能

礼仪礼节属于道德范畴,是精神文明和公共道德中极其重要的组成部分。礼仪最基本的功能就是规范各种行为,有效地约束人们的言行,使之向着符合道德和社会行为规范的方向发展。商务礼仪体现了对企业的道德要求,有助于树立企业遵纪守法、遵守社会公德的良好形象。我们知道,道德是精神层面的东西,只能通过人的言行举止以及人们处理各种关系时的行为与态度表现出来。商务礼仪将企业的规章制度、规范和道德标准具体化为一些固定的行为模式。企业的各项规章制度既体现了企业的道德标准和管理风格,也体现了礼仪的要求。员工根据企业制度规范调整自己的行为,实际上就是在固定的商务礼仪中自觉塑造和维护着企业的良好形象。商务人员在工作中,代表着自己以及为之服务的组织的利益。在消费者及公众心目中,商务人员就是企业的代表,他们的形象代表着企业的形象。比如,作为一名品牌服装代理商,他的员工的职业形象,自然也代表了公司的形象。

2. 沟通与协调的功能

在商务交往中,人们能够自觉地遵守商务礼仪的规范和准则,执行商务礼仪的程序,这样就容易沟通双方的感情,达到相互理解、建立友谊、互通有无、融洽关系、获取信息的目的,



建立起良好的人际关系,有助于商务交往的成功,便于实现双方的商务目标。反之,如果在商务交往中不注意商务礼仪,就会很容易产生感情排斥,给对方以不良印象,造成人际关系紧张,进而影响到商务活动的顺利进行。所以,从某种程度上来说,商务礼仪是商务交往和谐发展的调节器,遵循商务礼仪有助于加强人们之间的相互尊重,建立友好合作的关系,也可消除某些不必要的障碍。

3. 传递信息、展示价值的功能

良好的商务礼仪行为可以很好地向对方展示良好的商务形象,也有助于商业机会的把握。例如,在接听电话时,恰当的礼貌用语会给对方留下美好的印象;在商务接待中,语言礼仪的娴熟运用、接待礼仪的细节到位,会使对方感到温暖,得到尊重的满足,为后期的合作带来极大的帮助。礼仪是一种信息,可表达出尊敬、友善、真诚的感情,同时还能展示自身的价值。所以,在商务活动中恰当的礼仪可以获得对方的好感和信任,有助于事业的发展。

总而言之,对于商务人员来说,商务礼仪是其道德水平、文化修养、交际能力的外在表现;对于企业来说,商务礼仪是企业价值观念、员工整体素质的集中体现,是企业精神风貌的重要标志。因此,商务礼仪成为直接塑造商务人员个人形象、间接塑造企业形象的重要工具。

1.3 商务礼仪的基本原则

1. 相互尊重原则

商务交往活动中,礼仪主体与礼仪对象之间应该相互尊重,因为彼此尊重是双方继续沟通与合作的前提。相互尊重是商务礼仪的基本原则。在商务活动中,讲究礼貌并不是虚伪的客套,而是为了表达对别人的尊重,只有这样才能得到对方的真诚回报。只有人们相互尊重,才能营造融洽的沟通氛围,保持和谐的人际关系,塑造良好的社会风气。

尊重与敬意是礼仪的情感基础,商务人员尤其要注意在商务交往中居于首位的是尊重人的人格。人格作为一个人的主体灵魂,是个人在社会生活中主体地位与价值的表征,所以,尊重人的人格为尊重原则的第一要义。相互尊重还包含尊重人的人身自由及其他各项权利,比如要尊重人的隐私权。此外,善于肯定人、欣赏人和赞美人,也是尊重的具体表现。彼此的相互尊重,能够保持和谐的人际关系,促进双方的深入交往。商务礼仪中的尊重还包括了解和尊重不同国家和地区的不同礼节方式和风俗习惯。

每个人都有自尊心,都希望得到他人的尊重。所以尊重是相互的,不是单向的,它包括自尊与尊人两个方面。自尊指的是对自我的尊重,是一个人对自身的态度,是自我意识的表现。一个人能够自己尊重自己、接纳自己,保持自己的人格和尊严,就叫做自尊。尊人就是对待他





人的态度。这种态度要求承认和重视他人的人格、感情、爱好、习惯和职业、社会价值以及所享有的权力和利益。在社交场合中尊重他人至少应做到3点：给他人充分表现的机会；对他人表现出最大的热情；永远给对方留有余地。



小案例

程门立雪

“程门立雪”这个故事出自《宋史·杨时传》：“见程颐于洛，时盖年四十矣。一日见颐，颐偶瞑坐，时与游酢侍立去。颐既觉，则门外雪深一尺矣。”

“程门立雪”说的是宋代学者杨时和游酢向程颐拜师求教中如何讲究礼仪的故事。杨时、游酢二人，原先以程颢为师，程颢去世后，他们都已四十岁，而且都已考上了进士，然而他们还要去找程颐继续求学。故事就发生在他们初次到嵩阳书院，登门拜见程颐的那天。

相传，那日杨时、游酢来到嵩阳书院拜见程颐，不巧正遇上程老先生闭目养神，坐着假睡。这时候，外面下起了大雪。这两人求师心切，便恭恭敬敬侍立一旁，不言不动。如此等了大半天，程颐才慢慢睁开眼睛，见杨时、游酢站在面前，吃了一惊，说道：“啊，啊！他们两位还在这儿没走？”这时候，门外的雪已经积了一尺多厚了，而杨时和游酢并没有一丝疲倦和不耐烦的神情。

这个故事就叫“程门立雪”，在宋代读书人中流传很广。后来人们常用“程门立雪”的成语表示求学者尊敬师长和求学心诚意坚。

2. 诚实守信原则

诚实是指待人真实不欺和说话做事客观公正，守信是指人说话算数、言行一致。商务礼仪是在长期的商务活动中形成的约定俗成的礼仪规范，反映了商务礼仪主体与客体的共同利益要求。礼仪一定要用行为去实践，确确实实地去做，诚信兼备，言必信、行必果。“以诚感人者，人亦诚而应”，只有诚心地对待他人，才能得到别人的真诚对待。信誉是交往的基础，商务交往更应诚实守信，以获得他人信赖。古人云：守礼者，定知廉耻，讲道义。礼仪绝不是外表的伪饰，真正掌握商务礼仪精髓的人是发自内心地表现出对他人的尊重、友好，表里如一，待人真诚的礼仪言行，展示出商务人员在商务交往中的品德修养，有助于建立和谐、融洽的人际关系。

3. 对等原则

商务礼仪是建立在对等的基础之上的，对等原则是商务礼仪的基本原则，这也是商务礼仪



和传统礼仪的根本区别。礼仪行为常常表现出双方性或多方性，你给对方施礼，对方也自然会还你以礼，这种礼仪施行必须讲究平等的原则。平等要求人与人交往中不要骄狂、不要我行我素、不要自以为是、不要厚此薄彼，更不要以貌取人或以职业、地位和权势压人，而是应该时时刻刻平等、谦虚待人，只有这样才能结交更多的朋友。

美国心理学家马斯洛(Maslow)的“需求层次”理论指出，每个人都有由低至高5个层次的需求：生理、安全、社交、受到尊重及自我价值的实现。商务交往中礼仪的运用同样要遵循这一理论。商务交往中，要实现和谐融洽的关系，必须给予对方充分的尊重，切不可盛气凌人、摆架子，尤其是大公司、大企业更应注意。商务礼仪的对等原则，常常表现为商务礼仪的主体和客体相互往来中使用的礼仪、礼节、仪式的对等，双方给予彼此同等的礼遇。商务交往的双方在道德和人格上是平等的。它要求对一切人一视同仁，而不管他在现实社会中所处的地位如何，对新朋、老友，都给予同等的礼遇。

4. 适度原则

适度原则是指商务交往中要把握与特定环境相适应的感情尺度，就是要求在运用礼仪时，既要掌握普遍规律，又要针对具体情况。在不同的交往背景下，人们必须掌握交往的各种尺度，不得随意逾越。在商务交往中对人要热情友善，但对人热情的表现要有一定的分寸，恰到好处，使人感到能够自然适应，同时还要注意言行适度。言行适度要求人们在交往中为了保证取得交往效果，必须注意语言技巧，即语言使用合乎规范，做到把握分寸、大方得体。在交往前，首先要考虑目的何在，然后根据目的，针对不同场合、不同对象，正确地表达自己的敬意。例如，社交中对于初次见面应保持的距离、男女之间应保持的距离、熟人之间应保持的距离、不同国家和不同宗教信仰人之间应保持的距离都是不相同的，应了解和把握。在商务交往中，既要彬彬有礼，又不能低三下四，既要热情大方，又不能阿谀奉承。

5. 宽容原则

宽即宽待，容即包容。宽容是待人的一般原则，也是商务礼仪所必须遵循的基本原则。宽容原则就是既要严于律己，又要宽以待人。作为商务人员，在商务交往中要保持豁达大度的品格或态度，善解人意、容忍和体谅他人，不能总以自己的标准去衡量一切、求全责备、过分苛求；一定要设身处地为对方着想，要善于换位思考，容纳别人的礼仪不周之处，不要过分斤斤计较，不要为别人的礼仪不周而耿耿于怀，要谨记孔子言“宽则得众”。宽容也是一种美德，宽容意味着交际主体要有容人的雅量和主动为他人考虑的品德，是对交往对象的人生观、价值观和个性差异等给予充分的理解和尊重。由于各地的文化背景差异、个人个性差异、受教育程度差异、礼仪修养差异等，在商务交往中，礼仪、礼节、礼貌不周之处常有之，只要不是有意而为，受礼者就要有容纳别人过错的胸襟，不可得理不饶人、苛责对方。有人认为宽容的态度待人处世是懦弱的表现，其实不然，它是一种有气度的行为，有气度的行为往往具有巨大的感





化力量。宽容别人不但能缓和气氛,改善交往环境,显示出自己良好的礼仪修养,而且能在相当程度上潜移默化地影响对方,使其受到感化。



小案例

宽以待人的刘铭传

刘铭传是清廷派驻台湾的总督,他对建设台湾作出了很大贡献。台湾的第一条铁路便是他督促修建的。刘铭传的任用,有一则发人深省的小故事。当时李鸿章将刘铭传推荐给曾国藩时,还一起推荐了另外两个书生。曾国藩为了了解他们三人中谁的品格最好,便故意约他们在某个时间到曾府去面谈。可是到了约定的时刻,曾国藩却故意不出面,让他们在客厅中等候,暗中仔细观察他们的行为态度。只见其他两位都显得很不耐烦,不停地抱怨。只有刘铭传一个人安安静静、心平气和地欣赏墙上的字画。后来曾国藩考问他们客厅中的字画,也只有刘铭传一人答得出来。结果刘铭传被推荐为台湾总督。

没有宽容、耐性的人,必定缺乏坚毅持久、克服万难的精神,自然成就不了什么伟大的事业。如果你希望将来能有所作为,首先必须培养自己的宽容之心以及耐心和毅力。

6. 自律原则

商务礼仪的自律原则是指在商务交往中,在没有任何监督的情况下,商务人员都能依据礼仪规范要求自我、约束自我、对照自我,自我反省、自我检点,形成自觉的行动。在商务交往中,应做到言语不失礼、行动不出格、仪态不失态,要善于自我约束,真正做到“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”。要在自己的内心树立一种道德信念和行为准则,无须外界监督,自觉约束自己的行为。商务人员不能把礼仪看做是一种客套、多余工作,而应该认识到礼仪实质是人们自我意识的道德要求,是自我素质的自然流露,是自我修养的自觉行为,是一种自律行为。因此,商务人员应该在了解和掌握具体的礼仪规范的基础上,逐步在内心树立道德信念和行为准则,将礼仪训练内化为礼仪修养,形成礼仪的自律,使自己真正成为一个有道德、有修养、受人欢迎的人。

1.4 商务人员的礼仪修养

1.4.1 礼仪修养的内涵

修养是一个人在某一方面所具备的品质和能力,它是通过长期的学习、磨炼和环境的陶冶



而逐步形成的。礼仪是人与人之间相处的规范，是伦理道德的组成部分，是个人行为的准则，礼仪修养属于道德体系中社会公德的内容。

礼仪修养是指人们为了达到社交目的，按照一定的礼仪规范要求，结合自己的实际情况，在礼仪品质、礼仪意识、礼仪实践等方面所进行的自我锻炼和自我改造。礼仪修养包括礼仪意识、礼仪品质、礼仪实践 3 个方面的内涵。礼仪不是简单的学习效仿，也不是一种讲究形式的例行公事，礼仪体现了个人的道德情操和文化修养，有助于个体的自我完善和修身养性。礼仪是道德的表现形式，道德是礼仪的基础。

礼仪修养的目的在于指礼仪主体通过修养，使自己的言行在社会交往中，与自己的身份、地位、社会角色相适应，容易被别人理解和接受。在社会交往中，每一个人均有多种社会角色，社会角色不同，所遵循的礼仪要求也不相同。即使是同一角色在不同场合，礼仪要求也不相同。在商务交往中认清自己的社会角色，把自己的角色扮演得恰到好处，处处得体、事事有礼，这是一件很不容易做好的事。因此，我们每一个人都要增强自己的角色意识，明确自己的社交定位，加强自身的礼仪修养，以适应个体多种社会角色对不同礼仪的要求。

1.4.2 商务人员礼仪修养的提高

1. 加强个人道德修养

道德是礼仪的基础，是礼仪的内在灵魂；礼仪是道德的表现形式，是道德的外在表现；礼仪与道德是互为表里、相得益彰的辩证统一关系，礼仪与道德二者具体地统一在一个人的思想和行为之中。商务人员礼仪修养的提高首先要加强个人道德修养。个人道德修养包括道德认识、道德情感、道德意志、道德信念、道德行为和习惯等，主要是道德意识修养和道德行为修养。道德意识修养是通过道德知识学习，形成正确的道德观念，要遵守社会公德，创造良好的社会秩序，同时加强对职业道德、社会公德和良好家庭伦理道德的修养。道德行为修养要从小事做起，“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”，要能够识大体、顾大局，坚持原则，不为一时一己之利而放弃原则。要善于关心、尊重别人，乐于助人，在职场中表现出敬人、诚信、友善。因此，只有加强道德知识的学习和实践，才能真正提升个人的道德修养。

2. 提高个人礼仪修养

个人礼仪修养源于良好的文化修养和内涵，因此，提高个人礼仪修养，首先要加强科学文化知识的学习。良好的文化教养是人精神活动的基础，丰富的文化知识会在人际交往中展示出良好的礼仪礼节素养，显现出个人的魅力。其次，要加强礼仪知识的学习，通过全面系统的学习礼仪知识和礼仪规范，能够准确把握在不同场合、与不同交往对象应该遵循的礼仪规范和形式，不仅要掌握日常交往礼仪，尤其应该学习商务礼仪知识。再次，要加强礼仪实践，知礼、懂礼，还需熟练运用不同礼仪。商务人员要有意识的训练各种礼仪动作，掌握礼仪运用的技巧，

