



全国高职高专**公共基础课**规划教材

商务礼仪

(第2版)

杨丽主编



赠送
电子课件

清华大学出版社

内 容 简 介

本书以常见的商务活动为载体,介绍了不同商务场景和商务仪式中的礼仪规范和操作程序。全书共分7章,包括商务礼仪概述、商务形象礼仪、商务交往礼仪、商务会议礼仪、商务仪式礼仪、商务文书礼仪及商务宴请礼仪等内容。

本书主要面向高职院校,适用于国际商务类专业、市场营销类专业相关课程教学,同时可以作为相关企业和机构进行商务礼仪培训的参考书,也可以作为企业员工和社会人员学习礼仪常识的手册。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/杨丽主编.--2版.--北京:清华大学出版社,2012.8

(全国高职高专公共基础课规划教材)

ISBN 978-7-302-29177-0

I. ①商… II. ①杨… III. ①商务—礼仪—高等职业教育—教材 IV. ①F718

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第142879号

责任编辑:桑任松

装帧设计:刘孝琼

责任校对:周剑云

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明印装厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:16.5 字 数:398千字

版 次:2010年4月第1版 2012年8月第2版 印 次:2012年8月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:33.00元

产品编号:046077-01

在经济全球化的背景下,企业和各组织机构之间的商务交往日趋紧密,商务活动变得越来越频繁。了解商务礼仪的基本规则,学习商务礼仪的基本规范,掌握商务礼仪的操作实务,能够帮助企业遵循商务交往的国际惯例,更加顺畅有效地与国内外客户沟通。

商务礼仪是成功步入商界的通行证,是树立良好商务形象的前提,是建立融洽商务关系的基础,是调节商务交往摩擦与冲突的润滑剂,同时也是保证商务活动体面而友好地进行的规则和程序。

学习商务礼仪课程,对于学生加强自身修养、塑造良好个人形象、提高未来的就业竞争力、获得职业生涯的成功也具有重要意义。

本书由 2008 年天津市市级精品课程“商务礼仪”课程组成员编写,在编写中借鉴了精品课程的建设经验,具有如下特点。

1. 布局合理

商务礼仪涉及商务交往的各个环节和商务活动的各个场景,内容纷繁复杂,一些教材难免会有重复和堆砌,本书在内容的布局上简洁清晰、重点突出,避免了内容的罗列和重复。

2. 突出实用

商务礼仪具有很强的实践性和操作性,本书按照学以致用原则,在内容的选取上以企业常见的商务活动为载体,在内容的编写上重点描述操作过程,具有很强的实用性。

3. 编排新颖

本书在正文之外,还添加了常识栏、资料栏、阅读栏等栏目,这些栏目围绕教材内容编排,补充和拓展了教材内容,使教材变得生动灵活。

本书由杨丽担任主编,宇卫昕、张秋筠担任副主编。其中,杨丽编写第一章、第二章;句超编写第三章;赵红梅编写第四章;宇卫昕编写第五章;张瑞编写第六章;张秋筠编写第七章。

本书在编写过程中借鉴和参阅了许多教材、著作和网站资料,在此表示感谢和敬意。由于编者水平有限,书中难免有疏忽和不足之处,敬请同行、专家和广大读者指正。

编 者



全国高职专公共基础课规划教材

编写委员会

主 任 杨小庆

副主任 黄 海

委 员 (排名不分先后)

蔡录昌	陈福明	陈光谊	陈静梅	陈思慧
陈兴焱	耿云巧	龚泗淇	郭凤安	胡习之
蒋红梅	刘玉平	刘天飞	麻友平	任春华
阮 航	舒晓楠	斯静亚	宋明玉	涂登宏
王艳玲	辛 菊	许德宽	颜 进	杨巧云
张晓丹	章启辉	朱世德		

目 录

第一章 商务礼仪概述1

第一节 礼仪概述.....1

一、中华礼仪的渊源.....1

二、西方礼仪的渊源.....5

第二节 商务礼仪概述.....7

一、商务礼仪的含义与内容.....7

二、商务礼仪的特点.....7

三、商务礼仪的基本原则.....10

四、商务礼仪的作用.....12

第三节 商务活动的尊位确定

与位次排序14

一、商务活动中的尊位确定.....14

二、商务活动中的位次排序.....17

思考与练习20

第二章 商务形象礼仪21

第一节 商务场合仪容礼仪.....21

一、头发的修饰.....21

二、面容的修饰.....23

三、双手及指甲的修饰.....28

第二节 商务场合着装礼仪.....29

一、商务场合着装的基本规范.....29

二、商务场合男士着装.....32

三、商务场合女士着装.....41

四、香水的使用.....48

五、色彩与着装.....51

第三节 商务场合举止礼仪.....54

一、站姿.....54

二、坐姿.....56

三、行姿礼仪.....58

四、行进间的礼仪.....59

五、握手礼仪.....60

第四节 表情与言谈礼仪.....62

一、表情礼仪.....62

二、言谈礼仪.....64

思考与练习 67

第三章 商务交往礼仪 69

第一节 介绍礼仪 69

一、商务场合的称谓礼仪 69

二、商务场合的个人介绍 71

三、商务场合的集体介绍 73

第二节 名片礼仪 74

一、名片的用途 74

二、名片的内容 75

三、名片的种类 76

四、名片的设计样式 76

五、名片的使用礼仪 77

第三节 电话礼仪 79

一、拨打电话礼仪 79

二、接通电话礼仪 80

三、注意“电话形象” 81

四、手机使用礼仪 82

第四节 商务往来礼仪 82

一、接待礼仪 82

二、拜访礼仪 89

三、礼品馈赠礼仪 91

四、人际关系礼仪 96

第五节 与部分国家商务交往礼仪 100

一、与西方部分国家客人交往的

礼仪 100

二、与俄罗斯、东欧部分国家客人

交往的礼仪 103

三、与亚洲部分国家和地区客人

交往的礼仪 104

思考与练习 108

第四章 商务会议礼仪 109

第一节 会议概述 109

一、会议的要素 109

二、会议的分类 111

第二节 会议礼仪.....	113
一、大型会议礼仪.....	113
二、大型会议的组织.....	116
三、小型会议礼仪.....	127
第三节 商务谈判礼仪.....	131
一、谈判场所的选择与布置.....	131
二、商务谈判的座次安排.....	132
三、出席谈判人员的着装与仪容礼仪.....	134
四、出席谈判人员的言谈举止礼仪.....	135
五、与外国商人的谈判礼仪.....	136
思考与练习.....	147

第五章 商务仪式礼仪.....148

第一节 签字仪式.....	148
一、做好签字仪式的准备.....	148
二、布置签字厅.....	152
三、签字厅的座次安排.....	153
四、签字仪式的流程.....	155
第二节 开业庆典.....	157
一、开业庆典的原则与作用.....	157
二、开业庆典的谋划与筹备.....	158
三、开业仪式的类型与具体运作.....	160
第三节 剪彩仪式.....	165
一、剪彩仪式的前期准备.....	167
二、剪彩仪式的人员安排.....	168
三、剪彩仪式的流程.....	170
第四节 展览会.....	171
一、展览会的主要类型.....	171
二、展览会的主要流程.....	173
三、展览会的礼仪要求.....	178
思考与练习.....	181

第六章 商务文书礼仪.....183

第一节 请柬礼仪.....	183
一、请柬的格式与书写.....	183
二、请柬的发送.....	187
第二节 信函礼仪.....	188
一、信封格式.....	188
二、国内商务信函的格式与书写.....	192
三、涉外商务信函的格式与书写.....	195
四、商务信函中的礼仪.....	206
第三节 电子邮件礼仪.....	207
一、电子邮件的书写.....	207
二、电子邮件的收发.....	210
思考与练习.....	211

第七章 商务宴请礼仪.....212

第一节 中式宴请礼仪.....	212
一、中式宴请的准备.....	212
二、中式宴请的就餐礼仪.....	221
三、中式宴请中餐具的使用.....	223
第二节 西式宴请礼仪.....	225
一、西餐礼仪的基本知识.....	225
二、西式宴请中餐具的使用.....	230
三、西餐中的饮酒礼仪.....	235
第三节 自助餐礼仪.....	245
一、主办自助餐的礼仪.....	245
二、参加自助餐的礼仪.....	248
第四节 饮用咖啡礼仪.....	251
一、饮用咖啡的时机.....	252
二、饮用咖啡时的举止.....	252
三、关于咖啡的常识.....	254
思考与练习.....	255

参考文献.....257

第一章 商务礼仪概述

本章导读：

本章主要介绍礼仪的起源、含义和基本原则，为人们认识 and 了解商务礼仪，理解商务礼仪的基本精神，以及在商务活动中自觉遵循商务礼仪的规范和要求奠定基础。本章特别介绍了商务活动中的尊位确定与位次排序原则，对于在不同类型的商务活动中如何安排人员的静态位置和动态出场顺序做了详细介绍，以保证商务活动有序、友好地进行。

第一节 礼 仪 概 述

一、中华礼仪的渊源

1. 中华礼仪的起源

中华民族素有礼仪之邦的美誉，礼仪文化源远流长。现代人类学、考古学、历史学的研究成果表明，礼仪是人类文明的产物，它伴随着人类的产生而产生，伴随着人类漫长的发展史而逐渐走向成熟。

1) 礼仪起源于宗教活动

东汉许慎的《说文解字》对“礼”字的解释是这样的：“履也，所以示神致福也。”意思是实践约定的事情，用来给神灵看，以求得赐福。古时祭祀活动不是随意地进行的，它是严格地按照一定的程序、一定的方式进行的。郭沫若在《十批判书》中指出：“礼之起，起于祀神，其后扩展而为人，更其后而为吉、凶、军、宾、嘉等多种仪制。”这里讲到了礼仪的起源，以及礼仪的发展过程。

早期的人类，远远没有今天人们对于自然现象的认知和了解，对于自然界中的许多现象如打雷、闪电、洪涝灾害等无法理解。因此产生了恐惧和敬畏的心理，希望通过以祭天、敬神为主要内容的祭祀活动来表达对神灵的恭敬、顺从，以达到取悦神灵，保护自身利益的目的。这些祭祀活动在历史发展中逐步完善了相应的规范和制度，正式形成祭祀礼仪。

2) 礼仪产生于社会生活

人类为了生存和发展，不得不以群居的形式相互依存，而群居使人与人之间既相互依赖又相互制约。人们为了生存，必然对食物等资源产生需求，而资源的获取是有限



的,因此难免会发生矛盾和冲突。人类面临的内部关系及矛盾与冲突必须按照一定的规则和次序妥善处理。

在群体生活中,男女有别,长幼有序,这既是一种天然的人伦秩序,又是一种需要所有成员共同认定、保证和维护的社会秩序。因此,人们逐步积累和自然约定出一系列“人伦秩序”,这就是最初的礼仪。遵守礼仪,不仅使人们的社会交往活动变得有序、有章可循,同时也能使人与人在交往中更具有亲和力。

从礼仪的起源可以看出,礼仪是在人们的社会活动中,为了维护一种稳定的秩序,为了保持一种交际的和谐应运而生的。一直到今天,礼仪依然体现着这种本质特点与独特的功能。

在我国古代,“礼”主要有三层含义:一是政治制度;二是礼貌、礼节;三是礼物。“仪”也有三层含义:一是指容貌和外表;二是指仪式和礼节;三是指准则和法度。

在现代社会,礼仪是人们在社会交往中普遍遵守的表示尊重与友好的行为规范与准则,具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式等。

礼貌是指人们在交往过程中表示敬重、友好的行为规范,如尊老爱幼、热情待客等。

礼节是指人们在交际活动中待人接物的形式,如握手、拜访等。

仪表是指人的仪容仪表,如容貌、服饰、表情、姿态等。

仪式是指在一定场合举行的具有特定程序的活动,如开业典礼、签字仪式等。

礼仪依据其适用对象、适用范围的不同,可以分为政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪及涉外礼仪等形式。

2. 中华礼仪的发展

中国自古就以礼仪之邦著称于世,其漫长的礼仪发展史大致可以分为礼仪的萌芽时期、礼仪的革创时期、礼仪的形成时期、礼仪的发展与变革时期、礼仪的强化时期、礼仪的衰落时期、现代礼仪时期和当代礼仪时期 8 个阶段。中华礼仪的形成和发展,经历了一个从无到有、从低级到高级、从零散到完整的渐进过程。

1) 礼仪的萌芽时期

礼仪起源于原始社会时期。在原始社会中晚期(约旧石器时期)出现了早期礼仪的萌芽。例如,生活在距今约 1.8 万年前的北京周口店山顶洞人,就已经知道打扮自己了。他们用穿孔的兽齿、石珠作为装饰品,挂在脖子上。在他们去世的族人身旁撒放赤铁矿粉,举行原始宗教仪式,这是迄今为止在中国发现的最早的葬仪。

2) 礼仪的革创时期

公元前 1 万年左右,人类进入新石器时期,不仅能制造精细的磨光石器,并且开始从事农耕和畜牧。在其后数千年岁月里,原始礼仪渐具雏形。例如在今西安附近的半坡遗址中,发现了生活在距今约五千年前的半坡村人的公共墓地。墓地中坑位排列有序,





死者的身份也有区别,有带殉葬品的仰身葬,还有无殉葬品的俯身葬等。此外,仰韶文化时期的其他遗址及有关资料表明,当时人们已经注意尊卑有序、男女有别。而“长辈坐上席,晚辈坐下席;男子坐左边,女子坐右边”等礼仪现象日趋明确。

3) 礼仪的形成时期

周朝对礼仪建树颇多。全面介绍周朝典章制度的《周礼》,是中国流传至今的第一部礼仪专著,它将人们的行为举止、心理情操等统统纳入一个尊卑有序的模式之中,对周代礼制的确立起了重要作用。《周礼》,本为官职表,后经整理,成为讲述周朝典章制度的书。《周礼》原有6篇,详细介绍了六类官名及其职权。六官分别称为天官、地官、春官、夏官、秋官、冬官。其中,春官主管的五礼即吉礼、凶礼、宾礼、军礼、嘉礼,是周朝礼仪制度的重要方面。吉礼,指祭祀的典礼;凶礼,主要指丧葬礼仪;宾礼,指诸侯对天子的朝觐及诸侯之间的会盟等礼节;军礼,主要包括阅兵、出师等仪式;嘉礼,包括冠礼、婚礼、乡饮酒礼等。由此可见,许多基本礼仪在商末周初已基本形成。

4) 礼仪的发展与变革时期

西周末期,王室衰微,诸侯纷起争霸。公元前770年,周平王东迁洛邑,史称东周。承继西周的东周王朝已无力全面恪守传统礼制,出现了所谓“礼崩乐坏”的局面。

春秋战国时期是我国的奴隶社会向封建社会转型的时期。在此期间,相继涌现出孔子、孟子、荀子等思想巨人,发展与革新了礼仪理论。

孔子是中国古代的大思想家、大教育家,他较系统地阐述了礼及礼仪的本质与功能,把礼仪理论提高到一个新的高度。他编订的《仪礼》,详细记录了战国以前贵族生活的各种礼节仪式。《仪礼》与前述《周礼》和《礼记》,合称“三礼”,是中国古代最早、最重要的礼仪著作。孔子认为,“不学礼,无以立”(《论语·季氏篇》),“质胜文则野,文胜质则史。文质彬彬,然后君子”(《论语·雍也》)。他要求人们用道德规范约束自己的行为,要做到“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”(《论语·颜渊》)。他倡导的“仁者爱人”,强调人与人之间要有同情心,要互相关心,彼此尊重。

孟子是战国时期儒家思想的主要代表人物。在政治思想上,孟子把孔子的“仁学”思想加以发展,提出了“王道”、“仁政”的学说和民贵君轻说,主张“以德服人”;在道德修养方面,他主张“舍生而取义”(《孟子·告子上》),讲究“修身”和培养“浩然之气”等。

荀子是战国末期的大思想家。他主张“隆礼”、“重法”,提倡礼法并重。他说:“礼者,贵贱有等,长幼有差,贫富轻重皆有称者也。”(《荀子·富国》),荀子指出:“礼之于正国家也,如权衡之于轻重也,如绳墨之于曲直也。故人无礼不生,事无礼不成,国家无礼不宁。”(《荀子·大略》)。荀子还提出,不仅要有礼治,还要有法治。只



有尊崇礼, 法制完备, 国家才能安宁。荀子重视客观环境对人性的影响, 倡导学而至善。

5) 礼仪的强化时期

公元前 221 年, 秦王嬴政最终吞并六国, 统一中国, 建立起中国历史上第一个中央集权的封建王朝。秦始皇在全国推行“书同文”、“车同轨”、“行同伦”。秦朝制定的集权制度, 成为后来延续两千余年的封建体制的基础。

西汉初期, 汉高祖刘邦制定了朝礼之仪, 突出发展了礼的仪式和礼节。而西汉思想家董仲舒, 把封建专制制度的理论系统化, 提出“唯天子受命于天, 天下受命于天子”的“天人感应”之说(《汉书·董仲舒传》)。他把儒家礼仪具体概括为“三纲五常”。

“三纲”, 即君为臣纲, 父为子纲, 夫为妻纲; “五常”, 即仁、义、礼、智、信。汉武帝刘彻采纳董仲舒“罢黜百家, 独尊儒术”的建议, 使儒家礼教成为定制。

汉代时, 《礼记》问世, 共计 49 篇。其中, 有讲述古代风俗的《曲礼》; 有谈论古代饮食居住进化概况的《礼运》; 有记录家庭礼仪的《内则》; 有记载服饰制度的《玉藻》; 有论述师生关系的《学记》; 还有教导人们道德修养的途径和方法, 即“修身、齐家、治国、平天下”的《大学》等。总之, 《礼记》堪称集上古礼仪之大成, 上承奴隶社会、下启封建社会的礼仪汇集, 是封建时代礼仪的主要源泉。

盛唐时期, 《礼记》由“记”上升为“经”, 与《周礼》和《仪礼》并称为“礼经”三书。

宋代时, 家庭礼仪研究硕果累累, 在大量家庭礼仪著作中, 以司马光的《涑水家仪》和南宋理学家朱熹的《朱子家礼》最为著名。

明代时, 交友之礼更加完善, 而忠、孝、节、义等礼仪日趋繁多。

6) 礼仪的衰落时期

满族入关后, 逐渐接受了汉族的礼制, 并且使其复杂化, 导致一些礼仪显得虚浮、烦琐。例如清代的品官相见礼, 当品级低者向品级高者行拜礼时, 动辄一跪三叩, 重则三跪九叩。清代后期, 清王朝政权腐败, 民不聊生, 古代礼仪盛极而衰。而伴随着一些西方礼仪传入中国, 北洋新军时期的陆军便采用西方军队的举手礼, 以代替不合时宜的打千礼等。

7) 现代礼仪时期

1911 年年末, 清王朝土崩瓦解, 孙中山先生在南京就任中华民国临时大总统。孙中山先生和战友们破旧立新, 用民权代替君权, 用自由、平等取代宗法等级制; 普及教育, 废除祭孔读经; 改易陋俗, 剪辫子、禁缠足等, 从而正式拉开了现代礼仪的帷幕。

民国期间, 由西方传入中国的握手礼开始逐渐流行。

8) 当代礼仪时期

1949 年 10 月 1 日, 中华人民共和国宣告成立, 中国的礼仪建设从此进入一个崭新





的历史时期。

特别是党的十一届三中全会以来,伴随着改革开放,中国的礼仪建设进入新的全面发展时期,现代礼仪成为社会主义精神文明建设的重要组成部分。随着中国经济的开放和增长,国际间经济贸易和文化交流活动的日益增加,在中西方经济和文化的交融中,现代礼仪进入快速发展时期,礼仪的分支日趋细化,几乎各行业都形成了各自的礼仪规范,各种商务礼仪、社交礼仪、服务礼仪、政务礼仪、涉外礼仪培训方兴未艾,礼仪教育与社会主义精神文明建设、和谐社会建设、企业文化建设紧密联系。

二、西方礼仪的渊源

1. 西方礼仪的起源

在西方,“礼仪”一词,最早见于法语“*etiquette*”,原意为“法庭上的通行证”。

古代的法国法庭为了展示司法活动的威严性,保持法庭的庄严肃穆,要求所有进入法庭的人员必须严格遵守一些规定,这些规定写在一张长方形的卡片(即通行证)上,发给进入法庭的每一个人,作为其进入法庭后必须遵守的规矩或行为准则。

其实在社会交往中,人们也必须遵守一定的规矩和准则,只有这样才能保证社会活动正常进行,使社会交往得以正常维系和发展。所以,当 *etiquette* 一词进入英国后,便有了“礼仪”的含义,意即“人际交往的通行证”。后来,经过不断地演变和发展,“礼仪”一词的含义逐渐变得明确起来,并独立出来。

etiquette 一词,也往往意指上流社会中的行为规范或宫廷礼仪,以及官方生活中的公认规则。

2. 西方礼仪的发展

古希腊哲学家对礼仪有许多精彩的论述。例如,毕达哥拉斯率先提出了“美德即是一种和谐与秩序”的观点。苏格拉底认为,哲学的任务不在于谈天说地,而在于认识人的内心世界,培植人的道德观念。他不仅教导人们要待人以礼,而且在生活中要身体力行,为人师表。柏拉图强调教育的重要性,指出理想的四大道德目标:智慧、勇敢、节制、公正。亚里士多德指出,德行就是公正。他说:“人类由于志趣善良而有所成就,成为最优良的动物,如果不讲礼法、违背正义,他就堕落为最恶劣的动物。”(亚里士多德《政治学》)

1 世纪末至 5 世纪,是罗马帝国统治西欧时期。其间,教育理论家昆体良撰写了《雄辩术原理》一书。书中论及罗马帝国的教育情况,认为一个人的道德、礼仪教育应从幼儿期开始。而诗人奥维德通过诗作《爱的艺术》,告诫青年朋友不要贪杯,用餐不可狼吞虎咽。





476年,西罗马帝国灭亡,欧洲开始封建化过程,12—17世纪,是欧洲封建社会鼎盛时期。中世纪欧洲形成的封建等级制,以土地关系为纽带,将封建主与附庸联系在一起。此间制定了严格而烦琐的贵族礼仪、宫廷礼仪等。例如写于12世纪的冰岛诗集《埃达》,就详尽地叙述了当时用餐的规矩,嘉宾贵客居上座,举杯祝酒有讲究……

14—16世纪,欧洲进入文艺复兴时代。该时期出版的涉及礼仪的名著有:意大利作家加斯梯良编著的《朝臣》,论述了从政的成功之道和礼仪规范及其重要性;尼德兰人文主义者伊拉斯谟撰写的《礼貌》,着重论述了个人礼仪和进餐礼仪等,提醒人们讲道德、卫生和外表美。英国哲学家弗兰西斯·培根指出:“一个人若有好的仪容,那对他的名声大有裨益,并且,正如女王伊莎伯拉所说,那就‘好像一封永久的推荐书一样’。”(《培根论说文集·论礼节与仪容》)

17—18世纪是欧洲资产阶级革命浪潮兴起的时代,随着资本主义制度在欧洲的确立和发展,资本主义社会的礼仪逐渐取代封建社会的礼仪。资本主义时代也编撰了大量礼仪著作。例如,捷克资产阶级教育家夸美纽斯编撰了《青年行为手册》等;英国资产阶级教育思想家约翰·洛克于1693年编写了《教育漫话》。《教育漫话》系统而深入地论述了礼仪的地位、作用以及礼仪教育的意义和方法。德国学者缅甸杰斯的礼仪专著《论接待权贵和女士的礼仪,兼论女士如何对男士保持雍容态度》在汉堡问世。英国政治家切斯特菲尔德勋爵在其名著《教子书》中指出:“世间最低微、最贫穷的人都期待从一个绅士身上看到良好的教养,他们有此权利,因为他们在本性上是和你相等的,并不因为教育和财富的缘故而比你低劣。同他们说话时,要非常谦虚、温和,否则,他们会以为你骄傲,而憎恨你。”

西方现代学者编撰、出版了不少礼仪书籍,其中比较著名的有:法国学者让·赛尔著的《西方礼节与习俗》,英国学者埃尔西·伯奇·唐纳德编的《现代西方礼仪》,德国作家卡尔·斯莫卡尔著的《请注意您的风度》,美国礼仪专家伊丽莎白·波斯特编的《西方礼仪集萃》以及美国教育家卡耐基编撰的《成功之路丛书》等。

从上述关于礼仪的含义及其源流的叙述中,可以清楚地看到以下几点。

- (1) 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。
- (2) 礼仪是为维系和发展人际关系而产生的,并随着人际关系和其他社会关系的发展而发展变化的。它不仅是社会交往的产物,也是国际文化交流的产物。
- (3) 礼仪是施礼者与受礼者的情感互动过程。
- (4) 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。
- (5) 礼仪规范和程序是一定社会的人们约定俗成、共同认可的。
- (6) 遵行礼仪是现代文明的重要组成部分,是人际交往的重要手段和途径。





第二节 商务礼仪概述

一、商务礼仪的含义与内容

1. 商务礼仪的含义

商务礼仪是礼仪的重要分支,是人们在长期的商务交往活动中,为了保证商务活动有序而友好地进行,结合不同国家、不同地区的习俗,并根据一些约定俗成的惯例,逐渐形成的适用于商务交往和各种商务活动的礼仪规范。

商务礼仪涵盖了商务交往中的各个方面,是商务活动中约定俗成的模式,也包括商务交往中所需的各种交流技巧和规范,是礼仪在商务活动中的具体体现和运用。

2. 商务礼仪的内容

商务礼仪是人们在商务活动中,对交往对象表示尊重和友好的行为规范和活动程序,包括商务礼节和商务仪式两方面的内容。

(1) 商务礼节就是人们在商务交往活动中,为表示尊重对方而采取的规范形式。例如商务着装礼仪、举止礼仪等。

(2) 商务仪式就是按照一定程序和规范进行的商务活动形式。例如签字仪式礼仪、开业庆典礼仪等。

在商务活动中,遵循一定的商务礼仪规范,不仅有利于营造良好的交易氛围,促进交易与合作的成功,而且能体现个人与企业的良好素质,树立与巩固个人与企业的良好形象,对于企业文化建设、客户关系建立、公共关系处理、市场拓展开发等具有积极的意义。

二、商务礼仪的特点

1. 普遍认同性

商务礼仪是在世界范围的商务活动领域内被共同认可、普遍遵守的规范和准则。虽然礼仪在一定程度上打上了一个国家、一个民族和一个地区的文化烙印,但是,我们也看到许多商务礼仪规范几乎是全世界通用的,具有普遍认同的特点。例如,在正式商务场合中的座次安排,各国普遍遵循以右为尊的原则等。随着经济全球化进程的加快,商务礼仪的普遍认同性使商务礼仪成为不同国家、不同民族、不同地区人们之间开展商务活动、进行商务交往的“通行证”。





2. 形式规范性

商务礼仪的表现形式在一定程度上具有一定的规范性。例如两人相见握手时,要相向站立,伸出右手相握;在正式的商务场合,男士一般要穿西装,并且要符合一定的穿着规范,否则就会贻笑大方;许多商务仪式,对于其程序的要求必须符合一定的规范性,例如签字仪式、轮船下水仪式等都有一定的约定俗成的程序要求。如果你执意要违反这个规范或符号,就会在与他人交往时传达错误的信息,轻者会使自己陷入尴尬的境地,重则会伤害他人的感情。因此,人们要想在商务场合表现得得体恰当、彬彬有礼,就必须严格地遵守各项礼仪规范。

商务礼仪各种规范的表现形式都具有很高的审美品位,可给人带来视觉、听觉、感觉等立体和全方位的审美享受。

3. 时代变化性

世界上任何事物都是不断在发展变化的,商务礼仪也伴随着时代的发展而发展变化,比如在现代快节奏、高效率的经济生活环境之下,现代商务礼仪也抛弃了很多繁文缛节,向着更加简洁、更加务实的方向发展。

4. 地域差异性

不同的文化背景,产生不同的地域文化,从而决定着商务礼仪的内容和形式。比如,不同国家、不同地区、不同民族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、有握手致意的等。

再如,在宴请方面,中国人请客时桌子上的食物如果被客人用光,主人会很没面子,因为在中国文化中这意味着饭菜不够丰盛;而在西方国家,女主人见此情景会非常高兴,因为这表示准备的饭菜很受客人欢迎。这些礼仪形式的差异均是由不同地方民俗文化决定的,具有约定俗成的影响力。



资料栏

中西方称呼上的差异

中国文化非常重视宗亲关系,中国社会是在氏族血缘关系的宗法社会基础上发展起来的,在其民族文化中,高度重视血缘关系,强调等级的差异。因此在汉语中亲属称谓用于非亲属之间是一种很常见的称呼形式,这种称谓可以使交际双方感到亲近,缩小双方的距离,从而收到较好的交际效果。而像美国作为一个移民社会,它的发展史是个人奋斗开拓的历史,人们强调的是个人的独立性、平等性,不论长幼辈分,人人平等,即





即使是小孩也不会称一位陌生的老人为“老爷爷”。在美国文化中, Grandpa(爷爷)、Uncle(叔叔)等亲属称谓一般仅限于亲属之间使用。我们有时见到中国的小学生或中学生非常礼貌地把外国人称作 aunt、uncle 等时, 这些外国人的反应却是困惑不解, 甚至反感。在汉语中直呼其名的范围一般限于亲朋好友之间, 且限于长辈、上级对晚辈、下级之间或平辈、平级之间。如果我们对长辈和上级直呼其名, 一定会惹得对方不快。但在美国英语中直呼其名的范围要宽泛得多, 随着中西文化交往的增多, 我们也逐渐习惯对英美人士直呼其名, 但对社会地位较高或较有威望的西方人士, 不能一概照搬, 以免显得唐突。

5. 文化交融性

商务礼仪是在商务交往活动中形成和发展的, 必然受到世界经济深刻影响。从世界经济的历史来看, 英国和美国在过去的几个世纪里引领了世界经济发展, 因此现代商务礼仪带有很浓厚的英美文化特点。其最突出的表现就是在商务活动中尊位的确定是按照“以右为贵”的原则。

随着世界各国经济文化的不断交流, 世界各民族的礼仪文化也会互相渗透和融合, 这体现了一定的文化交融性。商务礼仪的发展与演进体现了国际上通行的礼仪实践惯例与世界各民族不同的礼仪习俗相结合而形成的鲜明特征。例如, 在正式的商务场合, 按照国际惯例, 男士要穿深色西服套装, 但是这一规范在不同的地域体现了与当地文化的交融, 作为商务正装的深色西服套装, 在阿拉伯国家可以穿长袍替代, 在我国也可以穿中山装替代, 一样也体现了对交往对象的尊重和对本民族文化的尊崇。

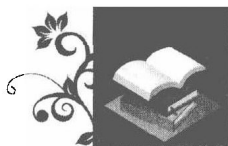


阅读栏

APEC 峰会各国领导人的着装

每年一度的 APEC 峰会, 领导人的“全家福”合影都是各国媒体最为关心的热点之一。1993 年, 首届 APEC 领导人非正式会议在美国召开, 当时的美国总统克林顿穿着牛仔褲, 十分随意。而开创领导人“服装秀”传统的是 1994 年的印尼茂物峰会, 时任印尼总统的苏哈托送给每位与会领导人一件蜡染印尼衬衣。此后, APEC 会议主办国都会依照这个惯例, 为领导人准备独具本国特色的民族服饰, 这项传统一直延续到今天。2001 年中国的唐装、2004 年智利的牛仔披风、2005 年韩国的汉服、2006 年越南的丝质长衫、2007 年澳大利亚的防水风衣等, 都在 APEC 峰会上留下经典瞬间。





三、商务礼仪的基本原则

商务活动的内容包罗万象,参与活动的人物与组织来自不同的地区与国家,具有不同的文化背景,涉及各地不同民族的礼仪习俗,因此商务礼仪不可能把每一个细节和规范都规定出来。因此若要在不同文化背景下,在纷繁复杂的商务活动中把握正确和得体的礼仪尺度,做到应对自如,就要掌握商务礼仪的一些基本原则。

商务礼仪的基本原则是贯穿在纷繁复杂的商务礼仪具体表现形式之中的基本宗旨,其核心精神是尊重他人,其具体要求是我们在实践和操作每项商务礼仪规则时都要体现出对商务交往对象的尊重与友好,具体体现在以下几方面。

1. 以右为尊

在世界经济发展的两个重要阶段,英国和美国先后成为第一、二次工业革命的引领者。因此体现在经济活动中的商务礼仪打上了英美文化的烙印,很多商务礼仪的规范和做法都源于英美文化。在西方“以右为尊”的说法源远流长。在正式的国际商务交往中,“以右为尊”即为国际商务惯例。具体体现在国际商务活动中,即在正式商务场合凡是有必要确定尊位和位次排序的情况,都遵循“以右为尊”的原则。

在我国国际商务交往活动中,很多公司也遵循以右为尊的原则。

2. 职位优先

商务活动需要在一定的空间中展开,需要在一定的时间内完成,出席商务活动的人员,其座位的排序和出场的顺序,都要依据职位优先的原则来安排,即职位高的人比职位低的人、资历高的人比资历浅的人具有出场顺序和位次安排等方面的优先权。职位优先原则是商务活动中位次排序的主要依据。

3. 注重形象

在商务交往中,人们要遵照规范的方式塑造与维护自己的个人形象,以体现自我尊





重和对交往对象的重视与尊重。

首因效应告诉我们，人们在交往中根据最初获得的信息所形成的印象不易改变，甚至会左右我们以后的行为活动和评价；而首因效应实际上指的就是“第一印象”的影响。实验证明，第一印象是难以改变的。在商务交往中，人们往往通过对交往对象的仪表风度、言谈举止、穿衣打扮等印象来初步判断一个人的修养与素质，形成首因效应，从而影响以后的交易与合作。因此在商务交往过程中，尤其是与别人的初次交往时，一定要注意自身的形象修饰，给对方留下美好的印象。

4. 守时守信

守时是指在商务活动中特别强调时间观念，一切与时间有关的约定一定要遵守，例如按时到达谈判地点、按时出席会议、按约定时间去拜访客户等，这体现了现代人对于时间效益的重视和对交往对象的尊重。

在商务活动中，讲求信用不仅体现了商务礼节，也是商业道德的体现。在商务场合，人们的许诺代表了一定的利益关系，特别是在商务谈判等活动中，对于各种谈判条件和合同条款一定要深思熟虑，不要随意许诺，以免造成无法兑现的后果。承诺一旦作出，就必须兑现；如果约定已经作出，就必须如约而行。真正做到“言必信，行必果”，只有这样，才会赢得交往对象的信任和好感。

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通报，如实地解释，并且要郑重其事地为此向对方致以歉意，同时按照法规和惯例主动承担因此而给对方造成的损失。

5. 尊重隐私

源于英美文化的尊重隐私原则，主要是指尊重个人隐私，对私人信息的保密原则。在西方社会，个人主义的观念占据主导地位，每个人都被赋予了自由选择生活方式的权利，而这种权利被认为是神圣不可侵犯的。而个人信息在一定程度上透露出一个人的生活方式，因此对个人信息的保护意味着对个人自由选择生活方式权利的保护。在交谈中，凡是涉及对方的个人隐私问题，都应该自觉地、有意识地予以回避。

在国际商务交往中，面对不同国家的客户，交谈的话题也有很大的差异性，但是一般而论，诸如收入、个人工作状况、年龄、家庭、政治倾向、宗教信仰等问题通常被视为个人隐私问题，在交谈中要尽量避免。具体应做到以下两点：一是不能主动发问，例如看到一个 30 多岁的女士就贸然问“你的孩子多大啦”，也许别人还没有结婚；二是别人提到这些问题时，要善于巧妙地把话题引开，以避免尴尬。

6. 尊重妇女

女士优先的观念在英美文化中源远流长，这个观念也始终贯穿在商务礼仪实践中。

