

S H A N G W U M I S H U

商务秘书专业教材

国内贸易部部编



中等专业学校教材

商务礼仪



杨 眉 主编

中国商业出版社

98
F718
74
2

国内贸易部部编中等专业学校教材

商务礼仪

杨 眉 主编

XHJ23/10

中国商业出版社

C

476448

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/杨眉主编. —北京: 中国商业出版社,
1997. 12

ISBN 7-5044-3514-7

I. 商… II. 杨… III. 商务-礼仪 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 25364 号

责任编辑: 刘毕林

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

国防工业出版社印刷厂印刷

1997 年 12 月第 1 版 1997 年 12 月第 1 次印刷

850×1168 毫米 32 开 8.375 印张 217 千字

定价: 10.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

编审说明

为适应建立社会主义市场经济新体制的要求,我部于1994年颁发了财经管理类5个专业和理工类7个专业教学计划。1996年初印发了以上12个专业的教学大纲。《商务礼仪》一书是根据新编商务秘书专业教学计划和教学大纲的要求,结合我国科技进步和财税、金融等体制改革的情况重新编写的。经审定,现予出版。本书是国内贸易部系统中等专业学校必用教材,也可供职业中专、职工中专、电视中专等选用,还可以做为业务岗位培训和广大企业职工职工的自学读物。

本书由山东省济宁商业学校杨眉任主编。参加编写的有:山东济宁商业学校杨眉(第二、六、七、八章);广西商业学校李柳滨(第一、三、四章);安徽省商业学校何浩然(第五、九章)。全书由杨眉总纂定稿,山东济宁商业学校副校长、高级讲师孔献忠主审。

本书在编写过程中,得到了国内贸易系统有关兄弟学校领导和老师的大力支持,参阅了国内外有关专著、文献资料,在此一并致谢。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中难免有疏漏之处,敬请广大读者不吝赐教,以便于修订,使之日致完善。

国内贸易部教育司

1997年8月

目 录

第一章 商务礼仪概述	(1)
第一节 礼仪的起源与发展.....	(1)
第二节 商务礼仪的概念及原则.....	(6)
第三节 商务礼仪的作用	(11)
第四节 商务人员礼仪修养的培养途径	(16)
第二章 商务人员个人礼仪	(20)
第一节 商务人员的仪表美	(20)
第二节 商务人员的仪容美	(31)
第三节 商务人员的仪态美	(41)
第四节 商务人员的语言美	(53)
第三章 商务人员日常交往礼仪	(59)
第一节 社交惯例	(59)
第二节 见面礼仪	(63)
第三节 拜访礼仪	(69)
第四节 交谈礼仪	(76)
第五节 电话礼仪	(81)
第六节 馈赠礼仪	(88)
第七节 舞会礼仪	(93)
第四章 接待礼仪	(97)
第一节 接待工作的一般要求及接待程序	(97)
第二节 家庭接待礼仪.....	(103)
第三节 办公室接待礼仪.....	(105)
第四节 会议接待礼仪.....	(109)
第五节 检查团及考察团的接待礼仪.....	(115)

第五章 宴请礼仪	(119)
第一节 宴请的种类.....	(119)
第二节 宴请的礼仪.....	(123)
第三节 赴宴的礼仪.....	(145)
第六章 商业业务活动礼仪	(150)
第一节 商品推销礼仪.....	(150)
第二节 商务洽谈礼仪.....	(159)
第三节 处理商务纠纷的礼仪.....	(168)
第七章 商业服务礼仪	(175)
第一节 商场服务礼仪.....	(175)
第二节 宾馆服务礼仪.....	(186)
第三节 导游服务礼仪.....	(199)
第八章 商业仪式及专题活动礼仪	(205)
第一节 开业典礼.....	(205)
第二节 剪彩仪式.....	(207)
第三节 签约仪式.....	(211)
第四节 商品展销会.....	(214)
第五节 记者招待会.....	(216)
第六节 赞助活动.....	(219)
第九章 涉外礼仪	(223)
第一节 涉外工作的准则和礼节.....	(223)
第二节 涉上活动中的接待礼仪.....	(231)
第三节 涉外商务礼仪.....	(245)

第一章 商务礼仪概述

礼仪是社会文明进步的标志。中国是一个文明古国，素以“礼仪之邦”闻名于世。早在两千多年前，孔子就明确提出：“不学礼，无以立”。礼，是人类区别于其他动物的重要特征。人类以礼沟通感情，以礼促进友谊，以礼赢得和睦与安宁，以礼塑造善良诚实的品格。

人际交往离不开礼仪。商务活动是在复杂的人际交往过程中完成的，礼仪的运用显得格外重要。礼仪体现了企业的价值观和道德要求，塑造着商务人员的个人形象和企业形象。因此商务礼仪的运用，关系到个人、企业乃至国家的形象。作为商务人员，要在变化莫测的市场里应付自如，就必须了解、熟悉和正确运用商务礼仪。

第一节 礼仪的起源与发展

我国是一个历史悠久的文明古国，文化传统源远流长。作为文明标志的礼仪，在传统的文化中占据着相当重要的地位。这不仅因为我国的礼仪自成体系，具有浓厚的民族色彩和政治色彩，而且因为我国的礼仪一向被视为法则的必要补充，在社会的运转中发挥着调节人际关系的职能。因此，考察礼仪的起源与发展过程，应根据当时的社会经济状况、思想文化状况，把握社会政治结构演变的历史线索，了解礼仪文化的沿革。

一、礼仪的起源

礼仪的起源可以追溯到原始社会的远古时代。那时，社会生

产力非常低下，原始人类在大自然面前经常显得惶惑不解、无能为力。诸如对宇宙的斗转星移、四季更替、风云变幻、电闪雷鸣、地震、旱涝、疾病等各种自然现象和灾害感到神秘莫测而又无法解释。凭着他们朴素的思维方式和质朴的感情，他们相信在天地之间，还有超乎人的神、鬼的存在，主宰万事万物。如主宰天的有天神，掌管地的有地神、日、月、山、川皆有神主管，并且还有各种形形色色的鬼在世间作祟。于是便虔诚地向神、鬼跪拜打恭，以示崇拜祈求致福，从而产生了礼仪的雏形。反复敬神祭鬼的结果，使得各种程序与方式逐渐完善固定下来，这便是最初的礼仪，所以说礼仪起源于祀神。郭沫若在《十批判书·孔墨的批判》中认为：“礼之起，起于祀神，其后扩展为对人，更其后扩展而为吉、凶、军、宾、嘉等多种仪制。”阐明了礼仪的起源与发展顺序。

从“礼”字的释义上也可以看出，礼仪起源于祀神。《说文解字》中释“礼”为：“履也，所以事神致福也。”认为礼与“事神”的活动紧密相关，会为人类消灾降福。“礼”字的起源是“𡗗”、“𡗘”，像用器具托着两块玉器奉献给神、鬼，是人类早期祭祀活动的反映。繁体字“禮”的字母形和构架也反映了祭神所用器物和仪式。

二、礼仪的历史沿革

礼仪作为一种社会意识，它的发展受到社会存在的影响和制约。自礼仪产生以来，伴随人类历经原始社会、奴隶社会、封建社会进入现代社会，礼仪也随着社会形态的变化而不断沿革，逐渐形成为完整的体系，规范着社会成员的各项行为。

（一）原始社会礼仪

如前所述，“礼”起源于远古时期人们的祭神活动，因而带有浓厚的宗教迷信色彩。由于原始社会生产力发展水平较为低下，没有私有制，没有剥削和压迫等社会现象，人人平等相处，所以礼

仪较为简单而虔诚。主要包括：

1. 建立简单的部落内部尊卑制度，形成原始政治体制。
2. 确定某些祭典仪式。
3. 制定一些礼节形式和表示恭敬的动作。比如，当时人们用手势、表情反映意向，用拍手、击掌、拉手、拥抱表达感情，用手舞足蹈庆贺胜利等。这些都是现代人际交往中礼仪行为的雏型。
4. 制定原始的婚姻制度，以明确血缘关系。

（二）奴隶社会礼仪

奴隶社会的礼是从原始社会氏族部落时期的礼演变而来的，是一个继承发展的过程。奴隶社会礼的主体是政治体制，表现为刑典法律。如我国西周初期著名政治思想家周公总结了长期的政治实践和礼制建设中的重要经验，以天命论为前提，为维护宗法等级制度的需要，提出了系统的礼仪制度。后人以此为基础汇编成《周礼》，使礼制达到完备阶段。

公元前 18 世纪古巴比伦王国国王汉穆拉比颁布的《汉穆拉比法典》，是世界上迄今完整保存下来的最早一部法典。其内容包括诉讼手续，财产权，损害赔偿，租佃关系，婚姻家庭，继承以及买卖奴隶等内容，充分地反映了奴隶社会礼制的特点。

春秋战国，是我国社会由奴隶制向封建制转变的时代，是中国礼仪文化的形成、奠基阶段，系统的礼仪文化体系在这一时期得以形成。这一时期被合称为“三礼”的儒家经典著作《仪礼》、《周礼》、《礼记》，是我国最早最重要的礼仪论著。孔子、孟子和荀子大倡礼仪之风，对奴隶社会礼制的完善与发展，起到了重要作用。

以孔、孟为代表的儒家礼仪，提倡以“仁”、“义”为中心的“仁政”、“之道”，主张实行“仁政”，倡导“爱人”，强调交往中双方要相互尊重。春秋战国时期礼仪之风盛行，一方面有利于规范人们的行为，形成良好的社会风气；另一方面，礼仪也被统治阶段所利用，使其逐步成为统治人民的工具。

（三）封建社会礼仪

从战国开始，我国进入封建社会。在我国长达 2000 多年的封建社会中，尽管礼仪文化分别体现了各个历史朝代当时社会政治、经济、文化的特征，但却有一个共同特点，即一直为统治阶级所利用，形成维护封建统治的精神支柱。

西汉时期，著名的儒家学董仲舒从其人性论出发，把封建程序和礼仪道德归纳为“三纲五常”。“三纲”指君为臣纲、父为子纲、夫为妻纲；“五常”指仁、义、礼、智、信。“三纲”体现了封建统治的君权、父权和夫权的伦理思想，“五常”则起调整和补充“三纲”的礼仪和道德规范的作用。

宋代，礼仪在封建体制下又有了新的发展，并形成成为封建礼教的又一高峰，出现了程颐、朱熹的礼学，即天理论。程朱礼学认为，“理”是万物之源，是在自然和社会产生之前就存在的精神本体，君臣、父子等礼仪道德关系都是“理”的体现。宋代的家礼也开始兴盛，提出了“三从”、“四德”的家庭道德礼仪标准。“三从”是要求妇女“在家从父、出嫁从夫、夫死从子”；“四德”是指“妇德、妇言、妇容、妇功”。

明朝时期也大力推崇礼教，并制定了祭祖、祭天、祈年等仪式仪程，规范了“君臣之礼”、“尊卑之礼”、“交友之礼”等社会活动，并使家礼向深层发展，使礼仪规范日益完善。清王朝统治时期，为了巩固其政权，借鉴了历代汉族统治者的经验，不但进行了礼制的继承，而且在某些方面有了深入的发展。

纵观我国封建社会的礼仪，其内容大致可以分为两类，一类是关于国家政治的礼仪制度，另一类则是家庭礼仪。这一时期的礼仪构成中华传统礼仪的主体。

（四）近现代社会礼仪

这一时期，我国人类社会进程完成了推翻封建社会制度，建立社会主义制度的伟大变革。作为维护封建等级制度、宗法关系、社会秩序的旧的封建礼教及与之相关的礼节、礼仪，受到了强烈

的冲击。明清之际，王夫之、顾炎武、颜元和戴震等人，公开批判以儒家礼仪观为核心的程朱理学，向封建礼教挑战。“五四”新文化运动，更是对已落后于时代的旧的礼教礼仪进行了清算。新中国成立后，又历经数次政治文化运动，旧的封建残余几近荡然无存。

这一时期，我国长期闭关自守的大门沿开，西方一些先进的礼仪、礼节陆续传入我国，同我国的传统礼节、礼仪一道，融入社会日常生活，构成了现代社会礼仪的基本框架。

实行改革开放政策以后，是现代礼仪快速发展的阶段。为了适应正常的国际交往和社会交往，满足社会主义精神文明建设的需要，现代礼仪日益受到人们的重视，并不断加以完善，已成为现代生活的一个重要组成部分。

三、现代礼仪的发展趋势

（一）礼仪教育日益普及

当今社会是一个相互依存的社会，人际之间的交往日益密切。“仓廩实而知礼节”。现代的物质文明使人们交往意识日益增强，人们渴望文明交往，渴望被人尊重和知道如何尊重他人。礼仪作为维系人们交往的行为规范、道德规范，越来越被人们所重视和运用。礼仪教育在许多学校、单位、行业、部门迅速展开。如“文明礼貌月”、“五讲四美”活动、“文明经商礼貌待客”等等。随着社会的不断进步，礼仪知识将成为现代人知识结构中不可缺少的一部分。

（二）礼仪形式日趋简化

传统礼仪繁文缛节，与当时人分高低贵贱，屈辱遵从及慢节奏的生活方式相关联。如中国最古老的非语言交往礼仪是拜，就有一套程式化的动作规范。那时礼仪被法定化、神圣化、推广到生活的各个领域，以此来规定名份、划分等级、规范人们的行为。如规定不同的人只能用不同等级的生活用品，如果一般人使用了

统治者的器具就属大逆不道，必然受到惩处。现代社会是一个讲速度、讲效率的文明社会，礼的核心是对人的尊重和爱，人与人之间人格上是平等的，人际交往中，人们注重礼仪形式的洒脱、简练、实用，以适应现代化高效率、快节奏的时代旋律，展示自己不卑不亢的个性。当今许多场合，一个点头致意，一句亲切的问候，能将陌生的两颗心一下拉得很近，体现了施礼者高雅的气质，良好的礼仪素质；一次友好的握手，一个理解的微笑，一句真诚的道歉，都可以是一次短暂而又完成的礼仪活动。为现代的人际交往营造了轻松、友好、平等的氛围。

（三）礼仪内容日渐丰富

市场经济的发展，拓展了人们交往的空间，使整个社会交往空前活跃。社会产品的极大丰富；交通、通信的日益现代化；大众媒介的迅速发展，使世界在变小、地球在变小。礼仪作为一种文化，具内容日渐丰富起来。人们在传统礼仪的基础上，吸收世界各民族的优秀文化及礼仪风俗，创造了许许多多富有中国特色的礼仪文化，如具有现代意识的婚礼、电台点歌祝寿，各种庆典的礼仪程序、不同场合的服饰礼仪、富有人情味的拜访礼仪、宴请礼仪等。同时在涉外交往中，人们自觉地遵从国际社交礼仪及尊重各民族的风俗习惯，体现了与各国人民之间相互尊重、相互理解、自由平等的国际关系准则，也是世界不同文化间的碰撞、融汇、交流，礼仪文化的内涵也同时得到极大的丰富。

第二节 商务礼仪的概念及原则

商务礼仪的原则是现代商务人员处理日常事务及协调各种关系的指导思想和出发点，是促进商务活动顺利进行的基本保证，也是商务人员所必须掌握的重点内容这一。因此，明确商务礼仪的概念、原则和自觉遵守商务礼仪，对于从事工作的人员来说是十分重要的。

一、商务礼仪的概念

（一）礼仪的概念

礼仪是指人们在社会交往活动中形成的道德行为规范与准则。具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式等。

礼仪的核心是平等基础上的相互尊重。人们扮演一定的社会角色进行社交时，每个人的权利和义务各不相同，这就决定了在社交中不可能时时处处都能“人人平等”，如上下级之间，必须做到下级服从上级；服务与被服务之间互相尊重。而共同认可的参照标准的主要表现形式之一就是礼仪。交往中有“礼”者，既是对他人的尊重，也是自尊的表现。

礼仪是社交中应有的行为规范，具有社会性。社交是一种社会活动，不属于个人行为。因此，在社交场合，人们不能为所欲为，而应该按照固定的程序，采取约定俗成的方式进行交往，才能完成相互之间的沟通。现代社会，礼仪可以有效地展示一个人的道德修养、风度和魅力，它是一个人学识、修养和价值的外在表现。

礼仪是维系和发展人际关系的纽带，是人们在共同生活和长期交往中约定俗成的。随着社会的发展，历史的变迁，礼仪从内容到形式也不断地被过滤，筛选和沉淀，同时被注入许多新鲜的内容，以更加简练、实用的形式存在，适应现代高效率、快节奏的时代要求。

礼仪是通过特定的形式来实现的。不同的交往对象和交往目的，礼仪的要求和表现形式就不同。如庆典要求体现喜庆的气氛，常需要奏乐、鸣炮、主人致欢迎词，请来宾剪彩等。而宴请却另有一套惯用程序。礼仪的表现形式，由于民族、地域的不同而有差异。西方某国一位总统访问亚洲某国期间，当该总统起身致词时，他邀请一名翻译站在他和东道国总统之间，一时弄得大家非常尴尬。因为按东道国的礼仪标准，任何人立足在两个首脑之间

都是侮辱性的举动。可见，虽然有“礼多人不怪”之说，但只有得当、适宜的礼仪才能真正体现尊重、友善、增进双方友谊。

（二）礼貌、礼节和礼仪的关系

礼貌、礼节和礼仪都是人们在社交中表现出来的尊敬和友好的行为。因此，三者本质上是一致的，但又有自身特殊含义和要求。它们之间既有联系又有区别。

礼貌是人与人之间交往中，通过言谈、表情、举止等表示敬重和友好的行为，体现了一个人的文化层次和文明程度。有礼貌的人，往往宽厚待人，热情大方，彬彬有礼。

礼节是礼貌的具体表现。它是人们在日常生活中，特别是交际场合中，相互问候、致意、祝愿以及表示相互尊重的惯用形式。是一个人心灵的外化。如握手礼、鞠躬礼、迎宾的惯用程序等都属礼节的范畴。

礼仪中的“礼”即礼节，是一种要求，“仪”即仪式，是人们对较大或较隆重的场合共同认可的程序。它包括在礼遇规格、礼宾秩序等方面应遵循的礼貌、礼节要求。

礼貌通常是指在一般场合下交往过程中的行为规范；而礼仪是指在特定场合或较隆重场合下交往过程中的行为规范。如对亲朋好友表示热情、友好和尊重应视为讲礼貌。而在一个重大的迎宾活动中，按礼宾要求，用特定的程序、方式、礼节来表达对客人的礼貌过程，应视为礼仪规范，礼貌一般多指个别的行为，如同事见面互相打招呼，学生见到老师时要行礼问好，都表示有礼貌。而礼仪则是指在社会交往的过程中，自始至终以一定程序、方式来表现的完整行为。如签字仪式就应按照礼宾秩序及其它国际惯例进行，通过符合国际惯例的会场布置，签字，交换文本，握手，共饮香槟酒以示祝贺，合影留念等一系列规范的行为来体现礼仪的要求。

礼貌是礼仪的基础和内容。礼仪就是大家认可的不同行业、不同场合下为表示礼貌而应有的行为举止。礼貌通过特定的场合得

到具体的体现，以特定的程序和规范化的形式来实现。如果一个隆重的欢迎仪式，违背了特定的惯用形式和程序，则是失礼的。

（三）商务礼仪的概念

商务活动是以盈利为目的，是为他人提供商品或劳务的社会活动。商务礼仪就是人们在商务活动中形成的约定俗成的惯用形式和行为规范，是一般礼仪在商务活动中的运用与体现。商务活动中言行合情合理，举止大方得体，待人礼貌诚实等都属于商务礼仪的范畴。

现代商业竞争激烈无情，谁赢得公众谁就赢得了市场。作为商务人员，不仅要有扎实的业务知识，强烈的竞争和进取意识，还应有较强的社交能力，善于塑造自己的良好形象，以争取更多公众的理解和支持。市场经济的发展，使市场的范围不断拓展，商务人员活动的范围不断扩大，交往的对象亦日趋复杂，这就要求商务人员熟知各种礼节，处理好各种人际关系，结交更多的、有紧密联系的朋友，赢得更广阔的市场，在市场竞争中立于不败之地。

二、商务礼仪的原则

商务礼仪的原则是处理商务活动中人际关系的出发点和指南。大致包括以下四个方面：

（一）尊敬原则

尊敬是礼仪的核心。这可以从古人创造的文字看出。礼即“禮”，而“礻”指神、“豐”指祭祀时盛祭品用的器皿。可见，礼的本意是指敬神，引伸为尊敬。仪，容也，引伸为形式、仪式。在当今的人际交往中，人格上没有贵贱之分。无论职务高低、年龄大小，都必须互相尊敬。只有尊重对方，才能获得对方的尊重。只有会尊敬别人的人，才称得上是讲礼仪的人。尊重是礼仪的情感基础，人与人之间彼此互相尊重，才能保持和谐愉快的人际关系。

（二）遵守原则

礼仪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。是人们在长期共同生活和相互交往中逐渐形成的，并以风俗、习惯和传统等形式固定下来。是一个社会正常运转的前提条件。因此，社会上每个成员都必须自觉遵守执行。如果违背了礼仪规范，社会对自己的人际交往形成不利影响。

（三）适度原则

人际交往中要注意各种情况下的社交距离，也就是要把握与特定环境相适应的人们彼此间的感情尺度，即热情有度。在社交中，对人热情要有分寸，让人感到真诚、轻松、愉快，同时，又不卑不亢，维护自己的人格和企业及国家的尊严。

（四）自律原则

有德才会有礼，缺德必定无礼。道德是礼仪的基础。知礼讲礼的人，总在内心树立起一种道德信念和行为修养准则，并由此获得一种内在力量。他们把礼仪修养看作是长期自我学习、自我磨炼、自我养成的过程，自觉荡涤不良的习气，陶冶情操，无论何时何地都严于律己，自觉按礼仪规范去做，使礼仪成为自己天性的一部分，无需外界的提示和监督。

三、商务活动中实施礼仪时应注意的问题

（一）了解内容

知礼才能正确施礼。因此，要使自己在人际交往中，从容镇静，彬彬有礼，就应该熟练掌握礼仪的基本理论及技能。有些人虽有诚恳之心，尊重他人之意，却心有余而“礼”不足，甚至把失礼的行为误当成有礼之举，往往就是因为不知“礼”。

（二）分清对象

当今社会，人们交际的范围在扩大，交际的对象日趋复杂。不同的交际对象由于其职业、文化程度、性别、年龄、职务、身体状况、宗教信仰的不同，交际的心理也不同。有人想显示高贵，有的渴求帮助，有的希望受到尊重，有的希望获得友谊，有的渴望

得到同情。礼仪就是满足不同交往对象的需求。只有了解交往对象，才能做到投其所好，演礼诗体，提高交往的质量。如学生见到老师应行礼问好，熟悉的朋友应握手寒暄，而路遇一般认识的人，点头就算礼到了。如果对第一次交往的人，却显出亲密无间的样子，会让人感到莫名其妙，心有疑虑。不分对象的施礼，不仅没有让对方有受尊重的感觉，甚至觉得你不正常，以为你另有所图，有的还以为你是在嘲笑他、污辱他，产生事与愿违的后果。

（三）区别场合

俗话说，到什么山头唱什么歌。不同的场合，有不同的礼仪要求和习惯。每个人的行为举止，都应自觉与当时的场合、气氛相协调。如在你恰逢喜事精神爽之际，又去参加了一个追悼会。在这样的场合上，如果你按捺不住自己心中的喜悦，而兴高彩烈地与人交谈，那将是非常失礼的。每个人都应当很好地把握自己的情绪，不可随心所欲。如办公室场里，就不应穿着袒胸露背的服装。参加隆重的舞会就应该穿的华贵庄重。每个人都是社交场合的一分子，要在社交中淡化自我，不要过分引人注目，否则有可能弄巧成拙。

（四）注意方式

礼仪总是通过一定的方式体现出来。这些表达的方式根据对象不同、场合不同而有一定的差异。如对不同等级的宾客，迎接的礼遇。礼是不同的。在国内见到老人主动搀扶、让从是礼貌的，可对国外的老人也许就不一定适用。再如，握手时，对女性应轻盈；对初识者不必握得太久；久别重逢的朋友可尽情地紧握；谈判桌上则却是平等的、不卑不亢的握手。

第三节 商务礼仪的作用

现代企业的竞争，已从局部的产品竞争，价格竞争，资源竞争，人才竞争，发展到企业整体性竞争——企业形象竞争。企业