

21 世纪高等教育商务秘书系列教材



中国高教学会秘书学会组织编写

商务 礼仪

中国建材工业出版社



商 务 礼 仪

胡晓涓 主编

中国建材工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/胡晓涓主编. —北京:中国建材工业出版社, 2003. 8(21 世纪高等教育商务秘书系列教材)
ISBN 7-80159-503-3

I. 商… II. 胡… III. ①商务—礼仪—高等学校—
教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 068985 号

内容简介

本书是管理者、商务人员以及行政人员从事商务活动时的必备参考书,内容涉及商务交际礼仪、商业实务礼仪、商务文书礼仪、商务旅行礼仪、涉外商务礼仪、国际商务礼俗与禁忌等多方面内容,它将帮助你在激烈的商界竞争中取得成功。

本书内容通俗易懂,翔实具体,具有较强的针对性和可操作性,每章附有案例、应用思考题和模拟训练,可作为高职高专各专业的教学用书。

商务礼仪

胡晓涓 主编

出版发行:中国建材工业出版社

地 址:北京市海淀区三里河路 11 号

邮 编:100831

经 销:全国各地新华书店

印 刷:北京鑫正大印刷有限公司

开 本:787mm×960mm 1/16

印 张:16.125

字 数:280 千字

版 次:2003 年 8 月第 1 版

印 次:2003 年 8 月第 1 次

印 数:1~3000 册

书 号:ISBN 7-80159-503-3/F. 020

定 价:24.00 元

本书如出现印装质量问题,由我社发行部负责调换。联系电话:(010)68345931

21 世纪高等教育商务秘书系列教材 编 审 委 员 会

主 任:范立荣

执行主任:范慰慈

副 主 任:侯力学

委 员:(按姓氏笔画为序)

王世红	王 敏	伊 强	杜永昌
吴欢章	杨重燕	杨继昭	杨硕林
林安杰	周同庆	张金涛	张 虹
张春山	罗宜军	郑燕黎	郑德源
郭建庆	胡晓涓	胡鸿杰	顾超雄
姬瑞环	黄良友	程勉中	

秘 书 长:贺 悦

《商务礼仪》

主 编:胡晓涓

参编人员:周际平 邓 嵩 张健儒

序一

——高级商务秘书人才成功之路

我国经济的高速发展,使市场需求发生了显著的变化,从而使人们的职业取向也发生了显著的变化。一些在几年前还难以想象的职业现在开始大量涌现,而过去十分看好的职业却越来越乏人问津。商务秘书就是近年涌现出的一支新兴职业大军。目前,发达国家秘书队伍中商务秘书占绝大多数。随着我国社会主义市场经济体制的建立和逐步完善,商务秘书的需求量将越来越大,我国商务秘书队伍正在迅速发展。

在新形势下,如何学会用开阔的视野和世界的眼光正确地把握商海大潮的大趋势,培养符合新时期各类公司和企业需要的商务秘书人才是当务之急。经济日报集团所属的中国建材工业出版社紧跟形势,抓住机遇,在党的“十六”大精神指引下,组织高等院校从事秘书学科教学的教授、专家、学者编写了一套商务秘书教材。这套系列教材,以“三个代表”重要思想为指导,立足国内商务和教学需要,纵观国际商海风云,借鉴国外经验,归纳综合了目前秘书界研究的新成果,明确了商务秘书的工作内容,强调了商务秘书的基本功和运作能力,对当前商务秘书研究的一些薄弱环节和秘书工作的发展动向等进行了有益的探索,富有新意和特点。

这是一套适合培养高层次商务秘书人才的好教材,它对全面提高商务秘书的素质将发挥重要作用。

郭长宇

2003年7月

(郭长宇先生系教育部国家督学、中国高教学会秘书学会副会长)

序二

——高层次、多视角、实用性强的 商务秘书教材

秘书在中国已经成为一个大职业。其中,商务秘书又是秘书大军中需求量增长最快的后起之秀。中国的经济改革催化了商务秘书职业的诞生,而商务秘书职业的形成也标志着中国社会主义市场经济的成熟和完善。

秘书是公司企业中的重要职务。公司企业可以没有副总,但不能没有秘书,可是却有很多从业的秘书(办公室人员就是秘书)没有受过正规培训,这无法适应社会主义市场经济的发展需要。所以,近几年很多高校,特别是高职、高专纷纷开设秘书专业,培养新时期秘书人才,特别是商务秘书人才。那么,如何将一名普普通通的学生培养成为称职的商务秘书人才呢?这首先就需要有一系列符合经济全球化要求的、完整的、高质量的、实用性强的商务秘书教材。

经济日报报业集团所属的中国建材工业出版社在中国高教学会秘书学会协助下,组织了富有教学和实践经验的专家、学者编写了这套商务秘书系列教材,其主要特点是技能性、针对性、商务性、系统性、实用性。“技能性”是指在教材的结构安排上加强了实践性教学的比重,精心设计课程的实训、模拟,使学生获得从事秘书职业所需的实际知识和技能,并获得进入劳务市场的有关证书。“针对性”是指本系列教材的市场定位非常清晰,填补了商务秘书市场的空白,为大学秘书系和高职、高专秘书专业及时地提供了一系列好教材。“商务性”是指将大量的商务知识贯穿于秘书学科的每一个模块中,使学生在大学阶段就了解经济、了解市场、了解商务。“系统性”是指编委和学者们从市场对秘书的要求出发确定了这套教材的规模和范围,系统地将商务秘书工作囊括其中。“实用性”是指编委和作者们明确将秘书教育定位为职业教育,作者们借鉴国外以能力为基础的秘书教育经验,为读者提供了具有中国特色的有时代感的实用知识和方法。

笔者曾多年在中央机关、国有公司工作,后又投身秘书教育事业,可以说

当过秘书,领导过秘书,培养过秘书,而且深爱着秘书事业。在此我代表中国惟一的一所秘书学院——北京高等秘书学院衷心地感谢教材的主编、编委及各位作者与时俱进、开拓创新,编写出了这套高层次、多视角、实用性强,既便于教学、又便于自学的商务秘书教材。感谢中国建材工业出版社出版了这套好教材。我借此机会,向广大秘书工作者、秘书专业的学员表示良好的祝愿。

王世红

2003年7月

(王世红先生系秘书教育家、中国高等秘书学院董事长)

目 录

 第一章 商务礼仪概述	
第一节 什么是商务礼仪	(1)
一、什么是礼仪	(2)
二、什么是商务礼仪	(3)
第二节 商务礼仪的重要作用与准则	(5)
一、商务礼仪的重要作用	(5)
二、商务礼仪的准则	(6)
第三节 商务礼仪修养	(7)
一、遵守公德	(8)
二、真诚谦虚	(8)
三、平等尊重	(8)
四、遵时守信	(9)
五、热情有度	(9)
六、宽容理解	(10)
案例分析	(10)
 第二章 生活中的礼仪规范	
第一节 优雅的举止	(12)
一、举止优雅的意义	(12)
二、规范的姿态	(12)
三、表情	(14)
四、手势	(15)
第二节 得体的服饰	(16)
一、着装礼仪	(16)
二、配饰礼仪	(19)
第三节 整洁的仪容	(21)
一、美发礼仪	(21)

二、化妆礼仪	(22)
三、个人卫生	(28)
第四节 礼貌的谈吐	(28)
一、礼貌谈吐的基本要求	(28)
二、恰当的称谓	(30)
三、交谈中的技巧	(31)
四、交谈中应注意的问题	(32)
五、聆听的艺术	(33)
案例分析(一)	(34)
案例分析(二)	(34)



第三章 商务人员日常交际礼仪

第一节 见面礼仪	(36)
一、致意礼节	(36)
二、鞠躬礼节	(36)
三、握手礼节	(37)
四、介绍礼节	(37)
五、递接名片礼节	(38)
第二节 商务拜访与迎访	(39)
一、拜访礼节	(39)
二、迎访礼节	(40)
第三节 方位礼节	(42)
一、左右位置	(42)
二、前后位置	(44)
三、中间和两侧	(45)
四、乘车	(45)
第四节 馈赠礼仪	(46)
一、馈赠的原则	(46)
二、馈赠的技巧	(47)
三、受礼与回赠	(49)
第五节 婚丧寿庆	(51)
一、婚礼	(51)
二、寿诞礼	(54)
三、丧葬吊唁	(55)

案例分析	(58)
------------	------



第四章 商业实务礼仪

第一节 商务洽谈礼仪	(60)
一、商务洽谈的准备	(60)
二、商务洽谈过程	(65)
第二节 商务接待礼仪	(70)
一、接待环境与人员的准备	(70)
二、接待工作的一般步骤与要求	(73)
三、几种不同对象的接待	(75)
四、几种不同活动的接待礼仪	(78)
第三节 商业仪式与活动的礼仪	(83)
一、开业典礼礼仪	(83)
二、交接仪式礼仪	(86)
三、剪彩仪式礼仪	(89)
四、签字仪式礼仪	(92)
五、新闻发布会礼仪	(94)
六、贸易展览会礼仪	(99)
七、茶话会礼仪	(102)
第四节 商务通讯礼仪	(106)
一、商务电话礼仪	(107)
二、手机、呼机礼仪	(109)
三、传真礼仪	(111)
四、电子邮件礼仪	(111)
第五节 商务宴请礼仪	(113)
一、宴请概述	(113)
二、宴请的准备	(115)
三、宴请的程序	(120)
四、赴宴礼仪	(121)
案例分析(一)	(122)
案例分析(二)	(122)
案例分析(三)	(123)
案例分析(四)	(124)
案例分析(五)	(124)

案例分析(六)	(125)
案例分析(七)	(125)



第五章 商务文书礼仪

第一节 书信中的礼仪	(128)
一、撰写商务书信的原则	(128)
二、商务信函的格式	(129)
三、商务信函示例	(136)
四、信纸及信封	(139)
第二节 名片礼仪	(140)
一、名片的作用	(140)
二、名片的写作与设计	(141)
三、名片的式样	(142)
第三节 商务启事礼仪	(144)
一、商务启事的内容及结构	(144)
二、商务启事的设计和印刷	(145)
三、商务启事示例	(145)
第四节 备忘录礼节	(149)
一、备忘录的内容	(149)
二、备忘录的格式	(150)
三、商务谈判备忘录	(152)
四、备忘录的使用原则	(153)
第五节 商务请柬	(154)
一、请柬的概念及作用	(154)
二、商务请柬的格式及写法	(154)
三、商务请柬的写作要求	(155)
四、商务请柬的设计与制作	(155)
五、商务请柬的发送方式	(156)
六、收到请柬的回函礼仪	(157)
七、商务请柬示例	(157)



第六章 商务人员旅行礼仪

第一节 交通礼仪	(163)
一、行路礼仪	(163)

二、乘车礼仪	(164)
三、乘坐飞机的礼仪	(166)
第二节 住宿礼仪	(167)
一、入住客房的礼仪	(167)
二、餐厅用餐的礼仪	(169)
第三节 携带物品礼仪	(170)
一、业务资料	(170)
二、办公用品	(170)
三、通讯工具	(172)
四、个人必需物品	(172)



第七章 涉外商务礼仪

第一节 涉外商务一般礼节	(175)
一、涉外商务礼仪原则	(175)
二、涉外商务接待	(176)
三、与外商交往的礼节	(178)
第二节 涉外商务会见与会谈	(182)
一、会见与会谈的含义	(182)
二、会见与会谈的程序	(183)
三、场所布置与座次安排	(184)
四、会见与会谈中的具体礼仪	(186)
第三节 与不同国家商人的贸易往来	(186)
一、与欧美商人的贸易往来	(186)
二、与亚太地区商人的贸易往来	(188)
三、与中东地区商人的贸易往来	(189)
案例分析	(190)



第八章 出国礼仪

第一节 出国前的准备工作	(192)
一、了解国内、国外的有关规定	(192)
二、办理出国手续	(193)
三、服饰准备	(195)
第二节 商务人员在国外的日常生活礼仪	(197)
一、遵守日常交往的一般原则	(197)

二、友好地与国外同行共事	(197)
三、尊重当地习俗	(198)
案例分析	(199)



第九章 国际宗教礼俗与商务礼仪

第一节 欧洲、北美主要国家商务礼俗与禁忌	(201)
一、欧美主要国家的宗教与礼俗	(201)
二、欧洲主要国家的商务礼俗与禁忌	(204)
三、北美洲地区礼仪	(212)
第二节 亚洲主要国家的商务礼俗与禁忌	(214)
一、阿拉伯及伊斯兰国家的商务礼俗与禁忌	(214)
二、东南亚佛教国家的商务礼俗与禁忌	(218)
三、日本、韩国的商务礼俗与禁忌	(221)
第三节 非洲国家的商务礼俗与禁忌	(225)
一、非洲伊斯兰教国家的特殊礼俗与禁忌	(225)
二、非洲其他国家的特殊礼俗与禁忌	(225)
第四节 大洋洲及拉美地区的商务礼俗与禁忌	(226)
一、大洋洲主要国家的商务礼俗与禁忌	(226)
二、拉丁美洲的习俗礼仪	(227)
第五节 世界主要节日礼俗	(229)
一、与宗教有关的节日	(230)
二、一些国家的传统节日	(233)
补充阅读资料	(238)
案例分析(一)	(239)
案例分析(二)	(239)
案例分析(三)	(240)
参考书目	(243)

第一章 商务礼仪概述

随着我国改革开放的不断深入,市场经济的日益发展,礼仪在人们的社会交往中,起着越来越重要的作用。许多商务组织已意识到,要想在激烈的市场竞争中生存和发展,就必须时刻保持良好的整体形象以及员工的个人形象。可以这样讲,遵循礼仪规范已成为商务组织超越同行、保持领先的重要战略。

看看下列案例便可知不礼貌的行为对商务人员的职业生涯有怎样的影响:

失去良机

行政助理向一位刚刚进门的应聘者伸出了手,这位应聘者不仅没有伸出自己的手,而且还说:“我从不跟女士握手。”

这位助理把应聘者的档案交给她的老板时,把刚才的事情告诉了他。应聘者没有得到这份需要经常与人打交道的工作。第二天应聘者打来电话,为自己的行为道歉,可惜为时已晚。

机场里的洋相

一位销售代表去机场迎接负责这个地区业务的经理。尽管他的车停在很远的停车场,但他并没有主动帮忙拿一下行李。等他们终于上了车,车里却又脏又乱。更糟的是,他的领带上还有一块污渍。结果,他没有被列入提升职员名单。

贪杯的人

某财会公司有一位管理实习生参加公司组织的一次郊游活动。地点是一个乡村俱乐部,他把这次郊游当作是一次社交活动,便喝了很多酒,大喊大叫,让人讨厌。最后他没有得到这家公司的聘书。

第一节 什么是商务礼仪

商务礼仪是礼仪在商务活动中的具体应用,因此,深入了解礼仪的内涵,是认识商务礼仪的前提。

一、什么是礼仪

在我国,“礼仪”一词,很早就被作为典章制度和道德教化来使用了。但起初“礼”和“仪”常常是分开使用的。古籍中对“礼”的解释有三层意思:一是等级制度及与其相适应的礼节;二是尊敬和礼貌;三是礼物。“仪”在古汉语中也有三层意思:一是指容貌和外表;二是指礼节和仪式;三是指准则和法度。将“礼”和“仪”连用始于《诗经·小雅·楚辞》:“为宾为客,献酬交错,礼仪卒度。”

现代社会,礼仪泛指人们在社会交往中形成并共同遵守的行为规范和准则。它是礼节和仪式的总称,具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式等。

礼貌是人与人之间在接触交往中,相互表示敬重和友好的行为,它体现了时代的风尚与人们的道德品质,体现了人们的文化层次和文明程度。它侧重于表现人的品质与素养,礼貌是待人接物的外在表现,它可以通过仪表、仪容、言谈举止等表示对人的尊重。

礼貌行动是一种无声的语言,一个微笑、一个点头、一个鞠躬、一阵由衷的掌声,都能表现出对他人的尊重;礼貌语言是一种有声的行动,如使用“先生”、“小姐”等敬语;“欢迎光临”、“请多指教”等谦语;“贵姓”、“几位”等雅语。在人际交往中,讲究礼貌,不仅有助于建立融洽和睦的人际关系,而且有利于缓解或避免某些不必要的冲突。

礼节是人们在日常生活中,特别是在交际场合中,相互问候、致意、祝愿以及表示相互尊重的惯用形式,礼节是礼貌的具体表现,是礼貌在仪表、仪容、仪态及言谈举止等方面的具体要求。在日常交往中,人们总是对自己的语言或行为等给予必要的约束与完善,以体现对他人的敬重。例如:秘书人员对刚刚进入办公室的来访者主动微笑问候:“您好!请问您有什么事需要我帮忙?”并及时让坐、敬茶等。

礼貌、礼节之间是相互联系,相互制约,相辅相成的,礼貌、礼节都有一个“礼”字,表现人们在交往中,相互敬重和友好往来,两者的本质都是尊重人、体贴人;是一个人内在素质的外显。礼节是礼貌的具体表现,礼貌是礼节的规范。礼貌和礼节两者的主要区别在于,礼貌是表示尊重的言行规范,而礼节则是表示尊重的惯用形式和具体要求。有礼貌而不懂礼节容易失礼,比如:日常生活中常看到朴实且心地善良之人,虽有谦虚之心,敬人之意,但不知如何表达,结果搞得手足无措,十分尴尬。还有一种情况,有的人懂礼节,但在施礼时缺乏诚意,同样是不对的。礼貌和礼节必须是发自内心的,是内在素质与外在表现的协调统一。

仪表,即指人的外表,它包括容貌、姿态、服饰、风度、个人卫生等方面。它

是人精神面貌的外在表现。莎士比亚曾说过：“一个人即使他默默无语，从他的着装也可以了解到他的过去。”一个人的仪表，的确表现了他的经历、精神状态和文明程度。仪表之美当然首先是个人所好，但也表现了对他人、对社会的尊重与否，同时还反映出民族的习俗和社会的风尚。如果某人不修边幅、衣冠不整，那么别人便很自然地将他与缺乏教养、不拘小节、不稳重联系起来。

仪式是礼的程序形式，泛指在一定场合举行的具有专门程序规范化的活动。如商务活动中的剪彩仪式、签字仪式等。

总之，礼貌、礼节、仪表、仪式等都是礼仪的具体表现形式，他们是互相联系的。讲究礼仪，就必须在思想上对交往对方有尊敬之意，在谈吐上懂得礼仪规矩，在外表上注重仪容、仪态、风度和服饰，在正式场合遵循一定的礼仪程序等。今天，礼仪不仅能体现一个人对他人和社会的认知水平、尊敬程度，是一个人的学识、修养和价值的外在表现，同时，它也是一个国家和民族文明程度的重要标志。

二、什么是商务礼仪

1. 商务礼仪的定义

商务礼仪是商务人员在商务活动中，用以维护企业形象或个人形象，对交往对象表示尊重与友好的行为规范和惯例。它是一般礼仪在商务活动中的运用和体现，并且比一般的人际交往礼仪的内容更丰富，它不仅以对顾客的尊重为基础，而且以提供质优价廉的商品和热情周到的服务来体现这种尊重。同一般的人际交往礼仪相比，商务礼仪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。

随着商业影响逐步全球化，商务礼仪扮演着越来越重要的角色。据统计，日本每年要花费约7亿美元为其员工进行正确的礼仪培训和咨询。

下面的测试题可帮助你了解自己的商务礼仪商(BEQ-Business Etiquette Quotient)。

请选出下列情形中那些能准确反映你通常是怎样做(而非你希望怎样做)的选项：

1. 当我被邀请参加一项商业活动，我总是会在一星期内做出答复。
 - a. 是
 - b. 不是
 - c. 有时
2. 我总是在收到信息的同一天回电话。
 - a. 是
 - b. 不是
 - c. 有时
3. 无论是工作中还是在家里，我从不咒骂人。
 - a. 是
 - b. 不是
 - c. 有时

