

商务礼仪 实务教程

■ 刘砺 荆素芳 扶齐 编著 ■

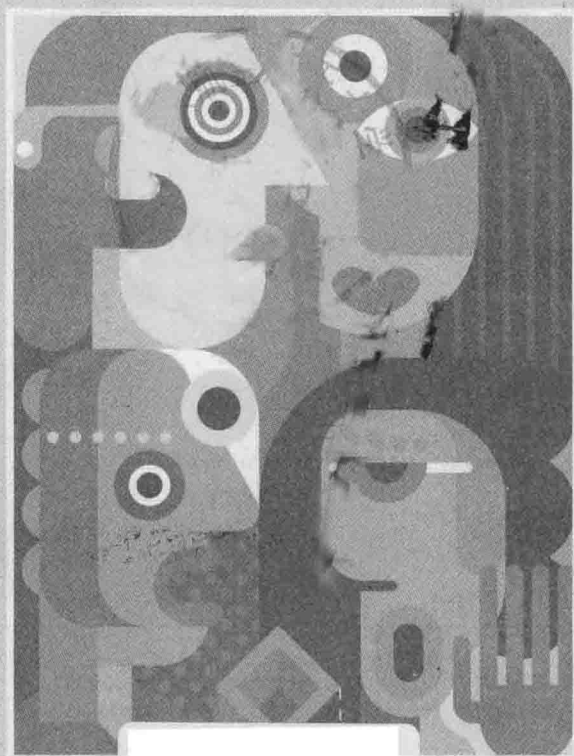


机械工业出版社
China Machine Press

普通高等院校公共基础课“十二五”应用型规划教材

商务礼仪 实务教程

刘璐 荆素芳 扶齐 编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪实务教程 / 刘砺, 荆素芳, 扶齐编著. —北京: 机械工业出版社, 2015.4
(普通高等院校公共基础课“十二五”应用型规划教材)

ISBN 978-7-111-49871-1

I. 商… II. ①刘… ②荆… ③扶… III. 商务—礼仪—高等学校—教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 067906 号

本书是一部全面系统地介绍商务礼仪基本理论、基本知识和操作训练的商务礼仪实务教材。内容囊括商务礼仪基本理论、仪表礼仪、服饰礼仪、仪态礼仪、见面相关礼仪、介绍礼仪、握手礼仪、名片礼仪、言谈礼仪、电话礼仪、接待礼仪、会议礼仪、谈判礼仪、仪式礼仪、宴请礼仪、办公礼仪、礼仪文书、涉外礼仪。在教材的每章设置了学习内容、学习目标、情景导入、延伸阅读、课堂训练、典型案例等教学环节和教学内容。

本教材将商务礼仪内容分为基本理论篇、职业形象篇、商务交往篇、商务活动篇和涉外活动篇, 使得商务礼仪知识在逻辑结构上得到了系统的优化。本教材重点突出了对学生进行商务礼仪训练的方法及内容, 特别适合作为应用型本科院校或高职高专院校商务礼仪教材, 还可供有志于掌握商务礼仪知识、提高商务礼仪水平、培养商务礼仪能力的社会各界人士阅读学习。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 冯语嫣

责任校对: 殷虹

印刷: 三河市宏图印务有限公司

版次: 2015 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm×260mm 1/16

印张: 17.5

书号: ISBN 978-7-111-49871-1

定价: 35.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

我国素有“礼仪之邦”之称,人际交往历来注重礼仪。但是社会变革对传统礼仪文化的巨大冲击,使优良的礼仪传统并没有得到应有的发扬光大,相反却形成了“断代式”的礼仪传承缺失。近代以来,西方商业礼仪文明逐步东渐,但并没有在我国社会全面“生长”。这样一来,我国现代社会礼仪文明程度便实在不敢恭维了。礼仪这门课程,人人都有学习的必要,而且是越早学习越好。商务礼仪这门课程,商务人员和打算从事商务的人员必须要学,而且要学好。

2002年,辽宁渤海大学的礼仪教授曲军先生来我校讲学,教授商务礼仪课程。其时,我正在寻找自己的学科方向,得知有商务礼仪这门课,就动了向曲军教授学习商务礼仪的心思。曲军教授无私地对我提供了极大的帮助,使我感念至今。屈指算来,我涉足商务礼仪这一学科领域已有十余年,在商务礼仪学科上所投入的时间和精力着实不小,越研究越觉得这门学问太有用了,人人都应该学。2011年年末,某出版社要组织编写商务礼仪教材,让我担任主编,我也正想对十年研究和教授商务礼仪的经验做一个总结,就答应了下来。书稿基本编好后,这家出版社却由于某些原因搁置了这本教材的出版。现在机械工业出版社使这部教材面世,使我不胜欣慰。本教材如能为我国商务人才的培养尽到一份绵薄之力,则是我多年付出心血的回报。

本教材主要是针对应用型本科教育和高等职业教育的学生学习商务礼仪而编写。主要具有以下几方面的特色。

1. 知识体系科学合理。本教材从总体上将商务礼仪内容分为基本理论篇、职业形象篇、商务交往篇、商务活动篇和涉外活动篇,较好地把握了商务礼仪的内涵和逻辑结构,使本教材知识体系的编排更为科学、合理。本书结构新颖,令人耳目一新。

2. 模块化设计教学内容。全部教学内容分为18章,实际上是18讲(18个模块),每章(讲/模块)最少学时数为2学时,一次课,理论讲授尽量只讲要点,大部分时间应用于操作训练。本教材十分方便不同学时的教学安排,学时少的,有些章节可略过不讲,安排自学;学时多的,有些重要或内容较多的章节可适当扩展分几次学习,以满足学时变化的需要。

3. 创新学习目标。以往对学生学习目标的界定,通常是定位于知识的掌握和技能的提高两个方面。经过对商务礼仪课程学习目标的理性思考,本书提出商务礼仪课程的学习目标应该是在掌握知识和提高技能的基础上,构建良好的职业形象,进而塑造良好的个人形象和单位形象。在商务交往中,成为彬彬有礼、善于交往、极受欢迎的人。

4. 强调操作训练。商务礼仪是一门应用性、实践性极强的学科,学生不仅要学习有关知识,更为重要的是要掌握有关技能。因此,本教材突出学生的主动性与参与性,研究设计了大量的商务礼仪训练内容。让学习者不仅学到商务礼仪知识,而且掌握商务礼仪技能。

5. 编写体例新颖。每章都设置了“情景导入”环节,使学习者能很快进入求知学习状态。知识内容阐述简洁明了,重在掌握核心要点。延伸阅读进行了适当剪裁。课堂训练进行了精心的设计,致力于学生掌握商务礼仪实际技能是本书的最大亮点。

本教材由深圳职业技术学院刘砺、广东新安职业技术学院荆素芳、重庆房地产职业学院扶齐共同编著。刘砺负责设计整体方案,拟定编写提纲并完成了主要编写工作。荆素芳、扶齐参与了部分编写工作并对编著方案提出了建设性的修改意见,负责前期资料收集和后期文字校正等工作。本教材附有教师用光盘,光盘中刻有本教材课件、知识巩固提高同步练习题、教学图片,完整的延伸阅读材料、备用的典型案例、视频资料等。需要的教师可向机械工业出版社客服索取,也可向编著者索取,联系方式为:lf1uent@szpt.edu.cn。

机械工业出版社高伟先生对本书的出版给予了大力支持和无私帮助。

在本书编著过程中,参考了许多专家、学者的研究成果,除注明出处的部分外,限于体例未能一一列出说明,在此一并表示衷心的感谢。

本书在编著过程中,参阅了大量文献和研究资料,书后列出了主要参考文献,如有疏漏,敬请谅解。

由于编著者水平有限,加上时间仓促,书中疏漏与不妥之处在所难免,敬请同行专家和广大读者不吝赐教。

编著者

2014年12月

Suggestion 教学建议

商务礼仪是一门实践性非常强的学科，学生需要掌握商务礼仪知识，更要懂得实际操作。为使教学达到预期效果，建议在讲解理论要点的基础上，采用情景引入和案例讨论，启发学生应用商务礼仪技能的主动性和积极性。

建议课堂上大量使用情景教学、体验式教学、角色扮演教学、综合素质训练教学，让学生对个人形象、职业形象、单位形象有新的深刻的认识，从而能自觉运用商务礼仪知识，践行商务礼仪规范，构建良好的职业形象，进而塑造良好的个人形象和单位形象。在商务交往中，成为彬彬有礼、善于交往、极受欢迎的人。

学时分配建议（供参考）

序 号	章	教 学 内 容	学 时 安 排			备 注
			36 学时	54 学时	72 学时	
1	1	认识商务礼仪	2	2	4	
2	2	仪表礼仪	2	4	6	
3	3	服饰礼仪	2	4	6	
4	4	仪态礼仪	2	4	4	
5	5	见面相关礼仪	2	2	2	
6	6	介绍礼仪	2	2	2	
7	7	握手礼仪	2	2	2	
8	8	名片礼仪	2	2	2	
9	9	言谈礼仪	2	4	6	
10	10	电话礼仪	2	2	2	
11	11	接待礼仪	2	2	4	
12	12	会议礼仪	机动	2	机动	
13	13	谈判礼仪	2	2	4	
14	14	仪式礼仪	机动	2	2	
15	15	宴请礼仪	2	4	4	
16	16	办公礼仪	2	2	2	
17	17	礼仪文书	机动	机动	4	

(续)

序 号	章	教 学 内 容	学 时 安 排			备 注
			36 学时	54 学时	72 学时	
18	18	涉外礼仪	机动	2	4	
19		复习考试	4	4	4	

说明：1. 36 学时的教学安排，预留节假日放假停课的时间，实际安排最多 32 学时。

2. 54 学时的教学安排，预留节假日放假停课的时间，实际安排最多 48 学时。

3. 72 学时的教学安排，预留节假日放假停课的时间，实际安排最多 64 学时。

（本教材）每版编代教学

学 期	学 时 分 配			备 注	备 注	备 注
	第 一 学 期	第 二 学 期	第 三 学 期			
1	1	2	3	4	5	6
2	7	8	9	10	11	12
3	13	14	15	16	17	18
4	19	20	21	22	23	24
5	25	26	27	28	29	30
6	31	32	33	34	35	36
7	37	38	39	40	41	42
8	43	44	45	46	47	48
9	49	50	51	52	53	54
10	55	56	57	58	59	60
11	61	62	63	64	65	66
12	67	68	69	70	71	72

普通高等院校 经济管理类应用型规划教材

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
财务会计	978-7-111-31107-2	财务会计实务(陈澎)(2010年)	32
财务管理(公司理财)	978-7-111-48770-8	财务管理学(雷声)(2015年)	30
建筑工程造价	即将出版	工程造价与控制(高群)(2015年)	40
战略管理	978-7-111-46855-4	企业战略管理(肖智润)(2014年)	35
企业文化	978-7-111-36805-2	现代企业文化理论与实务(李建华)(2012年)	32
门店管理	978-7-111-36910-3	门店管理实务(陈方丽)(2012年)	32
创业管理	978-7-111-40537-5	创业学:创业思维·过程·实践(魏拴成)(2012)	35
创业管理	978-7-111-43454-2	大学生创业基础(刘平)(2013年)	35
职业规划	978-7-111-47021-2	职业生涯导入与大学学习生活(刘平)(2014年)	25
项目管理	978-7-111-39419-8	项目管理理论与实务(刘常宝)(2012年)	32
创意思维	978-7-111-43794-9	创新创意基础教程(谭贞)(2013年)	30
国际物流学	978-7-111-48452-3	国际物流管理(许良)(2014年)	35
税务会计与税收筹划	978-7-111-45487-8	纳税会计与税收筹划(王树锋)(2014年)	35
审计学	978-7-111-35528-1	审计学(高强)(2011年)	33
会计综合实验	978-7-111-49158-3	企业会计综合实训(胡世强)(2015年)	35
会计学	978-7-111-46705-2	会计学基础(杨艳秋)(2014年)	35
会计学	978-7-111-47650-4	基础会计(奚正艳)(2014年)	30
会计信息系统	978-7-111-44539-5	会计电算化(陈曙光)(2013年)	35
会计信息系统	978-7-111-38800-5	会计信息系统理论与实验教程(管彦庆)(2012年)	32
管理会计	978-7-111-42521-2	管理会计(王永刚)(2013年)	35
成本会计	978-7-111-31688-6	成本会计(束必琪)(2010年)	32
组织行为学	即将出版	组织行为学(张静)(2015年)	35
人力资源管理	978-7-111-43455-9	人力资源管理(第2版)(张小兵)(2013年)	30
总部运营管理	978-7-111-33247-3	总部运营管理(刘常宝)(2011年)	33
营销渠道	978-7-111-36412-2	营销渠道管理(郑锐洪)(2012年)	32
营销策划	978-7-111-40631-0	营销策划理论与实务(赵静)(2012年)	35
市场营销学(营销管理)	978-7-111-29816-8	市场营销实训教程(郝黎明)(2010年)	32
市场营销学(营销管理)	978-7-111-42825-1	市场营销学(曹垣)(2013年)	39
市场分析与软件应用	978-7-111-35559-5	市场分析与软件应用(蔡继荣)(2011年)	36
商务谈判	即将出版	商务谈判与沟通(张国良)(2015年)	30
品牌管理	978-7-111-48211-6	品牌管理(第2版)(刘常宝)(2014年)	35
客户关系管理	978-7-111-47474-6	客户关系管理:销售的视角(姚飞)(2014年)	35
服务营销学	978-7-111-48247-5	服务营销:理论、方法与案例(郑锐洪)(2014年)	35
物流管理	978-7-111-32831-5	物流学(王斌义)(2011年)	32
供应链(物流)管理	978-7-111-32774-5	供应链管理(王凤山)(2011年)	30
港口物流	978-7-111-32818-6	港口物流(王斌义)(2011年)	32

经济管理类应用型规划教材

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
商务策划管理	978-7-111-34375-2	商务策划原理与实践(强海涛)(2011年)	34
管理学	978-7-111-35694-3	现代管理学(蒋国平)(2011年)	34
管理沟通	978-7-111-35242-6	管理沟通(刘晖)(2011年)	27
管理沟通	978-7-111-47354-1	管理沟通(王凌峰)(2014年)	30
职业规划	978-7-111-42813-8	大学生体验式生涯管理(陆丹)(2013年)	35
职业规划	978-7-111-40191-9	大学生职业生涯规划与学业指导(王哲)(2012年)	35
心理健康教育	978-7-111-39606-2	现代大学生心理健康教育(王哲)(2012年)	29
概率论和数理统计	978-7-111-26974-8	应用概率统计(彭美云)(2009年)	27
概率论和数理统计	978-7-111-28975-3	应用概率统计学习指导与习题选解(彭美云)(2009年)	18
大学生礼仪	即将出版	商务礼仪实务教程(刘丽)(2015年)	30
国际贸易英文函电	978-7-111-35441-3	国际商务函电双语教程(董金铃)(2011年)	28
国际贸易实务	978-7-111-36269-2	国际贸易实务教程(宋新刚)(2011年)	28
国际贸易实务	978-7-111-37322-3	国际贸易实务(陈启虎)(2012年)	32
国际贸易实务	978-7-111-42495-6	国际贸易实务(孟海樱)(2013年)	35
国际贸易理论与实务	978-7-111-49351-8	国际贸易理论与实务(第2版)(孙勤)(2015年)	35
国际贸易理论与实务	978-7-111-33778-2	国际贸易理论与实务(吕靖烨)(2011年)	29
国际金融理论与实务	978-7-111-39168-5	国际金融理论与实务(缪玉林 朱旭强)(2012年)	32
会计学	978-7-111-31728-9	会计学(李立新)(2010年)	36
会计学	978-7-111-42996-8	基础会计学(张献英)(2013年)	35
金融学(货币银行学)	978-7-111-38159-4	金融学(陈伟鸿)(2012年)	35
金融学(货币银行学)	978-7-111-49566-6	金融学(第2版)(董金铃)(2015年)	35
金融学(货币银行学)	978-7-111-30153-0	金融学(精品课)(董金铃)(2010年)	30
个人理财	978-7-111-47911-6	个人理财(李燕)(2014年)	39
西方经济学学习指导	978-7-111-41637-1	西方经济学概论学习指南与习题册(刘平)(2013年)	22
西方经济学(微观)	978-7-111-48165-2	微观经济学(刘平)(2014年)	25
西方经济学(微观)	978-7-111-39441-9	微观经济学(王文寅)(2012年)	32
西方经济学(宏观)	978-7-111-43987-5	宏观经济学(葛敏)(2013年)	29
西方经济学(宏观)	978-7-111-43294-4	宏观经济学(刘平)(2013年)	25
西方经济学(宏观)	978-7-111-42949-4	宏观经济学(王文寅)(2013年)	35
西方经济学	978-7-111-40480-4	西方经济学概论(刘平)(2012年)	35
统计学	978-7-111-48630-5	统计学(第2版)(张兆丰)(2014年)	35
统计学	978-7-111-45966-8	统计学原理(宫春子)(2014年)	35
经济法	978-7-111-47546-0	经济法(第2版)(葛恒云)(2014年)	35
计量经济学	978-7-111-42076-7	计量经济学基础(张兆丰)(2013年)	35
财经应用文写作	978-7-111-42715-5	财经应用文写作(刘常宝)(2013年)	30
市场营销学(营销管理)	978-7-111-46806-6	市场营销学(李海廷)(2014年)	35
市场营销学(营销管理)	978-7-111-48755-5	市场营销学(肖志雄)(2015年)	35
公共关系学	978-7-111-39032-9	公共关系理论与实务(刘晖)(2012年)	25
公共关系学	978-7-111-47017-5	公共关系学(管玉梅)(2014年)	30
管理信息系统	978-7-111-42974-6	管理信息系统(李少颖)(2013年)	30
管理信息系统	978-7-111-38400-7	管理信息系统:理论与实训(袁红清)(2012年)	35

前 言 教学建议

基本理论篇

第1章 认识商务礼仪 / 2

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

1.1 商务礼仪的内涵及基本特征 / 2

1.2 商务礼仪的基本理念与基本原则 / 6

1.3 商务礼仪的功能与适用范围 / 8

1.4 商务礼仪修养 / 10

1.5 学习商务礼仪的作用与意义 / 14

职业形象篇

第2章 仪表礼仪 / 20

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

2.1 个人形象 / 20

2.2 仪容礼仪 / 23

2.3 仪表礼仪 / 27

第3章 服饰礼仪 / 35

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

3.1 服饰的一般理论 / 35

3.2 男士职场着装礼仪 / 40

3.3 女士着装礼仪 / 42

3.4 饰品佩戴礼仪 / 46

3.5 手袋、公文包、钱夹礼仪 / 47

第4章 仪态礼仪 / 52

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

4.1 站姿 / 53

4.2 坐姿 / 54

4.3 蹲姿 / 56

4.4 行姿(走姿) / 57

4.5 手势 / 58

商务交往篇

第5章 见面相关礼仪 / 70

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

5.1 见面礼 / 70

5.2 与见面相关礼仪 / 73

5.3 面试礼仪 / 79

第6章 介绍礼仪 / 90

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

6.1 介绍概述 / 90

6.2 自我介绍 / 91

6.3 介绍他人 / 93

6.4 业务介绍 / 94

6.5 集体介绍 / 95

第7章 握手礼仪 / 97

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

7.1 握手的场合 / 98

7.2 握手的标准方式 / 98

7.3 握手时伸手的先后顺序 / 99

7.4 与多人握手的顺序 / 100

7.5 握手禁忌 / 100

第8章 名片礼仪 / 104

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

8.1 名片概述 / 105

- 8.2 名片交换 / 110
- 8.3 索取名片 / 112
- 8.4 名片使用三不准 / 113

第9章 言谈礼仪 / 115

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 9.1 语言类别 / 115
- 9.2 言谈类型 / 118
- 9.3 言谈礼仪规范 / 119
- 9.4 职场言谈技巧 / 123
- 9.5 言谈礼仪注意事项 / 128

第10章 电话礼仪 / 133

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 10.1 电话形象 / 133
- 10.2 接电话礼仪 / 137
- 10.3 打电话礼仪 / 141
- 10.4 手机使用礼仪 / 143

商务活动篇

第11章 接待礼仪 / 150

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 11.1 接待礼仪概述 / 150
- 11.2 座次礼仪 / 152
- 11.3 接待礼仪 / 155
- 11.4 拜访礼仪 / 159
- 11.5 馈赠礼仪 / 161

第12章 会议礼仪 / 168

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 12.1 商务会议筹备、准备与服务 / 169
- 12.2 商务会议主持、发言和参会礼仪 / 174
- 12.3 几种常见的商务会议礼仪 / 175

第13章 谈判礼仪 / 185

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 13.1 商务谈判的态度 / 186

- 13.2 商务谈判的形象 / 188

- 13.3 商务谈判的语言 / 189

- 13.4 商务谈判过程中的礼仪 / 189

第14章 仪式礼仪 / 195

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 14.1 开业仪式礼仪 / 195
- 14.2 签字仪式礼仪 / 197
- 14.3 剪彩仪式礼仪 / 200
- 14.4 庆典仪式礼仪 / 204
- 14.5 交接仪式礼仪 / 206

第15章 宴请礼仪 / 210

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 15.1 宴请概述 / 211
- 15.2 中餐宴请礼仪 / 215
- 15.3 西餐宴请礼仪 / 220
- 15.4 赴宴礼仪禁忌 / 225

第16章 办公礼仪 / 229

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 16.1 树立职业形象 / 229
- 16.2 营造宜人的办公环境 / 231
- 16.3 职场工作规范 / 233
- 16.4 职场关系礼仪 / 234

第17章 礼仪文书 / 240

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 17.1 商务信函礼仪 / 240
- 17.2 商务致辞礼仪 / 249
- 17.3 有关对外文书礼仪注意事项 / 257

涉外活动篇

第18章 涉外礼仪 / 262

学习内容 / 学习目标 / 情景导入

- 18.1 涉外礼仪基本理念 / 262
- 18.2 涉外礼仪基本原则 / 263
- 18.3 涉外基本礼仪规范 / 266
- 18.4 礼宾活动礼仪 / 268

参考文献 / 272

基本理论篇

第1章 认识商务礼仪

Chapter 1

第 1 章

认识商务礼仪

【学习内容】

礼仪的起源和发展,商务礼仪的内涵及基本特征,商务礼仪的主要功能,商务礼仪的构成要素和基本原则,商务礼仪修养的方法和学习商务礼仪的必要性。

【学习目标】

掌握商务礼仪的基本理论,以便掌握世界的通用语言——礼仪。

【情景导入】

黄莹是某大学经济学院某专业大三学生,下学期就要进入毕业顶岗实习、找工作就业阶段了。她知道职场人要有职场形象,可她这方面的知识还很欠缺,于是她找到教商务礼仪课程的刘老师请教有关职场礼仪的问题。刘老师称赞了她积极思考主动学习的精神,并告诉她理论是行动的先导,要想在职场上有靓丽的形象,就要学习商务礼仪。

学习商务礼仪,首先要了解商务礼仪的基本理论,懂得什么叫商务礼仪。那么商务礼仪的基本理论主要有些什么内容呢?

1.1 商务礼仪的内涵及基本特征

1.1.1 商务礼仪的内涵

1.1.1.1 礼仪的起源和发展

“礼”最早为远古时期宗教祭祀仪式上的仪态,由习俗演变而来。早期人类群居形成氏族、部落、氏族社会,逐渐形成共同的社会习惯(习俗)。不同的群体有不同的习俗,统一、规范后的习俗成为礼俗。

礼经历了从自然法则到家庭伦理到政治伦理的过程。礼出于俗,俗化为礼。殷商时,社会结构日渐稳定,道德文明开始形成。周代,周公制礼作乐,以礼治天下。中国以此被称为

“礼仪之邦”。《周礼》、《仪礼》、《礼记》称为“三礼”，为中国最早、最重要的礼仪著作。孔子主张礼用来克己，也用来节众。东汉时，许慎解释“礼”：礼，履也，所以事神致福也。《易经》讲，有天地然后有万物，有万物然后有男女，有男女然后有夫妇，有夫妇然后有父子，有父子然后有君臣，有君臣然后有上下，有上下然后礼仪有所错。

封建社会崇尚父子有亲，君臣有义，夫妇有别，长幼有序，朋友有信。西汉初，叔孙通制定朝廷礼制、礼仪和礼节规范。董仲舒提倡三纲五常，即“君为臣纲、父为子纲、夫为妻纲”和“仁、义、礼、智、信”，使礼成为维护封建等级制度的工具。宋代，封建礼教达到了巅峰，作为社会正统思想的礼教开始进入家庭，家礼由此而兴。明代，礼仪之风盛行，祭祖、祭天、祀年等仪式仪程，规范了“君臣之礼”、“尊卑之礼”、“交友之礼”等社会活动礼节。

欧洲“礼仪”一词最早为法语“etiquette”，原意是“法庭上的通行证”。古代法国法庭将进入法庭后必须遵守的规矩或行为准则，写或印在一张长方形的“etiquette”即通行证上，发给进入法庭的每个人。“etiquette”一词进入英文后便有了“礼仪”的含义，意即“人际交往的通行证”。

1.1.1.2 礼仪及商务礼仪的内涵

礼仪是人际交往中表达相互尊重而约定俗成、共同认可的准则、程序和行为规范。礼是尊重他人，仪是尊重他人的表现形式。礼仪就是以一定形式表现出来的对他人的尊重。礼仪是人际交往的行为规范，行为者举止动作也，规范者标准做法也，即人际交往中待人接物的标准化做法。对个人来说，礼仪是思想道德水平、文化修养、交际能力的外在表现；对社会来说，礼仪是社会文明程度、道德风尚和生活习惯的反映。重视、开展礼仪教育已成为道德实践的重要内容。

人们对礼仪的内涵有不同的认识。有人说是一种道德修养；有人说是一种形式美；有人说是一种风俗习惯。礼仪是礼貌、礼节、仪表和仪式的总称。

1. 礼貌

礼仪在言语、动作上的表现称为礼貌。礼貌是人们表示尊重和友好的行为规范，体现了时代风尚、道德水准及文化层次和文明程度。良好的教养和道德品质是礼貌的基础。礼貌主要通过语言和行为来表现自我的谦抑和对他人的恭敬。

2. 礼节

人际交往中的行为规范称为礼节。礼节是人际交往中表示敬重的行为规范。礼节是礼貌的具体表现形式，是礼貌在语言、行为、仪表等方面的具体规定，是表示相互尊敬、尊重、祝颂、问候、致意、哀悼、慰问以及给予必要协助和照料的惯用形式，是社会文明的组成部分。

3. 仪表

仪表指人的外表，包括人的仪容、服饰、姿态、风度等。仪表属于个人形体美的外在因素，反映人的精神状态。端庄的仪表既是对他人的尊重，也是自尊、自重、自爱的表现。

4. 仪式

仪式是在一定场合举行的正规的具有专门规范程序的活动，常用于较大或较隆重的场

合。举办各种仪式,以体现重视或表示纪念。

所谓商务礼仪是在商务交往中待人接物的标准化做法。商务礼仪特指商务活动中的礼仪准则和礼仪规范,是一般礼仪在商务活动中的运用和体现,是商务交往中为了互相尊重而约定俗成、共同认可的准则、程序 and 行为规范,它比一般的人际交往礼仪的内容更丰富。商务交往涉及的方面很多,但基本上是讲人际交往,是人际交往的艺术。国际上对商务礼仪的解释是商务人员的沟通技巧,是商务交往中达到沟通最大效果的技巧。

1.1.1.3 商务礼仪构成要素

商务礼仪由主体(礼仪行为的发起者)、客体(礼仪行为的指向者或接受者)、言语、非言语、媒体、环境六要素构成。下面介绍其中的四项基本要素。

1. 礼仪主体

礼仪主体是礼仪活动的实施者和操作者。既可以是个人,也可以是组织。礼仪行为或活动规模较小或较简单时,礼仪主体通常是个人。礼仪行为或活动规模较大时,礼仪主体通常是集体。礼仪主体为集体时,须有礼仪主体的代表者,即代表礼仪主体实施和操作礼仪的人。当礼仪行为或活动规模较大、规格较高时,代表者往往由多人组成,即升格为代表团。礼仪主体的代表者,一是应该能真正代表礼仪主体,胜任礼仪工作,不但具备资格而且具备能力,能较好地代表礼仪主体操作和实施具体礼仪的特定任务;二是能够为礼仪对象接受、认可、信赖、欢迎,能巩固并发展礼仪对象与礼仪主体的良好关系。

2. 礼仪客体

礼仪客体又称礼仪对象,是礼仪活动的指向者和承受者。从外延上讲,礼仪客体非常广泛,一切在礼仪主体看来具有真、善、美的东西,都可以成为礼仪的对象。既可以是人,也可以是物;可以是物质的,也可以是精神的;可以是具体的,也可以是抽象的;可以是有形的,也可以是无形的。没有礼仪客体,礼仪就失去了对象,就不成其为礼仪。礼仪主体与客体是任何一个礼仪行为或礼仪活动,都包含的两个方面,两者既相互对立又相互依存。礼仪主体决定礼仪行为或礼仪活动的发展方向,礼仪主体与客体的关系并非一成不变,一定条件下可以相互转化。

3. 礼仪媒体

礼仪媒体是礼仪活动所依托的一定的媒介,是礼仪内容与礼仪形式的统一。礼仪媒体的类型多种多样,可以分为人体媒体、物体媒体、事体媒体等三类。人体礼仪媒体指交际中所使用的语言、文字、手势、姿势、面部表情、交际距离以及语音、语调、节奏、停顿、沉默等辅助语言。物体礼仪媒体指借助于一些物体传递友好、尊重等意愿。事体礼仪媒体指通过一定的程序仪式来体现重视、尊重和敬仰等愿望。具体礼仪操作时,不同的礼仪媒体往往交叉配合使用。

4. 礼仪环境

礼仪环境指礼仪活动特定的时空条件。分为自然环境和社会环境。礼仪环境经常决定着礼仪实施,不仅实施何种礼仪由其决定,而且具体的实施方法也由其决定。

1.1.1.4 商务礼仪的基本特征

相比较而言,商务礼仪有以下5个方面的特征。

1. 规范性

规范者,标准也。没有规矩,不成方圆。商务礼仪的规范性,强调商务礼仪是商务人员待人接物的标准做法,是标准化要求。商务礼仪作为指导、协调商务活动中人际关系的行为方式和活动形式,广泛涉及社会经济生活的各个方面,为各国家、各民族、各阶级、各党派、各社会团体以及各阶层人士共同遵守,成为调节相互关系的行为规范。规范性使商务礼仪易于实施,也能通过专门训练达到预期效果。

2. 继承性

当代礼仪是既往礼仪的继承和发展。礼仪是约定俗成的逐渐固定并沿袭下来的人际交往的习惯、习俗、准则,是人类精神文明的标志之一,随着社会的发展和人们观念的变化,也会逐渐发展和变化。

3. 差异性

差异性也叫对象性。虽然不同民族、不同地域、不同宗教的礼仪及规范有许多相通之处和共同特征,但民族差别、地域差异、文化差异和宗教区别还是非常普遍。由于国家、地区、宗教、民族、时间、对象等不同,存在着截然不同的礼仪习俗和规范。民族性和地域性的存在,使得商务礼仪规范和方式有很多差异。

4. 发展性

商务礼仪规范随着社会的发展、时代的变迁不断发展更新。一方面,商务礼仪随着社会的发展不断发展和完善;另一方面,随着国际交往的扩大,各国的政治、经济、思想、文化等因素的渗透,商务礼仪被赋予新内容,简洁、文明、实用的礼仪活动形式是发展的总趋势。

5. 技巧性

技巧性也叫可操作性。礼仪操作突出七个字:有所为,有所不为。有所为是以礼仪展示训练有素和良好教养;有所不为是重要场合待人接物,不能出洋相,不能犯错误。

1.1.1.5 礼仪分类与商务礼仪基本内容

1. 礼仪分类

礼仪按应用范围可分为以下七大类。

(1) 日常生活礼仪。包括见面礼仪、介绍礼仪、交谈礼仪、宴会礼仪、会客礼仪、舞会礼仪、馈赠礼仪及探望礼仪等。

(2) 政务礼仪。国家公务员在行使国家权力和社会管理职能时所必须遵循的礼仪规范。

(3) 商务礼仪。商务活动中体现相互尊重的行为准则。

(4) 服务礼仪。服务行业从业人员应具备的基本素质和应遵守的行为规范。

(5) 社交礼仪。社交活动中所应具备的基本素质、交际能力等。

(6) 涉外礼仪。人们参与国际交往所要遵守的礼仪惯例、约定俗成的做法。

(7) 风俗节庆礼仪。包括春节礼仪、清明礼仪、端午礼仪、重阳礼仪、中秋礼仪、结婚

礼仪、殡葬礼仪和祝寿礼仪等。

2. 商务礼仪基本内容

本教程全面梳理了商务礼仪内容,将商务礼仪基本内容整合整理为:

- (1) 基本理论篇:认识商务礼仪。
- (2) 职业形象篇:仪表礼仪、服饰礼仪、仪态礼仪。
- (3) 商务交往篇:见面礼仪、介绍礼仪、握手礼仪、名片礼仪、言谈礼仪、电话礼仪等。
- (4) 商务活动篇:接待礼仪、会议礼仪、谈判礼仪、仪式礼仪、宴请礼仪、办公礼仪、文书礼仪、涉外礼仪。

全部内容分为4篇18章(模块/讲),构成完整的理论和逻辑体系。

1.2 商务礼仪的基本理念与基本原则

1.2.1 商务礼仪的基本理念

从宏观上讲,商务礼仪特别强调尊重为本、善于表达和形式规范。

1.2.1.1 尊重为本

商务礼仪必须强调尊重为本。学习礼仪,尤其是运用礼仪,最重要的是永远不失敬于人。尊重的前提在于了解,了解才有尊重可言。不了解无法尊重。做到尊重为本,专业角度有两个层面:自尊与尊他。自尊是尊重的出发点。如果不把自己当回事,谁能把你当回事?自尊通过言谈、举止、服饰、待人接物等方面体现。人际交往中,不自尊自爱的人是没有尊严和地位的人,也没有形象可谈。商务交往中,自尊自爱是出发点,否则就不能赢得交往对象的尊重。要做到自尊自爱,就必须从操作层面对自我有所规范,注意言谈、举止、穿着打扮。商务交往中的自尊通过言谈、举止、待人接物、穿着打扮方方面面表现出来。

交往以对方为中心。自尊很重要,尊重他人更重要,尊重对方就要尊重对方的选择。对交往对象要准确定位,要了解对方的身份、社会地位、职业、见识、阅历和教育程度,便于尊重对方。尊重上级是天职,尊重同事是本分,尊重下级是美德,尊重客人是常识,尊重对手是风度,尊重妇女就是尊重人类的母亲,尊重所有人是有教养。商务场合尊重他人注意三点: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。

1.2.1.2 善于表达

礼仪是一种形式美,一定形式表达一定内容,内容与形式相辅相成,内容借助于形式得到表现。表示尊重,不善于表达或表达不好都不行,要恰到好处地把尊重和友善表达出来。表达要关注环境、氛围、历史文化等因素。不仅自尊要有形式的表达,尊他也要善于表达。个人见识及商务经验,通过言谈举止表现出来。尊重自己和他人,若能恰到好处地表现出来,便可妥善地处理好人际关系。

表达非常重要。尊重不善于表达或不会表达,结果可能出乎意料,甚至会伤害到彼此。商务交往中善于表达注意两点:一是要沟通。尊重要对方理解,尊重与友善要表达得让对方