

GUOJI SHANGWU LIYI

国际商务礼仪

吴晓路 著

非
外
借

“国家一级出版社”



中国信息出版社

“全国百佳图书出版单位”

国际商务礼仪

吴晓路 著



图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务礼仪 / 吴晓路著. -- 北京: 中国纺织出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5180-3204-4

I . ①国… II . ①吴… III . ①国际商务—礼仪 IV .
① F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 016782 号

责任编辑: 汤 浩

责任印刷: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地 址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010 — 67004461 传真: 010 — 87155801

<http://www.c-textilcp.com>

E — mail: faxing@c-textilcp.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

虎彩印艺股份有限公司印刷 各地新华书店经销

2018 年 3 月第 1 次印刷

开 本: 880 × 1230 1/32 印张: 5.5

字 数: 120 千字 定价: 49.00 元

凡购本书, 如有缺页, 倒页, 脱页, 由本社图书销售中心调换

前 言

礼仪是人类交际的表现形式之一，孔子早在两千多年前就说过：“不学礼，无以立”。荀子也曰：“人无礼则无以立，事无礼则不成，国无礼则不宁”。礼仪是人们在交往过程中律己、敬人的一种特殊的社会规范。礼仪从交际角度来看，可以说是人际交往中使用的一种艺术，从传播学的角度来看，可以说是一种人际交往中相互沟通的技巧，具有规范性、差异性、传承性等特点。而商务礼仪是指商务人员在从事商务活动中应遵循的礼仪规范，凝结在商务礼仪背后的共同理念和宗旨就是商务礼仪的原则，其主要体现为平等适度、遵时守信、尊重隐私和入乡随俗等原则。华夏泱泱大国被称为历史悠久的“礼仪之邦”，有着五千年的文明传承与文化积淀。自我国加入 WTO 以来，商务礼仪俨然成为社交中的主流文化。

商务礼仪是在国际贸易中人与人打交道所遵从的礼节形式，对商务活动的正常进行有着重要意义。在涉外商务活动中，由于中西方不同的价值观、时间观、饮食观以及语言习惯等造成了商务礼仪差异。所以要达到有效沟通与合作的目的，就要从文化差异的角度去了解国际商务礼仪，去了解不同国家之间在商务礼仪方面的差异。国际商务礼仪中蕴含了一个国家的历史、政治、民俗、宗教等各方面民族文化等

等。从小方面而言，国际商务礼仪是不同国别中商业来往的礼节。从大的方面论，它代表了一个国家的文化，以及这个国家的道德品质。认识一个国家，某种程度上，正是从认识其商务礼仪开始。国际商务礼仪是人际交往相关的国家惯例，是国家交往中共同遵守和采用的行为。遵循国际商务礼仪，可以有效地避免因为各自历史和文化差异而产生的误会、隔阂与予省。这些行为规定可以使商务互动更可预测及专业化。

在经济全球一体化的背景下，随着我国经济的蓬勃发展，国际商务活动日益频繁。在这种背景下，我们必须了解不同文化背景下商务活动中的商务礼仪的差异及其应用，具备跨文化交际能力。商务礼仪已经成为现代商务活动中必不可少的交流工具，越来越多的企业都把商务礼仪培训作为员工的基础培训内容。所以，对于现代企业来说，学习商务礼仪、普及商务礼仪，已成了提高美誉度、提升核心竞争力的重要手段，这不仅是顺应潮流，更是形势所需。

本书详细并专业地阐述了国际商务礼仪相关文化，从礼仪文化的起源到商务礼仪文化的发展变革，并概括分析了国际商务礼仪的现状，具体介绍描绘了在国际商务交往中，如何更好地使用商务礼仪，以及社交技巧。



目 录

contents

第一章 国际商务礼仪概述	1
第一节 商务礼仪	2
第二节 国际商务礼仪	3
第二章 国际商务礼仪的发展史	9
第一节 商务礼仪的起源	10
第二节 国际商务礼仪的阶段性发展历程	11
第三节 中国商务礼仪的发展史	13
第四节 美国商务礼仪	20
第五节 日本商务礼仪	23
第三章 国际商务礼仪危机	27
第一节 国际商务礼仪危机概述	28



第二节 主要贸易伙伴的国际礼仪	30
第四章 国际商务礼仪形象	39
第一节 言谈	40
第二节 举止	43
第三节 着装	46
第四节 仪容	49
第五章 国际商务社交中的礼仪	53
第一节 商务社交中的通则	54
第二节 握手的礼仪与禁忌	56
第三节 引见介绍的规则	59
第四节 名片的价值与使用	63
第五节 交谈的礼仪与技巧	66
第六章 国际商务拜访与商务接待礼仪	69
第一节 商务拜访谨记	70
第二节 等待会见时如何表现得体	73
第三节 商务接待礼仪	74
第七章 国际商务通信礼仪	85
第一节 电话礼仪	86

第二节 信函礼仪	90
第八章 国际商务应酬礼仪	101
第一节 商务宴请礼仪	102
第二节 商务娱乐礼仪	107
第三节 商务旅行礼仪	110
第九章 国际商务礼仪中的客户管理	115
第一节 商务礼仪与客户管理关系理论概述	116
第二节 商务礼仪在构建客户关系中的运用	118
第三节 利用商务礼仪改进客户关系的对策	120
第十章 国际商务礼仪中的礼物馈赠	125
第十一章 不同国家的礼仪和习俗	135
第一节 东方国家的礼仪和习俗	136
第二节 西方国家的礼仪和习俗	143
第三节 非洲国家的礼仪和习俗	152
参考文献	165



第一章 国际商务礼仪概述

在国际商务交际中有很多种礼仪，这些礼仪都是各国商业人士应该遵守的。礼仪是一个国家文化内涵、民族精神和综合素质的综合表现。随着市场经济的深入发展，各种商务活动日趋繁多，礼仪也在其中发挥着越来越大的作用。经济全球化的发展使得国际商务合作越来越频繁，在业务往来中树立良好形象、恰当运用礼仪知识、提高社交礼仪能力，会对业务开展产生事半功倍的效果。本章从商务礼仪和国际商务礼仪进行讲论述。



第一节 商务礼仪

礼仪是在交往过程中体现出来的相互尊重的意愿，是与人交往的程序、方式以及实施交往行为时外在表象方面的规范；礼仪是人类为维系正常生活而要求人们共同遵守的最起码的道德规范，它在人们长期共同生活和相互交往中逐渐形成并以风俗、习惯和传统等方式固定下来。

礼仪是人类交际的表现形式之一，孔子早在两千多年前就说过：“不学礼，无以立”。荀子曰：“人无礼则无以立，事无礼则不成，国无礼则不宁”。礼仪是人们在交往过程中律己、敬人的一种特殊的社会规范。礼仪从交际角度来看，可以说是人际交往中使用的一种艺术；从传播学的角度来看，可以说是一种人际交往中相互沟通的技巧，具有规范性、差异性、传承性等特点。商务礼仪是指商务人员在从事商务活动中应遵循的礼仪规范，凝结在商务礼仪背后的共同理念和宗旨是商务礼仪的原则，其主要体现为平等适度、遵时守信、尊重隐私和入乡随俗等。

商务礼仪是商务人员个人素养的体现，有助于在商务活动中建立良好的人际关系。更重要的是商务人员的商务礼仪体现着企业的形象，良好的商务礼仪有助于提升企业的总体形象，尤其在国际商务活动中商务人员还面临文化差异，因此，涉外商务人员必须了解国际商务活动中的商务礼仪。

第二节 国际商务礼仪

一、国际商务礼仪的内涵

礼仪是指人们在社会交往活动中形成的行为规范与准则，具体体现为礼貌、礼节、仪表、仪式等。它是社会人际关系中用以沟通思想、交流感情、表达心意、促进了解几种形式，是人际关系中不可或缺的润滑剂。商务活动是指在法律许可范围内，以社会分工为基础，以提供商品或劳务为内容的开创性经济活动。商务活动是商流、物流、信息流、资金流的统一过程，是一个完整的系统。因此，所谓商务礼仪就是指商务人员在从事商务活动的过程中应使用的礼仪规范。商务礼仪在商务活动中起着重要的作用，其本身也将不断职业化。

在国际商务活动中，商务礼仪因国别、地域、宗教信仰、文化背景、政治制度等不同而千差万别。为了更好地与不同民族、种族和国家的人们进行商务交往，就必须先要对国际商务礼仪有所认识，对国际商务往来中所需具备的素质有所了解。国际商务礼仪，顾名思义就是人们在国际交往过程中必须遵守的共同性的礼仪规范。也可以说，国际商务礼仪是人们在国际交往中要遵守的“交通规则”，它是一种“世界语”。国际交往强调“求同存异”与“遵守惯例”。现在世界上有 200 多个国家和地区，有无数个民族，和几十亿人口，礼仪和习俗因人而异。俗话说，“十里不同风，百里不同俗”，更何况那些居住在不同国家、分属不同民族、持有不同宗教信仰的人们了，礼仪和习俗都是不同的。鉴于此，



人们在参与国际交往的时候，就必须有这样一种意识，即遵守约定俗成的共同的礼仪与习俗规范。

二、国际商务礼仪的内容

国际商务礼仪的内容包罗万象，涉及衣食住行的方方面面，其主要包括以下三大类。

（一）商务用语

一个人的谈吐表现了他的教养、能力和力量。在商务活动中，谈话的分寸掌握得是否得体，直接影响商务活动的成败。一般商务活动用语包括见面问候语、开场语、交涉语和结束语。

1. 见面问候语英语中有句谚语：“First impression counts a lot.” 见面问候语作为和外商交流的第一句话，其重要性不言而喻。见面问候的方式多种多样，在商务活动中人们常常握手问候。握手时应放松而有力，要直视对方的眼睛。

2. 开场语使用开场语的目的是使人们的注意力集中，从而开始商务活动，这就要求开场要观点明确，开场语可用陈述式也可以用感叹式，但都需要简洁有力、礼貌达意。

3. 交涉语交涉是商务活动的核心。能否达成对双方都有利的结论是交涉是否成功的关键。为了使自己尽可能在有利的情况下达成双方能够接受的协议，要做到：a 尽可能使用交易性的交易语言，如运用国际商会编写的《国际贸易术语解释通则》中的贸易术语，避免生僻，影响双方的交流。b 尽量使用英语直接与对方交涉，大多数国际客商都会说英语，在商业领域和科技领域英语是国际语言，和外商交流要尽量使用英语。即使跟本国人谈话，如果有外商在附近也要

使用英语，否则外商会怀疑你在讲一些他不知道的事情。

4. 结束语结束语是交涉的压轴戏。在结束语中既要对自己所讲过的问题做出评价，又要对讲过的问题予以归纳，因此，结束语要稳健、中肯、切题，既有肯定，又有否定，且有回旋，不到最后时刻，不做绝对结论。

(二) 服饰

商务人员的服饰同样非常重要。虽然，在许多国家都有教育后人不要以貌取人的故事和传说，但是在如今这种快节奏发展的社会中，一个人的衣着服饰确实能说明很多问题。在商务活动中，任何人的服饰都要与他的身份、地位、年龄、社交场合相符，并且外表和修饰的得当也是对合作伙伴的尊重。对男士来说，稳重的西服和领带是最佳选择。而女士则要选择稳重得体的衣服，如穿裙子和套裙，并化淡妆。

(三) 送礼物

在商务场合中，互赠礼物可以增进双方的友谊和感情，有利于巩固彼此之间的交易关系，但赠送礼物也有很多讲究。高乃依曾说过：“赠送礼品的方式比礼品本身更重要。”比如，不要送过分贵重的礼物，尤其是送给欧美国家的客商，因为他们只把礼物作为传递友谊和感情的纽带。有时赠送很贵重的礼物效果可能会适得其反，对方会怀疑你此举是否想贿赂他而另有所图。

国际商务活动是一种双向交往活动，交往的成功与否，首先取决于沟通的效果如何。在国际商务活动各种需要与方方面面的人打交道，处理各种关系，安排各种活动。良好的礼仪容易使人们之间的感情得到沟通，从而建立起良好的人



际关系，使商务交往取得成功。反之，如果不注意良好得体的商务礼仪，则容易产生感情排斥，给予对方不佳印象，造成人际关系紧张，进而影响商务活动的顺利进行。

国际商务礼仪是商务交往和谐发展的调节器，遵循它有助于调节感情、增进理解，加强人们之间的相互尊重、友好合作的关系，也可缓解进而消除那些不必要的障碍。礼仪作为一种行为规范，所表现出的真诚守信的精神和种种周全的礼仪形式，本身就是以双方的互相尊重、平等待人为前提。秘书人员在与本组织中的其他成员、或同商务交往对象的人员发生关系时，必须恰当地运用礼仪，其表现出来的协调能力制约着商务目标的实现。

礼仪最基本的功能就是规范各种行为。一方面，国际商务礼仪可指导人们在商务活动中的行为和思维习惯，充分体现长期以来共同遵守、约定俗成的惯例；通过人们的言谈举止以及处理各种关系所遵循的原则与态度，树立起遵纪守法、遵守社会公德的良好形象，确定与商务交往对象的平等相处。另一方面，国际商务礼仪也可帮助秘书人员摆正自己的位置，规范自己的行为，加强自身修养，从而更好地满足秘书作为辅助者的服务性要求。

遵循国际商务礼仪规范的好坏，既能展示秘书的素质，又能反映企业形象。对于个人来说，商务礼仪是其文化修养、交际能力的外在表现；对于企业来说，商务礼仪是其价值观念、道德理念、员工整体素质的集中体现。良好的企业形象是组织想要追求的目标，秘书工作是组织的窗口，秘书人员在进行内外联系、公务洽商、迎来送往等工作时，涉及仪容仪表、言谈举止、礼貌礼节、仪式及活动过程等多方面

的要求，其形象的好坏直接关系企业形象的优劣。秘书良好的礼仪可以让外国客户对本企业有一个好的印象和评价。因此，国际商务礼仪已经成为直接塑造秘书人员个人形象、间接塑造组织形象的重要工具。

第二章 国际商务礼仪的发展史

国际商务礼仪是人们的行为规范和准则，它作为企业文化、企业理念不可或缺的组成部分，对于塑造良好形象，扩大国际商务交往，促进事业成功都具有十分重要的作用。而它也拥有丰富多样的发展史，本章分为商务礼仪的起源、国际商务礼仪的阶段性发展历程、中国商务礼仪的发展史、美国商务礼仪的发展史、日本商务礼仪的发展史五节进行介绍。