

现代秘书系列教材

总主编 范立荣



商务礼仪

胡晓涓 主编



F718
H512-2

现代秘书系列教材

总主编 范立荣



商务礼仪

-5

主 编 胡晓涓

参编者(以章节先后为序)

卢 颖 邓 红

邓 嵩

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务礼仪/胡晓涓主编

北京: 中国人民大学出版社, 2005

(现代秘书系列教材)

ISBN 7-300-06822-7

I. 商…

II. 胡…

III. 商务-礼仪-教材

IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 100848 号

现代秘书系列教材

总主编 范立荣

商务礼仪

胡晓涓 主编

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北三河汇鑫印务有限公司

开 本 787×965 毫米 1/16

版 次 2005 年 9 月第 1 版

印 张 15.75

印 次 2005 年 9 月第 1 次印刷

字 数 288 000

定 价 19.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

总 序

随着我国市场经济的高速发展,党政机关、企事业单位、商贸系统的改革步伐不断加快,各行业对秘书的需求量越来越大,对秘书工作的要求也越来越高。在这一变化的影响下,秘书的职业意识在不断更新,工作内容在不断拓展,工作制度在不断完善。然而,能够适应这一变化的训练有素、能力卓越的新型秘书人才却显得十分匮乏。很多院校的秘书专业和秘书培训部门都在着力培养这类人才。所以,他们最急需的是符合 21 世纪时代特征的,具有丰富的秘书知识内涵、开阔的国际视野、很强的实用性和操作性的、新型的现代行政秘书和商务秘书系列教材。

鉴于此,我们遵照国务院批转教育部《2003—2007 年教育振兴计划》中“职业教育与培训创新”的精神,组织秘书专业的专家及教授偕同富有实践经验的秘书工作者,依照新型秘书应具备的知识结构和能力结构,量身打造,编写了这套集时代性与实用性于一身的高层次的现代秘书系列教材。

纵观本套教材,特点有三:

第一,具有前瞻性和现代性。本套教材立足于我国加入世贸组织后市场经济发展的前沿,借鉴了国际领先水平的秘书工作经验,从我国现实情况出发,对秘书工作从理论到操作的方方面面内容作了系统的介绍,论述详尽,阐发深入,紧跟时代发展的步伐。

第二,具有系统性和全面性。系统性是指这套教材是一个系统工程,是由办事、办文、办会等系列子系统组成的相互关联、衔接有序的动态系统。全面性是

指这套教材囊括了秘书工作的收集信息、协调、信访、调研、督检、文书、会务、接待、沟通、礼仪、办公自动化、速记技能等全部内容，可以说这是一套“秘书工作必读全书”。

第三，具有标准性和实用性。本套教材是遵照《秘书国家职业标准》进行编写的。学习这套教材，不仅有助于做好秘书工作，也有助于考取我国《秘书职业资格证书》。我国将实行“学历文凭+资格证书”并重的用人制度，世界各国之间也将开展职业资格互认，资格证书将成为国际职业的“通行证”。在这种趋势下，标准化教材就显得非常之重要。实用性体现在本套教材以实务为中心，使学生明确在工作中应做什么，怎样才能做好，怎样不断提高工作效率。

这套教材的编写框架和内容很新颖，将秘书应掌握的知识和技能贯穿于每一个模块中，重点明确而突出，简洁而实用，并配有经典案例及评析，融知识、技能、情趣于一炉，非常适合作为大中专院校秘书专业的教材，也可用于培训或自学。

最后，我们衷心希望本套教材的使用者能在轻松的学习中领悟秘书工作的真谛。

范立荣

2004年4月

前言

随着现代社会人与人之间交往的增多,个人的礼仪修养越显重要。如何得体地与人交往,并通过个人交往为商务组织创造发展的契机,也已成为商务人员越来越关注的问题。商务礼仪作为企业文化、企业理念不可缺少的组成部分,告诉我们在商务活动中如何通过具体的甚至是微小的细节,为自己进而为公司创造良好的 interpersonal 环境和发展的空间,实现并创造价值。

本书旨在为人们提供系统、实用的商务礼仪规范及操作技巧,指导并帮助人们在商务活动中提高礼仪水准,减少失误和误会,以赢得更多的商机。

全书共有九章,详细介绍了商务礼仪的具体构成,以及各种情况下商务礼仪的操作规则。

第一章为商务礼仪概述,主要从理论上介绍商务礼仪的含义、基本原则以及商务人员应具备的商务礼仪修养。

第二章为商务人员基本礼仪,主要介绍与人交往的最基本商务礼仪常识,如见面礼节、方位礼仪、馈赠礼仪等。

第三章为商务活动礼仪,主要介绍各种具体的商务活动的礼仪、礼节规范。

第四章为商务形象礼仪,重点介绍如何塑造职业形象。

第五章为商务文书礼仪,主要介绍各种文书的写作规范和技巧。

第六章为商务人员旅行礼仪,主要介绍商务人员在旅途中的衣食住行规范。

第七章为生活中的礼仪,从优雅的举止、得体的服饰、整洁的仪容、礼貌的谈吐几个方面介绍关于个人仪容、仪表、仪态等方面的商务礼仪。

第八章为国际商务礼仪，介绍了国际商务一般礼节、国际商务会见与会谈基本规范，并重点介绍了与不同国家商人的贸易来往的技巧。

第九章为国际宗教礼俗与商务礼仪，介绍了世界主要宗教、我国的主要贸易国的商务礼仪习俗、世界主要节日礼俗，以适应我国加入 WTO 后面临的更加深入的“经济全球化”要求。

为配合教学，本书运用生动有趣的案例阐述了礼仪规范，同时，每章中穿插了许多小贴士、小知识，以调动学生学习的积极性，并在每章后安排了大量的实际操作练习，为学习者提供了方便。本书可作为高等院校和职业院校的教学与培训教材，也可作为商务人士必备的工具书。

本书第一、四、五、六、九章由胡晓涓编写，第二、三章由胡晓涓、卢颖编写，第七章由邓红编写，第八章由邓嵩编写，胡晓涓负责全书的统稿、修改。在编写中我们参考了许多资料，在此向资料作者表示最诚挚的感谢。

作 者

2005 年 6 月于北京

目 录

第一章 商务礼仪概述	(1)
第一节 商务礼仪的含义	(3)
第二节 商务礼仪的基本原则	(6)
第三节 商务礼仪修养	(9)
第二章 商务人员基本礼仪	(17)
第一节 见面礼节	(17)
第二节 方位礼仪	(29)
第三节 馈赠礼仪	(35)
第三章 商务活动礼仪	(43)
第一节 商务洽谈	(44)
第二节 商务接待与拜访	(49)
第三节 商业仪式与活动	(59)
第四节 商务通讯	(79)
第五节 商务宴请	(89)
第四章 商务形象礼仪	(100)
第一节 职业形象的塑造	(101)
第二节 职业形象举要	(106)
第五章 商务文书礼仪	(116)

第一节	商务通信礼仪	(117)
第二节	商务柬帖礼仪	(121)
第三节	商务启事礼仪	(126)
第四节	备忘录礼节	(130)
第六章	商务人员旅行礼仪	(136)
第一节	交通礼仪	(137)
第二节	住宿礼仪	(141)
第三节	携带物品礼仪	(144)
第七章	生活中的礼仪	(150)
第一节	优雅的举止	(151)
第二节	得体的服饰	(155)
第三节	整洁的仪容	(160)
第四节	礼貌的谈吐	(165)
第八章	国际商务礼仪	(177)
第一节	国际商务一般礼节	(178)
第二节	国际商务会见与会谈	(186)
第三节	与不同国家商人的贸易来往	(192)
第九章	国际宗教礼俗与商务礼仪	(200)
第一节	欧洲、北美国家的主要宗教、礼俗与禁忌	(201)
第二节	亚洲国家的主要宗教、礼俗与禁忌	(212)
第三节	非洲国家的商务礼俗与禁忌	(224)
第四节	大洋洲及拉美地区的商务礼俗与禁忌	(226)
第五节	世界主要节日礼俗	(230)
参考书目		(242)

第一章

现代秘书系列教材

商务礼仪概述

案例导入

他错在哪儿?

小刘研究生毕业后走上了工作岗位。他先后调换过4个单位,每次都是在事业上难有作为。尤其让他感到困惑的是:为何每到一个单位人际关系总处不好,上司和同事总是和他过不去,甚至对他怀着敌意呢?

其实,这一切既不能怪他的上司,也不能怪他的同事,只能怪小刘自己。小刘刚到第一个单位工作时,公司的总经理非常赏识他的才华,不久就把他调到身边当助手。可是,随着他与总经理接触增多,他在总经理面前开始张狂和随便起来。比如,他曾当着众人的面毫无遮拦地发表自己的见解,还与总经理争辩,让总经理下不了台。后来,小刘即使提出绝佳的计划也常常遭到总经理的否决。

小刘长得高大健壮,爱好球类运动,在学校时是篮球队的主力队员。他到第二家单位时正值单位所在系统举办篮球赛,他担任了单位的篮球队队长,由他全权负责组织篮球队的训练。可是在短短的一个月时间里,小刘却几乎把队友都得罪光了。他在训练中总爱辱骂人:“水平臭!”“吃干饭的!”“给我滚一边去!”若比赛败北,他更是骂骂咧咧,指责队友拖了他的后腿。

小刘在第三个单位的时候曾负责一个工程项目。在设计图纸时,一

位和他一直配合很默契的同事向他提出修改建议。小刘非但不听，反而冲同事嚷嚷：“你懂什么？我开始搞图纸设计的时候，你还在穿开裆裤和稀泥哩！”尽管那位同事反复向他解释并非有意冒犯他，可小刘依然怒吼不已。事后，他虽然有些后悔自己的过分，但又怕丢面子，一直没有勇气向对方道歉。

在第四个单位的时候，有一天他到仓库去领料，保管员的态度有些不好，发料时又将数字搞错了。于是，小刘得理不饶人地和保管员吵了起来。同事们连忙赶来劝解，其中一个同事拉了拉他，朝保管员努努嘴，暗示他保管员的袖子上别了一道黑纱，其心情不好是有特别原因的，请他多体谅。可是小刘仍不肯罢休，直到领导表示扣保管员当月的奖金才了事。



评析

在上述案例中，小刘犯了以下错误：

(1) 不尊重自己的上司，目中无人，缺乏对上司最起码的尊重，当众让上司难堪。

(2) 不尊重同事，不接受同事的意见和建议。同事之间有意见分歧是正常的，要把人与事分开，不能因意见不同而迁怒于人。

(3) 道歉不是件丢人的事，而恰是成熟和诚实的表现。说错话，办错事，需要向别人道歉，这是人际相处的基本常识。要想化敌为友，就必须勇于承认“我错了”。在工作场合不能与人为善，口出秽语，得理不让人，这是严重伤害他人的不良行为。

(4) 得理不饶人，不体谅他人。

良好的人际沟通能力能够使你和任何人愉快地合作共事。每一个人都需要建立良好的工作关系，以获取事业上的成功。但有时我们也会面临各种困难与危机，并错失良机，原因就在于我们未能了解他人，或者不知道该如何表达自己的意思。要解决这个问题，必须拥有礼仪方面的知识，掌握了这方面的知识，就能帮助你在工作中有效地进行各种交流，从而取得成功。

随着全球经济一体化的进程不断深入，商业竞争日趋激烈。一个成功的商务人员，不仅要具有精深的业务技能，而且还需要具备良好的综合能力，才能做到面对挑战而从容不迫。商务礼仪，就是对这些技能和能力的综合体现。严格地说，商务礼仪即是在商务交往中应该遵守的交往艺术。它是无声的“世界语言”，

是衡量个人素质与企业形象的重要标准。

第一节 商务礼仪的含义

商务礼仪是礼仪的重要组成部分，要想了解什么是商务礼仪，就应首先从认识礼仪开始。

一、礼仪的含义与由来

礼仪是人类文明和社会进步的重要标志，它既是交往活动的重要内容，也是道德文化的外在表现形式，有着丰富的内涵。那么，什么是礼仪？它的核心是什么？遵行礼仪应把握哪些原则？这是需要首先弄清的问题。

何谓礼仪？“礼之名，起于事神。”早在商代甲骨文中即已经有了“礼”字。人们既将“行礼之器”称作“礼”，又将祭祀活动即“奉神人之事”称作“礼”。中国古代最重要的工具书之一、东汉许慎所著的《说文解字》也说：“礼，履也，所以事神致福也。”也就是说，礼的本意是指敬神，表示敬意的活动。由于礼的活动都有一定的规矩、仪式，于是又有了礼节、仪式的概念。古人有言：“中国有礼仪之大，故称夏，有服章之美，故称华。”古代华夏族正是以丰富的礼仪文化而受到周边其他民族的赞誉的。

根据史籍记载，在夏、商时期，作为言行规范的“礼”就已经存在。孔子就曾说：“殷因于夏礼，所损益，可知也；周因于殷礼，所损益，可知也。”我国的古籍中有许多是论述礼仪的，《周礼》、《仪礼》、《礼记》是其中有名的“三礼”。我国古代的“礼”，既包括制度层面的礼，也包括抽象层面的礼。《荀子·修身篇》称：“人无礼则不生，事无礼则不成，国家无礼则不宁。”可见，礼不仅是古人道德思想的精髓，而且是治国安邦的战略。大体上，礼有三方面的内容：一是指治理国家的典章制度；二是指古代社会生活所形成的作为行为规范和交往仪式的礼制及待人接物之道；三是对社会成员具有约束力的道德规范（包括自身修养）。

我们今天所说的礼主要指的是第二个层面，即礼仪。凡是把人内心待人接物的尊敬之情，通过美好的仪表、仪式表达出来，就是礼仪。可见，礼仪就是指人们在社会交往中为了互相尊重而约定俗成、共同认可的行为规范和程序，它是礼

节和仪式的总称。礼是指由一定的道德观念和风俗习惯形成的礼节及表示尊敬的态度或动作；仪，是指人的外表、动作及按程序进行的礼节。简言之，“礼”，即礼貌、礼节；“仪”，即仪表、仪态、仪式。遵行礼仪就必须在思想上对交往的对方有尊敬之意，谈吐举止上懂得礼仪规矩，外表上注重仪容、仪态、风度和服饰；在一些正式的礼仪场合，还须遵循一定的典礼程序等。正如孔子所云：“博学于文，约之以礼。”

可见，礼仪是为维系和发展人际关系而产生的，是人类文明和社会进步的重要标志，它既是交往活动的重要内容，又是道德文化的外在表现形式，有着丰富的内涵。我国素有礼仪之邦的美誉，礼仪文化源远流长，并有着完备的礼仪体系。如今，随着社会的进步，市场经济的发展，人们对内对外交往的日益频繁，礼仪成为人们社会生活中不可缺少的内容。礼仪修养，不仅是现代文明人必备的基本素质，而且是社会交往、商务活动和其他各项事业成功的一个重要条件。商务礼仪是我国灿烂文化的组成部分之一。一个商务工作者，要在变化莫测的市场里应付自如，在竞争激烈的经济领域取得成功，就必须深入全面地了解、熟悉和正确使用商务礼仪，以更好地树立和巩固个人与组织的良好形象。

小知识

中国——礼仪之邦

传说，明代初期菲律宾地区有一位国王前来朝拜，因病逝世于中国，他临终前要求死后葬于中国，因为中国是“礼仪之邦”。公元13世纪初期，意大利旅行家马可·波罗曾盛赞中国是“东方的天堂”。在他的游记发表后，人们开始了解东方，了解中国。在当时欧洲人眼中，中国是一个物产丰富、文明昌盛、可望而不可即的仙境，是他们心目中的天堂。

的确，当世界上许多民族还没有形成的时候，我们的祖先就创造了无以匹敌的文明。中国的文明曾在几千年间影响着东方世界，中国被外国人称为君子之国。至今，大凡到过日本或跟日本人有过接触的人，都感受过日本人的频频鞠躬，听过日本人的“欢迎光临”、“请多关照”等礼貌用语。日本人称这种礼节为“唐风”，这个礼节是沿袭1200年前唐朝的礼制而来的。

二、商务礼仪的含义

商务礼仪是一个含义丰富的概念，它包括了在工作场合所需要的各种人际交流的技巧，涵盖了交际活动的方方面面。

商务礼仪，就是公司或企业的商务人员在商务活动中，为了塑造个人和组织的良好形象，对交往对象表示尊敬与友好的规范或程序；是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。它包括商务礼节和仪式两方面的内容。

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人们共同约定并形成习惯的规范形式。

仪式即按程序进行的礼节形式。

一般来讲，在商务活动中，言行合情合理、大方得体，按约定俗成的规矩办事、讲究礼貌，按礼节程序接待客户等，都属于商务礼仪的范畴。

商务礼节同商务礼仪既相互联系又相互区别。商务礼节产生于商务礼仪之前。在商业活动的初始阶段，人们之间的礼节单调而又简单。随着业务活动的复杂化和现代化，商务礼节越来越多，也越来越复杂，逐渐在人们中间形成了一种“约定俗成的规矩”，于是就产生了一定的礼节程序，商务礼仪也就从商务礼节中自然而然地游离了出来。商务礼节是商务礼仪的基础，没有商务礼节，商务礼仪是不存在的。但就目前来讲，我国的商务礼节、商务礼仪是没有多少差别的。

今天，越来越多的商界精英已经认识到，商务礼仪的作用不能小觑。商务礼仪作为企业文化、企业理念不可或缺的组成部分，其作用无可替代。在商务活动中，任何一个微小的礼仪细节的疏忽，都可能给自身及公司的形象带来损害，甚至会因此失去一个重要客户。

商务礼仪并不是呆板的教条和冷漠的规定。一个公司需要良好的沟通，公司内部的员工之间也需要良好的人际交流。当出现沟通不畅的问题时，人们总是会去抱怨“公司”，但事实上每一个人都是公司里的一分子，因此都应该为改善公司内部沟通的状况承担起自己的责任。当每一位员工都具备了良好的沟通技巧，那么在这个公司内部自然可以有效地进行交流了。

想想那些让你暗暗敬佩的人吧，他们往往在工作中出类拔萃，同时又彬彬有礼，既能灵活处理各种情况，又能礼貌地表达出自己的想法。

小贴士

“礼貌待人无需任何成本，却可以买到一切。”

——玛丽·沃特丽·孟塔古夫人

第二节 商务礼仪的基本原则

一、商务礼仪基本原则

商务人员为了更好地开展商务活动，除了要提高自身的商务礼仪修养之外，还应遵守基本的商务礼仪准则。

（一）认清主客立场

根据待客之道，主方立场为保护者，而客方扮演的则是被保护者。例如：

在接待工作中，我们往往走在来宾的左方。这主要是由于古代枪手习惯瞄准左方，因此，出于安全考虑，强调“以右为尊”。

上下楼梯要特别注意：上楼梯时应让上司、来宾走在前方，以防止对方不慎跌落；下楼梯时则让上司、来宾走在后方，以便随时给予保护。

在引导上司、来宾时，应走在其左侧前面一点，在拐弯处、楼梯间及进出电梯时都应放慢脚步，等待客人。进电梯时先于上司、来宾进入，出电梯时则相反，自己后出，以免电梯不慎夹到来宾。这些细节可表现出我们对客人的体贴。

以上所述看似小事，实则体现出商务人员的个人修养。

（二）多用商量语气

商务活动中的谈话是一门艺术，关键是表现出谈话者之间彼此尊重。当我们有求于人时，不论是对上司或部下都应采用询问商量的口气，多用“可不可以？”或“好不好？”让对方有考虑的时间与空间。避免出现下列景象：

办公室中，某员工要请假，却摆出一副理直气壮的样子对上司说：“老板，我明天有事，要请假。”

某公司老板时常向员工说：“这件事下班前一定要完成。”

如此的口气不仅让对方很难表达意见，同时还会造成或加深双方的隔阂。正确的说法应该是：

“老板，我明天有要事需处理，不知能否向您请个假？”

“这件事情很紧急，下班前能不能完成它？”

这些温和的语气会使人感到受到了尊重，也容易获得正面的答复，更能使谈话气氛和谐愉快，有助于事情顺利进行。

（三）避免惊吓他人

开会进行至中途，如物品不慎掉落需要捡拾，应先和身边的人说一声，例

如：“对不起，我捡支笔。”然后再低下身去拾取。切不可直接弯身取物，以免吓到身边的人。

走路或与人交谈时，千万不可把手放在衣服口袋里，这样会使对方缺乏安全感，同时会使人产生为人轻浮、无所事事的印象。另外，将双手交叉盘于胸前，也是很礼貌的行为。在欧洲人看来，隐藏双手不让人看见是带有敌意的表示，所以，一定要将双手露出来，如天气很冷可戴上手套。

用餐时不可用刀、叉、筷子等尖锐的东西指向他人，这样会使别人产生恐惧感。柜台服务人员与客人谈话时，也不要让笔尖朝向客人。

（四）尊重他人隐私

每个人都拥有自己的空间和不为人知的秘密，所以，在公共场合不要随意谈论他人隐私。

谈论过于私人的问题还容易造成尴尬的场面。婚姻状况、年龄、体重、三围、薪水、穿着品牌等话题应尽量避免公开谈论。

与人交谈时，如果对方不愿意主动提及某事，必有其原因或有难言之隐，此刻最不应该有的态度就是“打破砂锅问到底”。如果你知晓别人的困难，又没有能力替人分忧解难，记住千万不要背后幸灾乐祸，因为这样做很不道德。

（五）遵时守约，珍爱生命

时间等于金钱，时间等于生命，商场上最看重的莫过于守信了，而守时即守信的表现。珍惜时间就是珍惜他人和自己的生命，所以与人相约一定要守时。

守约还表现在讲次序，注重排队礼貌。尤其是金融业，绝不能因大客户上门而不讲次序，让等候已久的其他小客户忍受别人插队的不公平待遇。

另外，在公共场所或会餐时，吸烟前记住先询问是否可以吸烟，以免危害他人健康，侵犯他人的生命权。会餐中如欲喝酒也该讲究礼貌，千万不要不分场合和对象地劝酒。酒喝多了会伤身，若酒后开车则更加危险，既损人又不利己。所以，在商务活动中注重对方的生命权也是值得重视的问题。



小知识

世界各地有关准时的指南

关于“准时”，不同国家、不同地区都会有不同的态度。无论你准备去哪里，你都应该事先了解一下当地人的时间观念。

1. 对“准时”极为看重的国家：所有的北欧国家（斯堪的纳维亚诸国、德国、瑞士、比利时等）。

2. 对“准时”采取赞赏和期待态度的国家：加拿大、澳大利亚、英国、法国和美国。

3. 对“准时”持宽松态度的国家：欧洲南部诸国（如西班牙、意大利、希腊等），还有绝大多数地中海国家。

4. 不在乎“准时”与否的国家：绝大多数拉丁美洲国家和许多亚洲国家——在那里你尽管可以把手表抛在一边！

二、商务礼仪中的 3T

礼仪必须发自内心，绝不可做表面文章、应付差事。商务礼仪 3T 是商务人员的基本礼仪指南。

（一）Tact（机智）

Tact 在商务活动中能起到三种作用：

一是“愉快”，即使人感到愉快。在待人接物时尽量欣赏、赞美别人的优点，使之处于愉快的环境中，生意自然会好做得多。

二是“灵敏”。在商务活动中会接触形形色色的人，谈话、接待、服务时，如不够机敏、不懂察言观色，往往会得罪他人。

三是“迅速”。经济社会追求效率，所以迅速也是礼貌的重要表现。现代商场上制胜原则有二，一是说话抓重点，二是行动快而敏捷。做不到迅速，不仅会在商场上错失赚钱的良机，还可能失去人生成功的良机。

（二）Timing（时间的选择）

Timing 包括三种要素：时间、场合和角色。也就是说，在工作场合中应根据地点、身份的需要恰当发言，并做到多思慎言。不到上司要我们发表意见时就不要抢着表现，也不宜抢在上司之前和贵宾交换名片，这些细节稍不注意都可能出现失礼行为。

（三）Tolerance（宽恕）

Tolerance 指宽恕、包容别人，这是礼仪守则中最难做到的一点。在商务活动中要做到“将心比心”，多想别人的优点。商场上常说：“提出问题的客人，才是好客人。”客人越挑剔，我们就应越耐心。我们的宽容与容忍会增强对方对我们的信任，也更能提高商务活动的品质。