

商务礼仪

主 编 / 陈荣铎 邸胜男

副主编 / 张颖 李虹 殷剑

Business Etiquette



商务场合必备的社交礼仪规范

商务成长路上不可不读

简洁精辟的论述 生动有趣的案例
最新的资料 全面的内容



旅游教育出版社

商务礼仪

主 编 / 陈荣铎 邸胜男

副主编 / 张颖 李虹 殷剑

Business Etiquette

 旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:张瑞芳

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/陈荣铎,邸胜男主编. —北京:旅游教育出版社,2009.2

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1777 - 4

I. 商… II. ①陈… ②邸… 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(2009)第 001214 号

商务礼仪

主编 陈荣铎 邸胜男

副主编 张颖 李虹 殷剑

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@163. com
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	16. 125
字 数	260 千字
版 次	2009 年 3 月第 1 版
印 次	2009 年 3 月第 1 次印刷
印 数	1 - 5000 册
定 价	25.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

随着我国加入世界贸易组织,经济建设进入了一个新的历史时期,国际化将成为更多中国企业发展的必然趋势。为了更加深入地融入世界经济,中国的企业不仅要学习国际化的商业手段,还要掌握国际通用的行为方式,这便是商务礼仪。商务礼仪不仅对商务人员的个人形象、素质提出更高要求,也对各种商务场合的社交活动作了礼仪方面的规范。学习商务礼仪,是时代的要求,遵循商务礼仪规范,是商务人员良好素质的体现。

本书是作者在多年的教学工作经验和资料累积的基础上完成的,在编写过程中,参考了时下较新的书面资料 and 实践经验,力求为读者提供最新的、实用的商务礼仪规范和技巧。本书遵循商务礼仪的客观性、实用性原则,较好地做到了以下“三结合”:第一,礼仪规范的阐述与生动有趣的相关案例相结合,既能增加读者的学习兴趣,也有利于缩短理论与实践的距离;第二,理论知识介绍与同步练习相结合,有助于读者尽快将礼仪知识转化为自身的礼仪素质;第三,中国礼仪与涉外商务礼仪相结合,深刻揭示礼仪所蕴涵的文化渊源与礼仪的现实表现之间的关系。本书共包括九章内容,分为四个模块:第一章是商务礼仪的基本理论模块;第二、三章为商务人员个人礼仪修养模块;第四章至第八章为各种商务场合礼仪模块,是在个人礼仪修养基础上的具体应用;第九章属于常识模块,介绍商务活动经常涉及的国家的礼仪规范与禁忌。全书力图实现时效性与全面性、准确性与生动性、理论性与实践性的高度统一。本书既可以作为高等院校和职业学院的教学教材,也可用于有关企事业单位的培训。

本书由哈尔滨德强商务学院、西安翻译学院、江西教育学院和江西旅游商贸学院四校教师联合编写。陈荣铎、邱胜男担任主编,张颖、李虹、殷剑担任副主编。陈荣铎负责设计全书的内容框架、定稿,编写了第一章第一节;邱胜男负责总纂书稿和审稿,编写了第二章;李虹编写了第三章;张颖编写了第四章;殷剑编写了第五章;冯霆编写了第六、八章;郑淑媛编写了第七章;黎明编写了第九章;王绚皓编写了第一章第二、三、四节。本书配有教学辅助光盘,影音部分的拍摄和制作由哈尔滨德强商务学院的任海峰老师完成。

在本书编写过程中,我们参考了许多专家、学者的著述,在此深表谢意。由于水平有限,书中或许会存在疏漏和粗糙之处,恳请广大读者和专家们予以批评指正。

编者

2009年1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
一、西方礼仪发展举要	1
二、中国礼仪的起源与发展过程	2
第二节 商务礼仪的内涵与构成	5
一、商务礼仪的内涵	6
二、商务礼仪的构成要素	8
第三节 商务礼仪的特点与作用	10
一、商务礼仪的主要特点	10
二、商务礼仪的重要作用	11
第四节 商务礼仪的基本原则	13
一、尊重原则	13
二、诚信原则	14
三、平等原则	14
四、适度原则	15
五、宽容原则	15
六、自律原则	15
第二章 商务人员形象礼仪	18
第一节 仪容礼仪	18
一、商务人员仪容基本要求	18
二、美发礼仪	22
三、化妆礼仪	25
第二节 仪表礼仪	29
一、商务人员着装的基本要求	29
二、男装礼仪	31
三、女装礼仪	36
四、饰物礼仪	40
第三节 仪态礼仪	43

一、商务人员仪态基本要求	43
二、体姿礼仪	44
三、表情礼仪	47
四、手势礼仪	49
第三章 商务语言交际礼仪	53
第一节 商务语言交际的方式	53
一、口头语言	53
二、副语言	55
三、态势语言	56
第二节 商务语言交际礼貌准则	57
一、态度真诚原则	57
二、言语文明原则	57
三、内容慎选原则	58
四、地位平等原则	59
五、力求合作原则	59
第三节 商务语言交际的礼仪与技巧	60
一、演讲的礼仪	60
二、聆听的艺术	61
三、沟通的礼仪与技巧	63
第四章 商务酬宾礼仪	74
第一节 商务会见礼仪	74
一、商务拜访礼仪	74
二、商务接待礼仪	77
三、商务介绍礼仪	83
四、商务名片礼仪	89
第二节 商务宴请礼仪	92
一、设宴及邀请礼仪	92
二、宴请筹备礼仪	95
三、开宴礼仪	96
第三节 赴宴礼仪	97
一、赴宴的准备	97
二、席间礼仪	98
三、告别礼仪	104
第四节 馈赠礼仪	105
一、礼品的选择礼仪	105

二、商务赠礼	108
三、商务受礼	109
四、拒礼礼仪	109
第五章 商务办公礼仪	112
第一节 办公室礼仪	112
一、办公室布置礼仪	112
二、办公室举止礼仪	113
三、办公室人际交往礼仪	115
四、办公室接待礼仪	117
五、办公室公共区域礼仪	118
六、办公室设备使用礼仪	120
第二节 商务通信礼仪	122
一、办公室固定电话礼仪	122
二、手机礼仪	125
三、电子邮件礼仪	126
第三节 商务文书礼仪	127
一、商务信函的写作礼仪要求	128
二、一般商务文书礼仪	131
第六章 商务会议礼仪	138
第一节 商务会议的一般礼仪	138
一、会议的筹备礼仪	138
二、会议的组织礼仪	142
三、会议的主持礼仪	143
四、参加会议的礼仪	143
第二节 专题商务会议的礼仪	144
一、展览会礼仪	144
二、赞助会礼仪	147
三、新闻发布会礼仪	149
四、茶话会礼仪	152
第七章 商务仪式礼仪	159
第一节 商务谈判礼仪	159
一、商务谈判的准备礼仪	159
二、商务谈判过程的礼仪	165
第二节 签约礼仪	170
一、签约仪式的准备礼仪	170

二、签约仪式的座次礼仪	173
三、签约仪式的正式程序	174
第三节 开业与剪彩礼仪	175
一、开业仪式礼仪	175
二、剪彩礼仪	182
第四节 庆典礼仪	187
一、庆典的类型	187
二、组织庆典的礼仪	188
三、参加庆典的礼仪	190
第八章 谋职礼仪	195
第一节 谋职的前期准备	195
一、信息的搜集	195
二、自我评估	196
第二节 求职函电礼仪	197
一、求职材料准备礼仪	197
二、求职电话礼仪	201
三、网上求职礼仪	202
第三节 面试礼仪	203
一、个人形象礼仪	204
二、面试中回答问题的技巧	205
三、薪酬讨论礼仪	206
四、面试后续礼仪	207
五、面试禁忌	208
第九章 涉外商务礼仪	211
第一节 涉外商务礼仪概述	211
一、涉外商务礼仪定义及特点	211
二、涉外商务礼仪基本原则	212
第二节 不同国家(地区)的礼仪规则	213
一、亚洲主要国家(地区)的商务礼仪	214
二、欧洲主要国家的商务礼仪	226
三、美洲主要国家的商务礼仪	236
四、非洲及大洋洲主要国家的商务礼仪	243

第一章

商务礼仪概述

课前导读

什么是礼仪？如何理解礼仪的基本内涵？商务礼仪由哪些要素构成？商务礼仪有什么特点？运用商务礼仪应掌握哪些原则？通过本章的学习，你一定受益匪浅。

教学目标

- 了解商务礼仪的起源和发展过程
- 理解商务礼仪的构成要素和主要特点
- 掌握商务礼仪运用的基本原则

关键词

礼仪 商务礼仪 主要特征 应用原则

第一节 礼仪的起源与发展

礼仪作为现代交际活动的润滑剂，已经成为人们社会生活中不可或缺的内容。随着全球经济一体化进程的不断推进，商务竞争日趋激烈，国际交往也日益频繁，不同文化背景的国家都需要对彼此有相当程度的了解。因而，学习礼仪、遵循礼仪成为我们每个人的必修课，尤其是作为商务人员，不仅要掌握业务技能，而且还需要具有良好的综合素质，这样才能面对各种挑战。

一、西方礼仪发展举要

礼仪的产生与演进和人类的社会生活密切相关。人类为了维持与发展血缘亲情以外的各种人际关系，避免“格斗”或“战争”，逐步形成了各种与“格斗”、“战争”有关的动态礼仪。如为了表示自己手里没有武器，让对方感觉自己没有恶意而创造了举手礼，后来演进为握手礼。为了表示自己的友好与尊重，愿在对方面前“丢盔卸甲”，于是创造了脱帽礼等。

从古希腊到现当代,西方文坛巨匠、学界泰斗对礼仪都作过许多精彩的论述。例如毕达哥拉斯率先提出了“美德即是一种和谐与秩序”的观点。柏拉图强调教育的重要性,指出理想的四大道德目标:智慧、勇敢、节制、公正。亚里士多德指出,德行就是公正。他在《政治学》中说:“人类由于志趣善良而有所成就,成为最优良的动物,如果不讲礼法、违背正义,他就堕落为最恶劣的动物。”

中世纪欧洲形成的封建等级制,以土地关系为纽带,将封建主与附庸联系在一起。此间制定了严格而繁缛的贵族礼仪、宫廷礼仪等。例如于12世纪写定的冰岛诗集《伊达》,就详尽地叙述了当时用餐的规矩,主宾贵客居上座,举杯祝酒有讲究。

14世纪至16世纪,欧洲进入文艺复兴时代。该时期出版的涉及礼仪的名著有:意大利作家加斯梯良编著的《朝臣》,论述了从政的成功之道和礼仪规范及其重要性;尼德兰人文主义者伊拉斯谟撰写的《礼貌》,着重论述了个人礼仪和进餐礼仪等,提醒人们讲究道德、清洁卫生和外在美。

17、18世纪随着资本主义制度在欧洲的确立和发展,资本主义社会的礼仪逐渐取代封建社会的礼仪。资本主义社会奉行“一切人生而自由、平等”的原则,但由于社会各阶层经济上、政治上、法律上的不平等,因此未能做到真正的自由、平等。不过,资本主义时代也编撰了大量礼仪著作。例如,英国资产阶级教育思想家约翰·洛克在《教育漫话》中系统地、深入地论述了礼仪的地位、作用以及礼仪教育的意义和方法。

到了近现代,西方各国在社会经济等各方面得到进一步发展的同时,礼仪也有了新的进步,从遵循礼节的烦琐要求,到对优美举止的关心,到适应社会平等关系的比较简单的规则,礼仪日益文明、简洁和实用,备受人们重视,礼仪书籍也层出不穷。其中比较著名的有:法国学者让·赛尔著的《西方礼节与习俗》、英国学者埃尔西·伯奇·唐纳德编的《现代西方礼仪》、德国作家卡尔·斯莫卡尔著的《请注意您的风度》、美国礼仪专家伊丽莎白·波斯特编的《西方礼仪集萃》以及美国教育家卡耐基编撰的《成功之路丛书》等。

二、中国礼仪的起源与发展过程

中国自古就以“礼仪之邦”著称于世,礼仪的形成和发展,经历了一个从无到有,从低级到高级,从零散到完整的渐进过程。漫长的礼仪发展史大致可以分为七个阶段:

(一) 礼仪的萌芽时期(公元前5万年—公元前1万年)

礼仪起源于原始社会,在长达100多万年的原始社会历史中,人类逐渐开化。在原始社会中晚期(约旧石器时期)出现了早期礼仪的萌芽。例如,生活在距今约1.8万年前的北京周口店山顶洞人,就已经知道打扮自己。他们用穿孔的兽齿、石

珠作为装饰品,挂在脖子上。而他们在去世的族人身旁洒上赤铁矿粉,举行原始宗教仪式,是迄今为止在中国发现最早的葬仪。

(二) 礼仪的草创时期(约公元前1万年—公元前22世纪)

公元前1万年左右,人类进入新石器时期,不仅能制作精细的磨光石器,并且开始从事农耕和畜牧。在其后数千年的岁月里,原始礼仪渐具雏形。例如在今西安附近的半坡遗址中,发现了生活在距今约5000年前的半坡村人的公共墓地。墓地中的坑位排列有序,死者的身份有所区别,有带殉葬品的仰身葬,还有无殉葬品的俯身葬等。此外,仰韶文化时期的其他遗址及有关资料表明,当时人们已经注意尊卑有序、男女有别;长辈坐上席,晚辈坐下席;男子坐左边,女子坐右边等礼仪日趋明确。

(三) 礼仪的形成时期(约公元前21世纪—公元前771年)

该时期中国由金石并用时代进入青铜时代,是原始社会末期向早期奴隶社会的过渡。随着生活水平的提高,社会财富除消费外有了剩余并逐渐集中在少数人手里,因而出现阶级对立。在此期间,尊神活动开始升温。

从某种意义上说,早期礼仪中包含的原始社会人类生活的若干准则,是原始社会宗教信仰的产物。礼的繁体字“禮”,左边代表神,右边是向神进贡的祭物。因此,汉代学者许慎说:“礼履也,所以事神致福也。”

以殷墟为中心展开活动的殷人,在公元前14世纪至公元前11世纪活跃在华夏大地。他们建造了中国第一古都——地处河南安阳的殷都,而他们在婚礼习俗上的建树,被其尊神、信鬼的狂热所掩盖。

推翻殷王朝并取而代之的周朝,对礼仪建树颇多。特别是周武王的兄弟、辅佐周成王的周公,对周代礼制的确立起了重要作用。他制作礼乐,将人们的行为举止、心理情操等统统纳入一个尊卑有序的模式之中。全面介绍周朝制度的《周礼》,是中国流传至今的第一部礼仪专著。

在西周,青铜礼器是个人身份的表征。礼器的多寡代表身份地位的高低,形制的大小显示权利的等级。当时,贵族佩戴成组饰玉成为风气。而相见礼和婚礼成为定式,流行民间。此外,尊老爱幼等礼仪也已明显确立。

(四) 礼仪的发展和变革时期(约公元前770年—公元前221年)

西周末期,王室衰微,诸侯纷起争霸。公元前770年,周平王东迁洛邑,史称东周。承继西周的东周王朝已无力全面遵守传统礼制,出现了所谓“礼崩乐坏”的局面。

春秋战国时期是我国的奴隶社会向封建社会转型的时期。在此期间,相继出现孔子、孟子、荀子等思想巨人,发展和革新了礼仪理论。

孔子是中国古代大思想家、大教育家,他编订的《仪礼》,详细记录了战国以前贵族生活的各种礼节仪式。《仪礼》与前述《周礼》和后编的《礼记》,合称“三礼”,是中国古代最早、最重要的礼仪著作。

孔子认为,“不学礼,无以立”,“质胜文则野,文胜质则史。文质彬彬,然后君子”。他要求人们用道德规范约束自己的行为,要做到“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”。他倡导“仁者爱人”,强调人与人之间要有同情心,彼此尊重等。总之,孔子较系统地阐述了礼及礼仪的本质与功能,把礼仪理论提高到一个新的高度。

孟子是战国时期儒家主要代表人物。在政治思想上,孟子把孔子的“仁学”思想加以发展,提出了“王道”、“仁政”的学说和民贵君轻说,主张“以德服人”。在道德修养方面,他主张“舍生而取义”,讲究“修身”和培养“浩然之气”等。

荀子是战国末期的大思想家。他主张“隆礼”、“重法”,提倡礼法并重。他说:“礼者,贵贱有等,长幼有差,贫富轻重皆有称者也。”荀子指出:“礼之于国家也,如权衡之于轻重也,如绳墨之于曲直也。故人无礼不生,事无礼不成,国家无礼不宁。”

(五) 礼仪的强化和衰退时期(公元前 221 年—公元 1911 年)

公元前 221 年,秦王嬴政最终吞并六国,统一中国,建立起中国历史上第一个中央集权的封建王朝,秦始皇在全国推行“书同文”、“车同轨”、“行同伦”。秦朝制定的集权制度,成为后来延续两千余年封建体制的基础。

西汉初期,叔孙通协助汉高帝刘邦制定了朝仪之礼,突出发展了礼的仪式和礼节。而西汉思想家董仲舒,把封建专制制度的理论系统化,提出“唯天子受命于天,天下受命于天子”的“天人感应”之说。他把儒家礼仪具体概括为“三纲五常”。“三纲”即“君为臣纲,父为子纲,夫为妻纲”,“五常”即仁、义、礼、智、信。

汉代时,孔门后学编撰的《礼记》问世。《礼记》堪称集上古礼仪之大成,它上承奴隶社会、下启封建社会的礼仪汇集,是封建时代礼仪的主要源泉。

宋代时,出现了以儒家思想为基础,兼容道学、佛学思想的理学,程颢、程颐兄弟和朱熹为其主要代表。二程认为,“父子君臣,天下之定理,无所逃于天地间”,“礼即是理也”。朱熹进一步指出:“仁莫大于父子,义莫大于君臣,是谓三纲之要,五常之本。人伦天理之至,无所逃于天地间。”

家庭礼仪研究硕果累累,是宋代礼仪发展的另一个特点。在大量家庭礼仪著作中,以主撰《资治通鉴》而名垂青史的北宋史学家司马光的《涑水家仪》和以《四书集注》名扬天下的南宋理学家朱熹的《朱子家礼》最为著名。

明代时,交友之礼更加完善,而忠、孝、节、义等礼仪日趋繁多。满族人关后,逐渐接受了汉族的礼制,并且使其复杂化,导致一些礼仪显得虚浮、烦琐。例如清代的品官相见礼,当品级低者向品级高者行拜礼时,轻则一跪三叩,重则三跪九叩。清代后期,清王朝政权腐败,民不聊生,古代礼仪盛极而衰。而伴随着西学东渐,一些西方礼仪传入中国。如北洋新军时期的陆军便采用西方军队的举手礼代替不合时宜的打千礼等。

(六) 现代礼仪时期(1911年—1949年)

1911年末,清王朝土崩瓦解,孙中山就任中华民国临时大总统后,破旧立新,用民权代替君权,用自由、平等取代宗法等级制;普及教育,废除祭孔读经;改易陋俗(剪辫子、禁缠足等),从而正式拉开现代礼仪的帷幕。

民国期间,由西方传入中国的握手礼开始流行于上层社会,后逐渐普及民间。

20世纪三四十年代,中国共产党领导的苏区、解放区,重视文化教育事业及移风易俗,进而谱写了现代礼仪的新篇章。

(七) 当代礼仪时期(1949年至今)

1949年10月1日,中华人民共和国宣告成立,中国的礼仪建设从此进入一个崭新的历史时期。新中国成立以来,礼仪的发展大致可分为三个阶段:

1. 礼仪革新阶段

1949年至1966年,是中国当代礼仪发展史上的革新阶段。此间,摒弃了昔日束缚人们的“神权天命”、“愚忠尽孝”以及严重束缚妇女的“三从四德”等封建礼教,确立了同志式的合作互助关系、男女平等的新型社会关系,而尊老爱幼、讲究信义、以诚待人、先人后己、礼尚往来等中国传统礼仪中的精华,得到了继承和发扬。

2. 礼仪退化阶段

1966年至1976年,中国进行“文化大革命”。十年动乱使国家遭受了难以弥补的严重损失,也给礼仪带来一场“浩劫”,许多优良的传统礼仪被当做“封资修”扫进垃圾堆。礼仪受到摧残,社会风气逆转。

3. 礼仪复兴阶段

1978年党的十一届三中全会以来,改革开放的春风吹遍了祖国大地,中国的礼仪建设进入新的全面复兴时期。从推行文明礼貌用语到积极树立行业新风,从开展“18岁成人仪式教育活动”到制定市民文明公约,各行各业的礼仪规范纷纷出台,岗位培训、礼仪教育日趋红火,讲文明、重礼貌蔚然成风。《公共关系报》、《现代交际》等一批涉及礼仪的报刊应运而生,《中国应用礼仪大全》、《称谓大辞典》、《外国习俗与礼仪》等介绍、研究礼仪的图书、辞典、教材不断问世。广阔的华夏大地上再度兴起礼仪文化热,具有优良文化传统的中华民族又掀起了精神文明建设的新高潮。

第二节 商务礼仪的内涵与构成

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、准则和程序。商务礼仪特指在商务活动中的礼仪规范和准则,它是礼貌、礼节、仪表和仪式的总称,体现着商务人员的交往艺术。商务礼仪按照礼仪行为的发出和指向分为主体、对象和媒体。

一、商务礼仪的内涵

(一) 礼仪的内涵

礼仪一词的英文“etiquette”是从法文“étiquette”演变而来,“étiquette”的原意是“法庭上的通行证”。古代法国的法庭开庭时,既庄严肃穆,又戒备森严,在法庭通行证上写满了各种法庭纪律和规则,所有进入法庭的人员必须严格遵守。其后,在社会交往中,人们感到文明社会的发展和维系也必须遵守一定的准则,于是“etiquette”进入英文后,就演变为“人际交往的通行证”,这个词包含三层含义:谦恭有礼的言谈举止;教养和规矩;礼仪、典礼、习俗。

在英文词典中有三个与“礼仪”相关的词:“courtesy”意为礼貌,泛指一般客气的仪态;“etiquette”指交际应酬的礼节;“protocol”指礼仪、礼规等。

《周礼》中,对于礼的含义认定是“夫礼者所以定亲疏,决嫌疑,别同异,明是非也”,“礼,不妄说人,不辞费。礼,不逾节,不侵侮,不好狎”。所以“礼”是文明国家为规范人与人之间的社会关系、维持社会秩序而必须普遍遵守的守则和习惯。而仪者,乃仪式,是人们对各种场合进退程式的规定。所以,礼仪是人与人之间相处的行为规范,也是国际社会,国家与国家、政府与政府、人民与人民交往过程中所普遍遵行的规范和礼节。

礼仪逐渐演化为人们的一种道德行为规范,是人们在长期的共同生活和相互交往中逐渐形成的,并以风俗、习惯和传统形式固定下来。在人类生活中,礼仪几乎无处不在,礼仪的应用十分广泛,礼仪形式也在不断地开拓创新。礼仪在一定程度上反映出一个人的文化、修养、气质。任何一个崇尚文明的国家和民族,无不注重礼仪教育,把遵守礼仪规范作为国民必须具备的素质。

(二) 商务礼仪的内涵

商务礼仪源于一般礼仪。商务礼仪特指在商务活动中的礼仪规范和准则,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。商务礼仪的实质是商务交往中应该遵守的交往艺术,它是无声的语言,是衡量商务人员素质与企业形象的重要标准。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。商务礼仪具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式等。

1. 礼貌

礼貌是指人们在商务交往中表示尊重、友好的得体的气度和风范。礼貌是礼的行为规范,是指人在仪容、仪表、仪态和语言上待人接物的表现,主要是通过言语和动作表现对他人的谦虚和恭敬。礼貌是个人文化层次和文明程度的体现。良好的教养和道德品质是礼貌的基础,我们可以通过自觉的培养和必要的训练,养成良好的礼貌习惯。在日常生活和工作环境中,习惯的微笑、主动打招呼、善意的问候、

得体的举止等都是礼貌的反映。商务交往中有礼貌的人往往待人谦恭、大方热情、举止得体、很有教养,在商务会面时,他会自觉地向对方问好、行致意礼或握手礼,说话彬彬有礼,一切礼仪的运用看上去很自然。

2. 礼节

礼节是指人们在社会交往过程中表示出的尊重、祝颂、问候、哀悼等情感的惯用形式和规范。礼节是礼的惯用形式,是礼貌的具体表现方式。如现代商务交往中,初次见面行握手礼、交换名片等礼节形式。礼节从形式上看,是具有严格规定的仪式;从内容上看,它反映着某种道德准则,反映着对人的尊重和友善。在行握手礼时,长辈、上级、女士先伸手,晚辈、下级、男士才能伸手相握;交换名片时一般是地位低的先向地位高的递名片,对方人员较多时,先将名片给职务高或年龄大的,分不清职务时,按照座次递送名片,这都是礼节。在国际交往中,由于各国的风俗习惯和文化的不同,礼节的具体表达有着明显的差异。例如,握手、点头、鞠躬、合十、拥抱、碰鼻子、拍肚皮等,都是见面礼在不同国家、地区和民族的表达形式。礼节是社会交往中人与人之间约定俗成的“法”,是必须遵守的表示礼仪的一种惯用形式。因此,我们平时应十分注重不同礼节的具体运用,以避免出现“失礼”的行为。

3. 仪表

这里的仪表是广义上的概念,指人的容颜、服饰、姿态、风度等。仪表展现了一个人内在的文化修养和审美情趣,得体的修饰和服装会给人留下良好的第一印象,从而有助于与人的交往。恰当的穿着、优雅的举止会提高个人的身份,树立良好的形象。根据自身的条件、结合自己的身份注意色彩调配、考虑出席场合,是仪表礼仪成功与否的评判依据。例如,一位刚毕业的女学生去应聘秘书职位,如果知道面试官是一位男士,最适宜选择浅灰色套裙配蓝色衬衫;如果面试官是女士,穿米色套裙配蓝色衬衫更合适;如果面试官有男有女,则宜选择中间色度蓝色配白衬衫。这样的仪表修饰,遵循了自己的身份、应聘的职位、角色的定位和与环境相适应的着装要求。

4. 仪式

仪式是指在一定场合举行的、具有专门程序和规范的活动。仪式常用在较大和较隆重的场合,如签字仪式、开幕式、剪彩仪式等。在商务活动中,商务人员经常会组织或参加各类商务仪式,这些仪式均有规范的做法,有助于仪式举办方扩大自身影响,树立良好组织形象,因此,要认真对待、精心准备、注意细节,不能出错。

商务礼仪作为企业文化和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,任何一个细微的礼仪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的客户。

二、商务礼仪的构成要素

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,如乘车礼仪、接待礼仪、馈赠礼仪、电话礼仪、宴请礼仪、外事礼仪、推销礼仪、信函礼仪等。尽管不同的商务礼仪其表现形式大相径庭,但它们的构成要素是基本相同的。商务礼仪的构成要素包括三个方面:商务礼仪的主体和对象、商务礼仪的媒体和商务礼仪的环境。

(一) 商务礼仪的主体和对象

1. 商务礼仪的主体

商务礼仪的主体是指各种商务礼仪行为和商务礼仪活动的操作者和实施者。没有主体的礼仪行为和活动是不存在的,因为任何礼仪都必须有人进行操作和实施。

(1) 商务礼仪主体的类型

商务礼仪主体包括个人和组织两种基本类型,当礼仪行为或礼仪活动规模较小或较简单时,礼仪主体通常是个人。例如,一个迎宾员在门口迎接客人时,为客人拉门、问候、引路,这个迎宾员就是这个商务礼仪行为的主体。当礼仪活动规模较大时,礼仪主体通常是由集体来充当的。如一个学校、一个公司、一个集团、一家企业、一个省乃至一个国家,均可以作为礼仪活动的主体。如中兴百货公司向百盛购物中心祝贺十年店庆,那么,中兴百货公司就是礼仪的主体。

(2) 商务礼仪主体的代表者

商务礼仪主体的代表者指的是代表礼仪主体进行礼仪操作和实施的人。当礼仪活动规模较大、规格较高时,代表者往往由多人组成,即升格为代表团。对于不同类型的礼仪主体来说,其礼仪活动不可能靠组织自身来完成,必须由具体的人进行操作和实施,或者说,由具体的人代表组织进行操作和实施,这就是礼仪主体的代表者。商务礼仪主体在选代表者时,应考虑两个问题:一是代表者应真正能代表礼仪的主体,不但具备资格而且具备能力,能较好完成代表礼仪主体操作和实施具体礼仪的特定任务;二是代表者必须能够为礼仪对象所认可、接受、欢迎,能巩固并发展礼仪对象与礼仪主体的良好关系。例如,我国派出强大的商贸代表团到美国访问,带团的通常是国务院副总理。

2. 商务礼仪的对象

商务礼仪对象是指各种礼仪行为和礼仪活动的指向者或接受者,也称礼仪的客体。任何礼仪行为和礼仪活动都必须有所指向,都必须有接受者。礼仪对象的外延是非常宽的,可以说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。如奠基仪式上,当国歌奏响时,我们庄重严肃,因为祖国是我们的礼仪对象;每天早晨,学校运动场上的升旗仪式中,当五星红旗冉冉升起时,全体师生对

国旗行注目礼,因为五星红旗是他们的礼仪对象;演员结束表演,全体站在舞台上向观众鞠躬,因为观众是演员的礼仪对象等。礼仪的对象,既可以是无形的,也可以是无形的,既可以是具体的,也可以是抽象的,既可以是物质的,也可以是精神的,既可以是人,也可以是其他物体。

3. 商务礼仪主体和对象的关系

商务礼仪主体与商务礼仪对象是一个矛盾的两个方面,它们之间的关系是一种既互相对立又互相依存,同时又又在一定条件下互相转化的关系。任何一个礼仪行为或礼仪活动,都包含着礼仪主体、客体的矛盾运动。一般来说,礼仪主体是矛盾的主要方面,礼仪行为或礼仪活动的发展方向是由礼仪主体决定的。刘备三顾茅庐,终于请得孔明出山,其原因之一就在于刘备对孔明实施了一系列的礼仪活动,而刘备作为礼仪活动的主体,始终牢牢地把握着礼仪操作的方向。

礼仪主体与礼仪对象之间的关系不是一成不变的,在一定的条件下,它们之间是可以互相转化的。如演员结束表演,全体站立在舞台上向观众鞠躬,演员是礼仪的主体,观众是礼仪的对象;如果观众也全体起立,向演员鼓掌回应演员的鞠躬致意,则演员就是礼仪对象了。

(二) 商务礼仪的媒体

任何商务礼仪行为和活动都必须依托一定的媒介,这个媒介就叫做商务礼仪的媒体。根据德国哲学家卡西尔的观点,人是符号的动物,是能够使用并且是唯一能够使用符号的动物。符号是人类进行思维活动和交际活动的有力工具。而符号用之于或体现于人类的礼仪行为之中,也就是这里所说的礼仪的媒体。换言之,礼仪媒体也即礼仪符号。

商务礼仪媒体的类型是多种多样、千差万别的,归纳起来可以分为言语交际符号和非言语交际符号两大类。前者指口头语言,后者包括书面语言、态势语言和副语言。

口头言语交际符号是指有声言语,书面言语交际符号是指文字,态势言语交际符号是指人们的交际活动中的手势、身体姿势及面部表情等活动形式,副语言交际符号主要包括说话时的音调、音量、节奏、变音、转调、停顿、沉默等,类语言交际符号指那些有声而无固定意义的声音,如呻吟、叫喊等。大量的礼仪实践事例说明,生活中的人、物、事在一定的环境条件下,都是可以作为礼仪媒体而发挥作用。在具体操作和实施礼仪的时候,不同类型的礼仪媒体往往是交叉结合和配套使用的。因此,实际的礼仪行为和活动过程,常常呈现出丰富多彩、千姿百态的场景。

(三) 商务礼仪的环境

1. 商务礼仪环境的含义

任何礼仪行为和活动,都是在特定的时间和空间中进行的。实施商务礼仪行为和活动的特定时空条件即是商务礼仪的环境。商务礼仪环境的内容是十分复杂