

高职高专文秘专业系列教材

总主编 蔡 超

企业秘书礼仪

主 编 郭炎武 黄曼青
副主编 余一明 蔡 超

QiYe MiShu LiYi

gaozhi gaozhuan wenmi
zhuanye xilie jiaocai



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

高职高专文秘专业系列教材

企业秘书概论

企业秘书实务

企业应用写作

企业秘书沟通

企业秘书礼仪

网络秘书教程

企业秘书实训

企业文档管理

企业秘书书法

企业秘书速记

企业办公设备操作与管理

责任编辑：潘雅琴 侯丽庆
责任校对：何 力

ISBN 978-7-81135-255-9



9 787811 352559 >

定价：38.50 元

1 礼仪概论

【本章要点】

1. 理解商务礼仪的概念、特征和原则。
2. 掌握提高商务礼仪修养的方法。

【教学目标】

1. 理解商务礼仪的概念、特征和原则。
2. 正确运用商务礼仪的原理分析礼仪行为。
3. 学会运用正确的训练方法提高礼仪修养。

【案例导入】

1957年,法国白兰地酒在国内已享盛誉,畅销不衰。厂商的目光开始瞄向美国市场。为此,他们邀集了几位公关专家慎重研讨公关方案。受聘请的专家们通过调查搜集了有关美国的大量信息,并经仔细斟酌,提出了一项颇具新意的设计,其要点如下:

在美国总统艾森豪威尔67岁寿辰之际,举行一次商业馈赠仪式。赠送的是两桶窖藏长达67年的白兰地酒。这项公关规划立即得到公司最高决策者的批准,并且获得法国政府的赞赏和支持,外交渠道的绿灯也亮了。

美国公众在总统寿辰一个月之前就分别从不同的传播媒介获得了上述信息。一时间,法国白兰地成了新闻报道、街谈巷议的热门话题。千百万人都翘盼着这两桶名贵的白兰地的光临。当这两桶仪态不凡的美酒亮相时,群情沸腾、欢声四起,有些人甚至大声唱起了法国国歌《马赛曲》。此刻,美国公众似乎已经闻到了清醇芬芳的酒香,更由此品尝到了友谊佳酿的美味。从此,法国白兰地就昂首阔步地迈进了美国市场,国家宴会和家庭餐桌上都少不了它的情影。

我们可以看出一项馈赠礼仪活动,如果策划得当,往往目的明确,因势而发,花费不多却发挥出效率很高的传播功能。它能帮助本单位塑造良好的社会形象,提高知名度与美誉度,赢得社会各界的广泛关注,取得非常好的广告效益和公众口碑。

【项目训练】

1. 结合案例讨论商务礼仪的特征。
2. 探讨提高商务礼仪修养的教学方法。

当然，商务礼仪不仅仅涉及礼品馈赠，它作为一种交际规范，还体现在商务工作者对仪容仪表的修饰方面，体现在会议会谈、开张庆典、迎宾宴请、访谈接洽等诸多的商务活动之中。商务礼仪作为人们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、友好的行为规范和惯例、交往艺术，其核心是体现人与人之间的相互尊重。

中国曾是举世闻名的礼仪之邦。由于诸多原因，礼仪教育一度走入低谷，大家对涉外礼仪知识更是知之甚少，在对外经贸活动中不可避免地引起文化冲突——失礼的问题，常导致无法挽回的经济损失。正如北京中美礼仪教育家海迪·李（Hedy Lee）所说：“中国人富得太快，没时间学习与财富相适应的礼仪。”又如《文汇报》刊登的题为“一口痰‘吐掉’一项合作”的报道。某医疗器械厂与美国客商达成了引进“大输液管”生产线的协议，第二天就要签字了。当该厂的厂长陪同外商参观车间的时候，向墙角吐了一口痰，然后用鞋底去擦。这一幕让外商彻夜难眠，他让翻译给那位厂长送去一封信：“恕我直言，一个厂长的卫生习惯可以反映一个工厂的管理素质。况且，我们今后要生产的是用来治病的输液皮管。贵国有句谚语：人命关天！请原谅我的不辞而别……”一项已基本谈成的项目，就这样“吹”了。

上述案例从反面说明，商务礼仪是企业文化的重要内容，是企业形象的主要附着点。在英国最大的超级市场连锁店三斯波里，服务台上挂着英文缩写“微笑”的大牌子，作为企业的口号——SMILE，即 Smile（微笑）、Manage（管理）、Interact（互相影响）、Listen（倾听）、Enthusiasm（热情），这个企业的“微笑”（SMILE）口号囊括了成功形象的五个理念。大凡国际化的企业都把礼仪作为企业文化的重要内容，它同时也是获得国际认证的重要考评标准。在全球化条件下，工业企业提升服务和形象的竞争力已经成为现代竞争更重要的筹码。而服务和形象最终还是要通过人的礼仪行为来体现。因为礼仪是表现企业对客户人性化的服务和关爱的重要途径。

随着中国加入 WTO 以及 2008 年奥运会的胜利举办和 2010 年世博会的申办成功，我们的商业活动越来越全球化，商务礼仪也扮演着越来越重要的角色。礼仪对经济发展和社会精神文明建设的重要性日益深入人心。创业人士在上海外贸学院选修的最热门的课程不是会计法则或国际法的奥秘，而是更为严肃的课程——礼仪风俗。因为社会精神文明建设和奥运会的举行，掀起了人们学习礼

仪、践行礼仪的热潮。应和着时代文明的潮声，我们组织了一些广东高校的礼仪学教师编写了本书，希望在礼仪知识的形成、观念的树立、礼仪修养的提高、礼仪技能的培养等方面对学习有所裨益。而本章将首先从总体上阐释中国礼仪的简史、概念和结构，再与大家一起讨论商务礼仪的特征、原则和商务礼仪素养的培养等方面的内容。

1.1 礼仪的起源和发展

“礼”在世界其他民族一般指礼貌、礼节，而在中国乃是一个独特的概念，有多重含义。首先，礼是最高的自然法则，是自然的总秩序、总规律；其次，礼是社会制度伦理；再次，礼仪是社会交往中的行为规范。分析礼仪的起源，我们至少可以从两个角度出发。

第一，从具体的仪式上，礼产生于原始宗教的祭祀活动。东汉许慎所编的《说文》中，对“礼”字诠释道：“礼，履也，所以事神致福也。”而古人云：“举行礼仪，祭神致福。”礼立于敬而源于祭。对古人而言，敬神祭祖、祈福迎祥是至关重要的社会活动。参与者必须按照一定的规范行事。随着社会的发展，“礼”逐渐由神及人，又引申为表示敬意的通称。

第二，从社会功能的角度来说，礼仪发端于协调社会矛盾、维护社会秩序的现实需要。人类为了生存和发展，必须与大自然抗争，不得不以群居的形式相互依存。人类的群居性使人與人之间相互依赖又相互制约。这就需要一种被所有成员共同认定、保证和维护的社会秩序。这种人们逐步积累和自然约定而产生的一系列人伦秩序就是最初的礼。例如，在《礼记·曲礼》中就提出“毋咤食”、“毋固获”等要求，告诫人们吃饭的时候舌头不要在口中作声，不要专吃最好的食物。这些规范对保证食物的合理分配、营造聚餐的友好气氛都具有非常重要的意义。因为，在生产力低下的初级社会阶段，合理有序地分享食物实在是重要的利益分配，必须用一种秩序规范来调节。所以，中国古代有“夫礼之初，始诸饮食”的说法。当然，礼仪在其传承沿袭的过程中不断发生着变革。从历史发展的角度来看，其演变过程可以分为四个阶段。

1. 礼仪的起源期

礼仪的起源期是原始社会至夏初。礼仪起源于原始社会时期，时间大约是公元前3500年到夏王朝建立前的原始社会。根据大量的考古资料发现，这段时期在黄河、长江中下游以及燕山等地区，已经出现了“礼器”等踪迹。例如，一些精美的玉器与陶器造型精美、纹饰独特、质量上乘，为权贵占有并具有特殊的含义。这被许多人认为是一种礼器，是和礼仪制度的存在相呼应的。考古遗址出现的一些祭坛也昭示着祭礼的出现。

2. 传统礼仪的成型期

传统礼仪的成型期是夏王朝到两汉时期。夏王朝建立以后，人类进入奴隶社会。统治阶级为了巩固自己的统治地位，把原始的宗教礼仪发展成符合奴隶社会政治需要的礼制，礼被打上了阶级烙印。在这个阶段，中国第一次形成了比较完整的国家礼仪与制度。如“五礼”就是一整套涉及社会生活各方面的礼仪规范和行为标准。祭祀之事为吉礼，冠婚之事为嘉礼，宾客之事为宾礼，军旅之事为军礼，丧葬之事为凶礼。古代的礼制典籍亦多撰修于这一时期，如周代的《周礼》、《仪礼》与《礼记》就是我国最早的礼仪学专著。周礼是我国最严谨、最庞大、最完整的礼仪制度。在汉以后两千多年的历史中，它们一直是国家制定礼仪制度的经典著作，被称为礼经。

春秋战国时期，学术界形成了百家争鸣的局面，以孔子、孟子、荀子为代表的诸子百家对礼教进行了研究和发展，对礼仪的起源、本质和功能进行了系统阐述。

孔子对礼仪非常重视，把“礼”看成是治国、安邦、平定天下的基础。他认为“不学礼，无以立”。礼是一种社会的文明与秩序，能够成德成义、教训正俗、决疑息争，具有节制情感、欲望的社会功能。他要求人们用礼的规范来约束自己的行为，要做到“非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动”。他阐述了礼与仁的关系，倡导礼相对于仁义诸德，是外在的，必须把礼的形式与仁的内容相结合才有实际意义。他说：“人而不仁，如礼何？人而不仁，如乐何？”提倡“仁者爱人”，强调人与人之间要有同情心，要相互关心、彼此尊重。

孟子进而提出：“长幼有序，夫妻有别，父子有亲，君臣有义，朋友有信。”这“五伦”的准则成为封建礼仪的核心。孟子一方面崇尚仁义，敬重舍生取义，另一方面也宣扬生命意识，将人当作人看，这是孟子的本质礼学不可或缺的内容。礼的规定有“男女授受不亲”，但是，如果固守礼的形式，那么，当异性沉溺于水火的时候，我们能忍心于生命的消失吗？孟子认为“嫂溺，援之以手，权也”。也就是说，当自己的嫂子处于溺水的危急时刻，就应该用手把她从水里救出来，这并不违反“男女授受不亲”的规定。在这里，孟子在要求恪守规范的基础上，提出礼仪的权变理论：在特殊时刻，可以灵活变通，舍弃礼的形式而取其仁的本质。这是一个重要的理论贡献，对当代商务及外交等礼仪活动的策划都具有重要的启发意义。到了汉武帝时代，“罢黜百家，独尊儒术”，提倡尊民以礼，劝学兴礼，使得儒家所倡导的礼仪等思想正式成为国家的主流意识形态。

3. 传统礼仪的强化与衰落期

传统礼仪的鼎盛期是唐宋时期，衰落期是元明清时期。在魏晋时期，虽然出现了玄学、道教和佛教思想对儒家思想的挑战，但是传统礼仪并没有受到严重的

影响。而北齐颜之推的《颜氏家训》堪称家礼的典范。唐宋时期礼仪开始由朝廷走向民间,以家训、乡约等形式活跃在社会各个阶层。宋代程朱理学的兴起,进一步强化了理制的秩序。这一时期,礼仪的重要特点是尊君抑臣、尊夫抑妇、尊父抑子、尊神抑人。在漫长的历史演变过程中,它逐渐成为妨碍人类个性自由发展、阻挠人类平等交往、窒息思想自由的精神枷锁。元明清时礼仪逐渐开始转向衰亡时期。

4. 现代礼仪的产生

现代礼仪的确立始于辛亥革命的成功。1911年末,清王朝土崩瓦解,孙中山先生和他的战友们破旧立新,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,从而正式拉开了现代礼仪的帷幕。

1949年新中国成立以后,中国进入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”、“愚忠愚孝”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和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则得到继承和发扬。

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、讲礼貌蔚然成风。《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。礼仪讲座、礼仪培训日趋红火。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。人们学习礼仪知识的热情空前高涨。今后,随着社会的进步、科技的发展和国际交往的增多,礼仪必将得到新的完善和发展。

1.2 礼仪的概念、特征与功能

中国古代的“礼”本意为敬神,后引申为表示敬意的通称。从教育学观点来看,礼仪风度的形成有四个结构层次:礼仪的意识、礼仪的行为、礼仪的习惯和礼仪的文化。从传播学的角度来看,社交礼仪包含四个结构要素:礼仪的主体(也就是施礼者)、礼仪的客体(也就是受礼者)、礼仪的环境和礼仪的媒体。其中礼仪的媒体可以是语言、体态、信札、礼品等。而得体的礼仪表达必须微妙地和礼仪的环境相协调,必须有针对性地考虑受礼者的文化背景、主体与客体的人

际关系等因素。我们可以从狭义、广义、美学和传播学等角度来谈论礼仪的概念，用同中求异的方法分析其相关的范畴。

1.2.1 礼仪概念与相关范畴

现代礼仪的本质是仁爱，是发自内心对人的关爱和尊重。礼貌、礼节、礼仪与礼俗等都属于礼的范畴。

1. 礼仪的概念

中国古代的“礼”和“仪”，实际上是两个不同的概念。“礼”是制度、规则和一种社会意识观念；“仪”是“礼”的具体表现形式，它是依据“礼”的规定和内容而形成的一套系统而完整的程序。礼仪含义比较丰富，它既可以指表示敬意和隆重而举行的仪式，也可泛指社会交往中的礼貌礼节，是人们在长期的生活实践中约定俗成、共同认可的行为规范。

从修养的角度来看，礼仪即教养、素质体现于对交往礼节的认知和应用。

从审美的角度来看，礼仪是一种形式美，是人的内心善的优美外现。

从广义的角度来看，礼仪是人们在长期共同生活和相互交往中逐渐形成，并且以风俗、习惯和传统等方式固定下来的行为规范，是人类为维系社会秩序而要求共同遵守的行为规范。对社会来说，礼仪是一个国家社会文明程度、道德风尚和生活习惯的反映。

从狭义的角度来看，现代礼仪是指人们在社会活动中用来表示尊重、感谢、欢迎、忏悔、追悼、庆贺、祝福等意愿的，在仪表、仪态、仪式、仪容、言谈举止等方面约定俗成的规范、程序和方法。仁爱精神是“仪”的本质，而仪则是“礼”的外在表现。下面分别阐述礼仪的一些常见范畴。

2. 礼仪的相关范畴

(1) 礼貌是指人们在社会交往中通过言语、动作、姿态等方面所表现出来的谦虚、恭敬、庄重、友爱、和善、不卑不亢的内在修养和精神风貌。它体现了人们的文化层次和文明程度。

(2) 礼节是人们在社会交往中表示尊敬、祝颂、致意、问候、哀悼之类所惯用的各种规矩和习惯形式。例如，鞠躬、握手、献花圈、鸣礼炮等都是我们常用的礼节。有礼貌而不懂礼节，往往容易失礼；谙熟礼节却流于形式，充其量只是客套。礼貌是礼仪的基础，礼节是礼仪的基本组成部分。

(3) 仪式是指在较大或较隆重的场合，为了表示尊敬、庄重、喜庆、友善等所举行的典礼的程序和形式。例如，开幕仪式、结婚仪式、欢迎仪式等均采取一定的程序和形式。

(4) 礼俗是一种广泛流行于民间日常生活之中的，用于表示祝贺节日、珍

爱生命等约定俗成的风俗习惯。很多体现于婚礼、寿礼、葬礼、成人礼等情景中。中国潮汕地区的功夫茶和成人礼“出花园”就是典型的礼俗。

1.2.2 现代礼仪的特征

现代礼仪作为一种文化现象和社会规范，它的表现形式是多种多样的。我们不仅要研究各地区各民族不同的礼仪规范，还要对礼仪作跨地区跨民族的审视，借以了解礼仪这种文化现象的内在规律性。

1. 综合性

礼仪是习惯、风俗、禁忌等的综合体现，它同时与特定社会制度、社会体制、人们的文化素养以及社会物质文明和精神文明的水平密切相关。通过它还可以反映特定历史条件下社会道德规范和传统的文化习惯。中国人民解放军战士向国旗行军礼时，这个礼仪动作所反映的就不是军人在简单地执行规定的礼节，它同时展示出了军人的仪容、风貌和精神状态，表达了军人忠于祖国、忠于人民的伟大情怀。

2. 时代性

礼仪是特定时代人际关系的润滑剂，是一定时代的产物。在我国漫长的封建社会中，形成了一套带有浓厚封建色彩的、为统治阶级服务的礼仪，如“三纲五常”、“忠孝节义”等等。时至今日，现代的礼仪与古代的礼仪已有很大差别，我们必须舍弃那些为剥削阶级服务的礼仪规范，着重选取对今天仍有积极、普遍意义的传统文明礼仪，如尊老敬贤、仪尚适宜、礼貌待人、容仪有整等加以辩证扬弃。这对于培养良好个人素质、协调和谐人际关系、塑造文明的社会风气、进行社会主义精神文明建设都具有非常重要的意义。

3. 差别性

礼仪的地区文化的差别性十分明显，同一种礼仪在这个国家、这个民族具有这种意义，而在另一个国家或民族则可能是另一种意义。如果忽视了这种差别性就达不到施礼的目的，甚至让人啼笑皆非。比如中国人点头表示同意，摇头表示不同意；而在保加利亚，摇头表示同意，点头则表示不同意。在对待血缘亲情方面，东方人非常重视家族和血缘关系，“血浓于水”的传统观念根深蒂固，人际关系中最稳定的是血缘关系；西方人独立意识强，相比较而言，不是很重视家庭血缘关系，而更看重利益关系，处处强调个人拥有的自由，追求个人利益。在表达形式方面，西方礼仪强调实用，表达率直、坦诚。东方人与西方人相比，常显得谦逊而含蓄。在对待“老”的态度方面，东方礼仪一般是老者、尊者优先，凡事讲究论资排辈；西方礼仪崇尚自由平等，在礼仪中，等级的强调没有东方礼仪那么突出，而且西方人独立意识强，不愿老，不服老，特别忌讳“老”。

4. 规范性

礼仪作为共同认可的规范和程序决定了人们在许多社会交往中必须遵循规范，依礼而行。例如，握手的时候遵守长者优先的原则，要不要握手、何时握手应该由尊长来决定。鞠躬的时候只能鞠单数，因为中国古代以单数为阳，如三阳开泰、九九重阳，而阳意味着生长、健康，所以鞠躬鞠单数才有祝福的敬意。对外交往中必须“热情适度，尊重隐私”，不能随意探询外宾的年龄、收入、住宅等个人信息。

1.2.3 礼仪的功能

无论是对个人还是一个组织，礼仪在维护社会秩序、协调人际关系、传播美好意愿、塑造优美形象等方面都具有重要的意义。

1. 沟通功能

礼仪行为是一种信息性很强的行为，每一种礼仪行为都表达一种甚至多种信息。在人际交往中，交往双方只有按照礼仪的要求，才能更有效地向交往对象表达自己的尊敬、敬佩、善意和友好，人际交往才可以顺利进行和延续。请看以下案例：

一位先生要雇一个没带任何介绍信的小伙子到他的办公室做事，先生的朋友挺奇怪。先生说：“其实，他带来了不止一封介绍信。你看，他在进门前先蹭掉脚上的泥土，进门后又先脱帽，随手关上了门，这说明他很懂礼貌，做事很仔细；当看到那位残疾老人时，他立即起身让座，这表明他心地善良，知道体贴别人；那本书是我故意放在地上的，所有的应试者都不屑一顾，只有他俯身捡起，放在桌上；当我和他交谈时，我发现他衣着整洁，头发梳得整整齐齐，指甲修得干干净净，谈吐温文尔雅，思维十分敏捷。怎么，难道你不认为这些小节是极好的介绍信吗？”

这里的“介绍信”就是指在社会交往中人们热情的问候、友善的目光、亲切的微笑、文雅的谈吐、得体的举止等，不仅传达出丰富的良性信息，获得人们的好感和信任，而且可以促成交流的成功和交往范围的扩大，进而有助于事业的发展。

2. 协调功能

在人际交往中，不论体现的是何种关系，维系人际沟通与交往的礼仪都发挥着十分重要的“润滑剂”作用。礼仪的原则和规范约束着人们的动机，指导着人们立身处世的行为方式。如果交往的双方都能够按照礼仪的规范约束自己的言

行,不仅可以避免某些不必要的感情对立与矛盾冲突,还有助于建立和加强人与人之间相互尊重、友好合作的新型关系,使人际关系更加和谐,社会秩序更加有序。社会的发展与稳定,家庭的和谐与安宁,邻里的和谐,同事之间的信任与合作,都依赖于人们共同遵守礼仪的规范与要求。社会上讲礼仪的人越多,社会便会更加和谐稳定。

3. 教育功能

礼仪是人类社会进步的产物,是传统文化的重要组成部分。礼仪蕴涵着丰富的文化内涵,体现着社会的要求与时代精神。礼仪通过评价、劝阻、示范等教育形式纠正人们不正确的行为习惯,指导人们按礼仪规范的要求去协调人际关系,维护正常的社会生活。让国民接受礼仪教育,可以从整体上提高国民的综合素质。正如古人所说:“礼义廉耻,国之四维。”——礼仪是立国的精神要素之本。因此,世界各国和各民族都十分重视交往时的礼节礼貌,把它视为一个国家和民族文明程度的重要标志。

1.3 商务礼仪的概念、特征和基本原则

商务礼仪的概念包括其特质和内涵范围;商务礼仪的特征是对商务礼仪概念的进一步阐述;商务礼仪的原则是指商务礼仪行为必须遵循的最基本规范。

1.3.1 商务礼仪的概念

商务礼仪是指人们在商务活动中向交往对象表示尊重、友好的行为规范和交往艺术。商务礼仪与一般的人际交往礼仪不同,它主要体现在商务活动之中,属于企业文化的重要组成部分,它必须符合真诚性原则和效益性原则。一个成功的商业人士必须整饰自己的仪表、提高社交能力、得体处理涉外交往活动。因此,本书把个人仪表礼仪、一般性的社交礼仪、涉外礼仪都纳入我们的论述范围。中国古老的商业谚语就有“面带三分笑,顾客跑不掉”、“没有笑颜莫开店”等。微笑是人类最美好的形象,微笑伴随着幸运和财富。最具说服力的证据来自美国金融巨头查尔斯·斯瓦博。当他被问到如何成为富豪时,他诙谐地回答:“我的笑容价值百万美金。”微笑是个人形象的一部分,也是商务礼仪的重要组成。由此可见,商务礼仪就应该是个人礼仪为起点、以社交礼仪为基础、以商业活动礼仪为核心、以涉外礼仪为拓展的一个综合体。依照运用对象、适用范围的不同,礼仪可以划分为八种表现形式。分辨这些形式有助于我们明确商务礼仪在礼仪知识体系中的位置。

1. 个人礼仪

个人礼仪是社会个体的行为规范与待人处事的准则,是个人仪表、仪容、言

谈、举止、服饰等方面的有关规定。个人礼仪以个体为支点,以修养为基础,以尊敬为原则,以维护社会文明为目标和基本尺度,是个体道德品质、文化素养等内涵的外在表现。

2. 家庭礼仪

在家庭及亲友交往范围内运用的是家庭礼仪,它包括家庭称谓、问候、祝贺与庆贺、赠送、家宴及家庭应酬等礼仪规范。

3. 公务礼仪

公务礼仪是人们在公务活动过程中所遵循的礼仪规范。在礼仪的一般原则指导下,把握公务活动过程中特殊的礼仪规范,可以提高公务活动的效率和成功率。公务礼仪通常包括会议礼仪、公文礼仪、公务迎送礼仪和颁奖礼仪等。

4. 商务礼仪

商务礼仪与一般的人际交往礼仪不同,它体现在商务活动的各个环节之中。商业洽谈礼仪、推销礼仪、商业仪式、签字礼仪等都是其重要的表现形式。

5. 社交礼仪

社交礼仪通常包括见面与介绍的礼仪、拜访与接待的礼仪、交谈与交往的礼仪、宴请与馈赠的礼仪、舞会与沙龙的礼仪、社交禁忌等。

6. 习俗礼仪

不同的国家、不同的民族存在着不同的风俗习惯,充分了解这些风俗习惯,并在社交往来中自觉尊重这些风俗习惯,是成功交际的保证。习俗礼仪的内容主要包括日常生活礼仪、岁时节令礼仪和人生礼仪(如婚嫁礼仪和丧葬礼仪)等。

7. 宗教礼仪

宗教礼仪是宗教活动的重要组成部分,是宗教信徒在长期活动中形成的体现宗教内容的行为规范和习俗。不同的宗教有着不同的礼仪形式。

8. 涉外礼仪

涉外礼仪通常被称为国际礼仪,是指在国际交往中与外国人打交道时应遵守的礼仪。其基本内容是国际交往惯例,即国际通则。

1.3.2 商务礼仪的特征

商务礼仪的特征包括四个方面,其中情感性评价和效益性相统一是商务礼仪与政务礼仪的主要区别所在;而个人形象与组织文化的统一是商务礼仪与个人礼仪的主要区别所在;品德修养和工作能力的统一是商务礼仪与社交礼仪的主要区别之一。

1. 情感性评价和效益性评价的统一

在市场经济条件下,人们与社会的互动关系更多地表现为各种经济活动。在

经济活动中,经济人所具有的唯一动机就是追求自身目标利益的最大化。各市场主体为了不同的经济目的,使用的经济手段也越来越多,礼仪也被当作其中的一个重要手段。对于工业企业来说,礼仪是表现企业对客户人性化的服务和关爱的重要途径。服务和形象的竞争力是企业走向世界的国际通行证,是企业生存发展的命根子。而服务和形象最终还是要通过人来体现。礼仪也是企业精神的重要内容,是企业形象的主要附着点。公关人员讲礼仪是为了办事顺利,售货员讲礼仪是为了加速商品流通,服务员讲礼仪是为了招徕更多的顾客。在开展各种公关礼仪活动之前,首先要对各项公关活动进行评估、预测。通过评价本次活动成败的各种因素及制定目标依据与实施过程的偏差程度,组织可以衡量经费预算、人力物力的配备与开展公共关系活动之间的平衡性,从而衡量公关活动的操作可行性、经济和社会效益性,以利于下一步工作的开展。效益性评价是商务礼仪活动的重要评价标准之一。但是,注重效益的同时必须真诚待客。

“英国学者大卫·罗宾逊概括出从事商务活动的黄金规则,具体表述可用‘IMPACT’一词来概括,即 Integrity (正直), Manner (礼貌), Personality (个性), Appearance (仪表), Consideration (善解人意) 和 tact (机智)。”罗宾逊认为良好的商务举止的一条黄金规则就是正直,任何违背真诚、诚实原则的事是多少谎言也掩饰不了的。应该说,任何商务礼仪都是用来表达、传递某种情感的。作为从事商务活动的秘书人员,在运用商务礼仪时,只有把一定的情感融入其中,并能根据商务场合的要求恰当地表达自己的感情,才能使自己的言谈举止具有强烈的感染力,收到以情动人的效果。

效益性标准是经济基础,情感标准是精神核心。商务人士只有真正把感情的评价和效益的评价结合起来,才能铸就优秀的企业文化,使企业在激烈的竞争中立于不败之地。

2. 品德修养与工作能力的统一

礼仪素养是商务工作者的重要的品格修养,是个人道德品质、文化素养、教养良知等精神内涵的外在表现。其核心是尊重他人、与人友善、表里如一、内外一致。另外,商务礼仪不仅关涉到个人修养,而且是重要的工作能力之一。

在组织内部,由于工种的区别、收入的差异以及各员工个性、家庭状况的独特等因素都可能引起人与人之间的碰撞、摩擦。这种碰撞与摩擦若得不到较妥善的处理,对员工的心理品质和组织的工作都将造成很大的伤害。企业管理者应善于运用慰问信、恳谈沟通、生日贺礼、舞会联欢等礼仪手段来缓解矛盾,协调关系,促进感情沟通与思想交流。人们在一个有话可说、有情可诉、有感可表的环境下,能更充分地体现价值,更充分地发挥才智。这些又反过来增强组织的凝聚力,使组织的信息渠道更畅通,决策的准确率更高,员工的积极性更大。

在对外商务交往中,一个彬彬有礼的电话能给客户留下亲切、热忱的美好印象,为销售工作的开展提供一个良好的开端。在接待来访考察的潜在合作伙伴时,接站的气氛热烈、接待的规格合适、洽谈的座次合理能很快给来宾留下本公司正规严格、员工训练有素的美好印象。宴请菜单确定时,不仅要充分考虑到来宾的民族、宗教等文化背景,而且还要考虑到主宾的健康状况、饮食爱好等因素。这些礼仪手段的恰当运用能充分展示企业对来宾的尊重和人性化关怀,可以很好地调节气氛、润滑关系、加强团结、赢得尊重,确保协作的进一步顺利开展。

3. 个人形象与组织文化的统一

个人形象是商务礼仪的基础,个人的仪态仪表是非常重要的。如果你伫立时自然挺直,行走时从容平稳,落座时轻稳端正,就能自然流露出你庄重优雅的气质。仪态作为态势语言的一种,具有很强的直观感染效果。如果你笑容蔼蔼,顾盼生辉,立如青松,行随清风,很可能在镁光灯闪烁的瞬间,你就能一下子给无数人留下美好的深刻印象。

同时,在职业场所作为公司员工,你的形象就代表公司的形象。因为员工端正的举止表达了对客户的恭敬和诚恳;员工轻盈的步履展示了企业的热情和朝气。员工的精神风貌、服务态度、业务水平、装束仪表都是组织文化的一部分。这种组织或企业文化是全体员工认同的群体意识和行为准则。礼仪体现企业文化,不仅表现在物质层面,如接待室的整洁、员工着装的整齐得体等方面,更体现在员工的精神文化层面,如价值取向、行为准则等方面。谈判失败时,该企业员工仍能彬彬有礼、尽心尽力地安排来宾衣食住行,把对人的关怀看成是最重要的事。这就真正地体现了以人为本的服务宗旨,弘扬了一种优秀的企业文化。

4. 普适礼仪与专项礼仪的统一

普适礼仪是指个人礼仪、社交礼仪、涉外礼仪等内容;专项礼仪是指和商业活动直接相关的活动,例如公司庆典仪式、商务考察接待等。普适礼仪是专项礼仪的基础,专项礼仪是普适礼仪的延伸。商务礼仪应该是以个人礼仪为基础、以专项礼仪为核心、以社交礼仪与涉外礼仪为拓展的一个综合体。而在一般性的场合或与本单位员工相处的时候,日常礼仪更高频率地活跃在我们的交际视野之中。

商业专项礼仪主要表现在商业谈判、产品展示、单位庆典与签字仪式等方面。这些专项礼仪有着比较严格的规范、特定的程序、专业礼仪媒体和精心营造的礼仪环境等等。礼仪主体和客体的阵容庞大,气氛热烈。例如新船建成的下水仪式。整个程序往往由代表致词、全体起立、乐队奏乐、简介新船、行掷瓶礼、砍断缆绳、新船下水等部分组成。整个仪式举行的环境必须在新船下水的港口码头,用音乐、彩带、贺词等媒介方式表达。这些都体现了专项礼仪的复杂性和正

式性的特征。

1.3.3 商务礼仪的基本原则

商务礼仪的基本原则是指商务互动中必须遵循的最基本的利益规范。

1. 尊重与平等的原则

美国教授布吉尼教授提出商务交往 3A 原则，具体内容包括：接受对方（Accept）、重视对方（Appreciate）与赞美对方（Admire）。接受对方是前提，赞美对方是表达，重视对方是根本，尊敬对方是礼仪的情感基础。这要求我们充分地考虑对方的兴趣和感受，理解交往对方的风俗、习惯，尊重对方的信仰和观念。“敬人者恒敬之，爱人者恒爱之”，“人敬我一尺，我敬人一丈”。但是，尊重对方并不意味着需要贬低自己，只有自尊又敬人，才能赢得别人的真诚信赖。在商务活动中，每一个人都必须意识到，自己的言行应当从容得体，堂堂正正，落落大方，要以自尊、自重、自爱 and 自信为基础，给予交往对象真诚的尊重。

2. 真诚与适度的原则

礼仪对于商务活动来说，不仅仅是一种沟通的形式、手段和交往艺术，更应是情感的真诚流露与表现。哪怕这种流露是质朴的，甚至是稚拙的，照样因为真诚而可爱。只有这样日积月累，才能春风化雨，在他人的心田中树立起良好的个人形象和组织形象。否则，礼仪就沦为一种表面客套、形式敷衍，甚至是虚伪的表演，即便再奢华的排场，有时也不能带给人温馨备至的感动。有公司训练员工微笑待客，可是许多人笑容生硬，似乎给人“皮笑肉不笑”的感觉。实际上，微笑根本上不是一种技巧，而是一种自信、和悦、友善的人生态度。就像幽默并不是一种语言技术，而是一种人生高度。当一个人能用欣赏的姿态来俯视，来嘲弄人生的苦难的时候，幽默的美就自然而然地产生了。诚挚毓秀，相由心生，方能笑颜如花，令人如沐春风。

但是，真诚相待并不意味着可以跨越适度的距离，达到“亲密无间”的程度。如果不善于把握感情尺度，结果会适得其反。具体而言，要掌握好以下四个“度”：

（1）关心有度。也就是说不宜对外国友人表现得过于关心，打听对方的健康、爱好、收入等情况，很容易产生侵犯别人隐私的嫌疑，导致对方产生厌烦心理。

（2）举止有度。在与外国友人相处之际，不要随便采用某些显示热情的动作，比如拍拍肩膀，同性在街上拉手而行。

（3）谦虚有度。中国人大都自谦，很少自我肯定。在商务交往中，要敢于肯定产品质量和自身优势，看重自己，这样才能赢得他人的看重。切勿妄自菲

薄，随便否定自己。

(4) 信息有度。真诚相待是以合作共赢为前提。对于本单位的专利技术、财务信息、销售计划、谈判策划等涉及商业机密的信息，不能因为关系融洽，或者认为需要以诚待客而轻易透露；否则，会给本单位的利益造成重大的损害。对方也会认为本单位人员缺乏专业素养，而放弃跟本单位的进一步合作。

3. 宽容与谦和的原则

宽容原则就是心胸坦荡、豁达大度，能设身处地地为他人着想，谅解他人的过失。中国传统文化历来重视并提倡宽容的道德原则，并把宽以待人视为一种为人处世的基本美德。从事商务活动，需要在人际纷争、利益冲突、立场不同等问题上保持豁达大度的品格，以正确缓解纷争，协调关系，争取到更长远的利益。“谦”就是谦虚，“和”就是和善、随和。谦和在社交场上即表现为平易近人、热情大方、善于与人相处、乐于听取他人的意见，显示出虚怀若谷的胸襟。

4. 信守约定与入乡随俗

信守约定是指在一切商务交往中，必须认真遵守自己的承诺，说话要算数，许诺要兑现，约会要如期而至。一般而言，须在下面三个方面身体力行：

(1) 在人际交往中，许诺必须谨慎，无论是答应对方要求，还是自己主动提出建议，一定要深思熟虑、量力而行，切勿草率从事。如果没有十分的把握，就不要轻易许诺他人，许诺而不能践诺，会落得个不守信的恶名，从此永远失信于人。

(2) 对于已经做出的约定务必认真遵守，唯有如此，才会赢得对方的信任。

(3) 万一由于难以抗拒的因素不能守约，应尽早通知对方，如实说明原委，并向对方致以歉意，必要时应主动承担给对方造成的物质损失。

入乡随俗，是涉外商务礼仪的基本原则之一。它的含义主要是：在涉外交往中，要真正做到尊重交往对象，首先就必须尊重对方所独有的风俗习惯。具体说来，要注意以下三方面的情况。

(1) 观念上要理解差异。世界上的各个国家、各个地区、各个民族，在其历史发展的具体进程中形成各自的宗教、语言、文化、风俗和习惯，并且存在着不同程度的差异。这种“十里不同风，百里不同俗”的局面，是不以人的主观意志为转移的，也是世间任何人都难以强求统一的。要一视同仁，千万不要评判是非，鉴定优劣，招惹纷争。

(2) 行为上要尊重差异。在涉外交往中注意尊重外国友人所特有的习俗，容易增进中外双方之间的理解和沟通，有助于恰如其分地向外国友人表达我方的亲善友好之意。

(3) 策略上要协调差异。在国际交往中，究竟遵守哪一种礼仪为好呢？一

般而论，目前大体上有三种主要的可行方法。

第一，“以我为主”。所谓“以我为主”，即在涉外交往中依旧基本上采用本国礼仪。

第二，“兼及他方”。所谓“兼及他方”，即在涉外交往中基本采用本国礼仪的同时，适当地采用一些交往对象所在国现行的礼仪。

第三，“求同存异”。这是在涉外交往中为了减少麻烦、避免误会最为可行的做法。

为此，首先必须做到宾至如归，也就是对交往对象所在国的礼仪习俗个性有所了解，力求回避他们的礼俗禁忌，用他们感到最亲切的方式问候和欢迎他们。其次，要认真遵守国际上通行的礼仪规范。这样就可以稳妥、体贴地接洽好每一位商务考察的来宾，为企业赢得更多的发展机遇。

5. 恪守规范与灵活权变

商务礼仪活动体现了对交往对象的尊重，展示着集体的形象。所以要严格地遵守尊卑有序、客随主便、依从成规、求同存异等原则。在接待规格、主席台座次、礼宾次序、活动程序以及礼宾人员着装等方面都要一丝不苟、严格要求。另外，我们 also 需要注意，礼仪行为的发生、发展与结果受礼仪环境、施礼行为、受礼人反应等多种因素的影响。这要求礼仪的施行者必须根据社会活动的具体情景灵活地遵循礼仪的原则和规范。请看案例分析：

当众脱鞋，赢来掌声阵阵

1991年年底，青岛双星鞋业经理汪海飞往美国纽约，参加了纽约国际鞋业博览会。在此期间，他又对美国的市場做了详细的调查。1992年8月，汪海再次飞到美国纽约。这次，他做出了一个令人惊叹的举动：以一个中国企业的名义召开新闻发布会。

在发布会上，有一位名为威廉·查理的记者问汪海：“请问汪海先生，您被称为中国鞋王，您的双星鞋也被认为是品质第一，那么，您现在脚上穿的鞋是双星牌的吗？”会场突然安静下来。此时，如果汪海穿的不是双星牌鞋，场面将非常尴尬，也会对双星的形象极为不利。

然而，只见汪海微笑着弯腰脱下了脚上漂亮的棕色皮鞋，把它举在手上用英语对大家说：“China Double Star（中国双星）！我不仅一年四季都穿双星鞋，而且，我企业的所有员工也都穿双星鞋。我们的目标是，穿着双星鞋，走遍全世界！”顿时，场上响起了热烈的掌声，记者们纷纷拍照。第二天，汪海手举皮鞋的照片刊登在纽约众多的报纸上，各报纷纷发表评论，认为汪海在美国人面前当众脱鞋是用自己的产品向美国挑战。