

Jingguanlei Jingguanlei
Jingguanlei Jingguanlei
Jingguanlei
Jingguanlei



21世纪高等院校“十二五”系列规划教材·**经管类**



商务礼仪

SHANGWU LIYI

● 李月华 周一萍 主编

● 程水源 主审



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



化商等内



21世纪高等院校“十二五”系列规划教材·**经管类**

商务礼仪

SHANGWU LIYI



◎ 主 编 李月华 周一萍
◎ 副主编 何海花 叶 俊 陈丽军
◎ 主 审 程水源



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 简 介

本书对商务礼仪作了系统的阐述,主要内容包括:商务礼仪概论,商务人员的个人礼仪,商务见面礼仪,商务接待拜访礼仪,商务会议及活动礼仪,商务通信礼仪,商务宴请礼仪,涉外商务礼仪和大学生求职礼仪。在编写过程中,力求做到深入浅出、通俗易懂、内容简洁、针对性强,实现全面性与时效性、客观性与实用性、准确性与精练性有机结合,遵循理论与实际相结合的原则,注重体系上的完整性和内容上的实用性。

本书既适合高等院校经济管理类各专业的学生使用,也可作为商务人员的参考读物和培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/李月华 周一萍 主编. —武汉:华中科技大学出版社,2012.9
ISBN 978-7-5609-8331-8

I. 商… II. ①李… ②周… 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(2012)第 200367 号

商务礼仪

李月华 周一萍 主编

策划编辑:曾 光

责任编辑:胡凤娇

封面设计:刘 卉

责任校对:祝 菲

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)81321915

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉科源印刷设计有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

印 张:11.5

字 数:240 千字

版 次:2012 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:24.50 元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前 言

中华民族具有五千年的文明史,素以礼仪之邦闻名于世,讲礼重仪是我们的传统美德。古人云:“不学礼,无以立”。可见礼仪是人类文明和社会进步的重要标志,也是人们进行社会交往的必备条件。随着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,学习礼仪可以“外树形象,内强素质”。商务礼仪已经成为现代商务活动中必不可少的交流工具。“学礼、知礼、懂礼、习礼、用礼”早已成为现代商务人员必修课程,越来越多的企业都把商务礼仪作为员工基本的知识要求。

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》(下面简称《纲要》)明确指出:要“教育学生学会知识技能,学会动脑动手,学会生存生活,学会做事做人”。本书是以《纲要》为依据,以培养学生“学会做事做人”为目的而编写的。全书在编写上力求做到深入浅出、通俗易懂,实现全面性与时效性、客观性与实用性、准确性与精练性有机结合,给人们提供有效的指导。为了帮助初学者更好地理解书本内容,本书在每章前面都提出了学习目的,在每章后面都附有复习思考题。本书既适合高等院校经济管理类各专业的学生使用,也可作为商务人员的参考读物。

本书由李月华、周一萍担任主编,负责全书大纲的拟订和编写,并统筹定稿;程水源担任主审。各章撰稿人员分工如下:李月华撰写第一章;周一萍撰写第三章和第五章;何海花撰写第四章和第六章;叶俊撰写第七章和第八章;陈丽军撰写第二章和第九章。

在本书的编写过程中,编者参考、借鉴了有关书籍的观点和资料,谨向它们的作者表示诚挚的谢意!

因时间、水平等诸多因素的限制,书中难免存在不足之处,恳请广大同行和读者批评指正。

编 者
2012年5月

目 录

第一章 商务礼仪概论	(1)
第一节 礼仪的含义与原则	(1)
第二节 商务礼仪功能和特征	(4)
第二章 商务人员的个人礼仪	(9)
第一节 商务人员的仪容礼仪	(9)
第二节 商务人员的仪表礼仪	(15)
第三节 商务人员的仪态礼仪	(22)
第三章 商务见面礼仪	(34)
第一节 称呼礼仪	(34)
第二节 介绍礼仪	(36)
第三节 握手礼仪	(40)
第四节 名片礼仪	(42)
第五节 商务见面的其他常用礼仪	(46)
第四章 商务接待拜访礼仪	(50)
第一节 商务接待礼仪	(50)
第二节 商务拜访礼仪	(57)
第三节 馈赠礼仪	(60)
第五章 商务会议及活动礼仪	(66)
第一节 商务会议基本礼仪	(66)
第二节 新闻发布会礼仪	(72)
第三节 展览会礼仪	(76)
第四节 签约仪式礼仪	(79)
第五节 商务庆典礼仪	(82)
第六章 商务通信礼仪	(89)
第一节 电话礼仪	(89)
第二节 手机礼仪	(97)
第三节 收发传真、电子邮件礼仪	(99)
第七章 商务宴请礼仪	(104)
第一节 宴会的种类	(104)
第二节 商务宴请礼仪	(106)

第三节 西餐礼仪·····	(118)
第四节 中餐礼仪·····	(124)
第五节 我国少数民族饮食特点·····	(128)
第八章 涉外商务礼仪·····	(134)
第一节 涉外商务礼仪的准则·····	(134)
第二节 不同国家的商务礼仪·····	(137)
第九章 大学生求职礼仪·····	(156)
第一节 求职前的准备工作·····	(156)
第二节 面试过程中的礼仪·····	(167)
第三节 求职的后续礼仪·····	(172)
参考文献·····	(176)
(21)·····	对外贸易礼仪入门 第二章
(22)·····	对外贸易礼仪入门 第三章
(23)·····	对外贸易礼仪入门 第三章
(24)·····	对外贸易礼仪入门 第一章
(25)·····	对外贸易礼仪入门 第二章
(26)·····	对外贸易礼仪入门 第三章
(27)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(28)·····	对外贸易礼仪入门 第五章
(29)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(30)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(31)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(32)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(33)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(34)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(35)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(36)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(37)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(38)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(39)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(40)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(41)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(42)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(43)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(44)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(45)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(46)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(47)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(48)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(49)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(50)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(51)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(52)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(53)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(54)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(55)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(56)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(57)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(58)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(59)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(60)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(61)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(62)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(63)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(64)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(65)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(66)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(67)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(68)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(69)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(70)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(71)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(72)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(73)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(74)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(75)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(76)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(77)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(78)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(79)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(80)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(81)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(82)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(83)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(84)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(85)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(86)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(87)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(88)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(89)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(90)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(91)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(92)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(93)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(94)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(95)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(96)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(97)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(98)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(99)·····	对外贸易礼仪入门 第四章
(100)·····	对外贸易礼仪入门 第四章

第一章 商务礼仪概论

【学习目标】

- (1) 掌握礼仪、商务礼仪的含义。
- (2) 重点掌握礼仪的原则、商务礼仪功能和特征。
- (3) 了解学习礼仪的作用。

我国是一个有着悠久历史的文明古国,素有礼仪之邦的美誉,在数千年的历史进程中,礼仪文化作为整个中华文化的一个重要组成部分,已经形成了一套完整的礼仪规范和礼仪思想,知礼、懂礼、守礼、施礼已成为中华民族的优良传统美德。

第一节 礼仪的含义与原则

礼仪是一种行为规范,它不仅是社会生活的要求,更是一个人乃至一个民族文明程度的体现。在现代社会的各个方面,礼仪都发挥着重要的作用,它使我们的生活更有秩序,也使人际关系更为和谐。

一、礼仪的含义

礼,就是尊重别人;仪,就是通过一定的规范形式将尊重的意思表达出来。礼仪是指人们在社会交往中共同遵守的行为准则和规范,其具体内容包含以下几个方面。

(1) 礼貌 礼貌是指人们在交往时相互表示尊重和友好的行为规范。它包括礼貌语言和礼貌行为两个方面。

(2) 礼节 礼节是指人们在社会交往过程中,表示尊重、友好等意愿的惯用形式,它是礼貌的具体表现,如握手礼、介绍礼等。

(3) 仪式 仪式是指具有专门规定的程序化行为规则的活动,是一种重大礼节,如升旗仪式、奠基仪式、开幕仪式等。

礼仪包含礼貌、礼节和仪式三个方面的内容。在某些情况下,它们被视为一体,可以混合使用。其实,从内涵来看,它们不可简单地混为一谈:礼貌侧重于表现人的品质和素养,也体现一个人的文化层次和文明程度;礼节和礼貌之间是相辅相成的关系,没有礼节,就没有礼貌,有了礼貌,就必然伴有具体的礼节;礼貌是内涵,礼节是表现。由此可见,礼仪是对礼节和仪式的统称,礼貌是礼仪的基础,礼节是礼仪的基本组成部分。礼仪是人们在社会活动中的言行规范和待人接物的标志,也是一种社会

文化,是社会文明的标志。

从个人修养的角度来看,礼仪是一个人的修养和素质的外在表现。也可以说,礼仪即教养,教养体现于对礼仪的认知和应用;从道德的角度来看,礼仪可以被界定为待人接物的行为规范或标准做法;从交际的角度来看,礼仪是人际交往中适用的一种交际方式或方法;从审美的角度来看,礼仪是一种形式美,是人的心灵美的外在反映。总的说来,礼仪是一门人文应用学科,具有较强的实用性和可操作性,它既是一门研究交际行为规范的学科,又是一门普及性的学科。在现实生活中,每个人都必须参加社交活动,而且都希望自己的社交活动成功,而礼仪正是一座可将交际活动引向成功的桥梁。

二、礼仪的重要原则

在商务活动中,要想有效地发挥礼仪应有的作用,通过礼仪促进人们的社会交往,改善人们的人际关系,就必须遵守礼仪的相关原则。

(一) 尊重原则

尊重原则是指施礼时体现出对他人的尊重。尊重是现代礼仪的实质,礼仪从内容到形式都是尊重他人的具体表现。人际交往中的傲慢行为和轻蔑他人的态度,通常都会被视为缺乏礼貌、没有教养的表现。尊重他人是赢得他人尊重的前提,只有相互尊重,人与人之间的关系才会融洽、和谐。在人际交往中,要努力做到敬人之心常存,不失敬于人,不伤害对方的尊严,更不侮辱对方的人格。尊重原则体现在以下几个方面。

1. 遵守时间

时间就是金钱,时间就是生命。商场上最看重的莫过于守信,而遵守时间是守信的重要表现,所以与人相约一定要守时。

2. 尊重他人

是否尊重他人是一个人的文化素养的体现,是一个人的社会经验的表现。尊重他人具体表现为以下几点。一要珍惜他人的健康和生命。二要多用商量语气与他人交流。在会谈的礼仪中,商量是一门艺术,重点学习如何彼此尊重,对领导者而言尤其重要。三要避免惊吓他人。在各种场合下,为了避免惊吓他人,如果有他人没注意的行为和动作时,应先给他人以提醒,以免惊吓着他人。四要尊重他人的隐私。每个人都希望拥有自己的空间和不为人知的秘密。所以,在公共场所不要随意谈论他人的隐私,或者以爱打听的姿态自居。

(二) 适度原则

在哲学上,度是指一定事物保持自己质的数量界限,超过这个界限,就要引起质的变化。在人际交往中,情感的表达也有一个适度的问题,这要求待人既要彬彬有

礼,又不低三下四;既要殷勤接待,又不有失庄重;既要热情大方,又不轻浮谄媚。把握好各种情况下的社会距离及彼此间的感情尺度,比如双方在握手时:如果对方毫不用力,自己会产生一种被冷落或不被看重的感觉;如果对方用力过大,自己会觉得对方粗俗;只有对方用力适中,自己才会觉得对方热情真诚。

(三) 自律原则

自律原则是指将自己的行为纳入规矩,时时用道德信念和行为修养准则支配自己的言行,无需别人的提示或监督。不论是在上司或同事面前,还是出于业务的考虑,都应将遵守礼仪视为尊重他人的重要表现,都应“慎独”,将良好的礼仪规则内化到心中,使其成为个人素质的一部分,这样做起来才会自然,不显得做作。

人们生活在社会环境中,不同的社会环境对人的语言行为的约束也不相同。例如,我们在洽谈业务时,常常会刻意修饰服装,注意姿态、语言,使用礼节、敬语等,这些实际上是对我们自己的一些随意行为进行的约束。在这种约束中,我们就会慢慢地培养自己的气质、风度,以后一旦有类似环境条件的刺激,我们便会自觉地约束自己的行为,给人留下一种美好的印象。自律的核心除了自我约束外,还有自我对照和自我反省。在交往中,根据环境的要求,掌握好标准,把自己的言行控制在礼仪规范所要求的范围内,做到既合乎常理,又言行得当,不失礼仪。

(四) 宽容原则

宽容原则是指在人际交往中,宽以待人,不过分计较对方的过失。严于律己、宽以待人是为人处世的较高境界,也是具备较高修养的表现。宽以待人能显示出自己的良好修养。我们不能要求所接触的人都有使自己满意的处世方法,尤其是有的人在待人接物上还会出现并非本意的失礼行为。遇上这类情况,若不宽以待人,则会使交往无法继续进行,甚至会造成难以弥合的情感裂痕。在人际交往中,应容许别人有个人行为和独立进行自我判断的自由。对不同于己、不同于众的行为要宽容,不要求他人处处效法自己,与自己完全保持一致。

(五) 主客原则

1. 保护客方

在现代礼仪中,主方立场为保护者,而客方扮演的则是被保护者的角色。例如:在接待时应该保护客人的身体安全,餐饮时不要使劲劝酒,进电梯时先让客人进入,出电梯时则相反,座次的安排问题上应体现宾主之别等,这都是尊重和保护客人的做法。

2. 客随主便

《礼记》早就明确提出了“礼从宜,使从俗”的要求,意思是依礼行事要适宜,出使的人要尊重当地的风俗。在社交活动中,处于客位的当事人应该遵从当地的或主人

的规范,就是客随主便。在举行宴会时,客人可等主人开始进餐时再开始吃饭。客随主便的要求,使双方在发生交往时对遵从何种礼仪规范有了一个共同的标准,从而可以减少盲目性和无序性,处于客位的当事人需要暂时放弃自己熟悉的、固有的礼仪规范,转而学习、熟悉和遵循比较陌生的礼仪规范。因此,客随主便的要求,更多是对客方当事人的限制。当然,这种遵守是在对方尊重自己的民族、气节和人格的基础上的遵从,反之,则不适用。

3. 主随客便

主人要按照客人的喜好来招待客人,不要将自己的想法强加给客人,这体现了现代人的人性化的尊重观念。

(六) 平等原则

平等原则是指在交往中,以礼待人,有来有往,既不能盛气凌人,也不能卑躬屈膝。平等原则是现代礼仪的基础。心理学研究证明:人都有被爱和受人尊敬的心理要求。人渴望平等地同他人交往、沟通,但平等只是相对的,不是绝对的。平等原则还体现在对任何交往对象都要一视同仁,以礼相待,不能因年龄、性别、文化、职业、穿着、财富等方面的不同而厚此薄彼、区别对待。

三、礼仪的作用

礼仪是人们相互尊重的、有感情的表现形式,无论从个人、团体还是国家的角度来看,礼仪对促进各项活动的顺利开展,都有巨大的作用。

(1) 从个人的角度来看,礼仪有助于个人良好形象的塑造,提高人们的自身修养;有助于促进人们的社会交往,改善人们的人际关系;有助于净化社会风气,美化自身、美化生活。

(2) 从团体的角度来看,礼仪有助于团体良好形象的塑造,团体员工的礼仪直接塑造了自身的个人形象,间接塑造了团体的组织形象,礼仪是团体文化的重要内容,是团体形象的主要附着点。

(3) 从国家的角度来看,礼仪是衡量一个民族国民素质和道德水准的尺度。因此,礼仪是人类进步的重要标志。

第二节 商务礼仪功能和特征

商务礼仪是现代商务人员处理日常事物及协调各种关系的行为准则,是促进商务活动顺利进行的基本保证,也是商务人员必须掌握的重要内容。因此,明确商务礼仪的概念,认知商务礼仪的主要功能和基本特征,并且自觉遵守商务礼仪,对商务人员来说十分重要。

一、商务礼仪的含义

商务礼仪是指人们在商务活动中,对交往对象表示尊敬友好的行为规范和活动程序,是一般礼仪在商务活动中的具体体现和运用。商务礼仪包括以下几点:

- (1) 个人行为的商务礼仪,如个人素质、行为、仪表、服饰、举止等;
- (2) 日常交往礼仪,如见面、邀约与应邀、宴请、赠礼等;
- (3) 日常工作礼仪,如接待客户、推销工作、商务服务等;
- (4) 专题商务活动礼仪,如开业、庆典、展销会、洽谈会、签字仪式等。

二、商务礼仪的功能

随着市场经济的快速发展,各种商务活动日趋繁多,礼仪具有的功能也在不断增加,礼仪逐渐发挥着越来越大的作用。商务礼仪的主要功能在于规范行为、沟通信息、增进感情、塑造形象、促进和谐。

(一) 规范行为

礼仪最基本的功能就是规范各种行为。在商务交往中,人们相互影响、相互合作,如果不遵循一定的规范,双方就缺乏协作的基础。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。在众多的商务规范中,礼仪规范可以使人明白应该怎样做,不应该怎样做,哪些可以做,哪些不可以做,有利于确定自我形象,尊重他人,并赢得友谊。

(二) 沟通信息

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。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,不仅能唤起人们的沟通欲望,还可以促成交流的成功和范围的扩大,进而有助于事业的发展。

(三) 增进感情

在商务活动中,随着交往的深入,双方可能都会产生一定的情绪体验。它表现为两种感情状态:一种是感情共鸣;另一种是感情排斥。礼仪容易使双方互相吸引,增进感情,有利于良好的人际关系的建立和发展。反之,如果不讲礼仪,说话粗俗不堪,那么就容易产生感情排斥,造成人际关系紧张,给对方造成不好的印象。

(四) 塑造形象

一个人讲究礼仪,就会在众人面前树立良好的个人形象;一个组织的成员讲究礼仪,就会为自己的组织塑造良好的形象,赢得公众的认可。所谓个人形象就是个人在公众观念中的总体反映和评价。从事商务活动的人员应该从自我做起,积极地学习、研究和掌握现代商界共同遵守的礼仪规范,在每一件小事上都要注重礼仪修养,做到礼仪无小事,从而树立良好的个人形象。所谓树立企业形象,是指在激烈的商务竞争环境中,通过得体而诚挚的商务接待、拜访、宴请、社交、送礼等活动,为企业树立高效、讲信誉、易于交往、善待商业伙伴的形象。没有谁愿意雇用一整天不讲卫生的员工,也没有哪一家公司愿意与一个不讲信誉、员工不懂礼貌的公司做业务。现代市场竞争除了产品竞争外,更体现在形象上的竞争。一个具有良好信誉和形象的企业,很容易获得社会各方的信任和支持,就可在激烈的竞争中处于不败之地。所以,商务人员需时刻注重礼仪,这既是个人和企业良好素质的体现,也是树立和巩固个人和企业良好形象的需要。

(五) 促进和谐

礼仪作为社会行为规范,对人们的行为有很强的约束力。礼仪的巧妙应用,可以化解矛盾,消除分歧,达成谅解,缓和人与人之间的紧张关系,使之趋于和谐,从而妥善地解决纠纷,广交朋友。在维护社会秩序方面,礼仪起着法律所起不到的作用。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。社会上讲礼仪的人更多,社会便会更加和谐稳定。

三、商务礼仪的特征

礼仪是社会文明程度的体现,在现代商业社会快速发展的今天,礼仪已被越来越多的领域所运用。那么,要想学习并全面地运用商务礼仪的相关规范,首先就必须掌握商务礼仪的基本特征,根据商务礼仪自身的特殊性,其特征可归纳为以下几个方面。

(一) 规范性

规范也就是标准,即标准化要求,其强调的是商务人员待人接物的标准做法。商务礼仪的规范性是一个舆论约束,它与法律约束不同,法律约束具有强制性。如果你不遵守商务礼仪,后果也许不会致命,但却有可能会让你在商务场合被人笑话,有损个人的形象。

(二) 普遍性

在商务工作中,无论在国内还是在国外,无论是国有企业、合资企业还是私营企

业,无论个人还是团队,从日常同事之间的内部沟通到企业与企业之间的外部交流,直到针锋相对的商场谈判,礼仪无处不在,也无时不有。当今社会是商业的社会,各种商务活动已渗透到社会的每一个角落,可以说,只要是有人类生活的地方,就存在着各种各样的商务活动和商务礼仪规范。

(三) 对象性

对象性也可称为差异性,即区分对象要因人而异,跟什么人说什么话。俗话说:“百里不同风,千里不同俗。”在不同的文化背景下,所产生的礼仪文化也不尽相同。商务礼仪的主要内容源自于传统礼仪,因此,商务礼仪具有对象性的基本特征。在商务交际场合,我们要根据不同的对象采用不同的礼仪规则。

(四) 技巧性

商务礼仪强调操作性,这种操作是讲究技巧的。这种技巧体现在一言一行中,应该怎么做,不该怎么做,都应遵循商务礼仪规范。

(五) 发展性

时代在发展,商务礼仪文化也随着社会的进步不断发展。比如,20世纪七八十年代,人们一般通过电报、信件等传递各种商务信息,而在今天,人们常用的则是电子邮件、电视、电话等新生事物。随着我国对外开放和与国际社会的接轨,世界各国较先进的商务元素将与我国传统文化相互渗透,我国的传统商务礼仪自然也会被赋予许多新鲜的内容,形成一套既富有我国自己的传统特色,同时又符合国际惯例的商务礼仪规范。

【复习思考题】

一、思考题

- (1) 什么是礼仪? 什么是商务礼仪?
- (2) 礼仪的原则是什么?
- (3) 商务礼仪具有哪些功能和特征?
- (4) 学习礼仪有什么意义?

二、案例题

案例一

一位英国外商来到中国某厂参观并洽谈合作事宜,他对接待他的某厂工作人员评价很高,认为他的服务态度很好,英语表达流利,于是就夸奖该厂的工作人员说:“你的英语讲得好极了!”该厂的工作人员听后马上回答说:“我的英语讲得不好。”这位外商听后感到很不高兴,该厂的工作人员意识到自己的失误后,马上转移话题,避免了尴尬。

问题思考:

请分析该工作人员的失礼之处。

案例二

日本某公司主管生产物资采购负责人与兰州某公司负责人洽谈下半年度高纯铝采购事项,由于日本客户主要由小王专门负责,因此,兰州公司委派小王接待日方采购负责人。

因为该日本公司是这家兰州公司最大的采购商,所以小王制订了周密的接待安排计划。接机和商务会谈都非常顺利,对下半年的采购量和价格双方都达成了一致意见,为了表示重视和庆祝,兰州公司在当地一家很有特色的酒店预定了宴席,进出口公司负责人也参加了此次宴会。

宴会开始后,日本客户看到这么多兰州特色菜,说:“我以前来中国无数次了,兰州还是第一次来,这次一定要品尝兰州的美味。”小王的上司提出为了合作愉快大家干一杯,日本客户表示中国的酒太烈,喝不了,但小王的上司表示来了兰州一定要品尝这种酒,无奈之下日本客户也只好喝了。接着小王的上司还向小王示意,让小王也向他们敬酒,日本客户在小王的再三劝说下又喝了几杯,很快就酩酊大醉,而且还把第一次品尝的兰州美味都吐了出来。虽然次日小王送机时不断地向日本客户道歉,但对方表示再也不敢来兰州了。

问题思考:

此次宴会中这家兰州公司的失礼之处。

第二章 商务人员的个人礼仪

【学习目标】

- (1) 重点掌握发型修饰的原则、着装的原则、西装和套裙的穿着规范,以及姿态和表情规范。
- (2) 掌握化妆的礼仪规范、饰品的佩戴礼仪和仪态礼仪规范。
- (3) 了解发型选择技巧、化妆技巧。

荀子说:“人无礼则不立,事无礼则不成,国无礼则不宁。”礼仪在现代社会活动中越来越重要。它已经成为衡量一个人、一个组织,甚至一个国家的整体素质的准绳。商务人员的礼仪水准如何,不仅反映着他个人的气质、学识、道德、修养,还可以通过它折射出其背后所代表的组织的形象。仪容、仪表、仪态构成了个人礼仪的主要内容,决定了个体在社会活动和商务活动中的表现。因此,商务人员必须树立礼仪意识,自觉学习礼仪知识,并学以致用,在各种社会活动和商务活动中不断提高自己的个人礼仪修养,塑造良好的个人与组织形象,最终为个人和组织赢得机会与发展。

第一节 商务人员的仪容礼仪

仪容主要指人的容貌,而且是经过修饰以后能给人以良好知觉的容貌。在人际交往中,每个人的仪容都会引起交往对象的关注,并将影响对方对自己的整体评价。仪容之美体现了自然美和修饰美的和谐统一。俗话说:“三分长相,七分打扮。”恰到好处的修饰能弥补自身的某些缺陷,展现一个人的仪容之美。男性的仪容应显示出一种刚毅与果敢、机智与稳重的个性风采,充分展示出男性的阳刚之美;女性的仪容应尽量展示其稳重和娴静、典雅和端庄,并充分体现出女性的温柔、含蓄之美。

一、发型的修饰

俗话说:“远看头,近看脚,不远不近看中腰。”可见,人们注视他人的第一眼是从头看起的。头发是每个人的制高点,是交往对象无法忽视的重要部分,因此,作为一名商务人员,要想维护自己的形象,就必须认真地修饰自己的头发。

（一）发型修饰的基本要求

1. 干干净净

要求勤洗发、勤理发,使自己的头发保持清洁的状态。具体做法如下:第一,应当至少三天洗一次头发;第二,需随时检查自己头发的清洁度,以保证其整洁、无头屑、无异味。

2. 长短适当

商务人员的头发要求宜短、不宜长,讲究前不遮眉、侧不盖耳、后不过肩。不论是女士,还是男士,留短发都有诸多好处。如短发梳洗方便,使人显得朝气蓬勃、精神焕发,而且它还符合商务人员讲究传统保守和工作快节奏的特点。商务人员头发宜短,并不是越短越好。商务人员头发的长度:男士头发以6 cm左右为佳,最长不应后及领口、前过额头;女士头发的长度相对来说要求要宽松一些,但不要长过肩部或挡住眼睛,若是社交活动较多,或者确实对潇洒飘逸的长发情有独钟,头发可留长些,但在正式的工作场合,则必须将长发梳成发髻,盘在头上。需要特别强调的是,商务人员原则上不宜留大鬓角。

3. 整整齐齐

要求商务人员必须把头发梳理到位,不允许蓬松凌乱。为了使头发保持既定的发型,可以使用美发用品对之加以定型,要保持其整齐。如果要出席重要的商务活动或参加相关的社交活动,最好先去理发店或美容店,请理发师对自己的头发精心修剪或修饰一番,这样做往往能使交往对象借此发现你对此活动的重视程度,能让其有备受尊重之感。

（二）发型选择技巧

头发处在人的仪表最显著的部位,除了要保持干净整洁、长短适宜外,发型的选择也十分重要。一个好的发型,能弥补头型、脸形的某些缺陷,使人显得神采奕奕,体现出内在的艺术修养和良好的精神状态。在选择发型时,应根据发质类型、头型、脸型、体形的不同而选择。

1. 发型与发质类型要相配

（1）细软发质的发型 发质细软的人,头发总是贴在头部,缺乏丰盈感。这种发质的人不宜留平直的发型,否则会显得老成而没有朝气,且不宜留太长,太长不易梳理,也不易定型。如留刘海,最好采用斜外卷式,向外翻卷的发尾轻盈而又活泼,能增加立体感。

（2）粗硬发质的发型 头发粗硬的人,如果留发太短,容易蓬松且难约束。这种发质的人可以留不到肩的短发或超过肩的长发。如果将头发稍稍向内卷,则可有稳重和弹性之感。

（3）头发稀疏的发型 头发稀疏的人,不宜选择长发型,长发型会使头发显得更

少。可以选择有蓬松感、增加头发量感的大波浪,吹风时尽量将发根吹得竖起来,使头发显出弹性而产生立体感。

(4) 头发稠密的发型 头发稠密的人,如果发质粗硬,可以参考前面的方法。如果发质适中就必须根据脸型、体形来考虑,注意发型不要做得太花,应尽可能简单,或者干脆留成长发,梳一根马尾辫也别有一番情趣。

2. 发型与脸型要协调

(1) 鹅蛋脸型 这种脸型给人端庄娴静、柔和的感觉,梳理任何发型都合适,但更适合中分的发型,这种发型会增添端庄的美感,梳理的时候要注意线条的柔和自然,不必刻意梳理。

(2) 圆脸型 这种脸型要避免将头发全部往后梳的后掠式和将头发烫成齐耳的内卷式,这两种发型会使脸显得更圆。可采用轻柔的大波浪,眼睛以下层层削薄。头发宜用侧分,以减弱圆脸的偏中性特征。同时,有刘海的不太适合这一脸型。

(3) 长脸型 这种脸型要避免头顶的头发吹得太高,也不能梳成旁立的发髻,这样会使脸显得更长。可以梳理一些松散的发型,前发下垂而略厚,形成自己喜欢的刘海;同时增加面部两旁的发量,使脸部显得宽一些。

(4) 三角脸型 这种脸型由于左右下颌骨的间距太宽,显得前额狭窄。在做发型时要注意前部的头发向后梳时,不论中分还是侧分,都要左右两侧展开,以表现出额部的宽阔感。同时,在头发的下端应尽量运用发型将脸部遮盖一些,注意颧骨两侧的头发表要往外蓬,后脑的头发也要做得蓬松,使其有丰满感。

(5) 倒三角脸型 这种脸型的特征是上宽下窄,即上额宽阔下颌尖窄。一般说来,这种脸型还是比较理想的。这种脸型的人不宜留超短发,而且头顶的头发不宜吹得过高,最好是让头发紧贴头顶和太阳穴部位,这样可以减少额角和颧骨的宽度。

(6) 方形脸型 这种脸型的人要尽量用发型缩小脸部的宽度。首先头顶的头发可以梳得蓬松些,刘海要往两侧太阳穴梳,以掩盖方额角。留短发至下巴,用两边的垂发遮挡部分舒展的下颌。同时,两边的头发不要有太大的变化,使头发形态显得清秀一些。

3. 发型与身材相配

(1) 身材矮小的人 身材矮小的人要避免表现头发的重量感,因为这样会造成重心下移。蓬松的发型,会使高的人显得潇洒漂亮,如果矮的人盲目跟从,只会使人注意其身材的不足。身材矮小的人尽量不要留披肩长发,这样会使身材显得更矮。最好采用短发型,或超短发型,这样看上去重心低的感觉就得到了缓和。如果喜欢长发,只宜梳一个发髻或扎一个马尾。

(2) 身材高大的人 身材高大的人选择发型较容易,尤其是优美的、蓬松的发型,就更显得潇洒大方。无论发型长与短,对身材高大的人来说总是相宜的。但是,身材太高的人切忌留削得太薄的超短发,无论这种发型与其脸型多么相配,但从身后