

21世纪高职高专市场营销专业“十二五”规划教材

Modern Business Etiquette

现代商务礼仪

主编 ◎ 余 兵
杨 芳



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

21世纪高职高专市场营销专业“十二五”规划教材

1. 《营销心理学》
2. 《网络营销实务》
3. 《市场营销实务》
4. 《市场调查与预测》
5. 《市场营销原理与实训》
6. 《现代推销实务》
7. 《市场营销与策划》
8. 《消费心理学》
9. 《商务公关》
- 10. 《现代商务礼仪》
11. 《商务谈判实务》
12. 《广告策划》
13. 《广告原理与实务》

策划编辑：沈志娟
责任编辑：王云石
封面设计：广通文化

ISBN 978-7-5618-3938-6



定价：25.00元

 世纪高职高专市场营销专业“十二五”规划教材

• 现代商务礼仪 •

• 主 编◎余 兵 杨 芳 •

副主编◎胡勇宾

内容提要

本教材本着适用、够用、管用和好用的原则,系统地介绍了现代商务礼仪各方面的知识。主要内容包
括礼仪与商务礼仪概述,商务人员仪容、服饰和仪态礼仪,商务交际礼仪,商务办公礼仪,商务会议礼
仪,商务仪式礼仪,商务宴请礼仪,商务求职礼仪,涉外商务礼仪,宗教礼仪常识等。理论简明、实务详
尽,理论讲解与实例分析相结合,符合高职高专学生的知识结构特点与认知规律,具有较强的实用性。

本书既可作为高职高专经济管理类专业的教材,也可供商务人士参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

现代商务礼仪/余兵,杨芳主编. —天津:天津大学出版
社, 2011.9

21 世纪高职高专市场营销专业“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5618-3938-6

I.①现… II.①余… ②杨… III.①商务-礼仪-高等
职业教育-教材 IV.①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 181121 号

出版发行 天津大学出版社
出 版 人 杨欢
地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编: 300072)
电 话 发行部: 022-27403647 邮购部: 022-27402742
网 址 www.tjup.com
印 刷 北京紫瑞利印刷有限公司
经 销 全国各地新华书店
开 本 185mm×260mm
印 张 13
字 数 333 千
版 次 2011 年 9 月第 1 版
印 次 2011 年 9 月第 1 次
定 价 25.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 烦请向我社发行部门联系调换

版权所有 侵权必究

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●
目 录
CONTENTS

第 1 章 礼仪与商务礼仪概述 / 1

- 1.1 礼仪概述 / 1
- 1.2 现代礼仪概述 / 5
- 1.3 商务礼仪概述 / 8

第 2 章 商务人员仪容、服饰和仪态礼仪 / 14

- 2.1 仪容礼仪 / 14
- 2.2 服饰礼仪 / 20
- 2.3 仪态礼仪 / 29

第 3 章 商务交际礼仪 / 38

- 3.1 称呼与介绍礼仪 / 38
- 3.2 见面礼仪 / 45
- 3.3 商务拜访与商务接待礼仪 / 50
- 3.4 馈赠与接受礼品礼仪 / 56

第 4 章 商务办公礼仪 / 63

- 4.1 办公室礼仪 / 63
- 4.2 日常工作礼仪 / 70
- 4.3 商务信函文书礼仪 / 72
- 4.4 商务致辞类与商务帖类文书礼仪 / 79

第 5 章 商务会议礼仪 / 84

- 5.1 一般会议礼仪 / 84
- 5.2 专题会议礼仪 / 89

第 6 章 商务仪式礼仪 / 103

- 6.1 签约仪式礼仪 / 103
- 6.2 开业仪式礼仪 / 105



CONTENTS

6.3 剪彩仪式礼仪 / 110

6.4 交接仪式礼仪 / 111

6.5 庆典仪式礼仪 / 114

第7章 商务宴请礼仪 / 119

7.1 商务宴请的种类与形式 / 119

7.2 宴请者礼仪 / 121

7.3 赴宴礼仪 / 131

第8章 商务求职礼仪 / 146

8.1 常见商务求职形式及其礼仪 / 146

8.2 求职应聘前的准备工作 / 150

8.3 面试的礼仪 / 152

8.4 求职应聘结束后的礼仪 / 157

第9章 涉外商务礼仪 / 162

9.1 涉外商务礼仪概述 / 162

9.2 不同国家的商务礼仪 / 168

第10章 宗教礼仪常识 / 183

10.1 宗教概述 / 183

10.2 佛教礼仪 / 185

10.3 基督教礼仪 / 188

10.4 伊斯兰教礼仪 / 191

参考文献 / 197

第1章 礼仪与商务礼仪概述

学习目标

了解礼仪和商务礼仪的基本概念；熟悉现代礼仪的内容、特点和原则；理解商务礼仪的特点、作用；了解提高商务礼仪修养的途径。

案例导入

某公司招聘商务秘书一名，由于待遇优厚，求职者众多。商务管理专业毕业的小张，上学期间曾在各类报刊上发表小说、诗歌、散文、评论等多篇作品，还为几家公司策划过庆典活动，英语口语表达极为流利，还考取了中级秘书职业资格证书；且五官端正，身材高挑匀称。面试时，招聘者拿着她的材料等她进来，小张上身着露脐装，下身为迷你裙，露出藕段似的大腿，口涂鲜红的唇膏，轻盈地走到一位招聘者面前，不请自坐，随后跷起了二郎腿，笑咪咪地等着问话。三位招聘者互相交换了一下眼色，主考官说：“张女士，请回去等通知吧。”小张喜形于色：“好！”挎起小包飞跑出门。

思考：

1. 小张能等到录用通知吗，为什么？
2. 请从商务礼仪的角度为小张的应聘提供有益的建议。

1.1 礼仪概述

1.1.1 礼仪的相关概念

“礼”通“禮”，其本义为敬神，引申为表示敬意的通称。它既可以指为表示隆重和敬意而举行的仪式，也可以泛指社会交往中的礼貌和礼节。一般而言，与“礼”相关的词最常用的有礼貌、礼节、礼仪，从内涵上来看，三者既有区别又有联系。

(1) 礼貌。礼貌指在人际交往中，通过言语、动作向交往对象表示敬重和友好的行为准

则,是文明行为的基本要求。礼貌是一种交际或表现形式,是一个人良好道德品质的体现。

(2) 礼节。礼节是指人们在交际场合中相互问候致意、表示尊重友好,以及给予必要的协助和照料的惯用形式。礼节是礼貌的具体表现,具有一定的强制性。没有礼节,就无所谓礼貌;有了礼貌,就必然需要具体的礼节。讲礼貌、懂礼节,是内在品质与外在行为的统一。

(3) 礼仪。从广义上讲,礼仪指的是一个时代的典章制度;从狭义上讲,礼仪是对礼节、仪式的统称,指在人际交往中为表示相互尊重、敬意、友好,而约定俗成的、共同遵循的行为规范和交往程序。

礼貌是礼仪的基础,礼节是礼仪的基本组成部分。换言之,礼仪在层次上要高于礼貌、礼节,它是由一系列具体的、表现礼貌的礼节构成的,是一个表示礼貌的系统而完整的过程。

礼仪是人们走入文明社会的通行证。人类自诞生起,就不断在摆脱愚昧、野蛮和落后,礼仪体现了人们对文明与美的追求,是一个国家、一个民族进步、开化与兴旺的标志。我国作为东方文明古国和东方文化的发源地,素有“礼仪之邦”的美誉。经过数千年对文明的不懈追求,便形成了现在丰富多彩的东方文化和礼仪。

1.1.2 礼仪的起源与发展

1. 礼仪的起源

礼仪是随着人类社会的产生而产生的,随着经济的发展、社会的进步而不断前进。从理论上讲,礼仪起源于人与人的交往;从仪式上讲,礼仪起源于原始的宗教祭祀活动。

在原始社会,生产力水平极端低下,人们对许多自然现象无法解释,就把“天”、“神”作为宇宙间最高的主宰,对之顶礼膜拜,进行祭祀,这时就产生了最早的也是最简单的以祭天、敬神(“图腾”)为主要内容的“礼”。当时只有简单的人际交往,只要不违背“图腾”,就可以继续交往下去。

随着原始社会的解体,人类进入奴隶社会,“礼”开始打上阶级的烙印,“礼”的含义也有所变化。在周代,“礼”除了用于祭祀之外,还作为治国之本。孔子认为:“为国以礼。”《礼记·经解》上说:“朝觐之礼,所以明君臣之义也。聘问之礼,所以使诸侯相尊敬也。丧祭之礼,所以明臣子之恩也。乡饮酒之礼,所以明长幼之序也。昏姻之礼,所以明男女之别也。”由此可见,当时的“礼”不仅内容已大为增加,而且还包含着社会政治制度的结构形式和社会生活行为规范。“礼”已成为阶级统治的工具,成为社会等级制度的象征,成为区分贵贱、尊卑、顺逆、贤愚的准则。

春秋时期,“礼崩乐坏”。有人提出了“仪”这一概念。据《左传·昭公五年》记载,鲁昭公到晋国去访问,晋平公对女叔齐说,鲁昭公很懂得礼,女叔齐却不以为然,答曰:“鲁昭公哪里知礼?”晋平公觉得很奇怪,就反问道:“鲁昭公从效劳一直到赠贿,从没有失礼之处,为何说他不知礼?”女叔齐说:“鲁昭公在外交上善于应酬,那只不过是仪,根本算不上礼。”在他看来,礼乃立国治政的大法,仪是指一种礼节、仪式、仪文。这在当时是较流行的观点。

2. 礼仪的发展

到了封建社会,礼仪逐渐成为统治阶级进行封建统治的工具,有些还以法律的形式固定

下来,形成“礼制”,成为束缚人们行为的工具。

辛亥革命在推翻了封建帝制的同时,也结束了封建礼制,“五四”新文化运动使中华民族开始了新文化建设的征程。

随着无产阶级的觉醒,社会主义礼仪逐渐具备了雏形。无产阶级是历史上最先进、最革命的阶级,以解放全人类为己任,具有高尚的情操。为了处理其内部与其他劳动阶级的关系,完成共同的历史使命,更需要讲究文明礼貌,更需有自己的礼仪规范。

早在民主革命时期,中国共产党领导的人民军队区别于国民党部队的显著标志之一就是讲“三大纪律”“八项注意”。其中的“说话要和气”、“买卖要公平”、“不许打人骂人”、“不许调戏妇女”、“不虐待俘虏”等,都是适应当时斗争需要的纪律,也可视为公德、礼仪的组成部分。当时在各解放区均形成了一种新型的人际关系和新的道德风尚。人心的向背,决定了共产党领导的新民主主义革命的胜利。当时的社会公德和风尚,实质上具有了社会主义公德与礼仪规范的性质。

新中国成立以后,随着社会制度的彻底变革,人与人之间的关系也出现了前所未有的变化。在人民内部,合作代替了对抗,互助互利代替了尔虞我诈,建立起真正平等的、亲密的同志关系,由此而建立起的礼仪规范,为世人所称赞。在人际和社会交往的过程中,真正做到了只有分工不同,没有高低贵贱之分,诚挚相处,互敬互让;舍己救人、助人为乐蔚然成风;很多地方出现了道不拾遗、夜不闭户的现象;敬老、爱幼、尊贤的优良传统得到充分的弘扬。不少外国友人对此惊叹不已。

改革开放以来,人们对礼仪重新进行了文化审视和理性思考,汲取了西方文明的优秀成果,使东西方文化和礼仪有机地交融,并逐步地完善和发展起来。

综上所述,礼仪的起源与发展过程如图 1-1 所示。

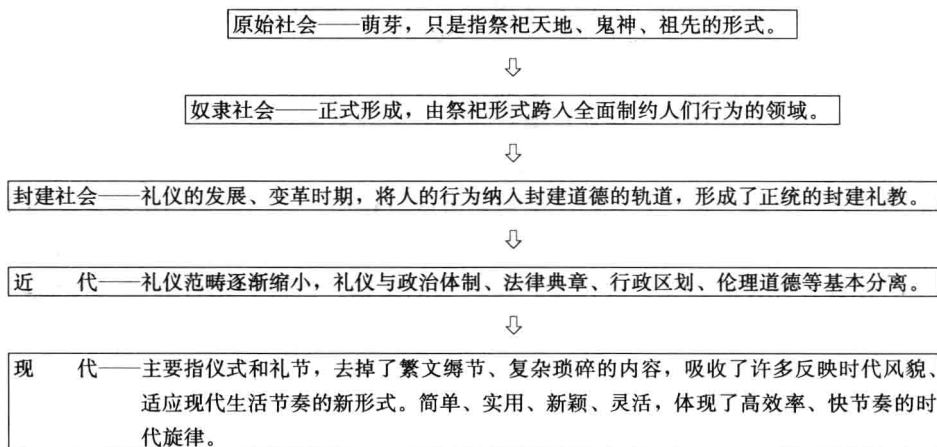


图 1-1 礼仪的起源与发展过程

1.1.3 礼仪的特点

1. 规范性和等级性

礼仪的规范性是指礼仪必须采用标准化的表现形式才会获得广泛的认可。也就是说,在人际交往的具体细节上,如何做才合乎礼仪,是有其约定俗成的具体规定的,这是一种自尊、敬人的惯用形式或标准做法。另起炉灶、自搞一套,或是只遵守个人适应的部分而不遵

守自己不适应的部分,都很难被交往对象接受。

礼仪的等级性指礼仪是划分一定等级的,礼仪的等级与礼仪的主体和客体的等级应相称。礼仪的等级性表现为对不同身份、地位的人士礼宾待遇的不同。当然,这并不意味着尊卑贵贱,而是现代社会正常交往秩序的表现,反映了人们的社会身份和角色规范的不同。

2. 差异性和共通性

礼仪是基于人类共同生存、生活、相处、交往的需要而产生、发展和不断完善的,因此必然带有共通性。同时,礼仪作为一种约定俗成的行为规范,其运用要受到时间、地点和环境的约束,同一礼仪会因时间、地点或对象的变化而有所不同;礼仪的差异性也体现为一种客随主便的要求,即处于客位的礼仪当事人必须遵循处于主位当事人所在地的礼仪规范。例如,握手礼在当今世界普遍流行,但在佛教国家及佛教人士中就不宜行握手礼,而应行合十礼;军礼只在军队、军人之间使用。

3. 民族性和国际性

不同的国家和地区有着不同的礼仪规范,每个民族都有自己的文化特色和习俗,特定的民族文化会赋予礼仪别具一格的特色与魅力。同时,国际之间、人与人之间的交往越来越频繁,由于地域和文化交流限制所造成的民族礼仪规范差异被逐渐打破,我国与世界各国的交流无论是广度还是深度都是前所未有的。礼仪也存在着与世界接轨的问题,学习世界各国各民族的礼仪就显得十分必要。我们不但要继承和发扬民族优秀传统文化,而且还要充分体现时代精神,吸收世界文化优秀成果,逐步形成一套与世界礼仪接轨的现代礼仪。

4. 继承性和时代性

礼仪是人类在交际活动中形成、发展和完善起来的,是维护正常社会秩序的经验结晶,必然被人类世代相传。我国的礼仪文化经过了几千年的传承和发展,中华民族修礼、崇礼、习礼的传统美德已经在人们心理上形成了一定的观念定式、思维定式和价值标准定式,并通过实践活动表现出来。现代礼仪与传统礼仪之间存在着千丝万缕的联系,许多礼仪在今天仍然流行,并被发扬光大。

礼仪文化是一个时代的写照。在礼仪的传承和发展过程中,它一方面会传承吸收优秀的礼仪文化内容,另一方面又会随着时代的发展而积极进行调整与变革,大力吸收和推广现代礼仪的新观念,用现代礼仪的新风俗取代腐朽愚昧的旧风俗,所以它不仅有继承性的一面,也有时代性的一面。

1.1.4 礼仪的作用

礼仪是人类社会文明发展的产物,是人们社会交际活动的共同准则。加强礼仪教育,对于提高自身的修养和素质、促进社会主义精神文明建设、塑造良好形象、扩大社会交往、促进事业成功都具有十分重要的作用。礼仪具有多方面的功能,主要表现在如下几个方面。

1. 礼仪是人际关系的纽带

礼仪是人际交往中适用的一种交际方式或交际艺术。人们在交往之初,由于双方相互之间不十分了解,因此,不可避免地会产生某种戒备心理或距离感。如果交往双方在交往中都能做到施之以礼、应之以礼,则可以拉近双方的距离。一句热情的问候、一个亲切的微笑,都可以使你得到一个朋友、一份友情,生活会因此变得温馨和谐。一声“对不起”、“请原

谅”，能够减少双方的摩擦使对方转怒为喜。因此，注重交往礼仪，无疑会增加对方对自己的好感，从而为进一步交往奠定良好的基础。

2. 礼仪是社会行为的规范

礼仪是社会生活中人们共同遵守的最基本的行为规范，也是千百年来人类社会道德修养与人生智慧在处世方式上的心理认同和行为体现。对于个人来说，礼仪是一个人的思想道德水平、文化修养和交际能力的外在表现；对于社会来说，礼仪是一个国家和地区生活习惯、道德风尚的综合反映，是社会文明程度的重要标志。

3. 礼仪是形象塑造的手段

“礼”表达的是敬人的美意，“仪”展现的是表达这种美意的形式。礼仪规范是对人的美好形象的一种设计，施礼是对美的形象的塑造与展示，礼仪形象是人们社会身份识别最重要的符号。因此，从个人而言，应从重视自身形象和获得别人欢迎的角度来对待礼仪。商务活动中的礼仪形象，大到合体的衣服、行为举止，小到一个微笑、一个眼神所涵盖的修养与内涵都会影响到企业的发展。正如比尔·盖茨所说：“在市场竞争环境下，现代竞争首先是人素质的竞争。”

4. 礼仪是事业成功的捷径

在现代职场，一个知礼懂礼、举止优雅、自信的人，能赢得上司、同事、客户的尊重和敬仰；而一个不修边幅、不能给人留下良好礼仪印象的人必定会遭到职场的淘汰。

世界著名形象设计师英格丽说：“很多有价值的学习和成长机会就存在于那些最不引人注意的礼仪细节中，如修饰、握手、递接名片，看起来如此平凡、无关大局，而它们都是筑成你迈向成功大堤的每一撮泥土。”事实证明，不注意礼仪细节的人就会被那些看似微小的细节吞噬掉职业形象魅力，更会因此失去许多走向成功的机会。

1.2 现代礼仪概述

1.2.1 现代礼仪的内容

现代礼仪是一个异常庞杂的社会文化系统，各类内容相互渗透交叉，往往难以界定清楚，礼仪大致可分为商务礼仪、社交礼仪、服务礼仪、政务礼仪、涉外礼仪等。

1. 商务礼仪

商务礼仪是从事商业活动的商务人员在商业交际活动中必须遵循的礼仪规范，是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。商务礼仪不仅包括仪表仪容礼仪、办公室礼仪、会议礼仪、接待礼仪、餐饮礼仪，还包括商务谈判礼仪、礼品馈赠礼仪、通信礼仪等。恰当的商务礼仪不仅有助于树立良好的职业形象和企业形象，更有利于在商务交往中赢得对方的信任和尊重。因此，必需的商务礼仪和规范已经成为商务人员的潜在资本。

2. 社交礼仪

社交礼仪是人们在社会生活中处理人际关系、用来对他人表达友谊和好感的符号。社交礼仪是在社会交往中使用频率较高的日常礼节。一个人要想让别人尊重自己，首先要学会尊

重别人。掌握规范的社交礼仪,能为交往创造出和谐融洽的气氛,建立、保持、改善人际关系。

3. 服务礼仪

服务礼仪是指服务行业的从业人员应具备的基本素质和应遵守的行为规范。其主要内容包括服务人员的道德规范和仪表仪容、服务禁忌语和文明用语等。服务行业尤其要注意讲究礼节。因为服务员直接面对顾客,这直接影响到顾客对企业的整体印象,所以学习服务礼仪是十分必要的。通过学习服务礼仪,可以增强服务人员的服务意识,提高服务人员的服务品质,为服务对象留下良好的印象。

4. 政务礼仪

政务礼仪是指对国家公务员行为规则标准化、基本化、规范化的要求。注重政务礼仪的目的在于促使公务员树立以民为本、为民服务的“服务意识”,提高公务员个人修养与整体素质,规范和改善行政执法行为,提高办事效率,维护政府形象。

5. 涉外礼仪

涉外礼仪是指人们在对外交往中需要遵守的礼仪规范。在涉外交往中,与外商谈话时表情要自然,语言要和气亲切,表达得体。谈话时可适当做些手势,但不宜过多。

1.2.2 现代礼仪的特点

1. 扬弃传统,与时俱进

现代礼仪抛弃了旧礼制禁锢个性、束缚思想的枷锁的同时也继承了传统文化的精华。在扬弃传统礼仪的同时,现代礼仪也不断推陈出新,礼仪的时代新意显著凸显,给中华礼仪赋予了越来越浓厚的时代色彩。例如,父亲节、母亲节、感恩节、情人节等外来节日也日渐融入我国的礼仪形式之中。

2. 简化实用,达意传情

随着经济的发展和生活节奏的加快,我国礼仪也正呈现出注重传情达意、简化繁琐形式的趋势。传统礼仪中的许多繁文缛节日渐简化,并被赋予了新的形式。例如,古代交际礼仪中的“拜”,比较适应于古代慢节奏的社会生活,而在现代社会重时间、讲效率的条件下,显然是不合适的,取而代之的则是握手、点头、微笑等适应现代快节奏生活的礼仪方式。

3. 内容创新,形式新颖

随着知识经济和信息技术快速发展,经济全球化趋势不断增强,社会交流手段和方法也越来越多,人们除了利用传统媒介进行礼仪的表达外,更可利用电视、电话、网络等现代通信手段来传情达意,如电话问候、短信拜年、电视广播点歌等新型礼仪形式,充分体现了礼仪文化的生命力和革新精神。

4. 日渐趋同,互相包容

世界上各个国家的礼仪规范不尽相同,随着世界经济的一体化和社交的日益频繁,经过不断的磨合与交流,出于沟通和避免误会的考虑,世界各国的礼仪规范有一个融合和趋同的过程。这种趋同化的礼仪发展将会减少因文化、价值观、风俗习惯等差异所造成的矛盾和冲突,加快各国交流发展的步伐。

1.2.3 现代礼仪的原则

人们的各种交际活动自始至终都有一些具有普遍性、共同性、指导性的规律可循,这就是礼仪的原则。探讨这些原则,有助于社交基本礼仪的规范化,增强人们对礼仪的认识,进而加强礼仪在社会活动中的指导作用。

1. 遵守的原则

礼仪规范是为维护社会生活的稳定而形成和存在的,反映了人们的共同利益要求。社会上的每个成员,不论身份高低、职位大小、财富多寡,都有自觉遵守、应用礼仪的义务,都要以礼仪去规范自己的一言一行、一举一动。

2. 自律的原则

自律是礼仪的基础和出发点,古人云:“己所不欲,勿施于人。”学习和应用礼仪,最重要的就是要自我要求、自我约束、自我控制、自我对照、自我反省、自我检点。自律就是要按照礼仪规范严格要求自己,知道自己该做什么、不该做什么。如果对自己没有要求,不讲究慎独与克己,遵守礼仪也就无从谈起。

3. 敬人的原则

“礼者,敬人也。”对待他人,最为关键的一条就是要敬人之心常存,处处不失敬于人,不伤害他人的个人尊严,更不能侮辱他人的人格。这是礼仪的灵魂所在。

4. 宽容的原则

一般来说,交往双方的心理总存在一定的距离,存在不相容的心理状态,这种差异会在交往者之间产生思想隔膜,甚至会使关系僵化。要想缩小这种心理上的差距,使人与人之间能多一份和谐、多一份信赖,就必须抱着宽容之心。宽容就是要求人们既要严于律己,又要宽以待人,要多容忍他人、多体谅他人、多理解他人,而不能求全责备、斤斤计较、过分苛求、咄咄逼人。唯有宽容才能排除人际交往中的各种障碍;不能宽容他人的人,往往会得理不饶人,使人际关系恶化。共性是寓于个性之中的,人们应该维护和发展共性,以理解和宽容来增强人们之间的凝聚力。

5. 平等的原则

在人际交往过程中,由于礼仪对象的多样性,尊重人、尊敬人的具体方法可以因人而异。礼仪是在平等的基础上形成的,在交际活动中,要遵守平等的原则,对任何交往对象都必须一视同仁,给予同等程度的礼遇;同时,也要善于理解具体条件下对方的一些行为,不应过多地挑剔对方的行为。不允许因为交往对象彼此之间在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富及与自己的关系亲疏、远近等方面有所不同而厚此薄彼、区别对待。

6. 真诚的原则

交际礼仪的运用基于交际主体对他人的态度,如果能抱着诚意与对方交往,那么交际主体的行为自然而然地便显示出对对方的关心。无论用何种语言表达,行为是最好的证明。在通常情况下,人们可以用假话来掩饰自己的企图,但无法用行为来掩饰,因为体态语是无法掩饰的。因此唯有真诚,才能使你的行为举止自然得体。与此相反,倘若仅把运用礼仪作为一种道具和伪装,在具体操作礼仪规范时口是心非、言行不一、弄虚作假、投机取巧,将礼仪等同于“厚黑学”,是违背交际礼仪的基本原则的。

7. 适度的原则

人类学家论证古代“礼”通“履（鞋子）”，就是说，礼要像鞋子一样大小合适，即适度原则。礼仪的施行只是内心情感的表露，只要内心情感表达出来了，就完成了礼仪的使命。

8. 沟通的原则

在人际交往中，人们通常有接触才会有了解，有了解才会有沟通。在现代礼仪中，沟通的原则要求人们在人际交往过程中要互了解。礼仪的主旨在于“尊重”，而要尊重他人，就必须要了解他人并令对方了解自己，只有这样才能实现有效的沟通。

在交际活动中应用礼仪时，为了保证取得成效，必须注意技巧、合乎规范、把握尺度、认真得体。当然，运用礼仪要真正做到恰到好处、恰如其分，还需勤学多练、积极实践。

1.3 商务礼仪概述

1.3.1 商务礼仪的含义及内容

商务礼仪是指商务活动主体在商务活动中以一定的、约定俗成的程序、方式来维护企业形象或个人形象，表示对交往对象尊重和友好的行为规范和惯例。商务活动是商品交换及与之相关的一系列活动的总称。商务礼仪的实质是一般礼仪在商务活动中的运用和体现，是人们在商务场合中适用的礼仪规范和交往艺术。所以学习商务礼仪、普及商务礼仪，已成为企业提高美誉度、提升核心竞争力的重要手段。

商务礼仪包括商务场合中所需要的各种职业素质和交流沟通技巧，涵盖日常工作的方方面面。商务礼仪主要包括商务人员仪表礼仪（仪容、仪态、服饰礼仪）、商务交际礼仪、商务办公礼仪、商务通信礼仪、商务会议礼仪、商务仪式礼仪、商务宴请礼仪、商务求职礼仪、涉外商务礼仪等方面的内容。

1.3.2 商务礼仪的特点

商务礼仪是现代礼仪的重要组成部分，除了具有一般礼仪固有的特征以外，还有其自身的特点。具体表现在以下几个方面。

1. 具有更强的规范性

商务礼仪的规范性，实际上就是强调商务交往中商务人员待人接物的标准做法、标准化要求。商务礼仪的规范与法律规范不同，法律规范具有强制性，而商务礼仪的规范是一种舆论约束，是自我约束，不具有强制性。

2. 具有更强的对象性

商务礼仪具有更强的对象性是指商务礼仪要区分对象、因人而异。商务礼仪的对象很明确，与商务组织的经济效益联系较密切，与商务组织的关系多数情况下体现合作关系和经济利益关系，因而在交往过程中一定要区分对象。遵循商务礼仪规范，关键是要体现出对他人的尊敬和友善。

3. 具有更强的技巧性

商务礼仪是一种人际交往艺术的运用。它具有很强的可操作性,所以在应用中要把握分寸和层次,要有所为、有所不为。有所为是高标准,是高端要求;而有所不为是比较容易做到的。对于度和层次的把握,在具体运用中有很多方法和技巧,可以通过实践和学习来掌握。

1.3.3 商务礼仪的作用

在商务活动中,恰如其分地运用礼仪不仅体现了个人的自身素质,也折射出了所在企业的企业文化水平和企业的管理境界。商务人员的素质就是商务人员个人的修养和个人的表现。企业的竞争同时也是企业形象的竞争,教养体现细节,细节展示素质。商务礼仪的作用具体表现在以下几方面。

1. 有助于塑造个人形象,提高全体商务人员的素质

个人形象是一个人的仪容仪表、言谈举止、气质风度以及文化素质等多方面的综合体现。学习并运用商务礼仪,有助于商务人员更好、更规范地设计个人形象,展示个人良好的教养与优雅的风度,从而达到美化自身的效果。

在商务活动中讲究商务礼仪,可以给对方留下良好的第一印象。它的好与坏将直接影响商务活动中人们对彼此的品质和特征的评价。印象好,往往有助于彼此今后商务交往的顺利进行;反之,就可能导致日后商务交往的中断或失败。商务人员只有充分认识到这一点,才能更好地运用商务礼仪,辅助事业的成功。

在商务活动中讲究商务礼仪,可以充分展示商务人员良好的教养与优雅的风度。教养和风度是一个人外在美与内在美的综合体现。商务礼仪通过规范和约束人们的行为,使得商务人员的内在美通过外在形式很好地表现出来,达到更好的效果。

2. 有助于建立良好的人际关系

在商业交往中,往往会遇到形形色色的人,与这些不同的人进行交往是要讲究艺术的。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,或是感情共鸣,或是情感排斥。学习和运用商务礼仪,能够帮助人们规范彼此的交际行为,更好地向交往对象表达自己的尊重、友好之意,增进彼此间的了解和信任。

孟子曰:“恭敬之心,礼也。”尊敬是商务礼仪的情感基础,只有这样才能建立和谐完美的人际关系,才能使事业成功。反之,如果不讲礼仪、粗俗不堪,就容易产生感情排斥,造成人际关系紧张,给对方留下不好的印象。

3. 有助于维护企业的形象

在商务交往中,个人形象往往代表着企业形象。讲究礼仪,就会在公众面前树立良好的个人形象,从而为自己的组织树立良好的形象,赢得公众的赞赏。现代市场竞争除了产品的竞争以外,更多时候是企业形象的竞争。一个具有良好信誉和形象的公司或企业,容易获得社会各方的信任和支持,可以在激烈的竞争中处于不败之地。所以,商务人员时刻注重礼仪,既是个人和组织良好素质的体现,也是树立和巩固个人和企业良好形象的需要。

4. 有利于传递信息、有效沟通

礼仪是一种信息,通过这个信息可以表达尊敬、友善、真诚的感情。在商务活动中,应

用恰当的礼仪可以获得对方的好感、信任,进而推动事业的发展。传递信息的同时还要有有效的沟通。商务沟通既包括人与人之间的沟通,也包括企业与企业之间的沟通。众多沟通不畅基本上都是由误解而产生的,而造成误解的根源常常是因为不懂礼仪。从某种程度上说,商务礼仪是商务交往和谐发展的调节器。重视商务礼仪,有助于增强人们之间的尊重与信任,促进友好合作,消除沟通中的障碍。

5. 有利于规范行为、凝聚人心

商务礼仪能够使企业的规章制度、规范和道德具体化为一些固定的行为模式,从而对这些规范起到强化作用。企业的各项规章制度既体现了企业的道德观和管理风格,也体现了礼仪的要求。员工在企业制度范围内调整自己的行为,实际上就是在固定的商务礼仪中自觉维护和塑造企业的良好形象、树立员工的自豪感、增强员工的归属感,从而增强企业的凝聚力。同时,良好的礼仪形象也可以对顾客形成强有力的吸引和感染作用。

1.3.4 提高商务礼仪修养的途径

商务礼仪修养是指商务人员为了实现一定的商务社交目的,按照一定的礼仪规范要求,并结合自己的实际情况,在个性、道德品质、文化底蕴、心理素质等方面进行的自我锻炼和自我改造,是商务人员商务活动中应该遵守的行为规范与准则,也是商务人员在商务活动中待人接物素质和能力的综合体现。提高商务礼仪修养的途径包括以下几方面。

1. 锤炼道德品质

通过学习礼仪,可以提高自身的道德修养和文明程度,更好地显示自身的优雅风度和良好形象。人的自觉性不是先天就有的,需要不断培养,靠社会健康的舆论导向和良好的环境习染,礼仪教育是使礼仪修养充实、完美的先决条件。通过礼仪教育,可以使人分清是非、明辨美丑、懂得常识、树立标准,从而使礼仪行为的形成有了外因条件,为进一步自我修养的内因创造条件,促使人们产生强烈的自我修养的愿望,最后达到处处讲究礼仪的目的。

2. 丰富文化底蕴

加强文化艺术方面的修养,对提高礼仪修养有很大益处。文化艺术修养的提高可以大大丰富礼仪修养的内涵,提升礼仪品位,并使礼仪水平不断提高。一般来说,讲文明、懂礼貌、有教养的人大多是科学文化知识丰富的人,这种人逻辑思维能力强、考虑问题周密、分析事物较为透彻、处理事件较为得当,在商务交往时,能显示出独特的个性魅力。

3. 学练礼仪规范

礼仪修养不是先天具备的,商务人员的良好礼仪形象主要是经过长期学习、训练和积累逐渐养成的。礼仪修养可以通过自我学习、自我磨炼、自我积累,也可以借助他人的指导来学习提高。礼仪是一门实践性、应用性很强的知识和技能,学习礼仪的目的在于应用,学习礼仪贵在应用,只有边学边用,学用结合,才能更好地理解各种礼仪的要领和价值;也只有不断地应用礼仪知识,才能培养自己的礼仪习惯,才能有效地提高自己的礼仪修养。

4. 注重个人修养

礼仪修养是建立在健康、良好的个性基础上的。个性包括个人的气质、性格和能力。是一个人所具有的本质的、稳定的心理特征的总和。个性反映出一个人的涵养,不仅表现为做