

礼仪基础篇

人类的本性是追求自由的，把它视为像阳光、空气一样宝贵，但为什么又要用礼仪来约束自己呢？什么是礼仪？怎样才能成为一个彬彬有礼的现代文明人呢？本篇将介绍礼仪的来龙去脉，分析礼仪的地位作用，并第一次把礼仪与公共关系、CIS设计、企业文化、B2B情商、交际学、形象魅力研究这些崭新的学科结合起来，介绍给您，使您以一个全新的视角，最新的观念去认识一个新的世界，去投入一个新的世界，去体验一种新的活法。



第一章

礼仪基础知识

- 礼者 人道之极也
- 人无礼则不生 事无礼则不成 国无礼则不宁
- 现代礼仪是社会文明的标志，文明交往的纽带
- 正确使用商务礼仪方能在激烈的竞争中立于不败之地
- 礼仪是“风俗的统治”人类社会正常运转的前提

人类文明史证明，一种高尚的行为，只有少数人能做，那就永远只是一种可歌可泣的高尚行为，因为它不普遍，所以不能代表一个时代的文明。但是，一种很普通的、最起码的礼貌行为，礼节礼仪 诸如仪表端庄、讲礼貌用语、文明举止等等 尽管没有传奇式的伟大，却为人人遵守，并已成为一种自觉的行为，那就形成了十分深刻的道德力量。它虽不光彩夺目，却有着持久而隽永的魅力。这种道德力量在潜移默化中烙印在全体公民身上，将成为社会主义精神文明建设的基础部分。作为一个商务企业，在全体员工中形成了良好的、习惯性的、自觉遵守的商务礼仪规范，它必然成为良好企业文化的基石。

第一节 礼仪的涵义

据考证，礼仪在中国最初是用来敬奉神明的。礼字是一个“示”祭祠的容器，是在庆丰收时用的，所以加上一个“豊”字。行了礼，来年才会有好运，才能发展。也有人考证“礼”字古时候通“履”字，意为鞋子，鞋穿上后更好走路，但大了不行，小了也不行，因此“礼”一定要适度，正可谓“礼贵从宜，事难泥古。”后来礼的功能就多了，如《礼记曲礼》中说：“礼者，所以定亲疏，决嫌疑，别同异，明是非也。”礼仪成为一种社会秩序、一种社会等级制度，是人际关系中一种固定的表现形式。

英语中“礼仪”一词是从法语“*etiquette*”演变而成的。原意是法庭上用的一种通行证。它的上面记载着进入法庭应遵守的事项，后来其它各种公众场合也都规定了相应的行为准则，这些规则由繁而简，逐渐得到了大家的公认，成为大家都愿意自觉遵守的礼仪。

根据礼仪发展的规律和其本身的作用、特质，我们将礼仪定义为：礼仪是人类社会活动的行为规范，是人们在社交活动中应该遵守的行为准则。

礼仪具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式等。礼貌是指人们在相互交往过程中表示敬重友好的行为规范，礼节是指人们在社会交往过程中表示致意、问候、祝愿的惯用形式。仪表是指人的外表，如衣貌、服饰、姿态等。仪式指一定场合举行的专门化、规范化的活动。

礼仪是人们在长期社会生活中形成的一种习惯。它是人类生存和发展的需要，是人们之间相互交流所产生的一定形式，久而久之，约定俗成，形成一定的习惯便是礼仪。

礼仪礼节就其本身来说，其形式是物质的，体现在人的口头语

言、书面语言、形体语言、表情语言、界域语言、服饰语言等诸多方面，作用于人们的感官。礼仪的含义是精神的、意识的，反映不同的意识形态，它随着生产力的发展而发展，随着经济基础的变化而变化，不断由低级向高级发展，从原始的遮盖布，到今天的礼仪国服，从敬神的仪式到各国间交往的礼宾盛典……今天礼仪规范已被列入正式的国际公约，成为各国正式交往不可缺少的行为准则。

一、礼仪的历史沿革

礼仪作为一种文化，属于上层建筑，它随着经济基础的变化而变化，随着人类文明的进步而发展。

（一）礼仪的起源与形成

中国是文明古国，被誉为“礼仪之邦”。作为文明标志的传统礼仪源远流长。从历史上看，礼仪曾作为政治、典律制度以治国，也曾作为人们的社会生活中的道德规范和等级社会中维系等级秩序的准则。

原始社会的“礼”，主要是用来祭祀祖先和天神。当时人类处于蒙昧时代，生产力极端低下，人们对自然现象无法解释，只能把“天”和“神”当作至高无上的主宰，对之顶礼膜拜，进行祭祀。这就产生了最早的也是最简单的以祭天、敬神为主要内容的“礼”。汉语中的“礼”本身就含有敬神的意思。据考证，距今 2.7 万年的北京山顶洞人时代就有了“礼”。族人死了，要举行宗教仪式，并在其身上撒赤铁砂粉，期望死者能够超生。

随着原始社会的解体，人类进入了奴隶社会，“礼”也就被打上了阶级烙印。为了维护奴隶主的统治，奴隶主将原始的宗教仪式发展成符合奴隶社会政治需要的礼制。这时的“礼”，既是一种法律制度，又是一种仪式和行为规范。周公集“礼”之大成，提出所谓“礼仪三百”，“威仪三千”。封建社会的统治阶级又将奴隶社会的礼制发展为“三纲五常”、“三从四德”等。封建社会繁琐的礼仪制

度可分为两部分：一部分是为国家政治服务的礼仪制度，包括政府一系列仪式如祭祀、祈年、参圣等以及人们在日常的政治生活中和社会交际中应遵守的行为规范，如君臣之礼、师生之礼、朋友之礼等还包括不同等级、不同身份的人在公共场合的言词、服饰、举止等细节规定。另一部分是家庭礼制，是家庭内部各成员之间等级区分与行为规定，涉及祖孙之间、父子之间、母子之间、兄弟之间、姐妹之间、夫妻之间、叔嫂之间、翁婿之间、婆媳之间、主仆之间等。人们必须遵循“非礼勿视、非礼勿听、非礼勿言、非礼勿动”的行为规范和“仁、义、礼、智、信”的道德准则，还将“温良恭俭让”作为礼貌周全与否的准则之一。在阶级社会中，礼在社会政治和生活的各个方面都起着非常重大的作用。半封建、半殖民地的旧中国，西方侵略者高唱“圣经”、“西方文明”却任意践踏中国的土地。旧中国的统治者喊着“礼、义、廉、耻、忠、孝、仁、爱”，但却对人民大众百般虐待，残酷镇压，表面上道貌岸然，实际上是虚伪、狡诈、残暴。

（二）继承优良的礼仪

我们在摒弃历代统治阶级礼制糟粕的同时，必须肯定并继承在几千年的人类文明史中人们创立的文雅的优良传统礼仪。我国的《周礼》等礼仪专著，就是我国灿烂文化的组成部分。孔子是我国历史上第一位礼仪学专家。他的“克己复礼”思想的主要含义之一，就是告诫当时社会中的每个成员都应克制自己的欲望和冲动，按照一定的规矩和程序处理人际关系，恢复人与人之间的正常社会交往。《礼记》是我国一部重要的礼仪学古典专著，书中告诫人们在交往时应“不失足于人，不失色于人，不失口于人”；“言语之美，穆穆皇皇”。荀况把“礼”看作是做人的根本目的和最高理想，“礼者，人道之极也”。他认为“礼”既是目标、理想，又是行为过程。中国古代重视礼仪规范的启蒙教育，清代学者李为潜编写的《弟子规》中，要求学生从早到晚在饮食起居、言谈举止、待人接物方面必

须按礼仪程序去做。古代对儿童行为礼节 如叉手、着衣、作揖、走路、视听等方面都作出具体规定 教育注重教养，“以养育德”。

古人把礼貌的核心看成是“敬”在《礼记·曲记》开明宗义第一句即写道“毋不敬”把不敬重他人看成无“礼”。把对他人无礼看得很重 认为“使人以有礼 知自别于禽兽”；“夫礼者 自卑而尊人”，这里似乎把礼仪看得重了些，但道理是对的。古人提倡交际时要“礼尚往来。往而不来 非礼也 来而不往 亦非礼也。”在论述人的内在品格与外在礼节的关系时，《论语·雍也》篇中写道：“质胜文则野 文胜质则史。文质彬彬 然后君子。”即是说 只是品格质朴 不注重礼节仪表 就会显得粗野 而只注重礼节仪表 却缺乏质朴的品格，就会显得虚浮。只有礼节仪表同质朴的品格结合，才算得上是一个有教养的人。荀子在《劝学篇》中讲：“礼恭而后可与言道之方 辞顺而后可与言道之理 色从而后可与言道之致。”就是说只有举止、言谈、态度都谦恭有礼时，才能从别人那里得到教诲。

《孟子》中更强调人际之间的相互敬重，“爱人者 人恒爱之 敬人者 人恒敬之。”

中国古代的道德遗产十分丰富，作为礼仪中的道德规范内容有合理的，也有糟粕。批判地继承即摒弃其糟粕，吸取其精华。在摒弃过程中包含着必要的肯定，在吸收过程中包含着必要的改造。在社会主义市场经济中呼唤精神文明。礼仪像春风，像联系人与人之间的纽带，为营造一个平等、团结、友爱互助的新型人际关系的环境，起着重要作用。正确对待优良的传统文明礼仪，有助于建立市场经济中的精神文明。

（三）现代礼仪是社会文明的标志

礼仪是为维系和发展人际关系而产生的，它贯穿在整个人类社会，是社会文明程度的标志。人类社会文明包括物质文明和精神文明。文明与社会经济发展密不可分。在市场经济条件下，在开放的市场中，商品交换是国际性的，人们交际的深度和广度也随

之扩展。礼仪作为调节人际相互关系的规范，也必须起着重要作用。礼仪具有沟通功能、协调功能、维护功能和教育功能，良好的礼仪必然成为现代社会文明的标志。

礼仪是实现社会文明交往的纽带。平等互利、自由竞争是市场经济的基本原则，它要求商务交往是文明交往。它表现在双方自愿的基础上，以平等地相互尊重对方的利益和愿望为原则，以文明礼貌、诚恳相待的行为体现在交往过程中。交往中尊重社会公德，注重礼节礼貌，实现友好和合作关系，有效地促进交往的扩大和深入。

注重礼仪是人们获得尊重的前提条件。在社会生活中，人的需求主要是物质需求和精神需求。精神需求包括交往需求、爱的需求、尊重需求等。人们的物质需求满足后，会追求更高一级的精神需求，其中最敏感的需求是尊重的需求。交际中人们之间的尊重是相互的，要得到他人的尊重，必须尊重他人。所以，待人以诚待人以礼，可以帮助人们认识、把握、利用、改造人际关系。注重礼仪可以使人增强自信心和自尊心，并得到他人的尊重。

讲究礼仪是创造良好社会风气和实现人们正常社会生产、生活的起码条件。社会的正常运转，以人们之间、部门之间和组织之间的关系协调及有序为前提，它要求人们遵从一定的公共准则和规范。礼仪是良好的社会润滑剂，使人们在交往中互尊互敬、和睦相处，形成良好的社会风气，使社会生产、生活正常进行。

二、礼仪与礼貌、礼节

（一）礼仪与礼貌、礼节的概念

礼仪作为一种调整人际关系的道德行为要求，是人类社会为维系社会正常生活而共同遵循的最简单、最起码的道德行为规范。对个人而言，礼仪是一个人思想水平、文化修养、交际能力的外在表现；对于社会而言，礼仪是精神文明建设的重要组成部分，是社

会的文明程度、道德风尚和生活习俗的反映。从礼仪的历史沿革看，现代社会的礼仪主要是在人际交往、社会交往和国际交往中，为表示尊重和友好的一系列行为、道德、社会规范和惯用形式。狭义的礼仪是指仪式，表现在较大较隆重的场合时，是一种规范化的程式化的仪式 如欢迎 送 仪式、发奖仪式、签字仪式和开幕式等。

礼貌是人们在日常交往时，相互表示敬重和友好的行为规范。它对人们交往时的基本要求是诚恳、谦恭、和善和有分寸，做到待人“诚于中而形于外”。从道德、社会风尚方面来研究礼貌，它可以分为三类：各种公共场所最起码的行为准则，各种个人交往中最起码的礼节，个人私人生活中起码应有的行为习惯。礼貌的主要内容包括 遵守秩序、言必有信、敬老尊贤、待人和气、仪表端庄、讲究卫生。礼貌的内容是社会公德的核心内容，也是商务职业道德的基本规范。

礼节是礼貌的具体表现形式，是礼貌在语言、行为、仪表等方面的具体规定。礼节是人们在日常生活中，特别是在交际场合相互表示尊敬、祝颂、问候、致意、哀悼、慰问以及给予必要协助和照顾的惯用形式。从伦理讲，礼节不简单是对他人表示尊重和友善的一种形式，而是内在美的一种外化。在国际交往中交际礼节各式各样，日常见面礼节就有鞠躬礼、点头致意礼、举手注目礼、握手礼、吻手礼和接吻礼等。现代社会的人际交际礼节有从简的趋势，有趋向一致或相通的趋势。但是，各国人民的文化特征是客观存在的，传统的礼节礼仪各异，在交往时必须注意尊重对方。

（二 礼仪与礼貌、礼节的联系与区别

广义的礼仪包括礼貌、礼节、仪表与仪式。礼貌属于社会公德的重要组成部分，是人们在交往时相互表示敬重和友好的行为规范。礼貌是以不损害他人利益为前提的，是尊重对方、承认肯定对方并尊重对方的人格。礼貌有基本的要求和内容，是人们在社会生活中的基本准则与规范，是商务行业职业道德的基本规范。

礼貌修养程度体现一个人的道德水准和文化素养；全民的礼貌修养体现一个社会的文明程度和社会风尚，体现精神文明建设的成就。礼貌修养程度决定一个人采取什么形式与他人交际；全民的礼貌修养决定一个国家、一个民族采取什么形式来接待贵宾。

礼节和作为调节人际关系的礼仪是礼貌的具体表现形式，是表达对对方尊重和友好的最合理、最易使对方接受的形式。这些交际的形式是在讲究礼貌、注重对对方尊重和友好的前提下进行的，是在礼貌的准则与规范指导下进行的。讲礼貌是内在的、出自于诚心的、以不损害他人利益为前提的道德规范。而礼节、仪式是具体的、外在的，在讲礼貌的前提下所采取和举行的交际形式。礼节是交际中具体的行为、举止、仪表、语言的规范。礼节仪式是交际活动中按礼宾要求用特定的程序、方式等表达的礼貌过程。

注重礼仪与礼貌、礼节、仪表、仪式，要讲施礼的原则。要讲“以我为主，尊重他人”和“不卑不亢，讲自尊、尊严，讲人格、国格”的原则。“以我为主，尊重他人”是指在施礼过程中，以中国的礼仪礼节作为行为准则，在此前提下，当我们的礼仪、礼节与宾客的习惯矛盾时，要参考和适当地运用对方的礼节礼仪，以表示对宾客的尊敬和友好，做到尊重他人。此外，在与他人交往时，必须注重自己的尊严，讲人格、国格。在他人面前不失身份，不低三下四，更不能丧失人格和国格，做到交往中相互尊重。

（三）礼貌修养

礼貌修养是指一个人在待人处事时，在礼仪礼节方面，能自觉地按照社会公共生活准则的要求，不断地进行自我锻炼、自我养成、自我提高的行为，并经过努力形成自己在待人处事时所特有的风度、较高的素质和能力。

有些人待人接物热情有度、落落大方、自然随和。而有些人虽有诚恳之心，但缺乏大家风范，待人接物怯怯生生，或热情过度让人难为情，甚至把失礼行为误当成有礼之举。可见，礼仪礼节的具

体规范看似简单，没有复杂高深的学问和技能，但要达到“德诚于中，而礼形于外”就需要长期知识的积累，情操的陶冶和实际的锻炼。

有德才会有礼，无德必定无礼，修礼宜先修德。道德是调节人们关系的准则和规范的总和，也是礼貌的基础。在待人接物过程中要表现出良好的礼仪礼节，就必须以高度的思想道德修养为基础。孔夫子讲过：“其身正，不令而行；其身不正，虽令不从。”说明他十分重视人的道德修养。商务工作者在实际工作中，加强道德观念，追求崇高的精神境界，树立正确人生观，不断完善自己的人格，是加强道德修养的根本途径。礼仪礼节是一门既有伦理学理论，又有实际方式、技能要求的科学。学习礼仪礼节知识，注重日常养成，提高礼仪礼节的素质和技能是加强礼貌修养的重要方法。人的文化知识和素质与礼貌修养的关系十分密切。商务工作者广泛涉猎科学、文化知识，加强艺术修养，培养高雅气质，也是加强礼貌修养的有效方法。礼貌修养的过程，实际上是商务工作者在高度自觉的前提下使自身整体素质提高的过程。经过不断修养达到道德修养的理想境界——“慎独”，即指人们在独处活动、无人监督、有做各种不道德的事情的可能而又不会被人发现的时候，仍然坚持自己的道德信念，自觉地按着一定道德准则去做。

第二节 商务礼仪

中国是世界文明的发祥地之一，她创造了灿烂的文化，形成了一整套完美礼仪，商务礼仪是这种灿烂文化的重要组成部分。

一、商务礼仪及其原则

(一) 商务礼仪的概念及其分类

1. 商务礼仪的概念

商务礼仪是人们在商务活动中逐步形成的一种约定俗成的习惯形式，多表现在各种礼节和仪式中。

商务礼仪是社会礼仪在商务活动中的体现和运用。在迅速发展的市场经济条件下，商务工作者要在激烈的市场竞争中取得成功，保持良好的商业信誉并长期立于不败之地，就必须了解、熟悉和正确使用商务礼仪。

2. 商务礼仪的分类

商务礼仪按照不同的角度可以有多种分类方法。

(1) 按照参与者的角度区分：

个人行为的商务礼仪 包括个人的素质、行为、举止、教养；
团体行为的商务礼仪，包括整体素质与行为。

(2) 按照工作性质区分：

日常交往礼仪 如见面、约请与应邀、作客、宴请、赠礼；
② 日常工作礼仪，如接待客户、推销工作和商务服务的礼仪；
专题商务活动的礼仪 如开业、庆典、发布会、展销会、洽谈会、签字仪式。

(3) 按传递信息方式区分：

口头语言传播礼仪 如交谈、谈判、演讲、电话等；
书面文书传播礼仪 如文件、书信、请帖、电报等；
活动 形体语言 传播礼仪 如行为举止、眼光微笑等。

(4) 按照地域区分：

国内商务礼仪；
② 国际商务礼仪；
对台港澳特殊地区的商务礼仪，这些地区不是国际礼仪，与

我们大陆又有不同的社会制度、风俗习惯、海外文化的不同影响。

(5)按照行为双方身份区分：

主方礼仪，要遵守一切主方应遵守的礼仪，做个好主人、好东道主；

客方礼仪，应遵守一切客方应遵守的礼仪，当个好客人，学会礼貌作客。

(6)按时间状态区分：

行进状态中的礼仪 如交往、乘车船或飞机、行路 相互拜访中的礼仪；

固定场所的礼仪 如宴会、舞厅、会议等。

(二)商务礼仪的基本准则

商务礼仪的基本准则是商务工作者在处理各种人际关系时的指导原则。

1. 遵守公德

商务工作者一般从事的工作都是窗口行业的工作，每日处理大量的人际关系。良好的人际关系主要靠从业人员遵守职业道德来维系。商务工作者职业道德中许多是社会公德的内容，诸如文明礼貌、尊重他人，遵守公共秩序，敬老爱幼等。道德是礼仪的基础，有德才有礼。商务工作者必须尊重社会公德，才能在商务活动中尊重对方 互相理解 宽容豁达。

2 诚实经商

“诚”是人际交往的基本品质和态度。人际交往应以“诚”为第一原则。现代的文明社会，倡导“诚于中而形于外”，呼吁文明经商 诚实经商。商务活动中应表现为 真诚待客 童叟无欺 言而有信 公平买卖 公平竞争 不欺骗顾客 不做假 真正做到视顾客为“上帝”。诚实经商、和气生财 是做生意的秘诀 也是商务工作者应有的职业道德，更是商务工作者人格的体现和商务礼仪的核心内容。人是有情感的，消费者的购买行为是受心理动机驱动的

因此，诚信无欺的商务工作者，自然会赢得顾客的信赖，树立良好的信誉，拥有广阔的市场。

3. 遵守时间

商务活动讲究效率，时间就是效率，时间就是金钱。交际中遵守时间、珍惜他人的时间是极为重要的礼貌行为。恪守时间，不违约，是对顾客最大的尊重。限定时间的社交活动应按规定的时间准时抵达或稍提前二三分钟。如确实因故不能抵达，应提前通知主持人，以便请对方另做安排。参加活动也不可过早抵达，这样会影响主人做准备工作，使其为难。

4. 谦虚随和

谦虚是诚恳虚心，不自以为是。谦虚和恭敬是做人的美德。表现在交际时能实事求是地表露自己，把自己和企业真实的一面展示给对方，而不是自吹自擂，抬高自己贬低别人。当然，要反对过分谦虚，因为会使对方对你的能力和真实产生怀疑。特别是与西方人交际时，过分谦虚更是社交的障碍，在他们的眼里你的过分谦虚是不自信的表现，对商务活动开展不利。随和是待人和气，顺应众人意见而不固执己见。表现在社交场合上能平易近人，热情大方，善于听对方意见，乐于助人，善于与各种人交往并且成为朋友，对周围的人有很强的吸引力。社交活动中不以“自我”为中心，而是把个人作为社交活动的一分子。在尊重他人、尊重自己的前提下，善于满足各种人的愿望，但不盲从，不同流合污，有较强的调整人际关系的能力。用别人能够接受的方法，婉转地表达自己的意见和看法，表现出虚怀若谷的胸怀。

5. 理解宽容

理解是人际沟通的桥梁。它表现为商务工作者为他人着想，善解人意。宽容是豁达大度、容纳意识和自控能力的表现。只有能理解人，才能做到宽容大量。在商务活动中，双方都要维护自己的利益，就难免会出现冲突和误解。理解是春风，能化干戈为

帛。商务工作者要站在顾客的立场上，理解对方的心理需求。遇到教养差的顾客，即使受到对方的无礼对待，也应对其尊重恭敬，不卑不亢，把顾客放在‘上帝’的位置上，这是最高尚的职业道德的体现。

6. 热情有度

热情是待人接物中表情愉悦、语言诚恳、仪态优雅、礼节周到的表现。它让对方感到温暖、轻松、舒畅。这是真诚的，发自内心的。对人热情要有分寸，使对方感到自然、亲切。商务活动过程中，要时时维护自己的人格和企业的利益，既友好坦诚，又不卑不亢，坚持原则。热情过分会使对方感到难为情，甚至猜测企业的诚意，怀疑事中有诈。这样也有损个人和企业的尊严，使企业在商务活动中处于被动地位。

（三）商务礼仪实施的原则

商务工作者在商务活动中，要掌握实施商务礼仪的原则，以便把商务礼仪的基本准则自觉地运用在交际之中。

1. 尊重的原则

商务礼仪是在商务活动中，以尊重他人和不损害他人利益为前提。在交际过程中，互相尊重对方的社会地位和人格。尊重是商务礼仪的情感基础。

2. 遵守的原则

商务礼仪是社会公德的一部分，它是社会交际中维系正常的生产方式的约定俗成的行为规范准则，是一个社会全体居民共同遵循的最简单、最起码的公共生活准则，是每个社会成员必须自觉遵守的。商务工作者身处窗口行业，处理大量的客我关系，从职业角度讲，更应自觉遵守。

3. 适度的原则

商务礼仪在实际运用中要把握适度性，在不同场合、不同对的交际中，坚持不卑不亢、落落大方。既要彬彬有礼，又不可妄自

菲薄；既要热情好客，又不可轻浮献媚。

4. 自律的原则

商务礼仪要通过礼仪教育和训练，逐渐形成自身的道德信念和行为修养准则。通过自我约束、自我克制，养成讲究商务礼仪的习惯。在交际过程中，成为内在美的自然流露。

二、商务礼仪的基本特征

商务礼仪在现代社会中反映出商务活动的文明程度。现代商务礼仪与传统的商务礼仪比较有两点突出的变化：一是在现代文明的指导下，产生或引入了全新的礼仪形式；二是对传统礼仪加以改革，赋予新的内容。这样，现代商务礼仪形成了它的基本特征。

（一）等级性

现代商务礼仪和现代一般社会礼仪一样具有等级性。表现在对不同身份、地位的官方人士和其他人士的礼宾待遇作出不同规定。在官方的商务活动中要确定礼宾次序，这种礼宾次序带有某种强制性，要符合国际范例。确定礼宾次序的主要依据是担任公职的高低，而不是社会生活中通行的某些规范，如长幼有序、男女之别等。这种次序的主次先后，不意味着尊卑贵贱，而是现代社会，特别是国际交往秩序的表现，反映了商务活动中各级别公职人员的社会身份或角色规范，是工作需要和礼仪需要的结合统一。

（二）对等性

商务礼仪的对等性是指商务礼仪活动是双向的、对等的，在礼节上应有来有往，相互对等。诸如在商务活动中，不同地区、组织之间公职人员的往来，要由公职相近、业务相似的人员接待陪同；下级对上级恭敬行礼，上级也应做出礼节上的相应表示。

（三）共通性

共通性是指现代商务礼仪的发展具有融合、同化的趋势，国际上有礼仪从简的趋势。在国际商务活动中，由于受共同的社会交

往规律和社会生活属性的制约、影响 使得不同国家、不同地区、不同民族的礼仪差异性正在逐步缩小，随着信息传媒的发展，商务交往的增加以及社会文化的交流，商务礼仪越来越具有通用性和全社会性的特征。

（四 实用性

现代商务礼仪的实用性是指其在运用中更有针对性，更注重实际效果。它保留了中国“礼仪之邦”优秀文化的优良美德，又将传统礼仪中的冗繁削尽，同时又广泛吸收了先进地区和民族的文明礼仪形式（如礼炮、交际舞会、名片等欧美地区的礼仪形式）也将现代科学技术、文化生活引入商务礼仪之中（如礼仪电报、礼仪点歌等形式）。改革开放后，经济文化交流带来了世界各地各民族的礼仪风俗，文明古国的文化日益丰富，商务礼仪也越来越受到重视，并广泛运用。

三、商务礼仪在商务活动中的地位和作用

（一 商务礼仪是塑造企业形象的重要工具

企业形象是企业内部、外部公众对本企业的总体评价和信赖程度，是企业良好公共关系的综合反映。良好的企业形象是企业的无形资产，可口可乐的品牌价值竟高达 446 亿美元 红塔山的品牌评估也达到 332 亿人民币。这巨大的价值背后是企业形象的震撼力，它表现出企业的人才素质，表现出良好的企业文化，使企业能在激烈的竞争中立于不败之地。同时，商务工作者在商务活动中运用的良好的商务礼仪也是塑造企业形象的重要工具。

1. 商务礼仪是职业道德的基本要求

良好的商务礼仪是商务工作者思想水平、文化修养、交际能力的外在表现；对于企业而言，商务礼仪是企业价值观念、道德观念和员工整体素质的集中表现，是企业文明程度的重要标志。

商务礼仪可以强化企业的职业道德要求，树立企业遵纪守法、