

精品教学资料包
400-615-1233
www.huatengedu.com.cn



中等职业教育课程改革创新教材
中等职业教育财经商贸系列教材

商务礼仪

商务礼仪

SHANGWU LIYI

● 主编 葛立清 王宇

SHANGWU LIYI

商务礼仪

主编 葛立清 王宇



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

ISBN 978-7-5504-4075-3



定价: 36.80元

- 支持移动端学习, 拓展学习维度
- 优质二维码资源, 有机融入教材
- 配备星级资料包, 支持立体教学



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

策划编辑: 张海红
责任编辑: 刘佳庆
责任校对: 植苗
封面设计: 刘文东

中等职业教育课程改革创新教材
中等职业教育财经商贸系列教材

商务礼仪

SHANGWU LIYI

- 主 编 葛立清 王 宇
- 副主编 孙 璐 李秋月



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/葛立清,王宇主编.—成都:西南财经大学出版社,2019.9
(2024.6重印)

ISBN 978-7-5504-4075-3

I. ①商… II. ①葛…②王… III. ①商务—礼仪—中等专业学校—教材 IV. ①F718

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第172066号

商务礼仪

SHANGWU LIYI

主编 葛立清 王 宇

策划编辑:张海红

责任编辑:刘佳庆

责任校对:植 苗

封面设计:刘文东

责任印制:朱曼丽

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址	http://cbs.swufe.edu.cn
电子邮件	bookcj@swufe.edu.cn
邮政编码	610074
电 话	028-87353785
印 刷	大厂回族自治县聚鑫印刷有限责任公司
成品尺寸	185 mm×260 mm
印 张	12.5
字 数	320千字
版 次	2019年9月第1版
印 次	2024年6月第4次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-4075-3
定 价	36.80元

版权所有,翻印必究。

P 前言

REFACE

礼仪是人们在社会交往中形成的行为规范和准则,是为维系社会正常生活而共同遵守的基本道德规范。商务礼仪是人们在商务活动中应当遵循的礼仪规范或程序。随着经济的发展,掌握规范的商务礼仪对于企业和个人来说越来越重要。规范的礼仪有助于企业和个人顺应时代,提高自身的竞争力。

本书根据中等职业学校学生学习的能力和就业需要,从商务工作的实际需要出发,从商务工作的基本流程、岗位需求等入手进行编写。本书各项目的学时分配建议如下:

教学内容	理论学时	实践学时
项目一 认识礼仪与商务礼仪	3	1
项目二 商务人员的个人礼仪	3	3
项目三 商务人员日常交往礼仪	4	2
项目四 商务办公礼仪	3	2
项目五 商务谈判礼仪	2	2
项目六 商务宴请礼仪	4	2
项目七 商务仪式礼仪	4	2
项目八 涉外礼仪	2	2
总学时(41)	25	16

为了满足党的二十大报告中提出的“着力造就拔尖创新人才”及职业教育教学改革中提倡的教学方法要灵活、实用的要求,本书以文字、图片、二维码等多种形式展现商务礼仪活动,还结合学生实际和行业需求,注重教学实践环节,突出教材的可操作性。本书贴近社会,贴近行业,有针对性地对学生的职业行为和专业技能进行训练,使学生能全面、正确、深入地了解商务礼仪的基本要求。

本书由葛立清、王宇任主编,孙璐、李秋月任副主编,具体编写分工如下:王宇(重庆市渝北职业教育中心)编写项目一和项目五,葛立清(天津市经济贸易学校)编写项目二和项目七,孙璐(天津市经济贸易学校)编写项目三和项目四,李秋月(安阳学院)编写项目六和项目八。全书由葛立清统稿。

编者在编写过程中,得到了有关方面专家、教授和相关企业领导的帮助和指点,在此一并表示感谢。同时,编者还参阅了大量的书籍、文献,在此也对其相关人员深表谢意。

限于编者的经验和水平,书中难免存在不足之处,恳请广大读者批评指正。

编 者

目录

CONTENTS

项目一 认识礼仪与商务礼仪 1

- 模块一 认识礼仪 2
- 模块二 认识商务礼仪 8

项目二 商务人员的个人礼仪 12

- 模块一 商务人员仪容礼仪 13
- 模块二 商务人员仪表礼仪 22
- 模块三 商务人员仪态礼仪 35

项目三 商务人员日常交往礼仪 48

- 模块一 商务会面礼仪 49
- 模块二 商务介绍礼仪 55
- 模块三 商务称呼和名片礼仪 60

项目四 商务办公礼仪 69

- 模块一 办公室礼仪 70
- 模块二 商务通信礼仪 76
- 模块三 商务文书礼仪 85
- 模块四 商务会议礼仪 90
- 模块五 商务拜访和接待礼仪 95
- 模块六 商务馈赠礼仪 106

项目五 商务谈判礼仪 112

- 模块一 谈判准备阶段的礼仪 113
- 模块二 谈判过程中的礼仪 116

模块三 签约仪式礼仪	126
------------------	-----

项目六 商务宴请礼仪 130

模块一 商务宴请的形式	131
模块二 商务宴请者礼仪	135
模块三 商务赴宴者礼仪	142

项目七 商务仪式礼仪 156

模块一 开业庆典礼仪	157
模块二 剪彩仪式礼仪	160
模块三 新闻发布会礼仪	163

项目八 涉外礼仪 174

模块一 礼宾礼仪	175
模块二 礼宾次序与国旗悬挂礼仪	182
模块三 涉外馈赠礼仪	184
模块四 国外礼仪与禁忌	185

参考文献	193
-------------------	------------

项目一 认识礼仪与商务礼仪



知识目标

- (1) 了解礼仪的特征和基本原则；
- (2) 了解礼仪的起源和演变；
- (3) 了解商务礼仪的原则和功能。



技能目标

举例说明在生活中哪些细节能反映一个人的礼仪修养。



项目情境

微笑服务^①

1919年,希尔顿把父亲留给他的1.2万美元连同自己挣来的几千美元投资出去,开始了他雄心勃勃地经营旅馆的生涯。当他的资产从1.5万美元奇迹般地增值到几千万美元的时候,他既欣喜又自豪地把这一成就告诉母亲,他母亲却淡然地说:“依我看,你跟以前根本没有什么两样,事实上你必须把握比几千万美元更值钱的东西:除了对顾客忠诚之外,还要想办法使客人住过希尔顿旅馆后还想再来住。你要想出简单、易实现、不花本钱而行之久远的办法来吸引顾客,这样你的旅馆才有前途。”

^① 汪洋. 希尔顿的微笑经营[J]. 人民文摘, 2010(10).

母亲的忠告使希尔顿陷入迷惘：究竟什么办法才具备母亲提出的这四大条件呢？他冥思苦想却不得其解。于是他逛商店、住旅店，作为一个顾客去亲身感受别人的服务，最后得出了一个准确的答案——微笑服务，它同时具备了母亲提出的四大条件。

从此，希尔顿开始实行“微笑服务”这一独创的经营策略。每天他对服务员说的第一句话是：“你对顾客微笑了没有？”他要求每名员工不论如何辛苦，都要对顾客报以微笑。

1930年，西方国家普遍爆发经济危机，美国经济严重萧条，全美国的旅馆倒闭了80%，希尔顿的旅馆也一家接一家地亏损，曾一度负债50亿美元。希尔顿并不灰心，而是充满信心地对旅馆员工说：“目前正值旅馆亏空，靠借债度日的时期，我决定强渡难关，请各位记住，千万不可把愁云挂在脸上，无论旅馆遭遇多大的困难，希尔顿旅馆服务员的微笑永远是属于顾客的阳光。”因此，在经济危机中幸存的20%的旅馆中，只有希尔顿旅馆的服务员对客服务时面带微笑。经济萧条刚过，希尔顿旅馆便率先进入繁荣时期，跨入黄金时代。

随着社会的进步、市场经济的发展，人们对内、对外的交往日益频繁，礼仪已成为人们社会生活中不可缺少的内容。礼仪修养不仅是现代人必备的基本素质，而且是社会交往、商务活动和其他各项事业取得成功的一个重要条件。因此，学习礼仪、实践礼仪、弘扬礼仪已内化为公众的一种自觉意识而贯穿社会经济活动的各个方面。

模块一 认识礼仪

» 一、礼仪的概念

礼仪是指人们在社会交往中受历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素影响而形成的，既为人们所认同、又为人们所遵守，以建立和谐关系为目的的各种符合交往要求的行为准则与规范的总和。简而言之，礼仪就是人们在社会交往活动中应共同遵守的行为规范和准则。

小讨论

什么是礼仪？礼仪和礼貌、礼节有区别吗？

» 二、礼仪与礼貌、礼节的关系

礼仪、礼貌、礼节都是人们在交往中表示尊重、友好的行为规范，这三者是相互联系、相辅

相成的。从本质上说,这三者是一致的,但是各自又有其自身的特殊含义和要求。

礼貌是为维系社会正常生活而要求人们共同遵守的最起码的道德规范。礼节是人们在长期共同生活和交往中逐渐形成的,并且以风俗、习惯和传统等方式固定下来的行为规范。对个人来说,礼貌和礼节是一个人的思想道德水平、文化修养、交际能力的外在表现。礼貌和礼节是一个人在待人接物的过程中,通过仪表、仪容、仪态及言谈举止来体现的。礼貌和礼节是文明行为的基本要求,是维护社会生活正常秩序的客观条件。

» 三、礼仪的起源和演变

礼仪是社会发展和进步的产物,它随着社会的发展而不断发展、丰富和进步。我国礼仪的发展大体可分为以下四个阶段:

1. 礼仪形成阶段(约公元前 21 世纪—公元前 771 年)

至晚到西周时期,我国已经形成了完备的礼仪制度。当时的礼节包括“五礼”,即吉礼(如祭祀礼)、嘉礼(如冠、婚之礼)、宾礼(接待宾客之礼)、军礼(军队操练征伐之礼)和凶礼(如丧葬礼)。夏、商、周时期“三礼”的出现标志着礼仪已从单纯的祭祀天地、鬼神、祖先跨入全面制约人们行为的领域。发生这一重大变革的根本原因就是社会生产力的发展。随着人类社会步入奴隶社会,统治阶级为了维护本阶级的利益,通过制定完整的国家礼仪制度来规范和统治人们在社会生活中的行为,以此来巩固其统治地位。

2. 封建礼仪阶段(公元前 770—1911 年)

封建礼仪阶段的礼仪以儒学的产生、发展、强化和衰落为脉络,起始于春秋战国时期(公元前 770—前 221 年),终结于封建统治(秦汉到清末,公元前 220—1911 年)的灭亡。

春秋战国时期,学术界百家争鸣,以孔子为尊的儒家学派形成,从此,儒家学派开始对礼仪的起源、本质和功能进行理论阐述与研究,最终形成了儒家学派的核心——礼教。儒家的礼教伴随着中国封建社会的始终,一直影响着中国的传统文化和人们的道德修养。

这一时期,礼仪的明显特征就是把人们的行为纳入封建道德的轨道。“修身,齐家,治国,平天下”,要求人们追求修己之道,听命于统治阶级。封建社会的礼仪大致涉及国家政治的礼制和家庭伦理两类,构成中华传统礼仪的主体。

3. 近代礼仪阶段(1911—1949 年)

辛亥革命的胜利结束了中国 2000 多年的封建君主专制统治,新的礼仪也随之出现。新文化运动掀起了改革封建礼教的热潮,人们强烈要求革除陈旧落后的礼仪,倡导相互尊重、人人平等的礼仪。

这一时期的礼仪特点体现了近代民主、自由、平等的原则。资产阶级的平等思想、文化习俗和审美观点开始渗透社会生活的各个方面,人们的思想也得到了极大的解放。

这一时期的礼仪内容包括剪长辫、禁止妇女裹足、改变称呼、废除跪拜等。

4. 现代礼仪阶段(1949 年以后)

新中国成立后,新的社会关系的确立标志着我国的礼仪进入一个崭新的历史时期,人民成了国家的主人,新的平等、自由、亲密的关系反映了崭新的时代风范,并一直延续至今。

小讨论

以小组为单位,讨论中华民族的传统美德对现代礼仪学习的重要意义。

» 四、礼仪的特征

礼仪具有以下特征:

1. 规范性

礼仪是人们在各种社会交际过程中,待人接物时必须遵守的行为规范。这种规范不仅约束着人们的言谈话语、行为举止,使之合乎成规,而且是人们在一切交际场合必须采用的一种“通用语言”,也是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。总之,礼仪是约定俗成的一种自尊、敬人的惯用形式。任何人要想在交际场合表现得合乎礼仪、彬彬有礼,都必须对礼仪无条件地加以遵守。另起炉灶或只遵守自己适应的部分,而不遵守自己不适应的部分,都难以被别人接受和理解。

2. 传统性

礼仪是一个民族、一个国家传统文化的组成部分。在我国,现代礼仪是以传统文化为核心,并不断吸收其他国家或民族的优秀文化,在长期的社会生活实践中逐渐发展和完善起来的。它根植于传统文化这块沃土,因而有着深刻的传统性的特点。

小贴士

晋商如何培训礼仪^①

晋商的商号招收学徒,其中对学徒基本的日常交际礼仪的培训就需要一年多的时间,由年长资深者和前辈对学徒进行一对一培养。晋商间流行着以下谚语:十年寒窗考状元,十年学商倍加难;忙时心不乱,闲时心不散;快在柜前,忙在柜台;人有站相,货有摆样。

晋商中还流传着这样的学徒工作规矩:“黎明即起,侍奉掌柜;五壶(茶壶、酒壶、水烟壶、喷壶、夜壶)四把(笤帚、掸子、毛巾、抹布),终日伴随;一丝不苟,谨小慎微;顾客上门,礼貌相待;不分童叟,不看衣服;察言观色,唯恐得罪;精于业务,体会精髓;算盘口诀,必须熟练;有客实践,无客默诵;学以致用,口无怨言;每岁终了,经得考验;最所担心,铺盖之卷;一旦学成,身股入柜;已有奔头,双亲得慰。”由此可见晋商礼仪培训之一斑。

3. 共同性

礼仪是在人类共同生活的基础上形成的,是在同一社会中,全体成员协调相互关系的行为规范。礼仪随着社会生产和生存环境及生活形态的变化而不断充实完善,逐渐成为社会各阶层共同遵守的行为准则。礼仪的内容大都以约定俗成的民俗习惯、特定文化为依据,集

^① 张正明. 晋商兴衰史[M]. 太原:山西古籍出版社,2001:86.

中地反映了一定范围内人们共同的文化心理和生活习惯,从而带有明显的共同性特点。

4. 差异性

礼仪作为一种约定俗成的行为规范,它的运用受到时间、地点和对象的约束,同一礼仪会因时间、地点和对象的不同而有所不同,这就是礼仪的差异性特点。

小案例

哪里,哪里^①

一名国民党军官携夫人去机场迎接来自美国的顾问。双方见面后,美国顾问出于礼貌夸赞说:“您的夫人真漂亮!”军官甚感尴尬又不免客套一番:“哪里,哪里!”在中国,这是一句很普通的客套话,可是翻译却把这句话翻译成:“Where? Where?”美国顾问听了莫名其妙,心想:我只是出于礼貌称赞一下他的夫人,他居然问我他的夫人哪里漂亮。于是他只好说:“从头到脚都漂亮!”

5. 等级性

礼仪的等级性表现为对不同身份、地位的人礼宾待遇不同。在社会生活中,人们往往用长幼之分、男女之别来规范每个人受尊重的程度;而在官方交往中,则主要依据个人担任的公职或社会地位的高低确定官方礼宾次序。

» 五、礼仪的基本原则

礼仪的基本原则是指在人际交往活动中具有普遍性、共同性和指导性的礼仪规律,是人们在社会交往中处理人际关系的基本准则。熟悉礼仪的基本原则,有助于人们在具体的礼仪活动中做到自觉、自然、主动、得体。

1. 真诚尊重原则

真诚是对人对事的一种实事求是的态度,是待人真心诚意、表里如一的友善表现。在人际交往中如果做到不自欺、不欺人、待人真诚,则会很快得到别人的信任;反之会得到“虚伪”“骗子”等有损个人形象的评价,而且使正常的交往难以继续。真诚是人与人相处的基础,是礼仪的一条重要原则。

小案例

电话里的女高音

某市歌舞团计划于下月赴美国演出,该团团团长王涛就此事向市文化局请示,于是他拨通了文化局局长办公室的电话。可是电话响了足足有半分钟也不见有人接听。王涛

^① 吴甲甲. 浅谈东西方差异[EB/OL]. (2010-09-19)[2019-07-16]. <http://www.mkaq.org/Item/560422.aspx>.

正纳闷呢,突然电话那端传来一个不耐烦的女高音:“什么事啊?”王涛一愣,以为自己拨错电话了,赶紧问:“请问是文化局吗?”

“废话,你不知道自己往哪儿打的电话啊。”

“哦,你好,我是市歌舞团的,请问王局长在吗?”

“你是谁啊?”对方没好气地盘问。

王涛心里直犯嘀咕:“我叫王涛,是市歌舞团的团长。”

“王涛?你跟我们局长什么关系?”

“关系?”王涛更是丈二和尚摸不着头脑。“我和王局长没有私人关系,我只是想请示一下我们团出国演出的事。”

“出国演出?王局长不在,你改天再来电话吧。”没等王涛说什么,对方就“啪”挂了电话。

2. 平等适度原则

平等原则是指在社交场合,不论是施礼者还是受礼者,对对方都要一视同仁,给予对方同等程度的礼遇,不允许因为交往对象在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富及与自己的关系亲疏等方面有所不同而厚此薄彼、区别对待。平等在交往中表现为不骄狂,不我行我素,不自以为是、傲视一切、目中无人。平等是人与人交往时建立情感的基础,是保持良好的人际关系的条件之一。

适度原则是指人们在施行礼仪的过程中,必须在熟悉礼仪规范和准则的基础上,注意各种情况下人际关系的距离,把握与特定环境相适应的人们彼此间的交往尺度,以建立和保持健康、良好、持久的人际关系。适度原则包括感情适度、谈吐适度、举止适度和装扮适度。

3. 自信谦逊原则

自信是相信自己的想法和力量,相信依靠自己的努力能够克服种种困难,达到预定的目标。自信是很可贵的心理素质,只有对自己充满信心,才能在交往中不卑不亢、落落大方,遇到强者不自惭,遇到磨难不气馁,遇到侮辱敢于挺身反击,遇到弱者会伸出援助之手。

谦逊即虚心、不自满,是一种美德,也是一种礼的表现。在社会交往中,只有谦逊礼让、不摆架子、不自以为是的人才能使别人觉得容易接近,才能给人可以依赖、可以合作的印象。

4. 遵守信用原则

社会中各个民族、各个党派、各个阶层的人都应自觉遵守礼仪。人们在社会生活中应时时处处自觉遵守礼仪规范,努力树立良好形象,做一个受大家欢迎的人。无论谁违背了礼仪规范,都会受到公众的批评和指责。

遵守信用即讲信誉,在人际交往中要讲真话、遵守诺言。如果没有十足的把握,就不要轻易许诺他人,许诺若不能兑现,会落个不守信用的恶名。

小讨论

散场后几乎不见垃圾^①

2008年北京奥运会期间,在“鸟巢”观看比赛的观众每天都在10万人左右,每天观众在场内要喝掉几十万瓶饮料,喝完饮料后的瓶瓶罐罐都到哪里去了呢?“每天比赛结束观众散场后,观众席上几乎没有一点垃圾,‘鸟巢’里的观众真的很文明!”志愿者告诉记者。

讨论:礼仪在规范人们生活中的作用是什么?

5. 宽容大度原则

宽容大度原则即与人为善的原则。宽容是一种较高的境界,容许别人有行动与见解自由,对与自己的观点和传统观点不同的见解,能耐心、公正地包容。要宽容,就要做到将心比心,多容忍他人、体谅他人、理解他人,千万不要要求全责备、斤斤计较、过分苛求、咄咄逼人。但是,宽容是有原则的,不是一味迁就和礼让。总而言之,在社交活动中,一个有宽阔胸怀的人往往能宽容别人,也常常得到他人的爱戴和敬重。

小讨论

日常生活中有哪些礼仪?请举例说明。

试金石

- (1) 收集相关教学录像让学生观看,使学生掌握正确的日常交往礼节。
- (2) 在训练中,采用教师边讲解要求边示范—学生实践—教师纠错—学生再巩固的方式。
- (3) 模拟情景,采用分组练习、观摩的方法,既体验尝试,又学习经验、发现问题,提高日常交往礼仪的可操作性。

^① 杨林. 志愿者:散场后“鸟巢”观众席上几乎没有垃圾[EB/OL]. (2008-08-21)[2019-03-26]. <http://2008.sohu.com/20080821/n259100494.shtml>. (有删改)

模块二 认识商务礼仪

» 一、商务礼仪的概念

商务礼仪是指商务人员在一定的商务活动中,为了树立个人和组织的良好形象、搞好企业的公共关系、交流企业相关方面的信息、赢得商务机会而应遵守的表达尊敬的相关行为规范。

» 二、商务礼仪的原则

1. 遵守原则

在商务活动中,每一位参与者都应自觉遵守商务礼仪规范,并运用礼仪规范来指导自己的一言一行、一举一动。任何人,无论身价高低,无论财富多寡,都应学习、了解商务礼仪方面的知识,并付诸行动。

2. 平等原则

平等原则是指以礼待人,有来有往,既不盛气凌人,也不卑躬屈膝,对任何人都以礼相待、一视同仁。平等原则是社交礼仪的核心,也是现代礼仪与古代礼仪的最本质的区别。

小案例

公正的力量^①

在世界商战经典案例中,美国美孚石油公司的一则案例十分有趣。

有一次,美孚石油公司总裁——洛克菲勒想在巴容县铺设一条与竞争对手将要铺设的油管平行的油管,但竞争对手已让县议会通过了一个“除了已经铺好的油管外,不许其他油管路经巴容县”的议案。

这项决议显然有失公平。此时,竞争对手尚未在巴容县铺设油管。洛克菲勒决心挑战这项显失公平的决议,便调集大量人力在一夜之间铺管完毕。

第二天,他来到县议会,告诉议员:“希望大家到现场参观一下,以判定美孚石油公司的油管是否已经铺好。”

议员们一听哑口无言,他们没有想到,“除了已经铺好的油管外,不许其他油管路经巴容县”的议案反而保护了美孚石油公司。虽然洛克菲勒利用了议案文字上的漏洞,但他认为,这是公正的力量在逼迫他这样做。

公平对等是商务礼仪的基本要求,若试图采用不公平的手段获得商业利益,不仅会失礼,更会失去利益。

^① 佚名. 公正的力量[J]. 领导文萃, 2007(12):135.

3. 互尊原则

在商务活动中,双方要互相谦让、互相尊敬、友好相待、和睦相处,而且要做到敬人之心长存,不可伤害他人尊严,更不能侮辱他人人格。只有相互尊重,才能融洽相处。

4. 诚信原则

诚信即真诚守信。真诚是外在行为和内在道德的统一,是指对人和事实求是,在商务活动中言行一致、表里如一;守信即“言必信,行必果”。在商务活动中务必真诚待人、童叟无欺。

小案例

山鸡为凤

有一个楚国人挑着一只山鸡赶路,他骗一个路人说他挑的是只凤凰。而这个路人并没有见过真正的凤凰,就一心想把它买下来敬献给楚王。结果,出高价买下的山鸡不到一天就死了。

该路人非常痛惜,不是因为损失了很多银两,而是因为没有实现把凤凰献给楚王的心愿。这件事传到了楚王的耳朵里,他也真以为那只山鸡就是凤凰。楚王很感动,就重赏了那个路人,赏金高过路人买山鸡价钱的好几倍。

» 三、商务礼仪的功能

1. 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、相互作用、共同合作,如果不遵循一定的规范和规则,双方就缺乏合作的基础。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,以及哪些可以做、哪些不可以做,有利于维护个人和组织形象,赢得友谊,取得利益。

2. 协调关系

在商贸活动和商务谈判中,难免会碰到沟通不畅的事情,有时还会导致谈判双方关系紧张,影响谈判结果。而商务礼仪具有调节人际关系的作用。一方面,礼仪作为一种规范、程序,对人们之间的关系模式起着规范、约束和及时调整的作用;另一方面,某些礼仪形式、礼仪活动有助于人们化解矛盾,建立新的关系模式。可见,商务礼仪在发展健康良好的商务关系中起着极其重要的作用。

3. 传递信息

礼仪是一种信息,通过这种信息可以表达尊敬、友善、真诚等感情,使别人感到舒服和温暖。在商务活动中,恰当的礼仪可以赢得对方的好感、信任,进而有助于事业的发展。

4. 塑造形象

礼仪的基本目的就是树立个人及企业的良好形象。从事商务活动的人员应该从自己做起,积极地学习和掌握现代商界共同遵守的礼仪规范,在每个细节上都注重礼仪修养,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,就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、谈判、宴请、通信、社交等活动,为自己树立高效、讲信誉、易于交往、善待商业伙伴的形象。例如,麦当劳以清洁、快速的服务领先于其他的快餐企业,戴尔电脑以良好的售后服务而闻名。没有谁愿意雇佣一个不讲卫生的员工坐在自己的旁边,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生意。

商务人员要注意自己的个人形象,从企业员工的形象往往能够推断出企业的实力和信誉状况。如果员工的形象良好,则无疑为其所代表的企业传递了无声的商业信息,不仅宣传了企业的形象,而且会给企业带来有形和无形的财富。

小案例

第一个看脸选出来的总统^①

1960年9月26日,尼克松和肯尼迪在哥伦比亚广播公司面对7000万名美国观众,进行美国总统竞选史上第一次电视辩论。

尼克松尽显一个老练政客的风范,讲话冷静,辞藻华丽,逻辑清晰,在走出电视直播间的时候,他还自信满满,以为打败了那个“幼稚的青年”。

但实际上,此时相信尼克松能够胜利的,只有他自己。

电视上的尼克松穿着灰色的西装,这和灰色的背景混为一片,他浓密的胡须给人气势汹汹和刁钻诡诈的感受。直播间里的高温让他的汗水混着刮脸膏流下来。

相反,肯尼迪在镜头前显得英俊潇洒、沉着自信、年轻又富有朝气。肯尼迪英俊的外表和不凡的气度让他与电视成为天造地设的一对,透过电视画面,肯尼迪的形象被不断神化,英俊、充满活力、有使命感和变革精神。

美国著名记者大卫·哈伯斯塔姆说:“当天晚上,全国都在电视机前,总统政治进入了寻常百姓家,并且还是以如此个性化的方式进入的,人们在感受,打开了所有的感觉器官,一切都是感受。”

如果没有电视,尼克松赢过肯尼迪的可能性很大。他出身草根,给伟大的艾森豪威尔总统当了8年副手,有丰富的执政经验,肯定是有天然优势的。

但是,正是电视这个平台,把年轻的肯尼迪的优点完美地表现出来:英俊潇洒,气宇轩昂,能言善辩,富有表演才能和明星气质。他的妻子杰奎琳·肯尼迪也是出身名门,美丽优雅。

肯尼迪还写过自己与疾病斗争的书,成为《纽约时报》的畅销书。肯尼迪成了美国有史以来最年轻的总统,当年跟他一起进入白宫的幕僚团队,都是美国有史以来最年轻的。他的当选开创了一个新时代。

^① 陈勤. 简明美国史[EB/OL]. (2017-02-15)[2019-02-19]. http://www.sohu.com/a/126303508_396901. (有改动)

小讨论

分组讨论在生活中哪些细节能反映出一个人的礼仪修养。

综合训练

一海外客商到某地某公司商谈合资办厂事宜。公司经理在会客室等候,并准备了烟、茶、水果。客商进公司大门后,迎候在门厅的公司经理的秘书和客商握过手,说:“我们经理在上面(指二楼会客室),他叫你过去。”客商一听,当即一愣:他叫我过去?我又不是他的下属,凭什么叫我?于是客商转身,说:“贵公司如有合作诚意,叫你们经理到我住的宾馆去谈吧。”说完拂袖而去。

客商为什么会拂袖而去?根据案例分析礼仪在商务活动中的作用。