



“十四五”职业教育国家规划教材

商务礼仪

**BUSINESS
ETIQUETTE**

高等职业教育新形态活页式教材

GAO DENG ZHI YE JIAO YU
XIN XING TAI
HUO YE SHI JIAO CAI

田 芳 主编

- 遵循高等职业教育教学的规律
- 全面落实课程思政要求
- 突出实践操作演练
- 注重岗位能力培养
- 配套丰富数字化教学资源

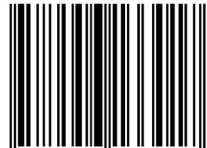


高等职业教育新形态活页式教材

商务礼仪

***BUSINESS
ETIQUETTE***

ISBN 978-7-5561-3301-7



9 787556 133017 >

定价：58.80 元

本作品中文简体版权由湖南人民出版社所有。
未经许可，不得翻印。

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪 / 田芳主编. —长沙: 湖南人民出版社, 2023. 7
ISBN 978-7-5561-3301-7

I. ①商… II. ①田… III. ①商务—礼仪—职业教育—教材 IV. ①F718

中国国家版本馆CIP数据核字(2023)第145096号

SHANGWU LIYI

商务礼仪

主 编 田 芳
统 筹 蒋小丰
责任编辑 杨丁丁 肖贵飞 文志雄
编辑部电话 0731-82683306
装帧设计 杨 凯
责任印制 肖 晖
责任校对 唐水兰

出版发行 湖南人民出版社 [http://www.hnppp.com]
地 址 长沙市营盘东路3号
邮政编码 410005
经 销 湖南省新华书店

印 刷 长沙艺铖印刷包装有限公司
版 次 2023年8月第1版
印 次 2023年8月第1次印刷
开 本 787mm × 1092 mm 1/16
印 张 16
字 数 340千字
书 号 ISBN 978-7-5561-3301-7
定 价 58.80元

营销电话: 0731-82221529 (如发现印装质量问题请与出版社调换)

前 言

商务礼仪作为现代经济发展的产物，是商务活动中塑造企业形象的重要工具，在商业活动中的作用日益增强，已经成为企业发展和成功竞争的重要因素。本书的编写，旨在帮助从事商业事务和商业服务的人员根据自身的实际条件，塑造良好的职场形象，包括优雅的举止、得体的仪态、规范的语言、真挚的情感等，了解和掌握与他人进行有效沟通的基本技巧和方式，提升职业修养，助力个人和企业形象塑造，进而促进企业商务活动开展和个人职业发展。

为有效实现课程目标，培养高职院校学生的业务操作能力和岗位适应力，我们与企业专家合作从礼仪维度对商务人员岗位进行了职业能力分析，形成职业能力清单，然后以职业能力清单为基础，按照商务活动工作流程和认知层次关系将内容分为商务形象礼仪、商务往来礼仪、商务仪式礼仪三大模块，设置 15 个商务人员典型工作任务，突出了商务礼仪的操作演练和能力提升。本书编写力争体现以下特色：第一，体现了“做中学”。教材以“行动导向”任务为引领，以学生为中心，关注学生学习和学习行为，让学生在完成工作任务中学习需要的理论知识、掌握必要的实践技能，提升职业素养，体现“做中学”“学中做”职业教育教学规律。第二，体现了“数字化”。在“学银在线”开放课程平台上建设教材数字化配套资源，保障了线上线下混合式教学的开展，实现了纸质教材和数字化资源的有机结合、优势互补。第三，体现了“灵活化”。活页式教材的“活”体现在灵活，表现在教材的知识学习内容可以拆分、组合，按照实际教学的不同情境和需要以一种新的方式出现。第四，体现了“职业性”。教材内容对接就业岗位，设计了 15 个商务人员典型工作任务，紧紧围绕实际职业场景和岗位实践需要

展开。第五，体现了“有效性”。各任务中设计了学习目标、学习任务、任务考核、学习记录、学习知识、知识巩固、拓展训练和综合能力训练等栏目，使每个教学单元的学习目标明确，任务可检测，知识点连贯，训练内容丰富，学生可在多种形式的训练中，理解商务礼仪的内涵，掌握好商务礼仪的标准化操作，提高了学习的有效性。

本书不仅适合高职高专学生使用，也可作为商务人员的培训用书。

本书编写过程中，吸收和引用了相关专家、学者的研究成果，在此表示诚挚的感谢。

由于编者水平有限，书中难免存在不妥和疏漏之处，恳请广大师生、读者、同仁和专家批评指正，以臻完善。

编 者

2022 年 10 月 17 日

目 录

模块一 商务形象礼仪 / 001

任务 1 礼仪认知 / 002

任务 2 修饰仪容 / 017

任务 3 美化仪态 / 029

任务 4 得体着装 / 047

任务 5 有效交谈 / 063

模块二 商务往来礼仪 / 087

任务 1 会面礼节 / 088

任务 2 安排宴请 / 118

任务 3 用中西餐 / 132

任务 4 接待拜访 / 150

任务 5 馈赠礼品 / 169

模块三 商务仪式礼仪 / 181

任务 1 组织会议 / 182

任务 2 谈判签约 / 200

任务 3 开业典礼 / 217

任务 4 剪彩仪式 / 226

任务 5 新品发布 / 235

参考文献 / 246

模块一 商务形象礼仪

【学习目标】

素质目标：弘扬中国传统礼仪文化，提升学生的文化自信及文化认同，培养讲文明、讲礼仪意识。

技能目标：能够根据自身的个性、气质、外形等特征及商务活动需要对自己仪容、仪态、服饰、言谈等进行设计，塑造良好的个人形象。

知识目标：掌握商务人员应具备的礼仪修养，掌握商务活动中仪容、仪态、服饰及言谈礼仪的规范要求。

【综合能力训练】

个人形象展示赛

任务1 礼仪认知

【学习目标】

素质目标：了解中国传统礼仪文化，养成自我审视个人礼仪的习惯，自觉加强个人道德礼仪修养。

技能目标：能够把握礼仪规范，自觉地进行礼仪实践，培养良好的礼仪习惯。

知识目标：了解礼仪的含义，理解商务礼仪的原则和功能，掌握商务人员应具备的礼仪修养和培育途径。

【学习任务】

(RSS)

任务内容：高职市场营销专业学生李文明，毕业后想应聘到华美达公司从事销售工作，他作为未来的商务人员应该具备什么样的礼仪修养？从现在起如何培养自己的礼仪修养？假设你是李文明，请对自己进行礼仪分析，发现个人礼仪方面存在的不足，提出改进计划，完成《个人礼仪分析与改进报告》，思考新时代大学生的责任与担当，撰写“奋进新征程，争做文明有礼的新时代大学生”主题演讲稿，阐述学习礼仪和传承中华传统美德的重要意义和作用。

实施步骤：

1. 教师简要介绍本任务内容，下发《个人礼仪测评表》（表1-1-1），《个人礼仪分析与改进报告》（表1-1-2）。

2. 学生分6个模拟公司研讨，自主学习相关知识内容并对自己的礼仪素养水平进行测评打分，针对个人礼仪方面存在的不足进行分析，提出改进计划，完成《个人礼仪分析与改进报告》。

3. 教师总结归纳讲解礼仪和商务礼仪的含义、原则和功能，商务人员应具备的礼仪修养和培养礼仪修养的途径。

4. 引导学生思考新时代大学生的责任与担当，撰写“奋进新征程，争做文明有礼的新时代大学生”主题演讲稿，阐述学习礼仪和传承中华传统美德的重要意义和作用。教师指导。

5. 每个模拟公司派代表上台进行“奋进新征程，争做文明有礼的新时代大学生”主题演讲。

6. 学生互评，教师评价。（表1-1-3）

【任务考核】

表 1-1-1 个人礼仪测评表

回答以下问题，在“有”“偶尔有”“没有”的括号内打“√”，每一个问题只能选择一个答案：	
1. 坐下时，跷二郎腿，摇来晃去	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
2. 随地吐痰	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
3. 走路时，屁股、腰肢扭来扭去	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
4. 经常不加掩饰地用手挖鼻孔	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
5. 交谈时过于频繁地眨眼睛	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
6. 高兴起来，手舞足蹈	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
7. 打电话不等别人讲完就挂断	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
8. 当异性从身边走过时，回头直勾勾地盯着他（她）的背影	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
9. 用完餐后，一直用牙签剔牙	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
10. 借用同学的东西，从未主动归还	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
11. 搔抓头皮	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
12. 在公共场所，一边听音乐，一边用脚打拍子	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
13. 走路时把手插进裤袋	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
14. 吃饭、喝水时嘴里经常发出响声	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
15. 不择地方，倒头便睡	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
16. 不等别人把话说完，就急于打断别人谈话，自己侃侃而谈	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
17. 不完成作业	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
18. 早上别人喊你几遍还迟迟不起床，上课迟到	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
19. 爱随手乱放东西，常常找不到	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
20. 为一点小事与别人争吵	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
21. 难以适应同各种类型脾气和个性的人打交道	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
22. 容易跟别人生气	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）
23. 与别人谈话不注意对方的反应	有（ ）偶尔有（ ）没有（ ）

续表

24. 见到熟人不打招呼	有 () 偶尔有 () 没有 ()
25. 不参加集体活动	有 () 偶尔有 () 没有 ()
说明：(选“有”得2分，选“偶尔有”得1分，选“没有”不加分，累计总分) 1. 分数为0~10分：基本上没有令人讨厌的举止，你给大家的是良好的第一印象。 2. 分数为11~30分：有些不文明、不文雅的举止，但尚属可改正之列。只要你改掉了这些缺点，你将会获得大家的好感。 3. 分数为31~50分：坏习惯太多，会令人生厌。你虽然很渴望赢得大家的好感，但你的不当举止使大家对你敬而远之。你必须深刻反省，注意自己在社交场合的举止，留给大家一个文明的印象。	

表 1-1-2 个人礼仪分析与改进报告

姓名		性别		专业班级	
个人礼仪自我测评结果 (具体的分数)					
你认为商务人员应该具备的礼仪修养					
分析个人礼仪方面存在的不足					
礼仪修养提升计划					

表 1-1-3 “礼仪之我见” 主题演讲考核评分标准

姓名: _____ 专业班级: _____ 时间: _____

评价项目与内容		分值	学生 评分	教师 评分	实得分
演讲内容	主题鲜明、突出, 紧扣“礼仪”主题, 事例恰当、生动	25			
	观点正确、鲜明, 角度新颖、得当, 准备充分	15			
	事、情、理交融, 逻辑严谨, 说服力强	10			
语言表达	口齿清晰, 自然流畅, 准确简明, 语速适当, 富有节奏感, 脱稿演讲	10			
	声情并茂, 抑扬顿挫, 符合情感变化, 具有感染力	10			
	声音洪亮, 普通话标准	10			
形象风度	讲究演讲技巧, 动作恰当, 自然得体, 朝气蓬勃, 精神饱满	5			
	服装整洁, 端庄大方, 上下场致意、答谢等	10			
演讲效果	时间把握准、整体效果好等	5			
合 计		100			

【学习记录】

[illegible]

【学习知识】

一、商务礼仪概述

(JWS)

(一) 礼仪、商务礼仪的含义

1. 礼仪的含义

礼仪是“礼”和“仪”的统称，“礼”是内在的，是人们对自己和他人尊重的态度，而“仪”是外在的，是人们通过一定的动作、形式等表现出来的“礼”。礼仪是指人们在社会交往活动中约定俗成的一种律己、敬人的行为规范、准则及程序。

在现代社会里，礼仪是人们在平等互尊的基础上进行交往时用以规范行为、沟通思想、交流情感、促进了解的重要形式，是人的道德修养和文明程度的外在表现，是建立和谐有序社会的重要保障。具体来讲，礼仪是社会组织或个人在人际、社会乃至国际交往中以约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的行为规范。这种律己、敬人的行为规范，从个人修养的角度来看，是一个人内在素质和修养的外在表现；从道德的角度来看，是为人处世的行为规范和行为准则；从交际的角度来看，是一种交往的方法和技巧；从民俗的角度来看，是人类沿袭下来的待人接物的习惯做法；从审美的角度来看，是人心灵美的外化。

2. 礼仪的表现形式

礼仪的内容相当丰富，其表现形式也各有不同。礼貌、礼节、仪表、仪式等都属于礼仪的基本表现形式。

(1) 礼貌。礼貌是指人们在彼此交往过程中表示尊敬、重视和友好的态度。它是尊重他人、不侵害他人利益为前提，表达人与人之间和谐相处的意念和行为，如尊老爱幼、热情好客、互赠礼物等。

(2) 礼节。礼节是指人们表示尊敬、问候、致意、祝愿时惯用的形式。礼节实际上是礼貌的具体表现形式，如握手礼、致意礼、介绍礼等。

(3) 仪表。仪表是指人的外表、穿着。它主要指外在形象，引申为人的精神状态，如容貌、服饰、举止、表情、姿态、风度等。

(4) 仪式。仪式是指在一定场合举行的具有专门程序和形式的社会活动，如迎宾仪式、剪彩仪式、开业典礼、庆祝典礼等。

显然，礼貌、礼节、仪表、仪式是不尽相同的概念，但它们彼此之间又互相渗透、相辅相成。礼貌的核心是尊重他人的一种态度，是人为的一种道德规范，它决定一个人待人处世的基本行为倾向，较之礼节更为根本。礼节则是体现礼貌的行为细节，尊敬

他人的态度要通过相应的礼节才能体现出来，二者之间的关系实为内容与形式的关系。礼节是礼貌的外在表现形式，礼貌则是礼节实施的内容基础。仪表主要是指个人的外在形象。仪式则主要是作为一种集体性的社交活动形式出现，不同的仪式对礼貌、礼节、仪表有不同的要求。

3. 商务礼仪的含义

商务礼仪是公司或企业的商务人员在商务活动中，为了塑造良好的个人和组织形象而应当遵守的对交往对象表示尊敬与友好的规范或程序。它是一般礼仪在商务活动中的运用和体现，并且比一般的人际交往礼仪的内容更丰富。它不仅要以对顾客的尊重为基础，而且要以提供符合消费者需求的商品和优质的服务来体现这种尊重。同一般的礼仪相比较，商务礼仪有很强的规范性和可操作性，与商务组织的经济效益联系密切。

（二）商务礼仪的原则和功能

1. 商务礼仪的原则

（1）尊重原则。尊重是礼仪的情感基础，在商务交往中，人与人是平等的，无论职务高低、年龄长幼、民族大小、种族强弱，人格上没有贵贱之分。尊重长辈、关心客户，不但不是自我卑下的行为，反而是一种至高无上的礼仪。中国有句俗语：“人敬我一尺，我敬人一丈。”这句话充分体现了人们之间彼此尊重、讲究礼仪的传统美德。

（2）遵守原则。礼仪是人类为维护社会生活的正常稳定而共同遵守的道德行为规范，是人们在长期共同生活、相互交往中逐渐形成的，并以风俗习惯及传统的形式固定下来。商务人员是否遵守这一原则，往往会对对方及自身的经济利益产生直接的影响。

（3）真诚原则。真诚是做人之本，也是商务人员立业之道。真诚待人可拥有众多的同行朋友和社会友人，与人相处就会感情融洽，即使有误会或隔阂也能消除。商务活动并非短期行为，应注重长远效益。只有讲求礼仪，恪守真诚原则，着眼于未来，通过长期努力，才能在商业竞争中胜出，获得应有的利益。

（4）自律原则。自律就是自我约束、自我要求、自我控制 and 自我检查。施行礼仪的过程是在掌握一定的礼仪知识的基础上，按照礼仪的要求进行自律的过程，需要长期的自我学习和自我磨炼。因此，商务人员在平时的生活中要自觉摒弃不良习气，陶冶情操，使遵守礼仪成为个人修养的一部分。

（5）适度原则。凡事过犹不及。在哲学上，“度”指的是一定事物保持自己的质的数量界限，超过这个界限就要引起质的变化。商务人员在商务交往中要善于把握各种情况下的交往距离及感情尺度，谈吐举止要适度。尤其在对待外商时，既要彬彬有礼，又不低三下四；既要热情大方，又不轻浮谄媚，拿捏好交往的分寸。

（6）从俗原则。在与外商的交往中，还要做到入乡随俗、入乡问禁，自觉遵守他国的礼仪习俗。对于不同民族、不同地区不尽相同的礼仪规范，我们究竟该遵守哪一

种? 欧洲流行一句古谚:“在罗马行如罗马人。”非洲更夸张地形容:“到了独脚人居住的村子,就该用一条腿走路。”日本学者在《国际礼仪手册》中概括地说:任何国家,任何地方都有一些长期以来自然形成的风俗和习惯,遵守当地的习惯,是国际交往礼仪的重要原则之一。

2. 商务礼仪的功能

商务活动中,礼仪无时不在,无处不在。礼仪作为人的一种行为规范,在商务活动的各个方面发挥着越来越重要的作用。

(1) 具有塑造形象的作用

当今社会,企业产品和服务的趋同化使得形象竞争和品牌竞争成为组织制胜的重要战略。企业员工的礼仪素质和沟通能力对于企业形象和品牌塑造非常关键,特别是服务行业,企业员工的礼仪素养高低成为评价企业服务水平和顾客满意度的重要指标。

①塑造良好的个人形象。个人形象是一个人的相貌、身高、体形、仪容、谈吐、举止、气质风度以及文化素质等方面的综合表现。商务礼仪与个人形象塑造密切相关,以商务礼仪规范自己的言行、仪容和仪态,是展示良好形象的一条有效途径。在商务活动中讲究商务礼仪,一是可以给对方留下良好的第一印象。第一印象主要受人的形貌、仪表和风度举止等因素的影响,在人们的商务交往中起着重要的作用。第一印象好,彼此能继续交往;第一印象不好,彼此可能就会中断交往。而且第一印象的好与坏还直接影响商务活动中人们对彼此的品质和特征的评价。二是可以充分展示良好的教养与品性。美丽的面容、矫健的身姿、得体的服饰等,都是表象的东西,是一个人外在的美。但礼仪要求将外在美与内在美结合起来,内在的教养和品性才是礼仪的内核。商务礼仪正是衡量商务人员教养与品性的一种尺度,它要求所有商务人员讲究礼貌、仪表整洁、尊老敬贤、礼让妇女、助人为乐等,以赢得他人的好评。

②塑造良好的企业形象。塑造企业形象就是指在激烈的商务竞争环境中,企业通过员工得体而诚挚的商务接待、拜访、谈判、宴请、通信、社交和馈赠等活动,为自己树立高效、讲信誉、易于交往、善待商业伙伴的形象。礼仪是企业文化、企业精神的重要内容,是塑造企业形象的重要工具。企业文化最终都要通过企业员工的言谈举止来体现。商务礼仪不仅仅体现在形式的规范上,更多的是通过形式规范的礼仪表现企业员工的素质,从而体现该企业的整体素质和形象。

③塑造良好的国家形象。随着我国对外开放的进一步扩大,我国与世界各国之间的交流与合作日益增多。在涉外商务活动中,商务人员的一言一行、一举一动、服饰仪容等,无不反映着其个人的文化修养,并在一定程度上反映了其所在的组织及国家的精神面貌。所以,当我们的公民走出国门的时候,我们的公司走出国门的时候,就要严格遵守道德和文明礼仪规范。孟子曰:“恭敬之心,礼也。”“中国”,“玉”在其中,我们要

对得起这个名字。

（2）具有沟通协调的作用

礼仪既是形象，也是纽带，更是商务交往中沟通与协调的手段。商务活动是双向交往活动，交往成功与否，首先要看是否能够有效沟通。由于立场不同、观点不同，人们对同一个问题会有各自不同的理解和看法，如果没有良好的沟通，不仅交往的目的不能实现，有时还会导致误解与隔阂，从而影响商务活动的顺利开展，甚至给企业造成严重的负面影响。礼仪作为沟通与协调的有效手段，有助于消除差异、增进理解，最终达到情感的沟通。

（3）具有提高效益的作用

礼仪是企业的无形资产。礼仪不仅能够反映企业的文明程度、管理风格、道德水准和社会形象，而且能直接为企业带来巨大的经济效益和社会效益。在商务交往中，商务人员恰当地运用礼仪，规范自己的言行，有助于商务活动参与各方关系的进一步融洽，促进商务活动的顺利开展，帮助企业建立广泛的合作关系，使企业的经济效益和社会效益全面提升。

二、商务人员的礼仪修养

（JWS）

（一）礼仪修养的内涵

在社会生活中，人的礼仪修养不是自发形成的，而是在后天的交往实践中逐渐学习、积累获得的。探究礼仪修养问题，对于商务人员自觉地把握礼仪规范，进行礼仪实践，具有十分重要的意义。

商务人员应该具备什么样的礼仪修养呢？英国学者大卫·罗宾逊概括出了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）。

1. 正直

正直是指商务人员在商务活动中应该通过言行表现出诚实、可靠、值得信赖的品质。在职场中，经常会遇到对正直的考验。一个人的机遇和成就也许正来源于他的正直。

2. 礼貌

礼貌是指商务人员与人交往的举止模式。当商务人员与他人进行商务交往时，良好的行为举止可以向对方表明自己是否可靠，行事是否公正。待人粗鲁、自私、散漫则会令双方的交往无法进行下去。

3. 个性

个性是指商务人员在商务活动中表现出来的与众不同之处。商务人员在商务交往中必须遵守一定的行为规范，但不是要他们成为毫无创新意识、行为刻板的机械个体，而是要成为举止规范的具有个人特色的主体。一个出色的商务人员应该对商务活动充满激情，但不能感情用事；应该勇于进取，但不能不忠诚；应该开朗幽默，但不能草率轻浮；应该才华横溢，但不能惹人厌烦。

4. 仪表

仪表是指商务人员在商务场合必须做到衣着整洁得体，举止落落大方。所有人都会下意识地对交往者以貌取人，良好的个人仪表是给商务伙伴留下好印象的至关重要的因素。

5. 善解人意

善解人意是指商务人员在商务交往中能体谅人、关心人，学会换位思考，这是良好的商务风度中最基本的一条原则。善解人意，首先要与人为善，善待他人，而后才能理解人、谅解人、体察人，体现你人格的魅力。懂得相互接纳、相互合作、相互融洽。尊重他人的优势和才华，也包容他人的脾气和个性。不能理解的时候，就试着去谅解；不能谅解，就平静地去接受。

6. 机智

机智是指商务人员在处理事务时要有智慧，能随机应变。在商务活动中，每个人都有可能面临突发情况，需要立即做出反应。如果我们一时冲动，未能很好地处理，不但会令自己处于尴尬的境地，还会令企业遭受损失。

我们生活在一个日新月异的商品社会当中，商务活动是一种知识性、技术性要求很高的开拓性活动。高速发展的商品经济要求商务人员必须具备与之相适应的知识和才能。对于商务人员来说，商务礼仪是思想水平、文化修养、交际能力的外在表现；对于企业来说，商务礼仪是企业价值观念、道德理念、员工整体素质的集中体现，是企业文明程度的重要标志。因此，商务人员除了具备必要的礼仪修养之外，还必须具备以下能力。

(1) 思想能力。思想能力主要是指人在社会生活中表现出来的思想品质、思维方式、精神境界方面的综合能力。思想品质反映一个人的本质，是成为商务人员的首要条件。良好的思想品质包括诚实的人品、较高的思想修养、热爱祖国的崇高情怀、高度的敬业精神和坚定的正义立场。

(2) 文化能力。文化能力是指一个人的知识水平、接受和更新知识以及把理论与实践相结合的能力。专职商务人员既是推销员又是售后服务员，要准备随时回答客户提出的商品技术问题。因此应受过正规的教育，除精通外经贸专业知识外，还应有一定的

外语表达和计算机应用技能，同时还应了解国际经济法和国际商法、社会学、人际关系学、历史和地理等多方面的知识。

(3) 工作能力。工作能力是一个人在具体工作环境中运用所掌握的知识、技能处理和解决问题的能力，包括专业技术能力、组织能力、社交能力和表达能力。

①专业技术能力。商务人员应是综合型人才，业务上应具备多方面的能力。一个出色的商务人员，应该具备市场调查、市场开拓、结算、商品售后服务、收集情报信息等技能。

②组织能力。组织能力是指为了有效地实现目标，灵活地运用各种方法，把各种力量合理地组织和有效地协调起来的能力，包括协调关系的能力和善于用人的能力等。组织管理能力是一个人的知识、素质等基础条件的外在综合表现。现代社会是一个庞大的、错综复杂的系统，绝大多数工作往往需要多个人的协作才能完成，所以，商务人员应该能疏通各方面的关系，具备调配人、财、物的能力，保证工作的顺利开展。

③社交能力。人生活在世上，就必然要参与社会交往。社交能力是衡量一个现代人适应开放社会程度的标志之一，也是商务人员应具备的起码的条件之一。社交的范围与每个人的职业、爱好、生活方式及地理位置有很大关系。没有一定的社交能力，是难以建立业务关系的。

④表达能力。表达能力是指用语言来表达自己的思想、情感，以达到与人交流的一种能力。商务人员经常要面对客户、对手、上司、同事，要经常从事谈判、汇报、接待来访、约见客户、打电话等语言交流活动，这就必须要掌握说话艺术，努力做到：一要清楚明白，二要注意分寸，三要生动活泼。这样不但能取得良好的表达效果，而且能创造交流业务的融洽气氛和亲密无间的客户关系。表达能力是对商务人员的基本要求，除口头表达能力之外，良好的书面表达能力也不可缺，如撰写市场调查报告、汇报材料等，也是商务人员经常要做的工作。

(二) 礼仪修养的途径

礼仪修养是一个自我认识、自我磨炼、自我提高的过程，是通过有意识的学习、仿效、积累逐步获得的，需要有高度的自觉性。商务人员如果只是迫于规章制度的压力才对客户致意、问候，看上去是彬彬有礼，而换了环境就举止轻浮、谈吐不雅，这实际上是礼仪修养缺乏的表现。只有把礼仪修养看作是自身素质不可缺少的一部分，是事业发展的基础，是完美人格的组成部分，才会真正有自觉意识。培养良好的礼仪修养可以通过以下途径。

1. 主动接受礼仪教育，自觉养成文明习惯

礼仪教育是使礼仪修养充实、完美的先决条件。因此，主动接受礼仪教育和培训是十分必要的。通过礼仪教育和培训，可以分清是非，明辨美丑，懂得常识，树立标准，

为商务人员礼仪行为的养成创造外因条件,为进一步自我修养的内因发挥作用提供了可能。人的习惯可以在无意中形成,也可以通过有意识的学习和培养,依靠社会的健康舆论导向和良好环境习得。习惯一旦形成,就会通过无意识的行为表现出来。自觉地养成良好的文明习惯是商务人员培养礼仪修养的重要途径。

2. 广泛涉猎科学文化,注重内在外在兼修

现代科学文化发展很快,要适应社会发展,仅仅满足于一般的文化水平显然是不够的,涉猎广泛,具备多方面的知识,对于人际交往是大有益处的。一般来说,讲文明、懂礼仪、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,考虑问题周全,分析事物较为透彻,处理事件较为得当,在人际交往时能独具魅力而不显得呆板,不会给人以浅薄的印象。因此,要想成为一个有修养、有品位、有风度、有气质、有魅力的商务人员,既要注重外在的训练,更要注重内在的修为。

3. 积极投入交往实践,不断提升礼仪修养

礼仪修养的提高是一个从认识到实践的不断反复的过程。仅仅从理论上弄清礼仪的含义和内容,而不在实践中运用是远远不够的。一切礼仪修养必须结合人与人之间的交往活动来进行。要使自己成为一个知礼、守礼、行礼的人,就必须把对礼仪的认识运用到交往实践中去,并注意运用所学知识搞好商务活动和社交活动,同时,对自己的行为进行反思,并把从反思中得出的新认识再贯彻到行动中去。如此不断循环,从而达到提高礼仪修养的目的。

【知识巩固】

(XK)

一、填空题

1. 礼仪是()和()的统称,()是内在的,是人们对自己和他人尊重的态度,而()是外在的,是人们通过一定的动作、形式等表现出来的()。
2. ()是指人们在社会交往活动中约定俗成的一种律己、敬人的行为规范、准则及程序。
3. 商务礼仪是公司或企业的商务人员在商务活动中,为了塑造良好的()形象而应当遵守的对交往对象表示()的规范或程序。同一般的礼仪相比较,商务礼仪有很强的()性和()性,并且与商务组织的()联系密切。
4. 礼仪修养是一个从()到()的不断反复过程,通过反复,不断提高。

二、多项选择题

1. ()都属于礼仪表现的基本形式。

A. 礼貌 B. 礼节 C. 仪表

D. 仪式 E. 机智 F. 剪彩

2. 商务礼仪的原则包括 ()。

A. 尊重原则 B. 遵守原则 C. 真诚原则

D. 自律原则 E. 适度原则 F. 从俗原则

3. 商务人员应该具备 () 的礼仪修养。

A. 正直 B. 礼貌 C. 个性

D. 仪表 E. 善解人意 F. 机智

4. 礼仪修养的途径有 ()。

A. 主动接受礼仪教育 B. 自觉养成文明习惯 C. 广泛涉猎科学文化

D. 注重内在外在兼修 E. 积极投入交往实践 F. 不断提升礼仪修养

三、简答题

1. 商务礼仪具有哪些原则?

2. 商务礼仪的功能有哪些?

3. 为什么说与实践相联系是加强礼仪修养的根本方法?

4. 结合实际谈谈如何加强自身礼仪修养。

【案例思考】

(AK)

李先生的谈判

李先生是一家陶瓷工厂的业务员,今天,他将要带着做好的陶瓷餐具样品到位于外贸大楼第十层的华美达进出口公司,请该公司王经理对样品进行确认并就合同细节进行最后一次谈判。由于是星期一,交通非常拥堵,当李先生到达外贸大楼时,电梯外已排起了长长的队伍。为了不迟到,李先生只好改为走楼梯,终于在8点前满头大汗地赶到了王经理的办公室。王经理热情地请李先生坐下,并泡了一杯绿茶递给了李先生。李先生斜靠在沙发上,跷起了二郎腿,还从口袋里掏出一支烟点上,非常享受地抽了起来。王经理认真地查看着餐具样品,当他询问李先生样品的重金属含量是多少时,李先生习惯性地摸了摸头发,回答说:“这是技术部门的事,我不知道。”谈到价格时,李先生坚决地说:“这是我们老板定的最低价格,再不能优惠了。”王经理沉默了一会,找借口离开了办公室,而李先生则解开领带,拿出手机刷起了短视频。你觉得李先生能把合同签下来吗?

思考与讨论:

1. 李先生的谈判为什么失败? 他的失礼之处有哪些?

2. 通过案例分析总结出礼仪在商务活动中的作用。

不能原谅的行为

华美达进出口公司应印度一家贸易公司邀请前往孟买商谈出口一千吨化工产品到印度的合作事宜。到达当晚，印度朋友设宴招待华美达公司黄副总经理和出口部小刘。宾主双方交谈甚欢，这时，一位印度朋友请小刘将盐罐递给他，小刘用左手将盐罐递了过去，印度客人脸色大变，没有理会小刘，默默地站起来招呼其他同事离去了，宴请不欢而散。

思考与讨论：

印度客人为什么没有理会小刘？小刘违反了商务礼仪的什么原则？

亲切的举动

这天下午，华美达公司赵总从工厂回到市区，来不及换下沾满油渍的工作服就急匆匆地来到一家汽车4S店，想为妻子购买一辆汽车作为妻子第二天生日的礼物。然而，店内众多销售员见赵总如此穿着，不仅没有热情招呼，还在一边冷嘲热讽，说这种人就是进来蹭空调的。赵总有点生气，正当他准备转身离开时，店里新来的小刘快步地迎了上去，亲切地说道：“欢迎光临！”接着又倒了一杯热茶双手递了上去，对赵总说：“您随意，有什么需要请随时召唤我。”赵总满意地仔细看了起来，并不时询问小刘，最后订了一辆红色的跑车和两辆商务SUV，总价两百多万，小刘欣喜不已。

思考与讨论：

本案例体现了商务人员应具备的哪些修养？

曾子避席

曾子是孔子的弟子，有一次他在孔子身边侍坐，孔子问他：“以前的圣贤之王有至高无上的德行、精要奥妙的理论，用来教导天下之人，人们就能和睦相处，君王和臣下之间也没有不满，你知道它们是什么吗？”曾子听了，明白老师孔子是要指点他最深刻的道理，于是立刻从坐着的席子上站起来，走到席子外面，恭恭敬敬地回答道：“我不够聪明，哪里能知道？还请老师把这些道理教给我。”

思考与讨论：

1. 曾子为什么要起身站起来走到席子外面？
2. 曾子避席的行为体现了礼仪的哪个原则？

【拓展训练】

(TK) (TZ)

做一做

一、登录“中华礼仪网” (<http://www.welcome.org.cn/>)，了解中国传统礼仪文化

知识，了解礼仪的起源与发展，掌握礼之精髓，弘扬民族文化。

二、以小组为单位对本地零售业或餐饮业中的一家名牌企业和一家小企业进行调查，围绕企业的经营场所、识别标志、环境、设施、产品以及企业员工的仪表、表情、举止动作、服饰、谈吐、待人接物等方面进行对比分析，写出调查报告，理解礼仪在企业商务活动中的重要作用。

三、多读一些成功人士的传记，学习他们是怎样加强自身修养的。