



书名：国际商务礼仪（四色）

ISBN：978-7-5647-7576-6

作者：赖红清 谭名钧

出版社：电子科技大学出版社

定价：52.80元

随着商务活动的日益频繁，商务礼仪已成为各种职业行为的重要内容和现代商务组织不可替代的形象资源，越来越受到商务组织乃至社会各界的广泛重视。本书着力体现现代院校的教育特色，遵循商务礼仪规范，从创新性、实用性、互动性入手，突出商务礼仪的操作，注重实操能力的培养，重点关注和突出了以下特点。

1. 理论简约、实务详尽。淡化学科和理论色彩，注重高校学生的智能结构特点与认知规律，着力编制各商务礼仪的主要工作流程，突出针对性与逻辑性。

2. 理论讲解与操作示范相结合。增加了微型课堂训练案例、知识补充、专家指导、学习视频等，突出趣味性与实用性。

3. 教材契合了“理论实践一体化”的教学模式，让学生身体力行，在做中学，在做中学，熟练运用，更加关注学生态度和技能的养成。

本书整体结构科学合理，以国际商务活动的开展顺序为主线，以国际商务人员为着眼点，内容循序渐进，涵盖了国际商务礼仪的认知、商务人员形象塑造、国际商务社交礼仪、国际商务办公礼仪、国际商务会议礼仪、国际商务仪式礼仪、国际商务宴请礼仪等七大模块。每一模块包括多个任务，每一个任务都由任务引入、任务布置、任务分析、知识链接、任务操作要点、任务考核六个部分构成。每一模块后都有模块小结、拓展与提高、实训与指导，便于学生课后巩固学习效果，掌握实际操作技能。

本书适合作为经济管理、企业管理等专业的必修课程教材和各专业大学生职业素养指导书以及社会经贸人士读物。

本书在编写的过程中，参考借鉴了国内外大量礼仪著作、刊物、网站和教材，限于篇幅，未能一一注明，在此深表谢意。由于时间仓促以及编者水平和能力有限，书中的不足和疏忽在所难免，恳请同行专家、学者以及广大读者不吝赐教，批评指正。

编者

目 录

contents

模块一 国际商务礼仪的认知

- ◎任务一 礼仪的含义与发展 3
- ◎任务二 国际商务礼仪的原则与作用 10
- ◎任务三 国际商务人员的职责与素质 14

模块二 商务人员形象塑造

- ◎任务一 商务人员的仪容礼仪 21
- ◎任务二 商务人员的着装礼仪 31
- ◎任务三 商务人员的仪态礼仪 45

模块三 国际商务社交礼仪

- ◎任务一 商务会见礼仪 67
- ◎任务二 商务沟通礼仪 79

模块四 国际商务办公礼仪

- ◎任务一 办公室人员礼仪 89
- ◎任务二 电话礼仪 95
- ◎任务三 商务文书礼仪 101

模块五 国际商务会议礼仪

- ◎任务一 一般商务会议礼仪 119
- ◎任务二 专题会议礼仪 128

contents

模块六 国际商务仪式礼仪

◎ 任务一 国际商务谈判礼仪	141
◎ 任务二 剪彩礼仪	160
◎ 任务三 开业典礼礼仪	164

模块七 国际商务宴请礼仪

◎ 任务一 宴请者礼仪	173
◎ 任务二 赴宴者礼仪	179
◎ 任务三 中餐礼仪	182
◎ 任务四 西餐礼仪	187

参考文献	200
------------	-----

模块一

国际商务礼仪的认知



学习目标

【知识目标】

- 1.掌握国际商务礼仪的原则及作用。
- 2.熟悉国际商务人员应具备的素质。
- 3.了解礼仪的含义、礼仪的起源、礼仪的发展概况。

【技能目标】

- 1.能对照自身状况,分析自己作为国际商务人员应具有素质。
- 2.能运用礼仪的基础理论,分析国际商务礼仪行为中所包含的原则。

任务一 礼仪的含义与发展

【任务引入】

中国是文明礼仪之邦,自古以来,对礼仪颇为重视。早在春秋时期,孔子就说过,“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”;荀子说过,“人无礼而不生,事无礼则不成,国无礼则不宁”。礼仪不仅是一个人的内在修养与外在形象的表露,同时也是一个公司或企业的名片与窗口,是一个民族或国家的素质体现。无论是人际的、社会的乃至国与国之间的交往,抑或是旅游、商业、服务业等行业的接待服务工作,都离不开对礼仪的遵守。那么,什么是礼仪?礼仪起源于何时?不同社会形态的礼仪又有何不同?

【任务布置】

比较不同形态的礼仪。

【任务分析】

- (1) 查找资料,分析礼仪的内涵,查找礼仪的共同特性。
- (2) 查找资料,明确原始社会、奴隶社会、封建社会、现代社会的礼仪。
- (3) 比较原始社会、奴隶社会、封建社会、现代社会礼仪的不同之处。

一、礼仪的含义

在大多数情况下,礼仪是礼节、礼貌、仪式的统称,礼仪一词经常可以取代“礼”“礼节”“礼貌”“仪式”。但从内涵上来看,它们既有区别又有联系,不可简单地混为一谈。

根据《辞海》解释,礼的本意为敬神,后演变为表示敬意的统称,这可从礼的造字法得到佐证。礼的繁体字为“禮”,左边是“礻”字,意为祭祀敬神;右边是“豊”,意为祭物;合起来表示把盛满祭物的祭具摆放在祭台上,献给神灵以求福佑。

礼节是人们在日常生活中相互表示尊敬、祝颂、哀悼之类的各种惯用形式，是礼貌在语言、行为和仪态等方面的具体体现，如问候、握手等。它经常作为书面规范语言出现，如“外交礼节”“常用礼节”。

礼貌是指人们在社会交往过程中良好的言谈和行为，侧重于表现人的品格与修养，经常出现在口语之中，如“有礼貌”“讲礼貌”“待人要礼貌”等。礼貌是人的道德品质修养的最简单、最直接的体现，也是人类文明行为的最基本的要求。在现代社会，使用礼貌用语，对他人态度和蔼，举止适度，彬彬有礼，尊重他人已成为日常的行为规范。

仪式指行礼的具体过程或程序，它是礼仪的具体表现形式。

礼仪包括“礼”和“仪”两部分：“礼”表示敬意；“仪”是指“法度标准”，即表现“礼”合乎社交规范和道德规范的方式。礼仪是指在人际交往过程中，自始至终以一定的、约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的完整行为。

二、国际商务礼仪的含义

国际商务礼仪是指人们在涉外商务活动和商务交往中，为了对交往对象表示尊重与友好，使商务活动以更加体面和友好的方式进行，结合不同国家不同地区的习俗，根据一些约定俗成的惯例，在国际商务活动中逐渐形成的礼仪原则和规范。国际商务礼仪就是人们在国际交往中要遵守的“交通规则”，它是一种“世界语”。随着经济全球化和我国在世界经济体中的地位越来越重要，我国的涉外商务活动日益频繁，国际商务礼仪也扮演着越来越重要的角色。国际商务礼仪中常见的问题如图 1-1 所示。

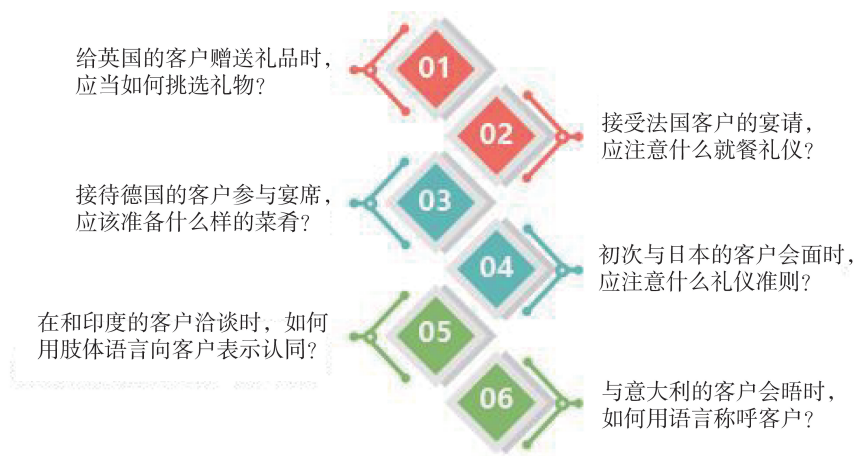


图 1-1 国际商务礼仪中常见的问题

国际商务礼仪强调“求同存异”与“遵守惯例”。现在世界上有 200 多个国家和地区，有数不胜数的民族，有几十亿人口，礼仪和习俗因人而异。俗话说“十里不同风，百里不同俗”，更何况那些居住在不同国家、分属不同民族、有不同宗教信仰的人们了，礼仪和习俗都是不同的。鉴于此，人们在参与国际商务交际的时候，就必须有这样一种意识，即遵守约定俗成的共同礼仪与习俗规范。通过学习国际商务礼仪知识能帮助

你了解国际行为规范和准则，在提高自身修养的同时，提高国际社交能力水平，最终提高自身综合竞争力。

三、国际商务礼仪的发展

国际商务礼仪是在跨国、跨地区商品交换的过程中产生的。在国际商务活动中，商务礼仪因国别、地域、宗教信仰、文化背景、政治制度等不同而千差万别。



礼仪知识：社交握手礼的由来

我们在商务会面时常用握手礼，握手礼来源于最初的摸手礼。传说，当时人们在路上遇到陌生人时，如果双方均无恶意会放下手中的东西，伸出自己的一只手（通常是右手），手心朝上，向对方表明自己手中没有武器，两人走近再互相抚摸掌心，以示友好。这一习惯沿袭推广，就成了现在广泛适用的握手礼。

为了更好地与不同各民族、种族和国家的人进行商务交往，就必须先对不同国家的风俗文化有所认识，对国际商务往来中所需具备的素质有所了解。在商品交换中，从事商品交换的人们更多地尊重商品交换地的风俗习惯，这个习惯在跨国和跨文化的商品交易中尤其明显和重要。英文中所说的“*When in Rome do as the Romans do*”（入乡随俗）即源于此。

人们在长期的商务活动中积累和总结了一些约定俗成的惯例，逐渐形成了国际商务礼仪。这其中包括仪表礼仪、言谈举止、书信来往、电话沟通等技巧，从商务活动的场合又可以分为办公礼仪、宴会礼仪、迎宾礼仪等。



礼仪知识：握手礼与商务见面礼仪禁忌、习俗

在阿拉伯国家参与商务活动时，男性之间可行握手礼，女性一般不主动跟男性握手，男性更不能主动与女性握手。

合十礼是流行于泰国、缅甸、老挝、柬埔寨、尼泊尔等国家的见面礼节。因此，合十礼常代替握手礼作为这些国家的商务见面礼节使用。

拥抱礼是流行于欧美国家的见面礼节，多作为欧美国家迎送宾朋或祝贺致谢等特定的欢庆的商务场合礼节。

日本人和韩国人见面则通常行鞠躬礼。因此鞠躬作为主要商务见面礼仪使用于日本和韩国。

四、中国商务礼仪的发展

（一）中国礼仪的起源

根据人类学、历史学、考古学的研究，礼仪起源于人类最原始的两大信仰：一是天地信仰，二是祖先信仰。在原始社会，生产力极其低下，人类处于愚昧无知状态，对千变万化的自然现象无从解释，于是将自然的力量神秘化、人格化，按照人的形象想象出各种神灵作为崇拜的对象，并以一定的程序来表达人类的敬意，以求吃饱穿暖、岁岁平安，避免天灾人祸。因而，礼仪是原始人类为祭祀天地神明、祈求风调雨顺、祈祷祖先显灵、拜求降福免灾而举行的一种敬神拜祖仪式。

（二）中国礼仪的发展

礼仪的历史是漫长而久远的。它随着人类社会的产生而产生，随着经济的发展、社会的进步而不断前进。纵观礼仪的发展，中国的礼仪可分为原始社会礼仪、奴隶社会礼仪、封建社会礼仪、现代社会礼仪四个阶段。



礼仪知识：古代五礼

五礼，即吉礼、凶礼、军礼、宾礼、嘉礼。

吉礼：吉礼是五礼之冠，主要是对天神、地祇、人鬼的祭祀典礼。《左传》中说：“国家大事，在祀与戎。”历代兴革不一，但极为统治阶级所重视。

嘉礼：嘉礼是和合人际关系、沟通、联络感情的礼仪。嘉礼主要内容有：饮食之礼，婚、冠之礼，宾射之礼，飨燕之礼，脰膳之礼，贺庆之礼。

宾礼：宾礼即邦国间的外交往来及接待宾客的礼仪活动。如天子受诸侯朝觐、天子受诸侯遣使来聘、天子遣使迎劳诸侯、天子受诸侯国使者表币贡物、宴诸侯或诸侯使者。此外，王公以下直至士人相见礼仪，也属宾礼。

军礼：军礼是师旅操演、征伐之礼。军礼既包括作战时的规划，也包括军队的日常礼仪与纪律。春秋战国之后不再有完整的军礼，后来逐渐演变成严密的军机和严酷的军法。

凶礼：凶礼是哀悯吊唁忧患之礼，指用于吊慰家国忧患方面的礼仪活动。包括丧葬礼、荒礼、吊礼、恤礼、禴礼等，后多特指丧葬、持服、谥号等礼仪。

原始社会是礼仪的萌芽期。原始社会的礼仪简单，主要内容为图腾崇拜、自然崇拜。原始社会生产力水平极端低下，靠“天”吃饭，把“天”“神”作为宇宙间最高的主宰，对其顶礼膜拜，进行祭祀，便产生了最早的也是最简单的以祭天、敬神（即“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。



礼仪知识：原始社会的部分礼仪

生活在距今 1.8 万年的北京周口店山顶洞人就已经知道打扮自己。他们用穿孔的兽齿、石珠作为装饰品，挂在脖子上，在死去的族人身旁撒上赤铁矿粉，举行原始宗教仪式。公元前 1 万年左右，人类进入新石器时期，原始礼仪渐具雏形。在半坡遗址中，通过考古发现了生活在距今 5 万年的半坡村人的公共墓地。墓地中的坑位排列有序，死者的身份有所区别，有带殉葬品的仰身墓，有没有带殉葬品的俯身墓。此外，有关资料表明，当时人们已经讲究尊卑有序、男女有别，长辈坐上席，晚辈坐下席，男子坐左边，女子坐右边等礼仪也日趋明确。

奴隶社会是礼仪的形成时期，“礼”开始打上阶级的烙印，礼的含义也有所变化。这一阶段大约在公元前 21 世纪到公元前 771 年的夏商周三代时期。从夏朝建立起，中国社会就进入了奴隶制社会。在这一阶段，奴隶主阶级为了维护本阶级的利益，巩固自己的统治地位，修订了比较完整的国家礼仪和制度，提出了极为重要的礼仪概念，如“五礼”等，确定了崇古重礼的传统。《周礼》《仪礼》《礼记》礼学三部著作的出现，标志着周礼已达到系统、完备阶段，礼仪的内涵已由单纯祭祀天地、鬼神、祖先的形式，跨入了全面制约人们行为的领域。



礼仪知识：礼学三著作

《周礼》《仪礼》《礼记》统称“三礼”，是西周时出现的礼学三著作。《周礼》是中国历史上第一部记载“礼”的书籍。人们通常认为，《周礼》和《仪礼》是周公的遗典，《礼记》是其释文，是关于各种礼制的百科全书。其中，《周礼》偏重政治制度，《仪礼》偏重行为规范，《礼记》偏重对礼的各个分支做出符合统治阶级需要的理论说明。由这“三礼”所涉及的各种礼制的总和，涵盖了中国古代“礼”的主要内容。

封建社会是礼仪进入发展、变革的时期，这一阶段大约从秦、汉时期到 1911 年，形成了以儒家学派学说为主导的正统的封建礼教。这一时期礼仪的重要特点是尊君抑臣、尊父抑子、尊夫抑妻、尊神抑人。西汉唯心主义思想家董仲舒提出“罢黜百家，独尊儒术”，把以孔子为代表的儒家思想定为封建社会的统治思想，并提出了“三纲”“五常”的学说。以三纲五常、三从四德为主体的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。



礼仪知识：三纲五常

三纲：君为臣纲，夫为妻纲，父为子纲。

五常：以仁、义、礼、智、信五种封建伦理道德为准则。

“三纲”和“五常”是“天”的意志的表现，“三纲”的主从关系是绝对不可改变的。在漫长的封建历史演变过程中，董仲舒的这一学说一直是人们的礼仪准则。它一方面起着调节、整合、润滑人际关系的作用，作为一种无形的力量制约着人们的行为，使人们循规蹈矩地参与社会生活；另一方面，它又成为妨碍人类个性自由发展、阻挠人类平等交往、禁锢思想自由的精神绳索。直到清朝末年，尤其是民国时期，西方文化大量传入中国，传统礼仪制度和规范逐渐受到冲击，科学、民主、自由、平等的观念迅速深入人心，新的价值观念和礼仪标准得到传播和推广。

现代社会是中国现代礼仪的形成和发展时期，这一阶段大约从 1911 年直到现在。这一时期大致经历了两个阶段：一是半封建半殖民地时期，1840 年鸦片战争后，中国为半封建半殖民地社会，封建礼仪加上西方资本主义的道德观，形成了独特的“大杂烩”式的半封建半殖民地礼仪；二是 1949 年中华人民共和国成立，新型的社会关系和人际关系确立，标志着中国的礼学和礼仪进入了一个崭新的历史时期，人民当家做主，人与人之间的同志式的互助合作关系代替了对抗关系。改革开放的大潮使礼仪获得了新的生命，人们在学习和借鉴西方礼仪的同时形成了中国现代礼仪。

（三）中国商务礼仪的发展

从汉代的丝绸之路开始，中国的祖先就已经融入了广泛的国际经济，海上丝绸之路、郑和下西洋，广东及江浙沿海一带自古也有发达的国际贸易。在国际贸易开展的同时，中国商务礼仪就已经开始探索发展了。今天，随着中国与世界的关系越来越密切，与国际上的商务交往也往日趋频繁；与此同时，中国良好的经济发展前景吸引了大量的跨国公司涌入，国内企业面对的市场的竞争也日益严峻。中国企业为了营造良好的交易氛围，促成交易合作的成功，积极学习掌握国际商务礼仪，以此树立与巩固企业的良好形象，体现个人的良好素质。由此逐步形成的中国商务礼仪的发展对于中国企业的企业文化建设、客户关系建立、公共关系处理、市场开发拓展等商务活动产生了积极的意义。



礼仪知识：“礼仪”的由来

“礼仪”的英文单词是“etiquette”，是由法语演变而来的。最初的含义是“法庭上的通行证”。相传古代法国法庭为了展示司法活动的威严，制定了一些维系法庭秩序的特定规则，并将其抄写在一张长方形的“etiquette”通行证上，发给进入法庭的每一个人，宣传身处法庭内的行为准则。

后来，英文单词“etiquette”在法文的“行为准则”的意思上进一步发展，表现为“规矩、礼节、礼仪”。因此“礼仪”在西方国家最早是从“行为准则”发展而来的，意思也从原来的“法庭上的通行证”发展为“人际交往中的通行证”。

【任务操作要点】

- (1) 将全班同学分组，4~5人为一组。
- (2) 组织小组同学商讨任务的解决方式。
- (3) 小组同学分工合作，查找资料，解决问题。
- (4) 小组同学再次商讨，将问题的答案要点记下。
- (5) 小组选代表上讲台发言。
- (6) 老师、其他组员打分。
- (7) 老师总结任务的完成情况，强调学习重点。

【任务考核】

1. 考核方式

- (1) 小组自评占 30%。
- (2) 评审小组评价/小组成员互评占 30%。
- (3) 教师评价占 40%。

2. 评价指标

表 1-1 评价指标

评价内容	分值/分	评分/（等级/分）
基本知识能力水平	20	
礼仪运用能力	30	
分析问题能力	10	
团队合作能力	10	
工作态度	10	
成果演示	20	

注：考评满分为 100 分，60 分以下为不及格，60~69 分为及格，70~79 分为中等，80~89 分为良好，90 分以上为优秀。

任务二 国际商务礼仪的原则与作用

【任务引入】

一口痰毁掉一次合作

某医疗器械厂经过艰难的谈判即将与客商约瑟先生签订“输液管”生产线的合同。然而在参观车间时，厂长陋习难改，在地上吐了一口痰，约瑟看后一言不发，掉头就走，只留给厂长一封信：“我十分钦佩您的才智和精明，但您吐痰的一刻使我彻夜难眠。一个厂长的卫生习惯可以反映一个工厂的管理素质。况且我们合作的产品是用来治病的，人命关天。请原谅我的不辞而别，否则上帝都会惩罚我的。”

【任务布置】

1. 为什么客商约瑟先生不与该医疗器械厂合作？仅仅是因为吐痰的事情吗？
2. 礼仪只是形式上的东西吗？商务人士在与人交往中应注意哪些礼仪原则？
3. 联系生活，说明礼仪有何作用。

【任务分析】

1. 小组探讨，分析礼仪是不是仅是形式上的东西。为什么？
2. 查找资料，明确商务人士在与人交往中应注意哪些礼仪原则。
3. 寻找案例，相互探讨，说明商务礼仪在生活中的作用。

国际商务礼仪是指公司、企业及其他一切从事商务活动的人士，在国际商务往来中所应当遵守的行为准则。

一、国际商务礼仪的原则

人们的各种国际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，这就是国际礼仪的原则。探讨这些礼仪原则在商务上的具体规律，有助于礼仪规范化，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。

国际商务礼仪的主要原则有七个方面。

（一）遵守原则

礼仪作为行为的规范、处事的准则，反映了人们的共同利益。社会上的每个成员不论身份高低、职位大小、财富多寡，都应自觉遵守。如果违背了礼仪规范，会受到社会舆论的谴责，交际自然也就难以成功。

遵守原则体现在许多方面，如遵守公德、遵守秩序、遵时守信。排队打饭、排队坐车、爱护公物、保持图书馆安静等，凡是在公共场所，都须遵守共同的约定，以保护他人利益不受影响。

（二）敬人原则

孔子说：“礼者，敬人也。”礼仪的核心就是敬人。所谓敬人的原则，就是要求人们在交际活动中，与交往对象要互谦互让、互尊互敬、友好相待、和睦共处，要将对交往对象的重视、恭敬、友好放在第一位，不可失敬于人，不可伤害他人的尊严，更不能侮辱对方的人格；提倡换位思考，设身处地为他人着想，做雪中送炭之事。在人际交往中，只要不失敬于人，哪怕具体做法一时失当，也不能算失礼。

（三）平等原则

平等原则是礼仪的基础，是现代礼仪有别于以往礼仪的主要原则。商务礼仪中平等的原则要求以礼待人，对任何交往对象都必须一视同仁，给以同等程度的礼遇。不允许因为彼此之间在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富以及与自己关系的亲疏远近等方面有所不同，就厚此薄彼，区别对待，给以不同的待遇。

（四）从俗原则

礼出于俗，俗化为礼。“十里不同风，百里不同俗”，由于国情、民族、文化背景等的不同，各民族各地区习俗存在着一定的差异，这就要求我们在商务交往活动中，入乡随俗，与当地大多数人的习惯一致，切勿目中无人、自以为是、指手画脚、随意批评，否定他人的习惯性做法。遵守从俗原则的这些规定，会使礼仪的应用得心应手，更加有助于人际交往。

（五）适度原则

适度原则的含义是要求应用礼仪时，为了保证取得成效，必须注意技巧，合乎规范，特别是要做到注意交往的距离，把握分寸，大方得体。这是因为凡事都会过犹不及，运用礼仪时假如做得过了头，或不到位，都不能正确表达自己的自律、敬人之意。如《三国演义》中的杨修，才高八斗，聪明过人，但他在与其上司曹操交往过程中把握不当，最后招来杀身之祸。

（六）宽容原则

宽容就是心胸宽广，不过分计较个人的得失。孔子说“宽则得众”，宽容意味着要有容忍的雅量和多替他人考虑的品德。理解他人、体谅他人，对他人不求全责备，虚心接受他人的批评意见，要容许其他人有个人行为 and 独立进行自我判断的自由。对不同于己、不同于众的行为要耐心宽容，不要求其他人处处效法自己，与自己保持完全一致。严于律己，宽以待人，是为人处世的较高境界，也是有较高修养的表现。宽容是获得友谊和朋友、扩大交往面的基本要求。

（七）自律原则

自律就是在交往过程中要克己慎重、自觉自愿，自始至终表里如一、礼貌待人。古

训中“非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿行”，实际上就是礼仪自律的具体要求。要做到自律，须将礼仪的要求自我对照，自我反省，自我要求，自我检点，自我约束，养成一种良好的习惯与修养。



礼仪故事

某省会城市一家三星级饭店的女总经理，衣着大方得体，语言热情适宜，正在宴请北京来的专家。席间，秘书突然过来说有急事，请她暂时离席去送外宾，可这位女经理却迟迟未起身，原来她的双脚不堪忍受高跟鞋的束缚，出来“解放”了一会儿，突然有了情况，双脚一时找不到“归宿”，令女经理好不难堪。

造成这种情况的原因不是总经理不懂礼仪，而是她没有养成良好的习惯，对礼仪缺少自律精神。

二、国际商务礼仪的作用

（一）有利于交流双方的沟通、协调

礼仪是一种交往的规范，交流双方的行为规范只有符合礼仪的要求，人际交流才能得以正常进行和延续。热情的问候、友好的目光、亲切的微笑、文雅的谈吐、得体的举止，有利于人们的沟通与协调，消解彼此之间的矛盾与不满，做成生意，互利互惠。



礼仪知识：布吉林的 3A 准则

布吉林曾担任国际公馆协会主席、美国总统顾问、美国乔治城大学外交系系主任。布吉林认为：要和客户建立良好的商务合作关系，最重要的是要善于向客人表示尊重和友善。他提出了三项准则，即 3A 准则：第一，接受对方（Accept），即对人如己，客户永远是正确的；第二，重视对方（Appreciate），即欣赏重视，认可、赞同客户而不是挑剔；第三，赞美对方（Admire），恰当的赞美能表达对客户的认同，还表达了对客户的尊重和欣赏。

（二）塑造组织形象

良好的组织形象是任何组织所追求的目标，组织形象的塑造处处都需要礼仪。比如，你想和某一单位联系业务，当你拨打对方办公室电话竟无人接听或铃响五六声之后才有人接听时，你会对该单位产生一种印象——工作效率不高，制度不健全，员工素质差等。反之，当你一拨通电话，听到对方和蔼可亲的问候、得体的称谓、礼貌的语言、简捷干

练的回答、热情的接待时，你立即会有一种亲切之感。

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、塑造组织良好形象、扩大社会交往、促进事业成功都具有十分重要的作用。



礼仪知识：首轮效应

首轮效应，即首因效应，是指人们在日常生活中初次接触某人、某事、某物时所产生的瞬时印象，乃至之后对同一人、事、物的认知方面产生的明显的印象。首轮效应强调第一印象是难以改变的，通常会导致长期的思维定性。

美国前总统奥巴马曾在演讲中提及：人永远没有第二次机会去改变别人对他的第一印象。

因此，在商务礼仪中更加强调个人形象，在国际商务场合必须要注意各种商务礼仪准则，尽量给别人留下美好的印象。

【任务操作要点】

- (1) 将全班同学分组，4~5人为一组。
- (2) 组织小组同学商讨任务的解决方式。
- (3) 小组同学分工合作，查找资料，解决问题。
- (4) 小组同学再次商讨，将问题的答案要点记下。
- (5) 小组选代表上讲台发言。
- (6) 老师、其他组员打分。
- (7) 老师总结任务的完成情况，强调学习重点。

【任务考核】

1. 考核方式

- (1) 小组自评占 30%。
- (2) 评审小组评价/小组成员互评占 30%。
- (3) 教师评价占 40%。

2. 评价指标

表 1-2 评价指标

评价内容	分值/分	评分/（等级/分）
基本知识能力水平	20	
沟通、协调能力	30	
分析、处理问题能力	10	
团队合作能力	10	
工作态度	10	
成果演示	20	

注：考评满分为 100 分，60 分以下为不及格，60~69 分为及格，70~79 分为中等，80~89 分为良好，90 分以上为优秀。

任务三 国际商务人员的职责与素质

【任务引入】

现代销售理论奠基人戈德曼博士告诫我们：“把一个不合适的人放到销售岗位上，一开始你就失败了。”推而广之，不是所有的人都适合从事商务工作，也不是所有从事商务工作的人都能成功。商场如战场，作为国际商务人员，他们的职责是什么？他们必须具备哪些素质？

【任务布置】

寻找班上最适合从事国际商务工作的人员。

【任务分析】

- (1) 查找资料，了解国际商务人员的职责。
- (2) 分析国际商务人员应具备的素质。
- (3) 对班上同学的素质进行分析。
- (4) 寻找与国际商务人员素质最相匹配的同学。

一、国际商务人员的职责

职责，是完成工作的首要保证。不同职业所担负的职责有所不同。商务人员的职责，主要有以下几种。

- (1) 保密职责：为公司保密，为客户保密。
- (2) 合同管理职责：管理公司的商务合同，并跟踪合同的执行。
- (3) 商务谈判职责：配合公司的业务开展，和商务客户进行谈判。
- (4) 信息分析职责：收集信息，分析市场信息。
- (5) 客户管理职责：对公司建立的商务供应链的客户进行管理和评级。
- (6) 台账管理职责：对每个客户和相应的模块做台账登记。
- (7) 服从职责：服从公司业务拓展的需要和管理的需求。
- (8) 团队合作职责：与公司的其他员工合作完成公司的业务。
- (9) 学习职责：学会学习相应的信息和法规，以及行业规则，学会做笔记。

二、国际商务人员的素质

素质是指人的心理、心理方面的个性特征及思想、道德修养状况的总和，表现为一个人的气质、性格、能力和品行，是决定人的行为特征的内在因素。一个人的素质是由先天生理和后天环境结合造就的，因而既具有稳定性，又具有可塑性。

商务工作是一种知识性、技术性很强的开拓性活动，要求从事经贸活动的商务人员必须具备广博的知识和多方面的才华。特别是在当今科学技术高速发展、全球经济迅速增长、贸易方式不断创新、新技术和新产品不断涌现的今天，商务人员的素质和能力对

企业的发展起着重要作用，对于商务活动的开展和市场的开拓会产生直接的影响，培养和构建一支纵横江湖、战之能胜的销售队伍成了现代企业的核心竞争力。

商务活动属于社会性极强的活动，不但要求商务人员具有认识和思考、选择和判断、演说和思辨、机智和灵活的应变能力，还应具有敏感、沉着、忍耐、坚强、谨慎、幽默等气质和不断充实、更新的知识。

商务人员的素质主要有以下几种。

（一）身体素质

商务人员要保持健康的体魄、充沛旺盛的精力，从而在商务交往中使他人产生好感，乐于与其交往。现在的人夜生活较多，作为商务人员要尽量避免不良嗜好，养成早睡早起的习惯，跑步、去健身房，经常打球，多吃富含维生素的蔬菜。

（二）道德与性格素质

（1）要做优秀的商务人员，须有很高的情商，包括：性格开朗、和悦近人、主动积极、兴趣广泛、语言幽默，喜欢与人交流；真诚守信；忠于职守，有良好的敬业精神和坚定的正义立场。

（2）礼貌待人，做事有分寸，言谈举止都恰到好处，给人良好的印象。

（3）开拓进取，意志坚强。商务人员所面对的失败往往多于成功，有时还要面对寂寞和无援，这时必须要有坚强的意志。成功之后保持清醒的头脑也是一种意志的坚强，得意淡然，失意泰然。

（三）能力素质

1. 良好的沟通能力

人与人之间的交往，需要沟通。沟通能消除误会，能求同存异。商务人员更需要沟通，商务合同的签订，并不是与客户或公司交谈一次二次就能成功，需要商务人员不断地努力，不停地沟通，以达成共识。商务沟通活动包括前期意向的谈判、客户的管理、促销的谈判、价格商定和维持、客诉的处理，也包括向领导汇报工作、申请促销，等等。良好的沟通是商务人员开拓市场过关斩将的主要利器。沟通能力强的商务人员，能在任何时间任何地点跟任何人找到合适的话题，进行友好交谈。

2. 良好的表达能力

表达能力包括口头表达能力与书面表达能力。通俗、严肃、风趣的语言，不但能达到良好的表达效果，而且能创造交流业务的融洽气氛和亲密无间的客户关系，而书面表达，如写市场调查报告、汇报材料等，也是商务人员经常要做的工作。很多商务人员口头表达能力不错，申请促销、汇报工作滔滔不绝，但形成文字申请方案却错字连篇、语句不通、文理不畅，往往影响方案或文件的批复。

3. 学习创新能力

不仅要学习有关产品和行业知识以及销售技巧，更重要的是提高各种能力。社会变化日新月异，新知识、新产品、新技术不断出现，需要不断学习，与时俱进。无论是公

司统一培训还是商务人员自己学习，都是开展商务工作所必备的，商务人员必须不断地学习和充实自己。例如营销知识，除了需要学习 CI 体系乃至广告方面的定位、USP 策略等很多传统的营销知识，还有很多新兴的营销知识需要更新，比如对直销的看法、对终端的认识、整合营销、营销价值链、战略区域市场等很多新的课题和学派的知识需要去研究和探讨，这样才能把商务工作开展到最佳状态。

学习主要表现在思考能力上，要善于发现新的更好的方法，要不断地去总结，更要不断地去创新。面对每一个新的客户，都是一次新的学习和提高。

在现代营销中，区别于传统计划经济销售的主要亮点就是永远提倡创新。因为在供过于求的买方经济里，只有有价值的创新营销才能在营销中立于不败之地，也是商务人员孜孜追求的目标。

4. 团队合作能力

一件事或是一项事业，很少可以由一个人完成。商务人员除了面对客户之外，其余的都不一定是自己的强项，这就要借助团队的力量。团队精神需要企业文化的支持和共同目标的引导，商务人员个人还要有较强的技巧。

5. 敏捷缜密的思维能力

作为商务人员，运用良好的沟通技巧，是做好销售工作的基本功，但一个优秀的商务人员更应该在更高的层次上有所突破，那就是具有缜密的逻辑思维、敏捷的现场反应，具有快速的反应和答疑能力。这在现代企业里越发显得重要，比如大公司专业性的谈判，特别是和有丰富经验的商务谈判高手谈判，谈判工作更显得艰难和重要。

（四）知识素质

商务人员接触的产品多样，接触的人各异，要做好商务活动，需要具备丰富的知识，既要拥有专业知识，也要广猎非专业知识。商务人员必须掌握基本的营销知识体系，如公司的整体情况、产品的知识、行业状况、竞品的信息、公司的销售政策等，还必须掌握一些工作的工具，比如 SWOT 分析、鱼骨图。对心理学、口才学、文学、销售学、谈判技术、公关学、美学、社会学、计算机应用、社会学、人际关系学、历史和地理等多方面的知识技能等都要有所了解，以便与不同类型的人交流。

现代社会，猎取知识的途径多样，如可通过电视、书本、杂志、网络等。“三人行，必有我师焉”，只要做生活的有心人，就能不断获取知识。

“用脑生活，用心工作；注重过程，关注结果；勤于学习，善于沟通，勇于创新”，这将成为新世纪商务人员的最佳素质写照。

【任务操作要点】

- (1) 将全班同学分组，4~5 人为一组。
- (2) 组织小组同学商讨任务的解决方式。
- (3) 查找资料，相互讨论，将问题的答案要点记录下来。
- (4) 小组选代表上讲台发言。
- (5) 老师、其他组员打分。
- (6) 老师总结任务的完成情况，强调学习重点。

【任务考核】**1.考核方式**

- (1) 小组自评占 30%。
- (2) 评审小组评价/小组成员互评占 30%。
- (3) 教师评价占 40%。

2.评价指标

表 1-3 评价指标

评价内容	分值/分	评分/（等级/分）
基本知识能力水平	20	
沟通、表达能力	30	
创新能力	10	
团队合作能力	10	
工作态度	10	
成果演示	20	

注：考评满分为 100 分，60 分以下为不及格，60~69 分为及格，70~79 分为中等，80~89 分为良好，90 分以上为优秀。

【模块小结】

中国是礼仪之邦，自古以来，对礼仪颇为重视。礼仪不仅影响个体的学习与生活，而且影响组织的形象与效益。商务交往的成功，离不开对礼仪规范的遵守。本模块主要介绍了国际商务礼仪的起源与发展，国际商务礼仪的作用、原则，以及国际商务人员应具有素质。国际商务人士应自觉遵守礼仪，学好礼仪，用好礼仪。

【拓展与提高】**一、复习思考题**

- (1) 什么是礼仪？礼仪分为几个阶段？各有什么特征？
- (2) 国际商务礼仪的原则有哪些？
- (3) 举例说明学习国际商务礼仪的作用。
- (4) 要成为成功的国际商务人士，在礼仪上有哪些要求？

二、案例分析题

英国著名的戏剧家、诺贝尔文学奖获得者萧伯纳有一次在苏联访问，他在莫斯科街头散步时见到一个非常可爱的小女孩。萧伯纳和这个小女孩儿玩了很久，在分手时，他对小女孩说：“回去告诉你的妈妈，你今天和伟大的萧伯纳一起玩了。”小女孩儿也学着大人的口气说：“回去告诉你的妈妈，你今天和苏联女孩儿安妮娜一起玩了。”萧伯纳很吃惊，他立刻意识到自己的傲慢，并向小女孩儿道歉。后来，萧伯纳每次回想起这件事，都感慨万千。他说：“一个人无论有多么大的成就，对任何人都应该平等相待，应该永远谦虚。”

讨论：

- (1) 人际交往中为什么要平等相待？
- (2) 案例给你什么启发？

【实训与指导】

一、实训模块

班级分组，以小组为单位讨论“国际商务礼仪的作用及作为一名商务人员应具备什么素质”。

二、实训目标

通过训练，使学生掌握国际商务礼仪的原则及作用，熟悉国际商务人员应具备的素质。

三、实训指导

日本有一家叫木村事务所的企业想扩建厂房，他们看中了一块近郊土地，意欲购买。同时有其他几家商社也想购买这块地。董事长木村半年内多次登门，费尽口舌，但该块土地的所有者——一位倔强的老寡妇，说什么也不卖。

一个下雪天，老太太进城购物顺便来到木村事务所，她本意是想告诉木村先生死了这份心。老太太推门刚要进去，突然犹豫起来，因为屋内整洁干净，而自己脚下的木屐沾满了雪水，肮脏不堪。正当老人欲进又退之时，一位年轻的小姐出现在老人面前：“欢迎光临！”小姐看到老太太的窘态，马上回屋打算为她找一双拖鞋，不巧的是拖鞋正好没有了。小姐便毫不犹豫地把自己的拖鞋脱下来，整齐地放在老人脚前，笑着说：“很抱歉，请穿这个好吗？”老太太犹豫了：她不在乎自己脚冷？“别客气，请穿吧！我没关系。”等老人换好鞋，小姐才问道：“老太太，请问我能为您做些什么？”“哦，我要找木村先生”。“他在楼上，我带您去。”小姐就像女儿扶母亲那样，小心翼翼地把老太太扶上楼。于是，老人就在要踏进木村办公室的一瞬间改变了主意，她决定把地卖给木村事务所。那位老人后来告诉木村先生说：“在我漫长的一生里，遇到的大多数人是冷漠的。我也去过其他几家想买我地的公司，他们的接待人员没有一个像你这里的小姐对我这么好，你的女职员年纪这么轻，却对人那么善良、体贴，真令我感动。真的，我不缺钱花，我不是为了钱才卖地的。”就这样，一个大企业家倾其全力交涉半年也徒劳无功的事情，竟然因为一个女职员有礼而亲切的举动无意促成了，真是奇妙之极。

1. 实训内容及步骤

- (1) 让学生2人为一组进行角色扮演。
- (2) 角色模拟后让学生自由发言，说说自己扮演角色的感受及体会。
- (3) 以班级为单位进行分组（4~5人/组），讨论“国际商务礼仪的作用及作为一名国际商务人员应具备什么素质”？
- (4) 抽查一组上台汇报，其他各组自由补充。
- (5) 师生点评。

2. 实训思考

- (1) 实训报告以书面形式提交。
- (2) 实训报告主要内容：通过本实训，谈谈自己对会议组织常见错误的认识及本次实训的收获，可以重点突出对某一方面的理解。