# 商务礼仪小论文

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2025-04-11

*商务礼仪小论文（精选11篇）商务礼仪小论文 篇1 我国一向被世人称之为 礼仪之邦 ，显而易见，礼仪已然成为中华文化的一部分，而在现代社会中，社交礼仪更是不可或缺，它影响着我们的工作和生活，对于我们大学生来说，在择业和就业中起着举足轻重的作用...*

商务礼仪小论文（精选11篇）

商务礼仪小论文 篇1

我国一向被世人称之为 礼仪之邦 ，显而易见，礼仪已然成为中华文化的一部分，而在现代社会中，社交礼仪更是不可或缺，它影响着我们的工作和生活，对于我们大学生来说，在择业和就业中起着举足轻重的作用。掌握良好的社交礼仪知识是我们走向成功必不可少的铺路石。

一、社交礼仪是什么

社交礼仪作为一种文化，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。讲礼仪可以使一个人变得有道德，讲礼仪可以塑造一个理想的个人形象，讲礼仪可以使你的事业成功，讲礼仪可以使得社会更加安定。礼仪是个人乃至一个民族素质的重要组成。社交礼仪是在社会交往中使用频率较高的日常礼节。一个人生活在社会上，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。

二、社交礼仪的作用

意大利社会公关学家皮利亚诺说过 社交礼仪关系到每个人的形象塑造和人格展示，视而不见、置之不理都是最为轻率的人际交往态度;反之，善于发现和运用社交礼仪的每个细节，才能顺应人与人交往的基本要求，才能给自己提供难能可贵的良机。 好的社交礼仪能

给人一个良好的印象，也能为自己创造一些好的机会。好的社交礼仪能体现出对他人的尊重。尊重是社交礼仪的本质。人都有被尊重的高级精神需要，当在社会交往活动过程中，按照社交礼仪的要求去做，就会使人获得尊重的满足，从而获得愉悦，由此达到人与人之间关系的和谐。如服饰礼仪、待客礼仪等都能体现出对对方的重视程度、尊重程度。有助于人际交往，有助于更好的沟通与交流。礼仪的学习能够帮助顺利地走向社会，走向世界，能够更好地树立起自身的形象，在与人交往中给人留下彬彬有礼、温温文尔雅的美好印象。当代大学生在今后的工作和生活中必将走向社会，特别是从事外事方面工作的学生，更有可能会走向世界，懂得外事礼仪，商务礼仪等方面更有利于社交，从而给事业方面带来意想不到的收获。

三、社交礼仪具体表现

关于穿着与打扮。修饰是指女士穿戴不要太华丽，太耀眼，太过华丽耀眼的修饰和衣着不适合所有场合，尤其是工作及面试中，在工作中，要严肃一点，这样太过浮夸，同时在工作场合以及其他一些公众场合，化妆的话应该是淡妆，不要浓妆艳抹，这是对别人的一种尊重，不需要穿的多么的名贵，最起码需要整整洁洁，不要邋邋遢遢的。面试时，要打理好个人卫生，穿着合适干净即可。

在公共场合中，有人喜欢穿拖鞋、背心之类的，这是应该杜绝的，这样太过随便，是对别人的一种不礼貌的行为。公共场合不要随便的吐痰大声讲话，大声打电话，这样会影响他人。不要对他人指指点点，品头论足

关于自我介绍，在社交过程中，需要注意自我介绍方式，在不同的场合是不同的。还有你在跟人说话时候的眼神一定要专注，最好看着对方的眼睛，要以微笑示人，不能愁眉苦脸，也不能面无表情，另外还有的身体语言也是要避免的，例如说话左右晃动，摸耳朵，摸头发这些都是不礼貌的，会给别人留下坏印象。要给人一种真诚且想要继续交往下去的感觉，这样，别人会觉得你是一个有礼仪有修养的人。

同时要注意与身边的同时处好关系，关系融洽，心情就舒畅，这不但利于做好工作，也有利于自己的身心健康。倘若关系不和，甚至有点紧张，那也会影响工作。导致同事关系不够融洽的原因，除了重大问题上的矛盾和直接的利害冲突外，平时不注意自己的言行细节也是一个原因。如果在见到同事的时候，给予一个微笑，点个头问个好，这完全可以增进感情。在同时遇到问题的时候，给予帮助和鼓励，是不错的选择。

在国际交往中，应该了解其他国家的礼仪和习惯，不要把自己想的强加给别人，对待国际友人要友好相待，主动热情，给别人良好的印象，这不仅会给自己加分，也有助于整个国家的形象提升。

四、结语

古人有云：人无礼则不立，事无礼则不成，国无礼则不宁。这是传统文化中沉淀出来的宝贵精神，掌握礼仪的基本素养，自觉地提高文化修养水平，提升自身的礼仪水平，增加社交的 底气 ，使自己在社交场上温文尔雅、彬彬有礼、潇洒自如，使这样才能给自己带来更多的机遇，使自己更好的立足于社会之中。

商务礼仪小论文 篇2

摘要：我国素有 礼仪之邦 的美称，崇尚礼仪是我国人民的传统美德。礼仪，作为一种传统美德，具有历史的传承性，具有不衰的生命力，并且能够跨越时空。但从根本上来讲还是人与人之间的交往，所以我们习惯把商务礼仪界定为商务人员交往的艺术。就拿商务礼仪来说，美国著名的企业家、教育家和演讲口才艺术家卡耐基曾说，一个成功的企业，18%需要专业技术，82%需要有效的人际关系的沟通。换言之，掌握好商务礼仪，从而更加有效的与他人沟通，取胜于商海。关键词：商务礼仪;内涵;应用;误区;重要性摘要：我国素有 礼仪之邦 的美称，崇尚礼仪是我国人民的传统美德。礼仪，作为一种传统美德，具有历史的传承性，具有不衰的生命力，并且能够跨越时空。但从根本上来讲还是人与人之间的交往，所以我们习惯把商务礼仪界定为商务人员交往的艺术。就拿商务礼仪来说，美国著名的企业家、教育家和演讲口才艺术家卡耐基曾说，一个成功的企业，18%需要专业技术，82%需要有效的人际关系的沟通。换言之，掌握好商务礼仪，从而更加有效的与他人沟通，取胜于商海。

关键词：商务礼仪;内涵;应用;误区;重要性

一、仪表礼仪

㈠ 选择适当的化妆品和与自己气质、脸型、年龄等特点相符的化妆方法，选择适当的发型来增添自己的魅力。

①化妆的浓、淡要视时间、场合而定。

②不要在公共场所化妆。

③不要在男士面前化妆。

④不要非议他人的化妆。

⑤不要借用他人的化妆品。

⑥男士不要过分化妆。

㈡ 服饰及其礼节

1.要注意时代的特点，体现时代精神;

2.要注意个人性格特点

3.应符合自己的体形

㈢ 白领女士的禁忌禁忌

一：发型太新潮禁忌

二：头发如乱草禁忌

三：化妆太夸张禁忌

四：脸青唇白禁忌

五：衣装太新潮禁忌

六：打扮太性感禁忌

七：天天扮 女黑侠 禁忌

八：脚踏 松糕鞋

㈣ 中国绅士的标志和破绽

1.中国绅士的十个细节：

① 有一双干净修长的手，修剪整齐的指甲。

② 虽然不吸烟，但随身携带打火机，以方便在周围的女士吸烟时为其点烟。

③ 天天换衬衫，保持领口和袖口的平整和清洁，有的还会使用袖扣。

④ 腰间不悬挂物品，诸如手机、呼机等等。

⑤ 在与女士相处时，不放过每一个细节以对女士加以照顾，并且几乎在完全下意识的状态下操作，百战不殆。

⑥ 在吃饭时从不发出声音。

⑦ 较常人使用礼貌用语更为频繁。

⑧ 偏爱孤独，寻求宁静的心灵、安静的肉体及激情的冥想。绅士们故此好思想、好舞文、好文学艺术方面的经典

名著，绝少拜读浮华喧嚣的弄潮作品，包括影视。翻看一两眼，倘若认为俗，便绝不再拿起，包括讨论。

⑨ 喜怒不形于色，在人群中独自沉默。

⑩ 在对待爱情的态度上思虑过重，常常显得优柔寡断。 2.中国绅士的十大破绽：

① 手形清洁美观，可是一旦进入需要脱鞋的房间，空气中就会产生一种异样气味。

② 虽然随身携带打火机，但却是一次性的塑料打火机。

③ 戴名牌手表时，手腕扬得飞扬跋扈。

④ 虽然天天换衬衫，但总是系同一条领带。

⑤ 腰间虽然没有悬挂手机和呼机，但是在公共场合常常大声对着手机说话，在剧院里任自己的手机铃声响起。

⑥ 尽管对女士尊重异常，但是在与同性朋友相处时反差过大，叛若两人。

⑦ 吃饭时不发出声音，但喝汤时却引人侧目。

⑧ 虽然较常人使用礼貌用语更为频繁，但是频繁到了令人起疑的程度。

⑨ 偏爱孤独到了怕见生人的程度。

⑩ 在对待爱情的态度上思虑过重并不是拿不定主意选择，而是根本不打算相信。

二、举止礼仪

(1)要塑造良好的交际形象，必须讲究礼貌礼节，为此，就必须注意你的行为举止。举止礼仪是自我心诚的表现

，一个人的外在举止行动可直接表明他的态度。做到彬彬有礼，落落大方，遵守一般的进退礼节，尽量避免各种

不礼貌、不文明习惯。

(2)到顾客办公室或家中访问，进门之前先按门铃或轻轻敲门，然后站在门口等候。按门铃或敲门的时间不要过

长，无人或未经主人允许，不要擅自进入室内。

(3)在顾客面前的行为举止☆ 当看见顾客时，应该点头微笑致礼，如无事先预约应先向顾客表示歉意，然后再

说明来意。同时要主动向在场人都表示问候或点头示意。

☆ 在顾客家中，未经邀请，不能参观住房，即使较为熟悉的，也不要任意抚摸划玩弄顾客桌上的东西，更不能玩

顾客名片，不要触动室内的书籍、花草及其它陈设物品。

☆ 在别人(主人)未坐定之前，不易先坐下，坐姿要端正，身体微往前倾，不要跷 二郎腿 。☆ 要用积极的

态度和温和的语气与顾客谈话，顾客谈话时，要认真听，回答时，以 是 为先。眼睛看着对方，不断注意对方

的神情。

☆ 站立时，上身要稳定，双手安放两侧，不要背卑鄙，也不要双手抱在胸前，身子不要侧歪在一边。当主人起身

或离席时，应同时起立示意，当与顾客初次见面或告辞时，要不卑不亢，不慌不忙，举止得体，有礼有节。

☆ 要养成良好的习惯，克服各种不雅举止。不要当着顾客的面，擤鼻涕、掏耳朵、剔牙齿、修指甲、打哈欠、咳

嗽、打喷嚏，实在忍不住，要用手拍捂住口鼻，面朝一旁，尽量不要发出在场，不要乱丢果皮纸屑等。这虽然是

一些细节，但它们组合起来构成顾客对你的总印象。

需要说明一点的是：人前化妆是男士们最讨厌的女性习惯。关于这一点，惯例放宽了。女性在餐馆就餐后，让人

见到补口红，轻轻补粉，谁也不再大惊小怪。不过，也只能就这么一点，不能太过分。需要梳头，磨指甲，涂口

红和化妆时，或者用毛刷涂口红时，请到化妆室，或盥洗室进行。在人前修容，是女性使男性最气恼的一个习惯

。同样，在人前整理头发，衣服，照镜子等行为应该尽量节制。

三、谈吐礼仪

(一)交际用语初次见面应说：幸会 看望别人应说：拜访等候别人应说：恭候请人勿送应用：留步对方来信应称

：惠书麻烦别人应说：打扰请人帮忙应说：烦请求给方便应说：借光托人办事应说：拜托请人指教应说：请教他

人指点应称：赐教请人解答应用：请问赞人见解应用：高见归还原物应说：奉还求人原谅应说：包涵欢迎顾客应

叫：光顾老人年龄应叫：高寿好久不见应说：久违客人来到应用：光临中途先走应说：失陪与人分别应说：告辞

赠送作用应用：雅正2.在交际中令人讨厌的八种行为

① 经常向人诉苦，包括个人经济、健康、工作情况，但对别人的问题却不予关心，从不感兴趣;

② 唠唠叨叨，只谈论鸡毛小事，或不断重复一些肤浅的话题，及一无是的见解;

③ 态度过分严肃，不苟言笑;

④ 言语单调，喜怒不形于色，情绪呆滞;

⑤ 缺乏投入感，悄然独立;

⑥ 反应过敏，语气浮夸粗俗;

⑦ 以自我为中心;

⑧ 过分热衷于取得别人好感。

3.交际中损害个人魅力的26条错误

◎ 不注意自己说话的语气，经常以不悦而且对立的语气说话

◎ 应该保持沉默的时候偏偏爱说话

◎ 打断别人的话

◎ 滥用人称代词，以至在每个句子中都有 我 这个字

◎ 以傲慢的态度提出问题，给人一种只有他最重要的印象

◎ 在谈话中插入一些和自己有亲密关系，但却会使别人感到不好意思的话题

◎ 不请自来

◎ 自吹自擂

◎ 嘲笑社会上的穿着规范

◎ 在不适当时刻打电话

◎ 在电话中谈一些别人不想听的无聊话

◎ 对不熟悉的人写一封内容过分亲密的信

◎ 不管自己了不了解，而任意对任何事情发表意见

◎ 公然质问他人意见的可靠性

◎ 以傲慢的态度拒绝他人的要求

◎ 在别人的朋友面前说一些瞧不起他的话

◎ 指责和自己意见不同的人

◎ 评论别人的无能力

◎ 当着他人的面，指正部属和同事的错误

◎ 请求别人帮忙被拒绝后心生抱怨

◎ 利用友谊请求帮助

◎ 措词不当或具有攻击性

◎ 当场表示不喜欢

◎ 老是想着不幸或痛苦的事情

◎ 对政治或宗教发出抱怨

◎ 表现过于亲密的行为

4.社交 十不要

◎ 不要到忙于事业的人家去串门，即便有事必须去，也应在办妥后及早告退;也不要失约或做不速之客。

◎ 不要为办事才给人送礼。礼品与关心亲疏应成正比，但无论如何，礼品应讲究实惠，切不可送人 等外 、

处理 之类的东西。

◎ 不要故意引人注目，喧宾夺主，也不要畏畏缩缩，自卑自贱。

◎ 不要对别人的事过分好奇，再三打听，刨根问底;更不要去触犯别人的忌讳。

◎ 不要拨弄是非，传播流言蜚语。

◎ 不能要求旁人都合自己的脾气，须知你的脾气也并不合于每一个人，应学人宽容。

◎ 不要服饰不整，肮脏，身上有难闻的气味。反之，服饰过于华丽、轻佻也会惹得旁人不快。

◎ 不要毫不掩饰地咳嗽、打嗝、吐痰等，也不要当众修饰自己的容貌。

◎ 不要长幼无序，礼节应有度。

◎ 不要不辞而别，离开时，应向主人告辞，表示谢意。

(二)推销的语言1.推销语言的基本原则

⑴ 以顾客为中心原则

⑵ 说三分，听七分 的原则

⑶ 避免使用导致商谈失败语言的原则

⑷ 低褒感微 原则

⑸ 通俗易懂，不犯禁忌原则

2.推销语言的主要形式

⑴ 叙述性语言

①语言要准确易懂;

②提出的数字要确切，

③强调要点。

⑵ 发问式语言(或提问式

①一般性提问。

②直接性提问。

③诱导性提问，

④选择性提问。

⑤征询式提问法。

⑥启发式提问。

⑶ 劝说式语言(或说服式)打动顾客的四条原则。

①人们从他们所信赖的推销员那里购买;

②人们从他们所敬重的推销员那里购买;

③人们希望由自己来做决定;

④人们从理解他们需求及问题的推销员那里购买。

3、推销语言的表示技巧

⑴ 叙述性语言的表示技巧

①对比介绍法。

②描述说明法。 ③结果、原因、对策法。

④起承转合法。

⑤特征、优点、利益、证据推销员在叙述内容的安排上要注意：

①要先说铁解决的问题，然后再讲座容易引起争论的问题。

②如果有多个消息告诉用户，应先介绍令客户喜悦的好消息，再说其它。

③谈话内容太长时，为了引起客户格外注意，应把关键内容在放在结尾，或放在开头。

④最好用顾客的语言和思维顺序来介绍产品，安排说话顺序，不要将自己准备的好的话一股脑说下去，要注意顾

客的表情，灵活调整。

⑤保持商量的口吻，避免用命令或乞求语气，尽量用顾客为中心的词句。

⑵ 发问式语言的表示技巧提出问题发现顾客需要，是诱导顾客购买的重要手段，有人说，推销是一门正确提问的

艺术，颇有道理。技巧：

A 根据谈话目的选择提问形式。

B 巧用选择性问句，可增加销售量。

C 用肯定性诱导发问法，会使对方易于接受。

D 运用假设问句，会使推销效果倍增。

⑶ 劝说式语言的表示技巧

a. 运用以顾客为中心的句式、词汇。

b. 用假设句式会产生较强的说服效果。

c. 强调顾客可以获得的利益比强调价格更重要。

d. 面对顾客拒绝，不要气馁。面对拒绝，有经验的推销员往往分析拒绝的原因，揣摩顾客的心理，然后针对性地

进行说服。

介绍几种说服方法：

①询问法。

②转折法。

③附和法。

④自我否定法。

⑤列举法。⑥直接说明法。

⑷推销语言的运用艺术

① 推销语言艺术的运用，必须以满足推销对象的需求为前提

② 推销语言艺术的运用必须能准确传递推销信息 ③ 推销语言艺术的运用必须能引起推销对象的兴趣

(三)体语艺术。

1.在人际交往中，语言是一种交流方式，大量的却是非语言，即体语。

2.在交际活动中，恳切、坦然、友好、坚定、宽容的眼神，会给人亲近、信任、受尊敬的感觉，而轻佻、游离、

茫然、阴沉、轻蔑的眼神会使人感到失望，有不受重视的感觉。 3.在交际中善于运用空间距离。人们所在空

间分为4个层次： ①亲密空间15-46cm，这是最亲的人，如父母、恋人、爱人;

②个人空间460cm-1.2m，一般亲朋好友之间，促膝谈心，拉家常;

③社交空间1.2m-3.6m，社交场合与人接触，上下级之间保持距离，保持距离，会产生威严感，庄重感;

④公众空间 3.6m，社交场合与人接触，上下级之间保持距离。

4.交际中自我表现与分寸把握

5.交谈中不善于打开话题，怎么办找话题的方法是：

① 中心开花法。

② 即兴引入法。

③ 投石问路法。

④ 循趣入题法。

6.交际中不善于提问怎么办 怎样做到 善问 呢?

① 由此及彼地问。

② 因人而异地问。

③ 胸有成竹地问。

④ 适可而止的问。

⑤ 彬彬有礼的问。

四、介绍的礼仪

1.当主人向自己介绍别人

2. 自我介绍态度

3. 为他人作介绍

4.一连介绍几个朋友在相识

5.自己很想认识某一个人，可又不便直接作自我介绍

6. 介绍姓名时

五、称呼礼仪

六、握手礼仪

七、通信礼仪 1.书写规范、整洁

2.态度要诚怒热情

3字要简炼、得体

4.内容要真实、确切八、电话礼仪

1、电话预约基本要领。

① 力求谈话简洁，抓住要点;

② 考虑到交谈对方的立场;

③ 使对方感到有被尊重的感觉;

④ 没有强迫对方的意思。

2.打电话、接电话的基本礼仪。

① 打电话

②接电话

③ 挂电话

九、赴宴礼仪

(一)接到对方请柬

1.严守时间

2.致祝酒辞，一般是主人和主宾先碰杯。

3.进餐

4.喝酒

5.喝茶或咖啡

6.散席

(2)招待宴请的礼仪。

1.准备招待客人时较正式的宴请要提前一周左右发请柬，已经口头约好的活动，仍应外送请柬。

2.作为主人在客人到达之前，要安排好座位以便客人来了入座。

① 按国际习惯

② 我国习惯

③ 外国习惯

a. 英国式的坐位顺序：主人坐在桌子两端，原则上是男女交叉坐。

b. 法国式的坐位顺序：法国式的坐法是，主人相对坐在桌子中央。

(3)招待客人进餐，要注意仪表

① 穿正式的服装，整洁大方;

② 要做适当化妆，显得隆重、重视、有气氛;

③ 头发要梳理整齐;

④ 夏天穿凉鞋时要穿袜子;

⑤ 宴会开始之前，主人应在门口迎接来宾。

(4)菜一上来，主人应注意招呼客人进餐十、名片使用礼仪

(1)初次见到顾客，首先要以亲切态度打招呼，并报上自己的公司名称，然后将名片递给对方，名片夹应放在西

装的内袋里，不应从裤子口袋里掏出。

① 递接名片时最好用左手，名片的正方应对着对方、名字向着顾客，最好拿名片的下端，让顾客易于接受。

②如果是事先约好才去的，顾客已对你有一定了解，或有人介绍，就可以在打招呼后直接面谈，在面谈过程中或

临别时，再拿出名处递给对方。以加深印象，并表示保持联络的诚意。

③异地推销，名片上留下所住旅馆名称、电话，对方递给名片时，应该用左手接。但是右手立刻伸出来，两手一

起拿着名片。

④ 接过后要点头致谢，不要立即收起来，也不应随意玩弄和摆放，而是认真读一遍，要注意对方的姓名、职务、

职称，并轻读不出声，以示敬重。对没有把握念对的姓名，可以请教一下对方，然后将名片放入自己口袋或手提

包、名片夹中。

(2)名片除在面谈时使用外，还有其它一些妙用。

① 去拜访顾客时，对方不在，可将名片留下，顾客来后看到名片，就知道你来过了;

② 把注有时间、地点的名片装入信封发出，可以代表正规请柬，又比口头或电话邀请显得正式;

③ 向顾客赠送小礼物，如让人转交，则随带名片一张，附几句恭贺之词，无形中关系又深了一层;

④ 熟悉的顾客家中发生了大事，不便当面致意，寄出名片一张，省时省事，又不失礼。

商务礼仪小论文 篇3

摘要：商务礼仪，就是公司或企业的商务人员在商务活动中，为了塑造个人和组织的良好形象而应当遵循的对交往对象表示尊敬与友好的规范或程序，是一般礼仪在商务活动中的运用和体现，包括商务礼节或仪式两方面的内容。本文对商务礼仪的基本原则、黄金原则和重要性等方面的内容进行了探究，让人们学习，了解更多的商务礼仪知识。

关键词：基本原则、黄金规则、重要性

引言：

随着中国经济的不断发展，中国与世界的关系越来越密切，交往也更趋频繁。国内企业界与商家面临着大量涌入的跨国公司的激烈竞争。走出国门，让世界人民更多地了解本企业形象，让本企业的品牌立于不败之地，是全企业界与商家的愿望。而要同世界打交道，必须具备跨文化交际能力。也就是要在这过程中适当地运用商务礼仪。礼出于俗，俗化为礼。在商务交往中做到 约束自己，尊重他人 才能使人们更轻松愉快地交往。 为他人着想 不仅是商务交往、也是人与人之间正常交往的基本原则。所以说学习并正确的运用商务礼仪既是一个人内在修养和素质的外在表现，又是人际交往中适用的一种艺术，一种交际方式或交际方法，是人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法。在人际交往中进行相互沟通就一定要掌握商务礼仪的技巧。从个人的角度来看，掌握一定的商务礼仪有助于提高人们的自身修养、美化自身、美化生活。并能很有效的促进的社会交往，改善人际关系，还有助于净化社会风气。从企业的角度来说，掌握一定的商务礼仪不仅可以塑造企业形象，提高顾客满意度和美誉度，并能最终达到提升企业的经济效益和社会效益的目的。

一、商务礼仪的基本原则

1. 尊敬 原则

尊敬是礼仪的情感基础。在我们的社会中，人与人是平等的，尊重长辈，关心客户，这不但不是自我卑下的行为，反而是一种仪，说明一个人具有良好的个人内的素质。 敬人者恒敬之，爱人者恒爱之 ， 人敬我一尺，我敬人一丈 。 礼 的良性循环就是借助这样的机制而得以生生不已。当然，礼貌待人也是一种自重，不应以伪善取悦于人，更不可以富贵娇人。尊敬人还要做到入乡随俗，尊重他人的喜好与禁忌。总之，对人尊敬和友善，这是处理人际关系的一项重要

原则。

2. 真诚 原则

商务人员的礼仪主要是为了树立良好的个人和组织形象，所以礼仪对于商务活动的目的来说，不仅仅在于其形式和手段上的意义。同时商务活动的从事并非短期行为，从事商务，讲究礼仪，越来越注重其长远利益，只有恪守真诚原则，着眼与将来，通过长期潜移默化的影响，才能获得最终的利益。也就是说商务人员与企业要爱惜其形象与声誉，就不应仅追求礼仪外在形式的完美，更应将其视为商务人员情感的真诚流露与表现。

3. 谦和 原则

谦和既是一种美德，更是社交成功的重要条件。谦和，在社交场上即表现为平易近人、热情大方、善于与人相处、乐于听取他人的意见，显示出虚怀若谷的胸襟，因为对周围的人具有很强的吸引力，有着较强的调整人际关系的能力。我们此处强调的谦和并不是指过分的谦和、无原则的妥协和退让，更不是妄自菲薄。应当认识到过分的谦虚其实是社交的障碍，尤其是在和西方人的商务交往中，不自信的表现会让对方怀疑你的能力。

4. 宽容 原则

宽即宽待，容即相容，宽容，就是心胸坦荡、豁达大度，能设身处地为他人着想，谅解他人的过失，不计较个人的得失，有很强的容纳意识和自控能力。中国传统文化历来重视并提倡宽容的道德原则，并把宽以待人视为一种为人处世的基本美德。从事商务活动，也要求宽以待人，在人际纷争问题上保持豁达大度的品格或态度。在商务活动中，出于各自的立场和利益，难免出现冲突和误解。遵循宽容的原则，凡事想开一点，眼光看远一点，善解人意、体谅别人，才能正确对待和处理好各种关系与纷争，争取到更长远的利益。

5. 适度 原则

人际交往中要注意各种不同情况下的社交距离，也就是要善于把握住沟通时的感情尺度。古话说： 君子之交淡如水，小人之交甘如醴。 此话不无道理。在人际交往中，沟通和理解是建立良好的人际关系的重要条件，但如果不善于把握沟通时的感情尺度，即人际交往缺乏适度的距离，结果会适得其反。例如在一般交往中，既要彬彬有理，又不能低三下四;即要热情大方，又不能轻浮谄谀。

所谓适度，就是要注意感情适度、谈吐适度、举止适度。只有这样才能真正赢得对方的尊重，达到沟通的目的。

6. 自律 原则

从总体上来看，商务礼仪的具体规范由对待自身的要求与对待他人的做法这两大部分所构成。对待个人的要求，是商务礼仪的基础和出发点。学习，应用商务礼仪时，首先需要自我要求、自我约束、自我对照、自我反省、自我检点，这就是所谓自律的原则。

7. 互动 原则

在商务交往中如欲取得成功，就必须无条件地遵守互动的原则。所谓互动，在此具体含义有二：一是要求商务人员在其商务往来中必须主动进行换位思考、善解人意。换位思想的基本点，就是要求商务人员必须伤愈体谅交往对象的感受。二是要求商务人员在其商务活动中要时时、处处做到 交往以对方为中心 。也就是说，不允许无条件的 自我为中心 。具体运用商务礼仪时，互动的原则永远都不容许被忽略。

8. 沟通 原则

在商务交往中，人们通常有接触才会了解，有了解才会有沟通，有沟通才会互动。因此，可将沟通视为商务交往中人与人之间的互动之桥。在商务礼仪中，沟通的原则要求商务人员在其商务交往中，既要了解交往对象，更要为交往对象所了解。礼仪的主旨在于 尊重 ，而欲尊重他人，就必须首先了解人，并令自己为对方所了解。这样，才能实现有效的沟通。

9. 遵守 的原则

在商务交往中，每一位参与者都必须自觉、自愿地遵守商务礼仪，以商务礼仪去规范自己在交际活动中的一言一行，一举一动。对商务礼仪，不仅需要学习、了解，更重要的是学了就要使用，要将其付诸个人社交实践。在商务活动中，任何人，无论身份高低，职位大小，财富多少，都有自觉遵守、应用商务礼仪的义务，否则，就会收到公众的指责，其商务交往就难以成功，这就是遵守的原则。没有这一条，就谈不上商务礼仪的应用、推广。

10. 平等 的原则

在具体运用商务礼仪时，允许因人而异，根据不同的交往对象，采取不同的

具体方法。但是，与此同时必须强调指出：在商务礼仪的核心点，即尊重交往对象、以礼相待这一点上，对任何交往对象都必须一视同仁，给予同等程度的礼遇。不允许因交往对象彼此之间在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富以及与自己关系亲疏远近等方面有所不同，而厚此薄彼，区别对待，给予不通待遇。这便是商务礼仪中平等原则的基本要求。

二、从事商务活动的黄金规则

1.正直

指通过言行表现出诚实、可靠、值得信赖的品质。当个人或公司被迫或受到诱惑，想要做到不够诚实的事实，这就是对正直的考验的时候。良好的商务举止的一条黄金规则就是：你的正直应是勿庸置疑的 不正直是多少谎言也掩饰不了的。

2.礼貌

指人的举止模式。当与他人进行商务交往时，风度都可以向对方表明自己是否可靠，行事是否正确、公正。粗鲁、自私、散漫是不可能让双方的交往继续发展的。

3.个性

是指在商务活动中表现出来的独到之处。例如，你可以对商务活动充满激情，但不能感情用事;你可以不恭敬，但不能不忠诚;你可以逗人发笑，但不能轻率轻浮;你可以才华横溢，但不能惹人厌烦

4.仪表

所有人都会哪怕是下意识地对交往者以貌取人，要做到衣着整洁得体，举止落落大方，这些都是给商务伙伴保留好印象的至关重要的因素。

5.善解人意

这是良好的商务风度中最基本的一条原则。成功的谈判者往往在会面前扮演一下对手的角色。人们如果事先就想象好即将与之交谈、写信或打电话联系的对方可能有的反应，就能更谨慎、更敏锐地与对方打交道。

6.机智

商场中每个人都极有可能对某些挑衅立即做出反应，或者利用某些显而易见的优势;如果我们一时冲动，则会悔之不已。不过本条黄金规则更深的内涵是：

有疑虑时，保持沉默

三、商务礼仪的重要性

1.塑造个人与企业良好形象

商务礼仪能展示企业的文明程度、管理风格和道德水准，塑造企业形象。良好的企业形象是企业的无形资产，无疑可以为企业带来直接的经济效益。一个人讲究礼仪，就会在众人面前树立良好的个人形象;一个组织的成员讲究礼仪，就会为自己的组织树立良好的形象，赢得公众的赞誉。现代市场竞争除了产品竞争外，更体现在形象竞争。一个良好信誉和形象的公司或企业，就容易获得社会各方的信任和支持，就可在激烈的市场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，也是树立和巩固良好形象的需要。

2.传递信息、展示价值

礼仪最基本的功能就是规范各种行为。商务礼仪可强化企业的道德要求，树立企业遵纪守法，遵守社会公德的良好形象。我们知道，道德是精神的东西，只能通过人的言行举止，通过人们处理各种关系所遵循的原则与态度表现出来。商务礼仪使企业的规章制度、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，实际上就在固定的商务礼仪中自觉维护和塑造着企业的良好形象。

3.沟通感情、协调人际

良好的礼仪可以更好地向对方展示自己的长处和优势，她往往决定了机会是否降临。比如，在公司，你的服饰适当与否可能就会影响到你的晋升和同时的关系;带客户出去吃饭时你的举止得体与否也许就决定了交易的成功与否;又或者，在办公室不雅的言行或许就使你失去了一次参加老板家庭宴请的机会.....这是因为礼仪是一种信息，通过这个媒介表达出尊敬、友善、真诚的感情。所以在商务活动中，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

4.净化社会风气，推进社会主义精神文明的建设

一般而言，人们的教养反应其素质，而素质又体现于细节，细节往往决定着人们的成败。反映现代 个人教养的商务礼仪，是人类文明的标志之一。一个人、一个单位、一个国家的商务礼仪水准如何，往往反映着这个人、这个单位、这个

国家的文明水平、整体素质与整体教养。

结论:

从古至今，我国的礼仪规范就是中华特有文明的象征，是中华民族美德的体现。礼仪，作为一种传统美德，具有历史的传承性，具有不衰的生命力。商务礼仪在中国也是日益重要。在跨国经营的过程中，谁能入乡随俗或者说尊重对方的礼仪，谁就能生存得更好。中国经济发展迅速，奇特数量成倍增长，第三产业蓬勃兴旺，商务活动日益频繁，人们在商务活动中也需要学习，遵守一些现代商务礼仪规范，熟悉中国商务礼仪，了解世界其他国家的礼仪和禁忌。而作为商人，在与国外商务伙伴初次接触前应尽可能多地了解对方文化中的商务礼仪，及时调整自己的礼仪行为，创造一个轻松愉快的商务环境。

商务礼仪小论文 篇4

本学期为了增长一些自身礼仪方面的知识而选修了这门商务礼仪的课程，实话说原先我是打算选修社交礼仪这门课程的，但是由于选择时社交礼仪课程已经选满所以才选择的商务礼仪，但是经过将近半学期的学习我感觉并没有选错。期间由于孙老师开会使得我去听了一节社交礼仪的课程，感觉两个老师虽然讲课方式不太一样但都能给予我所需要的知识。以上为前言，下面进入正题，之我学礼仪之感悟。 首先说一下我所理解的礼仪是什么。就我所知就是人们在各种社交场合下所应注重的个人礼貌及待人方式。实际的定义为人们在各种社会交往中，用以美化自身，敬重他人的约定俗成的行为规范和程序。它是礼节和仪式的总称，具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式等。大体上我的基本理解还是没有错的。而所谓的商务礼仪是商务人员在商务活动中，用以维护企业形象而向交往对象表示尊敬与友好的规范与惯例，是一般礼仪在商务活动中的运用和体现。经过半个学期的学习基本掌握了一些礼仪的基础知识，虽说掌握只是能在脑中有个印象罢了，要想真正运用到实践中去还是要慢慢的通过自身的习惯来改变自己的形象从而做到一个有气质的人。

下面根据在课堂学到的知识总结一下自己的感悟吧。学会礼仪究竟有什么样的好处呢。

一.有利于建立良好的关系。

说话时期望受话人的赞同是人类交际过程中共同的心理需要。有时由于不了解对方的需求或习惯而导致的各种不愉快，这时人们要尽

量避免观点不一致导致的矛盾。礼貌语言可以帮助双方在意见相左时,避免矛盾产生。

二.有利于策略变通。

在表达方式上和使用功能上,语言交际是多变的。在被问及无法精确回答的问题时,一种有效的策略就是用宽泛的模糊语言来回答。模糊回答可以减少对对方面子的威胁,又给自己留出余地。

三.创造良好氛围,拉近双方距离。

在一个宽松和谐的氛围中交谈,就会自然地缩短双方的距离,容易找到一个双方均能接受、彼此都可受益的结合点。记得老师说过的一个例子就是在外出之中和陌生人要想不尴尬就应该聊一些对方所熟知的话题从而让对方有话可说而且可以拉近两人距离。

四.塑造个人及企业的良好形象,推动合作成功。

个人形象往往是企业形象的代表。有这样一种常见的现象:在商务活动中,一方往往通过对方的仪容仪表、举止言谈来判断对方,并通过对方来分析他所代表的企业的可信程度,进而影响与其交往的程度。由此可见,在商务活动中,双方人员高尚的道德情操,彬彬有礼的言谈举止,渊博的知识,得体的礼遇,都会给对方留下深刻的印象,并对企业产生好感,减少谈判阻力,推动交易成功。

五.加深理解,促进友谊。

在商务谈判双方相持不下的时候,也要注意礼仪规范,通过理解和沟通,找出双方都能接受的方案,通过交易,双方建立友谊,成为长期的合作伙伴。即使交易不成,由于待人真诚,礼仪有加,双方也会沟

通感情,建立友谊,日后会寻找其他的合作途径。商务谈判是在人与人之间进行的,因此谈判的过程又是一个人际交往的过程。

六.有利于提高商务人员的个人素质。

市场竞争最终是人员素质的竞争,对商务人员来说,就是商务人员的素质修养和个人素质表现的竞争,有助于建立良好的人际关系。交往中不懂礼貌、不懂规矩有时会把事情搞砸。再就是用于维护形象。商务人员的形象设计很重要,因为商务人员的个人形象代表的是企业形象、产品形象、服务形象,在跨文化交往中还代表民族形象、地方形象和国家形象。

总之，学习了商务礼仪课程之后，不仅对个人礼仪方面有了更深的认识，对商业谈判和企业交流的礼仪也有了初步的了解，这些都将成为以后我进出企业的一个个人素质的表现点。有些企业甚至在招人是就通过考察员工的个人礼仪来决定招收同等学历的应聘者。学习了这些礼仪之后我相信我能够在将来的工作竞争之中拥有一个更具实力的竞争力。虽然未写出孙老师教授的知识点但是相信以后的社会实践中会让老师看到我所掌握的礼仪知识并真正运用到实践中去，并为自己的明天增添一份更加绚烂的光彩。

商务礼仪小论文 篇5

【摘要】礼仪是人们用以沟通思想、联络感情、增进了解的一种行为规范，是现代交际中不可缺少的润滑剂。荀子曰： 人无礼则不生，事无礼则不成，国无礼则不宁。 对一个人来说，礼仪是一个人的思想道德水平、文化修养、交际能力的外在表现;对一个社会来说，礼仪是一个国家社会文明程度、道德风尚和生活习惯的反映。随着市场竞争的日益激烈，现代企业要求人才不仅要具有精深的业务技能，而且还需要具备良好的综合能力。在很多情况下，个人形象是和单位的产品、服务等量齐观的。礼仪，是塑造个人形象的灵魂，它已经成为提高个人素质与企业形象的必要条件，成为现代竞争的重要砝码，并且越来越受到人们的重视。

【关键字】基本理念、基本特征、作用

在商务活动中，为了体现相互尊重，需要通过一些行为准则去约束人们在商务活动中的方方面面，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。商务礼仪是在商务活动中体现相互尊重的行为准则。商务礼仪的核心是一种行为的准则，用来约束我们日常商务活动的方方面面。商务礼仪的核心作用是为了体现人与人之间的相互尊重。这样我们学习商务礼仪就显得更为重要。我们可以用一种简单的方式来概括商务礼仪，它是商务活动中对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。

商务礼仪使用的目的有三：第一、提升个人的素养，比尔?盖茨讲 企业竞争，是员工素质的竞争 。进而到企业，就是企业形象的竞争，教养体现细节，细节展示素质。第二、方便我们的个人交往应酬。我们在商业交往中会遇到不同的人，对不同的人如何进行交往这是要讲究艺术的，比如夸奖人也要讲究艺术，不然的话即使是夸人也会让人感到不舒服。第三、有助于维护企业形象。在商务交往中个人代表整体，个人形象代表企业形象，个人的所作所为，就是本企业的典型活体广告。一举一动、一言一行，此时无声胜有声。

商务交往涉及的面很多，但基本来讲是人与人的交往，所以我们把商务礼仪界定为商务人员交往的艺术。人们对礼仪有不同的解释。有人说是一种道德修养。有人说是一种礼仪是一种形式美，有人讲礼仪是一种风俗习惯。礼出于俗，俗化为礼。商务礼仪的操作性，即应该怎么做，不应该怎么做。

商务礼仪的作用。一言以蔽之，内强素质，外塑形象。第一个作用就是提高我们商务人员的个人素质。市场竞争最终是人员素质的竞争，对商务人员来说，商务人员的素质就是商务人员个人的修养和个人的表现。教养体现于细节，细节展示素质。所谓个人素质就是在商务交往中待人接物的基本表现，比如吸烟，一般有教养的人在外人面前是不吸烟的;有教养的人在大庭广众之下是不高声讲话的;在商务交往中着装中的首饰佩戴，佩戴首饰要讲以下四个原则：戴首饰总的要求要符合身份，以少为佳。1、数量原则，下限为零，上限不多于三种，不多于两件。第二个原则叫搭配原则，服饰的和谐美是重要的，说起来容易做起来难，比如一个白领小姐，去参加晚宴，穿旗袍带着高筒薄沙手套，戒指是戴在手套的里面，还是外面;一个少女，穿高筒袜，脚链是戴在里面还是外面。第三个原则是质色原则，就是质地和色彩要和谐，和谐产生美。第四个原则习俗原则，中国传统习俗是男戴观音、女戴佛。待戒指，一般拇指不戴，食指戴戒指是想找对象，求爱;中指戴戒指已经有对象了;无名指表示已经结婚了;小拇指戴戒指表示是单身主义者。第二个作用有助于建立良好的人际沟通。交往中不懂礼貌，不懂规矩有时会把事情搞砸。(比如接电话)。拜访要预约，预约要准时。第三个作用维护形象。个人、企业和国家形象。商务礼仪就是要维护企业形象。减灾效应，经济学概念。少出问题，少影响人际关系。有时不知怎么做时，有一个保底的做法--紧跟或者模仿，吃西餐一般要看女主人的动作，女主人坐下，你才能坐下，女主人拿起刀叉，你再动刀叉，女主人把餐巾放在桌子上，意思是宴会结束。所以不知道不要紧，跟着别人学，别认怎么做，你就怎么做，要错大家一起错，大家全错不算错。了解这一点的话，你就会应对自如，落落大方。

商务礼仪的基本理念：商务礼仪与公共关系之一 尊重为本。尊重的内涵包括尊重别人和自尊。比如在就餐或开会时点名尊重别人的方式是手心向上 一位、二位、三位 不能手心向下或用手指指点，手心向下是傲慢之意，用手指点有训斥之意。比如我们招呼人手心向下或手心向上也都不对，向下是招呼动物，向上练练。与人交往中我们要知道什么是可为的，什么是不可为的，比如说

对你的爱人你就不能告诉他在认识她之前与谁好过。另外就是不能在女人面前夸别的女人漂亮。女人善于在同性之间比较，你说别的女人漂亮，就等于说她不漂亮。再如女士在商务交往中的首饰佩戴，原则是符合身份， 以少为佳 不能比顾客戴的多，不能喧宾夺主。比如问一个问题，在商务交往中有哪些首饰是不能戴的。一种是展示财力的珠宝首饰不戴，上班族要展示的是爱岗敬业;二是展示性别魅力的首饰不能带。胸针不能戴，脚琏不能戴。这在礼仪的层面叫做有所不为。礼仪是一种形式美，形式美当然需要一种展示，那么我们戴二件或二种以上的首饰，比较专业的戴法是怎样的?专业戴法是 同质同色 。不能形成远看向圣诞树，近看向杂货铺。

商务礼仪与公共关系之一二 善于表达。商务礼仪是一种形式美，交换的内容与形式是相辅相成的，形式表达一定的内容，内容借助于形式来表现。对人家好，不善于表达或表达不好都不行，表达要注意环境、氛围、历史文化等因素。你对人家好要让人家知道，这是商务交往中的一个要求，下面讨论一下男士西装的问题，穿西装怎样体现身份，从商务礼仪讲是一个高端的问题。穿西装专业的问题，从专业上讲 三个三 ：即三个要点，三色原则，含义是全身的的颜色限制在三种颜色之内，三种颜色指的是三大色系;三一定律，是讲身上三个部位：鞋子、腰带和公文包。这三个地方要是一个颜色，一般以黑色为主;三大禁忌，穿西装不要出洋相，第一个禁忌是商标必须要拆掉，第二个禁忌袜子的问题，袜子色彩、质地，正式场合不穿尼龙丝袜，不穿白色的袜子，袜子的颜色要以与鞋子的颜色一致或其他深色的袜子为佳，第三个禁忌领带打法出现问题，主要是质地和颜色的要求。穿非职业装和短袖装不打领带，穿夹克不打领带。领带的时尚打法：一是有个窝，这叫 男人的酒窝 。第二种打法打领带不用领带夹，用领带夹的一是VIP或者是穿职业装，因为在他们的领带加上有职业标识，一看就知道他是哪方神圣，男人不打领带夹，风一吹是很酷的。第三种打法是领带的长度，领带的箭头以在皮带扣的上沿为宜。

商务礼仪与公共关系之三--形式规范。第一、讲不讲规矩，是企业员工素质的体现;第二、是企业管理是否完善的标志;有了规矩不讲规矩，说明企业没有规矩，比如作为一个企业，在办公时间不能大声讲话，不能穿带有铁掌的皮鞋，打电话也不能旁若无人。讲形式规范就是要提高员工素质和提升企业形象。商务

场合通电话时谁先挂断电话?地位高者先挂。客户先挂。上级机关先挂。同等的主叫者先挂。

以上是商务交往中的三个基本理念，这三个理念相互融合的，有礼貌不规范不行，在商务交往中怎样才能做到礼貌，礼貌不是口号，是有实际内容的，那就是要把尊重融入其中。就是要把尊重、礼貌、热情用恰到好处的形式，规范地表达出来。

商务礼仪的基本特征有三 ：一、规范性。规范者标准也。是标准化要求。商务礼仪的规范是一个舆论约束，与法律约束不同，法律约束具有强制性。吃自助餐--多次少取，几次都可以。喝咖啡时调匙的使用。替别人介绍的先后顺序，不分男女，不分老少。工作中是平等的，先介绍主人，后介绍客人。理论上讲叫做客人有优先了解权，这是客人致上的体现。二、区分对象，因人而异。就是对象性，跟什么人说什么话，(引导者和客人的顺序，客人认识路时，领导和客人走在前面，不认识路时你要在左前方引导)。宴请客人时优先考虑的问题是什么?便宴优先考虑的应该是菜肴的安排。要问对方不吃什么，有什么忌讳的，不同民族有不同的习惯，我们必须尊重民族习惯。三、技巧性。如何问客人喝饮料。要问封闭式的问题。总经理和董事长在台上的标准位置怎样排列?三项基本原则，前面的人高于后排，中央高于两侧，左右的确定是有技巧的，左侧高于右侧，是官方活动和政务礼仪是这样的，左右的确定，是当事人之间的位置来讲的，与别人没有关系。是传统做法。涉外交往和商务交往是讲国际惯例的，国际惯例正好相反，右高左低。

商务礼仪在应用操作中的分寸和层次。商务礼仪的层次，有所为有所不为，有所为是高标准，是高端要求，比如着装的三色原则，说起来容易，其实做起来不是很容易，唇彩合指甲的颜色应是一致的，唇彩要和衬衫的颜色一致，化妆品的品牌也要一致，香型也要一致。商务礼仪的适用范围，从理论的层面上讲，一是初次交往要讲究商务礼仪。到一个企业看企业的管理要看三个要点。三个要点：

1、没有噪音;2、着装规范与否;自己都整不利索，怎么能把公司整利索?3、是距离有度，尤其是男女之间不能太近。二是公务交往。就是代表公司，代表企业时，是要讲礼仪的。公务交往讲礼仪作用有二：1、和交往对象划清界限，保持适当的距离。就是同学、朋友也要称呼李总，王经理等，以便划清利害关系;

2、维护企业形象。三是涉外交往。比如握手，商务上讲握手只拥右手。赠送礼品，菊花不可以送给国人，尤其是欧美人。总之要尊重对象的风俗习惯。这三种场合要讲商务礼仪，除此之外没必要讲究。

礼仪贯穿着人际交往的始终，为交往的内涵服务;不重视礼仪必然会影响交流的深度和交往的持久性。由于礼仪的缺憾而影响交往是在是因小失大。不独对外交往，我们大学生在日常生活中也要重视礼仪，养成习惯，自然成为一种修养也有助于提高自己的品味。

商务礼仪小论文 篇6

【摘要】古人云：欲修身必先利其德。在家里要有家庭美德，在工作岗位我们要有职业道德，在公共场所，作为中华人民共和国的公民，我们要有公共道德。由此可见，一个人的形象与礼仪在其德，在其识，在其表，是当今社会必不可少的，它各个方面及要素的重要性在我们的职业上就有很好的体现。

【关键词】欲修身必先利其德;职业道德;形象与礼仪

1.引言

当今职场和商场的竞争都非常激烈。作为一个即将毕业踏入职场的大学生，要在激烈的竞争中赢得优势，不但要拥有扎实的专业知识合熟练的操作技能，还需要掌握人际交往中的礼仪规范，具备有效沟通及妥善处理人际关系的能力，塑造良好的职业形象。

2. 商务礼仪中职业形象

2.1 职业形象的概念

形象的反义词：抽象

从心理学的角度来看，形象就是人们通过视觉、听觉、触觉、味觉等各种感觉器官在大脑中形成的关于某种事物的整体印象，简言之是知觉，即各种感觉的再现。有一点认识非常重要：形象不是事物本身，而是人们对事物的感知，不同的人对同一事物的感知不会完全相同，因而其正确性受到人的意识和认知过程的影响。由于意识具有主观能动性，因此事物在人们头脑中形成的不同形象会对人的行为产生不同的影响。

2.2 职业形象的要求

职业形象具体指一个人在公众面前树立的印象。具体包括品德修养，外在形象，专业能力和知识结构四大方面。他是通过职业人的衣着打扮，言谈举止反映出你的专业态度，技术和技能等。现在我们只代表个人形象，以后我们到了企业我们的形象就是企业的形象，团队的形象。所以各个企业在选拔人才时特别注重应聘者的形象与素养。所以今天对职业形象的注重与对礼仪的学习可以给我们带来许多机遇。

1) 着装整洁 仪态大方

2) 行为端庄 举止大方

3) 语言文明 言辞恰当

4) 纪律严明 工作有序

5) 讲究卫生 保持整洁

6) 微笑服务 礼貌待客

3.职业形象的重要性

3.1 得体的塑造和维护个人形象，会给初次见面的人以良好第一印象。

包括发型、着装、表情、言谈举止、待人接物、女士的化妆及饰品等。最近服装自由的大企业越来越多了，对于着装也越来越自由化。要想给人以好感，得体的塑造和维护个人形象是很重要的。基本上是无论男女均穿商务套装，要以高雅的穿着做为工作服。另外，装扮要看场合。不只是着色和款式，也要注意服装要合身。西方国家人民在传统上有一套繁琐的见面礼节，从握手、问候到互相介绍都有约定俗成的习惯。在正式场合下，一个人的言谈举止可以体现一个人内在品质。握手是最普通的见面礼。在美国，握手时，男女之间由女方先伸手。男子握女子的手不可太紧，如果对方无握手之意，男子就只能点头鞠躬致意。长幼之间，年长的先伸手;上下级之间，上级先伸手;宾主之间，则由主人先伸手。握手时应注视对方，并掐下手套。如果因故来不及脱掉手套，须向对方说明原因并表示歉意。还应注意人多时不可交叉握手，女性彼此见面时可不握手。同握手的先后顺序一样，介绍两人认识时，要先把男子介绍给女子，先把年轻的介绍给年长的，先把职位低的介绍给职位高的。

3.2 个人形象不是个人性的，它承担着对一个组织的印象。

服饰礼仪、职业礼仪渐渐成为企业的必修课。服饰礼仪是人们在交往过程中为了表示相互的尊重与友好，达到交往的和谐而体现在服饰上的一种行为规范。职业礼仪是在人际交往中，以一定的、约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的过程，涉及穿着、交往、沟通、情商等内容。潘石屹，SOHO中国有限公司董事长兼联席总裁。总是穿着黑衣服，戴着黑框眼镜，而且是多家跨国公司的形象代言人。他说这种着装并不是什么特意的形象设计。只是觉得别的颜色驾驭不住，怕穿了不合适。而黑色很简单，在正式、非正式的场合都适合，尤其是当我一天当中参加很多活动时，黑色可以以不变应万变。着装没有必要讲究名牌，另外保持形象的连贯性也很重要。千万不要今天这样，明天那样。否则会把自己的形象一段一段破坏掉。我本人比较同意他的说法，尤其要讲究个人形象的连贯性。会给人一种稳定、诚信的感觉。

3.3 个人形象是沟通工具。

俗话说 人靠衣服马靠鞍 ，商业心理学的研究告诉我们，人与人之间的沟通所产生的影响力和信任度，是来自语言、语调和形象三个方面。它们的重要性所占比例是：语言占7%;语调占38%;视觉(即形象)占55%，由此可见形象的重要性。而服装作为形象塑造中的第一外表，而成为众人关注的焦点。你的形象就是你自己的未来，在当今激烈竞争的社会中，一个人的形象远比人们想象的更为重要。一个人的形象应该为自己增辉，当你的形象成为与有效的沟通工具时，那么塑造和维护个人形象就成了一种投资，长期持续下去会带来丰厚的回报，让美的价值积累，让个人消费增值。没有什么比一个人许多内在的东西都没有机会展示，还没领到通行证就被拒之门外的损失更大了。

3.4 个人形象在很大程度上影响着组织的发展。

做为一个企业，个人形象在很大程度上影响着企业的成功或失败，这是显而意见的。只有当一个人真正意识到了个人形象与修养的重要性，才能体会到个人形象给你带来的机遇有多大。同时要注意交往的对象，与大众传播、广告或是设计之类等需要天马行空般灵感的行业人士交往时，个人形象方面可以活泼、时髦些;而与金融保险或是像律师事务所，以及日系公司等以中规中矩形象著称的行业人士交往时，则尽量以简单稳重的造型为佳。如果你注意到了这一点，那么你已经成功了一半。

总之，交往中最需要表现给上司、同事、商务伙伴以及客户以专业稳重的个人印象是至关重要的，因此在出门上班前，正确地选择服装、发式，注意自身的言谈举止，对你的工作绝对多有加分的效果。

4. 结束语

当今的社会非常注重职业形象，好的职业形象会给每一位职业人的事业和未来人生道路带来极为重大的正面影响。本文从职业形象塑造的概念和特点出发，指出职业形象塑造的三种基本传通方式：视觉形象、肢体语言、言谈方式。同时对职业形象塑造的社会价值、现实意义做进一步的探讨。并针对职业形象塑造的基本原则，提出职业形象所应遵守的标准和职业形象塑造的基本步骤。之后，结合职业想象塑造的基本传通方式和实例，对职业形象塑造在社会各行业中的具体应用进行论述。

参考文献：

[1] 曹舒秀;职业形象塑造探析;20xx.

[2] 赖亚丽;浅析职业形象与职业礼仪在工作中的重要性;20xx.

[3] 邵斌,张春雨;商务礼仪与职业形象;江西高校出版社;20xx.

商务礼仪小论文 篇7

摘要：我国素有 礼仪之邦 的美称，崇尚礼仪是我国人民的传统美德。礼仪，作为一种传统美德，具有历史的传承性，具有不衰的生命力，并且能够跨越时空。但从根本上来讲还是人与人之间的交往，所以我们习惯把商务礼仪界定为商务人员交往的艺术。就拿商务礼仪来说，美国著名的企业家、教育家和演讲口才艺术家卡耐基曾说，一个成功的企业，18%需要专业技术，82%需要有效的人际关系的沟通。换言之，掌握好商务礼仪，从而更加有效的与他人沟通，取胜于商海。

关键词：商务礼仪;内涵;应用;误区;重要性

一、商务礼仪的内涵

(一)什么是商务礼仪。

顾名思义，商务礼仪是指在人们商务交往中适用的礼仪规范，是在商务交往中，以一定的、约定俗成的程序、方式来表示尊重对方的过程和手段。礼出于俗，俗化为礼。商务礼仪的操作性，就是应该怎么做，不应该怎么做。在商务交往中做到 约束自己，尊重他人 才能使人们更轻松愉快地交往。商业礼仪包括了语言、表情、行为、环境、习惯等等，

(二)商务礼仪的基本特征 1.规范性。规范者标准也。是标准化要求。商务礼仪的规范是一个舆论约束，与法律约束不同，法律约束具有强制性。替别人介绍的先后顺序，不分男女，不分老少。工作中是平等的，先介绍主人，后介绍客人。理论上讲叫做客人有优先了解权，这是客人致上的体现。

2.区分对象，因人而异。就是对象性，跟什么人说什么话。宴请客人时优先考虑的问题是什么?便宴优先考虑的应该是菜肴的安排。要问对方不吃什么，有什么忌讳的，不同民族有不同的习惯，我们必须尊重民族习惯。西方人有六不吃，(1)不吃动物内脏;(2)不吃动物的头和脚;(3)不吃宠物，尤其是猫和狗;(4)不能吃珍稀动物;(5)不吃淡水鱼，淡水鱼有土腥味;(6)不吃无磷无鳍的鱼;蛇、膳等。除了民族禁忌之外，还要注意宗教禁忌，比如穆斯林禁忌动物的血。佛教禁忌荤腥，韭菜等。不同的对象要安排不同的内容，洋的要安排土的，土的要安排洋的。商务上讲叫吃特色、吃文化、吃环境。

3.技巧性。如何问客人喝饮料。要问封闭式的问题。总经理和董事长在台上的标准位置怎样排列?三项基本原则，前面的人高于后排，中央高于两侧，左右的确定是有技巧的，左侧高于右侧，是官方活动和政务礼仪是这样的，左右的确定，是当事人之间的位置来讲的，与别人没有关系。是传统做法。涉外交往和商务交往是讲国际惯例的，国际惯例正好相反，右高左低。

(三)商务礼仪的重要性

1.塑造个人与企业良好形象

商务礼仪能展示企业的文明程度、管理风格和道德水准，塑造企业形象。良好的企业形象是企业的无形资产，无疑可以为企业带来直接的经济效益。一个人讲究礼仪，就会在众人面前树立良好的个人形象;一个组织的成员讲究礼仪，就会为自己的组织树立良好的形象，赢得公众的赞誉。现代市场竞争除了产品竞争外，更体现在形象竞争。一个良好信誉和形象的公司或企业，就容易获得社会各方的信任和支持，就可在激烈的市场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，也是树立和巩固良好形象的需要。

2.规范我们日常商务行为

礼仪最基本的功能就是规范各种行为。商务礼仪可强化企业的道德要求，树立企业遵纪守法，遵守社会公德的良好形象。我们知道，道德是精神的东西，只能通过人的言行举止，通过人们处理各种关系所遵循的原则与态度表现出来。商务礼仪使企业的规章制度、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，实际上就在固定的商务礼仪中自觉维护和塑造着企业的良好形象。

3.传递信息、展示价值

良好的礼仪可以更好地向对方展示自己的长处和优势，她往往决定了机会是否降临。比如，在公司，你的服饰适当与否可能就会影响到你的晋升和同时的关系;带客户出去吃饭时你的举止得体与否也许就决定了交易的成功与否;又或者，在办公室不雅的言行或许就使你失去了一次参加老板家庭宴请的机会.....这是因为礼仪是一种信息，通过这个媒介表达出尊敬、友善、真诚的感情。所以在商务活动中，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。

二、商务礼仪在生活中的应用

(一)面试礼仪

1.作为面试者

(1)认识公司的准备工作

当你要去相亲的时候，你要做一些准备工作，比如会去了解对方的家庭背景、教育背景，看是不是门当户对。类似的，我们找工作的时候，也应该先对有意向的公司做一番调查了解，考虑这个地方是不是值得我投资时间来发展自己，这个过程就是一个相匹配的准备工作。大部分的公司都会把自己的使命写出来，这个普通的使命陈述是经过多次的讨论润色之后完成的，从这些简短的表述中，你可以了解公司所属的行业及行业地位、创业者的理念、公司文化等。这是认识公司的第一步。

第二步的调查是找曾经在这个公司工作过的人，从他们那里了解公司的文化和价值观，以及更多的事实。

认识公司的第三步，了解对方公司到底在找什么样的员工。

(2)认识自己的准备工作

在面试前，不妨先扪心自问 你真的认识你自己吗?你有什么样的个性?你比较喜欢独立工作还是团队工作?你喜欢一个什么样的老板，是一个给员工很多自由发挥空间的，还是事无巨细型的?你的优点和缺点是什么?

(3)面试当天的准备

首先，是你的个人形象管理，穿着要端庄，尤其注意你随身的配件要与穿着的职业性和品质一致。其次，注意时间管理，最好提前5~10分钟入场，深呼吸，平静自己的心情，从容走进面试。在面试中，要注意第一印象管理，要精心设计并控制口头语言和肢体语言的使用。谈话时，中心应该放在你对公司的兴趣和了解上，让对方杆菌到你时有备而来;当你做了充分的准备工作，并且把重点放在帮助对方找一个相匹配的人时，这个比你把关注点放在我可比可以被录取上面要好得多。

2.作为面试官

(1)不管对方是否适合你的公司，首先你的角色是公司的形象大使，你的言行举止代表着公司的文化和价值，同时也要善于从对方的言谈与反应中，了解公司的优势和劣势。

(2)确定选择的标准

不管对方表现的如何，你都应给于对方相当的尊重，重点不是评定输赢，而是看是否有good match。首先你本人应该充分认识公司的文化、价值观、远景目标。举个例子，如果你代表谷歌面试，谷歌的文化比较随意，如果面试者来自工作氛围相对严谨的欧洲，那么他有可能会发现不是很match。或者虽然公司的员工穿着很休闲，但加班很多，那对一个习惯固定上下班的人同样也不是很适合。这些情况都需要提前了解，以便看看对方是否match。

(3)充分的准备工作

自己的准备工作包括认识自己，认识你的团队，认识你的行业，认识你和竞争者的不同点。比如，如果你所在的公司在这个行业所占份额排名第三，那么公司有什么计划来超越前两名的公司，以争取最大份额?对此，你要有清醒的认识。

(4)形象大使的个人管理

跟被面试者一样，对自己形象大使的角色也需要一些准备工作：态度、穿着、给对方的第一感觉，这些是否让面试者舒服等等，这都是个人管理的范畴。面试当天需要准备一些资料，例如公司的宣传材料，以及将要询问对方的问题，如果面试进行到一半，你离开去找资料，会让对方觉得你很不专业。因为你是整个面试过程的控制者，所以你要准时到场，准时结束，不干扰对方的时间安排。

(二)电话礼仪

1.座机电话使用礼仪

我们打或接每一通电话的时候，都应该认识自己的角色，那就是公司的开门人和代言者。对方很可能是第一次通过电话来接触公司，这个电话或者为公司打开了一笔新生意，或者打砸了公司的牌子。此时你代表的是公司的形象，因此要表现出友好、助益、专业的态度，快速接听，及时回应。

(1)接听电话的表情。开始讲话时，脸上的微笑会带来亲切的态度表现。虽然对方看不到你的表情，但事实是你的微笑会带动积极地情绪，进而影响你的用语和语调。因此，在拿起话筒前，就要面带微笑，真实的微笑。

(2)接听电话后的第一句话。你接到电话后的第一句话应该是自报家门 介绍你的公司和你自己的名字，让对方知道你是谁在跟他对话。

(3)电话谈话的特点。电话谈话应该简洁有效，条理清晰，目标明确，直奔主题;确保不是闲聊而浪费对方的时间;为不浪费别人的时间，最好事先打好腹稿，这样才能将谈话引导到目标达成上。

(4)特殊情况的处理。在讲电话是，如果被意外事件打断，需要对方等候，先征求对方的同意，并告知等待多长时间。

(5)转接电话的处理。需要转接到其他分机，需要告诉对方名字和分机号，这样万一意外挂断后，对方也可以自己重打过去。

(6)讲电话时的噪音控制。讲电话时不要吃东西，同时要避免一些噪音。

(7)谁先挂电话呢?打电话的一方应该先挂电话。

2.移动电话礼仪

移动电话，俗称手机，跟固定电话的功能非常相似，但作为一种便携式电话终端，手机通话所带来的益处和损失比电话的影响还要大。不只你有没有类似的经历，在电影院或会议上，在你需要专心听讲的场所，突然周围有人在接听或讲电话，这个人可能没有意识到这一简单的行为已经给自己建立了一个坏的印象。手机是一个很容易被滥用的通话工具。使当地掌握手机通话利益可以帮助我们和他人进行有效地联络，提高工作效率。因此要记住以下的原则：

(1)控制手机铃声和音量。如果在工作场所，注意自己的彩铃，不要太可爱，一不要

太大声。

(2)不做手机的奴隶。很多人对手机的态度好像他们是手机的奴隶，随时准备被打进来的电话打断，这是一个不正确的态度。手机应该是你完美的仆人而非霸道的主人。和你面对面的人要优先于和你打电话的人。

(3)开会时，需要将手机调成振动或关掉。

(4)设置自动回复短信功能。如果你需要与人面谈，但同时也在等一个很重要的电话，那么你需要先和对方打招呼，其他不重要的电话，就不要接。现在手机功能很全面，甚至可以设置一个自动回复短信功能。当你因为某些原因不能立刻接对方电话时，可以发这样的短信告知对方，这样双方都不会感到冒犯。

(5)保护隐私。要讲一个隐私的事情时，需要找一个单独的地方讲，因为你周围的人不想知道你的私生活。

(6)谨慎使用手机拍照功能。科技发达的今天，许多手机都有拍照功能。然而，想给人照相，要事先经过对方的允许。

固定电话和手机都是21世纪新科技带给我们的很有用的工具，给我们的生活带来了很大的帮助。同时，也可能也是很厉害的武器，使用不当，会给我们带来很大的损失。这么有力量的工具，一定要适当的使用。

(三)个人仪表管理

1.在这样一个后现代的消费社会里。人们往往因面临太多的选择而无法作出最终决定，因此就显出消费品在包装上的重要性。这就如同我们在超市购物时，面对琳琅满目的商品，包装精美的会首先引起我们的注意，有了注意我们才有可能买回家试用，如果质量也同样不错，那我们就会变成它的忠实用户。所以，外在的包装，是成功商务的第一扇门，顾客先要走进这扇门，才有可能试用甚至购买产品。同样，在商务往来中，如何让你从客户的n多待选中脱颖而出，首要之物也是要包装。因此，个人的仪表管理、穿着形象就是你为客户打开的第一扇门。

2.一个人的仪表管理并不仅限于他的穿着，而是经由整体的包装向潜在客户展示一个立体的自己。何为立体?如同中医的 望闻问切 一样，我也有我的四字真言 看、闻、听、触。什么是看?看你的外表、姿势，以及身体语言，看你是否干净、卫生;什么是闻?闻你身上有无异味;什么是听?听你的谈吐，听你的身体是否会发出不合时宜的噪音;什么是触?触摸你握手的力度，从中感知你是否表达了恰到好处的热情。

3.要立体地展现一个完美的自己，就要靠这四字真言来时刻检视自己。为什么强调时刻?因为，良好的生活习惯是需要时间来培养的，临时抱佛脚的做法基本无效。而良好的生活习惯一旦形成，它就会成为一个人整体形象的可靠保障，你的整洁，你的大方，你由内及外所发散出的优雅的气质，才能在举手投足间不经意展现，这才是仪表管理比较高的境界。要知道，好习惯是真水无香，不易觉察;话习惯则难掩其陋，纤毫毕现。因此，培养良好的生活习惯，注意个人卫生，是仪表管理的必修之课，关系甚巨，不可不察。

4.职场着装安全岛

入乡随俗，既然我们身在中国，就然我们为我们的职业装加上些许中国元素吧! 要确保所有的衣服都是熨烫服帖，不要有褶皱。

购买服装时，尽量选择一些不易褶皱的布料，尤其在出差时它会发挥作用。 要确保你所有的衣服都是整洁的，不要有弄脏、划破或者穿烂的痕迹。

好的配饰同衣服一样重要。购买一些高档的钢笔、围巾、领带、公文包、鞋，以及低调而又高贵的珠宝。注意平时对配饰的保养和护理。

5.关注职业装的质量而非数量。购买一些质量上乘、颜色百搭的西服、衬衣、裤子和裙子等职业服装，以便与其他衣服搭配，穿出品味和变化。

质量好的衣服未必价格高的让人望尘莫及，也未必是世界大牌。注意平时对服装鉴赏力的培养和积累。

三、商务礼仪的误区

(一) 这是一天严格的条令，要求人人都去遵守，如此方能做一个 文明人

事实上，良好的礼仪是发自内心的，而不是靠外在的条令。培养良好礼仪的关键就是正确的态度和借此生发出的虚心学习的意愿。在我的身边，我也亲眼看见一些农民个体户，虽然教育水平有限，生意起点很低，但是通过他们的真心诚意、辛勤劳动、谦恭有礼。也慢慢赢得了顾客认可，获得了成功。

(二)这是只为财富阶层和知识阶层设计的规矩

事实上，每个人，不管你是首相还是贫民，都可以变得体面而彬彬有礼。婕妮路连锁超市成功的故事是从草根到精英的一个成功案例。超市的创建者和她的员工来自河南的农村，没有受过任何正式的教育和礼仪课程培训，却以对顾客无处不在的尊重、体贴和真诚，赢得了他们的信任和忠诚。

(三)这是一个过时的传统

礼仪是每一个时代永不过时的必需品，成功人士对此体会尤深。研究表明，在世界500强的企业中，那些成功人士具备的不是高智商或高学历，相反，是高情商。良好的礼节能提高我们的情商，能提高我们在所追求的事业上的成功率。

(四)这是阿谀奉承的需要

如同误区三中对礼仪过时的误解一样，礼仪与阿谀奉承同样毫不相干。礼仪并不因对象的不同而有所区别，它不会因为对方是王子、贵族或是乞丐、百姓而变化礼仪的成色。不可否认在一些商店或饭店，服务人员会根据顾客的穿着、身份而变化不同的态度，对他们所认为的 有钱有势 阶层，他们会笑脸相迎，而对于他们所认为的 无钱无势 阶层，他们会满脸不屑。所谓 只敬罗衫不敬人 ，在降低自己品位的同时，不知流失了多少生意。 在如今竞争激烈的商业战场上，我想不会有太多人还以上述的态度来对待周遭的人和事，因为你不知对方是否会在将来成为你的客户或贵人。你确定谁是你的客人吗?我想你周围的每一个人都有可能成为你的客户或帮助者。既然如此，那么最好的方式就是没有区别地尊重和对待你周围的人。

事实上，无论阿谀奉承，还是傲慢不屑，两个极端都是与 君子 相悖的。君子不管处于社会的哪个阶层，都是优雅谦逊的，都是众所欢迎的。

四、走出商务礼仪的误区

(一)商务礼仪教育的现状与反思

1.中国五千年的文明历史，使华夏儿女以其礼仪之邦而 自豪。管子言： 仓廪实则知礼节，衣食足则知荣辱。 然而，反思国人 种种现状使人们感到仓康实却未必知礼节。北京青年报曾报道一则消 息：国庆期间，环卫工人在40万平方米的天安门广场上清洁出60万块口香糖残渣。某国际大厦 寻找中国人 要到说话声音最大、剩菜最多的餐桌旁找。有识之士不禁呐喊： 还我礼仪之邦! 近年来，岗位礼仪培训日趋红火，但是发现有的部门培训时只要求给员工讲讲如何化妆、着装就行了，有的为应急某活动要求告知迎宾接待程序即可，有的窗口行业把礼仪教育等同于对服务员的形体训练，有的单位进行礼仪教育就是组织员工听一小时的理论讲座，还有一些人认为礼仪教育是某些形式的需要。

2.许多教育专家、各级教育部门及各类学校，也都从不同角看到了学校礼仪教育的不足和缺陷。有相当一部分学校在礼仪教方面却是 空白 。教室里学生随地吐痰、衣衫不整屡见不鲜，楼道里吹拉喊唱、推搡哄闹时有发生。一些学生对师长出言不逊，对同学态度粗暴，要求别人尊重自己，却不知尊重别人为何物;(二)走出误区，加强商务礼仪养成教育;1.走出礼仪教育误区，首先要端正认识，解决好 什;2.基于对礼仪概念的澄清，我认为应当把礼仪教育的;3.明确了礼仪教育这一目标，走出礼仪教育误区，最;学家约翰 洛克说过： 礼仪是儿童和青年应该特别小;习惯的第一件大事;4.礼仪养成教育就是培养人们良好的道德行为习惯的;应该说，重视礼要求别人尊重自己，却不知尊重别人为何物。学生中出现这种 受教育没教养，有知识没文化 的现象，是礼仪教育缺失造成的。有的学校印发《学生文明礼仪常规》共百余条准则，大会小会组织学生逐条学习、背诵，可学生的表现一切照旧，只是承认错误时，有些学生能说出自己违反了礼仪条例的哪一款哪一条礼仪教育陷入盲区、误区，成了教条形式。鉴于这些现状，我们对礼仪教育必须端正认识，明确目标，掌握方法。

(二)走出误区，加强商务礼仪养成教育

1.走出礼仪教育误区，首先要端正认识，解决好 什么是礼仪 的问题。礼仪起源于祭祀鬼神，本意为敬神，今引申为表示敬意的通称， 尊敬之心，礼也。 礼仪的本质在于谦恭、尊重。千百年来，在人类社会生活的过程中，形成了一种建设社会文明的文化规则，这就是待人接物要有礼貌，做人行事要守规矩，要维护社会公德。礼仪是文明的象征、道德的范畴。 礼 是规，也是德，是天地自然之公道; 仪 是矩，是准则，也是治国和做人的尺度。所以礼仪是社会用来维护政治秩序和规范人的客观需要。人际交往中，人人都必须约之以礼，以一定的约定俗成的程序、方式表现出律己、敬人之德，这项原则把人的思想意识和个性心 理都规范于一个和谐统一的道德秩序之上。

2.基于对礼仪概念的澄清，我认为应当把礼仪教育的内涵界定为 指向人的德性培养的教育 。礼仪教育从根本上说是着眼 于人的整体发展，尊重人的正常需求，是通过创造出一个合乎人 性的、宽松、健康、向善的环境而发展人的。那么，礼仪教育就不只是一般的礼貌教育，更不是特殊的技能训练，而是一种道德内 化、健全人格的教育 。

3.明确了礼仪教育这一 目标，走 出礼仪教育误区，最终需要掌握教育的基本方法，即应当着重于以人为本的养成教育。一个人道德品质的确立，绝非一朝一夕之功，而在于一点一滴的养成。古希腊的哲人就曾指出： 德是表现在行为上的习惯 ，实际上，人们日常的言谈举止，所作所为，在大多数情况下并非道德判断 之类的理性使然，更多的是习性使然，所谓 习惯成自然 。很难想象一个偷窃成性的孩子将来会是个廉洁奉公的人，也很难想 象假话充斥、假货泛滥的地方能有诚信无欺的社会风尚。英国哲

学家约翰 洛克说过： 礼仪是儿童和青年应该特别小心地养成

习惯的第一件大事。

4.礼仪养成教育就是培养人们良好的道德行为习惯的教育。脱离了养成教育，礼仪教育就必然成了空洞的道德说教。注重养成教育，从文明行为训练入手，从基本的做人、办事的礼仪做起，把传统美德与现代文明结合起来，有目的、有计划、科学地开展知礼、守礼、行礼实践活动，使教育对象通过彬彬有礼的态度、文明礼貌的语言、优雅得体的举止等正确地调整 自己的思想和行为，主动理解规约、选择价值和体验意义，进而使德性成为自觉的意识、自身的习惯、自我的需要，从而达到道德内化、健全人格的目的。

应该说，重视礼仪教育，提高全社会文明程度，成为有识士的共同愿望。时代的发展，教育理念的更新给礼仪教育提出了新的课题，也提供了更广阔的领域，还有更多的实践途径等待着 我们去探索。

五、商务礼仪的重要性

社会的飞速发展和文明程度的不断提高，以及与世界交流的日益频繁，作为工业企业，提高产品质量已经成为简单的事情，所以\*提高产品质量提升竞争力已经难以适应激烈竞争的需要。在这样的大环境下，提升服务和形象的竞争力已经成为现代竞争更重要的筹码。 来看看这篇曾刊登在《文汇报》上的题为《一口痰 吐掉 一项合作》的报道。

某医疗器械厂与美国客商达成了引进 大输液管 生产线的协议，第二天就要签字了。可是，当这个厂的厂长陪同外商参观车间的时候，向墙角吐了一口痰，然后用鞋底去擦。这一幕让外商彻夜难眠，他让翻译给那位厂长送去一封信： 恕我直言，一个厂长的卫生习惯可

以反映一个工厂的管理素质。况且，我们今后要生产的是用来治病的输液皮管。贵国有句谚语：人命关天!请原谅我的不辞而别 一项已基本谈成的项目，就这样 吹 了。

礼仪是表现律己、敬人的一种行为规范。对于工业企业来说，礼仪是表现企业对客户人性化的服务和关爱的重要途径。

服务和形象的竞争力是企业走向世界的国际通行证，是企业生存发展的命根子。而服务和形象，最终还是要人来体现。

中国作为WTO的一员，跟世界各国都有商务往来，各国的礼仪肯定是异彩纷呈，各不相同的;即使在我国境内，各地的风俗也不一样。如果不及时地了解，把握这些异国的礼仪准则，就会不可避免的在商场中落下 笑料 ，甚至把到手的生意 砸了 。

走进它、了解它 商务礼仪 社会的不断完善是人类文明前进的一个标志,在现代商务活动中，礼仪几乎成了商务成功的一个关键因素。

商务礼仪小论文 篇8

摘要：本文就拨打、接听电话的礼仪进行了探讨，以便商务 人员成功地完成商务活动。

关键词：商务礼仪 商务电话 礼貌

引言

电话礼仪是每个商界人士所必须懂得的知识,需要加强学习。然 而,很多商务人员却对商务礼仪方面的知识并不十分重视，有的 甚至认为那都是些繁冗缛节;虽然也有些商务人员比较重视，懂 得礼仪的规范在商务交往中的重要性，但却不能正确的运用到实 际当中，甚至有的还乱用。因此，深人研究、学习了各种商务礼 仪，尤其是电话礼仪，懂得如何使用最常用的电话礼仪方式，是 至关重要的。

一、拨打商务电话的礼仅

商务运作高不开电话这一便捷的通讯工具。商务人员每天要接打大量的电话。看起来打电话很容易。对着话筒同对方交谈，觉得和当面交谈

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！