

儒家思想与中国商务礼仪文化

杨保筠

泰国法政大学比里·帕侬荣国际学院

2014年2月17日

一、商务礼仪：中国历史文化的结晶

- 中国商务礼仪的主要渊源
- 中国传统文化
- 与时俱进的文化变革
- 对外开放与兼收并蓄
- 礼仪的含义
- 礼：规则，意识
- 仪：表现形式、程序
- 礼仪是由社会习俗或权威所规定的常规或惯例。
- 不同人种、民族、社会成员特有的生活方式，思想方式，行为方式，交往方式构成礼仪的基础，具有明显的差异性。

中国传统文化与礼仪

- 儒家思想的“仁、义、礼、智、信”成为中国古人的道德规范，并代代相传，形成每个人都应当遵循的礼仪。
- “仁”是儒家思想的核心，具有人格、人贵、人和等意识，而“孝”是“仁”的重要组成部分，是评价人的道德的一个重要标志；
- “义”是为人的另一个重要品质，《三国》和《水浒》中有关“义气”的故事广为流传；
- “礼”是人的基本品质；
- “智”是指人要有知识，有智慧
- “信”是要求做人、说话要言而有信

中国礼仪影响广泛而深入

■ 行为举止礼

- 站如松、坐如钟、行如风、卧如弓

■ 言辞礼仪

- 要求“四有四避”：

- 有分寸、有礼节、有教养、有学识
- 避隐私、避浅薄、避粗鄙、避忌讳

■ 待人接物礼

- 居处恭、执事敬、与人忠

礼仪的地位

- 春秋时期的孔子把“礼”推向了至高无上的地位
- 礼仪作为社会道德、人的行为标准和精神支柱
- 各朝代的政府设立了掌管礼仪的行政机构管理国家的礼仪文化和事务
- 形成了“不知礼，无以立”的社会观念

商务礼仪

- 指礼仪在商务行业之内的具体运用
- 是商务人员应当严格遵守的行为规范（个人）
- 是商务活动中人们共同遵守的行为准则（集体）
- 其中反映出的是人类在社会历史过程中所创造的物质财富和精神财富的总和

中国商务礼仪的特征

- 传承性
 - 是在中国古代礼仪的基础上继承和发展起来的
- 规范性
 - 人们在商务场合接人待物时必须遵守的行为规范。
- 地域性
 - 具有地方习俗的特点
- 时代性

- 随着世界经济国际化，与各国的交往越来越多，互相学习，取长补短，不断地融入新内容

- 复杂性

- 不仅需要遵守礼仪，还要实现谋利的目的。处理“义”和“利”的关系非常复杂。故有“无商不奸”之说。

中国传统文化与商务礼仪

- 儒家思想规范了中国古代商人的道德

- 人要有道德，例如：“己所不欲，勿施于人”、“君子爱财，取之有道”、“和气生财”、“买卖不在，人情在”，等等

- 儒商文化

- 儒商：有儒者的道德才智，又有商人的财富成功

- 儒商的特点：注重个人修养；诚信经营；较高的文化素质；注重合作；较强责任感，特别是有对社会，对人民负责的远大抱负

- 儒商与一般商人的区别：重视商业道德，不义之财不取

中国商务礼仪的原则

- 尊重他人

- 做到“人敬我一尺，我敬人一丈”

- 待人要热情真诚、有礼有节、装饰和举止适度、言行一致、宽宏大量、求同存异、要一视同仁、平等待人，不能因为交往对象在年龄、文化、职业、地位、贫富、亲疏等方面的不同而不一样，商业活动中要“童叟无欺”。等等。

- 真诚守信

- 诚信待人，表里如一，不自欺欺人

- 信守诺言，言行一致

在传统文化基础上形成新儒商文化

- 用传统文化思想的精华构建企业文化，用以指导企业的运作和发展

- 以德立身

- 坚持实践“利”与“义”统一的价值观

- 勇于竞争和善于竞争

- 实行以人为本的管理
- 具有开拓创新的意识和能力

二、商务礼仪：到中国投资经商的关键

- 了解中国商务礼仪，有助于理解中国的营销文化
- 避免在与中国人交往中闹笑话
- 避免在与中国有关的商务活动中无意伤害他人
- 有助于在与中国商务交往中取得成功

商务礼仪的与时俱进

- 随着改革开放和社会文化的发展，现代中国企业又接受了很多外国企业的礼仪和文化
- 加之中国地域风俗差别较大，使得中国商务环境更加复杂。
- 因而更需要对中国商务礼仪有全面深入的了解和理解

地域文化与商务礼仪

- “一方水土，养一方人”，“到什么山，唱什么歌”，及时在中国积累的礼仪经验，也未必到处可用。
- 中国是世界人口第一大国，56个民族语言复杂，风土民情南辕北辙；
- 不同地域产生了不同的性格，表现在经商办事上，也形成不同的风格特征。
- 同样是做生意搞业务，北京商人和上海企业家，或者说浙江的、广东的、山西的，都各自有显著的特点；
- 即使同属一个省，不同城市的生意人，还是有相当的差别。

中国商务交往礼仪的广泛与复杂

- 商务见面礼仪
- 商务接待礼仪
- 商务会谈礼仪
- 商务着装礼仪

- 商务宴请礼仪
- 商务招待中的酒文化与礼仪

商务人员日常应酬礼仪

- 拜访与接待中的寒暄
- 交谈中的称赞与感谢
- 日常交往中的祝贺与慰问
- 谈话中需特别注意的话题
- 中国人的赠礼习惯
- 凡此种种，都应当予以了解和正确应对

一个问题的两个方面：

传统文化对中国人消费观念的影响

- “伦理”文化的影响
 - “百行孝为先”和“望子成龙”的思想
 - 孝敬老人消费和教育子女消费
- “仁”的思想影响
 - 关系消费
- “黜奢崇俭”思想的影响
 - 节约消费，存钱习惯
- 传统习俗礼仪的影响
 - 节庆、习俗消费