

第一章

营销礼仪概述

本章学习目标：

1. 了解礼仪的历史渊源,理解营销礼仪的内涵。
2. 了解营销礼仪的构成要素及主要功能,掌握营销礼仪的基本特征。
3. 理解礼仪在营销活动中的重要作用,并能运用营销礼仪的基本原则进行营销活动。



元世祖忽必烈一次召见应聘官员,应聘者中有一位学士叫胡石塘。此人生性粗心,不拘小节,歪戴着帽子也没有发现,就进去面见元世祖。忽必烈看着他,问道:“你有什么本事啊?说来我听听。”胡学士回答说:“我有治国平天下的学识。”忽必烈听了哈哈大笑:“你连自己头上的帽子都戴不平,还能平天下吗?”

胡石塘因为歪戴帽子不拘小节而断送了前程。

案例来源 <http://rw.lzy.edu.cn/pse/lessonplan.htm>

分析:古人云“人无礼不立,事无礼不成,国无礼不宁。”礼仪对于个人乃至国家意义重大。胡石塘因歪戴帽子而断送了仕途,可见礼仪无小事。我们必须认真学习和践行礼仪,时时事事依礼行事。

中国素有“礼仪之邦”的美誉,以礼为基础形成的中国传统文化是中华文明的延续,是值得每一个炎黄子孙引以为豪的。中国的礼仪文化源远流长,从远古到现代,形成了完备的礼仪体系。礼仪是人类不断走向文明、走向进步的标志。一个国家、民族、地区礼仪水平的高低,是其政治、经济、文化是否发达的重要标志;一个团体、个人礼仪修养如何,是其道德水平综合素质的反映。礼仪作为当代交际活动的润滑剂,是人们社会生活中不可或缺的内容。作为一名成功的营销人员,不仅要具备精湛的业务技能,更要学习和遵循营销礼仪,这样才能在“百舸争流”的市场大潮中,做个成功的弄潮儿,从容地应对种种挑战。营销礼仪,其实质是指营销人员在交往中应该遵守的交往艺术,是衡量营销人员素质与企业形象的重要标准。

第一节 礼仪概述

一、礼仪的起源和发展

(一) 中国古代礼仪的起源

礼仪文明作为中国传统文化的一个重要组成部分,对中国社会历史发展有广泛而深远的影响,其内容十分丰富。礼仪所涉及的范围十分广泛,几乎渗透于古代社会生活的各个方面。关于礼仪究竟何时何故而起,自古以来,人们做过种种探讨,有以下几种起源说:一是天神生礼仪;二是礼为天地人的统一体;三是礼产生于人的自然本性;四是礼为人性和环境矛盾的产物;五是礼生于理,起源于俗等。

现代人类学家、历史学家、考古学家、礼仪专家研究认为:从理论上讲,礼仪起源于人类社会协调主客观矛盾的需要;从仪式上说,礼仪起源于原始的宗教祭祀活动。

1. 礼的产生是人类为了协调主客观矛盾的需要

首先,自然的人伦秩序是礼产生的最原始动力。人类为了生存和发展,必须与大自然抗争,不得不以群居的形式相互依存,人类的群居性使得人与人之间相互依赖又相互制约。在群体生活中,男女有别,老少有异,既是一种天然的人伦秩序,又是一种需要被所有成员共同认定、保证和维护的社会秩序。人类面临着的内部关系必须妥善处理,因此,人们逐步积累和约定俗成出一系列“人伦秩序”,这就是最初的礼。

其次,礼起源于人类寻求满足自身欲望与实现欲望的制约条件之间平衡的需要。礼是怎么来的呢?荀子在《礼论》中答道:人对欲望的追求是人的本能,人们在追寻实现欲望的过程中,人与人之间必然会发生矛盾和冲突,于是有“圣贤之人”如黄帝、尧、舜、禹等为“止欲制乱”而制礼,并身体力行为民众做榜样,从而使礼在“维稳制乱”中发挥了重要的作用,也正因如此,人们更加遵礼尚礼。

2. 礼产生于原始宗教的祭祀活动

由于原始人类认识自然的能力很低,在这种观念的影响下,原始人开始一相情愿地用原始宗教仪式等手段来影响神灵,于是,产生了礼。

在生产水平极其低下的原始社会,赤手空拳的原始先民们,面对变幻莫测的自然现象和无法驾驭的自然力量,往往迷惑不解,从而对自然界充满了神秘莫测和恐惧敬畏感,于是他们便产生了“万物有灵”的原始宗教观念,开始普遍崇拜和敬奉天地神灵,并产生了祭天拜祖的习俗。这种宗教祭祀活动就是最早也是最简单的以祭祀天地、鬼神、祖先为主要内容的“礼”。这些祭祀活动在历史发展中逐步完善成了相应的规范和制度,正式形成祭祀礼仪。

随着人类对自然与社会各种关系认识的逐步深入,人们将事神致福活动中的一系列行为,从内容和形式上扩展到了各种人际交往活动,并逐渐渗透到了社会政治、生活等各个领域。内容包括:制定了明确血缘关系的婚嫁礼仪;区别部族内部尊卑等级的礼制;为祭天敬神而确定的一些祭奠仪式;在人们的相互交往中表示礼节和恭敬的动作。我们今天所用的握手礼就源于刀耕火种的原始社会。

整个原始社会是礼仪的萌芽时期,礼仪较为简单和虔诚,主要表现为原始朴素的敬天敬神仪式,具有强烈的迷信色彩,并且没有阶级性。

(二) 中国礼仪的形成与发展

礼仪在其传承沿袭的过程中不断发生着变革,其演变过程大致可以分为以下3个阶段。

1. 礼仪的形成时期:奴隶社会

人类进入奴隶社会(公元前21世纪—公元前771年),统治阶级为了巩固自己的统治地位把原始的宗教礼仪发展成符合奴隶社会政治需要的礼制,礼被打上了深深的阶级烙印。

在这个阶段,中国第一次形成了比较完整的国家礼仪与制度。例如,“五礼”就是一整套涉及社会生活各方面的礼仪规范和行为标准。周代的《周礼》、《仪礼》、《礼记》反映了周代的礼仪制度,是我国最早的礼仪学专著,被后世称为“礼学三著作”。在汉以后2000多年的历史中,这三部礼书一直是国家制定礼仪制度的经典著作,被称为礼经。三礼的出现标志着“周礼”已经达到了系统、完备的阶段,而礼仪的内涵也由单纯的祭祀天地、鬼神、祖先,扩展

到全面制约人们行为的领域。奴隶社会的礼仪旨在维护统治阶级的利益,巩固其统治。不容否认的是,“三礼”的制定,特别是《周礼》,对于后世的治国安邦,施政教化,规范行为等方面均起到了不可估量的作用。

2. 礼仪的变革时期:春秋战国时期

春秋战国时期(公元前 771 年—公元前 221 年),学术界百家争鸣,以孔子、孟子、荀子为代表的思想家们系统地阐述了礼的起源、本质和功能等问题,第一次从理论上全面而深刻地阐述了社会等级秩序的划分及其意义,以及与之相适应的礼仪规范、通用义务。

修身、齐家、治国、平天下,是儒家管理思想的纲领。孔子对礼仪非常重视,他认为“不学礼,无以立”、“质胜文则野,文胜质则史。文质彬彬,然后君子”。他要求人们用礼的规范来约束自己的行为,要做到“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”。倡导“仁者爱人”、“礼之用,和为贵”,强调人与人之间要有同情心,要相互关心,彼此尊重。

孔子认为礼治是治国的根本手段。他把“礼”看成是治国、安邦、平天下的基础。他曾提出“为国以礼”。齐景公曾向孔子请教施政方略,孔子答道:“君君、臣臣、父父、子子。”这是遍布于社会政治各个方面各个层面的尊卑制度,是一种政治原则,孔子认为这是最重要的治国方针。

孟子曰:“恭敬之心,礼也”,他认为礼就是对尊长和宾客严肃而有礼貌,并把“礼”看做是人的善性的发端之一。

先秦儒家的集大成者荀子,在《荀子礼论》中最早关于“礼”的起源进行了探索。荀子自问道:“礼起源于何也?”曰:“人生而有欲,欲而不得,则不能无求;求而无度量分界,则不能无争;争则乱,乱则穷。先王恶其乱也,故制礼义以分之,以养人之欲,给人之求,使欲必不穷乎物,物必不屈于欲,两者相持而长,是礼之所起也,故礼者,养也。”按照荀子的看法,古代帝王制礼是为了节制人们的欲望,纠正他们恶劣的天性,礼仪直接关系到人类的生死存亡。同时,荀子把“礼”作为人生哲学思想的核心,把“礼”看做是做人的根本目的和最高理想,“礼者,人道之极也”。他认为“礼”既是目标、理想,又是行为过程。“人无礼则不生,事无礼则不成,国无礼则不宁。”

3. 礼仪的强化时期:秦汉到清末

在我国长达 2000 多年的封建社会(公元前 221—公元 1911 年)里,尽管不同朝代的礼仪文化具有不同的社会政治、经济、文化特征,但却有一个共同的特点,就是一直为统治阶级所利用,礼仪是维护封建社会等级秩序的工具。这一时期的礼仪的重要特点是尊君抑臣、尊夫抑妇、尊父抑子、尊神抑人。在漫长的历史演变过程中,它逐渐变成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枷锁。

秦始皇灭东方六国,建立统一的封建国家后,采取一系列措施,如改“王”为“皇帝”,规定皇帝自称的专用术语“朕”等,从而确立皇权至上的威严。

西汉汉武帝时期,唯心主义思想家董仲舒提出“罢黜百家、独尊儒术”,形成了以儒家学说为主导的正统的封建礼教。董仲舒以“天人感应”说,提出的“三纲五常”(三纲为“君为臣纲,父为子纲,夫为妻纲”,五常为“仁、义、礼、智、信”),再加上有意志的“天”,构成了封建政权、族权、神权、夫权四种统治权力。这种封建伦理道德准则,将人们的行为纳入了封建道德

的轨道,成为妨碍人们个性自由发展、窒息人们思想自由、阻碍人类平等交往的精神枷锁。

宋代程颐、朱熹的理学,将封建礼教推向了新的高潮。程朱理学认为,天地万物皆体现“理”的原则,并进一步扩展到人类社会,以此论证封建等级制度亘古不变。家礼是这一时期的重要特点。“三从四德”(“三从”是“在家从父、出嫁从夫、夫死从子”,“四德”是“妇德——一切言行都要符合忠、孝、节、义”;“妇言”——说话要小心谨慎;“妇容”——容貌打扮要整齐美观;“妇功”——要把侍奉公婆和丈夫作为最重要的事情来做)是妇女的道德礼仪标准,成了封建社会牢牢地套在中国妇女身上的精神枷锁,是封建吃人礼教的重要组成部分。

明清时期继承了宋代以来的封建礼仪,家礼进一步完善,更加严明,封建礼仪日益完善。此时,礼仪之风盛行,制定了完整的祭祖、祭天、祀年等仪式程序,规范了“君臣之礼”、“尊卑之礼”、“交友之礼”等社会活动。

纵观封建社会的礼仪,内容大致有涉及国家政治的礼制和家庭伦理两类。这一时期的礼仪构成了中华传统礼仪的主体。究其实质,是以等级制度为基础的,为维护阶级统治服务的,是一种愚民、欺民政策。

(三) 中国的近现代礼仪

清朝末年,西方礼仪文化开始传入中国,科学、民主、平等、自由的观念开始传播。辛亥革命爆发,推翻封建统治,把封建礼教也一并扫进了“垃圾堆”,代表资产阶级上升时期的自由、民主、平等、博爱等思想得到传播。民国时期,西方礼仪大量传入中国。

1949年新中国成立后,新型的社会关系、人际关系的建立,标志着中国的礼学和礼仪进入了一个新的历史发展时期。改革开放后,中国与世界经济、文化交流带来了世界各地、各民族礼仪风俗的交流。我国自1984年3月起,恢复鸣放礼炮仪式。在天安门广场举行的升旗仪式是最隆重的礼仪形式。

此时开始。现代礼仪的本质:强调人格平等,以尊重为立足点和出发点,追求人际交往的和谐与顺畅。

总而言之,随着社会的不断进步,礼仪也在随之变革、发展和完善,从而更有效地规范人们的言行,使之向着符合道德和社会规范的方向发展。

二、礼的相关概念

(一) 礼、礼貌、礼节、礼仪的概念

1. 礼

礼的本意为敬神,是“禮”的简体字。许慎《说文解字》称:“礼者,履也,所以事神致福也。”《周礼》中,礼的含义是“夫礼者所以定亲疏,决嫌疑,别同异,明是非也。”“礼,不妄说人,不辞费。礼,不逾节,不侵侮,不好狎。”所以“礼”是文明国家为规范人与人之间的社会关系、维持社会秩序而必须普遍遵守的守则和习惯。古代“礼”泛指奴隶社会、封建社会等级森严的社会准则和道德规范。后引申为表示敬意的统称,如敬礼、礼貌。孔子云:“礼者,敬人也。”从本质上讲,“礼”是一项做人的基本道德标准。

随着历史的发展,“礼”的内涵已经有了延伸和扩展,既指表示敬意而举行的隆重仪式

(如典礼、婚礼、丧礼),也可表示社交中的礼貌礼节,也指礼物(如送礼、礼品、礼单)。在许多场合它已成为“礼貌”、“礼节”、“礼宾”、“礼仪”等的代名词。它是人们在社会生活中处理人际关系并约束自己行为以示他人的准则。礼属于道德的范畴,是社会公德中极为重要的部分。道德是由社会经济基础决定的一种社会意识形态,是一个社会用以调整人们之间以及个人和社会之间关系的行为总和。礼渗透于人们的日常生活中,体现着人们的道德观念,确定着人们交往的准则,指导着人们的行动。在社会生活中,人人以礼相待,互尊、互爱、互谅,并成为自觉的行动,这是社会文明进步的表现。

2. 礼貌

礼貌指的是人们在社会交往中向交往对象表示尊重和友好的行为规范,它体现时代的风尚与人们的道德品质,体现人们的文化层次和文明程度。礼貌是礼的行为规范,包括人在待人接物中的表现;仪容、仪表、仪态、语言和动作。礼貌分为礼貌言语和礼貌动作两部分,它是个人文化层次和文明程度的体现,良好的教养和道德品质是礼貌的基础,我们可以通过自觉的培养和必要的训练,养成良好的礼貌习惯。在日常生活和工作环境中,习惯的微笑、主动打招呼、善意的问候、得体的举动等都是礼貌的反映。在营销活动中,有礼貌的专业人士往往待人谦恭、大方热情、行为举止得体,显得很有教养。

礼貌在人们交往时的基本要求是:诚恳、谦恭、和善和有分寸,做到待人“诚于中而形于外”。在日常工作与生活中,礼貌表现在人们的举止、仪表、语言上,表现在服务的规范、程序上,表现在对客人的态度上。一个微笑、一次握手、一声问候,一句祝福等,都是礼貌的具体表现。营销人员应该自觉地培养和训练自己良好的礼貌习惯,一视同仁地礼貌对待所有公众。

礼貌的主要内容包括:遵守秩序,言必有信,敬老尊贤,待人和气,仪表端庄,讲究卫生。这既是社会公德的核心内容,也是营销人员职业道德的基本规范。

3. 礼节

礼节是指人们在社会交往过程中,相互表示尊重、祝颂、问候,以及给予必要的协助与照料的惯用形式。礼节是礼貌的具体表现方式。如现代营销交往中,初次见面行握手礼、交换名片等礼节形式。礼节从形式上看,它是具有严格规定的仪式;从内容上看,它反映着某种道德原则,反映着对人的尊重和友善。在行握手礼时,长辈、上级、女士先伸手,晚辈、下级、男士才能伸手相握;交换名片时一般是地位低的先向地位高的递名片,对方人员较多时,先将名片给职务高或年龄大的,分不清职务时,按照座次递送名片,这就是礼节。在国际交往中,由于各国的风俗习惯和文化的不同,礼节具体的表达有明显差异。例如,握手、点头、鞠躬、合十、拥抱、碰鼻子、拍肚皮等,都是礼节的表现形式,不同国家、地区、民族使用的形式不同。礼节是社会交往中人与人之间约定俗成的“法”,是必须遵守的表示礼仪的一种惯用形式。因此,我们平时应十分注重不同礼节的具体运用,以避免出现“失礼”行为。

4. 礼仪

礼仪一词的英文“etiquette”是从法文“etiquette”演变而来,“etiquette”的原意是“法庭上的通行证”,古代法国的法庭开庭时,既庄严肃穆,又戒备森严,在法庭通行证上写满了各种法庭纪律和规则,所有进入法庭的人员必须严格遵守。其后,人们发现随着文明社会的发

展,在社会交往中也必须遵守一定的准则,于是“etiquette”进入英文时,就演变为“人际交往的通行证”,这个词包含三层含义:谦恭有礼的言谈举止;教养和规矩;礼仪、典礼、习俗。

礼仪包括“礼”和“仪”两部分。礼学体系中,它是有形的,存在于社会的一切交往中。狭义的礼仪即仪式,是指在较大、较隆重的正式场合,为表示敬意而按照约定俗成的程序举行的专门程式化的礼宾仪式,如签字仪式、开幕式、剪彩仪式等,是人们为规定各种场合进退的程式。在营销活动中,营销人员经常会组织或参加各类营销仪式,这些仪式均有规范的做法,有助于仪式举办方扩大自身影响,建立良好组织形象,因此,要认真对待,精心准备,注重细节,不能出错。

广义的礼仪包括礼貌、礼节、仪表和仪式等。也就是把人内心待人接物的尊敬之情,通过美好的仪表、仪式表达出来。礼仪在一定程度上反映出一个人的文化、修养、气质。任何一个追求文明的国家和民族,都应该注重礼仪教育,把遵守礼仪规范作为国民必须具备的素质。

礼仪是人类社会为维系社会正常生活而共同遵循的最简单、最起码的道德行为规范。礼仪属于道德体系中的社会公德的内容,是人们在长期的共同生活和相互交往中逐渐形成的,并以风俗、习惯和传统等形式固定下来。在人类生活中,可以说礼无处不在,礼仪的应用范围十分广阔,礼仪形式在不断开拓创新。

在营销活动中,言谈举止及仪表大方、得体,按约定俗成的规矩办事、讲究礼貌,按礼节程序接待客户等,都属于营销礼仪的范畴。

(二) 礼貌、礼节、礼仪的联系与区别

礼貌、礼节、礼仪都体现着一个“礼”字,它们之间既有联系,又有区别。它们都是人们在相互表示尊重、敬重和友好之意,本质都是敬人。礼仪是礼的具体表现形式。礼仪通过礼貌、礼节得以体现,礼貌是礼节的规范,礼节是礼貌的具体表现。其区别在于:礼貌是表示尊重的言行规范,是礼仪的基础;礼节是表示尊重的惯用形式和具体要求,是礼仪的基本组成部分。礼仪在层次上高于礼貌、礼节,在内涵上更加深广,是表示礼貌的完整的系统过程。

三、礼仪的特征

学习与运用礼仪,有必要了解它自身的一些特征,这对全面了解礼仪本质和礼仪规范有重要意义。

1. 规范性

礼仪是一种约定俗成的自尊和敬人的行为规范,对人们的言行举止都存在普遍的约束性,是社会各阶层人士所必须遵守的共同准则,是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。也就是说,在任何人际交往场合,每个人都要依礼办事,全人类不管哪个国家,哪个民族都以讲礼仪为荣。例如,礼尚往来、礼貌待客、文质彬彬、举止得体都是符合大多数人的价值取向的文明标志。因此,任何人要想在交际场合表现得合乎礼仪,彬彬有礼,都应无条件地遵循礼仪规范,不可肆意妄为。

2. 差异性

“十里不同风，百里不同俗。”由于各地区、各民族的文化与习俗存在差异，礼仪还带有本地域民族的各自的特色，这就形成了礼仪在表现形式上的差异性。例如，同一种手势——跷起大拇指，在我国表示高度的赞赏，但在希腊表示对方“混蛋”，在英国表示搭便车。所以践行礼仪时，除了遵循一定的固定形式与规范外，还要注意因时、因地、因对象的不同，做到互相学习，互相尊重，求同存异，“入乡随俗”，切不可唯我独尊。

3. 继承性

礼仪规范将人们交际活动中约定俗成的程式固定下来，这种固化程式随着时间的推移沿袭下来，形成了继承性特点。人们对传流下来的礼仪规范应采取汲取精华、去其糟粕、古为今用的态度。例如，在重大活动中，座次以北为上，以右为尊的规则，就是继承了传统礼仪，成为现今人们仍沿用遵守的礼仪规范。

4. 发展性

随着社会的不断进步，礼仪在继承历史遗产的同时，也不是一成不变的，它随着时代的发展，科学技术的进步，在传统的基础上不断地推陈出新，体现着时代的要求与时代的精神。例如，在我国，握手礼取代作揖礼，鞠躬礼取代跪拜礼。如今，每逢节假日亲朋好友互相电话问候，赠送鲜花等都反映了礼仪发展性的特点。因此，学习与应用礼仪，最忌生吞活剥、墨守成规，落后于时代和社会。

四、现代礼仪的原则

在人际交往过程中，学习和实践礼仪，要想获得良好的效应，创造出最佳人际关系状态，就必须遵循具有普遍意义的礼仪原则。

（一）遵守的原则

遵守的原则就是对行为主体提出的基本要求，更是其人格素质的基本体现。在交际应酬中，每一位参与者，不论职级的高低、财富的多寡，都应自觉自愿地遵守礼仪规范，规范自己的言行举止，才能赢得他人的尊重，确保交际活动达到预期的目标。

（二）自律的原则

自律乃自我约束的原则，是礼仪的基础和出发点。曾子曰：“吾日三省吾身；为人谋而不忠乎？与朋友交而不信乎？传不习乎？”这“三省”包括两个方面：一是修己；二是对人。对他人应诚信敬人。修己不是一时一事，修己要贯穿整个人生，要时时温习旧经验，求取新知识。

当前，世道纷纭，物欲横流，一些人为利所动，几乎失去真我，忽略了诚信。究竟如何对待浊世横流？孔子主张人应在人世间寻求与他人的契合，求诸他人之时首先扪心自问：我是否做到了？只有通过自律，强化自身素养，以此感化世人，引导世人。因此，在社会交往过程中，任何人学习和实践礼仪，就必须树立起一种内心的道德信念和行为修养准则，以此来约束自己的行为，做到严于律己、自我教育、自我管理。摆正心态，既不畏首畏尾、缺乏自信，也不狂妄自大、妄自菲薄。

（三）敬人的原则

敬人是礼仪的重要原则。孔子曾经对礼的核心理念做过高度的概括,他说“礼者,敬人也”。所谓敬人的原则,就是要求人们在礼仪行为实施的过程中,要体现出对他人真诚的敬意,而不能藐视别人。在现代礼仪中,敬人是礼仪的本质内涵,礼仪本身从内容到形式都是尊敬他人的具体体现。每一个人都渴望获得来自他人的尊重,这要求我们首先要学会尊重他人。与人交往,不论对方的地位高低、身份如何、相貌怎样,都要尊敬他人的人格,对人热情、真诚。

（四）平等的原则

在现代礼仪中,平等原则是基础。所谓平等就是对任何交往对象都必须一视同仁,给予同等程度的礼遇,既不盛气凌人,也不卑躬屈膝。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诀窍。生活在现实中的每一个人,无论职务高低、知识多寡、贫富差距、身体强弱、年龄长幼、性别不同,在人格上都是平等的。因此,在人际交往中我们绝不能抬高自己、贬低他人,任何骄傲狂妄、我行我素的行为,只会是搬起石头砸自己的脚,根本不可能有和谐的人际关系。



案例

一支烟

战争年代,一位老教授在延安见到毛主席,毛主席请老教授吸烟,可是不巧,只剩下一支烟了。这可怎么办呢?主席自己吸不请客人吸,很不好;请客人吸自己不吸,老教授也不会同意。毛主席将这一支烟分成两半,一人半支,皆大欢喜。从这件事可以看出,毛主席的随和、诚恳、平等和亲切。

（五）宽容的原则

宽容是指在交际活动中,要多容忍他人、体谅他人、理解他人,真正做到严于律己,宽以待人。宽容是一种雅量、胸怀,是为人处世的较高境界。在人际交往中,宽容的思想是创造和谐人际关系的法宝。孔子曾说:“宽则得众。”宽容是获得友谊和朋友、扩大交往的基本要求。

古有“宰相肚里能撑船,将军额上能跑马”之说,这是何等的胸襟和气量。富兰克林曾说:“陆地上最广阔的是海洋,比海洋还广阔的是天空,比天空更广阔的是人的胸怀。”宽容中包含着人生的至理,没有宽容的生活,如在刀锋上行走。我们在人际交往中,不妨汲取前人为人之精华,以海纳百川的胸怀,责人之心责己,恕己之心恕人,对他人不求全责备、斤斤计较,甚至咄咄逼人。因为一个人的胸怀能容得下多少人,就能够赢得多少人,“胸宽则能容,能容则众归”。



六 尺 巷

安徽省桐城市有条“六尺巷”。其由来是，清朝康熙年间，官至文华殿大学士兼礼部尚书的张英，其在桐城的祖居与吴姓人家为邻。对方欲越界盖房，家人遂驰书京华禀告，张英写了一首诗作复：“一纸修书只为墙，让他三尺又何妨？长城万里今犹在，不见当年秦始皇。”家人见诗，让地三尺。吴姓人家深感其义，也退让三尺，这样就诞生了“六尺巷”。“六尺巷”的故事正是古人宽容的典范，我们何不学习古人博大的胸襟，学会宽容，“退一步海阔天空，忍一时风平浪静”、得饶人处且饶人，做到大事讲原则，小事讲风格。生气只不过是别人的过错来惩罚自己罢了。否则有理就变成了“无礼”。当然，宽容绝不是无原则地纵容。

（六）真诚的原则

礼仪上所讲的真诚的原则，就是要求在人际交往中，务必待人要诚心诚意、诚实无欺、言行一致、表里如一。真诚是对人对事的一种实事求是的态度，是待人真心实意的友善表现，真诚表现为对人不虚伪、不欺骗侮辱人，做到心底无私天地宽。苏格拉底曾言：“不要靠馈赠来获得一个朋友，你须贡献你诚挚的爱，学习怎样用正当的方法来赢得一个人的心。”可见在与人交往时，真诚尊重是礼仪的重要原则，只有真诚待人才是真正的尊重他人。

真诚是筑造成功高楼的地基，海尔集团有一句著名的广告语“真诚到永远”，海尔公司就是以“真诚”而实现事业“芝麻开花节节高”的；真诚也是茫茫大海中为我们指明方向的灯塔，商界著名人物李嘉诚曾经发出“你必须以诚待人，别人才会以诚相报”的感言。真诚是人立身行事之本。在人际交往中，如果我们的永远如一泓高原上的湖泊，宁静、纯净、自然，待人真诚，为人坦荡，言必行，行必果，势必能创造和谐愉快的人际关系，缔造自己辉煌的未来。与此相反，倘若仅把运用礼仪作为一种道具和伪装，具体操作礼仪规范时口是心非，言行不一，弄虚作假，投机取巧，或是当时一个样，事后一个样，有求于人时一个样，被人所求时另外一个样，则是有悖礼仪的基本宗旨的。将礼仪等同于“厚黑学”，肯定是行不通的。

（七）从俗的原则

由于国情、民族、文化背景的不同，往往存在“十里不同风，百里不同俗”的情况。在人际交往中，切勿唯我独尊、我行我素，随意地对他人的风俗习惯指手画脚、妄加评论，必须坚持入乡随俗，与绝大多数人的习惯做法保持一致。在接待来自五湖四海的交往对象时，只有认真遵循从俗的原则，才能得心应手，不致犯忌。

（八）适度的原则

适度原则即与人交往应把握礼仪分寸。礼仪是一种程序规定，而程序自身就是一种“度”。孔子说：“上交不谄，下交不渎。”意思是说，在交往中既不要低声下气，又不要傲慢无礼，这是人际交往的一条重要原则。在人际交往中，既要掌握礼仪的普遍规律，又要针对具体情况，认真得体、掌握分寸，做到彬彬有礼、热情大方，自尊却不自负，坦诚但不粗鲁，活泼但不轻浮，谦虚但不拘谨，老练持重又不圆滑世故。只有把握好适度的原则，才能正确地表