

高等学校应用创新型人才培养系列教材

金融学专业

商务礼仪

主 编 曹 艺 张沧丽

副主编 张 涛 修 波

高等教育出版社

高等学校应用创新型人才培养系列教材
金融学专业

商务礼仪

shangwu liyi

主 编 曹 艺 张沧丽
副主编 张 涛 修 波

高等教育出版社·北京

内容简介

本教材根据经管类本科院校人才培养定位以及商务人员的实际需要设置体系框架,从商务礼仪概述、商务仪容仪表礼仪、商务交际礼仪、商务拜访与接待礼仪、商务办公礼仪、商务宴请礼仪、商务仪式礼仪、商务谈判礼仪、求职礼仪和行业礼仪等方面提炼出十个学习项目,系统地介绍了当代商务礼仪的基本知识和标准规范,帮助即将步入职场的毕业生以及商务人员提高个人职业修养水平,使他们能学礼仪、懂礼仪,轻松自如地在各种商务场合展示得体的职业形象和素养,促进事业的成功。

本教材强调适用、实用的原则。在编写过程中,我们根据经济类本科院校的培养目标以及学生的认知特点、学习规律,重点突出了职业技能的培训,安排了大量的实训项目,并注重实训形式的多样性。本教材的章节结构包括:知识结构图、礼仪知识、参考案例、复习思考题、本章实训和拓展阅读等。

本教材主要适用于高校经管类专业,如金融学、市场营销、国际贸易、文秘、电子商务、旅游管理等专业学生,同时也可供单位、企业作为培训的教材使用。

图书在版编目(CIP)数据

商务礼仪/曹艺,张沧丽主编.--北京:高等教育出版社,2014.12

ISBN 978-7-04-041115-7

I. ①商… II. ①曹… ②张… III. ①商务-礼仪-高等学校-教材 IV. ① F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 211401 号

策划编辑 郭金录
版式设计 王莹

责任编辑 郭金录
插图绘制 杜晓丹

特约编辑 吕培勋
责任校对 刘莉

封面设计 李树龙
责任印制 尤静

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 北京四季青印刷厂
开本 787mm×1092mm 1/16
印张 21
字数 450千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版次 2014年12月第1版
印次 2014年12月第1次印刷
定价 38.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 41115-00



编委会名单

编委会顾问：曾康霖

编委会主任：周好文

编委会副主任：（按姓氏拼音排序）

蔡则祥 陈尊厚 郭颂平 贺 瑛 吴少新 赵福春

编委会成员：（按姓氏拼音排序）

边智群	蔡则祥	曹 艺	陈尊厚	程培先	郭颂平	贺 瑛
姜佰谦	林江鹏	刘东辉	刘志梅	马 欣	秦菊香	孙 莉
唐明琴	王春满	王家华	吴少新	许传华	许文新	杨丽萍
杨兆廷	张 维	赵福春	周好文			



总 前 言

金融是现代经济的核心，在资源配置中起关键作用。在金融全球化背景下，其运行状况关系到一国经济运行的稳定和效率，乃至影响国家经济安全。近年来，随着我国经济实力的不断增长，中国金融国际化的步伐在加快，金融人才需求呈现出高端化和多样化的趋势，这对我国金融高等教育和金融人才培养提出了新的要求。未来我国金融人才的培养既要适应经济全球化的大趋势，更要立足中国经济、金融改革与发展实际，确立多样化人才培养目标，不断创新人才培养模式，既要培养厚基础、宽口径、复合型、国际化高级人才，又要培养专业技能熟练、实践能力强的应用型专门人才，以满足社会经济发展对金融人才的多样化、多层次需求。

从我国目前金融人才供求水平来看，主要是人才质量和结构矛盾较为突出。一方面，国内许多金融类企业面临适应经济、金融全球化的“应用创新型”专业人才紧缺的状况，“招不到合适人才”；另一方面，每年金融类专业部分毕业生就业形势严峻，“找不到对口工作”。究其原因，主要是由于目前我国金融学专业人才培养的质量和结构还远远不能满足经济和社会发展的需求。因此，抓紧培养知识、能力、素质协调发展的“应用创新型”金融人才显得尤为重要。“应用创新型”人才应全面掌握金融学专业基本理论体系和专门知识，以及金融领域基本工作技能，金融分析的基本工具和方法；能熟练运用计算机、外语和数学等现代金融活动所必需的工具；具有良好的人文品德修养、职业道德和社会责任感；形成良好的金融职业素养。

作为对培养金融专业新型人才这一社会需求的回应，2012年12月，在高等教育出版社的组织协调下，原中国人民银行所属六所院校聚首北京，共同商定联合编写金融学专业“应用创新型”人才培养系列教材。这些原中国人民银行所属院校从事金融教学、研究已经50多年，专业功底厚实。更为难得的是它们始终参与、跟踪我国金融改革

发展,熟悉金融业务及其发展变化,较早形成了实力型师资团队,教材建设的经验也比较丰富。以它们为主通力合作,承担编写工作,再合适不过。

为了能够让该系列教材的研发有的放矢、凝聚共识,结合新时期金融学“应用创新型”人才培养的主要特点,编委会总结了我国高校金融学专业所选用教材现存的主要问题:一是教材老化太快。以国有银行股改上市为标志,近十年来金融业的转型变化最快、最为实质,从制度、组织、内部管理、经营机制,到业务、产品和技术手段,均被不断创新,市场逻辑强力主导金融变革前行。仅从业务层面看,资本节约型业务成为普遍选择,零售业务、小企业融资、“三农”服务以及中间业务蓬勃发展,财富管理等各类资产管理业务在银行、证券、保险等行业迅速兴起。传统业务正在向多元化价值增值型业务转型,综合经营已经显化。新情况的产生凸显出已有教材的局限性,书本与现实的差距正在拉大。二是教材选择左右为难。已有版本大部分是研究型的,教材优秀,越编越厚,理论够肥,技能偏瘦,不太适合“应用创新型”人才的培养和教学,学生厌烦,老师无奈,用人单位抱怨。纠结之中,大家盼望能出一套新书,把金融服务的基本理论、知识和技能讲得清楚、明白而简练,把近年来金融转型的创新发展及其趋势概括进来,以利对学生进行未来从业的基本功训练。

基于对以上问题的分析和总结,编委会对本系列教材的研发明确提出了以下几点要求:

其一,教材内容要兼顾眼前和长远,较好地适应金融业发展变化。现代金融业创新很快,但方向和路径确定:一是不断提升服务质量,更新技术,使公众金融消费更加便利、安全;二是科学管理公众财富,努力实现公众财富的安全和增值;三是不断提高经营水平以利增加社会福利,防止风险损失外化。把握以上三条,内容的取舍选择就有“主心骨”,可以按这三条组织贯穿。具体到各门课程,认真概括现阶段金融业的创新变化,参照国际同业的最新发展,分析未来发展趋势,对现有教材的基本知识和技能重新提炼,全面更新。

其二,教材主要侧重金融专业的基本技能。金融实务虽然浩繁庞杂,但其业内一般性、普适性的技艺可以被提炼出来。任何行业都有业内通用的技术元素,正像一套令人眼花缭乱的武术一样,不过是由一些基本的拳脚招式有机整合而成。基本招式学到手,变成自己的能力,方才称得上基本技能。基本技能提炼得越全面、越准确,教材内容就越稳定、应变能力就越强。因此,本系列教材的内容力求精练、简约,表达清晰,按国际同业通用规则标准化讲述。



其三,理解和掌握基本技能,必须明确相关基本理论和知识,做到“知其所以然”。本系列教材以基本技能为导向,即掌握技能需要什么理论知识,就讲什么理论知识,并不追求理论的全面系统性,不考证理论的来龙去脉。换句话说,讲理论知识是为了应用,而不是去探讨研究。在经济学、数学、统计学、会计学等公共基础课程中,已经奠定了专业理论基础,一些原理、模型等理论工具讲得比较系统、清楚。专业基础课如金融学、金融市场学、投资学等,不再需要重复讲述公共课中已有的理论,只讲更为专业对口并被实践应用的理论。而一般专业课则只讲知识和技能,必须提到的理论,点到为止,直接将理论工具加以运用。如此,大幅度减少重复内容,避免教材越编越厚。

其四,编写形式新颖。本系列教材的编写体例力争实现内容与形式的统一,并进行了大胆探索与创新,各章有引例(引言)、知识结构图、小资料(小案例、小链接)、本章小结、复习思考题、关键术语、案例分析、本章实训、延伸阅读等栏目,便于在教学中启迪思维,开阔视野。

其五,网络资源支持。本系列教材通过二维码技术将纸质教材与数字化资源实现互联,尤其是部分教材与主编所在高校负责的省级精品资源共享课(省级精品课程)实现互联,通过为广大教师、学生提供相关课程的教学课件、教学计划、教学大纲、案例、试卷等辅助教学资源和学习资料,力求对大家的教学和学习有所帮助,也希望成为金融学专业教师资源共建共享的有效途径。

本系列教材的大纲完成后,编委会于2013年4月邀请国内著名专家召开了教材大纲审定会议。审定专家有:西南财经大学曾康霖教授、中央财经大学李健教授、南开大学范小云教授、厦门大学陈蓉教授、康国彬教授。专家们在认真听取了各位主编对大纲的介绍后,逐一对大纲提出了具体指导性意见。会后,各位主编根据专家的意见进行了认真修改和完善。为进一步把握本系列教材的编写质量并广泛征求意见,2013年11月,在各位主编提交样章后,编委会又邀请了一批专家对本系列教材的样章进行了审定。审定专家有:中南财经政法大学朱新蓉教授、韩旺红教授、张金林教授、章晟教授、万健琳副教授;湖南大学乔海曙教授、彭建刚教授、姚小义教授;厦门大学康国彬教授和陈蓉教授;对外经济贸易大学邹亚生教授;江西财经大学桂荷发教授;中央财经大学许飞琼教授、栾华教授,马亚副教授、聂利君副教授;内蒙古财经大学王青山教授;南开大学何青副教授。专家们结合本系列教材的编写原则和设计要求,认真审阅了样章,对所评审教材样章提出了具体修改意见,并对下一步的写作提出了很多宝贵意见。

评审后，各位主编又根据专家的意见进行了认真修改、完善，最后编写完成并定稿。可以说，本系列教材不仅反映了原中国人民银行所属六所高校几十位教师的研究成果和教学经验，而且凝聚了审稿专家和所有参与本项目研究、写作的全国同行专家的智慧，是集体智慧的结晶。

教材出版了，编写工作只完成了起步阶段的任务。对教材中的不足与不当之处，敬请广大读者和教师批评与指正，以便再版时修正和完善。

金融学专业“应用创新型”人才培养系列教材编委会

2014年7月



商务礼仪，顾名思义就是指在人们商务交往中适用的礼仪规范，即在商务交往中，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。商务礼仪的核心作用是体现人与人之间的相互尊重，由此可见学习商务礼仪的重要性。我们可以这样概括商务礼仪：它是商务活动中对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。

一、国内商务礼仪课程的设置和教材建设

礼仪是人们在社会交往活动中共同遵守的行为规范和准则。礼仪中的“礼”字表示的是尊重，既要尊重自己也要尊重他人。礼仪中的“仪”字表示的是仪式，即尊重自己、尊重他人的表现形式。礼仪其实是一种交往艺术，是以最恰当的方式来表示对他人尊重的艺术。

许多专家、学者在礼仪教育方面作了大量的调查和实践研究，得出了一个相同的观点：礼仪教育有助于大学生优化自身形象，提高自信心，形成正确的自我认知；有利于他们平衡自身心态，克服人际交往中的自我中心、自卑、偏执、嫉妒、恐惧、猜疑、孤僻等一些常见的心理问题；有利于他们养成严格自律、宽以待人的品格；有利于他们掌握人际交往的规范和技巧，并愉快地进行人际交往，为自身的职业生涯做好准备。所以，在高等院校开设商务礼仪课程是非常有必要的。在市场经济的背景下，通过商务礼仪课程将规范的礼仪渗透到人们日常生活的方方面面，并以其巨大的渗透力去影响高校学生的思维观念，使他们将来能有效地开展商务活动，为经济发展做出应有的贡献。

我们选取了在国内影响力较大、使用相对广泛的5本相关教材来考察高校商务礼仪教材的发展状况，从所考察教材的情况来看，其共同特点如下：

1. 在教材的知识性与科学性维度方面

所考察教材选择知识内容紧扣课程的主要目标；教材选用的知识

内容能反映礼仪惯用形式和行为规范,教材所用专业术语、数据与实例正确且合理;教材内容力求丰富多彩,为学生提供较大的选择空间。

2. 在教材的礼仪传承与文化内涵维度方面

所考察教材大都能利用礼仪规范进行价值观、人生观和道德观教育,培养学生健全的人格;教材内容有助于学生形成良好的职业道德与合作精神;较重视教材内容的礼仪文化含量;教材内容注意弘扬我国民族传统礼仪,汲取世界优秀礼仪文化。

3. 在教材的知与行的发展维度方面

所考察教材在内容的选取和组织表达的方式上,遵从人类礼仪认知和学生行为发展特点;教材内容因时、因地制宜开发、利用各种课程资源,这些都可以激发学生的学习兴趣;文字表达符合学生的礼仪习惯,大多数教材有图片,内容生动。

4. 在教材的编制与工艺水平维度方面

所考察教材的目录能有效地显示内容结构,各章节能以标题或序号等明确划分结构;文字准确,语句通顺;说明和图解有助于识别、了解教学重点;教材内容包括必要的成分,如正文、插图、注解、练习、活动安排等。

5. 教材的有效性与适应性维度方面

所考察教材与社会形态和文化背景适应程度较高,能够从社会独特的文化背景入手,去启发学生认识商务礼仪活动的发展过程,摸索商务礼仪的发展规律,塑造学生良好的心理状态,有较大的现实意义和文化价值。

二、本教材的特点

本教材由从事多年商务礼仪课程教学的教师共同完成,可谓集大家的智慧,并能够突出重点。其编写思路突出了以下几个特点:

1. 框架设计的全面性

本教材的特色是着眼于现代商务人员的工作实践和职业要求,围绕现代商务人员所必需的礼仪知识和礼仪操作,将教材分为十大学习项目:商务礼仪概述、商务仪容仪表礼仪、商务交际礼仪、商务拜访与接待礼仪、商务办公礼仪、商务宴请礼仪、商务仪式礼仪、商务谈判礼仪、谋职礼仪和行业礼仪。教学项目的设计,坚持以职业岗位核心能力需求为主线,突出对学生职业岗位能力的培养。

2. 理论够用,突出应用

本教材按照现代商务礼仪的要求安排学习任务,并在理论够用的基础上突出应用任务驱动式教学,包括从商务人员仪容、仪态、服饰等个人礼仪,到商务交际、商务拜访与接待等人际礼仪,再到商务人

员办公、谈判、仪式、宴请、求职礼仪和行业礼仪。以学生的自主思考和技能训练为主,以教师的启发引导和讲授示范为辅,有利于实施理论与实践相结合的教学。

3. 内容创新, 凸显职业技能

本教材在内容编排上使用了知识结构图、礼仪知识、素质拓展、案例分析、实训、拓展阅读等。突破了传统教材的编排格局,体现了应用型本科教育的特色,教学内容形象生动,实践操作灵活多样,凸显职业岗位的技能要求。

本教材吸收了国内商务礼仪课程教学与研究的最新成果,并结合作者多年教学经验和体会,采用集体编写的方式编纂。全书的基本框架、逻辑体系和篇章安排的拟订,以及全部稿件的修改、统稿由曹艺负责完成。本教材具体内容的写作分工为:曹艺编写第一章、第二章;张沧立编写第三章、第四章;修波编写第五章;吴茵编写第六章;张涛编写第七章、第八章;周晓丽编写第九章;王薇编写第十章。

尽管我们在编写过程中力求教材体系与内容尽善尽美,反复对书稿进行讨论、提炼和修改,但限于水平和能力,难免有不当和错误之处,恳请同行和读者批评指正,以便我们不断提高完善。

编 者

2014年7月



III

目 录

第一章 商务礼仪概述	1
第一节 礼仪概述	3
第二节 商务礼仪的重要性	9
第三节 现代商务礼仪的特征	13
第四节 现代商务礼仪的重要原则	15
第二章 商务仪容仪表礼仪	23
第一节 商务人员仪容礼仪	25
第二节 商务人员仪态礼仪	30
第三节 商务人员服饰礼仪	38
第三章 商务交际礼仪	57
第一节 称呼礼仪	59
第二节 介绍的礼仪	66
第三节 握手礼仪	73
第四节 问候礼仪	80
第五节 名片使用礼仪	88
第四章 商务拜访与接待礼仪	101
第一节 商务拜访礼仪	103
第二节 商务接待礼仪	110
第五章 商务办公礼仪	135
第一节 办公室礼仪概述	137
第二节 通信礼仪	144
第三节 会议礼仪	153
第四节 公共区域的行为礼仪规范	163
第六章 商务宴请礼仪	169
第一节 商务邀宴礼仪	171



第二节	宴会进行时礼仪	187
第三节	国际进餐礼仪	194
第七章	商务仪式礼仪	205
第一节	签约仪式礼仪	207
第二节	开业仪式礼仪	211
第三节	剪彩仪式礼仪	215
第四节	交接仪式礼仪	220
第五节	庆典仪式礼仪	223
第八章	商务谈判礼仪	231
第一节	商务谈判礼仪的基本原则	233
第二节	商务谈判准备的礼仪	236
第三节	商务谈判过程中的礼仪	245
第四节	世界各国不同的谈判礼仪	252
第九章	谋职礼仪	263
第一节	求职前的准备	265
第二节	求职信、求职电话礼仪	278
第三节	面试礼仪	283
第十章	行业礼仪	293
第一节	银行礼仪	295
第二节	政务礼仪	302
第三节	企业礼仪	314

第一章

商务礼仪概述

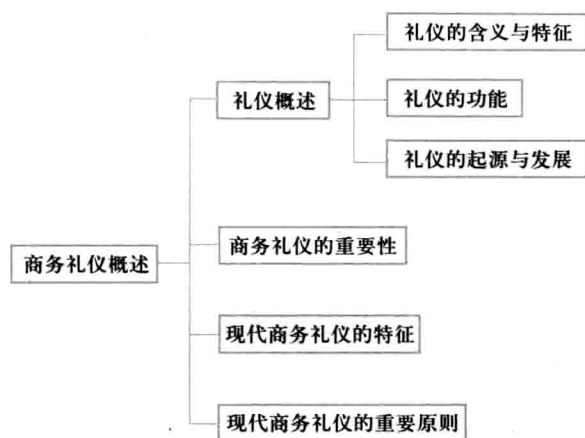
本章导言

通过本章的学习掌握商务礼仪的重要功能、基本原则和发展的新特点，重点掌握商务礼仪的原则，其是贯穿整个商务礼仪知识点的纲领。要求学生结合案例认真体会。

本章在阐述商务礼仪重要性的同时，揭示现代商务礼仪的个性化特征，讲述商务礼仪的一些重要原则，使商务人员对商务礼仪的重要性有一个明确的认知，并为商务人员提供在实际商务活动中的基本原则。

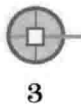


本章知识结构图



某房地产公司的办公场地构造有点特殊，其玄关旁边有一个座位。因为李丽是财务，不用和项目组的同事坐在一起，所以玄关旁边的位子就是李丽的座位。公司前几个月新来了一位大学毕业生，每次进门首先看见李丽，招呼不打一声，头也不点一下不说，还直瞪着李丽就走进去了。李丽怀疑这位新同事可能以为自己只是一个前台的阿姨，所以如此不屑一顾。后来过了几天，大概这位新同事终于搞清楚李丽并非是什么接电话、收收快递的阿姨，而是掌管公司员工每个月工资的“财政大臣”，猛地就开始殷勤了起来，一进门“李老师”叫得山响。可是，李丽心里的感受却不一样了，即使这位新同事现在对自己再怎么尊敬，毕竟是有原因的，李丽对这位新同事也生不出什么好感来。李丽就很纳闷：怎么一个堂堂大学生，刚进社会就学会了势利？如果我真的是前台阿姨，是不是这位新同事这辈子都不打算跟自己打招呼？新人刚进职场，礼貌很关键，人际关系一定要妥善处理，不能以貌取人或者想当然；要记得地位低下的员工同样也是前辈或者长辈。哪怕是打扫卫生的阿姨，如果正好清理到自己的纸篓什么的，说一声“谢谢”，就会平添自己很多的亲和力和人缘。刚刚毕业的大学生要好好树立自己在公司的第一印象，这是不容忽视的。

（资料来源：曹艺．商务礼仪．北京：清华大学出版社，2009．有改动。）



第一节

礼仪概述

一、礼仪的含义与特征

（一）礼仪的含义

1. 概念

礼，就是尊重别人；仪，就是通过一定的规范形式将尊重的意思表达出来。礼仪是人们约定俗成的以示尊敬的规范。对社会而言，礼仪是正式交往活动中所采取的一种行为、语言等规范。对个人而言，礼仪是人们在社会生活中处理人际关系时约束自己、尊重他人的准则。一个人对自己、对集体、对工作、对自然、对社会、对国家的尊重之意与热爱之情，用得体的言谈举止、仪表仪式表达出来就是礼仪。

2. 宗旨

礼仪的宗旨是使大家都感到舒适。

3. 本质

礼仪的本质是通过某些规范化的行为表示人与人之间的真诚、尊重、敬爱、友好、体谅。它是人的社会关系的体现。

(二) 礼仪的特征

与其他学科相比,礼仪具有一些自身独具的特征。这主要表现在其规范性、限定性、可操作性、传承性、变动性五个方面:

1. 规范性

礼仪指的就是人们在各种交际场合待人接物时必须遵守的行为规范。这种规范性,不仅约束着人们在一切交际场合的言谈举止,使之合乎礼仪,而且是人们在一切交际场合必须采用的一种“通用语言”,是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。总之,礼仪是约定俗成的一种自尊、敬人的惯用形式。因此,任何人要想在交际场合表现得合乎礼仪、彬彬有礼,都必须对礼仪无条件地加以遵守。另起炉灶,自搞一套,或是只遵守个人适应的部分,而不遵守不适应自己的部分,都难以为交往对象所接受和理解。

【参考案例】1-1

王海是一家大型国有企业的总经理。有一次,获悉一家著名的美国企业的董事长正在本市进行访问,并有寻求合作伙伴的意向,他便想尽办法,请有关部门为双方牵线搭桥。让王海欣喜若狂的是,对方也有兴趣同他的企业进行合作,而且希望尽快与他见面。到了双方会面的那一天,王总经理对自己的形象刻意地进行一番修饰,他根据自己对时尚的理解,上穿夹克衫,下穿牛仔裤,头戴棒球帽,足蹬旅游鞋。无疑,他希望能给对方留下精明强干、时尚新潮的印象。然而事与愿违,王总经理自我感觉良好的这一身时髦的行头,却偏偏坏了他的大事。那么,王总经理有何不规范之处?

(资料来源:豆丁网《商务礼仪与职业素养》。有改动。)

2. 限定性

礼仪,适用于普通情况之下的一般的人际交往与应酬。在这个特定范围之内,礼仪肯定行之有效。离开了这个特定的范围,礼仪则未必适用。这就是礼仪的限定性特点。理解了这一特点,就不会把礼仪当成放之四海而皆准的东西,就不会在非交际场合拿礼仪去以不变应万变。必须明确,当所处场合不同,所具有的身份不同时,所要应用的礼仪往往会因此而有所不同,有时甚至还会差异很大。对于这一点,是不容忽略的。

3. 可操作性

切实有效,实用可行,规则简明,易学易会,便于操作,是礼仪的一系列特征。它不是纸上谈兵、空洞无物、不着边际、故弄玄虚、夸夸其谈,而是既有总体上的礼