

「金韵蓉」
作序 推荐

超实用职业形象终身参考

形象 决定未来

职场新鲜人 形象管理成功书

李昀 / 著

漓江出版社

图书在版编目(CIP)数据

形象决定未来：职场新鲜人形象管理成功书 / 李昀著. —桂林：漓江出版社，2010.1

ISBN 978-7-5407-4770-1

I. ①形… II. ①李… III. ①个人-形象-设计 IV. ①B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第212062号

形象决定未来：职场新鲜人形象管理成功书

作 者：李 昀

责任编辑：符红霞 白 兰

责任校对：徐 明 章勤璐

责任监印：唐慧群

出 版 人：杜 森

出版发行：漓江出版社

社 址：广西桂林市安新南区356号

邮 编：541002

发行电话：0773-3896171 010-85893190

传 真：0773-3896172 010-85800274

邮购热线：0773-3896171

电子信箱：ljchs@163.com

<http://www.Lijiang-pub.com>

印 制：北京尚唐印刷包装有限公司

开 本：965 × 1270 1/24

印 张：8

字 数：100千字

版 次：2010年1月第1版

印 次：2010年1月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5407-4770-1

定 价：35.00元

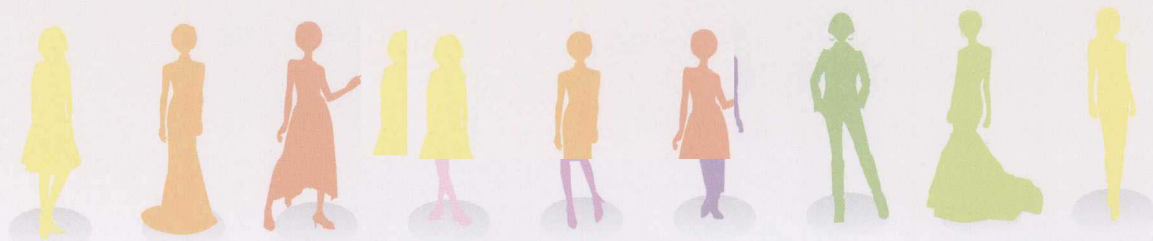
漓江版图书：版权所有·侵权必究

漓江版图书：如有印装质量问题，可随时与工厂调换

形象 决定未来

职场新鲜人 形象管理成功书

李昀 / 著



◆ 漓江出版社

目录

contents

○ 序 金韵蓉

○ 自序 播下一颗美的种子

○ 前言 个人品牌从新开始

○ 第一部分 Before进入职场前

第一章 面试服装仪容 014

一、基本原则 016

1. 面试形象七三铁律 / 016

2. 新鲜人装扮四大迷思 / 017

3. 新鲜人装扮四大原则 / 018

4. 面试服装四大类型 / 020

二、职场服装 024

1. 女士职场服装 / 024

○ 西装或外套 ○ 大衣或外套 ○ 裙子 ○ 裤子

○ 针织衫 ○ 衬衫 ○ 连衣裙 ○ 内搭 ○ 女装
单品正式度

2. 男士职场服装 / 031

○ 西装 ○ 西裤 ○ 衬衫 ○ 领带 ○ 男装单品
正式度

三、职场配件 046

1. 女性职场配件 / 046

○ 鞋子 ○ 袜子 ○ 皮包 ○ 饰品

2. 男士职场配件 / 049

○ 饰品 ○ 皮鞋 ○ 皮夹 ○ 皮带 ○ 袜子

○ 手帕与袋巾

四、个人修饰 053

1. 个人外表修饰 / 053

○ 皮肤保养 ○ 皮肤出油 ○ 化妆 ○ 头发 ○ 身
体毛发处理 ○ 手与脚 ○ 牙齿 ○ 气味 ○ 香水

第二章 面试语言表达及形象 061

一、面试Q&A 061

1. 个人特质 / 062

2. 前途规划 / 062

3. 职业态度 / 063

4. 生活方式 / 064

5. 求学经历 / 064

6. 时事常识 / 064

7. 创意思维 / 065

二、声音语言的美化 065

1. 音质 / 065

2. 音调 / 066

3. 音量 / 066

4. 语速 / 066

5. 语气 / 067

6. 发音 / 067

7. 赘字 / 067

8. 语法 / 068

三、克服紧张的技巧 068

四、面试形象加分十点通 068

1. 礼貌敲门 / 069

2. 自信亮相 / 069

3. 稳健脚步 / 069

4. 亲切招呼 / 069

- 5.谢座与坐姿 / 069
- 6.眼光交流 / 070
- 7.双手递送 / 070
- 8.笑容可掬 / 070
- 9.告辞致谢 / 070
- 10.临别致意 / 070

第三章 书面形象 071

一、书面形象四大原则 071

二、文件内容 073

- 1.履历 / 073
- 2.自传 / 073
- 3.外文资料 / 074
- 4.个人专辑 / 074
- 5.照片 / 074

三、文件包装 075

- 1.纸本 / 075
- 2.电子文本 / 076

第四章 职业场合面试形象策略 077

一、面试形象规划的四个维度 077

二、职场服装正式度分类说明 079

三、十大工作类型面试形象策略 082

- 1.企业公司 / 082
- 2.政府机构 / 083
- 3.文化艺术领域 / 083
- 4.学校(大学) / 083

- 5.学校(中学) / 084
- 6.学校(小学) / 084
- 7.学校(幼儿园) / 084
- 8.服务领域 / 085
- 9.金融保险领域 / 085
- 10.科研领域 / 085

第二部分 After进入职场后

第一章 职业素养与职场伦理 088

第二章 服务态度与观念 091

第三章 职场服仪管理 093

一、服仪管理的社会层面 094

二、社会期望值与行业 094

三、装扮与人格特质 095

四、社会期望值与形象风险 096

五、主流审美观 097

第四章 自我风格的探寻与建立 098

一、个人色彩识别 098

- 1.个人色彩分析 / 098
- 2.变色计划 / 105
- 3.色彩搭配 / 105

4.男装V区搭配 / 107

5.色彩与沟通 / 108

二、身材修饰与自信展现 110

1.体型 / 110

2.比例 / 111

3.曲线 / 112

4.身材细部分析与修饰 / 113

5.男士身材修饰 / 114

三、职场服装风格 115

1.职场服装风格分类 / 115

2.职场服装风格说明 / 120

第五章 职场着装规则 128

一、视觉形象的决定因素 128

1.行业 / 128

2.部门 / 128

3.职位 / 128

4.企业文化 / 129

5.同侪效应 / 129

6.场合 / 130

7.时间 / 131

8.地点 / 132

9.特定对象 / 133

10.形象信息 / 134

二、视觉形象规划 134

三、国际会议场合着装 136

1.国际会议 / 136

2.日间会议 / 136

3.晚间餐会 / 136

4.会议性质 / 137

四、社交服装规则 138

五、职场服仪管理小贴士 146

1.职场着装的现代国际趋势 / 146

2.男性职场装扮原则 / 146

3.女性职场装扮原则 / 146

4.男士职场不宜之装扮 / 146

5.女性职场不宜之装扮 / 147

6.职场品位穿着原则 / 147

7.男性服装正式原则 / 147

8.男装职场搭配正式度 / 148

9.女性服装正式原则 / 148

10.女装职场搭配正式度 / 148

11.如何使服装更休闲化 / 148

12.男士商务休闲基本原则 / 149

13.女士商务休闲基本原则 / 149

第六章 肢体与仪态 150

一、肢体语言 150

1.手势 / 150

2.眉眼 / 151

3.笑容 / 151

4.坐姿 / 152

5.站姿 / 153

二、正确的姿势与仪态 154

1.站姿 / 154

2.走姿 / 154

3. 坐姿 / 155

第七章 语言表达与沟通技巧 156

一、有效的沟通 156

二、社交性语言 158

三、服务性语言 159

四、公开发言技巧 160

五、视觉辅助教材制作 162

第八章 新鲜人职场礼仪 164

一、礼仪实践三阶段 164

二、商务接待礼仪 166

1. 迎宾礼仪 / 166

- 招呼 ○ 通报 ○ 握手 ○ 名片 ○ 介绍
- 奉茶

2. 前台接待礼仪 / 168

3. 陪同礼仪 / 168

- 引导 ○ 上下楼梯 ○ 进出电梯 ○ 上下车
- 殷勤提醒 ○ 进入室内

4. 送客礼仪 / 169

5. 拜访礼仪 / 169

6. 电子商务礼仪 / 169

- 电话礼仪 ○ 电脑使用礼仪

7. 会议礼仪 / 173

8. 乘车座次礼仪 / 175

三、进餐礼仪 178

1. 西餐礼仪 / 178

- 入座 ○ 餐巾 ○ 餐具 ○ 刀叉 ○ 碗盘
- 杯子

2. 餐具礼仪 / 179

3. 进餐礼仪 / 180

4. 商务西餐礼仪 / 181

5. 鸡尾酒会礼仪 / 182

6. 自助餐礼仪 / 182

7. 中餐礼仪 / 182

8. 座次礼仪 / 183

四、生活礼仪须知 185

1. 行的礼仪 / 185

- 行人礼仪 ○ 异性同行礼仪 ○ 乘车礼仪
- 开车礼仪 ○ 邮轮礼仪 ○ 机场礼仪
- 机上礼仪

2. 住的礼仪 / 186

- 旅游外宿礼仪 ○ 进餐小费礼仪

3. 休闲礼仪 / 187

- 观赏表演礼仪 ○ 戏水礼仪 ○ 参观礼仪
- 运动礼仪 ○ 宗教礼仪 ○ 舞蹈礼仪
- 馈赠礼仪 ○ 高尔夫球礼仪

4. 探病礼仪 / 189



序

大约17年前，我第一次回到大陆，旁人问我：“金老师，大陆女孩儿和台湾的女孩儿有什么区别吗？”我当时没敢太老实地回答，只敢在心里默默地回答：区别挺大的，台湾的女孩儿时髦多了。

曾几何时，旁人再问我同样的问题时，我已经不会再有内心的独白，我会直截了当地大声说：“完全没有区别，甚至和巴黎、纽约都不太有区别。走在北京、上海、重庆等城市街头的女孩儿都太时髦了！”

可是，可是，我心里还不免有些微弱而细小的独白：我的这番评价是针对那些已然进入职场的白领女孩说的，至于那些还在大学里念书，或准备进入职场的新鲜人来说，她们可能还是需要一些提醒和指导的。

由于我和先生的公司所经营的生意和Life style有关，因此每次面试新进员工的最后审核工作多半都由我来完成。说实话，我在面对这些孩子时，常被她们弄得啼笑皆非，不知道是该生气还是不该。该生气的理由，是因为许多孩子学习成绩很优秀，但太不懂得礼貌和人情世故；不该生气的理由，又是因为我知道这些孩子们课业繁重，光顾着读书，没人教导、也没心思学习礼仪和如何打扮自己。

这种困惑不仅仅只发生在我身上，我周围许多朋友谈起新入职场的孩子们时，也有相同的慨叹（和痛苦），有人甚至因此决定只录用有工作经验的员工，希望他们在职场历练过，打磨棱角、举止得宜之后，再好好发挥一肚子的本事。不过，我们也

都知道这对刚毕业的孩子是不公平的，如果大家都不给他们历练的机会，他们又能从什么地方开始呢？

我很高兴李昀老师从另一个角度解决了这个困难。李昀和我是同乡，我们不仅都从台湾地区来，也同样生长在高雄，虽然长大后我们分别去了美国和英国，但我们的母亲却都还住在高雄相距不远的地方。这些相似之处的缘分，让我们颇为珍惜彼此的情谊，几次我们约了在北京见面聊天，也都觉得好似老朋友般的熟稔。她的得体装扮和举手投足之间的优雅得宜，也让我钦羡和赞佩！

这次她集结了自己多年在台湾中山大学教课的精华，以及在美国生活工作多年的经验，出版了这本专门给这些亟需要打磨、抛光、进而绽放异彩的孩子们的“提携书”，我除了荣幸地为书作序之外，也藉此机会，祝福所有即将迈入职场的新鲜人，拥有美好的未来和更灿烂的明天！

金韵蓉 2009.12

自序

播下一颗美的种子

这本书很特别，酝酿最长，写作最短。计划为年轻人写这样一本参考书已经很久了，这次下定决心，一鼓作气，居然三个月就完成了。坐在电脑前写作，耳边回响起的是教室里一阵阵的欢声笑语，眼前闪过的是一张张青春洋溢的可爱面容，手指几乎赶不上泉涌而出的文思，只能加速在键盘上飞快敲打，我的心在发烫，我要为你们记录下这些重要的知识与经验，在你们踏入社会前夕，助你们一臂之力。

从事形象管理教育十七年，其中有十几年陆陆续续在好几所大学开过课。在台湾中山大学任教时间最长，形象美学是我设计出来的一门全新的课程，纳入通识教育作为选修学分，从第一学期至2008年因搬迁至北京不得不喊停为止，这门课一直是校园中最受欢迎的课程之一，每周一次去西子湾上课也成为我生活中最期待的乐事。

开车行经寿山公园附近清幽的小路，我总是刻意放慢速度，一路欣赏随着季节依次登场的姹紫嫣红，翻过山进了校门，眼里映入的总是无尽的碧海蓝天，而迎接我的是一群群认真而快乐学习的青年学子。站在讲台上，一次次将包罗万象的全面形象管理观念传播出去，年复一年，为公民美学教育的扎根再添一分力量，这真是一份美好的事业。

然而个人的时间与力量毕竟有限，总希望能与更多年轻人分享这一切，于是写书的念头总是在脑中盘旋。多年来迟迟没有动笔，忙是最好的理由，但这理由永无休止，究竟要拖到何时呢？终于在来到北京后，抵不过心里这份扩大了数十倍的急切，千千万万的年轻人刻不容缓地需要获得这些知识，在通往国际化的现代社会中昂首阔步，出类拔萃。

三个月来大部分的夜晚，几乎都坐在桌前不停地写，对你们津津乐道如何做好个人形象管理来面对求职大关，如何建立个人品牌在职场稳操胜券，一切答案都在书中，请耐心仔细阅读，并在需要时一再翻阅，直到完全掌握。

谨将这本书献给所有的莘莘学子，容我在你们心中播下一颗小小的种子，一颗美的种子，日后开出内外兼备的花朵，结出品位人生的果实，成功与幸福就在你们手中。

前言

个人品牌从新开始

新品上市

这是一个营销的时代，凡事都讲求营销，商品需要营销，企业需要营销，观念与想法需要营销，地方甚至国家都需要营销，当然也不例外。

谈到人的营销，艺人与政治人物应该是最早被大力营销的商品，运动明星与艺术家也不遑多让，营销成功则身价百倍，名利双收。企业家最近也积极加入个人营销的行列，因为意识到个人的名气与特色可以带动企业的知名度与辨识度。

从营销的角度来看待人这样的商品，就有了个人品牌(Personal Branding)的新观念，每一个人都是一个品牌，公众人物当然是人尽皆知的大品牌，一般人则是在有限范围内的小品牌，品牌大小不一，但美誉度同样重要。

年轻人刚刚离开校园，准备踏入社会，从这一天开始，要有建立个人品牌的想法，以新品上市的慎重与积极态度，展开职场生涯。期间也许会换工作，甚至换行业，但个人品牌却是一生相随。且个人品牌不论在公领域与私领域都是同样有效，甚至交互影响，在公领域建立的好形象在私领域必然受肯定，在私领域保持的好口碑也会在公领域中为自己加分。

个人品牌建立

建立个人品牌的三大要素也就是个人形象管理的三部曲，由商品上市三步骤所衍生，商品从制造开始，中间需要经过良好的包装，最后需要通过缜密的营销才能成功上市。个人形象管理借用商品上市的概念，商品制造相当于是人的内在修为，人必须不断学习与成长，才能具备精良的品质。制造之后的包装，在人而言，指的是将内在特质表现出来的方式。因此包装等同于表达，人通过各种表达方式将内在能力与素质充分展现出来，让他人有所认识，才能博得肯定与认同。最后，内外兼备的优质人才，需要通过各种公关手段，扩展人际关系，才能有一展才干的机会。这和商品借由营销，广为宣传，终致站稳市场销售率

营销

包装

制造

I商品上市三步骤

公关

表达

内在

I形象管理三部曲(个人品牌三要素)

是异曲同工的。

因此，个人品牌建立三大要素即内在素质的充实、表达方式的完善与公关渠道的开拓。社会新鲜人必须从现在开始，将这三件要务铭记于心，从这三方面着手进行全方位的提升，长期经营好自己的个人品牌，才能终身享有品牌美誉度的优势。

个人品牌三要素

以下将个人品牌三要素中的细节略作说明。

一、内在素质

知识 离开学校之后，你仍旧可以利用各种方式，持续不断地学习，充实知识，因为在职场上知识的高下与应用力，是专业度的第一个指标。建议年轻人要养成阅读的好习惯，并经常参加各种培训，让自己保有最前沿的知识水平，才能拥有足够的竞争力。

智慧 需要经过长时间的积累，对人生有了深层体悟，才能了解自己今生所为何来，也才能在面对人生的各种转折点时做出正确的抉择，这便是所谓的智慧。年轻人所能做的是认真生活，敏锐地观察这个世界与人生百态，多接近有智慧的长者，也许可以缩短积累智慧所需要的时间，尽早发挥最大的理想与抱负力，成就最高的幸福与自我实现。

艺能 各种艺术欣赏与创作，可以陶冶性情，调剂生活，这些培养出来的审美与鉴赏能力，也能在工作与生活上，发挥意想不

到的优势。建议年轻人多多培养艺术方面的爱好，先从看展览与艺术演出着手，进而学习并在业余从事艺术活动，一定能获益无穷。

个性 有先天成分但也可以经由后天的努力，让自己养成情绪稳定，认真负责，乐观进取的个性。个性在职场表现上往往是很关键的隐性因素，然而很多人却长期忽略它的重要性。建议年轻人千万不要将“我的个性就是如此”之类的话语挂在嘴边，要求别人去迁就自己，应该努力修身养性，设法改变所有自身的负面特质，成为一个广受欢迎的人。

德行 比起个性，这是更大更高的行为指导原则，德行的养成当然与个性及环境都有关系。很多管理阶层人士指出，德行比能力更重要，只要发现人的德行不端，多半再没有第二次机会。建议年轻人一定要养成正直诚信的德行，哪怕在最艰巨的考验下都必须坚持到底，才能成就长久的好名声。

品位 品位是近年来生活各方面水平提高后凸显的重要的特质，品位的养成当然与环境有关，但在环境条件许可下，又和个人在意的程度有关，品位并不一定指高价位，而是一种对质量的感受与要求的体现。年轻人可以借着多接触国际主流的生活态度与审美价值观，让自己的品位慢慢提升。

视野 视野听起来很抽象，其所指的是一种高度：在看待事务、为人处世上的气度是否够宏观。显然这也与人的阅历及心态有关，视野越大，越不会被细枝末节的小事所困扰，在做一些重要抉择时，也比较能够有机会往高处走。年轻人要放宽心胸，向世界伸出触角，接触更多的人、事、物，将注意力范围扩大，便会逐渐养成更宽广的视野，成为真正的现代国际人。

二、表达方式

文字 文字表达是一种古老的表达方式。在当今世界各国，普遍认为年轻人在文字的专注力上越来越淡，主要是由于科技发达，信息来源更多元化所致。但根据观察，文字在目前的职场与生活中，仍然是非常重要的表达工具，网络时代的来临使得人们连聊天都改用文字。因此建议年轻人千万不要忽略了这个传统的老东西。多读、多看、多写是文字表达能力增进的不二法门。所需要下的功夫必须够深，进步才看得见，因此要有耐心，不可急于一时。

语言 语言是现代人沟通和表达的重要方式之一。由于科技的进步，电话的发明大大改变了人们的生活，尤其是移动电话使得人们说话的机会更多了，人们连独处时也经常会不停地说话。语言表达有两大类，一是日常人际间的语言沟通，二是站出来公开发言。前者需要良好的沟通技巧，使人乐于与我们对话，也增强我们话语的效果。后者需要的是发言技巧，以及克服公开面对大众的焦虑感，让我们的言论可以发挥更大的影响力。在此建议年轻人要养成良好的沟通习惯，乐于倾听，并留意自己的语言是否具有同理心与积极性。至于公开发言，一定要热衷于公开讲话，多争取发言机会，才能经由不断的练习，提升这方面

的能力。

视觉 视觉已然成为现代人面对面表达时首先出击的第一项工具。人与人一见面，立即彼此展开观察，搜集所有的信息，然后在脑中做出判断，再决定自己该如何应对。视觉表达分为静态与动态两大类，人先天的长相体形，后天的发型妆容与服饰等，都属于静态表达；动态表达则是包括表情动作等肢体语言，以及如何更进一步自我展现的姿势仪态。对年轻人而言，需要学习穿着打扮的技巧，尤其是在职场上为了达到正确沟通目的的穿着方式，还要学习养成良好肢体表现的习惯，用最有活力、最自信的方式面对各种场合，才能在给他人的第一印象中拔得头筹。

行为 行为表达，所指的是做人与礼仪，基本上做人是态度问题，要先从心态来做调整，礼仪则是技术层面，包括应对进退与待人接物的技巧，可以通过学习取得。年轻人进入职场，在做人上需要学习的地方很多，先要建立正确的职场伦理观念，并养成认真负责、热心服务的职业意识，学会与人相处的道理。在职场礼仪部分，则需要加强并熟练，从最基本的接待、电话到各种商务礼仪、社交礼仪等，尤其是国际化的礼仪准则，最好通过企业培训做系统性的学习，才能尽快与国际职场接轨，表现得得体合宜，落落大方。

三、公关渠道

生活社交 热心与人交往，多参加各种聚会，扩大生活圈与社交圈。

社团活动 参加有特定目的或有特殊宗旨的团体，除了可以广交朋友，还能培养组织与领导能力。

社会参与 参与社会上各种有意义的活动或担任志愿者，使生活更有目标，还可以贡献一己之力，让社会更美好。

著述出版 写作并集结成书，可以通过书籍的营销渠道让更多人了解自己的想法，并传递理念与知识。

有声出版 将自己的专业所长录制成影音成品并出版，是一种较现代化的出版和传播方式，可以发挥很大的个人影响力。

演讲座谈 经由语言的表达，让自己的想法与能力被更多人了解，在这样的活动中，他人对我们的认识将会是更有深度的。

平面媒体 目前平面媒体略有衰微的迹象，但还是一个深具影响力的大众传媒，有机会经由媒体报导，或在媒体上做发表，仍是值得好好把握的。

网络媒体 网络媒体近年已成为最强力的媒体，除了广播、电视之外，其功效颇为惊人，若有意为自己建立高知名度，必须要通过网络媒体的宣传，才能迅速见效。

个人网站 许多年轻人都在经营博客，这确实是现代网络世界开拓人际关系的一大良机，借此可以抒发心情，并结识各方友人，有心的人可以好好在这方面多下功夫。

名片或DM 名片虽是传统的公关工具，但目前企业也都将它视为公司重要门面，相当重视名片的设计与质感，精美的名片或印刷宣传品有助于给人留下深刻印象。



个人品牌终身经营

以上所叙述的各项细节，如同是为职场新鲜人开出的一剂特效处方，其中包括内在的七大方面，表达的四种方式，公关的十个渠道，足够我们制订长程、中程与短程的学习计划，朝此目标迈进。

建立个人品牌就从今天开始，经营个人品牌则是一生的工作。不要小看自己，小品牌不需要拥有高知名度，但只要认真看待，也能享有极高的美誉度，体现最大的人生价值。



第一
部分

Before 进入职场前