



完美的职业形象，是体现自我的最佳“名片”
是一个人走向成功的“通行证”

细节决定你的 职业形象

XIJIE JUEDING NIDE ZHIYE XINGXIANG

陈 伟◎著

本书从职业形象的认知与风范、职业形象的服饰与品位两大方面，
结合专业操作和日常生活中的具体实例，
并努力做到深入浅出地向读者说明如何塑造良好的个人职业形象。



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位



细节决定你的 职业形象

XIJIE JUEDING NIDE
ZHIYE XINGXIANG

陈 伟◎著

 知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

内容提要

职业形象的成功打造，是诠释自我的完美“名片”，也是实现个人价值的“通行证”。随着社会经济的发展和市场竞争的加剧，企业更加重视员工职业形象的塑造以及职业道德、能力和修养方面的提升，本书从职业形象的认知与风范、职业形象的服饰与品位两大方面，结合专业操作和日常生活中的具体实例，深入浅出地向读者说明如何塑造良好的个人职业形象，具有较强的普遍应用性。

责任编辑：甄晓玲

图书在版编目（CIP）数据

细节决定你的职业形象/陈伟著. —北京：知识产权出版社，2012. 12

ISBN 978 - 7 - 5130 - 1715 - 2

I. ①细… II. ①陈… III. ①个人—形象—设计 IV. ①B834. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 271365 号

细节决定你的职业形象

XIJIE JUEDING NIDE ZHIYE XINGXIANG

陈 伟 著

出版发行：知识产权出版社

社 址：北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址：<http://www.ipph.cn>

发行电话：010-82000860 转 8101/8102

责编电话：010-82000860 转 8393

印 刷：知识产权出版社电子制印中心

开 本：787mm×1092mm 1/16

版 次：2013 年 1 月第 1 版

字 数：184 千字

ISBN 978-7-5130-1715-2/B·072 (4560)

邮 编：100088

邮 箱：bjb@cnipr.com

传 真：010-82005070/82000893

责编邮箱：flywinda@163.com

经 销：新华书店及相关销售网点

印 张：11.25

印 次：2013 年 1 月第 1 次印刷

定 价：28.00 元

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题，本社负责调换。

上篇 · 职业形象的认知与风范

市民社会到公民社会的过渡期	3
白领、蓝领和金领	5
良好的第一印象意味着好的开始	8
愉悦的眼神接触	10
表面光也是光	12
“L 情结” 的启示	15
格式甚至比内容重要呢	17
高人司马徽	20
职业形象标准是社会偏见	23
职业形象的范围大着呢	27
“像样” 是硬道理	29
各尽其职就好	32
不能怎么想就怎么说	34
好律师的口才	36
说话慢的效果	38
“练摊儿” 也是律师	40
令人信服的好形象	42

这种形象怎能让人信服	44
令人信服职业形象要这样选	46
难求大家风范	49
打个抱不平	51
诚信为本	53
“闲话一句”的好名声	55
信息中的形象	57
人前人后不一样	59
劳逸结合的分寸	61
“听会”的历练	64
开会那点事	66
公务员的“上帝”	68
很讨厌的“职业病”	71
要像上镜那样才对劲	73
不是交警看的热闹	75
比法律规定的更严	77
生搬硬套原则不如实在些好	79
错哪啦	82
当机立断的漂亮一手	84
餐厅不能不讲规矩	86
让顾客舒服才好	88
好意思说是双赢	90

下篇 职业形象的服饰与品位

男女不一样	95
狼狈的监考	97
酒桌上的职业形象	99
这些人的建议听不得	101
不像摩托“圈”里的	103
不对味儿	105

对肌肉男们说声“不”	108
胖的烦恼	110
完美形象“走麦城”	112
写给外表难看的白领人士的话	117
服装风格的选择	121
怎么看着像是售楼的	122
稍正式一点 稍讲究一点	124
穿得要够“板儿”	126
成衣的不足	128
工作性质决定着装	129
男士西服正装的颜色	131
衬衫、领带、鞋袜	134
女士职业着装的选择	141
爱美的困惑	144
与风格无关的暴露	147
女性职业着装的风格	149
女式职业着装的色彩与搭配	154
整洁——职业着装的重中之重	157
随身物品的选择	159
职业形象的妆容	162
发型的选择	166
办公室里的职业形象	168

上篇
职业形象的认知与风范

市民社会到公民社会的过渡期

从标题上看，要谈的内容似乎跟本书的主旨不大相干，但实际上，把这个问题搞清楚，对于我们在中国这个特定的社会条件下对职业形象如何认知有非常重要的意义。

公民社会的最主要特征，在于百姓对法律以及各种社会规则的自觉遵守。也就是说，在公民社会中，社会人口的绝大多数都应该愿意了解法律与规则，并且在主观上愿意把自己的行为约束在法律与规则允许的范围内。这种自觉性的核心，在于主观意识上对他人权利的尊重。这就意味着，即使是在法律没有特别规定的事情上，绝大多数公民都能够根据社会规则自觉约束自己的行为，尽量不妨害他人。而当他们意识到自己可能在不经意间侵害到他人权利的时候，通常都会很自觉地承认并且纠正错误。市民社会与公民社会相反，主要差别就表现为忽视法律与社会规则是其社会成员的常态。下面的例子应该很清楚地说明了这一点：

一位刚到美国的中国留学生搭自己白人室友的车一同参加聚会，回家的时候已经是半夜，街面上已经没有行人也没有车，到一个路口时正赶上红灯，那位白人学生很自觉地停车等待，中国留学生不理解，觉得自己的室友太刻板，就对人家说：“明明街上没有车嘛，开过去又没有危险，你根本用不着停车嘛？”

“你没看见红灯吗？”

“嗨，你没搞错吧，又没有警察看着，你开过去不就完了吗？怕什么呢？”

“这是法律规定！你难道不明白我们应该遵守法律吗？”

“？！”

这是一个真实的故事，这样的对话发生在公民社会背景与市民社会背景下成长起来的两个人之间，非常典型，而相比之下，那位中国留学生的思想意识毫无疑问地表现出市民社会生长背景的特征。

毋庸置疑，中国尚处于市民社会，不用说别的地方，就拿号称“首善之地”的北京来说，只要走到街上，几乎随时随地都能看到寻常百姓不遵守法律的现象，以北京的交通为例，当十字路口亮起红灯时，遇到红灯的行人与自行车等根据法律规定应该在路边等候，但在北京的绝大多数街道，甚至包括有交通协管员的地段，我们都会看到大量的行人和自行车会涌向道路中间，堵塞道路，给依法行驶的车辆带来不便。更加大胆一些的人，还会在来往的车流中左闪右躲，得意洋洋地在马路中穿行。

这些人们之所以有得意的心态，是因为觉得自己占了很大的便宜，而堵在道路中间的人们看到前面有人成功穿行，心里便会觉得自己吃亏了，便会懊恼，至于那些规规矩矩遵守法律等在路边的人们，则会有相当一部分觉得自己吃了大亏，心里更加懊恼。吃亏占便宜的心理感受居然有这种奇怪的标准，应该属于典型的市民社会思维，因为产生这种感觉的人们，并没有真正意识到底占了什么便宜，吃了什么亏，也没有意识到“占便宜”的风险有多大，只是在愚昧地自我感受着不可理喻的得意与懊恼。

在法律没有规定的事情上，市民社会的典型表现在北京更是比比皆是，最简单的例子就是排队。公民社会的人都会自觉排队，市民社会的人则是有机会一定要插队。若干年前，一群很有文化的人物组成代表团到一个东欧国家访问，回国后诸多成员都认为那个国家的老百姓完全没有个性，而他们对这种看法所持的理由，居然是发现当地人等公共汽车的时候，只要有一个人先站在那里，不用任何排队的标志，所有后来的人都自觉地站在那个人后面，秩序井然地排队。哪像咱们北京人那么个性十足地……

原来这些文化人物口中的所谓个性，竟然以乘公共汽车不排队、哄抢座位为典范。号称文明的文化人都有这种意识，可见市民社会的标准意识在我们这里有多么深入人心。

曾经有一位名头很大的香港电影明星在公开场合说了一句“中国人是要管的”，结果一石激起千层浪，引起了一片声讨。可实在想不明白这位明星的话到底有什么错，值得那些声讨的人们那般慷慨激昂。实际上，一个良好的社会环境需要秩序，由于公民社会与市民社会的百姓在自觉约束自我行为方面反差甚大，建立秩序的手段当然不能雷同。对自我约束性强的公民社会而言，无论是法律规则本身还是管理上都可以宽泛一些；而对自我约束性弱的市民社会

而言，规则需从严，管理当然也要从严。在这个意义上说，“中国人是要管的”是大实话，也是大实话。

产生于西方发达国家的职业形象标准以潜规则为主，因而，职业形象的塑造就是要根据这些潜规则自我约束。像这样的自我约束，在已经进入公民社会的西方国家应该是很简单的事情，而在尚处市民社会的中国就是很困难的事了。试想一下，对国家强制力来保证实施的法律规则都不够尊重的人，如果无利可图的话，怎么可能认真地遵守这些潜规则？如何让靠个人自觉性维持的职业形象规则得以实现，在中国与在西方发达国家的难度与效果大不相同。一般而论，如果在中国发现某个单位整体职业着装很出色，原因很可能是单位在这方面要求很严，而且有很明确的奖惩措施作为保障。同样，如果发现一个单位的员工在待人接物方面表现得都很职业，一般也是要求严格并有跟进措施的缘故。

靠严格管理推行职业形象，实在不是什么好的事情，因为真正意义上的职业形象应该建立在自觉的基础之上，其标准要得到本人的认同才会有最佳效果。以此为前提，在市民社会形态下推广公民社会条件下形成的职业形象标准，带有实际操作上的不可能性，而严格的要求与管理，也只能勉强在某几个方面接近或者达到职业形象的标准，就整体而言，依然是不合格的。常常看到在职业着装方面有严格要求的单位的员工着装，看上去跟本人极端不协调，对于靠管理无法真正使职业形象达标的定论，应该是一个很好的明证。

虽然使职业形象达标单靠管理效果不好，但市民社会的国情如此，暂时无力改变，我们在这种国情下所能做的，应该是认真考虑一下在职业形象的要求上“中国特色”一些，并充分认识到这样一点：职业形象的好坏原本就是一个相对的概念，如果不顾国情，一味的拔苗助长，反倒会把形象搞得不伦不类。

白领、蓝领和金领

白领和蓝领的划分年代不得而知，可以肯定的是这种划分源自西方世界，而且应该是工业革命之后。

蓝领应该是指以产业工人为主体的城市体力劳动者，受工作环境和工作性质的限制，他们当中绝大多数人工作时的穿着必须“经脏”，也就是说，即使身上的衣服已经脏了，看上去不会很显眼。由于领口部位最容易显脏，所以这些人的工作着装绝不可能包括浅色衬衫，衣领只能是深色的，而最为广泛使用的服装材质劳动布又以蓝色为主，正是这种着装特色，使得蓝领这样一个称谓非常符合这些城市体力劳动者的身份。

白领应该是相对于蓝领产生的概念，主体是坐办公室或是工作环境相对干净的脑力劳动者，如职员、会计、教师、律师都属于这个范畴。由于他们的工作环境相对舒适，同时，他们的工作性质以及相对应的社会地位都高于那些“蓝领”，在这些人的心理上自然而然地产生了要区别于蓝领们的需求，这种需求反映到工作着装上，最突出的标志就是浅颜色的衬衣领子，由于白色是浅颜色的极致，所以就有了“白领”这样一个很贴切的称谓。

在工业革命时代的早期，白领和蓝领确实最能够体现出脑力劳动者和体力劳动者工作着装的区别。此后，心态优越的白领阶层进一步与蓝领阶层划清界限，逐渐形成了一整套有别于蓝领阶层的社会价值观。随着资本主义社会的不断发展，白领阶层的社会地位越来越高，白领阶层的社会价值观最终成为当今以美国为代表的西方主要资本主义国家社会主流文化的基石。当代社会中白领与蓝领的区别，已经更多地体现在文化理念和社会价值观方面，并且在生活习惯等方面得以一定程度的反映。就这一点而言，白领与蓝领的概念，已经与其初始概念有了很大不同。对于我们所处的世界而言，西方主要资本主义国家因历史原因形成的巨大影响力，使得上述那些文化理念和社会价值观能够扩散到全球，世界上大多数国家都不得不认真对待并在相当程度上予以接受。改革开放后的中国强调多方面与国际接轨，西方白领阶层的文化理念和社会价值观也因此在一定程度上被引入中国。

职业形象，从根本上说就是西方白领阶层认定自身应有的且明显区别于蓝领阶层的形象。由于这种区别本身产生于白领阶层的主观努力，所以白领阶层的职业形象也同样与白领阶层自身的主观认知密切相关，这与基本上是自然形成的蓝领阶层职业形象有很大的区别。也正是这个原因，我们通常所讲的职业形象与需要塑造的职业形象，就是指白领阶层所认可的职业形象。至于蓝领阶层的职业形象，按照职业形象最初始的涵义，应该无需塑造和培训；至于诸如

目前许多如宾馆服务员本属于蓝领阶层的职业要进行职业形象培训，原因主要是这些职业本身要求与白领阶层有更多的接触，因而在职业形象上有必要更高度地适应白领阶层的喜好，如果具体了解了这些相关的职业形象培训，就可以很容易发现，其培训的内容基本上是围绕着白领阶层职业形象的标准进行的。

金领的概念应该是产生于中国，虽然有些关于“金领”概念的解释把大名鼎鼎的《财富》杂志硬塞进去，但如果用互联网英文搜索引擎搜索英文“golden collar”（“金领”），好像根本找不到与中文概念类似的解释，出现最多的似乎是一个与人类根本无关的狗链品牌。即使看中文的“金领”概念解释，也看不出什么所以然来，其内容给人的感觉是，所谓“金领”只不过是根据白领与蓝领的说法杜撰出来的概念。而杜撰这个概念的人对白领和蓝领的理解根本不对：在“金领”概念创造者的词典里，蓝领和白领的真正差别只在于收入，按照他们的理解，白领是一个相对蓝领而言收入相对较高的社会群体，而金领则是收入高于白领的另一个群体，至于文化理念和社会价值观等，似乎被彻底忽略了。

把白领与蓝领的原始意思搞错可以原谅，不可原谅的是“金领”概念杜撰者在这个错误中表现出来的拜金主义倾向。而其杜撰的所谓“金领”毫无创意可言，因此，所谓金领根本就是被人杜撰了一番的高收入白领，他们的文化理念、社会价值观乃至职业形象都脱不出白领的窠臼。

基于上述认识，本书中所要讨论的职业形象，主要涉及传统意义上的白领阶层的职业形象，并在这个基础上适当地谈及蓝领职业形象，至于所谓“金领”，在将其概念当做茶余饭后的笑谈之余，可以通过分析这个杜撰概念所体现的拜金主义价值观，帮助我们更清楚地认识自身所处的特定社会条件下职业形象所应该具有的特殊标准。

作为职业形象所涉及的白领阶层，其主要组成部分是知识文化处于高端、经济收入不错的专业人士。职业形象对这个社会群体之所以重要，是由于他们的社会竞争力在很大程度上要依赖其他人对他们本身价值的认可，而职业形象对其本身价值能否得到认可具有举足轻重的作用。这是因为，给人良好的第一印象对得到认可至关重要，而职业形象最重要的作用，就在于帮助我们最大可能地给人留下良好的第一印象。

良好的第一印象意味着好的开始

要营造良好的职业形象，重在给人留下良好的第一印象。而如何给人留下良好的第一印象，这里面其实有着很大的学问。下面的故事，对如何给人留下良好的第一印象有一定的启发性。

陈副局长给人的印象非常好，儒雅亲和，像一位慈祥的学界前辈。关尹第一次见他时，谈完工作又嘘寒问暖有 10 分钟，让关尹感觉如沐春风，打心眼里觉得陈副局长是个好人，也为自己能在这样一位领导的手下工作而高兴。

关尹第一次见李副局长时的场面却很不相同。李副局长在局领导的排名应该比陈副局长靠前，因为他是局党委副书记，据说位置应该是相当于常务副局长。当时，敲门走进李副局长的办公室，他正伏案写东西，知道关尹进了门，抬头看了一眼，右手朝门口的沙发一指：“坐！”然后，继续伏案写了有 20 分钟。关尹那年刚大学毕业，是个初入社会的毛头小伙子，李副局长说让他坐自然是规规矩矩坐着不敢乱动，连看手表都是偷偷地，生怕给领导留下坏印象。但 20 分钟坐下来，形体保持静止，心理活动却很频繁，从一开始的接受，到感觉无奈，然后是不耐烦，最后简直忍无可忍，脑子里转出些对李副局长很不敬的想法……

终于，李副局长写完了，他先是很专注地把钢笔帽拧紧，把钢笔插入笔筒，再将写完的信纸很仔细地装进一个信封，在写字台的右上角放好。然后，一边抬头看着关尹一边站起身快步走到刚回过神来的关尹面前，握住关尹那双因为诚惶诚恐而有些不知往哪里放的手，口中一个劲地说抱歉，直到将关尹安抚地按回座位上，右手始终紧握着关尹的手。

过了好久好久，关尹对自己跟李副局长的谈话内容已经记不得了，但他前倨后恭、反差极大的接待方式却让关尹始终不能忘怀。总之，事后关尹首先认定李副局长跟陈副局长一样都是对下属极好的领导，否则的话，以他的身份地位，完全没必要对一个刚刚上岗的大学毕业生说那么多遍的“抱歉”；其次，

关尹认定李副局长之所以伏案工作让关尹等那么久，是因为他写的东西一定非常重要，领导有要紧的事情要做，让自己在办公室等着，而不是让自己先回去等他有时间再跑一趟，本身已经说明这个领导对下属很亲和了。所以，关尹为自己在20分钟等待的最后时刻腹诽李副局长感到非常自责，总觉得自己错怪了好领导，可惜没法因此给领导道歉，只有在工作中加倍努力，自己心里做点补偿也就是了。

在局里工作了两年，关尹跟领导接触的不多，但其他同事对局领导的评价听了不少，总体而言，对陈、李两位副局长的评价是正派，工作中顾全大局，不争权夺利，不搞山头之类的活动等。当时有位很受欢迎的社会教育家到处做一个名为“心底无私天地宽”的报告，关尹当时觉得将这个标题加在关尹所了解的两位副局长身上，应该非常恰当。但平心而论，关尹其实对陈、李二位副局长知之甚少，他们心中到底有无私根本就不得而知，之所以在心里把他们当成“心底无私天地宽”的楷模，最重要的原因就是他们都在第一次见面时给关尹留下了深刻的好印象，让关尹打心眼里愿意把美好的品质加在他们身上。

对生活工作中所遇到的那些不甚了解的人们只凭第一印象做出判断，然后根据自己的判断发挥想象力，很主观地赋予这些人各种各样的品质和能力，大概不仅仅是初出茅庐的关尹才有的毛病。事实上，这种毛病或多或少地存在于所有人身上。第一印象的影响力，从这种效果上可以得到很充分的彰显。正因如此，我们应该在工作中充分利用好第一印象的这一特点，提升自己在他人心目中的地位。职业形象的重要性，在相当大的程度上表现为对第一印象这个特点的利用。

第一印象当然不可能决定我们对他人的最终印象，生活中常常有这种情况，当我们在对一个人有较为深入的了解之后，可能会破坏我们对他的第一印象，从而产生受骗上当的感觉。这说明那个人给其他人的第一印象与其本人有很大的差别。但这种后来对第一印象的否定，并不能抹杀第一印象的作用。因为很多时候人们作出决定的根据都是第一印象而非深入了解之后的印象。而且，通常我们对第一印象比较好的人才会有进一步了解的愿望，而对那些第一印象不好的人则不会有那般雅兴。这应该意味着，假如在工作中给人的第一印象不好而实际上并不是那么差劲，就很难有机会去改变他人的第一印象，因此会失去很多本该属于自己的机会；而那些给人第一印象良好，实际上却有很大

差距的人，却可能凭借良好的第一印象获得很多机会。

知道了这些，就了解了第一印象的重要性所在。而我们塑造良好职业形象的目的和意义，首先就在于尽可能给人留下良好的第一印象。但大千世界，人与人之间千差万别，每个人都有各自的优点和缺点，到底哪方面的优点最可能给人留下良好的第一印象呢？这个问题，对于职业形象来说至关重要，自然也是我们讨论的重要话题之一。

愉悦的眼神接触

万松小时候是个好学生，他一直记得小学的班主任吴老师曾经夸奖他听课认真。而吴老师当年的原话是：“我注意到万松同学听课的时候比其他同学更加专注，两只眼睛一直跟着老师的位置盯着。希望你们其他人在这一点上向万松同学学习，上课不要走神，只要你们能够像他那样注意看着老师的每一个动作，时间长了就会发现自己听课的效果大大提高了。”

在万松的记忆当中，那是自己有生以来第一次在公开场合被表扬，这样的经历自然终生难忘，所以，万松从少年时代起，就一直铭记着吴老师当年的夸赞，并且身体力行地十几年如一日，从小学到大学，听课都特别认真，眼神也特别集中，因此给一些老师留下良好的印象，他自己也因此大为受益。

工作了，万松依然保持着多年养成的习惯，虽然不再听课，但是，在单位不管是开会还是参加其他集体活动，只要有人发言，他都会很认真地专注于发言人的一举一动，如果发言人没有动作，他就会专注于对方的眼神。万松的这种专注，渐渐给领导们留下了很好的印象，同时，由于他在工作当中确有突出业绩，因此被领导列为重点培养的苗子，小伙子觉得自己从学校到工作岗位一帆风顺，眼神的作用绝对不可抹杀。

万松万万没有想到，自己后来竟会因为专注的眼神碰了一个大钉子：根据他自己的叙述，因为自己多年来一直相信专注的眼神是升学和事业顺风顺水的主要原因，就对自己的这一特点有些迷信，久而久之，日常生活工作中待人接

物时，看人时眼神也较常人专注一些，过去，也并不觉得这样子有什么不妥。可是，当单位派他负责接待一位很重要的外国客户及其夫人时，却因此招致不满。当时的情况是，夫人对万松比较热情一些，万松也投桃报李，对夫人比较殷勤，相互谈话也比较多。两天过去，那位客户突然向万松的单位领导抱怨，说万松看自己夫人的眼神让他们夫妇很不舒服。客户的话说得简单，但在单位引起了轩然大波，同事们议论纷纷，说什么的都有。领导也没给万松什么解释的机会，直接告诉万松退出这个项目。

“老天作证，我对那位夫人绝对只是以礼相待，真的没有任何不敬的想法。真的，脑子里一点歪的邪的都没有。”万分委屈的万松这么说。

但问题是，自己的解释是没有用的，客户的意见哪怕是错的，也必须尊重，毕竟，客户有着“上帝”的身份，单位没有道理为了帮万松澄清，失去跟客户缓和关系的机会。

在日常的工作生活当中，我们每个人都会与他人接触，在接触时如何令人感到愉悦，确实是职业形象必须解决的问题。万松之所以惹出麻烦，关键是因为他多年养成的习惯，看人的时候眼神过于专注，实际上这会让很多人产生不舒服的感觉，倘若对方是异性，问题可能会更加严重，就这一点来说，那位外国客户会有那样的反应，并不是无理取闹。当然，否定过于专注的眼神并不意味着避免眼神接触，事实上，当一个人避免与其他人的眼睛正面接触的时候，会让对方在诚实可信与安全感两个方面产生猜疑，而在中国文化当中，“目光闪烁”从来都是负面的。所以，正常的眼神接触、正视对方眼睛还是非常必要的，要避免的是像万松那样的习惯性专注，即使不引起那位客户的误解，也可能给其逼视的感觉，而被其他人逼视，对任何人来说，都不会是愉悦的。

真正可取的眼神，应该是大方诚恳又亲切的直视，考虑到职业形象的特点，自信也是眼神当中必不可少的成分。如果能够做到这些，人们与之接触都会感到愉悦，并且愿意跟其继续接触，这对于工作来说，当然会有很大的好处。

总之，在人与人交往的过程中，眼睛的接触应该是第一印象最为重要的接触。因此，在待人接物当中把握好自已的眼神，力争最大限度地给人愉悦的感觉，应该是自我形象塑造的最重要课题之一。