

超值金版
29.00

社交与礼仪 知识全知道

SHEJIAO YU LIYI ZHISHI QUANZHIDAO

魅力的50%是你自己所拥有的，而剩下的50%是别人认为你所拥有的。——罗曼·罗兰

雅 瑟 / 编著



企业管理出版社
QIYEGLIANLI CHUBANSHE

社交与礼仪知识大全集

雅瑟/编著

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

社交与礼仪知识大全集/雅瑟编著.—北京:企业管理出版社,2010.6

ISBN 978-7-80255-497-9

I.①社… II.①雅… III.①人间交往-礼仪-基本知识 IV.①C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 068794 号

书 名: 社交与礼仪知识大全集

作 者: 雅 瑟

责任编辑: 李 杜

书 号: ISBN 978-7-80255-497-9

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68467871 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京中印联印务有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 185 毫米×260 毫米 16 开本 24 印张 480 千字

版 次: 2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 29.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

前言

在社会交往中，相信每个人都想获得优雅的美誉。优雅是自内而外的流露，是不经意间的举手投足，是恰到好处的尊重与自信，唯有得体的礼仪才会让你散发出优雅的气质。

礼，是指由一定的道德观念和风俗习惯形成的礼节及表示尊敬的态度或动作；仪，是指人的外表、动作及按程序进行的礼节。简言之，“礼”，即礼貌、礼节；“仪”，即仪表、仪态、仪式。遵行礼仪就必须在思想上对交往的对方有尊敬之意，有乐贤之荣；谈吐举止懂得礼仪规矩；外表上注重仪容、仪态、风度和服饰；在一些正式的礼仪场合，还须遵循一定的典礼程序等。

商务礼仪能展示企业的文明程度、管理风格和道德水准，塑造企业形象。良好的企业形象是企业的无形资产，可以为企业带来直接的经济效益。一个人讲究礼仪，就会在众人面前树立良好的个人形象；一个组织的成员讲究礼仪，就会为自己的组织树立良好的形象，赢得公众的赞誉。现代市场竞争除了产品竞争外，更体现在形象竞争上。一个具有良好信誉和形象的公司或企业，更容易获得社会各方的信任和支持，可在激烈的市场竞争中处于不败之地。所以，商务人员时刻注重礼仪，既是个人和组织良好素质的体现，也是树立和巩固良好形象的需要。

良好的礼仪可以更好地向对方展示自己的长处和优势，它往往决定了机会是否降临。比如，在公司，你的服饰适当与否可能会影响到你的晋升和与同事的关系；带客户出去吃饭时你的举止得体与否也许就决定了交易的成功与否；又或者，在办公室不雅的言行或许就使你失去了一次参加老板家庭宴请的机会……礼仪是一种信息，通过这个媒介表达出尊敬、友善、真诚的感情。在商务活动中，恰当的礼仪可以获得对方的好感、信任，进而推动事业的发展。

对于商务人员来说，商务礼仪是其思想水平、文化修养、交际能力的外在表现；对于企业来说，商务礼仪是企业价值观念、道德理念、员工整体素质的集中体现，是企业文明程度的重要标志。因此，商务礼仪成为直接塑造企业商务人员形象、间接塑造企业形象的重要工具。

这本《社交与礼仪知识大全集》着重论述了社交活动中应遵循与注意的细节，具有很强的系统完整性和实用有效性。书中除了介绍在社交时如何培养个人魅力，

如何让你受人欢迎，还介绍了各种礼仪知识，比如见面礼仪、介绍礼仪、交谈礼仪、电话礼仪、演讲礼仪、办公室礼仪、会客礼仪、商务接待礼仪等等。

“礼多人不怪”。为人处世、说话办事多掌握些社交与礼仪知识，懂礼，知礼，行礼，不仅不会被别人厌烦，相反还会使别人尊敬你、认同你、亲近你，无形之中拉近了同他人的心理距离，也为日后合作共事创造出宽松的环境。

“有礼走遍天下”。衷心希望你成为一位优雅的淑女或绅士，拥有广泛的人脉圈、活得优雅、自在。

第一部分 社交能力决定你的人脉质量

第1章 良好的人际关系源于高超的社交能力 / 2

- 什么是人际关系? / 2
- 人际关系的心理影响因素 / 2
- 人际交往的心理原则 / 4
- 人际交往的心理需求 / 5
- 准确把握自我交际角色 / 7
- 社会中需要的文明社交风气 / 8
- 克服社交中的不良习气 / 9

第2章 你不可不知的社交效应与社交定律 / 10

- 首因效应——第一印象是长期交往的基础 / 10
- 近因效应——最近、最新的认识会掩盖了以往的评价 / 11
- 晕轮效应——为什么会“以偏概全”“爱屋及乌”? / 11
- 刻板效应——北方人一定会性情豪爽、胆大正直吗? / 12
- 定势效应——为什么总会用“老眼光”看“新问题”? / 12
- 投射效应——为什么会“以小人之心度君子之腹”? / 13
- 自我暴露定律——一定的自我暴露是给人好感的前提 / 13
- 互惠定律——得了别人的好处后, 会感到有义务回报对方 / 14
- 相似定律——我们会因为对方和我们相似而喜欢对方 / 16
- 互补定律——当别人和我们形成互补, 我们会喜欢对方 / 17
- 相互吸引定律——我们通常喜欢那些也喜欢我们的人 / 18
- 皮格马利翁定律——热切的期望终会变成现实 / 20
- 攀比定律——人们喜欢模仿和攀比别人 / 21
- 以貌取人定律——人们会对容貌美的人更有好感 / 23
- 邻里定律——邻近的人会对我们形成某种感染 / 24
- 情感与理性宣传定律——在宣传中诉诸情感和诉诸理性 / 25
- 单面和双面宣传定律——单面和双面宣传各有利弊 / 27
- 心理控制定律——如无法直接改变, 则可间接控制 / 28
- 交往适度定律——对别人过好, 会对我们不利 / 30
- 欲扬先抑定律——对人先抑后扬, 最容易给人好感 / 31
- 情感征服定律——情感有时比利益更能打动人心 / 32
- 换位思考定律——设身处地理解别人能给人很大好感 / 34

目 录



目录



交际氛围定律——交际氛围的营造非常有利于交际的成功 / 35

讨厌完美定律——完美的人不如有缺点的人可爱 / 36

异性定律——两性在一起与同性在一起有很多不同 / 38

第3章 左右逢源的职场社交艺术 / 40

怎样的人受人欢迎? / 40

让别人感觉你“很成功”的社交技巧 / 41

让别人感觉你“可以信赖”的社交技巧 / 43

让别人认为你“做事很积极”的社交技巧 / 49

让别人感觉你很有才干的社交技巧 / 53

增加和别人的亲密感的社交技巧 / 62

增强你的幽默感的社交技巧 / 68

获得他人好感的社交技巧 / 71

领导欢迎什么样的下属? / 74

与不同类型领导相处的社交技巧 / 77

坦诚接受领导批评的社交技巧 / 79

理解“微妙”的同事关系 / 81

学会与同事打交道 / 82

面对不同类型同事的社交技巧 / 86

职业女性的工作秩序 / 89

女性与男同事相处的注意事项 / 90

第4章 社交中的心理战术与心理诡计 / 91

社交高手必善体察人心 / 91

了解、尊重、迎合：对待他人的三种态度 / 92

培养察言观色的能力 / 93

观察人的眼睛——眼神里的心理学 / 94

观人术——古人观察人的原则和方法 / 97

通过性格了解交际对象 / 106

根据交际对象的类型改变交际策略 / 108

第5章 社交场合的说话艺术 / 112

称呼得体 / 112

寒暄得当 / 113

如何做自我介绍? / 115

介绍他人应注意的问题 / 116

社交场合的常用语 / 117

目
录

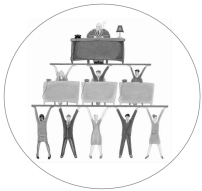
- “对不起”的神效 / 118
- “谢谢”并非客套话 / 119
- 对他人的道谢要答谢 / 119
- 说话要注意方法 / 120
- 学会察言观色 / 122
- 如何进行自我辩解? / 124
- 如何赞美别人? / 124
- 社交场上的知己知彼 / 126
- 投其所好的妙处 / 127
- 和陌生人交谈的社交口才 / 128
- 适时反问的技巧 / 129
- 高超的问话技巧 / 131
- 对答如流的奥秘 / 132
- 巧妙的插话技巧 / 134
- 与人谈话十忌 / 135
- 礼貌中断对方谈话的技巧 / 136
- 言谈中“俘虏”对方的诀窍 / 136
- 有意说错话 / 137
- 让你的语言富有哲理 / 138
- 提意见的说话艺术 / 139
- 开玩笑的“规则” / 139
- 打电话的艺术 / 139
- 聊天要聊出名堂来 / 140

第 6 章 社交障碍的克服与自我调节 / 142

- 如何克服腼腆? / 142
- 如何克服嫉妒? / 143
- 如何克服猜疑? / 144
- 如何克服偏见? / 145
- 如何改变消极思维? / 146
- 如何远离社交恐惧症? / 147
- 如何战胜孤独? / 148
- 如何克服社交中的庸俗习气? / 149
- 怎样杜绝社交中的轻率态度? / 150
- 如何控制社交中的情绪波动? / 151



目录



第7章 社交困境的突破与化解 / 152

- 如何选择社交的地点? / 152
- 如何选择社交的时间? / 153
- 如何巧妙地拒绝别人? / 153
- 如何面对别人的指责? / 155
- 如何向别人道歉? / 156
- 如何避免争吵? / 158
- 如何得体地指出别人的缺点? / 159
- 如何批评别人? / 160
- 如何挽回友情? / 161
- 如何解除误会? / 162
- 翻脸后如何重修旧好? / 162
- 面对不必要的邀请如何应答? / 163
- 学会示弱——消除他人不满和嫉妒的妙方 / 164
- 怎样安慰别人——做雪中送炭的人? / 165
- 怎样对付“揭短”? / 166
- 如何化干戈为玉帛? / 167
- 如何面对别人的讥讽? / 168

第二部分 你的形象价值百万

第8章 塑造个人社交形象的基本要求 / 170

- 保持仪表整洁 / 170
- 注意重要的细节 / 171
- 做到简约、大方 / 171

第9章 形象设计与仪态美 / 173

- 手姿美 / 173
- 站姿美 / 174
- 坐姿美 / 174
- 走姿美 / 176
- 行为举止美 / 176

第10章 形象设计与发型 / 179

- 发型与脸型 / 179
- 发质与发型 / 181
- 穿着与发型的搭配 / 181

发型与身材的搭配 / 182

第 11 章 形象设计与妆型 / 183

为什么需要化妆? / 183

了解五官皮肤的特点 / 184

化妆需注意四要素 / 184

面部化妆的基本方法 / 185

面部肌肤的清洁 / 187

不同脸型的化妆技巧 / 188

淡妆的使用场合 / 189

时尚妆与古典妆 / 189

香水与香型 / 190

第 12 章 形象设计与五官 / 192

鼻型的修饰 / 192

唇部的养护 / 193

优美唇型的描画及修饰 / 193

男子唇部妆饰 / 194

脸型与眉型 / 195

眼型与眉型 / 196

画眉的步骤与技巧 / 196

缺陷眉型的修饰 / 197

睫毛的修饰 / 198

画眼影的技巧 / 199

用眼影掩饰眼型的缺陷 / 199

男子双眉修整 / 201

第 13 章 形象设计与服饰美 / 202

服装提升形象的基本原则 / 202

商务着装的TPO原则 / 203

服饰色彩及寓意 / 204

服饰种类概述 / 205

西方传统礼服 / 207

鞋袜的穿着原则 / 208

选戴帽子的原则 / 209

选戴手套的原则 / 210

选戴围巾的原则 / 211

目 录



目录



- 选戴眼镜的原则 / 211
- 选用提包的原则 / 212
- 项链的佩戴 / 213
- 耳环的佩戴 / 214
- 戒指的佩戴 / 215
- 手镯与手链的选择与佩戴 / 215

第 14 章 男士形象设计 / 217

- 男士西装的流派 / 217
- 穿西装的规范 / 218
- 男士西装的选择 / 221
- 中山装的穿着 / 222

第 15 章 女士形象设计 / 223

- 职业女装的基本类型之一：套裙 / 223
- 职业女装的基本类型之二：运动式茄克 / 225
- 职业女装的基本类型之三：连衣裙 / 225
- 着裙装的艺术 / 225
- 着旗袍的艺术 / 226
- 女性体型与着装 / 227

第三部分 你不可不知的社交礼仪

第 16 章 现代社交礼仪的基本知识 / 230

- 你的礼仪价值百万 / 230
- 我们为什么要学礼仪？ / 231
- 社交礼仪的分类 / 233
- 社交礼仪的表现形式 / 233
- 社交礼仪的基本原则 / 234

第 17 章 私人交际礼仪 / 236

- 社交过程中的注意事项 / 236
- 待客的礼节 / 240
- 会客的礼节 / 240
- 在外居住时应注意的礼仪 / 241
- 开玩笑应注意的礼仪 / 242
- 做客应注意的礼仪 / 242

目 录

送客的礼仪和艺术 / 243
庆祝诞辰应注意的礼仪 / 243
探望病人的礼节 / 244
挽臂的礼节 / 245
鼓掌的礼节 / 246
送花的讲究 / 246
花语的寓意 / 247
馈赠的礼节 / 248
通信的礼节 / 251
问候礼仪 / 252

第 18 章 公共活动礼仪 / 254

公共场所的基本礼节 / 254
公共活动礼仪禁忌 / 256
乘坐交通工具的礼节 / 257
酒店礼节 / 261
写字间的礼节 / 261
洗手间的礼节 / 262
娱乐应注意的礼节 / 263
音乐会礼节 / 263
观看文艺演出的礼节 / 264
酒吧礼节 / 265
舞会的礼节 / 265

第 19 章 公务来往礼仪 / 270

商务接待中的迎来送往 / 270
邀约的礼仪 / 270
迎宾礼仪 / 275
接待礼仪 / 277
公务拜访礼仪 / 278
办公室礼仪 / 281

第 20 章 商务会谈礼仪 / 287

商务交谈的重要原则 / 287
谈判礼仪 / 289
推销礼仪 / 291
商务馈赠礼仪 / 292



目录



电话礼仪 / 295
手机使用礼仪 / 302
电子邮件礼仪 / 304

第 21 章 仪式、展会礼仪 / 306

商务签字仪式 / 306
涉外签字仪式礼仪 / 307
开业典礼礼仪 / 308
商务剪彩礼仪 / 312
商务交接礼仪 / 315
商品展览会礼仪 / 319

第 22 章 宴会餐饮礼仪 / 325

商务宴请礼仪 / 325
家宴礼仪 / 331
婚宴流程 / 332
赴宴的礼仪 / 333
宴会入席礼仪 / 334
西方人赴商务宴请的礼仪 / 335
商业午餐和晚餐中的礼仪 / 336
中餐礼仪 / 337
西餐礼仪 / 338
宴会饮酒礼仪 / 342
宴会交谈礼仪 / 345
饮茶礼仪 / 346
饮咖啡礼仪 / 348
吃水果的礼节 / 349

第 23 章 节日习俗礼仪 / 350

中国节日的习俗与礼仪 / 350
外国节日的习俗与礼仪 / 351

第 24 章 涉外交际礼仪 / 357

涉外礼仪准则 / 357
陪同外宾的礼节 / 358
邀请外宾的礼节 / 358
采访外国首脑的礼仪 / 359

会见外国贵族时的礼仪 / 360
面对海外侨胞的礼仪 / 360
陪同外宾参观礼仪 / 361
翻译中应注意的礼节 / 362
对外文书使用的要求 / 363
护照与签证的办理 / 365

目录



第一部分

社交能力决定 你的人脉质量



第 1 章

良好的人际关系源于高超的社交能力

什么是人际关系？

探析社交的知识和技巧，我们首先应该明确什么是人际关系。

人际关系有广义和狭义之分。广义上，人际关系是指人与人之间的关系，包括社会中所有的人与人之间的关系，以及人与人之间关系的一切方面。但此定义没有揭示出人际关系的特殊性。狭义上，人际关系是指人们在物质交往与精神交流中发生、发展和建立起来的人与人之间的直接的心理关系。人际关系是社会关系的一个侧面。从历史上考察，它是同人类起源同步发生的一种极其古老的社会现象，其外延很广，包括亲子关系、夫妻关系、朋友关系、同学关系、师生关系、同事关系等等。

人际关系和社会关系有不可分割的联系：一方面，人际关系是社会关系中较低层次的关系，受生产关系和政治关系的决定和制约；另一方面，人际关系渗透到社会关系的各个方面之中，是社会关系的“横断面”，反过来影响社会关系。它直接影响着群体内聚力的大小、人们的心理环境和社会环境的好坏。我们每个人都生活在各种各样现实的、具体的人际关系之中。

人际关系的心理影响因素

人际关系受到认知、情感、人格、能力等四种心理因素和行为举止因素的影响。

1. 认知因素

认知因素是人际知觉的结果，包括三个方面，即自我认知、对他人的认知和对交往本身的认知。对自我的认知会影响人际交往中的自我表现，对他人的认知会左右对他人的态度和行为，对交往本身的认知影响交往的目的、广度和深度。人际交往是双方彼此满足对方心理需要的过程，不能只考虑自己的满足而忽视对方的需求。

2. 情感因素

人际交往中的情感因素，是指交往双方相互之间在情绪上的好恶程度、情绪的敏感性、对交往现状的满意程度以及对他人、对自我成功感的评价态度等。

人际交往中的情感表现应该适时适度，随客观情况的变化而变化。不良情感反应会影响交往。比如，如果交往中反应冷漠，对常人可因之而喜怒哀乐的事情无动于衷，会被他人认为你麻木、无情，不宜交往；如果情感反应过于强烈，不分场合和对象地恣意纵情，别人会觉得你轻浮不实；如果情感不够稳定，变化无常，也会让人觉得你不宜交往。

3. 人格因素

人格因素对人际交往有至关重要的影响。一些不良的人格特征，如虚伪、自私自利、不尊重人、报复心强、嫉妒心强、猜疑心重、太过苛求、自卑、自傲、孤独固执等等，容易给人留下不愉快的感受乃至一种危险感，会影响人际交往。因此，好的人际交往离不开双方良好的人格品质。

4. 能力因素

交往能力欠缺是影响人际交往的原因之一。比如有些人，交友愿望强烈，然而总感到没有机会；想表现自己，却出了洋相；想关心他人，但不知从何做起；想赞美他人，可怎么也开不了口；想调解他人的矛盾，可好心经常办坏事，等等。人际交往的能力不是固定不变的，可以通过有意识的锻炼来提高，关键要多进行交往实践、多动脑筋。

5. 行为举止

交往行为举止，包括交往的举止、气度、表情、手势以及言语等所能测定与记载的一切量值。适度、优雅的交往举止，会给人留下好的印象，有效改善人际关系。行为举止的决定因素是交往心理，当然，培养锻炼也是很重要的。

在上述几个因素中，情感因素起着主导作用，制约着人际关系的广度、深度和稳定度。通常所言的“友情”、“亲情”、“人情”都是着重从情感方面来说的。可以说，情感的相互依存是人际关系的首要特征。但一般来说，在非组织关系中，是情感成分承担着主要的调节功能；而在正式组织关系中，行为举止是调节人际关系的主导成分。