

礼赢天下：中华与世界礼仪全览

名家手笔，打造最权威的礼仪百科！

深入浅出，成就举手投足间的魅力！

公关礼仪是有关企事业单位的公关人员在公共活动中应当遵守的行为规范。公关礼仪反映着公关人员的精神面貌和文化修养，对于塑造企事业单位的良好形象和信誉、拓展企事业单位的业务都起着重要作用。本书全面介绍了公关人员的言行举止、语言沟通的礼仪规范，介绍了公关人员拜访接待、宴请宾客、举办会议、媒体沟通、文书广告、娱乐活动等各个方面的礼仪要求。为公关人员在公关活动中提供了实用性强的礼仪知识手册。

公关 礼仪

舒静庐 主编

PUBLIC RELATIONS ETIQUETTE

羡慕别人有魅力？

《中华与世界礼仪全览》祝你一臂之力！

涵盖日常、商务、职场方方面面，高端大气上档次的礼仪百科！

以礼赢人心，以礼赢天下，展中华之传统，扬世界之精华

《中华与世界礼仪全览》让你一览礼仪之天下

上海三联书店

礼赢天下：中华与世界礼仪全览

名家手笔，打造最权威的礼仪百科！

深入浅出，成就举手投足间的魅力！

公关礼仪是有关企事业单位的公关人员在公共活动中应当遵守的行为规范。公关礼仪反映着公关人员的精神面貌和文化修养，对于塑造企事业单位的良好形象和信誉、拓展企事业单位的业务都起着重要作用。本书全面介绍了公关人员的言行举止、语言沟通的礼仪规范，介绍了公关人员拜访接待、宴请宾客、举办会议、媒体沟通、文书广告、娱乐活动等各个方面的礼仪要求。为公关人员在公关活动中提供了实用性强的礼仪知识手册。

公关 礼仪

舒静庐 主编

PUBLIC RELATIONS ETIQUETTE

羡慕别人有魅力？

《中华与世界礼仪全览》祝你一臂之力！

涵盖日常、商务、职场方方面面，高端大气上档次的礼仪百科！

以礼赢人心，以礼赢天下，展中华之传统，扬世界之精华

《中华与世界礼仪全览》让你一览礼仪之天下



上海三联书店

C912.3
289

图书在版编目 (CIP) 数据

公关礼仪 / 舒静庐主编. —上海:
上海三联书店, 2014. 7
ISBN 978 - 7 - 5426 - 4845 - 7
I. ①公… II. ①舒… III. ①公共关系学—礼仪
IV. ①C912. 3
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 144081 号

公关礼仪

主 编 / 舒静庐
责任编辑 / 陈蔚甸
特约编辑 / 田凤兰 袁 梅
监 制 / 吴 昊
出版发行 / 上海三联书店



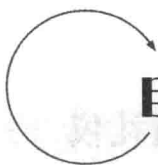
(201199) 中国上海市都市路 4855 号 2 座 10 楼

<http://www.sjpc1932.com>

印 刷 / 三河市天润建兴印务有限公司
版 次 / 2014 年 9 月第 1 版
印 次 / 2014 年 9 月第 1 次印刷
开 本 / 787 × 1092 1/16
字 数 / 225 千字
印 张 / 15.75

ISBN 978 - 7 - 5426 - 4845 - 7/G. 1341

定 价: 26.00 元



目 录 Contents

※ 绪章：公关礼仪概述 ※

一、公关礼仪的涵义、特征与本质

1. 公关礼仪是公关活动的规范程序 / 2
2. 准确认识公关礼仪的特征 / 3
3. 深入理解公关礼仪的本质 / 5

二、公关礼仪的功能与作用

1. 公关礼仪有利于塑造良好的组织形象 / 7
2. 公关礼仪有利于沟通信息广结良缘 / 8
3. 公关礼仪有利于树立良好的社会风尚 / 9

三、公关礼仪的基本原则

1. 尊重：公关礼仪的情感基础 / 10
2. 诚信：公关礼仪的道德要求 / 13
3. 宽容：公关礼仪的待人原则 / 15
4. 平等：公关礼仪的人格尊重 / 17

四、公关人员的礼仪素质要求

1. 具有较强的公共关系意识 / 19

目 录

2. 具备多元、合理的知识结构 / 20
3. 才能超众：公关礼仪的能力支撑 / 22

※ 第一章 公关人员的语言沟通礼仪 ※

一、交谈的基本礼仪要求

1. 交谈时面带自然微笑 / 26
2. 致意寒暄应当合宜适度 / 28
3. 与人交谈，选择得体的话题 / 29
4. 避开不宜谈及的话题 / 30
5. 学会善用目光语交流 / 31
6. 交谈应保持恰当的距离 / 33

二、公关的语言技巧

1. 公关语言要讲究美学情趣 / 35
2. 语言交流要遵守谈话礼仪 / 37

三、聆听的礼仪要求

1. 善于聆听有益于交流 / 39
2. 聆听要耐心更要讲艺术 / 40
3. 聆听时要注意神情态度 / 42
4. 注意检点自己的体态语言 / 43
5. 避免聆听中的不良表现 / 44

四、提问与回答的礼仪

1. 向他人发问要抓住关键 / 45

2. 回答问题应坦诚、巧妙、谨慎 / 46

※ 第二章 公关人员的拜访与接待礼仪 ※

一、公关人员的拜访礼仪

1. 拜访具有不可替代的作用 / 50
2. 做好拜访前的准备 / 51
3. 拜访过程中的礼仪规范 / 52
4. 适时地告辞，礼貌致谢 / 54

二、公关人员的接待礼仪

1. 迎接访客要做好准备工作 / 55
2. 礼待宾客须守身份对等原则 / 57
3. 迎接来客需要礼仪到位 / 58
4. 客人告辞莫忘以礼送客 / 60

※ 第三章 各类公关文书与公关广告礼仪 ※

一、公关礼仪文书的撰写

1. 祝贺信：衷心祝贺，热情洋溢 / 64
2. 感谢信：深情表达，格式规范 / 65
3. 慰问信：文字朴实，措词准确 / 66
4. 致意信：真挚情意，表达祝愿 / 67
5. 道歉信：态度诚恳，消除误解 / 68

二、公关新闻稿的撰写礼仪

1. 新闻稿：重视时效，不缺要素 / 70

目 录

2. 消息稿：简明扼要，言之有物 / 71
3. 评论稿：立意高深，巧妙论证 / 72
4. 通讯稿：尊重事实，见微知著 / 74

三、公关广告的撰写

1. 公关广告是公关宣传的好形式 / 75
2. 广告主题决定广告效果 / 78
3. 精心锤炼广告语言 / 78

※ 第四章 举办各类庆典礼仪 ※

一、庆典的基本要求

1. 庆典活动的多种类型 / 84
2. 庆典活动需要合礼规范 / 85
3. 办好庆典要体现特色 / 86
4. 精心做好庆典的准备工作 / 87
5. 出席庆典莫忘礼仪细节 / 90

二、开业典礼和剪彩的仪式

1. 周密地筹备开业典礼 / 92
2. 为开业典礼提供规范服务 / 94
3. 剪彩仪式力求隆重热烈 / 95

三、签字议式的礼仪

1. 按礼仪要求排列位次 / 96
2. 执行签字仪式的标准程序 / 97

四、交接仪式的礼仪

1. 做好交接仪式的准备工作 / 98
2. 交接仪式须遵循基本程序 / 99

※ 第五章 举行各类公关会议的礼仪 ※

一、新闻发布会的礼仪

1. 确定好主题、时间和地点 / 102
2. 精心安排好新闻发言人 / 103
3. 准备好各类会议材料 / 103
4. 有选择、有侧重地邀请媒体 / 104
5. 主持人与发言人要注重仪表 / 105
6. 主持人与发言人应相互配合 / 106
7. 讲话有分寸，发言须谨慎 / 106
8. 及时做好会后的总结工作 / 107

二、展览会的礼仪

1. 展览会的各种类型 / 109
2. 做好展览会的组织工作 / 110
3. 参展单位应遵守礼仪要求 / 113
4. 参展工作人员应注意礼貌待客 / 114

三、茶话会的礼仪

1. 确定好茶话会的中心主题 / 115
2. 确定好茶话会邀请来宾 / 115

目 录

3. 举办茶话会的主要议程 / 116
4. 精心准备有特色的茶点 / 117

四、赞助会的礼仪

1. 赞助会的不同类型 / 118
2. 赞助会运作的主要环节 / 120
3. 合理安排赞助会的会务程序 / 122
4. 做好赞助活动的评估工作 / 124

※ 第六章 与新闻媒体沟通合作的礼仪 ※

一、练好和新闻媒体沟通合作的基本功

1. 掌握与新闻媒体有效沟通的原则 / 126
2. 与媒体沟通要从“知彼”开始 / 128
3. 与各类媒体的友好交往 / 130
4. 自觉主动地与媒体合作 / 131
5. 与媒体沟通应把握的细则 / 132
6. 消除与新闻媒体沟通的障碍 / 133

二、把握好与媒体沟通的尺度

1. 和新闻媒体沟通时要注意“三不” / 135
2. 采用“金字塔”策略，区别对待媒体 / 137
3. 善待新闻媒体，重视记者采访 / 138
4. 不要轻易地对媒体说“无可奉告” / 140

三、应对记者的采访与提问

1. 了解新闻记者的属性与采访特点 / 141
2. 用好应对新闻记者的基本策略 / 143
3. 善于接受新闻记者的采访 / 145
4. 接受采访时要注意细节问题 / 148
5. 了解与把握记者提问的语言特点 / 150
6. 在媒体面前说话要准确通顺 / 151

四、理智地应对媒体的批评性报道

1. 正确地认识媒体的批评性报道 / 154
2. 坚决摒弃封堵批评性报道的做法 / 156
3. 积极开展危机事件的新闻报道 / 158

五、善于应对与利用网络媒体

1. 了解网络特点，感受网络社会 / 160
2. 客观认识网络媒体的独特功能 / 161
3. 利用网络与公众沟通更方便快捷 / 163

※ 第七章 中西式宴请的礼仪 ※

一、中式宴请的礼仪

1. 提前确定宴请范围和名单 / 166
2. 及时、准确地发出请柬 / 167
3. 慎重斟酌宴会的菜单 / 168
4. 按中餐礼仪布置的餐桌 / 170

目 录

5. 中式宴请的礼仪程序 / 172
6. 用餐者应正确使用中餐餐具 / 173
7. 讲究斟酒与祝酒的礼仪 / 176
8. 遵循敬酒不劝酒的礼仪 / 177

二、西式宴请的礼仪

1. 遵循国际通行礼仪, 安排座次 / 179
2. 依据不同菜式规范上菜程序 / 181
3. 吃西餐时要讲究礼仪规范 / 182
4. 正确地使用西餐餐具 / 184
5. 了解餐中的用途和用法 / 186
6. 品尝菜肴应避免粗俗无礼 / 187
7. 西餐中饮用酒水的礼仪 / 191

※ 第八章 馈赠礼品与送花的礼仪 ※

一、馈赠礼品的礼仪

1. 送礼之前要三思而行 / 196
2. 礼品的选择与包装要适宜 / 197
3. 把握好赠送的时机和场合 / 198
4. 赠送礼品要讲究礼仪方式 / 199
5. 受礼与拒礼都不可失礼 / 200

二、送花的礼仪

1. 送花是公关活动的馈赠形式 / 202

2. 选择送花的时机要恰到好处 / 203

3. 掌握基本的花卉语知识 / 204

※ 第九章 各种公关娱乐活动礼仪 ※

一、舞会的组织与参与的礼仪

1. 组织舞会要做细致的准备 / 208

2. 参加舞会要注重仪容仪表 / 209

3. 邀请舞伴要讲究基本礼仪 / 210

4. 婉拒对方不能违背礼仪要求 / 211

5. 跳舞的舞姿应当平、正、直、稳 / 212

二、公关性文艺晚会的礼仪

1. 做好文艺晚会组织工作 / 213

2. 观看文艺晚会要有礼节 / 214

三、组织联欢会的礼仪

1. 联欢会的前期准备十分重要 / 216

2. 主持人是联欢会的中心 / 217

3. 妥善安排联欢会的礼仪要点 / 219

※ 第十章 处理危机事件的公关礼仪 ※

一、危机事件突发迫切需要危机公关

1. 危机公关在处理危机事件的重要作用 / 222

2. 危机公关中应遵循的原则 / 224

3. 做好危机公关的基本要求 / 226

目 录

二、危机事件处理中需要良好的信息沟通

1. 危机事件处理中信息沟通需要通畅及时 / 227
2. 危机事件处理过程中信息沟通的策略 / 229
3. 在危机事件处理中做好新闻发布的方式 / 230
4. 危机事件中新闻发布要讲求准确、及时 / 232
5. 公关人员要掌握与媒体沟通的技巧 / 233
6. 接受采访时应答记者提问的原则 / 235
7. 准确、精练、巧妙地应答记者的提问 / 237

三、在危机事件中积极地引导和应对网络舆情

1. 态度坦诚，在公众理解中有效引导网络舆情 / 239
2. 扑救负面舆情，引导网络媒体走向正面宣传 / 240
3. 坦诚面对质疑，用事实真相去化解 / 242
4. 对各类谣言要坚决地予以澄清 / 243

绪章

公关礼仪概述

我国是一个文明古国，礼仪文化源远流长，素有“礼仪之邦”的美称。早在两千多年以前，先人们就对礼仪的作用作过许多重要的论述。“不学礼，无以立”，人无礼则不生，事无礼则不成，国无礼则不宁”。新加坡前总理李光耀也曾指出：文明礼貌能导致良好的人际关系，又是促进生产力的重要因素。这些精辟的论述，把礼仪在治国安邦、成就事业、个人生存发展中的作用揭示得淋漓尽致。礼仪无论是在公共关系中，还是在人际关系中都具有重要作用。

一、公关礼仪的涵义、特征与本质

1. 公关礼仪是公关活动的规范程序

所谓公关礼仪，是指社会组织的公共关系工作人员或其他人员在公共关系活动中，为了树立和维护组织的最佳形象，建构组织与内外公众和谐合意的理想型关系所应当遵循的尊重公众，讲究礼貌、礼节，注重仪表、仪容、仪态、仪式等的规范或程序。公关礼仪是公共关系从业人员精神风貌、素质水准的集中体现。

◇ 公关礼仪的主体是社会组织，客体是社会公众

组织的公共关系人员代表组织处理内外公众的关系，他们是从事公共关系活动的现实主体。组织的领导人及组织内部的员工在组织与外部公众的公共关系活动中，依据公共关系动力来自上层的原则和全员 PR 的原则，构成重点主体与一般主体，他们的言行举止、风度仪表均需遵循礼仪的要求。社会公众作为主体作用的对象，在公共关系礼仪形成及施与过程中，既接受礼仪又反馈并创造礼仪，成为公关人员礼仪的作用对象，同时又以自己的礼仪反作用于公关人员的礼仪，参与公关礼仪的往来授受，他们的礼仪亦具有公关礼仪的意蕴。

◇ 公关礼仪的目的是内求团结，外求发展，塑造良佳的组织形象

所谓组织形象就是公众对组织行为的整体评价和看法，是组织行为及其文化在公众心目中的投射。组织形象的建树与维护，总是离不开公共关系礼仪的滋润与化育。实际上，公关礼仪不仅是促成组织形象定位与升华的有效手段，而且本身即是一种目的化的组织形象。讲求公关即是注重组织形象。

◇ 公关礼仪的手段是传播沟通

传播沟通指的是利用各种传播媒介，将信息有计划地与社会公众进行交流并以此密切联系、增强情感互流的沟通活动。**传播沟通有人际传播、大众传播、群体传播和组织传播等形式，它们均是公关礼仪必须借助的手段或有效方式。**公关礼仪正是借助或依靠语言和非语言、人际和大众的传播等方式来沟通组织与公众的关系，塑造和提高组织的最佳形象的。



公关礼仪不同于其他礼仪，应当在与时俱进中体现“敢为天下先”的公关意蕴，弘扬“舍我其谁”的使命感，注重创造、创意、创新，引导社会礼仪文化的发展，推动整个人类文明的进步。

2. 准确认识公关礼仪的特征

公关礼仪与一般的人际礼仪相比较具有如下特征。

其一，一般的人际礼仪主要是一种个人行为或人际间的行为，而公关礼仪则主要是一种组织行为。一般的人际礼仪的主体是人或行为者自己，公关礼仪的主体则是组织或组织化了的公关者个人。**公关礼仪折射和反映着组织的行为，并成为组织行为的重要内容。**换句话说，公关礼仪中通过公关工作人员所表现出来的个人行为，并不是纯个人的行为，而是一种代表组织，反映组织和围绕组织目标体系运转的组织化了的个人行为，这种个人行为代表和确证的主要不是作为自然人的他本人，而是他献身于其中并以之谋生存、求发展的组织。一般的人际礼仪是人际沟通的手段，但本身不是一种职业、一种专门化的社交艺术，也不是为人提供生存发展机会、资源的产业或部门，而公关礼仪则可以成为一种信息化、情感化、专业化、专门化的产业或职业，成为一种具有一定经济色彩、政治内容和文明形式的部门或行业，这是人类社会物质文明和精神文明高度发展的表征，也是社会分工的必然产物。

其二，一般的人际礼仪注重的常常是情感沟通，信息层次的沟通特别是对大众传媒的利用却很缺乏，而公关礼仪不仅注重情感沟通，而且注重信息层次的沟通，注重利用大众传播媒介来沟通组织与公众的关系。人际礼仪满足于彼此之间情感的互动交流，公关礼仪则试图超越情感主义的范畴，融情于理，以理导情，实现情理、利益等的和谐统一。从某种意义上说，人际礼仪因满足于情感沟通，故推崇“桃李不言”或“尽在不言中”，充满着一种内隐式的神秘体会或证悟，公关礼仪则因超越情感沟通故讲究策划创意和传播效应，着重公众的评价、态度及反映，拓展出一种外显式的现实氛围和宣传方式。

其三，一般的人际礼仪主要目的在于自完其身，塑造自身完善而优秀的形象，落在“明明德”的“内圣层面”，而公关礼仪的主要目的则在完善组织，树立和维护组织的良佳形象，落在“新民”和“止于至善”的“外王层面”。在公关礼仪那里，“内圣”是重要的，但不是至上的和唯一的，“内圣”应该转化为“外王”才有真正的意义和价值，改造自身应当同改造组织、改造社会结合起来，并服从于改造组织、改造社会的目标。纯粹的独善其身也许有价值，但毕竟价值不大，只有将独善其身与兼善天下作有机的整合，才能推动人类文明的发展和社会的进步、繁荣。

其四，一般的人际礼仪总是具有特定的地域性和民族性，并且常常为地域性和民族性所局限，而公关礼仪除了考虑礼仪的地域性和民族性之外，更注重礼仪的普遍性和共同性，并主张按照国际惯例和世界通用的标准形成和发展出一套跨文化、跨民族、跨国家的国际礼仪和世界礼仪。公关礼仪在礼仪的民族性与世界性的关系问题上，既主张尊重礼仪的民族性，又主张发扬礼仪的世界性，把礼仪的民族性与世界性有机地结合起来。



如果说人际礼仪是自然的化育，人为的色彩不浓，目的理性不突出，那么公关礼仪则是一种社会的熏陶，主体性、能动性比较强烈，目的合理性或工具合理性尤被看重，而价值合理性则退居次要的位置。