



高等职业教育“十二五”规划教材

公共关系礼仪

GONGGONG
GUANXI
LIYI

◎主编 严 谨



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>



高等职业教育“十二五”规划教材

公共关系礼仪

GONGGONG GUANXI LIYI

◎主 编 严 谨

◎副主编 周汉中 章梅珍

重庆大学出版社

内 容 提 要

本书以全国统一的公共关系职业资格的要求为依据,以公共关系礼仪为切入点,作为校企合作,教材体现了基于工作过程导向的特点,依据个人准备、会面、交谈、会务、仪典、餐饮等公共关系工作涉及的流程,以行动为导向进行课程单元设计,融“教、学、做”为一体,将教材具体内容分为学习情境,在学习情境下设置不同任务,每一任务包含情境设计、任务分析、知识要点、知识链接、技能训练 5 个部分。以学生全员参与、全方位实践、全过程体验为主线,以增强教学效果。

本书既适合高等学校经济管理类、新闻传播类、文秘类专业学生的教学与学习,也可作为其他专业学生的选修课教材,还可作为成人教育、函授、自学考试及在职人员自学参考用书和职业技能鉴定、职业资格考试参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

公共关系礼仪/严谨主编. —重庆:重庆大学出版社,2011.12

高等职业教育“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5624-6466-2

I. ①公… II. ①严… III. ①公共关系学—礼仪—高等职业教育—教材 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 263103 号

高等职业教育“十二五”规划教材

公共关系礼仪

主 编 严 谨

副主编 周汉中 章梅珍

责任编辑:顾丽萍 版式设计:顾丽萍

责任校对:任卓惠 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617183 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:18 字数:323 千
2011 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月第 1 次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-6466-2 定价:31.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编写委员会

- 主任:林 彬 福建商业高等专科学校党委书记
- 副主任:黄克安 福建商业高等专科学校校长、教授、硕士生导师、政协福建省
常委、国务院政府特殊津贴专家、国家级教学名师
- 吴贵明 福建商业高等专科学校副校长、教授、博士后、硕士生导师、
省级教学名师
- 秘书长:刘莉萍 福建商业高等专科学校教务处副处长、副教授
- 委员:(按姓氏笔画排序)
- 王 瑜 福建商业高等专科学校旅游系主任、教授、省级教学名师
- 叶林心 福建商业高等专科学校商业美术系副教授、福建省工艺美术
大师、高级工艺美术师
- 庄惠明 福建商业高等专科学校经济贸易系党总支书记兼副主任(主
持工作)、副教授、博士后、硕士生导师
- 池 玫 福建商业高等专科学校外语系主任、教授、省级教学名师
- 池 琛 中国抽纱福建进出口公司总经理
- 张荣华 福建冠福家用现代股份有限公司财务总监
- 陈增明 福建商业高等专科学校教务处长、副教授、省级教学名师
- 陈建龙 福建省长乐力恒锦纶科技有限公司董事长
- 陈志明 福建商业高等专科学校信息管理工程系主任、副教授
- 陈成广 东南快报网站主编
- 苏学成 北京伟库电子商务科技有限公司中南大区经理
- 林 娟 福建商业高等专科学校基础部主任、副教授
- 林 萍 福建商业高等专科学校思政部主任、副教授、省级教学名师
- 林常青 福建永安物业公司董事长
- 林军华 福州最佳西方财富大酒店总经理
- 洪连鸿 福建商业高等专科学校会计系主任、副教授、省级教学名师
- 章月萍 福建商业高等专科学校工商管理系主任、副教授、省级教学名师
- 黄启儒 福建海峡服装有限公司总经理
- 董建光 福建交通(控股)集团副总经理(副厅级)
- 谢盛斌 福建锦江科技有限公司人力行政副总经理
- 廖建国 福建商业高等专科学校新闻传播系主任、副教授

序

胡锦涛总书记在清华大学百年校庆讲话中提出,人才培养、科学研究、服务社会、文化传承创新是现代大学的四大功能。高校是人才汇集的高地、智力交汇的场所,在这里,古今中外的思想、理论、学说相互撞击、相互交融,理论实践相互充实、相互升华,百花齐放、百家争鸣,并以其强大的导向功能辐射影响全社会,堪称社会新思想、新理论、新观念的发源地和集散中心。教师扮演着人类知识传承者和社会责任担当者的角色,更应践行“立德、立功、立言”人生三不朽。

当下许多教师,特别是青年教师尚未脱离从家门到校门、从校门再到校门的“三门学者”的路径依赖,致使教学内容单调、研究成果片面。要在教学上有所成绩、学术上有所建树、事业上有所成就,不仅要“出信息、出对策、出思想”的“三出学者”,更要从“历史自觉”的高度有效克服自身存在的“历史不足”,勇于探索出一条做一名“出门一笑大江横”“出类拔萃显气度”“出人头地见风骨”的“三出学者”路径。作为高职高专院校的教师,要培养学生成为“应用型”“高端技能型”人才,更要亲密接触社会、基层获取实践经验,做到既博览群书又博采众长,既“书中学”更“做中学”,成为既有理论又有实践经验的综合型人才。

百年商专形成了“铸造做人之行,培育做事之品”的“品行教育”特色。学校在做强硬实力的同时,不遗余力致力于软实力建设。要求教师一要敢于接触社会,不能“两耳不闻窗外事,一心只读圣贤书”,要广泛接触社会,了解社情民意,与企事业单位“亲密接触”;二要勇于深入基层,唯有对基层、对实际有深入的了解,才能做到“春江水暖鸭先知”,才能适时将这些知识与信息传播给学生;三要勤于实践锻炼。教师只有自觉增强实践能力,接受新信息、新知识、新概念,了解新理念,跟踪新技术,不断更新自身的知识体系和能力结构,才能更加适应外界环境变化和学生发展的需求。俗话说:“要给学生一杯水,自己就要有一桶水”,现在看来,教师拥有“一桶水”远远不够了,教师应该是“一条奔腾不息的河流”!教师要有“绝知此事要躬行”的手、要有“留心处处皆学问”的眼、要有“跳出庐山看庐山”的胆,在“悬思—苦索—顿悟”之后,以角色自信和历史自觉,厚积薄发,沉淀思想、观点、经验、体悟。

百年商专,在数代前贤和师生的共同努力下,取得了无数的荣誉,形成了自己的特色和性格,拥有了自己的尊严和声誉,奠定了自己的地位和影响,也创出

了自己的品牌和名气。不同时代的商专人都应为丰富商专的内涵作出自己的贡献。当下的“商专人”更应以“商专人”为荣,靠精神、靠文化、靠人才、靠团结、靠拼搏,敬业精业、齐心协力、同舟共济,强基固本、争先创优,攻艰克难、奋发有为。在共同感受学生成长、丰富自己人生、铸就学校未来的同时,服务社会、奉献社会,为我国的高职教育作出自己一份贡献。

源于此,学校在长乐企业鼎力支持下建立“校本教材出版基金”,鼓励和支持有丰富教学与企业经验、较高学术水平与教材编写能力的教师和相关行业企业专家共同编写校本教材。本系列校本教材在编写过程中,力求实现体现“校企合作、工学结合”的基本内涵;符合高职教育专业建设和课程体系改革的基本要求,以“基于工作过程或以培养学生实际动手能力”为主线设计教材总体架构;符合实施素质教育和加强实践教学的要求;反映科学技术、社会经济发展和教育改革的要求;体现当前教学改革和学科发展的新知识、新理念、新模式。

斯言不尽,代以为序。

福建商业高等专科学校党委书记 林 彬

2011年12月

前言

中国是文明古国,是世界文明的发源之地,素有礼仪之邦的美誉。在全球化的浪潮中,国与国之间、人与人之间的交往日益频繁,现代礼仪的运用在我们的生活中愈显重要,在公共关系工作中更是不可或缺。礼仪不仅集中体现一个人的个性气质、道德素质、审美情趣与文化品位,也是我们树立良好组织形象、拓展社交圈、促进事业成功的法宝。

增强公共关系素质是当前公共关系教学迫切需要解决的主要问题,其中公共关系心理、公共关系策划、公共关系礼仪,是增强公共关系素质必不可少的基本内容和途径。本教材以全国统一的公共关系职业培训和鉴定教材对公共关系职业资格的要求为依据,以公共关系礼仪为切入点,进行校企合作,体现了基于工作过程导向的特点,依据个人准备、会面、交谈、会务、仪典、餐饮等公共关系工作涉及的流程,以行动为导向进行课程单元设计,融“教、学、做”为一体,将教材具体内容分为学习情境,在学习情境下设置不同任务,每一任务包含情境设计、任务分析、知识要点、知识链接、技能训练5个部分。以学生全员参与、全方位实践、全过程体验为主线,以增强教学效果。

本教材的特点是改变目前公共关系教材普遍照搬照抄国外公共关系教材的知识结构和内容体系的现状,在借鉴学习国际公共关系礼仪的基础上,根据中国国情,引入国内传统礼俗的资料和典型公共关系礼仪案例分析,满足学生对重新修订公共关系教材的要求。

本书是校企合作的教材,也是校际合作的成果。本书由严谨(管理学博士、福建商业高等专科学校副教授)任主编,并拟定大纲,由周汉中(福建省福州市天然彩印包装有限公司总经理)和章梅珍(福建商业高等专科学校副教授)任副主编。各章节分工如下:严谨编写学习情境1,3,5,6,8和学习情境4的任务2和所有技能训练的内容;姜越宇(管理学硕士、福建商业高等专科学校讲师)编写学习情境2,7;严靖华(管理学硕士、福建农业职业技术学院讲师)、章梅珍(福建商业高等专科学校副教授)编写学习情境4的任务1;周汉中负责技能训练部分的审查和修改。全书由严谨修改、总纂和定稿。

在本书的编写过程中我们广泛参考了国内外的相关研究成果,列出了相应

的参考文献,限于篇幅,少数参考文献不能一一列出,在此一并致谢!

教材质量的提高和学科的进步是一个永恒的主题。由于编写时间仓促,编者水平有限,恳请同行专家与广大读者批评指正!

编者

2011年9月

目 录

学习情境 1 个人礼仪	1
工作任务 1.1 仪容礼仪	1
工作任务 1.2 仪态礼仪	16
学习情境 2 服饰礼仪	30
工作任务 2.1 服装色彩选择	30
工作任务 2.2 服装造型与搭配	37
工作任务 2.3 饰品选择与佩戴礼仪	47
学习情境 3 会面礼仪	55
工作任务 3.1 通讯礼仪	55
工作任务 3.2 介绍与名片礼仪	64
工作任务 3.3 接待礼仪	74
工作任务 3.4 面试礼仪	96
学习情境 4 位次礼仪	120
工作任务 4.1 行进中的位次礼仪	120
工作任务 4.2 乘坐交通工具的礼仪	127
学习情境 5 政务与会务礼仪	136
工作任务 5.1 会议礼仪	136
工作任务 5.2 汇报与参观礼仪	145
工作任务 5.3 会展礼仪	150

学习情境 6 仪典礼仪	162
工作任务 6.1 签约仪式礼仪	162
工作任务 6.2 开业与庆典礼仪	167
工作任务 6.3 剪彩与奠基仪式礼仪	177
学习情境 7 餐饮礼仪	184
工作任务 7.1 中餐礼仪	184
工作任务 7.2 西餐礼仪	192
工作任务 7.3 酒水礼仪	201
学习情境 8 涉外礼仪	212
工作任务 8.1 各国风俗文化	212
工作任务 8.2 涉外交际礼仪	243
工作任务 8.3 宗教礼仪常识	260
参考文献	277

学习情境1 个人礼仪

学习目标:

形成良好的仪容和仪态。

技能目标:

掌握形成良好的仪容和仪态的方法。

工作任务 1.1 仪容礼仪

礼仪之始,在于正容体,齐颜色,顺辞令。

——礼记·冠义

“人际交往中,第一次见面的前4分钟非常重要。”这又被称为“4分钟光环效应”,你的衣着是否整洁、举止是否优雅,会决定是否给人留下美好印象。

——重庆师范大学文学院教授邓阿宁

第一印象极其重要!良好的第一印象能产生积极的人际关系,但是对于坏的第一印象,你却需要付出大量的时间来扭转——如果扭转机会还存在的话。

——(美) Mary Murray Bosrock

情境设计

两个调查结果

国外的一位心理学家曾做过一个试验:分别让一位身穿笔挺漂亮军服的海军军官,一位戴金丝眼镜、手持文件夹的青年学者,一位打扮入时的漂亮女郎,一位挎着菜篮子、脸色疲惫的中年妇女,一位留着怪异头发、穿着邋遢的男青年在公路边上搭车,结果,漂亮女郎、海军军官、青年学者的搭车成功率很高,中年妇女稍微困难一些,而那个男青年就很难搭到车。

美国行为学家迈克尔·阿盖尔做过实验:当他以不同的仪表装扮出现在同一个地点,得到的反馈完全不同。当他身着西装以绅士的面孔出现时,无论是向他问路还是向他打听事情的陌生人都彬彬有礼,显得颇有教养;而当他装扮成流浪者模样时,接近他来对火或借钱的人以无业游民居多。

(资料来源:王琪. 现代礼仪大全[M]. 北京:地震出版社,2005.)

任务分析

1. 个人礼仪在公共关系中的必要性
2. 男士仪容的修饰
3. 女士仪容的修饰

知识要点

1.1.1 公共关系礼仪

1) 礼仪与公共关系礼仪的联系和区别

在史前人类开始交流时,为了使生活变得丰富多彩,他们发明了各种沟通礼仪。随着时间的流逝,人们的举止越来越朝着实用的方向发展。举例来说,当两个人遇见时,他们会用右手握手,以表明各自没有携带武器。在这期间,尽管双方没有表示出友善的态度,但是一个握手礼就足以证明他们各自并没有恶意。

东汉许慎的《说文解字》对礼的解释是:“履也,所以示神致福也。”意思是实践约定的事,用来给神灵看,以求得赐福。在中国古代,“礼”主要有三层含

义:一是政治制度,二是礼貌、礼节,三是礼物。“仪”也有三层含义:一是指容貌和仪表,二是指仪式和礼节,三是指准则和法度。

在现代社会,礼仪是指人们在社会交往活动中约定俗成的一种敬人律己的行为规范、准则及程序。礼仪最基本的功能就是规范各种行为,礼貌、礼节、仪表、仪式等都属于礼仪表现的基本形式。

礼貌是指人们在交往过程中表示敬重、友好的行为规范。如尊老爱幼、热情待客等。礼节是指人们在交际活动中待人接物的形式,如握手、拜访等。仪表是指人的仪容仪表,如容貌、服饰、表情、姿态等。仪式是指在一定场合举行的具有特定程序的活动,如开业典礼、签字仪式等。

公共关系礼仪是一般礼仪在公共关系活动中的运用和体现,并且比一般的人际交往礼仪的内容更丰富。

个人形象,是一个人的相貌、身高、体形、谈吐、举止、气质风度以及文化素质等方面的综合因素。讲究公共关系礼仪,可以给对方留下良好的印象。在第一次人际交往中,人们留给别人的印象由于交往程度的不同,大致分为3个层次:第一层是对于那些只知其名未见其人的,他的形象主要与他名字相关;第二层是对只有一面之交者,他的形象主要与他的相貌、仪表和风度举止有关;第三层是对于那些相知相交很深的人来说,他的形象更多与他的品行、文化和才能有关。而第一印象是由人的形貌、仪表和风度举止等因素组成的,在人们的公共关系交往中起着重要的作用,是以后交往的根据。

(1) 礼仪与公共关系礼仪有着密切的关系

首先,公共关系礼仪和礼仪有着共同的基本原则:尊重、亲善、谦恭、真诚。真诚是基础,“诚于中而形于外”,自然、亲切,而不是强拉笑脸、装模作样地客套。广结人缘,多交友少树敌,追求的是一个和谐的人际环境。

其次,公共关系礼仪以礼仪为基础和内容,是礼仪在公共关系活动中的具体运用。一个旅店总台人员的微笑服务,单从礼仪方面而言,只要面溢笑容、和颜悦色地说“先生(或小姐),您好!欢迎您的光临。”也就可以了。但如从公共关系的角度而言,对二次住旅店的客人说:“先生(小姐),您好!再次看到您真高兴。”这样的效果会更好,给客人一种被重视的感觉,从而提升旅店的形象。

(2) 礼仪与公共关系礼仪在目的和对象上不尽相同

公共关系礼仪中的个人形象是作为组织形象的一部分而存在的,更高的和最终的目的是塑造组织形象;礼仪虽然不回避组织形象,但它的侧重点还是在个人形象上。

在对象上,公共关系礼仪的对象是对组织有着现实的或潜在的影响力或制

约力的公众;礼仪的对象是对个人有着利害关系的人,包括了纯粹的私人交往,与组织利益无关。

与礼仪的区别在于,公共关系礼仪所讲的仪表、服饰、语言和行为举止要根据组织形象定位来确定,并且要和组织的精神风格协调一致起来,而不能仅仅根据个人的喜好来决定。

小故事:

2008年8月24日晚,2012年奥运会主办城市伦敦的市长约翰逊在登上奥运会会旗交接台时,西装扣子散开,还时不时地把手插在西装口袋里。

事后,有不少人认为约翰逊在如此隆重、盛大的场合连西装扣子也不扣,包括很多英国网民在内的人也认为伦敦市长“粗鲁傲慢、目中无人”。由此,约翰逊的扣子风波引发了很多讨论。

人们为什么会对约翰逊的“扣子”如此感兴趣?

(案例来源:重庆时报,2008-08-30)

点评:奥运会是全球性的体育盛会。在举世瞩目的,如此隆重、盛大、严肃的场合,男士系领带、扣西装扣子是基本的着装礼仪规范。作为2012年奥运会主办城市伦敦市的市长约翰逊未系领带、西装扣子散开地登上奥运会会旗交接台,未免显得太随意。伦敦市长约翰逊是公众人物,代表英国和伦敦的形象,在如此庄重的场合,他这样不拘小节,有损英国和伦敦的形象。这说明个人礼仪代表组织形象。

2) 公共关系礼仪有助于组织形象的塑造

公共关系礼仪有助于组织形象的塑造。在当代社会中,公众对组织的选择面和选择机会有很大的余地,公众选择该组织而不选择其他组织的原因很多,但组织成员的公共关系礼仪对公众的影响也是其中一个重要方面。

公共关系人员是组织的形象代言人,从公共关系人员的素质基本上可以看出公司的素质,组织的领导人更是如此。不管你是否意识到,事实上,每位员工的一言一行不仅代表着个人,而且还代表着组织。

良好的个人礼仪是一切公共关系活动的起点,是一切社交场所必备的“通行证”。体态是语言,服饰会说话,微笑是“世界通行的货币”,个性和教养具有独特的魅力。因此,公共关系人员所具备的礼仪知识和良好素质,是一个人成功的关键,也是一个组织公共关系活动成败的关键。

小故事:

美国卡耐基的一个朋友武顿,有一次在一家百货公司买了一件外套,外套

染黑了衬衣的领子。他拿着外套到百货公司找到专柜店员,想把这个情形告诉她,但是话还没说完就被小姐打断了。小姐不耐烦地说:“这种外套我们已经卖出了好几千件,还第一次听到像你这样的抱怨。”她的意思就是:“你分明是在撒谎,想找麻烦。”就在这时候,另一个店员出来了,她说:“黑色外套刚开始时总是有一点掉色,这种价格的外套,你还要求它有多高的品质?”她的意思可能是:“没钱就不要充大。”

武顿在受了两次刻薄后,万分愤怒地冲进经理室。经理安静地听他说完整个事件的来龙去脉后,责备店员没有站在武顿的立场,说公司不应该卖出这种无法使消费者满意的东西,最后,简单地问了一句:“您希望我怎么处理这件外套?我一定会遵照您的意思。”武顿消了气,他就心平气和地说:“我只是希望知道这个现象是否只是暂时的?有没有什么办法可以补救?”经理回答说:“请再试一个礼拜,如果还不满意,我会补偿给您一件新的。真是不好意思,给您添加这么多麻烦。”武顿愉快地走出这家商店,外套也在6天之后不再褪色。于是武顿又恢复了对那家百货公司的信心。

点评:这位经理的公共关系礼仪的使用成功地化解了矛盾,和谐了公司和武顿的关系,表现在经理对武顿叙述的礼貌倾听,对顾客的真诚和关心。

3) 公共关系礼仪的基本原则

(1) 尊重原则

尊重是礼仪的情感基础,在公共关系交往中,人与人是平等的,无论职务高低、年龄长幼、民族大小、种族强弱,人格上没有贵贱之分。尊重长辈,关心客户,不但不是自我卑下的行为,反而是一种高尚的礼仪。

(2) 遵守原则

礼仪是人们为维护社会生活的正常稳定而共同遵循的道德行为规范,是人们在长期共同生活,相互交往中逐渐形成的,并以风俗习惯及传统方式固定下来。对于不同民族、不同地区不尽相同的礼仪规范,我们究竟该遵循哪一种?欧洲流行一句谚语:“在罗马行如罗马人”。非洲更夸张地形容:“到了独脚人居住的村子就该用一条腿走路”。日本学者在《国际礼仪手册》中概括说:“任何国家,任何地方都有一些长期以来自然形成的习俗和习惯,遵守当地习惯,是国际交往礼仪的重要原则之一”。中国人的俗语是“入乡随俗”。

(3) 真诚原则

真诚是做人之本,也是公共关系人员立业之道。只有恪守真诚原则,着眼于未来,才能获得最终利益。自律就是自我约束、自我要求、自我控制和自我检

点。因此在施行礼仪过程中,必须要有一定礼仪教育和训练的基础,这是一个长期的自我学习和自我磨炼的过程。公共关系人员在平时的生活中要自觉摒弃不良习气,陶冶情操,使遵守礼仪成为个人修养的一部分。

(4) 适度原则

在公共关系交往中要善于把握沟通时的感情尺度,谈吐举止要适度。既要彬彬有礼,又不低三下四;既要热情大方,又不轻浮妖媚,把握好各种情况下的交往距离及感情尺度。

“敬人者人恒敬之,爱人者人恒爱之”。公共关系人员在工作中代表着自己为之服务的组织的利益,是组织的代表,他们的形象代表着组织的形象,是组织的价值观念、道德观念、员工整体素质的整体体现。礼仪是组织文化,组织精神的重要内容,是塑造组织形象的重要工具。公共关系礼仪不仅仅体现在形式上,而且更多的是通过形式规范的礼仪表现该组织员工的素质,从而体现出该组织的整体素质和形象。

1.1.2 仪容

仪容在我们每个人的整体形象中占据着最为显著的地位。仪容不仅是打扮和美容,它实际上体现着员工的精神面貌,能使人在工作中保持活力。一个人的仪容常常在向他人传递着最为直接、最为生动的第一信息,仪容反映着一个人的精神风貌,甚至代表着组织的形象。

仪容一般是指人的面部和头部。对仪容的修饰主要是对面部与头部的修饰。

1) 头部的修饰

俗话说:“远看头,近看脚”,可见头发修饰的重要性。

(1) 清洁

中国人一般认为头发健康的标准是发色乌黑、富有光泽、清洁滋润、无头皮屑。清洁是保持头发健康的一项重要,需要随时检查自己头发的清洁度。如果要出席重要的公共关系活动或与此相关的社交活动,那么最好是去理发店或美容店,请理发师对自己的头发精心修剪一下。

在公务或公共关系场合,不论女士还是男士,对头发的要求是宜短不宜长,发型应当以整齐、简单、明快、少装饰、少花样为主。男士的发型原则是不过眉,后部及颈,两侧不遮挡耳朵;女士头发的长度相对来说可“宽松”一些,不过最好不要过肩,也不遮住眼睛,即女员工不梳披肩发,前发不遮眼,后发不过肩。头

发过肩者必须扎起来。若拥有一头飘逸的长发时,在庄重或严肃的场合,一定要将长发梳成发髻盘在头上。

(2) 发型的选择

发型要与脸型、发质、体型、年龄、职业、服饰相协调。选择发型要扬长避短,应与脸型相搭配,同时考虑到自己的年龄和身份。

什么样的发型最适合你呢?

首先,能遮盖你脸型、头型的不足;

其次,能突出你脸上吸引人的部位;

最后,与你的年龄、所处的环境一致。

矮胖型身材的通常不宜留长发,也不应将头发做得蓬松丰厚,应留轻便、露出双耳的运动式短发或盘发。

2) 面部的修饰

容貌整洁是最基础的修饰,是每个人都必须做到的。在参加公共关系活动前,要检查自己的面部是否干净整齐。

男士由于生理因素和户外活动量较大,与女士相比,一般皮肤粗糙、质地硬、毛孔大,汗液和油脂分泌量大,常会使灰尘和污垢积聚在皮肤表面而使毛孔堵塞,引起细菌感染,皮肤发炎,因此,男士更需要接受美容指导。从工作角度来说,特别是在国外的许多场合参加公共关系活动,女士不化妆,男士不修面,就会被对方理解为是对对方的不尊重,甚至是蔑视。

男士修面,一般包括清洁面部,使用护肤品、无色唇膏和美发定型等几项内容:

①清洁面部。勤洗脸、勤修面。每天上班前要养成剃胡须的习惯,要保持口腔的清洁卫生,清除口中异物和异味,并仔细检查鼻孔、眼角是否有令人厌恶的东西等。

②使用护肤品和无色唇膏。使用者可根据自己的皮肤情况和使用时间来确定。无色唇膏,主要是在冬天或干燥季节时使用,滋润嘴唇,防止暴皮、开裂。

③美发。美发是男士修饰容貌的重要组成部分,是人们目光注视的另一个焦点。同时,男士要注意遮掩腋毛及体毛。

小知识:

一项关于化妆的调查

白金汉郡奇尔特恩斯大学学院(BCUC)和 L'Oréal Recherche 在 2006 年进行的调查显示,当 152 名男性和 171 名女性对 4 名女性化妆前后的照片进行评价