

PUP6

21世纪全国高职高专

旅游系列

规划教材

旅游管理专业系列

旅游行业礼仪实训教程

LÜYOU HANGYE LIYI SHIXUN JIAOCHENG

主 编 李 丽

- 精心设计旅游服务实训
- 精彩图解旅游礼仪活动
- 精华解析行业礼仪知识



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高职高专旅游系列规划教材

旅游行业礼仪实训教程

主 编 李 丽

副主编 肖 磊 赵 健 单铭磊

参 编 双建萍 张 健 辛 冰



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

礼仪知识现已渗透到社会生活中的各个领域,行业礼仪也成为个人与行业文明程度的重要标志。随着旅游业被确立为我国的支柱产业,对旅游行业礼仪的深入研究和实际应用,已成为旅游行业面向世界与国际接轨的大势所趋。《旅游行业礼仪实训教程》是一本行业特色鲜明、操作导向明确的礼仪教程,它的知识解析实用规范,图解说明形象生动,实训活动丰富具体,主要包括旅游行业礼仪概述、旅游行业仪容仪表礼仪、仪态礼仪、交际礼仪、服务语言礼仪、接待礼仪、国际交往礼仪、岗位礼仪、求职礼仪9章内容,涉及旅游专业课内与课外、旅游行业校内与校外等不同场景,借鉴了国内外礼仪专家传播的时尚新鲜的礼仪知识,构成了“知识概述+典型案例+实训项目活动+课程任务”等相互补充的实践教学体系,突出旅游职业能力的培养,旨在更好地开展体验式礼仪教学,在仿真情境中完成教、学、做融于一体的礼仪训练任务,帮助您塑造出优雅得体的个人形象,更使您富有优秀旅游从业者的个人魅力。

本书为各类院校中旅游专业的教师、旅游行业的管理人员和培训者提供了礼仪教学和培训的参考和方案,并为旅游专业在校学生和旅游从业者学习和工作能力的提升提供实际的指导和帮助。

图书在版编目(CIP)数据

旅游行业礼仪实训教程/李丽主编. —北京:北京大学出版社,2012.8

(21世纪全国高职高专旅游系列规划教材)

ISBN 978-7-301-21054-3

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游业—礼仪—高等职业教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第176989号

书 名: 旅游行业礼仪实训教程

著作责任者: 李 丽 主编

策划编辑: 刘国明 李 辉

责任编辑: 刘国明

标准书号: ISBN 978-7-301-21054-3/F·3280

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电子邮箱: pup_6@163.com

印刷者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 19.75印张 459千字

2012年8月第1版 2012年8月第1次印刷

定 价: 37.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

旅游行业礼仪是改善旅游业软环境、促进旅游业持续发展的重要影响因素，被称为旅游业的无声招牌。旅游行业礼仪教育包括从业人员的职业道德提升、职业形象设计、职业仪态塑造、待客关系处理、行业礼貌语言运用、求职礼仪、礼俗知识传播等方面的内容。讲究行业礼仪的得体服务是旅游行业提供个性化服务的前提条件，它充分体现了对客人的尊重。

本书从旅游行业从业者的职业意识、形象塑造、举止身姿、谈吐沟通等这些读者最常遇到的礼仪问题入手，并逐步深化礼宾常识、涉外礼俗、岗位服务、求职礼仪等行业礼仪知识，帮助读者学习优雅地服务，得体地举止，自信地生活和工作。旅游行业礼仪的普及和传播不但促使从业者的外在形象不断变化、精神境界不断升华、内在修养不断完善、职业素质不断修炼，更能推动旅游行业走向成熟和稳健。

旅游职业教育的特色在于专业性和应用性，以培养应用型人才为宗旨。因此，本书的编写目的重点在于在旅游行业礼仪方面“如何做”、“为什么要这样做”，少谈“是什么”，在课程理论和实训原理指导的前提下，指导读者将礼仪知识转化为可动手掌握和操作的行为与规范。

独特新颖的体例。本书在每章采用“知识解析+典型案例+实训项目+课程任务”的体例，结构设计为3个要点：一是每章设计了行业礼仪的相关知识导入和讲解，引入图片资料的形式进行展示分析，注重清晰的逻辑思路和简洁的知识脉络；二是每节都有典型案例、实训项目、情景剧的设计，注重知识点的应用与操作；三是每章之后设计活泼有趣的课程任务引导读者将所学知识应用于生活与工作实践。

体现实训教程的特点。将读者在旅游服务中应掌握的知识和技能分解到各个实训项目中，实训项目设计包括项目内容、所需材料和工具、训练场地设计、训练场景布局、实训步骤、实训标准，以及实训效果的考核等，同时部分项目采取场景设计、角色模拟的办法来达到实战演练的目的。

时代性与实操性兼容。教材借鉴了国内外知名礼仪专家传播的时尚新鲜的礼仪教学内容，大量吸收了反映旅游行业礼仪教学发展的新成果，行业特色更加鲜明，并加入了许多新鲜内容，着力加强讲授者的实践教学能力和学习者的应用操作能力。

针对性和适用性强。教材有助于旅游从业人员全面地提高人际交往能力，掌握一般旅游行业通用礼仪要求和旅游行业典型岗位服务礼仪规范，具有很强针对性的同时，也为读者后续专业课学习、个人自我完善和未来职业生涯发展奠定良好的基础。

本书由李丽负责体例设计及总纂统稿，共分为9章，李丽任主编，肖磊、赵健、单铭磊任副主编。前言：李丽；第1章：李丽、单铭磊；第2章：双建萍；第3章：

李丽；第4章：赵健；第5章：李丽、张健；第6章：肖磊；第7章：李丽、赵健；第8章：辛冰；第9章：李丽、辛冰。

回顾本书的编写历程，首先感谢为本书编者搭建桥梁的山东青年政治学院旅游学院的张青院长，另外，衷心感谢山东青年政治学院、山东旅游职业学院、太原旅游职业学院等几所院校的老师，这本书是我们共同的心血。

本书参考了许多礼仪专家、学者的论著，让编者从中吸取了有价值、有影响力的观点，在此一并表示衷心的感谢！由于学识有限，敬请各位专家、读者对本书的缺点和疏漏给予批评指正。

编者

2012年5月

目 录

1 意识唤醒——旅游行业礼仪	
概述	1
1.1 礼仪的概念、特征与职能	2
1.1.1 礼仪相关概念与内涵	2
1.1.2 礼仪的特征	4
1.1.3 礼仪的作用	5
1.2 礼仪的起源与发展	9
1.2.1 礼仪的起源	9
1.2.2 礼仪的形成和发展	12
1.2.3 中西方礼仪文化的 差异	15
1.3 旅游行业礼仪	19
1.3.1 旅游行业礼仪与职业 素养的关系	19
1.3.2 旅游行业礼仪的养成	20
2 形象整饰——旅游行业仪容	
仪表礼仪	23
2.1 旅游行业仪容仪表与个人 卫生	24
2.1.1 发型的选择与打理	25
2.1.2 个人卫生	27
2.1.3 个人气味	30
2.2 旅游行业服务形象塑造	32
2.2.1 正式场合的着装与 服饰	33
2.2.2 面容的修饰与化妆	39
2.2.3 饰品的佩戴	45
2.2.4 鞋袜能顶半边天	47
3 举止气质——旅游行业仪态	
礼仪	52
3.1 优雅仪态美化与塑造	53
3.1.1 优雅站姿训练	54
3.1.2 优雅坐姿	58
3.1.3 优雅蹲姿	63
3.1.4 优雅走姿	65
3.2 优雅手势	68
3.2.1 旅游行业服务手势	68
3.2.2 旅游服务中常用的手势	69
3.3 表情与神态	73
3.3.1 眼神	73
3.3.2 微笑	74
4 待人接物——旅游行业交际	
礼仪	78
4.1 会见与拜访礼节	79
4.1.1 握手礼	80
4.1.2 介绍礼	81
4.1.3 鞠躬礼	83
4.1.4 拥抱与亲吻礼	84
4.1.5 名片礼	86
4.1.6 拜访礼	88
4.1.7 馈赠礼仪	90
4.2 电话礼仪	93
4.2.1 接听电话的礼仪	93
4.2.2 拨打电话的礼仪	96
4.2.3 电话的转接和等候	97
4.2.4 如何做好电话记录	97
4.2.5 电话礼貌用语	98
4.3 用餐礼仪	101
4.3.1 出席中餐宴会礼仪	101
4.3.2 出席西餐宴会礼仪	105
4.3.3 出席工作餐与自助餐	113
4.3.4 品酒礼仪	114
5 谈吐沟通——旅游行业服务	
语言礼仪	120
5.1 谈话的艺术与技巧	121

5.1.1	与客人谈话的一般技巧	121	6.3.2	旅游接待服务落实	184
5.1.2	服务语言交流的艺术	123	6.3.3	旅游接待服务收尾	188
5.2	对客服务沟通艺术	128	6.3.4	旅游接待基本礼仪	189
5.2.1	对客服务沟通要素的基本要求	129	7 涉外礼俗——旅游行业国际交往礼仪	196	
5.2.2	对客服务沟通能力的训练	135	7.1 宗教习俗与礼仪	197	
5.2.3	对客服务沟通中的“魔力词语”和“可怕词语”	137	7.1.1 佛教礼俗与禁忌	197	
5.3	重要场合如何讲话	139	7.1.2 基督教礼俗与禁忌	201	
5.3.1	道歉的语言艺术	139	7.1.3 伊斯兰教礼俗与禁忌	205	
5.3.2	感谢的语言艺术	140	7.2 国外习俗与礼仪	209	
5.3.3	插话的语言艺术	141	7.2.1 亚洲国家习俗礼仪	209	
5.3.4	拒绝的语言艺术	142	7.2.2 欧洲国家习俗礼仪	218	
5.3.5	处理投诉的语言艺术	143	7.2.3 美洲国家习俗礼仪	224	
5.3.6	上下级沟通的艺术	145	7.3 我国少数民族及港澳台地区传统习俗礼仪	228	
5.3.7	在公共场合的发言	146	7.3.1 我国主要少数民族地区的传统礼俗	228	
5.3.8	回答问题的技巧	148	7.3.2 港澳台地区礼俗	234	
6 礼宾次序——旅游行业接待礼仪	152	8 优质服务——旅游行业岗位礼仪	242		
6.1 礼宾规格与礼宾次序	153	8.1 餐饮服务礼仪	243		
6.1.1 礼宾规格	153	8.1.1 领台服务人员礼仪	243		
6.1.2 礼宾次序	157	8.1.2 值台服务人员	244		
6.2 旅游接待服务中礼宾次序的排列	160	8.1.3 走菜服务人员礼仪	248		
6.2.1 会议座次的排列	160	8.1.4 账台服务人员礼仪	250		
6.2.2 签字仪式时的位次排列	163	8.1.5 厨台服务人员礼仪	250		
6.2.3 谈判时的位次排列	165	8.2 客务服务礼仪	251		
6.2.4 会见与会谈时的位次排列	167	8.2.1 前厅服务礼仪	252		
6.2.5 行进时的位次排列	169	8.2.2 总台服务礼仪	256		
6.2.6 乘车时的位次排列	172	8.2.3 客房服务礼仪	262		
6.2.7 宴会座次和桌次的排序规则	175	8.3 导游服务礼仪	268		
6.3 旅游接待服务礼仪	182	8.3.1 导游迎客礼仪	268		
6.3.1 旅游接待服务准备	182	8.3.2 带客游览服务礼仪	272		
		8.3.3 带客购物服务礼仪	274		
		8.3.4 导游送客礼仪	275		
		8.3.5 导游人员服务礼仪	276		



9 职场助力——旅游行业求职	
礼仪	282
9.1 求职信的礼仪	283
9.1.1 求职信基本礼仪	283
9.1.2 求职资料准备	286
9.2 面试的礼仪	290
9.2.1 面试前的准备	290
9.2.2 面试中的礼仪	294
9.2.3 面试结束的礼仪	298
9.2.4 面试礼仪禁忌	300
参考文献	305

1

意识唤醒——旅游行业礼仪概述

知识概述

随着时代与社会经济的飞速发展，礼仪现已渗透到人们社会生活的各个领域，占据着越来越重要的位置，并逐渐形成了专门的学科，备受人们青睐。随着旅游业被确立为我国的支柱产业，成为国民经济新的增长点，加强对旅游行业礼仪的深入研究和实际应用，已成为一个有着悠久历史的经济文化大国面向世界与国际接轨的大势所趋。本章内容主要包括：

- 礼仪的概念、特征与职能。介绍礼仪的概念与内涵、明确礼仪在社会生活和职业中的重要作用。
- 礼仪的起源与发展。探讨礼仪起源与发展状况，辨析中西方礼仪在文化、意识和表现方面的差异，帮助理解现代礼仪现象。
- 旅游行业礼仪。了解旅游行业礼仪与职业素养的关系，掌握旅游行业礼仪的养成方法。

礼仪是一个人内在修养和素质的外在表现，是人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法。人们可以根据各式各样的礼仪规范，正确把握与外界的人际交往尺度，合理地处理好人与人的关系。



知识导入

张良拾鞋

据《史记·留侯世家》记载：秦朝末年，张良在博浪沙刺杀秦始皇没有成功，便逃到下邳隐居。有一天，他在镇东石桥上遇到一位白发苍苍的老人。老人的鞋子掉了桥下，便叫张良去帮他捡起来。张良克制心中不快到桥下帮老人捡回了鞋子。谁知这位老人不仅不道谢，反而大大咧咧地伸出脚来说：“替我把鞋穿上！”张良闻听此言心底更加不快，但还是默不作声地替老人穿上了鞋。张良的恭敬从命，赢得了这位老人的首肯。又经过几番考验，这位老人终于将自己用毕生心血注释而成的《太公兵法》送予张良。张良得到这本奇书日夜诵读研究，后来成为满腹韬略、智谋超群的汉代开国名臣。

阅读以上小故事，讨论：

- (1) 张良克制自己的不快，为老人拾鞋、穿鞋，是不是窝囊软弱的表现？
- (2) 我国传统礼仪的核心是什么？如何在学习礼仪的过程中不断完善自己的品格、增长自己的智慧？

1.1 礼仪的概念、特征与职能

在一般人的表述之中，与“礼”相关的词最常见的有3个，即礼仪、礼节、礼貌。在大多数情况下，它们是被视为一体、混合使用的。其实，从内涵上来看，三者不可简单地混为一谈。它们之间既有区别，又有联系。

1.1.1 礼仪相关概念与内涵

1. 礼仪

据许慎《说文解字》，“礼”在我国古代最初指“事神致福”，即祭祀神明以获得庇佑。之后，“礼”这一概念被引申和演变成为社会生活中的规范，是规定社会行为的法则、规范、仪式的总称。《论语·为政》：“道之以德，齐之以礼”。这个“礼”即是礼制和法度，是治理国家的一系列典章制度。《诗经·小雅》：“献酬交错，礼仪卒度”，“仪，度也”，“仪”指形式、仪式，也指法度、准则和典范。作为文化现象中上层建筑领域的重要组成，礼仪指特定民族、人群或国家基于客观历史传统而形成



的，以确立维护社会等级秩序为核心内容的价值观念、道德规范及与之相适应的典章制度、行为方式，并随着社会经济的发展和人类文明的进步而不断发展、完善。

孔子说：“不学礼，无以立”；“礼者，敬人也”。顾名思义，从现实生活和社会交往的角度来讲，礼仪是尊重自己、尊重别人的表现形式，是一种待人接物的行为规范，也是交往的艺术。它是人们在社会交往中由于受历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素而形成的，既为人们所认同，又为人们所遵守，是以建立和谐关系为目的的各种符合交往要求的行为准则和规范的总和。

礼仪的核心是什么？《礼记·曲礼》：“夫礼者，自卑而尊人。”意思是礼仪是律己、敬人的一种行为规范，是表现对他人尊重和理解的过程和手段。因此，礼仪的核心应当是诚敬与尊重。“德辉动于内，礼发诸外”，这是我国传统礼仪的待人处世原则，也是现代礼仪的“源”与根；同时，西方礼仪是当前我们需要学习和借鉴掌握的人际交流工具，它的特点是强调个性，崇尚个性自由、平等、自由、开放，但也并不是死板的“规矩”，它是通过考虑、尊重和真诚的方式在各种社会活动中对待他人的方式。

礼仪的表现形式有：礼节、礼貌、仪表、仪式、器物、服饰、标志、象征等。礼仪的内容涉及穿着、交往、沟通、情商等内容。

2. 礼貌

礼貌，是人与人在接触交往中，通过言语、动作向交往对象表示敬重和友好的行为规范，是文明行为的最起码要求。它侧重于表现人的品质与素养。礼貌是待人接物时的一种态度与方式，它是礼仪的基本标准与要求。在现代社会中遵守社会公德、遵时守信、真诚友善、理解宽容、热情有度、互尊互帮、仪表端庄、女士优先等礼仪被世界各国的人们视为礼貌的基本原则。

在交往时讲礼貌，不仅有助于建立相互尊重或友好合作的关系，而且能调节公共场所的人际关系，缓解或避免冲突。旅游服务人员对宾客开展礼貌服务可以让身处异国他乡的宾客，仍有在家一般的亲切、温暖之感。

3. 礼节

礼节，通常是指人们在日常生活和社交场合，相互表示尊重、友好的问候、祝愿、慰问以及给予必要的协助与照料的惯用形式。它实际上是对他人礼貌态度在语言、行为、姿态、仪表等方面的具体体现。例如日常生活中问候、握手、拥抱、作揖、男士照顾女士等行为（图1-1、图1-2），在旅游服务行业中主动微笑问候，按照先宾客后主人、先女宾后男宾等礼遇顺序进行送茶、上菜、斟酒、送毛巾等均为礼貌待客之道。

4. 三者之间的关系

礼仪、礼貌与礼节是相互渗透，相互补充的关系。其中礼貌为礼仪的具体规范与

要求,礼节是礼仪和礼貌的表现形式。礼貌待人绝不是简单地模仿、学习,更不是讲究形式的例行公事,礼节、礼貌是一个人内心世界的外在表现和真实感情的自然流露。举止大方、温文尔雅、彬彬有礼的风度,绝不是装模作样所能及的,它必须以良好的个人修养为基础。因此,讲究礼仪规范既是人际交往中增进友谊、联络感情的行为准则,也是一个人内在修养的外在表现。



图 1-1 合十礼

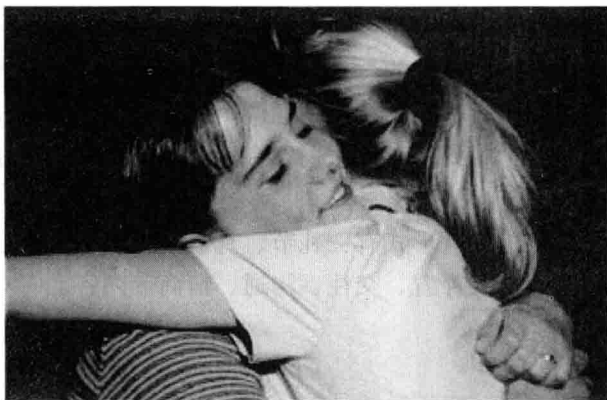


图 1-2 拥抱礼

1.1.2 礼仪的特征

1. 共同性

在现实生活中,礼仪已经成为参加交际活动的社会各阶层人士所共同遵守的准则与行为规范,也是一门将交际活动导向成功的学科。每一个国家或地区、民族的礼仪,都有自身的特征,但由于人们追求真善美的愿望是一致的,礼尚往来、礼貌待客、文质彬彬、举止得体是符合大多数人价值取向的文明标志,因此各国、各民族的礼仪也有着相通的共性,每个人都要依礼办事。

2. 差异性

由于民族习俗、生活习惯以及文化修养等诸多方面的不同,礼仪除了共同性特点之外,还带有本地域民族的自身特点,这就形成了礼仪表现形式上的差异性。例如大拇指和食指环成圆圈、其余手指伸展的手势,在美国表示“赞同”、“了不起”,但是在巴西则是指责别人行为不端。所以礼仪除了具有一定的固定形式与规范外,还要注意因时因地因对象的不同而“入乡随俗”。人们如果忽略了礼仪的差异性,就达不到交往的目的,甚至适得其反。



3. 继承性

礼仪的发展与沿用从来就没有间断过，它是历史的产物。礼仪规范将人们交际活动中约定俗成的程式固定下来，每个时代都能反映其发展面貌，有精华、也有糟粕，这种固化程式随着时间的推移沿袭下来，形成了继承性特点。例如：在重大活动中，座次以北为上，以右为尊的规则，就是继承了传统礼仪，成为现今人们仍沿用遵守的礼仪规范。我们必须从传统的礼仪精神遗产中批判继承，在继承我国古代礼仪精华的同时，也要注意汲取外国礼仪，特别是注意吸收目前通行当代国际礼仪的一切长处，为我所用。

4. 时代性

礼仪规范不是一成不变的，它随着时代的发展、科学技术的进步，在传统的基础上不断地推陈出新，并渗透到社会生活的各个方面，反映着每个时代政治、经济、文化、道德等各个方面的面貌，体现着时代的要求与时代的精神。在我国，握手替代了作揖，鞠躬替代了跪拜，如今节假日给亲朋好友打个礼仪电话，发个短信或送去礼仪鲜花表示祝贺与问候，这些都反映了礼仪时代性的特点。

1.1.3 礼仪的作用

中华民族素有礼仪之邦的美誉，礼仪在中华文化的历史演进过程中，起着积极的推动作用。“为人子，方少时，亲师友，习礼仪。”，我国宋代启蒙教材《三字经》中就已经强调了礼仪的重要性。今天，经济的全球一体化和信息共享的网络化把现代人领到了一个无限伸展而又不断浓缩的空间，人际交往和沟通日益频繁。礼仪修养，不仅是人们必备的基本素质，而且是社会交往、商务活动和其他各项事业成功的一个重要条件，对社会中的个人和团体起着重要作用。从个人的角度来看，它有助于提高人们的自身修养，美化自身、美化生活，促进人们的社会交往，改善人际关系，另外还有助于净化社会风气。从团体的角度来看，礼仪是企业文化、企业精神的重要内容，是企业形象的主要附着点。

在人际交往中，礼仪的作用主要体现在4个方面，第一是塑造形象；第二是沟通信息；第三是联络感情；第四是增进友谊。

1. 塑造形象

“形象”，在社交中是指参与交往的主客双方在对方心目中的总体评价和基本印象，人们在现代社会交往中，总是以两种形象出现，一种是个人形象，一种是组织形象。例如我们以个人身份去赴宴时，在餐桌上表现的纯粹是个人形象；当我们代表组织或单位去赴宴，此时表现的则是组织或单位的形象；而有时一个人的言谈举止甚至被外界视为一个民族、一个国家的形象。所以欧洲旅游总会制定的旅游者应遵循的9条基本准则中第一条就这样写道：“你不要忘记，你在自己的国度里不过是成千上万

同胞中一名普通公民，而在国外你就是‘西班牙人’或‘法国人’。你的言谈举止决定着他国人士对你的国家的评价。”不管以什么身份，保持优雅的礼仪应对进退，自然会塑造出良好的个人及组织形象。

1) 个人形象塑造

在社会生活的大部分时间里，人们总是以个体形象出现。一般而言，一个具有高尚情趣、优雅气质、潇洒风度的人总是备受欢迎的，而不拘小节、不知情理、行为粗暴、态度恶劣等是与人交往的诸多障碍。怎么才能成为一个有魅力、有风度、有修养的现代人呢？

(1) 拥有高尚的情趣。一个富有高尚情趣的人，必然是一个尊重他人、心胸开阔、心底无私的君子。一个人既懂得外在礼仪方面的涵养，又注重内在品质的锤炼，方能达到性情和志趣高远的境界。

(2) 提升优雅的气质。根据古希腊医学家希波克拉底（Hippocrates）的研究，把人的气质分为4种，即胆汁质、多血质、粘液质和抑郁质。不同的人就有不同的气质，不同气质的人看待问题和处理问题的方法又不同。如何在待人接物中提升个人气质魅力呢？一般而言，胆汁质类型的人在社交场合中容易获得他人好感，不容易得罪他人；但遇事不要过分急迫而自信，应该多一份谦虚的容忍。多血质类型的人在社交场合往往很容易投入，也能成为社交中心人物，但难以持久；这种人特别应该注意培养自己的恒心和耐心，以取得他人的信任。粘液质类型的人在社交场上很难顺利融入圈子，交际不广；在与人相处时，多一些热情，多一份信心，知礼行礼，那么即便你少言寡语一些也仍然会受欢迎的。抑郁质类型的人往往很难打开交际场面，要想改变现状，唯有努力改变一下自己的个性，多与人交往，多参与各种社交活动，让现实逐渐打破自己气质抑郁的枷锁，争取创造一个崭新的个人形象去面向社会。

(3) 保持潇洒的风度。风度是一个人受人欢迎的内在素质修养和外部行为等的总称，具体表现在人的形态、言谈、举止、装束打扮等方面。个人风度之美是多方面的，不仅需要丰富的内涵，也需有外在的表现。一个人如果仅具有良好的外在形象，在人群中不一定受到欢迎；而一个举止得体优雅、言谈风趣幽默、内涵丰富的人，则一定是一个真正受欢迎、有风度的人。

2) 组织形象塑造

人总是社会的人，大部分的人总隶属于一个部门、一个公司，即人是组织化的个人。显然，我们每个人工作中的各种形象也就代表着组织的形象，组织形象就是对外交往的门面和窗口，良好的组织形象可以给组织带来无穷的社会效益。比如电话总机接线员的声音就具有很强的渗透性，如果声音温文尔雅、彬彬有礼，自然留给客人良好的组织形象印象（图1-3）。从组织角度出发，无论是领导者还是员工，应有强烈的形象意识。从礼仪角度而言，任何组织内的个人均应重视社交礼仪的学习和再教育，自觉掌握现代社交礼仪的常识，为塑造良好的组织形象服务。



图 1-3 组织形象代表

典型案例

礼仪助你塑造形象

美国 IBM 公司强调团队意识，注重统一的形象，其一般员工都是蓝色衬衫配深色西裤，因而被人们誉为蓝色巨人。而同样经营电脑设备的美国苹果公司更注重个性的张扬，其员工着装不拘一格，营销人员多着牛仔裤，从而给人轻松、活泼的形象。这些迥然不同的礼仪风格都是为了在公众心中塑造独特的企业形象。



2. 沟通信息

礼仪行为可帮助传达和沟通多种信息。在现代信息社会，飞速发展的传播沟通技术和手段日益改变着人们传统的交往观念和交往行为，这种人际沟通的变化给人类社交礼仪的内容和方式均提出了更高的要求。如何在这种沟通条件下，实现有礼有节的交往，创造“人和”的境界，是学习礼仪的另一意义。礼仪传达信息的三大要素分别是言语礼仪、行为表情礼仪和饰物礼仪。

(1) 言语礼仪是指通过口头或书面语言方式表达的一种礼仪,即直接用语言来传达的某种礼节。比如问候语“您好”、“早安”、“身体好”、“万事如意”等,通过语言本身的字面含义传递给对方这样一种信息,或是祝福,或是尊重,或是一般性礼貌,或是一种随意的问候等。

(2) 行为表情礼仪有时也称“态势语”、“体态语”(图1-4)、“无声语言”等,泛指人际沟通中除却语言信息之外、通过人的身体语言来传情达意的一种礼仪行为。比如不同握手姿势所表达的信息截然不同:用双手紧紧握住对方并使劲晃动,表示了一种久别重逢或深深的感激或浓浓的鼓励;松松垮垮握一下对方的手,可能传达不重视或希望快结束等信息。人们既要通过态势语准确地表达自己所想传达的信息,同时又得学会准确地猜度他人传递给你的信息。

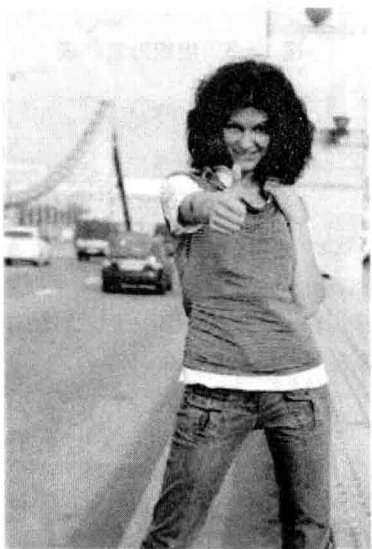


图1-4 体态语

(3) 饰物礼仪是指通过服饰打扮或各种物品等传情达意、传达信息的一种礼仪。比如在中国红色衣服适合喜庆场合,黑色衣服适合隆重、庄严的场合,白色表示纯洁、高尚等。在社交活动中,通过饰物来传情达意,往往能达到“此时无声胜有声”的效果。

3. 联络感情

联络感情不仅是社交礼仪的重要职能,也是社交礼仪的一个重要特征。一方面,表达感情、联络感情是社交礼仪的重要目的,同时,行使礼仪行为的基础又必须是情感。发自内心对别人的尊重和关爱,才能产生和颜悦色的礼仪行为,否则,礼仪只不过是一套僵化的程序和手段而已。心不在焉地与他人握手时,眼神肯定是不专注的,手势也是无力的,这样的握手让对方感受到你缺乏真诚,让人觉得不够重视。长此以往,就会给你的社交生活带来重大损失。充分认识社交礼仪的“情感”特征,以真诚的心换取他人之心,以真诚的行为款待他人,以真诚的语言取悦他人,礼仪联络感情的职能才能得到尽情地发挥。



典型案例

尼克松访华外交趣闻

1972年2月，美国总统尼克松访华。尼克松对这次来访做了充分准备：盛大的国宴上，在座的美国人大都不会使用筷子，尼克松却能不紧不慢地用筷子夹取美味佳肴。时任外交部礼宾司副处长的唐龙彬回忆说，自从访华之事决定之后，尼克松和夫人就开始在家里练习如何用筷子。不仅如此，“尼克松还学会了几句简单的中文，比如‘你好’，‘谢谢’”，这些都巧妙地拉近了他和中国人的距离。



在尼克松临行前的答谢宴会上，“熊猫”牌香烟盒上那憨态可掬的大熊猫引起了尼克松夫人帕特的注意和赞叹。早有一番深思熟虑的周总理告诉她，决定要将大熊猫作为中美建交的礼物送给美国人民。

在如此重要的外交场合，无论尼克松总统使用筷子还是周总理赠送熊猫，都通过恰当的外交礼仪传递了对对方国家和人民友好的感情信息，这种方式不可谓不巧妙。

（原文摘自：西陆军事，有改动）

1.2 礼仪的起源与发展

礼仪作为人类社会的行为规范，是与人类社会同时产生、同步发展的。在我国，对礼仪的起源说法是多元的，礼仪既起源于原始人类的劳动和日常生活，用来调节人类不断增长的欲望与客观环境之间的种种矛盾，同时又起源于原始人类的世界，是由原始的祭祀仪式和活动逐渐发展形成的一系列行为规范。

1.2.1 礼仪的起源

1. 祭祀起源说

这种观点认为，礼仪起源于远古时期的原始宗教祭祀活动（图1-5）。当时，人