

公关礼仪教程

主编 董桂英

Gongguan Liyi Jiaocheng



东南大学出版社

公 关 礼 仪 教 程

主编 董桂英

参编 贾国庆 高静 常国娟

东南大学出版社

内容提要

本书全面系统地介绍了公关礼仪的基本规范和基本原则、技巧,包括个人礼仪、社交礼仪、服务礼仪、商务礼仪、公务礼仪、涉外礼仪,还简要介绍了公关礼仪人员的心理调适。

本书内容新颖全面,注重实用,突出实训,可作为各级各类院校公关课程的教学及社会青年的自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

公关礼仪教程/董桂英主编—南京:东南大学出版社,
2003.7

ISBN 7-81089-244-4

I. 公… II. 董… III. 公共关系学—礼仪—高等
学校—教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 040069 号

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:宋增民

江苏省新华书店经销 南京新中印务有限公司印刷

开本:850mm×1168mm 1/32 印张:13.75 字数:350 千字

2003 年 7 月第 1 版 2003 年 7 月第 1 次印刷

印数:1—4000 定价:22.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向发行科调换。电话:025-3795801)



前 言

人类进入 21 世纪,社会上各种公共关系密如蛛网,社交公关活动空前频繁、活跃。随着全球经济一体化的迅速推进,中国申奥成功,加入 WTO 成为现实,如何在对内对外交往中塑造美好的个人形象、组织形象、国家形象,使我们无愧于中华“文明古国”、“礼仪之邦”的美称,是我们应该学习和掌握的一门生活、处世、交往的艺术。

本书在编写过程中,针对当前职业教育现状,遵照“基础适度够用、加强实践环节、突出职能教育”的原则,注重实用,突出实训,从不同角度、不同侧面系统地介绍了公关礼仪的基本规范及基本修养,并通过公关案例分析展示了公关礼仪的独特魅力,再现了公关礼仪的基本原则和技巧,旨在使学生通过学习和实际训练,掌握公关礼仪规范的基本要求,真正做到学礼、明礼、懂礼、守礼。

本书在编写过程中,本着“最新、最全、最佳”的质量要求,坚持理论与实践相结合,国内与国外相结合,现在与将来相结合,普及与提高相结合,高等教育与职业教育相结合,力求知识新颖、内容全面、结构完整、深入浅出,以适合于各级各类院校的教学。

参加本书编写的有贾国庆(1、5、6 章)、常国娟(2、3、4 章)、高静(7、8、11 章)、董桂英(9、10 章),全书由董桂英主编并负责统稿。



本书在编写过程中,参考了国内外学者的许多著作,引用了他们的许多研究成果,由于篇幅所限,不能一一列出,在此致以诚挚的谢意!

由于时间紧迫,作者水平有限,错误在所难免,恳请各位同行、读者指正。

编 者
2003.5



出版说明

全国电子信息类职业教育实训教材建设研讨会于2002年12月12日在辽宁省本溪市电子工业学校召开,历时4天。

与会代表通过了“全国电子信息类职业教育实训教材编委会组建意见”,成立了“全国电子信息类职业教育实训教材编委会”,确定出版首批“电子信息类职业教育实训系列教材”。

目前的职业教育教材还留有不少理论教育的影子,教育观念和培养模式相对滞后,片面强调知识灌输,教学活动与生产和生活实际联系不紧密,特别是对知识应用、创新精神和实践能力的培养重视不够,即使有职业教育教学改革愿望的学校,苦于没有合适的教材,也无法实现教学体制改革。为了更好地深化职业教育改革,满足广大职业技术教育院校教材建设的需求,编委会将首先从职业教育实训教材建设着手,利用3年的时间,出版一批高质量的职业教育实训教材。

与会代表认真地讨论了首批预选编写的教材,提出了教材的编写要求:立足当前学生现状,面向用人单位(市场),打破条条框框,少一些理论,多一些技能教育。采取逆向思维的方式编写,即从市场需要什么技能来决定学生需要什么知识结构,并由此决定编写什么教材。虽然第一批教材是个尝试,不一定能按要求编写出真正意义上的实训教材,但我们要求编写人员为此努力。要有创新思想,因为职业教育本来就是在探索中,教材建设也是任重而道远的事,需要老师们不断地探索,把自己最新的

思想和教学实践体现在教材中。

参加教材编写的单位有：

山东信息职业技术学院	南京信息职业技术学院
福建省电子工业学校	长沙电子工业学校
扬州电子信息学校	山西省电子工业学校
河南信息工程学校	北京市电子工业学校
大连电子工业学校	锦州铁路运输学校
黑龙江省电子工业学校	新疆机械电子职业技术学院
本溪财贸学校	山东省邮电学校
宜昌市职业技术学校	山东省工程职业技术学院
四川省电子工业学校	哈尔滨机电工程学校
本溪市电子工业学校	

全国电子信息类职业教育实训教材编委会
2003年3月



目 录

第1章 公关礼仪概述	(1)
1.1 礼仪	(2)
1.1.1 礼仪的涵义	(2)
1.1.2 礼仪的内容与形式	(4)
1.1.3 礼仪的特征、功能与作用	(5)
1.2 公关	(10)
1.2.1 公关的涵义	(10)
1.2.2 公关的方法与实务	(11)
1.2.3 公关的特点与基本原则	(12)
1.2.4 公关在中国的现状与发展	(14)
1.3 公关礼仪	(16)
1.3.1 公关礼仪的涵义	(16)
1.3.2 公关礼仪的起源与本质	(17)
1.3.3 公关礼仪的基本原则	(19)
1.3.4 公关礼仪的意义	(22)
1.4 公关礼仪与相关学科的关系	(23)
1.4.1 公关礼仪与公共关系学	(23)
1.4.2 公关礼仪与伦理学	(24)
1.4.3 公关礼仪与美学	(25)
1.4.4 公关礼仪与其他相关学科	(25)
思考与练习	(28)



第2章 公关礼仪人员的修养	(29)
2.1 公关礼仪人员的风度气质	(29)
2.1.1 个性风采	(30)
2.1.2 自信力	(32)
2.1.3 幽默感	(34)
2.1.4 气质魅力	(36)
2.1.5 风度优雅	(38)
2.2 公关礼仪人员的基本素质	(39)
2.2.1 知识素质	(39)
2.2.2 业务素质	(41)
2.2.3 能力素质	(43)
2.3 公关礼仪人员的基本修养	(45)
2.3.1 品德修养	(45)
2.3.2 知识修养	(47)
2.3.3 智能修养	(48)
2.3.4 礼仪修养	(51)
思考与练习	(55)
模拟训练	(55)
第3章 个人礼仪	(56)
3.1 概述	(56)
3.1.1 个人礼仪的涵义与特征	(56)
3.1.2 个人礼仪的形成	(58)
3.1.3 提高个人礼仪修养的意义	(59)
3.2 个人形象礼仪	(61)
3.2.1 仪容	(61)
3.2.2 仪表	(65)
3.2.3 仪态	(67)
3.3 个人言谈礼仪	(69)



3.3.1 言谈的涵义	(69)
3.3.2 言谈的形式	(69)
3.3.3 言谈的礼节	(72)
3.4 个人行为礼仪	(78)
3.4.1 行为举止有度	(78)
3.4.2 行为举止得当	(79)
3.4.3 行为举止文明	(80)
3.4.4 行为举止潇洒	(81)
3.5 个人服饰礼仪	(82)
3.5.1 服饰与服饰美	(82)
3.5.2 服饰穿着的 TPO 原则	(84)
3.5.3 服饰穿着的基本礼仪	(85)
3.5.4 服饰的点缀技巧	(86)
思考与练习	(87)
模拟训练	(88)
第4章 社交礼仪	(91)
4.1 概述	(91)
4.1.1 社交礼仪的涵义与内容	(91)
4.1.2 社交礼仪的表现形式与特点	(94)
4.1.3 社交礼仪的作用	(95)
4.1.4 社交礼仪的原则	(97)
4.2 日常社交礼仪规范	(99)
4.2.1 介绍礼仪	(99)
4.2.2 握手礼仪	(104)
4.2.3 交谈礼仪	(106)
4.2.4 鞠躬礼仪	(111)
4.2.5 名片礼仪	(112)
4.2.6 致意礼仪	(113)



4.2.7	拥抱与吻手礼仪	(115)
4.2.8	合十礼仪	(116)
4.2.9	送花礼仪	(117)
4.2.10	拱手礼仪	(119)
4.3	社交往来礼仪	(119)
4.3.1	电话礼仪	(119)
4.3.2	信函往来	(121)
4.3.3	赠送往来	(122)
4.3.4	待客与送客礼仪	(125)
4.3.5	社交往来禁忌	(128)
	思考与练习	(132)
	模拟训练	(132)
第5章	服务礼仪	(135)
5.1	概述	(135)
5.1.1	服务礼仪的涵义	(135)
5.1.2	服务礼仪的内容与特点	(135)
5.1.3	服务礼仪的作用	(136)
5.2	服务礼仪准则	(136)
5.2.1	职业道德	(136)
5.2.2	职业修养	(138)
5.2.3	角色定位	(139)
5.2.4	理解沟通	(140)
5.2.5	敬重他人	(142)
5.2.6	首因效应	(144)
5.2.7	亲和效应	(145)
5.2.8	零度干扰	(147)
5.3	服务礼仪的基本规范	(149)
5.3.1	仪容规范	(149)



5.3.2 仪态规范	(155)
5.3.3 服饰规范	(172)
5.3.4 语言规范	(180)
5.3.5 岗位规范	(190)
思考与练习	(196)
模拟训练	(197)
第6章 商务礼仪	(199)
6.1 概述	(199)
6.1.1 商务礼仪的涵义	(199)
6.1.2 商务礼仪的形式与特点	(200)
6.1.3 商务礼仪的作用	(201)
6.2 日常商务礼仪	(202)
6.2.1 接待拜访礼仪	(202)
6.2.2 开业剪彩礼仪	(206)
6.2.3 柜台待客礼仪	(213)
6.2.4 洽谈签约礼仪	(214)
6.2.5 推销促销礼仪	(218)
6.2.6 庆典会务礼仪	(221)
6.3 国际商务礼仪	(225)
6.3.1 国际商务礼仪的成功策略	(225)
6.3.2 国际商务处世礼仪面面观	(227)
6.3.3 部分国家和地区商务习俗	(248)
思考与练习	(259)
模拟训练	(260)
第7章 公务礼仪	(261)
7.1 概述	(261)
7.1.1 公务礼仪的涵义	(261)
7.1.2 公务礼仪的原则与分类	(262)

7.1.3 公务礼仪的作用	(264)
7.2 日常公务礼仪	(265)
7.2.1 办公室礼仪	(265)
7.2.2 请示与汇报礼仪	(269)
7.2.3 接待与迎送礼仪	(271)
7.2.4 会见与会谈礼仪	(273)
7.2.5 公务文书礼仪	(277)
7.2.6 公务会议礼仪	(282)
7.3 求职应聘礼仪	(285)
7.3.1 概述	(285)
7.3.2 求职应聘准备	(286)
7.3.3 面试基本礼仪	(291)
7.3.4 面试后礼仪	(292)
思考与练习	(293)
模拟训练	(294)

第8章 涉外礼仪	(295)
8.1 概述	(295)
8.1.1 涉外礼仪的涵义	(295)
8.1.2 涉外礼仪的原则	(296)
8.1.3 涉外礼仪的基本要求与作用	(298)
8.2 涉外迎送礼仪	(300)
8.2.1 迎送规格	(300)
8.2.2 迎送礼仪	(301)
8.2.3 迎送中的具体事务	(302)
8.3 涉外会见与会谈礼仪	(303)
8.3.1 会见与会谈的准备	(303)
8.3.2 会场的布置及坐席安排	(304)



8.3.3 会见与会谈的具体事务	(304)
8.4 宴会、舞会及参观游览	(305)
8.4.1 外事宴请	(305)
8.4.2 涉外舞会	(310)
8.4.3 外宾参观游览	(312)
8.5 礼宾次序与国旗悬挂	(313)
8.5.1 礼宾次序	(313)
8.5.2 国旗悬挂	(315)
思考与练习	(319)
模拟训练	(319)
第9章 中外习俗礼仪	(321)
9.1 中外习俗常识	(321)
9.1.1 中国传统节日	(321)
9.1.2 世界传统节日	(327)
9.1.3 中外其他节日	(332)
9.1.4 部分国家的别名、国花和国歌	(336)
9.2 寿诞、婚嫁及丧葬礼仪	(339)
9.2.1 寿诞礼仪	(340)
9.2.2 婚嫁礼仪	(342)
9.2.3 丧葬礼仪	(345)
9.3 宗教习俗礼仪	(346)
9.3.1 佛教礼仪	(346)
9.3.2 基督教礼仪	(349)
9.3.3 伊斯兰教礼仪	(351)
9.3.4 道教礼仪	(353)
9.4 部分国家和地区礼俗	(355)
9.4.1 亚洲部分国家和地区礼俗	(355)
9.4.2 北美洲部分国家礼俗	(361)



9.4.3	欧洲部分国家礼俗	(363)
9.4.4	非洲和拉丁美洲部分国家礼俗	(368)
9.4.5	大洋洲部分国家礼俗	(369)
	思考与练习	(370)
	模拟训练	(371)
第10章	公关礼仪人员的心理调适	(372)
10.1	公关礼仪人员常见的心理障碍及表现	(372)
10.1.1	自卑与胆怯	(373)
10.1.2	嫉妒与虚荣	(376)
10.1.3	心理偏见	(380)
10.1.4	孤独心理	(383)
10.2	公关礼仪人员的心理调适	(385)
10.2.1	自卑心理的调适	(385)
10.2.2	怯场心理的调适	(387)
10.2.3	孤独心理的调适	(390)
10.2.4	心理距离的调适	(391)
10.3	公关礼仪人员良好心理素质的培养	(394)
10.3.1	自信心的培养	(394)
10.3.2	自控力的培养	(396)
10.3.3	交际意识的培养	(398)
	思考与练习	(401)
	模拟训练	(401)
第11章	公关案例分析	(403)
11.1	内部员工关系	(403)
11.1.1	公司拴住了职工的心	(404)
11.1.2	员工是企业的合伙人	(405)
11.1.3	赢得职工家属的心	(407)
11.1.4	满足不同层次不同类型的精神需求	(408)



11.2 总经理的公关意识.....	(409)
11.2.1 鼓励员工把“参议意识”变成“参议行为”	(409)
11.2.2 为员工创造良好的工作环境	(411)
11.2.3 充分承认员工的工作实绩	(412)
11.3 企业形象塑造.....	(414)
11.3.1 精湛而快速的售后服务	(414)
11.3.2 千金难买“揭短会”	(414)
11.3.3 赞助公益树形象的要诀	(416)
11.4 营销公关活动.....	(417)
11.4.1 “飞鸽”送国宾	(417)
11.4.2 举办展览会	(418)
11.4.3 可口可乐与百事可乐的营销大战	(419)
参考文献	(421)



第1章 公关礼仪概述

本章提要

公关礼仪是礼仪在公关活动中的具体应用,并对公关活动效果有着重大的影响。因此,了解、掌握礼仪文化及公关的基础知识,对学习公关礼仪,指导公关礼仪的实践活动具有积极的意义。本章概要地介绍了礼仪概念的内涵,礼仪的内容、形式、特征、功能与作用;公关的定义、特点、基本原则、方法、实务及其在当代中国的发展;公关礼仪的涵义、起源、本质、基本原则,公关礼仪与相关学科的关系等基本理论。

社会组织开展公关活动,加强与公众的联系与沟通,并进而影响公众,其根本目的是塑造组织美好形象,为组织创设良好的生存与发展环境。然而,社会组织公关的成功开展与塑造组织美好形象目标的实现,离不开公关礼仪的讲究与培育。从某种意义上讲,良好而得体的公关礼仪,不仅是公关人员素质的重要表现,也是组织形象的有机构成;不仅是公关活动的必然要求,其本身也是一种公关实务,因此,懂得并能恰到好处地应用公关礼仪,是现代公关人员的基本条件之一。在我国成功加入WTO、进一步对外开放和走向国际的今天,学习公关和遵守公关礼仪,提高自身礼仪修养,也是事业成功的重要因素。