

21世纪高等院校
市场营销专业
规划教材

(第二版)

商务礼仪

王忠伟 蒲岸华 李洪娜 胡迎春 ● 编著

版社

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

21世纪高等院校
市场营销专业
规划教材

(第二版)

商务礼仪

王忠伟 蒲岸华 李洪娜 胡迎春 ● 编著

© 王忠伟等 2014

图书在版编目 (CIP) 数据

商务礼仪 / 王忠伟等编著. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2014. 8

(21 世纪高等院校市场营销专业规划教材)

ISBN 978-7-5654-1638-5

I. 商… II. 王… III. 商务-礼仪-高等学校-教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 176802 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连天骄彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 321 千字 印张: 16 3/4

2014 年 8 月第 2 版

2014 年 8 月第 3 次印刷

责任编辑: 蔡 丽

责任校对: 李丽娟 李智慧 孙 越

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-1638-5

定价: 28.00 元

第二版前言



中华民族具有五千年的文明史，素以礼仪之邦闻名于世，礼仪文化教育的传统源远流长。孔子继承周礼，发展出“仁”的思想，以“敬”为内核，以“礼”为形式，构建了儒家学说。从此，礼仪成为中华民族在长期社会生活中形成的人际关系的表现形式，成为衡量一个人道德水平高低和有无教养的尺度。

伴随中华民族伟大复兴的步伐，学国学，讲传统，兴礼仪，蔚然成风，礼仪已经渗透到社会生活的各个方面，人们的交往、工作和生活，时刻都离不开礼仪。振兴中华，实现中国梦，必须从我做起，从学生开始。自20世纪90年代初，我校开始为本科生开设公共关系学课程，并出版教材《公共关系学》。该书仅用一页半的篇幅讲到“公关礼仪”。进入21世纪以来，各高校都注意强化礼仪规范教育。“商务礼仪”课程的教学方兴未艾。21世纪初，我们在工商管理学院类专业设置了“商务礼仪”课程。根据几年的教学实践，形成了十讲的讲稿。在此基础上，我们阅读大量礼仪文献，进行筛选和提炼，编写成这部《商务礼仪》教材。该教材的内容涉及个人、家庭、社交、职场等方面的礼仪问题。希望学生能通过学习，纵览礼仪概貌，掌握礼仪常识，提高自身素质和修养，成为遵守礼仪的楷模。

本书第二版主要在两个方面作了改进：一是增加了示意图。为了准确把握商务礼仪规范，我们请学生着装示范，拍摄成图片，安排插图，以增强礼仪教学视觉功能，设身处地，直观易懂。二是对文中的赘言冗句进行了规范，删掉部分内容。

本书由王忠伟教授拟定框架并进行总体修饰润色，蒲岸华先生收集资料，拟定大纲，李洪娜和胡迎春老师编写。李洪娜老师为本书的第二版修订工作殚精竭虑，下了很多工夫；李奇志老师在摄影过程中，尽心尽力，十分辛苦。在此一并深表谢忱！

在成书过程中，我们参考了诸多文献资料，在此表示真诚的感谢。本教材中的不妥之处，敬请广大读者指正。

王忠伟

2014年夏

于千山之麓辽宁科技大学

目 录

第一讲 商务礼仪概述/1

- 一、礼仪的含义/1
- 二、商务礼仪概述/3
- 关键术语/7
- 复习与思考/7
- 本讲参考文献/8

第二讲 商务人员个人礼仪/9

- 一、着装/9
- 二、饰品/25
- 三、仪容/31
- 四、举止/38
- 关键术语/49
- 复习与思考/49
- 本讲参考文献/49

第三讲 商务会面礼仪/50

- 一、称呼/50
- 二、握手/53
- 三、问候/55
- 四、介绍/58
- 五、名片/62
- 关键术语/66
- 复习与思考/66
- 本讲参考文献/66

第四讲 商务交往礼仪/67

- 一、接待/67
- 二、拜访/70
- 三、馈赠/73

2 商务礼仪

关键术语/80

复习与思考/80

本讲参考文献/80

第五讲 商务交谈礼仪/81

一、交谈基本礼仪/81

二、听者礼仪/91

三、交谈技巧/93

关键术语/102

复习与思考/102

本讲参考文献/103

第六讲 商务宴请礼仪/104

一、宴请的类型/104

二、正式宴请/108

三、自助餐/134

四、工作餐/139

关键术语/145

复习与思考/145

本讲参考文献/145

第七讲 商务聚会礼仪/146

一、舞会/146

二、晚会/151

三、沙龙/154

四、派对/155

关键术语/160

复习与思考/160

本讲参考文献/161

第八讲 商务会务礼仪/162

一、洽谈会/162

二、新闻发布会/168

三、展览会/174

四、赞助会/180

五、茶话会/187

关键术语/193

复习与思考/193

本讲参考文献/193

第九讲 商务仪式礼仪/194

一、签约/194

二、开业/199

三、剪彩/205

四、交接/210

五、庆典/215

关键术语/222

复习与思考/222

本讲参考文献/222

第十讲 商务办公礼仪/223

一、办公室礼仪/223

二、电话礼仪/230

三、传真礼仪/237

四、网络礼仪/238

五、办公文书礼仪/241

关键术语/257

复习与思考/257

本讲参考文献/258

主要参考文献/259



商务礼仪概述

人类的活动在受自然规律影响和制约的同时，还受各种社会规范的影响和制约。在社会规范中，除了道德规范和法律规范外，还有一个很重要的方面，就是礼仪规范。

礼仪，作为人类社会发展过程中逐渐形成并积淀下来的一种文化，渗透于各种社会关系之中。随着我国社会主义市场经济的快速发展，竞争日益激烈，掌握并运用好商务活动中的礼仪规范日益成为企业竞争取胜的重要法宝。商务礼仪正逐渐发展成为一门学科、一种文化。

一、礼仪的含义

礼仪是文明的标志，世界上所有的民族都有自己的礼仪。四大文明古国中，唯有中国有“礼仪之邦”的美誉。在数千年的历史进程中，礼仪文化作为整个中华民族文化的一个重要的、贯穿始终的组成部分，不断发展、充实、完善，成为独具东方特色、在世界上有重大影响的文化瑰宝。

（一）礼的释义

中国古代有“五礼”之说，祭祀之事为吉礼，冠婚之事为嘉礼，宾客之事为宾礼，军旅之事为军礼，丧葬之事为凶礼。民俗界认为礼仪包括生、冠、婚、丧四种人生礼仪。随着社会的不断进步和发展，作为人类文明标志的“礼”也不断完善和发展。“礼”的含义比较丰富，主要有以下四个方面：

（1）本义是敬神，即祭祀、烧香、拜神，后引申为敬意的统称。孟子曰：“尊敬之心礼也。”《说文解字》中提到：“礼，履也所以事神，致福也。”

（2）为表示敬意或表示隆重而举行的仪式，如典礼、婚礼、丧礼。

（3）泛指奴隶社会、封建社会的等级制及社会生活中的社会准则和道德规范。孔子曰：“齐之以礼。”朱熹曰：“礼，谓制度、品节也。”

（4）指礼物。《晋书·陆纳传》中记载：“及受礼，唯酒一斗，鹿肉一拌。”

随着历史的发展，“礼”的外延已经有了延伸和扩展，在许多场合它已成为“礼貌”、“礼节”、“仪表”、“仪式”等的代名词。

(二) 礼仪

礼仪，就是礼的规范化、制度化、系统化和条理化，即人们在社会交往中形成的行为规范准则。其具体表现为以下方面：

1. 礼貌

礼貌是人们在交往时相互表示敬重和友好的行为规范。它主要通过礼貌语言和礼貌行为来表现对他人的谦虚和恭敬。在日常生活中，礼貌表现在人们的举止、仪表、语言上，表现在服务的规范、程序上，表现在对客人的态度上。一个微笑、一个鞠躬、一声“你好”、一句“祝您旅途愉快”，都是礼貌的具体表现。

从道德、社会风尚方面来研究礼貌，可以将它分为三类：一是各种公共场合中最起码的行为准则；二是个人交往中最起码的礼节；三是个人私生活中最起码的行为习惯。

礼貌的主要内容包括：遵守秩序，言必有信，敬老尊贤，待人和气，仪表端庄，讲究卫生。礼貌的内容既是社会公德的核心内容，也是商务职业首要的基本规范。

2. 礼节

礼节是礼貌的具体表现形式，是礼貌在语言、行为、仪表等方面的具体规定。礼节是人们在日常生活中，特别是在交际场合相互表示尊敬、祝颂、问候、致意、哀悼、慰问，以及给予必要协助和照料的各种惯用形式。从形式上看，它具有严格的仪式；从内容上看，它反映着某种道德原则，反映着对他人的尊重和友善。例如：在某人生日那天，其朋友、同事对他说一句“生日快乐”，或送上生日贺卡、鲜花、生日蛋糕等，是礼节的表现；参加宴会时，服务员按照先宾后主、先女宾后男宾的程序送茶、斟酒、上菜、送毛巾等，也是礼节的表现。

3. 仪表

仪表是指人的外表，包括容貌、姿态、服饰、个人卫生等内容。孔子就非常重视对学生仪表方面的教育，要求学生衣冠整齐，站有站相，坐有坐相，为人处世要彬彬有礼、温文尔雅。

4. 仪式

仪式是指在比较大的场合举行的具有专门规定的程序化行为规范的活动，如颁奖仪式、签字仪式、开幕仪式等。

在市场经济的大潮中，商务往来是一种重要的交往形式。商务活动从本质上说也是一种交际活动，因此，商业场合的交际就有必要遵循一定的规则和规范，从而形成了商务礼仪。一个人只有具备较强的交际能力，才能立足于竞争激烈的商业社会中。商务礼仪作为商业交际中必不可少的组成部分，其重要性已越来越被商界人士所认识和看重。

二、商务礼仪概述

（一）商务礼仪的含义

商务礼仪是人们在商务活动中逐步形成的一种约定俗成的习惯形式，多表现在各种礼节和仪式中。

商务礼仪是社会礼仪在商务活动中的体现和运用。在市场经济不断发展的条件下，商务人员要想在激烈的市场竞争中取得成功，保持良好的商业信誉，并长期立于不败之地，就必须了解、熟悉和正确使用商务礼仪。

（二）商务礼仪的特征

1. 规定性

商务礼仪的适用范围是指从事商品流通的各种商务活动。凡不参与商品流通的商务活动，都不适用商务礼仪。

2. 信用性

从事商务活动的双方，都有利益上的需要，而不是单方面存在利益需求。因此，在商务活动中，诚实、守信就显得非常重要。所谓诚实，即诚心诚意参加商务活动，力求达成协议，而不是夸夸其谈，毫无诚意。所谓守信，就是言必信，行必果。签约之后，一定要履行；如果实在不能如期履约，那就应给对方一个满意的结果来弥补，而不应言而无信，决而不行。

3. 时机性

商务活动的时机性很强，如果时过境迁，就会失去良机。在商务活动中，如果说话做事恰到好处，问题就会迎刃而解。有的商务人员坚持“不见兔子不撒鹰”，对方也可能会因此被拖垮，从而失去一次成功的商业合作机会。

4. 文化性

商务活动虽然是一种经济活动，但是商务活动中文化含量较高。因此，商务人员要体现文明礼貌、谈吐优雅，就必须不断提高自身的文化素质，树立文明的企业形象，在商务活动中表现出文明典雅、有礼有节。

（三）商务礼仪的原则

商务活动是一种典型的社交活动。在商务交往中，如何运用社交礼仪，怎样才能发挥礼仪应有的效应，怎样创造最佳人际关系状态，这都同双方彼此遵守礼仪的原则密切相关。

1. 真诚和尊重的原则

在与人交往时，真诚和尊重是礼仪的首要原则。只有真诚待人才是尊重他

人，只有真诚尊重，方能创造和谐愉快的人际关系，真诚和尊重是相辅相成的。

真诚是对人对事的一种实事求是的态度，是待人真心实意的友善表现。真诚和尊重，首先表现为对人不说谎、不侮辱人，所谓“骗人一次，终身无友”；其次表现为对他人的正确认识，相信他人、尊重他人。只有真诚奉献，才有丰硕的收获；真诚的尊重能使双方相互包容，友谊地久天长。

然而在社交场合中，真诚和尊重也会出现许多误区。一种是在社交场合，一味地倾吐自己的所有真诚，甚至不管对象是谁；另一种是不管对方是否能接受，凡是自己不赞同的或不喜欢的都一味地抵制、排斥，甚至攻击。在社交中，必须注意真诚和尊重的一些具体表现。在你倾吐忠言时，有必要看一下对方是否是自己倾吐肺腑之言的知音，如对方根本不喜欢听你真诚的心声，那你就徒劳了。另外，如果你不喜欢、不赞同对方的观点或打扮等，也不必针锋相对地批评，更不能嘲笑或攻击，可以委婉地提出或适度地有所表示，或干脆避开此问题。有人以为这是虚伪，非也，这是给人留有余地，是一种尊重他人的表现，自然也是真诚在礼貌中的体现。就像在谈判桌上，尽管对方是你的对手，也应彬彬有礼，显示自己尊重他人的风度。这既是礼貌的表现，也是心理上战胜对方的表现。要在社交场合展示真诚和尊重，切记三点：给人以充分表现的机会；对他人表现出你最大的热情；永远给对方留有余地。

2. 平等适度的原则

在社交场合，礼仪行为总是表现为双方的。你给对方施礼，自然对方也会相应地还礼于你，这种礼仪施行必须讲究平等的原则。平等是人与人交往时建立情感的基础，是保持良好人际关系的诀窍。平等在交往中表现为不骄狂，不我行我素，不自以为是，不厚此薄彼，更不傲视一切、目中无人，更不以貌取人，或以职业、地位、权势压人，而是应该处处、时时平等谦虚待人，唯有如此，才能结交更多的朋友。

适度原则即交往应把握礼仪分寸，根据具体情况具体分析，因人、因事、因时、因地恰当处理。应用礼仪时特别要注意做到把握分寸，认真得体，不卑不亢，热情大方，有理、有利、有节，避免过犹不及。分寸感是礼仪实践的最高技巧，运用礼仪时，做得过了头，或者做得不到位，都不能正确地表达自己的自律、敬人之意。

3. 自信、自律的原则

自信的原则是社交场合中一个心理健康的原则，唯有对自己充满信心，才能如鱼得水，得心应手。自信是社交场合中一份很珍贵的心理素质。一个有充分自信心的人，才能在交往中不卑不亢、落落大方，遇到强者不自惭，遇到艰难不气馁，遇到侮辱敢于挺身反击，遇到弱者会伸出援助之手；一个缺乏自信的人会处处碰壁，遭遇失败。

自信但不能自负，自以为了不起的人，往往会走向自负的极端，凡事自以为

是，不尊重他人，甚至强人所难。自律原则是正确处理好自信与自负的一个原则。自律原则就是主动对自己的行为进行约束。礼仪不是法律，不是由司法机关强制执行的。礼仪是待人处事的规范，是社会群体日常生活与交往过程中形成的合乎规范的一些行为准则。这些行为规范并不是某一个人或某一个团体所规定的，而是由社会大众一致认可并约定俗成的行为规范。因此，礼仪是靠人自觉来维系的，靠社会舆论来监督，并逐渐受到人们重视，从而发展成为一门规范的学科。礼仪作为一门学科，需要教育和训练，这样可以更为广泛地在人们心中树立起一种道德信念和礼貌修养准则。这样就会获得一种内在的力量。在这种力量下，人们不断提高自我约束、自我克制的能力，在与他人交往时就会自觉按礼仪规范去做，而无需别人的提示和监督。

4. 守信宽容的原则

孔子说：“民无信不立，与朋友交，言而有信。”强调的正是守信用原则。守信是我们中华民族的美德，在社交场合，尤其讲究。一是要守时，与人约定时间的约会、会见、会谈、会议等，绝不应拖延迟到。二是要守约，即与人签订的协议、约定的事一定要说到做到，所谓言必信，行必果。在社交场合，不要轻易许诺他人；许诺如果做不到，就落了个不守信的恶名，从此会失信于人。

宽容的原则即与人为善的原则。在社交场合，宽容是一种较高的境界。《大英百科全书》对“宽容”下了一个这样的定义：“宽容即容许别人有行动和判断的自由，对不同于自己或传统观点的见解的耐心公正的容忍。”

宽容是人类一种伟大的思想，在人际交往中，宽容的思想是创造和谐人际关系的法宝。宽容他人、理解他人、体谅他人，千万不要要求全责备、斤斤计较，甚至咄咄逼人。总而言之，站在对方的立场去考虑一切，是你争取朋友的最好方法。

（四）商务礼仪的作用

人是一种感情动物，不论做什么事，都不可能脱离感情而纯粹地就事论事。而礼仪正是人们互相尊重的一种感情表现形式。正因为如此，商务礼仪的应用对促进商务活动蓬勃发展所起的巨大作用已越来越引起人们的重视。

1. 有利于沟通与交流

对人“以礼相待”可以使相互陌生的人在最短的交往过程中达成沟通和信任，是人类交流感情、建立友谊和开展各种活动的桥梁和纽带。商务活动是双向交往活动，交往成功与否，首先要看双方是否能够沟通，或者是否能取得对方的理解。交往的对象是人，而不是物，人有自己的思想、情感、观点和态度。由于立场不同，人们对同一个问题会有各自不同的理解和看法，这就使交往双方的沟通有时变得困难。若交往双方不能沟通，不仅交往的目的不能实现，有时还会导致误解，给企业造成负面影响。因此，商务礼仪旨在消除差异，使双方相互接近，实现情感沟通。

2. 有利于良好形象的塑造

一位资深的企业家曾说过这样的话：商务人员平时所作的全部努力，可以被归纳为一句话，就是想方设法在自己的人际交往中，替自己和企业塑造出完美的形象，并且尽心竭力地维护这种形象。而商务礼仪在努力塑造和维护企业形象中可以发挥重要作用。

(1) 有利于个人良好形象的塑造。个人形象对于商务人员十分重要，因为它体现着每个人的精神风貌与工作态度。商务工作向来以严谨、保守而著称。假如一名商务人员在商务交往中对个人形象掉以轻心，那么就会直接影响其所在企业的形象。正像一位举世知名的公共关系大师曾经说过的那样：在世人眼里，每一名商务人员的个人形象如同他所在企业生产的产品、提供的服务一样重要。它不仅真实地反映了每一名商务人员本人的教养、阅历以及是否训练有素，而且还准确地体现着他所在企业的管理水平与服务质量。

商务人员在日常的工作和生活中要塑造好、维护好自身形象，就必须懂得商务礼仪。一名商务人员即使知识再多，专业能力再强，如果不懂得商务礼仪，那么在商务活动中要树立起良好的个人形象，也是非常困难的。

(2) 有利于企业良好形象的塑造。对一个企业来说，员工良好的个人礼仪反映了员工良好的文化素质和品质修养，从而间接反映了企业良好的精神风貌和管理水平。因此，员工的礼仪直接塑造了自身的个人形象，间接塑造了企业的组织形象。一个企业具有良好的企业形象，意味着有较高的知名度和美誉度，值得广大客户信赖，使销售渠道畅通，并使企业不断开拓市场，更可以赢得政府、主管部门、工商、财税、金融以及新闻传媒等部门的理解、信任和支持。

3. 有利于促进协调

在商务活动中，难免会碰到购销不畅的事情，有时客户还可能不高兴。如果处理不当，那么不仅客户对商务从业人员的印象不佳，而且还会影响企业的形象。商务礼仪，能化解矛盾，消除分歧，使双方相互理解，达成谅解，从而调节人际关系，使之趋于和谐，妥善地解决商务纠纷。

◆ 实用范例

礼仪的作用

有一批应届毕业生共 22 人，实习时被导师带到北京的国家某部委实验室里参观。全体学生坐在会议室里等待部长的到来。这时有秘书给大家倒水，同学们表情木然地看着她忙活，其中一个还问了句：“有绿茶吗？天太热了。”秘书回答说：“抱歉，刚刚用完了。”林晖看着有点别扭，心里嘀咕：“人家给你倒水还挑三拣四。”轮到他时，他轻声说：“谢谢，大热天的，辛苦了。”秘书抬头看了他一眼，满含惊奇，虽然这是很普通的客气话，却是她今天听到的第一句。

门开了，部长走进来和大家打招呼，不知怎么回事，静悄悄的，没有一个人回应。林晖左右看了看，犹犹豫豫地鼓了几下掌，同学们这才稀稀落地跟着拍手，由于不齐，越发显得零乱。部长挥了挥手说：“欢迎同学们到这里来参观。平时这些事一般都是由办公室负责接待，因为我和你们的导师是老同学，所以这次我亲自来给大家讲一些有关情况。我看同学们好像都没有带笔记本，这样吧，王秘书，请你去拿一些我们那里印的纪念手册，送给同学们作纪念。”接下来，更尴尬的事情发生了，大家都坐在那里，很随意地用一只手接过部长双手递过来的手册。部长脸色越来越难看，来到林晖面前时，已经快要没有耐心了。就在这时，林晖礼貌地站起来，身体微倾，双手握住手册，恭敬地说了声：“谢谢您！”部长闻听此言，不觉眼前一亮，伸手拍了拍林晖的肩膀：“你叫什么名字？”林晖照实作答，部长微笑点头，回到自己的座位上。早已汗颜的导师看到此景，微微地松了一口气。

两个月后的毕业分配表上，林晖的去向栏里赫然写着国家某部委实验室。有几位颇感不满的同学找到导师：“林晖的学习成绩最多算是中等，凭什么选他而没选我们？”导师看了看这几张尚属稚嫩的脸，笑道：“是人家点名来要的。其实你们的机会是完全一样的，你们的成绩甚至比林晖还要好，但是除了学习之外，你们需要学的东西太多了，礼仪是第一课。”

资料来源 张岩松. 现代交际礼仪 [M]. 2 版. 北京: 经济管理出版社, 2004.

关键词语

礼仪 礼貌 礼节 仪表 仪式

复习与思考

1. 商务礼仪的含义是什么？
2. 商务礼仪的特征是什么？
3. 商务礼仪的原则是什么？
4. 商务礼仪的作用是什么？
5. 学习商务礼仪的意义有哪些？

本讲参考文献

- [1] 邢颖, 曾宪植. 社交与礼仪 [M]. 北京: 民族出版社, 1993.
- [2] 张岩松. 现代交际礼仪式 [M]. 2 版. 北京: 经济管理出版社, 2004.
- [3] 文史知识编辑部. 中国古代礼仪文明 [M]. 北京: 中华书局, 2004.
- [4] 彭林. 中华传统礼仪概要 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2006.
- [5] 金正昆. 商务礼仪 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2007.



商务人员个人礼仪

个人礼仪，是个人形象和魅力的最好证明。商务人员经常在各种场合露面，参加各种商务活动，同各种人打交道。商务人员要在商务活动中树立个人形象和展现个人魅力，就必须要有良好的个人礼仪——注重自己的仪容、仪表、仪态，注重自己的言谈举止。

一、着装

（一）商务人员着装的总体要求

在社交场合，一个人的穿着不但可以体现他的文化修养，也可以反映出他的审美趣味。穿着得体，不仅能赢得别人的喜欢，给人以良好的印象，而且也能不断提高自己的生活信心，使人充分享受生活的乐趣；相反，穿着不当，往往使人感到你不拘小节，进而损害你的社交形象。由此可见，穿着是一门艺术，它既要讲究协调、色彩，也要注意场合、身份，同时又是一种文化的体现。

1. 穿着协调

穿着协调是指一个人的穿着要与他的年龄、体形、职业和所处的场合吻合，表现出一种和谐。这种和谐能给人以美感，具体地说有以下几个方面：

（1）穿着要和年龄相协调。不管青年人还是老年人，都有权利打扮自己。但是在打扮时要注意，不同年龄的人有不同的穿着要求。年轻人应穿得鲜艳、活泼、随意一些，这样可以充分体现出年轻人的朝气和蓬勃向上的青春之美。而中老年人的着装则要注意庄重、雅致、整洁，体现出成熟和稳重，透出那种年轻人所没有的成熟美。因此，无论你处于青年、中年还是老年，只要你的穿着与年龄相协调，都会使你显出独特的美来。

（2）穿着要与体形相谐调。人的身材、体型、肤色各有差异，穿着时应扬长避短。一般说来，身材较高的人，上衣应适当加长，配以低圆领或宽大而蓬松的袖子、宽大的裙子和衬衣，衣服颜色最好选择深色、单色或柔和的颜色，这样能给人以“矮”的感觉。身材较矮的人，不宜穿大花图案或宽格条纹的服装，最好选浅色的套装，上衣应稍短一些，使腿比上身突出，服装款式以简单直线为宜，上下颜色应保持一致。体型较胖的人应选择小花纹、直条纹的衣料，最好是

冷色调,以达到显“瘦”的效果,在款式上要力求简洁,中腰略收,后背扎一中缝为好,不宜采用关门领,以“V”形领为最佳。体型较瘦的人应选择色彩鲜明的大花图案以及方格、横格的衣料,给人以宽阔、健壮的视觉效果。在款式上,瘦人应当选择尺寸宽大、上下分割花纹、有变化的、较复杂的、质地不太软的衣服,切忌穿紧身衣裤,也不要穿深色的衣服。另外,肤色较深的人穿浅色服装会获得健美的色彩效果;肤色较白的人穿深色服装,更能显出皮肤的细腻柔嫩。

(3) 穿着要和职业相协调。不同的职业有不同的穿着要求。例如,教师、公务员等一般要穿得庄重一些,不要打扮得过于妖冶、怪异,这样可以给人留下一个良好的印象。医生穿着要力求显得稳重和富有经验,一般不宜衣着过于时髦,这样给人轻浮的感觉,不利于对病人进行治疗。青少年学生穿着要朴实、大方、整洁,不要过于成人化。而演员等艺术工作者则可以根据他们的职业特点,穿着时尚、个性一些。

(4) 穿着要和环境相协调。办公室是一个很严肃的地方,因此人们上班时应穿着整齐、庄重。外出旅游,穿着应以轻装为宜,力求宽松、舒适,方便运动。平日居家,可以穿得随意一些,但若有客人来访,应立即穿着整齐,否则就显得失礼了。除此之外,在一些较为特殊的场合,还有一些专门的穿着要求。例如,在喜庆场合不宜穿得太素雅、古板,在庄重的场合不能穿得太宽松、随便,在悲伤场合不能穿得太鲜艳等。对于穿着的要求,我们在下面还要作具体的介绍。

2. 色彩协调

(1) 色彩给人的感受。根据人们对各种色彩的不同感受,色彩被分为暖色调、冷色调和中和色调。不同的色调不但给人的感觉不同,而且有些色调、色彩还包含着某些象征意义。例如,红色是一种暖色调,它除了使人联想到太阳、光明,给人热烈、兴奋的感觉之外,在我国红色还象征着吉祥,是一种传统的吉庆色彩。又如,黑色、白色这两种中和色除了给人以神秘、神圣的感觉之外,有时还象征着悲哀。

暖色调中,除了红色之外,还有橙色、黄色。橙色给人以温馨华贵的感觉,显得热烈、活泼。黄色是一种偏暖色,它给人的感受是明亮、活泼,使人兴奋,并且非常引人注目。

冷色调主要包括紫色、蓝色、绿色。其中,紫色是一种偏冷色,它给人以神秘、忧郁的感觉,同时也显得高贵、有权威。紫色中的浅紫色(紫丁香、蓝紫)宜做春装色,而深蓝可作为秋冬装的颜色。蓝色会使人想到天空、海洋,它给人的感觉是柔和、沉静。蓝色着装搭配得当可产生高雅的效果。绿色,往往会使人感到凉爽、恬静、安宁、友好,让人想起田野和草原,人们还常常以绿色象征青春、生命与和平。