



貴州師範大學 · 公共選修課系列教材 ·

公关礼仪

(第2版)

邓晓蓓 © 主编



非外借



貴州大學出版社

Guizhou University Press

公关礼仪

(第2版)

邓晓蓓 © 主编



贵州大学出版社
Guizhou University Press

图书在版编目(CIP)数据

公关礼仪 / 邓晓蓓主编. -- 2版. -- 贵阳: 贵州
大学出版社, 2016.3

ISBN 978-7-81126-855-3

I. ①公… II. ①邓… III. ①公共关系学—礼仪—高
等学校—教材 IV. ①C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第048525号

公关礼仪

主 编: 邓晓蓓

责任编辑: 周 清

出版发行: 贵州大学出版社

印 刷: 贵州思捷华彩印刷有限公司

开 本: 889毫米×1194毫米 1/32

印 张: 7.25

字 数: 157千字

版 次: 2016年3月第2版 第1次印刷

印 次: 2016年3月第2版 第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-81126-855-3

定 价: 10.00 元

版权所有 侵权必究

本书若出现印装质量问题, 请与出版社联系调换

电话: 0851-85981027

出版说明

随着高等教育的教学改革的深入发展，培养适应社会发展的高素质复合型人才成为高等教育重要任务之一。公共选修课是促进学生个性发展、拓展学生知识视野、提高学生综合素质的有效途径，是高校课程体系的重要组成部分。

《贵州师范大学公共选修课系列教材》是由学校教材和学术著作出版基金资助出版的公共选修课程丛书，用以解决授课对象知识结构差异大，课程开设门类多、没有相对稳定的教材等问题，以提高学生的人文素养和科技素养，满足社会对多方面人才的需求。

“十二五”开局之年，贵州师范大学确立了建设“教师教育特色鲜明、多学科协调发展的教学研究型大学”的发展目标，开展了以实践能力为导向的本科教育教学改革。《贵州师范大学公共选修课系列教材》正是在这样的背景下，由学校组织专家评审、资助出版的。本套系列教材选自学校公共选修课授课讲义。讲义经过两轮试用，学生选用率高、教学效果良好且有较好的使用前景。这些成果凝聚着任课教师和学校专家评审组的心血。本套系列教材的出版必将对学校的公共选修课程建设起到推动作用，同时也反映了学校对公共选修课程建设的导向。



本套系列教材用于本校公共选修课教学，希望也能对其他高校公共选修课教学有参考和借鉴作用。由于时间仓促，编者水平有限，虽尽心为，仍难免有差错和欠妥之处，敬请广大读者批评指正。



李如平

二〇一二年元月

再版前言

公关礼仪，既是文明社会人际交往活动的行为准则，又是提升个人职业技能的重要构成部分。

之前出版这部教材，只是从讲授礼仪的角度来编撰。在近五年的教学中，笔者认为，这门课程对加强大学生综合职业技能训练之“塑造职业形象”部分具有重要作用。社会组织要塑造组织形象，离不开公共关系，组织中的人员要塑造好职业形象，离不开掌握公关礼仪。现在各高等学校普遍重视对学生综合职业技能的培养，就是希望给社会培养出具有较高职业素养的大学生，使学生在今后的职业生涯中如虎添翼。

因此在这次修订再版过程中，本书更加强调从塑造职业形象入手，进一步提高强化大学生踏入工作岗位后，如何明确自己的职业形象在社会组织中的定位，如何把握与所在组织的成员相处，如何体现在职场表示对尊者、同事的尊敬，如何把握职场的交往规则和沟通技巧，如何修饰打扮自己的职业形象，如何通过一些细节和具体做法来达到与人有效沟通与互动，从而提升自己的职业形象。

邓晓蓓

2016年元月



目 录

第一章 公关礼仪概述	1
第一节 礼仪	1
第二节 公共关系	5
第三节 公关礼仪	13
第二章 公关人员的形象与心态	27
第一节 公关形象	27
第二节 公关人员的心态调整	36
第三章 见面礼仪	45
第一节 见面前的准备	45
第二节 见面礼	49
第三节 介绍	59
第四节 名片的递接	63





第四章 访送礼仪.....76

第一节 拜访.....76

第二节 迎访.....83

第三节 赠送礼品.....89

第五章 交谈礼仪.....101

第一节 交谈礼仪的基本要求.....101

第二节 交谈中的注视与呼应.....105

第三节 交谈的内容与形式.....107

2

第六章 体姿礼仪.....125

第一节 体态的礼仪功能.....125

第二节 公关人员体姿礼仪要求.....127

第三节 目光、表情与手势语言.....134

第四节 舞会及其他场馆的礼仪.....137

第七章 电话、空间礼仪.....148

第一节 电话礼仪.....148

第二节 空间礼仪.....154

第八章 服饰礼仪	163
第一节 服饰的含义、功能与TPO原则.....	163
第二节 服装色彩、款式的搭配.....	166
第三节 服饰运用的礼仪要求.....	172
第四节 仪容修饰的基本常识.....	180
第九章 宴请及礼宾次序礼仪	189
第一节 宴请.....	189
第二节 礼宾次序礼仪.....	205
主要参考书目	218
后 记	220





第一章 公关礼仪概述

学习提示：“仓廩实而知礼节，衣食足而知荣辱”，随着中国不断地走向繁荣，礼仪规范要求已显得很重要，现代社会更加体现了“不学礼则不立”。大学生肩负着实现中华民族伟大复兴的历史使命，也是崇尚礼仪的引领者，在即将踏入工作岗位之际，有必要进一步梳理个人形象塑造的不足，才能促进个人事业的发展。本章就是通过对礼仪、公共关系、公关礼仪的介绍，使学生了解礼仪、公共关系与公关礼仪之间的关系，了解公关礼仪的职能、原则，明确公关礼仪对塑造个人职场形象的作用。

关键词：礼仪、公共关系、公关礼仪

第一节 礼仪

中国，素有“礼仪之邦”之称。礼仪作为中国传统文化重要组成部分，对中国社会历史发展起了广泛深远的影响，



其内容十分丰富。孔子曾经说过：“不学礼，无以立”。孟子曾说过：“君子以仁存心，以礼存心。仁者爱人，有礼者敬人。爱人者，人恒爱之，敬人者，人恒敬之”。荀子也说：“不学礼则不立，人无礼则不生，事无礼则不成，国无礼则不宁”。可见礼仪在社会中的重要性。

一、礼仪的含义

礼仪是“礼”和“仪”两个词的合成词。礼：指社会生活中由于风俗习惯而形成的为大家共同遵守的规范；表示尊敬的态度或言行等。仪：可指外表或举动，也指法度和准则；“仪”是“礼”的具体表现形式，它是依据“礼”的规定和内容形成的一套系统而完整的程序。

礼仪是指人们在社会交往中用以表示尊重、敬意、重视而形成的，并共同遵守的行为准则和规范；是以沟通思想、交流感情、表达心意、促进了解的一种交往形式，是人际交往中不可缺少的润滑剂和联系纽带。

礼仪既可以指在较大较隆重的场合为表示礼貌和尊重而举行的礼宾仪式，也可以泛指人们相互交往的礼节、礼貌。

二、礼仪的表现形式

礼仪有礼貌、礼节、仪式三种表现形式。

礼貌是指人们在相互交往的过程中表示敬重和友好的行为规范。人们在交往中互有礼貌，体现了人与人之间的尊重和友好，而且有助于调节人与人之间的相互关系，缓解和避



免不必要的个人冲突。

礼节是人们在日常生活、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惯用形式。礼节是礼貌在语言、行为、仪态等方面的具体表现形式。礼节的形式很多，如：握手、鞠躬、拥抱、接吻、点头致意、举手注目、打招呼等都属于礼节。

仪式是一种正式的礼节形式，是为表示礼貌和尊重在一定场合举行的、具有专门程序的、规范化的活动。如迎送仪式、签字仪式、授勋仪式、颁奖仪式、开幕式、闭幕式等。

礼貌是礼仪的基础，礼节是礼仪的重要组成，仪式是礼仪的重要载体。

文明社会的各种礼仪，最初是在祖孙、父母子女、兄弟姐妹、夫妻的关系中产生的，目的是为解决家庭交往中的关系问题。其内容大多是涉及人与人之间如何相处，如何与他人共同协调行为、共同运用和处理空间的。后来，礼仪才逐渐由家庭关系扩展到亲戚关系、朋友关系、邻里关系、工作关系等各种关系之中，最后才扩展到社会组织与公众的关系即公共关系之中。

三、礼仪的特点和作用

礼仪的特点具有四个方面。

1. 传统性

礼仪是人们在长期社会交往实践中逐步形成和发展起来的，是经过长期强化积淀的人际交往准则。其主要内容以约定的民风习俗、特定的文化为依据。对一个民族而言，它具

有代代相传不断丰富发展的特点。

2. 差异性

人类社会是一个多民族的社会，每个民族有自身行为习惯、生活方式和心理特征，会产生其特有的礼俗规范。不同民族的礼仪有着各自不同的特点，有一定的差异性。

3. 多样性

礼仪与人们的生活息息相关，人们生活的丰富多样和领域的扩大，决定了礼仪的多样性，涉及各方面礼仪内容。

4. 共通性

由于不同的地区、不同的民族是在一个相互不断开放的领域交往，在不断交流和传播过程中许多相近因素和融合同化的趋势，以至于越来越多的国家和地区使用相同的礼仪，成为国际通行的礼仪，使礼仪具有了共通性。

礼仪的作用在于：

1. 促进人类文明

礼仪使人与动物区别开来，中国古代礼仪首先就是要知“别”，就是要知自“别”于禽兽。后来从“别”男女、父子、长幼到“别”君臣，确定了等级差别和各自的行为准则与制度，建立起人际和社会交往的秩序。其次能“让”，能不能“让”成为人与禽兽、文明与野蛮的分界线。再次就是“克制”，要学会把本能的毫无节制进行克制，控制自己的感情和行为。这些都是人类文明的主要特征。

2. 建立社会秩序

中国古代礼制，礼仪起到确立尊卑有别、长幼有序的社会秩序的作用。统治者划定诸多符合“礼”的行为规范要求，人们严格遵守由自己社会地位所决定的规范内容，并在





相应等级中选择符合自己身份的礼仪。正是这些礼仪规定所形成的制度体系，建立了相对稳定的社会秩序和人伦关系。在现代社会，礼仪仍然起着一种建立良好社会秩序的作用，即按礼行事。

3. 提高道德修养

道德是一定社会调整人们之间以及人与社会之间相互关系的总和。礼仪就是道德的外在表现，社会道德决定并制约着礼仪的存在与发展，指导着人们的行为，调节人自身和外部世界的关系，要形成良好的礼仪就要提高道德修养。反过来，当大家都遵照礼仪去处世和待人接物后，就能表现出良好的修养和高尚的情操，从而促进人们整体道德修养水平的提高。

4. 减少人际矛盾

孟子曾说过“爱人者，人恒爱之，敬人者，人恒敬之”。与人相处，怎么对待他人以及如何看待他人的对待，取决于我们是否遵循礼仪，如果要改变他人待你的方式，首先必须改变你对他人的行为和方式，要向别人伸出友谊之手。礼仪就是向他人表示尊重和敬意，对他人的宽容、体谅和对自己的严于律己，在交往中就会起到缓解人际矛盾、避免不必要纠葛的作用。

第二节 公共关系

公共关系在20世纪初首先由美国提出。公共关系的英文是“Public Relations”，可缩写为“PR”。“Public”通常有两



种用法：一是作为形容词——公开的、公共的；二是作为名词——公众，中文译称“公共关系”中的“公共”一词包含了这两种含义。“Relations”为复数，意为“关系”。公共关系是现代社会的产物，随着商品经济和传播技术的发展，公共关系的社会作用也表现得日益明显，因此对它的研究也越来越广泛和深入，公共关系学科正是在此基础上产生的。改革开放后公共关系也成为引起中国社会关注的一个新热点内容。

一、公共关系的含义

由于公共关系在管理学科中历史较短，人们对公共关系的认识各有不同，这集中表现在公共关系的定义上，目前国外公共关系的定义不下几百种，较有代表性的有：

艾吉《大众传播学导论》的定义：“公共关系是一个公司或者机构为与它的各类公众建立有利于双方关系而采取的有计划、有组织的行为。”

《公共关系新闻》杂志的定义：“公共关系是一种管理职能，它评估公众的态度，检验个人或组织的政策、活动是否与公众的利益相一致，并负责设计与执行旨在争取公众理解与认可的行动计划。”

《大不列颠百科全书》的定义：“公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。”

美国博雅公关公司创始人夏博新（Harold Burson）被誉为“现代公共关系之父”，他说：“到底公关是什么？公关是认知管理；公关公司即‘认知管理公司’，公关人士即‘认

知管理者’。”

在国外流行的定义中，最有代表性的是美国公共关系研究和教育基金会哈洛博士的定义：“公共关系是一种独特的管理职能，它帮助一个组织和它的公众之间建立交流、理解、认可和合作关系；它参与各种事件的处理；它帮助管理部门了解公众的舆论，并对之做出反应；它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任；它帮助管理部门掌握情况的变化，并监视这些变化，预测变化的趋势，以使组织与社会变化同步发展；它以良好的、符合职业道德的传播技术和研究方法作为基本的工具。”

改革开放后国内公共关系学的学者在参考国外资料文献的基础上，根据我国公共关系的现实，也先后给出了公共关系的定义，其中较有影响的有：

王乐夫等主编《公共关系学》的定义：“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。它运用合理的原则和方法，通过有计划而持久努力，协调和改善组织机构的对内外关系，使本组织机构的各项政策和活动符合于广大公众的需求，在公众中树立起良好形象，以谋求公众对本组织机构的了解、信任、好感和合作，并获得共同利益。”

毛经权著《公共关系学》的定义：“公共关系是一个组织运用各种传播手段，在组织与社会公众之间建立相互了解和依赖的关系，并通过双向的信息交流，在社会公众中树立起良好的形象和声誉，以取得理解、支持和合作，从而有利于促进组织本身目标的实现。”

明安香著《公共关系——塑造形象的艺术》中的定义：“公共关系是用传播手段塑造组织自身良好形象的艺术。”



居延安主编《公共关系学》第二版中对公共关系的定义是：“公共关系是一个社会组织在运行中，为使自己与公众相互了解、相互合作而进行的传播活动和采取的行为规范。”

公共关系定义上出现众说纷纭的现象，说明公共关系的涉及面广，内容丰富，由于认识的角度不同，人们提出的定义所强调的侧面也各有差异。从以上这些定义可以得出：

广义上说，公共关系就是指社会组织与公众之间的相互关系。

狭义而言，公共关系是社会组织通过各种传播手段，与公众进行信息沟通交流，以协调关系，树立形象，促进社会组织更好地生存发展的管理行为。

它包含以下几层意思：

8 第一，公共关系是社会组织与公众之间的关系，其中社会组织是主体，公众是客体；

第二，主体与客体之间联系的纽带是传播活动，这种传播活动具有一定的行为规范；

第三，主体与客体之间是双向的信息交流关系，主体发布信息给客体，并不断地从客体那里得到信息反馈；

第四，主体是一个控制系统，它能够根据信息的反馈时刻调整自己的行为及其规范，以便同客体进行进一步的交流和合作，具有控制管理职能；

第五，作为传播活动和行为规范的公共关系具有明确的目的性，其目的是使社会组织与公众相互了解和相互合作，以利于社会组织在公众中树立良好的形象。其宗旨是内求团结，外谋发展。

