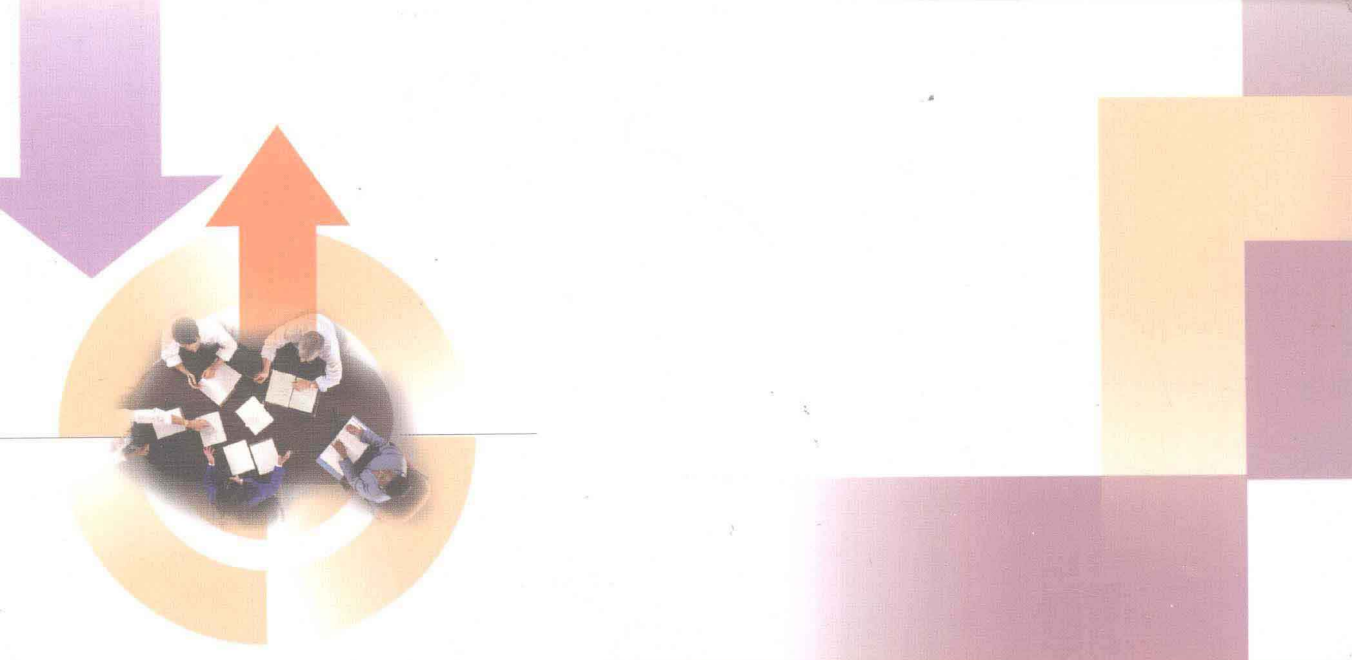




职业形象礼仪

实施素质教育 培养创新能力
提高礼仪修养 塑造职业形象

ZHIYE XINGXIANG LIYI

主 编 / 李 雪 饶静安



西南交通大学出版社
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

职业形象礼仪

主编 李 雪 饶静安

西南交通大学出版社

• 成 都 •

图书在版编目 (C I P) 数据

职业形象礼仪 / 李雪, 饶静安主编. — 成都: 西南交通大学出版社, 2010.8

ISBN 978-7-5643-0844-5

I. ①职… II. ①李… ②饶… III. ①商务—礼仪—基本知识 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 167198 号

职业形象礼仪

主编 李雪 饶静安

责任编辑	王 婷
特邀编辑	梁 红
封面设计	何东琳设计工作室
出版发行	西南交通大学出版社 (成都二环路北一段 111 号)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮 编	610031
网 址	http: //press.swjtu.edu.cn
印 刷	成都蓉军广告印务有限责任公司
成 品 尺 寸	185 mm×260 mm
印 张	15.875
字 数	395 千字
版 次	2010 年 8 月第 1 版
印 次	2010 年 8 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5643-0844-5
定 价	27.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

编委会名单

主 编：李 雪 饶静安

副主编：（按姓氏笔画排列）

任晓雷 吕晞梅

杨婷婷 赵齐阳

委 员：（按姓氏笔画排列）

文绍琼 王茂春 邓雪梅

刘 晓 刘 涌 张 焱

张译文 李 刚 李 鑫

李再有 杜胜君 赵 勇

赵丽君 赵奕奕 徐洪灵

前言

随着社会经济的发展和市场竞争的加剧，企业更加重视员工职业形象的塑造以及职业道德、能力和修养方面的提升，职业形象礼仪已经作为许多企业《员工职业化训练》培训课程的一个重要组成部分。

孔子说：“不学礼，无以应。不知礼，无以立。”荀子说：“人无礼则不生，事无礼则家大；身有礼则身修，心有礼则心泰。”这些前贤先哲的话表明了重视礼仪修养的意义。那么，什么是礼仪呢？简单地说，礼仪就是律己、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。清华大学彭林老师提出，在中国文化里，礼是博大精深的政治治民体系。无论是美好的治国治民的理念，还是和谐人际交往的原则，都是通过礼仪来体现的，也是通过礼仪来贯彻的。在现代企业管理实践中，职业形象的塑造事关我们在商务交往中的成败。

职业形象礼仪是一门综合性和应用性很强的学科。旨在通过对职业形象礼仪理论的学习，使学员在商务活动各环节和场合遵循一定的礼仪规范，从而达到各专业岗位的素质培养要求，具有较强的普遍应用性。

本课程的教学目的在于加强个人礼仪知识的学习，促进和运用社交礼仪，塑造良好的个人形象及组织形象，为今后从事工作奠定良好的基础，对学生职业能力的培养和职业素养的养成起着主要支撑作用。因此本书的编写指导思想和原则如下。

理论深入浅出：职业形象礼仪理论知识以学员“够用”为度，根据职业岗位“培养目标”为导向，以“知识训练、技能培养和素质拓展”为主线，阐明商务活动常用的礼仪知识和交往规范。

内容贴近实际：在内容的取舍上，我们在借鉴原有教程理论体系的基础上，尽量收集学习、生活和工作中礼仪案例，以丰富学员对职业形象礼仪的理解。

实践互动性强：职业形象礼仪课程，强调学以致用。因此本书在编写上每一章都有图片欣赏、案例分析、情景模拟、角色扮演、练习题等实训项目，加强学员对所学知识的掌握和运用。

本书由四川城市职业学院李雪、饶静安老师主编，赵齐阳、任晓雷、杨婷婷、吕晞梅为副主编。另外，参与本书各章节编写和校对的老师还有：王茂春、杨婷婷（第一章）；文绍琼、李再有（第二章）；刘晓（第三章）；赵奕奕、徐洪灵（第四章）；吕晞梅、邓雪梅（第五章）；刘涌、赵勇（第六章）；张焱、张译文（第七章）；李刚、李鑫（第八章）；赵丽君、杜胜君（第九章）。

本书编写过程中参考了众多专家、学者的著述，也结合了四川城市职业学院校企合作专

家委员会专家委员们的宝贵意见和建议，特别感谢四川白家食品有限公司刘成龙先生、合能集团李云霞女士、四川三和企业集团周唯薇女士、四川天璨文化传媒有限公司杨洋先生、成都致达企业管理咨询潘东林先生。感谢四川城市职业学院和来自企业一线的众多老师的编写、整理和校对。

由于职业形象礼仪知识内容丰富，涉及面广，我们主要结合商务活动中职业形象礼仪的塑造及社交礼仪进行了整理编写，加上编者知识与经验局限，书中错漏之处在所难免，恳请专家、学者及广大读者批评指正。

编者

2010年6月

目 录

第一章 职业形象礼仪概述	1
第一节 职业形象塑造	1
第二节 礼仪的起源与发展	4
第三节 职业形象礼仪的重要作用	7
思考练习	8
第二章 职业形象礼仪基础	9
第一节 仪容礼仪	9
第二节 仪表礼仪	26
第三节 仪态礼仪	39
第四节 交谈礼仪	53
思考练习	56
第三章 客户接待与拜访礼仪	62
第一节 办公室礼仪	62
第二节 位次顺序礼仪	74
第三节 客户接待礼仪	79
第四节 拜访礼仪	81
第五节 馈赠礼仪	83
第六节 我国主要贸易伙伴国拜访礼仪	87
思考练习	91
第四章 商务会议礼仪	95
第一节 商务会议概述	95
第二节 商务会议接待服务	96
第三节 商务谈判礼仪	102
第四节 新闻发布会	108
第五节 茶话会	110
思考练习	112
第五章 商务宴请礼仪	115
第一节 商务宴请概述	115
第二节 中餐宴请礼仪	122
第三节 西餐宴请礼仪	128

第四节 自助餐礼仪	137
第五节 其他饮品礼仪	142
思考练习	150
第六章 特定的商务活动礼仪	154
第一节 庆典礼仪	154
第二节 签字仪式	159
第三节 开业庆典	164
第四节 剪彩仪式礼仪	166
第五节 交接礼仪	168
第六节 展览会礼仪	171
思考练习	176
第七章 服务礼仪	180
第一节 服务礼仪概述	181
第二节 饭店服务礼仪	183
第三节 销售服务礼仪	195
思考练习	203
第八章 求职面试礼仪	208
第一节 求职信及个人简历	208
第二节 面试过程中的礼仪规范	211
第三节 面试原则及问答	212
第四节 面试着装及仪表	212
思考练习	213
第九章 外事礼仪	217
第一节 外事礼仪的国际惯例	218
第二节 外事接待礼仪	219
第三节 舞会礼仪	221
第四节 商务旅行礼仪	224
第五节 各国礼仪习俗	230
思考练习	240
附录：礼仪规范小常识	243
参考文献	245



第一章 职业形象礼仪概述

【知识训练目标】

1. 熟悉职业形象塑造；
2. 了解礼仪的起源与发展；
3. 职业形象礼仪的重要作用。

【技能培养目标】

1. 熟悉职业的分类，加强自身职业道德修养，塑造良好的职业形象；
2. 掌握礼仪的内涵，以及职业形象礼仪的原则。

【素质拓展目标】

1. 语言能力；
2. 理解能力；
3. 沟通能力。

【案例导入】

员工职业形象是公司向客户和公众传达自己的专业水准和形象的重要途径。成都百都科技有限公司的黄敏刚刚应聘到该公司人力资源部负责培训工作，部门经理让她组织一次新进员工的职业形象礼仪培训。请问她该如何组织这次培训？设计哪些职业形象礼仪方面的内容呢？

第一节 职业形象塑造

古人云：“不学礼，无以应；不知礼，无以立”。一个人是否懂礼仪，会影响到与他人和谐相处，会影响到一个组织、一个国家的形象。一流的企业，一定具有一流的企业形象。调查研究表明：企业形象的上升或下降，对企业销售额的变化有着重要的影响，客户明显喜欢购买那些公众形象良好的企业的产品。而个人形象，作为企业形象的一个重要组成部分，它不是个性的，它承担着对一个组织的印象。它是与客户沟通的工具，并在很大程度上影响着企业的发展。良好的个人形象对客户传递一种信息，即优质的产品与卓越的服务，而这种信

息传递的结果就是客户信任度的明显提升。杰克·韦尔奇等世界杰出的企业领导人，无不将自己的形象视为公司的品牌，无不重视企业员工的礼仪素养和职业形象。

在竞争日趋激烈的今天，越来越多的企业和员工认识到职业形象礼仪对企业形象和个人形象的重要性，却又有很多困惑，不知该如何操作：什么是职业形象？什么是礼仪？什么是商务礼仪？在客户接待与拜访过程中应如何与客户沟通、如何给客户留下完美的第一印象？如何进行自我形象设计？在重要而隆重的场合应该如何包装自己等问题越来越使人困惑。

塑造良好的企业公众形象和个人形象有助于赢得客户的好感，使企业在竞争中脱颖而出。掌握各类商务活动和职场生活的必备礼节，增强自信，从容应对各种社交场合，可以推动事业成功。职业形象的塑造更强调以人为本，追求人际交往的和谐顺利。

一、职业的概念及分类

职业是参与社会分工，利用专门的知识 and 技能，为社会创造物质财富和精神财富，获取合理报酬，作为物质生活来源，并满足精神需求的工作。

根据我国不同部门公布的职业分类标准，我国职业分类主要有以下两种类型。

(1) 根据国家统计局、国家标准总局、国务院人口普查办公室 1982 年 3 月公布，供第三次全国人口普查使用的《职业分类标准》。即 8 大类、64 中类、301 小类。其中 8 个大类的排列顺序是：第一，各专业、技术类人员；第二，国家机关、党群组织、企事业单位的负责人；第三，办事人员和有关人员；第四，商业工作人员；第五，服务性工作人员，第六，农林牧渔劳动者；第七，生产工作、运输工作和部分体力劳动者；第八，不便分类的其他劳动者。在八大类中，第一、二大类主要是脑力劳动者，第三大类包括部分脑力劳动者和部分体力劳动者，第四、五、六、七大类主要是体力劳动者，第八类是不便分类的其他劳动者。

(2) 国家发展计划委员会、国家经济委员会、国家统计局、国家标准局批准，于 1984 年发布，并于 1985 年实施的《国民经济行业分类和代码》。这项标准主要按企业、事业单位、机关团体和个体从业人员所从事的生产或其他社会经济活动的性质的同一性分类，即按其所属行业分类，将国民经济行业划分为门类、大类、中类、小类四级。门类共 13 类：① 农、林、牧、渔、水利业；② 工业；③ 地质普查和勘探业；④ 建筑业；⑤ 交通运输业、邮电通信业；⑥ 商业、公共饮食业、物资供应和仓储业；⑦ 房地产管理、公用事业、居民服务和咨询服务业；⑧ 卫生、体育和社会福利事业；⑨ 教育、文化艺术和广播电视业；⑩ 科学研究和综合技术服务业；⑪ 金融、保险业；⑫ 国家机关、党政机关和社会团体；⑬ 其他行业。

二、职位、工作、职业、职业生涯的区别

(1) 职位 (Professional Position) 是和分配给个人的一系列具体任务直接相关的。因此，职位和参与工作的个人相对应，有多少参与工作的个人，就有多少个职位。例如，小张是某俱乐部足球队的前锋。

(2) 工作 (Job) 是由一系列相似的职位所组成的一个特定的专业领域。例如，前锋。

(3) 职业 (Occupation) 是在不同的专业领域中一系列相似的服务。例如, 运动员是一种职业。

(4) 职业生涯 (Career), 这个概念的含义曾随着时间的推移发生过很大的变化。在 20 世纪 70 年代, 职业生涯专指个人生活中和工作相关的各个方面。随后, 又有很多新的意义被纳入到“职业生涯”的概念中, 其中甚至包含了生活中关于个人、集体以及经济生活的方方面面。从经济的观点来看, 职业生涯就是个人在人生中所经历的一系列职位和角色, 它们和个人的职业发展过程相联系, 是个人接受培训教育以及职业发展所形成的结果。

三、职业道德

所谓职业道德, 就是同人们的职业活动紧密联系的符合职业特点所要求的道德准则、道德情操与道德品质的总和, 它既是对本职人员在职业活动中行为的要求, 同时又是职业对社会所负的道德责任与义务。

职业道德的涵义包括以下八个方面:

- (1) 职业道德是一种职业规范, 受社会普遍的认可。
- (2) 职业道德是长期以来自然形成的。
- (3) 职业道德没有确定形式, 通常体现为观念、习惯、信念等。
- (4) 职业道德依靠文化、内心信念和习惯, 通过员工的自律实现。
- (5) 职业道德大多没有实质的约束力和强制力。
- (6) 职业道德的主要内容是对员工义务的要求。
- (7) 职业道德标准多元化, 代表了不同企业可能具有不同的价值观。
- (8) 职业道德承载着企业文化和凝聚力, 影响深远。

日本当代礼仪专家松平靖彦先生在日本全国社出版的《正确的礼仪》一书中认为: “礼仪是人们在日常生活中为保持社会正常秩序所需要的一种生活规范……礼仪本身包含了人们在社会生活中应予遵守的道德和公德, 人们只有不拘泥于表面的形式, 真正使自己具备这种应有的道德观念, 正确的礼仪才得以确立。”这是从礼仪和道德的相互关系上来揭示礼仪的本质。

每个从业人员, 不论是从事哪种职业, 在职业活动中都要遵守职业道德。

四、职业形象

职业形象是指在职场中公众面前树立的印象, 具体包括外在形象、品德修养、专业能力和知识结构这四大方面。它是通过衣着打扮、言谈举止反映出专业态度、技术和技能等。

职业形象需要严格恪守一些原则性尺度。其中最为关键的就是职业形象要尊重区域文化的要求, 不同文化背景的公司肯定对个人的职业形象有不同的要求, 绝对不能我行我素破坏文化的制约, 否则受损的永远是职业人自己。其次, 不同的行业、不同的企业, 因为集体倾向性的存在, 只有在你的职业形象符合主流趋势时, 才能促进自己职业的升值。



1. 职业形象与职业气质

职业形象是个人职业气质的符号，有些人对深色调的一贯喜爱，体现了他沉稳的个性；经常性地身着艳丽颜色或对比强烈的服装，可以展现激情四溢的作风；浅浅的素色的衣着似乎在告诉人们善于调节自己的工作模式；一丝不苟的服装款式预示着严谨态度，层层装饰的外表揭示着求新求变的心态……

我们日常接触到的种种形象特点，就像标点符号写在每个职业人的脸上、身上，是个人职业生涯的标点，对职业成功有着重大意义。

职业形象要达到几个标准：与个人职业气质相契合、与个人年龄相契合、与办公室风格相契合、与工作特点相契合、与行业要求相契合。个人的举止更要在标准的基础上，在不同的场合采用不同的表现方式，在个人的装扮上也要做到在展现自我的同时尊重他人。

职业形象就像个人职业生涯乐章上跳跃的音符，合着主旋律会给人创意的惊喜和美好的感觉，脱离主旋律的奇异会打破已有的和谐，给自己的职业发展带来负面影响。

2. 职业形象与职业成功

职业形象和个人的职业发展有着密切的关系。

（1）个人的人性特征特质通过形象表达，并且容易形成令人难忘的第一印象。第一印象在个人求职、社交活动中会起到很关键的作用。特别是许多人力资源部门在招聘员工时，对应聘者职业形象的关注程度要远远高于我们的估计。甚至许多公司在面试中对职业形象方面关注的比重也很大。因为他们认定，那些职业形象不合格、职业气质差的员工不可能在同事和客户面前获得高度认可，极有可能令工作效果大打折扣。

（2）职业形象强烈影响个人业绩。首当其冲的就是业绩型职业人，如果自己的职业形象不能体现专业度，不能给客户带来信赖感，所有的技巧都是徒劳，特别是对一些进行非物质性销售工作的职业人，客户认可更多的是职业人本身，因为产品对他们来说是虚的。即使是人力资源部门的人，如果在和政府机关、事业单位、合作伙伴打交道过程中，职业形象欠佳，极有可能把良好的合作破坏。

（3）职业形象会影响个人晋升几率。获得上司的认可是晋升的核心要素之一，如果因为在上司面前职业形象问题导致误会、尴尬甚至引发上司厌恶，业绩再好也难有出头之日。如果在同事同级层面上因为职业形象问题导致离群、被孤立、被排斥，那么晋升几乎无望。

第二节 礼仪的起源与发展

一、西方礼仪的由来

在欧洲，“礼仪”一词最早见于法语的“*etiquette*”，原意是“法庭上的通行证”。

作为法庭，无论是在古代还是在现代，为了展示司法活动的威严性，保证审判活动能够合法有序地进行，总是既安排得庄严肃穆，又要求所有进入法庭的人员必须严格地遵守法庭



纪律。例如，按照中华人民共和国刑事诉讼法和人民法院组织法等法规规定，为了保证法庭的特有气氛和特殊秩序，开庭之前应由书记员当庭宣读法庭纪律。这些纪律包括：不准大声喧哗，未经审判长许可不准提问，未经法庭许可不准摄影、录像，等等。古代的法国法庭也有类似的规定，不过它不是当庭宣读，而是将其写在或印在一张长方形的“etiquette”即通行证上，发给进入法庭的每一个人，作为其入庭后必须遵守的规定或行为准则。

由于在社会交往中，人们也必须遵守一定的规定和准则，才能体现人之所以为人的特有风范，才能保证文明社会得以正常维系和发展，所以，当“etiquette”一词进入英文后，便有了“礼仪”的含义，意即“人际交往的通行证”。后来，经过不断的演变和发展，“礼仪”一词的涵义逐渐变得明确起来，并独立出来。

二、我国礼仪的起源与发展

中国作为一个具有悠久文化的文明古国，素有“礼仪之邦”之美称。

礼仪起源于春秋战国时期，孔子是我国历史上第一位礼仪学专家，他把“礼”作为治国安邦的基础。他主张“为国以礼”“克己复礼”，并积极倡导人们“约之以礼”，做“文质彬彬”的君子。孟子也重视“礼”，并把仁、义、礼、智作为基本的道德规范。他还认为“辞让之心”和“恭敬之心”是礼的发端和核心。荀子则比孟子更重视“礼”，他著有《礼论》，论证了“礼”的起源和社会作用。他说：“礼者，人道之极也。”把礼看作做人的根本目的和最高理想，把识礼、循礼与否作为衡量人的贤愚和高低贵贱的尺度。因而他强调：“人无礼则不生，事无礼则不成，国无礼则不宁。”管仲则把“礼”看作人生的指导思想和维持国运的支柱。他说：“礼义廉耻，国之四维，四维不张，国乃灭亡。”从这些思想家的言论中，不难看出，礼仪是适应调节人际关系的需要而产生和发展的。

礼仪的起源，可以追溯到久远的过去。应当说，在中华民族掀开历史第一页的时候，礼仪就伴随着人的活动，伴随着原始宗教而产生了。礼仪制度正是为处理人与神、人与鬼、人与人这三大关系而制定出来的。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。实际上礼仪可分为政治与生活两大部类。政治类包括祭天、祭地、宗庙之祭，祭先师先圣、尊师乡饮酒礼、相见礼、军礼等。生活类包括五祀、高谋之祀、雉仪、诞生礼、冠礼、饮食礼仪、馈赠礼仪等。这是对我国古代礼仪的总结汇编，对后世人们的行为规范、人际交往以及社会公德的形成，都产生了极大的影响。

“礼仪”一词，很早就被作为典章制度和道德教化使用。在古汉语中，“礼”主要包含三层意思：

(1) 我国奴隶社会和封建社会的等级制度，以及与之相适应的一整套礼节仪式。如《论语·为政》：“殷因于夏礼，其损益，可知也”。《礼记·曲礼上》：“礼不下庶人，刑不上大夫。”

(2) 表示尊敬和礼貌。《左传·襄公二十二年》：“执事不礼于寡君”（执事：指晋国国君。寡君：指郑国国君）。

(3) 礼物，即赠送的物品。《晋书·陆纳传》：“及受礼，唯酒斗，鹿肉一”。

现代文豪梁实秋先生在其《秋室杂文·谈礼》中说：“礼是一套法则，可能有官方制定的



成分在内,亦可能有世代沿袭的成分在内,在基本精神上还是约定俗成的性质,行之既久,便成为大家公认的一套规则。

“仪”既指容貌和外表,又指礼节和仪式。

在现代社会,与“礼”相关的词有礼貌、礼节、礼仪。“仪”指仪容、仪表、仪态、仪式。礼,本意为敬神,引申为尊敬、尊重。仪,是指形式(外在的东西,如仪容仪表、言行举止、待人接物的程序和方式等)。

礼仪是一种行为规范和行为模式,必须是大家都共同遵守的准则,意义在于实现人际关系的和谐。礼仪是对礼节、仪式的统称。它是指人际交往中,自始至终地以一定的、约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的完整行为,或人际交往中的交际方式或交际方法。

礼貌指人际交往中,通过语言、动作、向交往对象表示谦虚、恭敬。它侧重人的品质和素养。如一个微笑、一声问候。

礼节是指人际交往中,相互表示尊重、友好的惯用形式。具体表现形式为相互表示尊重、祝颂、问候、致意、致谢、哀悼、慰问以及给予必要的协助与照料,还有作揖、跪拜、握手、双手合十、拥抱、亲吻等。

礼仪涵盖了礼貌和礼节,礼仪在层面上高于礼貌、礼节,其内涵更深、更广,实际上是由一系列的具体的、表现礼貌的礼节所构成,礼貌是礼节的基础,礼节是礼仪的基本组成部分。

三、礼仪的特征

1. 认同性

一般来说,礼仪代表一个国家、一个民族、一个地区的文化习俗特征。但也有不少礼仪是全世界通用的,具有全人类的共同性。比如,问候、打招呼、礼貌用语、各种庆典仪式、签字仪式等,大致是世界通用的。它是全社会的约定俗成、共同认可、普遍遵守的准则。

礼仪的认同性,主要源于经济的共同性必然导致礼仪的变化。比如现代经济的快节奏、高效率使现代礼仪向简洁、务实方向发展。共同的文化涵育了共同的礼仪。它表明社会中的规范和准则,必须得到全社会的认同,才能在全社会中通用。

2. 规范性

规范性体现为具体的交际行为本身所反映的实质是一种被广泛认同的社会价值取向和对他人的态度。无论是具体言行还是具体的姿态,均可反映出行为主体的包括思想、道德等内在品质和外在的行为标准。

3. 广泛性

礼仪在整个人类社会的发展过程中普遍存在,并被人们广泛认同。礼仪无处不在,礼仪无时不在。

4. 沿习性

礼仪形成本身是个动态发展过程,是在风俗和传统变化中形成的行为规范。在这种发展变化中,表现为一种继承和发展。礼仪一旦形成,就有一种相对独立性。我们今天的礼仪形就是从昨天的历史中继承下来的,有不少优秀的还要继续传承下去。而那些封建糟粕,则逐渐被抛弃。



社会交往的扩大, 各国民族的礼仪文化都会互相渗透, 尤其是西方礼仪文化引入中国, 使中华礼仪在保持传统民族特色的基础上, 发生了更文明、更简洁、更实用的变化。

第三节 职业形象礼仪的重要作用

职业形象礼仪亦称商务礼仪或社交礼仪, 它指的是公司或企业的商务人员在商务活动中, 为了塑造个人和组织的良好形象, 对交往对象表示尊敬与友好的规范或程序, 是社会各界人士在一般性的交际应酬之中所应当遵守的礼仪, 它包括商务礼节和仪式两方面的内容。

职业形象礼仪是在商务活动中体现相互尊重的行为准则。其核心作用是为了体现人与人之间的相互尊重, 即商务活动中对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。在商务交往中, 要注重艺术, 要讲究沟通技巧, 如说话多赞美, 善于肯定对方(对同事的评价); 还应该注意日常行为规范, 教养体现细节, 细节表现教养。

一、职业形象礼仪的原则

所谓 3A 原则, 是职业形象礼仪的立足资本, 是美国学者布吉尼教授提出来的。3A 原则强调在商务交往中处理人际关系最重要的并且需要注意的问题。我国著名的礼仪专家金正昆教授将其称为“向交往对象表示尊重和友好的三大途径”。

1. Accept (接受对方)

在商务交往中不能只见到物而忘掉人, 强调人的重要性, 要注意人际关系的处理, 不然就会影响商务交往的效果。接受对方, 宽以待人, 不要难为对方, 让对方难看, 客人永远是对的。比如在交谈时有“三不准”: ① 不要打断别人; ② 不要轻易地补充对方; ③ 不要随意更正对方, 因为事物的答案有时不止一个。

2. Appreciate (重视对方)

欣赏对方, 要看到对方的优点, 不要专找对方的缺点, 更不能当众指正。重视对方的技巧: 一是在人际交往中要善于使用尊称, 如对方有行政职务或技术职称时应称呼其职务; 小姐、夫人、先生等为泛尊称; 二是记住对方, 比如接过名片要看, 尽量记住对方, 实在记不住哪怕点点头也不要张冠李戴(见图 1.1)。

3. Admire (赞美对方)

要善于发现并善于欣赏对方的长处, 对交往对象应该给予的一种赞美和肯定, 懂得欣赏别人的人实际上是在欣赏自己。赞美对方也有技巧: 一是实事求是, 不能太夸张; 二是适应对方, 要夸到点子上。



图 1.1 重视对方

二、职业形象礼仪的作用

职业形象礼仪的作用具体表述为三个方面。

1. 提高商务人员的个人素质

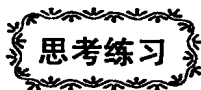
市场竞争最终是人员素质的竞争，商务人员的素质就是个人的修养和个人的表现。教养体现于细节，细节展示素质。所谓个人素质就是在商务交往中待人接物的基本表现。如在外人面前不吸烟、不在大庭广众前喧哗。

2. 有助于建立良好的人际沟通

交往中不懂礼貌，不懂规矩，有时会把事情处理得不尽如人意。如秘书接听找老总的电话而老总不在时，先告知对方要找的人不在，再问对方是谁、有何事情。拜访别人要预约，且要遵时守约，提前到可能会影响别人的安排或正在进行的事宜。

3. 维护个人和企业形象

商务礼仪最基本作用是“减灾效应”，即少出洋相、少破坏人际关系，遇到不知道的事情，最稳妥方式是紧跟或模仿，以静制动。如西餐宴会上女主人是第一次序，女主人就座其他人才才能就座，女主人用餐巾表示宴会开始，女主人拿起刀叉其他人才可以吃，女主人把餐巾放在桌子上表示宴会结束。



1. 什么是职业道德？
2. 什么是礼仪？礼仪有哪些特征？
3. 什么是职业形象礼仪？
4. 举例说明职业形象礼仪的 3A 原则。
5. 大学生向职业人转变，应该如何树立自己的职业形象？



第二章 职业形象礼仪基础

【知识训练目标】

1. 熟悉仪容、仪表、仪态礼仪；
2. 掌握交谈礼仪。

【技能培养目标】

1. 学会仪容礼仪，掌握面部基础护理、头发的修饰、化妆技巧等；
2. 掌握仪表礼仪，学会职业着装以及了解其基本原则；
3. 掌握正确的仪态礼仪，包括站姿、坐姿、走姿、蹲姿，以及眼神运用；
4. 学会交谈礼仪，增强人际沟通能力。

【素质拓展目标】

1. 组织能力；
2. 策划能力；
3. 沟通能力；
4. 理解能力。

【案例导入】

大学毕业的刘芳刚入职白家食品公司，该公司将和上海的客戶进行商务洽谈，刘芳将作为公司的代表出席洽谈会。作为商务人员的刘芳应在个人的仪容、仪表、仪态方面注意哪些问题？

第一节 仪容礼仪

仪容，通常是指人的外观、外貌。其中的重点，则是指人的容貌。在人际交往中，每个人的仪容都会引起交往对象的特别关注，并将影响到对方对自己的整体评价。三国时期曹操曾经这样说过，“君子整其衣冠，尊其瞻视，何必蓬头垢面然后为贤？”这句话的意思是说，即使是谦谦君子，也要使其衣冠整齐，使与瞻视有关的内容看上去令他人感到受尊敬。