

## <<公关礼仪>>

### 图书基本信息

书名：<<公关礼仪>>

13位ISBN编号：9787550213746

10位ISBN编号：7550213747

出版时间：2013-6

出版单位：北京联合出版公司

作者：金正昆

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;公关礼仪&gt;&gt;

## 前言

现代礼仪，不同的领域，不同的对象，都有不同的讲究。

一般而论，现代礼仪可以分成以下五大板块。

其一，政务礼仪。

它是国家机关工作人员、国家公务员在执行国家公务、为人民服务时所讲究的礼仪。

其二，商务礼仪。

它是企业的从业人员在商务交往中所讲究的礼仪。

其三，服务礼仪。

它是服务行业从业人员——酒店、餐厅、旅行社、银行、保险公司、医院等单位的从业人员，在其工作中所讲的礼仪。

其四，社交礼仪。

它是人们在工作之余的公众场合，在其迎来送往、私人交往中所讲的礼仪。

其五，国际礼仪。

它是我们中国人和外国人打交道时所要讲究的礼仪。

之所以要把政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪和国际礼仪分类介绍，主要是想说明什么呢？

想要说明的是：它们有不同的适用对象，你不可能以不变应万变。

我们举一个例子，中国人吃饭有一个习惯：给别人夹菜。

一般的社交场合我们经常受到这种厚待，长辈要给晚辈夹个菜，主人要给客人夹菜，以示那种谦让和友善。

恐怕各位都曾经受到过这种待遇，比如爹妈和老前辈给我们夹一筷子菜，礼让给你。

但国际礼仪是绝不允许此举的。

国际礼仪讲究的是：让菜不夹菜。

为什么？

道理很简单。

换成另外一个角度，你又不知道我是谁，你又不知道我爱吃什么，你凭什么给我夹菜。

不是讲尊重吗？

尊重别人，就是要尊重别人的选择。

你给我夹的那筷子菜，万一我不愿意吃呢？

有一次，我就非常倒霉。

我肠胃不太好，不爱吃比较寒的东西。

那天被一个同志请吃大闸蟹，他一会儿给我来一只，夹过来我就得吃。

然后再给我夹一只，我又吃了。

他连着让我吃了三只，我被他弄得连续一个星期胃痛。

他给你夹了菜，你没办法不吃。

这还算好的，还有更差劲的。

有人拿自己的筷子给你夹，还把筷子先在嘴里“处理”一下，等于给你派送一口唾沫，你说恶心不恶心？

！

不同的地方，是有不同的讲究的。

如果彼此是熟人、自己人，就不讲这个。

比如两个青年男女在谈恋爱呢，人约黄昏后，两人在属于自己的二人世界里一块儿说悄悄话，吃悄悄饭去了。

那女孩子夹了一筷子菜，含情脉脉，给男朋友递过来了。

可以想象那位帅哥当时会是什么感觉，他恐怕恨不得把筷子都吃了！

此刻，他绝对不会要求对方出示健康证书之类的，那是没道理的。

所以这里就要加以说明，礼仪它有自己特定的适用范围、适用对象，你不能弄错了。

## &lt;&lt;公关礼仪&gt;&gt;

究竟什么时候需要我们讲究礼仪呢？

大体上在以下三种情况下要讲究礼仪。

第一，初次交往。

第一次打交道时，你要给人留下好的印象。

你初次跟别人打交道，他不知道你姓甚名谁。

比如，我现在跟各位在一块儿交往，我们假定要在这儿交往十天、八天，您知道我是一位礼仪专家，是一位大学教授，有的时候我随便点，这叫不见外。

又如，你是我家孩子，或者是我晚辈，我给你夹一筷子菜，那我是看得起你，这个你挺高兴的。

但我们彼此如果是不认识呢？

不认识的话，上来给你夹菜，是不是有点不合适？

所以初次交往要讲礼仪。

第二，因公交往。

两国交兵各为其主。

公事公办，有助于拉开距离。

跟外单位、外行业的人打交道，即便是熟人也要讲礼仪，那样做有助于更好地进行公务交往。

在因公交往之中，不能不讲究礼仪。

第三，涉外交往。

“十里不同风，百里不同俗”。

和外国客人打交道，有的时候你要不讲国际礼仪那就麻烦了。

比如，北京的市花是月季和菊这两种花。

逢年过节，尤其国庆前后都要用菊花装点国庆的北京。

京城那时到处是菊花。

但是有国际交往经验的人都知道，不少外国客人是比较忌讳菊花的，尤其是西方客人。

在西方文化中，菊花往往是死人专用的。

他们把它叫做妖花，叫葬礼之花。

如果来了外国客人，你给他送了一盆菊花，那就等于是为他送葬。

在西方，菊花往往在墓地摆放。

你给他送一盆菊花，或放他家里去了，那怎么行？

！

所以，在涉外交往中，我们一定要讲国际礼仪。

国际礼仪，其实就是人们在国际社会中所必须恪守的有关交际往来的“交通规则”。

那么，我们为什么要学习礼仪、运用礼仪？

学习礼仪、运用礼仪，简而言之，通常具有以下三大作用：第一个作用，内强素质。

作为现代人，你跟别人打交道也好，你要做好本职工作也好，恰到好处地展示自己的素质都是非常重要的。

教养体现于细节，细节展示素质。

言谈、话语、举止行为，其实都是个人的素养问题。

荀子曾说：“礼者，养也”，就是此意。

比如，个别国人，在国际交往中和正式场合往往不修边幅，那么有的时候就影响形象。

有的同志在你对面一坐，习惯性地顺手把裤腿往上一拉，露出一条“飞毛腿”，这个顶多说明他发育正常。

还有同志按着鼻孔，一下就把鼻涕之类发射出去了。

我还见过最高境界，他不发射，自己消化，他一下就把那个东西咽下去了。

这样的人并不多，但是说实话，如果你要遇到其中的一位，您说他的个人素质如何？

在国际交往中，上述那样的同志往往会影响国家形象，影响民族形象，也影响我们的地方形象。

因为任何一个中国人到外国去了，在公众场合擤了一下鼻子，别人可能就说那是中国人擤鼻涕，说那是北京人擤鼻子，甚至说那是某单位、某部门的人擤鼻子！

## <<公关礼仪>>

总之，我们的个人形象其实代表着组织形象，我们的个人形象代表着国家形象、产品形象和服务形象

。第二个作用，外塑形象。

在国际交往中也好，在国内交往中也好，员工的个人形象，就是代表组织形象，就是代表产品和服务形象。

有鉴于此，我们一定要时刻维护好自身形象。

## <<公关礼仪>>

### 内容概要

《公关礼仪》由知名礼仪专家金正昆教授根据多年社交经验与研究精心撰写。公关礼仪在企业的公共关系、形象宣传、品牌推广和市场营销领域正发挥着越来越重要的作用。她是促销活动的纽带，是连接“客户—消费者—市场”的桥梁。

如何发挥公关礼仪在企业经营活动中的作用？  
如何确保企业营销活动的顺利进行？  
如何根据公关礼仪活动的要求和目标，培养合格的公关人员？

《公关礼仪》从公关礼仪的常识入手，逐层深入解析公关的密码——礼仪，揭示公关礼仪的重要性。

## <<公关礼仪>>

### 作者简介

金正昆，中国人民大学国际关系学院外交系教授，礼仪与公共关系研究中心主任，中国人民公安大学等多所院校兼职教授。

作为中国礼仪泰斗、中国2008年奥运会礼仪顾问、2011年西安世界园艺博览会礼仪大使、CCTV—10《百家讲坛》礼仪专栏撰稿人，多次在中视、中广电台等几十家知名媒体礼仪节目中担任主讲嘉宾。

个人正式出版专著、教材12部，多部作品成为国家教育部“十一五”规划教材。

## <<公关礼仪>>

### 书籍目录

绪论礼仪就在你身边 第1篇公关概述 第2篇有效沟通 第3篇阳光心态 第4篇修饰形象 第5篇得体着装 第6篇西装成规 第7篇礼宾接待 第8篇会面礼节 第9篇排列位次 第10篇拍照摄像 第11篇馈赠礼品 第12篇安排宴会 第13篇享用西餐 第14篇出席舞会 第15篇国际交往 后记

## &lt;&lt;公关礼仪&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：什么是社会公众？

我先给大家举个例子。

比如，我要办一个冷饮店，那么首先要明白我的冷饮是卖给谁喝的，我不可能把我的冷饮说得天花乱坠，说什么饮用它之后，其美妙的感觉令人难以言表，仅仅是那样是没有人会买的。

我是一个作家，我创作了一本小说，那么我的读者是谁，我一定要非常明确。

如果我是一名服装设计师，那么我这套服装设计出来是供模特儿表演用的模特秀呢，还是给一般群众穿着的呢，我也要非常的清楚。

从以上这些例子，大家可以知道，我首先考虑的就是我的信息接收者是谁，我的行为的接受者是谁，他们可采用一个特殊讲法就是公众。

和我这个组织有密切关系的人，并不是指广义上的人民大众，而是指某些与这个社会组织有一定关系的人，诸如供、产、销、售、顾客等等。

介乎这二者之间的就是传播。

在现代社会中，传播的作用是非常巨大的。

传播有个体传播，有群众传播，还有大众传播。

公共关系一般对大众传播的利用非常重视。

因为大众传播在现代社会中起着非常重要的作用。

我们将其称为设置议题，或者叫做话语权。

也就是说，在现代社会，媒体发挥着这样一个作用：它就是能够制造一个话题，并因此而引导舆论、引导民意。

举个例子，你说现在著名的歌曲是什么，谁是著名的歌星，谁是著名的球星，什么样的食物最好吃，哪种时装的款式最时尚，什么旅游景点最好玩啊？

是谁告诉你的？

谁来告诉你，你才会相信？

一般而言，大众传播媒介告诉你的你才会相信。

金教授我告诉你大概也可能相信，我现在所做的工作也是一种传播，只不过这是一种个体传播，那是因为我的社会地位，导致了我这个传播容易被大家所接受。

换而言之，如果到了另外一个场合，你不知道我的社会身份，会相信我的话吗？

你坐地铁的时候，别人说的话你会相信吗？

你到朋友家串门的时候，大家一块儿吹牛说的话，你会相信吗？

你未必会相信。

在正常情况下，人们对大众传播是比较相信的，因为大众传播有其权威性。

有鉴于此，一个社会组织在发展到一定阶段的时候，对传播和公众的问题是非常重视的。

它要利用传播和公众进行互动，这就构成了公共关系。

我要强调的是，这里讲的社会组织，是一种广泛意义上的社会组织。

它既可能是个体，也可能是群体。

这个群体不仅仅包括企业，也包括学校、民众团体、政府乃至国家。

在现代社会中国家、政府、公司、企业乃至学校和民众团体，都有塑造形象的任务。

以政府为例，大家都应该注意到了：在2003年春夏之交，中国内地遭遇不幸，SARS来临。

当时因为是天灾，而且是突如其来的天灾，一时之间上下左右都出现了一个问题，就是防范不足、预警机制不完善，应对措施一开始不够得体。

面对这样的情况，党和政府及时调整了对策，采用强有力的措施，把它提升到中国经济能不能持续发展、中国社会能不能持续稳定、中国的国家形象能不能赢得国际社会信赖的问题上去考虑。

为此，采取了强有力的措施。

当时不但举行了好多的新闻发布会，还有一些领导人，到各个大学校进行指导、慰问，同时还采取了非常有利的措施，制止了SARS的蔓延。



<<公关礼仪>>

结果是SARS来得很快，走得也很快。

## &lt;&lt;公关礼仪&gt;&gt;

## 后记

近来，我的谈话体礼仪著作相继出版。

根据出版社反馈给我的消息，它们得到了广大读者的充分肯定。

其中的证据之一，就是它们均已再版。

现在，应出版社与广大读者的要求，我对自己有关礼仪讲座、报告的记录稿进一步进行了修改、补充与调整，并汇集其中的一部分作为《公关礼仪》一书交付出版，希望它能够继续得到广大读者的支持与关注。

从总体上讲，《公关礼仪》一书具有以下三个特点：其一，它依旧是一部有关现代礼仪的谈话体著作。

就体裁而言，它与我的其他礼仪著作并无任何本质上区别。

在写作风格上，他们是统一的。

其二，它是一部有关公关礼仪的专门性著作。

公关礼仪，是一个组织的对外交往与对内沟通中的个人的形象规范。

《公关礼仪》则属于一部以公关人员为主体、以公关活动为主要领域的行业礼仪专著。

其三，它是一部以有效沟通为主要侧重点的实用性著作。

简而言之，公共关系所协调的是社会组织与其相关公众之间的关系，而此种关系的协调又有赖于双方之间的有效沟通。

所谓公关礼仪，在此特指公关人员在其人际交往中所需遵守的相关沟通技巧。

本书着重从来宾接待与外出应酬等两个不同的侧面，介绍了各种公关人员所应掌握的公关礼仪规范。

其目的，在于帮助公关人员内强个人素质、外塑组织形象。

具体而言，本书仍存在着不少疏漏与不足之外。

其主要问题有二：一是语言上不够严谨。

作为一部谈话体著作，《公关礼仪》一书难免口语化甚强、逻辑上疏于严谨、体系上不够系统。

为了维护谈话体著作自身所特有的风格，我尽量不在语言上刻意进行雕琢。

此点务请广大读者见谅。

二是素材上小有重复。

公关礼仪所关注的许多具体问题，与其他行业礼仪难免有所重合。

虽然我对此点尽量加以避免，但难以保证完全无此问题。

最后，深深地感谢广大读者对我的厚爱与支持！

感谢出版社和责编编辑为本书出版所付出的辛勤劳动！

作者

## <<公关礼仪>>

### 编辑推荐

《礼仪金说:公关礼仪》编辑推荐：礼仪专家金正昆礼仪系列图书全面升级版！  
作为礼仪泰斗、中国2008年奥运会礼仪顾问、2011年西安世界园艺博览会礼仪大使、CCTV—10《百家讲坛》礼仪专栏撰稿人，金正昆教授在央视、央广电台等全国几十家知名媒体礼仪节目中担任主讲嘉宾，多部礼仪著作成为国家教育部“十一五”规划教材。  
金教授根据三十多年礼仪教学与实践经验所打造的“礼仪金说”系列读本在图书市场一直受到读者喜爱，成为众多企业员工培训指定读本。

<<公关礼仪>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>