



21世纪高等学校立体化精品教材

大学生综合素养—— 奋斗，我们在路上

主 编 段御宇

副主编 冷康苹

参 编 杨 玲 荆 蕾 杨亚莉 侯育彬

杨向红 姜绍梅 张 超 廖 涛

何 敏 褚玉薇 周贵富 李林峰

内 容 简 介

本系列教材共分五册，本册主题为“奋斗，我们在路上”，内容从广阔的文化背景出发，打破狭窄的专业知识的界限，围绕着基础知识、形象管理、心理健康、能力提升和职场启蒙五个方面展开，融汇了社会学、哲学、心理学、教育学等各类学科知识，系统地阐述了综合素养的基本内容。本书内容有商务礼仪挥洒知性魅力；佳人易得，气质难求；发现“美”，追求“美”；认知自我的密码；我们与生俱来的自愈力；清零，让你轻松前行；镜头里的万花筒；怎么说别人才能听；细微之处见真知；创新，颠覆你的想象；舌尖上的战斗本质；演讲，成功前的必修课；小地方大学问；舌尖上的中国；话说世界历史；电影中的大世界。

图书在版编目(CIP)数据

大学生综合素养：奋斗，我们在路上/ 段御宇主编.
—哈尔滨：哈尔滨工程大学出版社，2019.8(2020.8重印)
ISBN 978-7-5661-2437-1

I. 大… II. 段… III. 大学生—素质教育—高等学校—教材 IV. G640

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 181843 号

责任编辑 王俊一

封面设计 易 帅

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
地 址 哈尔滨市南岗区南通大街 145 号
邮政编码 150001
发行电话 0451-82519328
传 真 0451-82519699
印 刷 河北祥浩印刷有限公司
开 本 787mm×1 092mm 1/16
印 张 15.5
字 数 330 千字
版 次 2019 年 8 月第 1 版
印 次 2020 年 8 月第 2 次印刷
定 价 42.00 元

<http://www.hrbeupress.com>

E-mail:heupress@hrbeu.edu.cn

“素质冰山”理论认为，个体的素质就像水中漂浮的一座冰山，水上部分的知识、技能仅代表表层的特征，不能区分实质优劣；水下部分的动机、特质、态度、责任心才是决定人的行为的关键因素，由此鉴别优秀者和一般者。大学生的综合素养也可以看成是一座冰山：冰山浮在水面以上的只有1/8，它代表你的形象、资质、职业行为和职业技能等方面，是人们看得见、显性的素养，这些可以通过各种学历证书、职业资格证书来证明，或者通过专业考试来验证。而冰山隐藏在水面以下的部分占整体的7/8，它代表你的认知、道德、职业作风和职业态度等方面，是人们看不见、隐性的综合素养。显性素养和隐性素养共同构成了大学生所应具备的综合素养。由此可见，大部分的素养是人们看不见的，但正是这7/8的隐性素养决定、支撑着外在的显性素养，显性素养是隐性素养的外在表现。因此，综合素养的培养应该着眼于整座“冰山”，并以培养显性素养为基础，重点培养隐性素养。

亲爱的同学们：在大学生活中，你们将遇到来自五湖四海的同学，会学到更多、更深层次的知识，会开启更加精彩的人生。“青春虚度无所成，白首衔悲亦何及。”当今时代，知识更新不断加快，社会分工日益细化，新技术、新模式、新业态层出不穷。不论是成就自己的人生理想，还是担当时代的神圣使命，青年都要珍惜韶华、不负青春，努力学习掌握科学知识，提高综合素养，使自己的思维视野、思想观念、认识水平跟上越来越快的时代发展。

为此，我们编写了本系列教材，希望各位同学在学习的过程中能够真正有所领悟，将综合素养融入为人处世的思想行为中，为以后的生活奠定必要的基础，为将来的事业提供有力的支持。

本系列教材共分五册，主题分别为“蜕变，成长的教育”“启航，打造自己的亮点”“奋斗，我们在路上”“理想，在这里放飞”“职场，你准备好了吗”。内容上从广阔的文化背景出发，打破狭窄的专业知识界限，围绕着基础知识、形象管理、心理健康、能力提升和职场启蒙五个方面展开，融汇了社会学、哲学、心理学、教育学等各类学科知识，系统地阐述了综合素养的基本内容。只要同学们用心去学习、去体悟，必然能够有所收获。最后，祝愿各位同学能够学有所成，在将来的职业生涯中能够有所成就。

编者

2019年5月

第一章 商务礼仪挥洒知性魅力

案例背景	1
案例思考	1
本章导读	2
第一节 商务礼仪概述	2
第二节 商务人士形象塑造	5
第三节 日常商务礼仪	14

第二章 佳人易得，气质难求

案例背景	17
案例思考	18
本章导读	18
第一节 解析气质密码	18
第二节 气质的三大影响因素	22
第三节 怎样提升你的气质	26

第三章 发现美，追求美

案例背景	33
案例思考	33
本章导读	34

第一节 美从何处寻	34
第二节 如何欣赏美	40

第四章 认知自我的密码

案例背景	47
案例思考	47
本章导读	48
第一节 初识自我认知	48
第二节 为什么要自我认知	53
第三节 如何进行自我认知	55

第五章 我们与生俱来的自愈力

案例背景	61
案例思考	61
本章导读	62
第一节 自我修复的概念	62
第二节 用积极心态去修复心灵 创伤	66
第三节 用痛苦修复心灵创伤	68

第六章 清零，让你轻松前行

案例背景	73
------------	----

案例思考	73
本章导读	73
第一节 善于创新,打破习惯	74
第二节 善于清零,付诸实践	80

第七章 镜头里的万花筒

案例背景	83
案例思考	84
本章导读	84
第一节 手机轻松拍大片	84
第二节 相机摄影入门	90
第三节 构图与用光	95

第八章 怎么说别人才能听

案例背景	101
案例思考	101
本章导读	101
第一节 说与会说	102
第二节 会说话的技巧	103
第三节 说话的智慧	108
第四节 会说话的表达	112

第九章 细微之处见真知

案例背景	117
案例思考	117
本章导读	117
第一节 什么是细节	118
第二节 如何捕捉细节	119

第三节 细节的重要性	126
------------------	-----

第十章 创新,颠覆你的想象

案例背景	131
案例思考	132
本章导读	132
第一节 创新理论	132
第二节 创新,垃圾也能变成金	141
第三节 让创新成为一种持续的 活动	143

第十一章 舌尖上的战斗本质

案例背景	145
案例思考	145
本章导读	145
第一节 辩论的基本认识	146
第二节 雄辩和诡辩	147
第三节 日常辩论	153
第四节 辩论的方法	156
第五节 辩论赛相关知识	159

第十二章 演讲,成功前的必修课

案例背景	163
案例思考	164
本章导读	164
第一节 演讲的基本认识	164
第二节 演讲的基本技巧	165
第三节 演讲的基本类别	170

第四节 演讲须知	174
----------------	-----

第十三章 小地方，大学问

案例背景	179
案例思考	179
本章导读	180
第一节 中国人文地理	180
第二节 亚洲人文地理	184

第十四章 舌尖上的中国

案例背景	191
案例思考	192
本章导读	192
第一节 中国饮食文化概述	192
第二节 地域食风	193
第三节 民族食俗	199
第四节 宗教食俗	201
第五节 传统节日食俗	202

第十五章 话说世界通史

案例背景	207
案例思考	207
本章导读	207
第一节 史前文明	208
第二节 欧亚大陆的古典文明	212
第三节 欧亚中世纪文明	218
第四节 1500年以前的非欧亚大陆 与孤立地区的世界	222
第五节 西方世界的兴起	223

第十六章 电影中的大世界

案例背景	227
案例思考	227
本章导读	228
第一节 如何欣赏电影	228
第二节 电影的元素	229
第三节 经典影片欣赏	236

第一章

Chapter 1

商务礼仪挥洒知性魅力



案例背景

有一家分公司在举办一次重要会议时,请来了总公司的总经理和董事会的部分董事,并邀请当地政府要员和同行业的重要人士出席。由于与会的重要人物众多,分公司领导决定用“U”形的桌子来布置会场,分公司领导的座位设于“U”形横头处。会议当天,与会贵宾进入会场,按指定座签找到自己的座位入座。当会议正式开始时,坐在横头处的分公司领导突然发现会场气氛有些不对,部分贵宾或交头低语,或借口有事站起来要走,分公司领导不知道发生了什么事情,场面非常尴尬。



案例思考

案例中造成场面尴尬的原因是什么?

原因是举办方没有按照商务礼仪布置会场。根据左为上,右为下的原则,当领导人个数为奇数时,一号领导居中坐于“U”形横头处,二号领导排一号领导左边,三号领导排一号领导右边,其他依次排列;当领导人个数为偶数时,一号领导和二号领导居中,一号领导在居于“U”形横头处座位的左边,二号领导在右边,其他依次排列。

可见,掌握商务礼仪在工作生活中是必不可少的。



本章导读

人们常说：“商场如战场。”驰骋商场，恰当的举手投足、得体的服饰仪表、怡人的言谈话语和良好的行为规范，都是商务活动取得成功的关键。因而，拥有深厚广博的商务礼仪知识是个人立足商场、走向成功彼岸的资本。要成为一名成功的商务人士，要熟练掌握商务礼仪，首先要明确商务礼仪的内涵，从塑造商务人士的形象开始，逐步掌握各种场合的商务礼仪。

第一节 商务礼仪概述

一、商务礼仪

什么是商务礼仪？我们在谈到礼仪的时候，其实有多种多样的分类。所谓商务礼仪，实际上是在商务交往中所适用的礼仪。讲到这个问题时，首先有必要具体明确什么是礼仪？“礼仪”两个字其实是有说道儿的。“礼”这个字，可把它解释为一种伦理道德的要求，即尊重。礼者，敬人也，礼是尊重人的道德要求。在人际交往中尊重别人、尊重自己、尊重社会，都是为人处世最基本的要求。强调“礼多人不怪”，实际上是讲在人际交往中，要多多尊重别人、尊重自己、尊重社会，其实这一点在人际交往中非常重要。“仪”是什么呢？“仪”这个字一看就很清楚了，即仪式，是具体形式，是表达尊重的具体交际技巧。如果说“礼”是尊重别人、尊重自己、尊重社会的道德要求的话，那么“仪”就是人际交往的基本技巧、具体做法。在人际交往中，只有“礼”没有“仪”是不行的。

二、商务礼仪的基本特点

（一）规范性

时代在前进，岁月在变迁，社会在进步，文明在演变。步入现代社会，商务规范性是指人们在待人接物时必须遵守一定的行为规范。这种规范性不仅约束人们在一切商务场合的言谈话语、行为举止，而且是人们在一切商务场合必须采用的一种“通用语言”，是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。

（二）变化性

世界上任何一种事物都有其产生、形成、发展和演变的过程，商务礼仪也是如此。它也有自己产生、发展的轨迹与内容。但商务礼仪不是僵化不变的，而是随着社会的发展和商务活动的需要不断发展变化的。特别是进入信息化时代以来，商务往来不再局限于

传统的沟通方式。互联网和电子通信等新科技成为商务人士问候、求职、处理业务的主要工具,与之相应的电子科技礼仪也应运而生,并在商务礼仪中占据重要的地位。

(三)多样性

从人类形成商务礼仪以来,没有人能说清楚世界上究竟有多少礼仪种类,从语言礼仪到举止礼仪,从仪式礼仪到消费礼仪,从服饰礼仪到仪表礼仪,从风俗礼仪到宗教礼仪,凡此种种,不一而足。礼仪的内涵与表达方式,也因国家与地区的不同、文化背景的不同和场合的不同而有所不同。以商务场合的见面礼仪为例,有握手礼、点头礼、亲吻礼、鞠躬礼、合十礼、拱手礼、脱帽礼、问候礼等数十种。

不仅如此,有些礼仪所表达的内容,在不同国家和地区也大相径庭或全然相反,甚至在一个国家的不同地区也有不同含义(见表 1-1)。

表 1-1 手势在不同国家所表达的含义

手势	中国	英国	美国	法国	日本	印度	其他国家
	棒、厉害	搭车	顺利	搭车	男人、父亲	搭车	孟加拉国:侮辱、挑衅
	最小的、倒数第一		打赌		男人、女人、恋人	想去厕所	缅甸:想去厕所;尼日利亚:打赌
	可以、好的	征求对方意见或表示同意、赞扬、了不起		数字 0、一文不值	金钱	正确、不错	韩国、缅甸:金钱;突尼斯:无用、傻瓜;印度尼西亚:一无所有、一事无成

(四)共通性

尽管商务礼仪有特异性,但从商务活动自身的规律和共通性来看,商务礼仪有共同遵循的规范与准则,如谢谢、对不起、再见等礼貌用语,各种庆典仪式、签字仪式的流程等。正是这种共通性,才使国家之间、民族之间、地区之间的商务往来有了通行的基础和条件。

三、商务礼仪的作用

现代社会的商务礼仪无不体现在商务活动的每一个环节中,无不展现在商务场合的每一个细节中。可以说,商务礼仪无论对社会组织还是个人都发挥着独特的功能。这些作用主要表现在以下几个方面。

(一)塑造好的形象

商务礼仪是研究塑造与维系组织和个人形象的一门学问。而拥有良好的形象,无论

是对组织还是个人都是一笔无形的资产，是无价的财富。

有这样一个故事，一位老板要雇佣一个没带任何介绍信的小伙子到他的办公室做事，他的朋友很奇怪。这位老板说：“其实，他带来了不止一封介绍信。你看，他在进门前先蹭掉脚上的泥土，进门后又先脱帽，随手关上了门，这说明他很懂礼貌，做事很周到仔细；当看到一位残疾老人时，他立即起身让座，这表明他心地善良，知道体贴别人；那本书是我故意放在地上的，所有的应试者都不屑一顾，只有他俯身捡起，放在桌上；当我和他交谈时，我发现他穿着整洁，头发梳得整整齐齐，指甲修得干干净净，谈吐文雅，思维敏捷。难道你不认为这些细节是极好的介绍信吗？”

由此可见，在商务交往中，合乎礼仪的言谈举止、行为外貌，不仅可以有效地塑造个人乃至组织的美好形象，而且在与人沟通中，也容易赢得他人的好感和认同。学习运用商务礼仪，无疑有助于更好、更规范地塑造组织和个人形象，更好、更充分地展示个人内在的良好教养与优雅风度。当个人自觉注重塑造自身形象，以礼待人时，商务交往将会更加顺畅，组织形象将会更加夺目，这就是商务礼仪的作用。

（二）扩大影响力

社会组织举办的专项活动是商务礼仪的一种具体体现方式，其目的是为了扩大组织在社会上的影响力以及增强组织内部的凝聚力和向心力。

对组织内部而言，开张庆典或揭幕、揭牌等颇具仪式感的活动，可以鼓舞员工士气，激发员工对本组织的热爱，激励员工的责任心和进取心，营造组织的良好风气。例如，著名的日本松下电器公司就要求遍布世界各地的松下分公司的员工每日清晨上班前都要高唱松下“社歌”，穿着配有企业标志的制服，让员工时刻意识到自己是松下公司的一员，从而达到每天以高昂的精神状态去工作的目的。

对组织外部而言，精心组织的专项活动可以提高组织的知名度与美誉度。例如，通过精心策划新产品或突发事件的新闻发布会，让本组织成为报纸、广播、电视报道的焦点，给人们留下深刻印象，从而达到提高组织知名度与美誉度的目的。

（三）实现有效的沟通

马克思认为社会是人们交往作用的产物。没有社会交往，人类的生活不可想象。商务礼仪的基本原则是平等、敬人、律己、包容、真诚、注重信誉。而在商务交往中，由于个人或组织的政治、经济、文化背景不同，性格爱好、职业身份、年龄性别、思想意识、价值取向、审美观念等也存在差异，因此有时为了维护自身的利益，难免会发生不同程度的矛盾或冲突。商务礼仪就是矛盾冲突的调节器和润滑剂，它能调整、改善相互间的紧张关系，能增进彼此的理解，为双方架设一座友谊的桥梁，营造出和谐友善的交往氛围，从而实现双赢。

（四）提升文明修养

商务礼仪往往是衡量一个人文明程度的准绳，不仅反映一个人的交际技巧与应变能

力,还反映一个人的气质风度、阅历见识、道德情操、精神风貌。在这个意义上,可以说礼仪即教养,有道德才能高尚,有教养才能文明。

第二节 商务人士形象塑造

一、仪容

仪容主要指人的容貌。商务礼仪对仪容的要求是仪容美,仪容美包括自然美、修饰美和内在美。

(一)自然美

每个人都有与生俱来的容貌,无论天生的容貌是否靓丽、帅气,都需要做到自然之美。根据第一印象法则,首先,头部发型的适宜和牙齿的洁净最为重要;其次,手部的洁净也很关键。自然美要注意以下几个方面。

1. 从“头”做起

一般而言,在你来我往的商务交往中,注意和打量他人往往是从头部开始的。头发生于头顶,位于人体的“制高点”,更容易引起关注,因此容貌的自然美要先从头发做起。

(1)保持头发干净整洁 保持头发的干净整洁,即勤清洗、勤修剪、勤梳理。

(2)头发长短男女有别,适中为度 男士一般以短发为主,前发不覆额,侧发不掩双耳,后发不及衣领,最好不留大鬓角,也不宜剃光头。女士的头发应视身高、年龄、职业而异。一般来说,女士头发的长度应与身高成正比,也要与年龄、职业相适应。

(3)发型选择符合主体因素 发型选择的原则是男士应讲究阳刚之美,女士则体现阴柔之秀。具体来讲,发型应与体态、年龄、脸型、职业等因素相匹配(见表 1-2)。

表 1-2 不同脸型的发型建议

脸型	发 型 建 议
鹅蛋脸	适合采用中分、左右均衡的发型,可增加端庄感
圆脸	应避免后掠式或齐耳的内卷式,可将头发分层削减,让两颊的头发贴紧,使之盖住脸颊;或将头前部和顶部的头发吹高,给人以蓬松感
方脸	要尽量用发型缩小脸部的宽度,脸颊两侧的头发要尽量垂直,以产生紧凑服帖感,使头部形态显得清秀
长方形脸	额头较高的,可把头发梳平些,刘海儿稍长,齐眉或将眉盖住,以缩短脸型长度

表 1-2(续)

脸型	发型建议
菱形脸	可用蓬松的刘海儿遮盖额部,使额角显宽一些,两颊宜用垂直发,腮两侧尽量用大波卷使下巴显得柔和些
心形脸	不宜留短发,前顶部的头发不宜吹高,要让头发紧贴头顶和太阳穴部位,以缩小额角的宽度
下宽上窄	头前部的头发应向左、右两侧展开,以表现额部的宽度

(4)美发自然得体 美发通常包括护发、烫发、染发和佩戴假发、发饰、帽子等。商务人士不论采用哪种方法,都要美观大方、自然得体。

2. 不洁牙齿是自然美的障碍

洁白的牙齿是仪容自然美的重要表现。有的人在五官外貌上精雕细琢,装扮得引人注目,当开口讲话时,却露出一口黄(黑)牙,从而破坏了整体美,因此牙齿清洁很重要。

保护牙齿要点:

- (1)“善待”牙齿 避免用牙齿代替工具去咬坚硬的东西,以免造成牙齿损坏。
- (2)戒掉陋习 商务人士宜少饮浓茶,拒绝吸烟,以免茶锈和烟渍。
- (3)牙齿保洁 养成刷牙和漱口的良好习惯。

3. 保持其他部位的自然美

保持自然美,以下几个问题也需注意。

(1)去除分泌物 眼屎、鼻屎、耳垢应及时去除,如果戴眼镜,镜片上的多余物也应及时清除。口角周围沉积的唾液、飞沫儿、食物残渣和牙缝间的牙垢也非常影响自然美,应及时清除。

(2)定时剃须和修剪鼻毛 除有特殊宗教信仰与风俗习惯者外,一般情况下男士商务人员不宜蓄留胡须,最好每天剃一次;鼻毛也应经常检查和修剪。

(3)维护手部的卫生 要常洗手,饭前、便后要坚持洗手。此外,还应常剪手指甲,不要蓄长指甲,指甲的长度以不长过手指指尖为宜。

(二)修饰美

修饰美是指依照规范与个人条件,对容貌进行必要的修饰,扬长避短,从而塑造出美好的个人形象。

通过一个自然淡雅的妆容,可以看出一位女士自我经营的细心及敬业的态度。化妆是修饰仪容的高级方法,通过化妆可以突出自身的优势和长处,有效弥补自身的缺陷和不足。这样既能增强自信,又能给他人带来美感,对商务活动的成功可以起到锦上添花的作用,因此在商务交往中,女士重视和掌握化妆的原则与礼规是很有必要的。

1. 化妆的原则

(1)美化 化妆意在使人变得更加美丽,因此化妆时要注意适度矫正、修饰得法,让

人妆后能够避短藏拙。化妆时不要自行其是,寻求新奇,有意或无意地将自己老化、丑化、怪异化。

(2)自然 通常,化妆既要求美化、生动、具有生命力,又要追求真实、自然、恰到好处。化妆的最高境界,是“妆成有却无”——没有明显的人工美化痕迹,好似天然若此的美丽。

(3)得法 化妆虽讲究个性化,但难以无师自通,必须通过学习方能掌握。工作时化妆宜淡,社交时化妆稍浓,香水不宜涂在衣服上和容易出汗的地方,口红与指甲油最好为一色。

(4)协调 高水平的化妆强调的是整体效果。所以,化妆时应努力使妆面协调、整体协调、场合协调、身份协调,以体现自己慧眼独具,品位不俗。

2. 化妆的礼规

(1)勿当众化妆 化妆,应事先做好,或是在专用的化妆间进行。如果当众化妆,则有卖弄表演或吸引异性之嫌,会招致他人的反感。

(2)勿在异性面前化妆 聪明的女人不会在异性面前化妆。对关系密切者而言,这样会使其发现自己的本来面目;对关系普通者而言,这样则有“以色事人”,充当花瓶之嫌。无论如何,都会使自己的形象失色。

(3)勿妨碍他人 如果将自己的妆化得过浓、过重,香气四溢,令人窒息,那么这种“过量”的化妆,就是对他人的妨碍。

(4)勿出现残缺妆面 如果妆面出现残缺,应及时避人补妆。如果听任不理,则会让人觉得自己低俗、懒惰。

(5)勿借用化妆品 借用他人的化妆品尤其口红,是极不卫生和极不礼貌的,应尽量避免借用。

(6)勿论他人妆容 化妆是个人之事,所以对他人的妆容不应自以为是地加以评论或非议。

3. 面部化妆的方法与技巧

女士面部化妆应以突出五官中最美的部分并且掩盖不足或矫正缺陷为目的。例如参加商务晚宴时,可通过浓妆塑造出华丽高贵的形象;上班时则用淡妆塑造自然、大方、优美的形象。那么,商务人士如何通过面部化妆有效地塑造美的形象呢?其关键是要掌握面部化妆的方法与技巧(见表 1-3)。

表 1-3 女士面部化妆的方法与技巧

前提条件	护肤	护肤十大要诀：一是洁面，切勿不卸妆便睡觉；二是每天喝大量的白开水清洗肠胃；三是少吃煎炸食物；四是多吃新鲜蔬菜；五是不吸烟；六是每天清洗化妆棉和化妆刷；七是不借用他人的化妆品；八是用不含油分的化妆品；九是保障充足的睡眠；十是做有效的运动
化妆重点	眉毛	眉毛修饰后的标准位置是：使眉头在鼻翼与内眼角的延长线上，眉峰在鼻翼与眼珠的正中的延长线上，大约在眉头的 2/3 处；眉尾在鼻翼与外眼角的延长线上。修饰方法是握住眉笔顺着眉毛的自然形状一根根地描画，从眉峰画眉尾时稍向下倾斜。描绘不同的脸型要配以不同的眉型，如长脸型，描绘出一字眉较合适；圆脸型宜选择眉峰高或上扬眉型，以使脸部拉长；宽脸型宜拉近眉头间距离；窄脸型要适当拉开眉头间距离
	眼睛	眼睛修饰后的标准位置是眼尾应位于发际至嘴角的中间，两眼间距离应恰好等于眼睛的长度。如果眼睛过高，应强调下眼线；如果眼睛过低，应强调上眼线及眼尾部分；两眼间距离过宽，用眉笔加画眉头，眼头处应用深色眼影加以修饰；两眼间距离过窄，眉头处可拔一些眉毛，并用眼影强调眼尾；下垂的眼睛应强调上眼尾，眼线向上画，并加强眼影；上扬的眼睛要使用色调温和适度的眼影，强调下眼尾，使之平衡
	唇部	唇部是面部最灵活的部分，俗话说：“眼取其神，唇取其色。”东方人皮肤偏黄，宜选用暖色系口红（红色、紫色和粉红色等）；口红颜色还应与服饰颜色相匹配。 塑造完美唇状的第一步是勾画唇线，唇线的勾画可用唇刷，也可用唇线笔。先画上嘴唇的轮廓，由嘴唇中央向上以弧线画出后峰，再向嘴角延伸，要一气呵成，左右两边的唇线必须对称；画下嘴唇唇线时，应由左右两侧向中间描画，然后张开嘴勾勒嘴角轮廓，使上下嘴唇的连接应自然、清晰。第二步用唇刷蘸取唇膏或直接把唇膏均匀地涂满整个嘴唇，注意不能越出唇线

（三）内在美

仪容内在美是指通过个人的勤奋和努力，不断提高自身的文化艺术素养和思想道德水准，培养出高雅的气质与美好的心灵，使自己秀外慧中、表里如一。正如著名演员奥黛丽·赫本所说：“若要优美的嘴唇，要讲亲切的话；若要可爱的眼睛，要看别人的好处；若要苗条的身材，就把你的食物分给饥饿的人；若要美丽的头发，就允许小孩子一天抚摸一次；若要优雅的姿态，走路时要记住行人不止你一个。”

二、仪态

美国心理学家艾伯特·梅拉比安经多年研究后认为，一条信息的传递=7%语言+38%语音+55%体语。这就是说，体语在信息传递中所起的作用多于语言和语音。人的一举手、一投足、一弯腰，乃至一颦一笑，都体现了个人风格。人的行为举止是自成体系的，就像有声语言一样有自己的规律，并具有传情达意的功能。人们既能通过自己的仪

态向他人传递个人学识、修养等信息,也能够将其作为交流思想、表达感情的媒介。正如著名绘画大师达·芬奇所说:“从仪态了解人的内心世界、把握人的本来面目,往往具有相当的准确性和可靠性。”

弗兰西斯·培根曾说:“就形貌而言,自然之美要胜于粉饰之美,而优雅行为之美又胜于单纯仪容之美。”

(一)端正体姿

在端正体姿方面做出典范的是我们敬爱的周恩来总理。周恩来在南开中学读书时,南开中学教学楼的镜子上印着“镜铭”:“面必净,发必理。衣必整,纽必结。头容正,肩容平。胸容宽,背容直。气象:勿傲、勿暴、勿怠,颜色:宜和、宜静、宜庄。”周恩来认真按照“镜铭”上的要求去做,自觉加强修养,努力做到体姿端正。在半个多世纪的革命生涯中,他形成了独特的被称为“周恩来风格的体态语”,可谓“举手投足皆潇洒,一笑一颦尽感人”,给人以不可抗拒的吸引力。一位欧洲女作家说:“他(周恩来)的眼睛是他身上最惊人的特点,总是闪着光并迅速移动,人人都发现它是不可抗拒的。周恩来在演讲时,步履矫健,昂首挺胸,神色自然,仪态大方,他身上洋溢着自信与激情。他时而平静,时而激动,时而温和,时而愤怒,而这一切都是那样的得体 and 恰如其分。独具魅力的体态语,帮助周恩来成为一位广受欢迎的交谈伙伴、一位杰出的演说家、一位老练的谈判高手、一位劝说行家。”

作为商务人员,端正体姿应掌握哪些要领?在不同商务场合,适宜的体姿有哪些?(见表 1-4)

表 1-4 端正体姿的要领

体姿	端正体姿的要领
站姿	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一是平,即头平正、平视;二是直,即腰、腿、后脑勺、背、臀、脚后跟成一条直线;三是高,即重心上拔,看起来显得高; 2. 通常情况下,男士可采取双手相握、叠放于腹前的前腹式站姿,双脚稍许分开,与肩部同宽为限; 3. 女士可为前腹式站姿,但双腿基本并拢,穿紧身短裙,脚跟靠紧,脚掌分开呈“V”状或“Y”状,穿礼服或旗袍,可双脚微分
坐姿	<ol style="list-style-type: none"> 1. 落座要轻,动作要缓,不论坐椅子还是坐沙发,最好不要坐满。坐定后,男士双膝并拢或微微分开,两脚自然着地,双目正视对方,面带微笑; 2. 女士“坐莫动膝,立莫摇裙”,腰背挺直,手臂放松,双腿并拢,目视于人; 3. 离座动作缓慢轻稳,不能猛起猛落,不能发出声响;应右脚向后收半步,然后起立,起立后右脚与左脚并齐,再从从容移步;自左离座,坚持“左入左出”;离座时等身份高者先离座,身份同等可同时离座; 4. 通常情况下,与他人谈话时,可把双手轻搭在沙发扶手上,但不可手心朝上;也可双手相交放在腿上,但不可相交超过手腕二寸;还可以将左手掌搭在腿上,再将右手掌搭在左手背上

表 1-4 (续)

体态	端正体姿的要领
走姿	上身基本保持站立体姿,挺胸收腹,腰背笔直;两臂以身体为中心,前后自然摆动,前摆约 35°,后摆约 15°,手掌朝向体内;起步时身子稍向前倾,重心落于前脚掌,膝盖伸直;脚尖向正前方伸出,行走时双脚踩在一条线上
蹲姿	下蹲时一脚在前,一脚在后,两腿向下蹲,前脚全着地,小腿基本垂直于地面,后脚脚跟提起,脚尖着地。女士应靠紧双腿,男士则可适度地将其分开,臀部向下,基本上是以后腿支撑身体

(二)眉目传意

俗话说:“眼睛会说话,眉毛会唱歌。”眼睛是“心灵的窗户”,在体态语言中,眼睛最能倾诉感情、沟通心灵。眼神的千变万化,能表达出人们丰富多彩的内心世界。作家爱默生曾说:“人的眼睛和舌头所说的话一样多,不需要字典,却能从眼睛的语言中了解整个世界。”印度诗人泰戈尔也说:“一旦学会了眼睛的语言,表情的变化将是无穷无尽的。”那么,如何将丰富多彩的眼语更有效地用于商务交往呢?面对多种多样的眼语,商务人士应明确眼语之意以便恰当地运用(见表 1-5)。

表 1-5 眼神及其含义

项目	眼神及其含义
类型	凝视型:目光凝滞,若有所思;思考型:不眨其眼,凝视一处;忧虑型:双眉不展,目光下视;欢快型:目光明快,喜形于色;愤怒型:双眉紧蹙,怒目而视;惊悉型:双目圆睁,惊怒万状;暗示型:目光严肃,寓意深切;风流型:挤眉弄眼,目光轻佻;轻蔑型:目光冷淡,虚眼斜视
时间	友好:注视对方的时间,应占全部相处时间的 1/3 左右 关注:注视对方的时间,应占全部相处时间的 2/3 左右 轻视:注视对方的时间,不到全部相处时间的 1/3 敌意:注视对方的时间,超过全部相处时间的 2/3 兴趣:注视对方的时间,超过全部相处时间的 2/3
部位	注视眼部至唇部,是商务场合面对交往对象时所用的常规方法 注视眼部至胸部,多用于关系密切的男女之间 注视对方额头,适宜正规的公务活动 注视对方双眼,表示重视对方,但时间不宜过久
方式	直视即直接注视交往对象,适宜于商务交往 凝视是直视的一种特殊情况,即全神贯注地注视,时间不宜长久 扫视即视线移来移去,上下左右反复打量,不可多用,对异性慎用 环视即有节奏地注视不同的人或事物,适用于同时与多人打交道 他视即与人交往时不注视对方,反而望着别处,是不宜采用的一种方式

不仅如此,眉语也很丰富,眉毛仅表情动作就有 20 多种,可以表达出不同的语义。在商务交往中,为了体现良好的修养,保持优美的形象,双眉应处于自然平直的状态,不要皱眉、挑眉等。

(三)微笑

微笑能够融洽交往氛围。商务场合充满微笑,不仅使自己,也会使他人感到世界的美好、生活的幸福。初次与客户见面时,给对方一个微笑,会拉近与对方的心理距离,消除相互间的拘束感;与同事见面打招呼时,一个微笑,彼此间会显得亲近友好;上司对下属报以微笑时,会使人感到平易近人、和蔼可亲;服务人员与顾客相互微笑时,既能使顾客有宾至如归的感觉,又能体现顾客对服务人员的尊重和理解……可以说,微笑是商务交往成功的催化剂。

微笑是缓解紧张气氛的润滑剂,它能有效地化解矛盾与隔阂,消除烦躁与疲劳。有这样一件事:有个法国旅游代表团,由于飞机晚点,到达上海虹桥机场时,午饭也未来得及吃,加上旅途中的其他不顺,团队人员情绪都非常激动,大有一触即发之势。接待他们的一位翻译意识到此时此境任何解释都无济于事,而首要的是行动。友善的微笑,热情的服务,可口的菜品,舒适的环境,使客人的情绪开始平静下来。接着,翻译和导游又进一步开展微笑服务,热情地向法国客人介绍上海的风土人情。翻译和导游友善的微笑、热情的服务,使法国客人转怒为喜。临别时,他们表达了对上海之行的满意之情。

在职场中,往往会出现一些这样的事情:同事对你的行为不理解,下属为做错事而不安,此时语言解释不如代之以微笑。友善、和蔼的微笑会得到同事的理解,会消除上司的不满。微笑如果运用得当,还可以起到表示歉意和谅解的作用。例如在摩肩接踵、拥挤不堪的电梯里不小心撞到了他人,这时向对方微微一笑表示“很抱歉,请你原谅”,如果对方是有修养的人,他会从你的微笑里读懂你的歉意,接受你的道歉。

微笑是人类友善、和睦、诚信等美好感情的表现。

三、服饰

(一)商务男士着装

俗语曰:“人靠衣装马靠鞍。”商场中的男士通过着装塑造自身的良好形象。只有这样,才能穿出风采,穿出气派。

可以说,西装是世界流行的商务正装。穿着西装讲究颇多,一般应注意以下几项。

(1)穿好衬衫 穿西装必须穿衬衫,衬衫最好不要太旧,领头一定要硬挺,外露的部分一定要平整干净。衬衫下摆要掖在裤子里,领子不要翻在西装外,衬衫衣袖略长于西装袖子。

(2)内衣少穿 穿西装切忌穿过多内衣。衬衫内除了背心之外,最好不要再穿其他内衣。如果确实需要穿内衣,内衣的领圈和袖口一定不要露出来。如果天气较冷,衬衫

外面可以穿上一件毛衣或毛背心，但毛衣一定要紧身，不要过于宽松，以免显得臃肿，影响西装的穿着效果。

(3) 打好领带 在正式的商务场合，穿西装要系好领带。领带的长度要适当，以到皮带扣处为宜。如果穿毛衣或毛背心，应将领带下部放在毛衣领口内。系领带时，衬衫的第一个纽扣要扣好，如果佩戴领带夹，一般应在衬衫的第四至第五个纽扣之间。

(4) 鞋袜搭配 穿西装一定要搭配皮鞋，不能穿布鞋或旅游鞋。皮鞋的颜色要与西装相配套；皮鞋应擦亮，不要蒙满灰尘。穿皮鞋还要搭配合适的袜子，袜子颜色要比西装稍深一些，使之在皮鞋与西装之间显示一种过渡。

(5) 扣好衣扣 西装上衣可以敞开穿，但双排扣西装上衣一般不敞开穿。如穿的是两颗扣子的西装，不要把两颗扣子都扣上，一般只扣上面的一颗。如是三颗扣子，则只扣中间一颗。全部扣上显得拘谨，扣上面的显得土气。

(6) 口袋装饰 西装的衣袋和裤袋是装饰物，不宜装很多东西。如果把口袋塞得很满，就会破坏西装优美的造型；如果把两手随意插在衣袋和裤袋里，也会改变西装的造型，有失风度。

(7) 商标除掉 西装左袖上的商标，在穿着前必须先拆掉。不然，就有卖弄“穿名牌”之嫌。

(二) 商务女士着装

商务女士无论穿套装，还是穿其他服装，都必须得体，着装得体才能塑造出完美的外在形象。而着装得体必须考虑以下两个主要因素。

(1) 与主体因素(年龄、体态、肤色、性格、身份、职业等)相协调 如年轻女士着装应体现青春活力，中年女士着装应以沉着稳重为宜。体态有高矮之分、胖瘦之别，瘦小以浅色为宜，肥胖以深色、竖条为宜。性格外向、开朗活泼的女士，宜选择暖色调和色彩对比度较强又协调的服装；性格内向、沉稳的女士，适宜较为单调、深重的色彩。

(2) 与客观因素(场合、季节)相协调 1986年10月，英国女王伊丽莎白二世访问中国，她第一个走出机舱门，穿的是正黄色西服套裙，戴正黄色帽子。这位女王本人喜欢红色和天蓝色，很少穿黄色衣服。但在中国过去的几千年中，黄色是皇帝的专用色。在来中国访问的场合，女王穿正黄色，既表示尊重中国的传统习俗，又显示了她的高贵身份。在商务庆典等喜庆场合，女士着装颜色宜明快，款式宜新颖别致，穿牛仔服、夹克衫出席商务宴会是不礼貌的；商务谈判、会议中着装宜庄重；出入办公室着装宜大方干练。与季节协调，是指着装应随季节的变化而变化，春着春装，夏着夏装，秋着秋装，冬着冬装。

(三) 配饰选用技巧

领带、皮包、首饰常常为商务人士所钟爱，选用这些配饰来增添自身风采是有技巧的。

1. 领带

领带是西装的专有装饰物，是西装的一个组成部分，被称为“西装的灵魂”，对西装的

美观起着重要的点缀作用。正式商务场合,穿西装必须选用好领带,而选用好领带就要考虑以下因素。

(1)领带与衬衫颜色、式样相协调,例如穿白色或其他很浅颜色的单色衬衫时,领带就应鲜艳些;反之,衬衫上的图案很鲜艳,领带就要素雅些。应避免条纹和醒目的颜色与花哨的方格相配。

(2)领带与年龄相协调。年轻人可选择图案活泼、色彩对比强烈一些的领带,如黑红相间的斜条花纹领带;年长一些的人最好选择庄重大方的领带。

(3)领带与肤色相协调,皮肤黑的不宜选用色彩鲜艳的领带。

通常情况下,黑西装、白衬衫,宜选用灰色、蓝色、绿色领带;灰西装、白衬衫,宜选用灰色、绿色、黄色领带;暗蓝色西装、白色或明亮的蓝色衬衫,宜选用蓝色、橙黄色的领带;蓝色西装,粉红、乳黄、银灰、明亮的蓝色衬衫,宜选用暗蓝色、灰色、胭脂色、黄色领带;褐色西装,白或灰白色、明亮的褐色、银色衬衫,宜选用暗褐色、灰色、绿色、黄色领带;绿色西装,明亮的蓝色、银灰色、褐色衬衫,宜选用黄色、胭脂色、褐色领带。

系领带必须穿硬领且袖长适度的衬衫。领带系好后,宽的一片要略长于窄的一片,长度以长片抵皮带扣为宜。穿西服背心、毛衫等时,要将两片领带放在背心和毛衫里边,不要让它飘在外面,领带尖部也不要从背心、毛衫下面露出来。

2. 皮包

(1)出席高规格场合,选用质地高档、做工精细、外观华丽、体积小、横长型的皮包为佳。

(2)日常上班,以实用为主,皮包体积适中,外观不必太华丽。

(3)体态矮胖者不宜选用秀气的皮包,高胖者宜选用稍大些的皮包,身材瘦小者应选用小巧的皮包,高瘦者选用的皮包不宜过大或过小,体态窈窕的女士不宜选用大皮包,体态丰满的女士不能选用小皮包。

(四) 首饰

1. 根据着装选用首饰

佩饰尤其是首饰,是为着装进行的装饰和点缀,其款式、颜色应根据着装来选用,以取得与服装协调统一、相得益彰的效果。

2. 考虑个人主体因素

由于每个人的年龄、身材、体态、肤色、脸型等先天条件不同,因此佩戴首饰的效果自然也就不同。为求得扬长避短的效果,必须按个人的特点选用首饰。例如体胖者不宜佩戴小巧的首饰;头大者不宜佩戴过多的头饰;颈长者宜佩戴项链;颈短者建议不戴项链,可在胸前戴一枚光彩夺目的胸花,将他人视线吸引到服装上以掩饰颈短的缺陷。

3. 忌粗制滥造首饰

商务正式场合,要佩戴质地、做工俱佳的首饰。粗制滥造的首饰往往会破坏自身形象。此外,男士除佩戴结婚戒指外,不适宜佩戴其他首饰,尤其是耳环。出席一些特殊场

合时,如悲伤场合,女士也不能佩戴太多的金银首饰,不宜佩戴除结婚戒指和珍珠项链外的其他首饰。

第三节 日常商务礼仪

一、商务接待

商务接待是指商务活动中的迎来送往,是企业必不可少的日常事务之一。在商务接待中,企业恰到好处地施以接待规格和礼仪,不仅会给来访客户留下良好的印象,而且有助于商务交往的顺利进行,甚至能得到意想不到的收获。

(一)制订客户接待方案

(1)基本信息 了解并掌握客户的基本信息,如单位、姓名、性别、人数、身份、国籍、信仰、客户到达的具体时间、所乘车次或航班到达的时间等,有时还需要了解其爱好、性格、禁忌等。对这些信息了解得越多、越具体,接待准备工作就做得越充分。

(2)来访目的 必须确切地了解客户的来访目的,可以向上司或有关人员了解,也可以事先向客户了解。

(3)接待规格 对重要的客户,应安排身份相当的人出面接待;对一般的客户,由专管接待的工作人员负责即可。送行同样也要按接待规格送客。无论双方商谈的结果如何,都要按接待规格送客,不能有头无尾,前后态度相差悬殊,应留给客户善始善终的印象。

(4)接待环境 布置接待环境,保证接待室干净、环境清新怡人。

(5)接待经费 根据相关安排,事先做出经费预算。

(6)接待人员 做好接待人员的培训,对接待人员的要求是有礼有节、言谈得体、文明。

(二)迎客礼仪

接待中的迎客、乘车、乘电梯、上下楼梯和引导等都有相关的礼仪规范。接待人员精通规范,讲究礼貌,彰显素质,会给客户留下深刻的印象和美好的回忆。

迎客时应注意以下几个方面的礼仪规范。

(1)时间 接待人员应在客户抵达本地前10~15分钟到达地点迎候,不得迟到。

(2)语言 在接到客户时,接待人员一定要注意称呼得体、问候礼貌、用语准确,并符合当时的语言环境。

(3)表情 接待人员应面带微笑、目视对方、点头致意,面部表情要符合礼节。

(4)见面 在见到客户时,应主动上前彬彬有礼地亲切问候,并且与客户握手,握手

要遵循礼节要求。

(三)接待中的“细节”礼仪

细节决定成败。接待中的细节绝对不可轻视、疏忽。如果能关注礼仪细节,讲究礼仪技巧,自然会缩短与客人的心理情感距离,使双方的关系更为融洽。

1. 接待用语有技巧

“一样话,百样说。”说话采用不同方法,会产生截然不同的效果。接待人员在接待客人时,用语讲究技巧,不仅会赢得客人的好感,也利于提升组织的形象。

2. 斟茶送水有学问

(1)茶具要干净 给客人倒茶时,要使用干净的茶具,尤其要注意茶具是否久置未用,是否沾染灰尘等。如果有这些问题,最好在倒茶前细心地用清水洗刷一遍,再用开水烫一下茶壶、茶杯。这样既讲究卫生,又显得彬彬有礼。

(2)茶水、茶叶要适量 俗话说:“茶满欺人,酒满敬人。”茶水斟得很满,会让客人觉得很别扭,既不便端起杯子,又会给客人留下缺乏饮茶、待客常识的印象。茶叶也不宜放得太多或太少,口味适中是比较好的选择。如果客人提出了浓或淡的要求,可以遵从客人的要求投放。

(3)端茶要得法 按照礼仪习惯,应双手给客人端茶。有杯耳的茶杯,通常是用一只手抓住杯耳,另一只手托住杯底,把茶端给客人。没有杯耳的茶杯,用小茶碟装杯子,微微俯身,将茶杯端至客人头部下方的位置,微笑着用语言和目光示意对方“请用”,递送茶杯的位置不可高过客人的头部。

3. 送客有礼貌

当客人告别时,应主动与客人握手相别,不可以在与客人告别时无动于衷,或以点头、挥了了事,而要将客人送出门或送至楼下,然后用热情友好的语言欢迎客人下次再来。若客人步行,要目送客人身影远去;若客人乘车,则要等客人乘坐的汽车远去方可离开。切忌刚把客人送出门或送上车,自己就转身进门。送客的礼貌细节就体现在一握手和一转身之间。

二、拜访

拜访技巧有很多,主要介绍两点。

(一)有效预约拜访时间

预约是拜访的第一步,成功的预约才能让客户心情愉快地接受拜访,才能为接下来的拜访奠定愉快的感情基调。那么,怎样才能成功地预约呢?

(1)一般来说,有经验的拜访者会将拜访时间的决定权交给客户,如“您什么时候方便”“您最近什么时间有空闲”等,让客户感觉主动权在自己手中,感觉自己是被尊重和重视的,这样预约的成功率就高。

(2)通常情况下,客户很难拒绝与自己有交往关系的人或熟人的拜访。拜访者不妨在预约时告知客户,是某公司、某人士介绍特来拜访的,使客户碍于情面而难以拒绝,进而提高预约拜访的成功率。

(3)对一些以没有时间等为由推辞和拒绝拜访的客户,拜访者可以先确定一个较远的时间,以减少客户的排斥心理。随着时间的推移,可选合适的时间再次致电确认,并在此基础上提出预约,邀请客户选个方便的时间。诚意的预约会打动客户,能有效地提高预约的成功率。

(二)有效控制拜访时间

有效沟通,适时告辞,拜访时间以半小时为佳,时间过长或过短都会弱化拜访效果。那么,如何控制好拜访时间呢?

(1)准备充分,有的放矢 提前准备好拜访的内容,如清晰阐述谈话思路、准确把握谈话内容。在拜访时,寒暄问候等必要的情感铺垫完成后,应立即进入正题,谈话时应思路清晰、语言准确精练,既有逻辑层次,又突出重点,切中要害,在常规的时间内圆满完成任务。

(2)察言观色,适时告辞 一般来说,拜访以半小时为常规礼仪时限,但可视拜访过程的具体情况而定。有时或因突发事件,或因志趣相同、话语投机,或因相互感兴趣的话题、项目,或因交谈沟通中的分歧障碍等因素,而延长或缩短拜访时间。在拜访中,拜访者应察言观色,看到客户频繁看表或不断更换坐姿等举动时,应快速结束话题,主动告辞。这样会给客户留下懂礼貌、善解人意的印象,并为下一次拜访打下良好基础。

画重点

商务礼仪的基本特点:规范性、变化性、多样性、共通性。

商务礼仪的作用:塑造好的形象、扩大影响力、实现有效的沟通、提升文明修养。

商务人士形象塑造包括仪容、仪态、服饰等方面。

商务接待是企业必不可少的日常事务之一,包括制订客户接待方案,迎客礼仪、接待中的“细节”礼仪等内容。