

企业交际学

周九皋 周游 编著

天津科技翻译出版公司

企 业 交 际 学

周九皋 周 游 编 著

天津科技翻译出版公司

津新登字(90)010号

责任编辑 程鹿峰

企业交际学

周九皋 周游 编著

天津科技翻译出版公司出版

邮政编码300191

新华书店天津发行所发行

河北省三河印刷一分厂印装

787×1092 1/32 印张8 166千字

1992年4月第1版 1992年4月第1次印刷

印数1—4000册

ISBN7—5433—0227—6/F·29

定价 4.50

前 言

交际，是人类社会活动的基本形式之一。人们在共同生活过程中，通过交往，把自己的力量结合起来，形成了战胜自然、改造自然的生产力，在相互活动中形成生产关系和社会关系。人类社会在交往当中经历了由简单到繁杂、由低级向高级发展阶段。随着商品经济的发展，随着社会文明的发展，随着社会节奏的加快，交往模式也发生了很大的变化。怎样在交往当中结成和发展友谊，形成良好的人际关系，使自己受到人们的欢迎，使我们的交往更文明，更礼貌，更有成效，怎样使事业获得成功，便成了交际学研究的最终目的。作为一门科学进行研究，在西方，是从本世纪初才开始的；我国随着现代科学的进步，商品经济的发展，随着改革开放中经济体制改革的深入发展，随着企业公共关系学的发展，人们对人际交往发生了兴趣，为了融洽人际关系，提高工作效率，近几年来人们开始学习研究交际学。交际学研究人际交往的理论和艺术技巧，属精神文明范畴。企业交际学是一门新兴的学科，它既是科学，又是艺术，它是一门边缘学科，它含有社会学、心理学、人际关系学、语言学、美学、演讲学等公共关系方面的内容。本书名为《企业交际学》，侧重于研究企业之间的人际交往，适合于企业公共关系人员、企业家阅读，但对于一般人际交往也作了适当论述，因此也适合其它领域的广大读者阅读。

本书试图告诉人们有关如何进行人际交往方面的知识和技巧，希望读者阅读本书后能有所收获，有所启迪。

周九皋

一九九一年十二月

目 录

第一章 企业交际概论	(1)
第一节 企业交际的概念与特征.....	(1)
第二节 企业交际的目的和作用.....	(4)
第三节 企业交际学的研究对象.....	(10)
第二章 企业交际的原则与方法	(12)
第一节 交际的基本原则.....	(12)
第二节 企业交际的方法.....	(21)
第三节 现代交际意识.....	(29)
第三章 生产经营过程中的人际关系	(31)
第一节 人际关系概述.....	(31)
第二节 生产过程中的人际关系.....	(43)
第三节 企业的对外关系.....	(50)
第四章 交际心理	(53)
第一节 交际过程.....	(53)
第二节 人际交往的障碍因素.....	(54)
第三节 交际阻力的消除.....	(77)
第五章 企业交际业务	(83)
第一节 企业接待.....	(83)
第二节 企业服务.....	(85)
第三节 企业的对外宣传.....	(87)
第四节 业务往来公文.....	(91)
第六章 企业谈判	(95)

第一节	谈判的概念和意义·····	(95)
第二节	谈判的战略和战术·····	(97)
第三节	谈判的艺术技巧·····	(105)
第四节	优秀谈判者的基本特征·····	(112)
第七章	企业的对外沟通·····	(115)
第一节	企业与政府的沟通·····	(115)
第二节	企业与社区的关系·····	(117)
第三节	企业与新闻界的关系·····	(120)
第四节	企业与客户的关系·····	(121)
第五节	企业与外商的交往·····	(124)
第六节	企业横向联合中的交际·····	(125)
第八章	礼 仪·····	(127)
第一节	礼仪的意义·····	(127)
第二节	介绍的常识·····	(129)
第三节	拜访与接待的礼节·····	(132)
第四节	社交场合的基本礼节·····	(146)
第九章	企业家的交际·····	(150)
第一节	企业家的交际作用·····	(150)
第二节	企业家的交际能力·····	(153)
第三节	企业家交际活动能力的培养·····	(163)
第十章	交际中的语言表达能力·····	(168)
第一节	交谈·····	(168)
第二节	演讲·····	(171)
第三节	表达能力的锻炼·····	(183)
第十一章	初次印象·····	(187)
第一节	初次印象·····	(187)

第二节 个人形象的塑造·····	(188)
第三节 交际风采·····	(192)
附录 成功的企业交际案例·····	(204)
一 公共关系——“元隆”腾飞的翅膀·····	(204)
二 浅谈酒店的公共关系工作·····	(219)
三 公共关系使南京热水器厂摆脱困境·····	(229)
四 如何塑造企业形象·····	(239)

第一章 企业交际概论

交际在我们生活中无处不存在，无时不有。在我们的社会关系和家庭关系中，在我们的工作中，以及在我们每天同人的接触中，交际为我们提供了方便。交际在生活中简直太平凡了，以致于我们并没有特别地注意它。当我们真正注意它的时候，却是在交际当中遇到了麻烦。象朋友离开了自己，生意谈不成，或者爱情上遇到了麻烦等等，这些就是交往当中的失败，这才引起了我们对交际的注意，考虑和研究有关交际问题，考虑如何搞好交际活动。

第一节 企业交际概念与特征

一、企业交际的概念

(一) 交际的定义

笼统地讲，交际就是人与人之间相互交换意见的过程。

《孟子·万章下》：“敢问交际，何心也？”朱熹注：“际，接也。交际谓人以礼仪币帛相交接也。”

交际，现指人与人的往来应酬，社交。交际是指人的社会活动。当一个人踏进人生的起点，步入社会的门槛，就要同人发生联系，就要进行人际交往。

交际是一种以变化和运动为特点的过程。这个过程永无止境，既没有开始，也没有结束。一个人和另一个人对话是

交际，但他们的交际过程不见得从现在开始，而可以追溯到以前，他们的交往也不见得马上即结束，而可以延长到以后很久。

交际又是一个相互给予、相互接收的交流活动。当交换没有发生时——一个人说话时，另一个人不能理解，没有作出言语或非言语的反应——交际也就不存在了。

我们在进行交际活动时，交流的是意思而不仅仅是语言。我们都经历过没有意义的语言交流。但是，当双方对交流的信息都很理解，并且心领神会时，交际也就发生了。

（二）交际活动

人际间进行交往的活动。交际活动是公共关系人员经常性的活动任务。就交往的对象划分，有涉及国外人士的对外交际活动和涉及国内人士的对内交际活动；就交际内容的不同，有关于外交的、政治的、经济的、军事的、文化的种种交际活动；就交际范围的不同，有家庭组织的交际活动和群体及社会的交际活动等。社会性是人的本质特征之一，人一生下来即在一定的人际关系环境中生活，交际活动是人生的最重要内容之一，人人都离不开交际活动。

（三）交际能力

交际能力是公共关系人员在处理人际关系中往来应酬的经验与技巧，是衡量一个人是否适应当前开放社会的标准之一。交际能力的强弱取决于自己，力图打开社交圈子的人，要尽可能地扩大开放区域。注意感情投入，增进了解，缩短人际距离。仪表整洁、服饰打扮得体、彬彬有礼是提高交际能力的必要条件。知识面宽、谈吐文雅、消息灵通、热情大方，不仅是公共人员交际能力强、个人素质好、有文化素养

的表现，而且也体现整个企业的精神面貌。社交场合的沟通主要靠交谈，因此要掌握交谈的技巧，交谈时要有灵敏的反应和随机应变的能力，要创造一种融洽的交谈环境。公关人员要有强烈的社交意识，要主动积极多方面参加社交活动。这样才能培养交际能力。

（四）交往功能

交往的作用。人的社会交往，是个体能够适应环境和社会生活，担当一定社会角色、形成丰富健全的个体的基本途径。交往既有社会功能，又有心理功能。人际心理学中概括交往的功能的四个方面：①信息沟通功能；②心理保健功能；③自我认识功能；④人际协调功能。社会心理学概括交往的功能有六个方面：①形成社会群体；②协调社会关系；③传递社会遗产；④监视和社会归属感；⑤操纵和满足感；⑥娱乐和快乐感。

（五）企业交际的含义

企业交际是现代企业管理的一个内容，它主要研究对外部环境的有关部门、公众的交际、业务联系以保证企业生产经营活动正常进行这方面的公关业务技巧，包括交际艺术、企业谈判、企业交际业务、企业对外沟通、企业涉外事务，以及危机处理等。

（六）企业交际的内容

企业交际内容非常丰富，现将内容列述于下面：

1. 企业交际。企业与企业的往来，企业与对外业务往来，企业的各种迎送、接待、对外宣传、服务均属于企业开展交际业务的日常工作。

2. 企业谈判。主要研究谈判艺术技巧，通过谈判达到对

外业务合作，谈判成为与其它企业竞争的有力武器。

3. 礼仪。包括交往礼仪、接待礼仪、拜访礼仪、会议礼仪等。

4. 企业对外沟通，包括企业与政府的沟通、企业与社会关系、企业与新闻界的交往、企业与外商的交往、企业横向联合中的沟通。

5. 危机处理 是指企业在生产经营中遇到巨大困难、企业形象受到威胁时而采取的对策。

6. 其他与企业交际有关的事务。

二、企业交际的特点

1. 外向性 企业交际的全部工作是和外部打交道，故“外向”是企业交际工作的本质特征。

2. 综合性 企业交际是由企业各方面的对外工作组成，企业交际具有高度的综合性。

3. 协同性 企业交际的实施分散于企业各部门和不同岗位，故企业交际需在企业内同步进行，口径一致，协同动作。

4. 灵活性 企业交际与企业性质、企业目标、企业方针有密切关系，各企业应根据具体情况灵活进行。

第二节 企业交际的目的和作用

我们可以把交际的目的分成一般目的和特殊目的来研究。

一、交际的目的

(一) 一般目的

1. 接触社会

人是社会的成员，我们的许多愉快和满足来自我们与别人的联系之中。我们为自己能广泛接触社会和在朋友当中有活动能力和高度威信而感觉自豪。所以，接触社会、满足自身和社会需要是交际的目的之一。

2. 良好的自我认识

我们和别人交往，一个重要原因，是从他人的评论、态度中增强自我认识。自我认识在人们的交往活动中起着重要作用。在交际的过程中，如果对方能帮助自己增强自我表现，我们会感到收获很大，促使今后自己更好地交往。所以，发展和维持良好的自我认识是交际的又一目的。

3. 获得知识

在生活当中，我们和他人交往，可以从言谈话语当中，获得很多新的知识，包括社会科学、自然科学、文化艺术、体育比赛方面的知识。这是一种认识自然、认识社会的过程，这是一种认识社会的极好方法。所以，获得和分享知识是交际的一个重要目的。

4. 结成友谊

唐代诗人王勃有一千古名句，“海内存知己，天涯若比邻”，这一名句表示了作者对友谊感到的温馨，充分说明朋友之间是彼此相知、令人慰藉的情谊，显示了友谊的力量，通过交际和别人结成的友谊是我们的共同愿望。友谊是人生归属感的支柱。马克思和恩格斯的伟大友谊流芳百世。李白和杜甫的友谊人称双子星座。这些是永远值得人们学习的。所以，结成友谊是交际的普遍目的之一。

（二）特殊目的

在生活当中和交际过程中，你的交际目的往往是比较具

体和专门的，这就是交际的特殊目的。作为一个企业经营工作人员、领导干部和办公室、招待部门、广告部门有关人员，对外接触比车间生产人员要多，他们社交机会多，在与外界交往当中，要完成本单位规定的业务任务，就是交际的特殊目的。

1. 交换信息

在现代社会当中，你想在企业里搞点革新，推动企业技术发展，就需要向工程师请教，就需要到图书馆里查阅大量资料。如果你的工作是负责经营推销，你就需要了解企业推出新产品以前，外界对你厂和你厂的产品是如何评价的；在企业推出新产品以后，你应该让用户和经销商对你厂新产品有足够的了解；产品进入新市场时，谋求公众对本企业的声誉、产品的了解，提高知名度和美誉度。由此看出，作为一个企业公关人员获得或输出信息是非常重要的。当然获得信息也不是非常容易的，需要下功夫，但只要你有百折不挠的精神，你终归会取得成功的。

2. 使自己的要求被接受

你要完成本组织交给你的业务任务，即完成你的公关任务，就要吸引新闻媒介对本企业的销售会议及其他市场营销事务的注意力，请新闻界人士参加本企业的销售会议；你要采用登广告、营业推广等多种促销手段，并相互配合，使已进入市场的产品家喻户晓；本企业的产品在社会上出了问题，造成了不良印象时，在找出原因和承担责任以后，使公众了解企业为解决问题所作的努力，重新争取公众的信任。你要想使自己的要求被别人接受，自己的意见被别人采纳，要想满足这种愿望，你就得与别人交际。当然，在交际中要协

调问题，让对方乐于接受你的要求。

3. 灵活反应

在交际过程中，你提出的要求不会一帆风顺地实现，搞不好弄巧成拙。为了适应各种情况的交往，应该做到：

（1）具备广泛的交际知识和交际技能；

（2）具有在特定的场合中选择恰当的交际方式的能力；

（3）选择决定的某件事要付诸实施，不要迟疑不决；

（4）根据对方口语和非口语的信息反馈，确定自己的选择是否正确。

要想达到交际目的，必须采取正确的交际技能和方法，要灵活反应，在和对手谈判当中，采取适当的策略，在和对手竞争当中，采取适当的形式。要捕捉时机，当机立断，做出正确决策。

二、企业交际的作用

（一）企业交际是企业外向发展的重要手段

制定有效的公共关系战略应和企业经营战略结合起来，就会产生良好的效果。以法国白兰地酒成功地开拓美国市场为例，很能说明问题。举世闻名的法国白兰地酒数十年未能打开美国市场。法国葡萄酒公司考虑到美国总统艾森豪威尔曾在第二次世界大战后期开辟第二战场，对法国从德国占领下解放出来有过功劳，就决定代表法国人民向艾森豪威尔总统敬献同龄白兰地酒，庆贺他的67岁寿辰，并名正言顺地开展强大的公关攻势，利用美国的各种大众传播媒介，宣传法国白兰地酒的特色，向美国公众宣告：祝寿的白兰地酒将由专机送到美国，酒桶由法国艺术家精心制作，在总统寿宴上将

举行隆重的献酒祝寿仪式，还每天公布礼品酒抵达什么地方的消息。这些宣传极大地吸引了美国人的兴趣。当送酒车到达华盛顿时，出现了人们夹道欢迎的场面。为了能与总统同时举杯祝寿，人们拥到了商店、酒吧，使法国白兰地成了抢手货，从此法国葡萄酒公司开拓了美国市场，企业获得了很大的发展。这个用法国白兰地酒向艾森豪威尔总统祝寿的活动，就是法国葡萄酒公司公关专家公关策划的得意之作。

（二）企业交际是塑造企业形象的基本途径

坐落在泰国首都曼谷风光秀丽的湄南河畔的曼谷东方宾馆，最近被美国权威的《公共事业投资者》杂志评为“世界最佳饭店宾馆”，这是就这家宾馆近八年来的表现和营业情况，征询了一百家世界性银行的意见及广泛公众调查后授予的。这个宾馆为什么获此殊荣，正如该宾馆公关部经理所说：“公关使我们宾馆举世扬名”。

曼谷东方宾馆公关部在公关实践中融公关与企业经营管理于一体，锐意创新，他们提出了“三最”的公关目标，也是企业经营目标，并在企业经营管理中切实加以实施，取得了显著的成效，形成了作为世界一流宾馆的公关风格。“三最”即最佳服务、最佳管理、最佳员工。

最佳服务。该宾馆是一家具有114年历史的宾馆，以一流的水平向旅客提供各种服务。该宾馆公关部提出“顾客至上”的工作宗旨，他们了解不同顾客的爱好，并对他们提出的要求尽量给以满足：喜欢美食的旅客，可在宾馆享受到世界名厨法国人麦卡尔精心制作的珍饈佳肴；喜欢观光的旅客可乘宾馆拥有的豪华游艇溯江而上，去游览泰王朝古都的遗址；热心采购的旅客，可在宾馆开设的百货商店买到各种

如意的商品；喜欢歌舞的旅客，可在宾馆豪华的舞厅一睹泰国民间歌舞或一展舞技。

最佳管理。东方宾馆有着一套成熟的严格的科学管理制度，但严格的管理是建立在顾客就是“上帝”及“调动员工积极性”的原则上的，他们追求“最佳管理”，他们讲究奖罚分明。他们规定，员工不能与顾客争吵，发生矛盾由公关部解决，发现谁与顾客争吵，立即解雇。所以该宾馆的员工对待顾客均态度和蔼、彬彬有礼。最佳管理给宾馆赢得了声誉。

最佳员工。东方宾馆公关部经理说：“最佳宾馆是由最佳员工创造的，而最佳员工则是靠严格的培训产生的。”该宾馆提倡全员公关意识，注重对员工素质的培养。该宾馆有员工2980人，年培训费高达十一万多美元，宾馆的新员工在上岗之前均须经过为期半年的业务技能和公关礼仪训练，以后每隔一段时间还要进修。杰出的公关使曼谷东方宾馆成了世界杰出的宾馆。由于良好的企业形象，许多客人专程远道慕名而来。

（三）有助于企业促销活动的开展

广州白云山制药厂体协足球队在广州“白云山”四城市国际足球邀请赛中获得亚军，在国际足球界提高了知名度，在外国企业家中有了良好的形象和信誉。

广州白云山制药厂是一家知名的制药厂，它的企业形象好与它们的公关工作做得好密切相关。每年，他们都要拿出占总产值约1%的资金来从事公共关系工作，其中包括广告、社会公益活动。他们把这笔费用称为“信誉投资”。1990年，这笔投资是80万元。1991年达120万元。药厂承包足球队，用经营管理手段抓足球队，制定了考核、奖励制

度，使足球队面貌焕然一新，在全国首届足球杯赛中，球队从国家乙级队跃居甲级队，进入前八名。厂总支书记贝兆汉说：“从企业经营角度来看，建足球队可以增加职工的自豪感，扩大企业的影响力，一些外国企业家从‘白云杯’国际足球邀请赛中，看出了我们厂的经济实力，就愿意同我们做生意，企业在外界有了良好的形象和信誉，还会影响和扩大市场销路，反过来促进了企业的经营管理和经济效益。”人们问：“从经济效益上看，这笔信誉投资值得吗？”回答是肯定的：“树立企业形象，提高企业声誉，在某种意义上说就是提高企业的经济效益。我们花了几十万元的信誉投资，扩大了价值成百上千万元产品的销路，这还不值得吗？”的确，广州医药市场上的药品，白云山厂的占了1/3。许多外商也慕名而来，签订合同。一家港商甚至指名要同白云山厂合办一个工厂，理由是白云山厂的知名度高，企业形象好。由此看出，开展企业交际，树立企业良好形象，扩大提高企业信誉，对于一个企业的前途是至关重要的。

第三节 企业交际学的研究对象

企业交际学的研究对象是什么？

交际学是一门新兴的学科。

当今社会，随着现代科学技术的进步，商品经济的发展，思想观念的更新，个人、团体之间的联系往来日趋频繁紧密，色彩纷呈。企业要发展，事业要成功，理想要实现，人格要完善，都离不开社会交际。

交际学是一门新兴的学科。交际学是一门社会学，更是