

蒋星五 刘冰 李济丽 华人信 编



与人打交道的艺术 ——公关胜例100则



企业管理出版社

与人打交道的艺术

——公关胜例100则

蒋星五 刘 冰 编
李济丽 华人禧

气象出版社

(京)新登字046号

图书在版编目(CIP)数据

与人打交道的艺术: 公关胜例100则/蒋星五等编著

—北京: 气象出版社, 1994. 6

ISBN 7-5029-1640-7

I. 与… II. 蒋… III. 人间交往—通俗读物 IV. C912. 1

气象出版社出版

(北京西郊白石桥路46号)

责任编辑: 郭彩霞 终审: 庞金波

封面设计: 严瑜仲 责任编辑: 岳景增 责任校对: 王 旭

北京市顺义燕华印刷厂印刷

新华书店总店科技发行所发行 全国各地新华书店经销

开本: 787×1092 1/32 印张: 3.375 字数: 71千字

1994年6月第一版 1994年6月第一次印刷

印数: 1—8500

定价: 2.60元

前 言

这是一本关于公关的书。

但它和一般公关书不同之处在于：

1. 公关有两种类型：一是狭义的公关，一是广义的公关。狭义的公关就是现在公关小姐所从事的那一种公关，一般是指怎样接待顾客，怎样推销产品，怎样扩大影响等等。广义的公关范围大得多，概括起来就是怎样与别人相处，怎样搞好各种各样的人际关系。本书所指的就是第二种意义上所说的公关。所以本书的内容要广泛得多。

2. 一般公关方面的书理论讲得多，实例讲得少；而本书却只讲故事和实例，把公关的道理寓于故事和实例之中，通过生动形象的故事，让读者自己去体会有关公关的一些道理。

从这两点来讲，本书寓知识性、趣味性、实用性于一体，是一本别具特色的公关手册。

由于我们水平有限，疏漏、不当之处难免，谨请读者批评指正。

最后，向被本书引用过材料的书刊杂志的作者、译者和编者致谢。

编 者

1994年4月

目 录

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| 1. 真诚的话..... (1) | 26. 帮做衣服 (34) |
| 2. “把恋爱当饭吃”..... (1) | 27. 狼狈不堪 (35) |
| 3. 山贼老面店..... (2) | 28. 宴会 (36) |
| 4. 三明治..... (3) | 29. 等待时机 (37) |
| 5. 一个线球..... (4) | 30. 摔琴 (38) |
| 6. 机智问答..... (6) | 31. 死玫瑰 (40) |
| 7. 杀人大将军..... (7) | 32. 朱元璋和穷朋
友 (41) |
| 8. 姑娘的帽子..... (8) | 33. 智斗高桥 (42) |
| 9. 巧用剧本..... (9) | 34. 发行新招 (43) |
| 10. 感人的募捐 (10) | 35. 跪请名师 (44) |
| 11. 两全其美 (11) | 36. 咸淡同碗 (45) |
| 12. 突然变卦 (13) | 37. 两个医生 (46) |
| 13. 眼镜店 (13) | 38. 广告 (48) |
| 14. 成功奥秘 (15) | 39. 抢财鸡 (50) |
| 15. 精采亮相 (18) | 40. “魔水”作用 (50) |
| 16. 不断变化 (19) | 41. 飞来的广告 (52) |
| 17. 珍惜声誉 (21) | 42. 夫妻吵架 (53) |
| 18. 退货赔款 (22) | 43. “野马”的成功 (54) |
| 19. 神奇化装 (24) | 44. 宣传绝招 (55) |
| 20. 招聘考试 (27) | 45. 诗人施舍 (56) |
| 21. 感情投资 (28) | 46. 雇用小偷 (56) |
| 22. 貂蝉 (30) | 47. 六个字 (57) |
| 23. 声东击西 (31) | 48. 要帐 (57) |
| 24. 劝说妙法 (32) | 49. 自动降价 (58) |
| 25. 止谗妙计 (33) | |

50. 用信劝说	(59)	76. 倒药	(81)
51. 两辆小轿车	(60)	77. 熊猫效应	(82)
52. 西施兰广告	(61)	78. 一只大老虎	(82)
53. 三换告示	(62)	79. 我们不明白	(83)
54. 减肥指南	(63)	80. 真会说话	(84)
55. 不必摘帽	(65)	81. 天气很热	(85)
56. 介绍信	(65)	82. 富士山	(86)
57. 升降电梯	(66)	83. 出奇制胜	(87)
58. 窃密绝招	(66)	84. 两个店员	(87)
59. 鲁迅理发	(67)	85. 电影说明	(88)
60. 正面朝上	(68)	86. 卖报快	(89)
61. 抢奇才	(69)	87. 征订启事	(90)
62. 妙笔生花	(70)	88. 智取九龙杯	(91)
63. 女王敲门	(71)	89. 请假	(92)
64. 找工作	(71)	90. 先救谁	(93)
65. 卓别林遇盗	(72)	91. 谢甫琴科	(93)
66. 巧书难解	(72)	92. 委婉	(94)
67. 一部电视片	(74)	93. 爱的学校	(94)
68. 牛皮糖	(74)	94. 一只苍蝇	(96)
69. 两句诗	(75)	95. 巧打比喻	(96)
70. 若无其事	(76)	96. 有只苍蝇	(98)
71. 一枚邮票	(77)	97. 不烧房子	(98)
72. 随机应变	(78)	98. 不怕人看	(99)
73. 脱险妙法	(78)	99. 写招牌	(99)
74. 代客哭笑	(79)	100. 潜望镜	(100)
75. 超值享受	(80)		

1. 真诚的话

在美国南北战争期间，有位姑娘找到林肯，要求总统开一张去南方的通行证。

林肯说：“战争正在进行，你去南方干什么呢？”

“姑娘说：“去探亲。”

“那你一定是个北方派。你去劝说一下你的亲友们，让他们放下武器。”林肯高兴地说。

那姑娘说：“不！我是南方派，我要去鼓励他们，要他们坚持到底。”

林肯很不高兴。“那你来找我干吗？你以为我能给你通行证吗？”

姑娘沉着地说：“总统先生，我在学校读书时，老师就给我们讲诚实的林肯的故事，从此我便下定决心要学习林肯，一辈子不说谎。我不能为了一张通行证而改变自己说话做事都要诚实的习惯。”

林肯被姑娘诚挚的话打动了，说：“好吧，我给你开一张。”说着，在一张卡片上写下了这样一行字：“请让这位姑娘通行，因为她是一位信得过的姑娘。”

2. “把恋爱当饭吃”

一天，有个青年因为对另外两位青年的恋爱不满，便跑来向陶行知告状。他说：“陶先生，您应该管一管，他们太不像话了，简直把恋爱当饭吃！”

“是吗？”陶行知好象发现新大陆似的，眼睛里闪着惊

奇的目光：“他们真的把恋爱当饭吃吗？”

“谁还对您说假话，他们就是这样嘛！您应该批评批评他们。”

“批评？——不，我认为应该赞扬他们。”陶行知若有所思地说，头在不停地点呀点。

“陶先生，请您不要说笑话，他们这样发展下去，对集体的影响是很大的。”

“为什么？”

“因为他们把恋爱当饭吃，如果不管，就会影响别人也把恋爱当饭吃。”

“那很好，我一定完全赞同。”陶行知一本正经地拍拍他的肩膀说：“假如今后你搞恋爱，我也希望你和他们一样。”

“陶先生又在讲笑话了。”

“不，这决不是笑话，把恋爱当饭吃，这是人生最正确的恋爱观！”陶行知的态度变得很严肃，并开始把他的理由全部叙述出来，说：“人每天吃饭不过三顿，每顿按10分钟计，加个倍，一共也不过一个钟头，其余时间就可以专心工作，专心学习，就可以发生力量，发生热，发生光。一句话，就可以使一天的工作和学习得到更大的成效，这岂不是很好吗？我想应该是很好的。我担心你们的，并不是把恋爱当饭吃，恰恰相反，我就怕你们不把恋爱当饭吃，而是把它当成工作和学习，当成生活的全部啊！”

这位青年听罢，理解地笑了。

3. 山贼老面店

日本下仁田市，有一家面店，挂的招牌是“山贼老面

店”。

这家店的特色就是什么东西都大。有名的“山贼大面”是用可以供四五个人吃的大钵子盛满一钵面，标价九百元。可是这种大面不是人人都能吃得的，要吃的人先得同店老板见面，老板认为合格了才行，这样的人不过极少数。

老板认为合格之后，就让你吃那一大钵面，动筷之前先要看好时间，如果在规定时间内连面带汤全吃光了，就当场给你鼓掌表扬，送你一张很漂亮的表扬状，并把你的大名写入墙上挂着的人名一览表内。这名单据说至今还不过百来个人。另外，这家店还有个特大的啤酒杯，可装十瓶啤酒。如果有人能喝完一杯，那就隔天可以免费奉送一杯。

由于这家面店，经常花样翻新，天天热闹非凡，好奇赶来的客人连接不断。

4. 三 明 治

1945年，富兰克林·罗斯福第四次连任美国总统。《先锋论坛报》的一位记者采访他，请他谈谈这次连任的感想。罗斯福没有回答，而是客气地请这位记者吃一块“三明治”（夹馅面包）。记者觉得这是殊荣，便十分高兴地吃了下去。总统微笑着又请他吃第二块“三明治”。记者觉得情不可却，又吃了下去。不料总统又请他吃第三块。他肚子里虽已不需要了，但勉强地吃了下去。哪知罗斯福在他吃完之后又说：

“请再吃一块吧！”记者一听啼笑皆非，因为他实在吃不下去了。这时，总统微笑着说：“现在，你不需要再问我对于这第四次连任的感想了吧，因为你自己已感觉到了。”罗斯福传达的信息是，他对连任总统已和记者眼前一样有啼笑皆

非的感觉了。

有人说，罗斯福的回答不仅巧妙，而且非常得体。但也有人认为这只是官样文章而已。要当总统是要自己出来竞选的，不是别人强迫他干的。这同记者因怕失礼而只得接连吃三明治是不同的。

5. 一个线球

有家婆媳俩，住连间屋。一天，婆婆在针线箩里找来找去，怎么也找不到那个红线球了。又没外人来过，针线箩就放在炕头上，怎么就没个踪影了呢？婆婆思来想去，一定是媳妇偷去了，便问小孙子：“你见谁拿了我那红线球？”

“俺娘！”

见小孙子这样回答，婆婆心里更有底了，孩子不说假话嘛。这时媳妇下地回来，婆婆就唠叨了起来：“家贼难防呀，家贼难防！”

媳妇一听，心里一愣，就问：“娘，您丢了什么东西啦？”

“我丢什么，你还不知道？”

媳妇一听婆婆这话，知道婆婆怀疑上自己了，便说：

“娘，您不说，我怎么知道？”

“我针线箩里的红线球哪去了？”

“噢，原来是丢了个线球呀！”媳妇忙说，“娘，您别生气，都怪我不好，是我拿了您的红线球用了。”

婆婆鼻子哼了一声：“你‘拿了？’没隔山没隔海，拿我的东西用，也不告诉我一声。”

“嗯，娘，不是拿了，是我偷您的红线球用了。”

婆婆还是一个劲地追问：“干什么用了？”

“娘，不是我用了，是，是……是我回娘家时送给我娘了。”

婆婆不再说什么了，可心里话：“哼，偷婆母的物件送亲娘，难怪人说‘木勺不是树上长的，媳妇不是婆婆养的，’到底是两种心肠大差样呀！”

过了几天，婆婆拾掇被褥。呀！在炕角上，那个红线球轱辘辘地滚到眼皮子底下来了！婆婆拿起来一看，这不就是自己找的那个红线球吗？她忙把小孙子喊过来，问：“你娘拿的我那线球是什么颜色的？”

“黑的。”

“你是看见你娘从奶奶的针线箩里拿的吗？”

“没有。”

“哎，奶奶说丢的红线球嘛，你怎么张口就说是你娘拿了哩？”

小孙子可认真了：“奶奶，咱家就您和俺娘用线球嘛，除了您，不是俺娘还能有谁哩？”

哟，婆婆心里可后悔极了，为个线球本来就不该乱猜疑，发脾气，如今冤枉了媳妇，自己这老脸可往哪儿搁呢？

媳妇下地一回家，婆婆就问她：“孩子，你为啥对娘说假话？”

听婆婆这样问，媳妇又是一愣：“娘，您说我什么地方讲假话了？”

“红线球的事。我今儿在炕头上找着了，你怎么说是拿到娘家去了呢？”

媳妇听到这儿可笑开了，她说：“娘呵！有句古话说‘肚里没病死不了人’吗？看到您生气，我担心呀，担心您生气会

伤了身子。您怀疑我拿了红线球，不就是一只红线球吗？我承认下来，再认个错，您就消了气，不害病了。您不害病，就是咱全家的福呵！”

媳妇的这番话直说得婆婆心里头滚烫滚烫的，就像开了锅的水！婆婆把钱匣子递过来，从腰上解下钥匙，对媳妇说：“从今日起，这个家由你来当吧，娘老了，丢三忘四的，连个针头线脑也管不好，你的心眼正，一定能当好这个家！”

6. 机 智 问 答

“首届中华广告模特大奖赛”于6月15日在北京中国剧院进行了决赛。

其中有一项机智问答，题目是根据你自身的特点，说明你最适合做哪种广告？

有四个选手进行了回答，他们的回答是这样的：

选手A：我叫叶惠芳，和电视剧《渴望》中的刘惠芳只有一字之差，所以我的性情也象刘惠芳一样温柔贤惠。自然，我特别适合做家庭主妇那一类的广告。

选手B：（该选手留超短发）我用的洗发精、护发素质超群，我这一头美丽的短发证明了这一点呀！（观众笑）

选手C：我适合做所有的广告。只是近日脸上生了一些青春痘，不过这正是青春的表现呀。我所在的美容中心美容效果很好，什么样的缺陷都能消除。我们的宗旨就是“只要青春不要痘”。（观众笑）

选手D：披斗篷，戴红色船形帽，穿紧身红裙，表情冷峻而神秘地缓缓上场，突然转身挥枪喷射。观众笑。D随即说：中华牌水枪，儿童理想的玩具。（小声地）我就适合做

这种广告。（观众笑）

四个选手的回答各有特点。

A选手借助自己的名字与电视剧人物的姓名相巧合这一特点，加深了人们对自己的印象，博得了好感。以此作引介，避免了自我介绍的老套和繁赘。

B选手大胆打破人们的习惯（洗护发用品只用长发来表现），给人以突兀感。这种逆向性阐述饱含创新和幽默的成分，符合大众的审美情趣。

C选手从强调“我适合做所有广告”的完美无瑕，到道出“脸上青春痘”缺陷，使人有种“且看往下怎么说”的期盼，及至说出“青春痘正是青春的表现”，并顺理成章地引出“我所在的美容中心，只要青春不要痘。”展示出一种舒缓的起伏。尤其是最后一句，一语双关，收话有力。

D选手较多地借助了表演，以形象本身来代替语言回答（语气、表情和动作是语言表达的重要组成部分）。观众的笑声在她不置一词时即发出，明确表露了肯定。她最后一句“我就适合做这种广告”，让人有种隐秘被识破而不得不表示承认的好笑感，加强了幽默效果。

所以，这四个人各有特色，表演都比较好。

7. 杀人大将军

清朝的年羹尧是有名的杀人大将军。雍正初年，年羹尧收复一个边城，部下逮捕三个吏员。年羹尧立即下令解到帐前，问他们：“本帅准备杀你们呢，还是不杀你们？”第一个是县令，他磕头说不会杀，结果被年羹尧怒而杀之。第二个是武官，他昂头不惧一死，结果被大将军笑而杀之。”

杀了两个，年羹尧半垂眼皮，寻味着刚才发生的一切，一边又心不在焉地往下问：

“还有一个吧？你也猜一猜，本帅对你杀还是赦？”

“将军，恕我直言，此事晚生无法妄断！”

“唷！”这回答使年羹尧感到突然。他立即睁大眼睛，向下面一看，只见此人三十上下，读书人打扮，知道是个幕客。按照年羹尧的脾气，你越不肯把话说清楚，他越想打破沙锅问到底，于是又问对方：

“你无法妄断。那么我再问你，如果本帅杀了你呢？”

“这当然是将军之威！”

“如果不杀——”

“那就不失将军之德！用威或者用德，两者必取其一。生杀予夺之权，操在将军手里，请你自己定夺吧！”

年轻人说得理直气壮，年羹尧简直找不到半点可以驳斥的理由。再仔细一想，啊哟！如果杀了他，不等于自己失德么！他深深佩服这位年轻幕客的才干，于是手一挥说：

“赦！”

左右一听大将军说赦，就连忙上前去给那幕客松绑解缚，取酒压惊。

8. 姑娘的帽子

一位衣着入时的姑娘碰上了几个轻薄的男青年，其中的一个竟一伸手把姑娘的帽子给摘了下来。姑娘震怒了，但她没有开口骂“流氓”，而是马上冷静下来，彬彬有礼地说：

“我的帽子挺漂亮，你以为是吗？”

“当然，它和你这个人一样，真美！”那个摘姑娘帽子

的男青年答道。

这时，姑娘显得更加大方、有礼：“你一定是想仔细看看，好给你的女朋友买一顶吧？我想你决不是那种随意戏弄人的人。”

“当然不是。”那个青年被姑娘的气度和语言征服了，他红着脸答道。

姑娘见他由轻薄到狼狈的样子，又调侃地说：“请你不要买了。”

青年不解：“为什么？”

“别人会给摘去的。”姑娘不无幽默地说。那个青年有几分尴尬地把帽子还给了姑娘，并道了声“再见！”他的那两个伙伴也佩服地向姑娘点点头，离去了。

9. 巧用剧本

80年代以来，由于电视片的摄制费用越来越高，制片公司常常感到资金困难，大厂商便来出钱赞助，条件是在电影或电视片的内容中加入有关某商品的对话或在布景方面显示某商品的标志或形象。例如菲利普莫利斯烟草公司以35万美元的代价，使《特准杀人》影片的主角在一个镜头中从衣袋里取出一盒该公司生产的香烟，并清楚地拍摄了烟盒上的商标。

财大气粗的可口可乐饮料公司则干脆在1982年购买了哥伦比亚制片厂49%的股份，从而可以按照自己的意图修改电影脚本。例如在1985年摄制的《莫菲的浪漫史》，一开始就有这样的画面：

女主角莎莉·费尔德带着小儿子走在得克萨斯州的一个

市镇的街道上。她经过一家商店，两个橱窗上都贴着醒目的红底白字“可口可乐”商标，门上也贴了一张。店内是淡红的暖色调。她走进去坐在酒吧的高凳上。一团和气的店主连忙过来殷勤地打招呼，然后是简短的对话：

莎莉：“我要半杯香蕉汁。呵，不！来一罐可口可乐吧！”

店主：“一罐可口可乐吗？”

莎莉：“对！一罐柠檬可口可乐。”

观众看到这个环境的柔和色调，同时一连三次听到“可口可乐”这个名字和看到它的商标，再加上盘子上摆着的红色铝罐，无疑会留下深刻印象，被诱导加入饮用可口可乐的行列。

10. 感人的募捐

我国有一个在加拿大留学的学生，她在回国以后，在报上介绍了在加拿大的两次募捐，读来确是感人：

一天，我在渥太华的街上被两个男孩子拦住。他们十来岁，穿得整整齐齐，每人头上戴着个做工精巧、色彩鲜艳的纸帽，上写着“为帮助患小儿麻痹的伙伴募捐”。其中的一个，不由分说就坐在小凳上给我擦起皮鞋来。另一个则彬彬有礼地发问：“小姐，在你们国家里有没有小孩患小儿麻痹？谁给他们付医疗费？”擦完鞋，我问该付多少钱，他们说：“给多少都行。”“5分也行。”当我把5加元放到他们胸前的布袋里时他俩争着用稚嫩、优美的童音大声说：“谢谢您，非常感谢！我们希望有一天能到你们美丽的国家旅游。”一边说一边把一个红白两色的脚印形纸牌别在我的衣服上，并告诉

我：其他孩子们见到这个标志就知道你已经捐过了，不会再给你擦鞋了。回住处的路上，我看见许多人胸前都佩着这个小小的脚印。到处都有孩子冲我说“谢谢”。我觉得他们的笑容溶进了路旁盛开的鲜花中，他们的声音好像来自天堂。

几个月之后，也是在街上，一些十字路口处或车站坐着几位老人。他们满头银发，身穿各种老式军装，上面布满了大大小小形形色色的徽章和奖章，每人手捧一大束鲜花，有水仙、石竹、玫瑰及叫不出名字的，一色雪白。匆匆而过的行人纷纷止步，默默掏出钱来，投进这些老人身旁的白色木箱内，然后向他们微微鞠躬，从他们手中接过一朵花。我看了一会儿，有人投一两元，有人投几百元，还有人掏出支票填好后投进木箱。那些老军人们毫不注意人们捐多少钱，一直不停地向人们低声道谢。同行的朋友告诉我，这是为纪念二次大战中参战的勇士，募捐救济残废军人和烈士遗孀。每年一次。认捐的人可谓踊跃，而且秩序井然，气氛庄严。有些地方，人们还耐心地排着队。我想，这是因为他们都知道：正是这些勇士的流血牺牲，才换来了包括他们信仰自由在内的许许多多。

11. 两全其美

有一位17岁的美国姑娘，好不容易才找到一份在高级珠宝店当售货员的工作。

在圣诞节前的一天，店里来了一位30岁左右的顾客，他衣着破旧，心情沉重，用一种不可企及的目光，盯着那些高级首饰。

姑娘要去接电话，一不小心，把一个碟子碰翻，六枚精