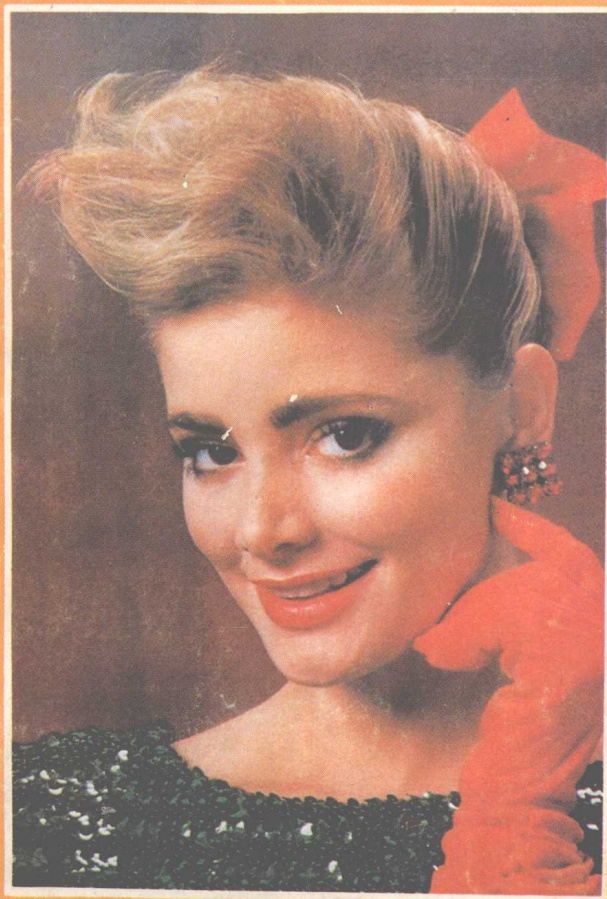




谭建光 张文邦 林 猛 著
汤文君 杨宏丽 刘丽丽

聪明消费交际术

中国经济出版社

聪明消费交际术

谭建光 张文邦 林 猛 著
汤文君 杨宏丽 刘丽丽

中国经济出版社

责任编辑：秋 田

封面设计：丘春晓

聪明消费交际术

谭建光 张文邦 林 猛 著
汤文君 杨宏丽 刘丽丽

*

中国经济出版社出版发行
(北京市百万庄北街3号)

广东省新华书店经销

肇庆康培印刷厂印

*

787×1082毫米 32开本 7.1印张 14.8千字

1990年7月第1版 1990年7月第1次印刷

印数1—12000册

ISBN 7-5017-0394-9/Z·108

定价：2.90元

前 言

社会主义商品经济的迅速发展，使广大群众的生活水平日益提高。消费交际技巧，逐渐受到人们的重视。

现代物质文化生活的各个领域，都打破了“闭关自守”、“自给自足”状态，消费者更需要运用交际技巧来引导行为、影响他人、获得有利于双方的效果。

本书是第一部专门介绍在日常生活中怎样提高消费交际水平、产生积极效应的通俗读物。书中精选国内外的一百多个典型实例，进行深入浅出、精采生动的分析，提出家庭消费交际、商品消费交际、文化消费交际等方面的具体技巧。本书既能帮助大众改善消费生活，也能帮助生产经营者了解消费者心理，还能帮助各级干部洞悉群众的需求。

在写作过程中，借鉴和参考了社会学、营销学、心理学、公共关系学、经济学、消费心理学等大量书刊资料，均在附录一“主要参考资料”中标明，不在文内一一注释，特此说明。

本书由谭建光、刘丽丽、汤文君、杨宏丽写作第一篇；张文邦写作第二篇；林猛写作第三篇。全书由谭建光统稿。原计划的第四篇“旅游消费交际”因感资料稍欠而未收入，特说明，敬请读者谅解。

著 者

1990年4月于广州

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

第一篇 家庭消费交际三十二个秘诀

一、家务苦乐善体谅	(5)
-----------------	-------

——夫妻物质消费的交际术

真心赞美妻子的操持与忙碌

善于形成分工合理的“家务规矩”

尝试做“男妈妈”，有欢乐也有苦恼

二、家庭游戏共分享	(21)
-----------------	--------

——夫妻精神消费的交际术

理解妻子兴趣，调节精神消费

发挥夫妻个性，花钱买快乐

家庭游戏不可少，身心愉快不可缺

三、长幼相处显爱心	(37)
-----------------	--------

——长辈晚辈消费的交际术

长幼共同生活应善于表明消费意愿

遇上家庭矛盾应善于说“没关系”

善用象征性礼品满足长辈的精神快乐

四、亲友和睦同欢乐	(53)
-----------------	--------

——亲戚友邻消费的交际术

亲友嗜好可劝戒，不可当众奚落

兄弟姐妹千里相聚，花钱不足惜
扩大“交往圈子”，能为家庭增添乐趣

第二篇 商业消费交际三十二个秘诀

一、日常购物有奥秘…………… (69)

——最佳选购的消费交际术

巧用语言艺术，换得殷勤服务

学会讨价还价，凭智慧获取实利

认清时髦善选择，显示个性尤重要

二、机智精明巧识辨…………… (85)

——谨防受骗的消费交际术

殷勤贱卖应提防，“掉包”计谋须戳穿

遇上“打死狗讲价”，义正词严作反驳

大吹大擂须留心，“大酬宾”里有文章

三、扬长避短互补充…………… (101)

——不同类型消费者的交际术

习惯型顾客要多问，名牌亦应重效益

理智型顾客要多听，一物多用有妙处

冲动型顾客要多思，购物价值从长计

四、善于投诉好处多…………… (117)

——顾客投诉的消费交际术

善于针对生产经营者的责任而投诉

借助舆论力量产生效果

充分依靠各级消费者委员会的帮助

第三篇 文化消费交际三十二个秘诀

一、千姿百态尽浏览……………(133)

——欣赏活动的消费交际术

掏钱欣赏音乐体育绘画，都能令人陶醉

请您点歌，欣赏别人也欣赏自己

时髦事物要明辨，亦步亦趋易上当

二、心旷神怡人舒畅……………(149)

——自娱活动的消费交际术

卡拉OK心里乐，施展才艺知己多

文化沙龙不俗气，得益无穷精神足

不花钱不求人，垂钓之乐心自怡

三、知识迷宫得益大……………(165)

——学习活动的消费交际术

夫妻“氧气”不可缺，节俭不在买书钱

互相支持求文凭，投资几年见成效

电视节目带给你和亲友无穷乐趣

四、天生我才处处用……………(181)

——创造活动的消费交际术

善于推销自己，无须花钱买关系

“炒更”既能挣钱，又能施展才能

创造不宜登高远，小事更能见成绩

附录一 主要参考资料……………(197)

附录二 授课联系指南……………(199)

第一篇 家庭消费交际

一、家务苦乐善体谅

——夫妻物质消费的交际术

(一) 真心赞美妻子的操持与忙碌

男女间，经过初恋，热恋而结婚之后，必然面临繁杂的家庭事务。尤其是做妻子的，要为每天必备的消费生活而费心操持。中国的传统，不大讲究夫妻交际艺术，通常用“贤内助”、“贤妻良母”等说法划定了女性的职责。在现代社会里，做妻子的渴望得到理解和尊重，丈夫如何运用巧妙的交际术而表示关注之情，就显得十分重要。据美国专家詹姆斯·多布森分析，虽然妻子常常为疲倦、劳累而烦恼，但是只要丈夫表现得非常理解，并乐意协助妻子共度难关，那么，她的情绪就会迅速好转。反之，如果丈夫无视妻子的操持与功劳，就会使她对消费活动的热情和积极性大为降低。

我们周围的人们，在这方面的经验和教训是不少的。例如有一位丈夫，每天看见知书达礼、贤惠温柔的妻子出入厨房、煮炒洗刷，弄出饭热菜香，搞得窗明几亮，就为有这样的家庭而陶醉。他也就习惯于饭来张口，衣来伸手的生活，洋洋自得地享受了。不料，久而久之，妻子感到付出的辛劳

得不到回报，自己的价值得不到尊重，就从不满意、抱怨发展到怠工，不干了。丈夫这才意识到事态严重，赶忙放下架子，向妻子赔礼道歉，并象征性地干干家务，引起她的注意，果然奏效。妻子笑颜重开，高高兴兴地安排起消费生活。丈夫也不再安之若素，而是多找机会夸奖几句，间或有所协助，妻子操持家务也就更勤快、更主动了。

由此可见，赞美之辞，看似平淡，却对夫妻消费交际有不可低估的作用。首先，它使妻子从内心感受到丈夫的尊重，生活得有意义。任何女性操持家务，都是希望为家人创造幸福，如果丈夫或其他成员看到这一点，能感激她的劳动，就能让她心满意足了。其次，它使妻子觉得丈夫在关注自己的一举一动，是爱意的体现，倍感亲切。女性的心理很敏感，十分渴望得到感情与温暖。倘若丈夫对她的消费安排漠不关心，她就感到内心受到伤害；而当丈夫热诚关注时，就会让她体验到爱的交流和沟通，再苦再累心里也甜。再次，赞美之辞能使妻子认识到家庭消费活动的重要价值。传统上将家务视为低人一等的劳动，这是错误的。现代人认为，家务是社会发展不可或缺的促进因素，可以使操持家务的女性感到骄傲。

（二）诚挚谅解丈夫的粗心和惰性

由于“男主外、女主内”等旧观念的影响，丈夫通常对家庭消费活动不甚了解，不予关心。然而，当代女性追求平等，一方面希望同男性共同在事业上竞争，另一方面则渴望能同男性一块建设好家庭生活。于是，妻子在精心设计生活前景、全力安排消费项目时，总是要求丈夫能够介入、参与和支持；一旦发现丈夫有所忽视、心不在焉时，就深感不满。其实，男人之不理家政，常是天性所致。因为，他们的心理往往倾向于简单、快捷、省事，尤其对日常生活的琐碎事务，更是以精简为准则。故男人的粗心，是不自觉的表现，并非不爱妻子、不爱家庭，这是女性应该理解的。

有一个家庭，丈夫看见妻子很爱干净。不仅衣服天天洗，蚊帐被单也三天两头洗一次，很辛苦，就心疼妻子。他咬咬牙，积存下几个月的奖金，又借了几百元，买回一台全自动的洗衣机，想让妻子高高兴兴。不料，却得不到妻子的理解，既埋怨他的浪费，又抱怨他贪图享受、不爱劳动，使他哭笑不得，洗衣机闲置半年不用，妻子仍是天天用手洗衣，直至双手红肿。后来，到一位朋友家，听朋友的夫妻介绍洗衣机的妙处，才得到启发，回家后开始试用。

这个实例的丈夫，能体谅妻子，设法为她减轻家务负担，是很细心和周到的了。许多男人，忙于自己在社会上的创业、竞争，回到家里对家务不闻不问，甚至冷落娇妻。对这种丈夫，妻子就更要注意处理好消费交际关系，办法是：

一是佯装不知。俗语说“眼不见心不烦”，妻子若对丈

夫惰性习以为常，相安无事，就不至于引起矛盾争执。这是一种方法。

二是旁敲侧击。通常，男人的自尊心很重。倘若妻子径直支配他做家务，会引起他的抵触情绪。聪明的女性最好以满足丈夫的某种需要为理由，作为诱导丈夫参与消费活动的机遇。如果丈夫有受尊重和赞扬的需要，妻子就寻找机会赞扬丈夫的某一次烹调或某一次家务劳动是多么受人欢迎和令人难忘，这样就会促使他一而再，再而三地愉快干家务。

三是激将法。这是借评论丈夫的某些弱点，激发起他的好胜心，从而使他决意干好家务，显示才能，并争回面子。

总之，妻子应当理解男人的种种特性，并且巧妙引导丈夫参与消费活动，以创造家庭幸福。

(三) 夫妻消费设想相异，争议也有乐趣

夫妻之间，无论怎样和谐、默契，都不可能做到思想、行为的完全一致。在日常消费活动中，因看法相异而引起争执，是不奇怪的。传统的家庭观念反对夫妻的差异与争议，而是竭力要求双方迁就、图求一致。现代社会的婚姻理论，却认为家庭矛盾的不断产生和解决，正是促使夫妻关系更加密切的重要因素。美国专家乔治·奥尼尔和尼娜·奥尼尔指出：只要不是破坏性而是建设性的争执，对家庭生活就有好处，它可以使夫妻关系突破原有的停滞、机械状态，出现发展、更新的生机，并诱导夫妻自觉地加深双方的理解，达到更高水平的和谐。

现代夫妻，只要善于艺术性地处理消费活动中的争执，就会变得富有情趣。

有一对夫妻，在选择服装颜色方面的想法差别很大。丈夫喜欢明亮鲜艳的色彩：大红啊、天蓝啊，嫩黄啊；而妻子喜欢含蓄一点的复合色：紫罗蓝，豆沙红，秋香绿。丈夫欣赏的妻子看不上，妻子喜欢的丈夫不满意，常为了一件衣服而争执半天，没有结果。后来，丈夫巧妙地运用交际艺术，每当与妻子一块上街，发现妻子看中那件衣服，他就抢先大声赞扬这服装如何如何好，并拼命督促妻子购买。这时，妻子反而不那么想要，常常不打算买了。过后，丈夫笑着向妻子透露说，这是表现差异与争执的新妙方。因为，他知道夫妻购物看法的分歧已成心理定势，就干脆用“反激将法”把自己不喜欢的颜色当作她所喜爱的来鼓吹，引诱妻子“上当”

而不赞同丈夫见解，也就不想买那件衣服了。妻子说“这真使我无可奈何，却也感到一种特殊的乐趣”。

我们从这一实例中看到，夫妻间正视消费设想上的差异，不仅不损害家庭关系，反而更有利于促进婚姻的发展。这是因为：①夫妻双方差异与争执中显出个性，若积极地去理解和适应，就有利于心灵的沟通。②相异的消费设想为家庭布置、购物行为等提供多种选择，使夫妻生活不陷入机械和单调的一致，而是具有丰富多样性。③适当的、建设性的争执可以使夫妻心理产生某些波动，更加认识生活的复杂性，从而使双方更自觉地维护家庭幸福。可见，夫妻在物质消费交际中，积极地利用差异和争执，可以获得奇妙的效果。

(四) 善于形成合理分工的“家务规矩”

家庭消费活动是一种连续不断、循环反复的过程，夫妻几乎每日都要为此操心。不少青年男女，在恋爱期间轻松愉快、甜蜜欢乐，一旦结婚面临繁琐的家务，就由不知所措到心烦意乱，渐渐造成夫妻间的矛盾，导致婚姻危机。因此，我们认为，及早形成合理分工的“家务规矩”是极为有益的。所谓“家务规矩”是指婚后夫妻在消费活动中各自承担的角色和承担的义务的基本准则。任何家庭在组成之后，都会自然形成这类规矩。然而，分工合理的规矩有利于家庭幸福，分工不合理的规矩则会促使婚姻解体。目前，不少夫妻未能掌握消费交际艺术，被动地让“家务规矩”随意产生，这样常引起不良后果。

某夫妻，刚结婚时，双方都很勤劳，争着做家务，渴望为爱情幸福多作奉献。丈夫更为主动，逐渐包揽了家庭消费活动，成为“家庭主男”角色。妻子则渐渐疏于家务，独自轻松享乐。久而久之，男方虽被同事、邻居称为“模范丈夫”，持家干活也成习惯，内心却有不满情绪。他觉得自己终身这样过份顾家，既耽误了事业，又宠坏了妻子。于是，他多次有意提醒妻子兼顾些家务，妻子却依赖成性，毫无改变。后来，丈夫难以忍受，就向法院提出离婚。这时，妻子恍然大悟，一方面后悔莫及，想方设法换回男方的心；另一方面重新学做家务，支持丈夫的工作、事业，经过协调，夫妻在家庭消费活动中各自承担一部分义务，逐渐恢复了感情，维持了家庭的和谐。

可见，形成“家务规矩”是应该人为进行调节，使其合理化。这里要注意几点：一是取长补短，各施所能。夫妻性情各异，能力不同，在家庭消费活动中应当合理分工。倘若丈夫粗心而热情，则宜于干重活，当帮手，不宜主理家庭；倘若丈夫细心而认真，则不妨做“家庭主男”，掌握消费支配权，而让妻子成为帮手。同样，不同个性的妻子亦应选择承担合适的义务。这样，“家务规矩”的形成就能变为促进家庭和谐发展的因素。二是夫妻双方要有独立感，注意互相体谅和体贴。“家庭规矩”的畸形化，往往都是某方“支配欲”强、另一方“依附性”强造成的。夫妻如果正确认识自己的价值、需求和义务，就能在家庭消费活动中相互敬重、体贴、谅解，相互帮助，共同度过美满的一生。

（五）爱，不能成为配偶牺牲一切的藉口

年轻人往往相信，相爱的双方应该为爱情可以奉献一切、牺牲一切。这种“爱情至上”的观念不仅在理论上是错误的，而且在实际上的婚姻生活中也无法贯穿始终。因为，男女组合成家庭，就产生了结构极简单、关系却极复杂的新型社会细胞。夫妻间除爱的需要之外，还有更广泛、更多样的需要。生活方面，从物质享受到精神享受；工作方面，从完成任务到主动热情；闲暇方面，从消遣到创造；等等。如果夫妻间的一方，长期压抑自己所有其它需要而只成为爱的奴隶，那既是不道德的，也会危及婚姻的稳定。

有一对感情很好的夫妻。丈夫是很有事业心的助理工程师，妻子是个会计。平时，妻子包揽家务，让丈夫有充裕的时间和精力去搞科研。小俩口虽若犹甜，日子过得很有意思。

后来，情况起了变化。青年中兴起学习热潮，妻子也考上了业余大学。每周两个晚上听课，加上大量作业，使她负担太重，就向丈夫提出分担家务的要求。丈夫原来并不反对妻子上业余大学，现在看到与自己争时间，就表示不满。他认为，自己的科研与发明比较重要，希望妻子放弃上学，全力支持自己的事业。然而，妻子感到，时届中年，读大学的机会唯此一次，放弃则贻误终身，就不大愿意。沉思之后，她再次请求丈夫分担一些家务，却引起丈夫的指责。于是，一个和睦的家庭出现矛盾，扰乱了正常的消费活动，逐渐陷入困境。

据德国婚姻专家奥·科勒指出，现代女性不再是祈求王子恩宠的“灰姑娘”了，她们有自己的理想、抱负和追求，希望和丈夫并肩努力，既创造家庭幸福，又争取事业成功。因此，传统那种要求妻子为家庭而牺牲一切的观念是行不通的。那么，我们怎样才能使夫妻将牺牲精神与个人利益很好地结合呢？首先，承认爱是需要一定的奉献和牺牲的，但是，应当是双方互相贡献，并且不应当阻碍其它需求的发展。夫妻共同愿意为家庭消费活动作出努力，才能既创造和睦美满的婚姻生活，又能追求事业的成功。其次，相爱的双方都应将对方的需要摆在重要地位，而不是单方面的。传统“二保一”的观念，常常以牺牲妇女前途为代价，这是不人道的，也不现实。唯有夫妻互相体谅和支持，才能使婚姻和事业都成功。