

外企秘书基础

曾瓿洁 著

= 企业秘书丛书 =

主编:陈天恩 副主编:牛云

中国建材工业出版社

企业秘书丛书 主编 陈天恩 副主编 牛云

外企秘书基础

曾瓯洁 著

中国建材工业出版社

(京)新登字 177 号

图书在版编目 (CIP) 数据

外企秘书基础/曾瓯洁著.-北京:中国建材工业出版社,
1997

(企业秘书丛书/陈天恩主编)

ISBN 7-80090-488-1

I. 外… II. 曾… III. 中外合资经营-合资企业-秘书-基本知识 IV. F276.43

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 13665 号

企业秘书丛书 主编 陈天恩 副主编 牛云

外企秘书基础

曾瓯洁 著

*

中国建材工业出版社出版

(北京市海淀区三里河路 11 号 邮编: 100831)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

海洋出版社印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/32 印张: 5.75 字数: 161 千字

1997 年 7 月第一版 1997 年 7 月第一次印刷

印数: 1—3500 册 定价 8.90 元

ISBN 7-80090-488-1/G·52

《企业秘书丛书》

陈天恩 主 编

牛 云 副主编

企业办公室管理 陈天恩著

企业公共关系 郎佩娟著

外企秘书基础 曾甌洁著

企业秘书实务 陈天恩 王宝琴 王燕铭著

前 言

在由计划经济向市场经济转变、由粗放型管理向集约型管理转变的过程中，“管理科学，兴国之道”已成为人们的共识。秘书理论作为管理科学的一个重要组成部分，在实现上述两个转变中起着不可忽视的作用。

在我国，对秘书理论的研究大体上是与对管理科学的研究同步进行的。从70年代末到现在的十余年中，不仅基础理论不断深入，而且分支学科应运而生，企业秘书的理论即其中之一。

目前，有些企业经营状况不佳，甚至处于困境，原因虽多种多样，但“管理不善”几乎是共同的原因。本丛书写作的宗旨，即是从企业秘书、企业秘书的群体——企业办公室的角度，阐述企业管理中的一些理论、方法与技巧，提供企业的领导者、管理者，特别是企业秘书们参考，以期有助于企业的改革与发展。

本丛书编写过程中，参考了中外的有关著作及国内出版的各种秘书理论类刊物，从中得到诸多教益。这些论著与论文，无法一一列出，谨此，向其作者与编者表示衷心的感谢。本丛书的编写，我们虽然尽了很大的努力，但限于水平，不足之处在所难免，敬请广大读者、秘书工作者及专家指正。

主编谨识

1997年

目 录

第一章 外企秘书	(1)
第一节 外企秘书概说	(1)
一、外企秘书的概念.....	(1)
二、外企秘书的产生.....	(2)
三、外企秘书的性质.....	(2)
四、外企秘书的工作特点.....	(3)
五、外企秘书的作用.....	(5)
六、外企秘书的分类.....	(6)
第二节 外企秘书工作	(6)
一、外企秘书工作的内容.....	(6)
二、外企秘书工作的要求.....	(7)
三、外企秘书工作的方法.....	(8)
第二章 外企秘书修养	(11)
第一节 外企秘书的德才要求	(11)
一、外企秘书的职业道德.....	(11)
二、外企秘书的知识结构.....	(12)
三、外企秘书的业务能力.....	(14)
第二节 外企秘书的心理素质	(16)
一、中外文化心理的差异.....	(16)
二、外企秘书应有的心理准备.....	(19)
三、女秘书的心理防范.....	(22)

第三节 外企秘书的仪态·····	(24)
一、外企秘书必须注意仪表·····	(24)
二、外企秘书必须注意言行举止·····	(25)
三、外企秘书必须注意自己的神态·····	(26)
第三章 外企秘书的程序性工作·····	(28)
第一节 外企秘书一天的工作程序·····	(28)
一、领导上班前的准备工作·····	(28)
二、领导抵达后的工作·····	(29)
三、领导呼唤时·····	(30)
四、领导下班时·····	(31)
第二节 外企秘书日常工作的技巧·····	(31)
一、合理支配时间·····	(31)
二、工作计划的制订与管理·····	(33)
三、坚持工作的基本程序·····	(34)
第三节 领导外出的有关工作·····	(35)
一、制定出差日程表·····	(35)
二、物质准备·····	(36)
三、事务处理·····	(37)
四、送行的工作·····	(37)
五、领导启程之后·····	(37)
六、领导出差期间·····	(37)
七、迎接的工作·····	(37)
八、领导归来后的工作·····	(38)
第四章 外企信息与交往·····	(39)
第一节 外企信息·····	(39)
一、信息及其价值·····	(39)
二、“三资”企业的信息·····	(40)

三、外企信息的来源·····	(41)
四、外企秘书收集信息的原则·····	(42)
五、外企秘书收集信息的范围·····	(43)
六、外企秘书收集信息的注意事项·····	(44)
第二节 文字信息 ·····	(44)
一、名片·····	(44)
二、剪报·····	(46)
三、常用工具书·····	(46)
四、备忘录·····	(47)
五、邮件·····	(47)
第三节 电话交往 ·····	(49)
一、程控电话的性能·····	(49)
二、使用的原则·····	(51)
第四节 接待工作 ·····	(53)
一、接待·····	(53)
二、有约接待·····	(55)
三、无约接待·····	(55)
四、接待中十种不好的交谈方式·····	(56)
第五章 涉外会议与会务工作 ·····	(58)
第一节 会议与会务 ·····	(58)
一、内部会议·····	(58)
二、外部会议·····	(62)
第二节 会见与会谈 ·····	(68)
一、会见与会谈的概念与分类·····	(68)
二、会见与会谈的程序·····	(68)
三、经济谈判·····	(70)
四、签字仪式·····	(74)

第六章 外企档案管理	(76)
第一节 外企档案概说	(76)
一、档案.....	(76)
二、外企档案.....	(76)
三、外企档案的范围.....	(77)
第二节 外企档案工作	(77)
一、充分重视, 积极投入.....	(78)
二、接受监督, 承担义务.....	(79)
三、共同利用, 严格管理.....	(80)
四、提高认识, 以法管理.....	(81)
第三节 外企档案管理程序与方法	(82)
一、归档的程序与步骤.....	(82)
二、建立适当的档案存放系统.....	(83)
三、档案的借阅与处置.....	(84)
第七章 外贸文书写作	(86)
第一节 外贸文书	(86)
一、外贸文书的概念.....	(86)
二、外贸文书的特点.....	(86)
三、外贸文书的作用.....	(87)
四、外贸文书的分类.....	(88)
第二节 磋商信函	(88)
一、磋商信函的一般格式.....	(88)
二、询价函(询盘函).....	(89)
三、报盘(报价, 发盘)函.....	(89)
四、定货(订货)函与撤销定货函.....	(90)
五、定货确认(函)与拒绝定货(函).....	(92)
六、发货通知书、发票.....	(92)

七、催交函、复催交函	(93)
八、催付函、复催付函	(94)
九、索赔函	(96)
十、理赔函	(97)
第三节 涉外私人文书	(98)
一、私人书信及其结构	(98)
二、与港、澳、台及其它地区使用中文的海外华 侨、华人的中文通信	(101)
三、外文书信知识	(105)
第八章 社交礼仪	(110)
第一节 礼貌与礼节	(110)
一、礼貌与礼节的重要性	(110)
二、待客礼节	(110)
三、女性外事礼貌	(114)
第二节 礼仪活动	(114)
一、宴会与招待会	(114)
二、晚会与舞会	(119)
第三节 礼仪文书	(121)
一、涉外礼仪致词	(121)
二、涉外礼仪祝词	(122)
三、涉外礼仪电信	(124)
四、请柬与聘书	(125)
第九章 办公室自动化	(127)
第一节 办公室自动化概说	(127)
一、办公自动化的含义	(127)
二、办公室自动化的产生背景	(128)
三、世界各国办公室自动化举要	(130)

第二节 办公室自动化设备·····	(131)
一、设备·····	(131)
二、对几种重要设备的开发应用·····	(132)
第三节 电报、电传与传真·····	(134)
一、电报·····	(134)
二、电传·····	(135)
三、传真·····	(136)
第十章 国外秘书简介·····	(138)
第一节 国外企业管理简介·····	(138)
一、国外企业领导职能的特点·····	(138)
二、国外企业领导体制的特点·····	(139)
三、企业中秘书工作的特点·····	(141)
第二节 各主要国家秘书状况简介·····	(142)
一、美国·····	(142)
二、英国·····	(145)
三、法国·····	(146)
四、德国·····	(147)
五、俄罗斯·····	(148)
六、日本·····	(150)
第十一章 各国常识及商业习俗·····	(156)
第一节 各国常识·····	(156)
一、一些国家的别称·····	(156)
二、一些国名的源义·····	(158)
三、一些国家的国花、国树、国石、国鸟·····	(163)
第二节 各主要国家商业习俗·····	(167)
一、美国·····	(168)
二、英国·····	(170)

三、法国.....	(170)
四、德国.....	(171)
五、俄罗斯.....	(171)
六、日本.....	(171)

第一章 外企秘书

第一节 外企秘书概说

一、外企秘书的概念

外企秘书，顾名思义，就是在涉外企业，即中外合资经营企业、中外合作经营企业和外资企业以及外国企业或跨国经济组织在华分支机构中担任秘书职务的人员。

外企秘书是改革开放以来产生的一种新的社会职业，而这一名称则是近年来产生的一个新的词语。因此，到目前为止，人们对这一词语的认可，尚未完全一致。与此相近的名称主要是涉外秘书。有人认为，凡在机关、团体、企事业单位所属的涉外工作部门中担任秘书工作的人员均可称之为涉外秘书。因而常将二者等同起来。我们认为这两个概念之间不可等同，一则有大小之分，外企秘书是涉外秘书的一部分；二则一般涉外秘书与外企秘书性质上的差别是很大的。

（一）组织关系不同

前者是国家或集体机关单位组织人事上的在编人员，有的还具有国家公务员身份；而后者受聘于“三资”企业。

（二）工作重点不同

前者，特别是机关、团体中的涉外秘书，其工作重点是对外联络等项工作，政治性较为突出；而后者主要是经济性工作。

（三）所起作用不同

前者在工作中应起参谋咨询作用，出谋献策是其工作重点；而后者的工作则以服务为主。

从以上区别看，认为外企秘书等同于涉外秘书是不合适的。

二、外企秘书的产生

中国共产党在十一届三中全会上决定把党和国家的工作中心转移到经济建设上来，并制定了对内搞活经济，对外实行开放的英明政策。我国政府、企业界已经与世界各国、各地区的政府或企业界在平等互利的基础上进行全方位、多层次、多种形式的技术与经济合作。诸如：引进国（境）外资金和技术投入境内生产等等，于是“三资”企业应运而生。

“三资”企业是在我国经济发展中起着积极作用的经济力量，其作用概括起来，有如下四点：

（一）引进了建设资金，促进了国有企业的改造和城市建设。

（二）引进了先进技术，提高了企业的技术水平和产品竞争能力。

（三）引进了先进的管理经验，培养了一批具有现代管理才能的人才。

（四）促进了国有企业产业结构的调整，获得了较好的经济效益与社会效益。

随着我国对外开放的深入发展，涉外企业迅猛发展，直接给涉外企业提供服务的外企秘书队伍也迅速地发展起来。

三、外企秘书的性质

秘书，在我国不同的时代有着不同的涵义。最初所指的是物，即指皇宫中秘密收藏的图书资料。“诏（刘）向领校中五

经秘书”（《汉书·刘向传》）中的“秘书”就是指宫中秘藏之书。东汉之后，秘书所指逐渐转化为人，是一种文官职务，如掌管典籍和机要文书的官职，时称“中书监”，时称“中书令”；负责起草文书的官职，时称“秘书令”，时称“中书舍人”。时代发展到今天，关于秘书，最通俗的解释是掌管文书并协助机关或部门负责人处理日常工作的人员。

秘书，从其聘任者的角度来分类，可以分为公职秘书和私人秘书。

公职秘书又称“公务秘书”，受聘于党和国家各级领导机关，或国有、集体企事业单位，他们中绝大部分人在党政机关、企事业单位的综合办事机构，即办公厅（室）或秘书处（科）工作，一小部分人为高级领导人或专家学者承担日常的事务性工作，亦称个人秘书。公务秘书在工作制度以及工作的方式方法上，必须执行国家的有关规定和要求。

私人秘书受聘于私人，或私人企事业单位以及民办团体。私人秘书在遵守国家法纪的前提下，向自己的聘任者负责，其工作多为处理电话、信函，安排活动日程，搜集信息情报，整理文书资料等项事务。高层次的私人秘书则主要承担调查研究、辅助决策的任务。他们的工资，在聘用合同签订之前，由聘任者和应聘者协商确定，由聘任者定期支付。他们的工作制度以及工作方式、方法有很大的灵活性和多样性，外企秘书中绝大多数属于私人秘书的行列。

四、外企秘书的工作特点

（一）工作商务化

外企秘书的工作环境，无论是具有外资成份的企业，还是由外籍人员管理的机构、实体、组织，其工作均以经营为目的，因此它的商务化倾向十分明显。而且由于控股外方之

国体所决定，“三资”企业中绝大部分是私人经营的，其商务化倾向又与我国国有或集体企业的秘书工作有较大区别。

（二）服务直接化

外企中，无论是直接为企业领导（老板、上司以下均称领导）个人服务的秘书，还是为某个机构、实体或组织服务的秘书，其服务对象一般是领导个人，其服务工作都是直接对领导个人负责。

（三）管理本土化

外企中，无论是工作方式、操作手段，还是工作过程、效果评估，秘书工作都明显地体现出外资一方国家（地区）、或其上级公司的管理思想和管理模式，因而呈现出外资一方之本土化的特征。由于目前西方秘书工作模式是我国外企秘书工作的主要标准，所以从某种意义上说，我国外企秘书工作主要是西方秘书工作的一种翻版。

（四）语言国际化

由于外企秘书工作从对象到内容都是跨越国界的，因此，工作中除了运用汉语之外，还需要掌握和使用外资一方国家（地区）的语言或更多种的语言，如国际贸易对象使用的语言，否则，将无法进行工作。

（五）人员女性化

这是缘起于西方秘书工作模式而出现的一个特征，究其原因，有如下四点：

1. 从心理学上分析。秘书作为一项服务性职业，要求从业人员有良好的心理素质。与男性相对而言，女性的心理素质更符合服务性职业的要求。例如，性情温顺，耐心，细致，比较敏感，又善于料理办公室内务等等。

2. 从生理学上分析。女性的特长更适合于秘书工作的技

术要求。例如，擅长条理化、程式化的日常工作，尤其是击键打字能力明显高于男性等。

3. 从审美需要分析。女性之魅力容易使之与以男性为主的领导融洽共事，成为一种重要的人际吸引因素。

4. 从优势互补分析。作为男性为主的领导层，具有判断能力，思辨能力，应变能力，工作魄力以及承受能力等方面的优势，但由于往往不能具备前三点，为此，使用女性从业，以达到性别互补之长。

五、外企秘书的作用

（一）助手作用

一个涉外企业、组织或机构，每天都要面临大量行政事务，如文书、会议、接待、电话、旅行等，全靠领导者去办理是显然不可能的。这就需要具有专门知识、技能的外企秘书来协助完成。当好领导助手是外企秘书工作的基本作用。

（二）参谋作用

高级外企秘书的工作，不仅要当好领导的助手，还要强化自身修养，增强“智囊”意识，为领导出谋献策，成为领导的“外脑”。

（三）枢纽作用

秘书工作部门处于信息沟通的中心位置，因而起着桥梁、纽带、“电话总机”的作用，外企秘书要增强信息观念，做到眼观六路，耳闻八方，搞好沟通协调，力保信息畅通。

（四）门面作用

外企秘书大都兼有公共关系职能，其工作作风、业务水平乃至仪表仪态，都可能影响到企业、组织的形象。秘书要增强公关意识，提高公关水平，成为展现企业组织风采的门面和窗口。