

The Series of
Popular English

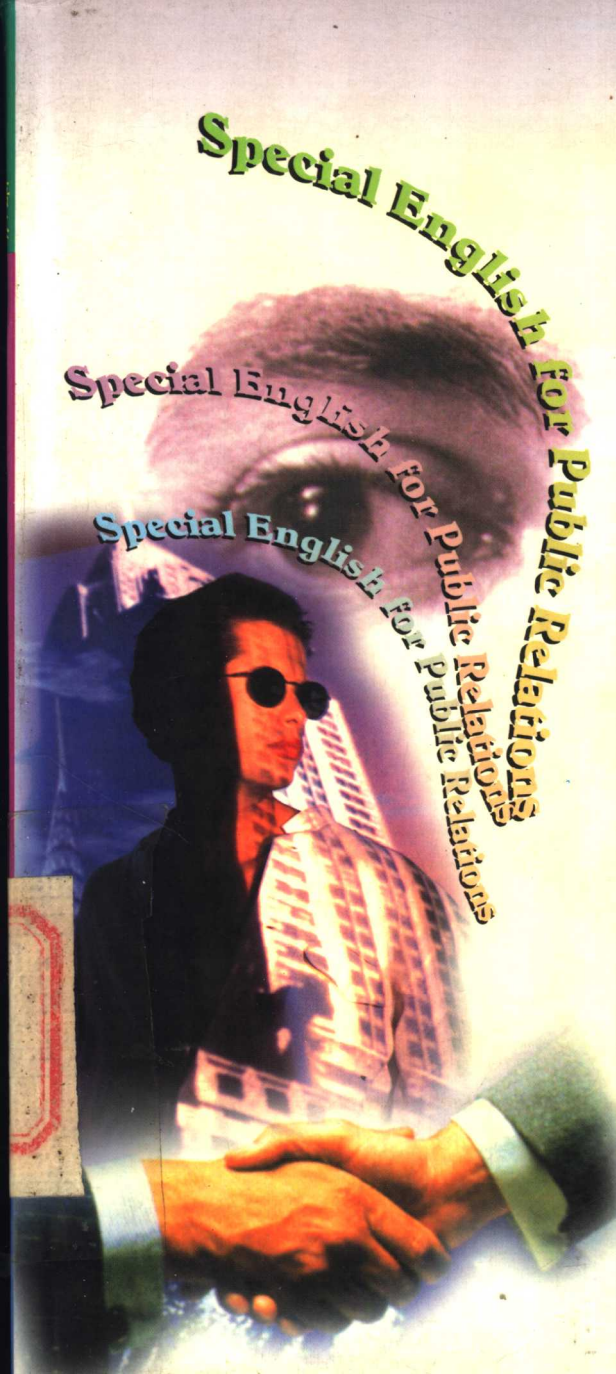
风行英语书系

公关专用英语

沈建平 编著

Violet

Special English for Public Relations
Special English for Public Relations
Special English for Public Relations



公关专用英语

Special English for Public Relations

主 编 / 梁永生 (美国斯坦福大学教授)
执行主编 / 沈建平 张 倩
作 者 / 沈建平
审 订 / 顾大公

海天出版社
(中国·深圳)

责任编辑: 秦 海

封面设计: 龙舟工作室\苏蕴芊

责任技编: 王 颖

书 名 公关专用英语

著(编)者 沈建平

出版发行者 海天出版社

地址 深圳市彩田南路海天综合大厦

邮编 518026

印 刷 者 广东省农垦总局印刷厂印刷

开 本 787mm×1092mm 1/32

印 张 7.1

字 数 105 (千)

版 次 1997 年 5 月第 1 版

印 次 1997 年 5 月第 1 次

印 数 1-10000 册

I S B N 7-80615-622-4/H·24

全套 10 册总定价 100 元, 每册定价 10 元

序

行家预测表明：精于公关关系同时对业内专用英语驾轻就熟的公关人才，将是这个时代最有发展前途的人士之一。

本书第一部分从公关实务切入，将公关从业人员应熟悉的较典型的重要业务，诸如新闻发布会、宴会、对外开放参观等专题活动的程序、规范，以及公关礼仪和接待技巧，均有详细介绍，并附有相应之情景对话；第二部分着重介绍公关实务中经常涉及的公关信函，包括邀请函、通知书、各种答复函、答复询问、客户投诉、回谢函等，以及各种体裁的文稿，包括通讯、广告、演讲稿，机构刊物等，内容丰富、实用性强；第三部分为公关交际中各类应对要领之范例。可以说，本书在一定程度上不失为一本公关从业员必备之中英文对照的工作手册。

深信公关从业员将通过本书所提供的帮助，掌握并利用各种传播媒介作为沟通的桥梁，从而在各活动层面上创造非凡的

业绩。本书为有志于在公关业内大展宏图的优秀人才铺垫了一条事半功倍的捷径。

Violet

一九九六年十二月

目录 Contents

I 公共关系实务要素 Main practice of public relation

- 1、新闻发布会 3
 - (1) 与新闻界保持经常联络 3
 - (2) 新闻发布会的组织程序 5
- 2、专题活动要素及应对范例 7
 - (1) 对外开放参观 7
 - (2) 参观工厂应对范例 8
- 3、宴会 23
 - (1) 邀约及席间注意事项 23
 - (2) 宴会礼仪 23
 - (3) 宴会禁忌 24
 - (4) 邀请客户赴宴及对话范例 32
 - (5) 小型宴会 37
- 4、家庭舞会 45
 - (1) 迎客 45
 - (2) 介绍家人 46
 - (3) 为客人选饮料 48

(4) 与客人聊天	49
(5) 参观房间	50
(6) 饭后对话	52
(7) 告辞	53
5、公关接待	55
(1) 接机	55
(2) 机场送行	56
(3) 在酒店	58
(4) 就餐	60
(5) 与客人商讨日程安排	63
6、公关礼仪	65
(1) 接待	65
(2) 请求	67
(3) 祝贺和祝愿	670
(4) 感谢	72
(5) 称赞与欣赏	74
(6) 道歉和遗憾	85

II 公关文书 Papers

1、信函	91
(1) 关于邀请信函	91
(2) 通知书	97
(3) 介绍机构函	100
(4) 答复函	106
(5) 建议函	112

(6) 贺信	115
(7) 道歉	117
2、各类文稿	120
(1) 通讯	120
(2) 刊物	123
(3) 广告	127
(4) 小册子	136
(5) 演讲	138
(6) 新闻	155
(7) 专题活动	162

III 公关应对范例 Interview case in public Relations

1、问候	167
(1) 对话例 1	167
(2) 对话例 2	168
(3) 问候近况	169
(4) 表示很久不见	169
(5) 道别	170
2、演讲	171
(1) 英文演辞前导	171
(2) 关于幻灯片	172
(3) 演辞转折语	173
(4) 演辞结束语	174
3、提交建议书	176

4. 邀请演讲嘉宾	179
5. 联络传媒	182
(1) 对话 1	182
(2) 对话 2	183
6. 安排约会	185
(1) 对话 1	185
(2) 对话 2	186
(3) 询问	187
(4) 赴约	187
(5) 回复	188
(6) 婉拒	188
7. 参观	189
(1) 对话 1	189
(2) 对话 2	190
(3) 欢迎客户	191
(4) 解释	192
(5) 结束参观	192
8. 拜访	193
(1) 邀约	193
(2) 会谈	193
(3) 结束会谈	194

附录 Appendixes

1. 世界各国主要都市及简称	199
2. 社交词汇	202

I

MAIN PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS

公共关系实务要素

处在今天这个资讯爆发的时代，中国人的观念已发生着深刻的变化，人们开始注重扩大社交圈子，极力拓展公共关系的空间，以创造和把握商业良机。作为从事公共关系的从业员自然要练就一身本领，掌握公共关系实务要素及规范，包括必备之语言沟通的工具。以促使企业在商战中立于不败之地。

1. News conference 新闻发布会

公共关系的从业人员应与传媒经常保持联络，掌握最新资讯，以便及时调整和改善企业及产品乃至公众人物的形象。

(1) Communicating with the press 与新闻界 保持经常联络

Advertising agency 广告公司

Dear Mr Cheng,

We have seen some of your locally-produced commercials and were impressed with their quality. We are planning a series of promotion to announce our new product and we are interested in your agency.

We want to produce a 30-second television spot for local stations. Please contact us as soon as possible so that we could discuss how you would propose to handle our ac-

■ **Special English for Public Relations**

count.

Yours sincerely,

Chen Jie

Public Relations Manager

程先生:

我们看过贵公司本地制作的广告, 对你们的广告有深刻的印象。我们正准备为新产品作出一连串的推广计划, 并对贵公司的制作感兴趣。

我们希望制作一个 30 秒之电视广告, 请尽快与我们联络, 以安排如何处理这些计划。

公共关系经理

陈杰启

Newspaper agency 报章

Dear Miss Han

We are planning an Autumn Sale and we would like to advertise in the Successful Daily.

Please send us your rate sheet as soon as possible. If you have any special requirements for the printing of artwork, please forward

those with the rate sheet.

Thank you for your cooperation.

Yours sincerely,

Man Jiang

Public Relations Manager

韩小姐:

我们正筹备本年度的秋季大减价并希望于《成功日报》刊登广告。

请尽快寄上价目表。另外,如贵公司对广告的美术制作有何特别要求,请一并提供资料。

谢谢你们的合作。

公共关系经理

满江启

(2) New Conference's Plan 新闻发布会的组织程序

Main Point 主题及要素

- a) 主题词会标
- b) 场厅(酒店或高尔夫球场等)
- c) 形式(酒会或茶话会等)
- d) 工作人员选择(自备、外聘或服务单位提供)

■ Special English for Public Relations

The Choice of news mediums 新闻媒介选择

- a) 通用新闻稿
- b) 媒介为报社、电视台等

Inviting Guest 邀请宾客

- a) 对象（主宾）
- b) 相关单位（政府、客户、供应商、公共关系系统）及新闻媒介
- c) 请柬发出

2. Special Action & Interview Case 专题活动要素及应对 范例

(1) Open touring 对外开放参观

要使客户或未来的合作伙伴了解公司的实力及产品的品质或项目的水准，安排参观考察公司或工厂或项目的活动是最直接的方法。参观考察厂家（公司）要点：

将参观考察工厂（或公司）的日程表（包括全天的行程），事前送客户或合作伙伴，征求对方意见及时调整约定。

特别注意在参观前，应首先介绍工厂的举足轻重的重要管理人员。介绍时先说姓，然后介绍其职务。

为力求使客户或合作伙伴在较短的时间对工厂（公司）产生一个总体的认识，散发工厂（公司）简介或播放工厂（公司）专题录像片，特别是产品广告或项目目录，或获奖项目的荣誉证书与宣传画册，更应随时准备最新版本。

■ Special English for Public Relations

工厂(公司)的规模大小是客户或合作伙伴选择签约的重要参考,公共关系人员应在安排参观活动的过程中,不露痕迹的销售公司及产品或项目在同行业中的地位,并贯穿必要数据;不要忽视销售公司的经营理念,业绩、人物及技术实力、设备、员工素质。

安排参观要有张有弛,不要让客人太劳累,行程安排既紧凑,又不失情趣,中途短憩小饮是必要之安排,留意客人的表情,体贴入微,询问得体。

参观过程中,要不失时机的通过与客人交流了解到他们的感观,印象,意见,作为改进工作之重要参考资料,并作为把握成交可能性的渠道之一。

(2) Touring plant's interview case 参观工厂应对范例。

Greeting 问候

P = Public relations manager 公关经理

G = Guest 客人 S = Staff 职员

P: Good morning, Mr. Biter. I'm in the lobby.

早安, 彼特先生。我在大厅。

Conversation 寒暄

P: Nice day, isn't it?