

饭局做对了, 事儿就成了

好饭局 是设计出来的

光华◎编著



一本教会您设计完美饭局的社交、公关实用手册

好饭局

设计出来的



光华◎编著

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

好饭局是设计出来的 / 光华编著. —广州: 广东经济出版社, 2012. 9
ISBN 978-7-5454-1388-5

I. ①好… II. ①光… III. ①人际关系学—通俗读物
IV. ①C912.1-49

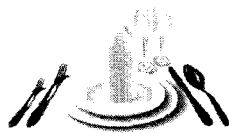
中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第154970号

出版	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路11号11~12楼)
发行	
经销	全国新华书店
印刷	北京雁林吉兆印刷有限公司
开本	787毫米×1092毫米 1/16
印张	15.5
字数	295 000
版次	2012年9月第1版
印次	2012年9月第1次
书号	ISBN 978-7-5454-1388-5
定价	35.00元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻版必究 •



Preface 前言

中国的饭局不只是吃饭喝酒的地方，饭局还具有非同一般的力量。在小小的饭局之中，有着延续千年的学问，饭局是大部分人成就一番事业绕不开的场合。觥筹交错之间，领导可以成知己；推杯换盏之间，交易也可变交情；酒释前嫌之际，敌人可以化友人；宾主尽欢之时，美酒最能酿浓情。赢得了饭局，也就赢得了世界。

任何人要想在这个社会上成就非凡的事业，都需要他人的帮助。无论何时何地，任何人都不可能无所不能，能够取得巨大成就的人，都是善于结交朋友，“取人之长，补己之短”，依靠朋友拓宽自己人生路的典范，而饭局就是扩大自己人际交往圈的重要途径。这也是为什么有人愿意花上千万元与巴菲特共进午餐，积极地筹划着一场又一场饭局的原因。

俗话说：“话到酒自饮，酒足事自成。”饭局也是一个公关场合，推杯换盏之间，是你营造良好自我形象的绝佳契机。饭局上，一句话能把人逗笑，瞬间称兄道弟；一句话也能把人说恼，即刻拳脚相加。在酒场中，能否把握好说话的分寸，对一个人的事业与生活都有着重要的影响。

古语有云：“不以规矩，不能成方圆。”大到婚娶，小至吃饭，都有一些约定俗成的规矩。不懂这些规矩，不遵照这些规矩行事，就是没有教养，不懂礼数。酒桌不大，“酒礼”却不少，如果不懂酒桌上的礼仪，即使没被酒灌倒，你在别人心目中的形象也会顷刻坍塌。

劝酒是一门极具中国特色的学问。对象不同，场合不同，劝酒的方法也不同。我们都知道，中国的很多大事是在酒桌上办成的，然而，并不是上了酒桌就万事大吉了，要让别人喝好，你想要办的事才有眉目。如果你不会劝酒，别人又怎会自己灌自己？不懂劝酒的人，又怎能让别人喝得尽兴呢？只有在不同的情形下游刃有余地劝酒，方能展现自己的能力与魅力。

饭局上的学问高深莫测，好酒要有好词劝，拒酒不能得罪人。在饭局这个表面和气却又暗藏角逐的场合中，存在着一种你来我往的博弈，劝酒者有真功夫，拒

酒者也要有所准备。饭局上总是难免出现这样的场景：大家都乘兴举杯，然而，大多数人的酒量都有限，能喝得适量自然最好。所以，有时面对他人的盛情相劝，被劝酒者还是需要巧妙拒绝。拒酒的最高境界就是既拒了酒还不得罪人，让人觉得心服口服，甚至觉得与你之间的感情比喝了酒更好。

总之，谈及饭局，每个动作、每句话都有讲究。如果你不懂得小饭局中的大学问，也就难以依靠饭局来达成自己的目的。

邀请他人是成功饭局的第一步，这本书会告诉你如何恭恭敬敬地邀请领导，诚诚恳恳地邀请客户，大大方方地邀请同事，真情实意地邀请下属……

如果你是一个职场新人，不懂得如何应对一场重要的饭局，那么这本书会告诉你亮相饭局时如何做到仪表堂堂，礼物之中蕴涵怎样的巨大回报，细节之中可能泄露多少信息……

对于饭局新贵，这本书会告诉你如何点菜才能满堂生辉、宾主尽欢，让你迅速地掌握点菜技巧，成为点菜专家。

只要精通了饭局应酬学，你就能够在小小的饭局之中结交天下朋友，做成亿万生意，获得巨大成功。



目录 Contents

第一章 酒精不燃烧，不算搞社交——中国人的人际关系之道

- 1 为什么有人愿意花大价钱与巴菲特共进午餐？2
- 2 饭局不是PK台，而是PR（公关）场5
- 3 酒桌上越尽兴，酒桌下越亲近7
- 4 吃吃喝喝是吸引他人的“幌子”9
- 5 吃人嘴软，拿人手短，饭局中搞定“难缠”之人11
- 6 与客户进餐：小饭局成就大生意13
- 7 与领导进餐：轻松地愉快地拉近关系15
- 8 与亲戚进餐：浓浓亲情情更深17
- 9 与朋友进餐：真挚友谊一线牵19
- 10 与恋人进餐：良辰美景正当时21

第二章 饭局是个局，成功邀请是开局——如何把人请到你的饭局中

- 1 给对方一个无法拒绝和你吃饭的理由24
- 2 旁敲侧击法：先邀请与之相关的人做“敲门砖”26
- 3 邀请他人的方法：视不同情况，选择恰当的邀请方式29
- 4 请柬邀请法：如此正式的邀请，又怎会遭人拒绝32
- 5 宴请领导策略：邀请领导，应以敬为先34

6 宴请客户策略：邀请客户，应以诚为先·····	36
7 宴请下属策略：邀请下属，应以情为先·····	38
8 宴请同事策略：邀请同事，应以利为先·····	40
9 坚持不懈策略：贵客难请，千万不要遭到一次拒绝就放弃·····	42

第三章 磨刀不误砍柴工，未雨绸缪练内功——饭局前的那些准备工作

1 要想有面子，排场得做足·····	46
2 手忙脚乱不成事，提前预订保无虞·····	48
3 贵宾还是普通客人，宴请名单心中清·····	51
4 佛靠金装，人靠衣装·····	53
5 妆出好气色，秀出靓气质·····	56
6 只有干净的手才可以与成功紧握·····	59
7 即便是小礼物，也能暖人心·····	62
8 懂得菜式出处典故，莫让无知引出笑话·····	64
9 熟知各地美食行情，让人对你刮目相看·····	67
10 宴前吃点东西垫底，保你酒桌千杯不醉·····	69

第四章 吃喝不能随意，饭局也要讲“礼”——你的礼仪价值百万

1 仪表端庄，举止得体，赢得好印象·····	72
2 打招呼时，选择最能体现修养和尊重的称呼·····	75
3 恰当介绍自己，礼貌介绍他人·····	78
4 握手是拉近彼此距离的亲密接触·····	80
5 主动递上名片，为日后交际铺路搭桥·····	82
6 记住宾客的名字是成功构筑人脉的第一步·····	85
7 座次有尊卑，分清座次好待客·····	88
8 不要轻易离席，不得已时要及时道歉·····	90

第五章 吃啥喝啥，投其所好，巧得人缘——如何看人下菜碟

1 酒菜不是越名贵越好，合口味才是最好·····	94
2 年龄不同，真实的需求也不同·····	96
3 南甜北咸，东辣西酸，各地饮食习惯各异·····	99
4 男要壮，女要瘦，男女饮食有偏向·····	101
5 努力寻找对方的兴趣点，以之为突破口·····	103
6 荤素巧搭配，充分照顾每个人的口味·····	105
7 红酒白酒各有含意，不同场合酒水分清·····	107
8 酒菜的分量适中，不可过多亦不可过少·····	109
9 色香味俱全的同时也要注重个人品位·····	111
10 饮食顺应四时，按照不同季节作出相应调整·····	113
11 以健康为原则，没有人会拿自己的健康开玩笑·····	115

第六章 无酒不成席，“酒”到才能“渠”成——饮酒劝酒有学问

1 酒满敬人，茶满欺人，斟酒也要有讲究·····	118
2 饮好开头两杯酒，其他一切都好说·····	120
3 敬酒要不失时机，切忌被动·····	122
4 敬酒有序，主次分明·····	124
5 酒香词美，好酒还需好词劝·····	126
6 面对罚酒不能强拒，借故推辞高招多·····	129
7 劝酒不是斗酒，切莫强人所难·····	133

第七章 酒要喝，饭要吃，话更要说到位——会说话情更浓

1 酒可以少喝，话不可少说·····	136
2 没话找话，活跃饭局中的气氛·····	139
3 该捧场时就捧场，千万不要煞风景·····	142

4 适时“抖包袱”，幽默是人际关系的润滑剂·····	145
5 多说“我们”少说“我”，一字之别决定亲疏关系·····	148
6 自我解嘲，变尴尬为笑声·····	151
7 能说还要会听，让对方百分百吐露心声·····	153
8 寓情于景，让你的一字一句与当时的氛围完美契合·····	156
9 及时转换话题，化解不必要的冲突·····	159
10 想谈成大事，需先聊好小事·····	162
11 众欢同乐，切忌私语·····	164

第八章 不是教你诈，摸清心理好办事——饭局中不败的心理操纵术

1 打造良好的第一印象，奠定长期交往的基础·····	168
2 适度自我暴露，有利于赢得他人好感·····	171
3 察言观色，从宾客的言谈举止窥视他的心灵·····	174
4 抓住对方的关键话语，听出他的弦外之音·····	177
5 眼中要看得见小人物，不让饭局宾客成过客·····	180
6 以情动人，让对方主动帮忙·····	183
7 对别人太好，有时会对自己不利·····	186
8 巧用激将法，说服对方有高招·····	189
9 “得寸进尺”地提要求，对方才更容易接受·····	191
10 击中对方要害，迫使对方答应你的请求·····	193

第九章 你在品酒菜，别人在品你——好人品才能赢得人心

1 甘当配角，不在饭局中“反客为主”·····	196
2 即使是一般的聚会，也不可“出口成脏”·····	199
3 不要借酒装糊涂，说话算数才能让人信服·····	202
4 保持用餐的风度，切忌狼吞虎咽、旁若无人·····	204

5 一视同仁，在饭局中不以尊卑、亲疏定冷热·····	206
6 再激动也要保持仪态，不要用食指指着别人·····	209
7 今天吃了霸王餐，明天没人跟你再进餐·····	212
8 异性饭局，男人买单显风度·····	215

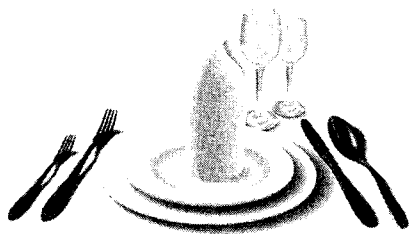
第十章 成也饭局，败也饭局——你不可不知的饭局应酬潜规则

1 饭桌不是谈判桌，生意要等酒后谈·····	218
2 放长线，钓大鱼，不要以为一顿酒饭就能让你登天·····	221
3 好奇害死猫，不要做饭局中的“包打听”·····	224
4 你帮他人解“酒围”，他人帮你解“重围”·····	226
5 一醉解千“仇”，能原谅就原谅，能宽恕就宽恕·····	229
6 饭后不要只管跑，嘘寒问暖不能少·····	232
7 抢先付账，舍得小钱才能赚得大人脉·····	234

第一章

酒精不燃烧，不算搞社交

——
中国人的人际关系之道



为什么有人愿意花大价钱 与巴菲特共进午餐？

你是否曾经想过，你的饭局有价码吗？如果你只是一个普普通通的上班族，别人跟你吃顿饭可能并不需要付出什么代价，而倘若你是名医、总经理、市长，那么人们想要与你一同吃饭恐怕就没那么容易了；如果你是巴菲特，那么，想要与你共进午餐就真的需要付得起大价钱才行了。

巴菲特自 2000 年起与纽约知名的牛排馆共同发起了一项名为“与巴菲特共进午餐”的活动，每年进行一次拍卖，从 2003 年起转为网上拍卖，所得款项全部捐给美国慈善机构。“与巴菲特共进午餐”活动自开售以来，价格年年创新高，2010 年以 2 626 311 美元成交，2011 年，“与巴菲特共进午餐”活动再破纪录，买家在以 2 345 678 美元夺标后“意犹未尽”，自愿再多出几十万美元，将午餐价格提高到 2 626 411 美元。

你是否想过，为什么越是身份地位高的人，与他们共赴饭局的机会就越珍贵？为什么有人愿意花大价钱与巴菲特共进午餐？

总结起来，“与巴菲特共进午餐”之所以能连年卖出如此高价，原因主要有以下三点：

◆在饭局中可能会得到宝贵的信息

2008 年以 211 万美元天价获得与巴菲特共进午餐机会的赵丹阳曾经说过：“这一经历不能用金钱来衡量，巴菲特的建议会惠及我们一生。”赵丹阳带着妻儿、朋

友与巴菲特共进午餐，在3个小时的聚餐中，他们讨论了期货、公司管理及政府在稳定货币中的作用等问题。赵丹阳曾经在2007年6月遵从巴菲特的投资要诀进行投资，取得了高达600%的回报。

据说赵丹阳在与巴菲特进餐时，巴菲特送给他七句话，这七句话中的前五句是投资的基本规律，第六句相当重要，巴菲特预料2009年中国的股市会反弹。

曾经在2006年以62.1万美元的价格“与巴菲特共进午餐”的段永平，在2008年也同赵丹阳一起与巴菲特共进午餐。段永平也曾经坦言，他的成功应该归功于巴菲特，他总是用巴菲特的方法做事。

可想而知，一个有用的建议会为我们带来多么巨额的回报。中国人之所以看重饭局，办事经商都绕不开饭局，就是因为众人相聚的饭局中，我们很可能会从他人身上得到宝贵的建议或信息。

◆在饭局中可能会结识生命中的贵人

2007年与巴菲特共进午餐的摩尼寺·帕伯莱认为饭局也属于交易的一部分，自从与巴菲特共进午餐后，当时参与午餐的人都很慷慨地给予他接近他们的机会，巴菲特总会尽力确保对方在这笔交易中是赢家。

自从与巴菲特共进午餐后，帕伯莱与伯克希尔·哈撒韦公司的领导者有了另外两次会面。帕伯莱第二次见到巴菲特是在伯克希尔·哈撒韦公司年会前夕。帕伯莱受邀到公司的总部，在那里巴菲特带领帕伯莱一行参观了他的办公室，并向他们展示了他的股票交易旧发票和他收集的微型汽车。

没过多久，帕伯莱与妻子又得到了与巴菲特的第三次邀请，这次有伯克希尔·哈撒韦公司85岁的副总裁同时也是巴菲特的长期合作伙伴——芒格在场，巴菲特在洛杉矶举办了这次餐会。后来，帕伯莱又“免费”得到了“与芒格共进午餐”的机会，结果芒格午餐比巴菲特午餐持续的时间还要长。

就这样，通过一顿与巴菲特共进的午餐，帕伯莱又结识了数位对自己的事业有特殊帮助的大人物。的确，饭局也是一个交际场合，在饭局中，我们很容易结识新的朋友，并且通过这些新朋友来扩大自己的交际圈，而在这些人中，很可能就有对你的事业和生活大有帮助的贵人。

◆在饭局中与名人进餐也是一种自我宣传

“与巴菲特共进午餐”的慈善拍卖活动已经持续了11年；近年来，竞拍的优

胜者几乎都是中国人，因为中国人更懂得饭局的作用。他们都通过午餐得到了巴菲特的指点，既结识了一位赫赫有名的投资大师，同时也顺便为自己作了一次宣传。2008年，在首次将价格推至七位数之后，赵丹阳声名鹊起，甚至有很多不熟悉投资界的人都记住了这个响亮的名字。

现在，你应该已经了解一次饭局可能蕴涵的巨大价值了吧？之所以有这么多人争着出高价与巴菲特共进午餐，正是因为饭局对于扩大自己的人脉、提升自己的地位、获得重要的信息等都有着非常重要的作用。

2

饭局不是PK台， 而是PR（公关）场

中国人无论是请客户谈生意，还是请朋友办个事儿，都喜欢借助饭局进行。中国人讲面子，觉得谈钱伤感情，即便是商场博弈也要绕开谈判桌，放到饭局中进行。然而，我们要知道饭局并不是PK台，而是拉近彼此关系的公关场合。关系亲近了，生意自然能做成。

在饭局中，做好公关最重要的原则就是投其所好，抓住对方的特点，特别是对方的弱点，或者对方非常关心、感兴趣的东西，对其加以巧妙利用。作好了准备，在饭局中就可以主动出击，一举获胜，实现你的请客目的。

邱泽夫妇俩结婚五年了，还在外住租房子过活。好不容易赶上单位分房子，邱泽想着怎么也得争取到一套房子，如果错过这次机会，等下次分房子还不知道要等到什么时候。邱泽单位此次分房子的事归李经理管，邱泽夫妻俩打算请李经理吃饭，等酒过三巡，李经理心情好且放松戒备时再提分房子的事。

计划是好，但是这时候同事们都想分到房子，自然都会想到请李经理帮忙，李经理肯定早已心中有数，怎么才能请到李经理呢？

邱泽两口子左思右想，终于制定出了一套公关策略。首先，邱泽知道李经理最喜欢红酒，并且对红酒颇有研究，于是一狠心花了3000多元买了一瓶红酒。第二天上班的时候，邱泽抽空对李经理说：“经理，周末您有没有时间啊，有点事想请您帮忙。”“什么事啊，如果是分房的事，那我也无能为力啊，这我得公事公办。”李经理果然早有防备。“哪能啊，您办事一向公正，我哪敢啊。只不过是我家老婆的同学从国外回来，送给我们一瓶红酒，您说我俩哪懂洋酒啊，就想请经理帮忙看看，要是一般的酒我老婆就用来做红酒鸡翅了。”李经理一听有从外国带回来的酒，马

上来了兴致，答应道：“这样啊，那我帮你看看吧。”邱泽再三表示感谢，跟李经理约好了周末来自己家吃饭品酒。

周末到了饭桌上，邱泽忙把红酒拿给李经理，请他品鉴一下。李经理仔细看了下那瓶酒，说是好东西。邱泽把酒拿到一边，便开始闲话家常，席间邱泽注意到李经理的眼睛时不时地瞄向那瓶酒。邱泽此时已经心中有数，只是不道破，只在言语间谈到他们夫妇俩的难处，说是父母还在农村，没法接到城里来尽孝道。李经理听后，对他们的境况也深表同情，表示很理解他的难处，会将他的情况向上级领导反映。临走前，邱泽硬是把红酒赠给了李经理，说自己也喝不出什么味道，还是让懂它的人来品尝吧。李经理半推半就地收下了，同时承诺一定会向上级反映他们家的情况，让他们放心。

事情的结果可想而知，不久之后，邱泽夫妻俩如愿搬进了新房子。这次单位能分给邱泽一套两室一厅的房子，李经理功不可没。

邱泽之所以能够达到自己的目的，是因为他在饭局中完成了一次优秀的公关。邱泽邀请李经理之初，丝毫不提让李经理帮忙的事，只是预先了解对方的嗜好，引起对方的兴趣，将李经理引上饭桌。然后，在饭局中像朋友般诉说家中的难处，对方自然不会无动于衷。最后再顺水推舟，送上对方心仪的红酒，这次公关的目的也就达到了。

邱泽巧妙地让李经理收了礼，分房子的事也就自然有了着落。饭局就是这样——一个让尖锐的问题迎刃而解的神奇场所，求人办事，与人谈生意，只要布局巧妙，投其所好，做好饭局公关，就能够事半功倍，让事情自然而然地走向成功。

在饭局中，我们一定要布好局，做一次成功的公关。一次成功的饭局公关，就是让他人不知不觉、舒舒服服地坐上你的饭桌，并且愿意顺着你的安排开开心心地吃饭喝酒。因此，饭局一定要布置得天衣无缝、水到渠成，一切都要在你的把握中。如果你的目的过于明显，一上饭桌就将生意之事或着急之事挂在嘴边，那么就会引起对方的反感，不能成功且不说，还有可能让对方将计就计或者对你产生敌意，让你入了他的局，后果可能不堪设想。

3

酒桌上越尽兴， 酒桌下越亲近

无论何时何地，一个人要想达到自己理想的目标，都必须依靠其他人的提携与帮助。酒桌是加深人们之间情谊的最佳场合，只要酒桌上喝得尽兴，酒桌下的关系自然也就变得亲近。

愤世嫉俗的人总是爱把人与人之间的关系想象成“赤裸裸的交易”，其实交易也需有交情才办得到。在酒桌下暗暗进行的也许是交易，但是在酒桌上撑起场面的则一定是彼此的交情。在中国，办事不上酒桌几乎是办不成的，这正是因为中国人凡事都讲究交情，所以酒桌才迅速成为了人与人之间建立交情的不二选择。

在酒桌上八面玲珑的人往往能让他人喝得尽兴，从而给人留下深刻的印象，使人无形中对他产生好感。

海洋作为公司公关部的经理，经常要陪老总应酬。有一次正赶上公司举办酒会，与公司在生意上往来频繁的客户几乎都来了。由于客人实在太多了，公司所有中层以上的领导几乎都是以一当十，每人跟前一红一白，红白相间，看着都让人头疼。

海洋看大家都快要支撑不住了，灵光一闪，举杯对所有客户说：“来，在座的所有老总都是白手起家，从今以后生意红红火火，白的咱就不喝了，咱们来喝红酒。”此语一出，一位已经喝得“差不多”了的客户立即插话说：“是啊，咱们大多是白手起家，从今往后就得红红火火，干杯！”全场宾客同时举起了红酒，原来喝的白酒就被换掉了。

海洋巧妙地以“白手起家”为托词为在座所有的人解了围，让他们喝得尽了兴，却不至于喝得太多。海洋的八面玲珑给在座所有的人都留下了深刻的印象，成为整