



斯迈德商务·企管书系

廖金泽 著



商务万事通

MULTI-FUNCTIONAL MANUAL FOR COMMERCE

海天出版社



斯迈德商务·企管书系

商务万事通

MULTI-FUNCTIONAL MANUAL FOR COMMERCE

廖金泽 著

海天出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务万事通/廖金泽著. - 深圳: 海天出版社,
2003.9

ISBN 7 - 80654 - 980 - 3

I. 商... II. 廖... III. 商务 - 基本知识 IV. F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 059926 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518033)

<http://www.htph.com.cn>

责任编辑:廖 译 封面设计:谭韦伟 孙 亮

责任技编:卢志贵 责任校对:齐 琪

深圳市机关印刷厂制作输出 电话:0755 - 25387901

深圳希望印务有限公司印刷 海天出版社经销

2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

开本:787mm × 1092mm 1/16 印张:29

字数:350 千 印数:1 - 8000 册

定价:29.00 元

海天版图书版权所有,侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题,请随时向承印厂调换。

前 言

本书是为所有从事商务工作或商务活动，以及与商业事务有关的人士而编写的专业性操作指南，就其实用性价值而言，可以称之为是商务人员的万宝全书。

商务这个词，恐怕早已不只是商业事务这么简单，在现实社会中，一提起商务，人们还会联想到社交和礼仪，似乎一切与时尚有关的，与上流社会有关的，都与商务有着千丝万缕的联系，商务因此而成为一种讲究格调和礼仪的象征。

有这样的感觉十分正常，在西方社会，商务已经非常成熟，并且已经渗透到社会的方方面面，成为人们赖以生存的一种生活方式，因此所表现出来的规矩，体现在所有的场合，当然会让我们形成这样的印象。

但是在中国，长期以来，重政治轻商务的社会风气，使得人们的商业头脑十分弱智，商业气息十分淡漠，商业礼仪十分贫乏，以致于人们在参予商务活动时无所适从，束手无策有之，闹出笑话有之，无地自容有之。

中国加入WTO之后，商务以及国际商务成为摆在我们面前急需面对的工作，所谓无规矩不成方圆，在一个法治和人治并存的社会，商务作为一种最直截了当有关利益的东西，正在以大家都能认同和接受的标准发挥着它的作用以

及影响力。人们用商务来解决矛盾，人们用商务来建立关系，人们也用商务来规范自己的言行，使自己成为一位能受大众欣赏与信赖的谦谦君子。商务的价值已经远远超过了商务的本身，成为社会生活的一种标准，一种待人接物的标准，一种价值观的标准。

爱屋及乌，这也正是为什么商务人员总是容易给人好感，容易成为社会精英的根本原因。

一方面是社会需要大批富有涵养，知书达礼，温文尔雅，举止得体，具有丰富商务经验和商业头脑，能够创造商业氛围，促进经济发展，同时成为社会表率，影响社会进步与发展的商务人员以及专业人士。另一方面，我们现有的商务教育及培训还很欠缺，全民的商务意识还很薄弱，商务规范工作也做得相当不够，商务知识的普及与应用也显得不尽如人意。

上述这种现象从书店里就能感觉到，凡是商务类的书籍，几乎绝少有关于商务规范及标准的介绍，即使有，也常常是点到为止，或者不成体统，或者错讹百出。

至于商业活动中，这种现象更是非常明显，缺乏起码的商务礼仪，缺乏起码的商务知识，缺乏起码的商务规范，使原本应该非常精致得体的商务活动变成了没有教养与文化却又想扮斯文的人的聚会，礼节没有，规矩没有，有的只是随便和失态，直令那些受过教育和长期在商业社会中生活已经形成良好商务习惯的商业人士感到浑身不自在。

不仅仅只是表面的规矩，事实上，缺乏正确的商务意识，也直接导致了商业信用的缺失，一个人如果在商业活动中不懂得尊重别人和遵守规矩，那又怎么能够指望他会

有多么高尚的商业道德和多么可靠的商业信用。

当然，最为普遍的现象则是广大商务人员凭借自己在商业活动中摸索和积累起来的经验，努力地从事着非常讲究的商务工作。这些经验虽然不够标准，或者缺乏一脉相承的系统，但却实实在在帮助商务人员尽力而为地应付着。

为他们写一本实用的工具书，使他们不仅知其然，而且知其所以然，然后举一反三，由此及彼，熟悉与掌握广泛全面的商务知识尤其是商务规范，成为一位非常专业的非常称职的非常出色的非常受人欣赏与敬佩的商务人员，这就是我写这本书的初衷。

作为一种抛砖引玉的行为，这本书肯定存在许多不够专业不够全面不够规范的缺陷，希望有识之士以及热心于商务规范的人士给以修正与补充，“救人一命胜造七级浮屠，帮人一把自然三生有幸”，这样的好事当然是越多人参与越好，一旦全社会都重商务而轻政治，一个开明而且祥和的时代也就自然而然会让我们以及子孙后代受益匪浅。

希望我这本著作能为这个愿景起一些潜移默化但却积极的作用。

廖金泽

二〇〇三年六月

目 录

前 言	1
第一部分 商务形象	1
一、怎样塑造商务形象	1
美发	2
美容	7
美服	19
美饰	44
二、怎样修炼商务仪态	47
站姿	48
坐姿	50
走姿	56
手势	58
表情	61
见面	64
微笑	66
握手	68
名片	69
介绍	72
交谈	74

三、怎样表现商务礼节	77
接待	77
迎送	78
住宿	81
出行	82
乘车	82
乘船	83
乘机	84
社交	86
会谈	87
四、怎样规范商务语言	88
问候与寒暄	89
介绍和交谈	90
感谢和致意	91
祝贺和称赞	92
解释和争辩	93
劝导和批评	94
建议和暗示	95
拒绝和道歉	95
化解和影响	96
 第二部分 商务交往	 98
一、怎样寻找商业客户	98
客户寻找	98
客户培养	100

客户沟通	100
客户管理	104
二、怎样进行商务联络	107
电话接听	107
电话拨打	110
来函处理	112
发函处理	113
三、怎样寻找商业机会	116
信息收集	117
信息分类	119
信息储存	120
信息研究	123
信息利用	125
信息传递	126
四、怎样做好商务接待	128
接待准备	128
接待程序	129
接待善后	135
五、怎样进行商务拜访	135
拜访准备	135
拜访礼节	135
拜访程序	136
拜访结束	137
六、怎样做好商务应酬	137



受邀	137
赴宴	140
饮酒	147
饮茶	151
馈赠	154
七、怎样进行商务洽谈	156
洽谈准备	156
洽谈程序	157
洽谈座次	157
洽谈标准	158
第三部分 商务谈判	160
一、怎样做好谈判准备	162
市场调查	162
情报收集	164
资料整理	165
人员安排	166
二、怎样选择谈判目标	171
最佳期望目标	171
实际需求目标	172
可以接受目标	173
最终底线目标	174
三、怎样落实谈判程序	176
询盘	177
发盘	178

还盘	181
接受	181
签约	183
四、怎样发挥谈判艺术	183
倾听	184
观察	184
五、怎样运用谈判技巧	188
入题	189
阐述	189
说服	191
提问	192
答复	194
时间	195
语言	195
战术	196
六、怎样实施谈判策略	202
避免争论	202
抛砖引玉	202
留有余地	203
避实就虚	203
保持沉默	203
善于忍耐	204
多听少讲	204
情感沟通	204
先苦后甜	205



最后期限	205
------------	-----

最终原则	205
------------	-----

第四部分 商务活动..... 207

一、怎样进行商务考察	207
------------------	-----

确定项目	207
------------	-----

落实对象	208
------------	-----

明确方式	208
------------	-----

制订计划	209
------------	-----

安排程序	210
------------	-----

分配任务	210
------------	-----

落实内容	211
------------	-----

应变意外	211
------------	-----

总结结果	212
------------	-----

二、怎样举办商务宴请	213
------------------	-----

宴请形式	213
------------	-----

宴请方式	215
------------	-----

宴请程序	215
------------	-----

宴请要求	221
------------	-----

三、怎样举行商务会议	227
------------------	-----

会议安排	227
------------	-----

会议准备	228
------------	-----

会议方案	229
------------	-----

会议通知	229
------------	-----

会议文件	230
------------	-----

会议事务	231
会议过程	231
会议程序	232
会议发言	232
会议记录	233
会议善后	235
四、怎样主办商务活动	235
签约仪式	235
庆典活动	238
展览活动	243
推广活动	244
公关活动	248
社交活动	250
第五部分 商务处理	253
一、怎样制订商务计划	253
计划性质	253
计划特点	253
计划作用	254
计划范围	255
计划写作	255
计划内容	257
二、怎样撰写商务函电	261
函电写作	261
函电范本	263



三、怎样编写商务文书	272
文书特点	272
文书要求	273
文书内容	274
文书程序	275
调查报告	276
研究报告	279
意向书	285
协议书	286
合同	289
文案	297
四、怎样处理商业事务	311
五、怎样实施商务管理	313
管理内涵	314
管理内容	316
层次管理	322
目标管理	325
控制管理	326
制度管理	328
矩阵管理	331
授权管理	332
 第六部分 国际商务	 341
一、怎样开展电子商务	341
B2B	341

B2C	341
C2A	342
二、怎样处理国际商务	343
交易磋商程序	343
合同履行程序	345
商务争议原因	350
商务违约原因	350
商务索赔原因	351
商务索赔条款	352
商务索赔对象	353
商务索赔方式	355
商务索赔原则	356
商务索赔程序	357
不可抗力	359
仲裁	360
三、怎样实施国际商务	363
包销	363
代理	363
寄售	366
拍卖	366
招标	367
来料加工	370
对等贸易	370
四、怎样进行商务结算	373
汇票	373



汇票使用程序	375
本票	378
支票	379
信用证	380
信用证交易程序	385
银行保函	385
五、怎样完成国际商务	388
工厂交货	391
货交承运人	394
船边交货	399
装运港船上交货	403
目的港船上交货	406
目的港码头交货	410
边境交货	414
未完税交货	418
完税后交货	422
成本加运费	426
成本保险费加运费	431
运费付至	435
运费保险费付至	439
后记	445

第一部分 商务形象

一、怎样塑造商务形象

在商业活动中，商务形象所起的作用是举足轻重的，初次见面的直观感觉，以及之后继续交往逐渐积累形成的形象，往往会使纯粹的商务关系由好感到欣赏，最后达到信赖的程度。

商务形象不仅反映着商务人员自身的文化教育、气质修养、性情品格，同时也无法掩饰商务人员渴望他人欣赏与尊重的强烈愿望。

风度不俗、外表端庄、举止斯文、谈吐得体，这似乎早已是商界公认和推崇的商务形象标准。

塑造良好的商务形象需要修身养性，顾名思义，所谓修身，就是塑造外型；所谓养性，就是修炼内心。但是，人们一提及形象，总是习惯地把改变外表的行为称之为形象塑造，由此可见，外表的直观效果对别人的判断所造成的影响，的确非常直截了当。

在商业社会中，“卖相”非常重要，这并非是“以貌取人”的世俗，事实上，修饰外表不仅是取悦他人的善意之举，也是尊重商业规则的礼貌行为，这几乎和商业交易中的诚信具有同等价值。

毫无疑问，与外表有关的美发、美容、美服自然是商务形象塑造的重要内容。