

我型我塑

磨炼公关

Mo Lian Gong Guan
Wo Xing Wo Su

何成 主编



南京大学出版社

职场精英的必修课

磨炼公美



职场精英的必修课



职场精英的必修课

• 我型我塑 •

磨 炼 公 关

何 成 主编

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

磨炼公关/何成主编. —南京: 南京大学出版社, 2005.12

(我型我塑)

ISBN 7-305-04621-3

I. 磨... II. 何... III. 公共关系学 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 150899 号

丛 书 名 我型我塑

书 名 磨炼公关

编 著 者 何成

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093

发行电话 025-83596923 025-83592317 传真 025-83328362

网 址 <http://press.nju.edu.cn>

电子邮件 nupress1@public1.ptt.js.cn

sales@press.nju.edu.cn(销售部)

印 刷 丹阳兴华印刷厂

开 本 787×960 1/16 印张: 18.5 字数: 342 千字

版 次 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印 数 1 - 4000

ISBN 7-305-04621-3/D · 511

定 价 25.00 元

* 版权所有, 侵权必究

* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购图书销售部门联系调换

《我型我塑》编委会

主 编：何 成

编 委 (以汉语拼音为序):

高爱琴

葛良平

郭文正

侯景坤

梁俊茂

刘文娟

陶黎岩

王巧美

王晓娜

王 琴

吴元红

朱天秀

丛 书 序

您是否曾经因为缺乏必要的专业技能而被理想中的企业拒之门外？您是否已经决定投身于某个行业，却不知从何入手？您是否因为自身能力的某些欠缺而在职业发展中遭遇成长的天花板？这些都是因为日益激烈的职业竞争给职业人士带来了更加严峻的挑战。

战胜竞争对手，成为真正的精英是许多职业人士的理想。要实现自己的职业理想，必须深入掌握相关的理论知识，完善能力结构，提高综合素质，并在实际工作中坚持学习。社会和企业都在面临着深刻的转型，职业人士更需要职业指导信息，社会呼唤实用文化，所以，我们在研究人才学理论、参考职业精英成长途径的基础上，编撰了这套《我型我塑》丛书。

本套丛书读者对象

- ◆ 正在进行职业生涯规划的求职者
- ◆ 渴望全面提高自身综合素质的职业人士
- ◆ 即将步入职场的准职业人士

本套丛书特色

- ◆ 内容丰富，全面介绍了职业人才需要提高的能力与素质；
- ◆ 注重工作方法、思想方法和学习方法的讲解，方便读者提高悟性和自学能力；
- ◆ 语言简练生动，讲解深入细致；
- ◆ 从职业人士的实际工作出发，取材新颖，可操作性强；
- ◆ 提供了专业的理论和技能测评，帮助读者进行自我定位和职业发展规划。

本套丛书包括了《磨炼公关》、《磨炼策划》、《磨炼营销》等。它为各类职业人才的发展总结出了有效而专业的奋斗计划，相信其实用价值会让您受益匪浅。



我们衷心希望读者通过阅读本套丛书，能够在对自身素质进行审慎评价的基础上，做好职业发展规划，同时在工作中完善自己的综合素质，在迈向高级人才的过程中不断跨越新的台阶，实现职业理想。

编 者

前 言

知识经济时代的来临，使我们面临着各种各样激烈的竞争和压力，面对着生活中的各种挑战，在这错综复杂的环境中，人际关系在所有事务中显得越来越重要。无论是工作、学习还是创造发明，都越来越需要彼此的沟通与了解，而事实上，这成了很多人的困境，公共关系的维持成了我们的棘手问题。

公共关系的能力在现在社会中起着越来越重要的作用，公共关系渗透到社会生活的方方面面，公关能力的大小，很大程度上决定着个人成功的快慢。教育学家卡耐基曾说过：“交际其实并不难，成功离我们并不遥远。”“一个人事业的成功，15%取决于他的专业知识，85%则取决于他的人际关系和处事技巧。”

“做人难！”、“活得真累！”是生活在我们身边的人时常发出的感叹。人活在世上，每天都要与各种各样的人打交道，复杂的人际关系常常使我们感到力不从心。有的人夸夸其谈，有的人沉默寡言，有的人在经历了太多的挫折之后就把自己封闭起来，放弃了原来的努力。因此，人际关系的好坏，不仅影响着你事业的成功与否，而且影响着你生活质量的高低：和谐的人际关系不仅能够给你带来幸福，而且能为你的日常生活增添许多乐趣。实际上，人际关系是有规律可寻的，通过学习其中的技巧和诀窍，人人都能成为交际的高手。语言和交际是公关的两个重要因素。我们平时只要不断地积累语言知识，锻炼口语表达能力，就能在与人交往的关键时刻做到不卑不亢、从容自若。善于公关的人在社会上广受欢迎，所承受的压力也比别人小得多，成功的概率相对较高。

生活环境的影响和出身背景的不同使我们形成了各自不同的性格特征，有的人适合商界，有的人适合政界，有的人适合文化教育。不管你从事何种工作，机遇总是垂青有准备的人，一个电话、一句问候也许就能改变你一生的命运。你要想在工作中收到事半功倍的效果，就必须与周围的人打成一片，不要惧怕失败，不要害怕与人交往。只有你掌握了与人沟通和交往的技巧，你个人的组织能力、公关能力和分析能力才会有很大的提高。

本书从公关人才成长所必须经历和了解掌握的知识与技巧入手，对公关语言、公关礼仪、商务谈判等几个方面进行了全面而详细的论述，并将理论与具体的事例相结合，所涉及的内容都是与我们的日常生活息息相关的，相信你读后一定会受益匪浅。

目 录

成长第1站 公关的至关要素——语言	1
公关语言艺术的基本原则	1
公关语言艺术的主要方法	14
公关应对的语言艺术	24
成长第2站 学会必要的公关礼仪	49
礼仪的原则	49
社交礼仪的特点	51
见面礼仪与迎送礼仪	52
电话礼仪	58
家庭宴会	61
沙龙礼仪	63
舞会礼仪	64
商务剪彩礼仪	66
商务签约礼仪	71
成长第3站 学会与顾客打交道	81
常见的沟通障碍	81
用热情、真诚、自信沟通	85
用迷人的个性沟通	91
用服饰与界域沟通	94
维持良好的关系	96
同化的技巧	98
现代意识与人际沟通	102
成长第4站 学会与同事相处	119
对同事要以诚相待	119



如何增加同事对你的认同	121
与同事相处的忌讳	122
和同事相处的 30 个原则	125
减少矛盾的最好办法	126
成长第 5 站 学会与同事相处	149
维护领导的尊严	149
给领导一个好的印象	152
赞扬领导要适度	154
虚心接受领导的批评	157
让领导感动的办法	159
消除与领导之间的误会	162
成为领导的得力助手	166
应适当给你的老板打打气	167
与老板“快乐”共事 5 准则	170
和糊涂上司聪明共事	172
别把老板当傻子	173
什么时候对老板说 NO	175
老板的“密友”们	175
成长第 6 站 学会必要的营销策略	181
个人修养与专业行销	181
顾客满意与专业行销	186
诱“敌”深入	189
出奇制胜	191
迎难而上	194
适当运用肢体语言	196
攻心为上	197
反败为胜	199
学会关心别人	203



成长第 7 站 公关谈判的艺术合	209
谈判的性质和原则	209
谈判的准备和策略	214
谈判的语言艺术	222
成长第 8 站 学会面对不同的社交场合	243
举办记者招待会	243
举办展览会	246
赞助公益事业	249
广告公关艺术	252
演讲的艺术	254
组织会议的艺术	259
接待的艺术	261
学术交流的艺术	265
现场直播的艺术	268
总测评：学会面对不同的社交场合	273

成长第 站

公关的至天要素 ——语言

1 公关语言艺术的基本原则

无论是企业的整体公关还是个人的公关艺术方面，语言的表达和运用都是至关重要的，是关系到公关成败的重要因素，因此一个欲成为公关高手的公关学习者，首先应当掌握公关语言艺术在实际运用中的基本原则。公关语言艺术的基本原则指在公关实务中运用语言的原则。公关语言艺术与公关实务原则、言语交际原则有着密切的联系。公关语言艺术是一种言语活动、言语行为，其根本任务在于运用自然语言并借助体态语言向特定的内部公众或社会公众传达信息，从而实现与公众之间的双向交流。公关语言艺术的目标是追求理想的表达效果。要实现这个目标，公关语言运用应当遵从真诚原则、与语境相适应原则和有效沟通原则等基本原则。

1.1 真诚原则

在公关的活动当中，无论是向人表达歉意或是赞美，还是探讨具体的事项，



首先必须做到内容真实，态度诚恳，尽可能减少华丽的语言以避免人们的回避与猜疑。

真诚原则是一切公关活动中极为重要的原则，是公共关系能否存在的基础。因为公共关系是以传播的方式来使组织和公众在相互理解的基础上联系、沟通，如果不讲真话，没有真诚原则，怎么会有真正的理解和沟通呢？美国公共关系专家露易·布朗指出：“……歪曲、耍花招和掩盖事实，则是公共关系三大敌。”真诚原则要求公关人员在实际的运作当中传播真实的信息，讲真话；要求诚恳忠诚的态度。这两方面中，信息的真实性是第一位的，是决定性的。因为任何社会组织和个人都不可能用最坦诚的、最诚恳的态度去告诉公众一个虚假的信息。任何接收到虚假信息的公众，感到受骗上当的公众，都决不会承认传播者是真诚和坦荡的。没有真实的信息，不可能有真诚的态度。只有真诚的、坦荡的态度才能传播真实的信息。正如《庄子·渔父》中所说，“不精不诚，不能动人”、“真在内者，神动于外，是所以贵重也”。

真诚原则在商业实践中也是至为重要的。1982年，美国的芝加哥市有7个人在服用约翰逊公司生产的止疼药丸——泰勒诺尔之后，中毒死亡。此药本来是一种广谱止痛药，不经医生处方就可随处购到。由于疗效好，在市场上有较好的信誉，产品也有较高的市场占有率。现在发生了7个人死亡的药物中毒大案，公司信誉一落千丈。公司深知自己的产品不含毒素，不会致人于死命。但是，流言的传播与误导使得事态朝着负面方向发展，公司面临空前的困境。怎样才能把事实真相告诉公众而又为公众接受呢？公司聘请了专业的公关公司，客观地调查分析，讲出真相，为企业讨回了公道，挽回了信誉。在此事件中，公关公司首先调查事故，查明药丸中确有配方以外的有毒成份，说明有毒成份是后来被人掺进去的，是有人故意放毒，是别有用心的人的犯罪行为。在此基础上，通过新闻媒介，把公关公司和药检部门的调查结果公布于众，向广大公众说明事实真相：药丸是如何被掺入毒物的，市场上哪些药丸是被人放了毒的。对此，公司果断收回市场上3200万瓶药丸，把这些价值1亿美元的药丸公开销毁，并制作录像带，向社会广为发布。并且公司吸取了此次教训，改进药品包装，确保新包装不能拆装，并告之公众识别是否被拆开过的办法。整个过程通过记者招待会、电话热线、电视转播等媒介，反复向公众讲明事实真相。“诚之所至，金石为开”，在不到一年的时间内，公司又恢复了信誉，还扩大了市场占有率。可见，在公关实务中，只有讲真话、说真情，才能赢得理解、谅解，并获得支持和信任。



日本美津浓(Mizuno)运动器具公司出售的运动衫都附有这样一张说明书：

这种运动衫使用的是本国最好的染料，染色技术更是本国最优秀的；不过令人感到遗憾的是：酱紫色之类的颜色至今仍没法做到永不褪色……

商业社会的一个最为重要的道德规范即是诚信问题。民众是这一道德的土壤和最为直接的监督者，一个企业的行为举止如果缺乏必要的诚信，就必定得不到民众的支持，没有消费者的认可，企业也就死路一条。所以美津浓的这一说明书以真诚最终打动了顾客，这样既有了好的经济效益，又树立了公司良好的形象。

除了诚、信外，真诚原则还体现在语言的平实无华方面。公关语言是实用性的语言，它以准确简明地传递公众信息、赢得社会公众的信赖为己任。因此，语言艺术讲究平实无华。平实就是平白如实，不加雕饰，不事渲染，尽量少用比拟、夸张等形容描绘类的修辞方式，给人以自然亲切、朴实无华之感。“信言不美，美言不信”这句话也告诉我们在公关实务中，要少讲漂亮话，少用夸张修饰语。公关活动往往就是公关宣传，其实也是对公众的一种承诺。面对公众的宣传应当尽可能地理性行事，因为过于感性的夸张造势，很容易为人们所看穿，这样既不容易出现良好的公关效果，也对自身形象极为不利。朴实的语言有助于准确表达，因此在公关实务中，老老实实在地用平实的语言准确地把信息表达出来，更能使人觉得稳重可靠。懂得公关语言艺术的人，常常通过使用朴实的语言给人一种老实人的面孔，以赢得公众的信赖。例如，1990年有这样一则为招聘北极探险队员而写的广告：

我拟建立一支北极探险队，需招聘一批队员……我队收入微薄，行进途中酷寒沁人，漫长的黑暗一日继一日，且险情丛生，朝不保夕，很可能会难以生还……不过一旦探险成功，你也会得到无上的荣誉作为补偿。

真诚的态度、朴实无华的语言，刻画出环境的险恶，装备、供应的不足，途中丛生的危险等，但这并没有吓跑一个真正的探险家，反而让公众透过平实无华的语言，增加了真实感和信赖感。相反，有些公关广告文过饰非，故意夸大其辞，诸如“誉满全球”、“世界第一”、“领导世界新潮流”、“经久不衰”、“药到病除”等用语，只能使公众产生逆反心理，达不到传递信息的目的。这一原则对于个人来说也是如此，在公关活动当中真实感是极为重要的，给人以真诚才可以取得他人的信任，才能达到公关的目的。



2 与语境相适应原则

现代社会的信息交流与沟通越来越显示出重要性，人与人的交往也越加的频繁，尤其是商业活动，公共关系的安排与处理成为公司或企业的一个重要课题。公关实务中，只有深刻的情感体验才会有较好的理解和沟通，才能产生亲和力。也就是说，联系、沟通、理解、亲和力都是以情感相通为前提的。而情感的相通，不是条约或规定所能包括，而必须在彼此的交际往来中产生。因此，现代社会需要有交际活动，公关实务需要公关交际。要保证语言交际的正确进行，交际双方都必须遵守共同的语言规划和使用规则，否则必然造成交际障碍，影响交际效果。此外，语言环境在保证语言交际顺利进行并取得良好效果方面有着重要的作用。

与语境相适应原则是指公关语言运用必须与特定的语境一致、合拍。只有如此，公关交际才可能正常进行并取得预期的良好效果。对于语言环境而言，通常应包括两方面的内容：狭义的语境通常是指语言交流过程中前后连贯的语言片段，语言在这样的环境中会表现独特的意义；而广义上的语境则指公关人员与对象之间双方的身份、经历、职业、思想等内在与外在的各种客观情况，以及交流所在的时间、地点场合等各方面的因素。交际话语的上下文对话语的结构和含义的影响是直接的，但其影响范围是有限的；交际场合是一定时空条件下的交际话题和交际双方的角色关系所构成的交际氛围的场景化，而交际背景则是时代背景和文化背景的总称，它们对交际的影响虽然不是体现在语言和文字上，但实际上对言语表达和理解的制约范围更广，对话语含义的解释更深刻。

1. 语境对公关语言的制约

《战国策·宋卫策》中讲述了一个有趣的故事：有一个卫国人迎娶新媳妇。新媳妇一坐上车就问道：“驾车的三匹马是谁家的？”驾车人说：“借的。”新媳妇就对仆人说：“要爱护马，不要鞭打它们。”车到了夫家门口，新媳妇一边拜见家人，一边吩咐随身的老妈妈：“快去把灶里的火灭掉，要失火的。”走进屋里看见了石臼，她又说：“把它搬到窗台下边，放在这儿要妨碍别人走路。”夫家的人都觉得她十分可笑。孤立地看，新媳妇所说的三句好心肠的话都没有不对的地方，但为什么还遭人讥笑呢？问题就出在她没有把握好讲话的时间和场合，因而“文不对题”。这个故事从反面告诉我们语境对言语交际的制约作用。

语言环境是客观的，公关人员进行公关交际过程中必须遵循这种客观实在



性，一方面要尽可能地避免和克服与语言环境不相切合而造成的障碍，另一方面也应自觉而灵活地根据语言环境来挖掘出潜在的表达功能，从而达到良好的公关效果。

例如，曾经有一位北方客人到上海的一家绣品商店买绣花被面，有一条一对白头鸟的被面吸引了他，但他还有点犹豫：这鸟的姿态很美，就是嘴太尖了，看起来像是在吵架。售货小姐察觉到他的心思，就微笑着对他说：“这鸟的头发白，表明以后夫妻白头到老；它们的嘴伸得长，是在说悄悄话，表明夫妻相亲相爱。”售货小姐察颜观色，准确地把握了顾客的心思，在特定的语境下把“鸟的尖嘴”解释为“伸长嘴说悄悄话”，说得顾客满心高兴，于是买下了被面。

除去公关语言在表达上应当根据情况灵活运用之外，还应当注意与客观的实际环境相适应的原则。

公关人员在与他人交往时应当注意自身的地位和交际对象的特点。在公关事务中，应当根据自身和交际对象的特点来选择恰当的语言表达方式。在现实生活中，每个人都处在多维、多层次的关系之中。这种关系和地位直接制约着交际双方对语言的使用。因此，很难想像一位公司经理把对内部职工的讲话照搬到谈判桌上，或者把企业的一句公关广告词用于对上司的报告 中。诸如此类不分时间、场合并且不辨双方关系特征的语言运用，是不可能取得满意的效果的。弄清楚交际双方的地位、特点，不仅应知道哪些话该说，哪些话不该说，而且还要选用最恰当的表达方式，获得最佳的交际效果。

例如，曾有一位营业员向外国顾客介绍商品时，因为不了解外国顾客的情况，而按照对中国顾客的方式来接待，结果就把顾客赶跑了。事情是这样的，有一位英国客人在商店里表示出对一件工艺品感兴趣时，该营业员取出该工艺品，然后对客人说：“先生，这件不错，又比较便宜。”顾客听了她的话后，丢下商品，转身而去。为什么这些话会把这位顾客赶跑呢？原来是“便宜”二字。因为在英国人心目中，买便宜货有失身份，所以这桩买卖没有做成。

注意交际的时空环境。语境中的时空因素对公关语言运用的制约性主要表现在两个方面：一是公关的语言受特定时代、特定氛围的限制和要求，不可能具有超越时代性，必须遵循当前的事实原则。在谈话的气氛、格调及语言材料和表达手段的选择上都必须适应时代的特色。二是语言交际的具体时空因素制约着语言表达手段的具体选择和话语总体规模的确定。



第二次世界大战时，荷兰总理和英国首相丘吉尔的“一句话会见”可以说是语言运用与时空因素相适应的生动实例。当时，荷兰本土被德军占领，荷兰流亡政府在伦敦设立总部。荷兰总理第一次会见英国首相丘吉尔时，他向丘吉尔伸出手友好地说了声“再见！”作为回答，丘吉尔说：“先生，我真希望所有政治性会见都如此简短而且切中要害。”这么重要的会见，用时如此之少，用语如此之简，完全是由当时特定的时空因素决定的。他们用简洁的语言形式浓缩了丰富而深刻的内容；此时此刻是实际行动的时刻，而不是坐而论道的时候。

重视社会文化背景的把握。文化背景的影响在公关活动中尤其是语言交流上有十分重要的影响，是公关人员选择语言材料及场合语境的基本要求之一。重视社会的文化背景，可以避免、克服与特定背景不协调、不适应的情景，从而实现有效的语言交际。20世纪60年代，我国外交部长陈毅访问亚洲某国，在当地的公众集会上，一位宗教界的长老代表万名僧众向陈毅外长赠献佛像。这件事意义重大，如果应对不当，后果不堪设想。陈毅虔诚而十分高兴地双手捧过佛像，并大声说：“靠老佛爷保佑，从此我再也不怕帝国主义了。”话音一落，全场大笑，气氛十分活跃。共产党人是唯物主义者，不信佛，但这是一个外交场合，又身处佛教国度，这样的社会文化背景让陈毅外长决定采用了上述语言表达形式，把对该国人民宗教信仰的尊重和共产党人不忘信仰宗旨这两层意思融于一体，并以诙谐、幽默的形态表达出来，收到了良好的交际效果。

2. 公关语言对语境的适应和利用

语言环境的客观性既对公关交际的语言交流有有利的一面，又有制约的一面，这就要求公关人员在实际的语言交际中，应当学会适应环境的影响，发挥人的主观能动性，灵活地借助环境去克服困难，清除各种消极因素，以达到传递消息，艺术化地表达思想感情的目的。

政治环境是一个敏感、重要的语境，在公关交际中，应予以高度重视。古文中有这样的语句来形容语言在实际中的作用：“一人之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。”由此可见，语言在交际中的重要作用。在特定的政治、外交语境下，一言不当，将导致严重的后果。相反，充分重视政治环境，利用政治环境，处置得当，则可化险为夷，获得成功。

据史料载，春秋战国时期的齐国宰相晏婴是一个著名的政治家、外交家、雄