



• Joe Girard

• 齐藤竹之助

• Robert Shook

• Tony Gordon

• 柴田和子

• Tom Hopkins

• Mary Kay

• 原一平

• Frank Bettger

The Greatest Salesman
in the world.

世界上

最

伟大的推销员

邹华英 编著

经典推销故事全集

22位顶级推销大师 / 184个经典推销故事 / 为你绘制出最精确的推销地图 / 标示出通向成功的最佳路径



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

世界上最伟大的推销员 经典推销故事全集

邹华英 编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书精选了世界上各行各业的知名推销员的经典推销故事,他们的人生智慧和成功经验为全世界亿万从事推销工作的人士所推崇,被公认为是培养和打造最优秀推销员的经典范例。从这些故事里,你可以领略到推销高手们绝妙的语言、丰富的知识、灵敏的反应,还可以学到精湛的推销技术、高深的交际艺术、成功的人生算术。

这些世界上最伟大的推销员的“经验”和“智慧”都可以让你少走弯路,迅速找到通往成功的捷径,从而使你成为所在领域的推销高手。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

世界上最伟大的推销员经典推销故事全集/邹华英编著. —北京:电子工业出版社,2009. 10
ISBN 978-7-121-09237-4

I. 世… II. 邹… III. 推销—通俗读物 IV. F713. 3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 115298 号

责任编辑:戴 新

印 刷:北京天竺颖华印刷厂

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编:100036

北京市海淀区翠微东里甲 2 号 邮编:100036

开 本:787×980 1/16 印张:16 字数:270 千字

印 次:2009 年 10 月第 1 次印刷

定 价:36.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

前 言

推销行业是市场经济发展的必然产物。据权威部门统计资料显示，世界上90%以上的巨富是从推销员做起的。

华人首富李嘉诚16岁就开始当推销员，世界首富比尔·盖茨在21岁也步入了推销员的行列，日本的“经营之神”松下幸之助当初也是从推销员做起的，台湾首富王永庆、联想集团总裁杨元庆也都曾做过推销员，现在的香港特别行政区行政长官曾荫权也是从推销员做起的。做过推销员的经历是他们成功之路上一笔宝贵的财富。

日本的一项调查显示，现在日本平均每5个人中就有一位推销员。按照美国等西方国家“推销员约占人口总数的4%左右”这一比例计算，我国13亿多人口中，约有5000万名推销员。

随着我国经济的不断发展，推销员的队伍在不断壮大，成为一名优秀、顶尖的推销员，是众多推销员梦寐以求的事情。

而要想成为一名顶尖的推销员，就必须通过不断的学习来提高自己的业务水平。但从事销售工作的人一般都比较繁忙，根本抽不出太多的时间和精力去系统学习那些枯燥的营销理论，所以，研读众多世界上最伟大的推销员的经典推销故事，是他们快速充实自己的较佳方法。

本书精选了世界上各行各业的知名推销员的经典推销故事，有被称为“世界上最伟大的推销员”的乔·吉拉德、保险业“推销之神”原一平、世界“营销泰斗”班·费德雯、“东方销售女神”柴田和子、世界首屈一指的“销售点子大王”齐格·齐格勒等20多位，他们的人生智慧和成功经验为全世界亿万从事推销工作的人士所推崇，被公认为是培养和打造最优秀推销员的经典范例。

这些精选出来的经典推销故事，均来自这些世界上最伟大的推销员出版并在全球畅销的著作。从这些故事里，你可以领略到推销高手们绝妙的语言、丰富的知识、灵敏的反应，还可以从中汲取营养、借鉴经验，举一反三。

借用世界推销之王、当今世界一流推销训练大师汤姆·霍普金斯的话：“如果你有志于成为一名最杰出的推销员，你就必须把本书看成你前进的地

图。今天，你认真对待，充满自信；明天，你就能成长为一名能干的金牌推销员。”

榜样的力量是无穷的！无论是推销行业的老手，还是刚入行的新手，无论你在销售什么——保险、房地产、证券、汽车或其他产品，无论你面对的是专业的买主还是闲逛的顾客，无论你采用的是面对面销售还是电话销售，这些世界上最伟大的推销员的“经验”和“智慧”都可以让你少走弯路，迅速找到通往成功的捷径，从而使你成为所在领域的推销高手！

目 录

世界第一推销大师——乔·吉拉德	1
1. 锅和汽车：推销是一门双赢的艺术	2
2. 献上一束玫瑰花：用爱心打动客户	3
3. 名片满天飞：有人就有顾客	4
4. 贺卡问候：商业与人情味之间的张力作用	5
5. “乱拨”电话：情报自然来	6
6. 没话找话：激发客户的说话兴趣	8
7. 热情接待：让顾客欠自己的人情	9
8. 利用引语：解决顾客推脱	11
9. 认真聆听客户的每一句话：让客户感到被尊重和重视	12
10. 热情招呼每一位顾客：与顾客建立牢固的友谊	14
11. 我并没有浪费我的时间：坚持不懈就能推销成功	15
12. 等时机成熟时再报价：推销讲究循序渐进	16
13. 永远站在客户的一边：提供最完美的售后服务	17
14. 不失时机的幽默：赢得客户好感	18
15. 建立客户档案：了解客户	19
16. 名片和感谢卡：建立推销网络的必备品	20
17. 让客户“闻一闻”：用新车的味道“控制”客户	21
保险业推销之神——原一平	22
1. 苦练笑容基本功：让客户对你产生好感	23
2. 变换音调：用声音征服客户	24
3. 追上去：从生活中寻找准客户	25
4. 远近出名的老板：以赞美对方开始访谈	26
5. 以二择一：让客户做出选择	27
6. 现在和3年后的区别：问出客户的需求	28
7. 保持沉默：倾听顾客的考虑	29
8. “切腹”：逗准客户大笑	30
9. 改日再来：欲擒故纵，智“擒”总经理	31

10. 你一定没资格投保：巧用激将法·····	32
11. 请教接近法：最有效的通行证·····	33
12. 29天保险合同：好奇心助你推销成功·····	34
13. 设法打一个形象的比喻：堡垒不攻自破·····	36
14. 讲一个真实动人的故事：催化你的客户·····	37
15. 让客户自己说服自己：最轻松的推销方法·····	38
16. 最后的决定：让客户自己来做·····	39
17. 信服的理由：为家人考虑·····	40
18. 向老同事推销保险：从切身利益切入·····	41
19. 多一份努力，多一份收获·····	43
20. 让准客户觉得有必要见你一面·····	43
21. 守株待兔：执着才能成功·····	45
22. 将准客户分类：对症下药·····	46
23. 长时间的工作是成功的秘诀·····	48
24. 给客户提供真诚和切实的建议·····	49
25. 投其所好：获取客户好感的秘诀·····	49
国际大师级的推销员领袖——弗兰克·贝特格 ·····	51
1. 热情：推销员打动客户的法宝·····	52
2. 朋友的介绍信：让你获得更多的客户资源·····	53
3. 穿着得体：给客户留下好印象·····	54
4. 学会“听话”：生意自然来·····	55
5. 帮助客户明确自己到底需要什么：用真心换业绩·····	56
6. “您是怎么开始做这一行的”：让你的客户停下来与你谈话·····	58
7. 称赞你的同行：给客户留下深刻的印象·····	60
8. 善于倾听：最受人欢迎的捷径·····	61
9. 让客户与“证人”交谈：获取客户信赖的妙招·····	61
10. 为客户做一些额外的小事：从细节入手打动客户·····	62
11. 这样也可以节省您的时间·····	63
12. “我很紧张”：坦白帮你赢得客户的帮助·····	64
13. 预约时不谈推销：尊重你的客户·····	65
14. 通过事实让客户自己说服自己·····	66
15. 多问几个“为什么”·····	68
16. 帮助客户解决所面临的现实问题·····	69
17. 半夜穿上西服打电话·····	71

18. 激励客户：与客户建立良好关系的法宝	72
营销泰斗——班·费德雯	75
1. 为公司的灵魂人物投保	76
2. 树立远大的目标	77
3. 你买多少我就买多少	78
4. 我在工作和钱在工作有什么区别	79
5. 每周成交三件：成功在于积累	80
6. 专业化推销：专业的人做专业的事	81
7. 救命的软木塞	82
东方销售女神——柴田和子	83
1. 不要一味地只说对不起	84
2. 正面突破：直奔主题易成功	85
3. “输血话术”：在金钱里融入你的爱	86
4. “红灯话术”：让道理显浅易懂	87
5. “远虑话术”：说服客户投保的秘诀	88
6. “激战话术”：推销成功的助推器	89
7. “保额加一成的话术”：抓住每一个增加保额的机会	90
8. 记住对方的名字：获得客户好感的好方法	91
9. 不打不相识：冲突让双方瞬间吐露真言	91
10. 抓住客户的心：做永远的朋友	92
11. “服装行销”：营造自己独特的形象	93
12. “名人”营销法：拓展你客户群的法宝	94
13. 团单牵出来的N个个单	95
14. 该追则追，该放则放	96
15. 每天比别人“多一点、高一点、大一点”	97
16. 利用人脉资源进行销售的诀窍	98
推销信念和成功方法的保险推销员——克莱门特·斯通	100
1. 克服畏惧感	101
2. 事半功倍	101
3. 要知道何时该放弃	103
4. 发现成功之钥	103
5. 到你畏惧的地方去推销	105
世界上最伟大的推销大师——汤姆·霍普金斯	107
1. 不歧视任何一名潜在主顾	108



2. 如何把冰卖给爱斯基摩人·····	109
3. 答应了的事就要做到·····	110
4. 不要掩藏商品的缺陷·····	111
5. 把名片夹在账单里·····	113
6. 电话行销要有心·····	114
7. 即使顾客不买你的产品，你也要感谢他·····	115
百万圆桌顶尖会员理事会主席——托尼·高登·····	117
1. 总会有人买保单的·····	118
2. 开口要名单，直到得到所要的为止·····	118
3. 尽早与准客户联络·····	119
4. 用电话与客户预约·····	120
5. 让你的贷款一笔勾销·····	121
6. 不要让你的退休金成为笑柄·····	122
7. 漏斗：真正站在客户的角度考虑问题·····	123
8. 沉默是金·····	124
9. 要便宜的还是适当的·····	127
世界顶级保险营销大师——戴维·考珀·····	128
1. 巨型铅笔的故事·····	129
2. 向客户推销利益·····	130
3. 第一笔保险交易·····	130
4. 为拜访准备素材·····	132
5. 人生就像夜间驾车·····	133
寿险推销大王——乔·坎多尔弗·····	137
1. 善于宣传自己·····	138
2. 产品推销出去了也不要忘记客户·····	138
3. 送一个漂亮的徽章·····	139
4. 你在银行有存款吗·····	140
5. 我需要你的帮助·····	141
6. 与客户一同成长·····	142
7. 接触更多的人·····	143
8. 推销客户需要的产品·····	143
9. 战胜“看门人”很重要·····	144
10. 敲定约会时间·····	145
11. 问你两个问题·····	146

12. 特殊的名片：加深客户对你的印象	147
13. 掌握面谈的技巧：让客户讲出真正的需求	148
14. 演讲会销售：用钱来赚钱	149
日本首席推销员——齐藤竹之助	151
1. 成功没有年龄限制	152
2. 战胜“凯迪拉克”	153
3. 寻找“关系”，从无到有	154
4. 难度的年关：不因失败而气馁	155
5. 今天肯定会成功	157
6. 改换交涉对手	158
7. 自己就是招牌	159
全美十大杰出推销员——雷蒙·A·施莱辛斯基	161
1. 让客户为你推销	162
2. 让客户给你 5 分钟	163
3. 专心聆听客户心声	164
4. 留意客户的肢体语言	165
5. 有针对性地提问	166
顶尖成功学家、营销培训大师——布莱恩·崔西	169
1. 用心打扮一下，让衣服为你说话	170
2. 一开始就将订单拿出来	170
3. 站在客户的立场上做推销	171
4. 了解顾客的工作心态	172
5. 倾听带来的订单	173
6. 你也能成为推销赢家	174
7. 打破谈话的僵局	175
8. 每个人都渴望赞美	176
作家销售大师——罗伯特·舒克	179
1. 善用第三者推波助澜	180
2. 向“肯德基”叔叔学习	181
3. 销售就是把话说出来，把钱收回来	182
4. 不用为你的安全担心	185
5. 一分钟能说明白的事不要说 15 分钟	186
销售点子大王——齐格·齐格勒	188
1. 只是还没有走得足够远	189



2. 谁是影响付账的关键人物.....	189
3. 切菜比赛：用事实让顾客信服.....	190
4. 上门推销的技巧.....	191
5. 别推销自己不喜欢的产品.....	192
创造性销售大师——戴夫·多索尔森	195
1. 从被拒绝中学会推销.....	196
2. 相信自己的判断.....	197
3. 善于捕捉潜在的客户.....	198
4. 每次都有新创意.....	199
5. 推销员的字典中从来没有“不可能”这样的字眼.....	201
6. 把推销过程转移到录像带上.....	203
7. 从飞机上散传单.....	204
8. 遭遇销售滑铁卢：从中吸取经验与教训.....	204
香港一代保险宗师——黄伟庆	206
1. 孤独的保险之路.....	207
2. 10枚硬币的故事.....	208
3. 豪华邮轮为何要装救生艇.....	209
4. 巧用激将法：让你的生意出现转机.....	210
房地产销售大师——里奇·波特.....	212
1. 用背影与客户对话.....	213
2. 将优质服务体现在每一个细节上.....	214
3. 令买卖双方都满意.....	214
4. 不浪费一分钟.....	215
全美公认的销售天王——金拉克.....	217
1. 化大为小的价格细分法.....	218
2. 时刻不忘推销之职.....	219
3. 撕钞票说服话术：让你的客户紧张起来.....	220
销售美丽的大师——艾德娜·拉尔森	223
1. 像老板要求的那样严厉.....	224
2. 先要自己真心喜欢.....	225
3. 珍惜客户的信任.....	226
推销皇后——玫琳·凯	227
1. 从推销 10 本图书起步	228
2. 赞美物件也一定要与人挂上钩.....	229

3. 赞美要选准切入点	229
新加坡保险皇后——陈明莉	231
1. 一杯白开水也可以帮你成功	232
2. 如何卖出百万保单	232
3. 保险是一份“心”的事业	233
4. 主攻华语市场	235
5. 抓住每一个机会	236
6. 借力生力的技巧	238
参考文献	240



目

录



世界第一推销大师——乔·吉拉德

乔·吉拉德，1928年11月1日出生于美国底特律市的一个贫民家庭。9岁时，乔·吉拉德就开始给人擦鞋、送报，赚钱补贴家用。他16岁就离开了学校，成为一名锅炉工，并在那里染上了严重的气喘病。35岁那年，乔·吉拉德破产了，负债高达6万美元。为了生存下去，他走进了一家汽车经销店，3年之后，乔·吉拉德以年销售1425辆汽车的成绩，成为世界第一汽车销售员。

乔·吉拉德49岁便退休了。他在15年的汽车推销生涯中总共卖出了13001辆汽车，平均每天销售6辆，而且全部是一对一销售给个人的，他因此创造了吉尼斯汽车销售的世界纪录。他所保持的销售纪录，至今无人能破。因此，乔·吉拉德被人们称为“世界上最伟大的推销员”。

乔·吉拉德是世界第一推销大师，同时也是一名在全球最受欢迎的演讲大师。他经常出现在各个社会团体、组织、机构之中以及销售会议上，曾为众多世界500强企业的精英传授他的宝贵经验，来自世界各地数以千万计的人们被他的演讲所感动，被他的经历所激励。

乔·吉拉德撰写了四本推销方面的经典畅销著作，全球逾千万人研读过他的著作。

2008年5月，乔·吉拉德来到中国，在首届《世界智慧中国行》论坛的大型演讲会上，向来自各行各业的推销员激情演讲“创造世界第一销售业绩的秘诀”。

推销的要点不是推销商品，而是推销你自己。在你成功地把自已推销给别人时，你必须首先100%地把自己推销给自己。你必须相信自己，对自己充满信心。

——乔·吉拉德



1. 锅和汽车：推销是一门双赢的艺术

乔·吉拉德刚开始卖车时，老板给了他一个月的试用期。29天过去了，他一部车也没有卖出去。最后一天，他起了个大早，到各处去推销，到了下班时间，还是没有人肯订他的车，老板准备收回给他的车钥匙，告诉他明天不用来公司了。

乔·吉拉德坚持说：“还没有到晚上12点，我还有机会。”于是，他坐在车里继续等。

午夜时分，传来了敲门声。一个卖锅者，身上挂满了锅，冻得浑身发抖，看见车里有灯，想问问车主要不要买口锅。乔·吉拉德看到这个家伙比自己还落魄，就请他坐到自己的车里来取暖，并递上热咖啡。

两人开始聊天，乔·吉拉德问：“如果我买了你的锅，接下来你会怎么做？”

卖锅者说：“继续赶路，卖掉下一口锅。”

乔·吉拉德又问：“全部卖完以后呢？”

卖锅者说：“回家再背几十口锅出来接着卖。”

乔·吉拉德继续问：“如果你想使自己的锅越卖越多，越卖越远，你该怎么办？”

卖锅者说：“那就得考虑买部车，不过现在买不起。”

两人越聊越起劲，天亮时，这位卖锅者订了一部车，提货时间是5个月以后，订金是一口锅的钱。因为有了这张订单，乔·吉拉德被老板留了下来。

此后，乔·吉拉德一边卖车，一边帮助卖锅者寻找市场，卖锅者生意越做越大，3个月以后，提前提走了一部送货用的车。



推销心法

乔·吉拉德从说服卖锅者签下订单起，就坚定了信心，相信自己一定能找到更多的客户。同时，通过第一份订单，他也悟到了一个道理，推销是一门双赢的艺术，如果只想到自己赚钱，是很难打动客户的。只有设身处地地为客户着想，帮助客户成长或解决客户的烦恼，才能赢得订单。秉持这种推销理念，15年间，乔·吉拉德卖了一万多部汽车。



2. 献上一束玫瑰花：用爱心打动客户

乔·吉拉德的成功，归功于他用热情温暖了每一个人。

有一次，一位中年妇女走进乔·吉拉德的展销室，说想在这儿看看车，打发一下时间。闲谈中，她告诉乔·吉拉德她想买一辆白色的福特车，就像她表姐开的那辆一样，但对面福特车行的推销员让她一小时后再去，所以她就先来这儿看看。

“夫人，欢迎您来看我的车。”乔·吉拉德微笑着说。

妇女兴奋地告诉他：“今天是我 55 岁的生日，想买一辆白色的福特车送给自己作为生日的礼物。”

“夫人，祝您生日快乐！”乔·吉拉德热情地祝贺道。随后，他轻声地向身边的助手交待了几句。

乔·吉拉德领着夫人从一辆辆新车前面慢慢走过，边看边介绍。在来到一辆雪佛莱车前时，他说：“夫人，您对白色情有独钟，瞧这辆双门式轿车，也是白色的。”

就在这时，助手走了进来，把一束玫瑰花交给了乔·吉拉德。乔·吉拉德把这束漂亮的花送给了那位妇女，再次对她的生日表示祝贺：“祝您长寿，尊敬的夫人。”

那位夫人感动得热泪盈眶，非常激动地说：“先生，太感谢您了！已经很久没有人给我送过礼物了。刚才那位福特车的推销员看到我开着一辆旧车，一定以为我买不起新车，所以在我提出要看一看车时，他就推辞说需要出去收一笔钱，我只好上您这儿来等他。现在想一想，也不一定非要买福特车不可。”

最后，她在乔·吉拉德这儿买走了一辆雪佛莱车，并签了张全额支票，其实从头到尾，乔·吉拉德的言语中都没有劝她放弃福特而买雪佛莱的词句。只是因为她在她这里感受到重视和真情，于是放弃了原来的打算，转而选择了乔·吉拉德的产品。



推销心法

一束鲜花成了买卖双方沟通的桥梁，使商店里充满了友善和温馨的气息，

让顾客不由得对推销员产生了深深的信任感，买卖自然水到渠成。

真诚的爱心，是一种内在的精神品质，它能直达人的心灵。乔·吉拉德认为，卖汽车，人品重于商品。一个成功的汽车推销员，肯定有一颗尊重普通人的爱心。他的爱心体现在他的每一个细小的动作上，这给他带来了巨大的成功。

3. 名片满天飞：有人就有顾客

在乔·吉拉德的汽车推销生涯中，可以说名片已经成为他所向披靡的有力“武器”之一。没有哪一位推销员用名片像他那样用得更多，用得活，用得好。

不论何时何地，只要遇到了人，乔·吉拉德的手都会立刻习惯性地伸进口袋里，然后掏出名片，送给对方，这样就把自己的身份、痕迹和味道统统留给了别人。

每次在餐馆吃饭后，乔·吉拉德总是大方地多给一些小费，与此同时再送上两张名片。小费比别人多，自然就引人注目。看到名片，便知道“按图索骥”，好找他买车。

即使在体育比赛的现场，乔·吉拉德也不会忘记推销自己。他会随身带着1万张名片，坐在最好的座位上，等候良机。一旦观众在为比赛出现精彩的场面而欢呼雀跃时，他便将名片大把大把地向观众席抛撒出去。这时候，人们就会把注意力从那个凌空一脚踢进球的球星那儿转移到他的身上。顿时，乔·吉拉德成了观众喝彩的“主角”。

只要是外出演讲，乔·吉拉德就一定会向听众散发名片，让他们牢牢记住自己。

乔·吉拉德每一次跳上讲台，都会对着台下大喊：“亲爱的朋友们，你们想知道我成功的秘密吗？”

台下的观众一般会说：“想，太想啦，亲爱的乔·吉拉德先生……”

接着乔·吉拉德会大声问：“请问，你们有收到我的名片吗？”

台下的观众就会回答：“有，有2张，有34张，有5张，有8张……”

乔·吉拉德听到后，就会哈哈大笑说：“亲爱的朋友们，还不够……”接着就会打开他的西装，把3000张名片像雪花一样撒向台下……

哪里有乔·吉拉德，哪里就会有他的名片，名片像影子一样紧紧地跟随

着自己的主人。正如他自己所说：“生意的机会无处不在，无时不有，遍布于每一个细节之中。要使别人了解你，知道你所做的事，请用好你的名片。”



推销心法

每一位推销员都应设法让更多的人知道他是干什么的，推销的是什么商品。这样，当他们需要他的商品时，就会想到他。

乔·吉拉德抛撒名片是一件非同寻常的事，在人们的记忆里打上了深深的烙印。当人们买汽车时，自然会想起那个抛撒名片的推销员，想起名片上的名字：乔·吉拉德。更重要的是，有人就有顾客，如果你让更多的人知道你在哪里，卖的是什么，你就有机会得到更多的生意。

4. 贺卡问候：商业与人情味之间的张力作用

在商业推销史上，乔·吉拉德有自己独创的巧妙推销法，被世人广为传诵，现在已被许多世界 500 强的公司所采用。

乔·吉拉德创造的是一种有节奏、有频率的“放长线钓大鱼”的方法。他在推销汽车的过程中，总不会忘记细致地问清楚客户的联系地址。人尚未出门，“感谢惠顾”的感谢卡片便已送到了对方手里。他认为所有已经认识的人都是自己潜在的客户，对这些潜在的客户和老客户，他每年要给他们寄去 12 封信函，传送他的一份关爱。而且每一次均以不同的设计、色彩和形式投递，信封上也不会出现与他的行业相关的名称。据统计，他每月要寄出 1.5 万封这种信函。

1 月份，他的信函是一幅精美的喜庆图案，同时配以“恭贺新禧”几个大字，下面是一个简单的署名：“雪弗莱轿车，乔·吉拉德上。”此外，再无多余的话。即使在大拍卖期间，他也绝口不提买卖。

2 月份，信函上写的是：“请您享受快乐的情人节。”下面仍是简短的签名。

3 月份，信函的内容是：“祝您圣巴特利库节快乐！”圣巴特利库节是爱尔兰人的节日。也许你是波兰人，或是捷克人，但这无关紧要，关键的是他不忘向你表示祝愿。

然后是 4 月、5 月、6 月……

