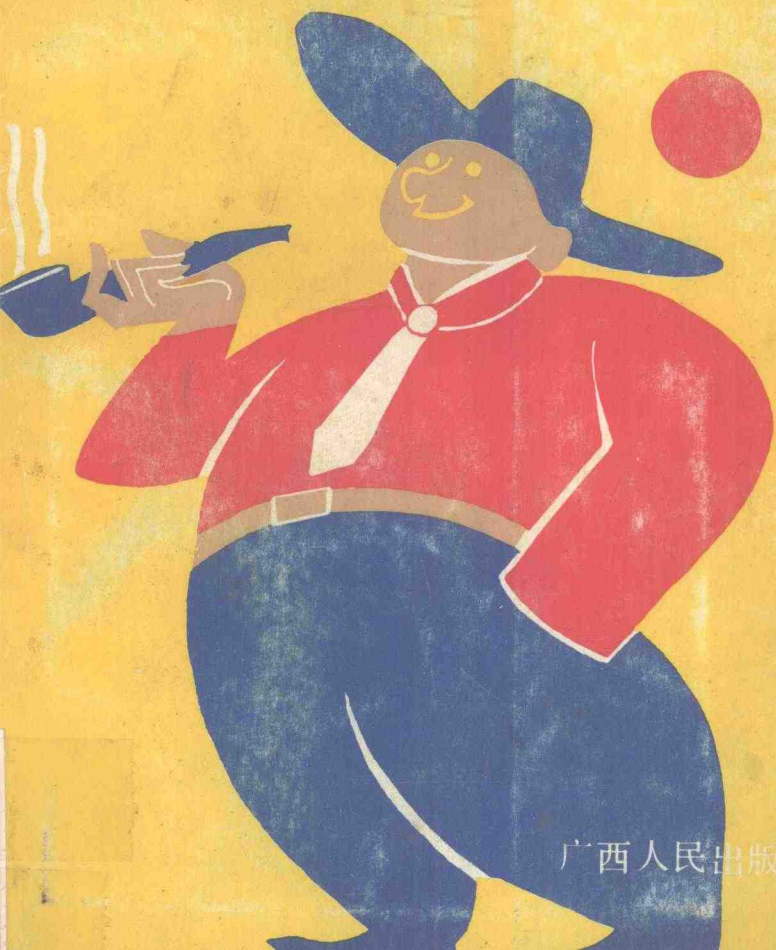


从艺术到科学

史海拾遗话公关

蒋亮平、李家芸 主编



广西人民出版社

从艺术到科学

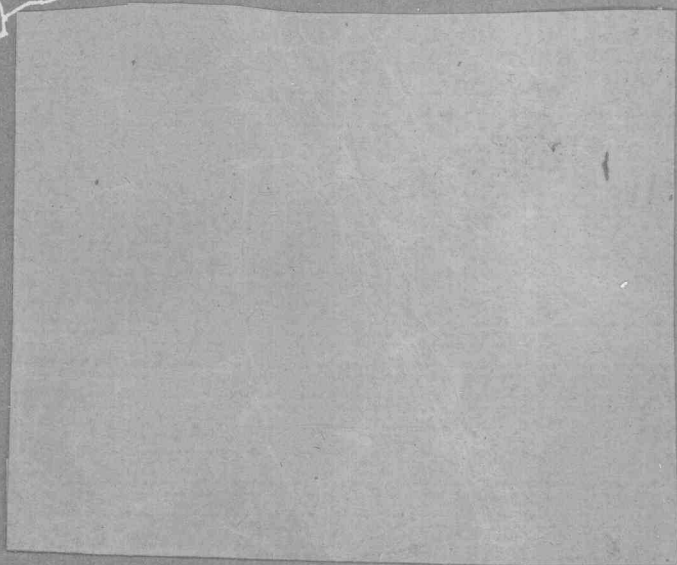
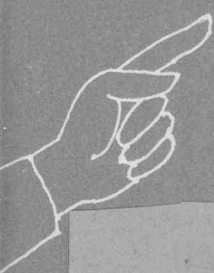
Jo-05

J574

史海拾遗话公关

蒋亮平 李家芸 主编

蒋亮平 黄德林 著



(桂)新登字 01 号

责任编辑 张 平

责任校对 韦洁琳 李带舅

从 艺 术 到 科 学

——史海拾遗话公关

蒋亮平 李家芸 主编

广西人民出版社

(邮政编码:530021)

南宁市河堤路 14 号)

787×1092 1/32

6.25 印张 115 千字

广西新华书店发行

广西教委附属印刷厂印刷

1993 年 11 月第 1 版

1993 年 11 月第 1 次印刷

印数 1—6000 册

ISBN 7-219-02612-9/C · 59

定价:3.80 元

《公关智谋丛书》编委会

主 审：陶景颺

主 编：蒋亮平 李家芸

编 委：（以姓氏笔画为序）

卫 平	冯 兰	李 波	陈 华
林汉川	张鹏生	赵振禹	段 娟
胡继春	秦 彬	徐 翔	黄中贵
黄德林	曾国操	蓝济华	樊 为

序

蒋亮平

商

品经济与改革开放撞击着古老华夏民族的敏感神经。萌生于西方世界的一种“内求团结、外求发展”的管理艺术——公共关系，以其独特的面貌于 80 年代初从开放的“窗口”悄然登上中国大陆，迅即倍受青睐，一时间，公共关系这一“舶来品”，由沿海到内地，由南而北，由东至西，由企业向各行各业辐射与发展，引起了社会各界有识之士的热切关注。

公共关系在经济发达的欧美、日本等国已经热门了近百年，在我国虽刚刚起步，但很快呈蓬勃之势，有力地推促改革大潮，成为一种功效显著的管理职能，成为一门为愈来愈多的人所推崇的新兴职业。电视连续剧《公关小姐》在全国播放后，公共关系的概念为更多的人所了解和接受，研究和应用公共关系的热潮再度升温。1991 年，中国公关在经过“热”与“冷”交替局面之后，进入了一个健康发展的新阶段。李瑞环、薄一波、胡乔木等中央领导同志分别在“全国 10 年杰出企业公关评优颁奖大

会”及“第二届全国公关理论讨论会”的贺词及讲话中,对中国公共关系事业 10 年的成效给予了充分肯定,并为其发展指明了方向,提出了公关工作的指导思想,并满怀信心地展望了中国公关的未来:“在实现 10 年规划和‘八五’计划的奋斗中,中国的公关事业一定会有一个更好的发展前景。”

据有关资料统计,1981 年至 1991 年,中国公关事业由兴起到发展的 10 年进程中,基本上解决了公关的知名度问题。目前,全国已有 40 余个省市和地区成立了公关协会、学会、研究会、公关组织有 100 多个;300 多所大专院校开设了公关课程,数十万人参加电大、函授或短期培训班的公关学习;已出版各种公关理论书籍约 400 种,公开发行的报刊有《公共关系》杂志、《公共关系导报》、《公共关系报》等,“公关”一词,已妇孺皆知。难怪一位西方外交官赞叹:“中国是公关的天堂。”

但是,“成绩属于过去,回首意在瞻前”。我们在总结过去 10 年的同时,亦应清醒地看到:许多人对公共关系的性质及其涵盖的丰富内容还有不少曲解,甚至人为地制造了诸多“盲点”和“误区”,不少人一提起公关小姐,就往往将她们与交际小姐相提并论,弄不清公共关系的真正职能与作用。

推动中国公关健康、深入地发展，是每一位公关研究者和从业者的重要使命。本丛书意在为公关正名，突破公关“误区”，促进公关事业向纵深发展。通过传播正确的公关理论知识与实践技巧，将开启公关殿堂之门的“钥匙”交给读者，以使广大朋友，尤其是青年朋友对这张走向成功、走向世界“名片”，真正做到由陌生到谙熟，由理解到自觉运用，以充分发挥公关的效能。

本套丛书，广涉公共关系理论与实务的各个方面。在丛书的写法上，我们力求切合实际，雅俗共赏，融知识性、实用性和趣味性于一体，辅以各种幽默风趣、富于启迪的公关案例，通俗易懂，深入浅出；行文力图活泼明快、富于文采，体例编排新颖，具有独创性，所选内容精当得体、有较强的可读性，能让读者在茶余饭后的休憩中，在匆忙旅途的空隙间，学到公共关系的基本知识，在忍俊不禁之余得到启迪与借鉴。

这套丛书的编辑出版自始至终得到广西人民出版社的大力支持，特别是经济编辑室张平的具体指导和帮助。武汉工业大学副校长陶景飏教授在百忙中挤出时间审阅了丛书的初稿。同时，我们借鉴和引用了公关界同仁的一些成果和资料，因篇幅关系，

未予一一注明，在此，特作说明并由衷地表示谢意！

尽管我们试图以新的信息、新的视角、新的观点、新的语言、新的体例帮助广大读者拓宽视野，认识公关，轻松漫步于公关这片神奇而富有魅力的土地。但我们在编撰过程中，限于水平和时间，尚有力不从心之感。加之我国公关还处于年轻阶段，理论不够成熟，资料较为缺乏，公关实务活动有待提高层次，由此我们的研究工作还是一种探索和尝试。因而，借漏之处在所难免，恳望公关同仁、各界朋友、读者诸君真诚赐教，以不断完善之。

一九九二年十一月于武昌桂子山

目 录

古代的“准公关”活动	1
1. 中国古代“准公关”大师——子产	2
2. 厉王止谤与“国人暴动”	7
3. 冯煖客孟尝君	10
4. 纵横家张仪、苏秦	14
5. “沛上布衣”为何得天下	17
6. 诸葛亮七擒孟获	21
7. 关羽、张飞败在何处	26
8. 唐太宗为何能创致“贞观之治”	31
9. 古代希腊罗马政治家的宣传活动	36
从巴纳姆到艾维·李	
——现代公共关系的诞生	41
1. 带哈佛口音的人	42
2. 便士报运动	43
3. 巴纳姆与“海斯神话”	45
4. “让公众见鬼去吧!”	47
5. “清垃圾斗士”与“揭丑运动”	49
6. 艾维·李——现代公共关系之父	53

-
7. 工人罢工与《原则宣言》 56
 8. 谁最先建立公关事务所 59
 9. 公关在政界和企业界的早期运用 62
 10. 怪异的售货员 67

从艺术到科学

- 现代公关的发展 69
1. 伯尼斯说：要投公众所好 70
2. 先驱者的遗憾 73
3. 美国历史上最早的政府公关机构 75
4. 美国军队的公共关系 80
5. 1952：尼克松的坦诚战略 83
6. 1972：这是公共关系的失策 85
7. 美国农民的一次失败公关 89
8. “荣誉司机”效应 91
9. “软投资”的“硬效果” 93
10. “泰勒诺尔”药物事件的处理 98
11. 埃克森公司原油泄漏事件 104

从美国走向世界	108
1. 世界性公关组织——IPRA	109
2. “福雄”的三板斧	113
3. 招徕乘客重于一切	116
4. 三十五次紧急电话	121
5. 向顾客提供最优商品	123
6. “三洋”在美经营成功的秘诀	129
7. “富士”畅销中国	137
8. 购买美国人的良心	140
9. “SONY”的由来	142
10. 让雇员挑选工作	146
11. 戈尔巴乔失访美的“公关战”	149
12. 巧用名人创名牌	152
公共关系在中国	155
1. 《西行漫记》与中共的公关意识	156
2. 毛泽东勇赴“鸿门宴”	163
3. 巧用公关琢“玉环”	170

304	4. 民生药厂的新形象与公关	176
305	5. 冰箱爆炸引起的公关	180
317	6. 中国公关大趋势	186
318		
321		
322		
324		
325		
326		
327		
328		
329		
330		
331		
332		
333		
334		
335		
336		
337		
338		
339		
340		
341		
342		
343		
344		
345		
346		
347		
348		
349		
350		

古代的“准公 关”活动

严格意义上的公共关系,或者说公共关系作为一种职业和一门科学,产于 19 世纪末 20 世纪初的美国。在古代不具备产生公共关系的社会历史基础。但是,这不等于说公共关系与古代社会没有关系。实际上,在古代社会,一些社会组织(国家、部族等)同样面临着如何处理同其公众的关系的问题。中国古代的哲人们认识到了这一点,指出事业成功有赖于“天时、地利、人和”,其中“人和”就是指的同有关公众要有一个良好的关系。本部分收集了中国和外国古代的一些很有价值的事例,其中既有那些较好地处理同有关方面的关系,因而导致事业成功的例子;也有一意孤行,未处理好同有关方面的关系,因而遭致失败的惨训。从这些事例中,我们可以得到许多启迪。

1. 中国古代的“准公关” 大师——子产

子产，春秋时代郑国政治家。任宰相期间，实现了各方面的改革措施，整顿田地疆界，发展农业生产；后又创立按“丘”行“赋”制度，把“刑书”（法律条文）铸在鼎上公布，增加统治的透明度，使公众有法可依，知道什么犯法什么不犯法，并知道什么罪该受到何种惩罚；不毁乡校，以听取“国人”意见。这些改革给郑国带来了新气象。在对外关系方面，注意处理好同周围国家的关系。当时郑国力量较弱，处在晋楚两个大国之间，左右为难，仅每年给大国贡礼，就是一项沉重的负担；子产执政后，一方面向大国交纳一定的贡礼，另一方面据理力争，要求大国减少对郑国索取的贡礼数量；在这些方面充分表现出了子产的外交才能、劝说技巧。他还提出“天道远、人道迩，非所及也”的命题，反对当时某些迷信举动。在子产执政之前，郑昭君以自己所信任的徐贲为相，国家混乱，“上下不亲，父子不和”。子产执政后，由于他所采取的这些措施，迅速纠正了这种混乱状况，调节好了各方面的关系。据《史记》记载，子产为相一年，“竖子不戏狎，班白不提挈，僮子不犁畔”，为相三年“门不夜关，道不拾遗”，社会秩序大为安定，人民安居乐业。

(1) 重视来自公众的意见

在春秋战国时代，“乡校”既是学生读书的学校，又是乡人聚会议事的地方，从那里可以获得许多关于政事的反馈信息。当子产刚开始在郑国执政时，郑国的老百姓在乡校中闲聊，对子产的行为有些议论，其中有些话还不那么好听。子产一位叫然明的属下很生气，对子产建议：“咱们把乡校毁了，你看怎样？”子产不同意，告诉然明说：“为什么要毁乡校呢？老百姓劳作之余在一起聊聊天，议论议论执政者的好坏，这是可以的。他们认为好的东西，我就施行；他们不喜欢的，我就改正。他们是我执政的老师，为什么要因他们的讨论而毁乡校呢？我只听说过执政者应当多行善事以减少老百姓的不满，没听说过要作威作福来防止老百姓的怨恨。要是使用强制手段，当然也制止得了老百姓议论。但那样做最终不见得有好结果，就好比是用堵的方法防备洪水，一个劲地堵，洪水一旦大泛滥，就会伤害很多人。不如挖浚河道，让水顺畅地流，这样就不会发生洪水伤害很多人的事，就执政而言，不要企图阻止人民说话，那样会导致严重后果，不如我把老百姓的批评当作良药，吃下去，修改自己的行为。”

子产努力疏通统治者与被统治者之间的关系，努力处理好与邻国的关系，加上其它改革措施，就使郑国国力得到一定程度的增强，使郑国摆脱了当时受到晋楚双重压迫的困境。

(2) 德行比钱财更重要

春秋时期，一些强大的诸侯国用各种名义向小

国索取贡物，贡献一次，往往要上百辆车装载，上千人护送。这给小国造成沉重负担。小国很怕大国无厌的贪求，但更怕不答应这些贪求会遭到大国残暴的讨伐。晋国当时是郑国等国的霸主，范宣子是晋国有实权的大臣。现在我们看看子产是怎么处理这件事的。

范宣子执政，对诸侯索取的贡物很重，郑国统治者深感苦恼。这年二月郑国国君郑伯到晋国去，子产请子西带信给范宣子，信中这样写道：“您治理晋国，四邻的诸侯没听说您有什么美德，而只听说您要很重的贡物，我对这事迷惑不解。我听说君子领导国家和家族，不是担忧没有财物，而是担忧没有好名誉。诸侯的财货要是聚在公室里，那么诸侯就会离心；要是您把它占有，作为自己的利益，那么晋国人民就离心。诸侯离心，那晋国就会遭到损害；晋国人民离心，那您的家就会遭到损害。为什么那样贪恋财货？财货会给您带来什么好处呢？”

“美好的名誉，是装载美德的车子；美德，是国家和家族的基础。有良好的基础，大厦才不会毁坏，所以我们不应当致力于获取美德吗？有美德就快乐，快乐就会长久。《诗经》说：‘快乐啊君子，他们是国家的基础。’这就是有美德啊！‘天帝在你的上面监视着，你不要三心二意。’这就是有美好的名誉啊！用宽宥谅解的精神来发扬美德，那么美好的名誉就能象车子一样装载着美德传播出去，因此远方的人来归附，近处的人安居。您是愿意让人家说您‘您实在养活了我呢’，还是宁可让别人说‘您榨取我的’”

血汗来养活您自己呢’？大象正因为有象牙毁了自己，这是因为有珍贵的财物啊。”

宣子很高兴，就减轻了诸侯的贡物。

(3) 子产巧对晋臣

有一次，子产辅佐郑伯到晋国去，晋国因为鲁国有丧事的缘故，没有接见他们。子产派人全部拆毁宾馆的墙，让车马进去。晋国掌权者知道后很愤怒，派大臣士文伯向子产问罪。一见面，士文伯就责备他，说：“我国因为政事刑罚不修明，盗贼到处都是，诸侯的臣属来我国朝聘无法安顿，因此派官吏修缮宾客所住的馆舍，造高馆门，加厚馆墙，好让宾客使者不用担心。现在您拆毁了它，虽然您的随从人员能够戒备，可别国的宾客怎么办？因为我国是盟主，修缮围墙，来接待宾客。如果都拆毁了，那拿什么接待宾客呢？我们国君派我来请问你拆毁围墙的用意。”

子产回答说：“我国地方狭小，处在大国之间，希望同大国搞好关系，而大国索取贡物又没有一定的时间，因此不敢安居，全面搜索我国的财物，拿来作为朝会的贡品。遇上你们没空，没有能够见到贵国国君；又得不到你们的命令，不知道接见的日期。我们不敢擅自献上礼物，也不敢让它日晒夜露。如果献上礼物，就是君王府里的财物了。可是不经过在庭里陈列聘享礼物的仪式，对你们表示出敬意，我们是不敢献上的。如果让它日晒夜露，又怕日晒雨淋使礼物腐烂败坏，从而加重我国的罪过。

“我听说晋文公做盟主的时候，国君自己的宫室