

成功公关

SUCCESSFUL PUBLIC RELATIONS

—— 创业实用公关原则、程序、方法、案例、自测

潘甘平 著

华夏出版社

★★★

浙江省社会科学界联合会社科普及课题成果

浙江省公共关系20年公关理论创新成果奖

★★★

S 成功公美

SUCCESSFUL PUBLIC RELATIONS

—— 创业实用公关原则、程序、方法、案例、自测

潘甘平 著

華夏出版社

父母馈赠的永久财富
各行状元的优秀智库
领导成功的案头必备

青年励志的高尚礼品
八方创业的随行老师
员工提升的经典必读

图书在版编目(CIP)数据

成功公关/潘甘平著. - 北京:华夏出版社,2008.6

ISBN 978-7-5080-4812-3

I. 成… II. 潘… III. 公共关系学-研究 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 075165 号

华夏出版社出版发行
(北京东直门外香河园北里4号 邮编:100028)

新华书店经销

北京京都六环印刷厂印刷

三河市李旗庄少明装订厂装订

787×1092 1/16 开本 18.25 印张 400 千字 2 插页

2008 年 6 月北京第 1 版 2008 年 7 月北京第 1 次印刷

定价:35.00 元

本版图书凡印刷装订错误可及时向我社发行部调换

和谐 创业 公关

中国公共关系协会会长

中国烹饪协会会长

薛荣成
2007.5.8.

20年前,国外的公共关系工作开始引进中国大陆,从南方广州一直“北伐”到上海、北京,从沿海向内地辐射,直到覆盖整个大陆,公关热以电视剧《公关小姐》为代表达到高潮。随着社会主义市场经济体系建设的不断推进,公共关系工作越来越多地为有识之士所重视、所接受、所运用。现在,全国已基本建立了公共关系研究、教育、传播、工作、管理的体系,所出版的公共关系书籍虽不像二十世纪九十年代初那样汹涌澎湃,但陆陆续续还是有不少风格各异、价值不等的外中公关书籍问世,中国大陆公共关系理论与实践系统在趋向成熟稳定。面对历史的成绩,不少人容易产生“革命到头”、公关文化与传播难以创新、难以有作为的思想障碍。但同时,上亿的劳动者却盼望着有新的更实用的公关书籍问世。在这种大需求与大障碍同在、创新与务实同行的历史时刻,潘甘平同志以公关文化视野开阔、敢于开拓的新锐形象出现(后面的自序可以辅证),以13年的公关实践、公关教育、公关理论之功底,用业余时间博采中外公关百家精华,厚积薄发出16章28万字的《成功公关》一书,给扎根于建设和谐社会的中国公关之树注入了甘露,给渴望创业成功、幸福生活的人们奉献了一本有意义、有价值、有启迪的时代好书,可喜可贺!这是对中国公关协会成立20周年和迎接2008年世界公关大会在中国召开的很好庆贺!

学习实践《成功公关》对促进创业就业、建设和谐社会有积极意义。党的十六届六中全会审时度势,作出了构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定,深得民心。一年来,以胡锦涛为核心的党中央,在经济、政治、文化、社会等很多方面扎实有效地推进了和谐社会建设,取得了有目共睹的伟大成就。和谐社会是什么?就是党领导人民共同建设、共同享有的社会,是民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会,是促进人全面发展的社会。《成功公关》无论是从公共关系知识理论的角度,还是从公共关系知识应用的角度,都可以发现它促进创业就业、建设和谐社会的光芒。

在公共关系知识理论的阐述方面,该书公关原理一章提出:“广义的公关工作所做的一切是为了促进个人或组织与公众、社会的关系和谐、亲近、互利等。”公关原理、成功组织等章提出了“公利原则”、“调谐原则”,成功调查一章提出了“亲善原则”,成功管理一章提出了“协调原则”、介绍了“民主管理”方法,成功社交一章提出了“双向原则”,成功接待、成功谈判两章提出了“平等原则”,成功广告、成功推销两章提出了“人情原则”等等。

什么是路?就是从没路的地方践踏出来的,从只有荆棘的地方开辟出来的。

——鲁迅(中国)





在公共关系知识应用方面,该书介绍的成功调查、成功策划、成功组织、成功管理、成功广告、成功推销等等,就是帮助创业者解决创业过程中的实际问题,如新办的企业究竟经营什么为好,那就要懂得如何进行市场调查,根据调查结果如何进行经营的策划,然后如何进行成功的组织、管理、活动、传播等等。成功社交、成功接待、成功谈判、成功演讲、成功采访等章内容,可以使创业就业者提高自己与别人相处的艺术,使自己更受单位、他人的欢迎,更容易创业就业,更顺利地做好自己的工作。创业就业者将从《成功公关》中受益匪浅,提高创业就业的成功率,使社会上更多的弱势群体逐步变成强势群体,走上致富之路,对减少失业者和穷困人群、缓解贫富分化加速、减少社会矛盾,促进社会的民主、公平、友爱、活力、安定,起到积极的作用。这种实用价值不仅体现在工作上,还体现在生活上。书中介绍的怎样成功地约会、赴会,怎样接打电话使人喜欢,怎样成功地接客、待客、送客,怎样成功地走亲串友、举办庆祝活动(如订婚、结婚、家庭沙龙)等等,会提高人们的生活技巧和生活质量。生活富裕不等于生活有质量。所以已经富裕的人,也应该好好看看这本书,实践书中知识,使自己在精神上富起来,不要使空虚、不文明的生活行为与自己的物质富裕形成强烈的反差,让人笑话。要使自己成为别人从表面到内心都欢迎的人,成为经济致富、精神致富的真正全面的成功者。

2



学习使用《成功公关》对实践科学发展观有重要意义。科学发展最主要的内涵是通过提高自主创新和市场资源优化配置的能力,实现发展的全面协调、可持续。《成功公关》一书介绍的成功调查、成功策划(创意)、成功评估等,是自主创新工作中必不可少的环节。读者掌握这些知识,对其自主创新能力的增强、自主创新水平的提高影响很大。《成功公关》介绍的成功组织、成功管理等,是自主创新良好环境的形成要素,对个人和集体自主创新能力的提高,影响很大;《成功公关》介绍的传播、谈判、演讲、广告、活动、推销、应对危机等等,很需要自主创新能力的介入、渗透,促成成功,而改进或成功后的这些工作会产生吸收、消化、促进自主创新能力的良好工作平台。同样,市场资源优化配置,需要公共关系工作的帮助,比如,要优化配置企业的市场营销资源,就必须对企业、产品、营销等方面的优势劣势做市场调查,在科学调查的基础上进行科学的策划,然后根据策划好的新目标,对广告、推销、谈判、接待、活动等一系列相关环节做调整。学习运用《成功公关》的知识、方法,将帮助读者开阔视野,优化配置市场的各种资源。

学习使用《成功公关》对促进公关文化自主创新有启迪。中国现有的公关文化成果有两大部分:一是引进的外国公关文化成果,包括外文原著和中文译著。二是本土创作的中国公关文化成果。这些成果(据国家图书馆2007年统计有千册以上)中,有辞典、教材、案例、手册、测验等,各具专业优势。这是全国公关理论与实践工作者20年奋斗的结晶,对于推动中国公关文化的提高与普及起到了很大的作用。但是,现有的成果还不能完全满足市场对公关文化产品的需求和公关事业自身发展的需要。表现在普及型公关书籍还缺乏综合功能(集辞典、教材、案例、手册、测验等功能于一

没有哪一个聪明人会否定痛苦与忧愁的锻炼价值。

——赫胥黎(英国)



体),实用性不够;一些概念定义自主创新的少且比较粗糙,阐述和解决问题的准确性不够;不少公关书籍缺少某一公关专业的科学操作程序,使读者不易运用;而且70%的公关书是5年前出版的,反映公关的时代需求与特点的公关文化成果比较少;公关著作的作者中复合型人才(既有扎实的公关理论知识、丰富的公关教育经验,又有成功的公关经营实践经历)比较少,对公关工作的变化应对策略缺少预见与办法,等等。对这些问题的解决需要有一种大胆的创新精神,需要作者自己有相关经验又吸收中外优秀成果并用本土语言表述。

为此,潘甘平同志的《成功公关》做了有益的探索和尝试,力求实现新时代公关文化成果的综合功能,这体现在把准确的定义、成功的原则、科学的程序、新鲜的内容、多样的方法、综合的素质有机结合,提高公关文化产品的实用性、科学性、普及性、可读性。这是此书给我们关于公关文化自主创新的启迪之一。启迪之二是作者在每一章之后都设置了有关这章的知识、经验等素养的自测题,看看自己这方面的素养达到什么样的水平,打破知识书籍使用的单一性,由只能阅读、欣赏、思考书中知识,变成阅读思考与知识掌握测定并重,大大提高了知识的应用程度,也增强了读者对书的好奇心和兴趣。启迪之三是对于学习实行革命,打破只有读者学习作者知识的单向学习旧框框,将公关特性——双向传播引入书的学习功能设计,为读者完善本书开辟了信道——通过手机短信、网络邮箱、QQ聊天、咨询电话等途径,使读者与作者互动起来,让作者从中获得读者的建议、意见。同时,读者在实践书中知识碰到困难而不能解决时,可以通过电话、短信、网络等,请教作者,从而及时有效地解决问题,最大限度地放大知识的作用范围。做到上述这些难度很大,但作者通过超越自我,13年来不断调整优化创作思路,蚂蚁啃骨头,终于成功,这本身也是很好的“公关”。

希望更多公关人用创新实用成果促进百姓成功创业、幸福生活。

此为序。

2007年5月8日 北京

夫志当存高远。

——诸葛亮(三国)





HARMONY, INITIATION and BUSINESS ACTIVITIES

—Preface for<Successful Public Relations>

Till now, a system of business activities, including its research, teaching, propagation, deal, management, has been founded. It has been a steady system of business activities with theory and practice both included in mainland. Facing the achievements of history, PanGanping appears with a new image, with a wide vision and endeavor for exploration, on the basis of experience accumulated during his teaching and practicing on business activities in 15 years. Combining the others' essence from works he scanned in his leisure time books written by the authors at home and abroad, and wrote down the book with 16 chapters, resulting from 260,000 words. This book, firstly, brings sweet dew to the Chinese public tree which roots into the construction of harmonious society, secondly, proves a valuable and enlightening. Congratulations.

Reading this book, meanwhile, and putting it into practice have great effects on promoting the construction of harmonious society. Whenever it comes to the theory of business activities or to the application of it, you can find the encouragements which has great influence on the affect of the usage of the public relationships. Those successful surveys, scheme, organizations, managements, advertisements, marketing and the alike, illusrated in the book, all aim to help the initiators solve problems they confront during their career. Besides, it leads more of us to a high-standard life, reduces the number of the unemployed and the poor, reduces the gap between the poor and the rich, decreases social contradictories and raises social democracy, fairness, fraternal love, vitality, peace, etc.

The book has high value in advancing the economic development in science. The key to the science development is to realize the development in coordination, sustainment and through the enhance of self-creation and suitable arrangement of market resource. Successful surveys, scheme, assessments introduced in this book are essential rings in self-creation; Successful organization, managements are both forming matters in self-creation's good environment. By propagation, negotiations, talks, advertisement, activities, marketing and ways adopted stated in the book, a principle is fixed to improve self-creation ability. Similarly, suitable arrangements of market resources need the help of business activities. For example, to make good use of a company's marketing resources, one must make a survey on companies, products and marketing. On this basis a plan is born with adjustments to advertisements, and marketing negotiations, reception

成功 = 艰苦的劳动 + 正确的方法 + 少说空话

——爱因斯坦(德国)



activities can be made accordingly.

Studying to use the book can give you sense in self-creation through promoting business activities. Panganping's work makes a beneficial exploration with the aim to realize multiple effects. We can see it from the organic synthesis of accurate definition, Succeeded , rules , scientific progress, fresh contents, varieties of methods and multiple qualities , through which the business activities products function, and popularization are improved . This book, on one hand , tells about the self-creation in business activities, on the other hand breaks through the restriction of partial use of books, with reading only to appreciation and pondering of its contents. Instead mastering at a higher degree with readers' curiosity and attraction are finally arising.

It's also a reform to write this book, a challenge to the former rules ruled the reader to learn from the author only, bringing in business characteristics to the design of the book. Readers can find the way to improve the book, with talk between the readers and the author through E-mail and chat on QQ, the later can get advice from the former. It's difficult to achieve this, but the author makes it, by surpassing himself, by adjustments to creation in ways in the past 13 years, just like an ant gnawing a bone, gradually but finally made it, which is an excellent "business activity" in itself.

May more and more people involved in business activities and use their new achievements to lead us to a flying start towards richer life . May all the employees and initiators make good use of business activities knowledge to achieve more during the construction of harmonious society.

5



一个不注意小事情的人,永远不会成功大事业。

——卡耐基(美国)



提高公关水平 促进形象消费

——为潘甘平先生著作《成功公关》所写的感想

单 纯

值潘甘平先生的大作《成功公关》正式出版之际,作为相知十余年的同道,我觉得自己有义务写点文字,以示庆贺。

但是,我也特别犹豫。虽然我与甘平先生十余年前即在广东工作时结识,而且当时我们都热衷于“公关”的理论在实践中的运用。一晃十余年过去了,我对于公关方面的知识和实践完全没有什么进展,个人的兴趣和工作重点转向了哲学和宗教,尽管在这两个领域小有进步,但仍然没有达到可以“打通”它们与“公关”的地步。所以,要我来对公共关系领域的问题发表意见,或者对专业人士的“公关”探索进行评论,真是感到犹豫和惭愧。

与我不一样,甘平先生这十余年一直都没有放弃对“公共关系”的理论探索 and 实践活动。他的理论探索的结果就是目前出版的这本专著;他的实践活动则完全融汇在他的政策研究工作之中。作为一个地方领导机构的“政策研究”工作,在传统意义上讲只是替地方党委和政府提供一些咨询性质的意见,但是在进入信息化和全球化的市场经济时代,这种工作性质必定会发生变化,像领导与公众之间,地方政府与企业之间,企业与消费大众之间,地方政府与上下级政府之间,各地方政府之间,都会产生“形象消费”问题,这就是现代社会中公共关系研究的主要对象和公共关系得以兴起和发挥作用的原因。我们过去常说的“注意形象问题”,实际上就是现代社会生活中日益突出的“公共关系”问题。一个领导人的形象或者领导集体的形象,在其领导的公众中,在其管辖范围内的企业中,在上下级或平级的关系中,都有着其特殊的“软性”意义。西方人说“没有形象就没有现代政治”(There is no imageship, there is no modern politics),我认为,如果没有“企业形象”也就没有现代市场经济。我们过去说“天子”是“首出庶物”,也就是说“皇帝”是“天下的仪表”,西方人的总统通常被认为是“第一公民”,这一方面说明他的权力,但更重要的是说他是其他公民的“仪表”,即“国家形象”,所以他的举手投足都会成为万众瞩目的对象,这就是“形象”(imageship),怎样塑造总统“形象”就成为现代政治生活的一项核心内容,公共关系作为一门学科就是对这个“核心内容”的系统概括和总结。当然,企业与消费群体的关系也可以此类推。正

作者系中国政法大学教授,博士生导师,《国际儒学研究》主编。

没有失败,只有暂时没有成功。

——佚名



如选民不会把选票投给他心中“印象不好”的总统竞选人一样,消费群体也决不会消费“形象”不佳的产品,这个“形象”不仅指产品(总统作为竞选政治的最大单项产品)的外观,更重要的是指产品的“内涵”,是否“诚实”,是否热衷于公益事业,是否对自己的消费群体(包括消费总统竞选的选民)具有“亲和力”等等。我想甘平先生在政策研究室的工作内容也一定会涉及这些方面,只不过程度和视野有所不同罢了。但是,公共关系所涉及的内容则是一样的。这就为他的研究和实践提供了丰富的素材和广阔的舞台,他可以研究、积累各个方面的公共关系情况以便运用于自己的工作中去,在理论和实践上逐步提高,坚持十余年下来,一定会有所收获。这是我所猜想的,也是我所期待的。相信读者诸君自己读了之后,再联系到现在还活跃在公共关系领域的专家们的评论会有更真切的体会。

甘平先生执着于自己的专业研究并不断地将理论运用于实践之中,这些都是值得我学习的。我之所以写这些感想,一是为甘平先生不懈的努力表示一点应有的敬意,另一方面则是期待有更多的有心人继续研究公共关系在理论和实践方面的问题,积极发挥公共关系在建立市场经济和创建和谐社会中的重大作用。

2007年9月6日 北京

冯兰点评(全文)

(华中农业大学文法学院教授、湖北省创新研究会秘书长、湖北省社会学学会副理事长、湖北省公关学术委员会副主任)

我深信:相逢是缘。与《成功公关》的作者潘甘平相识,是在北京一个夏季的全国公关研讨会上。他对中国公关事业的痴迷与执着;他对生活的激情与热爱;他虽年轻却有丰富的阅历和经历;他强烈的自尊和自信以及对同行学者的恭敬与尊重等等,都给我留下了深刻而难忘的印象。

《成功公关》一书是潘甘平奉献给社会广大读者的一本力作。《成功公关》也是他自己成功公关的鲜活例证。

《成功公关》以公关宗旨“和谐”为主旋律,以推动中国公关事业走向世界为己任,以激励和引导渴望成功者成功为目的,以其独特的创新思路和视角,集公关原则、程序、方法、案例、自测于一体,自成体系、顺理成章。

本书作者潘甘平以谦恭的态度博览群书、博采众长,积自己数十年生活、工作、磨砺的经验,倾力打造了《成功公关》。

我深信:读者会和我一样,从书中不仅能收获广博的公关知识,也能从书中读懂一位中国公关赤子之心!

我从来不知道什么是苦闷,失败了再来,前途是自己努力创造出来的。

——徐特立(中国)



敬礼,中国公关事业的探索者

——写在潘甘平先生的《成功公关》一书出版之时

黄胜平

潘甘平先生是我多年的老朋友。记得 20 世纪 90 年代初,我在全国社会科学学术期刊压缩的情况下,通过艰难的公关创业,创办并主持了由长江三角洲十五个城市联合主办的省级学术期刊《江南论坛》,当时我是社长兼总编辑,该社社址在北太湖的无锡市市中心,甘平先生在湖州市委政策研究室供职。那时,作为作者和编者,我们就非常熟悉了,我常常到南太湖组稿或组织学术活动,每次都得到甘平先生热心的参与和支持,他的作品也每每通过《江南论坛》而传遍各地。那时他就全身心地投身到人文社会科学包括公关学的研究和宣传活动之中,特别是在国际公共关系学中国化的领域做了大量工作,作出了许多有益的贡献。2004 年我到无锡国家高新区就职,几年不见,最近捧读了他的新作《成功公关》,敬佩之情,油然而生。我觉得:这部著作的出版不仅对于国际公关学在中国的进一步普及和传播,对于繁荣和创新具有中国特色的公关学具有重要意义,而且对于每个中国人和社会组织运用公共关系学成功地创业和成功地创造幸福生活,促进社会主义和谐社会建设都具有重要的意义。《成功公关》一书的最重要的价值至少有四点,其一是创新性,全书将公共关系的基本原理同当代中国人的现实生活紧密结合,不少章节新话连篇,新意迭出;二是前瞻性,作者不仅对当代公共关系发展的现状作了生动描述,而且对中国公关事业未来发展的方向、路径等作了令人信服的论述;三是系统性,全书对成功公关的原理、成功公关调查、成功公关策划、成功公关组织、成功公关管理以至成功传播、成功社交、成功评估、成功演讲、成功采访、成功接待、成功谈判、成功推销、成功广告及危机公关等问题作了全面生动的介绍;四是实用性,作者在本书撰写的过程中,依据他本人十三年的研究和实践,参考了国内外三百多部文献,行文深入浅出,应用操作性很强。我觉得《成功公关》这部作品的出版绝不是偶然的,它是甘平先生十多年来对中国公共关系学长期研究探索结出的成果,是作者在我国公共关系界长期以来义无反顾、执着追求、呕心沥血并身体力行的成果,我向他表示由衷的祝贺并致以崇高的敬意!

作者系中共无锡国家高新区党工委副书记,无锡国家高新区发展研究院院长、研究员,《江南论坛》编委会副主任,江苏省邓小平理论研究会常务理事,江苏省吴越文化研究会会长。

世界潮流,浩浩荡荡,顺之则昌,逆之则亡。

——孙中山(中国)



人活一生 “公关”一世

——为甘平《成功公关》一书出版说几句话

张公勤

欣闻甘平兄要出《成功公关》一书，并嘱我写点东西。我想我是搞经营管理的，对公关学说既不熟悉、更不敢指点，故多次推辞。然甘平兄凭借公关之技巧，依然攻下我这一关，可谓公关成功，我不得不提笔写些感受。

“公关”(即公共关系)一词多年来已相当流行，按照字面来看是公共关系的总和，现延伸为处理好相关关系的一项工作，是处理好一个人与另一个人或另一个组织的关系。但事实上要复杂得多，它有一套深奥的理论，还是令人费解的。

在某些人眼里，“公关”即“攻关”，即在处理某个关系时，需要使用某种特别手段，来攻克障碍，获得成功。君不见“包工头”对政府官员的行贿攻关；“攻关小姐”使用特殊手段使利害人拜倒在石榴裙下，不一而是。但这是对“公关”的曲解。

今翻开甘平兄尽十多年的心血，精心阅览百余卷中外公关书籍，认真总结生活工作中的公关体味，写出了深入浅出、通俗易懂的公关理论，总结了成功公关的一般程序和常用方法，列举了几许成功公关之案例，所以在我眼里《成功公关》是一本公关的启蒙书、指导书、策划书，值得一读。

掩卷细思，其实“公关”二字，无不时时相伴于你我身边。人不可能生活在真空之中。生活在家庭中、单位中，生活在形形色色的社会关系中，如能处理好各种关系，那么人的幸福指数必然会高；人也一定要劳动与工作，在工作中经常会碰到难题（难事），采用什么样的方法和程序来处理才有效并有益，这对事业的发展有着相当积极的意义。我对此感受很深。

由于工作关系，鄙人经常接待领导。有一次接待一位素未谋面的高级干部，心中忐忑不安。因为接待好一般干部主要重在日常生活的保障，而高级干部并不适用这个标准。于是就必須想出新的接待方案，按《成功公关》之说法，就是公关策划。我寻出这位高级干部在数年前发表的一篇集文学性、哲学性、历史性、现实性很强的文章，再次细读细品。然后在接待他的桌面上，我谈起这篇文章，并流利地讲出文章的精辟之处，

作者系高级经济师、国家电力公司依法维权先进标兵。

长相知，才能不相疑；不相疑，才能长相知。

——曹 禺(中国)





对某些精彩片断尚能断断续续地背诵出来。领导听后,大为惊讶:在基层还有这等人士对我的文章读后数年不忘。于是精心准备于漫不经心之中,菜肴并不讲究的接待大获成功。

在我看来,大凡难度较高的成功公关,往往采用非常规方法。本人所在单位因民事案件纠纷,我急需和最高人民法院院长见面,申诉理由,并指出基层法院的不足。这在一般情况下完全是痴人说梦。最高法院庭院深深,岗位林立,地方基层单位人员谁能进去?然而我别出心裁,在快递邮件上粘了鸡毛,指明院长亲收。这样这封“鸡毛信”逃过重重卡阻,飞到院长案桌上,使他看到并十分重视这封信,同意我在院长接待日去当面交换相关案件法律问题的看法。最后促成最高人民法院对相关法律问题作出司法解释,使解决案件有了转机。

今天细细读了《成功公关》,结合本人的实践,使我对公关有了更深刻、更现实的理解:“公关”并非只是“公关小姐”“公关先生”的事,而是每个人都要面临的命题;“公关”也并非只是处理某些大事要事而要做的事,而存在于每个人工作生活中的细节之中。“公关”无所不包、无所不容,上至国家与国家之间的“公关”,下至人员与人员之间的“公关”。“公关”无时不在、无时不现,可谓是人活一生,“公关”一世。

甘平兄一直担任地方电视台的特邀评论员,出镜画面给人印象是侃侃而谈、才思敏捷,与各方面的教授、博士、领导谈不同的专题,其深度、广度、高度都不逊于他们。我曾诧异:你难道是万宝全书、样样精通?!什么题都能点评!?什么事也能论说!?今天看了《成功公关》,才知他确实知识涉猎广泛,并用公关之普遍的方法论来指导工作,故屡用屡灵,屡评屡赞。但愿我们所有看过此书的同志能按照《成功公关》的原则、方法、程序来指导自己的日常公关之事,我想必定有效,必定成功。

10



景庆虹点评(全文)

(北京林业大学公共关系传播与应用研究所所长、教授、中国国际公共关系协会理事、中国公共关系协会学术委员会委员、《公关世界》杂志高级顾问)

我从事公关教育二十多年,十分清楚将要创业就业的莘莘学子的心:有一本好书,能教你、启发你有效解决面临的基本问题,比如:如何寻找工作、如何创业、如何社交、如何调查、如何策划、如何谈判、如何演讲、如何推销、如何广告等等,而且对自己在这方面的能力、素质能进行自我测评。我用过的公关教材很多,但都缺乏这一功能。遗憾!潘甘平先生花了13年时间倾力打造的《成功公关》,可以弥补这一缺憾了!这是中国公关界的光荣!真是可喜可贺!大中学生购买此书,一定物超所值!

我们为了欢乐而生,为了欢乐而战斗,我们将要为欢乐而死。让悲哀永远不同我们的名字联在一起。

——伏契克(捷克斯洛伐克)



看了《成功公关》，我的一些期待实现了

桂秋芳

公关学对我来说，既熟悉又陌生。说熟悉，是因上世纪80年代这一时尚学问刚进国门时，就受求知欲和赶时髦的驱使，专门参加过中国公关协会深圳站的系统函授，应该算是“老公关”了。说陌生，是因一直以来并未专门从事过公关工作。但有一点必须肯定，公关学已经挥之不去地融合到我所从事的任何工作及其经历中，并因此使自己“不断地从胜利走向胜利”，也因此使自己几乎得出了“只有将辩证法与公关学都学透，才能使团队和个人真正聪明起来”的结论。

所以，我对公关学是时常关注的，并陆续产生了“三大期待”：公关学既是学问，也是技术，而许多公关专著往往太“理论”，典型的是“理论+案例”，操作层面的介绍往往蜻蜓点水，时有时无，时详时略，总显单薄，此其一；公关学要与时俱进，必须大胆拓展外延，不断开辟新的领地，也就是说，公关学不能因为追求“纯”而让其束缚在传统的框架内，此其二；公关学既是学问，也是技术，所以学问要“应知”，技术要“应会”，绝对不是有点小聪明、有张俏脸蛋就能胜任的，这实在是个核心问题，那么，怎样的人才能真正胜任公关工作特别是专业性技术性较强的具体公关事务呢？此其三。

《成功公关》五位一体的“建筑体系”，已经将我的“三大期待”迎刃而解。对于公关是技术的问题，《成功公关》的每一章都有专节介绍，以“一般程序”和“常用方法”的体式，作了非常恰当、详尽的描述。对于公关外延的拓展问题，从《成功公关》的整个体系可以看出，许多边缘性内容已经成为公关学的有机组成部分，过去认为的一些“边沿地带”已经大胆地成为成功公关的“前沿阵地”。对于公关胜任者的问题，《成功公关》更是创造性地以“成功素质自测”的方法加以解决，并且具体地贯彻到全书的各章中，虽说是“素质自测”，实际是对承担不同公关任务者均提出了针对性的素质要求，“素质自测”既可测己以提高，也可测人以选才，真是一举两得。

《成功公关》是一部系统性、知识性、技术性、新颖性、可读性、前瞻性皆备，专业研究、业余充电、开阔视野、提升兴趣皆宜的公关学专著，读此一本，脉把全部，这便是我的总感受。

作者系浙江省湖州市南浔区政协副主席、国际易学风水研究院理事。

创造一切非凡事物的那种神圣的爽朗精神总是同青年时代和创造力相联系在一起。

——歌德(德国)



致读者：心想事成不再是神话

——致渴望成功创业、幸福生活的人们

亲爱的读者：

您好！

非常感谢您能翻开此书，关注、阅读此书。从您翻开此书的那一刻起，我们就有了缘分。在茫茫世界、十多亿的芸芸众生之中，我们得以相识、相知、相助，靠的是投缘——对成功创业、幸福生活的共同理想、共同渴望、共同追求。

心想事成是您我一生的追求

有限的生命是非常宝贵的。人活在世界上只有一次，没有两次，即使科技再发达，人的生命的时间一般在100年以内。因此，作为一个人，一个大写的人，要过好一生、不枉活一回是非常正常、非常合情、非常重要的事。伟大导师毛主席说：人是第一个可宝贵的。欧洲伟大诗人裴多菲说：生命诚可贵。伟大科学家爱因斯坦说：人只有献身社会，才能找出那实际上是短暂而有风险的生命意义。激励中国一代又一代青年奋勇前进（包括作者本人）的前苏联英雄保尔·柯察金说：人最宝贵的东西是生命，生命属于我们只有一次。一个人应该是这样度过他的一生：当他回首往事的时候，他不因虚度年华而悔恨，也不因碌碌无为而羞愧。这样，在他临死的时候，他就能说：我已经把我的整个生命和全部精力都已献给了世界上最壮丽的事业——为人类的解放而斗争。这些不同地域、不同民族、不同业绩的伟人用不同的声音、不同的语词说出了所有不同成功者的同一声音：珍惜、用好仅有一次的有限生命！生命要有意义！

如何过好一生、不枉活一回，把短暂的生命变成并汇入人类永恒的财富，那就要做到心想事成：就是自己想要做到的有利于社会的事要做成功，人民（包括自己）能不断改善、提升生活质量。能创业又能享受，这是真正的幸福，光创业不享受——幸福的缺失，光享受不创业——十分的无聊。但是，在普通百姓中，心想事成被很多人看作是神话——难于实现，看作是祝福语——给人一个吉祥，看作是安慰——宽慰对方的心境，甚至有近30%的成年人还没有考虑过生活的意义、质量。

心想事成的神话究竟能否变成现实？中国古代哲人孟子说的“人皆可以为尧舜”能否实现？普通百姓的生活能否具有高质量的意义？我的答案是——能的，正如有学者调查的有50%以上的成年国人认为通过自己的努力，可以改变自己的命运。看古今中外英雄的成功故事，哪个地方不留下英雄们心想事成的成功足印！？哪个行业不闪烁心想事成的成功光芒！？尽管他们占人口的比例还不是很高，但随着科学的发展、民

没有意志的人，一切都感到困难；没有头脑的人，一切都感到简单。

——佚名



主的进步,这一比例将越来越高,越来越多的百姓也会享受成功创业、幸福生活的喜悦。那么,他们成功的奥秘究竟在哪里呢?

心想事成的奥秘

我赞同国际著名成功学大师戴尔·卡耐基(美国)一百年前说的话:“在卡耐基基金会的资助下所做的调查研究表明——这一结果后来又为卡耐基技术研究院另外的一项研究所证实——在技术工作方面的工程中,一个人事业的成功,约有85%是由于人类工程——即人格和领导他人的能力。”“人类工程”我理解为广义的公共关系工作。这里卡耐基就技术与人文在成功中的关系做了很好的研究和精辟的阐述,这也是中国共产党一贯实行的又红又专的人才标准,也是我国优秀传统文化倡导的德才兼备的人才元素。

公关(公共关系)是什么?简单说就是处理好决定一个人或一个组织成功、幸福的相关关系,简单说就是他(她)待人处世好,受人欢迎。比如一个人要成功地办好一个企业,一方面,他(她)要妥善处理与企业员工的关系、与企业外部顾客的关系、与企业相关的政府管理部门(工商、税务等)的关系和与社会组织的关系(银行、供电、供水、电信、工会、行业协会、慈善团体等等),另一方面,他(她)要妥善处理好他(她)与家庭成员(父母兄妹)的关系、与亲戚朋友的关系。关系处理的好坏,对您能否成功地办好这一企业会起到积极或消极的作用。

处理好成功公关的六大关系需要高尚的品德(思想原则)、正确的程序、灵活的方法、健康的心理,即民主、科学、艺术、精神这四大法宝,当然前提是具有健全的体魄。在社会主义市场经济中,高尚的创业品德是主观为别人、客观为自己。正如伟人马克思所说:“历史认为那些专为公共谋福利从而自己也高尚起来的人物是伟大的。经验证明能使大多数人得到幸福的人,他本身也是最幸福的。”

哪个心想事成的成功故事不是对此做了最好的解释和演绎:试想一下,雷锋如果没有爱民之心,没有科学的驾驶、保养技术,没有关心同志的灵活方法,没有正确对待荣誉的健康心理,能成长为社会欢迎、人人钦佩的伟大的共产主义战士吗?

新疆乌鲁木齐市的吉成山如果没有全心全意为人民服务的思想、没有科学的理发程序、没有根据每个顾客(职业、年龄、头型)的不同情况设计不同发型的灵活方法以及谦虚对待顾客赞扬的健康心理,他能成长为特级理发师吗?

普通人是这样,伟大的人也是这样。20世纪最伟大的自然科学家爱因斯坦的成就(《相对论》)和最伟大的社会科学家马克思的成就(《资本论》)是因为他们具有献身人类幸福事业的高尚思想、科学的研究计划、程序、创新(灵活)的方法、稳定坚毅的心理,这些素养还赢得亲戚朋友、社会进步力量的有力支持,从而能克服经济困难、突破社会阻力。爱因斯坦说出了他成功的奥妙:“启发我并永远使我充满生活乐趣的是真、善、美。”这里涉及到了科学的真、品德的善和艺术的美的综合应用。马克思说得透彻,科学绝不是一种自私自利的享乐。有幸能够致力于科学研究的人,首先应该拿自己的





学识为人类服务。

毛泽东青年时期也是普通大众的一员，他之所以从普通农民家庭的儿子成为红军长征胜利的指挥员、成为推翻蒋家王朝的成功领袖和导师，是因为他自觉背负拯救人民大众于水深火热的民主思想，是因为他研究制定了科学的工作方针并进行科学的实施，是因为他采取了灵活的战略战术，是因为他有稳定健康、坚韧不拔、充满信心的心理素养。原全国政协主席李瑞环，如果没有为祖国人民效力的思想，没有用灵活的思路去发明科学的木工计算简易方法（后来用哲学辩证法的科学而灵活的方法指导领导工作），没有正确对待自己与人民、与党和政府的关系，他能成长为党和国家的卓越领导人吗？

奉献此书就是把大家成功的奥秘变成您的成功行动

首先，《成功公关》的知识结构是根据一个人心想事成的基本要素来策划的。任何人想要心想事成——成功创业、幸福生活——都会遇到公关的问题，处理好公共关系是任何伟人普通人几乎每天都要面对的问题。为此，本书一是围绕成功公关的概念、基本原则、科学程序、主要方法、成功案例、成功公关人员的基本素养自测展开，这是本书第一章“成功公关”的内容。二是围绕读者关心的成功创业的科学程序展开：实施成功的调查——根据调查情况进行成功的策划——根据策划的要求实施成功的组织——根据组织的情况进行成功的传播——对上述全部工作进行成功的管理——在这一基本过程结束时进行成功的评估、改善工作管理、提高创业水平。这是本书第二章至第七章的内容。三是围绕成功创业、幸福生活所遇到的待人处世的方法、技巧问题的解决而展开，教您如何成功社交、成功接待、成功演讲、成功谈判、成功采访、成功活动、成功广告、成功推销、成功应对危机。这是本书第八章至十六章的内容。四是围绕人们成功创业、幸福生活所需要的常用工具（资料）而展开，那就是本书的附录：大学生如何找工作，测测自己适合干什么，没有单位也一样创业，血型与气质、性格，颜色的象征，花的含义，全国文明单位评选标准，中外主要节日等等。五是与名人伟人进行心灵的交流。作者特意在书页边空缀上中外名人名言警句，让读者接受成功名人的品德熏陶，感受成功名人的精神气息，激励自己成功创业的雄心大志，使书的主题内容和读者思想交相增辉、同步升华。六是设置了索引，方便读者查找书中有关内容。七是书的几篇序和点评能从不同角度启发读者认识、理解、运用好此书，值得细读品味。

其次，本书所选的方法、案例是为了开阅读者视野、提高用书效率而从中外上百本经典书中精心挑选、博采精华。因此，购买、学习、使用此书是很有价值的。著名诗人歌德说得好：“读一本好书，就是和许多高尚的人谈话。”这本书联系到的谈话人远远不止“许多人”。作者购买的从20世纪90年代开始国人引进的国外公共关系理论的阐述、国内公共关系实践总结的有关公关、成功、成才方面的专业著作、权威辞典、综合性资料、案例集方面的书达三百多本。为创作此书，作者总结研究自己和他人从事

人，只要有一种信念，有所追求，什么艰苦都能忍受，什么环境也都能适应。

——丁玲（中国）

