

公关创造和谐

2010—2011

上海优秀公关案例集

Public Relations: The Pursuit of Harmony
SPRA Excellence Awards



主 编 胡 炜

副主编 张贤训 张黎明 吴友富 张安腾

公关创造和谐

2010—2011

上海优秀公关案例集

Public Relations: The Pursuit of Harmony
SPRA Excellence Awards

主 编 胡 炜

副主编 张贤训 张黎明 吴友富 张安腾

编 委 晁钢令 范 徵 纪华强 叶茂康

图书在版编目(CIP)数据

公关创造和谐:上海优秀公关案例集:2010~2011/胡炜主编.

—上海:上海外语教育出版社, 2014

ISBN 978-7-5446-3607-0

I. ①公… II. ①胡… III. ①公共关系学-案例-汇编-上海市-2010~2011 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 015160 号

出版发行: **上海外语教育出版社**

(上海外国语大学内) 邮编: 200083

电 话: 021-65425300 (总机)

电子邮箱: bookinfo@sflep.com.cn

网 址: <http://www.sflep.com.cn> <http://www.sflep.com>

责任编辑: 唐小春

印 刷: 上海信老印刷厂

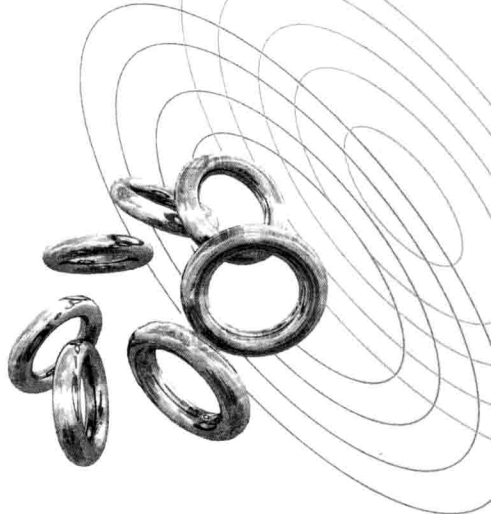
开 本: 700×1000 1/16 印张 26.25 字数 376 千字

版 次: 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5446-3607-0 / C · 0012

定 价: 49.00 元

本版图书如有印装质量问题,可向本社调换



1

前言

胡 炜

3

大奖

“精彩世博 尽情移动”世博主题活动 4

17

特别奖

创全国首个百姓公祭日,化职业道德为社会责任项目 18

23

金奖

精彩世博 世界乐在其中

——可口可乐世博公关活动 24

转外资合作破裂危机为拳头产品诞生机会项目 37

第一千万条挪威三文鱼到达中国系列活动

——凯旋协助挪威海产外贸局创造吉尼斯世界纪录 50

一次影响深远的公共外交之旅

——2010年上海世博会美国国家馆 55

绿色筑梦 关爱人居

——朗诗地产“城市人居环境调查”品牌营销案例 62

让梦想照进现实

——东亚银行公益基金项目 73

格高志远 学贯中外

——在世博公关中打造上外形象	81
“酒后不开车,我愿意!”	
——2011年百威英博理性饮酒公益行动	90
见证“一个现代经济体的崛起”	
——上海世博会南非馆主题活动	96
关注灾后重建 体现社会责任	
——欧莱雅中国十大校媒主编四川行项目	105
多芬秀发损伤护理系列登陆中国内地社会化媒体营销项目 ...	116
2010年度银丝带	
——关爱中国女性骨质疏松项目	127
从“人力输出”到“智力输出”	
——安利志愿者的跨越	136

147

社会效应奖

通信——让城市生活更美好	148
万得城电器进驻上海,万众期待创业与未来	157
助力创业行动 放飞人生梦想	
——2011年佳丽宝(中国)大学生创业基金设立	
案例	164
爱心创造价值	
——美丽园龙都大酒店“爱心食堂”项目	171
捐一元·献爱心·送营养	
——必胜客“一元慈善家 爱心连云南”活动	178
在食品生产者和消费者之间架设绿色通道	
——智耕农公益项目的建设性传播	185
物华天宝,人间美饌	
——西藏圣鹿食品赞助世博品鉴推广活动	194
脑力风暴,激荡全城	
——2010白兰氏脑活力关怀计划	200

公众参与奖

麦德龙“北极星”项目

——企业员工沟通传播计划 208

爱上巴士爱上海 216

5·12 抗震小英雄看世博活动 224

上海世博会赞助企业反隐性营销倡议活动 231

37℃温暖

——“爱·成就梦想”中宏保险社会关怀承诺日活动 237

“卡夫希望厨房”公关案例 243

假日酒店“始终是你自己 STAY YOU”

——中国最大的主题影展长城启动 248

寻回最爱,激活内在动力

——百优解“最爱路线”精神科医生爱心中国行 253

媒体效果奖

为明天,触动心灵

——四川支教项目 262

双安全:超级妈妈的金标准

——2011 年滴露公关传播计划 269

英迪格酒店亚太区品牌启动

——中国最大的三维户外巨幕影片亮相外滩 279

全新“肝”线 告别丙肝

——全国丙型肝炎健康咨询流动站 285

“守护·天使,生命最后的陪伴”

——手牵手生命关爱发展中心的公益传播 293

创意奖

发现你的不同

——MG 世博英国馆“创造粒”设计大赛暨 MG6 三厢版发布案例 304

颠覆想象 缔造奇迹

- 百事进入中国 30 周年新品牌主张发布会 310

触及完美极限的大自然礼物

- 路易十三·天蕴全球发布盛典 319

2010 卡玫尔香氛点燃全城热恋公关活动 328

“钱还够用吗”交通银行信用卡公关整合推广案 334

助力上海世博会

- 中国首款出租车内“会说话的”双语互动上海地图
问世 342

浪琴表 2010“发现明日冠军”网球少年选拔赛 346

味由“心”生

- 2011 食尚发布会暨联合利华饮食策划全新品牌概念全球
首发仪式 353

361

管理奖

上海大众 VW 品牌 构建公关精准化传播模型 362

国有表演艺术院团体体制改革“上话模式” 372

2010 年：开启信息化轿车时代

- 上海汽车荣威 350 轿车上市案例 380

一堂跳出庐山之外的节能减排教育课

- 欧普照明世博企业日公关传播案例 389

碧浪艺术家 399

“麦当劳，我的另一个另一半。我就喜欢！”

- 麦当劳雇主形象升级推广传播案例 409



前言

胡 炜

上海市公共关系协会会长

呈现在大家面前的这部《公关创造和谐：上海优秀公关案例集（2010—2011）》，已经是上海市公共关系协会编辑出版的第6部案例集了。前几部分别是《新世纪的公共关系》、《沟通创造价值》、《公关人的创意》、《公关的力量》、《有效的公关策划》。除了《沟通创造价值》一书由复旦大学出版社出版外，其余均由上海外国语大学所属的上海外语教育出版社出版。

历届上海优秀公关案例不仅显示了当代优秀公关人的卓越创意和有效策划，而且让我们一次又一次看到了公关沟通所创造的价值，体验到了公共关系的力量，认识到了社会的和谐发展需要公共关系！此次参选案例的数量和质量比过去都有很大的提高，这充分说明近两年来上海公关业的迅速发展，也说明上海公关专业人员的水平有了很大提高。此次评选在活动的广泛性、专业性、权威性等方面都有了更大的突破。我们相信，它将对推进上海的公关事业进一步向专业化、规范化、职业化、国际化方向发展起到十分积极的作用。

上海市优秀公共关系案例评选由上海市公共关系协会主办，评审委员会由来自全市各高校的公共关系学专业资深教授、媒体和其他方面的专家组成，通过广泛征集、深入了解、严格评审产生了各类奖项。在此，我谨代表上海市公共关系协会向付出辛勤劳动的案例提交者和评委们表示最深切的谢意！向连续担任了6届上海优秀公关案例组委会主任的原上海市公共关系协会毛经权会长、向连续担任了6届上海优秀公关案例评审委员会主任的吴友富教授表示由衷的敬意！

党的十八届三中全会作出了关于全面深化改革若干重大问题的决定，为公关行业在新形势下的发展开辟了广阔的前景。我们要加强学习，更新理念，主动迎接机遇和挑战。随着上海自由贸易实验区的

发展,在世界级城市上海的城市名片中,如何提升“软实力”和国际化大都市形象是当务之急。面向未来,上海公共关系界任重而道远。

2013年11月



大 奖

“精彩世博 尽情移动”世博主题活动

提交单位：中国移动通信集团上海有限公司

项目背景

2006年9月，中国移动正式签约成为中国2010年上海世博会全球合作伙伴。作为上海具有影响力的通信运营商，中国移动上海公司着手部署各项世博服务筹备工作，精心策划开展迎世博公关宣传，通过一系列的公关活动及新闻专题宣传，有效地在世博舞台上提升了公司“移动信息专家”及“优秀企业公民”的形象。

立足“上海世博会全球合作伙伴、参展商、通信保障者、技术引领者”的四重身份，中国移动上海公司以完美实践“三最”参博承诺为行动准则，将争做世界一流的通信企业为发展目标，充分糅合上海世博会理念与“正德厚生 臻于至善”的企业价值观以及“移动改变生活”的企业宣传口号，在网络、业务、服务等方面不断创新提升、精益求精，全方位助力打造精彩、圆满的上海世博会，同时突出宣传“精彩世博 尽情移动”的参博主题，进一步强化了公关宣传整体性与系统性，实现了企业文化外化，提升了企业品牌价值。

项目调研

（一）必要性

据第三方调研得知，在正式签约成为上海世博会全球合作伙伴之初，中国移动的国际知名度不及其他世博合作伙伴企业。另一方面，在上海世博会筹备阶段，受众对中国移动与上海世博会、信息通信馆的关联知晓度还比较低，有待提升。因此，通过策划世博专项宣传活动来提升企业影响力是有必要的、势在必行的。

（二）可行性

2010年，中国移动上海公司在业务、服务、网络等方面的工作基本以上海世博会为工作重心，确保历时5个月的上海世博会成功、圆满举行。



这就为公关主题宣传内容提供了有力支撑。另外,公司长期投入公关活动实践,拥有丰富的策划与执行经验、专业的公关团队、高素质的志愿者队伍及众多媒体资源,为活动开展提供了坚实的支撑。因此,策划世博专项公关活动是实际可行的。

项目策划

(一) 公关目标

1. 强化中国移动“2010 上海世博会全球合作伙伴、通信保障者”的形象,展现公司助力上海市政府成功保障上海世博会完美举行,与政府构建和谐的合作发展关系。

2. 进一步深化中国移动“上海世博会参展商”的形象,通过信息通信馆呈现我国通信行业最前沿的科技成果,并以此巩固公司“移动通信专家”的形象。

3. 塑造“技术引领者”的形象,通过全球首个 TD-LTE 演示网,展现中国移动致力全新通信技术研发的成果,进一步增强企业行业领头羊地位。

4. 持续深化公司优秀企业公民的形象,对外提升企业亲和力及影响力,从而进一步提升企业品牌价值及社会效益。

5. 以“一个中国移动”为原则,展现移动人团结协作、攻坚克难的精神,成功实践“三最”世博服务承诺。

6. 以上海世博会为契机,进一步维护和发展企业与媒体间的良好合作关系。

(二) 目标受众

1. 政府
2. 客户
3. 合作伙伴
4. 社会公众
5. 员工
6. 媒体

(三) 公关策略

主线明晰,面面俱到。结合“精彩世博 尽情移动”的参博主题,紧

紧围绕“科技世博、人文世博、低碳世博”的理念，将中国移动的科技创新、信息化服务、公益人文、信息通信馆展示等多项宣传重点统一融合，在同一个宣传框架中，展示多样化、特色化的宣传内容，体现中国移动上海公司世博宣传工作的系统性。

既定规划，提前谋略。抓住公司年度既定宣传任务，融合中国移动“三最”的世博服务承诺，在世博专项宣传主题基调下，把握世博试运行、世博开幕、5·17电信日等既定重要事件节点，提前策划、部署活动主题及执行、宣传方案，确保各项公关宣传有声有色的进行。

借势借力，主动策划。及时了解社会动向，如全国两会，把握时政热点，融合公司世博业务、服务等方面，主动策划公关活动，借势造势，吸引社会、媒体关注。

重要节点，主题宣传。盘点重要时间节点，如五一劳动节、中秋、十一国庆节等，充分结合上海世博会、中国移动上海公司、信息通信馆等元素，进行主题性宣传，确保公关活动形式多样化。

核心媒体，强强联合。联手国内核心、重要媒体如《新闻晚报》等，参与企业世博公关活动策划及宣传，为活动提供展示、宣传的平台，实现强强联合，营造良好的社会舆论环境。

阶段宣传，统一包装。在世博专项主题基调下，将宣传合理切割为“世博，我们整装待发”、“世博，我们在你身边”、“后世博”三个阶段，并统一包装，确保宣传主题上下衔接一致，使整体宣传更具规划性。

（四）媒介选择与传播形式

1. 大众传播媒体：增强中央级媒体新闻投放力度，借其社会影响力，使公关宣传辐射全国；针对各客户群体分布及企业宣传需求，与本地媒体进行针对性专栏合作，如《解放日报》“中小学生看世博征文”、《人民邮电报》“移动杯 感动世博 100 人”与“人物风采”、《劳动报》“风采记事”等。

2. 电视媒体：与本地电视媒体及中央级电视媒体（CCTV、上视—新闻综合、东方卫视）进行良好关系维护，对重要活动策划进行新闻播报。

3. 网络媒体：请人民网、新浪网、新华网等网络媒体进行活动专栏报道。

4. 自有媒体：通过《移动之窗》、《上海移动通信报》及电子杂志等平台进行专题宣传，同时为推广世博宣传，主动策划推出 12 期《感·



动》特刊,成功刊印《精彩世博 尽情移动》世博画册及精彩集萃。

项目执行

(一) 项目进度

2010 年“精彩世博 尽情移动”公关主题系列活动		
公关主题	公关路径	宣传策划
世博,我们整装待发 (2010.01—2010.04)	世博倒计时 100 天	在此重要节点,策划活动 5 个,专题报道 125 篇次: 1. 世博通手机钱包开通应用 2. 首个 TD-LTE 网络正式开通 3. 中国移动签约世博志愿者服务 4. 信息通信馆土建工程完工 5. 世博倒计时 100 天软文策划
	世博倒计时 30 天	在此重要节点,策划活动 9 个,专题报道 508 篇次: 1. 上海移动世博保障誓师大会 2. TD-LTE 演示网开通 3. 世博六大央企馆启动试运营 4. 携手新华社推出世博手机报 5. “小手牵大手,与世博同行”、校园“绿箱子”环保公益活动 6. “移动上海馆”开馆——手机阅读读“上海馆”助力低碳世博 7. 上海移动携手广电企业开通手机电视世博频道 8. 信息通信馆开启“手机梦想之旅”打造未来信息梦想 9. 中国移动全面投入世博试运营
世博,我们在你身边 (2010.05—2010.10)	最前沿的科技	在此重要节点,策划活动 4 个,专题报道 382 篇次: 1. 517 国际电联大会 2. NGMN 大会 3. 世博国家馆日: TD-LTE 直播中国 4. 世博闭幕 TD-LTE 直播
	最精彩的展示	在此重要节点,策划活动 20 个,专题报道 720 篇次: 1. 王建宙给海内外嘉宾当导游参观信息通信馆 2. 5·12 抗震小英雄游世博 3. 启动梦想之旅——信息通信馆馆日活动

(续表)

2010年“精彩世博 尽情移动”公关主题系列活动		
公关主题	公关路径	宣传策划
世博,我们在你身边 (2010.05—2010.10)	最精彩的展示	4. 机器人海宝亮相信息通信馆 5. 绿色主题等概念手机在信息通信馆展出 6. 常昊、马未都造访信息通信馆 7. 信息通信馆征集梦想 8. 信息通信馆每日抽奖送手机 9. 周杰伦现身信息通信馆 10. “世博奶奶”参观信息通信馆 11. 信息通信馆喜迎 100 万人 12. 洛杉矶华埠小姐参观信息通信馆 13. 玉树儿童游世博信息馆内收集梦想 14. 信息通信馆喜迎 200 万游客 15. 信息通信馆镇馆之宝虎符亮相馆内 16. “九九重阳节 互助管波”公益活动在信息通信馆举行 17. 周杰伦签名吉他亮相信息通信馆 18. 信息通信馆举办“世博婚礼” 19. 信息通信馆突破 300 万人; 20. 冠名赞助全面合作 申花签收移动世博园签约
	最贴心的服务	在此重要节点,策划活动 11 个,专题报道 569 篇次: 1. 世博热门场馆排队信息查询服务 2. 信息通信馆暑期为中小学生提供观展绿色通道 3. 六大央企馆扩大预约服务 4. 上海举办手机大中小学网络围棋赛 5. 全国国际象棋联赛移师世博园激战 6. “梦想地球仪”传递祝福 7. 200 名癌症患者圆梦世博 8. “陈毅杯”围棋象棋在信息通信馆举行 9、中国移动上海公司十一周年庆发布企业社会责任报告 10. 上海移动“真情移动 十分满意”系列活动 11. “我当一日馆长”体验活动



(续表)

2010 年“精彩世博 尽情移动”公关主题系列活动		
公关主题	公关路径	宣传策划
后世博 (2010.11— 2010.12)	化世博效 应为世博 效益	在此重要节点,策划活动 9 个,专题报道 152 篇次: 1. 后世博: 中国移动淬炼“世博效益” 2. 上海移动圆满完成 184 天世博运营保障 3. 你我世博会 真情由移动——中国移动世博服务记 4. 温家宝、王岐山、万钢等领导视察 TD-LTE 系列报道 5. 通信让世博更精彩系列报道 6. 中国移动获 2010 第一财经世博营销奖 7. 信息通信馆获国际 THEA 大奖 8. “收获世博 精彩再续 中国移动: 认知度、满意度、美誉度位居世博全球合作伙伴之首”世博收官软文专题 9. 《劳动报》后世博服务专栏

(二) 实施细节

1. 世博,我们整装待发

◆ 口号阐述

“整装待发”是整理好行装,等待出发之意。宣传口号直接阐述了公司积极、高昂地迎接上海世博会的姿态。“我们”既是所有移动人,也涵盖了所有为迎接世博默默坚守岗位的人们,字里行间透露出亲切感与责任感。一句宣传口号,简洁明了地表述了服务世博、保障世博成功的决心。

◆ 公关路径策划

在“世博,我们整装待发”的世博宣传口号下,以迎世博重要时间节点为活动策划主线,以世博相关业务、服务等方面工作为活动内容支撑,传播内容包含园区网络建设、TD-LTE 演示网建设、世博信息化业务开通、信息通信馆建设、世博试运营、环保公益等。

◆ 项目策划案例

◆ 全球首个 TD-LTE 演示网开通

4月15日,以“科技耀世博,TD-LTE 今日启航”为主题的 TD-LTE 演示网开通仪式在上海举行。此次活动标志着由中国移动承建的 TD-LTE 宽带移动通信演示网正式开通,向全球展示中国大力推进并主导的国际化标准 TD-LTE 的发展成果,为来自海内外的 7000 万世博观众提供位于国际领先水平的宽带无线移动通信体验。

活动得到中央重要媒体、本地媒体及其他地方性媒体集中、大篇幅报道。CCTV、中央人民广播电台超 5 次报道,《人民邮电报》头版宣传,本地上视一新闻综合、东方卫视、上海人民广播电台多次报道,《解放日报》、《文汇报》等平面媒体新闻报道全覆盖,《北京晨报》、《浙江日报》等其他地方媒体主动关注宣传;新浪、搜狐、网易、C114、通信产业网等知名行业内外网站积极主发报道。另外,公司与《中国青年报》、《第一财经日报》、《文汇报》、《Shanghai Daily》、《解放日报》、《东方早报》合作,主动策划 TD-LTE 系列专题软文报道。统发、软文、视频新闻有效配合,在全国形成统一宣传声势。与此同时,“世博通”手机钱包正式开通应用。

◆ “世博手机报”正式推出

在上海世博会倒计时 30 天之际,中国移动上海公司携手新华社,共同推出《世博手机报》。活动当天,上海市人大常委会主任、上海世博会外事工作指挥部总指挥刘云耕、新华社副社长鲁炜、中国移动副总裁李正茂共同启动《世博手机报》发布平台。现场,相关领导共同为上海世博志愿者、世博建设者代表赠送了为期半年的《世博手机报》,由此产生了《世博手机报》的首批体验读者。

2. 世博,我们在你身边

◆ 口号阐述

以时间、事件的推进为主轴,延续前阶段“整装待发”,提出“我们在你身边”的口号,一方面传达上海世博会已正式运营的讯息,另一方面,充分体现上海移动与上海世博会共存共荣共进退,以“最前沿的科技、最精彩的展示、最贴心的服务”的服务保障世博成功运营,与社会各界共同创造圆满的世博盛会的积极姿态。

◆ 公关路径策划

在“世博,我们在你身边”这一宣传口号下,抓住重要时间节点,结