

◎吴锦屏 著

◎百 变 公 关◎



卓越公关人

吴锦屏，资深公关人，

囊括全球公关大奖：

国际公关协会 **2004 年世界金奖**

国际企业传播协会 **金鹅毛笔奖**

《公关周刊》 **最佳新顾问公司奖**



世纪出版集团 上海人民出版社

◎ 百 变 公 关 ◎

卓越 公关人

◎ 吴锦屏 著

世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

卓越公关人 / 吴锦屏著. —上海: 上海人民出版社,
2004

(百变公关)

ISBN 7-208-05379-0

I. 卓... II. 吴... III. 公共关系学—通俗读物
IV. C912.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 099168 号

出品人 施宏俊

策 划 钟智锦

责任编辑 牛瑞华



世纪文景

卓越公关人

吴锦屏 著

出 版 世纪出版集团 上海人民出版社

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

出 品 世纪出版集团 北京世纪文景文化传播有限公司

(100027 北京朝阳区幸福一村甲 55 号)

发 行 世纪出版集团发行中心

印 刷 北京华联印刷有限公司

开 本 635×965 毫米 1/16

印 张 10

字 数 128,000

版 次 2004 年 10 月第 1 版

印 次 2004 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 7-208-05379-0 / F·1207

定 价 17.00 元

MAYBELLINE
NEW YORK



卓越
公
关
人

1
2

1. 艺人季芹小姐参与美宝莲两用粉饼的推广
2. L'OREAL 公关上市

舒洁家用纸巾 年年有餘 细面不餘

房 手大對



卓
越
公
关
人



3. 舒洁家用纸巾公关上市

4. 著名艺人贾永婕为“舒洁”造势





5

5. 酷悦香槟发表会

6

6. 洪丽芬凯悦时装秀晚宴

卓越公关人



Diane Wu

吴锦屏

学历：静宜大学外文系学士，赴美主修教育行政。

经历：曾任精英公关公司国外部经理，轴心公关公司顾问，樵传播顾问，谛怡公关顾问有限公司总经理；现任 IPG 集团在上海与台湾两大公关公司——万博宣伟与高诚公关公司的总经理。在过去担任高诚公关总经理的三年中，一举拿下集团内部公关案例竞赛的三冠王、亚洲《公关周刊》（PR Week）的“年度最佳新顾问公司奖”以及国际企业传播协会（IABC）的“金鹅毛笔奖”等公关奖项。2004 年 7 月，还凭借 3M 医药案例获得国际公关协会（IPRA）的“世界金奖”。15 年的公关生涯缔造了无数精彩出色的企业公关案例。

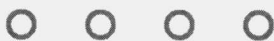
著作：《99 分的记者会》、《卓越公关人》、《公关共和国》、《放胆去梦想》等。

服务客户：台湾太古可口可乐公司、荷商葛兰素史克公司（SB）、美国棉花协会（Cotton USA）、亚马逊书店（Amazon.com）、杜蕾斯保险套（Durex）、强生公司旗下杨森大药厂、博士伦眼镜公司、新西兰航空公司、美国肉类出口协会、双圣冰激凌、台湾贝氏堡公司（绿巨人）、莎莎化妆品、特力股份有限公司（B&Q、HOLA）、美国惠氏药厂（Wyeth）、丽婴房、台湾

百胜肯德基公司、百视达国际有限公司、台湾保丽公司 (L'OREAL)、万事达卡国际组织 (Master Card)、德固赛 (Degussa)、西门子 (中国) 有限公司 (Siemens AG)、通用电气 (中国) 有限公司 (GE China)、利乐中国有限公司 (Tetra Pak)、可口可乐中国有限公司 (Coca-Cola)、霍尼韦尔 (中国) 有限公司 (Honeywell)、SKII、瑞士银行集团 (UBS)、人头马 (Remy Martin)、路易十三 (Louis XIII)、奔迈国际 (Palm One)、自然美 (Natural Beauty)、香港海洋公园 (Ocean Park) 等。

目 录

CONTENTS



序 1: 热爱公关 / 1

序 2: 现代媒婆 Diane / 2

前 言 / 4

专业公关 / 7

- 当个值钱的古董 · 9
- 专业人才的培养 · 18
- 专业公关须具备的条件 · 23
- 危机管理 · 37
- 公关的客服管理 · 50
- Diane 的私藏秘诀大公开 · 57

实战公关 / 61

- 善用公关策略 创造时尚生活新趋势
 - 减轻头发的年龄: 采研 · 63
- 让高档的医药“平民化”
 - 从“葛兰素史克”的甲型肝炎疫苗公关案谈起 · 70





目 录

CONTENTS

• 对高品质共同的执着

——酩悦香槟+云赏献礼=完美的公关理念组合 · 76

• 超级巨人变成和蔼可亲的“好邻居”

——英国零售业巨人 TESCO 进军台湾市场 · 79

• 倚天剑+屠龙刀=武林盟主

——麦当劳与迪斯尼“异业结盟”谱出“千禧梦想家” · 83

• 由点至面的长期公关策略规划

——惠氏药厂五年计划 · 89

• 季节性需求 VS. 扩大需求大饼

——L'OREAL 防晒保养品与美宝莲两用粉饼上市案 · 101

• 美宝莲 自然幻梦两用粉饼 · 105

• 凸显产品特色 直捣黄龙

——舒洁芳香精油面纸产品上市公关案 · 108

• 逆向操作

——舒洁家用纸巾变身中元祈福新法宝 · 112

• 善用专长与优势 打造品牌专业形象

——恩法尔营销研究公司更名公关案 · 115

目 录

CONTENTS

- 生活中处处是公关
 - “小胖凉面”的营销学 · 117
- 公益放中间 私利摆两旁
 - 同心抗“煞”(SARS) · 120
- 同理心
 - 四年专业营养学用五分钟让糖尿病患者轻松起步 · 122
- “内”外兼顾
 - DHL 全新企业识别标志 · 124
- 光复爱情领土
 - Yahoo! 奇摩交友 · 126
- 原汁原味的理念呈现
 - BCBG 女鞋 · 128
- 剧中剧
 - IKEA“乡村”与“摩登复古” · 129
- 广结善缘
 - 有了创意还要有诚意 · 131
- 尊重媒体专业
 - 不拉关系不靠交情 · 133
- 附录 1: IPG 集团 / 135
- 附录 2: 万博宣伟 / 136

序 1：热爱公关

GE（中国）公关总监 李国威

最近几个公关界的朋友谈起韩国三星（中国）投资有限公司为推广企业文化而采取的一种员工问候方式，每天早晨大家见面，不再说“你早”或“你好”，而代之以新的问候语“热爱三星”。

我刚好在读吴锦屏女士这本《卓越公关人》，不仅被书中对公关的深刻见地和丰富的案例吸引，更被作者在字里行间对公关事业的激情所感染。我和吴锦屏女士接触不多，但是书中充满热忱的文字，却令人感到文如其人。我不敢说吴女士的职业风格是公关行业的代表，但是我深深崇尚那种对职业的热情和激情。

全球公关业的历史已有百年，包括台湾和香港在内的中国的公关事业也经历了几十年的历程。越来越少的人认为你的工作仅仅是“请客吃饭”，越来越多的人进入这个行业，但也有越来越多的从业人员在考虑自己的出路，因为很多人说这个行业是“吃青春饭的”。

吴锦屏女士说“公关人越老越值钱”；我想说，公关是一个值得终身追求的行业。

有幸的是，我们有吴女士这样优秀的公关人与我们分享这个行业的种种魅力：创造性、不断学习、从不间断的挑战、永远充满活力的团队精神。

在你被公关活动搞得筋疲力尽的时候，在你对从事公关工作前途感到迷惘的时候，这本书是一个兴奋剂。更重要的是，在我们一起分享这些经验、案例和激情的时候，你感到自己并不孤独。

我不知道三星公司每天有多少个“三星式”的问候，我希望在公关界的同仁相遇时，你会悄悄地喊出那个发自心底的问候：“热爱公关”。

序 2：现代媒婆 Diane

上海国事好广告公司/南岸艺术中心创办人 王献篪*

一拜天地，二拜高堂，夫妻交拜送入洞房……谁能把一对素昧平生的陌生男女骗到床上，结婚生子，还心甘情愿地将财产分给对方一半，叫别人的爸爸、妈妈为“爸爸”、“妈妈”，这不是超级公关是什么？Diane，原来你是干“媒婆”的呀！

科技源于人性，没错……但当科技渐渐取代人性的时候，“媒婆”这个人性化的角色就显得更为重要。

中国人的“功夫”高深莫测，没练成不能露，练成了不准露……当“布什”还在拼命找理由打伊拉克的同时，Diane 已经悄悄地写好第四本书……Diane 到底有没有“神通”呢？！秃鹰和火鸡在 Diane 的口中都是属于“鸳鸯科”的……哇！这是何等的“神嘴通”呀！Diane 显神通的时候“你”要看得见才行啊！

看官一定觉得我很奇怪，写序干嘛这么赖？但我要告诉你，“神功”自己练，书也是要你自己读的，我只负责介绍超级媒婆“戴安娜”！

Mindy 也不甘寂寞地说，“合理的生命叫人生，不合理的人生枉费此生”……人生有太多的“美好”等着你去开发，Diane 告诉你……成功的关键不在找到对方的“缺点”，而是发挥自己的“魅力”和“特质”，要是你还不懂……我就给你举个例子吧！“如果孔雀开屏，而你只看见‘屁眼’的话”……那你就需要一个超级“媒婆”啦！

* 王献篪：电影导演，曾获台湾金马奖最佳剪接奖，电影处女作《阿爸的情人》（THE DAUGHTER-IN LAW）角逐年戛纳影展国影评人周及比利时根特影展等最佳电影，并因本片荣获东京国际影展“青年导演竞赛奖”。

远处响起 Diane 的声音：一拜天地，二拜高堂，夫妻交拜，送入洞房……

媒婆将你领进门，修炼神功在各人……好好干吧！

前言

前言

2000年初，在众多朋友、客户和同行的鼓励下，我将人行十余年来的经验、心血结晶成文字，完成个人第一本著作《百变公关——不可思议的公关实战手册》，也就是在内地发行的公关系列第一本《99分的记者会》。

在本书中，我将自己累积十几年的看家本领毫无保留地公诸于世。各界的回响与好评，让我深感出书期间的辛苦实有回报。没想到，许多人透过这本书看到了身经百战的我，我进而受到国际知名的IPG（Interpublic Group of Companies）集团赏识，接下其上海和台湾两地的万博宣伟（Weber Shandwick）公关顾问以及高诚公关（Golin Harris）顾问的总经理一职。

这个当初料想不到的边际效益，往往成为朋友“调侃”我时的最佳题材，他们认为《99分的记者会》这本书，其实是为我的专业作了最完美的公关。其实，大家可能没想到，支撑我拖着下班后疲惫的身躯，在夜阑人静之时埋首著作的是那一张张稚气未脱、殷切盼望的脸。因为经常在外头演讲及学校上课的我，面对上班族和学生族时最常被问到的问题就是：“我到底该如何进入公关业？”“不藏私、倾囊相授”。我希望能透过此书，让年轻的读者得以一窥公关业的辛苦和吸引人之处，并以书中传授的要诀，作为入行前和入行后自我进修的教科书，吸引更多新人加入这个变化快速、挑战性十足的行业，为中国的公关业尽一份心力。压根儿没想到还有“边际效益”的眷顾。

公关业属于一般营销业（公关、广告与营销）。根据统计，营销业是

死亡率最高的前五大行业之一，由此可见营销从业人员的工作压力。营销业虽然辛苦，但仍是许多年轻人向往的行业之一。继第一本入门书后，这本书将更深入探讨成为一位专业的公关人应该具备的条件与特质、公关人的生涯规划、如何处理客户抱怨，及最受欢迎的公关个案实例剖析。

在此，感谢复旦大学新闻学院广告学系的王蓉榕同学披星戴月地为我整理这两本书稿，还未喘息过来，便又投入到内地公关案例的整理与撰写当中，真要忍不住为其感叹“遇人不淑”啊！

为了回报读者的支持，我将更多、更有趣的内地公关案例收于第三本书中，届时将与读者分享。

我衷心期待此书能为更多优秀的新人开启公关这扇大门。

