

决胜千里

古今中外公共关系反思录

汪子为 主编

广西人民出版社



2 022 6283 5

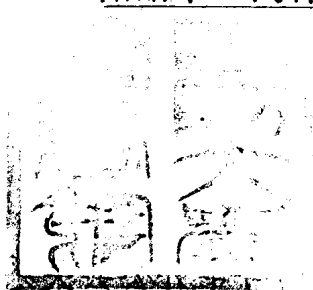
决胜千里

●古今中外公共关系反思录●

主 编 汪子为

副主编 郭倡民 范明华

储韶华 闭伟宁



广西人民出版社

责任编辑 王先明

责任校对 肖允康

(桂)新登字01号

60296/25
07

决胜千里

——古今中外公共关系反思录

主编 汪子为

广西人民出版社出版

广西新华书店发行

(邮政编码: 530021

广西南宁地区印刷厂印刷

南宁市河堤路14号)

1993年8月第1版

850×1168 1/32开本

1993年8月第1次印刷

15.375印张 376千字

印数 1—3000册

ISBN 7-219-02521-1/C·55

定价: 8.90元

序

纵览千秋，历朝兴替，英雄继起，莫不决于人心；遍历中外，商贾斗法，花样无穷，皆欲得乎公众。公共关系，其宏大者，牵系经国济世各行各业；精微所至，渗透日常交往一言一行。无处不在，无时不有。成于斯，败于斯！

公共关系活动，源远流长。从古代战争调停、外交结盟、宫廷权谋，到现代的形象宣传、广告策划、产品促销，公关的内涵和外延随着社会的发展，经济、政治、文化的变迁，在逐步深化和拓展。古今中外的公关实践，不管其内容和形式如何不同，都从不同角度渗透着公关思想的灿烂光辉。无论从人类的好奇心和求知欲的角度，还是从人类社会实践需要的角度去探究其中蕴

含的哲理，都具有无比神奇的魅力。

时值华夏改革开放转轨之际，正是公共关系大行天下之时。本书力图紧扣时代精神主旋律，以公共关系科学原理为经纬，以可供操作的规则和方法为脉络，撷取古今中外公关活动的典型事例，条分理析，探寻公共关系作用于历史和现实的轨迹，展现其变化无穷的魅力。书中所涉，多记前言往行，多述前贤往事，或为博古通今的心得，或为现身说法的启示，于寻常中显神奇，溶深奥于平易，举一反三，触类旁通。论人中肯精当，述事引人入胜，夹叙夹议，轻松愉快。虽未能全面地完整地再现人类公共关系产生和发展的整个历史图景，也无意于构架一个完整系统的理论体系，但众多带典型性、普遍性的案例足以构成一座长廊，无数发人深思的启示已昭示公关活动的科学性和公关原理的系统性。

愿本书能带给您些许有益的借鉴和启迪，伴君遨游公共关系天地，助您叩开事业成功法门！

作 者

1993年3月于武汉

目 录

潮平两岸阔 风正一帆悬

开卷篇

- 〔篇首语〕 (1)
- 1、同一舞台 悲喜各演活剧 两位将军 成败并载青史
——公共关系的魔力 (2)
- 2、“救邢存卫”与“唇亡齿寒”
——公共关系的追求：整体效益和长远利益 (6)
- 3、唐太宗巧施怀柔外交 吐蕃王智娶文成公主
——公共关系的追求：和为贵 (11)
- 4、哈特议员被两拒白宫 强力啤酒遭商检查处
——公共关系的追求：公关形象 (16)
- 5、洛克菲勒请教艾维李 公关大师帮助CBS
——公关宣传与决策咨询 (21)

- 6、“桃李不言”焉能“下自成蹊”
——公关宣传的妙用…………… (25)
- 7、信召天下客 诚安天下心
——公共关系中诚信为本的原则…………… (29)
- 8、尼克松的过失
——公共关系中保持真诚的重要性…………… (34)
- 9、毛泽东精诚所至感农妇 胡耀邦赤心相推交专家
——公共关系中诚心的感召力…………… (38)
- 10、“慕尼黑阴谋”的惨败
——公关工作中的务实原则…………… (43)
- 11、申时行买房的启示
——公关活动中的互惠原则…………… (48)
- 12、为了放射自己的光 毋须吹灭别人的灯
——再论公关活动中的互惠原则…………… (52)
- 13、楚灵王弄巧成拙 齐相国不辱使命
——公关活动的平等待人原则…………… (56)
- 14、大肚能容天下事
——虚怀若谷的公关度量…………… (60)
- 15、刘伯承英风惊沃克
——公关交往中气度的魅力…………… (65)
- 16、三寸之舌 强于百万之师
——公关人员的口才训练…………… (68)
- 17、羊肉事小 感情事大
——公关活动中的认同心理…………… (71)
- 18、联合国秘书长的座车为什么遭袭
——公关活动中的文化差异…………… (75)
- 19、李鸿章大人闹出的笑话
——公共关系的民族性…………… (81)

- 20、“死生之地，存亡之道”
——公共关系的探求…………… (84)

远山含秀色 芳树映春晖

目标篇

- 〔篇首语〕…………… (88)
- 1、兴于斯 败于斯
——形象是组织的生命…………… (89)
- 2、拿破伦、布什与松下幸之助
——从个人形象到组织形象…………… (93)
- 3、李克巧避杀身之祸的启示
——从公关预测到目标定位…………… (99)
- 4、话说“老字号”
——组织形象的定位…………… (103)
- 5、名牌与名牌效应
——再谈组织形象的定位…………… (106)
- 6、米老鼠和唐老鸭
——组织形象的塑造…………… (110)
- 7、白云山人的胆识
——再谈组织形象的塑造…………… (114)
- 8、“胖儿火锅店”的三条新招
——塑造组织形象的意义…………… (119)
- 9、“周公吐哺，天下归心”
——从曹操重贤受辱看形象的塑造…………… (123)
- 10、专家座谈会上位普通母亲的发言
——组织形象特色的追求…………… (128)
- 11、媒妁之言不可信
——组织形象塑造中的诚实原则…………… (132)

- 12、 “问君饮何酒，部优黄山头”
——组织形象的宣传……………(136)
- 13、 诸葛亮痛失马幼常 毛泽东怒斩黄克功
——组织形象的维护……………(141)
- 14、 恐怖的克兰梅，吓人的冒牌货
——组织形象的扭曲与纠正……………(146)
- 15、 静中求动 历久弥新
——组织形象的更新与完善……………(151)
- 16、 孙武斩爱姬 粉黛成雄兵
——组织内权威的维护……………(154)
- 17、 言必信 行必果
——组织信誉的建立……………(158)
- 18、 兵临城下的庆祝大会
——如何赢得组织的精神优势……………(161)
- 19、 一个篱笆三个桩
——公关战中联合结盟的重要性……………(165)
- 20、 “一日厂长制”的启示
——组织公关内目标的寻求……………(170)
- 21、 侍臣千金买马骨 曹操三下求贤令
——如何增强员工的归属感……………(173)
- 22、 收陈平沛公终成大业 逐范增霸王垓下悲歌
——组织内部关系的粘合剂……………(177)
- 23、 君臣相济得天下 官兵互克失荆州
——组织领导与属下关系的协调……………(181)
- 24、 荷花虽好 全仗绿叶扶持
——股东关系及其协调……………(185)
- 25、 人间何处寻春色 花木成荫手自栽
——组织内部活力的培植与员工教育……………(189)

谷深而烟尘俱静 山空而钟磬悠长

谋略篇

- 〔篇首语〕……………(193)
- 1、天下分合终有定 合纵连横论英雄
——公关谋略漫话……………(194)
- 2、知己知彼 因利制权
——公关谋略的前提……………(200)
- 3、“不用寸兵成款约，千秋伯业诵齐侯”
——审时度势与公关策划……………(205)
- 4、“你赢我也赢，你输我也输”
——公关交往中的非零和博弈……………(208)
- 5、竞技场上日本姑娘的尖啸声
——先声夺人的公关谋略……………(214)
- 6、周总理严词镇官兵 电扇厂冬天出奇招
——公关活动中的先发制人术……………(218)
- 7、孔明以心收孟获 海瑟用信取顾客
——公关活动中的攻心术……………(222)
- 8、冯谖烧地契 刘备摔阿斗
——公共关系中的感情投资……………(227)
- 9、吴起以情动部卒 部卒以死报吴起
——再谈公共关系中的感情投资……………(232)
- 10、美国椰菜娃娃的走俏
——三谈公共关系中的感情投资……………(237)
- 11、别开生面的“丑陋玩具”
——公共关系中公众心理的捕捉……………(242)
- 12、女顾客为什么掉头就走
——公关谈判中的利益补偿术……………(246)

- 3、晏子智劝齐景公
——公关活动中的声东击西术……………(251)
- 14、西门豹邺河制巫
——公关活动中的欲擒故纵术……………(255)
- 15、让人一步非我弱
——公关活动中的以退为进术……………(261)
- 16、扮猪可以吃老虎
——商业谈判中的示弱取胜策略……………(266)
- 17、江山代出各领风骚 静观待变后来居上
——市场营销公关中的后发制人……………(271)
- 18、孙臆教田忌赛马的启示
——公关活动中如何发挥自身优势……………(274)
- 19、射人射马 旁敲侧击
——对强硬公关对象的迂迴工作法……………(278)
- 20、“干戈”可以成“玉帛”
——化敌为友的公关艺术……………(282)
- 21、借得东风 可扫赤壁
——公关情景中机会的巧妙捕捉……………(287)
- 22、智者让为先 得理也饶人
——公关战中的让步策略……………(290)
- 23、山重水复疑无路
——公关战中的认输待变策略……………(294)
- 24、皇甫嵩坐视不救陈仓围
——不战而屈人之兵的公关妙招……………(299)
- 25、伍子胥关宝镇强秦
——再谈不战而屈人之兵的公关妙招……………(303)
- 26、赵匡胤杯酒释兵权
——公关手段在组织内控中的运用……………(307)

- 27、契切林巧运连横计 热那亚解脱众围攻
——公关战中如何打破对方联盟……………(311)
- 28、战争中的战争
——公关谋略在现代战争中的运用……………(316)
- 29、不寻常的布列斯特和约
——公关战中的适时变通策略……………(320)
- 30、无穷如天地 不竭如江河
——公关谋略的权变……………(325)

任庭前花开花落 看天上云卷云舒

技艺篇

- [篇首语]……………(330)
- 1、须未雨而绸缪 毋临渴而掘井
——公关调查及其方法……………(331)
- 2、闻讯而动 水煮罐头猛走俏 见机不转 耗油汽车大亏本
——公共关系中的信息沟通……………(335)
- 3、牟其中何以有“倒飞机”的壮举
——公关信息沟通与关系协调……………(339)
- 4、罗斯福“炉边谈话”的魅力
——如何创造公关活动的氛围……………(343)
- 5、一鸣惊人的陈子昂
——怎样赢得知名度……………(347)
- 6、小题大作的鸽子事件
——提高知名度和美誉度的技巧……………(350)
- 7、家丑还须自家扬
——组织形象的自我保护法……………(354)
- 8、馈赠永远伴随朋友
——公关宣传手段……………(358)

- 9、谋高一筹 烟台啤酒厂巧胜英法巨商
——公关宣传艺术……………(362)
- 10、“东方魔水”是如何风靡起来的
——公关广告宣传的效应……………(366)
- 11、化腐朽为神奇
——制造公关新闻的艺术……………(369)
- 12、法国白兰地的精彩亮相
——公关广告宣传手段与时机选择……………(374)
- 13、构筑心灵之桥
——广告的语言艺术……………(378)
- 14、景阳岗上店主的“三碗不过岗”
——再谈广告的语言艺术……………(383)
- 15、有信息 有教益 又风趣
——广告的科学性和艺术性……………(389)
- 16、日本西武公司的“热情发电图”
——组织内部员工的激励术……………(395)
- 17、从公众的需要出发
——营销公关中的利益诱导术……………(400)
- 18、明察于秋毫之末
——公关活动中如何透视对手心理……………(405)
- 19、假面具下的真心话
——投影法应用于探视公关交际心理……………(410)
- 20、奇特的“刺猬效应”
——公关交往的距离感……………(414)
- 21、“先塑造好自己的形象”
——公关活动中良好仪容的保持……………(419)
- 22、孔明深谙起与伏 被三顾茅庐 贾谊不明藏和露 遭满朝妒忌

——自荐与适度表现的公关艺术·····	(423)
23、“笑是两者之间最短的距离”	
——公关交往中的幽默·····	(426)
24、犹抱琵琶半遮面	
——公关交往中的含蓄与巧妙回避·····	(429)
25、以情动人 触膏巧说赵太后	
——公关活动中的劝导艺术·····	(434)
26、周总理妙语破难题	
——外交场上应急应变的语言技巧·····	(438)
27、陈毅夜访巧设悬念 孟母教子循循善诱	
——公关交谈技巧·····	(441)
28、广东玻璃厂与美国欧文斯公司的一次成功合作	
——公关谈判中的有理有利有节·····	(445)
29、周恩来在万隆会议上	
——公关谈判中的求同存异·····	(450)
30、退后一步天地宽	
——公关谈判中如何打破坚冰·····	(454)
31、虽是小国 不让一“环”	
——公关战中如何对待对方苛求·····	(458)
32、子产毁墙的启示	
——公关活动中如何与强手打交道·····	(462)
33、见山不是山 见水不是水	
——从公关服务意识到现代感性营销·····	(467)
34、“你们的朋友小燕子”	
——谈如何处理顾客投诉·····	(471)
35、在哪里跌倒 就从哪里爬起	
——如何摆脱公关危机·····	(474)
后记·····	(478)

潮平两岸阔 风正一帆悬

开 卷 篇

〔篇首语〕

公共关系作为一种特定的社会关系，是人际间相互沟通理解的纽带和桥梁；公共关系作为一种专门的职业，构成现代经营管理的有机组成部分。在沟通和理解，在经营和管理中，公共关系无时不在、无微不至，举足轻重，力敌千钧。

群体决策，靠公关达成共识；塑造形象，有公关威播四方。通过宣传和说服达到认同，通过较量和平衡求得和谐。公关所至，误解消除了，障碍扫清了，干戈成为玉帛，敌手化作友朋。

公共关系作为一种文化现象，是现代人格追求和现代组织完善的象征。它以诚信为根本，以平等、互惠、务实为原则，以机智、灵活、变通为手段，向现代社会展示人的价值，展示组织的形象、格调和品位。

1、同一舞台 悲喜各演活剧 两位将军 成败并载青史

——公共关系的魔力

正如一个人的成长一样，一个组织、一个团体要求得长足发展，处于不败的境地，取决于各方面工作协调一致地开展。在所有各方面因素中，容易被人忽视的，往往是对组织内外关系的处理。在很多领导者的心目中，组织之间的竞争实质上就是实力较量，在一定程度上这是不错的。但是，如果仅仅局限于这一点，就肯定会差之毫厘、失之千里。一个真正优秀的领导者与低能的领导者之间的差别正在于此。

让我们从正反两方面的两个典型事例说起。

石达开是太平天国的一位智勇双全的猛将，他一生征战四方，为太平天国立下赫赫战功，就是这样一位良将，最后在紧要

关头，由于不重视、不善于处理与少数民族的关系，遭到后者致命的一击，加速了其覆灭的命运。1863年5月，石达开率军赶到
大渡河边，准备强渡大渡河，向川北挺进。当时形势十分严峻、
大渡河洪水猛涨，难以抢渡，对面又有清军拦截。当石达开决定
放弃此地，率军西向时，突遭土司王应元部阻击，给太平军造成
很大损失。更为严重的是，5月下旬的一个深夜，彝族土司岭承
恩率领乡勇在堵死了太平军的退路之后，又偷袭了太平军大营，
焚毁了所有的粮草，使2万余名太平军立即陷入饥饿的困境，只
得吃树皮草根活命。直到这时，石达开才如梦方醒，致书王应
元、岭承恩，表示愿出重金、珍宝“买路”，但已经晚了，遭到
两位土司的拒绝。几天之后，石达开终于走投无路，全军覆灭。
关于这一事件，史家一致认定，石达开远征军兵困大渡河南岸，
直接的原因并不是清廷正规军的打击所造成的，而是由于没有处
理好与少数民族的关系，使太平军非但得不到少数民族群众的支持，
反而激化了民族矛盾，被少数民族武装断绝了退路，焚毁了
粮草，因而使自身陷入绝境，酿成了历史上的一大悲剧。

然而，同是在这条道路上，另一位名将却演出了有声有色的
喜剧，创造出完全不同的结局。1935年，在长征途中，刘伯承率
领红军挺进到川黔边境的少数民族居住区。当时形势同样严峻，
前面有反动军阀武装堵截，后面有国民党军队追击，而当地的少
数民族由于对中国工农红军缺乏了解，习惯地将它看作是侵犯自
己领地的外来势力，因而起初本能地充满敌意。形势将刘伯承所
领导的工农红军置于与当年石达开所面临的同样境地，所以国民
党反动派气势汹汹，扬言要使刘伯承成为“石达开第二”。面对
这种危急形势，刘伯承以一个无产阶级革命家的远见卓识，对各
种因素进行了缜密的分析，清醒地认识到，能否突破这种困境，
不在于单纯军事上的谋略，关键在于能否通过军事手段以外的交
往宣传，使少数民族群众了解红军，建立友好关系，取得他们的支