

公共关系文集 3

中国公共关系协会学术委员会编

公共关系 与 经济建设

丁济沧

陈军
主编

前 言

1992年,是中国历史上别开生面的一年。

以邓小平同志春天南巡谈话为起点,涌起了改革开放、经济建设的新潮。有关市场经济认识的深化,既澄清了理论上的的是与非,也为我国经济的发展和改革开放确定了明确的航向。党的十四大,又明确宣布建立社会主义市场经济体制为我国经济改革的目标。这些,犹如阵阵春风,开启了人们的心扉,推动人们进一步解放思想,投身于改革、建设和建立市场经济的巨大潮流。

第三届全国公共关系理论研讨会的筹备和召开,紧紧伴随着上述形势的发展。众多公关理论研究者 and 公关实务工作者,从改革的深入发展,包括市场经济的发展中,不断领悟到中国公共关系更丰富的内涵,认识到公共关系有了施展技能的广阔舞台,公共关系服务的层次和水平更要相应地提高。因此,他们转换观念,摆脱长期在计划经济体制下形成的思维方式,着力探讨市场经济引起的变化,如政府部门转变职能,企业转换经营机制,进入市场参与竞争,妥善处理危机协调关系,同时探讨开发区的开发,合资企业的管理营销方式,以及智力和信息的开发,改进公关教育和有关“文化节”的实施等等实务,通过典型事件和事例,总结升华为理论,写成了理论与实践融为一体的论文,既有现实的指导意义,也为引导公共关系进一步为改革开放和建立市场经济服务提供了新的启迪。这是我国在公关理论研究方面迈出的十分可喜的一步。

我国的改革开放和经济建设,在加快步伐向前发展。市场经济体制的逐步建立和完善,将使我国的经济增加强大的和持久的活力。市场将成为一切经济活动的中心,发挥调节商品供求,促进生产要素流动,开拓人才资源,协调社会生活等作用。通过市场竞争,形成利益驱动和利益约束,实现优胜劣汰,促进生产力的发展。社会的方方面面都牵连着市场。有人说“你怎样对待市场,市场将怎样对待你”。也有人说“得市场者胜,失市场者败”。在目前形势下,公共关系致力为企业投身市场竞争求生存求发展服务,是一项急迫的任务,也是一项长期的任务。一切公关工作者需要有此共识,并尽早付诸行动。

面对当前形势向公共关系提供的机遇和提出的挑战,公关理论研究者要解放思想,更新观念,主动迎战,有所作为,很需要做到五破五立:(一)破忽视中国经济发展宏观目标的现象,立以经济建设为中心热心服务的思想;(二)破脱离改革开放和公关实践的现象,立研究经济、熟悉改革、贴近市场、了解市场的观念;(三)破空泛研究,坐而论道的现象,立与企业结合,参与企业公关活动,与企业一起探求公关真知的观念;(四)破教条、本本主义现象,立勇于在务实中不断探索创新的观念;(五)破唯我独尊、苛求于人的现象,立互相尊重、互相学习、博采众长、共同进步的观念。努力做到这些,我们的公关理论研究,必会上一个新的台阶,促进公关实践健康顺利地向前发展。

改革开放的深入,必将产生许多新的矛盾,会有许多关系需要理顺。建立和完善市场经济体制是一个长期的过程,也是一项复杂的社会关系工程。围绕着建立和完善市场经济体制,需要全面推进各项改革,还有许多工作要做。对社会主义市场

经济的研究,应该说还刚刚开始,将随着市场经济的发展,不断深化认识。对市场经济条件下的公共关系的研究,更是刚刚开始。这方面内涵的开拓,理论的形成,还有待市场经济的发展和公关实践经验的积累,也需要在国际商战中学习西方的文明成果。这不可能轻而易举地做到,但也不是不能做到的。“公共关系与市场经济”是一个划时代的课题,希望公关界同仁特别是公关理论研究者,担当起深入研究这一课题的重任,在实务上有所开拓,在理论上有所创新。

本论文集的出版承蒙中国保险公司福建省分公司总经理陈守云同志和该公司热情赞助,鼎力支持,特表示深切感谢。

在本论文集出版过程中,郑志杰、孙雁和杨宝津同志辛勤地参与协助,在编辑、校对等方面,作了许多工作。郭印川同志精心设计了封面。在此表示谢意。

北京铁路分局公关协会的负责同志,关注着本书的出版,特别要求及时印制,保证印好。北京铁路分局印刷厂承担了本书的印制工作。我们也在表示感谢。

1993年1月

目 录

前 言

第三届全国公共关系理论研讨会在福州召开…………… (1)

在研讨会开始时的讲话…………… 翟向东(3)

公共关系与市场…………… 安 岗(7)

第三届全国公共关系理论研讨会获“保险杯”优秀论文名单
…………… (13)

向公关理论研究和教学人员的倡议书 …………… (15)

树立公关的整体形象 …………… 王一士(18)

公共关系技术新探 …………… 陈 军(27)

市场的多维风险与企业的公关对策 …………… 陈守云(40)

高效守信是企业形象的根本 …………… 林知沂(52)

论促进经济发展与选定公关目标 …………… 崔秀芝(58)

公关信息与经济发展 …………… 李兴国(67)

公关——横跨浦江两岸的“斜拉索桥”
…………… 路 杰 陈学斌(77)

公关与“头脑公司” …… 中外合资上海百事头脑有限公司(87)

霞飞厂危机公关研究 …………… 沈志屏 傅中虎(97)

市场经济与企业内部公共关系	余明阳 (106)
论社会主义市场经济条件下的企业公关	赵灵奎 (112)
发挥公共关系职能加快大中型企业走向市场	林 针 李 温 (123)
论转型期政府主管部门的公关重心	单振运 (132)
改进公关教育适应市场经济发展需求	王勃侠 (143)
黄河经营工作中的公关效应	王海霞 (153)
昆山人的意识与昆山之路	陈志云 狄振鹏 (164)
再论“文化节”	潘捷军 (179)
充分发挥公关功能把企业管理提高到一个新水平	明安香 (191)
略论西方行为科学、公关理论与我国企业管理	唐岳驹 (225)
公共关系与“人”的管理	苗茂森 (240)
市场经济对公关的制约与要求	赵过渡 廖为建 (252)
架设沟通与理解的桥梁塑造全新公交企业形象	罗伯云 李博岳 (264)
为“翠竹”辛勤耕耘的锦江人	戴晏林 (275)
从“一团火”企业精神的培育发展看企业形象塑造	北京百货大楼集团公关部 (283)
第三届全国公共关系理论研讨会参加会议代表和论文题目	(292)

第三届全国公共关系理论研讨会

在福州召开

第三届全国公共关系理论研讨会，于1992年12月2日至5日在福建省福州市召开。

会议在党的十四大精神指导下，紧紧围绕我国公共关系如何适应新形势的需要开创新的局面这一中心议题，从多方面多角度进行了认真探讨。

来自北京、上海、天津、广东、福建、江苏、浙江、安徽、湖南、湖北、河南、河北、山东、山西、辽宁、陕西等省市的70多名代表，在热烈紧张的气氛中共议公关大计。大家认真学习领会十四大精神，解放思想，认为中国公共关系面对加快改革开放、经济建设步伐和加速建立市场经济体制的新形势，有了开展各种活动的广阔舞台，机遇从四面八方涌来；同时也面对严重的挑战，要求公共关系迈大步上一个更高台阶，切切实实为加快改革开放、经济建设和建立市场经济服务，选准公关目标，充分发挥公共关系的特殊作用。能否把握机遇和能否主动迎接挑战，都是对中国公共关系的严峻考验。

多数论文和大、小会上的发言，对公共关系与市场经济发表了意见。一致认为市场经济在呼唤公关，公关是企业打开市

场经济大门、走向市场的金钥匙和利器。代表们分别就市场经济条件下的公共关系、市场经济与企业内部公关、公关要为企业开拓国内外市场服务,市场的多维风险与企业的公关对策、危机公关处理,还就公关与转换企业经营机制、政府主管部门在转型期的公关重心,以及公关信息、公关策划和公关效益评估等对企业走向市场的重要作用等等问题,进行了探索。一些企业总结了运用公关走向市场、置身市场竞争的经验,也提出了许多新的见解,给人们以新的启迪。

这次公关理论研讨会共收到论文 120 多篇,经初选有 50 多篇入选。按照评选办法,广泛听取代表的意见,由代表推荐,评委在各小组代表的监督之下,实行无记名差额评选,评出“保险杯”优秀论文 20 篇,发给了优秀论文证书和奖品。

会议最后通过了《倡议书》,表达了全体与会代表愿与全国公关理论研究、宣传教育工作者和公关界各方同仁一起,为贯彻十四大精神,适应新形势的需要,学习经济、熟悉经济,贴近市场、贴近企业,深化公关理论研究,提高公关教学水平,以充分发挥公关理论指导实践的作用。

中国公共关系协会主席安岗在会议开始和结束时讲话,对与会代表在公关理论研究方面取得新的成就予以鼓励,提出了在新形势下加强公关理论研究的期望;对福建省公关协会和中国人民保险公司福建省分公司大力支持这次会议的召开表示感谢。

在研讨会开始时的讲话

翟向东

各位来宾、各位代表、同志们、朋友们：

在全国普遍学习、贯彻党的十四大精神之际，第三届全国公共关系理论研讨会今天在福州召开了。这将是我們学习、领会十四大的精神，在十四大精神指导下，研究我国的公共关系如何适应新的形势，抓住机遇，迎接挑战，迈大步上一个高台阶，开创公关理论研究和公关实践新局面的一次重要的会议。

今天光临大会指导的有福建省的领导同志，省人大常委会副主任、省公关协会主席、中国公关协会的高级顾问王一士同志，省政协副主席、省公关协会名誉主席陈希仲同志，中国人民保险公司福建省分公司总经理、省公关协会副主席、中国公关协会理事陈守云同志，还有特邀嘉宾香港恒丰集团有限公司董事长黄紫玉小姐。今天到会的还有省公关协会主席团的张奇萍、王贵轩、单曙光、董承耕、祝文善等同志，我们在此表示热烈的欢迎。

今天光临大会指导和工作的，还有人民日报、新华社、中央人民广播电台、中国新闻社、金融时报、工商时报、福建日报、港台信息报、福建人民广播电视台、福建电视台、福州晚

报、浙江公共关系报、青岛公共关系导报、香港大公报、华艺广播公司等新闻单位的记者，我们在此表示热烈欢迎。

会前还收到了中国国际公关协会柴泽民会长给中国公关协会安岗主席并这次研讨会全体代表的贺信，贺信中说：“党的十四大召开之后，我国社会主义现代化建设将进入空前兴旺发达的时期。随着改革开放的发展，市场经济的建立，我国关贸总协定合法地位的恢复，国内和国际市场的接轨，中国公关事业面临着广阔的发展前景。中国公关协会每年举办一次的全国公关理论研讨会，对提高国内公关人员的素质，促进有中国特色的公关理论与实践的建设，乃至推动中国公关事业的发展，都有着非常积极的作用。相信只要中国公关界全体同仁切实为经济建设服务，不断总结经验，加强自身修养，中国公关事业一定会健康蓬勃地发展起来。祝会议圆满成功”。中国人民保险公司也向会议发来贺电，贺电中说：“正值全国人民学习贯彻十四大精神，建立社会主义市场经济体制，加快改革和建设步伐之际，欣闻第三届全国公关理论研讨会在福州召开，并评选“保险杯”优秀论文，谨表示热烈祝贺。这次会议的召开，必将有助于加强人保与其他行业的横向联系，扩大人保影响，祝会议圆满成功。”这都是对我们开好这次研讨会的鼓励。

这次理论研讨会在福建召开，是去年11月在上海召开第二届理论研讨会时，与会代表、福建省公关协会的两位副主席陈军和陈守云同志代表福建省公关协会提出的。经中国公关协会研究，认为福建省的改革开放走在我国的前列，公共关系工作也走在前边，成绩卓著，到福建来开会，是向福建学习的大好机会，因此决定到福建开这次会，并明确了以“公共关系

与经济建设”为研讨的主题。几个月来,福建省公关协会和陈守云同志任总经理的中国人民保险公司福建省分公司,对会议给予大力支持。陈总十分重视把这次会开好,并组织力量承担了整个会务工作。全国有众多公关理论研究和实际工作者,撰写了论文 120 篇左右,学术委员会从中选了 50 多篇发给大家。中国公关协会对各方的热情支持,表示衷心感谢。

刚刚开过的党的十四大,是中国历史和党的历史上一个重要的里程碑,有着划时代的意义。江泽民总书记的报告,对邓小平同志建设有中国特色社会主义的理论和根据这一理论形成的党的基本路线,作了精确的阐述,科学地总结了十四年的基本经验,提出了加快改革开放、推动经济发展和社会全面进步的战略部署,并明确宣布了建立社会主义市场经济体制。十四大精神的贯彻,将开始中国振兴的一个新阶段。中华大地的面貌将发生更伟大的变化,中国在全世界将产生更深远的影响。

中国的公共关系,面对加快改革开放、经济建设步伐,面对市场经济的加速建立,面对机遇从各方涌来,有了开展公关活动前所未有的大舞台,迫切需要我们以建设有中国特色社会主义的理论武装头脑,全面领会和贯彻党的基本路线,进一步解放思想,共议公关大计,分析当前形势,明确新的形势提供的机遇是什么,挑战又是什么,怎样自觉地适应新形势的需要,为加快改革开放和经济建设服务,为建立市场经济服务,为精神文明建设服务。市场经济的成熟过程,必然伴随公共关系的发展,公共关系的发展,也必然促进市场经济的发育和成熟。在当前大的社会背景下,公共关系的发展将会是快的。我们要把机遇和挑战都看作是对公关的严峻考试,对一系列新

的试题做出合格的回答。在公关服务的过程中,要加强公关行业的正规化建设,加强公关专业教育,强化公关工作者本身素质的提高,推进公关工作向更高层次发展,进一步丰富有中国特色的公共关系的内涵。这应是我们这次理论研讨会的中心议题。

希望代表同志珍惜四天会议时间,紧紧围绕上述中心议题,贯彻百家争鸣方针,发扬创新精神,吐肺腑之言,述新颖之见。这次会上,对优秀论文,保险公司福建省分公司提供赞助,将进行“保险杯”优秀论文评奖。

中国公关协会为了开好这次会,委托我和丁济沧、陈军、陈守云、张奇萍同志组成会议组委会,陈军同志兼秘书长。我们将尽力为会议服务,为大家服务。相信靠大家的共同努力,这次研讨会一定会获得丰硕的成果。

1992年12月2日

公共关系与市场

安 岗

党的十四大根据邓小平同志建设有中国特色的社会主义的理论,总结十四年的经验,确定了加快改革开放、经济建设步伐的战略部署,提出了经济体制改革的目标是建立和完善社会主义市场经济体制。建立市场经济,涉及经济基础和上层建筑的许多领域,牵动各个方面,是关系社会主义现代化全局的大事,需要各方面为之共同努力,公共关系自不能例外。

过去,我们长期生活在计划经济体制下,头脑被束缚着,经济的发展被束缚着。那是学的苏联的经济模式。我想起1950年去苏联时,与《真理报》总编辑伊里切夫交谈,开始他说《真理报》代表真理,没有错误。我问“万一出现失误,报道失实,或万一在报上出现错字,更正不更正?”他说有严格的检查,不会有错,万一有错字也不更正。我当时就想,这是掩盖错误的真理,是不能学的。后来谈到计划经济,他说计划就是法律。我问“完不成计划犯了法的人,包括领导人,是否要上法庭受审?”他说计划只能完成、超过,完不成是犯法行为,是要上法庭的。当时我对他这种说法,脑子里有过问号,但并未深思。多年来,我们的政策、指导思想,以及整个生活,都围绕计划经

济，计划、指标把人束缚得紧紧的，企业是上面给什么任务就干什么，规定什么指标就完成什么，市场的作用不能发挥，人的创造力不能施展，真是吃够了苦头。有一次，胡乔木同志组织我们写一篇《展望六十年代》的人民日报社论，他很兴奋地说：社会主义比资本主义好，好在人民有了自己的政权，掌握了经济，可以做到“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞”了。当时有了要“飞”的观念。30多年过去，计划经济与市场经济姓“社”姓“资”的问题，在理论上束缚着人们。近十多年来，对计划与市场也是争论不休，不敢提市场经济。以致引起改革的停顿，经济的滑坡，付出了昂贵的代价。十三大提出的改革目标，经过几年的实践，出现了商品经济的新形势，但由于没有摆脱计划经济的框架，又拉大距离，出现了三年治理整顿，市场疲软，企业半死不活，三角债越积越多，逼得人们不得不又找市场。是邓小平同志到南方考察的讲话，提供了强大的思想武器，经济专家们大胆倡言，对有中国特色的社会主义经济属性作出更明确的界定，十四大提出了经济改革的目标是尽快建立和完善社会主义市场经济体制。到现在，可以说才真正有了鱼跃鸟飞这样一个大的、自由的环境。

市场经济的建立和发展，为公共关系提供了更广阔的活动领域，也提出了新的课题。本来，伴随商品经济产生的市场，反映着社会生活的各个方面，凡有市场的地方，都存在公共关系。但是，在计划经济体制下，公共关系作用的发挥只能在一定的天地里。市场经济情况下则大不同。有些同志打比喻说，市场经济像催化剂，使计划经济分解；也像推进器，推动着社会分工和专业化协作更广泛深入地发展；也像重炮，轰开地方割据的藩篱和民族疆界的城墙；又是一个大竞技场，促使企业

转换经营机制,按市场需求和市场规律指导生产,不断改进技术,更新设备,降低成本,提高劳动生产率;还像一个无情的裁判,优胜劣汰,使得市场者兴,失市场者亡。这些比喻打得好,市场经济正是这样,所以我们说它是经济现代化的必然选择。很明显,市场经济将把政府部门、企业、事业单位以及全社会的资源包括人力资源结合在一起,形成一个有机的社会结合体,又通过部门、行业间的竞争,实现最优配置和最优利用,内涵着大量的公共关系。以企业而论,哪里有商品经济和市场经济,哪里就有商品竞争和企业竞争,哪里就必然有企业公关。企业公关不能仍像过去那样只是面向政府,面向主管部门,而必须面向市场,进入市场,发挥公共关系沟通信息、协调关系、精心策划、促进营销等作用,使公关上等级、上层次、上水平。如果说公共关系决定着企业未来的命运,那么,当务之急是必须使企业公关迅速上一个台阶,大幅度提高公关投资,大幅度提高公关的战略、战术和公关艺术水平,以适应新形势发展的需要。

市场呼唤公关,公关组织要把市场作为服务的对象,按党的政策和国家法令,围绕市场经济的发展开展全方位的服务,为企业在国内市场和国际市场取胜服务,为发现、培养和发挥人的才能服务,帮助企业和人们在凭实力竞争的环境中寻找机遇,得以生存和发展,同时化解各种矛盾,理顺各种关系。服务的大头应该大企业、大商业、大文化事业,首先是为国营经济部门转换机制、开拓市场服务。为了服务得更好,公关组织就要增强自己的实力,如沟通信息的能力,联络上下左右的能力,在社会市场上搞经济、文化、教育活动、舆论宣传和各种艺术活动的能力等。还应具有自己的实体,参加到市场中去,

在竞争中不断壮大自己。这样，公共关系就成为担负自己特殊服务工作的一个实体，成为市场构成的一部分——公关市场，成为发展市场经济的动力。这样为市场服务，与我们为人民服务、为社会主义服务的公关主旨是完全一致的。

公共关系市场的形成，将与市场经济的发育和发展相伴，以运用和处理好公共关系为前提而形成的市场，也会陆续出现。公共关系市场要发展，必须遵循市场经济规律办事。目前，我国的社会主义市场经济，还处在培育和发展的过程中，还需要逐步形成完整的市场规则；需要每个企业真正转向市场；需要促进商品市场、金融市场、技术市场、劳务市场以及其他市场的形成；需要制定促进市场运行规范化、法制化的法律法规；还需要加强信息系统的建设、市场供需预测和市场运行情况的监测，以保证国家宏观调控的科学性和预见性等。因此，真正形成一个充分发育的、规范化的社会主义条件下市场体系，还需要相当长的时间。市场经济条件下的公共关系、公共关系市场，要真正形成合乎市场经济规律的模式，也还需要相当长的时间。

公共关系组织，不是官衙，不是行政机关，不是主管部门，它是为群众服务的社会团体，与群众是在同一个水平上，群众不必眼睛向上看。群众有各种要求，都可找到它去合作，发挥公共关系的作用。这符合社会主义国家人民群众当家作主的精神。公共关系市场，就是在公关组织为群众谋利益、帮助群众克服困难、解脱贫困、寻找机遇、发展生产、改善生活的过程中逐步形成的。现在，就应把公关组织放到市场经济的环境中去，让它发挥特殊的服务作用。我想，在有市场的地方，都应有公共关系的服务站，我们的公关协会应与服务站有直接的关

系,可以成为协会信息联络的一个网络。我们服务的项目,就是要根据市场的要求来定。市场的要求不是每天的成交额所限制的,它往往超出市场以外。

我们的公关理论研究,要为发展社会主义市场经济做出贡献。近来,不少公关界的同仁,已开始关于公共关系与市场经济的研究。第三届全国公关理论研讨会上,已出现多篇论文。这是一个很好的开始。“公共关系与市场”,在一个很长的时间内将是一个热门话题,一个需要认真研究的重要命题。可以说,公共关系与社会主义市场经济,是中国公关学的重要组成部分。公关教材中应把公共关系为建立和发展社会主义市场经济服务,作为一个重要的篇章。1993年的公关理论研究和公关经验交流,应即围绕这一主题进行。希望公关理论研究和教学工作者,还有搞公关实务者,都肩担起这一任务。在计划经济体制下形成的老观念,不是一下子就能消除的,新的观念也不可能一下子就树立起来。外国的经验,有的要认真吸取,有的不符合我们的国情。我们要反复学习,反复实践,不断解放思想,从中国的实际出发,共同来探索公共关系为发展社会主义市场经济服务之路,找出规律性的东西,形成我们有中国特色的公关理论。

近来许多人话“下海”,包括文化界、文艺界,都有人发出“下海”的呼声。我们公共关系界有些同仁,最近也提出了公关工作“下海”的问题。“下海”一词,辞书上有解释,但人们现在用这个词,可能与形容“市场是竞争的大海”有关,不过所指不一。有的是理论、教育工作者从理论与实际紧密结合出发,为了克服和防止脱离实际、坐而论道的现象,决心步入市场,参与公关活动,以深入探索市场经济条件下公共关系的规律。这