

BLUE BOOK 
CHINA'S PUBLIC RELATIONS

中国公共关系 发展报告

(2007-2008)

蓝皮书

主 编 孟 建

副主编 钱海红



复旦大学

国际公共关系研究中心

Research Center for International Public
Relations of Fudan University (IPRC)



复旦大学出版社

BLUE BOOK OF
CHINA'S PUBLIC RELATIONS

中国公共关系 发展报告

(2007-2008)

蓝皮书

主 编 孟 建

副主编 钱海红



复旦大学

国际公共关系研究中心
Research Center for International Public
Relations of Fudan University (IPRC)



复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国公共关系发展报告蓝皮书(2007—2008) / 孟建主编. —上海: 复旦大学出版社, 2008. 12
(新闻传播前沿系列)
ISBN 978-7-309-06347-9

I. 中… II. 孟… III. 公共关系学 - 蓝皮书 - 中国 - 2007—2008 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 166114 号

中国公共关系发展报告蓝皮书(2007—2008)

孟建 主编

出版发行 **复旦大学出版社** 上海市国权路 579 号 邮编:200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 章永宏

出品人 贺圣遂

印	刷	句容市排印厂
开	本	787×960 1/16
印	张	18.75
字	数	355 千
版	次	2008 年 12 月第一版第一次印刷

书	号	ISBN 978 - 7 - 309 - 06347 - 9 / C · 115
定	价	30.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

《中国公共关系发展报告蓝皮书(2007-2008)》课题组

课题组组长 孟 建

副 组 长 钱海红 裴增雨 丁霞萍

课题组成员 王 帆

课题组成员 (按姓氏笔画为序)

卜 昱	丁霞萍	于 晶	王 倬	王颖文	左 玥
李 卓	邱 凌	孙少晶	华 巍	桑玉欣	陶建杰
梅倩如	焦 妹	王 晶			

序 一

李道强

读完了放于案前的《中国公共关系发展报告蓝皮书(2007—2008)》的书稿,阵阵清风扑面而来,让我顿感欣慰,书稿中的很多章节都会给我眼前一亮的感觉,相信这沉甸甸的书稿对于即将召开的第十八届世界公共关系大会来说,将是一份珍贵的厚礼。

改革开放三十年来,随着中国经济的飞速发展,社会环境的极大改善,中国公共关系亦步入繁荣发展期。目前,在中国内地已有3 000多家专业公关公司、100多家地方公共关系组织,几乎所有大学都设立了公共关系课程,不少政府部门和大型企业都设立了公共关系职能机构。

中国公共关系从无到有,其二十多年的发展历程清晰地呈现了其逐渐融入世界的价值轨迹。近几年中国公关理论界的孜孜以求,公关产业界的高速增长,公关实务界案例的精彩呈现,都是中国公共关系逐步融入世界的努力。而这种“融入”在2008年北京奥运会上得到了峰值体现,自观中国,放眼世界,2008年北京奥运会赋予了中国公关人集体审视世界的机遇,2008年北京奥运会成为了中国公共关系的全球赛场,中国公关人在这一全球赛场上书写了浓墨重彩的一笔。

即将召开的第十八届世界公共关系大会不仅是中国公共关系行业进入繁荣发展时期的一次盛会,而且更是中国公共关系融入世界的一个重要标志,第十八届世界公共关系大会的顺利召开无疑将对中国公共关系各个领域的发展产生深远的影响。

《中国公共关系发展报告蓝皮书》是由复旦大学国际公共关系研究中心出品的权威公共关系年鉴类书刊。作为年度报告,该书在回顾中国公关发展历程的基础上,对2007—2008年度中国公关的理论研究、实践发展、市场现状和产业进程等各相关领域

进行了梳理和总结,并对中国公共关系的行业走势进行了分析和展望,反映了我国公共关系学科研究和产业的发展,具有较强的前瞻性和指导性。

《中国公共关系发展报告蓝皮书(2007—2008)》的正式出版不仅是对第十八届世界公共关系大会的献礼,而且对国内学者和业界专家紧密携手,加强中国公共关系的研究,加快中国公共关系更好更快地融入世界具有重要的推动作用。同时,《中国公共关系发展报告蓝皮书(2007—2008)》也是展示中国公共关系发展的一个良好橱窗,向世界说明中国公共关系,让中国公共关系走向世界,愿海内外公关同仁加强了解,加强合作,用公共关系沟通的力量,共同为构建全球化时代的和谐社会贡献专业智慧!

(作者为中国国际公共关系协会会长)

2008年10月

序 二

王國慶

由复旦大学国际公共关系研究中心精心组织编撰的《中国公共关系发展报告蓝皮书(2007—2008)》问世了。

伴着油墨芬芳,我在欣喜之时,充分感受到这沉甸甸书稿背后饱含着各位作者的心血。蓝皮书扉页上“献给 2008 世界公共关系大会”的字样,凸显着其非同一般的价值。

我们正处在一个伟大的时代,和平发展是这个时代的主题,是这个时代的鲜明特征。

2008 年,对中国而言是极不寻常的,世界聚焦在了中国:我们抗御了少有的“雨雪冰冻灾害”,我们战胜了罕见的“四川汶川大地震”,我们成功地举办了北京奥运会、残奥会……中国面临的巨大考验是那么惊心动魄,中国创造的无比辉煌是那么令人荡气回肠,中国塑造的国家形象是那么让人欢心鼓舞!人们说,2008 年不仅是世界体育的“奥运年”,也是世界公关的“中国年”!

科技革命所带来的信息化的迅猛发展,使“地球村”成为可能。置身媒介化社会,浸润于海量信息之中,人们越来越依赖媒介的雷达行为去搜寻社会、指引行为。由于文化背景和价值观的差异,也由于信息不对称导致彼此认识和理解不够,在西方强势舆论影响下,中国的形象常常被误读、歪曲,甚至是被诋毁。崛起的中国如何与世界对话?发展的中国如何融入世界?除去坚定的立场和必要的斗争外,也呼唤着“沟通”的特殊力量——公共关系的发展!这是全面构筑中国软实力不可忽视的重要途径。2008 年的中国,今后发展的中国,已经并日益显示出这方面的独特智慧和卓越能力。

感谢这本蓝皮书给我们展现了中国公共关系诸多前沿的、全面的、精到的理论概括、现状分析和趋势预测,提供了我们深入观察中国公共关系发展的重要视角。本书既有对中国公共关系发展高屋建瓴的走势鸟瞰,也有对中国公共关系发展品鉴入微的案例剖析,使人们能够领略中国政府部门、事业机构、著名企业过去两年来在公共关系方面所取得的可喜成绩,以及利弊得失。

路漫漫其修远兮。中国软力量的培育和运用,中国形象的更快提升,任重而道远。希望政府、学界、业界能够紧密携手,加强合作,孜孜探索,努力建构既富于中国特色和中国气派,又适合时代发展要求的公共关系理论体系!

(作者为国务院新闻办公室副主任)

2008年10月

目 录

序一	李道豫	1
序二	王国庆	1

总报告

融入世界的中国公共关系 ——中国公共关系发展报告(2007—2008)	钱海红 孟建	2
--	--------	---

特别报告

2008年北京奥运会:中国公共关系的全球赛场	华巍 钱海红	20
------------------------	--------	----

专题报告

汶川大地震:公共关系与国家形象 ——突发事件与媒体传播	王颖文 李笑楠	46
公共关系:融入中国社会发展的新战略 ——中国新闻发布制度建设	于晶 左玥	52
危机公关:转型期中国急需的软实力 ——对“3·14拉萨事件”的公共关系解读	邱凌	60

焦点报告

吸引、影响、改变

- 对强力公关核心要素“软实力”的国外研究综述 陶建杰 70
- 解析软实力与公共关系 焦 妹 邱 凌 80

行业发展报告

新生态·新挑战·新成长

- 2007—2008 年中国公共关系行业发展态势分析 裴增雨 卜 昱 88
- 从全景扫描到产业模式的审视
- 上海公共关系服务产业链发展报告 丁霞萍 张 颖 陆 醒 103
- 公关公司新进人员的行业生存现状调查报告
- 以京沪六所知名公关公司为例 王 帆 左 玥 123

专家视点

案例研究

共享奥运情 一路卓越心

——上海大众奥运公关案例 188

从进入到融入

——全球化背景下的安利(中国)公关战略 孟 建 202

为身与心的健康奔跑

——“安利纽崔莱健康跑”的“特奥”缘 李 卓 王 晶 213

美丽中国

——南苑·2007 环球小姐中国区总决赛公关策划案例 王 惊 裴增雨 220

附 录

附录 A 2007—2008 年中国公共关系发展相关政策一览表 232

附录 B 2007—2008 年公共关系网站、国际会议一览表 233

附录 C 2007—2008 年中国公共关系发展大事记 238

附录 D 2007—2008 年中国公共关系出版物、发表论文一览表 242

附录 E 2007 年度中国十大公关事件 268

附录 F 2007 年中国公关公司排行榜 269

Integrating into the World: A Report on China's PR Development
(2007—2008) 270

CONTENTS

Preface 1	Li Daoyu	1
Preface 2	Wang Guoqing	1
Leading Report		

Focus Reports

Attraction, Affection and Transformation

- Summary of Foreign Researches toward “Soft Power” as the
Core Element of Power Public Relations 70
- Interpretation of the Relations between Soft Power and Public Relations 80

Public Relations Industry Development Reports

New Situation, New Challenge, New Growth

- 2007-2008 Analysis of the Features and Trends of Chinese PR
Industry 88
- From Panoramic Scanning to Industrial Model Inspection
- Report on Development of Shanghai PR Service Chain 103
- Research Report of Present Living Situation of PR Companies’
Green Hands
- Exemplified by Six Famous PR Companies in Beijing and
Shanghai 123

Professional Viewpoints

- Review of Public Relations Theories in the Front Stages (2007-2008)
——in A Chinese Perspective 146
- Organization-Public Relationship as An Organizational Resource
——from Public Relations Perspective 165
- Glocalization: American Multinational Corporations’ Public Relations
Strategy toward China 176

Case Studies

Sharing Olympic Games Passion all along the Road	
——Shanghai Volkswagen's Olympics Public Relations Plan	188
From Entering to Joining	
——Amway (China) Corporation's PR – strategies in Globalization	202
Running for Physical and Psychological Health	
——Amway Nutrilite's Serendipity with Special Olympics International	213
Beautiful China	
——Nanyuan Hotel, the PR Plan of the Final Round of Miss Universe 2007 in China Resort	220

Appendix

A 2007-2008 Related PR Policies in China	232
B 2007-2008 Websites and International Conferences of PR	233
C 2007-2008 Spotlights in China's PR Development	238
D 2007-2008 PR Publications and Papers in China	242
E 2007-2008 Top 10 PR News of China	268
F 2007-2008 Billboard of China's PR Corporations	269
Integrating into the World: A Report on China's PR Development (2007-2008)	270

总报告

Leading Report

:: 钱海红 孟 建

融入世界的中国公共关系 ——中国公共关系发展报告(2007—2008)

全球化的时代需要我们具有全球化的视野。在这种宏观的视野下,我们可以纵览国际舞台上的风云际会,也可以对自己在这个舞台上的表现评头论足。而人们也逐渐意识到,能以这种视野放眼天下、反观中国,这是一种历史性的进步。因为它充分说明了,中国已经由背向世界转而面向世界、融入世界。中国改革开放的三十年虽然不到一个世纪的三分之一,但它的意义和所发生的变化,超过了前此的任何时期。完全可以说,中国发展,中国强大是世界新一个千年最值得关注的大事。显然,用不到三十年完成的史无前例的“中国飞跃”,世界瞩目,世界震惊。

中国这一史无前例的“中国飞跃”不但表现在经济、政治、文化等方面,也突出地表现在中国公共关系发展的历程中。中国公共关系从无到有,走过引入期、虚热期,开始进入理性发展期,其近三十年的发展历程清晰地呈现了其逐渐融入世界的历史轨迹。而这种“融入”在2008年北京奥运会上得到了峰值体现。纵观中国,放眼世界,2008年北京奥运会赋予了中国公关人集体审视世界、融入世界、共享世界的巨大历史机遇。

一、中国公共关系融入世界的宏观背景考察

1. 中国社会经济的繁荣发展

中国公共关系行业是伴随着中国改革开放的步伐和中国社会经济的繁荣发展而逐渐成长起来的。80年代初的神州大地,春风再度,百废待兴。在改革开放的号角声中,一度封闭的文明古国终于果决地推开了自己厚重的大门,迈出了拥抱世界的第一步。伴随着外资企业、合资企业在中国大陆的兴起,“公共关系”这个西方文明的产物,从大洋彼岸舶来,在中国南海登陆。据考证,1980年深圳和香港合资成立的深圳蛇口华森建筑设计顾问公司,可以认为是中国第一家带有公共关系性质的专业公司,该公司成立的主要目的是适应特区的需要,提供经验与技术。而后,公共关系的理念与实务,由南而北,蓬勃发展,迅速拓展到了中国改革开放的各条前沿战线。

改革开放的三十年间,中国社会经济的繁荣发展既为中国公共关系融入世界准备了坚实的物质基础和充分的智力资源,也在客观上推动了这种国际化趋势的进程。

在近三十年的发展历程中,中国公共关系行业大致经历了引入期、虚热期和理性发展期三个阶段。在这个过程中,整个行业状况有起有落,但伴随着中国社会经济的繁荣发展,总体上呈现出积极进步的态势。近三十年来,公共关系的概念在社会上得到了普及和明晰,公关意识逐步深入人心;在本土公关公司和国际公关公司的互助与博弈中,中国大陆的公关市场逐步成形并获得了社会的认可;伴随着改革在教育领域的深入,公共关系教育体系也已初步形成,各类著作、杂志与工具书层出不穷。

伴随着中国社会主义市场经济体制的基本确立和逐步完善,在民间,注重商业性的公关公司逐渐由模仿和照搬国外公共关系的理论和操作,转为摸索和发展出一套自有的适应中国国情的公关理论与实务。这种拿来主义向实用主义生动、灵活的转变,不单单是中国公共关系行业日臻成熟的标志,也昭示了中国公共关系行业具备了走上国际舞台的资本。对于中国政府而言,随着公关理论的突破和公关理念的更新,公共关系正在有力地“助推”着国家的发展,如在外交领域,公共关系正促使“公共外交”成为“大外交”的重要组成部分。中国形象正在作为国家的软实力,日益发挥着不可替代的重要作用,使中国在世界舞台上施展着独特的魅力,扮演着极为重要的角色。

2. 中国走向世界的步伐加快

在近三十年的发展过程中,有三件涉及国家战略的大事——中国加入 WTO、2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会——已经或正在强力推动中国公共关系融入世界。从国家层面而言,这三件大事加快了中国走向世界的步伐。它们对中国公共关系的影响都是巨大而深远的。

加入 WTO 是中国社会主义市场经济发展到一个阶段的客观需求和必然要求,加入 WTO 中国的开放度将急剧扩大。中国加入了 WTO,标志着世界最大的市场开始了不可逆转的国际化进程,中国与世界的联系日益紧密,中国市场不再是一个相对封闭的市场,而是整个国际市场密不可分的一个组成部分。

在这样的大环境下,与许多行业类似,中国公共关系发展既面临机遇,也存在挑战。大量的跨国公司进驻中国,为中国公关市场提供了大量潜在客户。为了赢得国际化的竞争,本土公司也越发重视公共关系。在这样的格局下,中国公共关系的行业标准必然要向国际化靠拢,否则无法满足客户的要求。

无论是奥运会还是世博会,都是中国进一步融入世界,树立“开放、自由、民主、进步”国家形象的极为重要的契机。从这个意义上讲,申办世界顶级的重大活动是一个