



【企业国际化管理丛书】

ENTERPRISE INTERNATIONALIZED MANAGEMENT SERIES

企业 公共关系国际化管理 方法

全球500强企业联手推荐：

中国企业国际化管理课题组 著

加入WTO之后，企业的国际化趋势给中国企业管理提出了新的要求。《企业国际化管理丛书》从实战出发，为中国企业增强核心竞争力、走国际化道路提供了切实的解决方案。

——微软（中国）有限公司

了解并掌握国际上先进的管理理念和方法，必将帮助加入WTO之后的中国企业增强自身的竞争力，从而在未来的全球性市场竞争中立于不败之地。

——IBM（中国）有限公司

适应国际规则惯例，提升企业管理水平，培育核心竞争能力，全面融入国际经济。

——诺基亚（中国）投资有限公司总裁 康宇博

中国财政经济出版社

●企业公共关系国际化管理丛书

企业公共关系国际化管理方法

中国企业国际化管理课题组 著

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业公共关系国际化管理方法/中国企业国际化管理课题组著.
—北京:中国财政经济出版社,2002.6

(企业公共关系国际化管理丛书)

ISBN 7-5005-5778-7

I. 企… II. 中… III. 企业管理-公共关系学
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 030808 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@cec.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址:北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码:100036

发行处电话:88190406 财经书店电话:64033436

北京市通州区华龙印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 150 印张 2534.4 千字

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月北京第 1 次印刷

印数:1—10000 定价:315.00 元(7 分册)

ISBN 7-5005-5778-7/F·5081

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

在国民经济发展日益国际化的
大背景下，国际化经营能力是
中国企业普遍存在的一个薄弱环
节，这就急切地需要学习和实践。
《企业国际化管理丛书》的出版适
时为这种紧迫的需求全方位地提
供了一套实用指南。

国家经贸委企业改革司司长

邵宇

《企业国际化管理丛书》注重
经济管理理论的实用化和企业实
践的可操作性，尤其在国际化经
营管理方面，为企业提供了一套
较为实用的参考工具。它的出版
是中国企业界的一个福音。

国家经贸委中小企业司司长

卫东

中国企业国际化管理课题组

研 究 人 员

课题总监：王荣奎 R. W. Reagan (美)

课题主持：宋新力 吴 华 沐 西 侯忠义 赵秀臣

王紫微 刘 屿 方 轶 林家昌 (港)

H. Ferdinand (美) H. Thatcher (美) E. Dorothy (美)

T. Wolfgang (美) P. Cooley (英) E. Kästner (德)

公共关系课题主持：沐 西 赵秀臣 E. Dorothy (美)

公共关系课题研究：

沐 西 赵秀臣 王紫微 丁志可 曹海明

彭鸿峰 刘 蓓 张 敏 周 莹 陈大鹏

逢积仁 蒋定梅 朱 峪 刘 纲 蔡 林

刘 蕾 于海岩 秦梦卿

陸星奇 (港) 藤立天 (港) 郭 雲 (台)

H. Wayne (美) M. Albert (美) K. Victor (美)

R. Tomlinson (美) S. Claude (美) T. Algernon (美)

M. Tobias (美) C. Brooks (美) Z. Wesley (美)

E. Wilber (英) A. Delon (法) K. Bergmeier (德)

崎川奈 (日) 藤原澤明 (日)

总 序

2001年12月，中国加入世贸组织（WTO）法律文件开始生效，中国成为世贸组织的正式成员。中国加入世贸组织，标志着中国的对外开放进入了一个新阶段，具有历史性的重大意义。中国企业参与国际竞争也步入新时期。机遇与挑战并存，企业必须抓住机遇，应对挑战，在改革中求发展，在竞争中壮大。

加入世贸组织后，我国企业的发展趋势应是建立现代企业的国际化经营管理。这是在经济全球化背景下，企业生存、发展的必然选择。这就要求企业在参与国际竞争中，建立全球观念，迅速、准确地掌握国际市场最新信息，从而做出快速决策，制定战略和行动纲领。同时，企业的国际化管理也意味着可以进入更广大的国际市场，合理地配置资源，广泛地利用国际资金和人才，获得最新的科学技术。显然，国际化管理给企业提出了更高的要求。

总之，在中国加入世贸组织之后，在经济全球化的大背景下，中国企业必将面临更多的外国企业的竞争。中国企业加快自身的改革，走国际化经营管理之路，将成为紧迫的任务。

经过二十多年的改革与发展，中国企业在开拓国际化管理上已具备了一定的基础条件。虽然在整体的实力和技术上并不领先，





但我国也已有一些具备国际竞争优势的产业、行业和企业。同时，良好的国内经济环境也为中国企业实施国际化管理提供了条件。未来十年，中国经济将进入新一轮增长期，为企业发展和加快国际化管理，提供了有利的条件。

但是，也要清醒地看到，中国企业的国际化管理尚处于初级阶段，总体水平不高，普遍存在几方面的问题，如：（1）大多数企业规模不大，实力不强；（2）人力资源的国际化管理水平不高；（3）对企业国际化经营管理的相关法律法规不完善，还有不必要的行政干预；（4）金融服务滞后，缺乏宽松的融资环境。

面对中国加入世贸组织的新形势和经济全球化浪潮，中国企业必须审时度势，加快改革创新，全方位提高自身素质，为企业进行国际化管理创造条件。

一、抓住加入世贸组织和经济全球化的机遇，树立国际化管理的观念。

企业首先要培养全球战略意识。没有经济全球化的观念，就不会有全球化的行动，要善于从经济全球化的经营角度，优化资源配置，开拓资本运作渠道，建立全球客户网络，提高管理水平。

二、发挥比较优势，培育核心竞争力。

发展具有比较优势产业，是我国企业国际化经营的重要战略。与此同时，还要培育竞争优势。只有把两方面的优势结合起来，才能构成企业完整的国际核心竞争力的框架。

三、规范管理体系，开拓全球市场。

为了进入国际市场，必须根据市场要求，调整企业的产品结构，使产品达到国际质量标准，对企业要有更高的技术和质量管理要求。企业内部组织也必须向运作严谨、管理有序的跨国公司发展，适应国际竞争的要求。

四、善于与跨国公司合作，取长补短。

跨国公司在国际化经营管理方面有很多成熟的经验，可以借



鉴。中国企业加强与跨国公司合作,有利于取长补短,提升国际化经营管理的水平。

五、培养人才,完善人才管理。

人才不足是中国企业扩大国际化经营规模、提高国际化管理水平的主要制约因素。发展国际化经营管理,不仅需要金融、法律、财务、技术、营销等方面的专业人才,更需要有战略思想和熟悉现代企业管理的经理人才。加强人才的管理、选拔、培训,是企业国际化管理的重要工作。

中国企业国际化管理课题组,集合多方面专长,以推动中国企业国际化竞争力的提升和专业国际化经营人才的成长为使命,成功编写了《企业国际化管理丛书》。本《丛书》从中国企业国际化管理的需要出发,结合中国企业经营管理的深刻变革和发展趋势,较为科学地引入了西方先进的企业管理理念、经验和方法,并结合中国企业的实际,从系统、模式、方法、制度、文案、表格、案例七个方面入手,系统阐述了现代国际化企业营销、财务、人力资源、组织、企划、生产运作、行政办公、公共关系、资本运营、创新开发、战略等专题,为中国企业提供了一套现实所需的国际化管理参考方案,是很有价值的。

借此《丛书》出版之机,祝中国企业在全球市场竞争中取得成功,祝愿中华民族在经济全球化的浪潮中迎来伟大的复兴。

中国第一任 WTO 首席谈判代表
中华人民共和国外经贸部原副部长

2002 年 3 月

目 录

·第一章 企业公共关系国际化管理方法导言·

- 一、经济全球化浪潮与中国企业的未来之路 (3)
- 二、企业国际化管理与方法整合 (4)
- 三、企业公共关系国际化管理方法的体系建构 (5)

·第二章 企业国际化公关调研方法·

- 第一节 企业国际化公关调研的运作程序 (11)
 - 一、目标确定与细分 (11)
 - 二、调查与分析 (12)
 - 三、问题设计 (12)
 - 四、调研推进 (13)
 - 五、结果分析 (13)
 - 六、反馈与改进 (13)
- 第二节 企业国际化公关系统性调研方法 (14)
 - 一、文献调查 (14)
 - 二、抽样调查 (16)
 - 三、个案调查 (17)
 - 四、公共信息分析 (17)
- 第三节 企业国际化公关辅助性调研方法 (18)
 - 一、个人交往 (19)
 - 二、访谈信息提供者 (19)
 - 三、多渠道内部联系 (20)
 - 四、邮寄访问调查 (20)
 - 五、民意测验 (22)





六、电话访问	(22)
七、运用意见调查员	(23)
八、人员走访调查	(23)
九、焦点团体和社区讲坛	(24)
十、咨询委员会和董事会	(25)
第四节 企业国际化公关调研信息管理方法	(26)
一、文本资料的整理方法	(26)
二、电子资料的整理方法	(28)
三、照片资料的整理方法	(30)
四、人物资料的整理方法	(30)
·第三章 企业国际化公关计划方法·	
第一节 企业国际化公关计划的制定原则和注意事项	(33)
一、制定公关计划的原则	(33)
二、制定公关计划应注意的事项	(34)
第二节 企业国际化公关计划的编制方法	(35)
一、明确公关目标	(35)
二、确定公众对象	(39)
三、选择公关模式	(41)
四、选择传播渠道	(42)
五、编制公关预算	(42)
第三节 企业国际化公关计划的实施方法与策略	(45)
一、公关计划的实施方法	(46)
二、公关计划的实施策略	(48)
·第四章 企业国际化公关传播方法·	
第一节 企业国际化公关传播渠道与媒介分析	(53)
一、公关传播渠道分析	(53)
二、公关传播媒介分析	(55)
第二节 企业国际化公关传播媒介选择方法	(61)
一、传播媒介选择的基本原则	(62)



二、传播媒介选择的具体方法	(63)
三、传播媒介组合的选择方法	(65)
第三节 企业国际化公关实像传播方法	(66)
一、实像传播的特点	(66)
二、实像传播的技巧	(68)
三、实像传播的操作方法	(71)

·第五章 企业国际化公关沟通方法·

第一节 企业国际化公关沟通的运作程序	(77)
一、确定目标	(77)
二、调查分析	(78)
三、拟定方案	(78)
四、综合测评	(79)
五、方案选择	(81)
六、信息反馈	(81)
第二节 企业国际化公关信息体系的构建方法	(82)
一、明确公关信息的分类	(82)
二、确立公关信息的沟通方式	(82)
三、设置公关信息的管理机构	(84)
第三节 企业国际化公关沟通的技巧	(85)
一、言语沟通的技巧	(85)
二、感情沟通的技巧	(89)

·第六章 企业国际化公关协调方法·

第一节 企业国际化员工关系协调方法	(95)
一、员工关系协调的作用	(95)
二、员工关系协调的技巧	(96)
第二节 企业国际化投资者关系协调方法	(98)
一、投资者关系协调的目标	(98)
二、投资者关系协调的原则	(98)
三、投资者关系协调的方法	(100)



第三节 企业国际化顾客关系协调方法	(103)
一、顾客关系协调的功能	(103)
二、顾客关系协调的目标	(104)
三、顾客关系协调的方法	(106)
第四节 企业国际化中间商关系协调方法	(108)
一、经销商关系协调	(108)
二、供应商关系协调	(109)
第五节 企业国际化社区关系协调方法	(110)
一、社区关系协调的作用	(110)
二、社区关系协调的方法	(111)
第六节 企业国际化行业关系协调方法	(114)
一、行业关系协调的原则	(114)
二、行业关系协调的方法	(115)
第七节 企业国际化政府关系协调方法	(116)
一、政府关系协调的原则	(116)
二、政府关系协调的方法	(117)

·第七章 企业国际化公关谈判方法·

第一节 企业国际化公关谈判的准备方法	(123)
一、正确认识自身	(123)
二、了解双方实力	(123)
三、做好心理准备	(124)
四、做好业务准备	(124)
五、做好物质准备	(125)
六、做好临场准备	(127)
七、临场稳住阵脚	(127)
第二节 企业国际化公关谈判的运作方法与技巧	(127)
一、公关谈判的运作方法	(127)
二、公关谈判的运作技巧	(132)
第三节 各国公关谈判的风格与对策	(141)
一、中国式谈判	(141)



二、欧洲式谈判	(142)
三、美国式谈判	(142)
四、日本式谈判	(143)
五、阿拉伯式谈判	(144)
 ·第八章 企业国际化公关会议管理方法·	
第一节 企业国际化公关会议筹备方法	(147)
一、公关会议时间的选择	(147)
二、公关会议地点的确定	(147)
三、公关与会人员的安排	(148)
四、公关会议翻译及助听准备	(149)
五、公关会议安全保障准备	(150)
六、公关会议议程拟定	(150)
七、公关会议通知派发	(151)
八、公关会议现场检查	(151)
第二节 企业国际化公关会议服务方法	(152)
一、设置会议服务处	(152)
二、接送与会人员	(153)
三、安排会议食宿	(154)
四、提供医疗卫生服务	(154)
五、提供通讯支持	(155)
六、开展文化娱乐活动	(155)
第三节 企业国际化公关会议主持方法	(156)
一、会议主持人的权限	(156)
二、会议主持人的要求	(156)
三、会议主持人的发言	(157)
四、会议讨论控制	(158)
五、会议冷场处理	(158)
六、会议争执处理	(159)
七、会议干扰排除	(160)
八、特殊与会者的应对	(160)

·第九章 企业国际化公关专题活动管理方法·

第一节 企业国际化公关专题活动概述	(165)
一、公关专题活动的特点	(165)
二、公关专题活动的作用	(166)
三、公关专题活动的策划	(166)
第二节 企业国际性展览会管理方法	(169)
一、国际性展览会的种类	(169)
二、国际性展览会的优势分析	(170)
三、国际性展览会的举办和参加方法	(171)
第三节 企业国际性赞助活动管理方法	(175)
一、国际性赞助活动的功能	(175)
二、国际性赞助活动的发起	(177)
三、国际性赞助活动的参与	(178)
四、国际性赞助活动的评估	(179)
第四节 企业国际性公益活动管理方法	(179)
一、国际性公益活动的种类	(179)
二、国际性公益活动的运作策略	(180)
第五节 企业国际性纪念活动管理方法	(182)
一、国际性纪念活动的策划要求	(182)
二、国际性纪念活动的运作策略	(183)

·第十章 企业国际化公关礼仪管理方法·

第一节 企业国际化公关日常礼仪要求	(187)
一、日常礼仪的基本要求	(187)
二、日常交往的礼仪要求	(188)
第二节 企业国际化公关商务礼仪要求	(195)
一、业务洽谈中的礼仪	(195)
二、签订协议中的礼仪	(195)
三、股东年会中的礼仪	(198)
四、庆典活动中的礼仪	(198)





五、接待参观访问中的礼仪	(200)
六、展览会中的礼仪	(201)
七、舞会与茶会中的礼仪	(201)
八、宴会中的礼仪	(204)
第三节 企业国际化公关涉外礼仪要求	(208)
一、入乡随俗	(208)
二、不卑不亢	(209)
三、信守时间	(210)
四、女士优先	(211)
五、尊重隐私	(212)
 ·第十一章 企业国际化危机公关管理方法·	
第一节 企业国际化公关危机预警	(215)
一、公关危机预警分析	(215)
二、公关危机预控对策	(217)
三、公关危机的预控方式	(223)
第二节 企业国际化公关危机处理方法	(224)
一、制订危机处理计划	(227)
二、实施危机隔离	(228)
三、快速行动处理危机	(229)
四、危机处理方式选择	(231)
五、危机处理策略选择	(234)
第三节 企业国际化公关危机善后处理方法	(234)
一、危机善后处理基本方法	(234)
二、危机转化与形象重塑方法	(236)
 ·第十二章 企业国际化网络公关管理方法·	
第一节 企业国际化网络公关调研方法	(243)
一、公司站点的调研方法	(243)
二、公共站点的调研方法	(244)
三、网络数据库的调研方法	(247)



第二节 企业国际化网络社区沟通方法	(249)
一、通过网络服务商直接发送新闻	(249)
二、在相关论坛上招贴公司新闻稿	(249)
三、创建社区成员单向邮件清单	(249)
四、帮助网络社区成员解决问题	(250)
五、提供简明扼要的专题文章	(250)
六、鼓励其他途径对文章的采用	(250)
七、利用网上会议建设社区公关	(251)
八、为社区成员安排活动	(251)
第三节 企业国际化网络新闻发布方法	(252)
一、运用网络新闻线发布	(252)
二、利用自己的站点发布	(253)
三、网络新闻发布的注意事项	(253)
第四节 企业国际化电子邮件管理方法	(254)
一、分类管理 E-mail	(254)
二、设置自动回复	(255)
三、建立网络顾客服务体系	(255)
四、通过 E-mail 与记者沟通	(256)

·第十三章 企业国际化公关评估管理方法·

第一节 企业国际化公关评估的依据	(259)
一、企业公关传播方面的依据	(259)
二、企业内部资料方面的依据	(260)
三、企业外部资料方面的依据	(260)
第二节 企业国际化公关评估的程序	(261)
一、分析公关目标	(261)
二、接受信息反馈	(261)
三、制定评估方案	(262)
四、进行综合分析	(262)
五、撰写评估报告	(263)
第三节 企业国际化公关评估的层次与方法	(265)