

新农村干部培训教材

◎徐勇 主编 ◎刘金海 杨晓丽 编著

城 乡 公关与礼仪

CHENGXIANG GONGGUAN YU LIYI

湖北科学技术出版社

新农村干部培训教材

◎徐 勇 编著 ◎刘金海 杨晓丽 编著

城 乡

公关与礼仪

CHENGXIANG GONGGUAN YU LIYI

湖北科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

城乡公关与礼仪/徐勇主编. —武汉:湖北科学技术出版社, 2007. 9

(农村干部培训教材系列)

ISBN 978-7-5352-3974-7

I. 城… II. 徐… III. 公共关系学—礼仪—干部教育—教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 148711 号

城乡公关与礼仪

徐 勇 主编
© 刘金海 杨晓丽 编著

责任编辑:刘志敏

封面设计:喻 杨

出版发行:湖北科学技术出版社

电话: 87679468

地 址: 武汉市雄楚大街 268 号
湖北出版文化城 B 座 12-13 层

邮编: 430070

印 刷: 武汉中科兴业印务有限公司

邮编: 430071

880 毫米 × 1230 毫米 32 开 5.25 印张

120 千字

2008 年 1 月第 1 版

2008 年 1 月第 1 次印刷

印数: 0 001 - 4 000

定价: 10.80 元

本书如有印装质量问题 可找承印厂更换

内 容 简 介

《城乡公关与礼仪》是专门针对基层干部教育和培训编写的一部教材。它将理论与实践有机结合起来,在对城乡公关与礼仪基本理论介绍的基础上,分门别类地探讨了农村村务、商务、城市公务、社会事务等公关实践活动,并在公关活动过程中展现城乡的礼仪规范。

全书结构合理、体例新颖、逻辑清晰,理论讲解与案例教学相配合,既注重基础理论,又注重实践性和操作性,便于广大城乡社区建设工作者学习和借鉴。

丛书编委会

主 编 徐 勇

副主编 胡宗山

委 员 (按姓氏笔画为序)

邓大才 石 挺 刘义强 刘金海 李青松

吴理财 胡宗山 项继权 贺东航 徐 勇

唐 鸣 袁方成 鲁子问 黄辉祥

培育“新三农”，建设新农村

进入新世纪以来，党中央、国务院高度重视“三农”问题，支农惠农政策不断出台，相继推出了取消农业税、发放种粮补贴、进行农村综合配套改革、建设社会主义新农村等重大战略举措，农村经济社会呈现出良好的发展态势，为进一步解决“三农”问题营造了良好的体制环境氛围，奠定了坚实的物质财力基础。

培育新型农民是解决“三农”问题、建设社会主义新农村的重要一环。农村是农民自己的农村，没有新农民，不可能有新农村。针对今天农村的实际情况，培育新型农民有着更为丰富的内容。当前农村居民已经分化为以农业为产业的农民，以工业和副业等为产业的农民，还有许多生活在农村、工作在农村的半脱产农民，如村两委干部、农民经纪人等。这样，在农业、农村、农民这个大“三农”之外，还有一个小“三农”，也就是说，传统的农民阶层又可进一步划分为农民、农工、农干。所谓农民是指仍以传统农业谋生的农民；农工是指以外出或在本地从事工业、农副产品加工业、副业、第三产业等工作为主的农民工或农业工人；农干是指半脱产的为农服务的涉农干部。新农村建设要培育的新型农民应具体细化为培育适应新的形势需要的新农民、新农工和新农干。

华中师范大学新农学院就是为推进社会主义新农村建设、培育新型农民而设立的，目的就是要培育符合时代要求的新农

民、新农工和新农干。要实现这一目标,首先要编写一套合适的教材。这套教材既要具有鲜明的时代特点,又要富有浓郁的乡土特色;既要通俗易懂、简明扼要,又要符合农村发展的实际、切合农民的真正需要;既要可看、可读,又要可学、可用。经过一年多的努力,由华中师范大学新农学院组织编写的本丛书共8本教材正式出版了,分别是《城乡社区建设概论》、《现代农村经营管理与案例》、《城乡领导科学概论》、《城乡社区自治实务》、《城乡社会工作》、《城乡公关与礼仪》、《基层秘书工作实务》、《人力资源开发与职业生涯规划》。部分教材虽然涉及城乡两个领域,但重点仍是农村的建设和管理上,每本教材的作者都是具有多年农村研究经验的专家、学者,充分保证了丛书的质量。丛书具有以下三个特点。

一是全面性。丛书根据华中师范大学新农学院“城乡建设与管理”专业的实际需要编写,内容涵盖了农村经营管理、城乡社区建设与管理、领导科学、农村劳动力转移与职业生涯规划、农村社会工作、城乡公关与礼仪、乡村秘书工作、农村社区自治等8个方面,切合农民、农工和农干的实际需要。外出务工者可以在这里增强对城市的了解,学会如何在城市中寻找工作、发展自己,受到侵权时如何去维权;在家务农者可以知道如何开展经营管理,发家致富;从事农村管理、当村干部的则可以学会如何管理社区,学会领导艺术,掌握公关、秘书等技能。

二是乡土性。教材编排体例简洁,章节安排合理,内容短小精当,语言通俗流畅,符合农民阅读能力和习惯的需要;教材还十分注意将知识讲解与案例教学充分结合起来,这些案例大多取材于农村生活的丰富实践之中,许多事例就发生在我们身边,十分贴近“新三农”的实际需要。

三是时代性。当前农村正在发生巨大的变化,教材敏锐地捕捉到这一变化,所有内容都尽量切合本领域现实状况和未来的发展趋势,总结、整理最新材料写作完成。对于“新三农”来说,无论是完善自身、寻求发展,还是经营生产、理财投资或者组织领导、开展管理都具有较大的实用性,有利于他们在未来的发展中未雨绸缪。

我们衷心希望广大新农民、新农工和新农干能够从本丛书中获益多多,让我们共同携手建设社会主义新农村!

编委会

2007年8月10日

目 录

第一部分 基础理论篇	
第1章 什么是城乡公关与礼仪	2
第1节 公共关系与公关礼仪	3
第2节 城乡公共关系及其特点	8
第3节 城乡公关礼仪及其特点	11
第2章 基本要素	14
第1节 公关主体	14
第2节 公众对象	16
第3节 经费预算	22
第3章 基本过程	28
第1节 目标规划	28
第2节 公关策划	33
第3节 方案实施	42
第4章 公关评估	50
第1节 评估标准	50
第2节 评估程序	54
第3节 评估方法	55

第二部分 农村实践篇

第5章 村务公关与礼仪	60
第1节 办公公关	60

2 城乡公关与礼仪

第2节 会议公关	66
第3节 调解公关	73
第4节 接待公关	79
第5节 乡镇公关	87
第6章 商务公关与礼仪	93
第1节 劳务公关	93
第2节 产品公关	100
第7章 情礼公关与礼仪	105
第1节 礼金公关	105
第2节 宴席公关	110

第三部分 城市实践篇

第8章 公务公关与礼仪	115
第1节 门栋公关	115
第2节 社区公关	123
第3节 街道公关	128
第9章 社会公关与礼仪	138
第1节 单位公关	138
第2节 网络公关	146
参考文献	155
后记	156

第一部分

基础论篇

城乡公关与礼仪是城乡公共关系与城乡公关礼仪的简称。在一般性的教科书中，公共

关系与公关礼仪是分开的，是同一事件的两个不同方面：前者注重于管理活动及过程，后者注重于公共关系活动过程中的组织及个体形象。

在城乡公共关系与城乡公关礼仪中，这两个部分有机地结合在一起。城乡公共关系活动是前提，是主干和基础部分；后者建立在前者的基础上，以前者为载体，是前者内容的展开和延伸；并且，后者只有在前者的基础上才有它的针对性和实用性。

在编写过程中，我们注重于城乡公共关系活动，在活动过程中展现城乡公关礼仪（除概论部分外，城乡公关礼仪部分不单独成节，只在公关活动过程中以注意事项或礼节要点等形式出现）。两者相结合，构成了本书的内容。

在基础篇里，我们首先要知道什么是城乡公共关系与公关礼仪？它的基本内容有哪些？有哪些步骤或程序？这些将是基础篇需要解决的问题。



第1章 什么是城乡公关与礼仪

城乡公关与礼仪是公共关系原理与公关礼仪规范在基层组织和基层社会的展开。它有两个方面的含义：一是一般性的公共关系原理与公关礼仪规范在基层社会中的运用，也就是说，原先并不注重于公关活动与礼仪的基层社会开始讲究公共关系活动和注重公众形象；二是一般性社会组织的公共关系活动与公关礼仪规范在基层社会组织中的展开，即是说，基层社会组织开始超脱自身的组织特性和管理范围，开始把自己作为一个一般性的社会组织来看待。前者是基础理论和原理的实践化和社会化过程，后者是特殊性社会组织的一般化和普遍化过程。因此，城乡公关与礼仪既有普遍意义上的公共关系属性与公关礼仪特点，同时也有自身特殊的属性和品质。相比较而言，后者的实践性和实用性远远超过了前者，可以说是直接针对城乡基层公共活动和公职人员（或准行政人员）而言的。因此，虽然前者是基础，但后者才是我们学习的重点。

但是，也不能忽视一般意义上的公共关系原理和公关礼仪训练。这是因为，城乡公关与礼仪的内容是建立在普遍意义上的公共关系原理与公关礼仪规范的基础上。这就好比高楼大厦的“地基”与“房子”的关系，“房子”虽然实用，但必须依赖于“地基”的支撑。因此，我们只有先学好一般性的公共关系原理和公关礼仪规范，才能熟练地运用于城乡公关活动过程之中，也才会在城乡基层社会的公关活动之中游刃有余。

当然，相对于一般性的公共关系原理和公关礼仪规范而言，城乡基层的公共关系活动与公关礼仪规范仍然是一个全新

的范畴。在国内有关的教材或教科书中,一般性的公共关系原理或实务教材汗牛充栋,一般意义上的公关礼仪或现代礼仪特别是商务礼仪教程也是数不胜数,而专门针对城乡基层组织和人员编写的公关礼仪教程则是寥寥无几。从这个角度而言,城乡公关与礼仪教材的编写不仅是一项实用性的编写活动,更是一项开拓创新式的学科研究活动,它不仅拓展了公共关系活动与公关礼仪的范畴和领域,而且它还有可能带来一场公共关系活动与公关礼仪规范的全新的社会革命。

本章是全书的开篇之首。主要内容是:在一般性公共关系原理和公关礼仪规范的基础上,界定城乡公共关系与城乡公关礼仪的基本含义。

第1节 公共关系与公关礼仪

1. 公共关系

“公共关系”一词是由英文“Public Relations”翻译而来的。其含义是指,社会组织为改善自身与组织环境和社会公众的关系,促进公众对组织的认识、理解及支持,达到树立良好组织形象、促进组织目标实现,并采用传播手段而进行的公共管理活动。这个定义反映出,公共关系既是一种组织活动,也是一种传播活动,对组织而言,它更是一种有目的的管理职能。

首先,它是指一种状态。任何一个组织或组织中的个人都处于某种公共关系状态之中。当然,这里讲的公共关系状态是一种静态的或者是规定性的相互关系。

其次,它是指一种目标选择。公共关系的本意是社会组织与其周围的各种内部、外部公众之间的关系。作为一门独立的学科或教程,它的主旨在于社会组织与组织环境及社会公众之间需要建立一种良好的互动关系。也就是说,公共关系作为一门学科独立存在的理由在于,它会给社会组织改善社会关系作

出贡献。

再次，它更是一种社会活动。当一个组织或组织中的个体有意识地、自觉地采取措施去改善和维持自己和组织的公共关系状态时，就是在从事公共关系活动。

最后，作为公共关系主体长期发展战略组合的一部分，公共关系的涵义主要是指社会组织的管理职能。主要包括：选定公共关系目标，制定公共关系计划，拟定并执行各种行动方案，实施公共关系活动方案，评估社会公众的态度，确认与公众利益相符合的个人或组织的政策与程序，提高主体的知名度和美誉度，改善形象，争取相关公众的理解与接受等等。

2. 公关礼仪

公关礼仪是指社会组织的公关人员和其他人员在公共关系活动中，为了树立和维护组织的美好形象，构建组织与内外公众和谐合意的理想型社会关系而应该遵循的尊重公众，讲究礼貌、礼节，注重仪表、仪容、仪态、仪式等的规范和程序。可以从四个方面来理解它。

首先，公关礼仪是一种组织行为。注重礼仪的普遍性；共同性和相互性，注重信息层次的沟通，注重利用大众传播媒介来沟通组织与公众的关系，其目的在于树立和维护组织的美好形象。与一般人际交往礼仪不同的是，公关礼仪可以成为一种信息化、专业化和社会化的产业或职业，成为一种具有一定经济色彩、政治内容和文明形式的部门或行业。

其次，公关礼仪也是一种目标选择。服务于社会组织公共关系活动的需要。所有的公关礼仪的直接目的都是指向具体的公共关系活动，以公共关系活动的目标为其目标选择，以公共关系活动的宗旨为其根本出发点，以公共关系活动的过程为其实践载体，在公共关系活动的过程中发挥公关礼仪的最佳效果，实现公关礼仪服务于公共关系活动宗旨和社会组织公关活动目标。

再次，公关礼仪注重通用的社会规范。公关礼仪规范主要是指普遍性的、一般性的社会规范，主张按照国际惯例和世界通用的标准形成和发展出的一套跨文化、跨地域、跨民族的通用礼仪。这就对公关组织和人员提出了高标准的要求。在公关活动中，公关人员应该遵循的礼仪规范和要求十分具体。作为公关人员，不仅要掌握对通用的公关礼仪规范运用自如、驾轻就熟、以简驭繁，而且还要照顾到方方面面人员的情绪和文化差异，在平等、尊重、诚信、宽容的交往中展现个人的文化素质和文明修养，提升组织的公众形象、公众魅力和影响力，达到服务社会组织公关活动的目的。

最后，公关礼仪注重细节。与公共关系活动承载的战略规划和管理职能不同的是，公关礼仪关注的都是一些细小琐碎的事情。如保持良好的精神面貌，穿衣戴帽要得体，鞋子的选择要依据不同的场合，交谈说话等要注重仪表，见面打招呼，应酬讲时机和形象，打电话注重声音和语速，进屋之前先敲门，等等。一句话，“细节决定成败。”

案例阅读：一把椅子的问候^①

一个阴云密布的午后，由于瞬间的倾盆大雨，行人们纷纷进入就近的店铺躲雨。一位老妇也蹒跚地走进费城百货商店避雨。面对她略显狼狈的姿容和简朴的装束，所有的售货员都对地心不在焉，视而不见。

这时，一个年轻人诚恳地走过来对她说：“夫人，我能为您做些什么吗？”老妇人莞尔一笑：“不用了，我在这儿躲会儿雨，马上就走。”老妇人随即又心神不定了，不买人家的东西，却借用人家的店堂躲雨，似乎不近情理，于是，她开始在百货店里转起来，哪怕买个头发上的小饰

① 汪中求《细节决定成败》第27节，新华出版社。

物呢，也算给自己的躲雨找个心安理得的理由。

正当她犹豫徘徊时，那个小伙子又走过来说：“夫人，您不必为难，我给您搬了一把椅子，放在门口，您坐着休息就是了。”两个小时后，雨过天晴，老妇人向那个年轻人道谢，并向他要了张名片，就颤巍巍地走出了商店。

几个月后，费城百货公司的总经理詹姆斯收到一封信，信中要求将这位年轻人派往苏格兰收取一份装潢整个城堡的订单，并让他承包写信人家族所属的几个大公司下一季度办公用品的采购订单。詹姆斯惊喜不已，匆匆一算，这一封信所带来的利益，相当于他们公司两年的利润总和！他在迅速与写信人取得联系后，方才知悉，这封信出自一位老妇人之手，而这位老妇人正是美国亿万富翁“钢铁大王”卡内基的母亲。詹姆斯马上把这位叫菲利的年轻人推荐到公司董事会。毫无疑问，当菲利打起行装飞往苏格兰时，他已经成为这家百货公司的合伙人了。那年，菲利 22 岁。

随后的几年中，菲利以他一贯的忠实和诚恳，成为“钢铁大王”卡内基的左膀右臂，事业扶摇直上、飞黄腾达，成为美国钢铁行业仅次于卡内基的富可敌国的重量级人物。菲利只用了一把椅子，就轻易地与“钢铁大王”卡内基攀亲附缘、齐肩并举，从此走上了让人梦寐以求的成功之路。这真是“莫以善小而不为”。

3. 公共关系与公关礼仪的关系

公共关系和公关礼仪都是社会交往，尤其是社会组织与公众之间的社会交往日趋频繁的产物，两者之间有着紧密的内在联系。主要表现在三个方面。

第一，从学科角度看，公共关系学是一门独立的基础性理论学科，是公共关系学科体系中的主干或核心学科，起着制约

其他一切公共关系学科发生、发展的独特作用。公关礼仪是公共关系学科体系中一门综合性的应用学科或分支学科，本质上从属于公共关系学，是公共关系学基本原理的具体应用。公共关系学所谈论的公关主体、客体和传播以及组织形象诸问题，同样适用于公关礼仪。可见，紧扣公共关系学的基本原理来研究社会交往中的礼仪，是公关礼仪作为一门独立完整的学科的本质规定性。

第二，从内容来看，公共关系与公关礼仪是同一事情的两个方面。公共关系关注于公关活动的战略规划、目标选择、实践过程等，它是一种看得见的、摸得着的、实实在在的、可以规划和记录的行为过程。而公关礼仪则是指，社会组织和公关人员在公关活动过程中必须遵守的礼仪规范、行为准则，甚至还包括沟通技巧。相比较于公关活动而言，在诸多情况下，它只能依赖个人自觉和自身的文化修养，依赖于个人的体会和熟练运用，是很难用目标、制度、标准或指标来衡量。在文明程度日益提高的今天，注重公关礼仪的程度可能超过公共关系活动的实际过程。

第三，从两者的相互关系来看，公关礼仪不是独立存在的，而是寄托于社会组织的公关活动过程之中。公共关系也不能简单化为一般性的社会关系，它的形成和完善依赖于社会组织与公众之间的沟通技巧和合作关系，特别是相互之间的尊重、平等、信任、依赖和合作关系的构建。两者和谐共存，以公共关系为主，以公关礼仪为辅，共同促进，协力作用，才能实现社会组织公关活动的最终目标。用现在比较流行的说法是，公共关系是“硬件”，而公关礼仪则是“软件”，硬件虽然不可或缺，但如果缺少软件的支持，硬件则成了摆设，什么事也干不了；没有了硬件的基础，软件则是一张空头支票。并且，通过公共关系活动与公关礼仪的恰当运用和耦合，公共关系和公关礼仪可以起到相互增进和协同发展的作用：公共关系活动