

阿尔·里斯的比喻：广告是风，公关是太阳。广告的衰落与公关的崛起。

公关共和国

广告的疯狂入侵性将使消费者失去耐心和信心；
而公关会激发消费者的潜在消费欲望，自动自觉地去选择该品牌。

小的公关人员与大的公关家之间的区别就在于做的是“术”还是“道”。

来自不同领域的40位公关精英一起开讲，这是学校没有教的实战经验，
更是公关人必备的工作秘笈，你怎能错过？

这本书告诉你公关人的挑战、公关人的乐趣、公关人的甘苦。

吴锦屏 编著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



公关共和国

吴锦屏 编著

图书在版编目(CIP)数据

公关共和国/吴锦屏编著. —武汉: 武汉大学出版社, 2007. 9
Ta 影响力丛书
ISBN 978-7-307-05765-4

I. 公… II. 吴… III. 公共关系学—研究 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 127328 号

责任编辑: 郭 静 责任校对: 刘 欣 版式设计: 詹锦玲

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 武汉精一印刷有限公司

开本: 880×1230 1/32 印张: 9.375 字数: 184 千字 插页: 4

版次: 2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-05765-4/C · 187 定价: 29.80 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

关于作者

吴锦屏

学 历：静宜大学外文系学士，赴美主修教育行政硕士。

经 历：曾任精英公关公司国外部经理、轴心公关公司顾问、樵传播公司顾问、谛怡公关顾问有限公司总经理、IPG集团旗下在台湾市场两大公关公司高诚公关与万博宣伟公关的总经理；现任福莱(中国)国际传播咨询 董事总经理(北京、广州)，在过去五年中，一举拿下集团内部公关案例竞赛的三冠王、亚洲《公关周刊》(PR WEEK)的“年度最佳新顾问公司奖”，以及国际企业传播协会(IABC)的“金鹅毛笔奖”等公关奖项。2004年7月，还凭借3M医药案例获得国际公关协会(IPRA)的“世界金奖”。2006年11月凭借百时美施贵宝“打破中草药千年迷思”及通用汽车的“巨人的第一步从心开始”，竞得公关周刊双料冠军大奖。二十年的公关生涯缔造无数企业精采出色的成功公关案例。

著 作：《卓越公关人》、《99分的记者会》、《公关共和国》、《放胆去梦想》等书。

服务客户：广州宝洁有限公司旗下玉兰油品牌(P&G-Olay)、广州高露洁棕榄有限公司(Colgate)、美国棉花公司(Cotton Incorporated)、欧米茄(Omega)、天梭(Tissot)、新加坡航空公司(Singapore Airline)、国美电器有限公司(Gome)、中粮南王山谷君顶酒庄有限公司、广东中惠集团有限公司(Zovy)、嘉顿食品贸易(中国)有限公司(Garden)、台湾太古可口可乐公司、荷商葛兰素史克公司(SB)、美国棉花协会(Cotton USA)、亚马逊书店(Amazon.com)、杜蕾斯保险套(Durex)、强生公司旗下杨森大药厂、博士伦眼镜公司、新西兰航空公司、美国肉类出口协会、双圣冰淇淋、台湾贝氏堡公司(绿巨人)、莎莎化妆品、特力股份有限公司(B&Q、HOLA)、美国惠氏药厂(Wyeth)、丽婴房、台湾百胜肯德基公司、百视达国际有限公司、台湾保丽公司(L'OREAL)、万事达卡国际组织(Master Card)、德国赛(Degussa)、西门子(中国)有限公司(Siemens AG)、通用电气(中国)有限公司(GE China)、利乐中国有限公司(Tetra Pak)、可口可乐中国有限公司(Coca-Cola)、霍尼韦尔(中国)有限公司(Honeywell)、SK-II、瑞士银行集团(UBS)、人头马(Remy Martin)、路易十三(Louis XIII)、奔迈国际(Palm One)、自然美(Natural Beauty)、香港海洋公园(Ocean Park)等。



责任编辑 郭静 责任校对 刘欣

版式设计 詹锦玲 封面设计 马重慧



关于作者

吴锦屏

学 历：静宜大学外文系学士，赴美主修教育行政硕士。

经 历：曾任精英公关公司国外部经理、轴心公关公司顾问、植传播公司顾问、谘怡公关顾问有限公司总经理。JFG集团旗下在台湾市两大公关公司高诚公关与万博宣传公关的总经理；现任福美(中国)国际传播咨询 董事总经理(北京、纽约)，在过去五年中，一举拿下集团内部公关竞赛的总冠军、亚洲《公关周刊》(PR WEEK)的“年度最佳公关公司”称号，以及国际企业传播协会(IABC)的“金钻手奖”等多项奖项。2004年7月，还凭借3M医药案例获颁国际公关协会(IAPRI)的“世界金奖”。2006年11月凭借百胜肯德基“中国中草药千年迷思”及通用汽车的“巨大的第一步”广告，荣得公关周刊双料冠军大奖。二十年的公关生涯缔造无数企业精英出色的成功公关案例。

著 作：《卓越公关人》、《99分的记者会》、《公关共和国》、《放胆去梦想》等书。

服务客户：广州宝洁有限公司旗下玉兰油品牌(Olay)、广州高露洁棕榄有限公司(Colgate)、美国棉花公司(Cotton Incorporated)、欧米茄(Omega)、天梭(Tissot)、新加坡航空公司(Singapore Airline)、国泰航空有限公司(Gome)、中粮南山山谷君顶酒庄有限公司、中粮集团有限公司(Zovy)、嘉顿食品贸易(中国)有限公司(Garden)、台湾太古可口可乐公司、荷商葛兰素史克公司(Schering)、美国棉花协会(Cotton USA)、亚马逊书店(Amazon.com)、杜蕾斯保险套(Durex)、强生公司旗下舒肤佳系列、瑞士眼镜公司、新西兰航空公司、美国肉类出口协会、欧莱华公司、台湾贝氏堡公司(绿巨人)、莎莎化妆品、裕兴股份有限公司(B&Q、HOLA)、美国惠氏药厂(Wyeth)、研美康、台湾百胜肯德基公司、百视达国际有限公司、台湾保丽公司(L'OREAL)、万事达卡国际组织(Master Card)、德固斯(Degussa)、西门子(中国)有限公司、三星(Samsung)、通用电气(中国)有限公司(GE China)、利洁时卫生纸公司(Tetra Pak)、可口可乐中国有限公司(Coca-Cola)、美国丰尔(中国)有限公司(Honeywell)、SK-II、瑞士雀巢公司(Nestle)、白兰地(Remy Martin)、爱马仕(Hermes)、Palm One、自然美(Natural Beauty)、香港海洋公园(Ocean Park)等。

OLAY



Olay PCC 全新升级新闻发布活动与林志玲合影



2007高露洁全国口腔健康活动月启动仪式-福莱工作人员与高露洁员工合影



李玟代言欧米茄
新闻发布会



陆毅参加欧米茄
香港盛大晚宴

欧米茄中港区总裁卢克勤陪Nicole参观欧米茄全球最大旗舰店





Alfred Dunhill 亚太董事总经理Tim King (左一)、中国董事总经理Jonathan Seliger (右一)、著名导演冯小刚与 dunhill red girls在登喜路午夜骑士之旅派对上



来华参加百事中国25周年庆典的百事公司董事长雷孟夫参加第12届西安国际城墙马拉松

天梭中国区副总裁
姚忠伟与大S一同
举杯庆祝双方合作
一周年



袁泉参加玉兰油双
层彩带丝润沐浴霜
活动，亲自为到场
媒体调制特别饮品



序一 魅力公关的最佳代言人

和吴锦屏的第一次见面，是个大大的惊叹号！

映入眼帘的她留着男性化的三分短发，帅气而又时尚，爽朗热情的声音紧接着从她脸上灿烂的笑容中倾泻而出，就这么地，三言两语的问候刚结束，你觉得和吴锦屏仿佛已熟识了一世纪！

中国女人中，竟有如此特殊的奇女子！

我走过 40 多个国家，自认看过不少奇葩，却仍为眼前这名女人的奇特魅力感到震慑不已。

后来跟她走动频繁了，这才发觉吴锦屏其实并非一直如此开心。过往的岁月中，她的心情也曾经 down 到谷底，身材也因而宽广变形。然而她靠着

张怡筠

* 个人沟通专家

自己强韧的生命力，洒脱地告别过去，一切重新开始，挥洒出精彩的下半场人生。而这份蜕变的深刻体验，让她更懂得珍惜所有，因而现在无论什么时候看到她，你都会感受得到她全心歌颂生命的热情。

这么用力拥抱生命的中国女子的确罕见，这也正是吴锦屏迷人之处。

吴锦屏在公关专业领域中缔造了不少的丰功伟业，能拿的国际大奖全拿了，问她哪来的这么多巧思创意，她摆出难得的出乎意料表情：

“我也不知道，只是真感谢老天爷赏饭吃！”

认真说起来，吴锦屏的卓著功绩也该归功于她的独特魅力。她很擅长说服客户，每个客户总是在不知不觉中感染了她对公关企划点子的兴奋，而显得兴致勃勃；而对于自己的员工，她不吝鼓励，有福必定同享，是个企管专家口中标准的“魅力领导者”（charismatic leader），因而不论对内对外，吴锦屏都用她的自身行为，为“魅力公关”作出最佳的诠释。

至于吴锦屏的魅力究竟何在，她的这本新书中记载着她许许多多令人赞叹的公关杰作，想要一窥她的魅力公关秘诀，这本书肯定会是个极佳的途径，相信读者在看完之后，也必定会在心中划下一个大大的惊叹号，的确，吴锦屏是魅力公关的最佳代言人！

张怡筠 博士

- ◆ 情商研究专家，是第一位以中文写作 EQ 专业书籍的学者，1996 年出版的畅销书《EQ 其实很简单》，引领华人社会重

视及学习情商的热潮。

◆ 活跃于媒体的心理学家：

- * 现任湖南卫视《变形计》，以及上海电视台《心灵花园》栏目心理学嘉宾主持
- * 央视《心理访谈》、《半边天》，湖南卫视《快乐成双》，江苏卫视《名师高徒》等节目特邀心理嘉宾



▲ 与张怡筠（右）合影

序二 百变的环境，成功的公关

公关到底是什么样的行业？说穿了简单，就是“牵线”。一个好的公关公司要具备好的穿针引线功能，要知道如何将不同功能的人及不同行业的单位组合起来。

身为一个好的公关人，更是要具有八面玲珑的个性，但最重要的是，要有超乎寻常的忍耐力及细腻的思绪，因为在穿针引线的过程中，极为琐碎的事情都能够影响到所有被牵涉的相关人员的情绪，及最后的效果。任何一个环节出点差错，都会影响到公关人日后能否接到案子。

吴锦屏，可以说是一个成功的公关人，在这个行业里面打滚已久，身经百战，磨练出一身见招拆招，应变自如的功

黄薇

*《服饰与美容》创意总监

夫。她成功的最大因素来自于她的个性，爽朗的笑声、阿莎力的精神、肯做、速度快。她的快，可以从她讲话的速度感受到，快到令人无法插嘴的余地，再加上多变的肢体语言让你目不暇接，在没有任何说“不”的空隙之下，难以拒绝她的要求。而这些并不是一种“呼拢”的手法，事实上，在每一个环节上，她都竭尽所能地顾虑到每个人的情绪及事情进展的顺利性，尤其是面对客户多变的心意、繁多的意见、预算的压力，以及媒体各种不同的要求和各方面需要摆平的问题……在事前的准备功夫及现场的控制上，让事情能不“突槌”，都需要一套本事。

举个例子，像面对我这样的人，因工作关系须身兼数职，有时是媒体，有时是名人，有时又是创意者，更是需要知道何时具备不同对待的态度。合作的舒洁案子就是最好的例子，不但能够在创意上吸引我，让我全力发挥，又能够以引言人的方式将我介绍给媒体及厂商，除了事前在创意方面得到充分的配合，事后更体贴的安排了 SPA 疗程，使我能够在辛劳后放松身心，更因为这种细心的安排，使人觉得无比的情愿。

不论潮流如何的变，在公关这个行业里，吴锦屏因为她本身所具备的特质及个性，使她能够在百变的环境中，永远做一个成功的公关人。

黄薇

瑞士留学

加拿大大学主修服装设计 & 美术商业管理

曾任：

PUMA 运动服系列主设计师

ELLE、VOGUE 等国际时尚杂志服装顾问、编辑顾问

STAR TV, TVBS, TVBS-G, TVBS-N(主播, 时尚主编, 制作人)

UFO 飞碟广播电台, NEWS 98 广播电台, UFO 飞碟广播电台
(主持人)

电影美术指导, 服装设计

多家广告代言人