

宋睿◎著

一个公关人的 自我修养

公关，
是一种行为艺术



另类公关成长升级手册
讲透职业公关的“道”与“术”

冯大辉

“小道消息”主笔

李 岷

虎嗅网创始人

徐 微

“花花世界”主笔

倾情推荐

 新世界出版社
NEW WORLD PRESS

宋睿◎著

一个公关人的 自我修养



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

一个公关人的自我修养 / 宋睿著. -- 北京: 新世界出版社, 2016.12

ISBN 978-7-5104-5997-9

I. ①—… II. ①宋… III. ①公共关系学
IV. ①C912.31

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第235881号

一个公关人的自我修养

作者: 宋睿 著

责任编辑: 贾瑞娜

责任校对: 宣慧

责任印制: 李一鸣

出版发行: 新世界出版社

社址: 北京西城区百万庄大街24号(100037)

发行部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8705 (传真)

总编室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.nwp.com.cn>

版权部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: nwpcd@sina.com

策划: 杭州蓝狮子文化创意股份有限公司

印刷: 三河市骏杰印刷有限公司

经销: 新华书店

开本: 710mm×1000mm 1/16

字数: 160千字 印张: 13

版次: 2016年12月第1版 2016年12月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-5997-9

定价: 42.00元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

公关，是一个很暧昧的词

作为一个公关行业的从业者，我经常会遇到很多人问：“你是干吗的？”

一般对初次见面的人，我总是会很客气地说：“我是做公关的。”

不出意外，多数情况下对方的面部表情总会暂时僵硬一下，随即拿出一副职业化的笑脸，说：“哦哦，公关！失敬失敬。”

这类人绝大多数是对公关丝毫没有概念，笑脸背后大概的想法就是：“就你这长相和身材也能做公关？”

也许该感谢遍布全国的夜总会的招聘小广告，从某

某种意义上说它们至少帮我们这样的职业公关从最基础形态上普及了“公关”这个职业的概念。因为至少，解释一个人尽皆知的概念总比解释“我是做多维次元空间扭曲研究”要好得多。

当然，对方怎么理解我的职业，其实我是并不在意的。

还有一些人则会摆出一副爱答不理的态度来，很客套地和我寒暄两句，心里暗骂：“这八成是个骗子。”

感谢那些把国内的公关环境做到如此不堪的诸位“前辈”们，尽管他们干的事儿和他们的名声都不怎么样，但是至少他们让公众知道了公关到底是在干点啥，而且凭借“好事儿不出门，坏事儿传千里”的基本传播规律，让更多的人知道有“公关”这么一个职业存在。

当然，有时我也会遇到一小部分人。这些人在听到我自报家门之后往往都会再追问一句：“哦？那您是在企业里做公关还是在公关公司里任职？”

一般这种人都是直接接触过公关的人，对公关这个职位有个还算比较真实的理解，知道公关还分甲方乙方。

然而这并没有什么实际意义。

因为如果我说我是在企业里做的，那么对方的表情很快就会转变为：“呵呵，混日子写稿的。”

而如果我说我是在公关公司里做的，那么对方的表情很快就会转变为：“呵呵，收钱发稿和删稿的。”

在这里必须感谢中国互联网的普及和那些曾经奋斗在媒体第一线的各位老师，至少他们能让一部分公众摆脱“公关”这个职业一定要“露大腿”的认识，多少还给公关戴了顶“文字工作者”的帽子，简直是功德无量。

如果不幸遇到的是对国内公关行业很懂的人，那么接下来的对话十有八九就会是：“哦哦，您是做线上的还是做线下的？”

不出意外，我面对的十有八九就是甲方公关或是同行。

如果我说我是做线上的，那么对方就会在非常短的时间内判定，我是个在各大网站上发稿、刷微博微信、炒作三俗事件的水军头子，然后摆出一副“我很懂”的表情追一句：“哎，最近××在微博上做得挺火啊。”

“是啊是啊。”

如果我说我是做线下的，那么对方就会在非常短的时间内判定，我是个搞发布会、办鸡尾酒派对、搭草台班子跳艳舞、出租展台展架灯光音响顺便还有可能找到小模特的业余“经济人”，然后摆出一副“哥懂的”表情追问一句，“哎，我们晚上正好有个局，能帮忙约几个姑娘出来表演吗？”

可惜我是做线上的……

在此同样要感谢现在奋战在我国公关媒体广告营销领域的各位同人们，尽管我已经找不到什么感谢的理由，但是至少我们还是能创造出一个“坦然自嘲”的圈子的。这为我们拓展客户混口饭吃打开了一扇恢宏

的大门，让我们可以瞬间产生身份认同感和地位感，用以区别那些什么都不懂的外行们。

如果我面对的都是上面这些人，其实我还是可以活得很超脱的。因为懂的人不用我解释，不懂的人我也懒得去解释。

然而面对一些人我总是很难做自我介绍。

这个人群的代表，就是我老娘。

作为一个流窜于各大城市靠耍嘴皮子过活的人来说，逢年过节总是要过一道坎的。这道坎不仅仅是老娘会问：“你这一年做的咋样啊？都干了点啥啊？”更有老娘带队去街坊邻居亲朋好友家串门时根本停不下来的炫耀：“我儿子，做互联网的！”

我竟无言以对。

每到这时，我总是想很耐心地和我老娘解释，公关到底是个什么职业，每天都干点儿啥。然而对于一个 60 多岁的老太太来说，用那些专业的术语和管理学心理学上的定义对她解释公关是干什么的，实在有点强人所难了。所以我就非常机智地举了个例子：

“娘，你看，你每天都看股市吧？为什么有时候很多人都在说一只股票特别好，赶紧买，有些时候又有很多人说，这只股票快完蛋了，赶紧跑？”

“那是因为新闻啊，有消息啊。”

“对啊，那你知道这些新闻是谁写的么？”

“.....”

“就是我这样的人写的啊！”

“那你们干吗要写这样的东西呢？”

“那是因为有这样的新闻和消息才能让你们买股票啊。你们不买股票，大股东怎么赚钱啊？”

老娘陷入了沉思，过一会，很严肃地抬起头来，对我说：“儿啊，违法乱纪的事儿不能干啊，咱不能为了挣钱就走歪路。”

我赶忙解释：“这些事儿不违法”。

“不违法就好，走，妈带你去隔壁王阿姨家转转，她闺女从北京回来了，你们俩好久没见了吧？”

转头到了王阿姨家，老娘已经一扫刚才的严肃表情，换上了逢年过节喜气洋洋的笑脸：“快跟王阿姨打招呼！好久没见着王阿姨了吧？我儿子，现在在上海，做互联网的！好几年没见小×又漂亮了，哎你听说没，网上有消息说××股票节后又要涨了.....”

.....

后来我就不再解释了。

尽管这种桥段几乎每年都会发生那么一两次，然而我已经再没有心力去向她解释“搞互联网的”和“搞互联网公关的”到底有什么本质上的区别了。或者说，她其实也不怎么想了解“互联网公关”到底是个啥，跟她解释再多其实也没有有什么用。

总而言之，在绝大多数人眼里，“公关”绝对不是什么高端大气上档次的词儿。别看圈里人各种吹捧什么优越的办公环境，弹性的工作时间，潇洒体面地在客户面前指点江山，让同龄人羡慕的优厚薪资福利，那些都是扯淡！

脏活我来干，黑锅我来背，费力不讨好，社会地位低，才是公关圈最真实的写照！

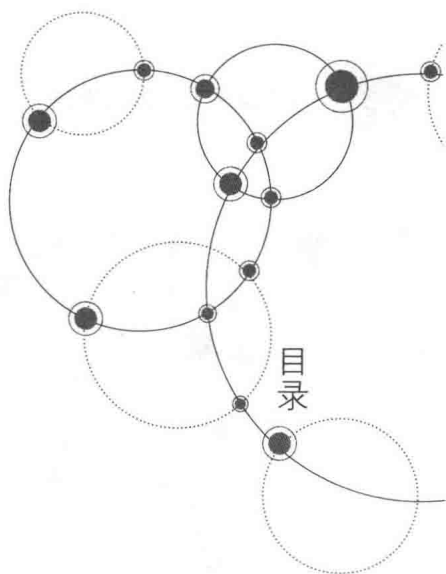
想当年，一部名为《公关小姐》的电视剧第一次将公关这个概念引入中国，让中国的老百姓第一次有了对于公关的认识。紧随其后的，就是一票国际公关公司进入中国，第一次将公关顾问服务当做科学管理的一部分来卖钱。那个时代，公关其实还算得上是一个很体面的职业。

经过了公关圈前辈和同人们 20 多年的不懈努力，我们终于从“公关人”混成了“公关”……

混成“公关”其实并不是我们想要的结果，最主要的原因还是在于混得太惨之后，就很难再有定价权了。在甲方老板面前就不能挥斥方遒了，在甲方财务总监那里就不能按时结账了，在甲方小经理面前就不能抬头挺胸了。

连饭都吃不上，还讲什么尊严？

然而我们依然混成了“公关”。这个客观而又严峻的事实告诉我，我们公关再也不能继续这样了！我们要翻身！我们要雄起！尽管有时也能混到两块骨头，但我们仍然要争取吃上大餐！



前言 公关，是一个很暧昧的词

001\ 祖传的“不专业”

006\ 这个世界为什么对公关充满了恶意？

013\ 公关是什么？

021\ 公众与话语体系

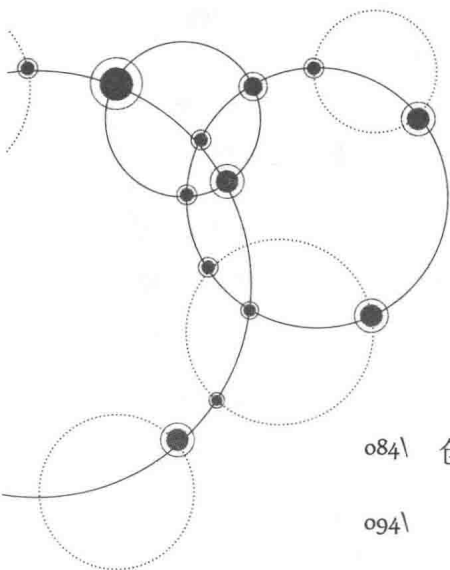
031\ 不懂传播就找不到对象！

043\ 让我们从小公司干起吧！

052\ 讲故事的基本原则

064\ 如何让你的老板觉得公关很重要

073\ 10万块的全年公关预算怎么做？



084\ 创业公司的第一场公关战

094\ “公众”的正确使用方法

122\ 甲方乙方

130\ 没有最好的乙方，只有合适的乙方

136\ 关于“公关效果”那些说不明白的事儿

144\ 公关战最重要的是“打赢”！

151\ “危机公关”是个技术活儿

168\ 巨头公司公关总监的“幸福生活”

175\ 有中国特色的“品牌帝国主义”

185\ 后记：公关的自我修养

祖传的“不专业”

作为一个入行并不算太久，并且非常渴望为我国公关事业做出一点贡献的无名公关而言，首先要做的，就是分析问题。

我们的公关圈“堕落”到如此地步究竟是因为什么呢？

于是我就翻案例。

待我花了三个多月，翻完了百度上能找到的可以算得上案例的所有案例之后，我发现，职业公关混成今天这个“怂”样，道理其实只有三个字——不专业！

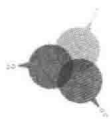
为什么不专业呢？

原因当然是多方面的。

首先，自然是理论基础上的缺失。

这个理论基础大约还是要从我们的高等教育说起。

本人虽然是国外三流大学毕业的传说中的“海带”，但还是在国



内读过一年大学的。就本人的经验和对中国高等教育的了解，我相信那些在国内正规院校公共关系管理专业毕业出来的孩子们一定会惊喜地发现，他们所面对的职业环境和他们在大学里学到的种种“专业知识”还是有着明显的差距的。

当然，这种差距不仅体现在“公共关系”这个特定的专业里，相信很多其他专业的同学也会面临如此的困境。

理论和实践产生差距的另一个原因，在于我国的高校教师制度还是有些问题的。绝大多数的高校教师、教授大都是搞学术的出身，基本没有实践经验。他们所教授的理论在逻辑层面没问题，但是在实际应用中却会面临各种各样的变化和条件约束。再加上我国少年儿童从小接受的都是应试教育，缺乏应变能力，所以当他们在大学里兴致勃勃地出来，自觉才高八斗、学富五车，想要在社会上大展拳脚闯出一番天地的时候，他们就会发现：这世界怎么不按套路来啊。

然而这些其实也并不是主要原因。有人说，既然国内的教育不行，我们去国外读一读真正的“公共关系管理”吧！

作为一个国外三流大学毕业，经历过西方老牌资本主义国家专业教育，有着丰富逃课经验的学渣，本人可以很负责任地告诉你们，至少在公共关系管理这个专业上，国外（至少是欧洲）的教育也并没有化腐朽为神奇的功力。

尽管从师资上来说，国外大学的教师一般都是有着一定从业经验的



资深人士，且从学科的搭配上，国外的大学都会为特定专业学生部署相关领域的专业课作为支持。然而“公共关系管理”却仍然是一个面临很多变量的专业。它所涉及的，不仅仅是专业本身，更有大众心理和社会特色等因素制约。由于公共关系管理本身就是一门新兴学科，那些行业的开山鼻祖们有些甚至还活跃在这个领域里，所以当年那些被当作经典的“史前时代”的案例，依然存在于我们的教科书里。

作为一个由美国人发明出来的专业，在世界上绝大多数高校公共关系管理的教科书中，美国案例的存在比例往往是最高的。同时，出现引用美国学者的研究成果和结论的比例也是最大的。这也就出现了另外一个问题：尽管道理还是这么个道理，但是应用这些道理的时候却总是会感觉哪里不太对。

于是，当很多向往公关行业或是从国内大学刚刚毕业的朋友们把我当成前辈问我该选择哪本书来提高自己的专业水平时，我总是无言以对。

有时被逼的急了，我就胡乱指着一本小册子说：“你先去看看这个吧”。

这本小册子叫《乌合之众》，是一个叫勒庞的法国人写的社会心理学“吐槽”集锦。18岁以下三观未健全的孩子们请在家长指导下阅读。

综上所述，国外大学在公共关系管理专业方面的教育虽然有一定的先进性，但并非是我国公关行业的救命稻草。因为时代在进步，科技在发展，不同的社会文化之间有着本质上的区别。虽然道理是相同的，但



是在实践上，不同的社会，不同的时间，不同的媒体环境下的执行方式却是完全不同的。

所以那些身处国内，没有机会或条件去国外读公共关系管理专业的朋友们也不必沮丧。只要掌握了正确的学习方法，在国内读书同样也可以成为公关“大咖”，变身 CEO（首席执行官），没准还能迎娶白富美，走上人生巅峰……

那么什么才是正确的学习方法呢？

各位有志向成为职业公关的同学们请注意了！各位还在公关圈里混日子的同学们注意了！各位对公关感兴趣的甲方老板们注意了！路过看热闹和八卦的同学们注意了！

在透彻扎实地掌握了公共关系管理的基础知识之后，你们首先要去补的是心理学和社会学的课程，然后你们还需要补管理学的课程，接下来你们要补市场营销学的课程，不仅如此，你们还要补组织行为学的课程，以及新闻学、广告和传播学的课程，最后，你们还需要补上人类学、哲学和宗教学的课程。

还有么？当然！比如文学、美学一类的辅助课程。

当你补完了这些功课之后，你还要去补你所从事行业的课程。比如你想在互联网公司里做公关，你得懂互联网。你想在物流行业里做公关，你得懂物流。如果你想进政府部门做公关，参加公务员考试自然是必不可少的。如果你有一天真的做上某某公关公司 CEO，你可能还得去补会

计和金融的课程。

还在等什么？快去补课吧。而对这个行业没有那么大热情的同学们，赶快放下你手中的书，早早地洗洗睡了吧！

当然，补完这些功课也还是远远不够的。就像爱迪生所说，成功就是 99% 的汗水加上 1% 的灵感，但是那 1% 的灵感才是最重要的。

真正能干好公关这一行的，都是“脑洞大开”的天才，公关所需要的，不仅仅是知识的积累和沉淀，更是创造力的发挥。

这个世界为什么对公关充满了恶意？

目前中国的公关环境是什么样子的呢？

大约就是：反正大家都不懂，所以我们就按资历排。

因为不懂，所以大家都还是在同一个维度上。尽管也会出现一些看起来貌似很亮眼的案例，然而这并不能说明我国公关行业有了什么本质上的提高。而正相反，越来越多的圈里人会被这种暂时的成功迷惑了双眼，成为另一种权威的信徒。

作为企业公关，你的职业路径莫过于公关专员，公关经理，公关总监。如果你运气好混进了某些大企业，甚至还有机会成为公关副总裁！

而作为乙方公关公司的一员，你的职业路径无非就是客户专员，客户经理，客户总监，客户群总监。如果你觉得在乙方公司太累，这个时候你就可以选择，要么去甲方公司混个总监的职位，安安稳稳地过后半辈子，要么自己拉几个朋友开个公关公司当老板。