



现代公共关系

经典案例及评析

◎ 王 娟 编著



电子科技大学出版社

C912.3/204

2008

XIANDAI

GONGGONG GUANXI JINGDIAN ANLI
JI PINGXI

现代公共关系 经典案例及评析

◎ 王 嫻 编著

电子科技大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代公共关系经典案例及评析 / 王娟编著. —成都:
电子科技大学出版社, 2008.3
ISBN 978-7-81114-777-3

I. 现… II. 王… III. 公共关系学—案例—分析 IV.
C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 024026 号

现代公共关系经典案例及评析

王 娟 编著

出 版: 电子科技大学出版社 (成都市一环路东一段 159 号电子信息产
业大厦 邮编: 610051)
策划编辑: 周清芳
责任编辑: 汤云辉
主 页: www.uestcp.com.cn
电子邮箱: uestcp@uestcp.com.cn
发 行: 新华书店经销
印 刷: 四川省地质矿产局测绘队印刷厂
成品尺寸: 140mm×203mm 印张 10.875 字数 273 千字
版 次: 2008 年 3 月第一版
印 次: 2008 年 3 月第一次印刷
书 号: ISBN 978-7-81114-777-3
定 价: 23.80 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 本社发行部电话: 028-83202463; 本社邮购电话: 028-83208003。
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。
- ◆ 课件下载在我社主页“下载专区”。

序

现在我们可以毫不怀疑地说 21 世纪是一个“公共关系”的时代，公共关系越来越成为“成功组织和人士”不可缺少的部分。如果有哪一个单位或个人大声说到“我不需要公关”，那它（他）注定不会取得成功。在当今的社会生活中，几乎没有什么力量比信息传播更具有影响力。任何组织都离不开公共关系，这并不以个人的意志为转移，单位及个人的正确选择就是要建立良好的公共关系。

就公共关系的本质而言，实践是与生俱来的特性，它所面对的是怎样有效地在组织与各类特定公众之间传递信息，建立或改善关系，这既错综复杂又变化多端。所以笔者在写作本书时最重要的目的就是“要为读者介绍一套简明的公共关系处理方法，并且通过典型的实践案例来具体阐述这些方法的应用”。学习公共关系最有效的一种方法就是通过分析现代公共关系案例来学习。这样的案例学习能够把公共关系真正地引入到我们的现实生活。

笔者根据自己十几年的公共关系教学与实践，精心选择几种典型案例，涉及媒体关系、内部关系、社区关系和消费者关系等 10 个类型的公共关系活动。在编写时，力求从教学和今后工作的实际需要出发，贯彻理论联系实际

的原则，在内容安排、编写体例、行文风格等方面，尽可能根据读者需要，有利于读者学习和把握公共关系方面的基本常识，从中了解新知识、新信息。在每个案例编写中，作者不仅能充分地展示出各种公共关系手段的运用及效果评价，更在案例之前按照公共关系的运作模式给出一个清晰的分析，同时也给读者列出案例分析的要点问题。这些内容也都增加了本书的可读性，提供了较强的可操作性。

由于本书涉及的内容很广，书中难免会有一些错漏，恳请各界读者批评指正。

祝愿每一位读者都能在公共关系活动中获得成功！

王 嫻

2008年3月

目 录

1 绪言

金奖案例

- | | | |
|----|------|---|
| 12 | 案例 1 | 从“危机”到“商机”——中美史克 PPA 事件
危机管理 |
| 28 | 案例 2 | 时空安静——奥迪 A8 新产品上市案例 |
| 41 | 案例 3 | 感性主题与策略传播——玉兰油香氛活肤沐
浴乳营销公关 |
| 52 | 案例 4 | 眺望新世纪 铿锵三人行——TCL 电脑企业形
象案例 |
| 70 | 案例 5 | 微笑洒一路 健康伴终生——高露洁“口腔保
健微笑工程 2001 西部行”医疗保健公关 |
| 80 | 案例 6 | “蓝星计划”——IBM-PC 进军二、三级城市整
合营销传播案例 |

银奖案例

- | | | |
|-----|------|-------------------------------|
| 92 | 案例 1 | “佳洁士”笑容绽放——宝洁（中国）有限公
司企业形象 |
| 102 | 案例 2 | 麦当劳圆筒献爱心——麦当劳体育公益企业形
象案例 |

- 110 | 案例3 合纵连横，上演新“三国演义”——华帝集团
“万华联盟”公关
- 122 | 案例4 “舒肤佳”共筑新世纪健康长城——宝洁（中
国）有限公司医疗保健公关
- 132 | 案例5 重塑广州大厦的品牌形象

海外经典案例

- 146 | 案例1 英国最大的儿童慈善机构——巴纳多组织新形
象的塑造
- 158 | 案例2 咨询集团公司新标识的策划和推出
- 171 | 案例3 谢菲尔德钢铁锻造厂的一次公关游说活动
- 190 | 案例4 氟利昂与臭氧层——英帝国化工公司处理环境
问题纪实
- 204 | 案例5 利利股份有限公司处理信任危机纪实
- 222 | 案例6 英国壳牌石油公司的“青春活力”工程

优秀案例

- 234 | 案例1 肯德基载誉
- 238 | 案例2 上海交警总队的公关
- 242 | 案例3 公关公司的公关
- 246 | 案例4 “圣达”一举成名
- 249 | 案例5 三菱的“正广告”与惠普之道
- 252 | 案例6 大江“启示录”
- 256 | 案例7 世界的计划——精工表

目 录

- 261 | 案例 8 白云山的企业之魂
- 266 | 案例 9 “强力”教训
- 269 | 案例 10 中华自行车爱尔兰危机公关
- 271 | 案例 11 商场联合拒销长虹, 长虹如何化险为夷
- 273 | 案例 12 中国足球队化解危机的公关
- 275 | 案例 13 顾客争座时肯德基该怎么办
- 278 | 案例 14 IBM 公司的“金环庆典”活动
- 281 | 案例 15 奥运会上的特别金牌

精短综合案例

- 286 | 案例 1 长城饭店巧用媒体
- 287 | 案例 2 2.6 万元的致歉广告
- 289 | 案例 3 洛桑模式
- 291 | 案例 4 新航空姐 千里挑一
- 292 | 案例 5 荣事达导入 CIS
- 295 | 案例 6 杉杉集团的 CIS 导入
- 299 | 案例 7 通用汽车公司的劳资“联络年会”
- 302 | 案例 8 寻求企业员工与公司利益的一致性——美国联合化学公司的节能运动
- 306 | 案例 9 一个品牌的创立——紧急寻找“小雨点”
- 309 | 案例 10 壳牌环保公司案例: 环保, 人人动手
- 316 | 案例 11 “健力宝”: 用体育公关
- 319 | 案例 12 “谨防假冒”的新闻发布会
- 320 | 案例 13 气度非凡的福特“生日”



323	案例 14 “面向未来”的四通教育赞助
325	案例 15 “砸奔事件”——失败的危机公关
329	案例 16 钱江啤酒厂挽回名誉
331	案例 17 强生公司的企业组织文案
333	案例 18 过目难忘的法国鳄鱼上海专营店
336	案例 19 宣传——驰名品牌的象征物，无懈可击的广告策略
339	参考文献
340	后记

绪 言

尽管近年来社会组织在公共关系活动方面的投入有了很大的增加，公共关系行业也付出了巨大的努力以提高人们对这方面工作的认识，但公共关系仍未获得与其他管理学科相同的社会认可和地位。这些年来，公共关系协会、公共关系顾问协会以及许多公共关系从业人员做了大量工作以使社会公众尤其是企业界了解公共关系工作的本质。不过即使这样，社会上大多数人仍把公共关系看成主要是处理媒介关系或是搞宣传。虽然进入新世纪人们对公共关系多方面的工作有了进一步的认识，但该行业的社会形象并未得到充分的改善。

本书的一个重要作用就是向读者更完整地展现公共关系工作的风貌，书中所收入的案例描述了公共关系的各个方面，也揭示了公共关系工作对成功实现组织目标的真正贡献。实际上，这些案例的最大特点在于它们审视了策划和实施公共关系活动背后的战略性思考。

虽然不奢望本书能从根本上改变人们对公共关系事业的态度，但还是愿它能有助于增进人们对现代公共关系工作的本质及内容的理解。公共关系职业这些年来一直在发展，现在社会上各种组织聘用着一批优秀的公共关系人才，许多企业主管也开始意识到有效公共关系的重要性，公共关系已时常被作为企业主管和高级董事的主要职责之一。

也许唯有通过公共关系从业人员的持续努力，以维持职业的高标准，才能逐步改变人们对公共关系职业的看法。公共关系从业人员也必须认识到唯有通过有实效的案例，才能使广大社会公众尤其是媒介理解公共关系工作的本质和真正的价值。

一、教学指南

本书旨在向公共关系从业人员和公共关系专业的学生提供这样一个机会，即通过研究反映当代公共关系实践的基本思路和操作行为的真实案例学习他人的经验。本书所录的案例涉及公共关系在各领域的应用，并涵盖了当代公共关系实践的各个方面。本书案例均由有着丰富公共关系实践经验的从业人员所提供，在此对他们表示衷心的感谢。

本书案例再现了针对具体公共问题采取有效传播手段的策划和实施过程，读者可通过学习案例了解对初始问题的分析、主要问题的界定、目标公众的确认、特定活动方案的选择和实施。本书每一案例都包括了对活动结果的描述，并探讨了活动评估的合适方法。

然而，本书案例并不只是一些描述性案例，它们有着可对活动有效性和合适性进行探讨的余地。公共关系专业教师既要鼓励学生寻求可替换的活动方式和手段，也要鼓励学生思考当背景条件不同时或采用不同的方式和手段时，活动结果会有何改变。为了方便学生和一般读者阅读本书，案例后都有作者对该案例的讨论分析，以强调可从有关案例中吸取的主要经验。

必须指出，本书中特定的案例根据现实的问题仅提供了一套解决方案，而实际上处理任何问题的办法不可能只有一种。具体的环境、可能的预算或客户的特殊要求，都会影响到活动所采用的手段。所以，读者完全可以在事后考虑解决问题的其他方法，这样做是很有意义的。在不断变化和发展的公共关系领域里，任何两位从业人员都可能拿出两套完全不同的处理问题的方案，通常对方案的采用受到时间的限制、特定公众等因素的影响。

案例研究的主要优势在于它是事后的分析，人们可以考虑情景变化下的活动战略。有时在一定的环境下，具体的公共关系从

业人员将不得不采用某一特定的战略，而案例研究则具备让学生从容客观地审视有关情况的优势。所以本书将使公共关系专业的学生和从业人员有极好的机会来学习他人的成功经验，愿他们能通过学习研究这些案例，提高自身对公共关系职业的认识。

二、公共关系案例的内涵

公共关系案例分析，在公共关系的学科体系中占有十分重要的地位。分析具体的公共关系案例，从中揭示公共关系工作的普遍本质和规律性，既能帮助我们深刻地理解公共关系的实际内涵，不断丰富、完善和发展公共关系理论，又能为公共关系实践活动提供更有效的指导。鉴于此，就有必要把握公共关系案例分析的一系列基本问题。

（一）公共关系案例的内涵

“案例”一词，源于医学，其原意是指个别病案或医案。医疗部门对病情诊断结果和处理方法有所记录，以便备案查验。这种用于分析治疗且有一定典型性的病理资料，即是一种案例。后来，案例分析被广泛应用于法学、社会学、教育学、管理学等不同的领域，并成为这些学科研究的一种重要方法。

在现代汉语里，对于案例的表述，还有个案、实例、事例、个例等，尽管表述不同，但其内涵是一致的，都是指对某一具体事件及其过程的客观描述或介绍。

公共关系案例是指对某一特定的关系活动的内容和过程所作出的客观描述或介绍。例如，“形象、声誉、创新”这一公共关系案例，是对上海荆江饭店（荆江集团的前身）公共部公共关系活动的内容和过程所作出的介绍。

（二）公共关系案例的特点

公共关系案例具有多方面的特点，其中最主要的特点有：

第一，客观性。构成公共关系案例的主要因素是客观的，案例所反映的公共关系活动的过程和结果是实实在在的现实存在的。也就是说案例是写实的，是确实发生过的公共关系事件的记载。案例的客观性要求我们在编写和分析公共关系案例时，必须坚持实事求是的原则，切忌臆造或夸大其词。

第二，典型性。案例不同于一般的事例，公共关系案例是从现实生活中发现具有代表性的典型事例，这种典型性能够体现出公共关系的现象和本质、个性和共性的统一，容易引起人们的思考和判断，具有普遍的指导意义。

第三，实践性。公共关系案例来自于公共关系实践，又反过来为公共关系的实践活动服务。通过对典型的公共关系案例的分析评价，从中总结经验教训以及公共关系工作的规律，目的是为社会组织公共关系实践提供必要的借鉴。

（三）公共关系案例的类型

公共关系案例最常见的类型有以下两种：

第一，单一性案例。这类案例矛盾单一，层次简单，线索明晰，篇幅短，针对性强，案例所反映的内容往往是公共关系活动的某一个侧面。

第二，综合性案例。这类案例包含的矛盾多样，内容有多层次、多侧面、多线索的特点，篇幅较长，案例所反映的内容往往是公共关系活动的全局性问题。

公共关系案例除了以上两种常见类型以外，有的学者还从篇幅长短的角度，把它分为小型、中型和大型三种类型；也有的学者从案例学习的功能的角度，把它分为“描述、评审型”和“分析、问题型”。“描述、评审型”案例介绍某一公共关系活动的全过程，有现成的公共关系方案和计划，要求案例使用者以公共关系的基本原理为依据，对之进行评审，指出该方案和计划的优点

和不足。“分析、问题型”案例是在公共关系的状态的描述中隐含有一定的问题，要求案例使用者把这些问题挖掘出来分清主次，探索原因，最后拟订对策，作出决定。

三、公共关系案例的构成

一个完整的公共关系案例，是内容和形式的辩证统一。公共关系案例的内容，是构成公共关系案例的所有要素的总和，是某一公共关系案例存在的基础；公共关系案例的形式，是把这要要素统一起来的结构或表现方式。

公共关系案例的基本要素主要包括以下几个方面：

第一，形象目标要素。塑造组织的良好社会形象，既是公共关系的主要职能，也是公共关系活动的根本目标。这一形象目标体现在公共关系活动的整个过程之中，因而也是贯穿公共关系案例始终的中心线索。没有形象目标的公共关系案例，算不上是真正的公共关系案例。

第二，主体要素。社会组织是公共关系的主体。一定的公共关系活动是要靠特定的社会组织去策划和实施的，离开了社会组织这一主体要素，既不能产生公共关系活动，更谈不上公共关系案例的存在。

第三，客体要素。任何公共关系的活动都有特定的公共对象，即公共关系的客体。公共关系的目的是使社会组织在公众中树立良好的形象，获得公众的理解、支持与合作。没有公众，则无公共关系的指向对象；没有指向对象，便无公共关系本身。所以客体要素是公共关系案例不可缺少的。

第四，传播沟通要素。社会组织在调查研究的基础上，策划出塑造组织良好形象的公共关系行动方案，展开活生生的公共关

系活动过程。因此，传播沟通是社会组织公共关系活动由可能转化为现实的必要途径，理所当然是公共关系案例构成的重要因素。

第五，环境要素。任何公共关系活动计划的制订、方案的实施，都要受到当时的政治、经济、文化以及其他各种社会条件的制约和影响，社会环境的差异性决定公共关系内容和方法的特殊性。公共关系活动本身要考虑环境要素，公共关系案例也同样不可忽视环境要素。

四、公共关系案例的分析与利用

公共关系案例分析，是指对社会组织所发生的某种公共关系事件进行分析研究，探索其原因，审察其过程，剖析其现状，从而获得对该事件所体现的公共关系活动规律的把握。公共关系案例的利用，在这里仅指案例法作为一种教学手段，如何运用于公共关系教学过程的问题。

（一）公共关系案例分析的意义

公共关系案例分析具有重要的理论意义和实践意义。

在理论上，公共关系案例分析有助于进一步丰富公共关系的理论内容。任何公共关系案例都或多或少地蕴涵着公共关系的思想，因此，案例分析可以通过从个别到一般、从具体到抽象的认识方法，以揭示蕴涵在这些案例中的公共关系思想，探寻带有普遍指导意义的内在规律，使之上升到一般理论的高度，这是公共关系案例分析的根本所在。公共关系的案例分析不仅有助于丰富公共关系理论内容，而且还有利于加深对公共关系理论的理解。因为案例分析采用的是从个别到一般，从具体到抽象的认识途径，与一般教学中以抽象理论为依托、以具体事例为佐证的做法正好相反，所以相对来说比较易懂、易记。

绪 言

在实践上，公共关系案例分析的意义表现在：

第一，典型示范。从典型的公共关系案例中总结出来的原则、方法、经验和教训，能反映出特定时代某种关系活动的内在规律性，它对其他组织开展公共关系活动同样有着借鉴和示范的价值。

第二，实践指导。公共关系案例本身是理论联系实际的桥梁。案例分析最突出的优势之一，便是采集了大量事实事例作为分析内容。优秀的公共关系案例，往往以公共关系的现实对象、事实为依据并将理论知识寓于案例之中，通过分析，可以使大量的感性经验上升为理性认识，从而进一步指导公共关系的实践活动。

第三，技能转换。公共关系案例分析首先能使学习者掌握公共关系的知识，但其根本目的是要使学习者将知识转化为技能。一般的学习者经过严格而系统的公共关系理论训练，其公共关系理论知识掌握比较全面，但由于缺乏公共关系的实际操作经验，往往导致能力的缺乏。而通过公共关系案例分析则可以提高其解决问题的能力。因而，它是公共关系知识转化为技能的重要手段。

（二）公共关系案例分析的程序和方法

公共关系案例分析，通常是按照下列程序来进行的：

第一，阅读案例，发现问题。阅读案例，是分析案例的前提。通过阅读，可以从中发现可供分析的材料和数据，发现有关公共关系的问题，做到胸中有数。

第二，确定重点，提出思考。这是公共关系案例分析不可缺少的部分，它直接影响案例分析者对案例主旨的挖掘，制约其对案例思想的分析。它是对案例正文内容提出一系列发人深省的问题，引导人们开动脑筋，发挥想象，通过探索，获得答案。提出



思考应抓住正文的主要矛盾，顾及公共关系的不同角度，以便运用基本理论解决实际问题。案例思考符合启发性原则，要能使人对正文内容在理论与实践上有独立思考的余地。

第三，深入分析，得出结论。这是案例分析的最重要的一环。它概括实践，阐述理论。深入分析，就是将案例现象整体分解为各个部分、方面、侧面、特征来加以认识，这是从现象逐步深入到本质的过程。得出结论，就是将案例现象的各个部分、方面、侧面、特征的认识综合起来，从总体上来把握公共关系活动的本质和规律性。

公共关系案例分析的方法，常见的有两种：

第一，专题型分析。即抓住案例中出现的某一问题、某一角度、某一个侧面深入地分析。这种分析的优点在于重点突出，目标集中，可以通过一个具体问题来剖析，把该问题的来龙去脉，因果联系，主要的技巧等等说深说透，从而使学习者对某一问题有个深入的了解。

第二，综合型分析。即对案例所反映的问题进行全面的分析。这类分析完整而全面，常常是主干分析与辅助分析、正向切入与反向倒推、正面论述与反面印证等交叉使用，相辅相成，有利于学习者把握全貌。

当然，上述两种案例分析方法都有局限性。专题型分析易产生以偏概全，抓住一点不计其余的倾向。综合型分析难免因头绪众多，使分析停留于问题的表面，而不做更深刻的研究。

（三）公共关系案例的运用

案例运用于教学，这种方法早已有之。有资料表明，美国哈佛大学商学院的研究生，教学大纲规定必须在两年中以各种方法接触至少 1 000 个案例，借以培养学生的实际操作能力，丰富管理经验，所以，这些学生往往一毕业就可走上高级管理人员的岗位。