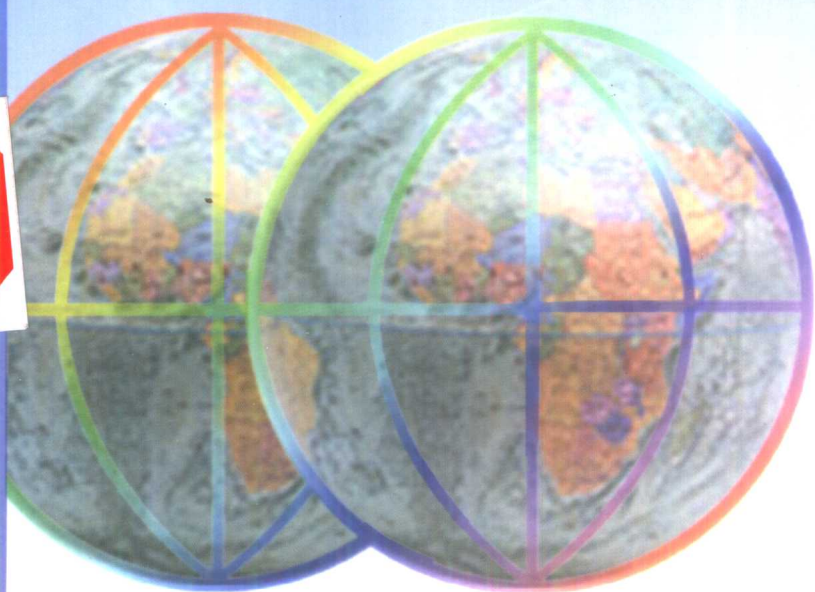


涉外 公共关系概论

何明宝 陈 檣 编著
余立波 张斯忠



中国科学技术大学出版社

涉外公共关系概论

何明宝 陈 樯 编 著
余立波 张斯忠

中国科学技术大学出版社

2000·合肥

图书在版编目(CIP)数据

涉外公共关系概论/何明宝 陈樯 余立波 张斯忠 编著.
—合肥:中国科学技术大学出版社,2000.1
ISBN 7-312-01082-2

I. 涉……

II. 何……

III. 公共关系学—涉外

IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 27639 号

中国科学技术大学出版社出版发行
(安徽省合肥市金寨路 96 号,邮编:230026)

中国科学技术大学印刷厂印刷

全国新华书店经销

开本:850×1168/32 印张:12.75 字数:331 千

2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

印数:1—5000 册 定价:19.00 元

序

值此辞旧迎新之际,站在世纪的交汇点,我们对未来更加充满信心。百年回首,沧桑巨变。本世纪最后 20 年,改革开放使中华民族的强国之梦从理想变成现实。如今新世纪的曙光已经到来。社会主义中国将更以全方位对外开放的姿态面向整个世界。在新的一年里,将会有更多的中国组织与公众走出国门,参与涉外活动,拓宽海外、境外业务,运用公关艺术塑造良好的组织形象。他们非常渴望了解世界,了解各国的风土人情、人际交往的艺术,了解他们的生活习惯与禁忌,以便友好交往,发展友谊,从而与其他国家的组织与公众一起,为营造和谐的生存与发展环境而共同努力。因而,时代呼唤涉外公关,它是满足涉外组织与涉外公众需求和社会发展之必然。

改革是我国社会主义事业发展的根本动力之一,开放使我们密切了与各国人民的联系,增强了与各国人民的友谊与团结,社会主义事业所取得的每一项成就离不开改革开放,改革开放造就了公共关系事业,使它从无到有,从小到大,从国内到国外,经历了从引进、借鉴到继承、创新的几个发展阶段。目前,公共关系作为一门新的学科,崭新的职业正越来越受到社会各界的关注和青睐。它的形成和发展,不仅推动了我国现代化进程,而且是走向国际社会桥梁之一。

坚持改革开放是我国的强国之路。当前,我国的改革开放正进入一个新的发展阶段。社会组织与公众迫切需要学习与充实涉外公关的知识,掌握开展涉外公关的技能、技巧。由何明宝、张斯忠等编著的《涉外公共关系概论》一书的出版正逢其时,它的意义在于不仅填补了公关学科的空白,拓宽了公关研究的领域,形成了

我国公关事业发展的新的生长点,而且适应了我国改革开放和国际市场一体化潮流的需要,体现了当代发展的新趋向,这在公关发展史上将会留下生动的一笔。

《涉外公共关系概论》一书主题鲜明,结构严密,内容丰富,体系完整,作者从“涉外”的角度,多视角、多层次地阐述了公关知识、操作要领、案例分析,给人以启迪。这是一本融科学性、知识性、趣味性与可操作性于一体的有益读物,它有助于提高社会组织与个人的涉外知识素养与从事涉外公关的综合能力。

《涉外公共关系概论》一书的体系结构由三部分组成。一是涉外公关的知识。主要包括涉外公关的科学内涵与产生过程;结构要素的主体、客体、媒体与环体;运营的原理、原则与意识;履行的职能、机构与人员等。二是涉外公关实务。主要包括涉外公关实务的一般程序;危机与误区的成因分析;谈判、礼仪及有关法律、宗教、世界风情等。三是涉外公关案例的选编与个案评析。这三部分内容各有特点,联成一体,前后连贯,步步深入,从理论到实践,从认知到操作,符合认知规律与可接受性原则,既便于人们读懂,又易于人们学会操作,充分体现了书的自身价值和将引起的社会效应。

《涉外公共关系概论》是一本具有新颖、独创、开拓特点的书。它与一般的公关书籍不同,突出“涉外”的公关内容。因而,它必须综合应用一般公关的原理与实务知识,联系涉外活动,进行再创造,充分表现个性和特点,体现自身特殊的社会价值。它与涉外的礼仪书籍不同,内容全面、系统,自成一体,从涉外公关原理到实务以及案例分析,几乎涵盖了公关专门学科的知识,当然也覆盖了公关礼仪的知识,两者是整体与部分的关系。它与国际公关书籍不同,关键是研究的对象、领域与特点的区别。国际公关的研究对象是单一的,主要是跨国公关实务活动和国际公关界的交流与合作,而涉外公关学是研究涉外公关状态、活动及其规律的关系管理的理论体系。因而,涉外公关活动涉及涉外组织、涉外公众、涉外媒体、涉外环体四大要素和涉外公关状态、职能活动和运营操作等

各个方面。其研究对象远比国际公关广泛;而在研究领域方面,国际公关主要是研究国际公关实务的操作活动,涉外公关则涉及涉外公关的历史、理论、实务各个领域。研究的特点上,国际公关集中在跨国性的制度、法规、宗教、风俗习惯。涉外公关则除了体现跨国性外,研究国际公众关系的广泛性、传播沟通的复杂性与涉外活动的风险性等诸多特点,因而,涉外公关与国际公关的区别,不单纯是涉外用词的概念不同,而是作者力图建立一门新型整体的涉外公关的学科,尽管这在公关学科群中还是一门年轻的正在建设中的学科,作者锐意创新和积极进取的精神是极为宝贵的。

《涉外公共关系概论》一书的精髓是“关系管理”的原理与实务操作,作者在书的导论中就从“关系”阐述着手,以此揭示“涉外公关”作为特殊社会结构四要素的分析、涉外公众关系的协调与管理,进而推出了处理涉外公关危机与误区的成功经验与案例分析。由此可见,“关系管理”是贯穿全书的一条主线,抓住这条主线,对全书的脉络和结构就一目了然了。这是本书的精髓,也是作者奉献给读者打开涉外公关大门的一把金钥匙。

《涉外公共关系概论》一书的作者是一批长期从事公关教学与研究的高校教师,他们充分利用高校教育资源的优势,深入涉外部门,广泛开展调查研究,查阅大量文献资料,经过长期探索、潜心研究,撰写了这本著作。这是他们在教学实践中成功经验的结晶,也是他们在科学研究中所取得的最新成果,对正在蓬勃发展中的涉外公关事业具有现实的指导意义。

世纪交汇,承前启后,继往开来。面向 21 世纪的涉外公关前景会进一步看好,在我们这个共同居住的地球村中,涉外公关将成为我国组织与公众在涉外活动中入国随俗、友好交往、广结人缘的纽带,愿这本著作成为涉外组织应遵循的公关指南,为塑造涉外组织与公众的良好形象发挥积极作用。

邱伟光

于 1999 年 12 月 上海

内 容 简 介

本书是为适应我国涉外工作之需,总结涉外组织公关经验而写的。它阐述了涉外公关的界定、要素、运营的原理与原则,特别是对涉外公关危机与误区的成因及如何规避作了深入的剖析,介绍了涉外谈判与法律,三大宗教与世界风情和礼仪,并有十多篇涉外公关案例,可以给人们多方面的启迪。本书具有新颖性、独创性、开拓性、可操作性,可作公关爱好者、公关从业人员、涉外组织的业务参考书,更是有志于开辟海外、境外市场人士的益友,适用于各级各类院校涉外专业的教材。

目 次

序	邱伟光 1
---------	-------

第一章 导论	1
--------------	---

第一节 涉外公共关系概述	1
--------------------	---

一、涉外公共关系的涵义	1
-------------------	---

二、涉外公共关系的特点	5
-------------------	---

三、涉外公共关系学及其研究对象	7
-----------------------	---

四、涉外公共关系学的特点	9
--------------------	---

第二节 涉外公共关系的产生	10
---------------------	----

一、对外交往的需要	10
-----------------	----

二、改革开放的需要	12
-----------------	----

三、实现价值观的需要	13
------------------	----

四、便于操作的需要	14
-----------------	----

五、中国涉外公共关系的出现	14
---------------------	----

第三节 学习涉外公共关系的意义	15
-----------------------	----

一、有助于涉外组织的发展	15
--------------------	----

二、有助于涉外组织成员的发展	15
----------------------	----

三、有助于社会的稳定和发展	17
---------------------	----

第二章 涉外公共关系的历史回顾	18
-----------------------	----

第一节 涉外公共关系的历史轨迹	18
-----------------------	----

一、公共关系的产生	18
-----------------	----

二、人类社会早期的准公共关系活动	19
------------------------	----

三、涉外公共关系的萌芽	21
-------------------	----

四、涉外公共关系的创立·····	26
第二节 现代公共关系的兴起和发展·····	26
一、现代公共关系兴起的前提·····	26
二、现代公共关系产生的过程·····	29
三、现代公共关系的发展及其特点·····	32
四、中国现代公共关系的走势和特点·····	35
第三章 涉外公共关系主体 ·····	38
第一节 涉外组织概述·····	38
一、社会组织·····	38
二、我国涉外组织的产生·····	40
三、涉外组织在涉外公关中的地位与作用·····	41
第二节 涉外组织的分类、结构与特点·····	44
一、涉外组织的分类标准·····	44
二、涉外组织结构·····	44
三、涉外组织的特点·····	45
第三节 涉外组织形象·····	46
一、涉外组织形象概述·····	46
二、涉外组织形象的特点与作用·····	49
第四章 涉外公共关系客体 ·····	56
第一节 涉外公众概述·····	56
一、公众的涵义·····	56
二、公众的特点·····	57
三、涉外组织公众·····	59
第二节 涉外公众特点及分类·····	61
一、涉外公众的特点·····	61
二、涉外公众的分类及其作用·····	63
三、如何筛选“关系”、培养“关系”及使用“关系”·····	64

第五章 涉外公共关系媒体	69
第一节 涉外公共关系媒体概述	69
一、涉外公共关系媒体的涵义	69
二、涉外公共关系媒体的作用	71
三、涉外公共关系媒体的特点	72
四、运用涉外公共关系媒体的原则	73
第二节 涉外组织的公共关系传播	76
一、传播概述	76
二、涉外公共关系媒体	81
第三节 涉外公共关系的实施途径	85
一、实施途径	85
二、涉外公共关系实施方法	88
第六章 涉外公共关系环体	95
第一节 涉外公共关系环体概述	95
一、涉外公共关系环体的涵义	95
二、涉外公共关系环体的类型	96
三、涉外公共关系环体的特征	103
四、涉外公共关系环体的作用	106
五、涉外组织与环体的关系	107
第二节 涉外公共关系环体的量度	109
一、环境量度的主要内容	109
二、涉外公共关系环体的量度	111
三、组织内部环体的量度	114
第三节 涉外公共关系环体的利用	121
一、正确认识涉外公共关系环体	121
二、自觉适应涉外公共关系环体	122
三、充分利用涉外公共关系环体	123

四、努力改造涉外公共关系环体	124
第七章 涉外公共关系原理、原则与意识	126
第一节 涉外公共关系运营的基本原理	126
一、系统原理	126
二、动力原理	130
三、安全原理	135
四、原理的相互关系	140
第二节 涉外公共关系运营的原则	141
一、相互尊重,平等待人	141
二、因人制宜,因势利导	142
三、平等互利,求同存异	143
四、内外有别,协同对外	144
五、把握时机,兴波扬浪	144
第三节 涉外公共关系意识	146
一、什么是涉外公共关系意识	146
二、涉外公共关系意识的特征	146
三、现代涉外公共关系意识的内涵	147
第八章 涉外公共关系职能	151
第一节 搜集情报	151
一、搜集情报	151
二、搜集情报的方法	153
三、情报的处理	156
第二节 决策咨询	158
一、决策咨询概述	158
二、决策咨询的内容	159
三、决策咨询的特点和作用	164
第三节 沟通协调	165

一、涉外沟通	165
二、涉外协调	166
三、涉外沟通与协调的方法与目标	167
第九章 涉外公共关系机构及成员	169
第一节 涉外公共关系机构概述	169
一、公共关系机构概述	169
二、涉外公共关系机构设置的途径与原则	173
第二节 涉外公共关系人员	177
一、涉外公共关系人员的素质和能力	177
二、涉外公共关系人员的培训	182
三、涉外公共关系人员的职业道德	184
第十章 涉外公共关系程序	190
第一节 涉外公共关系调查	190
一、调查内容	190
二、调查方法	192
三、调查要求	193
第二节 涉外公共关系计划的制定	195
一、确定涉外公关活动的目标	195
二、制定涉外公关活动的计划	196
三、制定涉外公关计划的基本要求	198
第三节 涉外公共关系的传播实施	199
一、选择传播的方法	199
二、策动传播的要求	200
三、提高传播的效果	202
四、排除传播的障碍	203
五、做好传播中的工作	205
第四节 涉外公共关系运营结果的评估	206

一、评估效果	206
二、报告方法	207
三、评估结果的利用	208
第十一章 涉外公共关系危机与误区	211
第一节 涉外公共关系危机	211
一、涉外公共关系危机的涵义	211
二、涉外公共关系危机的特点与后果	213
三、涉外公共关系危机的原因	216
四、解决涉外公共关系危机的对策	221
第二节 涉外公共关系误区	225
一、涉外公共关系误区的涵义	225
二、涉外公共关系误区的危害	226
三、涉外公共关系误区的成因	227
四、涉外公共关系误区的特点及类型	230
五、如何避免陷入涉外公共关系误区及如何走出误区 ..	232
六、涉外公共关系危机与误区研究的意义	234
第十二章 涉外公共关系中的谈判常识	236
第一节 涉外公共关系谈判概述	236
一、涉外公共关系谈判涵义	236
二、涉外公共关系谈判的特点	238
三、涉外公共关系谈判的文本要求	240
第二节 涉外公共关系谈判的原则	241
一、做大“蛋糕”原则	241
二、竞争原则	243
三、灵活原则	243
四、依法原则	244
五、平衡原则	244

六、表述严谨原则	245
第三节 涉外公共关系谈判程序	245
一、准备阶段	245
二、初谈阶段	247
三、进入高潮	248
四、签订合同	250
五、执行合同	251
第四节 涉外公共关系谈判僵局及其化解	252
一、涉外公共关系谈判僵局的形成	252
二、涉外公共关系谈判僵局的化解技巧	253
第十三章 涉外公共关系中的法律常识	257
第一节 涉外公共关系与法律	257
一、法的涵义与特点	257
二、涉外公共关系与法的区别	259
三、法在涉外公共关系活动中的作用	259
四、法律手段和涉外公关手段的关系	261
第二节 涉外经济合同法	263
一、涉外经济合同	263
二、涉外经济合同的订立	263
三、涉外经济合同的无效	266
四、涉外经济合同的履行和违约	266
五、涉外经济合同的变更、解除和转让	267
六、争议的解决	268
第三节 涉外税法	268
一、涉外税收法律制度	268
二、关税	269
三、中外合资经营企业所得税	270
四、外国企业所得税	272

五、个人所得税	273
六、工商统一税	275
七、房地产税	275
八、车船牌照税	276
第四节 涉外经济纠纷的解决	276
一、涉外经济纠纷解决的方法	276
二、涉外经济纠纷的调解	277
三、涉外经济纠纷的仲裁	279
第五节 知识产权与涉外法律	284
一、知识产权	284
二、涉外法律问题	287
第六节 国际法、国际贸易法及境外法律问题	289
一、国际法、国际惯例和条约	289
二、国际贸易法	290
三、国际产品责任法	292
四、国际反倾销法	293
五、境外的法律与法规	
第十四章 涉外公共关系中的宗教常识	296
第一节 现代社会与宗教	296
一、为什么要学习宗教常识	296
二、信仰与情感的转化	297
三、精神与行为的调节	298
第二节 基督教简介	299
一、基督教的产生	299
二、基督教的两次大分裂和传播	300
三、经典和教义、礼义和崇拜	301
四、对文化艺术的影响	302
第三节 佛教	304

一、佛教的产生	304
二、佛教的基本教义及其分裂	305
三、佛教对文化的影响	306
四、佛教的传播与节日	307
第四节 伊斯兰教	308
一、伊斯兰教的产生	308
二、教义和宗教制度	309
三、伊斯兰教的教派分裂与传播	310
四、对人类文化的影响	311
第十五章 涉外公共关系礼仪	313
第一节 涉外公共关系礼仪概述	313
一、礼仪浅析	313
二、涉外公共关系礼仪及其重要性	314
第二节 涉外公共关系礼仪常识	316
一、谈吐与举止	316
二、介绍与称呼	319
第三节 社交形象	322
一、自身仪表	323
二、约会与拜访	325
三、外事日程与邀请的书面形式	327
第十六章 世界风情简介	331
第一节 亚洲风情	331
一、阿拉伯半岛风情	331
二、巴基斯坦和印度风情	332
三、日本与韩国风情	333
四、泰国风情	335
第二节 非洲风情	336

一、埃及风情	336
二、南非风情	337
第三节 欧洲风情	337
一、德国风情	338
二、英国风情	339
第四节 北美洲风情	340
一、美国风情	340
二、加拿大风情	341
第五节 南美及大洋洲风情	342
一、南美洲风情	342
二、大洋洲风情	343
 第十七章 涉外公共关系案例研究	345
第一节 涉外公共关系案例概述	345
一、涉外公共关系案例涵义	345
二、学习涉外公共关系案例的意义	346
三、涉外公共关系案例的类型	347
第二节 怎样编写涉外公共关系案例	348
一、涉外公共关系案例的内容	348
二、涉外公共关系案例的编写	349
三、案例撰写的原则	351
第三节 涉外公共关系案例分析	352
一、案例分析的意义	352
二、涉外公共关系案例的分析方法	353
三、涉外公共关系案例分析的程序	353
 第十八章 涉外公共关系案例选编	355
一、总统为学生捎口信	355
二、“真由美”的“洞房”	358