

中国实用公关咨询大全

● 郑崇田 主编 ● 吉林大学出版社



中国实用公关咨询大全

主 编 郑崇田

副主编 郎岱坤 张 燕

宋九才 莽若萍

编 委 (按姓氏笔划为序)

及学忠 王 虹

王景丹 田 禾

刘 坚 李 力

宋九才 张 宁

张 燕 郎岱坤

郑崇田 莽若萍

吉 林 大 学 出 版 社

中国实用公关咨询大全

主编 郑崇田

责任编辑：黄曼萍

封面设计：张沐沉

吉林大学出版社出版
(长春市东中华路29号)

吉林省新华书店发行
长春市全安印刷厂印刷

开本：850×1168毫米 1/32

1990年9月第1版

印张：17.125

1990年9月第1次印刷

字数：433千字

印数：1—15 000册

ISBN 7—5601—0604—8/Z·20

定价：8.70元

前 言

“公共关系”（又称“公共关系学”或“公关”），根据《韦氏新九版大学辞典》记载，出现于1807年，距今已近200年，公共关系事业，自1903年美国李艾维创办宣传顾问事务所，至今也已有近百年的历史了。到了本世纪50年代，公共关系的组织和活动，几乎已遍布世界五大洲，并于1955年在英国伦敦成立了国际公共关系协会。随着改革开放政策的实施，公共关系这一“热流”，于1981年也从改革的窗口跃入我国，并于1987年在北京人民大会堂成立了以中国共产党中央顾问委员会主任薄一波为名誉主席的中国公共关系协会。随之，公关小姐、公关先生，公关协会、公关学会，公关学校、公关培训班，公关刊物、公关专著，以及公关部和公关公司，等等，应运而生，并迅速遍布全国，“公关”一词也成了人们交谈的热门话题。目前，公共关系在我国正在被越来越多的人所了解、喜欢和掌握，也正在使越来越多的人变得文明、友好和愉悦，……

公共关系为什么在世界各国都传播得如此迅速呢？这还得从公共关系学的概念说起。

公共关系学，是研究社会主体在了解客体行为、意识和相互关系的基础上，以满足客体需求调动其为主体服务的积极性，促进主体事业成功的综合性和边缘性的应用科学，是人学的重要组成部分。

既然公共关系是促进事业成功的科学，当然人们便都乐于了解和掌握它。况且，公共关系是一种客观存在而又人人都摆脱不了的社会关系；凡有人群的地方，都存在着团体与团体或团体与

公众、团体与成员，以及成员与成员的关系。其实，对这种关系的研究与处理，在我国也是曾经有过的，诸如历史上的“将相和”、“联横”，以及抗日战争时期的统一战线，等等，就是较好处理公共关系的范例，只是我们以往没有从公共关系的角度去研究和认识而已。此外，公共关系在我国传播得之所以如此迅速，与其在我国所具有的特殊效用也是密不可分的。

公共关系是商品经济得以发展的理想“伴娘”。随着放革、开放、搞活，我国的商品经济得到了迅速发展，而商品经济发展中所遇错综复杂的纵横关系，当然更需要有位能够协助予以妥善处理的理想“伴娘”。这理想的“伴娘”，便是公共关系，因为它是专门通过处理纵横关系而创造良好环境，促进主体事业成功的。

公共关系是社会主义精神文明建设的重要内容。社会主义精神文明建设，是我国社会主义现代化建设的重要任务之一，包括热爱党、热爱社会主义、热爱祖国和热爱集体等诸多的教育。而公共关系则专门倡导对人要谦和，对事业要奉献，并通过塑造个人良好形象而塑造团体的良好形象。这与社会主义精神文明建设的要求是一致的，而且形式新颖，便于传播和接受。

公共关系是巩固和发展安定团结大好形势的有效措施。安定团结的环境，是顺利进行社会主义现代化建设的重要保证，而公共关系的重要任务之一就是通过对妥善处理诸方面关系，求得内部的融洽和团结，进而减少内耗，增强活力。这与我们党所主张的通过正确处理人民内部矛盾，进而巩固和发展已取得的安定团结的大好形势的精神恰相吻合，而且效果显著。创造安定团结的良好环境，不仅四化需要，而且家庭也是非常需要的，因为它也是个人事业成功的重要保证。

公共关系在我国之所以具有如此特殊的效用，究其原因，就是因为公共关系的基本原理在客观上恰恰体现了毛泽东同志关于正确处理人民内部矛盾的学说。如，毛泽东同志一贯主张人民内部要

团结，强调“首先需要从团结的愿望出发”（《关于正确处理人民内部矛盾的问题》），并“注意团结那些和自己意见不同的同志一道工作”（《党委会的工作方法》），公共关系则倡导“平等”、“和谐”和“内求团结”；毛泽东同志主张“书记和委员，中央和各中央局，各中央局和区党委之间的谅解、支援和友谊比什么都重要”（同上），公共关系则倡导“友情”、“尊重”和“待人宽容”；毛泽东同志主张“关心党和群众比关心个人为重，关心他人比关心自己为重”（《反对自由主义》），公共关系则倡导“塑造团体形象”和“旨在奉献”，等等。

综上所述，公共关系尽管是在外国形成和发展起来的，但在很大程度上也是非常适用于我国的。正因如此，所以许多同志都急于了解公共关系知识，掌握公共关系技巧，但又苦于资料太少，难以寻找。鉴于此，为了满足广大读者的需要，并进一步传播公共关系知识，推动我国公共关系事业的发展，我们特邀请了广州、郑州、北京和长春等地的有关专家、学者和实践家，结合实际编写了《中国实用公关咨询大全》。书中分专题介绍了公共关系的原理、意识、形象、心理、决策、语言、写作、人员素质及其培训等基础知识和政府、军警、学校、企业、税务、秘书、人事、文体、服务、旅游等方面的公关技巧，以及公关案例，还介绍了中外公关组织及其原则、公关专著出版和公共关系发展的有关情况。

《中国实用公关咨询大全》即将同大家见面了。本书的出版，必将会在我国普及公共关系知识、传播公共关系技巧、培养公共关系人才和发展公共关系事业上起到推动作用，并将会在我国社会主义精神文明建设和四化建设，以及巩固和发展安定团结的大好形势中发挥一定的作用。相信，本书将会成为您的忠实朋友，并将会成为您事业成功的得力助手。诚愿您能够喜欢这本书。

在本书编写过程中，曾经参阅了许多专家的名著，也得到了

许多同志的支持，特在此一并表示谢意。

“丑媳妇难免见公婆”。本书尽管同大家见面了，但由于水平所限，故书中不当之处在所难免。诚望各位专家、学者、实践家和广大读者不吝赐教。

亲爱的朋友，愿您的生活象夏天一样——开满鲜花，愿您的事业象秋天一样——结满硕果。

谢谢！

郑崇田

1990年7月10日

目 录

第一编 公共关系基础

一、公共关系概说	1
1. 公共关系的概念	1
2. 公共关系的三要素	2
3. 公共关系是当代世界的一种文化现象	4
4. 自觉的公共关系活动是社会发展和文明进步的标志	5
5. 当代领导者应首先具有公关意识	6
6. 公共关系是当代青年热衷的理想职业	7
7. 世界性的公共关系业务是怎样发展起来的	9
8. 开展公共关系活动的目的	11
9. 如何借鉴国外公关学并建立我国的公关学理论体系	12
10. 怎样理解公共关系学的实用性和综合性	14
11. 公共关系中的公众系统是指什么说的	15
12. 如何理解公共关系的辐射面	16
13. 现代公共关系的模式	17
14. 公共关系能引导企业走出困境	19
15. 怎样建立单位的公共关系部	20
16. 如何分辨您的公众	22
17. 公共关系中舆论传播的基本模式	23
18. 怎样使劝导传播取得良好的效果	24
19. 新闻传播有哪些主要特点	25
20. 传播社会热点问题应当注意什么	26

二、公共关系意识	26
1. 什么是公共关系意识.....	26
2. 公共关系意识的产生.....	28
3. 在现代经济生活中为什么要具有商品意识.....	29
4. 为什么说民主意识是公共关系产生和发展的政治 前提.....	30
5. 传播意识在公共关系活动中的意义.....	31
6. 形象意识是公共关系的基本观念之一.....	32
7. 在公共关系活动中为什么要强调信誉意识.....	33
8. 公众意识在公共关系活动中具有怎样的意义.....	34
9. 现代社会为什么要求人们具有信息意识.....	36
10. 怎样认识公共关系活动中的效益意识.....	37
11. 进行公共关系活动为什么要具有协调意识.....	38
12. 怎样在公共关系活动中体现整体意识.....	39
13. 在社会组织与众公的合作发展中为什么要有互惠意识.....	41
14. 行为意识是一种现代管理意识.....	42
15. 为什么说环境意识体现了公共关系的基本精神.....	43
16. 目标意识是怎样规范公共关系活动的.....	44
17. 公共关系思想也是一种管理意识.....	46
18. 为什么说人才意识体现了现代领导观念.....	47
19. 在公共关系活动中为什么要强调服务意识.....	48
20. 为什么说参与意识强化了公共关系的社会职能.....	49
21. 为什么在公共关系活动中也要强调竞争意识.....	50
22. 开展公共关系活动要具有创新意识.....	51
23. 开放意识具有哪些公共关系特征.....	53
24. 怎样认识科学预测和管理决策中的超前意识.....	53
25. 在现实生活中应该提倡什么样的自我意识.....	55
26. 公共关系活动中的道德意识.....	56
27. 怎样增强公共关系活动中的法律意识.....	57

28. 文化意识是怎样影响公共关系活动的·····	58
29. 从事公共关系活动需要具有情感意识·····	59
30. 审美意识在公共关系中具有什么意义·····	60
31. 公共关系意识和人际关系意识的关系·····	61
32. 掌握了公共关系技巧就等于具备了公共关系意识吗·····	63
33. 公共关系意识是怎样决定公共关系的行为准则的·····	64
34. 公共关系活动中的语言艺术是怎样体现公共关系 意识的·····	66
三、公共关系形象·····	67
1. 什么是公共关系形象·····	67
2. 什么是公共关系形象的特征·····	68
3. 什么是组织形象·····	69
4. 什么是产品形象·····	71
5. 什么是环境形象·····	72
6. 什么是自我期望形象·····	73
7. 什么是实际社会形象·····	74
8. 什么是有效形象·····	75
9. 什么是特殊形象·····	76
10. 什么是总体形象·····	77
11. 什么是虚假形象·····	78
12. 什么是职工形象·····	80
13. 什么是知名度·····	81
14. 什么是美誉度·····	82
15. 什么是形象塑造运动·····	83
16. 为什么说建立和维持组织的良好形象是公共关系 工作的实质·····	84
17. 维护公共关系形象应当遵循哪些原则·····	85
18. 为什么说组织形象是组织成员形象的总和·····	87
19. 怎样利用传播形式建立和维护组织形象·····	88

20. 怎样反映和测定组织形象·····	89
21. 在组织发展的不同时期应该怎样建立良好的形象·····	91
22. 公共关系人员应掌握哪些建立良好组织形象的公 共关系技巧·····	93
23. 企业形象一般有哪些类型·····	95
24. 树立良好的企业形象的重要意义·····	96
25. 企业信誉、行为文明和企业形象的关系·····	97
26. 树立企业形象的基础工作是什么·····	98
27. 企业怎样才能树立良好的公关形象·····	100
28. 怎样搜集企业形象的情报信息·····	101
29. 什么样的领导形象最受欢迎·····	103
30. 怎样树立良好的社交形象·····	103
四、公共关系语言 ·····	104
1. 什么是公共关系语言·····	104
2. 为什么说语言能力是公关人员的第一职业要求·····	105
3. 公共关系语言运用的一般原则·····	106
4. 公关信息不同传播方式对语言运用有哪些不同 要求·····	108
5. 怎样掌握称谓的语言艺术·····	109
6. 怎样运用介绍的语言艺术·····	110
7. 怎样运用推销的语言艺术·····	111
8. 怎样运用谈判的语言艺术·····	112
9. 怎样运用礼貌的语言艺术·····	113
10. 非自然语言在公关活动中的作用·····	114
11. 怎样运用目光语·····	115
12. 怎样运用手势语·····	116
13. 怎样运用体姿语言·····	117
14. 公关演讲的语言运用应注意些什么·····	118
15. 公关人员答记者问的语言应注意什么·····	119

五、公共关系心理	120
1. 公共关系心理的特殊作用是什么.....	120
2. 如何显示您的自信.....	121
3. 幽默有什么效应.....	122
4. 为什么说沉默也是“语言”.....	122
5. 声调为什么比内容重要.....	123
6. 为什么首先要了解对方的欲望.....	124
7. 为什么要把握对方的情感, 调解对方的认识.....	125
8. 如何动员自己“微笑”.....	126
9. 雄辩的负效应是什么.....	127
10. 怎样使对方改变初衷.....	128
11. 怎样增强公关的“磁力”.....	129
12. “暗示”比“申明”更有力量吗.....	129
13. 怎样增强批评的艺术性.....	130
14. 如何运用“差距战术”拒绝别人.....	131
15. 怎样从举手投足探测心理.....	131
16. 怎样捕捉眼睛的讯息.....	132
17. 怎样由表情洞察心理.....	133
18. 如何判断求爱的讯号.....	134
19. 怎样理解指示性动作的暗示.....	135
20. 怎样从服饰窥测心理.....	136
21. 为什么说语言是身份和教养的标签.....	137
22. 怎样以话题洞察心理.....	138
23. 怎样从措辞和谈话方式洞察心理.....	138
24. 怎样根据趣味和嗜好洞察心理.....	139
25. 怎样从工作方式洞察心理.....	140
26. 怎样顺应公众心理定势.....	141
27. 什么是公众心理形成的产品主观质量.....	142
28. 影响消费者行为的心理因素有哪些.....	142

29. 商品命名的心理策略有哪些·····	143
30. 商标设计的心理策略有哪些·····	144
31. 商品包装的心理策略有哪些·····	145
32. 商品价格心理有什么特征·····	145
33. 广告的心理策略有哪些·····	146
34. 宣传的心理策略有哪些·····	147
35. 怎样选择交往时机·····	148
36. 怎样排除交往的心理障碍·····	148
六、公共关系决策 ·····	149
1. 怎样看决策在公共关系中的地位·····	149
2. 公共关系决策的基本内容·····	150
3. 公共关系决策应遵循的原则·····	151
4. 公共关系决策的目标有哪几类·····	152
5. 怎样捕捉开展公共关系活动的时机·····	153
6. 公共关系决策怎样才能不顾此失彼·····	153
7. 公共关系决策中怎样运用“二·八”法则·····	154
8. 公共关系决策为什么要运用定量思维·····	155
9. 公共关系决策中怎样运用最优化原则·····	156
10. 怎样才能使公共关系决策具有创造性·····	156
11. 国外常用的智囊技术有哪些·····	158
12. 公共关系决策中怎样运用“特尔斐法”·····	158
13. 如何用默写法提出创造性构想·····	159
七、公共关系写作 ·····	160
1. 公共关系学与写作学的密切关系·····	160
2. 为什么说引进公关意识是写作学改革的必然·····	162
3. 在指导性写作中为什么也要体现公关意识·····	163
4. 公关写作的本质·····	165
5. 公关写作的特点·····	166
6. 公关写作的重要作用·····	168

7. 怎样以公关意识理解“简短的公文效益高”	169
8. 怎样以公关意识处理好行文关系	170
9. 为做好公关写作的传播工作应注意哪些事项	172
10. 为什么说公关写作应从宏观设计微观入手	173
11. 应用写作中的公关意识主要应从哪些方面体现	175
12. 将公关意识引进应用写作主要引进什么	176
13. 公关写作的主要文种有哪些	178
14. 从事公关写作应掌握哪些技巧	179
15. 怎样以公关意识写“报告”	181
16. 怎样以公关意识写“请示”	183
17. 怎样以公关意识写“函”	184
18. 怎样以公关意识写“布告”	186
19. 怎样以公关意识写“会议纪要”	187
20. 为什么说“名单”的编写需具有高度的公关意识	189
21. 怎样以公关意识避免“广告”写作的失败	190
22. 怎样以公关意识写“合同”	192
23. 为什么说写“贺信”在公关中具有突出的效用	193
24. 怎样以小小“名片”传递公关感情	195
25. 为什么说“请柬”的成功写作能带来巨大效益	196
26. 怎样以公关意识写“演讲稿”	198
27. 怎样以公关意识写“悼词”	199
28. 怎样以公关意识写“欢迎词”	200
29. 怎样以公关意识写“答词”	201
八、公共关系人员素质	202
1. 对公关人员的职业要求	202
2. 为什么说掌握广结人缘的艺术对公共关系人员是 非常必要的	204
3. 公共关系人员拒绝四面八方的请求的方法	205
4. 公关人员应当如何避免拖延	207

5. 公关人员如何增强自己的应变能力·····	207
6. 公关人员如何为消费者着想·····	208
7. 公共关系人员应从事哪些主要工作·····	209
8. 公共关系人员应具备的组织能力·····	210
9. 公共关系人员应具有哪些交际能力·····	211
10. 公共关系人员应具备哪些宣传推广能力·····	212
11. 公共关系人员应具有哪些表达能力·····	213
12. 公共关系人员的“德”包括哪些方面·····	214
13. 公共关系人员在集体活动中应注意的礼节·····	215
14. 公共关系人员应具有的性格和仪表·····	216
15. 为什么说人人都能成为公共关系人员·····	217
16. 公共关系人员如何进行拜访和接待工作·····	218
17. 公共关系道德规范的主要内容·····	219
18. 公共关系道德与一般社会公德的关系·····	220
19. 公共关系人员应在哪几个主要方面承担道德责任·····	221
20. 掌握了公共关系专业知识和技能是不是就具备了 公共关系道德·····	223

九、公共关系人员的培训····· 224

1. 为什么对公关人员要进行培训·····	224
2. 培训公关人员的方法·····	225
3. 怎样才能成为受社会欢迎的公关人员·····	226
4. 发达国家怎样培养自己的公关人员·····	227
5. 公关人员怎样才能达到所必需的基础文明修养·····	228
6. 怎样形成良好的知识结构·····	229
7. 公关人员迷人的魅力从何处来·····	230
8. 怎样培养良好的风度·····	231
9. 怎样提高处世融群的能力·····	232
10. 怎样才能做到宠辱不惊·····	233
11. 怎样打开良好人际关系的宝库·····	234

第二编 公共关系实务

一、政府公关活动	237
1. 政治活动要引进公关意识	237
2. 政府为何要开展公关活动	239
3. 政府应如何开展公关活动	239
4. 政府公关活动的基本内容	240
5. 政府公关活动的特点	242
6. 政府工作人员进行公关活动应具有的基本素质	244
7. 怎样才能使政府部门具有较强的群体意识	245
8. 实行挂牌服务对转变政府机关作风的重要作用	246
9. 怎样才能开好政府新闻发布会	247
10. 外出参观、学习、考察应注意的公关事项	249
11. 政府如何更好地接受党的政治领导	250
12. 政府如何搞好同人民代表大会的关系	251
13. 政府如何更好地接受人民政协的民主监督	252
14. 政府如何更好地接受人民群众的社会监督	253
15. 如何处理好上下级政府间的关系	254
16. 如何处理好政府与法院、检察院的关系	255
17. 如何处理好同级政府间的关系	256
18. 怎样组织政府办公会议	257
19. 怎样接待外国代表团	258
20. 怎样确定宴会的规格	259
21. 怎样排列宴会的桌次和席位	260
22. 出席宴会应注意的礼节	263
23. 怎样才能使政府各部门更好地对政府负责	265
24. 政府的方针、政策为什么要公开	266
25. 政府在公关活动中怎样处理好公开与保密的关系	267
26. 怎样以公关精神搞好政府的廉政建设	268

27. 怎样安排交谈的座次·····	269
28. 怎样利用空间展示权力·····	270
29. 怎样设计会场空间·····	271
二、军警公关活动·····	272
1. 军警公关活动中的“军警”指的是什么·····	272
2. 什么是军警公关活动·····	272
3. 军警公关活动对军警现代化建设有什么意义·····	273
4. 军警公关活动有什么特点·····	275
5. 军警公关活动的基本内容·····	276
6. 军警公关活动的根本任务·····	278
7. 军警公关活动的主要职能·····	281
8. 军警公关活动的基本原则·····	284
9. 军警公关活动的作用是什么,它对树立良好的军 警形象有什么影响·····	286
10. 军警公关活动与军警思想政治工作的关系·····	288
11. 军警公共关系对象——公众有什么特点·····	289
12. 军警如何开展与驻地社区公众的公关活动·····	290
13. 信息传播在军警公关活动中的作用·····	291
14. 军警公关人员应该具备哪些基本素质·····	292
15. 军警公关人员应遵循的职业道德·····	293
16. 在现行体制编制下军警公关活动主要由哪些人员 来开展,其工作重点是什么·····	294
三、学校公关活动·····	298
1. 学校管理为什么必须有公共关系渗入·····	296
2. 公共关系的管理职能在学校的表现·····	296
3. 公共关系对学校管理现代化的重大意义·····	298
4. 为什么要建立和发展学校公共关系事业·····	299
5. 学校公共关系管理的目光应指向何方·····	300
6. 学校公共关系管理的模式·····	301