

中国现代青年
公共关系丛书
ZHONG GUO XIAN DAI QING NIAN
GONG GONG GUAN XI CONG SHU



现代青年公共 关系案例精选

●张斯忠/主编



●中国科学技术大学出版社

现代青年公共关系案例精选

张斯忠 主编

中国科学技术大学出版社

1995·合肥

图书在版编目(CIP)数据

现代青年公共关系案例精选/张斯忠 主编. —合肥:中国科学技术大学出版社,1995

(中国现代青年公共关系丛书/张斯忠主编)

ISBN 7-312-00726-0

I. 现代青年公共关系案例精选

II. 张斯忠 主编

III. ①青年 ②公共关系 ③经营管理

IV. C 912.3

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,230026)

安徽省金寨县印刷厂印刷

全国新华书店经销

*

开本:850×1168/32 印张:10.625 插页:3 字数:280千

1995年11月第1版 1995年11月第1次印刷

印数:1—10000册

定价:11.00元

为通向市场经济搭桥

夏征农题



中国现代青年公共关系丛书

中国现代青年公共关系丛书编委会

主 任:王仲伟

主 编:张斯忠

副主编:丁长有 许莉娅

编 委:(按姓氏笔画为序)

丁长有 王仲伟 许莉娅

陈国华 邹 明 张斯忠

苏世英 邵 峰 鹿 凯

《现代青年公共关系案例精选》编委会

主 编:张斯忠

副主编:丁长有(常务副主编)

许纯玲 道良德 胡中柱

编 委:(按姓氏笔画为序)

丁长有 史美梁 刘 平

朱炳文 陆沪根 张德芳

张斯忠 顾 华 胡中柱

道良德 戴迎国

作 者:(按姓氏笔画为序)

丁长有 王小林 史美梁

叶宪童 朱莉华 朱炳文

刘 平 许纯玲 陈国华

陆沪根 张德芳 张凝旻

张敏健 张斯忠 吴金鹏

邹 明 洪守义 胡中柱

顾 华 徐海英 钱振峰

黄岱列 黄炯炯 道良德

戴迎国

总 序

现代公共关系学是现代市场经济的产物。

随着我国改革、开放的深入,社会主义市场经济的孕育和发展,“公关”也成为我国社会生活中的一个日益频繁、日益复杂的和相对独立的交往沟通的领域。

研究和掌握现代公关理论和公关技巧,可以促进我国市场经济和各项事业的发展。

活跃在公关领域中,有一支数量庞大的年轻人的队伍,他们以其特有的青春朝气、风采和创造力,给这一领域带来了一派生机与活力。

青年与公关有着特殊的联系。公共关系,作为当今纷繁复杂的社会关系,固然不是为年轻人所独占的。但是,年轻人对事业成功和发展的强烈追求,年轻人对社交需求的强烈愿望,年轻人充沛的精力所焕发出的活动能量,年轻人敏捷的思维和交往活动所带来的社交节奏,年轻人丰富的情感所形成的独特魅力,年轻人健美的体魄所具有的风采,年轻人广泛的兴趣所带来的社交方式多样化,都使得他们成为当今公关舞台上的一支生力军。多数成功的公关范例是由年轻人创造的,许多公关明星诞生于青年之中,青年人使公关更充满青春活力,青年公关使青年人更焕发出青春的光华。

然而,公共关系既是一种特定的社会关系,处理这种关系又是一门专门的学问,一种特殊的艺术。我国青年要在公关活动中,如

鱼在水，泳跃自如，就得学习青年公共关系学，并在实践中不断总结经验，更好地指导青年公关活动，从而丰富这门学科。

正是为适应我国青年掌握青年公关理论和技巧的需要，一批青年公关理论工作者和青年工作者，联袂对现代青年公关问题作了初步的探讨，并将陆续编辑出版一套《中国现代青年公共关系丛书》。虽然这套丛书限于编写水平，还有诸多不足之处，但如果它能对青年的成长、成才、发展有所启迪，如果它能使青年朋友对这一领域引起兴趣，唤起进一步探索、研究的热情，那么，丛书也发挥了抛砖引玉的作用。这也正是我们所希望的。

王仲伟

1992年5月18日

序

读完《中国现代青年公共关系丛书》之一——《现代青年公共关系学》后,觉得丛书编者做了一件有意义的事。同时,我期待着它的续篇的问世。今天,当我看到丛书之二——《现代青年公共关系案例精选》的清样时,自然感到十分欣慰。前者,提出了青年公共关系学的基本框架;后者,则在实践方面对理论作了积极的探索。

当今中国,在邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的指引下,在党中央的坚强领导下,正昂首阔步迈向 21 世纪。经济的振兴和社会的进步,需要一大批掌握现代科学知识的有志青年去为之奋斗。青年的希望与祖国的命运息息相关,青年的事业与祖国的前途紧紧相连。改革开放的滚滚洪流既给国家带来了大发展的机遇,也对青年自身发展提出了挑战。在每个青年成长、成才的过程中,都离不开事业的成功者留给他们的思考和启迪。因此,只有用科学的理论武装人,在实践中不断提高自身的素养,青年才能在充满挑战和机遇的社会环境中,从容不迫地走向未来。

现代公共关系学是一门广泛应用于社会各个领域的实用科学。《现代青年公共关系案例精选》一书,就现代青年公关资源的开发、运用和管理,向人们展示了可供借鉴的方法和技巧,为读者提供了具体、生动的案例。书中列举的一个个小故事,既使我们感受到书中主人公创业的艰辛,也让我们能分享到他们事业成功的喜悦。从他们的英姿风采中,从他们的甜酸苦辣里,清晰地折射出他们信念的坚定,对事业的追求。同时,我们也欣喜地发现,青年公共关系的力量所在和价值所在。我祝愿:这本融公关理论和实践于一

体的册子,会给有志成就事业的青年带来一定的帮助。

我衷心地祝贺《现代青年公共关系案例精选》一书的出版。同时,希望《中国现代青年公共关系丛书》能进一步结合改革开放的实践愈编愈好,为跨世纪的青年一代提供更多的精神食粮。愿各行各业的人都能从中汲取营养,共同迈向新世纪,为祖国的现代化事业作出更大的贡献。

孟建柱

1994年11月2日

内 容 简 介

本书收集了50多位当代青年进行公关运作的范例。

只身闯市场的余晓敏(27岁)用三年时间创办了年净利1500万元的华黎兰制衣有限公司;23岁的王超将一家仅维持生存的村办小厂用三年时间使其成为全国有名的村办厂,组成了一个颇有实力的大公司,成为大众汽车集团公司成员;陈光明(28岁)就使四十几人的小厂发展成东方美系列化妆品年产值逾亿元的企业集团;而胡黎明教授(27岁)使濒于解体的三人研究室,在三年间,发展成为由博士后、博士、硕士、本科生等50多人组成的研究所,抢占国内外高科技研究前沿,发展为庞大的高科技企业集团,年净利润达1000万元,等等。

这些年轻人成功的秘密是什么?你也许会从本书中悟出一点启示,开辟出一条成功之路。

本书是《现代青年公共关系学》的姐妹篇,可供各方面热心、爱好、研究、学习公共关系的同志参考,更是帮助青年驰骋市场海洋的风帆。

目 次

总序	王仲伟(I)
序	孟建柱(II)

概 论 篇

案例基本常识介绍	(1)
一、案例含义	(1)
二、学习案例的意义	(1)
三、案例的类型	(2)
怎样编写青年公关案例	(3)
一、青年公关案例的内容	(3)
二、青年公关案例的撰写	(5)
三、青年公关案例分析的方法和程序	(6)

开 拓 篇

驾企业之舟，扬公关之帆	
——记上海南极涂料二分厂王超厂长	(8)
使人青春永驻的“东方美”	
——上海红宝石日化公司陈光明创造美的事业	(15)
营造现代私人企业家的摇篮	
——记上海富民私营经济开发区总经理陆章一	(22)
农民青年企业家的执着追求	
——记华黎兰公司总经理余晓敏	(29)
从经济盆地中崛起	
——记上海南汇县周西乡党委书记陶小平	(35)

080113

心灵的怀旧与商业文化经营的交汇

- 北京中关村“老插酒家” (40)
- “黎明”星如何升起 (47)
- 跨国“科技红娘”——李建平 (51)
- “晶品风格”——独一无二的风格
——记广东晶品家庭用品公司 (55)
- “巨人”闯市场 (59)
- 东方明珠——璀璨的公关明珠
——施工中的上海东方明珠电视塔公关宣传 (64)

经 营 篇

勇攀第一峰，敢走唯一路

- 走向世界的大世界总经理杨启祥的创意和竞争 ... (67)

琼花香飘海内外

- 扬州领带厂巧借机遇 (73)

“3号”奉献给公众的一片真情

- 人民饭店3号服务员 (76)

先使用，后付款

- 上海建材学院校办厂的公关促销 (83)

十八罗汉斗大鹏

- 上海玉雕厂的名人效应 (86)

“东方瑰宝”叩开了北非大门 (89)

玉兰香飘旧金山

- 被上海市长江泽民选中的公关礼品 (93)

真挚的感情，美好的印象

- 上海玉雕厂的接待与服务艺术 (96)

翱翔在绿色田野上的一羽白鸽

- 上海市速递公司7号查询台115号服务员杨继忠
..... (99)

年轻营业员的成功之路

- 上海市百一店姚成雄…………… (106)

架设成功的金桥

- 记上海浦东金桥的迅速崛起…………… (113)

信任、互助，共创未来…………… (118)

工资袋上见温情…………… (122)

抓住机遇，展示群体形象

- 共青团上海市委的公关策划…………… (125)

“水乡”使他们再度花好月圆…………… (129)

“光环——1991”亚都公关

- 北京亚都公司纪实…………… (133)

“赔本赚吆喝”的故事

- 丹东金笔厂女厂长王力军的经营艺术…………… (155)

天下谁人不识君…………… (158)

成 才 篇

为青年成才垫石铺路

- 上钢三厂团委公关策划…………… (162)

是人才，就应启用

- 上钢十厂帮助人才到位…………… (167)

“高新技术产业化途径”的调研活动

- 华东师大学生暑期社会实践…………… (172)

寻找契机，让大学生走向社会

- 华东师大学生暑期社会实践…………… (177)

公关助他飞向 21 世纪

- 赵桂新在良好的公关环境中成长…………… (183)

医学奇迹的出现

- 记上海第六人民医院的组织氛围…………… (188)

光耀中天的科技群星

——记华东理工大学技物所的青年·····	(193)
----------------------	-------

策 划 篇

天地合一燃圣火

——记第一届东亚运动会火炬接力处的青年·····	(201)
--------------------------	-------

拯救“人类的朋友”

——上海动物园的公关策划·····	(207)
-------------------	-------

无米之炊是怎样成炊的

——记上海市公安局户政处青年干警·····	(213)
-----------------------	-------

上海少年旅行团亮相的高招·····	(218)
-------------------	-------

“恒源祥”插上了腾飞的翅膀·····	(223)
--------------------	-------

一招一式，稳中求新举

——连云港市新浦区团委关心待业青年的公关策划 ·····	(230)
---------------------------------	-------

立足乡村，外引内联结硕果

——洪湖市农村退伍军人创业的颂歌·····	(235)
-----------------------	-------

“上海外滩京城”的公关春风·····	(240)
--------------------	-------

为世界第一斜拉桥——杨浦大桥服务

——上海化工厂团委的社区意识·····	(246)
---------------------	-------

“功夫在诗外”

——亚细亚的冲击波·····	(249)
----------------	-------

引而不发，沟通的公关艺术·····	(254)
-------------------	-------

鲜花献给江主席·····	(259)
--------------	-------

危 机 篇

“上帝旨意不可违”

——雷飞厂高姿态处理公关危机·····	(262)
---------------------	-------

胶州湾的风浪·····	(266)
-------------	-------

十二级飓风的袭击·····	(272)
---------------	-------

化“三难”为“三全其美”.....	(280)
公关的熨斗效应.....	(285)
得理亦让人,有理让三分	(289)
在突发事故的面前.....	(293)
“小题大作”的公关效应.....	(298)
从“公开曝光”到“金榜题名”.....	(303)
一则与众不同的广告.....	(308)

公 关 花 絮

鲜花电报送温馨.....	(312)
醇味悠长的服务.....	(314)
课堂上的小浪花.....	(316)
“森光”的“编外公关部”.....	(318)
企业雕塑熔进公关成分.....	(319)
企业批文不忘树誉传播.....	(320)
从“约法三章”到“迎宾词”.....	(321)
为质量事故降半旗.....	(322)
后记.....	(323)
跋.....	宋小钉(325)

概 论 篇

案例基本常识介绍

一、案例含义

1. 什么是案例

根据《辞源》和《辞海》的注释，案者，有考察、考据、查究的意思。系古代官府处理公事的文书、成例及狱讼或判定结论。例者，有类比、照例、仿照的准则、规程、条例、一概的意思。在古代，审判案件的成例，经中央批准，可作审判案件的法律根据。

现代人们所说的案例就是各门学科在实践中形成带有典型性事件的文字记载，可供他人或后人借鉴与仿效，也可以供自己总结经验，指导未来。

2. 案例的起源

案例最初起源于战争和医学。见之于文字记载的是在公元前11世纪中国的商周之交的姜子牙(又名吕尚)收集与整理的战例。《黄帝内经》中的《素问》相传是黄帝与岐伯、雷公等讨论的纪录，其中有涉及医案的内容。《史记·扁鹊仓公列传》所载的“诊籍”可视为我国医案最早的记载。它是医师对病人犯病经过与治疗情况所作的文字记录。

二、学习案例的意义

学习案例的意义主要有：

1. 典型启迪