



第二版

公共关系学

PRINCIPLES OF PUBLIC RELATIONS

居延安 主著

复旦大学出版社

公共关系学

(第二版)

居延安 主著

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系学/居延安等著. —2版. —上海:复旦大学出版社, 2001. 9
ISBN 7-309-02987-9

I. 公… II. 居… III. 公共关系学 IV. C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第065600号

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路579号 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65642892(编辑部)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

经销 新华书店上海发行所

印刷 复旦大学印刷厂

开本 850×1168 1/32

印张 13.625

字数 349千

版次 2001年9月第二版 2001年9月第一次印刷

印数 1—11 000

定价 16.00元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

公共关系学

(第二版)

主 著 居延安

二版撰写人员 (以姓氏笔画为序):

居延安 俞振伟 胡正娥

褚贛生 潘肖珏

一版撰写人员 (以姓氏笔画为序):

马建模 居延安 胡正娥

赵建华 褚贛生

二 版 序

新经济向现代公共关系学的理论框架和概念体系提出了全面挑战。要完成我们这本《公共关系学》的再版改写,前提是弄清新经济这一全新的概念。

新经济概念的提出不过是这两年的事,但是新经济作为一种新的经济现象,已有十来年的历史了。又是无巧不成书:复旦大学出版社出版的这本《公共关系学》于1989年10月初版问世,至今也正好十年。我们的《公共关系学》成了新经济的同龄人。

新经济在美国发端。这十年,新经济对美国的经济结构,对其工商企业,对其文化娱乐新闻媒介,对其科学和教育的战略定位,以致对美国人的社会存在条件和方式,发生了既广泛又深刻的影响。美国的来自欧洲的早期移民开始是从印第安人那里争抢土地,南北战争后便忙着发展资本主义,到20世纪的最后十年,竟然有一半美国人口当了“网”民,醉心于万花筒般的信息游戏了。从农业社会到工业社会再到信息社会,每次量到质的飞跃,都伴随着人的存在交互方式的根本改变。农业社会以土地村落为活动方圆,工业社会是围绕城市化和大生产完成工业文明的,信息社会靠网络,靠技术创新,靠世界经济一体化使人类第一次真正地超越了时空。农业社会不需要公共关系。工业社会商业交换空前频繁,现代公共关系应运而生。信息社会对时空的超越使人类的交互方式走向网络,走向平等,走向虚拟,走向透明,由此引起了或正在引起公共关系理论和实践的一场崭新的变革。

信息社会的种子早在1946年美国成功研制世界上第一台电子计算机、1948年发明晶体管就孕育了。但世界等了四十年才迎

来以万维网为标志的网络通讯革命,真正意义上的世界信息革命由此被引发。新经济在美国悄然跨进了历史的门槛。新经济与网络通讯革命是一对孪生兄弟。先有新经济的实践,而后才有新经济概念的提出。一个新概念一旦被提出,一旦当新概念与老概念、新概念与新概念组合成一个新的概念体系,便会被用作新的认知工具反过来认识现实,指导现实。我们这里的新概念体系指的是这样一个概念群:首先是新经济,然后是网络通讯、科学技术、观念制度方法创新,再是世界经济一体化。这些概念的组合使我们有可能把对新经济的讨论提到一个新的高度。说新经济与网络通讯革命是一对孪生兄弟,并没有解决对新经济这一概念的界定问题。纵览中外学术杂志和通俗读物对新经济的著述,真可谓公说公有理,婆说婆有理,实在是莫衷一是。细细玩味,说的几乎都是狭义新经济。如“新经济即网络经济”,“新经济即知识经济”,“新经济即技术经济”,“新经济即网络风险资本经济”,“新经济即IT经济”等等。按这种狭义新经济说,盖茨的微软公司是代表新经济的,而美国的通用电器公司则是归属旧经济的。

狭义的新经济说在所谓的新经济与传统产业之间似乎划了一条过于人为的界线。我们这儿要提出的是一种广义新经济说、过程新经济说。我们企图用新经济这一概念来涵盖世界经济或国别经济的一种新的发展趋势、一个新的发展阶段。我们对新经济下的工作定义是:新经济乃是以网络为基础、以技术为动力、以创新为灵魂、以全球为舞台的国别或世界经济状态。如果说,美国的新经济是一个涉世尚浅但充满梦幻的十岁少年,那么中国的新经济已是十月怀胎,分娩在即。

谈新经济,如不谈传统产业的改造和良性过渡,那么越谈越会加深已经严重存在的“数字鸿沟”(Digital Divide)。比如中国的企业,已有少量正在或已经完成向新经济轨道的过渡,正在或已经进入“数字化界域”,大部分却仍然被“分隔”在数字化界域之外。事

实上,国家与国家,地区与地区,企业与企业,以致人与人,已被“数字鸿沟”分成两部分,其在数字意义上的“贫富”差异不是在缩小,而是在扩大。我们在此赠言中国的千万家“传统”企业:赶快行动起来,做好准备,迎接即将在中国降生的新经济产儿。

按照我们对新经济的广义界定和过程解说,新经济不能简单地被说成为网络经济,但新经济的诞生和发展必须以网络为基础。要说清楚新经济,首先要说清楚网络。似乎没有哪个与新经济密不可分的概念比“网络”两字更被人误解的了。如今一提网络,人们就将它等同于“互联网”即“因特网”(Internet)或“万维网”(World Wide Web)。事实上,网络是任何媒介的节点(Node)的互联组合。如邮件投递网络(古已有之)、电话网络、国际缉私反毒网络、公司的产品销售网络、航空公司的航线服务网络,等等。网络可以简单地被称为一种“关系组合”,亦即节点的关系组合。节点可以是人,可以是一家企业,也可以是一台传真机。一个网络的节点越多,关系组合及关系组合的方式就越多,产生的效益也就越大。比如,A与B两个节点只有一种关系形式存在,A、B、C三个节点便会有A与B、A与C、B与C、A同时对BC、B同时对AC、C同时对AB共6种组合。从两个节点到三个节点,只增加了一个节点,但关系组合猛增了5种。试想从三个节点增加到四个节点,从四个节点增加到五个节点,从五个增加到十个,再从十到一百,这时的关系组合已增加了多少了呢?我们能想像当节点从一百个增加到一千个的时候关系组合已经膨胀到100万种了吗?这就是为什么网络的关系是以几何级数增长的,为什么网络可能产生的经济效益可成百倍、千倍地提高。如果你花300元买了一台电烤箱,你买到的就是一台电烤箱而已,不多也不少。如果你花300元买了一台电话机,这时,你的300元不仅仅买了一台电话机,而且还买到了价值连城的电话网络,你可以让你的电话机与电话网里的任何另一台电话机接通对话,从而获得极大的网络效应。

旧的传统产业运行,可以靠网络,也可以不靠网络。当然靠了网络的往往发展快,经营好。公共关系其实专事开发管理网络延伸出来的各种关系的。新经济与传统产业经营方式的根本区别在于,新经济不以网络为基础就不成其为新经济了。换言之,网络乃是新经济的主要界定因素之一。我们尽管反对把网络统统说成互联网,但我们依然要充分肯定互联网的划时代影响。

电脑具有极大的处理和储存信息的能力,互联网则是把各电脑终端连接起来,使信息和资料的分享超越时空的限制,由此产生的经济、文化、社会、政治效应,已经令经济学家、人类文化学家、社会学家、政治学家惊讶不已,一时不知所措。不久前,国家统计局国际统计信息中心对世界 28 个主要国家和地区的信息综合能力进行测试,结果发现中国的信息能力总指数,与发达国家相比,其差距之悬殊,叫人担忧。美国是第一,其信息能力总指数近 72,日本 70,列第二,澳大利亚为 66,加拿大和新加坡接近 60,荷兰、英国、德国、新西兰皆在 50 以上,法国接近 50,中国仅仅得了 6 分!中国基本上是一个尚未数字化的国家。

只要努力,后来者可以居上。由于网络特别是互联网具有内在的膨胀能力和惊人的发展速度,中国人定能创造奇迹,而且非创造奇迹不可!网络世界的一个奇特现象是,要么创造奇迹,要么被别人创造的奇迹迅速击跨,似乎很难“中流砥柱”的。世界的发展真有点可怕。有人预言,由于电脑和互联网的广泛应用,到 2020 年,人类知识的总量每 73 天能翻一番!也有人乐观地预言,到 2002 年,中国将成为“世界上最大的互联网市场”(这大约指上网的绝对人数,而不是指产值)。的确,中国的许多传统产业如家电、纺织、化工、汽车、石油、房地产都已开始弄潮电子商务,但规模和效益都不容乐观。事实上,到 2000 年 5 月,中国全国 1000 万家企业,只有 1%上了网。这是一个极大的挑战,但也说明中国的互联网市场包裹着巨大的开发潜力。

这也是给中国从事公共关系研究、教学和实际工作的人员,提供了第二次历史性机会。他们第一次机会是20世纪80年代中期开始掀起的公共关系热所给予的。如果说第一次历史机会造就了一批公共关系的先驱和生力军,那么这第二次历史机会将使一批后起之秀成为网络功臣,不仅自己受惠于新经济,而且使中国的众多传统企业受益。互联网将从根本上改变中国企业的经营思路和管理方法,由此进入一个崭新的发展时期。中国的公共关系也将在理论和实践两个方面跨上一个新的台阶。互联网的无中心、无边界、无孰主孰次、无谁高贵谁低贱的全新的跨时空运行方式,使我们对居延安在1987年提出的“公关三要素”说进行了检讨。我们一直说,公共关系的主体是组织,客体是公众,连接主体与客体的过程是传播。互联网的自身运行规律决定了传播关系的互动性,亦即主体与客体的互动,或者说主体与客体的角色互换。举一个简单的例子,比如你要在你的网上银行转账,当你在你的电脑终端打击键盘的时候,你事实上已经承担一个传统银行职员的工作。这时,你是主体呢还是客体?很难说。任何公司,一旦上网,便成为一个节点。该公司的顾客可能分布在全国或全世界各地,他们代表着千万个独立平行的节点。他们不仅可以与公司这一节点进行一对一的对话,而且可以在顾客之间平行交叉互动,交换信息。此时,孰主孰客已经难以区分了。因此,以网络为基础的新经济的崭新运作方式,将要或已经向我们的公共关系学提出了修正其理论框架和概念体系的要求。

就公共关系实践而言,我们的公关人员如不学习、不思考,那么很快会落伍的。比如,公关界历来有这样一个说法:一个公关人员不仅要能说会道,而且要擅长笔墨。十年之前谁也不会提上网的事。而今,他们不仅要自己能上网,而且要能指导自己的组织如何上网。他们至少要把自己培养成半个互联网专家。

包括互联网和万维网在内的网络是广义(过程)新经济的第

个界定要素。广义新经济的第二个界定要素是科学技术的驱动功能。新经济是靠科学技术来驱动的。比如,武汉光谷作为武汉市的经济发展战略定位,即可发挥武汉的科技人才集中的优势,又能以此来牵引中国这个传统产业重镇走向新经济的轨道。又比如,安徽美菱靠“科技驱动”,不断推出在国内乃至世界上领先的电冰箱技术产品,掀起了一次次中国电冰箱行业技术变革的旋风。美菱集团董事长张万声先生的话说得精彩:如果以往在短缺经济下追求量的扩张,那么现时在过剩经济下则必须注重需求的内涵演进,顺应市场大势,适应用户需求,在过剩中拓展扩大需求的空间,是企业生存与发展的最根本的立足点。无疑地,张先生说的“内涵演进”必须以“科技驱动”来完成。美菱的成功预示着中国传统产业一旦走上新经济的轨道,由此产生的裂变效应可以使一个面对过剩市场的企业或者重整旗鼓,或者占山为王。

“科技驱动”谈何容易!科技是要靠资本来驱动的。一项新技术的开发和推出,需要大量的资金。没有钱,技术再好也沾不上边。有了钱,人才也会源源不断地向你涌来。人人都说缺钱,人人都在伸手要钱,钱从哪儿来?怎么使它来?风险投资是一种办法。国内风险投资基金突然之间变得热门异常,国外的,特别是美国和日本的风险资本,正密切注视中国的科技市场,准备随时抢滩。钱是大大的有,但要钱往你的账上放则是大大的难!

这对我们的公共关系从业人员来说,机会又是大大的好。假如包装是塑造形象的一种通俗说法,那么未来的公关人员就是“包装”专家。要吸引风险投资,就要对公司,对自己的科技专利,实行精心包装。比如,一个公司的技术总监要对某风险投资公司作一个关于科技引资项目的报告,报告如何做,即该引资项目如何包装,往往是成败的关键。这种包装任务当义不容辞地落到公司的公关人员身上。信息时代的公关专业人员,应该既是网络专家,又是吃透本行业科技术语的高级包装师。20世纪80年代中、后期,

公关人员等同于“公关小姐”，常被理解为“拉关系”的行当。十多年过去了，如今中国的公共关系专业人员的行业上岗证书应该发给哪些人呢？

最近英美报刊上出现“关系技术”一词（Relationship Technology）。所谓“关系技术”，无非是信息技术、传播技术、网络技术的总和。关系技术的发展将在很大程度上规定未来人与人、人与物、物与物的关系互动的形式。换言之，这众多关系将维系在“关系技术”之上。无疑地，关系技术作为一种技术范畴，将会引导新经济的未来走向。同样无疑地，公共关系专业人员在关注“关系”本身的同时，应审视“关系技术”的趋势性发展。英文报刊杂志上近年来常出现的另外一个单词是 Nanotechnology，或简称 Nanotech。Nano 是个前缀，意为十亿分之一，即毫微。Nanosecond 为“毫微秒”，Nanometer 为“毫微米”。Nanotechnology 似可译为“毫微技术”（国内译为“纳米技术”，似系 Nanometer 的音译，估计一般人很难读懂。译为“毫微技术”较为直观）。工业时代竞争能力的一个重要标志是谁能做“大”（如轮船的吨位越造越高）。信息时代的竞争领域逐渐移到谁能做“小”。如今后十年内，毫微技术可以造出比小于头发丝 1/50 的“毫微机器人”，可以将这个“毫微机器人”派遣到人体内，让它去搜寻和杀死癌细胞。这样的有关毫微技术的故事，真是比《天方夜谭》更令人神往。毫微技术概念可追溯到四十年前加州理工学院已故物理学家理查得—费门教授的一次演讲。1959 年，费门教授作了题为《底部余地多多》的演讲。在这一带有里程碑意义的演讲中，他提出了以人工方式改变分子或原子结构以为人所用的物理思想。四十年后的今天，毫微技术预示了在不远的将来，它将从根本上改变人类的生存条件，也预示了新经济的未来发展趋势，进一步锁定“科技驱动”对新经济发展的至关重要性。毫微技术的划时代意义在于，它在更深的层次上，综合了物质科学、生命科学、思维科学的研究成果，将是继信息革命之

后的又一次科技革命。中国的公共关系人员应积极关注这一革命的酝酿和到来。

新经济本身是创新的结果,而创新将是新经济的灵魂。是的,知识要创新,科学技术要创新,观念要创新,制度也要创新。但创新是要有条件的。创新要有宽松的外部环境;创新要有巨大的内在驱动;创新还应有各种范畴的参照系。这三个条件缺一便难以言创新。

首先,创新要有宽松的外部环境。笼统地说,这是指政治的、文化的、社会的。“左”的阴魂不散,谁敢创新?不求上进但求无过因循守旧一稳到底的庸人哲学不批,何来创新?嫉妒贤能的社会风气不除,创新者哪有立足之地?具体地讲,一种新的观念,一条新的思路,一套新的方法,哪怕听来似乎违反社会常规意识的“胡言”,也要让人说。一级政府的长官,一家公司的头头,大凡都喜欢听顺应的好话,中外如此,古今皆然。但至少要有开言路,至少不能以言治罪。“言者无罪”实在是皇上对下臣说的话,是说皇上的“皇恩浩荡”。当然“赐”无罪,要比“赐”死好。殊不知,赐无罪与奖励创新是两码事。赐无罪,并不是奖励创新。

创新要有巨大的内在驱动。比如中国的传统产业,一旦有了改造自身、有了早日与新经济接轨的强烈愿望,创新举措便会应运而生。这时,公司对员工的忠言逆耳,将不是只赐无罪,而要重奖进创新言、倡创新行的创新勇夫了。重奖之下必有勇夫。一旦创新有赏,就会引起“内在驱动”的骨牌反应。从董事长到总经理到部门经理到科室到车间到班组,创新者将悄然走运走俏走红,谁创新谁就会被推到企业的排头,成为功臣。

创新要有勇气,更要有严肃的科学精神。创新不是异想天开,更不能搞异端邪说。创新必须建立在对现状有透彻把握、对未来的发展有真知灼见的基础上。创新要有各种范畴的参照系。美国通用电器公司总裁威尔奇“心狠手辣”,对下属公司早有言在先:

谁不能维持在世界范围内第一或第二的行业排位,谁就会被“卖掉”。果然一个个下属公司被逐出 GE 王国,应了达尔文的优存劣汰说。如何保持第一或第二的宝座?回答是牢牢掌握各种范畴的参照系。最有效的方法是全面掌握市场动向、了解行业竞争对手情况。威尔奇就此向下属公司的一把手出了五道题目的试卷:

1. 你的行业今天的全球市场的格局是什么?今后几年的走向该如何?
2. 你的竞争对手在过去三年中采取了哪些影响到全球市场格局的举措?
3. 你在过去三年内是怎样去影响全球格局的?
4. 在今后三年中你的竞争对手将会做出哪些对你最具威胁的会影响现有格局的事来?
5. 你有哪些最有效的办法能使全球市场格局朝着你的愿望发展?

哪位头头回答不出这些问题,威尔奇就会将他革职。威尔奇执掌 GE 牛耳二十年,他能傲居世界 500 强之巅,历久不衰,从上面的试卷是不难看出端倪的。能答出这个试卷的,创新不是有路可循了吗?顺便说一句,威尔奇不仅重奖创新有功者,而且必定惩罚那些因循守旧不求进取无所作为不能为 GE 王国的金库做出贡献的平庸之材。

中国企业创新的关键之关键是什么?是知识?是科技?是观念?它们都是创新的关键,但不是关键的关键。在今后三五年以至更长的时间内,关键的关键是制度创新。江泽民主席在为 2000 年 6 月 30 日出版的美国《科学》杂志撰写的社论中肯定,“中国将致力于建设国家创新体系,通过营造良好的环境,推进知识创新、技术创新和体制创新,提高全社会创新意识和国家创新能力,这是中国实现跨世纪发展的必由之路。”江主席一口气说了六个“创新”,说得实在是好。回顾中国这半个世纪走过来的路,进而纵观国人五百年来留下的足迹,江主席这六个创新里,关键的关键应该是“体制创新”。体制创新就是制度创新。就企业而言,制度创新就是要从所有制着眼下手,进而落实到管理体制上。英文里用两个单词,一个是 Ownership(产权),一个是 Management(管理)。中国

企业只要在这两个创新上做好了文章,其他的创新文章就比较容易做了。

中国的公共关系作为一个交叉学科、作为一个行业,不仅自身要创新,也要为各个领域内的创新活动的策划做出贡献。制度创新的最大障碍是人,因为制度创新必然会影响到一部分人的利益。如何协调各种利益关系,如何做好各类“公众”的工作,将是公关人员的一项重要任务。

新经济的第四个界定要素是它的全球一体化的趋势。世界经济一体化的趋势从20世纪80年代初开始,便呈现突飞猛进的迹象。世界经济一体化的催生婆乃是信息和传播革命。首先,信息和传播技术的重大突破,不仅大大改变了生产的方式和过程,而且把组织管理提高到了一个全新的水平。与此同时,信息和传播革命极大地促进了世界贸易,加速了包括欧盟、北美、东亚在内的各大中心市场的形成和互动。由于互联网和电子商务的发展,各国经济已经能够跨越国界和时间的限制,正在形成互补性越来越强的“一体化系统”,进一步开通信息、物资、产品、技术、资金、人才的全球大流通。谁早投身于这种全球大流通,谁就早搭上通向新经济的车。

世界经济论坛主席施瓦布在6月14日北京“21世纪论坛”2000年会上,提出了发展中国家应如何迎接全球化挑战的三个建议:发展教育;建立开放的、具有竞争力的政策框架;利用互联网和发展电子商务。最具战略意义的是发展教育。中国在今后五年内要培养一大批一流的科技、管理、国际交流、公共关系人才。如若不然,中国在加入WTO之后,所能得到的好处会被各种负面影响吞噬。这是千万要警惕的。敢于跳入太平洋游泳实属勇敢,但没有搏击风浪的“技术”则会被淹死。

世界经济一体化会带来国际贸易一体化、国际市场一体化、国际金融一体化。世界经济一体化势必导致“国际游戏规则”的一体

化,比如改英制为公制,商业规范的标准化,互联网的国际立法和网民道德法规的建立和完善。世界经济一体化正在开阔我们的管理、科技人员的视野,增长他们的抢滩或扩大国际市场份额的能力。技术的“通用性”将是国际竞争的重要武器。传统经济是“物以稀为贵”,新经济出现了“物以多为贵”的现象。要多,必须做到“通用”。如自动取款卡“通用”于全世界,就大大优于、“贵”于只能用于本银行取款机的磁卡。因此,“技术专利”具有有利有弊的内在两重性。“通用性”与“技术专利”的关系将成为世界经济一体化过程中的一个有趣的研究课题。

世界经济一体化一要请进来,二要走出去。请进来、走出去同时有两种方法。一是靠互联网参与全球大流动。在互联网上请进来是“虚拟请进来”(如上 IBM 网),在互联网上走出去是“虚拟走出去”(如通过电子商务将产品销往国外)。另一种方法是请洋人进,让国人出。这种人与人面对面的互动,对外国市场、社会的实地考察,对文化差异的切身体验,这种亲自尝一尝梨子滋味的过程,与“虚拟”感觉是不一样的。

中国的公共关系从业人员在今后的五年中,应不失时机地扩大自己的活动舞台,热烈拥抱四大洋,跃马闯荡五大洲,为中国迅速融入世界经济一体化做出贡献。

综上所述,新经济并非一夜之间从石头缝里冒出的奇花异草,也非哪位朦胧诗人咏出的一句朦胧诗。它作为一种崭新的经济形态和发展概念,已经震动了全球的企业王国、资本市场、经济管理学界、国际金融体制以及各国政府的决策高层。人们尚未精细地描述出它的未来走向。要揭示新经济对人类的生存条件和方式的影响的细微末节更是为时过早。但它来势凶猛快捷,它对中国的挑战是不容置疑的。

新经济不是公共关系。对新经济的审视不能代替对在新经济影响下的公共关系学发展的研究。公共关系学有着自身的界定范

畴、理论框架、概念体系和操作方法。这个再版修订本将把它们提到一个新的水平来讨论。但无疑地,新经济向公共关系学研究、教学和从业人员提供了难得的发展、丰富、完善自身的机会。新经济从某种意义上说,是一种“关系”经济。农业经济赖以立本的是土地。工业经济的生命线是资源、资本和市场。新经济靠的是各种关系的不断组合、离散、再组合、再离散,以至无穷。这就是信息和传播技术被称作“关系技术”的原因。公共关系学是一门关于“关系”的学问。一门关于“关系”的学问,怎么可能与被称为“关系经济”的新经济不结婚缘呢?

这是《公共关系学》的再版序,花那么多笔墨谈新经济,只是为了说明再版的理由,交代我们这个修订本内容调整和更新的背景。

二版作者前言

本书二版仍然是一部多位专家联手撰写的书。先由居延安教授提出总体修订构思,于2000年初秋草就《再版序》,以此为修订大纲,与复旦大学新闻学院胡正娥副教授、俞振伟副教授,上海体育学院潘肖珏副教授,上海东方出版中心褚贛生副编审,进行了深入的讨论。修订方案确定后,几位作者立即分头动笔,于2001年6月完成所有改写、补写或重写的任务。一版责任编辑、二版特约编辑夏德元进行了统稿,以完善体例、概念术语的规范和连贯及文字风格的磨合。付梓前,居延安通读了全稿,并作了若干修改补正。

二版容括了当前国内外公共关系学的最新研究成果,反映了整个20世纪90年代公共关系实践的沿革和发展。更为重要的是,二版作者作了超越若干已为公共学界普遍认同接受的理论框架的努力,对公关实务的阐述更是努力囊括了国际国内最新、最“灵”的方法和手段。总的说来,二版在内容上体现了“全”和“新”的特点,是一部比较成熟的著作。

一版主要作者赵建华先生已侨居美国。他为十年前本书的出版曾作出过先驱性贡献,二版全体作者谨此表示谢意。

二版的问世曾受到复旦大学出版社高若海总编辑的直接关怀和指导,责任编辑孙晶为本书的及时保质推出付出了辛苦,我们也一并感谢。