

# TIYUGONGGONGGUANXIGAILUN

# 体育公共关系概论

李万来 主 编  
刘 青 副主编



人民体育出版社

# 体育公共关系概论

主 编 李万来  
副主编 刘 青

人民体育出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

体育公共关系概论/李万来主编. —北京: 人民体育出版社, 2005

ISBN 7-5009-2765-7

I. 体… II. 李… III. 体育—公共关系学  
IV. G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 011792 号

\*

人民体育出版社出版发行  
北京冶金大业印刷有限公司印刷  
新华书店经销

\*

787×960 16开本 17印张 270千字  
2005年4月第1版 2005年6月第1次印刷  
印数: 1—5,100册

\*

ISBN 7-5009-2765-7/G·2664  
定价: 21.00元

---

社址: 北京市崇文区体育馆路8号(天坛公园东门)  
电话: 67151482(发行部) 邮编: 100061  
传真: 67151483 邮购: 67143708  
(购买本社图书, 如遇有缺损页可与发行部联系)

# 编写委员会

主 编

李万来

副主编

刘 青

编写组成员(以章节先后为序)

李万来 杨 早

刘 青 彭 菲

魏万珍 杨 莲

郭 晴 谭 进

柳 伟

# 内 容 提 要

本书遵循借鉴与原创结合,注重理论联系实际,突出实用性与操作性的指导思想。全书运用公共关系理论,紧密结合体育领域中的公共关系实践,阐述了各类体育组织的公共关系活动,运动会申办公关关系,体育赛事公共关系,社会体育公共关系,体育赞助公共关系,体育明星公共关系,体育国际公共关系,体育危机公共关系,体育公共关系礼仪等问题。具有很强的实用性,既可作为各类高等体育院校的教材,也可供各级各类体育管理机构、体育组织、体育干部和体育工作者学习使用。

# 前言

体育公共关系作为一种体育管理职能、经营策略、传播行为和现代体育交流方式,已广泛应用于各类体育组织和各种体育活动,并发挥着越来越重要的作用。深入研究体育领域中公共关系的理论与实践问题,认识和了解体育公共关系的特点和规律,从而掌握体育公共关系的理论及其运用方法和技巧,发挥体育公共关系的作用,尤其是在2008年北京奥运会的筹备、举办过程中的作用,这对提高我国的国际形象和国际地位,塑造中国体育的良好形象,提升中国体育的知名度和美誉度,争取社会各界公众对体育的支持是非常重要的。

随着我国体育事业的发展,尤其是体育产业化、市场化的发展和体育赛事商业化运作日益成熟,体育公共关系在实际工作中的重要性日益突出。因此,急需加强对体育公共关系的理论和实践的应用研究。体育公共关系研究既要说明在体育生活中开展公共关系的必要性,更重要的在于探索实施的可能性;既要解决人们的认识问题,更重要的在于解决操作问题;既要探索适合各类体育组织的实施方案,更重要的在于探索对体育组织公共关系活动的指导方法。从更广的范围上讲,我国的体育工作者都应具有体育公共关系工作的知识和能力,为体育事业的发展做更多的贡献。

从理论与实际的结合上,对体育公共关系的若干重要问题进行研究,提出工作思路、实施办法,并对各种体育公关案例进行分析,可为有关体育组织制定实施体育公共关系计划和实施方法提供决策依据。从某种意义上说,各类体育组织制定、实施体育公共关系计划和方法是否可行,体现了对体育公众情况的把握。体育公共关系问题的研究将有助于对实施体育公共关系计划中的有利条件和存在问题的认识,有助于使各类体育组织的公关计划更加完善和科学。

目前,我国各体育院校都开设了与公共关系有关的课程,如公共事业管理专业、新闻专业、体育教育专业、外语专业、运动训练专业、民族体育专业等,使

用的均为一般公共关系学教材。由于这类教材脱离体育相关专业的实际,不利于专业建设和人才培养。因此,编写一本体育公共关系学教材就更具有现实意义。

本书由李万来主编,刘青任副主编。李万来对本书进行总体设计,提出编写思路、体系结构和基本观点。各章编写人员是:李万来第一、三、四、五、六章,杨早第二章,刘青、彭菲第七章,魏万珍第八章,李万来、杨莲第九章,郭晴第十、十二章,谭进第十一章,柳伟第十三章,苗玉根第二章案例,陈婉青第六章案例。吴战宗、苗玉根参加了部分编务工作。全书由李万来、刘青负责统稿、定稿。

本书坚持以实用为指导思想,借鉴与创新相结合,注重理论联系实际,重点突出应用性与可操作性。具有如下特点:

1. 时代性。站在时代的前沿,追随体育发展的潮流,吸收公共关系学和体育科学研究的新成果。开拓体育学科研究的新领域,即体育领域的公共关系问题研究。

2. 创新性。在框架结构和内容体系上,第一、二、三、四、十一、十三章,借鉴一般公共关系学的框架,融入体育的新内容;第五、六、七、八、九、十、十二章及其他章节的部分内容,是对体育领域公共关系的创新。

3. 实用性。紧紧围绕体育领域的公共关系问题展开,务求实用、可操作,并在各章后附相应的案例和思考练习题。

4. 科学性。本书的编写是对公共关系学和体育学科的新突破,力求立论准确,论述合理。

编著者

2004年12月8日于成都

# 目 录

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| <b>第一章 体育公共关系概述 .....</b>    | <b>(1)</b>  |
| 第一节 公共关系相关理论与知识 .....        | (1)         |
| 一、公共关系的概念 .....              | (1)         |
| 二、公共关系的基本理念 .....            | (2)         |
| 三、公共关系工作的基本特点 .....          | (4)         |
| 四、公共关系的基本职能 .....            | (5)         |
| 第二节 体育公共关系概述 .....           | (9)         |
| 一、对体育公共关系的理解 .....           | (9)         |
| 二、体育公共关系工作的构成 .....          | (10)        |
| 三、体育公共关系的地位和作用 .....         | (11)        |
| 第三节 体育公共关系的研究对象与方法 .....     | (13)        |
| 一、体育公共关系的对象和任务 .....         | (13)        |
| 二、体育公共关系的研究内容 .....          | (14)        |
| 三、体育公共关系的研究方法 .....          | (17)        |
| 案例 .....                     | (18)        |
| 思考与练习 .....                  | (19)        |
| <b>第二章 体育公共关系的构成要素 .....</b> | <b>(20)</b> |
| 第一节 体育公共关系的主体——体育组织 .....    | (20)        |
| 一、体育组织的概念与特征 .....           | (20)        |
| 二、体育组织的分类 .....              | (22)        |
| 三、体育组织的形象及公共关系工作目标 .....     | (23)        |
| 四、体育组织的新形态——社会性个人 .....      | (25)        |
| 第二节 体育公共关系的客体——体育公众 .....    | (26)        |



|                               |             |
|-------------------------------|-------------|
| 一、体育公众及特点 .....               | (26)        |
| 二、体育公众的分类 .....               | (28)        |
| 三、把握体育公共关系主客体关系的观念 .....      | (31)        |
| 第三节 体育公共关系的过程——体育传播 .....     | (33)        |
| 一、传播及其基本要素 .....              | (33)        |
| 二、体育传播的种类及特点 .....            | (35)        |
| 三、体育信息传播在体育公共关系中的作用 .....     | (40)        |
| 案例 .....                      | (42)        |
| 思考与练习 .....                   | (44)        |
| <b>第三章 体育公共关系机构和人员 .....</b>  | <b>(45)</b> |
| 第一节 体育组织内部公共关系机构 .....        | (45)        |
| 一、建立和健全体育组织内部公共关系机构的必要性 ..... | (45)        |
| 二、体育公共关系部的设置 .....            | (46)        |
| 三、组建体育公共关系部的原则 .....          | (49)        |
| 第二节 专业体育公共关系公司 .....          | (50)        |
| 一、专业体育公共关系公司及类型 .....         | (51)        |
| 二、专业体育公共关系公司的特点 .....         | (52)        |
| 三、专业体育公共关系公司的业务范围 .....       | (53)        |
| 四、专业体育公共关系公司的工作原则 .....       | (54)        |
| 五、专业体育公共关系公司的收费方式 .....       | (54)        |
| 六、选择专业体育公共关系公司的标准 .....       | (55)        |
| 第三节 体育公共关系人员 .....            | (56)        |
| 一、体育公共关系人员的含义和分类 .....        | (56)        |
| 二、体育公共关系从业人员的基本素质 .....       | (57)        |
| 三、体育公共关系从业人员的职业道德规范 .....     | (60)        |
| 案例 .....                      | (64)        |
| 思考与练习 .....                   | (67)        |
| <b>第四章 体育公共关系工作程序 .....</b>   | <b>(68)</b> |
| 第一节 体育公共关系实务调查 .....          | (68)        |
| 一、体育公共关系调查的意义 .....           | (68)        |

|                                |             |
|--------------------------------|-------------|
| 二、体育公共关系调查的内容 .....            | (69)        |
| 三、体育公共关系调查的方法 .....            | (73)        |
| 第二节 体育公共关系实务策划 .....           | (75)        |
| 一、基本概念与内容 .....                | (75)        |
| 二、体育公共关系策划的主要内容 .....          | (76)        |
| 三、体育公共关系策划的一般程序 .....          | (77)        |
| 第三节 体育公共关系方案的实施 .....          | (81)        |
| 一、体育公共关系方案实施的重要性 .....         | (82)        |
| 二、体育公共关系方案实施的特点 .....          | (82)        |
| 三、体育公共关系方案的有效实施 .....          | (84)        |
| 四、具有中国特色的体育公共关系方案实施的基本经验 ..... | (85)        |
| 案例 .....                       | (86)        |
| 思考与练习 .....                    | (91)        |
| <b>第五章 各类体育组织的公共关系活动 .....</b> | <b>(92)</b> |
| 第一节 行政管理型体育组织的公共关系活动 .....     | (92)        |
| 一、行政管理型体育组织公共关系的必要性 .....      | (92)        |
| 二、行政管理型体育组织公共关系活动的特点 .....     | (93)        |
| 三、行政管理型体育组织公共关系活动的原则 .....     | (94)        |
| 四、行政管理型体育组织公共关系活动的主要形式 .....   | (95)        |
| 第二节 经营管理型体育组织的公共关系活动 .....     | (96)        |
| 一、经营管理型体育组织概述 .....            | (96)        |
| 二、经营管理型体育组织公共关系工作的作用 .....     | (97)        |
| 三、经营管理型体育组织主要的公共关系实务 .....     | (98)        |
| 第三节 公益服务型体育组织的公共关系活动 .....     | (100)       |
| 一、公益服务型体育组织概述 .....            | (100)       |
| 二、公益服务型体育组织公共关系工作的作用 .....     | (101)       |
| 三、公益服务型体育组织公共关系工作的主要对象 .....   | (103)       |
| 四、公益服务型体育组织公共关系的特点 .....       | (105)       |
| 案例 .....                       | (107)       |

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 思考与练习 .....                  | (108)        |
| <b>第六章 运动会申办公共关系 .....</b>   | <b>(109)</b> |
| 第一节 运动会申办过程中公共关系的地位和作用 ..... | (109)        |
| 一、运动会申办概述 .....              | (109)        |
| 二、公共关系在运动会申办过程中的地位和作用 .....  | (113)        |
| 第二节 运动会申办的公共关系对象及特点 .....    | (114)        |
| 一、运动会申办的公共关系对象 .....         | (114)        |
| 二、运动会申办的公共关系特点 .....         | (117)        |
| 第三节 运动会申办公共关系的实施 .....       | (119)        |
| 一、申办运动会的公关工作模式及要求 .....      | (119)        |
| 二、运动会申办的公共关系内容 .....         | (120)        |
| 三、运动会申办的公共关系工作方法 .....       | (123)        |
| 案例 .....                     | (124)        |
| 思考与练习 .....                  | (128)        |
| <b>第七章 体育赛事公共关系 .....</b>    | <b>(129)</b> |
| 第一节 体育赛事公共关系概述 .....         | (129)        |
| 一、体育赛事公共关系的含义及特点 .....       | (129)        |
| 二、开展体育赛事公共关系的必要性 .....       | (131)        |
| 三、体育赛事公共关系机构及其任务 .....       | (132)        |
| 第二节 体育赛事公共关系实务活动 .....       | (133)        |
| 一、体育赛事与组织内部公众间的公共关系 .....    | (133)        |
| 二、体育赛事组织与政府组织间的公共关系 .....    | (134)        |
| 三、体育赛事组织与公众间的公共关系 .....      | (135)        |
| 四、体育赛事组织与新闻媒介之间的公共关系 .....   | (136)        |
| 五、体育赛事组织与赞助商之间的公共关系 .....    | (137)        |
| 六、体育赛事组织与体育名人间的公共关系 .....    | (138)        |
| 七、体育赛事与环保的关系 .....           | (138)        |
| 第三节 体育赛事公共关系实施方法 .....       | (139)        |
| 一、搞好统筹规划,确定公共关系的目标 .....     | (139)        |
| 二、CIS 系统策划与赛事形象定位 .....      | (140)        |

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 三、体育赛事宣传 .....               | (142)        |
| 四、搞好与媒体及合作伙伴的关系 .....        | (144)        |
| 五、搞好体育赛事接待 .....             | (144)        |
| 六、安排好体育赛事礼仪 .....            | (145)        |
| 案例 .....                     | (146)        |
| 思考与练习 .....                  | (147)        |
| <b>第八章 社会体育公共关系 .....</b>    | <b>(148)</b> |
| 第一节 社会体育公共关系概述 .....         | (148)        |
| 一、社会体育公共关系的含义 .....          | (148)        |
| 二、社会体育公共关系的特点 .....          | (149)        |
| 三、社会体育公共关系的必要性 .....         | (150)        |
| 第二节 社会体育公共关系的基本内容和要求 .....   | (151)        |
| 一、社会体育公共关系的基本内容 .....        | (151)        |
| 二、社会体育公共关系的基本要求 .....        | (157)        |
| 第三节 社会体育公共关系的基本方法和实现途径 ..... | (158)        |
| 一、社会体育公共关系的基本方法 .....        | (158)        |
| 二、社会体育公共关系工作的实现途径 .....      | (160)        |
| 案例 .....                     | (161)        |
| 思考与练习 .....                  | (163)        |
| <b>第九章 体育赞助公共关系 .....</b>    | <b>(164)</b> |
| 第一节 体育赞助公共关系的必要性 .....       | (164)        |
| 一、体育赞助概念 .....               | (164)        |
| 二、体育赞助活动的类型 .....            | (165)        |
| 三、体育赞助公共关系的作用 .....          | (168)        |
| 第二节 体育赞助公共关系活动 .....         | (169)        |
| 一、体育赞助公共关系活动过程 .....         | (169)        |
| 二、体育赞助公共关系活动的内容 .....        | (170)        |
| 三、体育赞助公共关系活动的方法 .....        | (174)        |
| 第三节 体育赞助公共关系效益评价 .....       | (175)        |
| 一、体育赞助公关效益评价的含义 .....        | (175)        |

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 二、体育赞助公关效益评价的基本内容 .....      | (176)        |
| 三、体育赞助公关效益评价的方法与步骤 .....     | (177)        |
| 案例 .....                     | (179)        |
| 思考与练习 .....                  | (183)        |
| <b>第十章 体育明星与公共关系 .....</b>   | <b>(184)</b> |
| 第一节 体育明星公共关系概述 .....         | (184)        |
| 一、体育明星及其社会崇拜 .....           | (184)        |
| 二、体育明星的社会形象 .....            | (185)        |
| 三、体育明星在公共关系中的地位 .....        | (187)        |
| 第二节 体育明星的公共关系价值、内容与特点 .....  | (188)        |
| 一、体育明星的公共关系价值 .....          | (188)        |
| 二、体育明星的公共关系内容和活动 .....       | (189)        |
| 三、体育明星的公共关系特点 .....          | (191)        |
| 第三节 体育明星公共关系价值的实现途径 .....    | (192)        |
| 一、体育明星公共关系价值的评价指标 .....      | (192)        |
| 二、对体育明星社会形象的包装 .....         | (193)        |
| 三、体育明星在参与公共关系活动时应注意的问题 ..... | (195)        |
| 案例 .....                     | (197)        |
| 思考与练习 .....                  | (199)        |
| <b>第十一章 体育国际公共关系 .....</b>   | <b>(200)</b> |
| 第一节 现代国际体育发展与体育国际公共关系 .....  | (200)        |
| 一、现代国际体育发展与体育国际交流 .....      | (200)        |
| 二、体育国际公共关系的含义及特点 .....       | (203)        |
| 三、开展体育国际公共关系的现实意义 .....      | (205)        |
| 第二节 体育国际公共关系实务活动 .....       | (207)        |
| 一、体育国际公共关系的对象 .....          | (207)        |
| 二、体育国际公共关系的主要内容 .....        | (208)        |
| 三、开展体育国际公共关系活动的途径 .....      | (210)        |
| 第三节 体育国际公共关系的准则与操作方法 .....   | (212)        |
| 一、体育国际公共关系的准则 .....          | (212)        |

|                            |              |
|----------------------------|--------------|
| 二、体育国际公共关系的操作方法 .....      | (213)        |
| 案例 .....                   | (215)        |
| 思考与练习 .....                | (216)        |
| <b>第十二章 体育危机公共关系 .....</b> | <b>(217)</b> |
| 第一节 体育危机公关的基本问题 .....      | (217)        |
| 一、体育危机公共关系的含义 .....        | (217)        |
| 二、体育危机的特征 .....            | (218)        |
| 三、体育危机的危害 .....            | (219)        |
| 第二节 体育公共关系危机的类型及预防 .....   | (220)        |
| 一、体育公关危机的类型 .....          | (220)        |
| 二、体育公关危机的产生和发展过程 .....     | (221)        |
| 三、体育公共关系危机的预防 .....        | (222)        |
| 第三节 体育公共关系危机处理 .....       | (224)        |
| 一、体育公关危机处理的必要性和重要性 .....   | (224)        |
| 二、体育公关危机处理的过程 .....        | (225)        |
| 三、体育公关危机处理的原则 .....        | (227)        |
| 四、体育公关危机处理的策略 .....        | (228)        |
| 五、体育公关危机处理的技巧 .....        | (229)        |
| 案例 .....                   | (231)        |
| 思考与练习 .....                | (233)        |
| <b>第十三章 体育公共关系礼仪 .....</b> | <b>(234)</b> |
| 第一节 体育公共关系礼仪概述 .....       | (234)        |
| 一、礼仪概述 .....               | (234)        |
| 二、体育公共关系礼仪的含义与特性 .....     | (235)        |
| 三、体育公共关系礼仪的作用 .....        | (237)        |
| 四、体育公共关系礼仪的原则 .....        | (239)        |
| 第二节 体育日常交往礼仪 .....         | (240)        |
| 一、体育公务接待礼仪 .....           | (240)        |
| 二、体育比赛礼仪 .....             | (242)        |
| 三、体育场馆礼仪 .....             | (245)        |

|                 |       |
|-----------------|-------|
| 第三节 运动会礼仪 ..... | (247) |
| 一、开幕式礼仪 .....   | (247) |
| 二、颁奖礼仪 .....    | (249) |
| 三、闭幕式礼仪 .....   | (251) |
| 案例 .....        | (251) |
| 思考与练习 .....     | (254) |
| 主要参考文献 .....    | (255) |
| 后记 .....        | (257) |

# 第一章 体育公共关系概述

随着现代体育的发展,体育公共关系作为一种科学的管理职能、传播行为和交往方式在体育各个领域得到广泛应用,已显示出强大的生命力和特有的功能,形成一门独立的学科。本章着重阐述体育公共关系的含义和特征;体育公共关系的工作构成、地位和作用;体育公共关系的研究对象和方法。

## 第一节 公共关系相关理论与知识

### 一、公共关系的概念

公共关系(Public Relations)是一种科学的现代管理方法,是协调处理现代社会组织与公众之间的各种关系,保证事业成功的一门不可缺少的学问。

究竟什么是公共关系?比较权威的说法有以下几种:

1978年6月在墨西哥城举行的各国公共关系协会第一次世界大会规定的定义为:“公共关系是一门艺术和社会科学。它分析发展趋势,预测其结果,为组织领导咨询并实行有计划的行动方案。这种行动方案将服务于该组织和公众的共同利益。”<sup>①</sup>

1981年出版的《不列颠百科全书》指出:“公共关系旨在传播个人、公司、政府机构或其他组织的信息,并改善公众对于其态度的种种政策或行为。”<sup>②</sup>

国际公共关系协会(The International Public Relations Association)关于公共关系的定义是:“公共关系是一项经营管理的功能,它属于一种经常性与计划性的工作,不论公私机构或组织,均通过它来取得相关公众的了解、同情和

<sup>①②</sup>骆秉全等著:《体育公共关系概论》,第1版,北京体育大学出版社,2000。



支持,亦即审度公众的意见使本机构的政策与措施尽量与之配合,再运用有计划获得的大量资料,争取建设性的合作,获得共同利益。”<sup>①</sup>

英国公共关系学会认为:“公共关系实践是一种审慎、有计划的和持续的努力,以建立和维持一个组织与它的公众之间的相互理解。”<sup>②</sup>

如果具体分析“公共关系”这一概念,它具有“状态”和“活动”两重含义,即公共关系既是一种客观存在的状态,又是一种主观意识的活动。

所谓公共关系状态,就是任何社会组织都和另一些组织或群体的成员发生着一定的联系,它们之间相互影响、相互作用。这种既定状态不受人的意志所左右而客观存在着。如果社会组织从事某种具体的公共关系活动,改变了原来的组织形象,呈现出的就是公共关系状态。

所谓公共关系活动,它是一个社会组织为了实现预定的目标而有计划、有组织地运用传播手段,通过信息交流、情感传递等有效活动去改善公共关系状态,创造最佳的发展环境,保证预定目标的实现。这种组织或个人的主观能动活动,就是公共关系活动。

从以上分析中可以看出,一个社会组织与相关组织、群体和个人的公共关系只有通过特殊的交往,经过一系列的公共关系活动才能真正形成。概括地说,公共关系的基本含义是:组织机构通过有效的公共关系活动去改善自己的公共关系状态,达到组织自身顺利发展的目的。

## 二、公共关系的基本理念

公共关系的基本理念是指导公共关系活动的思想观念,它是公共关系从业人员应时时刻刻铭记在心,用以指导自己思想和行动的思想观念。公共关系工作必须牢固地奠基在这些重要的基本理念之上。

### (一)组织形象塑造理念

正如人们所知,公共关系的根本目的就是为组织塑造一个理想的社会形象。这个社会形象最为中心的促成要素是组织的知名度、美誉度、认知度和贴近度等等。这正是一个组织中的公共关系部门和公共关系人员存在的主要理

<sup>①</sup>李道魁编著:《公共关系教程》,第4版,第2页,西南财经大学出版社,2003。

<sup>②</sup>骆秉全等著:《体育公共关系概论》,第1版,北京体育大学出版社,2000。