

公关理论与实务文库 | 丛书总主编：赵麟斌

政府公关

洪建设 主编

Government
Public
Relations



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

公关理论与实务文库

政府公关

洪建设 主编

李恭园 周俊森 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

政府公关/洪建设主编. —北京:北京大学出版社,2010.5
(公关理论与实务文库)
ISBN 978-7-301-17075-5

I. 政… II. 洪… III. 国家行政机关—公共关系学—技术培训—教材 IV. D035.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 052461 号

书 名: 政府公关

著作责任者: 洪建设 主编

策 划 编 辑: 黄庆生

丛 书 主 持: 栾 鸥

责 任 编 辑: 李 玥

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-17075-5/F · 2498

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 子 信 箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126
出版部 62754962

印 刷 者: 三河市北燕印装有限公司

经 销 者: 新华书店

720 毫米×1020 毫米 16 开本 19.5 印张 480 千字

2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 46.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: (010)62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

公关理论与实务文库

编委会名单

顾问 方忠炳

主任委员 赵麟斌

副主任委员 黄诗筠 魏章官 陈 健 洪建设 吴贤军

委 员 (按姓氏笔画排序)

王少萍 王昌逢 王英灵 刘 云 陈一收

陈 健 陈菊香 陈燕青 李 冬 李恭园

苏素琼 吴贤军 周俊森 洪建设 赵 娴

赵麟斌 桑付鱼 龚 娴 黄诗筠 黄洪旺

康红蕾 曾 锋 魏章官

总 主 编 赵麟斌

序

——中国公共关系协会会长 苏秋成

中国公共关系事业,顺应改革开放潮流而生,随着中国经济与社会的发展而日益展现其作为无形战略资源的独特魅力。经过二十多年的发展和积淀,在中华五千年文明和中国特色社会主义的土壤里,公共关系这一崭新事业的发展已经初具规模,公共关系理论在实践中已得到越来越多、越来越有效的应用。虽然现代公共关系作为一项事业、一种职业,在中国发展的时间只有短短的二十多年,但公共关系的思想和实践一直融合在中华民族几千年的优秀文化之中。也正因为如此,有如久旱逢甘霖一般,公共关系的幼苗迅速地在改革开放的百花园中茁壮成长起来,并绽放出亮丽的色彩。

如今,公共关系已经融入各行各业的诸多领域,在品牌推广、企业传播、危机管理、政府形象、城市建设等诸多方面都发挥着日新月异的积极作用。在中国入世、文化申遗、北京申奥、上海申博、抗击非典、汶川抗震救灾等一次次重大事件中,愈发彰显了公共关系独特的功能。

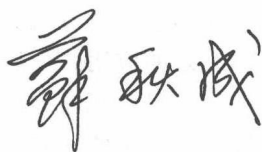
当前,中国的公关事业在科学发展观的引领下,融入了党中央提出的构建和谐社会的整体战略部署,进一步明确了自身的价值追求、政治方向和最终目标,正意气风发地迈向新的更高的起点。中国举办的一系列国际性活动更是为公共关系服务提供了极好的舞台和巨大的商机。可以这样认为,中国公共关系业迎来了最佳的战略发展机遇期,必将大展宏图。

行业的可持续发展,必须建立在专业化、规范化的基础上。唯有不断进行理论研究和学术探讨,总结经验,开拓领域,才能保持蓬勃生机。一直以来,公共关系事业得到一大批有识之士的大力支持,许多教育工作者和公共关系的爱好者为普及公关知识,开展公关教育,传播公关理论,培养公关人才付出了辛勤的劳动,用知识和智慧哺育公关事业的健康发展。本套丛书的编委会成员及其著作者都是公关事业的热心支持者和有志者,他们具有敏锐的意识和超前的思想,致力于传播公共关系理念,探讨

公关理论和实务的前沿。经过两年多的研究,形成了这套别开生面的丛书。

丛书根据公关的功能分类方式,共分为《政府公关》、《企业公关》、《大型活动公关》、《危机公关》(上、下册)等。写作体例新颖,作者根据开篇导例—史镜今鉴—三刻拍案—回味隽永的写作体例,以简短而精致的案例在文章开头提纲挈领,融会古今中外的经典案例,以史为鉴,对时效性的经典案例进行评析,最后总结经验教训,取精华,弃糟粕,耐人寻味。本书内容翔实,信息量大,手法新颖独特,理论联系实际,可读性强,能够很好的指导人们进行公关活动,同时也为公关爱好者提供了精神食粮。

写出以上文字,是为序,同时衷心祝贺丛书出版。



2010年3月26日

前 言

赵麟斌

当本书终于付梓、墨香扑鼻之时，虎年新春的气息仍在星空中弥漫着。作为对牛年丰收自然回应的鞭炮声、喜悦声仍不绝于耳，依旧在耳畔回旋激荡，唤起了我感慨的涟漪……

记得 2006 年我在加拿大布鲁克大学做国际高级访问学者时，有一位留学生凯丝蒂小姐曾向我了解中国的发展变革，尤其是企业成功案例，言及上网寻遍却收获无几。她给我这教授上了一堂公关课，也使我下决心要去做这件事：编一本乃至一套中国人自己写的、具有中国特色的公关案例专用书。毕竟祖国强大了，要更好地走向世界，与世界接轨，作为学者，应贡献自己的学识和才华于社会，报效人民。于是有了尝试初期的萌动——跃跃欲试。

起源于西方国家的公关之学，迄今已有一百多年的历史了，但对我国来说，仍是一门非常年轻的学科，至今不过二十多年的时间。它虽年轻却以后发之势迅猛发展着，并日益在国家社会生活的各个层面发挥着越来越重要的作用，成为改革开放的一种新推力。实际上，一部分人对公关之学仍存在着误解，认为这无非是类似“厚黑学”的旁门左道，甚至有人将它比为低俗流变的下作之功。故此，公关之学正面形象的树立首先必须致力于为公关正名，欲行有效传播，必先正本清源，实则才有宣传的底气，使之朝着健康轨道且能发挥更大作用力的方向发展，达到为学习者开阔视野、扩充新知、加深了解、释疑解惑之目的。正是这一学术诉求孕育了我们思想的冲动，冲动之行便始于尝试……

这是一种尝试，从团队、研究领域到体系范式的构建都是一种全新的尝试。

我们的团队，是由非公关的研究人员组成的，学科背景几乎涵盖了人文社科的所有方面，是一支大而全的“杂牌军”，但它又与公关案例写作所需的学科背景紧密相连，诚然也有来自公关专家对写作的具体观照。试图通过不同的学科，全方位、新视角、多维度地审视公关，使之脱离窠臼，

不仅仅局限于公关人的孤芳自赏中,而力求成为公关利益相关者们共同关注的焦点,这是我们的初衷,也是我们的尝试。

本丛书根据公关功能分类方式,采用分期完著的形式,奉献给读者的是第一期成果:主要包括《政府公关》、《企业公关》、《大型活动公关》和《危机公关》(上、下册)。这些公关类型是当前公关活动中最为常见和常用的,故先期出版。倘有能力,在以后第二、第三期将进一步陆续撰写其他类型公关理论与实务案例集。由于我们的研究团队大多首次接触公关,欲窥公关之实质,把握公关之精髓,展现公关之魅力,无疑是一次重大的挑战,同时由于对该领域陌生,为开发处女地,遂决计开始以“白板”方式探骊公关的“破冰之旅”。如此,较易生成自身的判断,也力图以全新的面目呈现给读者,因而也算是一种尝试。

我们的写作体例,近乎是一种首创。本书沿着开篇导例—史镜今鉴—三刻拍案—回味隽永的逻辑指向,以主案例为核心,激扬文字,直抒胸臆。开篇导例重点在于以开门见山的方式阐扬文章的旨归,并将主案例切入,统摄全文。史镜今鉴则是采撷了古今中外的经典案例,托衬公关,摒弃了当今案例“单打独斗”的写作范式,力争达到材料历久弥新,内容精益求精,思想蕴含深远之效。亦如古训所言:“夫,以铜为镜,可以正衣冠;以史为镜,可以知兴替;以人为镜,可以知得失。”三刻拍案是以正反比较的方式编撰,篇幅各异,配以错落有致的例子,具有较强的针对性和现实感,意在激起共鸣。拍案之时正是公关所应吸收经验教训之际,而三刻之后则是公关意识入脑之用。回味隽永是一种反思式的阅读,使读者能够从中获取于自身有益之物,这是我们的理想奢望。立此体例,是一种尝试,是再现层次清、意识明、脉络通思维方式的一种大胆的尝试。

在某种程度上,公关能力的强弱决定着事业的成败得失。遵循这一逻辑理路,我们精选了成功与失败交织、经验与教训共生、理论与实践并行的公关案例。坚持古今中外、兼收并蓄的原则,以梳理、反思、前瞻为导向,使读者能够从案例中获取对新的公关实践有所裨益的“活性因子”。

一年多来,本套丛书从构思到动笔再到开印,此间,得到了中国公共关系协会、福建省国际国内公共关系协会、福建师范大学、福州大学、闽江学院等单位的大力支持,特别感谢福建省国际国内公共关系协会会长、原福建省高级人民法院院长、福建省人大常委会副主任、中国大法官方忠炳同志,他始终支持我们的写作并欣然出任丛书顾问;还要感谢福建省国际国内公共关系学会副会长黄诗筠、魏章官,副秘书长陈健、刘云等同志的关心帮助。同时感谢中国公共关系协会会长苏秋成先生、北京大学出版



社党委书记金娟萍女士,策划编辑黄庆生先生慧眼识珠,丛书主持栾鸥女士热忱帮助,为本丛书所付出的辛勤努力,让本丛书得以顺利出版。

这是一种尝试,是挂一漏万的尝试,然而探颐索隐,怀揣慎思勤学的治学之心,秉承“书山有路勤为径,学海无涯苦作舟”的理念,祈盼着能不辜负读者的殷殷期望。

既是一种尝试,不足之处在所难免,恳请方家不吝赐教。

庚寅年孟春于己得斋

目 录

第一篇 展示公关力量 传播政府形象	
——上海 2010 年世博会主题宣传之联想	(1)
第二篇 危难时刻政府应更显能力	
——汶川大地震政府公关案例	(13)
第三篇 政府善用媒体塑形象	
——“非典”时期政府与媒体关系的准确定位	(25)
第四篇 政府优化行为——塑造良好形象	
——从中国救市计划看政府公关	(37)
第五篇 走在钢丝绳上的公关	
——政府企业公关	(51)
第六篇 政府主旋律下的新城新貌	
——上海浦东的开放与发展纪实	(67)
第七篇 政府危机公关中的信息传播和利用	
——以安徽省阜阳手足口疫情为例	(83)
第八篇 城市之光点亮政府形象	
——城市形象推广策略定位	(95)
第九篇 借人文气息 造城市之魂	
——城市营销案例	(109)
第十篇 双向互动中的政府公关	
——以某开发区为例	(123)
第十一篇 社会舆论风潮的应对和利用	
——华南虎事件公关案例	(137)
第十二篇 人民的政府	
——从无锡市处理太湖蓝藻事件说起	(149)

第十三篇 与时间赛跑	
——湖北石首“6·17”事件中的政府公关	(163)
第十四篇 政府媒介公关 搭建沟通桥梁	
——以 2001 年上海举办 APEC 会议为例	(175)
第十五篇 媒体之镜映鉴政府形象	
——美国白宫的媒体公关策略	(187)
第十六篇 媒介传情,塑魅力公关	
——中美乒乓外交	(201)
第十七篇 主动公开信息 掌握舆论主导权	
——大旱无情,政府有为慰民心	(213)
第十八篇 搭台的政府与唱戏的非政府组织	
——安乐街村的故事	(225)
第十九篇 混乱中的秩序保障	
——北美大停电政府公关案例	(243)
第二十篇 领导者个人形象公关	
——从关注民生说起	(257)
第二十一篇 全心全意为人民服务 争做人民好公仆	
——以福州市公交进入一元时代为例	(269)
第二十二篇 无刃外交,公关无棱	
——国家公关舞台上的夫人风采	(281)
后记	(296)
参考文献	(297)

第一篇

展示公关力量 传播政府形象

——上海2010年世博会主题宣传之联想



政府公关最主要的任务，就是妥善处理与民众的关系。在政府公共关系活动中，作为公共关系活动主体的政府，利用各种公关活动方式，在政府与民众二者之间找到平衡点，通过有效的沟通，得到民众的信任，从而建立较高的政府威信和美誉度，达到传播良好形象的政府公共关系活动目的。



开篇导例

西湖风景区综合保护工程

“欲把西湖比西子，淡妆浓抹总相宜。”这是北宋大诗人苏轼对西湖的形象赞誉，而一湖（西湖）、二塔（保俶塔、雷峰塔）、三岛（三潭印月、湖心亭、阮公墩）、三堤（苏堤、白堤、杨公堤）的西湖全景，一湖映双塔、湖中镶三岛、三堤凌碧波的奇观胜景，使西湖成为游览观光的胜地，也成为杭州市的城市名片。但随着社会的飞速发展，出现对西湖保护略有疏忽，西湖及周边地区大量宝贵的公共资源，一度被一些单位、个人占有，沿湖的单位和居民的生产生活用水，直接排入西湖，污染现象严重。由于含氮量超标，西湖的水质被国家环保总局判为劣五类水体，“天堂明珠”蒙受尘垢。

杭州市政府针对西湖所面临的景观遭破坏的危机，立足于以民为本、还湖于民的理念，提出了实施西湖综合保护工程，西湖风景名胜区内内的建设项目不断增加，西湖综合治理工程赢得了社会各界的积极支持和响应。2002年底，杭州市委、市政府又将西湖综合保护工程的目光指向西湖西线，实施“西湖西进”综合保护工程，西湖西进和历次对西湖的保护整治不一样，要以重文化为主题，认真进行研究和探讨。2004年杭州开始了北山街历史文化街区保护工程。工程开始后，一些热心市民向市委、市政府建议，要求重新修建苏小小墓、武松墓的建议，市领导把这一建议交给了市政协进行论证和研究。市政协为此收搜集了众多资料，并于2004年6月1日召开专题论证会，邀请省市历史、旅游、文化、文物等方面专家和热心市民就此问题进行座谈。与会人员从历史利弊、人文精神、文化旅游等角度综合考虑，就两墓重建的利弊、方式开展了讨论，提出了一些方案供市委、市政府决策。这些建议引起市委、市政府高度重视并被吸收采纳。参照国内外成功经验，将保存历史与追求现代感完美地结合在一起，建立韩美林艺术馆、印刷博物馆等。杭州市主要领导在调研西湖综合保护工

程时强调,认真贯彻市党代会精神,按照打造“生态西湖、人文西湖、和谐西湖”的要求,坚持还湖于民方针,继续实施西湖综合保护八项工程,如期向市民推出西湖新景,要以山林为基础,以湿地为特征,以文化为依托,以美食为“亮点”,深化完善设计方案,搞好观景平台、观景长廊、“生境岛”、水景等景观设计,把江洋畈生态公园打造成 21 世纪杭州西湖公园的新典范,争取在 2010 年成功通过世界文化遗产的申请。

从西湖综合治理工程理念的提出,到治理工程的实施,杭州市政府的行为坚持“以人为本,还湖于民”的理念,传播了杭州市政府始终将人民的利益放在首位的执政理念,充分调动了市民参与的积极性,做到了与公众进行了良性的沟通,在公众心里树立了良好的政府形象,从而进一步增强了政府的凝聚力及号召力,实现了政府公共关系的最终目的。

从本案例中可以看出,“以人为本,取信于民”对一个政府的重要性,而是否能够有效传播政府良好形象,则可视为政府公共关系成败的基础条件。

史镜今鉴

史禄奉命修灵渠

公元前 221 年,秦统一六国后,在派 30 万大军北伐匈奴的同时,派 50 万大军越五岭南征百越。当时的越人多处氏族部落时代,多住山间,迁徙无定,无编户,无君长,各民族割据一方,自立为王,连年征战动乱,并不断侵扰秦国边境。秦军的进军路线主要是南岭山脉的越城岭与都庞岭中间重峦叠嶂的湘桂走廊。气势强盛的秦军在岭南却受到了挫折,越人抵抗,粮草等因运输线长而补给困难,瘴气作祟等,秦军 3 年不解甲驰弩。为此秦始皇亲自到前线视察,到达了湘江上游,弄清了久攻不下的原因是交通运输问题,于是下令指派一名叫史禄的官员,主持修建灵渠。

面对复杂的地形,为了解决开凿过程中的疑难问题,史禄提出了一个惊人的建议,采用了盘旋反复,通过延长渠道的长度,在同样一个高差的

情况下,使渠的坡度减缓,流速降低,在湘江和漓江之间修了一条运河,打通南北两大水系,将长江和珠江连接起来,灵渠一开通,珠江、长江两大水系可直接通航,中原的铁器和先进的农耕文明传播到珠江流域,促进了当地经济社会的发展,为巩固了边防,维护了国家统一,作出了巨大的贡献,灵渠的修成,同时标志着中国的水利设计和施工都是当时世界最高水平。



点评

史禄修灵渠,用实际行动诠释了为官为民的官德。作为秦朝的一名官吏,其言行是秦朝国家形象的间接传达。史禄修灵渠的一系列行为,说明了秦朝统治者关心老百姓生活状态,解决民众生活困难的决心,塑造了秦朝良好的形象。以古视今,政府形象传播公关,也是着重在树立爱民、重民、惠民的政府形象,使政府赢得民众的信任,从而推进和谐社会的营造。

此外,西汉初期统治者所采取的“与民休息”的政策,也渗透了政府形象传播公关中民本的因子。西汉王朝建立初期,百废待举,百业待兴,刘邦采纳了陆贾著的《新语》一书中“夫道莫大于无为,行莫大于谨敬”、“君子之为治也,块然若无事,寂然若无声,官府若无吏,亭落若无民”的政治主张,提出了“与民休息”的治国策略。刘邦登基之时,约法省禁,减轻田赋税率,“什五而税一”。汉惠帝时,下令“减田租,复十五税一”。可知刘邦在位的12年间,后期因国家财政上的需要,税率有所提高,但惠帝于汉高祖十二年即位后,旋即恢复了原来的税率,使十五税一保持下来,即使吕后当政时也未见改变。

汉文帝时,进一步降低田租的税率,按“三十税一”征税。这是中国封建社会田赋税率最低的时期,而且以后始终不变。

鼓励生产、发展经济,扩大税基,增加政府财政收入。在农业方面,多次下诏劝课农桑,按户口比例设置三老、孝悌、力田若干员,经常给予他们赏赐,以鼓励农民发展生产,还通过各种税收优惠政策鼓励人民开荒。在工商业方面,文帝“山泽之禁”即开放原来归国家所有的山林川泽,从而促进了农副业生产和与国计民生有重大关系的盐铁生产事业的发展。文帝十二年(公元前168年)又废除了过关用传制度,促进商品流通和各地区

间的经济交往。商品经济的发展,使工商杂税收入逐步超过了全国的田租收入,也使政府有财力减免田租。汉景帝恢复与匈奴等周边民族通关市,发展边境贸易。在“物内流,利不外泄”原则下,取得了巨大的贸易顺差。

厉行节约,禁止浪费。汉文帝提倡节俭,他在位期间,宫室苑囿,车骑服御,都无增加。他曾经想做一个露台,预算报上来,需要百金,他便放弃了这一想法。为了减免人民税负,他还减少自己的开支,裁减侍卫人马。汉景帝下诏不接受地方贡献的锦绣等奢侈物品,并禁止地方官员购买黄金珠玉,否则以盗窃论罪。“与民休息”治国策略的推行,不仅给西汉初期经历过战乱之苦的老百姓一次休养生息的机会,而且也为统治者在民众心中塑造形象加重了成功的砝码。通过“与民休息”政策的落实,西汉统治者有效地传播了爱民与护民的国家形象,为国家能够在纷繁复杂的战争年代提升影响力提供了坚实的后盾。

可见,在我国,政府重视公众需求,从而树立良好的政府形象,最终达到政府、民众和社会共赢的目的。其他国家也采取多种方式,力图维护政府形象。让我们来看林肯解放黑奴的案例。

1858年,林肯在参加伊利诺斯州参议员竞选时,发表了一篇题为《裂开了的房子》的演说,他把南北两种制度并存的局面比喻为“一幢裂开了的房子。”他说:“一幢裂开了的房子是站不住的,我相信这个政府不能永远保持半奴隶、半自由的状态。”林肯的演说语言生动、深入浅出,表达了北方资产阶级的要求,也反映了全国人民群众的愿望,因而为他赢得了很大的声誉,并在选举中得到相当多数的民众选票,赢得了总统选举。1862年5月,林肯签署了《宅地法》,规定每个美国公民只交纳10美元登记费,便能在西部得到160英亩土地,连续耕种5年之后就成为这块土地的合法主人,这一措施从根本上消除了南方奴隶主夺取西部土地的可能性,同时也满足了广大农民的迫切需求,大大激发了农民奋勇参战的积极性。1862年9月,林肯又亲自起草了《解放黑奴宣言》草案。1863年1月1日正式颁布《解放黑奴宣言》,宣布即日起废除叛乱各州的奴隶制,解放的黑奴可以应召参加联邦军队。宣布黑奴获得自由,从根本上瓦解了叛军的战斗力,也使北军得到雄厚的兵源。

林肯在南北战争中能够取得胜利,不可否认的一点就是林肯意识到北方农奴力量的强大,并在战争的过程中废除农奴制,解放了黑奴,满足了黑奴向往自由的迫切渴望。

三刻拍案

拍案一 上海 2010 年世博会主题宣传

为了迎接 2010 年即将在上海拉开帷幕的世界博览会,主办方中国提出了“城市,让生活更美好”的主题,该主题的具体内容分别是:城市是人类文明的结晶,多元文化的集聚与交融是城市的特质;城市是经济增长和社会发展的发动机,富有活力的城市经济是国家经济实力的象征;城市是科技创新的载体和核心,科学技术的飞速发展加快了城市的更新和生活的改善;城市社区是城市 and 人类生活的“细胞”,21 世纪将赋予城市社区更新更丰富的内涵。这一主题又包含了五个分主题:城市与经济发展关系、城市与可持续发展关系、城乡互动关系、城市与高科技发展关系、城市与多元文化发展关系。要求更适宜居住的环境,更高质量的生活,这是人类新世纪的梦想。“城市,让生活更美好”的上海世博会主题,体现了以人为本的理念,真实地反映了人类对城市发展前景的希望和渴求。在走向新世纪的行列里,中国正以前所未有的发展速度和在世界政治经济国际事务中的影响和作用,令世人所瞩目。根据“城市,让生活更美好”的主题和副主题,展示活动将包括对“更美的城市”、“更好的生活”以及它们之间关系进行全面的阐释。向世人展示了中国政府有能力办好此届世界博览会的坚定信心,同时也增强了政府的凝聚力与号召力。

据上海市人民政府发展研究中心相关人士介绍,城市及其发展是人类永恒的主题。自从城市在人类社会历史上诞生以来,就成为人类发展的主线之一。但是不论发展水平如何、也不论社会制度和意识形态怎样,目前都面临着如何解决“城市病”及未来怎样发展的问题。选择这个主题,可展示性强,参与度大,各国均可以根据本国特点对大都市、中等城市和小城镇作广泛选择。同时,这个主题也体现了承办地上海的特点。上海在 20 世纪 30 年代曾经是远东经济中心城市之一。从 20 世纪 90 年代