

# 现代 公共 关系

刘伟力 编著



海天出版社

超越网络

2

# 现代公共关系

● 刘伟力 著

海天出版社

【中国·深圳】

责任编辑 梁克虎

封面设计 齐 功

## 书名 现代公共关系

---

作者 刘伟力

出版 海天出版社

地址 深圳市彩田南路海天综合大厦 邮编：518026

发行 海天出版社

开本 850×1168mm 1/32

印张 13.5

字数 320千字

版次 1992年1月第1版

1997年8月第3版

印次 1997年8月第1次印刷

照排 深圳市蓝海洋电脑设计有限公司

印刷 广东惠阳印刷总公司

---

书号 ISBN7-80542-399-7/C·8

定价 19.80元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

## 序

朱传贤

我很高兴地读完了刘伟力先生编著的《现代公共关系》一书，我为公共关系学园地新葩迭出由衷地感到欣慰。

刘伟力先生是深圳国际公共关系协会培训中心主任、蛇口公关协会理事、中国书法家协会广东分会会员，热情好学，涉猎面广，勤于写作。已有数十万字的文学作品及教育理论文章发表，书法作品亦多次在国内获奖。在内地时，他曾参加过青年教材的编写工作，并负责全书数十万字的文字统稿工作，得到有关专家的好评。像这样一位青年人，从公关人员素质的角度来看，应该算是“通才”、“杂家”的了。由他耗时两年精心编著的《现代公共关系》，可以说是十分难得的。

我觉得此书有三大特点。

其一，理论与实践和谐统一。我读过一些公关书籍，有些是很不错的，但也有些书忽视了这个问题，较明显的有二种。一是纯理论性，引经据典，繁文缛节，把简单的问题复杂化，让人望而生畏；二是太通俗化，罗列事例，就事论事，有点像资料汇编，缺乏条理，深度不够。《现代公共关系》一书在这方面有所突破，熔理论与实践于一炉，既有点，也有面，事、理兼顾，和谐统一，读后颇有所得。

其二，着眼于自学进修，提高人的素质。现在不少大专院校相继开设了公共关系课程，社会上各类公关培训班也不少，还

有一些职业高中也开了选修课，但是更多的青年朋友没有机会参加系统的学习。我希望大家能读一读此书，作为自学进修，提高素质，不无裨益。书中有不少自测题，书后还配有思考与练习，另附录了一些社交常用资料，非常难得。可以说，此书无论是学校选作教材，还是作为青年自学读本，都是非常适宜的。刘伟力先生在这方面所作的努力，我认为是开拓性的。

其三，文字生动活泼，可读性强。不少青年朋友向我诉苦：“我是很想认真学点公共关系学，可一捧起书就觉得读不下去，怎么办？”这是个普遍问题。刘伟力先生是搞教育的，又勤于文学创作，对语言艺术颇有造诣。《现代公共关系》很注意这个问题。丰富有趣的实例，生动活泼的语言，独到精辟的分析，提纲挈领的理论，将读者的思路带到一个广阔的兴味无穷的天地。

毋庸讳言，此书也还存在一些不足。如部分章节较为草率，另外，体例结构亦可商榷。但纵观全书，仍瑕不掩玉。我希望作者能在修订时认真修改，精益求精。

有人曾对我说：“公关热”已经过去了。借此机会，我想说明一下，公共关系，作为一种社会存在，作为一门综合学科，“热”是不正常的，“冷”自然也是不正常的。作为它本身，是无视冷热的，倒是一些盲目热衷于掀起“什么什么热”的人们，是否应该考虑“冷一冷”了。

读了《现代公共关系》一书，感慨良多，写下以上文字，如果算是序的话，那就“是为序”吧。

1992年1月于北京

（朱传贤先生为国际公关协会理事兼中国总干事、中国国际公关协会常务副会长、前外交部礼宾司司长）

## 再版说明

我没有想到《现代公共关系》一书如此受到读者的欢迎，初版仅半年就销售一空，二版也是如此。现在要出第三版了，真是没想到，只好说一声：“承蒙错爱”。我喜欢看书，也喜欢买书，看多了买多了也就想写点书。我时常这样想：一本书，读者起码要乐意读，能读完；如果连读都读不下去，何谈好坏？写书不是炫耀，而是推广。读书如同谈话，板起面孔谁看？故作高深谁看？我非常欣赏“剪烛夜读，如沐春风”的境界。

我没有想到的是本书出版发行后，收到这么多的读者来信。天南地北，从中学生到大学教授，有商榷理论问题的，有诉说心中苦闷的，有要求订购此书的，也有不少请我帮忙找工作的，还有遇到经济困难要我赞助的……只要是到了我手中的来信，我均一一作答。我觉得读者愿意给你写信，是看得起你，是对你的尊重和理解，是因为你的书打动了你。作为作者，还有什么比这更高兴的呢？

我还没有想到的是，此书能被全国众多的学校选作教材，尽管我当时的初衷就是把此书编成“水陆两用”。有的学校一订便是几年。有旅游学校，商业学校，保险学校，司法学校，师范学校，各类职业高中，教育学院，行政学院，党校培训班，等等。林林总总，上百所学校，真是没想到。这次修订我是认真再认真，生怕谬误太多，误人子弟。

也有朋友问我写此书的动机。我是搞教育的，我有一个思想发端，就是现代教育重要的是教给学生方法，而不是知识，愚梁刺股已经过时，读书是一件非常潇洒的事。这一思想在当时

被视为异端邪说。当年爱迪生求知，发誓要挨个把图书馆的书读完。有人教他：把你所用的书全部编成一个网络，收紧网口，逐步延伸，纲举目张。这就是我的思想——超级网络。也许是超级网络的关系吧，我的思想老是跟网和鱼联系在一起。北海道渔民每次捕回的鱼，98%的死亡率。可有一次偏偏是98%的存活率。一查，原来是几条鲨鱼，搅得众鱼求死不能。简直不可思议，死亡的威胁居然会提高存活率！

网络的发现和生存的威胁，促使此书诞生。编织网络的结果，受益者竟首先是我。书大受欢迎，我成功了！

也有不少读者朋友写信来说，此书编写体例尚可商榷，力求丰富实用。我考虑再三，觉得很有道理。因此在这次修订时补上了“公共关系的步骤与方法”及“公共关系实务例举”二章，另外对其他各章也补充了一些内容。

还有一些单位、朋友写信热情邀请本人前去办班讲学，策划项目。因前段时间较忙，除接草打兔子——顺带外，大都未能成行。日后准备抽些时间到各地交流交流，请各有关人士按以下地址联系：

广东省深圳市蛇口翠薇园 14-502 思齐工作室

邮政编码：518067

电话传真：(0755) 6865896

热线传呼：(0755) 3238888-6561

手提电话：01305463066

谢谢大家！

你的朋友

1997年8月于深圳

## 目 录

序 .....	1
再版说明 .....	3

### 第一章 公共关系学的含义和任务

为什么有的人能够广结良缘，人见人爱，而有的人总是难以相处，格格不入？九百六十万平方公里，十三亿八千万中国人，为什么你我相识？相逢是缘。人生一世，草木一秋，如何尽显风流，欢度人生呢？

**要旨：** 一是要埋头苦干，卓有成效；  
二是要巧妙利用他人之口，广为传播。

第一节 什么是公共关系 .....	1
第二节 公共关系学是研究什么的 .....	8
第三节 为公共关系正名 .....	14
第四节 公共关系学的有关问题 .....	18

### 第二章 公共关系学的发展及其应用

公共关系自古有之，超级网络无时不在。刘玄德三顾茅庐，诸葛亮七擒孟获，基督教为何遍布世界各地？林肯为什么能成为美国总统？霍英东为什么能成为香港巨富？“一国两制”的宏伟构



想为什么能顺利实施?

**记住：** 公共关系不是妙药灵丹，  
关键在于编织、掌握超级网络。

第一节	公共关系学的历史回顾 .....	22
第二节	公共关系学的发展及特点 .....	26
第三节	公共关系的特征和内容 .....	30
第四节	公共关系的作用 .....	34

### 第三章 公共关系人员的基本素质

幽默是当今社会一大时尚。当今美国青年人择偶，幽默感列为诸多条件首选。“衣貌取人”虽不可取，却是一种普遍心理。10位小姑娘，其中8位长相漂亮、服饰美观，2位长相丑陋、衣服破旧。10人中有1人是小偷，你会认为是谁呢？

**注意：** 热情的爱心，大方的仪表，幽默的谈吐，  
诚恳的表情，翩翩的风度，周到的礼节。

第一节	性格倾向 .....	39
第二节	仪表风度 .....	45
第三节	知识结构 .....	50
第四节	言语谈吐 .....	52
第五节	品德智慧 .....	66
第六节	公关人员素质条件的检测 .....	68

### 第四章 公共关系人员的基本能力

创造学的基本方法是发散思维和逆向思维。传统思维只能

让人循规蹈矩,亦步亦趋。善于运用逆向思维,说不定你也是爱迪生,不妨一试。

**逆向思维：**左右逢源显示实力，能说会道招财进宝，  
见风使舵规避风险，广交朋友路路畅通，  
歪才枯笔一字千金，信息众多机会也多。

第一节	组织管理能力 .....	71
第二节	宣传演讲能力 .....	74
第三节	应变创新能力 .....	87
第四节	社交活动能力 .....	94
第五节	写作编辑能力.....	112
第六节	收集信息及谈判能力.....	127
第七节	公关人员的培养与考核.....	129

## 第五章 公共关系社交礼仪

中国人在厕所相遇也喜欢问“吃了吗”?蒙古人见了面喜欢问“牲口好不好”?女士不问年龄,男士不问收入。名片是一个好东西。自我介绍“我是董事长、总经理”,总是有点难以启齿。送礼不能送“钟”,吃鱼不要翻面,约定俗成,不信不行。

**敬告：**学会恭维，是一大奥妙；  
学会送礼，是一大奥妙；  
女士优先，是一大奥妙；  
多听少说，是一大奥妙；  
广记人名，又是一大奥妙。

第一节	公共关系社交.....	134
第二节	日常交往中的礼貌礼节.....	137
第三节	聚会的一般礼节.....	150

第四节 对外交往的礼节..... 155

## 第六章 社会舆论与公共关系

有的作家利用争鸣炒热作品，有的企业靠打官司扩大知名度。舆论是水，既可载舟，亦可覆舟。舆论可以杀人，你信不信？小道消息和花边新闻为什么经久不衰？我们为什么不能学会利用名人效应？

**秘诀：** 争取舆论就是争取权益，  
制造舆论就是制造财富。

第一节 社会舆论的性质和特点..... 163  
第二节 舆论在公共关系中的作用..... 167  
第三节 民意测验及其实施..... 172

## 第七章 传播媒介与公共关系

1997年7月1日《广州日报》6毛钱买一份整整10大张。建议你订《深圳特区报》，因为基本不用花钱。赞扬也好，辱骂也好，电视已离不开你的生活。收音机价格一降再降，销售热点在广大农村。电影业阳痿寻药难，票房纪录再度大滑坡。

**警告：** 不论任何时候，  
记者永远是“无冕之王”。  
成名前与记者交朋友，  
成名后与律师交朋友。

第一节 什么是传播..... 180  
第二节 介绍几种大众传播媒介..... 183

第三节 公共关系与传播效果.....	188
第四节 与新闻界的公共关系.....	193

## 第八章 广告策划及其制作

广告充斥着整个世界。你能躲得开死亡，但躲不开广告。广告既让你意外收获，广告也让你上当受骗。企业亏损，产品积压，咬牙再付 30 万广告费，广而告之，美而言之，效果如何？不得而知。婴儿学会的第一首歌是“娃哈哈”，两岁便知道了“前列康”。广告开发智力，功不可没。

**奉告：** 不是广告的广告比广告还有效，  
优秀的广告就在于它不是广告。

第一节 广告基本知识.....	203
第二节 广告媒体及其特点.....	208
第三节 公共关系广告.....	221
第四节 广告的制作艺术.....	229
第五节 广告效果的测定.....	237

## 第九章 机构内外部的公共关系

股票让你几经沉浮，死去活来。作为股东，你最关心什么？伪劣产品让你伤透脑筋，作为顾客，你是否当过“上帝”？单位里关系复杂。上头满意下头骂，下头满意上头骂，做人真难。国门大开，外商投资，再不学几句英语，看样子真的要“Bye —Bye”了！

**谨记：** 尽善尽美是理想，  
尽心尽责是本份。

第一节	与政府的公关艺术	242
第二节	与员工的公关艺术	244
第三节	与股东的公关艺术	251
第四节	与社区的公关艺术	254
第五节	与顾客的公关艺术	261
第六节	与外商的公关艺术	273

## 第十章 公共关系的步骤与方法

以前，“策划”并不吃香，如今，却时髦得可以。我认为，任何事情，不讲策划，不讲方法，不讲程序是办不好的。

**正告：** 策划比实施重要；  
方法比勤奋重要；  
程序比速度重要；  
点子比苦干重要。

第一节	广泛调查研究	279
第二节	认真谋划对策	284
第三节	推行实施方案	289
第四节	全面评估结果	295

## 第十一章 公共关系实务例举

机遇是可遇不可求，幸运之神关照于你，关键在于掌握火候，把握时机，也许三年不鸣，如今一鸣惊人。

**切记：** 处理纠纷，化解矛盾，非久经沙场不可；  
商业谈判，进退自如，非炉火纯青不可；  
营销推销，打开市场，非出奇制胜不可。

第一节	如何组织公共关系会议·····	301
第二节	如何开展各种专题活动·····	311
第三节	公共关系文书处理·····	315
第四节	如何处理化解纠纷·····	326
第五节	谈判及其策略·····	333
✓ 第六节	营销推销及其技巧·····	344

## 第十二章 运用公共关系的成功典范

亿万富姐刘晓庆为王牌彩电做广告，毁誉鹊起。TCL 睡狮猛醒，国际电工走向国际；张家界，九寨沟旅游资源，原汁原汤；新马泰旅游价格又降，象球、人妖、榴莲，何不潇洒走一回？酒店、商店面临倒闭，死而复生，斧头标驱风油，治根又治本，祖传秘方，公之于世。

**忠告：** 思维可以异想天开，  
办事必须脚踏实地。  
作文不妨曲径通幽，  
做人应该肝胆相照。

第一节	工厂公关艺术·····	352
第二节	旅游公关艺术·····	365
第三节	酒店公关艺术·····	370
第四节	商店公关艺术·····	376
思考与练习·····		381
参考书目·····		386

附录..... 388

- 一、《国际公共关系道德准则》(388)
- 二、《中国公共关系职业道德准则(草案)》(389)
- 三、中外节日一览(392)
- 四、婚节纪念表(396)
- 五、各国国花和花语(397)
- 六、世界各地温差表(400)
- 七、世界各地时差表(401)
- 八、世界主要货币一览表(402)

后记..... 403

## 第一章 公共关系学的含义和任务

### 第一节 什么是公共关系

“公共关系”这股热风，在风靡世界 90 年后，从深圳、珠海、广州等沿海城市吹进来了，并逐渐向全国各地渗透。

公共关系，成了人们津津乐道的热门话题，成了年轻人趋之若鹜的一种新职业。有人赞誉它是走向社会的名片、事业成功的学问、广结人缘的艺术。

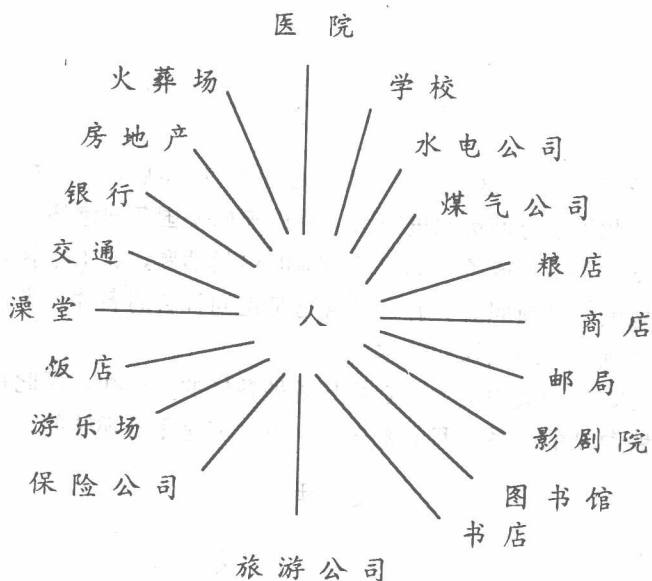
人，在社会中生活，必须与各种各样的人交往，因此存在着各种复杂的关系。我们来探讨一下，将是很有趣味的。





为什么有的人能够广结人缘，人见人爱，而有的人总是难以相处，格格不入？也许有人会说，这是个性所致难以改变。当然这是其中一个原因，其实最重要的是他未掌握与人交往的技巧和方法。

再看人与社会各部门的关系也是联系很广，错综复杂的。



人生一世，从出生开始，到生命结束，得与许多部门、许多人打交道。如何妥善地处理这些关系，愉快地与人交往，欢度一生呢？

至于企事业单位，与各部门之间的联系，就更为普遍了。除以上一些部门外，尚有新闻、工商、税务、审计、人事、供销、环保等许多部门，可以说是关系错综复杂，矛盾千奇百怪，问题层出不穷。怎样来协调这些关系呢？由谁来协调呢？