

经商智谋全书

# 公关英雄

京华企业咨询公司



今日中国出版社

(京)新登字 132 号

---

图书在版编目(CIP)数据

公关豪杰/陈建华主编. —北京:今日中国出版社,1996.8  
(经商智谋全书)

ISBN7-5072-0861-3

I.公… I.陈… III.公共关系学—通俗读物 N.C912

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 12702 号

---

经商智谋全书

**公关英雄**

京华企业咨询公司

---

今日中国出版社出版 全国新华书店发行  
850×1168 毫米 1/32 开本 300 千字 14 印张  
1996 年 8 月第 1 版 1996 年 8 月第 1 次印刷  
人民教育出版社印刷厂印刷

---

ISBN7-5072-0861-3/Z·192

定价:70.00 元(共四册)单册定价:17.50 元

---

本书工作人员：

策 划：

张 辉

主 编：

陈建华 石海田

撰写人员：

刘青田 许连众 郝成才

刘小亮 张天则 海 鹏

刘旭东 刘 光 成 方

李震旦 侯光明 石海田

陈建华 张 辉

## 前言：这是一个斗智的时代

翻开一部现代经营史，可以看出，世界著名的大企业家的发迹，无不依靠了令人叫绝的智慧和谋略，因为当初他们手中没有多少资金和技术，掌握的仅仅是无本万利的好主意。在他们事业大发展时，叱咤商界，克敌制胜，仍需好创意的鼎力相助。

在哈默、奥纳西斯、洛克菲洛、卡耐基、包玉刚、李嘉诚，以及牟其中等人的经营中，智慧和谋略立下过累累战功；松下、通用、波音、飞利浦、可口可乐、麦当劳、健力宝等著名公司也莫不如此。至于许多行业中优秀的经营者靠好主意每每得手之例更是举不胜举、比比皆是。

因此，市场的竞争在某种意义上来说就是智慧和谋略的竞争。谁能拥有好的创意、好的思维、好的商业逻辑，谁就能赢得市场获得财富。在当今世界商战中，纵横天下的企业家们在向人们攫取金钱的同时，也向世界展示着他们的商业灵光，这是人类最可宝贵的财产，也具有巨大的实用价值。黄金可爱而炼金术更可贵，总结和开发成功的商业谋略当然是一项利

民利国的善事。

为了提供有益的借鉴，我们推出这部包括近 5000 个实例的商业智谋全书，分为经营、销售、市场、竞争、公关、广告、管理、名牌开发八大类，这里有世界著名的企业家的经典范例，也有普通经营者的杰作，可肯定地说，书中林林总总的雄谋伟略、奇招神术，众多的出神入化的智慧实例，一定会使你思路大开，进而在经营中获得回报。

世界本是一个大金矿，我们现在需要的是炼金术——智慧和谋略。

应该说明的是，本书所选的一些实例发生在特定的年代和地点，其经营的原理，可给人一定的启迪，但其具体作法，不一定完全适合我们去模仿和效法。

# 目 录

商战就是情感战.....	( 1 )
SB 公司制造的“富士山危机” .....	( 3 )
台南动物园的真假熊猫 .....	( 4 )
利用天皇葬礼小加热器打开市场 .....	( 5 )
借尼克松访华得势的小小瓷器公司 .....	( 6 )
借助赫鲁晓夫品尝百事可乐占领前苏联市场 .....	( 6 )
冈佐银行不惜撒谎维护客户关系 .....	( 7 )
香港烟商对付政府香烟广告的禁令 .....	( 8 )
英国航空公司为一位乘客也开一班客机 .....	( 9 )
靠体育明星扬名的阿迪达斯公司 .....	( 11 )
借助纪念活动 港湾公寓销售获成功 .....	( 11 )
国光集团重奖高考状元引起轰动 .....	( 12 )
借助阿童木促销卡西欧的公关战 .....	( 14 )
红楼梦酒厂的亚运“壮行酒” .....	( 15 )

- 
- 可口可乐公司没有广告味的广告 ..... (16)
- 借修复“自由女神”运通公司扬美名 ..... (17)
- 北欧世家皮革公司在北京打知名度 ..... (17)
- 飞驰的铁路上的“古井贡” ..... (19)
- 让每一个中国医生都了解扬森 ..... (20)
- 抓住时机造新闻 游客大增加 ..... (21)
- 美国“红脸”的绿巨人独步台湾市场 ..... (22)
- 公关第一先生铁流巧用政治因素做出公关大文章 ... (23)
- 用赞美词和赠送礼品征服消费者的艾丝蒂 ..... (24)
- 来辉武打出“奥运牌” “505”驰名海内外..... (25)
- 系列公关活动使施特罗啤酒名声大振 ..... (26)
- 法国各大时装公司借明星做“活广告” ..... (27)
- “夜间应急电话”使“霞飞”名传上海千家万户..... (28)
- 陈李济药厂争取专家与“制造新闻”两管齐下 ..... (29)
- 美国雷诺公司故意起诉替自己宣传 ..... (30)
- 泸州老窖借获奖巧宣传 ..... (31)
- 巧做生日广告 三菱公司打出知名度 ..... (31)
- 台湾厂商推销服装的“糖衣炮弹” ..... (32)
- 强力啤酒借免费饮用打开市场 ..... (34)
- 索尼老板盛田昭夫巧打英国皇家牌 ..... (35)
- 美国人机场饭店的开业仪式 ..... (36)

---

好形象赢得大市场.....	(37)
日立公司在美国巧处邻里关系 .....	(39)
百事可乐靠美好形象占领印度市场 .....	(40)
日本著名影星松田圣子开店 .....	(41)
有惊无险的事故是宣传的好话题 .....	(42)
香港汉堡包公司奖励背广告词 招来众多义务宣传员 .....	(43)
制造“抢劫”风波的美国面包公司 .....	(43)
东港公司的滴水之情引来著名学府学子 的涌泉相报 .....	(44)
利用电话号码的日本运输公司 .....	(45)
巧借大寨之名促销产品 .....	(46)
生产最豪华的轿车只是要赚来名气 .....	(46)
亨利公司家丑外扬名也扬 .....	(47)
美国 CBC 军火公司靠感情投资突破禁地 .....	(47)
席梦思床垫当地毯 踩出来的名牌 .....	(48)
做鞋不卖的珠宝店老板 .....	(49)
巧打富豪牌 穷学生成千万富翁 .....	(50)
全国第一支“吹泡泡表演队” .....	(50)
伦敦西斯罗机场上的旅客发泄不满的录像装置 .....	(51)
抬举霍英东为已扬名 .....	(52)
打竞选总统牌的百事可乐公司 .....	(54)

---



- 
- 到《羊城晚报》编辑部做活公关 ..... (54)
- 用录音机录下顾客意见西埃都跻身大公司 ..... (55)
- 华成公司靠当被告赢得声誉 ..... (56)
- 华旗果茶打“天安门牌” ..... (56)
- 每个高考学生身上都有天纯的“广告” ..... (57)
- 绿叶科技产业公司的天安门城楼公关战 ..... (58)
- 借球星发财的美国餐馆 ..... (59)
- 设虎惊人的中国大酒店 ..... (59)
- 引起新闻界注意的赛猪大会 ..... (60)
- 松下巧打名人牌 ..... (61)
- 让“皮里尔”成为有钱人的饮品形象 ..... (61)
- 牡丹牌电视机独资赞助亚运会 ..... (62)
- 日本东天口香糖的“寻找美女” ..... (63)
- 广告公司搬家 沿途公关做到家 ..... (63)
- “十八里红”酒名扬世界 ..... (64)
- 制造笑料新闻 厂家免费扬名 ..... (65)
- 防仿制启事是促销战术 ..... (65)
- 造戈尔巴乔夫的假新闻提高苏马庄园知名度 ..... (66)
- 周米高遭抨击时断然起诉声誉大振 ..... (67)
- 美国豆芽大王发迹前虚张声势迅速赚进一亿美元 ... (67)
- 日本雇用美国“走廊客”作为上层说客 ..... (69)
- 地产大王约瑟夫拍卖房产时面临疯狂的敌对者 ..... (70)
-

- 
- 西湖味精厂出资 15 万花钱买桥名…………… (71)
- 三家服装店竞争 赢家的启示 …………… (72)
- 公关需要八面玲珑…………… (73)**
- 震旦公司万元机器卖 1 元 一举名扬台湾 …………… (75)
- 死前愚弄债主的采访记 …………… (76)
- 人头马洋酒公司借奥运冠军庆功会为己宣传 …………… (77)
- 日本明治公司小题大做树立美好形象 …………… (78)
- 菲亚特集团董事长别具一格的记者招待会 …………… (79)
- 台湾国宾饭店巧借人类登月活动发财 …………… (80)
- 先占领琉球岛进而打入全日本的高露洁公司 …………… (80)
- “海虹”汽车吊车借“亚洲一号”卫星扬名…………… (81)
- 哈里兹制鞋公司制作巨型皮鞋 …………… (81)
- 在柏林墙推倒的最后一刻西铁城占领德国 …………… (82)
- “真由美”度蜜月 金少江酒店名声扬…………… (83)
- 维护名牌形象的威登公司 …………… (84)
- 让用户无顾虑地行驶 12 个月或 1.2 万里 …………… (86)
- 北欧航联公关成功 …………… (87)
- 飞利浦沟通与顾客的服务专线 …………… (89)
- 锦江大酒店笑迎斐济总统加尼劳 …………… (89)
- 借题发挥柯尔斯公司声誉大增 …………… (90)
- 靠埃菲尔铁塔舷梯为店增辉 …………… (90)

- 
- 让顾客感到宾至如归的达拉斯市场中心 ..... (91)
- 克洛菲勒改善形象的策略 ..... (92)
- 广告的色彩战略 ..... (93)
- 在不知不觉中打动顾客的“三得利”酒厂 ..... (94)
- 淑女企画公司的“免费经营店面” ..... (95)
- 马克汀电话销售公司售电话有术 ..... (96)
- 
- 醉翁之意不在酒** ..... (99)
- 佳能公司的“醉翁之意” ..... (101)
- 美国“牛肉饼大王” ..... (102)
- 别出心裁的“福特”厂庆纪念日 ..... (105)
- 体坛明星与费拉公司的命运 ..... (106)
- 长岛铁路公司的“开漆大典” ..... (108)
- 日本电通公司的“大耳朵” ..... (110)
- 英国斯潘塞公司树立良好的公众形象 ..... (111)
- 哥伦比亚广播公司依靠公众度难关 ..... (113)
- “卡西欧”大奖赛 ..... (117)
- 西葛伦公司挖走对手的忠实顾客 ..... (117)
- 吉姆推销的秘诀 ..... (118)
- 大地装饰商场靠评选活动招徕顾客 ..... (119)
- IBM 公司最佳服务带来好声誉 ..... (120)
- 工厂难中众人齐帮忙全靠平时邻里关系处的好 ..... (121)

---

瑞蚨祥交际上舍得本钱生意上赢得时间·····	(121)
科尔斯公司公关大运作·····	(122)
报社庆典别开生面·····	(126)
别出心裁的新技术发布公关策划·····	(129)
IBM 公司的内部公关活动 ·····	(130)
只溶在口 不溶在手·····	(132)
上海清凉油打开西非市场·····	(134)
一分钱换来千万元·····	(135)
<b>善于借势便成功 ·····</b>	<b>(137)</b>
乘奥运风腾飞的精工表·····	(139)
竹腰百货店靠大象生财·····	(143)
云丝顿烟草公司的公关策略·····	(144)
让呼啦圈风靡全国的厂家·····	(144)
“太阳神”打天下 ·····	(145)
深圳某公司因祸得福·····	(146)
向导点子公司使北京游乐园游客盈门·····	(146)
南京电信局一招解决资金困难·····	(147)
“飞鸽”车厂借美国总统扬名 ·····	(147)
百事可乐“好运到你家”活动·····	(148)
辛迪诺资助公益事业赢得顾客·····	(149)
健力宝借李宁扬名发财·····	(150)

---

- 
- 布兰希公司赠送古币策略…………… (151)
- 征联作广告 底联为品名…………… (152)
- 让全美都知道总统在吃“保灵蜜”花粉…………… (152)
- 巧用阿兰·德隆一句话 洛腾公司打了翻身仗…… (153)
- 推销人寿保险的新招…………… (154)
- 惠勒公司免费试吃、试用的策略…………… (155)
- 霍普金的“世界之最”宣传策略…………… (155)
- 松下公司的“欢迎参观”…………… (156)
- “万宝路”改变形象销路大增…………… (156)
- 立普顿的金币广告促销…………… (157)
- 招致地毯厂千位宾客云集的一招棋…………… (158)
- 赠伞给顾客 广告满街跑…………… (159)
- 花四分钱做活一次电视广告…………… (160)
- 为大明星免费提供房间的经营算盘…………… (161)
- 总经理签名求缘美食中心迎来八方客宾…………… (161)
- 借艾森豪威尔生日 法国酒打入美国…………… (162)
- 瑞蚨祥柜前的迎客人员…………… (163)
- 运转 171 天的 小厂电扇打进上海…………… (164)
- 次品巧说 产品照售…………… (164)
- 保险公司骂保险 越骂生意越红火…………… (165)

---

超越万千广告 .....	(167)
健力宝 200 万人民币买下 90 亿观众 .....	(169)
“鸿翔”服装公关的几个得意之笔 .....	(170)
“同仁堂”行善名扬 .....	(171)
扬州领带厂免费赠送销路大开 .....	(171)
亚细亚商场在生意外做生意 .....	(172)
送田中一瓶酒 日本掀起杜康热 .....	(173)
燕子向顾客道歉 旅馆免遭损失 .....	(173)
西武百货商店以展览促销售 日进 50 亿 .....	(175)
先赠电视片吊胃口 再以玩具获利 .....	(175)
约翰逊公司危机时的公关 .....	(176)
凭空编造的风水宝地成了财源 .....	(177)
五角钱做出的人寿保险公司广告 .....	(178)
丰田对美国施小惠稳占市场 .....	(178)
海鸥表巧借布什总统扬名 .....	(179)
小厂“挤”进专业订货会 .....	(179)
亚都加湿器“智取”天津 .....	(180)
博览会最偏僻的角落竟特别吸引顾客 .....	(181)
雀巢饮料在上海反客为主 .....	(182)
靠签名簿摇身变为富豪 .....	(182)
显而易见的样品使你不得不看 .....	(183)
美孚公司靠赠洋油灯打开中国煤油市场 .....	(184)

- “活力 28”叫得响 ..... (185)
- “活力 28”的足球公关策略 ..... (186)
- 麦当劳以特殊礼物赢得小朋友 ..... (187)
- “王麻子”借诗验名正身 ..... (188)
- 必须抓住媒体** ..... (189)
- “派克”借艾森豪威尔扬名 ..... (191)
- 将邮报售给儿童的格路基 ..... (192)
- 陈李济药厂花小钱办大事一举数得 ..... (192)
- 健力宝公关花样翻新 赢得顾客销路倍增 ..... (193)
- 艾柯卡推销“野马”的大手笔 ..... (194)
- 艾柯卡靠电视树立“自己”的形象 ..... (195)
- 场外各厂家公关角逐汉城奥运会 ..... (196)
- 《不法之徒》遭抨击 电影商赚大钱 ..... (197)
- 曾宪梓创业时“孤注一掷” ..... (197)
- 博览会最偏僻的角落为何热闹非凡 ..... (198)
- 洪江陶瓷走俏美国 ..... (198)
- 无人问津的炸鸡店挂出招牌顾客盈门 ..... (199)
- “两万美金征集中文命名”收奇效 ..... (200)
- 鲍洛奇巧用激将法 滞销品一销而光 ..... (200)
- 札幌啤酒公司高价宣传有所图 ..... (202)
- 乘人之危行善举 蛇目公司赢得顾客 ..... (203)

---

饮料公司行善事名利双收·····	(204)
好点子给布拉尼夫航空公司带来发展·····	(204)
一个大学生成功的策划·····	(205)
松下公司初期的一次经销壮举·····	(206)
美国的“最佳公关活动”·····	(207)
靠“倒酒”赢得声誉的博兴酒厂·····	(208)
借征联招徕顾客的餐厅·····	(209)
美国通用仪器公司靠协调股东关系获利·····	(210)
台湾武田制药厂消除伪品的良策·····	(210)
微笑胜过黄金·····	(211)
<b>深谋与点子并用</b> ·····	<b>(213)</b>
达斯金公司靠“爱心事业”赢得用户·····	(215)
黄河厂的公关大手笔·····	(216)
公关四年无人睬 一席谈话生意成·····	(217)
中国书法家的公关妙笔·····	(218)
世界女报王济贫善举·····	(219)
制造“窃案”的公关邪术·····	(220)
水野公司打开日本体育市场·····	(221)
民生药厂对新产品的公关举措·····	(223)
万家乐征联·····	(224)
菲力浦举善事树立起企业形象·····	(224)

---



---

靠“雕虫小技”赢得顾客好感的美国超级市场……	(225)
卖汽车栽树 本田公司赢得买主……	(226)
豪门啤酒创名牌……	(227)
“丽珠得乐”在“父亲节”写下大手笔……	(228)
宝丽莱模拟相机展览的效应……	(230)
给牛举行婚礼的“吃光”餐馆……	(231)
邀请假名人 餐厅老板名利双收……	(232)
方便牙刷占领市场……	(233)
“雅马哈”乐器走向世界的秘诀……	(233)
歌林公司的公益广告……	(234)
“柯达”不耻向“富士”学习推销技巧……	(235)
悬赏千元买建议 深圳小厂获厚利……	(236)
舒洁公司用赞助活动行销……	(237)
赠车扬名的推销组合拳……	(237)
海山宾馆的公关形象……	(238)
<b>要把握关键的眼……</b>	<b>(241)</b>
“无事生非”的环亚大酒店……	(243)
蓝星清洗集团的经营眼光……	(244)
设置悬念的“毒药香水”广告……	(244)
“钢笔书法大赛”使“永生”钢笔影响倍增……	(245)
“威力”在赈灾义修活动中树起企业形象……	(246)