

海外公关译丛

● [英] 丹尼尔·莫斯 主编

Public Relations in Practice: a Casebook

公共关系实务

——案例分析



● 复旦大学出版社

国外公共关系

Public Relations for Foreigners (2nd Edition)

公共关系实务

——案例分辑



● 暨南大学出版社

海外公关译丛

公共关系实务 ——案例分析

〔英〕丹尼尔·莫斯 主编

郭惠民 陈向阳 胡 敏 刘莹刚等 译校

复旦大学出版社

责任编辑 夏德元

封面设计 吴珊珊

公共关系实务——案例分析

〔英〕 丹尼尔·莫斯 主编

郭惠民 陈向阳 胡 敏 刘莹刚等 译校

出 版 复旦大学出版社

(上海国权路 579 号 邮政编码 200433)

发 行 新华书店上海发行所

印 刷 上海第二教育学院印刷厂

开 本 850 × 1168 1/32

印 张 9.5

字 数 180 000

版 次 1996 年 7 月第 1 版 1996 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN7-309-01421-9/C · 23

印 数 1 — 15 000

定 价 15.00 元

本版图书如有印订质量问题, 请向承印厂调换。

一个跨世纪的中外公共关系交流工程

中国国际公共关系协会会长

柴泽民

中国国际公共关系协会成立至今已有了几年的历史，这些年来，我们以“让世界了解中国，让中国走向世界”为宗旨，开展了一系列中外公共关系的交流活动，由此也使得我们在相当程度上了解了当今世界公共关系理论研究和实务发展的新成果和新动向。

在此基础上我们来编译、出版一套反映当代世界公共关系发展水平的系列丛书，我认为时机已经成熟。毫无疑问，公共关系作为一种现代管理职能，它在当今社会的政治和经济生活中正发挥着日益重要的作用；作为一种新型职业和现代咨询产业不可或缺的组成部分，它在世界一些发达国家里已有了很高的发展水平；经过近一个世纪来的实践、探索和研究，人们也已发现了市场经济条件下公共关系运作的一些客观规律，积累了不少成功的经验。中国现代公共关系作为改革开放背景下由计划经济走向市场经济的产物，发展的时间还不长，我们有必

要学习和借鉴世界其他国家在发展公共关系事业上的丰富经验，采用和吸纳世界公共关系研究和实践中的有效成果，以作为我们发展有中国特色公共关系事业的有益基础和补充营养，这也有利于加速中国公共关系与国际的接轨。对于现代公共关系发展中人类共同创造且可供大家享用的宝贵财富，采取“不闻不问”或是“简单否定”的态度，我认为这不是一种正确的态度，也不符合改革开放的精神。

《海外公关译丛》收入了当今国际上一些影响甚广的公共关系名著和佳作，它们能与广大中国读者见面，是与国际公关界不少著名人士的友情支持和国内公关界一些人士的努力工作分不开的，因而我认为这一出版活动本身就是一次非常重要的中外公共关系交流，若能持久坚持下去，它甚至有可能成为一项跨世纪的公共关系交流工程。当然我相信，这套丛书的出版不仅有益于中外公共关系的深入交流，也会有助于中国公共关系朝着高层次、正规化、职业化的方向发展；希望随着中外公关界交流的日益频繁，在中外公关界人士的共同关心和支持下，这套丛书能不断充实新的内容，以最终使其成为真正荟萃世界公共关系发展成果的经典丛书。

序 言

葛培德

(宣伟集团公司董事长)

近十年来，公共关系市场发生了巨大的变化，国际性公关公司蓬勃发展，公关部在组织管理层发挥着日益重要的作用，大批大学毕业生选择公共关系作为他们的第一职业。

现在各大企业都已将公共关系视作企业战略的一大组成部分。我们的客户要求得到专业化的公关服务，而公关行业的职责就是满足人们对这方面专业人才和服务的需求。

这种需求如今要比以往任何时候都更强烈，在欧洲、北美、太平洋沿岸地区，社会对公关咨询服务的需求每年以20%的比例往上递增，对这种增长的唯一限制就是我们行业尚缺乏足够多的能向客户提供优质服务的专业人士。

以我们的经验，现在的公关从业人员急需进入国际公关的网络。电子媒介、有线电视和卫星电视的迅速发展，导致了新闻尤其是商业新闻的爆炸。全球性的国际媒介追踪报道着任何一件重

大新闻或危机事件，以致没有一家公司——无论其规模大小——能摆脱其影响。人们必须认真对待新闻报道。

随着跨国业务活动的增加，金融市场的活跃，政府间联系的密切，全球商业世界正在迅速缩小，因而现在对于任何积极进取的公司，加强与其公众有效快捷的交流，变得十分重要。媒介和商业世界的国际化对公关从业人员提出了更高的要求，也使他们面临着一系列新的挑战。为此我们需要国际性“思想家”，他们不仅能理解全球战略的深刻内涵，还能明了各地文化差异的重要意义。

在任何行业或职业里，都始终存在着对从业人员所需学历资格和实际工作经验要求的矛盾，我们需要把它们之间的关系建立在一种更为确定的基础上。现在我们的行业组织正在采取措施，以通过考试来规范人们进入公关行业的程序，但任何从业人员都知道，公共关系要求其成功的职业人士具备吸取他人经验和其他一些非考试能测定的能力。通过岗位培训和短期脱产学习，以提高和改进职业技能，应是推动行业向前发展的一个重要途径。

在此，我祝贺英国这本新的公关案例集的出版，因为我相信本书会令公关从业人员和大学生受益非浅，它能使我们有机会学习同行们的经验，也能使新手突破教科书定义的框框，并由此发现无限广阔的公关天地。

(郭惠民 译)

前 言

尽管近年来社会组织在公共关系活动方面的开支有了很大的增加，公共关系行业也付出了巨大的努力以提高人们对这方面工作的认识，但公共关系仍未获得与其他管理学科相同的社会认可和地位。这些年来，英国公共关系协会、英国公共关系顾问协会以及许多公共关系从业人员做了大量工作，以使社会公众尤其是企业界了解公共关系工作的本质。但即使这样，社会上大多数人仍把公共关系看成主要是处理媒介关系或是搞宣传。虽然80年代人们对公共关系多方面的工作有了进一步的认识，可该行业的社会形象并未得到充分的改善。

现代企业和政府已日益意识到良好的传播和展示技巧的重要性，但这实际上只是公共关系工作的一方面，公共关系更主要的是在组织管理中发挥其战略作用，出色的公共关系活动是对组织目标的有力支持。

本书的一个重要作用就是向读者更完整地展现公共关系工作的风貌，书中所收入的案例描述了公共关系工作的各个方

面，也揭示了公共关系工作对成功实现组织目标的真正贡献。实际上，这些案例的最大特点在于它们审视了策划和实施的公共关系活动背后的战略性思考。

虽然我们不能指望本书能从根本上改变人们对公共关系职业的态度，但它至少有助于增进人们对现代公共关系工作的本质及内容的理解。公共关系职业这些年来一直在发展，现在社会上各种组织聘用着一批优秀的公共关系人才，许多企业主管也开始意识到有效公共关系的重要性，公共关系已时常被作为企业主管或高级董事的主要职责之一。

也许唯有通过从业人员的持续努力，以维持职业行为的高标准，才能逐步改变人们对公共关系职业的看法。从业人员也必须认识到唯有通过实际的例子，才能使广大社会公众尤其是媒介理解公共关系工作的本质和真正的价值。

(郭惠民 译)

教 学 指 南

本书旨在向公共关系从业人员和公共关系专业的学生提供这样一个机会，即通过研究反映当代公共关系实践的基本思考和操作行为的真实案例学习他人的经验。本书所收入的案例提供了公共关系在各领域内的应用，并展示了当代公共关系实践的各个方面。这些案例均由有着丰富公共关系实践经验的从业人员所提供。

本书的案例展现了针对具体公关问题采取有效传播手段的策划和实施各过程，读者通过学习可了解对初始问题的分析、主要问题的界定、目标公众的确认、特定活动方案的选择和实施，每一案例还都包括了对活动结果的描述，并探讨了活动评估的合适方法。各案例前有一引言，以回顾案例活动的大致情况以及有关的公共关系主要原则。

然而，本书的案例并不是纯描述性案例，它们有着可对活动有效和合适性进行探讨的余地。公共关系专业教师应鼓励学生寻求可替换的活动方式和手段，也应鼓励学生思考当背景条

件不同时或采用不同的方式和手段，活动结果会有何改变。为便于学生和一般读者阅读本书，每一案例后都有作者对该案例的讨论分析，以强调可从有关案例中吸取的主要经验；每章后还附有若干思考练习题，以供学生深入探讨和学习。

必须指出，本书中特定的案例根据现实的问题仅提供了一套解决方案，而实际上处理任何问题的办法不可能只有一种。具体的环境、可能的预算或客户的特殊要求，都会影响到活动所采用的手段。所以，读者完全可以在事后考虑解决问题的其他方法，这样做是很有意义的。在不断变化和发展的公共关系领域里，任何两位从业人员都可能拿出两套完全不同的处理问题的方案，通常对方案的采用受到时间的限制、特定公众等因素的影响。

案例研究的最主要的优势在于它是事后的分析，人们可以考虑情景变化下的活动战略。有时在一定的环境下，具体的公关从业人员将不得不采用某一特定的战略，而案例研究则具备让学生从容客观地审视有关情况的优势。所以本书将使公共关系专业的学生和从业人员有极好的机会来学习他人的成功经验，愿他们能通过研究这些案例，而提高自身对公共关系职业的认识。

(郭惠民 译)

《海外公关译丛》编委会

主编：郭惠民

编委：（按姓氏笔画为序）

于 里	李 强	刘小雁
张 云	宋令俊	陈向阳
陈建华	沈志屏	余明阳
张贵来	居 易	郭惠民
夏德元	章瑞华	廖为建

内容提要

本书是英国公关经典案例的集锦,书中汇集了英国 16 位公关专家对 14 个优秀公关案例的详尽叙述和评论分析,内容涉及 CIS 策划、游说活动、国际公关、危机管理、环境公关等,给读者一种全面深入贴近当代公共关系实务的感觉。

该书 1990 年在英国首版后,得到英国和国际公关界的好评,评论称其“完整展现了公共关系活动各方面的工作”,也反映了当今英国公共关系实践的一流水平。目前该书已成为英国高校公关专业案例课的正式教材。

目 录

总序 一个跨世纪的中外公共关系交流工程.....	柴泽民
序言	1
前言	1
教学指南	1
第一章 英国最大的儿童慈善机构——巴纳多	
组织新形象的塑造.....	1
(本案例研究一家全国性的大型慈善机构形象的变化过程 及其影响, CI案例)	
第二章 咨询集团公司新标识的策划和推出	33
(本案例研究英国大型金融机构在策划和实施其新企业 标识中遇到的问题, CI案例)	
第三章 谢菲尔德钢铁锻造厂的一次公关游说活动	53
(本案例研究英国企业针对英国煤气公司的垄断控制 开展的有效的行业和政治游说活动, 公共事务案例)	
第四章 摄影照片版权委员会旨在修改版权法的一项游说活动	81
(本案例研究在英国国会内进行游说活动的主要做法 和基本技巧, 公共事务案例)	

第五章	氟利昂与臭氧层——英帝国化工公司处理环境问题纪实 ... 93
	(本案例研究英国最大的化工企业如何处理影响其生存小 和发展的潜在环境问题, 问题管理和环境公关案例)
第六章	利利股份有限公司处理信任危机纪实 113
	(本案例研究一家上市公司如何处理其面临的财经危机, 危机管理和投资者关系案例)
第七章	英国海上石油公司应急反应计划的设计 137
	(本案例研究如何为一家大型海上石油公司设计应急反应 计划, 危机管理案例)
第八章	罗思调色板——罗思工艺品公司的一次产品营销 公关活动 161
	(本案例研究新产品营销活动中公共关系的作用, 产品 营销公共关系案例)
第九章	走向市场的罗莱克斯电器安装配件 179
	(本案例研究包容公共关系和市场营销的整合营销传播 活动, 产品营销公共关系和整合营销传播案例)
第十章	英国壳牌石油公司的“青春活力”工程 193
	(本案例研究英国大型石油公司资助青年自办企业的 公共关系活动, 赞助和社区关系案例)
第十一章	英国电信公司关于公用自动收费电话服务的宣传活动 209
	(本案例研究英国电信公司如何通过宣传纠正人们对公用 自动收费电话服务的一些错误认识, 宣传和社区关系案例)
第十二章	苏格兰公交公司集团关于公共交通问题的宣传活动 231
	(本案例研究英国一家地方公交公司集团针对媒介和社会

公众抱怨公共交通问题而开展的宣传活动，宣传和
媒介关系案例)

第十三章 让全世界了解文莱 245

(本案例研究英国宣伟公关公司为文莱政府所做的一次
国际公共关系活动，国际公共关系案例)

**第十四章 巴比坎中心——伦敦一家大型艺术和会议中心建造
过程中的公关活动** 261

(本案例研究如何运用公共关系的手段协调一项大型建筑
工程中方方面面的关系，长期和综合公共关系案例)

后记 283