

●姚祥宸 主编

涉外

涉外企业公共关系

SHE WAI

SHEWAI QIYE GONGGONG GUANXI

北京经济学院出版社

(京)新登字 211 号

图书在版编目(CIP)数据

涉外企业公共关系/姚祥宸主编. 北京:-北京经济学院出版社,1995.9

(现代市场经济与企业经营管理丛书)

ISBN 7-5638-0491-9

I. 涉… II. 姚… III. ①涉外经济-企业-公共关系学
②外向型经济-企业-公共关系学 IV. F276.43

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 12496 号

北京经济学院出版社出版

(北京市朝阳区红庙)

北京市房山南召印刷厂印装

全国新华书店发行

787×1092 毫米 32 开本 8.75 印张 194 千字

1995 年 9 月第 1 版 1995 年 9 月第 1 次印刷

印数:00 001—9 000

定价:7.60 元

前 言

公共关系学是伴随我国改革开放的进程而迅速兴起的一门现代管理科学。从80年代中期以来,公共关系理论研究和教育普及工作在中国大地上取得了突飞猛进的发展。公共关系的思想和原则已逐步渗透到各个行业 and 部门,显示了公共关系在我国的强大生命力。

在我国经济与国际经济接轨的新形势下,广大企业面临着如何抓住机遇,调整经营战略,参与国际市场竞争的新课题。公共关系作为企业参与国际竞争的基本手段和学问,引起了企业界和学术界在更高层次上的重视与关注。

《涉外企业公共关系》一书,是为了适应我国企业参与国际市场竞争的新形势和培养涉外经济人才的需要而编写的。第一篇介绍了公共关系的一般概念和原理;第二篇结合我国的经济特点着重阐述了涉外企业的发展 and 涉外企业公共关系的基本概念 and 有关理论;第三篇对涉外企业公共关系的实务及有关技术进行了较为详尽的讲解,具有较强的理论性和实用性。本书适用于作高等院校管理、外经、外贸、市场营销等专业的教材,亦可供涉外企业管理人员及公共关系人员参考。

本书作者有姚祥宸(第一、二、三、四、五章)、贾建华(第七、九章)、胡德旺(第六、八章)、张菁(第十、十一章)。此书的编写,参阅了国内外专家、学者的有关著作和文章,在此表示感谢。

由于涉外企业公共关系的理论和实践尚处不断完善和探讨之中,本书中存在的不妥和疏漏之处,欢迎各界朋友和广大读者批评指正。

编者
1995年5月

目 录

第一篇 公共关系概论

第一章 公共关系的基本概念.....	(1)
第一节 公共关系的定义.....	(1)
第二节 公共关系的基本要素.....	(7)
第三节 公共关系学是一门综合性的边缘科学	(20)
第二章 公共关系的历史和发展	(26)
第一节 历史的回顾	(26)
第二节 现代公共关系进入中国	(36)

第二篇 涉外企业公共关系原理

第三章 涉外企业公共关系概述	(50)
第一节 涉外企业公共关系在我国发展的背景	(50)
第二节 涉外企业公共关系的基本概念	(57)
第四章 涉外企业的环境分析	(65)
第一节 涉外企业的环境	(65)
第二节 涉外企业的国际政治环境	(71)
第三节 涉外企业的国际经济环境	(80)

第四节	涉外企业的社会文化环境	(90)
第五章	涉外企业公共关系的职能及目标	(98)
第一节	涉外企业公共关系的主要职能	(98)
第二节	塑造涉外企业形象	(112)
第三节	CIS 策略与塑造企业形象	(123)
第六章	涉外企业公共关系的原则	(129)
第一节	涉外企业公共关系意识	(129)
第二节	涉外企业公共关系中的国家利益原则	(135)
第三节	涉外企业公共关系工作的基本原则	(138)
第七章	涉外企业公共关系的基本程序	(150)
第一节	公共关系活动前的调查研究	(150)
第二节	公共关系活动计划的制定	(155)
第三节	公共关系活动计划的实施	(160)
第四节	公共关系活动的评估	(162)

第三篇 涉外企业公共关系实务

第八章	涉外企业公共关系组织机构和人员素质	(165)
第一节	涉外企业公共关系机构	(165)
第二节	涉外企业公共关系人员的素质要求和培养	(173)
第九章	涉外企业公共关系的传播技术	(185)
第一节	新闻传播	(185)
第二节	公共关系广告	(192)

第三节	公共关系专题活动·····	(199)
第十章	涉外商务谈判·····	(217)
第一节	涉外商务谈判概述·····	(217)
第二节	涉外商务谈判前的准备·····	(223)
第三节	涉外商务谈判的过程、策略与技巧 ···	(230)
第十一章	国际交往中的习俗与礼仪·····	(246)
第一节	国际交往活动中的习俗·····	(247)
第二节	国际交往活动中的礼仪·····	(256)

第一篇

公共关系概论

第一章 公共关系的基本概念

公共关系学是本世纪初发展起来的一门新兴学科。它是运用管理学、传播学、社会学、心理学、新闻学等现代科学理论和技术知识,结合现代管理实践的经验和方法而形成的独具特色的边缘科学,是当今世界上发展最快的学科之一。公共关系学与其他学科一样,有自己特定的研究对象、理论体系和研究方法,其内容非常丰富。公共关系学是研究现代社会公共关系发生的条件、过程、规律和实施方法的科学,也是一门实践性很强的艺术。要掌握公共关系这门学科,首先应该从掌握公共关系的基本内涵开始。

第一节 公共关系的定义

一、公共关系的涵义

(一)对“公共关系”一词的理解

“公共关系”一词起源于美国,其英文名称为“Public Rela-

tions”。通常的英文缩写为“PR”，中文简称为“公关”。在英语中，“Public”一词具有两种不同的词性：其一是形容词，可译作“公共的”、“公用的”、“公开的”等；其二是名词，意为“群体”或“公众”。而“Relations”是“关系”或“联络”一词的复数形式，强调了“关系”的多种类型和不同形式。在译法上亦有不同的表述，可以译为“公共关系”、“公众关系”或“公共联络”。

海外一些专家认为译作“公共关系”更为确切，因为这个概念本身是指社会组织与它所面对的公众建立良好的关系。也有的学者认为译作“公众联络”更为贴切，因为具有公共性质的“关系”本身是联络的产物，即“关系”不能说明“联络”，而“联络”则必然发生“关系”。而多数中国学者认为，“公众关系”或“公众联络”只是“公共关系”内容中的重要组成部分，译作“公共关系”是适宜的。再则，“公共关系”一词在中国大陆已广为流传，并被人们所认可和接受，已经形成了约定俗成的、被赋予特定涵义的科学概念，故本书仍称之为“公共关系”。

（二）公共关系的多种涵义

由于公共关系包含的内容非常丰富，决定了公共关系这一词汇在不同情景下的使用往往具有不同的涵义。这就使公共关系的涵义具有多维性。

公共关系作为一门新兴的独立学科，称之为“公共关系学”。在此特定的学科领域内，公共关系包容了两重涵义：其一是理解为一种客观的状态，其二是理解为一种动态的过程。

公共关系作为一种状态而言，是客观存在的。从哲学的角度来看，任何事物都处于某种状态之中。在人类社会生活中，作为社会细胞的任何社会组织都要与其他社会组织、社会群体或个人发生关系。这种社会关系，就是公共关系。任何社会组织的公共关系都表示一个组织同各种公众相处的关系状

态。无论是否理解公共关系这个概念,这种关系状态是与社会组织相互依存的,是不以人们主观意志为转移的客观现象。当然,公共关系状态不是一成不变的,而是一种逐步发展、并将不断发展下去的现象。认识社会组织的公共关系状态是非常重要的,只有自觉地认识到社会组织与公众的关系状态,才能有意识地控制和把握这种关系状态的顺利发展进程。认识社会组织与公众的关系状态是研究和开展公共关系工作的基础和依据。从这个意义上讲,这种公共关系的历史,是先于公共关系学而存在的。

公共关系作为一种活动而言,表现为改善自身公共关系状态的行为,是一种自觉行动的过程。当一个社会组织认识到自身处在某种公共关系状态时,就应自觉地、有意识地采取各种措施,改善自己所处的公共关系状态,这就是公共关系活动。任何公共关系活动都必需以社会组织作为开展活动的主体,通过特定的手段和活动方式,达到组织所追求的目标——建立良好的公共关系状态。

总之,公共关系一词在不同的情景下具有不同的涵义,譬如,公共关系职业、公共关系思想、公共关系意识等。所以,对公共关系涵义的理解应在不同的情况下加以区分。

二、演变中的公共关系定义

在公共关系成为一门科学以来的半个多世纪中,国外学者、专家给公共关系确定了为数众多的定义,真可谓有多少种公共关系著作就有多少种公共关系定义。之所以出现此种局面,是因为:其一,随着社会的政治、经济、文化的发展,公共关系处于不断发展和完善之中,反映在各个不同的时期,公共关系的定义在概念和内容上也不断发生变化。其二,由于公共关系包括的内容非常丰富,人们面对这一模糊而又笼统的术语,

可以从不同角度作出各种合乎情理的解释和分析。仁者见仁，智者见智，使公共关系的定义不一而足。其三，国外的专家学者对公共关系范畴在学科的归属上存在不同的看法。由于在归属方面的不同见解，导致了对公共关系的不同表述。所以，至今尚未形成一个公认的关于公共关系的标准定义。

定义是对概念与内涵的科学的概括。如上所述，公共关系定义很多，不胜枚举。为了深入揭示公共关系概念的科学内涵，对众多学者的研究成果进行归纳和梳理是必要的。由于归纳的方式和方法较多，这里仅针对不同历史时期的公共关系定义演变过程予以分析。

在本世纪初的美国，公共关系经常被用来保护大企业的利益，抵御社会舆论的攻击。虽然这一时期公共关系具有许多积极作用，但是，其重点在于“介绍自己的情况，制定对应策略，投公众所好”，具有明显的利己主义色彩。一个比较典型的公共关系定义为：“为了获得公众的理解和好感而进行的诱导活动。”这一时期的公共关系被看作是一种影响他人的宣传活动。

在第二次世界大战后的几十年中，公共关系由被动的单向宣传活动逐渐转化为有组织的双向沟通活动。1948年，由英国政府部门公共关系官员和工商界共同创办的英国公共关系协会(IP R)提出的公共关系定义是：“公共关系的实施是一种积极的、有计划的和持久的努力，旨在建立和维护一个机构与其公众之间的相互了解。”这一定义与本世纪初期的定义相比较，具有了新的内涵。其一，强调了公共关系工作的计划性与坚持性，认为公共关系工作不是时有时无的，也不是消极地为解决突发性事件而采取的临时措施。其二，强调公共关系是通过组织与公众之间的相互了解达到相互信任的目的。

70年代初,英国著名的公共关系学者——弗兰克·杰夫金斯(Frank Jefkins)为公共关系下的定义是:“公共关系是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的特定目标而计划采用的一切对内、对外传播方式的总和。”这成了70年代初期国际上比较流行的定义。杰夫金斯的定义注重公共关系工作的目标性,把目标管理的方法引用到公共关系工作中,还强调公共关系是运用各种传播手段实现组织与公众间双向沟通的交流过程。这种定义比英国公共关系协会的定义有了新的发展。

1978年,在墨西哥城召开的第一次世界公关大会上发表的《墨西哥声明》中,对公共关系的定义为:“公共关系的实施是分析趋势、预测结果,为组织领导者提供决策咨询,实行有计划的行动方案,以服务于本组织和公众利益的艺术和社会科学。”目前,此定义仍受到公关界的普遍赞同。它与过去的定义相比较,又有了进一步的提高。第一,指出了公共关系是“分析趋势、预测结果”,强调了在开展公共关系活动之前,开展科学的调查研究活动的必要性。第二,强调公共关系人员要为组织的领导者提供决策咨询,使公共关系活动上升到了一个更为高级的层次。第三,指出公共关系工作既要为本组织的利益服务,又要为社会和公众的利益服务。强调了公共关系工作的社会道德标准。第四,指出了公共关系工作是一门科学,也是一门技术。该定义反映了当代公共关系的发展趋势。

上述发展过程表明,随着社会的进步、生产力水平的发展和现代传播技术的广泛应用,公共关系定义的内涵和概念在不断发展和完善之中。公共关系是一门具有强大生命力和处在迅速发展中的新兴学科和职业。

三、公共关系的基本内涵

尽管公共关系的定义众说纷纭,莫衷一是,但毕竟经过了众多专家、学者从各个不同的侧面和基点的潜心研究以及丰富的社会实践,人们对于公共关系的基本思想和基本内涵已经取得了日趋一致的共识。公共关系无论是作为一门学科、一种职业,还是作为一种状态或一种活动,都贯穿着一些共同的内涵,其基本点如下。

(一)公共关系是指社会组织与其公众之间的关系

社会组织是运用公共关系的主体,公众是公共关系的服务对象。公共关系是一个社会组织与其特定的公众在相互影响和作用中形成的一种特殊的社会关系,任何一个社会组织离开了自己特定的公众就失去了生存和发展的条件。

(二)公共关系的手段是传播

公共关系以信息传播作为联系主体和客体的纽带,组织通过传播手段将信息传递给公众,公众对于组织的评价也通过传播手段反馈到组织之中,从而实现公共关系主体与客体之间双向交流的沟通方式。

(三)公共关系的目的是塑造形象

旨在塑造组织在公众中的良好形象,使组织与公众相互了解、信任并合作,以求得社会组织在其特定环境中的生存和发展。

(四)公共关系是现代组织管理的独立职能

组织依据从公众中获取的反馈信息,及时调整自己的政策与行为,使组织适应公众的需求,以建立和保持组织与公众的互利、和谐关系。

上述要点,反映了公共关系的构成要素、追求的目标以及学科的界定,基本上表明了公共关系学研究对象所具有的特殊性。

第二节 公共关系的基本要素

任何关系的运作都是通过主体、客体及媒介三个基本要素的相互作用来实现的。公共关系则是由社会组织、公众和传播三个基本要素构成的。无论是公共关系思想、公共关系活动、公共关系状态,还是公共关系学,都是围绕着这三个基本要素作文章的。三者之间的关系如图 1-1。

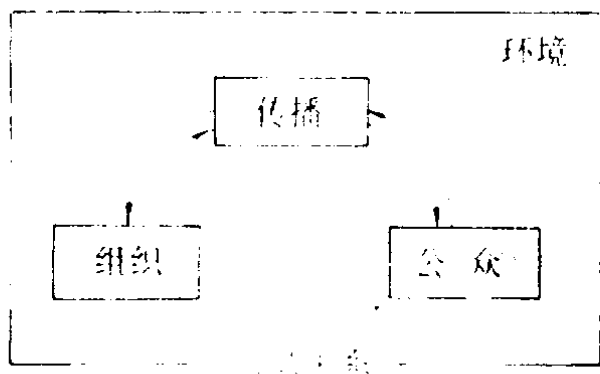


图 1-1

社会组织是主体,公众是客体,二者共同形成一种公共关系。也就是说:公共关系的两端分别是组织和公众,连接组织与公众的纽带是传播,三者密不可分,共同处于一个特定的环境之中。这样,便构成了完整的公共关系网络。

一、社会组织——公共关系的主体

(一) 社会组织的涵义

在一般的著作、文章以及本书中,所谓“组织”一词具有多种涵义。可以理解为一项管理职能,旨在对于各种生产、经营要素的合理安排以及科学组织;亦可以理解为习惯上的对上级领导的称呼。而公共关系领域中的“组织”,则是指社会学范畴的概念,是人类社会群体的一种高级形式,与家庭、邻里等

自然生成的初级群体相比,是关系更为复杂的社会群体。“组织”,是人们为了有效地实现自己的目标,有计划、有领导,并按照一定程序组成的一种社会机构。对社会的定义是:执行一定的社会职能,完成特定的社会目标,按照一定的程序和规章构成独立机构的社会群体。社会组织与其他初级社会群体有着本质的区别。

社会组织是社会发展到一定阶段的产物。自从出现人类社会以来,人们一直以群体的形式生存着。在原始社会中,人们以血缘关系或地缘关系为基础,组成原始群,从事生产活动,以维持自己的生存与繁衍。这种原始群体,还不能称为社会组织。随着生产力的发展,人类历史上开始出现了行业分工。首先是畜牧业与农业的分离,其次是手工业和农业的分化,而后又出现了商业。于是,便形成了专门从事农业生产活动、畜牧业生产活动、手工业生产活动和从事商品交换活动的社会组织。

随着科学技术的进步和工业的发展,社会生产力水平也不断提高,社会分工便越来越细,离析出来的组织就越来越多。例如,在殷墟出土的司母戊大方鼎,重达 875 公斤。按三千多年前的生产力水平衡量,估计该铸造工场应达到二三百人的规模。这充分说明,我们祖先当时的生产力水平和社会组织能力已经走在世界的前列。当然,经历了封建社会、资本主义社会等历史阶段,各种不同类型、执行不同职能、形式多样的社会组织便应运而生。其中包括各级政府部门、各类企业、不同层次的学校、不同类型的文艺团体和不同成员结构的群众社团等等,它们构成了当前不计其数的社会组织。

任何一个社会组织必须从外界获得自己需要的人力、物力、财力和信息,得到其他组织的协作与帮助,才能生存、发

展。组织之间相互依靠、相互作用,这就是公共关系产生的基础。

(二) 社会组织的分类

社会组织种类繁多,不同国家和地区按照不同标准和需要,会产生不同的组织类型。在我国的具体情况下,也有不同的分类方法,如可分为营利性组织和非营利性组织,或按担负的社会职能划分的社会组织等。

结合我国的具体情况,按照组织承担的社会职责,可以把组织分成四种类型。

1. 经济组织

即在经济领域中执行生产、流通、交换和分配职能的社会组织。凡是承担从物质资料的生产开始,到把生产出的产品分配到消费者手中的全过程之内任何一个环节的职能的社会组织,都属于经济组织类型。包括农业、工业、商业、金融业、交通运输业等部门。于再生产过程中,部门之间的联系越来越复杂、越来越密切。

为了研究工业部门之间的联系和比例关系、科学地进行组织管理,需要对工业部门进一步分门别类。根据工业部门的特点,我国曾把工业部门分为 12 个粗分类和 155 个细分类。12 个粗分类是:冶金工业、电力工业、煤炭工业、石油天然气工业、化学工业、机械工业、建材工业、森林工业、食品工业、纺织及皮革工业、造纸及文教用品工业、其他工业。其中机械工业又分为农业机械制造业、工业设备制造业、交通设备制造业、建筑机械制造业、电子工业、日用金属品工业、生活用机械制造业等 11 个工业部门。每个工业部门又分为若干个细分类,如农业机械制造业又分为拖拉机制造、机械化农机具制造、半机械化农机具制造、改良农具制造等 4 个分类。当然,每

个细分类又会有若干个企业组织在进行生产。

经济组织是我国数量最大、最为广泛、经济与社会效益最为显著的公共关系主体。

2. 政治组织

指组织经济建设和文化建设、并保证和维护其正常运行的社会组织。主要是指政府机构和政党组织。政府机构主要由政权组织、立法组织、司法组织、执法组织以及军事组织组成。我国的政党组织是指中国共产党和与之长期共存的八个民主党派。

3. 文化组织

指以满足人民各种文化需要为目的、以从事各种文化活动为基本内容的各类社会组织。这里所讲的文化是广义的概念,除了通常理解的文学、影视、音乐、舞蹈、戏剧、美术等组织外,还包括教育、科研、体育、医疗卫生等组织。

4. 社会团体

指具有共同背景、利益、信仰的人们自愿结合而形成的非营利性组织。在我国有工会、共青团、妇联、各种专业学术团体、业余爱好者团体及宗教信仰团体等。

事实证明:科学技术的水平越高,社会行业的分工就越细;社会的政治气氛与学术气氛越活跃,社会组织的种类与数量也就越丰富。公共关系主体的增加与发展必将进一步促进公共关系事业的繁荣与昌盛。

二、公众——公共关系的客体

公众是伴随社会组织而产生的公共关系的工作对象,是公共关系基本要素的客体。任何组织离开了公众,则失去了该组织存在的意义。研究和开展公共关系活动,必须从认识和研究本组织的公众开始,这是开展公共关系活动的先决条件。