

创业 经商 从政 社交 实务用书

成功之谋

—公关艺术漫谈

纪曙春
阎瑞桃



中国广播电视出版社

创业、经商、从政、社交实务用书

成 功 之 谋

——公关艺术漫谈

纪曙春 阎瑞桃

中国广播电视出版社

(京)新登字097号

成 功 之 谋

——公关艺术漫谈

纪曙春 阎瑞桃

中国广播电视出版社出版发行

(北京复外广播电影电视部灰楼 邮政编码100866)

北京大兴包头营印刷厂印刷

各地新华书店经销

787×1092毫米 32开 10印张 199(千)字

1992年10月第1版 1992年10月第1次印刷

印数:1—6800册 定价: 5.20 元

ISBN 7—5043—1836—1/G·681

前 言

公共关系，作为一门学科理论，已经传入我国多年了。但是，作为一种社会实践，似乎刚刚开始。

我们作为国家新闻机关的新闻工作者，同时作为公共关系中必不可少的传播媒介的具体执行者，有幸参予并组织了一些公关活动，结识了不少企业界朋友和党、政、团体领导。我们常常被他们为建设祖国“四化”大业而兢兢业业的忘我精神而感动。但是，也往往为他们在形象塑造、关系协调和推销手段、名牌意识等方面的怯步或失误而惋惜。

我们总想把成功的公关实践和经验侃给这些朋友们听，在饭桌上、汽车内和办公桌前，也总是不厌其烦地这么侃，这么聊，而每次得到的总是出乎预料的赞肯和预约：希望我们能把这些成功的公关实践和经验集锦起来，公诸于世，让更多的企业家和党、政、团体首脑借鉴，以使我国的公关实务（实践）尽快走向成熟，进而形成具有我国民族特色的公关学科体系。

于是，我们用了五、六年的工夫，总结和搜集了国内外数百个（次）公关实例，并用一年多时间对其进行了筛选和研究，编著了这本《成功之谋——公关艺术漫谈》。其中，有一部分曾分别在《经济日报》、《经济参考报》、《中国科技信息》等数家报刊杂志连载，受到国内外读者的欢迎和辑存。现在，当读者朋友能有机会集中阅读这本书的时候，相

信各位只要能举一反三,为我所用,定会尝到成功的甜头。

此书在编著过程中,受到许多企业、党、政、团体各界朋友和新闻界同行的鼓励,并得到一些从事公关理论研究和公关实务工作的专家、领导的指教,中国广播电视出版社总编辑张品兴同志对该书的编著提出了宝贵意见,在此一并表示衷心感谢!

由于书中的有些素材来源诸多,不便一一注明,敬请谅解。

书中如有不确之处,诚望读者指正。

1992年1月

目 录

前 言

成 名 篇

名牌与公关

——成名之路…………… (3)

名人与名牌

——以名传名…………… (5)

“魔水”与体育

——健力宝之谜…………… (7)

哈默与列宁

——利用大人物…………… (9)

红脸与白脸

——颂古扬名…………… (11)

柯达卷与音乐家

——唯才必用…………… (13)

迪斯尼与米老鼠

——天才物化…………… (15)

牛仔裤与好莱坞

——与明星同升辉…………… (17)

运动鞋与运动员

——鞋底生金…………… (19)

亚细亚与“非商化”

——干什么不吆喝什么…………… (21)

“人才楼”与“来财楼”

——赚钱先“赚”人…………… (23)

“娃哈哈”与抗“疲软”

——科普销售…………… (25)

老咸菜与“老佛爷”

——长“旧”不衰…………… (27)

“精工”计时与奥运会年

——“精”得其实…………… (29)

报业巨子与流动诊所

——步步为营…………… (31)

麦氏小姐与雀巢咖啡

——虽为对手共同受益…………… (33)

体操王子与商界新星

——名尽其用…………… (35)

书法大赛与将帅诗词

——多争印象分…………… (37)

创 业 篇

索尼与模特

——现场表演…………… (41)

“木兰”与摩托

——古为今用…………… (43)

开发与“桥梁”

——善用新闻载体…………… (45)

窗口与地盘	
——请“白毛女”下山·····	(47)
三国与磁盘	
——向古人要钱·····	(49)
地震与资源	
——发挥意外优势·····	(51)
篮球与百货	
——教头从商·····	(53)
商人与“纸人”	
——凭“空”赚得大钱来·····	(55)
人才与银行	
——敢为天下先·····	(57)
智力与效益	
——既要名也要利·····	(59)
学习与“侦探”	
——推销自己·····	(61)
擂台与良种	
——打出来的名声·····	(63)
引进与发展	
——无中生有·····	(65)
“孝子”心与电子表	
——投其所好·····	(67)
阳治国与《红楼梦》	
——红学商问·····	(69)
机械厂与文化馆	
——各得其所·····	(71)

棉花财与邀请会	
——广交朋友·····	(73)
莫扎特与滑雪板	
——各取所需·····	(75)
“门板饭”与三轮车	
——小路生财·····	(77)
美国奥运与尤伯罗斯	
——奇才奇用·····	(79)
中国妈妈与外国女儿	
——创建“海外关系”·····	(81)
马季相声与“宇宙”香烟	
——听假成真·····	(83)
经销“意见”与取胜市场	
——变牢骚为智慧·····	(84)
生意兴隆与标新立异	
——出奇制胜·····	(85)
宇宙公关与收费写信	
——奇招怪客·····	(86)
顾客至上与跑腿公司	
——跑出钱来·····	(87)
有偿服务与追债公司	
——助人为利·····	(88)

推 销 篇

汽水与电影	
——多元效益·····	(91)

顾客与观众

——合二为一…………… (93)

时间与市场

——争分夺秒…………… (95)

拜医与卖药

——一“包”万利…………… (96)

观光与经商

——借光沾光…………… (97)

战争与良机

——兴灾乐获…………… (99)

生日与生意

——彩照新用…………… (101)

皮鞋与国防

——平民高招…………… (102)

美发与点心

——感情投入…………… (104)

“八仙”与百货

——各显神通…………… (106)

“日杂”与舞厅

——“跳”出活力…………… (108)

厕所与生意

——傍门正道…………… (110)

降价与增销

——顺乎民心…………… (112)

快餐店与游乐园

——吸引孩子…………… (114)

日本商与“中国展”	
——商业的“引子”	(116)
理发店与合唱团	
——以唱“拉”客	(118)
大奖赛与大利润	
——大出大入	(119)
英雄泪与老人宴	
——一情值千金	(121)
泸州酒与“名酒节”	
——好酒也要会吆喝	(123)
敬酒词与爱漂亮	
——“礼宾司长”	(124)
短命球与长寿牌	
——“学习班”战术	(126)
“千斤顶”与“同盟军”	
——创奇迹于平凡	(128)
“小阿弟”与“老大哥”	
——悬赏求骂	(130)
三亿三与六代管	
——免费策略	(132)
大商店与小柜台	
——不以利小而不为	(134)
送“上帝”与请“财神”	
——路在脚下	(136)
五塑鞋与时间差	
——以变求变	(138)

绝处逢生与亚洲第一

——胆大可为…………… (140)

无心插柳与有意订货

——信誉效益…………… (142)

婚丧嫁娶与预约服务

——赚顾客家里的钱…………… (144)

接待旅客与提供信息

——服务即财源…………… (146)

时髦外套与戈氏夫人

——有孔就钻…………… (148)

格兰酒店与总统上宾

——借古赚今…………… (150)

餐厅“闹鬼”与招徕顾客

——利用好奇心理…………… (151)

管 理 篇

松下与“皮人”

——给部下一个出气筒…………… (155)

啤酒与心脏

——以心换新…………… (156)

硬件与软件

——软硬兼施…………… (158)

成败与沟通

——企业之宝…………… (160)

生日与开业

——万事抓人心…………… (162)

农民与秘书	
——聘用新“管家”	(164)
五分钟与砍柴工	
——巧用“碰头会”	(166)
夹克衫与自助餐	
——创造家庭气氛	(168)
四通杯与四通人	
——事通利达	(170)
全面服务与骂不还口	
——心理过硬	(172)
甄选人才与吃饭速度	
——用人新招	(174)
三六九等与经济效益	
——制造差别	(175)

輿 论 篇

好事与坏事	
——摆脱逆境	(179)
好感与欲望	
——讨人喜欢	(181)
新闻与天线	
——变被动为主动	(182)
商标与官司	
——以“败”取胜	(184)
震情与游客	

——及时公布真相·····	(186)
报道与权益	
——信誉红利·····	(187)
投资与名声	
——先敲锣鼓后唱戏·····	(189)
吹风与签约	
——“喇叭”声声·····	(191)
无情酒与有心人	
——“创造”新闻·····	(193)
当总统与上广播	
——最佳纽带·····	(195)
《世纪行》与“皖江杯”	
——“突出”政治，宣传自己·····	(197)
“风船”地毯与新闻媒介	
——借船出海·····	(199)
《六十分钟》与旅游“热点”	
——集中宣传·····	(201)
声援他人与宣扬自己	
——一举两得·····	(202)
航空公司与文化交流	
——善用“马前卒”·····	(204)
吊销执照与声誉大振	
——反其道而行之·····	(205)
新闻“三兄弟”与农民企业家	
——善于发挥优势·····	(207)

广 告 篇

喜蛋与小囡

——给你一个“问”……………(211)

“老爷子”与拖拉机

——巧编广告词……………(213)

“爱国者”与军火商

——机不可失……………(215)

宝丰酒与李自成

——启用今古名将……………(217)

YKK与展览馆

——别出心裁……………(219)

粗布小褂与廉价宣传

——小玩艺儿大效果……………(221)

字母饼干与“小活广告”

——外孙战略……………(223)

孟母三迁与日本广告

——爱心效应……………(225)

免费吃穿与有效广告

——食试求实……………(227)

出售信任与广告措词

——学会说话……………(229)

信息雷达与广告之战

——争夺空间……………(231)

西蒙斯床与布景音乐

——力挽狂澜……………(233)

泸州老窖与《亚洲雄风》

——借“东风”……………(235)

观球猜谜与企业文化

——独出绝招……………(237)

吉列刀片与世界大战

——培养义务广告员……………(239)

交 际 篇

名人与送礼

——送礼有“术”……………(243)

徽章与钱包

——纪念品的学问……………(244)

交往与活力

——主动进攻……………(246)

皇妃与时装

——追求新颖……………(248)

学者与“中心”

——情诚所至……………(250)

桥牌与外交

——驱云散雾……………(252)

“中国周”与长城砖

——事美价廉……………(254)

中介人与先行官

——书生“义”气……………(256)

“农家乐”与旅游热

——以乐促热……………(258)

艺术节与农家宴

——“土”的优势……………(259)

联袂登台与独具新姿

——相互捧场……………(261)

“天津甘栗”与“甘栗姑娘”

——有“节”有利……………(263)

时 政 篇

电视与红娘

——服务观众，参予生活……………(267)

油田与姑娘

——善事善行……………(269)

下棋与抗战

——借题发挥……………(271)

昵称与印象

——巧套近乎……………(272)

总统与和服

——表里为一……………(274)

足球与救国

——小球大用……………(276)

独木桥与婆媳情

——寓教于赛……………(278)

“打工仔”与“大家乐”

——寓教于歌……………(280)

月谈会与智囊团

——巧用“诸葛”……………(282)