

公共关系蓝皮书

BLUE BOOK OF CHINA'S PUBLIC RELATIONS

中国公共关系 发展报告 (2017)

主编/柳斌杰

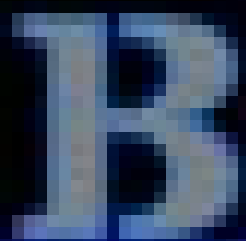
副主编/王大平 董关鹏

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF
CHINA'S PUBLIC RELATIONS (2017)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2017
版



公共关系蓝皮书

BLUE BOOK OF CHINESE PUBLIC RELATIONS

中国公共关系 发展报告 (2017)

中国公共关系协会
蓝皮书编委会 编

中国社会科学出版社 | 北京

（中国公共关系协会成立三十周年纪念册）

ISBN 7-5161-8511-0





公共关系蓝皮书

BLUE BOOK OF

CHINA'S PUBLIC RELATIONS

中国公共关系发展报告 (2017)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF CHINA'S
PUBLIC RELATIONS (2017)

主 编 / 柳斌杰

副主编 / 王太平 董关鹏



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目 (CIP) 数据

中国公共关系发展报告. 2017/柳斌杰主编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018. 1
(公共关系蓝皮书)
ISBN 978 - 7 - 5201 - 1860 - 6

I. ①中… II. ①柳… III. ①公共关系学 - 发展 - 研究报告 - 中国 - 2017 IV. ①C912. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 289629 号

公共关系蓝皮书

中国公共关系发展报告 (2017)

主 编 / 柳斌杰

副 主 编 / 王大平 董关鹏

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 桂 芳

责任编辑 / 桂 芳

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 25 字 数: 376 千字

版 次 / 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 1860 - 6

定 价 / 89.00 元

皮书序列号 / PSN B - 2016 - 579 - 1/1

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

《中国公共关系发展报告（2017）》

编 委 会

编委会主任：

柳斌杰 全国人大常委会委员
全国人大教育科学文化卫生委员会主任委员
中国公共关系协会会长
清华大学教授、新闻与传播学院院长

编委会副主任：

王大平 中国公共关系协会常务副会长兼秘书长
董关鹏 中国公共关系协会副会长
中国传媒大学教授、媒介与公共事务研究院院长

编委会委员：（按照姓氏音序排列）

首席专家：

柳斌杰 全国人大常委会委员
全国人大教育科学文化卫生委员会主任委员
中国公共关系协会会长
清华大学教授、新闻与传播学院院长

王大平 中国公共关系协会常务副会长兼秘书长

业界专家：

陈 阳 北京蓝色光标数字营销机构副总裁、蓝色光标研究院院长

林 晨 环智传媒创始人、首席执行官

吕大鹏 中国石油化工集团公司新闻办公室主任、新闻发言人

刘 晖 京东集团公关总监、数据研究院院长

李 锦 中国公共关系协会新闻与传播委员会副主任委员
中国企业改革与发展研究会副会长、中国企业报社总编辑
中国传媒大学媒介与公共事务研究院企业传播研究所高级研究员

芦莲莲 中国黄金集团建设有限公司办公室主任、党群工作部主任

李欣宇 中国公共关系协会副秘书长

孟 坚 神华集团公司新闻发言人、新闻宣传部主任

潘建新 华扬联众数字技术股份公司 CIO、华扬数字营销研究院首席研究员

- 秦 辉 中国公共关系协会副秘书长兼办公室主任
- 王 兵 中国传媒大学媒介与公共事务研究院企业传播研究所高级研究员
迪思传媒原助理总裁
- 王晓华 蓝色光标传播集团数字第七事业部总经理
- 吴浣苓 中国公共关系协会企业社会责任研究中心主任
中国传媒大学媒介与公共事务研究院公益传播研究所所长
- 邢 颖 中国公共关系协会常务副会长、企事业公共关系委员会主任委员
中国全聚德（集团）股份有限公司董事长
- 于爱廷 伟达（中国）公共关系顾问有限公司高级副总裁、北京文化创意产业研究中心主任
- 闫 永 国务院国资委新闻中心主任助理、《国资报告》副总编辑
- 周 静 中国建筑工程总公司企业文化部副主任

学界专家：

- 董关鹏 中国公共关系协会副会长
中国传媒大学教授、媒介与公共事务研究院院长
- 郭晓科 中国传媒大学媒介与公共事务研究院副院长、公共关系与战略传播研究所所长
- 胡 钰 清华大学新闻传播学院党委书记、教授
- 寇佳婵 中国传媒大学媒介与公共事务研究院企业传播研究所学术所长
- 李兴国 中国公共关系协会常务副会长、文化艺术委员会

主任委员

国家行政学院教授

鲁心茵 中国传媒大学媒介与公共事务研究院院长助理、
公共关系与战略传播研究所常务副所长

邵华冬 中国传媒大学广告学院危机管理研究所所长、副
教授

吴宜蓁 台湾辅仁大学传播学院教授、创院院长

余明阳 中国公共关系协会常务副会长，学术委员会主任
委员

上海交通大学安泰经济与管理学院党委书记、教
授、博导

赵新利 中国传媒大学广告学院公共关系系副主任

《中国公共关系发展报告（2017）》

编辑部

主 任 王大平 董关鹏

特邀主编 李 锦 闫 永

执行主任 李欣宇 郭晓科

副 主 任 秦 辉 王 丽 鲁心茵 寇佳禅

特邀编辑 李欣然 孙 珺 孙 玮 马 力

主要编撰者简介

柳斌杰 1981年毕业于北京师范大学外研所西方经济专业和中国社会科学院研究生院哲学系马克思主义认识论专业，硕士研究生，教授，博士生导师，高级经济师。1968年参加工作，1971年加入中国共产党，先后在白银有色金属公司、共青团中央、四川省人民政府、中共四川省委、国家新闻出版总署、国家版权局工作。现任第十二届全国人大常委会委员、全国人大教育科学文化卫生委员会主任委员，清华大学新闻与传播学院院长，北京师范大学出版科学研究院院长，中国出版协会理事长，中国公共关系协会会长，兼任清华大学、北京师范大学、中国传媒大学、上海理工大学等校博士生导师。出版《现代国民素质论》《人类进步的旗帜》《文化力论》《WTO协议解读》《中国的外交哲学》《论文化体制改革》等专著，主编《灿烂中华文明》《中国域外汉籍》《中国出版家》《中国名记者》《辉煌历程》等大型丛书。

王大平 中国公共关系协会常务副会长兼秘书长，在传媒、旅游、文化、创意等领域有广泛的人脉网络资源，在长期从事新闻、出版、传媒工作中，运用公关理论指导实践工作，成功策划了多个具有广泛社会影响力的大型主题公关活动，如：环青海湖国际自行车赛、世界旅游名校会议、绿色旅游饭店万里行，与央视成功合作了大型电视文化活动“走马黄河”，开展了“红色之旅——延安精神在清华”“中华汉字寻根之旅”等系列文化活动，先后创立了“中医文化国际传播与体验中心”、中国共产党思想理论资源数据库“延安中心”“天津中心”“华州中心”，开展“健康公关”“‘一带一路’年度汉字发布”“字说中国，节传文脉”等主题文化创意活动，以及“镜美华夏”“‘影像的力量’中国（大同）国际摄影文化展”等大型影像

公关文化品牌活动。曾荣获国际饭店与餐馆协会“国际饭店传媒特殊贡献奖”、“世界金钥匙组织”金质勋章奖，获国家新闻出版总署机关党委授予的“党员先锋岗”荣誉称号。

董关鹏 资深公共关系学者、“临床型”战略传播管理专家。先后毕业于北京大学、剑桥大学和杜伦大学，历任英国 BBC 和中国中央电视台记者、主持人和早间新闻主播，地方政府对外贸易经济与合作局局长等，在清华大学、哈佛大学执教和从事研究十余年，担任清华大学公共关系与战略传播研究所首任所长、哈佛大学肯尼迪政府学院索林斯汀席位媒介政治与公共政策研究员。现任中国公共关系协会副会长、常务理事，中国传媒大学教授、博士生导师及媒介与公共事务研究院院长、培训学院院长。同时兼任国务院新闻办公室新闻发布策划与评估专家小组成员、国务院食品安全委员会专家委员会委员、国家核应急专家委员会委员、国家行政学院兼职教授、中央社会主义学院客座教授、最高人民法院司法传播特聘专家、最高人民检察院中国检察官学院兼职教授、中组部大连高级经理学院讲座教授和北京大学、清华大学 EMBA 课程特聘教授等。

摘 要

回顾中国公共关系发展的三十年历程，企业公共关系是其中一支不可或缺的推动和促进力量。企业公共关系的理论研究和实践探索也成为公共关系领域的关注焦点。继我国首部公共关系蓝皮书：《中国公共关系发展报告（2016）》与广大读者见面后，2017 年中国公共关系协会和中国传媒大学媒介与公共事务研究院再次携手，推出《中国公共关系发展报告（2017）》。

全书共 2 篇总报告、17 篇子报告。总报告《2016 ~ 2017 中国公共关系年度发展报告》和《2016 ~ 2017 企业公共关系传播研究报告》，分别从供给侧和需求侧两个角度，对我国公共关系行业进行了 360 度全方位透视，并对行业发展进行了前瞻。

子报告分为“专题篇”和“实践篇”两部分：专题篇分别从学术研究、公关营销、数字传播、企业社会责任、媒体关系、政府关系、投资者关系、危机传播管理、人力资源与教育培训等方面进行了研究。

实践篇选取了若干具有代表性的公共关系案例进行分享，包括：以“国资小新”为代表的央企传播话语体系变革、中国石化公众开放日活动、中国建筑工程总公司的国际公关实践、神华集团的社区关系建设实践、中金建设的“家文化”实践、互联网创业公司公共关系创新、企业形象塑造与危机管理实践等。

结合公共关系学科特点，本书在理论梳理的同时融入丰富的实践研究案例，以供公共关系及相关产业政策制定、政府和企业公共关系事务管理、公共关系咨询服务机构运营和操作时参考借鉴。

Abstract

Reviewing the development of China's Public Relations in the past three decades, Corporate Public Relations (CPR) is one of the indispensable powers for promotion and acceleration. Theory research and practice exploration become the centre of attention in CPR. After the *Annual Report on Development of China's Public Relations 2016* was published in 2016, *Annual Report on Development of China's Public Relations 2017*, will be launched by China Public Relations Association and Academy of Media and Public Affairs of Communication University of China this year.

This book, includes two General Reports and seventeen underlying documents. The General Reports both give a prospective about development of the PR industry as well as analyse the status quo of China's PR industry in all directions in the demand and supply-side.

"Specific Reports" and "Practice Reports" compose Underlying Documents. Specific Reports focus on the content of public relations and marketing, digital communications, corporate social responsibility, media relations, government relations, investor relations, crisis management, human resource and education training programmes, etc.

Several representative cases on public relations are included to share "Practice Reports" which comprises the reform of the public relations communication by State-owned Enterprises, Sinopec open day, international public relations of China Construction Engineering Corporation, community relationship of Shenhua Group, "Family Culture" Practice in NGECC, the innovative way in public relations of internet startups, and corporate image shaping and image crisis management.

Through literature and theory study as well as case analysis, this book is for promoting the development and implementation of policies of public relations industry and other related industries, providing references for the government, corporations and consultant service organizations .

序 言

柳斌杰*

2016年12月，我国第一部公共关系蓝皮书在京发行，对进一步推动我国公共关系实践创新和理论发展发挥了促进作用，填补了我国在公共关系蓝皮书领域的空白，标志着中国公共关系事业的一个新的起点。在党的十九大胜利闭幕后，公共关系蓝皮书（2017）与读者见面，系统总结和梳理了过去一年在“四个全面”战略布局和“五位一体”总体布局的指导下，我国风起云涌的公共关系实践，记录了公共关系界为实现“两个一百年”奋斗目标、为我国顺利推进“一带一路”倡议、为提升中国公共关系水平所做出的重要贡献。这本书的出版，也为进一步研究和推动公共关系学科发展提供了参考和依据。

一 蓝皮书的年度特色

蓝皮书是由中国社会科学院社会科学文献出版社推出的关于某一专业领域的权威年度报告，具有原创性、实证性、专业性、连续性、时效性和权威性等特点，是世界上其他国家政府、企业和智库机构研究中国问题的重要参考书。蓝皮书是第三方学术机构所编撰，既客观地呈现我国在某一专业领域的发展动态和未来趋势，也反映学界和业界对这一领域的共识和研究情况。公共关系蓝皮书就是我们这个行业的年轮，能够把我国公共关系年度实践的

* 柳斌杰，全国人大常委会委员、全国人大教育科学文化卫生委员会主任委员、中国公共关系协会会长。



历史记录下来，把公共关系行业的动态反映出来，把当前业界和学界普遍关注的问题提炼出来，为我国的公共关系事业留下一份历史的记录。抓好蓝皮书的出版和发行，是提升公共关系事业社会认知和公共关系学学术地位的重要举措。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高举中国特色社会主义伟大旗帜，坚定不移地走中国道路，国家制度更加完善、法治更加昌明、社会活力迸发、人民安定幸福，中国各项事业都增强了世界影响力。对中国的公共关系事业来说，最近一年更是亮点纷呈。2016 年秋，二十国集团领导人第十一次峰会在杭州拉开帷幕，向世界展示了一个自然环境美丽的千年古城如何变成经济发展、文化繁荣、社会安定的幸福城市、智慧城市、现代城市的样本，是中国公共关系在国际大舞台上的一次成功实践，在全球各界和世界人民中产生了巨大的影响，给现代中国的形象增了光、添了彩；2017 年夏，“一带一路”国际合作高峰论坛在雁栖湖畔顺利举办，29 个国家的元首和政府首脑，140 多个国家、80 多个国际组织的 1600 多名代表齐聚一堂，共商“一带一路”合作大计，展示了中国新形象。

除了政府公关外，企业公关也日渐活跃。企业是市场经济的主体，公共关系对于企业的重要性不言而喻，在持续推进“一带一路”建设和实现“两个一百年”目标进程中，企业是公共关系的实践者、创新者和受益者。从供给侧来看，世界上最优秀的公关公司都在中国深耕多年，中国本土的优秀公关公司也不断脱颖而出并相继上市，尤其是 2016 年呈现“井喷”趋势；从需求侧来看，无论是国有企业还是新兴企业都对公共关系呈现巨大需求并不断创新，引领了公共关系事业的发展进步。有鉴于此，本年度公共关系蓝皮书的主题聚焦于“企业公共关系”，既是公共关系蓝皮书每年聚焦一个主题的延续，又反映了当前新的特征和发展特色，给人留下鲜明印象。

二 蓝皮书的五个板块

公共关系蓝皮书就是纸质的公共关系大数据，就是要系统呈现本年度我

国公共关系领域的重大事件、优秀实践、典型人物、典型案例等，把具有时代性和代表性的人和事都记录下来，同时要反映这个学科理论研究的最新动态，为公共关系研究者服务，进一步团结产学研三界协力推动公共关系学科发展。本年度蓝皮书主要聚焦以下五个板块。

第一是公共关系理论研究。互联网技术高速的发展带来整个社会翻天覆地的巨变，中国公共关系行业也在数字科技的推动下迎来崭新的发展契机与巨大的变革挑战，中国公共关系学术界更是在这一轮新的科技浪潮中应势而动，从研究视角到研究方法，从研究理论到研究实务都有了新的动向、新的热点、新的思考。蓝皮书在对2016年1月至2017年7月以来国内外公共关系学术研究进行全面深入文献综述的基础上，着重聚焦公关理论、公关历史、公关战略、公关传播、公关应用、国家公关、企业公关及危机公关等8个近年国内外学术界热门的研究维度并逐一展开分析，系统梳理并盘点2016~2017年国内外公共关系学术研究走向、研究特点，总结这一时期公关研究的重点内容和重要成果，并据此探索公关研究未来的发展方向，具有重要的学术价值。

第二是中国特色公共关系实践。G20峰会向世界传递中国和平、合作、发展、共赢的负责任大国形象；“一带一路”向世界展示中国企业从过去“低廉价格、埋头干活”的项目实施到“高质领先，共同成长”的国际品牌布局；大国的责任让中国的企业更加关注国际行业发展的趋势，更加珍惜国际品牌形象，更加重视公共关系不可替代的作用。公共关系行业与资本对接加速，继蓝色光标之后，宣亚国际于2017年2月在创业板上市，中国陆续有20余家公关公司登陆新三板，公关行业内的兼并重组已成为行业新常态；借助资本的力量做大做强，是公关公司在激烈竞争中正确的选择，也是多元媒体环境下公关行业积极革新的真实写照。大时代创造大机遇，中国特色公共关系实践不断站在国际公共关系发展的前沿，值得我们去认真总结和发扬。

第三是典型的公共关系新案例。蓝皮书收录了大量具有典型意义和代表性的案例，例如，以国资委新闻中心运营的“国资小新”为案例，分析了国资小新和中央企业新媒体团队积极探索运用新媒体，促进了中央企业话语