

中国国际公共关系协会 编著

★★★★
第九届
★★★★

*Golden Award for Excellence
in Public Relationship*

最佳公共关系案例



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中国国际公共关系协会 编著



*Golden Award for Excellence
in Public Relationship*

最佳公共关系案例

图书在版编目 (CIP) 数据

最佳公共关系案例 (第九届) / 中国国际公共关系协会编著. —北京: 企业管理出版社, 2010. 12
ISBN 978 - 7 - 80255 - 706 - 2

I. ①第… II. ①中… III. ①公共关系学—案例—中国 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 206742 号

书 名: 最佳公共关系案例

作 者: 中国国际公共关系协会

责任编辑: 李 靖

书 号: ISBN 978 - 7 - 80255 - 706 - 2

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 (010) 68414643 发行部 (010) 68467871

编辑部 (010) 68701891

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京凯达印务有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 186 毫米 × 230 毫米 16 开本 19.25 印张 238 千字

版 次: 2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 58.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

推荐语

中国最佳公共关系案例大赛及其获奖案例集，以案例史实的方式记录了近 20 多年来中国公共关系实践成长的路程及走过的足迹。它有花絮，但不是花絮；它有趣闻，但不是趣闻；它类似教科书，但不只是教科书；它是迄今为止中国公共关系实践唯一的一部简明断代史。

——郭惠民 国际关系学院副院长、教授

智行千里，谋动未来。本书案例，淋漓尽现公关的道与术，力与美。开卷即有益，初爱不释手。

——张秀兵 宣亚国际传播集团董事长

本书汇集了中国最优秀的公关案例，为公关从业人员不断提高专案策划和实务操作水平提供了指南，它可谓业界近年来少有的一次饕餮盛宴，也是公关精英创新理念的一次大碰撞，此书的问世将为中国公关行业走向更大的辉煌奠定坚实的契机！

——柯颖德 奥美公关中国区总裁

中国国际公共关系协会举办的公关案例评选代表了公关行业的专业性和权威性，凝聚了公关人的智慧和心血。欧莱雅中国很荣幸为此贡献了一个优秀案例。纵览案例大全，了解行业动向，激发创新思想，为中国公关再创辉煌。

——兰珍珍 欧莱雅（中国）有限公司副总裁

创新之道，品牌之道——《最佳公共关系案例》集中国公关业界最新精华及成就，值得借鉴。

——毛京波 梅赛德斯—奔驰（中国）公司副总裁

编 委 会

名誉主编：郑砚农 郭惠民

主 编：陈向阳

编 委：（按汉语拼音顺序）

曹 刚	曹秀华	陈 俐	陈先红	陈向阳
郭惠民	何 力	洪君如	黄小川	纪华强
李国威	廖为建	刘庆龙	李小筠	刘小卫
孟 建	曲 冰	商 容	孙 娟	田 晔
童紫静	涂光晋	徐 俊	杨美虹	叶茂康
张依依				

序 一

中国最佳公共关系案例大赛自 1993 年设立以来，每两年一届，现在已经成功举办了 9 届。这一大赛在过去的 18 年中，借鉴了世界公关领域金奖大赛的经验和标准，总结中国公共关系市场的最新成果，推动了中国公共关系行业职业化、专业化和规范化发展。每一次参赛作品都是公共关系理论与实践的结晶，每次赛后我们都会把获奖案例附上专家的点评汇编成册，供同业人员分享，从第五届开始，我应邀为这本书写序，至今整整十年了。

成语说“十年磨一剑”，回顾中国公共关系事业十年的发展，五届案例大赛的经典汇编就是一个缩影。我之所以特别用到“公关事业”这个词，是想说明中国公共关系的发展是一个涵盖了政府、企业和社会组织等全社会学习与应用公共关系的过程。由公共关系公司所代表的中国公共关系行业，既是中国公关事业的一个重要组成部分，又是推进公共关系事业专业化发展的核心力量。

十年以前，公共关系伴随着改革开放的大潮从西方传入中国，国内高校公共关系理论的教学成果、公关公司专业代理的服务水准，已经体现在当时案例大赛和经典汇编之中。但政府、企业尤其是大型国企和社会组织的公关案例基本没有。

2002 年第五届公关案例大赛，北京申办奥运会的案例代表政府率先应用公共关系；2004 年第六届大赛上，国有企业和社会组织在国际贸易纷争中的公关案例带动了作为公关应用主要载体的企业公关实践。时至今日，从政府到企业，从警察到老百姓，学习公共关系知识，应用公共关系方法，已不再是凤毛麟角，特别是北京奥运和上海世博以政府采购公共关系专业服务的方式标志着中国公关市场的进一步成熟。

《论语·魏灵公》说：“工欲善其事，必先利其器”。改革开放三十年中国的经济保持了强劲的发展，当中国已作为世界主要经济体出现在国际社会时，我们还需要有与之相适应的国家形象和文化影响力，从而更加有效地传播我们“和平、合作、发

展”的理念，推动构建和谐世界的进程。在此，公共关系的战略思维和科学方法论应当成为这一进程中的有效工具，为提升国家软实力发挥特有的作用。

本届大赛共收到来自中国内地、香港等地区的 80 个单位报送的 161 个作品，涉及 IT、汽车、环保等 18 个行业以及非营利机构和政府部门。经过大赛评审委员会的三轮评审，最终产生的获奖案例入选汇编成此册案例集，客观地反映了当前中国公共关系实务的发展水平和市场状况。

本届大赛适逢金融危机在全球蔓延，中国公共关系业也深受影响，但大赛获奖案例的数量和质量却高于往届，这也证明了中国公关业的勃勃生机和公关市场的巨大潜力。

目前，金融危机已经逐渐消退，经济普遍在回暖。在经济社会发展中仍有大量亟待解决的问题。如何做好政府的“眼”和“脑”，做好企业的“心”和“手”，在形象管理和社会责任方面我们还有很多工作要做。千头万绪，千件万件，或多或少，或重或轻，唯一不能忘记的就是公共关系应尽的社会责任和坚守的职业道德。

借上海世博的口号做个引申——“公关让世界更美好”，公共关系能不能让世界更美好？我们期待下一届大赛。

郑砚农

第九届中国最佳公共关系案例大赛组委会主任
中国国际公共关系协会常务副会长

序 二

由中国国际公共关系协会主办的中国最佳公关案例大赛，迄今已有九届，历时 18 年，现已成为中国公关界的一项传统品牌赛事和活动，深受业界和社会的欢迎。

1993 年，当时参照国际公关界惯例，引进案例评选活动的做法，推出两年一届的中国最佳公关案例大赛，初衷是为了推动中国公关的市场化和职业化。之后中国国际公关协会又相继推出两年一届的中国国际公共关系大会和一年一度的中国公共关系行业调查。这三大活动长期举办，彼此呼应，相互促进，有效拓展了中国公关市场，积极提升了中国公关职业，有力发展了中国公关行业。

九届中国最佳公关案例大赛从首届 10 个参赛案例、10 个获奖案例（5 金、5 银）到第九届 161 个参赛案例、46 个获奖案例（17 金、29 银），从 18 年前各类别设 1 个金奖、若干银奖到今天各类别严格设 1 个金奖、2 个银奖，可见行业发展了，市场做大了，竞争加剧了，大赛标准提高了，获奖案例含金量增大了，职业化进程加快了。

另外，由于经济改革和全球化的大背景，计划经济向市场经济转轨，中国最佳公关案例大赛在相当长一段时间里，由公共关系公司主导的企业公关、市场公关参赛和获奖案例占据主位。但近几届大赛，涉及政府部门和社会改革领域的公关参赛和获奖案例开始增多，尤其是结合社会重大事件的政府公关、国际公关案例的获奖，反映了中国已进入一个全面公共关系的时代。

历届中国最佳公关案例大赛汇聚的参赛和获奖案例，实际上就是改革开放以来中国公共关系市场和职业发展的一部断代史，每五年、每十年，它的变化，它的创新，它的进步，它的飞跃，凝聚着一批又一批、至少两三代中国公关职业人的辛勤耕耘和理想追求。职业化的路就是这样一步一步走来的。

每届中国最佳公关案例大赛获奖案例集的出版发行，我相信对于行业来说至少是一种职业经验地积淀和传承，但它更重要的是衬托出一种对行业的历史感、责任感和

事业感，宏扬着中国公关职业人富有社会理想的精神文化。期待着我们的公共关系有更多真正思想的劳作，而非只是朝着熟练工种的方向发展。中国公关人要有思想，但我们更需要有思想的中国公关人。

郭惠民

国际关系学院副院长、教授
中国国际公共关系协会副秘书长
学术委员会主任委员

前 言

中国最佳公共关系案例大赛自 1993 年创设以来，每两年一届，现已经成功举办 9 届。这一大赛在过去 18 年中借鉴了世界公共关系案例金奖大赛的经验和标准，总结了中国公共关系市场的最新成果，推动了中国公共关系行业的职业化、专业化和规范化发展。同时，大赛评审规则 and 标准得到不断丰富和完善，已成为中国公共关系领域最具权威性的品牌赛事和专业标准。每届大赛优秀案例的集锦出版物是我国公共关系领域最高水平的实务表现，是国内公共关系教育的重要实务教材，也是公共关系科研活动的基础研究材料。

本届大赛自 2009 年 8 月启动以来，经过广泛征集，共收到 80 个单位送报的案例 161 个（含香港、上海、宁波三个地方赛区），案例涉及 IT、电信、汽车等 18 个行业以及非营利机构和政府部门。纵观本届获奖案例的质量与数量比上届又有较大提升，客观反映出当前中国公共关系实务的发展水平和市场状况。

《最佳公共关系案例》（第九届）收录了第九届中国最佳公共关系案例大赛最优秀的 51 个案例（包括 17 个金奖、29 个银奖和 5 个单项奖），案例类别涉及媒介关系、企业传播、内部公关、社区关系、政府关系、国际公关、营销公关（产品）、营销公关（服务）、新产品上市、大型活动、财经公关、文化体育、医疗保健、环境保护、网络公关、品牌管理、危机管理、议题管理、企业社会责任和政府及非营利组织 20 个类别。

这些优秀案例集中反映了 2008—2009 年期间中国公共关系领域的最新实务成果，具有较高的研究价值和借鉴作用。该书主要适用于各类管理人员、公关从业人员以及高等院校专业老师、科研人员和学生。

目录

序一

序二

前言

单项奖 ■

最佳文案奖

百载点滴·源远流传

——香港水务署推广水务古迹案例 / 1

最佳公益奖

传播·倡言·行动

——英美烟草企业社会责任案例 / 6

最佳议题管理奖

宝马经销商危机管理案例 / 11

最佳产业推动奖

辉煌时刻 腾飞起点

——2009 中国汽车第 1000 万辆下线庆典案例 / 17

最佳旅游公关奖

潮平两岸阔，风正一帆悬

——“安利心印宝岛万人行”项目 / 22

媒介关系类 ■

金奖

健康才是真冠军

——多力葵花油世界心脏联盟全国护心行动案例 / 27

银奖

“体坛神话”背后的营养动力
——伊利营养舒化奶媒介关系案例 / 32

美丽穿行 感动世界
——2008 雅秀市场奥运营销案例 / 38

企业传播类 ■

金奖

为客户带来更大利益，给环境留下更少影响
——伊顿中国可持续发展策略企业传播案例 / 42

银奖

“i 城市，i 世博”共享永不落幕的网上世博会
——腾讯“世博营销战略”企业传播案例 / 46

内部公关类 ■

金奖

构建企业文化，推动企业融合
——诺基亚西门子通信企业合并内部传播案例 / 52

银奖

打造互动平台，拉近彼此距离
——新创建集团刊物内部公关案例 / 58

十年奋进，心怀责任
——上海移动十周年内部公关案例 / 64

社区关系类 ■

金奖

把商场打造成快乐的学习平台
——领汇“非常学堂”社区关系案例 / 70

银奖

留住一桶水

——可口可乐社区关系案例 / 75

最有说服力的科普

——上海移动基站建设项目社区推广案例 / 80

国际公关类 ■

金奖

中华文化扬威海外

——国家中医药管理局海外立法游说案例 / 85

营销公关（产品）类 ■

金奖

给肠道做 SPA

——蒙牛“冠益乳肠道关爱行动”案例 / 90

银奖

创意现形，英特尔的轻薄“芯”

——英特尔酷睿 2 移动处理器产品营销公关案例 / 96

逆风飞扬，“书”就未来

——汉王电纸书营销公关案例 / 101

营销公关（服务）类 ■

金奖

融合地道人情与创新意念

——新巴人力车观光巴士营销公关案例 / 106

银奖

绿动中国

——宝洁多品牌整合营销案例 / 111

逆境创新天

——微软 Windows SBS 营销公关案例 / 116

新产品上市类 ■

金奖

我的悦活，我的产地限定之旅

——悦活 Lohas 果蔬汁北京上市案例 / 122

银奖

彪悍的小 y 不只是传说

——联想 ideapad Y450 笔记本产品推广案例 / 128

大型活动类 ■

金奖

举杯同庆 辉煌 60

——泸州老窖国窖 1573 文化中国行案例 / 133

银奖

百威音乐王国 闪耀 IN 乐国度

——2009 百威音乐王国大型活动案例 / 139

粉红丝带乳腺癌防治运动

——雅诗兰黛 2009 年水立方亮灯仪式案例 / 144

财经公关类 ■

金奖

中银香港“财政部首次在香港发行国债”营销专案
/ 149

文化体育类 ■

金奖

北京欢迎你

——北京奥组委奥运歌曲推广项目 / 154

银奖

冲刺

——上海国际田径黄金大奖赛推广案例 / 160

中华力量 I Believe

——联合利华 2008 中华牙膏文化体育项目 / 165

医疗保健类 ■

金奖

我们都是世博“救生员”

——瑞金医院推广上海市民持证救护员案例 / 170

银奖

蝴蝶行动·别让甲减偷走您的生命

——默克药业教育项目 / 175

环境保护类 ■

银奖

减法生活 快乐加倍

——“减法生活”绿色公益行动案例 / 180

吾爱吾土

——新创建香港地貌行环境保护案例 / 185

网络公关类 ■

金奖

玩的不是游戏，是莛！

——联想 idea 品牌“莛文化”网络公关案例 / 190

银奖

网络新生代 奢侈时尚化

——菲拉格慕香水网络公关案例 / 195

汇聚全家福 挑战吉尼斯

——海马汽车 2009 年福美来网络公关案例 / 201

品牌管理类 ■

金奖

非凡财富 非凡梦想

——中国民生银行“2009 我的梦想”品牌管理项目
/ 206

银奖

有求必应

——领汇黄大仙中心及龙翔广场品牌管理案例 / 212

危机管理类 ■

银奖

一场精准的舆论引导战

——克莱斯勒破产重组危机管理案例 / 217

责任的力量 重塑国人乳业信心

——三元应对奶业危机管理案例 / 222

奥运公关类 ■

金奖

中国故事
——北京奥组委文化展示项目 / 227

银奖

精彩文化推动奥运在城市间的传递
——伦敦发展署奥运公关案例 / 233

企业社会责任类 ■

金奖

中国青年女科学家奖
——欧莱雅（中国）企业社会责任案例 / 238

银奖

香港第三龄学苑
——港灯鼓励长者终身学习企业社会责任案例 / 243

一起运动
——李宁品牌企业社会责任案例 / 249

政府及非营利组织类 ■

金奖

2009 地球一小时
——世界自然基金会政府及非营利组织类案例 / 254

银奖

六十国庆看香港
——香港旅游发展局公关案例 / 260

精心打造警民和谐关系
——2009 年常州市公安局戚墅堰分局政府及非营利组织
案例 / 265