

工商经营管理丛书·主编毛双星

企业公共关系与谈判技巧

江明华 编著

企业管理出版社



企业公共关系与谈判技巧

江明华 编著

企业管理出版社

《工商管理管理丛书》

中国企业国际化经营

企业公共关系与谈判技巧

中国国际贸易实务简编

国际工程招标与投标

投资学

中国企业实用经济法律简编

《企业公共关系与谈判技巧》编委会

顾 问：袁宝华

主 编：毛双星

副主编：王伟东 刘 力

编 委：梁钧平 姚长辉

薛 旭 江明华

王 化 王莉真

金树良

编 者 的 话

公共关系和谈判,有着悠久的历史。它在人类的社会生活中发挥着重要的作用,而且随着社会发展时间的推移,这种作用越来越大。在现代社会中,如果不懂得公共关系,不了解谈判的艺术,将会在工作 and 生活中处处碰壁。公共关系和谈判艺术是帮助组织和个人的事业获得成功的重要武器。

我们编写本书的目的是想尽微薄之力帮助人们从理论上掌握公共关系和谈判的艺术,以期对人们的工作和生活有所帮助。

本书是参考国内外有关经验资料,并结合自己的教学实践综合写成的。在写作过程中得到了金树良、姚春潮等同志的大力帮助,特在此表示衷心的感谢。限于作者水平,书中的缺点与不足在所难免,恳请读者批评指正。

江明华

1993 年 1 月

前 言

党的十四大确立了社会主义市场经济为我国经济体制改革的目标模式,这是关于社会主义经济理论的重大突破,为进一步改革开放,发展社会主义经济打下了坚实的基础。同时,也使如何发展和完善社会主义市场经济体制,如何在这一体制下经营管理企业的问题,更加紧迫,更为现实地摆在了每个企业面前。与此同时,当今世界经济正处在一个重要的发展变革时期,各个国家和地区间的经济联系日趋紧密,我国加入关贸总协定的时间日益临近。在这种形势下,我们要乘小平同志南巡谈话和党的十四大的东风,抓住机遇,迎接挑战,在建立和完善社会主义市场经济体制的同时,大胆地走向国际市场,参与国际竞争。不但要打开国门,引进外资,还要走出国门,到世界经济舞台上去一显身手,以更好地促进社会主义经济的发展。

作为一种经济运行的机制,市场经济体制在多年的运行实践中形成了一整套运行规范和种种习惯做法。这些规范和做法,是经济运行规律的反映。由于多年来我们实行的是产品经济的做法,许多企业管理人员和政府工作人员对市场经济的运行规律和运行方法都很陌生,以我们现有的知识和经验,远远不能适应建立社会主义市场经济体制,发展社会主

义经济的需要。因此,我们必须解放思想,冲破“姓资姓社”的束缚,积极学习和借鉴一切有用的市场经济知识,加快我们的前进步伐,早日使中国企业界自豪地屹立于世界经济之林。

正是出于上述考虑,我们编写了这套工商管理丛书。丛书从外向型企业经营管理、国际贸易、投资、公共关系、法律及工程承包等诸多方面,结合国际惯例和中国企业的实际情况,介绍了工商企业的管理实务,希望能够对广大企业界人士有所裨益。

本套丛书在编写过程中,得到了有关方面的关心与积极参与。特别是我国著名管理学家、在企业界和经济管理界享有很高威望的袁宝华同志,给予本丛书以大力支持。在此谨代表丛书编委会向袁老及有关同志表示衷心的感谢。

毛双星

1992年11月

目 录

上篇 公共关系

第一章	什么是公共关系	(3)
第一节	公共关系的概念	(3)
第二节	公共关系的职能	(8)
第二章	公共关系的组织机构	(20)
第一节	公共关系部	(20)
第二节	公共关系咨询公司	(28)
第三节	几种常见的公共关系活动	(39)
第三章	公共关系的步骤	(49)
第一节	组织面临问题与形势的确定	(50)
第二节	公共关系计划的设计和制定	(54)
第三节	公共关系活动的实施	(57)
第四节	公共关系活动效果的评估	(62)
第四章	公共关系实务	(70)
第一节	企业公共关系战略	(70)

第二节	内部公共关系	(75)
第三节	外部公共关系	(90)

下篇 谈判艺术

第五章	什么是谈判	(111)
第一节	什么是谈判	(111)
第二节	与谈判相关的几个问题	(118)
第六章	谈判的准备	(122)
第一节	准备的阶段	(122)
第二节	准备的内容	(126)
第七章	谈判的策略	(153)
第一节	谈判策略的选择	(153)
第二节	谈判开局的策略	(162)
第三节	谈判中的策略	(169)
第四节	两种特殊情况下的谈判策略	(184)
结 束 语		(196)

上篇 公共关系

如果从公共关系的萌芽开始算起,公共关系的历史可以上溯到古印第安人的时代、古罗马的恺撒时代,以及中国的春秋战国时期。不过,现代公认的公共关系是产生于资本主义最发达的美国,是1903年美国的艾维·李创办了第一家公共关系事务所,并利用公共关系为社会谋福利开始的。艾维·李因此而被誉为“现代公共关系之父”。

在人类已进入信息时代的今天,公共关系已成为最富竞争性的一项事业。公共关系与电脑业、旅游业一起,成为衡量一个国家发达程度的三大标志。

美国人还将公共关系的作用提高到成为解决人类目前面临危机的重要武器。这在美国当代文化人类学家露尔的书中可以看到:“当今世界有两个联系在一起危机。一个是最显而易见的危机,即人口和环境的危机;另一个是隐蔽的、但同样是致命的危机,即存在于人类与自身的延伸、体制和思想的关系中,存在于居住在这个地球上的许多个人和团体的关系中。如果两个危机不同时解决,那么任何一个都无法解决”。越来越多人相信,只有首先解决存在于人与人之间、团体与团体之间关系的危机之后,才有

可能解决人口和环境的危机。这在我们的现实生活中已得到了一些验证：大国关系的缓和及一个大军事集团的瓦解，使人类免于生活在毁灭于核战争的危险之中；南、北之间的相互沟通、增进了解，才有助于世界的和平与发展。

因此，公共关系对我们大家来讲，也是必须发展的一项事业。

第一章 什么是公共关系

与其他许多行业一样,随着我国改革开放的深入进行,公共关系也从海外逐渐传入国内,并掀起一阵阵的公共关系热潮。据《当代》杂志透露,目前国内从事公共关系的人数已逾数万,公共关系的专门机构达千个以上;不少企事业单位纷纷利用公共关系开展营销工作,推动事业的发展。

在这热潮中,难免泥沙混杂,有的人有意无意对公共关系进行非议,有的则对它在日常工作与生活中的作用过于夸大,以致引起不少人对公共关系的种种误解,影响了公共关系在国内的正常发展。

为了帮助广大读者正确理解公共关系,推动公共关系的正常发展,本章着重介绍、阐述公共关系的定义、特征及其职能。

第一节 公共关系的概念

一、公共关系的定义

给公共关系下确切的定义并不容易,因为从来

没有一个定义或概念像公共关系这样令人众说纷纭。曾有学者说过：“有多少公关专家，有多少公关人员，就有多少个公关定义。”据不完全统计，目前世界上有公共关系代表性的定义 700 多个。这里我们先来简要介绍和分析几个国外经典性的公共关系定义。

1978 年在墨西哥城召开的世界公关大会上，与会者一致同意对公共关系作如下定义：“公共关系的实施是分析趋势、预测后果，向组织领导人提供咨询意见，并履行一系列有计划的行动，以服务于本组织和公众共同利益的艺术和社会科学。”

国际公共关系协会曾对公共关系提出以下定义：“公共关系是一项经营管理的功能，属于一种经常性与计划性的工作，不论公私机构或组织，均通过它来保持与其相关的公众之了解、同情和支持。亦即审度公众的意见，使本组织的政策与措施尽量与之配合，再运用大量的资料，争取建设性的合作，而获得共同利益。”

英国公共关系协会则这样来对公共关系下定义：“公共关系是一种积极的、有计划的以及持久的努力，以建立和维护一个组织与其公众之间的相互了解。”

美国著名的公共关系权威卡特利普和森特(S · M · Catlip & A · H · Center)认为：“公共关系是这样一种管理功能，它确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互益关系。”

国外一个普遍流行且非常简单的公共关系定义是：“Do Well, then tell about it.”（干好，然后再宣传）。

这些定义从不同的角度对公共关系进行了描述，使我们对公共关系有了一些认识。但是，由于公共关系不是孤立的，而是经济发展不可分割的组成部分，因此，任何想以只言片语对它下定义都只能是片面的。

一位著名的公共关系顾问对公共关系作了精彩的描述，我们可以从中了解它的一些魅力。他说：“公共关系不是与日常的组织管理相分离，而是与之紧密相连的。公共关系是推销员脸上的微笑，是他握手时显示出来的风度。公共关系是当你拜访某组织领导时，温和而友好地问候您的接待员；是迅速而有效地接通您的电话的接线员；是您从领导那里接到的亲切的信函；是真心称赞您的顾客；是无数满意的社会公众。”

虽然，公共关系的定义众多，但是，只要我们从以下三个方面着手，公共关系的定义就不难掌握。

第一，公共关系的目的是：争取公众的理解和支持；

第二，公共关系的作用：发挥沟通和管理的功能；

第三，公共关系的工作方式：有计划地、主动地利用大众传播媒介与公众进行双向沟通。

二、公共关系的基本特征

公共关系的基本特征可概括如下：

1. 公共关系活动的要素。公共关系是指一定的社会主体通过信息传播媒介沟通与相关的社会公众之间的相互关系。据此，我们可知公共关系活动的要素是：

(1) 公共关系活动的主体——谁从事公关？从事公关活动的是一定的社会主体、一定的组织、机构或团体。如企业、机关或某某协会。

(2) 公共关系活动的对象——目标公众是谁？公共关系活动的对象是与该组织有直接或间接关系的个人、群体或组织，统称为目标公众。如企业公共关系的对象有：员工、股东、消费者等。

(3) 公共关系活动的媒介——从事公关的渠道是什么？公共关系活动的媒介是主体与对象发生联系、沟通、交往的信息传播工具。如报纸、电台、电视等。

2. 公共关系活动的目的。公共关系活动的目的是争取公众的理解和支持，为组织的广泛交际创造良好的组织形象和社会声誉，为组织的生存、发展创造必需的内部环境和外部环境。

社会经济发展到今天，良好的信誉和形象已成为实现组织发展目标不可缺少的重要因素，而良好的信誉和形象又取决于社会公众对组织的评价，这就要求组织在进行公共关系活动时，必须注重公众

利益,在保证本组织利益的前提下,最大限度地满足公众利益,以此来促进组织和公众双方的相互了解、信任和合作,形成和谐的外部环境和最佳的社会舆论。

3. 公共关系活动的原则。公共关系活动的基本原则是平等互利,共同发展。任何一种关系要得到维护和发展,都必须对双方有利,通过相互来往满足双方的需要。公共关系强调本组织的利益与公众利益的平衡协调,信守“与自己的公众一齐发展”的原则。如果在相互交往中欺骗公众,为满足自己的需要而损害公众利益,就根本不是公共关系。

4. 公共关系活动的方针。公共关系活动的基本方针是着眼于长远利益,着手于平时努力。公共关系活动不拘泥于一时一地的得失功利,而注重追求长期、稳定的战略关系。这就需要组织经过长期不懈的努力,正所谓“滴水穿石”和“积土成山”、“积水成河”。为此,要特别注意避免急功近利和“平时不烧香,急来抱佛脚”。

5. 公共关系活动的方式。公共关系活动的方式是“内外结合,双向沟通”。公共关系活动,一方面要吸取公众意见,以不断调整完善自身;另一方面要公开事实真相,有效地对外传播,使公众认识、了解自己,最后获得公众信任和喜欢自己。公共关系活动的方式,最重要的是组织注意本身的完善和对公众利益的重视,然后才是对外宣传。有人曾对此概括道:公共关系活动是 90% 的自身完善,加上 10% 的传播

沟通。

公共关系的基本特征,更全面地告诉了我们,什么是公共关系,应该怎样去从事公共关系活动。

第二节 公共关系的职能

人们了解了公共关系之定义及其特征后,自然就会提出公共关系能做哪些别人不能做的工作呢?下面阐述公共关系的职能,就是回答这一问题。

一、监测环境,收集信息

现代社会,只有很好地监测环境,收集信息,才可能对组织所处的社会环境的变化作出灵活、准确的反应,从而才可能预测、抓住和创造机会,使组织取得成功。

公共关系通过双向沟通,与社会公众保持密切的联系和信息交流,使组织对社会环境的变化保持高度的敏感性。

例如,天津自行车厂在美国总统布什偕夫人访华的时候,发现布什与夫人在天安门广场手扶自行车留影的照片,便主动向国家有关方面提出向布什夫妇赠送飞鸽牌自行车的建议。事情很快顺利地办成了。这件事,成为布什访华的一个组成部分被记载下来,国内外 130 多家报纸和新闻单位报道了赠车情景。这使天津自行车厂蜚声海内外,一些外国客商专程到该厂看样订货,法国一客商一下子就订购 3