

中国式公关



[中国式公关 下载链接1](#)

著者:大龙

出版者:中信出版社

出版时间:2006-7

装帧:平装

isbn:9787508606682

公关公司必须以自己对企业客户、对行业、对目标消费群体、对市场、对媒体和记者的深入研究和了解为基础，以专业化的态度和创新性的方法，为企业和媒体之间架设一个沟通的桥梁，做企业战略性的合作伙伴，为企业的健康发展贡献最大的力量。而这，是一部专为独具特色的中国公关业提供建议和方法论的力作。这里有的是中国式攻关的观念和方法，由中国资深公关人及记者鼎力推荐，不夸张地说，这还是企业媒体曝光率翻倍的良方！

作者介绍:

目录:

[中国式公关 下载链接1](#)

标签

公关

PR

中国本土化

营销

传播

媒介

Marketing

实用

评论

公关新兵可以读读，公关常识而已。

公司、受众、媒体的需求都要满足，帮助他们就是帮助自己。这是“道”，深刻理解之后，“术”其实并不难想到

我觉得所有的工具书、专业相关的书籍，都要在实践中去寻找答案。

这本书也很有意思，也是我看过的十几本公关专业书籍中最好的一本。结合中国国情，运用了本土的案例，而且不像其他的书仅仅局限于理论。说的问题也很简单，把几个核心问题说的清楚深刻，避免人们走到误区，不像其他的专业书贪大求全，我总是看得很

辛苦，看完了却毫无感觉，仿佛没看过。

作为曾经的媒体从业人员，许是对公关行业略有了解。新见解不算多。算重温了。

一般般。无非是告诉业内人士，不能以红包定天下。实际情况是，不能光靠红包，当然更不能没有。无非是提升自己的专业素质，以满足媒体和客户的需求。你需要懂行业，懂公司，懂媒体，懂策划，还要懂关系。对公关公司的要求越来越严，与君共勉。

PR 越早了解对企业越有利 :)

一些方法论还是可以借鉴 但是总体来说书太老了
已经无法跟上现在公关行业的转型变化

贯穿整本书的就几句语的道理 一天上班+下班地铁时间看完 不怎么insightful 不推荐

公司的学习材料。PR入门书籍，不错。

实践性太强了，对于没有经验的人来讲有点难

有点意思

2009年，为自己坚强的在伟达公关的那些日子而纪念，我非常喜欢那是倔强，坚强，不服输，又有坚持的自己，为自己曾经的付出，梦想而纪念。

或许是几人合写的关系 前半部分感觉特别啰嗦 但是后半部分干货比较足
很适合入门者读 道理清晰易懂

之前听到一个媒体人说，要是能够在公关行业混两年再回来干媒体，应该会通达许多，是不是很多媒体人都怀着反向思维去干公关的呢。大概在新闻专业主义逐渐消弭的今天，无论公关，广告，新闻都不是一件好干的活儿

我的第一本公关书，总算是知道公关到底干啥了=
=写得浅显易懂，但也包含着很多智慧，作为入门书挺适合的~

部分章节挺实用的

基本没什么新的信息量。

很棒的公关入门书，也很本土化！

公关常识

[中国式公关_下载链接1](#)

书评

一提中国式,首先就有点贬义和让人无奈的感觉.作为公关业的一员,文中的中国式给我深切的感受,身边的人,可不就这样么!在中国办事,首先要懂得中国国情,但随着媒体的逐渐规范,我们必须走向知识导向,不懂装懂,一知半解却当专家当代表,只能让人背后嘲笑.有时间拍,吹,不如多做研究多学...

中国式公关中的“中国式”有双重的意味，但有些嘲讽。国外的公关公司在中国也必须遵循中国人的人情社会关系.....但是可以给刚入行的公关新人看看，也可以了解一些中国公关的基本知识。

我是做这行儿的。想想也已经不算是个新手儿了。
很多人，对这本书的评价，是大龙在炒自己以及自己的公司。
但是，一个公关高层的视角，或多或少，还是会给这些从业人员一些启发。特别是刚刚入行儿，或者对这个看似神秘而又高贵的行业新村向往的人来说，是一本不错的启蒙读本。 ...

正是这本书让我了解了公关，并且最后成为了一个公关从业者。
再一年的历练后，回头再去看真的是感慨万千。
这里不对这本书评论，但是非常希望能够看到再有一本可以引路的书，特别是现在公关行业服务同异化的局面，真的需要一本带有“XX式”的公关教材再次给这个行业带来一丝新...

在公关公司实习的经验让我觉得这本书比想象中的更理论，不过也说了很多现在中国公关行业的现状。如果是新人的话，可以通过这本书了解一下自己即将要进入的行业。

俺就是做媒体的，，，很早就买了这本书，一直都没看，
后来自己要做项目了，要做媒体公关，找来一看，哈哈，原来和他们公司早就打过交道，，我现在穿的CROCS还是他们给的呢，
确实写的很好的，值得一看，尤其行业内的！

这本书道破了中国公关的现状，在这个人情味浓重的圈子里，专业的知识和技能将成为中国公关走向成熟的导向。如果业界能积极倡导此理念并始终如贯彻下去，那么，中国公关公司将告别给媒体和企业当孙子的时代。

[中国式公关_下载链接1](#)