跨国公共关系公司在中国

——关于中国公关业的一次实证研究

吴白雪

(宾夕法尼亚州立大学 研究生部, 美国 宾夕法尼亚州)

[摘要] 基于以往对中国公共关系发展的研究材料,我们以影响中国公关业主要因素、中国公关业在未来5年内发展状况为研究课题,就公关职业道德、发展潜力、内在与外在影响因素等四个方面建立假设,以北京五大跨国公关公司为研究对象,采用问卷与采访相结合的调查方法对中国公关业进行了一次实证研究。研究结果表明:政治制度和经济发展是影响中国公关业发展最主要因素。在未来5年之内,中国企业对公关服务需求将持续增长。随着中国市场经济渐趋成熟,越来越多中国大陆企业开始使用公关咨询服务来提高自身竞争力。中国公关业中的媒介关系正朝着健康、符合职业道德的方向发展。

[关键词] 公共关系;公关业;公关公司;职业道德;文化差异;发展潜力

[中图分类号] C912.3 [文献标识号] A [文章编号] 1004-3489(2002)02-0044-07

一、研究问题和假设

基于以往对中国公共关系发展的研究材料,笔者提出两个研究问题:1.什么是影响中国公关业的主要因素?2.从现状预测,中国公关业在未来5年内将是怎样的?为了回答以上问题,本文就公关职业道德、发展潜力、内在以及外在的影响等四个方面建立了四个假设。

假设一:政治体制、文化习惯和通讯基础设施是影响中国公关业的三个主要因素。众所周知,中国是一个注重人文关系的社会,拥有中央调控的政治体制,以及远没有发展完善的通讯基础设施。中国社会的这些特点使得中国公关事业明显异于西方国家,尤其西方国家的代表——美国。公共关系这一概念首先在美国被运用于商业领域,逐渐被社会的其他领域采用。众所周知,美国鼓励自由竞争的社会经济。在此环境成长起来的公共关系当然不能完全适用于中国。

假设二:中国注重人文关系和群体主义的社会文化深远地影响了中国公关业的职业道德观念。笔者推测在注重群体主义的社会环境下,中国从事公共关系的人们会采取道德相对主义的态度——即道德没有绝对标准,只有相对的准则。群体主义倾向于注重群体的性格特征,而淡化个体之间的细微差异。注重群体主义的社会往往要求个体遵从群体及社会的道德观念。职业道德,勿容置疑,受社会大环境的影响甚深。中西文化的差异不由让人设想,在这两个环境里对职业道德的看法也势必不同。本文主要讨论社会和文化因素对公共关系职业道德的影响,研究的对象是驻中国的跨国公关公司。这些跨国公关公司均受总部的影响和调控,所受中国本土社会文化因素的影响依然有限,其运作方式以及所雇职员更多地受着公司文化氛围的影响。因此,对跨国公关公司的研究不能透彻地反映中国公关业是如何定立职业道德的。

假设三:中国公关市场在未来5年之内会持续增

?1994-2016 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

长。1998 年初的亚洲经济危机之前，中国以及其他几个东南亚国家保持着 7％到 9％的年增长率。这远远超过 2％的世界平均增长率。据中国国际公关协会的统计，跨国公关公司每年增长率高达 50％至 100％。中国本地公关公司的情况也让人看好。尽管受亚洲经济危机的冲击，中国经济在 1998 年仍然保持 7.8％的年增长率。这充分反映了中国是一个逐渐成熟，具有长远发展潜力的市场。因此，对公关服务的需求应该只增不减。

假设四：中国公关业将会更多地受到西方公关观念和职业道德的影响。目前，八大跨国公关公司里有六个公司在中国设立总部。随着中美两国关系的进一步发展，新的商业概念和从业标准将会更多地从美国引入到中国。同时，公关业在全球范围的发展，促使中国公关业要更快地熟悉和采用符合国际标准的从业规范。可以预计，中国公关业会渐渐跟国际公关业接轨。

二、研究方法

为了检验以上假设，笔者对北京的五大跨国公关公司进行了一次市场调查。这个调查采用问卷和采访相配合的方法。问卷包括 35 个问题。采访则通过电子邮件及电话进行。问卷在 1998 年 5 月份发给五个公司，至 1999 年 3 月收回全部问卷和完成所有采访。

调查目的：此项研究帮助总结中国公关业的特点及预测未来的发展远景。笔者选择跨国公关公司作为唯一的研究对象。这是基于两个主要原因：(1)跨国公关公司在中国公关业市场占主导地位；(2)由于跨国公关公司具备良好的经济基础，先进的技术设备，并且有丰富的从业经验，它们实际上引导着中国整个公关业的发展。

参与公司：五个跨国公关公司参与了此项调查。参与的公司由中国国际公关协会副秘书长郭惠民教授推荐。这些公司均是世界知名的公关公司，并且在中国一些大城市，如上海和广州，设立了分公司或者办事处。它们一直跟中国国际公关协会保持良好的合作关系，为推进中国公关业的发展起到了积极的作用。这五大公司是：

1. 伟达公司 Hill &Knowlton Public Relations Counsel, Beijing Representative Office

2. 奥美公司 Ogilvy Public Relations Worldwide (Beijing)

3. 凯旋——先驱公司 Ketchum Newscan Public Relations Ltd. (Beijing)

4. 罗德——奥博公司 Ruder Finn Abbott Ltd. (Beijing)

5. 福莱——灵克公司 Fleishman &Hillard International Communications (Beijing)

参与人员：此项研究的参与人员均是以上五大跨国公关公司的高级管理人员。其中包括：三位美国籍职员，其中一个没有在美国从事公关业的经验；两位中国籍职员，他们均没有在国外从事公关业的经验。

三、问卷及结果

1. 从以下各项选出你公司从事的公关业务，并根据建立、维护和发展这些业务的难易程度，排列选项。

A 股东关系　B 雇员关系　C 客户关系　D 媒介关系　E 社区关系　F 政府关系　G 其他（请指明）

结果：建立、维护和发展政府关系被认为是最困难的公关业务。雇员关系和客户关系则被认为是最容易的。

2. 你公司的客户主要由哪些公司构成，各占什么比例？(选项略，以下有部分问题的选项作同类处理，以压缩全文篇幅)

结果：美国公司、加拿大公司及欧洲公司占据了这五个公司客户的绝大部分。

3. &4. 与中国大陆公关公司相比，跨国公关公司具有哪些优势？与跨国公关公司相比，中国大陆公关公司又有哪些优势？

结果：跨国公关公司具有以下优势：专业化的业务操作；稳固的经济基础；先进的技术设备。中国大陆公关公司具有以下明显优势：熟悉当地 政治文化；收费低廉；并且可以更方便地利用媒体。

5. 如果 1 代表“最不可能发生”，5 代表“最可能发生”，以下选项是假设的中国公众对公共关系的看法，请用 1 到 5 的数字表示你的观点。

A 公共关系是我们公众与公司之间的桥梁，帮助我们双方认识对方的需求。

B 公关是游说。

C 公关是在替公司建立良好形象，使得我们购买或者选择该公司更多的产品和服务。

D 我一点也不清楚公关的概念。

?1994-2016 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

E 如果以上说法都不可能发生，那么你认为中国公众对公关业会有何种看法，请指出。

结果：关于中国公众对于公关业的看法，参与者意见不一。三个公司代表倾向于认为公众会觉得公关是建立公司的形象，让消费者购买或者选择该公司更多的产品和服务。

6. 从以下选项选出影响中国公关业的因素，然后将选出的因素排序，以 1 代表最重要的影响因素，依次类推：

A 国家总体发展水平　B 通讯基础设施　C 法制和政治环境　D 经济发展　E 文化差异　F 其他

结果：关于什么是影响中国公关业的最重要的因素，参与者意见不一。不过，五个参与者均认为经济发展是首要的因素之一，而文化差异是最不重要的因素之一。

7. 在媒介关系中，请指出你公司使用的媒介，并且将选出的媒体排序，以 1 代表最经常用的媒体，依次类推：

结果：全国发行和地方发行的报纸被公认为最常用的媒体。广播、国际互联网及闭路电视则很少被采用。

8. 在媒介关系里，你如何看待以下说法？如果以 1 代表“最不同意”，5 代表“最同意”，请用 1 到 5 的数字表示你的观点：

A 建立和维护媒介关系意味着要向媒体工作人员或者记者提供不同形式的好处。

B 媒介报导受政治影响很大。

C 跨国公关公司在利用媒介方面受一定的限制。

D 以上说法没有一项反映实际情况。

结果：见问题 9

9. 在媒介关系里，如果 1 代表“最不可能发生”，5 代表“最可能发生”，请用 1 到 5 的数字表示你对以下说法的观点。

A 政府对媒介的影响妨碍了你公司替你的客户进行真实的报导。

B 政府对媒介的影响妨碍你为客户设计更好的竞争方案。

C 当在公关活动使用广告时，你公司往往比当地中国公司要付更高的费用。

D 你公司向媒介提供的材料一般会有所改动。

结果：五个参与公司一致认为政府对媒介的影响不可能妨碍他们为客户设计公关策略。四个公司代表说政府对媒介的影响不可能妨碍他们对客户进行真实的报导。

10. 在投资者关系里，你的客户包括：

结果：五个公司里有两个公司提供投资者关系服务。其中，一个公司的全部客户都是外国独资企业，另一个公司开始考虑中国企业作为客户。

11. 请选出造成很难展开投资者关系的主要原因，并将它们按从最重要到最不重要的次序排列：

A 中国大陆企业不愿意透露企业内部管理和财政状况。

B 媒介对中国企业的信誉及财政状况报导爆光不足。

C 缺乏向股东报告财政状况的渠道，例如美国公关业常用的年终报告和财政分析员。

D 中国的政治经济制度。

E 其他

结果：两个提供投资者关系服务的跨国公关公司在何种原因造成很难展开投资者关系上意见有分歧。其中一个认为“中国的政治经济制度”是主要原因，而另一个认为“媒介对中国企业的信誉及财政状况报导爆光不足”是主要原因。

12. 如果以 1 代表“最不同意”，5 代表“最同意”，请用 1 到 5 的数字表示你对以下说法的观点：

A 中国消费还没有象西方国家消费者那样形成有组织的力量。

B 越来越多的中国消费者意识到要保护自己做为消费者的权益，积极寻求渠道抗议假冒伪劣产品和低质量服务。

C 在涉及到外国公司的消费者诉讼里，外国公司得到公正的裁决。

D 绝大多数跨国公司在中国的产品和服务跟它们在全球其他地方的产品服务质量一致。

结果：有四个公司回答了这个问题。四个公司均认为“越来越多的中国消费者意识到要保护自己做为消费者的权益，积极寻求渠道抗议假冒伪劣产品和低质量服务”，并且四个公司均认为“绝大多数跨国公司在中国的产品和服务跟它们在全球其他地方的产品服务质量一致”。

13. 在危机管理中，选出导致危机的主要原因。如

?1994-2016 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

果 1 代表“最经常发生”，请将选出的原因按序排列：

A 外国公司不能令人满意的产品或者服务　B 政治因素　C 公司合并或收购　D 其他

结果：关于哪个原因最可能导致公关危机，三个回答这个问题的公司代表意见不一。不过，他们倾向于认为政治因素不是导致公关危机的最经常的原因。

14. 在社区关系中，如果 1 代表“非常同意”，5 代表“非常不同意”，请用 1 到 5 的数字表示你对以下说法的观点：

A 中国的社区属于内向型，不主动跟外界接触；外国公司很难融入中国社会。

B 外国公司的影响力已经深入它们所在的中国社区。

C 中国的社区不注重社区跟外国企业的关系。

D 大多数外国企业还没有注意到社区公共关系的重要性。

结果：五个公司中有三个公司认为外国企业文化对公司所在的社区有影响，但对程度深浅没有评价。

15. 关于职业道德，你公司在中国的分公司：

A 贯彻的标准跟你公司在全球其他地方运作时采用的标准一样；同样的标准在中国也可以实行。

B 遵循同样的标准，但是实际很难实行。

C 采用一套融汇了中国和西方国家的道德标准。

D 主要采取“入乡随俗”的态度。

结果：五个公司代表中有四个说他们采用与他们公司在全球其他地方运作时推行的职业道德一样的标准，并且认为这些标准在中国也可以实行。

16. &17. 根据你的经验，跟其他西方国家相比，中国的人际关系对公共关系的影响：

结果：回答这个问题的三个公司代表认为中国的人际关系对公共关系的影响与西方国家的情况不可比较。但五个公司代表都认为“人际关系对于在中国从事公关业非常重要”。

18. 在中国是否存在一套被大多数跨国公关公司认可并遵循的公关职业道德标准？

结果：五个公司代表中有四个代表说他们知道有“一套被大多数跨国公关公司认可并遵循的公关职业道德标准”。

19. 如果一名跨国公关公司的从业人员被控告违反了职业道德，什么机构将受理这样的指控？

结果：三个回答这个问题的公司代表认为该从业人员所属的公司将受理这样的指控。

20. &21. 你知道 IABC（国际商业交流者协会）的职业道德标准吗？你知道 PRSA（美国公关协会）的职业道德标准吗？

结果：五个公司中有四个公司代表知道 IABC 和 PRSA 的职业道德标准。

22. 在你的公司里，收取非客户或公司的礼物或现金是否可以被接受？

结果：参与公司代表在此问题上意见有分歧。五个公司中有三个认为“取决于具体情况”。

23. 你公司接受互为竞争对手的客户吗？

结果：没有公司接受互为竞争对手的客户。

24. 如果 1 代表“非常同意”，5 代表“非常不同意”，请用 1 到 5 的数字表示你对以下说法的观点：—— 中国文化以及社会风俗对中国公关业职业道德标准有着深远的影响。

结果：回答这个问题的三个公司代表中有两个认为中国文化以及社会风俗对中国公关业道德标准有影响，但并不是很重要。

25. 请选出你认为构成中国公关业道德标准的必要因素：

A 在引用他人的表达方式时，要注明出处；而且向公众传播的各种资料及信息都要注明来源和目的。

B 保护隐私；在公开会影响到他人的信息时要遵守相关法律规范。

C 理解并支持言论自由，集会自由和不同思想意识自由竞争等准则。

D 遵守规范公关业的法律条文和准则。

E 不许诺达不到的保证。

结果：关于什么因素构成中国公关业的道德准则，参与公司代表意见不一。“遵守规范公关业的法律条文和准则”被五个公司代表选为主要因素。一个代表选择“理解并支持言论自由，集会自由，和不同思想意识自由竞争等准则”。两个代表选择了“在引用他人的表达方式时，要注明出处；而且向公众传播的各种资料及信息都要注明来源和目的”。在 IABC 和 PRSA 规定里，所有的选项则都被涵括。

26. 从以下选项里选出你公司提供的公关服务，并按从需求量最大到最小将选出的选项排序：

?1994-2016 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

A 危机管理　B 举行特别公关活动　C 新闻发布会　D 广告宣传　E 发新闻稿　F 大规模的公关活动　G 公益广告　H 信誉管理　I 公关培训　J 品牌定位　K 整合营销

结果：发新闻稿，开新闻发布会和开展大型公关活动是最为常用的公关服务。最少用的手段是信誉管理和公益广告。

27. 请选出你公司从事的公关业务，并按从最常用到最不常用的顺序排列选出的选项：

结果：最经常开展的业务是媒介关系和消费者关系；最不经常开展的业务是投资者关系和雇员关系。

28. 请选出你公司的客户所属的领域，然后按最多客户所在的领域到最少客户所在的领域将选项排序：

结果：参与公司的大多数客户来自以下行业：制造业和电子通讯。很少有来自房地产业、政府、体育运动和非盈利性机构的客户。

29. &30. 你公司的行政执行官是哪国人？你公司的最高管理层由哪些人构成？请选出关联的选项，并标明每个类别的具体人数：

结果：在参与公司里，有两位行政执行官是来自香港和台湾的中国人，两位是非以上五类人，有一位是美国人。有三个公司的最高管理层都有半数以上的成员是来自大陆的中国职员。

31. 请选出最好地概括了你公司运行机制的描述：

结果：五个公司中有三个说他们跟总部紧密地联系，从总部接收资源和指令。

32. 在日常工作中，你采用以下哪些交流方式？选出关联的选项；如果 1 代表使用得最多的方式，请依次将选出的选项排序：

A 单向传播：采用大规模的新闻爆光，广告宣传。采用这个方式的公司控制信息的选择和传播，以此来影响公众对公司的印象和看法。

B 公众信息：主要目的是要向公众提供信息，而不是强行推销。信息的传播仍然是单向的——从公司到公众。公司一般根据公众的需求向公众提供相关的信息。

C 双向不对称传播：采用问卷，民意测验，和消费者小组讨论等方式来检验公众对公司的态度及看法。然后，公司可以根据这些调查来调整公司的信息传播。

D 双向对称传播：公司和公众相互调整增进理解。

结果：五个公司中四个公司说它们最经常采用的传播方式是“公众信息”，即向公众提供信息，让公众了解公司发展状况。这种方式不强行推销公司的服务或者产品，但传播的方向是单向的——从公司到公众。五个公司里有两 个公司认为在实际操作中四个传播方式都有使用。

33. 如果 1 代表“非常同意”，5 代表“非常不同意”，请用 1 到 5 的数字表示你对以下说法的观点：

A 中国的公关市场在未来五年之内将会有很大的发展。

B 中国的公关市场在未来五年之内将会保持现状。

C 中国的公关市场在未来五年之内将会缩减。

结果：五个公司均认为五年之内中国的公关市场至少保持现有的需求。其中两个公司看好未来五年之内的中国的公关市场。

34. 在未来五年之内，你公司是否考虑侧重吸引中国大陆本土公司做为客户？

结果：五个公司中有四个公司说它们仍然会侧重服务中国市场上的外国投资者。

35. 如果 1 代表“非常同意”，5 代表“非常不同意”，请用 1 到 5 的数字表示你对以下说法的观点：

A 跨国公关公司在中国的运作加快了信息的传播。

B 跨国公关公司在中国的运作增强了市场经济的发展。

C 跨国公关公司在中国的运作在影响着中国公众对外国公司的看法。

D 跨国公关公司在中国的运作帮助推广延伸了外国公司文化的影响。

结果：四个公司回答了这个问题。四个公司均认为跨国公关公司在中国的运作加快了信息的传播，并且增强了市场经济的发展。

四、采访

根据问卷调查结果，笔者就相关重要问题采访了其中四个公司代表。

谈到有关正在不断发展的新出现的传播方式，公司代表都认为直接营销手段在中国不普遍。公司代表从不同角度分析了这个现象。在中国市场上，大多数外国投资者注重的是提高公众对公司品牌的注意力，而不是

?1994-2016 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

要直接接触具体用户。另外，中国的通讯基础设施比较薄弱。这样的硬件环境增加了拓展市场的难度。国际互联网作为一个新生媒体大受青睐，但它的优势只有在大城市里的一小部分用户能享用。据估计，中国的互联网用户使用互联网的费用占他们收入的10%到30%。虽然这个市场在飞快地发展，但是互联网远非一个覆盖面很广的媒介。在中国的大部分地区，基础设施尚未能够提供使用互联网的硬件条件。

当问及如何加强公关职业道德，公司代表未能够提出实际可行，行之有效的办法。不过，各位代表各抒己见，意见值得斟酌讨论：1）贯彻职业道德与遵循社会道德是紧密相联的。只有当我们遵从日常生活中的被普遍认可的伦理道德准则，我们才可能在我们的职业操作中坚持职业道德，提供符合职业道德的服务。2）从业组织的领导成员应该更深入到实际操作中去了解操作中出现的问题，及时制定相应政策规定。

这些公司代表还建议初到中国投资的跨国公司应对公关咨询和服务给予足够的重视。与中方公司建立值得信赖的合作关系对拓展中国市场是至关重要的。选择合适的公关咨询和服务无疑是迈向此目标的第一步。

五、分析

假设一：政治体制，文化习惯和通讯基础设施是影响中国公关的三个主要因素。

本调查发现政治制度、经济发展和通讯基础设施被认为是影响中国公关业的最为重要的三个因素。文化差异不被认为是重要因素。公司代表就这个结果进行了分析。1.现代公关业是泊来的观念。在其发源地，公关业已形成了基本的行业规范和操作准则。这些并非很容易就受其他文化的影响而发生改变的。2.随着商业市场的国际化，以及中国与国外接触的增多，中国势必要适应公关业里正在成形的一些基本的统一标准和规范。这就要求中国的公关业尊重统一规范，调整自身的操作，例如停止以向媒体或记者提供好处来建立和维持“良好”的关系。3.文化因素已经被很自然地融合进了行业操作中，跨国公关公司聘用了相当一部分的中国职员，有一些居公司管理层重要职位。在操作中，这一部分人员已经将文化差异因素考虑在内。值得注意的是被采访的公司的上层管理队伍里均包括半数以上的中国职员。奥美公司的12人管理层有一半是大陆中国职员。福莱——灵克公司的管理队伍里有20个大陆中国职员，占总数的86%。罗德——奥博公司称其公司依赖公司里的中国大陆职员处理好业务上的文化差异。4.文化差异并非一个罕见或新生的问题。即便在中国这么一个看似有着统一文化传统的社会里，微妙的文化差异仍然存在于各种群体之间。另外，中国文化被习惯认为是带有集体主义或者群体主义倾向的文化。类似的倾向在其他的文化里也有体现，比如以色列的文化就是一个非常注重家庭观念的文化。可见，处理文化差异本身就是公关业的基本任务之一。这也就是公关业之所以衍生并不断发展的重要原因。

假设二：中国注重人文关系和群体主义的社会文化深远地影响了中国公关业的职业道德观念。

结果表明，五个参与调查的跨国公关公司代表中有四个表示他们在日常操作中均采用该公司在世界其他地方操作时采用的职业道德标准。并且，此四个公司认为这些适用于其他文化社会的职业道德标准也同样适用于中国市场。他们还认为，在中国，发展人际关系对发展公共关系的影响与西方国家里人际关系对公共关系的影响是不可比较的。被采访的公司代表大都认为人际关系对公共关系的发展有着不可避免的影响。在这一点上，中西方是一致的。本假设推测在中国的跨国公关公司可能采取一种相对主义的职业道德标准，即认为在中国从事公关业应该主要遵循中国社会的道德规范和文化习惯。但与之相反，被调查的跨国公关公司所执行的职业道德标准是相对一致的，即认为在世界其他文化社会里被视为不道德的职业行为在中国也会被视为不道德的。什么是构成中国公关业职业道德标准的重要因素呢？在这个问题上，参与公司代表未能达成共识。被这些跨国公司代表提及最多的因素是“遵守规范公关业的法律规定”。只有一位代表提到公关业职业道德标准应该包括“理解并支持言论自由，集会自由以及不同的思想意识自由竞争”。而这个问题的所有答案选项都被涵括在IABC和PRSA的职业道德标准里，是这两个机构的职业道德标准的必要组成部分。这一结果无疑揭示了在不同的文化社会中订立公关业道德标准的复杂性。道德标准一直是人类社会多有争议的主题。如果没有一套被大多数从业人员认同的行之有效的职

?1994-2016 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

业道德标准，那么判断职业行为是否道德将是非常困难的。而纠正错误，减少因不道德职业行为引起的损失和伤害将会更难。

假设三：中国公关业市场在未来5年之内会持续增长。

在调查中，参与代表对中国未来5年之内的公关市场表示乐观。目前，这些跨国公关公司的大部分客户都是非中国大陆公司。在未来5年之内，这些跨国公关公司将仍然主要服务于非中国大陆公司。这个状况主要因为：1）跨国公关公司在提供专业服务和使用先进技术上具有明显优势。大多数跨国投资商要求相应的跨国服务。跨国公关公司可以利用公司总部的资源和关系，这是许多中国大陆公关公司尚不能及的。2）跨国公关公司相对昂贵的服务费用通常是大多数中国大陆公司不敢问津的。3）只有少数的一部分中国公司意识到公关服务的作用。大多数中国公司还没有感受到有必要利用公司之外的公关服务来帮助建立良好的公司形象以及与公众保持良好的关系。中国公司正在形成一个对公关业来说极为有希望的潜在市场。稳步发展的经济和稳定的政治环境给中国公司的进一步发展提供了良好的条件。可以预计，中国公司不仅在国内市场上而且在国际市场上将会采用更多的公关服务。中国国内不断壮大的公关队伍以及其他从事市场和管理咨询的公司正反映了这一不断增长的需求。

假设四：中国公关业将会更多地受到西方公关观念和职业道德的影响。

从开始进入中国市场，跨国公关公司就遭遇了各种挑战。对中国的企业来说相对新的公关概念例如投资者关系，政府关系和媒介关系并不很容易被接受和推广。本调查显示跨国公关公司在这些方面已经取得了很大的进展。投资者关系是较困难开展的公共关系之一。20年前，投资者关系在中国是闻所未闻的。如今，一部分中国公司开始建立投资者关系。奥美公司是帮助中国公司建立投资者关系的跨国公关公司之一。投资者关系正在受到中国企业越来越多的关注。公关业的另外一个难点是媒介关系。媒介关系也是最经常采用的公关服务。在中国的公关业的发展中，公关业曾被视为纯粹通过相互交换好处来发展业务关系。虽然与媒介人员共进工作餐依然是可以接受，跨国公关公司已经努力禁止通过向媒介提供好处来建立媒介关系。调查还表明，这些跨国公关公司觉得中国媒介并没有象西方国家通常认为的那样缺乏自主权。公司代表还认为中国媒介对中国大陆公关公司和跨国公关公司能一视同仁。

六、结论

由于参与公司数目有限，加之笔者经验不足，这一份有五个跨国公关公司参与的调查只反映了中国公关业的一些粗略特征，对中国公关业5年之内的状况只作了有限的推测。调查的结果仅供参考，不能被认为适用于整个中国公关市场。

关于研究问题一，调查结果表明政治制度和经济发展是影响中国公关业的最重要的因素。政府推行的政策指导着所有公关活动的大方向。经济发展则决定了基础设施的发展状况。公关业依赖于基础设施去更好地提供和推广其服务。文化差异相对而言并不是一个主要障碍。

关于研究问题二，本调查表明中国公关业的未来充满希望。在未来5年之内，跨国投资商将仍然是跨国公关公司的主要客户。同时，中国企业对公关服务的需求在持续增长。一些从前未曾被采用的公关手段和服务正逐渐受到关注，例如危机管理和投资者关系。随着中国市场经济渐趋成熟，越来越多的中国大陆企业开始使用公关咨询服务来提高自身的竞争力。值得注意的是，中国公关业中的媒介关系经过20年的发展，正朝健康的，符合职业道德的方向发展。

总之，本调查的结果仅供参考，不能被认为适用于整个中国公关市场。为了更准确地分析中国公关业的发展现状，除了研究跨国公关公司，我们还需要深入了解中国本土公关公司。两方面的研究结合才能勾画中国公关业的全景。

（责任编辑　如月）

?1994-2016 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net