

The Study on the Strategy of Public Relations of Taiwan Enterprises: A Case Study in Dongguan, China

曹永融、高立箴；徐東海

E-mail: 9425357@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The enterprises public relation had been a popular subject among the academic community and practical community in the past few years. The situation is especially obvious in China market that had just opened for foreign enterprises to invest. Even though Taiwan stands on a cultural vantage point of view, Taiwanese enterprises should be more careful about their investment in China. Due to the lacking of the protection from government and its complicated political position. Because of this enterprise the public relations are getting more and more important. Successful of public relations of enterprises can enhance their well-know ness, loyalty and customer's satisfaction. They also can improve the organization image, and to accumulate the intangible asset and stable enterprise development

Keywords : Taiwanese investment enterprise ; Public relation ; Public relations strategy

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要
iv 英文摘要	v 誌謝
vii 目錄	viii 圖目錄
x 表目錄	xi 第一章 緒論 第一節 研究背景與動機
1 第二節 研究目的與問題	2 第三節 研究步驟
第一節 企業公關環境	5 第二節 公共關係定義與相關理論
11 第四節 企業公關範疇與策略	7 第三節 公共關係運作架構
20 第五節 中國的關係文化	27 第
三章 研究設計 第一節 研究架構	30 第二節 研究方法
33 第三節 研究對象	37 第二節 個案公關運作
44 第五章 結論 第一節 研究結論	54 第二節 研究建議
64 大陸東莞台資A公司公關策略之研究研究訪問稿	66 附錄：「信得過」企業評鑑項目與優惠
68 參考文獻	70 圖目錄 圖1-1 研究流程圖
4 圖2-1 公共關係之開放系統模型	11 圖2-2 公共關係程序四步驟
13 圖2-3 公關企劃流程	15 圖2-4 公關成果評估層次圖
18 圖2-5 媒介策略的三個思考點	27 圖3-1 研究架構圖
30 圖4-1 個案總公司組織表	42 圖4-2 總經理室組織表
43 圖4-3 總管理處組織表	43 表目錄 表2-1 LASSWE公式與相對應的公關
8 表2-2 MaLeod & Chaffee共同取向模式和公關研究分析重點	9 表2-3 Grunig, & Hunt 公共關係活動四
10 表2-4 Grunig and Hunt企業公關策略分類(構面)及內涵	23 表2-5 2PM公關策略
24 表3-1 訪談受訪者資料表	35 表5-1 大陸台商公關策略2PM彙整
54	

REFERENCES

- 一、中文部份 1. 孔誠志、李宜錦、簡薇軒、楊雪惠、陳怡仲、劉世群、李忠志、施伯承(1998)。形象公關 - 實務操演手冊。台北:科技。
2. 方世榮譯(2000)。Kotler, Philip原著。行銷管理學:分析、計畫、執行與控制》九版。台北:東華。
3. 石芳瑜等譯(2000)。Lesly, Philip原著。公關聖經。台北:商週。
4. 朱延智(2002)。企業危機管理。台北:五南。
5. 何雍慶、陳曉風、蔡翠旭(2003)。台商赴大陸國際化歷程之研究, 學術論文。
6. 吳佩玲譯(2001)。Augustine, Norman R.原著。危機管理。台北:天下遠見。
7. 吳宜蓁、林靜伶、黃懿慧(1996)。公共關係。台北:國立空中大學。
8. 吳宜蓁(1998)。議題管理—企業公關的新興課題。台北:正中。
9. 吳宜蓁(2002)。危機傳播 - 公共關係與語藝觀點的理論與實證。台北:五南。
10. 吳宜蓁、蕭湘文、蔡樹培、張文瑜(2005)。企業公共關係。台北:國立空中大學。
11. 吳幸玲譯(2002)。Levine, Michael原著。企業游擊公關。台北:麥格羅 希爾。
12. 李湘君(2004)。當代公共關係。台北:亞太。
13. 李瓊芬譯(2001)。Griffin, Gerry原著。權力遊戲:剖析權力的建構與解構策略。台北:遠擎管理顧問。
14. 沈介文(1999)。台

灣科技公關公司核心能力之研究。中華民國科技管理論文集。高雄：中山大學企管系。15. 阮曾媛琪、古學斌(2004)。本土中國社會工作的研究、實踐與反思。北京：社會科學。16. 尚榮安 譯(2001)。Yin,R.K. 著。個案研究。台北：弘智。17. 林文益、鄭安鳳 譯(2002)。Coombs, W. Timothy原著。危機管理與傳播。台北：風雲論壇。18. 姚惠忠 (2004)。公關基本教練 - WHATS PR。台北：威肯公關。19. 施崑棠(2001)。企業網絡與其公關策略之關聯性研究---以越南台商為例。大葉大學工業關係學系碩士論文。20. 紀華強 (1999)。公共關係的基本原理與實務。廈門：廈門大學。21. 胡祖慶 譯(1996)。Haywood, Roger著。全面公關時代—打造企業公關新形象。台北：麥格羅 希爾。22. 許士軍(1986)，管理學，台北：東華。23. 孫秀蕙(1997)。公共關係：理論、策略與研究實例。台北：正中。24. 徐木蘭、沈介文(2000)。越南台商公關策略之初探性研究兼與菲律賓台商之比較。行政院國家科學委員會專題研究成果報告。25. 徐木蘭(2000)。台商東亞的管芒花：擴散與調適1/3 2/3。行政院國家科學委員會專題研究計劃成果報告。26. 徐木蘭、沈介文、楊君琦(2000)。菲律賓台商公關策略之初探性研究。行政院國家科學委員會專題研究成果報告。27. 翁秀琪(1992)。大眾傳播理論與實證。台北：三民。28. 黃光國(1988)。中國人的權力遊戲。台北：巨流。29. 張在山 (2004)。公共關係學。台北：五南。30. 張映紅 (2002)。公共關係管理。北京：首都經濟。31. 張秀蓉、黃玲媚、游梓翔、江忠信 (2001)。口語傳播概論。(2版)。台北：正中。32. 張紹勳 (2000年)。研究方法。台北：滄海。33. 張凱鈞(2000)，企業公關與行銷公關運作模式之研究 - 以高科技產業為例。政治大學企業管理研究所碩士論文。34. 陳向明 (2003)。在行動中學作質的研究。北京：教育科學。35. 陳向明 (2004)。社會科學 - 質的研究。台北：五南。36. 陳儀、邱天欣 譯(2002)。Caponigro, Jeffrey R.原著。危機管理 - 擬定應變計畫化危機為轉機的企業致勝之道。台北：麥格羅 希爾。37. 陸劍豪譯 (2002)。Twitchell, J. B.原著。經典廣告20。台北：商週。38. 傅菜煦 譯 (2003)。Ries, A. & Trout, J.原著。定位策略。台北：麥格羅希爾。39. 程之行譯 (1993)。Littlejohn, S. W.原著。傳播理論。台北：遠流。40. 黃深勳、鄭自隆、孫秀蕙、王方平(1999)。企業公共關係 台北：國立空中大學。41. 劉丹曦等譯 (1991)。Smith, Hedrick原著。權力遊戲。台北：時報。42. 蔡伸章譯 (1983)。Peter Drucker 著。管理學導論。台北：桂冠。43. 鄭淑瑛、何玫樺(2005)。跨國企業全球在地化之關係策略再探以跨國公關公司與跨國公關部門之媒體關係為例。大葉大學第二屆關係管理學術研討會。44. 賴士奇等 譯(2001)。Swift, Ronald S.原著。深化顧客關係管理。台北：遠擎管理。45. 賴金波(2003)。公關策略—理論與實務運用。台北：五南。46. 潘振雄、劉文祺、龐淑芬、龐俊良(1999)。管理學。台北：高立。二、英文部份 1. Cutlip, Scott M., & Center, Allen H., & Broom, Jlen M. (1996) *Effectuie public relations* (7th ed). London: Prentice Hall, Inc. 2. E. L. Bernays (1955), *The Engineer of Consent*. Norman: University of Oklahoma Press. 3. H. Koontz & H. Weihrich (1988), *Management*, 9th Edition, New York :McGraw-Hill. 4. J. E. Grunig & T. Hunt (1984). *Managing Public Relations*, N.Y.: CBS College Publishing. 5. J. E. Marston (1985), *Modern Public Relations*, 3rd edition, Mcgraw Hill Inc. 6. Lasswell, H. (1948). *The structure and function of communication in society*, reprinted in Schramm, W. & Roberts, D. (eds) *The Process and Effect of Mass Communication*. Urbana: University of Illionis Press. 7. Wilcox, D. L. & Ault, P. H. & Agee, W. K. & Cameron, G. T. (2000). *Public Relations - strategies and tactics*》(6th ed), New York: Addison-Wesley Educational Publishers Inc. 8. W. J. McGuire (1981), *Theoretical Foundations of Campaigns*, in R. E. Rice and W. J. Paisley (eds), *Public Communication Campaigns*. Beverly Hills, CA: Sage 三、電子媒體資料 東莞市政府網頁。2005年3月2日。http://www.dgnet.net。