织好“关系网” 搭好“沟通桥”
让公共关系助力企业实现跨越式发展

海大强音

今年初，在抗击新冠肺炎的“战疫”中，海大集团挺身而出，勇扛行业龙头企业的责任与担当，主动捐款捐物约 2000 万元，以高度的社会责任感和使命感，众志成城、攻坚克难，用实际行动响应政府“稳生产、保供给”的号召，与社会各界并肩奋战在“战疫”前线，赢得了社会的广泛赞誉。面对重大公共突发事件，海大集团积极投身于公益慈善事业中，勇担社会责任，不仅为经济社会发展贡献力量，更树立了良好的企业形象，这是我们集团提升公共关系的成功案例。

随着企业规模的发展壮大、移动互联网的深入发展，在社会舆情深刻复杂变化的背景下，公共关系在现代企业的发展中起到越来越重要的作用，是企业与政府部门、媒体以及社会公众间的沟通桥梁与“润滑剂”。

营造良好的外部环境，对于企业实现健康发展至关重要。做好公共关系工作，不仅能整合资源、减少企业发展中的阻力，打造良好的“软环境”，更能在危机来临或企业形象受到损害之时，发挥危机处理“中流砥柱”的作用。



1 做好公共关系工作 有利于整合资源、打造高地

当今时代，信息已然是宝贵的资源，是企业提高竞争力和创造经济效益的关键因素。在这个瞬息万变的资讯时代，如何更有效地获取、掌握对企业有用的信息，公共关系可以助一臂之力。

以政府关系为例，政府是公共政策的制定主体，对行业发展有着举足轻重的作用。政府部门出台的政策，时常能左右企业未来发展。有的政策能让企业搭上政策东风，借力推动快速发展；有的政策却能给企业产生负面影响，甚至让行业重新洗牌。

企业和政府部门的关系是无法回避的关系，政府部门具有资源配置、管理、审批、监督等行政职权，企业在行政审批、用地、海关、税收、金融、环保、安全生产、项目申报等方面，都要接受政府部门的监管。

政府部门的关键作用，决定了我们做好政府关系的重要性，良好政企关系也是企业开辟和稳固市场的重要利器，保持适当的政商关系，才能让企业的发展步入良性的发展轨道。

通过开展有效的公共关系活动与维护，能够整合和借助资源、取得支持，避免阻力、提高效率，推动有关事项的快速解决，为公司的发展营造良好的软环境，打造发展的新天地。

2 做好公共关系工作 有利于品牌进阶、发展赋能

公共关系是企业树立信誉，塑造良好品牌形象的一门艺术。在日益激烈的市场竞争中，企业品牌和形象无疑成为企业重要的无形资产。通过有序开展公共关系活动，争取政府部门、媒体以及社会大众的信任与支持，增强外界对企业的认同感，为企业营造良好的舆论环境，以优质美好的品牌形象，占领公众心智记忆，达到更好地获取资源、拓展业务、占领市场的目的，更好地提升无形资产增值，最终实现品牌溢价的良好闭环。

公共关系作为品牌创造、发展、维护的重要手段，不仅担负着传统的“宣传”职责，通过“传媒公关”、“整合资源”、“事件策划”、“公益捐赠”等有效形式，能够积极促进企业与外部的良性互动，有效影响和引导社会舆论，为企业撑起“保护伞”，让品牌成功进阶，从而实现巩固及提升品牌形象的目的。

经过二十余年的发展，海大集团已成为一家国际化的大型高科技集团。我们可以通过营造良好的公共关系，包括整合政府、行业协会、媒体等资源，起到打造和树立海大良好的品牌形象和品牌影响力起到关键作用。比如通过权威媒体报道让公众更广泛的认知和了解集团，增强认同感；通过参评行业、品牌类的奖项，不断打造和积累公司品牌美誉度；通过参政议政、邀请政府参加重大活动、参观、调研等工作，不断强化对外关系的积累和沉淀，帮助解决遇到的相关问题。把公共关系做到日常，将企业相关信息有效精准快速地传递给特定的公共关系对象，时刻保持着品牌张力，借力和助力推进公司知名度和美誉度不断提升，达到助推企业发展的目的。

3 做好公共关系工作 有利于科学预警，化解危机

企业在经营发展过程中，不可能是一帆风顺的，总会出现一些防不胜防、无法预料的突发事件，并对企业正常经营发展带来影响。如何实现科学预警，并在突发事件发生后及时化解危机，这就需要企业在日常工作中加强公共关系建设。

危机管理，是公共关系的一项重要工作，敏锐的危机公关意识和危机公关预警机制是非常重要的。一旦监测到危机发生或危机即将发生，就需要立即启动危机处理机制，开展积极的危机公关，在这个过程中，若能善用公共关系，将有利于企业防范和化解危机，以及恢复品牌形象。在日常经营中，作为制造业企业，我们要重点抓好安全生产、生产质量、环境保护等方面的工作，警钟长鸣，强化安全及危机意识，坚持底线思维，不放松、不懈怠，通过多种措施做好危机常态化防控工作，才能让企业及时应对，转危为安，打好发展主动仗。



撰文：集团助理副总裁 柴琰

综上所述，公共关系在现代社会企业管理中居于重要位置。随着现代传播手段的快速革新发展，社会信息传播时刻面临着风险与挑战，公共关系作为助力企业发展的重要管理手段，将成为提高企业竞争力的重要“软实力”，并在营造企业发展“软环境”的过程中发挥着至关重要的作用，助力企业发展跑出“加速度”。

公共关系管理是企业发展壮大中不可或缺的重要能力，我们要提早树立公共关系意识，绷紧“危机红线”意识，善用政府关系，巧用媒体及社会关系，织好“关系网”，搭建有效的沟通桥梁，利用公共关系助力公司快速发展，并早日成为中国领先、世界一流的现代化农牧企业！

海大法苑 本期课题：千万要区分连带保证与一般保证



保证担保是商务活动中常见的法律行为，尤其在涉及赊销、借款等合同一方需先履行义务的商业模式中，一份完善的担保合同将极大地降低交易风险，本期话题将围绕保证担保的常见法律风险展开讨论，以便大家能够初步识别并规避保证担保的风险点，从而达到保护交易安全的目的。

案例分享：2016 年 9 月 6 日，原告 A 公司起诉称，C 公司与其在 2015 年 6 月 30 日建立皮革购销合同关系。C 向其多次采购皮革，其后约定，C 欠下 A 的货款 58.2 万元应于 2016 年 1 月 1 日前结清，同时由 B 公司出具了《担保书》，约定“如 C 不能付清货款，则由 B 作为保证人支付”。后经法院判定，B 在《担保书》中的约定应认定为一般保证，故驳回了 A 公司要求 B 公司直接承担清偿责任的诉讼请求。

普法分析：保证方式分为两种，连带保证和一般保证，两者区分的重要标志在于：一般保证的保证人享有先诉抗辩权，即债权人必须先对主债务人主张权利，在经强制执行仍不能得到清偿的情况下，才能要求保证人承担保证责任。一般保证对于债权的保障较弱，本案中，A 公司必须先起诉 C 公司并强制执行后仍有未清偿债务的，才能要求 B 公司清偿。

业务提示：签署保证类法律文书时，应谨慎核查保证方式，建议在文书中直接明确地约定为连带保证的方式。

集团法务部供稿