

最新公关新闻稿(实用5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

公关新闻稿篇一

——北京地区

【主持人词】

众所周知，耐克公司最近因为“双重标准被罚”事件而面临着信任危机，因此特召开了此次媒体恳谈会，邀请广大媒体朋友到场，了解此次事件的真实情况。听取主办方的意见和说法 下面由我介绍一下出席此次会谈的媒体友人：

南方都市报（广东）羊城晚报（广东）

成都商报扬子晚报（江苏）

京华时报（北京）辽沈晚报（辽宁）

新民晚报（上海）北京青年报

都市快报（浙江）华西都市报（成都）

下面有请本次主办方发言人 入场：

他们是耐克公司北京地区官方发言人魏骏先生以及北京公司副总经理程铭女士

【发言人男】各位到场的媒体朋友、广大消费者朋友及电视机前的观众朋友们 大家下午好（随机应变），我们代表耐克公司做此次恳谈会发言。

【发言人女】希望媒体朋友们能够真实报道，我方也会对这次恳谈会做完整记录。在这里，对于大家的疑问我们会给出诚恳的答复。

【主持人】好的，那么我们先观看一段了解这次事件的简短视频，稍后就是媒体问答时间。

【视频播放】

用吗？

【场外主持人】你知道耐克因“双重标准”被罚款的事吗？

【消费者1】知道。

【场外主持人】那你对这一事件有什么看法呢

【消费者1】耐克公司很聪明，只说是用错了宣传材料，但鞋子的价格和鞋子本身可是一点都没错啊。反过来想一想，这款1299元的高端篮球鞋，如果只卖700元，中国人还会买吗？如果耐克和李宁一个价格，中国人还会买吗？不求最好，但求最贵！

【消费者2】可以忍受鞋底不耐磨，可以忍受价格逐年增加，可以忍受鞋子的配置越来越少，但实在无法忍受刚过保修期，塑料鞋面就开裂，鞋子会开口笑，虽然我很喜欢勾的产品，但真的，没办法再忍受勾把我们当水鱼，勾，再见！

【消费者3】我是忠实的耐克粉丝，现在虽然知道这个双标准事件，但我还是会首选耐克的。就像是被心爱的姑娘伤了一

次，但依然还是很喜欢。耐克伤我千百遍，我待耐克如初恋。

【消费者4】说好的退款呢？我应该找谁去？

【消费者5】不仅仅是耐克，几乎所有外国品牌进入中国，都会提高价格降低品质。与其被外国品牌宰了，不如买性价比高的国货。我觉得打击面应该广一点，而不是偶尔作秀。它们就是瞄准了中国这个大市场，被罚是早晚的，希望出台更严厉的惩治方案。

【消费者6】怎么什么东西一到中国就双重标准，中国人身体特棒思想特好是吧？所谓的大牌，就是拿中国人消费么?!看看你们的产品吧，欺骗消费者就是自取灭亡!!

【发言人女】非常感谢消费者带来的宝贵意见，我们会悉心听取，慎重对待。

【南方都市报】为什么同款型号美国人买的就没有少气垫呢？这是欺骗消费者的行为吗？

【政府vcr】

【发言人女】这个视频绝对属实，是我们的工作人员在千辛万苦的说服北京质监局工作人员之后，才答应拍摄的，视频中的话语句句属实，我们没有做任何的修改，是根据拍摄的实际情况播放的，如果说，在刚刚的视频中，媒体朋友们认为政府对耐克公司给予了一些赞赏之词，这也是我们耐克公司极大的荣幸，我们也努力越走越远。

【明星出场】

【主持人】下面有请耐克品牌代言人——刘翔，和我们耐克公司2013年度的全新代言人——范冰冰（鼓掌）

【主持人】刘翔你好，这是你手术后第一次登台与大家见面，怎么样？现在恢复的还好吗？

【刘翔】还不错，现在还在恢复阶段，手术很成功，这段时间都在做复健和调整。

【主持人】好的，希望刘翔能尽快恢复到最好的状态呀。

那我们来问一下冰冰，冰冰你好

【范冰冰】大家好，主持人好

【范冰冰】是的，现在在横店拍摄电影《白发魔女传之明月天国》，刚从片场过来。

【主持人】哇，那冰冰这次是扮演白发魔女的角色吗？

【范冰冰】当然（微笑，自信）

【主持人】很期待冰冰的新作品哈

那接下来我们把时间交给媒体朋友

【记者1】刘翔你好，请问你作为耐克的品牌代言，对这次双重标准罚款的事件怎么看呢？

【刘翔】还没有，这个还是随缘，需要再多接触吧（笑）

【记者2】那你心中理想的对象是什么样的呢？

【刘翔】（笑，腼腆）我本身还是比较传统的人，能找到一个孝顺善良的女孩就好

【记者3】请问刘翔，你的伤恢复到什么程度了呢？还能再比赛吗？下一步有什么打算呢？

林匹克”

但那次也留下很大遗憾，虽然我已经尽了全力。这次术后反应良好，康复期可能缩短到半年内，所以自己会希望能够出现在2016年的巴西里约热内卢奥运会上。

【记者4】 范爷，你作为耐克2013年度新代言，如何看待这个品牌呢？

【范冰冰】 我本身也是多面的，除了你说的女性美的气质外，我有运动阳光、个性的一面。我很高兴品牌能够发掘我的这一面。这次的代言也让我自己发现了很多运动的爱好。虽然我不是运动员，但我自信能够很好诠释出耐克所追求的“体育、表演、洒脱自由的运动精神”

【主持人】 好的谢谢刘翔，谢谢范冰冰。

原厂给出具体证明。

公关新闻稿篇二

在写稿之前，请再问自己一遍“公关稿是写给谁看的？”——“公众”，所以想要一份声明起作用的话，得站在公众的角度来撰写。因为他们往往在舆情中，直接为企业送上了“高分答案”。

公众首要关注的问题或质疑是什么？

公众希望看到企业摆出什么态度？

公众希望看到怎样的解决方案？

公众事后可能对企业产生怎样的顾虑？

把这些问题都找到了，公关稿的主要内容就确定了。

直面问题、坦诚是公关的第一要素。当公众直接在声明得到想要的信息，可以感受到企业对自己、对舆情的重视度。当企业遭受负面时，这种“被重视感”对企业重建公众信任与好感，是有帮助的。

相反，如果你没有准确把握这些问题，写出来的声明可能给大家一种“答非所问”“兜圈子”的感觉，反而让人觉得企业在模糊焦点、逃避责任，最坏的结果便是加剧负面舆情。

公关新闻稿篇三

回答是明确的：具有新闻价值的事件是那种影响或改变社会、经济、政治、物质或其它关系的事件。或者说，新闻是对人与其存在环境之间变化着的关系的报道。还可以说得更特别一点，新闻事件是指那些中断或改变了现状，或显示了变化预兆的事件，而新闻就是对这种变动的报道。

新闻具有一种内在的特征，这就是新闻价值。一件事是否有新闻价值、是否吸引读者，决定了它是否值得见报。这些新闻价值是衡量事物的行之有效的标准，并决定事物是否属于新闻。

一、任何有报道价值或对现状的潜在变动都是具有下列新闻价值的事件的结果：

- 1、冲突(紧张、惊异)。
- 2、发展(胜利、成功)。
- 3、灾害(挫败、毁灭)。
- 4、重要(对于一定的群体

- 5、显著(突出)。
- 6、新奇(异常甚至怪异)。
- 7、人情味(情感背景)。
- 8、及时(新鲜、省新意的)
- 9、接近(地区性吸引力)。

二、重要性因素概括起来，新闻重要性的因素有下列几项：

1. 现状的变动程度(强度)。
2. 受事件影响的人数(广度)。
3. 事件的接近程度(接近性)。
4. 事件的新近程度(及时性)。
5. 事件结果涉及的范围(影响和意义)。
6. 事件中新闻价值的丰富性(多样性)。

三、删除多余的字：

a. 多余的冠词：

差：这个俱乐部的成员出席了这次会议。好：俱乐部成员出席了会议。

差：他还了一部分钱。好：他还了部分钱。

b. 间接动词形式

差：这些人物举行一次会议。好：这些人将开会。

差：法官做出了一个决定。好：法官决定。

c.形容词、副词、介词：

差：两辆汽车部完全报销了。好：两辆汽车都报销了。

差：一座18层高的楼。好：一座18层的楼。

差：他离开火车走下来。好：他走下火车。

差：俱乐部将在星期五开会。好：俱乐部星期五将开会。

d.连词：

差：他说的是他要去。好：他说他要去。

e.短语：

差：事故发生在维纳街和麦伯尔街的街角交界处。好：事故发生在维纳街和麦帕尔街交汇处。

差：讨论持续了两小时之久。好：讨论持续了两小时。

f.分句：

差：所有人——只要他们有兴趣——都能投票。好：所有人都能投票。

差：干旱——出现在去年夏季。好：去年夏季的干旱。

g.赘语：

差：过去的经验使他成熟。好：经验使他成熟。

主动语态通常比被动语态更有力

差：那人被学生看见了。好：学生看见了那个人。

差：这次事件为许多人所目击。好：许多人目睹了这次事件。
更好：十多个人目睹了这次事件。

四、在新闻报道中不要议论(不表示意见)

应该客观地撰写新闻。报道中不要提出判断或定论。诸如此类的字眼“我、我们、我的、我们的”最好不用，除非是记者正在直接引用别人的话。在新闻报道中对人、地方和事情的好恶褒贬必须出自事实而非记者的观点。

不合适：他做这工作很称职。合适：他毕业于密执安大学，有十年工作经验。

不合适：一项有趣的节目已经准备好了。合适：节目如下。(让“有趣的”东西自己说话)

不合适：：证人撤了谎。合适：原告故律师说证人撤了谎。

不合适：他跳楼自杀了。合适：他坠楼身亡，验尸官认定是自杀。

不合适：市莱克先生和夫人的爱子，6岁的小布莱克今天去世。
合适：6岁钠杰尼，布莱克今天去世，他是w□布莱克先生和夫人的儿子。

不合适：法官告诉我(告诉记者)此案不予受理。合适：法官说此案不予受理。

五、句子和段落都应尽可能简洁，紧凑，重点突出。

简短的句子比长的、累赘的句子更好，但短句子并不等于把语言弄得很零碎，句子和段落的长短变化和措辞应尽量避免单调雷同。

累赘的段落：

在给莱孔特山的一个建筑工地空运物资的第一天中就驾直升飞机撞在神雾山国家公园的山峰上的布朗县的一家直升飞机公司总裁在“大学医院”特护小组的精心照料下今天情次良好。

比较好的写法：

一位直升飞机驾驶员今天在诺克斯威勒的“大学医院”中情况转好。他是在星期二飞机撞进神雾山国家公园的事故中负伤的。

六、新闻中的人名应予说明

当报道一位公众熟知的官员时，只需提一下他的头衔就足矣。如：波罗凯塞州长，或弗朗克吉伯森参议员。但是，倘若报道中提到的人不甚著名，记者就应设法说明其身份。说明人身份的办法很多。最常用的有：指出其年龄、住址、职业，记者还可以指出其有名的绰号。

七、每一新闻报道应透露或指出其来源或根据

除非记者是事件的目击者，否则每一报道中的事实总存其来源。这种来源(或依据)必须说明。这叫“出处”。

报道中说明出处的表达通常放在句尾。“说”这个词可以用“声称”、“坚持认为”、“声明”、“指出”等等来替

换以避免重复。

公关新闻稿篇四

通过对旅游管理局各部门负责人进行访谈、对游客进行问卷调查的方式对石林景区旅游危机管理现状进行调查，发现石林景区旅游危机管理在旅游危机意识、旅游危机管理制度、宣传教育、旅游资源安全防控、旅游基础设施以及救援能力等方面存在问题。针对存在的问题，提出了对策和建议。

旅游危机事件的突发性、破坏性，往往给人措手不及的感觉。旅游危机事件发生后，旅游景区会出现游客数量减少、旅游收入锐减、旅游设备设施闲置等不良影响，如何通过旅游危机管理减弱危机事件对景区的不良影响，保证石林景区稳定、持续的发展是很多专家、学者、管理人员共同思考的问题。石林景区作为世界自然遗产、国家5a级旅游风景区、国家地质公园，其旅游危机管理水平引人注目，是行业关注的焦点。本文通过对石林景区旅游管理局各部门负责人访谈、对游客进行问卷调查，收集石林景区旅游危机管理的一手资料，对资料进行分析，发现问题，尝试性的提出了一些对策和建议，以期有益于石林旅游危机管理。

一、石林景区旅游危机管理现状

石林景区属于典型的政府主导型旅游管理模式，由石林风景区管理局统一对石林风景区资源保护、规划建设、旅游开发、社会治安、市场秩序、服务监督等进行管理。石林风景区管理局下设石林风景区派出所、石林交警中队、综治办、安全监督办、信息部等20多个处室。涉及到旅游危机管理的主要部门有：安全办、综治办、信息部、消防队、急救中心、风景区派出所，其中安全办、综治办和信息部在日常旅游危机管理中具有重要的作用。

安全办的主要职责是负责景区旅游安全生产法规的宣传教育

及执行情况的督察工作，景区突发事件应急处置预案的修订、预案启动，景区安全检查及安全隐患的监督整改以及协调相关部门做好景区防火工作。

综治办是综合治理办公室的简称，负责配合各部门维持景区旅游活动的正常开展，综治办在维持景区治安秩序、日常的安全巡逻以及突发事件处理方面发挥着重要的作用，综治办根据安全办制定的应急处置预案制定有具体的综治办消防应急计划、医疗急救应急计划、扑救火灾应急计划以及游客疏散分流预案，对景区的旅游环境进行监督和管理。

管理。

规定。

二、石林景区旅游危机管理存在的问题

公关新闻稿篇五

公关新闻稿是用于对公关事件的媒体发布，既有对事件的总体描述，也要表达对事件的观点，因此，从文章类型方面来看，可以认为是夹叙夹议的文章。

新闻稿件的篇幅一般较小，但要在较小的篇幅内既要将事件描述清楚，又要精确地表达观点，使得新闻稿的撰写成为一件不是很容易的事情。实际上，对于企业的公关新闻稿而言，难主要就难在“把可是新闻，可不是新闻的事件写成新闻”，或者说，是“一件司空见惯的小事写成意义非凡的大事”。

因此，如果我们把“事件描述”说成“画龙”，则精确地观点表达就是画龙的“点睛之笔”。要写好新闻稿的“点睛之笔”，首先要对企业本身、企业所在的产业和市场以及竞品有较为全面的了解和理解，并尽可能形成自己的观点。

因此，在每次撰写一篇新闻稿之前，应尽量多地查阅相关的产业和市场信息，只有这样才能够较为精确地把握住新闻事件的“亮点”，并对新闻事件的“意义”做出恰到好处的“拔高”！相对于“观点表达”这一新闻稿的“神”，新闻稿的“形”则相对“有章可循”。通过长时间的实践，我们摸索出新闻稿撰写的“三段论”。

所谓“三段论”，顾名思义就是在通常情况下，我们以三个段落完成一篇新闻稿件：第一段，以较为简练的语言对事件做一概括性的描述，通常只要说清事件的主体、客体、时间、地点，再以一句话简单概括出这一事件的意义。某种意义上，我们可以认为新闻稿件的第一段就是新闻稿的“浓缩”，这种“浓缩”的好处在于便于媒体记者的删改，同时也有利于读者的阅读。

第二段，主要对第一段所描述的事件进行进一步的展开，包括交待事件发生的背景，事件相关的细节，重点则在于阐述事件作为新闻的“由头”。第三段，主要是对事件提出“观点”，也就是对事件的“意义”进行“拔高”。

撰写这一段的关键在于要“发散”开去写，要把这一事件放到大的市场环境、产业背景以及企业自身的发展历史中去写，只有这样，才能够在更高、更深的层面去体现事件的价值和意义。对于企业而言，公关新闻是关于企业且有利于塑造良好企业形象、培育良好公众关系的新近事实的报道。

请注意，这里有四个关键点□a□关于企业，我们写的内容里，一定是要和企业有关，而且是要和企业想要重点表述的内容有关，不能信口开河，特别是关键地带（开头结尾）一定要重点表述企业宣传核心□b□塑造企业良好形象。

请注意“塑造”这个词，并不是单纯说企业如何如何好，如何如何领先，就是塑造了良好形象，相反，自卖自夸只会招致读者反感，媒体记者也无法发布。所谓塑造，就是通过各

种语言描述客观事实，烘托气氛，最终让读者得出我们要传播的信息结论。

c□ 培育良好公共关系，这一条相对较为宏观，属于公关公司策划范畴，我们可以不必过多考虑□d□新近事实，这一点非常重要，一定要把最新最近发生的，有新闻价值的事情传播开来。