

香港公共關係專業人員協會

努力廿載 繼往開來續承傳

特約記者: 羅靖雯、方可怡

PRPA 二十周年誌慶，於 2015 年 10 月 23 日假馬哥孖羅香港酒店舉行「公關專業未來十年的優勢」(THE EDGE OF PUBLIC RELATIONS IN THE NEXT DECADE) 研討會暨慶祝酒會。現場公關專才雲集，各界公關翹楚發表精彩演說，探討行業在兩地和數碼時代的挑戰和機遇，而二十周年酒會更榮獲政務司司長林鄭月娥女士蒞臨主禮。

► 政務司司長林鄭月娥女士蒞臨 PRPA 慶祝酒會擔任主禮嘉賓



PRPA 二十周年活動籌委會主席關則輝於致歡迎辭時表示：「二十年來，PRPA 的工作不斷擴展，致力提升公關專業水平，同時提倡業界道德操守；而先後在 2011 年及 2014 年舉行的香港公共關係獎更奠定 PRPA 在業界的地位。」

林鄭月娥女士致辭時表示：「公關對政府、公營機構、工商界和各民間團體的有效運作極為重要。在網絡新年代，公關必須充當多面手，善用資訊科技，與所有持份者保持緊密聯繫，迅速回應，爭取最大的認同與支持。」林鄭月



娥女士亦嘉許本會推動公關行業發展的努力和成就，並祝願本會迎接下一個更輝煌的十年。

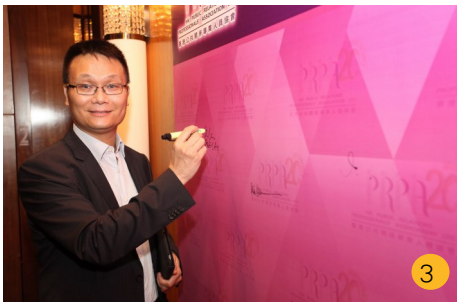
PRPA 會長梁綺蓮女士表示 PRPA 將貫徹目標，未來繼續推動行業發展，促進專業交流，並聯同各大院校培育公關生力軍。

► 陳祖澤博士及崔綺雲博士獲特別嘉許，PRPA 感謝他們多年來的無私付出及貢獻。



► 林鄭月娥女士與本會顧問、創會會員、歷屆會長、二十周年籌委會成員等一同祝酒慶賀。

政商學界名人到賀 場面盛大



1. 政府新聞處處長聶德權先生 (左)
2. 警察公共關係科總警司許鎮德先生 (中)
3. 政府新聞統籌專員馮煒光先生
4. 香港總商會主席彭耀佳先生 (右)
5. PRPA 顧問陳祖澤先生
6. 立法會議員易志明先生 (右)
7. 電視廣播有限公司企業傳訊部宣傳科副總監曾醒明先生 (左)
8. 九龍巴士(一九三三)有限公司非執行董事伍穎梅女士 (左) 及
恒隆地產董事總經理陳南祿先生 (右)
9. 林鄭月娥司長與 PRPA 二十周年活動籌委會成員、創會會員和
資深會員
10. PRPA 二十周年活動籌委會成員、PRPA 執行委員會成員及協助
活動的一眾大專院校學生

重量級講者 分享精闢觀點



當天下午舉行的研討會首先由 PRPA 二十周年活動籌委會主席關則輝先生致歡迎辭，他表示隨着社會和政治環境的變化、新媒體帶來的衝擊，公關行業受到前所未有的挑戰。PRPA 一向致力貫徹「凝聚業界力量，提升專業水平」的宗旨，是次研討會邀請來自商界、內地公關、公共事務、新媒體等等不同專業範疇的重量級講者，與在座嘉賓分享精闢獨到的觀點，促進經驗交流，前瞻業界發展。

面對挑戰 積極調整策略



主講嘉賓香港總商會主席彭耀佳先生，以「公關—CEO 的關鍵夥伴」為題，點出公關專業在公私營機構扮演策略性角色，地位越加重要。他以航空業過往事件為例，闡述隨著新媒體火速冒起，資訊急速流通，現今公關備受公眾與媒體監察，必須以高透明度迅速回應，挑戰重重。因應社會風氣及溝通平台的改變，公關由以往單向發佈消息步向多方面互動溝通，除了靈活處理危機，更要未雨綢繆，主動積極為企業塑造良好形象，與公眾建立互信。

公關是連接企業與公眾的橋樑

九龍巴士（一九三三）有限公司非執行董事伍穎梅女士、香港大學傳訊總監馬妙華女士與香港機場管理局首席傳訊主管邱松鶴先生，就公關在企業管理層的角色進行討論，討論環節由奧美公共關係有限公司董事總經理石嘉麗女士擔任主持。

公關主管不一定列席董事局會議，卻是企業與公眾之間的重要橋樑。伍女士和邱先生指，公關必須高度敏感，主動將相關危機議題加入議程。馬女士則表示，處理突發事件時，公關需要在有限的時間盡可能假設會遇到的情況和問題，以協助企業應對公眾質詢。邱先生補充，公關作為橋樑要懂得換位思考，明白公眾的疑慮出於甚麼原因，從而讓企業與公眾建立互信。

最後，隨著科技發展和公關生態的改變，三位皆表示要提高專業地位，公關必須與時並進，懂得利用新媒體為企業增值，帶來效益，與董事局建立互信，令企業了解傳訊的重要性，促進董事局與公關之間的溝通。



▲（左至右）石嘉麗女士、伍穎梅女士、馬妙華女士及邱松鶴先生，就公關在企業管理的角色進行討論。

公關在內地的發展

在崔綺雲博士主持下，威漢營銷傳播集團創辦人、主席兼行政總裁陳一枏女士、新鴻基地產公司傳訊總監廖國偉先生及廣東方圓公關管理顧問有限公司董事總經理謝景芬先生分別以不同角度剖析中國內地公關的發展趨勢。廖先生以「愛恨廿載·共舞未來」為題，細說內地媒體、公關在過去二十年隨著政治社會一同發展。內地企業、媒體開始了解公關的本質和作用，兩地專業操守、水平差異亦逐漸收窄。要提升行業在內地企業的地位，制定公關策略時必須考慮社會情況，令公關得以發揮作用，獲得管理層認同。

陳女士則認為，內地媒體過盛，廣告成本貴，單靠廣告刺激消費不符合經濟效益。她



隨後點出有效的公關應讓受眾一起成為傳訊員，並鼓勵公關人員應積極創新，利用網上平台如微博、微信，導向公眾輿論，從而幫助企業建立品牌。謝先生則以實例鞏固了企業品牌與銷售額息息相關的概念，闡明在品牌建立之際，公共關係先行，因為企業一旦成功建立良好信譽，得到公眾信任，市場支持與銷售亦將隨之而來。

公關新世代

在「公關在數碼年代的挑戰和機遇」環節中，本會有幸邀得資深旅遊專欄作家項明生先生、超凡網（控股）有限公司聯合創辦人兼執行董事伍致豐先生及香港數碼及社交媒體傳訊顧問公司合伙人司徒廣釗先生擔任講者，與主持方保僑先生及一眾來賓分享公關行業在新時代的種種挑戰和機遇。

伍先生以最近三宗社交網站專頁個案為例，帶出互聯網時代公關的重要性，表示在數碼時代，高層必須親身上陣，



▲（左至右）方保僑先生、項明生先生、伍致豐先生及司徒廣釗先生討論公關在數碼年代的挑戰和機遇。

嚴陣以待，先審度時勢再決定經營網絡媒體的方針，否則極可能轉變為自掘墳墓的災難。項先生亦以中國文化部的微博帳戶為例，指出政治範疇很「惹火」，最難經營網絡媒體。反之，娛樂趣聞則最易成功，輕鬆有趣的內容易獲大眾轉發散播，現今報紙亦常於互聯網採集資料，若經營得善，則能製造最多討論，以輿論獲勝。司徒先生則認為時代改變，媒介改變，大眾每日接觸數之不清的媒體，公關人員頓時由發放訊息轉至參與討論，由控制方變成參與者，須更注重網絡媒體的不同經營層面，適應目前新時代。

公關專業調查：

新媒體成新挑戰 專業職能獲重視

適逢 PRPA 成立 20 周年，本會與恒生管理學院合作，進行本港公共關係專業調查，探討現時行業的專業地位及發展趨勢，讓業界人士了解公關行業情況。是次調查於今年 7 月至 9 月期間進行，以問卷方式成功訪問 204 名本港公關專業人員。有關的調查簡報會已於 10 月 20 日舉行，並率先向傳媒公佈結果。



▲ 在《香港公關專業調查》發佈會上，左起：PRPA 會長梁綺蓮、何順文教授、20 周年籌委會主席關則輝

恒生管理院校長何順文教授表示，公關的職能在公私營機構內愈來愈受重視，近半受訪者直屬最高管理層，超過三分之一更直接向公司董事匯報。而近半受訪者表示當涉及市場策劃項目、高層人士變動、股價等敏感或機密項目時，會第一時間獲知會及參與討論。即使是中層及基層公關人員，逾 9 成亦在初期或中期獲知會及參與。

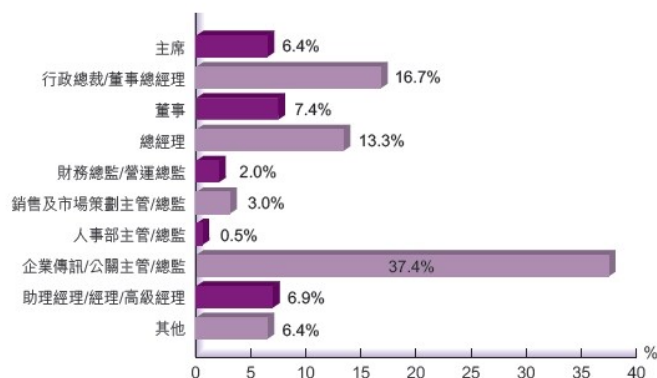


▲ 傳媒出席調查發佈會

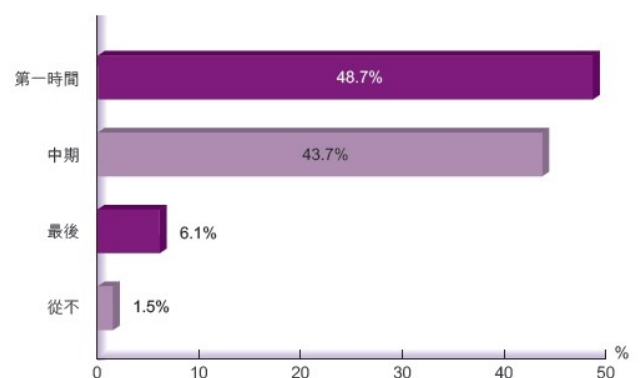
傳播媒體是公共關係的雙刃劍，新媒體迅速發展為公關帶來空前挑戰。新媒體/社交媒體的快速發展，是調查受訪者最為關注的公關發展趨勢。何教授指出，除傳統的公關才能，如語文及人際關係技巧外，新媒體知識、策略思考及計劃、解難能力亦是成功公關人員的必備條件。

調查主要發現：

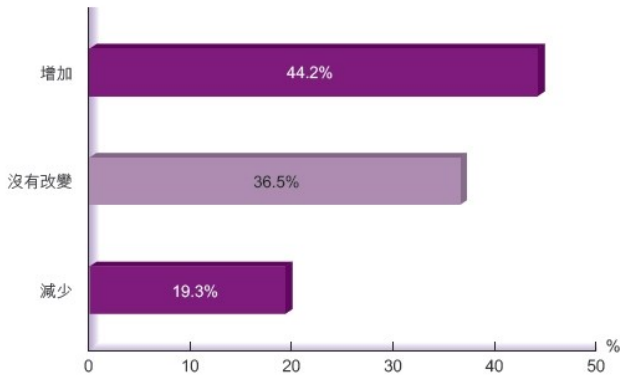
43.8%受訪從業員直屬最高管理層



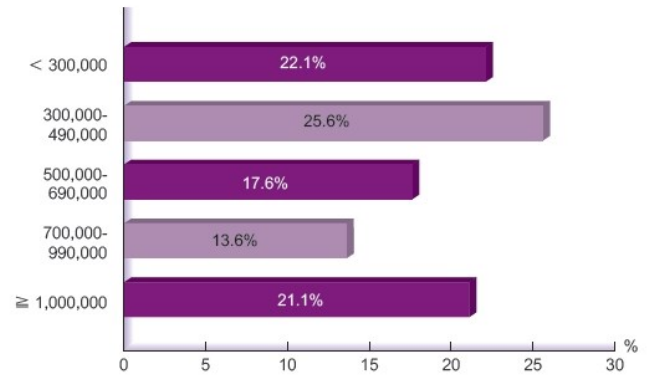
48.7%受訪從業員第一時間參與機密項目



44.2%受訪者的公司去年增加公關預算



21.1%受訪從業員的年薪達百萬



最富挑戰性的公關範疇

公關範疇	票數*
危機處理	151
事實被扭曲和未經證實之消息被	105
新媒體/社交媒體的快速發展	98

最關注公關專業未來的發展方面

最關注發展方面	票數*
新媒體/社交媒體的快速發展	119
市場專業認可	94
管理層之認同	85

*受訪者最多可選三項

恭賀 PRPA 顧問 石嘉麗女士 及 曾立基先生 獲選為 香港 100 位最具影響力人物

奧美公共關係有限公司董事總經理石嘉麗女士 (Clara Shek) 及縱橫公共關係顧問集團主席曾立基先生 (Richard Tsang) 早前入選英國豪華生活品牌 Debrett's 與南華早報合辦的香港 100 位最具影響力人物 (Hong Kong 100) (媒體—廣告、市場營銷、公關及廣播界別)，獎項旨在表揚最成功及具影響力的傑出人士。Clara 和 Richard 皆為 PRPA 的顧問，他們一直致力推動香港的公關行業發展，而 Clara 更於第二屆香港公共關係獎 (2014) 中獲頒「卓越公關專業人員大獎」，今次兩位得到國際權威機構頒發的殊榮，實至名歸！

Debrett's 擁有超過 250 年歷史，已成為禮儀和格調的權威。香港 100 位最具影響力人物是 Debrett's 在英國以外的首個人物系列。

公共關係研討會 2015

特約記者: 李欣桃

社交媒體的趨勢與應用

新媒體的迅速發展和興起，令資訊的傳播更快更廣。公關從業員應該如何利用社交媒體與持份者溝通，將這個挑戰轉化成機遇，是一個值得探討的議題。PRPA 於 2015 年 11 月 19 日，在香港社會服務聯會的支持下，舉辦「社交媒體的趨勢與應用」研討會。活動吸引了約 200 人參加。

當日出席的嘉賓講者包括立法會資訊科技界議員莫乃光太平紳士、香港樹仁大學新聞與傳播學系副教授及網絡傳播研究中心執行長馬偉傑博士、香港數碼及社交媒體傳訊顧問公司始創人和合伙人司徒廣釗先生，以及壹傳媒首席營銷長、兼任《蘋果日報》執行總編輯徐緣先生。



面對新興社媒「有心」最重要

莫乃光議員認為在社交媒體的內容應是既幽默又真誠，而複雜、嚴肅、冗長的方式則難以吸引受眾。香港人「機不離手」，所以傳統媒體轉戰網媒是大勢所趨。社交媒體的影響力有時比傳統媒體更大，公關從業員應該利用

社媒多與網民互動，讓更多網民「讚好」及「分享」機構的資訊，增加曝光率。不過，網上的輿論喜好不同，機構要隨時準備好各種即時風險的處理方法。莫議員坦然，要經營社交媒體並不容易，必須真正接觸群眾，讓對方感到誠意是首要的成功條件。此外更要增加管理層的信心，讓他們知道使用社交媒體的重要性。一旦有負面訊息出現，公關人員必須提供「快而準」的回覆。



▲ 在問答環節嘉賓講員積極回應現場人士踴躍的提問

年輕人使用社交網站成習慣

馬偉傑博士與會眾分享了一系列關於社交媒體使用率和趨勢的調查報告。早在 2011 年，已經有 98% 受訪大學生使用互聯網，所以如果跟不上社交媒體這個潮流，就不能接觸廣大的群眾。新聞媒體的使用率方面，傳統的電視媒體仍穩居首位，但越來越多以手機程式運作的新聞媒體榜上有名。用手機上網的受訪者從 2011 年的 58.4% 升至現在的 80%。不少受訪者認為，在手機程式閱讀新聞更方便、易明和有用，他們都喜歡並習慣使用手機程式。報導新聞從以前強調準確和不偏不倚的態度轉型為要快速、簡單。

至於社交媒體方面，Facebook 使用率一直都是最多受訪



▲ 在小休時段大家亦爭取機會與講者討論交流

者使用的媒體之一，但從 2015 年開始，WhatsApp 的使用率超前 Facebook，並佔據最高使用率的第一位。男性和女性使用社交媒體的行為和習慣也越來越相似，大部分都會使用社交媒體作即時訊息、收發訊息、觀看電影和上載影片之用途。

馬博士最後補充，雖然傳播媒體有明顯的轉型，有關人士除了在社交媒體的內容、網頁畫面的設計上花功夫外，仍需要注意政府的規例和社交媒體的使用道德，建議可以參考外國例子，如新西蘭政府的條例作為指引。

社交媒體「Do's and Don'ts」

在應用層面，司徒廣釗先生指出，社交媒體如今已經是主流媒體，更加強調雙方的溝通和對話。所以，社會機構首先要確認目標的受眾群，然後深入瞭解其心態並作出有效的對應策略。在「手機行先」的世代，讀者都傾向看溫情、有趣的內容；「一口內容」的文章已經足夠，否則受眾難於在短時間內消化。網上視頻也是其中潮流，上載於哪一個社交媒體也是要留意的地方。各位也可以利用新興的手機支付程式，舉行公眾募捐，增加成本效益。

司徒先生總結，使用社交媒體作溝通工具，需要長時間

的策劃和執行，內部團隊的配合亦是十分重要。「心機」就是社交媒體應用的成功要素。

應對社媒三招數

最後，徐緣先生以案例分享社交媒體的有效應用方法。第一式是「借力打力」，在現今社會，最滑稽的內容其實遠遠不及那些最平凡、最令人感動的事情，後者反而可以吸引最多人傳閱。社福機構大可利用其優勢分享感動人心的故事，與商界合作並互相配合，增加知名度。社福機構亦可借助網絡紅人的人氣，邀請他們合作，使更多社交媒體的使用者認識機構。

第二式是「抽水亦思」，這是一個短暫宣傳的方法。徐先生指，機構可自行掀起公眾討論的話題，先贏得注意，然後再解釋自己立場，以獲取受眾的認同和支持。

第三式是「現用變招」，乘著社交媒體使用者的習慣以達致目標，把活動變成一種潮流，當人人跟隨時，就可形成「病毒傳銷」。他列舉 Blood Search Made Easy，活動鼓勵 Facebook 用家將自己血型加註於名字之前，大家都把這個舉動視作潮流，不跟隨就會被朋友認為是「outdated」，這樣一傳十，十傳百，就增加機構曝光率。徐先生更建議社福機構可將收集善款的頁面內嵌於機構的面書專頁內，方便善眾捐款。 ➡



▲ 嘉賓講者與 PRPA 委員會成員合照留念

萬聖節慶祝活動－「海洋公園哈囉喂」

特約記者: 胡智洛

盛大慶典活動背後的公關策略

從前萬聖節是西方的傳統節日，近年世界各地慶祝這個節日的風氣愈來愈盛，各地都會於萬聖節期間舉行盛大慶祝活動。香港其中一個著名景點——海洋公園，每年均會舉辦萬聖節大型慶典。海洋公園擁有十五年舉辦萬聖節活動的經驗，其標誌活動「海洋公園哈囉喂」更是全亞洲規模最大的萬聖節活動，每年成為城中熱話，吸引不少來自世界各地的旅客到訪。正值萬聖節月份，PRPA 特意於 2015 年 10 月 9 日舉辦分享午餐會，邀請香港海洋公園的公共事務總監劉毓敏女士（Una）為大家娓娓道來「海洋公園哈囉喂」的成功經驗和當中面對的挑戰。



▲「海洋公園哈囉喂」為全城熱話，是次活動坐無虛席

由於海洋公園是非牟利機構，所以無論是籌辦活動或公關宣傳的預算皆有限。Una 表示，海洋公園的內部公關部門只憑著其有限的資源舉辦整個盛大萬聖節活動的宣傳，並傳遞有關的信息至本地甚至海外。海洋公園隨著所訂的時間表推行各項活動，透過不同的渠道推廣，以收宣傳之效。每年，海洋公園的公共事務部門都會與創作團隊緊密合作，創作不同的新主題，不斷為哈囉喂注入新元素，並配合適當的公關及宣傳策略。由計劃揭幕至執行及評估，需要整整一年的時間，Una 透露雖然 2015 的萬聖節活動才剛開始舉行，但其實海洋公園已經正在計劃 2016 的主題活動。Una 提到，要成功籌辦如此盛大的活動，必須要有周詳的計劃。「海洋公園哈囉喂」的時間表非常清晰而有序，從聘請和訓練前線人員、推出宣傳廣

告、邀請媒體參觀和舉辦導賞團，以至最後向公眾推行，海洋公園都有序地執行。

海洋公園每年都創作不同的主題舉辦「哈囉喂」活動，以滿足不同年齡和不同的顧客階層對活動的期望。2015 年，海洋公園繼續推出兒童系列如多啦 A 夢和小南瓜糖果遊，以及恐怖系列 H15 鬼屋等景點以滿足各年齡層的顧客需要，而 H15 鬼屋更是限制級的景點，進一步挑戰愛刺激和享受被驚嚇的遊客的內在恐懼。另外，海洋公園更藉著 2014 年的成功優勢，繼續推行「一屋兩玩」的玩法，日間主要供小童參與，分享萬聖節「trick or treat」的歡樂，晚上就轉為驚嚇的主題，希望顧客可以全天候感受園內濃厚的哈囉喂氣氛。

宣傳方面，海洋公園透過不同的媒體如傳統的電視、雜誌和報章，以及新興的多媒體如 Youtube、Facebook 等，藉以迎合不同的顧客習慣，有效地為他們提供所需的資訊，吸引他們更投入參與「海洋公園哈囉喂全日祭」的活動。海洋公園邀請各個媒體採訪時也製造了不同角度的新聞價值以吸引報導，並邀請媒體出席試玩導賞團，希望他們可以親身參與海洋公園的萬聖節活動，感受到其獨特性。相比起使用廣告的硬銷宣傳手法，公關活動為海洋公園的宣傳和認知奠定穩健的基礎。 ↔



▲ PRPA 會長 Pamela 向講者香港海洋公園的公共事務總監 Una 致送紀念品

踏上公關青雲路

特約記者: 鄧藹縈

資深公關從業員傳授入行要素

PRPA 一直致力推動公關行業發展，每年均與本地專上院校合辦就業講座，讓修讀公共關係學科的同學更了解現實中的行業運作，協助他們更易規劃職業生涯。2015 年 11 月 6 日，本會與香港城市大學專上學院公共關係及廣告副學士課程合辦公關業講座，邀請到三位分別來自公關顧問公司、私營企業及公營媒體的資深公關從業員與同學分享入行經歷及行業運作，嘉賓講者包括縱橫公共關係顧問集團創辦人兼主席曾立基先生、葉氏化工投資者關係及企業傳訊總監謝憶珠女士及香港電台機構傳訊及節目標準組總監伍曼儀博士。當天的活動吸引了接近 150 名會員和學生出席，場面熱鬧。

財經公關要訣 持續雙向溝通



▲ 三位資深公關從業員蒞臨作是次活動分享嘉賓，包括曾立基先生(右一)、謝憶珠小姐(右二)及伍曼儀博士(左四)與 PRPA 委員會成員合照

曾立基先生為亞洲投資者關係及公關界的專家，他向同學介紹財經公關的工作，並傳授與投資者建立良好關係的心得。他認為投資者關係是一門可持續發展的行業，每年有多家公司申請上市，若公司要成功維持其上市地位，必須於上市前後與各持份者進行持續溝通。所以，財經公關的角色非常重要，須掌握要訣並建立良好的投資者關係。曾先生提出最重要的一點，他認為如能得到現有投資者的支持，便可以容易吸引下一個投資者的支持，亦能夠衝破很多難關。再者，曾先生提出可以舉辦

投資者活動，促進雙方溝通，例如舉辦上市周年慶祝活動。除此之外，企業公關亦可舉辦企業社會責任活動，有助建立良好企業形象。最後他講述財經公關應具備的條件，包括良好的中、英文寫作和溝通能力，而且須清楚了解市場的運作和具有策略性的思維。

熟悉媒體運作 增加企業曝光

曾於無線電視擔任財經記者及主持的謝憶珠女士直言，以往當記者的經驗對現在公關工作有莫大幫助。她解釋公關人員和記者的工作相近，只是處理事件的角度不同。若希望吸引媒體報導企業新聞，需先了解媒體運作及要求。她笑言記者總喜歡「鋤強扶弱」，她舉例說，舉行公關活動時若加入慈善元素，如汽油公司推出新產品時同時免費為非牟利組織提供免費汽油，媒體報導的機會便大大提升。她亦提醒要注意發佈新聞的時間性，例如在星期一及長假期期間的新聞會相對比平日較少，公關人員可把握時機，舉行記者會或邀請他們進行專訪。謝女士提到危機處理的重要性，當公關要在危機出現前作好處理的準備，隨時應對突如其來的危機。至於入行條件，謝女士認為當公關人員應有良好的表達能力、做事要主動、具時事觸覺、細心、有能耐和具應變能力。

企業傳訊秘笈 「三無」和「三我」

已加入香港電台三十五載的伍曼儀博士曾於機構內擔任不同崗位，近年轉職機構傳訊主管，伍博士向同學講授企業傳訊人員秘笈，她形容公關人員需要具備「三無」和「三我」的特質及態度。她解釋，所謂「三無」，即無時、無我及無遲。「無時」意思是二十四小時候命，沒有時間限制。「無我」則是不可存有個人觀點，言論全代表公司立場。「無遲」表示發生任何事都要即時處理，不可延遲。伍博士分享作為面試官招聘公關人員的經驗，她提示同學於面試時應表現出「三我」，包括我



同學們於答問環節積極發問，三位嘉賓亦逐一用心回答。

得、我能和我行。「我得」即是表現出自信，有笑容及有禮貌。「我能」即是要相信自己的能力，亦要做好一切準備，包括以兩文三語回答面試問題。「我行」是要清楚了解公司背景，並於面試前熟讀公司新聞稿等相關資料。伍博士提醒同學要預先準備基本問題的答案，而且於面試時要表現淡定，處變不驚，盡量利用短短五至十五分鐘的時間展現出自己能夠勝任此工作。

最後，本會副會長尹美玉女士作總結，鼓勵有興趣投身公關行業的同學們好好裝備自己，參與本會定期舉辦的活動，將有助了解行業的發展及工作。 ➡

恭賀 THEi 設立媒體簡報室



▲ 香港高等教育科技學院 (THEi) 為完善公共關係及管理學系課程，於九龍塘分校設立媒體簡報室。PRPA 會長梁綺蓮女士及副會長尹美玉女士於 11 月 28 日應 THEi 邀請到賀支持。左起：課程主任葉世中教授、梁綺蓮女士、校長林麟書教授、FleishmanHillard 常務副總經理畢博傑先生、尹美玉女士、工商及酒店旅遊管理學院院長彭禮文教授。

歡迎新會員

業界的支持對 PRPA 十分重要，我們歡迎以下新會員（7 月至 9 月）的加入：

附屬會員

Fan Wai Kit, Frankie Young Artists Development Foundation Limited

專業會員

Lee Angela Lenovo
Lee Wan Ling, Janice World Green Organization Limited
Lee Wing Fung, Jonathan Airport Authority of Hong Kong
Yue Lok Man, Rebecca Hong Kong Institute of Diabetes and Obesity, CUHK

學生會員

School of Professional Education and Executive Development, The Polytechnic University of Hong Kong:

Cheung Wai Yee	Lau Cheuk Yee	Tse Tsun Shing
Choi Ka Man	Lee Yuk Ling	Wong Chun Hin
Kwok Moi Lei	Li Kit Ying	Yau Wai Pan, Joseph
Lam Hai Yan	Li Wai Tuen	
Lam Yin Hung	Ng Ka Wing	

(以筆劃/英文字母順序排名)

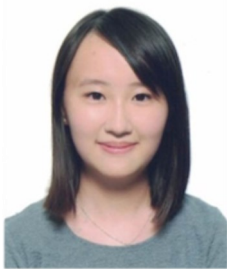
學生實習計劃 培育公關生力軍

為讓正就讀公關課程的同學有實戰的經驗，PRPA 於數年前開始與大學合作，提供實習機會。今年，八位就讀於香港中文大學、恒生管理學院、香港城市大學專上學院及香港理工大學專業進修學院的公關、企業傳訊、廣告及翻譯等相關學系的同學獲選參與實習計劃，他們將於今個學年協助執行不同範疇的工作，例如活動籌劃及出版刊物等。

獲選同學心聲

鄧藹榮 (Zoe)

「我現正就讀恒生管理學院新聞及傳播學系四年級，主修企業傳訊。此計劃吸引之處是身為學生也能參與專業公關人員的活動。很高興有幸能夠參與此計劃，我希望可透過計劃了解更多公關行業的狀況，協助籌辦不同活動及講座，擴闊眼界，汲取課堂以外的實務經驗。」



胡智洛 (Wicky)

「我現時就讀香港城市大學專上學院公共關係及廣告二年級，參與是次實習計劃，除了希望可以拓展自己的視野和人脈之外，更可向經驗豐富的公關前輩們學習。此外，我認為透過這一年的寶貴經驗，我能更懂得與人協作，建立良好的溝通技巧。」



譚嘉敏 (Kay)



「我現時就讀恒生管理學院新聞及傳播學系四年級，公關作為實戰行業，須要透過經驗建立專業知識。我相信計劃將為我帶來寶貴閱歷，為就業做好準備。透過計劃，我期望深入了解公關行業及行業所需的知識，從而強化自身不足之處。與此同時，我期望於各活動中建立專業人際網絡，裝備自己成為專業的溝通者。」

林啟聰 (Mike)



「我現正就讀香港理工大學專業進修學院-市場及公關學四年級，本人認為公關行業在企業佔有一定的地位，所以有意在畢業後投身為專業公關人員。加入 PRPA 後，我有幸參與了許多大型活動，令我獲益良多，一嘗成為公關的滋味。來年我會繼續積極參與 PRPA 的各項活動來裝備自己成為一位出色的公關人員。」

羅靖雯 (Nicole)

「我現時就讀香港中文大學翻譯系四年級，對公關行業抱有熱誠，亦有感公關作為企業或機構的溝通橋樑實屬重要角色，希望畢業後可投身成為其中一份子。聞得香港公共關係專業人員協會廣受業界認可，為公關界貢獻良多，盼望參與是次學生計劃以深入了解公關行業，也為其出微薄之力。」



李曉文 (YoYo)

「我現時就讀恒生管理學院企業傳訊四年級，我一直希望可以得到學習及體驗公關工作的機會，同時嘗試將課堂知識學以致用。我相信透過參與 PRPA 的活動能夠了解更多公關業界的運作。PRPA 亦提供一個平台讓我與公關界前輩接觸，並從他們身上學習，更全面裝備自己不久將來投入業界工作。」

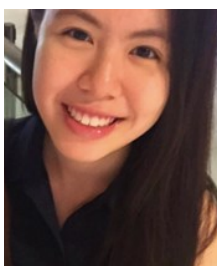


李欣桃 (Toby)



「我現時就讀香港理工大學專業進修學院市場營銷及公共關係二年級，我希望透過這個學生實習計劃，更加深入了解公關這個行業，認識作為一個公關的職責並且學習各種公關技巧的運用。透過 PRPA，我可以有機會向一班有豐富經驗的公關從業員「偷師」，為明年畢業，加入公關這行列作充足的準備。」

方可怡 (Sophia)



「我現就讀香港中文大學翻譯系四年級，一年前修讀公關翻譯課程，後又在實習期間為公司撰寫業務通訊和管理活動，對公關專業產生濃厚興趣，有意在畢業後投身公關行業。我希望透過學生實習計劃接觸更多公關工作，實踐所學，並擴闊視野，對行業有更深的了解。」

By **Clara Shek**, PRPA Advisor and Managing Director of Ogilvy Public Relations Hong Kong

Will the PR profession still exist in 20 years' time?

Many of the hottest companies and industries today, especially those in the sharing economy such as Airbnb or Uber, did not even exist 20 years ago. Will the Public Relations (PR) industry survive the next 20 years with the changing media, consumer and digital landscape?

Public Relations has been one of the hottest professions in Hong Kong in the last two decades as evidenced by the proliferation of university programmes on PR and corporate communications and the all-time high demand for PR professionals. How long can this boom last?

Indeed, we are already seeing the PR function being rapidly encroached by the Marketing, Social Media and Digital departments in organisations. Some even predict that PR agencies will cease to exist 10 years from now.

While the PR, Marketing, Social Media, Digital, CRM and eCommerce functions are rapidly evolving and converging like an amoeba, many PR practitioners are still stuck using traditional practices of chasing media coverage and calculating advertising value equivalence.

Measuring only media coverage is a way of the past. PR practitioners must engage their ultimate audiences and make them part of the "new" news cycle, which has become a 24-hour continuous cycle where everyone can capture and make news.

With the 24/7 news cycle and the wide variety of traditional and social media platforms now available to influence opinions, PR is ever more important and irreplaceable in driving the public affairs, financial and advocacy agenda of an organisation. PR professionals must remain vigilant to ride on the "new" news cycle, and be central to the discussions that impact the overall reputation of a brand, an organisation or industry.

From storytelling to creating a shareable experience

Social media platforms such as Facebook, Instagram, WeChat, as well as mobile apps have transformed the relationship between the members of the public and organisations/brands communicating with them.

PR has always been about great storytelling and content development. However, the future of PR is about creating a shareable experience, whether on- or offline. Take Air New Zealand as an example. How creative can a brand get with its in-flight safety video? Very creative! From featuring characters from The Hobbit to the players in the country's All Blacks rugby team, to picturesque beaches with the world's most renowned surfers, the brand has outdone itself as well as other airlines each and every

time. The message is the same (i.e. safety instructions), but there is always a different way to tell the story, which not only captivates passengers' attention, but also online audiences that may not even board the flight.

From noise to a leading voice

Positioning top executives as authorities in their industries has been a highly important function of PR. Using a multi-platform approach, industry leaders can comment on trending news to keep themselves and their brands central to media conversations about their business. Turning industry knowledge into shareable and snackable insights could create an important social currency to win the hearts of employees, customers and stakeholders.

From conversation to conversion

PR Professionals have been central in driving conversations in the market, shaping what's hot in the media, among the public and stakeholders. However, conversation alone would not be enough to justify the existence of the PR function in today's converged world.

PR professionals need to distinguish buzz from what drives behavioral changes. Conversion into purchase decisions and actions are key to the next phase of PR industry development.

According to a Nielsen-inPowered study conducted in the U.S. in December 2013 to January 2014, expert content, often driven by PR, is more effective than branded content at all stages of the purchase decision because of its third-party, perceived impartial characteristics, and the built-in credibility. Influence is no longer confined to celebrities, doctors, analysts or industry experts though. Brands could get great results by getting something shared on LinkedIn, Weibo or Facebook, or having it retweeted.

PR professionals could make or break the industry in the next 20 years if we can manage the shift from being a buzz-maker to a deal-maker, and from being a conversation creator, to a behavioral scientist.

Whatever we do needs to result in behavioral changes – be it a purchase, a vote, or simply influencing people to like something. PR must therefore have a clear call to action so the public can make a concrete move, such as signing up for a trial product, making a purchase on a web-shop, or signing a petition for a cause.

Ultimately, PR is about shaping opinions and influencing behaviors. We are just operating in a highly interesting, always-on, and multi-screen world today. ➡



會長的話

雙十年華是朝氣蓬勃，對未來滿有憧憬的時年。就如剛剛渡過二十周年紀念的 PRPA，有幸在成長中得到公關業同儕的支持，以及不少資深前輩的指導和鼓勵，透過不同活動和工作，凝聚業界力量，提升專業水平，我們更希望承先啟後，未來為會員為業界多盡一分力。在 10 月底舉行的二十周年紀念活動，得到政務司司長林鄭月娥蒞臨主禮，不少政商界領袖、同業及傳媒友好到賀支持，PRPA 同仁深感榮幸，在此再次向各位表示謝意。

二十周年的其中一項重點活動，是 PRPA 與恒生管理學院合作進行有關本地公關業界的調查。在何順文教授、曹虹教授及他們的團隊的協助下，成功收到超過 200 位公關界從業員的回覆。十分欣喜的是，我們看到公關工作在企業及機構內均愈來愈受到重視。在工作挑戰方面，社交媒體的興起與普及確實為公關從業員帶來一定的衝擊。水能載舟，亦能覆舟，如何善用及管理這個新平台是不少公關朋友關注的議題。11 月中，我們就請來四位專家分享社交媒體的趨勢及應用。感謝莫乃光議員、馬偉傑博士、司徒廣釗先生及徐緣先生在百忙中抽空出席與我們分享交流。

PRPA 多年來積極與大學及大專院校合作，期望在培育公關新一代方面作出一點貢獻。今年為大學同學舉行的公關業講座，出席的講者均是資深公關大員。感謝 PRPA 顧問曾立基先生、香港電台伍曼儀博士，以及葉氏化工謝憶珠小姐的支持，與同學們分享他們的工作經驗。我們期望，同學能夠更清楚掌握行業情況及所需能力，將來入行可以事半功倍。此外，今年有 8 位來自 4 所大學的同學獲得機會參與 PRPA 的學生實習計劃。在此歡迎他們加入 PRPA 的大家庭！

2015 年轉眼便接近尾聲了，謹此預祝各位聖誕快樂、新年進步！

成為會員

香港公共關係專業人員協會（PRPA）於 1995 年成立，致力推動公關行業的發展，鼓勵及促進業界交流。協會積極與香港及境外公關組織合作，促進本港、內地、海外公關行業的交流之外，在培育下一代公關專業人才方面，亦不時舉辦講座，並安排資深公關人士向現正就讀有關課程之學生及對公關行業有興趣的人士講解公關行業的需求及發展前景。

全賴業界及會員的鼎力支持，PRPA 的會員人數多年來保持穩定增長。會員來自不同界別，有政府機構、公用事業、本地公司、跨國企業等，也有自僱人士及不同規模的公關顧問公司。

PRPA 現有會籍包括創會會員（Founding member）、永久會員（Life member）、專業會員*（Full member）、機構會員（Corporate member）、附屬會員（Associate member），及學生會員，申請表格可於 www.prpa.com.hk 下載。

如欲查詢有關本會會籍事宜，請與會員事務執委許翠鳳（agnes.hui@prpa.com.hk）或本會行政員 Mani Huen（enquiry@prpa.com.hk）聯絡。

*合資格成為「專業會員」者必須從事公關工作並具有不少於兩年相關經驗。

香港軒尼詩道信箱 20097 號 電話：8112 0028 網址：www.prpa.com.hk

香港公共關係專業人員協會出版

PRPA 顧問 Advisors

李道豫先生

中國國際公共關係協會會長
Mr Li Dao-yu
President of CIPRA

陳祖澤先生

載通國際控股有限公司副主席兼獨立非執行董事
Dr John Chan
Independent Non-executive Director
& Deputy Chairman
Transport International Holdings Limited

黃懿慧教授

香港中文大學新聞與傳播學院教授
Professor Christine HUANG Yi-Hui
Professor, School of Journalism & Communication
The Chinese University of Hong Kong

關則輝先生

恒隆地產有限公司助理董事 - 集團傳訊
Mr CF Kwan
Assistant Director - Corporate Communication
Hang Lung Properties Ltd.

梁天偉教授

香港樹仁大學新聞與傳播學系系主任
Professor Leung Tin Wai
Head, Department of Journalism and Communication
Hong Kong Shue Yan University

石嘉麗女士

奧美公共關係有限公司董事總經理
Ms Clara Shek
Managing Director
Ogilvy Public Relations Worldwide

曾立基先生

縱橫公共關係顧問集團主席
Mr Richard Tsang
Chairman
Strategic Public Relations Group Limited

黃鎮南先生

義務法律顧問
Mr Duffy Wong
Honorary Legal Advisor

劉瑞飛陳京暉會計師事務所

義務核數師
Lau Chan and Company, CPA
Honorary Auditor

馬維業先生

義務數碼傳訊科技顧問
越世代創新媒體集團董事總經理
Mr Rex Ma
Honorary Digital Communication
Technology (DCT) Advisor
Managing Director, iGen6 New Media Group

執行委員會 Executive Committee

梁綺蓮 會長

Pamela Leung
President

尹美玉 副會長

Ruby Wan
Vice President

吳君慈 義務秘書

Serena Ng
Honorary Secretary

鄭松雲 義務司庫

Shelly Cheng
Honorary Treasurer

黃慧娟、周翠清

傳媒關係及出版
Elin Wong, Tracy Chow
Media Relations and Publication

許翠鳳

會員事務
Agnes Hui
Membership Affairs

李少媚、麥君璐、陳凱翎

培訓及活動
Clara Li, Queenie Mak, Irene Chan
Training and Program