

第十二屆「中國最佳公共關係案例大賽」 得獎案例分享

由中國國際公共關係協會（CIPRA）主辦、兩年一度的「中國最佳公共關係案例大賽」已圓滿結束。香港企業在今屆大賽中成績斐然，於 7 個類別中共囊括 8 個獎項；而PRPA更連續第五屆獲大會頒發組織獎，以表揚其推動公關業發展的努力。

各得獎案例皆有不少值得公關同業借鏡的地方，因此PRPA特別在7月及8月舉行了三場「中國最佳公共關係案例大賽」得獎案例分享會，分別邀請到恒生銀行企業責任主管何卓惠女士、恒隆地產有限公司助理董事（集團傳訊）關則輝先生及協成行發展有限公司公共關係主管林慧珊女士，與各位會員分享案例及心得。

「恒生一家福青少年調解計劃」－〈企業社會責任〉金獎
「恒生青少年舞台」－〈文化體育活動與公共關係〉銀獎
獲獎企業：恒生銀行

開展可持續發展項目 企業社區攜手推動青少年發展

恒生銀行藉着社區夥伴合作，推行各個可持續發展項目，旨在推動社會的流動性，讓青少年建立信心、提升技能，協助他們發掘潛能和籌劃未來發展，藉此創造一個關愛與融和的社會。PRPA 有幸邀請到恒生銀行企業責任主管何卓惠女士（Alison）在 8 月 30 日擔任講者，分享了「恒生一家福青少年調解計劃」及「恒生青少年舞台」兩個得獎案例，讓公關同業了解企業責任計劃的籌劃及執行。

從小教導調解概念 以和平理智處理衝突

恒生銀行全力支持由香港家庭福利會主辦的「恒生一家福青少年調解計劃」。計劃透過一系列的朋輩調解訓練課程，特別制訂適合青少年的教材，濃縮並簡化調解技巧，鼓勵小學生以正面態度解決與家人和朋輩之間的紛爭，促進溝通，改善彼此關係，並提升青少年的情緒管理能力。除了培訓青少年成為「朋輩調解員」之外，香港教育學院的準教師更受訓擔任「調解大使」協助教學；而恒生義工也受訓成為「調解大使」，參與多個親子工作坊，並為活動提供協助。Alison 表示，此計劃為香港首個獲商界支持的小學生朋輩調解訓練課程。自 2012 年至今，計劃已培訓了 1,000 名朋輩調解員，參與的「調解大使」達 150 名。計劃的迴響令人滿意，學校、家長都認為參與的學生有很大的改變，而參與工作坊的家長亦認同計劃有助解決家庭糾紛，計劃更獲得廣泛傳媒報道。



▲ 恒生銀行企業責任主管Alison分享得獎案例和有關推動社會企業責任的策略

參與音樂劇 提升青年信心

「恒生青少年舞台」由香港話劇團、香港青年協會合辦，40多名中小學生通過公開招募，獲選共同參與演出原創音樂劇《時光倒流香港地》。Alison 坦言不少青少年欠缺自信，恒生銀行希望透過藝術平台，讓他們發揮潛能。



▲ Alison (左4) 與PRPA會長Pamela (左5) 及委員會成員合照

Alison 提到，音樂劇排練過程雖然艱辛，但一眾年紀輕輕的小演員不僅沒有放棄，更互相鼓勵同伴，充分發揮團隊精神。

音樂劇於2015年的兩場公開演出，招待近2,000名觀眾。除此之外，今屆的小演員在2016年8月到深水埗街頭為街坊預演該劇歌舞片段，劇中三位飾演夥記的小演員還在陳灼明（明哥）的「北河同行」茶餐廳中體驗夥記生活，為深水埗街坊服務。

推動員工參與企業社會責任項目

企業社會責任是近年商界的趨勢，但有與會者卻認為在企業推行社會責任有一定難度。Alison 建議，企業可透過內聯網分享有關項目，讓同事清楚了解企業在社會責任方面的方針及策略。另外也可主動邀請各部門同事參與，繼而做到公司上下同心，一同為社會出力。

「恒隆地產危機管理系統」－〈危機與危機傳播管理〉銀獎
獲獎企業：恒隆地產有限公司

危機不會等人 預防勝於處理

2016年6月21日，位於牛頭角淘大工業村的時昌迷你倉發生四級大火，兩名消防員不幸殉職，受影響的市民不計其數，引起全城關注。意外總無法避免，作為大廈的其中一位業主，恒隆地產如何處理是次危機？其危機管理系統有甚麼優勝之處值得借鑑？PRPA 邀請到恒隆地產助理董事（集團傳訊）關則輝先生（CF）於8月16日出席分享會，與一眾與會者交流危機管理的心得。



▲ 關則輝先生與一眾與會者分享危機管理的心得

危機處理第一步 迅速啟動危機管理小組

時昌迷你倉大火發生後，恒隆管理層迅速啟動危機管理小組，召集所有相關部門同事返回公司的危機應變中心商討並處理情況。為了確保公司發放的訊息準確無誤，危機管理小組在極短時間內準備了一切背景資料，例如樓宇內的防火系統裝置、相關安全檢查的紀錄，以及租戶資料等。管理小組亦與駐場的前線同事保持緊密聯繫，並利用二十四小時新聞頻道監察火警現場的最新進展，留意任何突發情況，以便在短時間內作出相應的方案。

火警發生的第二天及在之後數日，恒隆地產均主動向傳媒發表聲明，公佈有關樓宇的背景資料、其安全結構，以及消防設備安裝等資料。除了應對傳媒，恒隆地產亦向事故現場附近的淘大商場租戶、公司員工及社會大眾發放公告，表明會積極配合調查及提供相關的協助。

時刻做好準備 提升企業處理危機能力



▲ 講座反應熱烈，座無虛席

作為是次火警的危機管理經理，CF 表示，處理危機時，掌握發布消息的時機非常重要，必須認真判斷。站在公司的立場，CF 認為有必要主動向大眾交待事件，並主動與各內部及外部的持份者溝通，發放的訊息亦必須一致。CF 強調，危機管理並非只著眼於目前，而要洞悉未來會發生的各種可能性，更要為最壞情況作好準備。故此，恒隆地產時刻準備公司的危機系統，以應對任何突如其來的情況。因為「危機不會等人」，為提高公司內部的危機意識，恒隆地產每年都會要求員工進行網上危機管理測驗。

事故後續工作 表達關懷與支援

火警中有兩名消防員工不幸殉職，恒隆地產宣布向每個家庭發放二百萬元作緊急救援金及殉職消防員子女的教育基金，表達其對家屬的一點關心，並協助他們度過難關。為表達哀悼，恒隆地產亦即時將官方網頁轉為黑白色。管理層亦於第二日親身到火場了解情況，向在場員工及消防員表達慰問。CF 指遇上事故時，應著重睦鄰工作，向受影響市民表達關懷。當火勢受控後，恒隆地產在淘大商場設置加油打氣站，提供醫療支援及物資補給，讓消防員及附近居民有休息的地方。

完善危機管理系統 有助企業度難關

「不是如何處理危機，而是如何預防危機發生。」CF 認為，危機管理不單是如何面對突發情況，更重要是如何避免危機出現，將傷害減到最低。一套完善的危機管理系統，能夠提高公司內部的危機意識，幫助企業未雨綢繆。

香港活化工廈項目「Genesis」創協坊－〈企業品牌傳播〉銀獎
獲獎企業：協成行發展有限公司

活化工程一標新『創』異 新·商廈

近年，政府大力推行工廈重建和活化工廈措施，以提供更多商業樓面回應市場需求。其中，協成行發展有限公司位於黃竹坑道的活化工廈項目一創協坊（Genesis）便是一個成功的例子。協成行發展有限公司公共關係主管林慧珊女士於 7 月 26 日與大家分享得獎項目和推廣項目的心得。

活化工廈挑戰重重

黃竹坑活化工廈計劃落成前，面對不少困難。林女士提到，由於工廈的結構問題，能提供的車位未能達到發展局提出170個車位的要求，需經過與政府相關部門多次的磋商後，計劃才得以順利進行。此外，項目落成後亦面對不少挑戰，例如黃竹坑在繁忙時段交通非常擠塞，而區內新型商廈陸續落成亦可能會對創協坊構成競爭。然而，協成行相信港鐵南港島線通車後，該區交通會變得更為完善和便捷，人流可望增多，因此仍然對項目充滿信心。



▲ 林慧珊女士與大家分享得獎項目和推廣項目的心得

兩大特色增吸引力

為增加創協坊對租戶的吸引力，活化後的商廈具有兩大特色，包括大力推廣「平衡生活」及支持在職母親。創協坊會所內設有健身室、廚房和休息室等設施予租客享用，展示了全新「平衡生活」理念的商廈管理。會所內更設有兒童室，方便在職母親照顧小孩，而會所職員亦會安排專業的託管員照顧小孩，讓在職母親能安心上班。

多方面推廣創協坊



▲ 與會者積極參與答問環節

林女士指出，協成行透過一系列的公關策略推廣創協坊，當中包括舉行盛大的開幕儀式，邀請了不少政、商界名人出席，如政務司司長林鄭月娥女士及行政會議成員陳智思先生等，活動當天吸引逾70名傳媒記者出席。此外，協成行透過持份者參與計劃、傳媒專訪及社交媒體，提升品牌知名度。

協成行甚至將推廣由創協坊擴展至整個黃竹坑區，委託嶺南大學歷史系的劉志鵬教授及黃君健研究員作一連串研究和搜查，記錄黃竹坑的發展歷史，一併記載活化工廈，並出版了《黃竹坑的故事》一書，增加公眾對黃竹坑的了解。

藉活化工廈令品牌形象年輕化

林女士提到活化黃竹坑工廈的原因時表示，該塊地是協成行的第一塊地皮，因此別具意義。協成行成立近七十載，大部分人認為該品牌是「老牌發展商」，所以希望藉着活化工廈成為別具活力和創意的商廈，提升知名度，同時令品牌形象年輕化。 ➡➡

網絡關公災難 一切都是無知惹的禍？

網絡上的品牌營銷，從來都是一把雙面刃，若然公關人員熟悉網絡文化，深知網民的口味與習慣，在網絡領域中取得成功絕非難事。相反，公關人員如欠缺對網絡、甚至對時事的敏感度，隨時會誤中地雷，成為全民公敵，品牌的公關危機一觸即發。9月5日，PRPA請來壹傳媒首席營銷長、《關公災難》作者徐緣先生（Vincent）分享他在品牌及市場營銷領域多年的觀察，以及精辟的見解。Vincent透過不同的案例，讓公關同業了解網絡公關危機的成因與應對策略。一眾會員踴躍參與午間分享會，出席人數更打破今年紀錄。

網絡公關災難全因敏感度不足



▲ Vincent為與會者深入淺出地分析了導致各種公關災難的原因和預防方法

社交媒體發展迅速，即使是一張相片、一個帖文，都很容易被網民無限放大，影響品牌一直建立的形象。對於網絡公關災難的出現，Vincent歸納出關鍵的成因，往往是決策層對香港社會環境過份無知，亦沒有意識到網民的想法，做出錯誤的決定全因敏感度不足。Vincent強調，公關人員的工作並不是在災難爆發後去補救，而是要制止公關災難的發生，方法便是時刻留意社會熱話，提高決策層對社會當下情況的認知度。Vincent形容網民是最強的炮，他們的感染力強，因此公關人員要時刻保持敏感度，預測網民反應，提醒老闆可能要面對的問題。

中港問題 網民必評

Vincent指出，中港矛盾問題一直都被外界低估。事實上，中港問題不僅牽涉個人政治立場，更往往讓香港普羅市民及消費者覺得利益受損，因此每當品牌牽涉到此議題便會引起網絡上激烈的輿論。近年「本土優先」概念興起，年輕人強調自我身份認同，「我是香港人」的想法根深蒂固，即使只是宣傳品中出現簡體字，在決策層眼中看似小事一樁，但在現今社會都很容易令品牌捲入中港文化衝突之中，引來網民攻擊。因此他特別提醒品牌的公關人員，不要因討厭某一方而拒絕接收相關資訊，要從商業社會中突圍而出就要知己知彼，不聞不問只會令自己無法作出正確判斷。



▲ 社交媒體和網絡公關都是近年公關界的熱話，參加講座的人數創下全年新高

品牌須建立清晰價值觀

在營銷3.0年代，商業市場競爭激烈，品牌不能再單單考慮經濟環境及潮流趨勢，更要為自己的價值觀定位。Vincent指出，品牌不能再像從前般試圖取悅全世界，而須就民主、人權、環保等普世價值取態。他以Starbucks為例，其行政總裁便曾公開支持同志平權，雖然引起部分人士不滿，但卻為品牌建立了鮮明的形象，讓人覺得

Starbucks是「支持平等」的品牌，贏得更多人的好感。相反，早前Lancôme單方面取消與歌手何韻詩合辦的演唱會，令人覺得品牌代言人的政治取向與品牌本身存在矛盾，結果導致兩面不討好，引發公關災難。這些例子均說明了品牌採取清晰立場的重要性。

此外，不少品牌在管理社交媒體時，會借時事熱話「抽水」，希望吸引網民留意。Vincent提醒大家，當議題涉及天災人禍、人命傷亡、種族歧視等時千萬不要「抽水」，因為這樣等同落井下石，是在挑戰普世價值。



▲ Vincent與一眾PRPA委員會委員合照

做好公關如做「好人」

「要預防關公災難，方法便是要做一個好人。」 Vincent認為，每個人都有批判思考的能力，知道甚麼該說，甚麼不該說。公關人員要做的，就是把品牌當作一個活生生的人，站在品牌立場思考，並嘗試了解網民的想法，這樣要避免網絡關公災難絕非難事。 ↔

活動預告

香港機場第三條跑道系統的興建在社會上引起各方討論和爭議，各有理據且持份者眾，究竟機場管理局如何協調各方，促成三跑道系統項目的推行？PRPA有幸邀請到機管局代表，於11月4日（星期五）帶領大家參觀香港國際機場，講解機場日常運作及事故處理方法，更會分享三跑道系統背後的公關策略和最新發展情況。參與者有機會進入機場禁區範圍參觀。有關活動詳情，請密切留意電郵、網頁及Facebook專頁的最新公佈。

歡迎機構會員投稿

PRPA機構會員可享一次免費投稿至《雙關》的機會，分享有關公關行業的文章。無論是對行業發展的真知灼見還是經驗分享，以至公關工作的小貼士，我們都無任歡迎。來稿請注意以下幾點：

- 投稿者必須擁有文章之版權，嚴禁抄襲、冒名等行為，如有侵權行為一概由投稿者自行負責。
- 獲刊登之文章版權均歸投稿者與本會共同擁有。
- 本會或會對來稿作輕微修改，但以不損害原文意思為原則。
- 文章內容不可涉及廣告及宣傳成份。
- 本會保留是否刊登文章的最終決定權。

如欲投稿或查詢，請聯絡本會高級行政助理Liz Ng (administrator@prpa.com.hk)。

PRPA Facebook專頁



PRPA Facebook專頁提供各種資訊及活動詳情，歡迎瀏覽及Like我們的Facebook專頁：
<https://www.facebook.com/hkprpa/>

媒體新時代、營商新趨勢 跨功能的公關新角色

一專訪奧美公關董事總經理石嘉麗女士



PRPA顧問石嘉麗女士（Clara）是資深的公關從業員，2014年於PRPA主辦的第二屆香港公共關係獎中獲頒「卓越公關專業人員大獎」；去年她入選《Debrett's香港100傑》（Debrett's Hong Kong 100），獲選為「媒體—廣告、市場營銷、公關及廣播界別」的10位最具影響力人物之一，足證Clara於公關業界的傑出表現及貢獻。

公關行業的新挑戰與機遇

面對媒體的新時代及營商的新趨勢，公關人員必須與時並進，擔當跨功能的公關角色。隨著科技的迅速發展，數碼媒體普及化，公關、廣告及市場營銷的界線愈見模糊，公關界應如何抓緊機會重新定位？另外，近年企業開始注重社會責任及可持續發展，這全球趨勢為公關行業帶來新挑戰及機遇，公關人員於此兩方面應擔當怎樣的角色？

現今公關人員兼顧的工作範疇增多，Clara認為公關人員應不斷學習新事物，掌握新知識，發揮持份者之間溝通橋樑的作用。

熟知網絡媒體 應對公關災難

在新媒體時代，社交媒體的迅速發展為公關人員帶來空前挑戰，不同的持份者於各個網絡平台發表意見，使議題極速發酵。

Clara認為公關人員作為溝通的重要橋樑，首先要了解數碼媒體，填補知識鴻溝。她續指，由從前的報章、電視到互聯網，以至今天的社交媒體，傳播科技不斷發展，社交媒體有一天可能會取代傳統媒體，然而不少公關人員仍未能充份掌握這個演變。

Clara分享應對公關危機的經驗及心得，她認為企業若後知後覺，當議題事件發酵才發現問題，則時間上已失利，將增加引發危機的機會。公司管理層可能對於處理議題事件上有所猶疑，但要迅速應對危機，果斷的行動及適當的回應均相當重要。她坦言，整體公關從業員對危機的處理和應變仍有不足之處，同業必須提升專業技能，掌握公關危機管理的技巧。

就發表回應方面，Clara指公關人員必須利用適當的渠道，例如危機若於網上如Facebook上發生，企業應使用類似的媒體回應；回應內容不應只限於企業的官方訊息，可加入與事件相關或具公信力的第三方所作出之評論，將能帶來更正面的迴響；內容策略亦非常重要，企業可以透過聲明、Facebook貼文、官方網站或者影片等不同形式作出回應，她提醒公關人員需注意回應的措詞及語氣是否適當。

發揮策略性公關作用 實踐企業可持續發展

可持續發展為全球關注的議題，不少本港企業近年開始注重其於此方面的表現及成果，並積極推動可持續發展。Clara認為，如企業未設有相關架構或專責部門，公關或傳訊部門於建立架構方面需肩負重要的責任。

她表示，可持續發展的範疇遠超於環保方面的工作，並涉及整體的企業策略，當中包括企業管治、營運管理，甚至是人才管理如繼任計劃等。有些企業設有可持續發展部門，負責推行各個項目如倡議減低碳足跡的活動等，不過，Clara留意到不少企業會向外聘請公關顧問協助可持續發展的傳訊工作。她指出，即使企業設有公關部門，唯本身的公關人員缺乏相關的知識，未能與可持續發展的專家有效地溝通，以執行相關的傳訊工作。她寄語公關人員必須具備不斷學習的心態，加強對可持續發展的認知，提升對環保方面的專業知識。除此之外，她強調在董事局發揮公關作用的重要性，如在管理層決策後才開始溝通工作便已太遲。

擔負企業與社會之橋樑 規劃企業社會責任策略

企業社會責任可說是實現可持續發展的其中一個重要途徑，就香港企業而言，公關或傳訊部門普遍成為企業社會責任的統籌部門。

Clara認為公關人員需扮演企業與社會之橋樑，協助企業履行長期的社會責任承諾，才可為社會帶來效益。她亦提到，公關人員應向公司各階層的員工灌輸有關社會責任的正確理念—做善事應是企業本身的一部份，並不是公關宣傳策略。Clara坦言，香港的企業未必是根據社會實際需要而決定受惠對象，她認為公關同業需做好企業社會責任策略的規劃，以企業的價值觀及核心業務融入社區，開展真正符合社會需要的項目。 ➡

PRPA會員推薦計劃

對公關專業人員來說，人際網絡非常重要。我們誠意邀請各位會員一同將關係網拓展開去。只要邀請業界同儕成為PRPA會員，申請人成功入會後，推薦人和新會員¹即可專享以下禮遇：

推薦人禮遇

現有會員成功介紹一名新會員即可獲贈PRPA活動券一張；同時介紹²兩名或以上新會員即可獲贈PRPA活動券兩張。憑贈券可於日後免費參加PRPA活動一次。

新會員禮遇

每名獲推薦之新會員均可享豁免入會費。若兩名或以上獲推薦之新會員同時申請²入會，則所有申請人均可享首年年費半價優惠。

擴展人際網絡兼享禮遇，介紹新會員時記得提醒對方在表格上填寫推薦人一欄。如有查詢，歡迎於辦公時間（星期一至五10:00 - 14:00）聯絡本會行政助理Mani Huen（電話：8112-0028）。

註¹：「新會員」指從未成為PRPA會員或其PRPA會籍已過期兩年或以上之附屬會員、專業會員及機構會員，且其申請必須經執行委員會批准。

註²：推薦人介紹之新會員必須於同一月份內提出申請，方可被視為同時介紹/申請。

如有任何爭議，PRPA保留最終決定權。

活動花絮

9月1日，PRPA執行委員會委員許翠鳳女士出席香港理工大學專業進修學院的入學講座，與修讀市場營銷及公共關係學士課程的學生分享行業經驗。 ▼



▲ 2015/16年度的PRPA學生實習計劃已完滿結束，執行委員會於8月27日邀請了參與計劃的學生分享實習體驗，藉此機會收集意見及檢討計劃的成效。當天，PRPA會長梁綺蓮女士（中）亦頒發了嘉許狀予幾位出席的同學。新一年的實習計劃已完成提名階段，並將於10月正式開始。

歡迎新會員

業界的支持對PRPA十分重要，我們歡迎以下於2016年7至8月加入之新會員：

附屬會員

馬穎琪 (Cleo) Hip Shing Hong (Holdings) Company Limited

學生會員

李諾蘊 (Joyce) Technological and Higher Education Institute of Hong Kong

(以姓氏或公司名稱筆劃/英文字母順序排名)

會員專享

除了會員推薦計劃之外，PRPA定期推出不同的活動優惠予會員。

PRPA現推出學生優惠計劃，凡參加活動的學生（PRPA學生會員優先），可專享特別折扣。另外，我們正計劃舉辦專為學生會員而設的活動，以促進學生與公關人員的交流，加深學生對行業的了解。

我們亦會不時舉辦只供會員參加的活動，若不想錯過參加精彩活動的機會，立即報名成為我們的會員！



在過去兩個月，PRPA舉行了一系列的「中國最佳公共關係案例大賽」得獎案例分享，在此衷心感謝協成行、恒隆地產及恒生銀行的支持，與業界分享其成功之道。雖然分享會一個接一個地緊密舉行，但每場講座仍然座無虛席，由品牌建立、危機管理，談到社會企業責任，既反映出公關工作的多元化，亦看到其中的挑戰和困難，更道出了要成為一個稱職的公關或企業傳訊人員，必須要有與時並進的心態，緊貼社會議題。在現今的數碼時代，擔當公關工作的其中一項大挑戰，就是如何在網絡世界如社交媒體等，做好把關，或者至少不要因為無知而造成災難。這個題目可謂是近年公關界的熱話，因此九月初由徐緣先生（Vincent）主講的講座，創下了今年的參加人數紀錄。Vincent的見解亦啟發了我以新的角度看企業形象，公關專業如何幫助企業或機構建立及持守自我的價值觀實在值得我們反思。

每年到了九月，各院校都忙著展開新學年的工作，PRPA的年度學生實習計劃（Student Attachment Programme）亦開始新一屆的招募工作，期望能夠持續為公關業的新生代提供實習和交換的機會。欣見今年的申請較去年多出近一倍，而在遴選面談的過程中，亦看到同學們對投身公關界的熱忱和以積極的態度裝備自己，令我和執委會各人均十分期待和這群年青人合作，互相學習。

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（Student member），申請表格可於 www.prpa.com.hk 下載。現有會員如成功引薦新會員加入，可獲免費出席PRPA活動贈券乙張。

如欲查詢有關本會會籍事宜，請與本會會員事務執委許翠鳳（agnes.hui@prpa.com.hk）、黃慧娟（elin.wong@prpa.com.hk）或行政人員禰敏妮（Mani）（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。

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

劉瑞飛陳京輝會計師事務所
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
Honourary 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

麥君璐 義務秘書
Queenie Mak
Honorary Secretary

鄭松雪 義務司庫
Shelly Cheng
Honorary Treasurer

周翠清、吳君慈
傳媒關係及出版
Tracy Chow, Serena Ng
Media Relations and Publication

許翠鳳、黃慧娟
會員事務
Agnes Hui, Elin Wong
Membership Affairs

李少媚、陳凱翎、成潔德
培訓及活動
Clara Li, Irene Chan, Catherine Sing
Training and Program