

電台訪問實戰技巧一 「自衛」+「拆彈」

特約記者: 林杏芳、張穎淇

電台不能提供影像，此特性令其在芸芸媒體中獨樹一幟。能掌握廣播媒體具有的獨特傳播優勢，公關人員便能輕易應對電台節目訪問。2015年7月22日，本會有幸邀請到社會企業媒體「言論自由行」創辦人、前商業電台策劃總監黃永先生（Vincent）擔任午餐講座嘉賓，Vincent現為商業一台節目《人民大道中》的主持，在午餐講座上向大家講授應對電台訪問的技巧及注意事項。

電台訪問戰術－自衛及拆彈

Vincent提醒公關人員處理電台訪問時要掌握如何「自衛」，切忌與節目主持爭辯，與其強行搶攻，倒不如自保。Vincent又指，接受電台訪問應抓緊機會「拆彈」，如果涉及公司的事件被其他媒體扭曲事實，電台是讓公司以第一身表明立場或釐清誤解的最有效平台。



Vincent 的演說生動有趣，引人入勝

首個問題是關鍵

Vincent說，電台主持各有不同風格，有時主持人在訪問時的首個問題難免刁鑽。究竟要如何應付這枝「狼牙棒」？Vincent提供一招避免落入主持人圈套的必殺技。「首先，要避重就輕，把握這個機會說出自己的聲明。」他娓娓道來：「例如，在回答問題前，先講一下事情的始末，不用直接回答第一個問題」。他又補充，受訪者須緊記回應要維持在15至25秒左右，否則主持人可能失去耐性，展開下一輪攻勢。當主持人提出第二個跟進問題時，受訪者就務必直接回答，以免予人「遊花園」的感覺。Vincent認為，受訪者從容處理主持人第一個提問，

之後的表現會較穩定，所以如何處理電台訪問首個問題非常重要。

注意電台有報時

電台每半小時的報時，是不可妥協的死線，受訪者必須緊記要在報時前把重點講出，否則新聞簡報後可以繼續回應的機會是微乎其微。Vincent提醒公關人員，電台訪問不宜安排在接近電台報時前進行，以免沒有足夠時間說明要點；此外，當主持人說出「嗯」、「不過」、「這點明白了」等等的字句時，表示訪問可能因為報時、廣告等原因，即將結束，受訪者必須注意此等語言提示，並盡快把話說完。

拆彈須以情為先

如接受電台訪問以圖拆彈，Vincent建議受訪者以最短時間（如一分鐘內）先動之以情，然後提供重點數據，最後輔以道理應對。電台有別於其他媒體，沒有圖片或影像，可使訊息清楚傳達，透過聲音傳遞的感情因而更為準確。另外，他鼓勵公司派員親身到電台接受訪問，電台能衍生其他報道，所達到的效果亦更佳。一般電話訪問，歷時可能只有4分鐘，但若公司要員現身說法，則可爭取到至少一節（約17至19分鐘）的訪問時間。



▲ Vincent 甚具叫座力，活動當天雖下著大雨，但也全場滿座

Vincent真不愧為經驗豐富的電台節目主持人，說話輕鬆幽默，有問必答，相信與會者都獲益良多，再次感謝Vincent的精彩分享！ ↔

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（4月至6月）的加入：

機構會員

MIRACLEGENE Marketing & Communications

School of Journalism and Communication, The Chinese University of Hong Kong

專業會員

李樹志 (Terrance)

Zenith Integrated Communications Limited

吳素芳 (Fiona)

PricewaterhouseCoopers China Holdings Limited

郭詠琴 (Elsa)

Urban Renewal Authority

黃偉倫 (Vincent)

Hong Kong Baptist University

馮佩樂 (Joyce)

Galaxy Entertainment Group

嚴劍豪 (Wayne)

Barclays

學生會員

林其中 (Kiff)

Community College of City University

徐思敏 (Astrid)

The Chinese University of Hong Kong

曾可欣 (Hollie)

Community College of City University

關芷晴 (Natalie)

The University of Hong Kong

（以筆劃/英文字母順序排名）

PRPA與業界同行二十載



一九九五年，一班對公共關係專業充滿熱誠的從業員走在一起，成立香港公共關係專業人員協會（PRPA），致力提升公共關係的專業地位，以及推動同業的交流。隨著企業及機構管理層對公關專業的重視及期望不斷提升，以及新媒體的普及化，公關專業在未來十年的發展又會如何呢？本會將於十月二十三日舉辦名為「公關專業未來十年的優勢」（THE EDGE OF PUBLIC RELATIONS IN THE NEXT DECADE）的研討會，匯聚各界公關精英，探討行業未來的發展；同日並舉行二十周年慶祝酒會，更榮幸地邀請到政務司司長林鄭月娥女士擔任主禮嘉賓；而香港總商會主席及置地控股有限公司行政總裁彭耀佳先生將為研討會作主講嘉賓；更有業界翹楚與大家就公關在企業管理的角色、在內地的發展及在數碼年代的挑戰和機遇作分享。另外，PRPA委託恒生管理學院在八月進行了一項業界調查，結果也會在研討會上公布。

PRPA在過去二十年的發展有賴各位顧問、會長及執行委員會的付出和同業的支持。七位前會長亦藉著二十周年在此與大家作簡短分享：

崔綺雲博士（1999-2003 及2005-07年會長 / 現任導向委員會副主席）：「時光荏苒，轉眼間二十年過去了。這廿年當中，我担任過六屆會長、兩屆副會長及其他執委會/委員會的職務，幸運的是能夠和一班熱心的業界朋友一齊服務PRPA。多年來，大家積極推動會務，成就了今天的PRPA。今天，PRPA得到了業界的支持，公關專業在社會上發揮了它的功能，得到了社會的認同和重視。取得今天的成績，全賴全寅的努力工作。祝PRPA百尺竿頭，更進一步！」

關則輝（創會會員及1997-99年會長 / PRPA 二十周年慶祝活動委員會主席）：

「很高興有機會參與創會，並見證PRPA二十年來的發展。令人欣慰的是PRPA凝聚業界力量、提升專業水平的努力獲得肯定。公關傳訊已是不可或缺的先進管理功能。」

石嘉麗（2003-05年會長 / 奧美公共關係有限公司董事總經理）：「香港公關行業正從過去二十年的黃金期邁向一個重要的轉捩點。隨著傳統媒體被新媒體衝擊而日漸式微，以及新世代的生活重心逐漸轉移網上，公關業



▲ 譚彩鳳女士（左）、石嘉麗女士（右）



▲ 關則輝先生（左一）

在未來二十年會否繼續生存或再創高峰，要看我們能否靈活變通，善用網絡力量，改變人們的思想行為，繼續成為具社會影響力的行業。」

鍾慕貞（1995-97年創會會長 / Chung & Tang 公關顧問董事）：

「在過去的二十年，商業機構以至社會大眾對公關工作日益重視。香港現今社會日趨政治化令議題不斷湧現、媒體百花齊放並且立場鮮明、電子媒體發展一日千里、全球一體化令香港不能獨善其身，這些現象均令公關專才面對前所未有的挑戰。作為一個公關人才的專業團體，PRPA將會繼續秉承其遠景，與同業一同邁步向前，優化行業的發展！」



▲ 崔綺雲博士（左一）、張一心女士（左二）及鍾慕貞女士（右一）



▲ 葉衛國先生（右）

葉衛國（2009-12年會長 / 2007-09年副會長 / 威望傳訊創辦人及董事 / 恆生管理學院客席助理教授（實務））：「香港公共關係專業人員協會昂然邁進二十周年。要維持一個專業協會有效運作二十載，殊不容易，除了要獲得會員忠實支持外，亦有賴顧問團寶貴意見，以及各委員的專業和志願精神。願全人共勉之。」

譚彩鳳（2007-09年會長）：「一晃眼便二十年，翻看PRPA成立的宗旨，很高興公關專業水平能不斷提高。香港各院校現都有開設公關課程，吸引不少人才入行。個人認為公關專業尚未成功打入決策層，希望同業繼續努力加油！」

張一心（2012-15年會長 / 新世界發展有限公司企業傳訊總經理）：「好榮幸在剛過去的三年出任PRPA會長，可以和一班義務參與推動業界發展的執委會委員工作，給我一個非常有意義的經驗。期望更多業界人士參與協會的工作或活動，把公關專業帶到另一高峰。」

PRPA期望繼續獲得各方的支持，為公關專業帶來更璀璨的發展。現任會長梁綺蓮及各執行委員會委員期待大家的積極參與！ ↔



▲ PRPA 現任會長梁綺蓮女士（前排左二）與 2015-2016 執行委員會委員

3.0世代公關危機 公義成應對新方向

特約記者: 林秋子

近年在網上社交媒體爆發企業危機屢見不鮮。作為公關從業員，如何避免危機發生和處理公眾對企業的訴求成為業界討論的焦點。有見及此，PRPA與經濟日報出版社合作，於2015年7月9日舉行午間分享會，邀請香港中文大學新聞及傳播學院副教授兼《公關公義》作者利嘉敏與大家分享在3.0世代公關危機的預防和應對。



▲ 是次講座反應熱烈，場內坐無虛席

公關和公義，兩個似是互不相關的概念，甚至有不認識公關工作的人士認為兩者是互相抵觸，互相矛盾。利教授卻指出在今天這個3.0的社會，公關和公義是相同頻率的概念，而公關從業員如何把握當中的特質去處理公關危機成為值得討論的話題。

近年香港發生不少公關危機，利教授以一些個案作為例子，指出不同企業發生的公關危機都具有一個共同特徵，就是透過網絡而令到事件急劇升溫至企業危機。利教授認為3.0時代帶來的世界，在速度、覆蓋面、內容和壽命上跟以往大有區別。她指出以往信息傳播以小時計算，但今天卻是以秒作為計算單位，而

且不受篇幅和時空地域的限制，信息以驚人的速度傳送至世界各地。現今社會出現了網絡權力轉移的情況，權力從企業和政府轉移至公眾身上。

至於如何面對3.0世代的公眾，利教授引用了多個國內外的真實案例，帶出現今公關所面對的挑戰——群眾都在訴求某種形式的公義，並會主動表達和爭取公義。而在這些公關危機的預防和處理上，她強調公義理應成為公關的基本角度和態度。

最後，利教授提出公關人員的價值不只在於如何與持份者溝通，更重要是在於如何透過溝通去達到與持份者持續聯繫的關係。利教授認為大家應前瞻性地反思公關人員的角色，並寄望公關從業員運用自身專業知識和對公眾的瞭解，成為企業機構的良心把關者。

利教授藉著多個近年發生的公關危機案例，希望每一位與會者反思在3.0世代所遇到的公關挑戰。在問答環節上，與會者積極參與，分享自身企業曾遇過的危機，而利教授也就此提出建議，相信每位參與的人士都獲益良多。 ↔



▲ 講座後利教授逐一為到場購買新書的讀者簽名

香港公共關係獎得獎系列

特約記者: 曾可欣

支援資源缺乏學生 助他們邁向新世界

現時很多企業都不只著眼於盈利，還同時考慮其業務對經濟、社會及環境的影響，於不同範疇展現對可持續發展的貢獻。隨著社會對相關議題愈來愈重視，公關從業員於公司執行企業社會責任計劃時亦擔當重要角色。



新世界發展有限公司（新世界集團）的「飛躍新世界」可持續發展社區計劃對青少年的發展有很大貢獻。該計劃勇奪多項殊榮，並於「第二屆香港公共關係獎（2014）」中榮獲〈企業社會責任〉金獎。2015年6月3日，PRPA邀請了新世界發展有限公司企業傳訊總經理張一心女士（Maria）為大家分享「飛躍新世界」的理念及計劃詳情。

七年長期計劃 栽培體育精英

一個成功的社區計劃能有效建立及促進企業與社區之間的關係。「飛躍新世界」可持續發展社區計劃於2012年推行，為7至12歲合資格的青少年提供為期七年的免費專業培訓，包括以游泳及籃球為主的「新世界飛魚計劃」及「新世界籃球飛躍計劃」。計劃為來自資源缺乏的社群提供支援，不單為學員提供免費的優質培訓，更作為他們的跳板，改善他們的社會流動。



▲ Maria 講述「飛躍新世界」計劃

此外，新世界集團每年都舉辦籃球及游泳聯賽，幫助「飛躍新世界」學員建立自信，了解自己的實力；亦安排學員參觀「新世界維港泳」以擴闊他們的視野，協助他們訂立目標，向著標桿直跑；「林書豪·暑期北京逐夢之旅」活動則實現了籃球學員的夢想，讓他們探索廣闊的世界。對於中產或以上的家庭，到北京遊玩可能是一件尋常不過的事，可是對資源缺乏的青少年來說，這卻是一個遙不可及的夢。



▲ 是次講座反應熱烈，場內坐無虛席

良師益友結伴同行 讓孩子在愛裡成長

Maria指出孩子的心靈發展亦十分重要，所以招募逾百名由集團同事及其家人組成的義工團隊參加「飛躍新世界」師友計劃，希望幫助他們躍得更高更遠。成長的道路充滿挑戰，學員難免會有負面的情緒。若然他們能夠得到情感上的支援，他們便不會輕言放棄，勇敢面對各種挑戰。

保持各方良好關係 確保計劃得以持續

學員及師友的流失正是該計劃所面對的挑戰，新世界集團為此作出不同的應對方法。「飛躍新世界」於每年的9月招募新學員加入，以避免學員把計劃當作暑期訓練班。孩子的參與很多時取決於家長，所以成立了「飛躍新世界」家長會，不時舉辦親子教育講座，鼓勵家長支持孩子參加培訓。另外亦舉辦週年聚會以保持與師友及社福機構的聯繫，邀請傑出師友參與活動的策劃工作，培養他們對計劃的歸屬感。

持續檢討計劃 量度社會效益

實踐企業社會責任不只是一次性的社區計劃，著重的是項目的可持續發展和果效。新世界集團上年就「飛躍新世界」計劃進行問卷調查，收集各持份者，包括學員、家長、師友、教練及社福機構的意見，了解計劃的成效，繼而持續提升項目所帶來的社會效益。另外，Maria提到其集團早



▲ 講座完滿結束，Maria與PRPA委員會成員合照留念

期亦曾邀請香港社會服務聯會（社聯）就該計劃進行社會影響評估，檢討計劃對社區的影響。 ↔

香港公共關係獎得獎系列

特約記者: 蔣諾情

九巴的故事 就是香港人的故事
— 九巴80週年活動系列

九龍巴士（一九三三）有限公司（九巴）為慶祝成立80週年，於2013年舉辦了一連串慶祝活動，讓不同持份者及不同年齡層的公眾一同參與慶賀九巴80歲。九巴80週年活動系列勇奪「第二屆香港公共關係獎（2014）」中的〈持份者傳訊〉及〈項目策劃〉金獎。PRPA很高興邀請到九巴企業事務總監陳碧君女士（Vivien）於2015年8月17日在午間分享會上為大家分享活動之成功經驗及挑戰。



每當提及香港的公共交通工具，相信大家腦海中除了浮現巴士的影像外，亦少不了鐵路。Vivien表示鐵路的擴展令九巴過去十多年流失超過五十萬乘客人次，導致多條長期偏低載客量的巴士路線出現空載的情況，2013年時首要任務是做好路線重組之工作，當中需要運用大量人力資源進行地區游說及公眾宣傳。若要利用80週年這良好契機舉辦與民同享的慶祝活動，亦

▲ Vivien 分享籌備九巴 80 週年活動的得獎案例經驗，是次分享會吸引來自各大機構的企業傳訊、公共事務及公關顧問公司的從業員參與

需要人力物力的投入，而九巴從事與民生息息相關的服務，更需要審慎考慮應舉辦怎樣的活動才恰如其份，並且應如何以最少的資源發揮最大效益，另一方面又要將活動系列的風險降至最低，妥善平衡各方面的考慮成為活動的最大挑戰。

多角度與持分者積極溝通

最後經過各方面的考量後，九巴設立了跨部門小組共同籌劃80週年活動，令活動成為九巴眾人之事，而非只是公共事務或傳訊部門之活動。一系列之活動主要希望讓各方持分者及大眾一同參與此盛事，並使他們明白九巴在過去八十年無論是戰時、工業起飛、風災、衛星城市急速發展、疫症等任何時期都一直陪伴香港共同成長發展。九巴舉行80週年活動啟動禮暨嘉年華會，吸引逾26,000名市民入場，嘉年華會的不同活動特別為市民大眾精心設計，包括歷代巴士車隊展覽、傑出車長選舉等。其中Vivien提及到年輕一輩對巴士網絡不熟悉，為了讓年輕人明白巴士在香港經濟發展中佔重要席位及將九巴形象年輕化，設計了一項創新遊戲，邀請各大專院校參加，學生透

過九巴的應用程式進行野外定向比賽從而了解九巴的歷史發展地標、巴士路線網絡及路線重組的策略，參賽之大專生都十分投入。

主題活動 環環相扣

九巴所舉辦的一系列主題活動環環相扣。前哨熱身活動是文物募集，九巴向在職及退休員工、廣大市民舉行「全城大募集」以收集富歷史價值的九巴文物，亦向員工徵求前線故事及口述歷史，並把故事錄製成影片於網絡分享。九



台下參加者於答問環節反應熱烈

巴並與著名香港歷史作家高添強先生合作出版新書《九巴同行八十年》，以及於書展舉辦大型閱讀講座活動；另外與歷史博物館合作展出古董巴士及一系列巴士文物及口述歷史故事，吸引逾十三萬人參觀。展覽開幕首日，香港郵政推出「香港巴士」限量主題郵票；九巴更開放了車廠供二百多間學校及團體參觀；於「新倫敦巴士」訪港期間，特別安排它與九巴古董巴士「烏嘴狗」進行「世紀會面」；所有活動都得到持份者、公眾、巴士迷及遊客的熱烈支持。

借力策略伙伴 充份利用媒體

在分享會的尾聲，Vivien表示80週年一系列活動的時間分配十分重要，如時間分配不當，更好的構思都未必能達到最大的效益。另外，由於九巴的活動預算並不高，Vivien表示籌辦活動時需步步為營，與策略伙伴合作和充份吸引新、舊媒體資源作廣傳媒界可算是成功因素。九巴的策略伙伴如香港貿易發展局、歷史博物館、旅遊發展局



Vivien (中) 與一眾 PRPA 委員會成員合照

及香港郵政等皆擁有龐大公眾支持，結合策略伙伴的傳播渠道傳遞訊息能大大提高成效；在現今資訊發達的時代，利用社交媒體宣傳活動可謂不可或缺，但同時亦不能忽略舊媒體，龐大的九巴車隊是最大的流動宣傳平台，更能配合九巴之形象。九巴亦在所有活動上招收「九巴之友」義工隊成員，為持續發展增添新力軍。 ➡

締造互利雙贏的媒體關係

本會應香港中文大學專業進修學院50周年籌委會的邀請，攜手舉辦兩場與公關行業相關的公眾講座，5月份舉辦了關於推行大型活動的公關管理及技巧講座；第二場於6月17日舉行，邀請了本會執行委員會（培訓及活動）成員李少媚女士（Clara）與大家分享建立媒體關係的心得。

知己知彼 熟悉傳媒操作模式

現今傳媒競爭激烈，選取題材的方法亦不如以前。從前，選材會考慮事件的新聞價值或公眾利益；現在，新聞題材不一定由報社主管決定，編輯與讀者的權力互換，透過互聯網或Facebook和WhatsApp等工具迅速相傳及討論的事件隨時成為新聞，先進科技促使讀者在主導新聞題材上扮演一定角色。

互聯網也改變了新聞報道的模式，現在媒體都會發佈「即時新聞」，因此「秒秒鐘是deadline（截稿線）」，新聞報道已變成24小時不停運作，如果那是負面新聞，更隨時成為headline（頭條）。報章不只是文字媒體、電台不只限於聲音、電視媒體不僅是畫面，資訊多媒體化已變成常態。

互聯網的普及造就網絡媒體的發展，香港有多個網絡媒體，如社會記錄頻道、香港獨立媒體、熱血時報、立場新聞、852郵報等等；Clara提醒大家不要忽視網媒對社會的影響力。

了解需求 準備合適新聞材料

公關人員若要增加故事見報的機會，必須先知道傳媒需要什麼。翻開大部分報章的頭版，圖多字少已成趨

勢。Clara認為頭版故事須具備三種基本成份：故事充滿動感、人物特別及內容獨特。若要使故事更吸引，需考慮是否有視覺效果或者背後鮮為人知的細節。我們要了解媒體的需求，明白如何從故事中找出讀者有興趣的角度，見報的機會自然提高。

新聞材料備妥後便要選定合適的媒體來發放訊息，Clara以一個環保團體推廣蝴蝶保育區為例，該團體要與大眾分享其保育區內美麗的蝴蝶，提供一般鏡頭未必能捕捉的蝴蝶動態，向報章或電視媒體推介，由於蝴蝶的美態不能以聲音表達，電台未必是推介的目標媒體。Clara也建議大家應多閱讀報章，熟知各媒體的風格，便能選取合適的目標傳媒及刊登版面。



▲ Clara 與大家分享建立媒體關係的心得

建立關係 應對媒體首要尊重



除了公關從業員，出席者還包括來自不同行業、對媒體關係有興趣的人士

接著，Clara向大家分享傳媒溝通的秘訣。公關人員必須尊重傳媒工作，明白編輯自主、新聞自由的價值，例如於訪問後不應向記者要求審閱稿件，亦不應試圖以廣告來換取關於公司正面報道。另外要注意發放新聞消息的日期，避免與重要的新聞活動撞期。Clara建議面對傳媒查詢應盡可能回答，且不應拒絕接聽記者的來電。建立良好的傳媒關係，彼此之間的信任非常重要。

Clara也提醒大家一個基本原則，面對媒體不要說謊，

千萬不要低估記者搜尋資料的能力，否則後果不堪設想。

最後，Clara以細水長流來形容與媒體的關係，即使記者查詢與企業無關的問題，亦可盡量幫忙；能夠適時提供有用的資訊予記者，並時常主動發放最新的消息，才可與媒體保持長期、互利的關係。 ↔

《公關服務名冊》助拓展商機

PRPA一直致力推廣公共關係的專業地位，鼓勵及促進業界交流。我們將於本會網站增添《公關服務名冊》，邀請有關的服務及產品供應商加入名冊，增進業界對各種相關服務的認識，藉此促進行業發展。

我們的會員來自不同界別，包括政府機構、公共服務、本地或國際企業及公關顧問公司。透過加入服務名冊，供應商可提升公司知名度，拓展商機。

我們計劃於今年內正式推出名冊，歡迎與公關行業相關的服務供應商參加。首批加入名冊的供應商更可享月費\$500或年費\$2,800的優惠價，讓公司名稱刊載於PRPA網站的《公關服務名冊》上，及公司網站免費超連結於PRPA網站。

如欲查詢或參加，請與本會高級行政助理 Liz Ng (administrator@prpa.com.hk) 或行政助理 Mani Huen (enquiry@prpa.com.hk) 聯絡。





執筆之際，鉛水問題仍然困擾著香港。由於問題牽連甚廣，除了處理問題根源及協助居民解決燃眉之急外，如何有效地與各持份者溝通及處理資訊發放，亦是公關工作的一大挑戰。作為專業的公關人員，準確掌握資料和發放時機固然重要，當中如何與公眾的期望接軌也不容忽視。現今社交媒體的普及，使任何消息，無論屬實與否，都很容易在短時間內急速散播。稍有不慎，隨時使危機難以收拾，但處理得宜，其實也可以轉危為機。我們於早前舉行的《公關公義》講座，正好談及這個議題，從利教授及業界朋友的分享，看到了公關工作的社會責任。

在過去數個月，我們亦有幸邀請到資深傳媒人黃永先生（Vincent）、香港公共關係獎得獎公司新世界發展及九巴，主持午餐講座，分享不同的公關致勝之道。Vincent傳授的電台訪問技巧，由事前準備到即時應對也涵蓋，令不少在場的公關朋友聽得津津樂道，在此感謝Vincent的精彩分享。新世界Maria及九巴Vivien的分享更向業界朋友道出了公關工作在企業社會責任、持份者溝通及活動策劃方面的重要性及成功因素。感謝她們在百忙中抽空支持。

還有約兩個月便是PRPA舉行二十周年活動的日子。籌委會經過近半年的策劃及預備工作，研討會及業界調查現已進入衝線階段。我們十分感謝支持今次研討會的各位重量級講者、贊助公司及支持機構，以及合辦業界調查的恒生管理學院。有關的調查結果亦將於10月23日的研討會中公布。二十周年活動的詳情已載於PRPA網頁 www.prpa.com.hk。期望屆時跟大家見面！

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。

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

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
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