

## PRPA 講座

## 趙應春教授分享公關與傳媒互動 DOs &amp; DON'Ts

**公**關界與新聞界的關係密不可分。在瞬息萬變的社會中，如何建立有效的傳媒關係必定是每位公關從業員所關心的議題。在新聞界工作超過四十年的趙應春教授，早前與PRPA會員分享了他對公關與傳媒關係的看法、面對危機的實用策略、以及傳統媒體和新媒體發展的注意事項等，令一眾參加者獲益良多。

## 公關與傳媒是敵是友？

每天與傳媒打交道的公關從業員，既要主動聯絡傳媒，協助企業宣傳，同時亦有機會面對無法預期的公關危機，成為傳媒的追訪對象。究竟兩者的關係是朋友，還是敵人呢？趙應春教授認為兩者的關係很微妙，有時是朋友，有時是敵人，很視乎報道性質和內容。

從好的方面看，公關與傳媒的關係是「互惠」，公關為傳媒提供新聞資訊、話題及人物，傳媒亦得到一手消息作報導。但無可避免的是，公關與傳媒亦有關係緊張的時候，尤其當有不利企業的消息傳出，公關希望有正面報道及維護企業形象，會向媒體落廣告，而這對傳媒機構的廣告收入來源也十分重要，此時報道的壓力就落在編輯部門身上：應否在編輯時考慮商業利益？傳媒機構的生存重要，還是編輯自主的原則更重要？底線在哪裡？面對種種棘手的問題，趙教授認為，每個新聞主管的判斷的不同，底線亦不一樣，不一定要為利益而投降，最終要相信及尊重專業判斷。



▲ 趙應春教授分享他對公關與傳媒關係的看法。

## 良好關係始於互相了解

公關和傳媒要各取所需，就要了解彼此的崗位與需要。例如作為公關，要明白公關與記者的想法不同，當你想取得媒體報道時，除了要從公司角度出發，亦要考慮內容是否有新聞價值。只懂得急於交功課給老闆，而不懂得面向傳媒與公眾的話，就不是稱職的公關。此外，部分記者可能對公關有負面看法，認為公關只懂得維護公司名聲，有時踩了新聞自主的紅線。記者們未必需要去了解公關工作，但公關人員務必了解記者的工作，明白新聞稿和傳媒報道有不同寫法。正如趙教授所說，媒體關係絕非一朝一夕，需要長時間建立和經營。



▲ 趙應春教授、PRPA會長許翠鳳女士、恆大傳播學院院長曹虹教授及PRPA委員合照。

## 危機當前，發言人顯功力

現今的網絡力量不可輕視，網民可以毫無顧慮發表意見，而主流媒體亦比以前更多引述網民提供的資訊。當企業有負面消息在網絡世界發酵的時候，很容易就會一傳十，十傳百，仿如雪球般越滾越大。趙教授指出，公關與傳媒關係的一大考驗就是在面對危機的時候，要應付危機，企業最好安排發言人發佈消息，而發言人的角色舉足輕重，既可建立亦可摧毀與傳媒之間的關係，影響整件事的氣氛和走向。過去的新聞事件中，不少發言人均發揮至關重要的角色，令人留下深刻印象，例如衛生署的張竹君醫生、警方的「4點鐘許Sir」、南丫島沉船及城市大學天花倒塌事件的發言人等。



趙應春教授在新聞界工作超過四十年，現正於香港恆生大學任教。

作為發言人，必須有說服力，要「熟書」，清楚知道自己講什麼，而且要用簡單直接的方式去說明，避免官腔。發言人更要展現有同理心的一面，更理想是可以有適用“Sound Bite”，讓傳媒可引用。此外，發言人亦要有心理準備需要應付比較進取和敵對的媒體，而「誰人問責、誰人辭職、如何賠償」等問題亦需有直接而得體的答案。

## 媒體碎片化，必須與時並進

現今逐漸出現媒體碎片化的現象，公關從業員該如何同時應付傳統媒體與新媒體？趙教授認為，傳統媒體與新媒體不一樣，企業很難期望訊息可以發放到所有媒體並得到報導，有些消息傳統媒體會報道，但新媒體未必會。而且在面對危機時，以往公關人員可以運用自己的人脈，減低媒體的攻擊力，但現今媒體碎片化，公關只能咬緊牙關，發表澄清聲明，以表達公司立場及回應事件，平衡對立意見。



趙應春教授與PRPA會員的大合照。

## PRPA 講座 媒體變革 建立連繫為上策

**社**交媒體急速發展，既改變了我們的生活習慣，亦顛覆了市場的宣傳和銷售模式。PRPA早前邀請到香港互動市務商會會長司徒廣釗先生、Photoplay創辦人余嘉豪先生、社交媒體顧問呂贊柱先生、Hungry Digital總監梁志成先生，與我們分享社交媒體的最新趨勢，以及如何更有效利用不同社交媒體平台作宣傳及銷售渠道。

### 數碼變革 — 著重互動、連繫、匯合

香港互動市務商會會長司徒廣釗先生(Ralph)指出，過去二十年營銷媒體不斷變革，由以往依賴電視、電台及報刊等的「大眾傳播」年代，逐漸過渡成「個人化」時期，即有互聯網、流動電話及搜尋器的出現，現在則演變成「群體傳播」階段，著重在社交媒體的聯繫及參與。Ralph鼓勵大家要擁抱改變，不論時代更替，內容始終最為重要。他又提到在數碼營銷有“5C”要特別留意，分別是客戶 (Consumer)、社群 (Community)、內容 (Content)、通訊 (Communications)及商業 (Commerce)。而在“5C”當中，最重要是認清不同渠道的特性，從而進行「整合」。他以美贊臣為例，該品牌以Facebook page 作為宣傳渠道，Facebook 及 Wechat 的 chatbox 為客戶關係管理途徑，並以提



（左至右）呂贊柱先生、梁志成先生、余嘉豪先生、司徒廣釗先生，向PRPA會員分享社交媒體趨勢。

供支付功能的Wechat進行產品銷售。

### 電子商貿 形勢大好？

社交媒體顧問呂贊柱先生(Jansen)提到，去年疫情初期，市場普遍認為是電子商貿大展拳腳的好時機，然而過了一年，疫情尚未緩和，但電子商貿的發展並不如市場預測般理想。當中的原因就是大家對私隱上的顧慮。Jansen引用電影《願者上網》(The Social Dilemma)的對白說明此情況，「如果你沒有花錢買產品，你自己就是產品」。他進一步舉例指，現在人人也可以免費使用Facebook，但其實不是真正「免費」，因為Facebook會收集大家的資料及瀏覽習慣，而品牌可透過相關資料及數據在Facebook針對性地推廣告，讓Facebook 用戶因經常瀏覽相關廣告以購買其產品，而廣告收益是Facebook的重要收入來源，故此用戶變相以另一方式向Facebook「付費」。



講者與PRPA委員合照。



▲ 講座中提及利用應用程式追蹤用戶偏好的科技。

除了電子商貿的形勢外，Jansen亦談及「社群」在社交媒體中的重要性，而不同的社群亦可以有合作的空間。他以Youtube上的「哲學有飯開」節目為例，看似風馬牛不相及的飲食平台及哲學頻道合作，原來可以擦出無窮火花，更可以互相吸引對方粉絲，從而擴大粉絲群。

## B2P年代 建立關係最重要

相信大家對“B2B”(Business-to-Business)及“B2C”(Business-to-Consumer)不會陌生，Hungry Digital總監梁志成先生(Rudi)就提到現在是“B2P”(Business-to-People)的時期，建立互動關係在數碼

營銷中更為重要。他指出，以往品牌衡量宣傳成效，主要以銷售成績為指標，但是現在除了看銷售成績之外，更著重客人有沒有在社交媒體中，以用家身份留言，給予正面評價，從而建立口碑及品牌忠誠度。Rudi又提出，品牌邀請與該行業相關的Youtuber或KOL作宣傳，可能比邀請大明星更有成效。例如，運動或瑜珈品牌可考慮邀請擁有超過150萬Youtube追蹤者的Coffee宣傳，因為她的追蹤者正是品牌的潛在客戶，並能以該社群常用的語言及表達方式作宣傳，更能切合客戶的需要。

## 宣傳短片 故事是精粹

在社交媒體中，短片是重要的宣傳工具之一。Photoplay創辦人余嘉豪先生提到，拍攝宣傳短片時，不管短片的長度，要緊記內容必須圍繞當中的故事(Story)，切忌集中在硬性推銷。他亦提到，一段短片的誕生需要經歷不同階段，包括前期、製作、拍攝及後期等，不同類型的短片可能在不同階段上有不一樣的發揮。例如有些短片要求前期工作要準備得精準及很仔細，但有些短片在製作或拍攝時容許有更多空間創作，拍攝者需要「睇餸食飯」，創作多元化的短片以吸引網民的眼球。



▲ 嘉賓與當天出席的PRPA會員大合照。

## 可持續發展—從咖啡看公平貿易

PRPA在7月30日舉行可持續發展系列的活動—公平貿易及工作坊，由PRPA執行委員會會議事務召集人、香港公平貿易聯盟總幹事張一心女士講解公平貿易與可持續發展、企業及個人的關係，並在講座後的「咖啡渣紮染工作坊」，與會員一同製作環保手帕。



張一心女士在講座中向PRPA會員介紹「公平貿易」。

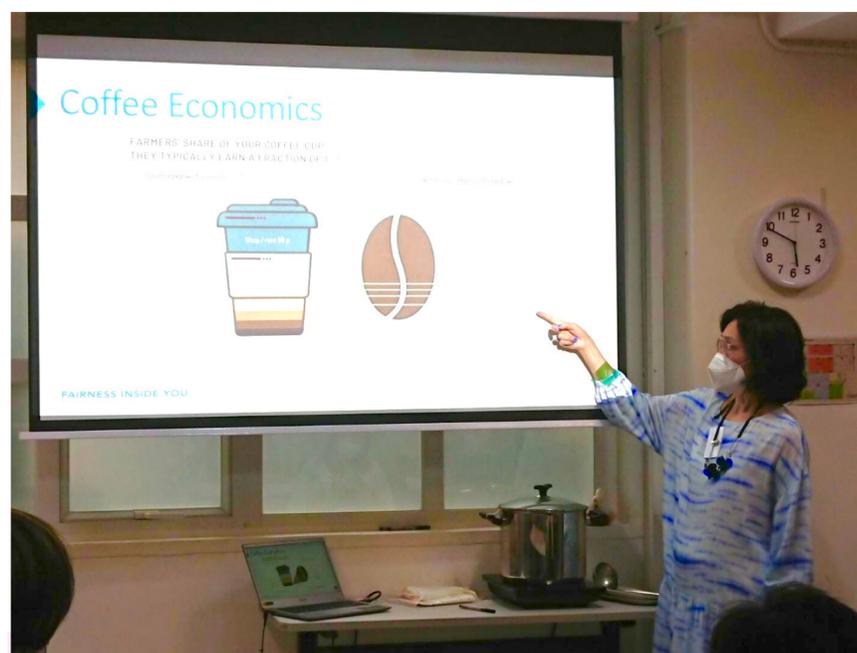
### 「不公平」的咖啡

你可知道一杯價值三、四十元的咖啡，有多少收益是回到種植咖啡豆的農民手中？答案是：不足兩元。消費者所花的金錢，往往都用了在租金、員工、稅收及商家利潤等，而在生產過程貢獻最多勞動力的人，卻未能得到合理的報酬。因此，在世界各地有不少人正倡議公平貿易，在香港亦不乏有心人，嘗試建立更符合「公平原則」的消費模式。

### 公平貿易是什麼？

上世紀全球貿易快速發展，商家和企業紛紛往發展中國家尋找更便宜的原材料、人力和廠房等等。全球貿易鏈雖帶動了不同地域的經濟發展，卻也讓勞動人口更嚴重被剝削。而「公平貿易」正正是提倡

一種建基於對話、透明和尊重的貿易夥伴關係，期望貿易更符合公義、可持續等原則，同時改善生產者（如種植咖啡豆、棉花等的農民）的生計。



張一心女士解釋「咖啡經濟學」。

「公平貿易」亦配合聯合國於2015年提出的17項「可持續發展目標」(SDGs)，例如「消滅貧窮」、「體面工作和經濟增長」、「確保永續消費和生產模式」等。公平貿易在上世紀末已在西方國家流行，2000年後亦開始傳入香港，現時購買公平貿易產品變得更容易、方便。響應公平貿易，就等於成為這個全球運動的一份子，為人類的未來出一分力。

## 物盡其用—咖啡渣變藝術品

聽畢張女士精彩的分享後，參加者便有機會親自動動手，在「咖啡渣紮染工作坊」中，實踐廢物升級改做。製衣業在「最浪費水的工業」中位列第三，更帶來不少污染問題；而咖啡渣則是我們隨手拋棄的廚餘，原來可以用作天然染料，為手帕添上獨特的啡黃色！

首先，以橡筋紮起白色手帕，被紮起的部分便不會碰到染料，成為漂亮的花紋。然後，把手帕浸



▲ PRPA會員一同學習咖啡渣紮染方法。

在已加入咖啡渣的天然染劑之中，最後清洗、晾乾，獨一無二的手帕便完成了！

## 改變世界—由個人做起

從購買公平貿易產品到廢物利用，這些看似微不足道的小習慣，久而久之，終會帶來巨大的影響力。要解決「貧窮」、「不公平」、「環境污染」等問題，且從我們日常中的一小步開始吧！



▲ 張一心女士與活動參加者一同製作環保紮染手帕，展示漂亮的成品。

## 專欄：大江南北走一走 走在大數據人生上

作者：PRPA內地事務主任關月嫦女士

前些日子，林子祥受邀空降在中國大陸湖南衛視大型音樂互動綜藝節目，一曲《數字人生》受到眾多網友歡迎。其中幾句歌詞「憑號碼來認識你的IQ、你的身家、你的體魄、你的一切，人與數字有許多怪事」可以看到每個人跟數字的緊密關係。《數字人生》這正好形容現在的熱門話題：大數據。

在北京、上海以至二三線城市，走進餐廳吃飯，許多時都需要首先關注該店，才能進入其店的手機小程序點菜，從選擇用餐人數、餐具到買單！你這次光顧用餐的足跡完全數據化，吃什麼，多少個人吃，在那裡，時間、地點、認識……數據收集，使做老闆的，一目了然！

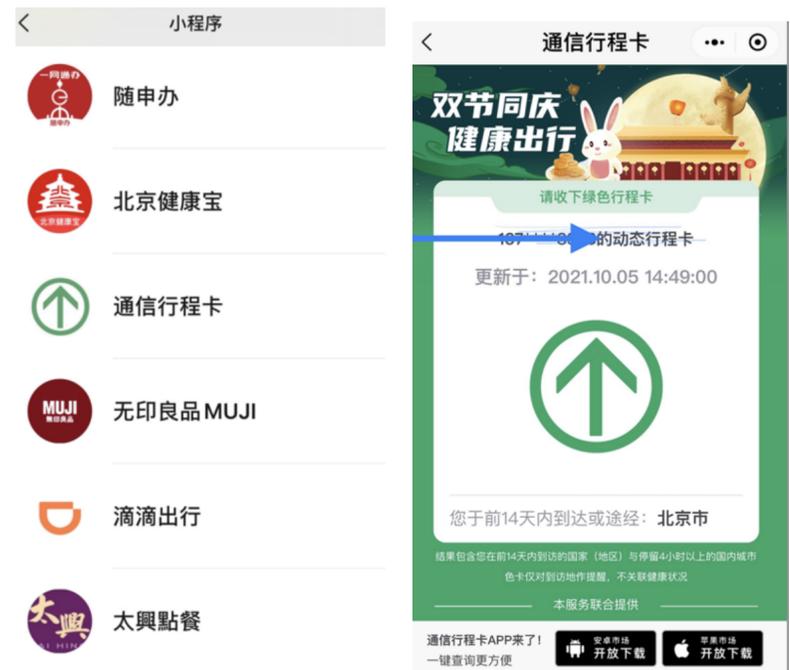
根據維基百科，大數據的定義如下：

大數據，指的是傳統數據處理應用軟體不足以處理的大或複雜的數據集的術語。大數據也可以定義為來自各種來源的大量非結構化或結構化數據。從學術角度而言，大數據的出現促成廣泛主題的新穎研究。這也導致各種大數據統計方法的發展。大數據並沒有統計學的抽樣方法；它只是觀察和追蹤發生的事情。

（維基百科）

走訪內地多位IT及市場推廣專才，對大數據給出許多亮點，它不單影響許多商業生態，實際上也是另一個世界——如何「變現」，為人們開拓出許許多多的新機遇！

隨著以下幾個原因，大數據年代的發展及出現，在世界各地掀起一浪又一浪的生活、商貿新常態！



1. 智能手機及3G、4G 網絡出現，並迅速增長
2. E-commerce 高速發展
3. 大眾接受力強，好像「方便快捷」比「個人隱私」顯得更重要！

在中國大陸就是急劇成長。今年暑期回大陸，在上海隔離，每一道關卡都需要使用手機上微信「小程序」，各地「二維碼」自己本地名字，它使人們如同在遊戲機里一樣，標注了集中隔離、逗留過的各個城市、上下飛機高鐵、出入不同酒店或者商場大廈！每個足跡，相信後台都一目瞭然！

常常心想這實在麻煩，有點像「芝麻開門」的故事，下載相應小程序，登錄，在每項登記好個人資料，提交檢測報告以及旅遊信息，等待批示，黃碼變綠，方可上機！

但是細想，在疫情期間，這「綠碼」對管理這麼多的旅遊人士，追蹤人群流動，追蹤確診病人及緊密接觸者，實在有效用！人手檢查審批，和通過手機來辦理，你喜歡選擇哪一種方式呢？

演唱會

CONCERT

文娛活動

ENTERTAINMENT

# 非展覽活動

# 租用展覽廳可享 **65折**

## 35% Discount on Exhibition Hall Rental for Non-exhibition Events

產品發布會

PRODUCT LAUNCH

專業考試

EXAMINATION

會議 / 企業活動 / 典禮

MEETING / CORPORATE FUNCTION / CEREMONY

康樂活動

FUN DAY / STAFF EVENT

立即預訂  
BOOK NOW

**2582 1111**  
[booking@hkcec.com](mailto:booking@hkcec.com)

- 免費使用場地影音器材及傢俬
- 只適用於非展覽活動
- 預訂展覽廳1/3/5場地最少2,000平方米
- 只適用於活動舉行日期前三個月內的預訂
- 優惠有效期至2022年2月28日
- 不能與其他折扣優惠同時使用
- Complimentary use of in-house AV equipment and furniture
- Applicable to non-exhibition events only
- Licensing areas in Hall 1 / 3 / 5 of minimum 2,000 sqm
- Applicable for bookings made within 3 months prior to event date
- Offer valid till 28 February 2022
- Cannot be used together with other discounts



香港會議展覽中心  
Hong Kong Convention and Exhibition Centre

香港灣仔博覽道一號 1 Expo Drive, Wanchai, Hong Kong

[www.hkcec.com](http://www.hkcec.com) HKCECOfficial

香港會議展覽中心(管理)有限公司負責管理 Managed by HKCEC (Management) Limited

# 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。PRPA 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](http://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張一心 ([maria.cheung@prpa.com.hk](mailto:maria.cheung@prpa.com.hk)) 或行政助理禰敏妮 (Mani) ([enquiry@prpa.com.hk](mailto: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。



## 2021年執行委員會成員及增選委員



## 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（2021年6月至2021年9月）加入：

### 機構會員

Canon Hongkong Company Limited

### 專業會員

林泳恩

Shun Hing Group

(以姓氏或公司名稱筆劃/英文字母順序排名)

沙田中央郵政信箱 647 號

電話：9143-3997

網址：[www.prpa.com.hk](http://www.prpa.com.hk)

香港公共關係專業人員協會出版

## PRPA 顧問 Advisors

### 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

香港城市大學傳訊及媒體講座教授

### Professor Christine HUANG Yi-Hui

Chair professor of Communication & Media  
The City University of Hong Kong

### 關則輝先生

恒隆地產有限公司董事 - 集團傳訊及投資者關係

### Mr CF Kwan

Director - Corporate Communications & Investor Relations  
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

### 司徒廣釗先生

義務數碼傳訊科技顧問

### Mr Ralph Szeto

Honorary Digital Communication Technology (DCT) Advisor

### 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

## PRPA 榮譽主席 Honorary Chairman

### 崔綺雲博士

Dr Linda Tsui

## 執行委員會 Executive Committee

### 許翠鳳 會長

Agnes Hui President

### 黃慧娟、潘志蘊 副會長

Elin Wong, Teresa Pun Vice President

### 黃慧娟 義務秘書

Elin Wong Honorary Secretary

### 潘志蘊 義務司庫

Teresa Pun Honorary Treasurer

### 張一心 召集人, 會員事務

Maria Cheung Convenor, Membership Affairs

### 屈家妍 召集人, 傳媒關係及出版

Marina Watt Convenor, Media Relations and Publication

### 劉俊嫻 委員, 傳媒關係及出版

June Lau Member, Media Relations and Publication

### 黃希文 召集人, 培訓及活動

Sophia Wong Convenor, Training and Programme

### 李建樂 委員, 培訓及活動

Kevin Li Member, Training and Programme

## 增選委員 Co-opted Member

### 吳宛蓉、梁瑋淇、趙翠怡

May Ng, Kiki Leung, Tracy Chiu