

今期內容

- 第1頁 會長的話
- 第2-4頁 社會服務機構
公共關係論壇
- 第5頁 中國最佳公關案例大賽
香港參賽案例初選完成
- 第6頁 第三屆中大新聞獎
- 第7頁 上海、北京、廈門
我的公關「初戀」
- 第8頁 歡迎新會員

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

九龍巴士(一九三三)有限公司

高級執行董事

Mr John Chan

Senior Director

The Kowloon Motor Bus Co.

(1933) Ltd.

張樹槐先生

恒生銀行助理總經理

企業傳訊主管

Mr Walter Cheung

Assistant General Manager

Head of Corporate Communications

Hang Seng Bank

林黃碧霞女士

埃克森美孚香港有限公司

公共事務部一香港及華南

副總裁

Mrs Grace Lam

Vice President, Public Affairs

Share Services Centre - HK&S China

ExxonMobil Hong Kong Ltd

李少南教授

香港中文大學

社會科學院院長

Professor Paul Lee

Dean of Social Science

The Chinese University of Hong Kong

梁樹賢先生

義務核數師

Mr William Leung

Honorary Auditor

黃鎮南先生

義務法律顧問

Mr Duffy Wong

Honorary Legal Advisor

執行委員會 Executive Committee

譚彩鳳

會長

Eppie Tam

President

葉衛國

副會長

William Ip

Vice President

譚錦儀

義務秘書

Jenny Tam

Honorary Secretary

高玉桂

義務司庫

Cecilia Ko

Honorary Treasurer

黎淑芬、張家荃

培訓及活動

Angela Lai, Isabella Cheung

Training & Program

趙栢豪、譚錦儀

傳媒關係及出版

PH Chiu, Jenny Tam

Media Relations & Publications

林文鵬、陳志豪

會員事務

Roger Lam, Calvin Chan

Membership

會長的話

譚彩鳳



人員之基本功，正所謂妙筆生輝，一個好的宣傳主題、口號或品牌，都是致勝的先決條件。

2008年對中國公關界同樣值得振奮，因第十八屆世界公共關係大會將於2008年11月13至15日在北京友誼賓館舉行。大會由國際公共關係協會 (IPRA) 及中國國際公共關係協會 (CIPRA) 組成籌委會，並由IPRA 主席 Robert Grupp 及CIPRA 會長李道豫擔任籌委會共同主席。這兩件盛事正好反映中國在國際舞臺上扮演著舉足輕重的角色。

再過不足一個月，又到春節，在此先預祝大家「新年新氣象 今年勝往年」。近年，假日經濟成為國內一股強勁的消費動力，香港經濟亦受惠於內地居民的旅遊熱

潮。去年底，國務院通過取消五一黃金週，取而代之是增加三個新的假期，即清明、端午和中秋，加上週六和週日，形成三天連假。作為短線遊的香港，能否從而得益，便需拭目以待。

香港一直被視為購物天堂，購物是內地旅客來港的首要節目。許多內地旅客都表示在港購物，名牌選擇多、產品較新穎、價格亦相對便宜，因此對香港的品牌及商戶都較有信心。單憑這一點，可見品牌的建立和企業的商譽之重要性。

基於此，本會於2月23日將舉行「一個品牌的誕生」研討會，作為迎接鼠年的首個重點活動，屆時將有多位專家與業界分享一些成功個案。二月份另一個重點活動是於2月29日舉行的廣州交流團，這是本會首次出訪廣州，將與當地業界分享珠三角地區的寶貴公關經驗，請各位踴躍參加。☒

籌辦廣州考察團

陳燕玲

本會將於2008年2月29日至3月1日(星期五、六)組織代表團到廣州進行考察及交流，擬訪問單位為廣東省公共關係協會、內地本土公關公司、國際性公關公司廣州分部、中山大學、高新科技企業及其公關部門等。

廣州市為廣東省省會，向來都是內地南方的經濟重點，與香港各界往來頻繁。我們相信這次訪問和考察，必定能加強兩地公關業與媒體及相關人員的交流。

有關詳情及報名安排，將於稍後公佈。☒



社會服務機構公共關係論壇2007 — 轉危為機

葉衛國

本會與香港社會服務聯會攜手於十一月合辦了一個探討危機處理的論壇，邀請多位公關界別的資深從業員演講，與眾分享經驗，了解公營機構與私營企業如何裝備自己，面對隨時出現的危機。

論壇在灣仔社聯的大禮堂舉行，反應非常踴躍，與會者超過一百五十人。演講嘉賓包括（按出場序排名）醫院管理局機構傳訊總行政經理潘啟迪、基督教香港信義會企業傳訊經理林兆秀、領匯管理有限公司企業傳訊主管繆美詩、長者安居服務協會總幹事馬錦華、新創建集團有限公司企業傳訊總經理關則輝及香港保護兒童會總幹事蘇淑賢。論壇由本

會會長譚彩鳳主持。

社聯總幹事方敏生於論壇上致開幕辭表示，社會服務團體亦要應付不同的危機，界別中越來越需要專職公共關係的同工。目前，不少社工其實也兼負公關的任務。她感謝本會與社聯合作舉辦此活動，提供互動場合，彼此分享危機處理的心得。

會長譚彩鳳說，能與社聯合作是本會的榮幸。今天，普羅大眾都期望各類機構能提高透明度，迅速回應，以大眾利益為重。在這方面，公共關係擔當重要的角色。從好的方面看，這種趨勢為公關從業員提供了更多就業機會，正好回應論壇的主題「轉危為機」。



論壇講者，左起為林兆秀先生、蘇淑賢女士、潘啟迪先生、馬錦華先生、繆美詩女士、譚彩鳳女士（主持）及關則輝先生。



超過150人出席論壇

論壇上，各位講者都認同居安思危，作最壞打算，是面對危機的良策，甚至要積累形象戶口的本錢，以減輕危機帶來的殺傷力。看來，宋代文學家范仲淹

說「先天下之憂而憂，後天下之樂而樂」，正是公關從業人員的寫照。

論壇實錄

不少人事無大小都稱危機，對人說每天都要處理危機，這個看法是錯的。如果每天都有發生的事，就是日常工作，不是危機。

醫院管理局機構傳訊總行政經理潘啟迪有感而發，道出算得上是重大危機的兩個條件：一是天災，例如加州大火，災區面積廣

大，更涉及人命傷亡，演變成危機；又如SARS爆發，當時醫護人員束手無策，不知該如何醫治。這種人類不能控制的災禍，就是危機。二是人禍，這也是最大最麻煩的。出了事，處理失當就會出現危機。關鍵就在於經驗問題。

公關人員代表機構與內外溝通，必須清楚機構的立場，出了事才去想就太遲了。所以，潘啟迪鼓勵同事及早想清楚，機構與員工扮演甚

有危多數無機，如果有，是好彩。有難，只望大事化小，小事化無；有機，是天賜！



潘啟迪

麼角色，機構給人甚麼印象，還有用甚麼態度方法處事。萬一危機出現，就沒時間再想了。

他說，當記者來了，要求採訪，便要有心理準備，來者不善。傳媒擺出的姿態總是發揮監察作用，揭露內幕；但亦有個別人士另有用心。有時候，記者早已有腹稿，或懷有既定的目的。公關人員須了解對方的來意，如果是為公眾利益，便應全力配合，但若為了個人或個別傳媒機構的利益，便應採保護態度。

向公眾披露的必須是事實，但要盡量減低對機構的損害。潘啟迪表示大家應以客觀態度想想，如何向公眾交代事實，同時亦可維持機構的存在價值。

潘啟迪說，對外發放信息

時，須考慮三個形勢：如果公眾普遍接受的，便發放正面信息，加強公眾信心；如果公眾接受不一，便須盡快傳達準確有用的資訊；如果公眾不會接受的，便要審時度勢，量力而為了。

他亦列出面對公眾或傳媒如何能知己知彼，共存共榮的九大點：

1. 了解公眾心態及看法
2. 了解承認自己的局限及不足
3. 充分掌握資料及數據
4. 清楚事件人物細節
5. 建立互信及尊重
6. 減少對抗及針對
7. 聽取及接納不同意見
8. 清楚傳達及重覆主要信息
9. 直指及處理傳言及謠言

溝通不足變廉價勞工



林兆秀

基督教香港信義會企業傳訊經理林兆秀回應時，提及一宗曾發生於信義會的風波。二〇〇二年，該會舉辦「生命天使計劃」，鼓勵市民關心身邊的人，珍惜生命。活動得到公眾認同，踴躍參與，傳媒亦合作報道。

不料，十月份有一次由

商業機構贊助的活動卻出現了危機。該收費活動在會展舉行，信義會是受惠機構。籌備活動時，會方亦有安排義工幫忙。準備大會資料時，涉及一份商業性質的單張，有義工感到不滿，讓傳媒知道了。結果惹來了兩份大報的重點報道，稱生命天使義工投訴成為廉價勞工，更受當時的電台節目「風波裏的茶杯」追擊。

信義會了解箇中原因後，得悉會方與義工溝通不

足，令個別義工感覺不舒服，但事件並無造成傷害。於是，信義會面對傳媒時承認溝通不足的過失，交代如何避免類似事件再發生，並向有關義工公開道歉。

林兆秀說，會方利用不同的途徑發放信息，包括向義工逐一解釋，向合作夥伴交代，以網頁及電郵發表聲明。他表示，處理風波時，切記減少與傳媒角力，免生矛盾。

您的戶口有多少本錢？

記得有一年春節，迪士尼樂園爆滿，為保障公眾安全，樂園不許群眾繼續湧入，關上大閘。繆美詩的一位朋友當日沒有去迪士尼，去了海洋公園。那邊來者不拒，入場後，遊客才發覺現場過分擠迫，深感不安全。

結果，翌日的傳媒報道一面倒攻擊迪士尼，海洋公園幸免於難。為甚麼？

領匯管理有限公司企業傳訊主管繆美詩說，機構與傳媒建立良好關係，不是一朝一夕的事，要慢慢積累。就如銀行戶口一樣，企業必須在商譽戶口中儲備積分，一旦出現危機，也不會太傷。銀行出危機，存戶便會排隊提款；企業出危機，門外亦會有人排隊，他們就是傳媒。

機構企業平時對傳媒不好，不合作，遇到危機時，情況只會加劇。繆美詩說，香港的傳媒記者習慣互相駁料，資料共享，角度也比較一致。商譽戶口本錢不足，便會引發一



繆美詩

窩蜂式的報道，放大危機，產生雪球效應。

領匯經常是公眾的焦點，也是傳媒追擊的對象。繆美詩說，有很多危機是可預見，但不可避免的，所以只能裝備，減輕危機帶來的殺傷力。譬如，領匯曾推行一次重整前線人員計劃，包括招聘逾千名客

戶服務大使，以及取代若干現有員工的安排。公司得悉工會正醞釀行動，於是搶先在工會開腔之前，先給公眾了解實情真相，並舉辦招聘活動，好比處於被動，

待事情發生後才澄清。

繆美詩還強調一點，有事情要講，就一次過說出來，如果沒有講，就以後也不要講，以免予人有事隱瞞的感覺，尤其是負面消息，這只會令事件延長，變成連續劇。

建立傳媒關係以保平安



馬錦華

長者安居服務協會總幹事馬錦華回應時，亦贊同商譽好比銀行戶口的說法。他同意公關人員應與傳媒合作，協助搜集信息，提供事實真相。然而，在某些情況下，社福界的價值是不可違背的。

他表示傳媒喜歡用個案報道，但遇到這類要求時，社福從業員亦要考慮受訪者是否同意接受訪問，個案報道會否產生標籤作用。

馬錦華記得三年前的十月二十三日下午三時，一名

老人昏倒家中，家人投訴按了平安鐘也沒反應。於是有記者前來馬錦華的辦事處，有大興問罪之意。查問之下，原來提供平安鐘服務的共有三家機構，該位老人家並非馬錦華的客戶。

但馬錦華說，這並非等於事不關己，因為平安鐘服務投訴，足以影響大眾對整個業界的信心。因此，他亦趁此機會，告訴記者長者安居服務協會如何定期檢測系統，確保無誤。提供額外有用的資訊，亦是與傳媒打好關係的手法。



新創建集團有限公司企業傳訊總經理關則輝從事公關工作二十年，曾任職國泰航空、新巴等機構，處理危機的經驗自然數不勝數。

關則輝認為，防患於未然是危機處理的良策。他說，公司應做好風險審計，看清楚在人事、運作、災難、意外等可能出事的機會，作最佳準備，作最壞打算。正如孫子兵法所謂，勝兵先勝而後求戰，敗兵先戰而後求勝，與危機交戰，如要克敵制勝，必先作好準備，提高戰勝把握，方可出擊。

危機一旦發生，能否有效溝通是關鍵，所以關則輝與同事身上隨時攜帶一份通訊名單，列出公司管理層、政府部門、各後勤支援及傳媒的電話號碼，甚至花店的聯絡號碼也包括在內。他說，新創建旗下機構經營巴士業務，交通事故在所難免。無論誰對誰錯，公司總會向意外的傷者致送花籃，以表關心同情。這亦是建立公司正面形象及信譽的好方法，縱使法律顧問或會反對，但仍須在人情與法理之間取得平衡。談到處理危機時，他引述前紐約市長朱利亞尼的說法，不要over promise and under deliver，否則會影響公信力。所以管理期望制定目標必須小心。

關則輝認為，坦誠溝通是化解危機的必備條件。他以港大校長涉嫌干預學術

作最佳準備，作最壞打算

自由的鍾庭耀事件為例，說明處理危機「少講為妙」並不明智。當時港大校長因處處逃避採訪，拒絕回應只會令人覺得有事隱瞞，引起學生不滿。翌日，校長終於答應會見學生，卻是隔著鐵閘與學生代表對話，形象大受損害。

他亦引證星展銀行如何迅速化解保險箱錯誤被毀的風波（有關事件詳情，可參閱譚彩鳳在本會十周年特刊第111頁的撰文），以及在九鐵兵變事件中，田北辰如何獨自面對傳媒，處處維護同事，絕談管理層的不是，更強調自己只想提高公司的透明度，改變公司文化。反觀對方卻拿不出主席如何影響業務運作的證據，公開「曬馬」行動反而在中國人社會中產生不良形象。結果，田北辰以弱者姿態得到公眾的同情。

關則輝最後提到一宗青年由新巴上層連人帶窗墮下受傷的事故。事發後，當事人堅稱自己當時在座位上睡覺，傷者家人態度亦很惡劣，引致公眾懷疑巴士的安全。結果，新巴即時以全方位方式把事實傳達公眾，交代重檢所有同型號巴士車窗，證實安全，助傳媒了解真相。另



關則輝

一方面，更設立二十四小時熱線尋求目擊證人。由於當事人的口供與事實相去甚遠，有正義感的證人終於來電說出真相，表示有人在巴士上「激玩」及撞向車窗，新巴遂鼓勵證人自行向傳媒透露及報警。真相大白，加上運輸

署的驗車報告證實巴士設計並無缺陷，公眾信心便回復過來。

最後，關則輝說，公關人員必須勇於面對危機，但EQ要高，縱使面對逆境，也不要上心。



前線社工亦要有危機意識

蘇淑賢

香港保護兒童會總幹事蘇淑賢回應時表示，前線社工亦要有危機意識。在意識到有危機之前，應及早與董事局溝通討論，在大原則上達至共識。該會以往面對傳媒，總是盡量不回應，甚至是正面信息也不發放。如今情況已有轉變，會方樂於與傳媒合作，建立關係，改善形象。

但她表示，回應傳媒須有既定的機制，例如是否有設立發言人制度，前線人員可否回答傳媒查詢，還是由負責人回答。此外，內部溝通至關重要，令各員工得悉可能發生的危機，並留意傳媒報道及事態發展。☒

第八屆中國最佳公共關係案例大賽 完成香港參賽案例初選工作

莫淑儀

第八屆中國最佳公共關係案例大賽香港案例參賽的工作，自2007年10月初開始至今，已進行得如火如荼。本年首次由PRPA負責在香港舉行的香港參選案例初審工作已於12月初舉行。評審小組經審慎評閱，決定了入選名單，向主辦機構中國國際公共關係協會推薦進入複審。

本屆入選香港案例數目較第七屆超過五成，參賽類別包括企業社會責任、文化體育、營銷公關、環境保護、品牌管理、社區關係、大型活動、政府及非營利組織、議題管理、企業傳播及內部公關等，內容豐富。入選案例參賽機構須於2008年1月25日或之前呈交案例報告書，讓大會評審團進行複審及終審，結果於2008年4月公佈。

頒獎典禮將於2008年11月在2008年世界公共關係大會期間在北京舉行，祝願香港參賽機構再創佳績。✳



本會執委林文鵬(左)致送紀念品予CIPRA副會長鄭硯農。

探訪CIPRA 促進溝通

林文鵬

PRPA與中國國際公共關係協會(CIPRA)於2003年簽訂了兩會的合作意向書，雙方在過去數年都有經常的交流和

合作。為了增強兩會的溝通，我在2007年9月到北京公幹時，特地以本會執行委員的身份前往CIPRA的總部探訪，得到CIPRA的常務副會長兼秘書長鄭硯農及辦公室主任張雙平的熱情招待。

新舊執委午餐聚會

在PRPA十二年的歷程中，不但推動了香港公關行業的發展，為會員及公關從業員提供不少交流的機會，也維繫了一群執行委員會委員的情誼。PRPA先後共有接近40位執委會委員。在2007年11月16日，新舊執委來了一次午餐聚會，席上彼此分享一些關於久違了朋友的消息，也欣聞又多了些執委長駐內地，面對新挑戰。期待大家很快又可再次聚首一堂！✳



我們探討了本會為第八屆中國最佳公共關係案例大賽在港澳地區徵集參賽案例的一些細節安排。鄭會長表示大賽的頒獎典禮會在2008年世界公共關係大會(IPRA World Congress 2008)期間舉行，而國家是非常重視這次北京舉行世界公共關係大會，屆時會由國家的高層領導人主持大會的開幕儀式。全球各地數以百計的公關界精英將會雲集朋友踴躍參加此盛會。

探訪期間我遇見CIPRA幾位年青的全職工作人員，看到這班朝氣勃勃的青年人，我可以感覺公關事業在國內的蓬勃發展。✳

第三屆中大新聞獎 表揚傑出新聞工作者

由中大新聞與傳播學院校友會舉辦的第三屆「中大新聞獎」，評選結果已於二零零七年十二月三日公佈，得獎名單見附表。

大會邀請到財政司司長曾俊華先生擔任頒獎典禮主禮嘉賓，曾司長表示：「『中大新聞獎』表揚了一些有傑出表現的新聞工作者，過去兩屆獲獎的新聞界從業員都是實至名歸的，而他們的高水準報道亦是獲得高度的評價。」

曾司長又認為：「中文大學新聞與傳播學院過去一直為香港的新聞界、公關和廣告界培養了很多人才。校友當中有不少更是業界的中流砥柱，他們為業界發展付出的努力是有目共睹的。美國有一個由新聞學院主辦的『密蘇里新聞獎』。多年來一直得到世界傳播界的推崇，希望『中大新聞獎』日後亦同樣可以發展成為一個載譽全球的新聞界獎項。」

中大新聞與傳播學院校友會幹事會主席張樹槐先生接受本刊訪問時表示：「今年新聞獎的參選人數超過40人，是歷年來最多的，而且參選者中有不少資深的新聞工作者，他們的作品質素非常高。」張先生是PRPA顧問之一。

今屆新聞獎的評審團由九位來自業界及學術界的評判組成。作為主辦單位領導人及評審團一員，張樹槐先生感謝各評判在百忙中抽出寶貴時間進行評審工作：「要他們在眾多優秀及高水準的作品中評分，實在要付出很多時間及傷透腦筋。」

那麼，張先生在評審過程中又有些甚麼體會呢？他表示：「有人批評今日的傳媒，多了煽情的報道，少了嚴肅的新聞。但從今次的參選作品中可見，有不少同業堅守崗位，

本著求真的精神發掘新聞，監督社會。我衷心希望今屆參選者求真的專業精神，能夠薪火相傳，讓我們可以在未來的新聞獎中，見到更多更佳的作品。」

他重申：「設立中大新聞獎的目標，是要表揚優秀的新聞工作者，並為業界樹立良好的榜樣，提升香港新聞工作者的專業水平。校友會在未來一定會繼續努力，為提升本地新聞工作者的專業水平，獻出我們的一分力。」

除張樹槐先生外，今屆的評審委員包括無線電視新聞及資訊部助理總



■(上)曾司長、籌委會成員及八位得獎者合照。
■(左)張樹槐先生致送紀念品予曾司長。



監袁志偉先生、亞洲電視高級副總裁（新聞及公共事務）關偉先生、《明報》總編輯張健波先生、《信報》總編輯陳景祥先生、《南華早報》Editor-at-Large楊健興先生、樹仁大學新聞與傳播學系系主任梁天偉教授、浸會大學傳理學院新聞系系主任黃煜教授、中大新聞與傳播學院院長蘇鑰機教授。✎

文字媒體

| 獎項 | 得獎人 | 代表作品 | |
|-------|-----|-------------------------|--------------------------------------|
| 專題組 | 大獎 | 《香港經濟日報》副總編輯兼總主筆 曾仲榮先生 | <中國國情第一課—解構胡溫新思維>前言及第一章 |
| | 優異獎 | 《蘋果日報》港聞版靜態組副採訪主任 陳沛敏小姐 | 「亞洲系列 (1-5)」 |
| 新聞報道組 | 大獎 | 《明報》港聞版首席記者 陳志偉先生 | 「Wi-Fi上網隨時泄資料，機場咖啡店「熱點」存大漏洞」 |
| | 優異獎 | 《南華早報》總採訪主任 陳旭權先生 | 「One sky, two air pollution targets」 |

電子傳媒

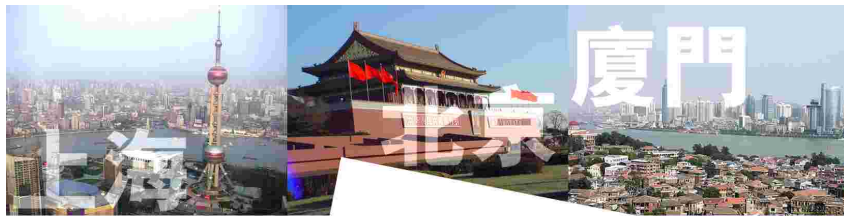
| 獎項 | 得獎人 | 代表作品 | |
|-------|-----|----------------------|--------------------|
| 專題組 | 大獎 | 有線電視中國組高級記者 呂秉權先生 | 「神州穿梭旖旎切胸之痛」 |
| | 優異獎 | 無線電視新聞及資訊部首席編輯 王玉娟小姐 | 「星期二檔案旖旎紙皮·銅鐵·零用錢」 |
| 新聞報道組 | 大獎 | 有線電視駐廣州記者站主任 林建誠先生 | 「追蹤走私魚」 |
| | 優異獎 | 有線電視新聞台總主播 張宏艷小姐 | 「日本·對談」系列 |

上海、北京、廈門

我的公關「初戀」

周月香

當 Eppie會長說，想找我寫一篇在內地公關工作的文章時，我很高興，因為很多事情可以說，後來發現很多東西根本不是與公關專業有直接關係的小事，但累積在一起又覺得對處理工作十分重要，思前想後，不如乾脆說是「初戀」，來得浪漫點又不會太嚴肅。畢竟，一年多的體會只是皮毛而已，真的像初戀——新鮮、好奇，有時候捉摸不清。離開了香港一年多，在寫作與定立這標題時不知不覺中沾染了一點內地人的浪漫情懷。



■ 筆者攝於廈門



「情」大過天

在上海的時候，最難忘是在大部份的大眾傳播信息裡，無論是廣告也好，手機問候也好，電視劇也好，各種親情、友情、愛情、愛國情，所有的東西都以「情」貫穿一切。曾經有一些政府部門主管說「讓我給你們一點友情提示」，說的就是要我們按法規辦事之餘，要多溝通。

每天收到電訊公司的天氣預報「短信」，一點都不短，最少有20至30字，除了天氣，最重要的篇幅是噓寒問暖。在廈門買一點小紀念品，除了講價，聽得最多的就是「交個朋友」。凡此種種，對於香港製造的我，慣於快速和直接，實在覺得這類「情」真的有點泛濫。曾不止一次有人對我說，「你不是中國人」，那不是惡意，也沒有褒貶之意，意思就是文化不一樣，這個提醒了我，不一樣就更需要耐心與溝通。終於明白很多領導人說的求同存異，建立和諧社會，真不是那麼簡單的啊！

「字」永不嫌多

我在上海的主要工作之一是要編寫一本客戶專刊，主題是要推廣大學區、社區和科技園區三區融合，從而帶動社會及經濟達到自主創新發展，因此我邀請了復旦大學新聞學院副院長余振偉教授幫忙（在這裡特別多謝前會長崔綺雲博士介紹我認識余院長，他對我們在上海的工作非常支持），找來幾位研究生替我們採訪和撰文，但最初討論工作時，我說500到600字就夠了，但教授跟學生都有點為難。我以為是工作量問題，細問下才知道字數太少，實在不行，原來學生平常的報道文字至少都有1000字或以上，結果我們增加了篇幅，學生的工作順利進行，文章和報道都寫得很好。

我後來又找了剛畢業一年的同事寫編者語，要求200至300字，她瞪大眼睛說：太短了，寫不出來。結果交回來的稿子是900字，來回幾次才減到600字，算是一種平衡吧。在香港日常的新聞寫作都是惜字如金的，但在內地的新聞報道、演講

稿，都是很注重鋪排和詳細描述的，看是容易，但要適應，寫得地道，還要多下功夫呢。

公關服務需求殷切

一年多前放下香港熟識的工作與生活環境，到了上海這個大多數人心目中的國際大都會，想不到剛滿一年，就有新的機會，隻身來到了廈門，一個與上海截然不同的城市。因工作需要，也經常在北京出差，接觸的公關公司都是本地經營的，他們一般規模不大，但都很專業。由於各行業對公關公司的服務需求日增，這方面的人才市場發展得很好。對香港的公關從業員和服務公司來說是很好的機會，但競爭也很激烈。

了解國情，加強溝通是我們必須做好的基礎。一年多來，看到和學到很多以前從未想過的人和事，很高興有這個機會。希望PRPA的會員有機會到廈門來，也來看看我，保持聯繫，互動互勉。祝新年快樂！✕

筆者是本會上屆執委會成員。

Wish You
A Happy & Prosperous 2008
新年進步 大展鴻圖

歡迎新會員 本會會員人數節節上升，過去一季，再有十多位朋友加入我們行列，在此謹向他們致以熱烈歡迎：

普通會員

馬錦華 長者安居服務協會
馬詠欣 長澳藥業科技(集團)有限公司
繆美詩 領匯管理有限公司
李琳 和記黃埔地產有限公司
唐行成 香港公益金
王詠嫻 怡和集團
邱惠慈 自僱

機構會員

電訊盈科有限公司

贊助會員

黃劍凡 香港中文大學

贊助會員 (學生)

周浩正
朱月娜
鍾肇康
符子瑩
何蓓姬
黃芷茵
姚影雲

「雙關」— 目標明確的廣告媒介

「雙關」是香港公共關係專業人員協會的季刊。本刊目標對象明確，讀者包括本會會員及其他友好及合作機構，如中國國際公共關係協會等，而符合資格成為本會會員者包括：各大公營及私營機構公關及傳訊部要員、公關顧問及其他公關及企業傳訊從業人員。

歡迎各界在本刊刊登廣告，收費及廣告稿尺寸如下：

| 版位 | 期數 | 廣告費 (港幣) |
|------|----|----------|
| A4全版 | 1 | 2,850 |
| | 2 | 4,800 |
| | 3 | 6,600 |
| | 4 | 8,000 |
| A4半版 | 1 | 1,500 |
| | 2 | 2,520 |
| | 3 | 3,470 |
| | 4 | 4,200 |
| A4插頁 | 1 | 2,400 |

稿件製作

- 廣告商須負責提供已製作完成可供付印的菲林片、分色稿、美工檔案及已印好的廣告插頁；
- 黑白廣告與彩色廣告同價；

尺寸及規格

| | |
|----------------------|--------------------------|
| Full Page | A4 - 210mm(W) x 297mm(H) |
| Bleed Advertisement | 220mm(W) x 307mm(H) |
| Half Page Horizontal | 190mm(W) x 120mm(H) max. |
| Half Page Vertical | 95mm(W) x 230mm(H) max. |
| Screen Line | 175dpi |
| Position | ROP |

最後交稿日期為出版日期前一星期。

其他廣告宣傳

- 於本會活動場合派發廣告單張：每次港幣800元
- 惠賜廣告，請與本會傳媒關係及出版執行委員譚錦儀小姐(2514 3931)或趙栢豪先生(9377 2427)聯絡。