

今期內容

第1頁	會長的話
第2頁	廣告
第3頁	公共關係與香港競爭力研討會
第4頁	與傳媒合作有助推廣企業聲譽
第5頁	洞悉民意先機發揮公關所長
第6頁	鳴謝／歡迎新會員
第7頁	中國公關業盛事及國家級公關員資格
第8頁	PRPA下半年度的活動計劃

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

董事長

Mr John Chan

Managing 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

朱培慶先生

廣播處長

Mr Chu Pui-hing

Director of Broadcasting

林黃碧霞女士

九廣鐵路公司

公司事務總經理

Mrs Grace Lam

General Manager - Corporate Affairs

Kowloon-Canton Railway Corporation

李少南教授

香港中文大學

新聞傳播學院院長

Professor Paul Lee

Director, School of Journalism

and Communication

The Chinese University of Hong Kong

何鐵文先生

義務核數師

Mr T. M. Ho

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

崔綺雲

會長

Linda Tsui

President

高玉桂

副會長

Cecilia Ko

Vice President

陳慧玲

義務秘書

Angela Chan

Honorary Secretary

譚錦儀

義務司庫

Jenny Tam

Honorary Treasurer

鄒美玲、周月香

培訓及活動

Christina Chow, Joyce Chau

Training & Program

葉衛國

傳媒關係及出版

William Ip

Media Relations & Publications

莫淑儀

會員事務

Amy Mok

Membership

會長的話

崔綺雲

由

PRPA舉辦的慶祝十週年「公共關係與香港競爭力」研討會，剛於六月三日圓滿結束。業界人士對研討會反應熱烈，參加者達一百五十人之多。多個講者言論精闢，與會人士均認為這是一個不可多得的研討會。本會全人感到十分鼓舞。

回顧過去十年，公共關係行業發展迅速。近年各所大學大力拓展各類有關公關專業的證書、文憑以及學位課程。自九七金融風暴後的七、八年期間，香港經濟萎縮，公關行業沒有因此而受到巨大衝擊，反而能夠在逆境中顯示其價值與功能，在危機當中尤其突出。不少社會人士逐漸明白公關工作對一間機構的成敗能起到十分重大的作用。

「公共關係與香港競爭力」研討會共分兩個議題。議題之一是公關如何維護、管理及提高企業的良好聲譽。不少企業管理人員、傳媒或一般人士以為公關只是講求包裝做「秀」的門面工作，這實在是一個極大的誤解。公關工作，其核心在於如何管理溝通（management of communication），而溝通的最終目的，在於如何使一間機構與其公眾（publics）相互了解（甚至是諒解）和接受，從而達至一個符合雙方利益的雙贏局面。然而，要達至雙贏，往往需要在商業利益和公眾利益中取得平衡。卓越的公關既要掌握機構的經營目標，亦要認識公眾的情緒和願望，並能協助機構主管另外定出一套合理的政策與公關宣傳策略，並予以切實執行。這又豈能單靠包裝做「秀」便能取得成功？！

議題之二是探討如何塑造民意問題。在一個文明進步，資訊流通的社會，民意有著巨大的威力。民意可以造就一個人或機構，也可以摧毀他或它。在掌握和發放市場訊息方面，公關與傳媒存在著相互依賴的關係，但由於工作目標和性質不同，雙方又無可避免地存在著矛盾。問題是：雙方的合作基礎在哪裡呢？會上提到一條重要的原則是：**社會必須具有一定的透明度和維持言論的客觀公正性，而資訊必須力求準確無誤，這就是雙方合作的基礎。**

我認為在這個前提下，民意定能建在一個更堅實的基礎上。

研討會所定的兩條議題很值得我們今後繼續探討，我們亦歡迎會員來稿發表意見。正如我在研討會中所講，我們希望藉著PRPA這個平台，提高社會人士對公關行業的認識，亦希望為會員提供一個交流的機會。✕

新委任

本會會長崔綺雲博士最近獲上海復旦大學國際公共關係研究中心委任為高級研究員。





University of South Australia

CRICOS PROVIDER No. 00121B

Experience. The Difference.

- ◆ **5-Star** University in multiple categories of The Good Universities Guide to MBA and Graduate Management Programs 2005
- ◆ **First** Australian university to gain **EQUIS** (European Accreditation) for both its onshore and offshore business programs
- ◆ "Winner of the Prime Minister's Award & The Australian Award for University Teaching 1999, 2000, 2002 and 2004"



ANALYSIS
EQUIS
European Accreditation

**Starting Soon
Apply Now!**

Master of Arts HK 8th Intake in Communication Management (Course Reg. No. 210871)

- ☑ Internationally recognized master degree in communication, with high reputation & quality of teaching
- ☑ **100% assignment based**
- ☑ 100% taught by UniSA lecturers
- ☑ 10 modules : Accelerated Completion within 18 months
- ☑ Suitable for Professionals in Media, Advertising, Public Relations and Marketing Communication Industry

Personal Consultation available
by appointment

Information Session:

**4th July 2005 (Mon) &
14th July 2005 (Thur)
at 6:30pm**

Call 2836 0332 or visit www.apmi.com.hk



Asia Pacific
Management
Institute

A Kaplan Higher Education Institution



Up to \$10,000 CDF
Reimbursement available
for selected modules

8/F, Luk Kwok Centre, 72 Gloucester Road, Wanchai, H.K. Fax : 2836 0039 E-mail : enquiries@apmi.com.hk

It is a matter of discretion for individual employers to recognize any qualification to which these courses may lead

公共關係與香港競爭力 研討會

葉衛國

—— 零零五年是香港公共關係專業人員協會創會十周年，為慶祝這值得紀念的時刻，本會於今年下半年籌辦多項大型活動，其中「公共關係與香港競爭力」研討會率先於六月三日假香港金鐘萬豪酒店舉行。

研討會專注探討三大話題：**公關與香港整體競爭力的關係；如何運用公關推廣企業聲譽；以及公關在塑造民意方面所擔當的角色。**

香港總商會總裁翁以登先生率先為研討會作主題演講，探討公關與香港整體競爭力的關係。接下來就是第一個專題討論環節，由香港樹仁學院新聞與傳播學系系主任梁天偉教授擔任客席主持，九巴執行董事伍穎梅小姐及信報總編輯陳景祥先生談論企業如何透過公關建立聲望。隨後的第二個專題討論環節則由南華早報資深主編楊健興先生出任客席主持，並由行政會議及立法會議員陳智思先生、城市大學社會科學部高級講師張楚勇先生及商業電台新聞及外事部總監陳淑薇小姐談論公關如何發揮塑造民意的功能。

香港政府的對內及對外公關

翁以登先生指出，香港政府的公關可分為對內及對外兩個範疇，對內公關就是以市民為對象，對外公關就是國際公關，可是政府這兩年來在公關方面做得不好。他表示一般市民及政府官員混亂了公關和溝通。翁以登先生認為公關與溝通不同，公關給人的感覺是包裝、「做秀」，內容不重要；溝通則有實質內容。有些人因不明白公關是甚麼，結果需要溝通時卻沒有溝通，以為這種行為只是「做秀」。這是傳統中國文化對公關的誤解。

公關對政府運作很重要，利用公關技巧促進官民溝通，有助政策順利推行。翁以登認為香港政府對內出現問題在於：

- (1) 政府不聽民意，我行我素，典型的例子就是基本法第23條立法，引起了市民的反感，招致失敗。
- (2) 政府既不聽民意，但也不堅持強硬，最終讓步收場，結果形成弱勢。
- (3) 政府給市民的印象是只聽北京，不聽市民，形成市民與北京對立的不健康情況。但政府事實上為香港市民做了不少工作，尤其在經濟方面，如達成CEPA及爭取實施自由行等政策，可是在缺乏公關技巧，令市民以為那只是中央政府的眷顧。
- (4) 香港政府反應太慢，希望政府在新特首的領導下有所改善，能夠適時強硬，適時回應。

談到香港政府在對外方面，翁以登先生認為問題在於：

- (1) 香港在形象方面過分中國化，與中國其他城市如廣州越來越相似。其實香港與很多內地城市不同，享有言論自由，訊息自由，資金可自由進出，如果公關方面做得好些，當可強化香港的國際都市形象。



研討會開始時，大會播放了一段有趣的影片，反映上個世紀老一輩的人不明白公關工作是甚麼



翁以登先生

- (2) 由於相應不太國際化，香港回歸後的表現趨於內向，譬如開始有人放棄國際特色，降低對英文的重視程度。
- (3) 香港人出現自以為比不上新加坡和上海等城市的想法。雖然這些城市正急起直追，但香港仍比他們進步，仍有一定的價值。
- (4) 香港傳媒的報導過於負面，由於廣東及珠三角區的人經常看香港的電視節目和報紙，因此亦影響了他們對香港的信心。但政府不能夠歸咎於傳媒，而應做好公關工作，推廣香港的優勢。✘



伍穎梅



陳景祥

會長崔綺雲向客席主持人梁天偉致送紀念旗

與傳媒保持合作 有助推廣企業聲譽

高玉桂

研討會第一節

題目：如何運用公關推廣企業聲譽

講者：伍穎梅小姐 九龍巴士(一九三三)有限公司執行董事

陳景祥先生 信報總編輯

主持：梁天偉教授 香港樹仁學院新聞與傳播學系系主任

建立及推廣企業聲譽及形象是公關使命之一。研討會邀請了伍穎梅小姐從企業的角度分析建立企業聲譽之道，而陳景祥先生則以資深新聞工作者的角度，解釋公關與傳媒如何在共同基礎上保持良好合作關係，令公關可發揮推廣企業聲譽的角色。

建立企業聲譽之道

伍穎梅認為企業必須緊隨社會步伐，與時並進，多了解客戶需要，聽取意見，才可營造良好的企業形象。

她表示90年代加入九巴負責公關部，當時九巴每周只收到幾封乘客來函，並以外國人為主，現時九巴服務熱線收到數以百萬計的乘客電話查詢，亦成立了乘客聯絡小組，直接與乘客溝通，聽取他們的意見。此外，也推出年輕化的形象推廣宣傳計劃，成功挽回年輕顧客。

伍穎梅表示，隨著現今社會各界對企業公民及企業社會責任日益重視，九巴創立「九巴之友」，組織熱心乘客參予不同的義務工作，在貫徹九巴的企業社會責任的同時，也鼓勵乘客推動社會公益事務。

良好企業聲譽不易建立，卻很易被處理不善的危機毀諸一旦。因此，公關的其中一項重要工作，便是危機處理。伍穎梅表示，2003年發生的屯門世紀大車禍，九巴採取務實態度，高透明度地快速回應傳媒。在處理此事上，除了按照公司政策外，亦從人道立場，事發後立刻發放撫恤金，對內則安撫員工。她認為雖然商業機構要向股東負責，但必須平衡股東與客戶的利益，同時顧及員工利益，並促進社會的持續發展，才可成為良好企業公民及社會的典範。

傳媒與公關的合作關係

公關要建立及推廣公司的形象，與

傳媒保持良好的關係是首要條件。信報總編輯陳景祥認為傳媒與公關扮演不同角色，須互相合作，但亦有對立面，如何化為積極性，他認為其實兩者均有共同點，就是民意的塑造。

例如曾蔭權為競選特首而召開記者會，在公關的立場，這是民意塑造的必經程序。公關為記者會設定議程，但傳媒當然有自己的議程，由於兩者的服務對象不同，公關著重正面的包裝，傳媒則希望掌握背後的故事，故此難免有所衝突。

不過陳景祥認為在知識型社會，專業公關可以提供多些有用的資訊，例如提供財經/理財產品的資訊，幫助傳媒了解。

公關亦可為傳媒從國際化的角度分析市場，將傳媒的視野擴闊。傳媒也可以借助公關的網絡接觸其他的界別。就如互聯網上透過超連結連接到其他資源。他認為傳媒與公關可以在以下三個基礎上互相合作：

1. 提高社會整體的透明度
2. 提高社會的公平性
3. 提高資料的準確性

最後，他認為公關與媒體的關係就好比足球場上的龍門與前鋒，但雙方亦可以合作，只要能坦誠磋商，甚至辯論，必然會愈辯愈明。✘

洞悉民意先機 發揮公關所長

趙柏豪



研討會第二節

題目：塑造民意與公關角色

講者：陳智思先生 行政會議及立法會議員

張楚勇先生 香港城市大學社會科學部高級講師

陳淑薇女士 香港商業電台新聞及外事部總監

主持：楊健興先生 南華早報資深主編

在資訊發達的社會，民意往往能左右政府的決策，影響商業機構的決定和運作，對一件事的成敗起著關鍵性的作用。但民意究竟是甚麼？綜觀第二節研討會上各講者的見解，民意一方面是複雜的、矛盾的、易變的及具爭議性的，但另一方面它具有可塑性，是以公關人員應好好掌握民意的特性，在塑造民意上發揮專業所長。

解構民意

南華早報主編楊健興表示，許多民意個體可以影響和塑造民意，如民意領袖、媒體和政府。對有關利益集團或商業機構來說，如何能在民意裏找出對他們有利的地方非常具挑戰性。他又指出，媒體是個相當奇怪的物體，它一方面是渠道，另一方面是意見來源，在這環境下，公關應當一個甚麼角色？

楊健興認為，公關必須懂得解構民意，估量民意變化；當民意與他們代表的機構相逆時，應知道如何處理，以及怎樣透過各種渠道將民意全面帶出來。

企業公民責任

對商界和政府均有深入認識的陳智思認為，今天商界不能再事事倚賴政府，而不作出自己的公關安排。他指出，現今每一個行業均面對同一個問題，就是企業公民責任和公眾利益；如某企業作出一些與公眾利益相違背的決定，那無疑是自討苦吃，公眾批評和輿論自然源源不絕。

他忠告與會人士，今天大部分公司和機構都需要面對公眾，因此他們

必須與公眾保持溝通，而這方面的工作可透過公關進行。

民意大過天

曾經從事政府、學院和媒體的張楚勇對民意有這樣的見解：

- 民意即公眾意見，但在多元化的社會，公眾意見往往難以達成一致，除非他們有一共同「箭靶」（即一起否定某些事情），否則很難會有共識。
- 民意通常由一班意見領袖所主導，他們往往對某些議題主動提出具體的看法，他們面對的挑戰取決於公眾是否接受他們的意見。
- 民意需要靠傳媒帶動，而傳媒亦因此自視為監察者，勇於挑戰政府和企業，表現挑剔和負面。
- 在法律面前，你是無辜的，除非證明有罪。但從民意角度看，你是有罪的，除非證明你無辜。

張楚勇強調，公關人員如要塑造民意，就必須認清以上各點，以及避免臨急抱佛腳。公關塑造民意應從平日著手，不時向傳媒及民意領袖提供詳實資料，讓他們深入了解你所代表的機構或行業，並探測他們的意見。當有事發生，他們便有所掌握，批評亦會較為中肯。

坦誠相對

近年，許多人說「傳媒治港」，究竟媒介對社會有多大影響？商業電

陳智思

張楚勇

陳淑薇

楊健興

台陳淑薇對這個問題是肯定的，她不諱言，今天的媒體令人既愛且恨。

陳淑薇根據中文大學新聞傳播學院一項問卷調查指出，有六成受訪者覺得傳媒的代議功能或在設定社會議題上比立法會議員更為重要。如公眾對某一議題表示反對，經媒體廣為討論後，所凝聚的民意是勢不可擋的。

陳淑薇解釋，傳媒並不是刻意要做「壞人」，只是有些事情確實是不合情理。但她亦理解企業有自己的議題，只是當他們的理想與傳媒的意見相衝時，傳媒便會被視為破壞份子。

陳淑薇認為，公關人員與傳媒應坦誠相對，亦要保持良好的溝通。傳媒大都依賴收集所得的資料來作出評論，是以他們的表現和論調，足以反映公關人員平時有否做好本份，提供充足的資訊予傳媒參考。✘

鳴謝

莫淑儀

我

們於六月三日舉行的「公共關係與香港競爭力」研討會空前成功，反應熱烈，參加者超過150人。這次活動的成功，實在要多謝一群公關行業的生力軍。與會者當天或許會發現，會場接待處出現了穿著上班一族服裝的年青人，他們全都是專上學院的學生，其中有修讀傳訊或新聞系的。這群有志加入公關行業年青人，義務協助我們處理當天的現場工作，這次活動正好讓他們了解公關活動的籌辦實況，同時亦可分享研討會嘉賓講者的心得。

這次活動能夠順利舉行，除了要感激各會員和會友鼎力支持，撥冗出席外，更要多謝在幕後默默耕耘，為會務出力的執行委員會成員、督導委員會成員及顧問。最值得我們敬佩的，還有一群願意撥出寶貴時

間，協助今次研討會工作的熱心會員和會友，他們是：

Sherman CHIU Cheuk Man
P H CHIU
Kiki KO
Wendy LO
Bianca LUK
Carman MUI Ka Man
April SIN
Edmund TAM
June TANG Oi Man
Joan TSUI Tan Fung
Karen WAI Yee Ting
Emily WONG Ka Wai
Melody WONG So Ying
Herman YIP ☒

研討會空前成功，熱心會員和會友功不可沒！

歡迎新會員

我們非常歡迎以下五位加入成為PRPA的新會員！

CHENG Oi Ling, Eunice (*Caltex Companies*)

HON Fung (*IPR Asia Ltd*)

KWOK Victoria (*Winterthur Life*)

LAI Lai Man, Florence (*HK Convention & Exhibition*)

LI Jacqlyne (*Marzotto Trading HK Limited*)

NLP工作坊

會員事務小組於六月十八日舉辦了一個"The Magic of NLP in Communication" 工作坊，超過三十位會員報名參加。下半年將會籌辦其他參觀活動及興趣工作坊，敬希各位會員積極參與。



中國公關業盛事

及國家級公關員職業資格

王金煥

資深中國廣告人
中國國際公共關係協會會員

美國人艾維·李於1904年開辦第一家新聞代理事務所，開創了世界公關業的先河。從此，公關在提升品牌價值，改善社會各階層各領域的關係及推動社會經濟發展等發揮了一定的積極作用。1984年，美國偉達公關公司在北京開設了第一個辦事處，公關服務正式在中國開展。中國公關業經過20年迂迴曲折的發展，至今已取得了長足的進步和得到國際同業的認同，在國際公關業上已佔了一席位。

第二屆中國公關節於2004年12月20日在北京隆重舉行。其主題是：「公關百年，中國成就」。其間通過一系列紀念活動來推動公關業的理念和實踐，享譽社會榮耀和責任感。活動包括“年度十大公關事件評選”，“十大高校京滬穗三地公關巡講”，“公關百年話公關—對話中國公關精英論壇”以及“公關百年，中國成就”大型慶典晚會等。中國公關界精英們雲集北京，歡聚一堂，共慶世界公共關係業百年歷史。2003年12月20日，筆者在北京被邀出席了中國“公關節”成立的慶典。大會確定以後每年12月20日便是中國公關節日。

2004年是值得紀念的一年：10月份，經過精心策劃和部署，以至現場完滿的申辦表述，中國贏得了2008年「世界公共關係大會」的舉辦權。這是繼成功申辦2008年北京奧運的另一次中國人的成就和光榮！兩年一屆的中國國際公共關係大會於2004年6月24-26日在北京召開。這是自1996年成功舉辦首屆大會以來第五屆大會。本屆主題是：「融合與發展」，旨在推導公關業的有序發展，使其更具職業化，規範化和國際化。

大會由中國國際公共關係協會主辦；總部設於北京，並由鐵木爾·達瓦買提、蔣正華、經叔平、黃

華、袁寶華、汪道涵、柴澤民等擔任名譽會長。現任會長是全國人大常委、中國前駐美國大使李道豫。該大會乃中國公共關係業的最高層次會議。全國人大常委何魯麗副委員長出席大會並發表講話，肯定了中國公關業在促進改革開發、經濟發展和對外交流方面的重要作用。李道豫大使在開幕式上指出，在新的時代背景下，公共關係將在更廣泛的社會經濟領域發揮積極作用，中國公共關係業在面臨跨越式發展機遇。外交部喬宗淮副部長、民政部董力副部長、國際公關協會(IPRA)主席查爾斯·斯特萊敦先生、外交部辦公廳董津義主任、國務院新聞辦江偉強局長等也出席了開幕式。

中國公關業服務已覆蓋了IT、通訊、科技、消費品、汽車、醫藥、房地產、金融、體育、文化、教育，傳媒和社會公益等廣泛的領域。在中國加入世貿組織，北京申辦奧運，上海申辦世博等重大的成功事件背後，公共關係都發揮了良好積極的作用。

頒佈公關員國家職業標準

為配合該行業的發展，2000年國家頒佈了《公關員國家職業標準》的實施。2003年6月，國家職業資格工作委員會公關專業委員會在勞動和社會保障部職業技能鑑定中心的指導下，對其進行了修訂。新版標準在原有的初級公關員，中級公關員和高級公關員上，增設「公關師」（國家職業資格二級）和「高級公關師」（國家職業資格一級），對各級的申報資格提出明確的要求。在公關師和高級公關師的考核辦法上作出了新的規定，除了技能知識閉卷考試外，增加了專業技術報告和答辯的專家評審考核。

各級培訓期限：初級公關員不少於120小時標準學時；中級公關員不



少於100小時標準學時；高級公關員不少於80小時標準學時；公關師不少於60小時標準學時；高級公關師不少於40小時標準學時。

各級考試時間：公關員各等級的理論知識考試（包括職業道德考試）時間為90分鐘。技能考核時間為120分鐘。公關師理論知識考核（包括職業道德考試）時間為90分鐘，技能操作考試時間為90分鐘，專業評審時間為30分鐘。高級公關師理論考試（包括職業道德考試）時間為90分鐘，技能操作考試時間為60分鐘，專業評審時間為60分鐘。各級公關員考核採用百分制，60分或以上為合格。

曾經評分太嚴格，據聞有一次在北京的高級公關員考核中，170多位考生「全軍覆沒」。筆者懷著戰戰兢兢的心情應試，時間的確緊張，90分鐘答150題多樣的選擇題。所謂的技能考核是答6-7題短題目和3-4題長題目，再加上兩篇案例分析題。由於參考者大部份是在學大學生，沒有工作經驗，案例分析題大都不懂，因此卷二容易不合格。其實，考試難度不在於深度，答案要同教材書本字詞相近甚或一樣才可以。但我覺得卷二是要理論和實際相結合運用才行。由於是國家級的考核，全國幾十個省市同日同時進行。☒

PRPA 下半年度的活動計劃

鄒美玲

一年之計在於春，PRPA之計卻始於新一屆執行委員會成立後。PRPA今年下半年度的活動計劃初擬如下：

日期	主題	內容簡介
8月初	曾蔭權 競選公關策略 面面觀	行政長官補選現已塵埃落定，曾蔭權獲得超過七百票提名自動當選，在籌備參選期間，曾蔭權在競選活動絕不鬆懈，公關策略更在一遍叫好聲中脫穎而出。背後謀士實在功不可沒。 PRPA正籌備舉行講座探討曾蔭權競選公關策略成功之道。
11-12月	「環保管理與 傳訊策略」 培訓課程	自從環保主義抬頭後，很多人都意識到環保的重要。近年經常引起社會不同團體廣泛爭論的話題之一，亦是環保政策。「迪士尼樂園工程」、「壟原事件」、「維港填海」等話題越講越熱，「紅山半島」事件甚至演變成爲政治風波。 要成功將環保意識在商業社會上全面實行殊不簡單，且對部份行業的運作出現基本的分歧，管理不當引發的效應可大可少。 如何妥善管理環保政策，令其效果得以在社會彰顯，在考驗管理人員和傳訊工作者的知識及能力。是次培訓課程將引用本地及海外的例子，闡述環境問題牽涉的不同利益及解決方法，有助參加者了解環保管理的背後理念，以及如何制定有效的管理制度和公關策略。✕

詳情請留意有關通告。

另一方面，PRPA會於十月底舉辦慶祝該會成立十周年的晚宴，詳情會於稍後通知各界友好及會員。

「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，而符合資格成爲本會會員者包括：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	POP

最後交稿日期爲出版日前一星期。

其他廣告宣傳

- e-insert：每頁港幣1,000元
- 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葉衛國先生(2892 8801)聯絡。