

特約記者: 楊玉梅、周翠清、鍾文慧



在十字路口的公關：

新時代公關從業人員如何重整行業旗鼓？

在數碼媒體愈來愈普及的新時代，公關、廣告和數碼營銷之間的界線愈趨模糊，公關從業員一直以來都是與媒體和其他持份者溝通的重要橋樑，然而，社交媒體的興起，改變了人際與社群溝通的模式，對傳統公關模式造成莫大衝擊。2014年12月2日，PRPA榮幸邀請到奧美公共關係有限公司董事總經理石嘉麗女士（Clara Shek）擔任午餐分享會主講嘉賓，Clara任職公關多年，早前更於PRPA主辦的第二屆香港公共關係獎（2014）中獲頒〈卓越公關專業人員大獎〉，今次與大家分享和探討公關行業在新時代的角色。

改變模式說故事

以短片圖像連結不同持份者

Clara以兒子創作的短片為生活實例，帶出現今多媒體網絡的使用及普及性。現代電子數碼信息流動快，持份者可於短時間製作高品質內容(Content)與大眾分享。Clara亦提到，一張點題的圖片更勝千言萬語，並以不同案例分析圖像內容在與媒體和其他持份者溝通的角色。除了圖像，利用信息圖(Infographics)亦是新趨勢，將複雜的資訊以簡單易明的圖像表達，比傳統文字表達更能有效傳遞訊息。



▲ 面對日新月異的科技發展，傳統公關處於十字路口。Clara與一眾公關從業員分享其公關之路的經驗及感受。

妙用時下熱話 引起輿論留下深刻印記



Clara提出「活在當下，寫在當下」的概念，她認為現代專業的公關從業員要時刻留心時下最熱門話題，並作出即時反應，將公關訊息更有效傳遞，提升公關效果。她亦勉勵公關從業員要多從生活例子中學習，留心社會最新資訊，令公關提案更能迎合目標群組的口味。

是次分享會反應熱烈，現場座無虛席。

無懼大數據 配合新技術令演繹更精彩

在大數據普及下，愈來愈多跨界別、跨部門合作，Clara建議公關從業員要提高自身競爭力，一定要擴充專業知識範疇，突破傳統公關模式。她舉例說明：一個時裝零售商利用大數據來引起顧客興趣、協助他們輕鬆找到心儀商品的陳列位置、促使顧客更容易去抉擇和透過社交網絡與友人分享。Clara亦帶出「So-lo-mo」虛實緊密結合的概念，So即social（社會性），lo即local（本地性），mo即mobile（移動性），鼓勵公關從業員隨著新技術的開發和新趨勢的出現，重新審視訊息接收者和傳遞者的關係。



Clara 勉勵公關從業員要多從生活例子中學習，留心社會最新資訊，令公關提案更能迎合目標群組的口味。

公關行業的新趨向



PRPA 會長張一心女士向 Clara 致送紀念品。

Clara 與張一心女士（右四）及執行委員會成員合照。



如今媒體都具有社交性，加上社交媒體普及，公關行業要跟上時代，Clara認為從業員不可再抱被動的心態，而應找緊機會，迅速將最火熱的話題和持份者分享，著眼於傳播內容(Content Development)及危機處理(Crisis Management)的專業，提升公關行業的優勢。

她引用WestJet去年聖誕宣傳活動的例子，提出他們如何構思和實踐一個溫暖人心的送禮行動，不單感動顧客，還締造了美好的分享內容，從而獲得往後更大的收益。 ↔

踏足澳門古蹟保育歷程

探索博彩娛樂公關之道

特約記者: 葉韋廷

不論是私營或公營企業，企業社會責任已成為其不可或缺的一環。除了教育、環保、扶貧等常見方向外，文化及古蹟保育亦在近年愈發受到重視。澳門的「澳門歷史城區」馳名國際，在申請列入《世界文化遺產名錄》以及整體發展、管理及維護的成功有目共睹，值得借鑒。此外，澳門獨有的博彩娛樂業亦衍生出香港公關業界鮮有接觸的獨特生態，企業在推廣博彩同時教育消費者負責任博彩意識，具爭議的業務性質與品牌及其形象建立的衝突值得參考。

有見及此，香港公共關係專業人員協會（PRPA）於2014年11月21日舉辦了「澳門交流考察團」，帶領香港公關界的專業人員到澳門特別行政區政府文化局了解「澳門歷史城區」的古蹟及其發展的成功故事，及後到蜚聲國際的銀河娛樂集團的旗鑑項目「澳門銀河」綜合渡假城參觀及交流。



▲ 考察團在大三巴前拍照留念

完善計劃為基 軟硬兼施應對



▲ 考察團在「澳門歷史城區」參觀各特色古蹟，了解城區的發展歷程。

澳門特別行政區政府文化局的代表除了領團參觀「澳門歷史城區」的各個特色古蹟外，亦與考察團分享及交流城區發展的歷程及面對過的各種難題。由多個獨立建築組成的「澳門歷史建築群」拓展成一個歷史城區時，城區景觀保護與建築物向高空發展的需要衍生嚴重矛盾，但歷史城區的整體發展卻十分順利。關鍵是完善且具前瞻性的計劃——以主動的事前溝通進行協商及了解各業主的情況，推廣城區發展後的潛在商機，支援經濟有困難的業主維護建築，再以明確的條例限制及進行監管。正因為計劃預測到不同階段的潛在危機，才能後發先至，在問題蘊釀之際就及時化解。

澳門特別行政區政府文化局講述澳門的古蹟保育歷程，公關在整個過程中相當重要。





▲ 銀河娛樂集團總辦事處公共關係副總裁林志成先生與考察團成員交流，探討公關在如何在建立企業形象中擔當重要角色。

考察團參觀「澳門銀河」的設施，圖為高級私人會所「紅伶」。



勇於推廣正面意識 建立企業良心形象

銀河娛樂集團國際知名，不但是亞洲其中一所最具規模的綜合娛樂渡假發展及營運公司，更在經營博彩業務同時成功維持企業的良好形象，致力改變博彩業傳統給人的負面形象，在設施設計以至公關策略都細心斟酌，務求建立品牌形象。對外方面，除了在向社會宣揚多元文化、培育本地青少年和推廣體育運動外，集團過千人的義工隊亦不時參與及組織社區及慈善活動；對內則重視員工的培訓和發展，鼓勵員工注重身心健康及作息平衡。集團總辦事處公共關係副總裁林志成先生分享：「銀娛在履行企業社會責任時強調宣傳負責任博彩，這是對員工和顧客均十分重要的訊息，我們會在後勤區和娛樂場當眼處展示標語和服務熱線，建立『陽光博彩』。」他又說：「對於慈善事業的理解，銀娛一直恪守「取諸社會，用諸社會」的理念回應社會的需要。我們所追求的，不僅僅是業務的拓展，而是希望為澳門市民提供理想的工作選擇、為員工提供舒適的工作環境、為經濟發展及社會和諧出一分力。」



銀河娛樂集團總辦事處公共關係副總裁林志成先生致送紀念品予香港公共關係專業人員協會，由會長張一心女士代表接受。



▲ 考察團於「澳門銀河」拍照留念



踏上公關青雲路 2014

熟悉業內動向 把握成功要訣

特約記者：林其中 蔣諾情 曾可欣

PRPA於11月7日在香港城市大學舉辦了本年度的「踏上公關青雲路」講座，吸引逾百名師生及在職人士參加。是次講座有幸邀請到三位來自不同界別的資深公關專業人員分享工作經驗和心得，他們分別為香港醫院管理局機構傳訊總行政經理葉根銓先生，香港國際貨櫃碼頭企業傳訊總監李少媚女士，以及香港公共關係獎2014〈新進公關專業人員大獎〉得獎者、奧美公共關係有限公司資深助理林振煒先生。



是次講座吸引逾百師生及在職人士參與。參加者爭相發問，向講者請教公關的經驗。



▲ 嘉賓講者葉根銓先生解答台下與會者發問。

內外溝通 平衡矛盾

葉根銓先生曾在多份報章擔任採訪和撰寫社評工作，亦曾任職香港賽馬會公共事務經理，現任職醫院管理局機構傳訊總行政經理，熟悉傳媒公關行業。葉指出作為公營機構的公關與私營機構有明顯的分別，公營機構的公關不但要對外應付傳媒的提問，亦要兼顧對內同事的意見及感受，葉覺得對內溝通往往比對外溝通更重要，因為內部意見一致，對外解說才有公信力。葉解釋醫院管理局每年服務人次以百萬計，難免有出錯，而公營機構要平衡內外之間的矛盾。當發生醫療事故時，葉首先對內與同事溝通，了解事情及對內通報，繼而對外處理病人及其家屬的訴求，表現醫管局的責任感，避免由技術層面問題演變為道德問題。

知彼知己 百戰百勝

李少媚女士任職香港國際貨櫃碼頭企業傳訊總監，亦曾出任傳媒工作者，明白公關與傳媒的關係。李指出，公關與傳媒並非站在對立面，有幾方面性質十分相近。李認為公關與傳媒都需要「知彼知己，百戰百勝」前瞻性的態度，因為兩者皆是希望將資訊能夠有效讓大眾或顧客接收，而透過了解受眾的態度，自然可以事半功倍。李亦剖析公關遇上輿論時，當然應盡早停止輿論繼續惡化，更理想的是具前瞻性地預早準備，減低輿論發生的機會，不可心存僥幸。李亦指出，傳媒有時少不免向公關詢問敏感性問題，當公關足夠了解傳媒，站在傳媒立場出發，可減少公關發生尷尬情況。周全的準備是公關這個專業成敗的關鍵。



▲ 李少媚女士與參加者分享個人見解及經驗。

留意動向 多作嘗試 把握機會

林振煒先生是今屆〈新進公關專業人員大獎〉得獎者，備受業界認同。林先生當日不但分享日常營銷工作外，更講解近年媒體上的轉變。他指出，幾年前業內主要是環繞傳統媒體，如閱覽報刊、聯絡新聞媒體等，但近年社交媒體的重要性提昇，如主要透過 Facebook 發佈的網絡傳媒「環球膠報」、「100毛」等。國際上，不少大品牌亦趨向採用社交媒體，遊覽這些社交媒體亦是林先生日常工作之一。他亦指出，現時公關從業員工作範圍廣泛，不單單只有公關、新聞元素，亦牽涉廣告等不同範疇，難以劃一界定。因此公關從業員應考慮背後顧客的真正需要，從而反思概念是否有效幫助顧客，最後才制訂推廣方向。



▲ PRPA 副會長梁綺蓮女士(右一)及執委會成員李少媚女士感謝嘉賓講者葉根銓先生及林振煒先生。

林先生更分享自己成為公關從業員的過程， 勉勵在場學生在大學多作嘗試，尋找自己的道路。他以自己為例，他在大學主修營銷，但同時選修不同的課程，如拍攝、劇本寫作等，因此接觸社交媒體，定下公關之路。之後他在一次講座後，大膽把握機會，向講者遞上履歷表，並成功獲得一份公關工作，而該名講者正是現在林先生的上司。 ➡



▲ 嘉賓講者林振煒先生透過不同個案，向台下聽眾講解社交媒體。

中國公共關係市場發展史概要

文: 郭惠民

作者為國際關係學院副院長、教授；中國國際公共關係協會常務理事、副秘書長、學術工作委員會主任委員；國家職業資格工作委員會公關專業委員會副主任；國際公關協會（IPRA）會員。

根 據全球權威公關行業資訊機構《霍爾姆斯報告》(The Holmes Report)2013 年發佈的年度調查數據，2012 年全球公關行業收入接近 110 億美元，增長近 8%，增長率與前兩年基本持平，主要由亞太市場帶動。中國本土公關公司—藍色光標則在全球公關公司榜單中，躍升至第 19 位，進入全球 20 強，繼續蟬聯亞洲最大的公關公司，同時以公關業務 38.9% 的增長率在 20 強中繼續排名第一。

中國公關行業市場統計標準與國際相近，無論是 1999 年最初公佈的 10 億元人民幣，還是 2012 年的 303 億元人民幣，其實都是首先核算若干大公司(後來的 TOP 公司)的營業收入或營業額，然後再以它們所佔市場份額，推算整個市場規模。中國公關行業調查報告顯示，

這些年 TOP 公司的營業額約佔整個市場的 40%，考慮到中國市場難以統計的眾多地方小公關公司的營業情況，比照全球市場，目前有關中國公關市場規模的估算有一定的合理性。

303 億元人民幣(約 50 億美元)的中國公關市場約佔全球公關市場 110 億美元的 45%。2012 年中國廣告市場經營額 4,698 億元，比上年同期增長 50.32%(超過公關市場增長率)，廣告業市場總體規模已躍居世界第二位。藍色光標 2010 年上市時還是一家標準的公關公司，2011 年隨著大舉併購廣告公司，公關和廣告業務收入比例約為 2:1，2012 年比例則達到近 1:1。2013 年 4 月藍色光標併購博傑廣告，當年廣告收入估計首超公關服務收入。實際上不少中資本土公關公司的公關和廣告業務混合的局面早已存在，所謂公關第一，廣告第二，這只是公關的公關。

值得注意的是，2013年《霍爾姆斯報告》指出，較高增長的公司普遍包含大量的併購，而靠業務驅動有機增長的機構僅3.3%。2013年4月，藍色光標提出了公司發展「十年十倍」的戰略目標，即2012年營業收入為20億元人民幣，到2022年公司營業收入將至少達到200億元人民幣，而其增長來源則為更積極的併購，尤其是在數位化領域。2013年10月藍色光標旗下藍色光標公共關係機構正式更名為藍色光標數位行銷機構，以加速藍色光標向數位整合行銷服務的轉型。這些做法基本與《霍爾姆斯報告》描述的國際狀況類似，該報告指出全球排名較前的英美公關公司均在數位化和社交媒體上作出重大投資。

前20年中國公關市場發展大致可概括為「國際化與本土化」，或者說中國公關市場上中外公關公司的實力比較和轉換。

無論是國際公關公司的本土化，還是本土公關公司的國際化，本質上都是「跨國本土化」以及對拓展或擴大市場的需求，當然對於中資本土公關公司而言，首先是一個接軌學習的過程。2013年由於中國經濟社會發展與轉型，尤其是國際國內經濟市場發生的變化和中國社會進一步變革的需求，中國公關業進入一個結構調整期。告別了多年的高增長率，中國公關產業必須以創新引領新一輪的增長。

未來十年，中國公關市場的發展至少有四大趨勢或四大挑戰，值得關注。首先是傳播整合。整合行銷、整合傳播雖不是全新的概念，但整合卻是當今傳播業界的主基調。無論是線上、線下，新、舊媒體的使用，還是公關與廣告，實際上早已相互滲透融通。向傳播整合轉型升級，作為一大趨勢，乃不爭的事實。

第二是數位化數據化的業務突破。互聯網技術的更新換代，已令當今的IT(Information Technology)信息技術

時代，走向未來的DT(DataTechnology)數據技術時代。如果說，IT側重在控制，DT側重在激活，如何激活因互聯網產生的大數據，並讓其產生價值，而非為其所困，需要有效地引入互聯網思維的理念。互聯網思維的本質就是平等對話和充份交流，從根本上顛覆了傳統公關由精英策劃以操縱、控制大眾行為的思維模式。

第三是國際化與海外市場拓展。隨著中國經濟的持續高速增長，在國際經濟市場上的地位逐漸提升，其對世界經濟的貢獻正日益增大。特別是2007年美國次按危機引發的全球經濟危機，更加劇了世界經濟的重新洗牌。隨著愈來愈多的中國企業和品牌走出去，中國公關能發揮怎樣的作用？中國公關市場如何真正與國際市場接軌？海外市場的拓展對中國公關及其市場又會產生哪些影響？實有賴中國公關從業員的前瞻性思考和市場性佈局。

第四是全面深化改革對中國公共關係的影響。中國公共關係如何從經濟市場領域走向更廣泛的社會治理建設領域，如何從企業服務領域走向公共服務領域，如何在政府公關、民意溝通、危機管理，以及國家形象、國家軟實力建設、公共和民間外交等領域發揮更大的作用，尚有巨大空間和潛力。它也將重構中國公關市場的新格局，關鍵是如何把握機遇，積極參與，主動融入中國社會變革的主流。

(全文完)

(編者按：此文原刊於「國際公關」雜誌2014年第2期。由於原文較長，本刊編輯將文章稍為刪節，並分兩期刊出。此為二之二。)



各位會員：

光陰飛逝，2014轉眼間已經過去。回顧過去一年，香港在媒體、時事和娛樂界等都經歷很多大大小小的事情，當中的擾攘希望在2015年能露出曙光，甚或得以順利解決。

隨著全球不同數碼平台的建立，現今資訊流通非常發達，很多消息或新聞已變成實時發放，公關從業員如何能善用數碼平台，實是一門學問和一大挑戰，感謝奧美公關Clara在這課題上給我們的分享，令我們獲益良多。

PRPA一如以往數年，為有意從事公關行業的大專生舉辦講座，除PRPA的執行委員會成員外，還邀請嘉賓講者，與學生們分別分享他們於不同的公關範疇中所擔當的角色、日常的工作和寶貴經驗，希望學生們能多角度了解公關工作，好讓他們畢業後能好好安排自己的職業生涯。很高興醫院管理局的葉根銓先生，於百忙中撥冗分享。

PRPA於較早前到訪澳門，我們非常感謝文化局詳盡介紹澳門如何成功將「澳門歷史城區」納入《世界文化遺產名錄》，香港現在也談保育和活化古蹟，澳門的經驗實值得我們借鏡。另銀河娛樂亦對我們的到訪熱情招待，實在萬分感激，Buddy分享博彩業的公關工作，令我們感到新奇和有趣。是次交流考察團在澳門的各項安排，得到澳門水廠的協助，PRPA在此向他們表示謝意。

最後，祝願各位於2015年身體健康、工作愉快、萬事順遂！

成為會員

香港公共關係專業人員協會於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，本會亦不時舉辦講座，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。

本會將為新會員舉辦迎新活動，並為現有會員舉辦不同之行業活動，為本港公關業界，傑出公關專業人員及其對行業的貢獻作肯定。

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。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。

香港公共關係專業人員協會（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）、普通會員（Associate member），及學生會籍，申請表格可於www.prpa.com.hk下載。

如欲查詢有關本會會籍或迎新活動詳情，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。

香港公共關係專業人員協會出版

香港軒尼詩道信箱20097號 電話：8112 0028 網址：www.prpa.com.hk

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
恆隆地產有限公司
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

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

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

張一心
會長
Maria Cheung
President

梁綺蓮
副會長
Pamela Leung
Vice President

吳君慈
義務秘書
Serena Ng
Honorary Secretary

劉美儀
義務司庫
Esme Lau
Honorary Treasurer

黃慧娟、鄭松雲
傳媒關係及出版
Elin Wong, Shelly Cheng
Media Relations and Publication

許翠鳳
會員事務
Agnes Hui
Membership Affairs

尹美玉、李少媚、麥君璐
培訓及活動
Ruby Wan, Clara Li, Queenie Mak
Training and Program