

國際公關精英雲集

「中國公共關係的發展趨勢與未來走向」高峰會議

陳志豪·方靜樺·孫冰·王潔瑩

「中國公共關係的發展趨勢與未來走向」高峰會議於9月12日至13日在香港召開。這次高峰會議之主辦單位為香港浸會大學傳理學院媒介與傳播研究中心，香港公共關係專業人員協會（下稱本會）十分高興能作為會議的支持機構之一。

高峰會議邀得多位在國際公關界享負盛名的嘉賓，分享公關業界關注的課題及最新發展形勢；嘉賓包括公共關係理論權威詹姆斯·格魯尼格教授 (James Grunig)、羅莉莎·格魯尼格教授 (Larissa Grunig)、凱旋公關大中華合夥人及大中華區首席業務官廖國偉先生、愛德曼公關亞太區主席範德倫先生 (Alan VanderMolen)，以及本會前會長崔綺雲博士等等。會議吸引了逾百名海峽兩岸、本港及美國等地嘉賓、學者與業內人士出席。



新時代的公關思維

美國馬里蘭大學榮譽教授，詹姆斯·格魯尼格教授首先為大家主講「數碼化時代公共關係的範式轉移」(The Shifting Paradigm of Public Relations under the influence of Digitalization)，解說公共關係如何借助新媒體的力量發揮更大的優勢，並分析新媒體帶來的轉變及其對目標受眾之影響。

▲ 高峰會議「公共關係的最佳實踐及趨勢」論壇

「中國公共關係的發展趨勢與未來走向」高峰會議講者嘉賓與部份與會者合照



(接上頁)



格魯尼格教授在演說時開玩笑道：「Google就像是個活博士一樣，每個人有什麼問題都上去查找答案。」簡單的一句說話，已經反映了在數碼化時代，互聯網是公眾獲得資訊的主要來源。

他認為，面對新媒體出現，大多數的公關從業員或企業還沿用固有的媒體控制方法，既不合時宜，也無助改善與公眾的溝通。格魯尼格教授指出，在數碼年代，社交媒體如網誌（Blog）、社群網站（Social Networking Website）、微網誌（Microblogging）等，已被廣泛使用，公關業界須適應互聯網上的社交媒體（Social Media），並利用它們的影響力。

教授在結論時提出，公共關係的根本是有戰略性地管理傳訊，而不只是擔任傳播訊息的中介角色。專業的公關從業員應該主動掌握新媒體的控制方法、對時事保持觸覺。

當公關遇到政治

從SARS到汶川地震，從北京奧運到上海世博，中國的政府公關事業已經有了長足的發展。在這次高峰會的討論環節中，講者們巧妙地將中國五千年的傳統文化底蘊和短短25年的公共關係歷史聯繫起來，讓我們看到了中國政府近年在政府公關方面的實踐。

中國國際公共關係協會常務副會長兼秘書長鄭硯農先生從「中國文化底蘊」、「大事件培育政府公關」和「新時代



其中幾位出席高峰會的PRPA會員。

會場接待處備有各類資訊供參考。



融合發展」三個方面，詳述中國政府的「政府公關」。從孔孟時代的「天時、地利、人和」，到新中國第一代外交「求同存異」思想，中國傳統文化中不難發現蘊含的公共關係思想。

從2003年SARS危機之後，中央政府在翌年建立新聞發言人制度，2006年出台的突發事件應急方案，到溫總理真切的在汶川災區說「對不起，我們來晚了」，我們看到政府努力秉持及時、真實和公開的原則，處理著危機傳播管理。鄭硯農又指出，2008年北京奧運會，更是中國國家形象塑造的重大機遇。

北京遠海鷹諮詢的遠海鷹總裁從一個歷史發展的視角，為與會者介紹了「政府事務在中國的發展軌跡與趨勢」。從二十世紀九十年代開始，大量的跨國機構湧入中國大陸，為中國政府帶來了前所未有的挑戰；近年，中國在專業服務的深度和廣度上都有所進步，從「靠關係」到「靠政策」，遠海鷹表示，在今後的幾年時間，公共事務要向「專業化」、「規範化」和「精細化」方向發展，注重政策調研以及政府事務智囊團的建設。

公關界的饗餐

在「公共關係的最佳實踐及趨勢」的論壇上，本會前會長崔綺雲博士向與會者簡介香港公關行業的情況。按資料顯示，香港公關從事員的人數大約有五千人，而任職公關公司及機構（企業）的從業員人數分佈十分平均。她細心回顧過去一年來，香港社會所面對的衝擊及挑戰，分析事件的背景及處理手法的優劣，從而反映出處

出席者於休息時間與講者討論，左二為代表本會演講的崔綺雲博士。

理危機（事件）出現時完善的處理及溝通策略的重要性。

崔博士指，現時社會環境較以往多變，大眾對社會及政治事件十分關注，加上新媒體的出現，使機構與不同持份者的溝通變得複雜，亦為公關的工作帶來新挑戰。金融海嘯中，銀行銷售「迷債」等事故再次提醒各行各業，發佈全面資訊及教育公眾的重要性；加上公眾對企業社會責任的重視及對企業行為的監察，會為「公共關係」的管理添加壓力，但同時會進一步提升公關的功能，為整個行業的發展帶來新契機。

中國李寧有限公司政府及公共事務總監張小岩先生分享了在內地公關環境下的危機公關事例，並強調「危機公關最重要的是利益訴求的平衡」，更以其公司的個案加以說明。

巴斯夫(BASF)亞太區企業傳訊公共關係高級經理Genevieve Hilton亦表現了她對於中國新媒體背景的了解，優酷網、開心網、人人網等等；她還強調，在現代社會，公關人員如果不主動地去與媒體接觸，就會被認為是不理解公眾，所以我們應該積極地與公眾保持訊息暢通。

廣州中山大學教授暨政務學院副院長廖為建教授介紹了康泰克在中國成功的危機公關事例，說明及時以及一致的反應，在處理危機時是十分重要的，而且，對於所在體制的了解以及寬大的解決問題而不是追究問題的心態是康泰克成功的關鍵。



▲會長葉衛國(左二)與中國國際公共關係協會常務副會長兼秘書長鄭硯農(左一)出席高峰會前夕的酒會。



▼(左起)浸會大學葉月瑜教授、洪君如博士及本會義務秘書陳志豪。

台灣精英公關集團執行長嚴曉翠女士把與會者帶到了充滿競爭和挑戰的台灣媒體環境，能在新聞周期如此迅速的社會環境，以及經濟低迷的形勢下，保持業務的持續增長，嚴女士除了憑藉她獨到的遠瞻性，更強調了在危機管理中，在應對媒體方面，議題設定（Agenda Setting），決定故事發展方向的迅速執行力的重要性。✘



九月裡，我們為會員舉辦了一個「光影傳真」新聞圖片講座及工作坊，與別不同之處，就是我們借用了市區重建局的市區更新探知館，參加者更在舊區生活探索區實地拍照，感受一番。

這個展區令我憶起中學時期的生活，我家曾租住港島留仙街舊式唐樓的一個小房間，廚房是共用的，每戶要輪流用自己的火水爐燒飯，整個單位分租給多個不同的家庭，使用唯一的廁所便要排隊。還有一些「免費住客」：一隻突然在床頭出現如拳頭般大的蜘蛛、晚間出沒於後樓梯牆壁上的數十條四腳蛇。

切身處地無疑是最佳的體驗方式。很多比我年輕的朋友，有幸未嘗過這種生活，市建局這個展館的可貴之處，就是讓你進入實境之中，體驗那種骯髒、陰暗、擠迫、簡陋的家居，了解別人的處境和感受。

從事公關工作的朋友，也許經常或間中要處理危機，面對紛爭，如果能敞開心扉，切實了解對方的想法，同情對方的感受，自然能構思出雙贏的方案。

在過去的一季，我們亦為會員舉辦了一場有關溝通方式的座談會，講者李燦榮精彩的演講內容，詳載於今期《雙關》第6頁至第7頁。

浸會大學傳理學院上月舉辦了「中國公共關係的發展趨勢與未來走向」高峰會議，本會有幸成為支持機構，並由前會長崔綺雲博士代表本會出任其中一位演講者。有關高峰會的詳情，請閱今期第1頁至第3頁。

精彩的會員活動亦帶來了多篇精彩的報道，有賴傳媒關係及出版委員的精心策劃，以及幾位熱心撰文的會員和學生付出的努力，謹此致謝。✘

▼坐在舊區生活探索展館的斗室中，令我憶起小時候的生活



光影傳真

傳遞公關訊息 以新聞圖片

吳君慈

本會於九月二十六日舉辦「光影傳真」新聞圖片講座及工作坊，邀請香港攝影記者協會執委呂小煒先生為演講嘉賓，亦獲得市區重建局支持，借出轄下的市區更新探知館作為研討及實習場地。

呂小煒先生是新華社高級攝影記者，擁有豐富的新聞攝影經驗，對於何謂一張好的新聞圖片有非常專業的見解。活動當日，小煒預備了大量新聞照片，以幽默生動的方式與參加者分享攝影心得。

他首先講解出色公關圖片所需具備的條件，以及現代新聞圖片的發展趨勢；其後便是實戰環節，參加者在市區更新探知館職員的帶領下，在館內的舊區生活探索區拍照；最後，部分參加者將拍攝的照片交出作現場分析。



公關照片內容 宜簡潔精要

在第一部分的講座中，呂小煒說拍攝新聞照片時，必須時刻提醒自己，盡量為讀者提供足夠的資訊，這可從新聞報道「六何」理論的角度來考慮。例如拍攝一幅閃電的圖片，如果想告知讀者閃電在何地發生，便得把鄰近的地標建築物攝入鏡頭內。但另一方面，一張好的公關照片，內容亦應簡潔精要，避免硬把所有要表達的事物都塞進同一畫面，令照片雜亂無章，失去主題。

因此，從事公關行業必須了解基本的影像問題，事先構想背景、燈光、衣服及顏色，目的是要突出主題，或增加畫面的美感與趣味。呂小煒以參考照片(圖A)舉例說，同樣是一袋袋的食物，構圖雖簡單，但使用色彩鮮豔的袋子，與使用普通的木桶比起來，視覺效果便有天壤之別。

表現張力 講求美學

呂小煒又提到「照片的張力」，指出拍照時要留意相中人和讀者是否有眼神接觸。他特別以公關的角度，深入講解如何將產品商標融入新聞圖片中，力求避免被編輯裁掉。

例如在中秋節的推廣活動上，可考慮將商標設計成雲的模樣，以襯托背景的明月，這樣商標便不致太礙眼而被剪裁。

談到新聞圖片的發展趨勢，呂小煒則表示，現代的新聞圖片越來越講究美學及照片所能表達的情緒。基於專業守則，記者及編輯都不可編輯或修改新聞照片內容，因此在構圖時便須發揮創意。他指出「太陽底下無新事」，要創造出「新畫面」，其實不一定要發掘新事物，只要改變取材或拍攝手法，同樣能拍攝到有趣的畫面。例如(圖B)人群中朝相反方向觀賞日蝕的小孩子特寫，便是一幅能令大家會心微笑的照片。

置身籠屋 感同身受

在第二部分的實戰中，參加者深入展示籠屋、板間房和閣仔實景及實物的舊區生活探索區拍照，眾「拍友」雀躍非常。

▶ 會長拍攝這幅低角度照片，營造床位租客躺在床上面對回憶的感受。(圖C)

▼ 舊區生活探索區以原貌重置舊樓居住環境，圖為「唐樓式公眾廚房」。





呂小煒在講座上解構不同的圖片如何傳遞重要信息。



在一個新年倒數活動中，主辦機構用射燈將2007年字樣投射到人群上，成為一眾記者爭相拍攝的焦點。



活動進入第

三部分，呂小煒收集

及分析了多張照片，又補充

了幾項拍照時須注意的要點，包括何時應該用閃光燈，如何佈置前後景物等。談及一幅由低角度拍攝板間床位的照片，他指出拍攝者能營造出以第一身躺在床上的感受。（圖C）

由於時間有限，呂小煒未能逐一分析參加者的照片，但聽過他的精彩講解，參加者都感到獲益良多。☒



▼ 一袋袋的食物構圖雖簡單，但使用色彩鮮艷的袋子，同樣能創造「出色」視覺效果。（圖A）



◀ 參加者深受呂先生的生動講解吸引，顯得非常專注。

▼ 左起：市建局對外關係高級經理梁綺蓮（本會義務司庫）、培訓及活動執委尹美玉、講者呂小煒、香港攝影記者協會主席張建邦、會長葉衛國、副會長張一心及義務秘書陳志豪。



◀ 呂先生的作品：一個小女孩在人群中朝相反方向觀賞日蝕，畫面令人會心微笑。（圖B）



減加乘除溝通有法

黃詩雅

李燦榮「溝通 $- + \times \div$ 」觸動人心的溝通方式研討會

傳播管理是公關人員日常主要工作之一。無論是宣傳活動、內部溝通，以至危機處理，成功與否都與溝通方式息息相關，而把訊息傳遞至各種媒體亦是重要一環。為此，本會邀得資深跨媒體工作者兼前無綫電視新聞主播李燦榮，分享其自創的「減加乘除溝通方程式」，讓會員從中互相交流意見，進一步了解提升溝通技巧之良方。

減加乘除？

李燦榮認為，溝通能像方程式一樣解碼，於是總結傳媒界二十多年的經驗和個人心得，自創一套溝通方程式，由四大部分組成，各以數學運算符號命名。不過，為何這套方程式稱為「減加乘除」而非

「加減乘除」？原因是學習重點應放於「減」這方面，因為不少溝通問題是由於未能掌握「減」的技巧所致。

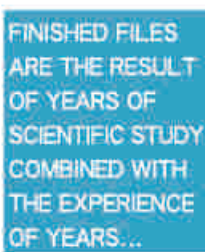
減法 - 去蕪存菁

要確保有效溝通，訊息無誤，實在不易。講者除了要提供清晰正確的訊息，亦需對聽者的心態和期望有所認識，盡量以聽者所能了解的方式溝通，否則不僅令訊息混淆，亦可能會造成不必要的誤解。

大家可試試近看及遠看圖片一，猜猜這到底相中人是愛因斯坦，或是瑪莉蓮夢露。



圖片一



圖片二

李燦榮指，溝通是有盲點的。以圖片一為例，即使訊息的內容相同，但因聽者各有不同的尺度去理解，所接收到的訊息會不盡相同。而圖片二則說明，許多人在尋找圖中語句有多少個「F」時，往往只注意以「F」開始的英文字，至於夾在英文字中間或在最後的「F」，更容易被忽略。這個例子說明訊息的重點若非放在適當位置，會很容易被聽者忽略。

另一方面，假如講者發言太長，聽者便難以專心聽畢，更難以緊貼內容，記下所有重點；亦有情況是由於講者礙於身份或面子，或會影響用字及語氣，所以講者若未能掌握適當的溝通技巧，便難以令聽者有效地接收所要傳遞的訊息。

公關人員日所應付的挑戰中，以舉行記者會為例，就經常會遇到類似的情況。假若記者選擇對講者發言不作錄音，正常情況下是難以完全記錄長約一分鐘講辭的全部內容，記者按其理解能力及方式，選擇性地記下他認為重要的部分，於是講者以為已將主要的訊息傳遞出來，但其實其所謂主要訊息與記者所接收的訊息可能有很大差異，這便是溝通出現了問題，而最終會造成新聞報道的角度或字眼未如講者所期望。

「溝通技巧是指，怎樣才能把每句話以最好的方式說出來。」李燦榮認為，正確的溝通技巧可應用到傳媒訓練(Media training)。長達三十分鐘的電視新聞報道，大約可容納二十條新聞，其中要聞每則長約分半鐘；而報道員在一分鐘內能讀到約二百四十字，快則三百字。所以，整則報道必須簡而精，引子通常限30秒，否則整則新聞故事可能會被編輯刪剪，未能「出街」，即沒有播出。



▲研討會當日參與會員眾多，大家於會前互相交流。

▼演講前作減壓運動，有助保持心情輕鬆。



每段訊息的首句都應是靈魂所在，帶出內容的重點，所以除了要避觸及與主題無關的訊息之外，在問答環節應重覆發問者的問題，而且訊息重點必須放在發言中的第一句，以及於發言結束前再重覆一次作結，以確保聽者清楚接收到想要傳遞的訊息。

加法 - 沒有最好只有更好

李燦榮提出，溝通方式沒有最好，而只有更好的，而理論中的「加法」是提升溝通技巧的方法之一。所謂「加法」，並非於既有的溝通內容加入新的資訊，而是在溝通方式方面加入新元素，例如畫面和影像。他舉例，時下許多年青人愛使用「潮語」來表達所思所想，原因正是他們字彙太少，在人與人之間的溝通上造成障礙。

以影像或畫面配合文字訊息須特別注意，因為文字版和影像版的訊息處理方法有所不同，影像版訊息講求視、聽、



▲會長葉衛國代表本會致送紀念品予李燦榮。

嗅、味覺，給予聽者感官刺激進而達到訊息傳遞的目的。李燦榮建議，在今日變化迅速又講求效率的年代，不宜只靠文字稿發佈訊息，透過畫面或影像來傳達訊息會更有效。

▼ 研究會結束後，會員們共享晚餐，繼續交流心得。



▲ 李燦榮於會後與一眾委員會成員合照留念。

至於處理影像訊息，則須注意時、地、人的選擇，否則會容易造成啼笑皆非，或報道方向與發稿者出現偏差的結果。李燦榮以年前一則電視新聞報道舉例，報道內容為曾蔭權於同日逛花市及慰問車禍傷者。對曾蔭權而言，這是一天內發生的兩宗獨立事件，但對觀眾來說，由於兩個差別甚大的影像在短短幾十秒間連接在一起，前一個畫面是曾特首愁容滿面探望傷者，緊接後一個畫面卻是他笑臉盈盈逛花市，結果造成了一個令市民不滿的負面效果。

乘法 - 標桿天下

李燦榮自創的溝通理論中，「乘

法」是指擴大溝通效果，達到溝通目的，其核心概念是「標桿天下」。

「標桿」是指benchmarking，李燦榮建議，可多留意並學習其他公司的溝通方式，同時以該公司可取之處為標桿，定下目標，努力令自己或公司也能做到相類同的效果或成績，這是有效幫助改造自己溝通方式及技巧的辦法。

分享期間，李燦榮與眾會員進行一個名為「十年後的我」的小遊戲。方法是寫下心目中十年後對自己的期望或目標，並逐一記下來，從中找到「理想中的自己」(Ideal Self)。

「十年後的我」亦是李燦榮早前為某時裝品牌公關員工安排的培訓活動，更邀請員工以十年後的身份發言，例如是行政總裁或其他高級行政人員。這個遊戲不但有助大家從中找到理想中的自己，更能認識到一旦有了不同身份，抱著不同心態，發言的效果會完全不同。應用到公關層面，就是要了解發言人的心態及身份，才能為他草擬恰當的發言內容。

除法 - 系統思考

要幫助聽者一下子接收所有訊息內容，實非易事。但若能把訊息逐一拆開，則有助聽者記下內容。李燦榮以此比喻成行業「招數」，並指出「可轉移知識」(transferable knowledge)正是行業得以持續發展的因由。

各行業會因應實際情況，把工序及技巧分拆，變成多個步驟，方便記下。而此方法應用於溝通層面，則是運用有系統的思考方法，把一連串的訊息內容，細分為較簡明而有意義清晰的獨立詞組，既方便聽者理解，又易於記錄。系統思考法對於在短時間內處理及記下連串訊息，十分有用。

同理心及同情心

成功處理衝突及危機，除了要有應變能力及清晰的頭腦，亦需要恰當的溝通技巧。李燦榮認為，危機處理的溝通方式，要包含同理心和同情心。

「同理心」是指由第一身角度出發，易地而處，理解對方的心態及思路；而「同情心」則是由第三身角度出發了解對方，從旁觀察及感受。

危機處理的溝通方式亦講求恰當的用字及語氣。李燦榮認為，發言人的首句要包含同理心，讓對方明白發言人是易地而處，進入對方心裡，了解其感受及情況。例如發言人是一位官員，他的同理心就是要以市民的感受和期望來出發。若發言人能把同理心及發言內容二合為一，並善用肢體語言，便能擴大溝通效果，有助處理危機。好像總理溫家寶在四川發生地震後，親臨災區視察，便掌握了同理心。而梁家傑競選特首，與余若薇等議員進行模擬辯論，由對方飾演曾蔭權，就各議題進行辯論，也是一種同理心的訓練。

五大原則 - 嚴、勇、仁、信、智

研討會結束前，李燦榮與眾會員分享公關五大原則——嚴、勇、仁、信、智，再配合適當的溝通方式，溝通效果便能得心應手。對此五大原則，他簡介如下：

嚴：嚴守準則，若出現了問題，可能是問題超越了準則所定的範圍，例如是公眾期望。

勇：勇於創新，以求突破。


仁：以「仁」的方法處理各項事宜。

信：建立人與人之間的信任。

智：即智慧，運用智慧管理並運用「嚴」、「勇」、「仁」和「信」，善加配合。

是次研討會出席會員眾多，台上台下互動熱烈，會員踴躍發問，而李燦榮幽默而生動的演講技巧，令分享會倍感輕鬆。✕

第九屆 中國最佳公共關係案例大賽 港澳區徵集參賽案例 正式啟動

 中國國際公共關係協會(CIPRA)主辦，兩年一度的中國最佳公共關係案例大賽即將召開，今年已是第九屆。本會今屆再度榮獲CIPRA委託負責港澳區參賽案例徵集工作，港澳區參賽案例的初審工作由本會負責，並在香港執行。

作為對公共關係實務進行研究、總結和探討的最權威賽事之一，中國最佳公共關係案例大賽將在全中國進行（包括港澳台地區）。大賽的組織和評審將根據中國公共關係發展的現實特點，並參照「世界最佳公共關係金獎大賽」標準進行。

本會在過往數屆中積極參與這項盛事，除負責在港澳區徵集參賽案例之外，並組團前往北京參加大賽的頒獎典禮；PRPA更連續三屆獲得大會頒發組織獎。過去三屆香港入圍案例共50個，其中金獎5個，銀獎16個，專項獎1個。

本屆大賽旨在選拔2008年1月1日至2009年12月31日期間中國最優秀的公共關係案例（全部或部分在這段時間內實施的公關項目），並通過案例徵集、案例評選、案例推廣等系列活動，推動中國公共關係業的專業化、規範化、國際化發展，促進行業規範與繁榮。

第九屆中國最佳公共關係案例大賽現已正式啟動，並開始徵集參賽案例，**港澳區截止報名日期為2009年12月18日**。本屆大賽共設20個競賽類別，包括：

- | | |
|------------|------------|
| ■ 媒介關係 | ■ 企業傳播 |
| ■ 內部公關 | ■ 社區關係 |
| ■ 政府關係 | ■ 國際公關 |
| ■ 營銷公關（產品） | ■ 營銷公關（服務） |
| ■ 新產品上市 | ■ 大型活動 |
| ■ 財經公關 | ■ 文化體育 |
| ■ 醫療保健 | ■ 環境保護 |
| ■ 網絡公關 | ■ 品牌管理 |
| ■ 危機管理 | ■ 奧運公關 |
| ■ 企業社會責任 | ■ 政府及非營利組織 |

每個類別設「金獎」一個、「銀獎」兩個。大賽還設立若干獎項，如「傑出公關大獎」、「組織獎」、「最佳創意獎」、「最佳公益獎」，「最佳文案獎」和「最佳創新獎」等獎項。各單位報送參賽案例數量不限，但每個類別只能報送一個案例，同一個案例不能申報兩個以上類別。

評委會由中國國際公共關係協會屬下學術工作委員會和公關公司工作委員會成員組成，並邀請海內外著名專家、學者參加。本屆大賽仍採用「三審制」（即初審、複審和終審）。有關報名與參賽詳情，請即瀏覽 www.prpa.com.hk 及下載報名表格。✳

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
九龍巴士(一九三三)有限公司
非執行董事

Mr John Chan
Non-executive Director
The Kowloon Motor Bus Co.(1933) Ltd.

張樹槐先生
恒生銀行助理總經理
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—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
核數師

Mr William Leung
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

葉衛國
會長

William Ip
President

張一心
副會長

Maria Cheung
Vice President

陳志豪
義務秘書

Calvin Chan
Honorary Secretary

梁綺蓮
義務司庫

Pamela Leung
Honorary Treasurer

許翠鳳、尹美玉
培訓及活動

Agnes Hui & Ruby Wan
Training & Program

李少媚
傳媒關係及出版

Clara Li
Media Relations & Publications

張家荃
會員事務

Isabella Cheung
Membership