

香港公共關係獎2010 本地公共關係業界首次大賽 別具意義

李少媚

經過一年多的籌備，「香港公共關係獎2010」終於在9月27日啟動，接受業界精英報名參賽，角逐案例與個人共7個類別合共14個獎項。

這個大賽由香港公共關係專業人員協會（PRPA）主辦，既是PRPA作為香港公共關係專業組織首次籌辦的同類活動，也是首個專門為本港公共關係業界而設的比賽；適逢今年是PRPA成立15周年，舉辦首屆香港公共關係獎大賽，更具特別意義。

本港業界籌劃的公共關係項目，無論是機構、團體，以至個人籌劃的項目，均不乏優秀之作，成效超卓，舉辦「香港公共關係獎2010」，正是對業界的成就予以認許。

啟動禮正式開始前，業界菁英濟濟一堂，期待知道更多關於這次大賽的資料與詳情，話題總離不開「香港公共關係獎2010」是一個怎樣的大賽？另一邊廂，會場內一眾籌委成員則密鑼緊鼓，作最後綵排。

啟動禮上，座無虛席，「香港公共關係獎2010」籌備委員會主席陳祖澤博士道出他數十年公職生涯中，見證了公共關係業界的發展歷程。他指出：「回想我初踏足社會時，香港還未有公共關係這門專業，但隨著社會不斷進步，公共關係在推動工商企業、公營機構、非政府組織以至社會的發展，擔當著愈來愈重要的角色。涉及的層面也更加元化，包括建立及提升機構形象、協助企業營銷傳播、履行企業社會責任、危機處理，以至透過倡導及推行機構與持份者的溝通及參與，來影響公眾意見或公共政策。」

大賽得到多位來自商界、學界、傳媒的知名人士及資深公關人員擔任比賽評判。而大賽得以順利啟動，也有賴贊助、贊助機構、傳媒夥伴及支持機構的鼎力支持及協助。有關大賽的資料可瀏覽香港公共關係專業人員協會網站：www.prpa.com.hk。截止報名日期為10月29日，一眾公關業界精英，又豈可錯失這次與業界切磋的機會！

報名及查詢請聯絡籌備委員會秘書處蔡映麗小姐（電話：2114 4934 / 電郵：jacqueline@prpa.com.hk）。



完成拼圖後，象徵「香港公共關係獎2010」正式啟動



左起：張樹槐（評判）、崔綺雲（籌委會秘書長）、林黃碧霞（評判）、陳祖澤（籌委會主席）、李少南（首席評判）、葉衛國（會長及籌委會副主席）、池文皓（籌委會副秘書長）、關則輝（評判）、關偉（評判）、沈旭暉（評判）及楊健興（評判）

評判名單

首席評判	李少南教授	香港中文大學社會科學院院長
評判	石嘉麗女士	奧美公共關係有限公司董事總經理
(按中文筆劃排名)	沈旭暉博士	香港教育學院文理學院副教授及對外關係統籌主任 保華慈善基金會義務行政總監
	林黃碧霞女士	埃克森美孚香港有限公司 公共及政府事務—香港及華南副總裁
	胡定旭先生	香港總商會主席
	袁金浩先生	中國工商銀行(亞洲)有限公司獨立非執行董事
	陳南祿先生	恒隆地產有限公司董事總經理
	陳家華教授	香港浸會大學傳理學院傳播系系主任
	張樹槐先生	恒生銀行助理總經理(傳訊及企業責任主管)
	楊健興先生	信報財經新聞有限公司新聞總監 香港新聞行政人員協會主席
	關則輝先生	新創建集團有限公司企業傳訊總經理
	關偉先生	香港城市大學媒體及傳播系高級特任講師 新聞教育基金執行委員會司庫

第一屆香港公共關係獎

專訪主席陳祖澤博士

陳燕玲

「香港公共關係獎2010」是首個由香港公共關係專業人員協會主辦的公關專業比賽，旨在提倡卓越的公關實踐，體現公關的管理功能，通過這項比賽，推動香港公共關係的專業化發展，進一步建立香港公關業地位。

適逢今年為香港公共關係專業人員協會成立十五周年，透過舉辦「香港公共關係獎2010」，嘉許從業員的卓越表現，提高香港的公關專業水平，讓社會大眾對行業和工作有深入的認識，更是意義深遠。

曾經出任政府新聞處處長的陳祖澤博士，一直支持公關業界提升專業水平，對這次活動，由構思開始，他已經是大力支持，香港公共關係獎籌委會成立後，特別邀請他擔任主席，且聽他對首屆「香港公共關係獎2010」的期許。



香港公共關係獎籌委會主席陳祖澤博士接受《雙關》訪問，談到對香港公共關係獎的期許，關切之情，溢於言表。

問：可否詳述舉辦首屆香港公共關係獎的原因、理念及預期目標？

答：今年是香港公共關係專業人員協會（PRPA）成立15周年，協會期望透過舉辦首屆香港公關大賽，進一步鞏固協會的代表性，並推動本地公關行業的發展及提升公關從業員的專業水平。

問：請問如何能透過獎項推動本地公關行業的發展及提升業界整體水平？

答：首先，協會期望首屆香港公共關係大賽可以得到私人機構、政府部門、非牟利機構及志願團體等各方面的支持及參與，並提供公關經驗實例以作交流。此外，協會亦邀請業內知名人士及資深公關人員出任評審，甄選最優秀的公關個案項目。更重要的是，頒出的獎項將是對公關人員專業水平的認知和確定。

待獎項結果公佈後，協會將安排研討會及交流活動，讓得獎的業界分享心得，並透過互相觀摩和學習，提升業界整體的專業水平。

「香港公共關係獎2010」籌委會主席陳祖澤博士於啟動禮上指：「隨著社會不斷進步，公共關係在推動工商企業、公營機構、非政府組織以至社會的發展，擔當著愈來愈重要的角色。」



問：香港公共關係大賽的獎項，劃分為五大類，是因應本港公關行業發展作出有關分類嗎？

答：配合社會的進步，公共關係已不限於市場推廣或產品銷售，而是涉及更廣泛的層面，譬如改善機構形象，甚至提升企業社會責任等；而公關的項目亦不限於香港，而是面向國際市場。有見及此，香港公共關係獎2010希望從品牌管理、企業社會責任、公共事務、整合營銷傳播及內部溝通等五個層面，去肯定優秀公關人員卓越的成績。

問：目前，本港亦有市場推廣及廣告方面的獎項，請問香港公關大賽如何體現及突顯其代表性？可否透露對舉辦首屆香港公關獎項的期望？

答：香港公關大賽是一個全面性的業界比賽，所頒出的五個獎項類別亦涵蓋行業的不同範疇，而這個亦是香港首辦的同類型獎項，希望得到業內的支持，令其成為公關行業最具代表性的獎項。作為首次頒發的行業獎項，協會期望能先響出名堂，取得業內的認受性，而長遠則希望協助公關人員提升專業水平，以及推動整體公關行業發揮創意，走向更專業及多元化之路。

問：可否評論本港公關行業的專業水平、發展及未來機遇？

答：在我初踏足社會時，香港還未有公關概念，但隨著社會的轉變，近年香港公關行業的水平出現顯著進步，公關人員的專業水平亦得以確認及提升。我相信，香港的公關人員未來將朝向更多元化的發展，以及為面向國際市場而努力。☒

「香港公共關係獎2010」首席評判與籌委感言

李少南教授 (首席評判)

我希望透過今次比賽，看到一些有創意的作品，藉此提升整個行業的專業水平，令本港的商業及非商業機構更重視公關行業。

葉衛國 (會長及籌委會副主席)

本港許多公共關係從業員，無論是來自機構、組織或個人，都曾參與組織過不同類別的公關活動，而且質素極高。這個大賽是對他們在這方面所作的貢獻和努力予以嘉許，同時也給予業界一個機會彼此學習，互相欣賞。今年是PRPA創會十五周年，這個大賽亦標誌著協會發展的新里程。

梁綺蓮 (贊助事務小組)

能夠參與籌備這個本地公關界的盛事，深感榮幸，但其實一直感到戰戰兢兢。籌款對我來說是項陌生的工作，正所謂「巧婦難為無米炊」，擔心做得不好會影響各項工作的推行。現在活動終於正式啟動了，實在十分感謝各贊助機構和支持機構的鼎力支持！

黎淑芬(比賽事務小組)

60年代，公關是一門冷門行業，人們普遍只聯想到接待處的公關，時至今日，公關無論於企業、非牟利機構、政府機構中擔任重要角色。我很榮幸能夠參與本港第一屆公共關係獎的舉辦，表揚傑出公關項目，提升業界專業水平。

譚彩鳳(財政)

孕育經年的香港公共關係獎2010，終於在9月27日面世，作為研究其可行性小組的一員，心情就好像見到自己的BB呱呱墜地那一刻，感到無限興奮及安慰！

崔綺雲博士 (籌委會秘書長)

「香港公共關係獎」可以說是籌備經年。在籌委成員的努力下，很高興它終於面世了。我相信，它必將為香港公共關係專業人員協會帶來新的發展臺階，也為香港的公關業加添一點新氣象。

池文皓(籌委會副秘書長)

一個讓香港的專業公共關係從業員展露光芒的機會終於來到了！希望同業能把握機會踴躍參加這次公關大賽，得到他們應有的榮譽及鼓勵。✕

香港公共關係獎 2010

香港公共關係專業人員協會



見證卓越典範 表揚行業精英

首個由本地公關業界團體舉辦的獎項

截止報名日期 2010.10.29

評審團

李少南教授 (首席評判) · 石嘉麗女士 · 沈旭暉博士 · 林黃碧霞女士 · 胡定旭先生
袁金浩先生 · 陳南祿先生 · 陳家華教授 · 張樹槐先生 · 楊健興先生 · 關則輝先生 · 關偉先生
(姓氏筆劃序)

“今天公共關係涉及的層面更多元化，包括企業形象、社會企業責任，以至危機管理等，香港公共關係獎 2010 將為商界、政府、公營機構及非政府組織提供分享經驗的平台，有助提高業界的專業水平。”
— 公共關係獎 2010 籌備委員會主席陳祖澤博士

公關案例獎項類別

信譽 / 品牌管理 · 企業社會責任 · 公共事務 · 整合營銷傳訊 · 內部傳訊

個人獎項類別

新晉公關專業人員獎 · 卓越公關專業人員大獎

詳情請登入 www.prpa.com.hk 或 iPhone App (按App Store 後，搜尋 'Hong Kong PR 101')

查詢：Ms. Jacqueline Choy (852) 21144934 或 電郵：jacqueline@prpa.com.hk

『領匯非常學堂』 商場的快樂學習平台

雷淑雯
領匯管理有限公司
市場及推廣經理



一個非常學堂的誕生

領匯是180項零售設施及停車場的商場管理人，以及首家在香港上市的房地產投資信託基金(代號:823)，服務香港四成人口，提供日常生活所需。我們不斷尋求為市民大眾帶來新的體驗，為社區增值。

2007年下旬，天水圍發生連串家庭慘劇，一片陰霾籠罩著整個社區，天水圍被標籤為『悲情城市』，即自殺、婚外情及生活困難者的集中地。各界歸咎於市區規劃失誤，社區欠缺足夠支援設施。

「領匯」於天水圍擁有六個緊貼民居的社區商場。按捺不住潛藏的衝動，我們決定在社區做點事；有別於一般商場活動，我們希望藉著別具啟發性的活動，於社區內綻放一股正能量，營造和諧的氛圍。這股由心而發的非常傻勁，引發有心人一呼百應。

蔡瀾先生率先在天澤商場教授親子書法，為『學堂』揭開序幕，指導家長及小朋友以各種色彩繪寫出「趣」字，讓參加者領略如何從簡樸生活中體驗真正樂趣；寶珠姐在頌富商場解構親子關係，分享人與人相處要柔和、體諒及互相尊重；張堅庭在天盛商場藉著親子演戲工

作坊，啟發街坊表達愛與喜怒哀樂；敲擊樂大師龍向榮博士同兒子龍一脈在天瑞商場，號召一家人集齊家中煲罉樽罐，大玩嘍歷咁嘞大派對。

如此，「領匯非常學堂」(The Link FUN Academy)於同年11月17日啟動了，並巡迴在領匯旗下天水圍區各商場舉行。

連串的活動換來座無虛席的商場大堂、心領神會的眼神、發人深省的發問、哄堂合拍的笑聲及嘉賓導師提問：下次一齊再做甚麼？就是這樣，「學堂」一直籌辦下去，學科包羅生活智慧、語文歷史、文化藝術、綠色保育、運動特訓以至本地遊學團。男女老少的學員都被照顧到，可謂有教無類；

由於活動受社區歡迎，自2008年『學堂』已衝出天水圍，走遍港



▲商場內臨時設置仿真草專業足球場，讓足球小子計劃的畢業球員大顯身手。

島、九龍、新界多個領匯商場。由2007年11月至今，「非常學堂」與過百知名人士、培訓機構及社區團體合作，舉辦了80多項活動，參加人數逾18,000人次。『學堂』更廣泛邀請領匯員工自願參與活動，發揮服務社群的精神，又與參加者一起互動學習交流，箇中亦對基層家庭的需要加深瞭解。

最後，誠邀大家登入『學堂』網站(www.thelinkfunacademy.com)，分享我們的「非常」片段點滴；也期待各界多給予意見、支持及參與。✉

▼天水圍天瑞歡樂廣場上永久展示區內青少年們集體學習及創作的馬賽克作品！



◀經歷3個月的英語音樂劇培訓，天水圍一班少年人於商場向古天農老師及公眾呈獻上畢業演出。興奮的學員一起來個擲畢業帽子儀式。

融合地道人情與創新意念 新巴人力車觀光巴士行銷公關案例

廖家欣
新巴高級公眾事務主任



新巴以「融入地道人情與創新意念」為題，正好道出「人力車觀光巴士」營銷及推廣意念的精髓。公司率先在港開辦主題式觀光巴士路線「H1 懷舊之旅」及「H2 動感之旅」，成功開創本港專營巴士拓展旅遊業務的先河。然而，面對近年各項經營挑戰，以及成本預算的限制，公司在推出嶄新服務時要突圍而出，談何容易？

在案例分享會上，新巴企業傳訊副總監陳燕玲小姐介紹「人力車觀光巴士」的整體策略思維及多元營銷模式，其中三大主要營銷公關及推廣策略為：

(1)分階段傳播策略

首先，在觀光巴士啟行前，公司先透過傳媒簡報會、互聯網討論區及在社交網頁Facebook增設專頁，發放服務即將出爐及舉辦市民試乘的消息，成功製造期望及話題。

在巴士啟行當天舉行隆重的啟行儀式，邀請巴士迷團體及市民參加試乘，以乘客的真實體驗作宣傳，大大提升傳媒的注意力。其後，宣傳攻勢便進入巴士啟行後的階段，分別透過本地消閒雜誌及報刊、電視資訊節目、各入門網站及網上旅遊雜誌，將訊息先滲入本地的目標受眾，然後再拓展至內地及東南亞地區以吸引遊客。

(2)融入「人情」、情感消費的元素
推廣象徵老香港的「人力車」品牌，就是希望喚起市民對香港文化的歸屬感。公司以「穿梭古今香港，融入地道風土人情」作為口號，實行向乘客及傳媒「動之以情」，同時又體現其貼心、地道的

服務，希望市民可以與不同親友，多次乘搭。

(3)借助消閒式新聞報道的力量

除了利用巴士公司本身擁有的廣告位置(車身、巴士候車亭及車廂電視)外，公司將宣傳焦點放在有較大版面，能讓目標受眾詳細閱讀的消閒報刊上，特意把「人力車觀光巴士」的服務特點與熾熱的保育議題緊扣，包括重點宣傳路線途經香港16個法定古蹟及10個一級歷史建築，以配合政府保育政策；又預先設計有關本地遊的新聞角度，讓傳媒洞悉兩條主題路線的教育意義。

「人力車觀光巴士」自推出以來，雖然沒有龐大的預算來進行鋪天蓋地的廣告投放，但依然得到傳統媒體及網上媒體的廣泛報道，深受旅客及市民愛戴，贏得口碑。當中包括超過三十份本地媒體報道、超過二十次海外報道，其中大部份更是以專題式介紹或刊載，而網上轉載及連結更不計其數。

此外，新服務透過與合作伙伴，如香港旅遊業發展局、康樂及文化事務署、區議會、酒店及



▲在啟行儀式上，兩對模特兒以懷舊及現代造型，突顯懷舊之旅和動感之旅的主題特色

旅行社等建立長遠合作關係，深化公司創新和專業的形象。今次於「中國最佳公共關係案例大賽」中獲取佳績，實在有賴公司各部門、合作伙伴、傳媒及市民的支持。☒



▶巴士迷團體及市民試搭「人力車觀光巴士」

參觀「國泰城」 了解危機管理

黃穎研

民航機能夠在萬里高空翱翔，背後有著龐大的工作人員及技術支援。香港公共關係專業人員協會(PRPA)於9月14日安排參觀國泰航空總部——國泰城，讓參加者了解這間以香港為家的航空公司的日常運作及遇有緊急事故時的應變措施。



▲ Robert為大家講解危機管理中心的運作

二十多名參加者早上齊集國泰城，在PRPA培訓及活動執委兼國泰航空企業傳訊經理(海外)黃慧娟及國泰航空企業傳訊主任關慧英帶領下，先後參觀了國泰航空的危機管理中心、綜合運作中心、國泰航空博物館，及機組人員的培訓情況。

現代企業著重危機管理，作為航空業舉足輕重的機構，國泰航空亦不例外，以整個樓層作危機管理中心，遇有嚴重事故時，危機管理中心可說是公司的心臟地帶，各部門主管齊集共商應變措施。國泰航空 Head of Corporate Contingency Planning, Robert Kent 表示，在每隔半小時的會議中，各負責同事須匯報最新資訊，讓大家充分掌握全面情況。

飛機為集體運輸工具，遇有嚴重事故時，傳媒定必希望盡快取得最新情況的資料。黃慧娟表示，傳媒中心設於危機管理中心內，企業傳訊部每位同事各有分工，專責不同職

務，第一個指標是在事故發生後一小時內發出首個聲明。除了向傳媒發放消息，也與各合作夥伴及員工保持緊密溝通。

遇有嚴重緊急事故，國泰航空也考慮到受影響乘客的家屬，因此，設立熱線電話予公眾查詢，並把有需要跟進的個案，轉交曾受專業訓練的「家屬支援小隊」(CARE Team)，小隊專門負責向受影響乘客或其家屬提供協助。

Robert表示，危機管理中心只會在遇到嚴重緊急事故才會啟動，有史以來只有兩次，為確保各有關部門隨時準備充足，公司會定時進行預演及與各部門檢討。

國泰航空的全球網絡每週營運逾1,400班航班，每天接載的旅客數目達五萬名，要確保航班準時抵達、升降無誤，綜合運作中心的員工經



▲ 看到空難逃生用的橡皮艇，心想今生最好用不著



▲ 黃慧娟向訪問團簡介公司情況



▲ 左起：會員事務委員龍敏兒、副會長張一心、國泰航空企業傳訊經理(海外)黃慧娟及會長葉衛國

常「一眼關七」，留意包括國泰、港龍，以及貨機華民航空的飛行狀況。綜合運作中心經理陳漢銘(Alex)表示，中心每天管理的航班數目達四百，負責即日及未來七天的航班安排、訂定升降次序等。

一旦遇到天氣惡劣等可能影響航班的情況，中心會根據天氣預報，把資訊交給機師，讓他們決定是否需要改飛其他機場；若必須轉飛，中心會安排工程、機組人員及客戶服務等所有後勤支援。Alex強調，乘客及機組人員的安全永遠是公司的首要考慮，但綜合運作中心會致力把乘客的不便減至最低。

最後，PRPA安排參加者於國泰城逸泰居酒店(Headland Hotel)的高級食府凱泰廳(Catalina)內品嚐自助午餐，讓參加者互相認識交流，結束這半天難能可貴的「飛行體驗」旅程。✂



▲ 大夥兒在訓練機艙服務員的中心拍照

細說從頭 15年

鄭景鴻

今年是「香港公共關係專業人員協會」成立15周年，協會至今已是本港以至大中華區其中一個重點的公關專業組織。談到協會的誕生，令我回想當年與本會顧問陳祖澤先生的意見交流。

1993年，陳祖澤先生告別任職多年的官場，出任九巴董事長。他上任不久，九巴宣佈加費，引起社會很大迴響。筆者於1994年3月10日在《信報》發表了「從公關策略角度看九巴加價風波」一文，就事件善意批評。怎料陳翁旋即親自來信，言詞誠懇地寫道：「拜讀閣下大作，獲益良多，我更深切體會到目前的政治及社會環境下，制訂有效的公關策略極其重要。我更感謝閣下善意的指正，更希望能有機會與您聚會，聆聽教益。」

反觀今天的在位者，鮮有對批評者如此虛心。筆者有感其誠，應邀詳



▲九位創會會員難得聚首一堂，暢談會務（第十位創會會員Percy不幸於2006年病故）

談，結果反而聆聽了他的教益，分享其寶貴的行政理念，了解其熱誠處事態度。

事後更因他所提及的公關議題，我找了在大學傳理系的同門學長何子源(Percy)，探討成立一個專業公關協會。何子源曾在大學任教公關，對此計劃十分認同，並再找來資深公關人、新聞界前輩張林森(Forrest)。張林森有籌辦組織的豐富



▲PPRA在1995年7月8日舉行首次大型公關研討會，嘉賓包括本會顧問陳祖澤（右三），創會會員關則輝（左三）及鄭景鴻（左一）代表本會出席

經驗，使我們能順利起步。當然，更重要的是能先後聯繫一群熱心的公關專業界友好，包括鍾慕貞(Angel)、關則輝(C.F.)、關月嫦(Mabel)、譚彩鳳(Eppie)、莫淑儀(Amy)、雷淑雯(Germaine)及池文皓(Virginia)共十位創會成員，合力組織了第一屆理事會，並邀得陳祖澤先生擔任顧問至今。

電視劇一句「人生有幾個十年？」觸動了不少人的心。香港的人、情、事總是飛快交替，一個民間團體能持續發展十多年，絕非僥倖。盼望協會眾成員能繼往開來，同心同德，在下一個十年再創會務新高峰。✕

山東阿膠企業轉危為機的經驗

李少媚

早前，中央電視台的《每周質量報告》披露國內阿膠市場亂象，很多人都以為這次行業危機對包括「東阿阿膠」在內的阿膠業界，會帶來沉重打擊。事實上，央視另一皇牌節目《焦點訪談》，於2002年報道阿膠業造假，對行業造成的嚴重打擊，消費者與業界還是記憶猶新的。

當年，央視之焦點是山東的「福膠集團」，指集團以馬皮假冒驢皮，作為原材料生產阿膠，公然造假。山東另一阿膠龍頭企業「東阿阿膠」未意識到唇亡齒寒的危機，對競爭品牌評頭品足，結果自己也捲入了行業危機中。

這次「東阿阿膠」以積極的公關策略，開展一場正本清源的公關行動，轉危為機。

「東阿阿膠」迅速表達承傳中國阿膠文化的心志，強調寧可停產也不造假，向市場傳遞作為龍頭企業的社會責任，也是向公眾顯示挑戰行業潛規則的決心。

此外，集團在危機爆發後不久，即安排了媒體參觀集團的養驢基地，說明原料供應並無問題；面對媒體對阿膠市場亂象的報道，「東阿阿膠」以《阿膠造假緣於驢皮緊缺•消費者購買需謹慎辨別》為主題，舉行記者會，從阿膠的起源、煉製技術、功效及應用、選購產品的辨別方法，逐一介紹，化解危機的同時，提升了品牌的可信度。✕

（本文節錄自《國際公關》期刊第34期2010年8月）

製作企業年報的要訣

張宇丹

「年報」不單是企業建立公共關係和投資者關係的重要一環，也是「非政府機構」(NGOs)向政府及公眾匯報工作的成績表。

本會副會長張一心小姐(Maria)應香港社會服務聯會邀請，為社福界人士講授「社會服務機構應用傳意證書」課程內之「年報製作」。Maria為新創建集團有限公司企業傳訊部助理總經理，對年報製作經驗豐富，她從不同角度向來自近30家NGO的學員解構年報製作的成功要訣。此外，協康會總幹事曾蘭斯小姐(Nancy)亦出任嘉賓講者，分享製作年報的心得。

Maria指出，製作年報主要分為九個步驟：

- 1) 先要瞭解機構去年的業務狀況及來年的發展，如業務蒸蒸日上、財政穩健，便可投放更多資源製作一本設計精美的年報；如機構表現平平，就只適宜採納簡單的設計；
- 2) 篩選必須及有需要強調的內容，如里程碑和特別成就；
- 3) 制訂預算及製作時間表；讓自己有足夠的時間籌備及決定找尋何種類型的設計或印刷公司；製作時間表應包括設計、紙張選擇、文字處理、校對、翻譯、攝影及郵遞等工作在內；
- 4) 構思年度的主題及年報外觀；這直接影響年報的設計、文字和圖片的鋪排；
- 5) 擬訂年報的內容，務求展現機構如何實現抱負及使命；
- 6) 向數家印刷公司/設計公司索取詳細的報價單，並加以比較；
- 7) 著手製作年報，需留意相片的質素及目標頁數與目錄是否相等；
- 8) 反覆由不同同事和相關部門校對，避免出錯；
- 9) 印刷及派發。

Maria再三向社福機構的學員強調控制成本的重要。學員必須精挑細選年報的內容，如把關不嚴，製作成本便會大大超出預算。至於報價方面，報價單務求詳盡，最好貨比三



本會副會長張一心向社福界參加者講解如何製作一本成功的年報。

家，審閱報價應留意加班時間和加班費如何計算，以及其他額外收費的項目及細節，因稍不留神，便會導致嚴重超支。

在寫作方面，文筆宜精簡有力，內容應扣緊社福機構的抱負及使命，不需浪費篇幅吹噓機構的籌款能力，應突顯資助人士/機構的款項是用得其所；同時可使用不同的圖像和歸納的方式交代，避免平鋪直敘和流水帳式的詳列相近又雷同的活動資料。Maria認為精彩圖片可勝千言萬語，除附有精彩的圖片說明外，不妨考慮加插資深員工、熱心義工和受惠的服務對象的個人感受，用真實情感提高年報的可讀性和趣味性。

雖知機構越具規模，準備越要充足，各部分工越要清楚。年報工作小組需要有反覆修訂內容的思想準備，面對不同部門、子機構、上級、委員等意見，便要掌握優先次序。同時應預早把獲授權使用及清晰的圖片篩選，字體及圖片不宜太小，而過多董事局成員「排排企」的大合照也會令讀者反感。需注意硬把過量的資料填滿每一頁，則既不美觀，也增加閱讀的困難。Maria最後提醒與會者切記不要把捐款者和支持機構等的名字及資助金額弄錯，否則影響社福機構的形象之餘，也令人留下壞印象。

另一位嘉賓講者 -- 協康會總幹事Nancy則以實例呼應Maria的解構。她提到創新醒目的設計，可吸引讀者的注意，構思出色，就不妨採納到其他通訊和宣傳品上，學員也可善用機構內的人才及資源，如邀請英語暢達的委員義務校對英文內容，以節省開支。

所以，一份成功的年報是要在成本與內容之間取得最佳的平衡，企業透過年報突出公司表現和未來增長，而社福界則需強調機構如何成功實踐其使命，才可贏得社會的支持。☑

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.

關則輝先生
新創建集團
企業傳訊總經理
Mr CF Kwan
General Manager - Corporate Communications
NWSH Ltd.

林黃碧霞女士
埃克森美孚香港有限公司
公共及政府事務一
香港及華南副總裁
Mrs Grace Lam
Vice President, Public & Government Affairs
Hong Kong & Southern 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

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

劉瑞飛陳京輝會計師事務所
義務核數師
Lau Chan and Company, CPA
Honorary Auditor

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

李少媚、葉碧玲
傳媒關係及出版
Clara Li, Rainnie Ip
Media Relations and Publication

許翠鳳、龍敏兒
會員事務
Agnes Hui, Stella Lung
Membership

尹美玉、黃慧娟
培訓及活動
Ruby Wan, Elin Wong
Training and Programme