

會長的話

今年七月，香港人罕有地集體經歷了真情的一刻。一向對政治冷感的香港人，首次爆發如此高漲的政治情緒。這種變化亦衍生了另一個效果，就是體現了公關策略對政府傳達政策信息及建立威信的重要性，包括個人及整個管治政權的威信。

香港公共關係專業人員協會（PRPA）樂於看到這衍生的效果，因為它有助鞏固公關行業的成長。

對香港而言，七月一日是一個歷史時刻，五十萬市民上街遊行，表達他們對香港及政府的意見。這個日子對本會而言，也是歷史性的一刻，因為我們的執行委員會、督導委員會及顧問亦在這天聚首一堂，規劃未來三至五年的長遠大計。

我們的目標是代表本港整個公關行業的聲音，並最終成為香港公關從業員的專業認證機構。這當然並非容易的事，因為協會的財政及人力資源實在有限，而公關行業的分佈亦較鬆散。然而，無論有多困難，我們都會致力實踐這個目標，因為公關行業最需要的，正是這樣的一個協會。

我們未來的策略，就是積極強化公共關係在企業管理中的角色，為協會建立更鮮明的形象，加強與各界專業人士及國際間的聯繫，籌辦更多不同類型的活動，以迎合不同人士的需要，提升彼此間的凝聚力。

協會將竭盡全力反映香港公關業界的意見，成為行業的代言組織。在這肩負重要使命的路途上，敬希會員不吝賜教！☒

石嘉麗

今期內容

會長的話	第1頁
PRPA傳播透視研討會	第2,3頁
從SAR後的SARS看重張旗鼓 SARS的疫後民心重建至為重要	第4頁
公關專業的進修途徑	第5頁
中國最佳公共關係案例大賽	第6,7頁
二零零三年版權（修訂）條例草案	第7頁
歡迎學生會員・鳴謝	第8頁

最佳公共關係案例大賽

由中國國際公共關係協會主辦的第六屆中國最佳公共關係案例大賽開始接受參賽案例，PRPA獲委託負責統籌香港區的參賽作品。是項賽事為專業公關公司展示自己專業水平和品牌，以及為企業及公關機構交流和提高公共關係專業水平提供良好機會。有關參賽詳情，請參閱第6頁的報導。

ADVISORS 顧問

Mr John Chan
 Managing Director
 The Kowloon
 Motor Bus Co.
 (1933) Ltd

Mr Walter Cheung
 Assistant General Manager
 Head of Corporate
 Communications
 Hang Seng Bank

Professor Leonard Chu
 Chair Professor and Director
 Centre for Media and
 Communications Research
 Hong Kong Baptist University

陳祖澤先生
 九龍巴士
 (1933)有限公司
 董事長

張樹槐先生
 恒生銀行
 助理總經理
 企業傳訊主管

朱士敬教授
 香港浸會大學
 媒介與傳播研究中心
 講座教授及主任

Mr Chu Pui-Hing
 Director of
 Broadcasting
 朱培慶先生
 廣播處長

Mrs Grace Lam
 Head of Corporate Communications
 The Hong Kong and China Gas Company Ltd

林黃碧霞女士
 香港中華煤氣有限公司
 企業傳訊總監

EXECUTIVE COMMITTEE 執行委員會 (2003)

Clara Shek
 President
 石嘉麗
 會長

Linda Tsui
 Vice President
 崔綺雲
 副會長

Angel Yeung
 Honorary Secretary
 楊惠卿
 義務秘書

Jenny Tam
 Honorary Treasurer
 譚錦儀
 義務司庫

Elaine Chan Roger Lam
 Training & Program

陳燕玲 林文騰
 培訓及活動

Cecilia Ko William Ip
 Media Relations & Publications

高玉桂 葉衛國
 傳媒關係及出版

Amy Mok Christina Chow
 Membership

莫淑儀 鄧美玲
 會員事務

PRPA

香港公共關係專業人員協會通訊《雙關》在今年六月刊載了一篇題為「全城抗SARS」的文章，當時政府、市民及公關從業員所關注的問題，正是該文章所指的「議題管理」(Issue management)，而文中亦重溫了「機構社會責任」的概念。

五月二十三日，世界衛生組織撤銷對香港發出的旅遊警告，其後於六月二十三日除去香港「疫區」之名。未知是否有意，還是碰巧，特區政府於六月二十九日，便公布簽訂「更緊密經貿關係安排」(CEPA)協議。奈何這樁「喜事」，並未發揮「沖喜」作用，反而有五十萬人上街遊行宣洩不滿，這是香港近年來從未發生過的事，亦出乎政府的意料之外。

特區政府在後SARS時期令自己陷入這個困局，主要原因，離不開「SARS的公關管理」與「後SARS時期的議題傳訊」。

探討如何令香港重現活力

七月五日，香港公共關係專業人員協會 (PRPA) 主辦了「為香港重張旗鼓的傳播透視研討會」，以探討如何令香港重現活力。在職業訓練局的贊助下，我們很榮幸邀得以下五位傑出人士擔任講者：

- 香港總商會總裁翁以登博士
- 《遠東經濟評論》及《亞洲華爾街日報》記者Jeff Fowler
- 《香港經濟日報》副社長石鏡泉先生
- 香港中華煤氣有限公司企業傳訊總監林黃碧霞女士
- 香港浸會大學傳理學院朱立教授

論壇分為兩部分，上半場以英語進行，下半場則以廣東話進行，兩個部分皆設有台下發問環節。在內容方面，第一部分集中討論外界人士，如海外投資者等的意見，以對比翁以登作為香港外貿大使的看法，並由Jeff以駐港外國記者身分談及其個人體驗。而第二部分則集中聆聽本地人士的意見，我認為可以說是香港內部（包括市民、專業人士及社區領袖等各個組成部分）的「獨白」。

翁以登在論壇上把CEPA簽訂日期所引起的疑惑一掃而空，他表示CEPA的討論其實早在二零零零年一月已經開始了。那麼「沖喜」之嫌確是不存在，但是公眾有何想法呢？剛在論壇舉行之前，特區政府召開了記者會，公開承認「七一遊行」的確反映了市民的不滿，但為甚麼沒有回應市民所提出的實際問題？

假如特區政府能暫緩公布CEPA（政府手上的「王牌」），便很有可能避過七月一日的尷尬。因為在SARS疫潮過後，最關鍵的問題是如何重獲市民的支持，而不是吸引商家或「賺錢」。這項公布本身並不壞，結果卻帶來反效果，令SARS爆發期間賠上性命或冒生命危險工作的人頓時變得不再重要。市民把怨憤發洩在基本法第廿三條之上，而這情況是香港政府最不願看到的。

要令民生及整體社會重上軌道

翁氏以一首美國老歌The Gambler作比喻，我們必須知道When to hold and when to fold（進退有度）。政府的訊息必須非常清晰。後SARS時期香港政府當務之急，就是利用疫症所帶來意想不到的社會凝聚力，重新修補其與市民之間因連串政治失誤而跌至谷底的關係，以及重新真正了解民生，令管治達到世界級水平，建立及維持世界級城市的環境。如此一來，商機及投資自然增加。因此香港重張旗鼓的對外傳訊應來自香港內部，首先要「令民生及整體社會重上軌道」。

在既不幸也不情願的情況下，香港「七一」事件登上海外報章的頭版，把原來屬於CEPA的風頭搶了過來。沒有任何一位政府的高級新聞官員能製造這種宣傳效果，可惜這不是我們想要的，這種效果是致命的，它令人相信基本法第廿三條令香港經濟復甦陷於停頓，民主倒退。國際焦點被錯誤引導，最近我們對「錯誤引導」一詞都很熟悉，而公關從業員則避之則吉，要怪罪的話，罪魁禍首應該就是特區政府拒絕與市民溝通，沒有聆聽市民對基本法第廿三條的意見，反而並非政府在這條法例上讓步與否。

作為一名記者及在香港這場危機當中進行採訪的美國人，Jeff需要的不單是資訊，而是真實的個案。他沒有時間了解香港的歷史及文化背景，因為香港在SARS肆虐期間，一切幾乎陷於癱瘓。SARS爆發時，資訊搜集仿如一場刺探行動，因為大部分的記者會，尤其是對國際媒體最重要的問答部分，都以廣東話進行。個別醫院的熱線電話接線生不能用英語回答查詢，政府衛生部門官員也無暇回覆大量的記者來電和傳呼。

錯過把SARS新聞「包裝」成正面訊息的機會

特區政府不但錯過把SARS新聞「包裝」成正面訊息並向全球發布的機會，更任由整件事在人們眼中演變成一場冷酷的疫症。背後的真相，就是特區政府根本不知道可以做些什麼，有關香港的一切，都指望日內瓦世界衛生組織向世人公布，結果帶來更具傷害性的暗示，就是任何有關香港SARS疫情的訊息，都要由世界衛生組織證實，世界媒體才會相信。



研討會上座無虛席



主講嘉賓翁以登(中)及Jeff(右)



主講嘉賓石鏡泉(左二)、林黃碧霞(左三)及朱立(右)

七月舉辦傳播透視研討會

張季平

重量級人馬會上發表精闢意見

可信性與訊息傳遞的問題，正阻礙著香港重張旗鼓。香港旅遊發展局在SARS疫潮過後，公布了一系列吸引遊客的措施。與此同時，投資推廣署亦積極推行促進商貿的計劃。航空公司推出不同的宣傳口號，而機場的口號是Flying High（筆者在離境站發現的），令人聯想到「離開香港」而不是「香港歡迎您」，而後者現已成為澳門特別行政區的旅遊宣傳口號。

Jeff認為，不論有多少個部門或官員在分擔不同的工作，政府必須向國際媒體發放一致的訊息。不要以為外國記者對香港有一定的認識，所以必須把事實「包裝」成有趣的故事，找出對自己有利的角度，從而爭取國際宣傳效果。

這麼說來，似乎香港一直也沒有明確的一致訊息可向海外發布，除了後來的「We Love HK—同心為香港」幸運大抽獎活動。可是海外遊客又怎會為了贏取香港的住宅單位或一架平治房車而額外消費呢？他們將要再次來港領獎，出席記者會及頒獎禮，到時甚至會偷偷告訴記者，他們將會把獎品兌換成現金，而他們所屬地區的報章又會怎樣報導這則新聞？

到目前為止，事實和新聞角度都不利於復甦香港的旅遊業。海外報章讀者不會對每天的瑣碎新聞感興趣，無論特區政府要用什麼方法爭取國際焦點，這都要由一位具有國際地位的人物帶頭進行。

論壇上的妙語

談到這裡，不得不提到妙語連珠的石鏡泉在論壇上的一些妙語。石鏡泉坦言後SARS時期香港傳訊工作的「失誤」在於：

- 在過去六年的管治裡，一直缺乏可以令香港重上軌道的推銷品（Product），或者說政策、具體的證明等。
- 特區政府滔滔不絕地重提（Rapping）既成的事實，例如為上任財政司梁錦松的「過失」作出爭辯。
- 未能編排優次（Prioritize）。為了解決政府所面對的問題，不停替香港粉飾太平，包括發放經濟或商貿方面的「好消息」，例如由國際貨幣基金組織（IMF）對香港的健全金融制度予以肯定，二零零四年在香港舉行的福布斯全球論壇（Forbes Global Forum）簽訂協議，以及在香港自SARS疫區名單上除名後不足五、六天，就慶祝特區政府成立六周年，當時無數醫護人員仍在病房裡跟這惡疾搏鬥。兩則消息都是由上任財政司梁錦松發布的，在當時，財政司大概是信服力最低的政府官員，這使整個情況變得更壞。



石鏡泉在論壇上妙語連珠



林黃碧霞及朱立為論壇作總結

• 未能有效及迅速地傳達訊息（Across）。例如，在大部分飛機滯留在地面的時候，在機場上搞醒獅表演。

「為香港重張旗鼓」成功與否，繫於PRPA這個縮略詞

- P代表"Progress"（進步）：向前走，不要緬懷過去或高調地重提過去的成就；
- R代表"Reconcile"（和解）：尋求市民的共識，例如透過坦誠的溝通、聆聽及資訊交流，公開檢討政治制度，就基本法第廿三條再次進行諮詢，檢討整體政府管治，或者討論九月發表的《非典型肺炎專家委員會報告》等一次性項目。
- P代表"Prompt action"（迅速行動）：迅速實踐承諾。
- A代表"wait for Applause"（等候別人的認同）：先等市民表示認同，才告訴國際媒體。

香港的國際公關活動必須注意以下幾點：

- 香港駐加拿大經濟貿易辦事處及駐倫敦經貿辦事處，都不應該在香港除去疫區之名當日，就香港經濟復甦的時間表開立空頭支票。
- 如果政府在SARS疫潮過後，立刻向市民作出改善民生及社會、政治、經濟環境的承諾，甚或遠期承諾，便可能可以延緩七一事件的爆發，賺取更多時間，以便調配資源和部署一切。
- 最後，政府必須提升對公眾情緒的敏感度，並要盡量配合公眾情緒作出有利的行動，而不要與之對抗。
- 所有資訊、新聞故事的發布，尤其是問答環節，必須以中、英雙語進行。

最後，PRPA的顧問林黃碧霞女士和朱立教授運用他們一貫的幽默感，為整個論壇作出總結。

筆者希望在此引述一位業餘公關大使的話，引證何謂高效傳訊。二零零三年度香港小姐在八月二十四日向記者說，作為香港未來一年的親善大使，她會向海外朋友解釋，基本法第廿三條引發的七一遊行，引證了香港的團結及對民主的渴求。我們謹希望政府能多聆聽，並盡量發放有系統及一致的訊息。☒



Jeff 接受會長石嘉麗致送紀念旗

從SAR後的SARS

朱立

看重張旗鼓

SARS無疑給香港、台灣、新加坡、中國內地的華人帶來了"911"式的打擊，"911"的恐怖在於恐怖行為的隱藏性和不可測性；SARS病毒也一樣，我們很可能只是暫時把它「打走」了，誰也不敢保證它絕對不再回來襲擊我們。

SARS後的SAR該做的第一件事便是以SARS病毒零復發為目標，「盡力、盡力、再盡力」，做好我們能做的一切。再者，要做最壞的打算，萬一SARS不幸在香港復發，我們該怎麼做？在新加坡、台灣、中國內地復發，我們又該怎麼做？這些工作非常、非常重要，不做或做得不好，「十億元的3R」(Response, Reassurance, Recovery)計劃必定「泡湯」！「重整旗鼓」也將變得形多於實！

傳播工作當然要做，但我們必須認清楚，傳播要有效，必須要有「實質」的內涵做後盾，說俗一點，「傳播」是「姿勢」，沒有「實質」的支撐，只是「有姿勢，無實際」，「得個睇字」！

香港要「重張旗鼓」，在國際上再站起來，必須先自本身做起，所為「安內攘外」是也，「內安」則「外自攘」也。沙士病毒當然可怕，但也令世人看到了香港人的可愛的素質；不幸的是沙士一疫，也讓港人對回歸後政府各項政經措施應變之失措、失時更加「感同身受」！

要去除SAR 後的SARS

SARS後的SAR第一件該做的便是要去除「SAR 後的SARS」。病毒的SARS走了，如果政治管理的SARS依然從後面糾纏著特區政府，則有如「旗鼓」鮮艷、響亮，但無兵馬隨之，「旗鼓」固然「重張」，於政經的實質推進絲毫無補。

附在特區政府身上的SARS是"Statistical manipulation, Antagonizing and Restricting Syndrome"，即「騙、激、限綜合症」。特區政府成立伊始，便不斷玩弄數字，先是居港權事件，接著是公務員裁員、減薪，問責制司、局長加薪，中小學教師縮班，大學資助大削等，無一不是統計魔術。財亦是事實，不能開源，就得節流，此天公地道之理，但政府捨坦誠溝通，而取「嚴責」之方，結果，社會各階層全激怒、得罪(antagonizing)待盡，如此如何能不民怨沸騰呢！

再說restricting，特區政府以「大有為」自居，捨「宏觀調控」，而行「微觀干預」，官員們又累又無動力，創意全消，士氣低

沉，能張的「旗鼓」全是「舊貨」，吸引不了人！

「八萬五」本身的對錯值得商榷，但反覆不定的房屋政策顯然是樓市再衰三竭的一個主因。「孫九招」無用，如只是治標不治本，就算「孫廿招」也終將無法令樓市振衰起頹。政經管治的SARS一定要除，否則「重張旗鼓」只能增添姿彩和喧嘩，實質的幫助恐將微乎其微；特首固然「鞠躬盡瘁」，市民亦將繼續「怒而不已」！

SARS後的SAR是否能夠「重張旗鼓」，首要之務乃是「固本培元」，本固則元培，傳播加以配合，才能事半功倍。

現代社會是信息社會，信息社會是高透明的，強調雙向溝通，而非單向或歪曲宣傳。五十萬人上街是傳播出了問題，更是特區的領導與施政出了問題。SARS後的SAR有沒得救，得看我們能否「標」(傳播)「本」(政制改革)雙管齊下了！☒



本文作者朱立教授為香港浸會大學媒介與傳播研究中心講座教授及主任，亦為PRPA顧問。

SARS的疫後民心重建至為重要

□香港公共關係專業人員協會督導委員會

非典型肺炎(SARS)在香港爆發，造成了極大的傷害，也暴露了香港特區政府的管治危機。香港一直是亞太地區行政效率最高的幾個城市之一，但為什麼在全球所有出現SARS問題的地區中，香港的擴散及受感染人數比例竟然是最高？

作為香港主要的專業公共關係組織，本會認為，從公關與信息溝通的角度分析，SARS事件除暴露了特區政府處事危機感不足，更凸顯了民眾未感受到特區政府是一個關懷人民的政府(a caring government)。其實，本年初當SARS威脅尚未出現時，香港已要面對財政赤字危機，SARS一役令本地經濟更是雪上加霜，經濟重建急在眉睫。因此，重建的起步繫於民心，這是政府的首要任務。

除了嘉許及肯定各戰線上的抗疫英雄，以及妥善照顧痊癒者及其家屬的生活需要之外，政府應推動建立互相關懷與體諒包容的文化。此外，政府必須嚴密防範SARS再現，汲取以往的教訓，善用疫後的形勢，虛心反思施政不足之處，察納雅言，乘著在對抗SARS期間所凝聚的社會團結精神，重建民心。☒

公關專業的進修途徑

黎明輝

在《雙關》第二十三期中，筆者概括地介紹了在本地修讀的公關與傳訊碩士課程的途徑。然而，修讀碩士課程需要付出相當的時間與金錢，難免需要再三考慮。再加上在職務上兼顧公關工作的在職人士，未必願意付出數年的時間只為單一範疇的高學位。因此，不同程度、因應不同學歷與不同工作需要的公關課程亦應運而生。

環顧本港多所提供持續教育進修課程的機構，以香港大學專業進修學院（SPACE）提供的短期公關課程種類最多，範圍包括財經公關、雙語公關寫作、英語公關傳訊技巧，以至互聯網上的市場傳訊等。這些入門性質的課程修讀時間較短，一般而言只需三個月便可以完成一個課程，較適合有興趣了解個別公關工作範疇的在職人士。與此同時，公開大學亦透過其轄下的李嘉誠專業進修學院提供了一系列為在職公關人士員而設的持續進修研讀會，講題包括投資者關係、危機管理、企業傳訊、內地公關、市務傳訊等。這些研討會每節三小時，所費無幾，無論對在職的公關從業員與「兼職公關」都非常有用。此外，香港管理專業協會（Hong Kong Management Association）亦有舉辦一些面授與遙距函授的公關課程，為新入行者提供另一選擇。

假若學員嫌這些課程太短，但又不想報讀碩士課程，那麼各大院校持續進修學院提供的文憑課程亦不失為一個頗佳的選擇。其中，中大校外進修學院提供的「企業傳訊文憑課程」亦有相當歷史，這項課程較著重鞏固學員的語文基礎與表達能力，除中英文在書寫的應用外，學員亦須學習互聯網技術與商業管理，藉此建立穩固的基礎，修讀者毋須持有大學學位但必須有至少兩年工作經驗，若學員未能符合入學的語文需求，必須修讀相關的銜接課程，打好語文基礎。

如果你自問對語文運用已有一定把握，而想直接了解更多公關短期課程，那麼港大專業進修學院的「綜合市務傳訊深造文憑課程」與公開大學李嘉誠專業進修學院的「公關學專業文憑／證書課程」都是不錯的選擇。這兩項課程都有一項共同的特點，就是由資深的公關從業員出任課程主任或學術顧問；港大公關課程的負責人恰好是本會的應屆會長，而公大亦邀請到友會 Public Relations Association of HK Ltd. 的會長盧子安先生、亞視新聞部的關偉先生，與香港電台的吳志森先生擔任校外考試委員或顧問等職務，堪稱人材濟濟，陣容鼎盛。在課程結構方面，港大的課程較為廣泛，涉及市場推廣與廣告、僱員溝通、投資者關係以至品牌管理等課題。與之相比，公大的課程設計較為傳統及專注，較著重對公關概念的認識與評估。

在芸芸眾多課程之中如何取捨？現任公管機構傳訊部、曾修讀港大傳訊課程的Hilda有這樣的意見：「持續進修課程的範圍較廣泛，可以幫助學員在短時間內建立對公關工作與本地媒體的認識，對新入職者適應公關工作非常有用。不過公關工作著重實務，必須活學活用，才可以將專業知識融會貫通，提升個人的能力及工作水平。」

事實上，報讀這持續進修課程不單是公關人員的專利，因為公關是涉及整個機構運作與企業形象的重大事項，無論是各階層的僱員與在職的公關人員，能夠主動踏出持續進修的一步，絕對是有百利而無一害。☒

（註：筆者為香港理工大學傳訊及公共事務主任）



第六屆 中國最佳公共關係

由中國國際公共關係協會（CIPRA）主辦之第六屆中國最佳公共關係案例大賽已於今年六月開始接受參賽案例，截止參賽日期為十二月十五日。本會獲CIPRA委託負責統籌香港區的參賽作品，成為被邀請推展此項大賽的首個香港專業公關協會。本會副會長及中國事務常設委員會成員崔綺雲將會擔任大賽評審委員會的評審之一。這也是繼CIPRA與本會於今年三月簽署了合作意向書後，本會與CIPRA展開的專業交流及合作項目之一。

公關案例評選在國際上早已成為業界進行實務研究和個案探討之活動，國際公關協會的「世界最佳公關金獎賽」（IPRA Golden Awards for Excellence）、美國公關協會的「最佳公關案例銀鑽獎大賽」（PRSA Silver Anvil Awards Competition）及英國公關協會的「卓越公關案例劍獎大賽」（IPR Sword of Excellence Awards）均是國際上認可之案例大賽。

由CIPRA主辦的中國最佳公共關係案例大賽，始於一九九三年，每兩年舉行一屆。迄今，該大賽已舉辦了五屆，從一九九三年舉辦首屆大賽至二零零一年第五屆大賽，參賽案例數逐屆增加。絕大多數中外著名公關公司和一些中外著名企業積極支持並參與了大賽。

CIPRA的目標是通過大賽，認真總結中國公關實踐的成功經驗，促使公關從業人員不斷提高項目策劃和實務操作水平，從而推動中國公關事業的專業發展，這充分反映了大賽的權威性和影響力。

大賽的組織和評審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。大賽評委由國內著名公關學者和專家組成。第六屆大賽共設「金獎」、「銀獎」和「鼓勵獎」三個獎項，十八大類（每類設「金獎」一項、「銀獎」若干）。大賽鼓勵中外專業公司和企業設立特別獎項，獎勵那些為中國公共關係業發展、社會公益等產生重要影響的案例。

參賽類別可分為：

1. 媒介關係；2. 政府關係；3. 社區關係；4. 投資者關係；
5. 內部公關；6. 危機公關；7. 品牌管理；8. 國際公關；
9. 企業形象；10. 新產品上市；11. 營銷公關（產品、服務）；
12. 大型活動；13. 環境公關；14. 高科技公關；
15. 醫療保健公關；16. 文化體育公關；
17. 非盈利組織公關；18. 其他。

此項賽事是目前國內公關界最具權威性的評比活動。CIPRA將組織國內外新聞媒介充分報導此項活動，參賽的優秀公共關係案例還將陸續在有關媒體上刊載，獲獎案例最後匯編成冊出版發行，該賽事為專業公關公司展示自己專業水平和品牌，以及為企業及公關機構交流和提高公共關係專業水平提供良好機會。☒

參賽須知

1. 參賽費用：每個參賽項目交納參賽費人民幣1000元。
2. 截稿時間：二零零三年十二月十五日。參賽表格、項目簡述和項目報告應於十月十五日前電郵至PRPA，正式材料應於十二月十五日前寄送至PRPA。
3. 第六屆中國最佳公共關係案例大賽頒獎禮將在二零零四年中國國際公共關係大會期間隆重舉辦。
4. 所有參賽項目資料均為CIPRA所有，恕不退還，並享有對外發表的使用權。
5. 所有大賽的解釋權歸CIPRA，有關大賽的進展情況詳見「中國公關網」有關內容。

參賽要求

1. 參賽案例必須為二零零二年至二零零三年期間實施的公關項目（至少項目中有一部分在這時間內），並確保其真實性，不得有任何虛偽成分，否則將取消參賽資格。
2. 每個參賽案例必須明確參賽主體，由代理公司協助報送的案例應註明客戶為主體；代理公司作為參賽主體報送的案例，須徵得客戶的書面同意，否則一切後果自負。
3. 各單位報送參賽案例數量不限，但每一大類只能報送一個。
4. 每個參賽項目所送材料：
項目簡述（1000字以內）；項目報告（4000至5000字左右）；附件（媒體剪報和活動圖片）。入圍案例需提交60秒案例DEMO（客觀反映案例過程，註明主要策略、活動內容、項目效果）。
5. 項目報告應涵蓋以下內容：
 - i. 項目背景（項目單位性質、需解決的問題、執行地域等）；
 - ii. 項目調研（項目SWOT分析、項目可行性研究等）；
 - iii. 項目策劃（目標、策劃、目標公眾、主要信息、傳播策略、媒介選擇、媒體計劃、傳播形式及方案要點、預算費用表等）；
 - iv. 項目執行（主要實施細節、實施調整、項目進度表、控制與管理等）；
 - v. 項目評估（效果綜述、現場效果、受眾反應、市場反應、媒體監測統計表等）。
6. 材料製作：
 - i. 案例文本（項目簡述、項目報告、附件）A4規格、簡體中文字4號宋體；
 - ii. 封頁註明參賽案例的項目類別、項目名稱和單位名稱；
 - iii. 報告正本製作一件、報告副本（項目簡述和案例報告）製作三件；
 - iv. 每個案例文本加套文件盒封套，並附參賽表格。

案例大賽

參賽要求

如欲查詢有關參賽之詳情，請致電2527 9337或電郵至 enquiry@prpa.com.hk 向本會何小姐索取資料及參賽表格。有興趣參賽的公關公司或企業可將參賽表格、項目簡述和項目報告於十月十五日或之前電郵至 enquiry@prpa.com.hk，並於十二月十五日之前，將正式材料寄到：**PRPA, P.O.BOX 20097 Hennessy Road Post Office, Hong Kong**，信封請註明「第六屆中國最佳公共關係案例大賽」。

評審說明

1. 評審流程：
 - i. 案例評審分網上初評和封閉會審兩個階段；
 - ii. 網上初評於十一月進行，評審材料以項目簡述為主，評出入圍案例；
 - iii. 封閉會審於明年年初進行，評審材料以項目報告及其附件為主，注重DEMO的說服力；
 - iv. 封閉會審繼續採用三審制，評審結果將在有關網站和媒體上發表。
2. 評審標準：
 - i. 材料齊整：項目簡述、項目報告、附件、DEMO等材料齊整；
 - ii. 製作精美：按參賽要求提供並製作材料，體現公司形象；
 - iii. 調研務實：經過周密市場研究分析，項目可行性強；
 - iv. 目標明確：目標明確，手段妥當，層次分明；
 - v. 體現創意：項目策劃創意好，立意高，符合實際；
 - vi. 實施嚴密：項目實施周密，體現公共關係實施的程序化操作；
 - vii. 效果明顯：項目評估效果好，無論是媒體還是市場或社會均達到既定目標。

《2003年版權(修訂)條例草案》

林文鵬

政府在一九九一年四月一日實施新修訂《版權條例》，之後引起了社會不少爭議。香港公共關係專業人員協會自此一直關注事態的發展，並曾經向會員及業界作意見調查，多次向立法會反映業界的意見及憂慮。特別惹人關注的是未獲版權人同意而複印剪報即屬刑事罪行一項，本會認為這會對公關及工商各行業造成極大困擾。政府在聽取各方意見後，終於宣佈暫緩執行新修訂至二零零三年七月三十一日。

政府在今年向立法會提出新的《二零零三年版權(修訂)條例草案》，把七月三十一日暫停實施的安排作出若干調整後，落實為長期措施，並對《版權條例》作出其他相關修訂。

立法會的專責委員會在七月四日上午召開會議，並邀請了包括本會在內的三十個團體發表意見。我代表本會出席這次會議，並發表本會對條例草案的意見。

本會一向尊重知識產權，並支持政府立例打擊盜版行為。但我們認為必須容許合理的影印，以免妨礙知識流通。最近雖然有影印授權機構安排影印的授權收費，但這些機構都是以謀利為目的，授權收費由單方面制定。如果將未獲授權下影印列為刑事罪行，則有可能令收費更加昂貴，造成不公平現象，本會因此希望政府慎重考慮。

一如以往，參加這些會議的機構分為兩大陣營：出版社、報社、影音公司、電腦軟件公司等贊成迅速將盜版行為刑事化；而一些非牟利團體、教育界、宗教界等則持保留態度。大家如想知道有關條例草案的內容及會議的詳情，可以瀏覽立法會的相關網頁 <http://www.legco.gov.hk/chinese/index.htm>。

圖片說明(由上至下)：
• 崔錦賢向李道豫會長親贈本會紀念旗
• CIPRA會員部主任張曼平女士(右)向水務署署長高寶賢先生致送紀念品
• CIPRA與PRPA兩會代表聚餐一堂，分享公關經驗及前瞻日後的合作發展
• CIPRA代表團出席PRPA周年大會暨晚宴



在SARS事件中，危機處理、危機傳訊，以及媒體溝通當然是最重要的工作之一。自三月中起，警務局的高水點，先是由高層官員作不定期的新聞發佈，直至三月底，才由衛生署及警務局實行統一、定期、定發言人聯合新聞發佈機制。同時，港大及中大的科學及醫護人員亦快速公佈研究成果。這些機構的傳訊部同事日夜辛勞，令資訊快速流通，讓市民在最短時間內掌握到最新資訊，令他們回應危機更為理性。

同時，商界的傳訊部開始忙個不停。雖然很多宣傳活動都要叫停，但工作則轉移到傳訊公司的「議題管理」(Issue Management)方面。機構內亦紛紛成立小組，統籌對內、對外的傳訊。首先，各公共交通機構加強了清潔透視機體，更積極、針對性地面向乘客，加強他們對服務的信心、繼而，向在物業管理機構的傳訊部也忙作一團，透過公佈各種清潔措施，希望保持物業使用者的信心。有

PRPA更為代表團安排了一連串的目的及公共工作，其中包括九龍巴士(1933)有限公司、城市東營預備。

PRPA代表團在三月三十一日離開九龍巴士(1933)有限公司、水務署及太古地產

PRPA代表團在三月三十一日離開九龍巴士(1933)有限公司、水務署及太古地產

PRPA代表團在三月三十一日離開九龍巴士(1933)有限公司、水務署及太古地產

歡迎學生會員 為行業增添生力軍

莫淑儀

PRPA 現正推出學生會員優惠，歡迎就讀相關課程，有志從事公關行業的莘莘學子參加。

根據本會公布的行業調查報告顯示，儘管在香港企業普遍出現規模收縮的情況，但公關從業員認為公關專才的需求卻上升，企業更加重視對外、對內及危機傳訊等工作。許多大專院校或其專業持續進修學院，均相繼開辦公共關係或企業傳訊課程，反應熱烈，吸引了很多有志晉身公關行業或者已從事公關工作，但希望進一步深化理論及實踐技巧的人士參加。

為了招收公關生力軍加入本會，一方面可讓他們有機會參加我們的活動，獲得更多機會接觸行內較資深的公關從業員，交流經驗，更可擴闊我們的會員網絡，故本會在贊助會員類別中，增

設學生會員，只要是在任何一所認可大專院校就讀全日制、兼讀公關課程，或專業及持續進修學院舉辦的公關課程，而具有少於兩年公關行業年資者，便可成為學生會員，參加PRPA活動時，享有會員優惠。

為了進一步令學生享有優惠，合資格的學生會員，除了入會費 HK\$200，每年會費只需HK\$100，如果同時辦理超過一年的會籍，還可以享有年費九折優惠。

本會於下半年將舉辦參觀活動及聯繫活動，會員可優先參予。✉

查詢電話 2527-9337 或 enquiry@prpa.com.hk

鳴謝

PRPA於七月舉辦的「為香港重張旗鼓的傳播透視研討會」得以成功，除了得到各執行委員會成員、監督委員會成員及顧問的全力支持外，亦有賴多位熱心會員的努力，令研討會的籌辦過程順利，並獲得各界的熱烈反應。

我們謹此向以下各位協助籌辦活動及其他會務的熱心會員衷心致謝：

Angela Chan Fred Yeung Joanna Kwok Joyce Yu Penny Kwok Reagan Lam Toni Lau Wilfred Lai

另外，我們熱烈歡迎以下六位會員加入協助會務的行列：

Bowie Yeung Maggie Chan Lilian Tai Vivian Lo Angela Lai Edith Kwan

「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，逢三月、六月、九月及十二月出版。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：

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 |

「雙關」季刊廣告收費

版位	期數	廣告費 (港幣)
A4全版	1	\$ 2,350
	2	\$ 4,300
	4	\$ 7,500
A4半版	1	\$ 1,300
	2	\$ 2,500
	4	\$ 4,200
A4插頁	1	\$ 2,400

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高玉桂小姐 (2198 4227) 或葉衛國先生 (2892 8801) 聯絡，或電郵至 enquiry@prpa.com.hk。

最後交廣告稿日期為出版日前一星期。