

## 今期內容

- 第1頁 會長的話
- 第2頁 廣告
- 第3頁 督導委員會的架構與職能
- 第4頁 傳訊傳心 雙知雙關
- 第5頁 提升公關扮演的角色
- 第6頁 國企在港融資活動公關機遇與挑戰
- 第7頁 會員及行業問卷調查
- 第8頁 會員推薦計劃

## 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
- 林黃翠霞女士  
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  
社會科學院院長  
Professor Paul Lee  
Dean of Social Science  
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
- 鄭美玲、周月香  
培訓及活動  
Christina Chow, Joyce Chau  
Training & Program
- 葉衛國、趙栢豪  
傳媒關係及出版  
William Ip, PH Chiu  
Media Relations & Publications
- 莫淑儀  
會員事務  
Amy Mok  
Membership

## 會長的話

崔綺雲

**悠**長的暑假轉瞬間又結束了，莘莘學子亦早已回校上課。香港政壇隨著特首選舉結束及立法會休會而趨於平靜，但豬鏈球菌和孔雀石綠等事件，卻引起了市民一陣恐慌，成為新聞焦點。

政府對危機的反應和處理手法，再度為社會所非議。由於政府公布豬鏈球菌事件受批評反應不夠迅速，當孔雀石綠事件最初被揭發後，衛生福利及食物局局長周一嶽立刻呼籲市民不要吃魚，但當事件引起市民恐慌及魚販批評後，特首曾蔭權即擺下鮮魚宴，意圖挽回市民吃魚的信心。此事雖然反映特首重視輿論，迅速作出反應，但予人的印象是政府處理危機欠缺策略，立場搖擺不定，令市民無所適從。

近日，社會的焦點又逐步轉移到迪士尼樂園去。隨著樂園開幕的日子愈來愈迫近，有關的新聞亦愈來愈多，傳媒的監察和負面的消息也不斷湧現。今期「雙關」出版之際，香港迪士尼樂園早已開幕了，希望樂園能吸取多天綵排的經驗，作出更妥善的安排，並能真正為香港市民帶來歡樂，為香港樹立更正面的形象！畢竟這些年來，香港市民經歷太多風風雨雨，大家都期望有多些歡樂，少些爭拗。

回頭再說說PRPA。本會全人目前正全力以赴，籌備十週年的慶祝活動，紀念書刊是其中一個主要項目。這本書刊名為「傳訊傳心 雙知雙關」。正如今期「雙關」第4頁介紹，這本特刊除紀錄了協會十年發展的歷程，以及輯錄了多年發表過的專題文章外，更刊登了多位香港企業領袖的訪談內容、有關香港公關行業發展概況和香港公關教育與培訓發展的文章，以及多個成功或得獎的公關案例。該刊物無疑是香港公關發展史的一個印證，可讀性甚高。

這本書刊將於十月面世，並於十一月四日，在中環銀行家會所舉行的協會十週年慶祝晚宴上正式發行，期望會員及公關界友好鼎力支持本會，屆時出席晚宴，並踴躍購買這本深具價值的刊物。

協會原計劃在八月份主辦有關特首競選公關策略講座，後來因講者無暇出席而未能如期舉行，謹此向大家致歉。不過，我們在八月舉辦了一場「投資者關係」講座，邀得凱旋先驅公共關係有限公司香港總經理兼大中華區高級副總裁廖國偉先生、財經傳訊部客戶總監馮燕芬小姐蒞臨主講。與會者均認為是次講座內容充實，令他們得益不少，詳情請參閱今期「雙關」第6頁。☺





# 督導委員會的 架構與職能

**在** 香港公共關係專業人員協會的組織中，督導委員會(即Supervisory Committee，簡稱"Supcom")及執行委員會(即Executive Committee，簡稱"Exco")均為協會架構的骨幹。參與本會的日常活動時，大部分會員最常接觸的是Exco，而較少接觸督導委員會。

究竟督導委員會有何職責和功能呢？督導委員會的現任主席譚彩鳳小姐(Eppie)接受了本刊的訪問，讓大家對該委員會有更深的瞭解。

**問：Supcom的職責是什麼？**

譚：本會會章明確規定，Supcom的職責是協助會方制定整體的發展方向和政策，引導協會的發展，監察Exco的工作，以確保所有政策均有利於協會的發展，不會偏離既定的方針。

**問：Supcom有那些成員？可否介紹一下Supcom的架構？**

譚：其實Supcom的成員亦是本會的活躍份子，積極參與會務，有些更同時是Exco成員，所以大家對Supcom的委員應該不會陌生。現屆的Supcom委員除了我之外，還有副主席雷淑雯(Germaine)和義務秘書譚錦儀(Jenny)，其他委員有崔綺雲(Linda)、鄭景鴻(King)、池文皓(Virgina)、鍾慕貞(Angel)、陳燕玲(Elaine)、莫淑儀(Amy)及關則輝(CF)。當中Linda、Amy及Jenny也是Exco成員。

督導委員會多位成員亦是創會會員。Supcom最初成立時，成員皆為協會的創會會員，至今大部分仍留任於Supcom，其他創會會員還包括現時身在北京的關月嫦(Mabel)、剛辭



譚彩鳳小姐

任Supcom的張林森(Forrest)及已辭世的何子源(Percy)。

**問：Supcom日常如何運作？**

譚：Supcom有三個常設委員會，分別是：長遠發展委員會(Long-range Development Sub-com)、中國事務委員會(China Affairs Sub-com)和道德及專業操守委員會(Ethics and Professional Practice Sub-com)。我們會定期舉行會議，就有關範疇先行討論，再在Supcom會議上作決議。

**問：可否解釋三個Sub-com的工作？**

譚：長遠發展委員會，顧名思義，就是關乎協會的長遠發展方向。這個委員會的成員包括應屆Supcom的正、副主席及Exco的正、副會長，在架構上說，可算是Supcom與Exco之間合作最緊密的委員會。

中國事務委員會的成立是鑒於近年內地的公關業務發展蓬勃，香港不少顧問公司在內地開設辦事處，而機構的內部公關亦有不少機會接觸內地公關事務。本會希望透過中國事務委員會，幫助會員加深了解內地公關業的狀況。二零零三年，本會與中國國際公共關係協

會(CIPRA)簽訂合作協議書，加強兩會的交流和發展。

道德及專業操守在公關界極為重要，道德及專業操守委員會是因應這個需要而設的。委員會負責監察及推廣公關行業的道德及專業操守，制定行內守則供業界參考，現載於本會的網站供大眾瀏覽。

**問：Supcom主席的工作繁重嗎？**

譚：Supcom主席的權責是代表協會出席對外活動，以及擔當協會的發言人之一。平時除了要主持約每三個月一次的Supcom會議外，亦要列席Exco會議。更重要的任務是與Exco溝通，有時候，我更會參與Exco籌辦活動的工作。雖然看來工作很多，但我樂在其中。我覺得在參與的過程中，可以接觸到不同的業內人士，從他們身上學習，得益不淺，另一方面也可推動協會的發展，實在是一舉多得！

Supcom的工作充滿挑戰，我希望以後再有機會與大家分享Supcom的具體工作。歡迎各會員及業內人士為我們提供寶貴意見，令本會能茁壯成長。☺

# 傳訊傳心 雙知雙關

葉衛國

**對** 香港公共關係專業人員協會來說，十年是意義深長，印象深刻的歲月。今日，「公共關係」已奠定了高度的專業地位，在企業發展與管理方面擔當著關鍵角色；同時，公共關係從業人員亦備受推崇倚重，躋身企業核心團隊，為維護企業信譽、建立企業優越地位，發揮著積極作用。

今年是香港公共關係專業人員協會成立十週年，為了紀念這個重要的里程碑，為了感謝各位熱心委員、會員及公關從業員對公關行業發展所作的貢獻，我們一方面正積極籌備於十一月初舉行本會的十週年晚宴，同時亦密鑼緊鼓地製作我們的十週年紀念專刊——「傳訊傳心 雙知雙關」。

我們於本專刊中，專訪了四位企業行政總裁，與大家分享他們對公共關係所擔當角色的觀感。專刊亦主要介紹十家企業的「公共關係」成功案例，包括第六屆中國最佳公共關係案例大賽港澳區首屆參賽的部分獲獎個案；以及探討公共關係教育與培訓的進展，藉此印證十年來公共關係在香港的專業發展狀況。此外，專刊亦詳述了本會成立的起源、歷年舉辦的專題演講及研討會等重大活動，並輯錄資深從業員的專題文章。

本會出版此專刊的原意，在於回顧公共關係在香港的發展歷程。對於推動行業的發展，協會責無旁貸，定當不遺餘力為同業服務，並為鞏固公共關係的專業地位而繼續努力。☞



專刊的封面採用鮮艷的棗紅色為主調，帶出十週年紀念的喜悅。封面設計仿如一個精美的文件袋，中央繫著一條繩子，以簡潔、立體的手法，表現公關工作的要義。



# 提升公關在香港機構中所扮演的角色

周天慧

**公**關這名詞對很多人來說似乎並不陌生，可是要解釋清楚公關工作的範疇並不是一件容易的事情，因為不同的機構，不同的人對公關工作的認知都不相同。

香港已被公認為國際金融商貿中心，奇怪的是香港一般的機構、企業以至政府機關對公關職能的認知依然十分有限。筆者曾在跨國企業擔任亞太區及大中華區企業資訊部門主管多年，在多個地方進行公關工作觀察所得，不少國家或市場，公關在機構內的參與程度越來越大。可是，時至今天很多香港的機構或企業還認為公關的

職能不外是「請客吃飯」；比較成熟的想法會將公關等同傳媒關係或以公關輔助銷售，最常見的是由公關負責統籌各種各樣的活動。其實公關的專業範疇早就超越這些基本功能，並涵蓋企業形象塑造，產品品牌建立與推廣，與不同持份者建立關係，促進機構對外和對內溝通，彙報企業社會責任等具策略性的範疇。這一點不少業內的人士(包括公關公司和企業資訊部門的專業人員)都很清楚。

既然公關已在機構內擔當多樣化的角色，為什麼一般香港機構和企業對公關職能的認知仍然那麼低？

同時值得注意的是中國在公關概念的認知較很多香港機構和企業更具策略性和前瞻性。可能由於中國市場競爭激烈，機構或企業必須建立形象和品牌及與政府和社會大眾維持良好關係，才可以有生存的空間。不少機構和企業已意識到公關在整體策略方面可以發揮重要功能。

要進一步提升公關在香港機構、企業內的參與和位置，從事公關工作的人士必須對以下的問題多加思考：

- 公關在機構或企業中的價值是什麼；
- 公關對機構或企業的目標是否了解；
- 公關在機構或企業的整體策略可發揮什麼作用；
- 機構或企業管理層是否了解溝通的重要性，而不單



尚慧傳訊董事總經理周天慧小姐

是在發生事故或應付危機時才想起要找公關；

- 公關人員協助管理層了解公關工作涵蓋面可以發揮什麼功能；
- 公關人員如何協助機構或企業將公關工作視為投資而非「成本」；
- 公關可以透過什麼方式向管理層顯示預期的投資回報(ROI/RETURN ON INVESTMENT)。

公關是透過有系統的規劃去建立和維持機構或企業的形象和信譽，提升機構或企業與持份者的互相了解以爭取持份者的信任、支持，並在適當的情況下對持份者的想法和行為作出正面影響。

每一個專業公關人都希望能夠在機構或企業中確立公關的位置，讓公關發揮功能。要達到這目標，公關人員不應只期望成為機構或企業的夥伴，而應與管理層緊密合作，將公關提升為機構或企業策略規劃的一部分。☒

# 國內企業在港融資活動 公關機遇與挑戰

陳燕玲

**本**港經濟環境在「沙士」過後兩年間已顯著復甦，作為亞太區的金融中心，資本市場當然亦百花齊放，大型上市及各類融資活動浪接浪，其中不少上市不久的國內企業在香港更成為兩年間股市大升的火車頭，但另一方面，企業本身在進行融資活動時亦面對各種機遇與挑戰。

公關業界當然亦必須密切留意有關企業所引發的資本市場趨勢及帶來的商機，故此本會特別在八月五日舉行投資者關係專題講座，由本會會長崔綺雲博士擔任主持，邀請凱旋先驅公共關係有限公司香港總經理、大中華區高級副總裁廖國偉先生及財經傳訊部客戶總監馮燕芬小姐，為會員介紹國內企業來港上市的概況，並分析市場對有關企業的看法、企業面對的主要議題和潛在危機，以及企業的危機處理和應變等；更向大家提供投資者關係的最新守則，讓與會者裝備自己迎接各種新挑戰及為所服務的企業或客戶出謀獻策。

廖先生首先揭開序幕，參考香港聯交所的資料以總覽香港股市過去二十年間的概況，發現截至去年底本港股市的規模已是一九八六年的十六倍，國內企業自九十年代初始的集資額不斷上升，而九三年以來十家集資額最高的企業均來自內地，並於二千年「科網股泡沫」期間達到高峰；除了熊市期間暫告淡靜外，在去年再開始轉趨活躍，其中境外非國有企業的上市集資額比例，更大幅增加。

他隨後分析企業在尋求上市時對公關的需要性，點出公關工作對彰顯企業的潛在投資價值、策劃形象以協助公司突圍而出、提高透明度、吸引機構投資者、保障公司聲譽等，作用無容置疑，並



廖國偉先生

有助在市場恐慌下仍可維持投資者信心。然而作為財經公關，亦需要小心處理國內企業在上市前後出現的內部營運及企業管治，因而可能牽連到公關公司的法律問題；但長遠來說，財經公關需加強與客戶溝通及灌輸正確的公關效能，以增強公關在國內企業的策略性作用。馮小姐接著指出，國內企業於香港上市，於發展業務的同時，亦須符合香港的上市條例，以保障股東及投資者的知情權及其他合法權益，故此企業會面對不同議題及潛在危機，如敏感資料披露、財務問題、產品問題、小股東權益、市場傳言，而國際投資市場有關公平披露的條例(Regulation FD)、Sarbanes-Oxley Act 等，均對本港的投資市場監管帶來衝擊。

馮小姐亦透過案例，如兗州煤、格林柯爾、David Webb代表小股東權益及中國人壽面對股神入股傳言，說明應在下列範疇作好準備，以便更有效地處理不同議題及潛在危機，包括：預備



馮燕芬小姐

問題的產生及建立良好的預警、加強新聞及時事觸角、與傳媒及投資者保持良好及經常的緊密關係、適時和主動、高透明度、熟悉有關法則、建立危機處理小組及與各專業團隊保持有效溝通、管理層進行危機預警及應對傳媒專業培訓及演練等。

講者亦提出投資者關係之最佳守則，條件包括：適度、反應快捷而有深度地公開公司資料，管理層具透明度高之餘，並能提供公司整體發展方向及資料，公司亦需要主動跟買方及賣方分析員、投資者及財經媒體加強溝通，並且顧及小投資者利益，利用有效及容易使用的溝通工具以使公司與公眾之間的溝通渠道多樣化。

講者最後總結，中國證監會已於七月發布「上市公司與投資者關係工作指引」，要求上市公司加強公司信息披露的深度和廣度；這不僅顯示出中國對信息披露與投資者關係愈益重視，而公關專業作為國內企業與投資者的橋樑，在本港資本市場的發展中，實在擔當非常重要的角色。✎

## 會員及行業問卷調查

**本**年，我們向本會會員及業內人士進行了一次問卷調查，希望獲取他們對以下項目的意見，以助本會制訂發展方針及更了解會員及業界的需要：

- 會員對會籍的意見
- 會員對協會過往活動的意見
- 協會發展路向
- 專業公關資格考核的意見
- 中港經濟融合對公關工作前景的影響

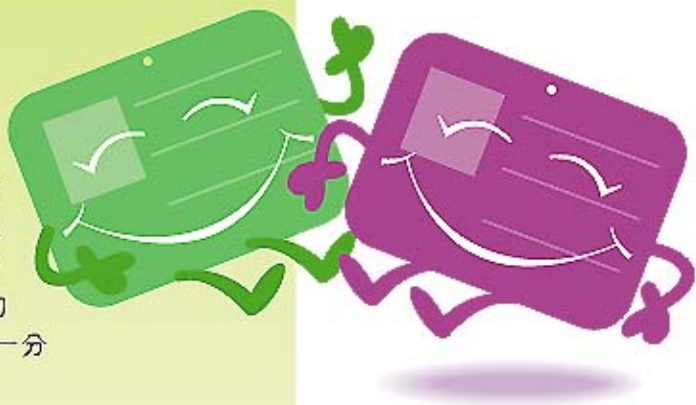
在香港，現在仍未有設立一套為考核個別公關從業員專業資格的評核方法，但就協會收回的問卷調查中結果來看，超過百分之七十的被訪者都表示，如果香港設立了這種考核程序，他們也有興趣接受這個專業資格認可的考核。這次問卷調查的結果日後將於本刊公佈，請密切留意。✎



# 會員推薦計劃

**香** 港公共關係專業人員協會成立至今，已達十年之久。期間，協會舉辦了數十個活動，其中不乏大型研討會及交流團，並且獲得會員的鼎力支持。本著協會凝聚公關同業，以及提高公關專業地位的宗旨，我們希望有更多業界朋友，加入成為我們的一分子，現正值會慶，特別進行會員招募優惠。

- (1) 會員推薦計劃：會員凡於本年12月31日或之前成功推薦新會員加入協會，會員及被推薦的新會員均可免費參與在2006年舉辦的任何一次黃昏研討會(evening talk)。
- (2) 重新入會優惠：已退會的會員如在本年12月31日或之前重新入會，可獲豁免入會費。



## 歡迎新會員

我們非常歡迎以下兩位加入成為本會的新會員：

WO Vanessa  
(Hong Kong Quality Assurance Agency)

WONG Tancy  
(Decathlon Production Hong Kong)

## 執行委員會增添新委員

執行委員會於九月十三日會議上一致通過會員趙栢豪先生成為2005至2006年度執行委員會成員。趙先生一直熱心支持及積極參與本會活動，列席執行委員會會議及分擔會務，並樂意繼續為本會付出努力。

### 「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：

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

最後交稿日期為出版日前一星期。

#### 其他廣告宣傳

- 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。