



# 30<sup>TH</sup> Anniversary

• Established on May 1, 1995, the Hong Kong Public Relations Professionals' Association (PRPA) is an independent body comprising public relations practitioners in Hong Kong.

• Its members include public relations professionals from the commercial & public sectors in Hong Kong, whether they work in-house, in consultancies, or are self-employed.

• PRPA's inauguration ceremony-seminar was staged on July 8, 1995.

• 香港公共關係專業人員協會 (PRPA) 成立於1995年5月1日，是一個由公關專業人員組成的獨立專業團體。

• 成員包括公營及私營機構的公關人員、公關顧問公司、獨立自僱公關顧問專業人員。

• 1995年7月8日舉行成立禮暨公關研討會。

• Added Corporate Member category to expand the association's membership base while echoing the increasing roles and functions of public relations in businesses.

• Registered as a limited company & set up Supervisory Committee (later renamed as Steering Committee) – an initiative to monitor corporate governance of PRPA.

• 增加機構會員類別，以擴大會員基礎，並回應執行對公關的日益增加的角色及功能。

• 註冊成為有限公司，並成立監察委員會(後改為導向委員會)，以監察協會的管治。

• Conducted the first PR conference jointly with the PR professionals from the Mainland, Macau and Taiwan.

• 首次與內地、澳門和台灣專業公關人士三地公關專業研討會。

• PRPA's first cross-border trip to Shanghai, China.

• 舉辦首次跨境前往上海的交流活動。

• PRPA's first delegation to attend CIPRA Awards Presentation Ceremony in Beijing.

• PRPA's first Professional Partnership Training Programme with the Hong Kong General Chamber of Commerce (HGCCC), themed on crisis communications.

• 首次代表香港公共關係專業人員協會(CIPRA)的中國公共關係行業並獲頒大獎頒獎典禮。

• PRPA首創專業夥伴培訓計劃，以「危機管理——管理與溝通策略」為主題。

• PR Forum for NGOs 2007 for the Hong Kong Council of Social Service (HKCSS).

• 為香港社會服務聯會主辦非政府組織公共關係論壇2007。

## 1995 1997-1998 2000-2001 2002-2003 2004-2005 2007-2008

### 1996

• Launched newsletter 2-Way since March 1996 to foster communications with members & the public.

• 自1996年3月起推出雙向《雙開》，以加強與會員及公眾的溝通。

### 1999-2000

• Launched syndicated column called "公關人語" meaning "Words from PR Professionals" in a Chinese newspaper.

• 推出PRPA報章專欄《公關人語》。

### 2001-2002

• PRPA's first industry survey on copyright topics.

• 進行首屆版權業界調查，以版權為題。

### 2003-2004

• PRPA's first experience sharing visit to Macau.

• Survey on PR industry.

• Signed Memorandum of Cooperation with the China International Public Relations Association (CIPRA).

• Commissioned by CIPRA as the exclusive partner to call for entries in Hong Kong & Macau for their Golden Awards for Excellence in Public Relations.

• 舉辦首次往澳門的業界交流活動。

• 進行公關行業調查。

• 與中國國際公共關係協會(CIPRA)簽定合作意向書。

• 獲CIPRA委任，繼續與該地機構的公關專業人士參加中國最高公共關係獎項大獎。

### 2005-2006

• Survey on PR accreditation.

• 進行公關行業認證調查。

### 2010-2011

• The first Hong Kong Public Relations Awards in 2010 which coincided PRPA's 15<sup>th</sup> anniversary celebrations.

• 慶祝PRPA成立十五周年並舉辦2010年第一屆「香港公共關係獎」。

### 2014-2015

• The 2<sup>nd</sup> Hong Kong Public Relations Awards 2014.

• PRPA X HKCSS professional PR training certificate course.

• 2014年第二屆「香港公共關係獎」。

• 與香港社會服務聯會合辦專業公關培訓課程。

### 2016-2017

• The 3<sup>rd</sup> Hong Kong Public Relations Awards 2016.

• Jointly launched a certificate programme in Applied Corporate Communications with HKGCC for the first time.

• 2016年第三屆「香港公共關係獎」。

• 首次與香港總商會合辦應用企業傳訊證書課程。

### 2019-2020

• Signed the Memorandum of Cooperation with PokU SFEED to organise public relations workshops.

• 與香港理工大學專業進修學院簽定合作意向書，共同舉辦公關工作坊。

### 2022-2023

• Collaborated with CGoodjobs and Hong Kong Baptist University to organise the "We Transform PR", a large scale PR Career Day, with more than 100 tertiary student participants.

• 與CGoodjobs和香港浸會大學合辦「We Transform PR」的大型公關行業專業職業展，吸引了百多名大學生參與。

### 2024-2025

• PRPA's 30<sup>th</sup> Anniversary.

• The 6<sup>th</sup> Hong Kong Public Relations Awards 2025.

• 慶祝PRPA三十周年。

• 舉辦2025年第五屆「香港公共關係獎」。

### 2008-2009

• Re-ran PRPA syndicated column in daily newspaper.

• 再次在報章推出PRPA的公關專欄。

### 2012-2013

• Career talk outreach series at CUHK, Hong Kong Institute of Vocational Education, and HK College of Technology.

• 於香港中文大學、香港專業教育學院及香港科技學院舉辦公關職業講座巡迴系列。

### 2015-2016

• Collaborated with Hang Seng Management College (currently Hang Seng University of Hong Kong) to conduct a PR industry survey & announced results in October 2015.

• 與恒生管理學院(現為香港恒生大學)進行公關行業調查，並於2015年10月公佈研究結果。

### 2018-2019

• The 4<sup>th</sup> Hong Kong Public Relations Awards 2018.

• PRPA's first exchange visit to Singapore to strengthen PRPA's network in Asia.

• 2018年第四屆「香港公共關係獎」。

• 首次舉辦新加坡業界交流團，以增強與亞洲同業的聯繫。

### 2020-2021

• PRPA's 25<sup>th</sup> Anniversary.

• Launched Hong Kong's first-ever Pledge for Public Relations Professionals.

• Launched PR On Call 24/7 Mentorship Programme.

• 慶祝PRPA二十五周年。

• 推出香港首個「公關專業承諾」。

• 舉辦「PR On Call 24/7」師友計劃。

### 2023-2024

• The 5<sup>th</sup> Hong Kong Public Relations Awards 2023.

• 舉辦2023年第五屆「香港公共關係獎」。

# 九一華東水災與PRPA的誕生 (創會30週年 回顧創會前傳)

文：創會會員鄭景鴻博士

今年 2025 年是「香港公共關係專業人員協會」(PRPA)成立30週年。30年走來，PRPA今天已是本地，以至大中華區，歷史最悠久的其中一個主要的專業公關組織。萬事起頭難，飲水不忘思源，協會的誕生，有一段有趣亦有歷史意義的前傳。作為創會會員第一號，我亦想借此機會，與本會舊雨新知，分享這段34年前發生的香港故事。

回顧香港歷史，香港人對國內同胞，總是血濃於水。大陸有什麼天災人禍，香港人都會積極回應，出錢出力齊心賑災。

1989年六四事件之後，中國受到國際孤立，經濟停滯不前。兩年後的1991年五六月間，爆發「華東大水災」波及18個省市及自治區，超過一億人口受影響。

面對如此嚴重的自然大災害，由於六四事件的陰影，國際社會並沒有積極提供援助。香港人卻很熱心，1991年7月27日(星期六)，香港演藝界在跑馬地馬場舉行長達七小時的《演藝界總動員忘我大匯演》為災民籌款。翌日7月28日(星期日)，當年尚未與地鐵合併的九廣鐵路公司，舉行「九廣鐵路全線義載日」。

我當年是「九鐵」社區事務經理。我們一班同事，有感於九廣鐵路的業務是中港相連，同胞有難不可忘，便向公司領導層表達意見。



^1995年創會照片



^九鐵華東水災義載日鐵路大堂的籌款箱及有關剪報

當時的九鐵主席兼行政總裁夏啟宏先生，是一位紐西蘭人，很明白事理，認同我們看法，即時批准搞義載日。我們一眾公關部同事馬上開工，當日並在各車站放置籌款箱，方便街坊及乘客捐錢。那是星期日，很多人不用上班，也來搭火車，當是遊車河，買票搭車等於捐錢做善事。

當日一天便籌得\$350萬元，引起全港積極回響，其他公共集體運輸公司，包括地鐵、巴士、小輪、電車等，也跟進發起義載。一個暑假，香港民間籌得6億元。當時的港英政府，亦捐出5000萬港元。

31年前，那是一筆巨款。香港人的義舉也感動了國際社會，各地紛紛伸出援手協助賑災。

那年頭，不需要別人高調叫你愛國，同胞有難香港人便會義不容辭。這就是香港精神。香港人救助華東水災，是一個真實的香港好故事，值得寫在史冊上。

翌年，1992年，距離97回歸五年，我轉到當年新開辦的香港科技大學工作，認識到香港第一批大陸海歸學者，亦開始萌生念頭，希望在回歸前，成立一個以香港專業公關人為主體的本地組織。

在與老友新聞及公關界前輩張林森(Forrest)多次詳談後，經他積極聯繫，我們總共凝聚了十位創會會員。除了我和Forrest，還有何子源(Percy)、鍾慕貞(Angel)、關則輝(C.F.)、莫淑儀(Amy)、譚彩鳳(Eppie)、雷淑雯(Germaine)、關月嫦(Mabel)、池文皓(Virginia)。

很幸運地，我早年在政府新聞處的大老闆，新聞署長陳祖澤博士，在1994年初，辭去港英政府高職(他離任時是司級官員)，出任九龍巴士公司董事長。他很重視企業形象，很支持我們的構思。

1995年「香港公共關係專業人員協會」(PRPA)第一屆理事會成立，陳祖澤博士一直出任顧問，至今仍不時給我們很大的支持鼓勵與提點。



演藝界總動員忘我大匯演

## 「第五屆香港公共關係獎2025」頒獎典禮暨晚宴圓滿舉行 聯通業界 成就卓越

2025年12月30日，香港公共關係專業人員協會（PRPA）迎來成立30周年的重要時刻，與此同時，備受業界矚目的第六屆香港公共關係獎2025頒獎典禮暨晚宴隆重舉行。



△「第五屆香港公共關係獎2025」圓滿舉行

本屆大獎以「聯通業界 成就卓越」為主題，匯聚商界、媒體、學術界及公關業界翹楚，共頒發32個獎項，彰顯香港公關行業的專業創新與卓越成就。本屆大獎參賽熱度高漲，參賽個案覆蓋零售、政府組織、非牟利機構、公共事業、主題公園及地產業等多個領域。

頒獎典禮匯聚商界、媒體、學術界及公共關係業界的翹楚，表彰於2023年4月1日至2025年3月31日期間所推出而展現卓越創意、策略、執行及成效的優秀公共關係項目。值得一提的是，今年的參賽個案中，百分之三十是首次參與的機構，反映獎項日益受到行業的關注及重視。

第六屆香港公共關係獎籌委會主席胡定旭教授，GBS, JP 在致辭中表示：「30年來PRPA見證香港公關行業的專業化進程，始終以提升行業標準、促進業界交流為己任。本屆參賽項目的高水準表現，展現出香港公關業的活力與國際競爭力，進一步鞏固香港在國際公關領域的重要地位。」



△獲得「最高榮譽大獎」之香港迪士尼樂園度假區



△獲得特別獎「最佳創意獎」予香港麥當勞

本屆的評審團陣容鼎盛，14 位評審來自商界、公關行業、傳媒、非政府組織及學術界領袖，甄選出脫穎而出的優秀公關案例。首席評審及籌委會副主席袁金浩先生 FHKIoD 表示：「本屆參賽者與得獎者皆是兼具專業素養與創新精神的公關專才，他們的作品憑藉嚴謹結構與人性化表達，成功傳遞品牌價值與正向訊息。我作為首席評審，衷心感謝各位行業精英擔任評審團成員，他們無私奉獻時間與心力，憑藉深厚經驗精心嚴選出兼具品質與前瞻性的得獎作品。」



籌委會主席胡定旭教授（右）及副主席之一袁金浩先生（左）接受傳媒訪問

是次賽事就出色的公關案例，頒發的 10 個公關案例類別為「信譽 / 品牌管理」「企業可持續發展」「跨境傳訊」「活動策劃及管理」等。各參賽類別經評審層層遴選，分別誕生相應獎項，全賽事共誕生 8 個「金獎」、12 個「銀獎」、9 個「優異獎」，以及 3 個特別獎項。在所有「金獎」中再選出「最高榮譽大獎」，彰顯公關項目的頂尖專業水準。另設「最佳創意獎」，頒發予在傳訊策略、執行方法及商業成效上均表現亮眼，且創意獨具的案例。

當中，香港迪士尼樂園度假區的案例榮獲「最高榮譽大獎」，成為本屆最傑出的金獎作品；而香港麥當勞的個案則奪得「最佳創意獎」。資深公關從業員盧炳松先生獲頒「卓越公關專業人員大獎」，以表彰其在業界的傑出表現及重要貢獻。



△「公關新星大獎」 - 香港浸會大學 傳播系學生



△「卓越公關專業人員大獎」 - 盧炳松先生

在專上學生組別方面，「公關新星大獎」由香港浸會大學三個個案包攬一金兩銀，香港高等教育科技學院的個案亦獲頒優異獎，旨在鼓勵有志投身公關行業的新晉人才，推動下一代公共關係專業人士的成長。

香港公共關係專業人員協會衷心感謝 16 家贊助機構及合作夥伴的鼎力支持，使本年度活動得以圓滿成功。

## 第二十一屆中國最佳公共關係案例大賽 港澳參賽案-獲獎列表

獎項	參賽單位	參賽案例	獲獎信息
金獎	香港迪士尼樂園度假區	迪士尼童樂游	旅遊服務與城市品牌推广類
銀獎	傳藝公關廣告有限公司	[好在有朋友] 情緒健康推廣計劃	文化 & 娛樂 & 體育傳播類
金獎	港鐵公司	港鐵四十五週年慶典-共祝回憶, 連結世代	企業品牌活動傳播類
銀獎	港鐵公司	一點點連繫相伴	企業品牌戰略傳播類
銀獎	香港美心集團	軟心膳	企業社會責任類
金獎	香港美心集團	「你真惜食!」 x 創意料理大賽	ESG (環境、社會、公司治理) 與企業形象類
金獎	中國建築工程 (香港) 有限公司	中國建築 ESG 品牌活動 -- 小區應急義工隊紀錄片	ESG (環境、社會、公司治理) 與企業形象類
銀獎	中國建築工程 (香港) 有限公司	中國建築企業文化微電影 - 《她力量》	企業文化與內部傳播類
金獎	中國建築工程 (香港) 有限公司	中國建築企業文化微電影 - 《以父之名築就未來》	企業文化與內部傳播類
銀獎	中國建築工程 (香港) 有限公司	中國建築工程科普影片 -- 《移山計劃·香港篇》	短視頻視覺傳播類
銀獎	中國建築工程 (香港) 有限公司	中國建築品牌展示中心 (香港) -- 展廳設計與運管傳播	企業品牌活動傳播類
銀獎	香港醫院管理局	醫院管理局參與國家認證制度提升醫療質素	政府公共關係類
金獎	香港醫院管理局	醫院管理局構建母乳捐贈文化	醫療健康傳播
金獎	騰訊青年發展委員會	騰訊 WeTech Academy	企業社會責任類

中國國際公共關係協會（CIPRA）主辦第二十一屆（2025）中國公共關係產業最佳案例大賽結果公佈。大賽總結公關實務經驗，提煉公關專業成果，大大提升了產業整體的專業技術與服務水準，有力地推動了中國公共關係產業的專業化、規範化、國際化發展。大賽採「三審制」（即委員會初審、分組評審及評審會終審），通過資料審核、候選提名、終審投票三個環節產生最終結果。



## 第二十一屆中國公共關係行業最佳案例大賽「企業社會責任類金獎」

得獎者：騰訊青年發展委員會

在AI浪潮席捲全球之際，創科人才已成為城市發展核心動力。為助力港澳「教育、科技、人才」一體化發展戰略，Tencent WeTech Academy於2025年3月15日在香港正式成立。香港特區政府財政司司長陳茂波親臨見證，平台以公益性質運營，以「青年科技向善」為核心，依託騰訊前沿技術和資源，透過「階梯式培養」與「學研賽」模式，培育兼具創新能力與社會責任感的人才，推動港澳創科生態長遠發展。



^香港特區政府財政司司長陳茂波體驗小程序教育平台，與學生合作「5分鐘低門檻開發小程序」

^Tencent WeTech Academy成立儀式於2025年3月15日在香港舉行，獲各界關注

平台持續深化與港澳各界的戰略協作，匯聚多方資源，構建「創科教育—賽事賦能—社會實踐」的階梯式人才培育體系，全面涵蓋從幼稚園至初入職場的青年群體，提供針對性學習與實踐應用的機會，已惠及超4.5萬名港澳青年。平台既提升青年科技素養與就業競爭力，又引導青年運用科技解決社區痛點，打造青年科技人才全方位成長平台，助力港澳打造國際高端人才聚集高地，彰顯其在社會責任與可持續發展的重要價值。目前WeTech Academy已形成教育科技工具和青年科技向善兩大項目矩陣。

教育科技工具方面，小學階段「趣學普通話」以AI語音評測、港澳場景與遊戲化機制提升語文學習興趣，2025年吸引港澳超100所小學、2.3萬名學生參與線上挑戰賽；從小學到中學階段「微信小程序教育平台」通過一站式AI編程資源降低門檻，搭配全球性賽事與「智匯百校：青少年AI培訓計劃」，提供200堂免費AI課程，構建了從AI能力培養到成果轉化的完整創新教育鏈路；大學及以上階段「騰訊雲培訓認證」提供雲計算、AI等系統課程與權威認證，AI助手「CodeBuddy」以簡單口令實現編程相關功能，低門檻助力青年成長。青年科技向善方面，Tencent WeTech Academy聯動香港社福機構與眾多學校，「小紅花夢想家」覆蓋全港1/4小學，培育幼小階段學生以科技關懷他人，兼顧實踐與品格培養，打造學生主導的公益創新；「小紅花科創家」聚焦中學生，鼓勵青年用科技知識解決真實社會問題，深化理論認知並激發創科興趣。為進一步打通從學業到職業發展路徑，騰訊為畢業生提供大灣區青年就業計劃崗位，為大學生提供港澳台英才實習計劃崗位，為中學生提供創科見習計劃，培養科技素養與社會責任感。

項目多維傳播聚焦「AI應用普及」與「青年人才培養」，通過海內外多管道實現立體觸達，塑造品牌聲量與社會價值認同。未來，WeTech Academy將繼續立足港澳，擴大生態合作，持續融入AI、大數據等前沿科技，讓更多青年在掌握科技能力的同時，成為有溫度、有擔當的創變者，為港澳打造國際高端人才聚集高地提供堅實支撐。

## 迪士尼童樂遊

得獎者：香港迪士尼樂園度假區

香港迪士尼樂園度假區 (香港迪士尼) 關注到住院病童因長期處於醫療環境而面臨心理壓力，因而推出「迪士尼童樂遊」醫院項目，通過迪士尼獨特的魔法體驗，為住院病童及其家庭帶來歡樂與慰藉。項目計劃覆蓋全港八家公立醫院，通過環境升級改造、協助增設娛樂設施及安排義工活動，提升病童的住院體驗，與醫院管理局建設「以病人為本」的下一代醫院的願景高度契合。



^米奇老鼠及米妮老鼠連同迪士尼義工隊探訪住院病童



「迪士尼童樂遊」以0-17歲的住院病童、其家庭及醫護人員為目標群體，期望通過沉浸式的迪士尼體驗為住院病童提供情感支援，並鼓勵員工參與義工服務，培養企業文化。本項目由四大核心元素組成：首先，香港迪士尼為參與計劃的醫院度身設計並添置不同的迪士尼主題壁畫，同時設置配備免費 Disney+ 服務的迪士尼流動電影院，營造溫馨愉悅的醫療環境，並透過專項基金捐贈支持醫院環境升級；其次，舉辦迪士尼主題派對，為住院病童提供社交互動與娛樂體驗，並將米奇老鼠、米妮老鼠等經典迪士尼角色由樂園帶到醫院，藉探訪住院病童，為他們送上歡樂與關懷；最後，向住院病童派發迪士尼主題禮物包，鼓勵他們透過創意表達傳遞正面情緒。香港迪士尼預留超過250萬港元資金，分階段支援八家醫院的環境改造，屯門醫院是首批完成所有新項目的醫院之一，新空間已於2025年7月啟用。



香港迪士尼現時已完成2家醫院的迪士尼主題空間改造，並已於全部8間醫院安裝移動影院。醫管局主席范鴻齡及多位醫生讚揚項目「注入歡樂與勇氣」及「提升就診體驗」，而項目亦在社區取得正面反響，廣受媒體報導。受惠病童約15,000人，成功結合娛樂與醫療，有病童表示見到佈滿迪士尼角色的壁畫「彷彿置身迪士尼世界一樣，變得輕鬆自在」。「迪士尼童樂遊」以迪士尼獨有的創意與敘事能力，為香港兒科醫療環境帶來了積極變革。香港迪士尼將延續關懷病童的傳統，為病童帶來安慰，並在他們最需要的時刻創造歡樂時光。

^屯門醫院兒童及青少年專科門診改造後的全新空間

## 「一點點連繫相伴」 港鐵四十五周年企劃

得獎者：港鐵公司

每天，數以百萬計的市民乘搭港鐵穿梭城市，港鐵以高效便捷、安全和可靠的服務，縮短人與人之間的距離，它不僅是一個交通網絡，並更與香港人一同成長，見證見證城市發展變遷的無數重要時刻。每一個車站、每一列列車，都盛載着屬於香港人的故事與集體回憶。

港鐵乘著2024年服務香港45周年之際，推出「一點點連繫相伴」宣傳企劃，從單一服務提供者，蛻變為與市民同行、值得信賴的社區夥伴。整個企劃圍繞三大策略推進：喚醒集體回憶、活化鐵路資產，以及與眾同樂的慶祝活動，以情感為切入點，全面加強港鐵與社區之間的連繫。

「喚醒集體回憶」：港鐵陪伴香港走過45年，同時成為流行文化的孕育場地，其鐵路身影頻繁出現於電影、歌曲之中。企劃以陳百強金曲《幾分鐘的約會》揭開序幕，剪輯多部經典電影片段，並由歌手張敬軒以歌聲串連不同年代的回憶，引領觀眾回顧港鐵由一條鐵路綫開始，發展成貫穿香港18區的重要交通網絡，勾起市民對城市與生活片段的共鳴。



「活化鐵路資產」：隨着港鐵不斷發展，不少月台、路軌及設施亦隨時代演變完成歷史使命。港鐵善用這些退役列車及設備資產，為它們注入第二生命，同時為市民創造嶄新的文化體驗。其中，前身為紅磡站直通車大堂的「站見」鐵路展，展出三列退役列車及過百件鐵路珍藏，成功掀起公眾對鐵路的情意結。此外，港鐵亦與多位KOL及鐵路迷合作，罕有地由彩虹站第三條路軌登上列車，深入探索俗稱「狂人塔」的退役控制塔，並透過航拍視角飛越九龍灣車廠，揭開港鐵幕後運作的神秘面紗，深化對鐵路專業與歷史的理解。

「與眾同樂慶祝活動」：邀請新生代偶像拍攝周年宣傳影片，以青春活力連繫新一代。同時，首度舉辦鐵路主題嘉年華，市民透過攤位遊戲及互動體驗，認識鐵路與社區發展的密切關係，在歡笑中留下難忘的共同回憶。

港鐵的成功亦有賴各方持分者的支持。於45周年酒會中，重溫港鐵的發展歷程與核心價值。最後，更為員工舉辦三場專屬演唱會，與同事及其親友分享成果，凝聚團隊歸屬感。

## 「GENTLEMEAL軟心膳」軟餐

得獎公司：美心集團

隨著香港步入老齡化社會，長者的生活素質及健康問題日益受到關注。許多長者因為吞嚥困難，需要進食特別處理的食物。一向以美食連繫人心的美心集團於2025年推出「軟心膳」軟餐品牌，旨在提供色香味及營養俱全的食物，讓吞嚥困難人士重拾飲食尊嚴與樂趣。

「軟心膳」產品的製作過程與質量均符合「國際吞嚥飲食障礙標準 (IDDSI)」(第4級) 及本地照護食標準指引，現時售賣的IDDSI等級4軟餐包括中式「點心拼盤」，以及按西式套餐造型製作的「瑞士雞翼飯餐」、「香草雞鎚飯餐」，除了餐點味道受長者歡迎，堂食服務更令患者可以享受與家人同枱食飯的快樂。荃灣美心皇宮亦被香港社會服務聯會認證為「照護食種子餐廳」，推出不同級數國際吞嚥障礙飲食標準的照護食餐膳，讓患吞嚥困難人士可以大眾化價錢享受到色香味美又富



「照護食種子餐廳」荃灣美心皇宮所推出之第5級至第7EC級的照護食菜式。



美心集團舉辦萬歲飲茶暨軟心膳發佈會。



護理院長者正在食用軟心膳點心拼盤。

營養的照護食餐膳。美心亦為不同院舍長者舉辦多場節慶、送餐及探訪活動，並邀請政、商、社福界持份者參與，提升關注，將「軟心膳」及照護食的關懷理念拓展至更深更廣。

美心更攜同多個商界合作夥伴——香港中華煤氣、信和集團和香港聖公會福利協會的護老院舍網絡，識別院舍中有需要進食軟餐的長者，為他們提供逾萬份免費「軟心膳」餐膳。透過多場試食及探訪活動，不但收集到更多照顧者及長者於膳食上的需求及喜好，有助未來研發。更收獲到各方對「軟心膳」軟餐質素的正面反饋。美心更以極優惠價錢向各機構提供第4級之軟餐，令更多有需要的老友記受惠，將健康有營的滋味帶到院舍。

為提升市民意識及重視程度，美心將與香港社會服務聯會合作，在社區內設立流動吞嚥困難監測站，為區內長者進行吞嚥能力評估，若識別到有需要進食軟餐的長者，集團將送上免費「軟心膳」點心拼盤換領券。

「軟心膳」項目的價值遠不止對美心集團品牌形象的提升，其軟餐餐膳能不但令患有吞嚥困難的長者重拾口福，同時還能減輕照顧者的備餐壓力，契合社會發展需求，推動活躍銀齡，這才令行動變得更有意義。未來美心將推出更多軟餐款式，包括壽桃、盆菜等應節食品，令更多有需要長者能享受不同滋味。

## 「你真惜食！」創意料理大賽

得獎公司：美心集團

近年，食物浪費問題備受關注，美心集團作為香港餐飲業界一份子，於2025年推出「你真惜食！」創意料理企劃，旨在推廣惜食文化，實踐源頭減廢理念，並透過創意展示循環經濟的無限可能性。

集團於第一階段鼓勵內部廚師善用日常運營中的剩餘食材或餐前廚餘，憑藉精湛廚藝與創意，研發美味又惜食的產品及菜式，最終募集近50份食譜，當中有13道菜品已正式於旗下餐廳推出；企劃第二階段更夥拍同樣積極推動環保的「港燈」，邀請全港市民與學生參與烹飪比賽，創作物盡其用的零浪費食譜，最終吸引逾百組參賽選手報名並有24組入圍總決賽，向專業評審即場展示零浪費食譜之菜式成品。

「你真惜食！」企劃在提升品牌形象、擴大社會影響力及促進環保減廢方面均取得亮眼成果。



▲「你真惜食！」創意料理大賽總決賽頒獎典禮。



▲部份美心旗下餐廳或分店有售的惜食料理—「吉列牛舌薯波」及「煙肉碎蛋塔」。

企劃主題巧妙地結合「食物」與「環保」的雙重意義，清晰精準地傳達集團在可持續發展領域的舉措。為推動廣泛傳播，企劃將第一階段的創意料理成果做到可見、可嚐，透過鏡頭，把烹飪過程連同食譜拍攝成短片，令「你真惜食！」的理念與實例「入屋」地帶到於每家每戶當中。同時，美心旗下餐廳已推出部分得獎菜式，令公眾亦有機會品嚐及支持惜食味道。社交媒體傳播、門店推廣、新聞報道等有效強化了美心集團「綠色責任、創意美食」的品牌形象。另外，美心與港燈攜手合辦的公眾比賽香港環境及生態局、教育局、環保署、國際廚藝學院、惜食堂及香港航空等單位的積極參與，形成政、

商、校、非牟利組織共同推動的跨界合作，大大提升項目專業性與社會影響力。

為了把惜食的實踐方法更能推廣至全港中小學及各個家庭，美心正聯同港燈編輯及出版《你真惜食：從剩食到盛宴的創意零浪費料理》電子書，收錄逾30份來自美心廚師及民間烹飪高手的得獎零浪費料理食譜，希望能帶給市民「一物多食」、「邊角料能小材大用」、「果皮大變身」等烹飪啟發。

## 醫管局香港母乳庫宣傳項目 推動構建母乳捐贈文化

得獎者：醫院管理局

醫院管理局參與「第二十一屆中國公共關係行業最佳案例大賽」全國公關界的盛事，憑著「醫管局構建母乳捐贈文化」在醫療健康傳播類別中獲頒金獎。醫管局衷心感謝香港公共關係專業人員協會協辦這項盛事，讓全國公關界的菁英可以互相學習、互相砥礪，共同提升公關專業的水平。

這個金獎正好是慶祝香港母乳庫一歲生日的賀禮。回想一年多前，我們懷著戰戰兢兢的心情，將一套非常重要，但一直甚少公開討論的信念——捐贈母乳，帶給香港市民，經過一年多的努力，慢慢構建成一套文化，慢慢植根到媽媽們的腦海。

我們將整個宣傳計劃分為四個階段，包括認知、理解、行動及影響，四個階段循序漸進，讓大家慢慢明白和接受這套新文化，繼而付諸行動，共同推廣。



「認知」就是要讓公眾了解母乳餵哺的重要性，我們透過大量宣傳，向公眾講解母乳對極早產及患危疾嬰兒的好處，同時扭轉「母乳私密不可共享」的傳統觀念；當大家認識母乳對嬰兒的重要性後，我們開始進入深化「理解」階段，透過深度的宣傳訪談、專題文章和不同平台，讓公眾從認識捐贈母乳，轉化為理解和接受這套全新的觀念；去年1月6日，香港母乳庫正式投入服務，我們的宣傳亦邁進「行動」階段，全力推動和吸引合資格媽媽成為母乳捐贈者，將信念化成實際行動，捐出珍貴的母乳給有醫療需要的極早產嬰兒；經過一年多的大力宣傳，不少媽媽都坐言起行，結果香港母乳庫每年收集1000公升母乳的目標，最終超額完成，到去年底共收集了2700公升母乳，分發給不少有醫療需要的極早產嬰兒，整個宣傳行動，亦進入了「影響」階段，媽媽們以生命影響生命，不但自己坐言起行，還鼓勵身旁的媽媽，一同為有需要的極早產嬰兒送上珍貴的食物、送上珍貴的祝福。

「專心照顧寶寶，食的方面交給我們。」



這句說話是在一次傳媒訪問中，出自其中一位捐贈媽媽的金句。這句說話激勵了不少媽媽，一同加入捐贈者的行列，肩負起這份重要使命，共同照顧一群有醫療需要的極早產寶寶，同時亦令這群極早產寶寶的媽媽放下心頭大石。這句說話是香港母乳庫整個宣傳項目中最感動人心的金句，為整個宣傳項目加添了不少溫度。

香港母乳庫的宣傳計劃是醫管局近年其中一個最大型及持久的宣傳項目，過程中投入大量人力物力，希望盡全力在香港構建一套捐贈母乳文化，讓一班有醫療需要的極早產寶寶可以得到更好的照顧，可以慢慢健康成長。

## 以「溫暖傳播」彰顯「可信可愛可敬」的建造者本色

得獎者：中國建築工程（香港）有限公司

四十六年來，中國建築工程（香港）有限公司（下稱「中建香港」）始終與香港這座城市同呼吸、共命運，不僅以鋼筋水泥築起城市的筋骨，更願通過有溫度、有深度的故事，讓大家看見基建背後的人文關懷與匠心堅守。此次榮獲五項CIPRA大獎，對我們來說，不止是沉甸甸的榮譽，更是一份溫暖的回響——那些關於人、關於付出、關於溫暖的點滴，正在被看見、被記住。



故事，從人開始：為「大國重器」注入人文溫度

從遼闊的填海造地，到承建香港國際機場、香港迪士尼樂園、港珠澳大橋香港連接線、香港故宮文化博物館、國際調解院等享譽全球的地標性項目，「大國建造」、「國家重器」的印象早已深入人心。但建築的靈魂從來不在圖紙上，而在那些賦予它生命的人。策劃《她力量》系列，用時兩個多月，我們走進不同崗位女性建設者的日常。從選取人物、打磨故事，到現場拍攝、後期製作，我們全程投入。鏡頭裏，清晰看見醫療運營總監趙莉莉在項目攻堅期，凌晨三點仍在協調資源的側影；也記得工程師陳凱倫為了突破一個技術難點，反覆調試BIM模型到窗外天光微亮。沒有過度渲染，只是真誠記錄——記錄她和她們眼裏的光，手上的繭和那份不輕易說出口的「不放棄」。

《以父之名，築就未來》則將視角對準地盤經理、安全主任、工程師這群最典型的男性工程人代表。從廟街工地的沉穩指揮，建築機械人的精準掌控，再到足球場邊為女兒繫鞋帶、陪女兒夜遊摩天輪的溫柔瞬間，他們是許多中建父親的剪影：肩上是城市發展的重量，心裏是家人成長的晴雨。在女兒心中，他永遠是那位「戴安全帽的蓋世英雄」。這些真實的生活片段，讓「建設者」的形象有了溫度。

溝通，以技為橋：讓「建築科技」走入大眾視野

作為香港建設的重要參與力量，我們一直在思考：如何讓專業的工程語言，變成市民「聽得明白、感受得到」的信任？在《移山計劃·香港篇》中，團隊經過十餘輪構思，將複雜的工程原理化為易懂的視覺敘事，讓市民彷彿親眼見證土地如何被善待、社區如何從規劃中萌芽。



而在品牌展示中心，我們以270度環幕沉浸劇場替代傳統展板，讓參觀者在這裏可以「走進」隧道施工現場，親手觸摸MiC組裝建築模型，感受建築科技如何真實地服務于工程建設，如何惠及每一個普通人。

從線上影像到線下體驗，我們努力搭建一座橋——連接硬核的工程技術與市民安心舒適的日常。信任，便可以在這「可見、可觸、可懂」的溝通中，悄然生長。

溫暖傳播，是一場終將抵達的雙向奔赴

每一棟建築最終都會融入城市背景，但建設它的人、發生在它周圍的故事、它所能傳遞的溫度——這些，才是一個品牌真正能夠觸及人心的東西。我們以真誠的付出詮釋「可信」的承諾，以溫暖的互動展現「可愛」的形象，以不懈的堅守成就「可敬」的擔當。我們講出建設者背後的故事，街坊回饋以信任；我們守護社區，社區把我們當作老友。這，就是中建香港希望扎根於香港的——最生動、也最溫暖的註腳。

## 《好在有朋友》：一場用音樂與真實個案編織的情緒健康革新

得獎者：IPS 傳藝公關廣告有限公司

從“說教”到“共鳴”：一場傳播哲學的轉型

傳統心理健康推廣常陷入“正確但無效”的困境——精美的廣告、專業的講座，卻難以跨越病恥感築起的高牆。《好在有朋友》項目立項之初，我們就意識到必須改變溝通邏輯。調研明確顯示：人們抗拒被教育，卻願意被感動。

當焦慮與抑鬱成為13.3%香港成年人的日常，當“報喜不報憂”的文化讓情緒困境深埋心底，香港情緒健康學會籌辦《好在有朋友》音樂會，在24年冬天悄然啓動，我們大膽拋棄傳統情緒健康推廣的單向模式，選擇了“音樂會+真實個案分享”這一高共鳴、低抗拒的載體，觸動了這座城市的脈搏。這不是一場普通的演出，而是將專業音樂表演、康復者真實故事、學生合唱團的希望象徵巧妙融合成情感體驗場。當燈光暗下，音樂響起，那些關於掙扎與康復的講述不再是遙遠的案例，而是每個聽眾都可能經歷的生命片段。



▲邀請真正有經歷、有影響力的“共鳴者”分享如何走出陰霾的故事。

### 超低預算下的傳播奇跡：信任比流量更珍貴

僅28萬港元預算，我們創造了逾千萬媒體曝光，更達成社交平台「零負評」的罕見成就。關鍵在於：我們選擇信任，而非流量。我們邀請的不是簡單的代言人，而是真正有經歷、有影響力的“共鳴者”。翁嘉穗分享母親因抑鬱症離世的心結，張敬軒坦言自己的情緒低谷，醫護、教育、社福、文化演藝及商界紛紛站出來——這些多元而真實的分享打破了“完美人設”的迷思，傳遞出核心信息：“It's OK Not to be OK”及“You've Got a Friend”。

### “OK仔”與“有心熊貓”：將抽象理念轉化為社交貨幣

情緒健康是抽象概念，如何讓它變得可觸摸、可傳播？我們創造了“OK仔”和“有心熊貓”這一對IP形象。它們不僅是可愛的卡通角色，更是“接納自我”與“友情支持”理念的具象化載體。

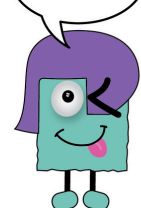
這兩個形象成為連接不同年齡層受眾的情感紐帶。年輕人願意在社交媒體上分享與“OK仔”的合影，家長通過“有心熊貓”與孩子展開關於情緒的對話——抽象的理念由此轉化為可攜帶、可分享的社交貨幣，實現了從“觀看”到“參與”的跨越。

### 「願意講、肯尋求協助」的行為改變

#### 建立正確理念

情緒問題和感冒一樣，可以預防及治療，有心理問題並不丟人，沒有必要隱瞞，最重要是接納自己。

It's OK not to be OK.



#### 你並不孤單

鼓勵有情緒問題人士主動求助或容許別人幫助。

You've got a friend



▲“OK仔”與“有心熊貓”這一對IP形象，代表“接納自我”與“友情支持”的理念。

# 成為會員

香港公共關係專業人員協會 (PRPA) 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。PRPA 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，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。

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增長。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。

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)、附屬會員 (Associate member)，及學生會員 (Student member)，申請表格可於 [www.prpa.com.hk](http://www.prpa.com.hk) 下載。現有會員如成功引薦新會員加入，可獲免費出席 PRPA 活動贈券乙張。

如欲查詢有關本會會籍事宜，請與本會會員事務執委張一心 (maria.cheung@prpa.com.hk) 或行政助理禰敏妮 (Mani) (enquiry@prpa.com.hk) 聯絡。



## 歡迎新會員

業界的支持對PRPA十分重要，我們歡迎以下新會員（2024年6月至2025年1月）加入：

### 機構會員

CARMA Asia (HK) Limited  
其士集團 Chevalier Group  
中國建築工程香港有限公司 China State Construction Engineering (HK) Limited  
Edelman Public Relations Worldwide

### 專業會員

趙偉津	Pico Global Services Limited
蔡詠琦	Passion PR Limited
胡濤詩	Ceci Wu Communications Limited
Cecilia Tu	China Merchants Securities International Company Limited
張琪	China Everbright Environment Group Limited
林綺淇	Sports Federation and Olympic Committee of Hong Kong, China
王麗華	The LEGO Group
周婉華	The Hong Kong and China Gas Company Limited
練啟謙	The Education University of Hong Kong
霍瑋鋌	Self-employed
黎沛儀	China State Construction Engineering (Hong Kong) Limited
莫巧怡	The Hong Kong Mortgage Corporation Limited

### 學生會員

Hau Lung Sien	單巧瓏	Xiao Waner	肖婉兒
Ma Fu Hai	馬福海	Zuo Rui	左睿
Michael Chan	陳震鴻		

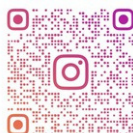
(以姓氏或公司名稱筆劃/英文字母順序排名)



Follow us



@hkprpa



沙田中央郵政信箱 647 號

電話：9143-3997

網址：[www.prpa.com.hk](http://www.prpa.com.hk)

香港公共關係專業人員協會出版