



專業人語

公關不簡單

劉麗霞



序言

劉麗霞

公共關係，近年在香港漸爲人所熟悉，但亦同時被人濫用，主要是大多數人對公共關係的真正意義、實際的工作範圍和功能，一知半解所致。

記得初出道做公關時，有份參與某大公司一項空前的宣傳活動，公司上下，連同客戶在內，大家非常投入，無一鬆懈，結果宣傳活動十分成功，大家當然十分欣慰，而事後，客戶跟我說，「還以爲公關工作輕鬆，却原來要寫那麼多東西，要應付那麼多細節事情，真的不簡單。」由此可見，多數人在經過有份參與宣傳活動後，才能真正瞭解公關的工作。

公共關係是一門極富挑戰性的行業，工作壓力大，同時身爲公關從業員，更要有心理準備，隨時面臨或應付一些突然發生的情況，超時工作是家常便飯。不過，公關工作亦有輕鬆的一面，因爲宣傳活動不會千篇一律，而是依據不同的性質而採用不同的方法，所以工作經常保持新鮮感，亦同時可以有機會不斷學習或

吸收新的事物和知識，當宣傳活動推行成功，所獲的滿足感是難以形容的。

這本書並非是一本純學術性的書籍，而是從實際的角度來解釋公關的工作，希望令人較易明白公關關係是什麼一回事，產生一個較明確清晰的印象。至於這本書的內容，大部分取自我在某財經日報專欄連載的資料，加以整理，並增添一些新資料，祇是個人在從事公關這個行業中，將所見所聞和所知的資料，集中起來而已。故此在編排和取材方面，未能盡善盡美。

此外，由於社會不斷進步，日新月异，公關技巧和需求，亦會隨社會的變化而作出適應，希望在這本書第二次版時，會同時作出相應的更改修訂，為讀者提供更新的資料。

目 錄

何謂公共關係	1
公關與廣告	25
公關與媒介的關係	47
公關活動的策劃	69
公關活動推行的技巧	79
公關推行的途徑	123
運用公關技巧處理危機	193
形象問題及實例	203
公關活動實例	239

何謂公共關係



公共關係的定義

公共關係是一門既專門而又發展迅速的行業，當六十年代公共關係開始被介紹到香港來之初期，多數人對於它的真正工作範圍，尚沒有一個正確的認識，加上不少人又濫用公共關係的名義，於是造成一般人對公共關係一知半解，以為公共關係就是：

經常要出席各式各類的酒會；

公共關係即是廣告宣傳；

公關人員沒有實質的工作，終日只是四處和人家打交道；

做公關的人，手腕靈活，面面俱圓，是「太極高手」！

這些都是一般人對公共關係一詞的表面化認識。

事實上，公共關係一詞的定義，最直接和簡單的解釋，就是透過新聞傳播媒介，

將某公司或機構，或某種產品或某種服務，利用公共關係技巧有計劃地推行，在公眾心目中使其樹立一個優良的形象。至於如何達到此目的，則需視乎這一機構或公司本身的條件和要求，而決定採取哪一種最有效的公關活動。

公共關係經過多年來的發展，迄今八十年代，經已樹立其為專門行業的地位。香港的各行各業，對公共關係亦愈來愈重視，對公共關係的效能亦有進一步的認識，並且對公共關係從業員加以尊重，這是一個非常可喜的現象。

公關行政人員的角色

在現代高度商業化的經濟社會中，各行各業，甚至慈善機構，都時刻面對同業競爭，要在競賽中脫穎而出，則有賴該公司或機構能否獲羣衆接納和支持。而在這裡所說及的羣衆是指機構的股東、員工、顧客、供應商、政府部門、慈善家等。

公關人員在機構中是屬於行政管理的一份子，明瞭羣衆的需要和機構的目標與需求，透過公關技巧，以促進羣衆及機構間的互諒互解，達到各自的需求。

在公關活動推行中，公關人員在不同的階段擔任不同的角色。首先在制定公關活動方案時，公關人員應先行做妥一連串的調查及研究工作，以供制定方案時作參考；在制定方案時，公關人員需以顧問的身份來提供專業意見，令方案更臻完善。在方案釐定後，公關人員則以行政人員的身份參與各項推廣活動的籌備與執行，更需要與市務部、廣告部、營業部及人事部等共同商議，以求能推行實際而可行的推

廣活動，讓大家同心協力，分工合作。在推行期間，公關人員又需擔任聯絡員的角色，分別與各有關方面的人士保持聯絡，尤其是媒介方面，在適當的時間內，提供適當的訊息或資料。

在推廣活動完成後，公關人員搜集各種與活動有關的資料，進行檢討，以評估是項活動之成績。

由於公共關係的功能在於促進機構與羣衆間的相互瞭解，公關的策略必須慎密而有計劃及持久地進行，故此公關行政人員的地位必須受到重視，才可令公關的功
能得以成功地發揮。

公關部門及公關顧問公司

一間公司或機構，自設公關部門，由公關職員負責處理日常的公關活動。因公關職員對公司內部的組織及運作，有充份深切的認識，加上與公司內其他部門的同事，經常接觸和溝通，在推行工作時，較容易和快捷地取得適當的資料。

至於公關顧問公司，則由專業的公關顧問向客戶提供公關服務。一般公關顧問公司之資訊設備齊全，人手亦會較普通一般的公關部門為多，加上公關顧問公司由於客戶數目較多，與媒介的接觸機會亦較多，對不同媒介的需求認識較清楚，在處理客戶的公關活動時，靈活性較強。

自設的公關部門，有其優點亦有缺點。優點是內部溝通較佳，但有時亦會由此而不獲一些高層管理人員的認同，而令工作進行不太順利。因為倘其他部門的人員對公關的實際效用不瞭解的話，對公關同事不加以重視，亦會令工作受到阻礙。同

時由於公關人員對其工作非常投入，對事物的觀感會容易流於主觀，亦未以客觀的態度來處理。況且，不少公關部門會遭遇到設備和人手不足的問題，致在推行大型公關宣傳活動時倍感吃力，亦間接影響效率。

聘用公關顧問公司，亦有其優缺點。好處是獲得專業化的服務，同時顧問公司可提供客觀的分析，幫助客戶建立及保持優良的形象。不過其缺點是可能與客戶公司各部門的溝通比較隔膜，只着重於重要的事件上。

一些大規模的公司集團或機構，尤其是常見於公共公司中，除自設有公關部門外，同時聘用公關顧問公司。由公關部門應付日常的公關工作，一些重大的公關活動，則借助公關顧問公司的專業經驗及資源來應付；尤其是當公司遇到危機時，由顧問公司協助解決，通常收效較佳。

無論自設公關部門或聘用公關顧問公司，皆須視乎本身的需要而定，要合乎經濟效益原則。

大型公關公司

香港的公關顧問公司，以規模而論，跨國性的僅有三數間。此等大型公關公司，多屬國際性集團，聲名早已建立，並因與母公司之關係，順理成章地取得某些國際性集團機構的客戶。

此外，大型公關公司，有分公司分設於多個不同地方，因此擁有一個較完善的訊息聯絡網，有助於為跨國性集團機構客戶提供統一的公關活動。同時，此等大型公關公司，擁有較大的資本，可輕易增設多種新型的資訊設備，提高服務效率。

大型的公關公司，是採用企業的方式來管理，人手充足，工作分類比較精細，公關人員分組負責不同的客戶，各人之工作範圍劃分清楚，各個部門互相協調，以為客戶提供有效服務。

在大型公關公司工作的公關人員，有機會接受在職訓練。例如會被派往母公司

受訓一段時間，接受最新的公關技巧訓練，受訓完畢後，返回原崗位工作，對客戶能提供更佳的服務。

至於收費方面，大型公關公司是視乎客戶所需要其高級顧問的參與程度而定，若經常需要其高級公關顧問的服務的話，收費當然昂貴。不過雖然如此，本地許多大機構亦多數聘用有名氣的大型公關公司，尤其是公共公司。

然而，大型公關公司，一般職員的流動性十分大，容易令到客戶弄不清楚究竟應該與誰人聯絡的情況出現，以致影響效率。

小型公關公司

小型公關公司，負責人多是科班出身，曾任職公關工作多年，累積工作經驗後，便自行創業。論以規模，決不能與大公司相比，可是麻雀雖小，五臟俱全，其所提供之公關服務，絕不遜色於大公司。

近年來，香港的小型公關公司開設愈來愈多，由此可見市場需求日增，這與一般公衆對公關認識較多有關。小型公關公司所服務的客戶，與大型公關公司之客戶有所不同，較少屬跨國性的機構，却以中小型公司機構佔大多數。

中小型公司或機構，較喜歡採用小型公關公司，蓋因小公司人事比較簡單，可直接溝通；辦起事來靈活性强，凡事做足；客戶數目較易控制，使每個客戶皆能獲得周到的照顧。同時，一般小型公關公司，老闆就是顧問，而職員的流動率低，容易令客戶產生安全感。

小型公關公司，由於公司組織較小，一切開支亦較大型公關公司低，故此在收費方面亦較大公司為低，這對一般中小型公司機構甚具吸引力。

同時，倘中小型客戶投向大型公關公司，可能未能輕易接受企業式之服務，加上將自己與跨國機構大客戶相比，可能是微不足道，倘所獲的服務不夠細心，便易令其產生被忽視的感覺，故寧願做小規模公關公司的大客戶，而不喜歡做大型公關公司的小客戶。

揀選大型或小型公關公司，須視乎客戶本身的規模、業務性質、需要、服務要求及財政預算而決定，大規模和小規模的公關公司，各有長短，且難以相互取代，故兩者共存，各為不同條件的客戶提供公關服務。

公關收費

本港並沒有公共關係公司協會之組織，因此如何釐定公關之收費，亦無硬性標準，大小型公關公司，各自為政，收費各異。

公關收費，一般而言，可分為兩大類。一是以長期合約形式，客戶與公關公司，訂立年期，通常至少為一年，每月向客戶收取定額的聘用費，約相當於若干個工作小時，服務包括每月定期與客戶開會，討論一切有關公關活動的建議及執行，倘是月份之工作量超越聘用費所應享有之時間限額，則會收取超時服務費，按每小時收費若干而定，此類長期客戶雖然付出費用會較多，但却享有隨傳隨到之公關服務。

另一類收費，則以個別公關宣傳活動來收費，屬於一次過的合約方式，視乎工作所涉及的範圍大小來收費，雙方無長期性的責任，工作完畢而合約關係亦隨之失效，此類收費對於一些無長期性公關活動的公司，最為適合，客戶可以不必支付長