



二零一九年九月二日

房協榮獲「PR Awards 2019」最佳社交媒體運用金獎

香港房屋協會(房協)的社交媒體策略及方案於「PR Awards 2019」中，榮獲「最佳社交媒體運用組別」金獎，頒獎禮剛於八月三十日舉行。房協的社交媒體策略以建立持份者關係為目標，透過實用與趣味兼備的資訊提供互動溝通平台，聯繫受眾。「PR Awards 2019」由《Marketing》雜誌主辦，旨在表揚亞洲區內卓越的公關企劃，今屆合共收到四百多份參賽案例，評審委員會由來自區內不同業界的獨立資深公關專才擔任。

房協副行政總裁陳欽勉表示：「房協致力與時並進，積極發揮『房屋實驗室』的角色，以嶄新的房屋項目回應社會所需，達到『建屋惠民』的目標。我們重視與持份者的溝通，企業傳訊團隊力求創新，善用社交媒體與科技，讓我們與公眾建立緊密的聯繫。我們透過精簡易明的資訊以至溫馨動人的小故事，加上『貼地』的溝通渠道及模式，讓更多年輕受眾認識房協的工作，以及服務市民的宗旨和信念。」

房協近年積極透過社交媒體與居民、商戶及公眾等不同持份者保持溝通及互動交流，藉此推廣房協的工作及提升企業形象和認受性。在二零一七年推出的Facebook專頁「房協人·情·味」(<https://www.facebook.com/HKHousingSociety>)，除了提供文字資訊外，亦透過活動直播、觸動人心的精彩相片及由「網紅」、房協職員、管理層或轄下出租屋邨居民粉墨登場拍攝的人情味短片，清晰地將房協的發展項目、服務、政策，及日常生活小百科呈現公眾眼前，營造一個房協的專屬社區。居民及公眾更不時利用這個網上平台提供意見或作出查詢，令房協更加緊貼社區脈搏。



新聞稿

「房協人·情·味」專頁自啟用至今已發布三百七十多個帖子，並錄得超過九十八萬次總瀏覽次數，截止今年六月底的追蹤者人數更較去年增加超過七成。自今年五月開始，房協亦透過社交平台 Instagram 專用賬號 (<https://www.instagram.com/hkhousingsociety/>) 發布訊息，開拓溝通渠道以接觸更多市民。加上房協在 YouTube 的專設頻道 (<https://www.youtube.com/user/hkhousingsociety>) 及官方網頁 (<https://www.hkhs.com/>) 等多個媒體的相輔相成下，房協的網上宣傳策略成效更顯昭彰。日後，房協將繼續透過多元的溝通渠道和創新的資訊內容，進一步加強與持份者的聯繫。

-完-

傳媒查詢

黎瑞玲
助理總經理（公共事務）
電話：2839-7892

余安琪
經理（公共事務）
電話：2839-7893

相片：



房協副行政總裁陳欽勉(右五)及企業傳訊主管梁綺蓮(左四)與團隊一同分享得獎的喜悅。