

公關專業人員

別稱

公關、發言人、新聞聯絡人、公共關係專家(員)、公關專員

重點摘要

- ◆ 雇主較偏好主修公共關係、新聞、廣播電視或是大眾傳播等系所之大學以上畢業者，若具有媒體工作經驗或國外留學碩士，會有較好的就業機會。
- ◆ 隨著國內民主開放與多元化過程的演變、企業之間的激烈競爭，「公共關係工作」的重要性越來越高。
- ◆ 國際企業進入臺灣市場後，需要熟悉本土公關實務操作的公關公司來策劃執行，為了協助客戶對區域市場的佈局，區域性國際公關人才的需求增加，公關業務將更為重要。

職業特性

公關是公共關係的簡稱，泛指能夠維護組織形象、為組織創造最有利運作環境的一切作為及努力，包括組織成員對內及對外的行為規範、與不同類型公眾的接觸與溝通、可能對組織營運發生影響的議題管理、組織面臨問題或危機時的處理和解決。所以一篇有利組織的新聞稿、一場說明組織善意的記者會、一則傳遞組織形象的廣告、一本介紹組織理念或願景的小冊、一場關心弱勢族群的公益活動等，都是屬於公關的工作範疇¹。

公共關係扮演著專業顧問與諮詢服務的角色，其組織型態大致可區分為非營利事業公關、企業公關與行銷公關，工作包括：媒體關係發展與建立（如：召開記者會、新聞發布、媒體動態分析、配合記者採訪、企業專題報導等）、公關活

動企劃與執行（如：企業活動、產品上市、獎勵活動、主題餐會、開幕剪綵活動、慶典儀式、展示會、慈善贊助、募款或是其它公眾活動等）、公共事務與議題管理（如：政府關係、業界或協會關係、消費者關係、投資者與股東關係、以及員工關係與勞資溝通等）、危機管理（如：事件處理、焦點設計、發言訓練、以及議題管理等）、公關教育與訓練等，少數大型公關公司還提供公關研究與調查的服務。良好的公共關係對於組織成功十分重要，所以主管愈來愈依賴公關提供的計畫、策略建議。



公關人員召開記者會之活動現場

非營利事業公關主要是在社會服務及福利機構、衛生保健機構、醫院、宗教機構、文化機構、基金會內工作，他們的首要職責就是讓民眾知道該機構的宗旨與活動，工作內容包含編印推廣小冊子、徵求與訓練義工、募捐等²。

企業公關是依據企業內外在各項環境因素的評估，隨時注意變化，適時而適切地提供完整的訊息、情報與建議給決策主管、擬訂相關策略與高階主管溝通、協辦，爭取必要的支援並取得共識，作為訂定策略或行動方案的依據。行銷公關在行銷工作中扮演支援的角色，它與行銷中其他各種功能互動，以增強行銷的效果；行銷公關通常是被安置於行銷或企劃部門中，工作偏向於企業內雙向溝通、行銷議題管理、資源分配、傳播成本效益分析等；受僱於公關公司的公關人員，

以專案方式協助進行不同企業所委託的行銷活動，因個別專案需求不同而企劃、提案、執行各類型的公關活動³，包括行銷傳播、危機傳播、研究評估、媒體分析、企業品牌和信譽建立等。

公共關係是組織管理的一環，負責組織對內與對外的溝通工作，也就是組織的「溝通管理者」，舉凡組織與公眾間可以藉由溝通解決的問題，都是公共關係作業的範圍。對外主要是推廣企業形象或是產品，對內是提供行銷人員相關產品的公關諮詢，其工作對象包含消費者、顧客、經銷商、業界組織及政府單位，具備獨立作業能力、與客戶連絡窗口保持聯繫等是第一要務。

公關相較於其他職業更能快速學習到各種產業的市場行銷與企業管理知識。公關是項非常具有挑戰性的工作，不但可考驗腦力、應變力，更可磨練體力並增進執行力。對於公關人員而言，每完成一項任務，便可明顯感覺到自我的成長，除了實務經驗的養成外，更加深繼續學習成長的動力。想投身此一領域的社會新鮮人，一般大多是先進入新聞媒體或是公關公司，從基礎開始學習，工作相當繁重，但是個有趣、富挑戰性、並能激勵成長的工作。

新進人員大多處理基礎性工作，例如新聞稿撰寫、媒體聯繫與活動規劃設計及執行等；資深公關人員則負責策略規劃或是專案執行等管理工作。公關的使用工具以電腦為主，包含 Office 及簡報等軟體，也會常使用照相機、攝影機等工具；必須具備的技能包括打字速度、簡報、文字及語言表達等溝通能力，其中英語能力愈來愈重要。

工作條件

一般來說，公關人員多在有空調的辦公室裡工作，職業傷病的比例較低，但經常要配合任務需要或是活動規劃而外出到相關地點，如召開記者會、法人說明會，或是產品上市發表以及其他企業活動時，公關人員均需出差至會議或活動現場（包括飯店、會議室、學校、國際會議廳、戶外等），有時也需要拜訪特殊利益團體或是政府機關組織。



公關人員召開說明會活動現場之工作環境

公關人員的標準工作時數為一週40個小時，但是公司一般採用責任制，所以工作時間常不固定，有時因為任務需要，專案規劃執行期短則數週、長則數月，或是晚上加班為不可避免之情況；尤其當計畫內容變更或是出現問題時，在截止日期不變的要求下，計畫目標還是必須達成，工作壓力是無可避免的。此外公關人員時常面臨來自各方面的高強度工作壓力，如：公司內部高階主管、同仁互動模式、資訊傳遞與企業活動等，以及公司外部之政府法令、產業環境、企業競爭、媒體動態與客戶關係等，甚至於突發狀況與危機處理，都有可能影響到整體工作的進程。

由於公關的工作性質與工作條件限制，本土企業較少僱用非典型（派遣、部分工時）勞工，而外商公司則較傾向將專案類型之公關活動發包委外執行。

目前就業情況

依據勞動部統計資料顯示⁴，108年7月受僱之公關專業人員人數3,057人，以服務業部門占87.70%最多，其中以專業、科學及技術服務業為主，僱用981人，占3成2，另外也有一部分的公關人員受僱於出版、影音製作、傳播及資通訊服務業與金融保險業（各占15.37%及9.78%），其他集中於規模較大的製造或批發等之企業總管理處，按主要行業分之公關受僱人數及百分比列於下表中：

公關專業人員受僱人數—按主要行業分

108 年 7 月

單位：人、%

行業別	人數	百分比
總計	3,057	100.00
工業	376	12.30
製造業	250	8.18
服務業	2,681	87.70
批發及零售業	58	1.90
住宿及餐飲業	315	10.30
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	470	15.37
金融及保險業	299	9.78
專業、科學及技術服務業	981	32.09
醫療保健業	296	9.68

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告」。

附註：僅列示主要行業，故有細項加總與總計不符現象。

公關人員可能隸屬於公關公司或附屬於各行業之公關、行銷或企劃部門中，端視企業經營規模及體制不同而定。根據科技業資深公關業者表示，公關人員以女性占絕大多數，年齡分布在 20~45 歲之間，中階公關主管大多在 30 歲以上且需要超過 3 年之經歷。

公關人員外派機會大多屬於短期，通常是海外有專案或活動時才會需要，時間從數天到數週不等，但是當專案或活動結束就必須回國。公關從業人員大多集中在都會區或稍具規模之企業，一般而言，國內上市或上櫃公司都會設置專屬公關人員或公關部門。

訓練資格及升遷

進入公關領域之資格以大學畢業且結合公共關係經驗為最佳，雇主較偏好主修公共關係、新聞、廣播電視或大眾傳播等科系大學以上畢業者，若具有媒體工作經驗或國外留學碩士，會有較好的就業機會。

熟悉媒體生態、EQ 好、開朗、具備良好的溝通技巧並對相關產業有所了解是公關人員的需求條件，良好的中英文語言能力、資源蒐集（媒體分析）能力以及基本商業禮儀等則有助於工作的推動與完成。

至於教育訓練方面，目前一般企業是採取邊作邊學的方式，實際參與企劃、執行的瑣碎過程，確實掌握流程與獲得實務經驗。要成為專業的公關人員，惟一不可或缺的便是「熱忱」，只要累積足夠的經驗與知識，未來轉至更高職務的機會很多²。

部分大專院校開設公共關係、新聞、廣播電視、大眾傳播的系所，提供正式的公共關係教育學程；而財團法人或社團組織也會不定期為公關人員舉辦講座或媒體關係經營等課程，如證券交易所舉辦的發言人課程。財團法人公關基金會及臺灣公共關係管理協會之短期公關研習等，提供在職人士專業進修的管道，課程內容從公關企劃到議題管理、危機管理等，通常在課程結束後會授與結業證書。目前國內並未真正實行公關認證制度，不過已有民間團體開設「企業公關管理人員認證訓練班」，推動公關專業認證。

至於升遷方面，由於公關涉及的領域相當廣泛，而公關人員因業務之便亦可有許多機會涉獵相關部門或是其它行業的業務，工作上可累積各行各業人脈，因此公關人員比其他人容易升遷或轉調。企業之公關主管大多需具有3年以上相關經驗（尤其是操作品牌活動的經驗），這類公關人員最重要的是對企業的產品、經營方向與產業趨勢等有相當程度的認識與了解²。一般來說，公關人員多升遷至管理職，如擔任公關經理、行銷經理、品牌經理等；亦可自行成立公關公司。

雖然目前國內已有許多公關公司，但是費用相當高；而且大部分的企業基於風險與品牌經營等考量，公共關係有其專業性與獨特性，因此企業內的公關人員並不容易被取代，至多是將美編、設計、製作、活動等事務以外包方式委託公關公司辦理。

薪資收入

根據勞動部統計資料顯示⁴，民國 108 年 7 月受僱之公關專業人員平均薪資 63,825 元，其中經常性薪資 55,054 元，非經常性薪資 8,771 元。工業部門平均 90,172 元，高於服務業之 60,131 元；人數較多之專業、科學及技術服務業平均薪資為 56,248 元。福利與一般受僱員工大致相同，包括固定假期、健保及退休金、在職訓練等，按行業別之受僱公關人員的薪資內容詳列於下表中：

公關專業人員受僱薪資—按主要行業分

108 年 7 月

單位：元、%

行業別	總薪資		經常性薪資		非經常性薪資	
	(1)=(2)+(3)	(1)/(1)	(2)	(2)/(1)	(3)	(3)/(1)
總平均	63,825	100.00	55,054	86.26	8,771	13.74
工業	90,172	100.00	63,952	70.92	26,220	29.08
製造業	80,855	100.00	62,955	77.86	17,900	22.14
服務業	60,131	100.00	53,807	89.48	6,324	10.52
批發及零售業	149,904	100.00	61,954	41.33	87,950	58.67
住宿及餐飲業	42,335	100.00	42,201	99.68	134	0.32
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	70,705	100.00	58,085	82.15	12,620	17.85
金融及保險業	73,902	100.00	67,979	91.99	5,923	8.01
專業、科學及技術服務業	56,248	100.00	54,048	96.09	2,200	3.91
醫療保健業	41,967	100.00	39,988	95.28	1,979	4.72

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告」。

根據資深公關業者表示，薪資視背景及專業能力而定，平均年薪約 60 萬元，業績或績效獎金、年終獎金占全體薪資比例約 10%，具 3~4 年公關經驗者月薪資約 4 萬元以上。初進勞動市場者起薪不高，若具媒體經驗或產業背景者則有加分效果。外商公司公關人員薪資高低主要是依據其績效表現而定，因此其非經常性薪資占全年薪資比例較一般公司高。

前景與展望

公共關係的範疇包含甚廣，結合了廣告、行銷、傳播等等功能，許多廣告公司、行銷公司為提高服務價值，紛紛跨足公共關係業務。但若將公關提升至資源整合或策略規劃等的高層次功能，可以預見的是國內將不需如此多數的公關顧問公司產生，而服務的對象也將以較大型的企業為主。在邁入整合傳播的時代，公關從業人員更需努力地了解如何應用多元的媒體、整合各項資訊、操作議題，以做出最佳的策略，達成理想效果便是公關人員的挑戰⁵。

過去公關從業人員因專業程度、人員素質不足，以發布新聞稿、舉辦活動為主，現在則逐漸由技術面的操作提升至策略面的企劃。尤其加入世界貿易組織（WTO）後，隨著市場開放與企業間競爭提高，除了對公關人員的需求增加外，公關公司也必須提升國際化與專業化的條件，而企業對公關「顧問」服務的需求亦將日趨殷切，並逐漸取代低階的「執行」工作⁶。國際企業進入臺灣市場後，需要熟悉本土公關實務操作的公關公司來策劃執行，為了協助客戶對區域市場的佈局，區域性國際公關人才的需求增加，公關業務將更為重要。

目前公關工作已日益成熟且被人們逐漸認可，現正廣泛地滲透至各行各業，高科技製造業、電信、汽車、醫藥、金融保險等專業性強的行業對於公關工作有更高層次且多元的需求，因而公關業者也要求其從業人員必須具有相關專業知識、良好外語能力、流暢的寫作能力，以因應全球化之衝擊。

相關職業介紹

需要協調溝通、提供訊息及建議、傳達公司活動訊息之相關職務包含廣告業務企劃（Account Executive，AE）、行銷或企劃部門的相關工作、展示人員、新聞媒體公關人員、產品促銷員、批發與生產製造的業務銷售公關員等。

相關資訊來源

勞動部勞動力發展署技能檢定中心

<https://www.wdasec.gov.tw/>

中國文化大學推廣教育部—學習進修人力加值課程

<http://my.sce.pccu.edu.tw/MS/plus/Home.aspx>

中華企業資源規劃學會

<http://cerps.org.tw/>

大葉大學人力資源暨公共關係學系

<https://hrpr.dyu.edu.tw/coursetb.php?lang=tw>

備註

-
- ¹ 大葉大學人力資源暨公共關係學系，姚惠忠博士，公共關係之定義簡報檔。
 - ² 張在山「公共關係學」，民國 87 年 6 月。
 - ³ 全國就業 e 網「Super 上班族品牌活動公關—拉近品牌與客戶間的距離」，
(民國 95 年 5 月)。
 - ⁴ 勞動部 (民國 109)，職類別薪資調查報告 (資料時期：民國 108 年 7 月)。
 - ⁵ 網路顛覆傳統溝通—公關角色重定位。
 - ⁶ 兩岸公共關係業的發展比較，輔仁大學廣告傳播學系吳宜蓁教授。