

the 8th
MANDARIN PR AWARDS

R | 第 8 屆 華文公關獎

信任成就影響，公關定義未來
Trust creates impact. PR shapes the future.

第 8 屆
華文公關獎

TIPRA
台灣國際公共關係協會
TAIWAN / TAIPEI INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS ASSOCIATION

華文傳播專業之雙年獎項

「華文公關獎」由TIPRA於2012年創辦，為華文行銷傳播領域重要的雙年專業獎項，旨在肯定優秀公關人才與案例，促進產業典範交流，並彰顯公共關係在企業、政府與社會溝通中的專業價值。

歷屆獎項匯聚公關顧問公司、企業品牌、非營利組織及傳播專業人士，並邀集產業、學術及媒體領域專家參與評選。



2012

華文公關獎創辦

雙年制

每兩年舉辦一次

以「信任、關係、影響力」 重塑獎項語言

當傳播愈快、資訊愈多，真正珍貴的，是能夠建立信任、創造影響的溝通。公共關係的價值，不只在於創造聲量，更在於洞察議題、凝聚共識、建立關係，並以專業促成真實而持續的改變。

第八屆華文公關獎以「信任成就影響，公關定義未來」為主題，回應 AI、數據與數位科技重塑傳播環境所帶來的變革。從品牌策略與聲譽管理、創意溝通與公眾參與，到科技應用與社會影響，展現當代公關持續拓展的專業內涵，以及公關在時代變動中所創造的價值與影響。

我們表揚的，不只是被看見的成果，更看見成果背後的深刻洞察、策略思維與信任累積；不只著眼於傳播所創造的聲量，更關注公關如何建立連結、促成改變，讓影響持續發生。

讓專業建立信任，讓信任成就影響，共同定義公關的未來。

六大獎類，24 個獎項

以產業情境、策略能力、創意參與、數位科技、公共利益與人才專業構成完整獎項地圖。

A | 產業與市場溝通獎

生活風格產業公關獎、科技創新產業公關獎、健康醫療公關獎、金融服務公關獎、文化產業公關獎、餐旅休閒公關獎

表揚在生消、科技、健康、金融、文化等面向，能將品牌信任、消費者關係與通路影響轉化為可驗證市場價值，包含產業信任與創新領導力的案例。

B | 公關策略、聲譽與成效獎

品牌策略與聲譽發展公關獎、媒體關係與議題擴散公關獎、長效影響力公關獎

表揚以公關策略為核心，整合不同媒體與接觸點深化品牌或組織定位與核心價值，累積公眾認知、信任及利害關係人關係，並促進態度或行為改變，創造可驗證成效與長期影響力案例。

C | 創意、內容與公眾參與獎

創意與議題轉化公關獎、整合互動公關獎、策展體驗公關獎、品牌敘事公關獎、跨界共創公關獎

表揚能把企業或社會議題轉化為公眾願意理解、討論與參與的公關創意，並將活動 / 策展與體驗轉化為關係、信任、參與及長期價值，進而建立公共理解、文化影響與企業 / 組織聲譽的案例。

D | 數位、數據與 AI 公關獎

AI 應用公關獎、數據洞察公關獎、社群經營公關獎、數位創新與互動公關獎

表揚運用 AI 技術、數據分析、社群經營、數位創新面向，提升公關策略、高階決策、內容創作、互動體驗或執行效能，創造創新溝通價值的案例。

E | 永續、公共利益與社會影響獎

環境行動公關獎、社會共融公關獎、ESG 利害關係人公關獎、非營利與公共倡議公關獎

表揚以真實環境行動、科學證據與透明溝通或是將 ESG 核心理念融入企業治理，建立企業與社會信任的並創造永續價值的企業案例。

F | 公關機構、團隊與人才獎

公關專業人員獎、新銳公關人才獎

表揚能以公關專業影響企業決策、客戶成果與產業發展的資深人才。表揚展現創新、學習力、倫理與未來領導潛力的新世代人才。

商業/非營利獎

【A】 產業與市場溝通獎

獎項		說明
A01	生活風格產業公關獎	表揚能將品牌信任、消費者關係與通路影響轉化為可驗證市場價值的案例。
A02	科技創新產業公關獎	表揚能將複雜科技轉化為市場理解、產業信任與創新領導力的案例。
A03	健康醫療公關獎	表揚兼顧醫療證據、法遵與公眾信任，創造健康產業長期價值的案例。
A04	金融服務公關獎	表揚能提升金融信任、風險理解、監理關係與普惠價值的案例。
A05	文化產業公關獎	表揚透過文化內容、公共參與及多方溝通，建立品牌聲譽、地方連結與社會影響力，並創造長期公共價值的案例。
A06	餐旅休閒公關獎	表揚以公關策略為核心，整合不同媒體與接觸點創造企業影響的案例。



商業/非營利獎

【B】公關策略、聲譽與成效獎

獎項		說明
B01	品牌策略與聲譽發展公關獎	表揚公關策略如何支持品牌轉型、企業定位與長期聲譽資產。
B02	媒體關係與議題擴散公關獎	表揚善用媒體關係與議題溝通，提升議題能見度及公眾理解，並進一步促成態度、行動或公共討論產生具體改變的案例。
B03	長效影響力公關獎	表揚透過長期且持續的公關策略，深化品牌或組織定位與核心價值，累積公眾認知、信任及利害關係人關係，並促進態度或行為改變，創造可驗證成效與長期影響力的案例。



商業/非營利獎

【C】 創意、內容與公眾參與獎

獎項		說明
C01	創意與議題轉化公關獎	表揚能把企業或社會議題轉化為公眾願意理解、討論與參與的公關創意。
C02	整合互動公關獎	表揚能將活動與體驗轉化為關係、信任、參與及長期價值的設計。
C03	策展體驗公關獎	表揚以策展及空間建立公共理解、文化影響與企業 / 組織聲譽的案例。
C04	品牌敘事公關獎	表揚運用內容策略與品牌敘事，有效轉譯議題、建立利害關係人信任，並累積長期品牌資產與公關影響力的案例。
C05	跨界共創公關獎	表揚企業透過跨界合作形成新關係、生態系與可持續影響的案例。



商業/非營利獎

【D】數位、數據與AI公關獎

獎項		說明
D01	AI 應用公關獎	表揚運用 AI 技術提升公關策略、內容創作、互動體驗或執行效能，創造創新溝通價值的案例。
D02	數據洞察公關獎	表揚將研究與數據轉化為高階決策、聲譽治理與可驗證成效的案例。
D03	社群經營公關獎	表揚能建立長期社群信任、自發參與與品牌關係資產的案例。
D04	數位創新與互動公關獎	表揚以數位創新改善公眾理解、互動體驗與企業關係成果的案例。



商業/非營利獎

【E】永續、公共利益與社會影響獎

獎項		說明
E01	環境行動公關獎	表揚以真實環境行動、科學證據與透明溝通建立信任的企業案例。
E02	社會共融公關獎	表揚能讓受影響者參與，並創造可驗證社會影響與共融價值的案例。
E03	ESG 利害關係人公關獎	表揚將 ESG 核心理念融入企業治理，透過利害關係人溝通建立信任，並創造長期永續價值的案例。
E04	非營利與公共倡議公關獎	表揚以有限資源創造公共參與、政策、募款或社會成果的公益案例。



個人獎項

【F】 公關機構、團隊與人才獎

獎項		說明
F01	公關專業人員獎	表揚具2年以上專業資歷，並能以公關專業影響企業決策、創造客戶成果及推動產業發展之優秀人才。
F02	新銳公關人才獎	表揚具2年以下專業資歷，展現創新思維、學習力、專業倫理與未來領導潛力之新世代人才。



報獎建議

洞察源頭

創意是否來自真實公眾需求與議題洞察

參與設計

是否建立可持續互動，而非一次性聲量

敘事能力

內容是否能清楚轉譯複雜議題與品牌價值

影響證據

是否有具體實證，呈現溝通帶來的認知、態度或行為改變。



評選指標 商業/非營利獎

30% **公關策略**

背景研究分析、策略規劃、議題規劃

20% **整體規劃**

完整專案規劃架構、具有完善的專案管理計畫、具有延續策略的有效執行方案

30% **整體效益**

資源整合效益、傳播影響力、關鍵績效指標達成率、達成公關目標的具體實證

20% **創新表現**

創意表現、工具或執行方案應用的創新思維



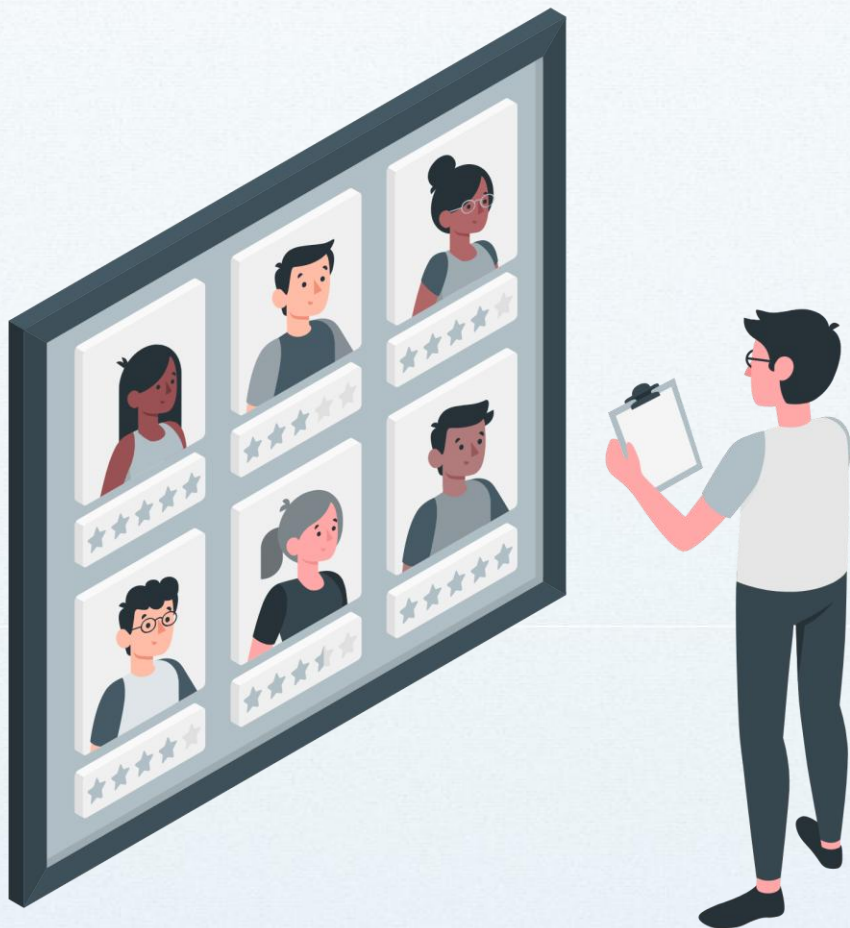
評選指標 個人獎項

資格審

透過自我推薦或他人推薦，由主辦單位針對參選者提繳之報名表做資格書面審核。

決審

由各大傳播相關公協會暨企業代表、學界、媒體界等專業人士組成專業評審團，依各獎項指標評分，經線上初審與線下複審決議。



徵件辦法



投稿期間

- 2026 年 9 月 30 日(三)至 11 月 20 日(五)

投稿方式

- 至「[第八屆華文公關獎](#)」官方網站線上投稿，參賽作品以 PDF 為限(建議10–20 頁，單檔上限15 MB)

#作品附件如簡報、影片需隱蔽報獎單位名稱及可辨識報獎單位之圖文，可自行描述但不得提及報獎單位。

頒獎典禮

- 入圍名單主辦單位將另行通知，並邀請出席頒獎典禮，相關細項安排請洽官方網站



活動時程



1

2026/09/30-11/20

徵件期間

- 至華文公關獎官網投稿

2

2026/11/30-12/11

評審評選

- 安排信件通知入圍者

3

2027/1/13(三) 下午17:00

頒獎典禮

- 遠東香格里拉大飯店



著作權與揭露規範

原創與著作權

- 參賽作品應為參賽者原創，不得抄襲、侵害他人著作權、商標權、肖像權、隱私權或其他權利。
- 引用資料、圖片、影片、音樂、研究或他人作品時，應依法取得授權或清楚標示來源。
- 曾於其他公開競賽獲得前三名之相同或高度相似作品，不得參賽。
- 參賽者應對作品之正確性、合法性與完整性負全部責任。
- 若發現抄襲、造假、侵權或重大不實，主辦單位得取消參賽、入圍及得獎資格，並追回獎項與獎勵。

AI 使用揭露規範

- 使用 AI 工具協助研究、文字、圖片、影音、分析或創意生成者，應於提案中揭露：使用工具、使用範圍、人工修改與審核方式、資料或素材來源。
- AI 生成內容不得冒充真實新聞、真實人物證詞、研究成果或執行成果。



授權範圍與權益保障

授權範圍

- 報名即表示參賽者同意主辦單位於本獎推廣、教育、出版、展示、媒體宣傳及非營利性產業交流範圍內使用作品。
- 主辦單位得將入圍或得獎作品製作為：官網案例、得獎作品集、社群內容、展覽或頒獎典禮素材、教學與產業交流資料。

權益保障

- 作品著作權原則上仍歸參賽者所有。
- 主辦單位使用作品時，應合理標示參賽者或團隊名稱。
- 參賽者不得因前述使用另行要求報酬。
- 若作品涉及第三方機密或未公開資料，參賽者應事先取得合法授權，或於報名時主動說明。



作品使用與授權

個資與肖像授權

- 參賽者同意主辦單位為本活動之聯繫、審查、公告、頒獎及宣傳目的，蒐集及使用必要個人資料。
- 入圍及得獎者同意主辦單位於活動紀錄、媒體宣傳及成果展示中使用其署名、照片、影像及簡介。
- 主辦單位應依相關個人資料保護規定妥善處理資料。

注意事項

- 參賽者應遵守本辦法及主辦單位相關公告。
- 主辦單位得依實際情形調整時程、決賽形式、獎項名額及活動內容。
- 如因天災、疫情、系統故障或其他不可抗力因素影響活動，主辦單位得延期、變更形式或取消部分流程。
- 參賽者提交之資料原則上不予退還。
- 未盡事宜，由主辦單位補充公告。
- 主辦單位保留本辦法最終解釋、修改及評選結果決定權。



信任成就影響，公關定義未來
Trust creates impact. PR shapes the future.