



無間斷舉辦多元化活動

印刷媒體專業人員協會 (IPP) 的活動非常多元化，2021 年 11 月份舉辦了四個活動，適合各類會員參與，傳遞行業以外的豐富知識。

私人導賞團：「張健君：人跡」專題展覽

IPP 會員參觀「張健君：人跡」專題展覽。

2021 年 11 月 9 日舉辦的私人導賞團是參觀由 K11 Art Foundation 主辦、倫敦皇家藝術研究院協辦、中國著名學者巫鴻先生策展的「張健君：人跡」展覽。這展覽圍繞人類、自然、時間三大主題，讓參加者反思自然與人類的互動、時間的流動和留下的痕跡、當代人和傳統的關係。十多位參加者在導賞員帶領下，除了欣賞藝術作品外，亦有互動環節參與其中。



「中林忠良：枯榮之間」專題展覽

IPP 在 2021 年 11 月 13 日安排了會員參加香港版畫工作室策展的「中林忠良：枯榮之間」專題展覽，欣賞「日本銅板畫第一人」的聞名版畫家中林忠良先生「轉位一地」系列的蝕刻版畫，用獨創的版畫投法細緻描繪草本的枯榮，以黑白兩色呈現四季變奏。參觀後，香港版畫工作室特別為會員舉辦凹版畫工作坊，參加者可以簡單了解凹版畫的原理，並一起製作自己的作品，體驗凹版畫藝術。



劉文邦會長 (中) 及彭安琪總幹事 (左) 代表 IPP 接受主辦方 K11 Art Foundation 送贈的紀念書刊。



香港版畫工作室展示中林忠良的蝕刻版畫作品。



各位參加者親手製作凹版畫。

知識分享系列（三）

網絡新時代：網紅營銷與內容變現的新機遇

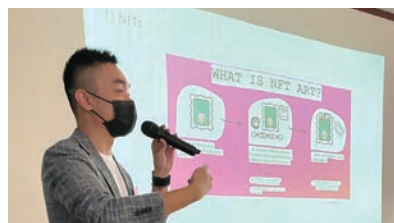
2021年11月22日舉行的知識分享系列講座，線上線下同步直播進行，主題為「網絡新時代：網紅營銷與內容變現的新機遇」，分享網絡營銷的新趨勢及策略，如何為業務帶來增長。

這次專題講座邀請了騰浪科技 Cloudbreakr 創辦人王江源先生 (Edwin) 擔任分享嘉賓。Edwin 於數碼營銷領域深耕超過八年，專注於網紅營銷、營銷科技及大數據分析。在新世代下，大小的網紅及網媒湧現，網紅及口碑營銷成為有效的推廣工具。到底品牌如何選擇最合適、最緊貼消費客群的網紅？他表示幾年前開始已研發監察及分析系統，運用大數據分析不同網紅，以計分制為他們排名，甚至可以分辨虛假帳戶的留言或讚好，令其分析更具準確性旨在為企業配對網紅作為合作夥伴，提供客觀的準則，協助選取合適的人選，令宣傳推廣活動的效果有一定程度的保證。

Edwin 又指出，透過大數據可以同時掌握社交媒體上的熱話，例如最受歡迎的平台、最熱門的

話題，最流行的潮語、內容的風格等等，同時亦可按照目標客群打造個人化的宣傳手法，指引和建議不同企業制定各種市場策略。

數碼營銷平台不斷發展，日新月異，不論任何行業都對新知識興趣盎然，參加者於講座期間都踴躍發問，爭取與嘉賓交流。IPP 期望這次活動可提供更多新資訊，促進會員之間的交流。



■ 數碼營銷專家王江源先生分享網絡話題新趨勢。



■ 參加者非常認真了解網紅營銷策略。

第四場「IPP 圓桌晚宴輕鬆聚」

每兩個月舉辦一次的「圓桌晚宴輕鬆聚」已於2021年11月24日圓滿舉辦第四場，這次晚宴反應熱烈，是參與人數最多的一次，有來自廣告公司、印刷公司、學院、供應商等共19位業界人士出席。大家在輕鬆氣氛下互相交流，同時擴闊人際網絡，當日IPP劉文邦會長亦頒發綬帶予兩位新會員。

■ 歡迎點創意有限公司的王晨鐘先生（左圖中）成為資深會員，以及禧圖紙品印刷有限公司的賴明仁先生（右圖左）成為全權會員。



精彩活動停不了，在未來日子，IPP 將舉辦更多既可增值又有趣味的活動，現誠摯邀請同業成為會員。有關入會詳情，請瀏覽：www.ipp.org.hk