CISION PR Newswire a CISION company

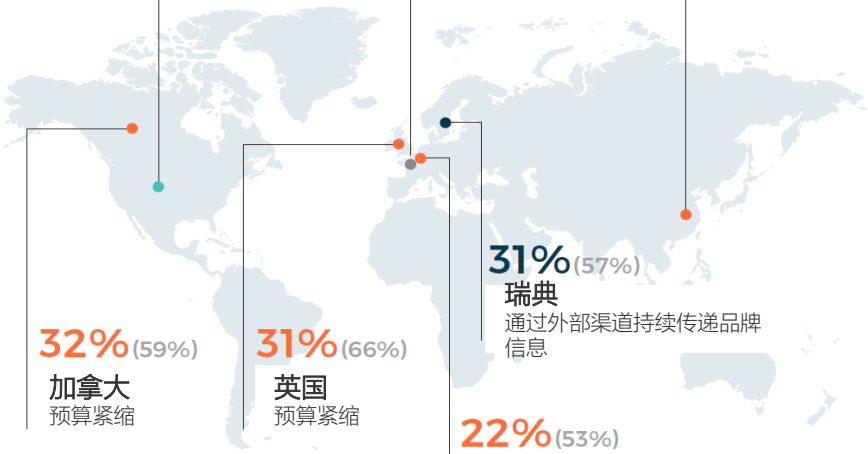
2020亚太地区
传播挑战、多元化渠道与企业新闻偏好

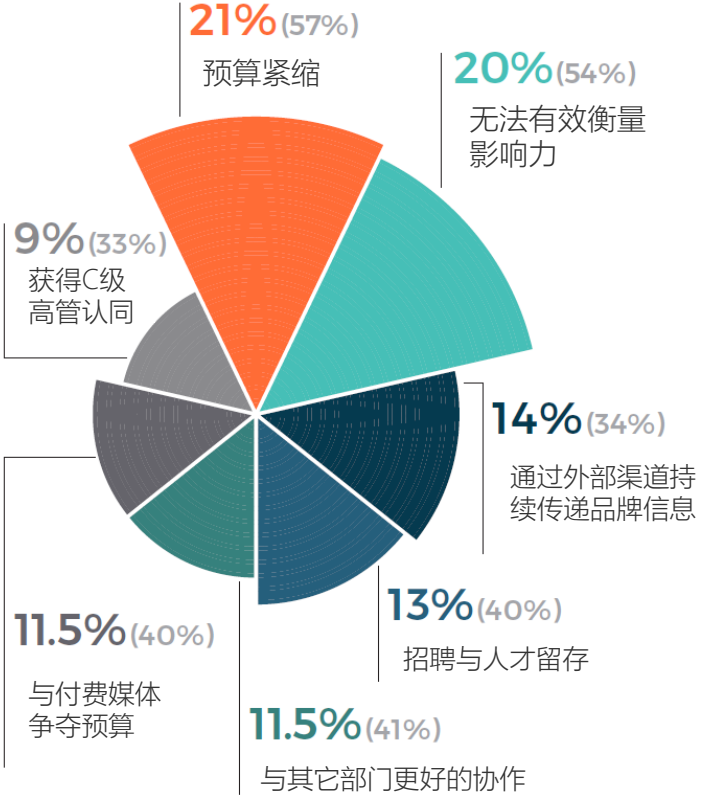
刘晓林 Head of Audience Development, PR Newswire Asia

2019 Global Media Survey

传播挑战
Challenges

全球范围
预算紧缩与传播评估



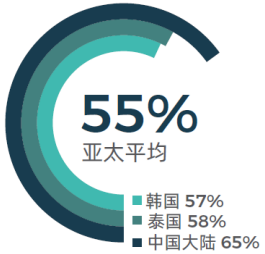


全球范围传播核心挑战

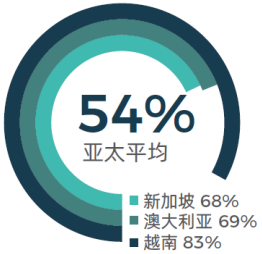
PR Newswire a CISION company CISION

亚太市场
内容生产与传播评估

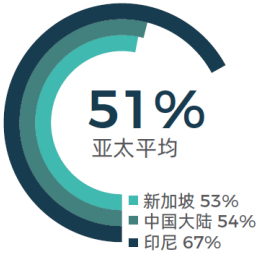
内容生产
生产足够丰富的、不同类型的内容去影响受众



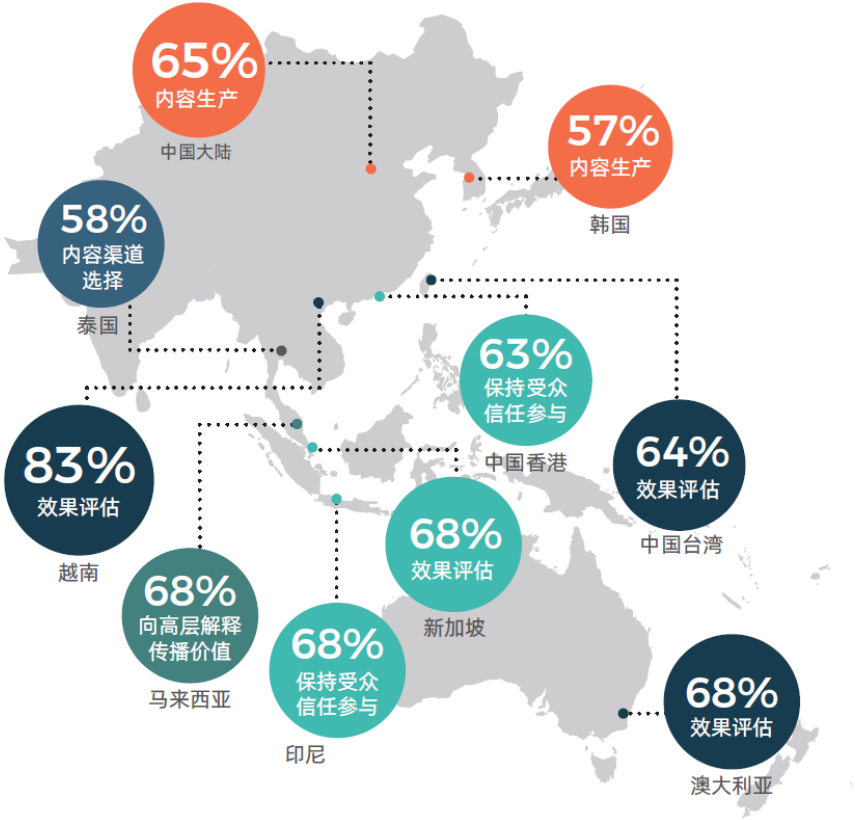
效果评估
衡量内容所生产的回报



传播预算
内容传播所需的各项费用



▲ 您在制定未来传播策略中最主要的挑战有哪些？

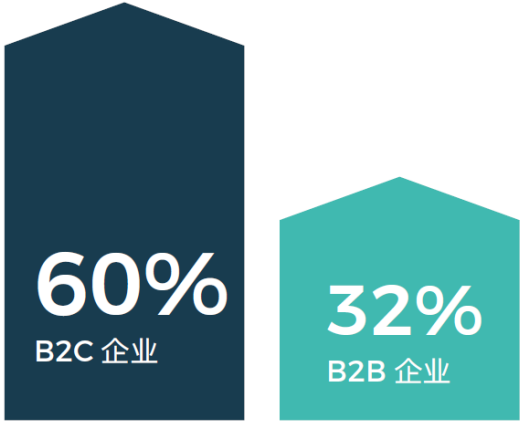


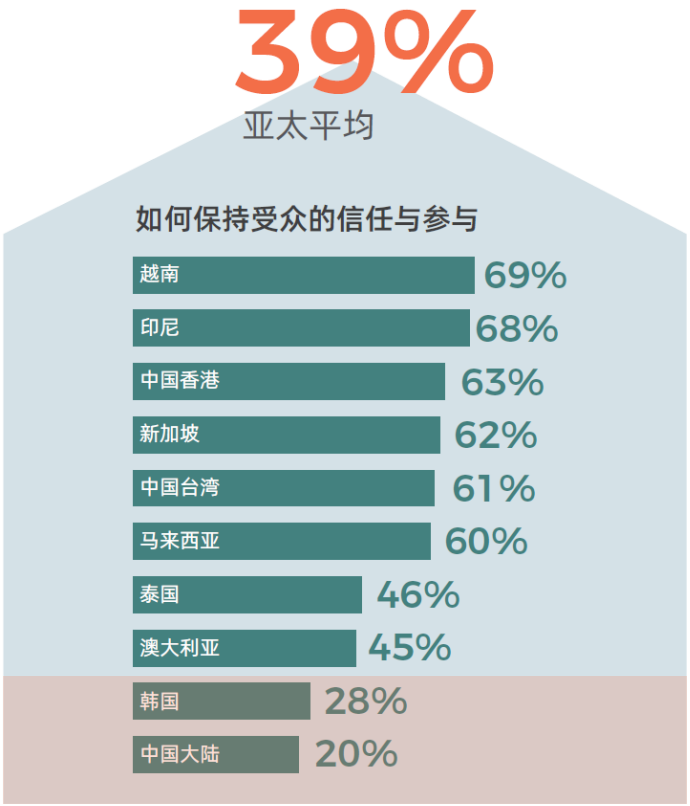
▲ *亚太不同市场核心挑战*

PR Newswire a CISION company CISION

最具差异化挑战
保持受众信任和参与

在整个亚太区，企业普遍更为关注"保持受众的信任和参与"，**但仅有20%的中国大陆企业和28%的韩国企业将此项列为主要挑战**；60%的亚太区B2C 企业将"保持受众的信任与参与"列为主要挑战，**相较B2B 企业这一比例仅为32%。**



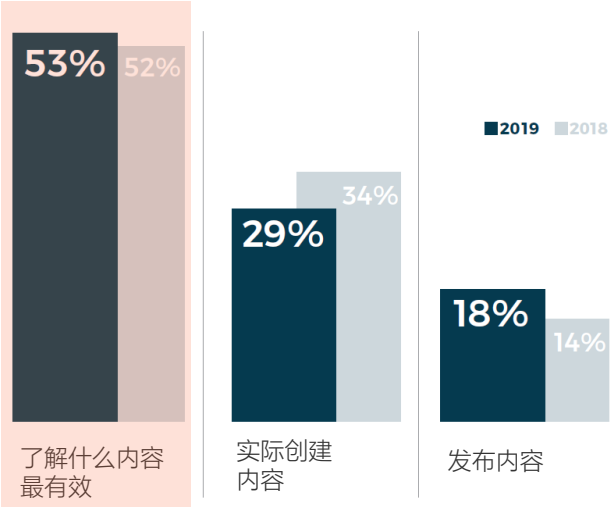


PR Newswire a CISION company CISION

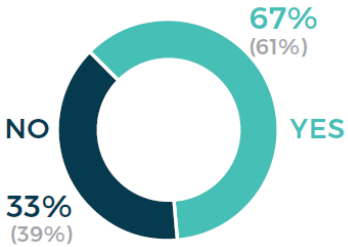
衡量传播成功的关键

受众行为

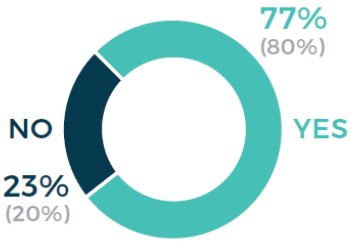
以下哪个是您在内容方面的最大挑战？



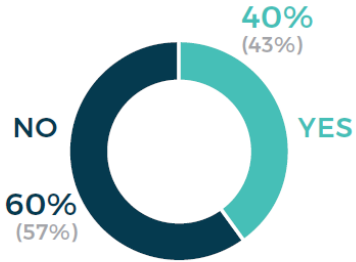
多少人真正阅读了内容？



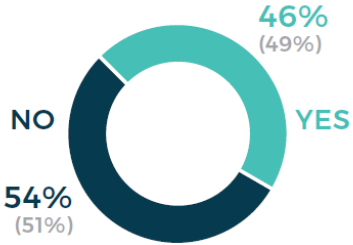
多少人点击了内容中的链接？



受众在消费了内容之后会有哪些举动？



内容是否带动受众在线上渠道或现实世界里采取了进一步的行动？

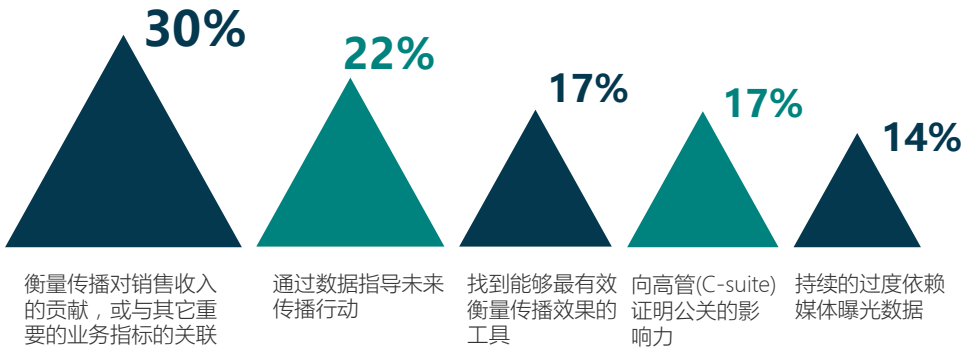


全球受访者对其内容是否会带动四种特定的潜在消费者行为有多大信心？

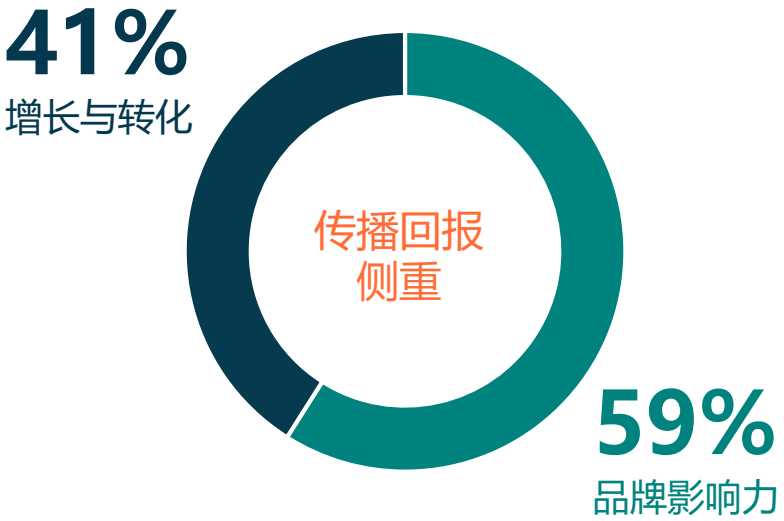
以上数字是指表示自己很有把握的人，括号中的数字为去年对同一问题的回答情况。

PR Newswire a CISION company CISION

哪个更重要？
品牌影响力与增长转化



受访者被要求在衡量公关效果面临的五大挑战中，按照难度从大到小的顺序排名（全球）



您所在企业的内容传播更侧重以上何种回报？（亚太地区）

数据解读

30%的全球受访者将“衡量传播对销售收入的贡献，或与其它重要的业务指标的关联”选为在衡量传播效果上最难对付的挑战，综合来看，突显了这一挑战的严峻性。

PR Newswire a CISION company CISION

多元化渠道
Multi-channels

亚太不同市场
内容传播渠道的分化

社交媒体平台使用率

中国大陆

- 73% 微信
- 35% 微博
- 25% Twitter、Facebook、Linkedin 等

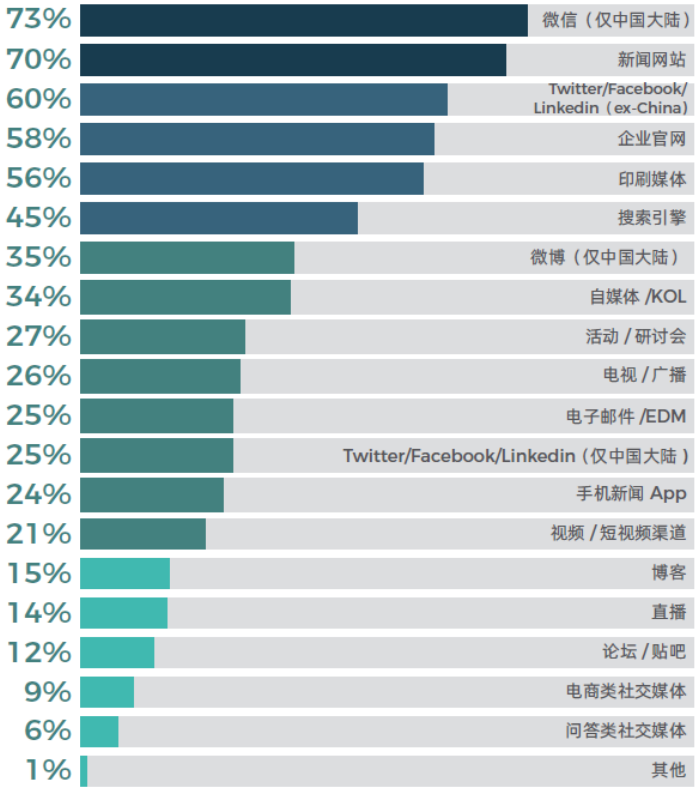
亚太其它地区（Ex-China）

- 60% Twitter、Facebook、Linkedin 等

全球范围 ③

- 72% Facebook
- 57% Instagram
- 55% Twitter
- 30% Linkedin
- 20% Youtube

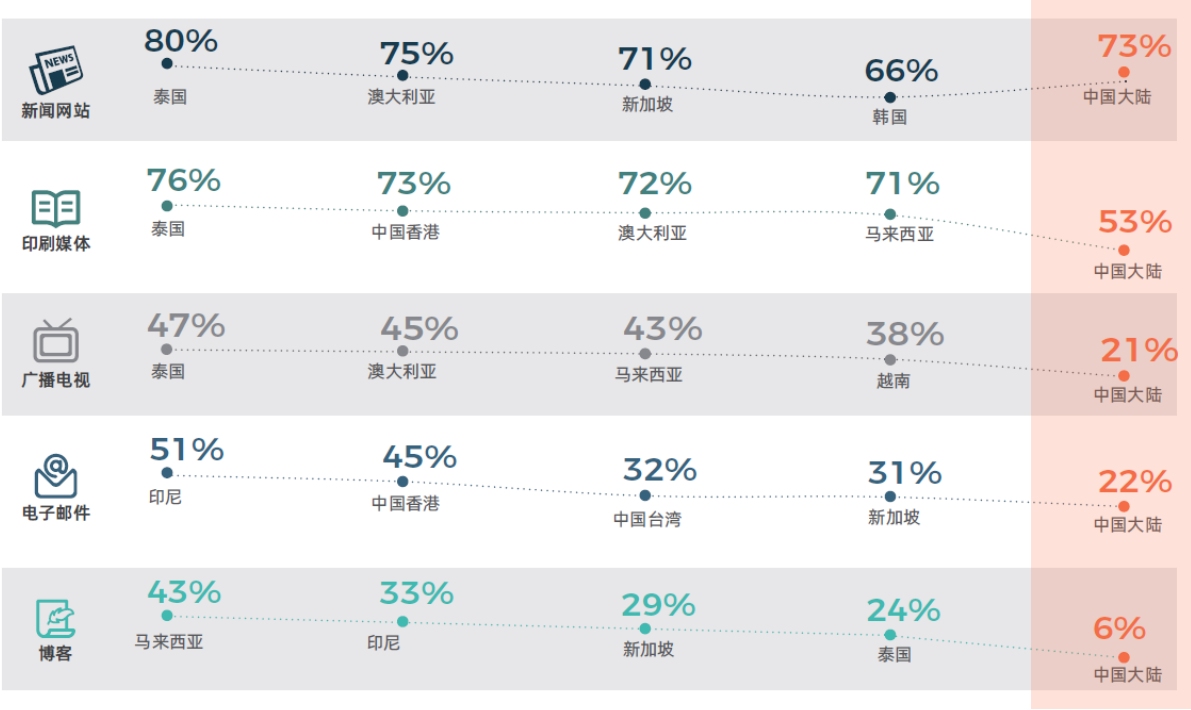
您的企业经常使用的内容传播渠道有哪些？



PR Newswire a CISION company CISION

关注
传统媒体

其它亚太区（Ex-China）企业对于传统印刷媒体的使用率（61%） 仅次于新闻网站（67%），高于Twitter/Facebook等国际社交平台的使用率（60%）。



▲ *亚太不同市场对渠道的使用差异，其他亚太区前四市场与中国大陆对比*

PR Newswire a CISION company CISION

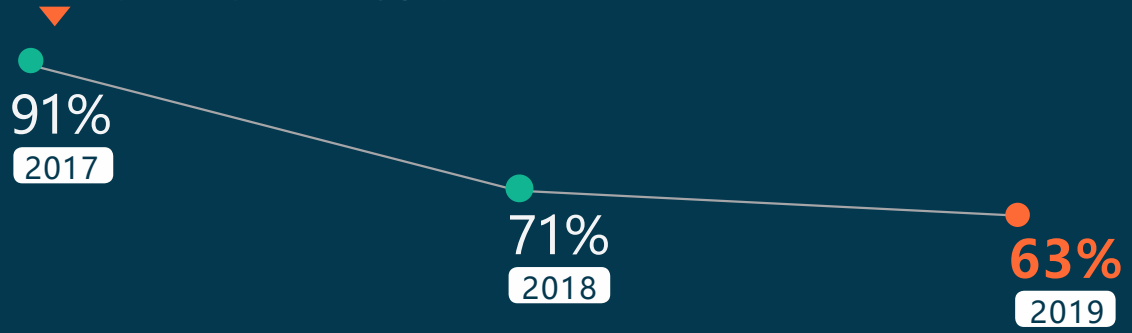
全球公众
对媒体的信任度持续增加

今年，我们向记者提问，过去一年公众对媒体是否信任时，63%的记者表示不信任。虽然此比例还是很高，但却是**近几年来最低的一次**。根据爱德曼《 2019年全球信任度报告》的数据显示，在中国，传统媒体（85%）相比其他媒体渠道较受信任，这一水平远高于全球数据对传统媒体的信任度（65%）。

85%

的中国公众信赖传统媒体的内容（爱德曼2019信任度调查）

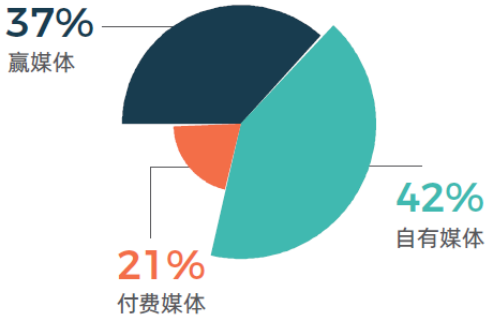
对于媒体的不信任在降低



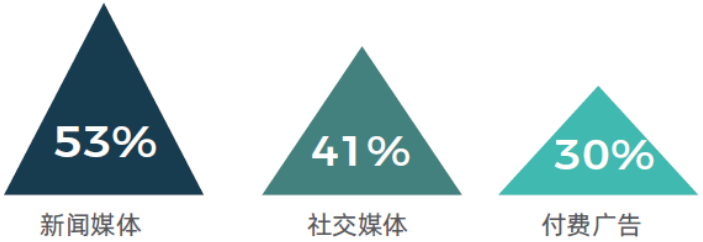
PR Newswire a CISION company CISION

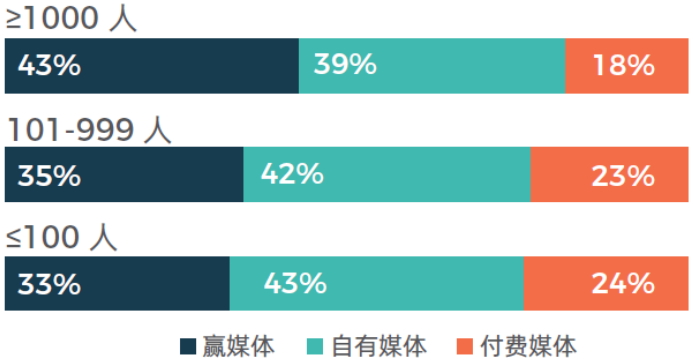
未来预算流向
自有媒体与赢媒体

的亚太区企业在未来将增加对赢媒体和自有媒体的投入



亚太区企业对于不同渠道传播效果的满意度
（满意与非常满意的比例）



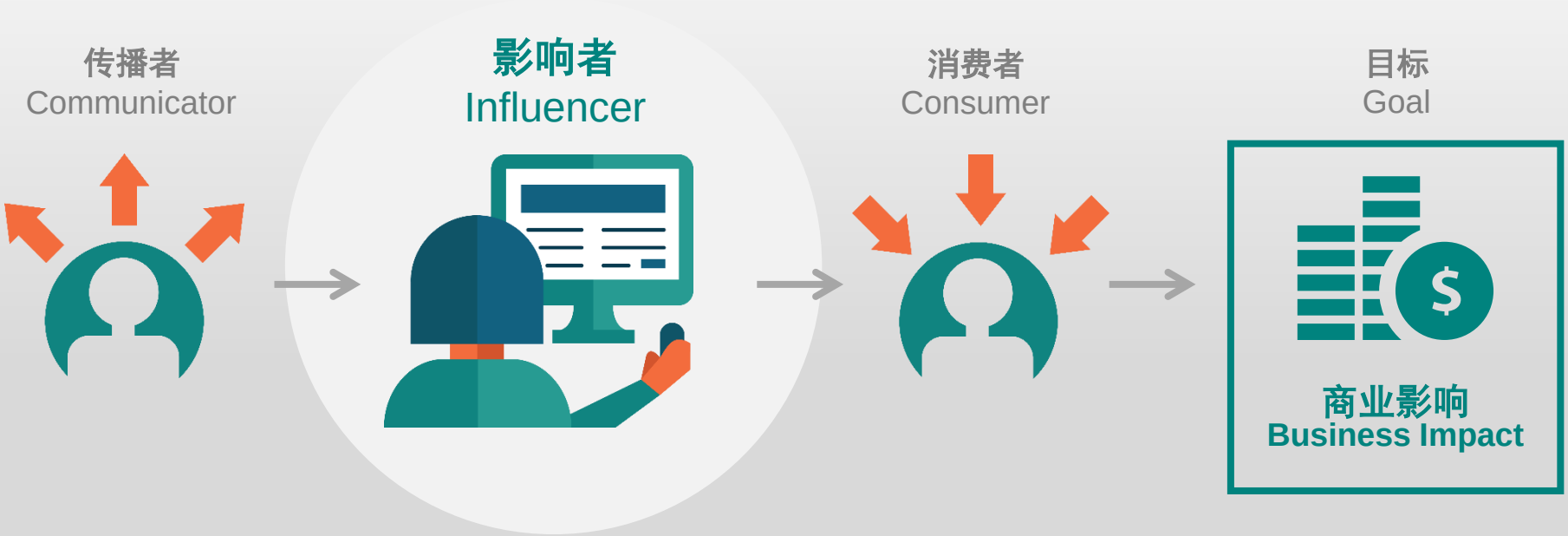


▲ *企业规模越大，在赢媒体方面的投入比例越高*

PR Newswire a CISION company CISION

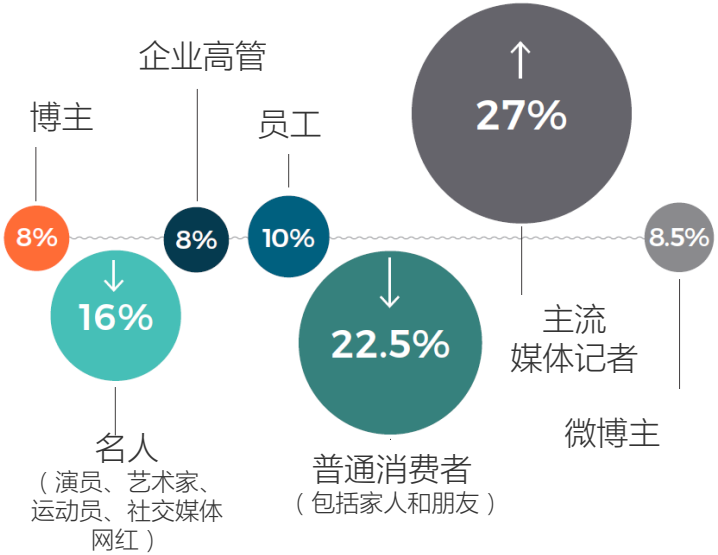
未来传播增量
赢媒体长尾效益的提升

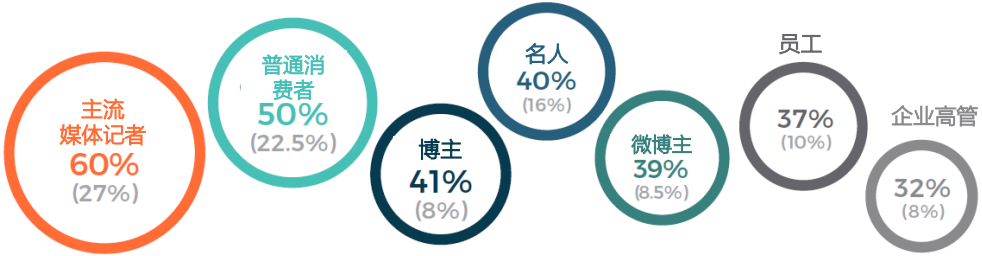
相对于付费媒体（Paid Media）和自有媒体（Owned Media），**赢媒体传播**（Earned Media）是指品牌借助持续的沟通与互动，赢得权威媒体主动的报道、用户主动的社交分享，促进品牌与产品的认知口碑与行动转化的过程。



PR Newswire a CISION company CISION

谁是影响者？
媒体记者与消费者





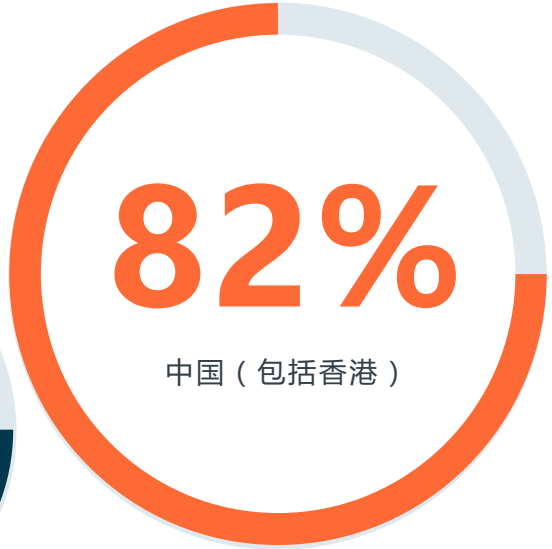
	美国	加拿大	英国	法国	德国	瑞典	中国
主流媒体记者	69% (34%)	39% (15%)	48% (23%)	51% (23%)	67% (28%)	46% (11%)	54% (14%)
普通消费者（包括家人和朋友）	49% (23%)	66% (24%)	55% (23%)	31% (11%)	56% (36%)	46% (20%)	54% (16%)
博主	36% (4%)	59% (15%)	43% (15%)	63% (17%)	22% (6%)	31% (9%)	50% (8%)
名人（演员、艺术家、运动员，社交媒体上的红人）	37% (11%)	44% (17%)	32% (11%)	37% (26%)	39% (6%)	46% (20%)	68% (44%)
微博主	48% (11%)	37% (7%)	28% (3%)	46% (6%)	17% (3%)	37% (17%)	26% (4%)
员工	34% (9%)	32% (10%)	52% (17%)	43% (11%)	47% (6%)	54% (14%)	16% (8%)
企业高管	28% (7%)	24% (12%)	42% (8%)	29% (6%)	53% (17%)	40% (9%)	32% (6%)

受访者以对消费者行为产生的影响力为标准，选出排在前三位的影响者类型

PR Newswire a CISION company CISION

即使没有新闻报道
也努力与影响者保持关系

54%的受访者努力与媒体/影响者保持良好关系，即使目前没有新闻需要报道，较去年的68%有明显下滑。但在中国，这一比例高达82%，远超全球平均。



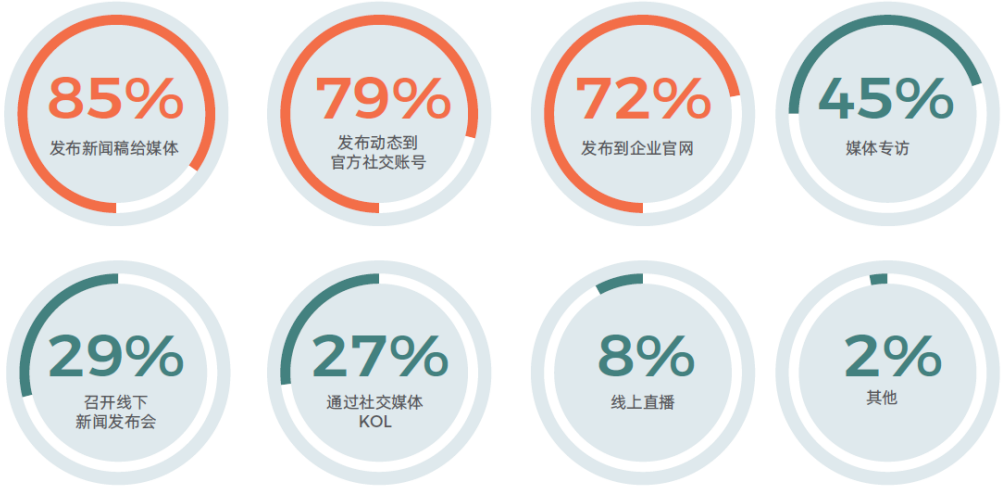
数据解读

60%的受访者将主流媒体记者列入对消费者行为影响最大的三大影响者，其中27%的人将主流媒体记者排在首位

PR Newswire a CISION company CISION

企业新闻偏好
News Preferences

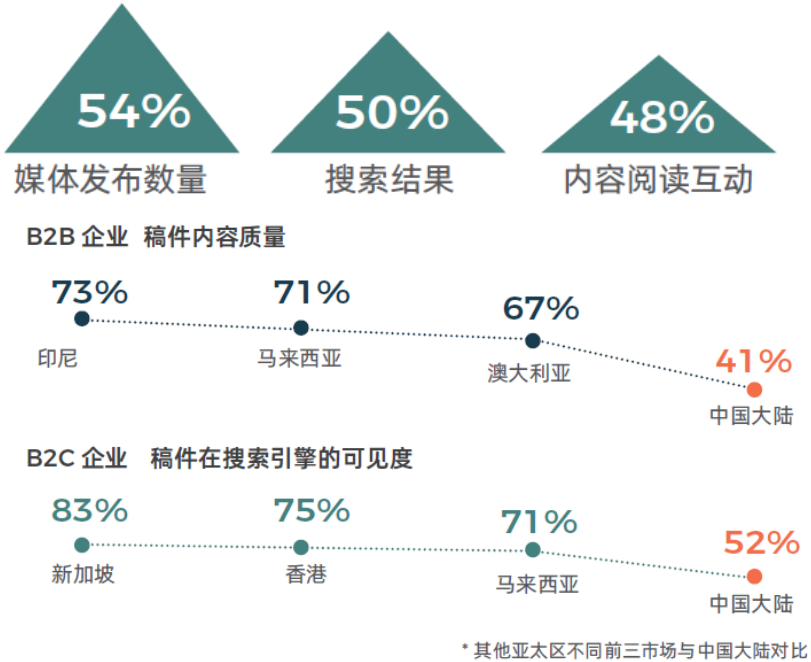
新闻发布
最常用的传播手段

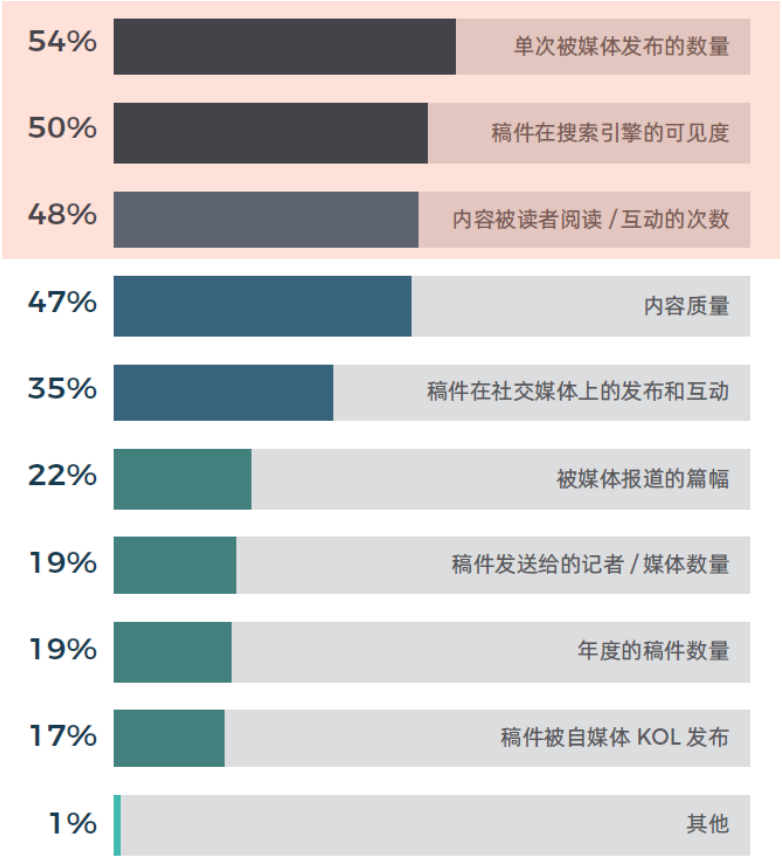


▲ ***您在推广新产品或重大企业动态时，经常会用到的手段有哪些？（亚太地区）***

PR Newswire a CISION company CISION

新闻发布
企业的核心指标

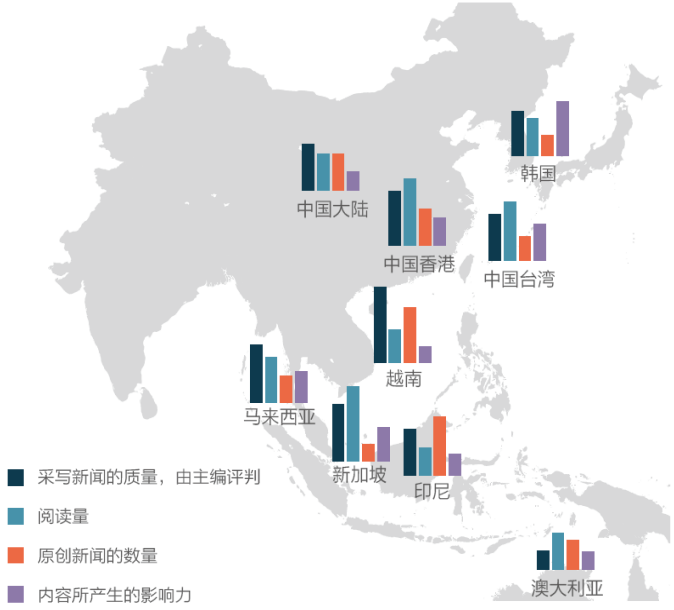




▲ ***在您企业发布新闻稿时，最重要的KPI指标是？（亚太地区）***

PR Newswire a CISION company CISION

内容生产
记者的核心指标



25%

的亚太记者表示，内容质量是其首要的关键绩效指标（KPI）

PR Newswire a CISION company CISION

记者们
真正想要的

对于公关从业者来说，想要与记者培养有价值的合作关系，提供可信任的、高度相关的有用内容是非常重要的。当被问及想从品牌方收到什么样的内容时，71%的记者回答新闻公告（新闻通稿连续4年占据此答案榜首）。虽然记者面临资源短缺的问题，但他们不缺少新闻线索。不幸的是，对于记者来说，他们收到的绝大多数投稿都是无关紧要的。 事实上，75％的记者表示，他们收到的投稿中只有不到四分之一是相关或有用的。

1/3 7篇

1/3的全球记者每周发布超过7篇文章

75% 1/4

75％的记者表示，他们收到的投稿中，只有不到1/4的内容是有相关性的

PR Newswire a CISION company CISION

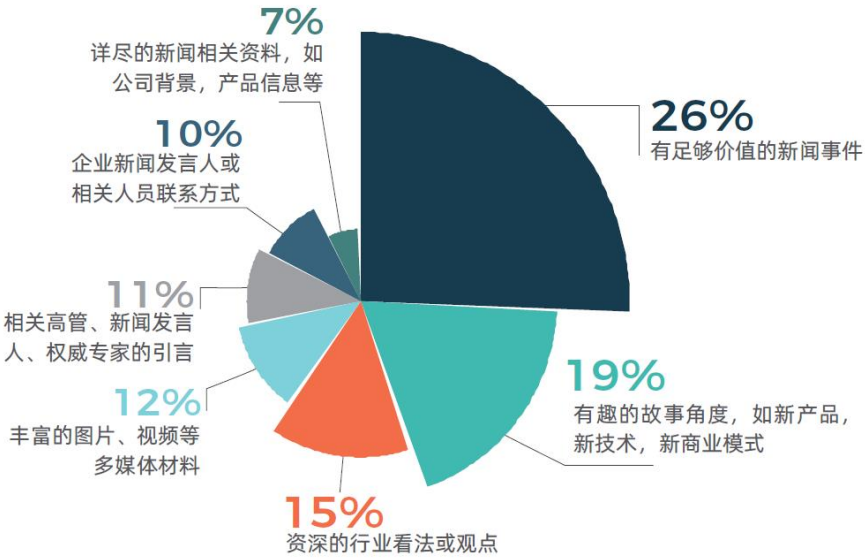
我需要的是**新闻点**，而不是“我们的产品有40年历史”这样的回答。产品是否换了新包装？是否开发了新功能？

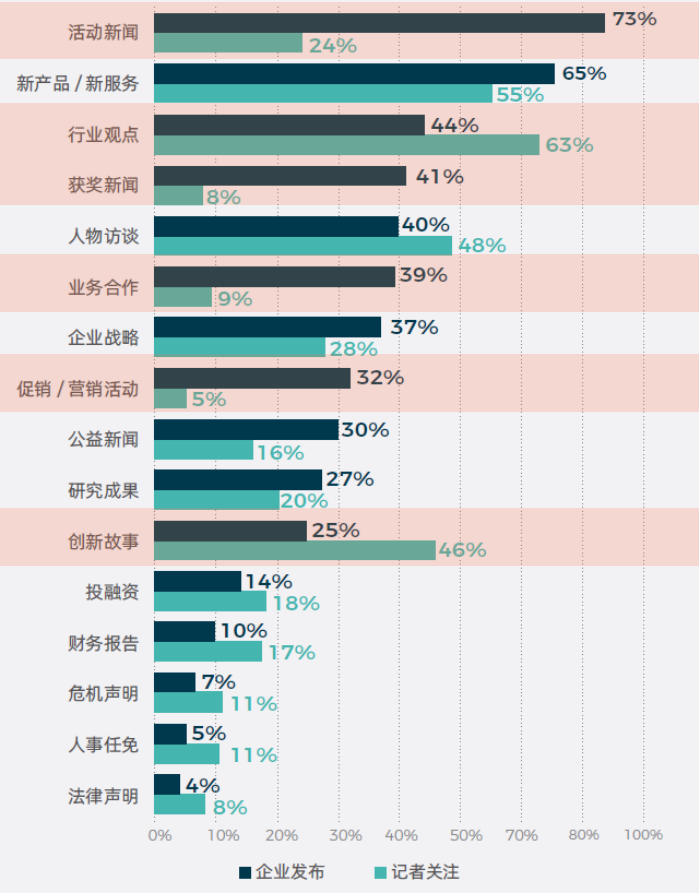
我需要的是**“新”的东西**。

–2019年媒体调查报告受访者

PR Newswire a CISION company CISION

相关性、相关性、相关性
重要的事情说三遍





▲ *企业发布新闻稿的主要内容类型与记者关注的内容对比（中国大陆）*

PR Newswire a CISION company CISION

2020年，记者们希望能讲述信息量足够丰富和高度值得信赖的故事，让全世界的读者即使是**付费也愿意**得到这些内容。

PR Newswire a CISION company CISION

总结

记者和公关从业者都在做着"讲故事"的事业，面对这些不同的传播挑战，应当共同合作，成为彼此之间值得信赖的合作伙伴。

- ✓ 努力保持受众信任和参与
- ✓ 传统的媒体策略依然重要，并且持续有效，渠道之间应该发挥协同效应
- ✓ 了解媒体背后真正的读者，为记者提供更可信、真实、相关度更高的有价值信息
- ✓ 定位企业传播最终的利益相关者，针对性提供优质品牌内容
- ✓ 未来传播增量在于关注赢媒体长尾效益的提升

欢迎下载

- 2019 全球媒体现状报告- CISION
- 2019 全球传播报告- CISION/PRWeek
- 2019 亚太区记者调查：内容价值再定义 –美通社
- 2020 亚太区企业传播调查：传播挑战、多元化渠道与新闻偏好 –美通社

PR Newswire a CISION company CISION

THANK YOU!