

# 亚洲媒体传播概况系列

香港 台湾 新加坡 马来西亚



我们向世界传播您的故事



PR Newswire  
美通社  
A UBM Company

# 目录



## 香港媒体概况

概述 .....	5
<b>大众媒体 .....</b>	<b>6</b>
报 纸 .....	7
电 视 .....	8
广播电台 .....	11
杂 志 / 期 刊 .....	12
社 交 媒 体 .....	17
网 站 .....	18
<b>结 论 .....</b>	<b>23</b>
<b>重 要 贴 士 .....</b>	<b>25</b>



## 台湾媒体概况

<b>概 述 .....</b>	<b>27</b>
<b>媒 体 概 况 .....</b>	<b>28</b>
传 统 媒 体 .....	29
平 面 媒 体 : 报 纸 & 杂 志 .....	30
电 视 & 广 播 .....	34
新 闻 通 讯 社 .....	35
新 媒 体 .....	36
搜 索 引 擎 .....	38
社 交 媒 体 : 社 交 网 络、博 客、论 坛 .....	39
移 动 设 备 & 平 板 电 脑 .....	42
<b>公 关 传 播 和 营 销 小 贴 士 .....</b>	<b>44</b>
<b>重 要 贴 士 .....</b>	<b>46</b>



PR Newswire  
美通社  
A UBM Company

P<sub>48</sub>

## 新加坡媒体概况

概 述 .....	49
平面媒体.....	50
广播 电视.....	53
新 媒 体 .....	54

P<sub>57</sub>

## 马来西亚媒体概况

概 述 .....	58
平面媒体.....	59
广播 电视.....	62
新 媒 体 .....	63



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

# 香港



# 概述

香港拥有强而有力的媒体，使得大众能够及时了解信息。香港市民对新闻资讯具有强烈需求，这种需求产生了健康、开放的报纸、广播和电视行业，让媒体充分享有表达的自由。

最新电讯技术的便捷性和香港市民对当地时事的浓郁兴趣，吸引了众多国际新闻机构<sup>[1]</sup>、拥有海外读者群的报纸<sup>[2]</sup>以及跨国广播公司<sup>[3]</sup>在香港建立区域总部或办事处。

在香港设立区域总部可特显香港于金融、工业、贸易和传播中心的重要地位。

香港吸引媒体产业的两个因素是**信息的自由度和广泛的投资机会**。  
香港是公认的全世界最自由的经济体，在亚洲地区享有最自由的媒体和多媒体环境，拥有开放的投资机制和没有限制的外资所有权规定。

---

[1] 在香港开展重要业务的国际新闻通讯社包括法新社、彭博、道琼斯和汤森路透。

[2] 在香港开设区域办公室的海外报纸包括《金融时报》、《华尔街日报（亚洲版）》、《今日美国》、《国际先驱论坛报》和《日本经济新闻》。

[3] 海外广播公司在香港建立办公室的有亚洲新闻频道、消费者新闻与经济频道(CNBC)、美国有线电视新闻网(CNN)和凤凰卫视。



**PR Newswire**

美通社  
A UBM Company

# 大众媒体

截止 2012 年底，香港的大众媒体包括：

媒体	数量
日报	51
期刊	684
本地免费电视节目服务持牌机构	2
本地付费电视节目服务持牌机构	3
<b>非本地电视节目服务持牌机构</b>	<b>17</b>
政府资助的公共服务传播商	1
电台广播持牌机构	4



# 1 报纸

近年来，随着免费报纸的加入势头，报纸市场的竞争愈趋激烈。根据尼尔森媒体指数显示，香港人平均每天阅读两份报纸。

香港是许多亚洲最大的中英文报纸的根据地。香港拥有全世界规模最大的媒体产业之一，是新闻媒体的重要中心。目前，香港拥有 16 家中文报纸：《am730》、《苹果日报》、《头条日报》、《香港商报》、《新报》、《信报财经新闻》、《香港经济日报》、《都市日报》、《明报》、《东方日报》、《成报》、《星岛日报》、《晴报》、《太阳报》、《大公报》、《文汇报》。



相对于当地的中文报刊来说，英文媒体的数量相对较小。香港有 3 家当地的英文报纸——《南华早报》(South China Morning Post)、《英文虎报》(The Standard)<sup>[4]</sup> 和《中国日报（香港版）》(China Daily Hong Kong Edition) 和 3 家地区英文报纸——《华尔街日报（亚洲版）》(Wall Street Journal Asia)、《金融时报（亚洲版）》(Financial Times Asia) 和《国际纽约时报》(International New York Times)（曾经名为《国际先驱论坛报》）。

根据香港中文大学进行的调查研究显示，《南华早报》和《明报》是香港**最令读者信赖的报纸**。

《头条日报》、《东方日报》、《苹果日报》和《太阳报》在香港报纸市场中**占有最大份额**。

《香港经济日报》是**销量最好的财经类报纸**。

[4] 《英文虎报》是香港发行量最大的英文报纸，亦是现时香港唯一免费的英文报纸。

## 香港当地中英文报纸



South China Morning Post



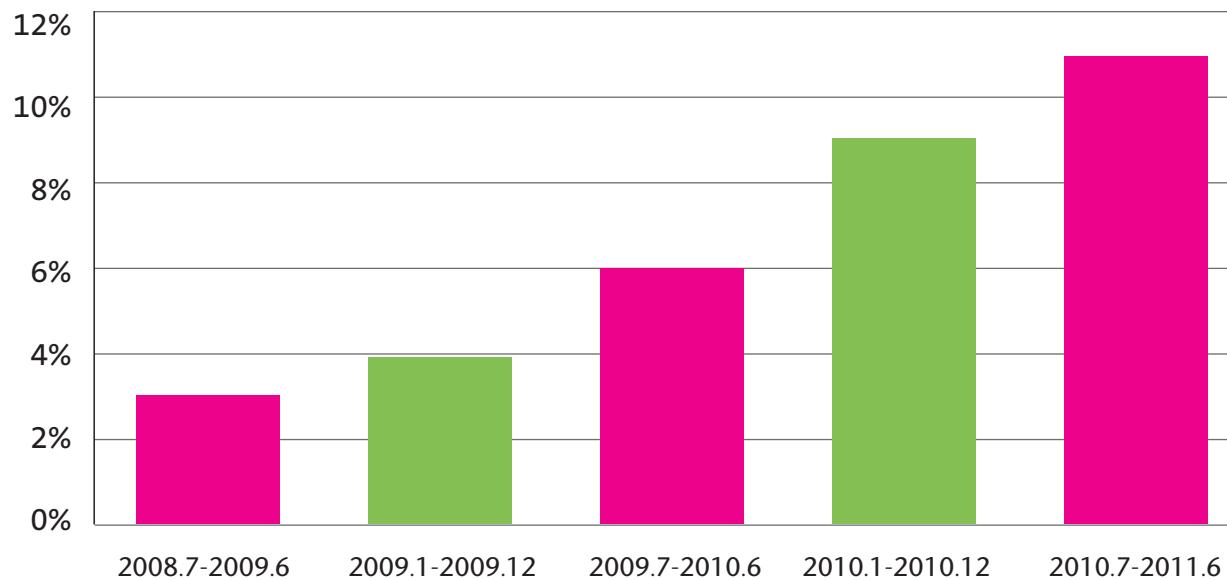
PR Newswire

美通社  
A UBM Company

在线阅读报纸和杂志已经成为普遍现象。通过移动设备阅读报纸的读者已经从 2008 年的 3% 增长到 2011 年的 11%。

### Reading News on Mobile Phone Increases Constantly

通过移动设备阅读报纸的读者持续增长



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 2 电视

电视依然是香港的主要媒体，香港人平均每天花费 4.6 小时收看电视。

**香港有两家电视台，分别是亚洲电视 (ATV) 和电视广播有限公司 (TVB)。** TVB 于 1967 年成立，目前是香港地区占有主导地位的电视台。付费有线电视和卫星电视也非常普遍。



### 3 广播电台

香港拥有 3 个主要的广播电台。

香港电台 (RTHK) 为商务及经济发展局辖下的部门，是香港广播史上第一家广播机构，同时也是香港唯一的公共广播机构。香港商业电台与香港新城电台是香港仅有的两家商营广播公司。



## 4

# 杂志 / 期刊

香港拥有许多种类的杂志，既有中、英文杂志，也有其它语言的杂志；既有当地出版社，也有国际出版社。

每个类别都有深受大众喜爱的杂志：

### ► 新闻 & 综合类杂志



《镜报》

提供时事、政治和经济评论的高端月刊杂志。



《亚洲周刊》

一本关于亚洲时事、政治、经济和社会的备受推崇的杂志。

### 香港当地繁体中文杂志



marie claire  
瑪利嘉兒

ECONOMIC DIGEST  
經濟一週

JMEN  
MEN OF TOTALITY

U Magazine

新亞周刊

亞洲週刊  
YAZHOU ZHOUKAN

COSMOPOLITAN

JESSICA

men's uno

明報

資本雜誌  
CAPITAL

e-zone  
東周刊  
EASTWEEK



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## > 生活 & 旅游类杂志



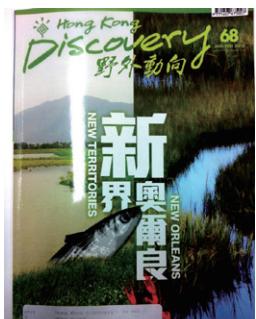
### 《新假期》

一本关于生活、旅游、美食以及其它内容的时尚杂志。



### 《U Magazine》

一本涵盖生活、旅游、健康和娱乐的杂志。



### 《野外动向》 (HK Discovery)

以户外、运动、旅游和自然为主的杂志。

## > 财经类杂志



### 《经济一周》 (Economic Digest)

香港知名的权威杂志，以经济评论、股票、投资和商业管理为特色。



### 《资本杂志》 (Capital Magazine)

一本以决策制定者为目标群体的经济类杂志，提供专题报道、品牌管理、创业经验和商业旅游类内容。



### 《资本一周》 (Capital Weekly)

专注于“富裕阶层和权力一族”的杂志，提供经济新闻、股票和投资策略。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## > 女性 & 时尚类杂志



《玛丽嘉儿》

世界知名女性杂志的香港版。



《ELLE 香港版》

提供时尚、美容、健身、职场、人际关系和生活方面的内容。



《旭茉 Jessica》

香港销量第一的女性时尚杂志。



《大都会》 (香港版)

(Cosmopolitan HK)

提供时尚、流行趋势、美容、女性事业和爱情秘诀。



《旭茉 Jessica Code》

关于流行趋势、时尚、美容和品味的女性杂志。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## > 男性 & 时尚类杂志



### 《HIM》

一本涵盖生活、休闲、娱乐和其它内容的男性杂志。



### 《Men's Uno》

专访、男性时尚、流行趋势和生活。



### 《JMEN》

一本广受男性欢迎的杂志，以时尚、直觉、潮流和型格为特色。



### 《君子杂志》 (Esquire)

一本涵盖美容、时尚、服饰、流行、生活和两性的杂志。



**PR Newswire**

美通社  
A UBM Company

## > 娱乐 & 名人类杂志



### 《TVB 周刊》

香港销量最高的明星及名人类杂志。



### 《壹周刊》

香港的最受欢迎杂志之一，提供新闻、分析、娱乐、明星及名人等内容。



### 《东周刊》

一本非常流行的杂志，内容关于明星、八卦、影视明星等的最新报导。

## > 电脑 & 科技



### 《e-Zone》

每周出版的消费者杂志。内容以电脑、商用技术和其它最新科技为主。



### 《Computerworld Hong Kong》

月刊，内容以信息科技和发展、电脑硬件、电脑行业、计算机产业和移动计算技术为主。

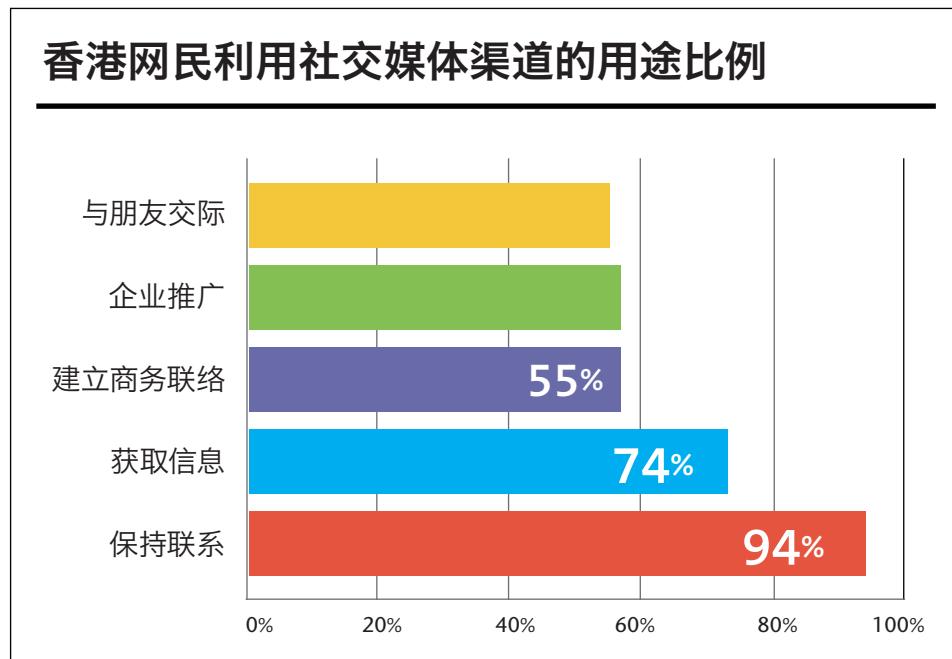


**PR Newswire**

**美通社**  
A UBM Company

## 5 社交媒体

香港的数字领域持续发展。在香港，网络普及率高达 69% 左右。社交媒体在香港网民中越来越受欢迎。近年来，诸如 Facebook, YouTube 和论坛等社交网络正增加其网络访问量的占有率。94% 的用户利用社交媒体渠道“保持联系”，74% 用来“获取信息”，55% 用来“建立商务联络”。



截止到 2012 年 12 月，  
香港大约有 75.7% 的网络  
用户访问 Facebook，使  
Facebook 成为香港最活  
跃的社交网络。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 6 网站

雅虎香港是香港访问量最大的网站，读者经常访问该网站获取头条新闻和信息。

有数据显示，超过 60% 的香港网民年龄超过 35 岁，这就意味着相对于中国大陆等其它地区，香港的网络用户更见成熟。

香港访问量最大的网站排行（原图见下页）

1		6	 WIKIPEDIA <i>The Free Encyclopedia</i>
2		7	
3		8	
4		9	
5		10	 東方報業集團有限公司 ORIENTAL PRESS GROUP LTD



## Top Web Properties – Hong Kong



### Unique Visitors (000)

Yahoo! Sites	4,439
Google Sites	3,727
Microsoft Sites	3,372
Facebook	3,148
Baidu.com Inc.	1,759
Wikimedia Foundation Sites	1,716
DISCUSS.COM.HK	1,677
Uwants Sites	1,472
SINA Corporation	1,429
Oriental Press Group	1,400
Next Media Interactive Ltd.	1,257

### Minutes per Visitor

203.3
210.4
48.9
244.6
33.3
16.6
24.5
14.0
26.9
96.1
82.7



comScore

© comScore, Inc. Proprietary.

Internet Audience 15+ accessing Internet from a Home or Work PC  
Source: comScore Media Metrix, March 2013

21

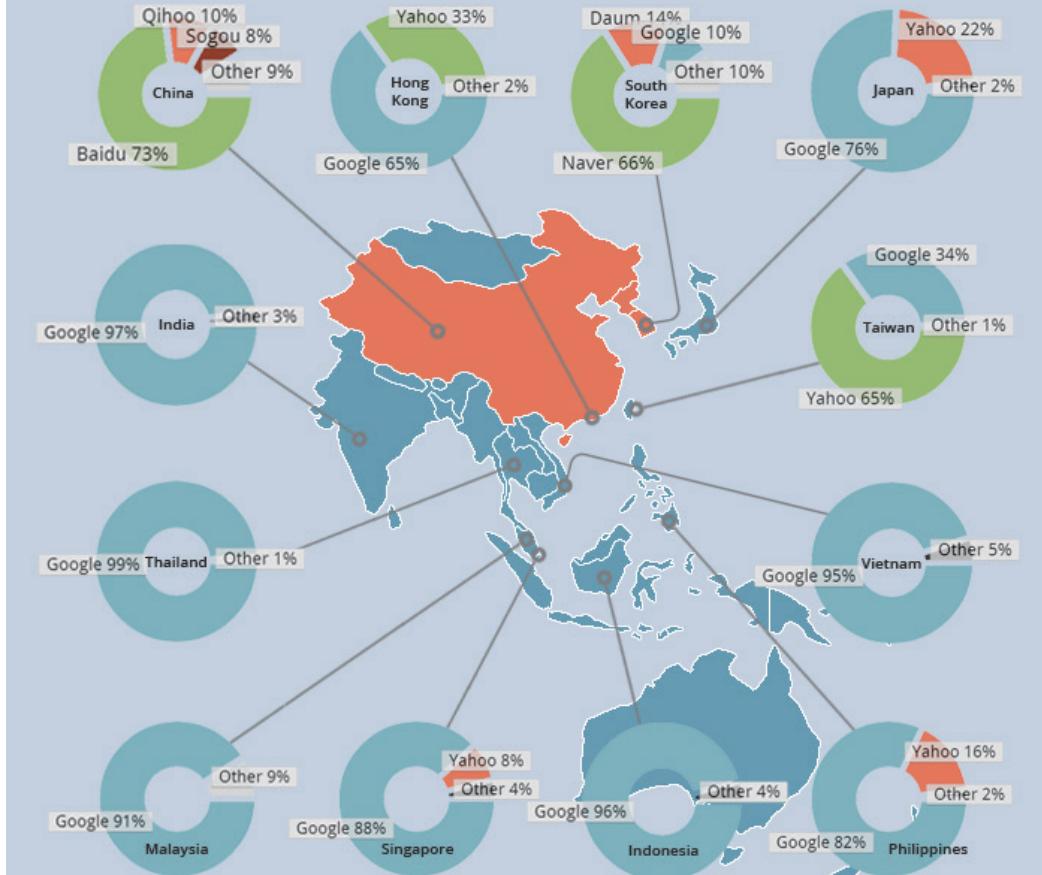
## 香港访问量最大的网站排行

来源: comScore Media Metrix, 2013 年 3 月



## Search Engine Market Shares in Asia 2012

### Discovering the Google Equator



来源: online marketing, 2013 年 3 月

在香港的搜索引擎方面，Google Hong Kong 是网络用户使用最频繁的搜索网站，占有 65% 的市场份额，雅虎香港所占比例为 33%。



**在香港本地的网络论坛中，香港高登论坛（Hong Kong Golden Forum）和香港论坛最受欢迎。**香港高登论坛的讨论话题集中于电脑硬件和软件方面，而香港论坛覆盖的话题更加广泛。

**香港博主发布博文的原因是维护社交关系和表达自己的观点。最受欢迎的博客网站包括 Xanga 和 Yahoo ! Hong Kong 博客。** Xanga 拥有网络日志、图片博客和社交网络档案。Yahoo ! Hong Kong 博客是另一个广为流行的社交和个人沟通门户网站。用户可以创建个人博客、分享照片等。网站以中文为主，拥有许多名人的博客。



Twitter 在香港的处境比较艰难，大部分原因是社交网络的用户非常分散。用户经常涌入流行的美国平台，包括 Facebook 以及大陆的各种同类别的社交网络，例如新浪微博，而新浪微博更吸引香港本地用户。**在香港，新浪微博是最重要的社交媒体之一。截止 2011 年 11 月，新浪微博在香港的用户数量超过 200 万。**



## 香港目前的数字媒体分类

来源: AsiaDigitalMap



# 结论

香港在回归中国之后，其媒体继续享有通讯和表达的自由。在香港几乎没有网络审查，本地和海外出版物都不需要政府审查。**香港是许多海外杂志和期刊在亚太的区域中心。****卓越的传播网络让企业能够以极低的成本传送和接收信息。**严谨的知识产权保护政策也是香港媒体产业必不可少的重要部分。香港面积较小，人们对于新动态的敏感度亦较高。

**社交媒体成为  
香港人生活中不可  
或缺的一部分，也  
已经成为有效的企  
业宣传渠道。**

由于社交媒体的速度和便捷性，公关人士可以利用社交媒体作为公关工具与目标群体建立联系。与电视广告不同，现在传递信息给目标市场的成本可以变得更加低廉甚至不需要任何费用。口口相传的口碑效应十分显著，能够为某种产品或服务起到重要的宣传作用。



**PR Newswire**

美通社  
A UBM Company

# 知识与技能的缺乏依然是当地企业利用社交媒体进行市场宣传所面临的主要挑战。

因此，对于更愿意通过社交媒体进行企业宣传的公关人员来说，那些了解如何有效进行社交媒体宣传的数字化互动营销商更受欢迎。利用社交媒体增加业务的企业需要将这一策略贯穿于所有的宣传渠道之中。例如，通过公司官网发布文章与用户建立联系、发表微博与读者进行实时互动、为目标消费者建立 Facebook 社区宣传品牌、通过 LinkedIn 创建企业档案和讨论群、邀请潜在消费者进行互动和分享特定品牌或行业的内容。

无论如何，香港大多数人对于自己分享和接收的信息内容和类型变得越来越挑剔。**企业官网是公众寻找品牌信息时最有价值的消息来源**。比较平面媒体与社交媒体，更受欢迎的渠道必须让信息随着文化和人口的变化而改变。关键在于，公关人员必须适应媒体环境的变化，通过合适的媒体渠道来传递合适的信息、做出及时的反馈。



**PR Newswire**  
美通社  
A UBM Company

## 重要贴士：

1 香港的媒体享受表达的自由。

2 报纸仍然非常具有竞争力，尤其是免费报纸的发行。

3 香港是许多跨国媒体，包括报纸、新闻通讯社和广播公司等的区域中心。

4 《苹果日报》、《东方日报》、《南华早报》和《头条日报》是香港阅读量最大的报纸。

5 香港无线电视翡翠台（TVB Jade）是香港一般家庭收看的主要电视频道。

6 香港人可随时随地购买海外杂志。

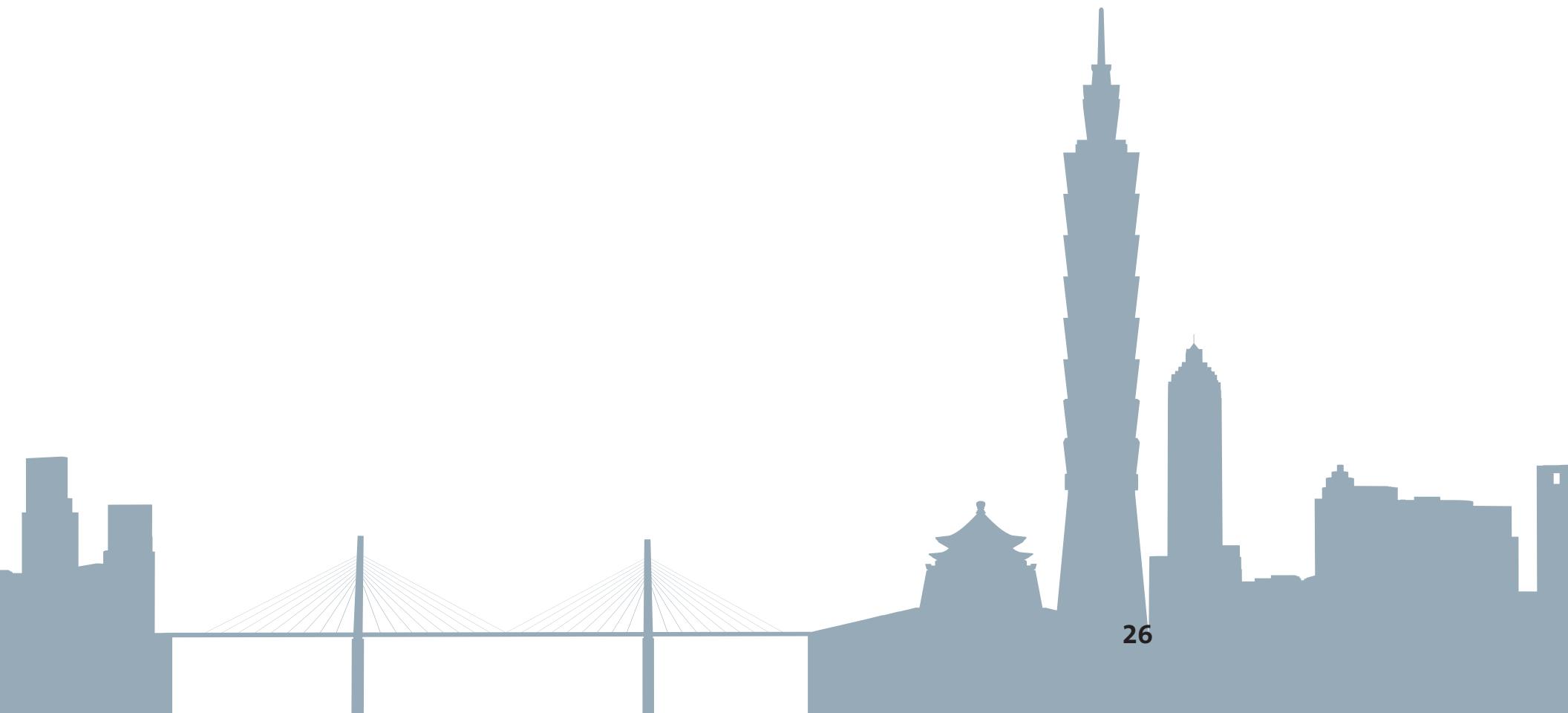
7 香港网络用户经常使用 Yahoo! Hong Kong 来获取信息。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

# 台湾



# 概述

台湾曾是“亚洲四小龙<sup>[1]</sup>”之一，位于中国大陆、日本和菲律宾之间，是一个充满活力的民主政体，也拥有亚洲区域之中最自由的媒体之一。实际上，台湾的“新闻自由指数”是 25，仅次于日本（22），排在香港（33）和中国大陆（85）前面。因此，尽管台湾在地理上的接近性和近年来与中国大陆和香港的经济联系，台湾的媒体特点却非常不同。结果就是，**台湾媒体享有一个自由市场经济的环境，不受政府严格政策的干预，允许激烈竞争和新兴的创新渠道，以及各种不同视角的存在。**然而，因为在 1988 年之后激烈的竞争和记者经验的缺乏，台湾媒体也获得了报道“娱乐化”的名声，尤其在娱乐和政治方面。

---

[1] 亚洲四小龙，从 20 世纪 60 年代开始，亚洲的香港、新加坡、韩国和台湾推行出口导向型战略，重点发展劳动密集型的加工产业，在短时间内实现了经济的腾飞，一跃成为全亚洲最发达富裕的地区。所谓“东亚模式”引起全世界关注，它们也因此被称为“亚洲四小龙”。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

# 媒体概况

截止 2012 年 3 月，台湾的大众媒体包括：

媒体	数量
广播台	171
地面（无线）电视台	5
有线电视系统	62
电视和广播制作公司	7,257
<b>音频（激光唱盘）制作公司</b>	<b>10,976</b>
卫星广播节目提供商（262 个频道）	103
卫星广播服务商	8
报纸	2,215
<b>杂志</b>	<b>8,918</b>
<b>图书出版商</b>	<b>14,343</b>
在台湾有办事处的海外媒体	68

来源：政府信息办公室；国家通讯传播委员会



## 1 传统媒体

目前，对于台湾大多数人来说，传统媒体依然是新闻的主要来源，但这种现状正在逐步转向在线媒体和新媒体。

尽管如此，传统平面媒体和广播电台目前仍然具有影响力。台湾拥有 360 家私人所有的报纸和广播电台，此外，还有 280 家卫星电视频道为观众提供丰富的选择。



## 2

# 平面媒体：报纸 & 杂志

在 1988 年军事戒严解除之后，台湾的报纸数量呈指数增长，从最初的 31 家增长到 2014 年的 2,524 家注册报纸。尽管增长迅速，**报纸的发展程度在 20 世纪 90 年代达到顶峰，但后来逐渐萎缩，现在只有为数不多的十几家报纸依然在出版发行。**这一点可以在广告收入方面有所呈现：从 1997 年的 15 亿美元急速递减至 2009 年的 2.64 亿美元。

然而，不只是行业内的广告收入迅速递减，**相对于其它媒体形式，平面媒体所占的市场份额也在减少。**

Nielsen 数据显示，1991 年的市场比例为 76.3%，之后递减到 2008 年的 43.9%。



**PR Newswire**  
美通社  
A UBM Company

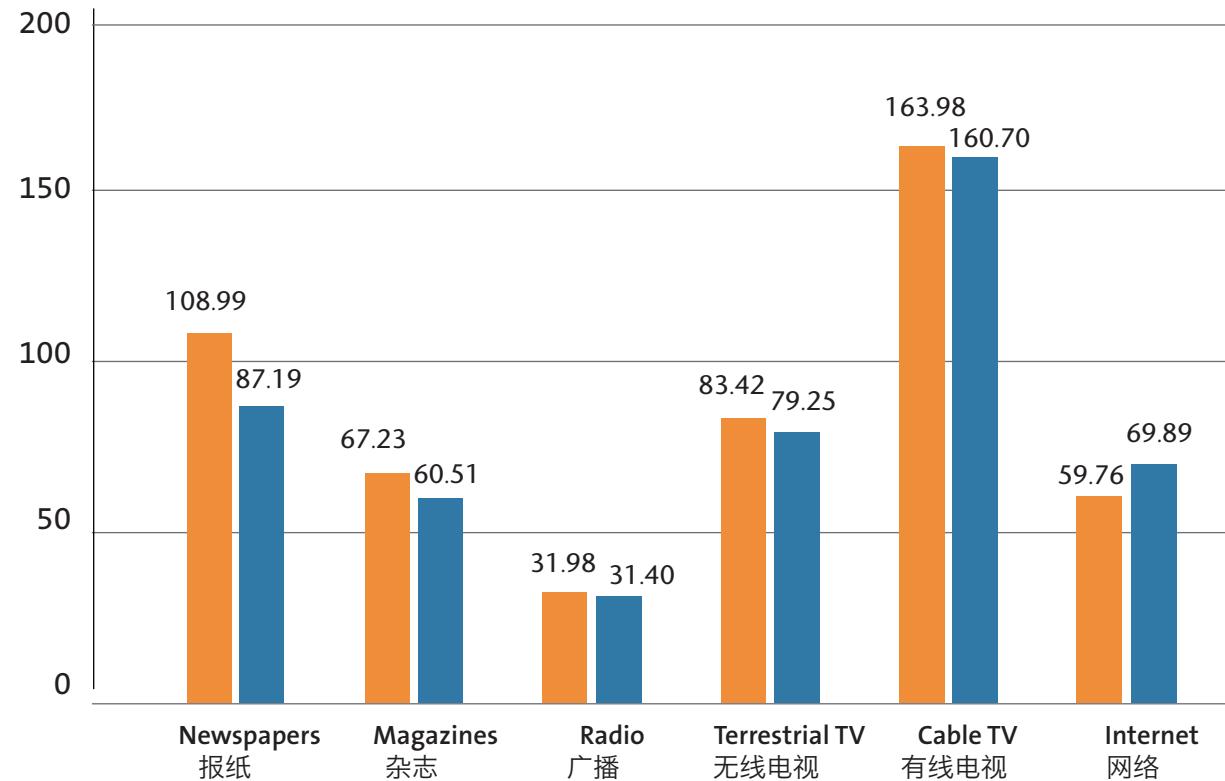
## Annual Advertising Revenues by Type of Media

台湾各类媒体的年度广告收入所占比例

Unit: NT\$ 100 million

单位: 1亿新台币

■ 2008 ■ 2009



Source: Brain Magazine, March 2010 issue (来源: Brain 杂志, 2010 年 3 月)



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

# 在这个数字化的时代，报纸也与时俱进，扩大自己在网络上的影响力。

例如，台湾发行量最大的日报《自由时报》在 2009 年的发行量为 682,000，目前在网上同步发布文章，但网络影响力却不敌竞争对手《联合新闻日报》(*United News Daily*)，后者的网页浏览量达到 1.3 亿，紧随其后的是《壹周刊》(台湾) (*Nextmedia TW*) (包括《苹果日报》) 6,600 万和《中华时报》(*China Times*) 6,100 万。

对于平面媒体来说，可能最激烈的竞争来自于主要新闻门户网站的流行，比如 Yahoo! 奇摩和 Yam.com，每天的独立访客量分别为 11,503 和 7,276。

其它报纸包括当地出版的英文报纸，*The Taipei Times* (《台北时报》) 和 *The China Post* (《中国邮报》) 以及拥有庞大读者群的行业主流报纸，如《工商时报》(*Commercial Times*) 和《经济日报》(*Economic News Daily*)。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## Top Web Properties - Taiwan



### Unique Visitors (000)

Yahoo! Sites	11,503
Google Sites	10,334
Facebook	9,613
Microsoft Sites	8,595
YAM.COM	7,276
udn.com Co. Ltd.	5,890
PIXNET	5,379
Chunghwa Telecom	5,211
Baidu.com Inc.	4,906
Next Media Interactive Ltd.	4,263

### Minutes per Visitor

373.9
183.7
374.3
40.8
3.5
13.7
10.3
15.4
21.6
19.6



© comScore, Inc. Proprietary.

Internet Audience 15+ accessing Internet from a Home or Work PC  
Source: comScore Media Metrix, March 2013

19

## 台湾最有竞争力的媒体

来源：comScore Media Metrix, 2013 年 3 月



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

### 3 电视 & 广播

**在台湾，电视依然是许多成年人获取新闻的主要来源，因为相比广播和平面媒体，电视拥有最高的家庭普及率。**实际上，

当其它传统媒体在衰落时，电视普及率从 1991 年的 86% 提升至 2007 年的 94.5%。有线电视的广告收入在台湾各种类型的媒体中排在首位，无线电视位于第三位（如上面图表所示）。目前，台湾正在进行电视数字化进程，预计能在 2014 年前完成。

无线电视可以追溯至 1962 年，**目前在台湾有 5 家电视台：**台湾电视公司 (TTV)、中华电视公司 (CTS)、中国电视公司 (CTV)、民

间全民电视公司 (FTV) 和公共电视网 (PTS)。前三家在前三十年占据统治地位，后两家诞生于 20 世纪 90 年代。有线电视拥有更广泛的普及率，接近 85%，提供 281 个卫星频道。**收视率最高的频道为新闻频道，**比如 TVBS-N、SET、CtiTV 和 ETTV。实际上，台湾有 7 家 24 小时的新闻电视台，而美国和英国各有 3 家，也是全世界卫星新闻采集车 (SNG) 最集中的地区，平均 2300 万人分享 82 台卫星新闻采集车；在日本，平均 1.2 亿人分享 71 台卫星新闻采集车；在香港，700 万人共用 1 台卫星新闻采集车。



## 4 新闻通讯社

台湾的主要新闻通讯社是中央通讯社，中央通讯社于 1924 年诞生于广州，当时是国民党的一个分支。在 1988 年以前，台湾实行军事戒严时，中央通讯社是政府的官方喉舌。现在，中央通讯社是由政府部分赞助的非盈利机构，向全世界传播新闻。

2012 年 3 月数据显示，在 2063 家新闻通讯社之中，比较重要的新闻通讯社为中国经济通讯社和军闻社，后者主要报道军事新闻。



PR Newswire  
美通社  
A UBM Company

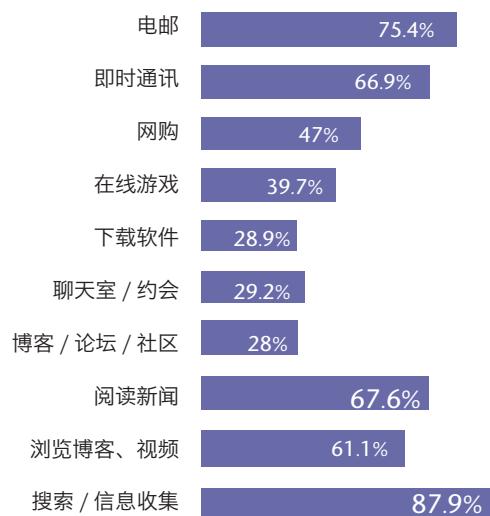
## 5 新媒体

台湾已经建立了全世界技术比较先进的通讯设施。2012 年，在世界经济论坛评出的网络就绪指数排名中，台湾在 142 个国家中位于第 11 位，在全部人口中的网络普及率为 75.4%。**台湾的网络用户数量年度增长率约为发达国家的 5 倍**，网络用户的数量在不断增加，从 2010 年的 1600 万增加至 2012 年的 1750 万。**网络用户不只局限于年轻一代，实际上，超过半数的台湾网络用户的年龄在 40 岁以上。**

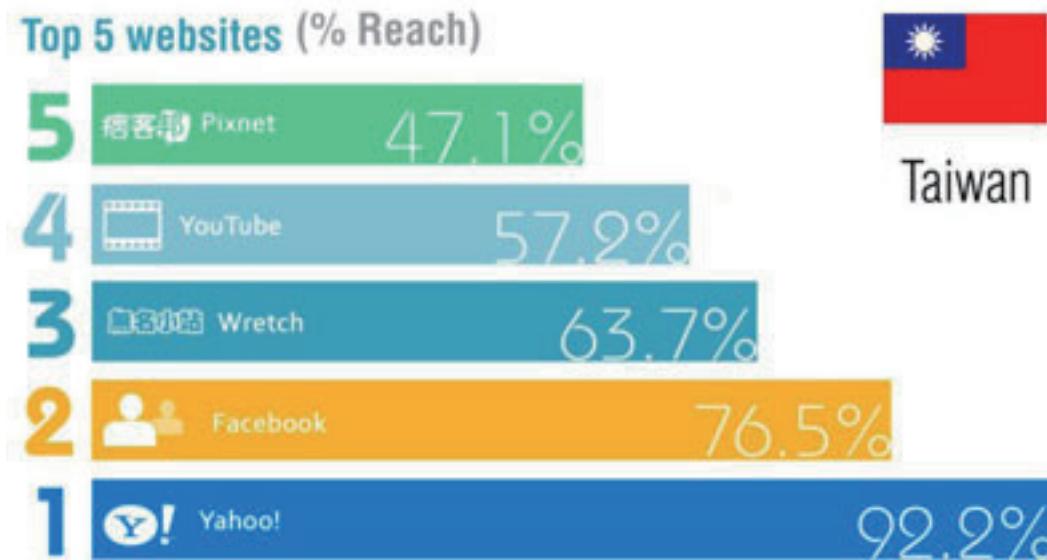
与中国大陆不同，台湾的网站不受政府的审查，**网络逐渐地成为最受欢迎的新闻和信息的来源。**实际上，台湾的网络用户平均每天的在线时间为 170 分钟，“搜索 / 信息收集”为排名第一的活动，占比达 87.9%，“阅读新闻”排名第三，占比为 67.6%。

### 台湾网民在线的原因？

来源：Digital Jungle



台湾最受网民喜爱的网站包含许多跨国公司，比如 Facebook 和 YouTube，以及 Wretch 和 PCHome 等本地企业。想要与目标群体建立联系，最关键的是要了解跨国网站的本地化，以及台湾网站独特的影响力。**在台湾，最流行的网站依次为：Yahoo!、Facebook、Wretch、YouTube 和 Pixnet。**



## 台湾排名前 5 位的网站

来源 : Burson-Marsteller Asia-Pacific



**PR Newswire**

美通社  
A UBM Company

## 6 搜索引擎

大多数在线内容是经由 Google 等搜索引擎被用户发现的，因此，搜索引擎是影响内容可见度的“守门员”。搜索引擎的规则并没有完全改变，但是，**多媒体内容要比纯文本的内容更受搜索引擎的喜爱，因而更容易被用户搜索到，获得更多的阅读量。**因此，在文章中添加图片、视频甚至音频对于提升 SEO 和增加品牌知名度至关重要。

### 台湾最受欢迎搜索引擎排行

01  Google 台湾

02  PChome<sup>ONLINE</sup>

03  YAHOO!  
奇摩

在台湾，Yahoo! 是最受欢迎的搜索引擎，紧随其次的是 Google、PChome 和 HiNet。2001 年，Yahoo! 收购了台湾的门户网站奇摩，成功获取了台湾的市场。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 7

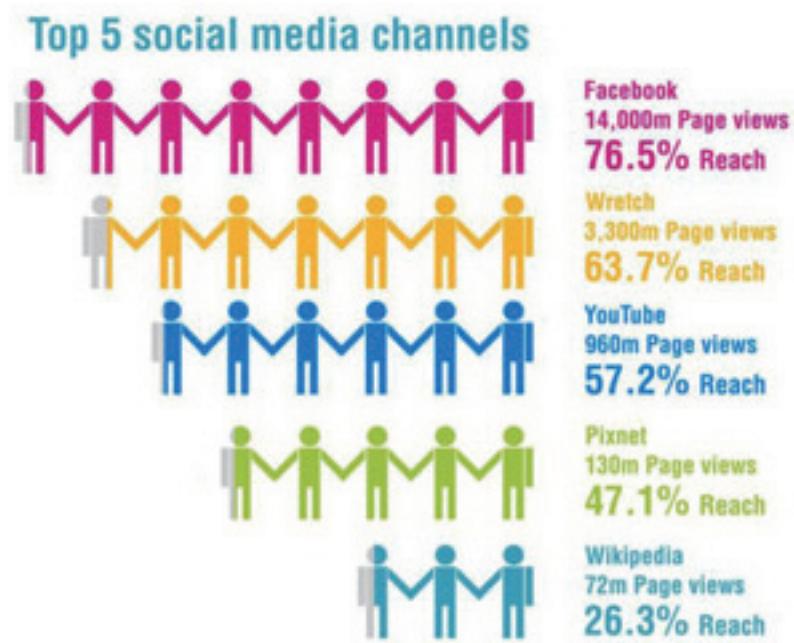
# 社交媒体：社交网络、博客、论坛

人们可以利用很多类型的社交媒体来与目标群体和媒体建立联系、进行互动。

台湾社交媒体受欢迎程度排行：

- 01、社交网络，比如 Facebook, Twitter 和微博
- 02、个人博客或专业领域的博客；
- 03、YouTube 和 Flickr 等内容分享平台
- 04、在线社区和论坛，比如 BBS

这四种渠道在台湾都很流行，Facebook 拥有 140 亿网页浏览量和 1300 万用户，处于领先地位，紧随其后的是当地的博客平台 Wretch.cc，Wretch.cc 拥有 33 亿网页浏览量（于 2013 年底被 Yahoo 关闭）。



台湾排名前 5 位的社交媒体

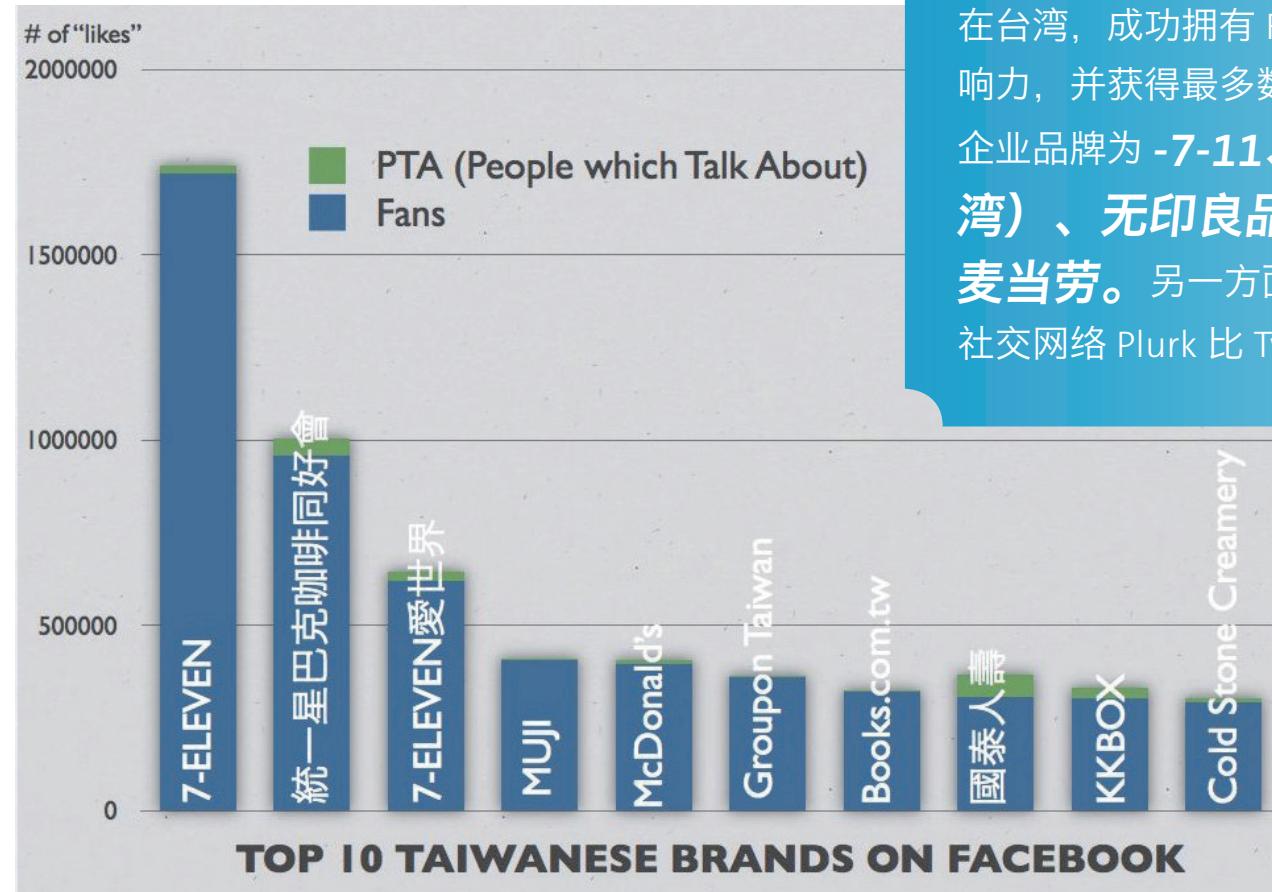
来源 : Burson-Marsteller Asia-Pacific



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

社交网络在台湾非常盛行，是一种十分流行的趋势，Facebook 宣称在台湾拥有全亚洲数量最多的用户群，台湾人尤其喜欢分享美食照片、使用签到功能。**Facebook 在台湾拥有 1400 万用户，在整个台湾的普及率达 60%，是联系台湾当地市场的其中的最佳平台**，尤其是台湾用户更熟悉“个人故事分享”这种社交模式。



## 在 Facebook 上最有影响力的 10 大台湾品牌

来源 : Singapore Management University

在台湾，成功拥有 Facebook 网络影响力，并获得最数量的用户喜爱的企业品牌为 **-7-11、星巴克（台湾）、无印良品（MUJI）和麦当劳**。另一方面，以台湾本地的社交网络 Plurk 比 Twitter 更受青睐。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

**博客是台湾受网民喜爱程度排名第五的网络活动，平均有 167.5 分钟花在 Wretch.cc 上。实际上，2011 年，有 85.5% 的台湾网络用户会访问博客，在全世界范围内拥有相对较高的参与度。著名的博主在自己的领域作为“意见领袖”很有影响力，他们的评论或博文能够为产品和事件带来许多“转机”。同样，他们经常被当做名人，在台湾，众所周知，许多博客都是由企业赞助，因此属于合理的媒体宣传。尽管 Wretch.cc 很热门，其母公司 Yahoo! 出于巩固业务的考虑，已经在 2013 年末关闭了 Wretch.cc，取而代之的是 Tumblr、Flickr 和 Xuite。**

除此之外，**台湾拥有全世界最活跃的 BBS**，最大的论坛 PTT BBS 拥有 150 万用户。其它知名的 BBS 社区有 Mobile01、Eyny、Gamer.com.tw 和 Backpackers.com.tw。



## 8

# 移动设备 & 平板电脑

台湾的移动设备普及率为 120%，比全球平均数 80% 超过 40%，其中有 2000 万台湾人（占总人口的 70%）使用 3G 网络。这就意味着消费内容的新方式，尤其是在城市，上下班的途中，移动设备是重要的打发无聊时间的工具。

台湾有超过三分之一的人拥有智能手机，这个数字预计在 2015 年增加到 56.8%。平板电脑的用户数量也预计将提升到人口总数的三分之一。因此，使用智能手机和平板电脑的用户数量在稳步增加，花费在移动设备上的时间预计将接近传统媒体。目前，移动设备用户每天平均花费 6 小时消费媒体内容，其中 27% 花费在移动设备上，超过了看电视的时间（24%），成为媒体消费中第二种最受欢迎的方式。

数据显示人们在使用移动设备上最喜爱的活动有所不同，但主要组成内容为：浏览信息、社交媒体、收发邮件、听音乐或看视频、玩游戏。信息浏览预计占比为 12% 到 43% 之间，相对于电脑使用者 87.9% 的比例有所降低。实际上，**数据显示网络用户在查看搜索结果时，不会翻看到第二页，这就更加强调了搜索引擎优化的重要性和急迫性。**此外，移动网络与电视和平面媒体一样影响着人们的购买决定。



PR Newswire

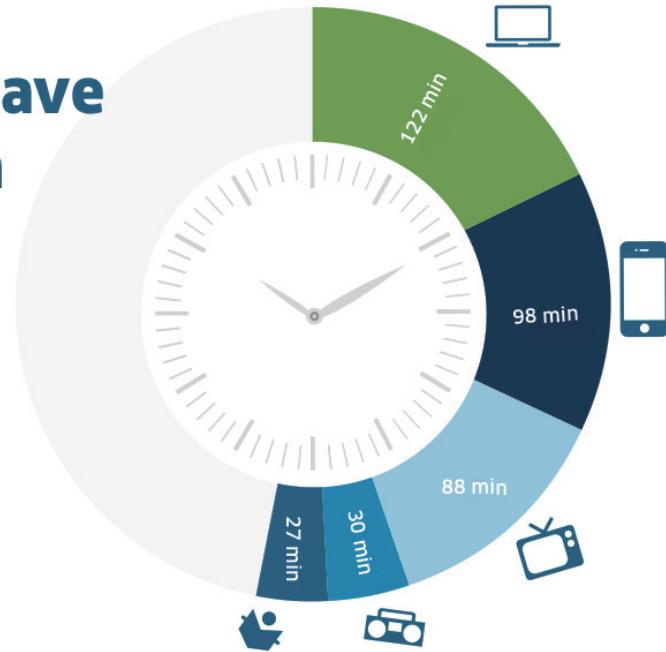
美通社  
A UBM Company



## 5 ways mobile devices have changed the way Taiwan consume media

1 | Mobile has surpassed TV in terms of time spent

The average mobile web user in Taiwan consumes 6 hours of media daily. Mobile devices represent 27% of this time.



2 | Mobile device usage is throughout the day



3 | Mobile media activities



### 移动设备在 5 个方面改变了台湾人的媒体使用习惯

来源 : Rice Communications for InMobi



# 在台湾如何利用内容进行公关传播和营销的小贴士

## 1. 本地化

不只是将全球化的内容翻译成汉语，而且需要理解和尊重当地文化和发展趋势，这对出色的市场营销（甚至病毒性营销）来说至关重要。

## 2. 真诚和热情

台湾人热心助人的友善尽人皆知；他们会在路上停下来帮助迷路的游客抵达目的地，在客户服务方面也一样，这一点对一个注重公众价值的社会至关重要。

## 3. 互动

利用台湾繁荣的网络环境（目标群体几乎 7 天 24 小时在线），通过社交媒体与人们进行联系，可以借鉴 7-11 的成功案例。

## 4. 不要将台湾与大陆混为一谈

需要理解台湾人以其独特的身份、文化和传统而引以为荣。事实上，能够体现台湾独特的历史和发展的那些病毒型营销媒体在台湾极为流行，比如 2011 年的影片《那些年，我们一起追的女孩》和 2008 年的《海角 7 号》。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company



# TAIWAN

we  
are  
social

**23,197,947**

TOTAL POPULATION



78%

22%

URBAN

RURAL

**16,147,000**

INTERNET USERS



70 %

INTERNET PENETRATION

**11,163,900**

USERS ON TOP SOCIAL NETWORK



48 %

SOCIAL NETWORK PENETRATION

**25,412,000**

MOBILE SUBSCRIBERS



100+ %

MOBILE PENETRATION

we are social

SOURCES: UN DATA ACCESSED NOV 2011; INTERNET WORLD STATS ACCESSED NOV 2011;  
LATEST SITE-REPORTED FIGURES AS AT NOV 2011; OPERATOR-REPORTED FIGURES AS CITED ON WIKIPEDIA, ACCESSED NOV 2011



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 重要贴士：

1

台湾的媒体享有充分的自由，拥有繁荣的市场环境和丰富多样的媒体类型。

2

传统媒体，尤其是电视，依然拥有最广泛的覆盖率，传统媒体不会因为新媒体而被忽略。

3

有线电视相比无线电视更受欢迎，最流行的电视频道 TVBS-N、SET、CtiTV 和 ETTV 之间的竞争十分激烈。

4

新媒体发展迅猛，社交媒体尤为流行，在台湾，Facebook 的使用率居亚洲最高，随着网络用户在线搜索信息，搜索引擎变得更为密切相关和重要，台湾最受欢迎的搜索引擎为：Yahoo!、Google 和 HiNet。

5

移动媒体正在处于上升期，已经超过用户看电视的时间，智能手机和平板电脑的使用时间占比预计将在 2015 年前达到 56.8%。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 台湾媒体概况资料来源：

- <http://www.digitalbuzzblog.com/infographic-asia-pacific-social-media-statistics-stats-facts/>
- <http://www.slideshare.net/digitaljungle/taiwanese-social-media-and-internet-fast-facts>
- <http://www.slideshare.net/fullscreen/wearesocialsg/we-are-socials-guide-to-social-digital-and-mobile-in-taiwan-dec-2011/14>
- [www.taiwan.gov.tw](http://www.taiwan.gov.tw)
- <http://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2012/07/28/2003538850>
- <http://www.inmobi.com/press-releases/2012/04/27/one-in-four-taiwanese-mobile-web-users-say-the-mobile-device-is-their-preferred-method-of-going-online-inmobi/>
- <http://taiwanreview.nat.gov.tw/fp.asp?xItem=171039&ctNode=1337>
- <http://focustaiwan.tw/news/aeco/201309180010.aspx>
- [http://www.comscore.com/Insights/Presentations\\_and\\_Whitepapers/2013/2013\\_China\\_Taiwan\\_Hong\\_Kong\\_Digital\\_Future\\_in.Focus](http://www.comscore.com/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_China_Taiwan_Hong_Kong_Digital_Future_in.Focus)



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

# 新加坡



# 概述

新加坡拥有由多个种族组成的人口，包括 75% 的华人、14% 的马来人和 8.8% 的印度人，主要工作语言为英语<sup>[1]</sup>。作为东南亚的媒体中心，对于英语读者群来说新加坡更是这一地区最为重要的市场。与大多数成熟市场类似，新加坡拥有更多的移动设备覆盖率和更为便捷的高速网络，人们对于媒体的消费跨越多种渠道。

**根据最新的尼尔森 2012 媒体消费指数报告显示，数字媒体消费一直在增加，平均每月有超过十分之四（42.7%）年龄在 15 岁以上的新加坡人在线观看视频、电影或电视节目（与去年相比上涨 2.3%），此外，有超过三分之一（35.7%）的人在线浏览新闻和新闻事件 / 在线阅读新闻（与去年相比增加了 4.3%）。**



[1] 新加坡人口统计局 [www.singstat.gov.sg/publications/publications\\_and\\_papers/](http://www.singstat.gov.sg/publications/publications_and_papers/)



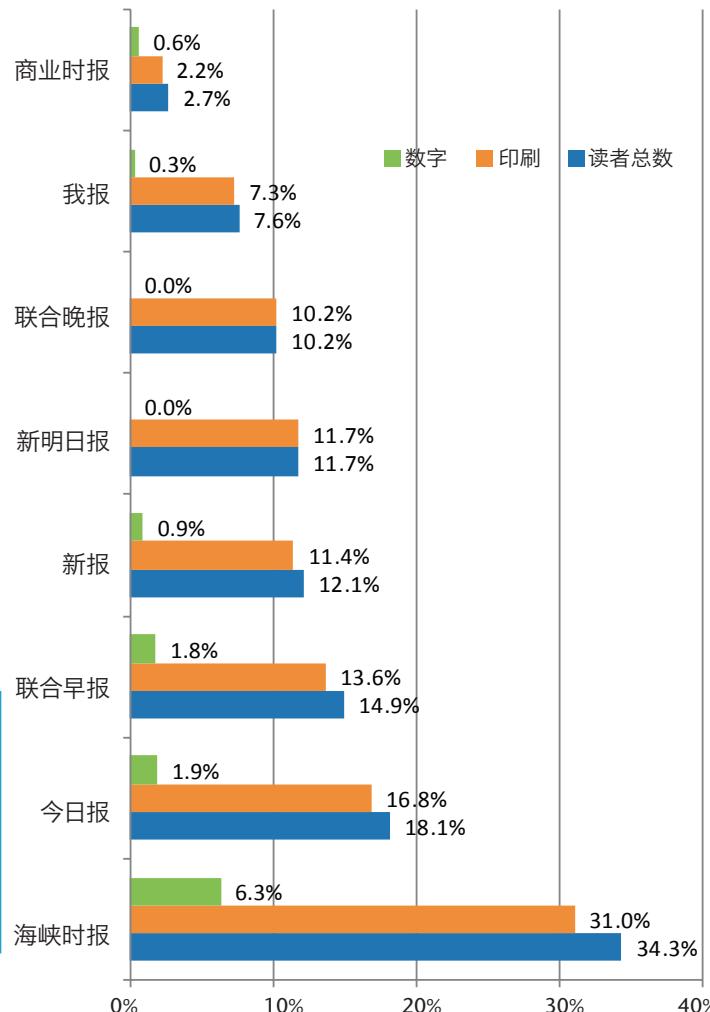
# 1 平面媒体

在传统媒体行业，大多数主流报纸和杂志都由新加坡报业控股 (SPH) 所有，受 1974 年发布的《报章与印刷法令》管理。印刷报纸在新加坡成年人中依然拥有较高的阅读量，68.4% 的人每天阅读纸质报纸（下降了 2.3%）。<sup>[2]</sup>

最有影响力的报纸依然是当地的日报  
《海峡时报》(The Straits Times) 和《商业时报》(The Business Times)，目标群体为大众读者和商业人士。

新加坡读者数量最多的报纸排名

来源：尼尔森 2012 媒体指数报告



[2] 尼尔森 2012 媒体指数报告



## **THE STRAITS TIMES.**

《海峡时报》在 1845 年成立，属于新加坡报业控股 (SPH) 旗下日报，内容覆盖世界新闻和当地新闻，**是新加坡阅读量最大的报纸**，阅读读者覆盖超过 31.0% 的成年读者群。



## **THE BUSINESS TIMES**

《商业时报》(The Business Times) **是新加坡本地唯一的财经类日报**，对于新加坡和亚洲地区的投资者、管理者和商人来说，也是一个关键的商业信息来源。《商业时报》(The Business Times) 其印刷和在线读者可以覆盖成年人口的 2.7%，其中 75.28% 属于专业人员、管理者、行政人员和商人。阅读量排名第二的的报纸是一份叫做《今日》(Today) 的免费日报，平均每天可以覆盖高达 16.8% 的成年读者。《今日》的出版商是新传媒私人有限公司 (MediaCorp)，报纸在主要的交通枢纽、商业区和某些居民社区大量散发。

---

[3] 尼尔森 2012 媒体指数报告





非英文报纸方面，最大的出版物是新加坡报业控股 (SPH) 旗下的中文报纸《联合早报》。

《联合早报》是当地最有影响力的中文媒体，内容涉及各种新闻和时事。《联合晚报》和《新明日報》是新加坡其它的两家中文报纸，主要报道娱乐花边新闻和当地新闻。

当地杂志主要围绕着生活 / 时尚 / 娱乐行业，大多由新加坡报业 (SPH) 和新传媒 (MediaCorp) 出版发行，并且亚洲或国际独立出版商也会把新加坡当做区域中心来运营，或者也会利用特派记者报道当地的新闻。几乎所有的杂志都有在线形式，要么发布出版物的电子版本，要么在网站上分享相关内容。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 2 广播电视

新加坡的消费群体依然会通过传统媒体来获取大量的当地音频和视频内容。**然而，消费习惯正在从传统媒体向数字化平台不断转变。**



新传媒 (MediaCorp) 是新加坡最大的内容创作者和广播电视台公司，也是唯一的一个无线电视广播公司。



亚洲新闻频道 (Channel NewsAsia, 简称 CNA) 是新传媒 (MediaCorp) 旗下的英文新闻网络，在 1999 年推出，从亚洲的视角为读者提供最新的当地新闻和国际时事。该网站能够抵达 36.6% 的人口，其中 41.3% 是专业人员、管理者、行政人员和商人。



PR Newswire  
美通社  
A UBM Company

### 3 新媒体

随着数字化内容消费的增加，互联网的使用率也在不断上升。排在前列的在线活动包括社交网络（49%）、看视频 / 电视 / 电影（42.7%）和浏览新闻 / 时事 / 阅读电子报纸（35.7%）。<sup>[5]</sup>

大多数主流新闻网站都是当地的媒体品牌，隶属于两家媒体巨头新加坡报业（SPH）和新传媒（MediaCorp）。现在已经有超过 35% 的读者群每月登陆新闻网站。对于针对年轻一代、专业人员、管理者、行政人员和商人的传播和营销，在线新闻已经成为一种强有力的渠道。

#### 新加坡最受欢迎的新闻网站



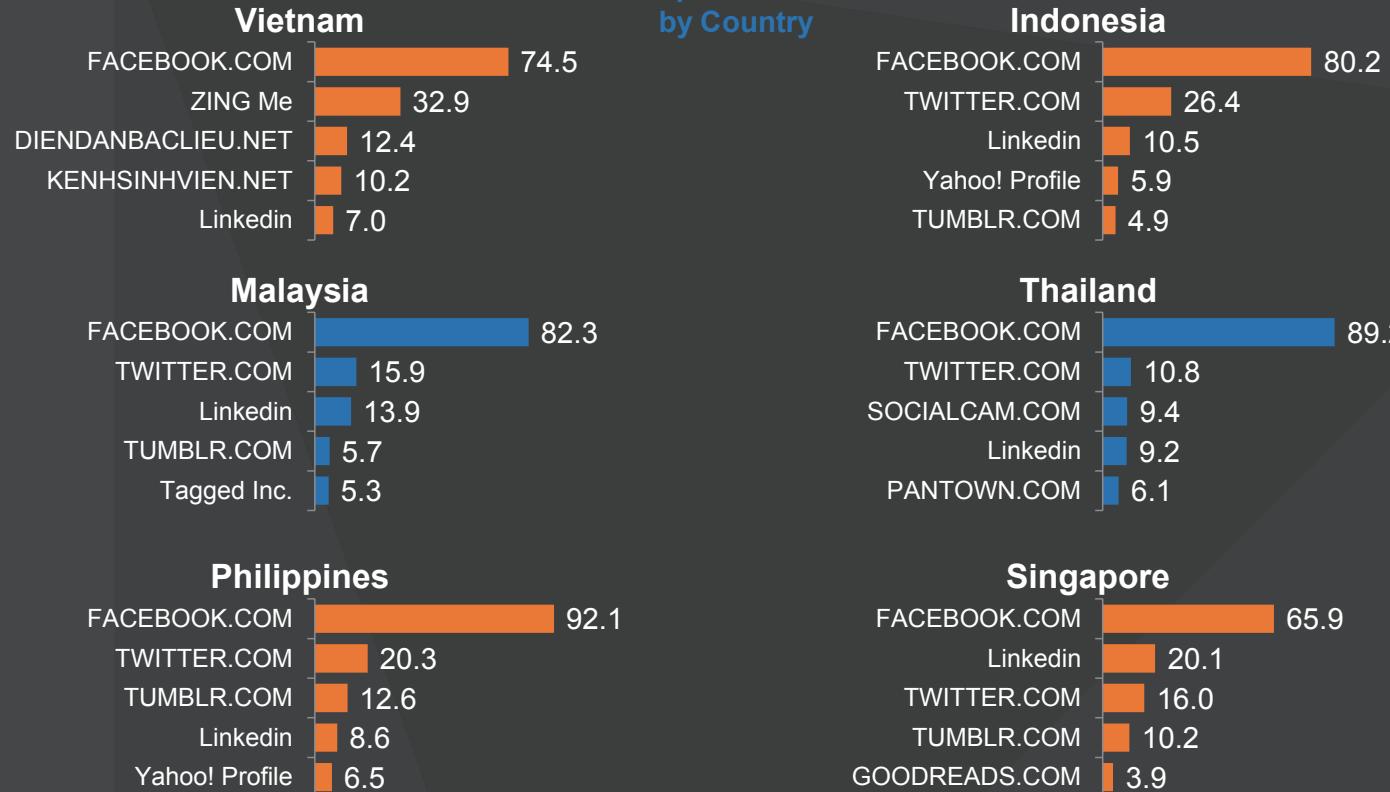
[5] 尼尔森 2012 媒体指数报告



## Top Social Networks by Country

After Facebook, Twitter, LinkedIn and Tumblr are Popular  
Only Vietnam has Substantial Local Social Networks

Reach of Top 5 Social Networks  
by Country



© comScore, Inc. Proprietary.

Internet Audience 15+ accessing Internet from a Home or Work PC  
Source: comScore Media Metrix, March 2013

24

## 东南亚排名前 5 名的社交网络

来源：comScore: 2013 southeast asia digital future in focus (关注 2013 年东南亚数字化的未来)



在搜索引擎方面，谷歌 (Google) 仍然占有绝对优势，在全部搜索问题中所占比例约为 84%。排名第二位的是雅虎 (Yahoo!)，占有少于 6% 的市场份额。<sup>[6]</sup>



全球顶尖的社交媒体也在新加坡被广泛使用，包括脸书 (Facebook)、领英 (LinkedIn)、推特 (Twitter) 和 Tumblr 等。其中脸书 (Facebook) 和领英 (LinkedIn) 最受人们的欢迎。

## 结论

作为一个成熟的市场，新加坡以稳定的增长速度不断向数字化和移动化环境发展，读者通过多种渠道在消费丰富的内容，然而传统媒体品牌（比如，报纸、杂志和广播电视台）依然是高质量内容的主要提供者，并在不断适应读者消费习惯的改变。

---

[6] comScore: 关注 2013 年东南亚数字化的未来



# 马来西亚



# 概述

自从电子产业发展以来，马来西亚与数字媒体产生了密不可分的关系。马来西亚的媒体包括传统媒体、新媒体和社交媒体，随着智能电话和平板电脑等移动设备的使用率不断上升，新媒体和社交媒体也在迅速发展。当今的消费者能够便捷地连接网络，持续获得最新的新闻和信息。信息实时传播，再也不必等待次日的报纸才能获得消息。

马来西亚的报纸已经迅速扩展到线上，成为马来西亚访问量最多的网站。然而，就占比来说，传统媒体正在失去阵地，由于政府对新媒体审核更宽松，其内容被普遍认为更公正。

>  
1  
平面媒体

>  
2  
广播 / 电视

>  
3  
新媒体



PR Newswire  
美通社  
A UBM Company

# 1 平面媒体

许多媒体渠道不是直接由马来西亚政府管理（比如马新社），而是由国家战线联合政府 (Barisan Nasional coalition government) 的成员党所有。【比如首要媒体集团 (Media Prima group) 就归马来西亚统一机构（United Malays National Organization，简称“巫统”）所有】。

马来西亚前锋集团 (The Utusan Group) 是马来西亚统一机构所有的一家媒体，目前被广泛地认为是拥护政府的报纸。这个集团的主要报纸叫做《Utusan Malaysia》（马来西亚前锋报），拥有自己的在线平台。

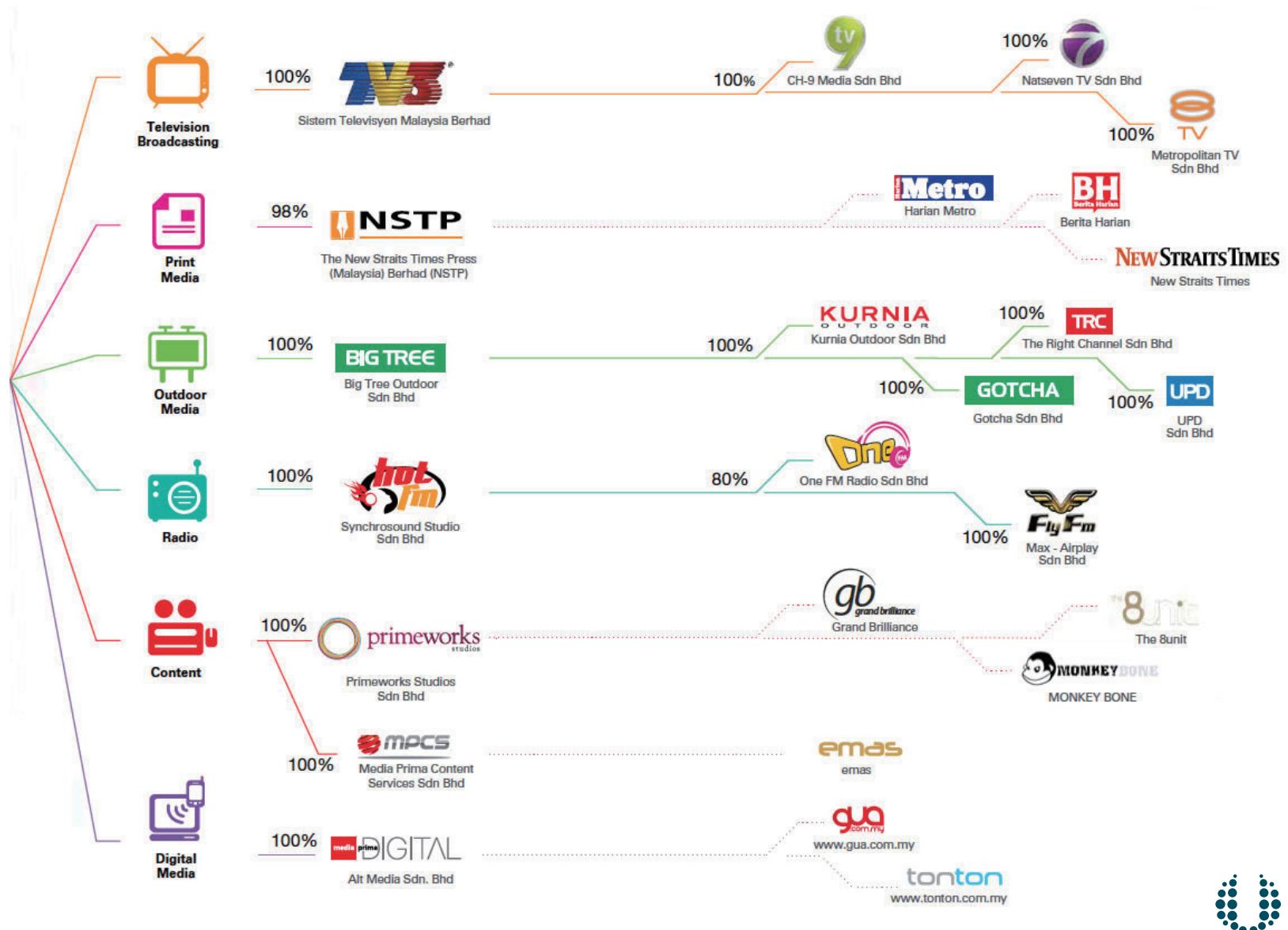
马来西亚最大的媒体集团首要媒体有限公司 (Media Prima Berhad) 由马来西亚统一机构掌管，在马来西亚股票交易所上市，也是马来西亚领先的完全整合的媒体集团。该集团也是马来西亚上市公司中收入最多的前 100 名企业之一。集团在 TV3、8TV、ntv7 和 TV9 频道均拥有股份。除此之外，集团还拥有新海峡时报（马来西亚）有限公司（New Straits Times Press）超过 98% 的股份。该公司是马来西亚最大的出版商，旗下拥有 3 家报纸：《新海峡时报》（New Straits Times）、《每日新闻》（Berita Harian）和《大都会日报》（Harian Metro）。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 首要媒体有限公司 (Media Prima Berhad) 的主要媒体资产：





Emas 通过 HyppTV 的 IPTV 和马来西亚电讯网络 (Unifi TM) 播出，展示出首要媒体对热门电视节目的制作水准，是马来西亚具有示范型的电视频道。首要媒体集团还拥有 3 家广播电台，分别为 Fly FM, Hot FM 和 One FM。

马来西亚最受欢迎的英文日报之一《星报》(The Star) 是亚洲新闻联盟 (Asia News Network) 的成员，由马来西亚华人公会 (Malaysia Chinese Association) (MCA) 所有。《星报》(The Star) 主要的竞争对手为《新海峡时报》(New Straits Times) 和《太阳报》(The Sun)。马来西亚印度国民大会党 (Malaysia Indian Congress) (MIC) 拥有 3 家全国领先的泰米尔语报纸：《马来西亚南班》(Malaysia Nanban)、《泰米尔尼申》(Tamil Nesan) 和《麦卡欧赛》(Makkal Osai)。

马来西亚中文出版行业主要由中文媒体国际有限公司 (Chinese Media International Ltd) 所有，当地最受中文读者欢迎的主要报纸为《星洲日报》(Sin Chew Jit Poh)。紧随其后的中文平面媒体有《中国报》(China Press)，《光明日报》(Guang Ming)，《光华日报》(Kwong Wah Yit Poh)，《南洋商报》(Nanyang Siang Pau) 以及《东方日报》(Oriental Daily News)。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 2 广播媒体

传统媒体依然拥有较强的读者群，公众最信赖的电视新闻渠道依然是全国性广播公司马来西亚广播电视台 (Radio Television Malaysia, 简称 RTM) 以及 TV3 (隶属于首选媒体有限公司)。随着电视屏幕的增大和高清电视内容的普及，其带给观众的体验还会使电视在一段时间内保持为较受欢迎的媒体。



传统广播电视台也在不断地以其他形式提供内容。**马来西亚排名第一的时尚生活类门户网站是 gua.com.my，紧随之后的是 tonton.com.my 和 murai.com.my**，后者隶属于 Astro (马来西亚付费电视直播服务) 旗下。在整个东南亚，消费者通过各种类型的媒体观看和与内容互动的方式正在发生着深刻的变化。这些变化的产生是因为快速的技术发展。从高速网络到无线网络，再到智能手机和平板电脑，现在，相比以往来说，消费者能够更加轻松地访问网络。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

### 3

## 新媒体

因为传统媒体被政府或者组织管控得非常严格，马来西亚拥有比较活跃的其他媒体选择，比如新闻门户网站当大大马（Malaysiakini）和马来西亚局内人（The Malaysian Insider），利用政府不审核网站的优势，尽管总体来说马来西亚的媒体行业并没有那么开放也被政府管控。**虽然新闻网站覆盖从财经到娱乐等多个行业，但政治新闻和评论依然是读者的主要关注点。**随着马来西亚新媒体的出现，这种新兴的媒体主要被用来提升国家发展，主要对当地的企业和企业主有益，能够帮助他们充分利用媒体资源，获取更多优势。

在马来西亚，数字媒体在年轻人中的使用率以惊人的速度增长，而传统媒体依然占据着主要的市场份额。尽管存在移动设备、互联网和社交媒体，年轻人依然花费许多时间在传统媒体上。尼尔森公司 (Nielsen) 的最新东南亚数字消费报告研究了新加坡、泰国、印度尼西亚、马来西亚、越南和菲律宾的数字媒体使用习惯和消费者的态度。在上述这两个方面，**大多数马来西亚人每周至少在线 19.8 小时。**

最热门的英文新闻网站依然是 TheStar.com.my 以及 TheMalayMailOnline.com.my，热门马来语新闻网站是 kosmo.com.my。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

与普遍的认识正相反，年轻一代对于报纸和电视等传统媒体的消费与大众并没有什么不同。2012年，马来西亚在全球的新闻自由指数排名为124位。截至2011年12月31日，马来西亚网络用户数量为1770万；截至2012年3月31日，Facebook用户数量为1230万。

技术的优势让马来西亚社会发生了转型，变得更有利传播。同样，媒体行业在传播内容中也发生了一些改变，以满足社会的需求。在马来西亚，我们可以预见，主流媒体会发生哪些改变，尤其是知名媒体。例如，《星报》最近修改了在线logo，并努力提升自己的品牌，这显示出《星报》对数字平台的重视。《New Straits Times》（新海峡时报）也推出了自身的iPad版本，鼓励读者在iPad上订阅报纸。连《财经日报》(The Edge)也推出了自己的数字杂志，用户可以在Apple Store上进行下载和阅读。

在新媒体行业，依然存在很大的发展空间，以满足不同目标群体的需求。《财经日报》(The Edge)一直致力于为企业和经营团体服务，而就在一年前，也遭遇了新的竞争对手《聚焦大马》(Focus Malaysia)。在过去一年半中，有两家泰米尔语主流报纸成立，现在共有5家报纸服务讲印度语的读者。**简单地说，马来西亚的数字媒体正在蓬勃发展之中，但就为大众提供真实而有价值的新闻方面，依然处于萌芽阶段。**如今，传统媒体依然被认为是“日常必备”，也是人们重要的信息来源。毫无疑问，传统媒体出版商必须要迎合读者的需要而丰富新闻分享的本质以维持传统媒体的地位。



PR Newswire

美通社  
A UBM Company

## 更多资源：

《美国媒体传播概况》白皮书

<http://www.prnasia.com/blog/2013/04/pr-newswire-launched-us-media-spread-profile-white-paper/>

2014 中国企业内容传播趋势与 ROI 效果评估调查报告

<http://www.prnasia.com/marketing/survey-2013/>

《英文新闻稿写作案例书》

<http://www.prnasia.com/blog/2013/09/pr-newswire-pushed-practical-tools-english-press-release-writing-casebook/>

美通社帮助中国企业和机构海外传播案例

<http://www.prnasia.com/resources/casestudy/>

了解美通社如何帮助企业发布新闻稿至全球媒体，请点击：

<http://www.prnasia.com/services/distribute/>

本文为美通社原创文章，如需免费下载  
全部页面，请百度搜索“**美通社 资源库**”，  
谢谢。



PR Newswire  
美通社  
A UBM Company



## 关于美通社

美通社 ([www.prnasia.com](http://www.prnasia.com)) 是全球领先的企业新闻发布机构，通过其多渠道发布网络、受众情报、定向、评估及信息披露和投资者传播服务，帮助企业和组织与媒体、消费者、决策者、投资者及普通大众进行充分、及时的动态对话，从而为塑造品牌、打响知名度、影响公共政策、推动销售和筹集资本提供支持。

美通社在 1954 年开创了企业新闻稿发布行业的先河，如今通过提供端对端的解决方案对内容进行优化和定位，通过传统、数字、社交、搜索和移动渠道进行新闻稿发布，并对新闻稿的发布效果进行监测。美通社结合了全球最大的多渠道、多语种内容发布和优化网络网络，并拥有完整的工作流工具和平台，帮助全世界的企业掌握机会获得最广泛的宣传效果。美通社服务的客户超过 4 万家，分布于美洲、欧洲、中东、非洲和亚洲 - 太平洋地区，美通社隶属于 UBM 集团。



美通社微信二维码

[info@prnasia.com](mailto:info@prnasia.com)

北京 +86-10-59539588

上海 +86-21-80179500

杭州 +86-571-88219685

深圳 +86-755-82037494

成都 +86-28-85114629

厦门 +86-139-10611828

香港 +852-25728228

台北 +8862-27355882

新加坡 +65-68085688