CISION

美通社
PR Newswire
a CISION company

2020

新闻稿现状报告

揭示传播人员如何打造更有效的新闻稿

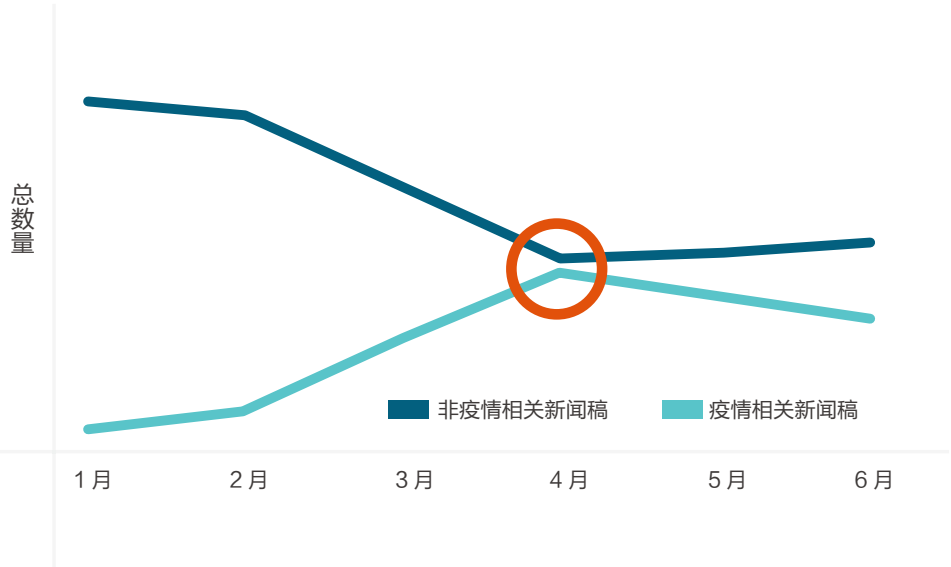
继 Cision 于今年 4 月发布的《 Cision 2020 年全球媒体调查报告——媒体行业的最新挑战和趋势》(2020 State of the Media) 报告后，我们推出此《新闻稿现状报告》。

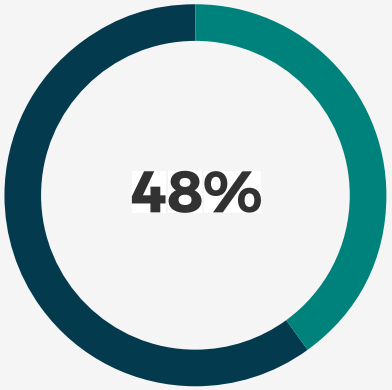
该报告分析结论基于 2019 年 6 月至 2020 年 5 月通过美通社新闻发布网络在美国发布的超过 10 万篇新闻稿。此调查报告的调查方法见文末。

新冠肺炎疫情让新闻稿发生了怎样的变化

随着新冠病毒以更快的速度在世界各地蔓延，我们观察新冠肺炎相关新闻稿的数量在大幅增长，而与新冠肺炎无关的新闻稿明显减少，这也是意料之中。世界各地的品牌都争先恐后地向内部和外部传达他们的计划，让员工、客户和利益相关者了解相关信息。公众也急切地想知道，为了他们自身及各国品牌旗下员工的安全，相关部门和企业都采取了哪些措施。

新冠疫情相关新闻稿 vs 非新冠疫情相关新闻稿





这是 3–5 月 Cision 发布的新冠疫情相关新闻稿所占比例。

每月具体比例如下：

- 33%（美通社 6 月发布的新冠疫情相关新闻稿所占比例）

- 42%（5 月）

- 47%（4 月）

- 31%（3 月）

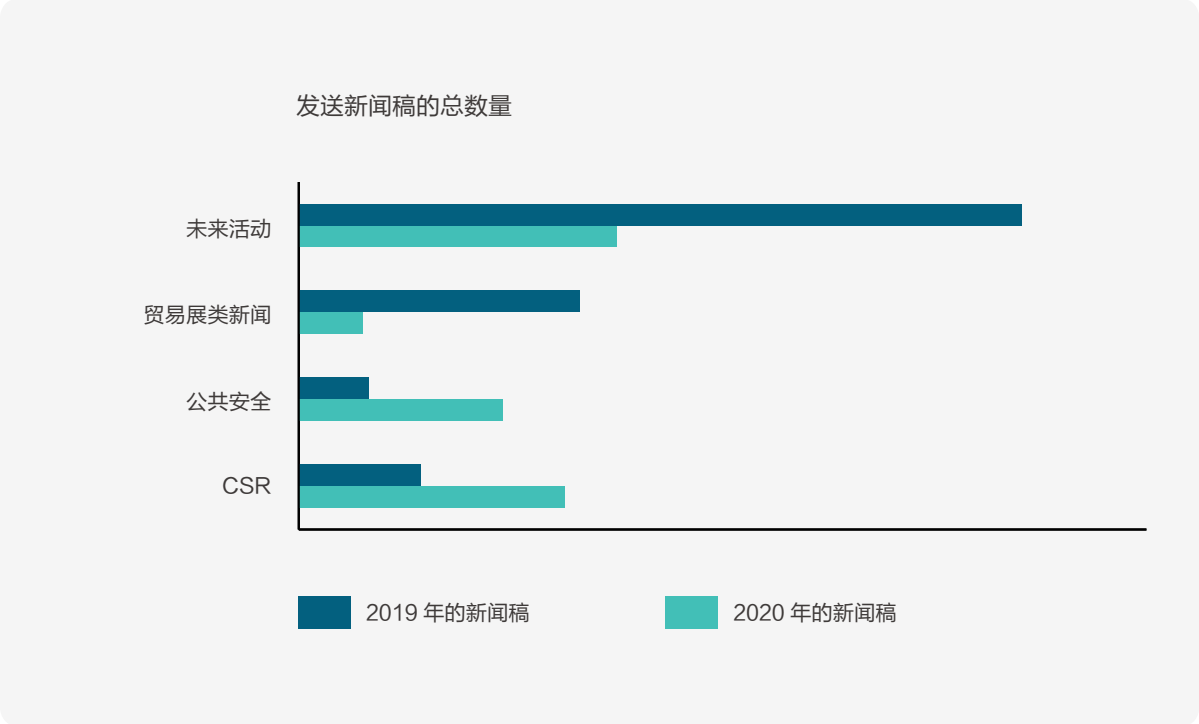
要点 2020 年 4 月，新冠疫情相关新闻稿数量达到最高峰。

尽管上市公司仍将报道疫情对商业前景或新产品营销工作的影响会延续下去，但随着时间的推移，我们预计与新冠肺炎相关的稿件的关注度会逐渐下降。

不过，新闻稿在 3–5 月报道的主要内容是什么？按主题分类时，我们发现，有些主题的新闻稿在数量上与上年相比大幅增长，而另一些主题则大幅下滑。

- 未来活动 –56%
- 贸易展类新闻 –77%
- 公共安全 +192%
- 企业社会责任 (CSR)+118%

按行业划分，旅游类新闻稿数量减少 36%，而疫情控制相关新闻稿的数量则剧增 3140%。



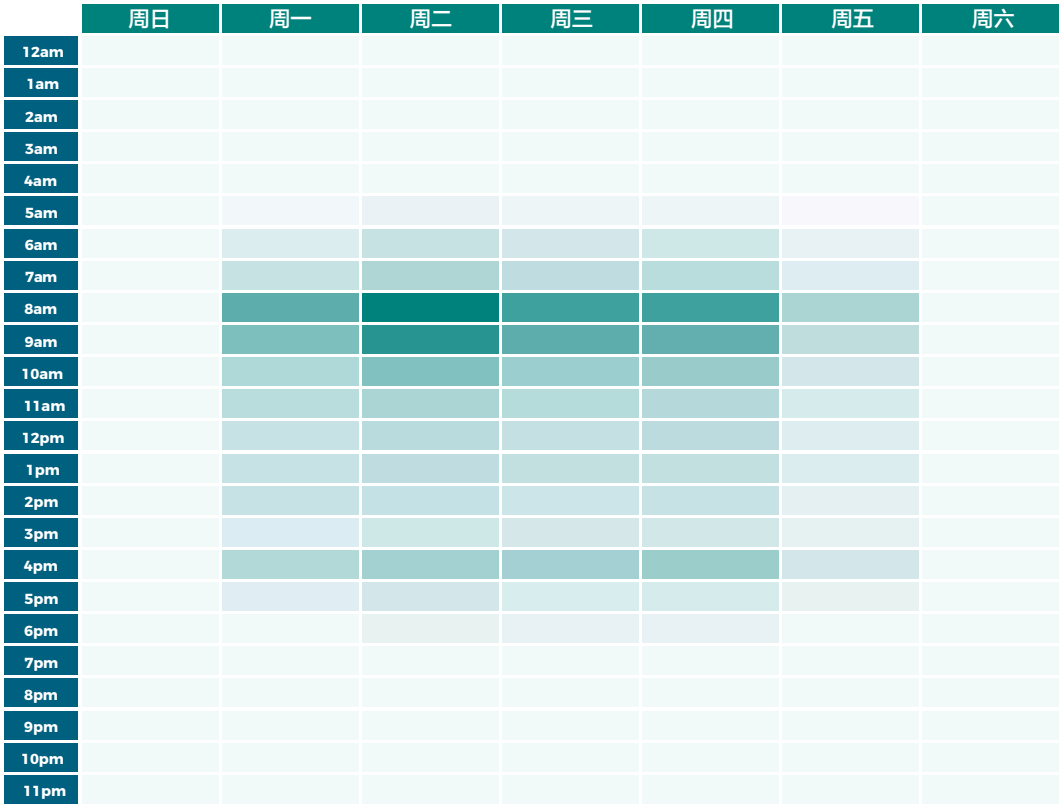
要点

由于现场活动被迫取消或通过网络开展，我们发现活动和贸易展类新闻以及旅游新闻的数量大幅减少。与此同时，正如人们所料，公共安全、企业社会责任、疫情控制和医疗保健相关新闻出现了大幅飙升。

时机

我们经常被问到，何时是发送新闻稿的最佳时机，虽然没有统一的答案，但各品牌可以利用我们有关新闻稿发送时间的数据，并根据所在行业等因素，在未来发布方面做出最佳决策。

大量新闻会在美国东部时间周一至周四上午 8 点发送，周二发送量达到最高峰。这并不一定意味着这一定是发送新闻的好时机；事实上，要想从众多新闻稿中脱颖而出，可以选择在东部上午 8 点前后的休息时间来发送。

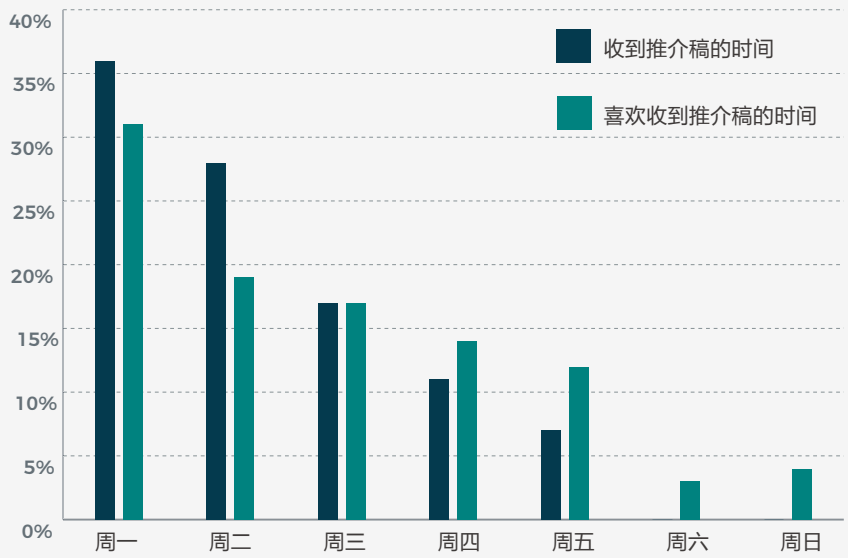


要点

虽然新闻稿的发送时间没有对与错，但要想最大程度上提高新闻稿的能见度，可试试在周二到周四上午 8 点前后（美国东部时间）发送，并尽量避开整点时间。

如果我们再将发送时间精确到分钟，就会发现 52% 的新闻稿是在整点和半点发送的。就像周二新闻稿发送量最高一样，但这并不意味着这是最佳发送时间。为了避免在高峰时被遗漏的风险，可以选择在 10:13 或 10:47 这样的休息时间发送稿件。

要将这个时间点与记者喜欢收到推介稿的时间进行对比，请参阅《Cision 2020 年全球媒体调查报告——媒体行业的最新挑战和趋势》：



注意：记者在一周的每一天都愿意收到推介稿

“自 Cision 推出全球媒体调查报告以来，这是我们首次邀请记者分享他们哪天会收到最多推介稿，以及他们喜欢在哪天收到推介稿。正如我们很多人所料，记者喜欢在周一收到推介稿，这天他们收到的也最多。然而很多记者都表示，他们在周五之前都愿意接收推介稿（甚至周六和周日也可以收到少量稿件）。不过，他们在一周后面几天收到的推介稿数量会越来减少。虽然他们接收稿件的兴趣的确略有所下降，但公关人员在向记者发送推介时不必太拘泥于必须是星期几发。”

—《Cision 2020 年全球媒体调查报告——媒体行业的最新挑战和趋势》

投资者关系新闻稿应该何时发送?

为了解新闻稿的发送时间是否不同，我们专门对投资者关系新闻稿进行了分析，我们发现的确如此： 发送投资者关系新闻稿最多的时间是在美国东部下午 4 点左右，即市场收盘后，每周二或周三发送的这类稿件数量最多。此外，在美国东部时间上午 9:30 开市前的清晨，接收的新闻稿数量也特别多。

再次强调，要让新闻稿脱颖而出，请选择不同的发送时间，如果您不是一家发布重大新闻的上市公司，则要避开开市和收盘时间。

新闻稿浏览量重不重要?

仅仅知道新闻稿的发送时间，并不能给我们提供足够的信息来做出发送时间方面的最佳决策；而了解新闻稿浏览量达到最高的时间则是一个重要的关键指标。

查看这些数据后，我们发现周二、周三和周四的新闻稿浏览量最高。因此，为了最大程度上提高新闻稿的可见度，我们建议您在周中之前发布新闻稿，以便让您的新闻稿在能见度最高的这几天有足够的传播时间。

新闻稿基准

了解新闻稿的基准非常重要，因为只有这样才能帮助您更好地制定策略，同时也有助于我们团队的工作，最大程度确保新闻稿的准确性。

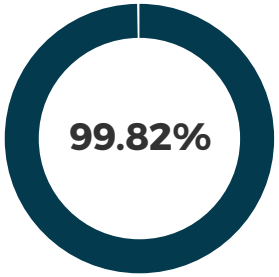
美通社编辑人员全年无休，与客户通力合作，帮助他们检查、处理和发布新闻稿。每年都会有成千上万的新闻稿提交到我们手中，我们会仔细检查每一篇稿件，以确保准确性。

准确性

“准确性”与新闻稿发布有关，我们对这个词的定义是：我们在某个月份中，准确发布新闻稿的比率。

也就是说，我们的编辑团队运用他们的专业知识，对每篇稿件进行检查校对，然后再发布并分发给媒体。

正因如此，我们可以发现稿件里隐藏的错误。我们全年的准确率是每月超过 99.82%，我们对此感到自豪。



发现错误

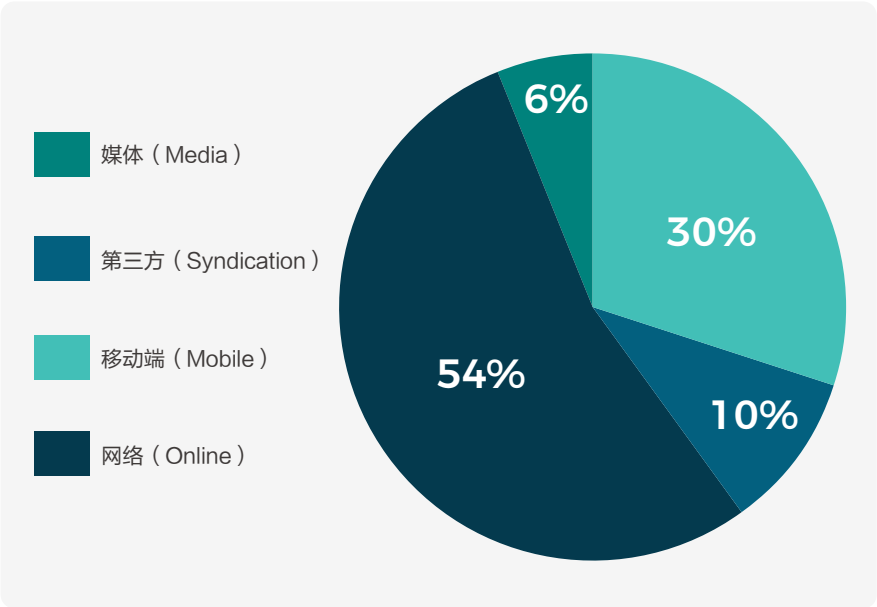
我们一年在客户发送过来的稿件里发现了近 40,000 个错误，也就是说，我们的编辑团队每个月都会发现 2,400 多个错误。需要特别指出的是，这些错误都是隐藏在客户发过来的最终版本里的，因此我们的专家团队必须在这些稿件发布之前对其进行仔细检查。

他们发现了什么样的错误？请看以下几个例子：

- 超链接错误
- 电头日期错误
- 正文里的星期 / 日期错误
- 拼写错误
- 标点符号错误

受众一般在什么平台上看新闻稿?

为了设计出一篇效果出色的新闻稿，请记住受众喜欢在什么平台上看这类文章。他们是不是更倾向于某一种设备？您要添加在新闻稿里的多媒体在他们喜欢的设备上能带来最佳体验吗？



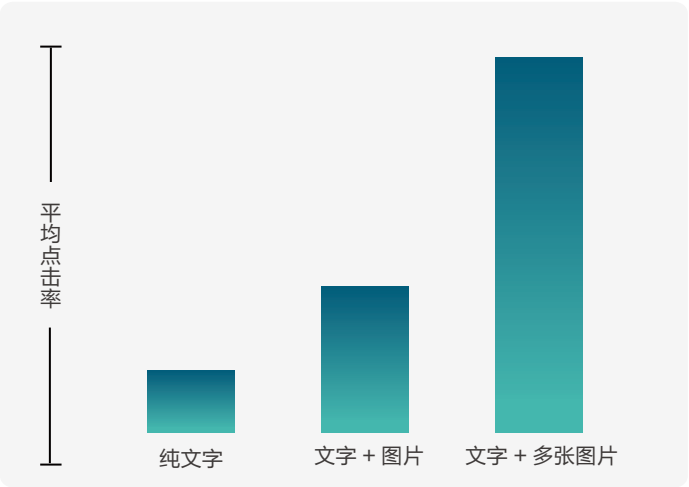
用最有效的方法来向受众讲述您的故事，明确他们最喜欢在什么平台上看这类文章。

不确定添加多媒体是否是个好主意？

我们发现，添加多媒体可以增加一篇新闻的浏览量。在每篇新闻稿里加入多媒体内容也是很有用处的。

我们也知道，浏览量不一定等同于参与度。但数据显示，添加多媒体肯定会增加一篇新闻的吸引力。因此，我们的建议还是一样：在每篇新闻稿里都应该添加合适的多媒体内容。（在这个感官不断被刺激又高度互连的世界里，用多感官的方式来讲述一个故事，肯定是有好处的。）

如果您认为自己没有可用的多媒体内容，请再想想。通常，您的社交媒体渠道（例如 Facebook 或 YouTube）或自己的网站上有很多极具吸引力的视觉内容，这样的内容也可以用到新闻稿中。找不到好的图片？没关系，美通社与 Shutterstock 有合作，您可以访问一个有超过 2 亿张免版税图片的图片库，选择合适的，添加到下一篇新闻稿中。

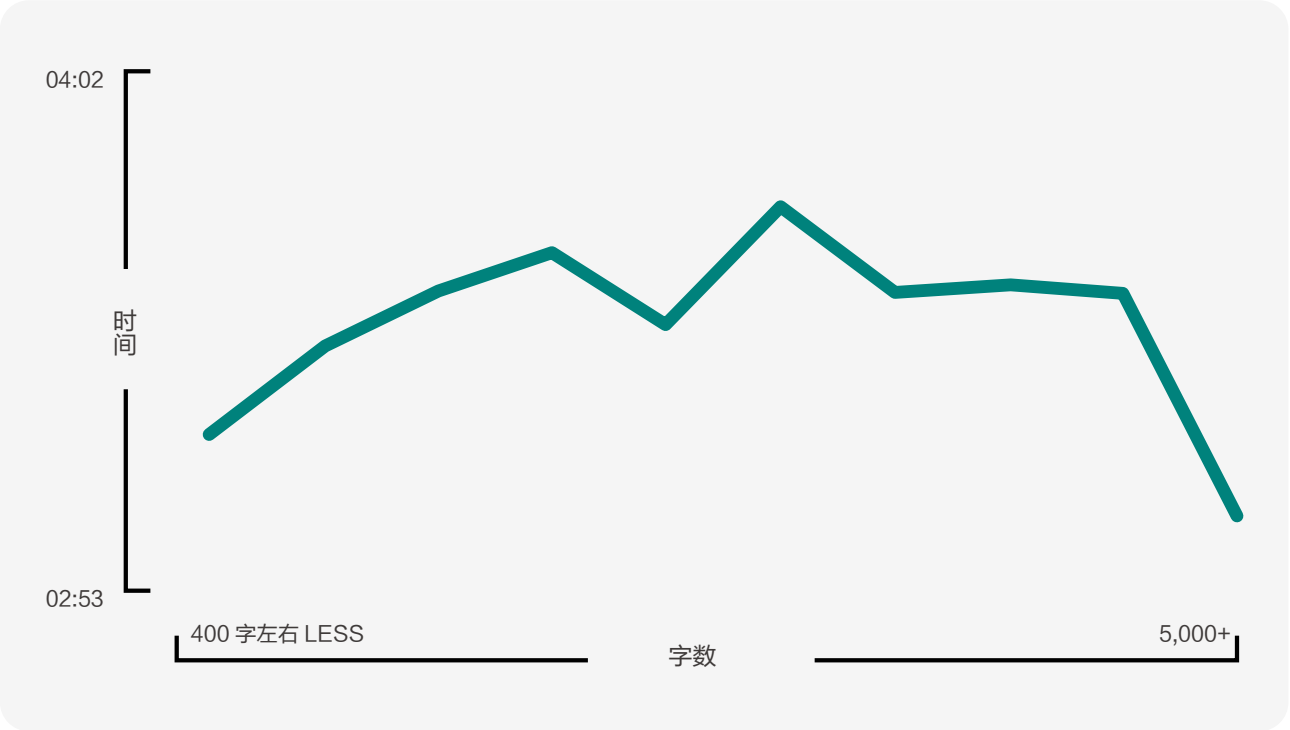


新闻稿应该多长?

新闻稿应该比一篇推文长，比《战争与和平》短，但这个范围太大了。我们发现大多数英文新闻稿在 400 字左右，这个长度是比较合适的，可以作为一个标准。总的来说，一篇新闻稿的平均次字数是 868 字。

是不是新闻稿越长，人们就会花更多时间来看?

与生活中的很多事一样，这种策略收效甚微。越是很长的新闻稿，人们往往浏览的时间反而要短很多。



如果您有很多话要说，请选择最好的方式：在新闻稿里放上列出重点的摘要，然后将受众引向文章的另一个来源（或多个来源，这取决于您要分享的内容以及最适合的格式），接着看文章的其他内容。

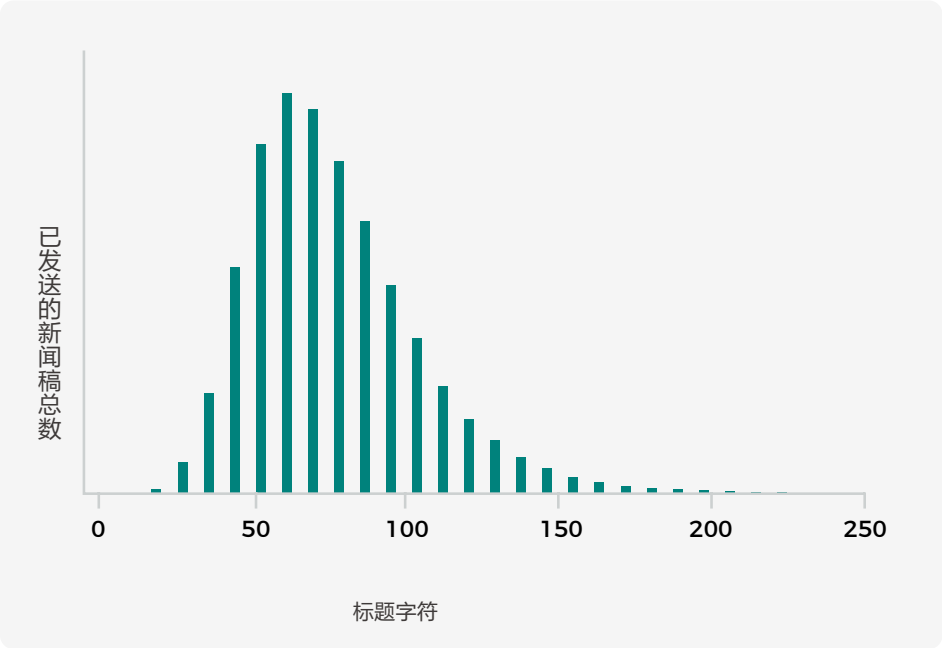
读者喜欢简短易懂的文章。但有时新闻稿必须那么长，例如收入报表或研究报告。如果新闻稿较长，又想引起受众的注意，请用小圆点、标题和列表将正文分开。

要点

新闻稿内容要丰富且引人入胜。阅读一篇新闻稿平均要用 3 分 39 秒。

标题应该多长?

以引起受众的关注，一个有足够吸引力、但不是为了骗取点击率的标题会发挥很大作用。一篇英文新闻稿的标题平均长度是 88 个字符，要让标题尽量做到简明扼要。如果标题较长，重要的关键词要在前 70 个字符里体现出来。这也是 Google 搜索引擎和电子邮件里显示主题的那一行对字符的要求。

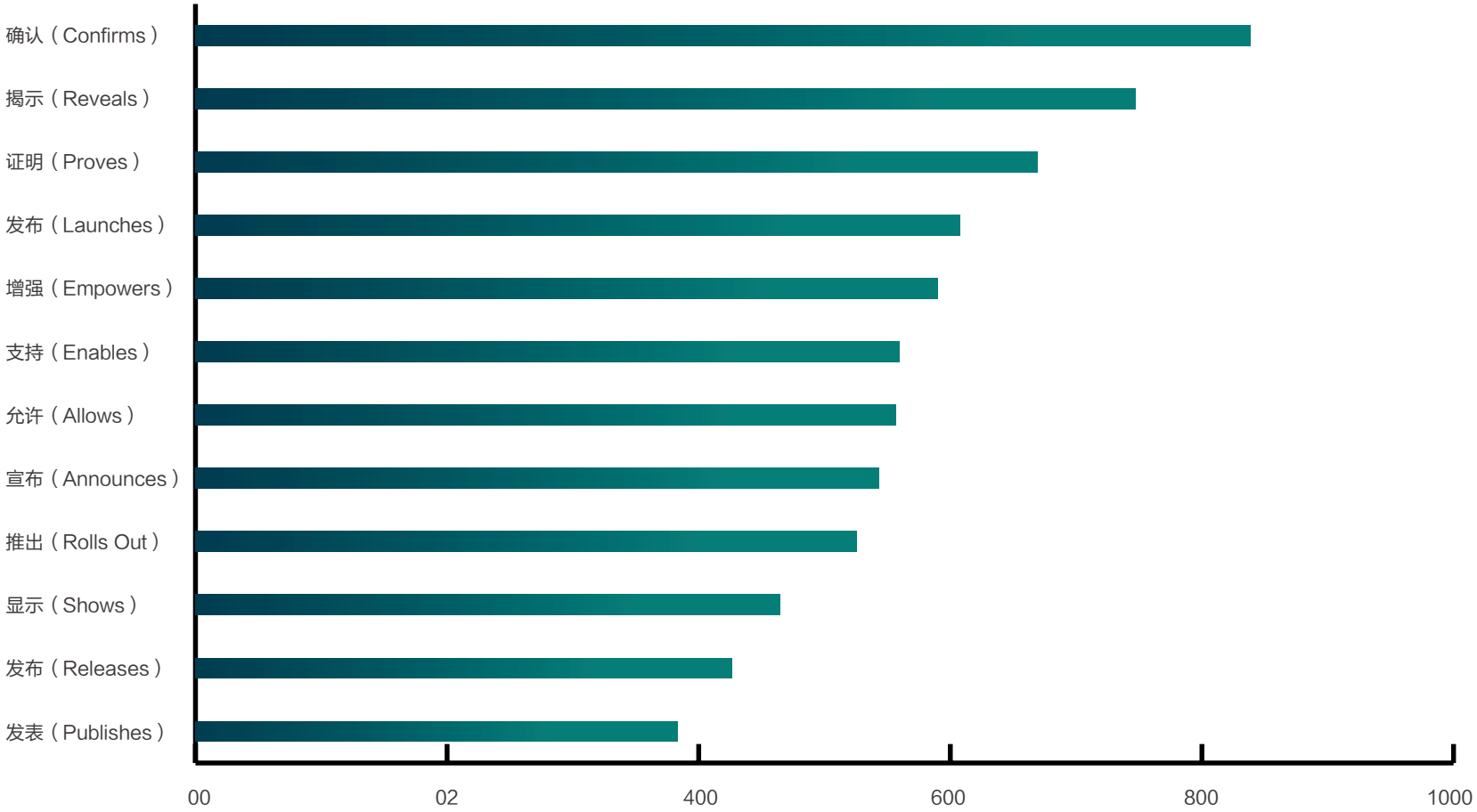


对于标题的关键词，我们整理美通社发送的新闻稿标题最常用的词。

要点

标题是受众最先看、而且通常是唯一会看的内容。要大胆而直接、要有创意，从不同的备选标题里挑出最好的一个，让新闻稿的效果最大化。

最后一条建议就是在标题中使用描述动作的词语：在标题中使用这些词的新闻稿提高浏览量。



相信大家都还记得写作时用主动语态和被动语态的区别，对吗?

结论

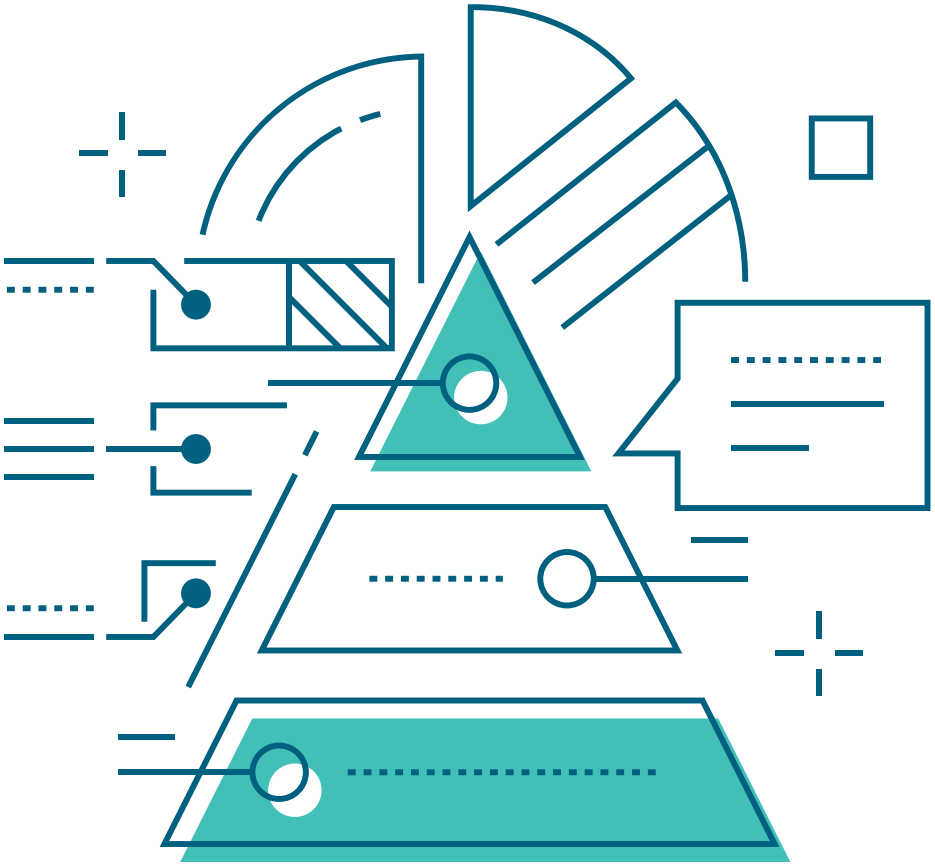
我们希望这些有关新闻稿最佳实践可以帮助您日后为自己的品牌打造出色的新闻稿。请记住，您是最了解自己品牌的人，所以应该将这些信息和您掌握的知识结合起来，制定出最好的策略。有时，您必须了解规则，再用正确的方式打破规则，这样才能取得最佳效果。

我们不能预测新冠肺炎疫情在未来几个月对新闻稿或其他方面产生的影响，但建议您在准备稿件时要关注世界的整体局势变化。

如果您有任何问题，欢迎随时联系我们 cision.com

调查方法

本调查报告结果基于 2019 年 6 月 至 2020 年 5 月期间，通过美通社发布网络在美国发布的 100,000 多篇新闻稿的有关数据。我们通过多个来源收集到这些数据，包括 Google Analytics（分析）、《可见度报告》（Visibility Reports）和 Cision 专有的新闻稿处理软件。



关于 Cision

Cision 是面向公关和营销传播人员提供赢媒体软件和服务的全球领先企业。Cision 帮助用户能够识别主要影响者、打造和发布战略性内容，并衡量其影响力。Cision 拥有 4,800 多名员工，在美洲、欧洲、中东和非洲以及亚太地区 24 个国家设有办事处。有关该公司屡获殊荣的产品和服务（包括 Cision 全球企业传播云平台 Cision Communications Cloud®）的详情，请访问 http://www.cision.com

关于美通社

美通社在创新的企业传播服务领域处于全球领先地位，帮助全球企业和机构联系和接触他们的目标受众。美通社通过其全球多渠道发布网络、媒体情报、信息披露和投资者关系传播服务，帮助企业和组织与媒体、消费者、决策者、投资者及大众进行充分、及时的对话，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 1954 年开创了企业新闻稿发布行业的先河，2016 年成为一家 Cision 旗下公司。通过分布在南北美洲、欧洲、亚洲和中东 16 个国家和地区的办事处网络，借助与全球领先新闻机构之间的独特关系，用 40 多种语言将客户与 170 多个国家的受众联系起来。

了解更多美通社信息，请联系：

电话：+86-10-5953-9588

邮箱：info@prnasia.com

访问：http://www.prnewswire.com （全球）http://www.prnasia.com（亚太地区）

眼下正处于艰难时期，为了更好地支持公关和传播人员，美通社已整理出新冠肺炎疫情下的企业传播指南。

CISION®

美通社
PR Newswire
a CISION company