

## 第二屆香港數碼品牌指數

### 香港社交媒體概況

據香港電訊管理局 (OFTA) 資料顯示，香港的總家庭寬頻滲透率達78%<sup>(1)</sup>，使用寬頻業務的用戶超過了195 萬個家庭。如微軟MSN、Facebook、Discuss.com.hk、Yahoo! 及 Google 等受歡迎的入門網站及社交媒體網站每月流覽人次均高達150萬至300萬<sup>(2)</sup>。

由愛德曼公關公司(Edelman)和品智(Brandtology) 進行的數碼品牌指數部份重要調查結果包括：

- 香港網絡上有關科技品牌的討論較前三個月上升 40%。帖子數目達 225009 個，較 2009 年 7 月至 9 月間的 164126 個顯著上升。
- 十大最活躍的頻道中有9個是本港的討論區，當中的討論數量佔是次調查的70%。
- 「香港高登論壇 - 吹水台」是目前科技品牌討論領域的最熱門網站，三個月內單個討論區共有87291個帖子。Twitter 的帖子數目 (27236個帖子) 比前一季度增長了近4倍，儘管與第一位的差距很大，但它仍是第二大科技品牌討論網站。本地「伊莉討論區 - 電腦軟體討論」(8683個帖子) 位列第三，並將帖子數為7538個的「雅虎香港討論區 - 股票」擠到第四位。
- 網上站點品牌仍然主導著香港網民的注意力，微軟 (Microsoft) 的 MSN 列首位，雅虎第二，Facebook 和 Google 分列第三和第四位。YouTube 排名第六位，Twitter首次進入前十，位於第七位。
- 若將網上品牌計算在外，消費類電子品牌則主導排名表：PlayStation (1)、索尼 (Sony) (3)、惠普 (HP) (5)、諾基亞 (Nokia) (6)、三星 (Samsung) (7) 和 LG (9)。分別排名第二和第四的微軟以及英特爾 (Intel) 突出成爲最多網民討論的軟體和 IT 品牌。



### 數碼品牌指數調查研究方法

澳洲、中國、香港、印度、印尼、馬來西亞、臺灣以及新加坡等亞太地區的 8 大主要市場均進行了 DBI 研究調查。亞太區 DBI 按季發佈，監控以下各種主要品牌，包括：互聯網與軟件、消費類電子產品、流動與電信、商務與諮詢以及 IT 與技術，並可通過極具影響力的博客、論壇以及網上新聞發佈等熱門頻道進行分析。在鎖定要監察的交談內容後，在質和量的大前提下選擇合適的網上頻道進行研究調查。

### 關於愛德曼

愛德曼是世界領先的獨立公關顧問公司，在全球設有 51 間辦事處，擁有超過 3,100 名員工。由於其出色的公關顧問服務，公司曾榮獲不少顯赫的業界獎項，如《HolmesReport》“2010 十年來全球最出色公關公司”《PRWeek》的“2009 年度公關公司”獎及在過去四年內三次勇奪《PRWeek》的“大型公關公司”獎和《HolmesReport》的“2009 年度員工最希望

<sup>(1)</sup> 香港電訊管理局

<sup>(2)</sup> comScore 香港 (2009 年 10 月)

在旗下服務的大型公關公司”獎，更被《Advertising Age》評為“2007 及 2008 年度十大企業”。如欲瞭解公司詳情，敬請瀏覽請瀏覽 [www.edelmanapac.com](http://www.edelmanapac.com)

## 關於品智

品智是世界其中最大的在線品牌監測服務之一。我們採用尖端的信息技術結合專業研究分析師對信息進行集成處理，為國際企事業機構提供精確的網絡信息諮詢。我們採用的信息攝取技術讓企事業機構更好的瞭解和掌握多語種的數字信息，通過專業訓練的社會媒體分析師的進一步信息集成，為客戶提供高質量的相關信息諮詢。品智的服務幫助品智客戶及時獲取網絡信息並更好地制定戰略方針，例如及時參與聯合大眾，危機處理，以及媒體運籌，宣傳評估，產品開發，戰略計劃等各方位的決策優化。如欲瞭解公司詳情，敬請瀏覽請瀏覽 [www.brandtology.com](http://www.brandtology.com).

<sup>(1)</sup> 香港電訊管理局

<sup>(2)</sup> comScore 香港 (2009 年 10 月)