

網上討論區成科技品牌交流熱點 較國際網站更能凝聚本地網民

網上科技討論上升達 40%，本地化網上溝通策略有助企業獲得網民支持

香港，2010年1月19日— 最新一項的行業研究顯示，2009年第四季度香港網絡上有關科技品牌的討論較前三個月上升40%，大部分討論更是透過本地頻道進行。

全球領先的公關公司愛德曼 (Edelman) 和網上品牌研究和情報專家品智 (Brandtology) 今天聯合發佈了第二份香港「數碼品牌指數」(Digital Brand Index - DBI) 季度調查。

香港愛德曼公關公司科技及網上推廣總監 Andres Vejarano 表示：「網上討論在很短的時間內有非常顯著的增長，這清楚地顯示出網上討論的重要性和影響力。但更重要的是，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%。前十位中只有 Twitter 是國際頻道。」

Vejarano 稱：「這是對各個行業營銷人員的一個警號。科技界一向是網上行銷的領導者，所以我們選擇了66個科技品牌作研究。結果顯示，企業如果沒有使用本地化的策略和計劃於網上作交流，那麼他們將錯過與本地消費者溝通的機會，讓競爭對手有機可乘。」

DBI 揭示網民最常於網上討論的科技品牌，發現在十月至十二月的三個月間，提及研究追蹤的66個品牌的帖子數目達225009個，較2009年7月至9月間的164126個顯著上升。這些帖子來自多達42509個「單獨用戶」(unique voice)。

哪些網上討論頻道最活躍？

「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。

網民討論哪些科技品牌？

最新的研究承接首份 DBI 調查的結果，顯示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。

品牌行銷人員該如何應對？

品智聯合創辦人兼北亞區董事總經理劉偉良先生說：「品智不僅幫助企業最識別有影響力的網上頻道和聲音，也能找出有最能吸引網民討論的內容，再度身訂做出吸引網民加入的社交媒體活動，使網民參與其中，從而提升品牌的知名度及受歡迎程度，而不是只依靠橫幅廣告、網站等傳統單向網上行銷。」

Vejarano 認爲，品牌應了解網民關注的題材，並以誠懇親切的態度主動參與雙向討論，這比傳統廣告或遊戲形式的推廣活動更爲有效。

他說：「行銷人員必須敢於以新的方式參與其產品和品牌的討論。品牌應傾聽，主動作出回應，並以真摯誠懇的態度建立互信。網上行銷是一個新環境，品牌要成功就必需持開放的態度開拓更多與網民互動溝通的途徑。」

- 完 -

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 年度員工最希望在旗下服務的大型公關公司”獎，更被《Advertising Age》評爲

“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

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.

媒體聯絡

Phoebe Ho 何安珩

愛德曼香港公司 (Edelman)

電話：(852) 2837 4756

電郵：phoebe.ho@edelman.com

Ashley Lim

品智 (Brandtology)

電話：(86) 13968024646

電郵：ashley.lim@brandtology.com

