

# 報紙手機平台逐漸興起

筆者於2012年10月號的《傳媒透視》撰寫了〈香港記者看哪家的新聞〉一文，文中談及香港記者看哪些媒體的新聞、他們的新聞使用習慣和市民的有何異同、記者現在的閱報行為和以前有否分別。文章刊出後，接獲一些傳媒朋友的查詢，他們希望了解多些詳情，特別是有關報紙不同發放平台的現況。我們再看手上的資料數據，發覺可以在這方面作進一步說明，介紹讀者使用印刷版、網上版和手機apps版的情況，特別是手機作為發放平台的新興趨勢。

本文引用的資料來自基督教研究中心委託中大傳播與民意調查中心於2012年5月進行的一項電話民意調查，此調查獲世界傳道會/那打素基金贊助研究經費。研究採用隨機抽樣方式，成功訪問了1505位15歲或以上的香港市民，回應率為69%。調查問及市民的看報情

況，被訪者中有1278位(即85%)表示有看報習慣，而看印刷版的有911人(61%)，看網上版的有403人(27%)，看手機apps版刷有273人(18%)。

在調查中，我們詢問被訪者通常用甚麼途徑看報紙。他們可選一個或多個途徑。結果顯示，較多人仍是只看印刷版報紙，但也有人透過不同及多個途徑看報，具體分佈如下：

- A. 只看印刷版：54.5%
- B. 只看網上版：15.7%
- C. 只看手機版：10.0%
- D. 看印刷及網上版：8.5%
- E. 看印刷及手機版：3.9%
- F. 看網上及手機版：3.0%
- G. 看印刷、網上及手機版：4.4%

表一：2012年香港市民閱讀報紙的情況 (%)

新聞機構	印刷版	網上版	手機版	總和*	印刷：網上：手機的比例
蘋果日報 (N=560)	27.1	32.4	66.7	37.2 (24.9)	44%：23%：33%
東方日報 (N=355)	31.5	8.1	12.7	23.6 (15.8)	81%：9%：10%
頭條日報 (N=272)	26.5	2.1	7.9	18.1 (12.1)	89%：3%：8%
Yahoo! (N=264)	--	61.1	6.5	17.5 (11.7)	0%：93%：7%
爽報 (N=121)	12.6	0.0	2.3	8.0 (5.4)	95%：0%：5%
明報 (N=117)	9.5	4.4	4.6	7.8 (5.2)	74%：15%：11%
am730 (N=88)	8.4	0.8	3.4	5.8 (3.9)	86%：3%：10%
星島日報 (N=72)	6.7	1.9	1.0	4.8 (3.2)	85%：11%：4%
晴報 (N=71)	7.4	0.2	0.6	4.7 (3.2)	96%：1%：3%
都市日報 (N=66)	6.6	0.5	1.4	4.4 (2.9)	91%：3%：6%
經濟日報 (N=44)	3.6	1.8	1.5	2.9 (2.0)	75%：16%：9%
太陽報 (N=36)	3.5	0.9	--	2.4 (1.6)	89%：11%：0%
信報 (N=30)	2.5	1.1	1.2	2.0 (1.3)	77%：13%：10%
南華早報 (N=21)	1.4	1.1	1.3	1.4 (0.9)	62%：19%：19%
Google (N=21)	--	4.7	0.7	1.4 (0.9)	0%：90%：10%
成報 (N=15)	1.5	0.2	0.0	1.0 (0.7)	93%：7%：0%
虎報 (N=13)	0.8	0.9	0.7	0.9 (0.6)	54%：31%：15%
新報 (N=9)	0.8	0.2	0.0	0.6 (0.4)	89%：11%：0%
文匯報 (N=6)	0.6	0.2	0.0	0.4 (0.3)	83%：17%：0%
大公報 (N=3)	0.2	0.2	0.0	0.2 (0.1)	67%：33%：0%
香港商報 (N=2)	0.1	0.2	0.0	0.1 (0.1)	50%：50%：0%
其他 (N=40)	0.5	3.5	7.1	2.7 (2.5)	18%：35%：48%
不回答 (N=25)	0.9	2.3	2.8	1.7 (1.1)	32%：36%：32%
總和 (N=2251)	153.0 (N=911)	128.7 (N=403)	123.2 (N=273)	149.6 (100.0) (N=1278)	56%：26%：18%

\* 回答問卷者可選多於一份報紙，括弧外的百分比數值是基於所有回應，因此總和大於100%，而括弧內的百分比數值則只按所得比例計算，總和是100%。

## 三種平台的閱報習慣

表一顯示香港市民看報的情況，其中包括不同類型的報紙(收費、免費、網站)，及不同的版面平台(印刷、網上、手機)。在三種版面中，各報紙的份額分佈情況相近，都是由某些報紙主導，但細看又可發現一些有趣的差別。各報在印刷、網上和手機的讀者比例，也值得大家留意。表中各個版面的總和超過100%，因部分市民閱讀多於一份報紙。

印刷版方面，佔較大份額的依次是《東方日報》、《蘋果日報》和《頭條日報》(各佔約三成)。網上版就以Yahoo!一枝獨秀(超過六成)，《蘋果日報》也佔頗大比例(三成多)。手機apps版是較新興的平台，各報投入的資源也不相同。《蘋果日報》在這方面最為矚目(佔了六成多)，之後包括《東方日報》、《頭條日報》、Yahoo!。把三種版面平台合計，《蘋果日報》所佔的比例最高，之後依次是《東方日報》、《頭條日報》、Yahoo!。在中上游的報紙包括《爽報》、《明報》、《am730》、《星島日報》、《晴報》、《都市日報》。接下來是《經濟日報》、《太陽報》、《信報》。

在印刷、網上和手機的讀者比例上，《蘋果日報》較為平均，它的印刷版雖仍佔最大比例，但已不到五成，而它的手機版比例卻有三分之一。其餘報紙仍以印刷版佔主導，而手機版有相當比例的包括《南華早報》、《虎報》、《明報》、《東方日報》、《am730》、《信報》、Google、《經濟日報》。《南華早報》、《信報》和《經濟日報》的網上版本來就要收費，它們開發收費手機版也屬順理成章，其手機讀者加上網上讀者的比例更達兩成多至三成多。

不同性別、年齡及教育程度人士對各種平台有不同偏好。性別方面，男性選擇網上版的比例較女性為高，而女性則較多選擇印刷版。年齡方面，15至29歲的人選擇手機的比例比其他組別為高，30至49歲者則略多選取互聯網，50歲或以上的人傾向印刷版。教育方面，中三或以下的人較喜歡印刷版。有專上教育程度者就有更高比例選擇手機和網絡。高中學歷者的喜好，就界乎上述兩個群組之間。

## 衍生八種閱報方式

將表一的數據加以濃縮整理，可得出表二。此表有兩個主軸，橫向的是內容發放平台，也可視之為不同科技形式的向度。縱向的是收費模式，主要分為收費和免費(包括網站)兩大類，收費報又細分為五種不同類型的報紙。

以發放平台及收費模式作交叉分析，從表二可得出八種類型(本應有九種，但入門網站新聞沒有印刷版)，它們所佔的讀者比例各異。其中以印刷收費報仍佔最大份額，有六成多的閱報者選擇這種方式。其次是印刷免費報，佔去四成多的比例。排第三及第四的分別是入門網站的免費新聞和收費報的手機版，各佔約兩成。第五位是收費報的網上版，佔了一成七。其餘的幾種方式只佔極低比例。表二中，九種方式的總和是171%，即是說閱報者平均看1.7份報紙。

可以說，以發行平台來看，印刷版報紙仍是主流(63%)，比網上版(23%)和手機版(14%)都要多。收費模式方面，收費報仍佔多數(58%)，之後是免費報(29%)和網站(13%)。

表二：2012年不同收費模式及不同發放平台報紙的比例(%)

收費模式	發放平台			
	印刷版	網上版	手機版	總和*
收費報	63.5 (37.1)	16.7 (9.8)	19.1 (11.1)	99.4 (58.0)
免費報	44.4 (25.9)	1.4 (0.8)	3.5 (2.1)	49.4 (28.8)
入門網站免費新聞	0.0 (0.0)	21.0 (12.2)	1.6 (0.9)	22.5 (13.2)
總和	108.0 (63.0)	39.1 (22.8)	24.2 (14.1)	171.2 (99.9)

\* 回答問卷者可選多於一份報紙，括弧外的百分比數值是基於所有回應，因此總和大於100%，而括弧內的百分比數值則只按所得比例計算，總和是100%。

免費報紙的總體發行量雖大，但在讀者心目中的閱讀率卻未見相若的高水平，由此可推斷讀者對收費報和免費報的閱讀習慣及態度都很不同。

## 手機版是報紙演化新階段

近年報業的發展可分為四個階段。第一階段是在1990年代初及以前，印刷收費報是絕對主流，報紙主要靠廣告及零售收入。到了約1995年，第二階段開始，免費的網上版報紙出現，印刷收費報的經營者用小量資源開闢了網上平台，但也有個別報紙決定要向其網上讀者收費，開展了兩個平台、兩種收費模式的局面。

第三階段是在2002年，第一份香港的免費報紙《都市日報》創刊，它靠地鐵網絡派送，很快就受到市民歡迎，而且有利可圖。其後多份免費報加入戰團，它們有些是獨立經營，有些是收費報業集團的附屬新刊物。於是看報的總人數增加，報業的廣告收益市場佔有率上升，同時報紙之間的競爭加劇。

到了第四階段，蘋果iPad於2008年面世，平板電腦開拓了一個新的流動平台，加上近數年利用手機apps看新聞逐漸流行，新科技令看報紙更方便，特別是對年輕人有吸引力。報業經營者希望推動手機及流動平台用戶成為訂戶，效果暫不算明顯，網上廣告收入仍未有太大進帳。

現時報業的走勢可說是「三多一合」：多發放平台、多收費模式、多競爭、融合經營。很多報館都有幾個內容平台，有些收費有些免費，不同平台以及報紙之間存在激烈競爭。報館採取綜合營運管理，結合不同平台和收費模式，有些兼營收費報和免費報，希望做出協同效應並減低經營風險。

印刷報的優勢在於能繼續吸引大量廣告，令網上版和手機版的「入侵」速度減慢。收費報的優點在於內容詳盡深入，免費報的致勝之道是免費及良好的發行網絡。網上版令讀者安坐家中或辦公室，即可遊走於無限資訊空間，

但如何吸引廣告仍待努力。

手機版有網上版特徵再加上流動優點，與市民的日常生活作息更密切，發展潛力應很大。手機成為大家的日常必需品，它可以隨身攜帶，有多種功能如通話、計時、記事、上網、音樂、娛樂、搜尋等，報業作為新聞資訊的提供者，搭上這班「手機便車」其實是很合理的發展。

現時已有一成人只用手機來看新聞，近兩成人用手機及其他途徑看新聞。這應該只是個開端，因為報業經營者已看到這是個未來趨勢，他們會投入更多資源，加上科技不斷進步，手機版新聞讀者的比例肯定會提高。



表二所顯示的八種閱報方式，將來會不斷互相滲透取代，值得作追蹤式觀察。相信只看印刷版報紙的讀者比例逐漸下降，看網上版和手機版的會上升，但變化速度如何就難以預測。在科幻電影和電視片集《星空奇遇記》(Star Trek: The Next Generation)中，Captain Jean-Luc Picard看書報和文件都是用先進的流動PDA，類似現時大家用的智能手機。看來這種無紙環境不會很快實現，但相信這一天要比以前的設想來得快一些。

蘇鑰機

香港中文大學新聞與傳播學院教授

葉菁華

香港中文大學崇基學院神學院副教授