



行政長官競選人於社交媒體中之應用調查：Facebook 專頁

行政長官競選人均明白社交媒體之普及，紛紛於 Facebook 中開設專頁。有些開設多年，繼續使用；有些於宣布競選後，獨立另開新頁；有些則逼不得已，剛剛啟用不久。這個調查，於 2017 年 2 月 18 日，記錄各競選人於 Facebook 中使用專頁的情況，並嘗試比較，找出各自特色，並作出分析。當中，曾俊華的專頁一枝獨秀，遙遙領先其他競選人專頁。社交媒體只是眾多宣傳之一，成功並不代表就能因此當選。但若競選人能成功爭取並得到市民認同，日後當選的特首，或可得到啟示，到底甚麼是市民所需，從而訂定施政方針。



社交媒體在香港之使用情況

根據 Facebook 最新統計數字，香港總人口為 732 萬人，當中 575 萬人為活躍網絡使用者（上網），480 萬人為活躍社交媒體使用者，滲透率為香港總人口百分之 66。香港流動電話之登記人數為 1300 萬，活躍流動電話社交媒體使用者為 430 萬人，滲透率為香港總人口百分之 59。除去即時通訊平台 Whatsapp（為單對單或小組通訊為主），每月活躍社交媒體用戶排名依次為 Facebook¹（510 萬）、微訊（360 萬）、YouTube（250 萬）、Instagram（210 萬），等等。

根據較早前 2015 年綜合數字分析²，百分之 64 香港總人口為活躍社交媒體用戶；當中，百分之 29 使用英文通訊，百分之 63 使用繁體中文，百分之 8 使用簡體中文。百分之 96 香港流動電話用戶每天使用流動電話上網，為亞洲之最。於 2015 年，香港人中，440 萬人為 Facebook 使用者，超過總人口一半。超過 310 萬人每天登入 Facebook，每次登入平均使用 30 分鐘。

數字顯示，社交媒體為香港人日常生活溝通的一部份。使用人數眾多。相比起許多傳統媒體使用人數，有過之而無不及。從香港 732 萬人當中，510 萬

¹ Facebook 提供最新數字

² <http://www.go-globe.hk/blog/social-media-hong-kong/>

Facebook 每月活躍使用者，證明社交媒體接觸面廣，並不如部份人所說，只有年輕人才使用。

競選人於 Facebook 之應用分析

五位有意競選香港特別行政區行政長官人仕，包括：曾俊華、胡國興、葉劉淑儀、林鄭月娥、梁國雄³，均有利用社交媒體，與市民接觸，爭取支持。其中，Facebook (面書) 為最多人使用之社交網絡 (Social Networking)。分析他們如何使用 Facebook 專頁，就可瞭解他們與市民互動的最新動態。以下為 2 月 18 日所收集的數據作分析。

Facebook 專頁整體數據

如表一所示，大部份競選人均獲得一定市民的關注，讚的數目由幾萬到二十多萬不等。不過，要留意專頁建立日期。葉劉淑儀及梁國雄均已開設多年，顯示數字為所獲得累積的總數；曾俊華原先有個人本頁，但宣佈競選後，才開設獨立專頁，由 1 月 19 日起，至 2 月 18 日止的一個月內，便有 19 萬 3 千多個讚；林鄭月娥原先表示不會開設專頁，但後來還是於 2 月 6 日啟動了，至 2 月 18 日，兩星期內合共獲得 2 萬 6 千個讚。



表一：行政長官競選人 Facebook 專頁整體數據

讚	影片	相片			
		Cover	Profile	Timeline	其他
專頁名稱：《John Tsang 曾俊華》；建立日期：19/1/2017					
193,770	21	5	2	66	9
專頁名稱：《Woo Kwok Hing 胡國興》；建立日期：24/11/2016					
41,846	27	1	1	182	5
專頁名稱：《Regina IP 葉劉淑儀》；建立日期：2008					
81,757	77	21	24	2,126	418
專頁名稱：《林鄭辦公室》；建立日期：6/2/2017					
26,640	5	1	1	8	0
專頁名稱：《Leung Kwok Hung》；建立日期：2011					
225,533	255	22	0	1324	10958

³ 梁國雄已於 2 月 25 日宣告，因公民提名人數不足，退出競選

專頁多媒體內容：發文、轉發、相片、或影片

從以下各表數字綜合分析，曾俊華的帖文，得到較多而穩定的市民支持，就以最近的連續五個帖文，讚的數目由 3 千多至 8 千多，唯分享數甚少，顯示支持者為個人行為，主動分享轉發推廣內容卻非常克制。胡國興的帖文，得到的支持也不少，11 個帖文中，有一半過千，由 1 千 2 百至 4 千多。葉劉淑儀與梁國雄的支持相對較少，連續 11 個帖文，都沒有一個超過 5 百。林鄭辦公室只建立兩星期專頁，總共加起來，有 16 個帖文，轉發，相片更新，或影片等。內容爭議性較大，市民互動由幾千到幾萬，但就讚與嘍數目同時不少。例如，於專頁設立時的 Cover 及 Profile 相片設定，均有 2、3 萬；而嘍數目竟為讚的 10 倍之數 (43781 : 4577)。

表二：行政長官競選人曾俊華 Facebook 專頁最近帖文 (部份選取)

日期	標題	讚	評語	分享
17/2	長沙灣社企 Ateen	6,529	198	161
17/2	hkej 信報訪問 (1:40) video share	4,707	179	1
17/2	Video: Connect 2 video (7:44)	6,945	264	369
17/2	Chage Profile Pic	8,057	285	0
17/2	SCMP video interview (fb live) share	3,224	137	0

表三：行政長官競選人胡國興 Facebook 專頁最近帖文 (部份選取)

日期	標題	讚	評語	分享
18/2	家庭是社會核心	267	2	5
18/2	「民主政綱先決計劃」多謝！	1,200	77	47
18/2	如何向中央取回部分單程証來港移民的審批權？	795	35	55
18/2	我與社福同行 昨晚與社福同行	597	12	12
18/2	明天下午四時將於旺角行人專用區與長毛對談	649	32	0
17/2	講得好！香港人，勿忘初衷，	3,300	115	203
17/2	提名委員會混合組別嘅問題可以點解決？	387	22	17
17/2	我都喜歡睇中醫！	1,300	50	37
16/2	感謝高教界六名選委支持。	3,700	137	77
16/2	政改之後為基本法 22 及 23 條立法，保障一國兩制	731	29	0
16/2	基本法 22 條本地立法，絕對可行！	4,100	190	423

表四：行政長官競選人葉劉淑儀 Facebook 專頁最近帖文 (部份選取)

日期	標題	讚	評語	分享
16/2	【社福公民與葉劉對談】	846	67	26

18/2	新聞稿 - 葉劉淑儀 與體育界選委會面 - 昨日 (17日) 下午	118	5	0
18/2	新聞稿 - 葉劉淑儀 與紡織及製衣界選委會面	151	2	4
18/2	【《人民大道中》訪問】	195	16	2
18/2	【《人民大道中》的兩位主持】	145	12	0
17/2	【預告：黃毓民－毓民會客室】	175	25	2
17/2	新聞稿-葉劉淑儀 與香港道教聯合會會面	275	19	11
16/2	新聞稿 - 葉劉淑儀 與建築、測量、都市規劃及園境界選委會面 - 今日 (16日) 下午，	213	11	3
16/2	新聞稿 - 葉劉淑儀 與香港兒科醫學會會面 - 昨日 (15日) 下午，	272	6	4
16/2	新聞稿 - 葉劉淑儀 與香港高級公務員協會會面 昨日 (15日) 晚上	291	9	12
16/2	新聞稿 - 葉劉淑儀 與演藝界選委會面	227	16	4

表五：行政長官競選人林鄭辦公室 Facebook 專頁最近帖文 (部份選取)

日期	標題	讚	騷	評語	分享
17/2	【黃金寶和林太與香港人同行】	651	2,149	839	50
15/2	【余黎青萍與林太和香港人同行】	928	3,608	1,888	153
14/2	今天是情人節	2,082	7,834	3,695	653
11/2	元宵佳節	1,941	7,623	2,861	140
11/2	恭喜 Sarah、孟昭娟和逢瑤在比賽中再創佳績！	1,153	4,170	1,238	58
10/2	我知道港鐵發生嚴重事故	1,058	5,873	1,932	107
10/2	小編：今日 4 點，Carrie 會同卿姐做 facebook live 直播	556	4,446	1,104	0
9/2	【楊志超與林太和香港人同行】	890	7,241	2,217	146
9/2	小編：今朝唔知醒又要焗住飛的返工	1,002	7,066	3,222	124
9/2	今天又是新的一天，希望各位工作順利。天氣稍涼，各位朋友記得添衣，注意保暖	1,852	8,717	1,817	69
7/2	新聞稿 (圖)	1,246	8,137	1,825	47
7/2	【任總和林太與香港人同行】	1,402	10,988	2,556	237
6/2	新聞稿 (圖)	1,651	17,402	3,558	88
6/2	大家好，我係 Carrie，有人叫我林鄭。歡迎大家來到林鄭辦公室。	4,148	38,338	8,402	1,226
6/2	設立 profile 相片	2,668	24,552	3,284	168
6/2	設立 cover 相片	1,909	19,229	2,358	104

表六：行政長官競選人梁國雄 Facebook 專頁最近帖文 (部份選取)

日期	標題	讚	翹	評語	分享
18/2	沙田街市天橋呼籲市民提名	254	35	24	15
18/2	【工務小組休會前仍無法表決基本工程儲備基金】	77	0	7	4
18/2	【工務小組休會前仍無法表決基本工程儲備基金】	90	15	5	4
18/2	【工務 #拉布】	94	28	7	0
17/2	【工務拉布：用殖民地嘅制度，嚟捆綁通過現行工程撥款】	177	20	10	21
17/2	【#力爭公民提名 提名長毛人數已達 10107 人】	444	62	62	47
16/2	長毛早前上「決戰中環」，回應收集公民提名	136	31	15	3
16/2	調景嶺站 A 出口，收集公民提名	282	49	21	7
16/2	紅磡站理工橋派發單張	346	56	53	12
15/2	shared 社會民主連線's photo	146	33	17	0
14/2	中環街頭戲院里上，蒐集公民提名簽名	164	34	27	8

影片說故事要既吸引、又感人；社交媒體必須讓市民參與互動

曾俊華 Facebook 專頁影片共有 21 條。讚與瀏覽人數眾多，由 4 千多到 2 萬 9 千個讚，由 6 萬 9 千到 52 萬瀏覽數。最多讚數為 1 月 23 日的「森美 X 曾俊華 拍住上 (3 分 11 秒)」，當時策略尚未形成，但已引起廣泛關注。



主題內容創意澎湃，驚喜浪接浪；而且做到既吸引，而又感人。一系列感人影片「拍住上」系列，分階段播出；接著推出眾籌籌募款項；推出政綱後，回應市民，以「我係曾俊華，你問我答」及親自打電話給市民，徵詢意見，以「曾。Connect」系列推出。推出影片時間，亦經過精心策劃。星期一，推政綱；星期二，跟進市民意見；星期六、日，參觀美食車、輕鬆參加馬拉松直播，及推出曾太溫情片。

競選特首，不能只走溫情感人路線，必須有內容，拿出施政理念，並回應市民疑慮。現在，專頁內容表現出，溫情與嚴肅內容兼備。

表七：行政長官競選人曾俊華 Facebook 專頁影片 (21)

日期	標題	讚	評語	分享	瀏覽
----	----	---	----	----	----

16/2 (四)	曾。Connect (二)(7:44)	6,945	270	374	77,069
14/2 (二) (情人節)	願天下有情人終成眷屬 (0:40)	12,275	388	360	157,712
14/2 (二) (情人節)	曾。Connect (一)(4:40)	17,838	1,164	2,930	381,030
12/2 (日)	曾黃蓮華 X 曾俊華 拍住上 (3:59)	24,617	1,456	3,293	448,148
11/2 (六)	同馬拉松選手加油 Live (11:30)	21,832	2,837	1,786	491,157
8/2 (三)	基哥 X 曾俊華 拍住上 (2:37)	8,271	395	334	126,126
7/2 (二)	我係曾俊華，你問我答 (四) (5:39)	5,745	383	200	69,897
6/2 (一)	2017 特首候選人曾俊華政綱 (1:06:35)	8,304	2,922	425	106,096
4/2 (六)	美食車 (0:40)	9,753	184	211	150,219
4/2 (六)	鴨脷洲落區 (3:02)	13,329	1,969	469	223,972
3/2 (五)	曾俊華競選籌款計劃 100 萬元 里程碑 (1:56)	17,208	741	1,220	226,149
3/2 (五)	請支持曾俊華競選籌款計劃 (0:56)	19,295	592	2,486	312,120
3/2 (五)	麥齊光 X 曾俊華 拍住上 (4:01)	11,656	407	1,119	172,554
2/2 (四)	我係曾俊華，你問我答(三) (6:56)	4,843	244	174	61,353
1/2 (三) (假期後)	我係曾俊華，你問我答(二) (3:50)	5,821	304	280	71,743
29/1 (日) (年初二)	歐陽桂慧敏 X 曾俊華 拍住上 (3:41)	8,707	287	579	131,335
28/1 (六) (年初一)	祝香港市民一團和氣 (0:33)	18,119	529	462	215,333
27/1 (五) (年卅晚)	我係曾俊華，你問我答 (3:21)	14,004	802	588	137,587
23/1 (一)	森美 X 曾俊華 拍住上 (3:11)	29,069	701	4,174	522,001
21/1 (六)	1 月 21 日競選辦開幕 (1:22)	21,296	799	615	244,028
19/1 (四)	2017 香港特別行政區行政長官 選舉參選人曾俊華參選演講	26,088	6,236	2,146	349,747

胡國興 Facebook 專頁影片共有 13 條。讚人數平均而且全都過千。最多讚數為 2 月 15 日的「基本法 22 條本地立法，絕對可行！」，有 4 千 1 百及最多瀏覽為「22 條反干預」，有 5 萬。內容關於政改等議題均受歡迎，內容也有溫情及其他主題。



表八：行政長官競選人胡國興 Facebook 專頁影片 (13)

日期	標題	讚	評語	分享	瀏覽
15/2 (三)	基本法 22 條本地立法，絕對可行！	4,100	190	423	47,234
14/2 (二)	#情人節	3,300	122	77	34,654
12/2 (日)	23 條立法必須在政改通過後進行	2,700	140	321	38,530
10/2 (五)	22 條反干預	3,300	159	420	50,000
6/2 (一)	Bye Bye	3,000	88	114	34,466
3/2 (五)	仲打得	3,000	129	115	36,780
2/2 (四)	不是開空頭支票，就是利益輸送	2,000	136	212	29,559
2/2 (四)	Startup @ WeWork	1,100	29	42	8,857
31/1 (二) (初四)	賀歲盃現場！傑志加油！香港加油！	1,900	84	28	13,864
31/1 (二) (初四)	堅庭，你好嘢！	1,700	66	105	17,426
30/1 (一) (初三)	謝·大鈞	1,100	37	43	12,807
28/1 (六) (初一)	恭喜發財！同大家拜個年先！	3,200	214	66	21,794
4/12/2016 (日)	跟大家分享「十分胡國興」在這星期天 輕鬆一下。	2,300	298	363	

葉劉淑儀 Facebook 專頁已經開設多年，今次分析抽取近期影片共 8 條。讚的人數不多，均只是數百之數。其中，最多讚數為 2 月 12 日的「葉劉淑儀公布政綱（更新版）記者會」，有 1 千 1 百；最多瀏覽為 2 月 16 日的「社福公民與葉劉對談」，有 4 萬 2 千。部份瀏覽人數不少；可是，並未能提升讚的數目，顯示市民讀者理性克制，小心表達個人感受。



表九：行政長官競選人葉劉淑儀 Facebook 專頁影片 (8, 選取部份)

日期	標題	讚	評語	分享	瀏覽
16/2 (四)	【社福公民與葉劉對談】	875	72	30	42,369
15/2 (三)	【面對競爭 改善管理 保國際航運中心地位】	950	83	36	74,129
15/2 (三)	【探訪保良局】	503	17	13	4,885
14/2 (二)	【情人節囍匯派花】	487	23	16	6,253
12/2 (日)	葉劉淑儀公布政綱（更新版）記者會	1,100	27	49	11,986
10/2 (五)	【預告：公布政綱（更新版）直播】	847	76	31	8,353

10/2 (五)	新聞稿 - 葉劉淑儀 出席香港金融業志同會	341	10	5	2,441
7/2 (二)	【回應曾俊華先生的政綱】	793	69	32	11,455

林鄭辦公室 Facebook 專頁開設只兩星期，其中 4 條影片均是別人說對林鄭月娥的觀感，另一條為林鄭月娥跟多位年輕人學習使用 Facebook 的經過 (6/2)⁴。由於專頁總發文不多，影片亦只是發文中的其中幾則，數據也為之前發文表格中列出討論，在此不再重覆。

表十：行政長官競選人林鄭辦公室 Facebook 專頁影片 (5)

日期	標題	讚	踎	評語	分享
17/2 (五)	【黃金寶和林太與香港人同行】	651	2,149	839	50
15/2 (三)	【余黎青萍與林太和香港人同行】	928	3,608	1,888	153
9/2 (四)	【楊志超與林太和香港人同行】	890	7,241	2,217	146
7/2 (二)	【任總和林太與香港人同行】	1,402	10,988	2,556	237
6/2 (一)	大家好，我係 Carrie，有人叫我林鄭。 歡迎大家來到林鄭辦公室。	4,148	38,338	8,402	1,226

梁國雄 Facebook 專頁已經開設多年，今次分析 1 月 19 日起的影片共 10 條。讚的人數不多，均只是數百之數。其中，最多讚數為 1 月 24 日的「學生自殺」，有 746；亦為最多瀏覽人次，有 2 萬。與葉劉淑儀專頁有相似之處，部份瀏覽人數不少，但未能提升讚的數目，顯示市民讀者理性克制，小心表達個人感受。

表十一：行政長官競選人梁國雄 Facebook 專頁影片 (10, 選取部份)

日期	標題	讚	踎	評語	分享	瀏覽
19/1	長毛就主席無理裁決，接受記者訪問	522	63	51	40	9,700
19/1	【中止待續梁振英讀施政報告 因講嚟嘅時間】	268	23	13	15	10,000
19/1	向梁振英追數要求全民退保被逐	296	5	7	31	8,800
19/1	長毛於梁振英宣讀施政報告後， 見記招回應報告	249	37	10	22	9,400
21/1	【批評梁振英沒有在施政報告中 落實全民退休保障】	252	4	6	12	6,400
22/1	食環打壓異見※政治審查可恥	362	130	14	31	9,500
24/1	【學生自殺】	746	76	31	194	20,000
27/1	【長毛 x Neil Young】	211	2	8	25	6,800
30/1	反對釋法，停止覆核！	835	18	32	47	15,000
1/2	食環署濫權不公！	629	277	157	127	19,000

⁴ 於 2 月 20 日，專頁推出 3 條影片【與你同行：政綱第二「步」】介紹部份政綱理念

討論

Facebook 的誤解

Facebook 只是年輕人的玩意：數據指出，在 730 萬香港人當中，有 510 萬人為 Facebook 每月活躍使用者。所以，Facebook 為一個普及的媒體，並不只是一撮人的玩意。

爭取 Facebook 讚，很容易，請朋友多按幾次：市民有可能混淆了讚與瀏覽的分別。用戶多看幾次帖文，確可提高瀏覽量總數。但按讚則根據登記用戶，只可按一次，不會重複計算。

Facebook 使用者，讚開就讚：從以上各競選人的帖文及相片數據中，其實 Facebook 使用者都非常理性，或有個性，他們不感興趣的，讚數只得數十個，曾俊華也好、胡國興也好，都不會多。他們感興趣的，則幾百、幾千，甚至幾萬也有。部份吸引人的，感人的，得到廣大市民認同的，我們或可明白。但有些非常簡單，卻大受歡迎的帖文或相片，我們未必能夠明白，只能繼續學習。總的來說，並不是某人帖文，便一定受歡迎，或不受歡迎。

製作 Facebook 多媒體內容，就如文章或影片製作：要說故事

設立 Facebook 專頁，就有公關之意，建立良好形象。內容製作，第一，要吸引讀者；最後，要感動讀者。要吸引讀者停下來，多睇多看，才能深入瞭解，才能明白，才可引起共鳴，才能得到支持。這些理念，不能放棄；否則，縱使個別帖文，大受歡迎，也不能持久。

但社交媒體的特色，卻大相逕庭，鼓勵簡短、表面、浮誇、視覺效果，怎麼辦？那就唯有多發揮創意！吸引、感動的原素不能放棄，故事表達卻要簡短。今次 Facebook 專頁內的短片，均能達到效果，引起廣大群眾的共鳴。複雜數據就要先代讀者消化，再重新整理包裝展示。有需要時，多分開幾次發帖，讓讀者逐少吸收，慢慢消化明白。今次 Facebook 專頁內，看到很多信息圖表 (Infographic) 製作帖文，免流於表面，或口號式宣傳，值得一讚。

社交媒體重視溝通互動：請勿張貼新聞稿！

社交媒體重視溝通，建立朋友網絡，互信，及而發展成為有共同理念的網絡社群。這與傳統媒體由少數編輯管控內容，以單一廣播發布形式有根本性的分別。

今次，各競選人均同時設立網站發布信息。以傳統方式，於網站發布並無不妥。可是，以「新聞稿」、「昨天」帖文，卻完全違反社交媒體的即時互動溝通之意；以「小編」、「辦公室」稱謂，則顯示無意以個人朋友關係建立互信；在無視社交媒體溝通文化的前提下，卻硬將個人信念放進來，導致大災難：人人使用自己社交媒體反抗起來！

別忘了，社交媒體並不是由少數人操控的傳統媒體，每個人就是一個媒體，隨時可以透過自己戶口、群組，專頁等，發布，分享，表達！

競選人選擇利用社交媒體，其實已經令今次選舉成功開展！使用了社交媒體，讓競選人採取了主動，隨時發放自己的施政理念，所有選舉活動過程變得透明；不但沒有受到傳統媒體的限制，反過來，促使傳統媒體因社交媒體的頻繁互動，緊跟競選人作報道。過去一個月，電台電視天天找競選人訪問回應社會時事、政府政策、提出個人施政理念。讓競選人各自使出混身解數，讓市民大眾自由評論，讓選委更加瞭解香港市民所需，去選出最合適的香港特首。

馬偉傑

香港樹仁大學新聞與傳播學系

網絡傳播研究中心執行長

<http://www.hksyu.edu/ocrc>

3.2017