

CNN 全球戰略與未來發展報告

在全球媒體產業快速變革的時代，CNN 正積極推動數位轉型、內容創新，並強化全球市場影響力。面對新聞消費習慣的轉變，CNN 聚焦於 數位新聞、AI 技術應用、串流新聞服務，並在全球範圍內，特別是亞洲市場（如日本），深化報導內容，以滿足不同受眾需求。本報告說明 CNN 當前的核心策略與未來發展規劃，以及在新聞產業中的競爭優勢。

一、CNN 全球戰略規劃

1. CNN 全球新聞戰略與市場重點

(1) CNN 在亞洲市場的發展策略

- 日本作為全球重要市場，擁有高度科技創新與文化影響力，CNN 將日本列為 2024 年在亞洲的首要發展目標。
- 透過深入報導日本科技、文化、旅遊與社會議題，CNN 希望吸引全球觀眾關注，並拓展亞洲市場的影響力。

(2) CNN 與美國政治的關係

- CNN 堅持「公正、客觀、嚴謹」的新聞原則，並持續報導包括美國、中國、日本等國際政治議題。
- 在 2024 年美國總統大選前，CNN 促成拜登與川普的首場辯論，顯示其在國際新聞界的重要性。
- CNN 擁有廣泛的受眾，包括共和黨與民主黨支持者，並致力於提供多元視角的新聞內容，確保新聞報導的平衡性。

2. CNN 的數位轉型與未來發展

(1) 新聞消費模式的轉變

- 短影音新聞崛起：
 - CNN 發現年輕觀眾更傾向於透過 TikTok、YouTube 等平台獲取新聞資訊，例如：CNN 在 TikTok 上發布的薩爾瓦多監獄黑幫報導，5 天內達 3,050 萬觀看次數，遠超 YouTube 的 700-800 萬。
 - 深度新聞解析（如加薩戰爭歷史、全球經濟政策）仍然吸引大量年輕受眾，顯示「年輕人不關心新聞」是一種誤解。
- 數位新聞個人化發展：
 - CNN 透過數據分析了解觀眾需求，並使用 AI 技術提供個人化新聞內容，使觀眾能更快速獲取相關資訊。

(2) CNN 訂閱制新聞與全球拓展

- CNN.com 訂閱模式已在美國推出，未來將逐步拓展至全球市場。
- 採取「免費 + 付費增值內容」模式，讓普通觀眾可免費獲取新聞，同時提供額外的獨家分析與專題報導給訂閱用戶。
- 目前 CNN 每月擁有 1.5 億活躍訪客，目標是增加付費用戶比例，同時確保新聞的可及性。

3. AI 技術與未來新聞發展

(1) AI 在新聞產業的應用

CNN 正積極探索 AI 技術，以提升新聞內容的效率與品質，具體應用包括：

- AI 自動翻譯新聞，讓觀眾可選擇不同語言觀看 CNN 報導。
- AI 輔助新聞製作：
 - 在 川普「封口費案」審判中，CNN 透過 AI 快速將法院逐字稿轉換為具視覺效果的新聞內容，數小時內即可播出。
 - AI 可用於新聞動畫、圖表與內容推薦，提高新聞的可讀性與互動性。

(2) AI 無法取代新聞的真實性

- CNN 強調，儘管 AI 能提升新聞製作的效率，但新聞的「人性化、真實性、共鳴感」仍不可取代。
- CNN 的知名主播（如 Wolf Blitzer、Anderson Cooper）之所以深受觀眾喜愛，是因為他們能夠展現專業素養與同理心，這是 AI 無法完全取代的新聞價值。

4. CNN 的串流新聞與未來規劃

(1) 傳統電視新聞的轉型

- CNN 不會放棄電視新聞，但將重新設計新聞內容，讓其更具互動性與即時性。

(2) CNN 串流新聞服務

- CNN 計畫推出訂閱制串流新聞平台，讓觀眾隨時隨地觀看 Richard Quest、Christiane Amanpour、Anderson Cooper 等主播的新聞報導。
- 串流新聞服務將支援手機、智慧電視、平板、筆電、遊戲主機等多種裝置，以確保新聞的可及性。

5. CNN 未來展望

(1) CNN 未來將聚焦以下關鍵發展方向：

- 深化數位新聞佈局，優化短影音新聞與垂直影片報導，擴展年輕觀眾群。
- 強化 AI 技術應用，提升新聞個人化體驗，並發展即時翻譯功能，讓

全球觀眾無語言障礙地獲取新聞。

- 發展訂閱制新聞，提供高價值內容，吸引更多忠實訂閱用戶，提升營收模式的多元性。
- 擴展亞洲市場，特別是日本，以高品質專題報導滿足國際市場需求，提升 CNN 的影響力。

(2) CNN 的未來發展規劃

- 數位營收目標：CNN 計畫在 2030 年前，數位新聞業務達到 10 億美元營收。
- 全球新聞生態的影響力：持續推動國際新聞報導，確保 CNN 在全球新聞市場的領導地位。
- 串流新聞的佈局：CNN 計畫打造全球最具競爭力的新聞串流平台，確保觀眾能夠隨時隨地觀看高品質新聞內容。

重點摘要：CNN 的未來發展方向

1. 深化數位新聞發展，加強短影音與個人化新聞體驗。
2. 善用 AI 技術，提升新聞內容的翻譯與分析能力，但堅持新聞的真實性與人文價值。
3. 拓展全球訂閱制新聞，確保 CNN 擁有穩定的數位營收來源。
4. 推動串流新聞平台，讓 CNN 成為全球最具影響力的新聞服務提供者。
5. 擴展亞洲市場，尤其是日本，以提供高品質的專題報導，吸引全球觀眾關注。

二、CNN 數位工具運用

1. **簡化數位行銷生態系，提高受眾清晰度**
 - 當前數位行銷環境充滿複雜的技術層層堆疊，可能導致受眾畫像模糊，影響品牌投放成效。
 - CNN 採取「簡化技術應用」的策略，以更清楚地理解現有及潛在受眾，確保內容能精準觸及目標群體。
2. **CNN 「Engage」團隊：整合技術提升廣告效果**
 - CNN 成立 Engage 團隊，專注於優化數位技術，確保品牌廣告及內容行銷能夠有效觸及受眾，並提升投放成效。
 - 此團隊負責整合 廣告技術（AdTech）、行銷技術（MarTech）與數據分析，避免不必要的技術重疊，提高營銷效率。
3. **社群分發與精準投放策略**
 - CNN 透過母公司 Warner Bros. Discovery 的娛樂與體育資源，提供全方位內容分發，並搭配社群投放機制 Launchpad 擴大內容影響力。

- 這種多管道分發策略，確保品牌故事能夠觸及更多適合的受眾。
- 4. **AI 與機器學習在廣告與行銷中的應用**
 - 機器學習 (ML) 已廣泛應用於 CNN 的行銷決策，幫助提升廣告投放效率，減少人工作業時間。
 - AI 分析歷史數據、受眾行為與市場趨勢，優化廣告內容的呈現時間、地點與目標受眾，提高轉換率。
 - AI 在 CNN 內部廣告決策引擎 中發揮關鍵作用，確保內容與品牌訊息能在正確的時機與平台出現，達到最佳效果。
- 5. **案例：旅遊業的 AI 行銷最佳實踐**
 - CNN 透過 AI 技術，幫助旅遊品牌精準鎖定目標受眾，從原先鎖定的舊客戶群擴展至新增 50% 的高互動潛在客群。
 - 這顯示 AI 不僅能提高受眾觸及率，還能提升品牌互動，創造更高的轉換與影響力。
- 6. **行業技術創新與用戶體驗的平衡**
 - 行銷科技創新速度快，品牌必須快速適應並測試新技術，但需謹慎評估，確保技術應用不影響用戶體驗。
 - CNN 強調「技術應用的適度性」，避免過度倚賴技術而失去與消費者的連結機會。

三、CNN 故事行銷手法

1. **故事行銷的重要性**
 - 品牌溝通已從單純產品導向轉向「故事導向」。
 - CNN 透過「品牌故事」來創造可衡量的商業價值，並提升品牌影響力。
 - 有效的故事行銷需要結合數據分析與受眾洞察，確保內容符合品牌需求與受眾期待。
2. **「目的性故事」的崛起**
 - 越來越多品牌將重點放在「具社會價值的故事」，特別是與永續發展相關的主題。
 - 受眾對於能夠展現品牌價值與社會責任的故事更加感興趣。
 - CNN 提供「Tech for Good」與「Generation Change」等專案，結合品牌需求與社會議題，創造具影響力的內容。
3. **成功案例：Samsung x 海洋微塑膠污染**
 - CNN 透過專業品牌工作室，為三星製作了一部關於海洋微塑膠污染的品牌故事影片。

- 影片聚焦在海洋生物學家 Martina Capriotti 的故事，展現問題並提供具體解決方案（如三星研發的洗衣機濾網）。
 - 此類內容不僅提升品牌價值，也讓受眾感受到品牌的社會責任。
4. **品牌安全與可信度**
- 研究顯示，在可信賴的新聞環境中投放品牌故事，能夠有效提升品牌形象與影響力。
 - 「品牌內容應具備高品質、視覺吸引力與可信度」，特別是針對年輕、受過良好教育的資訊導向受眾。
5. **永續製作模式**
- CNN 已實踐五年「低碳內容製作」，並透過數位流程與碳補償計畫，減少廣告與影片製作的碳足跡。
 - 他們鼓勵整個產業共同朝向**2030 年「淨零碳排」**的目標邁進。
6. **AI 在品牌故事中的角色**
- AI 可用於提升內容製作效率，但無法取代「真實」與「人性化」的故事。
 - 品牌故事仍需建立在人物、真實經驗與可信資訊的基礎上，AI 只是輔助工具。

四、TaiwanPlus 可參考借鏡之處

CNN 透過數位轉型、AI 技術應用、短影音新聞、訂閱制新聞、串流新聞發展與全球市場拓展等策略，鞏固在國際新聞市場的競爭力。TaiwanPlus 可借鏡參考的重點如下：

1. 數位新聞發展與短影音策略

(1) 強化短影音新聞，吸引年輕受眾

- CNN 發現 **TikTok、YouTube 短影音** 在年輕族群中更具吸引力，例如 CNN 在 TikTok 上的黑幫監獄報導，觀看次數遠超 YouTube。
- TaiwanPlus 可投入更多資源於短影音新聞，例如製作 1-3 分鐘的新聞摘要、深度解析短片，並強化 TikTok、Instagram Reels、YouTube Shorts 等平台的內容布局。
- 透過字幕、多語言翻譯與精簡視覺化內容，使國際觀眾更容易理解新聞重點。

(2) 拓展個人化新聞體驗，提高受眾黏著度

- CNN 利用 AI 分析觀眾興趣，提供個人化新聞推薦，讓用戶能獲得更相關的新聞內容。
- TaiwanPlus 可開發 AI 驅動的新聞推薦系統，根據觀眾的觀看歷史與偏好，提供個人化新聞內容，提高觀眾的留存率與互動率。

2. AI 技術應用：提升新聞翻譯與製作效率

(1) AI 翻譯技術，擴大全球影響力

- CNN 使用 AI 自動翻譯新聞內容，讓觀眾能以不同語言觀看報導。
- TaiwanPlus 作為台灣的國際媒體，可引進 AI 翻譯技術，提供 英語、西班牙語、法語、日語等多語言版本，擴大國際受眾群體。
- 可利用 AI 進行字幕自動生成，提升影片製作效率，確保內容更快推向國際市場。

(2) AI 輔助新聞製作，提高內容產出速度

- CNN 在川普「封口費案」審判中，利用 AI 快速轉換法院逐字稿為新聞內容，短時間內即能製作出具視覺效果的新聞報導。
- TaiwanPlus 可引進 AI 自動化新聞整理工具，如將新聞逐字稿轉換為影像新聞，提高新聞產出的即時性與效率。
- AI 還可應用於 新聞動畫、資料圖表製作、內容標題優化，讓新聞更具吸引力。

3. 亞洲市場與全球佈局策略

(1) 深化亞洲市場，提升 TaiwanPlus 國際影響力

- CNN 將日本列為亞洲市場發展重點，透過深入報導日本科技、文化、旅遊與社會議題，擴大影響力。
- TaiwanPlus 亦可加強亞太市場佈局，例如：
 - 深入報導 東南亞、韓國、日本 等地的國際議題，吸引更多亞太觀眾關注 TaiwanPlus。
 - 透過 與國際媒體合作（如 BBC、NHK、Al Jazeera），提升 TaiwanPlus 在國際新聞市場的能見度。

(2) 強化國際專題報導，建立 TaiwanPlus 特色

- CNN 透過高品質的專題報導，如美國大選、全球經濟趨勢，確保其國際新聞領導地位。
- TaiwanPlus 可借鏡 CNN，推出具國際關注度的台灣專題，如：
 - 台灣半導體產業（全球晶片產業影響）
 - 台灣科技創新（AI、電動車、綠能科技）
 - 台灣國際外交（台灣與全球夥伴的合作關係）
 - 文化與觀光（如台灣夜市文化、美食、原住民文化等）

4. 故事行銷策略

(1) 強化品牌故事行銷策略

- TaiwanPlus 可學習 CNN 以故事為核心的行銷模式，透過真實人物與事件來提升內容影響力。
- 結合「品牌價值」與「社會議題」，如環保、科技創新、文化保存等，讓內容更具意義。

(2) 發展高品質、多元格式的品牌內容

- 參考 CNN 製作的微紀錄片（Micro Doc）、短片與社群影音，提供多元內容型態，滿足不同平台的需求。
- TaiwanPlus 可開發短影音內容，在 YouTube Shorts、Instagram Reels、TikTok 等平台觸及更多年輕受眾。

(3) 導入 AI，提升內容創作效率，但保持「人性化」

- 可運用 AI 來提升影片剪輯、字幕翻譯、內容推薦等技術，但需確保內容仍以真實故事為核心。
- CNN 的觀點：「AI 不能取代真實故事」，可作為 TaiwanPlus 在數位轉型時的重要原則。