

大陆新媒体对台传播影响评估与启示

周 杨

摘 要：2025 年 12 月，民进党当局宣布对大陆社交平台小红书实施为期一年的封禁。针对民进党当局一直限制大陆新媒体的在台使用，本文深入考察了大陆新媒体在台湾地区的传播现状及其影响。研究发现：大陆新媒体在台湾地区已形成一定规模的用户基础，使用率呈上升趋势，尤受年轻人欢迎；台湾民众对大陆新媒体有一定的信任度，用户群体不分“蓝绿”。在实际影响方面，台湾用户对大陆新媒体的依赖程度较高，使用大陆新媒体不仅有助于促进台湾民众对大陆的认知与情感转化，还有助于增进两岸理解与认同。本文提出，应继续发挥新媒体传播优势，从推动新媒体平台提供更多便利措施、优化新媒体平台的议题设置、加强虚假信息治理的网络监管机制等方面，加强体系化设计，以提升对台传播的整体成效。

关键字：新媒体；对台传播；台湾当局；两岸关系

作者简介：周杨，文学博士，北京大学信息管理系博雅博士后、北京大学出版研究院助理研究员

中图分类号：G206.2

文献标识码：A

文章编号：1006-6683（2025）06-0081-10

近年来，大陆新媒体在台湾地区的影响力不断提升。民进党当局出于一党私利，接连出台限制性政策，对大陆新媒体在台湾地区的传播进行打压。2022 年，台湾地区数位发展部门将小红书、抖音等新媒体应用列为“危害台湾资通安全产品”。2025 年 7 月，台湾地区相关管理部门表示，小红书、抖音、微信、微博和百度云盘等大陆新媒体、应用程序涉及“过度收集个人资料、可定位、识别脸部特征等安全风险”。综合来看，民进党当局一方面通过操纵岛内新媒体“黑化”大陆，在岛内煽动“仇中反中”情绪，扭曲台湾民众的历史观、统“独”观；一方面通过散布“大陆新媒体存在风险与危害”的不实言论，阻挠岛内民众使用大陆新媒体，并对华为、中芯国际等大陆企业加以抵制。^[1]2025 年 12 月 4 日，民进党当局宣布对大陆社交平台小红书实施为期一年的封禁。此举表明民进党当局为在岛内制造、维持“信息茧房”，正不断加大限制、打压大陆新媒体的力度。

基于以上背景，本文拟通过对民进党当局限制大陆新媒体的考量与影响、台湾民众使用大陆新媒体的现状和特征等问题的探讨，进一步了解大陆新媒体在台湾地区的使用现状与传播态势，以冀对促进两岸文化交流有所助益。

[1] “民进党当局称小红书等‘风险高’ 国台办指‘草木皆兵’”，中国新闻网，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1837793738304134870&wfr=spider&for=pc>。

一、理论基础与文献综述

梳理学术史可知,最早系统研究媒介影响人类认知的学者是加拿大媒介理论家马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)。麦克卢汉在 20 世纪中叶提出“媒介即信息”理论,强调媒介对于塑造人类认知结构和思维的强大作用,“对媒介影响潜意识的温顺的接受,使媒介成为囚禁其使用者的无墙的监狱”。^[1]以麦克卢汉的相关研究为基础,学界展开了一系列关于“媒介—认知”关系的研究。其中影响较大的有哈罗德·伊尼斯(Harold Adams Innis)的“媒介偏倚论”,提出不同媒介形态决定了不同社会记忆与知识结构等观点。

从 21 世纪初 Web2.0 概念出现以来,关于新媒体影响用户认知、社交关系及生活方式等方面的研究逐渐增多。李喜根认为网络媒体信息带来的变化涉及认知、观念、态度、行为等不同方面。^[2]刘洋等人认为小红书用户渴望融入社会群体,希望在虚拟社区中与陌生人和已认识的朋友建立更紧密的联系。^[3]彭兰表示,新媒体虽然是生活分享平台,但这类平台影响到人们的生活方式和思想;新媒体的算法不仅实现了一对一的关系匹配与连接,也建构群体关系,对共同体的形成与维系产生影响。^[4]大陆新媒体对台湾民众认知层面的影响亦为学界所关注。王孟筠提出,台湾青年大量使用大陆社交媒体平台,不仅是信息交流的行为,更是两岸文化融合、深化社会联结的桥梁。^[5]林颖等人指出,两岸青年催生出了跨越地域与社会差异的共情之力,两岸青年通过小红书得以在共识和信任中形塑同根互依的中华民族共同体意识。^[6]叶秀端等人表示,在闽台青的大陆社交媒体使用对其中华文化认同具有显著正向影响。^[7]贾选凝认为,以小红书为代表的两岸线上交流语境,可以借助“去政治化互动”“虚拟社群意识”和“趋同效应”建立一种长时的认同形塑机制;这种长时的形塑机制对认同的影响虽是潜移默化、极为缓慢的,却是改变台湾地区下个世代认同的关键起点。^[8]

总体而言,学术界普遍认为新媒体不仅在用户的思想认知和价值观形成方面发挥作用,还能塑造人们的社交行为模式,推动社会舆论发展和社会变迁。本质上说,民进党是将新媒体作为认知作战的武器,通过大众新型媒介选择性传播或限制媒体内容,试图实现对岛内民众认知

[1] [加]马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介:论人的延伸》,南京:译林出版社,2011年,第32-33页。

[2] 李喜根:《网络时代媒体影响力:媒体效果研究视角》,《全球传媒学刊》2020年第4期,第146-162页。

[3] 刘洋、段宇杰、张鑫等:《今天你上“小红书”了吗?在线社区用户信息分享的主题提取与动机分析》,《图书情报知识》2024年第4期,第110-120+145页。

[4] 彭兰:《媒介化、群体化、审美化:生活分享类社交媒体改写的“消费”》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2022年第9期,第129-137页;彭兰:《生存、认知、关系:算法将如何改变我们》,《新闻界》2021年第3期,第45-53页。

[5] 王孟筠:《网络“社群迁徙”与台湾青年认同的转变与重构》,《台湾研究》2025年第4期,第96-110页。

[6] 林颖、吕佳昕:《平台基础设施的可供性与两岸青年的“数字情动”实践——一项基于“小红书”媒介生态的考察》,《台湾研究集刊》2025年第2期,第37-56页。

[7] 叶秀端、苏培芳、胡冰:《适应在云端:在闽台青的大陆社交媒体使用与中华文化认同研究》,《台湾研究》2025年第1期,第95-110页。

[8] 贾选凝:《台湾年轻世代认同研究——“小红书”让谁焦虑了?》,《台海研究》2023年第2期,第77-94页。

的影响和思想的控制。但相较于传统媒介，新媒体受外部因素干扰较小，台湾民众是否使用新媒体多为自主意识驱动。在两岸传统交流渠道一再受到民进党当局阻挠的背景下，新媒体有望成为促进两岸沟通的重要突破口。

二、台湾地区民众使用大陆新媒体的现状

台湾地区发布的《数字 2025:台湾》报告显示,截至 2025 年初,台湾有 2210 万互联网用户,网络普及率达 95.3%,已基本实现网络覆盖。其中，大陆新媒体在台湾地区的使用情况呈现出以下特征。

（一）台湾地区的大陆新媒体使用率呈逐年上升趋势

经 2022 年至 2024 年数据比较发现，抖音（TikTok）使用率从 1.85% 增长至 2.53%，实现连续增长（表 1），而脸书（Facebook）使用率从 51.61% 持续下降至 44.44%，其使用者流向 Instagram、推特（X）和抖音等新媒体平台。此外，微信的使用率从 2022 年的 0.47% 上升到 2024 年的 1.33%，与抖音一样实现了连续增长。^[1]2022 年 2 月，小红书一度登上台湾地区 iOS 应用商店免费榜冠军。2024 年,小红书在台湾新增下载量达到 127 万次,超越脸书与推特,逼近第一名的 Instagram（132 万次），显示近年来小红书在台湾的使用率持续上升。^[2]

表 1 台湾地区 2022 至 2024 年各新媒体使用情况

	2022 年	2023 年	2024 年
脸书（Facebook）	51.61%	47.27%	44.44%
Instagram	14.41%	17.61%	21.12%
抖音（TikTok）	1.85%	2.41%	2.53%
PTT	1.13%	0.83%	1.62%
推特（X）	0.55%	2.17%	1.43%

数据来源：2022 至 2024 年台湾网络资讯中心发布的历年《台湾网络报告》。

（二）抖音和小红书在台湾地区拥有一定用户基础，尤受年轻人青睐

从使用率和年龄层看，截至 2025 年初，抖音在台湾已拥有 834 万成年用户，占总人口的 35.78%。^[3]一天使用一次及以上的忠实用户占比为 9.63%。其中，18-29 岁的群体使用率占比最高，达 34.37%，其次为 30-39 岁（27.77%）。^[4]截至 2025 年底，小红书拥有超 300 万台湾用户、七成使用者为 90 后。^[5]尽管面临舆论风波，抖音和小红书对台湾民众仍具有较强的吸引力，尤其受到台湾地区年轻群体的青睐。

[1] 根据 2022 至 2024 年台湾网络资讯中心发布的历年《台湾网络报告》计算得出。

[2] “好奇台湾封禁小红书？那是你不知道它有多火”，凤凰网，<https://tech.ifeng.com/c/8or1rkJY0KS>；“如何在小红书上吸引 Z 世代？”，<https://www.taaa.org.tw/active/article/5195>。

[3] “Digital 2025：Taiwan,” <https://datareportal.com/reports/digital-2025-taiwan>。

[4] 台湾网络资讯中心：《2024 年台湾网络报告》，<https://report.twinc.tw/2024/>。

[5] 任冬梅：《“小红书”何罪之有？》，<https://www.huaxia.com/c/2025/12/05/2097394.shtml>。

从地域分布上看,大陆新媒体用户已覆盖全台。数据显示,至 2025 年初,小红书在台湾的使用者主要集中在台北(45%)、高雄(30%)和台中(25%)。^[1]2024 年初到 2025 年初,抖音在台湾的潜在广告覆盖人数增加 269 万,同比增长 47.7%。^[2]无论是台湾北部、南部还是东部地区,均有一定比例的抖音用户,使用率在 19%-26% 之间,整体分布较为平均(表 2)。^[3]即便是在政治立场“偏绿”的高雄市、台南市、屏东县、花莲县、台东县等地,也有一定的使用率。这表明,大陆新媒体在台湾地区呈现出跨区域、广覆盖的传播格局,不局限于特定都市或群体,也不分蓝绿,折射出台湾民众是否使用大陆新媒体受政治影响较小。

表 2 台湾民众使用抖音情况

区域名称	包含范围	核心城市或代表性地区	所属方位
北北基(20.79%)	台北市、新北市、基隆市	台北	北部
桃竹苗(25.63%)	桃园市、新竹市/县、苗栗县	桃园/新竹	北部偏中
中彰投(22.43%)	台中市、彰化县、南投县	台中	中部
云嘉南(19.28%)	云林县、嘉义市/县、台南市	台南	中南部
高屏澎金马(20.51%)	高雄市、屏东县、澎湖、金门、马祖	高雄	南部与离岛
宜花东(21.65%)	宜兰县、花莲县、台东县	花莲/台东	东部

数据来源:台湾网络资讯中心《2024 年台湾网络报告》, <https://report.twinc.tw/2024/>。

（三）台湾民众对大陆新媒体有一定的信任度

台湾民众对岛内媒体多存在不信任感。在传统媒体方面,超过一半(59.81%)的受访者认为包括电视、报纸、杂志在内的传统媒体存在很多假新闻和不实信息。^[4]并且,台湾民众普遍认为媒体报道新闻时有明显的党派倾向(表 3)。^[5]

表 3 台湾地区关于岛内媒体及相关机构政治立场的民调

观点	占比
认为“台湾新闻政党色彩严重”	80.00%
认为“台湾新闻媒体偏‘绿’”	57.20%
认为“台湾新闻媒体偏‘蓝’”	12.60%
认为“NCC 并不公正”	48.70%

注:“NCC”系台湾地区通讯传播事务主管部门的英文缩写。

数据来源:作者根据台湾《民报》相关调查自制。

[1]“来看看:台湾有多少人使用小红书的现况分析”, <https://haoya.com.tw/>。

[2]“Digital 2025: Taiwan,” <https://datareportal.com/reports/digital-2025-taiwan>。

[3]台湾网络资讯中心:《2024 年台湾网络报告》, <https://report.twinc.tw/2024/>。

[4]台湾网络资讯中心:《2024 年台湾网络报告》, <https://report.twinc.tw/2024/>。

[5]“新闻变政党政防武器?杨宪宏:该检讨媒体老板”,台湾“民报”网, <https://www.peoplenews.tw/articles/a1cfddd5ca>。

在新媒体方面，台湾民众认为日常使用的社交媒体平台存在大量假新闻与不实资讯，其严重程度由高到低依次为：推特（X）、“批踢踢”（PTT）、脸书（Facebook）、抖音（TikTok）、Dcard、Threads 和 Instagram（表 4）。其中，抖音位列第四，明显低于推特、“批踢踢”和脸书。在即时通讯平台的不实信息排行榜中，FB Messenger、LINE、WhatsApp 均比微信的平均分数高（表 5）。此外，岛内媒体业者表示，“小红书 2 年造成的诈骗损失，差不多就是脸书 1 天的数字”。^[1] 这表明，相较于岛内常用的新媒体平台，以抖音、微信、小红书为代表的大陆新媒体在台湾民众心目中的可信度相对更高一些。

表 4 各社交媒体受其主要使用者认为有假新闻与不实资讯的评分

推特（X）	4.22（SD=0.809）
“批踢踢”（PTT）	4.16（SD=0.719）
脸书（Facebook）	4.07（SD=1.345）
抖音（TikTok）	3.91（SD=1.363）
Dcard	3.69（SD=1.540）
Threads	3.73（SD=0.948）
Instagram	3.62（SD=1.273）

数据来源：台湾网络资讯中心《2024 年台湾网络报告》，<https://report.twNIC.tw/2024/>。

表 5 各即时通讯软件受其主要使用者认为有假新闻与不实资讯的评分

FB Messenger	3.92（SD=1.307）
LINE	3.57(SD=1.438)
WhatsApp	2.87(SD=1.153)
微信（WeChat）	2.71(SD=1.857)

数据来源：台湾网络资讯中心《2024 年台湾网络报告》，<https://report.twNIC.tw/2024/>。

网络空间已成为民众获取公共信息、参与政治讨论的重要渠道。从民众的网络参政意愿上看，超过一半的受访者（52.96%）表示会在网络使用过程中关注政治与公共事务的相关言论。其中，9.99% 的受访者表示“密切关注”，3.13% 表示“非常密切关注”，显示出部分网民对政治议题的浓厚兴趣，也体现出台湾民众在日常网络使用中逐渐形成了较强的公共事务意识，网络空间的“政治化”趋势明显。此外，24.6% 的受访者表示曾使用抖音了解公共事务资讯，3.8% 的受访者表示“经常使用”，大陆新媒体平台逐渐成为台湾民众了解政治议题和公共事务的渠道之一。^[2]

[1] “打诈打错人？小红书被禁 1 年，岛内媒体人：怎不敢动诈骗最严重的脸书”，<https://news.ifeng.com/c/8ot7EfsL6M9>。

[2] 台湾网络资讯中心：《2024 年台湾网络报告》，<https://report.twNIC.tw/2024/>。

（四）台湾地区最受欢迎的大陆新媒体排名

通过观察台湾民众最爱使用的大陆新媒体排名情况，台湾民众使用的大陆新媒体类型较为多元，涵盖了抖音、小红书、微信、B 站、爱奇艺、微博等，既包括短视频平台，也包括即时通讯软件，还涉及检索类应用等。^[1]有台南市民表示，“除抖音、小红书外，台湾年轻人爱用的大陆 App 还包括微信、淘宝、爱奇艺等，通过这些软件获取资讯、交友聊天、购买商品等已经成为台湾年轻人的日常生活。”^[2]大陆网站同样为台湾民众所关注。淘宝网、百度、人民网、微博、中国台湾网和国台办网站等在台湾地区均有一定的关注度，尤其是对中国台湾网、国台办网站的关注，体现出台湾民众对大陆重要新闻资讯、大陆对台政策、两岸关系发展等议题的重视。^[3]

三、台湾地区民众使用大陆新媒体的影响

本文在分析岛内调查数据的基础上，进一步随机抽取小红书、微博和微信平台上的台湾用户进行深度访谈，综合探究台湾民众使用大陆新媒体的意愿、态度和深层原因。受访者遴选标准如下：需具有 1 年以上的大陆新媒体使用经历；应使用过两种及以上大陆新媒体平台。访谈提纲包括 3 个层面：（1）使用原因。包括最初使用大陆新媒体的动机，大陆新媒体相较于台湾新媒体的优势，最关注大陆新媒体上的哪些内容等。（2）认知与态度。包括大陆新媒体对台湾民众信息获取或形成观点产生何种影响，台湾用户对大陆新媒体的信任程度等。（3）期待与愿景。包括未来继续使用大陆新媒体的意愿，希望大陆新媒体从哪些方面进一步完善等。访谈原则：（1）按照遴选标准对受访者进行“预访谈”，筛选有效对象；（2）对受访者进行一对一访谈，访谈时间不限，以“信息穷尽”原则为主，并鼓励受访人在一定程度上进行发散；（3）当信息达到饱和时，将不再招募新的受访者。本研究最终获得了 48 名有效访谈对象。

（一）使用大陆新媒体有助于提升台湾民众对大陆的正面印象

岛内民调表示，抖音使用者对大陆好感度更高、更肯定大陆对台经济影响、更认同“疑美论”、更有台湾经济失败倾向。具体来看，使用过抖音的台湾民众对大陆的好感度为 4.2 分，显著高于未使用者的 3.4 分。半数（50%）的抖音使用者认为大陆对台湾的经济有正面影响，显著高于未使用者（37.9%）。^[4]可见，抖音的使用对台湾民众的认知与态度产生了一定影响，增强了他们对大陆的好感度。有研究显示，对于不支持蓝绿的台湾中间选民来说，使用抖音者反对“台独”的比例明显高于不使用者。^[5]

（二）台湾用户对大陆新媒体表现出较高的使用黏性与依赖程度

[1] “十大台湾民众爱用大陆 app”，“买购网”，<https://www.maigoo.com/top/427703.html>。

[2] “美‘TikTok 难民’涌入小红书 打脸台当局”，大公文汇网，<https://www.tkwk.hk/a/202501/17/AP6789a93ee4b0f8a56f8579c5.html>。

[3] 相关数据系作者根据亚马逊集团旗下的一家专门统计网站世界排名的 Alexa 网站整理，https://top.chinaz.com/diqu/index_TaiWan.html。

[4] “2024 台湾资讯环境调查”，https://iorg.tw/_ua/a/survey-2024。

[5] “抖音是否促使台湾年轻人亲中？金融时报调查令人深思”，<https://www.rfi.fr/cn/>。

访谈结果表明,台湾用户普遍表示未来会继续使用大陆新媒体平台,并将“内容”视为是否使用一款软件的主要评判标准。在回答“台湾当局建议删除大陆社交媒体是否会影响使用意愿”的问题时,全部受访者表示没有受到影响,并表现出一定程度的使用黏性。例如,四分之三的受访者表示对大陆新媒体平台上的内容从未产生过质疑;虽然有10.42%的受访者担心大陆新媒体平台上的内容可能带有“偏向性”,但依然选择继续使用。全部受访者均承认,大陆新媒体在他们了解大陆文化与社会方面具有不可替代的作用,他们通过这些平台了解大陆的流行文化、社会热点、民生议题等,显示出对大陆新媒体平台内容的高依赖度。

1. 台湾用户使用大陆新媒体的原因多元

台湾民众使用大陆新媒体的原因较为多元。其一,绝大部分台湾用户出于“追星”目的(83.33%)。有受访者表示,“最初使用小红书和微博是为了看大陆明星的资讯。追台湾偶像我就用Ins,追大陆偶像我就用大陆的App。”根据台湾用户的口述,追随大陆明星最初源于观看大陆的综艺节目或影视剧,随后通过注册大陆新媒体账号,进一步获取相关明星的资讯。其二,超过五成的受访者(52.08%)表示使用大陆新媒体是因为其资讯充足,尤其是拥有台湾新媒体平台中稀缺的内容,可以满足台湾用户多方面的信息需求。例如,少部分的受访者通过大陆新媒体平台收看“苏超球赛”,体现出大陆新媒体平台为特定兴趣群体提供内容支持。其三,一部分受访者(37.50%)通过微信来处理大陆业务和维系大陆工作伙伴,也有一部分受访者(25%)希望通过大陆新媒体平台多交一些大陆朋友,还有一小部分受访者(12.5%)表示大陆新媒体为其提供了相对自由的空间,可以规避台湾朋友圈的社交压力。

2. 内容丰富、多功能一体化与算法推荐构成大陆新媒体的相对优势

相较于台湾新媒体,大陆新媒体平台具有以下优势:在内容方面,大部分受访者(75%)认为大陆新媒体平台的内容更加丰富多样,不仅提供娱乐信息,还有大量的知识分享。有66.67%的受访者表示,这些平台上有大量美妆博主通过产品讲解和社区互动的形式,提供了大量美妆穿搭类的教学信息。在功能方面,超过一半的受访者(58.33%)认为大陆新媒体实现了社交、购物、支付、直播等多功能一体化,在同一平台内可以完成多种任务,生态系统较台湾新媒体而言更为强大。在算法推荐方面,约21%的受访者认为大陆新媒体能准确捕捉用户兴趣,并根据用户画像精准推送个性化内容,是大陆新媒体的重要优势之一。此外,还有一小部分受访者(8.33%)认为大陆的网络环境相对台湾而言更加理性和文明。

3. 生活娱乐类话题最受欢迎,线上教学次之

一方面,台湾用户最关注生活娱乐类话题。89.58%的受访者关注大陆明星的资讯;87.50%的受访者关注大陆旅游和美食类话题。这意味着台湾民众对大陆有一定的好奇心和兴趣,渴望了解大陆,来大陆观光或交流。另一方面,学习类话题也受到台湾用户青睐。58.33%的受访者关注美妆穿搭类话题,希望“跟着博主学穿搭”来提升自己的审美水平;41.67%的受访者对语言、运动、摄影类等在线教学视频感兴趣。此外,还有小部分受访者(25%)将大陆新媒体视为检索工具。有受访者表示:“我把小红书和微博当谷歌使用,遇到什么问题就进来搜。”可见,部分台湾民众是大陆新媒体的稳定用户,实现了常态化使用。

(三) 大陆新媒体影响台湾民众认知,促使其态度与情感转化

新媒体在台湾同胞认知与情感转变过程中发挥着重要的作用。一方面,新媒体突破了

传统信息传播的时空限制，为台湾同胞了解大陆经济社会发展、文化生活和政策理念提供了更加便捷、多元的渠道，有助于打破信息壁垒，促使其认知更新。另一方面，新媒体平台为两岸同胞提供了交流、互动的平台，有利于台湾同胞对大陆形成更加友善的态度，增进相互理解与认同。譬如，受访者多承认因长期接受岛内倾向性报道而对大陆的宣传报道有所怀疑甚至是抵触，但在使用大陆新媒体平台后，其态度出现了变化。79.17% 的受访者认为使用大陆新媒体使得他们能够接触到未经岛内媒体过滤的资讯。有受访者表示，“之前没有获得大陆信息的渠道，只能单一地听从岛内媒体的观点，甚至对大陆产生了不良印象。但自从使用大陆新媒体后，让我感受到大陆朋友是多么的友善，这不仅扩大了我的视野，也促使我重新审视一些固有观念。”可以说，随着新媒体的使用，台湾民众逐渐产生了“原来你们是这样”或“原来你们不是这样”的感叹，从而对大陆社会的认知更为客观和理性。

四、启示与思考

台湾民众对大陆新媒体的使用情况一直是民进党当局关注的焦点。特别是赖清德上台后，针对大陆新媒体相继采取了一系列限制性政策和行动，讨论在台湾中小校园网络中屏蔽大陆新媒体的可能性，禁止台湾地区公务机关使用大陆人工智能企业推出的 DeepSeek 应用，以及对小红书实施长达一年的封锁措施等。因此，面对民进党当局的信息封锁，我们必须从顶层设计、传播渠道、内容创新等方面展开系统探讨，既要应对台湾当局的阻隔与操控，也要主动构建多维度、多层次的文化传播路径，以进一步促进两岸交流。

（一）国家文化战略是开展对台传播工作的宏阔背景

党的二十大报告提出，“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”。这一重要论述明确了我国在百年未有之大变局和复杂国际局势下的文化传播战略和实践路径，同时也为回应西方国家利用媒体与文化资源对我国进行的舆论操控和负面建构提出了具体要求。其中，“讲好中国故事、传播好中国声音”是文化传播的重要内容；“构建中国话语和中国叙事体系”是“讲好中国故事”的重要方法和手段；“形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权”是文化传播的重要目标之一。

对台传播是我国文化战略的重要组成部分，应将其纳入国家整体文化传播战略的统筹考量和系统安排之中。现阶段对台传播工作整体规划与长效机制仍有待加强，对台传播的方法和路径有待丰富。因此，在国家文化战略的宏阔背景下开展对台传播工作，强化顶层设计，强化整体性、系统性和长期性的战略，强化可行性、有效性和可持续性的实践路径，确保方向一致，目标明确，建立讲好大陆故事的叙事体系和叙事方式，拓展多层次、多渠道的对台传播格局，尤为必要。

（二）丰富新媒体平台的传播内容

媒体是有组织的社会空间，新媒体平台作为一种“轻”平台，看似多以分享、娱乐与休闲为主，但其社会性和政治性不容忽视。目前，过半数的受访者关注过网络中的政治与公共事务

议题，一部分受访者使用过抖音来了解这类资讯。这充分体现出新媒体平台在提供政治信息与营造公共事务讨论空间方面，具有重要功能。因此，除当前偏娱乐、文化的内容外，可适当增加反映大陆政治制度、各类政策等更具深度的内容。其一，借助新媒体的趣味性、个性化、平民化叙事等特性，将复杂严肃议题以故事化、场景化、实例化的方式转化为易于理解和分享的短视频内容，使台湾民众更为真实全面地了解大陆。其二，制作并推出更多对谈性质的政论节目，如邀请两岸学者和专家共同围绕台湾民众普遍关心且能引起共鸣的政治议题进行交流，通过“你问我答”的方式展开讨论，增强台湾民众的参与感与好感度，促进理性思辨和良性沟通。其三，引入更多类似《问政山东》《百姓问政》《向人民汇报》《问政时刻》等问政节目，通过新媒体平台展现全过程人民民主的运行逻辑，逐步消解台湾民众心中的误解与偏见。

（三）制定新媒体领域的惠台政策

近年来，大陆先后发布实施了《关于促进两岸经济文化交流合作的若干措施》《关于进一步促进两岸经济文化交流合作的若干措施》等多项惠台措施，为台湾民众、台湾企业带来了更大发展空间。鉴于大陆新媒体已逐渐成为台湾民众与大陆民众沟通交流的重要平台，因此需要采取富有建设性的“惠民”措施，为两岸民众使用大陆新媒体提供更多便利。例如，75%的台湾用户希望更多大陆新媒体能够对台湾地区开放，确保台湾民众能够平等使用。有受访者表示：“当前部分大陆社交媒体无法注册，期待相关平台能够提供更为开放、包容的使用环境”。此外，还有20%的受访者认为新媒体平台应进一步丰富短剧等大陆优势题材，以满足台湾用户的多元化需求。因此，在资源配置和平台运营上，可以考虑推出面向台湾用户的专属版本，并在内容选择、价格政策和服务体验上给予更多关注。

（四）优化新媒体平台的议题设置

对台传播在内容上不应泛泛而谈，而应强调重点性和针对性，尤其要注意岛内媒体对大陆的片面报道甚至是歪曲、抹黑。新时期对台传播应突出文化强国建设、科技强国建设、军事强国建设，重点展示大陆在科技创新、学术创新、产业升级及现代化建设方面的成就，展现大陆民众的真实生活和精神面貌，以台湾用户更易于接受的方式讲好大陆故事。

（五）加强虚假信息治理的网络监管机制

互联网信息的虚假性和不真实性，正威胁着大众的认知和信念，影响着受众群体的理性思维和价值判断，这给新媒体传播和对台宣传工作带来了严峻挑战。新媒体的公信力既是网络信息获得受众接受和信任的前提，也是有效塑造公众舆论、引导社会认知的必备要素。目前，多数台湾民众对岛内媒体的真实和权威持不信任态度，主要原因是岛内媒体“绿化”严重，充斥着大量虚假信息，这在一定程度上加剧了台湾社会对立。相较而言，台湾民众对大陆新媒体抱有一定程度的信任。例如，抖音的受信任程度高于推特、“批踢踢”、脸书，微信的受信任程度高于FB Messenger、LINE、WhatsApp。只要大陆新媒体继续产生真实的优质内容，自然会持续吸引更多台湾用户参与和融入，岛内的不实舆论与“信息茧房”效应也将被削弱。

（责任编辑 任冬梅）

The Current Situation and Impact Assessment of Mainland New Media Dissemination in Taiwan

Zhou Yang

Abstract: In December 2025, the DPP authorities announced a one-year ban on the mainland social media platform "Xiaohongshu". In response to the DPP's ongoing restrictions on the use of mainland new media in Taiwan, this paper delves into the current state of mainland new media's dissemination in Taiwan and its actual impact. The paper finds that mainland new media has established a substantial user base in Taiwan, with usage rate showing an upward trend and particularly appealing to younger demographics; Taiwanese audiences maintain a certain level of trust in mainland new media, with user groups transcending "Blue-Green" divide. In terms of actual impact, Taiwanese users exhibit a high degree of reliance on mainland new media, whose utilization not only facilitates the conversion of Taiwan's public perception and emotional ties toward the mainland but also fosters cross-Strait understanding and recognition. This paper proposes that the advantages of new media dissemination should be further leveraged through systematic design, including formulating Taiwan-favorable strategies in the field of new media platforms, optimizing agenda-setting on new media platforms, and strengthening Internet regulatory mechanisms for combating misinformation, to enhance the overall effectiveness of cross-Strait communication.

Key Words: New Media; Communication with Taiwan; Taiwan Authorities; Cross-Strait Relations