

基于语料库的中美企业官方发布的新闻对比分析

——以华为公司和苹果公司为例

卢伊朵

浙江工商大学外国语学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年10月9日; 录用日期: 2023年11月9日; 发布日期: 2023年11月17日

摘要

良好的企业形象有助于塑造品牌声誉, 提升企业的发展能力。企业官方发布的新闻除了传播企业相关信息之外, 也向公众展现了企业形象。本研究通过自建小型语料库, 从词频、搭配词和关键词等角度, 对比分析华为公司和苹果公司官方发布的新闻, 了解两家公司如何通过发布官方新闻的方式塑造其企业形象。研究发现, 苹果公司致力于宣传其公司产品, 树立了“用户友好型”的企业形象; 而华为公司以宣传网络技术和所参与的社会活动为主, 树立了典型的“可持续发展型”企业形象。本研究为企业如何进行对外宣传, 展现企业特点提供启示。

关键词

企业形象, 官方新闻, 语料库, 华为公司, 苹果公司

A Corpus-Based Study on Corporate News Releases by Chinese and American Enterprises

—Taking Huawei and Apple as Examples

Yiduo Lu

College of Foreign Languages, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang

Received: Oct. 9th, 2023; accepted: Nov. 9th, 2023; published: Nov. 17th, 2023

Abstract

A positive corporate image paves the way for a better brand reputation and greater international

competitiveness. The official news released by enterprises presents the corporate image to the public. In recent years, there have been a few studies on official news of enterprises. Therefore, this study analyzes and compares the official news released by Huawei and Apple by building a small-scale corpus. The purpose is to understand how the two enterprises shape corporate image through official news. The research shows that Apple is committed to promoting its products and providing excellent service, thus establishing a “user-friendly” corporate image while Huawei establishes a typical “sustainable development” corporate image by focusing on network technology and participating in various social activities. This study provides insights for enterprises to conduct international publicity and present their characteristics.

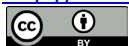
Keywords

Corporate Image, Official News, Corpus, Huawei, Apple

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究背景与目的

企业新闻宣传在企业发展中占据重要地位。其重要性体现在以下几个方面，一是培育企业文化。新闻宣传是一个企业建立自己企业文化必不可少的有效手段。新闻宣传工作的成败，直接关系到企业文化建设的成效，影响企业核心竞争力的提高。二是塑造企业对外形象。企业宣传工作是塑造企业外部形象的主要渠道。通过积极宣传企业各项文明建设的成果，让外界了解企业，增强企业的知名度和美誉度，树立外部良好形象，在企业与政府、社会、合作伙伴之间架设了一条沟通的桥梁。

良好的企业形象有助于塑造品牌声誉，提升企业的发展能力，有效增强其国际竞争力，从而营造有利的生存发展环境[1]。近年来，随着中华文化“走出去”战略的提出，中国企业肩负着中国文化“走出去”和塑造国家形象的重要责任，因此企业形象的塑造引起了国内外学界的兴趣。例如，郑雷和江苏佳[2]以华为公司为例，从华为的公司层面战略、业务层面战略和职能层面战略三个方面进行剖析，论述华为战略管理中与中国文化战略传播息息相关之处。

对于企业形象塑造的研究，大多以质性研究为主。而近年来，随着语料库语言学的发展，越来越多的研究采用语料库语言学的方法，并以批判话语分析为理论框架，将基于语料库的定量分析技术与批评性话语分析的定性方法相结合。通过结合量化方法(如高频词、关键词、索引行等)和具体的质性文本分析，能够揭示文本中隐含的思想和态度，从更客观的视角进行批评话语分析。例如，李英华[3]从批评性话语分析的视角出发，研究西方媒体关于中国企业的两篇新闻报道，揭示西方媒体如何通过新闻报道的语言影响新闻受众和中国企业的对外形象。王琦[4]通过对“一带一路”国家英语新闻自建语料库的调查，从搭配词和情态词的角度，对媒体话语进行文本描述性分析，勾勒和描述中国企业产品、服务、公民和信誉形象，了解媒体对中国企业的态度。郝嘉亮[5]以中国外运股份有限公司和美国联邦快递集团的英文版社会责任报告为例，运用基于语料库的批评话语分析方法，分析和对比报告所塑造的中美两家物流企业的形象特点。但大多数研究聚焦企业的他塑形象，即关于某企业的新闻报道，而对于企业的自塑形象，如企业官方网站、企业简介、企业官方发布的新闻等，研究较少。

因此，本研究通过自建小型语料库，采用基于语料库的批评话语研究方法，分析和对比华为和苹果公司发布的官方新闻，研究两个公司是如何塑造公司形象，以及两者在塑造形象方面的特点和差异。主

要研究问题为: 1) 苹果和华为公司官方发布的新闻各有什么特点? 2) 两家企业通过官方新闻塑造的企业形象有何异同?

2. 研究设计

2.1. 语料

以华为技术有限公司和苹果公司两家企业为例, 选取两家企业官方网站¹上发布的自 2022 年 1 月至 5 月的所有新闻作为语料, 建立小型语料库 Huawei_news 和 Apple_news。其中, Apple_news 语料库总词数为 10 万词左右, Huawei_news 语料库的字数为 15 万词左右, 符合中英文字数的比例问题。具体信息见表 1。

Table 1. Corpus information

表 1. 语料库信息

语料库	时间	篇数	形符数	类符数
Huawei_news	2021.10.20~2022.5.20	135	73,607	8430
Apple_news	2021.9.1~2022.5.20	105	101,721	8028

2.2. 分析方法

通过语料库研究方法, 对华为和苹果公司的企业形象进行对比。以两个公司的官方发布新闻为语料, 采用 AntConc 进行语料库的文本描述。首先, 获得词表, 从中筛选出高频名词和高频动词, 对比两个语料库的结果并进行索引行分析。其次, 使用关键词功能, 分别以中国新华网新闻语料库(Chinese Gigawordxinhua)和英国国家语料库(British National Corpus, BNC)为参照语料库, 制作两个语料库的关键词词表并进行分析。最后, 根据关键词表, 提取关键词索引行进行文本分析, 讨论苹果和华为所塑造的不同的企业形象。

3. 分析与讨论

本研究将定量与定性分析相结合, 先获得高频名词、高频动词和关键词表, 根据频数进行定量分析。同时, 对有显著意义的词进行索引分析, 分析文本内容。

3.1. 高频名词

通过 AntConc 获得两个语料库的词表, 并使用虚词停用词表筛去词表中的虚词。选取词表中频数前 20 位的名词进行分析, 具体见表 2。

名词反映文本的主题, 通过筛选高频名词, 可以对文本的主要内容有大致地了解。从表 2 的前 20 位高频名词看, 两家公司在对外宣传时的侧重点不同。苹果公司侧重于公司的产品, 包括产品的名称、特点, 以及用户的体验。其高频名词可分为两大类, 第一类与产品有关, 包括 iPhone, APP, Watch, iPad, Features, Mac, Performance, TV, Video, Camera; 第二类与顾客相关, 包括 Music, Fitness, Experience, People, Support, Customers。而华为公司则侧重于技术以及大数据方面, 如 5G、网络、技术、数字、全球、创新、智能、绿色、数字化、数据等。通过比较两者的差异, 可以发现苹果对产品的更新换代, 以及用户的体验更为关注。而华为的 5G 技术和 5G 网络建设领先世界, 因此其对 5G 的推广、技术的发展和未来的展望更为关注。

¹<https://www.apple.com/newsroom/archive>, <https://www.huawei.com/cn/news>

表 2 中也有几个词体现了两家公司的共同点。一是都提到了公司的名称,即“Apple”和“华为”。由于“Apple”和“华为”作为话语对象,其他话语都围绕这两个名称展开,因此这两个词出现的频率最高。二是都提到了顾客和用户。在 Apple_news 语料库中相关词语为 Experience, People, Customers; 在 Huawei_news 语料库中相关词语为体验。“experience”和“体验”存在语义上的对应,因此进行进一步分析,获得两个词在各自语料库中的搭配词。在 Apple_news 语料库中,与“experience”相关的搭配词包括 Dimensional, Audio, Personalized, Viewing, Driving, Immersive, Seamless 等与各种感官相联系的词。这说明了苹果公司通过提升多方面的感官效果为用户提供良好的使用体验。在 Huawei_news 语料库中,与“体验”一词相关的搭配词有用户、提升、万兆、保障、新体验、带来、释放、更优、极致等形容词和动词。这说明了华为公司致力于通过一系列行动和政策为用户带来更好的体验。

Table 2. The top 20 nouns in two corpora
表 2. 两个语料库中前 20 位高频名词

序号	Apple_news 高频名词	频数	Huawei_news 高频名词	频数
1	Apple	1951	华为	1230
2	iPhone	504	5G	949
3	APP	350	网络	808
4	Music	280	技术	455
5	Watch	248	运营商	398
6	iPad	227	行业	393
7	Features	224	数字	374
8	Fitness	222	发展	368
9	Experience	214	全球	363
10	Mac	197	创新	340
11	Apps	191	智能	330
12	People	188	绿色	314
13	Support	188	数字化	304
14	Store	186	未来	297
15	Customers	181	产业	287
16	Performance	172	体验	283
17	TV	154	解决方案	265
18	Video	141	数据	249
19	Percent	139	业务	247
20	Camera	130	中国	244

3.2. 高频动词

通过 AntConc 获得两个语料库的词表,选取词表中频数前 20 位的动词进行分析。具体内容见表 3。

动词代表行动,因此高频动词能够反映出两家公司所参与的行动。从表 3 中可以看出,两个语料库中的高频动词大多具有积极的语义。例如,Apple_news 语料库中的 Support, Display, Design, Offer, Share, Update, Create, Explore 等,以及 Huawei_news 语料库中的发展、提升、转型、打造、合作、助力、支持等,这说明两家企业均努力塑造积极向上、重视企业发展的形象。

Table 3. The top 20 verbs in two corpora
表 3. 两个语料库中前 20 位高频动词

序号	Apple_news 高频动词	频率	Huawei_news 高频动词	频率
1	Support	188	实现	433
2	Display	128	发展	368
3	Design	111	提升	285
4	Access	103	表示	231
5	Offer	96	转型	216
6	Focus	86	提供	208
7	Share	81	打造	188
8	Impact	75	合作	175
9	Update	75	部署	161
10	Live	73	助力	160
11	Create	72	融合	154
12	Bring	65	支持	149
13	Explore	61	联合	149
14	Learn	61	加速	130
15	Enjoy	60	降低	128
16	Secure	58	发布	125
17	View	55	建设	125
18	Announced	51	存储	122
19	Build	49	服务	119
20	Connect	49	推动	115

通过综合观察两个语料库的高频动词，可以发现有三个词的语义相对应，即 **Support/支持**、**Offer/提供**、**Build/建设**。虽然三对词在语义上具有相似性，但其所搭配的内容则有所不同。

对“**Support/支持**”两个词进行索引分析，分别得到“**Support**”的 208 条索引行和“**支持**”的 149 条索引行。得到的相关搭配词见表 4。通过索引行分析与归纳，可以发现“**Support**”的主要搭配词包括产品(home keys, Apple pencil, data storage)、售后服务(Apple specialists, geniuses, team members)、项目和活动(local journalism, young authors, jobs, social channels)；而“**支持**”的主要搭配词包括技术服务(物联网，大数据，全场景，远程医疗等)、可持续发展(绿色发展战略，绿色节能方案)、以及参与的活动(中东区域，数字亚太建设，泰国创新发展)。这体现了两家公司不仅通过产品来建设品牌，而且也致力于参与各类社会活动，推进着社会的发展。

对“**offer/提供**”两个词进行索引分析，分别得到“**Offer**”的 218 条索引行和“**提供**”的 208 条索引行。得到的相关搭配词见表 5。其中，**Offer** 的搭配词中，**Experience** 是搭配频率最高的词，共有 17 条索引行呈现 offer...experience 的搭配型式，例如 offer a great music experience, offer a beautiful cinematic viewing experience, offer a modern and dynamic broadcast experience, offer a more personalized experience, offer an all-new immersive experience...苹果公司通过丰富的形容词修饰 experience，用以说明其产品和服

务在使用过程中为顾客带来的良好体验，包括视觉、听觉等多方面的体验。而华为公司中也出现了“提供…的体验”的搭配型式，例如提供一致性用户体验、提供丰富的实时交互式体验、提供了领先的/优质的 5G 体验、提供全方位的体验、提供最佳的数字体验、提供无缝融合的体验等。华为公司为用户提供的是先进技术方面所带来的优势，如网络速度、实时交互等，这与苹果公司的侧重点不同。

对“build/建设”两个词进行索引分析，分别得到“build”的 107 条索引行和“建设”的 125 条索引行。得到的相关搭配词见表 6。其中，“build”通常以 build on 短语呈现，后面接 significant progress, Apple’s long-standing commitment, Apple’s history 等，用以说明无论是苹果公司还是其产品，都是在之前的基础上发展而来，因此在产品的创新方面积累了丰富的经验。而华为公司的话题仍聚焦网络，“建设…网络”这一搭配型式出现频数为 32 次，占 25.6%。由此可见，华为公司在发展过程中对网络的建设十分重视。

综上，同一语义的词具有不同特点的搭配词，反映出两家企业的发展特点。苹果公司通过提供人性化的产品和服务打造品牌形象，塑造企业形象；而华为公司致力于提供更为先进便捷的网络技术，其对于可持续发展的重视也塑造了华为关注全球环境，具有社会责任意识的企业形象。

Table 4. The collocations of “support” and “支持”

表 4. “support” 和 “支持” 在语料库中的搭配

节点词	语料库	搭配词
support	Apple_news	home keys, Apple music, apple pencil, iCloud storage, Apple specialists, team members, users, customers, developers, supplier
支持	Huawei_news	绿色节能方案、5G、可持续发展、数字化转型、亿万用户、运营商、远程医疗、绿色发展战略、节能效率

Table 5. The collocations of “offer” and “提供”

表 5. “offer” 和 “提供” 在语料库中的搭配

节点词	语料库	搭配词
offer	Apple_news	experience, way, analysis, improvement, resources, assistance, details,
提供	Huawei_news	网络、智能、体验、5G、客户、解决方案、用户、服务、创新、企业、技术

Table 6. The collocations of “build” and “建设”

表 6. “build” 和 “建设” 在语料库中的搭配

节点词	语料库	搭配词
build	Apple_news	apps, developers, features, support, neighborhoods, users, strength, balance, endurance, progress
建设	Huawei_news	网络、运营商、数字、绿色、持续、基础设施、全球、合作、帮助、发展、助力、创新、技术、人才、生态

3.3. 关键词分析

关键词(keywords)是观察语料库与参照语料库对比存在显著差异的词汇，这些词汇是观察语料库中所特有的词汇，因此能够体现语料的核心内容和思想，较好地反映企业形象。本研究以 Apple_news 和 Huawei_news 语料库为观察语料库，以 BNC 语料库和 Chinese Gigawordxinhua 语料库作为参照语料库，得出 Apple_news 和 Huawei_news 的关键词，见表 7。

表 7 显示, 根据两个语料库所得的关键词有显著的差异, 这说明了两家企业经营风格各有特色, 且发展方向也有所不同。首先, 综合两个关键词表, 可以发现两家企业关键性最高的词是各自的企业名称 (apple、华为), 这是观察语料库与参照语料库差异最显著的两个词, 说明两家企业都注重自身的品牌形象。其次, 分别观察两个关键词表。Apple 关键词既包括产品 (iPhone、iPad、MacBook、airpods), 又包括含有“人”的语义的词 (users、customers)。因此, 苹果公司塑造了一个重视企业品牌建设, 强调以人为本的企业形象。华为语料库关键词则有所不同, 其中包括与网络技术相关的词 (网络、技术、数字、数字化), 以及与“可持续发展”相关的词 (创新、智能、绿色、全球) 等, 从而塑造了重视网络技术的进步和发展, 重视可持续发展远景的企业形象。

Table 7. Keyword lists of Apple_news and Huawei_news

表 7. Apple_news 和 Huawei_news 的关键词词表

序号	Apple_news 关键词表	Huawei_news 关键词表
1	Apple	华为
2	iPhone	网络
3	APP	技术
4	Users	实现
5	iPad	运营商
6	New	行业
7	Fitness	数字
8	Mac	全球
9	Watch	发展
10	Facetime	通过
11	Features	创新
12	Music	智能
13	Store	绿色
14	Workouts	数字化
15	Max	未来
16	IOS	提升
17	Macbook	产业
18	Airpods	体验
19	Customers	持续
20	Audio	解决方案

4. 结语

本研究通过自建小型语料库, 从词频、搭配词和关键词等角度, 对比分析华为公司和苹果公司官方发布的新闻, 了解两家公司如何通过发布官方新闻的方式塑造其企业形象。研究发现, 两家企业在官方宣传方面有不同的特点, 苹果公司的官方宣传的新闻中出现大量公司产品的名称, 这说明苹果公司致力于宣传其公司产品, 以及为顾客提供优质的服务, 从小处入手, 注重细节观察和改进, 强调以人为本的公司理念, 树立了典型的“用户友好型”企业形象。而华为公司的官方新闻中的高频词以网络技术等词

汇为主,体现了华为公司致力于推广和发展 5G 网络技术和大数据,同时积极参与各类社会活动,主动履行企业社会责任,强调积极回报社会的理念,树立了典型的“可持续发展型”的企业形象。因此,两家企业有各自的发展理念和发展目标,其在对外宣传方面也有各自的特点。作为全球 5G 产业的核心引领者,华为树立了崭新的中国企业形象,并且向国际社会展现了中国形象。

参考文献

- [1] 李继东,刘睿,蒋雪颖.基于全球英文媒体报道的中国企业国际形象研究[J].国际传播,2018(5):17-26.
- [2] 郑雷,江苏佳.企业战略与国家形象传播——以华为公司为例[J].青年记者,2017(3):53-54.
- [3] 李英华.从西方传媒对中国企业的新闻报道看中国企业的对外形象:基于批评性话语分析视角[J].新闻知识,2014(3):105-106.
- [4] 王琦.“一带一路”英文媒体中的中国企业形象:语料库辅助下的批评话语分析[J].当代外语研究,2019(3):99-113.
- [5] 郝嘉亮.基于语料库的中美企业形象研究——以社会责任报告为例[J].渭南师范学院学报,2021,36(8):51-59.