

2010/03/01 - 2010/03/07



凱絡媒體週報

CARAT MEDIA WEEKLY
[No.524]



目錄

市場訊息 消費者信心指數 4年新高

媒體市場訊息 網路新聞及社交網站大幅改變閱報習性

媒體專題 中國數位媒體概況(下)

IMC異業結盟 【2010台北幼兒足球錦標賽暨嘉年華會】

電視新節目介紹 頻道近2週新節目介紹

電視觀察窗 電視TOP20節目排行

消費者信心指數 4年新高

《 99-03-02 聯合報》

- **景氣回溫消費信心攀高：**中央大學公布2月分消費者信心指數 (CCI) 為73.16點，創下近四年三個月以來新高，回到海嘯前水準。六項調查指標，包括物價水準、國內經濟景氣、家庭經濟狀況、耐久性財貨時機、投資股票時機及就業機會全較1月上揚，並首度有指標轉為偏向樂觀。
- **仍須審慎樂觀面對未來：**民眾對「未來半年國內就業機會」信心大增，2月調查為61.95點，相較1月調查上升18.45點，是上升幅度最大的指標，顯示景氣回溫後，民眾對就業有期待；上升幅度第二的指標是「未來半年購買耐久性財貨時機」，也是首度轉為樂觀傾向的指標。然而中央大學分析，民眾雖對就業開始有信心，但就業是落後指標，且「未來半年國內經濟景氣」的分數才65.65，仍在「偏向悲觀」區間，面對未來仍要審慎面對。



2月核心物價年增率 負轉正

《 99-03-06 工商時報》

- **2月CPI創下新高：**行政院主計處發布物價報告指出，受春節循例調漲影響，2月消費者物價（CPI）比上月漲0.53%。值得注意的是，2009年春節落在1月下旬，2月春節已過，加上消費券帶動降價促銷風潮，在比較基期偏低的情況下，2010年2月CPI年增率升至2.35%，創下民國97年11月以來最高。
- **核心物價年增率轉正：**至於央行調控貨幣最關心的「核心物價」年增率也由負轉正，2月份年增率為1.01%，顯示物價確已止跌。主計處強調，2009年年初發放消費券帶動的降價促銷影響很大，因此2月物價漲幅雖高，並不代表有通膨壓力。估計未來CPI將續呈上揚，但在國人薪資成長緩慢下，大漲的機率很小，沒有通膨的疑慮。



餐飲營收 成長停滯

《 99-02-23 經濟日報》

- **物資上漲衝擊消費意願**：據統計，2009年全國餐飲營收約3,217億元，較2008年微幅成長。但2010年1月全國餐飲業收入僅274.9億元，比2009年同期衰退9.48%，後續發展值得繼續觀察。業者分析，元月全國餐飲營收呈現衰退，主要反應全球經濟復甦，避險資金卻率先炒高物價，餐飲相關材料、物料大幅上漲，不少物資跟進上漲，影響國內消費意願，導致餐飲營收明顯大幅衰退。
- **為刺激買氣業者打促銷戰**：此訊息為不少速食業帶來警訊，例如近來，國內麥當勞及肯德基等連鎖速食業者紛紛推出降價促銷，以刺激買氣；五星級觀光飯店的國賓和晶華也多元化切入其餘通路。



圖片來源：經濟日報

租屋網搶客 功能大車拚

《 99-03-01 工商時報》

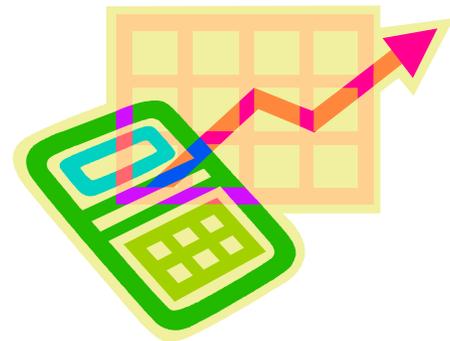
- **各大租屋網積極搶客：**租屋市場競爭激烈，各租屋網卯勁推出新功能搶客，如樂屋網新成立「樂租屋」，房客房東可雙向自動配對；於永慶House Fun及台灣租屋網則可獲得詳盡租金行情；591租屋網則新增暫時關閉物件功能，已收訂、簽約中或出國而不方便帶看的房東，可多加利用。
- **租金與房價走勢背離：**根據永慶House Fun租屋網統計，大台北住宅租金2009年度呈現負成長，北市整層住宅的跌幅8.8%，北縣也跌約7%，租金明顯與房價走勢背離。樂屋網指出，上班族的加薪幅度不敵房價飆漲速度，都會區房價更是居高不下，因此，上班族選擇租屋的比例明顯增高。此外，樂屋網也表示，高達9成租屋族尋覓租屋處時，會優先使用網路搜尋物件。



觸控手機 2010年銷售增加近1倍

《 99-03-05 工商時報》

- **觸控螢幕手機市佔可望近三成**：市場調查機構顧能表示，2010年觸控螢幕手機銷售量可望超過3.62億支，比2009年增加近1倍。由於觸控操作持續受到消費者歡迎，顧能預估在2013年之前，觸控螢幕手機將佔全球手機銷售量58%。但顧能也強調，觸控操作無法滿足所有需求，手機業者仍應思考整合觸控與實體鍵盤等其他的輸入方式。
- **亞太地區銷售上看1.29億支**：顧能表示，亞太地區今年觸控手機銷售量可望超過1.29億支，佔全球觸控手機市場35.6%，西歐和北美則分別佔全球觸控手機銷售量26.8%、24.4%，其中，西歐市場的觸控手機滲透率高達49%，北美為46.65%，相較之下，亞太地區觸控手機滲透率只有23.4%。



網路新聞及社交網站大幅改變閱報習性

《 99-03-02 iThome 》

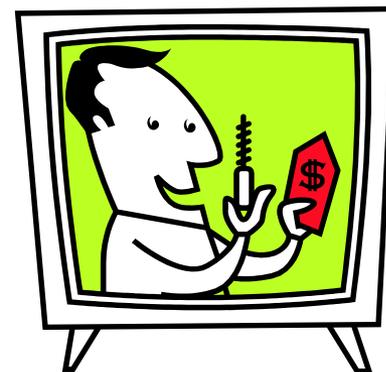
- **網路為美僅次電視的閱報平台：**美國Pew研究中心的網際網路暨美國生活計畫與卓越媒體計畫的研究報告顯示，網路現在已經成為美國人第三大的新聞取得平台（61%），僅次於地方新聞（78%）及國家新聞（73%）電視節目，領先地方報紙及國際性的報紙（50%），和無線電廣播（54%）。
- **網路新聞崛起亦改變閱報習性：**研究指出，隨著網路新聞崛起，新聞也變得更具可攜性（portable）、個人化及參與性。調查顯示，有33%手機使用者利用手機看新聞，28%網路閱報者的會針對不同議題的新聞來源將首頁個人化；37%的使用者會參與新聞創作與回應，或利用社交網站傳播新聞、過濾、評估及回應新聞。透過網路讀新聞的網友中，有75%會用e-mail轉寄或貼在社交網站上，有52%則會分享新聞連結。



奧斯卡搶亮相 廣告主搭網路熱潮

《 99-03-05 工商時報 》

- **奧斯卡掀網路廣告熱潮**：據華爾街日報報導，萬眾矚目的第82屆奧斯卡金像獎亦連帶掀起網路廣告熱潮。相較於過去企業買下電視廣告時段的作法，如今隨著網路觀眾增加，企業和媒體公司亦積極佈局線上廣告平台，藉此拓展網路曝光率。
- **廣告投資橫跨電視網路**：2010年奧斯卡網站Oscar.com亦擴大規模，增加多項新功能，例如連結微網誌Twitter、社群網站Facebook、互動遊戲及星光大道實況播放等。部分業者表示，買下奧斯卡頒獎典禮電視轉播的30秒時段，不但可觸及廣大電視收視群，也可延伸至網站。還有企業主亦利用贊助星光大道時段、當日Oscar.com網頁以及Facebook即時聊天等部分行銷宣傳。



美雜誌商 聯手強打廣告

《 99-02-24 經濟日報 》

- **美雜誌5大出版商聯手廣告：**隨著雜誌廣告業績漸有起色，美國五大出版商3月1日宣布，聯手砸下約9,000萬美元，強打「平面媒體力量大」廣告，2010年將在時人雜誌（People）、Vogue與Ladies's Home等雜誌刊登近1,400頁的廣告。五大出版社包括時代華納集團旗下的時代公司（Time）、赫斯特（Hearst）、康得納斯（Conde Nast）、溫納媒體（Wenner Media）與梅若迪斯（Meredith）。
- **廣告訴求平面媒體特性：**五大出版商表示，據研究機構Mediamark統計，近五年的雜誌讀者數已成長4.3%。出版商幾個月前才合推數位報攤，雜誌廣告業績也開始爬出兩年來的谷底。五大出版社表示，數位化仍很重要，但這些雜誌品牌根植於具有強大文化與商業影響力的平面媒體，仍有其獨特的魅力。



1片1美元 租片機紅遍美

《 99-03-02 聯合報 》

- **花費低操作簡便：**據時代雜誌報導，自助租片機（kiosk）2009年在美國以驚人速度擴增。每部影片最低只需租金1美元（約台幣32元），且就像自動販賣機操作簡便。據點遍布連鎖超市、速食店、藥房、商店街停車場。自助租片機2009年營業額比前年成長一倍，達7.74億美元（約台幣250億元）。
- **亞藝剛推出 百事達7月引進台灣：**「租片機」在美國受歡迎，台灣百視達計畫最快7月在台北市推出20台租片機，測試本地的反應。而亞藝影音早就引進，還在觀察消費者使用的成效。而百視達倒是看好租片機在台灣的前景，正在和超市、賣場洽談裝設，會從北市先開始實施，未來甚至可用悠遊卡刷卡取片，租片價格也比在實體店面便宜。



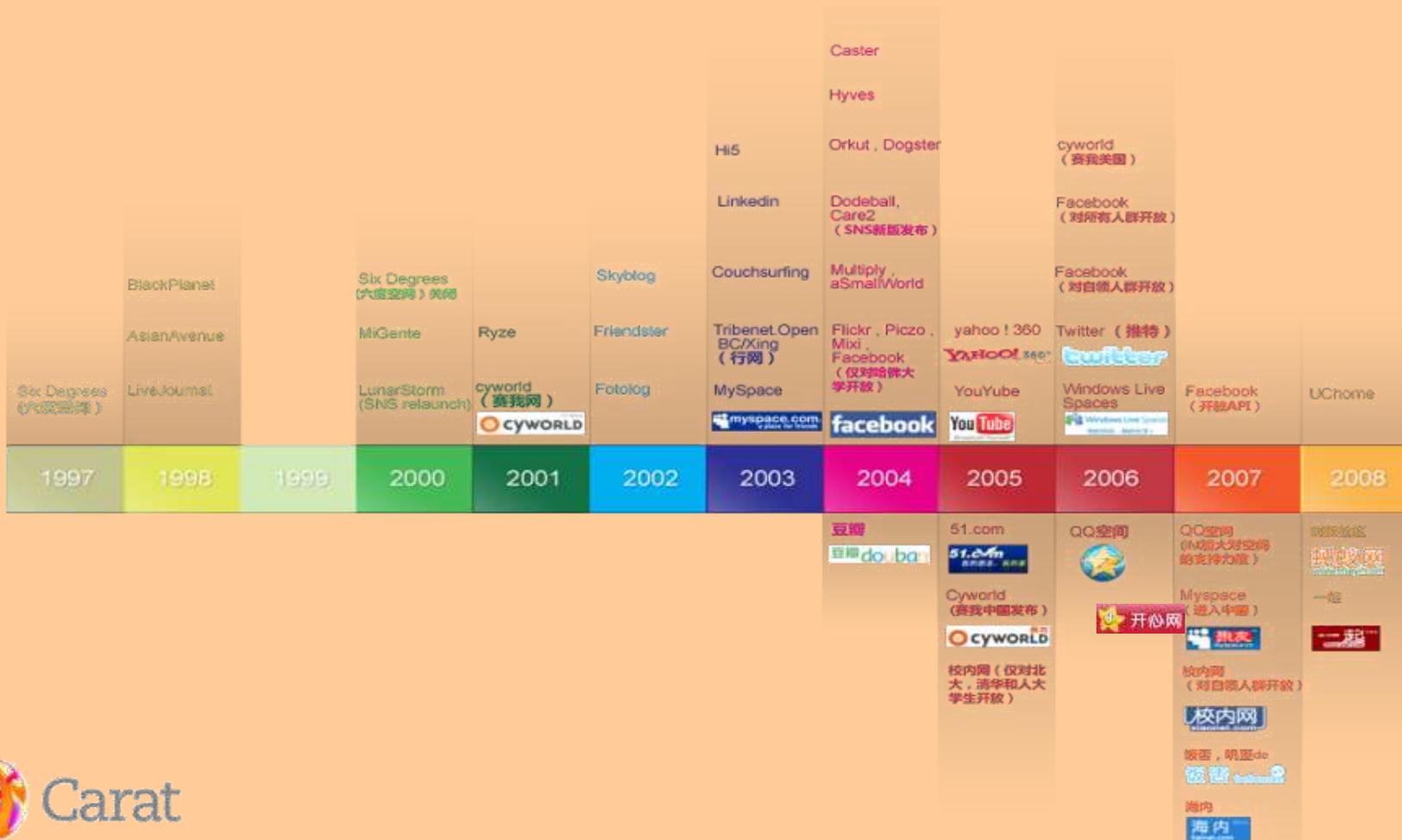
中國數位媒體概況(下)

- 中國凱絡

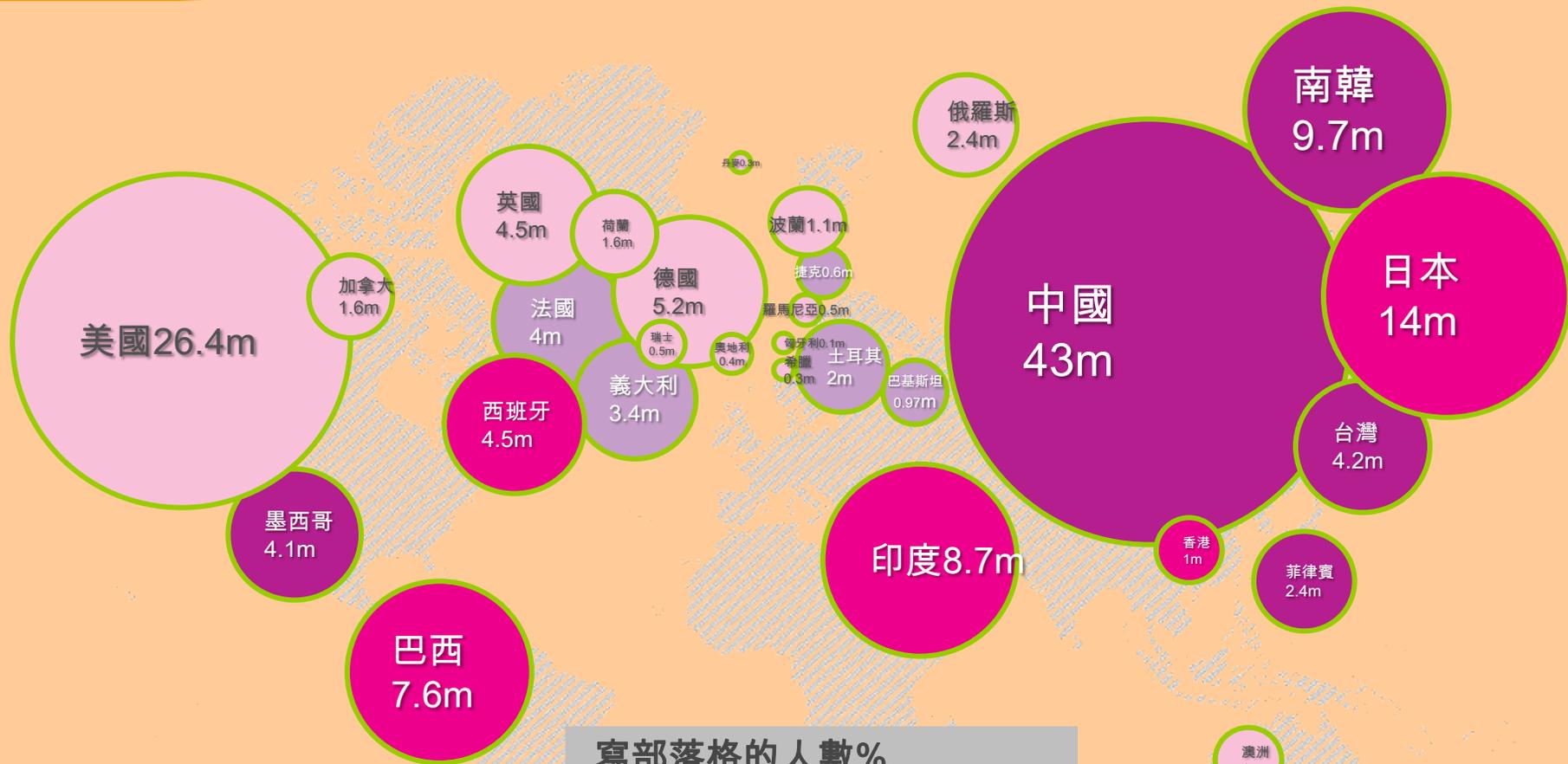


社群網站的發展

- 社群網站是一個概念而不是簡單的框架。
- 社群網站整合了各種功能和服務，比如部落格、論壇、圈子、音樂、視頻等等。



亞洲,特別是中國有大量的部落格寫手



寫部落格的人數%

60%+	深紫色
40% -60%	亮紫色
30%-40%	淡紫色
<30%	粉紅色

16-54歲有效網路使用人口統計，
統計至2008年3月



中國數位媒體概況(下)

- 詳細內容請參見第524期凱絡媒體週報，如欲訂閱週報請寄至下列信箱！
- 本文章由「**凱絡媒體週報**」授權刊登，如果您對媒體有任何問題，或是對於【凱絡媒體週報】有任何建議，都歡迎您來函不吝批評指教。我們將由媒體專業人員針對您的問題，提出詳盡的回答。來函請寄：twm.mediaweekly@carat.com

- **指導單位：**台北市政府
- **主辦單位：**台北市體育處
- **協辦單位：**台北市大安區足球委員會
- **簡介：**足球不僅是一種競賽活動，更是一種超越國界、種族與宗教信仰的溝通工具，可算是最熱門的體育活動之一，且足球運動因基本動作易學、規則易懂、設備及場地簡單、人數可多可少、競賽過程精彩有趣且有助人格教育發展，因此舉辦幼兒足球錦標賽，藉以推動國內足球風氣並達到寓教於樂效果，其中也將結合趣味並安排親子同樂等內容。



- **活動地點**：1.台北市立田徑場 2.台北市立田徑場之暖身場地
- **活動時間 (暫)**：99年5/23(日)初賽、6/12-13 (六、日)決賽，08:00-17:00。
- **賽事組別**：分為16組，以100支隊伍參賽為主 (含國際組)。
- **周邊活動**：足球遊樂園、足球攤位區(商品推廣與教育、繽紛世界彩繪區等)



- **媒體宣傳**：電子廣告、平面廣告、網路廣告、活動宣傳露出.....等。
- **適合產業**：飲料(牛奶、果汁)、零食、兒童保健食品、生活用品、數位相機、文具用品、親子樂園 ...等。
- **異業結盟方式**：協辦廠商、合作廠商、賽事廣告贊助廠商。
- **贊助相關權益**：選手球衣logo露出、中場活動置入、工作人員服裝、賽事廣告版面、現場攤位、記者會參與、獎項掛牌、宣傳物露出、冠名最佳球隊獎項等詳細合作及預算另議。



歡迎異業結盟合作,相關細節請洽：
Eileen.Yang@carat.com



頻道近2週新節目介紹

凱絡媒體電視組



淚痕劍

類型：戲劇

上檔日期：2010/03/16

播出頻道：台視

播出時間：20:00-22:00(一~四)

節目簡介：

二月的長安古城 殺氣暗湧。

江湖中永遠不敗的英雄偶像——司馬超群在雪夜裏等待著“雄獅堂”的朱猛。

因為，英雄可以無數，而江湖霸首卻只能有一個。

電視TOP20節目排行

凱絡媒體電視組

4歲以上無線電視節目					4歲以上有線電視節目				
排名	節目名稱	頻道	節目類型	平均收視	排名	節目名稱	頻道	節目類型	平均收視
1	夜市人生	FTV	戲劇	5.07	1	天下父母心	SANLI	戲劇	5.79
2	豬哥會社	FTV	綜藝	4.47	2	戲說台灣	SANLI	戲劇	2.43
3	明日之星SUPER STAR	FTV	綜藝	4.14	3	草地狀元	SANLI	社教資訊	1.65
4	綜藝大集合	FTV	綜藝	4.09	4	在台灣的故事	SANLI	社教資訊	1.52
5	就想賴著妳	CTV	戲劇	3.27	5	台灣尚青	SANLI	美食旅遊	1.39
6	航海王XII	TTV	卡通	3.25	6	大話新聞	SETN	新聞	1.35
7	偷心大聖PS男	TTV	戲劇	3.23	7	偷心大聖PS男	SL2	戲劇	1.35
8	百萬大歌星	TTV	綜藝	2.88	8	鳳中奇緣	SANLI	美食旅遊	1.33
9	成名一瞬間	FTV	綜藝	2.75	9	1230天下父母心	SANLI	戲劇	1.30
10	超級偶像SUPER IDOL	TTV	綜藝	2.61	10	用心看台灣	SANLI	社教資訊	1.27
11	中視新聞全球報導	CTV	新聞	2.51	11	烏龍派出所	*CHIN	卡通	1.25
12	鑽石夜總會	TTV	綜藝	2.39	12	下一站幸福	SL2	戲劇	1.20
13	家庭教師	TTV	卡通	2.32	13	媳婦的人生	GTV-D	戲劇	1.10
14	雙喜俱樂部	FTV	綜藝	2.28	14	型男大主廚	SL2	美食旅遊	1.05
15	金曲超級星	CTV	綜藝	2.01	15	貧民百萬富翁	*WMVE	影片	1.05
16	綜藝大哥大	CTV	綜藝	1.86	16	就想賴著妳	GTV-C	戲劇	1.03
17	天才衝衝衝	CTS	綜藝	1.79	17	康熙來了	CTiV	綜藝	0.99
18	超級星光大道	CTV	綜藝	1.75	18	台灣大頭條	SETN	新聞	0.97
19	台視晚間新聞	TTV	新聞	1.59	19	烏來伯與十三姨新再製	SANLI	戲劇	0.97
20	大陸尋奇	CTV	美食旅遊	1.59	20	愛你千萬次	GTV-D	戲劇	0.95
平均				2.79	平均				1.50



※資料來源：AGB Nielsen Media Research TAM

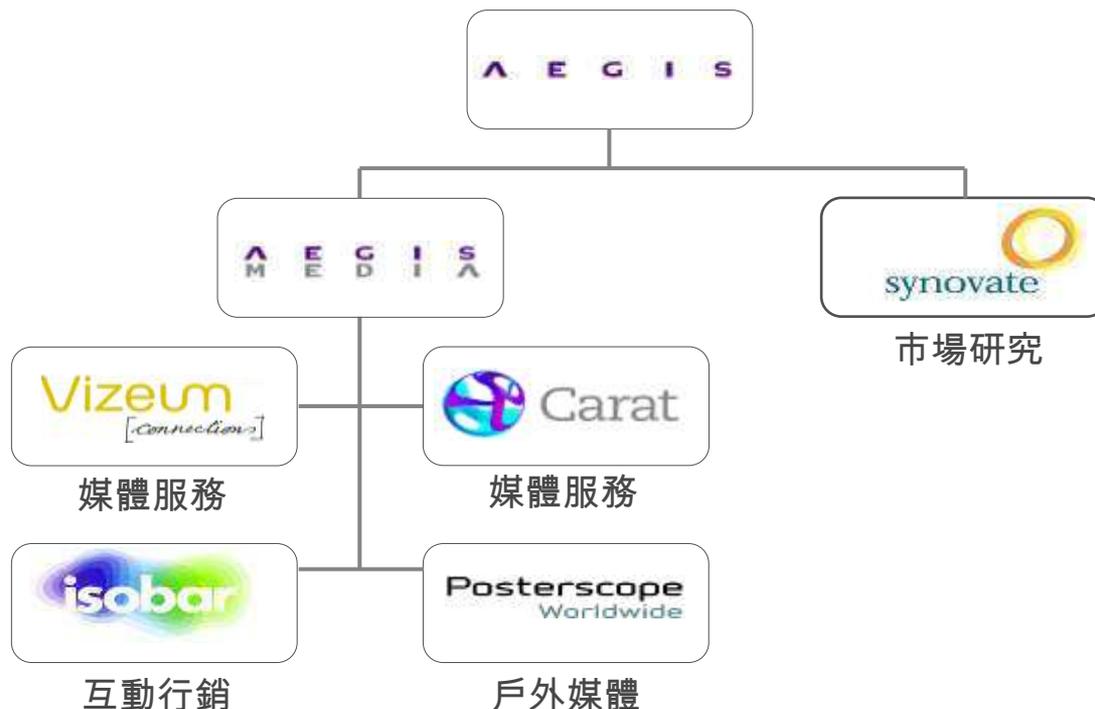
※統計期間：2010/03/1-2010/3/7

尊重著作權，使用本資料請經凱絡授權同意！

安格斯媒體集團簡介



- 安格斯媒體集團是全球發展最快的行銷傳播集團，旗下共有四大國際級的行銷傳播品牌，分別為凱絡媒體 (Carat)、偉視捷媒體 (Vizeum)、安索帕數位行銷 (Isobar) 以及博仕達戶外傳播媒體 (Posterscope)。
- 安格斯媒體集團的優勢在於所有團隊所具備的企業家精神，和「以消費者為核心，從數位思考領先」的專業理念。
- 安格斯媒體集團隸屬於Aegis Group plc.，Aegis Group plc.是英國倫敦證交所股票上市公司。



問題與建議

▶ 如果您對【凱絡媒體週報】有任何建議，或對媒體傳播有任何問題，都歡迎您來函不吝批評指教。我們將由媒體專業人員針對您的問題，提出詳盡回答。

▶ 來函請寄：

twm.mediaweekly@carat.com

▶ 電話：(02) 2719-1768 ext.854 編輯小組