

2010/04/05 - 2010/04/11



# 凱絡媒體週報

CARAT MEDIA WEEKLY  
[No.529]



# 目錄

市場訊息 3月CPI年增僅1.27%

媒體市場訊息 陸網路視訊用戶達2.4億

媒體專題 四年一度FIFA世界盃足球熱又來囉~

IMC異業結盟 【2010 肯尼吉Kenny G 薩克斯風演奏會】

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

# 3月CPI年增僅1.27%

《 99-04-07 工商時報》

- **民間消費動能力道依舊不足：**行政院主計處發布最新物價調查，3月份消費者物價（CPI）漲幅趨緩，年增率縮小至1.27%，其中外食價持續下滑，顯示景氣雖已復甦，但由於國內失業人口仍高，薪資成長緩慢，民間消費動能力道依舊不足。主計處官員表示，包括西式速食、咖啡店及早餐店的價格3月份仍進行促銷，使外食價格持續下跌。
- **目前尚無通膨壓力：**核心物價（消費者物價排除蔬果、水產及能源項目）在本月表現平穩，年增率0.11%，為第2個月正成長，但已低於2月份的1.01%。針對這一波國際農工原料價格走高，針對是否會引發輸入型通膨，主計處官員回應，雖金屬行情走高，但隨著美國玉米、巴西蔗糖豐收，國際穀物價格已呈平穩，再加上國內失業仍高、薪資成長仍緩，目前看不出有輸入型通膨的壓力。



# 消費升溫 連鎖百貨首季營收成長

《 99-04-07中央社》

- **百貨公司業漲幅最高**：經濟部公布2010年1到2月綜合商品零售業營業額為新台幣1,562億元，較2009年同期增加 5.05%，其中以百貨公司業增加7.48%最多，便利商店業增加5.61%次之，零售式量販店業增加4.55%再次之。
- **三大連鎖百貨Q1營收皆較上揚**：對照全台三大連鎖百貨統計第 1季營業額，亦比2009年同期成長。連鎖規模最大的新光三越百貨統計，第 1季營業額為160億元，比2009年同期成長5%；坪效居冠的太平洋SOGO百貨統計，第 1季全台及台北店的營業額都比2009年同期成長。遠東百貨會計年度雖尚未公布，但已預計第 1季營業額可比2009年同期成長1成。



# 豪華車Q1成長超越總市場

《 99-04-08 工商時報》

- **豪華車市場大幅成長**：豪華進口車市場向來是金字塔頂端消費族群的最愛，2010年首季經濟景氣及股市雙雙回溫，不單是英國ASTON MARTIN、BENTLEY、義大利藍寶基尼及法拉利等售價從千萬元起跳的豪華進口車缺車，連150萬元以上進口車也賣得嚇嚇叫，2010年第1季領牌6,455輛比2009年同期成長37.5%，較總市場的18.9%成長率來得高。
- **經濟回溫樂觀看待市場**：和泰主管指出，儘管2010年仍有升息等負面變數，但經濟景氣開始回溫、兩岸關係和緩、各項經濟指標也轉正，樂觀看待2010年豪華進口車市場。德國寶馬汽車台灣總代理汎德表示，1、2月豪華進口車因雙B ( BMW及BENZ ) 代理商2009年底賣到缺車，追加訂車得等到3、4月才陸續交車，這也是首季豪華進口車市場直到3月份才快速迅速攀升的主因。



# 日百貨業 改走平價路線

《 99-04-06 工商時報》

- **平價服飾快速成長**：華爾街日報報導，日本在經濟成長遲滯、消費者心態保守的影響下，優衣庫 ( UNIQLO ) 等平價服飾快速成長，而持續虧損的百貨業者只有改弦更張擁抱平價品，以迎合消費者需求。
- **部份業者轉移重心至亞洲高成長市場**：美林美銀東京分析師青木英彥 ( 音譯 ) 指出百貨業經營成本較高，商品卻較無法聚焦。對此，部分日本百貨業者改將重心擺在亞洲高成長市場。已在台北及新加坡設有分店的高島屋，上海店預定將於2012年開幕。而伊勢丹三越2009年才接連關閉巴黎、馬德里以及德國杜塞道夫 ( Dusseldorf ) 分店，現在卻正在興建第二家中國分店天津店，以強化在中國市場的地位。



# 世銀：風暴後 東亞經濟更猛

《 99-04-08 工商時報》

- **世銀報告指東亞已回金融海嘯前水準**：世界銀行發表最新報告表示，在短短1年間，東亞扭轉出口與投資崩跌的頹勢，自全球信用危機中大致復原。報告指出，東亞實質國內生產毛額（GDP）成長率不僅已重回危機前水準，而且體質比1997~98年亞洲金融危機之後更加強健。
- **未來全球金融現況趨於嚴格**：報告表示，東亞驚人的復甦歸功於龐大及適時的振興方案、企業回補庫存、以及海外需求與消費者信心回復。但即使在龐大的振興方案之下，東亞的財政赤字和公共債務並未激增，大多數國家都沒有債務水準難以持續的問題。展望未來，世銀指出，決策者應該設想到開發中經濟體的成長趨於緩慢，全球金融現況趨於嚴格，已開發國家的債務水位令人擔憂，以及全球貿易的大環境困難等因素。





# 陸網路視訊用戶達2.4億

《 99-04-08 經濟日報 》

- **七成大陸民眾收看電視時間減少：**中國互聯網路信息中心（CNNIC）指出，到2009年底，大陸的網路視訊用戶已達2.4億人，其中七成用戶看電視的時間明顯減少，更有近4,000萬用戶不看電視。中新社報導，這份「2009年中國網民網路視頻應用研究報告」顯示，大陸的網路用戶中有56.7%的網路視頻用戶，對網路的依賴要超過電視。
- **網路視訊衝擊傳統電視收視：**網路視訊如今更與傳統電視爭奪起民眾的觀看時間。許多網路視訊平台、網路電視軟體等多種服務都把現正熱映的電影、電視劇當成播放主流，不但是網路視訊用戶的收視重點，也是眾多視訊服務提供商爭奪的熱門資源。





# 國眾 與日本小學館合作

《 99-04-07 經濟日報 》

- **雙方正式宣佈合作：**國眾4月6日公告，與日本小學館簽署合資合作備忘錄，將與日本小學館合資在台灣設立新公司，將合作開發數位內容、數位學習與教育的新產品與服務。國眾日前已預告，與日本小學館進入最後磋商階段，預計下半年出貨，未來國眾也將負責經銷日本小學館的產品，並負責產品之運送及售後服務。
- **未來將開拓兩岸數位內容市場：**國眾表示，日本小學館的娛樂雜誌部門為小學館集英社，是首屈一指的出版大廠，國眾指出，雙方合作，將有利於切入數位產品的領域，未來更可開拓兩岸數位內容的龐大市場。



# eBay 搶推時尚微型網

《 99-04-04 經濟日報 》

- **eBay在新時尚網站推出新手法：**eBay與Hugo Boss和Lord & Taylor等大型時尚品牌與零售商合作，在新時尚網站併用多樣的新銷售方式，有意轉型成零售商店或特賣商店。電子灣2009年底開始推出限時超低價商品的「快閃銷售」( flash sales )，上周更祭出「Fashion Vault」專區販售低價流行服飾與配件，力拚會員制時尚購物網，更可能直接衝擊網路零售巨人亞馬遜 ( amazon.com )，以及梅西百貨 ( Macy's ) 和目標 ( Target ) 等傳統實體商店。
- **捨棄關鍵字搜尋更便利消費者瀏覽：**電子灣的全新時尚網站將搭配藝廊式的照片與便利的搜尋引擎，讓消費者更容易瀏覽商品，而非只靠關鍵字搜尋，也可依照品牌、款式與價格來逛網站。電子灣表示，未來會將這些新服務擴充至家居園藝、科技與媒體項目以利銷售。



# 四年一度FIFA世界盃足球熱來囉～

廖婉君•凱絡媒體電視購買組



- 自2002年FIFA世界盃足球賽在日本及韓國共同舉辦透過TVBS家族轉播，炒熱台灣對世足的狂熱後，儘管2006年主辦國是德國，台灣在觀看賽事時，有時差問題，仍不減對FIFA足球賽的熱愛。四年一度的足球熱，將於今年6月11日在南非熱鬧開戰，對台灣運動迷來說，關心及觀看FIFA世界盃足球賽，代表著與世界潮流的同步接軌。如何搭上這波熱潮推動品牌及商品行銷，也是行銷人員值得關心的話題。



# 2010年世界盃足球賽簡介

- 時間：6月11日~7月12日
- 地點：南非9個城市(約翰尼斯堡、德班、開普敦、比勒陀利亞、伊莉莎白港、布隆泉、波羅克瓦尼、內爾斯普雷特、勒斯滕堡)
- 賽事：32強共64場賽事
- 吉祥物：「Zakumi」是一隻有著綠色毛的豹。名字來自南非的簡稱「ZA」和非洲語「kumi」，代表「10」；吉祥物的顏色主要是黃色和綠色。
- 指定球：「Jabulani」在非洲語言裡代表著快樂、祥和。



# 2010世足賽球隊分組表

- A組：南非(NO.85)、**墨西哥**(NO.18)、烏拉圭(NO.25)、**法國**(NO. 9)
- B組：**阿根廷**(NO.6)、奈及利亞(NO.32)、南韓(NO.48)、**希臘**(NO.16)
- C組：**英國**(NO.7)、**美國**(NO.11)、阿爾及利亞(NO.29)、斯洛維尼亞(NO.49)
- D組：**德國**(NO.5)、澳大利亞(NO.24)、**塞爾維亞**(NO.21)、迦納(NO.38)
- E組：**荷蘭**(NO.3)、丹麥(NO.37)、日本(NO.40)、**喀麥隆**(NO.14)
- F組：**義大利**(NO.4)、**巴拉圭**(NO.21)、紐西蘭(NO.83)、斯洛伐克(NO.33)
- G組：**巴西**(NO.1)、北韓(NO.91)、象牙海岸(NO.19)、**葡萄牙**(NO. 10)
- H組：**西班牙**(NO.2)、**瑞士**(NO.13)、宏都拉斯(NO.35)、智利(NO.17)

※ 註1:國家隊旁的(NO.)表示各國家隊目前世界排名

※ 註2:國家隊以紅色字體呈現表示排名較前面的隊伍

## 2010 FIFA盃強隊簡介

- **阿根廷**：世界上最成功的國家隊之一，曾19次奪取國家隊重大賽事冠軍，包括兩次稱雄世界盃、14次奪得美洲杯、和兩次獲得奧運男足金牌。至今年初，共有3名球員為國家隊出場超過百次。如今，國家隊存在巨大的變數，在陣容選擇上，有很大的隨意性和不確定性，世界盃預選賽期間阿根廷多達50名球員先後上場，他們需要儘快確定陣容，打造出具有戰鬥力的整體。
- **巴西**：幾乎每屆世界盃巴西隊都是奪冠最大熱門，但由於缺少新人，預選賽上出場最多的球員是老邁的吉爾伯托-席爾瓦。不出意外的話，教練鄧加還是要繼續信任這位老將。
- **德國**：本次世界盃預選賽取得了8勝2平的戰績。不過本賽季，對內的預選賽頭號射手克羅斯卻遲遲找不到進球的感覺，門將恩克去世也讓德國隊的備戰受到影響。不過擁有強悍神經的德國隊歷來在大賽上都不會讓人失望，目前德國隊的奪冠賠率是1賠13，力壓衛冕冠軍義大利隊排名第五。
- **義大利**：以衛冕冠軍的身份來到南非參賽，與四年前相比，義大利人的核心球員並沒有變化，不過預選賽出場時間最多的邊後衛贊布羅塔，近兩年狀況嚴重下滑。與四年前相比，其他球員都老了四歲，年過三十的他們能否像四年前那樣出色穩定地發揮，存在著疑問。



# 2010世足盃賽事轉播時程表

- 今年仍由年代家族取得電視獨家轉播權，預計安排於年代綜合台、年代MUCH台、以及年代新聞台三個頻道Live轉播。又因南非與台灣時差6小時，球賽時間轉換為台灣播出時段多在晚間22:00或凌晨02:30。

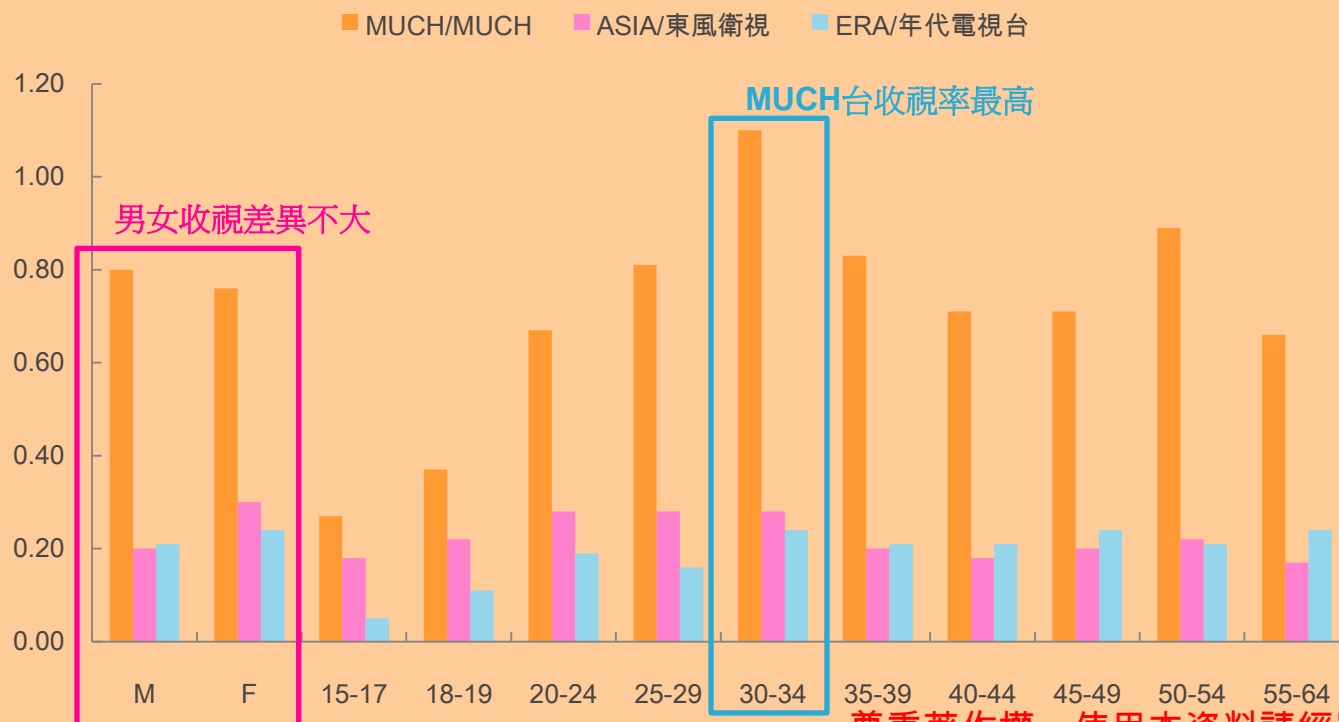
賽程	場數	場次	轉播日期	轉播時間	場地
開幕典禮	1場		6月11日	20:00	約翰尼斯堡
32強預賽	48場	第1場	6月11日	22:00	約翰尼斯堡
		第48場	6月26日	02:30	布隆泉
16強複賽	8場	第1場	6月26日	22:00	伊莉莎白港
		第8場	6月30日	02:30	開普敦
8強複賽	4場	第1場	7月2日	22:00	伊莉莎白港
		第2場	7月3日	02:30	約翰尼斯堡
		第3場	7月3日	22:00	開普敦
		第4場	7月4日	02:30	約翰尼斯堡
半準決賽	2場	第1場	7月7日	02:30	開普敦
		第2場	7月8日	02:30	德班
季冠軍賽	1場		7月11日	02:30	伊莉莎白港
冠軍賽	1場		7月12日	02:30	約翰尼斯堡
閉幕賽	1場		7月12日	04:30	約翰尼斯堡

# 年代家族世足賽宣傳架構

- 年代家族整合旗下所有頻道通力宣傳FIFA世足賽，再次炒熱台灣的世足話題，相關宣傳如下：
  - **節目規劃：**
    1. 年代新聞台 - 開關系列世足特別報導。
    2. 年代Much台 / 綜合台 - 綜藝節目設計足球遊戲及談話節目談論足球話題，甚至開關足球特別節目。
    3. Hollywood電影台 - 安排足球類的影片播放。
    4. 跨頻道製播體育快報及每日精采瞬間等節目。
    5. Next on卡及時段片頭製作世足版播映。
    6. 製播Promo、倒數卡、加油卡、及名人推薦。
  - **戶外造勢活動：**從賽前的記者會造勢，到開幕、閉幕、冠軍賽等精彩賽事舉辦戶外現場直播，讓球迷分享彼此的喜怒哀樂，讓觀看球賽更有樂趣。

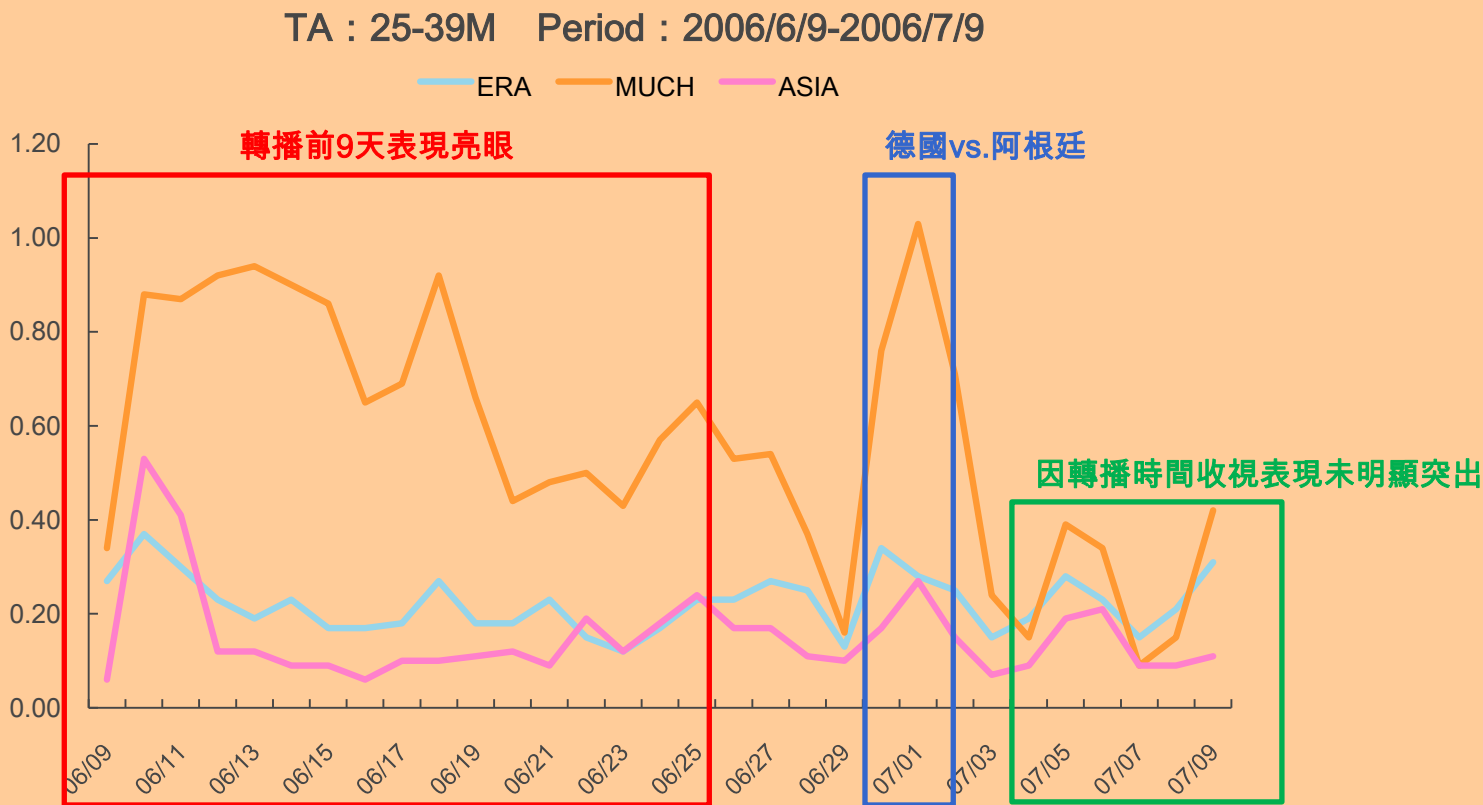
# 誰在看世足？

- 收視群集中在MUCH台**：分析2006年德國舉辦的世足賽首播收視表現，大部分收視群集中收看年代MUCH台的轉播，因為年代一開始即安排Much台為主要轉播頻道，年代新聞為輔助性同時聯播，6/19起東風衛視再加入轉播的行列。故收視群已習慣於年代MUCH台觀看世足賽。
- 收視率以30至34歲年齡層最高**：分析收視輪廓，男性收視較高,但男女之間的收視差異不大，與其他體育賽事集中男性收視明顯不同。其中又以年代Much台30-34歲的收視率最高，其次為50-54歲，以及35-39歲跟25-39歲的收視群次之。



# 2006世足收視表現

- 分析25至39歲男性於賽事期間收視行為，發現前9天預賽收視表現亮眼，但之後就一路下滑至進入前8強才出現較佳收視率，其中收視最高賽事為德國VS.阿根廷。往後從半準決賽到冠軍賽，因轉播時間是台灣半夜，所以收視表現並沒有很亮眼。



- 2006年的賽事轉播，年代家族在比賽時，將節目畫面開小框播放廣告，讓賽事進行中也能擁有廣告宣傳效果。但2010年FIFA世足賽的轉播合約中，禁止頻道開小框播送廣告，所以廣告片的播放僅能於賽事開打前、上下半場間的15分鐘中場休息、以及賽事結束後，在體育主播開始講評前的三個廣告口播放廣告，預估廣告收視情形將因廣告口限制有所變化。
- 行銷人員若希望搭上這波全球世足瘋潮，建立品牌形象或商品銷售量，建議結合頻道已規劃好的節目、造勢活動等，置入品牌或產品露出，或可贊助特別開闢的足球話題節目、戶外轉播的攤位設置。此外，未來播放世足賽的媒體平台還可能包括MOD、手機等新興多媒體方式，對於客戶而言也有了更多的媒體選擇。



- **活動時間及地點：**

台北場：2010年5月15日(六)台大體育館

台中場：2010年5月16(日)中興大學惠蓀堂

- **簡介：**「史上最暢銷演奏藝人」 Kenny G；流行音樂史上最暢銷的演奏曲藝人，同時也是當代最暢銷的爵士樂樂手。
- 總計創造了9張稱霸全美當代爵士榜冠軍，並打進流行專輯榜TOP10的專輯，擁有24首抒情榜TOP40單曲，歷年的專輯、單曲、音樂錄影帶的累積銷售也已累積近億張，並創金氏世界紀錄45分鐘47秒薩克斯風單音最長不換氣吹奏時間。
- 在台灣早已是家喻戶曉的薩克斯風一代大師，在台灣曾創下140萬張專輯唱片銷售佳績，每每來台演奏都造成巨大轟動。





- **活動對象：**累積二十年，全台上百萬熱愛輕音樂與Kenny G薩克斯風演奏的聽眾，演奏會主要吸引中高社經地位，注重生活品質的30-50男女。



- 薩克斯風演奏者的代名詞
- 當代最暢銷的爵士樂樂手
- 二十五年來，薩克斯風演奏唯一且永遠的王者Kenny G



- **媒體宣傳**：電視廣告、平面廣告、網路廣告、戶外廣告、活動、通路等。
- **適合異業結合產品**：汽車業、3C產品、酒類、精品業等。
- **贊助方式**：活動宣傳活動推廣、企業包票、促銷活動合作等。



歡迎異業結盟合作,相關細節請洽：  
[regina.yang@carat.com](mailto:regina.yang@carat.com)

# 頻道近2週新節目介紹

凱絡媒體電視組



新不了情

類型：戲劇

上檔日期：2010/04/13

播出頻道：台視

播出時間：20:00-22:00(一~四)

節目簡介：描述不幸的女孩--阿敏的一生。被兩個媽媽拋棄，兩次被骨癌纏擾，在街頭賣唱維生，她的情敵卻是樂壇天后！然而，她善良可愛個性，積極堅強的生活態度，不但將歡笑帶給身邊人，而且激勵了她媽媽李再愛不再自暴自棄，影響了愛她的作曲人--張少傑在事業低潮中重新振作。最後她離世，只留下忘不了的感情，可是卻感染到身邊人，譜出一個又一個動人心弦的勵志故事。



神話

類型：戲劇

上檔日期：2010/04/07

播出頻道：中視

播出時間：20:00-22:00(一-五)

節目簡介：一個「神秘寶盒」和一個「虎形墜」，讓他穿越時空回到西元前221年的秦國，身處陌生異界 經歷各種冒險旅程，參加義軍，謁見秦始皇及項羽 與劉邦結拜為兄弟，結識蒙恬共圖大事 經歷改朝換代... 古都王朝幾段美好的相遇，深愛他的呂素與呂雉姐妹 虞姬和玉漱公主，天意弄人 相愛卻未能廝守 分隔兩地的思念 可否延續愛的神話...

# 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	7.08	1	天下父母心	SANLI	戲劇	5.48
2	偷心大聖PS男	TTV	戲劇	4.53	2	戲說台灣	SANLI	戲劇	2.34
3	綜藝大集合	FTV	綜藝	4.31	3	媳婦的人生	GTV-D	戲劇	1.65
4	明日之星SUPER STAR	FTV	綜藝	4.14	4	在台灣的故事	SANLI	社教資訊	1.64
5	豬哥會社	FTV	綜藝	3.84	5	烏龍派出所	*CHIN	卡通	1.58
6	航海王XIII	TTV	卡通	3.49	6	台灣尚青	SANLI	美食旅遊	1.48
7	鑽石夜總會	TTV	綜藝	3.09	7	愛你千萬次	GTV-D	戲劇	1.42
8	就想賴著妳	CTV	戲劇	3.03	8	1230天下父母心	SANLI	戲劇	1.31
9	PS男的PS製作特輯	TTV	特別節目	2.96	9	用心看台灣	SANLI	社教資訊	1.30
10	超級偶像SUPER IDOL	TTV	綜藝	2.83	10	鳳中奇緣	SANLI	美食旅遊	1.27
11	成名一瞬間	FTV	綜藝	2.73	11	草地狀元	SANLI	社教資訊	1.22
12	雙喜俱樂部	FTV	綜藝	2.68	12	戲說台灣精華版	SANLI	戲劇	1.14
13	超級星光大道	CTV	綜藝	2.66	13	寶島漁很大	SANLI	社教資訊	1.10
14	中視新聞全球報導	CTV	新聞	2.56	14	康熙來了	CTiV	綜藝	1.05
15	百萬大歌星	TTV	綜藝	2.24	15	型男大主廚	SL2	美食旅遊	1.01
16	全家劇場青梅竹馬	CTV	戲劇	2.24	16	偷心大聖PS男	SL2	戲劇	0.96
17	綜藝大哥大	CTV	綜藝	2.20	17	大話新聞	SETN	新聞	0.95
18	全家劇場神話	CTV	戲劇	1.89	18	烏來伯與十三姨新再製	SANLI	戲劇	0.93
19	家庭教師	TTV	卡通	1.83	19	歡樂幸運星	*CHIN	綜藝	0.90
20	台視晚間新聞	TTV	新聞	1.75	20	第一劇場	GTV-1	戲劇	0.87
平均				3.10	平均				1.48



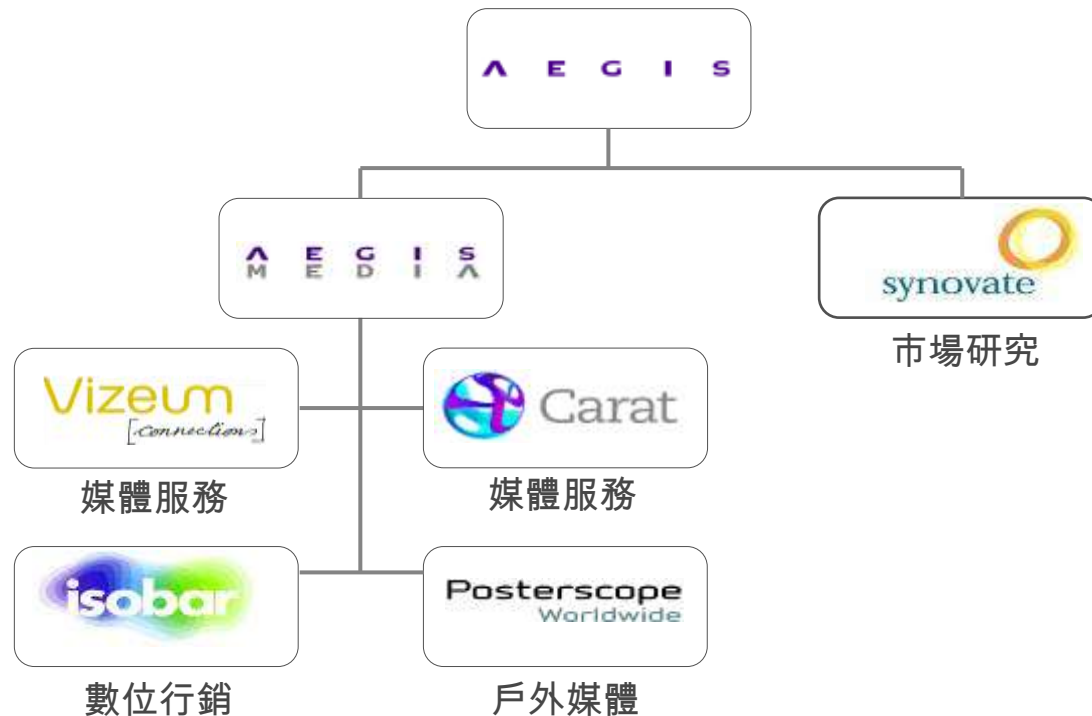
※資料來源：AGB Nielsen Media Research TAM

※統計期間：2010/04/05-2010/04/11

尊重著作權，使用本資料請經凱絡授權同意！

# 安吉斯媒體集團簡介

- 安吉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 )。
- 安吉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。
- 安吉斯媒體集團隸屬於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



▶ 如果您對媒體傳播有任何問題，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](mailto:twm.mediaweekly@carat.com)

▶ 電話：(02) 2719-1768 ext.854 編輯小組