



2009年台灣媒體白皮書
Media Book
Media Agencies Association

台北市媒體服務代理商協會
© 2009年 MAA 台灣媒體白皮書



2009 年台灣媒體白皮書

Media Book

Media Agencies Association

台北市媒體服務代理商協會

© 2009 年 MAA 台灣媒體白皮書

版權所有，翻版必究，未經授權，不得以包括機械、
電子、照片等任何形式複製或翻印書中的任何部分。

我們盡所有努力保證此書中內容的準確性，但是作為編輯出版和版權擁有者，我們對數據中差錯和編輯不負法律責任。希望讀者理解本書的數據是此書印製時間允許條件下的最新數據，我們保留其修改的權利。



目 錄

MAA簡介

2008年十大新聞

台灣地區整體概況

基本狀況

人口輪廓

經濟數值與指標

整體廣告量

2008年前十大品類與廣告主

媒體涵蓋率

媒體閱聽眾輪廓

電視

購買現況

有線電視普及率

每人每天電視收視時數

無線/有線電視收視佔有率

2008年頻道資訊

2008年有線頻道購買價目表

2008年電視觀眾輪廓

2008年收視率前十大節目

2008年電視廣告量前十大品類與廣告主

報紙

購買現況

每百戶報紙份數

2008年報紙資訊

2008年報紙廣告量前十大品類與廣告主

雜誌

購買現況

每百戶雜誌份數

2008年雜誌資訊

2008年雜誌廣告量前十大品類與廣告主



廣播

購買現況
2008年廣播資訊
2008年廣播廣告量前十大品類與廣告主

電影

購買現況
2008年主要電影院廣告價格
2008年台北市電影票房排行榜
2008年電影院廣告量前十大品類與廣告主

戶外媒體

購買現況
2008年主要戶外媒體廣告價格
2008年戶外媒體廣告量前十大品類與廣告主

網路

網路廣告名詞
網路廣告型式
網路媒體廣告運作及注意事項
2008年網路主要使用用途
2008年主要網站昨日使用佔有率
2009年主要網站廣告價格
2008年網路廣告量

附錄

附錄：資料來源說明



MAA 簡介

台北市媒體服務代理商協會(Media Agencies Association，簡稱MAA)，乃集合以“媒體整合企劃與購買”為核心服務之代理商，共同推動一流的媒體專業服務於廣告主、廣告服務與媒體產業。

本會之任務如下：

- 一、提供一個便利會員及媒體服務代理同業互相交換意見及溝通之場所。
- 二、與會員有關之立法通知，並就會員之共同利益協助提供立法建議。
- 三、代表會員之意見，並協助會員進行與媒體、政府之洽商。
- 四、定期舉辦各類座談會、演講等活動。
- 五、促使本會會員在與客戶交易或與同業往來時，皆遵守最高之商業道德標準。
- 六、制定會員共同遵守之執業標準。
- 七、向社會大眾及政府機關推廣廣告之重要性及促進大眾對媒體、廣告行銷之瞭解。
- 八、對影響本會會員權益之事，代表會員與有關單位洽詢並提供改革計劃。
- 九、保障本會會員及廣告公司之共同利益。
- 十、促進會員製作廣告之合法性、誠實性、淨化和真實，並保障一般大眾之利益。



2008 年十大新聞

- 一、全球金融風暴
- 二、旺旺蔡衍明入主中時媒體集團
- 三、兩岸直航帶商機
- 四、非凡正式取得台視經營
- 五、**2008**總統大選
- 六、旺旺拿下東森電視**40%**股權
- 七、宅娛樂概念商品發燒, 線上遊戲廣告紅不讓
- 八、政府消費券發放, 企業強商機
- 九、毒奶事件
- 十、北京奧運開啓高畫質電視時代, 首度採**HD**播映.中華電**MOD**開機率衝到六成

資料來源: MAA各會員票選結果 (依票數由多至少排列)



I. 台灣地區整體概況

基本狀況

土地面積	35,879 平方公里
總人口數	22,849,398 人
總家庭數	7,592,325 戶
平均家庭人口數	3.03 人/戶
平均每人國民所得	477,929 元/人年**
使用語言	國語

本表資料：台灣本島

資料來源：內政部戶政司、行政院主計處

** 平均每人國民所得：台灣地區資料 <http://61.60.106.82/pxweb/Dialog/statfile9L.asp>

人口輪廓（台灣本島四歲及以上人口）

總計	人口	%
4 歲以上總人口數	22,048,684	100.0%
性別	人口	%
男	11,109,825	50.5%
女	10,938,859	49.5%
年齡	人口	%
4-9	1,527,678	6.9%
10-14	1,549,488	7.0%
15-19	1,594,558	7.2%
20-24	1,628,409	7.4%
25-29	1,978,954	9.0%
30-34	1,901,044	8.6%
35-39	1,809,023	8.2%
40-44	1,863,623	8.5%
45-49	1,881,053	8.5%
50-54	1,701,364	7.7%
55-59	1,410,629	6.4%
60-64	826,272	3.7%
65+	2,376,589	10.8%
地區	人口	%
大台北	5,499,392	24.9%
其它北部	3,863,542	17.5%
中部	5,543,284	25.1%
南部	6,142,925	27.9%
東部	999,541	4.5%

資料來源：內政部戶籍人口統計月報九十七年十二月底

<http://www.ris.gov.tw/ch4/static/m0s709712.xls>



經濟數值與指標

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
GDP (單位:百萬)	10,519,574	11,065,548	11,454,727	11,917,597	12,635,768	12,340,923
成長率%	2.2%	5.2%	3.5%	4.0%	6.0%	-2.3%
GDP /per Captia (單位:元)	467,663	490,168	505,671	524,081	553,507	538,792
消費者物價年增率	-0.28%	1.62%	2.3%	0.6%	1.8%	3.5%
廣告量(不含網路) (單位:百萬)	--	54,577	49,043	47,778	45,377	42,365
廣告量成長率%	--	--	-10.1%	-2.6%	-5.0%	-6.6%
廣告量(含網路) (單位:百萬)	--	--	52,091	51,476	50,327	48,341
廣告量成長率%	--	--	--	-1.2%	-2.2%	-3.9%
*廣告量佔GDP%	0.49%	0.49%	0.45%	0.43%	0.40%	0.39%

資料來源：行政院主計處

Nielsen Media Research 廣告監播服務

網路廣告量-台北市網際網路廣告暨媒體經營協會 (IAMA)

* 廣告量佔GDP%：自2005年起含網路廣告量。



整體廣告量

單位:千元	無線電視	有線電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路
2004	5,690,609	18,190,998	18,097,267	6,395,485	3,462,289	2,740,125	--
成長率%	-26.2%	-14.1%	37.0%	10.9%	8.9%	--	--
2005	4,352,728	16,677,636	15,547,064	6,545,124	3,076,384	2,844,436	3,048,000
成長率%	-23.5%	-8.3%	-14.1%	2.3%	-11.1%	3.8%	--
2006	4,125,130	14,906,171	14,771,396	6,359,225	3,965,920	3,650,537	3,698,000
成長率%	-5.2%	-10.6%	-5.0%	-2.8%	28.9%	28.3%	21.3%
2007	4,094,286	14,047,643	13,667,979	6,444,696	3,770,670	3,351,388	4,950,000
成長率%	-0.7%	-5.8%	-7.5%	1.3%	-4.9%	-8.2%	33.9%
2008	4,445,461	13,582,111	11,078,926	6,050,076	3,838,620	3,369,590	5,976,000
成長率%	8.6%	-3.3%	-18.9%	-6.1%	1.8%	0.5%	20.7%

資料來源：Nielsen Media Research 廣告監播服務

網路廣告量-台北市網際網路廣告暨媒體經營協會 (IAMA)

每年調整率如下

2004年：無線:0.10, 有線:0.05, 報紙:0.58, 雜誌:0.44, 廣播:0.59, 戶外1.00

2005年：無線:0.09, 有線:0.05, 報紙:0.48, 雜誌:0.44, 廣播:0.54, 戶外1.00

2006年：無線:0.09, 有線:0.04, 報紙:0.45, 雜誌:0.43, 廣播:0.48, 戶外1.00

2007年：無線:0.111, 有線:0.033, 報紙:0.39, 雜誌:0.425, 廣播:0.445, 戶外1.00

2008年：無線:0.109, 有線:0.034, 報紙:0.38, 雜誌:0.435, 廣播:0.41, 戶外1.00

2008 年前十大品類與廣告主

廣告量前十大品類 (不含網路廣告量)

排名	品類	金額(千元)
1	建築類：建築	5,233,425
2	其他類：政府機構	1,073,939
3	交通工具：汽車	976,951
4	化妝保養品類：保養品	818,735
5	食品類：速食店	681,728
6	電話事務機類：電信業服務	667,091
7	金融財經：保險	622,856
8	服務類：超市、便利商店	613,918
9	電話事務機類：通訊網路服務	538,238
10	服務類：購物廣場中心	494,534

附註：報紙專業綜合廣告不計入排名之列



廣告量前十大廣告主 (不含網路廣告量)

排名	廣告主	金額(千元)
1	寶僑家品公司	629,028
2	遠雄集團	612,987
3	中華電信(股)公司	470,894
4	甲山林機構	411,383
5	嬌生企業公司	379,499
6	台灣萊雅(股)	349,213
7	台灣大哥大電信公司	332,189
8	統一超商(股)公司	332,129
9	荷商葛蘭素史克藥廠	321,408
10	台灣麥當勞餐廳(股)	309,714

資料來源：Nielsen Media Research 廣告監播服務

廣告量依MAA調整率調整：無線0.109,有線0.034,報紙0.38,雜誌0.435,廣播0.41,戶外1

媒體涵蓋率

%	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
昨天有看電視	95.7%	95.4%	96.1%	95.5%	95.5%	94.5%	94.5%	95.5%
報紙	55.2%	50.8%	50.2%	49.0%	50.5%	45.8%	45.1%	43.9%
*雜誌	36.3%	34.2%	32.9%	36.7%	35.2%	31.8%	32.2%	31.7%
廣播	31.9%	30.5%	28.6%	29.3%	28.6%	26.6%	24.9%	23.8%
網路	18.4%	22.5%	27.8%	33.0%	35.5%	39.1%	45.5%	48.1%
*戶外	83.5%	83.6%	82.9%	83.9%	83.0%	79.9%	83.1%	79.4%

資料來源：Nielsen Media Research 媒體大調查

註：*雜誌為過去七天看過週刊/過去二週看過雙週刊/過去一個月看過月刊，戶外媒體為過去七天接觸比例，其餘均為昨日閱聽率



媒體閱聽眾輪廓

媒體\性別	男	女
電視	50.2	49.8
報紙	52.1	47.9
*雜誌	45.0	55.0
廣播	54.6	45.4
網路	54.7	45.3
*戶外	50.9	49.1
電影院	53.7	46.3

媒體\年齡	12-14	15-19	20-29	30-39	40-49	50-65
電視	5.4	8.8	20.8	21	21.5	22.4
報紙	3.3	8.2	21.7	23.3	24.2	19.3
*雜誌	3.5	11.5	30.1	26.2	17.6	11.1
廣播	3.3	6.7	20.4	26.2	24.1	19.4
網路	7.0	15.2	34.2	24.0	13.7	6.0
*戶外	5.3	10.1	23.6	22.4	20.9	17.6
電影院	5.6	18.7	47.4	17.3	7.9	3.1

媒體\工作狀況	工作男性	工作女性	學生	家庭主婦	退休/無工作
電視	33.6	22.8	19.1	15.8	8.7
報紙	37.8	24.6	16.4	13.3	7.9
*雜誌	31.0	28.8	23.5	10.7	6.0
廣播	42.7	25.1	14.5	11.7	5.9
網路	33.0	21.4	32.1	7.0	6.5
*戶外	34.3	23.3	21.4	13.5	7.4
電影院	27.4	22.0	40.5	4.0	6.1

資料來源：Nielsen Media Research 媒體大調查

註：*雜誌為過去七天看過週刊/過去二週看過雙週刊/過去一個月看過月刊，戶外媒體為過去七天接觸比例，電影為過去一個月接觸，其餘均為昨日閱聽率。



II. 電視

購買現況

壹、無線電視

- ★電視廣告長度 最短為5秒，以5秒進為一單位，最長不限。
若有單獨5秒之廣告，需接在較長秒數的主題廣告後面。
- ★電視廣告材料 台視- Digital Betacam & Betacam
中視- Digital Betacam & Betacam
華視- Digital Betacam & Betacam
民視- Digital Betacam & Betacam
- 藥品、食品、化妝品及有關醫療之廣告應先取得衛生署證明核准之證明文件，及由無線電視台業務單位負責審查核准始得播放。其他廣告則由無線電視台業務單位負責審查得以播放。
- 電視廣告播放限制：新聞局自2000年11月1日正式實施，開放動態商品廣告轉由無線電視台業務單位負責審查。開放電視台自審類別：1.電器類2.五金機器類3.鐘錶儀器類4.文教用品類5.航空觀光類6.百貨零售類7.化妝品類8.醫藥類9.服飾類10.食品類11.交通工具類12.建築類13.其他素材類（註：電影及公益類廣告仍保留由新聞局審查）
- 電視廣告申請審查時，需備文件1.檢送播出成品之廣告 2.應填具廣告片(帶)檢查申請書 3.本事說明書乙份 4.使用之音樂著作權人授權同意書及相關證明文件 5.藥物、化妝品、食品、環境用藥廣告衛檢申請核定表 6.活動、展出、場地租借證明 7.廣告主公司營利事業登記証影本及執照影本 8.廣告代理商公司營利事業登記証影本及執照影本 9.其他相關活動證明文件(如外籍演員工作許可證明等)；電視廣告准播證明應於滿之日前七日內，得申請延期，逾期播放視同無照播放。



★電視廣告播出限制

1. 煙草產品不得作電視廣告，如在其他電視廣告中出現，原則上需注意不得秀出煙草產品品牌，商標及廠商名稱及促銷之舉。
2. 酒類廣告必須加註廣告醒語之文字用語及統一格式，為「未成年請勿飲酒」或「飲酒過量，有害健康」或「喝酒過量有礙健康」...等，相似的明顯標示提醒警語標記，並避免鼓勵或提倡性表現方式。字型不限制、全程畫面出現、畫面比例為十分之一，字體面積不得小於警語背景面積二分之一，瓶色應與廣告之底色互為對比色。播出時限於每日21：00起至翌日06：00止。
3. 自九十五年一月一日起信用卡廣告媒體應以明顯字體揭示項目，包括循環利率（循環動用信用商品為信用卡類別，得以循環利率代替年百分率）、欲借現金利率及預借現金手續費，如廣告內容有代償產品訴求者，應揭露代償利率；並於廣告中列示相關費率查詢管道（如查詢網址及電話）。
4. 自九十五年五月一日起現金卡廣告須符合下列規定：需加註警言，如「完善理財規劃，衡量自身能力」或「請計劃使用現金卡，維持良好紀錄」或「信用是第二生命，借貸請量力而為」。字型不得小於14號字體，面積以1/8版面全程播出。利率負擔區間及費用須以1/4版面浮現四秒，且利率區間訊息不得低於其中之1/3版面。結束時以播出時間之1/8，相同音量播出「請謹慎使用現金卡」。須以全版版面播送「請務必確認契約內容」、「請確實管控收支平衡」及「請規劃合理償還計畫」。
5. 避孕藥物品限於晚間10：30後播。
6. 嬰兒配方食品及四月以下嬰兒使用之完整配方食品廣告不得播出。

★廣告播放時間

每半小時300秒廣告，平均每15分鐘節目有一廣告段落。



貳、有線電視

★電視廣告長度 最短5秒材料，以5秒進為一單位，最長不限。

★電視廣告材料 Betacam

● 藥物、化妝品、食品、環境用藥廣告應先取得衛生署證明之核發管機關核準之證明文件及新聞局核準之證明文件始得送審或播放。其他廣告須有新聞局核準之證明文件始得播放。（92年5月起強制執行 "音樂著作權人授權同意書" 及相關證明文件）

★電視廣告播出

1. 煙草產品不得作電視廣告，如在其他電視廣告中出現，原則上需注意不得秀出煙草產品品牌，商標及廠商名稱及促銷之舉。
2. 酒類廣告必須加註廣告醒語之文字用語及統一格式，為「未成年請勿飲酒」或「飲酒過量，有害健康」或「喝酒過量有礙健康」...等，相似的明顯標示提醒警語標記，並避免鼓勵或提倡性表現方式。字型不限制、全程畫面出現、畫面比例為十分之一，字體面積不得小於警語背景面積二分之一，瓶色應與廣告之底色互為對比色。播出時限於每日21：00起至翌日06：00止。
3. 自九十五年一月一日起信用卡廣告媒體應以明顯字體揭示項目，包括循環利率（循環動用信用商品為信用卡類別，得以循環利率代替年百分率）、欲借現金利率及預借現金手續費，如廣告內容有代償產品訴求者，應揭露代償利率；並於廣告中列示相關費率查詢管道（如查詢網址及電話）。
4. 自九十五年五月一日起現金卡廣告須符合下列規定：需加註警言，如「完善理財規劃，衡量自身能力」或「請計劃使用現金卡，維持良好紀錄」或「信用是第二生命，借貸請量力而為」。字型不得小於14號字體，面積以1/8版面全程播出。利率負擔區間及費用須以1/4版面浮現四秒，且利率區間訊息不得低於其中之1/3版面。結束時以播出時間之1/8，相同音量播出「請謹慎使用現金卡」。須以全版版面播送「請務必確認契約內容」、「請確實管控收支平衡」及「請規劃合理償還計畫」。
5. 避孕藥物品限於晚間10：30後播。
6. 嬰兒配方食品及四月以下嬰兒使用之完整配方食品廣告不得播出。

★廣告播放時間

自1999年年初通過有線電視法後，每小時自360秒增至600秒。



有線電視普及率(Home)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
%	80.9%	81.7%	82.7%	84.8%	85.1%	85.1%	84.2%	86.4%	86.8%

每人每天電視收視時數

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
小時/Viewer	1.94	2.11	2.24	2.36	2.32	2.36	2.51	2.55	2.63

無線/有線電視收視佔有率

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
無線	43.7%	38.7%	33.4%	29.8%	26.4%	24.0%	20.8%	21.3%	22.7%
有線	56.3%	61.3%	66.6%	70.2%	73.6%	76.0%	79.2%	78.7%	77.3%

資料來源：AGB Nielsen Media Research 電視收視率調查

無線：TTV、CTV、CTS、FTV

有線：不含無線四台及PTV

2008 年頻道資訊

無線四台

頻道	播出時間	2008平均收視率 %	佔有率 %	每人每年平均 收視時數
台視	02:00 - 04:00 05:30 - 25:59	0.67	5.29	51.33
中視	02:00 - 04:00 05:30 - 25:59	0.74	5.83	55.85
華視	02:00 - 04:00 05:30 - 25:59	0.47	3.67	35.68
民視無線	02:00 - 04:00 05:30 - 25:59	1.00	7.85	75.90

公共電視

頻道	播出時間	2008平均收視率 %	佔有率 %	每人每年平均 收視時數
公共電視	06:00 - 25:59	0.14	0.98	10.28



有線電視

頻道	播出時間	2008平均收視率%	佔有率%	每人每年平均收看時數
衛視中文	02:00-25:59	0.20	1.69	19.15
衛視電影	02:00-25:59	0.19	1.55	17.40
衛視西片	02:00-25:59	0.15	1.26	14.43
衛視音樂 V	02:00-25:59	0.07	0.56	7.55
國家地理頻道	02:00-25:59	0.05	0.40	4.90
衛視體育	02:00-25:59	0.04	0.37	5.03
ESPN	02:00-25:59	0.11	0.94	12.63
Discovery	02:00-25:59	0.05	0.41	5.05
旅遊生活頻道	02:00-25:59	0.02	0.20	2.57
動物星球	02:00-25:59	0.05	0.41	4.87
AXN	02:00-25:59	0.08	0.63	8.28
ANIMAX	02:00-25:59	0.03	0.25	4.52
中天娛樂台	02:00-25:59	0.11	0.94	10.72
中天綜合台	02:00-25:59	0.17	1.44	16.27
中天新聞台	02:00-25:59	0.37	3.09	34.78
東風衛視	02:00-25:59	0.07	0.57	6.60
ERA	02:00-25:59	0.17	1.38	15.60
MUCH	02:00-25:59	0.15	1.26	14.65
年代綜合台	02:00-25:59	0.03	0.28	3.63
JET	02:00-25:59	0.06	0.51	5.98
迪士尼卡通	02:00-25:59	0.15	1.26	15.08
非凡新聞台	02:00-25:59	0.20	1.65	19.77
非凡商業台	02:00-25:59	0.04	0.32	7.65
東森電影	02:00-25:59	0.18	1.47	16.60
東森新聞	02:00-25:59	0.28	2.36	26.65
東森綜合	02:00-25:59	0.10	0.83	9.42
東森財經新聞台	02:00-25:59	0.13	1.05	12.22
東森洋片台	02:00-25:59	0.14	1.19	13.60
YOYO	02:00-25:59	0.22	1.85	21.48
GTV 第一台	02:00-25:59	0.20	1.68	18.82
GTV 綜合台	02:00-25:59	0.24	1.98	22.57
GTV 戲劇台	02:00-25:59	0.17	1.42	17.12
GTV 娛樂 K 台	02:00-25:59	0.01	0.12	2.43
好萊塢電影	02:00-25:59	0.08	0.68	8.35
MOMO 親子台	02:00-25:59	0.07	0.6	7.48



頻道	播出時間	2008平均收視率%	佔有率%	每人每年平均收看時數
高點	02:00-25:59	0.02	0.2	2.45
三立台灣	02:00-25:59	0.65	5.41	61.90
三立新聞	02:00-25:59	0.43	3.57	40.02
三立都會	02:00-25:59	0.26	2.13	23.83
超視	02:00-25:59	0.15	1.28	14.70
東森戲劇台	02:00-25:59	0.08	0.71	8.47
國興衛視	02:00-25:59	0.05	0.44	5.62
TVBS	02:00-25:59	0.33	2.76	31.85
TVBSG	02:00-25:59	0.11	0.92	10.62
TVBSN	02:00-25:59	0.42	3.49	38.80
緯來綜合	02:00-25:59	0.16	1.29	14.35
緯來戲劇台	02:00-25:59	0.16	1.31	15.60
緯來日本	02:00-25:59	0.10	0.82	9.87
緯來電影台	02:00-25:59	0.16	1.29	14.72
緯來育樂台	02:00-25:59	0.08	0.66	7.67
緯來體育	02:00-25:59	0.10	0.84	10.47
LSTime 電影台	02:00-25:59	0.10	0.82	11.13
霹靂頻道	02:00-25:59	0.06	0.51	7.97
客家頻道	02:00-25:59	0.02	0.16	2.13
民視新聞	02:00-25:59	0.27	2.23	23.03
Cartoon network	02:00-25:59	0.13	1.1	13.57
Cinemax 電影	02:00-25:59	0.07	0.58	7.17
MTV	02:00-25:59	0.02	0.16	2.50
HBO	02:00-25:59	0.15	1.25	14.43
Z	02:00-25:59	0.04	0.3	6.35
大愛電視	02:00-25:59	0.15	1.25	15.10

資料來源：AGB Nielsen Media Research 電視收視率調查
 *年中開放至市場的頻道一年代綜合台1/15開放收視資料。



2008 年有線頻道購買價目表

頻道名稱		組合價 (Net)	購買方式	檔 數	10"平 均價	備 註
東 森 家 族	東森新聞	28,000	1S+1A2+2B+1C	5	5,600	只走週末檔期者(週四、週五、週六),售價加兩成
		26,400	2A+2B+1C	5	5,280	
	東森財經新聞	20,000	1S+1A+2B+1C	5	4,000	
	東森電影	20,000	1S+1A+2B+2C	6	3,333	
		18,000	2A+2B+2C	6	3,000	
	東森洋片	20,000	1S+1A+2B+2C	6	3,333	
		18,000	2A+2B+2C	6	3,000	
	東森綜合	26,400	1S+1A2+2B+2C	6	4,400	
		24,000	2A+2B+2C	6	4,000	
YOYO TV	20,000	1S+1A+2B+3C	7	3,571		
	18,000	2A+2B+3C	5	3,600		
A X N 家 族	AXN電影	30,000	1SA+1A1+1A2+2A3	5	6,000	SA : 21:00-23:00(週二至五) 23:00-24:00(週一至五) 18:00-02:00 (週六日) A ₁ : 18:00-20:00/24:00:0200 (週一至五) 11:00-18:00 (週六日) A ₂ : 11:00-18:00 (週一至五) 06:00-11:00 (週六日) A ₃ : 02:00-06:00 CSI 犯罪現場系列: 週一-21:00-23:00 / 週日 20:00-22:00 NT\$ 30,000
	ANIMAX	20,000	1SA+1A1+1A2+2A3	5	4,000	SA : 17:00-21:00(週一至五) 17:00-22:00 (週六日) A ₁ : 12:00-13:00/21:00-22:00 / 15:00-17:00(週一至五) 12:00-13:00/2200-2300/ 15:00-17:00(週六日) A ₂ : 13:00-15:00/10:00-12:00 (週一至五) ; 14:00-15:00/ 08:00-12:00 (週六日) A ₃ : 22:00~10:00(週一至五) 23:00-08:00(週六日)
TVBS系列		40,000or 30,000	1A8+1A3+2B+2C or1A1+1A2+2B+2C	6	6,666or 5,000	TVBS各頻道包括: TVBS、TVBSG、TVBSN (A2、A3檔次調整每次另加NT \$ 5,000)
中 天	中天新聞	40,000	1A+1B1+1B2+1C	4	10,000	購買指定段落數,需加成購買。
		45,000	1S+1B1+1B2+1C	4	11,250	
	中天綜合	40,000	1A+1B2+1B3+1C	4	10,000	
		45,000	1S+1B2+1B3+1C	4	11,250	
	中天娛樂	40,000	1A+1B1+1B2+1B3+1C	5	8,000	
		45,000	1S2+1B1+1B2+1B3+1C	5	9,000	



頻道名稱		組合價 (Net)	購買方式	檔數	10"平 均價	備註
G T V 各 頻 道	GTV第1台	25,000	1特A+2A+2B+4C+ 1H/K/M/T	10+	2,500	另各台有單買不列入套餐之 節目。
	GTV綜合台					H.K.M.T組的套餐方式請見 以下說明
	GTV戲劇台					
	好萊塢(H組)			10+	2,500	一般商品：2特A+2A+3B+5C/ NT \$ 12,000 。 酒類商品：2特A+2B+2C/ NT \$ 7,000
	GTV娛樂K台 (K組)			10+	2,500	一般商品：2特A+2A+3B+5C/ NT \$ 10,000 。 酒類商品：2特A+2B+2C/ NT \$ 6,000
	MOMO親子台 (M組)			10+	2,500	一般商品：1特A+2A+ 3B+5C/ NT\$12,000
Top高點電視 (T組)	10	2,500	一般商品：2特A+2A+3B+5C/ 10,000 酒類商品：2特A+2B+2C/ NT \$ 6,000			
緯 來 電 視 網	緯來日本台	60,000	1A+1A2+3B1+4B2 或 1特A+1B1+1B2	9or 3	6,667或 20,000	
	緯來綜合台	60,000	1 A 1+1A2+3B1+4B2	9	6,667	
	緯來戲劇台	60,000	1 A1+1A2+3B1+4B2	9	6,667	
	緯來電影台 LSTIME電影	60,000	1特A+1B1+1B2或 1A1+1A2+3B1+4B2	3or9	20,000 或6,667	
	緯來體育台	80,000	1B1+1B2	2	40,000	職棒總冠軍賽
		60,000	1A+1B1+1B2	3	20,000	棒球明星賽
		50,000	1A+1B1+1B2	3	16,667	職棒LIVE賽事、安麗盃、世界 青少年棒球錦標賽、世界撞球明 星團體對抗賽、世界盃花式撞球 洲際對抗賽、威廉瓊斯盃籃球 賽、萊德盃PGA高球賽、約翰 走路盃高球賽、F1賽事、高中 棒球聯賽、體育新聞、HBL高中 籃球聯賽、亞洲盃桌球賽。
		40,000	1A+1B1+1B2	3	13,333	世界大學棒球、協會盃成棒、棒 球週報、男子職棒撞球大賽、 UBA大專籃球聯賽、亞洲女子花 式撞球巡迴賽、國際高中籃球、 世界運動舞蹈、WWE摔角系 列、世眾滑冰系列、世界女排大 獎賽、體育週報、高中排球聯 賽、大專排球聯賽、世界體操錦 賽系列、夏威夷大學系列賽事。
	20,000	B1orB2	1	20,000	週一至週日 10:00-17:59非 首播賽事 or 週一至週五凌 晨01:00-09:59非首播賽事 ※ 體育台價格時有變動	
	緯來育樂台	60,000	2A1+2A2+2B1+3B2	9	6,667	
*霹靂台灣台	60,000	2A1+2A2+2B1+3B2	9	6,667	至 2008 年 12/31 日止, 2009 更換廣告代理, 不歸屬緯來	



頻道名稱		組合價 (Net)	購買方式	檔數	10"平均價	備註
非凡頻道	非凡新聞	45,000	1SA+1A2+1B2+2C1+2C2	7	6,429	
		30,000	1A1+1B1+1B2+1C1+2C2	6	5,000	
		24,000	1A2+1B1+1B2+2C1+2C2	7	3,429	
		18,000	1B1+1B2+2C1+2C2	6	3,000	
	非凡新聞+非凡商業	60,000	UBN(1SA+1A2+1B2+1C1+2C2)+USTV(2A+2B+2C)	12	5,000	
48,000		UBN(1A1+1A2+1B2+2C1+2C2)+USTV(2A+2B+1C)	12	4,000		
三立家族	三立台灣台	26,400	1S+1A+1B+1C	4	6,600	S: S1 or S2/ B: B1 or B2 超級主檔: 週一至週五 20:00-22:00 NT\$39,600/ SS:週一至週五 19:30-20:00 NT\$26,400
	SETN	25,000or 20,000	1SS+1A+1B+1C or 1S+1A+1B+1C	4	6,250or 5,000	S: S1 or S2
	三立都會	20,000	1S+1A+1B+1C	4	5,000	S: S1 or S2 超級主檔: 週六2230-2430/ NT\$20,000 週六2100-2330/ NT\$20,000 週日2200-2400+週六 1130-1330+週日 1000-1200/NT\$20,000 週一至週五:1900-2000+ 1100-1200+1500-1600+ 0100-0200 NT\$16,000
超級家族	國興	30,000	1S+1A+2B+2C	6	5,000	
	東森戲劇	50,000	1S+1A+2B+2C	6	8,333	
	超視	50,000	1S+1A+2B+2C	6	8,333	
Discovery家族	Discovery	60,000	1A1+2A2+3B1+3B2	9	6,667	A1時段: 2100-2300 A2時段: 1800-2100/2300-2400 B1時段: 00:00-0200/1200:1800 B2時段: 0200-1200
	Animal Planet	50,000	1A1+2A2+3B1+3B2	9	5,556	
	旅遊生活頻道					
星空傳媒	衛視中文台	50,000	1Super+1A+2B+2C	6	8,333	
	衛視電影台	50,000	1Super+1A+2B+2C	6	8,333	
	Star Movies	44,000	1Super+1A+2B+2C	6	7,333	
	Channel [V]	35,000	1Super+1A+1B+1C	4	8,750	
	國家地理頻道	35,000	1Super+1A+1B+1C	4	8,750	
ESPN / Star Sports	30,000	黃金時段 (18:00-25:00)				世界一級賽事不適用此購買條件
	16,000	一般時段 (06:00-18:00)				
	10,000	凌晨時段 (01:00-06:00)				



頻道名稱		組合價 (Net)	購買方式	檔數	10"平均價	備註
年代家族	年代新聞/ MUCH/ 東風/ 年代綜合	25,000	1S+3A+3B	7	3,571	單買價：S任選：NT \$ 20,000 A任選：NT \$ 12,500 B任選：NT \$ 5,000
		35,000	2SS+2S+3A+3B	10	3,500	
	JET TV	25,000	1S+1A+2B+2C	6	4,167	
	Disney頻道	15,000	1S+3A+5B+1C	10	15,000	限14歲以下及25歲以上(女性優先銷售)
民視新聞		32,000	1S+1A1+2A2+1B1+1B2+2C	8	4,000	A方案
		12,000	1A1+1B1+1B2	3	4,000	B方案
		24,000	1A1+1A2+1B1+1B2+2C1	6	4,000	特惠組合 (CPRP)
MTV		12,000	1A+2B+3C	6	2,000	

以上為2008年12月份Net價，若有異動以各頻道公告為主

* 霹靂頻道2009年起更換廣告代理商，不歸屬緯來電視網

2008 年電視觀眾輪廓

性別 / %	男	女
無線	45.5	54.5
有線	52.4	47.6
Total	50.8	49.2

年齡 / %	4-14	15-24	25-34	35-44	45-54	55+
無線	10.4	11.9	13.1	16.0	17.9	30.7
有線	10.6	9.4	15.7	18.1	19.7	26.6
Total	10.5	9.9	15.1	17.7	19.3	27.5

工作狀況 / %	工作男性	工作女性	學生	家庭主婦	退休/無工作
無線	25.0	21.3	16.0	17.2	20.4
有線	31.3	20.5	14.6	14.4	19.1
Total	29.8	20.7	14.9	15.1	19.5

資料來源：AGB Nielsen Media Research 電視收視率調查



2008 年收視率前十大節目

排名	節目名稱	頻道	節目類型	收視率%
1	娘家	FTV	閩南語連續劇	6.27
2	愛	FTV	閩南語連續劇	6.19
3	除夕特別節目賀新春	CTV	特別節目	4.94
4	北京奧運開幕典禮	CTV	特別節目	4.30
5	命中注定我愛你	TTV	國語連續劇	4.18
6	第 45 屆金馬獎頒獎典禮	*MVE	特別節目	3.94
7	真情滿天下	SANLI	閩南語連續劇	3.80
8	超級星光大道	CTV	競賽綜藝	3.71
9	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	3.57
10	北京奧運實況轉播開幕	TTV	特別節目	3.52

資料來源：AGB Nielsen Media Research 電視收視率調查

2008 年電視廣告量前十大品類

排名	名稱	金額 (千元)
1	食品類：速食店	643,324
2	交通工具：汽車	558,650
3	電話事務機類：電信業服務	461,569
4	其他類：政府機構	453,858
5	電話事務機類：通訊網路服務	422,692
6	電腦資訊：遊戲軟體/線上遊戲	422,004
7	飲料類：茶類飲料	381,430
8	金融財經：保險	357,638
9	洗髮美髮品類：洗髮潤髮乳(精)	348,378
10	化妝保養品類：一般保養品	340,349

資料來源：Nielsen Media Research 廣告監播服務
依 MAA 調整率調整：無線 0.109, 有線 0.034



2008 年電視廣告量前十大廣告主

排名	名稱	金額 (千元)
1	寶僑家品公司	518,093
2	嬌生企業公司	334,861
3	中華電信(股)公司	329,749
4	荷商葛蘭素史克藥廠	301,611
5	台灣麥當勞餐廳(股)	296,809
6	台灣大哥大電信公司	270,351
7	花王(台灣)公司	259,808
8	桂格食品(股)	247,638
9	聯合利華(股)	212,475
10	好來化工(股)	206,870

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務

依MAA調整率調整：無線0.109,有線0.034



III. 報紙

購買現況

簡介

★目前公開發行的報紙數	346份
★廣告定版期限	30天前
★平面稿送交期限	5天前；特殊尺寸需七天前
★廣告取消期限	7天前
★平面稿製作要求	彩色-陽片100網線 黑白-陽片90網線 電腦磁片(光碟)進稿

★購買特性

- ★廣告主沒有訂版即見刊的保證。
- ★部分報紙廣告分版制: 中時、聯合及自由分26版、蘋果分8版、工商及經濟分2版，廣告費報價為單版價，若欲買雙版，則須付雙倍廣告（蘋果日報通常為雙版價，刊登單版廣告約為雙版價的七折）。
- ★經濟日報頭版、工商頭版廣告須交叉見報。
- ★蘋果日報的折扣數會依照大環境的影響而機動調整。

每百戶報紙份數

年度	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
份數/百戶	53.6	51.7	46.9	41.4	40.4	37.9	35.4	33.7	29.4	27.9

資料來源：行政院主計處家庭收支調查

<http://fies2.tpg.gov.tw/result.asp> (現代化設備)



2008 年報紙資訊

日報

名稱	類型	ABC發行量	閱讀率%	價格(元) (外頁全十)(單版)
蘋果日報	綜合報	512,084份 (12月平均)	16.3	275,000
自由時報	綜合報	696,630份 (10-12月)	16.0	330,000
聯合報	綜合報	N/A	8.5	300,000
中國時報	綜合報	N/A	7.1	240,000
經濟日報	財經專業報	N/A	1.0	週間：218,300 假日：215,900
工商時報	財經專業報	N/A	0.8	218,259
中華日報	綜合報	N/A	0.7	169,000
國語日報	其他	N/A	0.5	136,000
人間福報	綜合報	N/A	0.3	200,000
台灣時報	綜合報	N/A	0.3	84,500
更生日報	綜合報	N/A	0.3	NA
民眾日報	綜合報	N/A	0.1	208,000
台灣新生報	綜合報	N/A	0.02	169,000
爽報	免費報	116,087份 (12月平均)	0.6	112,000

晚報

名稱	類型	ABC發行量	閱讀率%	價格(元) (外頁全十)(單版)
聯合晚報	晚報	N/A	0.9	一般：280,000 週五：228,000

閱讀率資料來源：Nielsen Media Research 媒體大調查

發行量資料來源：財團法人中華民國發行公信會



2008 年報紙廣告量前十大品類

排 名	名 稱	金 額 (千元)
1	建築類：建築	4,147,424
2	電腦資訊：3C 賣場	290,528
3	服務類：購物廣場中心	249,253
4	家電類：電器廣場	227,734
5	其他類：政黨/競選廣告	220,186
6	其他類：政府機構	211,613
7	交通工具：汽車	158,640
8	化妝保養品類：保養品	130,938
9	文康類：補習中心	130,804
10	金融財經：基金	128,080

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務

依MAA調整率調整：報紙:0.38

(附註：報紙專業綜合廣告商品小類不計入排名)

2008 年報紙廣告量前十大廣告主

排 名	名 稱	金 額 (千元)
1	遠雄集團	546,502
2	燦坤實業(股)	261,522
3	全國電子(股)	222,209
4	甲山林機構	214,892
5	興富發建設	150,969
6	日勝生集團	119,208
7	家福(股)公司	117,629
8	元利建設	100,070
9	麗寶建設	79,898
10	寶佳機構	76,691

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務

依MAA調整率調整：報紙:0.38



IV. 雜誌

購買現況

簡介

★目前公開發行之雜誌家數

中文雜誌約**550**種，連同絕、停刊共**700**種外文雜誌約**2500**種（日文約**450**種，英文含其他外文約**2000**種）

*以上數字由【誠品】採購部提供。

出版法取消後，目前雜誌已不需再登記。

★廣告訂版期限

週刊**30**天前

其他**40**天前

讀者文摘**75**天前

★平面稿送交期限

週刊**10**天前

其他**15**天前

讀者文摘**60**天前

★廣告取消期限

週刊及月刊**30**天前

讀者文摘**60**天前

★平面稿製作要求

彩色-陽片，**175**網線

黑白-陽片，**150**網線(正讀膜下)

電腦磁片進稿(光碟)

★一般雜誌刊登廣告方式

單頁廣告、跨頁廣告、插卡廣告、拉頁廣告

別冊、書衣、**1/2**頁、廣編

*特殊做法，可洽各雜誌社

購買特性

★漸以專案購買或集團刊物集中購買的型態出現（其平均單價會比單檔單頁購買來的便宜）

★絕大多數媒體會於第**4**季公佈來年調價訊息，在調漲的情況下，若客戶事先簽訂年約則享有舊價

★版面上已不再完全只是前半本、順手頁的位置，而是針對產品的特性挑選文章落版，使其廣告效果增強

★部分雜誌之特殊版面仍須於一年前預定，如：時報週刊、女性雜誌、財經類雜誌...等（但因景氣低迷，部分特殊版位空出的機率增加，所以特殊版位於一年前預定之規定並非絕對）

★騎馬釘裝訂的雜誌前半本廣告版面擁擠，版位不夠賣。如：商業周刊及壹周刊...等



每百戶雜誌份數

年度	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
份數/百戶	16.0	17.7	18.0	19.1	18.3	16.3	15.6	14.7	14.4	13.1

資料來源：行政院主計處家庭收支調查
<http://fies2.tpg.gov.tw/result.asp> (現代化設備)

2008 年雜誌資訊

週刊

名稱	類型	ABC 每期發行量	閱讀率 %	價格 (內全頁/元)
壹週刊	綜合娛樂週刊	120,901套 (7-12月)	9.3	200,000 (前半本)
商業周刊	財經管理時事雜誌	158,298份 (4-6月)	5.8	265,000
時報周刊	綜合娛樂週刊	N/A	3.5	180,000
今周刊	財經管理時事雜誌	N/A	1.5	120,000
理財周刊	財經管理時事雜誌	N/A	1.5	125,000
TVBS周刊	綜合娛樂週刊	N/A	1.3	150,000 (前1/2本)
食尚玩家	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	1.3	100,000
非凡新聞週刊	財經管理時事雜誌	N/A	0.9	120,000
亞洲週刊	財經管理時事雜誌	N/A	N/A	519,000
新新聞周刊	財經管理時事雜誌	N/A	N/A	120,000
萬寶週刊	財經管理時事雜誌	N/A	N/A	120,000
*獨家報導	綜合娛樂週刊	N/A	N/A	150,000

註：*獨家報導2009年2月改為雙週刊。

雙週刊

名稱	類型	ABC 每期發行量	閱讀率 %	價格 (內全頁/元)
天下	財經管理時事雜誌	N/A	2.4	260,000 (前半本)
*ppaper	藝文生活雜誌	N/A	0.3	140,000

*ppaper 2008年11月起改月刊發行



月刊

名稱	類型	ABC 每期發行情	閱讀率 %	價格 (內全頁/元)
遠見	財經管理時事雜誌	N/A	2.2	180,000
女人我最大	流行時尚雜誌	N/A	1.6	140,000
SMART智富	財經管理時事雜誌	68,446份 (1-6月)	1.5	150,000
一手車訊	汽車資訊雜誌	N/A	1.4	130,000
空中英語教室	語言學習雜誌	N/A	1.4	160,000
電腦家庭 PC Home	電腦網路科技雜誌	N/A	1.4	180,000
大家說英語	語言學習雜誌	N/A	1.2	160,000
薇薇	流行時尚雜誌	N/A	1.1	110,000 (前1/2本)
COCO 哈衣族	流行時尚雜誌	N/A	1.1	110,000 (前半本)
讀者文摘—中文版	藝文生活雜誌	N/A	1	215,000
財訊	財經管理時事雜誌	N/A	1	160,000
儂儂 (中文版)	流行時尚雜誌	N/A	0.9	140,000
Girl愛女生	流行時尚雜誌	N/A	0.9	100,000 (前1/2本)
VOGUE (中文版)	流行時尚雜誌	N/A	0.9	85,000
'ef東京衣芙	流行時尚雜誌	N/A	0.8	130,000
美人誌 Beauty	流行時尚雜誌	N/A	0.8	140,000
康健	健康育兒雜誌	N/A	0.8	140,000 (前1/2本)
汽車購買指南	汽車資訊雜誌	N/A	0.8	150,000
ELLE 她	流行時尚雜誌	N/A	0.7	128,000 (前半本)
BEAUTY大美人	流行時尚雜誌	N/A	0.7	180,000
美麗佳人	流行時尚雜誌	N/A	0.7	130,000
* nana娜娜	流行時尚雜誌	N/A	0.7	125,000 (前半本)
國家地理雜誌	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	0.7	180,000
mina米娜	流行時尚雜誌	N/A	0.7	140,000
嬰兒與母親	健康育兒雜誌	N/A	0.7	150,000
柯夢波丹	流行時尚雜誌	N/A	0.7	150,000
男人幫FHM	流行時尚雜誌	N/A	0.7	120,000
超越車訊	汽車資訊雜誌	N/A	0.7	120,000
漂亮家居	居家裝潢雜誌	N/A	0.6	100,000



名稱	類型	ABC 每期發行情	閱讀率 %	價格 (內全頁/元)
ViVi唯妳 (中文版)	流行時尚雜誌	N/A	0.6	140000 (前1/3本)
7 Watch旅遊情報誌	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	0.6	130,000
CHEERS快樂工作人	財經管理時事雜誌	N/A	0.5	144,000
媽媽寶寶	健康育兒雜誌	N/A	0.5	100,000
管理雜誌	財經管理時事雜誌	N/A	0.5	151,000
數位時代	電腦網路科技雜誌	N/A	0.5	130,000
車主	汽車資訊雜誌	N/A	0.4	120,000 (前1/2本)
Taipei Walker	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	0.4	150,000
GQ (中文版)	流行時尚雜誌	N/A	0.4	77,300 (前1/2本)
BAZAAR	流行時尚雜誌	N/A	0.4	170,000
手機GoGo	電腦網路科技雜誌	N/A	0.4	100,000
媽咪寶貝	健康育兒雜誌	N/A	0.4	120,000
Ray 瑞麗美人	流行時尚雜誌	N/A	0.3	120,000
M'S 男人味	流行時尚雜誌	N/A	0.3	135,000
男人誌 Men's uno	流行時尚雜誌	N/A	0.3	130,000
30雜誌	財經管理時事雜誌	N/A	0.2	135,000
WITH与	流行時尚雜誌	N/A	0.2	110,000 (前1/3本)
雅砌 ARCH	居家裝潢雜誌	N/A	0.2	130,000
經理人月刊	財經管理時事雜誌	N/A	0.2	120,000
育兒生活	健康育兒雜誌	N/A	0.2	120,000
* here	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	0.1	140,000
美麗佳人-玩物	流行時尚雜誌	N/A	0.1	130,000
TO GO	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	0.1	125,000
GOLF高爾夫	休閒運動雜誌	N/A	0.1	150,000
Stuff (中文版)	電腦網路科技雜誌	N/A	0.1	132,000
高爾夫文摘雜誌	休閒運動雜誌	N/A	0.1	150,000
漂亮 La Vie	居家裝潢雜誌	N/A	0.1	120,000
BODY體面	流行時尚雜誌	N/A	0.1	110,000 (前半本)
Esquire 君子雜誌	流行時尚雜誌	N/A	0.03	60,000
AANGEL	流行時尚雜誌	N/A	N/A	120,000
BANG街頭流行聖經	流行時尚雜誌	N/A	N/A	120,000
BRAND 名牌誌	流行時尚雜誌	N/A	N/A	170,000



名稱	類型	ABC 每期發行量	閱讀率 %	價格 (內全頁/元)
CAREER職場情報誌	財經管理時事雜誌	N/A	N/A	100,000
Cawaii	流行時尚雜誌	N/A	N/A	100,000
Choc恰女生	流行時尚雜誌	N/A	N/A	100,000
COOL 流行酷報	流行時尚雜誌	N/A	N/A	100,000
DECO居家	居家裝潢雜誌	N/A	N/A	120,000
DIGITAL HOME	電腦網路科技雜誌	N/A	N/A	155,000
EMBA世界經理文摘	財經管理時事雜誌	N/A	N/A	90,000
Popteen	流行時尚雜誌	N/A	N/A	100,000
Traveler旅遊情報誌	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	N/A	110,000
Vita纖活誌	流行時尚雜誌	N/A	N/A	150,000
WE PEOPLE	流行時尚雜誌	N/A	N/A	120,000
世界電影	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	N/A	90,000
行遍天下	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	N/A	120,000
改裝車訊	汽車資訊雜誌	N/A	N/A	60,000
汽車百科	汽車資訊雜誌	N/A	N/A	110,000
車語生活	汽車資訊雜誌	N/A	N/A	100,000
哈佛商業評論	財經管理時事雜誌	N/A	N/A	150,000
茉莉 JASMINE	流行時尚雜誌	N/A	N/A	120,000
常春	健康育兒雜誌	N/A	N/A	120,000
談星	休閒娛樂旅遊雜誌	N/A	N/A	120,000
薇薇新娘	流行時尚雜誌	N/A	N/A	100,000
講義	藝文生活雜誌	N/A	N/A	150,000

閱讀率資料來源：Nielsen Media Research媒體大調查

發行人資料來源：財團法人中華民國發行公信會

*2008年停刊雜誌(月份)：PC office (01)、DVD info (01)、誠品好讀 (04)、PC SHOPPER (05)、人車誌 (05)、漂亮寶貝 (06)、費加洛 (08)、資訊傳真 (08)、smart max達人 (11)、新台灣 (12)；2009年改電子雜誌發行(月份)：Nana娜娜(05)、here(6)



2008 年雜誌廣告量前十大品類

排 名	名 稱	金 額 (千元)
1	化妝保養品類：保養品	343,657
2	建築類：建築	297,459
3	鐘錶光學精品類：鐘錶	222,715
4	交通工具：汽車	163,571
5	服飾類：運動休閒服飾	149,476
6	服飾類：綜合服飾/精品	148,106
7	鐘錶光學精品類：珠寶黃金	145,331
8	煙酒類：威士忌	114,335
9	煙酒類：香煙	109,226
10	交通工具：汽機車配件	102,100

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務
依MAA調整率調整：雜誌:0.435

2008 年雜誌廣告量前十大廣告主

排 名	名 稱	金 額 (千元)
1	台灣萊雅(股)	146,416
2	香奈兒精品(股)	78,873
3	美商怡佳(股)公司	59,720
4	台灣資生堂(股)	59,546
5	寶僑家品公司	55,288
6	香港商克麗絲汀迪奧	54,625
7	香港商歷峰亞太有限	44,515
8	法徠麗(股)	41,579
9	和泰汽車公司	37,721
10	聯合利華(股)	36,923

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務
依MAA調整率調整：雜誌:0.435



V. 廣播

購買現況

目前合法的廣播家數約**208**家

全省電台區域及功率分析

★調幅廣播 (Amplitude Modulation Broadcast)

調幅是指調整無線電主波的幅度，而頻率不變；至於在使用的標準頻率，經國際協商決定：五三五千赫至一六零五千赫，亦即中週率波帶中的標準廣播帶。所有頻率，均屬國家所有，於廣播電申請射台時，由政府主管部門核配，載明於廣播營業執照上。調幅電台最容易相互干擾，如果兩個電台在同一地區，而頻率相同或極為接近時，則在接收機上無法把那不需要的訊號剔除，即使一強一弱，除非強者比弱者強到二十倍以上，否則仍將無法把那較弱的訊號，壓制到完全聽不到的程度。調幅波的發射功效，因為是使用天波和地波的關係，所以和鐵塔的高矮、頻率的高低、以及發射電力的大小有極為密切的關聯。

★調頻廣播 (Frequency Modulation Broadcast)

所謂的調頻即是指調整無線電主波的頻率，而波的幅度不變。調頻電台間也不會互相干擾，因為所使用的頻率帶，是從八十八兆赫至一百零八兆赫，屬於特高頻率。按照國際規定，兩個調頻電台所使用的頻率至少相距兩百千赫，因此波帶很寬，所以各電台間不會互相干擾；而且也不會受天空靜電的影響，當天氣不好時，因為調頻廣播係採用特高週率（三萬千赫至三十萬千赫），天波和地波對它都沒有影響，天波既然沒有作用，自然不會把靜電帶進調頻收音機裡面去，所以調頻廣播的聲音特別清晰。調頻廣播的天線鐵塔裝設在高山上，因為它是利用直射波，中間不能有任何的障礙物，而且直射波的射程不遠，故此點是調頻廣播唯一的缺點。

★大功率電台介紹

所謂的大功率，即是功率範圍限制在三十千瓦以下，發射的半徑大約六十公里，而設置大功率的電台資本額規定在最少五千萬元。

★中功率電台介紹

功率範圍在三千瓦以下，發射半徑大約三十公里，資本額設定最低五千萬元。

★小功率電台介紹

功率在七百五十瓦以下，發射半徑在十公里至十五公里（依八十七年一月一日起實施之小功率廣播電台服務區調整案，宜蘭、花蓮、台東及澎湖地區調整至十五公里）；至於在資本額的限制，規定在服務社區的不受五十萬元限制，為應符合公司法股份有限公司一百萬元最低資本額規定。



購買特性

每個電台廣告價格不同，一般而言以月為單位購買或以電台推出的套餐購買較便宜，若單檔購買則較不划算；各電台節目主要由電台節目部負責編排與製作，相關節目內容配合亦可透過廣播廣告代理商統合談判。廣告價格不含製作費。

★廣播監聽系統

2008年共計15家電台納入監聽系統，包括：i like radio (中廣流行網)、i radio(中廣音樂網)、中廣新聞網、飛碟、愛樂、台北生活音樂電台(09年更名POP RADIO)、NEWS98、台北之音HIT FM、ICRT、BEST989、亞洲、全國、大千、港都、KISS等電台。

★廣告預定期限

每個電台不同，原則上淡季在3天前，旺季則須在5-7天前預定。

★廣告帶送交期限

播放前3天需託播檔次，並將材料進電台對稿，視客戶產品種類，須附音樂版權、衛檢或執照。

★廣告取消期限

每個電台不同，原則上在10天前通知。

★廣告播放時段(主要電台)

新聞局規定每小時有15%共9分鐘的廣告時間，最長可彈性至12分鐘，但各電台除中廣、UFO、NEWS98等電台遵守外，其他民營電台在旺季時經常超秒。

★廣告播放秒數

通常可分10",15",20",30",40",45",60"



2008 年廣播資訊

附註：

1. 以下收聽率資料僅列示商業性質之廣播電台。
2. 2009 年台北流行音樂電台更名為 Pop radio，且獨立於 HIT FM 聯網之外：而台北之音則於 2009 年起加入 HIT FM 聯播網之列。
3. 廣告價格為 2009 年 5 月以後各電台公告之價格，廣告價格以 30 秒為範例；全月計價者，每月代表約 30 檔。實際價格以各電台公佈為主。

全區 (總加權人口數=17,531 千人)

名稱	收聽率%	價格 (元)
I radio	4.5	5,000-13,500/檔/週一至週五 5,000-9,000/檔/週六至週日
I like radio	3.8	6,000-15,000/檔/週一至週五 5,000-10,000/檔/週六至週日
ICRT	2.1	5,000-10,800/檔
中廣新聞網	2.0	2,000-5,000/檔/週一至週五 2,000-4,000/檔/週六至週日
大眾廣播	1.9	1,400-4,800/檔
飛碟台北台	1.8	4,000-14,000/檔
港都電台	1.6	1,200-4,300/檔
NEWS98全民電台	1.3	4,200-11,040/檔/週一至週五 4,000-5,000/檔/週六至週日
蘋果線上正港電台	1.3	2,500-5,700/檔
亞洲廣播電台	1.2	2,500-4,400/檔/週一至週五 1,100-2,400/檔/週六至週日


臺北區 (總加權人口數 =5,356 千人)

名稱	收聽率%	價格 (元)
飛碟台北台	5.8	4,000-14,000/檔
I radio	5.4	5,000-13,500/檔/週一至週五 5,000-9,000/檔/週六至週日
NEWS98全民電台	4.1	4,200-11,040/檔/週一至週五 4,000-5,000/檔/週六至週日
I like radio	3.8	6,000-15,000/檔/週一至週五 5,000-10,000/檔/週六至週日
台北流行音樂電台(POP)	3.5	4,000-8,000/檔
好事989	3.3	3,200-6,000/檔
ICRT	2.8	5,000-10,800/檔
台北愛樂電台	2.8	2,500-6,000/檔
寶島新聲電台	2.7	2,000-6,000/檔
台北之音	2.2	2,000-10,000/檔

收聽率資料來源：Nielsen Media Research 廣播大調查

桃竹苗區 (總加權人口數=2,564 千人)

名稱	收聽率%	價格 (元)
亞洲廣播電台	7.2	2,500-4,400/檔/週一至週五 1,100-2,400/檔/週六至週日
I radio	6.1	5,000-13,500/檔/週一至週五 5,000-9,000/檔/週六至週日
I like radio	4.9	6,000-15,000/檔/週一至週五 5,000-10,000/檔/週六至週日
環宇廣播	4.1	20,000-70,000/月/週一至週五 13,000-45,500/月/週六至週日
亞太廣播電台	2.7	2,500-4,400/檔/週一至週五 1,100-2,400/檔/週六至週日

收聽率資料來源：Nielsen Media Research 廣播大調查


中彰投區 (總加權人口數=3,410 千人)

名稱	收聽率%	價格 (元)
I radio	4.4	5,000-13,500/檔/週一至週五 5,000-9,000/檔/週六至週日
中台灣廣播電台	4.2	2,000-10,000/檔
I like radio	3.8	6,000-15,000/檔/週一至週五 5,000-10,000/檔/週六至週日
台中廣播電台	3.6	65,000-90,000/月
大千廣播電台	3.4	2,500-4,000/檔
全國廣播電台	3.4	50,000-109,000/月/週一至週六 10,000/月/週日
南投廣播	3.2	1,400-4,800/檔
城市廣播	3.1	1,500-3,000/檔

收聽率資料來源：Nielsen Media Research 廣播大調查

雲嘉南區 (總加權人口數=2,585 千人)

名稱	收聽率%	價格 (元)
蘋果線上正港電台	8.4	2,500-5,700/檔
台南知音	4.9	1,400-4,800/檔
蘋果線上青春電台	4.9	2,500-5,700/檔
I like radio	3.5	6,000-15,000/檔/週一至週五 5,000-10,000/檔/週六至週日
I radio	2.6	5,000-13,500/檔/週一至週五 5,000-9,000/檔/週六至週日

收聽率資料來源：Nielsen Media Research 廣播大調查



高屏區 (總加權人口數=2,839 千人)

名稱	收聽率%	價格 (元)
大眾廣播	11.8	1,400-3,350/檔
港都電台	9.7	1,200-4,300/檔
I radio	3	5,000-13,500/檔/週一至週五 5,000-9,000/檔/週六至週日
I like radio	2.9	6,000-15,000/檔/週一至週五 5,000-10,000/檔/週六至週日
南台灣之聲	2.1	4,000-14,000/檔

收聽率資料來源：Nielsen Media Research 廣播大調查

宜花東區 (總加權人口數=777 千人)

名稱	收聽率%	價格 (元)
I radio	6.6	5,000-13,500/檔/週一至週五 5,000-9,000/檔/週六至週日
北宜產業電台	4.9	4,000-14,000/檔
I like radio	4.5	6,000-15,000/檔/週一至週五 5,000-10,000/檔/週六至週日
太魯閣之音	3.3	4,000-14,000/檔
台東知本電台	3.2	4,000-14,000/檔
中廣新聞網	2.7	2,000-5,000/檔/週一至週五 2,000-4,000/檔/週六至週日

收聽率資料來源：Nielsen Media Research 廣播大調查



2008 年廣播廣告量前十大品類

排名	名稱	金額 (千元)
1	建築類：建築	587,174
2	服務類：超市、便利商店	244,194
3	其他類：政府機構	194,080
4	影劇媒體類：中文專輯	136,697
5	文康類：補習中心	104,595
6	影劇媒體類：表演演唱會	83,873
7	金融財經：其他金融財經	80,805
8	其他類：政府活動	77,951
9	影劇媒體類：外文專輯	77,495
10	服務類：飯店、渡假村	70,152

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務

依MAA調整率調整：廣播:0.41

附註：15家電台統計

2008 年廣播廣告量前十大廣告主

排名	名稱	金額 (千元)
1	甲山林機構	158,895
2	全家便利商店	113,357
3	統一超商(股)公司	95,777
4	日勝生集團	80,397
5	香港環球唱片(股)	54,595
6	遠傳電信股份公司	50,308
7	興富發建設	49,424
8	保力達公司	45,236
9	交通部	43,301
10	hp惠普	32,105

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務 15家電台

依MAA調整率調整：廣播:0.41

附註：15家電台統計



VI.電影

購買現況

★購買方式

透過特定電影廣告代理商訂購。

★廣告預定期限

旺季（暑假、寒假）：兩個月前預定。

特定假期（春假、教師節至十月份連續假期）：一個半月前。

淡季（以上日期除外）：前一個月前（材料及執照要備好）

★廣告帶送交期限

台北市前10天，外縣市前10天。

★廣告帶製作要求

35釐米的帶子，須附新聞局電影事業處所核發的執照。

化妝品和食品 and 藥品需要提供衛署字號。

★廣告片長度要求

至少5秒（不足5秒以5秒計費）。



2008 年主要電影院廣告價格

名稱	地區	播放次數	廣告價格(元)
威秀影城(信義)	台北市	4廳	30秒/216,000
美麗華天母影城	台北市	4廳	30秒/96,000
美麗華大直影城	台北市	4廳	30秒/96,000
台北國賓	台北市	3廳	30秒/72,000
台北微風國賓	台北市	6廳	30秒/144,000
京華城喜滿客	台北市	6廳	30秒/144,000
台北新光影城	台北市	3廳	30秒/72,000
樂聲	台北市	全場	30秒/45,000 60秒/90,000
日新威秀	台北市	全場	30秒/160,000
東南亞	台北市	全場	30秒/30,000 60秒/60,000
長春	台北市	全場	30秒/35,000 60秒/70,000
總督	台北市	全場	30秒/32,000 40秒/42,700 60秒/64,000
首都	台北市	全場	30秒/32,000
永和好萊塢	台北縣	全場	30秒/10,000 60秒/20,000
新莊鴻金寶	台北縣	全場	30秒/10,000 60秒/20,000
威尼斯	中壢市	全場	30秒/120,000
歡影城	桃園縣	7廳 14廳	30秒/70,000 60秒/140,000
威秀影城	新竹市	4廳	30秒/151,200
日新	台中市	全場 全場 全場	30秒/16,000 40秒/20,000 60秒/25,000
新光影城	台中市	8廳	30秒/192,000
威秀影城(德安)	台中市	4廳	30秒/172,800
威秀影城TIGER CITY	台中市	4廳	30秒/172,800



名稱	地區	播放次數	廣告價格(元)
豪華	台中市	全場	30秒/16,000
		全場	40秒/20,000
威秀影城	台南	4廳	30秒/129,600
台南國賓	台南	5廳	30秒/120,000
新光影城	台南	8廳	30秒/192,000
南台	台南	一天6場	30秒/30,000
		一天6場	60秒/60,000
威秀影城	高雄	4廳	30秒/172,800
坎城	高雄	一天2場	30秒/10,000
		一天2場	40秒/13,400
		一天2場	60秒/20,000
三多電影城	高雄	一天7場	30秒/30,000
		一天7場	60秒/60,000
環球影城	高雄 苓雅區	全場	30秒/16,000
		全場	40秒/21,500
		全場	60秒/32,000
東亞影城	高雄鳳山	一天2場	30秒/10,000
		一天2場	40秒/13,400
		一天2場	60秒/20,000
羅東 東一	宜蘭縣	全場	30秒/10,000
		全場	40秒/13,500
		全場	60秒/20,000
羅東 日新	宜蘭縣	全場	30秒/10,000
		全場	40秒/13,500
		全場	60秒/20,000
電影城	花蓮市	全場	30秒/35,000
		全場	40秒/45,500
		全場	60秒/60,000

註：以上價格均為未稅定價，若有異動以各電影院公告為主



2008 年台北市電影票房排行榜

排名	片名	總票房(仟萬)
1	海角七號	23.07
2	神鬼傳奇3	11.16
3	黑暗騎士	10.92
4	長江七號	8.69
5	鋼鐵人	8.25
6	赤壁	7.96
7	全民超人	7.32
8	印地安納瓊斯: 水晶骷髏王國	7.02
9	刺客聯盟	5.71
10	007情報員: 量子危機	5.67

資料來源：TPBO 電影網 <http://www.taibeibo.com/>

2008 年電影院廣告量前十大品類

排 名	名 稱	金 額 (千元)
1	服飾類：服飾類企業/店	28,557
2	洗髮美髮品類：洗髮潤髮乳(精)	14,238
3	交通工具：汽車	12,101
4	化妝保養品類：綜合化妝保養品	8,687
5	鐘錶光學精品類：鐘錶	8,289
6	電話事務機類：電信業服務	8,269
7	交通工具：機車	7,805
8	電腦資訊：電腦資訊企業	7,434
9	服飾類：牛仔服飾	4,063
10	電腦資訊：遊戲軟體/線上遊戲	3,785

資料來源：Nielsen Media Research 廣告監播服務

依 MAA 調整率調整：電影院: 1.00



2008 年電影院廣告量前十大廣告主

排名	名稱	金額 (千元)
1	必爾斯藍基(股)公司	26,252
2	寶僑家品公司	22,595
3	和泰汽車公司	8,773
4	三陽機車工業公司	6,477
5	超翊有限公司	4,608
6	利寶成衣公司	4,063
7	華碩電腦(股)	3,562
8	LOUIS VUITTON	3,532
9	遊戲橘子數位科技股	3,492
10	遠傳電信股份公司	3,464

資料來源：Nielsen Media Research 廣告監播服務

依 MAA 調整率調整：電影院: 1.00



VII. 戶 外

購買現況

★購買方式

透過特定戶外媒體廣告代理商訂購

★廣告預定期限

一般為30天前，熱門路線或點位須提早至60天前，且原客戶有優先續約權。

★廣告稿送交期限 見刊前20天

★廣告製作要求 光碟片進稿



2008 年主要戶外媒體廣告價格

★公車

名稱	地區	廣告價格(元)
大都會公車	台北	20,000
三重客運	台北	12,000
台北客運	台北	12,000
首都客運	台北	12,000
欣欣客運	台北	12,000
新店客運	台北	12,000
光華巴士	台北	12,000
大南客運	台北	12,000
大有巴士	台北	12,000
中興客運	台北	12,000
指南客運	台北	12,000
淡水客運	台北	20,000
欣和客運	台北	20,000
福和客運	台北	20,000
宜興客運	宜蘭	10,000
基隆客運	基隆	20,000
桃園客運	桃園	12,000
新竹客運	新竹	12,000
苗栗客運	苗栗/台中	12,000
台中客運	台中	12,000
仁友客運	台中	14,000
豐原客運	台中	12,000
巨業客運	台中	18,000
彰化客運	彰化	10,000
員林客運	彰化/南投	10,000
南投客運	南投	10,000
嘉義客運	雲林/嘉義	10,000
興南客運	台南	12,000
新營客運	台南	10,000
高雄市公車	高雄	16,000
高雄客運	高雄	12,000
屏東客運	屏東	10,000



★捷運

名稱	地區	廣告價格(元)
走道燈箱	台北市	每月每面480,000~250,000
*		*套裝(月)850,000~350,000
*車廂內海報	台北市	*高運量橫式150,000/週/300面
		*高運量直式120,000/週/300面
*車體外彩繪	台北市	*1,800,000/列/月
月台層燈箱	台北市	每月每面250,000~80,000
*		*套裝(月)900,000~600,000
*車門外貼	台北市	*1,200,000/列/個月
*布幔	台北市	*480,000/月
手扶梯壁貼	台北市	*1,000,000/月

附註：*2008 因捷運廣告經營權未定該項廣告型式並未販售
2009/2 平和媒體取得台北捷運站燈箱、櫥窗、月台液晶螢幕、車箱
內外等廣告代理權

★機場

地區	名稱	廣告價格(元)
桃園國際機場	燈箱	200*400cm 每月每面580,000~300,000
		150*300cm 每月每面420,000~238,000
	布幔	*每月1,200,000~480,000
	壁貼	*1,000,000/月
*	手推車	*870,000/300台
松山機場	燈箱	每月500,000~400,000
	櫥窗	每月400,000~250,000
台南機場	燈箱	每月300,000~200,000
*小港機場	布幔	*每月200,000~380,000
	燈箱	150*300cm 每月每面380,000~200,000
		200*400cm 每月每面420,000~250,000

附註：*因機場廣告經營權未定目前該項廣告型式並未販售

★大樓電視螢幕廣告

地區	檔期	廣告價格(元)
全省	一週	150,000~450,000元



★店內廣告

地 區	檔期	廣告價格(元)
全省	一週	56,000~100,000元
全省	二週(4小時/日)	150,000元

2008 年戶外媒體廣告量前十大品類

排 名	名 稱	金 額 (千元)
1	建築類：建築	156,028
2	電腦資訊：電腦資訊企業	145,311
3	家電類：家電類企業	143,205
4	金融財經：金融機構服務	121,367
5	其他類：政府機構	118,631
6	建築類：建設、營造工程企業	111,909
7	服飾類：服飾類企業/店	110,336
8	電話事務機類：事務機器企業	108,747
9	化妝保養品類：化妝保養品類企業	97,203
10	金融財經：保險	82,570

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務

依MAA調整率調整：戶外(交通媒體/看板/大樓電視螢幕/店內廣告): 1.00

2008 年戶外媒體廣告量前十大廣告主

名次	名稱	金額(千元)
1	新力國際(股)	116,788
2	台灣太古可口可樂股	56,267
3	諾基亞(股)公司	50,669
4	三星(三崧)電子公司	45,574
5	台灣大哥大電信公司	33,729
6	必爾斯藍基(股)公司	31,767
7	國泰金融控股(股)	31,521
8	高雄市政府	31,352
9	美商福斯影片公司	28,618
10	威寶電信(股)	24,483

資料來源：Nielsen Media Research廣告監播服務

依MAA調整率調整：戶外(交通媒體/看板/大樓電視螢幕/店內廣告): 1.00



VIII. 網路

網路廣告名詞

★造訪 (Visit)

是指一名訪客在某個網站上持續閱讀網頁的行為。造訪次數可作為衡量網站流量的指標之一。

★廣告曝光 (AD Impression)

當一則廣告成功地被傳送給合格的訪客（上網者）時，即完成一次『廣告曝光 (AD Impression)』。其重點乃在於訪客（上網者）是否有看到該則廣告的機會。

★點選 (Click)

訪客（上網者）於網站上看到符合其需求的某種廣告訊息資訊時，藉由點選動作連結到網路上另一網站（通常為廣告主的網站）。

★點選率 (Click Through Rate)

點選廣告的次數除以廣告索閱次數，通常以百分比表示。

★點選轉換 (Conversion)

將造訪者的反應由消極的閱讀轉變為行動。「轉換」包括吸引使用者到網站、說服他們購買產品或是線上填寫表單。

★每千次廣告曝光成本 (CPM: Cost Per Millenarian)

傳送每一千次『廣告曝光』所需的成本，可藉由此一數值與傳統媒體的廣告成本相比較。

★觸擊 (Hit)

當瀏覽器向伺服器提出要求時所下載的每一件資訊（文件、圖、影像檔），都算是一個『觸擊』。伺服器都會記錄下每一個觸擊動作。

★網頁閱讀 (Page View)

當瀏覽器下載一篇網頁時，網站伺服器會將所有在該篇網頁上的圖形，聲音檔案或個別文件都分別記錄成單次的『觸擊』，『網頁閱讀』則是一種更精確的測量方式，因為它代表的意義是一整篇網頁（包含上面廣告，圖形等）被閱讀過多少次。

★多媒體 (Rich Media)

藉由動畫等效果，將網路線上廣告轉換成一個互動的模式，而不僅僅是一個靜態的廣告訊息，藉以提升廣告的效果及點選率。



網路廣告型式

★大尺寸網路廣告 (Super Size Banner Ad)

爲了扭轉網路廣告不景氣的局面，提高網路廣告對網友的吸引力，美國網路廣告局 (Internet Advertising Bureau, IAB) 於2001年2月公佈了七個由它所認可的網路廣告尺寸，分別有250×250跳出式方型 (Square Pop-Up)、180×150長方形 (Rectangle)、336×280、240×400、300×250、160×600即被稱爲「摩天大樓」120×600等不同尺寸的網路廣告。

★隨機輪替式 (Dynamic Rotation Banner Ad)

此類型廣告以廣告曝光數爲主，注重在廣告曝光次數，而非固定式的廣告版位。

★固定式版位 (Fixed Button Ad)

在特定網頁、固定位置的廣告，每次與該網頁同時下載 (和「隨機輪替廣告」相反)。

★跳出式視窗廣告 (Pop Up Window Ad)

此類型廣告安排於特定連結網頁的路徑上，當廣告被點選時，會跳出一個廣告視窗。此廣告視窗並可設計連結到另一路徑或網站。其目的在主動告知訪客 (上網者) 廣告訊息並加深廣告印象，以成功傳達訊息。

★隱藏式視窗廣告 (Pop Under Window Ad)

如同Pop Up, 此類型廣告亦安排於特定連結網頁的路徑上，但不同於Pop Up的呈現形式，Pop Under爲當廣告被點選時，廣告視窗自動隱藏於網頁下方，當訪客 (上網者) 關閉原本所觀看之網頁時，即可看到廣告主的廣告，成功傳達廣告訊息。

★關鍵字廣告 (Key Word)

通常出現在搜尋引擎類網站，訪客 (上網者) 在查詢網站或尋找資料時，輸入與主題相關的訊息，則會於搜索結果網頁出現贊助廠商的廣告。

★內容比對 (Content Match)

訪客 (上網者) 在瀏覽採用此技術的特定網站網頁內容時，只要該網頁內容的關鍵字與廣告主設定的一致，在網頁內容就會有一序列的廣告主網站連結。

★電子郵件 (E-Mail)

藉由訪客 (上網者) 線上登記或註冊，將所需資料或廣告訊息直接傳送到個人E-Mail信箱內。



★影音廣告 (Steaming Ad)

直接將電視TVC放在網頁上，訪客（上網者）經由點選的過程，可完整呈現電視TVC的內容。

★破壞式廣告 (Crazy Ad)

特殊的廣告形式，通常放置於網站首頁或頻道首頁，當網友連至該頁面，廣告即會覆蓋於頁面上方呈現，通常為動態且大版位的呈現形式，通常為廣告形式中最能吸引網友的版位，廣告效益佳，但亦為最貴的廣告版位之一。

★郵件廣告 (eDM)

不同於放置於網站上的廣告，eDM能透過郵件主動將廣告訊息傳遞給網友，並可藉由篩選年齡、性別、職業、興趣等更精準的鎖定目標族群。

網路媒體廣告運作及注意事項

★確認刊登網路廣告的目的

網路廣告的目的大致可分為以下各類：

- A. 宣傳公司形象 (promote brand)
- B. 促銷產品 (sales promotion)
- C. 透過網路廣告活動收集名單 (database)
- D. 利用網路廣告進行產品銷售 (E-commerce)
- E. 宣傳活動事件與內容 (announce events)

★有效運作『觸媒事件』

在確認廣告目的後，可針對先前所預設的目的設定一個吸引人的主題，因為它可能會是引發網友熱烈參與的一個引爆點。

★選擇網站的原則

- 1. 網站瀏覽人口是否符合目標對象。
- 2. 是否有足夠的到站瀏覽人數，且網站內容符合溝通目的。
- 3. 千人曝光成本合乎經濟效益。

★網路廣告的呈現方式

- 1. 與行銷／廣告概念一氣呵成。
- 2. 訊息簡單，視覺出色。
- 3. 有創意的文案與誘人的訊息。
- 4. 符合廣告檔案的大小限制。



2008 年網路主要使用用途

基數：昨日有使用網路者

％	使用目的	％
1	查詢蒐集各類資訊	94.3
2	收發電子郵件	82.8
3	閱讀新聞	71.0
4	即時通訊	67.7
5	瀏覽Blog相簿影音	58.3
6	線上購物	48.7
7	競標拍賣	45.0
8	純瀏覽/隨便逛逛	38.8
9	線上休閒遊戲	35.0
10	聊天室/配對/交友	32.6

資料來源：Nielsen Media Research NetWatch

2008 年主要網站昨日使用佔有率

基數：昨天有使用網路者

網 站	佔有率％
Yahoo 奇摩	97.8
MSN 台灣	35.6
Wretch 無名小站	30.3
Google	17.8
PCHome 網路家庭	12.7
YouTube	11.5
HiNet	8.6
Yam 天空	7.6
UDN 聯合新聞網	2.8
中時電子報	1.9
Sina 新浪網	1.6

資料來源：Nielsen Media Research NetWatch



2009 年主要網站廣告價格

★ 以下主要網站廣告價格係為2009年4月以後網站公告價格

★ Yahoo 奇摩 / Wretch無名小站

	廣告名稱	定價/計價單位	規 格
首頁	黃金鏈結	300,000 元/週	12字
	黃金鏈結	0.15 元/次	12字
	鑽石T-BAR	450,000 元/週	350*100,gif20k flash20k
	鑽石T-BAR	0.20 元/次	350*100,gif20k flash20k
	展開式廣告	580,000 ~ 660,000 元/檔次	首頁/420*200 flash 35K, 閃動10秒靜止), 420*80 20K (flash and gif, 閃動10秒靜止)
	熱門焦點式廣告	580,000 ~ 660,000 元/檔次	350*200,gif20k/ flash30k, 閃動10秒靜止
	週末熱門焦點式廣告	300,000 元/檔次	350*200,gif20k/ flash30k, 閃動10秒靜止

此資料為首頁價格，詳細資料請參考以下網站

<http://tw.emarketing.yahoo.com/ems2/superior/product/download/ad.xls>

<http://tw.emarketing.yahoo.com/wretch/product/ad.xls>



★ MSN台灣

	廣告版位	播出型態	基本金額(NT\$)	規 格
MSN 首頁	巨幅廣告 super Banner	1天/固定	NT\$280,000	728x90 (40K gif/jpeg, 40K flash)
	假日巨幅廣告 Super Banner	1天/固定	NT\$200,000	728x90 (40K gif/jpeg, 40K flash)
	瘋狂巨幅廣告 OTP Super Banner	1天/固定	NT\$700,000	請參考製作準則
	展開式影音巨幅 Expandable Super Banner	1天/固定	NT\$550,000	請參考製作準則
	首頁變天 Super Banner Skinner	1天/固定	NT\$500,000	請參考製作準則
	首頁伸展台 Catfish (Pre-expand)	1天/固定	NT\$1,000,000	請參考製作準則
	首頁易開罐 Peel Back	1天/固定	NT\$1,000,000	請參考製作準則
	漂浮大電視 Floating TV Show	1天/固定	NT\$800,000	請參考製作準則
	焦點大看板 Showcase Ad	1週/輪替	NT\$300,000 (150萬次曝光數)	300x250 (40K gif/jpeg, 40K flash)
	多媒體焦點大看板 Richmedia Showcase Ad	1週/輪替	NT\$350,000 (150萬次曝光數)	請參考製作準則
	首頁迴旋踢 Sidekick	1週/輪替	NT\$900,000 (150萬次曝光數)	請參考製作準則
	首頁新聞區國際/生活/娛樂版 文字快訊 NIP Int/Lif/Ent Text Link	1週/固定	NT\$120,000	15 字內
	首頁新聞區國際/生活/娛樂版 文字快訊 (包版) NIP Int/Lif/Ent Text Link Sponsorship	1月/固定	NT\$1,000,000	三則，每則15字內
	刊頭文字 Header Text Link	1週/輪替	NT\$60,000 (400萬次曝光數)	15 字內
	焦點文字 Business Link	1年/固定	NT\$60,000	15 字內
	消費快訊 Quick Link	1週/固定	NT\$38,000	10 字內
	首頁專題 Featured Column	1週/固定	NT\$480,000	須符合 MSN 規範
	推薦服務夥伴文字專區 Partner Link	1月/固定	NT\$1,000,000	須符合 MSN 規範
	推薦服務夥伴專區 Partner Module	1年/固定	NT\$20,000,000	須符合 MSN 規範

此資料為首頁價格，詳細資料請參考以下網站

http://advertising.microsoft.com/taiwan/Home/Article.aspx?pageid=1265&Adv_Articleid=5926



★ PC Home網路家庭

商品名稱	頻道	播出型式	媒體售價	規 格
擴張 T-Bar	總首頁	輪替	150,000 /日	350*100 + 350*200<50k
精選看板	總首頁	固定	250,000 /日	420*80<40k
精選看板+ Expando		固定	400,000 /日	420*80<40k + 420*200<50k
精選看板 + Expando + Crazy Ad.		固定	500,000 /日	特殊規格
大看板	總首頁	輪替	200,000 /日	350*200<40k
大看板 + 影音		固定	400,000 /日	350*200<1m
大看板 + Crazy Ad. + 影音		固定	600,000 /日	特殊規格
互動雙星	總首頁	固定	500,000 /日	特殊規格
互動雙星+ Crazy Ad.		固定	600,000 /日	特殊規格
互動雙星+ Crazy Ad. + 影音		固定	700,000 /日	特殊規格
消費情報	總首頁	固定	240,000 /週	1圖(60*60<5k 靜態),3 標(16字),共4連結
生活人氣王	總首頁	固定	300,000 /週	1圖(60*60<5k 靜態),6 標(10字),共7連結
超值專區	總首頁	輪替	5000,000 /月	4圖(60*60<5k 靜態),12 標(7字),共16連結
頭條文字	總首頁 + 全網輪播	輪替	100,000 /日	12字
好康 Button	總首頁 + 精 選頻道群組	輪替	35,000 /日	120*120<20k
好康文字	總首頁 + 精 選頻道群組	固定	30,000 /日	11字

詳細資料請參考以下網站

http://4c.pchome.com.tw/product/download_ok.html



★ HiNet

廣告版位	輪替 F/R	總輪 替	基本金額(NT\$)	規 格
首頁頭條文字左全網	R	6	120,000/週	11字內
首頁頭條文字右全網	R	6	120,000/週	11字內
首頁T-Bar全網	R	8	120,000/週	300x100<20K,jpg,gif,flash
首頁大看板全網	R	8	150,000/週	300x250<30K,gif,flash,動態10秒靜止
首頁旅遊專區文字一	F	1	專案配合	標題限4字須加【】,內文15字內(可供3款素材)
首頁旅遊專區文字二	F	1	專案配合	標題限4字須加【】,內文15字內(可供3款素材)
首頁旅遊專區文字三	F	1	專案配合	標題限4字須加【】,內文15字內(可供3款素材)
首頁旅遊專區文字四	F	1	專案配合	標題限4字須加【】,內文15字內(可供3款素材)
首頁精選推薦	F	1	120,000/週	300x300<30K,jpg,gif,靜態
首頁小摩天全網	R	5	100,000/週	120x300<15K,jpg,gif,flash
首頁生活情報一	F	1	專案配合	120x90<6K,jpg,gif,靜態+10字內四排
首頁生活情報二	F	1	專案配合	120x90<6K,jpg,gif,靜態+10字內四排
首頁生活情報三	F	1	100,000/週	120x90<6K,jpg,gif,靜態+10字內四排

★ Yam天空

	廣告版位	週期R/F	售價NT\$	規 格	格式
首 頁	首頁刊頭文字	R 天	30,000	10字內	Text
	焦點文字	R 天	50,000	10字內	Text
	焦點看板	R 天	80,000	420*80<25K	Flash
	首頁T-bar	R 天	60,000	350*100<25K	Gif/Flash
	大看板-Flash(不含影片)	R 天	80,000	350*200<25K	Flash
	大看板-影片	R 天	CPM=500	350*200<25K	Flash
	首頁標籤(下)	3R 週	200,000	420*80<25K	Gif/Flash
	首頁生活情報圖文1,2	F 週	420,000	55*55靜態<3K+12字*3則	Gif+Text
	首頁生活情報圖文3,4	F 週	350,000	55*55靜態<3K+12字*3則	Gif+Text
	首頁好康活動文字	F 週	200,000	10字內	Text
首頁掀頁廣告	F 天	NA	100*100<10K&500*500<60k	Flash	

價格資料為2007年12月yam天空公告之為首頁價格，最新廣告價格請參考以下網站：

<http://value.yam.com/>



★ UDN 聯合新聞網

廣告版位	播出型態	定價(NT\$)	規 格
首頁黃金文字廣告-一則	四輪播	100,000/週	14 字內(焦點、快報、促銷、熱門)
首頁圖文廣告-一則	三輪播	150,000/週	圖 75*75pixels<10K;大標 10 字內;小標 50 字內 一圖一文廣告版面為 300*75pixels
首頁超級大佈告	五輪播	250,000/週	300*250pixels<25K
首頁特開腰帶	二輪播	200,000/週	512*100pixels<25K
首頁話題廣告文字-一則	固定式	30,000/天	14 字為限
首頁腰帶 Button	固定式	80,000/週	260*20pixels<15K
首頁浮水印	二輪播	120,000/週	90*135pixels<10K
首頁覆蓋式廣告	固定式	400,000/天	512*450pixels<30K, 5 秒為限; swf 檔 140*50pixels<20k, 檔案不限
首頁看版 A 廣告	固定式	150,000/週	120*350 Pixels <15k
首頁看版 B 廣告	固定式	100,000/週	120*350 Pixels <15k
首頁特別企劃	固定式	200,000/週	大圖 280*90pixels<15K 3 小圖 90*70pixels<8K
首頁聯名 logo	固定式	250,000/天	140*50pixels<8K
首頁新聞下拉選單 5 則-集合式	固定式	120,000/週	專屬附目錄(7 個字)+五則標題(14 個字)
首頁新聞下拉選單 5 則-分散式	固定式	150,000/週	五則標題分散多散多個頻道(14 個字)

此資料為首頁價格，詳細資料請參考以下網站

<http://udn.com/AD/goods.shtml>



★ 中時電子報

	廣告名稱	週期	定價 NT\$	規格	型式
首頁	下推式廣告	F 天	200,000	985x250<50K	jpg/gif/flash
	浮水印	F 天		65x95<10K	jpg/gif
	popunder	2 R 天	120,000	800x600<50K	jpg/gif/flash
	商務看板 A	5 R 週	200,000	300x250<30K	jpg/gif/flash/wmv 影音檔二天前入檔 <30sec、wmv、avi
	黃金文字廣告	5 R 週	100,000	【標題】<4 字， 文案<14 字	
	Button	5 R 週	100,000	300x100<20K	jpg/gif/flash
	商務看板 B	5 R 週	100,000	300x250<30K	jpg/gif/flash
	超鑽文字	F 週	60,000	【標題】<4 字， 文案<14 字	
	首頁專題-消費 視窗廣告	2 R 週	80,000	圖 100x90<7k 標題 10 字,內文 35 字	jpg/gif
	鑽石全板	5 R 天	100,000	980x600<50k	jpg/gif/flash
	強檔推薦	F 週	150,000	圖 100*80,文字<16	jpg/gif
	旺旺大三元	2 R 週	50,000	Text Link<15 字	
貫穿	市場快訊	R 週	20,000	Text Link<12 字	

此資料為首頁價格，詳細資料請參考以下網站

<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/Ads/AdsPrice/>

★ Sina 新浪網

版位	廣告版位	期間	基本金額(NT\$)/曝光數	尺寸
首頁	首頁特開 Banner	1 週/輪替	375,000 (75 萬次曝光數)	350x200<30K
	首頁焦點 Banner	1 週/輪替	280,000 (75 萬次曝光數)	350x100<30K
	黃金文字左	1 週/輪替	45,000 (45 萬次曝光數)	12 字內
	黃金文字中	1 週/輪替	90,000 (45 萬次曝光數)	12 字內
	黃金文字右	1 週/輪替	45,000 (45 萬次曝光數)	12 字內
	首頁插入式 Banner	1 週/輪替	88,000 (35 萬次曝光數)	420x80<15K
	好康文字 (1)(2)(3)(4)(5)	1 週/輪替	45,000 (35 萬次曝光數)	標題(1)_10 字 內文(2)_16 字
	好康 Button (1)(2)(3)(4)(5)	1 週/輪替	38,800 (35 萬次曝光數)	120x60<10K
	市場快訊 (1)(2)(3)(4)(5)	1 週/固定	75,000 (75 萬次曝光數)	標題 10 字內 內文 20 字內

此資料為首頁價格，詳細資料請參考以下網站

<http://bonus.sina.com.tw/saleskit/ad.html>



2008 年網路廣告量

廣告類別	2006廣告量 (千元)	2007廣告量 (千元)	2008廣告量 (千元)	成長率%
網路廣告	2,698,000	3,356,000	3,894,000	16.0%
關鍵字廣告	1,000,000	1,594,000	2,082,000	30.6%
合計	3,698,000	4,950,000	5,976,000	20.7%

資料來源：台北市網際網路廣告暨媒體經營協會（IAMA）



附 錄

附錄：資料來源說明

Nielsen為全球最大的市場調查研究公司，於1923年成立於美國芝加哥。1994年透過併購SRG集團正式進入亞洲市場。1996年，在美國成為獨立上市公司，同時開始整合全世界市場研究服務業務，並正式使用 Nielsen (尼爾森)為單一企業名稱。2000年底，Nielsen與荷裔VNU合併，成為VNU旗下的企業集團；2002年ACNielsen媒體研究與VNU全球媒體研究事業整合為尼爾森媒體研究(Nielsen Media Research)；另，2005年3月尼爾森集團與AGB集團針對其美國境外之電視收視調查相關服務進行業務整合，並共同投資成立新的電視收視調查公司，訂名為台灣艾傑比尼爾森媒體研究股份有限公司(AGB Nielsen Media Research (Taiwan) Ltd.)；2008年ACNielsen與Nielsen Media Research公司名稱與品牌正式更名為「The Nielsen company」。

Nielsen台灣分公司成立於1982年，是台灣市場調查研究服務的創始者也是領導者。主要業務包括：

- 消費品研究服務 (Customized Research Service)
- 零售資訊研究服務 (Retail Measurement Service)
- 媒體研究服務 (Media Research Service)



產品名稱	電視收視調查 TAM	媒體大調查 Media Index
調查方式	個人收視記錄器 (Peplemeter)	家戶面對面訪問法
調查對象	四歲以上	12-65歲全體
調查地區	全台灣地區(不含離島)	全台灣地區(不含離島)
抽樣方式	以最新村里表、 多段分層隨機抽樣	採多階段分層隨機抽樣法
樣本配置	採比例樣本配置法	採比例樣本配置法
執行期間	每日執行	每年一月到十二月 每天執行
樣本數/年	家戶樣本：1800戶 個人樣本：6500人	10,000份/年，平均每月完成833份
啓始年度	1994年~迄今	1988年~迄今
發展目的	<ol style="list-style-type: none"> 1.因應台灣地區電視媒體的蓬勃發展及複雜多變性，針對閱聽眾收看行為之量化調查研究。 2.提供電視業者觀察市場競爭態勢的依據，並進而協助電視台/節目供應商製作節目及行銷策略的研擬。 3.協助廣告代理商進行媒體策略的擬定，並提供電視台/廣告代理商/廣告主購買節目之依據。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.針對台灣地區民眾媒體使用及產品消費行為之趨勢調查研究，藉以掌握大眾與分眾人口特性以及各類媒體市場競爭與消長情形。 2.提供平面媒體業者觀察市場競爭態勢的依據，並進而協助媒體主在內容編輯及行銷策略的研擬。 3.協助廣告代理商進行媒體策略的擬定，並提供媒體主/廣告代理商/廣告主媒體購買之依據。



產品名稱	NetWatch	消費行為暨生活型態大調查 Consuming & Life Index
調查方式	家戶面對面訪問法	家戶面對面訪問法
調查對象	12-65歲全體	12-65歲全體
調查地區	全台灣地區(不含離島)	全台灣地區(不含離島)
抽樣方式	採多階段分層隨機抽樣法	採多階段分層隨機抽樣法
樣本配置	採比例樣本配置法	採比例樣本配置法
執行期間	每年一月到十二月 每天執行	每年一月到十二月 每天執行
樣本數/年	10,000份/年，平均每月833份 與媒體大調查採「單一資料 來源 研究」設計	10,000份/年，平均每月833份 與媒體大調查採「單一資料 來源 研究」設計
啓始年度	1997年~迄今	2002年~迄今
發展目的	<ol style="list-style-type: none"> 1.針對台灣地區民眾網際網路使用之調查研究，做為網站經營、網路行銷及網路廣告、電子商務的規劃依據。 2.提供網際網路業者觀察市場競爭態勢，並進而協助經營者主在內容及行銷策略的研擬。 3.協助廣告代理商進行媒體策略的擬定，並提供媒體主/廣告代理商/廣告主媒體購買之依據。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.以生活型態模式的觀察角度切入，探究消費者的質性認知模式與媒體使用，以及消費行為間的關連性。 2.藉此瞭解分眾的心理及態度層面，亦可瞭解不同生活型態的民眾之媒體接觸情形及產品消費習慣。



產品名稱	廣播大調查 Radio Survey	
調查方式	電腦輔助電話訪問法 (CATI)	
調查對象	12-65歲全體	
調查地區	全台灣地區 (不含離島)	
抽樣方式	分層隨機抽樣	
樣本配置	採不等比例樣本配置法	
執行期間	每年一月到十二月	每天執行
樣本數/年	總接觸份數: 28,000/年 昨日廣播收聽者10,000 /年	
啓始年度	2000年~迄今	
發展目的	<p>1.因應台灣地區廣播電台區域化與類型化的發展模式，針對閱聽眾收聽行為的長期調查研究。</p> <p>2.提供廣播業者觀察市場競爭態勢的依據，並進而協助電台製作節目及行銷策略的研擬。</p> <p>3.協助廣告代理商進行媒體策略的擬定，並提供電台/廣告代理商/廣告主購買節目之依據。</p>	

產品名稱	媒體廣告監測服務 Adex Information Service (AIS)	
監測範圍	2008年監測範圍： 電視63台、廣播15家電台、 報紙100份、雜誌114本、 戶外16家戶外媒體代理公司	
執行期間	電視、廣播：每日 報紙、雜誌、戶外：每月	
啓始年度	電視、廣播：2003.4~迄今 報紙、雜誌：2002.7~迄今 戶外：2003.1~迄今	
發展目的	統計台灣五大主要媒體的廣告投資資訊，每月提供約 137萬筆商業廣告記錄，以利使用者能全面性地掌握台灣廣告投資狀況。	
備註:	16家戶外媒體代理公司包括：柏泓、奧多、新據點、鉅瑁、西北、博菲遜、漢可威、銀色夥伴、全明、漁歌、繪影、九井、頻順、分眾、強力、新極現	