



CommonHealth + DIGITAL +

從數位方案，一起啟動美好生活

康健數位平台 | 合作簡介

華人世界第一健康生活平台

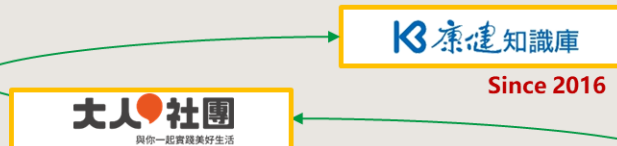
活得自在、活得愉快、活得健康 | 2021年版



康健大事紀 | 22年持續推展 醫療議題、健康知識 與 生活實踐

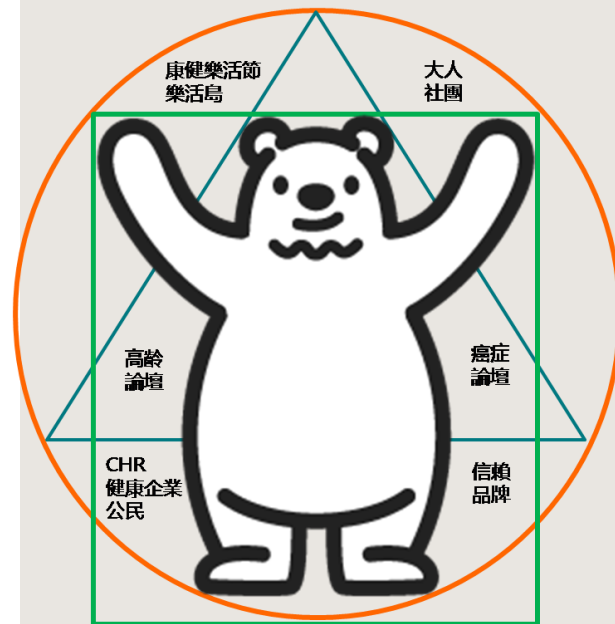
台灣第一本健康生活雜誌。以回歸個人身心靈、普及健康知識為理念，人人活得自在、活得愉快、活得健康。

預見高齡 ● 想像未來



康健即生活 | 全面照顧“家”的健康需求

因應社會對健康生活的多元需求，發展全方位平台，增加影音頻道、社群互動、實踐體驗等，提供多元產品及服務，為國人創造豐富的健康生活。



打造全人健康生活的黃金比例

康健，最適合全家人的健康生活平台



喜歡看
康健影片
做運動的小明

喜歡在
康健知識庫
搜尋健康資訊的爸爸



喜歡從
康健LINE
接收和轉發
健康資訊的爺爺



已退休喜歡參加
大人社團
課程活動的奶奶



家中健康大使
喜歡閱讀康健雜誌
及參加講座的媽媽

小美喜歡
吃媽媽看康健專刊
學的有機料理

INDEX

- 01 康健數位平台關鍵數字
- 02 成功案例與效益分析
- 03 完整數位行銷工具
- 04 平台用戶輪廓

康健大數據 | 受眾廣、分眾清晰，提供最優觸及質量！



三明治中堅份子

25-44歲佔半數以上，著重健康實踐、心態樂活年輕，重視生活品質！



準退休候選人

45-64歲為主，重視生命價值和學習！過退休的生活，經營不退休的人生。



高度健康意識族群

35-44歲為主，重視專業結構化知識，最精準迫切找到健康解方的族群！

60%



- ✓ 家庭消費決策者
- ✓ 重健康藏富階級
- ✓ 注重樂活好公益
- ✓ 職場健康競爭力

女性

男性

67%



大人們的消費目標
出國旅遊
實踐美好生活
房產住宅

女性

男性

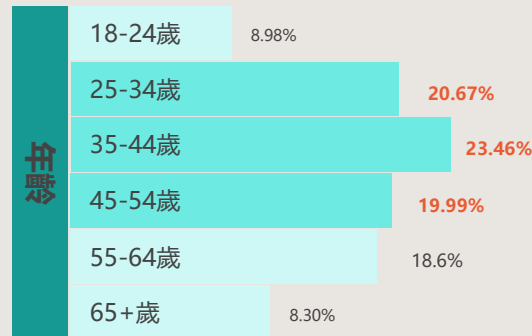
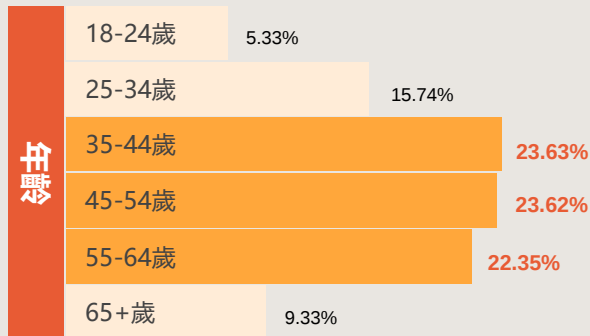
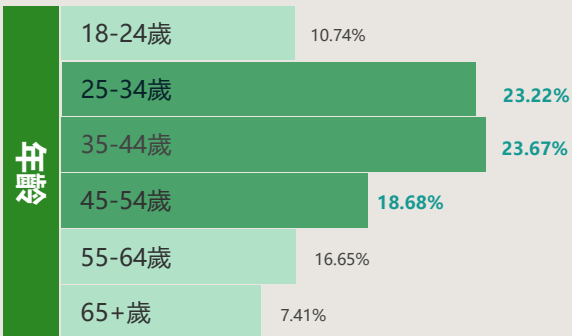
57%



- ✓ 亞健康族群
- ✓ 代謝症候群族群
- ✓ 家庭照顧者
- ✓ 重視結構化資訊者

女性

男性



健康類媒體到達率第一！ 優質內容強搜尋！

2020年流量單月突破2100萬，不重複訪客突破800萬，ComScore健康類媒體第一名！進站來源主動搜尋佔比七成，是網友最信賴的健康類網站，也是搜尋引擎認證之優質資訊平台，搜尋排名演算加分，帶進更多主動搜尋健康資訊的使用者！

1700萬

2019年9月

2100萬+

2020年3月

關心正確健康知識的精準讀者，都在康健網站！

1

網友指名！主動搜尋進站比例高達七成

最關注健康議題及最希望可以獲得正確健康資訊的800萬網友在康健！關心議題包含人生大小事，與2C溝通量大質優！

2

數位策展力強！內容+情境+企劃+社群黏住讀者眼球

透過豐富的主題議題倡議、社群活動，吸引讀者互動黏著，將流量轉換成深度瀏覽、品牌知名度及消費調查，康健最強！

症狀
檢測

跨足AI領域獲大獎！一鍵找對醫師看對科

《康健》累積多年採訪之資料庫內容，規劃「康健知識庫」(KB)，跨足AI領域，在2019年台灣人工智慧學校（全台最大的人工智慧社群，成員超過6,000人）第四屆AI產業化創新競賽奪下第3名。截至2020年底，已有超過8萬人線上檢測症狀，男性比例相對其他康健平台來得高出許多。



不只內容！KB資訊內容結構化！
累積20年的健康知識為基礎，架構呈現最精準的症狀檢測！獲得民眾及獎項的肯定！

GOOGLE搜尋症狀好可怕？來KB
針對小毛病需求的精準族群，康健讓使用者搜到最精準的症狀，並可以立即找尋附近就醫資源！

更精準！品牌溝通更具效率！
累積不同病症族群，相關醫療保健品牌合作更精準、更有成效！

免費檢測：<http://bit.ly/2NuEv9o>

2020康健平台不斷優化，快速掌握需求



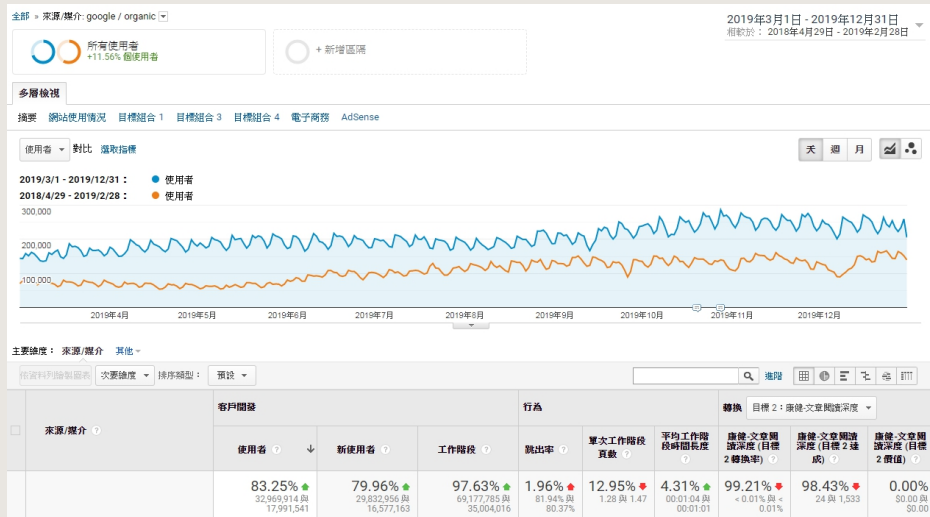
SEO自然搜尋加分！七成Google搜尋導入康健官網，**讀者來源對健康資訊目的性及需求強！**



值得信賴的品牌平台、多元主題頻道、專業編輯內容，**全方位提供讀者健康生活解方！**



ComScore 2020年Q1最新數據顯示，**康健為健康類閱讀率最高的平台！**



康健 The e-health site

解款更年期

全部 試試搜尋「癌症、抗老、高齡」...

您好, 莊孝禾

熱門: 抗癌新人生 武漢肺炎 控糖生活等

看文章 查百科 玩測驗 找課程活動

康健好書 雜誌 訂閱康健雜誌 訂閱每日報

武漢肺炎 癌症 養生保健 食物營養 運動 心靈 樂活 高齡 人物 專欄 專題 健康企業公民 大人社區

安心台灣，為台灣做一件事

《康健》邀請您，為台灣做一件事，串聯正面的力量，讓所愛的人心平安

立即閱讀

安心台灣，為台灣做一件事

更年期口乾、有異味、常蛀牙 竟是缺少了「它」

最新出刊《康健雜誌》：把更年期變年輕

走過父母兄姊世悲痛 52歲 同志主講當新手爸

倫敦偏頭痛 研究證實：輪值有用

INDEX

- 01 康健數位平台關鍵數字
- 02 成功案例與效益分析
- 03 完整數位行銷工具
- 04 平台用戶輪廓



健康腎臟大會考

腎臟是人體最大淨水廠，可以讓身體上各部份的器官得以平衡，如果腎臟受到傷害而無法運作的時候，你身體上每一個器官都會受到影響……

你了解你的腎臟嗎？它長什麼樣？有什麼功能？如何影響全身健康？

此篇洗腎盛行率世界第一，你可能是高危險群嗎？

嚴陣30關，現在請你一起跟我們進行健康腎臟大會考！

不只自我測驗，還能即時獲得正確的腎臟知識

填寫完畢將機會派中：精采土產大抽獎、康健雜誌百科-心臟100問、鮮食便沖卷...等贈品

第一部分：開始測驗之前，自我檢視四小題

1. 您的年齡？ *
20歲以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲 51-60歲 61-70歲 71歲以上
2. 請問您平均一星期做幾次運動？(持續 10 分鐘以上才算運動，工作或家務的勞動不算) *
沒有運動 一週1-2次 一週3次以上
3. 平均每天喝多少白開水？(市售保特瓶裝約600cc，馬克杯約340cc) *
低於600cc 600-1200cc 1201cc-1800cc 1801cc-3000cc 3000cc以上
4. 過去一星期喝幾杯含糖(甜的)飲料？(市售手提約350-500cc) *
都沒喝 1杯 2杯 3杯 4杯 5杯以上
5. 過去一星期吃幾次重口味餐食？(像火鍋吃到飽、油炸、高鹹食物、糖油甜食等) *
沒有 1-2次 3-4次 5次以上
6. 請問您的腰圍是否大於男腰90公分，女腰80公分的健康範圍？ *
符合健康範圍 超過健康範圍 不知道

客戶：費森尤斯

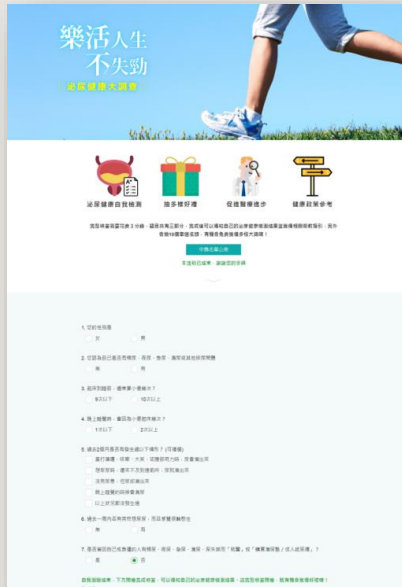
合作內容：數位問卷+會後廣編

2018年，洗腎人口持續增加至8萬，盛行率和發生率並列全球之冠！「腰子」好不好，非僅攸關「腰際」的力量，這個「血液淨化器官」不只是代謝廢物，還具有調節血壓，刺激骨髓製造紅血球的功能，但想要當人生「腎」利組。

從台灣費森尤斯醫藥首次與康健雜誌發起的「2018年護腎習慣大調查」顯示，台灣人對護腎習慣顯然是知大於行，明顯缺乏護腎行動力。

- 網路問卷超過800份護腎習慣蒐集與分析
- 會後廣編瀏覽量約3萬

樂活人生 不失勁



客戶：添寧

合作內容：數位問卷+系列廣編+數位專區

2018年透過《一個小改變重拾敢動大樂趣》數位專區，從使用者生活情境出發，成功拉近與潛在使用者的距離，提升網友對尿失禁的正確認知、引發共鳴並創造需求，使添寧成為消費者心中首選品牌。

2019年，康健將進一步從KOL專業角度出發，結合《尿失禁網路大調查》結果，透過醫護人員與NGO協/學會的學研專家意見，帶出尿失禁與相關疾病與照護的關聯性，提高民眾對尿失禁疾病認知，為失禁患者提供專業有用的資訊，成功建立添寧全球專業醫護推薦品牌形象。

- 網路問卷讀者回填超過1,000份
- 系列廣編瀏覽量超過3萬
- 45-54歲女性讀者佔7成以上

口碑建立！試用索取！精準用戶有感體驗

產品
索樣

數位專區
內容集結、產品優點溝通



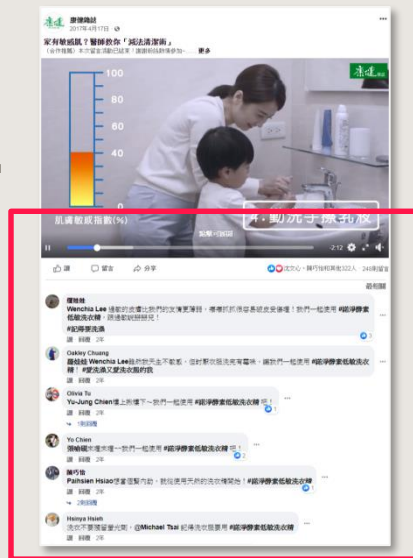
客戶：諾淨0%洗衣精
合作內容：數位專區+主題影音+FB試用索取

影音製作1支

+



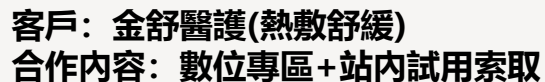
+



專案成效：

✓留言即送試用包，累積248則留言，
成功觸及10萬人！

✓從專區內容溝通、影片發佈、
到社群索取試用，全方位打造諾淨新品的聲量！



✓宣傳走期內，索取份數為886筆

✓**回填心得份數共 665份，高達75%願意回填心得！**

✓數位專區超過 26,230 PV，除了試用，更透過衛教溝通拉近與產品的之間的連結，幫助用戶了解品牌產品！

社群圖卡

客戶：白蘭氏 合作內容：社群圖卡

社群圖卡以議題主軸、視覺雙吸精，吸引讀者停留閱讀詳細資訊。

- 貼文觸及人數約200萬次
- 留言+分享數破千次

康健雜誌
2019年11月13日 · 0

「我知道滑手機傷眼睛，但我就是停不下來啊！」幫眼睛補一下，小編整理 #順眼睛的3大營養素 #彈別小藍莓抽威秀電影票

!! 小編懂你「#害怕錯過任何訊息」而忍不住查看的心情，但是還是要碎碎一下，用眼過度導致 **眼睛疲勞** 可能帶來 #黃斑部退化 #睫狀肌疲勞，甚至老花眼提前報到。!!

雖然沒辦法跟老闆說：下班時間不要line，眼睛會累啦！只能尋找保護眼睛的預防+急救措施QQ

都是護眼，葉黃素、蝦紅素功用各不同，缺一不可！眼睛疲勞的急救聖品，該補充哪個營養素？還有玉米黃素，你聽過它嗎？👉👉快點進去看圖卡看



客戶：白蘭氏
合作內容：社群機器人

社群圖卡以議題主軸、視覺雙吸精，吸引讀者停留閱讀詳細資訊。

1

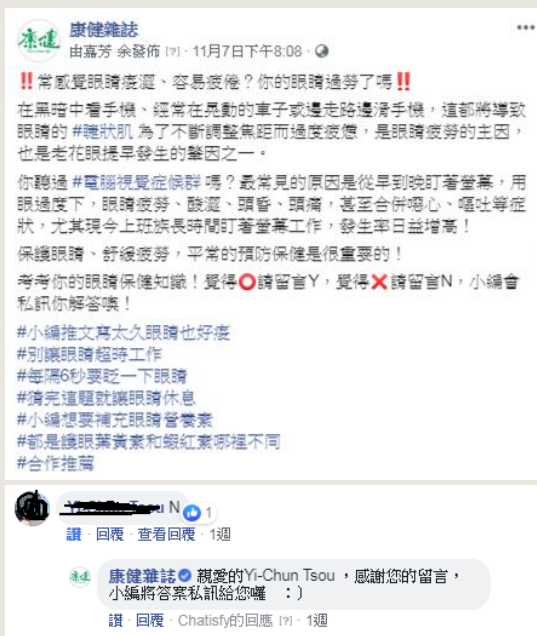
問答勾起粉 絲興趣



<https://www.facebook.com/commonhealth/photos/a.184113071200/10157316652076201/?type=3&theater>

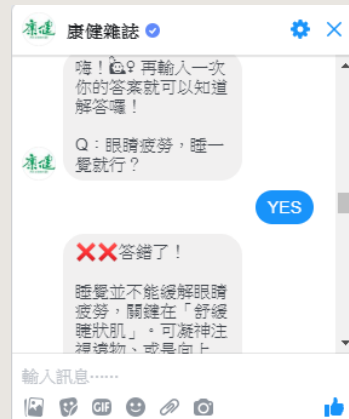
2

機器人回覆引導 至對話訊息



3

推播訊息導 流至廣編



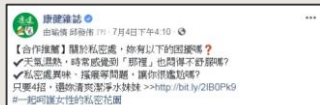
- 貼文觸及人數約5萬次
- 留言加互動數破千次

客戶：施巴

合作內容：系列圖解廣編+FB大圖輪播

圖解廣編以衛教為主、品牌為輔，提高品牌專業感和信賴感。
同時避開法規，單張JPG可擴大使用，如LINE給客戶、印成海報在展場張貼、在施巴FB/LINE上分享。
做為業務員輔助銷售、輔助溝通、輔助破冰的工具。

- 系列圖解廣編瀏覽量約3萬
- 貼文自然觸及人數破8萬以上
- 留言互動人數破千次



私密處問題好尷尬？ 簡單四招還你清爽潔淨水妹妹



關於私密處，你有以下的困擾嗎？

按摩三陰交 促進荷爾蒙平衡



關於私密處，你有以下的困擾嗎？

分區清潔 也要適齡保養



關於私密處，你有以下的困擾嗎？

搓搓頭皮問題 3分鐘頭皮健康操！

舒壓壓力 強化循環 正確清潔



每天只要3分鐘！按摩頭皮能有效釋放壓力，刺激穴道促進氣血循環，搭配成分溫和的洗髮乳及正確洗髮步驟，徹底清潔毛氈層，去油抗屑，改善代謝，強健髮根，頭皮健康，秀髮自然亮麗！

現代人長期累積不良生活習慣與壓力，不僅易頭暈、頭皮血液循環也差，加速頭皮的老化，加上夏季高溫潮濕，頭皮油脂分泌旺盛，就讓瘙癢、皮屑、掉髮等頭皮困擾一一浮現！

跟著健康肌膚專家《施巴》學3分鐘頭皮健康操，輕鬆找回頭皮活力，告別夏日油頭，清爽亮麗一夏！

3分鐘 頭皮健康操

壓一壓 加強循環



用拇指多按摩太陽穴及後頭的風池穴、肩膊上方的肩井穴，改善頭部氣血循環。

揉一揉 舒緩壓力



雙手掌心壓住頭皮兩側，手指朝後，從耳朵後方（耳後穴）向後方2-3指幅處開始，以掌心慢慢畫圈往上按摩，加強頭頂循環加強舒緩頭皮壓力。

搓一搓 正確清潔



深入毛氈徹底清潔，使用「指腹」輕輕揉搓頭皮避免劃傷，同步舒緩頭皮，不可用指甲反方向造成頭皮傷害。

挑一挑 pH5.5無皂鹼



洗髮應隨個人頭皮狀況與季節做調整，聰明挑選成分溫和的洗護產品，適當清潔，保持pH5.5健康頭皮，讓頭皮深呼吸。

本圖內容均經 施巴洗髮專家提供

炎夏護膚大作戰 四關鍵打造健康好肌底

PM2.5 空氣污染 紫外線 乾燥 灼痛 瘙癢 白帶



健康肌膚表面都有層pH5.5微酸性保護膜，是肌膚天然的屏障，能夠在保護狀態下自然防護，減少水分流失，預防細菌入侵及外界刺激物的滲透。但炎熱夏季中的高溫、紫外線、汗水以及空氣中附汗，都在持續破壞。削弱健康天然屏障，造成肌膚老化、敏感、乾燥等問題。

打聽不被烈日、高溫打敗的pH5.5健康好肌底，就讓健康肌膚專家《施巴》告訴你！

POINT 1 積極防曬 主動防護

陽光中的紫外線，是引起肌膚提早老化、長斑的隱形殺手。出門前做好防護準備，讓防護成分先覆蓋形成保護膜，能具有防護效果的帽子、外套與陽傘，避免在陽光最強烈的時候在戶外暴露，也別忘了定時補擦防曬。

POINT 2 正確清潔 溫和保護

清潔是肌膚保養的第一步，不適合的洗護產品，容易損傷乾燥、緊繃，甚至造成敏感肌膚。正確選擇無皂鹼、無濃濃、中低等成分的洗護乳，不使用粗糙砂布與清潔產品破壞肌膚保護膜，溫和洗淨身上汗水污垢，維護肌膚的自我保護力。

POINT 3 pH5.5微酸 鞏固肌膚屏障

理想的潔膚品洗後不乾澀、不緊繃，每天使用與健康肌膚酸值相同的pH5.5洗護乳，溫和不刺激，能維持肌膚微酸性的保護膜，避免水分流失、減少外在刺激，為美麗打好健康肌底。好的清潔，肌膚有感覺！

POINT 4 清潔更重保濕 肌膚更健康

肌膚容易乾燥敏感的人，可選用含長效保濕、多重維生素配方的洗護用品：油性膚質或容易流汗的人，也可選擇運動後專用，配方清爽的標榜沐浴乳，有效恢復肌膚的保水狀態，增強對外在環境的保護能力，打造有活力的健康皮膚。

本圖內容均經 施巴洗髮專家提供

私密處問題好尷尬？ 簡單四招還你清爽潔淨水妹妹

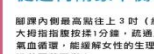
異味 乾燥 灼痛 瘙癢 白帶



健康的陰部pH值約為3.5-4.2弱酸性，當荷爾蒙變化(如孕、更年期)、過濕悶熱、熬夜、性行為、游泳或使用皂鹼皂清潔，使陰部酸鹼值失衡，私密處抵抗力大幅減弱，容易有異味、異味、分泌物過多，甚至有灼痛、發癢的問題！

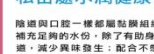
女性必須的私密處健康課，保持清爽舒適，就讓私密阿護專家《施巴》來教妳。

按摩三陰交 促進荷爾蒙平衡



腳內側最高點往上3吋(約四根手指寬)處，以大拇指指腹按摩1分鐘，疏通肝、脾、腎三條經絡的氣血循環，能輔助女性的生理不調，調理內分泌，促進荷爾蒙平衡！

多喝水 私密處水潤健康



陰道與口腔一樣都是黏膜組織，最需要水的滋養。補充足夠的水份，除了有助身體排毒，更利於滑潤陰道，減少瘙癢發生，配合不憋尿的好習慣，降低私密處感染機率，輕鬆成為水美人。

分區清潔 也要適齡保養



含皂的沐浴乳容易傷害嬌嫩的私密處，因此私密部位清潔應與身體沐浴分開，建議改用專為陰部清潔品清潔，大前女子要選擇可改善溫潤濕潤的成分，避免乾澀、乾癢等不適狀況。

維持pH3.8天然屏障 私密處沒煩惱



私密處清潔品成分越簡單越好，不含防腐劑、不含藥性、溫和不刺激，幫助維持私處的弱酸性環境，就能提升陰部的自我能力與防禦力，展現常見私密困擾，保有健康、柔軟與彈性。

本圖內容均經 施巴洗髮專家提供

加工食品吃太多，鈉太多，
鉀太少，身體電解質會不平衡。



如何補足身體的鉀？
聰明飲食，
就從吃對高鉀食物開始！



你有這些狀況嗎？
會不會是「鉀」不足？



全球健康飲食趨勢 - 低鈉高鉀。
善用烹調小幫手，
餐餐好「鉀」又健康！



健康減鈉含碘鹽
(-鈉50% + 鉀50%)



健康美味含碘鹽
(-鈉30% + 鉀30%)

客戶：台鹽

合作內容：圖解廣編+FB大圖輪播

現代人的時間越來越碎片化，圖多文少
幫助讀者容易理解、輕鬆吸收資訊。

精美圖片搭配文字解說，加速網友記憶
吸收，一指輕鬆擴散分享。

- 圖解廣編瀏覽量約2萬
- 貼文自然觸及人數約2萬



INDEX

- 01 康健數位平台關鍵數字
- 02 成功案例與效益分析
- 03 完整數位行銷工具
- 04 平台用戶輪廓



掌握內容行銷三大優勢 與康健平台使用者深度溝通！

✓ 溝通更深入，內容環境與康健官網相同，營造友善閱讀！

✓ 康健網站有70%來自於Google search，更容易被搜尋閱讀！

✓ 社群分享功能讓網友即時互動，擴大影響範圍！



與康健共創影音宣傳行銷 數位傳播最有力！

- ✓ 數位廣編詳解說明，溝通最深入；搭配影片內容深入淺出，傳播效果事半功倍。
- ✓ 影音宣傳也可與品牌聯名，串聯康健與重要通路、醫師、學協會，拍攝公益影片，塑造品牌關懷形象。

首頁 | 電文聲 | 食物營養 | 保健食品

類別

預防糖尿病併發症，如何超前部署關鍵營養素？

4.4分 10篇 3.5分 10篇



瀏覽數 32,131

2020/10/28 / 作者 / 營養師劉麗娟 / 出版 / 康健雜誌

台大醫院

預防糖尿病併發症，在日常生活中需要注重營養攝取。常常會因為飲食中的糖類難以計算而戒口，加上多種營養素因糖尿病而流失，造成多種症狀，甚至導致併發症。因此，如何穩定血糖並補充營養素，同時預防併發症是糖尿病病友的關鍵。

而除了「少吃糖」，「控制體重」，「控制血壓」，「控制血脂」，「運動」，「治療」等三管齊下控制血糖外，也要了解身體所需的關鍵營養素，建立正確的營養攝取觀念，超前部署預防糖尿病併發症，輕鬆控制糖尿病。

糖類控制
困難重重營養素流失
防不勝防

超前部署第一步：蛋白質適量攝取，預防腎臟病變



國家衛生研究院針對慢性腎臟病人口最多的糖尿病患者進行相關研究發現，平均每4位糖尿病患者就有1位會發生早期腎病變。根據美國糖尿病學會文獻「患糖尿病者每日蛋白質攝取量超過每公斤1.3公克的蛋白質會佔比大於17%，與增加白蛋白、加速腎功能流失及心血管病變有相關」。

預防腎病變最主要的就是控制好三高：高血糖、高血脂與高血壓，並適量攝取蛋白質。因此選擇營養補充品時，除了檢視含糖量，適量蛋白質攝取也是保護腎臟、預防腎病變的關鍵。

超前部署第二步：補充維生素B群，預防末梢神經病變

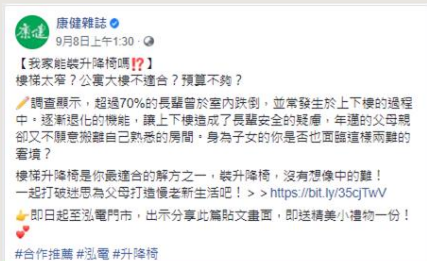


神經病變也是糖尿病的常見重大併發症之一，常是預防及延緩，一旦確切發生則難以逆轉。最終演變成截肢的命運。糖尿病患者多量的症狀會使水溶性維生素與礦物質流失，長期服用二甲雙胍降血糖藥物易造成維生素B12缺乏，進而引發貧血或末梢神經病變，因此除了日常均衡護手、足部、攝取鈣、鎂、鋅等礦物質之外，更應加強補充最關鍵的維生素B12。

符合新世代的閱讀偏好， 用趣味圖解內容提高品牌 信任、加深印象

- ✓ 《溝通更有效》以重點圖解取代過多的文字訊息，提高廣編好懂度。
- ✓ 《傳達更深入》內容編輯機制跟康健主網站相同環境，營造友善及信任閱讀。
- ✓ 《訊息更清楚》圖解廣編一出手，直搗讀者心中重點。置底可加放品牌Banner或影音素材。
- ✓ 《互動更即時》FB、LINE等社群分享機制，截圖就能轉發，加強擴大影響範圍。

社群圖卡，搭配康健社群力，議題廣度擴散強！



- ✓ 社群圖卡以議題主軸、視覺雙吸精，吸引讀者停留閱讀詳細資訊。
- ✓ 康健臉書63萬粉絲，社群互動強，擴散品牌曝光影響力！

康健

流鼻水、眼睛癢、皮膚泛紅？
每口呼吸都過敏
生活急症解方

過敏反應

台灣和國人生活品質提高，隨著國人生活習慣改變，過敏反應的發生率也隨之增加。過敏反應，包括過敏性鼻炎、過敏性哮喘、過敏性皮膚炎等，其症狀多為流鼻涕、鼻塞、皮膚紅腫、發癢等。你中獎了嗎？以過敏反應為主題的專題設計，面對看不見的危機，我們該如何面對？

（健康時報 2019/10/18）

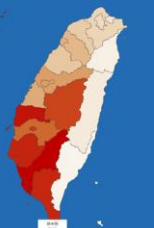
從數據看危機

全球氣候變遷
高敏性人群中心

2019年對敏感族群千分率（AQI指數超過100，敏感群占比10%，可見的千分率地區比例統計表，其中敏感群占比最高，有25.50%）

縣市	敏感群占比
台北市	25.50%
新北市	25.11%
桃園市	24.71%

（資料來源：環境部）



環境部 環境局 環境資訊中心 環境教育基金會

慢老逆齡生活學

慢老保健 4 撇步 預約健康老後

你的健康年齡有多長，代表你這輩子的生活品質到底有多好！
提前儲存健康資本，縮短「健康壽命」與平均壽命的差距，才能擁抱下一階段人生的精彩！

（點擊圖片，立刻前往了解）

慢老保健學 1 了解

享受優雅慢老 樂活 4

2 預防 打退健康不老力

實踐 3 找回靈活行動力

不必抗老，慢老正好
讓你的美麗更有深度

面對真正抗老慢老，除了「抗老」之外，還有「慢老」一詞。慢老，是指一種生活態度，而非一種生活目標。慢老，是指一種生活態度，而非一種生活目標。慢老，是指一種生活態度，而非一種生活目標。慢老，是指一種生活態度，而非一種生活目標。

想了解更多慢老知識

數位策展 / 專區 以衛教知識拉近與用戶距離！

- ✓ **數位策展》** 搭配康健編輯部議題，借力使力接觸潛在客戶！
- ✓ **數位專區》** 提升民眾對品牌的認知，以衛教知識拉近與用戶距離，幫助用戶了解品牌產品！

原生廣告行銷優勢 用大圖與網友溝通品牌優勢！

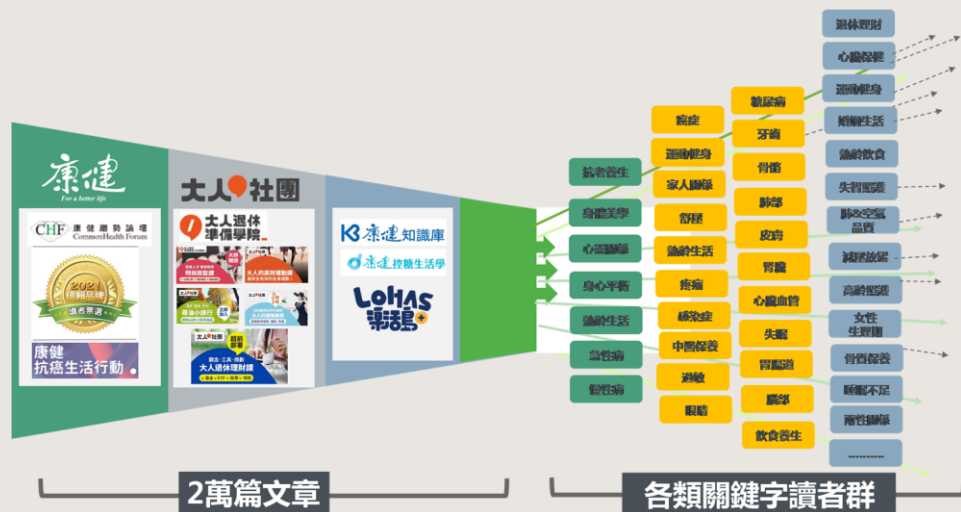
✓結合康健選文議題操作，吸引網友閱讀率高！

✓原生廣告形式，客戶形象與文章內容自然結合！

✓品牌視覺融入，整合文章與影音，加深網友記憶！



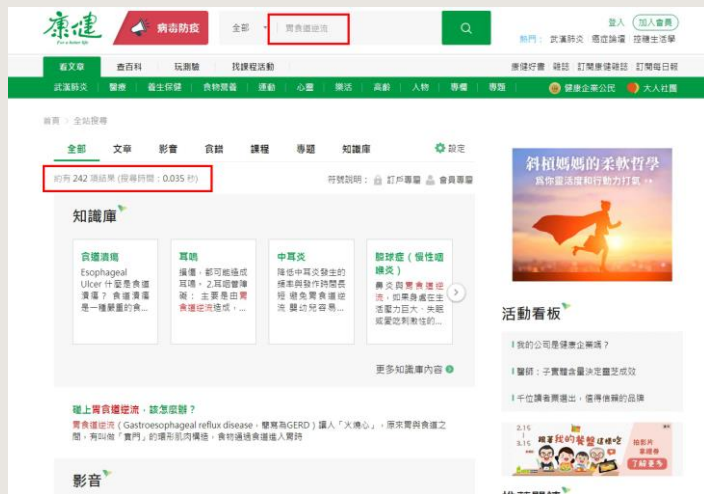
情境式廣告，用關鍵字群組，打造最具對象感的數位行銷！



✓ **最具對象感**》歸納康健平台文章，分出64類關鍵字讀者群，讓您掌握即將成為目標群眾的康健使用者。

✓ **精準溝通**》讓內容融入讀者使用情境，提升點擊率、影片平均瀏覽時間。

第1步 | 收集過去180天看過康健(指定主題文章、已留下數位足跡的追蹤者



第2步 | 收集指定人數之數位足跡追蹤者



第3步 | 康健FB上指定客戶PO文對帶code再行銷，保證觸及人數



**精準
再行銷**

確認走期及素材製作
2-3天

上線前3天
波文自然觸及1萬

第4天起加投臉書廣告，
接觸更多有興趣的精準族群(lookalike)1萬，執行2週

兩周後
提供成效報表



PO文可外連官網



※加投臉書廣告執行時間可縮短，但不可超過2週。
※執行期間加碼臉書廣告費用，可延長執行時間，至多2週。

※依實際需求，客製規劃及報價

口碑建立！試用索取 精準用戶有感體驗

產品
索樣

全新5效潔淨牙刷，免費索取！！

歡迎B5效潔淨牙刷全新登場！
給你別人做不到的2.5X*深層牙齒潔淨

密集型2.5X*更深入，不留齒你曉有2.5X*刷牙的深度清潔，更強B5效潔淨牙刷更提供比一般潔淨牙刷更完潔深入的潔淨，輕鬆鬆去齒口腔中每個角落的牙菌斑和細菌，令牙齒潔白500潔淨牙刷，幫你徹底清潔牙齒，讓你輕鬆擁有完整清新的潔淨牙齒與口腔。

我要索取FREE

姓 名：

性 別：☐ 男 ☐ 女

電子郵件：

聯絡電話： (範圍：0912345678)

聯絡地址：

註冊帳號：

注意事項：☐ 我已閱讀並同意以下權利義務內容

※ 您的資料僅供試用產品以及服務用途，不會轉售給其他用途，請您放心。

權利義務說明：

本人參加《康健雜誌》舉辦之活動，於2019/07/02-2019/07/31活動期間內配合活動事項，自願提供以下：

- 本人同意參加《康健雜誌試用品計畫》，活動，並放棄不中選後退還之權利，若本人未提出異議，《康健雜誌》享有權利終止合作關係。
- 本人同意於活動期間，依照本活動配合產品之使用方式使用，如不滿意使用或有任何不滿之處，概與《康健雜誌》無關。
- 本人同意於活動期間，配合《康健雜誌》基本問卷調查（問卷內容會出題一份，自願提供一份），並於問卷調查結束後下中選後獲獎，在2019/07/31日前將獲獎之問卷寄回《康健雜誌》中選，或傳真至：(02) 2307-8049 / 傳真組。
- 本人同意對於一切本公佈之活動結果負責與保密之責，並且正確填寫資料以確保試用品寄發後（每人僅獲寄一次）。

- ✓ **一頁式網頁溝通** 內容引導網友閱讀產品亮點，版面規劃友善閱讀
- ✓ **表格互動簡單** 直覺式填寫、方便讀者操作，同時也可以帶入放入與產品相關的問卷題目5-10題，一邊索取試用、一邊了解用戶insight
- ✓ **品牌形象鮮明** 品牌形象與產品特色一目了然，加強品牌曝光

宣傳資源(*依實際專案搭配)

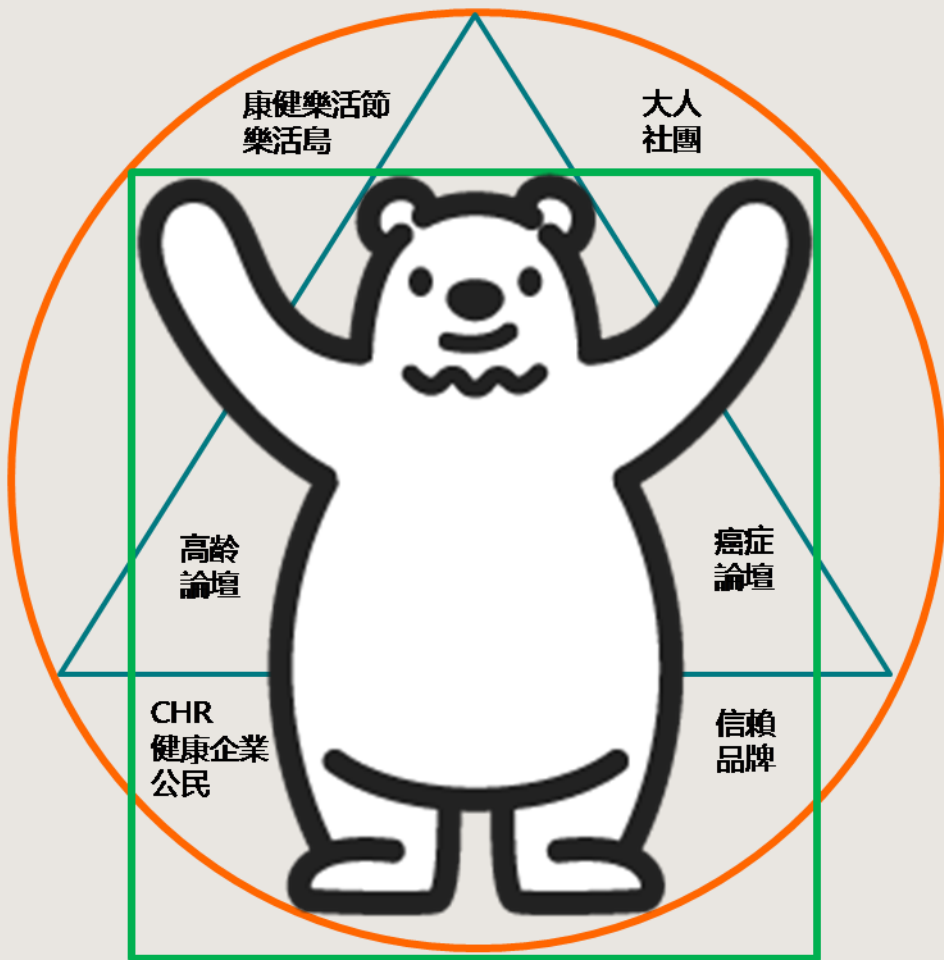


試用索取一頁式網頁

※依實際索樣份數及需求，客製規劃及報價

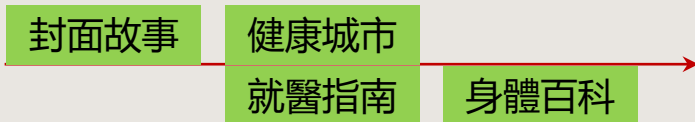
INDEX

- 01 康健數位平台關鍵數字
- 02 成功案例與效益分析
- 03 完整數位行銷工具
- 04 平台用戶輪廓



康健 關於健康人生的黃金比例

倡議者》專業健康媒體



推動者》精準品牌活動



擴散者》數位流量第一



從高度、深度到廣度，接觸最精準的族群

最好的紙媒吸引最優質的讀者，訂閱逆勢穩定！

關注健康

專業人士、實力派藏富階級

醫護人員、公教人員、工程師及高階主管

核心讀者群年齡為 35-55 歲

高達90%教育程度為大學/研究所以上

家庭優先

注重健康生活的高收入家庭

80%已婚、70%讀者為女性

超過70%家庭年收入超過百萬以上

70%至少有一名小孩



優質消費族群，重視生活與健康，樂意投資自我與家人

康健
數位
樣貌

60%

女性

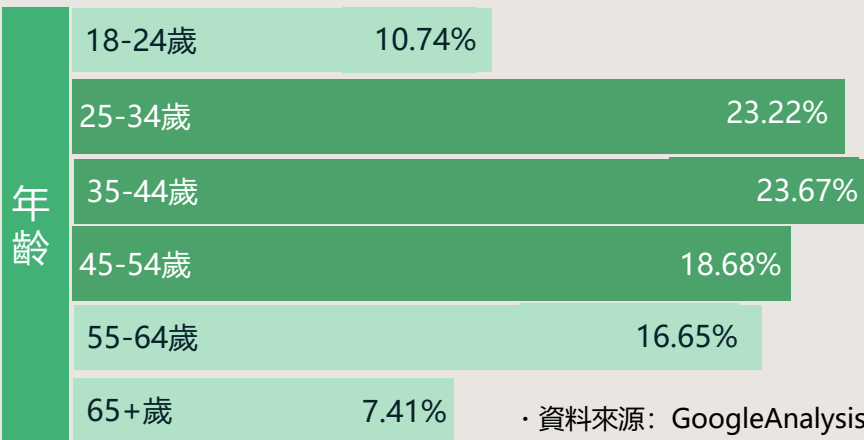


重健康
藏富階級

家庭消費
決策者

職場專業
影響力

注重品質
好公益



· 資料來源：GoogleAnalysis(2020.1-12)



高黏著度，每周造訪5次重度用戶女性為主

《康健》與每個人生活緊密串連，特別著重於醫療趨勢、心靈關係、健康飲食、休閒品味等主題，不單單是知識，更為美好生活提供最優質的體驗，打造獨具品味與樂活態度的生活方式，帶來最好的改變。



2,100萬

最高月流量



800萬

不重複訪客



3:05+

平均閱讀時間



70%+

Organic search



每日至少3則

Web only新聞發稿



80%

使用手機瀏覽



15-25%

電子報開信率

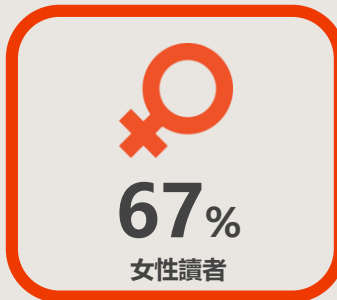


60%

女性讀者

迎接最活躍、最有購買力的大人世代！

50歲後依舊活躍如昔。歷經台灣經濟起飛的成長期，加上教育程度普遍良好，堆砌出對跨界學習、築夢圓夢渴望。大人世代比年輕人富裕、比銀髮族敢買，他們年消費額1.3兆，是史上最有購買力、也最挑剔的一群，主導未來15年消費市場。



· 資料來源：
GoogleAnalysis(2020.1-12)

康健知識庫數字焦點

知識，可以產生力量，也可以產生勇氣。當人們越清楚疾病如何發生、如何治療、如何照護，當我們或家人面臨疾病的時候，不至於慌亂惶恐，而可以透過值得信賴的系統化健康醫療知識，愛護自己也照顧他人，這正是《康健知識庫》成立的初衷與想望。



187萬

最高月流量



123萬

不重複訪客



3:20+

平均閱讀時間



82%+

Organic search



75%

使用手機瀏覽



58%

女性讀者比例成長中

· 資料來源：
GoogleAnalysis(2020.1-12)

康健強大內容影響力，為你說一個美好故事！

康健影音三大特色：

「恆久」-品牌與康健共創經典內容，永續傳播影響力！

「信賴」-市場上影片傳播重量不重質，優質/正確內容，創造真正觀後效益。

「長尾」-未來康健會持續推播，民眾也會持續搜尋！



2:30+

平均觀看時間



684.9萬

總觀看次數



75%

使用手機瀏覽

You Tube

14.1萬

訂閱頻道人數



64%

女性讀者



45-54歲

主要觀看年齡層

康健
社群

社群傳播 數字焦點



最關注

家庭生活

旅行

飲食健康



64萬
粉絲數



35-44歲
主要族群年齡



74%
女性讀者



48萬
粉絲數



40-50歲
主要族群年齡



76%
女性讀者

大人●社團

消費目標

亞太區旅遊

金融理財

房產住宅



23萬
粉絲數



45-54歲
主要族群年齡



79%
女性讀者



13萬
粉絲數



50歲以上
主要族群年齡



83%
女性讀者

接觸精準用戶 提高品牌好感
立即與康健接觸 Thank you.

