



天下雜誌

Media Kit

[ Digital ]

版本日期 | 二〇二一年五月六日

## 內容為什麼如此重要

廣告工具日新月異，你是要被看見還是被信任。  
媒體環境愈複雜，閱讀環境就需要愈純粹。

看個影片，有廣告；玩個遊戲，有廣告。  
只要開始上網，廣告就會在身邊圍繞。

能有好的內容，建立好的環境。才能吸引好的讀者，  
留下好的廣告信任，創造好的傳播效益。



# 要改變大環境 就需要更多夥伴

對《天下》而言，發展數位內容訂閱，不只是商業策略的抉擇，更是經營價值觀的抉擇。

網路時代，每一個企業都必須轉型突圍。推動數位訂閱三年多，《天下》仍在路上。

但樂意與在限制中尋求突破的同業，分享一路上看到的風景，一同為好新聞努力。



累積流量 10.2萬+ 不重複瀏覽 8.2萬+

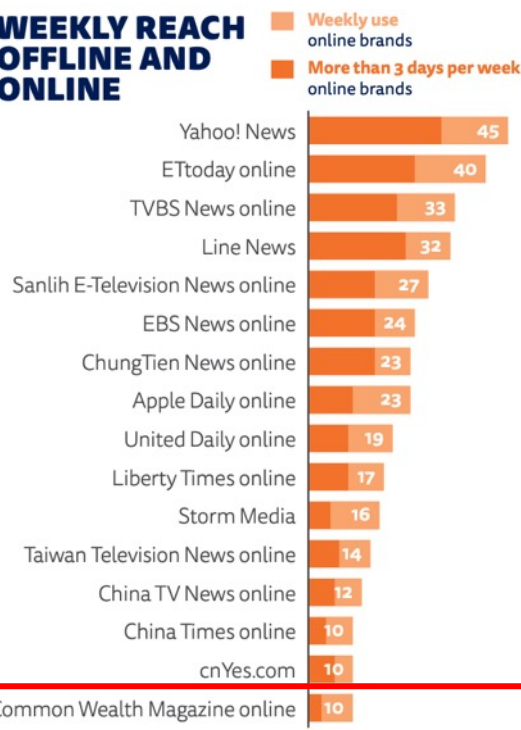
\* Digital News Report 2020, 牛津大學路透新聞學研究所 ( Reuters Institute )

在全球媒體信任度下滑、假新聞擔憂提高，尤其台灣的新聞信任度僅24%時，媒體信任度的指標，更顯重要。

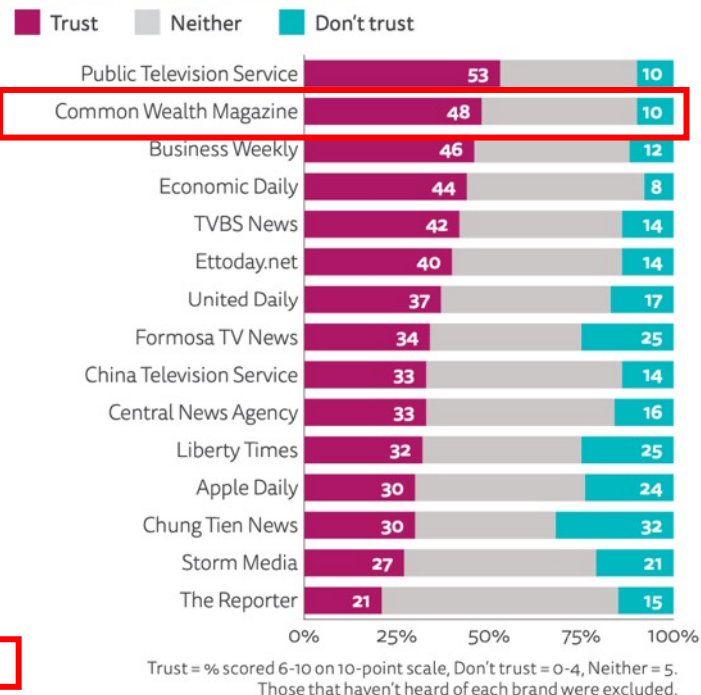
而《天下雜誌》連續三年財經媒體信任度第一名，也是唯一同時入榜「每週使用超過三天的網路媒體」，是真正的質與量兼具。

信任是最珍貴的媒體價值

### WEEKLY REACH OFFLINE AND ONLINE



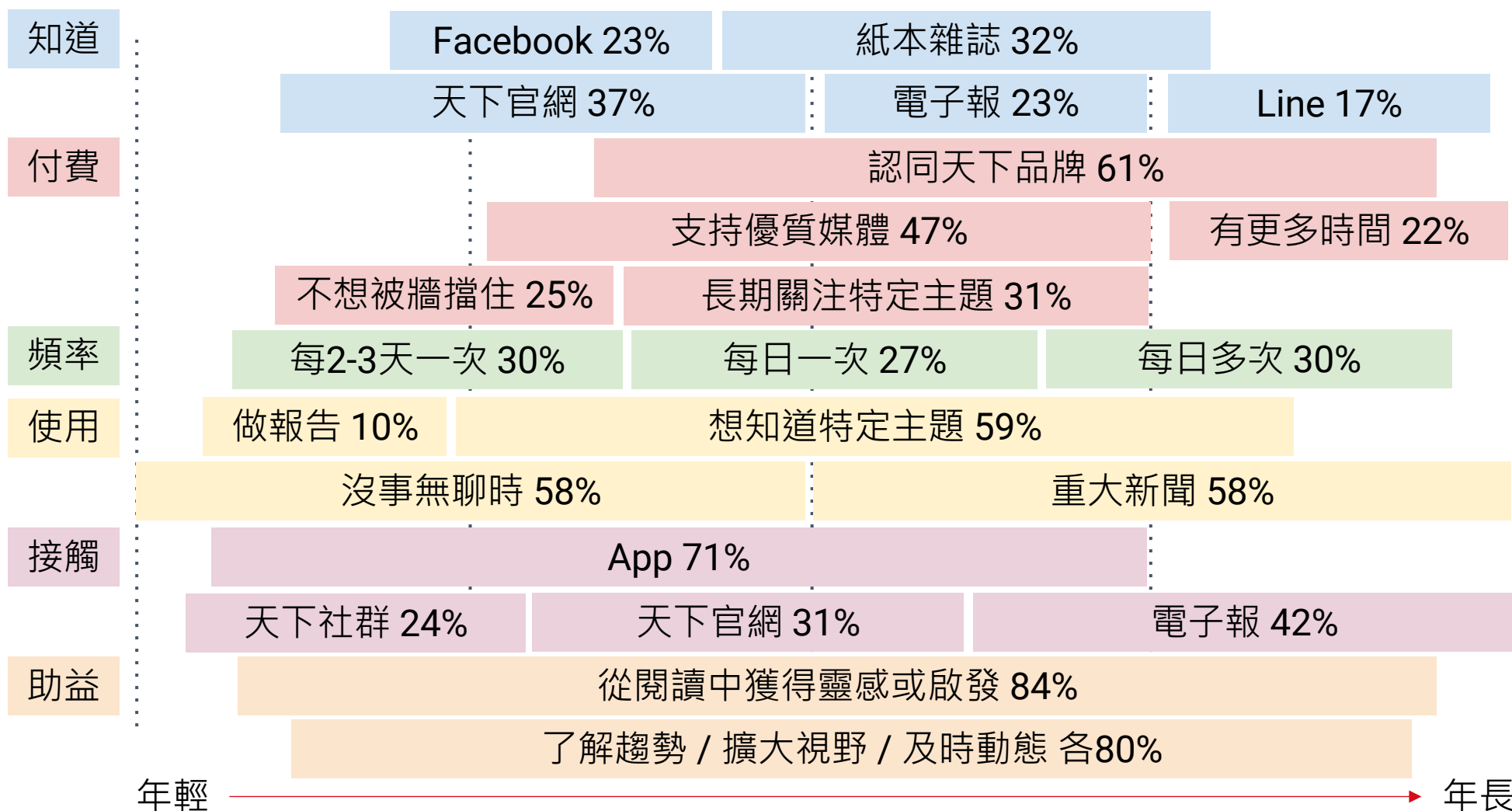
### BRAND TRUST SCORES



一切的策略  
都從了解用戶開始



# 99元貼標，找出最精準的溝通排列組合



Data Studio G Suite

Google Analytics

成效追蹤 / 優化 / 分析觀察

廣告服務上線後，持續追蹤成效，並適時提供改善建議。

天下數位環境以 G Suite 服務建構安全網路環境外，也讓 SEO 有更有利的基礎條件。

擬定內容策略與溝通對象後，運用Google廣告投放、關鍵字操作以及《天下》各社群平台管道操作。

搭配運用DMP、原生廣告等服務，為客戶品牌再行銷。

廣告 / 社群操作 / 再行銷

Google Ads Google Tag Manager

FACEBOOK LINE YouTube

comscore  
KEYPO nielsen

媒體 / 競爭者 / 輿情觀察

透過全台媒體觀察，找出客戶目標受眾及網路使用行為。

針對競爭對手爬梳廣告投放概況，再搭配輿情觀察，為客戶鎖定行銷議題與破口。

從品牌訴求、溝通對象出發，規劃議題切點、文案包裝，搭配《天下》平台提出整合傳播方案。

再透過 Lookalike 技術，為客戶找到精準受眾。

廣告受眾分析 / 議題規劃

Migo AIXON  
FACEBOOK

4'24" 平均停留時間  
好好閱讀、細細品味

55.3% / 7天內重複造訪2次以上  
持續創造，才能持續回訪

75% / 平均文章完閱率  
好的內容，更深度閱讀

所謂深度閱讀  
就是《天下》讀者

人人都是自媒體、真假新聞難辨、轉貼新聞充斥，還有愈來愈多媒體失去初心，大環境如此艱鉅。

2017年，《天下》推出網路付費牆機制的全閱讀。

很多人都說，《天下》很勇敢、這很挑戰；也有人說，台灣就需要這樣的媒體存在，導正媒體環境。

在這個愈不利的大環境下，我們深知，就要更珍惜每一個重視你、願意支持你的客戶。



超高訂戶忠誠度  
訂好訂滿就是要天下

9.1

年 / 平均訂戶年資  
這是一群忠實的客戶

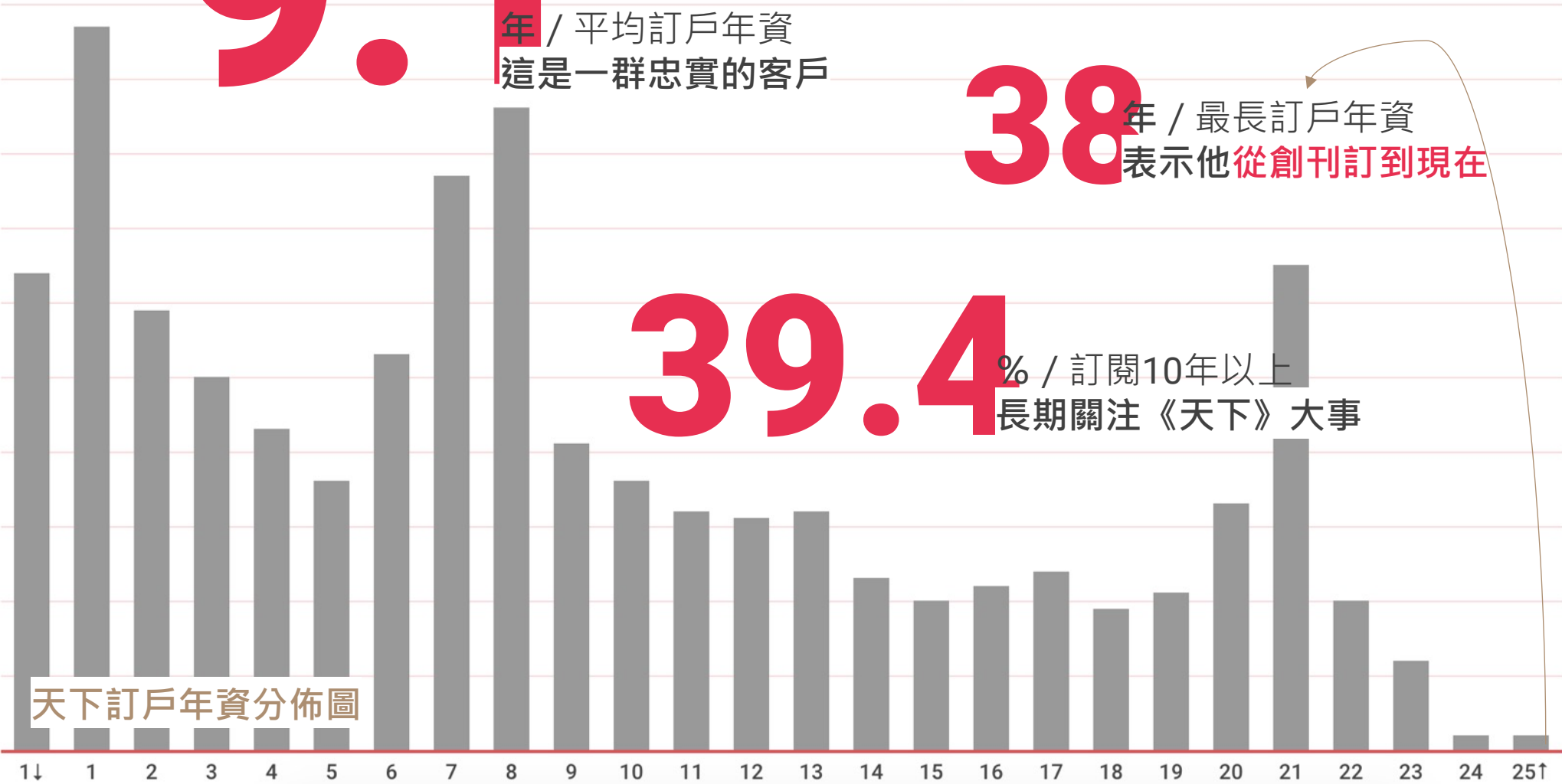
38

年 / 最長訂戶年資  
表示他從創刊訂到現在

39.4

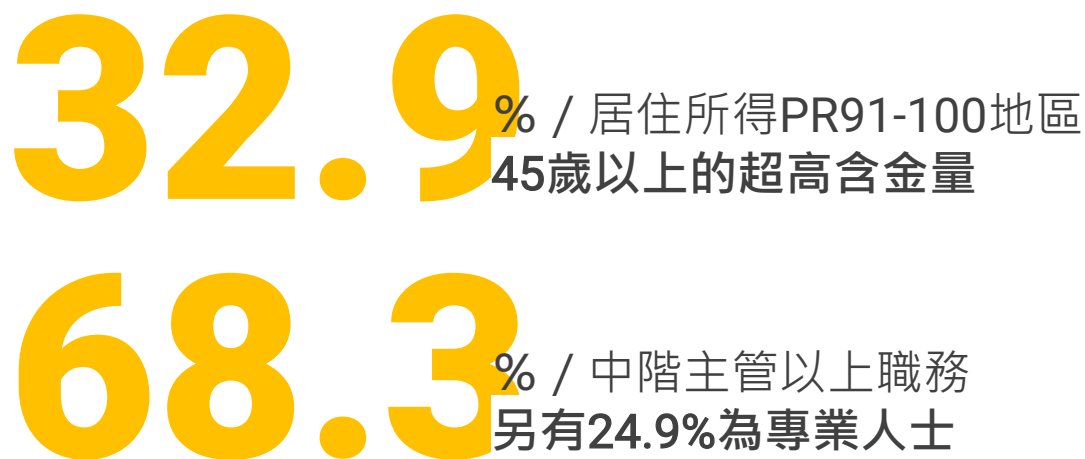
% / 訂閱10年以上  
長期關注《天下》大事

天下訂戶年資分佈圖



# 理性投資、愛自己 從內涵到行為的富足

透過訂戶資料、Open Data、Cookie等交叉研究，我們看見45歲以上《天下》讀者「高端」的特性。



(單位：%)

紙本+數位

天下 遠見 商周 今周



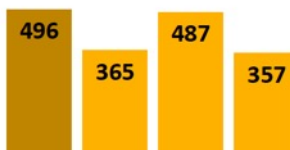
過去一年內有投資理財



過去一年有購買精品  
(單位：千人)

紙本+數位

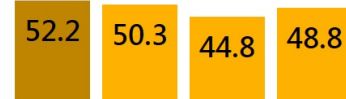
天下 遠見 商周 今周



平常會購買  
彩妝保養品(單位：%)

紙本+數位

天下 遠見 商周 今周



40年是資深不是老  
用分眾突破年輕同溫層

換日線  
CROSSING

40 年輕讀者 %+

Off 獨立評論 @天下

CSR@天下 微笑台灣

企業突圍 未來城市 Future City @天下

聽天下 天下創新學院

官網、子頻道  
18-34歲讀者佔比

1981	天下雜誌創刊	
1996	天下雜誌官網	46.5%
2013	獨立評論@天下	41.4%
2015	換日線頻道	45.8%
2016	微笑台灣專屬網站	31.8%
2017	CSR@天下頻道	36.2%
2018	未來城市@天下頻道	41.5%
2018	天下APP上線	
2019	Off學頻道	
2020	聽天下服務正式成立	62.1%

7.4 萬+ 當日流量

愈嚴肅的議題  
更要愈輕鬆的互動參與

調查報導

### 罷韓 vs. 挺韓 激戰區在哪？

2018年九合一大選、2020年總統大選，高雄市民投票意向劇烈擺盪。2020年6月，高雄市民再度面對罷免選舉，同意、不同意票會怎麼分布？

記者／林偉記、蘇立勳、陳貞權、林佳賢  
製作／Daniel Kao、黃昱婷、李郁欣  
發布時間／2020.06.05

2020年總統大選

2020 Taiwan presidential election

改造福爾摩沙大作戰

開始遊戲

排行榜

### 個人風險指數

根據上萬筆風險數據，預估你的未來。  
在多久的未來，我們會成為環境難民？

縣市 區域 出生年度 性別

10 萬+ 線上互動

250 萬+ 總流量

新北市		2020
蔡英文得票率	56.5%	2018
韓國瑜得票率	38.9%	2016
宋楚瑜得票率	4.6%	翻盤區域
過去都是哪個政黨黨？		
2020總統大選	56.5%	
2018年九合一大選	57.1%	
2016年總統大選	54.1%	
機器人分析		

在台灣，只有《天下》可以  
持續經營數位付費訂閱

640萬+ 不重複使用者



1000萬+ 音頻單月收聽量



8.5萬+ 付費數位訂戶



137萬+ 粉絲

不藏私公開  
做一篇被企劃過的廣編



# 不只是「一篇」廣編！

廣編，已是近年廣告內容行銷的一種傳播形式。由於遵守媒體應有的「廣告標示」原則，也廣為讀者 / 消費者接受、信賴。

除了知道字數、配圖、上線平台等規格外，「一篇廣編」更是一種內容策劃，還能扮演各種角色。

**5種形式×5個小動作，看《天下》如何策展好內容。**



### 圖片故事 | 美歐重災現場：擋不住的疫情、人、雞、狗的一天

新冠肺炎疫情來襲，從中國傳到歐美，截至3月24日，美國和義大利兩國加起來的感染人數已達11萬人，超過中國總共1萬人。讓疫全球蔓延，恐懼下的人民，生活怎麼過？



疫情恐慌，讓歐美超市出現搶購潮。為了讓老人家或行動不便者能買必需品，美國超市提前在早上7點營業，6000名老人家排隊購買衛生物資。圖片來源：Getty Images

文一佳一攝、天下雜誌出版  
2020-03-24

2404  
瀏覽數

#### 美國現場：恐懼，全球擴散！

新冠肺炎危機深重，正快速傳往美國！

全球金融市場停滯，聯準會緊急放寬政策救市，這次疫情引發恐慌，[一些百貨公司、美聯航](#) [也紛紛宣布「停飛」](#)。雖然，股市暫停交易，讓老練的紐約證交所交易員，都無語而斃天。目前，因多名交易員染病，證交所已關閉一週交易廳。



(高遠攝)

淨空的不只交易所，進入緊急狀態的美國，從大學、中學到小學全數關閉，小學二年級全民封校，成了國內第一道關。暫停韓國的「櫻花號」郵輪也陸續開關，加速封港，加上嚴家限制令，希望能延緩新冠肺炎在境內爆發的速度。



(Getty Images)

[互動專題](#) | 新冠肺炎如何防範，下一代高風險地區怎麼？

#### 歐洲現場：神明，請給我們希望

3月15日，天主教教宗方濟各改用網路直播，主持每週日的三鐘經（Angelus Prayer）祈禱活動，之後他在聖伯多祿對聖伯多祿的究明加爾福，請教信眾轉告全世界。



(高遠攝)

## 天下雜誌

1 用一個主軸搭配多張圖片，串起一個故事。可能是一天、一個空間、一段過程、一次體驗，讓讀者能親臨現場、走入場景。

2 文章論述適度插入「延伸閱讀」的連結，讓圖片帶動深度閱讀。

3 每張圖片搭配簡短文字，讓讀者可以快速瀏覽，也便於分享。

4 一行「突兀」明顯的連結，在眾多的圖片之中，反而更清楚凸顯。

5 適當的段標區隔段落，也讓故事有轉場、改變角色的效果。

圖片故事

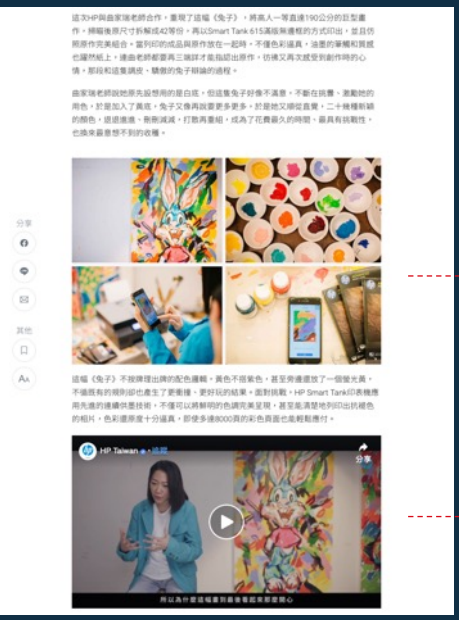
讓廣編也是一種策展





1 一篇文章可以不只是一篇文章！版面的靈活配置，足以讓文章呈現就像一頁式網頁策展。

內容  
策展



2 運用「組圖」的形式，將每個產品特色聚焦表現，而照片組成的訴求，就是在為產品完整介紹。

3 搭配內嵌相關專訪或形象廣告影音的呈現，豐富策展內容，也傳達文字沒能傳遞的資訊。

4 延伸閱讀是必要的！如有系列廣編或相關延伸官網、購買頁、活動資訊等。插入延伸閱讀，交互滾動。

5 文末 BOX ! BOX ! BOX ! 不可忽略的產品 / 服務資訊，讓讀者不用搜尋，就能了解最基本的資訊。

品牌跟產品要有不同呈現方式

系列文章 延伸閱讀

- 從金鼎獎到外國女選會 用設計說話，開始釀造聲望的力量被看見
- 用藝術專業經營品牌，Printed 理理說：我們是講究生活美學
- 新創辦公用品品牌生存之道：KKday 的文具品牌設計經驗談

→ 關於HP Smart Tank連續供墨印表機

- ▶ 噴墨大印量，超任每頁列印成本  
Smart Tank 系列連續供墨彩色墨水及一般彩色墨水，每瓶墨水可高達 12000 頁的黑白文件、8000 頁的彩色文件。
- ▶ 高品質無邊框彩色列印  
可印A4文件至A6x9相片大小專業無邊框彩色列印，高鮮不褪色，高品質的列印品質
- ▶ 直覺式操作  
直覺式填充墨水設計，不滴漏不沾手  
Wi-Fi直連，Smart App印印快速完成列印任務

→ 更多HP Smart Tank連續供墨印表機

→ 立即入手HP Smart Tank連續供墨印表機

1

系列文章

就像雜誌內的封面故事、特別企劃一樣，系列報導就是一種有結構的內容鋪排。用一篇廣編寫主文，串起其他系列廣編的內容，完整論述。

2

這裡只講重點，每個段落就是一篇摘要，引導讀者點閱的興趣。

3

文字內提到的地名、專有名詞等關鍵字，就可以是一種延伸閱讀，但不宜過多，會造成反感。

4

圖片區塊除了放照片，也可以置換為圖表、地圖等，只要是jpg就好

5

延伸閱讀看更多，如果文章內無法巧妙安插的內容，就統一集中在文末一起溝通。

寫主文

創造閱讀的層次



### 武漢肺炎、貿易戰.....世界又當機，台灣如何重新設定？

從金融市場、難民潮、中美貿易戰，還有近期令人聞之色變的武漢肺炎，在在打破了原有的秩序規則，影響牽一髮動全身，企業風險也大幅提升。在計劃遠超不上變化的世界，政治、經濟、教育與環境等領域，如何放下舊思維，重新設定目標與策略，才能因應新挑戰？



位於上海舉行的主論壇，與新經濟菁英、和論壇專家嘉賓們，Version Media副總經理經理劉國強、竹一總經理蔡中心執行長藍榮發、(由左至右)，暢談經濟、經濟、數位、教育重新設定的做法。圖片來源：主辦機構

文一讀一讀，天下雜誌的公開 974  
2020-02-10 姜麗勤

2020年，21世紀第三個10年的開始，只過了40多天。  
但大變、動盪、這一年被稱為台灣、中國大陸與全球歷史上，承襲難忘的一年，已無懸念。

總統蔡英文以台灣史上最高得票數連任後的第一個上班日，第11屆天下經濟論壇(CWFIF)登場。高天的論壇中，來自8國10位外籍講者，與18位台灣講者，針對今年的大事：台灣總統選舉、中美新冷戰、東京奧運、與企業面對的經理挑戰(科技匯流、數位轉型、中小企業升級、亞洲新創商機、服務業國際化、環境與城市永續等)，一同分享最新機會與最佳個案。

論壇第一場，由AomoTV董事長李四誠主持，來自經濟、環境、外商與人才教育的4位專家見解紛，談到讓後希望台灣如何重新設定？

今年天下經濟論壇，也邀請六位從論壇前線的新北市長侯友宜與**益學堂才運諮詢總裁、高麗對談「企業城市的位階」。**

儘管依舊低調，但**益學堂對創始人侯友宜**，不再只是台北的衛星城市，而將成為台北、桃園、基隆的新中心。

——  
侯友宜中視演說叫好的話，他說：「一個市長不要有太多政治思維，台灣不要被政治綁架，被選票綁架。」



針對本次論壇「新民主黨、(變說、對與、變說) 對新五年長侯友宜，在2020天下經濟論壇表示：「把自己份內的事做好，不要在一個位子上又變來變去，那都沒有意義。」(王運傑攝)

聲譽出身的自謙，聲望比較清楚，他會對最真摯的人好，但冷靜，他也不手軟、不妥協，溝通完就不讓步。以10年未決的淡水海砂案為例，他親身走訪3、4趟，都要小組據點溝通與和約反對，他下令勒令撤案，斷後到勝。

「只有客戶好，中國才會好，因為客戶強，我們才會強。」中國董事長黃耀輝說。

黃耀輝指出，中國已經展開產業調研、研發計劃，聯結產業聯盟，中國有16個研發聯盟、13個科學計劃、8個學研單位，集合66家廠商，開發58種產品。

譬如：讓一輛國產原本20元，變成每輛約3500元。「中小企業規模比較小，沒有辦法投入研發，就靠中國聯盟者，組成研發聯盟。」他說。

最後中者，這雖打打打，但中創轉型有幫。黃耀輝說，**企業成長變成產品或服務**，中國員工能協助中下游轉型，不是賣產品，而是賣解決方案、客戶和中國合作，可以提升自己的價值。

他認為，政府如果能有稅收優惠，擴大信保基金，中小企業都願意投入研發，那台灣下一次經濟奇蹟指日可待。(責任編輯：賴品如)

#### 【延伸閱讀】

- ▶▶ 2020 CWFIF 企業圈論壇演講精華
- ▶▶ 武漢肺炎衝擊 湧現新商機 人力缺口與成長 接下怎麼做？
- ▶▶ 洪若瑟：企業不強，國家怎麼強？人力缺口與成長 接下怎麼做？
- ▶▶ 禁止出賣、嚴禁出賣、嚴禁出賣「禁嘴」 觀光老將喊話：政府要出手救救！
- ▶▶ 大企業要學學小企業！企業成功與失敗了，台灣還得什麼？

# 天下雜誌

把整場論壇變成一則專題報導，不是「XX論壇精華摘要」，也不是「OO論壇精彩焦點」。而是有主軸、有論述的描述「內容」。

前言就是主文，用一個參與現場的「情境」開始描述，讓讀者即使沒參加過，也開始進入這個現場。

一段話就代表一段議程的「摘要」，透過延伸連結帶入人物觀點或該場一場的完整篇章。

金句創造記憶！善用「抽言」編排，搭配照片側拍，可以聯想演講者在傳達觀點的神情。

真正的【延伸閱讀】把沒說完的內容好好呈現，也帶出其他相關議題的傳播、溝通。

# 1

# 2

# 3

# 4

# 5

精華  
收錄

辦完活動

更重要的  
延續效益



# 天下雜誌

# 1

就是產品介紹文，可能會是開箱文、也可以是使用說明。只要能創造讀者興趣跟滿足需求，就是好內容。

產品介紹

直接一點

# 2

有步驟的導引，包含下載路徑、使用介面，靈活配置。

# 3

內容圖像化可以讓讀者對功能、內容、服務等資訊更直覺掌握。

# 4

每個步驟搭配圖示說明，適度運用對照圖、示意圖，清楚標示資訊。

# 5

必要時，也可以內嵌影片輔助說明，讓讀者愈方便使用，就愈願意使用。

就說有什麼好

# 走進《天下》數位廣告 客戶服務旅程



我們可以為你做什麼

透過符合《天下》官網、頻道閱讀環境的UX設計，加強全站廣告可視度及成效。

# 品牌曝光

同時為優化品牌曝光效益，更可以提高品牌知名度及好感度。



Off學 > 風格

贊助

## 精準脈動與優雅品味最佳結合

把握時間、掌握方向。聽來像是古板的教條、卻始終是商業職場上不敗的硬道理。在商業職場上，變化、脈動、趨勢，瞬息萬變。尤其在網路與智慧應用世代，網路傳輸即將邁向5G，能精確掌握時間、掌握變化，才能真正站上浪頭，克服從未知角落湧現的挑戰與課題。新時代的白領商務女性，懂得work hard、更懂得play hard。她們悠遊於不同的社群軟體之間，她們懂得閱讀產業脈動、她們在意財經趨勢，充實商務新知滿足工作需求之外，同樣也追求優雅精典且有質感的事物，及特別的生活品味。而這樣說來，一只經典、大方、俐落簡約的腕錶，是一種對自我的期許、更是一種重視信譽的無形體現。



7529  
瀏覽數



圖片來源：浪琴表

文—浪琴  
2019-11-27

### 浪琴表 征服者經典系列女士腕錶

一只腕錶的功能不單純只是時間。時間無形無色，一如品味。品味是指：一個個體能由細節以致整體散發出令人愉悅、由衷感知到優雅的綜合指數。時間看似分秒流逝而無形，但錶盤上一秒、一秒跳動的指針，卻又真實存在、分秒不差。所以一只腕錶更不只是一只腕錶，她成為你手上的伴侶、成為其他人理解你的喜好參考、讓你確切掌握時間的分秒脈動、更是品味的無形指標。而浪琴表的征服者經典系列女士腕錶，正是為了那些正奮勇往高處攻克的職場白領女性所量身打造。



## CLIENT. LONGINES

貼近Off學主打高端客群生活風格內容，透過廣編內容行銷及頻道包版廣告，品牌與內容兼具，呈現精品工藝及品牌故事。

簡潔媒體環境及輪廓清楚讀者，符合精品品牌廣告高規格需求。

- Off學全週包版廣告
- 累計廣編PV 7,000+

全頻道廣告包版 + 內容行銷

頻道內容行銷  
+  
時尚頻道包版  
+  
精準會員行銷



為什麼成功人士的習慣，你學了不一定會更好

賈伯斯和祖克柏都熱愛穿同樣的衣服，庫克習慣3點45分起床，貝佐斯10點開會，這些名人的古怪習慣，真的值得我們仿效嗎？我們是不是都搞錯重點了。 → MORE

美國  
在美  
產到  
MOR



贊助 | 直擊2019巴塞爾世界鐘錶珠寶展 百達翡麗再創經典大作

百達翡麗推出日曆時計新晉功能：週曆功能，屬於半綜合裝置，除顯示星期與日期以外，亦可展示週數。此外，Calatrava 編號S212A-001週曆腕錶更配備全新自動上弦基本機芯 → MORE

美國  
在美  
產到  
MOR

直擊2019巴塞爾世界鐘錶珠寶展 百達翡麗再創經典大作



作者：百達翡麗 圖片提供：百達翡麗 / 2019Mar25 贊助

Like 0 Share

百達翡麗推出日曆時計新晉功能：週曆功能，屬於半綜合裝置，除顯示星期與日期以外，亦可展示週數。此外，Calatrava 編號S212A-001週曆腕錶更配備全新自動上弦基本機芯。

如何善終：讓生命好好走

20世紀前，人類平均壽命與黑猩猩相當，今日，科學發展和經濟成長，則讓人類成為陸地上最長壽的哺乳類。怎麼死成為最後一段路的關鍵課題。 → MORE



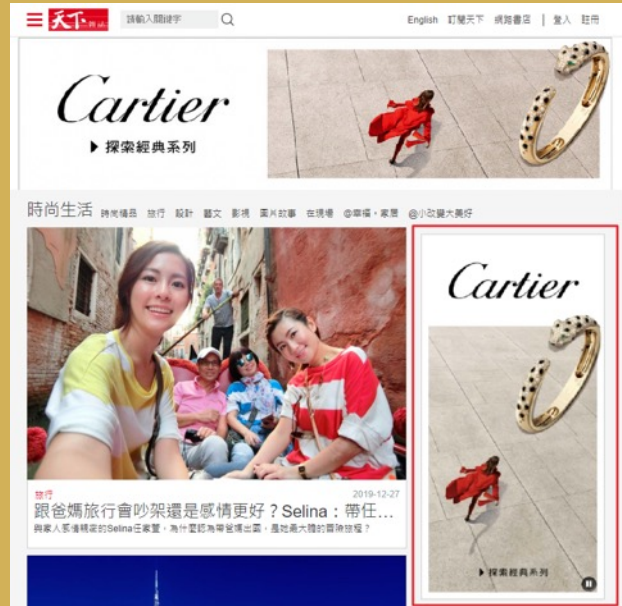
- 天下電子報原生廣告CTR3.5%
- 時尚頻道包版CTR為平均值5倍
- 單篇文章瀏覽數5000+

CLIENT.百達翡麗

主打時尚頻道內容溝通，搭配時尚頻道廣告版位包版，同時使用天下電子報及經濟學人電子報曝光廣告及廣編原生廣告，

形象廣告搭配內容溝通，強化精品錶款機械工藝專業能力，好感度與專業兼具。





## CLIENT. Cartier

年底聖誕節檔期，透過連續三波主力產品廣告密集曝光，加深高端商務女性消費者印象及品牌偏好度。

累積曝光效益及點擊成效超過平均值。

- Off學全頻道三週包版廣告
- 曝光達成率200%+

Off學頻道包版  
+  
電子報曝光  
+  
內容行銷

我們可以為你做什麼

# 內容行銷

客製化廣編搭配議題式廣告導引，貼近閱讀環境及讀者行為。

透過GA分析閱讀受眾、來源、流量趨勢等成效，提供insight並作為後續操作策略。





## Mc小改變大美好



i'm lovin' it

我們對於這片土地的企业社會責任從不間斷，為守護美好環境，促人才培育，食品安全，在持續與環境保護等領域不斷的努力與投入，創造美好、共享的世界，為高「質」的麥當勞。



一起走，不孤單 - 麥當勞叔叔之家

有一群父母，堅毅的信念是：「為她而來，也要帶她孩子往前走。」這孩子因為憂鬱症、心臟病、罕見疾病等大病病，而她的腳步總是顛簸、冷、恐懼、虛弱、無力與焦慮，一個「社鬥在外的家」，讓他們身心交瘁、疲於醫療費。



## CLIENT. 麥當勞 / 麥當勞叔叔基金會

速食龍頭有豐厚的廣告資源主打產品，但當品牌要談CSR議題時，就需要相對精準的媒體環境。《天下》的創造好的內容環境，已耕耘出每月30萬人對CSR的關注。

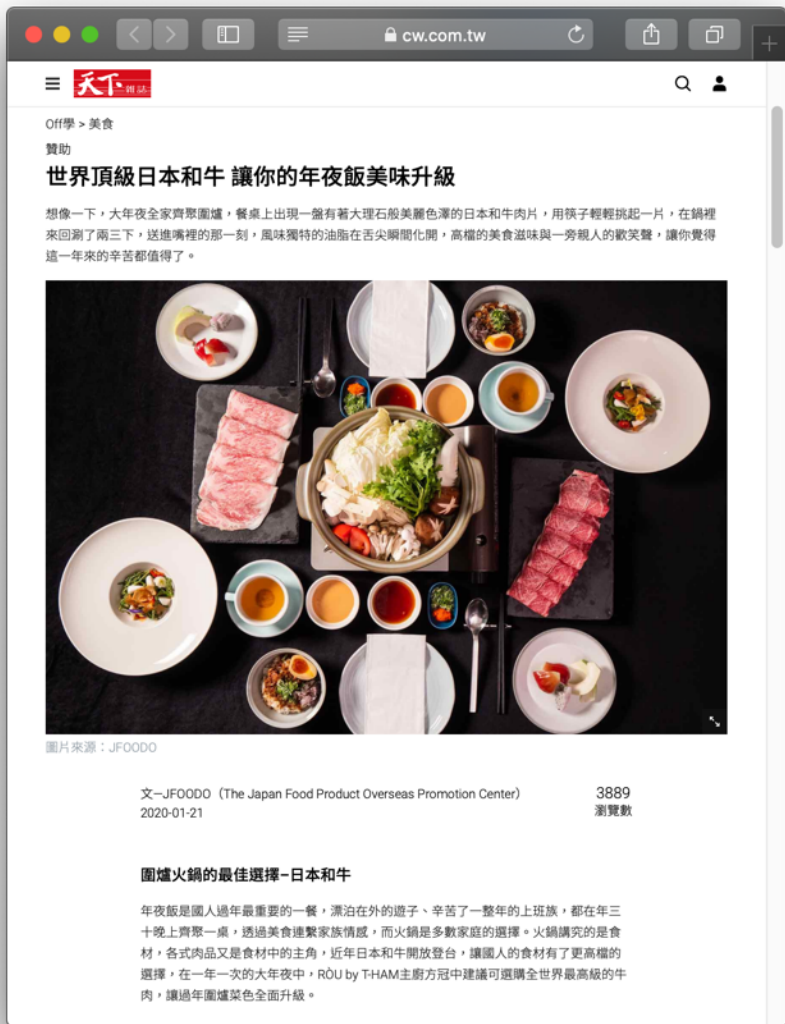
動畫《KISS一下·冷飲直接喝》用活潑的動畫配合圖片故事，倡議政府於7/1上線減塑政策。而《一起走，不孤單 - 麥當勞叔叔之家》影片，則以實際案例訪問與跟拍影片，真實傳遞基金會的使命以及對需求者的幫助。

- 動畫觀看數累積 27萬 / 影音觀看數超過 47萬
- 圖片故事 麥當勞叔叔之家 超過10,000次瀏覽數
- 圖片故事平均停留時間超過3分鐘

系列圖片故事 + 動畫製作 + 影音拍攝 + 數位專輯



頻道首頁輪播 + 內容行銷 + 精準會員行銷

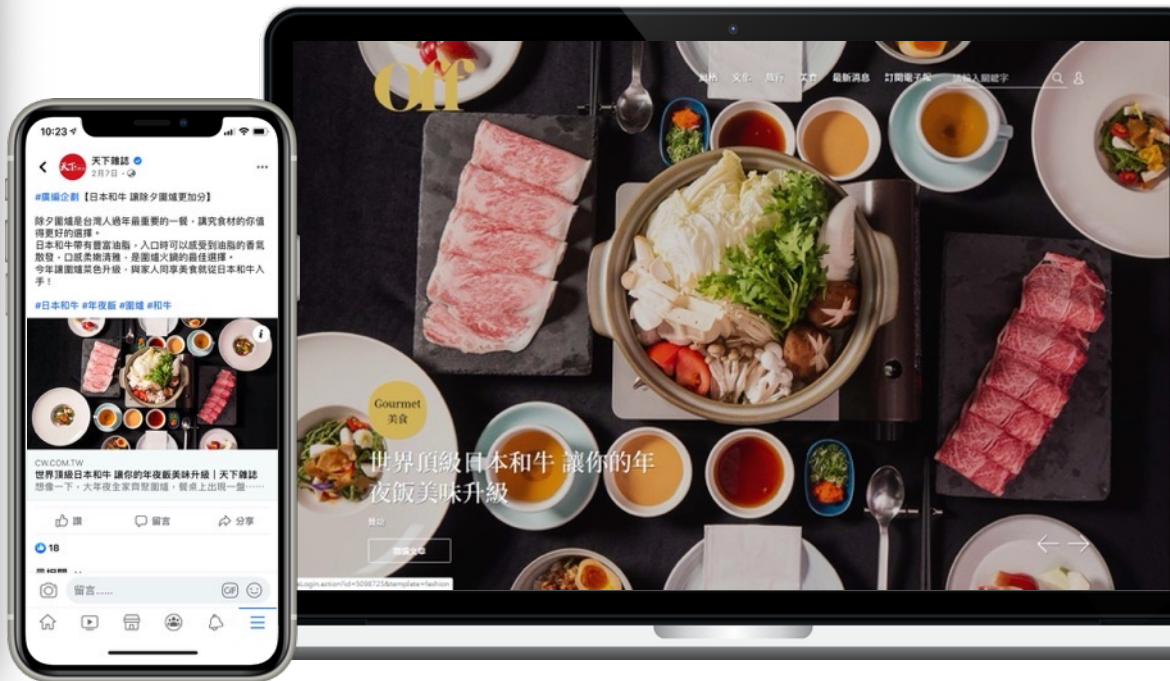


## CLIENT. JFOODO

主打高端消費客群，運用天下官網 + Off學頻道特性，透過廣編內容行銷搭配頻道首頁輪播、電子報曝光，再以DMP技術，針對閱讀與「日本、美食、生活」相關文章讀者投放廣告。

美食、消費品除了精準TA外，相對更重視「感官」。廣告第一眼的視覺呈現，以及在什麼環境被看見，都是影響品牌意象的直覺感受。

- 全網版位曝光規劃，遍佈會員閱讀環境
- 總版位曝光286.6萬次 / 累計廣編PV 7,500+

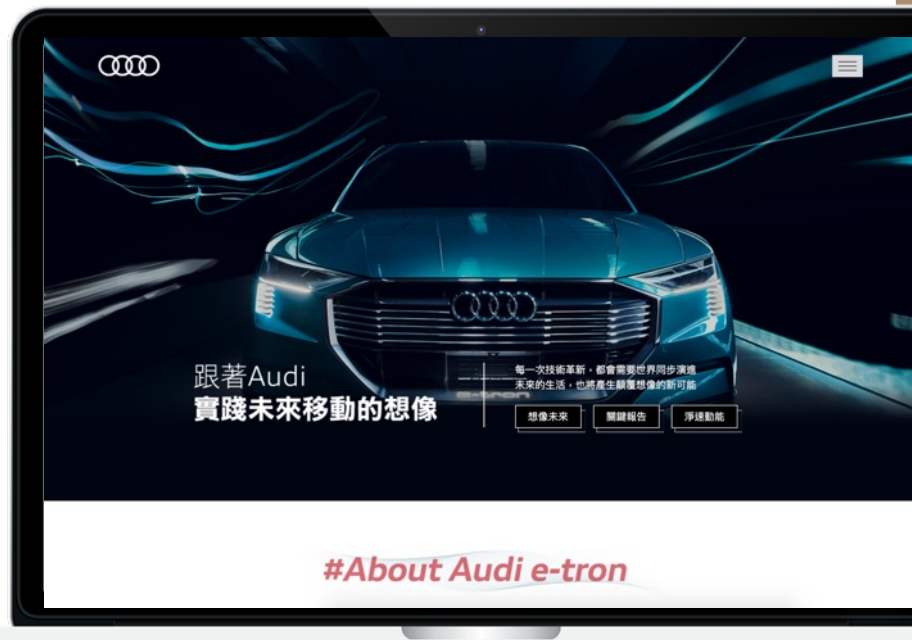


我們可以為你做什麼

內容式專頁用多元媒材包裝。資訊圖表專區化繁為簡，溝通複雜概念、強化專業度。

# 主題策展

串接數據庫及Mobile friendly 互動 mini site，帶動讀者深度溝通及促進擴散。





## CLIENT. AUDI

透過多篇文章說明電動車趨勢關鍵及技術門檻，搭配台灣奧迪總裁 Matthias Schepers 與 Noodoe 董事長王景弘，代表走世界前端的電動車/智能充電站品牌的精彩對談的試駕影片。

讓冷硬的電動車技術轉化為消費者語言，並且建立Audi於電動車領域佔有一席之地品牌形象。

影音企劃 + 系列內容行銷 + 品牌專題

- 影片累計15.1萬次與12.8萬次觀看
- 6篇系列廣編累計7.4萬瀏覽數

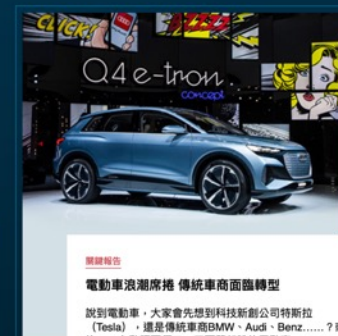


## #電動車關鍵趨勢

智慧綠能



關鍵趨勢





## CLIENT. 百富

善用天下讀者特性，以KOL人物專訪角度，談威士忌品牌的核心精神。讓品牌、產品及人物完美融合，也是讓讀者喜愛閱讀的廣告內容。

由天下原生創造的環境與內容後，搭配天下宣傳資源及FB廣告投放等操作，為品牌數位專輯創造高效益。

- 品牌數位專輯總PV 10.5萬
- Google 搜尋「百富 匠心製造」結果，專輯排序第一名
- 廣編PV 17,598次，宣傳期後持續增加

Off學 > 風格

贊助

### 當代藝術家范承宗：老工藝以新面貌還魂，讓珍貴的故事再度傳唱

光線穿過透細的竹格柵灑落在透亮的玻璃瓶身，光影浮動間，金黃色酒液彷彿透過暗香搖曳；現代感的精緻面殼下，埋藏著古老工藝的靈魂。無聲語言，透過感官直覺的體驗，就能感受到來自東西方傳承千百年的知識熱情，以及那份匠人們深深傾心、甘願專注一生的迷人魅力。



圖片來源：百富

文-百富  
2019-12-30

17593  
瀏覽數

紙燈籠、竹家具、鼻籠... 這些原本坐落在人們日常生活中的手工器物，被工業化大量生產的浪潮淹沒，逐漸消失在生活中，珍貴的工藝美學也即將隨之失傳。

#### 古法新譯 延續匠心熱情



分享

Facebook

Twitter

Line

Other

Print

Other

Other

Other

Other

Other

Other

為了讓這些器物中的訊息，范承宗走遍各地拜訪老師傅，到台東、澎湖、高雄，學做竹管傢俱、燈籠、竹編、酒紙、編草鞋...甚至學做折魚的船拼。畢業為老師傅手中一閃而過的經驗手法智慧感到驚喜。過程中的繁瑣勞動，與對透挑不上進的工作環境、體力的磨練甚至經常受傷...這些旁人眼中艱辛的磨練，范承宗卻從不以為苦，他形容學習和創作的過程就像爬山：「沒有熱情的人覺得很累，但喜歡登山的人卻覺得很有趣。」加入實山，越深入、越想挖掘更多，就對過程中再怎麼辛苦都覺得他覺得快樂，因為只要能跨越艱難，就能累積高貴價值的知識技術，這些職人們用一輩子做好一件事的匠人，在范承宗身上得到認證。透過他的作品保留著器物中的珍貴訊息，用新時代的審美重新向大眾說，而這個過程如同百富(The Balvenie)經過持續不間斷的實驗，才將最完美的作品呈現世人眼前。

#### 「富·竹」春節限量禮盒 向淬鍊的老器物取經



禁止酒駕 酒後不開車 安全有保障



品牌專輯



數位廣編

品牌數位專輯  
+  
KOL內容行銷  
+  
社群廣告操作

我們可以為你做什麼

延伸擴散

以天下讀者為核心的網路媒體足跡及接觸點，延伸規劃及投放外部媒體。

Facebook, IG, Line, Appier, GDN, Youtube 與關鍵字等等，強化內容溝通及品牌擴散。



FACEBOOK

LINE

Google Ads YouTube





數位專輯



心理測驗

KOL人物專訪 + 趣味心理測驗 + 品牌專題

### CLIENT. OSIM按摩椅

品牌40週年企劃，有別於傳統按摩椅的商品操作，只有冷冰冰的促銷數字，專案規劃利用品牌商品給人的benefit，與品牌精神串接。

並找出商品與領域KOL可以溝通的共通的精神，利用人物故事傳達商品特性與優點。

利用優質的內容，吸引對的TA觀看，增加品牌好感度，並搭配週年活動及節慶推播宣傳，強化曝光效益。

- 系列廣編平均文章瀏覽數20,000 PV
- 互動心理測驗超過20,000人次參與
- 串連各領域KOL證言，建立品牌精神
- 天下廣編文章SEO優化關鍵字搜尋



華夏玻璃執行長 / 廖冠傑



藝文美食家 / 陶禮君



Cloud Mile 創辦人 / 劉永信



瑋奕設計總監 / 方信原

我們可以為你做什麼

# 精準溝通

透過天下10種類別以上的電子報曝光廣告，鎖定高黏度會員溝通。

另可針對目標對象，以專屬EDM / 電子報、DMP、行為投放等管道，精準挖掘。



# SAP 智慧企業精準行銷



深度  
專題



數位  
專輯



贈書  
活動

## CLIENT. SAP

以「塑造SAP智慧轉型專家」為目標，搭配天下議題，透過贈書、白皮書下載等數位操作、精準投放，鎖定目標TA，包含：

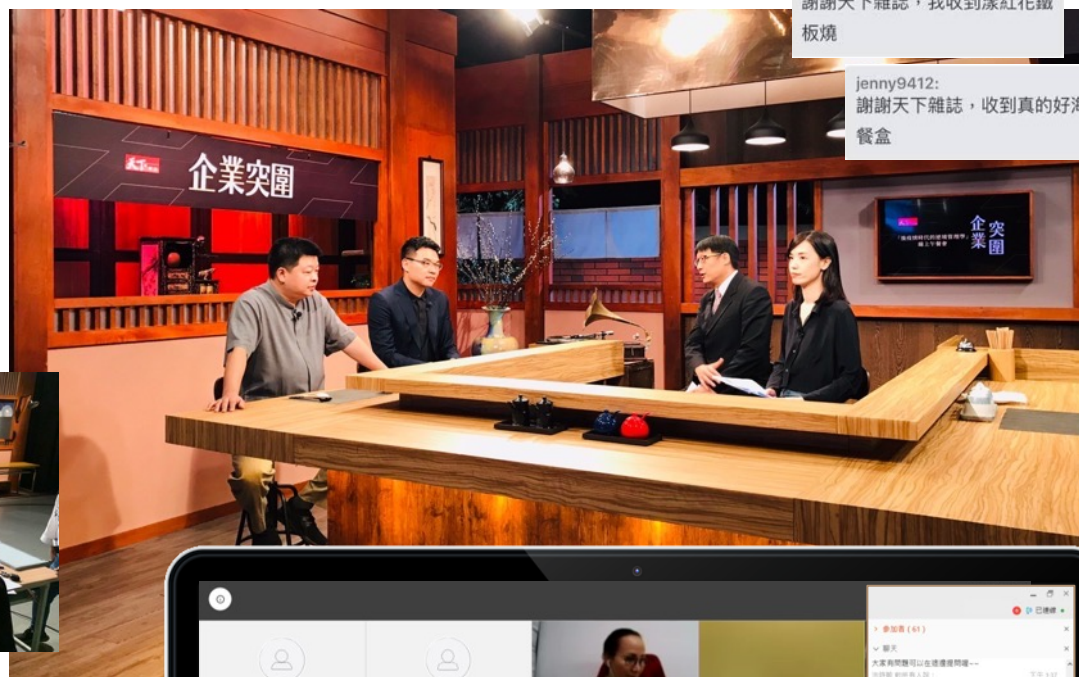
1. 製造業、金融與資訊業中高階
2. 中小企業主及各產業的企業接班人

- 300筆名單的精準收集 (主動參與)
- 二次行銷，有效精準接觸潛在客戶
- 深度內容，創造破萬點閱率



# 企業突圍線上午餐會

- 61位參與，其中1/3為董事長、總經理
- 83%全程參與，90%參與線上互動投票、討論
- 活動滿意度高達4.7分



陳建諒:  
謝謝天下雜誌，我收到漾紅花鐵板燒

jenny9412:  
謝謝天下雜誌，收到真的好海鮮餐盒

## CLIENT. 企業突圍品牌活動

2020年新冠肺炎疫情影響，當實體論壇受到現實阻擋，各家企業、媒體都在舉辦線上論壇，《天下》的線上論壇透過製播規格、流程設計與互動體驗，創造差異化。

與有線電視台合作，以節目製播方式進行直播。活動搭配外送服務讓參與者有「午餐會」的驚喜體驗，再透過流程設計，創造高互動線上論壇。



我們可以為你做什麼

# 影音行銷

不只是製作，更需要行銷！從主題內容企劃、影像拍攝、動畫製作到最重要的「傳播」，為客戶創造最合適的影音行銷策劃。搭配官網平台曝光、社群操作讓成效擴散。



#NEWTAIPEI

#WOMAN

#POWER



系列影音

# WOMAN POWER NEW TAIPEI

帶狀系列影音 + VIP餐敘 + 論壇 / 記者會



## CLIENT. 新北市政府

城市行銷首創，運用女力的價值象徵著一座城市的精神，並策劃每週上線的FB帶狀影音節目。

讓「New Taipei Woman Power」，為社會發聲，為女性論述女性價值，並藉此形塑新北市的多元、包容的城市力。

- 邀請30位新北傑出女性代表發聲
- 累計8,599,780次觀看數
- 超過147,709次按讚數、12,524次分享數
- 250位參與論壇，高達99%滿意度





- 國泰金控榮獲資誠第三屆CSR影響力獎，大會「社會貢獻影響力獎」
- 3支影片於天下FB累積觀看35萬次



## CLIENT. 國泰金控 紀實影片拍攝 + 參賽片企劃

長期關注偏鄉教育資源不均的情況，國泰在陪伴這群偏鄉孩子成長的過程中發現，最寶貴的學習體驗就是設定目標，然後不斷挑戰、實現夢想，這些成功的經驗將改變孩子的人生。

在這一段又一段圓夢的故事裡，可以看見孩子們的成長，國泰圓夢計畫迄今鼓勵超過上千位偏鄉孩童圓夢，培養孩子不畏挫折挑戰的信念，更在學習過程留下美好的回憶與寶貴的學習體驗。當孩子展現無限的能量，社會就有無限的可能。

天下影音廣告團隊走進偏鄉、實地紀錄拍攝，透過議題包裝、策略提議，協助國泰金控參與CSR獎項。



系列人物專訪 / 帶狀節目

KOL品牌形象廣告

紀錄片



薛喻鮮



#西班牙舞蹈家 #25歲



故事型廣告



論壇精華



街頭訪問 / 達人帶路



對話訪談



紀實短片



動畫 / 懶人包





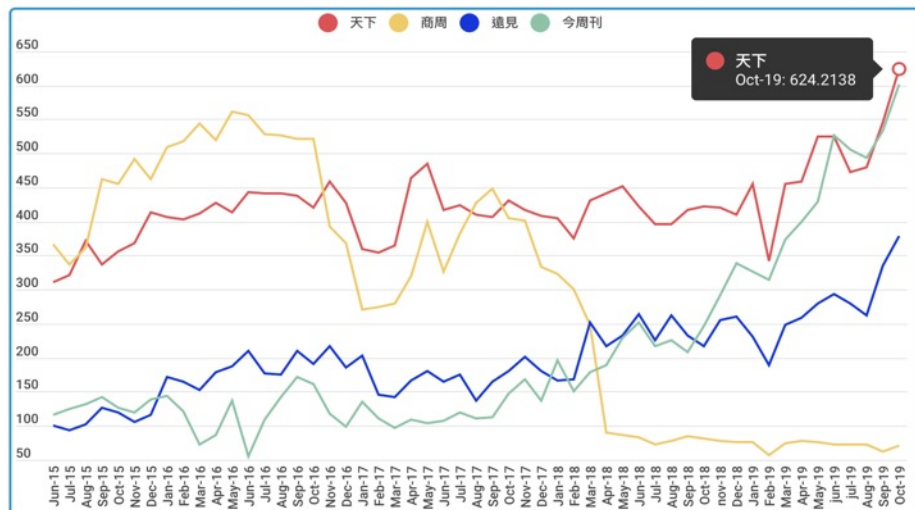
一張又一張slide看透  
《天下》數位環境



# 天下雜誌官方網站 (中文)

在社群媒體、入口網站、影音串流密集佔據螢幕的移動時代，天下雜誌網站透過文章、互動圖表、音頻、影音等數位內容產製，持續擴大媒體影響力。

根據 comScore 統計數位人口 (Total Digital Population)，天下雜誌突破620萬人，相當於全台灣1/3的網路使用者。持續領先各家財經媒體。自2017年付費訂閱機制的全閱讀推出後，流量不減反增，不僅精準，更持續成長。



**1,360萬**  
平均月流量



**640萬**  
單月不重複訪客



**4分24秒**  
平均停留時間



**55%**  
女性讀者



**46%**  
負責人/高階主管



**130萬**  
網路會員



**137萬**  
FB粉絲



**8.5萬+**  
數位付費訂戶



數位媒體信任調查

連續兩年評選  
**TOP 1**

財經媒體信任度

# CSR@天下頻道

2017年3月，正式創立頻道，持續佔據Google搜尋CSR排名。  
更透過媒體影響力，促進限塑政策等議題發酵。

2020年擴大實踐，帶動USR/HSR各界共同倡議社會責任。



**31.8萬**  
單月最高流量



**21萬**  
單月不重複訪客



**3分48秒**  
平均停留時間



**59%**  
女性讀者

CSR@天下

**1,007萬**  
Google搜尋曝光



**73%**  
讀者回訪率



**1.6萬**  
CSR精準粉絲



**28%**  
電子報開信率

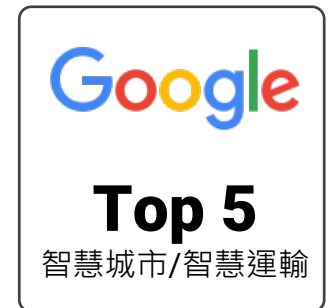
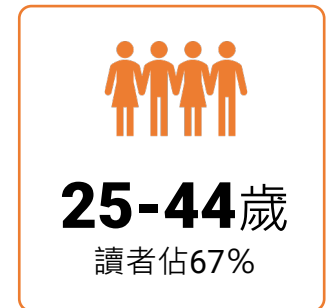
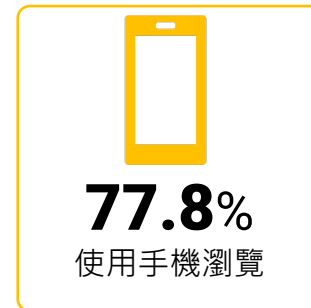
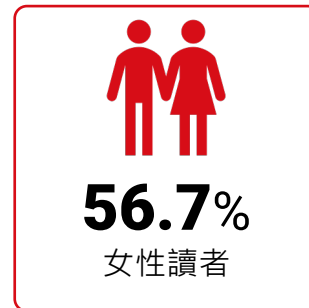


**NO.1**  
搜尋：CSR

# 未來城市@天下頻道

2018年開台，一個專屬探討城市、智慧科技發展的觀點平台。也因為我們相信城市的規模比鄉里大，效率比國家高，是新科技和社會設計發酵的最理想單位。

首創媒體運用客座總編輯概念策展，並陸續邀請各界領袖，從城市治理的新北市長侯友宜、科技產業的SEMI曹世綸總裁、設計創新的台灣設計院張基義董事長等專家，帶動領域話題。



## 企業突圍頻道

2019年正式上線，將累積近20年的企業轉型、接班傳承、產業革命議題影響力全面發動，進行內容經營及議題溝通，幫助台灣企業在全球的競爭下，面對困難，航向藍海。

除線上頻道外，更透過實體邀約制早餐會，邀請企業接班梯隊、高階主管共聚，一起探討課題、交流經驗。



**433萬**  
2019年總流量



**16萬**  
單月不重複訪客



**5分38秒**  
平均停留時間



**49.7%**  
女性讀者



**98%**  
會員活動滿意度



**76%**  
讀者回訪率



**6,500+**  
會員電子報訂戶



**23%**  
電子報開信率



**NO.1**  
搜尋：傳承接班

# Off 時尚生活頻道

天下Off學行之多年，報導旅遊、美食與風格趨勢。

2019年10月，全新出發的《天下Off學頻道》，希望在時局快速變換、工作挑戰日益嚴峻的當下，帶領讀者緩一緩，往內望那個被忽略的、緊繃的自己，選擇理想生活，不用鋪張、不為別人，你就是自己的經典。



**65萬**  
平均月流量



**44萬**  
單月不重複訪客



**6分46秒**  
平均停留時間



**73%**  
女性讀者



**67%**  
負責人 / 高階主管



**67.4%**  
讀者回訪率



**10位+**  
各領域專欄作家



**9,000PV**  
文章平均觀看



**250位+**  
Off 晚宴與會嘉賓

# 天下雜誌 Video

鏡頭是我們新的筆桿，影像是我們新的語言，「天下雜誌video」持續關注全球趨勢、科技脈動，與時事議題，幫您掌握最領先的觀念。

獲獎無數，包括第50屆芝加哥國際電影節電視獎、Telly Award、第13屆卓越新聞獎電視類國際新聞報導獎、吳舜文新聞獎電視新聞深度報導獎、曾虛白暨台達能源與氣候特別獎、金穗獎最佳紀錄片等。



**19.7萬**  
Youtube訂閱者



**475萬**  
單月曝光次數



**2分38秒**  
平均觀看時間長度



**11萬**  
Facebook追蹤



**141.2萬**  
每月總觀看人次



**92.9小時**  
每月總觀看時數



**25-34歲**  
佔47%



**14.8萬**  
貼文平均觸及人次



**5.5萬**  
平均觀看人次

# 聽天下 音頻 / Podcasts

天下雜誌精闢觀點、深度解析，不只看看的也可以用聽的！提供聚焦財經、國際、趨勢的優質新聞、訪談，還有生活與品味，週一至週日，天天更新。



大家都在聽什麼？誰從7000檔Podcast節目中脫穎而出？

亞洲聲音社群品牌KKBOX今天舉辦首屆「KKBOX Podcast風雲榜頒獎派對」，邀請2020年十大年度風雲Podcast節目、百大Podcast主持人共襄盛舉。除了向來引領風騷的「百靈果News」、「Gooaye脫稿」等當紅炸子雞，選擇專業深度報導與生活品味風格兩不偏廢的《天下雜誌》節目「聽天下Podcast」風光進入第4名，在眾多輕鬆閒聊類型的節目中格外出彩。



- 上架平台：[Apple Podcasts](#)、[Castbox](#)、[Google Podcasts](#)、[Overcast](#)、[Pocket Casts](#)、[RadioPublic](#)、[SoundCloud](#)、[SoundOn](#)、[Spotify](#)、[KKBOX](#)



用內容和創意  
讓數位廣告的數據有意義



天下雜誌整合傳播部

謝先生

rayhsieh@cw.com.tw

02-2507 8627 \*822