

# 中華民國廣告年鑑 29 ADVERTISING YEARBOOK TAIWAN, THE REPUBLIC OF CHINA

2016-2017

刊物名稱：《中國廣告學刊》  
地址：台北市士林區華崗路 55 號  
出版者：中國文化大學廣告學系  
電話：(02)2861-0511 分機 37305  
期別：第 21 期 (2016 年 3 月出版)

作者	題目
中國文化大學廣告學系第二十一屆臺灣廣告史研究小組	用創意點亮公益的大女子：大好傳播有限公司王念慈創辦人
中國文化大學廣告學系第二十一屆臺灣廣告史研究小組	以理性務實與感性浪漫演繹廣告志業：志上廣告股份有限公司施劍塵創辦人
中國文化大學廣告學系第二十一屆臺灣廣告史研究小組	膽識有為，獨樹廣告行業新價值：林文河企管顧問公司林文河創辦人
羅文坤	失智、汙名與健康促進：評析我國對老人的健康宣導策略
蕭素翠	他山之石－與時代共鳴的廣告
楊錫彬	動畫的品牌行銷之探討－以小小兵動畫為例

刊物名稱：《動腦》

出版者：動腦傳播股份有限公司

地址：台北市中山區南京東路二段 100 號 12 樓

電話：(02)2713-2644

期刊號	主題	主要內容
477 期 (2016. 01)	看見未來！全球行銷下一步 從趨勢看商機	<b>創新觀點</b>
		編者的話 11 啟發與警惕 王彩雲
		動腦為公益 12 總統，你贏了，人民也要贏 謝冠雄
		職場觀點 14 跟比你優秀的人一起工作 丁菱娟
		<b>行銷風向球</b>
		生活中的行銷教室 1 16 記得自己也是消費者 婁山觀
		日本流行快報 20 新年新玩意 讓你創意一整年 翟南
		農產品行銷 28 地產地消 日本靜岡郵局、圖書館用創意推廣蔬果！ 方子維
		廣告風雲 31 日本品牌由衰而興 賴東明
		每月精彩品牌 36 8 大策略、社群聆聽 麥當勞如何經營社群媒體？ 郭彥劭
		長青品牌 41 111 年文具老店伊東屋 如何挺過時代洪流？ 吳恬儀
		<b>Cover Story</b>
		48 看見未來！全球行銷下一步 從趨勢看商機 曾郁涵
		2016 趨勢預測 58 全球 5 大行銷趨勢預測 邱品瑜
		創意突圍 64 創意再進化 物聯網、虛實整合、原生廣告 張維仁
		健康醫療 70 洞察民眾需求 健康行銷也能很有趣 張維仁
		發燒商品 78 以人為本 話題商品持續延燒 曾郁涵
		日本精髓 86 日本 4 大消費新走向！ 龐惠潔
		前車之鑑 92 可能活不過 2016 的 10 個品牌 朱灼文、畢南怡
		<b>創意藍海</b>
人物：時勢造英雄 98 黃燕玲：虛心、誠懇、努力，增長「智慧」和「勇氣」 邱品瑜		
英雄造時勢		
一則廣告大家看 104 主題社群 BAND 新秀崛起！ 邱品瑜		
2015 亞洲廣告會議 108 聚焦創意 亞洲廣告會議在台北！ 張維仁		
創意下鄉 116 2015 冬山創意論壇 創造在地特色 加值發展 張維仁、曾郁涵		
<b>業界風雲</b>		
產業發展·客戶動態 122 編輯部		
創意人多變化 128 編輯部		

<p>478 期 (2016.02)</p>	<p>無趣產業的 30 大動人創意</p>	<p><b>創新觀點</b></p> <p>編者的話 13 <u>讓無趣變有趣的創意</u> 王彩雲  動腦為公益 14 <u>最讚的時機，最爛的時機</u> 謝冠雄  職場觀點 16 <u>組織裏的三個角色</u> 丁菱娟</p> <p><b>行銷風向球</b></p> <p>東洋注入 18 <u>日本罐裝咖啡重振旗鼓</u> 蕭掬今  19 <u>「複合」新概念 創造餐廳「心」經營模式</u> 蕭掬今  媒體趨勢 20 <u>對每位讀者單獨服務</u> 那福忠  行銷小教室 2 <u>讓我們把品牌擬人化吧！</u> 婁山觀  日本流行快報 28 <u>讓生活時時充滿新鮮感</u> 翟南  廣告風雲 34 <u>年末歲終 日本報紙廣告創意無限</u> 賴東明  每月精彩品牌 40 <u>50 年奇士美 專注眼妝開創品牌新路</u> 邱品瑜  44 <u>無趣產業的 30 大動人創意</u> 張維仁</p> <p><b>Cover Story</b></p> <p>媒體平台 54 <u>遊戲、互動、家外 展現新聞媒體影響力</u> 張維仁  因材施教 62 <u>潛移默化的創意教育 讓學習充滿想像</u> 邱品瑜  環境保護 70 <u>創新環保技術 讓生活乾淨美好</u> 朱灼文  健康醫療 76 <u>融入生活情境 冰冷議題也能溫暖溝通</u> 郭彥劭  銀行金融 82 <u>金融、保險產業 如何擁抱科技開創新商機</u> 龐惠潔  前車之鑑 88 <u>2015 年 5 大失敗廣告案例</u> 張維仁</p> <p><b>Special Report</b></p> <p>94 <u>全通路時代 虛實整合風潮再延續</u> 曾郁涵  102 <u>2016 台灣通路行銷服務公司大調查</u> 編輯部  108 <u>年度通路創新案例精選</u> 曾郁涵</p> <p><b>創意藍海</b></p> <p>人物：時勢造英雄 112 <u>詹岳霖：食品產業 前途看好！</u> 邱品瑜  英雄造時勢  2015 貢獻獎 118 <u>2015 行銷傳播貢獻獎 行銷傳播人共享榮耀</u> 曾郁涵</p> <p><b>業界風雲</b></p> <p>產業發展·客戶動態 122 編輯部  創意人多變化 128 編輯部</p>
----------------------------	-----------------------	--

<p>479 期 (2016.03)</p>	<p>搶攻她經濟：品牌解構女力商機</p>	<p><b>創新觀點</b></p> <p>編者的話 11 <u>女性撐起一片天</u> 王彩雲  動腦為公益 12 <u>「凡殺不死我的，必使我更強大」</u> 謝冠雄  職場觀點 14 <u>你人生最大的挫折是什麼？</u> 丁菱娟</p> <p><b>行銷風向球</b></p> <p>行銷小教室 3 16 <u>如果品牌是一個人</u> 婁山觀  日本流行快報 18 <u>日本新年新鮮事</u> 翟南  廣告風雲 24 <u>品牌拜年廣告 是祝福，更是承諾</u> 賴東明  每月精彩品牌 30 <u>大金空調 故事行銷出奇致勝！</u> 邱品瑜  熱門話題 36 <u>搶攻她經濟 品牌解構女力商機</u> 張維仁  少女 54 <u>洞察需求 品牌也能讀懂少女心</u> 曾郁涵  輕熟女 60 <u>品牌如何瞄準輕熟女市場？</u> 曾郁涵  熟女 66 <u>突破心牆 品牌如何打動熟女</u> 曾郁涵  銀髮族 72 <u>新銀髮女性 消費威力不容小覷！</u> 龐惠潔  女性公益 78 <u>讓人拍案叫絕的「為女發聲」創意</u> 朱灼文  前車之鑑 84 <u>廣告中女性角色的反省與思考</u> 張維仁</p> <p><b>Special Report</b></p> <p>90 <u>2015 台灣總廣告量成長 4.43%</u> 編輯部  92 <u>行動、直效、網路、展會 廣告量明顯成長</u> 編輯部</p> <p><b>創意藍海</b></p> <p>風雲人物 104 <u>王興：轉型的定義是，有沒有把「數位」 當成經營核心？</u> 邱品瑜</p> <p>一則廣告大家看 110 <u>為兒童發聲 幫助受虐兒早日脫離魔爪！</u> 邱品瑜  TAA 消費大趨勢 116 <u>從 2016 消費趨勢找商機</u> 曾郁涵</p> <p><b>業界風雲</b></p> <p>產業動態 122 編輯部  創意人多變化 128 編輯部</p>
----------------------------	-----------------------	--

480 期 (2016.04)	品牌慶週年：看各產業用創意 歡慶紀念日	<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>怎麼樣為自己過生日？</u>	王彩雲
			動腦為公益	12	<u>台灣新政府需要「解盲」？</u>	謝冠雄
			職場觀點	14	<u>不要白做工</u>	丁菱娟
		<b>行銷風向球</b>	行銷小教室 4	16	<u>全方位了解品牌性格</u>	婁山觀
			廣告風雲	20	<u>日本廣告公司 創意賀猴年！</u>	賴東明
			長青企業	26	<u>創業 450 年 寢具品牌西川的軟實力</u>	吳恬儀
		<b>Cover Story</b>		32	<u>品牌慶週年 看各產業用創意歡慶紀念日</u>	曾郁涵
			食髓知味	42	<u>歐美食品業 大玩創意過生日</u>	朱灼文
			時尚美妝	50	<u>抓緊時機 時尚美妝不忘以人為本</u>	葉閔宏
			長青品牌	58	<u>日本老品牌 如何創新慶週年？</u>	龐惠潔
			事件紀念	63	<u>事件週年 品牌與民眾一同紀念歷史</u>	曾郁涵
		<b>Special Report</b>		72	<u>廣告代理商 數位浪潮下的蛻變重生</u>	張維仁
			Taiwan's Top Ad	79	<u>Taiwan's Advertising Agencies Are Reborn in the Digital Age Editor Agencies</u>	
			市場報告	84	<u>2015 台灣綜合廣告代理商排行榜</u>	張維仁
			產業異動	90	<u>台灣地區行銷傳播集團 競爭地圖</u>	編輯部
			20 大廣告主	94	<u>2015 台灣 20 大廣告主 花王攀升第一</u>	葉閔宏
	動腦嚴選	100	<u>2015 台灣年度十大創意廣告</u>	張維仁		
<b>創意藍海</b>	人物：時勢造英雄	108	<u>許禾杰：無欲則剛！只想做別人沒做過， 或做不好的事</u>	邱品瑜		
	英雄造時勢 1					
	新春團拜	114	<u>傳播界新春團拜 重返學生時代拜好年</u>	曾郁涵		
<b>業界風雲</b>	產業發展·客戶動態	122		編輯部		
	創意人多變化	126		編輯部		

<p>481 期 (2016.05)</p>	<p>單身經濟無可限量：創意創造新商機</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="797 248 1025 272"><b>創新觀點</b></td> <td data-bbox="1025 280 1256 304">編者的話</td> <td data-bbox="1256 280 1301 304">11</td> <td data-bbox="1335 280 1615 304"><u>台灣單身人口與日俱增</u></td> <td data-bbox="1973 280 2065 304">王彩雲</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 312 1256 336">職場觀點</td> <td data-bbox="1256 312 1301 336">12</td> <td data-bbox="1335 312 1637 336"><u>我熱愛工作不是因為成功</u></td> <td data-bbox="1973 312 2065 336">丁菱娟</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 352 1025 376"><b>行銷風向球</b></td> <td data-bbox="1025 384 1256 408">行銷小教室 5</td> <td data-bbox="1256 384 1301 408">14</td> <td data-bbox="1335 384 1581 408"><u>突出的角色造就明星</u></td> <td data-bbox="1973 384 2065 408">婁山觀</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 416 1256 440">廣告風雲</td> <td data-bbox="1256 416 1301 440">21</td> <td data-bbox="1335 416 1637 440"><u>有些話 孩子來說更貼心！</u></td> <td data-bbox="1973 416 2065 440">賴東明</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 448 1256 472">長青企業</td> <td data-bbox="1256 448 1301 472">26</td> <td data-bbox="1335 448 1794 472"><u>近畿大學拚人氣 校園水產成熱門商機</u></td> <td data-bbox="1973 448 2065 472">吳恬儀</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 480 1256 504">日本流行快報</td> <td data-bbox="1256 480 1301 504">30</td> <td data-bbox="1335 480 1704 504"><u>瞄準宅經濟 日本企業各出奇招</u></td> <td data-bbox="1973 480 2065 504">翟南</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 512 1256 536">每月精彩品牌</td> <td data-bbox="1256 512 1301 536">38</td> <td data-bbox="1335 512 1749 536"><u>不是只賣紅豆水 易珈還想拯救世界</u></td> <td data-bbox="1973 512 2065 536">葉閔宏</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 560 1025 584"><b>Cover Story</b></td> <td data-bbox="1025 560 1256 584"></td> <td data-bbox="1256 560 1301 584">46</td> <td data-bbox="1335 560 1749 584"><u>單身經濟無可限量 創意創造新商機</u></td> <td data-bbox="1973 560 2065 584">葉閔宏</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 592 1256 616">智慧飲食</td> <td data-bbox="1256 592 1301 616">58</td> <td data-bbox="1335 592 1805 616"><u>獨自吃飯不孤單 餐飲品牌瞄準單身族群</u></td> <td data-bbox="1973 592 2065 616">張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 624 1256 647">享樂一族</td> <td data-bbox="1256 624 1301 647">72</td> <td data-bbox="1335 624 1727 647"><u>新科技當道 單身休閒也能很精彩</u></td> <td data-bbox="1973 624 2065 647">葉閔宏</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 655 1256 679">品味生活</td> <td data-bbox="1256 655 1301 679">78</td> <td data-bbox="1335 655 1704 679"><u>多功能設計 單身居家 4 大商機</u></td> <td data-bbox="1973 655 2065 679">郭彥劭</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 687 1256 711">借鏡日本</td> <td data-bbox="1256 687 1301 711">83</td> <td data-bbox="1335 687 1749 711"><u>花招百出！ 日本企業拓展獨身經濟</u></td> <td data-bbox="1973 687 2065 711">龐惠潔</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 719 1256 743">全球樂單</td> <td data-bbox="1256 719 1301 743">88</td> <td data-bbox="1335 719 1671 743"><u>品牌玩創意 單身行銷樂趣多</u></td> <td data-bbox="1973 719 2065 743">朱灼文</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 767 1025 791"><b>Special Report</b></td> <td data-bbox="1025 767 1256 791"></td> <td data-bbox="1256 767 1301 791">94</td> <td data-bbox="1335 767 1783 791"><u>全媒體時代 媒體代理商轉型品牌顧問</u></td> <td data-bbox="1973 767 2065 791">曾郁涵</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 799 1256 855">Taiwan's Top Media Agencies</td> <td data-bbox="1256 831 1301 855">100</td> <td data-bbox="1335 831 1872 887"><u>Entering the omnimedia era, media agencies have to shift into consulting roles Editor</u></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 895 1256 919">市場報告</td> <td data-bbox="1256 895 1301 919">104</td> <td data-bbox="1335 895 1671 919"><u>2015 台灣媒體代理商排行榜</u></td> <td data-bbox="1973 895 2065 919">編輯部</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 927 1256 951">動腦嚴選</td> <td data-bbox="1256 927 1301 951">108</td> <td data-bbox="1335 927 1603 951"><u>台灣年度媒體創意案例</u></td> <td data-bbox="1973 927 2065 951">曾郁涵</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 959 1256 983">決勝關鍵</td> <td data-bbox="1256 959 1301 983">116</td> <td data-bbox="1335 959 1839 983"><u>李奧貝納為何能 連續 10 年拿下台灣第一！</u></td> <td data-bbox="1973 959 2065 983">邱品瑜</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 999 1025 1023"><b>創意藍海</b></td> <td data-bbox="1025 1031 1256 1086">人物：時勢造英雄 英雄造時勢</td> <td data-bbox="1256 1031 1301 1054">120</td> <td data-bbox="1335 1031 1861 1086"><u>鄧博文：即使只有 1% 的機會，也要有 100% 的努力！</u></td> <td data-bbox="1973 1031 2065 1054">葉閔宏</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 1102 1025 1126"><b>業界風雲</b></td> <td data-bbox="1025 1134 1256 1158">產業發展·客戶動態</td> <td data-bbox="1256 1134 1301 1158">126</td> <td></td> <td data-bbox="1973 1134 2065 1158">編輯部</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="1025 1166 1256 1190">創意人多變化</td> <td data-bbox="1256 1166 1301 1190">129</td> <td></td> <td data-bbox="1973 1166 2065 1190">編輯部</td> </tr> </table>	<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>台灣單身人口與日俱增</u>	王彩雲		職場觀點	12	<u>我熱愛工作不是因為成功</u>	丁菱娟	<b>行銷風向球</b>	行銷小教室 5	14	<u>突出的角色造就明星</u>	婁山觀		廣告風雲	21	<u>有些話 孩子來說更貼心！</u>	賴東明		長青企業	26	<u>近畿大學拚人氣 校園水產成熱門商機</u>	吳恬儀		日本流行快報	30	<u>瞄準宅經濟 日本企業各出奇招</u>	翟南		每月精彩品牌	38	<u>不是只賣紅豆水 易珈還想拯救世界</u>	葉閔宏	<b>Cover Story</b>		46	<u>單身經濟無可限量 創意創造新商機</u>	葉閔宏		智慧飲食	58	<u>獨自吃飯不孤單 餐飲品牌瞄準單身族群</u>	張維仁		享樂一族	72	<u>新科技當道 單身休閒也能很精彩</u>	葉閔宏		品味生活	78	<u>多功能設計 單身居家 4 大商機</u>	郭彥劭		借鏡日本	83	<u>花招百出！ 日本企業拓展獨身經濟</u>	龐惠潔		全球樂單	88	<u>品牌玩創意 單身行銷樂趣多</u>	朱灼文	<b>Special Report</b>		94	<u>全媒體時代 媒體代理商轉型品牌顧問</u>	曾郁涵		Taiwan's Top Media Agencies	100	<u>Entering the omnimedia era, media agencies have to shift into consulting roles Editor</u>			市場報告	104	<u>2015 台灣媒體代理商排行榜</u>	編輯部		動腦嚴選	108	<u>台灣年度媒體創意案例</u>	曾郁涵		決勝關鍵	116	<u>李奧貝納為何能 連續 10 年拿下台灣第一！</u>	邱品瑜	<b>創意藍海</b>	人物：時勢造英雄 英雄造時勢	120	<u>鄧博文：即使只有 1% 的機會，也要有 100% 的努力！</u>	葉閔宏	<b>業界風雲</b>	產業發展·客戶動態	126		編輯部		創意人多變化	129		編輯部
<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>台灣單身人口與日俱增</u>	王彩雲																																																																																																							
	職場觀點	12	<u>我熱愛工作不是因為成功</u>	丁菱娟																																																																																																							
<b>行銷風向球</b>	行銷小教室 5	14	<u>突出的角色造就明星</u>	婁山觀																																																																																																							
	廣告風雲	21	<u>有些話 孩子來說更貼心！</u>	賴東明																																																																																																							
	長青企業	26	<u>近畿大學拚人氣 校園水產成熱門商機</u>	吳恬儀																																																																																																							
	日本流行快報	30	<u>瞄準宅經濟 日本企業各出奇招</u>	翟南																																																																																																							
	每月精彩品牌	38	<u>不是只賣紅豆水 易珈還想拯救世界</u>	葉閔宏																																																																																																							
<b>Cover Story</b>		46	<u>單身經濟無可限量 創意創造新商機</u>	葉閔宏																																																																																																							
	智慧飲食	58	<u>獨自吃飯不孤單 餐飲品牌瞄準單身族群</u>	張維仁																																																																																																							
	享樂一族	72	<u>新科技當道 單身休閒也能很精彩</u>	葉閔宏																																																																																																							
	品味生活	78	<u>多功能設計 單身居家 4 大商機</u>	郭彥劭																																																																																																							
	借鏡日本	83	<u>花招百出！ 日本企業拓展獨身經濟</u>	龐惠潔																																																																																																							
	全球樂單	88	<u>品牌玩創意 單身行銷樂趣多</u>	朱灼文																																																																																																							
<b>Special Report</b>		94	<u>全媒體時代 媒體代理商轉型品牌顧問</u>	曾郁涵																																																																																																							
	Taiwan's Top Media Agencies	100	<u>Entering the omnimedia era, media agencies have to shift into consulting roles Editor</u>																																																																																																								
	市場報告	104	<u>2015 台灣媒體代理商排行榜</u>	編輯部																																																																																																							
	動腦嚴選	108	<u>台灣年度媒體創意案例</u>	曾郁涵																																																																																																							
	決勝關鍵	116	<u>李奧貝納為何能 連續 10 年拿下台灣第一！</u>	邱品瑜																																																																																																							
<b>創意藍海</b>	人物：時勢造英雄 英雄造時勢	120	<u>鄧博文：即使只有 1% 的機會，也要有 100% 的努力！</u>	葉閔宏																																																																																																							
<b>業界風雲</b>	產業發展·客戶動態	126		編輯部																																																																																																							
	創意人多變化	129		編輯部																																																																																																							

<p>482 期 (2016.06)</p>	<p>熟齡商機：擁抱新科技，觸動赤子心</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="797 150 1008 183"><b>創新觀點</b></td> <td data-bbox="1008 150 1232 183">編者的話</td> <td data-bbox="1232 150 1299 183">11</td> <td data-bbox="1299 150 1971 183"><u>台灣已進入高齡化社會</u></td> <td data-bbox="1971 150 2069 183">王彩雲</td> </tr> <tr> <td></td> <td>時事剖析</td> <td>12</td> <td><u>公共關係?業向新政府的建言</u></td> <td>黃玲憶</td> </tr> <tr> <td></td> <td>職場觀點</td> <td>14</td> <td><u>一次誠實的回饋</u></td> <td>丁菱娟</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 287 1008 320"><b>行銷風向球</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>每月精采品牌</td> <td>16</td> <td><u>創新、研發、融合 台灣菸酒長保青春的秘訣</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>日本流行快報</td> <td>22</td> <td><u>值得學習的日本企業 創意不設限!</u></td> <td>翟南</td> </tr> <tr> <td></td> <td>廣告風雲</td> <td>30</td> <td><u>挖掘在地珍寶 促進地方繁榮</u></td> <td>賴東明</td> </tr> <tr> <td></td> <td>行銷小教室 6</td> <td>36</td> <td><u>是領導品牌, 卻不是大多數人的最佳選擇</u></td> <td>婁山觀</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 462 1008 496"><b>Cover Story</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>39</td> <td><u>熟齡銀髮商機 擁抱新科技 觸動赤子心</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>健康照護</td> <td>50</td> <td><u>智慧健康產業 瞄準銀髮商機</u></td> <td>曾郁涵</td> </tr> <tr> <td></td> <td>樂活人生</td> <td>55</td> <td><u>翻轉刻板印象 退休生活精彩繽紛</u></td> <td>朱灼文</td> </tr> <tr> <td></td> <td>網路洞察</td> <td>62</td> <td><u>熟齡銀髮族 網路行為大解析</u></td> <td>曾郁涵</td> </tr> <tr> <td></td> <td>行銷關鍵</td> <td>70</td> <td><u>商機熟了! 如何讓銀髮族愛上品牌?</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>向日取經</td> <td>78</td> <td><u>銀髮產品、服務 貼心致勝!</u></td> <td>龐惠潔</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 670 1008 703"><b>Special Report</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>84</td> <td><u>踏出下一步 數位行銷走入眼球世代</u></td> <td>葉閔宏</td> </tr> <tr> <td></td> <td>市場報告</td> <td>90</td> <td><u>2016 台灣數位代理商大調查</u></td> <td>編輯部</td> </tr> <tr> <td></td> <td>動腦嚴選</td> <td>100</td> <td><u>台灣年度 10 大數位行銷案例</u></td> <td>葉閔宏</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 774 1008 807"><b>創意藍海</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>一則廣告大家看</td> <td>106</td> <td><u>老幹新枝 80 年老協珍長保年輕的關鍵!</u></td> <td>邱品瑜</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2016 亞太廣告節</td> <td>111</td> <td><u>第 19 屆亞太廣告節 ADFEST 科技產生絕妙好創意!</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>風雲人物 黃逸甫：讓天賦自由，勇敢做自己</td> <td></td> <td></td> <td>葉閔宏</td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 909 1008 943"><b>業界風雲</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>產業動態</td> <td>125</td> <td></td> <td>編輯部</td> </tr> <tr> <td></td> <td>創意人多變化</td> <td>129</td> <td></td> <td>編輯部</td> </tr> </table>	<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>台灣已進入高齡化社會</u>	王彩雲		時事剖析	12	<u>公共關係?業向新政府的建言</u>	黃玲憶		職場觀點	14	<u>一次誠實的回饋</u>	丁菱娟	<b>行銷風向球</b>						每月精采品牌	16	<u>創新、研發、融合 台灣菸酒長保青春的秘訣</u>	張維仁		日本流行快報	22	<u>值得學習的日本企業 創意不設限!</u>	翟南		廣告風雲	30	<u>挖掘在地珍寶 促進地方繁榮</u>	賴東明		行銷小教室 6	36	<u>是領導品牌, 卻不是大多數人的最佳選擇</u>	婁山觀	<b>Cover Story</b>							39	<u>熟齡銀髮商機 擁抱新科技 觸動赤子心</u>	張維仁		健康照護	50	<u>智慧健康產業 瞄準銀髮商機</u>	曾郁涵		樂活人生	55	<u>翻轉刻板印象 退休生活精彩繽紛</u>	朱灼文		網路洞察	62	<u>熟齡銀髮族 網路行為大解析</u>	曾郁涵		行銷關鍵	70	<u>商機熟了! 如何讓銀髮族愛上品牌?</u>	張維仁		向日取經	78	<u>銀髮產品、服務 貼心致勝!</u>	龐惠潔	<b>Special Report</b>							84	<u>踏出下一步 數位行銷走入眼球世代</u>	葉閔宏		市場報告	90	<u>2016 台灣數位代理商大調查</u>	編輯部		動腦嚴選	100	<u>台灣年度 10 大數位行銷案例</u>	葉閔宏	<b>創意藍海</b>						一則廣告大家看	106	<u>老幹新枝 80 年老協珍長保年輕的關鍵!</u>	邱品瑜		2016 亞太廣告節	111	<u>第 19 屆亞太廣告節 ADFEST 科技產生絕妙好創意!</u>	張維仁		風雲人物 黃逸甫：讓天賦自由，勇敢做自己			葉閔宏	<b>業界風雲</b>						產業動態	125		編輯部		創意人多變化	129		編輯部
<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>台灣已進入高齡化社會</u>	王彩雲																																																																																																																																
	時事剖析	12	<u>公共關係?業向新政府的建言</u>	黃玲憶																																																																																																																																
	職場觀點	14	<u>一次誠實的回饋</u>	丁菱娟																																																																																																																																
<b>行銷風向球</b>																																																																																																																																				
	每月精采品牌	16	<u>創新、研發、融合 台灣菸酒長保青春的秘訣</u>	張維仁																																																																																																																																
	日本流行快報	22	<u>值得學習的日本企業 創意不設限!</u>	翟南																																																																																																																																
	廣告風雲	30	<u>挖掘在地珍寶 促進地方繁榮</u>	賴東明																																																																																																																																
	行銷小教室 6	36	<u>是領導品牌, 卻不是大多數人的最佳選擇</u>	婁山觀																																																																																																																																
<b>Cover Story</b>																																																																																																																																				
		39	<u>熟齡銀髮商機 擁抱新科技 觸動赤子心</u>	張維仁																																																																																																																																
	健康照護	50	<u>智慧健康產業 瞄準銀髮商機</u>	曾郁涵																																																																																																																																
	樂活人生	55	<u>翻轉刻板印象 退休生活精彩繽紛</u>	朱灼文																																																																																																																																
	網路洞察	62	<u>熟齡銀髮族 網路行為大解析</u>	曾郁涵																																																																																																																																
	行銷關鍵	70	<u>商機熟了! 如何讓銀髮族愛上品牌?</u>	張維仁																																																																																																																																
	向日取經	78	<u>銀髮產品、服務 貼心致勝!</u>	龐惠潔																																																																																																																																
<b>Special Report</b>																																																																																																																																				
		84	<u>踏出下一步 數位行銷走入眼球世代</u>	葉閔宏																																																																																																																																
	市場報告	90	<u>2016 台灣數位代理商大調查</u>	編輯部																																																																																																																																
	動腦嚴選	100	<u>台灣年度 10 大數位行銷案例</u>	葉閔宏																																																																																																																																
<b>創意藍海</b>																																																																																																																																				
	一則廣告大家看	106	<u>老幹新枝 80 年老協珍長保年輕的關鍵!</u>	邱品瑜																																																																																																																																
	2016 亞太廣告節	111	<u>第 19 屆亞太廣告節 ADFEST 科技產生絕妙好創意!</u>	張維仁																																																																																																																																
	風雲人物 黃逸甫：讓天賦自由，勇敢做自己			葉閔宏																																																																																																																																
<b>業界風雲</b>																																																																																																																																				
	產業動態	125		編輯部																																																																																																																																
	創意人多變化	129		編輯部																																																																																																																																

483 期 (2016.07)	追蹤數位足跡：追蹤消費者洞察	<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>大數據的價值</u>	王彩雲
			動腦為公益	12	<u>阿里巴巴的痛，馬雲更痛！</u>	謝冠雄
			職場觀點	14	<u>實習不是玩耍</u>	丁菱娟
		<b>行銷風向球</b>				
			行銷小教室 7	16	<u>所謂的產品，到底是甚麼？ 婁山觀</u>	
			日本流行快報	20	<u>道地日本風創意商品 點燃你的購物欲！</u>	翟南
			創新企業	28	<u>廢棄蔬果變黃金 蔬菜蠟筆大獲好評</u>	吳恬儀
			廣告風雲	34	<u>人生 60 歲，是另一起點 賴東明</u>	
		<b>Cover Story</b>		40	<u>追蹤數位足跡 挖掘消費者洞察</u>	曾郁涵
			跨螢行銷	50	<u>解析跨螢足跡 掌握消費者動向</u>	曾郁涵
			社群內容	58	<u>無聲的秘密 全部藏在內容裡</u>	葉閔宏
			歐美經典	66	<u>零售大數據 如何各顯神通精準行銷？</u>	朱灼文
			日本精髓	72	<u>善用數據 打破困境創商機</u>	龐惠潔
		<b>Special Report</b>		76	<u>社會設計 設計成為最具潛力的商業模式</u>	張維仁
			市場報告	84	<u>2016 台灣設計服務公司大調查</u>	編輯部
			動腦嚴選	94	<u>2016 台灣年度十大設計作品</u>	張維仁
		<b>創意藍海</b>				
			人物：時勢造英雄	100	<u>白友煊：健康產業，絕不能以不變應萬變！</u>	葉閔宏
			英雄造時勢			
			亞洲廣告周	106	<u>獨特東方文化 2016 亞洲廣告周東京首辦</u>	葉閔宏
	一則廣告大家看	112	<u>新光三越展現社會關懷 不一樣的媽媽 一樣無私的愛</u>	葉閔宏		
	2016 龍璽廣告	117	<u>2016 龍璽創意獎賞析會 幽默、公益創意最吸睛！</u>	張維仁		
	賞析會					
	2016LIA 賞析會	122	<u>2016 倫敦國際廣告獎 品牌從「心」出發</u>	曾郁涵		
<b>業界風雲</b>						
	產業發展·	125		編輯部		
	客戶動態					
	創意人多變化	128		編輯部		



<p>484 期 (2016.08)</p>	<p>超強品牌互動：社群、直播、VR 不容小覷</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="799 150 1048 183"><b>創新觀點</b></td> <td data-bbox="1048 150 1254 183">編者的話</td> <td data-bbox="1254 150 1321 183">11</td> <td data-bbox="1321 150 1971 183"><u>在接觸目標對象越來越難的時代 品牌有什麼好方法？</u></td> <td data-bbox="1971 150 2067 183">王彩雲</td> </tr> <tr> <td></td> <td>動腦為公益</td> <td>12</td> <td><u>找回台灣的地平線</u></td> <td>謝冠雄</td> </tr> <tr> <td></td> <td>職場觀點</td> <td>14</td> <td><u>年輕人把握問策問題的時機</u></td> <td>丁菱娟</td> </tr> <tr> <td data-bbox="799 288 1048 322"><b>行銷風向球</b></td> <td data-bbox="1048 322 1254 355">行銷小教室 8</td> <td data-bbox="1254 322 1321 355">16</td> <td data-bbox="1321 322 1971 355"><u>品牌經營者也可能成為品牌殺手</u></td> <td data-bbox="1971 322 2067 355">婁山觀</td> </tr> <tr> <td></td> <td>趨勢話題</td> <td>20</td> <td><u>晉級新聞</u></td> <td>那福忠</td> </tr> <tr> <td></td> <td>廣告風雲</td> <td>24</td> <td><u>團結的力量 超乎想像！</u></td> <td>賴東明</td> </tr> <tr> <td data-bbox="799 427 1048 461"><b>Cover Story</b></td> <td data-bbox="1048 427 1254 461">社群行動</td> <td data-bbox="1254 427 1321 461">30</td> <td data-bbox="1321 427 1971 461"><u>超強品牌互動 社群、直播、VR 不容小覷</u></td> <td data-bbox="1971 427 2067 461">葉閔宏</td> </tr> <tr> <td></td> <td>即時直播</td> <td>40</td> <td><u>社群平台新霸主 品牌如何操作 Instagram？</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>串流影音</td> <td>46</td> <td><u>全民瘋直播 不可忽視的網紅影響力</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>虛擬體驗</td> <td>50</td> <td><u>打擊盜版、發展內容 線上影音平台爭霸戰</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>超萌圖像</td> <td>56</td> <td><u>掌握 VR/AR 創意行銷貼近顧客心</u></td> <td>朱灼文</td> </tr> <tr> <td></td> <td>動人故事</td> <td>62</td> <td><u>放膽玩創意 emoji、貼圖走入你我生活</u></td> <td>葉閔宏</td> </tr> <tr> <td data-bbox="799 671 1048 705"><b>Special Report</b></td> <td data-bbox="1048 671 1254 705">市場報告</td> <td data-bbox="1254 671 1321 705">67</td> <td data-bbox="1321 671 1971 705"><u>如何用好內容 提升品牌價值？</u></td> <td data-bbox="1971 671 2067 705">龐惠潔</td> </tr> <tr> <td></td> <td>動腦嚴選</td> <td>70</td> <td><u>在數位化的時代 行動家外產業如何發揮最大效益？</u></td> <td>曾郁涵</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>78</td> <td><u>2016 行動、家外服務公司大調查</u></td> <td>編輯部</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>84</td> <td><u>2016 台灣行動、家外十大精彩案例</u></td> <td>曾郁涵</td> </tr> <tr> <td data-bbox="799 777 1048 810"><b>創意藍海</b></td> <td data-bbox="1048 810 1254 844">風雲人物</td> <td data-bbox="1254 810 1321 844">90</td> <td data-bbox="1321 810 1971 844"><u>鄭夙雅：如果不試，永遠不知道自己極限在哪</u></td> <td data-bbox="1971 810 2067 844">葉閔宏</td> </tr> <tr> <td></td> <td>一則廣告大家看</td> <td>96</td> <td><u>落建 不只理男人髮 也理男人心</u></td> <td>邱品瑜</td> </tr> <tr> <td></td> <td>直擊日本電通</td> <td>102</td> <td><u>挑戰和改革 電通撐起日本一片天</u></td> <td>葉閔宏</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2016 坎城國際 創意節</td> <td>110</td> <td><u>謝謝創意讓世界更美好！</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td></td> <td>創意下鄉</td> <td>114</td> <td><u>2016 宜蘭創意論壇 舊城   新想像</u></td> <td>張維仁、葉閔宏</td> </tr> <tr> <td></td> <td>第 23 屆金句獎</td> <td>120</td> <td><u>2016 金句獎頒獎典禮 共享光榮時刻！</u></td> <td>張維仁</td> </tr> <tr> <td data-bbox="799 1054 1048 1088"><b>業界風雲</b></td> <td data-bbox="1048 1088 1254 1121">產業發展·</td> <td data-bbox="1254 1088 1321 1121">125</td> <td></td> <td data-bbox="1971 1088 2067 1121">編輯部</td> </tr> <tr> <td></td> <td>客戶動態</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>創意人多變化</td> <td>129</td> <td></td> <td>編輯部</td> </tr> </table>	<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>在接觸目標對象越來越難的時代 品牌有什麼好方法？</u>	王彩雲		動腦為公益	12	<u>找回台灣的地平線</u>	謝冠雄		職場觀點	14	<u>年輕人把握問策問題的時機</u>	丁菱娟	<b>行銷風向球</b>	行銷小教室 8	16	<u>品牌經營者也可能成為品牌殺手</u>	婁山觀		趨勢話題	20	<u>晉級新聞</u>	那福忠		廣告風雲	24	<u>團結的力量 超乎想像！</u>	賴東明	<b>Cover Story</b>	社群行動	30	<u>超強品牌互動 社群、直播、VR 不容小覷</u>	葉閔宏		即時直播	40	<u>社群平台新霸主 品牌如何操作 Instagram？</u>	張維仁		串流影音	46	<u>全民瘋直播 不可忽視的網紅影響力</u>	張維仁		虛擬體驗	50	<u>打擊盜版、發展內容 線上影音平台爭霸戰</u>	張維仁		超萌圖像	56	<u>掌握 VR/AR 創意行銷貼近顧客心</u>	朱灼文		動人故事	62	<u>放膽玩創意 emoji、貼圖走入你我生活</u>	葉閔宏	<b>Special Report</b>	市場報告	67	<u>如何用好內容 提升品牌價值？</u>	龐惠潔		動腦嚴選	70	<u>在數位化的時代 行動家外產業如何發揮最大效益？</u>	曾郁涵			78	<u>2016 行動、家外服務公司大調查</u>	編輯部			84	<u>2016 台灣行動、家外十大精彩案例</u>	曾郁涵	<b>創意藍海</b>	風雲人物	90	<u>鄭夙雅：如果不試，永遠不知道自己極限在哪</u>	葉閔宏		一則廣告大家看	96	<u>落建 不只理男人髮 也理男人心</u>	邱品瑜		直擊日本電通	102	<u>挑戰和改革 電通撐起日本一片天</u>	葉閔宏		2016 坎城國際 創意節	110	<u>謝謝創意讓世界更美好！</u>	張維仁		創意下鄉	114	<u>2016 宜蘭創意論壇 舊城   新想像</u>	張維仁、葉閔宏		第 23 屆金句獎	120	<u>2016 金句獎頒獎典禮 共享光榮時刻！</u>	張維仁	<b>業界風雲</b>	產業發展·	125		編輯部		客戶動態					創意人多變化	129		編輯部
<b>創新觀點</b>	編者的話	11	<u>在接觸目標對象越來越難的時代 品牌有什麼好方法？</u>	王彩雲																																																																																																																											
	動腦為公益	12	<u>找回台灣的地平線</u>	謝冠雄																																																																																																																											
	職場觀點	14	<u>年輕人把握問策問題的時機</u>	丁菱娟																																																																																																																											
<b>行銷風向球</b>	行銷小教室 8	16	<u>品牌經營者也可能成為品牌殺手</u>	婁山觀																																																																																																																											
	趨勢話題	20	<u>晉級新聞</u>	那福忠																																																																																																																											
	廣告風雲	24	<u>團結的力量 超乎想像！</u>	賴東明																																																																																																																											
<b>Cover Story</b>	社群行動	30	<u>超強品牌互動 社群、直播、VR 不容小覷</u>	葉閔宏																																																																																																																											
	即時直播	40	<u>社群平台新霸主 品牌如何操作 Instagram？</u>	張維仁																																																																																																																											
	串流影音	46	<u>全民瘋直播 不可忽視的網紅影響力</u>	張維仁																																																																																																																											
	虛擬體驗	50	<u>打擊盜版、發展內容 線上影音平台爭霸戰</u>	張維仁																																																																																																																											
	超萌圖像	56	<u>掌握 VR/AR 創意行銷貼近顧客心</u>	朱灼文																																																																																																																											
	動人故事	62	<u>放膽玩創意 emoji、貼圖走入你我生活</u>	葉閔宏																																																																																																																											
<b>Special Report</b>	市場報告	67	<u>如何用好內容 提升品牌價值？</u>	龐惠潔																																																																																																																											
	動腦嚴選	70	<u>在數位化的時代 行動家外產業如何發揮最大效益？</u>	曾郁涵																																																																																																																											
		78	<u>2016 行動、家外服務公司大調查</u>	編輯部																																																																																																																											
		84	<u>2016 台灣行動、家外十大精彩案例</u>	曾郁涵																																																																																																																											
<b>創意藍海</b>	風雲人物	90	<u>鄭夙雅：如果不試，永遠不知道自己極限在哪</u>	葉閔宏																																																																																																																											
	一則廣告大家看	96	<u>落建 不只理男人髮 也理男人心</u>	邱品瑜																																																																																																																											
	直擊日本電通	102	<u>挑戰和改革 電通撐起日本一片天</u>	葉閔宏																																																																																																																											
	2016 坎城國際 創意節	110	<u>謝謝創意讓世界更美好！</u>	張維仁																																																																																																																											
	創意下鄉	114	<u>2016 宜蘭創意論壇 舊城   新想像</u>	張維仁、葉閔宏																																																																																																																											
	第 23 屆金句獎	120	<u>2016 金句獎頒獎典禮 共享光榮時刻！</u>	張維仁																																																																																																																											
<b>業界風雲</b>	產業發展·	125		編輯部																																																																																																																											
	客戶動態																																																																																																																														
	創意人多變化	129		編輯部																																																																																																																											

<p>485 期 (2016.09)</p>	<p>衝爆轉換率 不可不學的粉絲經濟</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="797 150 1030 183"><b>創新觀點</b></td> <td data-bbox="1030 183 1232 319"> <p>編者的話 11 動腦為公益 12 職場觀點 14 生活美學 16</p> </td> <td data-bbox="1232 183 1971 319"> <p><u>粉絲威力 不容小覷</u> <u>轉型正義, 從婦女薪酬開始</u> <u>請帶一個觀點進客戶會議室</u> <u>創新與「自我感覺良好」的關係</u></p> </td> <td data-bbox="1971 183 2069 319"> <p>王彩雲 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 319 1030 352"><b>行銷風向球</b></td> <td data-bbox="1030 352 1232 526"> <p>行銷小教室 9 18 日本流行快報 20 長青企業 28 每月精采品牌 34 廣告風雲 39</p> </td> <td data-bbox="1232 352 1971 526"> <p><u>消費者真正要買的商品是?</u> <u>廢柴系產品 超療癒登場!</u> <u>BONCURRY 咖哩深植人心的秘密</u> <u>顛覆規則, 挑戰世界 台灣之星逆境中突破重圍</u> <u>人生要多彩! 廣告也繽紛!</u></p> </td> <td data-bbox="1971 352 2069 526"> <p>婁山觀 翟南 吳恬儀 曾郁涵 賴東明</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 526 1030 560"><b>Cover Story</b></td> <td data-bbox="1030 560 1232 734"> <p>串流影音 53 共創品牌 60 電商平台 68 群眾集資 74 日本精髓 79</p> </td> <td data-bbox="1232 526 1971 734"> <p><u>衝爆轉換率 不可不學的粉絲經濟</u> <u>以內容為核心 強化粉絲經濟</u> <u>創意無限 粉絲共創新商機</u> <u>轉向粉絲經濟 電商不打價格戰</u> <u>創意的幕後推手 台灣集資平台的下一步?</u></p> </td> <td data-bbox="1971 526 2069 734"> <p>張維仁 曾郁涵 朱灼文 曾郁涵 張維仁</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 734 1030 767"><b>Special Report</b></td> <td data-bbox="1030 767 1232 845"> <p>市場報告 90 動腦嚴選 94</p> </td> <td data-bbox="1232 734 1971 845"> <p><u>永續經營 環保意識綠化台灣會展產業</u> <u>2016 台灣會展公司大調查</u> <u>2016 台灣年度 5 大會展案例</u></p> </td> <td data-bbox="1971 734 2069 845"> <p>龐惠潔 葉閔宏 編輯部 葉閔宏</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 845 1030 879"><b>創意藍海</b></td> <td data-bbox="1030 879 1232 912"> <p>人物：時勢造英雄 104</p> </td> <td data-bbox="1232 879 1971 912"> <p><u>劉文硯：數位行銷只有 20%是科技, 80%來自消費者洞察</u></p> </td> <td data-bbox="1971 879 2069 912"> <p>邱品瑜</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 912 1030 946"><b>英雄造時勢</b></td> <td data-bbox="1030 946 1232 979"> <p>2016 紐約廣告節 111</p> </td> <td data-bbox="1232 946 1971 979"> <p><u>2016 紐約廣告節 「金」喜創意講不完</u></p> </td> <td data-bbox="1971 946 2069 979"> <p>張維仁</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 979 1030 1013"><b>一則廣告大家看</b></td> <td data-bbox="1030 979 1232 1013"> <p>116</p> </td> <td data-bbox="1232 979 1971 1013"> <p><u>肌樂《告白》的背後 有什麼精準的品牌策略?</u></p> </td> <td data-bbox="1971 979 2069 1013"> <p>邱品瑜</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 1013 1030 1046"><b>2016 傑出設計公司</b></td> <td data-bbox="1030 1013 1232 1046"> <p>120</p> </td> <td data-bbox="1232 1013 1971 1046"> <p><u>注入創意 設計與廣告主的跨界交流</u></p> </td> <td data-bbox="1971 1013 2069 1046"> <p>曾郁涵</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 1046 1030 1080"><b>業界風雲</b></td> <td data-bbox="1030 1080 1232 1114"> <p>產業發展·客戶動態 124</p> </td> <td data-bbox="1232 1080 1971 1114"> <p></p> </td> <td data-bbox="1971 1080 2069 1114"> <p>編輯部</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 1114 1030 1147"></td> <td data-bbox="1030 1114 1232 1147"> <p>創意人多變化 128</p> </td> <td data-bbox="1232 1114 1971 1147"> <p></p> </td> <td data-bbox="1971 1114 2069 1147"> <p>編輯部</p> </td> </tr> </table>	<b>創新觀點</b>	<p>編者的話 11 動腦為公益 12 職場觀點 14 生活美學 16</p>	<p><u>粉絲威力 不容小覷</u> <u>轉型正義, 從婦女薪酬開始</u> <u>請帶一個觀點進客戶會議室</u> <u>創新與「自我感覺良好」的關係</u></p>	<p>王彩雲 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p>	<b>行銷風向球</b>	<p>行銷小教室 9 18 日本流行快報 20 長青企業 28 每月精采品牌 34 廣告風雲 39</p>	<p><u>消費者真正要買的商品是?</u> <u>廢柴系產品 超療癒登場!</u> <u>BONCURRY 咖哩深植人心的秘密</u> <u>顛覆規則, 挑戰世界 台灣之星逆境中突破重圍</u> <u>人生要多彩! 廣告也繽紛!</u></p>	<p>婁山觀 翟南 吳恬儀 曾郁涵 賴東明</p>	<b>Cover Story</b>	<p>串流影音 53 共創品牌 60 電商平台 68 群眾集資 74 日本精髓 79</p>	<p><u>衝爆轉換率 不可不學的粉絲經濟</u> <u>以內容為核心 強化粉絲經濟</u> <u>創意無限 粉絲共創新商機</u> <u>轉向粉絲經濟 電商不打價格戰</u> <u>創意的幕後推手 台灣集資平台的下一步?</u></p>	<p>張維仁 曾郁涵 朱灼文 曾郁涵 張維仁</p>	<b>Special Report</b>	<p>市場報告 90 動腦嚴選 94</p>	<p><u>永續經營 環保意識綠化台灣會展產業</u> <u>2016 台灣會展公司大調查</u> <u>2016 台灣年度 5 大會展案例</u></p>	<p>龐惠潔 葉閔宏 編輯部 葉閔宏</p>	<b>創意藍海</b>	<p>人物：時勢造英雄 104</p>	<p><u>劉文硯：數位行銷只有 20%是科技, 80%來自消費者洞察</u></p>	<p>邱品瑜</p>	<b>英雄造時勢</b>	<p>2016 紐約廣告節 111</p>	<p><u>2016 紐約廣告節 「金」喜創意講不完</u></p>	<p>張維仁</p>	<b>一則廣告大家看</b>	<p>116</p>	<p><u>肌樂《告白》的背後 有什麼精準的品牌策略?</u></p>	<p>邱品瑜</p>	<b>2016 傑出設計公司</b>	<p>120</p>	<p><u>注入創意 設計與廣告主的跨界交流</u></p>	<p>曾郁涵</p>	<b>業界風雲</b>	<p>產業發展·客戶動態 124</p>	<p></p>	<p>編輯部</p>		<p>創意人多變化 128</p>	<p></p>	<p>編輯部</p>
<b>創新觀點</b>	<p>編者的話 11 動腦為公益 12 職場觀點 14 生活美學 16</p>	<p><u>粉絲威力 不容小覷</u> <u>轉型正義, 從婦女薪酬開始</u> <u>請帶一個觀點進客戶會議室</u> <u>創新與「自我感覺良好」的關係</u></p>	<p>王彩雲 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p>																																							
<b>行銷風向球</b>	<p>行銷小教室 9 18 日本流行快報 20 長青企業 28 每月精采品牌 34 廣告風雲 39</p>	<p><u>消費者真正要買的商品是?</u> <u>廢柴系產品 超療癒登場!</u> <u>BONCURRY 咖哩深植人心的秘密</u> <u>顛覆規則, 挑戰世界 台灣之星逆境中突破重圍</u> <u>人生要多彩! 廣告也繽紛!</u></p>	<p>婁山觀 翟南 吳恬儀 曾郁涵 賴東明</p>																																							
<b>Cover Story</b>	<p>串流影音 53 共創品牌 60 電商平台 68 群眾集資 74 日本精髓 79</p>	<p><u>衝爆轉換率 不可不學的粉絲經濟</u> <u>以內容為核心 強化粉絲經濟</u> <u>創意無限 粉絲共創新商機</u> <u>轉向粉絲經濟 電商不打價格戰</u> <u>創意的幕後推手 台灣集資平台的下一步?</u></p>	<p>張維仁 曾郁涵 朱灼文 曾郁涵 張維仁</p>																																							
<b>Special Report</b>	<p>市場報告 90 動腦嚴選 94</p>	<p><u>永續經營 環保意識綠化台灣會展產業</u> <u>2016 台灣會展公司大調查</u> <u>2016 台灣年度 5 大會展案例</u></p>	<p>龐惠潔 葉閔宏 編輯部 葉閔宏</p>																																							
<b>創意藍海</b>	<p>人物：時勢造英雄 104</p>	<p><u>劉文硯：數位行銷只有 20%是科技, 80%來自消費者洞察</u></p>	<p>邱品瑜</p>																																							
<b>英雄造時勢</b>	<p>2016 紐約廣告節 111</p>	<p><u>2016 紐約廣告節 「金」喜創意講不完</u></p>	<p>張維仁</p>																																							
<b>一則廣告大家看</b>	<p>116</p>	<p><u>肌樂《告白》的背後 有什麼精準的品牌策略?</u></p>	<p>邱品瑜</p>																																							
<b>2016 傑出設計公司</b>	<p>120</p>	<p><u>注入創意 設計與廣告主的跨界交流</u></p>	<p>曾郁涵</p>																																							
<b>業界風雲</b>	<p>產業發展·客戶動態 124</p>	<p></p>	<p>編輯部</p>																																							
	<p>創意人多變化 128</p>	<p></p>	<p>編輯部</p>																																							

486 期  (2016.10)	品牌好 YOUNG：與未來顧客對話的 5 大秘訣	<b>創新觀點</b>	編者的話	13	<u>品牌老化時你怎麼辦？</u>	王彩雲	
			動腦為公益	14	<u>「蘋果」被咬了一小口？</u>	謝冠雄	
			職場觀點	16	<u>換位置當然要換腦袋</u>	丁菱娟	
			生活美學	18	<u>「與時俱進，自求多福」創新不斷</u>	楊勝雄	
		<b>行銷風向球</b>					
			行銷小教室	10	20	<u>不要把廣告當作救贖</u>	婁山觀
			每月精采品牌	24	24	<u>洞察台灣高齡化 納智捷福祉車讓愛無礙</u>	葉閔宏
			廣告風雲	32	32	<u>愜意的夏天廣告</u>	賴東明
		<b>Cover Story</b>					
			創新服務	48	38	<u>品牌好 YOUNG 與未來顧客對話的 5 大秘訣</u>	曾郁涵
			廣告策略	56	48	<u>省時、高效率 創新服務滿足年輕需求</u>	葉閔宏
			數位行銷	64	56	<u>擘劃將來 5 大廣告策略親近未來顧客</u>	葉閔宏
			日本精髓	70	64	<u>跟上年輕人的腳步 與數位原生世代的對話</u>	曾郁涵
			歐美經典	73	70	<u>老瓶裝新酒 老品牌回春術</u>	龐惠潔
		<b>Special Report</b>					
			市場報告	102	73	<u>創客精神 如何大玩創意翻轉世界？</u>	朱灼文
			動腦嚴選	110	78	<u>如虎添翼還是黯然收場？數位混血的公關新時代</u>	張維仁
		<b>創意藍海</b>					
			一則廣告大家看	116	102	<u>2016 台灣公關公司大調查</u>	編輯部
			風雲人物	120	110	<u>2016 台灣十大公關案例</u>	羊敏丹
<b>業界風雲</b>							
	產業動態	127	116	<u>茶裏王 秒語如珠觸動上班族的心</u>	邱品瑜		
	創意人多變化	130	120	<u>游明仁：要做，就做到沒有遺憾！</u>	葉閔宏		

<p>487 期 (2016.11)</p>	<p>通路行銷再進化：無店鋪經營之道</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="797 150 1048 188"><b>創新觀點</b></td> <td data-bbox="1048 188 1232 323"> <p>編者的話 13 動腦為公益 14 職場觀點 16 生活美學 18</p> </td> <td data-bbox="1232 188 1966 323"> <p><u>無店鋪行銷的妙創意</u> <u>從繳稅，看那個企業「愛台灣」？</u> <u>忙，但請不要瞎忙</u> <u>有「問題」才有「創意」</u></p> </td> <td data-bbox="1966 188 2067 323"> <p>王彩雲 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 323 1048 362"><b>行銷風向球</b></td> <td data-bbox="1048 362 1232 497"> <p>行銷小教室 11 20 日本流行快報 26 每月精采品牌 34 廣告風雲 40</p> </td> <td data-bbox="1232 362 1966 497"> <p><u>富士山頂的拉麵店</u> <u>創意商品 讓生活充滿想像！</u> <u>突破經營框架 讓全家 1+1&gt;2 的革新關鍵</u> <u>超越自己的廣告</u></p> </td> <td data-bbox="1966 362 2067 497"> <p>婁山觀 翟南 葉閔宏 賴東明</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 497 1048 536"><b>Cover Story</b></td> <td data-bbox="1048 536 1232 703"> <p>行動商務 52 跨境市場 58 日本精髓 64 零售之爭 70 創意廣告 81</p> </td> <td data-bbox="1232 536 1966 703"> <p><u>通路行銷再進化：無店鋪經營之道</u> <u>交易彈指間 解析滑世代的商業行為</u> <u>虛擬通路全球化 佈局跨境停看聽</u> <u>主動出擊 日本無店鋪的創新經營</u> <u>講究方便、快速 美國電商全面啟動</u></p> </td> <td data-bbox="1966 536 2067 703"> <p>葉閔宏 吳同鳳 葉閔宏 龐惠潔 朱灼文</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 703 1048 742"><b>Special Report</b></td> <td data-bbox="1048 742 1232 809"> <p>市場報告 94 動腦嚴選 102</p> </td> <td data-bbox="1232 742 1966 809"> <p><u>5 大吸睛策略 迎戰百家爭鳴的電商時代</u> <u>跟上數位潮流 市場研究再進化</u> <u>2016 台灣市調、Big Data 公司大調查</u> <u>五大精彩案例 結合數據應用 為品牌達成行銷目標</u></p> </td> <td data-bbox="1966 742 2067 809"> <p>吳同鳳 曾郁涵 編輯部 曾郁涵</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 809 1048 847"><b>創意藍海</b></td> <td data-bbox="1048 847 1232 914"> <p>人物：時勢造英雄 120 英雄造時勢</p> </td> <td data-bbox="1232 847 1966 914"> <p><u>張敏君：借助雲端數據，做好 micro CRM</u></p> </td> <td data-bbox="1966 847 2067 914"> <p>葉閔宏</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 914 1048 1016"><b>業界風雲</b></td> <td data-bbox="1048 914 1232 1016"> <p>2016 CODE Award 114 釜山廣告節 120 韓國考察團 126</p> </td> <td data-bbox="1232 914 1966 1016"> <p><u>2016 日本 CODE Award 數位體驗創意大賞</u> <u>突破創意 AD STARS 釜山國際廣告節</u> <u>4th Creative Party 豐富南韓電影視覺張力</u></p> </td> <td data-bbox="1966 914 2067 1016"> <p>曾郁涵 陳麟 陳麟</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 1016 1048 1054"></td> <td data-bbox="1048 1054 1232 1155"> <p>產業發展· 130 客戶動態 創意人多變化 136</p> </td> <td data-bbox="1232 1054 1966 1155"></td> <td data-bbox="1966 1054 2067 1155"> <p>編輯部 編輯部</p> </td> </tr> </table>	<b>創新觀點</b>	<p>編者的話 13 動腦為公益 14 職場觀點 16 生活美學 18</p>	<p><u>無店鋪行銷的妙創意</u> <u>從繳稅，看那個企業「愛台灣」？</u> <u>忙，但請不要瞎忙</u> <u>有「問題」才有「創意」</u></p>	<p>王彩雲 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p>	<b>行銷風向球</b>	<p>行銷小教室 11 20 日本流行快報 26 每月精采品牌 34 廣告風雲 40</p>	<p><u>富士山頂的拉麵店</u> <u>創意商品 讓生活充滿想像！</u> <u>突破經營框架 讓全家 1+1&gt;2 的革新關鍵</u> <u>超越自己的廣告</u></p>	<p>婁山觀 翟南 葉閔宏 賴東明</p>	<b>Cover Story</b>	<p>行動商務 52 跨境市場 58 日本精髓 64 零售之爭 70 創意廣告 81</p>	<p><u>通路行銷再進化：無店鋪經營之道</u> <u>交易彈指間 解析滑世代的商業行為</u> <u>虛擬通路全球化 佈局跨境停看聽</u> <u>主動出擊 日本無店鋪的創新經營</u> <u>講究方便、快速 美國電商全面啟動</u></p>	<p>葉閔宏 吳同鳳 葉閔宏 龐惠潔 朱灼文</p>	<b>Special Report</b>	<p>市場報告 94 動腦嚴選 102</p>	<p><u>5 大吸睛策略 迎戰百家爭鳴的電商時代</u> <u>跟上數位潮流 市場研究再進化</u> <u>2016 台灣市調、Big Data 公司大調查</u> <u>五大精彩案例 結合數據應用 為品牌達成行銷目標</u></p>	<p>吳同鳳 曾郁涵 編輯部 曾郁涵</p>	<b>創意藍海</b>	<p>人物：時勢造英雄 120 英雄造時勢</p>	<p><u>張敏君：借助雲端數據，做好 micro CRM</u></p>	<p>葉閔宏</p>	<b>業界風雲</b>	<p>2016 CODE Award 114 釜山廣告節 120 韓國考察團 126</p>	<p><u>2016 日本 CODE Award 數位體驗創意大賞</u> <u>突破創意 AD STARS 釜山國際廣告節</u> <u>4th Creative Party 豐富南韓電影視覺張力</u></p>	<p>曾郁涵 陳麟 陳麟</p>		<p>產業發展· 130 客戶動態 創意人多變化 136</p>		<p>編輯部 編輯部</p>
<b>創新觀點</b>	<p>編者的話 13 動腦為公益 14 職場觀點 16 生活美學 18</p>	<p><u>無店鋪行銷的妙創意</u> <u>從繳稅，看那個企業「愛台灣」？</u> <u>忙，但請不要瞎忙</u> <u>有「問題」才有「創意」</u></p>	<p>王彩雲 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p>																											
<b>行銷風向球</b>	<p>行銷小教室 11 20 日本流行快報 26 每月精采品牌 34 廣告風雲 40</p>	<p><u>富士山頂的拉麵店</u> <u>創意商品 讓生活充滿想像！</u> <u>突破經營框架 讓全家 1+1&gt;2 的革新關鍵</u> <u>超越自己的廣告</u></p>	<p>婁山觀 翟南 葉閔宏 賴東明</p>																											
<b>Cover Story</b>	<p>行動商務 52 跨境市場 58 日本精髓 64 零售之爭 70 創意廣告 81</p>	<p><u>通路行銷再進化：無店鋪經營之道</u> <u>交易彈指間 解析滑世代的商業行為</u> <u>虛擬通路全球化 佈局跨境停看聽</u> <u>主動出擊 日本無店鋪的創新經營</u> <u>講究方便、快速 美國電商全面啟動</u></p>	<p>葉閔宏 吳同鳳 葉閔宏 龐惠潔 朱灼文</p>																											
<b>Special Report</b>	<p>市場報告 94 動腦嚴選 102</p>	<p><u>5 大吸睛策略 迎戰百家爭鳴的電商時代</u> <u>跟上數位潮流 市場研究再進化</u> <u>2016 台灣市調、Big Data 公司大調查</u> <u>五大精彩案例 結合數據應用 為品牌達成行銷目標</u></p>	<p>吳同鳳 曾郁涵 編輯部 曾郁涵</p>																											
<b>創意藍海</b>	<p>人物：時勢造英雄 120 英雄造時勢</p>	<p><u>張敏君：借助雲端數據，做好 micro CRM</u></p>	<p>葉閔宏</p>																											
<b>業界風雲</b>	<p>2016 CODE Award 114 釜山廣告節 120 韓國考察團 126</p>	<p><u>2016 日本 CODE Award 數位體驗創意大賞</u> <u>突破創意 AD STARS 釜山國際廣告節</u> <u>4th Creative Party 豐富南韓電影視覺張力</u></p>	<p>曾郁涵 陳麟 陳麟</p>																											
	<p>產業發展· 130 客戶動態 創意人多變化 136</p>		<p>編輯部 編輯部</p>																											

<p>488 期 (2016.12)</p>	<p>行動商務-銷售模式再升級</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="797 150 1048 357"><b>創新觀點</b></td> <td data-bbox="1048 150 1301 357"> <p>編者的話 13 動腦觀點 14 動腦為公益 16 職場觀點 18 生活美學 20</p> </td> <td data-bbox="1301 150 1973 357"> <p><u>同業也能結盟創商機</u> <u>翻轉產業的產業</u> <u>美國大選「錯」的離譜？</u> <u>不想被管就先管好自己</u> <u>創意為賺錢之本</u></p> </td> <td data-bbox="1973 150 2069 357"> <p>王彩雲 吳進生 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 357 1048 564"><b>行銷風向球</b></td> <td data-bbox="1048 357 1301 564"> <p>行銷小教室 12 22 日本流行快報 28 每月精采品牌 37 廣告風雲 44 品牌行銷 48</p> </td> <td data-bbox="1301 357 1973 564"> <p><u>實體與線上的通路大戰</u> <u>日本秋冬超有創意服飾大賞！</u> <u>創新、貼心、公益 華歌爾蟬聯品牌第一的行銷秘訣</u> <u>廣告推銷商品兼推人品 賴東明</u></p> </td> <td data-bbox="1973 357 2069 564"> <p>婁山觀 翟南 吳同鳳</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 564 1048 772"><b>Cover Story</b></td> <td data-bbox="1048 564 1301 772"> <p>52 跨越產業 60 跨螢敘事 70 跨國合作 77 跨界廣告 86 跨境文化 94</p> </td> <td data-bbox="1301 564 1973 772"> <p><u>突破舊框架 健康、醫療行銷如何洞察人心？</u> <u>跨界應用新思維 混血行銷正當道</u> <u>產業合作新勢力 老酒新喝法 滋味更迷人</u> <u>影音型態千變萬化 重點仍是「內容為王」</u> <u>跨國找商機 品牌結盟沒有國界！</u> <u>「跨」出關鍵 4 步 廣告行銷無往不利</u> <u>混血全世界！日本企業聰明在地化妙招</u></p> </td> <td data-bbox="1973 564 2069 772"> <p>邱品瑜 吳同鳳 葉閔宏 吳同鳳 朱灼文 葉閔宏 龐惠潔</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 772 1048 979"><b>創意藍海</b></td> <td data-bbox="1048 772 1301 979"> <p>2016 Creative Liaison 100 設計之旅 106 人物：時勢造英雄 120 英雄造時勢</p> </td> <td data-bbox="1301 772 1973 979"> <p><u>如何想出好創意？</u> <u>守住一世紀的私密時光 Capella Hotel, Singapore</u> <u>陳宣宇：走得荊棘，只要有「好夥伴」還是到得了終點</u></p> </td> <td data-bbox="1973 772 2069 979"> <p>程惠群 丁一 葉閔宏</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="797 979 1048 1150"><b>業界風雲</b></td> <td data-bbox="1048 979 1301 1150"> <p>鉅型經濟犯罪 120 產業發展·客戶動態 創意人多變化 129</p> </td> <td data-bbox="1301 979 1973 1150"> <p><u>翻轉台灣的起點 台大探討鉅型經濟犯罪</u></p> </td> <td data-bbox="1973 979 2069 1150"> <p>馬小蘭 編輯部 編輯部</p> </td> </tr> </table>	<b>創新觀點</b>	<p>編者的話 13 動腦觀點 14 動腦為公益 16 職場觀點 18 生活美學 20</p>	<p><u>同業也能結盟創商機</u> <u>翻轉產業的產業</u> <u>美國大選「錯」的離譜？</u> <u>不想被管就先管好自己</u> <u>創意為賺錢之本</u></p>	<p>王彩雲 吳進生 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p>	<b>行銷風向球</b>	<p>行銷小教室 12 22 日本流行快報 28 每月精采品牌 37 廣告風雲 44 品牌行銷 48</p>	<p><u>實體與線上的通路大戰</u> <u>日本秋冬超有創意服飾大賞！</u> <u>創新、貼心、公益 華歌爾蟬聯品牌第一的行銷秘訣</u> <u>廣告推銷商品兼推人品 賴東明</u></p>	<p>婁山觀 翟南 吳同鳳</p>	<b>Cover Story</b>	<p>52 跨越產業 60 跨螢敘事 70 跨國合作 77 跨界廣告 86 跨境文化 94</p>	<p><u>突破舊框架 健康、醫療行銷如何洞察人心？</u> <u>跨界應用新思維 混血行銷正當道</u> <u>產業合作新勢力 老酒新喝法 滋味更迷人</u> <u>影音型態千變萬化 重點仍是「內容為王」</u> <u>跨國找商機 品牌結盟沒有國界！</u> <u>「跨」出關鍵 4 步 廣告行銷無往不利</u> <u>混血全世界！日本企業聰明在地化妙招</u></p>	<p>邱品瑜 吳同鳳 葉閔宏 吳同鳳 朱灼文 葉閔宏 龐惠潔</p>	<b>創意藍海</b>	<p>2016 Creative Liaison 100 設計之旅 106 人物：時勢造英雄 120 英雄造時勢</p>	<p><u>如何想出好創意？</u> <u>守住一世紀的私密時光 Capella Hotel, Singapore</u> <u>陳宣宇：走得荊棘，只要有「好夥伴」還是到得了終點</u></p>	<p>程惠群 丁一 葉閔宏</p>	<b>業界風雲</b>	<p>鉅型經濟犯罪 120 產業發展·客戶動態 創意人多變化 129</p>	<p><u>翻轉台灣的起點 台大探討鉅型經濟犯罪</u></p>	<p>馬小蘭 編輯部 編輯部</p>
<b>創新觀點</b>	<p>編者的話 13 動腦觀點 14 動腦為公益 16 職場觀點 18 生活美學 20</p>	<p><u>同業也能結盟創商機</u> <u>翻轉產業的產業</u> <u>美國大選「錯」的離譜？</u> <u>不想被管就先管好自己</u> <u>創意為賺錢之本</u></p>	<p>王彩雲 吳進生 謝冠雄 丁菱娟 楊勝雄</p>																			
<b>行銷風向球</b>	<p>行銷小教室 12 22 日本流行快報 28 每月精采品牌 37 廣告風雲 44 品牌行銷 48</p>	<p><u>實體與線上的通路大戰</u> <u>日本秋冬超有創意服飾大賞！</u> <u>創新、貼心、公益 華歌爾蟬聯品牌第一的行銷秘訣</u> <u>廣告推銷商品兼推人品 賴東明</u></p>	<p>婁山觀 翟南 吳同鳳</p>																			
<b>Cover Story</b>	<p>52 跨越產業 60 跨螢敘事 70 跨國合作 77 跨界廣告 86 跨境文化 94</p>	<p><u>突破舊框架 健康、醫療行銷如何洞察人心？</u> <u>跨界應用新思維 混血行銷正當道</u> <u>產業合作新勢力 老酒新喝法 滋味更迷人</u> <u>影音型態千變萬化 重點仍是「內容為王」</u> <u>跨國找商機 品牌結盟沒有國界！</u> <u>「跨」出關鍵 4 步 廣告行銷無往不利</u> <u>混血全世界！日本企業聰明在地化妙招</u></p>	<p>邱品瑜 吳同鳳 葉閔宏 吳同鳳 朱灼文 葉閔宏 龐惠潔</p>																			
<b>創意藍海</b>	<p>2016 Creative Liaison 100 設計之旅 106 人物：時勢造英雄 120 英雄造時勢</p>	<p><u>如何想出好創意？</u> <u>守住一世紀的私密時光 Capella Hotel, Singapore</u> <u>陳宣宇：走得荊棘，只要有「好夥伴」還是到得了終點</u></p>	<p>程惠群 丁一 葉閔宏</p>																			
<b>業界風雲</b>	<p>鉅型經濟犯罪 120 產業發展·客戶動態 創意人多變化 129</p>	<p><u>翻轉台灣的起點 台大探討鉅型經濟犯罪</u></p>	<p>馬小蘭 編輯部 編輯部</p>																			

刊物名稱：《廣告 Adm》

出版者：滾石文化股份有限公司

地址：台北市光復南路 290 巷 1 號 6 樓之 1

電話：(02)2721-6121

期刊號	主題	主要內容
293 期 (2016.01-02)	2016 廣告事件表 Calendar	<p>編輯人語 台灣廣告人的支力點(第 12 頁)</p> <p>紀念榮譽發行人(第 16 頁)</p> <p>老師·謝謝您!(第 16 頁)</p> <p>讓廣告 hyper 起來(第 18 頁)</p> <p>台灣：廣告的沃土(第 20 頁)</p> <p><b>Yahoo 奇摩行銷專欄 創意靈感資料庫 快來插畫家基地走一遭(第 24 頁)</b></p> <p><b>報導(第 26 頁)</b></p> <p>雪苧廣告的廣告經營之道(第 26 頁)</p> <p>虛實無縫滲透！社群全境擴散(第 28 頁)</p> <p>影視音樂平台 開啟數位廣告可能性(第 32 頁)</p> <p>大數據洞察消費者下一步行動(第 34 頁)</p> <p>奧美廣告的創意策略哲學(第 35 頁)</p> <p>有妳真好·謝謝!(第 41 頁)</p> <p>從 Made in 到 MiND in(第 42 頁)</p> <p>體驗·讓消費者身歷其境(第 44 頁)</p> <p>時報廣告菁英在長沙留下了哪些足跡?(第 46 頁)</p> <p>肯定廣告人共同付出的美好「時光」(第 48 頁)</p> <p><b>特別報導 2015 Yahoo Big Idea Chair 北亞區創意大獎(下)(第 49 頁)</b></p> <p>熟悉商品與版位特性 締造銷售佳績(第 49 頁)</p> <p>雪碧清涼購物車 創意內容強化消費者互動(第 50 頁)</p> <p>YARIS 玩超大的豐富多媒體 抓住網友眼球(第 51 頁)</p> <p>活用版位特性 有效詮釋電影精髓(第 52 頁)</p>

		<p>掌握星座議題 創造人際話題(第 53 頁)</p> <p>以武俠精神突顯品牌價值 串連線上線下全方位交流(第 54 頁)</p> <p>以行動廣告把消費者帶進門市(第 55 頁)</p> <p>用消費者熟悉的角色 創造溝通機會(第 56 頁)</p> <p>打動人心的內容 吸引消費者點閱(第 57 頁)</p> <p>開啟指示用藥數位行銷新頁(第 58 頁)</p> <p><b>特別企畫 2016 Adm Calendar 廣告事件表(第 59 頁)</b></p> <p>2016 Adm Calendar 廣告事件表(第 60 頁)</p> <p>一個翻轉學習的平台(第 62 頁)</p> <p>榮耀台灣廣告的創意價值(第 63 頁)</p> <p>創意與科技的國際盛會(第 64 頁)</p> <p>Social Next ! (第 65 頁)</p> <p>見證華人廣告的轉變(第 66 頁)</p> <p>以「實效」論英雄 ! (第 67 頁)</p> <p><b>數位行銷 大數據的迷思及應用方向(第 68 頁)</b></p> <p><b>創意火花 從數位科技概念到真實互動體驗(第 70 頁)</b></p> <p><b>傳播圈(第 74 頁)</b></p> <p>唐心慧獲年度傑出廣告代理經營人(第 74 頁)</p> <p>台灣 MEC 媒體庫橫掃國內外各大獎項(第 75 頁)</p> <p>蔡秀麗獲傑出數位行銷公司經營者金獎(第 75 頁)</p> <p>貝立德提供世新大學公廣系清寒獎學金(第 76 頁)</p> <p>宏盟媒體集團聖誕節散布暖愛(第 77 頁)</p> <p>ADK 聯旭廣告奪龍璽創意獎全場大獎(第 77 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 78 頁)</b></p> <p>2015 年 11 月指標商品有效廣告量(第 78 頁)</p> <p>2015 年 11 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 79 頁)</p>
--	--	---

<p>294 期 (2016.03)</p>	<p>數位行銷產業價值鏈</p>	<p><b>編輯人語 繁花盛開的數位行銷產業(第 10 頁)</b> <b>專欄(第 12 頁)</b> 你真的聽懂使用者的意思了嗎?(第 12 頁) 你應該反思為什麼講不好自己的故事(第 14 頁) <b>DigiAsia 專欄 手遊社群力·就是不斷創新革命(第 16 頁)</b> <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 節慶行銷考驗創意 插畫新意引領潮流(第 20 頁)</b> <b>報導(第 22 頁)</b> 選對媒體增強商品說服力(第 22 頁) ADK 尋找殺手級創意(第 23 頁) 創異數位輕騎悍將強大後勤(第 24 頁) 禾米數位用廣告思維做數位(第 25 頁) 創宇數位明白客戶要的是效果(第 26 頁) 新眺創意實驗室結合科技產生創意(第 27 頁) 解密網路中的行銷基因(第 28 頁) 群邑發起關懷失智症行動(第 31 頁) 多巴胺的社群讀心術(第 32 頁) 歡度 40 歲生日的本土廣告傳播集團(第 34 頁) 讓全民沉迷於打怪、解謎、轉珠的遊戲行銷術(第 36 頁) <b>Netflix 衝擊!(第 38 頁)</b> 數位媒體下的行銷策略(第 42 頁) <b>特別企畫 數位行銷產業價值鏈(第 45 頁)</b> 過去、現在與未來(第 46 頁) 數位行銷產業價值鏈(第 48 頁) 數位行銷產業價值鏈名詞定義(第 50 頁) 整合資源·創新數位行銷服務(第 58 頁) 行銷產業的數位軍火商(第 60 頁) 建立台灣數位媒體共識與存在感(第 62 頁) <b>數位行銷(第 64 頁)</b> 如何用 VR 說故事(第 64 頁) 因應企業危機數位化的「二不」「三要」(第 66 頁)</p>
----------------------------	------------------	--



		<p>創意火花 比商業提案更重要的人生提案(第 68 頁)</p> <p>傳播圈(第 72 頁)</p> <p>台灣奧美宣布 2016 重大人事升遷(第 72 頁)</p> <p>陳慶煒加入 CatchPlay 擔任亞太區行銷長(第 73 頁)</p> <p>黃逸甫蟬聯 IAA 國際廣告協會理事長(第 73 頁)</p> <p>先勢行銷傳播集團禮聘陳榮明擔任資深營業顧問(第 74 頁)</p> <p>廣告量總覽(第 76 頁)</p> <p>2015 年 12 月指標商品有效廣告量(第 76 頁)</p> <p>2015 年 12 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 77 頁)</p> <p>2016 年 1 月指標商品有效廣告量(第 78 頁)</p> <p>2016 年 1 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 79 頁)</p>
--	--	---

<p>295 期 (2016.04)</p>	<p>2015 台灣地區 行銷 10 大個案</p>	<p><b>編輯人語 動機・堅持・與善意(第 10 頁)</b> <b>專欄(第 12 頁)</b> 你為誰設計?(第 12 頁) 行銷新重心：內容行銷(第 14 頁) 打動人們內心世界的・永遠是情懷・而不是價格(第 16 頁) <b>DigiAsia 專欄 讓音樂自然觸動社群裡每個神經(第 18 頁)</b> <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 Pantone 色號也可以是插畫主題?(第 20 頁)</b> <b>全球數位行銷觀點(第 24 頁)</b> 相中行動廣告發展・獵豹移動第一座亞太廣告銷售中心落腳在台灣(第 24 頁) 爆紅對嘴 App 又來了・但這次是反過來讓明星跟著你對嘴演出(第 25 頁) 右滑 Yes・左滑 No・電商 APP 成交量提高 3 倍(第 26 頁) 2016 資安頭號敵人：勒索軟體橫行・等到發現就太晚了(第 27 頁) 亞馬遜拓 Amazon Payments・串連電商建店服務從根打造支付生態系(第 27 頁) 「最後一個 Windows」新版 Win10 在開發者大會上的亮點整理(第 29 頁) <b>報導(第 30 頁)</b> 我是大衛創造長榮航空官網銷售翻 3 倍奇蹟(第 30 頁) 經緯廣告科技告訴你「跨」媒體管理平台的無限可能(第 32 頁) 體驗活動 讓消費者主動貼近品牌(第 34 頁) 歐米爾量身打造品牌 LIFESTYLE(第 36 頁) 李景宏：接受職務・享受權力・承擔責任(第 38 頁) TAAA 計畫跨界合作 提升產業發展(第 40 頁) 人人都「吃得下」的創意配方(第 42 頁) 分類消費群提供最適內容(第 44 頁) 艾奇獎 ( ECI Awards ) 表彰產業數位化創新價值(第 45 頁) 蔡英文：新政府將協助數位產業開創新機(第 46 頁) <b>特別企畫 2015 年台灣地區 10 大行銷個案(第 47 頁)</b> 江蕙的「祝福」 真實的感動(第 50 頁) 《我的少女時代》 全球票房 24 億的行銷術(第 52 頁) 《康熙來了》最後一夜 盛世下的華麗謝幕(第 54 頁) 「小小鼓手」用幸福、鼓舞的力量創造漣漪(第 56 頁)</p>
----------------------------	----------------------------	---

		<p>《秘密花園》會聚著色迷 開啟全台著色風潮(第 58 頁)</p> <p>JUSTFONT 金萱體創造募資奇蹟(第 60 頁)</p> <p>時代力量政黨品牌打造術(第 62 頁)</p> <p>Gogoro 用創新改變世界(第 64 頁)</p> <p>全聯打造悠活經濟美學(第 66 頁)</p> <p>好酒沉「麵」底(第 68 頁)</p> <p><b>數位行銷 從行動裝置看數位行銷的現在與未來(第 70 頁)</b></p> <p><b>創意火花 光溜溜追靈感 彭浩翔御用配樂李拾壹(第 72 頁)</b></p> <p><b>傳播圈(第 76 頁)</b></p> <p>程懷昌 5 月份轉任達揚控股集團執行長(第 76 頁)</p> <p>TAAA 理監事改選 鄧博文當選新任理事長(第 76 頁)</p> <p>Appier 創辦人游直翰獲選世界經濟論壇「全球青年領袖」(第 76 頁)</p> <p>安布思沛台灣擊鼓歡慶 4 週年(第 77 頁)</p> <p><b>安吉斯影音筆記 新電視時代來臨(第 80 頁)</b></p> <p><b>廣告量總覽(第 81 頁)</b></p> <p>2016 年 2 月指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p>2016 年 2 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 82 頁)</p>
--	--	--

<p>296 期 (2016.05)</p>	<p>2015 台灣地區 廣告數字</p>	<p>編輯人語 握在消費者掌心的機會(第 10 頁) 專欄(第 12 頁) Growth Hack(第 12 頁) 忘記祖訓是王老吉最大的失策(第 14 頁) 從數字看行銷的未來(第 16 頁) 行銷變數裡的網路酸民與政治(第 18 頁) <b>DigiAsia 專欄 踏越 9,000 公里的救命計畫 台灣舊鞋重啟非洲新生(第 20 頁)</b> <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 5 個訣竅讓原生廣告更精彩(第 22 頁)</b> <b>報導(第 24 頁)</b> 數位行銷進化首部曲 程序化購買與神秘大數據(第 24 頁) Cheil 以 Ideas that Move 創造品牌共鳴(第 26 頁) 直立式影音廣告 大幅提升影片觀看比例(第 30 頁) 第三波企業軟體改革浪潮(第 31 頁) 崔中鼎：「態度」是所有事的原點(第 32 頁) 黃麗燕：別把自己當「廣告」人(第 34 頁) 內行人看程序化購買門 流量品質與受眾分析！(第 36 頁) 為影音廣告添加魔法：程序化影音廣告(第 38 頁) 日本清涼商務運動 用創意說服人民(第 40 頁) 「數位·觸動」開啟你的創意大門(第 41 頁) 行動為先 未來由我們來創造(第 44 頁) VR 商業應用與市場發展(第 45 頁) 品牌大轉型：葡萄王的奮力與膽識(第 46 頁) 消費者躍升主動分享方 扭轉數位行銷思維(第 48 頁) <b>特別企畫 2015 台灣地區廣告數字(第 50 頁)</b> 逐閱聽行為而遷 台灣廣告量開始位移(第 50 頁) 2015 年行動廣告量 115.4%居冠(第 52 頁) 2015 現象數字(第 58 頁) 代理商主要客戶與得獎名單(第 62 頁) <b>數位行銷 為你的團隊注入更多 UX 視野曹(第 68 頁)</b> <b>創意火花 「Saihu」打造智力型共享經濟平台(第 70 頁)</b></p>
----------------------------	-----------------------	---

		<p><b>傳播圈(第 74 頁)</b></p> <p>劉廣和重回靈智老東家 任副總暨執行創意總監(第 74 頁)</p> <p>前康迅旅行社總經理謝莒方 4 月起加入 adGiz(第 75 頁)</p> <p>IAA 青年協會獨家贊助蔡明亮新北市拍片計畫(第 75 頁)</p> <p>游明仁代表台灣擔任坎城國際創意節 Direct Lions 評審(第 76 頁)</p> <p>Advertising Week Asia 將首度在日本東京舉辦(第 76 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 80 頁)</b></p> <p>2016 年 3 月指標商品有效廣告量(第 80 頁)</p> <p>2016 年 3 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p>安吉斯影音筆記 有價值的目標對象(第 82 頁)</p>
--	--	---

<p>297 期 (2016.06)</p>	<p>J.Walter Thompson Taipei</p>	<p><b>編輯人語 熱情的廣告人(第 12 頁)</b> <b>專欄(第 14 頁)</b> 廣告進化(第 14 頁) 超出你認知的內容行銷(第 16 頁) 最小的同花順也會凶猛無比(第 18 頁) <b>DigiAsia 專欄 科學精神玩社群行銷 駕馭數據而非被奴役(第 20 頁)</b> <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 如何贏得在數位世界裡一心多用者的心?(第 22 頁)</b> <b>全球數位行銷觀點(第 24 頁)</b> Facebook 產品總監：放棄做網站吧，「網路平台化」才是未來！(第 24 頁) 新科技替盲人打造「藝術之眼」紐約盲人體驗公司推出可觸摸的藝術品(第 25 頁) 「慢性病管理」市場潛力巨大，印度創業家顛覆傳統處方藥產業(第 29 頁) <b>報導(第 30 頁)</b> 數位行銷進化二部曲 讓成效翻倍成長的關鍵(第 30 頁) 歐米爾用社群打造品牌力(第 32 頁) 雪苧廣告 立足台灣 佈局大中華 放眼全球(第 34 頁) 層層把關 嚴密監控 顛覆網路廣告成效標準(第 36 頁) 莫忘初衷 與時俱進 MAA 理事長盧炳勳的存在論(第 38 頁) 靈智以《記憶的紅氣球》橫掃中國金瞳 9 大獎項(第 40 頁) 陶淑真的成功心法(第 42 頁) 我們最近在找人 你有推薦的人嗎?(第 44 頁) 深夜寫給品牌內容的情書(第 46 頁) 抓住消費者的最佳覓食點 《雲講堂》月聚會：不來梅麵包屑理論(第 48 頁) 奧美團隊攜手遠傳電信 贏得台灣首座「金鉛筆」(第 50 頁) 2016 THE ONE SHOW 大中華區獲得 1 金 4 銀 3 銅(第 52 頁) <b>特別企畫 2015 臺灣地區風雲廣告代理商 - 智威湯遜(第 53 頁)</b> 「價值創造」 智威湯遜追求卓越使命(第 54 頁) 亞太區智威湯遜來信(第 56 頁) 全腦開發 整合性思考的智威人(第 58 頁) 智威人的想像、體驗與傳承(第 60 頁) 廣告客戶看智威湯遜(第 62 頁)</p>
----------------------------	---------------------------------	---

		<p>智威湯遜 2015 年得獎記錄(第 64 頁)</p> <p><b>數位行銷 在數位世界裡尋找真實的世界(第 66 頁)</b></p> <p><b>創意火花 穿梭百年時光 從廣告探見日治商業創意(第 68 頁)</b></p> <p><b>傳播圈(第 74 頁)</b></p> <p>ADK 獲 AMES 亞洲實效營銷與策略獎與澳洲 AWARD 廣告獎肯定(第 74 頁)</p> <p>靈智廣告連獲瑞士 Montreux、中國金瞳大獎(第 75 頁)</p> <p>台灣奧美榮獲全球廣告創意最高榮譽 ONE SHOW 金獎(第 75 頁)</p> <p>電通國華 55 周年慶 登北市第一高峰(第 75 頁)</p> <p>「美麗之島 創業天堂」 國際新創團隊來台共創商機(第 78 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 80 頁)</b></p> <p>2016 年 04 月指標商品有效廣告量(第 80 頁)</p> <p>2016 年 04 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p><b>電通安吉斯影音筆記 廣告有看·到了沒?(第 82 頁)</b></p>
--	--	--

<p>298 期 (2016.07)</p>	<p>2015 年台灣地區風雲媒體代理商—貝立德</p>	<p><b>編輯人語 金獅來了(第 12 頁)</b> <b>專欄(第 14 頁)</b> 問對問題 解法就來了(第 14 頁) 情懷和夢想是最容易擊穿人類心智的品牌武器(第 16 頁) 破壞還是創新? 談新金融的數位競爭思維(第 18 頁) <b>DigiAsia 專欄 募資社群的行銷放大術(第 20 頁)</b> <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 從 Yahoo 每月好廣告獎看廣告創意的新發展(第 22 頁)</b> <b>報導(第 26 頁)</b> 數位行銷進化三部曲 原生廣告再創數位廣告新浪潮(第 26 頁) 下一波數位行銷 從改變戰鬥隊形開始(第 28 頁) ADK TAIWAN 攜手統一麵 奪得坎城金獅銀獅大獎(第 30 頁) 驅動數據 回歸於人!(第 36 頁) 直擊日本數位環境 借鏡臺灣發展契機(第 38 頁) 微軟以 262 億美元收購 LinkedIn(第 40 頁) MAXUS 邁勢媒體成立台北辦公室(第 41 頁) 表彰數位商業創新 艾奇獎得獎名單出爐(第 44 頁) <b>特別報導(第 32 頁)</b> 點獅成金! 創意人最渴望的坎城金獅(第 32 頁) 第 26 屆《4A 創意獎》- 誠真創意(第 42 頁) TIDAF 台北國際數位廣告節 - 數位·觸動(第 45 頁) <b>特別企畫 2015 台灣地區風雲媒體代理商 - 貝立德(第 55 頁)</b> 順勢創新 洞悉數位 貝立德超越格局的秘技(第 56 頁) 夠前瞻才能漂亮轉型 為傳統媒體轉出新價值(第 58 頁) 獨門利器 CSS 強化數位溝通力道(第 59 頁) 策略性創新打造 全面數位化(第 60 頁) 2015 貝立德得獎紀錄(第 63 頁) <b>數位行銷(第 64 頁)</b> 十年前十年後 程序化購買成數位新主流?(第 64 頁) 「Programmatic 廣告」真的是萬能的嗎?(第 66 頁) <b>創意火花 港式廣告懶人秘笈 - 《廣告懶人包》(第 68 頁)</b></p>
----------------------------	------------------------------	--



		<p><b>傳播圈(第 74 頁)</b></p> <p>麥肯台灣宣佈兩項高層晉升任命(第 74 頁)</p> <p>福斯集團媒體廣告預算將委由奇宏策略媒體 ( PHD ) 服務(第 75 頁)</p> <p>電通國華英文名稱更名為 Dentsu One(第 75 頁)</p> <p>不來梅與夢之怪物啟動 POWER AGENCY GROUP 計畫(第 77 頁)</p> <p>安索帕台灣知更鳥實習生招募 首創 180 秒車內直播面試(第 78 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 80 頁)</b></p> <p>2016 年 05 月指標商品有效廣告量(第 80 頁)</p> <p>2016 年 05 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p>電通安吉斯影音筆記 鎖定「人」的廣告投放(第 82 頁)</p>
--	--	---

<p>299 期 (2016.08)</p>	<p>2015 台灣地區風雲媒體代理商 —米蘭營銷策劃</p>	<p><b>編輯人語 用熱情孵化的溫熱創意深植人心(第 12 頁)</b>  <b>專欄(第 16 頁)</b>      洞察先還是技術先?(第 16 頁)      既然沒有人喜歡看廣告 企業為什麼還要做廣告?(第 18 頁)      被忽略的數位行銷基礎 新型態網頁建置(第 20 頁)  <b>DigiAsia 專欄 玩轉社群互動 觸發電商品牌力(第 22 頁)</b>  <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 一張 13 萬的坎城創意節門票 值得嗎?(第 24 頁)</b>  <b>全球數位行銷觀點(第 26 頁)</b>      IBM 用資料分析為導盲犬訓練帶來新革命(第 26 頁)      Uber 投資 150 億台幣開發更好用的地圖導航(第 27 頁)      YouTube 內容識別系統捍衛創作者權利(第 29 頁)      史上第一個獲准上月亮的私人公司 Moon Express(第 30 頁)      史上最神秘公司 MagicLeap 要發 VR 設備!(第 32 頁)  <b>報導(第 34 頁)</b>      博仕達台灣攜手格蘭菲迪 榮獲台灣首座 OAA 銀獎(第 34 頁)      第 26 屆《4A 創意獎》 以創意邁向經典(第 36 頁)      誠真創意 淬煉價值(第 38 頁)      中華民國國際行銷傳播經理人協會 MCEI 歡慶 25 週年(第 40 頁)      不只是程序化購買!用 DSP&amp;DMP 創造商業價值(第 42 頁)      黑客松數據應用競賽 創新商業服務模式(第 44 頁)  <b>特別企畫 2015 年台灣地區風雲數位代理商 - 米蘭營銷策劃(第 45 頁)</b>  <b>數位行銷 眼見為憑耳聞更好 來場聽覺的沉浸體驗(第 58 頁)</b>  <b>創意火花(第 60 頁)</b>      叁式大絕招!用體驗美學與科技集氣(第 60 頁)      釀酒師宋培弘的 24 節氣啤酒(第 66 頁)  <b>傳播圈(第 72 頁)</b>      電通安吉斯集團收購 WIS 匯智數位媒體(第 72 頁)      傳立媒體任命趙紹綺出任台灣董事總經理(第 72 頁)      先勢行銷傳播集團納入 KHL 旗下揚叡集團(第 75 頁)      台灣麥肯數位榮獲 2016 艾奇獎全台唯一金獎(第 76 頁)</p>
----------------------------	-------------------------------------	---

		<p>博仕達榮獲台灣首座 OAA 家外廣告獎國際組銀獎(第 77 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 80 頁)</b></p> <p>2016 年 6 月指標商品有效廣告量(第 80 頁)</p> <p>2016 年 6 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p>安吉斯影音筆記 M 型化的數位影音效果(第 82 頁)</p>
--	--	--

<p>300 期 (2016.09)</p>	<p>數位亞洲大會(DigiAsia)議程出爐!</p>	<p><b>編輯人語 300 期 我們和臺灣廣告人站在一起(第 10 頁)</b> <b>DigiAsia 專欄(第 12 頁)</b> 沉與慢的美酒哲學 台酒生技的品牌之路(第 12 頁) 《數位亞洲大會 ( DigiAsia ) 》議程出爐 ! (第 14 頁) Come listen to stories ! 講故事的高手現在全員到齊 ! (第 18 頁) <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 即時行銷搶攻影音新市場 你的品牌想過可以這樣做嗎(第 22 頁)</b> <b>報導(第 24 頁)</b> 電通國華 iNSIGHT Lab 「新先勢報告」出爐(第 24 頁) 台日聯手 促動台灣原生廣告市場更趨成熟(第 26 頁) 直播時代來臨 Yahoo 奇摩力拼差異化(第 29 頁) 歐米爾的品牌讀心術(第 30 頁) Google 台灣洞察消費者 首度定義「精享族」(第 31 頁) 實踐 360 品牌管家精神 奧美廣告成立 ContentTable(第 32 頁) 《大中華區艾菲獎》初審台北評審會(第 34 頁) 真正看見數位廣告 ROI(第 36 頁) <b>特別企畫 《廣告雜誌》300 期(第 37 頁)</b> 《廣告雜誌》1~300 期特別企畫總覽(第 38 頁) 4A 廣告獎精選特輯(第 40 頁) 2007~2016 十大行銷個案精選(第 44 頁) 2007~2016 廣告量精選(第 50 頁) 201-300 期封面全輯(第 54 頁) <b>特別報導 《台北國際數位廣告節 TIDAF 全紀錄》(第 55 頁)</b> 遊走高科技到零科技的創意術(第 56 頁) 用洞察觸動你我的神經(第 58 頁) 洞察人類的第二天性 以新體驗重塑「習慣」(第 60 頁) 撼動冰山的 12 個創意秘訣(第 62 頁) 如何說出好故事? 內容行銷的製作秘訣(第 64 頁) 超越 ROI: 善用行動裝置獨到之處·創造真實數位體驗(第 66 頁) 數位脈絡中 四種 Touch 人們的路徑(第 68 頁) 從科技回歸原點: VR / 體驗 / 人(第 70 頁)</p>
----------------------------	------------------------------	--

		<p>激發創意 觸動人心 - 台北國際數位廣告節 ( TIDAF ) 與會學員心得(第 72 頁)</p> <p><b>數位行銷 IOT 不再遙不可及 ! (第 74 頁)</b></p> <p><b>傳播圈(第 76 頁)</b></p> <p>台灣宏盟媒體集點 再獲艾奇雙獎肯定(第 76 頁)</p> <p>不來梅成立數位知識團隊「 Bremen Knowledge Academy 」(第 77 頁)</p> <p>台灣奧美廣告 帶你看見蘭嶼垃圾困境(第 77 頁)</p> <p>IMPACT 2016 震撼台北(第 78 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 80 頁)</b></p> <p>2016 年 7 月指標商品有效廣告量(第 80 頁)</p> <p>2016 年 7 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p>安吉斯影音筆記 2016 年 07 月份 YouTube 品牌影片排行榜(第 82 頁)</p>
--	--	---

<p>301 期 (2016.10)</p>	<p>2016 4A 創意獎全紀錄</p>	<p>編輯人語 不畏風雨 始終堅守創意!(第 10 頁)  專欄 黃金交叉與黃金三角的 2016 年(第 12 頁)  DigiAsia 專欄 虛擬實境與社群的奇點碰撞(第 14 頁)  Yahoo 奇摩行銷專欄 從奧運盛事解析運動族群的數位生活(第 16 頁)  報導(第 18 頁)  讓系統智慧取代手工 創造高效率的數位廣告(第 18 頁)  永遠在數位的最前線 - 專訪 DMA 新任秘書長盧諭緯(第 21 頁)  ㄇㄛˊ 點子的「合一」哲學(第 22 頁)  科技考驗媒體 媒體創造時代(第 24 頁)  創意可以改變社會! 一場以幫助為名的社會運動(第 26 頁)  建立深度溝通管道 連結消費者觸發行動(第 28 頁)  數位行銷的決勝點(第 30 頁)  <b>特別企劃 2016《4A 創意獎》全紀錄(第 31 頁)</b>  運用創新思維 開啟廣告創意新價值(第 32 頁)  國際評審觀點(第 34 頁)  創意想去哪?(第 36 頁)  評審團最大獎 創意是種信仰(第 38 頁)  2016《4A 創意獎》得獎名單(第 41 頁)  2016《4A 創意獎》得獎作品(第 48 頁)  <b>特別報導 數位夢想家創新媒合大舞台(第 57 頁)</b>  Compose.ai - 用對話開啟新的經濟時代(第 58 頁)  瘋新聞 - 瘋狂世界的一股理性之聲(第 59 頁)  AR2VR - 學習的方法不只一種(第 60 頁)  Viscovery - 影像辨識技術的廣告應用(第 61 頁)  urMOJO 的簡單行銷計劃(第 62 頁)  Rocket Café - 經驗是火箭升空的動力(第 63 頁)  TenMax - 量身打造的閱讀建議(第 64 頁)  Edtech&amp;Live Alfstream - 雙向學習讓資源同步(第 65 頁)  FLiPER - 讓創作激盪出燦爛火花!(第 66 頁)  adGiz 的務實創新美學(第 67 頁)</p>
----------------------------	-----------------------	---

		<p>Shadoworks - 以科技開創學習多元性(第 68 頁)</p> <p>詰奇行銷 - 以 AR 技術儲存回憶(第 69 頁)</p> <p>科碼新媒體 - 多人共處虛擬實境(第 70 頁)</p> <p>awoo - 絕不出賣的核心價值是什麼?(第 71 頁)</p> <p>台灣吧 - 一起改變台灣教育吧!(第 72 頁)</p> <p>推手媒體 - 創造家外媒體效益極大值(第 73 頁)</p> <p><b>數位行銷 在數位世界裡尋找真實的世界(第 74 頁)</b></p> <p><b>傳播圈(第 76 頁)</b></p> <p>創集團再添新成員 創異公關展現獨特影響力(第 76 頁)</p> <p>KHL 達勝集團戰力備增米蘭營銷策劃加入揚叻集團(第 77 頁)</p> <p>Havas 全球品牌更新工程 靈智精實集團換新 logo(第 78 頁)</p> <p>Google 慶祝在台灣營運滿 10 週年(第 79 頁)</p> <p>DMA 發布 2016 年上半年數位廣告量調查(第 80 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 81 頁)</b></p> <p>2016 年 08 月指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p>2016 年 08 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 82 頁)</p>
--	--	---

<p>302 期 (2016.11)</p>	<p>社群媒體的下一步</p>	<p>編輯人語 沒有你們 就沒有 2016DigiAsia(第 10 頁) Yahoo 奇摩行銷專欄 Yahoo 公佈第三季好廣告獎 創意有感、效益極大為關鍵!(第 12 頁) 報導(第 16 頁) 創立媒體新規則 一同打造有趣的閱讀生態(第 16 頁) 分析數據深入調查 創新商業模式(第 19 頁) 全媒體企劃思維 執掌數位新時代(第 20 頁) 鞏固行銷之牆 巨人以「數據」進擊!(第 24 頁) 2016 ONE SHOW 中華創意獎得獎名單出爐(第 26 頁) 廣告本質永不熄滅(第 28 頁) 許益謙：廣告給我的遠比我付出的多(第 30 頁) 香港廣告創意殿堂 2016 金帆廣告大獎(第 32 頁) <b>特別企畫 2016 數位亞洲大會全紀錄 - 社群媒體的下一步 (第 35 頁)</b> 第二屆《數位亞洲大會 ( DigiAsia ) 》台北登場!(第 36 頁) 創新在數位世代是一種必須(第 38 頁) 社群時代需要人工智慧(第 39 頁) 迎數位 3 大挑戰 化社群為客群(第 40 頁) 未來數位不再只是媒體 而是環境(第 42 頁) 病毒行銷與用戶生成內容讓遊戲社群也瘋狂!(第 43 頁) 日本的 VR 風格與想像(第 44 頁) 善用組織內的超級英雄 讓創意源源不絕!(第 45 頁) 當消費者掌握溝通權力 讓品牌業績逆轉勝(第 46 頁) Panel Discussion - Social x Creative：社群行銷人：擁抱新技術、傾聽消費者、保持學習態度(第 47 頁) 社群與設計思考 共創非結構故事(第 50 頁) VR 創造未來創新的出口(第 52 頁) Live! 火熱直播放送中(第 53 頁) 雲端時代的新商業策略(第 54 頁) 第三波 AI 革命 重塑生活未來想像(第 55 頁) 沉浸式體驗才是王道(第 56 頁) Google 街景還不夠 要找到雜貨店架上的番茄(第 57 頁) 科技讓眼神溝通成為可能(第 58 頁)</p>
----------------------------	-----------------	---



		<p>AR 未來商機可能超越 VR ! (第 59 頁)</p> <p>Panel Discussion - Social Media x Technology : 先進入的不一定會贏 但會有更多的選擇及機會(第 60 頁)</p> <p>運用夥伴關係 改變社會(第 62 頁)</p> <p>社群思考創造企業內外轉型(第 63 頁)</p> <p>培育社群媒體 再創業績高峰(第 64 頁)</p> <p>社群 DNA 連接全世界(第 65 頁)</p> <p>DigiAsia 數位夢想家創新媒合大舞台 : 要想成為夢想家 數位給你無限可能(第 66 頁)</p> <p>以終生學習擁抱世界變化(第 70 頁)</p> <p>聚焦社群創意應用 DigiAsia 刺激產業交流(第 71 頁)</p> <p><b>數位行銷 智慧數據情感設計 為購屋者多想一點(第 74 頁)</b></p> <p><b>傳播圈(第 76 頁)</b></p> <p>邑策 ( Xaxis ) 旗下專業原生廣告邑兆 ( plista ) 進駐新加坡與臺灣(第 76 頁)</p> <p>聯廣傳播集團以每股 82 元登錄興櫃(第 77 頁)</p> <p>浩騰媒體代表台灣首獲紐約 D&amp;AD impact 大獎(第 77 頁)</p> <p>宏盟媒體集團成為美國麥當勞全方位創意服務夥伴(第 79 頁)</p> <p>尼爾森 : 第三季全球消費者信心指數反映全球經濟迴異力(第 80 頁)</p> <p><b>廣告量總覽(第 81 頁)</b></p> <p>2016 年 09 月指標商品有效廣告量(第 81 頁)</p> <p>2016 年 09 月前 20 大指標商品有效廣告量(第 82 頁)</p>
--	--	---

<p>303 期 (2016.12)</p>	<p>2017 Adm Calender 廣告事件表</p>	<p><b>編輯人語 感謝 2016 共同創造 2017(第 10 頁)</b>  <b>專欄(第 12 頁)</b>          展望 2017：原力覺醒(第 12 頁)          你的團隊需要一個會講故事的人(第 14 頁)  <b>Yahoo 奇摩行銷專欄 讓過時行銷人跳腳的 6 個 2017 數位趨勢！(第 16 頁)</b>  <b>全球數位行銷觀點(第 18 頁)</b>          Steam 如何打造年營收 1,100 億的誇張表現？(第 18 頁)          線上訂房平台 AsiaYo 獲 1 億台幣融資，拓展韓國、泰國市場(第 19 頁)          韓國創業力量：技術是我們的弱項，但我們有最精緻的內容(第 20 頁)          未來 30 年內，哪些行業的工作人員可能會被人工智慧取代？(第 21 頁)          用「腦袋」說話！科學家成功與植物人對話(第 22 頁)          超市推車機器人出現了，而且還能用 VR 讓它帶你逛超市！(第 23 頁)          「未來診所」用 AI 系統當醫生(第 24 頁)          可口可樂突然成立新聞編輯室意味著什麼？(第 25 頁)  <b>報導(第 26 頁)</b>  <b>特別報導 2016 Yahoo Big Idea Chair Awards 北亞區創意大獎 (上) (第 42 頁)</b>          數據佐以原味與趣味 開創網路廣告無限可能(第 42 頁)          2016 Yahoo Big Idea Chair Awards 北亞區創意大獎得獎名單(第 43 頁)          以直播節目做品牌溝通 用線下活動連接消費者(第 44 頁)          集中資源 奠定品牌資產(第 45 頁)          結合道地生活態度 跟 KKBOX 嗨唱台灣調調(第 46 頁)          在當地生活般的旅行體驗(第 47 頁)  <b>特別企畫 2017 Adm Calendar 廣告事件表(第 49 頁)</b>  <b>創意火花 走出 4A 創意鬼才蔡智翔玩出新人生(第 66 頁)</b>  <b>數位行銷 PPAP 與 Brand Content(第 72 頁)</b>  <b>傳播圈(第 74 頁)</b>          凱絡媒體宣布重要人事命令(第 74 頁)          范孝丹加入 BBDO 黃禾國際廣告擔任策略總監(第 74 頁)          KHL 達勝集團禮聘資深媒體人楊仁烽先生擔任特別顧問(第 75 頁)          MEC 台灣媒體庫再度橫掃國內外大獎(第 76 頁)</p>
----------------------------	--------------------------------	---

		台灣奧美廣告獲頒 2016 年度第三座 Agency of the Year(第 77 頁) DMA Agency Night 提升會員數位產業視野(第 78 頁) Google 公布台灣 2016 年度關鍵字搜尋排行榜(第 79 頁) <b>廣告量總覽(第 81 頁)</b> 2016 年 10 月指標商品有效廣告量(第 81 頁) 2016 年月前 20 大指標商品有效廣告量(第 82 頁)
--	--	--