

刊物名稱：《廣告學研究》

地址：台北市文山區指南路二段64號

出版者：國立政治大學廣告學系

電話：(02)2938-7176

期別：第41期(2014年1月出版)

作者	題目
楊意菁	企業公民新聞報導對公眾認知的影響：從企業形象與關係建立談起
楊奕源、姚惠忠	認知缺口與危機傳播：以企業竄改產品有效日期為例
方菁蓉、衛萬里	創意廣告擴散性與相關性之研究：以 WWF 野生動物保育廣告為例
谷玲玲	數位匯流時代的媒介政策：淺談《NCC 與媒介政策：公共利益、規管哲學與實務》

刊物名稱：《中國廣告學刊》

地址：台北市士林區陽明山華岡路 55 號

出版者：中國文化大學廣告系

電話：(02)2861-0511 分機 37305

期別：第19期(2014年3月出版)

作者	題目
----	----

王翔郁、吳冽宇	網站服務品質與使用者滿意度之研究：以獨立音樂網站 INDIEVOX 為例
羅雁紅、鍾宜珈	探討廣告主角對電視公益廣告效果之影響——以同理心為中介變項
潘家鑫	微電影行銷置人效果初探
中國文化大學廣告學系第十九屆臺灣廣告史研究小組	以誠信實踐廣告專業，以創新發展客戶價值：台灣電通股份有限公司張松哲總經理
中國文化大學廣告學系第十九屆臺灣廣告史研究小組	蘊涵正面能量，創造廣告無限美好：香港商臺灣智威湯遜廣告有限公司臺灣分公司鄧博文蓋事總經理
中國文化大學廣告學系第十九屆臺灣廣告史研究小組	君子不器，與實務界最親近的廣告教育家：國立政治大學廣告學系鄭自隆教授

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
453 期 (2014.01)	傾聽小眾告白 挖出新商機	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 小眾勢力崛起 王彩雲</p> <p>動腦為公益 可怕的看見 謝冠雄</p> <p>職場觀點 可以天真，但請認真 丁菱娟</p> <p>設計觀點 設計台灣的生活美學 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 北歐設計小物 如何席捲日本平價雜貨市場 蕭掬今</p> <p>小服務大提昇 創造商機的日本新點子 蕭掬今</p> <p>創意行銷 奇蹟行銷 節慶中的大亮點 楊至靜</p>

		<p>數位趨勢 印到紙上還沒完？ 互動印刷延長生命！ 那福忠</p> <p>流行快報 日本企業奇招盡出搶占人心！ 翟南</p> <p>行銷趨勢 搞怪、幽默 日本企業花招百出！ 龐惠潔</p> <p>品牌行銷 如何掌握 Z 世代行銷密碼？ 曹昌傑</p> <p>每月精采品牌 全聯 15 年成長 10 倍的關鍵！ 許惠捷</p> <p>Cover Story 傾聽小眾告白 挖出新商機 許惠捷</p> <p>專屬產品 抓緊小眾需求 引爆瘋狂搶購 洪郁真</p> <p>科技先鋒 創新技術 擄獲科技怪咖心 許惠捷</p> <p>小眾媒體 高校誌、Niceday 找對族群勇闖市場 郭彥劭</p> <p>獨門絕技 別再亂槍打鳥 專注小眾的品牌策略 洪郁真</p> <p>前車之鑑 品牌惹爭議 是福還是禍？ 郭彥劭</p> <p>Special Report 2014 全球 6 大行銷趨勢預測 邱品瑜</p> <p>日本暢銷 日本 6 大消費新趨勢 吳恬儀</p> <p>消失品牌 2014 即將下台一鞠躬的品牌？ 朱灼文</p> <p>2013 亞洲廣告會議 從 2013 AdAsia 看亞洲廣告新態勢 邱品瑜</p> <p>2013AdAsia 令蘇雄抓狂的 300 個日子 邱品瑜</p> <p>創意藍海</p> <p>2013 貢獻獎 行銷傳播人走過紅地毯的榮耀時刻！ 郭彥劭</p> <p>設計營商周 2013 設計營商周教品牌的 5 堂課 洪郁真</p> <p>業界風雲</p> <p>公關創意秀 議題發揮 打造精彩創意 編輯部</p> <p>網路創意焦點 聰明的溝通創意 編輯部</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p>
--	--	---

		創意人多變化 編輯部
454 期 (2014.02)	小草企業 4 大突圍生存之道	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 向小草企業致敬 王彩雲</p> <p>動腦為公益 預算零 創意無限大 謝冠雄</p> <p>職場觀點 壞牌也能玩出一手好牌 丁菱娟</p> <p>生活美學 整潔為「美感」之本 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 日本鐵路變身！開啟奢華鐵道旅遊新商機 蕭掬今</p> <p>日本房地產 如何因應奧運商機？ 蕭掬今</p> <p>日本流行語大賞「當然是現在，不是嗎？」爆紅 蕭掬今</p> <p>創意行銷 衛浴品牌要做生活品質的專家 楊至靜</p> <p>數位趨勢 明星記者出現！媒體發展新概念 那福忠</p> <p>媒體趨勢 2013：了解讀者行為的改變 那福忠</p> <p>流行快報 新奇商品 寒冬也吹不滅的創意魂！ 翟南</p> <p>創意考察 古今並存 價值來自於創新！ 賴東明</p> <p>每月精采品牌 賓士如何用「星夢想」彰顯品牌價值？ 郭彥劭</p> <p>TAA 大趨勢 從 2014 趨勢找商機 郭彥劭</p> <p>Cover Story 小草企業 4 大突圍生存之道 洪郁真</p> <p>金頭腦 解決消費者問題 小企業亮點子開拓大生意 郭彥劭</p> <p>酷絕技 專業無可取代！微型企業獨霸一方 朱灼文</p> <p>揪甘心 小山進、富士屋如何靠小貼心開拓大商機？ 吳恬儀</p>

		<p>妙體驗 訂製服裝 PO_I 為衣服染上故事色彩 洪郁真</p> <p>前車之鑑 嗆辣新星 Flowtab 為何失敗？ 郭彥劭</p> <p>跨界人才 行銷傳播產業 跨界新出路 洪郁真</p> <p>Special Report 實體的進擊！零售通路 4 大趨勢 許惠捷</p> <p>2014 台灣通路行銷服務公司大調查 編輯部</p> <p>2014 台灣（跨國）電子商務平台大調查 編輯部</p> <p>台灣年度吸睛通路創意 許惠捷</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看 New Mazda5 聰明定位 不被看見的守護力！ 邱品瑜</p> <p>新好男人 使車子更溫暖 林承宇</p> <p>拒絕價格戰！Mazda 5 出奇招 葉偉懿</p> <p>2013 時報華文廣告金像獎 創意愈簡單愈「金」喜！ 邱品瑜</p> <p>非關營利 無言的怒吼！如何用創意為動物發聲？ 邱品瑜</p> <p>業界風雲</p> <p>公關創意秀 公關如何用巧思為冷科技加溫？ 編輯部</p> <p>設計新主意 設計連結過去 穿越未來 編輯部</p> <p>網路創意焦點 精采互動好有趣 編輯部</p> <p>動腦新鮮事 公益創意 編輯部</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p> <p>創意人多變化 編輯部</p>
455 期 (2014.03)	精準 Z 世代關鍵報告 圖像 x 互動 x 社群	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 令人驚艷的 Z 世代 王彩雲</p>

		<p>媒體觀點 數位匯流和市場的連結與共創 陳清河</p> <p>職場觀點 冒險趁年輕 丁菱娟</p> <p>生活美學 馭繁為簡 生活自美 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 日本百貨物產展集客 火車站便當大會！ 蕭掬今 情人節 日本浪漫商品不只賣情人！ 蕭掬今</p> <p>品牌創新 如果拿掉品牌，妳還認得我嗎？ 米卡</p> <p>創意行銷 阿諾扮裝 鼓舞人心的健身教練 楊至靜</p> <p>內容創意 如何說好故事？湯姆克蘭西的筆下英雄 那福忠</p> <p>行銷趨勢 一封廣告信的教訓 那福忠</p> <p>流行快報 日本企業用創意為市場加溫？ 翟南</p> <p>創新思維 Belu 如何靠善念異軍突起？ 林珮芸</p> <p>創意考察 企業和品牌的新年新希望 2014 日本元旦廣告鼓舞人心 賴東明</p> <p>每月精采品牌 愛的人場券 台彩如何傳遞正面能量？ 洪郁真</p> <p>趨勢話題 2013 年台灣雜誌熱門封面故事 許惠捷</p> <p>Cover Story 精準 Z 世代關鍵報告 圖像 x 互動 x 社群 郭彥劭</p> <p>勁商品 產品加點料 最對 Z 世代口味 洪郁真</p> <p>Young 廣告 動之以情、威脅恐嚇 廣告直白最吸睛 許惠捷</p> <p>巧媒體 Z 世代媒體策略 清楚目的為優先 許惠捷</p> <p>迷代言 找對人 品牌和 Z 世代零距離 郭彥劭</p> <p>日本精髓 如何攏絡「省悟世代」的心？ 吳恬儀</p> <p>歐美經典 貼心科技 洞察 Z 世代需求 朱灼文</p>
--	--	---

		<p>Special Report 2013 台灣總廣告量微幅成長 4% 編輯部</p> <p>2013 台灣總廣告量 傳統媒體跌停 新興媒體高成長</p> <p>創意藍海</p> <p>設計之旅 凝固在多瑙河畔的典雅音符 丁一</p> <p>行銷恰恰 運動行銷 3 大關鍵問題 郭彥劭</p> <p>2014 傳播人新春團拜 2014 傳播界新春 瘋狂牛仔慶金馬！ 洪郁真</p> <p>業界風雲</p> <p>趨勢前線 公益用心 用創意造效益 編輯部</p> <p>設計新主義 台灣設計進軍國際 編輯部</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p> <p>創意人多變化 編輯部</p>
<p>456 期 (2014.04)</p>	<p>看透通路 商機直通口袋</p>	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 通路創意處處有驚喜 王彩雲</p> <p>動腦為公益 服貿協議，服？不服？ 謝冠雄</p> <p>職場觀點 讓人才自由流動 丁菱娟</p> <p>生活美學 雞湯塊，美不美？ 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 瘋種菜！日本企業如何創造農業新可能？ 蕭掬今</p> <p>日本 Yahoo 紀念 311 震災 溫馨向前行 楊至靜</p> <p>創意行銷 冰天雪地下的環境創意 楊至靜</p> <p>媒體趨勢 3D 印刷如何為傳統印刷注入新動能？ 那福忠</p>

		<p>創意考察 品牌如何走向世界級？ 賴東明</p> <p>2014 整合行銷高峰會 回歸人性 掌握多螢 品牌整合行銷達陣！ 郭彥劭</p> <p>Cover Story 看透通路 商機直通口袋 許惠捷</p> <p>精益求精 內容 x 行動 x 國際 美妝品牌決戰全通路！ 郭彥劭</p> <p>傳統反擊 結合虛實 燦坤開創零售新天地？ 郭彥劭</p> <p>妙體驗 處處有驚喜 虛實合一闖出好業績 許惠捷</p> <p>夯口碑 全家草莓冰淇淋爆紅 5 關鍵 許惠捷</p> <p>日本精髓 精準通路策略 在地特產打開商機大門 吳恬儀</p> <p>歐美經典 品牌全通路 抓住消費者的購物衝動！ 朱灼文</p> <p>Special Report 廣告代理商 脫離泥沼創新出擊 洪郁真</p> <p>Taiwan's Top Ad Agencies Creativity is the Key to Success Editor</p> <p>市場報告 2013 台灣綜合廣告代理商排行榜 洪郁真</p> <p>產業異動 台灣行銷傳播集團 強棒出擊 洪郁真</p> <p>20 大廣告主 2013 台灣 20 大廣告主 寶僑穩坐第一 邱品瑜</p> <p>動腦嚴選 2013 年台灣年度十大創意廣告 洪郁真</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看 阿瘦皮鞋 如何讓消費者變得了不起？ 人，需要更多肯定！ 邱品瑜</p> <p>人物：時勢創造英雄 英雄創造時勢 許益謙：在廣告產業要給自己想像力！ 郭彥劭</p> <p>行銷恰恰 紀錄片《看見台灣》如何賣出好成績？ 郭彥劭</p> <p>業界風雲</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p>
--	--	--

		創意人多變化 編輯部
457 期 (2014.05)	內容行銷 創造品牌故事的 7 大要領	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 感人的故事誰都喜歡 王彩雲</p> <p>動腦觀點 太陽花新世代——鬥智、鬥力、鬥勇、鬥勢 吳進生</p> <p>職場觀點 問題在競爭力 丁菱娟</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 日本圓圓美少女 雜誌挖出新商機！ 蕭掬今</p> <p>創意行銷 可口可樂 要大家小聲一點點啦！ 楊至靜</p> <p>創新策略 積點之外，App 會員卡還有更棒的商業模式 林之晨</p> <p>媒體趨勢 編輯想的和讀者要的大不同？ 那福忠</p> <p>每月精采品牌 東京著衣 如何拓展 20 億女性服飾商機？ 許惠捷</p> <p>熱門時事 從太陽花學運 看媒體內容競爭 楊至靜</p> <p>Cover Story 內容行銷 創造品牌故事 7 大要領 郭彥劭</p> <p>娛樂行銷 影視置入 品牌準備好了嗎？ 洪郁真</p> <p>品牌風潮 觸動情緒 爆紅影片完整解析 郭彥劭</p> <p>社群互動 結合網友創意 玩出品牌新內容！ 郭彥劭</p> <p>日本精髓 品牌故事說的好 銷售創佳績 吳恬儀</p> <p>歐美經典 品牌故事如何讓人又驚又喜？ 朱灼文</p> <p>前車之鑑 別踩紅線 內容行銷該避開哪些地雷？ 洪郁真</p> <p>Special Report 爬出泥淖 尋找媒體代理業的生存之道 許惠捷</p>

		<p>Top Media Agencies Taiwan's Media Agencies: Upgrade if You Are to Survive Editor</p> <p>市場報告 2013 台灣媒體代理商排行榜 編輯部 動腦嚴選 台灣年度 10 大精采媒體運用 許惠捷</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看 舒利視搭上時事 展現產品力 向日葵、香蕉 你答對了嗎？ 邱品瑜</p> <p>亞太廣告節 第 17 屆亞太廣告節 共創廣告新未來 洪郁真 2013 龍璽獎 解決問題的好創意！ 邱品瑜</p> <p>風雲人物 黃麗燕：追求小確幸，讓我們喪失做夢的能力！ 郭彥劭 行銷恰恰 電視台轉型 三立關鍵 3 招 郭彥劭</p> <p>業界風雲</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
458 期 (2014.06)	品牌蛻變新 5 力	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 品牌價值到底誰說了算？ 王彩雲 動腦觀點 「捷運殺人事件」的反思 吳進生 職場觀點 小公司不要找類高手 丁菱娟</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 增加消費稅 帶來日本行銷新商機？ 蕭掄今 創意行銷 Airbnb、Chiptle 如何只用小巧思 讓平凡變美景？ 楊至靜</p>

		<p>響應貓咪結紮 「大明星貓」大喊不是孩子的爹 楊至靜</p> <p>媒體觀察 脫穎而出的美國原生數位新聞媒體 那福忠</p> <p>時事剖析 合併自救 不如轉型求重生 POG 破局啟示錄 楊至靜</p> <p>流行快報 讓生活更美好的創意發明！ 翟南</p> <p>每月精采品牌 和百年品牌青箭交個朋友吧！ 洪郁真</p> <p>Cover Story 品牌蛻變新 5 力 洪郁真</p> <p>洞察力 看透目標族群渴望 4 大心法 許惠捷</p> <p>設計力 品牌微整形 Edelweiss 航空如何脫胎換骨？許惠捷</p> <p>創新力 品牌如何扭轉成見 大膽出擊 洪郁真</p> <p>數位力 品牌數位力 抓緊消費者每一刻零碎時間 朱灼文</p> <p>社群力 共感參與力量大 引爆品牌共鳴！ 吳恬儀</p> <p>前車之鑑 品牌犯什麼錯 品牌價值受損？ 許惠捷</p> <p>Special Report 掌握數位行銷趨勢 不改變就出局！ 郭彥劭</p> <p>產業調查 2014 年台灣數位行銷公司大調查 編輯部</p> <p>動腦嚴選 年度數位行銷 10 大案例 郭彥劭</p> <p>創意藍海</p> <p>34th 世界廣告大會 中國市場受矚目 數位創新決戰未來 郭彥劭</p> <p>一則廣告大家看 黑松好茶哉 嘴甘心甜的絕妙創意！</p> <p>洞察人心的品牌連結 邱品瑜</p> <p>2014 LIA 賞析會 簡單、有趣 好創意不用太複雜！ 邱品瑜</p> <p>行銷恰恰 插畫家出擊 品牌新旋風 郭彥劭</p> <p>Mobile Monday 行動時代下的代理商不「混」，就混不下去？ 許惠捷</p> <p>風雲人物 唐心慧：尊重，是贏來的！ 郭彥劭</p>
--	--	--

		<p>業界風雲</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>459 期 (2014.07)</p>	<p>節慶行銷戰略大解密查</p>	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 歡樂過節 歡喜購物 王彩雲 職場觀點 說服，不要操縱 丁菱娟 生活美學 為者常成 行者常至——時間的美感 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 黑髮潮流回來了！日本染髮市場有什麼變化？ 蕭掬今 創意行銷 擦手紙提供最新訊息？ Brain.com 數位趨勢 紐約時報的「創新報告」 那福忠 流行快報 夏日炎炎 日本創意商品滿天飛 翟南 每月精采品牌 4G 來了！ 如何迎向行銷新時代？ 郭彥劭 長青品牌 日本 300 年老舖如何抗老重生？ 吳恬儀</p> <p>2014 創意城市大調查 全台創意城市大集合 誰是第一名？ 邱品瑜、連冠寧</p> <p>Cover Story 節慶行銷戰略大解密 郭彥劭</p> <p>年度創意 品牌玩幽默 效益成倍翻 洪郁真 時氣商機 看透季節變化 品牌如何掌握市場先機？ 郭彥劭 傳統情感 節慶加上創意 3 大策略讓消費者驚喜連連 洪郁真 日本精髓 日本多元節慶 企業奇招擄人心 龐惠潔 歐美經典 情人節秀創意 動人行銷無往不利 朱灼文</p>

		<p>自創慶典 如何抓緊顧客心 引爆商機？ 洪郁真</p> <p>Special Report 品牌夢！中國市場？設計公司彈性接招 許惠捷</p> <p>設計產業 2014 台灣設計服務公司大調查 編輯部</p> <p>動腦嚴選 年度十大精采設計案例 許惠捷</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看 千山淨水 罰你喝水超萌登場！ 理性商品的感性訴求 邱品瑜</p> <p>風雲人物 楊淑鈴：只要相信，對的事就要去做！ 郭彥劭</p> <p>設計之旅 時間的奢華遊戲 The Augustine, Prague 丁一</p> <p>行銷恰恰 品牌結合娛樂 效益加倍 郭彥劭</p> <p>業界風雲</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p> <p>創意人多變化 編輯部</p>
460 期 (2014.08)	萌商機，強化品牌的親和力	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 創造品牌親和力 王彩雲</p> <p>職場觀點 掌權的人要懂得節制 丁菱娟</p> <p>生活美學 色彩的美感 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 菜單用模型來介紹 日本創意小物再進化 蕭掬今 日本掀加味水風潮 有哪些吸睛產品？ 蕭掬今</p> <p>創意行銷 真的假的？在海上也能急速狂飆 沈憶昕</p>

		<p>數位趨勢 物聯網的平台經濟 那福忠</p> <p>長青企業 老店如何顛覆常識靠技術力創新機? 吳恬儀</p> <p>創意行銷 創意在創什麼? 賴東明</p> <p>Cover Story 萌行銷 強化品牌親和力 洪郁真</p> <p>台灣巧思 超人氣 品牌商機「萌」現! 洪郁真</p> <p>博君一笑 如何為沉悶產品注入無窮歡笑? 洪郁真</p> <p>日本精髓 萌代言如何讓品牌一鳴驚人? 龐惠潔</p> <p>歐美經典 品牌瘋遊戲 把無聊變有趣! 朱灼文</p> <p>Special Report 行動行銷站在浪頭 強調精準、即時、互動! 郭彥劭</p> <p>家外媒體產業成長 未來會更數位! 郭彥劭</p> <p>產業調查 2014 行動、家外服務公司大調查 編輯部</p> <p>動腦嚴選 2014 年度行動、家外 10 大案例 曾郁涵</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告策略剖析 Zespri 紐西蘭奇異果 金圓頭帥氣登場! Zespri 奇異果 10 年市場攻略解密! 邱品瑜</p> <p>風雲人物 葉建漢: 做台灣的賈伯斯! 郭彥劭</p> <p>第 21 屆金句獎 2014 金句獎頒獎典禮 看見文字魅力! 郭彥劭</p> <p>異業交流 廣告主與傑出設計師 擦出創意火花 洪郁真</p> <p>Mobile Monday 家外媒體結合行動 跨螢策略潛力無窮 洪郁真</p> <p>行銷恰恰 半百大同如何品牌革新? 郭彥劭</p> <p>業界風雲</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p> <p>創意人多變化 編輯部</p>
--	--	--

<p>461 期 (2014.09)</p>	<p>群經濟-用社群創商機</p>	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 社群商務和電子商務大不同 王彩雲 時事剖析 高雄氣爆慘案 誰該負責？ 陳志龍 動腦為公益 政治為何向「公益」靠攏？ 謝冠雄 職場觀點 同樣的事做 100 遍就是專家 丁菱娟 生活美學 數量的美感 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 配置式銷售 日本的銷售妙法 蕭掬今 創意行銷 挑戰恐懼 用創意鼓勵病友抗癌 曾郁涵 打造音樂城市 油電車好好玩 沈憶昕 數位趨勢 告訴我風景最美那條路 那福忠 流行快報 瘋狂創意小物 引爆五感體驗 翟南 創意考察 充滿想像力的創意植物園 吳倩儀 廣告風雲 一個廣告人死後 賴東明 每月精采品牌 你今天卸貨了嗎？mr. CHIA 的誕生之路 洪郁真 中國商戰 裂帛服飾 獨特定位勇闖市場 薛俊平 品牌行銷 「性訴求」廣告怎麼做才安全？ 曹昌傑</p> <p>Cover Story 群經濟 用社群創商機 郭彥劭</p> <p>行動商機 微信、LINE、M+行動通訊從人性找生意 連冠寧 電商熱潮 電商再進化 吸睛內容擄人心 連冠寧 社群購物 如何從社群信開創生意？ 郭彥劭 日本精髓 化人潮為錢潮 品牌如何精準導購？ 邱品瑜、龐惠潔</p>
----------------------------	-------------------	--

		<p>歐美經典 社群商務暢銷關鍵 朱灼文</p> <p>Special Report 台灣會展產業，如何在競爭中求生路？ 洪郁真</p> <p>產業調查 2014 台灣會展公司調查 編輯部</p> <p>動腦嚴選 台灣 5 大會展案例 蔡依庭</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看 特力屋 為購物找足了理由 邱品瑜</p> <p>人物：時勢創造英雄 英雄創造時勢 cacaFly 執行長邱繼弘：替下一個世代創造機會！ 郭彥劭</p> <p>2014 坎城廣告獎 簡單、平凡、動人心 坎城創意很有溫度 蔡依庭</p> <p>行銷恰恰 社群情境 雷神、泡麵布丁高潮不斷 楊至靜</p> <p>業界風雲</p> <p>設計新主意 鮮明、亮眼 品牌形象有一套 編輯部</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p> <p>創意人多變化 編輯部</p>
462 期 (2014.10)	不賣反而賣更多-共享經營 4 大模式	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 參與的愈多 愛的愈多 王彩雲</p> <p>動腦為公益 一場職棒球賽的啟示 謝冠雄</p> <p>職場觀點 不要跟我說懷才不遇 丁菱娟</p> <p>生活美學 信手塗鴉，留下生命足跡 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 新提案！日本碳酸、酒類開始「凍飲」 蕭掬今</p>

		<p> 創意行銷 每天練習閉氣一分鐘 為什麼？ 楊至靜 瑞典麥當勞 回收換漢堡 楊至靜 幽默宣導 仔細聽自己的「屁」？ 紐西蘭腸道健康協會妙行銷 曾郁涵 品牌行銷 TSURUHASHI 令人驚喜的書店經營 吳恬儀 流行快報 搶占人心的獨特創意！ 翟南 廣告風雲 標準電通廣告人三宅重一 賴東明 每月精采品牌 台灣櫻花 把愛融進品牌裡 連冠寧 Cover Story 不賣反而賣更多 共享經營 4 大模式 洪郁真 只租不賣 租商品 賣服務 現正夯 連冠寧 服務跨界 舊資源遇見新商機 洪郁真 全民生產 群眾設計 企業生力軍 連冠寧 工作外包 共享社群接任務 品牌樂輕鬆 洪郁真 日本精髓 愛共享 閒置資產變收入 龐惠潔 歐美經典 創新共享 全民總動員 朱灼文 Special Report 從時事看公關產業 3 大趨勢 郭彥劭 產業調查 2014 台灣公關、活動公司大調查 編輯部 動腦嚴選 台灣年度公關 10 大案例 郭彥劭 創意藍海 一則廣告大家看 維力炸醬麵 用 3D 裸視詮釋經典美味！ 邱品瑜 風雲人物 群邑集團執行長程懷昌的關鍵時刻 郭彥劭 行銷恰恰 LIFE！看見健康行銷大未來！ 連冠寧 業界風雲 產業發展・客戶動態 編輯部 </p>
--	--	--

		創意人多變化 編輯部
463 期 (2014.11)	暖心行銷-洞察人心的貼心品牌	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 光對顧客好還不夠 王彩雲</p> <p>動腦為公益 一戳即破的品牌 謝冠雄</p> <p>職場觀點 行銷是投資，不是成本 丁菱娟</p> <p>生活美學 設計可以讓生活更方便 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>東洋注入 日本蚊香「變形」 驅蟲有夠潮！ 蕭掬今</p> <p>妖怪手錶賣翻日本 品牌結盟好時機 蕭掬今</p> <p>創意行銷 Kate Spade 如何還沒開店就大賣！ 張維仁</p> <p>數位趨勢 色香味俱全 4D 報紙與印刷後製作 那福忠</p> <p>流行快報 日本科技再突破 觸動你的敏感神經 翟南</p> <p>長青企業 Cosmos Berry' s、大朝電子 創新經營助老店重生！ 吳恬儀</p> <p>每月精采品牌 創造需求 玉山銀行「跨界」挑戰未來 郭彥劭</p> <p>廣告風雲 退而不休的武藤信一 賴東明</p> <p>Cover Story 暖心行銷 洞察人心的貼心品牌 連冠寧</p> <p>暖感商品 暖到心坎的商品設計 郭彥劭</p> <p>貼心服務 驚「奇」又「細」心的品牌服務 連冠寧</p> <p>夥伴連心 善待合作夥伴 品牌如虎添翼 連冠寧</p> <p>社會暖心 用永續開創暖心商機 郭彥劭</p> <p>日本精髓 預見需求 品牌替顧客未雨綢繆 龐惠潔</p>

		<p>歐美經典 品牌如何晉升為生活者的暖心情人？ 朱灼文</p> <p>Special Report Big data 時代 市調產業如何轉型 洪郁真</p> <p>趨勢觀點 大數據能為品牌做什麼？ 洪郁真</p> <p>產業調查 2014 台灣市調、Big data 公司大調查 編輯部</p> <p>創意藍海</p> <p>動腦考察團 把自己的工作做好 日本行銷傳播業和客戶共創雙贏 吳婉甄</p> <p>2014 紅點設計獎 紅點傳達設計獎 解決問題的力量？ 洪郁真</p> <p>2014 Spikes Asia 創意當道 亞太廣告競相爭豔 張維仁</p> <p>風雲人物 李志恆用熱情做大夢 郭彥劭</p> <p>業界風雲</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p> <p>創意人多變化 編輯部</p>
464 期 (2014.12)	和顧客玩在一起，生意愈玩愈大	<p>創新觀點</p> <p>編者的話 現在人每天又忙又累 王彩雲</p> <p>動腦為公益 有一條線 在利益與法令之間 謝冠雄</p> <p>職場觀點 把媽寶變公司寶 丁菱娟</p> <p>生活美學 不當設計崩壞生活 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>愛心公益 用遊民「設計」的字體就可以發揮愛心 邱于倫</p> <p>創意行銷 GAP 節慶廣告 怪的有道理！ 楊至靜</p> <p>數位趨勢 誰說孩子不看報？ 那福忠</p>

		<p>流行快報 療癒人心的創意遊戲商品！ 翟南</p> <p>廣告風雲 公益廣告的催生者 植條則夫 賴東明</p> <p>品牌行銷 垃圾也能變成大創意！ 曹昌傑</p> <p>每月精彩品牌 真實的力量 IKEA 把挑戰變成機會！ 郭彥劭</p> <p>Cover Story 和顧客玩在一起 生意愈玩愈大 連冠寧</p> <p>產品好 fun 加點遊戲 產品讓人愛不釋手 郭彥劭</p> <p>通路巧思 升級？打折？優惠？「玩」透通路策略 洪郁真</p> <p>廣告遊戲 廣告玩翻天 品牌好感度倍增 張維仁</p> <p>日本精髓 日本企業如何用益智遊戲抓住人心？ 龐惠潔</p> <p>歐美經典 品牌結合遊戲 讓顧客玩到目不轉睛 朱灼文</p> <p>前車之鑑 遊戲化不是萬靈丹 行銷人 3 大反思 郭彥劭</p> <p>趨勢報告 品牌看過來！遊戲行銷 3 大趨勢 連冠寧</p> <p>產業調查 2014 台灣遊戲行銷服務大調查 連冠寧</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看 台灣整合照護學會 先感性再理性 邱品瑜</p> <p>風雲人物 盧炳勳低調划水 二十寒暑磨一劍 郭彥劭</p> <p>Clio 廣告獎 洞察廣告金創意 從反思體會愛與關懷 張維仁</p> <p>設計之旅 走出設計的死胡同 Hotel Daniel Vienna 丁一</p> <p>行銷恰恰 電子商務攜手內容和社群 買氣強強滾 洪郁真</p> <p>業界風雲</p> <p>產業發展・客戶動態 編輯部</p> <p>創意人多變化 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
271 期 (2014.01-02)	台灣媒體趨勢觀察	<p>編輯人語 快速變動的時代</p> <p>專欄 微觀察</p> <p>特別企畫：2013 Yahoo Big Idea Chair 北亞區創意大獎 在百花齊放的小花圃 看到數位廣告的無限可能 台灣大哥大用「行動」帶你感受行動智慧雲的好！ 手機講述手機 豐田汽車行動行銷從遊戲開始 把 Banner 當遊戲預告片 過關斬將體驗海尼根 007 預算超有限？立頓用專屬頻道傳遞品牌新意象 打破關鍵字廣告成效紀錄 三星如何做到？ 更有效的關鍵字廣告？ HTC 找到比文字更好的語言</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄 新春上馬！2014必備數位行銷5大御術</p> <p>報導</p>

開口說愛，讓愛遠傳
一個時代的結束和開始
第14屆金手指網路獎
第14屆金手指網路獎得獎名單
金手指網路獎最大贏家
第36屆時報華文廣告金像獎得獎名單
中國視頻網站，天價版權豪戰

全球數位行銷觀點

如何讓孩子愛上 3D 列印？把書裡的卡通人物印出來！
在平板、iPhone、電視間不停切換，FB 的 15 秒廣告你還有內心看嗎？
出門想到衣服忘了洗？傳個 line 給你的洗衣機就好
如果未來網路像 Snapchat 一樣「閱後即焚」，你會喜歡嗎？

創意火花

「上下」跨越五千年的文創復興

數位行銷

潛移默化的行動影片

傳播圈

AdFest 廣告傑青甄選 台灣電通雙料冠軍
黃逸甫當選 AA 第 16 屆理事長
先勢行銷傳播集團執行長黃鼎翎連任第 7 屆理事長
達彼思廣告升遷喜訊

		<p>廣告量總覽</p> <p>2013 年 11 月指標商品有效廣告量</p> <p>2013 年 11 月前 20 大指標商品有效廣告量</p> <p>2013 年 11 月台灣地區網路調查報告</p> <p>2013 年 12 月指標商品有效廣告量</p> <p>2013 年 12 月前 20 大指標商品有效廣告量</p> <p>2013 年 12 月台灣地區網路調查報告</p>
272 期 (2014.03)	2014廣告事件簿	<p>編輯人語</p> <p>紛擾，進步</p> <p>專欄</p> <p>Think Inside The Box</p> <p>特別企劃:2014 廣告事件簿</p> <p>徹底貫徹實效行銷核心哲學</p> <p>邁入第 10 年 串起數位與愛的邂逅</p> <p>傳承台灣廣告特色 宣揚廣告人價值</p> <p>ROI 量化投資回報 推動商業創意</p> <p>凝聚廣告人的感動節日</p> <p>2014 DigiAsia 在台北：目標宏大、步步維觀</p> <p>保持敏銳嗅覺 廣告獎項的推手</p>

全球數位行銷觀點

有了閃電抓藥網，「藥來張口」不再是夢
連耗材都是垃圾回收，台製行動 3D 列印機「騎」到街頭印給你看
開 Lab、做穿戴式科技、發展人工智慧，Yahoo 也在 Google 路線
除了 Ubike，我們也是「Ebike」

Yahoo!奇摩行銷專欄

網銷活動到底該不該做手機版？

報導

做，比說重要
ASAP 閃電購物網 開啟電商新模式
數位時代下的社會運動
台灣奧美、麥肯入圍亞太艾菲獎
廣告的下一步，何處去？

創意火花

廣告人變身插畫師，小角色會說故事
享受流浪三地的廣告創意人

數位行銷

馬年數位行銷領域展望

		<p>傳播圈</p> <p>Z1 STAR 首度聯合招募！尋找暑期實習「小火花」</p> <p>亞洲達彼思集團共同歡慶一週年</p> <p>The One 送你飛往亞太廣告節</p> <p>OMD 榮獲 Adweek 與 Gunn Report 2013 年度全球最佳媒體代理商</p> <p>聯廣傳播集團人事升遷</p> <p>DDB 恆美廣告升遷喜訊</p> <p>新鮮人職前暖身，決勝起跑點</p> <p>廣告量總覽</p> <p>2014 年 1 月指標商品有效廣告量</p> <p>2014 年 1 月前 20 大指標商品有效廣告量</p> <p>2014 年 1 月台灣地區網路調查報告</p>
273 期 (2014.04)	2013台灣地區關鍵廣告數字	<p>編輯人語</p> <p>期待台灣也有 SXSW</p> <p>專欄</p> <p>當低薪成為經濟惡性循環的一環</p> <p>腦袋打結了嗎？</p> <p>報導</p>

		<p>麥肯衛冕龍璽青冠軍寶座 我是大衛讓家人更靠近 創異廣告獲 ADFEST 戶外廣告銅獎 台灣首次斬獲 ADFEST Young Lotus 大獎 黃逸甫領軍東方廣告傳播集團 舉步維艱籌備《數位亞洲大會》 引領世界未來的數位亞洲 培養 360 度品牌傳播全方位人才 2014 艾菲獎案例徵集啟動</p> <p>全球數位行銷觀點</p> <p>週末開始，先來杯 Arduino 特調吧！ Google 推出「可食用科技」，靠你的胃酸發電 如果有 APP 讓你 90 分鐘內讀完一本小說，你會想下載嗎？ 李白最愛的家電：「奇蹟機器」把水變成葡萄酒 看不懂女友的臉色？買這件隨心情變色的「毛衣」送她 Positive Grid「無重音箱」收服全球百萬音樂人的心 連 Google Maps 都輸，它讓每個人都能即時監視整個地球 後座朋友頭太大干擾你開車？這款後視鏡讓你一覽無遺 低頭族的摯愛，洗澡也能看韓劇、滑臉書 戰場新利器，美軍真的在做「變形金剛」了 在 Instagram 上賣照片，攝影師日賺 45 萬</p>
--	--	--

		<p>Yahoo!奇摩行銷專欄 讓行動流量翻倍的秘訣</p> <p>創意火花 科技與藝術兼具的天工開物 SXSW 南方音樂節跟你想的不一樣！</p> <p>傳播圈 Wunderman 偉門台灣春訓展開 兩大新客戶粉墨登場，雪梵負責新妝打點 精英尋找跨界精英 三五成裙，麥肯家族創新開跑！ 世紀奧美公關董事長丁菱娟榮退！轉任創辦人及總顧問 電通安吉斯集團成立自動化交易行銷服務平台「安納特」 不來梅執行創意總監楊子江出任創意合夥人</p> <p>廣告量總覽 2014 年 2 月指標商品有效廣告量 2014 年 2 月前 20 大指標商品有效廣告量 2014 年 2 月台灣地區網路調查報告</p>
274期 (2014.05)	2013年台灣地區廣告數字	<p>編輯人語 2013 廣告量持平</p>

專欄

關於 Work Life Balance 這件事

特別企畫:2013 台灣地區廣告數字

2013 年整體廣告量持平 型態互有消長

家外媒體成長最驚人

創意數字探現象

2013 年台灣各代理商主要客戶與得獎紀錄

全球數位行銷觀點

用手已經落伍了，用無人飛機作畫才是藝術的未來

急診室的春天來了！Google Glass 讓醫生一眼就懂病患

戴上「蜘蛛人噴絲器」人人都是 Spiderman

媒體搶時效最強的不是鄉民，是機器人

Apple 最新專利：連你說的話都聽得懂的耳機

你看過在紙上邊走邊印的機器人嗎？

奇摩行銷專欄

廣告互動技術超有力

報導

從零開始創造無限大

黃國燦重回廣告圈

		<p>以行動數位科技 創造品牌價值 UNIQLO 運用 Facebook 創造銷售佳績 全球化合作與無國界服務的數位行銷 TIDAF 走過精彩的數位 10 年 UBER 從舊金山駛到台北</p> <p>創意火花 如何瓶裝閱讀 推動台灣設計環境 黃色小鴨與快閃貓熊創造社會感動力</p> <p>數位行銷 iBeacon</p> <p>傳播圈 智威 J 夢人再啟！在這裡，做夢很實際 顏睿寧加入安索帕台灣擔任業務部副經理 2014 麥肯廣告暑期麥苗徵選活動起跑 吳惠文出任日商帝禧 D2C 總經理 傑思·愛德威媒體外部訓練活動 DES 特聘陳柏霖擔任首席顧問 強勢整合娛樂行銷 劉金龍重返達彼思出任創意總監一職 創集團「創學園」跨界充電，為未來激盪各種可能</p>
--	--	---

		<p>廣告量總覽</p> <p>2014 年 3 月指標商品有效廣告量</p> <p>2014 年 3 月前 20 大指標商品有效廣告量</p> <p>2014 年 3 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>275 期 (2014.06)</p>	<p>2013台灣地區廣告數字</p>	<p>編輯人語</p> <p>從消費者出發，用心做行銷</p> <p>專欄</p> <p>怎麼讓人抬頭注意你的戶外廣告？</p> <p>成功案例不是公式</p> <p>特別企劃:2013 年台灣地區 7 大行銷個案</p> <p>以退為進的行銷大法 拒絕賺錢的《十二夜》</p> <p>起步慢？SonyZ1 迎頭趕上</p> <p>長榮航空《I SEE YOU》全方位傳播</p> <p>被捧在掌心的《神魔之塔》</p> <p>黃色小鴨游進每個人心裡</p> <p>圓仔萌行銷 感動全世界</p> <p>麥當勞國際早餐日 掀起全民早起吃早餐風潮</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄</p> <p>看行銷界的天才 Red Bull 的內容行銷 3 大成功方程式</p>

報導

Discovery 頻道 在地深耕 20 年有成

吳蕙文接掌日商帝禧台灣總經理

2014 亞洲移動通信博覽會

大中華區艾菲獎熱烈徵件

程懷昌接任 GroupM 執行長

銘傳大學勇奪年度最佳金犢獎

第 23 屆時報金犢獎作品欣賞

全球數位行銷觀點

專為低頭族設計的城市：把路標和公車時間都投影在地上

Google 天才設計師選擇離職，想用 Google 文化去革銀行的命

你看過會走路的桌子嗎？這個傢俱不但能走還能自己變形

進家門就無線充電，Energous 讓你在家任何地方刷 FB 都不怕沒電

從暴露走向低調的 A&F

足不出戶也能去北韓玩！我不是說 Google 地圖

數位行銷

科技驅動著一切

傳播圈

雪梵廣告再度贏得裕隆日產新車廣告代理權

		<p>政大「台灣電通講堂」好評迴響不斷 坎城健康行銷創意節登場，台灣經驗首度躍上國際舞台！ 創集團人才光芒齊放 2014 龍璽傑青台灣賽區比拼正式打響 傳立媒體升遷喜事 聯廣傳播集團人事升遷 巴哈姆特+JWT+麥肯廣告體驗營 瞬間累積職場戰鬥力</p> <p>廣告量總覽 2014 年 4 月指標商品有效廣告量 2014 年 4 月前 20 大指標商品有效廣告量</p>
<p>276 期 (2014.07)</p>	<p>2013年台灣地區風雲廣告代理商 - 麥肯廣告</p>	<p>編輯人語 醞釀深蹲後再躍的能量</p> <p>專欄 你在哪裡看到金城武？ Idea 也要天時、地利、人和</p> <p>特別企畫:2013 年台灣地區風雲廣告代理商 - 麥肯廣告 麥肯的世界 世界的麥肯 以身作則、以心帶人 麥肯廣告創意哲學</p>

		<p>2013 年麥肯廣告得獎紀錄</p> <p>2013 年麥肯廣告精彩作品</p> <p>麥肯數位 MRM 全方位無界線整合行銷代理商</p> <p>愛才惜才，作育將才</p> <p>發揮廣告專業並創造價值</p> <p>超越客戶預期 打造最亮眼創意</p> <p>反應快速 充分理解品牌價值</p> <p>特別報導</p> <p>2014 TIDAF 台北國際數位廣告節</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄</p> <p>是真的? 5 分鐘讓你 CTR 翻倍</p> <p>報導</p> <p>UNITED 聯廣：根紮穩，就不怕變化</p> <p>「Thinker」逍遙遊 讓廣告創意人不受限</p> <p>人事調整如球賽 變化陣式創新局</p> <p>獨立廣告品牌的數位創新之道</p> <p>平面媒體已死？或重生！</p> <p>2014 《4A 創意獎》主視覺出爐！</p> <p>全球數位行銷觀點</p>
--	--	---

		<p>來自台灣的奇葩餐桌 Napkin Table:拒當低頭族，從吃飯開始 虛擬與現實的無縫融合：Google 的擴真實境手機遊戲 Ingress 全球跑趴人專用：人傳喇舌相片，反正 24 小時就會被刪除 當計程車對也是新媒體，消費生活可以如何創新？ 買咖啡再也不用排隊啦！星巴克推出「人到，咖啡即拿」服務</p> <p>創意火花 JL Design 匯聚台灣創意經驗金曲 25</p> <p>數位行銷 全能的數位創意人？</p> <p>傳播圈 不來梅成立「梅林的鬍子實驗室」創新商機 2014 YouTube Pulse 影音盛會推動內容行銷 智威湯遜 Inspiration Session 台灣展開 巴哈姆特首次開辦體驗營 分享網站經營心得</p> <p>廣告量總覽 2014 年 5 月指標商品有效廣告量 2014 年 5 月前 20 大指標商品有效廣告量</p>
277 期 (2014.08)	2013台灣地區風雲媒體代理商媒體庫MEC	編輯人語

		<p>數位進行式</p> <p>專欄</p> <p>做你自己</p> <p>股市操作與品牌</p> <p>P&G 將砍掉半數知名品牌</p> <p>特別企劃:2013 年台灣地區風雲媒體代理商 - 媒體庫</p> <p>大象會跳舞</p> <p>媒體庫 本土又國際跨界數位動腦</p> <p>遠視野引領全員數位化到位</p> <p>Don' t Just Live. Thrive!</p> <p>媒體庫數位全面佈局</p> <p>Thrive!現在進行式</p> <p>Five Steps to Thrive</p> <p>深厚的夥伴關係 創造出更多可能</p> <p>聚焦消費者的媒體代理商</p> <p>一起為客戶贏在數位的媒體好夥伴</p> <p>面對數位衝擊 代理商需要流程再造</p> <p>數位是順勢而為的市場</p> <p>全球數位行銷觀點</p> <p>柯南眼鏡誕生? Epson 智慧眼鏡能讓整間博物館都動起來雀巢咖啡發明把妹用報紙,</p>
--	--	---

讓你的早晨讀報時光不再孤單為了帶女兒探索世界，這位爸爸在花了 4 年打造了一輛瘋狂露營車驚奇販賣機：在販賣幾買雞蛋不稀奇，買輪胎是哪招？來場不插電的甘泉饗宴，17 歲高中女生發明可攜式太陽能淨水器

Yahoo!奇摩行銷專欄

什麼樣的內容才有價值？「三好」守則幫你提升內容行銷的「價值力」

報導

你被鎖定了嗎？

第 15 屆金手指網路獎重生

DMA 首發海外參訪團

《4A 創意獎》創意贏家 10 月 1 日揭曉

Digi Baby 韓國釜山正式亮相！

創意火花

我不在辦公室的座位上就是在旅行！

《神魔之塔》背後的核心價值

數位行銷

光影藝術再進化

傳播圈

Discovery 健康家頻道正式更名 EVE

		<p>2014 奇宏策略媒體 1+1=∞愛 慈善饗宴 智威湯遜贏得第一屆 4A 籃球賽亞軍 奧美集團大中華區首席執行長莊淑芬獲選 2014CNN「女性領軍人物」 安索帕台灣任命王筠擔任數位媒體事業部媒體總監</p> <p>廣告量總覽</p> <p>2014 年 6 月指標商品有效廣告量 2014 年 6 月前 20 大指標商品有效廣告量</p>
<p>278 期 (2014.09)</p>	<p>2014 TIDA 台北國際數位廣告</p>	<p>編輯人語 Digital · Love</p> <p>專欄 關於「數位媒體」這個詞兒 還在分傳統媒體與數位媒體？</p> <p>特別企畫：2014 台北國際數位廣告節 - Digital · Love</p> <p>People First 內容行銷戰略大公開 剝解創意人的腦內暗箱 喚起人性的 Emotional Digital 打動人心的三角方法論 影響行銷的 8 大趨勢 創意就是突破陳腔濫調</p>

用數位降低做公益的門檻

累積品牌力 TIDAF 持續創造數位能量

Yahoo!奇摩行銷專欄

資訊如何圖像化？簡單四步驟，製作吸睛的資訊圖表

報導

智威湯遜 全方位品牌活化專家

結合線下與線上的新電視時代

給我一個支點，我就能改變人們行為

2015 亞洲廣告會議台北大會官網正式上線

是 User Center 還是 Boss Center?

DigiDreams 打造創業夢想舞台

全球數位行銷觀點

Do the right thing! Google 雲端基因庫幫癌友找到最適用藥物

超越 3D 列印，這台直接把富士康搬進你家

買不起安藤忠雄，丹麥設計師用 7 萬元幫你圓有家的夢

白天充電、晚上照亮你的行車安全，傳說中的發光公路終於實現？

電影廣告化能讓你免費看電影。那你還討厭置入性行銷嗎？

影視產業的 Windowing 擴窗模式，就是音樂界的救命靈藥！

數位行銷

		<p>有一天，技術會是你的繆斯</p> <p>傳播圈</p> <p>EPSON〈苗條墨滴篇〉獲得《天下雜誌》核心讀者評選第一 iPrefer 榮獲德國紅點 best of the best 最佳獎項 麥肯廣告打造中國信託 2014 全新品牌廣告 不來梅 10 年有成！《4A 創意獎》奪得評審團特別獎項 6 項殊榮 台灣安吉斯媒體集團暑期媒體實習營備受好評 一塊錢的大力量！與海尼根 LIGHT 一「塊」盡興有何不可 亞太區奧美集團重大人事升遷 盧炳勳生升貝立德總經理 蔡秀麗晉升安布恩沛行銷台灣董事總經理 微軟揭開亞太版MSN 嶄新面貌 提供客製化界面</p> <p>廣告量總覽</p> <p>2014 年 7 月指標商品有效廣告量 2014 年 7 月前 20 大指標商品有效廣告量</p>
279 期 (2014.10)	2014 4A 創意獎	<p>編輯人語</p> <p>《4A 創意獎》是燙手山芋？</p> <p>專欄</p> <p>社群經營的目的不是賣東西</p>

談談 Mobile Only 與 Mobile First

特別企劃:2014《4A 創意獎》精彩回顧

2014《4A 創意獎》大師論壇

公益廣告「全家平安碘」獲全場大獎

2014《4A 創意獎》作品

2014《4A 創意獎》得獎名單

全球數位行銷觀點

便宜又輕巧，可放在包包的便攜式 3D 印表機「iBox Nan」現身

AeroMobil 比阿斯拉還威，因為它是飛上雲端的飛行車

不缺錢，就缺好點子！可口可樂砸錢辦創投

Navdy 平視投影裝置，導航、通話、簡訊和儀表板資訊全都秀給你

最懂科技的星巴克讓布爾喬亞邊喝咖啡邊無線充電

飛碟現身？Mars 懸浮音響號稱能讓你聽到最純淨的音樂

Yahoo!奇摩行銷專欄

消費者在美妝通路到底打開手機查什麼？

報導

顛覆消費者乾淨邏輯銷售翻 3 倍

郭育甫剖視網路行銷 為廣告客戶定神安心

展現行動優先決心 揭露 3 大行銷趨勢

		<p>廣告節首次結合論壇 延伸價值廣度</p> <p>2015 亞洲廣告會議即將在台北開場 告別小確幸！真實、務實、積極成顯學</p> <p>創意火花</p> <p>TPI 練習生計畫用教育打開流行音樂的魔法之門</p> <p>數位行銷</p> <p>QR Code-to be, or not ? 行動行銷的難題</p> <p>傳播圈</p> <p>安索帕台灣刷新紀錄連獲 14 座數位行銷大獎肯定 我是大衛廣告首戰大中華區艾菲傳捷報 鮑琳玲擔任貝立德數位行銷部協理 星傳台灣贏得 H&M 媒體業務 創異廣告 4 件作品獲選收錄 The Work 整個 10 月得獎連連 智威湯遜贏得 Young Spikes Digital 台灣史上第一面獎牌 台北奧美廣告《4A 創意獎》戰果豐碩 劉文硯將任二十一世紀福斯影片公司台灣董事總經理</p> <p>廣告量總覽</p> <p>2014 年 8 月指標商品有效廣告量 2014 年 8 月前 20 大指標商品有效廣告量</p>
--	--	---

<p>280期 (2014.11)</p>	<p>DigiAsia 數位亞洲大會 2014 全紀錄</p>	<p>編輯人語 未來的新媒體平台 - DigiAsia</p> <p>專欄 我不知道該怎麼設計</p> <p>特別企畫:2014《數位亞洲大會 (DigiAsia)》全紀錄 2014 最盛大的數位知識饗宴在台北！ 數位匯流時代：品味新生活 統合數位廣告解決方案的價值 4G 數位生活 升級體驗高品質 VAS 亞洲社群媒體的演變 數位生活的現況與未來 移動通信娛樂千億商機 東南亞 APP 市場趨勢 數位溝通推動品牌創新 影像，聲音與移動 - 數位時代的動態影像行銷 用廣告改變世界 現在，廣告最重要的時代 社交媒體到商業平台的演進 什麼是大構想？談數位時代的廣告極限 數位創意大未來 準備好迎向 2020 年了嗎？</p>
---------------------------	---------------------------------	--

	<p>競爭？不如一起共創價值</p> <p>創新與新行銷遊戲規則</p> <p>網路廣告即時競價制的缺憾</p> <p>擁有權 vs 使用權：你的聽眾去哪了？</p> <p>領航數位夢想，打造精彩大未來！</p> <p>DigiDreams 提供新創團隊磨練的機會</p> <p>首屆 DigiAsia 受到熱烈迴響</p> <p>特別報導:2014 Yahoo Big Idea Chair 北亞區創意大獎（上）</p> <p>台灣跨形式創意搶盡風頭 5 項類別勇奪 4 項金獎</p> <p>那一年的故事 那首歌的感動</p> <p>KUSO 最高 Skittles 彩虹糖玩瘋創意</p> <p>All in! 上臉書與球迷好友組隊聲援支持隊伍</p> <p>引爆畢業季青春旋風</p> <p>善用季節操作 抓住準備清潔族群的好奇心</p> <p>找對接觸平台讓 IKEA 更貼近消費者</p> <p>默默埋下一個種子樂趣更重要</p> <p>消費者在哪 廣告就在哪</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄</p> <p>Yahoo 電子商務如何應用大數據來未卜先知？</p> <p>數位行銷</p>
--	---

		<p>點到名請喊「有」！ - 誰在散播病毒種子？！</p> <p>傳播圈</p> <p>中國艾菲實效獎揭曉 台灣奧美廣告獲 2 銀 2 銅 貝立德獲台灣地區最佳年度媒體代理商 穿透好創意 力擒金獎耀眼 17 電通國華成立台灣第一家 Character Lab 角色行銷研究室</p> <p>廣告量總覽</p> <p>2014 年 9 月指標商品有效廣告量 2014 年 9 月前 20 大指標商品有效廣告量</p>
<p>281期 (2014.12)</p>	<p>第 15 屆金手指網路獎</p>	<p>編輯人語</p> <p>數位變革</p> <p>專欄</p> <p>我不知道該怎麼設計 談談 DigAsia 的 3 個關鍵句</p> <p>特別企劃：第 15 屆金手指網路獎</p> <p>創意「就是要隨變」 6 位數位行銷領域專家，大談創意趨勢 數位行為：佔據關鍵下一秒 數位廣告行銷的時間軸：過去與未來</p>

第 15 屆金手指網路獎得獎名單

第 15 屆金手指網路獎年度大獎作品

特別報導：2014 Yahoo Big Idea Chair 北亞區創意大獎（下）

信箱登入絕佳關注版位 有效接觸消費族群

跨頻道網路原生遊戲體驗

蜘蛛人 3D 立體特效 看首頁如同進電影院

創意執行豐富多媒體 成功打造品牌「卡地亞日」

掌握時事脈動 創造關鍵字行銷驚人成效

即時機動優化為 1111 搜出新關鍵藍海

2014 Yahoo Big Idea Chair Awards 北亞區創意大獎得獎名單

報導

浩騰媒體喬遷新氣象

第 37 屆時報華文廣告金像獎

第 37 屆時報華文廣告金像獎得獎名單

比 Facebook 廣告精準 16 倍的 QSearch

你真的清楚部落客的價值？

Yahoo!奇摩行銷專欄

2014 最佳內容行銷業者，行銷創意大直擊

全球數位行銷觀點

機器人 Thymio 陪小朋友用光線畫出馬力歐

對於忙到沒時間看手機的人來說，用皮膚「感覺」訊息省事多了

筆電壞了別丟！廢電池電力竟可讓全印度家庭光亮一整年

溫室效應有效了！澳洲團隊用電化學把 CO2 變成酒

創意火花

解密馬克的「靠腰」經濟學

數位行銷

2014 年度 10 大社交行銷案例

社群網路成為意志伸展台

傳播圈

VMFive 與 D2G 跨海攜手合作，打造新型態試玩服務

聯廣廣告人事升遷

林友琴將擔任 2015《坎城國際創意節》網路創意獎評審團主席

年終回顧，智威榮獲 Agency of Year 肯定

奧美廣告再次贏得台灣賓士年度比稿

元智大學資訊傳播系參訪貝立德

廣告量總覽

2014 年 10 月指標商品有效廣告量

2014 年 10 月前 20 大指標商品有效廣告量

