

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37期(2012年1月出版)

作者	題目
林恩盈	精品的價值[評 Jean-Noël Kapferer and Vincent Bastien, «The Luxury Strategy», 洪慧芳譯,《精品策略》(繁星, 2012)]
陳聖智	從設計思考到設計再思：學術知識與實務經驗的對話[評吳岳剛,《廣告創意：理論與實務的對話》(五南, 2012)]
陳志萍	影音分享網站之個人印象管理研究
劉蕙苓	失蹤或回應？危機中的回應策略與媒體效能研究--以建國百年音樂劇《夢想家》事件為例
劉正道	企業社會責任導向之公關策略對組織-公眾關係之影響
邱淑華	從意見領袖到影響者：談網路時代的影響力行銷

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17期(2012年3月出版)

作者	題目
鈕則勳	2009 年縣市長選舉候選人文宣功能分析
朱企成	螺旋職涯，匯集席捲廣告產業的專業實

	力
黃麗燕	以超人能量摘星的廣告人
喬均、禹平紅	消費者自我概念與品牌個性一致性對廣告傳播效果的影響研究
中國文化大學廣告學系第十七屆臺灣廣告史研究小組	經營人心的廣告思維，果決策略的團隊核心BBDO 黃禾國際廣告有限公司董事總經理傅明勸先生

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
429 期 (2012.01)	不確定 時代的 翻轉行 銷	<p>創新觀點 編者的話 翻出新生命 王彩雲 媒體觀點 真有「個人收視率」嗎？ 鄭自隆 職場觀點 僱用比你更優秀的人 丁菱娟 設計觀點 疼惜台灣設計新「森」命 楊勝雄</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意商品 日本橡皮擦超夯 有哪些特殊造型商品？ 蕭掄今 創意行銷 QR Code就該學 JC Penny這樣用！ 米卡 創新策略 哈雷如何向粉絲邀創意？ Mr.6劉威麟 爆紅影片上YouTube到底可以賺到多少？ Mr.6劉威麟 數位趨勢 平面印刷新技術 把AR藏在油墨裡 那福忠 流行快報 便利環保商品超逗趣 翟南 善意行銷 國際公益廣告祭 擦出什麼新火花？ 賴東明 中國商戰 中國瓶裝水 衝破200億的關鍵絕招 丘志偉 每月精采品牌 高絲如何發展多品牌搶佔市場？ 許惠捷</p> <p>Cover Story 不確定時代的翻轉行銷 吳恬儀</p>

		<p>錦囊妙招 面對不確定 行銷達人4忠告 編輯部 化險為夷 危機時刻 立基市場再發現 許惠捷 族群變遷 容易忽視的兩大消費趨勢 吳恬儀 危機四伏 網路行銷十大地雷 王念祖 日本精髓 日本消費市場結構4大變化 龐惠潔 前車之鑑 頂尖科技龍頭為何慘敗？ 朱灼文 趨勢研究 IBM與全球行銷長共謀對策 許惠捷 Special Report 2012全球5大行銷趨勢 邱品瑜 科技潮流 六大微趨勢引爆商機 劉恭甫 暢銷商品 日本潛力商品蓄勢待發 鄭雅菁 災後應變 泰國創意商品撫慰人心 王福闖</p> <p>創意藍海 一則廣告大家看-青少年發展基金會 就是要終結霸凌！ 空氣拳打醒了誰？ 邱品瑜 視而不見也是一種霸凌！ 劉先琪 旁觀者的心態？ 謝莒方 時報華文廣告獎 驚喜創意深得人心 邱品瑜 創意設計 赫爾辛基設計週 如何用北歐美學點亮家居？ 張永隆 設計之旅 Hotel Arts Barcelona生活是一齣演不完電影 丁一 2011貢獻獎 行銷傳播傑出貢獻獎 風起雲湧 許惠捷</p> <p>業界風雲 公關創意秀 360度出招 公關面面俱到 編輯部 設計新主義 標誌好好用 品牌大升級 編輯部 產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>430 期 (2012.02)</p>	<p>小品牌 出頭天</p>	<p>創新觀點 編者的話 小品牌勝出的大關鍵 王彩雲 媒體觀點 中國限娛令一出 斷送電視台金雞母 陳清河 職場觀點</p>

	<p>傳播產業需要的人才特質 丁菱娟</p> <p>設計觀點</p> <p>台北成爲世界設計之都的「能」與「不能」？ 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>創意行銷</p> <p>聖誕節慶的妙行銷 吳恬儀</p> <p>亞馬遜比價 App 帶來什麼新刺激？ Mr.6 劉威麟</p> <p>創新思維</p> <p>電視廣告只是傳上網夠不夠？ 米卡</p> <p>網購趨勢下 實體店面一定輸？ 林之晨</p> <p>數位趨勢</p> <p>新聞媒體數位化 編採人員該思考的 10 個要點 那福忠</p> <p>行動大趨勢</p> <p>當手機遇上戶外媒體 吳慶彬</p> <p>流行快報</p> <p>日本創意新消費趨勢 翟南</p> <p>創新思維</p> <p>首席熱血經理人 如何變身成爲大飯店創辦人？ 傅利安</p> <p>每月精采品牌</p> <p>Reebok 重返台灣 品牌如何創新？ 許惠捷</p> <p>中國商戰</p> <p>中國 480 億的奶茶市場大戰？ 丘志偉</p> <p>B2B 行銷</p> <p>HP 惠普如何讓營收成長 2000 倍 劉恭甫</p> <p>生意鮮點子</p> <p>敵人變盟友 王韋傑</p> <p>消費趨勢</p> <p>挖掘 2012 消費新商機 許惠捷</p> <p>Cover Story</p> <p>小品牌出頭天 吳恬儀</p> <p>網羅商機</p> <p>微型企業如何搏得大效益？ 吳恬儀</p> <p>歐美經典</p> <p>特色商品決勝心法 王念祖</p> <p>日本精髓</p> <p>服務差異化 小品牌異軍突起 龐惠潔</p>
--	---

		<p>前車之鑑 超級品牌為何敗給小品牌？ 朱灼文</p> <p>Special Report 虛實通路邁向混戰時代 許惠捷 食面埋伏 決戰餐飲通路三大關鍵 鄭雅菁 產業調查 2012 台灣通路行銷服務公司大調查 編輯部</p> <p>創意藍海 一則廣告大家看 -中國信託點燃偏遠孩童的希望！ 公益廣告沉重的社會責任 邱品瑜 勸人為善是苦苦相逼或好言相勸？ 吳文隆 結合社群聰明募款！ 葉偉懿 數位創意見解 數位時代創意的快樂年代 李宗柱 泰式廣告 泰國廣告搞笑中刻劃人性 王福闖 創意設計 義大利設計的過去和未來 張永隆</p> <p>業界風雲 設計新主義 體貼生活 小創意大貢獻 編輯部 網路創意焦點 感性不敗 溫情出奇招 編輯部 產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>431 期 (2012.03)</p>	<p>娛樂行 銷大fun 異彩</p>	<p>創新觀點 編者的話 品牌有責任讓消費者幸福 王彩雲 職場觀點 遠來是客 丁菱娟 媒體觀點 台灣影劇、文創產業 需要行銷高手 陳秉鴻 設計觀點 打通台灣設計力的任督二脈 楊勝雄</p>

	<p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>創意行銷</p> <p>解他人痛苦藥丸？公益也要懂得行銷 米卡</p> <p>站著吃？日本飲再進化！ 蕭掬今</p> <p>創新思維</p> <p>世界末日只剩幾分鐘？ 那福忠</p> <p>林書豪還教了我們什麼？ 林之晨</p> <p>數位趨勢</p> <p>Google 如何大幅提高員工生產力？ 林之晨</p> <p>行銷趨勢</p> <p>Calbee 只賣馬鈴薯一賣 60 年 鄭雅菁</p> <p>每月精采品牌</p> <p>桂冠用幸福為品牌加溫？ 邱品瑜</p> <p>中國商戰</p> <p>如何進攻中國 1,400 億的糕餅市場？ 丘志偉</p> <p>善意行銷</p> <p>日本報業的創意行銷 賴東明</p> <p>話題觀察</p> <p>2011 年台灣雜誌熱門封面故事 王和謙</p> <p>Cover Story</p> <p>娛樂行銷 大 Fun 異彩 許惠捷</p> <p>搞笑產品</p> <p>搞怪產品創意致勝 吳恬儀</p> <p>創意店頭</p> <p>打中笑穴的通路妙計 許惠捷</p> <p>價格遊戲</p> <p>品牌玩價格 消費變娛樂 吳恬儀</p> <p>泰式幽默</p> <p>泰國廣告笑到忘不了 王福闖</p> <p>日本精髓</p> <p>冰冷企業 玩出人氣 龐惠潔</p> <p>歐美經典</p> <p>戶外惡作劇 街頭實境秀 王念祖</p> <p>前車之鑑</p> <p>行銷玩過頭 品牌黑掉了 朱灼文</p> <p>Special Report</p> <p>動腦 2011 年台灣總廣告量 編輯部</p>
--	--

		<p>創意藍海 一則廣告大家看 客委會用創意擊倒刻板印象 邱品瑜 數位創意見解 做點事行銷正夯？ 李宗柱 澎湖創意論壇 「澎湖創意論壇」如何讓澎湖成為能源之都 王彩雲 創意設計 世界設計之都赫爾辛基 展現簡約設計力 張永隆 業界風雲 新春團拜 14 個公協會新春團拜 傳播人 Disco 風新春！ 許惠捷 設計新主義 靈感來自我們的故事 編輯部 公關創意秀 精準出擊 打造品牌形象 編輯部 產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>432 期 (2012.04)</p>	<p>無料經營大體檢</p>	<p>創新觀點 編者的話 誰是品牌航程的信天翁？ 王彩雲 媒體觀點 電視台淪為播映台的危機？ 游志郎 職場觀點 電視新聞名人化？ 丁菱娟 設計觀點 靈魂的消失 楊勝雄</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意行銷 廣告媒體不受限！這裡也能登廣告？ 邱品瑜 創新策略 感動消費者！讓他主動幫你做行銷 米卡 腦力激盪，無效？ Mr.6 劉威麟 領導，不要管理 林之晨 新穎科技</p>

	<p>科幻的魅力如何與創意結合？ 那福忠</p> <p>B2B 行銷</p> <p>傢俱網站 Made.com 創造 600%利潤的秘密？ 劉恭甫</p> <p>2012 超級盃廣告</p> <p>美國超級盃廣告是否依然吸睛？ 王福闖</p> <p>Cover Story</p> <p>無料經營大體檢 郭彥劭</p> <p>交叉補貼</p> <p>多角化經營為品牌聚人氣 許惠捷</p> <p>加乘效益</p> <p>無料數位服務誰是大贏家？ 郭彥劭</p> <p>免費愛心</p> <p>用免費玩出品牌精神 許惠捷</p> <p>在地起步</p> <p>台灣創業家找出營收方程式 許惠捷</p> <p>歐美經典</p> <p>聰明贈品 勇闖市場 王念祖</p> <p>日本精髓</p> <p>無料體驗籠絡人心 龐惠潔</p> <p>前車之鑑</p> <p>樂高、Color App、Google Wave 免錢經營三大悲劇 朱灼文</p> <p>Special Report</p> <p>廣告代理業 靜待回春？冒險尋出路？ 吳恬儀</p> <p>Taiwan's Top Ad Agencies</p> <p>Wait for the spring thaw? Or venture out? 吳恬儀</p> <p>市場報告</p> <p>2011 台灣綜合廣告代理商排行榜 吳恬儀</p> <p>產業異動</p> <p>台灣行銷傳播集團競爭地圖 吳恬儀</p> <p>關鍵決策</p> <p>李奧貝納 如何六年拿下第一 吳恬儀</p> <p>20 大廣告主</p> <p>台灣 20 大廣告主寶僑第一 沈黛君</p> <p>動腦嚴選</p> <p>2011 年台灣年度十大創意廣告 郭彥劭</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看 -38 度金門高粱酒 獻給挑戰自己的人！</p>
--	---

		<p>珍藏勇於挑戰的心？ 邱品瑜 找出產品區隔新定位！ 李全興 如何重塑品牌提升形象？ 謝莒方 2012 新竹創意論壇 新竹創意論壇 激盪出地方產業發展新方向 編輯部 業界風雲 產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>433 期 (2012.05)</p>	<p>當品牌 變成好 故事</p>	<p>創新觀點 編者的話 微電影可能殺死好萊塢？ 王彩雲 職場觀點 對著眼睛會發亮的人說話 丁菱娟 媒體觀點 笨蛋！問題出在廣告 姚開陽 設計觀點 爭取台北成為世界設計之都背後的意義 劉維公</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意行銷 神明也玩 Facebook？ 搞怪創意好神氣！ 邱品瑜 把握愚人節 Google 怎麼做好行銷？ 米卡 另類小物 日本百變手帳 有哪些新貨？ 蕭掬今 數位趨勢 老闆應該親自領導網路部？ Mr.6 劉威麟 行動行銷有哪些促購創意？ 葉向林 每月精采品牌 客委會如何讓客家文化變時尚？ 許惠捷 影視行銷 社群派對做得巧 電影票房猛叫好 李全興 善意行銷 絆相隨 日本企業創意愛心接力 賴東明</p> <p>Cover Story 當品牌變成好故事 吳恬儀 人氣平台 五大策略打造互動體驗 許惠捷</p>

		<p>影人入勝 微電影企劃心法 許惠捷 應用出擊 品牌 APP 玩出新特色 吳恬儀 One Show 頂尖品牌故事一別苗頭 邱品瑜 日本精髓 善用媒體 創造感動 龐惠潔 歐美經典 一看再看 老品牌展新風貌 王念祖 前車之鑑 品牌內容三大地雷 朱灼文 Special Report 台灣媒體代理商深陷流沙？ 郭彥劭 Tales of Taiwan's media buying agencies in 2011 Editorial 媒體代理商特輯 2011 年台灣媒體代理商排行榜 郭彥劭 年度精選 年度三大媒體創意 郭彥劭</p> <p>創意藍海 一則廣告大家看-我們這一屋 橋平屋海苔 品牌第二代的矛盾 邱品瑜 廣告訴求的重要性！ 葉偉懿 橋平屋的弦外之音 林晏仔 亞太廣告節 為未來準備的行銷創意 許惠捷 2011 龍璽獎 2011 龍璽環球華文廣告獎 亞洲創意力小預算大效益 邱品瑜</p> <p>業界風雲 公關創意秀 溫馨氛圍 創造品牌話題 編輯部 產業發展客戶動態 編輯部 2012 宜蘭創意論壇 蘭陽創意論壇 尋找宜蘭創意新方向 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
434 期	按讚還	創新觀點

<p>(2012.06)</p>	<p>不夠，8 大秘訣 把粉絲 變顧客</p>	<p>編者的話 說讚又怎樣？ 王彩雲 職場觀點 找替死鬼 丁菱娟 設計觀點 噹噹鐘響的捷運 姚開陽</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意行銷 日本新鮮人商機 吹起哪些創意風？ 蕭掬今 有了品牌粉絲專業 還需要 Pinterest？ 米卡</p> <p>創新思維 多件商品怎麼合賣促銷？ Mr.劉威麟 一本編輯手冊救《彭博》？ 那福忠 每月精采品牌 ATT4FUN 開啓商場新風貌！ 郭彥劭 善意行銷 激發人心的創意 賴東明</p> <p>Cover Story 按讚還不夠 8 大秘訣把粉絲變顧客 許惠捷 粉絲價值 品牌粉絲值多少？ 郭彥劭 社群經營 大策略鞏固社群消費 許惠捷 讚後商機 社群再進化 粉絲用力買 郭彥劭 影音搶客 線上短片引爆購買力 許惠捷 日本精髓 攏絡顧客心 日本社群有一套 龐惠潔 歐美經典 社群 DIY 4 大基本功 王念祖 前車之鑑 品牌失誤 社群由愛生恨 朱灼文</p> <p>Special Report 數位浪潮 誰會被淘汰？ 吳恬儀</p>
------------------	-------------------------------------	--

		<p>產業調查 2012 台灣數位行銷服務公司調查 編輯部 動腦嚴選 台灣數位行銷 10 大經典 吳恬儀</p> <p>創意藍海 一則廣告大家看-國泰人壽 激發出觀眾心中的小天使！ 說穿了就是創意！ 邱品瑜 冷暖自知 林智豪 溫暖的會心一笑 謝莒方</p> <p>2012 LIA 幽默創意打造產品力！ 邱品瑜 展會創意 2012 北京國際汽車展 2,000 多家廠商創意角力賽 邱品瑜 2012 屏東創意論壇 屏東創意論壇 開創地方經濟新創意 編輯部 港岸行銷 蕭丁訓從創意找尋競爭力 編輯部</p> <p>業界風雲 產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>435 期 (2012.07)</p>	<p>創意企 業，百 家爭鳴</p>	<p>創新觀點 編者的話 不忘初衷 王彩雲 動腦為公益 動腦，又動心 謝冠雄 職場觀點 比稿比什麼？ 丁菱娟 設計觀點 公部門與民眾的視覺溝通 楊勝雄</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意行銷 日本餐廳創新外送服務 蕭掬今 日本飲食涼一夏 有哪些吸睛新商品？ 蕭掬今 名人代言潮 T 過時！ 限量團購才夠力 Mr.6 劉威麟</p>

	<p>創新思維</p> <p>感染力比「接觸多少人數」更重要 米卡</p> <p>美國報業的雙軌轉型 那福忠</p> <p>流行快報</p> <p>日本動漫開啓新商機 翟南</p> <p>每月精采品牌</p> <p>勇於挑戰！38 度金高如何拓展市場？ 許惠捷</p> <p>行動大趨勢</p> <p>App 行銷？品牌怎麼做！ 李全興</p> <p>Cover Story</p> <p>創意企業百家爭鳴 2012 企業創意力評比 郭彥劭</p> <p>創意心法</p> <p>關鍵 5 招 打造創意企業 郭彥劭</p> <p>網路巨人</p> <p>Google 的創意魔法 郭彥劭</p> <p>醫藥霸主</p> <p>百年嬌生為何屹立不搖？ 吳恬儀</p> <p>發明大王</p> <p>3M 關鍵技術獨占鰲頭 郭彥劭</p> <p>啤酒 A 咖</p> <p>海尼根用幽默引領潮流 吳恬儀</p> <p>運動達人</p> <p>NIKE 大膽冒險超越極限 吳恬儀</p> <p>日本精髓</p> <p>客訴變身產品新創意 龐惠潔</p> <p>歐美經典</p> <p>4 大企業創意力 改變世界 王念祖</p> <p>前車之鑑</p> <p>創意被唾棄 品牌滑鐵盧 朱灼文</p> <p>Special Report</p> <p>台灣設計產業 4 大趨勢 許惠捷</p> <p>產業調查</p> <p>2012 台灣設計公司大調查 編輯部</p> <p>高手出招</p> <p>動腦嚴選 吸睛好設計 許惠捷</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看-人力銀行誰比較讚？</p>
--	---

		<p>廣告除了產品力 還能談什麼？ 邱品瑜</p> <p>設計之旅</p> <p>Four Seasons Hotel Ritz, Lisbon 在建築之都邂逅新古典主義 丁一</p> <p>業界風雲</p> <p>網路創意焦點</p> <p>互動分享 創億不設限 編輯部</p> <p>公關創意秀</p> <p>驚喜活動 創造話題 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>436期 (2012.08)</p>	<p>App生存密碼：從80%失敗品牌學教訓</p>	<p>創新觀點</p> <p>編者的話</p> <p>我有 50 個 App 王彩雲</p> <p>媒體觀點</p> <p>台灣有線電視版圖大洗牌 陳清河</p> <p>職場觀點</p> <p>好聚好散 口不出惡言 丁菱娟</p> <p>設計觀點</p> <p>用設計創造美學利潤 楊勝雄</p> <p>行銷風向球</p> <p>全球話題掃描</p> <p>另類商機</p> <p>危機中崛起 日本開店新創意 蕭掬今</p> <p>日本超市、超商、百貨公司齊搶網購大商機 蕭掬今</p> <p>創新思維</p> <p>付費試用電器 創新模式行得通？ Mr.6 劉威麟</p> <p>為什麼你的漢堡看起來跟廣告的差那麼多？ 林之晨</p> <p>數位趨勢</p> <p>巴菲特為什麼看中報紙？ 那福忠</p> <p>每月精采品牌</p> <p>大金空調、3M 魔利 打造廣告金句的關鍵決策 許惠捷</p> <p>創新思維</p> <p>靠客製服務讓麥片賣翻？ 傅利安</p> <p>中國商戰</p> <p>中國千億的營養補給飲料市場大戰？ 丘志偉</p> <p>Cover Story</p> <p>App 生存密碼：從 80%失敗品牌學教訓 吳恬儀</p>

	<p>行動商務</p> <p>聰明應用如何創造掌上商機？ 吳恬儀</p> <p>擺脫框架</p> <p>創新 App 闖出市場新規則 許惠捷</p> <p>愛不釋手</p> <p>如何打造超黏 App？ 吳恬儀</p> <p>洞燭先機</p> <p>App 市場大發現 許惠捷</p> <p>歐美經典</p> <p>4 大趨勢 品牌 App 再進化 王念祖</p> <p>日本精髓</p> <p>實用 App 讓人習慣成自然 龐惠潔</p> <p>前車之鑑</p> <p>行動應用為何踢鐵板？ 朱灼文</p> <p>Special Report</p> <p>精準行銷決戰行動和家外 郭彥劭</p> <p>產業調查</p> <p>2012 行動、家外服務公司大調查 編輯部</p> <p>動腦嚴選</p> <p>2012 精選行動、家外 10 大案例 郭彥劭</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看-國泰世華 當信用卡變成記憶卡？</p> <p>用帳單編織的記憶 邱品瑜</p> <p>略高於均溫的清新生活小品 周麗君</p> <p>分眾宣傳 精準行銷 葉偉懿</p> <p>2012 坎城國際創意節</p> <p>改變世界的極簡創意！ 謝佩芳</p> <p>2012 廣告金句獎</p> <p>2012 廣告金句獎 說出消費者哪些心裡話？ 許惠捷</p> <p>2012 整合行銷高峰會</p> <p>2012 整合行銷高峰會 談出哪些新觀點？ 許惠捷</p> <p>設計之旅</p> <p>Aman at Summer Palace+Amanfayun, China 宮廷與民居的驚喜偶遇 丁一</p> <p>業界風雲</p> <p>網路創意焦點 編輯部</p>
--	---

		<p>產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>437 期 (2012.09)</p>	<p>點燃商 品共感 力</p>	<p>創新觀點 編者的話 有心但不夠用心 王彩雲 動腦為公益 真，能動心！ 謝冠雄 職場觀點 入寶山不要空手回 丁菱娟 設計觀點 最好的地方 給最爛的設計 楊勝雄</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 另類廣告 找對接觸點 行銷事半功倍 米卡 MAC 新廣告登場 暗示蘋果失去靈魂了嗎？ 林之晨 數位趨勢 廣告成為《紐約時報》副業 林之晨 創意商品 「美」訴求！ 文具變身新商機 蕭掬今 流行快報 解決生活問題的日本商品 翟南 創意考察 困境下的創意爆點！ 賴東明 每月精采品牌 蘇菲連續 10 年拿下市佔第一的祕密 郭彥劭</p> <p>Cover Story 點燃商品共感力 從使用者出發的貼心設計 郭彥劭 洞察需求 跌破專家眼鏡的素人創意 吳恬儀 量身打造 Adidas、樂高從客戶吸取創新養分 吳恬儀 設計妙招 OXO、GEO、beBit 創造顧客共鳴 勇敢問 Why？ 郭彥劭 歐美經典 開發商品從搞懂使用者開始 王念祖 傑出設計</p>

		<p>設計師談使用者中心的設計 許惠捷</p> <p>日本精髓</p> <p>突破商品開發 3 大困境 龐惠潔</p> <p>前車之鑑</p> <p>商品慘敗 4 大主因！ 朱灼文</p> <p>Special Report</p> <p>市調如何與時俱進？ 許惠捷</p> <p>產業調查</p> <p>2012 台灣市調服務公司大調查 編輯部</p> <p>市調達人</p> <p>8 位市調達人教你找消費者洞察 許惠捷</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看-好久不見 張君雅小妹妹</p> <p>品牌如何活化既有資產？ 邱品瑜</p> <p>品牌經營 光靠電視廣告宣傳？ 李良頤</p> <p>當代言人長大之後？ 吳慶彬</p> <p>2012 坎城國際創意節</p> <p>挑戰廣告極限「金」厲害！ 邱品瑜</p> <p>設計之旅</p> <p>Hotel Miro+Living Barcelona 親近藝術聖地的最佳起點 丁一</p> <p>異業交流</p> <p>傑出設計公司頒獎 與廣告主面對面交流 許惠捷</p> <p>業界風雲</p> <p>公關創意秀</p> <p>夏日活動 動感上演 編輯部</p> <p>網路創意焦點</p> <p>創意數位 每個人都是巨星 編輯部</p> <p>App 拼創意</p> <p>互動故事 抓住目光 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>438 期 (2012.10)</p>	<p>向精品 學品牌 管理</p>	<p>創新觀點</p> <p>編者的話</p> <p>超越期待的感動 王彩雲</p> <p>動腦為公益</p> <p>以公，為益 謝冠雄</p>

		<p>職場觀點 管理客戶的情緒 丁菱娟 設計觀點 形象設計的「基礎建設」 楊勝雄</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意行銷 日本特色店鋪 ACE 用「購買樂趣」取代廉價 蕭掬今 日本今夏商機「冰」料理站出來 蕭掬今 創新思維 除了新品上市活動 還能做什麼品牌行銷 米卡 當報社老闆遇到賭博大亨 那福忠 數位趨勢 個人化報紙重生？ 那福忠 流行快報 創意為生活帶來無限樂趣！ 翟南 每月精采品牌 旁氏完美雙面女解救品牌老化 許惠捷 創意考察 高齡化國家的創意活水！ 賴東明</p> <p>Cover Story 向精品學品牌管理：從設計到溝通創造品牌魅力 許惠捷 精豔品牌 OMEGA 獨特品牌管理之道 邱品瑜 數位成精 四季飯店、Tiffany 精品數位行銷大絕招 郭彥劭 台灣精品 台灣打造精品行不行？ 許惠捷 歐美經典 精品行銷 3 大新思路 朱灼文 日本精髓 精緻化創造品牌新話題 龐惠潔 前車之鑑 精品為何變輸家？ 郭彥劭</p> <p>Special Report 網路浪潮公關業如何升級？ 吳恬儀 產業調查</p>
--	--	--

		<p>2012 台灣公關公司大調查 編輯部 動腦嚴選 台灣年度公關 10 大案例 郭彥劭</p> <p>創意藍海 一則廣告大家看-經濟部能源局 正面能量宣傳節電 節電，停止高聲疾呼！ 邱品瑜 做公益 要先啟動影響力 周麗君 大環境下的考驗 葉偉懿 非關營利 公益廣告 化被動為主動的創意力！ 邱品瑜 蓋世文功 讓人拍案叫絕的創意文案！ 林智豪</p> <p>業界風雲 公關創意秀 證言、代言 瞄準不同族群 編輯部 設計新主意 做出精緻質感的好設計 編輯部 產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部</p>
<p>439 期 (2012.11)</p>	<p>魅力城市 的行銷 心法</p>	<p>創新觀點 編者的話 城市行銷大放異彩 王彩雲 動腦為公益 百分之一的力量 謝冠雄 職場觀點 中國新世代崛起的競爭力 丁菱娟 設計觀點 城市形象設計的天空 楊勝雄</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意行銷 Uniqlo 與 BIC CAMERA 異業結盟出新招 蕭掬今 日本冰凍商品、宇宙遊戲有話題 蕭掬今 深入洞察 字體設計可以救命？ 那福忠</p>

	<p>創新策略</p> <p>賣自編自製教材 教師一夕成百萬富翁 林之晨</p> <p>《今日美國》三十而衰？三十而立？ 那福忠</p> <p>流行快報</p> <p>犀利宅物創意不敗！ 翟南</p> <p>每月精采品牌</p> <p>玩美女人讓蘭蔻完美出擊 郭彥劭</p> <p>中國商戰</p> <p>如何搶攻中國千億果汁市場？ 丘志偉</p> <p>行動大趨勢</p> <p>品牌如何打造有用的 App？ 吳慶彬</p> <p>創意考察</p> <p>真澄清酒的質感行銷 林珮芸</p> <p>Cover Story</p> <p>魅力城市行銷心法 吳恬儀</p> <p>建構魅力</p> <p>里斯本突破困境再創高峰 吳恬儀</p> <p>食指大動</p> <p>麻州美食如何風迷全世界？ 鄭雅慈</p> <p>歐美經典</p> <p>讓人流連忘返的魔力城市 朱灼文</p> <p>日本精髓</p> <p>爆紅城市的人氣秘密 龐惠潔</p> <p>台灣之光</p> <p>高雄如何打造城市新風貌？ 許惠捷</p> <p>前車之鑑</p> <p>行銷失誤城市創意打折扣！ 許惠捷</p> <p>Special Report</p> <p>台灣會展如何抓緊趨勢找商機？ 郭彥劭</p> <p>產業調查</p> <p>2012 台灣會展公司調查 編輯部</p> <p>動腦嚴選</p> <p>城市參與開啓會議新模式 郭彥劭</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看-禮坊讓你聽見心裡話！</p> <p>喜餅，除了待嫁新娘外 邱品瑜</p> <p>只要願意行動 結婚是幸福浪漫的事 李良頤</p>
--	---

		<p>老品牌的市場趨勢 葉偉懿 2012Spikes Asia 110 亞太頂尖創意對決！ 邱品瑜 泰式廣告 勾勒共同記憶為品牌加分 王福闖</p> <p>業界風雲 網路創意焦點 社群小遊戲 品牌秀創意 編輯部 傑出設計 視覺溝通 一眼看穿品牌個性 編輯部 產業發展 客戶動態 編輯部 創意人多變化 編輯部 動腦格言 行銷業務人員如果只是達到業績目標，但成長幅度不如市場現況， 就是輸家。(台灣萊雅美妝事業部總經理蔣喆敏)</p>
<p>440 期 (2012.12)</p>	<p>拼有感 創新： 商業模 式決勝 負</p>	<p>創新觀點 編者的話 一場沒有界限的戰爭 王彩雲 動腦為公益 動腦馬拉松 謝冠雄 媒體觀點 新媒體下的網路行動者 陳清河 職場觀點 大人物小看了臉書 丁菱娟 設計觀點 設計的思考邏輯 楊勝雄</p> <p>行銷風向球 全球話題掃描 創意行銷 中國嬌生「背奶媽媽」的啓示 米卡 IKEA 怎麼做「有意義的行銷」？ 米卡 創新思維 定期定額購買日本市場正夯 蕭掬今 旅館玩創意 新經營模式吸睛 郭彥劭 數位趨勢 蘋果的矛盾 林之晨</p>

	<p>流行快報</p> <p>宅心不變 創意讓生活更有趣！ 翟南</p> <p>行動大趨勢</p> <p>App 是創新工業非代工業！ 楊煜霖</p> <p>創意考察</p> <p>市場窒息中的日本創新氣象 賴東明</p> <p>每月精采品牌</p> <p>青島啤酒不苦純生如何幫品牌加值？ 許惠捷</p> <p>Cover Story</p> <p>拚有感創新：商業模式決勝負 許惠捷</p> <p>美麗商機</p> <p>扭轉困境 時尚新思維 吳恬儀</p> <p>食在出色</p> <p>創意變身 餐飲旅遊新生意 郭彥劭</p> <p>內容致勝</p> <p>跨界經營 姊妹淘放眼華文市場 吳恬儀</p> <p>創新通路</p> <p>虛實整合 Walmart、Greenbox 找出新商機 郭彥劭</p> <p>綠色科技</p> <p>綠色創新 如何顛覆舊市場？ 許惠捷</p> <p>歐美經典</p> <p>無所不試 大品牌創新經營 朱灼文</p> <p>日本精髓</p> <p>以客為本 日本企業生意鮮點子 龐惠潔</p> <p>創意藍海</p> <p>一則廣告大家看-BRAPPERS 牛仔褲 柔軟的創意力</p> <p>廣告配樂的巧思 邱品瑜</p> <p>恰如其分的創意成份 臧國明</p> <p>獨特市場定位聚集目光 葉偉懿</p> <p>2012Clio 賞析會</p> <p>精準溝通的迷人創意 郭彥劭</p> <p>日本設計</p> <p>銀座頂樓 設計師的秘密聚會 林珮芸</p> <p>香港設計營商周</p> <p>丹麥皇家哥本哈根與 Fritz Hansen 如何不朽？ 許惠捷</p> <p>業界風雲</p>
--	--

	<p>公關創意秀</p> <p>社群公關 成果超越期待 編輯部</p> <p>網路創意焦點</p> <p>分享擴散 網路創口碑 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>動腦格言</p> <p>拓展市場的最終環節——品牌力和市場需求！(台灣青啤公司副總經理黃萬裕)</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
248 期 (2012.01)	揭開 facebook 的真面 目	<p>編輯人語</p> <p>fb 已經不是 fb 了！</p> <p>專欄</p> <p>天堂臉書 完美的漂移</p> <p>全球數位行銷觀點</p> <p>平板電腦和智慧手機會全面性的取代大螢幕 Google快速竄紅關鍵字排名出爐 不可不知的2012十大科技趨勢 facebook擊敗Google、Apple，成為No.1</p> <p>全球廣告藝廊</p> <p>色情？是想太多了吧</p> <p>報導</p> <p>第15屆國際廣告協會台北分會第一次會員大會 數位世界領導雜誌WIRED發行中文版 Z1 Star齊旺事達集團 正式成立 第12屆金手指網路獎特別報導 第1屆華文公關獎 先勢最大贏家 當流行音樂激撞廣告創意 理論結合實務！創造體驗學習模式 創造議題，增加曝光！</p> <p>特別企劃：揭開 facebook 的真面目</p> <p>3個圖揭開臉書的真面目 facebook行銷的茉莉花革命 關於facebook品牌必須知道的事</p>

		<p>回歸到消費者洞察 給他們不一樣的 粉絲經營 內容是王道 facebook協助推動台灣啤酒產品 品牌新行銷舞台 facebook不會告訴你的數字 facebook的facelook</p> <p>數位行銷 品牌要做 App 幾個不太像廣告的病毒式影片廣告 數位行動與產業的結合</p> <p>創意火花 2011年台灣電影發威！行銷決定成敗！ 對音樂的灼熱眼神 葛萊美的設計師蕭青陽 從廣告出發 創意跨界加減無限大！</p> <p>傳播圈 創異促動榮獲華文公關獎年度全場最大獎 ADKi 作品獲金手指年度最佳活動網站大獎 Yahoo!奇摩推出 3 款免費手機 App 2011 年 YouTube 台灣年度熱門影片排行榜出爐 奧美廣告在彼岸插旗優秀創意成績</p> <p>廣告量總覽 2011 年 11 月指標商品有效廣告量 2011 年 11 月前 20 大指標商品有效廣告量 2011 年 11 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>249 期 (2012.02)</p>	<p>雲端溝 通</p>	<p>編輯人語 雲端，其實很有意思！</p> <p>專欄 雲端戰爭 想像 21 世紀，沒有雲端產業的文創產業</p> <p>全球數位行銷觀點 App 為美國帶來近 50 萬個工作機會 Apple 美國 iPhone 銷售爆量 Android 陣營壓力大 行動商務使用者滿意度調查 Amazon 一分之差 Twitter 搶做品牌網路行銷生意</p>

		<p>報導</p> <p>IPTV、Mobile 將引發效應</p> <p>Medialand 進軍北京 佈局國際</p> <p>彭德湘要再創新局</p> <p>黃麗燕要與台灣同仁實現夢想</p> <p>2011 年中國 4A 創意獎 奧美技冠群雄</p> <p>Celebrity Bowl 對決 Puppy Bowl</p>
		<p>特別報導：柯達</p> <p>億萬照片不敵一張數位？</p> <p>柯達品牌商標演進</p> <p>柯達廣告作品</p>
		<p>特別企劃：雲端溝通</p> <p>何謂雲端</p> <p>雲端服務無限商機</p> <p>漫步在雲端</p> <p>雲端科技是行銷的雙面刃</p> <p>雲端不具意義？！</p>
		<p>數位行銷</p> <p>最貼身的行銷利器</p> <p>老玩意新把戲</p> <p>2012 年中國移動互聯網市場 5 大預言</p>
		<p>創意火花</p> <p>音樂這樣玩，真的行得通嗎？</p>
		<p>傳播圈</p> <p>通用汽車指定凱絡為全球媒體服務夥伴</p> <p>游明仁辭去達彼思 轉戰 ADK</p> <p>菁英公關集團入圍 2 大國際公關競爭 7 獎項</p> <p>深化數位佈局，安吉斯重要人事任命</p> <p>浩騰媒體獲選為台灣百事食品媒體代理商</p> <p>吳春城連任第 5 屆公關業經營人協會理事長</p>
		<p>廣告量總覽</p>

		<p>2011 年 12 月指標商品有效廣告量 2011 年 12 月前 20 大指標商品有效廣告量 2011 年 12 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>250 期 (2012.03)</p>	<p>2011 十大關鍵廣告數字</p>	<p>編輯人語 微成長與創集團</p> <p>專欄 我做了一個 App 不能說的祕密</p> <p>全球數位行銷觀點 Google 超越 Facebook 榮獲 2012 年全球最家在地化網站寶座 社群商務：關鍵在於體驗 社群分享未來趨勢預測分眾無障礙將成主流 流行與科技：2012 年值得期待的 3 大趨勢</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄 2012 年最強大的微電影(?)</p> <p>報導 數位不是趨勢潮流 應該像呼吸一樣自然 麥肯「暖話效應」App 全球傳遞 Free 溫暖 JWT 全新主張-worldmade「世界智造」 從 360°深化到 6° 游明仁轉戰 ADK Taiwan 創集團打造業界新思維 林文河淬鍊精華再出發 直擊 TOYOTA Taipei 101 巨樹操作秘辛</p> <p>特別企劃：2011 10 大廣告關鍵數字 台灣景氣不受歐債影響 跳脫單純型態 戶外媒體整合在活動中 建築業多年榮景不再？ 廣告真實反映經濟考量 生活型態變化與經濟衝擊 為廣告商品小類消長主因 2011 年廣告商品 反映女性消費新趨勢 消費習慣與商品經濟 反映平面媒體投注量 天災及政策因素 影響廣播廣告投放量</p>

		<p>「您方便的好鄰居」 全面包圍消費者生活 網路廣告量成長再上一層 不景氣中依舊亮眼 2012 年台灣地區網路廣告型態預測 2012 年台灣地區網路廣告支出預測 2011 年台灣各代理商主要客戶名單與得獎紀錄</p> <p>數位行銷 Social commerce5 大行銷動力 褪去一切後你還愛我嗎？</p> <p>創意火花 異言不怕，敢玩最大！ 從漫畫紙上躍然電影螢幕 邱若龍的「鳥占」人生</p> <p>傳播圈 傳立媒體升遷喜事與新血注入 安吉斯收購美國數位行銷公司 Roundarch 麥肯廣告再添生力軍及升遷喜訊 ADK Taiwan 新增生力軍 知世·安索帕以行動、技術、創意人才佈局 浩騰媒體獲 Gunn Report2011 年度最佳媒體代理商</p> <p>廣告量總覽 2012 年 1 月指標商品有效廣告量 2012 年 1 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 1 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>251 期 (2012.04)</p>	<p>2011年 台灣地 區10大 行銷個 案</p>	<p>編輯人語 文創產業熱潮顯現</p> <p>專欄 十字路口</p> <p>全球數位行銷觀點 懷舊：若在 1995 年就有 Facebook，看起來會是什麼樣子？ 全球第一支購物 MV 登場 2012 年社群媒體大調查：社群行銷的痛與商機？ 4 個值得關注的最新流行產業創新趨勢</p>

		<p>Yahoo!奇摩行銷專欄 消費者不點廣告=無效廣告？</p> <p>報導 台灣「網路消費者行銷」第一品牌 商用品牌的辨識價值 競立媒體正式更名 資源加乘服務優化 中國陽獅拿下海爾代理權</p> <p>Out of Box 吧！ 2012 年 7 月啓動數位電視時代 網路行銷公司爆發新一波出走潮！ D2C 正式在台設立分公司 麥肯穿新衣 CSR 連結企業核心才能永續發展 娛樂行銷靈不靈？ 擋不住對數位資訊的渴望 《廣告雜誌 Adm》電子版 4 月上線囉！</p> <p>特別企劃：2011 年台灣地區 10 大行銷個案 緊抓觀眾心理 免費的行銷戰略 轉攻為守的小成本戰爭 民進黨 3 隻小豬運動解密 海尼根與 Google 聯手 精采數位行銷世界 《我可能不會愛你》 以朋友式行銷擴散口碑 體驗行銷創造五月天諾亞方舟奇蹟 8.8 億的《賽德克·巴萊》以感動做行銷 事件行銷下的成功案例－《賈伯斯傳》 Luxgen 掌握消費者情感面 同時滿足產品力需求 用 Social Media 創造驚人行銷效益 傾聽消費者的聲音 ZARA 的寧靜革命</p> <p>數位行銷 顛覆腦袋，iCD 用「免費下載」行銷華語音樂 爭取到時間後，怎麼贏得消費者的心？</p> <p>創意火花 不當女王寧當織女的唐淑芬</p>
--	--	---

		<p>傳播圈</p> <p>偉大廣告員工旅遊東南亞跳島 3 地瘋狂之旅 達彼思廣告注入新血 傳立媒體升遷喜事 13 個故事：坎城創意節如何改變你的人生 台灣安吉斯媒體集團暑期媒體實習營熱烈報名中 Google「Art Project 藝術計畫」前進故宮</p> <p>廣告量總覽</p> <p>2012 年 2 月指標商品有效廣告量 2012 年 2 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 2 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>252 期 (2012.05)</p>	<p>數位電 視6個 Q&A</p>	<p>編輯人語</p> <p>均衡，也是生活的道理</p> <p>全球數位行銷觀點</p> <p>Fashion Like 按讚數衣架，讓你知道哪件衣服人氣夯 為什麼你 84% 的 Facebook 粉絲都神秘失蹤了？ 紐約奢華購物獎勵網站 讓名牌接觸年輕富裕客層 雲端空間服務比一比</p> <p>全球廣告藝廊</p> <p>數位已死？-從 GAP 的 Styld.by 談起</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄</p> <p>4 天內讓粉絲暴漲 5 倍的秘訣：首頁人生</p> <p>專欄</p> <p>其實，電視早就數位化了！ 蘋果將如何在中國市場取得下一步飛躍式的成功？ 王建民的危機處理 嘖！嘖！嘖！</p> <p>報導</p> <p>社群新星新邏輯 展開「心」銷新革命 找尋世界的均衡，傳遞均衡的思想 《GMX 金曲音樂節》品牌建立 非營利議題是公關最佳溝通利器</p>

		<p>以品牌台灣契機 創造台灣品牌價值 第 21 屆時報金犢獎搶先報 傑思媒體與 ADWAYS 攜手合作擴大服務網絡</p> <p>特別企劃：數位電視 6 個 Q&A 何謂數位電視？ 數位電視的整體環境與未來？ 高畫質時代來臨，節目內容製作如何因應？ 數位訊號全面啟動 數位平台立正站好？ 收視率的調查機制與收視習慣的改變？ 數位化後代理商的角色轉變？</p> <p>數位行銷 拜託你，好好地取悅我</p> <p>創意火花 再重溫一次我與我偶像的青春戀歌！ 創意混血世代 擁抱生活才是王道</p> <p>傳播圈 ADKi 獲選 2012 金滑鼠獎兩岸三地最佳 10 大團隊 兩岸將聯手舉辦微電影大賽 重金挖角新銳導演 知世·安索帕獲得 Facebook 全球 PMD 計畫的肯定 優質微型影音正夯！ 奧美廣告 5 月正式成為奇集集的品牌代理商 Z1Star Digital 於上海成立區域總部</p> <p>廣告量總覽 2012 年 3 月指標商品有效廣告量 2012 年 3 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 3 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>253 期 (2012.06)</p>	<p>廣告人 在哪裡</p>	<p>編輯人語 該好好正視人才的問題</p> <p>專欄 2011 台灣網路產業最佳行銷案例 中國移動社交遊戲市場給美國的啟發</p>

		<p>全球數位行銷觀點</p> <p>Kinect 不只可以拿來打電動 還可以協助外科醫生進行手術</p> <p>QR Code 行銷新創意 請把黑啤酒裝滿</p> <p>老片不死！金獎電影《北非諜影》躍上 Facebook 影院</p> <p>Facebook 將在 2020 年被大家遺忘 就像當初 Yahoo!一樣</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄</p> <p>社群時代，用「內容行銷」更給力</p> <p>報導</p> <p>網路創意策略的高手</p> <p>提升政府公關專業 進入「全面溝通」時代</p> <p>數位與傳統交織出金犢獎新面貌</p> <p>從金犢獎看兩岸廣告</p> <p>第 21 屆時報金犢獎作品賞析（上）</p> <p>《廣告雜誌》正式成為《艾菲獎》台灣地區媒體夥伴</p> <p>金曲論壇：電影戲劇的音樂魔法</p> <p>金曲論壇：音樂就是態度</p> <p>特別企劃：廣告人在哪裡？</p> <p>廣告業的人才荒</p> <p>廣告業需要的人才</p> <p>找人、留人，該怎麼做？</p> <p>中國人才競爭企圖不可忽視</p> <p>韓國企業爭取人才不惜投資</p> <p>台灣廣告業的人才問題</p> <p>數位行銷</p> <p>龍寶寶合成搶先看，意外滿足 50 萬人心願</p> <p>如此登對，是平台選擇 idea 或 idea 選擇平台？</p> <p>創意火花</p> <p>聽有故事的人說故事</p> <p>從文案到平面設計 玩出自己的風格</p> <p>傳播圈</p> <p>2012 傑出公關獎最大贏家 奧美公關獲 3 項殊榮</p>
--	--	--

		<p>OMG 宏盟媒體升遷喜事 林文河創立林文河企管顧問公司 不來梅加入高手數位 準備大展身手，讓數位更有創意！ 傅立新人上任 海尼根冠名贊助 Sensation 風靡全球的大型音樂活動</p> <p>廣告量總覽 2012 年 4 月指標商品有效廣告量 2012 年 4 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 4 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>254 期 (2012.07)</p>	<p>2011年 台灣地 區風雲 廣告代 理商-奧 美廣告</p>	<p>編輯人語 誰來打倒奧美？</p> <p>專欄 當廣告人負責 50%的創新時，誰負責另一個 50%？ 整合行銷的企劃</p> <p>全球數位行銷觀點 QR Code 無所不在，您...厭倦了嗎？ 社群網站+串流影音=娛樂行銷新招術 Apple iTunes 影音商店終於在台灣開幕了！ YouTube 推出喜劇頻道 走向原創內容之路？</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄 不產出內容的內容行銷要怎麼做？</p> <p>報導 台灣老朋友遇見日本新朋友－D2C Party：夏宴星空派對 最給力的整合服務 聯廣傳播集團分工力量大 IMC 新趨勢讓真相說故事 文創產業的電子商務再革命 beBit 數位行銷顧問 進駐台灣第一站 第 21 屆時報金犢獎作品賞析（中） 行銷 3.0 時代的公關大未來 中國艾菲實效排名頒獎典禮在北京 2012 中國艾菲獎作品徵件正式啟動</p>

		<p>特別報導：2012 坎城國際創意節 世界級的創意競爭，你在哪裡？ 前進創意的世界舞台：坎城 吳力強：做廣告要健康</p> <p>特別企畫：2011 年台灣地區風雲廣告代理商—奧美廣告 奧美不是一天造成的！ 台灣廣告人才奮起吧！ 人才是台灣奧美最珍貴的資產 最有效果的傳播策略 堅持 Belief 令人激賞的奧美創意！ 廣告客戶讚賞奧美團隊的專業服務 2011 年奧美廣告得獎紀錄 從逆轉力到尋求突破力的 ADK-Taiwan</p> <p>數位行銷 另一個自己-快速的連接真實與虛幻</p> <p>創意火花 創意微醺 洞察人心</p> <p>傳播圈 劉光萱升任凱絡媒體總經理 太筊策略營收大增長 DDB 集團(香港)麥當勞打造「小童大 amazing 作」 台灣電通招考大學畢業以上新鮮人 彥星傳播出國充電之旅 台灣廣告站上世界舞台</p> <p>廣告量總覽 2012 年 5 月指標商品有效廣告量 2012 年 5 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 5 月台灣地區網路調查報告</p>
255 期 (2012.08)	2011年 台灣地 區年度 媒體代 理商-凱	<p>編輯人語 凱絡：專注、高度、參與、正向能量</p> <p>專欄</p>

	<p>絡媒體</p>	<p>如何讓大象跳舞 歡迎來到「內容行銷」時代 當塵埃落定之後一切都顯得沒事了</p> <p>全球數位行銷觀點 改用短訊行銷吧，亂槍打鳥的社群廣播行效不彰 Facebook 相片呈現大變身 Pinterest 風格秀給你看 YouTube 公布商業模式：直播、廣告、合作夥伴 別找旅行社導遊，到 Vayable 找當地人來一場激烈的旅遊吧！</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄 遊戲產業決戰新世界：如何讓玩家全年黏住你不放</p> <p>報導 讓 Facebook 行銷 化被動為主動 海量資訊來臨，快給我們訊息秘書！ 肯德基數位初體驗 酷樂團野台開唱 系統性思考 品牌溝通公關精緻化 第 21 屆時報金犢獎作品欣賞（下） 看不看廣告，YouTube：由你來決定！</p> <p>特別報導：2012 TIDAF 台北國際數位廣告節</p> <p>特別企畫：2011 年台灣地區風雲媒體代理商—凱絡媒體 凱絡媒體展現領導者氣勢 做事的人，造就了凱絡 專業的事，讓凱絡成功 2011 凱絡媒體大事記 台灣安吉斯媒體集團組織架構 凱絡就是集團中的領頭羊 不做專業人才 要做混種菁英 凱絡人眼中的凱絡 這就是我們要的！全員客戶服務 團隊積極正面能量讓人驚艷 2011 凱絡媒體週報</p> <p>數位行銷 辦網路贈獎活動，你賺到了什麼？</p>
--	------------	--

		<p>創意火花 堅持想走的路 耕耘創意養成</p> <p>傳播圈 台北奧美廣告雙喜臨門慶功趴嗨翻天 李奧貝納 77 週年「歡慶七七秀七彩」熱鬧登場 DDB 恆美獲客戶留蘭香肯定 亞洲廣告聯盟積極培育優秀行銷青年</p> <p>廣告量總覽 2012 年 6 月指標商品有效廣告量 2012 年 6 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 6 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>256 期 (2012.09)</p>	<p>行動行銷</p>	<p>編輯人語 行動行銷大迷宮！</p> <p>專欄 亞洲遊戲業的 6 大趨勢即將席捲西方市場</p> <p>全球數位行銷觀點 精品品牌及零售商開發 Mobile App 應該注意的地方 最新行銷：透過音波送來的折價券 劃時代的手機支付手段：Square 模式 精品網站 Shoptiques 新行銷：預訂女模抱抱</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄 激戰網購市場，該如何殺出重圍？</p> <p>報導 行動廣告新紀元 以智慧和策略推動品牌的舵手 活動行銷公司在幹嘛？ 跟著消費者走才有意義！ 微電影如何點燃網路戰火？ 台灣廣告人的中國經驗 台灣廣告深具人文氣質，創意可以無限大！ 整合業界能量，創新廣告交流平台</p>

	<p>福斯國際電視網深耕在地 廣告是中國大陸重點產業 美麗 10 年，最在地的國際媒體代理商 蘇雄創業，伊午久傳媒正式獨立</p> <p>特別報導：2012 TIDAF 台北國際數位廣告節 2012 TIDAF 台北國際數位廣告節報導</p> <p>特別企畫：如何走出行動行銷的迷宮？ 行動行銷的 6 個誤解 圖解行動行銷 確定行動行銷的方向與目的 誰能提供行動行銷全服務？ 掌握使用者經驗才能有好策略 挖掘消費者的生活型態 技術讓概念落實成形 行動行銷結合創意與技術 行銷傳播的最後一哩路 行動行銷的關鍵概念</p> <p>數位行銷 在數位世界，你可以盡情打破規則！ 速食時代，跨平台 App 開發工具</p> <p>創意火花 反撲傳統媒體，病毒行銷行不行？ 動漫、電玩元素與音樂、廣告結合的影像創作者</p> <p>傳播圈 全家肯定到麥肯 米蘭 Medialand 上海喬遷 台灣奧美廣告升遷喜訊 許乾晃出任創異廣告執行創意總監</p> <p>廣告量總覽 2012 年 7 月指標商品有效廣告量 2012 年 7 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 7 月台灣地區網路調查報告</p>
--	--

<p>257 期 (2012.10)</p>	<p>綠色行銷</p>	<p>編輯人語 綠色生存之道</p> <p>全球數位行銷觀點 電子商務賣精品，靠網站氣氛與網路廣告 手機遊戲開發者，該怎麼讓玩家找到你的 App? 丟掉一成不變的旅遊指南，Meetrip 幫你找當地人當導覽 靠使用者分享穿搭圖 Pose：我們比 Vogue 更有看頭</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄 網路成爲行銷新戰場，預算如何花在刀口上？</p> <p>報導 高舉混沌時代的奮鬥火炬 社群行銷大體驗 從 S.O.V.到 S.O.C. i-Buzz 的黃金 4 年 兩岸三地新聞監看系統成立 健康醫療公關的大未來 2012 中國艾菲獎擴大舉行 台灣首度參加艾菲獎 成果豐碩 第 7 屆台灣廣告節和高雄說掰掰！ TAAA 成立爭議廣告小組 《數位行銷廣告資料庫》首波徵件開跑！ 2012 4A Yahoo!創意獎 ADK 聯旭大獲全勝！ EPSON 獲年度最佳廣告主 想拍微電影！何謂微電影？ 2012 4A Yahoo!創意獎得獎名單 《不老騎士—歐兜邁環台日記》歡笑中動容 行銷傳播的一場變革</p> <p>特別企畫：綠色行銷 綠色行銷 YouBike 微笑單車創造綠色城市 從新鮮優格到當季果漿的綠色盛宴 節能巡邏隊，服務免費，形象無價！ 綠色行銷的先行者：3M</p> <p>數位行銷 傳遞「訊息」很棒，傳遞「信息」更厲害</p>
----------------------------	-------------	--

		<p>打破 App 迷思！！ 企業 M 化解決方案</p> <p>創意火花 攝影，荒木經惟的末日遺言</p> <p>傳播圈 「凱絡教師媒體營」成為產學交流最佳平台 吳慶彬獲選資策會行動服務暨行銷小組召集人 博仕達傾力促成「A Day 世界生活日」全球最大攝影展 雪苧廣告用真心為優質品牌說故事 媒體庫升遷喜事 ADK 聯旭廣告再創佳績</p> <p>廣告量總覽 2012 年 8 月指標商品有效廣告量 2012 年 8 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 8 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>258 期 (2012.11)</p>	<p>政府如何與人民溝通</p>	<p>編輯人語 用誠意溝通</p> <p>專欄 Kris Kringle 的聖誕節</p> <p>全球數位行銷觀點 最好的廣告，是從社群身上擠出來的 別弄舊 CD，它還有生財能力 媒體數位潮流真的來了！《Newsweek》年底揮別紙本 設計師服飾革命，網路讓時尚產業終結或新生？</p> <p>Yahoo!奇摩行銷專欄 你的關係「失溫」了嗎？</p> <p>報導 政府行銷新思維：當城市行銷遇上微電影 迎接「多螢時代」新趨勢 掌握新科技、新趨勢浪潮 先勢集團歡慶 16 周年 2012 i@T Festival</p>

		<p>企業公關不只是辦活動？ 給夢想家的群眾募資平台：嘖嘖 zeczec 2012 中國艾菲獎頒獎典禮 2012 中國艾菲獎港澳台地區得獎名單</p> <p>特別企畫：政府如何與人民溝通？ 政府應掌握一致性溝通策略 錯不在廣告創意 而在廣告目的 重視溝通專業，人民就會有感！ 誠懇，唯一的路 對傳播與媒體專精的政府才是可怕的</p> <p>數位行銷 最終的要點是創意，不是科技！ 從本能找到創意新思維 從傳播到傳染 創造全新溝通模式 虛實整合創造有效互動行銷 數位戰場上的小兵策略</p> <p>創意火花 姊妹淘 babyou.com 要女人更懂得寶貝自己 安和 65，讓空間解嚴的藝廊</p> <p>傳播圈 JWT 水底蛟龍水上嬌娃紛紛出籠 五月天「華人搖滾 全球發聲」站上世界舞台 台灣電通登玉山，為客戶與同仁祈願 我是大衛廣告由董事長鄧臺賢兼任總經理</p> <p>廣告量總覽 2012 年 9 月指標商品有效廣告量 2012 年 9 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 9 月台灣地區網路調查報告</p>
<p>259 期 (2012.12)</p>	<p>青春火 花-10個 不同領 域的我 世代築 夢故事</p>	<p>編輯人語 末日後，仍有無限希望</p> <p>專欄 接棒區</p>

全球數位行銷觀點

劇本、動畫、英雄全包了，迪士尼建力特效王國
連歐巴馬都靠資料分析贏了，你還要小看 Big Data?
App 下載次數多，即代表絕對成功？
電影會不會賣？用維基百科就能輕鬆算出來

Yahoo!奇摩行銷專欄

全球整體行銷預算分配正在改變，你真的知道嗎？

報導

金投賞最佳媒體代理公司：實力媒體
緊急接手，創造更強能量
科技公關的關鍵秘訣與全新挑戰！
第 13 屆金手指網路獎得獎名單

特別企畫：青春火花

不老騎士導演華天灝—只有挑戰，沒有答案
紅米國際旅館蕭宗仁和蕭凌雲—因為年輕，所以敢試
風尚旅行游智維—結合勇氣，追求生活態度
品墨良行王慶富—創作是使命，創新是挑戰
硬是要學林伯融和林伯懿—只能前進，不能後退
Voices of Photography 攝影之聲李威儀—為攝影文化，勇敢傻一回
THE BIG ISSUE Taiwan 李取中—相信自己，改變世界
逗點文創結社陳夏民—不只出版，更傳遞浪漫
Pinkoi 顏君庭、李讓、林怡君—不怕摔倒，緊握理想
彩虹來了高耀威—在可能裡，大膽玩實驗

特別報導：2012 Yahoo! Asia Big Idea Chair Awards

台灣勇奪 4 項大獎 為亞太區最大贏家
從科技渲染回歸創意本質—專訪 ADK 聯旭創意長游明仁、智威湯遜創
意長常一飛
切中消費者需求，創意更有力！
衝擊力打造品牌新主張
趣味題材拓展新族群
連結多頻道與網友創造高互動
2012 Yahoo! Asia Big Idea Chair 得獎名單

	<p>數位行銷</p> <p>如何開創企業官網的新溝通法則？ 國際級數位影像運用的里程碑 不可能沒有行動行銷的未來 分享，成就真實體驗 數位生活與技術，改變傳播溝通方式</p> <p>創意火花</p> <p>創意從不先看 brief！法國創意菁英團隊登陸上海</p> <p>傳播圈</p> <p>ADK 聯旭廣告贏得波蜜果菜汁廣告代理權 凱絡媒體得獎連連！ 台灣奧美廣告，首度參加艾菲獎成績亮眼 創意人才升遷喜訊</p> <p>廣告量總覽</p> <p>2012 年 10 月指標商品有效廣告量 2012 年 10 月前 20 大指標商品有效廣告量 2012 年 10 月台灣地區網路調查報告</p>
--	--