

滿足「健康行銷」的渴望

《贏得顧客手冊》

- ◆ 為何康健讀者是最佳顧客
- ◆ 關於《康健雜誌》
- ◆ 關於天下知識網/康健網站



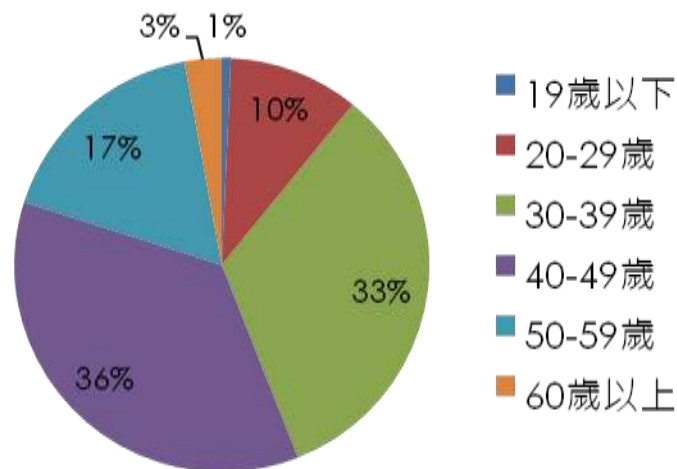
為何康健讀者是最佳顧客



服務專線: 02-25078627 ext.290
Email: ivyliu@cw.com.tw

2010 《康健雜誌》 讀者大調查

- ➡ 男：女= 3：7
- ➡ 72%已婚
- ➡ 年齡主要分布於30-49歲
- ➡ 高達90%教育程度為大學/研究所以上
- ➡ 超過35%家庭報稅總所得超過100萬以上
- ➡ 70%至少有一名小孩



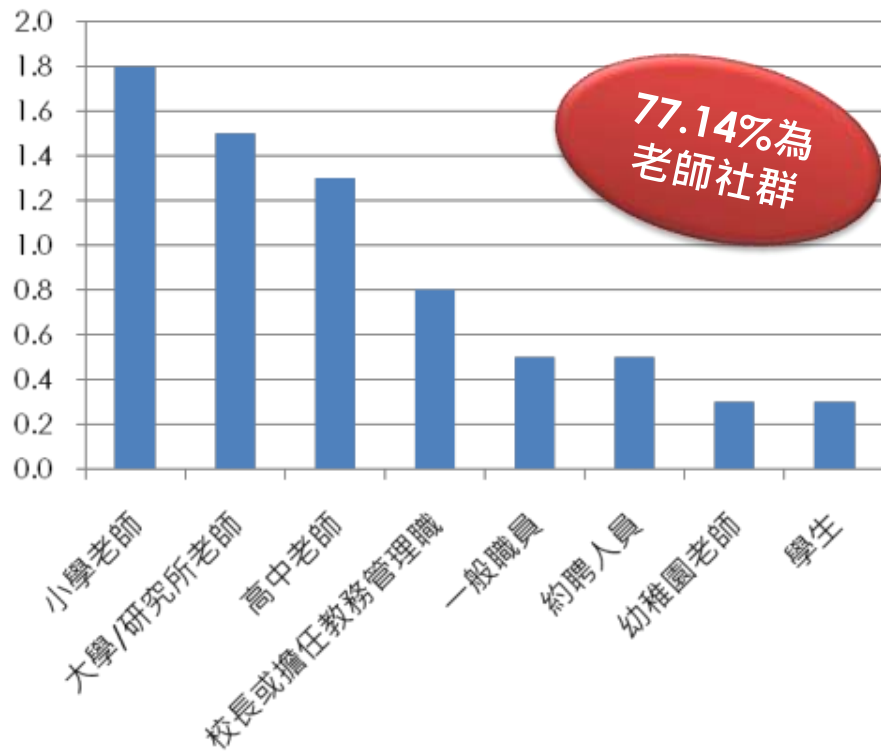
階段	百分比
學齡前	33.7
小學	22.7
國/高中	17.8
大專以上	25.8

- 除了康健以外，60%的讀者還會閱讀財經類雜誌(天下、商周等)
- 50%喜歡康健舉辦的健康生活類型講座
- 主要資訊來源90%是從網路、83.6%從雜誌
- 未來一年，90%以上的讀者會運用更多時間在休閒旅遊、運動健身與個人進修學習項目上

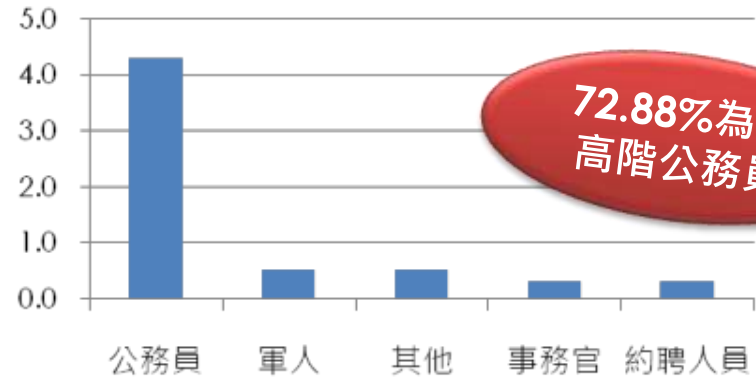
2010 《康健雜誌》 讀者大調查

職業類型

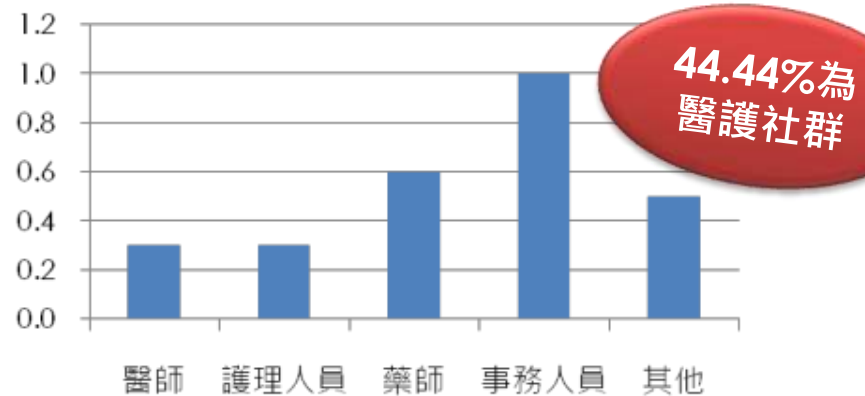
學校教育單位佔7%



政府機關佔5.9%



醫療照護單位佔2.7%



《康健雜誌》為最佳媒體宣傳管道

選擇《康健雜誌》的原因

- 高達99%以上在眾多媒體中較願意信任康健雜誌報導的內容。
- 86%認為康健是現代人健康生活的好夥伴
- 68%認為康健內容實用，對家人生活有直接幫助。

對廣告的偏好

- 65.7 %會閱讀有「整合傳播部企劃製作」字樣的報導式廣告，並有68.2%認為內容可增加新知。
- 吸引瀏覽廣告的原因：
 - 68.7% 內容具有新知
 - 54.8% 近期有產品消費需求
- 51%的讀者會想購買康健所介紹的相關產品

※ 資料來源：2010《康健雜誌》讀者大調查

閱讀率遙遙領先女性/家庭類雜誌

上個月看過的雜誌	20-65歲	30-39歲	40-49歲	50-59歲
1 康健	2.9	4.1	2.3	0.5
2 嬰兒與母親	2.6	3.9	0.7	0.2
3 美人誌 Beauty	2.1	2.3	0.5	0.1
4 ELLE 她	2	2.2	0.8	0
5 媽媽寶寶	1.8	2.7	0.4	0
6 薇薇	1.6	1.3	0.5	0.7
7 VOGUE (中文版)	1.6	1.7	0.7	0.3
8 媽咪寶貝	1.6	2.7	0.4	0.1
9 ViVi唯妳 (中文版)	1.5	1.1	0.3	0
10 儂儂 (中文版)	1.5	1.3	0.8	0.3
11 美麗佳人	1.4	1.6	0.6	0.2
12 漂亮家居	1.3	1.4	0.8	0.6
13 BEAUTY大美人	1.1	1.3	0.2	0
14 常春	0.7	1.0	0.9	0.2
15 漂亮 La Vie	0.5	0.5	0.3	0.2

※ 資料來源：2010年4月-9月尼爾森讀者調查

關於《康健雜誌》

2010年發行量成長

- 訂戶數 6萬
- 發行量 9萬



六大欄位 · 定位健康

資深編輯 · 深入淺出

Since 1998

每月發行9萬本
訂戶6萬

搭配時事與消費趨勢
以專業觀點出發
為讀者深入淺出
解讀議題

康健為您找到
具高消費力、高學歷
重視生活品質的優質族群

服務專線: 02-25078627ext.290
Email: ivyliu@cw.com.tw

新食尚

● 營養新知
● 30分鐘一桌菜
● Eat Out 拜訪幸福角落
● 六星級食材

新食尚內置欄目
 ■ 營養新知
 ■ 30分鐘上桌
 ■ Eat Out (拜訪幸福角落)
 ■ 六星級食材



愛上樂活族

● 休閒品味
● 樂活空間
● 樂活新鮮事
● 樂活設計


愛上樂活族內置欄目
 ■ 休閒品味
 ■ 樂活空間
 ■ 樂活新鮮事
 ■ 樂活設計



自然養生

● DIY Get Well
● 老祖母的健康秘方
● 養生新知

自然養生內置欄目
 ■ DIY Get Well
 ■ 老祖母的健康秘方
 ■ 養生新知





連年獲獎的榮耀
獻給親愛的讀者

- 2010年 金鼎獎最佳雜誌類-首獎
- 2009年 金鼎獎最佳家庭及生活雜誌類-首獎
- 2008年 亞洲卓越新聞獎 (SOPA)卓越深度報導獎 -榮譽獎
- 2007年 消費者權益報導獎-榮譽獎
- 2006年 亞洲卓越新聞獎 (SOPA)卓越新聞獎-榮譽獎

康健為您找到
具高消費力、高學歷
重視生活品質的優質族群

服務專線: 02-25078627ext.290
Email:ivyliu@cw.com.tw

引領趨勢 · 實踐健康

首家報導Walking 與 Lohas 國際健康趨勢



讀者的健康第一 我們也把《康健》做到第一



2000年8月



2005年12月



2006年8月



2007年9月



揭露真相 · 守護健康

For a healthy life

健康生活媒體
領導品牌

從2004年開始
針對讀者最關注的疾病
與醫療院所的選擇
提供最完整的就醫資訊

康健為您找到
具高消費力、高學歷
重視生活品質的優質族群

服務專線: 02-25078627ext.290
Email: ivyliu@cw.com.tw

【找對醫生看對科—就醫指南】



- 2004年08月069期：醫學中心出口民調
- 2006年08月093期：心臟、胃腸肝膽、神經科等
- 2007年08月105期：腦中風、氣喘、心臟、肺病、骨科等
- 2008年06月115期：五大癌症
- 2009年09月127期：十三大癌症72治癌團隊
- 2010年06月139期：女性就醫指南，解決10~90歲女性煩惱
- 2010年07月專刊：聰明找對好醫生



權威調查 · 監督健康政策

【健康城市大調查】

從2000年開始進行台灣23縣市調查：

- ◆ 2009年 08月129期：哪個城市最有防癌力？
- ◆ 2008年 08月117期：哪個城市119最會救人
- ◆ 2007年 09月106期：哪個縣市對老人最友善？
- ◆ 2006年 09月094期：哪個城市最樂活？
- ◆ 2005年 09月082期：哪個城市最寂寞？最難眠？
- ◆ 2004年 11月072期：哪個城市最適合養小孩？
- ◆ 2003年 12月061期：哪個城市運動環境最友善？
- ◆ 2002年 09月046期：哪個城市對女性最友善？
- ◆ 2001年 09月034期：哪個城市最肥胖？
- ◆ 2000年 09月023期：你住的地方健康嗎？

For a better future

健康生活媒體
領導品牌

為全民健康與生活品
質嚴格把關
提供政府政策制訂與
實施重要參考依據

康健為您找到
具高消費力、高學歷
重視生活品質的優質族群

服務專線：02-25078627ext.290
Email:ivyliu@cw.com.tw



媒體把關 · 守護民眾健康

【讀者票選健康品牌大調查】

For a better life

健康生活媒體
領導品牌

自2000年開始
從市面上各大消費品
項做全面性的調查
直接反映民眾觀點

康健為您找到
具高消費力、高學歷
重視生活品質的優質族群

服務專線: 02-25078627ext.290
Email:ivyliu@cw.com.tw

健康，是生命的價值 追求健康，是現代人的大事。

- 連續10年《康健雜誌》公正、嚴謹的品牌調查，每年均引起讀者高度參與，調查結果，不僅能提昇品牌知名度，更是企業健康形象以及品牌內涵的發揚指標。
- 2011年更是擴大調查範圍，總計涵蓋14類，品項超過120項，對消費者的影響力將大大增加!



關於 天下知識網/康健網站



服務專線: 02-25078627 ext.290
Email: ivyliu@cw.com.tw



網路行銷

話題網站 · 優質目標族群 · 量身訂作的服務

天下知識網

會員數達 50 萬人
核心會員 profile

- 約40%為企業決策者或專業背景人士
- 90%擁有大學以上高學歷
- 主要使用主力，為社會中堅份子30-49歲

康健為您找到
具高消費力、高學歷
重視生活品質的優質族群

服務專線: 02-25078627ext.290
Email: ivyliu@cw.com.tw

全台最珍貴影音資料庫



訂戶免費搜尋27年資料庫



針對客戶多元化需求量身訂做整合傳播方案：

- (1) 專題網站規劃建置
- (2) 網路廣告規劃設計、內容整合與編輯
- (3) 影音互動機制，

適時整合平面媒體資源，為同業中最早開始為客戶提供網路全方位服務的媒體。





Since 1998

網站流量/月300萬
網站人次/月60萬
電子報訂戶數5萬份
(每週三發送)

- 男性：女性約 35:65
- 使用主力年齡為35-45歲
- 會員忠誠度高，網站平均停留時間為13分鐘
- 電子報開信率10-12%

康健為您找到
具高消費力、高學歷
重視生活品質的優質族群

服務專線: 02-25078627ext.290
Email: ivyliu@cw.com.tw

最受信賴的健康生活網路平台

樂活養生·就醫指南·健康食譜

The screenshot shows the website's layout with a green header containing the logo and navigation links. Below the header is a search bar and a list of categories. The main content area features a large article preview with an image of lit candles and the title '改善上班族「心煩症狀」'. To the right, there are sections for '最新更新' and '熱門文章'. At the bottom, there is a search bar for finding doctors and a sidebar with an advertisement for a fitness program.

健康樂活、聰明生活的首選資訊網

康健人壽50-75歲保證承保
留東西不及留一份有價值的保障！康健人壽保證承保讓銀髮族不留遺憾。
www.cigna.com.tw
每天不到30元康健人壽一保雙享
便宜保費，同等保障！康健人壽保費

健康樂活、聰明生活的首選資訊網

六大優勢 與生活緊密結合

1 專業醫師駐站諮詢



2 健康食譜定期更新



3 線上互動式健康檢測



4 幸福留言版專家駐站討論



5 全台獨家健康影音



6 Web only! 健康部落格 專業醫師專業文章



整合傳播服務 價目表



服務專線: 02-25078627 ext.290
Email: ivyliu@cw.com.tw

康健廣告價目表 (正刊)

	版位	定價
指定頁	內全頁	120,000
	1/2本前內全頁	140,000
	一般跨頁	240,000
	1/2本前跨頁	280,000
	封底	280,000
	封面裡、封面裡對頁	220,000
	封面裡跨	400,000
	目錄前跨(最多可開3個跨頁)	320,000
	目錄後跨	300,000
	版權頁、編者的話、請問康健旁	180,000
	Do one thing good、康健短波旁	180,000
	封底裡、封底裡對頁	150,000
	1/2頁	100,000
1/3 頁	90,000	

折扣說明：1-3次72折，4-6次68折，7次以上64折
(折扣優待以一年期合約內有效)

	版位	定價	
指定頁	指定封面故事內第一右頁	140,000	
	指定封面故事內第一跨頁	280,000	
	指定內文特殊單元旁	140,000	
	指定連續頁	每頁加收5%費用	
特殊頁	1/2橫跨頁	240,000	
	訂戶書衣(份數：6萬份)(Net價)	420,000	
	夾寄DM(份數：6萬份)(Net價)	300,000	
	拉頁 (100P特銅)	外拉頁 400,000 內拉頁 380,000	
	厚卡 (120P銅板紙/尺寸：21 x28 cm)	正反兩面 400,000 右頁 260,000 左頁 240,000	
	插卡 (80P道林紙/尺寸：14x21 cm)	跨頁+插卡 500,000 單頁+插卡 400,000	
	特製	特別色 (截稿提前5天)	每色另加收 30,000元 金銀色另加 收45,000元
		上亮P(Net價)	每頁加收70,000元

○ 截稿日期：完稿、電子稿為前月20日，網片為前月23日
○ 出刊日期：每月1日
○ 付款：請於廣告出刊後45天內以銀行本票或現金支付款項

■ 康健雜誌 | 簽約事項

廣告刊登說明

1. 一般內全頁及一般跨頁廣告，以簽約時間先後，做為版位順序安排之依據。
2. 特殊版面版位有限，請及早訂版。
3. 指定刊登連續頁廣告，每頁加收5%費用。
4. 一般內全頁指定文章單元旁需加收10%費用。
5. 所有特殊頁廣告版面請恕無法指定版位。
6. 1/2頁及1/3頁當期最多以4則為限。
7. 拉頁、厚卡、插卡等版面當期以各一則為限，厚卡/插卡採用120磅特銅紙、拉頁採用 100磅特銅紙。
8. 所有厚卡、別冊、多頁廣告專輯的尺寸皆為21×28cm，若需內縮處理(如20×28cm)，需加收20%費用。
9. 插卡尺寸為14×21cm，尺寸不能更改。
10. 八頁別冊Net價為新台幣60萬元整，受訪對象以6人為限，若需到桃竹苗地區以南進行採訪、攝影，將額外加收交通費(實報實銷)。
11. DM夾寄規格：
 - (1) 重量以50公克為限，若超出50公克，報價另議。(夾寄資料由客戶提供)
 - (2) 尺寸需小於21×28公分，最多限4頁，以單張對折為限，不能以騎馬釘裝釘。
net價新台幣26萬含郵資，超過50克郵資費用另計。(計算方法依郵局規定)