



環宇整合行銷股份有限公司

# 科學園區廣告受眾之 網路媒體服務開發計畫

創立日期 | 1989 年 8 月 16 日

負責人 | 林琍

營業項目 | 整合行銷、雜誌、網站建置

## 計畫緣起

科技生活雜誌為全台灣唯一以科技社群為目標讀者，規劃報導內容，與三個科管局（竹科、中科、南科）合作，並發行於三科園區（竹科、中科、南科）的雜誌月刊。配合雜誌發行，科技生活網接續上線，並於 2016 年開闢竹科、中科、南科及其他科技園區新聞專區，轉型成為科技生活新聞網，提供全國科技社群關心之即

時重要新聞。

兼顧數位時代、網路發展的趨勢及閱聽眾、廣告主的需求，去年初因科技生活網站轉型升級為科技生活新聞網，環宇整合行銷正思索如何運用數位平台將本公司的內容服務事業轉型升級，因此申請新竹市政府地方型 SBIR 計畫並也順利通過審核及補助，讓升級計畫在可獲致初步的成果。

## 計畫重點

科技生活新聞網的升級計畫包含平台及手機皆通用的響應式網站建置、App 建置、會員生活形態 data 收集、大數據資料庫建置等，讓科技生活新聞網的應用更符合現代的數位潮流，提升整體廣告行銷效益。展望未來，科技生活雜誌暨新聞網將致力於平台經濟的發展及整合，一方面運用科技生活新聞網及 App，逐步收集、建置會員生活型態資料





庫，進行大數據資料分析，及協助商業客戶主動推播分享，另一方面提供讀者實用及有吸引力的雜誌內容，持續經營媒體品牌的影響力，並以符合現今讀者使用習性的方式，開發並建置在桌上型電腦及智慧型手持式裝置皆宜的數位平台，同時以大數據媒合會員食衣住行育樂全方位的需求，在商業流程及價值流程中整合讀者 / 會員以及商業夥伴，提供完善便利的行銷服務，創造出專屬於科技社群的平台經濟。

### 計畫創新

1. 開發拓展網路廣告營收入及提升專案管理能量。
2. 採用新的平台與資料分析方法，掌握目標族群。
3. 藉由使用者狀態資訊與需求掌握，提升行銷專案的精準率及有效性。
4. 提供園區從業人員之資訊整合平台，增加與廣告受眾的連結深及影響力。
5. 透過對國內園區相關從業人員狀態之資訊分析，提供廠商精準行銷及輿情調查管道。

6. 提供在地優質廠商與園區消費族群的連結管道。
7. 廣告有效性提高將有助於企業 / 廠商費用率降低，進而提升淨利率與新產品的開發意願。

### 創新榜

- ① 增加產值 2,000 仟元
- ② 產出新產品或服務 1 項
- ③ 額外投入研發費用 1,000 仟元
- ④ 增加就業人數 1 人

經營者真心話

原本以為 SBIR 偏好有技術與產品面的公司，本公司因屬行銷及內容公司，不屬於 SBIR 可補助的業態，聽完說明會後，才知道本公司可申請「創新服務類」的補助，並也順利通過審核及補助。