

# ARO 觀察:3C 產品網站類型廣告曝光概況

二月 17, 2012 by [insightxplorer](#)

文章類別：[ARO 觀察](#), [rand](#)

市調機構 Gartner 公司研究指出，iPhone 4S 的狂銷熱賣造成 Android 系統的智慧型手機在 2011 年 Q4 首度出現市佔率下滑的現象，然而民眾熱衷的可不只是智慧型手機，連帶的包含電腦及消費性電子商品的整個 3C 市場都是眾所矚目的產業。根據創市際 ARO 觀察，2011 年網路廣告曝光排名中，3C 產品網域類型的廣告曝光量在所有產業別中居第十位（見表一）。

表一：2011年網路廣告主排名（網域類型）

排名	廣告主 網域類型	平均曝光率	平均曝光人數 (000)
1	線上學習	92.52%	12,242.13
2	食品	91.37%	12,089.36
3	其它經濟	89.84%	11,887.66
4	購物中心	88.65%	11,730.01
5	時尚美容	88.48%	11,707.62
6	銀行	88.31%	11,684.54
7	教育機構	84.78%	11,217.43
8	汽車	83.54%	11,053.12
9	線上遊戲	81.91%	10,838.37
10	3C產品	81.72%	10,812.75

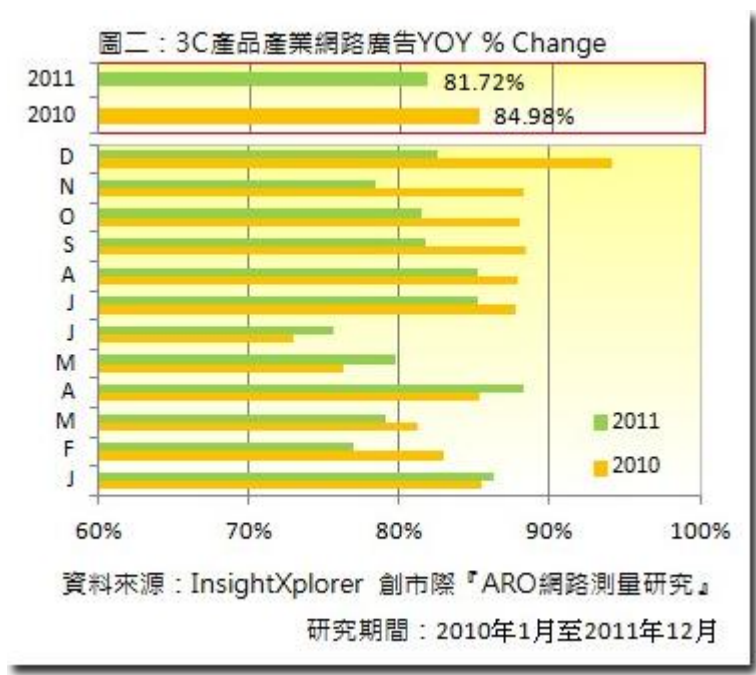
資料來源：InsightXplorer 創市際「ARO網路測量研究」

研究期間：2011年1月至2011年12月

由表一中可以發現，2011 年 3C 產業網路廣告曝光率約為 81.72%，過去一年來 3C 產業網路廣告曝光率介於 75%至 90%之間，四月份時為此產業網路廣告曝光率的高峰，低鋒則是出現在六月份（見圖一）。

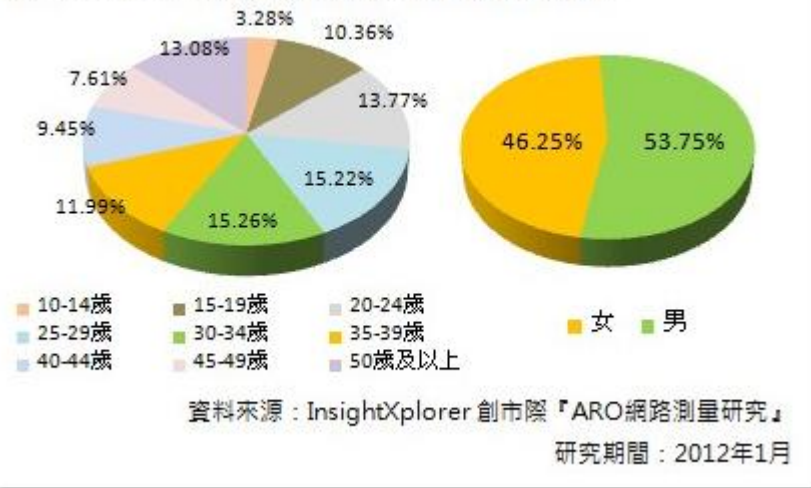


而與 2010 年相比，2011 年 3C 產業網路廣告曝光量普遍偏低，也因而造成 2011 年的廣告曝光比起前一年少了三個百分比（見圖二）。



另外，創市際 ARO 另外觀察了 2012 年 1 月份 3C 產業網路廣告曝光族群（見圖三），發現該月份 3C 產品網路廣告主要曝光族群為男性（男性：53.75% vs. 女性 46.25%），以年齡來區分的話，被曝光比例最高的年齡層為 25-34 歲（25-29 歲 15.22%，30-34 歲 15.26%），其後依序為 20-24 歲（13.77%）、50 歲以上（13.08%）及 35-39 歲（11.99%）。

圖三：2012年1月3C產品網域類型廣告曝光族群輪廓



綜上所述，2011年3C產業網路廣告平均曝光率為81.72%，該產業廣告曝光量居全體產業中的第十位，與2010年的平均曝光率相較起來則是少了三個百分比；而以2012年一月為例，3C產業網路廣告曝光族群以男性為主，年齡層則是以20歲以上居多。

從這樣的結果看來，雖然大致上符合3C產品的目標群眾，不過以整個產業觀察仍舊太過籠統；過去廣告後測以回憶式問卷為主，受測者的記憶是否與現實相符，是否受到其他變項操縱，都會造成結果的偏誤。創市際在台灣獨家代理 comScore 的產品，服務廣告代理商以及廣告主，從廣告投放媒體的選擇至廣告效果測量都有相對應的產品及服務，相信未來能帶給台灣數位產業更精良的服務及洞察。