



整合媒體報告



INTEGRATED

INTEGRATED



2015年07月10日 - 2015年12月31日

財團法人中華民國傳媒稽核認證會
台北市信義路五段5號5A24室
TEL: (02)2725-3105 FAX: (02)2725-3125
http://www.abc.org.tw





《商業周刊》整合媒體報告

目 錄

項 目	頁 次
一、目錄	1
二、整合媒體稽核說明	2-3
三、中華民國傳媒稽核認證會稽核報告	4
四、平面及數位原型版雜誌發行人	5
五、數位平台流量及發行人	6
六、平面及數位原型版雜誌發行份數(通路別/區域別)	7
七、商業周刊.com 瀏覽數據	8
八、數位閱讀型 APP 用戶數	9
九、電子報發行數據	10
十、社群經營數據	11

《商業周刊》整合媒體稽核說明

一、稽核準則

本稽核係委託本會認可之稽核會計師及稽核員，依照財團法人中華民國傳媒稽核認證會(以下簡稱本會)頒訂之「整合媒體稽核實施要點」，暨一般公認審計準則規劃、執行。

二、稽核期間及方式

2015年7月1日至2015年12月31日止，採半年稽核。

三、稽核內容

(一)《商業周刊》雜誌發行情

1. 種類：平面及數位原型版雜誌。

2. 稽核內容：

(1)有費訂閱：雜誌社及經銷商有關訂戶之訂閱、發行及收款流程之稽核；須提供訂戶名單。

(2)零售：

a. 個別零售：雜誌社及經銷商在零售通路之發行、退回及收款流程之稽核；須提供個別通路名單。

b. 大宗銷售：團體訂購之發行、收款流程之稽核；須提供機關團體、旅館飯店、航空公司等訂購名單。

c. 其他：個別或大宗銷售以外之零售發行、收款流程稽核。

(3)無費發行：雜誌社進行公關贈閱、廣告推廣及社內用書等發行流程之稽核。

3. 收費之計算為不扣除贈品價格與經銷商獎金及相關補助。

4. 促銷期間或特殊情形之發行情得以認定，惟必須揭露並說明於相關報告。

(二)《商業周刊》數位平台流量

1. 種類：商業周刊.com、《商業周刊》數位閱讀服務型APP、《商業周刊》電子報、網路社群經營。

2. 稽核內容：

(1)商業周刊.com、《商業周刊》電子報、網路社群經營之測量參數：

測量參數內容如不重複訪客數(Unique Visitors)、網頁瀏覽頁數(Page View)、平均訪客停留時間(Average Minutes Per Visitor)、開啟數(Unique opens)、點選數(Unique Clicks)、累積粉絲數等。

上述數據資料為不重覆計算，且來自於商周網站伺服器原始記錄檔及本會委託之第三方網路測量公司所導出之電腦統計數據之稽核。

(2) 《商業周刊》數位閱讀服務型 APP：

- a. 免費下載用戶：雜誌社及經銷平台在通路之發行流程之稽核。
- b. inAPP 付費用戶：為雜誌社及經銷平台在通路之發行、收款流程之稽核。

四、發行週期及售價

(一)發行週期

- (1) 《商業周刊》平面及數位原型版雜誌：週刊。
- (2) 《商業周刊》封面故事數位版雜誌：週刊
- (3) 《商業周刊》數位閱讀服務型 APP：每週三更新。
- (4) 《商業周刊》電子報：
 - a. 商周最新出刊報：每週三發行。
 - b. 商周熱門文章排行電子報：每週一發行。
 - c. 商周日報：每週一至週五發行。

(二)售價

- (1) 《商業周刊》平面及數位原型版雜誌：平面雜誌每本 99 元；數位原型版雜誌每本 99 元。
- (2) 《商業周刊》封面故事數位版雜誌：每本 69 元。
- (3) 《商業周刊》數位閱讀服務型 APP：
 - a. 免費下載用戶：免費下載。
 - b. inAPP 付費用戶：180 元/每月、520 元/每季、990 元/半年。
- (4) 《商業周刊》電子報：免費訂閱。

五、會員使用上注意事項

會員得使用本會之稽核報告，發行之刊物，惟著作權屬於本會，非經本會同意，不得以文字、磁帶或電子方式再製造、使用或傳播。



中華民國傳媒稽核認證會

稽核報告

英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司鈞鑒：

英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司，向財團法人中華民國傳媒稽核認證會(以下簡稱本會)申報2015年7月1日至2015年12月31日止之《商業周刊》各項發行人及流量之整合媒體報表，業經本會查核竣事。上開報表之編製係 貴公司管理階層之責任，本會之責任則為根據稽核結果對上開報表表示意見。

該項稽核係依照本會頒訂之「整合媒體稽核實施要點」等相關規定，暨一般公認審計準則規劃執行稽核工作並採取必要之審計程序，包含相關之印製量、發行人、退回量的各項統計記錄、相關帳款收、付及各數位平台流量之抽查。以合理確信報表有無重大不實表達。本會相信此項稽核工作可對所表示之意見提供合理之依據。

依本會之意見，第一段所述之整合媒體報表係依照本會之規定編製，足以允當表達《商業周刊》2015年7月1日至2015年12月31日止之各項發行人與流量。

財團法人中華民國傳媒稽核認證會

董事長：紀敏謙



2016年 09 月 19 日

《商業周刊》平面及數位原型版雜誌發行人

2015年07月01日~2015年12月31日

	發行份數	百分比
一、有費訂閱(Paid Subscriptions)		
平面	99,124	80.62%
數位	8,053	6.55%
小計	107,177	87.17%
二、零售(Single Copy Sales)		
平面	10,901	8.87%
數位	10	0.01%
小計	10,911	8.88%
三、無費發行(Verified Circulations)		
平面	4,815	3.92%
數位	40	0.03%
小計	4,855	3.95%
總計	122,943	100%

《商業周刊》數位平台流量及發行量

2015 年 07 月 01 日~2015 年 12 月 31 日

一、商業周刊.com

商業周刊.com 數據採用 ComScore 流量統計系統

	月平均 Monthly Average
單月不重複訪客(Total Unique Visitors)	1,359 / (000)
單月瀏覽頁數(Total Pages Viewed)	9.2 / (MM)
單月造訪人次(Total Visits)	3,528 / (000)
平均訪客停留時間(Average Minutes per Visitor)	9.7/ (min)

二、商業周刊 APP

用戶數採用發行平台 iTunes 及 Google Play 後台報表/翻頁數為 Google Analytics

商周隨身讀	7~12 月新增用戶	累積用戶數	月平均翻頁數
免費下載用戶數	48,125	440,023	301,766
inAPP 付費用戶人次	14,490		

備註：月平均翻頁數異常說明：iOS 版 APP2015 年 9 月更新版本時 GA 碼未埋入，故 9 月至 12 月無法有效收集活動頁數。

三、商業周刊電子報

電子報採用 OMICard 系統發送及統計

	平均發報數	開啟成效	百分比
平均成功發報數(Total Net Subscription)	428,354		
平均開啟人數(Average Unique Opens)		29,989	7.0%
平均點選人數(Average Unique Clicks)		8,487	1.98%

四、網路社群經營

社群經營數據來自社群平台管理報表

	日均接觸人數 (Daily Total Reach)	日均訊息曝光數 (Daily Total Impressions)	累積粉絲
Facebook	993,436	4,927,246	739,957

《商業周刊》平面及數位原型版雜誌

《商業周刊》平面雜誌創立於1987年，以先進的觀點、敏銳的新聞與中立的媒體角度，報導變化迅速的商業環境、成功人物的事蹟與世界趨勢。2004年6月起採用《Zinio 數位出版系統技術》發行數位版本原型版（Replica）電子雜誌，完全複製印刷版本的格式及廣告內容，提供讀者透過網際網路下載並閱讀完整的雜誌。



有費雜誌 (Paid) 發行份數

	總數	訂閱	零售	北	中	南	其他
平面(4折以上)	107,714	96,813	10,901	67,366	19,402	18,163	2,784
平面(4折以下)	2,311	2,311	0	2,311			
數位	總數	訂閱	零售	北	中	南	其他
	8,063	8,053	10	8,063			

無費雜誌 (Verified) 發行份數

	總數	贈閱	推廣	其他
平面	4,815	869	3,394	552
數位	40	0	0	40

註：1. 平面無費雜誌發行量：係指總發行量扣除公信會認證之有費發行量及退回量。

2. 平面無費雜誌之其他：業務及員工用書。

3. 數位無費雜誌之其他：未分類之贈閱推廣量。

※ 本次稽核期間為 2015 年 7 月 1 日~2015 年 12 月 31 日，(自第 1442 期至第 1468 期，每週發行一次，計 27 期)，採半年稽核方式。



整合媒體報告

《商業周刊》Web Site 網站(商業周刊.com) www.businessweekly.com.tw

商業周刊.com 於 2013 年五月再次改版，經營方向更趨近網路生態；大量合作的專欄部落格，報導文章方向廣泛包含職場、生活、健康等各式主題商周獨有的犀利觀點，不僅吸引網友的來訪閱讀，更延長了網友的造訪時間。

商業周刊.com，將陸續推出不同主題內容頻道，深耕每個主題的衍伸議題以群聚具有共同閱讀嗜好的會員，將會員分眾經營。



商業周刊.com 瀏覽數據

數據來源：comScore

Worldwide-PC	單位	總數	2015/07	2015/08	2015/09	2015/10	2015/11	2015/12	平均數
不重複訪客 (Total Unique Visitors)	(000)	8,154	1,039	1,090	1,550	1,418	1,649	1,408	1,359
單月瀏覽頁數 (Total Pages Viewed)	(MM)	55.4	6.1	7.8	11.4	10.2	10.5	9.4	9.2
單月造訪人次 (Total Visits)	(000)	21,167	2,297	2,477	4,584	3,819	4,149	3,841	3,528
平均訪客停留時間 (Average Minutes per Visitor)	(min)	--	8.3	7.3	13.3	12.1	9.7	7.7	9.7

備註 1：comScore 流量統計方式為：只測量 15 歲以上網友；只呈現透過電腦連線的流量(不含行動裝置)；只計算 home+office 流量
* 2015 年 6-8 月份 MMX 數據中，comScore 未能完整計算商業周刊 ([M] BUSINESSWEEKLY.COM.TW) 之流量，數據並未真實反應現況，comScore 已於 2015 年 9 月份校正其 MMX 數據，亦從 9-10 月數據反推 6-8 月份商周應有之流量：惟 Visits 數字無法推估，導致數字異常偏低。(http://www.insightxplorer.com/news/news_11_13_15.html)

《商業周刊》數位閱讀服務型 APP

《商業周刊》自 2012 年投入應用服務型 APP 開發服務，因應行動族群的手機閱讀需求於 2013 年正式推出「商周隨身讀」產品，收錄《商業周刊》五年報導資料量是商周讀者的隨身資料庫！

內容將《商業周刊》歷年報導文章，依照屬性分為九大頻道：商周封面、兩岸國際、產業風雲、人物報導、職場管理、財經金融、學習成長、焦點話題、alive 優生活。並於每周三更新最新期雜誌文章，使讀者及時掌握最新商周報導！



商業周刊數位閱讀服務型 APP

數據來源：iTunes Connect 及 Google Play

服務名稱	版本 上架日	累積用戶 上架日~2015/6		2015/07	2015/08	2015/09	2015/10	2015/11	2015/12	新增用戶 統計	平均月 翻頁數
商周隨身讀	iOS 版 支援 iPad/ iPhone 2013/04 上架	300,548 (免費)	免費	3,149	3,560	4,217	5,168	5,029	5,052	26,175 人	301,766
			付費	1,755	1,810	1,662	1,661	1,665	1,650	10,203 人次	
	Android 版 2013/10 上架	139,475 (免費)	免費	3,275	3,016	3,992	3,789	3,767	4,111	21,950 人	
			付費	742	719	714	708	697	707	4,287 人次	

備註 1：iOS 及 Android 的累積用戶數統計為「不重複安裝人次」

備註 2：商周隨身讀付費人次為為每月實際有效付費人數，包含持續訂閱之用戶，故提供”人次”作為單位。

備註 3：商周隨身讀平均翻頁數採用的是 Google Analytics 系統統計之 APP 網頁數(PageView)。

《商業周刊》電子報

商業周刊電子報的三種型態為：

- 一、商周最新出刊報：於 2005 年 2 月開始發行，每周三發出，內容主要以當期《商業周刊》報導及本期重點文章訊息為主。
- 二、商周熱門文章排行電子報：每周一發行，提供上週商業周刊.com 網站最熱門的點選文章排行。
- 三、商周日報：每周一至周五發行，彙整今日必讀之專欄部落格文章。



電子報發行數據 (2015 年 7 月至 2015 年 12 月) 數據來源：OMICard 系統

	商周最新出刊報	商周熱門文章排行電子報	商周日報
平均成功發報數	428,354	192,137	37,712
平均開啟人數	29,989	15,803	3,848
平均點選人數	8,487	5,169	1,522
平均點選次數	20,237	17,894	5,274

*平均開啟、點選成效數據，取自 2015 年 1 月至 6 月的平均值。

《商業周刊》社群經營

- 一、商周 Facebook 於 2009 年 11 月成立，
透過此與國內讀者共享《商業周刊》封面故事觀點，
並和網友參與網路話題，
用更即時的方式提供商業周刊.com 媒體觀點。
- 二、商周新浪微博帳號於 2010 年 10 月成立，
透過此與大陸讀者建立關係，
讓更多讀者藉商周議題認識台灣。



社群經營數據

資料來源：Facebook

Facebook 臉書	
粉絲累積數	739,957 (累計至 2015/12/31)