



全球行動媒體發展趨勢與新商業模式分析

行動行銷創新服務案例與模式分析

科技專案成果



Industry &
Technology
Intelligence
Services

經濟部技術處產業技術知識服務計畫

委託單位：經濟部技術處

執行單位：財團法人資訊工業策進會

編者的話

近年來，行動科技不斷的進步促使行動應用快速成長，各項媒體服務如行動遊戲、行動影音、行動出版學習皆受此驅動而有顯著之成長，如何順應此趨勢並掌握未來商機實屬重要。此外，全球行動媒體快速成長，使得傳統媒體不斷受到挑戰，甚至已逐漸被新媒體所取代，如何發展創新模式在新媒體佔有一席之地，已是刻不容緩之議題。《全球行動媒體發展趨勢與新商業模式分析》，將解構全球行動媒體的發展現況，分析未來趨勢，並輔以行動媒體重點大廠與成功之創新廠商個案研究，分析其企業特色、經營成果、目標族群、商業模式與成功因素等，研究涵蓋的領域包含行動遊戲、行動影音、行動出版學習、行動行銷，以其協助台灣內容業者掌握行動媒體發展趨勢，並勾勒未來藍圖。

《全球行動媒體發展趨勢與新商業模式分析》以套書形式呈現，邀請相關領域之多位專業產業分析師共同撰寫，內容共分為五冊：行動遊戲發展趨勢與新商業模式分析、行動影音發展趨勢與新商業模式分析、行動出版學習發展趨勢與新商業模式分析、行動行銷創新服務案例與模式分析、行動媒體消費現況與商機探索。

《行動行銷創新服務案例與模式分析》首先探討全球行動行銷市場之發展趨勢，接著進一步分析訊息推播、地點感測、遊戲互動、社群溝通四種類型的行動行銷案例，以歸納其創新服務趨勢與商業模式。本冊總共分為七章，茲將各章之內容重點分述如下：

第一章：研究說明。該章針對研究之目的、架構、範疇、方法與限制等進行說明。

第二章：行動行銷市場發展趨勢。該章定義行動行銷，並從行動科技發展趨勢、消費者市場與人口結構趨勢探討，進一步分析行動行銷的市場潛力與應用趨勢。

第三章：訊息推播類服務案例分析。本章闡述行動行銷之「訊息推播類」服務型態，並介紹 3 種不同服務個案（Slyce、Locket、Snap Fashion）的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

第四章：地點感測類服務案例分析。本章闡述行動行銷之「地點感測類」服務型態，並介紹 3 種不同服務個案（Placecast、Shopkick、Punchcard）的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

第五章：遊戲互動服務案例分析。本章闡述行動行銷之「遊戲互動類」服務型態，並介紹 3 種不同服務個案（Plyfe、Scvngr、GamifyApp）的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

第六章：社群溝通類服務案例分析。本章闡述行動行銷之「社群溝通類」服務型態，並介紹 3 種不同服務個案（Viss、Wish App、Vowch）的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

第七章：結論與建議。該章綜觀 12 項行動行銷案例，比較其服務方向與營收模式，並進一步解析各種行動行銷創新服務趨勢與機會，最後提供台灣業者未來發展建議。

本套書內容涉及之產業範疇甚廣，若有疏漏或偏頗之處，懇請讀者指教，俾使後續的套書內容更加適切與充實。

《全球行動媒體發展趨勢與新商業模式分析》編纂小組 謹誌

中華民國 103 年 9 月

摘要

行動裝置不但是溝通工具，更成為人們日常娛樂、商務、生活的必需品。在行動科技融入生活後，行銷媒介已經從傳統的電視、報章雜誌轉移到隨身的行動裝置上。據調查，2015 年將有 9 成企業使用行動設備作為行銷媒介，2016 年全球行動廣告投資亦達 300 億美元以上，可見龐大的商機。然而，行動科技的互動性、娛樂性、豐富情境、多媒體整合等特性，與傳統媒體有所不同。行動媒體的市場區隔、商業模式等，更與傳統行銷方式截然不同。行動行銷服務業者如何發展成功的行動行銷媒體與服務呢？

本研究藉由訊息推播、地點感測、遊戲互動、社群溝通等四種類型的著名行動行銷創新服務個案，分析其發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式、發展優勢與機會等，進一步歸納行動行銷創新服務趨勢及商業模式，並分析台灣業者的機會與可能發展方向。

透過本研究，行動行銷服務業者可以從行動行銷互動類別、行銷活動分析、客戶購買週期、行動情境、市場區隔、商業模式等面向思考行動行銷的趨勢與缺口，進一步發現可能的創新機會與商業模式發展方向。

Abstract

Mobile devices are not only a tool of communication, but have become necessities for entertainment, business and daily life. Commercials have transferred from TV and journalisms to mobile devices as mobile technologies merged into daily activities. According to research, 9 out of 10 companies will use mobile devices as marketing media, and global commercial investment will go up to \$30 billion in 2016, revealing huge business opportunities. However, the interaction, entertaining, the rich in atmosphere and the combination of multimedia are different from traditional media, while the market segments and business models are distinct from the old ways. So how can mobile marketing service providers build up successful commercials and services?

This study analyzes the developing processes, products and services, target markets, business models, developing advantages and opportunities according to the four famous types of innovative mobile marketing services: push notifications, location sensing, interactive games and social communication. The study also concludes the trends of innovative mobile marketing services and business models, in order to investigate the opportunities of Taiwanese companies and the directions of development.

Mobile marketing service providers will have a better view of the trends and weaknesses of mobile marketing from types of mobile marketing interactions, marketing activities analysis, consumer cycles, mobile circumstances, market segmentation and business models and figure out possible innovation opportunities and business model developments.



目 錄

第一章 研究說明	1
一、研究動機	1
二、研究架構	2
三、研究範疇	3
四、研究方法	4
五、研究限制	4
第二章 行動行銷市場發展趨勢	5
一、行動科技發展趨勢	5
二、消費市場發展趨勢	10
三、行動行銷應用趨勢	15
四、小結	18
第三章 訊息推播類服務案例分析	21
一、Slyce 個案	21
二、Locket 個案	26
三、Snap Fashion 個案	31
第四章 地點感測類服務案例分析	37
一、Placecast 個案	37
二、Shopkick 個案	43
三、Punchcard 個案	48

第五章 遊戲互動服務案例分析.....	54
一、Plyfe 個案.....	54
二、Scvngr 個案.....	58
三、GamifyApp 個案.....	61
第六章 社群溝通類服務案例分析.....	67
一、Viss 個案.....	67
二、Wish App 個案.....	71
三、Vowch 個案.....	75
第七章 結論與建議.....	81
一、行動行銷創新服務趨勢與分析.....	81
二、台灣業者建議.....	93



Contents

Chapter One	Research introduction	1
Section 1	Research Purpose	1
Section 2	Research Framework.....	2
Section 3	Research Scope	3
Section 4	Research Methodology.....	4
Section 5	Research Limitations.....	4
Chapter Two	Mobile marketing developing trends.....	5
Section 1	Mobile technology developing trends.....	5
Section 2	Consumer market developing trends.....	10
Section 3	Mobile Marketing appliance trends	15
Section 4	Preliminary Summary	18
Chapter Three	Push notification service Cases analysis.....	21
Section 1	Slyce	21
Section 2	Locket.....	26
Section 3	Snapfashion	31
Chapter Four	Location Sensing Service Cases Analysis	37
Section 1	Placecast	37
Section 2	Shopkick.....	43
Section 3	Punchcard	48
Chapter Five	Interactive Games Service Cases Analysis.....	54
Section 1	PlyFe.....	54
Section 2	Scvngr.....	58

Section 3	GamifyApp.....	61
Chapter Six	Social Communication Service Cases Analysis.....	67
Section 1	Viss	67
Section 2	Wish App	71
Section 3	Vowch.....	75
Chapter Seven	Conclusions and Recommendations.....	81
Section 1	Mobile Marketing Innovative Service Trends and Analysis.....	81
Section 2	Recommendation to Taiwanese Companies.....	93



圖目錄

圖 1-1	研究架構.....	3
圖 2-1	2013-2018 年全球行動載具出貨量預估	6
圖 2-2	2013-2018 年全球行動載具媒體別每月資料傳輸量	7
圖 2-3	2013-2018 年全球行動載具區域別每月資料傳輸量	8
圖 2-4	行動 App 類別下載比例.....	9
圖 2-5	2011, 2025 年全球人口年齡結構.....	11
圖 2-6	2025 年青年人口區域比例	12
圖 2-7	2011, 2012, 2031 年中產階級人口預估	13
圖 2-8	2010, 2030 年中產階級消費預估	13
圖 2-9	社群使用人口比例統計.....	14
圖 2-10	1998, 2004, 2007 年新產品營收比例與推出市場速度	15
圖 2-11	企業互動行銷類別使用率.....	16
圖 2-12	企業行動行銷使用類別比率	18
圖 3-1	Slyce App 使用示意圖	23
圖 3-2	Slyce App 服務模式圖	25
圖 3-3	Locket App 使用示意圖	28
圖 3-4	Locket App 的廣告畫面.....	29
圖 3-5	Locket App 商業模式.....	30
圖 3-6	Snap Fashion App 使用示意圖	33
圖 3-7	Snap Fashion App 商業模式	34

圖 4-1	Placecast ShopAlerts 商業模式.....	41
圖 4-2	Placecast PlaceAd 商業模式	42
圖 4-3	Shopkick App 使用示意圖	45
圖 4-4	Shopkick App 商業模式	47
圖 4-5	Punchard App 使用示意圖	50
圖 4-6	Punchard App 輪盤轉動賺取點數.....	50
圖 4-7	Punchard App 商業模式	52
圖 5-1	Plyfe 使用模式	55
圖 5-2	Plyfe 商業模式	57
圖 5-3	Scvngr 使用模式	59
圖 5-4	Scvngr 商業模式	60
圖 5-5	GamfiyApp 使用模式	63
圖 5-6	GamfiyApp 商業模式	64
圖 6-1	Viss App 使用模式	69
圖 6-2	Viss App 商業模式	70
圖 6-3	Wish 使用示意圖	73
圖 6-4	Wish App 商業模式.....	74
圖 6-5	Vowch App 使用示意圖	77
圖 6-6	Vowch App 商業模式	78

表 目 錄

表 2-1	行動設備情境應用	10
表 2-2	行動行銷類別	17
表 3-1	Slyce 基本資料	22
表 3-2	Locket 基本資料	27
表 3-3	Snap Fashion 基本資料	32
表 4-1	Placecast 基本資料	38
表 4-2	Shopkick 基本資料	44
表 4-3	Punchcard 基本資料	49
表 5-1	Plyfe 基本資料	54
表 5-2	Scvngr 基本資料	58
表 5-1	GamfiyApp (EventMobi) 基本資料	62
表 6-1	Viss 基本資料	68
表 6-2	Wish 基本資料	72
表 6-3	Vowch 基本資料	76
表 7-1	行銷創新服務個案整理	82
表 7-2	從行銷活動分析創新服務個案	85
表 7-3	從購買週期分析創新服務個案	87
表 7-4	從裝置情境特性運用分析創新服務個案	89
表 7-5	從市場區隔分析創新服務個案	91
表 7-6	從商業模式分析創新服務個案	92

第一章 | 研究說明

一、研究目的

行動科技的蓬勃發展已成為人類生活不可或缺的必需品，其引發的商機更是龐大。據預估，2018 年行動平板、智慧手機的年出貨量高達 18 億台以上；而充滿想像力的穿戴式裝置，亦以年複合成長率 78% 的驚人數字，爆發式地成長。這不僅僅帶來行動設備業者的商機，亦帶來行動應用的龐大機會。

在行動科技充分地融入人們的生活後，行銷的媒介已從傳統的電視、收音機、報章雜誌、看板，轉移至人們隨身攜帶的行動設備上。這意味著，行動設備不僅僅是人們的通訊設備、遊戲設備、聯網設備，更是行銷的媒介。據調查顯示，2015 年內將有 9 成企業會使用行動設備作為行銷的媒介。據估計，2016 年的全球行動廣告投資亦可達 300 億美元以上，顯示行動行銷受到企業的重視。

行動應用的廠商如何掌握行動行銷的龐大商機呢？特別是智慧行動科技的互動性、娛樂性、豐富情境、多媒體整合等特性，如何設計行動行銷服務，以吸引潛在消費者的目光？滿足企業的行銷需求？

本研究希望藉由分析全球著名的行動行銷服務業者的創新服務案例，以歸納全球行動行銷服務的發展趨勢，並解析台灣業者的發展機會。

第二章 | 行動行銷市場發展趨勢

行動行銷（Mobile Marketing）主要透過智慧行動裝置（如：智慧型手機、平板電腦等），與消費者進行溝通與互動，以遂行行銷目的。本章主要從行動科技發展趨勢、消費者市場與人口結構趨勢探討，進一步分析行動行銷的市場潛力與應用趨勢。

一、行動科技發展趨勢

近期行動科技的發展是促成行動裝置成為行銷工具與場所的主要推動力。以下從行動設備數量、聯網特性、媒體發展以及行動 App、行動應用趨勢等，描繪行動科技的發展趨勢。

（一）行動載具成長快速

無庸置疑的，行動載具已成為日前發展最快的科技用品。IDC 調查行動載具出貨量，發現智慧手機的出貨量持續地成長；預期 2018 年將有超過 18 億支的出貨量，年複合成長率約 12% 以上。平板電腦出貨亦高度地成長，2018 年將有 3.8 億台的規模。此外，像 Google 眼鏡、智慧手錶等穿戴性設備，亦有爆發性地發展。據估計，2018 年穿戴式設備將有 1.1 億的出貨量，年複合成長率高達 78% 以上。大量的出貨顯示行動載具成為人們日常生活的使用工具之一。特別是這些行動載具是人們每日隨身攜帶的物品，相較於傳統媒體上，如：報紙、雜誌、電視、收音機等，更是無時無刻的接觸，成為廠商進行行銷的最後一哩路（圖 2-1）。

第三章 | 訊息推播類服務案例分析

訊息推播行動行銷服務主要是利用影音、文字訊息以主動或被動的方式吸引消費者、顧客能注意到產品與服務或廣告，以增加產品與服務、廠商訊息的瀏覽。本章介紹三種不同服務個案的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

一、Slyce 個案

(一) 發展沿革

Slyce 是一家圖像識別技術服務公司，成立於 2012 年，總部在加拿大。Slyce 提供後端的圖像識別技術，讓消費者可以利用智慧手機的拍照功能，將想要搜尋的物體拍照，傳送給 Slyce 圖像識別技術服務；即能根據拍照圖片辨識該產品，提供產品的價格、販售廠商、販售網址等。Slyce 已與美國 20 家零售商簽約，建立其產品圖像資料庫，提供消費者搜尋與辨認產品。Slyce 創辦團隊認為，Slyce 主要的願景在：「讓消費者快速地透過圖像辨識產品、讓零售業者在當下立即的進行行銷」。Slyce 至今已累積超過 1,455 萬美元的創投資金。

第四章 | 地點感測類服務案例分析

地點感測類服務主要利用行動設備的移動特性以及行動智慧設備內藏的 GPS 感測器以協助企業或商店進行行動行銷。本章介紹三種不同服務個案的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

一、Placecast 個案

(一) 發展沿革

Placecast 成立於 2005 年，總部位於美國舊金山。創辦人為 Anne Bezancon 與 Daniel Parkes，其經營團隊成員為一群科技人與行銷專家。Placecast 是一家基於適地性服務 (Location-Based Service, LBS) 的移動廣告行銷公司，提供具專利的技術與策略性的行銷方案，讓人們可隨時與喜愛的品牌建立連結。最終目的是希望能將更多顧客導引進入實體零售店。因此，Placecast 提供商家多種顧客忠誠度與顧客關係管理方案。

Placecast 憑藉著創新的平台服務模式，已於 2009 年 11 月在 B 輪融資中獲得 500 萬美元，後又於 2010 年 3 月在 B 輪融資中獲得 300 萬美元，投資者分別為 Quatrex Capital、ONSET Ventures 與 Voyager Capital，總共獲得的創業投資金額大約為 800 萬美元。

第五章 | 遊戲互動服務案例分析

遊戲互動行銷服務主要是利用挑戰、趣味的遊戲方式，讓消費者、顧客能更深入地參與行銷活動，以更能與廠商、產品與服務互動。本章介紹三種不同服務個案的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

一、Plyfe 個案

(一) 發展沿革

Plyfe 是一家遊戲行銷平台公司，成立於 2011 年，總部在紐約。Plyfe 提供各種有趣、遊戲的活動，如：回答問題、觀看 YouTube 影片，讓消費者參與活動並獲得獎品。獎品包括：實體獎品、旅館住宿或與名人吃晚餐等。透過這個平台，讓消費者參與，並提供商品廠商行銷的空間。早期，Plyfe 只限於網頁的遊戲，後來進一步結合 Facebook 社群網站、嵌入行動 App 中，讓使用各種平台的消費者均可利用 Plyfe 平台來獲得獎項及與業者互動。

表 5-1 Plyfe 基本資料

願景	生活就是遊戲。以趣味、遊戲為基礎，提供行銷與社群媒體平台		
成立時間	2011 年	總部	美國紐約
創辦人	Mateen Aini, Jeff Arbour, and Zaw Thet	主要客戶	U.N. Foundation, DermStore, HaulerDeals, Bluum, The Tie Society, Disney 等
創投資金	180 萬美金	員工數	15 位
投資者	Abundance Partners、Crosscut Ventures、General Catalyst Partners、Intial Capital、Scout Ventures		

第六章 | 社群溝通類服務案例分析

社群溝通行動行銷服務主要是利用社群分享、追隨、建議等互動方式，激發消費者、顧客能發現商品與服務，進而購買、建立忠誠度。本章介紹三種不同服務個案的發展沿革、產品服務、目標市場、商業模式及發展優勢與機會。

一、Viss 個案

(一) 發展沿革

Viss 成立於 2012 年，總部位於香港。Viss 創辦人為黃雅芬與 Leo Kuo，其經營團隊成員為電子媒體人與手機應用程式開發人員。Viss 是一家基於社群潮流服飾分享的平台，用戶可以在此 App 中發現、分享與導購時尚流行的服飾商品。

據創辦人黃雅芬透露在初期的亞洲募資並不容易，後來飛至紐約獲得 MTV Japan 創辦人 Clive Ng 和潮流雜誌主管 Christian Remröd 的 80 萬元美金投資而能夠快速發展。至今，Viss 每月有 3,600 萬活躍用戶、2,000 萬頁的每月瀏覽量。Viss 並與超過 4,000 家海外大型連鎖集團合作，其中包含 Amazon、AOSO 等，而在香港的合作者主要是獨立小店及設計師。目前的營業額並未公佈，不過據 Viss 的創辦人指出目前營運狀況為收支平衡。Viss 被稱「購物版的 Instagram」。

第七章 | 結論與建議

一、行動行銷創新服務趨勢與機會

《全球行動媒體發展趨勢與新商業模式 分析-行動行銷創新服務案例與模式分析》

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>