

gustav / July 18, 2009 01:51PM

Pollster波仕特線上市調：超過六成三的網友會留意部落格特殊廣告

【篇名】Pollster波仕特線上市調：超過六成三的網友會留意部落格特殊廣告

【出處】Yahoo!新聞/中央社 更新日期:"2009/07/18 11:49"

【連結】<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/090718/5/1narm.html>

(中央社訊息服務20090718 10:43:06)目前網路資訊如此發達，現代人上網瀏覽、搜尋資訊已變成日常生活中重要的一環，而近幾年興起的個人部落格，更是大大滿足一般人的表現欲望。從前想發表文章或作品都得經過投稿、審稿階段，才有可能在雜誌或報紙上刊登出來；現在想要抒發心中的感想或發表得意作品，只要上傳到自己的部落格就行了，不但滿足了發表欲，也因為收到網友們的回應，而得到更多回饋。當你在逛部落格時，不定時出現的廣告，你是否留意到了呢？

根據波仕特線上市調網(<http://www.pollster.com.tw>)在6/28針對網友「瀏覽部落格時，是否會留意到頁面上的廣告資訊」進行網路民調。「比較特別的廣告才會留意到」以超過六成三的高比例排第一位，正因為「特別」所以自然容易吸引目光，例如醒目的標題字眼、強烈的色彩呈現或以動畫、影片等形式展現，在網友瀏覽部落格時，自然而然會吸引他們的注意力而被觀看。有兩成三的網友「幾乎不會」留意部落格的廣告，排第二順位，僅是因為部落格的內容吸引人才進入觀看，所以只關注在部落格本身而幾乎不會留意旁邊的廣告。「幾乎都會」留意頁面上的廣告的網友占13.54%，他們對於展現到眼前的事物都會因好奇而留意觀看，是無論什麼資訊也不想放過的類型。

瀏覽部落格的原因有很多，有些人只是消遣，有些人是為了工作或課業上的需要，或是尋求靈感，甚至到部落格裡發掘新人才等等，不一而足。由於目的不同，所以對於是否會留意廣告就呈現差異。以性別來看，男性網友反應呈兩極，有興趣的就「幾乎都會看」(15.11%)，沒興趣的就「幾乎不會看」(24.65%)，皆比女性高約3%。45歲以上的網友「只專注於部落格內容，完全忽略旁邊的廣告」占29.13%，或者「不放過任何一種資訊的態度」瀏覽部落格的占16.54%，是在各年齡層中呈現出最明顯的M型現象。

已婚男性「幾乎都沒留意部落格廣告」的比例占26.51%，是在婚姻狀況差異中比例最高的。這時的男性要扛起家計，日常生活壓力大，而且時間有限，所以逛部落格的目的性很強烈，多半只專注於部落格本身的內容而已。

瀏覽部落格已然成為許多人的日常習慣，在如此高瀏覽人次的網路區塊中，若要能聚集目光，必然要有足以吸引人的條件才行。瀏覽者已不再是單純被動的被迫接受資訊，而是有選擇性的挑選自己想獲取的訊息。聳動的標題、強烈的色彩、動態的影像，幾乎成了吸引目光的不二法則。

此調查針對波仕特線上市調網15~65歲會員進行問卷調查，回收有效樣本為2,496份，調查時間為2009/06/28，在95%的信心水準下，正負誤差為1.96%。執行方式是波仕特線上市調網(Pollster Online Survey)透過網站市調平台，針對會員進行抽樣調查；由波仕特發送email邀請會員填寫波仕特所發佈的問卷，進行市場調查及市場訊息搜集。波仕特會員皆經過手機簡訊與email雙重認證通過，樣本資料可信度高於一般網站會員。

波仕特線上市調網為美商全通行銷集團成員，上網搜尋「美商全通」。

Edited 1 time(s). Last edit at 07/18/2009 01:51PM by gustav.
