



全新優化 APP 更多原創內容
酷瞧新媒體 全面升級 改版上線
Hold 住娛樂潮流 盡在指掌之間

2016 年 8 月 8 日

隨著數位科技日新月異，OTT 影音串流平台崛起，一向以原創內容為核心服務的酷瞧新媒體，於今（8）日正式啟動改版，不僅針對使用者習慣進行平台介面優化，更與包含 Discovery 亞太電視網在內的重量級媒體及創作團隊策略結盟，推出更多元、更精彩的内容；而酷瞧也致力於行動終端裝置的服務，不但推出全新 APP 及官網介面，更結合了直播功能提供零距離、零時差的内容服務，以滿足各種行動影音收視族群的需求。

內容即是王道！

酷瞧追求差異化 以原創節目為內容核心

針對用戶使用習慣 改版優化 服務升級

酷瞧新媒體集結了眾多台灣菁英創作團隊及其製作經驗，自 2015 年 3 月正式開站起，以貼近年輕世代、流行文化及時事議題，打造出多部如《橘子 20 星光大道》、《天團星計畫 PLAN-S》、《星座研究室》、《酷酷教室》、《機車人生》及《愛呀！午休時刻》等熱門影音節目，其充滿活力而多視角的節目風格也受到年輕大眾喜愛，引起網友共鳴、廣為轉發。經過一年多的平台營運，酷瞧目前已推出超過近百個節目 IP，並累積了 5 億次以上的總點閱次數，建立起一群忠實的廣大擁護族群。

而為了回饋長期支持平台的用戶，酷瞧本次改版（含 Web 平台及 APP）除了依使用習慣，將介面優化得更加簡潔及人性化，針對會員則增加影片「收藏」功能。此外，酷瞧應用 AI 運算技術，針對用戶的觀看紀錄進行偏好模擬，讓用戶每次上線時，首頁在顯示前次觀看過內容的系列影片外，同時主動推薦相似類型的影片。而酷瞧也看好直播風潮，以酷瞧所擅長的内容製作能力與直播技術結合，必可發展出有別於目前良莠不齊的直播節目型態。



商業行銷 X 多視角觀點

主力節目置入提供用戶優質觀看體驗

結合時事 引爆流行話題

酷瞧新媒體執行長蔡嘉駿表示，平台成立之初的目標，是希望能打造一個網友看了會產生共鳴、會心一笑、充滿趣味內容、視角豐富的影音平台，除了酷瞧本身擁有的節目製作 DNA，操作流暢而低廣告干擾的觀看體驗是酷瞧相較於其他 OTT 平台最大的優勢。當然，影音平台的經營絕大部分還是得仰賴廣告合作的收入，酷瞧以商業置入為重心，將廣告主所要傳達的訊息融入節目中，搭配時下最夯的議題，讓原本「老王賣瓜」的廣告被賦予新生命，創新的表現手法，也帶動了市場討論。從今年初開始，在商業置入的發展上，每個月均有 30% 以上的高成長。

以近期酷瞧與多力多滋所合作企劃製作的《小口大 BOLD 炸》兒童談話性節目為例，透過一群約莫 6 至 10 歲的小朋友針對社會時事發表意見，出人意表的勁爆觀點，掀起了一股「小名嘴」熱。而與工研院資策會合作的 4G 推廣專案，搭配插畫家「鬧一波」所創作的《偵探 Mr.鬧》影片置入，透過 FB 擴散，一週內總觀看數即超過 120 萬。而今年酷瞧也準備推動數位廣告行銷服務，與同集團的 GASH MEDIA 樂媒採數位行銷和歐米爾網路科技結盟，預計整合三方行銷資源，提供合作之廣告客戶跨屏、跨螢與跨通路的精準數位行銷工具。

迎合跨屏時代

透過社群及多頻宣傳 多管齊下 擴大內容影響力

蔡嘉駿指出，根據資策會於七月底所發表的統計數字，目前台灣人每天花在行動裝置的時間，幾乎是電視、廣播、平面媒體的 1.5 倍，普羅大眾在影片內容觀看的習慣，已快速從傳統電視，轉換到網路，並延伸至行動裝置載具。而統計結果也顯示 58% 的消費者獲得資訊的主要來源為社群平台和線上新聞網站；51% 的消費者認為，比起電視廣告，網路或手機上的廣告影響力更大；72% 的消費者則表示，相較於看電視，更常透過線上影音平台觀看影音內容。

在自製節目方面，繼 2015 年酷瞧獲得文化部補助、與華視合製《橘子 20 星光大道》，透過跨屏播出吸收到逐漸轉移到酷瞧的用戶後，今年將再度推出由王牌製作人詹仁雄親自操刀領軍的選秀節目《天團星計畫 PLAN-S》。而從海選和前導節目篩選出的 18 名選手，也將進入白熱化的最後生死戰環節，並透過 8/14 起酷瞧與東森超視於每週



日晚間 21:00-23:00 同步播出的跨屏節目展開決選，爭取華研唱片出道經紀約，勝出團體將會發行單曲 EP，並奪得百萬獎金。

有鑑於目前社群行銷的龐大號召力，這群台灣演藝新星將於跨屏決選期間，在《天團星計畫 PLAN-S》FB 粉絲頁、官方網站及遊戲橘子推出的最新聯名手遊《勁舞團 PLAN-S》進行密集粉絲互動和人氣募集，並透過同名 APP 票選機制決定 50%賽程積分。此舉也將令勝出團體出道即擁有大批粉絲，而非沒沒無名的全素業界新人。

酷瞧與 Discovery 策略聯盟

提升收視涵蓋範圍 聯手探索媒體新視野

不僅講求合縱連橫，結合遊戲橘子集團各公司行銷優勢，在資源上相輔相成，酷瞧同時也與各界積極合作，以提升平台內容質量，進而擴大用戶涵蓋範圍。今年 3 月，酷瞧與 Discovery 亞太電視網展開策略合作，以 Discovery 旗下一系列強檔收視節目的精華版本以及獨家幕後花絮短片內容授權，滿足目前雙方收視群眾對於跨屏的收視需求，同時互相提高收視群涵蓋範圍。隨著酷瞧改版，Discovery 亞太電視網也將會有 17 個節目、共 84 集影片陸續上架。新節目包括 Janet 與世界各地的影音部落客合作主持的《瘋台灣天團》外，還有帶領張鈞甯等大明星挑戰不可能任務的《跟著貝爾去冒險》，饒富趣味的內容精彩可期。

關於酷瞧

酷瞧新媒體股份有限公司為台灣第一個針對 18-35 歲年輕世代所推出的影音娛樂視頻網站，由遊戲橘子集團執行長劉柏園、數位行銷鬼才蔡嘉駿及野火娛樂總經理詹仁雄共同創立，目標打造不同以往的線上娛樂內容。酷瞧未來將以推出大量自製節目及戲劇為營運方向，期許成為華人圈最酷線上娛樂王國。