

標題：Line 首度擊敗 Google，榮登台灣人心中最具影響力品牌！

2018 年益普索 (Ipsos) 的百大影響力品牌研究報告出爐囉！過去三年 Google 位居排名第一，而 Line 和 Facebook 在第二、第三名之間不分軒輊，今年 Line 首度擊敗蟬連三年榜首的 Google，成為台灣人心中最具影響力品牌！在數位類別中，過去兩年來 Instagram 以驚人的幅度向上攀升，今年晉升到總榜第十二名，更成為千禧世代心中的第八名。而這次新加入評比的蝦皮購物則一舉拿下總榜第十三名，大勝排名三十一的競爭對手 PChome。

在品牌影響力的幾項關鍵指標「影響了您和他人溝通互動的方式」、「與您的生活有關的」、「改變了您的日常生活」上，Line 在所有品牌之中表現突出。但在「領導創新」的面向上，Google 則依然大幅領先 Line。

做為台灣市場滲透率最高的通訊軟體，Line 近年來推出 Line Today、Line TV 等服務，經營影視娛樂、深耕社群，此外更以 Line Pay、Line Shopping 積極入主電子支付、商務領域，企圖向全方位網際網路服務發展，深入使用者生活各個層面的野心顯而易見。

數位品牌		
品牌	品牌排名 2018	品牌排名 2017
LINE	1 ↑	3
Google	2 ↓	1
Facebook	3 ↓	2
YouTube	4	4
Microsoft	5	5
Instagram	6 ↑	7
Shopee	7	-
Yahoo!	8 ↓	6
PChome Online	9 ↓	8
Wechat	10	-
Twitter	11 ↓	9

Line 在整體排名上位居第一，但若將千禧世代 (18-34 歲) 與成熟世代 (35 歲以上) 分開來看，可以發現這兩個品牌對於不同世代的影響力表現有所不同。儘管在「品牌能見度」的面向上，Line 在千禧世代獲得的分數高於成熟世代，但對千禧世代而言，Google 仍然為最具影響力的品牌。

千禧世代對新事物接受度高、學習能力強，是品牌們千方百計渴望討好的族群。對成熟世代而言，通訊還是 Line 的主要用途。雖然 Line 積極推出新興服務，究竟千禧世代買不買單、新服務在成熟世代間能不能順利推動，未來還有待觀察。

關於益普索百大影響力品牌研究報告：除了 11 道關鍵問題了解品牌的影響力之外，更透過五個驅動面向 (信任感、品牌能見度、領導創新、線上線下互動及企業社會責任)，各自有多道細部診斷題目，總計 57 道評量題目，衡量產業中品牌各自影響力優劣點，透過科學量化的品牌診斷，分析驅動品牌影響力的關鍵因素，進一步剖析品牌的產業定位。

研究報告詳細資訊，請洽益普索 02-2701-7278 #306。



【給編輯的話】

1. 益普索市場研究股份有限公司 Ipsos

益普索是全球領先的市場研究集團，1975 年於法國成立，1999 年在巴黎證券交易所上市，是全球唯一由研究專業人士獨立擁有並管理的上市市場研究集團。擁有約 16,550 名員工，服務超過 5,000 個客戶，每年在全球 89 個國家與地區進行超過 7 千萬次的訪問，執行超過 100,000 個專案。

台灣依循集團統一的策略，專精廣告、品牌傳播和媒體研究、行銷研究、滿意度與忠誠度研究、資料收集與處理、汽車及金融服務研究等。2013 年 11 月，我們更通過 ISO 20252:2012，是台灣唯一取得國際市場研究標準認證的市場研究機構。

想瞭解更多益普索專業服務，請瀏覽 www.ipsos.com.tw

2. 以上資料引用煩請註明資料來源 Ipsos 益普索

3. 新聞聯絡人

公關行銷專員 黃沛文 Penny Huang

02 2701-7278 ext.306 penny.huang@ipsos.com