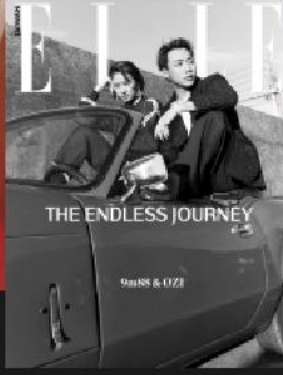
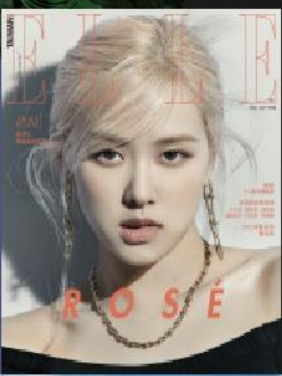




ELLE 2022



2022

ELLE

時尚的起點

在這裡

New Face 新面孔新故事

零距離的時尚、美妝

深入世代轉換 觸發有感共鳴

每月PV平均

1.1E~1.25E

Users

6,000K-6,500K

2021 Apr. 創新高7,780K

會員數

480,000

年齡

20-29/30-39為最大宗

男女比

女89%男11%



comscore 媒體測量分析

美妝類網站排名 No. 2

全台企業網站排名 No. 29

領先其他國際中文版網站

搜尋量

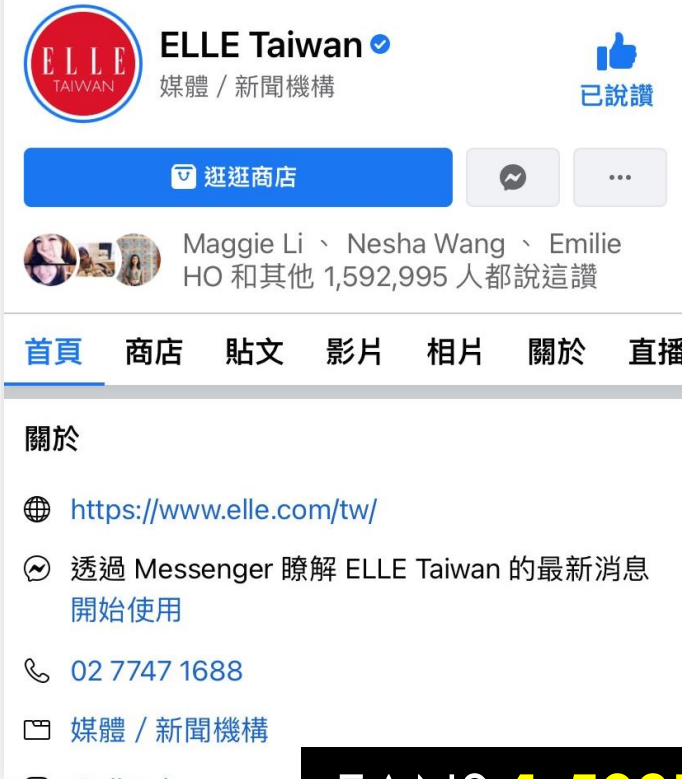
文章搜尋曝光高達 **8.8億 ↑**

ELLE官網搜尋點擊次數高達近5000萬(2021/10止)
顯示標題及內容精準度高 (資料來源Ahrefs)

Influence of ELLE.com

ELLE

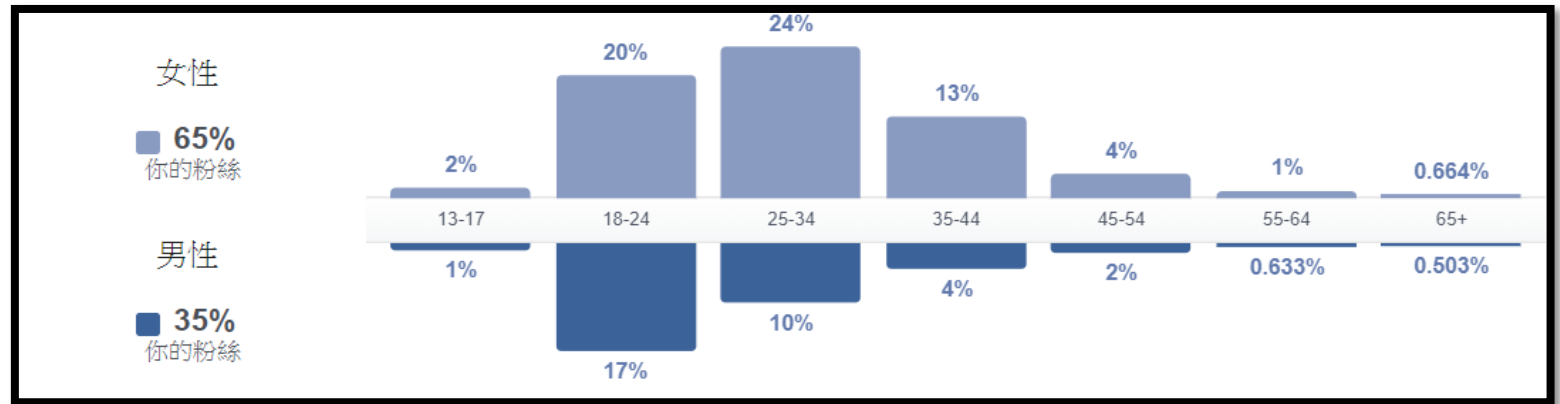
About ELLE Facebook



FANS 1,593K

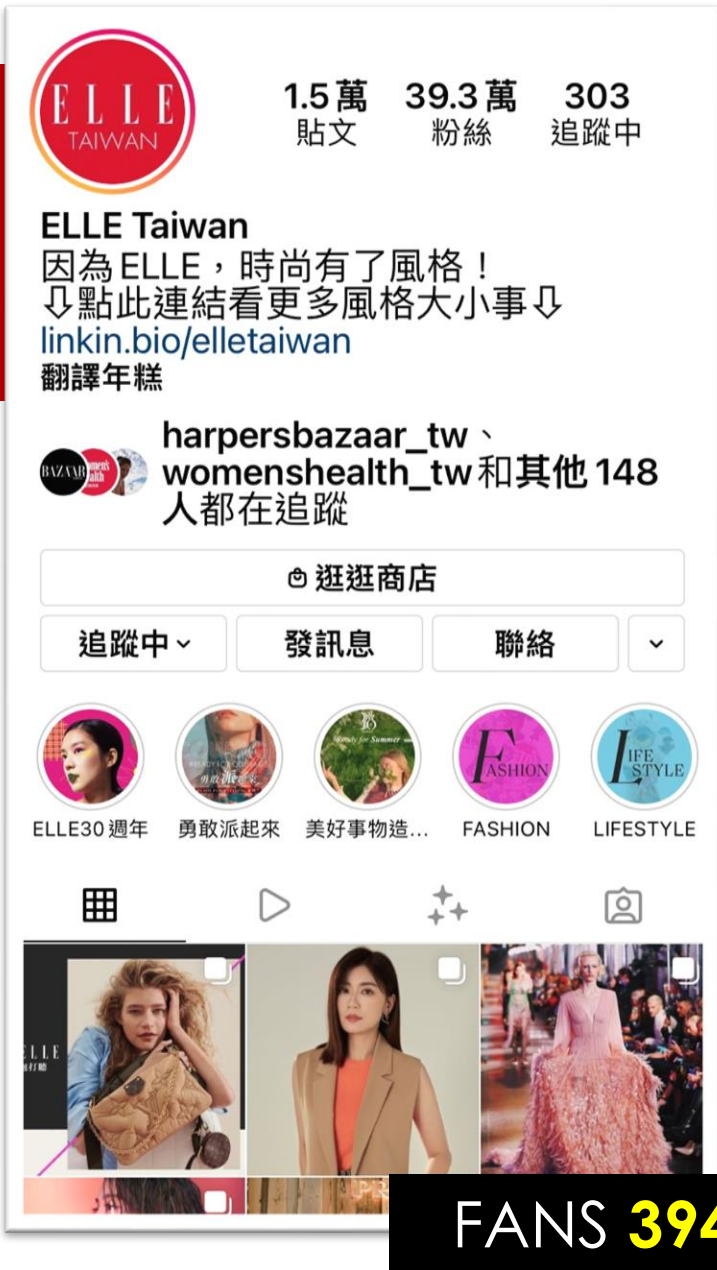
- 客製化主題規劃與製作
- 社群議題擴散&流量引導
- 直播合作
- SEO搜尋提升

使用者集中於 **25-34/18-24歲**女性，互動率高於競爭對手，顯示 ELLE 網友喜愛 ELLE FB 設定的主題與活動並進行互動。



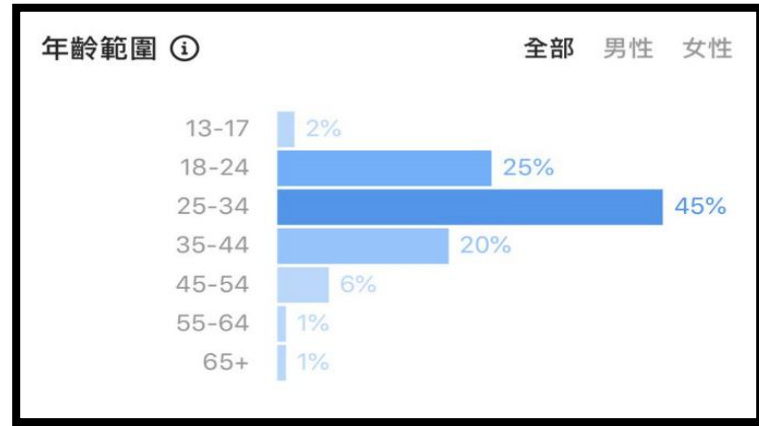
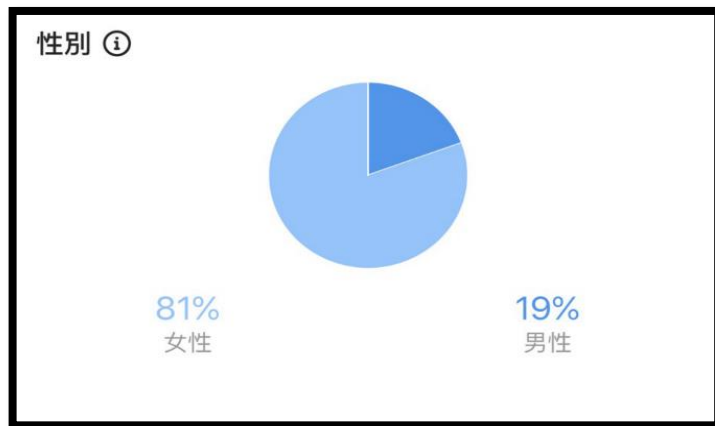
	ELLE	VOGUE	MC
互動率	2.2%	1.8%	1.3%

About ELLE Instagram



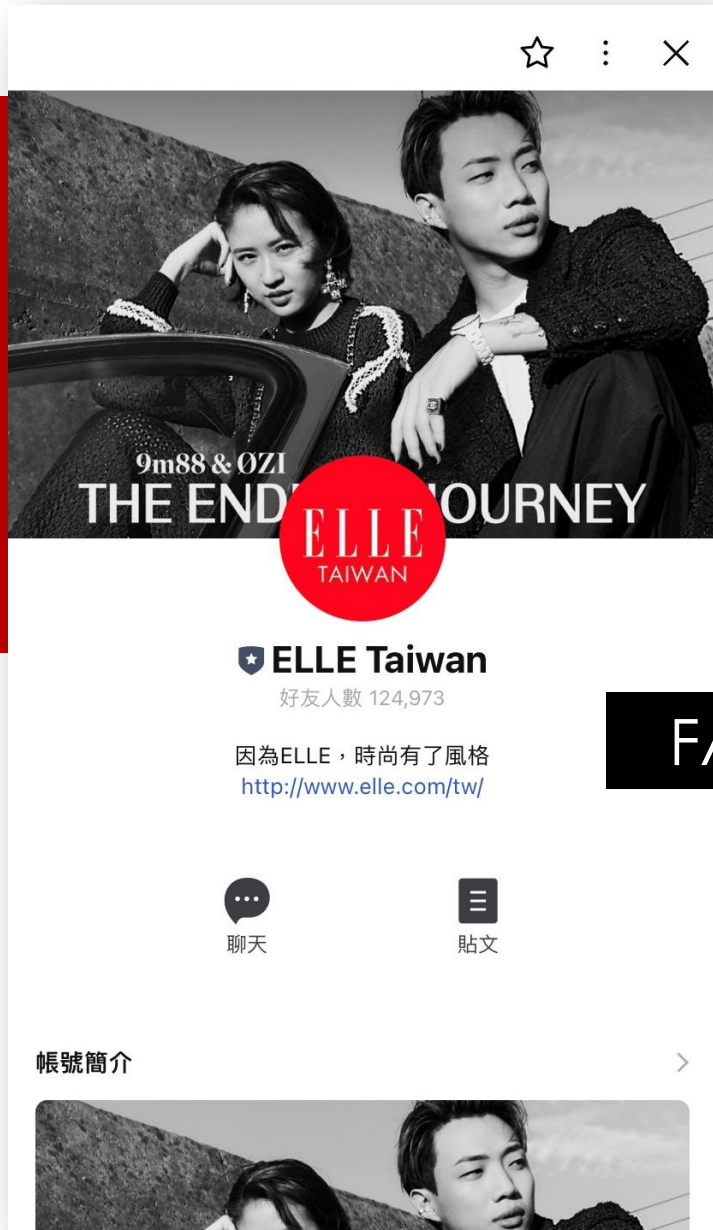
- 精緻風格與創意
- 客製化圖片/影音
- 重度時尚愛好者受眾
- 年輕族群品牌形象營造

使用者集中於 25-34/18-24女性，互動率高於競爭對手，推陳出新各主題單元，並規劃IG story和網友玩各種測驗與投票等互動，成為時尚媒體互動第一。



	ELLE	VOGUE	MC
互動率	6.5%	3.3%	4.3%

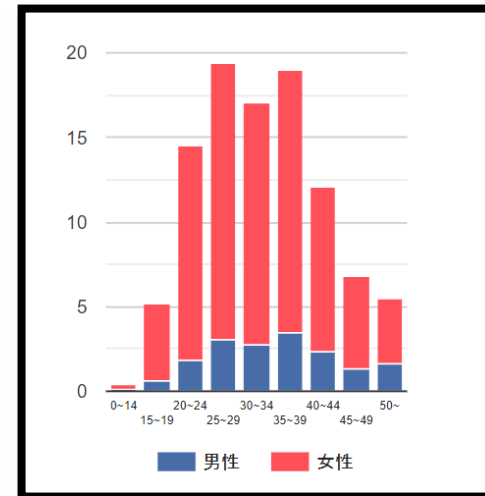
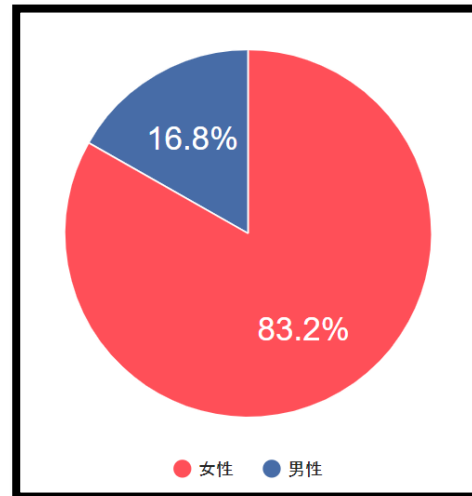
About ELLE LINE



FANS **125K**

- 社群議題擴散
- 報導轉載推文
- 關鍵字主題推播
- ON AIR狀態快速聚眾推播
- 遊戲/贈獎互動

使用者集中於 **25-34/18-24**





**Content
Enhancement**

内容優化

ELLE

2022，ELLE希望能鼓勵所有人

無論你遠大得想要改變世界
想要幫助婦女、流浪動物...
或是你只希望可以改變自己
成為內心更平靜的人

ELLE 將陪伴你一起
成為Game Changer

只要你相信與堅持
世界就是能有所不同



2022 Content Theme

ELLE

02.

名人時尚新單元
主題影音同步登場

ELLE City Style

城市熱事為題，
透過明星/名人，製作 6
頁特別企劃，呈現時髦
的時尚日常+採訪內容。
ex：邀請李沐跟我們一
起做陶藝，邀請王信凱
帶我們去露營。



Fashion

ELLE

03.

Fashion Special

fashion well+ feature
風格與流行實用的結合



以生活化的方式切題
結合fashion well與feature
特企。大版面的Shooting美
圖以及風格單品介紹之外，
更結合實用技巧。

well+文字，約10-14頁。

Fashion

ELLE

04. S H I D N F A C T S

ELLE EDITORS' reviews

每月一主題，由四位編輯每人以300字以內的時尚觀察為內容，並加上相關配圖，有些由編輯演譯，有些是單品圖。

頁數：2頁

編輯貼近讀者的想法
更加零距離

“阿姨”着裝之我見

中国阿姨们向来在穿着上有一套独特的标准，哪怕可能常常挑战时尚边缘，但她们依然表现得非常乐观自信，“阿姨”时尚到底拥有怎样的魔力？这次我们不聊少女，聊聊“阿姨”。

編輯：九日 設計：李悅聖

中国阿姨的 现代着装风格报告

资深时装编辑 陈斯

按理说中国阿姨的穿着风格跟我们fashion圈没什么瓜葛，但是那天我们编辑都聊起来也确实可以很激烈。她们自成一体，她们独具韵味，既不像伦敦街头那些色彩搭配美极了，甚至可以变成调色盘色彩的那些优雅奶奶们那样，又不像法国老奶奶骨子里就自带的浪漫感觉，真的可以成为独具中国特色的穿着style，完全可以用“无与伦比”一词来形容。

我其实在心里很想肯定她们，虽然这一类穿着打扮的阿姨们肯定不属于我们杂志的目标读者，但是她们精神可嘉，因为中国新一代青年朋友们的着装style已经和世界接轨了，而且奢侈品牌



124 OGDWJLN OCTOBER 2019

长辈真的要以身作则吗??

时尚编辑 Jillian Liu

提到这个话题，可真是把我为难住了！首先，在我看来，穿衣打扮这件事跟年龄没有决定性的关系，自己穿得舒适，穿得开心，给自己带来快乐才是最重要的，当然这也是建立在在一个好品位的基础上。其次，我的周围没有很亲近的长辈阿姨，我由于家庭原因，我跟母亲的关系也很一般，我对她的记忆还停留在上学的时候，但是，对时尚的追求是母亲给了我很大的启发。我的印象她总是会买一些看起来很高档的服装，不论从面料还是剪裁都会很有创新，算是妈妈们里比较时髦和高档的，正因为这样，非常能感受到她的那份自信。家里堆得满满的时尚杂志也是母亲教我阅读的，从小我就耳濡目染，然而，这些可能在别的家长眼



Linda Rodin

算不务正业？算不以身作则？难道做长辈的，穿衣服就一定要中规中矩，墨守成规，不能有个性有态度？

在各大品牌越来越趋于年轻化的同时，真的应该想想为这些长辈们做些什么，是不是可以设计一些服装是给她们日常穿着舒适时髦的，也给她们普及一些穿衣潮流点，让最美夕阳红真发扬光大。

我眼中的“夕阳红”

助理时装编辑 ShaSha



黑色 Arizona Dream 太阳镜 Louis Vuitton



斜纹蓝丝“波普式骑马的波拉”方巾 Hermès



小号柔软手袋 Emporio Armani

大部分时间都是在挑剔，另一部分时间在夸奖，很分裂……

要开始推荐单品了，直接一点，在家长圈里丝巾是不是最火火的单品？想象着家长们一个个都系着爱马仕在海边拍照合影的画面，丝巾这种最注重质感的单品，一定得选最好的，Hermès就是最好的，已经数不清自己有多少太阳镜被奶奶无情地“晒”走了，此处没有抱怨，只是感叹Louis Vuitton的太阳镜怎么这么好看！这么棒！不用再想，天下女人都一样，永远都不会嫌自己没有包，明明柜子里一堆堆的包，但是这款Emporio Armani手袋不一样，非常值得拥有！质感设计都一级棒！以后妈妈再说自己没有合适的手包配衣服时，记得我这儿推荐的这款Emporio Armani手袋，马上给她看呀！妈妈瞬间融化！宝贝你长大了！

话说等这期杂志出了，我要给我的家长快递几本杂志，让他们亲眼看看我有多认真地夸奖他们！

让人欢喜让人愁的夕阳红审美

助理时装编辑 楠楠

说是夕阳红，我觉得不太贴切，至少在我心里我爸妈还是很年轻的（求生欲强烈）！但审美鸿沟还是有，就说买包这事儿吧，年初过节那会儿，我和我妈开开心心去逛街，没曾在某品牌的店理吵了起来，竟是因为我想买一个当季新款包，而我妈则想让我买另一个常青经典款，任凭谁说服不了，再加上两人都是暴脾气，便直接在店里来了一场关于各自审美立场的battle，过了半年之后，我妈却说：“你过年买的这款包，现在看顺眼了也很好看的，要不我也买一个？”实在让我哭笑不得！总结我妈的审美需求，无外乎：材质好，质量好，色彩耐穿，耐脏，耐洗，耐穿，耐穿……



我喜欢的包



OCTOBER 2019 OGDWJLN 125

05.

luxury



ELLE珠寶店

將品牌新品或經典商品介紹專題化，強化記憶點。
單一品牌／複合品牌

垂直化平台，大眾化語彙溝通精品語言，並且讓珠寶鐘錶成為顯學



ELLE鐘錶行

將品牌新品或經典商品介紹專題化，強化記憶點。
單一品牌／複合品牌

社群以ELLE數字王為主題包裝宣傳



ELLE數字王

以ELLE數字王為題，以時尚猜價格的方式吸引users好奇心並產生互動。

ELLE



Johnny Ramirez

07

elle: what we love

編輯嚴選——對抗冬季乾燥的保濕神器

一到冬天開始脫屑、身體都會覺得乾癢缺水，沒做好保濕肌膚就容易出狀況，嚴重的話還會脫皮泛紅，這時就需要讓皮膚喝飽水分，幫助維持肌膚的健康，隔天早上敷也更服貼有效！

Grease

ABELLE ROYALE

LA MER

KEHE'S

想問問有沒有人在台北打過瘦臉 小弟的咀嚼肌真的很大顆 求經驗分享 打完後會有什麼副作用之類的 或是有沒有推哪一間醫

APLÍCALO DE RAÍZ A PUNTAS COMO TRATAMIENTO INTENSIVO. DEJA QUINCE MINUTOS Y ENJUAGA.

單元簡約化

elle : what we love

1. 透過髮型師或化妝師主講，主題式包裝新趨勢、步驟教學跟推薦單品。
2. 結合LINE社團『ELLE美妝教室上課了！』蒐集最具熱度的品牌、單品問題，得到最真實第一手的消費者意見，同時在what we love單元及社團為粉絲群解答，可同時結合社團票選、試用擴大品牌曝光及互動。
(ELLE美妝教室上課了粉絲約3000人)

09

#ELLE長知識

可分時尚長知識、吃貨長知識，美妝長知識深入商品故事、背景與不為人知的相關訊息。

更新頻率：每天凌晨時段

【時尚長知識】雙G、馬銜鍊...揭開Gucci 5大經典LOGO的祕密



2020年11月5日 ... 從自雙g扣環到馬銜鍊標誌，1930年代創立的義大利時尚品牌Gucci擁有5大經典logo，款款都有它的設計理念，時尚長知識今天幫大家一次整理他們的故事。

【吃貨長知識】日本和牛的10個小知識！神戶牛其實不產於神戶、A5 ...



2021年8月16日 ... 【吃貨長知識】神戶牛其實不產於神戶？居然還有五年一度的和牛界「奧運」！10 ... 在享受和牛的美好滋味之前，你必須先搞懂這些小知識！ By Vicky Lin.

Digital

ELLE



**Special
Project**
2022年度計畫

ELLE

一月	inner Peace 尋找內心平靜
二月	宅經濟 / E-commerce / 台漫
三月	台北女子圖鑑
四月	永續
五月	設計 / 家居 / high-tech
六月	Cool place+台南

七月	戶外 / 世界盃帥哥
八月	美食 (米其林)
九月	Young talent
十月	All kinds of Love
十一月	動畫
十二月	酷小孩

Big Theme 2022

ELLE

Jan.

Feb.

Mar.

Apr.

May

Jun.

**BIG
THEME**

inner Peace
尋找內心平靜

宅經濟
E-commerce
懶女生活傳說

台北女子圖鑑

永續

設計 / 家居
high-tech

Cool place
台南

**平網
特企**

國際美妝大賞

SDGS

Mom & Kids
ELLE FIT

SPIN OFF

ACCESSORIES

WEDDING

EVENT

8th ELLE RUN

**SPECIAL
ISSUE**

年度專題連載 Mar. ~Oct.

**Game Changer
Brand know how**

2022 Calendar

ELLE

Jul.

Aug.

Sep.

Oct.

Nov.

Dec.

**BIG
THEME**

戶外
世界盃帥哥

美食
米其林

Game
Changer

All Kinds
of Love

動畫

酷小孩

**平網
特企**

Beauty Stars
特殊通路隱賣王

購物周年慶

黑五購物節

SPIN OFF

ACCESSORIES

LUXURY CLUB

EVENT

ELLE 周年慶

SPECIAL

ISSUE

年度專題連載 Mar. ~Oct. **Game Changer**
Brand know how

2022 Calendar

ELLE

Game Changer

平面(特殊紙張)+數位+影音
3月號起，頁數：8P

在疫情之後，許多人仍然頹喪之際，ELLE 2022年希望能鼓勵所有人，成為能夠改變遊戲規則，能夠不顧傳統與規範捆綁的人。

透過明星/名人的拍攝採訪，這些打破傳統遊戲規則的人，相信這個世界的美好事物可以有不同的出口，渴望做些前所未有的事，透過明亮的視覺，以及正面的鼓勵，ELLE 與你一起成為**Game Changer**。

要相信世界就是能改變的，讓我們一起改變！

年度特色單元

GAME
CHANGER



▼ ▼ ▼
▼ 2021東京奧運空手道金牌的艾美，其實從賽前到賽後，經歷了一段與心魔對抗的過程。而這一路上，都是因為有家人與朋友愛的陪伴，才能重新找回熱愛空手道的初心。

只要你相信 世界就是能改變的

*Dream big,
Shine bright!*

photo_TROY WANG make-up & hair_SUNNY HSU
styling_LOUISE and_YCY, CHRITINE LEE



ELLE

Brand know how

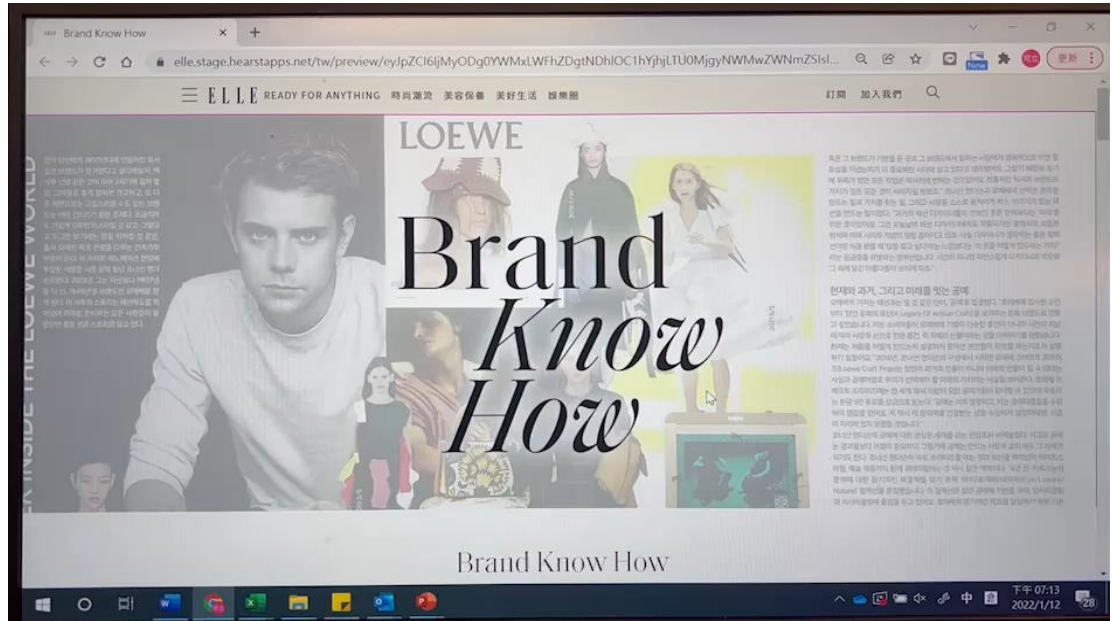
平面(特殊紙張+製作蝴蝶拉)+數位
3月號起，頁數：8P



深入品牌，從經典設計的緣起與專屬符號解碼到商品掀起熱潮的亮點

搭配特殊製作與不同視角的版面呈現
閱讀中感受獨到的手感

這精采的品牌故事，讓ELLE娓娓道來



<https://reurl.cc/Y9j0G0>

年度特色單元

ELLE

ELLE New Style For SDGs

疫情改變了我們的生活習慣，
許多環境浩劫動盪不安的焦慮感，
促使大家開始反思，究竟我們對地球做了什麼？
「**關心環保**」、「**讓地球永續發展**」持續引發關注

ELLE X 天下雜誌
最具指標性的SDGs(聯合國指引全球進步所設定的17個
永續目標)，結合時尚、美妝、保養
別具意義的跨界主題2022年更升級持續啟動！
<https://www.elle.com/tw/2021-elle-new-style-for-sdgs/>

+ ELLE NEW STYLE FOR SDGS

— “關心地球發展，才有永遠的時尚與美麗生活！”這才是最有意義的想法。你準備好一起升級了嗎？

ELLE New Style For
SDGs 起身行動，學
習未來風格！



喝酒也能環保愛地球？友善環境從這五件小事開始做起 純素保養、環保餐具、摔不破酒杯 永續就是這麼簡單



別再拿塑膠袋！Mulberry 地球日做公益 推「環保皮革購物袋」



Anya Hindmarch 環保托特包的原料是21個寶特瓶，而且還是在台灣耗費2年研發！



珍珠奶茶最完美的喝法誕生！台灣學生發明環保杯「FLOAT」專設計大獎，不用吸管也能清空手搖杯配料

跨媒體特企

ELLE

ELLE Run 風格路跑

年度活動+數位+影音
2022 .4.23

這場席捲全球的疫情
反應出人類與環境的密切關係
促使我們重新省思如何一同守護環境。

邁入第8年2022 ELLE 風格路跑

ELLE Run For Green

環境友善風格跑者為號召
邀請愛好運動、時尚風格的你
加入守護行動

一個人的力量或許單薄，但有你一起
小力量可以成為大改變！

現場參與人數預估7,500人!

年度活動



ELLE

ELLE FIT

數位+平面(主題報紙)+影音
2月起，ELLE.com專題上線&社群操作 → 4月號，ELLE FIT主題畫報

#fitness + #ootd

運動時尚、健身訓練與健康飲食自我風格的表現。

實體串聯ELLE RUN...等女子熱門運動賽事，有效利用近1萬2千筆ELLE Run對運動議題有興趣的名單操作宣傳。



ELLE RUN平面+數位特企

ELLE

ELLE Mommy

數位+平面特企+影音
4月，主題別冊發行，同步曝光數位上線&社群操作

她，美貌與智慧兼具，身兼數職、工作、家庭一把抓

ELLE Mommy名人媽咪們的時尚日常

忙碌生活中，穿搭、美妝、居家布置，結合母親節購物檔期
獨到的美麗的觀點，精彩分享



檔期專題特企

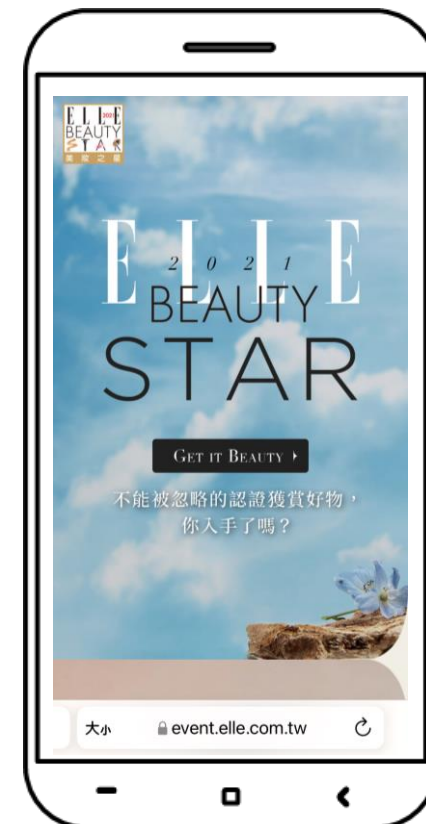
ELLE

ELLE BEAUTY STAR 美妝隱賣王



數位+平面特企
7月，雜誌特企單元，同步操作數位話題&社群

專櫃以外通路販售，兼具話題、口碑與銷售
專家編輯年度特別審查
號召感同身受的美妝鐵粉
期間限定美妝種子親身試用，網友互動再擴散



檔期專題特企

ELLE

購物周年慶

數位+平面特企+影音
9月底數位上線 & 社群操作 → 10月號主題報發行

周慶買什麼？怎麼買？
美妝專家、編輯帶你一起懂買+1



面對各式各樣商品與周年慶組合優惠該怎麼買？
抓住重點把握時機，不只買到最佳折扣，更是
買到最適合自己的最佳商品。



檔期專題特企

ELLE

Beauty Black Festival

年度活動+數位+影音
2022 .12

一年就這一檔！

台灣赫斯特全媒體集團攜手

線上導購 X 線下實體活動

黑色購物節 Beauty Black Festival

話題與人潮

集結時尚、美妝、美食與生活

主題包裝，落點信義商圈

讓購物成為你年年最美好的體驗！



集團年度活動

ELLE



Digital Highlight

數位亮點

ELLE

01

關鍵字持續優化自然流量成長

標題內容文案精準

02

社群進階新計畫主攻Z世代、助攻G

內容互動再深化 黏著度提高

03

內容互動再深化 黏著度提高

創意互動與趣味強化

04

外站串聯與合作

曝光延伸

05

創意廣告呈現

使用者高度互動

ELLE

關鍵字操作

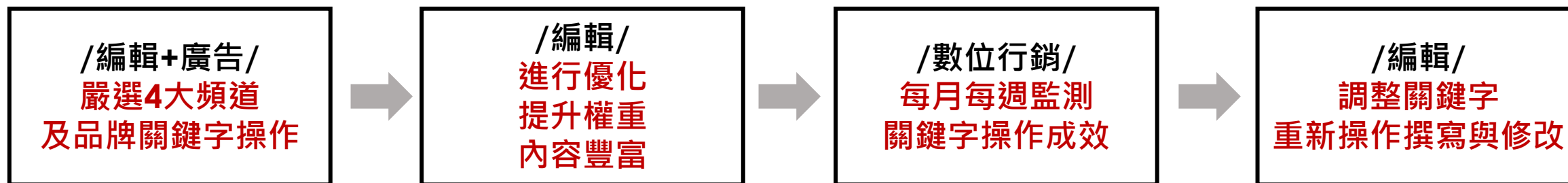
ELLE官網訪客自然搜尋 **↑ 87%**

文章搜尋曝光高達 **8.8億↑**

ELLE官網搜尋點擊次數高達近**5000萬**(2021/10止)

	ELLE	VOGUE	美麗佳人
自然流量特色關鍵字	操作 41萬組	操作27萬組	操作35萬組
Google搜尋第一頁關鍵字	75,000組字	40,000組字	55,000組字
網站 SEO 權重分數	89	72	71

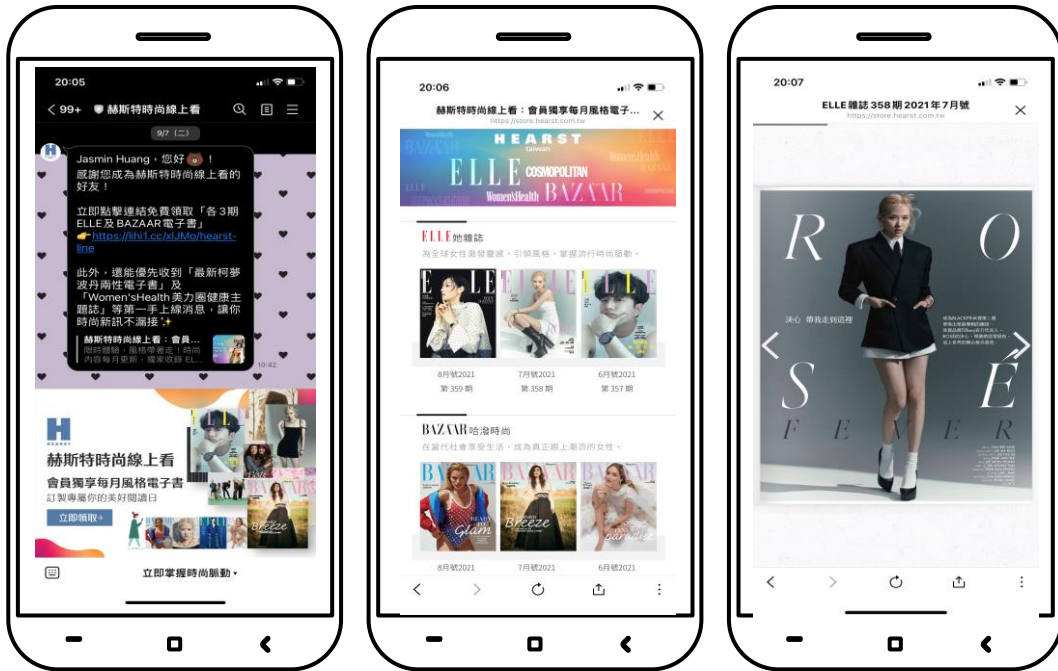
(資料來源Ahrefs)



SEO持續優化

ELLE

赫斯特時尚線上看電子書



赫斯特時尚線上看
好友人數 1,885

精準找到一群對ELLE數位閱讀有興趣的讀者，且知道是誰在閱讀，延續雜誌的出版，完整包裝成電子書，進行二次行銷。

用戶數：1885 人，預計2022年達到3000人

社群進階新計畫

ELLE

ELLE關鍵字主題推播



LINE聊天機器人

精選編輯部熱門文章，可搭配包裝或置入品牌、內容或美妝成分的關鍵字，推播多篇文章圖卡。

提高與用戶黏著度及CTR，巧妙置入客戶的品牌slogan或產品資訊

每日宣傳觸及至少15萬ELLE Line女性粉絲

社群進階新計畫

ELLE

#LINE轉盤輪盤+心理測驗 活動

活動行銷節慶式



內容行銷主題式



蒐集精準名單



可搭配季節節慶、趣味時事或當期編輯主題，提高趣味度，讓活動更加吸睛。

適合主題：美妝、運動瘦身、穿搭、美食飲品、生活用品，透過遊戲的方式進行互動，進階蒐集精準名單。

平均成效

曝光人數 (走期14天)	約250萬人
參與人數	約3000人
精準名單數	約1000筆

內容互動再深化

ELLE

#IG AR 360

串聯封面與相關拍攝單元，使其立體化並互動活化

適合主題：時尚精品360度試戴試用文、生活品味文、美妝客戶產品360度試用文
主要訴求愛用IG濾鏡打卡拍照年輕人可以搶先體驗



平均使用IG濾鏡量

開啟次數	約5千人
曝光次數	約2千人

社群宣傳

總觸及	約10萬人
-----	-------

** 可搭配宣傳成效更高

內容互動再深化

ELLE

粉絲團互串聯+外站特色供稿

供稿 x 授權深度文章 x 粉絲團串聯 x KOL拍影片

創造更大流量成長

粉絲數成長

提高站內內容深度

新會員成長



【ELLE包打聽】在IG關注度超高的質感小眾包包品牌推薦！買起來不撞包也不怕傷荷包

時髦的小眾包款，價格也超好入手的說！

BY AFRA DING 與 KARLIE SU



【ELLE包打聽】秋冬就要投資鱷魚紋包！時髦優雅又有個性 各種百搭款式都搜齊了

即使穿得再素，只要搭上一顆鱷魚紋小包包，立刻時髦有型啊！

BY WENDY CHOU



大型入口網站	特色媒體	特色平台	影音
Line Today	天下雜誌	科技紫微網	LINE TV(洽談中)
Yahoo時尚美妝	Cheers雜誌	World Gym 世界健身網站	YAHOO TV (洽談中)
UDN style	誠品書店	統一7-11 會員 APP	
ETtoday	every little d	PCHOME	
		蝦皮(洽談中)	

外站串聯與合作

ELLE

Slider
多圖以Slide方式呈現



Discovery Hotspots
設定Spots點highlight特色



Interactive Slider
設定Before/After的變化



創意廣告

ELLE



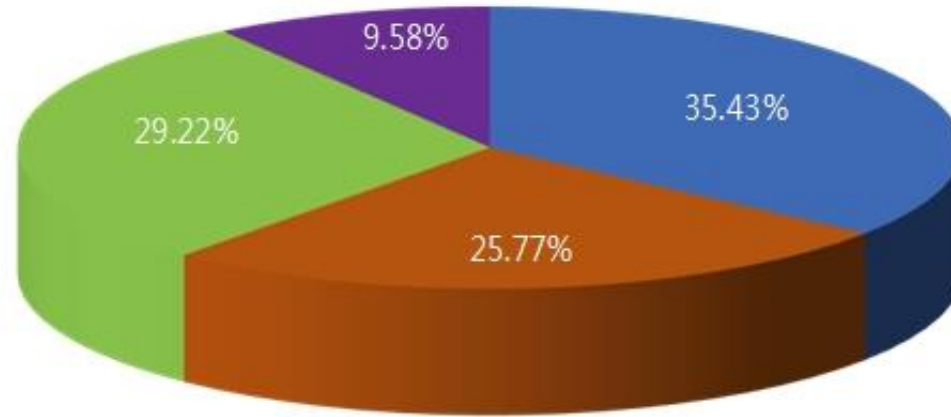
APPENDIX

Readers / Users
Profile

ELLE

Influence of ELLE Magazine

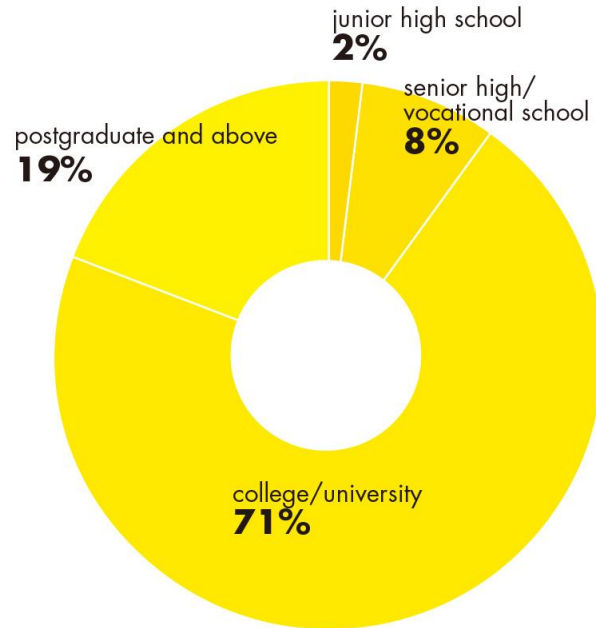
女性國際中文版雜誌市場銷售(全通路)



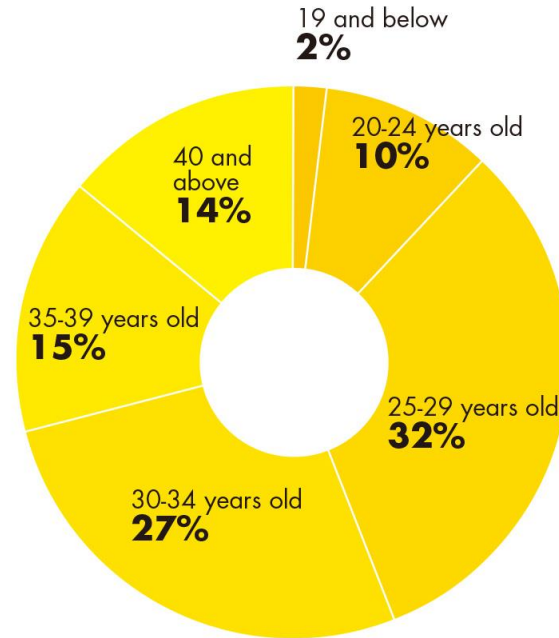
Ranking	Market share in 2021	
1	ELLE	35.43%
2	Marie Claire	29.22%
3	VOGUE	25.77%
4	Bazaar	9.58%

ELLE MG Readers Profile

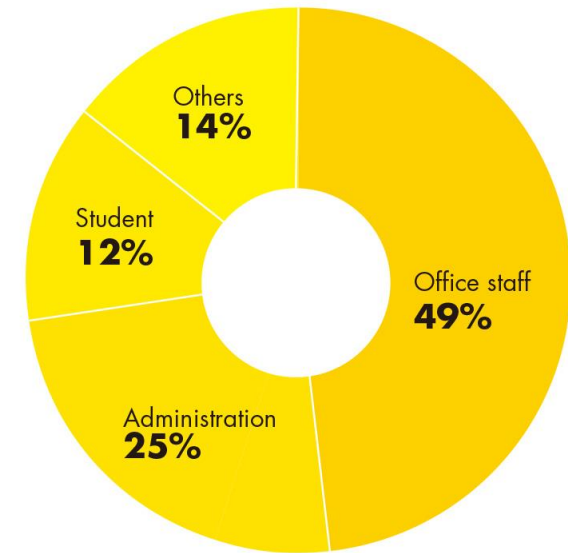
Education



Age

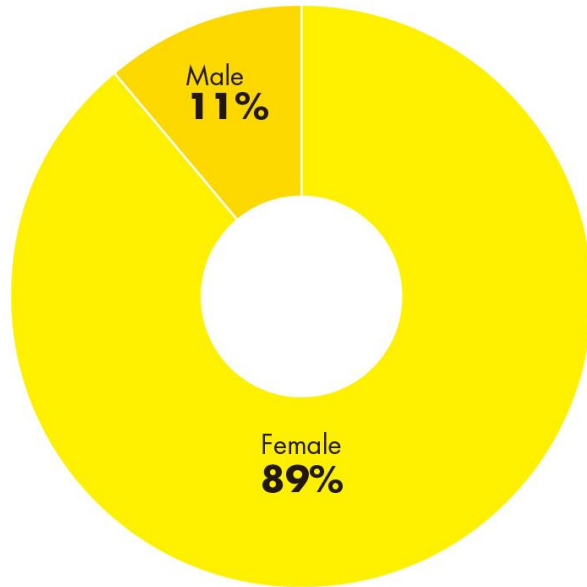


Occupation

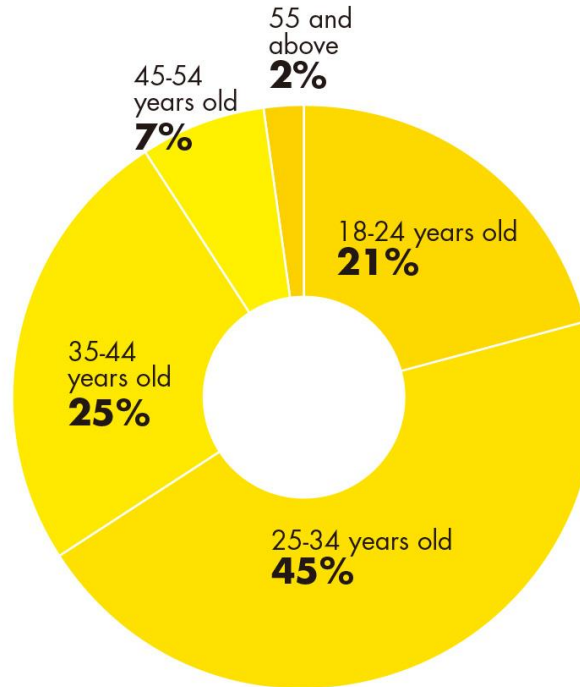


ELLE.com Users Profile

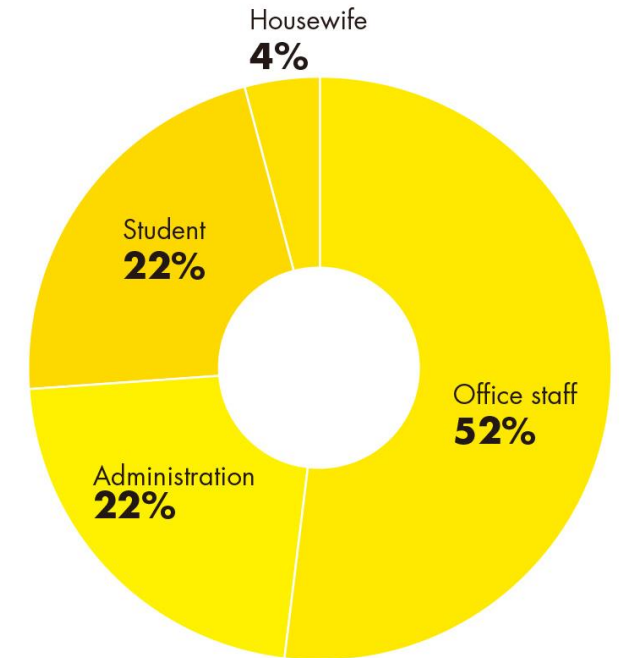
Gender



Age

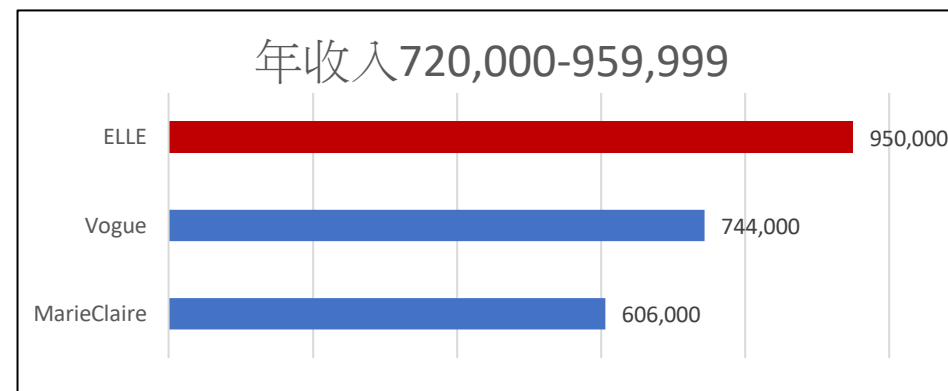
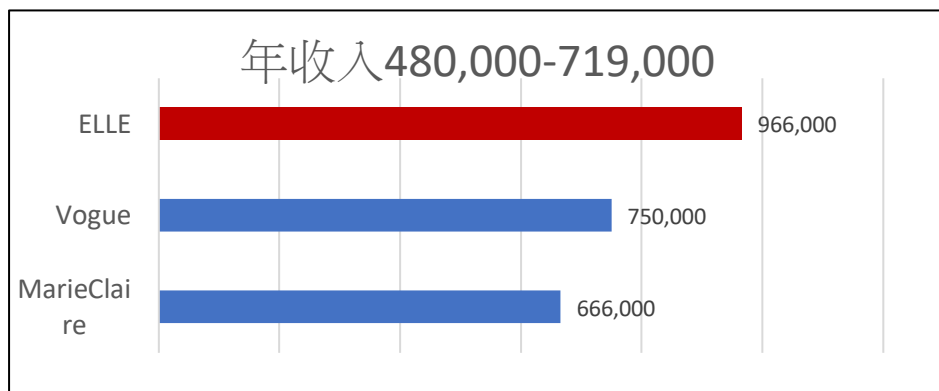


Occupation



ELLE.com Users Profile

(comScore)2020年 1~12月用戶年收入競業分析



**ELLE用戶年收入比
遠遠領先其他競媒**

