

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1812
03.19-03.25





本期摘要

媒體放大鏡 電信業衝刺OTT市占 搭上運動、韓流風

國際視野 eMarketer預測2018年社群平台市占率

科技瞭望 智慧型手機 掀3D感測熱潮

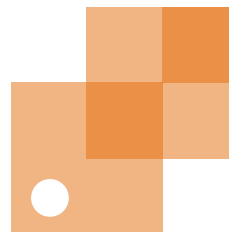
專案介紹 愛奇藝自製劇《重婚大作戰》置入專案

收視調查

網路觀察 February 2018

Media
news

媒體放大鏡



電信業者積極布局 OTT 領域且各有所長，中華電MOD 用戶數急增，今年挑戰 220 萬戶，目標奪下台灣最大影視服務品牌，搭上運動風潮，取得 2018 俄羅斯世界盃足球賽台灣地區獨家全賽事轉播，本周將宣布浩角翔起擔任 MOD 世足賽推廣大使及新的企銷方案；遠傳friDay 影音則是強打韓流風，請出韓國人氣演員蘇志燮助陣。

中華電董事長鄭優上任後積極整頓及衝刺 MOD，過去 13 年累計虧損 315 億元，去年虧損年減 4 億元，今年目標 200 萬戶甚至將挑戰 220 萬戶，成為台灣最大影視服務品牌。

據指出，富邦集團董事長蔡明忠旗下有線電視系統台凱擘與台灣大旗下台灣大寬頻合計約 168 萬用戶數；據統計，中華電MOD 目前用戶數已達 169 萬，奪下台灣第一大影視內容平台寶座。

遠傳 friDay 影音擁有上萬部電影，會員數已超過 160 萬，透過大數據分析用戶行為發現，用戶在數位上的觀影偏好度與院線發行有相關聯且交互影響，依據用戶觀影趨勢分析，決定投資院線發行標的，擴大布局影音娛樂市場。[2018/3/25,鉅亨網]

台灣大啟動MEC多視角轉播賽事

中華職棒正式開打，富邦悍將認養新莊球場後打造出煥然一新的「全富武莊」，台灣大哥大同步整合集團資源，將新莊球場設置為具有MEC多視角智慧功能的球場，明日(3/27)富邦悍將主場開幕戰將正式啟動這項高科技，進行整場賽事的即時轉播。台灣大表示，初期會先以4G基地台搭配這個5G新技術來達成，等5G國際標準確定後，將逐步引進5G設備，未來球迷也可下載專屬APP體驗。

台灣大哥大指出，新莊棒球場目前已完成MEC技術所需的網路頻寬建置，整個球場在不同場域共架設10台攝影機，可混合應用以捕捉同一時間各場域不同角度的精采鏡頭，明天富邦悍將主場開幕戰將先開放部分貴賓體驗MEC多視角轉播，透過iOS系統的手機或平板可收看4個現場即時畫面。

台灣大表示，在進一步採購相關的設備並搭配開發專屬的APP應用程式後，未來現場球迷只要下載APP，包括現場即時轉播、多視角鏡頭重播甚至高速攝影慢速重播等全方位的觀賽體驗將指日可待。[2018/3/26,匯流新聞網]



中華職棒29年開幕戰將於24日開打，通訊軟體LINE旗下內容入口LINE TODAY近期宣布簽下富邦悍將、中信兄弟、統一獅以及Lamigo桃猿共4支球隊的直播權，直到10月將完整直播全季240場賽事，而「LINE TODAY運動」官方帳號也會於週末直播精選場次，讓熱愛球賽的民眾可隨時觀看精彩賽事。

LINE表示，LINE TODAY從去年3月開始直播中華職棒富邦悍將主場賽事，創造平均每場81萬人次、最高時為105萬人次的在線觀看數字；日前宣布同時簽下富邦悍將、中信兄弟、統一獅及Lamigo桃猿共4支球隊的直播授權，本季開幕戰將於24日（六）在桃園棒球場熱血開打。

根據LINE TODAY的統計，喜愛造訪「運動」的族群大多以男性為主，這些進到「運動」類別的用戶平均停留時間是全站平均的3倍、平均瀏覽頁面是全站均值的4倍，顯示「運動」類別的用戶黏著度相對較高，為了為用戶提供更完整、精彩的賽事轉播，LINE TODAY陸續簽下中華職棒、NBA等賽事的直播權，未來將拓展娛樂、音樂及電競等領域的直播。[2018/3/23, 匯流新聞網]



LINE AI平台有客製功能 減重成功幫你慶祝

通訊軟體LINE宣布，旗下雲端人工智慧（AI）平台Clova即日起支援網路服務平台IFTTT，允許用戶連結外部服務來客製化Clova功能，例如當用戶達到減重目標時會幫忙慶祝。

LINE在官網發文表示，Clova自從2017年3月世界行動通訊大會（MWC）發表以來持續進化，除了首款支援Clova技術的智慧音箱Clova WAVE之外，後續更推出以LINE角色為主題的裝置Clova Friends。

LINE指出，作為Clova開放第三方服務的第一階段，支援IFTTT（If This Then That）網路服務平台能讓用戶自訂連結哪些外部服務，藉此創造新功能，例如「當用戶離開學校時通知Clova」、「當用戶達到減重目標時為他或她慶祝」等。

LINE認為，透過支援IFTTT，Clova將變得更方便、幫用戶做到更多事。LINE將持續努力優化Clova，讓智慧音箱成為家家戶戶的一部分。[2018/3/26, 中央社]



網路直播盛行，靠著一支手機，每個人都有機會成為網紅，國發會調查發現，網路族會自己直播的人不到5%，但是一半以上的人會看別人的直播，顯示多數人喜歡窺探別人，不喜歡被看。

近年來臉書直播盛行，國發會調查，兩性對於直播的使用率差不多，都不到5%，但是女性看別人直播的比率57%，男性為50%。

女性網路族對於非公共領域的網路貼文、網路購物及健康促進的參與，較男性網路族活躍。男性是在線上遊戲及行動支付等新科技有較高的興趣，也比女性願意針對公共領域政策發表個人意見。

女性比男性更積極透過網路促進健康，調查顯示，女性網路族透過網路掛號或查詢看診進度比率高於男性，也比男性常透過手機APP或健康手環進行自主健康管理。

儘管女性善於利用網路管理個人健康，也更容易被網路綁架情緒。調查顯示女性因為無法上網產生焦慮感受大於男性，35.1%女性網路族無法忍受一天不上網，較男性高出6.2個百分點。[2018/3/25, 聯合晚報]



個資蒐集高達98項 出門去哪臉書都知道

Facebook 近日爆出個資外洩事件，事實上在大數據時代，人們的各種行為都能夠被量化分析，Facebook 本身也都是使用者數據的蒐集專家，近日隱私搜尋引擎 search encrypt 就列出多達 98 項 Facebook 對使用者蒐集的數據項目。

對於 Facebook 會蒐集個人資料，大部分的使用者都有所耳聞，但到底蒐集多深就沒有人清楚了，近日一間隱私搜尋引擎 search encrypt 就列出98項，Facebook 對使用者蒐集的數據項目，除了一般常聽到的姓名、性別、年齡、語言等等基本資料外，包含是否離家在外工作、可能購買下一輛車的地方、信用卡類型以及是否有用過敏藥物等深入的資訊，也都在蒐集分析的項目之中。

透過這些資料，Facebook 能夠清楚了解一個人的生活狀況與偏好，進而精準的針對使用者投入對方有興趣的廣告，根據 2017 年 Facebook 的廣告收入，高達 400 億美金。[2018/3/23, 新頭殼newtalk]

Instagram更新演算法 按時排序貼文回來了

媒體放大鏡

Instagram於2012年被Facebook所收購。於收購前，Instagram的原始動態為按照時間排序來呈現；而被收購後，Instagram於2016年的年中開始導入Facebook的演算法，即官方會依據你經常看的、喜歡的內容來給予推薦。雖然這樣的做法能使用戶看到更多自己所關注的內容，但碰到混亂的貼文時序，仍讓人感相當困擾。

對此，Instagram終於宣布更新演算法，將「時間先後」作為貼文顯示在動態上的考量，不過Instagram也表示，雖然用戶現已不會再像過去一樣，看到好幾天前的貼文；但若最好的朋友於地球的另外一端所發出的照片，時差有十幾個小時，也會於用戶的動態中第一個出現。Instagram將會在「好友優先」與「時間優先」兩者之間找平衡。

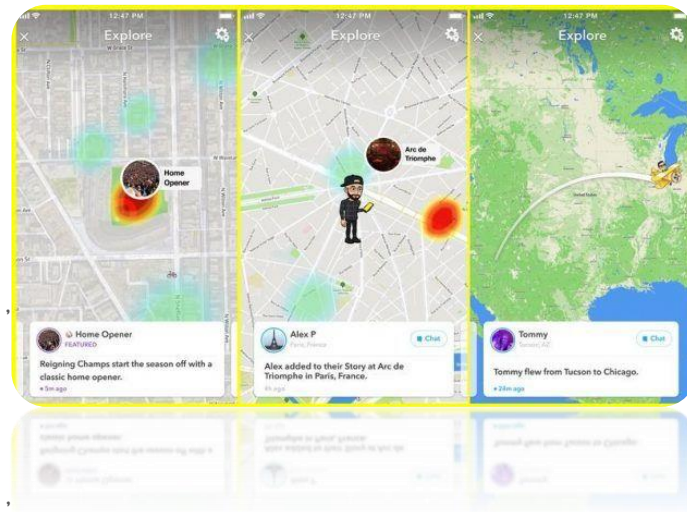
此外，Instagram現也測試「新貼文」按鈕，欲讓用戶透過手動更新的方式來獲得最新動態，而相較於母公司Facebook，他們仍是優先顯示較多人按讚，及關係較好的朋友的貼文；不過Facebook現正身陷個資外洩風波，多名網友發起刪除Facebook的活動，Instagram則未受到太大的影響。[2018/3/24, 匯流新聞網]

Snap Map將成為下一代「動態消息」？

Snap今天向旗下社群軟體Snapchat推出一項新功能，Snap Map Explore，提醒用戶Snap Map上正在發生的事，當朋友們選擇向他人分享位置時，他們的位置資訊將自動顯示於用戶的Snap Map上並且即時更新，新功能也將向用戶顯示或推送世界各地正發生的突發事件以及其他活動，這項新功能可以讓用戶們更迅速地瞭解全球各地正在發生的事，也能讓用戶知道朋友們都去了哪裡。

新的功能將自動更新朋友們的所在位置。當朋友自台灣飛往日本旅行，他的位置將會自動更新，這也一定程度地引起部分用戶對於隱私的擔憂，不過Snap指出，位置的更新將取決於用戶在何處打開Snapchat，如果用戶在地圖上分享他們的位置，但在八小時內沒有打開Snapchat，他們的位置就會消失在Snap Map上。

Snap Map是Snapchat於去年推出的新功能，主要是為了讓用戶與朋友分享所在位置以及正發生的事，Snapchat上的朋友們會以虛擬人物的形式出現在地圖上，用戶可以查看他們在打卡時分享的照片或影片。[2018/3/25, 匯流新聞網]



eMarketer預測2018年社群平台市占率

今年美國約有60.5%的民眾（約等於2億人口）每月至少使用一次社群網路，將比2017年上升2.6%。預期用戶成長率並不是太高，但民眾所使用的裝置與社群平台將有所轉變。

社群平台中，Facebook仍維持領先的地位，佔有整體60.6%的網路用戶。但因為Facebook的青少年用戶量持續下滑，推估到了2022年，Facebook的市占率將下滑至60.2%。

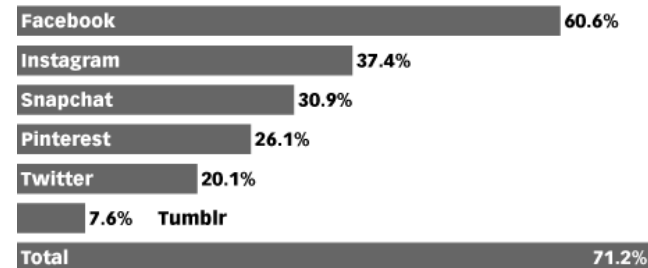
2018年Facebook用戶量將成長0.9%，達到1.695億人，成長主因還是來自於較年長的族群，而推估25歲以下用戶將會下滑5.6%~9.3%左右，預計將損失210萬人。

而上述情形最大的受益者將為Snapchat。預計到今年底，將會有68.0%的12~17歲網路用戶使用Snapchat，Snapchat在12~17歲的滲透率將會大於Facebook（47.2%）與Instagram（43.6%）。

另外，Instagram的用戶將增長13.1%，達到1.047億人。成長主要來自於35歲以上族群，主因他們想與那些在Facebook上不太活躍的親友（推估為年輕族群）聯繫，所以開始加入Instagram。

US Social Network User Penetration, by Platform, 2018

% of internet users



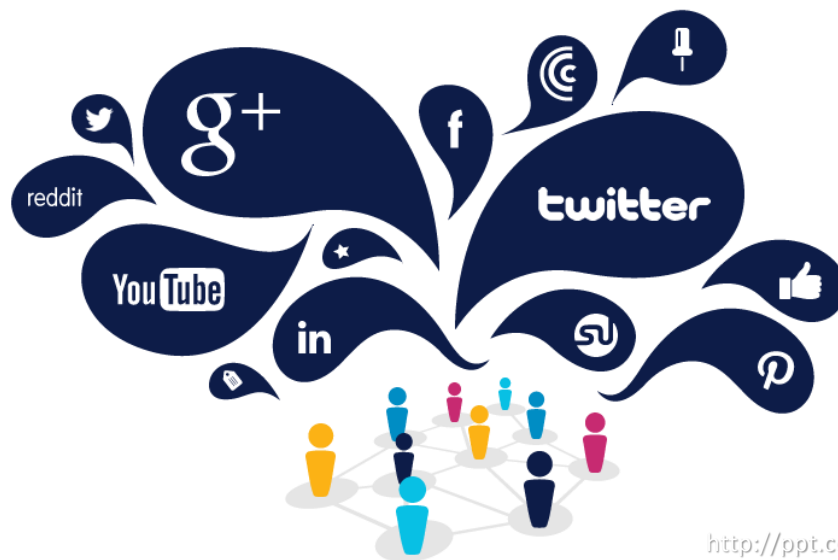
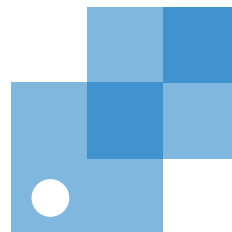
Note: internet users of any age who use social networks via any device at least once per month
Source: eMarketer, Feb 2018

235448

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



智慧型手機 掀3D感測熱潮

蘋果iPhone X搭載Face ID功能，掀起產業對3D感測的高度關注，除了安卓陣營廠商如華為、小米等將跟進，高通與奇景開發的3D感測方案也已經進入實機展示階段。拓璞產業研究院預估，至2020年全球智慧型手機3D感測模組產值將達108.5億美元，而智慧型手機搭載3D感測的滲透率，也將從今年預估的13.1%增至28.6%。

以3D感測技術供應商來看，除了蘋果的Lumentum/II-VI外，有能力提供3D感測模組的供應商並不多，其中之一為德國PMD，PMD設計IR CIS並由Infineon代工，關鍵的VCSEL則由Princeton Optronics提供，另一個組合則是高通和奇景，由高通提供解決方案和晶片設計，奇景提供WLO和DOE等光學元件。

結合以上因素，非蘋陣營採用3D感測模組的門檻不低。因此，如曠視科技提供的平台式人臉解鎖，將成為安卓陣營克服以上難題的過渡期方案。

3D感測模組帶來的應用也不僅只有人臉辨識，還包括提升相機表現，甚至帶來人機互動介面革新等，若要與蘋果競爭，非蘋陣營要大舉跟進採用3D感測模組的可能性還是很大，長期而言將有助於3D感測在智慧型手機上的普及。預計至2020年整體產值將達108.5億美元，而2018~2020年CAGR為45.6%。

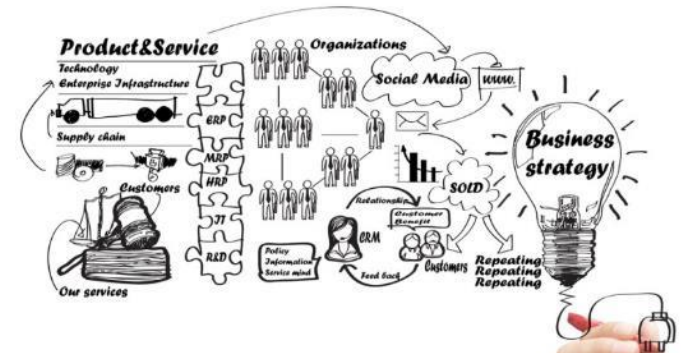
3D感測技術不只有望成為智慧型手機的標準配備，未來也將逐步導入至筆電、電視、遊戲機、無人機、自動駕駛、居家自動化等領域，從生物辨識、AR強化到體感追蹤，帶來更多的可能性與商機。



Source : TVBS新聞畫面，2017/09

Project

專案介紹



<http://ppt.cc/7VY2g>

愛奇藝自製劇《重婚大作戰》置入專案

專案介紹

拍攝及播出時程

消磨的愛
砍掉重練？

- ◆ 劇名: 重婚大作戰
- ◆ 類型: 愛情/奇幻/親情/勵志/社會議題
- ◆ 開鏡時間: 2018/4/20
- ◆ 殺青時間: 2018/8/20
- ◆ 播出與合作平台: 愛奇藝台灣站/愛奇藝中國站/台灣無線與有線電視台
- ◆ 播出時程: 2018年11月至2019年2月
- ◆ 排播方式: 一週兩集, 每集60分鐘, 共24集
- ◆ 播出策略:
 - 與無線電視台同步免費播出
 - 愛奇藝會員可以搶先看後面集數
 - 有線電視預計晚兩天播出
 - 大陸愛奇藝預計台灣同步播出

角色介紹



何詠琪 柯佳嬿 飾演

獨立成熟但內心渴望愛與家庭

34歲, 獅子座, 廣告公司文案。
大家都叫她琪琪。世故優雅, 單親家庭長大, 養成獨立自主的性格。燈泡壞了會自己換, 水龍頭鬆了也自己修。但內心裡還是有小女生的依賴。
「第一人生」裡, 她和汪大樂結婚五年, 磨擦不斷, 因琪琪為了實踐與大樂的安穩家庭, 所以精打細算的過日子, 但汪大樂總是迷迷糊糊, 只想著現在而不規畫著未來, 就連重要的紀念日每年都忘記都搞砸。
「第二人生」裡, 她和王士元談了第二次的戀愛, 曾經分手, 後來復合。
她和王士元在一起是更幸福的, 但和汪大樂在一起卻更不由自主地微笑。一個溫柔一個有趣; 一個給她安定一個給她快樂, 琪琪陷入兩難的局面裡, 一直對自己人生方向很明確的琪琪也開始迷惘到底自己要的是什麼?



角色介紹



汪大樂 胡宇威 / 張書豪飾演(擇一)

天兵人夫, 長不大的幼稚大男孩

33歲, 射手座, 遊戲程式開發員。
汪大樂的諧音是one dollar, 家人偶爾會叫他一元, 相對於士元的四元。無聊的他偶爾會辯解自己是一美元, 比士元的台幣值錢得多。如果約好看電影, 汪大樂是那種晚上八點五十分會記成十點十分, 或者把欣欣晶華, 記成日新威秀的人。
非常幼稚的他, 熱愛購買一切無用的公仔玩偶, 經過超商必定檢查有沒有新款的扭蛋機。在一次意外開始了他的第二人生, 在第二人生裡老婆變成別人的, 在悔悟中反省過去的自己, 漸漸地學會如何愛人與成長為成熟的男人, 深愛著琪琪。



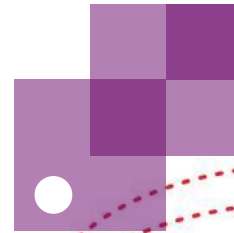
網台聯動



網台的用戶年齡分佈具有差異, 觀眾在雙屏間的流動
能不斷地將新的用戶雙向輸入到彼此平台, 並形成熱點話題

Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwwf>



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	5.23
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	4.30
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.61
4	航海王23	TTV	卡通影片	2.00
5	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.92
6	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.85
7	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.62
8	晶璽Qrun酷跑機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.37
9	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.30
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.17
11	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.14
12	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.08
13	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	1.06
14	實習醫師門格娘家益生菌	FTV	國語連續劇	1.06
15	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.05
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.01
17	大誠保險經紀人獅子王強大	TTV	國語連續劇	0.91
18	1800航海王23	TTV	卡通影片	0.88
19	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.87
20	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.86

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	3.40
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.79
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.42
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.82
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.64
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.31
7	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.31
8	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.23
9	台灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	1.02
10	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.02
11	1900含笑食堂白花油甦醒凝	SANLI	閩南語連續劇	1.02
12	雍正王朝	VLMAX	大陸劇	1.00
13	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.00
14	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	0.97
15	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	0.95
16	重新開始	GTV-D	韓劇	0.93
17	2200愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.88
18	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	新聞性質節目	0.87
19	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.86
20	1230金家好媳婦Footer除臭	SANLI	閩南語連續劇	0.86



無線台TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.42
2	航海王23	TTV	卡通影片	1.91
3	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	1.84
4	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.82
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.80
6	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.74
7	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.41
8	晶璽Qrun酷跑機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.29
9	大誠保險經紀人獅子王強大	TTV	國語連續劇	1.27
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.99
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	2.50
3	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.35
4	航海王23	TTV	卡通影片	2.19
5	晶璽Qrun酷跑機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.92
6	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.65
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.41
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.16
9	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.13
10	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.01

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	3.64
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	3.11
3	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.60
4	航海王23	TTV	卡通影片	2.35
5	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.92
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.73
7	晶璽Qrun酷跑機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.34
8	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.08
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.07
10	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.05

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	9.06
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	7.23
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	4.74
4	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.81
5	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.78
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.29
7	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	2.11
8	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.08
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.04
10	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.68





有線台TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	2.08
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.62
3	2200綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.35
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.19
5	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.17
6	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.17
7	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.09
8	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.09
9	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.01
10	逃跑吧好兄弟	ONTV	資訊綜藝	0.96

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	4.09
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.81
3	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.63
4	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.61
5	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.52
6	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.51
7	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.38
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.32
9	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.30
10	上山採藥小明星大跟班	CTiV	資訊綜藝	1.24

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	2.49
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.64
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.51
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.44
5	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.38
6	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.27
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.21
8	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.20
9	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.13
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.09

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.38
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	4.56
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.29
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.21
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.87
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.75
7	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	新聞性質節目	1.73
8	台灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	1.62
9	1230金家好媳婦Footer除臭	SANLI	閩南語連續劇	1.50
10	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.47





新聞類節目/頻道收視率

無線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTV/中視	0.68	0.45	0.30	0.41	1.21
TTV/台視	0.58	0.40	0.44	0.44	0.84
FTV/民視	0.41	0.12	0.09	0.25	0.8
CTS/華視	0.25	0.15	0.16	0.22	0.35

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
TVBSN/TVBS新聞台	0.42	0.16	0.29	0.45	0.61
FTVN/民視新聞	0.40	0.13	0.15	0.25	0.78
ET-N/東森新聞	0.40	0.14	0.18	0.38	0.66
SETN/三立新聞	0.37	0.08	0.14	0.28	0.71
CTiN/中天新聞台	0.37	0.09	0.14	0.27	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.03	0.08	0.14	0.45
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.09	0.14	0.30
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.05	0.05	0.14	0.23
NTVN/壹新聞	0.12	0.01	0.06	0.11	0.21

無線台新聞包括各無線台早、午、晚，及夜間新聞等新聞播報節目



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	5.23
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	3.40
3	戲說台灣	SANLI	1.82
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.64
5	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	1.30
6	實習醫師鬥格娘家益生菌	FTV	1.06
7	1900含笑食堂白花油甦醒凝	SANLI	1.02
8	雍正王朝	VLMAX	1.00
9	2215阿爸的願望	SANLI	1.00
10	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	0.97

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	4.30
2	超級紅人榜	SANLI	2.79
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.61
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.42
5	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	1.92
6	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	1.85
7	綜藝非常讚	CTS	1.62
8	晶璽Qrun酷跑機綜藝3國智	TTV	1.37
9	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	1.31
10	天才衝衝衝	CTS	1.17

新聞類/全體

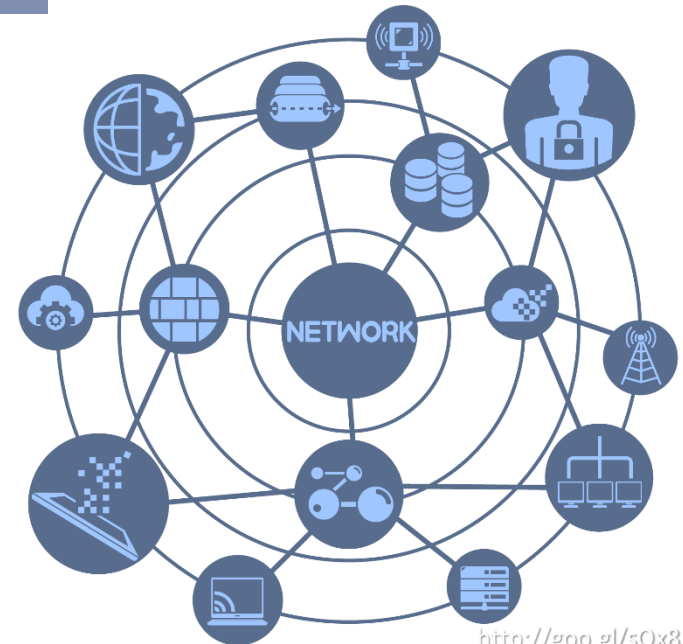
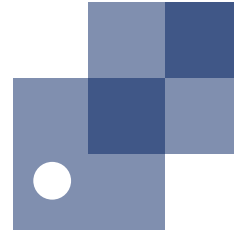
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣大搜索	CTiN	1.02
2	新聞深喉嚨	CTiN	1.02
3	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	0.87
4	政經看民視	FTVN	0.82
5	文茜的世界周報	CTiN	0.78
6	非凡最前線	UBN	0.76
7	當掌聲響起	TVBSN	0.74
8	驚爆新聞線	SETN	0.71
9	文茜的世界財經周報	CTiN	0.71
10	正午最前線	UBN	0.70

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.05
2	青春好7淘	SANLI	0.95
3	型男大主廚閻林文創	SL2	0.80
4	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.55
5	愛玩客	SL2	0.53
6	愛玩客之移動廚房	SL2	0.52
7	旅行應援團	*SCC	0.52
8	直17 18NBA老VS勇	VLSPT	0.43
9	美鳳有約羅布森樓梯升降椅	FTV	0.42
10	食尚玩家	TVBSG	0.42

Network

網路觀察



<http://goo.gl/sQx81T>

15-24歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Google Sites	2,672	94.5	1,007	1465	922	98,978	14.8	37.0
2	Oath	2,283	80.7	521	246	207	29,051	8.5	12.7
3	Facebook	2,003	70.8	531	543	503	40,244	13.5	20.1
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,555	55.0	176	31	27	7,365	4.3	4.7
5	Microsoft Sites	1,280	45.3	208	35	32	10,098	3.4	7.9
6	LINE Corporation	1,232	43.6	313	6	4	1,578	3.9	1.3
7	Garena Online	1,059	37.5	426	5	7	1,610	3.2	1.5
8	Oneup Network Corporation	990	35.0	156	45	36	7,735	5.8	7.8
9	Wikimedia Foundation Sites	982	34.7	109	13	17	4,416	3.0	4.5
10	Next Media Interactive Ltd.	900	31.8	117	16	8	4,554	3.4	5.1
11	ETtoday & EMI Group	855	30.2	115	13	6	4,050	3.2	4.7
12	Chunghwa Telecom	840	29.7	76	7	8	2,694	2.8	3.2
13	Baidu.com Inc.	802	28.3	73	11	10	2,795	4.1	3.5
14	PTT.CC	741	26.2	75	6	10	3,017	1.9	4.1
15	UDN Group	729	25.8	101	15	11	3,580	4.2	4.9
16	Valve Corporation	681	24.1	187	13	14	3,400	3.8	5.0
17	Liberty Times Group	603	21.3	44	5	3	1,465	3.2	2.4
18	Cite Media Holding Group	586	20.7	44	7	6	1,450	4.6	2.5
19	Iqiyi Sites	574	20.3	91	3	4	1,784	1.9	3.1
20	SHOPEE.TW	510	18.0	40	9	7	1,606	5.7	3.2

25-34歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Google Sites	2,380	92.4	887	1123	746	91,726	12.2	38.5
2	Oath	2,295	89.1	662	440	440	40,655	10.8	17.7
3	Facebook	1,740	67.6	440	512	563	34,210	15.0	19.7
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,582	61.4	177	27	23	6,824	4.0	4.3
5	LINE Corporation	1,393	54.1	421	8	6	2,021	4.0	1.5
6	Microsoft Sites	1,293	50.2	239	48	35	12,684	3.8	9.8
7	Next Media Interactive Ltd.	1,010	39.2	159	29	16	6,939	4.1	6.9
8	Chunghwa Telecom	931	36.1	73	9	11	2,502	3.6	2.7
9	UDN Group	908	35.3	100	15	8	3,320	4.5	3.7
10	ETtoday & EMI Group	876	34.0	133	27	13	5,426	5.0	6.2
11	Wikimedia Foundation Sites	820	31.9	85	7	11	3,203	2.3	3.9
12	PTT.CC	782	30.4	74	7	8	3,144	2.1	4.0
13	Oneup Network Corporation	696	27.0	127	40	39	6,752	5.9	9.7
14	Cite Media Holding Group	658	25.6	49	8	8	1,708	4.9	2.6
15	Baidu.com Inc.	628	24.4	81	21	21	4,017	5.2	6.4
16	PChome Online	605	23.5	45	7	17	1,656	4.0	2.7
17	Liberty Times Group	595	23.1	48	6	7	1,617	3.5	2.7
18	SHOPEE.TW	533	20.7	51	19	13	2,387	8.0	4.5
19	China Times Group	531	20.6	35	3	2	1,089	2.9	2.1
20	Garena Online	511	19.9	190	2	2	593	3.0	1.2

35-44歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Oath	2,416	92.4	823	632	540	55,120	11.5	22.8
2	Google Sites	2,335	89.3	832	1011	625	76,934	13.1	32.9
3	Facebook	1,607	61.4	409	389	410	30,421	12.8	18.9
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,477	56.5	156	28	25	6,212	4.5	4.2
5	Microsoft Sites	1,308	50.0	251	79	48	13,764	5.7	10.5
6	LINE Corporation	1,229	47.0	375	6	4	1,846	3.3	1.5
7	Chunghwa Telecom	930	35.6	92	16	20	3,282	5.0	3.5
8	Next Media Interactive Ltd.	925	35.4	146	29	17	5,924	5.0	6.4
9	UDN Group	923	35.3	127	25	16	4,393	5.8	4.8
10	ETtoday & EMI Group	811	31.0	106	17	8	4,337	4.0	5.3
11	PChome Online	718	27.4	69	14	37	3,007	4.7	4.2
12	Sanlih Media Group	683	26.1	82	16	7	2,855	5.6	4.2
13	Wikimedia Foundation Sites	659	25.2	62	6	8	2,386	2.4	3.6
14	Fubon Multimedia Technology	656	25.1	83	42	22	3,200	13.0	4.9
15	RUTEN.COM.TW	608	23.2	73	37	65	3,439	10.7	5.7
16	Liberty Times Group	583	22.3	46	8	6	1,717	4.4	2.9
17	Baidu.com Inc.	582	22.2	56	6	6	2,233	2.7	3.8
18	Yong Sheng Technology	568	21.7	62	23	17	2,848	7.9	5.0
19	Cite Media Holding Group	562	21.5	42	6	5	1,810	3.3	3.2
20	PTT.CC	553	21.1	51	4	6	1,952	2.0	3.5

45-54歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數 (百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Oath	1,958	90.7	766	739	597	54,385	13.6	27.8
2	Google Sites	1,933	89.5	649	660	420	55,966	11.8	29.0
3	Facebook	1,259	58.3	289	228	259	18,753	12.2	14.9
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,137	52.7	105	15	14	3,794	3.9	3.3
5	Microsoft Sites	1,079	50.0	228	62	41	13,261	4.7	12.3
6	LINE Corporation	933	43.2	276	7	4	1,442	4.6	1.5
7	UDN Group	894	41.4	147	59	32	6,436	9.1	7.2
8	Chunghwa Telecom	731	33.9	80	23	17	3,234	7.1	4.4
9	ETtoday & EMI Group	691	32.0	73	10	6	2,466	4.1	3.6
10	Next Media Interactive Ltd.	664	30.8	94	25	14	3,863	6.5	5.8
11	Sanlih Media Group	600	27.8	81	15	7	2,755	5.5	4.6
12	Wikimedia Foundation Sites	586	27.1	51	5	6	1,802	2.6	3.1
13	PChome Online	562	26.0	59	11	27	2,394	4.6	4.3
14	Liberty Times Group	550	25.5	46	7	5	1,599	4.6	2.9
15	Fubon Multimedia Technology	506	23.4	66	29	12	2,588	11.3	5.1
16	China Times Group	457	21.2	62	18	7	2,596	7.1	5.7
17	NOWNEWS.COM	445	20.6	41	3	3	1,774	1.8	4.0
18	RUTEN.COM.TW	435	20.1	83	54	104	4,549	11.8	10.5
19	Yong Sheng Technology	425	19.7	45	17	13	2,102	8.2	4.9
20	Cite Media Holding Group	391	18.1	24	4	3	790	5.0	2.0



如果您對以上內容有任何建議，或是訂閱相關事宜，歡迎與我們聯繫。

聯絡單位：宏將廣告 研究資源部

E-mail：MediaResearch@mediadrive.biz

電話：2509-5557#123

