

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1815
04.09-04.15





本期摘要

媒體放大鏡 有線電視訂閱戶25年來首度衰退

國際案例 Ikea 將客廳搬到公園 來場設計battle吧!

科技瞭望 Google新技術：吵雜影片中分辨特定人聲

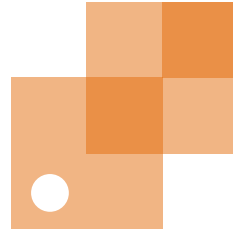
專案介紹 TLC約會月 - 活動贊助案

收視調查

藝人動態 2018/03/01~2018/04/09

Media
news

媒體放大鏡





有線電視訂閱戶25年來首度衰退 電視盒業者攻「頻道+OTT」方案

根據NCC統計，2017年Q4全台有線電視訂閱戶數約522.5萬戶，相較Q3的524.9萬戶，普及率小幅衰退0.36%，但值得注意的是，這卻是在「有線電視法」上線的25年內，首度呈現衰退的趨勢。

不過OVO創辦人吳有順分析，不少人非「剪線」、而是「跨線」，在智慧電視、網路電視盒逐漸普及的情況下，選擇有線頻道和OTT平台並行付費觀看，互補單一平台所缺乏的內容。

頻道和電視並不會消失，只是未來3年將進行重整。在台灣，過去一直存在有線電視包套方案，頻道太多看不完，或是各種基本方案，需要疊加購買才夠看的問題。隨著還給觀眾「收視權」的議題發酵，有線電視分組付費將於2019年全面上路。

即便台灣本土OTT業者已超過15家，但錢大衛坦言，目前最大的競爭對手仍是「盜版」。根據業界人士透露，去年3分之1的電視盒銷量皆為盜版，而NCC今年終於開始整治。2月初時指出，NCC廢止安博盒子的標籤號碼CCAH16LP3780T9，呼籲消費者者、賣家都該禁止交易；3月底再抽檢，又再廢止千尋盒子2款標籤碼、1款安博盒子、1款T-BOX的審驗證明，加重打擊盜版力度。

根據去年OVO公布《OTT網路電視數據報告》指出，愛奇藝是旗下用戶付費應用程式排行榜第一名；而2018年第一季度，愛奇藝在OVO平台上的付費訂閱，較去年第四季增4成，顯示觀眾付費意願逐步爬升。[2018/4/17,數位時代]

Netflix 訂閱人數突破 1.25 億

經歷公司史上最大單季使用者人數增長（增加了833萬）的2017年Q4，Netflix的成長已經是勢不可擋，來到2018年的第一個季度結算，他們更再次錄得強勁增長，單季增加740萬用戶（單是美國就有196萬）。承接著這季刷新的第二大單季使用者人數增長，Netflix現在的訂閱人數已經突破1.25億。

對於Netflix在坎城影展的風波，他們重申並不會做出任何阻止法國當地民眾觀看其電影內容的行為。

財報在確認了他們今年會投放75至80億美元至增添內容之後，就再沒有其他新消息了。Netflix正與Comcast商談擴展合作範圍，但之前卻一直未有兩個服務的組合價格，今天則有放話會提供一些的折扣優惠，這跟他們跟美國T-Mobile、英國天空電視台、Proximus和SFR Altice的合作類似。[2018/4/7,Engadget中文版]



根據MMX數據，2018年1月台灣共有1,240萬位不重複電腦網路使用者，創造35.7億網路影音內容瀏覽次數；根據DMA報告指出，各項數位行銷工具中，影音廣告成長動能強勁，2016年台灣影音廣告總額約50.07億元，較前一年成長達六成。網路影音世代全面來臨，在國內外各大影音平台積極布局下，台灣已邁向跨螢影音時代，如何使用影音內容吸睛，已成關注焦點。

Yahoo奇摩從入口網站，轉向經營影音平台，嘗試自製直播內容、攜手各大媒體合作夥伴取得授權內容、提供素人影音創作平台等，是產業的重要轉型，一舉一動備受業界關注。Yahoo TV總經理邱滢愷指出，新世代年輕人是「ME」世代，注重自我存在感，強調行動化與影音化的使用行為，這也促使Yahoo奇摩轉向影音發展。

Yahoo TV總經理邱滢愷將Yahoo奇摩所有影音內容整合，融入「直播」與「社群」等兩個熱門元素領軍，打造出「Yahoo TV」全新平台，並帶領團隊嘗試自製直播內容、攜手各大媒體合作夥伴取得授權內容、提供素人影音創作平台等，將Yahoo TV打造為匯聚優質直播、與網友互動、24小時不停播的隨身電視台，Yahoo奇摩團隊重新定義TV新時代，抓住閱聽者的眼球。

[2018/4/17, Yahoo奇摩(新聞)]

行動消費世代來臨！行動支付暗藏風險



根據國發會最新調查顯示，台灣民眾12歲以上的上網率突破八成，手機已成為民眾日常生活主要的上網工具。隨著民眾對手機黏著度提升，越來越多消費者選擇在手機裝置中下載行動銀行APP，以行動銀行執行重要的企業及個人活動，但這樣行為藏了相當嚴重的風險，網路科技公司表示，行動交易的普及也暗示著網路犯罪的觸角逐漸從桌上型電腦移轉到行動裝置上。

國發會指出，數位機會調查結果中，除國人上網率持續提升外，手機上網比率與一般上網率幾無差異，皆達八成，後續應關注使用手機可能帶來的衝擊。此外，新住民上網率已達九成，顯示新住民融入社會後，數位教育平權已達水準，數位發展除帶來生活便利外，亦應重視其負面影響，如網路沉迷問題。民眾長時間使用手機可能影響自身安全，並注意身體姿勢不良導致醫療需求，及早關注網路沉迷可能帶來的影響，透過跨部會合作共同努力防制，降低數位風險。 [2018/4/17, 新頭殼newtalk]



想像與現實大不同。科技圈普遍看好AR終將大勝VR，但市調機構TECHanalysis表示，調查顯示目前四個消費者中有三個偏好VR。雖然科技圈一致看好AR終將擊敗VR、成為頭戴式終端的唯一主流，不過對一般消費者來說，眼前摸得著的产品可能才是王道。根據TECHanalysis在3月份進行的1,000份網路調查顯示，一般消費者對VR的偏愛度遠遠勝過AR，高達73%受訪者選擇VR、只有27%選擇AR，受訪者平均每人擁有1.4個VR裝置，透過手機接觸並使用VR的比例最高，其次為PC VR或主機VR。

TECHanalysis表示，79%使用者只有每周、甚至每月使用VR裝置一次，嚴格來說VR裝置只是偶爾用用，或許與44%使用者都會在使用中或使用後感到暈眩不適，以及現階段優質的VR內容有限有關，即使如此，此次調查中也發現，受訪者平均每次使用的時間仍長達38分鐘，使用時間長短與配戴舒適度、VR內容精彩程度成正比。

42%受訪者則覺得手機VR已經足夠，但基於使用簡單與方便，46%受訪者未來想購買一體機。值得注意的是，想購買一體機的受訪者顯然對於價格非常敏感、對於成本與技術進展則一無所悉，他們既希望一體機價格能落在200美元左右，又希望有高螢幕解析度與好的視覺效果，這也代表，VR一體機雖然廣受期待，可是短期內的銷售狀況可能不容樂觀。 [2018/4/17,中時電子報]

Google對外開放VR180影片格式 Android P將可配合硬體加速VR顯示效果

對於投入虛擬實境或重度3D影像遊戲內容開發者，應該對科納斯組織所提出的Vulkan API相當熟悉，而除了三星在2016年推出的Galaxy S7系列原生整合此項API，讓使用者能體驗更流暢的虛擬實境或3D遊戲體驗，Google後續也在Android 7.0將此項API納入標準，甚至在Vulkan 1.1版本釋出後，準備在Android P Developer Beta 2版本中原生整合，讓使用者能在新版作業系統內感受更好的3D視覺體驗。

以目前Vulkan API應用模式，幾乎已經比過往的Open GL更加廣泛，甚至因為包含Google、三星等廠商均大力宣揚此項API所帶來優勢，因此更多消費者反而對於裝置是否對應Vulkan API有更大關注。

除了整合最新版Vulkan 1.1版本，Google稍早也宣布對外開放VR180影片格式，同時也準備未來幾個月內釋出相關工具，藉此協助內容開發者能以合適的VR180格式相片、影片打造服務內容，同時也能降低整體製作成本。

[2018/4/12,聯合新聞網]





Google正為旗下廣受歡迎的電子郵件服務Gmail進行改版，可能會在5月8日的Google I/O開發者大會上推出新功能。知情人士指出，Google正在研發「自毀郵件」(Self Destructing Email) 功能，用戶能選擇讓寄出的電子郵件在特定時間內銷毀。

消息來源表示，寄出電子郵件前，Gmail用戶能選擇在特定時間內，讓採用「自毀郵件」功能的電子郵件從收件人的收件匣中消失，最久可以選擇讓這類電子郵件在五年後銷毀。採用「自毀郵件」功能的電子郵件無法被轉寄給其他收件人。用戶也可以在Gmail使用加密功能，要求收件者以寄到手機簡訊的密碼或一次性密碼開啟郵件。此外，收件者也無法把這類郵件印出來，或複製郵件內容。

在收件者的信件匣中，Gmail用戶以「自毀郵件」功能寄出的電子郵件看起來無異於其他電子郵件，但當自毀郵件的效期一到，就會從信件匣中消失。[2018/4/15, 經濟日報]

Spotify可能重新調整免費版服務 希望刺激更多人轉入付費版本

根據彭博新聞取得消息，透露Spotify可能計畫針對現行免費版服務重新做調整，預期將使免費版服務使用體驗更貼近手機操作需求，同時也能讓使用者更容易藉由手機使用Spotify服務。

不過，是否意味接下來的免費版本將可透過手機裝置串流播放音樂內容，或是依然維持僅能在PC裝置播放，目前暫時還沒有太多消息，但理論上Spotify應該還是會讓免費版服務與付費版本有更明顯差異，同時也避免使用人數依然較多的免費版本影響實際收益，同時也避免讓唱片公司感覺虧損。

而Spotify在近期正式上市後，雖然預期可接入更多投資資金，但應該還是要以如何讓更多免費版用戶轉為付費使用模式，避免在全球總計約1.57億名用戶中，僅有7100萬名付費用戶的差距持續擴大，甚至可能遭後來居上的蘋果大幅超越。

[2018/4/12, 聯合新聞網]

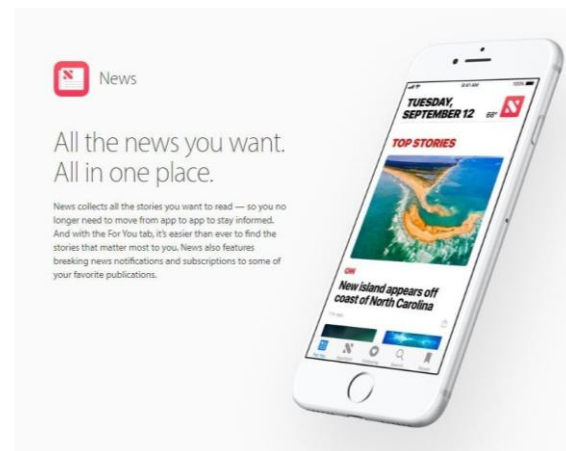


消息人士透露，蘋果公司 (Apple Inc) 計畫將最近收購來的數位雜誌訂閱程式 Texture 整合到 Apple News 應用軟體中，並預計明年推出進階訂閱方案以獲得更多收入。

總部設於美國加州古柏迪諾 (Cupertino) 的蘋果公司上個月同意收購數位雜誌訂閱服務商 Texture，Texture 應用程式可讓用戶以每月 9.99 美元 (約新台幣 293 元) 價格訂閱超過 200 本雜誌。

彭博 (Bloomberg News) 報導，其中一名熟悉內情消息人士透露，蘋果在收購 Texture 不久後就裁減了 20 名 Texture 員工。消息人士又說，蘋果正著手把 Texture 技術及留職員工整合入負責打造這項進階服務的 Apple News 團隊。包含進階訂閱方案的升級版 Apple News 預計明年推出，其中部分訂閱收入將分配給雜誌出版商。蘋果公司則拒絕對此發表評論。

蘋果曾有一款名為 Newsstand 的應用程式，它的服務匯集了多家雜誌和報紙，而這些刊物只提供給個人訂閱戶。蘋果公司 2015 年推出 Apple News，它也採用了類似的方法。[2018/4/17, 中央社]



35% 美國用戶開始減少 Facebook 使用次數

上週執行長馬克祖克柏 (Mark Zuckerberg) 出席國會聽證後，由於面對參議員的問題應對進退得宜，Facebook 的股價並未受到進一步打擊，但劍橋分析事件帶來的影響和爭議仍無疑是 Facebook 過去幾年面臨過的最大公關危機。

雖然上週出席聽證會時，祖克柏曾表示沒有看到 Facebook 累計用戶數出現明顯下降，但科技研究集團 Techpinions 和調研機構 Creative Strategies 卻在針對 1,000 名各代表美國人口、性別和年齡平均用戶的研究調查中發現不同的情況。

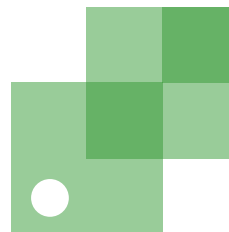
調查顯示，劍橋分析確實引起了美國用戶對數據洩露的隱私擔憂，其中 35% 表示將會減少使用次數，31% 改變了自己的隱私設定，17% 用戶刪除了手機應用程式，另有 9% 的人則完全刪除帳號。

雖然 1,000 人並不是太大的調研數字，但這個調查結果仍可作為參考，調研分析師 Carolina Milanesi 更在報告中指出，調查中有近 15% 受訪者表示「任何補救也無法讓 Facebook 再贏回他們的信任，將轉往使用其他社群」。

Milanesi 認為，比起刪除帳號，減少使用次數的低參與度情況更是 Facebook 得面臨的主要風險，一旦這種情緒在其他國家也出現相同的情況，影響的層面恐怕會更廣泛。[2018/4/17, 科技新報]

Case
share

國際案例

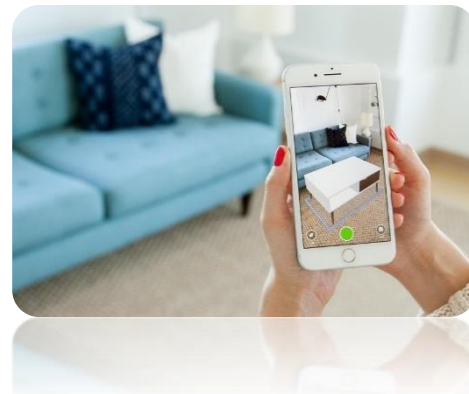


Ikea 將客廳搬到公園 來場設計battle吧!

還記得寶可夢手遊是如何風靡市場，有多少民眾是透過寶可夢才開始知道AR這項技術？那你知道Ikea也有結合AR技術的app嗎？

Ikea的AR擴增實境app名稱為Ikea Place。這款app可以結合線上實際販賣的家具商品，透過AR技術模擬家具擺放在你家的模樣。Ikea Place在台灣也適用，結合台灣Ikea的商品，模擬家具擺設後，可將家具收藏至我的最愛，甚至再進一步直接網購下單。

Ikea今年為推廣Ikea Place，再使出新的行銷手法。今年寶可夢手遊雖然沒有去年熱烈，但現在還是到處可見在路邊抓寶的寶可夢玩家，Ikea這次將目標鎖定在這群玩家身上。



起初他們讓玩家們在戶外試用Ikea Place，想以遊戲的方式帶出自家app的豐富性。然而試用者都覺得app的技術都很好，但還是不像遊戲那般有趣。

所以，這次Ikea將家中客廳搬到了戶外，讓玩家在外玩「室內設計battle」！依每個人美感喜好不同，同一個客廳空間將會有不同的樣貌。

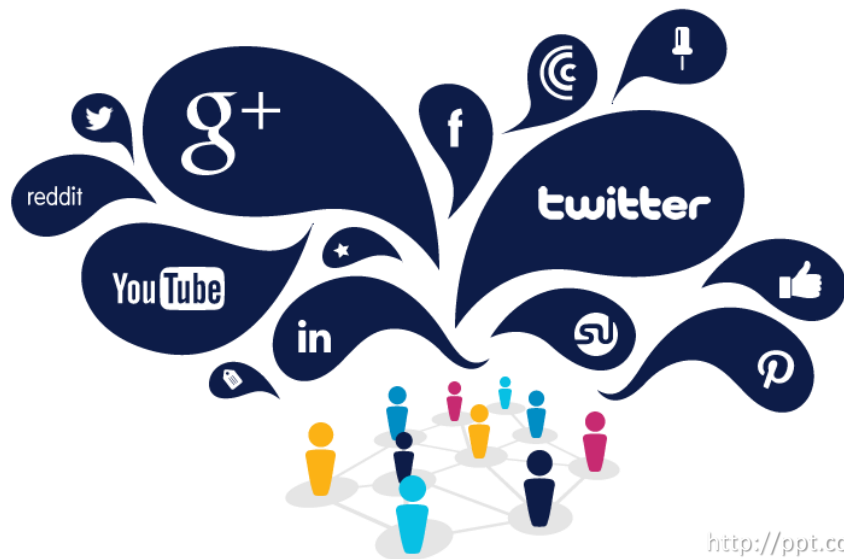
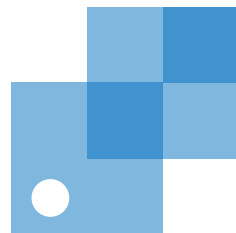
到處都有讓你放鬆休息的地方，Ikea將整個行銷活動拍攝影片，影片最後再將實體家具送達戶外客廳現場。除了影片在網路上分享散播外，現場也成了一個實際的戶外廣告點位。

影片最後標籤「Find your happy place」，整個活動除了再推廣Ikea Place app外，也將品牌信念一並傳達給消費者。



New
Idea

科技瞭望



Google新技術：吵雜影片中分辨特定人聲

人類能在吵雜的對話場合中，辨別出話是由誰說出口的，那麼人工智慧辦得到嗎？Google近期發表了一項名為Audio-Visual Speech Separation的音訊分離技術，該技術能於吵雜的影片中分辨特定人聲，未來預計將會運用在視訊會議，或是多人辯論的政論節目當中，幫助用戶更清楚地聽到特定人物的聲音。

據外媒報導，Google研究人員利用深度學習、影像模型打造出一套系統，該系統透過分析影像以及聲音，可將影片中各個角色所說的話分離成獨立音軌，還能依照用戶的需求，強化特定的聲音，並消除其他人聲及雜音。

Google軟體工程師Inbar Mosseri及Oran Lang表示，人們擅長於吵雜的環境中，辨別出話是由誰說出口的，並將注意力集中在特定人士身上，這是人類與生俱來的能力，但對電腦來說卻是一項重大的挑戰。

據了解，Google團隊在研發的過程中，引用了10萬支、總長度達2,000小時的單一講者影片，並將這些影片與其他演講影片、背景雜音混合，用於訓練多重串流卷積神經網路（Multi-Stream Convolutional Neural Network），讓系統能夠辨識個別聲音，產生一套模型。

透過該模型，只要影片中有嘴巴在動，系統就能抓取音檔，即使說話者於過程中不小心被麥克風擋到了，系統仍能不受干擾的執行。用戶若是只想聽見特定人士的聲音，只需於影片中點選人臉，就能成功去除其他聲音。

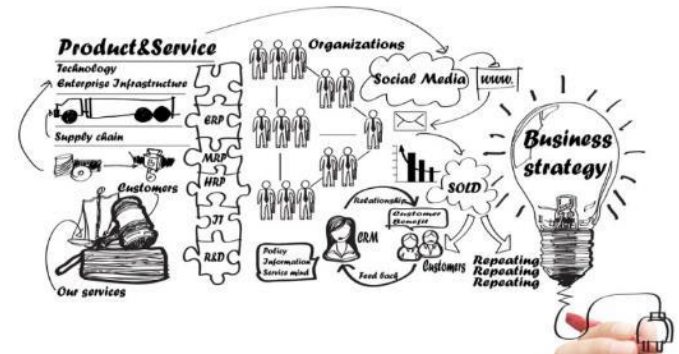
Google表示，目前仍在探索應用的範圍，「不過我們相信這項系統將能運用在吵雜的環境中，像是視訊會議、多人辯論的政論節目，以及改良助聽器等等，也不排除會把這套系統導入到自家的Hangouts、Duo語音視訊軟體中。」



▲雙方雖於激烈爭辯時聲音重疊，但在Audio-Visual Speech Separation的技術下，可以只聽見特定一方的聲音。

Project

專案介紹



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

溝通目標

Key Messages:

TLC Shares Important Life Milestones With You!

TLC陪你一同走過人生歷程中的重要階段

我們相信，每個她，即便背負著不同身分、經歷著不同磨練，都需要被擁抱與尊重，都值得有對生活的美好想像，都能有相信自己的自信與勇氣！

在每個生命的重要時刻，TLC旅遊生活頻道不但一直陪伴左右，也希望能成就“妳”蛻變的力量！

Turning Point:

To start a relationship by a DATE!

開啟關係的第一步：
來場約會，說聲愛！



5月約會月 · 520來告白



5·20 我愛你

TLC 幫你告白 終結單身

有人為了愛情，鼓起勇氣，飛越大半個地球，找尋另一半！
也有多年好友，願意往前跨出那一步，試著從朋友變成情人！
今年 5/20，TLC 為你注入愛情的勇氣，送你一段甜蜜的戀愛！

5/20 告白活動
ON GROUND
& PR



15年來，經典節目陪著觀眾一起成長
共同寫下許多生命中的第一次



還記得第一次與莎曼珊暢遊歐洲
與安德魯席莫品嚐古怪食物
成為酷炫的邁阿密刺青客
風趣無極限的伊恩萊特
對人生毫不設限的波登
在這塊土地上跟Janet一起瘋台灣
隨著龐姚敲敲門腳步
在隨棠的完美女人當
品嘗Maggie的魔法料理
從鮑比索的街頭小吃到阮盧克的吃遍湄公河
學習奧利佛15分鐘上菜
夢想成為像巴迪這樣的蛋糕天王
穿上藍迪為你精心設計的夢幻婚紗
感受小夫妻的天空
以及令人難忘的酷男異想世界

5月約會月 / 實體活動

活動概念

結合TLC基礎的travel元素，搭配新穎的約會話題，以street art方式表現，充分體現TLC多元的內容及品牌精神，吸引年輕TA



TLC 告白打卡牆 Dating Wall/ Dating Street :

- 選擇各國地標景點進行彩繪設計，消費者可邀請心儀對象一起來拍或自拍傳愛，打卡上傳+@心儀的對象告白
- 每面牆可scan QR code，可獲得不同的求愛好康贈品



5月約會月 / 實體活動 (※製作截稿日: 4/26 週五)



品牌置入

- 旅遊性產品: 可藉由裝置物展示, 宣傳不同主打旅行地點, 如: 航空公司、郵輪、旅行社、飯店等。
- 飲料或酒類產品: 運用既有產品概念, 轉化如: 告白梅酒、告白檸檬綠...等。



「TLC告白打卡牆」裝置物置入方式:

1. 冠名贊助 - Logo/品牌標語露出
2. Scan QR code 可進到各客戶行動版網路頁面

贊助品牌
LOGO
Slogan
露出

導流
QR Code
置入

*以上僅供示意參考, 以實際製作為準

5月約會月 / 實體活動 (※製作截稿日: 4/26 週五)



內容規劃

地點: 西門町 戶外塗鴉街
TLC告白打卡牆裝置物展示

5/19(週六) ----- 6/03(週日)

TLC 520 告白活動記者會

日期: 5/20(日)下午

代言人: 炎亞綸、周湯豪、王子 (邀約中, TBC)

• 5月前開始邀請藝術家進行塗鴉, 期間可陸續安排媒體曝光

• 粉絲也可在展出期間上傳打卡+@朋友, 持續互動



*以上僅供示意參考, 以實際製作為準

TLC告白打卡牆展示位置



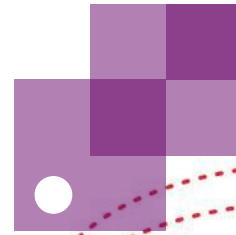
TLC告白打卡牆 / 工作時程表



日期	確認事項
4/26	客戶確認 / 溝通牆面置入需求brief 及 提供所需素材 (例Logo, QR-code.....)
5/09	藝術家提供牆面手稿 - A copy
5/11	客戶回覆需修改項目
5/15	藝術家提供修改-B copy
5/16	最後確認
5/17	藝術家進場畫圖作業
5/18	完成
5/19-6/03	展期

Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwf>



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	5.15
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	4.21
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.07
4	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.25
5	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.81
6	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.58
7	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.54
8	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.47
9	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.27
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.25
11	航海王特別版東海篇	TTV	卡通影片	1.19
12	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	國語連續劇	1.18
13	1300幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	1.16
14	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.04
15	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.01
16	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	0.99
17	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
18	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.93
19	金鐘微笑淚安美諾美白修護	FTV	國台語單元劇	0.92
20	1930實習醫師鬥格娘家蔓越	FTV	國語連續劇	0.88

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	3.32
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.62
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.61
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.74
5	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.62
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.55
7	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.50
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.17
9	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.11
10	姐姐還活著	*SCC	韓劇	1.02
11	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.01
12	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	0.99
13	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	0.99
14	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.96
15	那年花開月正圓兆櫃開運鯨	GTV-D	大陸劇	0.96
16	1230金家好媳婦Footer除臭	SANLI	閩南語連續劇	0.94
17	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.93
18	型男大主廚閩林文創	SL2	美食、旅遊節目	0.87
19	1900含笑食堂	SANLI	閩南語連續劇	0.87
20	白花油甦醒凝露歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	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	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	2.72
2	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.92
3	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	1.83
4	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.64
5	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.51
6	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.49
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.46
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.16
9	航海王特別版東海篇	TTV	卡通影片	1.14
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.06

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.22
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	2.91
3	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	2.29
4	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.19
5	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.99
6	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.60
7	航海王特別版東海篇	TTV	卡通影片	1.55
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.29
9	鬼怪孤單又燦爛的神	TTV	韓劇	1.26
10	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	國語連續劇	1.18

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	3.81
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	3.33
3	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.24
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.23
5	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.00
6	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.76
7	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.49
8	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	國語連續劇	1.13
9	航海王特別版東海篇	TTV	卡通影片	1.02
10	EASYSOUP 三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	0.96

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	8.60
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	6.64
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.47
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.84
5	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.60
6	1300幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	2.45
7	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.10
8	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.02
9	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	1.90
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.71

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	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	2.23
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	2.10
3	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.28
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.21
5	白花油甦醒凝露歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.06
6	型男大主廚閣林文創	SL2	美食、旅遊節目	1.01
7	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	1.00
8	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.00
9	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.94
10	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	0.94

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	4.05
2	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	2.09
3	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	2.08
4	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.75
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.58
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.39
7	紅衣小女孩2	*SCM	國片	1.26
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.23
9	小明星大跟班	CTV	資訊綜藝	1.18
10	2200綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.15

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	2.38
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	2.23
3	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.73
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.58
5	姐姐還活著	*SCC	韓劇	1.43
6	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	1.16
7	那年花開月正圓兆櫃開運鯨	GTV-D	大陸劇	1.11
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.04
9	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.03
10	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.99

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.81
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	4.51
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.00
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.92
5	1230金家好媳婦Footer除臭	SANLI	閩南語連續劇	1.74
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.59
7	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.51
8	那年花開月正圓兆櫃開運鯨	GTV-D	大陸劇	1.43
9	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.29
10	李四端s雲端世界	ET-N	新聞性質節目	1.18

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	0.41	0.31	0.45	1.19
TTV/台視	0.62	0.46	0.44	0.45	0.92
FTV/民視	0.38	0.13	0.11	0.21	0.75
CTS/華視	0.25	0.16	0.13	0.21	0.37

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
FTVN/民視新聞	0.42	0.09	0.13	0.26	0.85
TVBSN/TVBS新聞台	0.41	0.15	0.27	0.44	0.61
ET-N/東森新聞	0.40	0.15	0.20	0.42	0.63
SETN/三立新聞	0.39	0.09	0.14	0.33	0.69
CTiN/中天新聞台	0.37	0.11	0.12	0.27	0.72
ERA/年代電視台	0.22	0.04	0.10	0.14	0.43
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.06	0.12	0.30
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.08	0.06	0.12	0.22
NTVN/壹新聞	0.12	0.03	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	幸福來了娘家大紅麩	FTV	5.15
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	3.32
3	戲說台灣	SANLI	1.74
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.55
5	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	1.50
6	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	1.18
7	1300幸福來了娘家大紅麩	FTV	1.16
8	姐姐還活著	*CHIN	1.02
9	2215阿爸的願望	SANLI	0.99
10	那年花開月正圓兆櫃開運齣	GTV-D	0.96

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	0.93
2	台灣大搜索	CTiN	0.82
3	李四端s雲端世界	ET-N	0.78
4	非凡最前線	UBN	0.76
5	正午最前線	UBN	0.73
6	政經看民視	FTVN	0.69
7	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.69
8	文茜的世界周報	CTiN	0.68
9	驚爆新聞線	SETN	0.68
10	文茜的世界財經周報	CTiN	0.66

綜藝類/全體

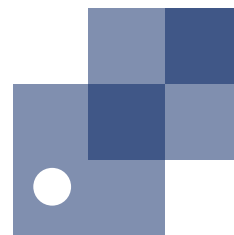
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	4.21
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.07
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.62
4	超級紅人榜	SANLI	2.61
5	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	2.25
6	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	1.81
7	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	1.62
8	天才衝衝衝	CTS	1.58
9	綜藝非常讚	CTS	1.54
10	愛妮雅舞力全開	FTV	1.47

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	青春好7淘	SANLI	1.01
2	大陸尋奇	CTV	1.01
3	型男大主廚閻林文創	SL2	0.87
4	型男大主廚小三美日	SL2	0.70
5	旅行應援團	*CHIN	0.64
6	食尚玩家	TVBSG	0.52
7	愛玩客之移動廚房	SL2	0.47
8	直17 18NBA鵜鴉VS拓	VLSPT	0.45
9	愛玩客	SL2	0.44
10	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.42

**Dorian
idols**

藝人動態





李毓芬將在白色情人節這天也就是3月14日推出最新單曲《早應該》，這首單曲以純淨的吉他做主要背景音樂，再搭配上李毓芬的輕柔嗓音，唱出戀人間缺乏溝通後，才發現兩人間只剩遺憾跟名存實亡的戀情。

歌曲MV用男人視角當鏡頭來呈現戀人過去美好的甜蜜回憶，及生活片段，李毓芬為了這支MV特地向吉他老師拜師學藝。[今日新聞,2018/03/12]

《是我不夠好》由吳克群量身打造，《早應該》則是蔡旻佑，該曲僅用單一樂器吉他來編曲，再搭配上李毓芬輕柔嗓音，藉此唱出最純粹的想念及感受，讓聽眾對歌曲產生共鳴，將歌曲融入自己的感情世界，也希望聽眾藉此可以走出悲傷、找回最原本的自己。[ETtoday星光雲,2018/03/12]





【贏家定律實境秀】&【電競公開賽】主持

集結謝祖武、邵智源、KID、曾子余、Albee、鮪魚、寶兒等藝人進行挑戰的《贏家定律》網路實境節目，於3月5日進行首播，錠崧保險經紀人總經理趙惠仙與藝人謝祖武、Albee一同到場歡慶，並開放民眾報名參加，最高可得到獎金120萬元！

斥資千萬打造的《贏家定律》，透過藝人每集不同的挑戰，例如尋找變妝的小武哥或是人性大考驗等不同關卡，最後選出贏家，內容刺激又鬥智。[ETtoday星光雲,2018/03/06]



從《我愛黑澀會》出道的「Albee」劉璟瑩，擁有甜美外表和深藏不露的好身材，近來主持功力也受到肯定，擔任多場尾牙主持。近日Albee擔任電競比賽主持人，有誠意的穿著火辣禮服，她開心在臉書曬出戰袍，要大家「來看比賽，也歡迎來看看我！」[自由時報,2018/03/10]

王亭之 - 【7-ELEVEN轉角的義大利美味】廣告拍攝





范宸菲去年剛加盟新東家宏將多利安，成為李毓芬師妹，她3月27日晚在河岸留言Live演出，擺脫以往內斂溫柔形象，與搭檔鬍子身邊表演邊鬥嘴，將現場氣氛炒得笑聲不斷，並演唱多首自創曲，其中一首〈John〉旋律輕快愉悅，范宸菲說，最近對製作果醬有極大興趣，這首歌創作靈感就是來自製作果醬過程中的愉悅心情。她更與鬍子即興以Bossa nova版演唱謝金燕的歌〈姊姊〉，逗得粉絲樂不可支。

范宸菲最近在新戲《種菜女神》演媽媽，與男女主角劉以豪、陳庭妮對戲直呼過癮，也跟著劇組深入花蓮拍戲，好山好水讓她直呼想定居在花蓮，希望這片美麗風景不要再受地震影響。人美心好的范宸菲期許今年能創作更多歌曲，溫暖大家的心，同時計畫參與更多公益活動。 [中時電子報,2018/03/28]

林家漾 -

【HTC 廣告MV & 五月天】 因為堅持所以燦爛



影片連結：<https://www.youtube.com/watch?v=4DigdeFvH5A&feature=youtu.be>

W e l c o m e

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

