

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1835
08.27-09.02





本期摘要

媒體放大鏡 打破不對等 不再只管傳媒 放任新媒體

國際視野 電子郵件現在依然很受歡迎

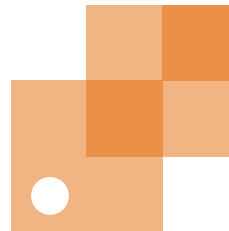
科技瞭望 搭載智慧心電圖的運動衣 - HeartIn

專案介紹 IG女孩專案精簡版影音宣傳企劃

收視調查

Media
news

媒體放大鏡





起草「傳播政策綠皮書」的負責人之一、前NCC委員何吉森表示，綜觀近年廣電產業發展，包括OTT在內的網路媒體的接觸率及廣告投放金額，已經超過有線電視、無線電視台及紙媒，但目前的相關法規只管制傳統媒體、並未對新媒體進行管制，顯示在新的匯流時代，監管對象不能再排除新媒體。

NCC副主委兼發言人翁柏宗強調，這份綠皮書主要是拋出一些議題，在徵詢各界意見後、才會做成白皮書，並形成政策及修法方向。市場人士分析，MOD從電信法管制、未來若朝向與有線電視拉齊管制，整體產業生態將產生重大的變化。尤其交通部在中華電信持股比重高達35.3%，受限黨政軍條款以及電信法約束，MOD目前不能自製電視、戲劇，也不能自組頻道。中華電信董事長鄭優日前表示，樂見MOD放寬管制，未來等到修法完成，MOD將全力投入自製節目內容，扶植本土文創產業。

另外，國外鮮少規定頻道業者必須拿廣電監理執照，有線電視及無線電視台數位化後，數位頻道愈來愈多，**NCC也規劃拉齊未來無線廣播、無線電視、直播衛星平台與有線平台的執照年限及評鑑期，降低規管密度方向調整**，例如TVBS、中天、三立、中視等頻道業者，考慮從執照制改採登記制，但各界意見紛歧，尚未達成共識。有關無線電視台的「必載」規定，NCC也考慮檢討，**希望增加給予無線電視事業更多活用資產及產製內容空間，以吸引投資**。

[2018/09/01, 中時電子報]

亞運再助攻 MOD用戶數突破187萬

受惠於2018年6、7月由俄羅斯主辦的世界盃足球賽，中華電信MOD除了全程轉播64場賽事外，再加上推出送賓士、iPhoneX和聲寶55吋4K電視等抽獎活動，使得MOD用戶數一舉突破180萬；繼世足熱潮後，中華電信今(31)日也宣布，因亞運持續帶動MOD用戶數飆升，一舉突破187萬。

本次亞運有許多賽事同時進行，中華電信表示，MOD的「亞運專區」一次最多可同時觀看3場live賽事，比如明日(9/1)多場決賽同時進行，**觀眾可以第一時間一次掌握賽事，因此帶動門市MOD詢問及申裝熱潮**，讓MOD用戶數一舉突破187萬，距離中華電預估今年將超過200萬用戶的數字越來越接近。本次亞運台灣選手戰果豐碩，目前累積13金，共55面獎牌，近期賽事精彩不斷，包括MOD代言人「世界球后」戴資穎成功奪下台灣在亞運羽球史上首金；棒球隊擊敗韓國爽吃泡菜。

MOD「亞運專區」將於9/2(日)晚間8點進行的閉幕典禮，一起準備迎接中華隊英雄歸來，粉絲們更可利用「賽事影音」功能觀賞比賽的精彩片段，或是進入「奪牌快報」項目中的「奪牌時刻」，觀賞選手奮戰、奪牌的精彩時刻，無限重播、次次精彩，感受國際大型運動賽事帶來的獨特魅力。

[2018/08/31, Ettoday新聞雲]



Instagram的「藍勾勾」代表了帳號為名人或國際性品牌的地位，但現在你也能擁有了！Instagram近日表示，**所有用戶皆能申請藍勾勾**，希望藉此確保帳號的安全性，避免盜取帳號的事件一再發生，除此之外，**Instagram還增加了兩項安全機制：顯示更多帳號相關資訊及多重驗證機制。**

據了解，若用戶欲申請藍勾勾，得先在設定中點選「請求驗證」即可開始申請，而用戶得提供全名以及身分證或護照等影印本，資料遞交後Instagram官方將開始審核，整個過程完成後便會回覆通過與否。

近期Instagram盜取帳號事件頻頻發生，雖Instagram在去（2017）年啟用了雙因素認證功能，也就是除了輸入自己的帳號、密碼外，還得手動輸入簡訊驗證碼，雖佈下重重關卡，但駭客總能想出其他辦法，像是藉由挾持用戶的SIM卡入侵帳號等等，也因此Instagram祭出了更多驗證機制。

除了首段提及的「藍勾勾」認證方式外，Instagram現還打算為個人帳號提供更多附加資訊，如過去一年中用戶名稱更改了幾次，或是該帳戶運行了多少廣告等等。而就像Google帳號一樣，Instagram也導入了「多重要素驗證」，用戶可在設定中修改，藉由第三方認證程式來驗證身分真假，不再只透簡訊代碼的方式，讓用戶有更安全的替代方案。

Instagram預計將在未來幾周於全球市場推出這些功能。

[2018/08/29, CNEWS匯流新聞網]

Facebook新功能開放 用戶可靠影音賺錢

Facebook宣布旗下影音服務Facebook Watch正式在全球推出。這個平台就如YouTube，讓影音創作者有個新平台來接觸全球觀眾。「透過Watch的全球釋出，我們能幫全球的媒體出版者以及影音創作者，在Facebook上透過他們的影音獲利，並且更加了解他們影音內容的收視表現。」Facebook在聲明中這樣說道。

Facebook Watch就像YouTube，但透過Facebook既有的社交元素，替影音觀看帶來另一個新體驗。舉例來說，用戶可以快速看到自己的Facebook好友分享或為哪個影片按了讚，觀看影片時也能夠與好友線上交談。而透過社交圈的分享，影音創作者也能夠分析社交圈的特性，更了解自己的影片容易打動哪樣的觀眾。

Facebook Watch已經在美國推出1年，平台上的脫口秀《Red Table Talk》自5月初上架以來，已經吸引290萬人追蹤觀看。獲利方面，Facebook Watch會結合Ad Breaks服務，讓影音創作者在影片中斷插入廣告（如同電視一樣），透過廣告顯示來獲利。Facebook表示，影音創作者發布的影片超過3分鐘長、擁有1萬人追蹤者，並且在2個月內獲得超過1分鐘觀看次數3萬次，就能開始使用Ad Breaks服務來獲利。

[2018/08/30, 數位時代]



在高速網路的支持，以及隨選OTT(Over The Top)服務興起下，每個人想收看哪些「節目」，自主權已越來越高，不受傳統電視頻道的限制。然而，也正因為網路時代如此的自由，讓不少人開始正視現代人手機成癮或者手機依賴性太高的問題。對此，當前最普及的兩大手機作業系統Android以及iOS，都在最新版本中(Android 9 Pie、iOS 12)中加入相關管理功能，協助使用者瞭解手機使用頻率與習慣，進而逐漸約束自己手機使用時間。

根據Google與益普索 (Ipsos) 在2017年共同進行的《YouTube使用行為大調查》報告，**台灣YouTube用戶平均每每周觀看時間達到14.6小時，平均每天收看時間超過2小時**。為了讓使用者更為了解自己的科技產品使用情況，進而能適時離線休息，YouTube在App中導入了全新功能。

[2018/08/28, 中時電子報]

瞭解你觀看影片的實際時數

點選帳戶大頭貼，就可以看見全新的「已觀看時間」統計資料。當中會顯示在今天、昨天、過去7天以及日平均使用YouTube的觀看時間。

提醒自己適當休息

同樣在「已觀看時間」頁面中，新增了「提醒我休息一下」以及「排定的通知摘要」等兩項全新功能。只要超過設定時間，畫面上便會跳出提醒。

停用通知音效與震動功能

預設啟用「每晚10:00~隔天早上8:00」所有通知都不會發出聲音與震動的功能。若這項功能設定的時間與你的作息不符，也可自行調整。

迪士尼串流影音服務 2019秋季上線



迪士尼 (Disney) 自17年預告將推出自家串流影音服務以來，遲遲未有進一步消息，現有最新報導指出，**迪士尼串流影音服務名稱暫定為「Disney Play」，預計將於2019年秋季推出上線**，屆時該服務勢必成為迪士尼重點發展業務。

迪士尼與串流影音服務Netflix之間的内容合作，即將在2019年約滿到期結束。據美國影視娛樂雜誌《Variety》報導指出，迪士尼跟 Netflix 結束合作關係，也意味著即將與每年約3億美元的授權收入告別。

至於預定2019年推出的作品包括《驚奇隊長》、《玩具總動員 4》、《冰雪奇緣 2》、《星際大戰 9》等，也都有望吸引更多使用者加入 Disney Play。另一方面，日前迪士尼與 21 世紀福斯 (Twenty-First Century Fox) 雙方股東已投票通過，未來包括《X 戰警》(X-Men)、《死侍》(Deadpool)、《阿凡達》(Avatar) 等IP都可能成為一大利器，為迪士尼自家串流影音服務發展增添助力。

[2018/08/28, TechNews科技新報]

東森集團與iM短影母公司香港商駿明數位科技聯盟，由東森新聞雲與iM短影共同出資成立秀出風采公司，進攻台灣短影音市場。王令麟表示，「三年內預計投資10億元，在直播電競與短影音等新媒體事業上，未來還會再增資，短期也不求回收，目標三年iM短影會員上看1000萬用戶。」

- **東森新聞雲為主，結合零售與新媒體：**王令麟表示東森新聞雲目前有1,500萬日流量，且多數為年輕人，將是iM短影音的重要導流來源。
- **商業模式：向抖音 + 淘寶看齊：**東森需要短影音與直播等新媒體，吸引年輕人的目光，帶來流量，而駿明數位科技則需要台灣本土電商公司，協助讓有流量的平台產生穩定獲利模式。
- **全力衝刺零售與新媒體事業：**東森已經先與王牌製作人王偉忠，合資成立「量子娛樂」投入網路影音內容產製，並砸一集1,000萬元的價碼拍選秀節目《聲林之王》。

[2018/08/30, 數位時代]



愛奇藝宣布關閉播放量數據

9月3日愛奇藝發表聲明，即日起正式關閉全站前台播放量數據顯示，今後將以用戶觀看行為數據、互動行為數據、分享行為數據綜合取得的內容熱度，在各端逐步代替原有播放量，形成新參考資料。愛奇藝聲明提到播放量攀比引發的負面效應日漸明顯：從業者以此為目標，甚至不惜利用低俗炒作，刷量行為滋長。愛奇藝方面表示，「唯播放量論」現象為產業鏈、平台方、製作方、用戶均造成諸多傷害。

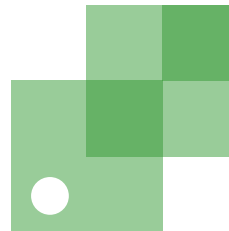
事實上，Netflix最開始使用5星評分系統，現在則用喜歡/不喜歡(Thumbs up, thumbs down)讓用戶評價，但該統計數據用戶看不到，僅為Netflix內部參考。Netflix首席內容長Ted Sarandos曾解釋，為何不公布播放數據時指出，「一部分原因是為了避免內容創作的競爭和壓力」。一旦公布一部影劇的數據，所有內容都將依照此劇衡量。「一些本可以長期表現良好的節目增加了很多壓力，促使創作團隊試圖做一些事情改變節目內容，快速拉動收視率。」

此外，這基本上已算是愛奇藝向內容製作公司發出加入自己生態的「招募令」，畢竟相較從第三方機構獲得不一定準確的數據，內容製作公司還不如直接與愛奇藝合作，如此雙方形成更深層次利益捆綁，促使正向循環。

[2018/09/04, TechNews科技新報]

Media
trend

國際視野



電子郵件現在依然很受歡迎

隨著社群軟體和短訊的興起，部分人認為電子郵件會逐漸走入歷史。然而，這樣的傳訊方式在現在的日常生活中仍是不可避免的。事實上，電子郵件的使用率正在增加（至少在白領階層中）。根據2018年6月Adobe對在辦公室工作且擁有智慧型手機的美國網路用戶的調查顯示，2017年個人使用電子郵件的比例增加了17%。50%表示較偏好透過電子郵件來接收品牌資訊，尤其受到年長者喜歡，而在18至24歲（32%）和25至34歲（44%）的接受度較低。

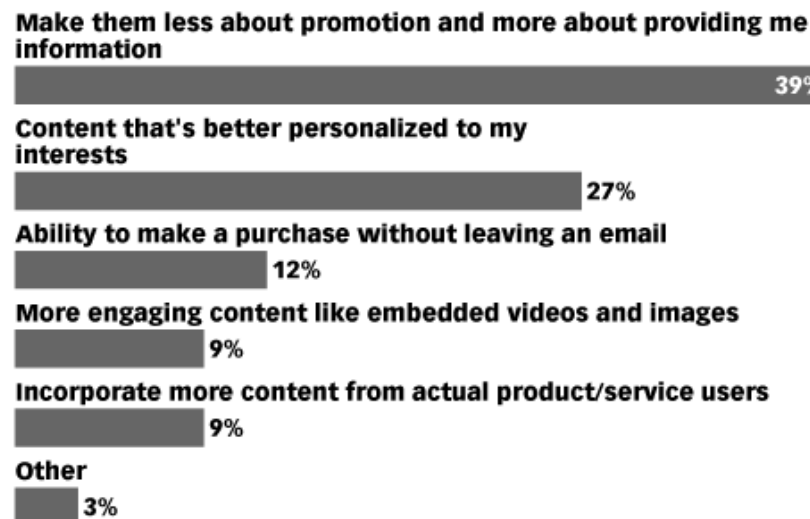
事實上電子郵件是一種很普遍的行銷策略，調查顯示，過去一年當中有31%的廣告電子郵件能夠吸引人點閱。而有39%的人認為，當信件內容是關於更多品牌的資訊而非促銷內容時，會改變他們對品牌的印象，這些人大多是女性（43%）或35歲以上的網路用戶（44%）；個人化的資訊也很受歡迎（27%）；可導購的電子郵件對於一般人而言較沒有興趣（12%），但18至24歲族群卻很喜歡（21%）。

雖然多數的消費者喜歡優惠券與特價訊息，但電子郵件內容該要以品牌資訊或促銷內容為主仍不能確定，不過確實有37%的受訪者表示提供額外的優惠是電子郵件的主要功能。18至24歲族群認為，提升品牌知名度是電子郵件的行銷優勢（29%），但25至34歲族群則認為電子郵件作用只在於提醒購買（31%）。

在與品牌溝通時，超過四分之三的受訪者認為電子郵件仍具有一定的重要性。但三分之一的受訪者表示，當收到不感興趣的電子郵件時，對於個人行銷而言將是最大的打擊，許多消費者可能會停止光顧那些始終推薦錯誤的商家。儘管這些失誤很常見，但不可否認的，電子郵件仍是商家專攻個人化服務的主要管道。

What Is the Primary Thing US Business Professionals Would Change About Emails from Brands? June 2018

% of respondents



Note: n=1,001 ages 18+; numbers may not add up to 100% due to rounding
Source: Adobe, "2018 Consumer Email Survey" conducted by Advanis, Aug 17, 2018

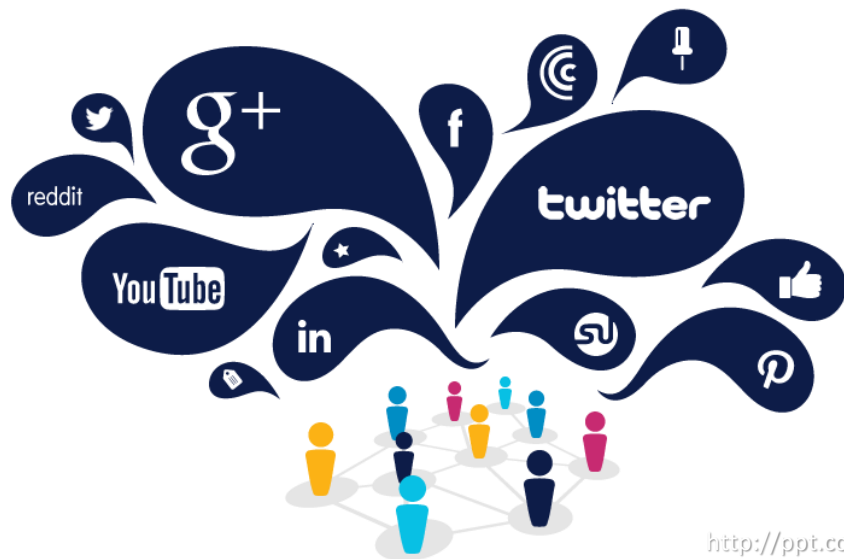
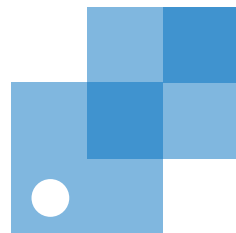
240590

www.eMarketer.com

▲ 2018年6月：什麼樣的電子郵件資訊，會改變美國商業人士對於品牌的印象？

New
Idea

科技瞭望



運動心跳數對於專業運動員在挑戰體能極限上，是個很重要的數據指標，而對於一般大眾或業餘的運動員來說，即可得知心跳數有無達成最低限度，擁有確實的運動效果。美國先創公司HeartIn研發能穿在身上的心電智能衣，讓用戶能自行輕鬆監測自身的心電數據，不須教練靠自己就能推往運動極限！

搭載心電設備的智能運動衣上有一排金屬卡扣紐，將USB大小般的可攜式心電設備扣上，襯衫內的電極即會位於心臟附近接觸皮膚，以助用戶感測出準確的心跳數據。官方稱HeartIn技術比普通心跳量測技術的智能手錶，提供更精準、深入的數據觀測分析。運動時，電子設備將會與手機配對，經由App以圖表分析顯示鍛鍊中的心律、有氧負荷追蹤、優化間歇休息的輔導建議、訓練間恢復監測、心率異常追蹤，以及能採集用戶整天的身心數據資料，無論是運動時間、休息時間，HeartIn都可以幫助使用者優化運動量。

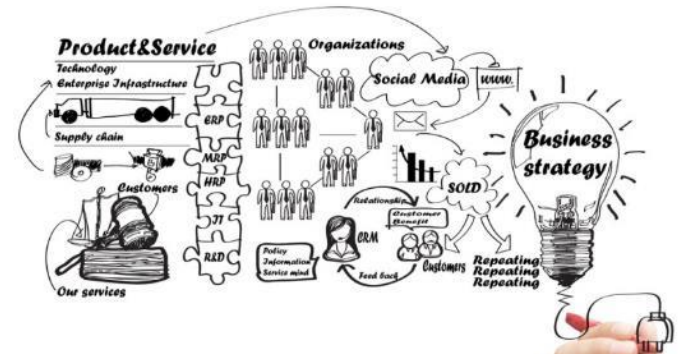
外觀設計上，能直接將心電設備扣在運動衣或運動內衣，在運動過程中免去發生像是裝置脫落等狀況而順暢完成訓練。另外，HeartIn會依據每個用戶的數據資料提供不同層級的即時的指導與建議，使用戶避免無謂的過度訓練，讓訓練更具效率與安全，進而改善健康狀況以及運動表現，其建議將會自動存取在App與雲端中，便於用戶隨時查看。



▲ 搭載智慧心電圖裝置的運動衣，能幫助使用者分析心律、有氧負荷追蹤等數據資料，並提供適當的運動建議，優化訓練過程！

Project

專案介紹



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



專案架構

口碑行銷

IG女孩體驗&社群分享



C CHAN FB影音宣傳

IG女孩集結影音



編輯角度切入

圖文廣編



IG女孩合作

項目	內容
合作人數:	10名
IG女孩門檻:	追蹤數5,000以上
合作內容:	a.1篇IG體驗文·文字100字以上、圖片3~4張 b.1篇IG短影音10~15秒 *影音會使用圖片素材來製作 *恕不事先提供審稿

IG體驗文



點圖看案例

IG女孩短影音呈現參考



點圖看案例

C Channel一分鐘影片



C Channel將IG女孩素材·集結重製一支一分鐘影片·

圖文廣編

C Channel 編輯彙整、訪談、撰寫品牌/商品廣編

編輯切角

抓住消費者喜好
吸引閱讀

資訊清晰

編輯重新撰稿
產品力清楚呈現

消費者喜愛

提供最新商品資訊
消費者



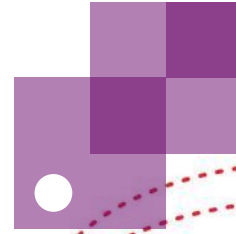
點圖看案例

製作流程



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	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	5.38
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	4.01
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.75
4	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.62
5	航海王24	TTV	卡通影片	2.03
6	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.95
7	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.45
8	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	國語連續劇	1.35
9	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.30
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.29
11	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.26
12	1300大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	1.26
13	實習醫師鬥格娘家明亮優適	FTV	國語連續劇	1.23
14	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.10
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.07
16	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.00
17	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.97
18	1800航海王24	TTV	卡通影片	0.96
19	雙城故事娘家蔓越莓聖潔莓	FTV	國語連續劇	0.93
20	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.93

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	3.37
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.12
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.51
4	綜藝玩很大中華電信大4G	SL2	娛樂綜藝	2.01
5	直18亞運棒球日VS中	VLSPT	棒球	1.94
6	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.92
7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.87
8	女兵日記全植媽媽	TVBSG	國語連續劇	1.80
9	直18亞運棒球中VS印	VLSPT	棒球	1.41
10	直18亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	1.39
11	直18亞運綜合賽事中VS韓	VLSPT	其他球類、體育節目	1.14
12	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.14
13	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.06
14	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.05
15	台灣大搜索之明天過後全民	CTiN	新聞性質節目	1.01
16	1230金家好媳婦喜多納健康	SANLI	閩南語連續劇	1.01
17	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.00
18	花遊記	*SCC	韓劇	1.00
19	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.00
20	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.98

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	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.89
2	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	2.23
3	航海王24	TTV	卡通影片	1.79
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.78
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.69
6	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	1.67
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.08
8	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	國語連續劇	1.01
9	實習醫師鬥格娘家明亮優適	FTV	國語連續劇	1.00
10	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	0.94

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.51
2	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	3.28
3	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	2.59
4	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.49
5	航海王24	TTV	卡通影片	2.02
6	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	國語連續劇	1.54
7	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.46
8	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.27
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.19
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.14

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	3.95
2	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.53
3	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	2.63
4	航海王24	TTV	卡通影片	2.24
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.98
6	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.70
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.39
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.26
9	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.19
10	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	國語連續劇	1.17

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	8.82
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	6.77
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.48
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.74
5	1300大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	2.65
6	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.18
7	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.09
8	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.92
9	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.82
10	航海王24	TTV	卡通影片	1.75

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	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	2.24
2	綜藝玩很大中華電信大4G	SL2	娛樂綜藝	2.17
3	女兵日記全植媽媽	TVBSG	國語連續劇	1.70
4	航海王	*SCC	卡通影片	1.33
5	花遊記	*SCC	韓劇	1.32
6	2215兩夜花	SANLI	閩南語連續劇	1.22
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.18
8	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.16
9	直18亞運綜合賽事中VS韓	VLSPT	其他球類、體育節目	1.15
10	2200綜藝大熱門小三美日	SL2	娛樂綜藝	1.11

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	3.39
2	綜藝玩很大中華電信大4G	SL2	娛樂綜藝	2.24
3	女兵日記全植媽媽	TVBSG	國語連續劇	1.90
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.80
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.52
6	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.45
7	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.45
8	直18亞運棒球中VS印	VLSPT	棒球	1.35
9	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.27
10	直18亞運棒球日VS中	VLSPT	棒球	1.24

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大中華電信大4G	SL2	娛樂綜藝	2.47
2	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	2.41
3	直18亞運棒球日VS中	VLSPT	棒球	2.30
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.61
5	女兵日記全植媽媽	TVBSG	國語連續劇	1.56
6	直18亞運棒球中VS印	VLSPT	棒球	1.44
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.38
8	直18亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	1.32
9	花遊記	*SCC	韓劇	1.28
10	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.13

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.81
2	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	4.69
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.61
4	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	3.32
5	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	3.05
6	直18亞運棒球日VS中	VLSPT	棒球	2.47
7	女兵日記全植媽媽	TVBSG	國語連續劇	2.07
8	直18亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	1.93
9	直18亞運棒球中VS印	VLSPT	棒球	1.92
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.61

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
TTV/台視	0.69	0.50	0.41	0.55	1.02
CTV/中視	0.67	0.39	0.34	0.42	1.14
FTV/民視	0.39	0.11	0.14	0.18	0.79
CTS/華視	0.23	0.14	0.12	0.20	0.32

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	0.52	0.24	0.28	0.56	0.76
CTiN/中天新聞台	0.49	0.20	0.17	0.35	0.91
ET-N/東森新聞	0.48	0.16	0.28	0.44	0.81
FTVN/民視新聞	0.45	0.10	0.15	0.27	0.92
SETN/三立新聞	0.43	0.13	0.21	0.35	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.04	0.08	0.18	0.50
NTVN/壹新聞	0.16	0.04	0.07	0.16	0.25
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.06	0.11	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.03	0.05	0.13	0.20

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	大時代Footer除臭襪	FTV	5.38
2	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	3.37
3	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	1.92
4	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	1.87
5	女兵日記全植媽媽	TVBSG	1.80
6	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	1.35
7	1300大時代Footer除臭襪	FTV	1.26
8	實習醫師鬥格娘家明亮優適	FTV	1.23
9	1900親家	SANLI	1.05
10	1230金家好媳婦喜多納健康	SANLI	1.01

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	4.01
2	超級紅人榜	SANLI	3.12
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.75
4	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	2.62
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.51
6	綜藝玩很大中華電信大4G	SL2	2.01
7	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	1.95
8	愛妮雅舞力全開	FTV	1.45
9	綜藝3國智	TTV	1.30
10	天才衝衝衝	CTS	1.29

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣大搜索之明天過後全民	CTiN	1.01
2	新聞深喉嚨	CTiN	0.98
3	台灣1001個故事	ET-N	0.75
4	新聞龍捲風	CTiN	0.69
5	文茜的世界財經周報	CTiN	0.69
6	政經看民視	FTVN	0.67
7	非凡最前線	UBN	0.66
8	關鍵時刻	ET-N	0.65
9	驚爆新聞線	SETN	0.63
10	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	0.63

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直18亞運棒球日VS中	VLSPT	1.94
2	直18亞運棒球中VS印	VLSPT	1.41
3	直18亞運棒球中VS中	VLSPT	1.39
4	直18亞運綜合賽事中VS韓	VLSPT	1.14
5	青春好7淘	SANLI	1.00
6	大陸尋奇	CTV	0.97
7	直18亞運羽球	VLSPT	0.77
8	型男大主廚OB嚴選	SL2	0.73
9	2018亞運特別報導	ET-N	0.69
10	直18亞運綜合賽事	VLSPT	0.64

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

