# Media Drive Bulletin
# 宏將週報

**Vol.1841**
**10.08-10.14**

Media Drive
宏 將 傳 媒

http://ppt.cc/R5bpJ

# 本期摘要

媒體放大鏡　有線節目品質 監院通過糾正NCC

國際視野　美國影音廣告支出大幅增加

科技瞭望　NTT推智慧照護系統

專案介紹　2018年中華職棒季後賽贊助企劃案

收視調查

藝人動態　2018/09/ 19~2018/10/16

Media news

# 媒體放大鏡

# 有線節目品質 監院通過糾正NCC

我國有線電視市場高度集中，據監委王幼玲、王美玉調查發現，國內5大系統經營業者(MSO)擁有38家系統台，約占全國總收視戶75.80%，在上下游談判不對等下，導致頻道業者缺乏經費製播優質節目，據去年調查，37.37%民眾對於有線電視節目品質感到不滿意。王幼玲、王美玉糾正國家通訊傳播委員會(NCC)，要求制定公平的有線電視市場遊戲規則。

據糾正案文，依照《通訊傳播基本法》，NCC負有促進通訊傳播健全發展及保障消費者權益的職責，不過國內5大系統經營者壟斷全國總收視戶75.80%，部分系統經營者甚至同時控制上游頻道與下游有線電視系統，把持組包權、定頻權、定價權及分潤權，導致頻道業者在沒有話語權下，其負面影響不斷，移頻事件頻傳、分潤只有每月收視費用25%等現象。頻道業者分潤每月收視費用25%，是系統經營者收到收視費後，價格上先打折，另在500多萬訂戶數量上也被打折，大約290萬戶(戶數的55%左右)。在價格與數量雙重折扣下來後，每戶消費者每月交的535元，頻道業者只拿到132元。

據糾正案文，**NCC去年委外調查發現，對有線電視節目內容滿意的為42.29%、不滿意的37.37%、普通約9.63%、沒意見占10.71%；該調查針對不滿意者進一步詢問原因，前三名原因為：劇情不吸引人、內容品質不佳、拖戲等。**

【2018/10/11, 蘋果日報】

# OTT殺戮戰場 付費用戶少讓商業模式難形成

OTT產業組成大略分為電視台自製的app、電信業者以及純種OTT業者。**電視台部分包括民視創立的「四季影音」、三立電視的「Vidol」；電信業者就是由電信三雄領頭，中華電信hami video、台灣大哥大my video、以及遠傳電信Friday影音；最後則是純種OTT平台：CHOCO TV、愛奇藝、Netflex、LiTV等，另外還有盜版電視盒，包括「安博盒子」、「千尋盒子」等。**競爭激烈，僧多粥少情況下，業者首先會面臨會員數不足困境。

目前OTT業者大多是靠廣告費為營收大宗，願意付費會員仍占少數。OTT業者搶會員數各出奇招，LiTV大打平台價格戰，推出月付199元，400台看到飽、VOD隨選影片看到飽；台灣大更是挾帶本身既有優勢，將OTT加入電信加值服務中，在5月499方案中，一舉為my video帶動APP下載數突破370萬；CHOCO TV、KKTV則是投入自製戲劇的領域。台灣大哥大總經理鄭俊卿日前宣布，未來每年都將推出2部自製戲劇。而中華電信董事長鄭優，日前也透漏想投入自製戲劇行列。

OTT搶用戶各出奇招，愛奇藝布投入「程序化購買」給廣告商更好的廣告工具，而CHOCO TV還將觸角拓展，藝人經紀部及電影發行部。首部發行電影，與原創電影共同發行《裸愛殺機》，是由《暮光之城》女主角克莉絲汀史都華主演的驚悚愛情片。另外藝人經紀部則是持續挖掘新人，並為《HIStory3》進行選角，未來更將朝向多元經紀的型態發展。OTT戰場開打，要拔得頭籌還是得先壯大用戶數，在OTT百家爭鳴時代，商業模式難以建立的情況下，業者都坦言真的很辛苦。

【2018/10/09, 蘋果日報】

# 反社群霸凌！Instagram靠人工智慧解決

據《CNN》報導，**Instagram計畫在未來推出AI人工智慧來審核照片，用來防止社交霸凌相關的行為。**

Instagram於本週二（10/10）表示，該公司正在測試全新人工智慧技術，能主動檢查Instagram上的貼文與圖片是否有不法霸凌的行為。不過 AI 並不會完全負擔審核全責，因為如果顯示有霸凌活動，相關貼文還會被轉送到官方團隊進行人工審核。

早在今年初，Instagram就已宣布將響應母公司臉書（Facebook）的反霸凌政策，並過濾貼文上的騷擾、擾亂回文，而從本週起 IG 也開始將相關規則適用到直播影片。

Instagram新任負責人Adam Mosseri在官方部落格上表示，Instagram將更致力傳播正面訊息。由於網路霸凌的界線模糊，Instagram團隊需要更努力遏止、限制這些行為，這也是Adam Mosseri在接任Instagram負責人後第一次在網路上表示意見。

此外，Adam Mosseri也說明新技術的範例，包括能鑑測攻擊他人的外表、性格、健康以及直接人身威脅的貼文。AI也可以將疑似霸凌的行為區分為不同等級。Mosseri也透露，新功能已向部分地區推出，未來幾週內還會將繼續擴大部署範圍。

【2018/10/10, 自由時報】

# IG貼文不再上下滑？全新瀏覽方式傳正在測試中

根據外媒《Tech Crunch》的報導，Instagram近期正在測試一個全新的貼文瀏覽方式，將改變從開創以來上下滑動的方式。**這代表未來Instagram的用戶不在單是用手指在動態上下滑動來切換下一則貼文，而是點擊貼文左右兩側來顯示下一則**，目前Instagram僅在部分用戶的「探索」功能中優先進行測試該功能，官方表示新的瀏覽方式提供更佳的使用體驗，能讓用戶更貼近自己喜歡的人事物。

簡單來說，Instagram新的功能就是將限時動態瀏覽方式直接搬運到普通貼文上，外界普遍認為這個方法有助於用戶停留在貼文上的次數，能增加貼文的互動率。

另外，這個瀏覽方式最早是出自在另一款受歡迎的社群軟體Snapchat上，自從Instagram被臉書（Facebook）收購後，不少新功能皆與Snapchat類似，因此也遭Snapchat創始人抨擊有抄襲嫌疑。

【2018/10/13, 自由時報】

# Facebook開放平面照片轉3D影像

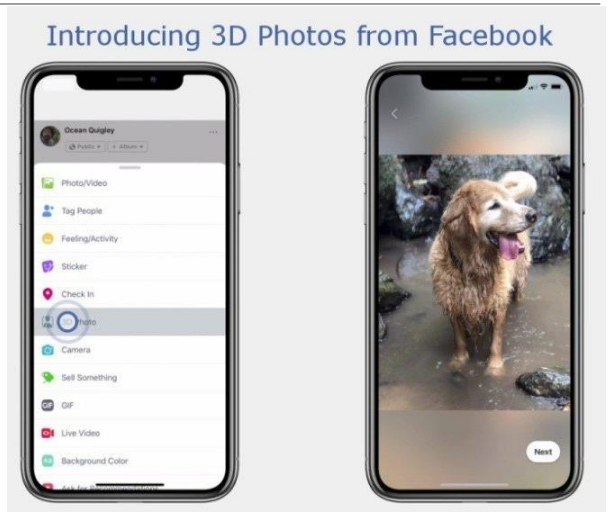
僅限支援部分雙鏡頭相機手機使用

今年在F8開發者大會上公布的2D轉3D照片技術，Facebook稍早宣布將陸續開放給部分使用者進行測試，預計之後將會開放給所有使用者體驗。

目前此項功能將先開放iPhone 7 Plus、iPhone 8 Plus，以及iPhone X、iPhone XS系列等機種使用，最主要是需要使用雙鏡頭拍攝的人像模式照片，預期之後也會支援更多手機產品。不過，如果是要觀看2D轉3D呈現照片的話，似乎所有機種都能支援播放觀看，之後也預期會提供VR設備使用。

而如果優線獲得此項功能，同時也持有上述機種的話，就**可以在選單中選擇「3D Photo」，上傳之後即可由Facebook服務自動轉成有3D立體效果的照片內容，讓觀看者能透過轉動手機，或是透過滑鼠拖曳呈現擬真的立體視覺**。

【2018/10/14, 聯合新聞網】




# Google+爆個資外洩 上線7年壽終正寢

繼Facebook後，社群網站Google+也捲入個資外洩風暴，數十萬用戶資料曝光，Google因此宣布個人版Google+將走入歷史。華爾街日報報導，Google半年前發現問題卻不公開。

根據Google工程部副總裁Ben Smith今天發表的部落格文章，Google今年啟動「閃光燈計畫」（Project Strobe），稽查第三方開發商存取Google帳戶和Android裝置資料的情況，結果發現Google+應用程式介面（API）有重大漏洞。**Google因此決定放棄個人版Google+，給予用戶10個月時間下載並轉移資料，預定明年8月完全停止服務。Google+終止消費端功能後，未來只會開放給企業客戶，供企業內部交流使用。**

Google曾對外保證，不太會像Facebook那樣捲入個資外洩醜聞，如今Google維護隱私的成效恐被打上問號，更可能危及Google避免華府加強監管的工作。Google為方便外部開發商協助擴充應用程式，透過逾130個API讓外部開發商存取用戶個資。開發商通常需要取得用戶同意，但風險在於不肖分子可能假扮程式開發商，取得並濫用敏感個資。

Google宣布將終止外部開發商存取Android手機簡訊、通話紀錄和部分形式通訊錄資料的權限，Gmail也只會開放極少數廠商繼續為這套電郵服務開發擴充功能。

【2018/10/09, 科技新報】

# 沃爾瑪聯手米高梅 推升Vudu影音服務

美國連鎖超市巨頭沃爾瑪(WMT-US)在週一(8日)表示，將與美國電影製片公司米高梅(MGMB-US)合作，為沃爾瑪8年前買下的影片點播服務Vudu來創造更多內容。沃爾瑪持續致力於提高Vudu的月收視率，不過仍遠遠低於Netflix(NFLX-US)和Hulu LLC等競爭對手，後者是由華特迪士尼(DIS-US)，康卡斯特(CMCSA-US)和二十一世紀福克斯(FOXA-US)所投資的。

有報導指出，**沃爾瑪希望能推出串流影音的訂閱服務，來與Netflix競爭，並進軍電視節目以吸引更多客戶。**沃爾瑪將持續增進影片相關業務，並為居住在大城市之外的客戶提供服務。沃爾瑪和米高梅將於這週三(10日) 在洛杉磯舉行的NewFronts會議上宣布這一消息。其中也將包括合作後的第一個節目名稱，沃爾瑪將從米高梅獲得授權。

面對製作原創內容所要負擔的高額成本，授權內容似乎更加具有成本效益。截至7月，Netflix就曾表示每年在原創和收購內容上花費80億美元。亞馬遜(AMZN-US)的Prime Video節目預算則超過40億美元，而AT&T(T-US) 旗下的美國廣播公司HBO則估計今年將花費27億美元。**沃爾瑪於2010年收購了Vudu，該公司認為客戶仍會繼續購買和租借電影，只是轉移到數位影視館，Vudu將為觀眾持續創建影音內容並維護所有片源。**然而Vudu並未帶來更高的市占，即使它提供十幾萬個影片內容讓用戶購買或下載到智慧電視或遊戲機中。

【2018/10/08, 鉅亨網】

# Netflix首次收購電影工作室

面對Amazon Prime、Hulu，還有明年即將上線的迪士尼串流服務來勢洶洶，Netflix最近又有了新的動作，將收購位於美國新墨西哥州阿布奎基（Albuquerque）的電影工作室ABQ Studios，這也是Netflix首次收購內容製作工作室，計劃在未來十年投入10億美元製作原創內容，更喊出每年要創造1,000個工作機會。

【2018/10/09, 數位時代】

## 收購電影工作室，Netflix集中火力做原創內容

Netflix將總部遷至洛杉磯時，很重要的目標就是要確保有足夠的攝影棚隨時供給內容製作需求，而新墨西哥州、喬治亞州這些地方比起洛杉磯人口密度更低，更重要的是這些地方提供稅收減免以及金錢上的獎勵，能讓拍攝成本降低。

因此Netflix宣布收購位於新墨西哥州的電影工作室ABQ Studios，目標是希望製作出更多吸引用戶的原創作品來迎戰，還有明年即將上線的迪士尼串流服務等對手。

## 新墨西哥州祭出稅收優惠，Netflix每年創造1000個工作機會

Netflix實體攝影副總裁Ty Warren表示：「正因為我們在新墨西哥州製作節目和電影的經驗，激勵我們抓住機會在這裡建立一個全新生產中心的構想。」

而新墨西哥州大力祭出稅收優惠吸引Netflix，預計將可以替Netflix提供約1,450萬美元的資金，因此 Netflix在聲明中也大方地喊出，計劃在未來10年投入10億美元，每年還要創造1,000個工作機會。

# 亞馬遜積極拓展數位廣告 amazon

亞馬遜（Amazon）的廣告業務正蓬勃發展，外媒報導指出，有多家媒體機構的高層宣稱，**部分廣告客戶正打算將一半以上用於谷歌（Google）的廣告預算轉移至亞馬遜的廣告上，金額高達數億美元。**

據CNBC引述eMarketer的研究數據報導，亞馬遜不斷增長的廣告事業，正威脅著谷歌的母公司Alphabet，因為Alphabet去年的廣告收入達到954億美元，佔其總收入的86%。目前谷歌主導著美國數位廣告市場，預計今年市占率可以來到37%；eMarketer也指出，亞馬遜已成為僅次於谷歌和臉書的美國第三大數位廣告平台。

報導提到大部分會移動的主要是消費性的廠商，而汽車、旅遊等商機龐大的廠商則未有移動跡象。此外，一些廠商也開始嘗試不將廣告侷限在Google搜索，而是轉移到谷歌的其他媒體資源，例如影音平台YouTube。據市調公司Survata指出，有高達49%的商品搜尋是發生在亞馬遜。也有廠商認為，亞馬遜提供的是無縫的購物體驗，但若是透過谷歌，可能還要進入其他的獨立網站才能完成購買，這對小品牌來說沒有優勢。

媒體代理商Havas Media北美執行副總裁Chris Apostle表示，該公司約有20%-30%的客戶將其搜尋廣告預算的60%-70%轉移至亞馬遜，這些客戶發現，若是在亞馬遜下愈多廣告，消費者所撰寫的推薦心得就會愈多，商品銷售也能藉此提升。

【2018/10/09, ETtoday】

# 臺網友最愛網站：Oath、Google與FB

根據comScore MMX數據公佈的2018年08月台灣網路使用狀況，將台灣網域主依桌上型電腦與筆電造訪人數排名，**發現Yahoo與AOL合併的Oath到達率最高，達94.5%；停留時間最長的是Google，平均每位使用者花費747.5分鐘。男女上網主力族群不相同，男性以15-24歲族群人數佔比最高，女性為 35-44 歲族群最多。**

comScore與創市際根據MMX數據分析發現，8月份台灣有1,158.4萬位不重複使用者透過桌上型電腦與筆電上網，總共花費293億分鐘使用網路、並瀏覽322億個網頁，平均每位使用者上網時間為2,528.1分鐘，瀏覽2,781個網頁。將8月份台灣網域主依桌上型電腦與筆電造訪人數排名，由Oath以94.5%到達率領先，平均每位使用者在此網域主旗下網站使用290.4分鐘、瀏覽237個網頁；其次是Google Sites，有89.1%到達率，平均每位使用者花費747.5分鐘、瀏覽468個網頁；第三則是Facebook，有70.4%到達率，平均每位使用者停留364.1分鐘、瀏覽445個網頁。

觀察台灣電腦網路使用者分布，男性佔52.5%，女性佔47.5%；男性以15-24歲族群人數佔比最高，女性為 35-44 歲族群最多。觀察透過桌上型電腦與筆電之瀏覽網頁數與使用時間佔比，男性以35-44歲族群貢獻最多瀏覽頁數、投入最高使用時間，女性主要使用族群為25-34歲年齡層。

【2018/10/12, 匯流新聞網】

Media trend

# 國際視野

http://ppt.cc/mQNSM

# 美國影音廣告支出大幅增加

臉書就佔據了四分之一

根據eMarketer最新廣告支出預測，今年將成為美國數位影音廣告的里程碑。2018年影音廣告增加了近30%，達到278.2億美元。這表示影音廣告支出佔整個美國數位廣告支出的25%。

## FACEBOOK

今年Facebook將佔據美國所有影音廣告支出的近四分之一（24.5%），即68.1億美元（包括Instagram）。這使得Facebook成為美國社群影音廣告平臺的領頭羊。預計Facebook的主導地位將持續至2020年。不可否認的，Facebook控制著近87%的美國社群網路影音廣告支出。eMarketer首席分析師Debra Aho Williamson說：「動態影音已成為Facebook和Instagram成功的廣告形式。」行銷人員依靠影音廣告來吸引用戶的注意力並建立品牌知名度。Facebook近期推出新的廣告投放形式：插播（In-Stream），我們認為廣告客戶會增加這項功能的使用，因為這項功能就像是傳統電視的廣告形式。

## SNAPCHAT

Snapchat今年美國的影音收入將達到3.97億美元，比2017年增加近19%。影音是Snapchat最大的收入來源，佔2020年美國廣告業務項目的60%。雖然今年Snapchat影音市佔率為5.1%，但在美國整體影音的市佔率僅為1.4%。預計到2020年市佔率會再略有成長。

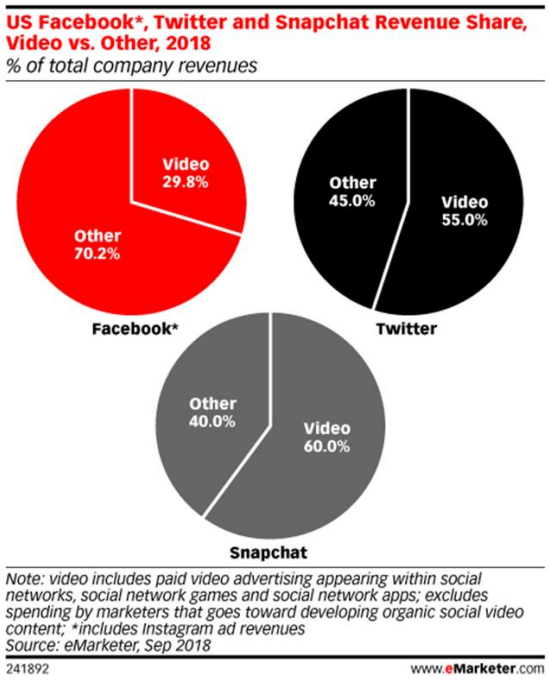
## TWITTER

Twitter將在2018年影音廣告中獲得超過一半（55%）的美國廣告收入。今年影音廣告收入將增加12%以上，達到6.333億美元。使得Twitter佔美國社群影音廣告支出的8.1%，佔整體影音總支出的2.3%。預計到2020年會略為下降。

## YOUTUBE

雖然eMarketer表示不認為YouTube是一個社群網路，但它在影音廣告中的重要性卻不容忽視。今年YouTube將產生約33.6億美元的總收入，比去年增加17.1%。YouTube現在有73%的廣告收入來自美國影音。YouTube總體上佔據了Google美國廣告收入的11%。

由於流量跟內容都超過Youtube總收入的一半，也高於其他競爭對手，所以將Youtube的影音廣告收入市佔率與以上其他平臺進行比較不完全準確。




* Facebook推出廣告投放的選項，讓客戶可以選擇特定內容的影片播放廣告，與Google推出的「Google Preferred」系統採行方案、可供客戶選擇在影音平台YouTube排名前5%的影片投放廣告相似，顯示臉書已將YouTube視為主要競爭對手。**2種方案分別為In-Stream（插播）「Reserve」與「Reserve Categories」。前者讓來自一系列最具吸引力和高品質創作者的影片，觸及率達到由尼爾森（Nielsen）收視調查機構認證的目標受眾。後者以體育、時尚美妝和娛樂等種類分類，讓客戶選擇特定內容投放。**

參考資料來源：https://goo.gl/G2PgiD

https://www.emarketer.com/content/video-swells-to-25-of-us-digital-ad-spending

New Idea

# 科技瞭望

http://ppt.cc/cJxiF

# NTT推智慧照護系統

高齡少子化的影響下，日本預估到2025年老年人口恐破30%，同時照護人員將會不足38萬人。為此**NTT DATA結合AI 機器人Sota和IoT裝置，針對高齡者照護機構推出智慧守護系統，盼藉此減輕人員負擔。**

根據《DIGITAL》報導，NTT DATA 所提供的系統名叫「エルミーゴ （ERUMIGO）」，藉由設置在床上、天花板的感測器，來把握受照護者的狀況，用以減輕照護者負擔。必要時，放置於床旁的機器人Sota，也能適時搭話給予關懷，防止受照護人因不經意的行動而受傷。

設置的感測器共有兩款，分別是放置於床墊下的片型感測器和位於天花板的圖像感測器。前者以呼吸和心跳為參考依據，偵測受照護者是否睡醒；後者則是持續監視床鋪周圍，確保受照護者不要離開床鋪。

而照護人員可藉由手機，查看所有偵測結果和受照護者的圖像。為避免侵害到個人隱私，紅外線圖像採單色剪影處理。當照護者出現異常動作時，則會緊急通知人員，人員可透過手機按鍵操作 Sota 機器人以話語安撫受照護者，使其勿輕舉妄動、防止摔跤等事態發生。

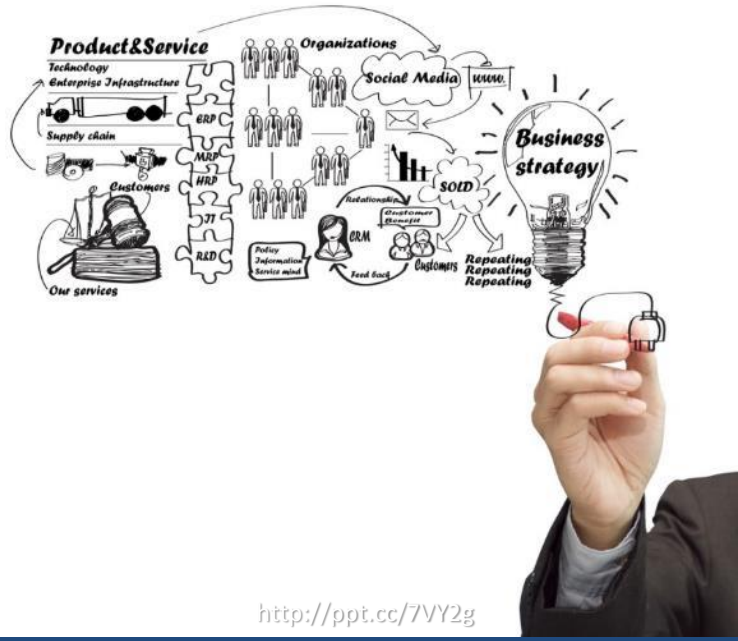
「ERUMIGO」服務採月租型收費，標準配備包含Sota機器人5台、圖像感測器和床墊型感測器各5台，以及1台電腦，上述設備採用 Paramount Bed、KiNG通訊工業等公司產品。

據《日經新聞》報導，位於東京的某所養老院於近期導入該系統，負責人尾林和子表示，最顯著的呈現在於降低照護人員的工作量，過去往往需要在夜間巡視是否有人出來溜搭，有了科技的輔助後，可大幅降低查看次數。今後，NTT DATA將會開發更先進的技術，運用人工智慧來分析高齡者的身體數據、活動、聲音等，藉以評斷身心狀態、預測未來情況。

▲NTT 推智慧照護系統，讓Sota機器人陪聊天

▲位於天花板的圖像感測器

# Project | 專案介紹




http://ppt.cc/7VY2g

# 2018年中華職棒季後賽贊助企劃案

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 | 大時代天羅捕蚊機 | FTV | 閩南語連續劇 | 5.60 |
| 2 | 綜藝大集合福爾額溫機 | FTV | 娛樂綜藝 | 4.28 |
| 3 | 台灣那麼旺Taiwan NO1福爾 | FTV | 競賽綜藝 | 3.12 |
| 4 | OPPO R15綜藝玩很大 | CTV | 娛樂綜藝 | 2.02 |
| 5 | OPPO R15飢餓遊戲 | CTV | 競賽綜藝 | 1.85 |
| 6 | 航海王24 | TTV | 卡通影片 | 1.70 |
| 7 | 愛妮雅舞力全開 | FTV | 競賽綜藝 | 1.39 |
| 8 | 綜藝新時代WEIDER檸檬酸鈣 | FTV | 娛樂綜藝 | 1.26 |
| 9 | 實習醫師鬥格Footer除臭襪 | FTV | 國語連續劇 | 1.22 |
| 10 | 綜藝3國智 | TTV | 競賽綜藝 | 1.20 |
| 11 | 大陸尋奇 | CTV | 美食、旅遊節目 | 1.16 |
| 12 | 大誠保險經紀人女兵日記 | TTV | 國語連續劇 | 1.12 |
| 13 | 1830蠟筆小新 | TTV | 卡通影片 | 1.10 |
| 14 | 現代嘉慶君 | CTS | 娛樂綜藝 | 1.07 |
| 15 | 1300大時代天羅捕蚊機 | FTV | 閩南語連續劇 | 1.02 |
| 16 | 大誠保險經紀人愛的314159 | TTV | 國語連續劇 | 1.02 |
| 17 | 天才衝衝衝 | CTS | 競賽綜藝 | 1.00 |
| 18 | 雅聞倍優聲林之王 | TTV | 競賽綜藝 | 0.96 |
| 19 | 1800航海王24 | TTV | 卡通影片 | 0.96 |
| 20 | 萬秀豬王尚讚 | CTV | 娛樂綜藝 | 0.95 |

**有線台/全體**

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 金家好媳婦美麗樂 | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.96 |
| 2 | 超級紅人榜CUCKOO福庫電子 | SANLI | 競賽綜藝 | 2.85 |
| 3 | 愛妮雅超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 2.77 |
| 4 | 新聞深喉嚨之世代衝撞ing | CTiN | 新聞性質節目 | 1.75 |
| 5 | 戲說台灣聿健蝦紅素 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.61 |
| 6 | 女兵日記全植媽媽 | TVBSG | 國語連續劇 | 1.55 |
| 7 | 綜藝玩很大中華電信大4G | SL2 | 娛樂綜藝 | 1.50 |
| 8 | 戲說台灣假日完整版聿健蝦 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.44 |
| 9 | 新聞深喉嚨 | CTiN | 新聞性質節目 | 1.24 |
| 10 | 歡樂智多星 | *SCC | 競賽綜藝 | 1.12 |
| 11 | 在台灣的故事 | SANLI | 知識資訊節目 | 1.00 |
| 12 | 2215雨夜花 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.93 |
| 13 | 草地狀元璀豐水產海鮮直播 | SANLI | 知識資訊節目 | 0.93 |
| 14 | 1900親家 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.89 |
| 15 | 1900歡樂智多星 | *SCC | 競賽綜藝 | 0.88 |
| 16 | 寶島神很大 | SANLI | 知識資訊節目 | 0.85 |
| 17 | 青春好7淘 | SANLI | 美食、旅遊節目 | 0.83 |
| 18 | 台灣大搜索 | CTiN | 新聞性質節目 | 0.83 |
| 19 | 2000綜藝玩很大安可場 | SL2 | 娛樂綜藝 | 0.81 |
| 20 | 2200超級紅人榜CUCKOO福庫 | SANLI | 競賽綜藝 | 0.80 |

# 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 | 大時代天羅捕蚊機 | FTV | 閩南語連續劇 | 2.12 |
| 2 | 1830蠟筆小新 | TTV | 卡通影片 | 2.08 |
| 3 | 航海王24 | TTV | 卡通影片 | 1.98 |
| 4 | 雅聞倍優聲林之王 | TTV | 競賽綜藝 | 1.63 |
| 5 | 綜藝大集合福爾額溫機 | FTV | 娛樂綜藝 | 1.40 |
| 6 | OPPO R15綜藝玩很大 | CTV | 娛樂綜藝 | 1.32 |
| 7 | OPPO R15飢餓遊戲 | CTV | 競賽綜藝 | 1.23 |
| 8 | 大誠保險經紀人愛的314159 | TTV | 國語連續劇 | 0.96 |
| 9 | 綜藝3國智 | TTV | 競賽綜藝 | 0.90 |
| 10 | 大誠保險經紀人女兵日記 | TTV | 國語連續劇 | 0.81 |

**25-34歲**

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 大時代天羅捕蚊機 | FTV | 閩南語連續劇 | 3.30 |
| 2 | 綜藝大集合福爾額溫機 | FTV | 娛樂綜藝 | 3.30 |
| 3 | OPPO R15綜藝玩很大 | CTV | 娛樂綜藝 | 3.12 |
| 4 | OPPO R15飢餓遊戲 | CTV | 競賽綜藝 | 2.28 |
| 5 | 台灣那麼旺Taiwan NO1福爾 | FTV | 競賽綜藝 | 2.18 |
| 6 | 綜藝3國智 | TTV | 競賽綜藝 | 1.50 |
| 7 | 大誠保險經紀人女兵日記 | TTV | 國語連續劇 | 1.27 |
| 8 | 實習醫師鬥格Footer除臭襪 | FTV | 國語連續劇 | 1.00 |
| 9 | 航海王24 | TTV | 卡通影片 | 0.95 |
| 10 | 天才衝衝衝 | CTS | 競賽綜藝 | 0.89 |

**35-49歲**

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 大時代天羅捕蚊機 | FTV | 閩南語連續劇 | 4.10 |
| 2 | 綜藝大集合福爾額溫機 | FTV | 娛樂綜藝 | 3.12 |
| 3 | OPPO R15綜藝玩很大 | CTV | 娛樂綜藝 | 2.76 |
| 4 | OPPO R15飢餓遊戲 | CTV | 競賽綜藝 | 2.32 |
| 5 | 台灣那麼旺Taiwan NO1福爾 | FTV | 競賽綜藝 | 1.96 |
| 6 | 航海王24 | TTV | 卡通影片 | 1.73 |
| 7 | 綜藝3國智 | TTV | 競賽綜藝 | 1.57 |
| 8 | 綜藝新時代WEIDER檸檬酸鈣 | FTV | 娛樂綜藝 | 1.26 |
| 9 | 大誠保險經紀人愛的314159 | TTV | 國語連續劇 | 1.24 |
| 10 | 雅聞倍優聲林之王 | TTV | 競賽綜藝 | 1.16 |

**50歲以上**

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 大時代天羅捕蚊機 | FTV | 閩南語連續劇 | 9.45 |
| 2 | 綜藝大集合福爾額溫機 | FTV | 娛樂綜藝 | 6.97 |
| 3 | 台灣那麼旺Taiwan NO1福爾 | FTV | 競賽綜藝 | 5.70 |
| 4 | 愛妮雅舞力全開 | FTV | 競賽綜藝 | 2.78 |
| 5 | 1300大時代天羅捕蚊機 | FTV | 閩南語連續劇 | 2.19 |
| 6 | 大陸尋奇 | CTV | 美食、旅遊節目 | 2.15 |
| 7 | 現代嘉慶君 | CTS | 娛樂綜藝 | 1.90 |
| 8 | 萬秀豬王尚讚 | CTV | 娛樂綜藝 | 1.82 |
| 9 | 航海王24 | TTV | 卡通影片 | 1.77 |
| 10 | 綜藝新時代WEIDER檸檬酸鈣 | FTV | 娛樂綜藝 | 1.73 |



資料來源 ： Nielsen Arianna, 2018/10/08-2018/10/14

# 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 | 金家好媳婦美麗樂 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.70 |
| 2 | 新聞深喉嚨之世代衝撞ing | CTiN | 新聞性質節目 | 1.26 |
| 3 | 1830烏龍派出所 | *SCC | 卡通影片 | 1.24 |
| 4 | 綜藝玩很大中華電信大4G | SL2 | 娛樂綜藝 | 1.15 |
| 5 | 1800烏龍派出所 | *SCC | 卡通影片 | 1.12 |
| 6 | 歡樂智多星 | *SCC | 競賽綜藝 | 1.03 |
| 7 | 2215雨夜花 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.00 |
| 8 | 航海王 | *SCC | 卡通影片 | 0.96 |
| 9 | 愛妮雅超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 0.81 |
| 10 | 1900歡樂智多星 | *SCC | 競賽綜藝 | 0.80 |

**25-34歲**

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 金家好媳婦美麗樂 | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.93 |
| 2 | 愛妮雅超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 2.13 |
| 3 | 超級紅人榜CUCKOO福庫電子 | SANLI | 競賽綜藝 | 1.72 |
| 4 | 綜藝玩很大中華電信大4G | SL2 | 娛樂綜藝 | 1.66 |
| 5 | 女兵日記全植媽媽 | TVBSG | 國語連續劇 | 1.65 |
| 6 | 戲說台灣假日完整版聿健蝦 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.18 |
| 7 | 戲說台灣聿健蝦紅素 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.12 |
| 8 | 歡樂智多星 | *SCC | 競賽綜藝 | 1.09 |
| 9 | 1900歡樂智多星 | *SCC | 競賽綜藝 | 0.98 |
| 10 | 小明星大跟班 | CTiV | 資訊綜藝 | 0.97 |

**35-49歲**

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 金家好媳婦美麗樂 | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.47 |
| 2 | 綜藝玩很大中華電信大4G | SL2 | 娛樂綜藝 | 2.42 |
| 3 | 超級紅人榜CUCKOO福庫電子 | SANLI | 競賽綜藝 | 1.81 |
| 4 | 女兵日記全植媽媽 | TVBSG | 國語連續劇 | 1.52 |
| 5 | 愛妮雅超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 1.46 |
| 6 | 新聞深喉嚨之世代衝撞ing | CTiN | 新聞性質節目 | 1.24 |
| 7 | 花甲大人轉男孩 | *SCM | 國片 | 1.17 |
| 8 | 戲說台灣假日完整版聿健蝦 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.09 |
| 9 | 歡樂智多星 | *SCC | 競賽綜藝 | 1.07 |
| 10 | 2000綜藝玩很大安可場 | SL2 | 娛樂綜藝 | 1.06 |

**50歲以上**

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 超級紅人榜CUCKOO福庫電子 | SANLI | 競賽綜藝 | 5.18 |
| 2 | 愛妮雅超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 5.06 |
| 3 | 金家好媳婦美麗樂 | SANLI | 閩南語連續劇 | 4.11 |
| 4 | 新聞深喉嚨之世代衝撞ing | CTiN | 新聞性質節目 | 3.10 |
| 5 | 戲說台灣聿健蝦紅素 | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.99 |
| 6 | 戲說台灣假日完整版聿健蝦 | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.38 |
| 7 | 新聞深喉嚨 | CTiN | 新聞性質節目 | 2.35 |
| 8 | 女兵日記全植媽媽 | TVBSG | 國語連續劇 | 2.01 |
| 9 | 1900親家 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.70 |
| 10 | 草地狀元璀豐水產海鮮直播 | SANLI | 知識資訊節目 | 1.47 |



資料來源 ： Nielsen Arianna, 2018/10/08-2018/10/14

# 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 | 0.63 | 0.50 | 0.39 | 0.45 | 0.96 |
| CTV/中視 | 0.58 | 0.26 | 0.34 | 0.38 | 0.99 |
| FTV/民視 | 0.38 | 0.09 | 0.18 | 0.16 | 0.77 |
| CTS/華視 | 0.23 | 0.09 | 0.17 | 0.2 | 0.31 |

| 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 | 0.48 | 0.16 | 0.26 | 0.52 | 0.74 |
| CTiN/中天新聞台 | 0.46 | 0.14 | 0.21 | 0.31 | 0.87 |
| SETN/三立新聞 | 0.45 | 0.09 | 0.19 | 0.34 | 0.83 |
| ET-N/東森新聞 | 0.44 | 0.16 | 0.26 | 0.41 | 0.72 |
| FTVN/民視新聞 | 0.42 | 0.08 | 0.15 | 0.23 | 0.86 |
| ERA-N/年代新聞台 | 0.24 | 0.04 | 0.07 | 0.16 | 0.47 |
| UBN/非凡新聞 | 0.16 | 0.02 | 0.04 | 0.12 | 0.32 |
| NTVN/壹新聞 | 0.15 | 0.05 | 0.07 | 0.16 | 0.24 |
| EFNC/東森財經新聞台 | 0.14 | 0.03 | 0.06 | 0.15 | 0.24 |

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



資料來源 ： Nielsen Arianna, 2018/10/08-2018/10/14

# 類型節目收視率

**戲劇類/全體**

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 大時代天羅捕蚊機 | FTV | 5.60 |
| 2 | 金家好媳婦美麗樂 | SANLI | 2.96 |
| 3 | 戲說台灣聿健蝦紅素 | SANLI | 1.61 |
| 4 | 女兵日記全植媽媽 | TVBSG | 1.55 |
| 5 | 戲說台灣假日完整版聿健蝦 | SANLI | 1.44 |
| 6 | 實習醫師鬥格Footer除臭襪 | FTV | 1.22 |
| 7 | 大誠保險經紀人女兵日記 | TTV | 1.12 |
| 8 | 1300大時代天羅捕蚊機 | FTV | 1.02 |
| 9 | 大誠保險經紀人愛的314159 | TTV | 1.02 |
| 10 | 2215雨夜花 | SANLI | 0.93 |

**綜藝類/全體**

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 綜藝大集合福爾額溫機 | FTV | 4.28 |
| 2 | 台灣那麼旺Taiwan NO1福爾 | FTV | 3.12 |
| 3 | 超級紅人榜CUCKOO福庫電子 | SANLI | 2.85 |
| 4 | 愛妮雅超級夜總會 | SANLI | 2.77 |
| 5 | OPPO R15綜藝玩很大 | CTV | 2.02 |
| 6 | OPPO R15飢餓遊戲 | CTV | 1.85 |
| 7 | 綜藝玩很大中華電信大4G | SL2 | 1.50 |
| 8 | 愛妮雅舞力全開 | FTV | 1.39 |
| 9 | 綜藝新時代WEIDER檸檬酸鈣 | FTV | 1.26 |
| 10 | 綜藝3國智 | TTV | 1.20 |

**新聞類/全體**

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 新聞深喉嚨之世代衝撞ing | CTiN | 1.75 |
| 2 | 新聞深喉嚨 | CTiN | 1.24 |
| 3 | 台灣大搜索 | CTiN | 0.83 |
| 4 | 雲端秘檔重案追緝令 | SETN | 0.78 |
| 5 | 文茜的世界財經周報 | CTiN | 0.77 |
| 6 | 新聞龍捲風 | CTiN | 0.75 |
| 7 | 政經看民視 | FTVN | 0.74 |
| 8 | 非凡最前線 | UBN | 0.71 |
| 9 | 少康戰情室 | TVBS | 0.68 |
| 10 | 驚爆新聞線 | SETN | 0.66 |

**其他類/全體**

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 大陸尋奇 | CTV | 1.16 |
| 2 | 青春好7淘 | SANLI | 0.83 |
| 3 | 型男大主廚OB嚴選 | SL2 | 0.77 |
| 4 | 直MLB美聯冠軍系列賽太空 | *FOXS | 0.63 |
| 5 | 美國職棒看民視太空人VS紅 | FTV | 0.50 |
| 6 | 美國職棒看民視紅襪VS洋基 | FTV | 0.47 |
| 7 | 直MLB美聯分區系列賽紅襪V | *FOXS | 0.45 |
| 8 | 非凡大探索 | UBN | 0.42 |
| 9 | 愛玩客之老外看台灣 | SL2 | 0.41 |
| 10 | 旅行應援團 | *SCC | 0.39 |



資料來源 ： Nielsen Arianna, 2018/10/08-2018/10/14

Dorian idols

# 藝人動態

# 李毓芬：秀美腿也展現英氣



## FNO時尚秀

一身西裝外套搭配FNOT恤與膝上短裙與高跟靴，秀美腿也秀英氣，還刻意搭配南瓜色眼妝，呼應大地色系造型，問她是否「李大哥」歸位？她笑回「像自己平常的樣子」，剪了頭髮的她也說，跨年想請假去瑞士滑雪，因為從去年學滑雪後，就愛上滑雪舒服的感覺，而且又兼具運動效果，讓她更是躍躍欲試。

【2018/10/13, 蘋果日報】

## Ciao潮旅

先PO穿熱帶花紋洋裝的度假照，並開心直呼：「終於來了！阿囉哈～」。值得注意的是接著又PO出穿透視純白「婚紗照」，既性感又充滿女人味，並挽起長髮、臉上掛著甜笑比YA，加上背後絕美海景，心情顯然相當好，

**李毓芬**也寫道，目前人在夏威夷知名度假勝地魔幻島，並甜呼：「好浪漫的地方...」。浪漫婚紗照一出後，讓許多粉絲認為女神「好事近」，頻頻追問「來拍婚紗嗎」、「好像穿婚紗」，大讚**李毓芬**「最美的風景是人！」

【2018/09/29, 東森新聞】

# ALBEE范乙霏：吻我吧娜娜全台巡演中



時隔20年，張雨生唯一音樂劇代表作《吻我吧娜娜》，今年由欣逢30周年的果陀劇場經典重製上演，繼9月14-16日於國家戲劇院首演引起極大迴響之後，10月6-7日將至臺南文化中心演出，再次搖滾全台。

果陀劇場表示，20年後，原班創作組合「華人音樂劇教父」梁志民、「中文音樂劇首席劇作家」陳樂融、「天王天后幕後音樂總監」KOJI（櫻井弘二），以及「經典不敗傳奇原創作曲」張雨生原創音樂劇作曲為基，再度聯手打造「2018年顛覆世代的閃耀經典復刻版」！演員陣容堅強，包括有卜學亮、黃嘉千、郭子乾、竇智孔（台北、桃園場）、于浩威（台南、台中場）、**范乙霏**、張仰瑄、程皖瑄、許逸聖與眾多音樂劇專業好手。

《吻我吧娜娜》故事描述大男人與大女人的情感交鋒，突破男女傳統既定印象，以及對婚姻的定義思考，劇中男主角潘大龍（卜學亮飾）是個自視不凡的狂妄男子，遇上天生凶悍的郝麗娜（黃嘉千飾），不走通俗的爭鋒相對戲碼，而是大膽追求女人芳心，劇情幽默有趣！角色設定精準且具創造力，加以音樂歌曲完美襯托，讓舞台上故事全鮮活了起來。

果陀劇場表示，2018年重新啟動的《吻我吧娜娜》，「華人音樂劇教父」梁志民更全新打造視覺與音樂整體風貌，也構思加入一首新版的演出音樂，是張雨生生前未曝光的作曲《愛我不愛》，KOJI（櫻井弘二）重新編成騷莎（Salsa）曲風，在劇中由竇智孔（台北、桃園場）、于浩威（台中、台南場）、**范乙霏**所演唱，同是劇中令人期待的男女對唱之作，令人振奮期待。

【2018/09/17, 經濟日報】

果陀劇場搖滾音樂舞台劇

# 壯壯：News Cup開球嘉賓

轉戰藝能界的前中信兄弟啦啦隊長「**壯壯**」28日重返新聞盃籃球賽，這次沒發生前幾年來比賽投錯籃的「冏」事，而是擔任開球嘉賓，也在板凳區替新聞女生隊加油。儘管最終新聞女生隊以35比47不敵體育署，**壯壯**還是被隊友的奮戰精神給感動，直說：「明年看我！」

「這次很開心可以來擔任新聞盃的開球嘉賓，現場氣氛非常很好、熱力四射！」**壯壯**笑說，開球嘉賓不用擔心投錯籃，「每一位上場的選手都非常厲害，甚至還有懷孕的隊友。雖然新聞女籃沒有獲勝，還是很高興，希望明年有機會也能和大家一起上場！」

【2018/09/28, 中時電子報】

**開球嘉賓**

# 吳沛寧(沛沛)：出席金鐘獎典禮



金鐘盛典

噪咖系列

男女大不同 x 情侶大小事

# 范宸菲：臺北地景公共藝術計劃演出



秋高氣爽的日子，最適合出門走走，除了可以到大自然享受芬多精，不必刻意遠離塵囂，在市區也能發現不一樣的風景！已經邁入第4年的臺北地景公共藝術計畫，今年以「吟遊城南．書寫記憶」為主題，選定在城南區展開，以藝術作品、文學詩歌、街區走讀等方式，呈現城南區已經消逝、隱匿的風景。

107年10月13、20日上午11:00-17:00在自來水園區思源街口的廣場將有市集活動，各式溫羅汀小店的文創手作商品、手感食飲、獨立出版社等，還有精彩的音樂表演，邀請**演員/音樂人范宸菲**、20日歌手張心柔現場演出，讓你一整天在城南有吃又有玩；10月14日下午16:00在寶藏巖國際藝術村還有「水水城南」環境劇場的演出，何不安排個城南一日行程，來趟深度的文青之旅！

【2018/10/08, ETtoday】

**音樂演出**

**圓夢心舞臺** 09/29 大愛電視：這兩個玩音樂的人

# 王亭之：《女兵日記》6塊肌上線

女兵日記

26歲的「新航空姐」**王亭之**在TVBS《女兵日記》飾演「金秀明」，王亭之剪了平頭後英氣逼人，還有6塊肌，電翻不少女生，但她man久了，竟連穿裙子都遲疑。

**王亭之**當初進組前，就先剪了短髮，進組後夥伴們交換IG，隔天所有人都不可置信的看著她，覺得「怎麼差這麼多」？原來她本是一頭長髮的溫柔小女人。從元智大學畢業後，**王亭之**曾到新加坡航空擔任空姐，月薪10萬塊，但2年後為了完成遊學美國的夢想，去年8月辭職。她說：「我也怕安逸下去，會不會就嫁給空少或機長，飛一輩子？」

當空姐，有光鮮亮麗一面，但承受的壓力和苦楚也不少，**王亭之**遇過被客人指著鼻子說：「妳，幫我拿行李！」主管也曾當所有客人前兇她，她只好跑去廁所偷哭，幸好碰上溫暖的客人送上用衛生紙折的愛心。此外公司規定每15分鐘要出去巡視客人，她飛的又是國際線，有時幾乎站到腳軟。敲碗想看新航空姐照，但**王亭之**超守規矩，雖然早已離職，但公司規定穿制服不能公開拍照，她連一張都沒法提供，十分可惜。

【2018/10/10, 蘋果日報】

# 魯芝善：魯肉飯的臺灣日子

魯肉飯的臺灣日子

玩美研究室

# 陶甯亞：《腦波小姐》開鏡儀式

腦波小姐

# PASSION SISTER 中信兄弟啦啦隊

梧棲港口盃

新光三越周年慶

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

Media Drive 宏將傳媒

http://ppt.cc/RmLNS
http://ppt.cc/l6NxE