

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1849
12.03-12.09





本期摘要

媒體放大鏡 中華電200萬戶MOD本月達陣

國際視野 太多個資索取將使消費者產生不信任感

科技瞭望 Google計畫明年推出無人機送貨服務

專案介紹 2019臺灣區斯巴達障礙跑競賽活動贊助

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



中華電200萬戶MOD本月達陣



中華電信MOD用戶數動起來，推動頻道新制17個月後，用戶數從130萬跨越200萬，平均每天有1,300多個用戶申請MOD服務。MOD用戶數本月可達200萬，換言之，全臺每四戶就有一戶安裝MOD。

MOD連續虧損14年，連立委都覺得不如把錢省起來投資內容。中華電信去年中起，開始「搶救MOD改革大作戰」。MOD過去對頻道補貼優厚，維持頻道一定數量，但現在態度硬起來，撤下部分頻道、宣告MOD改革第一仗開打。雖然推動頻道分潤制改革，引發爭議，甚至代理業者不惜對簿公堂，但第一線傳回的結果，顯示MOD客戶接受單頻單買，也有更多內容、頻道加入，兩個月內用戶淨增10萬戶。

各大收視陣營比一比			
收視平台	MOD	有線電視	OTT
業者	中華電信	凱擘、中嘉、台灣大、台灣寬頻	Netflix、愛奇藝、台灣大myVideo、中華電信Hami Video
提供服務方式	IP TV	透過Cable纜線提供	透過網路提供影音內容
用戶數	200萬	510萬	-
特色	頻道套餐、隨選視訊、單頻單買	上百頻道吃到飽、隨選視訊	戲劇、電影隨選視訊或月租看到飽

資料來源：各業者 黃晶琳 / 製表

員工確定鄭優「玩真的」，促銷態度轉為積極。除了客服、行銷電話、門市第一線服務人員狂打光世代光纖上網搭配MOD促銷優惠及行銷活動，中華電信內部實施全員工榮譽行銷活動「MOD行銷菁英榜」，依照員工所屬機構分組，推廣績效好的員工發送「iPhone 8 Plus」。鄭優則是超級業務員，不僅公開推薦，私下或朋友聚餐也在促銷MOD。

[2018/12/04, 經濟日報]

臺灣主要有線電視系統訂戶數及市占率

國家通訊傳播委員會（NCC）5日有條件通過爭議多時的中嘉案，中嘉網路公司是國內大型有線電視多系統經營管理業者（MSO），臺灣其他主要有線電視系統還包含凱擘、臺灣寬頻、臺固及臺灣數位光訊等。

目前臺灣主要有線電視系統訂戶數及市占率如右圖，中嘉市占最高，凱擘居次，接續為TBC、臺灣固網、臺灣數位光訊科技集團等。

[2018/12/05, 中央通訊社]

集團別/系統家數	訂戶數	市占率	統計數據截至107年9月 中央社製圖
 12家	106萬6005戶	20.83%	
 11家	107萬5043戶	21.01%	若含雙子星9萬6180戶，市占為22.88%
 4家	70萬1739戶	13.71%	
 5家	56萬2992戶	11.00%	
 6家	46萬7156戶	9.13%	



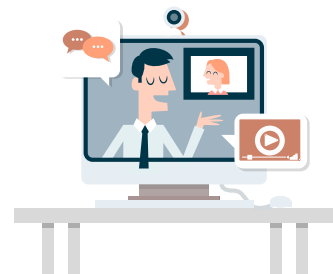
根據尼爾森的最新調查顯示，美國家庭每月透過Roku、Apple TV等裝置每觀看串流影音內容的時間總長接近80億小時，但傳統電視頻道內容依然佔據多數觀看比例，而年輕用戶更傾向觀看網路直播內容。

該份調查指出，目前美國5大電視頻道如CBS、ABC、NBC、FOX、CW的觀眾族群中，僅有3%的年齡層介於18至24歲之間，這些年輕人多半已不太觀看傳統電視頻道，而更加傾向觀看網路播放的內容，像是YouTube影片等等，甚至透過網路直播的內容更能夠吸引年輕族群。

從使用趨勢來看，串流影音服務的用戶正在逐漸增長，且年齡層偏低，年齡介於13歲至34歲之間的使用者，在連網串流裝置上觀看串流影音內容的時間，相比在PC或行動裝置上的時間幾乎長達兩倍。

以整體內容觀看習慣來說，傳統電視頻道內容依舊佔據多數觀看比例，目前僅約8%使用者透過連網裝置觀看網路內容，顯示透過傳統電視頻道觀看內容的使用需求依然較高。不過，無法忽視的是串流平臺的崛起，正讓不少觀眾逐漸從付費電視走向隨選影片平臺，受到這樣的影響，電視廣告於美國廣告市場中的占比正在持續下滑中。不過，從另一個角度來看，這都是時代進步使然，因此，目前已有越來越多電視廠商開始設法與串流服務整合，才能躲過被這波浪潮翻覆的可能。

[2018/12/08, 匯流新聞網]



YouTube臺灣創作者當紅 YouTube

今年「熱門影片」排行榜冠軍由「木曜4超玩」團隊的一日市長幕僚拿下，以創意手法帶領觀眾一窺臺北市長柯文哲的一日行程，並透過主持人、市長與市府幕僚團隊的互動，讓觀眾能一邊放鬆欣賞娛樂內容、一邊關心市政發展和社會議題。

相較於過去的「熱門音樂」榜單經常有西洋單曲上榜，這次10支上榜的音樂影片中只有一支來自韓國團體，其逾9個席次全由華語音樂拿下，是YouTube臺灣年度榜單於2010年設立至今前所未見的局面。今年前3名的音樂影片全由臺灣歌手包辦，依序為周杰倫的校園愛情小品「等你下課」、盧廣仲為電影「花甲大人轉男孩」所打造的主題曲「幾分之幾」、以及饒舌團體頑童MJ116的嘻哈新作「辣臺妹」，可見臺灣觀眾越來越喜歡在YouTube上觀看華語音樂內容。

從今年突破100萬與10萬訂閱大關的頻道數目可觀察到臺灣YouTube創作者的強勁成長。**從去年底至今，臺灣突破100萬訂閱數的創作者頻道已從9個成長至19個，達到10萬訂閱的頻道數量也從200多個增加到超過430個，均較去年成長超過兩倍。**

相較於YouTube社群在臺灣的萌芽時期，現在有許多YouTube創作者可在短時間內就累積可觀的人氣，像是生活頻道黃氏兄弟只用了10個多月便增加了70萬訂閱數，挑戰各種有趣事物的含羞草也在8個月內增加40幾萬的訂閱數。YouTube更發現，原本已經很受歡迎的YouTube創作者頻道逐漸開始發展「子頻道」或「個人頻道」，甚至重新組合成全新的團體，像是知名創作者HowHow、馬叔叔、蔡哥、蔡阿嘎、廉傑克曼合體組成頻道「七月半SevenFat」，讓創意效果加乘。 [2018/12/06, 奇摩新聞]



在臺灣，2018年Facebook討論度最高的5大熱門話題包括2月6日花蓮大地震、瑞典電音鬼才DJ艾維奇 (Avicii)、愛爾蘭搖滾樂團小紅莓 (The Cranberries)、英國哈利王子 (Prince Harry) 與梅根馬克爾 (Meghan Markle) 的皇室婚禮、英國物理學家霍金 (Stephen Hawking) 。

Facebook觀察全球熱門話題排行榜發現，人們勇於為與自身相關的議題發聲，例如3月8日國際婦女節連續兩年蟬聯熱門話題的第一名；然而在2018年，人們對於國際婦女節的討論不只是這個節日本身，超過190國的人們包括男性與女性，都在討論與婦女相關的廣泛議題、事件與成因。

Facebook也發現許多社群攜手慶祝全球的文化大事紀，例如英國哈利王子以及美國女星梅根馬克爾於5月19日舉辦的皇室婚禮受到萬眾矚目，共吸引4200萬名觀眾在Facebook關注整個典禮過程。此外，人們也在Facebook上頌揚多位對世界有卓越貢獻的重要人士，包括科學巨擘霍金、美國名廚主持人波登 (Anthony Bourdain) 以及好萊塢老牌明星畢雷諾斯 (Burt Reynolds)，世界各地的人們透過Facebook分享數百萬則貼文，紀念這些偉人及其作品，以及他們對世界的影響。

[2018/12/07, 中央通訊社]

*數據資料取自於2018年1月1日至11月11日間，Facebook上單日提及次數最多的熱門關鍵字加以排名而來。每年規律的熱門話題，例如母親節或萬聖節等每年必定是熱門時刻的關鍵字，不會重複出現在熱門排行榜中。

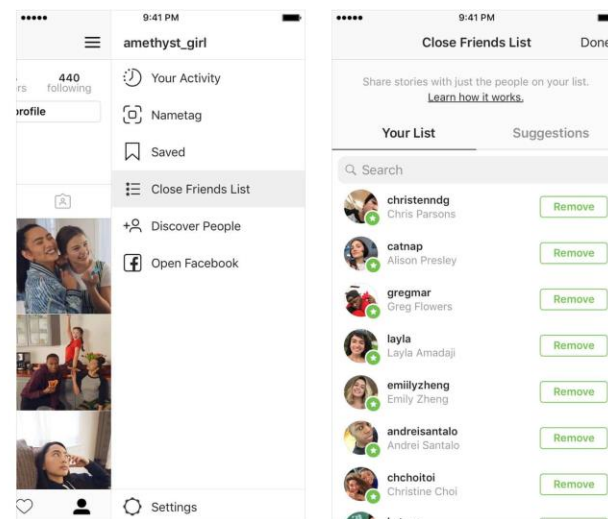
Instagram推出「密友」功能

Instagram的隱私設定不多，要把朋友分成不同圈子，不少用戶會直接開多個帳號。最近Instagram加入「密友」功能，讓用戶可限定Stories的公開設定。

「密友」(Close Friends) 新功能可讓用戶在追隨清單，選擇特定朋友成為「密友」，分享Stories時，就可限制Story只容許哪些特定朋友看到，其他人就算追蹤帳號，也不會見到Story內容。要限制顯示對象，拍攝Story之後只要按下有星星的綠色圓圈，編輯「密友」清單，選擇後就會只把Story分享給這些朋友。

Instagram在2017年曾測試「最愛」(Favourites) 功能，與密友功能類似，提供小圈子分享選項。這次正式推出的「密友」只限於Stories，一般照片或影片分享仍不能限制顯示對象。未來Instagram會否擴充「密友」範圍，就要繼續觀察了。

[2018/12/04, TechNews]





手機通訊App眾多，除了WhatsApp、LINE以外還有Telegram，連Skype也起死回生，但Google一向重視的Hangouts似乎永遠也打不起來。有外媒收到消息，指Google已決心除掉這個不受歡迎的服務，在2020年Hangouts在消費者市場上將會成為歷史。**Google則指他們未有關閉Hangouts服務的時間表，但沒有否認終止服務的消息。**

Android手機內建的Hangouts，很多用戶都想盡辦法將之刪除。根據網媒《9to5Google》的消息，Google已決定要讓這個不受歡迎的訊息App完成歷史任務。這個跨平臺訊息傳送Apps，也內建於Gmail，但自從自家Android Messages開始崛起，就算在Google陣營內，Hangouts的功能已經不被重視。外媒消息指Google會在2020年開始停止消費者應用方面的Hangouts支援，但商業服務G Suite裡面仍會維持運作。

對於這個消息，Google產品管理總監Scott Johnston在個人Twitter發表回應，指他們「並沒有決定Hangouts在何時關閉」，並指用戶可升級至Hangouts Chat以及Hangouts Meet。

[2018/12/03, 數位時代]

Tumblr將全面掃蕩成人內容

近來廣受年輕族群喜愛的輕部落格平臺Tumblr，屢屢受到母公司Oath關注其內容尺度，Tumblr本周透過官方部落格宣布，12月7日開始，全面禁止平臺上的成人內容，恐怕會讓Tumblr在短期內流失用戶以及流量。

[2018/12/04, 數位時代]

態度包容開放，Tumblr成藝術家、攝影師、素人避風港

2007年成立的Tumblr以及Twitter一直對成人內容態度開放，近年已經成為許多藝術家、攝影師、素人發佈成人內容的平臺。2013年當時Tumblr執行長大衛·卡普 (David Karp)，同意以11億美元讓Yahoo收購，收購完成後他便離開了一手創立的公司，公司便交由營運長傑夫·諾費奧 (Jeff D'Onofrio) 接管。

事實上，Tumblr曾以「安全模式 (Safe Mode)」來隱藏、過濾成人內容，不過自2017年6月Yahoo加入Oath後，集團希望以更嚴格的方式來管理內容。尤其上個月，蘋果才以兒童色情內容太氾濫為由，將Tumblr從App Store上下架。

眼不見為淨？Tumblr將全面掃蕩成人內容

現在的Tumblr則希望這些內容眼不見為淨，根據官方部落格說法，無論是圖片、影片或是GIF，只要被認定是「成人內容」的貼文都將被全面禁止，預計在12月7日正式生效。

目前平臺上被認定是成人內容的貼文會被系統標註起來，但不會立即刪除，讓用戶有時間留存其內容，過渡階段這些被標記的貼文也不會出現在搜尋結果中，預計12月7日會正式全面清掃違規的成人內容。

「我們必須改變，」執行長奧費諾在部落格中表示：「隨著Tumblr持續發展，我們需要考量到公司對於不同年齡的族群、人口、文化與思維模式，必須要有更多責任。」

寶可夢阿伯要改玩哈利波特了？



專精App生態的知名數據公司《App Annie》，提出2019年行動消費的五大預測，用戶在App上消費金額成長率，將是全球經濟成長率五倍以上。 [2018/12/07, 自由時報]

1.消費者將砸超過1,220億美元：《App Annie》認為實體店面同樣會有所成長，例如UBER、星巴克以及亞馬遜的業務都將受惠，但企業投注在App內的廣告預算將會增加。遊戲玩家仍是App消費的最大金主，然而考慮中國在遊戲消費上，受到許多法令限制，預計2019年的遊戲成長力道將會減弱。**2.手遊市佔超過60%：**現今手遊精美程度已經不輸電腦遊戲，且遊戲廠商正吹起跨平臺發展的風氣，預計2019年熱潮持續延燒。諸如Candy Carsh這類休閒遊戲，非電玩愛好者的群眾同樣會在手遊上砸錢。**3.你每小時會有10分鐘是在看影片：**2019年每小時用戶至少會看10分鐘的影片，從2016年開始算起，平均每臺手機觀看影音串流的時間會增長110%，娛樂應用花費提升520%。訂閱制的Netflix、愛奇藝等，就連YouTube、Instagram與抖音在短影音的發揮，都逐漸佔據用戶的閒暇時間，也提高在用戶心中的重要程度。**4.哈利波特手遊將成為下一個《Pokemon GO》？**由Niantic打造的哈利波特手遊同樣採用AR技術，將在2019年正式推出。看好哈利波特的表現，雖然沒直稱會超越《Pokemon GO》，卻相信該款遊戲能在前30天賺進一億美元。**5.App 廣告競爭更加激烈：**數位廣告比例持續攀升，手機成主要增長關鍵，2018年手機在整體廣告費用的占比來到62%，未來數字會持續攀升。《App Annie》預估2019年有六成的App，都能透過程式內廣告獲取利益，App間的廣告競爭將越演越烈。

調查：亞太旅客出遊 新媒體影響力遽增

Skyscanner調查發現，「口碑分享」及「社群媒體」逐漸成為亞太旅客的旅遊驅動力，其中「口碑分享」對亞太旅客而言最具驅動力，其次依序為「社群媒體」、「影視作品」、「意見領袖」，「廣告」的影響力則最低。

雖然整體看來，傳統媒體（「影視作品」及「廣告」）的影響力似乎已經不如以往，但若跟亞太區旅客相比，臺灣旅客對「影視作品」的反應卻是相當熱烈，甚至贏過「口碑分享」，僅略次於「社群媒體」，排在第2位，由此可見「影視作品」在臺灣依然是相當有影響力的，像是2016年電影「屍速列車」上映時，Skyscanner便注意到釜山的搜尋量在上映短短一周內成長18%，也足以見得臺灣旅客在規劃旅遊行程時，容易受到影視作品的吸引。

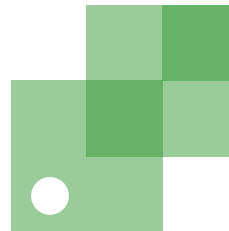
若是進一步分析，可以發現旅遊驅動力隨著年齡而有所不同，整體來說，「口碑分享」雖是主要的靈感來源，但30歲以下族群受「社群媒體」的影響程度不亞於「口碑分享」，而「影視作品」對於40歲以上的旅客較有影響。若單純針對臺灣旅客進行分析，可以發現「社群媒體」的影響力遍及18到49歲，可見臺灣稍微年長的旅客也都樂於接受社群媒體上的資訊，而50歲以上的臺灣旅客則較容易受到「影視作品」的吸引。

[2018/12/05, 經濟日報]



Media
trend

國際視野





想嘗試解鎖一段內容又或者是想獲得網購折扣時，都會被迫先填寫一張似乎永無止境的資料表格，這實在讓人感到沮喪。而表格中提供的資料對於開發潛在客戶的行銷人員來說非常有用。但如果要求太多的訊息可能會讓用戶對品牌產生反感。Jebbit總裁Jonathan Lacoste說：「在解鎖這些優惠券之前，可以要求這些資料不會衍伸任何麻煩的事情，好讓雙方建立關係或獲得信任。」、「若是沒有明確的價值交換，這可是會惹惱消費者。」

2018年11月，Jebbit對1,000名美國成人有使用智慧型手機的用戶調查發現，**有35.9%的受訪者表示，品牌若要求過多的訊息，會導致他們產生不信任感。近年來個資洩漏醜聞事件的發生，導致有28.0%的受訪者在提供個人訊息時會不信任品牌。**Jonathan Lacoste又提到：「受訪者會對品牌要求過多的資訊感到反感，因為他們還不信任品牌到足以提供個資。」

雖然用戶在直接詢問過多訊息時可能會感到惱怒，但應該注意的是，許多行銷人員收集的數據，都是在未經用戶直接同意的情況下所收集到的。只要經由網路瀏覽網頁，就能產生大量的數據線索，行銷人員就可以廣泛使用這些數據資料。

但讓許多人感到沮喪的是，他們通常不知道行銷人員在獲得數據後如何使用他們的數據。全球行動系統論壇在2018年7月時，對全球17歲以上的6,500名智慧型手機用戶進行了調查，只有27%的受訪者認為他們可以控制行動應用服務的個人數據使用情況。另外，有36%的受訪者認為他們無法控制行動應用程式會如何使用他們的數據。

What Causes US Internet Users to Distrust a Brand Most When Providing Their Personal Info?

% of respondents, Nov 2018

Brands asking for too much information

35.9%

Public data scandal

28.0%

Inaccurate information used in marketing to me

16.2%

Confusing privacy policies

10.0%

Experiencing "creepy" advertising

10.0%

Note: ages 18+; numbers may not add up to 100% due to rounding

Source: Jebbit, "The State of Consumer Trust," Dec 7, 2018

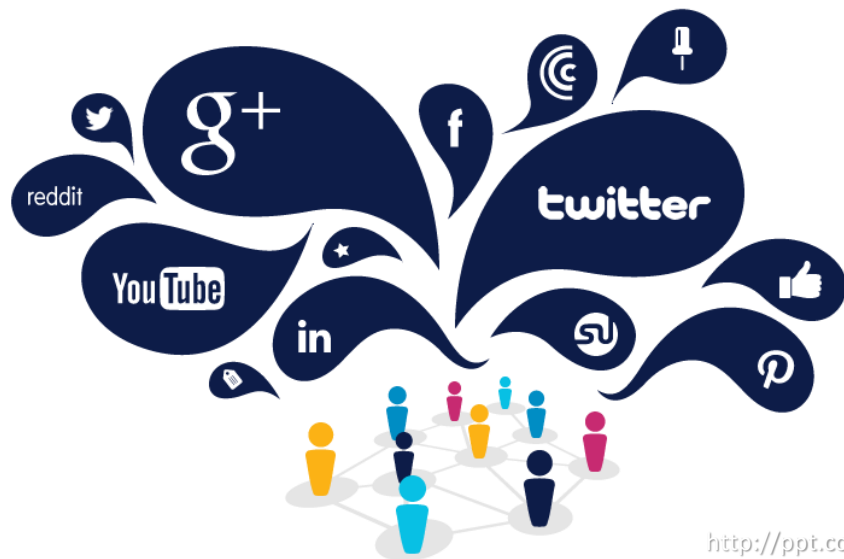
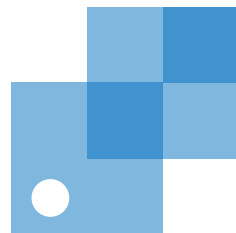
243522

www.eMarketer.com

▲是什麼原因導致美國網路用戶在提供個人資料時會不信任品牌呢？

New
Idea

科技瞭望





Google母公司Alphabet旗下的無人機子公司Wing明(2019)年將在芬蘭推出歐洲首個無人機送貨商用服務。

Wing在今(2018)年7月從Alphabet的X研究部門獨立出來，成為Alphabet旗下的子公司。Wing指出，過去18個月以來該公司在澳洲東南部與當地企業合作，測試無人機配送服務，提供各種食品、飲料、非處方藥品和家居用品等。

Wing指出，在芬蘭的無人機配送服務預計在明年春季正式上線，將從赫爾辛基(Helsinki)開始進行小型試驗。

Wing的無人機可以飛行約20公里，並攜帶重達1.5公斤的包裹，使用者可以透過Wing應用程式訂購一系列商品。在正式商業化之前，Wing仍在測試無人機在不同條件天氣下的配送能力。

對於Wing來說，這是其在歐洲的第一個市場，也是其在全球的第二試點，不過Wing在美國的發展並不順遂，該國聯邦航空總署(FAA)在2016年發布的「商用無人機規範」規定，無人機在飛行時必須有操作人員追蹤，以在必要時接管，還得距離非關機構與人員500英尺遠，監管環境較為複雜；在品牌合作方面，Wing與星巴克、Chipotle的合作關係都不長久。

全球最大電商亞馬遜(Amazon)在2016年就順利於英國完成無人機宅配服務，該次飛行時間達13分鐘，載重2.13公斤。這首趟飛行之所以在英國完成，就是因為美國對無人機物流配送的規定過於嚴苛。該公司還在今年稍早美國交通運輸部舉辦的無人機應用方案競賽中，與中國競爭對手DJI雙雙落選，輸給蘋果、英特爾、微軟、Alphabet等對手。

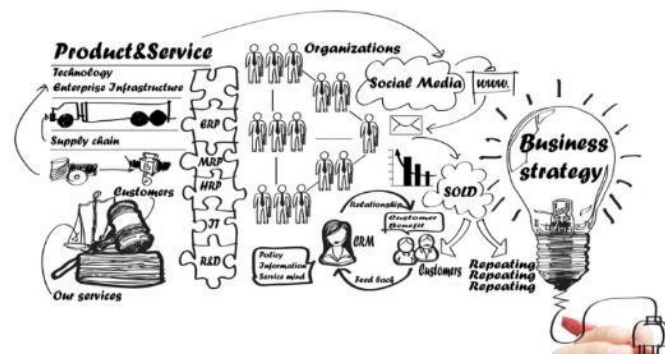
此外，網路叫車平臺Uber的無人機計畫也值得關注。Uber在今年10月宣布將在2021年推出無人機送餐服務，該公司CEO Dara Khosrowshahi認為，這項計畫有助於解決城市交通壅塞問題，希望這項服務可以縮短現今UberEats外送員的送餐時間，目標是要在5~30分鐘內將使用者預定的餐點送達。



▲Alphabet旗下無人機子公司Wing明年將在芬蘭推出歐洲首個無人機送貨商用服務

Project

專案介紹





斯巴達障礙跑競賽來台三年，舉辦過五場競賽
不同於一般的路跑競賽，除了精英組/競爭組，它強調團隊的合作及互助精神
它更是你我意志力的展現，更是一種全新運動生活型態
同時俊男美女展現體態唯一的運動賽事
如同時尚聚會一般的質感展現

運動時尚新浪潮 大爆發



2019上半年賽事，5/11於高雄舉辦
這將是「東亞城市系列賽 EAST ASIA REGIONAL SERIES」
包含日本、韓國、香港、中國及台灣
預期將有多國選手來台參賽

5/11將首度舉辦 **Spartan Kids Mother's Run**
下午同時有東亞錦標賽的Pre-Race預賽

17:00開始 更有台灣首創的
「硬底子-音樂趴」及 **Welcome Party**

5/12 東亞城市系列賽 SUPER SPRINT KIDS

2018/5/5

桃園觀音濱海遊憩區14個國家超過200位國際選手一起競賽
總參與人數超過6000位以上，匯聚桃園

2018/10/20-21

高雄橋頭糖廠，台灣首度舉辦Trifecta Weekend
超過21個國家選手，超過500位國際好手齊聚高雄
總參與人數超過7000位以上，兩日共同競賽

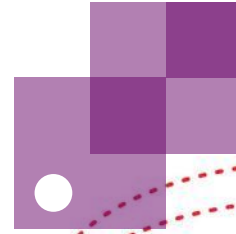
2019東亞國際城市系列賽5/11-12

將超過25個國家600位以上國際選手齊聚義大
這是無可比擬的國際障礙賽事
更是台灣唯一 展現義大的國際高度
同時結合母親節，將創造獨特的兒童與母親共同參與障礙跑
稱之為Mothers Run 呈現屬於母親的堅忍剛毅



Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwf>



無線及有線TOP20

無線/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	5.29
2	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	4.54
3	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.79
4	航海王24	TTV	卡通影片	2.28
5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.18
6	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.67
7	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.53
8	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	競賽綜藝	1.40
9	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.26
10	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	1.20
11	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.14
12	綜藝新時代WIWI發熱衣	FTV	娛樂綜藝	1.12
13	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.07
14	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	1.03
15	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.03
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.02
17	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.94
19	1300大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	0.91
20	種菜女神生活飲料	TTV	國語連續劇	0.88

有線/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	4.32
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.82
3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	2.94
4	戲說臺灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	2.89
5	戲說臺灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	2.62
6	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.60
7	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	2.59
8	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	2.07
9	臺灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	1.91
10	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.91
11	草地狀元甘味人生立明亮	SANLI	知識資訊節目	1.77
12	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	1.69
13	新聞龍捲風	CTiN	新聞性質節目	1.55
14	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.53
15	在臺灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.36
16	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.32
17	2215白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.29
18	新神秘52區之神算新局	CTiN	新聞性質節目	1.26
19	寶島神很大甘味人生立明亮	SANLI	知識資訊節目	1.20
20	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.20

無線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WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	2.17
2	航海王24	TTV	卡通影片	2.13
3	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	2.07
4	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.61
5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.56
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.39
7	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.25
8	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	競賽綜藝	1.22
9	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.18
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.10

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	3.17
2	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.99
3	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	2.96
4	航海王24	TTV	卡通影片	2.31
5	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.87
6	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.83
7	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	1.57
8	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.45
9	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	1.24
10	饗食天堂中餐廳	CTV	資訊綜藝	1.15

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	3.99
2	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	3.75
3	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.11
4	航海王24	TTV	卡通影片	2.55
5	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	競賽綜藝	1.79
6	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.71
7	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.48
8	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.26
9	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	1.16
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.04

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	8.81
2	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	7.17
3	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.24
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.93
5	航海王24	TTV	卡通影片	2.34
6	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	2.13
7	1300大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	1.96
8	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.89
9	綜藝新時代WIWI發熱衣	FTV	娛樂綜藝	1.68
10	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.65

有線TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	1.43
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.41
3	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.21
4	航海王	*SCC	卡通影片	0.96
5	1730烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.89
6	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.86
7	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.79
8	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.78
9	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.73
10	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	0.72

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	2.72
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.01
3	草地狀元甘味人生立明亮	SANLI	知識資訊節目	1.68
4	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	1.52
5	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.48
6	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.41
7	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.39
8	2215白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.29
9	在臺灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.24
10	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.11

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	2.65
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.50
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.96
4	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	1.68
5	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.60
6	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.57
7	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	1.33
8	2000綜藝玩很大安可場成功	SL2	娛樂綜藝	1.18
9	寶島神很大甘味人生立明亮	SANLI	知識資訊節目	1.08
10	一步一腳印發現新臺灣	TVBSN	知識資訊節目	1.08

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	5.47
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	5.10
3	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	4.40
4	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	3.13
5	戲說臺灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	3.02
6	戲說臺灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	2.84
7	臺灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	2.45
8	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.88
9	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.63
10	韓流大放song	CTiN	新聞性質節目	1.58

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	0.65	0.46	0.54	0.52	0.95
CTV/中視	0.58	0.31	0.26	0.35	1.05
FTV/民視	0.41	0.09	0.16	0.22	0.80
CTS/華視	0.22	0.19	0.12	0.21	0.29

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTiN/中天新聞台	0.67	0.18	0.23	0.44	1.33
TVBSN/TVBS新聞台	0.46	0.17	0.22	0.51	0.71
SETN/三立新聞	0.45	0.10	0.16	0.34	0.85
ET-N/東森新聞	0.39	0.13	0.18	0.37	0.67
FTVN/民視新聞	0.39	0.06	0.12	0.24	0.80
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.04	0.08	0.15	0.48
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.04	0.12	0.29
NTVN/壹新聞	0.13	0.04	0.05	0.15	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.11	0.03	0.04	0.11	0.19

無線新聞包括各無線早、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WIWI發熱衣	FTV	5.29
2	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	3.07
3	戲說臺灣聿健蝦紅素	SANLI	1.66
4	戲說臺灣假日完整版聿健蝦	SANLI	1.63
5	女兵日記女力報到	TVBSG	1.47
6	如懿傳	*SCC	1.21
7	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	1.20
8	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	1.15
9	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	1.13
10	2215白鷺鷥的願望	SANLI	1.02

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	4.54
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.88
3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	2.84
4	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.79
5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	2.18
6	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	1.67
7	綜藝玩很大	SL2	1.56
8	愛妮雅舞力全開	FTV	1.53
9	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	1.40
10	萬秀豬王尚讚	CTV	1.14

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	1.55
2	臺灣大搜索	CTiN	1.30
3	新聞龍捲風	CTiN	1.13
4	新神秘52區之神算新局	CTiN	1.00
5	驚爆新聞線	SETN	0.84
6	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	0.83
7	世界翻轉中	TVBSN	0.83
8	文茜的世界周報	CTiN	0.80
9	關鍵時刻	ET-N	0.78
10	韓流大放song	CTiN	0.77

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	英才基金會大陸尋奇	CTV	1.03
2	青春好7淘	SANLI	0.93
3	型男大主廚十全味噌	SL2	0.56
4	非凡大探索	UBN	0.51
5	旅行應援團	*SCC	0.48
6	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.44
7	勇闖中臺灣	SANLI	0.37
8	2000食尚玩家精選集	TVBSG	0.35
9	2100食尚玩家精選集	TVBSG	0.33
10	愛玩客	SL2	0.31

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

