

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1850
12.10-12.16





本期摘要

媒體放大鏡 NCC制訂頻道上下架和移頻原則

國際視野 Facebook如何適應數位影音的浪潮？

科技瞭望 東京未來型咖啡廳 機器人送咖啡到門口

專案介紹 ELEVEN SPORTS：SBL超級籃球聯賽

收視調查

Media
news

媒體放大鏡





國家通訊傳播委員會 (NCC) 今年7月18日通過「系統經營者上下架規章參考原則」，並在8月10日發函各系統業者依參考原則修正上下架規章。**NCC預計月底前討論「有線廣播電視系統經營者申請頻道規劃及其類型變更許可辦法草案」**，此許可辦法通過後，未來系統業者提出頻道上下架或位置異動時，**NCC會依據系統業者自己訂的上下架規章作為是否核准的參考。**

NCC公佈的「系統經營者上下架規章參考原則」，是依照有線廣播電視法第37條第一項至第三項規定事項，提供系統經營者訂定或修正上下架規章時參考。市場人士分析，由於各家有線電視系統業者之前都有自己的上下架規章，但標準不一，才會發生之前TBC下架民視和凱擘申請要把壹電視移頻風波，NCC公佈「系統經營者上下架規章參考原則」後，未來頻道上下架和移頻就不會那麼容易，而有線電視系統業者的排頻主導權也不會像過去那麼強大。
[2018/12/13, ETtoday]

臺灣線上影視產業協會成立周年 提「六大建議」白皮書

由合法正版的14家OTT線上影視平臺、3家線上音樂平臺共同成立的「臺灣線上影視產業協會」成立滿1周年，今(12/11)日舉辦「2018 OTT影視音之未來發展與挑戰學術研討會」，邀請資策會、賴文智律師、葉志良教授、江雅綺教授等學者專家，分享臺灣OTT產業現況、面臨的挑戰與未來展望。

研討會上，業者也遞交「2018 臺灣線上影視產業協會白皮書」給NCC主委詹婷怡、文化部次長李連權與智慧局長官，針對OTT影視音產業之未來發展提出建言。包含**1) 積極防治及取締盜版、建立授權與查驗機制、2) 建立境外之付費OTT平臺管理機制、3) 扶持本土OTT平臺、4) 協助本土OTT影視音內容及OTT平臺走向國際、5) 鼓勵臺灣本土自製內容、6) 落實音樂版權，建立單一授權窗口等六大面向的政策建言，期盼政府協調產官學界共同努力，並落實影視音產業未來發展之計畫，加速推動臺灣文創及優質之影視音內容走向全世界。**

2016年臺灣開始進入OTT元年，歷經2年戰國時代，臺灣本土OTT業者也面臨時許多困難與挑戰，「臺灣線上影視產業協會」理事長錢大衛表示，面對韓國、大陸影視產業強勢壓境，臺灣受限市場規模，在有限製作費用下，影視人才流失，大幅壓縮本土影視發展，加上盜版影音猖獗，嚴重威脅影視產業生存。

此外，臺灣對於境外之付費OTT來臺的管理機制並未完善，各國的OTT湧入臺灣，處處擠壓本土OTT產業，甚至影響臺灣影視產業發展，協會願意和政府各單位部門一起努力，落實這些建議事項，促進OTT整體產業之健全發展，滿足消費者的需求。

[2018/12/11, 鉅亨網]



Yahoo TV開臺兩年，發展出多個自製節目，今年更串接國際媒體資源，並跨入虛擬網紅，推升Yahoo TV行動影音觀看次數年成長128%，儼然已經成為Yahoo奇摩臺灣的新招牌。Yahoo TV總經理邱滢德表示，展望明年發展，將打造全新Yahoo TV Lab，並加強虛擬網紅社群、深化沉浸體驗等面向持續發展。

影音市場幾年前先從直播掀起風潮，各類型平臺、素人網紅快速興起，在內容方面則變化出短影音，而Yahoo TV也抓緊趨勢改變市場策略，以直播、社群為核心，後來建了專屬的錄影棚，打造不同節目，同時跨入產學合作。

Yahoo TV至今已曝光超過7,000支創作者短影音，全年度累計創造破5.3億觀看次數。在內容部分，Yahoo TV也緊跟時事風潮，今年的九合一大選，打造「開票之夜」、「市長進行式」及「風向臺灣」等節目。在開票當日，以7小時馬拉松式直播帶領網友直擊現場，累計破千萬觀看次數，創下歷史新高，更帶動影音觀看次數較同期成長72%。

回顧2018年，打造15個自製節目，培育超過1,050組創作者、並協同超過250組影音授權夥伴及超過800套動漫內容，豐富的內容是吸引觀看次數年增超過1倍的主要原因。**未來Yahoo TV能表現內容的方式越來越多元化，明年將成立Yahoo TV Lab，首先是透過虛擬網紅等新內容，強化社群的基礎。**目前Yahoo TV打造的AR虛擬網紅包括虎妮、阿虎、美美等人物，未來將讓不同虛擬網紅主持不同類型的節目。

[2018/12/17, 工商時報]

美調查：50歲以上是收看电视新聞的主要族群

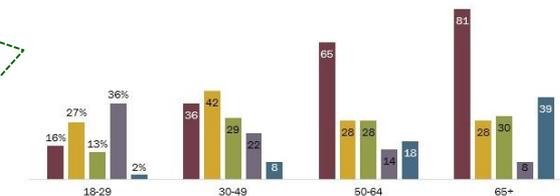
皮尤調查中心近日針對美國人獲取新聞的比例及其習慣進行調查，發現相較於2016年的收視習慣，今（2018）年已出現極大改變。雖然透過電視臺獲取新聞資訊的比例還是大宗，不過卻是所有管道中「下降最多」的一個，比例高達8%；新聞網站從28%上升至33%，提升了5%；收音機比例上升1%至26%；社群媒體上升2%至20%，就連傳統報紙的下降比例都比電視少，從20%下滑4%至16%。

調查中另一項值得注意的一點是，若從年齡來區分獲取新聞的管道，**可以發現看电视新聞的比例隨著年紀越來越高而成長，50至64歲以及65歲以上此管道比例過半，分別為65%和81%；但在18至29歲的年輕族群中，僅有16%的人會收看电视新聞，是65歲以上族群的1/5。**位在中間值的是新聞網站，最受30至49歲人們的歡迎，比例高達42%，此一年齡區間獲取新聞管道的分布也較平均；18至29歲亦有27%透過網站來獲取新聞資訊。

Television dominates as a news source for older Americans

% of each age group who often get news on each platform

■ TV ■ News website ■ Radio ■ Social media ■ Print newspapers



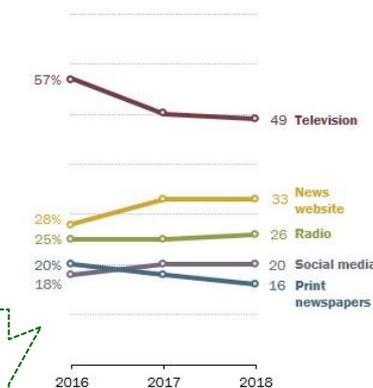
Source: Survey of U.S. adults conducted July 30-Aug. 12, 2018.

PEW RESEARCH CENTER

年齡越高的族群越習慣看电视和報章來獲取新聞資訊，社群媒體則呈現相反趨勢。

More Americans get news often from social media than print newspapers

% of U.S. adults who get news often on each platform



Note: The difference between social media and print newspapers in 2017 was not statistically significant.

Source: Survey conducted July 30-Aug. 12, 2018.

PEW RESEARCH CENTER

以社群媒體（20%）作為新聞管道的比例首次超越了傳統紙媒（16%），彼此之間正拉開差距。



數位匯流與影音潮流正襲捲整個市場，社群平臺Facebook也跟著大規模進軍網路影音業務。根據外媒報導指，**Facebook正計劃進入一個全新領域，即向大量用戶出售HBO等有線電視付費頻道，並希望這些用戶能在自己的軟體和平臺上觀看這些付費頻道。**

根據CNet等多家外媒報導指出，目前Facebook正在與HBO、Showtime和Starz等付費電視頻道，共同討論一項在Facebook上提供網路電視直播頻道服務等項目。訂購這些頻道的消費者，可以透過Facebook在自己的網站或手機上觀看，這種合作模式，可能是通過Facebook上觀看影音Watch這塊業務進行服務，也有可能 Roku TV等其他硬體設備上進行觀看。

由於網路直播電視目前成主流，包括亞馬遜（Amazon）這幾年來一直在做類似的事情，而蘋果（Apple）接下來在明年也會推出相同的服務業務。

對Facebook而言，向用戶銷售內容或其他東西將是一個重大變化，而Facebook一直保持其核心服務的免費化，其幾乎所有收入都依賴網路廣告為主；至於蘋果和亞馬遜這樣的平臺，則是會通常會保留15%~30%的消費者付出購買費用。Facebook的出發點可能是主要是與其讓消費者點擊Facebook以外的廣告或是獲取服務，還不如由Facebook自己來提供一些服務用以增加收入。

[2018/12/15, 蘋果日報]

Sony推出高解析度的串流音樂服務「Mora Qualitas」

全球最大音樂版權人之一SONY日前宣布攜手Rhapsody推出高解析度的串流音樂服務「Mora Qualitas」，正式加入了目前陷入大混戰狀態的日本串流音樂市場。

相對於其它國家，**日本在音樂產業的「消費面」較為特別，是全球少數CD還能蓬勃發展的市場，去（2017）年CD佔當地音樂產業收入的72%，與美國、歐洲乃至其它亞洲國家以串流音樂服務為主的型態差異大，世界其他地區平均僅佔30%，就連第二名的德國（43%）都差了日本一大截。**

全球最大影音平臺YouTube才在上（11）月進軍日本市場，推出串流音樂服務，與蘋果的Apple Music、亞馬遜Prime Music打對臺。日本串流音樂市場競爭者眾，除了三大國際品牌之外，尚有廣受日本使用者歡迎的通訊應用程式LINE所推出的LINE Music虎視眈眈。從數據面來看，根據日本研調公司ICT統計，今（2018）年底日本串流音樂服務訂閱者數可望達到2,020萬人，付費者佔990萬，預估包含免費及付費使用者在內的整體訂閱數可在2020年達到2,270萬人。

目前日本串流音樂服務市佔率由亞馬遜Prime Music奪下第一，再來是蘋果的Apple Music、LINE Music及Spotify，原Google推出的串流服務「Google Play Music」預計將轉移至YouTube最新推出的服務。SONY此次與Rhapsody共同推出的Mora Qualitas首先將為Mac以及PC端提供服務，未來將支援眾多平臺，在SONY手中握有的版權下，應能為原本已經夠激烈的日本串流音樂戰場再添一點看頭。

[2018/12/17, 匯流新聞網]



mora
qualitas



Meda Drive
宏將傳媒



Instagram再改版！傳訊息用「說的」

通訊軟體已經成為我們生活中非常重要的一部份，而在利用這類軟體與人溝通時，相信許多人經常會嫌打字很麻煩，或是想要用「說的」，增加互動的真實性，因而使用語音訊息功能，而現在Instagram也加入這項功能了！只要在Direct裡按下麥克風的圖案，就能輕鬆傳送語音訊息。

透過這次的新功能，用戶將從傳送最長一分鐘的語音訊息，且能夠永久儲存在Direct裡的單一對話框，或是群組當中，與一段時間後會自動消失的Instagram Stories不同。實際使用起來非常直覺，用戶只要長按麥克風圖案，就能錄製語音訊息，放開即可傳送，若是要取消錄音，向左滑動即可。

近期Instagram進行諸多改版，先前該公司就表示將測試新的使用者介面，配置文件、功能按鈕等等都會重新排列，例如個人頭像會從用戶習慣的左上角移置右上角，原本大大的「追蹤中」與「粉絲人數」也將縮小，並改放置到個人資訊欄的下方。而個人資訊欄最下方除了有追蹤按鈕外，過去位於頁面右上角的私訊功能也將在下方成立一個獨立按鍵。

而日前Instagram也表示，官方將利用機器學習技術來辨識出殭屍帳號，看看這些帳號是否有利用不當的自動化系統（例如第三方的機器人程式），「洗讚」、追蹤，甚至留言等，也將能退掉過去這些殭屍帳號所按下的「讚」與「追蹤」。

[2018/12/13, ETtoday]

iOS平臺十大最賺錢App：Netflix拿下第一名

1	Netflix	7.9 億美元
2	騰訊視頻	4.9 億美元
3	Tinder	4.62 億美元
4	愛奇藝	4.2 億美元
5	快手	2.64 億美元
6	YouTube	2.44 億美元
7	Pandora	2.25 億美元
8	優酷	1.92 億美元
9	QQ	1.59 億美元
10	Hulu	1.32 億美元

最賺錢的App你想到誰？《Business Insider》引用知名數據公司Sensor Tower資料，公開2018年至今iOS平臺上最賺錢的App。第一名由Netflix奪下，且領先的收入差距高達3億美元...

從榜單上來看，串流影音平臺佔了多數，可見訂閱制消費走向相當成熟的市場機制，各家品牌都能從中獲利。尤其是願意大手筆砸重金拍攝原創影集的Netflix，錢雖然花得多，但至少與第二名拉開相當的差距。

全球知名交友軟體Tinder向來是榜單常客，比較特別的應該屬快手。以臺灣來說，類型比較相似且具知名度的應該就是抖音，短影音娛樂平臺至今百家爭鳴，願意投注心力的創作者與表演者日益趨增。YouTuber帶起全民觀看YouTube的習慣，但短影音更適合利用零碎通勤移動時間觀賞，在行動裝置上是具有一定的先天優勢。或許可以持續關注，諸如快手、抖音等短影音平臺，如何吸引創作者加入，提升內容品質。

榜單上將近一半是中國品牌，可見大中華地區消費力驚人。不過要注意的是，因應作業系統的差距，在Android上或許排名會略有不同，這份榜單只計算iPhone與iPad的使用者。

[2018/12/12, 自由時報]

2018年：Google熱搜榜 Google



2018年將進入尾聲，Google今年「臺灣搜尋排行榜」(Year in Search)，帶讀者回顧今年全臺灣最常輸入的搜尋關鍵字與熱門議題為何。從資料中發現，包括2018年舉辦的世界盃足球賽、從中國紅到臺灣的宮鬥劇，以及11月才結束的九合一選舉與公投，所衍伸出的關鍵字都名列前10名，成年度最發燒3大議題。
[2018/12/12, 蘋果日報]

排行	2018年快速竄升關鍵字	2018年快速竄升議題	排行	2018年快速竄升人物	2018年快速竄升政治人物	排行	2018年快速竄升電視劇	2018年快速竄升電影
1	世足賽	世足賽	1	韓國瑜	韓國瑜	1	延禧攻略	與神同行：最終審判
2	延禧攻略	九合一選舉與公投	2	柯文哲	柯文哲	2	如懿傳	復仇者聯盟3：無限之戰
3	地震	地震	3	陳其邁	陳其邁	3	金秘書為何那樣	一級玩家
4	運彩	颱風停班停課	4	王思佳	丁守中	4	扶搖	死侍2
5	中選會	旅行青蛙	5	孫安佐	高嘉瑜	5	溫暖的弦	怪獸與葛林戴華德的罪行
6	如懿傳	亞運	6	丁守中	吳嘉洋	6	女兵日記	黑豹
7	公投	中華電信499	7	大谷翔平	姚文智	7	花遊記	角頭2：王者再起
8	韓國瑜	台中花博	8	李小璐	吳音寧	8	我的ID是江南美人	侏羅紀世界：殞落國度
9	愛爾達	蜂蜜檸檬	9	江俊翰	盧秀燕	9	終極一班5	一個巨星的誕生
10	開票	普悠瑪翻車	10	范冰冰	蔣月惠	10	1006的房客	猛毒

2018年：Yahoo十大新聞事件、新聞人物、娛樂名人

Yahoo奇摩日前公佈2018年跨裝置年度十大排行榜，包括「十大新聞事件」與「十大娛樂名人」等等。國內外政治議題持續發酵，從中美貿易戰到年底九合一大選合併公投，持續推升網友熱搜牽動民生政策的相關新聞。2018年超夯宮鬥劇再掀追劇潮，捧紅劇中演員，臺日娛樂圈大咖引退也成網友熱門話題與關注焦點！
[2018/12/06, 奇摩新聞]

【2018年十大新聞事件】

1	九合一選舉開票 歷經11小時史上最長
2	當選臺大校長 教育部拔「管」惹議
3	普悠瑪翻覆釀18死，再現臺鐵人力困境
4	花蓮強震4棟樓傾倒 17人罹難300人受傷
5	深澳電廠爭議不斷 10月宣布停建
6	新《勞基法》上路 12行業可連上12天班
7	北農連休引發菜價之亂 總經理「250萬實習生」吳音寧惹議
8	中美貿易戰火蔓延 經濟史上規模最大貿易戰啟動
9	三個月內3國與我斷交 邦交國總數降為17
10	南北韓熱線破冰 文金會簽署和平宣言

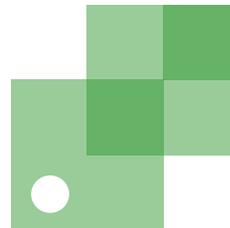
【2018年十大娛樂名人】

1	吳謹言 - 沉寂8年 靠延禧攻略一朝走紅
2	范冰冰 - 陰陽合同曝光 逃稅風暴挨重罰
3	張鈞甯 - 戲紅人氣旺 遭爆導演男友偷吃
4	費玉清 - 巡演後封麥 告別46年藝界人生
5	狄鶯 - 赴美救兒成功 煎熬8個月淚灑法庭
6	傅達仁 - 催生安樂善終 瑞士走完人生路
7	白家綺 - 挺孕肚再婚 甜蜜報雙喜
8	朴敘俊 - 金秘書CP 愛得火熱 戲外爆秘戀
9	馬如風 - 憨厚爽朗形象 鄰家阿伯人生謝幕
10	安室奈美惠 - 平成歌姬退休 華麗轉身享受平凡

註：【2018年十大新聞事件】排行榜係為2018年1月1日至11月30日關鍵字搜尋量、網友票選和Yahoo奇摩新聞編輯精選綜合加權排行；【2018年十大娛樂名人】排行榜為2018年1月1日至11月30日關鍵字搜尋量及編輯投票綜合加權排行。

Media
trend

國際視野



Facebook如何適應數位影音的浪潮？

全球超過4億人使用
Facebook Watch

自Facebook Watch推出大約三個月後，Facebook報告指出全球每個月有超過4億的用戶使用這項影音服務，但此數據包含每個月使用時間少於1分鐘的用戶，而這些用戶也僅占我們預期到2018年底仍會使用Facebook的16.4億潛在用戶中的一小部分。

到底是什麼因素影響了收視呢？

根據The Diffusion Group (TDG) 2018年第二季的調查顯示，2017年8月以來，有一半的美國網路用戶從未聽說過Facebook Watch。大約四分之一的人聽說過，但從未使用過這項服務。

節目編排可能是原因之一。雖然「緋紅女巫」伊莉莎白歐森主演的美劇《Sorry for Your Loss》在首映會上引起很多注目，但談起延續性的成功案例，卻少之又少。像是先前潔達蘋姬史密斯 (Jada Pinkett Smith) 登上的談話性節目《Red Table Talk》就有持續的發酵。截至去年12月，《Red Table Talk》在Facebook上擁有430萬粉絲，而最受歡迎的一集吸引了2,980萬觀看次數。(最近一集於12月10日發布，有410萬次觀看)。

Facebook試圖在開發中的國家推廣更多影音服務，而這些消費者可以免費訂閱或是花少數的錢來購買Facebook Watch服務；此外順帶一提，Netflix的數位影音服務也是從免費訂閱開始的。而更重要的是，Facebook Watch將會在Facebook Lite上推出，而這款應用程式除了能適應較弱的網路環境，在低階手機上運行上也不會卡，非常的節省流量，表示未來網路頻寬與行動裝置的使用壽命不再是阻礙。

Facebook Watch會是新的YouTube或Netflix嗎？

原先Facebook Watch首次在美國推出時，是以創作者為主導的內容模式，類似YouTube。當Facebook開始投資更高品質的情境節目時，開始變得更像Netflix和Hulu。而現在隨著非獨家的影音庫存越來越多，像是《Sorry for Your Buffy the Vampire Slayer》和《Angel》等等，都一再地顯示Facebook的認真經營。

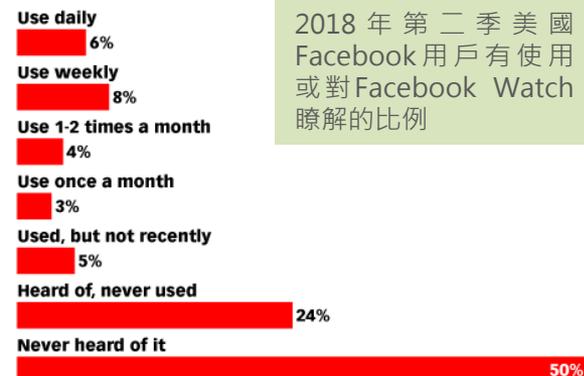
Facebook Watch在數位影音生態系統中的地位可能是獨一無二的。Facebook在2018年多次涉足影音領域，未來這些數據資料或是相關功能將與原先的社交網站有所區分。其中一個例子是Facebook的Watch Party功能，它允許Facebook的社團成員在觀看影音時能互相交流。這樣的互動模式是否推廣到Facebook Watch還有待觀察。

*Facebook Watch Party 這個新功能跟直播影片類似，只是把團體觀看一部影片，並一起互動的概念，帶到所有的Facebook公開影片上，並讓擁有相同興趣的社團成員一同在網路上觀賞影片。

[資料來源：<https://www.bnext.com.tw/article/50011/facebook-launches-watch-party-in-groups>]

Usage and Awareness of Facebook Watch Among US Facebook Users, Q2 2018

% of respondents



2018年第二季美國Facebook用戶有使用或對Facebook Watch瞭解的比例

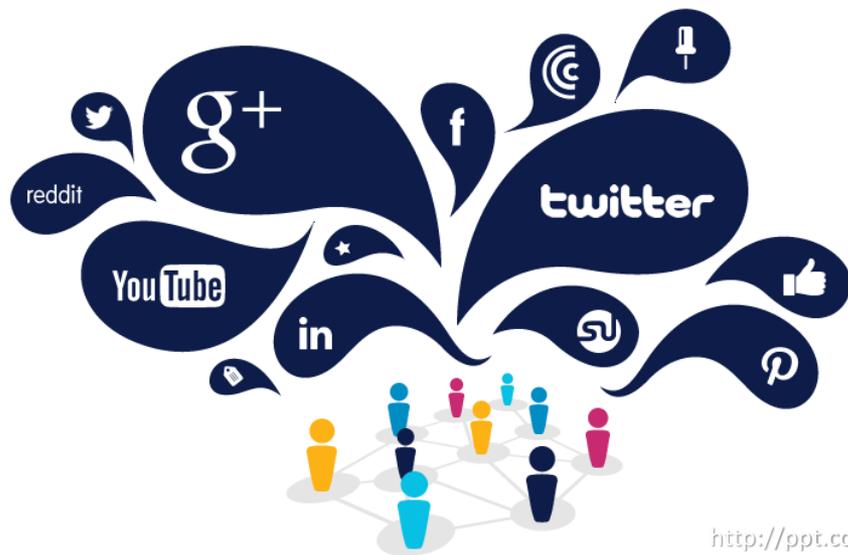
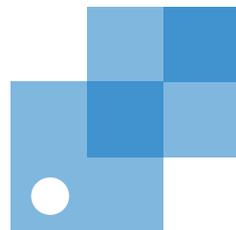
Note: n=1,632 ages 18+
Source: The Diffusion Group (TDG), "Benchmarking the Connected Consumer, 2018" as cited in press release, Aug 21, 2018

243374

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



日本科技公司Showcase Gig與房地產開發商 Mori Trust合作，將在東京城山Trust Tower 1樓咖啡廳推出新服務。民眾可利用手機點餐、付款，隨後由機器人將咖啡送至店內座位或辦公室門口，以利降低排隊人潮。

該服務結合美國新創公司 Savioke 所開發的外送機器人「Relay」，以及 Showcase Gig研發的行動點餐平臺「O:der」，將從2019年1月7日起至同年6月底，在Café Deli GGCo.進行實測。

這臺「Relay」藉由感測器繪製地圖具備自動行走功能，還可迴避障礙物，甚至自己搭電梯在樓層間移動。至於「O:der」則可利用手機進行點餐和付款。

在上述兩工具的合作下，消費者首先須下載iOS或 Android 系統之專用App「O:der」，並選擇店家。接著，利用App掃描店內座位或已登錄外送辦公室的QR Code後，就可以指定商品和數量，同時完成付款。

爾後，店員將會把製作好的咖啡放進機器人的置物箱中，機器人就會自動行走至指定座位或辦公室門口。此時，消費者只要於機器人的觸控螢幕上，輸入密碼就能拿取商品。

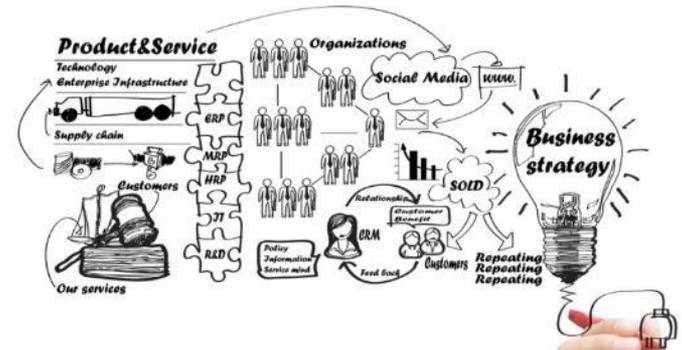
該實測主要想藉由「O:der」與「Relay」之利，削減店員點餐、送餐的作業內容，驗證此服務對使用者的方便性和高樓層的外送需求，以及店鋪的營運效率和商業性，同時可望降低店內排隊人潮和增加翻桌率。



▲動動手指機器人送咖啡到門口

Project

專案介紹



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



第16季SBL超級籃球聯賽
廣告贊助專案



轉播單位: **wintv** 合作銷售單位: **ELEVEN SPORTS**

賽事冠名

天空標

香港南華	VS	臺灣銀行
34	得分	33
13-37	投籃	12-37
3-8	罰球	2-5
22	籃板	18
10	助攻	11

2018 DLIVE 夏季籃球聯賽

參考示意圖

16th SBL超級籃球聯賽

賽程安排

轉播場次: 週二-週日
 例行賽(126場): 2018.11.17-2019.4.7
 季後賽(22場): 2019.4.13-2019.4.30
 總冠軍賽(7場): 2019.5.4-2019.5.14
 總計155場(至少143場)

播出頻道: WINTV

比賽時間:
 週二-周五 18:00/20:00
 週六-周日 14:00/16:00/17:00/18:00/19:00
 總冠軍 19:00

*依頻道實際排播為主



賽事轉場

轉場關鍵球



參考示意圖

宣傳promo

+5" 贊助卡



賽事宣傳Promo+5秒贊助卡

參考示意圖

進出口卡

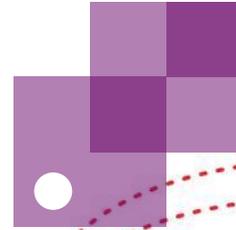
5+5"



參考示意圖

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	5.12
2	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	4.35
3	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.95
4	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.14
5	航海王24	TTV	卡通影片	1.86
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.79
7	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.75
8	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.50
9	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	競賽綜藝	1.24
10	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	1.13
11	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.13
12	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.05
13	綜藝新時代WIWI發熱衣	FTV	娛樂綜藝	1.03
14	雙城故事Footer除臭襪	FTV	國語連續劇	0.99
15	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95
16	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	0.94
17	1300大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	0.93
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.90
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.89
20	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.88

有線/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦三洋磁磚	SANLI	閩南語連續劇	3.59
2	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	3.08
3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	2.69
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.34
5	戲說臺灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.70
6	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.54
7	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.45
8	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.38
9	戲說臺灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.35
10	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	1.29
11	新神秘52區之神算新局	CTiN	新聞性質節目	1.28
12	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.16
13	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.14
14	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.14
15	寶島神很大甘味人生立明亮	SANLI	知識資訊節目	1.13
16	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.13
17	在臺灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.12
18	草地狀元甘味人生立明亮	SANLI	知識資訊節目	1.12
19	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.11
20	新聞龍捲風	CTiN	新聞性質節目	1.07

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	航海王24	TTV	卡通影片	2.26
2	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	1.89
3	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	1.68
4	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.45
5	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.28
6	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.22
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.21
8	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.99
9	種菜女神生活飲料	TTV	國語連續劇	0.94
10	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	0.82

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.20
2	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	2.93
3	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	2.79
4	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.46
5	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.46
6	航海王24	TTV	卡通影片	1.37
7	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	競賽綜藝	1.30
8	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	1.26
9	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.16
10	綜藝新時代WIWI發熱衣	FTV	娛樂綜藝	1.05

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	3.79
2	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.28
3	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	3.23
4	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.05
5	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.94
6	航海王24	TTV	卡通影片	1.79
7	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	競賽綜藝	1.69
8	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.29
9	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	1.21
10	綜藝新時代WIWI發熱衣	FTV	娛樂綜藝	1.18

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	8.75
2	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	娛樂綜藝	6.94
3	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.29
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	3.26
5	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.43
6	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	2.09
7	1300大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	2.07
8	航海王24	TTV	卡通影片	1.96
9	雙城故事Footer除臭襪	FTV	國語連續劇	1.76
10	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.70

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	金家好媳婦三洋磁磚	SANLI	閩南語連續劇	2.13
2	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	1.76
3	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.33
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.26
5	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.22
6	航海王	*SCC	卡通影片	1.15
7	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.11
8	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.00
9	TikTok短影音AP新北市2018	TVBSG	特別節目	1.00
10	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	0.89

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦三洋磁磚	SANLI	閩南語連續劇	2.81
2	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	2.35
3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	1.87
4	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.62
5	2215白鸞鸞的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.57
6	在臺灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.36
7	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.25
8	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.24
9	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.22
10	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.18

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦三洋磁磚	SANLI	閩南語連續劇	3.06
2	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	2.65
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.10
4	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	1.62
5	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.54
6	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.48
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.35
8	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	1.30
9	在臺灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.28
10	寶島神很大甘味人生立明亮	SANLI	知識資訊節目	1.15

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦三洋磁磚	SANLI	閩南語連續劇	5.05
2	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	4.90
3	金家好媳婦喉立爽喉軟糖	SANLI	閩南語連續劇	4.55
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.45
5	戲說臺灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	3.09
6	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	3.09
7	戲說臺灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	2.53
8	新神秘52區之神算新局	CTiN	新聞性質節目	2.26
9	新聞龍捲風	CTiN	新聞性質節目	2.04
10	臺灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	1.85

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	0.62	0.31	0.28	0.40	1.10
TTV/台視	0.61	0.43	0.41	0.46	0.91
FTV/民視	0.39	0.11	0.18	0.20	0.76
CTS/華視	0.22	0.14	0.12	0.20	0.30

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	0.65	0.16	0.20	0.41	1.30
TVBSN/TVBS新聞台	0.43	0.14	0.23	0.48	0.65
SETN/三立新聞	0.40	0.09	0.13	0.30	0.76
ET-N/東森新聞	0.39	0.13	0.17	0.36	0.66
FTVN/民視新聞	0.38	0.05	0.14	0.24	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.06	0.06	0.14	0.46
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.03	0.12	0.27
NTVN/壹新聞	0.13	0.05	0.06	0.15	0.21
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.04	0.04	0.14	0.22

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	5.12
2	金家好媳婦三洋磁磚	SANLI	3.59
3	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	SANLI	3.08
4	戲說臺灣聿健蝦紅素	SANLI	1.70
5	女兵日記女力報到	TVBSG	1.38
6	戲說臺灣假日完整版聿健蝦	SANLI	1.35
7	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	1.29
8	如懿傳	*SCC	1.14
9	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	1.13
10	1900親家	SANLI	1.13

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾額溫機	FTV	4.35
2	臺灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.95
3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	2.69
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.34
5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	CTV	2.14
6	愛妮雅舞力全開	FTV	1.79
7	OPPO R17Pro飢餓遊戲	CTV	1.75
8	綜藝玩很大	SL2	1.45
9	綜藝3國智高島愛舒服臀感	TTV	1.24
10	歡樂智多星	*SCC	1.16

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	1.54
2	新神秘52區之神算新局	CTiN	1.28
3	新聞龍捲風	CTiN	1.07
4	臺灣大搜索	CTiN	0.99
5	臺灣1001個故事	ET-N	0.93
6	關鍵時刻	ET-N	0.76
7	少康戰情室	TVBS	0.76
8	文茜的世界財經周報	CTiN	0.75
9	文茜的世界周報	CTiN	0.75
10	政經看民視	FTVN	0.74

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	英才基金會大陸尋奇	CTV	1.50
2	青春好7淘	SANLI	1.14
3	型男大主廚十全味噌	SL2	0.63
4	旅行應援團	*SCC	0.44
5	一起輕旅行	EFNC	0.38
6	直18 19NBA勇VS國	VLSPT	0.38
7	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.38
8	非凡大探索	UBN	0.37
9	愛玩客	SL2	0.36
10	閨蜜愛旅行	ETTV	0.34

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

