

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1902
01.07-01.13





本期摘要

媒體放大鏡 NCC加速有線電視全面HD化

國際視野 美國2019年的社群媒體趨勢

科技瞭望 IKEA推智慧窗簾『靠一張嘴』控制陽光

專案介紹 中天『我想和你唱3』節目冠名專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡





NCC加速有線電視全面HD化

NCC決定加速全台有線電視基本頻道全面高畫質(HD)化時程!NCC副主委兼發言人翁柏宗9日表示,2019年第1季預估有線電視基本頻道全面HD化、約有19家系統台可以達陣,第2季約12家,其餘都必須在2019年年底之前達成全部高畫質播送基本頻道節目。

翁柏宗說,凱擘承諾3月之前所有系統台的基本頻道全面提供HD節目,中嘉則承諾6月前,NCC希望台灣寬頻(TBC)及台數科也可以以6月達陣為目標。至於頻道商全面製播及提供HD高畫質頻道節目,也必須在2019年年底之前完成,宗教台及財經台也不能排除。翁柏宗指出,雖然部份境外頻道總公司設在新加坡等國外,節目訊號必須透過衛星上下鏈傳送,全面傳送HD節目將增加許多成本,但多家境外頻道商都表示可以配合台灣政策。

NCC強調,有線電視系統台及頻道全面HD化政策,主要鎖定基本頻道,NCC未來會以評鑑及換照等政策工具,督促業者加速HD化時程。有線電視系統台已陸續提報「播送全部高畫質基本頻道期程計畫」。

NCC強調,有線電視系統之基本頻道應於2019年年底前全部以高畫質播出,主要希望藉此將有線電視打造成為高畫質(HD)視訊平台,帶動高畫質節目內容產製及多元加值服務。另外,國際上日漸受到重視的4K高畫質節目轉播,台灣也有國家級4K節目產製計畫,NCC表示,未來將持續規畫逐步推動有線電視4K高畫質節目播送計畫,讓4K節目內容有播出的管道。

國內現有65個有線電視系統台,其中,凱擘全台擁有12家系統台、中嘉11家、台灣寬頻4家、台灣大旗下台固媒體5家、台數科6家,其它獨立系統共27家,全台目前共有511萬收視戶。
[2019/01/09,中時電子報]

IG多帳號發文功能上線 省時又省力

Instagram官方已經確認,率先針對iOS平台的使用者推出多帳號同時發文的功能,對於有將同一貼文發表在不同Instagram帳號中的使用者來說,可以省下一些工作時間。

《TechCrunch》報導,原先僅專注於相片分享社群的Instagram,已逐漸進化。近期,他們作出的一項改變就是先針對iOS平台推出多帳號發文功能。顧名思義,這項功能讓多個Instagram帳號的管理者,可以在發文的同時,在同一流程中決定是否要將某一篇貼文同時發表在其他Instagram帳號之中(並且將同時關閉發表在其他社群平台的功能,因為不確定要以哪一個Instagram帳號來發文),能有效降低手動切換帳號、重覆貼文並發文的程序。



Instagram的每月活躍用戶已突破10億大關,在開放商用帳號之後,也逐漸培養出不同於Facebook、專屬於Instagram的龐大廣告、行銷生態。如果多帳號發文功能未來IG小編廣而利用,如此一來,不同帳號的追蹤者就更有機會看見重覆的貼文內容,對於平台生態來說,並不一定有所幫助,因為各IG帳號的追蹤者喜好、族群特性可能有所不同。因此,多帳號發文工具一推出,雖然看似有益,仍需要妥善使用。當然,相信Instagram小編也不會濫用這項工具,以免不小心就讓發文品質下滑太多,或因為重覆性高而消磨了粉絲的耐心與喜愛。
[2019/01/11,中時電子報]



長年提供電影相關資訊的網路電影資料庫IMDb，也宣布推出影音串流服務「Freedive」，讓使用者在廣告安插的情況下，免費觀看平台上的電視影集與電影。

Freedive的影片內容將包含美國電視頻道CBS、NBCUniversal Television、電影製作公司Sony Pictures Entertainment / Columbia Pictures、華納兄弟等。此服務會先在美國上線，目前影片資料庫還不如其他服務豐富，只提供130部電影與29部電視影集。因為美國電商亞馬遜是IMDb母公司，新服務Freedive將直接支援亞馬遜帳號使用者與亞馬遜Fire TV用戶，他們不需要另外創辦帳號，就能開始觀看IMDb的影音內容。有IMDb App的使用者，能直接在App使用Freedive觀看電影或電視內容，不需再下載另一個獨立App。IMDb表示，會持續根據用戶回饋增加 Freedive 的功能與影音內容，更打算未來推出至其他國際市場。

有報導指出，亞馬遜瞄準每年700億美元的電視廣告市場利潤，預計今年推出廣告安插的免費影音服務，IMDb的Freedive就像這個策略的產物，透過IMDb過去既有的名聲與用戶數量，切入這個市場。

Freedive即將面臨的市場競爭者，包含零售業Walmart的Vudu、Tubi及YouTube 近期推出的Free to Watch。根據IMDb表示，網站每月全球造訪用戶數超過2.5億人。

[2019/01/14, TechNews]

2018年Spotify最夯的健身歌曲及運動新趨勢

2018年全球最熱門的健身歌曲是Eminem的Till I Collapse，或許因為其歌詞鼓舞人心，這首歌已連續3年出現在排行榜，成為跑步或飛輪課程的熱門歌，同時也是男性健身歌單的榜首。女性的健身首選歌曲則是Mark Ronson和Bruno Mars的Uptown Funk。說到女性族群，我們也觀察到超過30歲的女性比男性更常使用Spotify聽健身主題的歌曲。另外，台灣地區去年最熱門的健身主題歌由Ed Sheeran的Shape of You奪冠。

根據2018年Spotify的觀察，冷療主題歌單正快速成長，可見全球愈來愈多人迷上冷療 (Cryotherapy / ice bath) ——全身暴露在超低溫環境下以修復身體的療法。猜猜看冷療主題歌單中的熱門歌是什麼？是洗腦神曲Ice Ice Baby (Vanilla Ice)！我們也發現有氧運動東山再起了，有氧運動主題音樂進入今年Spotify健身運動趨勢成長前五名。

以全球健身主題音樂的總串流量判斷，芬蘭榮登「最好動」的國家；瑞典則因為最常播放瑜伽音樂，顯示瑞典人可能較常放鬆及冥想，被譽為「最禪」的國家。

[2019/01/09, TechNews]

喜愛健身主題音樂的聽眾族群排行：

- ① 35-44 歲的女性
- ② 45-54 歲的女性
- ③ 30-34 歲的女性
- ④ 30-34 歲的男性
- ⑤ 35-44 歲的男性

最熱門的健身歌曲如下：

- ① 13-34歲聽眾：Till I Collapse(Eminem)
- ② 35-54歲聽眾：Eye of the Tiger(Survivor)
- ③ 55歲以上的聽眾：All About That Bass(Meghan Trainor)

2018年健身類歌單最活躍的月份：7月

2018年健身類歌單最不活躍的月份：11月

2018年健身運動趨勢成長排行：

- ① 冷療
- ② 間歇性訓練
- ③ 瑜伽
- ④ 跳繩
- ⑤ 有氧運動

根據《The Information》的報導，亞馬遜正籌備推出遊戲串流的服務。簡單來說就是遊戲版本的 Netflix，玩家不用下載、不用買實體光碟片，透過雲端就能直接玩遊戲。據傳此服務最快在 2020 年就會上線。

亞馬遜想要推出的遊戲串流服務並不是直播——畢竟他們已經擁有世界上最大的遊戲直播平台 Twitch。而是讓遊戲直接跑在雲端上，玩家能夠直接免去任何的下載流程，直接遊玩。除了擁有自己的遊戲工作室亞馬遜 Game Studio 外，在 2014 年就曾嘗試混合雲端的遊戲運作方式，當年的《Unmaking》展示影片中，玩家操作的武器運行平板端，其他部分則運作在外部的雲端伺服器。因為當時平板的效能並不足以運行該款遊戲，透過混合雲端的方式能夠有效降低延遲。

微軟的 xCloud 雲端遊戲服務在 2018 年的 E3 展上發表，讓用戶能夠在遊戲主機、電腦或行動裝置上享受 Xbox 遊戲；Google 的「Project Stream」更是讓用戶能夠在 Chrome 瀏覽器上玩到高階的遊戲，如《刺客教條：奧德賽》。除了雲端服務供應商之外，遊戲硬體廠商也動作不斷，除了 Sony 已經有運行已久的 PlayStation Now 提供遊戲串流的服務，其他如 Nvidia 的 GeForce Now，甚至是任天堂的 Switch 也都陸續跟上。

亞馬遜做遊戲串流、雲端遊戲還有一個額外的優勢，雲端遊戲需要極強的基礎建設，遍佈越廣、越密集的基礎建設能夠提供更優質、延遲更少的服務，這對遊戲體驗來說至關重要。現在，誰能比亞馬遜做得更好？

[2019/01/11, 數位時代]

2019 年全球遊戲市場規模將達 1,500 億美元

2019 年新歲之際，資料分析公司 Newzoo 發表全球遊戲市場預測報告。2019 年，全球遊戲市場規模將達 1,500 億美元；也預測了全球遊戲市場、行動與電競領域的未來發展趨勢共 12 項商業活動。

[2019/01/09, TechNews]

預測一：Epic Games 或許會推出自家行動版遊戲商店：Epic Games 想與 Steam 在 PC 遊戲配置展開競爭的意圖已非常明確；透過《要塞英雄》的成功，Epic Games 已證明自己能發行玩家規模龐大的行動遊戲，也正為手機和 PC 跨平台開發構建一系列工具。**預測二：手遊將更具沉浸感、競技性：**智慧手機已變得太大強，足以媲美某些電腦的處理能力。預計到 2019 年，沉浸式和競技性手遊將更普遍。這類遊戲在印度、東南亞等新興市場仍受歡迎，西方發行商也繼續將知名 IP 系列遊戲移植到行動平台。

預測三：5G 或許不會到來：4G 和 5G 的切換應是循序漸進，畢竟 5G 需要幾年的基礎設施投資和技術突破，才能廣泛應用。三星、Google、Oppo、華為和其他公司已確認 2019 年推出支援 5G 的智慧手機，但多數消費者不會馬上升級。此外，蘋果至少要到 2020 年才會為 iPhone 手機增加 5G 技術。

預測四：蘋果進軍串流媒體：迪士尼旗下串流媒體平台 Disney+ 將包括 Netflix、Amazon Prime、Hulu、HBO NOW 等眾多串流媒體大牌加盟。新的一年蘋果會推出類似串流媒體服務。Newzoo 指出，蘋果已提供音樂 (Apple Music)、支付 (Apple Pay) 和雲端儲存 (iCloud) 服務，影片將是它的下一步。



Games

1. The Market Will Continue to Grow
2. A Relatively Quiet Year for Sony and Microsoft
3. PC's Store Wars Will Heat Up
4. China's Regulations Will Change Developers' Strategies at Home and Abroad



Esports

1. Premium Passes Become More Popular
2. More Esports Athletes Featured in Brands' Marketing Campaigns
3. Esports Venues on the Up
4. Southeast Asia's Esports Scene Continues to Take Off



Mobile

1. Epic Will Expand its Store to Mobile
2. More Immersive and Competitive Games on Mobile
3. 2019: Not the Year of 5G
4. Apple Will Enter the Video-Streaming Space





美研究：65歲以上最會分享假新聞

網路普及、人手一機的時代裡，假新聞、假消息可能小到讓你不敢吃柿子配優酪乳，也可能大到干預民主選舉的結果，近日一項美國調查指出，65歲以上的人分享了最多的假新聞。

根據紐約和普林斯頓大學研究人員的一項研究，在美國，年長的人在Facebook上分享假新聞的可能性更大，且教育程度、性別、種族、收入等因素都沒有「年齡」的影響來得更大。

此次的研究報告發表在Science Advances上，研究人員在2016美國總統大選後展開調查，收集共2,711位Facebook使用者的資料。研究結果顯示老人與保守派分享假新聞、假消息的次數最多，是年輕人、溫和派、自由派的7倍之多。研究報告還指出，有18%支持共和黨的使用者分享了假新聞網站的連結，相比之下，僅有4%支持民主黨的使用者分享了假新聞的連結，而2016美國總統大選由共和黨的川普獲勝。

研究人員針對研究結果指出，這可能是由於老年人接觸網路的時間較晚且經驗少，也就是缺乏「數位素養」，沒有辨別資訊正確性的能力，且年紀也會對腦部認知功能造成影響。

科技網站THE VERGE指出，這項「老年人更有可能分享假新聞」的發現，可以幫助社群媒體使用者以及平台設計者更有效地從中干預，以防這些人被假新聞與假消息與誤導。

[2019/01/10, 匯流新聞網]

你用了嗎？行動支付使用過半LINE Pay稱冠

資策會產業情報研究所 (MIC) 進行「行動支付大調查」，發現臺灣網友2018年最常使用的行動支付，前五名依序為「LINE Pay (22.3%)」、「Apple Pay (19.9%)」、「街口支付 (19.7%)」、「Google Pay (9.1%)」與「台灣Pay/台灣行動支付 (4.7%)」。

調查結果顯示，2017與2018年行動支付發展較快的五大使用場域，包含「便利超商 (75.6%)」、「量販店 (42.5%)」、「超級市場 (40.1%)」、「百貨/購物中心 (36.4%)」與「連鎖餐飲 (33.3%)」，其中便利超商成長最快速，相較2017年成長13.3%。

2018年有五大高潛力場域拓展狀況值得關注，包含「網路商店 (36.2%)」、「連鎖商店 (22.8%)」、「交通運輸 (22.3%)」、「繳費 (17.2%)」與「虛擬商品服務，如貼圖、App內消費、虛寶等 (11.8%)」，其中有兩個場域成長潛力很高，網路商店滲透率便相較2017年成長16.4%，交通運輸成長8.4%。

根據調查，2018年行動支付普及率已達50.3%，相較於2017年39.7%有顯著提升。進一步觀測用戶年齡層變化，可發現2018年行動支付明顯擴散至更多學生、社會新鮮人與年長者族群。從整體年齡層來看，2017年僅26至55歲用戶普及率超過4成，且不同年齡層中唯有26至35歲用戶普及率達5成；然而2018年全年齡層用戶普及率都已超過4成，且18至45歲的年輕、青壯年用戶普及率超過6成。

值得注意的是，2018年有更多行動支付用戶願意嘗試新方案，2018年使用1至3款的用戶有88.1%，雖然偏高，但已相較2017年94.4%占比，微幅下降6.3%，胡自立分析，主要是2018年有更多新進業者搭配優惠活動推出自有方案，同時也擴大可用商店通路與增加應用情境，帶動用戶願意同時使用更多款。

[2019/01/09, 匯流新聞網]

Media
trend

國際視野





2018年對於社群媒體來說是非常動蕩的一年，我們相信接下來的一年也會有更多的變化，尤其是Facebook。以下是我們將在2019年持續關注的內容：

Facebook會發生什麼事？

即便有越來越多的跡象顯示，Facebook在美國有使用率及參與率上的問題，行銷人員仍會繼續投放廣告。然而，今年美國用戶在全球Facebook的佔比僅10%，而其他市場（如亞太地區）的用戶數仍在成長。

Instagram和Snapchat會如何發展？

我們認為Instagram今年會經歷一些成長上的挫折。它將譴責它的母公司Facebook，因為我們預測去年針對Facebook的個資使用及隱私方面的問題將擴大至Instagram。Snapchat則會在美國持續遇到使用率上的挑戰，但會透過提高每位用戶的平均廣告收入（AARPU）來彌補（部分）這些挑戰。

Stories（限時動態）真的會取代Feed（動態時報）嗎？

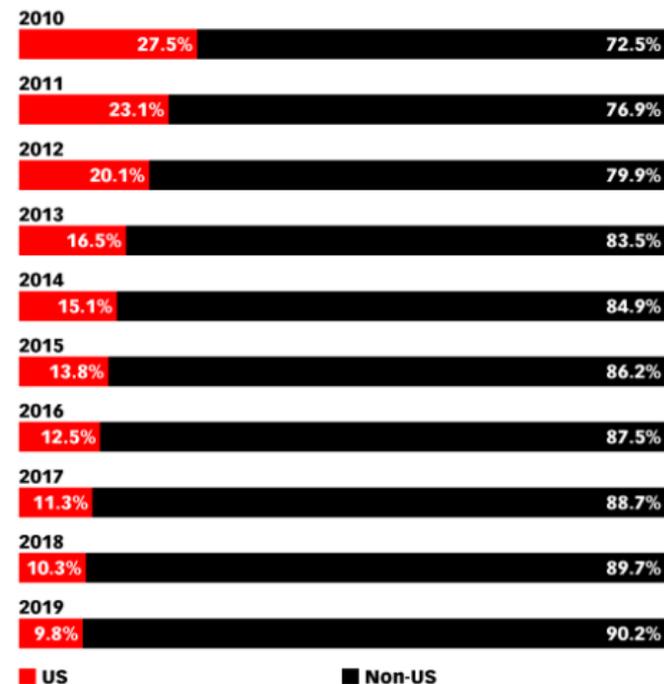
我們預測在數位媒體方面，限時動態和垂直式影音將會有強勢的成長，不可避免的，這將會引發動態時報及限時動態之間的動盪，同時也會引發對限時動態效益問題的質疑。Facebook在未來將會努力向用戶和廣告主推廣新的格式，但動態時報仍會是用戶主要使用的格式。

社群購物、社群影音及社群意見領袖行銷等熱門議題會發生什麼事？

我們預測社群購物會是未來的趨勢，社群影音則會迎接新一年的挑戰，意見領袖行銷的焦點則會從名人或大型網紅轉移到追隨者較少的微網紅。

What Percentage of Facebook Users Are in the US?

% of total, 2010-2019



Note: internet users of any age who use Facebook via any device at least once per month
Source: eMarketer, Nov 2018

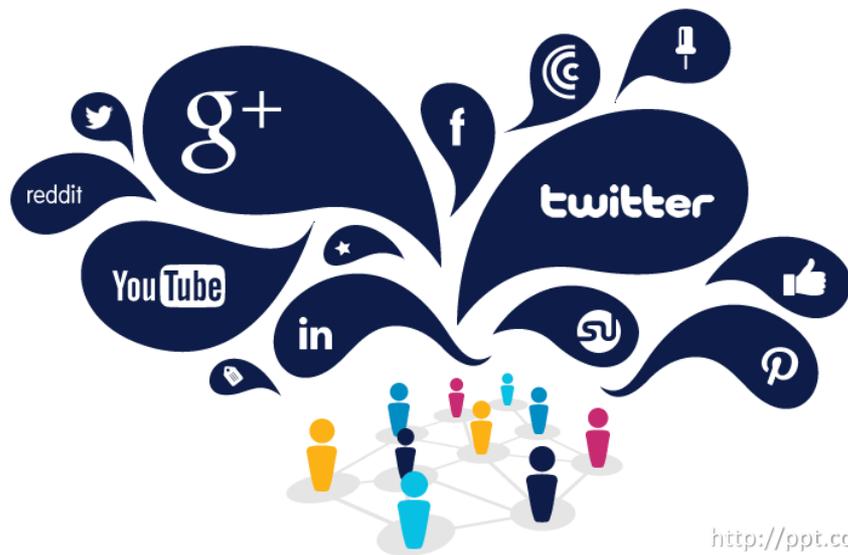
243992

www.eMarketer.com

▲ 2010-2019年全球Facebook用戶的美國占比變化

New
Idea

科技瞭望



現今的家具已越來越智慧，IKEA日前推出了2款「智慧窗簾」，這2款可連網的捲動式窗簾可讓使用者「靠一張嘴」來決定客廳或臥室要陽光多一點還是陰影多一些。

IKEA進軍智慧家具領域的野心已越來越明顯，根據Zatz Not Funny報導，**IKEA新推出的2款智慧窗簾Kadriļj、Fyrtur不但定價低廉，還有連網控制功能，最重要的是可以與亞馬遜的Alexa、Google的Assistant以及蘋果HomeKit相互搭配，這意味著使用者可望透過口頭命令方式遙控窗簾控制家內的陽光。**

2款窗簾皆附贈遙控器，並且與IKEA的Tradfri、智慧插頭兼容，使用相同的應用程式TRÅDFRI。Kadriļj是一款半透明的捲動式窗簾，售價為99歐元起；Fyrtur則是不透明的捲動式窗簾，售價自119歐元起。

2015年IKEA進入智慧家居市場，推出一系列具有連線功能的家具和配件，當時這還不是那麼火熱的話題，智慧助理喇叭如亞馬遜（Amazon）搭載Alexa的Echo系列產品、Google搭載Google Assistant的Google Home亦尚未普及，就連蘋果搭載了Siri的HomePod也是近來才問世。

IKEA先前推出的智慧燈泡TRÅDFRI系列產品可轉換共20種不同色調的燈光，支援蘋果Siri、亞馬遜Alexa以及Google Assistant，並自2017年8月起獲得蘋果HomeKit支援。

去年12月IKEA更攜手中國的小米，宣布全系列的智慧照明產品都將接入米家的IoT平台，這意味著使用者們將可透過小米的智慧語音助理「小愛同學」幫忙開、關燈或調整智慧燈具的亮度。

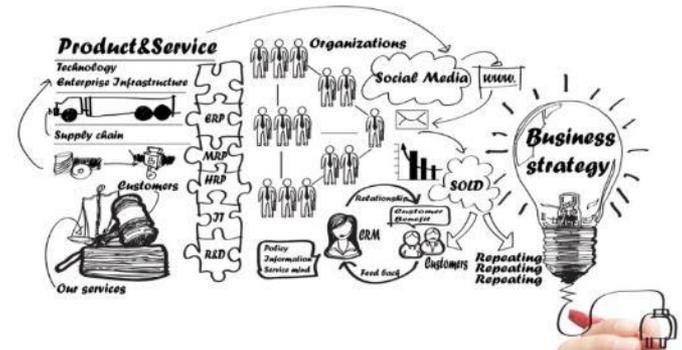
小米已經在IoT戰場上取得一席之地，該公司智慧居家裝置繁多，應用場景與三星（Samsung）的SmartThings不分軒輊，因此IKEA選擇小米做為合作夥伴被外界視為合理選擇，雙方的合作預計可提高全球智慧居家應用的普及度。



▲IKEA新推出的2款智慧窗簾Kadriļj，可望透過口頭命令方式遙控窗簾控制家內的陽光

Project

專案介紹



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



《我想和你唱3》全新一季 強勢回歸！

受眾全年齡覆蓋的全民音樂互動節目

《我想和你唱》不是年輕人的娛樂活動，也不是專業人士的小眾狂歡，而是全人民的視聽音樂享受。從節目12期邀請的嘉賓名單上來看，受眾不僅針對80、90後，就連70、00後也是節目的覆蓋物件，而且每位嘉賓歌曲的傳唱度都極高，可謂是貫穿大街小巷、男女老少。有一直陪伴著80、90後整個青春的金曲歌王、歌后：蔡依林、莫文蔚、王力宏、田馥甄、張傑、李健、梁靜茹、林俊傑等；以及深受90、00後喜愛的王源、華晨宇、吳亦凡等年輕偶像，可以說每期節目裡嘉賓與素人合唱的歌曲總能喚起觀眾想要大合唱的衝動。



2

星素合唱新玩法 舞臺變身歡樂KTV

★《我想和你唱》是星素融合裡“最具新鮮感”的玩法！★

《我想和你唱3》雖與其它星素節目一樣，節目環節都是固定模式，但“不同偶像+流動素人”的嘉賓組成模式，卻是《我想和你唱3》與其它音樂類星素結合節目的不同之處，也是節目帶給觀眾“新鮮感”的主要來源。《我想和你唱3》每期用不同嘉賓帶來的歌曲與不同素人間互相碰撞，上演著不同的音樂故事。

★台灣熟悉知名歌手 話題及可看性十足★

《我想和你唱3》歌手的名單12位歌手中一半是金曲獎常客，有三位曾獲得華語樂壇最高音樂獎項“金曲獎”的肯定。王力宏、莫文蔚甚至還二度封王封后；卡司陣容堪稱歷屆最強。

3

節目規格

【播出頻道】

中天綜合台

【播出日期】2019/4/20-2019/7/6 (暫定)

【首播時段】(首播時段不可冠名)

每週六20:00-21:30(1.5HR)

【播出集數】12集

【歌手陣容】

蔡依林、王 源、王力宏、莫文蔚、鳳凰傳奇、張 杰、田馥甄、華晨宇、吳亦凡、李 健、梁靜茹、林俊傑

*相關單據可冠名廣告時段若有調整，將另行通知客戶說明編劇！

綜合台

- (1). 週六24:00-01:30
- (2). 週日08:00-09:30
- (3). 隔週六18:00-19:30

冠名露出時段

*上述播出時段均須NCC規定可冠名的時段如該台另有修改以播出辦法為準。

5

冠名贊助片頭卡Demo示意

(非最後製作樣式)



冠名位置

節目大片頭Demo示意

(非最後製作樣式)



冠名位置



冠名位置

節目Promo短片 Demo示意

(非最後製作樣式)



冠名位置



冠名位置

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	5.78
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	4.16
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.32
4	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.13
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.97
6	航海王24	TTV	卡通影片	1.95
7	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	國語連續劇	1.48
8	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.46
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.45
10	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.27
11	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.25
12	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	1.24
13	1300大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	1.07
14	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.05
16	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.04
17	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.03
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.01
19	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	0.98
20	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.93

有線/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.74
2	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	2.57
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.45
4	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.87
5	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	1.73
6	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	1.69
7	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.57
8	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.56
9	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	閩南語連續劇	1.36
10	女兵日記女力報到PiPPER鳳	TVBSG	國語連續劇	1.30
11	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.23
12	台灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	1.12
13	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.08
14	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.08
15	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.05
16	新聞龍捲風	CTiN	新聞性質節目	1.02
17	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.94
18	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.89
19	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.87
20	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.82

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	2.61
2	航海王24	TTV	卡通影片	2.00
3	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	1.86
4	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.66
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.59
6	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.49
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.27
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.06
9	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	1.02
10	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.02

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.24
2	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	3.02
3	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	2.68
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.23
5	航海王24	TTV	卡通影片	2.10
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.10
7	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	國語連續劇	1.63
8	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.31
9	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	1.24
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.10

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	4.41
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	3.78
3	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.08
4	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	2.33
5	航海王24	TTV	卡通影片	2.26
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.01
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.81
8	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	國語連續劇	1.62
9	聲林之王雅聞倍優	TTV	競賽綜藝	1.33
10	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.13

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	9.50
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	6.14
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.91
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.81
5	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.40
6	1300大時代WIWI發熱衣	FTV	閩南語連續劇	2.37
7	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	2.22
8	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.99
9	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.69
10	航海王24	TTV	卡通影片	1.66

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	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.55
2	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.22
3	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.10
4	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.10
5	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	1.04
6	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.99
7	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.98
8	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.93
9	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.85
10	1700烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.83

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.40
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.17
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.61
4	女兵日記女力報到PiPPER鳳	TVBSG	國語連續劇	1.41
5	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.40
6	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	1.34
7	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	1.26
8	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.21
9	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.16
10	象印電子鍋小明星大跟班	CTiV	資訊綜藝	1.12

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	如懿傳	*SCC	大陸劇	2.67
2	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.30
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.18
4	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	1.83
5	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	1.66
6	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	競賽綜藝	1.56
7	女兵日記女力報到PiPPER鳳	TVBSG	國語連續劇	1.39
8	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.32
9	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.21
10	2000如懿傳	*SCC	大陸劇	1.16

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	4.70
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.51
3	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	3.74
4	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	3.07
5	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	大陸劇	2.34
6	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	閩南語連續劇	2.31
7	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	大陸劇	2.19
8	如懿傳	*SCC	大陸劇	2.10
9	女兵日記女力報到PiPPER鳳	TVBSG	國語連續劇	1.58
10	1230炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.45

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	0.64	0.31	0.26	0.40	1.11
TTV/台視	0.62	0.48	0.41	0.49	0.90
FTV/民視	0.38	0.09	0.20	0.16	0.73
CTS/華視	0.24	0.19	0.13	0.22	0.32

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	0.55	0.12	0.19	0.37	1.08
SETN/三立新聞	0.41	0.09	0.14	0.33	0.75
FTVN/民視新聞	0.39	0.06	0.16	0.23	0.77
TVBSN/TVBS新聞台	0.38	0.14	0.17	0.44	0.56
ET-N/東森新聞	0.35	0.12	0.15	0.33	0.59
ERA-N/年代新聞台	0.19	0.03	0.05	0.11	0.39
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.04	0.11	0.26
NTVN/壹新聞	0.12	0.03	0.05	0.14	0.20
EFNC/東森財經新聞台	0.09	0.04	0.03	0.08	0.17

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	5.78
2	炮仔聲十全味噌	SANLI	2.74
3	如懿傳	*SCC	1.87
4	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	1.73
5	熹妃傳延禧攻略	GTV-D	1.69
6	熹妃傳延禧攻略	GTV-1	1.57
7	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	1.48
8	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	1.36
9	女兵日記女力報到PiPPER鳳	TVBSG	1.30
10	1900親家	SANLI	1.08

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	4.16
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.32
3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	SANLI	2.57
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.45
5	綜藝玩很大	CTV	2.13
6	飢餓遊戲	CTV	1.97
7	綜藝玩很大	SL2	1.56
8	愛妮雅舞力全開	FTV	1.46
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.45
10	萬秀豬王尚讚	CTV	1.25

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	1.23
2	台灣大搜索	CTiN	1.12
3	新聞龍捲風	CTiN	1.02
4	文茜的世界財經周報	CTiN	0.80
5	台灣1001個故事	ET-N	0.75
6	新神秘52區	CTiN	0.73
7	金曲美聲經典重現	SETN	0.73
8	少康戰情室	TVBS	0.71
9	台灣亮起來	SETN	0.67
10	文茜的世界周報	CTiN	0.67

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	英才基金會大陸尋奇	CTV	1.27
2	青春好7淘	SANLI	0.75
3	型男大主廚	SL2	0.65
4	愛玩客之移動廚房	SL2	0.47
5	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.44
6	閨蜜愛旅行Hotelscom	TTV	0.39
7	非凡大探索	UBN	0.38
8	美食鳳味	SANLI	0.35
9	愛玩客	SL2	0.35
10	直18 19NBA公VS勇	VLSPT	0.35

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

