

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2020
05.11-05.17





本期摘要

媒體放大鏡 力推正版影音！OTT 平台首度社群串聯合作

國際視野 英國及美國在疫情時期 語音轉移到影音

科技瞭望 機器人組隊上場打職棒將不再只是夢想？

專案介紹 KKBOX 2020金曲-品牌贊助專案

收視調查

藝人動態 2020/04~2020/05

Media
news

媒體放大鏡





台灣最大盜版網站楓林網日前遭刑事警察局與美國電影協會（MPA）合作查禁，另有上百個盜版影音網站也自主關站避風頭，使台灣正版 OTT 串流影音平台流量飆升約五成。為了讓大眾更了解串流世界，KKBOX 集團旗下 OTT 服務 KKTV 發起 Facebook 粉絲團「#我就正」活動，首度串聯台灣共 12 家正版 OTT 平台合作，呼籲民眾支持正版內容、推動產業正向循環。【2020/05/18, 科技新報】

Netflix 首次推出互動式喜劇，由觀眾決定劇情

5 月 12 日串流媒體平台 Netflix 推出互動式喜劇《打不倒的金咪》（Unbreakable Kimmy Schmidt）特別版，這是 Netflix 首次在喜劇嘗試觀眾可參與的互動式影片，觀眾觀看時多情節有數十種選擇，決定主角的行為和影片內容。

據 Netflix 報告顯示，2018 年 Netflix 熱門互動影集《黑鏡：潘達斯奈基》的觀眾中，約 94% 會主動為主角做決定，只有 6% 沒有參與劇情互動，互動式情節提升觀眾在串流平台的參與感，吸引更多用戶訂閱。

互動式影片的製作也比傳統劇情更具挑戰，Netflix 原創內容副總裁 Andy Weil 透露，創作團隊進行互動式劇情討論時，《打不倒的金咪》劇本有 178 頁，30 分鐘長的傳統影集劇本約 40 頁。許多觀眾為了看更多劇情會重複看，提升串流平台的觀看時長。【2020/05/12, 科技新報】



臉書收購 Giphy，將整合至 Instagram

無論在 Facebook 或者 Instagram，都有不少機會用到 GIF 動態圖像，而一直以來的合作平台 Giphy 最近就被 Facebook 正式收購，未來將會更深入整合至 Instagram 之中。

Giphy 本身是一個製作和分享 GIF 的平台，後來與 Facebook 合作讓 Facebook 使用者可以在 Facebook、Messenger 和 Instagram 甚至 WhatsApp 上直接搜尋 Giphy 的 GIF 圖片，方便使用者加入有趣的內容。

Facebook 表示，Giphy 被收購之後，會成為 Instagram 的一部分，同時其 GIF 平台也會與旗下各個產品更深入整合，使用者仍然可以在 Giphy 上傳 GIF，本身的 API 也會繼續開放給合作夥伴。除了 Giphy 之外，另一個 GIF 平台 Tenor 已經在 2018 年被 Google 收購。【2020/05/18, 科技新報】



IG加強反霸凌政策！拒絕助長霸凌者

有不少心理學家表示，社群軟體在現代青少年生活圈、社交圈中扮演非常重要的角色，IG上社交名媛、網紅藝人經營的生活樣貌也塑造了青少年的價值觀，也因此社群上出現許多比較、競爭的狀況，不再是健康的交流平台，也成為青少年最大的壓力來源。

過去也有許多霸凌者利用網路平台傷害他人，這讓社群平台都紛紛加強打擊霸凌、惡意言論的審查制度，如今IG就推出一項新政策，讓用戶未來可以自行設定誰可以標記自己的帳戶，且可管理自己貼文中的留言、最多一次可以刪除25個回覆內容，讓用戶避免陷入被霸凌的狀況，也遏止霸凌者的行為。

除了可以管理留言，用戶還可以選擇要隱藏哪些字詞、封鎖留言者等，且對方並不會被通知自己遭到封鎖，這可以避免霸凌者持續與受害人接觸。【2020/05/17, 匯流新聞網】

共享電動機車 WeMo 可直接用 LINE 租車



共享電動機車 WeMo Scooter 今天宣布開通 LINE 租車服務！只要加入 WeMo 的官方 LINE 帳號「@wemoscooter」後，即可登入直接透過 LINE 的介面找尋車輛並租還車，為原有 iOS、Android 兩種 OS app 以外再多一項強力的使用管道。

WeMo 執行長吳昕霈表示經過調查，有 9 成消費者因為 WeMo 增加了在地消費意願，並有 6 成消費者期望 WeMo 能提供相關優惠卷，因此同時宣佈將從 6 月開始跟松果購物、悠遊卡、康青龍與萊爾富等品牌推出聯名行銷活動，像 9 折購物卷、免費騎乘金與飲品折價卷等，共同打造 O2O 的零售生態合作模式。【2020/05/18, INSIDE】

LINE 攜手外送國家隊成員 跨足餐飲外送服務

通訊軟體 LINE 今天宣布店家查詢服務 LINE SPOT 攜手外送國家隊成員之一的「有無外送」，推出餐飲外送服務；點餐外帶服務新增 800 個店家，合計支援外送與外帶的餐飲店超過 2600 家。

LINE 台灣董事總經理陳立人表示，外送服務是串起用戶與店家之間的重要環節。LINE 認同有無外送深耕社區的經營型態，雙方也共享一樣的理念，希望創造用戶、餐廳、與平台業者的共贏，因此 LINE 加速部署，從接洽到實際完成串接上線，不到 2 個月的時間。

有無外送副總經理劉育榮說，餐廳業者與外送平台為共生體，因應防疫，在 6 月底前洽談的餐廳不綁獨家、無上架費。有無外送透過與 LINE SPOT 的合作，讓串接有無外送的餐廳可以有多重的服務入口，接觸到更多顧客。【2020/05/14, 經濟日報】

PornHub 的「關鍵報告」

全球色情網站龍頭 Pornhub 總愛幽默跟風，在一些時事浪頭上發表該家使用者的行為數據，半調侃地反映當下時局之於消費者的行為變化。自 3 月中旬以來，該網站訪問量連續多日遽增，尤其 3 月 25 日宣佈全球能免費升級會員當日，Pornhub 的流量比平時增長了 24.4%，多出近 3 千萬人。為鼓勵人們乖乖居家防疫，幫助控制新冠肺炎增長，Pornhub 還打趣的特地將網站改名為「Stayhomehub」。報告進一步指出，**每當全球某地宣佈封鎖，Pornhub 來自當地的流量都大幅上揚。**

綜觀 Pornhub 的流量史，2012 年起，每天約有 2500 萬用戶訪問該站。2019 年，日均訪問量已突破 1 億大關，其流量一度排進全球前八，而今全球數十億人宅在家中，更別小覷了它的數據和洞察：**Pornhub 在逆勢中成長，多少反映出人類的基本生活所需**，更能預測在疫情之後的世界，我們的生活將會有什麼巨變。【2020/05/13, CROSSING】



蝦皮美食外送翻倍成長 中高年齡層成外送消費新勢力

受到疫情影響，國人減少出門機率，多數人選擇利用外送訂餐平台解決飲食需求。蝦皮觀察，疫情也促使更多餐飲店家嘗試開拓新的銷售管道，蝦皮美食外送的店家數也受疫情影響，在近兩個月內成長一倍，此外使用蝦皮美食外送的消費者以**35到39歲的使用者成長最多，創下近五成的增長，而50到70歲的使用者也增加近三成**，可顯示因疫情關係，中高齡消費者開始嘗試使用外送訂餐平台解決三餐需求。

值得注意的是，蝦皮不僅提供各國各式美食外送，「少添加」、「營養均衡」的健康料理也是蝦皮美食外送的口碑選項，包括uMEAL、Solema低卡健康餐、KEEP FIT低脂健康料理等，幫助消費者在疫情期間吃得健康、美味。【2020/05/15, 經濟日報】



IG最惹人厭的10大限時動態 PO完秒噤聲

看到白眼+滑掉！IG最惹人厭的10大限時動態

排名	IG最惹人厭的10大限時動態	網路聲量
1	創業、業配文	825
2	炫耀文	732
3	畫面全黑、字超小	614
4	圖文不符、露奶討拍	368
5	限時動態超級密	359
6	滿滿人生觀、勵志文	344
7	負面能量爆棚	309
8	一次只打一個字	273
9	健身房不運動猛拍照	249
10	KTV唱歌文	239

資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KEYPO大數據關鍵引擎 (keypo.tw) 以國際級的語意分析架構、先進的機器學習技術與人工智慧推論引擎，感知網友語意脈絡與情緒，分析時事網路大數據。
分析期間：2018/05/12~2020/05/11



自從有了限時動態以後，許多人更不在意會洗版擾民，瘋狂分享影片、照片和心情，像是流水帳的美食文、機場文、票根文、抱怨文，踩雷指數突破天際，各種令人翻白眼的限時動態不斷出現！

DailyView網路溫度計就要透過《KEYPO大數據關鍵引擎》來調查，網友認為最討人厭、完全不想看下去的限時動態類型，快檢查一下，你是不是也默默的被別人噤聲啦！【2020/05/16, 網路溫度計】

日本報紙的加密廣告 暗藏感人的訊息

日本一家報紙刊登奇特的廣告，在疫情期間為大家打氣，雖然可能讓人看不懂，但它卻隱藏著暖人心房的訊息。乍看之下，這個廣告呈現正方形和圓形的圖案，有大有小，似乎看不出來是什麼意思。

事實上，這些正方形和圓形是加密的文字，只有與其保持2公尺以上的適當距離才看得出來。而另一個方法是使用手機拍照再將其模糊化。

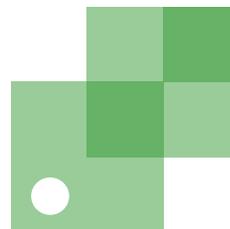
藉由這些方法，該報讀者可以看到這些圖案顯示的文字是「離れていても心はひとつ」，意指「**雖然我們彼此分離，但我們的心是一體的。**」

《岐阜新聞》的這個廣告受到很多網民的好評。【2020/05/11, 大紀元】



Case
Share

國際視野



英國及美國在疫情時期 語音轉移到影音

近幾年來，聆聽習慣一直在穩定的發展。從音樂串流到播客，人們對數位語音的需求日益增長。eMarketer 2020年最新的時間花費預測指出，由於冠狀病毒流行，整個媒體行為都發生了變化。人們在電視、社群媒體和數位影音上花費的時間有所增加，但數位語音的前景卻不那麼樂觀。

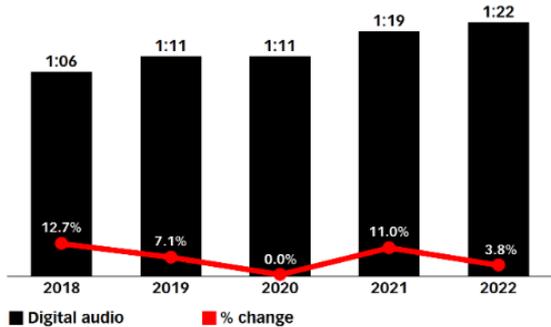
根據媒體洞察公司MIDIa Research 2020年4月的研究，因疫情而實施的封鎖政策可能是改變聽眾消費習慣的主因。該公司總經理Mark Mulligan在其部落格發文表示：「語音串流媒體幾乎在所有地區普遍下降。不過，大多數的數據都指出YouTube和Vevo影音串流強勁的成長，表示當在居家隔離時，許多消費者更喜歡視覺音樂體驗。」

2020年4月尼爾森音樂公司引用Digital Music News的一些數據證明，人們對音樂串流視覺元素的渴望。調查發現，在截至3月19日，美國的純語音音樂串流銷量下降了6.2%，截至3月26日銷量下降9.2%。然而音樂影音串流分別增長9.3%和13.4%。

全球技術平台及YouTube的官方合作夥伴Channel Factory在四月份的研究中發現，消費者前往YouTube尋找「振奮人心」的內容，通常是音樂影音。這項研究涵蓋了美國和英國，並且有更多的受訪者表示，過去兩週來他們在平台上觀看音樂影音和表演的時間超過了其他類別，其中英國為56%，美國為48%。

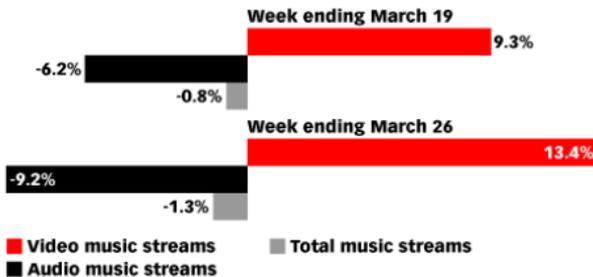
語音串流通常發生在日常上下班途中，通常這個時間點人們對於視覺元素是沒那麼渴望的。由於收聽環境基本上被否定了，因此當前的偏好似乎是將語音和視覺融為一體。

Digital Audio: Average Time Spent in the UK, 2018-2022
hrs:mins per day among population and % change



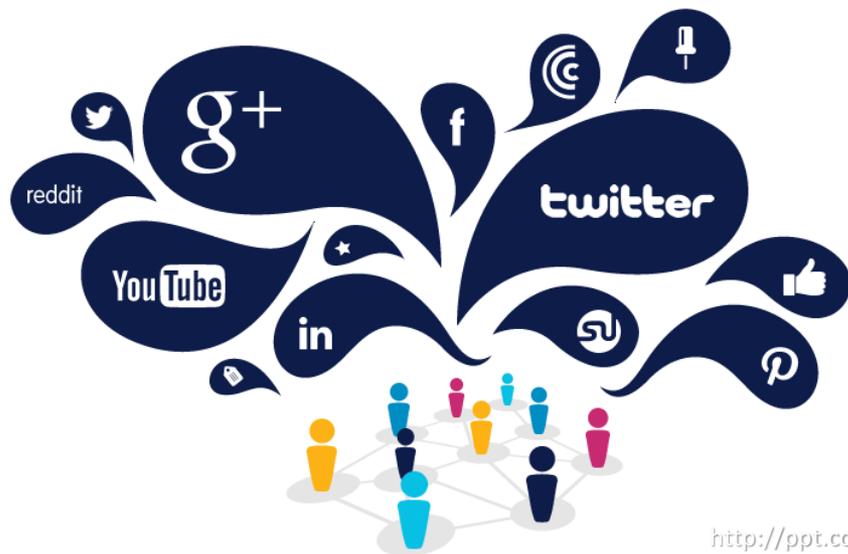
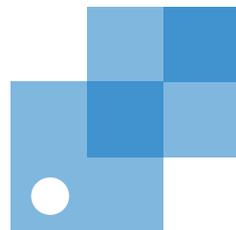
Coronavirus Impact: Growth in US Streaming Music Usage, by Media Type, weeks ending March 19 and March 26, 2020

% change vs. 8-week pre-Coronavirus baseline*



New
Idea

科技瞭望





交通大學電控所蕭得聖教授所領導的團隊長期鑽研棒球機器人，他們的目標不只是讓機器人打得到球而已，要打就是要打安打，這要如何辦到呢？

蕭教授提到幾個關鍵點，第一步當然是要能看準來球，為了能即時量測球體在三度空間中的飛行軌跡，超高速雙眼攝影機是一定要的；球能看得準，接下來就要有本事將球打出去，這可以依據球的質量、慣量、以及速度，大致估算出球衝擊球棒時的動量大小，如此一來，在設計機器人手臂時該採用何種材質，所採用的馬達必須能輸出多大力距，也就有個底。

歷經這般的打造，機器人可說已經是既「眼明」、又「手快」，但這兩者之間還需要再經過一個磨合的過程，目的就在於讓眼睛的觀察和手臂的揮擊能夠建立在共同的基礎上，不至於各行其事，也因此攝影機與機器臂間的訊號傳遞必須同步，彼此之間也需要進行校正，目標就是要達到全然的「手眼協調」。

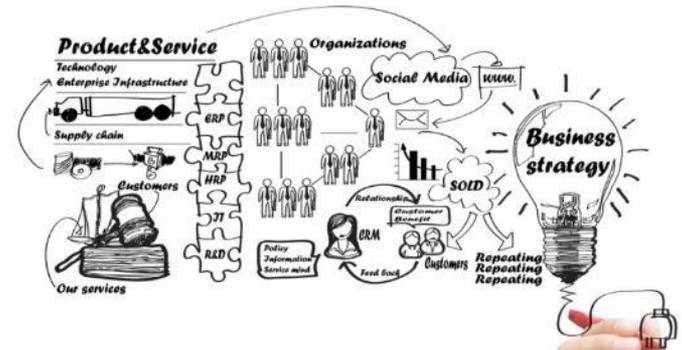
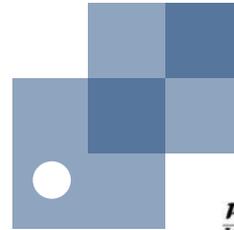
來到最後的關鍵點，這就得仰賴有個能夠精準預測球體飛行軌跡的模型，這也正是研發棒球機器人的決勝點，哪個門派的模型較準確，誰就是贏家。

有了球體飛行預測模型，機器人就可以上場了，先利用攝影機快速取得投手球剛離手時的幾張影像，將它們輸入到模型、計算出完整的球體飛行軌跡，靠著精準的預測撐腰，一切了然於胸，接下來，機器人就可以好整以暇，輕鬆地看著球落到設定好的位置，穩穩地以最佳的出手角度與力道，豪邁地賞它一支精彩的安打！

因為疫情沒有球賽的日子，對球迷來說真的是很難挨啊！現階段，我們當然不會寄望機器人能夠取代球星，但是單單仰賴虛擬的電玩球賽一解相思之苦，實在很不過癮！是不是能來場實體的機器人棒球賽，甚至是舉辦一場人與機器人的棒球大戰呢？值得持續關注。

Project

專案介紹



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



活動1: 預測活動 (以KK Point或代幣參加)

客戶可置入品牌Logo

讓網友用趣味的下注方式預測下列得獎者, 最佳男歌手/最佳女歌手/最佳新人/最佳年度歌曲, 並結合社群功能達到分享擴散效果。

參加預測可獲得KKBOX贈品



付費會員與非付費者註冊或會員皆可參加, 活動不互選(僅供參考, 會依活動呈現而有所調整)

互動遊戲



活動2: 試手氣賺代幣

客戶可置入商品提貨券或折扣券

網友每天可玩小遊戲獲得活動1的答題代幣。

社群貼文 Hashtag

KKBOX金曲社群貼文置入, 為維持客戶Hashtag能見度

-限二個客戶置入

-每個客戶置入5篇, 每篇只置入1個客戶Hashtag。



聽歌體驗序號

回饋客戶KKBOX10天聽歌序號, 可做客戶方金曲社群活動使用

(KKBOX會審核客戶是否合意)



金曲專案總表

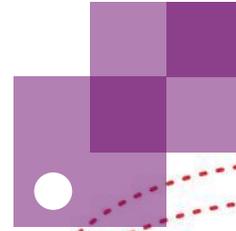
版位	看見版位的會員身份	數量	內容	專案走期	裝置	專案曝光總數
金曲活動 暫訂2020.8月 下鈞-10月	活動頁	1式	金曲得獎預測題目客戶贊助/贊助商Logo/金曲互動小遊戲 客戶折扣碼或獎項置入	不下架	PC+Mobile	預估6萬人參加
	金曲月專輯文章	輪播	金曲月文章 60篇 / 上方廣告banner 露出輪播	暫訂2020.8月下鈞-10月	官網	300,000觸及
	金曲系列文章	一個客戶10篇	金曲系列文章20篇/下方延伸閱讀文章入一個客戶提供一篇文章, 置入10篇下方	暫訂2020.8月下鈞-10月	PC+Mobile	100,000觸及
	活動頁/ 金曲編輯部歌單 策展	一個客戶5張	編輯部 金曲歌單策展, 歌單內第一個 banner廣告露出 共10張	共3波策展	PC+Mobile	6,300,000 imp
金曲FB po文	付費 + 非付費	一個客戶5篇	金曲編輯部社群文章下方客戶Hashtag	暫訂2020.8月下鈞-10月 (日期不指定)	Web+Mobile	5篇觸及25,000
		1張	歌單內頁內容 (歌單上線後恐無法更新曲目) ※曲目可由客戶指定或KKBOX協助選曲, 歌曲若非KKBOX站內授權歌曲, 客戶需提供版權授權(簽訂無償授權合約書)	不下架	PC/Mobile	單張歌單15首 / 單張聆聽數可達15,000次
			首頁歌單專區: 3天	3天		2,100,000
			Runway Banner(連結至專區歌單企劃頁面): 5天	5天	Mobile	150,000
			Event Banner: 5天			60,000
金曲企業品牌 歌單			左青龍: 5天	5天	PC	60,000
			Super Banner: 5天			60,000

金曲專案總表 續上頁

版位	看見版位的會員身份	數量	內容	專案走期	裝置	專案曝光總數
APP前導頁	非付費	2天	客戶商品主視窗/點聽歌單	2天	APP	300,000
社群貼文	付費 + 非付費	1篇	FB官方粉專貼文, 推廣品牌或歌單或活動網頁	1天	PC/Mobile	單篇文章觸及數至少5,000
SP贊助式廣告	非付費	1檔	Welcome Page	7天	PC/Mobile	100,000
			客戶影音素材			100,000
			開始聽歌提示圖			100,000
跨景轉前景畫版	非付費	1式	跨景轉前景畫版banner	14天	APP	490,000

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	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	4.58
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	4.07
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.43
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.14
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.63
6	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.54
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.35
8	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.33
9	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.29
10	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.14
11	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.03
12	1800航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.00
13	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.97
14	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.96
15	這事有影嘸京都念慈菴	FTV	資訊綜藝	0.89
16	1300多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	0.89
17	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.89
18	黃金年代	CTS	歌唱音樂	0.87
19	天之蕉子保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	0.87
20	斯斯枇杷潤喉糖女力報到愛	CTV	國語連續劇	0.82

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.42
2	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	2.34
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.97
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.71
5	女力報到愛神出任務	TVBSG	國語連續劇	1.41
6	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.41
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.37
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.28
9	520台灣世界盃英雄新世代	SETN	新聞性質節目	1.11
10	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.09
11	新台灣加油中生在台爆恐嚇	SETN	新聞性質節目	1.05
12	新台灣加油來希催化罷韓	SETN	新聞性質節目	1.03
13	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	1.01
14	路台灣Express	PTV	日劇	0.97
15	2200超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.93
16	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.93
17	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.86
18	小姨媽媽	MUCH	大陸劇	0.86
19	鄭知道了以疫謀霸南海角力	SETN	新聞性質節目	0.86
20	新台灣加油中金援台介選曝	SETN	新聞性質節目	0.85

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	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.05
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.49
3	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.34
4	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.30
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.22
6	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	0.95
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81
9	斯斯枇杷潤喉糖女子報到愛	CTV	國語連續劇	0.69
10	1800航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.65

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	2.58
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	2.40
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.10
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.66
5	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.26
6	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.17
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.93
8	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.91
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.88
10	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	0.83

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.27
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	2.88
3	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	2.69
4	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.86
5	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.83
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.68
7	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.40
8	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.16
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.13
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.10

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	7.94
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	7.00
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.28
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.01
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.78
6	1300多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.98
7	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.91
8	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.71
9	新歌介紹	FTV	歌唱音樂	1.61
10	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.55

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	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.56
2	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.01
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.70
4	歡樂智多星福爾六合一	*SCC	競賽綜藝	0.70
5	1330烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.67
6	2000名偵探柯南天空的劫難	MOMOK	外片	0.63
7	1300烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.63
8	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.62
9	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.61
10	大鬧天竺	VLM	國片	0.60

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	2.13
2	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.80
3	女力報到愛神出任務	TVBSG	國語連續劇	1.73
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.63
5	路台灣Express	PTV	日劇	1.06
6	綜藝大熱門瘋狂經典小三美	SL2	資訊綜藝	0.87
7	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.86
8	520台灣世界盃英雄新世代	SETN	新聞性質節目	0.80
9	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.74
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.73

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.71
2	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.70
3	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.65
4	女力報到愛神出任務	TVBSG	國語連續劇	1.64
5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.48
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.96
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.92
8	天才醫師耀漢	*SCC	韓劇	0.90
9	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	0.89
10	520台灣世界盃英雄新世代	SETN	新聞性質節目	0.81

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.43
2	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	3.39
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.26
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.09
5	520台灣世界盃英雄新世代	SETN	新聞性質節目	1.76
6	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	1.67
7	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.49
8	女力報到愛神出任務	TVBSG	國語連續劇	1.48
9	1900白鷺鷥的願望台信有逸	SANLI	閩南語連續劇	1.38
10	台灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	1.38

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	0.71	0.40	0.40	0.42	1.20
TTV/台視	0.64	0.34	0.40	0.48	1.01
FTV/民視	0.41	0.1	0.14	0.19	0.81
CTS/華視	0.28	0.15	0.16	0.27	0.35

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	0.47	0.20	0.24	0.52	0.69
SETN/三立新聞	0.44	0.09	0.15	0.34	0.81
ERA-N/年代新聞台	0.42	0.06	0.15	0.25	0.82
FTVN/民視新聞	0.41	0.07	0.13	0.28	0.78
ET-N/東森新聞	0.40	0.13	0.21	0.32	0.68
CTiN/中天新聞台	0.38	0.08	0.15	0.22	0.73
NTVN/壹新聞	0.20	0.06	0.09	0.22	0.31
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.03	0.12	0.32
EFNC/東森財經新聞台	0.10	0.03	0.03	0.07	0.18

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	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	4.58
2	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	2.34
3	女力報到愛神出任務	TVBSG	1.41
4	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	1.41
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.37
6	戲說台灣	SANLI	1.28
7	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	1.14
8	路台灣Express	PTV	0.97
9	1300多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	0.89
10	天之蕉子保濟堂酵素王	TTV	0.87

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	4.07
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.43
3	超級紅人榜	SANLI	2.42
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	2.14
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	1.97
6	綜藝玩很大	SL2	1.71
7	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.63
8	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	1.54
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.35
10	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.33

新聞類/全體

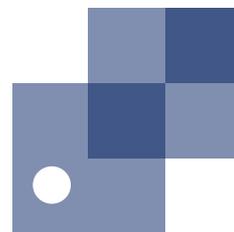
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	520台灣世界盃英雄新世代	SETN	1.11
2	台灣演義	FTVN	1.09
3	新台灣加油中生在台爆恐嚇	SETN	1.05
4	新台灣加油來希催化罷韓	SETN	1.03
5	呂讀台灣	SETN	1.01
6	台灣最前線	FTVN	0.93
7	鄭知道了	SETN	0.86
8	鄭知道了以疫謀霸南海角力	SETN	0.86
9	新台灣加油中金援台介選曝	SETN	0.85
10	新台灣加油反罷韓爆路線之	SETN	0.84

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.03
2	呷飽未	SANLI	0.72
3	型男大主廚	SL2	0.56
4	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.39
5	2100美食按個讚	UBN	0.35
6	非凡大探索	UBN	0.35
7	日本我來了	VLJP	0.34
8	愛玩客OB嚴選	SL2	0.32
9	就是這味OB嚴選	SL2	0.30
10	1500呷飽未	SANLI	0.30

**Dorian
idols**

藝人動態



Dorian

DOL!DU



范宸菲與30位歌手一起錄製防疫歌曲〈Yes We Can〉
圖/宏將多利安提供



光良拍MV《想你了》做新郎迎娶范宸菲 歌曲充滿思念之情
圖/FB@星娛音樂



曾國城、許瑋甯、王琄、姚坤君、范乙菲 (Albee) 主演果陀劇場舞台劇《我的大老婆》7月即將演出。圖 / 蝦皮提供



被封為「地表最強小三」的范乙菲，在劇中分飾三個不同的小三，她自豪自己筋骨很軟，更透露劇中有場站立、下腰90度的高難度床戲。圖 / 果陀劇場



中信兄弟主場閉門打，PS改採6人陣容備受矚目。另外，日本媒體「每日體育」報導台灣職棒新聞，以啦啦隊女神崑崙為題，立即竄升日本雅虎棒球新聞點閱排行榜第1名。（圖／記者劉彥池、廖耀東攝影）

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：02-2509-5557#123

