

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2021
05.18-05.24





本期摘要

媒體放大鏡 NCC 7月出爐OTT專法草案重點搶先看

國際視野 TikTok透過整合創作者擴展購物功能

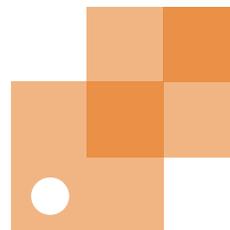
科技瞭望 迪士尼AR賽車遊戲

專案介紹 TVBS 不出門很OK-數位版位專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



業界希望納入草案規劃的內容為以下幾點：

1. 境外平台在台落地
2. 境外、大型OTT平台應盡較多義務
3. 免費平台也要納管
4. 保護本土平台，提供獎勵措施
5. 持續打擊盜版

對於NCC正在研擬的草案，業界無不寄以厚望。NCC對此表示，草案還在研擬中，但可以針對業者的建議透露部分規劃要點。

首先，**草案鼓勵OTT業者主動登記，以「抓大放小」為原則**，主要看使用該平台的會員人數多寡，無關平台的收益來源為廣告或月費。因此，就算是免費平台，只要用戶夠多，也會要求業者登記，以便納入管理。

針對**境外公司來台發展**，原則上不會強制要求但會「鼓勵」業者在台灣設立分公司，**重點是一定要設有法務代理人**，以處理稅務、客訴等相關問題，在製作播放的內容部分，也會要求業者必須對台灣有貢獻。在盜版平台部分，現階段已有《智財法》可作為管理依據。

【2020/05/24, Newtalk】

Netflix主動幫殭屍帳戶解約！在打什麼盤算？

Netflix採「月費制」、每月扣款一次，但如果用戶沒有主動取消訂閱，系統就會自動續約，但是，Netflix此次卻感性地和消費者站在同一立場，佛心大發地表示，「我們不想要用戶為自己沒在使用的東西付費。」

Netflix會針對消失太久的「殭屍用戶」，透過App中推播通知，或是寄e-mail詢問「你是否要繼續訂閱、保留會員資格」，倘若未收到回應，就直接幫會員取消。然而，被Netflix列為「非活躍用戶」的人大約有數十萬，僅僅只占了總體會員人數的0.5%，群體並不大，倘若這些用戶真的都退訂，損失也很小。在**Netflix聲勢高漲的情勢下，此時與消費者站在同一角度、替消費者著想，似乎更能拉攏消費者的心。**

此外，眾所皆知，Netflix素來以「AI推薦」為主打，在成千上萬的片單中，根據用戶的看片紀錄、使用習慣，透過精準的數據分析，推薦給用戶最適合他們的片單，也為了日後選片時做市場預測，這也是Netflix一直以來極力鑽研的強項。或許，**屏除掉「殭屍用戶」的數據和使用紀錄，「大數據池」會更具有價值，AI的精準度自然會更高。**【2020/05/22, 數位時代】

「臉書商店」在3大社群平台推出！

Facebook宣布即將推出「臉書商店」(Facebook Shops)，未來此電商平台會橫跨臉書、IG、WhatsApp三大社群。臉書在疫情期間進軍電商市場，用戶可在平台上買賣商品，期盼中小企業或人們能透過這裡醞釀出新商機。



(圖/路透)

執行長Mark Zuckerberg表示：「任何小型企業都可以在 Facebook Shops 中輕鬆開設商店。不久的將來，我們會使用AI和擴增實境的技術，來簡化並創造更好的線上購物體驗，讓人們在尋找選購商品時更加輕鬆。」

「臉書商店」讓企業輕鬆建立線上商店，過程輕鬆簡單，企業可以從目錄中選擇他們想要展示的產品，並透過封面圖像和顏色來樹立商店的品牌形象。商店建立好之後會出現在 Facebook 和 IG 帳號上，同時也會出現在 Messenger 和 Whatsapp 上，賣家可透過這些社群軟體包括 FB Messenger、IG Direct、WhatsApp，直接與顧客聯繫。【2020/05/20, ETtoday新聞網】

YouTube上線「就寢提醒」 貼心提醒用戶注意健康

每天早起上班都很累，睡覺時間前卻忍不住滑滑手機，一不小心就滑了三、四個小時嗎？那你非常需要這項Youtube新推出的「睡眠提醒」功能。根據研究，最好的睡眠時間建議在晚上11點到早晨7點左右，因為11點後身體器官會開始休息、排毒，如果太晚睡，很有可能會讓器官無法獲得適當休息，身體健康也容易出狀況。

而Google近期推出更新版本的Youtube，其中一項新功能非常有趣，也就是「睡眠提醒(Bedtime Reminders)」功能，Google表示未來不久後將會讓所有用戶都可以使用這項功能，想要開啟這項功能的用戶，可以前往設定頁面，打開「提醒我休息一下」、「提醒我就寢時間到了」的選項。

而這兩項提醒甚至可以加入看完當下影片後再提醒就寢時間到了的細項，讓你的觀賞體驗不被打斷，此外也能加入提醒頻率、開始時間等，配合近期的平均觀看時間報告等，看的出來Youtube在全方面都越來越重視用戶的身體健康與使用平衡。

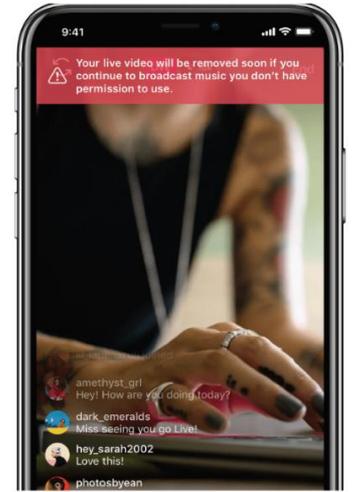
【2020/05/22, 匯流新聞網】

IG 分享影片加音樂「避免侵權」這樣做！

根據 Instagram 官網上的說法，Instagram 將添加一個新的警告方式，當用戶錯誤的使用版權音樂的話會提醒用戶。**錯誤的使用版權音樂的影片將被靜音或刪除**，主要是針對直播或是影片貼文，但如果僅是在限時動態使用非常短的一個片段，則不會被靜音或刪除（例如只有使用 15 秒的版權音樂）。

這次受到 Instagram 新規範影響的，主要為音樂性直播，例如因新冠病毒而促成的 DJ 音樂直播，或是本來就存在 Instagram 上的不少背景 BGM 音樂直播。

Instagram 官方還表示，該限制不僅是只有音樂本身，還包括影片 MV 等「視覺性」物件，因此如果想要避免直播或是影片遭到被官方認定有侵權疑慮的消音限制，建議 IG 用戶可直接從「**Facebook Sound Collection**」資料庫中取得免費合法授權的音樂素材。【2020/05/24, 自由時報】



圖：擷取自Instagram官網

IG小盒子直接「開房間」！

FB 於4月推出的新功能，多人視訊「Messenger Rooms」，現在開始可以直接透過 IG 右上角的紙飛機（小盒子）開創多人視訊聊天室了，最多可以容納50人，但目前網頁版的 IG 無法支援這項功能。



（圖 / 9TO5Mac）

Instagram 在今日透過Twitter發文，宣傳這個消息。不過新功能並非 IG 可以開啟獨立的多人視訊聊天室，而是**透過 IG 開啟「Messenger Rooms」**，用戶在 IG 開啟聊天室後會離開 IG，並跳轉至 Messenger 進行多人視訊。

Instagram 表示，若用戶想限制加入者，可以鎖定 Messenger Room。Messenger Rooms 的視訊聊天室不像 FaceTime 或 WhatsApp 一樣可以進行加密，因此若用戶有安全隱私性的考量，則可以選擇使用後兩者，但對休閒視訊通話來說，Messenger Rooms 與 IG 結合後肯定會讓使用量增加。

【2020/05/22, Etoday新聞雲】

Flash確定年底成時代眼淚



本月25日，在Adobe一封公開信函中表示2020年後Adobe將不再支援Flash更新，換句話說就是12月31日正式退役。

Adobe表示，由於新一代網頁標準HTML 5的技術越來越成熟，這幾年來Flash已經越來越被鮮少被使用。據悉，目前包括Chrome、Edge、Firefox這三大主瀏覽器都宣布終止對其支援，並把瀏覽器自動顯示的Flash內容設定值預設為禁用的狀態。雖然說用戶還是可以手動開啟，但預計在今年年底前會正式淘汰Adobe的支援，到時所有網頁都沒有辦法顯示。

【2020/05/22, 匯流新聞網】

FB線上「虛擬畢業典」，接受全球歡呼的記憶太特別！

全球各地，許多2020年的畢業生，沒有機會自己走上舞台領過畢業證書，卻有全世界為他們一同慶祝這個里程碑。

美國5月15日下午，臉書為這一屆的高中與大學（含碩士、博士）畢業生，舉行了一場**虛擬畢業典禮**。直播節目上，不但眾星雲集，還有許多畢業生、家長、老師的畢業照片、影片與感言，熱鬧又溫馨。

活動開始之前，就如實體的畢業典禮，臉書在螢幕上播放了許多畢業生穿著畢業服、或是原本要去畢業舞會的禮服的照片和感言，觀眾也踴躍留言，恭喜他們今年畢業的親友，還有畢業生請歐普拉在演講時，要唸出他們的學校。另外，也穿插了像歐巴馬夫婦、琥碧戈柏等名人，曾在過去的畢業典禮中講過的金句。【2020/05/18, 親子天下】



臉書舉辦線上畢業典。翻攝自FB直播畫面

故宮22館藏 開放《動森》玩家下載

居家防疫讓任天堂Switch遊戲《集合吧！動物森友會》爆紅，包含紐約大都會博物館等美術館都特地釋出展品圖像，讓遊戲玩家下載，布置遊戲裡的島嶼。如今故宮也跟上「動森」腳步，包含〈翠玉白菜〉等22件文物圖像，將在「故宮opendata專區」的「動物森友會專區」供玩家下載使用。

【2020/05/22, 中時電子報】

在《集合吧！動物森友會》中，玩家可以自己繪製圖畫，也能下載特製的圖像到遊戲裡布置自己的島嶼和家園。看準與遊戲結合的機會，4月底美國陸續有洛杉磯蓋蒂博物館、辛辛那提美術館等開放館藏圖像，製作成「動森」格式；5月初美國大都會博物館更挾著40萬餘件展品加入「動森」行列，包含梵谷、葛飾北齋等藝術家的經典名作都能輕鬆擁有。

這並非故宮第一次與遊戲合作，手遊《Fate / Grand Order》繁中版日前為慶祝三週年，就曾找上故宮合作，結合遊戲角色和故宮文物，推出遊戲活動。

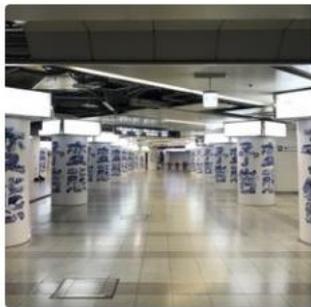


日本車站充滿「變態」字樣廣告 近看藏趣味巧思

京都水族館【公式】
@Kyoto_Aquarium

「変態予告」広告について注目していただいているようで、ありがとうございます🌟
写真は大阪梅田駅のようすです！

当館が新しい形態に変化していくことを表現するために、文字は飼育しているいきもので描かれています🐡
ぜひじっくり見てみてください！

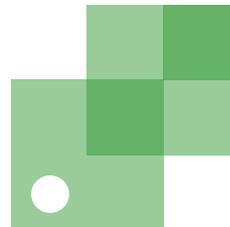


根據「livedoor news」報導，推特上近期瘋傳日本大阪梅田車站內的大型廣告照片，由於廣告上有著大大的「變態」字樣，令不少人好奇這廣告究竟想表達什麼，但仔細一看可以發現上面變態的字樣，其實是由許多海洋生物圖片所組成，這是京都水族館為了宣布將於夏季重新開幕而設計的廣告。

京都水族館找來設計師石井正信製作這一獨特的廣告版面，**廣告上變態的字樣其實指的是生物在形態或結構上急劇變化的過程**，象徵水族館在歷經疫情衝擊後將重新以新面貌開幕。【2020/05/21, 聯合新聞網】

Media
trend

國際視野





TikTok的社群商務功能不如Instagram或Pinterest強大，但其備受歡迎的短影音app不僅逐漸增加購物廣告，同時還整合了創作者。根據Digiday的報導，TikTok正在測試一項功能，該功能將在創作者影音中包含號召性用語，促使消費者購買，而廣告收入再由TikTok和創作者去分配。

TikTok在過去一年中，不斷的在測試並推出。2019年底，這個短影音app已經開始試驗，該功能使創作者從其影音和個人資料頁面連結到電子商務網站。去年夏天，TikTok推出了Hashtag Challenge Plus功能，品牌和創作者影音可以有一個標籤連結到電子商務網站。

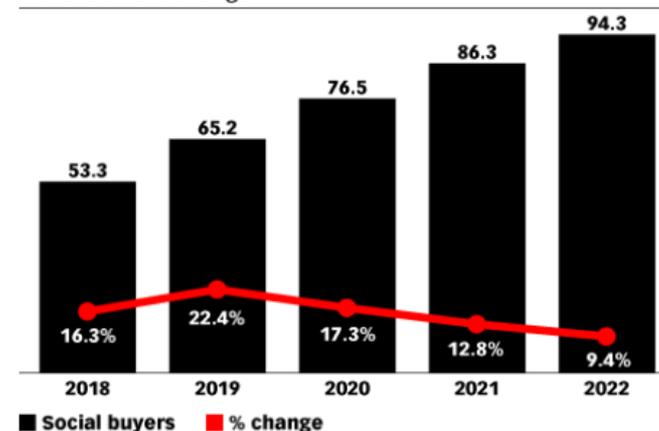
網紅行銷平台Influential的聯合創辦人兼執行官Ryan Detert說：「每個社群平台都必須導入商務和連結，以在內容和電商轉換之間取得平衡。除了影音觀看，肯定還要符合商業胃口。」

儘管社群管道在電子商務銷售中只占一小部分，但在過去一年中，消費者採用率有所成長。eMarketer預計，到2020年，**將有超過7500萬美國14歲以上的社群網路用戶至少從社群管道進行一次購買，比2019年成長17.3%。**

網紅在年輕消費者中影響力極大。2019年9月的GlobalWebIndex調查發現，在美國和英國，有20%的千禧世代和22%的Z世代是受到網紅或名人的推薦進行購買。

但是，TikTok具有與其他平台不同的社群商務功能。消費者在Instagram和Pinterest等平台來獲得購物靈感或發現商品，而TikTok主要是用於娛樂。Swift的戰略規劃師Zoe Galindo認為，品牌可以透過TikTok創造有價值的內容點擊，她建議與創作者合作可以幫助品牌簡化績效評估，同時提供娛樂價值。

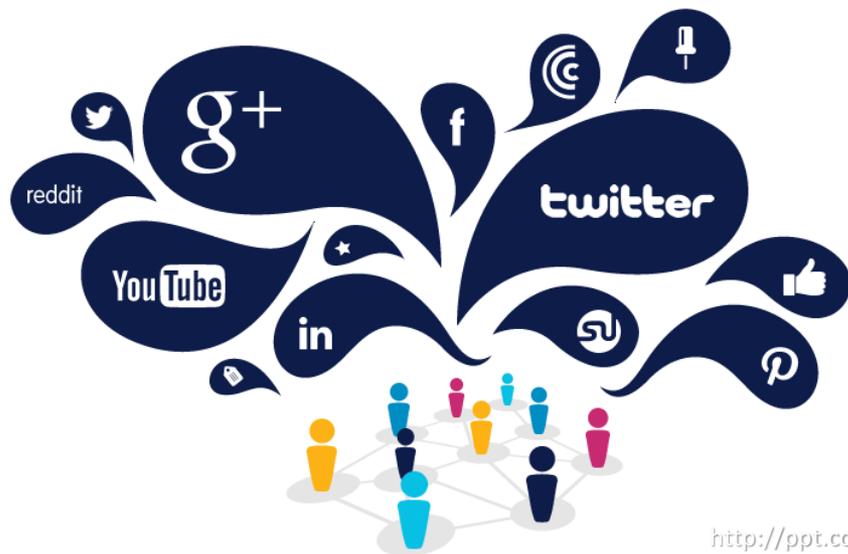
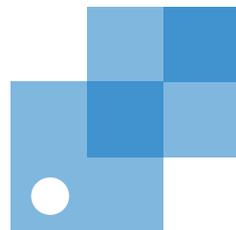
US Social Buyers, 2018-2022
millions and % change



2018-2022年社群買家成長率

New
Idea

科技瞭望



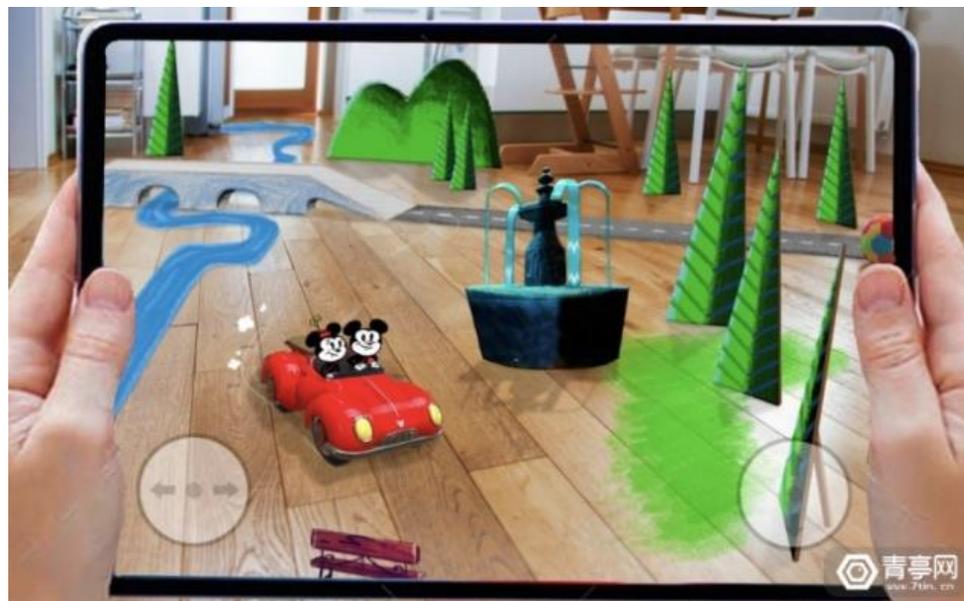


因COVID-19(新冠肺炎)疫情，全球各地迪士尼樂園宣布歇業，使喜愛迪士尼角色的民眾只能在家觀看動畫。為了讓粉絲在家也能與米奇、米妮一同遊樂，迪士尼在應用程式DisneyNow推出擴增實境(AR)遊戲《Mickey and Minnie's Runaway Railway: Adventure Kit》。

據VRscout報導，該AR遊戲以佛羅里達(Florida)迪士尼樂園中的「好萊塢影城」作為藍圖，iOS和Android的用戶皆可下載DisneyNow免費遊玩，與米奇、米妮還有高飛駕駛卡丁車，進行賽車遊戲。

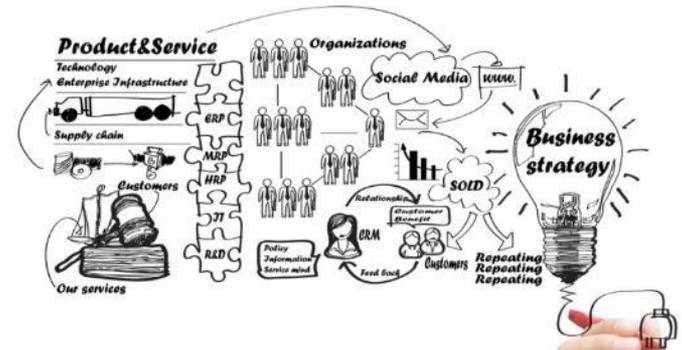
這是一款適合闔家玩樂的AR遊戲。一旦進入場景，就能感受到迪士尼動畫的經典畫面。玩家能建立專屬的汽車賽道，包含各式各樣的汽車、道具和建築物等。在遊戲操作方面，玩法相當輕鬆，透過觸控式螢幕控制駕駛卡通汽車和火車，還能設置路障增加難易度。

此外，遊戲還能執行非AR模式，這是額外的限時比賽。用戶能與迪士尼角色比賽，看誰能收集最多物品，這些「寶物」也能交換下一場的道具。



Project

專案介紹



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



最具話題內容力 TVBS讓網友在家很有聊!

宅在家 買菜 當紅生鮮	宅在家 閉關 學霸攻略	宅在家 耍廢 最強娛樂	宅在家 逛街 熱門網購	宅在家 狂吃 最夯美食
----------------	----------------	----------------	----------------	----------------



不出門很OK特輯 在家也很FUN & 最新新聞資訊

- 不想出門 在家找樂子
- 宅經濟 發威
- 疫情釀成 網購大商機
- 外送商機 再進化!



不出門很OK 專區規劃



吸睛版位全曝光

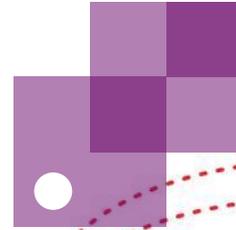


多屏跨螢內容一次露出



Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwf>



無線臺及有線臺TOP20

無線臺/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	4.66
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	4.61
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.33
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.09
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.85
6	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.54
7	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.44
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.27
9	天之蕉子保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.24
10	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.21
11	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.21
12	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.07
13	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.04
14	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.00
15	生生世世大誠保險經紀人	TTV	閩南語連續劇	0.98
16	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.93
17	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.93
18	這事有影嘸京都念慈菴	FTV	資訊綜藝	0.86
19	1300多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	0.85
20	1800航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.79

有線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲藝鑽團隊挺胸UP	SANLI	閩南語連續劇	2.52
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.25
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.16
4	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.50
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.40
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.37
7	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.31
8	路台灣Express	PTV	國語連續劇	1.05
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.04
10	小姨媽媽	MUCH	大陸劇	1.03
11	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	1.03
12	生態全紀錄動物達人秀	PTV	知識資訊節目	1.02
13	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.98
14	新台灣加油中國翻臉香港動	SETN	新聞性質節目	0.94
15	新台灣加油WHA開幕拒台捧	SETN	新聞性質節目	0.94
16	1900白鸞鸞的願望台信有逸	SANLI	閩南語連續劇	0.92
17	2200超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.91
18	新台灣加油他們祝賀蔡總統	SETN	新聞性質節目	0.90
19	新台灣加油高雄暴雨停班停	SETN	新聞性質節目	0.90
20	新台灣加油美中開戰台商選	SETN	新聞性質節目	0.87

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	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	1.89
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.61
3	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.51
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.42
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.00
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.80
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76
8	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.72
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.63
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.53

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	2.90
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	2.55
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.22
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.46
5	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.14
6	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.09
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.08
8	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.08
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.06
10	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.99

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	3.28
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	2.89
3	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	2.72
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	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	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.64
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.62
8	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.46
9	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.43
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.12

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	8.07
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	7.98
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.22
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.14
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.82
6	天之蕉子保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.89
7	1300多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.85
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.83
9	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.57
10	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.50

有線臺TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲藝鑽團隊挺胸UP	SANLI	閩南語連續劇	0.99
2	綜藝大熱門瘋狂經典小三美	SL2	資訊綜藝	0.96
3	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.81
4	1330烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.77
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.71
6	歡樂智多星福爾六合一	*SCC	競賽綜藝	0.68
7	1300烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.64
8	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.61
9	2000名偵探柯南沈默的15分	MOMO K	外片	0.60
10	追龍2賊王	*SCM	國片	0.59

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲藝鑽團隊挺胸UP	SANLI	閩南語連續劇	2.36
2	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	2.02
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.29
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.18
5	玩命關頭8	ET-WM	外片	1.13
6	路台灣Express	PTV	國語連續劇	1.06
7	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.95
8	綜藝大熱門瘋狂經典小三美	SL2	資訊綜藝	0.76
9	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.73
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.71

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.98
2	炮仔聲藝鑽團隊挺胸UP	SANLI	閩南語連續劇	1.88
3	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.60
4	路台灣Express	PTV	國語連續劇	1.30
5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.27
6	生態全紀錄動物達人秀	PTV	知識資訊節目	1.15
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.13
8	玩命關頭8	ET-WM	外片	1.04
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.91
10	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.90

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.22
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.00
3	炮仔聲藝鑽團隊挺胸UP	SANLI	閩南語連續劇	3.60
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.55
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.22
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.95
7	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	1.77
8	1900白鷺鷥的願望台信有逸	SANLI	閩南語連續劇	1.58
9	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.54
10	2200超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.44

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	0.81	0.44	0.51	0.51	1.32
TTV/台視	0.62	0.27	0.34	0.53	0.95
FTV/民視	0.47	0.11	0.15	0.19	0.95
CTS/華視	0.25	0.14	0.17	0.26	0.31

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
SETN/三立新聞	0.50	0.11	0.17	0.35	0.94
TVBSN/TVBS新聞台	0.47	0.19	0.25	0.52	0.68
FTVN/民視新聞	0.46	0.06	0.13	0.28	0.92
ET-N/東森新聞	0.43	0.14	0.24	0.37	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.42	0.08	0.09	0.25	0.85
CTiN/中天新聞台	0.41	0.13	0.15	0.23	0.78
NTVN/壹新聞	0.23	0.08	0.11	0.24	0.36
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.03	0.12	0.32
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.04	0.04	0.10	0.21

無線臺新聞包括各無線臺早、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	4.66
2	炮仔聲藝鑽團隊挺胸UP	SANLI	2.52
3	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	1.50
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.40
5	戲說台灣	SANLI	1.37
6	天之蕉子保濟堂酵素王	TTV	1.24
7	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	1.21
8	路台灣Express	PTV	1.05
9	小姨媽媽	MUCH	1.03
10	生生世世大誠保險經紀人	TTV	0.98

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	4.61
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.33
3	超級紅人榜	SANLI	2.25
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.16
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	2.09
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.85
7	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	1.54
8	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.44
9	綜藝玩很大	SL2	1.31
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.27

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.04
2	新台灣加油	SETN	0.98
3	新台灣加油中國翻臉香港動	SETN	0.94
4	新台灣加油WHA開幕拒台捧	SETN	0.94
5	新台灣加油他們祝賀蔡總統	SETN	0.90
6	新台灣加油高雄暴雨停班停	SETN	0.90
7	新台灣加油美中開戰台商選	SETN	0.87
8	非凡最前線	UBN	0.87
9	鄭知道了	SETN	0.84
10	鄭知道了兩岸攤牌北京怎接	SETN	0.82

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.07
2	呷飽未	SANLI	0.66
3	型男大主廚	SL2	0.65
4	直中職31年富VS中	VLSPT	0.48
5	2200食尚玩家	TVBSG	0.45
6	來去東南亞	PTV	0.42
7	閨蜜愛旅行	ETTV	0.37
8	2100美食按個讚	UBN	0.34
9	非凡大探索	UBN	0.32
10	美食鳳味	SANLI	0.32

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

