

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2024
06.08-06.14





本期摘要

媒體放大鏡 NCC調查：4成5看過OTT TV 訂閱維持2成

國際視野 美國用戶花在OTT的平均時間超過1小時

科技瞭望 「雅婷」神創作 台灣第一張AI專輯

專案介紹 慶餘年-節目冠名專案

收視調查

藝人動態 2020/05~2020/06

Media
news

媒體放大鏡

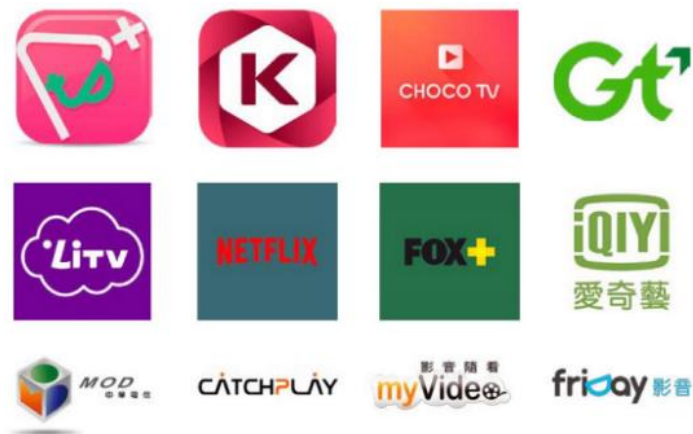


NCC調查：4成5看過OTT TV 訂閱維持2成

NCC近期公布2019年通訊傳播市場消費者使用概況，在2019年匯流發展調查部分，報告顯示，受訪民眾超過4成看過OTT TV，比2017年（30.8%）、2018年（37.6%）明顯增加。

看過OTT TV的民眾中，**個人或家中有付費訂閱線上串流影音服務的比例仍維持在2成左右**，跟前幾年差異不大；顯示從「看過」到「付費」，仍有一段距離。

在2019年廣電市場調查部分也發現，複選題詢問民眾收視管道，目前家中電視機所收看節目的平台，仍以**有線電視為主，占比達64.6%**；收看無線電視台（35.2%）、中華電信MOD（25%）和OTT TV（11.6%）。



【2020/06/08, 經濟日報】圖/開鏡

媒體轉型 新聞台家族誰最強

這幾年面對數位化趨勢衝撞，台灣媒體轉型早就在悄悄進行中，成效也不差，轉型有成績的目光幾乎放在電視頻道上，尤其集中在新聞台家族中，包括三立、年代、東森、民視、TVBS，不但兼顧網路、OTT的營運模式，轉型過程不脫本業，還將觸角轉到非本業上。

最明顯又最有成效的要算是三立，不但最早把「三立電視台」改為「三立媒體」，還擴張到其他領域，形成三立媒體集團。而最早在電視台經營業外收入，同時是台灣電視台收視率常勝軍的民視，轉型得更快，經營超過10年的網路購物、知名娘家滴雞精、紅麴等產品系列，讓民視不必靠跌跌不停的廣告就可以撐起營運目標，在電視頻道群中仍領風騷。

從**新聞台家族的轉型成績**看來，**台灣媒體高層對媒體產業未來仍樂觀**，為迎向數位化的浪潮，台灣的新聞台家族仍然在媒體業中領頭拼轉型，而且戰績不惡。【2020/06/15, 愛傳媒】

LiTV攜手TBC拚數位匯流版圖

5G數位匯流加速前進！有線電視業者台灣寬頻通訊（TBC）11日宣布結盟OTT正版影視平台「LiTV立視線上影視」，雙方聯手打造不一樣的影視娛樂模式，讓「第四台」不只是「第四台」！



圖/pxfuel、freepik、TDC NEWS製作

LiTV表示，在有線電視專屬的LiTV APP當中，LiTV整合平台最強兩大服務「**隨選頻道**」以及「**隨選影片**」，這是針對有線電視族群量身打造，提供介面簡單，操作容易，對電視用戶無門檻的最佳體驗。「隨選頻道」是LiTV的獨家專利技術，以有線電視用戶習慣的頻道操作方式做規劃，再根據大數據統計挑選出收視高、電視熱播的節目，將內容串流成頻道，一個節目一個頻道，轉台就是選片！

【2020/06/12, 台灣數位匯流網】

華納傳媒整合網路服務，HBO Go 將整合進 HBO Max

近日華納傳媒宣布將整合旗下多家網路服務平台，HBO Max、HBO GO 和 HBO Now 三個產品線同時營運的模式將不再，HBO GO 在 7 月 31 日後關閉，將用戶引導至 HBO MAX，HBO Now 改名為 HBO。

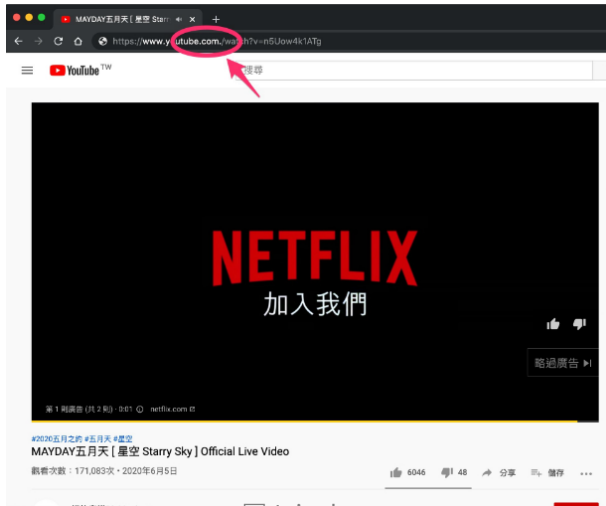
HBO Max 上線後，多個網路服務業務範圍和目標受眾重疊，不免讓用戶認知度下降，之前 HBO 平台網路服務主要分為兩部分，針對有線電視用戶的 HBO GO 和網路訂閱用戶的 HBO Now。

調整後華納傳媒旗下將分為內容資源的串流媒體服務 **HBO Max** 和有線電視頻道服務應用程式 **HBO**，便於用戶選擇。大部分用戶都可在電視和網路平台訂閱 HBO Max，使用其他暫時無法支援產品的用戶可選擇 HBO。【2020/06/15, 科技新報】



圖/HBO GO

YouTube 網域後多加一個點去除惱人廣告



圖/pixabay

通常觀看 YouTube 影片會伴隨一段數分鐘的廣告，對於不少使用者來說會受干擾，尤其部分廣告要求全程播完才能播放想看的影片。近日有網友在美國最大論壇 Reddit 發文指出，當使用電腦瀏覽器觀看 YouTube 影片時，若在網址的 YouTube 網域後面多加一個點(.)，再重新整理網頁，影片就不會自動加入廣告。

如此一來，欣賞 YouTube 影片時不再被惱人的廣告所干擾；而且這個小技巧只限使用電腦瀏覽器播放，若以手機瀏覽器播放則無效果，除非在觀看時手機瀏覽器切換至電腦版 YouTube 網站。雖然這個小技巧雖然可以省去觀看廣告的時間與不便，但是限用電腦瀏覽器，如要真正享受跨平台、無廣告干擾的觀賞體驗，則可嘗試訂閱 YouTube Premium 服務。【2020/06/11, 科技新報】

反種族歧視 谷歌Chrome編碼將移除黑名單等詞

為表達支持反種族歧視運動，科技巨擘谷歌 (Google) 旗下的瀏覽器Chrome團隊對用詞的考究細微到像是「黑名單」和「白名單」等，影射種族主義的詞彙也要棄絕使用。

國外科技網站9To5Google報導，Google Chrome自去年10月起即在官方程式碼風格指南中，納入「如何編寫種族中立代碼」的條文細則。這份文件明確規範，Chrome和Chromium的開發人員，避免使用「黑名單」(blacklist)、「白名單」(whitelist)，而改用中性詞彙如「阻擋名單」(blocklist)和「允許名單」(allowlist)。

以阻擋名單取代黑名單，谷歌早在2018年5月就開始採取類似行動並取得進展，不過瀏覽器Chrome的內部程式碼仍有許多地方使用黑名單這個詞彙，包括一整組名為components/blacklist的程式碼。【2020/06/09, 中央通訊社】

半夜傳LINE怕吵到人？搶先體驗「無聲訊息」

通訊軟體LINE於近期更新推出一項隱藏版測試功能，可將訊息設定為「無聲傳送」。有別於正常模式下收到訊息會發出通知聲，只要選擇無聲傳送，對方就會以靜音的狀態收到訊息。特別適用在對方睡覺時，或會議中等不希望被打擾的情況下使用。

目前無聲傳送功能僅限Android手機能搶先體驗，必須先更新為10.9.2以上版本才能開啟。確認達到版本要求之後，可從主頁右上方的齒輪→LINE Labs→勾選無聲訊息，即可開啟該測試功能。LINE在該功能下方說明，開啟後可在不發出提醒的狀態下傳送訊息，目前僅限於傳送文字、照片、影片及貼圖，檔案則不在此列。【2020/06/09, 聯合新聞網】



圖/美聯社

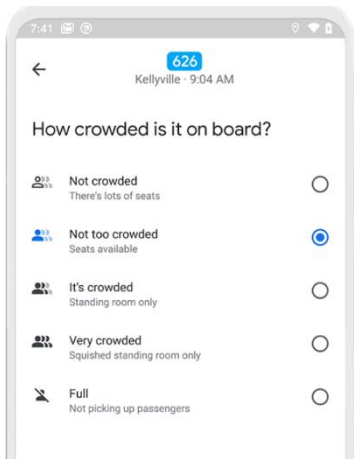
Google Maps新增防疫提示功能，守護用戶外出安全

即使許多國家開始進入後疫情時代，Google在其Google Maps導航功能中，加入更多與新型冠狀病毒疫情相關資訊，提醒使用者適時改變路徑，確保健康安全。

例如在導航行經必須配戴口罩的大眾運輸站點，Google Maps會直接指引使用者行經這些大眾運輸站點內設置健康檢查站點的進出口，而非像往常指引使用者透過距離最近的進出口搭乘車輛。

另外，Google Maps除了透過在地政府提供公開資訊，提醒使用者大眾運輸工具當下呈現擁擠狀態，同時也會加上新型冠狀病毒感染風險警示，讓使用者搭乘時候多加留意社交距離，或是主動配戴口罩保護自己。

這些功能，預計會在阿根廷、澳洲、比利時、巴西、哥倫比亞、法國、印度、墨西哥、荷蘭、西班牙、泰國、英國與美國地區，接下來也會持續擴展至更多地區提供使用。【2020/06/09, 數位時代】



圖/Google

與抖音功能類似 Zynn燒錢搶攻北美市場



中國短片App業者搶攻海外市場。中國第二大影音App開發商「快手」旗下短片平台Zynn付錢給用戶來激勵持續使用App，甫推出立刻風靡國外，使功能類似的「抖音」面臨偌大挑戰。法新社報導，快手上月推出短片平台Zynn。在短短一個月內，Zynn便成為美國蘋果公司（Apple）應用程式商店（App Store）裡最受歡迎的免費App。

Zynn的使用者介面與抖音類似。人們可透過這個平台，來觀看其他用戶跟著音樂跳舞或表演的短片。**但與抖音不同的是，Zynn不只有娛樂功能**。美國和加拿大用戶只要邀請朋友下載Zynn，就能**獲得現金回饋**。每邀請一次，最多能獲得20美元（約新台幣600元），回饋現金多寡取決於朋友在App上的活躍程度。

此外，**用戶只需看影片，就能獲得點數，還能將點數換成現金**。Zynn的運作模式與中國多數新創公司類似，他們通常會砸下數百萬人民幣，給用戶禮物和現金，目的是為了與同業搶攻市占。【2020/06/07, 中央通訊社】

台灣「最強」手遊排行出爐！

據調研機構「Sensor Tower」數據，今年第一季台灣手遊業的收入來到約 5.1 億美元，較去年同期增加 20%，並創下了歷來新高，顯示台灣人「瘋手遊」的程度。有趣的是，「果粉」除了以較少的比例，就支出了與全台 Android 玩家相當的手遊費用，其 10.2% 的成長率也超出 Android 用戶的 4.7%，**顯示iPhone 和 iPad 用戶似乎是更傾向花錢的一群**。



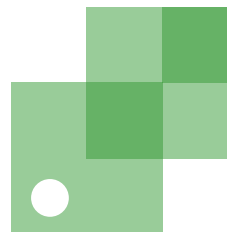
圖/天堂M官網

至於今年「玩家課金」收入排行前 20 名的手遊，則仍以《天堂M》居冠，單季擁有超過 4,100 萬美元的收入，自推出以來已連霸三年的季度冠軍；《一拳超人》、《劍與遠征》、《神魔之塔》和《當個官老爺》則依序拿下前五。

而若改以下載量來看，《一拳超人》則以將近 100 萬次的下載量，成為今年第一季台灣最多人下載的手遊。有趣的是，**相比需要金錢及時間投入的課金類遊戲，休閒性的遊戲則明顯在下載量排行中取得較好的成績**，如排名第二及第三的《腦洞大師》、《推開一切》。《神來也麻將多合1》，也取得了第五名的成績。【2020/06/09, 自由時報】

Case
Share

國際視野



美國用戶花在OTT的平均時間超過1小時



根據eMarketer最新預測，今年美國用戶訂閱OTT影音內容，平均每天使用時間將超過62分鐘，比2019年成長了23.0%。而是甚麼原因促使訂閱OTT的用戶使用時間激增？

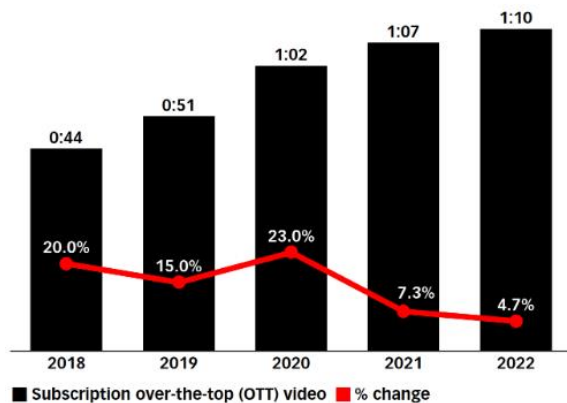
- **新的串流媒體平台推出，其中包含大量的優質內容，進而推動了消費提升。** 迪士尼、NBC和HBO Max (WarnerMedia) 等媒體巨頭為OTT帶來大量的內容庫。同時，Apple TV +和 Quibi 等其他公司也將資金投入到原創內容中。
- **居家生活促使用戶使用現有的串流媒平台時間增加。** 今年美國用戶在Netflix上平均花費的時間每天將超過30分鐘，比2019年增加16%以上。Amazon Prime Video是僅次於Netflix和Hulu的第三受歡迎的串流媒體平台，預估將有19.1%的成長。

未來訂閱串流媒體仍然是最受歡迎的數位影音消費方式。根據eMarketer預測2022年串流平台的使用時間，用戶每天花費的時間將達到70分鐘。儘管2022年之後仍有增長空間，但每天花費在數位影音上的時間最終仍會達到上限趨於緩和。任何新上市的OTT服務將很難增加使用的時間。屆時，他們將淘汰現有服務，思考新的發展。



Subscription OTT Video: Average Time Spent in the US, 2018-2022

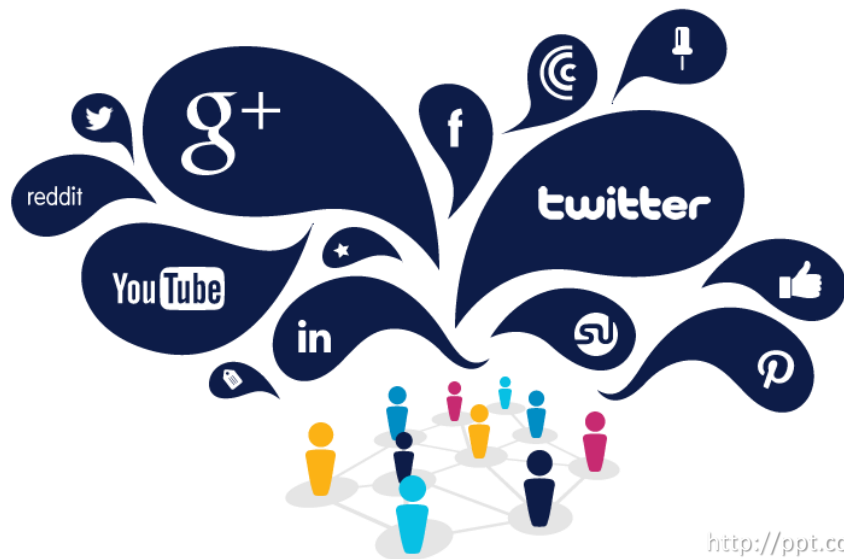
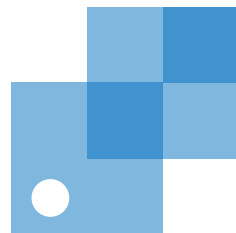
hrs:mins per day among population and % change



2018-2022年美國用戶平均花費在OTT的時間

New
Idea

科技瞭望





PTT創辦人杜奕瑾在2017年成立的台灣人工智慧實驗室 (Taiwan AI Labs) 8日正式宣布，打造台灣第一張全AI生成音樂專輯，並已上架至KKBOX，專輯一共有9首樂曲，從旋律到歌名，再到專輯封面，都是由旗下的「雅婷音樂」一手打造。

「Taiwan AI Labs 這次在防疫過程與政府密切合作，成為防疫國家隊的一員，開發各種防疫科技，過程中我們非常好奇若『病毒基因圖像』轉為音樂，會是怎麼樣的旋律，因而誕生這張專輯。」台灣人工智慧實驗室創辦人杜奕瑾向《數位時代》透露。

在KKBOX上，現在可以找到一位名為「Yating (雅婷)」的歌手，照片是一位正在彈鋼琴女生的剪影，這9首歌曲，也全為純樂器演奏。

在雅婷聽了上百萬首熱門音樂，對音調、旋律、節奏、和聲、配器...等各種層面進行機器學習後，專輯是「它」第一次透過AI全自動生成的音樂，也是第一次運用生物特徵的圖像，透過AI分析圖像的組成來模擬情緒，從而譜成一首首歌曲。

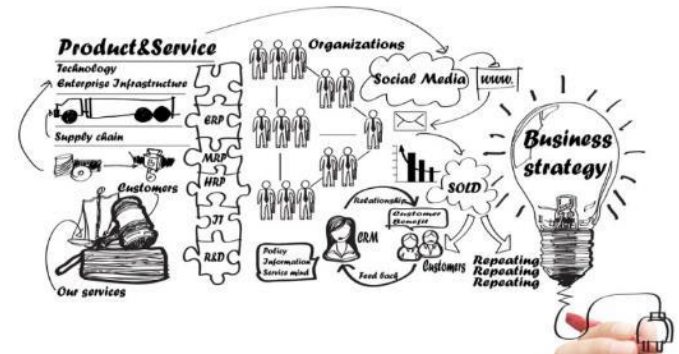
《COVID19》、《Infection (感染)》、《Travel (旅遊)》、《Entry (入境)》、《Confirmed (確診)》、《Mask (口罩)》、《Postponed (延期)》、《Lockdown (封城)》、《Vaccine (疫苗)》……這些曲目的旋律和情緒基調，風格迥異，《旅遊》活潑輕快、《口罩》低調沉悶，至於聽眾喜不喜歡、覺得是否順耳，就因人而異。

也不難看出，每一首歌曲的名稱，都與疫情有關。官方表示，這些歌曲名稱，是由雅婷音樂以及台灣人工智慧實驗室開發的「島民衛星」新聞團隊合作，抓取這次疫情中新聞媒體最常使用的詞彙，起承轉合地將這些詞彙排序成一個完整的故事。

至於專輯的封面，則是由實驗室醫療組提供的病毒基因與藥物分子合成的模擬圖生成，其餘8首歌曲的圖片，也是對大量藝術作品進行學習後，雅婷的「創作」成果。

Project

專案介紹



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



男女主角結合時裝古裝 穿越飆戲

热播的內地神劇《慶餘年》，是由孫皓執導，雲集《如懿傳》五大妃嬪李沁、辛芷蕾、李純、趙柯及劉美彤，再度聚頭爭妍鬥麗！並結合張若昀、陳道明、李小冉等一級演員主演的古裝劇。



播出規格

- ◆ 播出頻道：中天娛樂台
- ◆ 播出日期：**2020/6/18~8/20**
- ◆ 播出時間及時段：周一至周五, 每天2000-2200以一首一重播出

播出時段	首播	冠名
0700-0900	重播	<input checked="" type="checkbox"/>
1600-1800	重播	<input checked="" type="checkbox"/>
2000-2200	首播	<input type="checkbox"/>
2400-0200	重播	<input checked="" type="checkbox"/>



- ◆ 節目集數：共46集, 每天首+重播出
- ◆ 節目長度：每集60分鐘(含廣告)

*中天電視保有劇情集數之調整權利!

9

冠名贊助片頭卡demo示意

(非最後製作樣式) 冠名贊助卡



冠名贊助大片頭卡demo示意

(非最後製作樣式)



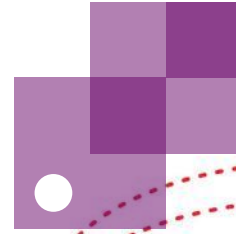
冠名贊助直/橫側標demo示意

(非最後製作樣式)



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ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	4.48
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	4.29
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.32
4	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.88
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.67
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.58
7	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.44
8	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.35
9	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.22
10	生生世世大誠保險經紀人	TTV	閩南語連續劇	1.10
11	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
12	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.05
13	1800航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.95
14	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	0.86
15	黃金年代	CTS	歌唱音樂	0.85
16	1300多情城市ivenoR日夜塑	FTV	閩南語連續劇	0.85
17	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85
18	2100生生世世大誠保險經紀	TTV	閩南語連續劇	0.84
19	這事有影嘍VOCA頂級瞬熱飲	FTV	資訊綜藝	0.83
20	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.78

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.39
2	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.14
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.91
4	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	1.40
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.35
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.31
7	小姨媽媽	MUCH	大陸劇	1.22
8	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.18
9	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.17
10	新台灣加油939090票不該尊	SETN	新聞性質節目	1.16
11	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.14
12	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	1.10
13	新台灣加油邁周三宣布參選	SETN	新聞性質節目	1.09
14	鄭知道了不玩了韓粉怒火燒	SETN	新聞性質節目	1.06
15	2215俗女養成記	SANLI	國語連續劇	1.06
16	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.02
17	鄭知道了韓粉出征報復罷免	SETN	新聞性質節目	0.98
18	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.97
19	新台灣加油韓召喚611穿白	SETN	新聞性質節目	0.95
20	新台灣加油韓國瑜祭封殺令	SETN	新聞性質節目	0.94

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	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	1.74
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	1.57
3	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.40
4	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.14
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.06
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.01
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.93
8	生生世世大誠保險經紀人	TTV	閩南語連續劇	0.74
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.74
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.72

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	2.49
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	2.42
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.92
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.36
5	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.33
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	0.96
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95
8	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.80
9	女力報到最佳拍檔斯斯枇杷	CTV	國語連續劇	0.75
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.74

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	2.91
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	2.87
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.68
4	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.17
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.90
6	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.67
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.38
8	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.25
9	1800航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.17
10	生生世世大誠保險經紀人	TTV	閩南語連續劇	0.98

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	7.54
2	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	娛樂綜藝	7.29
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.12
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.86
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.64
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.13
7	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.99
8	1300多情城市ivenoR日夜塑	FTV	閩南語連續劇	1.85
9	生生世世大誠保險經紀人	TTV	閩南語連續劇	1.62
10	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.48

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	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.23
2	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	1.12
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.84
4	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.77
5	2215俗女養成記	SANLI	國語連續劇	0.74
6	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.71
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.59
8	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.53
9	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	0.53
10	沉默的證人	*SCM	國片	0.53

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.65
2	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.59
3	2215俗女養成記	SANLI	國語連續劇	1.48
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.13
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.92
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.91
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.85
8	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.83
9	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	0.74
10	1900白鸞鷲的願望	SANLI	閩南語連續劇	0.72

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.31
2	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	1.58
3	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.57
4	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.37
5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.12
6	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.99
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.97
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.93
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.88
10	2215俗女養成記	SANLI	國語連續劇	0.87

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.43
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.64
3	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	3.10
4	小姨媽媽	MUCH	大陸劇	2.39
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.26
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.18
7	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.71
8	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	1.61
9	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	1.46
10	1900白鸞鷲的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.43

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	0.70	0.37	0.36	0.42	1.18
TTV/台視	0.68	0.34	0.44	0.52	1.05
FTV/民視	0.41	0.1	0.16	0.19	0.82
CTS/華視	0.26	0.12	0.1	0.26	0.34

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	0.46	0.07	0.19	0.32	0.87
CTiN/中天新聞台	0.45	0.10	0.16	0.24	0.89
TVBSN/TVBS新聞台	0.44	0.24	0.21	0.49	0.62
FTVN/民視新聞	0.43	0.07	0.15	0.28	0.83
ERA-N/年代新聞台	0.42	0.10	0.15	0.29	0.80
ET-N/東森新聞	0.41	0.13	0.22	0.35	0.66
NTVN/壹新聞	0.20	0.05	0.12	0.20	0.32
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.04	0.11	0.32
EFNC/東森財經新聞台	0.10	0.02	0.04	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ivenoR日夜塑崩	FTV	4.48
2	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	2.14
3	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	1.40
4	戲說台灣	SANLI	1.35
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.31
6	小姨媽媽	MUCH	1.22
7	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	1.18
8	生生世世大誠保險經紀人	TTV	1.10
9	2215俗女養成記	SANLI	1.06
10	1900白鷺鷥的願望	SANLI	0.88

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合Footer玩美足肌	FTV	4.29
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.32
3	超級紅人榜	SANLI	2.39
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	1.91
5	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	1.88
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.67
7	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.58
8	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.35
9	綜藝玩很大	SL2	1.17
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.05

新聞類/全體

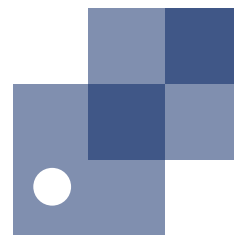
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油939090票不該尊	SETN	1.16
2	台灣最前線	FTVN	1.14
3	呂讀台灣	SETN	1.10
4	新台灣加油邁周三宣布參選	SETN	1.09
5	鄭知道了不玩了韓粉怒火燒	SETN	1.06
6	新台灣加油	SETN	1.02
7	鄭知道了韓粉出征報復罷免	SETN	0.98
8	鄭知道了	SETN	0.97
9	新台灣加油韓召喚611穿白	SETN	0.95
10	新台灣加油韓國瑜祭封殺令	SETN	0.94

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.22
2	呷飽未	SANLI	0.69
3	直中職31年富VS中	VLSPT	0.51
4	非凡大探索	UBN	0.51
5	型男大主廚一家人益生菌	SL2	0.49
6	日本我來了	VLJP	0.45
7	大陸尋奇精選	CTV	0.40
8	詹姆士出走料理	GTV-1	0.38
9	1900旅行應援團之一起出發	*SCC	0.37
10	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.36

**Dorian
idols**

藝人動態





被封最強小三 Albee自豪筋骨軟(圖 / 蝦皮提供)



范宸菲為2020臺南博物館記者會站台
(圖 / 臺南市政府文化局提供)



岷岷受邀擔任日本《交響樂應援曲物語》專輯封面



盧秀燕化身超級銷售員，中信兄弟啦啦隊正妹加持直播力推台中水果（圖／台中市政府提供）



中職啦啦隊為日本棒球加油（圖／取自日刊體育）

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

