

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2027
06.29-07.05





本期摘要

媒體放大鏡 有線電視三強鼎立 拿下台灣75%市占

國際視野 Instagram新聞來源占比將超越Twitter

科技瞭望 網家「AI智能穿搭推薦」

專案介紹 聯合新聞網-YT版位專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡

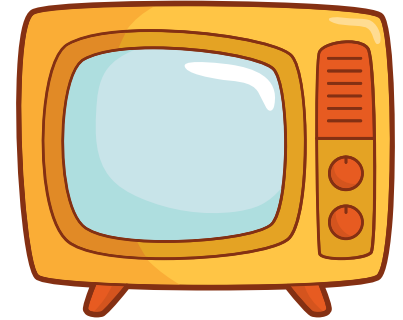


有線電視三強鼎立 拿下台灣75%市占

根據NCC最新統計，截至3月底為止，國內有線電視總用戶數493萬，其中，中嘉111.28萬戶、凱擘99.68萬用戶、台灣寬頻 (TBC) 67.26萬戶、台灣大旗下台固媒體53.88萬，台數科46.09萬。

凱擘加計關係企業台媒合計約154萬，若加計其它關係緊密的系統台，共約165萬，戴永輝入主TBC之後，TBC加計大豐電合計用戶數超過90萬，前三大集團總用戶數合計超過366萬、占國內整體有線電視市占版圖近75%。換言之，**有線電視市場三強鼎立局面確定。**

【2020/07/03, 工商時報】



HBO GO 開放 App 直接訂閱

HBO GO 今年四月在台上線時，先與有線電視業者 TBC 台灣寬頻通訊合作，後又加入凱擘大寬頻、台灣大寬頻等多家業者提供更多訂閱選擇。現在又推出更便民的服務，讓使用者**不必跟有線電視綁約，就能直接在 App 中付費訂閱，更符合時下行動影音收視族群的使用習慣**，也在全新串流服務 HBO Max 在台推出前，讓使用者有管道觀看 HBO 和 HBO Asia 好片。

另一方面，日前外媒傳出消息，稱華納媒體計劃重整旗下串流影音服務，其中 HBO GO 將整合進全新的核心服務 HBO Max 後於 7 月 31 日關閉。據了解，目前包括台灣在內的亞洲地區將不受影響，至於未來 HBO Max 何時在台推出、HBO GO 在台會否跟進整併，有待官方進一步宣布詳情。【2020/07/01, 科技新報】



CIA在串流影音廣告招募新血

總帶著神秘色彩的美國中央情報局(CIA)，竟然開始在線上串流服務打廣告，招聘18~35歲的新血。據路透(Reuters)報導，CIA以往都是從就業博覽會等傳統管道招募大學生，培養未來的間諜，不過這回開始跟上數位時代，首次嘗試新管道。

CIA發言人表示，他們在新冠肺炎疫情爆發、各地開始實施社交距離措施以前，就已經構思線上徵才計畫。製作了15、60和90秒版本的廣告，投放到生活、娛樂及新聞串流服務上，向全美播送。

根據市調公司Leichtman Research Group調查，**美國有超過7成的家戶都至少訂閱了Hulu、Netflix或亞馬遜(Amazon) Prime其中一家**。現在就連神秘的諜報單位也順應時代，盼接近更多年輕人。無獨有偶，原本靠人際介紹增加新血的英國諜報機構MI5和MI6，最近也都開始嘗試線上徵才。誠如CIA發言人所言，為了找到頂尖高手，已經不能再仰賴傳統徵才方式。

【2020/07/06, DIGITIMES】

NETFLIX

5G既出誰與爭鋒 看遊戲產業將發生哪些改變



疫情的影響，推動了線上、遠距等零接觸產業的發展，而5G通訊服務的商轉，更將為零接觸產業推波助瀾。在工商業的應用之外，娛樂市場則是另一個5G的關鍵戰場，其中，又屬遊戲產業的改變最受重視。5G挾著其大頻寬、低延遲、廣連結的技術優勢，將對遊戲產業帶來下列幾點的影響和改變。

1. 下載一瞬間 遊戲進入隨選即玩世代
2. 遊戲雲端串流化改變遊戲市場通路
3. 從P2E(玩家對場景)到P2P(玩家對玩家) 5G帶來遊的互動體驗提升

【2020/07/06, DIGITIMES】

Instagram可能把20個限動集成一新頁

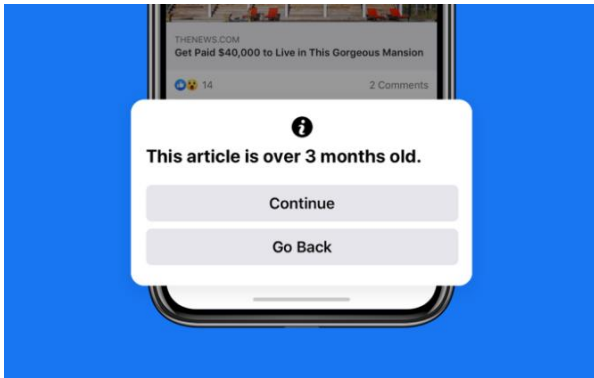
由於許多民眾在看限時動態時，有時候想要特別尋找特定人物的來看，只是卻一時想不起對方的帳號，只能從顯示限時動態的小圈圈中慢慢看、慢慢尋找，造成許多人的不便。對此，Instagram就想要找方法解決問題，有報導指出，他們正在測試新版本，將讓民眾看限時動態時能夠更方便。

據悉，目前Instagram正在測試的版本是把限時動態集合在一個新頁面，讓用戶可以在裡面一次看到許多用戶的限時動態，比現在一排最多只能看4個用戶的頁面還多，最多可以一次看到20個限時動態，讓民眾可以更加方便。

這個新功能測試在上周末被發現，不過根據官方的透露，他們表示其實已經向少數的用戶進行一個多月的測試了，因為他們現在把限時動態看成一個非常重要的領域，畢竟**目前透過限時動態的廣告客戶量已經成長到400萬個案例，預計IG整頁式的限時動態會吸引更多用戶，而廣告商也會投入更多經費。**【2020/07/03, 匯流新聞網】



Facebook 分享超過 90 天舊聞，通知視窗將提醒



社群平台 Facebook 6 月 30 日 宣布，即日起將於全球推出通知視窗，當用戶要分享超過 90 天的舊新聞時，Facebook 將提醒用戶，為用戶分享的內容提供更多背景資訊。

Facebook 表示，過去幾個月來，Facebook 內部研究**發現文章的時效性是人們決定是否閱讀、信任或分享的重要因素**。新聞出版機構擔心一些舊聞在社群平台上不斷被當成新聞到處流傳，讓用戶誤以為是最新發生的事件。有些新聞出版機構已採取措施解決這項問題，例如將網站上的舊文章加註醒目標示，防止遭到濫用。

為了確保用戶在 Facebook 上分享內容前先取得相關背景資訊，以判斷是否分享該篇內容，當用戶按下分享按鈕時，如果即將分享的文章已經發布超過 90 天，就會跳出通知視窗。若用戶仍覺得文章有價值，依然可以分享。【2020/06/30, 科技新報】

串流成為2020音樂產業最大支撐

根據MIDIa的最新報告，到2020年第一季末，全球的音樂串流訂閱戶達到4億，比2019年第一季增長30%，新增了9300萬用戶，Spotify仍然是領先地位，擁有全球32%的市場占比。自2015年以來，Spotify的市場占比一直保持在每季32%至34%之間。Apple Music以18%位居第2，但比2019年第一季的21%下降，與第3名的Amazon Music相比，Amazon Music在2020年第一季占比14%，前一年占比為13%。

另外就細項分析，Spotify和Apple Music雖是主流選擇，但YouTube Music與Z世代和更年輕的千禧一代產生的共鳴遠超過其他串流平台。Amazon Music則是將年長者吸引到串流訂閱中，Deezer則透過行動預付捆綁、在新興市場（尤其是巴西）中獲得成功。這些數字來自MIDIa包括36個市場、25個音樂服務的最新數據。今年還新增中東、北非、俄羅斯和愛爾蘭地區，以及撒哈拉以南的非洲地區占比。【2020/07/05, 聯合報】

台灣Podcast崛起！網路聲量半年上升5成以上

這一年來，Podcast線上有聲節目，在台灣慢慢崛起，聽眾越來越多，除了歐美平台Apple、Spotify之外，2019年9月台灣也成立第一家本土的Podcast平台，不到一年，下載量就已經突破一千萬，掀起一波第二注意力的新商機。

記者劉俐均：「台灣第一間本土Podcast平台，SoundOn2019年9月正式上架，到目前為止已經有20檔的原創節目，從2月到6月的網路搜尋量，Podcast已經上升了五成以上，這也顯示Podcast市場在台灣已經掀起一波熱潮。」

錄音間傳來陣陣歡笑聲，SoundOn原創節目，找來名人搭檔，平台從去年九月上架，2020年一月下載量有一百萬，到了5月中，下載量突破一千萬，以節目數量來看，2019年5月，台灣的Podcast節目，大約只有60-100個，一年時間，已經突破兩千個，成為台灣聲音市場的潛力股。【2020/06/30, TVBS新聞網】



數位行銷 / 遊戲化行銷 情感體驗升級



隨著年輕族群迅速崛起，電商平台早已不只是銷售平台，更是和消費者交心的行銷場域。根據資策會MIC網購行為調查，2019年網友前五大獲取資訊的管道，分別為**購物網站、Google搜尋、Facebook、比價網站與LINE**。

【2020/07/06, 經濟日報】

購物網站已超越搜尋引擎成為網友購物時最重要的搜尋與決策平台。因此，品牌商應善

加把握觸及客戶的時機，將電商平台視為客戶接觸點，編列預算投放廣告或運用行銷工具，擴大聲量與增進觸及客戶。

投入遊戲化行銷，也是有效的做法，可為客群帶來積極的情感體驗，也有助於提升業績與建立品牌形象。已有不少業者開始在其業務中應用遊戲化構想，以促進銷售，藉此提高品牌知名度。

舉例來說，蝦皮曾與漢堡王合推「線上訂製小華堡」，透過點餐機器人，消費者任選配料搭配組合。此外，去年也曾攜手萊雅集團打造「L'Oréal超品日」推出遊戲，消費者只要從App上頭劃出螢幕上掉落商品，即可賺積分並獲體驗商品。

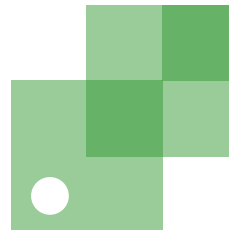
迎接暑假來臨 手機遊戲勢不可擋

根據Newzoo調研機構研究報告指出，2012年~2022年（預估）全球遊戲市場收入複合成長率約為10%、移動遊戲約22%。其中，又以手機遊戲為成長主要來源，2012年手機遊戲占整體遊戲市場營收比重為10.6%，至2019年營收比重已提升為38%，預估2022年將持續增長至41%。

智慧型手機遊戲中，可依照玩家需花費的時間與精力，分為輕度（射擊、競速、棋牌等）、中度（卡牌、塔防、養成等）及重度遊戲（角色扮演、動作射擊、策略經營等），而中度遊戲可謂輕度與重度間的模糊地帶。根據APP Annie研究數據顯示，**2019年全球休閒遊戲（輕度為主）下載量佔全體遊戲比重逾80%，而全球手遊用戶支出中超過75%是來自於重度遊戲**，可見重度手遊比休閒手遊更為吸金。其中，又以角色扮演（RPG）為最大宗，占整體手遊用戶支出的38%。【2020/06/29, 自由時報】

Media
trend

國際視野



Instagram新聞來源占比將超越Twitter



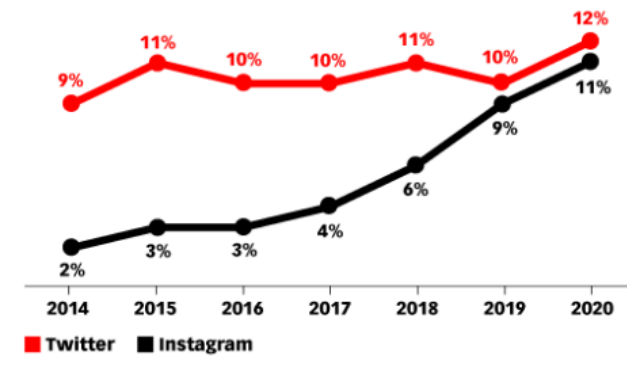
根據《路透社數位新聞報導》的最新數據，來自12個地區的受訪者，約11%使用圖像共享APP Instagram觀看新聞，幾乎是2018年的兩倍。相較之下，12%的受訪者表示從Twitter獲取新聞。如果Instagram成為新聞的來源地，廣告商在平台上對於品牌的安全問題則需要更加謹慎。

特別是年輕用戶，更有可能轉向從Instagram上獲取新聞。尤其是美國，今年4月份整體來說有12%的成年人使用Instagram發布與冠狀病毒相關的新聞，而18-24歲的年輕人是整體成年人的2倍以上（26%）。**儘管文字仍然是最受歡迎的數位新聞消費模式，但年輕一代的受眾比老一輩更喜歡視覺描述的新聞格式，而Instagram剛好非常適合這個模式。**隨著年輕人離開Facebook之類的平台，出版商願意透過Instagram接觸更多年輕人。

如果轉向Instagram發布新聞成為一種常態，廣告商則需要更加注意品牌的安全性。因為Instagram是一個更注重生活方式的平台，對於那些希望在平台上進行廣告宣傳的品牌來說，Instagram相較於Facebook和Twitter這樣的網站，其政治負擔較小也相對安全，但隨著新聞開始滲透到Instagram上，這種情況也可能隨時會發生變化。

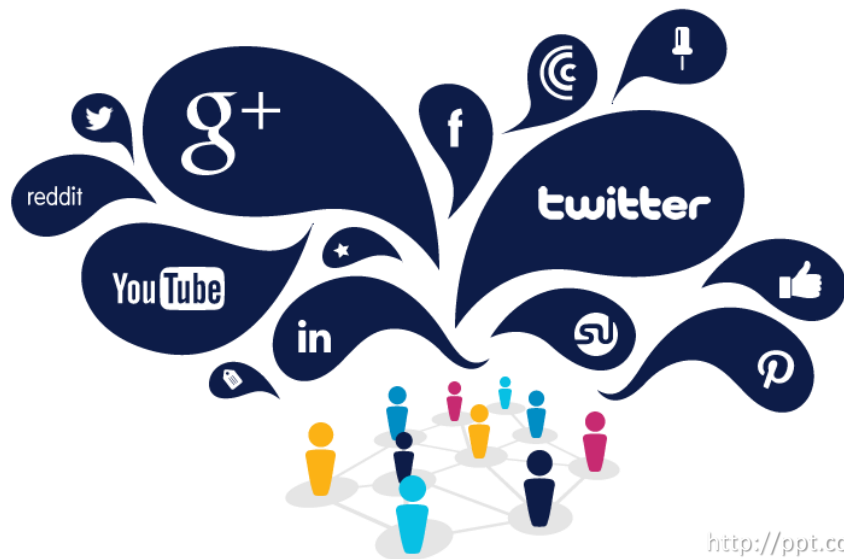
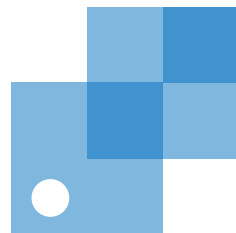
例如許多網紅因在全國抗議活動中，持續經營行銷活動而遭到了反彈。許多人利用這個平台發佈關於抗議的最新消息，平時贊助的貼文在此時似乎都保持沉默。如果Instagram的用戶開始接觸更多潛在敏感或有爭議的新聞內容，則該平台可能會引起更多激烈和不必要的紛爭。在這種情況下，平台本身可能需要介入管理以確保品牌安全。就像Twitter必須清除帳戶並對其指標進行更改，以減少將廣告顯示在仇恨的貼文旁邊一樣。

Internet Users Worldwide* Who Use Twitter vs. Instagram to Access News, 2014-2020
% of respondents



New
Idea

科技瞭望



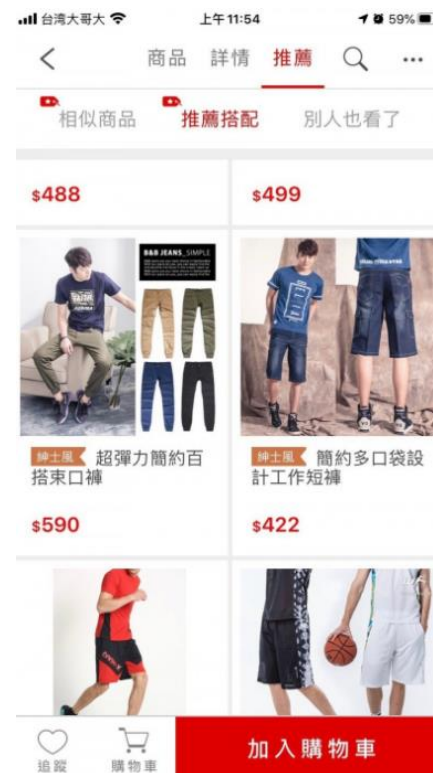


消費者日趨講究服裝造型、質感、舒適等條件，但電商平台卻難以具體呈現，瞄準這股服飾發展趨勢，網家（8044）旗下PChome 24h購物宣布與工研院合作，推出「AI智能穿搭推薦」功能，結合大數據分析與AI應用，提供「相似商品」、「推薦搭配」等分類區塊，搶先於機能服與配件、休閒牛仔、男裝女裝三大館少量試營運，提供消費者喜好預測、提升精準行銷效益，打造線上和線下虛實融合的OMO新型態服務。

PChome 24h購物特別與工研院「資訊與通訊研究所」共同推出「AI智能穿搭推薦功能」，針對種類繁多的電商平台服飾類商品，運用服飾屬性「標記」及「風格穿搭推薦」兩大技術，由AI輔助，快速辨識「領口」、「款式」、「圖樣」、「版型」、「顏色」等服飾關鍵特徵，完成「休閒風」、「運動風」、「隨興風」、「時尚風」、「民族風」等多達14種服飾風格，達到宛如實體店員推薦服裝的邏輯，改善電商平台特定風格服飾無法完整搜尋的難度，也大幅縮短搜尋時間，希望達到線上挑選、試穿、下單衣服的一站式服務流程。

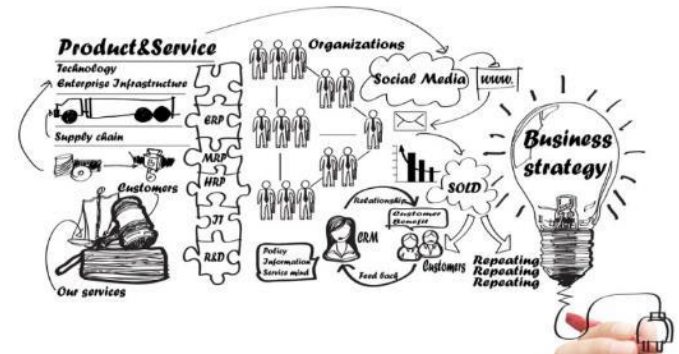
網家表示，新增加的智能穿搭推薦功能，目前於三個服飾館別進行試營運，但會逐步增加「品類」，消費者可以看到商品推薦項目下，新增「相似商品」、與「推薦搭配」，根據消費者平常購物行為與目前瀏覽商品，提供搭配建議。

PChome 24h購物觀察指出，當消費者瀏覽上半身服飾商品，系統將推薦搭配下半身的服飾款式，增加交叉銷售機率，而近期消費者採購涼感機能服比例提高，帶動更多輕薄、吸濕排汗、防曬等相關材質商品點擊率提升，持續推升相關商品買氣成長。



Project

專案介紹



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



高畫質影音廣告(影片)---可使用YT連結但無法自動播放



廣告形式	影片
頻率	輪替 5秒後出現關閉鍵
影片規格	<ul style="list-style-type: none"> • 解析度：640x360、1280x720、1920x1080 • 影片比例：16：9 • 影片長度：1~30秒 • 影片格式：MP4 • 影片大小：小於10MB
備註	<ul style="list-style-type: none"> • 本產品廣告位置同內頁巨無霸廣告，採不指定頻道 • 示意圖(PC)適用於螢幕解析度1024以上



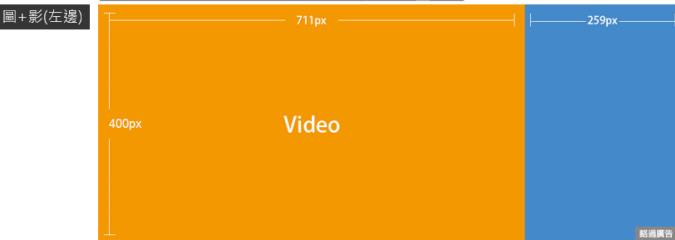
同上不同版型，搭配Banner



廣告形式	影+圖
頻率	輪替 5秒出現關閉鍵
圖片規格	<ul style="list-style-type: none"> • 圖片尺寸：970 x 400 pixels (請保留影片範圍) • 影片範圍：711 x 400 pixels • 檔案格式：JPG • 檔案大小：小於200KB • 圖像式廣告，若為白底，請加邊框
影片規格	<ul style="list-style-type: none"> • 解析度：640x360、1280x720、1920x1080 • 影片比例：16：9 • 影片長度：1~30秒 • 影片格式：MP4 • 影片大小：小於10MB
備註	<ul style="list-style-type: none"> • 本產品廣告位置同內頁巨無霸廣告，採不指定頻道 • 示意圖(PC)適用於螢幕解析度1024以上



高畫質影音廣告(影+圖-素材規範)



頻道內頁文尾強打大看板(影片)

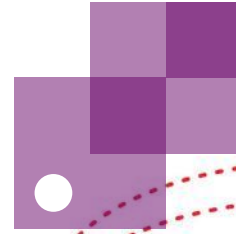


廣告形式	影片
頻率	輪替
位置	內頁文章 → 文尾文字下方
規格	<ul style="list-style-type: none"> • 解析度：640x360、1280x720、1920x1080 • 影片比例：16：9 • 影片長度：1~30秒 • 影片格式：MP4 • 影片大小：小於10MB
備註	示意圖(PC)適用於螢幕解析度1024以上



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	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	4.88
2	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	4.74
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.30
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.46
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.83
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.52
7	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.46
8	金鐘無主之子快樂瑪麗安美	FTV	國台語單元劇	1.38
9	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.32
10	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.31
11	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.02
12	生生世世大誠保險經紀人	TTV	閩南語連續劇	1.02
13	女力報到最佳拍檔斯斯枇杷	CTV	國語連續劇	0.94
14	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.90
15	這事有影嘸VOCA頂級瞬熱飲	FTV	資訊綜藝	0.90
16	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	0.89
17	2100生生世世大誠保險經紀	TTV	閩南語連續劇	0.88
18	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	0.88
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.87
20	1800航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.86

有線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.37
2	炮仔聲活沛多	SANLI	閩南語連續劇	2.15
3	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	2.14
4	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.10
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.90
6	小姨媽媽	MUCH	大陸劇	1.69
7	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.36
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.25
9	2215俗女養成記IVENOR姬白	SANLI	國語連續劇	1.22
10	女力報到最佳拍檔	TVBSG	國語連續劇	1.22
11	綜藝玩很大ONEBOY冰鋒衣	SL2	娛樂綜藝	1.20
12	阿拉丁	*FOX	外片	1.11
13	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.09
14	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.04
15	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.98
16	新台灣加油KMT隔山打牛抗	SETN	新聞性質節目	0.92
17	鄭知道了鬧劇一場難啟程	SETN	新聞性質節目	0.89
18	文茜的世界財經周報	CTiN	新聞性質節目	0.87
19	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	0.84
20	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	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	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	2.26
2	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	2.11
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.72
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.64
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.20
6	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.03
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
8	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.95
9	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.88
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.84

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	2.45
2	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.96
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.87
4	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	1.78
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.62
6	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.46
7	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.03
8	1800航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	0.87
9	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.85
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.82

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	3.31
2	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.13
3	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	2.99
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.70
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.96
6	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.79
7	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.79
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.68
9	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.18
10	金鐘無主之子快樂瑪麗安美	FTV	國台語單元劇	1.07

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	8.42
2	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	閩南語連續劇	8.21
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.37
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.13
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.48
6	金鐘無主之子快樂瑪麗安美	FTV	國台語單元劇	2.17
7	1300多情城市ivenoR日夜塑	FTV	閩南語連續劇	1.62
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.61
9	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.60
10	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.43

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	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	1.39
2	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.19
3	綜藝玩很大ONEBOY冰鋒衣	SL2	娛樂綜藝	0.94
4	炮仔聲活沛多	SANLI	閩南語連續劇	0.93
5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.90
6	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.86
7	歡樂智多星福爾額溫槍	*SCC	競賽綜藝	0.81
8	2000名偵探柯南唐紅的戀歌	MOMO K	外片	0.77
9	生態全紀錄千軍萬蟻聯盟	PTV	知識資訊節目	0.75
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.75

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.63
2	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.63
3	炮仔聲活沛多	SANLI	閩南語連續劇	1.57
4	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	1.30
5	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.11
6	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.08
7	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.02
8	阿拉丁	*FOX M	外片	0.95
9	綜藝玩很大ONEBOY冰鋒衣	SL2	娛樂綜藝	0.92
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.92

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	2.61
2	綜藝玩很大ONEBOY冰鋒衣	SL2	娛樂綜藝	1.93
3	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.70
4	炮仔聲活沛多	SANLI	閩南語連續劇	1.69
5	阿拉丁	*FOX M	外片	1.68
6	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	國語連續劇	1.60
7	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.31
8	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.25
9	浪漫醫生金師傅2	*SCC	韓劇	0.99
10	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.98

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.33
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.34
3	小姨媽媽	MUCH	大陸劇	3.19
4	炮仔聲活沛多	SANLI	閩南語連續劇	3.15
5	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.99
6	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	閩南語連續劇	2.53
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.04
8	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	1.44
9	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	1.43
10	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.41

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	0.68	0.39	0.33	0.42	1.14
TTV/台視	0.67	0.40	0.44	0.58	0.94
FTV/民視	0.38	0.12	0.13	0.17	0.76
CTS/華視	0.27	0.13	0.14	0.30	0.33

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	0.42	0.25	0.19	0.44	0.61
SETN/三立新聞	0.41	0.10	0.18	0.26	0.77
CTiN/中天新聞台	0.39	0.14	0.15	0.23	0.73
FTVN/民視新聞	0.38	0.05	0.11	0.25	0.73
ET-N/東森新聞	0.37	0.13	0.24	0.33	0.58
ERA-N/年代新聞台	0.37	0.11	0.11	0.22	0.71
NTVN/壹新聞	0.18	0.06	0.09	0.18	0.29
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.04	0.12	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.04	0.03	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	多情城市福爾額溫槍	FTV	4.88
2	多情城市ivenoR日夜塑崩	FTV	4.74
3	炮仔聲活沛多	SANLI	2.15
4	我的婆婆怎麼那麼可愛	PTV	2.14
5	炮仔聲ONEBOY冰鋒衣	SANLI	2.10
6	小姨媽媽	MUCH	1.69
7	金鐘無主之子快樂瑪麗安美	FTV	1.38
8	女力報到最佳拍檔皇翔PARK	TVBSG	1.36
9	戲說台灣	SANLI	1.25
10	2215俗女養成記IVENOR姬白	SANLI	1.22

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.30
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.46
3	超級紅人榜	SANLI	2.37
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	1.90
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.83
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.52
7	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.32
8	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	1.31
9	綜藝玩很大ONEBOY冰鋒衣	SL2	1.20
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.02

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KMT隔山打牛抗	SETN	0.92
3	鄭知道了鬧劇一場難啟程	SETN	0.89
4	文茜的世界財經周報	CTiN	0.87
5	新神秘52區	CTiN	0.84
6	鄭知道了	SETN	0.82
7	台灣演義	FTVN	0.81
8	呂讀台灣	SETN	0.80
9	新台灣加油	SETN	0.80
10	非凡最前線	UBN	0.79

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	呷飽未	SANLI	0.98
2	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	0.82
3	型男大主廚一家人益生菌	SL2	0.48
4	型男大主廚	SL2	0.48
5	愛玩客OB嚴選	SL2	0.42
6	騎鐵馬遊日本	PTV	0.42
7	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.41
8	上山下海過一夜OB嚴選	SL2	0.36
9	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.33
10	非凡大探索	UBN	0.33

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

