

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2031
07.27-08.02





本期摘要

媒體放大鏡 Podcast爆紅，全球6大趨勢透露商機

國際視野 疫情推動了休閒服需求？

科技瞭望 VR教學App讓你成為歷史人物

專案介紹 愛料理-品牌置入專案

收視調查

網路觀察 June 2020

Media
news

媒體放大鏡



Podcast爆紅，全球6大趨勢透露商機

Podcast的6大趨勢：

趨勢1：優質內容帶動聲音經濟

趨勢2：各種新鮮嘗試此起彼落

趨勢3：數據驅動聽覺體驗與行銷

趨勢4：Podcast也需要做搜尋優化

趨勢5：Podcast廣告效益高於一般想像

趨勢6：品牌企業跨入Podcast內容行銷



根據Digital News Report 2019報導，Podcast主要的使用情境是，家裡佔64%、大眾交通工具通勤佔24%、開車或騎自行車佔20%、外出走路或購物佔18%、運動佔16%，另外也有16%的人在工作時聽Podcast。

許多千禧世代、Z世代年輕人從來沒聽過廣播，卻是Podcast的主要收聽者。Podcast吸引年輕人聆聽的原因，成為品牌、藝人及廣告主關注的焦點。

根據Improve Podcast網站分析，美國的Podcast聽眾年輕、教育程度高且收入所得高。2019年，12至24歲的使用者佔40%，25至54歲的聽眾也快速攀升，達到39%；每月收聽Podcast的聽眾之中，60%聽眾的教育程度是大學以上；41%聽眾年收入超過7.5萬美元家庭所得。【2020/07/29, 數位時代】

參戰 Podcast！KKBOX 推出 RSS 上架並支援 App收聽

台灣串流音樂平台 KKBOX 推出「KKBOX for Podcasters」服務，不過並不提供 hosting，也就是不能直接把檔案上傳到 KKBOX，而是先把音檔放在其他支援 Podcast hosting 的平台，再將產生的 RSS 輸入 KKBOX，之後 KKBOX app 就會自動更新 Podcast 集數，是和 Apple Podcasts、Spotify、Google Podcasts 一樣作為收聽通路角色，所有的 KKBOX 使用者都可以收聽 Podcast。

KKBOX 作為台灣在地音樂串流平台，內容歌路符合台灣收聽習慣，也有一定程度的市佔，免費和付費會員合計約 1000 萬。對以台灣為主要目標市場的 Podcaster 來說，也是 Apple Podcasts、Spotify 之外另一個接觸廣大用戶的機會。【2020/07/29, INSIDE】



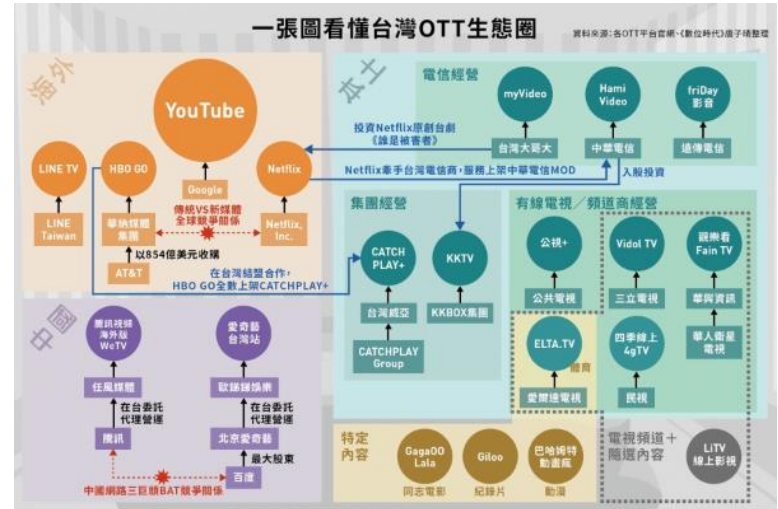
OTT 法規5大重點

首先，先來看看台灣OTT平台的現況。以目前來講，台灣存在的OTT平台，大約有20家，可分為國際（海外）、中國和本土台灣業者三種類型，70%都是本土平台。

【2020/07/29, 數位時代】

攤開OTT專法草案，短短20個條文，大致可分為以下幾個重點：

1. 只管PGC（專業生產內容）、不管UGC（用戶生產內容）
2. 採取抓大放小、自願登記的「輕度管理」制度，但要揭露的事項不少
3. 不管是代理商還是網路服務商，幫中國OTT平台營運，要連帶責罰
4. 鼓勵支持台灣本土內容，設立獎勵機制，但具體方案串回文化部
5. 網路上的內容也要有保護機制，妨害風俗、兒少就得罰



新電影只要等上映17天，就能在串流平台看到！

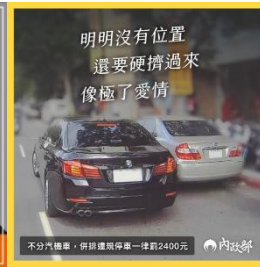


7月28日，美國最大連鎖電影院AMC和電影公司環球影業（Universal Studios）達成協議，日後環球影業出品的電影在AMC上映17天以後，環球就可以把電影移往隨選視訊服務上架，或是把發行權轉賣給其他串流平台。

之前，電影院和電影公司的協議規定是，從院線到串流需間隔75天，這個間隔天數又稱為「影院窗口期」（Theatrical Window），用意是保障電影院某一段時間的獨家放映權。而AMC和環球的協議一次大舉把窗口期從2個月縮短成3週，《CNBC》評論為「歷史性的協議」，也代表電影院龍頭放下對「神聖不可侵犯」放映權的執著，轉而在串流當道的時代另覓生存之道。這個協議可能在電影產業引發骨牌效應、重組電影行銷和放映的模式。【2020/07/31, 商周】

蝦皮小編惡搞「像極了愛情」

「像極了愛情」最近在台灣掀起寫詩風潮，不少網友、網紅紛紛玩新梗，許多粉絲專頁也發文跟風一波，就連內政部、財政部、海巡署等公部門都發起自己的創作，而向來不放過時事梗的蝦皮購物、博客來等電商小編們，也在這波文學熱潮中參一腳，但在一片梗圖中，蝦皮小編的8則貼文讓網友笑翻。【2020/07/31, ETtoday新聞雲】〈圖片截自妞新聞↓↓↓〉



連續2年觀察百大網紅榜單的4大現象

愛卡拉 (iKala) 共同創辦人暨營運長鄭鎧尹觀察連續2年的百大網紅榜單，歸納出以下4大現象：

現象1：泛娛樂類型網紅，搶下4成席次--生活 (27%)、搞笑 (14%) 類的網紅依舊是主流，在百大網紅中占比41%。從蔡阿嘎、這群人依舊穩坐前二可以看出，不論何時，觀眾的收視需求，依舊是以歡樂、放鬆的娛樂內容為主。

現象2：民以食為天！美食教學類崛起--鄭鎧尹觀察，疫情也強化了觀眾對「食」的關注，不僅想要吃得更安全健康，無法外出也讓人興起下廚的念頭，使得美食教學的網紅在今年表現亮眼，也表示觀眾對於教學、學習型的內容需求度更高。

現象3：對於公共議題，網紅更勇於表達立場--網紅過去主要在自己創作的範疇裡發揮影響力，但是近年來，他們對於公共議題的參與度也日漸提高。

現象4：推出個人品牌，IP變現成顯學--網紅的變現方式大多仍聚焦在導購「廠商產品」上，但近年來包括千千、魚乾或滴妹等人，都相繼推出個人品牌商品，這或許也將是網紅未來將個人品牌變現的管道。【2020/07/31, 數位時代】

LINE最新電腦版6.2 終於新增深色模式

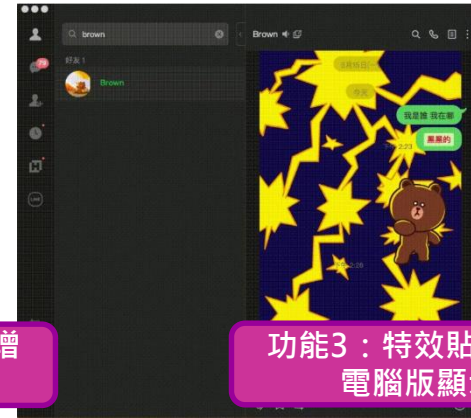
在台灣有許多重度使用者的LINE電腦版，最新推出6.2版更新，再度送上多個貼心功能，讓大家在使用時能與手機版體驗更一致，卻又不會互相干擾。Windows版目前已上線、Mac版則將於近期上線。【2020/08/02, 聯合報】



功能1：可只刪除電腦版
聊天記錄



功能2：電腦版終於新增
深色模式



功能3：特效貼圖也可在
電腦版顯示了

美食外送平台4月刷破12億

研究顯示，餐飲外送平台每月信用卡消費筆數屢創新高，自2018年10月份24萬餘筆，至2019年9月已突破200萬筆，另每月信用卡消費金額亦從2018年10月份未達新臺幣1億元，至2019年9月已超過5億元、2020年4月更達12億元。

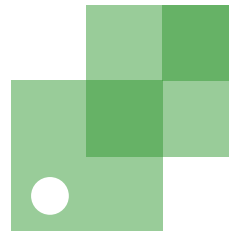
金管會指出，研究也發現，餐飲外送平台的平均單筆消費金額以小額交易為主，200元以下之訂單占比近五成，500元以下占比則高達九成；另平均每卡消費2至5次占比已超過三成，6至15次則占比二成多，二者合計已然超過五成。

金管會指出，**餐飲外送平台45歲以下之持卡人為最主要之消費族群，其中25至35歲年齡層之持卡人消費筆數占比約五成，35至45歲之持卡人次之，整體45歲以下持卡人占比達九成**，顯示年輕及青壯年族群最能接受餐飲外送平台之服務。【2020/07/24, 工商時報】



Media
trend

國際視野





疫情推動了休閒服需求？

由於美國消費者現在大部分的時間都待在家裡，全天候穿著舒適的服裝已成常態。根據CivicScience於2020年6月進行的一項調查顯示，自疫情開始以來，有五分之一的美國成年人表示他們考慮購買的衣服為休閒服或居家服。

有15%的受訪者表示雖然目前他們沒有進行此類購買，但在不久的將來可能會計畫這麼做。有65%的受訪者表示他們沒有興趣。但是在調查年輕消費者時，行動率和興趣明顯高於其他人。

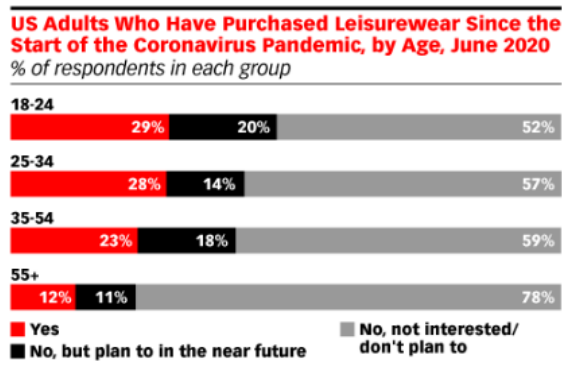
有30%18至24歲的年輕人表示，他們在疫情期間購買了休閒服，還有20%的人說他們打算購買但尚未進行。此一數據與25歲至54歲的族群表現相似。

相反的那些55歲及以上的人不太順應這樣的潮流。自疫情以來，只有12%的人說他們購買了休閒服。11%的人計劃購買，而78%的人表示不感興趣。年齡最大的族群在拒絕休閒服裝方面領先其他族群平均22%。

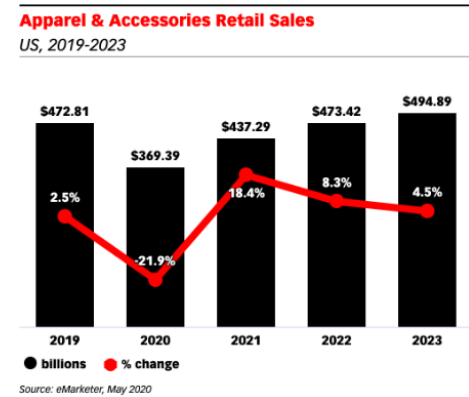
服裝銷售在今年受到打擊，因為消費者在防疫期間收回了可自由支配類別的支出。eMarketer預估，2020年服裝和配飾的零售總額將下降21.9%，相當於比去年同期減少1034.2億美元。

eMarketer的主要情報分析師和撰寫新報告《美國電子商務2020年類別》的作者Andrew Lipsman說表示：「受疫情影響服飾類受益的贏家可說是少之又少，但休閒服飾零售的少數領域，需求可能正在增加。」

他說：「品牌應盡其所能，雖然並不是每個服裝零售商都能從關鍵點轉向運動褲。但某些服裝品牌已成功導向消費者，有逆轉整體趨勢，例如Mack Weldon和Bombas。」



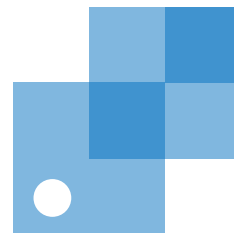
2020年6月美國疫情後各年齡層購買休閒服的狀況



2019年-2023年美國零售服飾業銷售狀況

New
Idea

科技瞭望





曾推出虛擬實境(VR)密室逃脫遊戲《I Expect You To Die》和鬥劍遊戲《Until You Fall》代表作的開發商Schell Games，这回跨足教育，發表沉浸式歷史教學應用程式(App)HistoryMaker VR，直接讓學生扮演美國歷史名人，學習效果更深刻。

據VRScout報導，HistoryMaker VR是針對中學生所設計的教育內容創造工具，學生可以選擇扮演林肯、富蘭克林、馬克吐溫等8位美國歷史名人，然後按照角色布置舞台，接著選擇一段內建的獨白台詞，就能操作虛擬人物上台表演。

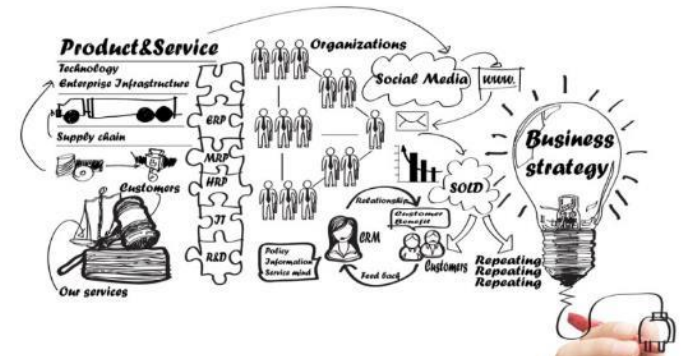
表演過程能夠全程錄下來，甚至可以使用鏡子等小道具，看看自己表演的怎麼樣、有那裡需要修正，調整到最滿意之後，再把影片分享給其他同學。

業者表示，比起單純念課本，希望透過沉浸式VR環境，讓學生能實際體驗成為歷史人物的感覺，不僅學習更有趣，也更容易記住內容。這款App將於8月中在SteamVR上市，並將免費提供給教育單位。



Project

專案介紹



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



愛料理 icook.tw 愛料理概況

台灣最大與食相關網站

- 1,970,000+ FB 粉絲人數
- 2,280,000+ LINE 好友數
- 200,000+ 食譜
- 200,000+ IG 追蹤人數
- 9,250,000+ Youtube 觀看
- 2,500,000+ 註冊會員
- 知識
- 料理

© 2011-2020 Polydice, Inc. 愛料理 - 全台最大料理生活平台

愛料理 icook.tw 服務介紹

● 廣告投放 - 廣度宣傳廣告訴求!

愛料理提供不同的廣告版位，無論是電腦網站、手機網站或 App 皆可選擇，精準觸及潛在客群，打開品牌及產品的能見度!

© 2011-2020 Polydice, Inc. 愛料理 - 全台最大料理生活平台

愛料理 icook.tw 服務介紹

● 食譜置入 - 深度溝通產品用途!

主圖露出產品圖

烹調步驟露出產品圖

可在小圖步驟及產品使用心得

食材清單強調使用產品

https://icook.tw/recipes/295907

© 2011-2020 Polydice, Inc. 愛料理 - 全台最大料理生活平台

愛料理 icook.tw 服務介紹

● 愛料理市集 - 精選好物即刻購買!

首圖廣告曝光

即時選購產品

內頁詳細介紹產品

https://market.icook.tw/?ref=blog

© 2011-2020 Polydice, Inc. 愛料理 - 全台最大料理生活平台

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	多情城市艾康明燕窩勝月太	FTV	閩南語連續劇	4.71
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.28
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.11
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.64
5	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.61
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.49
7	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.47
8	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.46
9	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.20
10	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.16
11	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.12
12	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.07
13	2100生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.06
14	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.05
15	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.04
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
17	黑喵知情全能貓	FTV	國語連續劇	0.91
18	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	0.89
19	這事有影嘍	FTV	資訊綜藝	0.87
20	1300多情城市艾康明燕窩勝	FTV	閩南語連續劇	0.86

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲i shine愛閃耀	SANLI	閩南語連續劇	2.32
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.04
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.90
4	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.38
5	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.38
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.35
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.12
8	1900白鷺鷥的願望甦醒凝露	SANLI	閩南語連續劇	1.00
9	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.00
10	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	0.99
11	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.97
12	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.94
13	新台灣加油疫情軍情台怎部	SETN	新聞性質節目	0.93
14	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.93
15	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.93
16	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.93
17	浪漫醫生金師傅2	*SCC	韓劇	0.90
18	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	0.90
19	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.89
20	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.88

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	多情城市艾康明燕窩勝月太	FTV	閩南語連續劇	2.40
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.37
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.32
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.31
5	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.13
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.06
7	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.02
8	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	0.90
9	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.90
10	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.87

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市艾康明燕窩勝月太	FTV	閩南語連續劇	2.06
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.81
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.72
4	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.48
5	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.45
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.36
7	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.32
8	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	0.97
9	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	0.96
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.89

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市艾康明燕窩勝月太	FTV	閩南語連續劇	2.98
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.98
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.54
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.98
5	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.89
6	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.65
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.62
8	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.59
9	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.57
10	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.24

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市艾康明燕窩勝月太	FTV	閩南語連續劇	8.05
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.30
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.73
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.67
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.35
6	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	2.07
7	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.91
8	1300多情城市艾康明燕窩勝	FTV	閩南語連續劇	1.75
9	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.59
10	黑喵知情全能貓	FTV	國語連續劇	1.59



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i shine愛閃耀	SANLI	閩南語連續劇	1.12
2	1330名偵探柯南瞳孔中暗殺	MOMOK	外片	0.85
3	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	0.81
4	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	0.80
5	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.78
6	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.63
7	1330名偵探柯南貝克街的亡	MOMOK	外片	0.59
8	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.59
9	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.59
10	人在囧途	VLM	國片	0.58

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲i shine愛閃耀	SANLI	閩南語連續劇	1.78
2	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.65
3	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.01
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.97
5	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.89
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.88
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.87
8	鬼滅之刃	ET-M	卡通影片	0.82
9	爆笑監視中	VLJP	娛樂綜藝	0.75
10	浪漫醫生金師傅2	*SCC	韓劇	0.72

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲i shine愛閃耀	SANLI	閩南語連續劇	1.81
2	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	1.59
3	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.50
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.20
5	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.15
6	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.11
7	浪漫醫生金師傅2	*SCC	韓劇	1.07
8	鬼滅之刃	ET-M	卡通影片	1.06
9	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.04
10	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.95

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.96
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.35
3	炮仔聲i shine愛閃耀	SANLI	閩南語連續劇	3.28
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.19
5	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.94
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.91
7	1900白鸞鷲的願望甦醒凝露	SANLI	閩南語連續劇	1.77
8	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	1.52
9	新台灣加油港日越疫起淪陷	SETN	新聞性質節目	1.46
10	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.39

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	0.53	0.36	0.44	1.15
TTV/台視	0.68	0.39	0.50	0.58	0.96
FTV/民視	0.44	0.14	0.18	0.19	0.84
CTS/華視	0.22	0.16	0.12	0.21	0.26

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	0.44	0.09	0.17	0.31	0.83
TVBSN/TVBS新聞台	0.44	0.32	0.19	0.48	0.62
ET-N/東森新聞	0.39	0.16	0.21	0.32	0.63
CTiN/中天新聞台	0.39	0.17	0.16	0.22	0.71
FTVN/民視新聞	0.37	0.08	0.13	0.25	0.70
ERA-N/年代新聞台	0.35	0.12	0.12	0.22	0.66
NTVN/壹新聞	0.19	0.05	0.10	0.18	0.32
UBN/非凡新聞	0.18	0.05	0.03	0.12	0.34
EFNC/東森財經新聞台	0.11	0.04	0.06	0.10	0.17

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	多情城市艾康明燕窩勝月太	FTV	4.71
2	炮仔聲i shine愛閃耀	SANLI	2.32
3	生生世世保濟堂酵素王	TTV	1.47
4	女力報到正好愛上你	TVBSG	1.38
5	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	1.38
6	戲說台灣	SANLI	1.35
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.12
8	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	1.12
9	2100生生世世保濟堂酵素王	TTV	1.06
10	1900白鷺鷥的願望甦醒凝露	SANLI	1.00

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.28
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.11
3	超級紅人榜	SANLI	2.04
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	1.64
6	音樂最正點	CTV	1.61
7	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.49
8	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	1.46
9	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.16
10	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	1.05

新聞類/全體

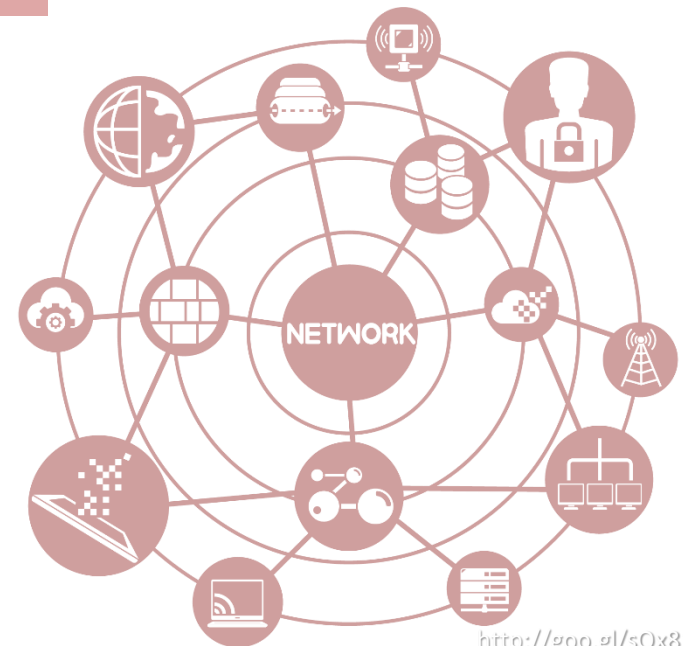
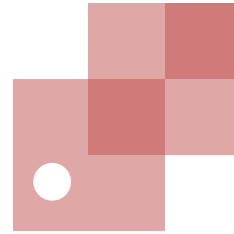
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新神秘52區	CTiN	0.99
2	呂讀台灣	SETN	0.97
3	新台灣加油	SETN	0.94
4	新台灣加油疫情軍情台怎部	SETN	0.93
5	非凡最前線	UBN	0.93
6	台灣最前線	FTVN	0.88
7	新台灣加油港日越疫起淪陷	SETN	0.88
8	驚爆新聞線	SETN	0.87
9	文茜的世界周報	CTiN	0.85
10	文茜的世界財經周報	CTiN	0.84

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	呷飽未	SANLI	1.00
2	直中職31年富VS中	VLSPT	0.60
3	型男大主廚一家人就妥定	SL2	0.51
4	直肯德基中職31年富VS中	VLSPT	0.49
5	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	0.47
6	非凡大探索	UBN	0.45
7	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.44
8	上山下海過一夜OB嚴選	SL2	0.43
9	愛玩客OB嚴選	SL2	0.39
10	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.35

Network

網路觀察



<http://goo.gl/sQx81T>

15-24歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	1,890	92	665	1,446	843	71,859	20	38
2 Microsoft Sites	1,625	79	254	35	31	9,749	4	6
3 Verizon Media	1,388	68	210	63	45	10,124	6	7
4 Facebook	1,248	61	253	161	209	15,668	10	13
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,043	51	93	20	9	3,503	6	3
6 LINE Corporation	1,000	49	299	2	2	678	2	1
7 Valve Corporation	650	32	252	1	1	655	1	1
8 Wikimedia Foundation Sites	648	32	65	8	9	2,799	3	4
9 Dcard	621	30	152	15	9	5,480	3	9
10 KKNEWS.CC	574	28	38	3	2	1,418	2	2
11 Oneup Network Corporation	502	25	71	30	21	4,082	7	8
12 UDN Group	494	24	38	4	2	1,252	3	3
13 ETtoday & EMI Group	482	24	59	8	3	2,034	4	4
14 Chunghwa Telecom	405	20	29	4	3	1,198	3	3
15 Want Media Group	374	18	22	2	2	761	3	2
16 TWITCH.TV	337	16	296	90	36	22,331	4	66
17 Liberty Times Group	329	16	17	11	4	942	12	3
18 SHOPEE.TW	328	16	25	10	4	1,015	10	3
19 Baidu.com Inc.	326	16	27	6	4	1,106	5	3
20 BILIBILI.COM	320	16	33	19	7	1,597	12	5

* With the release of Jun 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jun 2020

25-34歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	2,123	91	844	1,537	1,006	94,018	16	44
2 Microsoft Sites	1,947	83	284	55	51	13,780	4	7
3 Verizon Media	1,928	82	465	290	198	27,947	10	14
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,523	65	179	25	14	7,454	3	5
5 Facebook	1,464	63	369	294	319	27,650	11	19
6 LINE Corporation	1,298	55	486	5	4	1,700	3	1
7 UDN Group	1,027	44	123	18	12	4,913	4	5
8 ETtoday & EMI Group	929	40	172	42	12	6,645	6	7
9 Want Media Group	732	31	63	7	7	2,289	3	3
10 Wikimedia Foundation Sites	727	31	76	12	16	3,428	4	5
11 Dcard	717	31	185	30	22	7,278	4	10
12 Liberty Times Group	710	30	33	3	2	1,147	3	2
13 KKNEWS.CC	681	29	56	5	3	2,078	2	3
14 SHOPEE.TW	586	25	72	28	15	3,797	7	6
15 Cite Media Holding Group	585	25	39	4	4	1,387	3	2
16 Fubon Multimedia Technology	567	24	63	22	12	2,647	8	5
17 Sanlih Media Group	544	23	35	6	3	1,304	5	2
18 Chunghwa Telecom	543	23	46	9	8	1,818	5	3
19 Oneup Network Corporation	513	22	81	23	18	4,313	5	8
20 PTT.CC	468	20	52	8	12	2,461	3	5

* With the release of Jun 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jun 2020

35-44歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	2,275	91	916	1,379	887	92,903	15	41
2 Verizon Media	2,267	91	740	665	433	52,441	13	23
3 Microsoft Sites	2,153	86	390	75	69	21,004	4	10
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,670	67	199	28	16	8,181	3	5
5 Facebook	1,514	61	412	304	333	30,620	10	20
6 LINE Corporation	1,395	56	531	6	5	2,388	2	2
7 UDN Group	1,168	47	175	39	19	7,238	5	6
8 ETtoday & EMI Group	986	39	197	46	29	8,786	5	9
9 Want Media Group	797	32	73	29	15	2,760	11	3
10 Sanlih Media Group	797	32	77	17	8	2,857	6	4
11 Fubon Multimedia Technology	771	31	101	51	29	4,866	10	6
12 Liberty Times Group	749	30	52	14	10	2,389	6	3
13 KKNEWS.CC	742	30	54	5	3	1,914	3	3
14 SHOPEE.TW	712	28	94	40	19	5,197	8	7
15 Chunghwa Telecom	712	28	66	16	14	2,614	6	4
16 Wikimedia Foundation Sites	666	27	56	5	5	2,114	2	3
17 TVBS.COM.TW	605	24	60	8	4	2,055	4	3
18 Cite Media Holding Group	600	24	42	5	4	1,472	3	2
19 PChome Online	571	23	47	12	17	2,196	6	4
20 Eastern Broadcasting Company	518	21	46	5	2	1,467	3	3

* With the release of Jun 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jun 2020

45-54歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	1,709	90	684	864	566	61,371	14	36
2 Verizon Media	1,646	87	630	675	395	48,736	14	30
3 Microsoft Sites	1,591	84	378	95	78	22,239	4	14
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,179	62	118	18	11	4,590	4	4
5 Facebook	1,131	60	307	232	228	22,885	10	20
6 UDN Group	984	52	151	31	15	5,855	5	6
7 LINE Corporation	973	51	347	5	4	1,560	3	2
8 ETtoday & EMI Group	687	36	130	22	10	4,803	5	7
9 Fubon Multimedia Technology	660	35	110	58	24	5,060	12	8
10 Want Media Group	659	35	69	14	11	2,615	6	4
11 Liberty Times Group	608	32	32	7	3	1,195	6	2
12 Sanlih Media Group	580	31	76	26	17	3,057	9	5
13 TVBS.COM.TW	552	29	56	9	4	2,053	4	4
14 Chunghwa Telecom	523	28	50	10	8	1,929	5	4
15 KKNEWS.CC	502	26	38	4	3	1,375	3	3
16 Wikimedia Foundation Sites	489	26	42	4	4	1,580	2	3
17 SHOPEE.TW	472	25	63	23	9	2,970	8	6
18 CW Group	421	22	27	4	2	922	4	2
19 PChome Online	417	22	40	12	15	1,779	7	4
20 Cite Media Holding Group	413	22	29	3	2	945	3	2

* With the release of Jun 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jun 2020

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

