

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2033
08.10-08.16





本期摘要

媒體放大鏡 電商上半年靠疫情受惠 PChome優化有成

國際視野 Podcast在加拿大已成為具黏著度的媒體

科技瞭望 南極VR教育遊戲揭冰雪面紗

專案介紹 SoundOn-廣告置入專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



電商上半年靠疫情受惠 PChome優化有成

經濟部統計處的數據指出，在2020年第二季，電商占整體零售的銷售比例來到8.8%，雖然比美國的11.5%來得低，卻是台灣的歷年新高。這樣的好成績，也反應在momo富邦媒與PChome網路家庭兩大電商平台的上半年財報中。momo與PChome認為，主要是受惠於上半年疫情動的宅經濟影響，讓消費者的購物習慣轉移到線上所致。

PChome從2018年雙11之後就逐漸落後momo，而且差距逐漸拉大，但今年上半年的許多指標中，可以看到PChome持續優化購物體驗的成效。PChome指出，在站上的首購加入新客成長快速，上半年會員數年增80%創歷史新高，已突破1,200萬會員數。同時，**PChome也持續加重行動端布局，今年上半年行動端已占全站流量逾60%，並帶動上半年行動端業績及訂單量皆有年增近30%的亮眼表現，其中又以25~44歲年輕族群占多數。**同時，**PChome也持續深耕女性市場，目前女性消費占比已超過50%**。7月亦持續領先同業結盟「悠遊付」，力拼全台最多行動支付服務的電商平台。【2020/08/14, 數位時代】

100大影響力網紅人氣票最終結果出爐



2020年100大影響力網紅網路人氣票選第二屆活動於14日中午截止，投票期間所有網友總計投出1,210,928票，並由蔡桃貴再度奪冠，蟬聯人氣第一網紅！

而在人氣總榜TOP 10中，跟去年相比，多了不少新面孔，包含今年首度進榜就衝上前三的「欸你這週要幹嘛」，以及第四名的「見習網美小吳」、第五名的「嘎嫂二伯」、第九名的「洋蔥先生與阿文」。另外值得一提的是，**本屆的票選以分類方式進行，因此在人氣總榜前二十大中，也出現了不少分眾網紅，像是「洋蔥先生與阿文」、「貓貓蟲咖波」、「蛋哥超有事」等圖文創作型網紅。**【2020/08/14, 數位時代】

你不知道的 IG 冷知識

IG 對大家的生活影響之大，而你夠了解它嗎？本文以行銷角度整理出幾個 IG 統計數字，來了解一下 IG 的冷知識吧！

- 全世界最受歡迎的 IG 品牌帳戶排名：第一名為「國家地理」，截至 2020 年有 1 億 4 千萬人追蹤；其次依序排名為 Nike、NBA、Chanel、LV、Adidas、星巴克、GoPro。
- Instagram 目前預估的市值超過一千億美金；2012 年 Facebook 只花了十億美金就收購了 Instagram。
- 在 IG 上有百分之 89.5 的照片是完全沒有濾鏡的。
- 最多人使用的 Hashtag 是 #love，接續是：#instagood、#me、#cute、#follow。
- IG 使用者的年齡統計：18-29 歲 59%；30-49 歲 33%；50-64 歲 18%；65 歲以上 8%。
- 在所有上傳到 Instagram 的照片分類中，最多的就是「自拍照」；在 IG 上有接近 3 億張自拍照。
- 根據統計，在 IG 上發文，含有一個以上的 Hashtag 就能增加 12.6% 的互動率。【2020/08/10, 科技報橘】



電影被播「20億小時」！亞當山德勒靠串流翻紅

富比世雜誌公布2020年全球收入最高男演員排行榜，巨石強森 (Dwayne Johnson) 以8750萬美元 (約26.2億台幣) 的收入登頂，「死侍」萊恩雷諾斯 (Ryan Reynolds) 位居第2，《變形金剛5》馬克華伯格 (Mark Wahlberg) 第3。

【2020/08/12, yahoo! 新聞】

富比世分析，從蟬聯的巨石強森到多年未入榜的亞當山德勒 (Adam Sandler)，幫助他們收入提高的大功臣是「Netflix」。亞當山德勒去年電影《原鑽》全球票房5100萬美元，他大約收入500萬美元，但他竟然還能擠進排行榜第9名，當中秘辛正是Netflix向山德勒支付了3100萬美元，佔他全年收入的75%。這3100萬美元是他2014年與Netflix簽署的4部電影 (2.5億美元) 交易的一部分。Netflix用戶超愛亞當山德勒獨特的搞笑與幽默，從2015年的《荒唐六蛟龍》開始算起，他的電影在Netflix上有超過20億小時的串流點閱，包括去年的Netflix電影《奪命鴛鴦》，據說因此雙方在今年1月又簽署了一份價值「超過上一次」的交易契約。



百視達攜手Airbnb推住宿！



【2020/08/16, 匯流新聞網】

百視達(Blockbuster)可說是許多民眾心中的重要回憶，小時候總是夢想住在百視達裡，可以徹夜毫無限制地觀看所有想看的電影，喜歡把錄影帶放進播放器裡的那種期待感，與心愛的人窩在一起享受夜晚……。

隨著近年來網路串流平台興起，錄影帶出租店開始逐漸式微、關閉，過去身為錄影帶出租店霸主的百視達如今也僅存一家坐落於美國奧勒岡州班德市的店面。科技發展帶動串流平台的興盛，這家百視達門市也成為了影迷心中時代的回憶，甚至有不少人專程前往此處朝聖，近日因為疫情影響，百視達官方為了感謝影迷一直以來的支持，攜手與Airbnb合作，將百視達內部打造成具有90年代風格感的住宿空間，提供民眾用每晚120元的超低價格入住體驗外，店裡的錄影帶更能讓你免費看到飽。

漢堡王加入防疫陣線

美國連鎖速食店「漢堡王」為降低新冠肺炎傳播的風險，行銷新招再度引發話題。

據Fox News報導，漢堡王推出訂製點餐口罩，只要在漢堡王的官方社交平台如Facebook或Instagram貼文下方留言，店員將根據留言在口罩上印出顧客的點餐內容，根本不需開口又能提醒大家戴好口罩，不過該活動目前只在比利時漢堡王推出。除此之外，漢堡王義大利分公司今年5月下旬推出的「**社交距離華堡**」也頗受好評。「社交距離華堡」的洋蔥數量是一般漢堡的3倍；業者表示，希望民眾吃完漢堡後，口中強烈的刺鼻氣味能讓大家自動保持社交距離。



【2020/08/15, 風向新聞】

在德國的漢堡王則是推出「**社交距離王冠**」(social distance crown)，消費者在取餐時會拿到業者贈送的「巨型王冠」，當消費者戴在頭上後，為了不觸碰到旁人自然地就會保持距離，來達到保持社交距離的目的，令人莞爾一笑。



【2020/08/14, 科技報橘】

根據爆料，Apple One 預計在今年 10 月時與新 iPhone 一起推出。推測蘋果推出這項服務是為了讓更多用戶訂閱蘋果的串流服務，讓蘋果營收更能穩定成長。Apple One 服務將推出多種組合，基本組合包含 Apple Music、Apple TV +，可在加價選購 Apple Arcade、Apple News +、iCloud 等；此外，蘋果也計劃推出線上健身課程 Seymour，搭配 Apple One 的加價組合。

外界推測蘋果是參考亞馬遜的 Amazon Prime 訂閱制，Prime 在推出後獲得了許多用戶的好評，這樣成功的模式也被許多公司模仿，不過成效不一。Apple One 的策略，就是整合旗下服務，讓較新的功能（如：Apple News +、Apple TV +）也能因組合而被使用，藉此增加訂閱。

Instagram 開始把聊天功能整合到 Messenger

Facebook 一直有計劃把旗下平台的即時通訊統一化，步伐雖然因為各種原因而被拖慢，但似乎最近會有些新突破。The Verge 報導指他們部分編輯的 Instagram 裡，出現了能夠透過 Facebook Messenger 進行聊天的通知，同時 IGDM 功能的紙飛機圖示也變成了 Messenger 的閃電對話泡泡。

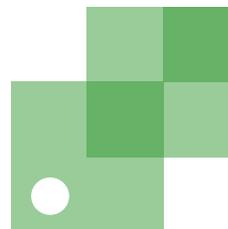
據 IG 裡的通知頁面所介紹，整合 Messenger 的對話功能到 IG，可以帶來「更多彩的」對話介面、可以用到所有 emoji、滑動以回覆訊息，最重要的一個就是可以直接與 FB 的朋友對話。

大家接下來可以期待的，是什麼時候 Facebook 也動手把 WhatsApp 與 Messenger 整合，真正讓三大平台共通，提供同樣的端至端對話保護。【2020/08/16, engadget】



Case
Share

國際視野



Podcast在加拿大已成為具黏著度的媒體

加拿大越來越多的Podcast聽眾觀注到品牌。Podcast不僅是消費性媒體，民眾也開始產生黏著度。相較於其他形式的訊息媒體，Podcast聽眾會大量使用Podcast，並且忠於自己喜歡的節目主持人。

根據Edison Research和Triton Digital調查的《The Infinite Dial》最新年度排行，加拿大的Podcast滲透率及使用率在參與調查的國家中名列前茅。在普及率方面，37%的加拿大成年人過去一個月有收聽Podcast，其比例與美國相當。在每週收聽率方面，加拿大排名略高於美國(24% vs 23%)。相較之下，德國和南非的每週收聽率要低得多，分別為9%和6%。

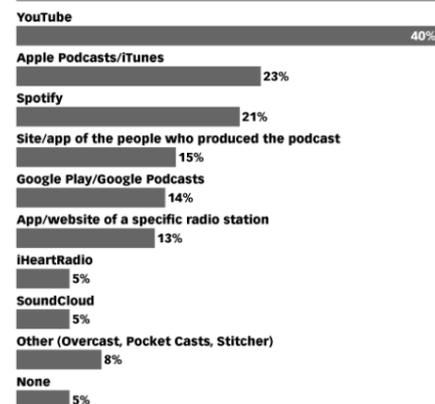
加拿大的Podcast收聽人數趨勢與數位音頻一致，在過去的一箇月中，有70%的受訪者表示他們在過去一個月內有收聽數位音頻，美國的比例為67%。

疫情對Podcast的影響還沒有立即的量化數據。但是eMarketer與出版商的訪談內容顯示，收聽率雖然受疫情影響略有下降，但是當經濟開放後隨著通勤和其他日常習慣的恢復，Podcast收聽量就會有所反彈而增加。根據Podtrac的報導，當疫情爆發時，出版商迅速採取行動，製作了有關Podcast疫情的內容，這有助於阻止美國收聽量的下滑。

根據加拿大媒體基金會的調查，**人們明顯轉向關注疫情相關的Podcast**。例如，加拿大廣播電台的「Ças 'explique」和CBC的「Front Burner」。Mindshare的策略長Sarah Thompson說：「加拿大人的Podcast收聽習慣不斷在變化，尤其是隔離會影響Podcast的使用行為，例如在開車或搭乘交通工具時收聽的時間下滑了許多，但在家收聽的人數卻增加了。重要的是要了解這些趨勢中，哪些會隨著習慣的養成而持續下去。」

CBC Podcasts的執行製作人Arif Noorani表示：「**在家工作的限制使得Podcast在頭幾週出現了小幅下降，但聽眾被新聞和健康相關信息的Podcast吸引而彌補了下滑趨勢**。自此之後，我們看到其他類型Podcast也恢復了正常。與疫情前相比，Podcast帶來了收益。」

Which Digital Platforms Do Podcast Listeners in Canada Use Most Often to Access Podcasts?
% of respondents, May 2020

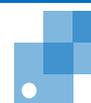


加拿大閱聽人使用數位平台收聽Podcast的狀況

New
Idea

科技瞭望





紐西蘭探險家Edmund Hillary爵士在1955年帶領一組名為「聯邦跨南極探險隊」的研究人員直搗地球上最冷的南極大陸，隨後為了研究用途建造斯科特基地(Scott Base)。現在紐西蘭南極文化遺產基金會(Antarctic Heritage Trust)推出一款虛擬實境(VR)體驗，探索這片冰雪世界。

根據VRScout報導，這款《Antarctic Heritage Trust》VR教育遊戲是基金會與奧克蘭理工大學合作並耗時兩年開發，使用者可體驗全年嚴寒的苔原地帶，探索Hillary爵士最初打造的小屋。

在開始體驗時，用戶會聽到讓人背脊發涼呼嘯而過的風聲，同時《Antarctic Heritage Trust》也為整個體驗設定各種音調，給予一些南極大陸的知識，且對使用者講述為何Hillary將小屋設計成五彩繽紛的顏色。

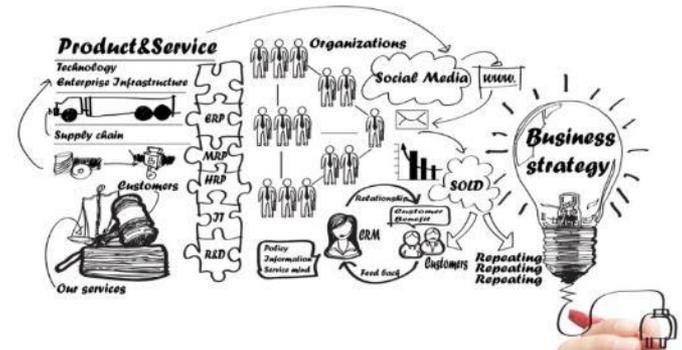
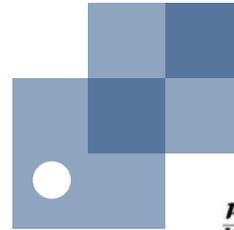
進入虛擬小屋時，能參觀基地的5個不同房間，可以在屋中自由漫步，並觀看紐西蘭南極探險計畫早期的數百件文物，來了解更多關於當時的歷史背景。

報導指出，南極文化遺產基金會以及奧克蘭理工大學精心設計VR體驗的每一部分，收集大量數據，以提供身歷其境的南極探險之旅。**透過《Antarctic Heritage Trust》讓無法前往南極的人帶來沉浸式體驗。這款VR應用程式能讓人理解以前的極地探險家是如何生存下來。**

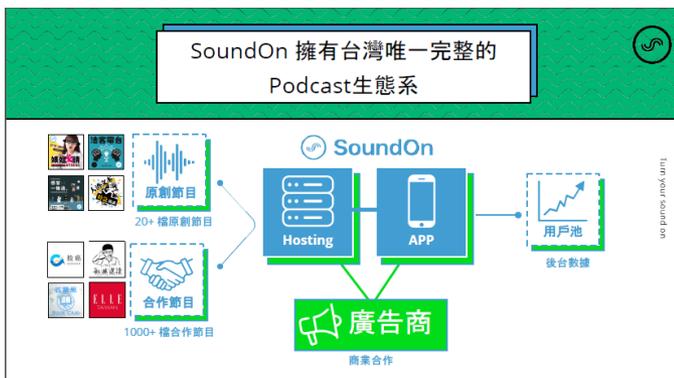
據悉，目前可以在蘋果(Apple)App Store下載簡化版的《Antarctic Heritage Trust》VR應用程式，或者在PCVR上使用與SteamVR相容的頭戴式顯示器進行互動體驗。

Project

專案介紹



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



Podcast 廣告有什麼優勢?

- 主持人口播**
主持人親口描述，聽眾親切性、容易對產品、品牌產生較高接受度，同時具有背書效應。
- 聽眾黏著度高**
節目有訂閱機制，多數節目有60-70%的聽眾都會聽完整集內容。
- 針對 TA 投放**
節目調性、時事議題和主持人風格明確，下的廣告直接對應需要的TA。

Podcast 廣告和其他廣告的差別?

	Podcast 廣告	戶外廣告	數位廣告
費用	低	高	中
精準度	高	低	中
廣告形式	口播/議題置入	燈箱/公車/路牌	影音/圖片/關鍵字
廣告侵入性	低	高	高
受眾接受度	高	中	中

廣告合作模式

- 口播廣告**
由主持人於節目中進行30-60秒產品口述介紹。
- 破口廣告**
製作30-60秒聲音廣告，安插於節目中。
- 客製化節目**
節目中置入3-5分鐘品牌、產品等話題。
- 專訪**
安排特定節目，專為品牌量身打造一集專訪節目。

合作案列

起家雞	天下雜誌	金車茶本淨	SleepCare
EP13 起家雞高品質在味，一舉一動展現品味，本週特約起家雞主理人	EP14 談教育，用價值串起大眾與精英	Before Midnight 一位大廚的生涯，何種人生選擇，So To I	EP20 康福訓練 vs 徒手瑜珈，如何選擇
開播前 客製化贊助	後段 破口贊助	開播前 口播贊助	開播前 口播贊助

媒體露出

台灣最大Podcast平台！SoundOn一條龍式經營，兩大廣告優勢...

By 數位時代 關鍵字 Date: 06/17/2020 2019年5月，User 忠誠的聽眾群體，從廣播、電視、YouTube 進軍 Podcast，也顯示了聽眾對音訊內容的需求。

https://meet.bnext.com.tw/articles/view/46577?utm_source=dable

Podcast大軍上陣 廣播男強復活 | 林鳳琪、王昱翔 | 遠見雜誌

「當你收聽廣播時聽到的未來」3年前，當大家還在討論Podcast節目，這群便服歌手品將站上節目舞台，大展其音樂才華，迅速登上Podcast排行榜第七。

https://www.gem.com.tw/article/72432?utm_source=facebook&utm...

台灣本土第一Podcast平台！創立精創SoundOn，他將上什麼... 2019年5月，User 忠誠的聽眾群體，從廣播、電視、YouTube 進軍 Podcast，也顯示了聽眾對音訊內容的需求，創辦了當時最夯的Podcast市場，創辦了SoundOn便服男強第一台灣第一品牌。

<https://www.bnext.com.tw/article/58084/soundon-podcast-newwave>

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	多情城市台塑潤滑油Auto	FTV	閩南語連續劇	4.80
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.96
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.07
4	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.60
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.58
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.38
7	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	1.35
8	航海王25	TTV	卡通影片	1.33
9	生生世世大金空調	TTV	閩南語連續劇	1.33
10	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.32
11	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.11
12	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.04
13	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
14	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
15	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	0.93
16	2000倚天屠龍記	CTV	大陸劇	0.92
17	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	0.92
18	2100生生世世大金空調	TTV	閩南語連續劇	0.91
19	這事有影嘍	FTV	資訊綜藝	0.88
20	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.86

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.22
2	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	2.06
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.82
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.34
5	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.34
6	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.33
7	邁進新高雄新台灣加油2000	SETN	新聞性質節目	1.33
8	邁進新高雄新台灣加油2100	SETN	新聞性質節目	1.28
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.15
10	邁進新高雄鄭知道了2200特	SETN	新聞性質節目	1.13
11	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	1.09
12	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.07
13	呷飽末	SANLI	美食、旅遊節目	1.06
14	新台灣加油美中準開戰狀態	SETN	新聞性質節目	1.03
15	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.00
16	邁進新高雄鄭知道了2300特	SETN	新聞性質節目	0.98
17	春草	MUCH	大陸劇	0.93
18	台灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	0.93
19	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.91
20	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.91

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	多情城市台塑潤滑油Auto	FTV	閩南語連續劇	2.35
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.63
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.34
4	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.27
5	生生世世大金空調	TTV	閩南語連續劇	1.21
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.16
7	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.10
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.89
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.89

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.31
2	多情城市台塑潤滑油Auto	FTV	閩南語連續劇	2.16
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.45
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.28
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.12
6	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.07
7	航海王25	TTV	卡通影片	1.03
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.93
9	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	0.84
10	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.74

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市台塑潤滑油Auto	FTV	閩南語連續劇	3.13
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.47
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.37
4	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.95
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.93
6	航海王25	TTV	卡通影片	1.75
7	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.54
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.28
9	生生世世大金空調	TTV	閩南語連續劇	1.20
10	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	0.99

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市台塑潤滑油Auto	FTV	閩南語連續劇	8.06
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.59
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.55
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.73
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.46
6	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	2.02
7	生生世世大金空調	TTV	閩南語連續劇	1.84
8	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.81
9	1300多情城市台塑潤滑油Au	FTV	閩南語連續劇	1.76
10	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.75

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	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	1.36
2	極智對決誰梭了算新普利夜	ETTV	競賽綜藝	0.94
3	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	0.92
4	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	0.89
5	2000棒球大聯盟	ET-M	卡通影片	0.88
6	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.80
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.68
8	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.67
9	1200綜藝玩很大屏東海生館	SL2	娛樂綜藝	0.60
10	阿波卡獵逃	ET-WM	外片	0.58

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	1.89
2	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.69
3	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.64
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.10
5	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.09
6	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.05
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.97
8	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	0.87
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.84
10	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.80

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	1.76
2	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	1.55
3	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.49
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.41
5	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.17
6	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.12
7	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.99
8	葉問4完結篇	*SCM	國片	0.96
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.88
10	慶餘年	CTiE	大陸劇	0.87

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.95
2	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	2.76
3	邁進新高雄新台灣加油2100	SETN	新聞性質節目	2.33
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.06
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.04
6	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.89
7	春草	MUCH	大陸劇	1.87
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.68
9	新聞深喉嚨選前之夜特別報	CTiN	新聞性質節目	1.55
10	鄭知道了斷交後大突破簽MO	SETN	新聞性質節目	1.51

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	0.75	0.49	0.44	0.43	1.22
TTV/台視	0.72	0.50	0.49	0.56	1.02
FTV/民視	0.49	0.18	0.19	0.18	0.95
CTS/華視	0.22	0.13	0.11	0.23	0.27

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	0.51	0.11	0.18	0.32	0.96
TVBSN/TVBS新聞台	0.47	0.27	0.22	0.51	0.66
FTVN/民視新聞	0.45	0.09	0.11	0.29	0.85
CTiN/中天新聞台	0.41	0.15	0.13	0.26	0.77
ET-N/東森新聞	0.41	0.14	0.22	0.35	0.67
ERA-N/年代新聞台	0.37	0.08	0.11	0.21	0.73
NTVN/壹新聞	0.20	0.05	0.08	0.19	0.32
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.04	0.11	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.11	0.04	0.05	0.11	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	多情城市台塑潤滑油Auto	FTV	4.80
2	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	2.06
3	倚天屠龍記	CTV	1.35
4	戲說台灣	SANLI	1.34
5	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	1.34
6	女力報到正好愛上你	TVBSG	1.33
7	生生世世大金空調	TTV	1.33
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.15
9	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	1.11
10	春草	MUCH	0.93

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.96
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.07
3	超級紅人榜	SANLI	2.22
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	1.82
5	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	1.60
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.58
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.38
8	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.32
9	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	1.09
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.04

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	邁進新高雄新台灣加油2000	SETN	1.33
2	邁進新高雄新台灣加油2100	SETN	1.28
3	邁進新高雄鄭知道了2200特	SETN	1.13
4	新台灣加油美中準開戰狀態	SETN	1.03
5	台灣最前線	FTVN	1.00
6	邁進新高雄鄭知道了2300特	SETN	0.98
7	台灣大搜索	CTiN	0.93
8	新台灣加油	SETN	0.91
9	非凡最前線	UBN	0.91
10	新聞深喉嚨選前之夜特別報	CTiN	0.91

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	呷飽未	SANLI	1.06
2	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	0.92
3	型男大主廚一家人就安定	SL2	0.50
4	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.37
5	愛玩客OB嚴選	SL2	0.35
6	非凡大探索	UBN	0.35
7	1500呷飽未	SANLI	0.33
8	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.33
9	食尚玩家2天1夜go	TVBSG	0.33
10	食尚玩家熱血48小時	TVBSG	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

