

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2034
08.17-08.23





本期摘要

媒體放大鏡 宅經濟發酵 電玩遊戲使用率超過八成

國際視野 美國疫情時代下的愛情：交友軟體的成長

科技瞭望 日本啤酒公司靠AI釀出跨世代風味

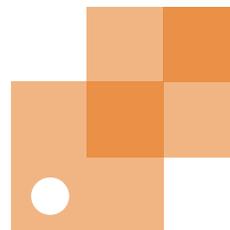
專案介紹 媽咪拜-週年慶廣告版位專案

收視調查

藝人動態 2020/07~2020/08

Media
news

媒體放大鏡



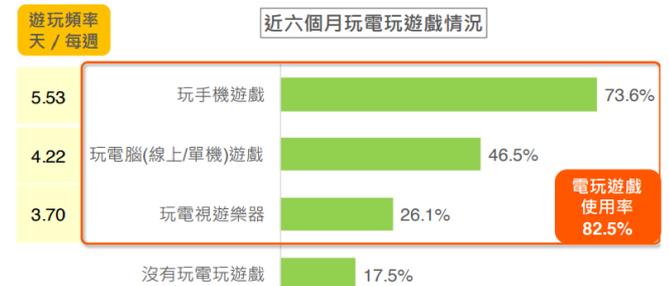
宅經濟發酵 電玩遊戲使用率超過八成

2020 年的這波疫情影響，讓原本就已漸漸發酵的「宅家經濟」更加受到重視。為瞭解網友玩電玩遊戲的習慣，創市際於 2020 年 7 月 10 日至 16 日，針對 15-64 歲的網友進行了一項「電玩遊戲篇」的調查。

調查數據顯示，電玩遊戲整體使用率達 82.5%，其中以有玩「手機遊戲」(73.6%) 的比例最高，其次為有玩「電腦(線上/單機)遊戲」(46.5%)者，而有玩「電視遊樂器」者則為 26.1%。進一步探討玩家獲知電玩遊戲資訊的管道，可知「親朋好友推薦」(36.2%) 及「社群網路」(34.4%) 為最主要的兩大管道，比例皆在三成以上。【2020/08/17,創市際雙週刊第160期】

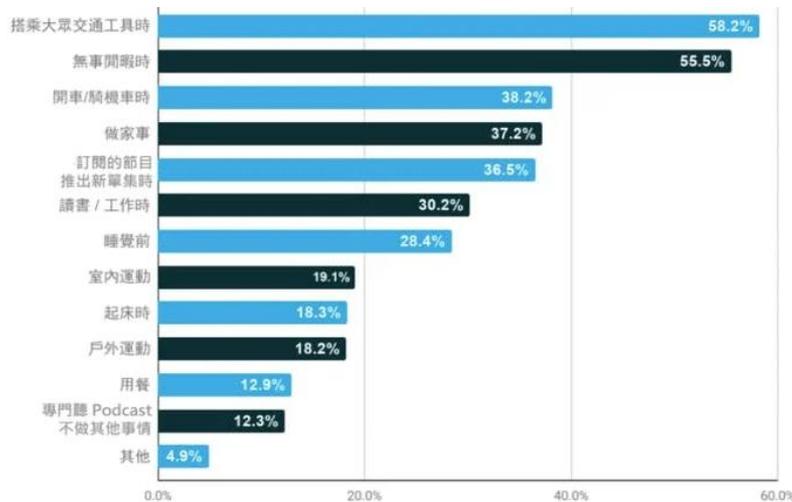
詳細報告請參閱：https://www.ixresearch.com/wp-content/uploads/2020/08/InsightXplorer-Biweekly-Report_20200817.pdf

電玩遊戲使用率超過八成



Base：全體受訪者 N=1,988
資料來源：創市際市場研究顧問 July, 2020

台灣 Podcast 數據解密



台灣 Podcast 公司 SoundOn 發起調查，誕生了台灣第一份向聽眾收集資料而來的 Podcast 產業調查報告。現在，就讓我們透過這份報告來一窺台灣 Podcast 節目的收聽習慣吧！

近 45% 聽眾在晚上 6~9 點或 9~12 點這兩個時段收聽 Podcast，近 35% 的聽眾在早上 9~12 點收聽；聽眾收聽情境前五名依序為：搭乘大眾交通工具時、無事閒暇時、開車/騎車、做家事、訂閱的節目推出新單集時。【2020/08/17, INSIDE】

詳細報告請參閱：<https://www.inside.com.tw/article/20681-Taiwan-first-podcast-industry-survey-report-01>

鬼門開！行銷圈大玩「好兄弟梗」

- **全聯福利中心：用溫馨對話，讓中元節不再那麼禁忌、那麼可怕。**全聯今年一樣用溫馨的廣告氛圍，減少民眾對於好兄弟、中元節忌諱不敢討論的緊張心情。將一般民間害怕的「抓交替水鬼」、「愛捉弄人的魔神仔」、「淒厲的紅衣女鬼」變成溫暖可愛的角色，透過兩位主角，一鬼一人的溫馨對話，放鬆鬼月緊張的心情，除了反思生命的珍貴，也讓大家能夠放心討論「今年要請好兄弟吃什麼」。
- **大潤發：用「鬧鬼梗」大秀賣場產品。**每年全聯的中元節廣告都獲得最多觀看次數與正面評論，不過，今年大潤發不讓全聯專美於前，也端出了有創意又有質感的中元節廣告，自8月7日首播後，觀看次數竟然突破了90萬次！大潤發這支廣告，除了用創意吸引民眾外，還順便讓鏡頭帶到了貨架與產品，透過描述「賣場貨架心理學」的趣味角度，吸引民眾進入賣場挑選。【2020/08/18,行銷人】

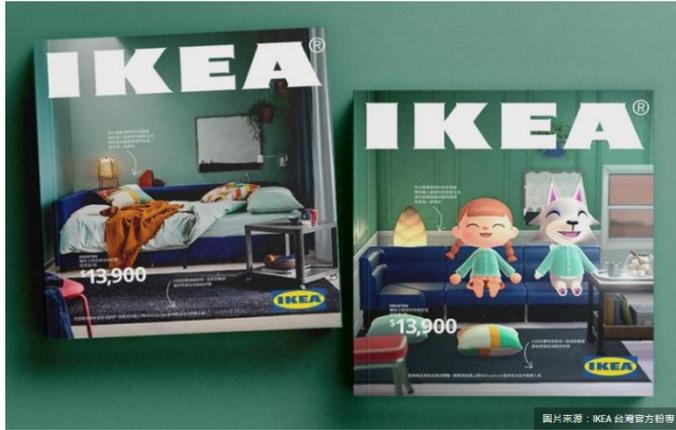


聽Podcast度鬼月！KKBOX與SoundOn聯手搞鬼

農曆七月鬼門開，**KKBOX與SoundOn聯手搞鬼**，力邀近50檔Podcast節目加入鬼月話題串連行列，多檔節目依主題劃分為各行各業鬼故事、鬼異科學、奈何橋兩端、詭文化學園、消暑鬼物語、國際鬼大使、什麼鬼地方、好兄弟劇場等類別，還找來閃靈的Freddy擔任開門鬼王，為人聲鼎沸的Podcast圈帶來從背脊就能感受到的涼意，讓聽眾從耳朵開始應景起來。【2020/08/20, KKBOX】



IKEA「動森型錄」獲破萬次分享！



圖片來源：IKEA 台灣官方粉專

IKEA 8月20日於Facebook上發布「動森型錄」，以近期超夯遊戲「動物森友會」為場景，活用島上的角色、家具，重現2021年IKEA型錄。藉著遊戲的熱度，這則貼文發布3天內累計超過2.2萬次按讚、5,500則留言，超過1.2萬次分享，還引來國外媒體《Engadget》報導，炒熱2021年IKEA型錄的話題。

如果去逛IKEA，應該都會注意到店內擺放、厚厚一疊的型錄（IKEA Catalogue），自1951年「創刊」，已發行超過70年，被IKEA視為重要的行銷工具之一。《Forbes》認為，**IKEA型錄是「為顧客者提供裝潢創意，設計方向和生活方式的想像。」**他不只承擔公開新品訊息的任務，更是品牌用來表達理想居家生活樣貌的途徑。【2020/08/24, 數位時代】

UberEats找大咖拍廣告 他質疑：為什麼不直接免運就好

現在外送平台崛起，許多人會選擇訂外送解決三餐，而許多業者也看準此商機，邀請國內知名藝人來代言。近日就有一名網友在網路上好奇發問，外送平台「UberEats」的廣告一個接一個，為什麼業者寧可找藝人拍廣告，卻不願意把這筆行銷的費用拿來提供客戶「免運的服務」？

不少網友紛紛留言回應，「因為比較划算吧」、「免運虧很大啊」、「不廣告連營收都沒有，廣告才是刀口上」、「因為愛免運的人本來就不是會經常性使用的老顧客，免運不是正確的行銷手法」、「免運需要的經費最高啊」。

另外也有網友以專業的角度指出，**UberEats這樣的手法其實是為了鎖定客群，「客群定位在較有錢的人身上」、「要吸引寧可付運費維持品質的客群」、「把客群區隔出來」、「人家目標是高素質、高消費力的顧客」。**【2020/08/19, 聯合新聞網】



Instagram 終於開放 QR Code 加好友



Instagram 在全球推出新功能，使用者可以有一組自己的 QR code，其他人只要一掃就能快速查看個人檔案並加好友，商家也可以直接把 QR code 印出來，方便客戶馬上找到官方 IG 頁面找到商家資訊或追蹤。

這個功能去年先在日本推出，現在陸續在全球上線。只要到個人檔案頁面的設定選單，就能看到 QR code 的選項，有些還沒收到更新的使用者可能看到的還是舊版名牌，但再過一些時間都會更新。

過去 Instagram 有提供名牌頁面，一樣是可以透過掃描快速導引至個人檔案頁，只是名牌屬特殊格式，只有透過 Instagram 內的相機掃描才會有反應，現在換成 QR code 變得更通用，只要支援 QR code 掃描的 app 都可以打開，也就是說通常打開手機內建的相機就能掃描，也支援其他第三方的 QR code 相關 app 與服務，更加快速方便。【2020/08/19, INSIDE】

Instagram 引入建議內容，讓你可以永遠滑下去

滑 Instagram 非常上癮，總能看到不同的有趣圖片、影片，而現在 IG 更希望你永遠滑下去... 這社交平台靜靜地加入了建議帖子的功能，**在使用者在主頁滑完自己有追蹤的帳戶，緊接「看完帖子」的提示之後，會再繼續顯示系統認為你有興趣的帖文。**

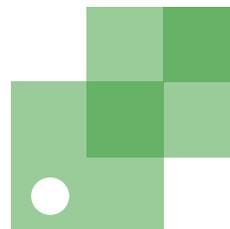
如此的動作就與母公司 Facebook 同出一轍，就是把系統建議和廣告內容都混在一起給使用者觀看。IG 的產品總監 Robby Stein 向 TechCrunch 解釋新功能，表示**這是為了回應使用者希望在滑到底之後，還可以繼續看其他內容的訴求**。所以系統會學習使用者愛看的內容，自動顯示建議的相片、影片，不再止於已經追蹤的帳戶。果然，誰要看完 IG 之後就乖乖收起手機了？永遠滑下去就是了！

【2020/08/20, engadget】



Case
Share

國際視野



美國疫情時代下的愛情：交友軟體的成長

隨著許多美國人持續居家防疫，交友軟體湧入大量的新用戶。

eMarketer預測，今年美國智慧型手機交友軟體的用戶數量將達到2660萬。與2019年相比增加了18.4%。

Insider Intelligence的eMarketer預測分析師Vincent Yip表示：「人們仍希望在這艱難的時刻找到愛情或是與外界產生聯繫。由於無法見面，許多人已經習慣在線上尋找對象。」

Match.com和eHarmony等交友軟體已將其訊息調整為當前疫情面臨到的狀況。例如，在最近的電視廣告活動中，eHarmony鼓勵消費者在家舒服的透過軟體視訊去認識其他人。

Match集團--包括其旗下的Tinder、Match.com、OkCupid和Hinge，在2020年第二季給股東的信中，提到了不同族群的使用率激增。Match Group首席執行長Shar Dubey在信中說道：「年輕用戶和女性的使用水平仍高於疫情之前，儘管不像3、4月封鎖時期那樣劇烈變化。但在疫情時的族群變動中，老年人口和男性的使用率最初隨著疫情的開始而下降，但現在已恢復，並高於疫情前的水準。」

根據Match Group本月初公佈的2020年第二季業績，平均用戶數量增加了11%，從去年的910萬增加到1,010萬。

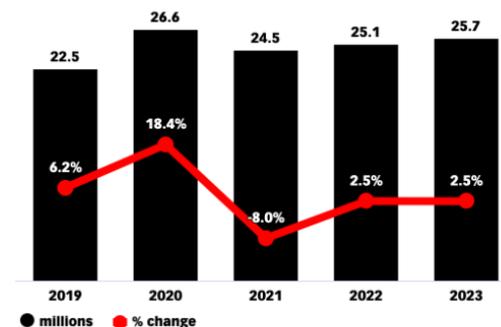
Harris Poll於2020年4月進行的一項調查中，美國成年人表示，在疫情期間他們更頻繁地使用社群媒體（50%）、虛擬會議（33%）和交友軟體（11%）。同月的Morning Consult民意調查顯示，有6%的美國成年人在交友軟體上花費更多的時間，而有43%的成年人表示其使用情況沒有變化。

儘管疫情會促使消費者使用交友軟體，但eMarketer預計用戶成長將在2021年略有下降，並在2023年之前趨於穩定。

Yip說：「人們渴望與人建立聯繫，疫情限制了所需的互動。隨著進入2021年，各國逐漸恢復正常，約會習慣也應該會恢復到疫情之前的狀況。」

Smartphone Dating App Users

US, 2019-2023

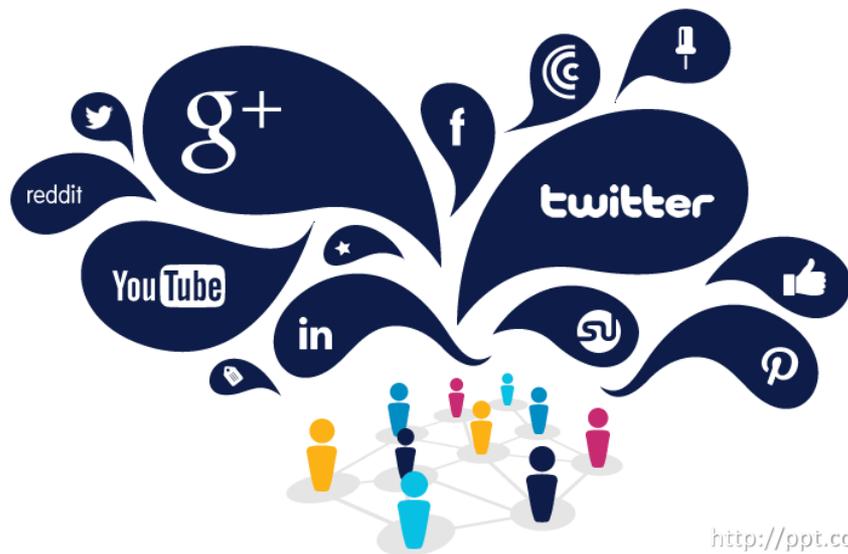
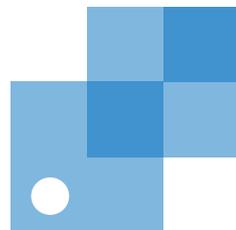


Source: eMarketer, June 2020

2018-2023年美國智慧型手機交友軟體用戶數量

New
Idea

科技瞭望





喝啤酒並不是新鮮事，但你喝過AI調配出的啤酒嗎？日本電氣株式會社NEC攜手精釀啤酒公司COEDO運用最新的AI技術分析各個世代，打造出人生4個階段不同色彩、香氣與味道的酒款，有如初戀般的粉紅也有高酒精濃度的特殊麥芽香。絕美瓶身設計與創意想法讓這款「人生釀造craft」才開賣第一天便已熱銷一空！

NEC內部的先進AI技術群「NEC the WISE」，將株式會社小學館過去數十年間的發布的雜誌圖像與文章做分析，再將品鑑精釀啤酒時的「色、香、味」3個步驟轉換成數值特徵，啤酒釀造職人們會依此進行參考，分別釀造出4種口味的精釀啤酒。品牌雙方認為，人生釀造系列將助於促進每個世代間的交流，也可使每個人都有機會體驗每一代人的的人生軌跡。

色、香、味如何訂定？啤酒顏色分析了多款雜誌內圖像，生成各年齡層的服裝概念圖；氣味則來自於雜誌中常用詞彙，將其轉換成水果、焦糖、酚、麥芽、酒精等香氣指數；味道則是從雜誌中汲取圖片，將時尚品味轉換成酸甜苦辣四個味道指數，這些都是透過AI的數據分析、經過職人之手，最終形成四個世代的的不同風味。



20世代的啤酒有著柑橘香氣，還有扶桑花的酸味與淡淡的粉紅色澤，如同這個世代的青澀純真；而這款啤酒苦味與酒精含量皆適中，就像果汁一般，任何人都可以毫無負擔的飲用。

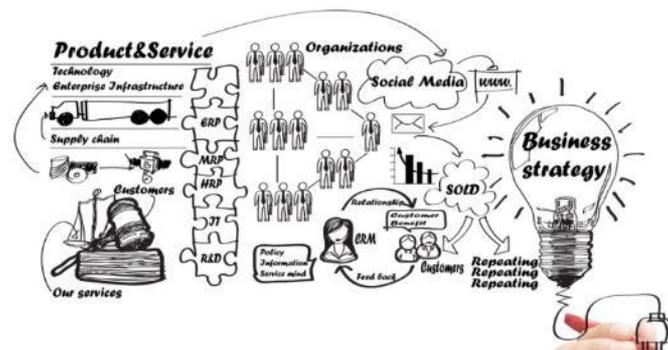
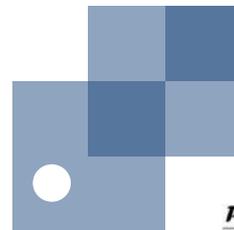
帶點成熟大人味卻又蘊含活力的藍色是30世代精釀啤酒的顏色；30世代的啤酒具熱帶椰子與啤酒花香氣，還有檸檬皮的酸度揉合啤酒花的苦味，就像剛邁入30歲沒多久的大人一樣，有著百感交織的酸苦滋味。

40世代已然經歷了生命中的許多動盪，它融合了酵母與酚類的複雜香氣，雖然啤酒顏色看起來與普通啤酒並無不同，但入口後會驚訝它比想像中還順口，此滋味原來就是人生在經過種種關卡後努力走到現今的證明。

50世代走過了人生一半風景，生命裡蘊含濃厚經驗。50世代啤酒濃郁艷麗的顏色，搭配特殊麥芽與高濃度酒精，喝起來清爽但口感層次豐富，用來表現這個世代見過大風大浪的處事與豐富內蘊恐怕是再適合不過！

Project

專案介紹



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

週年慶廣告版位宣傳

媽咪拜週年慶宣傳 (曝光 1000萬次以上)

- 特開週年慶專頁入口 / 媽咪拜80萬會員-宣傳 / 精準TA行銷-FB粉絲團

媽咪拜首頁-週年慶專頁特開入口

連結至所有周慶品牌集結頁

- 走期為 9/23~11/22
- 讓更多網友看見【週年慶專頁】引導閱讀

媽咪拜-週年慶專頁廣告版位宣傳

連結至所有周慶品牌集結頁

- 走期為9/23~11/22
- 讓更多網友看見【週年慶專頁】引導閱讀

FB粉絲團-廣告宣傳示意 (擇1 or 2)

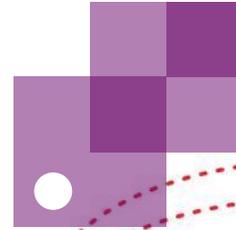
連結至品牌廣播稿 / 素人媽咪 / 部落客 / 開箱影音

MamiBuy FB貼文 (總追蹤數達141萬以上)

<p>新手爸媽勸敗團 32.2萬</p>	<p>懷孕媽咪知識圈 23.8萬</p>	<p>親子教養交流圈 30.2萬</p>	<p>媽報 45.6萬</p>
----------------------	----------------------	----------------------	-----------------

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	多情城市安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	4.63
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.33
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.41
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.06
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.78
6	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	1.63
7	航海王25	TTV	卡通影片	1.62
8	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.48
9	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.36
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	1.18
12	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.05
13	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.02
14	1300多情城市台塑潤滑油Au	FTV	閩南語連續劇	1.02
15	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.02
16	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.00
17	2000倚天屠龍記	CTV	大陸劇	0.99
18	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	0.98
19	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
20	2100生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	0.92

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.36
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.22
3	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	2.00
4	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.35
5	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.27
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.26
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.23
8	新台灣加油彰縣採檢恐腔炸	SETN	新聞性質節目	1.15
9	鄭知道了硬要逆時中追黑幕	SETN	新聞性質節目	1.09
10	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	1.06
11	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.02
12	新台灣加油踢爆普篩危機	SETN	新聞性質節目	1.00
13	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	0.93
14	新台灣加油誰開第一槍論戰	SETN	新聞性質節目	0.93
15	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.92
16	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.92
17	台灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	0.91
18	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.90
19	新台灣加油明年初解決台灣	SETN	新聞性質節目	0.88
20	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.86

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	多情城市安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	2.09
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.70
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.34
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.25
5	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.23
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
7	航海王25	TTV	卡通影片	1.08
8	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	0.97
9	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.96
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.86

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	2.04
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.01
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.92
4	航海王25	TTV	卡通影片	1.81
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.29
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.21
7	1800航海王25	TTV	卡通影片	1.10
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
9	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	0.87
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.87

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	3.25
2	多情城市安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.03
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.49
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.14
5	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.90
6	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.82
7	航海王25	TTV	卡通影片	1.69
8	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.26
9	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	1.26
10	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.23

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	7.90
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.86
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.30
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.82
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.77
6	倚天屠龍記	CTV	大陸劇	2.42
7	生生世世保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	2.03
8	1300多情城市安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	1.88
9	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.76
10	航海王25	TTV	卡通影片	1.65

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	1.40
2	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	0.91
3	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.81
4	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.80
5	慶餘年	CTiE	大陸劇	0.76
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.71
7	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	0.68
8	歡樂智多星福爾額溫槍	*SCC	競賽綜藝	0.62
9	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.59
10	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.57

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.70
2	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.42
3	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	1.38
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.31
5	綜藝玩很大屏東海生館海洋	SL2	娛樂綜藝	0.97
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.91
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.89
8	綜藝大熱門瘋狂經典小三美	SL2	資訊綜藝	0.81
9	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.80
10	愛玩客OB嚴選	SL2	美食、旅遊節目	0.75

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	1.96
2	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	1.52
3	女力報到正好愛上你	TVBSG	國語連續劇	1.47
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.32
5	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.22
6	奇門遁甲	*SCM	國片	1.16
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.16
8	綜藝大熱門一家人益生菌	SL2	資訊綜藝	1.10
9	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.03
10	新台灣加油彰縣採檢恐腔炸	SETN	新聞性質節目	1.00

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.23
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.12
3	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	2.83
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.05
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.98
6	新台灣加油彰縣採檢恐腔炸	SETN	新聞性質節目	1.97
7	新台灣加油踢爆普篩危機	SETN	新聞性質節目	1.89
8	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.76
9	鄭知道了切割KMT的十字路	SETN	新聞性質節目	1.46
10	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	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	0.76	0.57	0.43	0.45	1.21
TTV/台視	0.71	0.55	0.57	0.58	0.98
FTV/民視	0.46	0.18	0.19	0.19	0.89
CTS/華視	0.24	0.13	0.12	0.26	0.28

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	0.43	0.08	0.13	0.31	0.80
TVBSN/TVBS新聞台	0.42	0.24	0.22	0.44	0.61
FTVN/民視新聞	0.40	0.10	0.10	0.26	0.77
CTiN/中天新聞台	0.39	0.11	0.12	0.23	0.74
ERA-N/年代新聞台	0.38	0.11	0.09	0.22	0.74
ET-N/東森新聞	0.38	0.15	0.18	0.31	0.63
NTVN/壹新聞	0.19	0.06	0.08	0.19	0.32
UBN/非凡新聞	0.18	0.04	0.05	0.12	0.35
EFNC/東森財經新聞台	0.10	0.03	0.05	0.09	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	多情城市安美諾美白修護霜	FTV	4.63
2	天之驕女冠軍美妍飲	SANLI	2.00
3	倚天屠龍記	CTV	1.63
4	生生世世保濟堂酵素王	TTV	1.36
5	羅雀高飛安美諾美白修護霜	SANLI	1.35
6	女力報到正好愛上你	TVBSG	1.27
7	戲說台灣	SANLI	1.26
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.23
9	浪漫輸給你大誠保險經紀人	TTV	1.18
10	1300多情城市台塑潤滑油Au	FTV	1.02

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.33
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.41
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.36
4	超級紅人榜	SANLI	2.22
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	2.06
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.78
7	益可膚精油防蚊飢餓遊戲	CTV	1.48
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	1.06
10	黃金年代	CTS	1.02

新聞類/全體

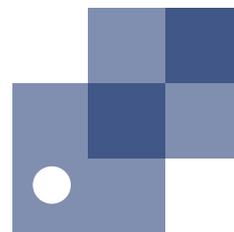
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油彰縣採檢恐腔炸	SETN	1.15
2	鄭知道了硬要逆時中追黑幕	SETN	1.09
3	新台灣加油踢爆普篩危機	SETN	1.00
4	新神秘52區	CTiN	0.93
5	新台灣加油誰開第一槍論戰	SETN	0.93
6	非凡最前線	UBN	0.92
7	台灣大搜索	CTiN	0.91
8	台灣最前線	FTVN	0.90
9	新台灣加油明年初解決台灣	SETN	0.88
10	鄭知道了	SETN	0.86

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	呷飽未	SANLI	0.92
2	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	0.65
3	直中職31年統VS中	VLSPT	0.55
4	型男大主廚一家人就妥定	SL2	0.54
5	直19 20NBA季後賽湖VS拓	VLSPT	0.49
6	直中職31年富VS中	VLSPT	0.49
7	2200食尚玩家熱血48小時	TVBSG	0.41
8	愛玩客OB嚴選	SL2	0.37
9	上山下海過一夜OB嚴選	SL2	0.36
10	就是這味OB嚴選	SL2	0.35

**Dorian
idols**

藝人動態



Dorian

DOL!DU



曾國城、Albee范乙霏搭檔演出經典舞台劇《我的大老婆》，兩人聯袂來到Yahoo TV《唐綺陽談星室》



家電大廠聲寶邀約啦啦隊女神崑崙擔任快閃店長



崑崙（左）與婁俊碩（右）參加PMCC中場表演賽組隊對抗



崑崙拍攝網路夯劇《同居世代》推SYM VEGA機車



賽前Rakuten Girls與Passion Sisters在桃捷A19站戶外廣場進行遊戲PK



中職 / 與LINE合作 推應援活動



中職 LOGO 現身甲子園，啦啦隊女孩「崙崙」也為日職加油！



崙崙、琳妏、籃籃參與外景實境競賽節目《綜藝3國智》錄製

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

