

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.2050**  
12.07-12.13





# 本期摘要

宏將觀點 毛小孩魅力無限之萌寵商機

媒體放大鏡 中天轉戰YouTube訂閱破200萬

國際視野 2020年Instagram全球用戶突破10億

科技瞭望 「單身公害」靠AI來解！

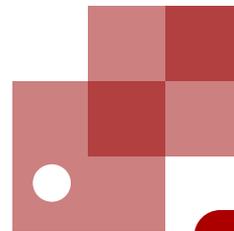
專案介紹 中天多媒體-數位匯流專案

收視調查

Insights

# 宏將觀點

: 2020年12月



毛小孩魅力無限  
之萌寵商機



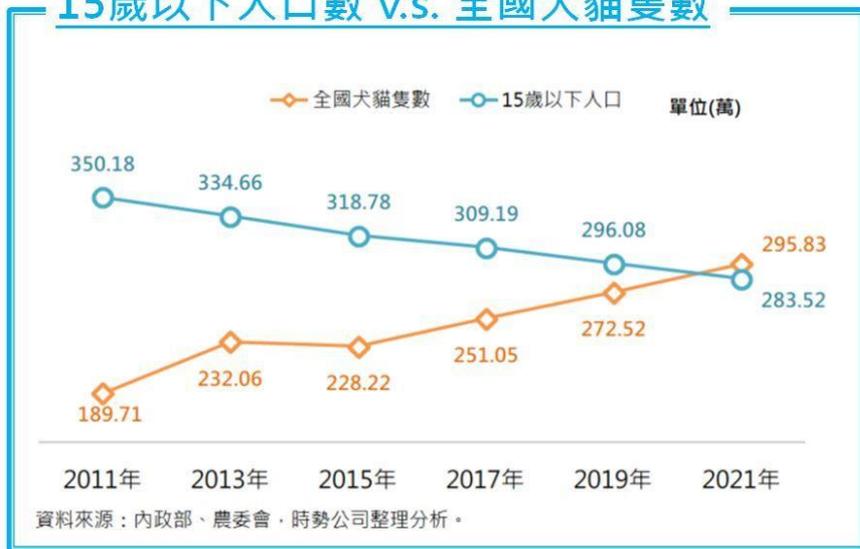
# 500億市場！萌寵商機無限



你家有養寵物嗎？現代人不婚不生逐漸成為社會趨勢之一，而隨著生育率的降低，15歲以下的孩童人數也跟著逐年銳減；然而，根據農委會的報告指出，**全台貓犬隻數卻是逐年增長，到2019年數量已達到272萬隻，估計今年2020年兩者數據將會出現黃金交叉**，除了反應出台灣人口結構上的改變，在情感面上，寵物也逐漸取代生活中伴侶或是孩子的角色，成為飼主家庭中的「毛小孩」成員。

除了基本生活開銷，包含醫療、娛樂及教育等方面的需求，飼主都很願意花費來滿足，根據台灣寵物行業白皮書2019年版，**200多萬隻的寵物，所締造出來的寵物商機估計可達新台幣500億元。**

## 15歲以下人口數 v.s. 全國犬貓隻數

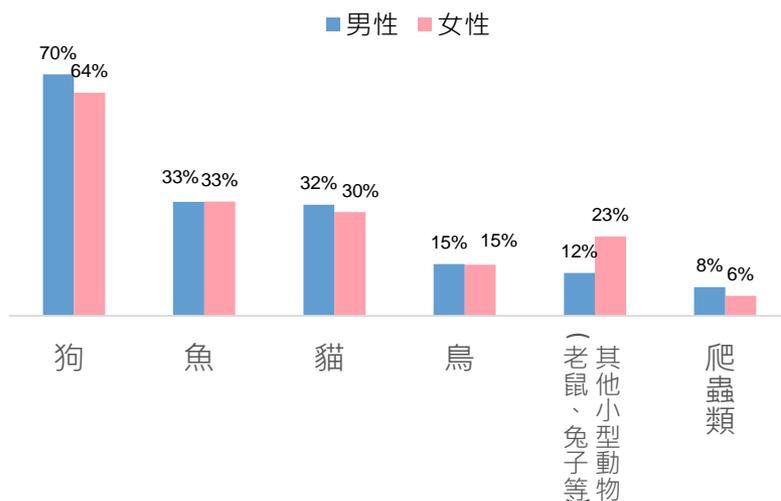




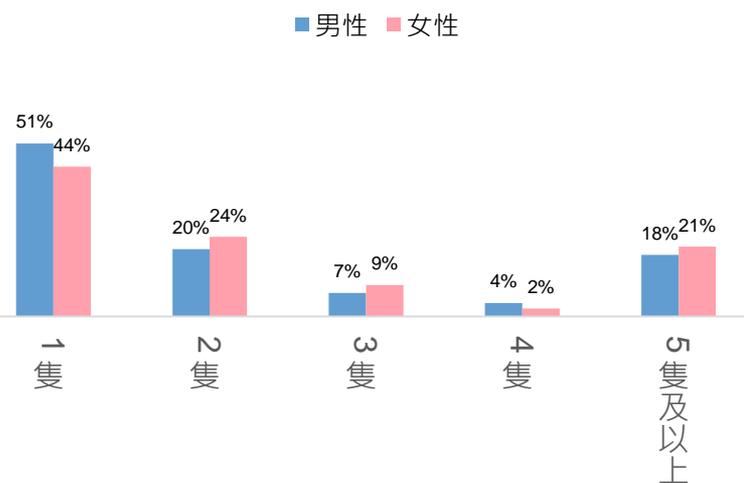
台灣目前有飼養寵物的年齡層呈現20至59歲平均分布的情形，其中以**30至39歲的Y世代**比例最高，除了體力較好之外，Y世代大多已有穩定收入，對於養寵的開銷也較有能力負擔；在未飼養的民眾當中，未來飼養的意願會隨著年齡增長而下滑，相反的，**20歲以下的Z世代**飼養意願高達七成五，隨著這群年輕族群進入職場後，未來養寵的潛能發展值得期待。

養寵的種類上以狗狗最受青睞，其次為魚類及貓咪，進一步觀察發現，**男性較女性偏愛養狗，而女性則偏好養老鼠、兔子等小動物**；另外，在飼養的寵物數量上，男性飼養一隻的比例明顯高於女性，而女性在飼養兩隻、三隻、甚至五隻以上的比例均高於男性，換言之，**男性較偏向於獨生寵，而女性則較具潛能經營多寵家庭**。

### 飼養寵物類型



### 飼養寵物數量



# 結合科技 搶攻愛寵照護商機

宏將觀點

隨著科技日益發達，不僅是人類使用的家電，連寵物的日常照護也逐漸與科技結合，根據MIC的調查資料，有近四成飼主家中有使用寵物科技產品，而未來有意願購買的比例更高達七成，從已使用及有意願購買的產品來看，飼主期望能透過科技的幫助，即便不在寵物的身邊也能照顧牠們的飲食，以及掌握牠們的行動。

另外發現，男性在使用(42.6%>31.6%)及有意購買(73.7%>71.1%)寵物科技產品的比例均高於女性，且願意花費的金額也是男性高於女性，顯示男性會比女性更願意投入金錢，借助科技產品來照護寵物，未來品牌主在溝通時建議可透過男性角度做切入。

除了一般常見的科技產品之外，美國業者Fuzzy甚至推出一站式寵物醫療服務，透過單一平台完成寵物線上諮詢、到府醫療及藥品配送等，並以會員訂閱制收費讓飼主得以較平易近人的價格負擔其支出，未來可望推廣至台灣，除了醫療照護，同時結合食衣住行育樂等服務，達到愛寵個人化服務。

## 家中有使用 寵物科技產品

37.2%

NO.1

智慧型餵食器 17%

NO.2

智慧飲水機 14%

NO.3

智慧寵物攝影機 13%

## 未來有意添購 寵物科技產品

72.2%

NO.1

智慧型餵食器 28%

NO.2

智慧項圈/追蹤器 26%

NO.3

智慧寵物攝影機 25%

## 飼主可接受寵物科技產品均價

整體 2,962元  
(單次單件產品)

3,126元



2,786元



# 影音感官刺激 更觸動愛寵人心

宏將觀點

觀察現代的寵物族群不只對網路、行動媒體高度依賴，在傳統紙本媒體的觸及率也相對偏高；同時，這群飼主到實體電影院的比例也明顯高於全體民眾，進一步可發現，他們對於影音及感官上的娛樂比一般人來得重視，花費比例也相對較高，顯現他們對影音媒體的重度偏好，**未來各產業在觸及寵物族群時，可以思考透過視覺及聽覺上的刺激來加乘行銷廣告的效果，讓寵物族群更有感。**

此外，寵物族群在購物行動力上也極具潛能，近年針對飼主舉辦的寵物展幾乎場場爆滿，周邊產品及服務五花八門，**品牌要能運用新穎的行銷內容吸引飼主的注意力，同時搭配優惠活動，就有機會讓他們買單。**

## 寵物族群觸及媒體



網際網路  
95.9%  
Index 101



行動上網  
95.3%  
Index 101



報紙  
17.7%  
Index 116



雜誌  
9.2%  
Index 142



電影院  
10.7%  
Index 150

## 重視感官享受 衝動購物狂

### 影音娛樂需求

平常的休閒娛樂喜歡聽音樂(Index117)、看電影(Index134)、聽演唱會(Index160)

### 從體感享受生活

按摩紓壓(Index123)、在KTV/電影/演唱會(Index117)、電玩遊戲(Index118)等娛樂花費較多



### 思想活絡創意無限

- 我經常會有創新的想法或點子(Index109)

### 促銷加乘購物力

- 只要看到喜歡的東西，我都會迫不及待的把它買下來(Index110)
- 促銷期間我會比平常買更多的商品(Index109)

# 毛孩網紅影響力 不容小覷！

在資訊碎片化的時代，網路及行動媒體對寵物族群而言是吸引力最大的媒體，而網紅產生的影響力也不容忽視，根據資策會產業情報研究所（MIC）的調查報告，有養寵經驗的網友**54.7%**有訂閱或追蹤至少一個以上的寵物網紅，而從網路票選出來的**2020百大網紅**當中，也可發現有**3名毛孩網紅入榜**，分別為黃阿瑪的後宮生活（貓）、豆漿（貓）、及連環泡有芒果（三隻狗），其各自在三大社群網站均累積不少忠實粉絲，影響力可謂不輸給人類。

此外，隨著網紅逐漸成為行銷趨勢，各式品牌商紛紛找網紅合作開箱、拍攝廣告、及代言，根據調查，寵物網紅推薦的產品當中，以食品或零食類產品（53.8%）最受養寵經驗網友所喜愛，**透過寵物網紅精準觸及潛在族群**，進而引發他們對品牌的好感度及共鳴感，強化購買意願。

## 2020台灣百大影響力網紅



No. 17  
黃阿瑪的  
後宮生活  
FB\_137萬  
IG\_103萬  
YT\_152萬



No. 40  
豆漿  
FB\_46萬  
IG\_38萬  
YT\_65萬



No. 61  
連環泡  
有芒果  
FB\_89萬  
IG\_19萬  
YT\_24萬

## 較感興趣的寵物網紅推薦產品



**53.8%**  
食品或零食



**45.6%**  
清潔家電/用品



**26.8%**  
娛樂產品/服務



**24.8%**  
廚房家電/用品



**21.2%**  
家具產品



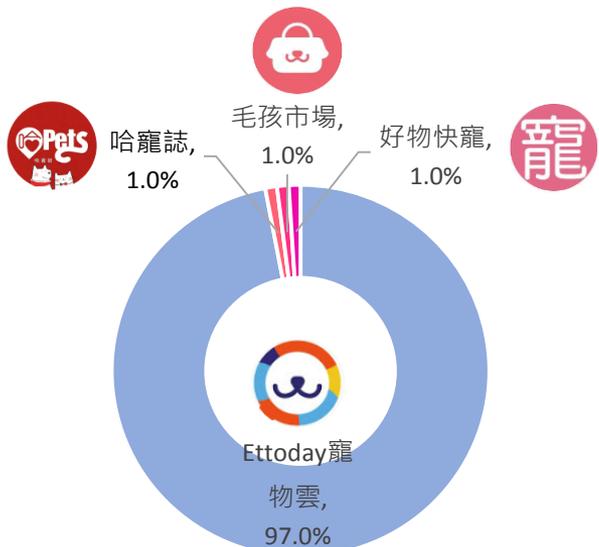
**12.8%**  
交通產品/服務

註：粉絲數統計截止至2020/12/14

網路輿情也是時下重要的資訊來源，透過輿情分析系統可發現，寵物相關的輿情聲量來源以Ettoday寵物雲的占比最大，其次包含哈寵誌、毛孩市場、及好物快寵的占比相當。

而寵物相關的討論面向多元，其中可發現以可愛角度拍攝的產品開箱影片往往粉絲互動率較高，而飼主本身也偏好分享愛寵的逗趣照片，因此**以照片投稿形式的抽獎及徵稿活動參與率較佳**；另外，探討寵物年齡、領養、棄養等容易引發愛寵人士情感的文章，也是網友互動率較高的文章類型，**未來品牌主在行銷內容思考上，建議可搭配呆萌可愛、或是容易觸動情感的元素，以吸引愛寵人士的注意力。**

### 寵物輿情聲量占比



哈寵誌粉專影音及與年齡相關的貼文，粉絲互動率高



毛孩市場粉專照片分享抽獎活動、徵稿活動等反應熱



好物快寵粉專產品使用影片，粉絲留言數相對會偏高



Et新聞雲粉專流量最高，其中引發愛寵人士同情心的文章討論量相對偏高



今年全球受到新冠疫情的影響造成人心惶惶，衛福部便不時在臉書官方粉絲團上，釋出柴犬「總柴」小叮嚀來宣導大眾正確的防疫資訊，透過詼諧可愛的圖文來打破公部門的古板印象。

台中動保處邀請七位知名的毛孩網紅合作拍攝影片，期望能將寵物友善空間的資訊精準傳達給更多愛寵人士；臺虎精釀則是翻玩經典調酒「鹹狗」推出「瓜啤狗啤酒」，在詼諧行銷的同時也期望抓住愛寵人士的味蕾；時尚品牌Valentino則推出客製化愛寵肖像包款，對飼主而言是絕佳的紀念品之一。

由此可見寵物經濟力量大，在這網紅當道的時代，**品牌業者想借助寵物網紅的魅力來抓住粉絲目光，而公部門也搭上萌寵熱潮，透過寵物行銷為彼此帶來更大的加乘效果。**

### 公部門防疫宣導

- 衛福部臉書的「總柴」小叮嚀，柴犬用可愛詼諧的形象提醒網友防疫資訊，成了這波肺炎疫情另類的網紅明星。



### 動保推廣友善空間

- 台中市動保處邀請七位知名寵物網紅拍攝影片，開箱100個台中友善寵物空間，期望吸引更多飼主帶著愛寵一起出門，享受美食及娛樂時光。



### 暢飲同時做公益

- 臺虎精釀推出「瓜啤狗啤酒」，除了強調運用花蓮在地食材，並捐出部分收益給五間動保團體，邀請大家一起品嚐美酒及做公益。



### 品牌打造專屬包包

- 時尚品牌Valentino推出客製化的鉚釘萌寵系列包包，可以將顧客的寵物肖像繪製成圖印製在包包表面，打造專屬於飼主與毛小孩的紀念包款。





### 分眾溝通 男女愛寵族群

男性及女性在飼養寵物上有不同的偏好及特性，未來品牌主可針對自家產品的訴求，同時思考男性及女性族群特性，再進行分眾溝通。



### 多元行銷 經營品牌口碑

品牌行銷內容可加強影音及感官刺激，來觸動愛寵人士的內心；同時善用照片分享形式的活動，或是搭配呆萌、可愛、情感等元素的話題來創造聲量，加強品牌正向口碑經營。

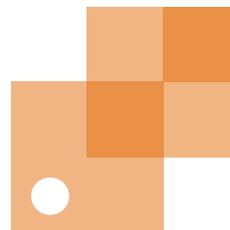


### 異業合作 加強品牌擴散

透過異業合作除了融入萌寵角色為品牌加分，或是與寵物網紅合作來精準觸及目標族群，進而帶動品牌擴散及銷售，為品牌創造更多成長動能。

Media  
news

# 媒體放大鏡



# 中天轉戰YouTube訂閱破200萬



中天新聞台十二日起在全台有線電視下架，並全面轉戰YouTube，更號召支持者追蹤頻道，在十二日前完成兩百萬訂閱。

根據NCC今年提出的「OTT-TV專法」草案，中天新聞台另起爐灶的YouTube，根本不會被納管，學界、業界都有聲音表示，**中天新聞在有線電視消失，卻很有可能「開啟OTT的新頁」**。

NCC雖然未對中天新聞台的OTT新舞台表示意見，但昨天卻在粉絲團貼出暗喻意味濃厚的貼文指出，網路的崛起，使用各式網路平台已經是日常生活的一部分，「除了方便以外，也造成不實言論在網路流竄的困擾，網路平台業者是否需要對平台上他人張貼的言論負責，也成為熱門的話題」。【[2020/12/12, 聯合報](#)】

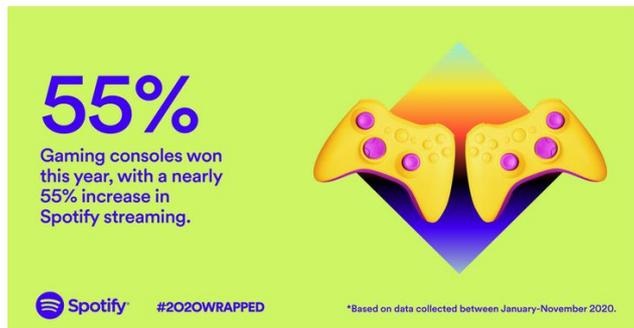
## Disney+ 串流服務預告登台 漫威星戰影集爽爽看！

繼Netflix之後，又一重量級影音串流服務Disney+即將登台！迪士尼影業11日正式上線Disney+台灣官方網站，目前頁面未有具體資訊，但可以email訂閱最新消息，推測明年第一季就登台的機會不小，若以最低月費6.99美元(約台幣196元)進軍台灣，無疑對Netflix等同業形成嚴重衝擊。

【[2020/12/11, 蘋果即時](#)】

Disney+旗下的影音內容豪華，**包含迪士尼、皮克斯、漫威、星際大戰，以及國家地理頻道等，付費訂閱即能串流收看上述豐富的影音內容**，目前熱播第二季的星戰衍生劇《曼達洛人》(The Mandalorian)，除了尤達寶寶身世之謎解開之外，更循序漸進地將阿蘇卡·塔諾、波巴費特、索龍將軍等角色帶入其中，讓星戰迷看得大呼過癮。





今年，參與電玩的人數達到了新的高峰，為電玩文化和音樂之間的跨界融合開啟了新的篇章。隨著人們遊玩的遊戲越來越多，在過去的一年中，**全球從遊戲主機串流 Spotify 的次數成長了近 55%**。有趣的是，在清晨時段（早上 6 點至 9 點）從遊戲主機上串流 Spotify 的次數成長了超過 47%。這些遊戲主機包含 Xbox 和 PlayStation，Spotify 在兩款主機上皆有客製化的整合設計。

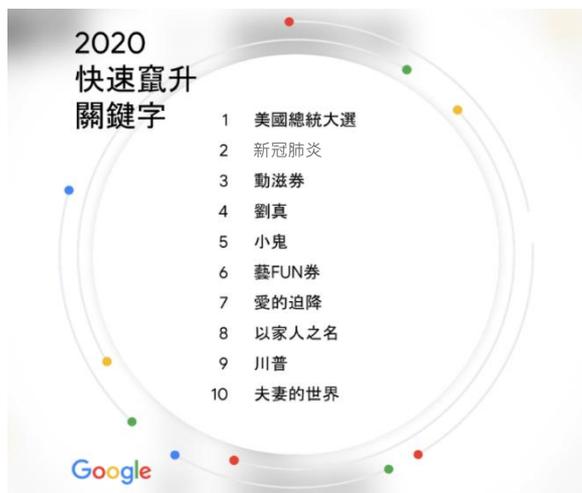
以全球來說，Rap 和 Trap 是今年串流次數最多的遊戲音樂類型。而**全球最受歡迎的電玩原聲帶則來自《我的世界》（Minecraft）、《毀滅戰士》（Doom）和《死亡擱淺》（Death Stranding）**。[【2020/12/10, INSIDE】](#)

## Spotify 2020 華語音樂排行公開！

2020年你最常聽什麼歌呢？音樂平台Spotify最近開始進行一整年的回顧，許多使用Spotify收聽音樂的朋友也都紛紛曬出自己的「2020年歌單排名」，近日Spotify公布2020年最受歡迎的華語流行音樂歌手、歌曲和專輯，快來看看你是不是「大眾口味」吧？[【2020/12/08, ELLE】](#)



# 台灣熱門關鍵字曝光



Google 9日公布台灣2020年度搜尋排行榜 (Year in Search)，回顧過去一年搜尋量快速竄升的關鍵字。然而，在嚴峻疫情之下，發現「新冠肺炎」關鍵字僅排名第2，輸給「美國總統大選」，而疫情相關的延伸字幾乎佔滿排行榜。

今年排行榜總榜反映出台灣網友關心全球政經局勢，「美國總統大選」成為年度快速竄升關鍵字第一名，「川普」也名列第9。而肆虐全球的COVID-19疫情持續影響，除了「新冠肺炎」佔總榜第2名，各政府機關推動的經濟振興方案，如「動滋券」、「藝FUN券」也分別佔第3、6名。

另外，影視戲劇主題也是台灣網友搜尋的一大重點，韓劇「愛的迫降」與「夫妻的世界」分別以新穎題材及刺激的劇情創造話題，而陸劇「以家人之名」則以溫馨又療癒的劇情掀起一波追劇熱潮。【[2020/12/09, 聯合新聞網](#)】

## 疫情影響 台灣人使用網購、外送頻率最高

台灣網路資訊中心 (Taiwan Network Information Center, TWNIC) 今天公布「2020年台灣網路報告」指出，今年受到疫情衝擊，因為疫情關係而增加使用頻率的前三名分別為「餐飲外送」(36.5%)、「線上學習」(25.1%)及「瀏覽網路新聞」(19.0%)。而在消費行為方面，上網「買東西」(12.4%)與使用「行動支付」(17.9%)的比例，也因為疫情而增加。

此外，檢視台灣是否具備業務虛擬化的能力，從民眾的網路使用行為面向觀察，顯示台灣社會對於數位轉型的接受度與未來企業的數位發展樂觀其成。國內因COVID-19疫情趨緩，連帶使得國內企業對於數位轉型的需求及迫切性也跟著減緩，但現在也是政府積極規劃並推動各級產業數位轉型的最佳時機。【[2020/12/11, 中時新聞網](#)】

# 富比士公布「亞洲社群名人榜100」

美國《富比士》(Forbes) 8日公布了一份「亞太地區最具影響力媒體名人100」名單，台灣藝人包括蔡依林、五月天、周杰倫、彭于晏、林俊傑、孫燕姿、鄧紫棋等都在榜上，蔡依林更是台灣唯一一位上榜的女藝人。富比士也表示此份名單並未排名，因為今年新冠肺炎疫情導致實體活動取消，大部分人都是透過網路社群來互動，所以此份名單是以明星經營社群的互動、觸及等數字來排出。

報導內容也提到，在新型冠狀病毒疫情時代，人們彼此的生活距離日漸拉遠，因此越來越多藝人團體靠著社群媒體與粉絲互動，更形成另一種價值層面的影響，例如公益、時尚帶貨等。

這些名人是數位時代裡的關鍵意見領袖，發文或發照都能撼動粉絲的思維，因此除了享受生活、工作之外，明星及精品品牌更不放過利用社群帶動買氣的機會。【[2020/12/10, CTWANT](#)】

## 樂天銀行搶下純網銀頭香！

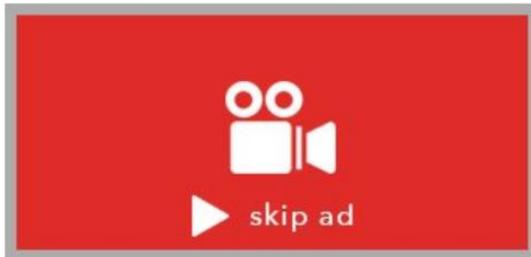


一如外界所預期，樂天國際商業銀行搶得頭香，成為台灣首家取得「銀行營業執照」的純網銀業者。

這意味著，樂天銀行可正式開始提供金融服務，不過根據規定，還需要跟中央銀行、財金公司、存保、聯徵中心等單位，進行一個月的模擬營運測試 (UAT)，國票金日前表示，預計會在今年底前，針對集團內員工或部分客戶，進行小規模的試營運，銀行局補充，試營運時間的長短，由各家純網銀決定。

至於另外兩家純網銀業者 (LINE BANK、將來銀行)，金管會表示，正積極準備開業相關事宜，不過各業者籌備進度不同，要三家全數取得營業執照，恐怕要等到2021年初。【[2020/11/12, 中央通訊社](#)】

# YouTube 宣布所有影片都會插廣告



對 YouTube 平台的影片創作者而言，YouTube 的廣告分紅也是其收入之一，只要合資格加入 YouTube 合作夥伴計劃 ( YouTube Partner , YPP ) ，創作者即可在影片中投放廣告以取得分紅。不過，最近 **YouTube 更新了其分紅條款，即使是未符合 YPP 資格的創作者影片，YouTube 亦會為其投放廣告，惟該些廣告並不會為創作者帶來分紅收入。**

近期 YouTube 更新了其分紅條款，現時所有影片均會有系統投放的廣告，即使是未符合 YPP 資格的創作者，其影片亦會被 YouTube 系統投放廣告，但該些廣告就無法為其帶來收入。基本上，新的條款意味 YouTube 保留了其在所有影片的獲益權利，包括顯示廣告或向用戶收取訪問費，但就未有為非 YPP 計劃的創作者保障收入。【[2020/12/13, unwire.hk](https://www.unwire.hk/2020/12/13/)】

## YouTube 現支援 HDR 串流直播了

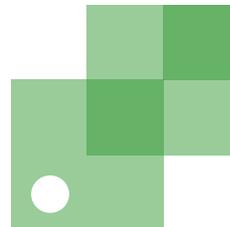
隨著愈來愈多裝置能輸出播放 HDR ( 高動態範圍 ) 內容，內容創作者也是時候升級一下了吧？YouTube 就宣佈他們正式推出 HDR 的串流直播，讓大家可以將更鮮艷奪目的顏色以串流直播的方式呈現給觀眾，特別是針對次世代遊戲主機 PS5 和 Xbox Series X | S 的畫面。

【[2020/12/09, yahoo! 新聞](https://www.yahoo.com/news/youtube-hdr-streaming-live-2020-12-09)】



Media  
trend

# 國際視野



# 2020年Instagram全球用戶突破10億



Instagram在2020年達成一個重要的里程碑：全球每月用戶數達到了10億。因為疫情的影響，這種情況比eMarketer先前預測的提早四年發生。以下為 eMarketer 探討2020年 Instagram的趨勢發展：

## ● 疫情大流行如何改變eMarketer對全球Instagram用戶2020年的預測？

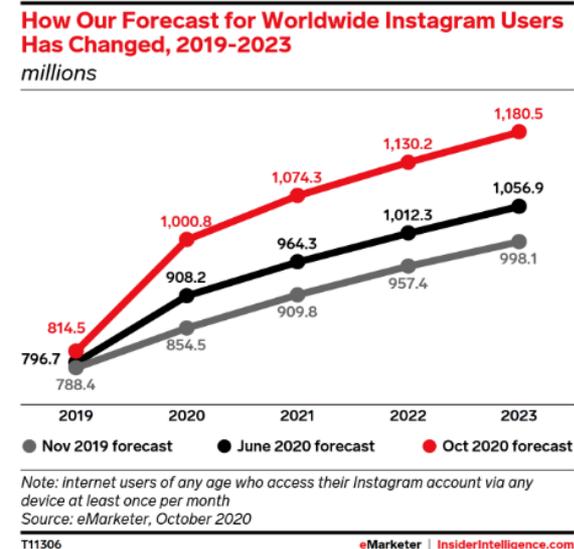
在2019年至2020年之間，Instagram增加了1.863億新用戶，與去年同期相比增加了22.9%。這比eMarketer在疫情流行前預測的兩倍還要多。（eMarketer的預測與Instagram的數據有所不同，其將假冒、重複、非人為和商業帳戶排除在外）。

## ● Instagram與Facebook相比如何？

Instagram的用戶群只占Facebook全球用戶群的一半。2020年，Facebook擁有19億用戶。但在日本、韓國及俄羅斯，Instagram實際用戶比Facebook多。在美國對於青少年和年輕人來說 Instagram也比Facebook更為流行。Facebook與Instagram正在縮小25至34歲之間用戶數的差距。

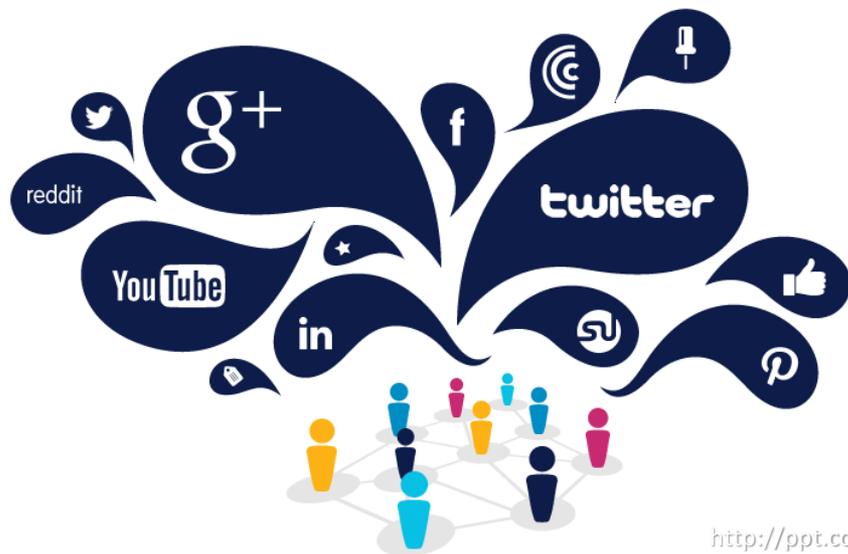
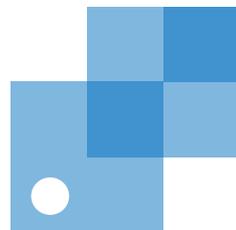
## ● Instagram能否保持其在2020年取得的優勢？

簡單來說，是可以的。儘管明年全球成長率將降至7.3%，但這仍比eMarketer在疫情流行前預期的還要強勁。Instagram將從一個新的基礎中成長。2020年之後，其成長將歸因於競爭格局而造成的變化，例如：印度對TikTok的禁令促使Instagram成長而不是因為疫情。



New  
Idea

# 科技瞭望





# 「單身公害」靠AI來解！

日本政府為對抗少子化，預計2021年度花20億日圓補助人工智慧（AI）配對系統。AI系統即使找不到合乎年齡與收入等條件的對象，也可運算選出合得來的人，日本盼藉AI促進結婚。

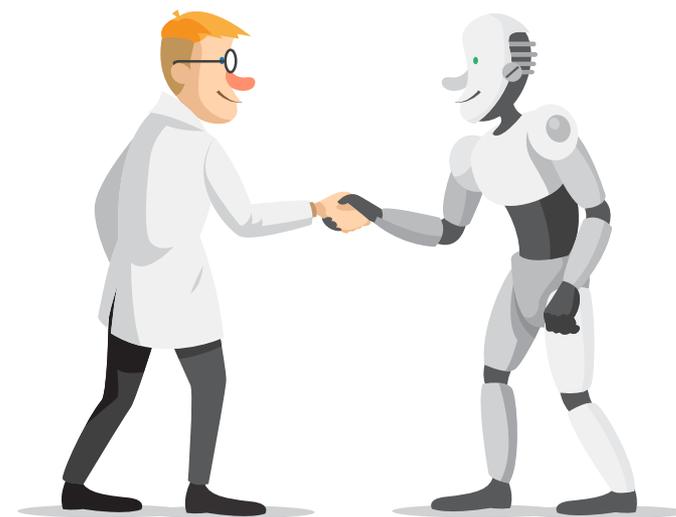
根據讀賣新聞報導，內閣府表示，目前約有25個縣政府支援民眾的「婚活」（結婚活動的簡稱，指聯誼、相親等，以結婚為目標的各種活動），為希望結婚的民眾提供「配對服務」。

配對服務一般的方式，是幫忙介紹符合年齡、學歷、收入等各種條件的對象。

除了這種一般介紹方式，也有AI配對系統，若是沒有找到符合年收等客觀條件的對象，AI將基於民眾輸入的興趣、價值觀等內容，及在系統內的搜尋偏好等進行計算，提案出「可能會對自己有好感的對象」。

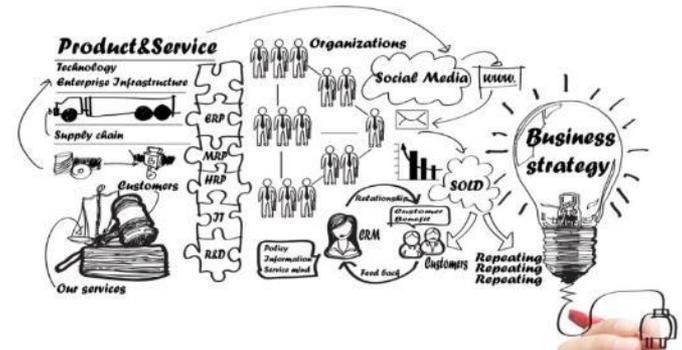
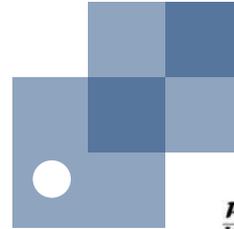
報導指出，現在埼玉縣與愛媛縣等10幾個縣已經引進這種AI配對系統。埼玉縣2018年度花了約1,500萬日圓（約新台幣412萬元）整備AI配對系統，縣府2019年度促成38對新人結婚，就有過半數的21對是AI提案的新人。

厚生勞動省表示，2000年時約有80萬對新人結婚，2019年卻僅剩60萬對，結婚人數持續下降。少子化的主要原因包括未婚、晚婚，因此政府力求增加結婚人數。



Project

# 專案介紹



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



### 嶄新 型式

**數位浪潮襲來！資源整合的必須！**

近年電視廣告成長幅度差異不大

顯見單一廣告型態已無法滿足消費者的多元需求，須推動多樣化的行銷組合，拉開溝通的深度與廣度。

**電視+數位廣告全新廣告模式**

數位-中天新聞深度報導，搭配電視-綜合娛樂節目，創造嶄新局勢。

### 中天一條龍服務搶攻市場

### 資源 整合



**中天新聞不受電視法規規範，12日網路重生**

### 中天 新聞

**搶佔新機！中天與世界浪頭同行！**

**2020歲末台灣新聞Youtube平台訂閱數**

1. 中天新聞宣布正式轉入數位平台，最多元的聲音吸引民眾的眼球。
2. 最完備的攝影棚、最資深的新聞人才。
3. 核心議題做深度報導，串聯民眾迴響。

### 中天電視

218萬

TVBS

147萬

東森

144萬

三立

104萬

年代

47.1萬

民視

24.1萬

### 操作 內容



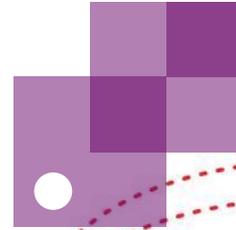
### 服務 價目

## 中天數位匯流專案

服務項目	內容	平台操作說明	數量
中天新聞52報導置入	客製化新聞報導 (至少120秒)	YT：中天電視頻道於指定日播出首播共三次	1
		YT：中天電視頻道以<每日精選>清單方式單則上傳	
		YT：中天新聞頻道以<每日精選>清單方式單則上傳	
		FB：快點TV粉絲團以影音貼文露出一則	
App：快點TV以專區方式置頂一天			
多買多划算			3

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	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	4.65
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.24
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.80
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.05
5	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.96
6	航海王26	TTV	卡通影片	1.68
7	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.63
8	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	1.54
9	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.45
10	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.42
11	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.38
12	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.30
13	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.21
14	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.17
15	這事有影嚨味王大食客	FTV	資訊綜藝	1.14
16	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.08
17	慶餘年2000	CTV	大陸劇	1.05
18	2100生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.03
19	我在市場待了一整天古醇寶	FTV	知識資訊節目	1.03
20	醫學大聯盟美塑穀博士	FTV	競賽綜藝	1.02

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.70
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.27
3	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	2.05
4	中天新聞52台倒數4小時中	CTiN	新聞性質節目	1.73
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.34
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.31
7	中天新聞52台倒數28小時頭	CTiN	新聞性質節目	1.16
8	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	1.06
9	2200超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.01
10	新台灣加油潛艦百億預算喊	SETN	新聞性質節目	0.96
11	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.91
12	生生世世十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	0.91
13	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	0.89
14	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.86
15	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
16	新台灣加油浙江台商確診之	SETN	新聞性質節目	0.83
17	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.81
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.80
19	綜藝玩很大ONEBOY衝鋒衣	SL2	娛樂綜藝	0.79
20	歡樂智多星福爾額溫槍	*SCC	競賽綜藝	0.78

## 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	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.46
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.43
3	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	1.20
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.17
5	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.17
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.88
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.87
8	航海王26	TTV	卡通影片	0.86
9	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.86
10	慶餘年2000	CTV	大陸劇	0.77

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	2.28
2	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	2.18
3	航海王26	TTV	卡通影片	1.65
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.49
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.33
6	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	1.20
7	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.18
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.15
9	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.07
10	1800航海王26	TTV	卡通影片	0.96

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	2.90
2	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.66
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.47
4	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	2.32
5	航海王26	TTV	卡通影片	1.76
6	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.69
7	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.61
8	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.57
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.53
10	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.51

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	8.25
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.66
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.53
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.40
5	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	2.94
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.59
7	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	2.51
8	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.02
9	航海王26	TTV	卡通影片	1.99
10	這事有影嘸味王大食客	FTV	資訊綜藝	1.88

## 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	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.18
2	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	1.01
3	天巡者鑽美姬保養品	SL2	國語連續劇	0.99
4	愛閃耀2020新北歡樂耶誕城	TVBSG	特別節目	0.81
5	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	0.80
6	中天新聞52台倒數28小時頭	CTiN	新聞性質節目	0.75
7	歡樂智多星福爾額溫槍	*SCC	競賽綜藝	0.74
8	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.65
9	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.63
10	中天新聞52台倒數4小時中	CTiN	新聞性質節目	0.62

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	2.20
2	未來媽媽i shine愛閃耀	SL2	國語連續劇	1.64
3	中天新聞52台倒數4小時中	CTiN	新聞性質節目	1.13
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.09
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.06
6	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	1.05
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.90
8	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.81
9	航海王	*SCC	卡通影片	0.80
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.79

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	1.46
2	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	1.42
3	中天新聞52台倒數4小時中	CTiN	新聞性質節目	1.37
4	綜藝玩很大ONEBOY衝鋒衣	SL2	娛樂綜藝	1.35
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.11
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.06
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.01
8	屁屁偵探	YOYO	卡通影片	1.00
9	全明星運動會富易達保險經	SL2	競賽綜藝	0.96
10	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.95

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.14
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.26
3	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	2.90
4	中天新聞52台倒數4小時中	CTiN	新聞性質節目	2.80
5	中天新聞52台倒數28小時頭	CTiN	新聞性質節目	2.17
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.15
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.08
8	新台灣加油浙江台商確診之	SETN	新聞性質節目	1.61
9	生生世世十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.61
10	頭條開講	CTiN	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
TTV/台視	0.72	0.39	0.41	0.61	1.07
CTV/中視	0.71	0.21	0.32	0.53	1.18
FTV/民視	0.40	0.07	0.12	0.18	0.80
CTS/華視	0.22	0.09	0.1	0.23	0.28

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	0.43	0.18	0.21	0.46	0.63
ET-N/東森新聞	0.40	0.14	0.15	0.35	0.67
CTiN/中天新聞台	0.39	0.14	0.10	0.22	0.77
SETN/三立新聞	0.38	0.07	0.09	0.30	0.71
FTVN/民視新聞	0.34	0.05	0.10	0.21	0.68
ERA-N/年代新聞台	0.30	0.07	0.07	0.17	0.62
UBN/非凡新聞	0.18	0.01	0.06	0.13	0.34
NTVN/壹新聞	0.17	0.04	0.09	0.15	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.09	0.01	0.02	0.06	0.16

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	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	4.65
2	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	2.05
3	生生世世福爾額溫槍	TTV	1.96
4	天巡者大誠保險經紀人	TTV	1.63
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.34
6	戲說台灣	SANLI	1.31
7	女力報到最美的約定	TVBSG	1.06
8	慶餘年2000	CTV	1.05
9	2100生生世世福爾額溫槍	TTV	1.03
10	萌髮養髮洗髮精我的婆婆怎	CTS	0.93

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.24
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.80
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.70
4	超級夜總會	SANLI	2.27
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.05
6	綜藝新時代	FTV	1.54
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.45
8	全明星運動會明星3缺1	TTV	1.42
9	飢餓遊戲斯斯批杷潤喉糖	CTV	1.30
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.21

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	中天新聞52台倒數4小時中	CTiN	1.73
2	中天新聞52台倒數28小時頭	CTiN	1.16
3	新台灣加油潛艦百億預算喊	SETN	0.96
4	非凡最前線	UBN	0.91
5	最前線直擊	UBN	0.86
6	正午最前線	UBN	0.85
7	新台灣加油浙江台商確診之	SETN	0.83
8	最前線報告	UBN	0.80
9	最前線新聞	UBN	0.78
10	頭條開講	CTiN	0.77

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.38
2	型男大主廚一家人黑酵PLUS	SL2	0.67
3	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.55
4	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.53
5	呷飽未	SANLI	0.51
6	詹姆士出走料理	GTV-1	0.49
7	2100美食按個讚	UBN	0.39
8	非凡大探索	UBN	0.35
9	日本我來了	VLJP	0.35
10	1500呷飽未	SANLI	0.34

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](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

電話：02-2509-5557#123

