

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2052
12.21-12.27





本期摘要

媒體放大鏡 Telegram明年成立廣告平台、賣貼圖

國際視野 疫情下的廣告 更深入生活更有感

科技瞭望 白駕車送食物到家！Nuro率先提供外送

專案介紹 酒客網-品牌置入專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



Telegram明年成立廣告平台、賣貼圖

媒體放大鏡

主打高隱私的加密通訊軟體Telegram才在今年4月宣布用戶數突破4億，不到一年時間已經增長到5億用戶。Telegram創辦人杜洛夫 (Pavel Durov) 23日表示，**為了維持業務穩定發展，明年起將想辦法創造更多收入，包括開始放廣告以及販售貼圖。**



Telegram用戶可成立一對多的通訊頻道，而過去頻道主要放置廣告時，需仰賴第三方廣告平台，而且廣告內容時常是假冒為一般訊息的入侵式釣魚訊息，容易引起用戶反感。因此杜洛夫計畫成立Telegram自家的廣告平台，預計傾向以用戶友善、尊重隱私的方式執行。

此外，不同於以往所有貼圖都提供用戶免費下載，Telegram計畫推出需付費的升級版貼圖，將以「更具豐富表情」的特色吸引用戶購買，設計升級版貼圖的畫家也能夠得到一部份收益。【[2020/12/24, newtalk](#)】

2020全球熱門娛樂應用 抖音、TikTok雙榜冠軍

據Sensor Tower商店情報平台數據顯示，截至12月15日，**抖音及TikTok以9.6億次下載，蟬聯全球娛樂應用下載榜冠軍。**另外看到Netflix和YouTube則分列榜單第2和第3名。

觀察到全球用戶支出排名前10的娛樂應用在App Store、Google Play總收入達58.2億美元，年增61.8%。其中**抖音及TikTok以12.6億美元預估收入取代Netflix，奪得全球娛樂應用收入榜冠軍，較去年成長590%。**當中有88.3%的收入來自**抖音iOS版本**，美國和土耳其TikTok用戶則分別貢獻總收入的6.5%和1.4%。

而YouTube則以9.4億美元的收入位列榜單第2名；年增率63.8%。另外看到榜單前5名的另外3款應用，分別為騰訊視頻，Disney + 與愛奇藝。地區方面，大陸iOS用戶在前10款娛樂應用的支出達到28.1億美元、占49.3%。美國和日本用戶的支出排名第2和第3，分別占27.4%和2.6%。【[2020/12/28, 中時新聞網](#)】

抖音回不去了！印度本土App崛起



印度與中國邊境對峙，關係交惡，連帶影響中國手機App在印度的市場。自從今年6月，印度封禁中國北京字節跳動「抖音」（TikTok）後，民眾改用自己國家開發的類似App，發現比抖音好用，又有多個本土語言版本，用戶越來越多，反而吸引Google與微軟（Microsoft）關注，當地媒體報導，印度本土相關App已經在國際吸金逾1億美元，中國抖音明顯回不去印度了。

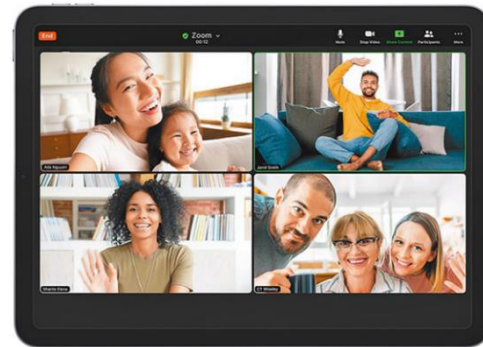
外電報導，**印度原本是抖音最大的海外市場，估計有超過1.2億用戶，被禁後市場只能拱手讓人，本土類似App趁勢崛起。**目前包括Josh、Mitron、Moj、MX Taka Tak與Public等應用程序，是前5大受歡迎的App，不僅提供類似抖音的體驗，更支持孟加拉語、北印度語、旁遮普語等本地語言，更具印度風味。【[2020/12/28, newtalk](#)】

年度熱門APP 宅運動成趨勢

今年的年度最佳APP，在2大平台上都與去年的差異甚大，因著疫情影響而減少了外出，**連運動習慣都改變成居家室內運動為主**，像去年的Google Play由可以培養規律睡眠習慣的《睡眠小鎮》獲得，不過今年就由《Nuli-居家與重訓課表》奪得。

至於APP Store去年仍是以拍攝APP《Spectre Camera》獲得iPhone年度最佳APP，但今年則同樣由居家運動教學APP《Wakeout!》獲獎，對於無運動基礎或習慣的使用者來說相當適合，更能在Apple Watch上觀看使用。

另外像工作、遠距離溝通等APP，就以《Microsoft Office》在Google Play上被票選為「最受歡迎應用程式」，而視訊軟體《ZOOM》也在APP Store上成為了iPad年度最佳APP，可見**遠距離的工作模式，也讓APP使用習慣從娛樂的重心，轉而遠距服務的APP為多。**【[2020/12/28, 工商時報](#)】



後疫情時代消費者生活型態與行為模式產生巨變，眾多產業遭受前所未有的衝擊轉往線上發展，全球正在快速數位轉型，電商購物、直播帶貨、社群及KOL行銷成為變現關鍵，2020臺北網紅節應運而生，於12月22日在台北國際會議中心盛大登場，活動邀請到眾多的行銷論壇演講者，從YouTube、電商、大數據、品牌及網紅行銷，探討未來行銷趨勢。

論壇甫登場由Google台灣業務行銷副總經理葉揚分享從台灣觀察到的三點驚人數據，**第一，台灣投入在Google Play的付費金額排行全世界第四，尤其是遊戲中的寶物；第二，YouTube Premium 訂閱數超越日本及韓國；第三，不退訂率全球第一，Google研究小組甚至耗資200萬研究台灣人不退訂原因。**另外，YouTuber已成為「學生夢想職業」排行前10名，葉揚也提醒，對於YouTube演算法而言，高觀看時間及高互動才是關鍵，訂閱數與觀看數僅供參考價值，勿盲目花錢買訂閱數。

【[2020/12/25, 中時新聞網](#)】

LINE貼圖年度排行榜 像極了愛情入列流行語金句



通訊軟體LINE今天公布年度貼圖排行榜，LINE觀察發現，貼圖使用上反映流行語使用脈絡，流行用語在創作者的巧妙創意設計下被廣泛使用，今年初常見「我就爛」、「修但幾勒」跟「是在哈囉」呼應時下話題。4月開始常聽到的流行語例如「像極了愛情」、「撿到槍」跟「奇怪的知識增加了」也多被用在貼圖創作上。

7月後陸續出現「買啦！哪次不買！」勸敗圖，還有隨著懷舊鄉土劇掀起風潮的「甘安捏？」，以及表現情緒的「咩嘆」。年底隨著購物季節到來，LINE貼圖出現「抱歉了錢錢！我真的需要那個酷東西」，還有「氣在來」、「可是我不想努力」等貼圖。

LINE表示，在流行語的應用上看到創作者緊扣時下流行的功力，而用戶也喜歡跟上潮流使用貼圖展現自我風格。【[2020/12/22, 中央通訊社](#)】

電子支付更方便了！各家平台都能互相轉帳

立法院會今天三讀通過修正電子支付機構管理條例，將電子支付、電子票證整合管理，未來不同電支平台，也能相互轉帳，並可進行外幣買賣、紅利整合折抵等多項新業務，以打造完整支付生態圈。

「母法」電子支付機構管理條例經立法院三讀通過修正後，金融監督管理委員會將制定「子法」，力拚明年上半年上路，台灣的電子支付市場將邁入新里程碑。

為有效落實金融監理、消費者保護及促進電子支付產業發展，並納入電子票券發行機構的管理規範，金管會擬具電子支付機構管理條例修正草案，將原本「電子支付」、「電子票證」二元化管理的法制統合為一，透過擴大電子支付機構的業務範圍，開放跨機構間互通金流服務，增加民眾支付便利性，加速普惠金融推動。【[2020/12/25, 數位時代](#)】

肯德基推超狂遊戲主機「KFConsole」邊玩遊戲邊炸雞

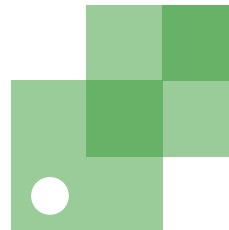
連鎖速食餐飲龍頭之一的肯德基近年來看準電競市場的龐大商機，一直都有想轉戰電競遊戲圈的規劃。近年除了創立 KFC Gaming，打造專門的社交媒體平台，還創了 YouTube 頻道，並贊助《英雄聯盟》戰隊，總總跡象都顯示肯德基進軍電競遊戲圈的野心。

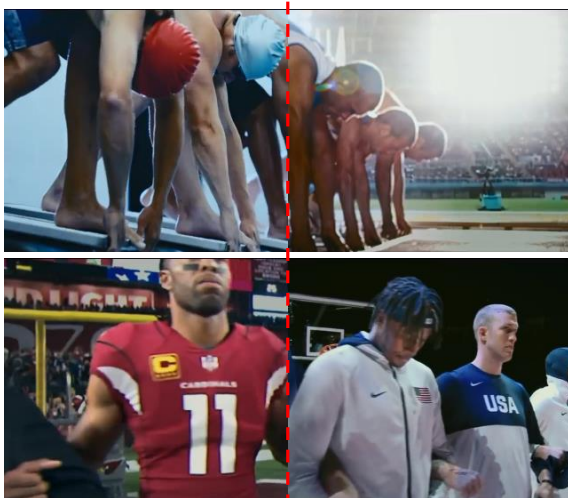
這個月又有新消息，那就是「KFC Gaming」官方推特帳號正式發布即將推出「KFConsole」遊戲主機，主機的造型也是非常KFC風格，採用經典紅黑配色，機殼由瑞典知名玩家Timpelay帶領製作，機體內裝採用 Intel NUC 套件、華碩顯卡、等配備，最讓人稱奇的就是有類似氣炸鍋的「Chicken Chamber」氣流加熱功能，打造真正的讓玩家邊玩遊戲邊「吃雞」。【[2020/12/23, ETtoday遊戲雲](#)】



Media
trend

國際視野





● Nike 'You Can't Stop Us'

Nike和Wieden + Kennedy向大眾展示了如何在疫情非常時期，拍攝一個遭到限制的創作性影片，透過廣告表達出「You Can't Stop Us」。廣告透過篩選 4,000 段素材，將不同的運動員拼接在一起，其闡述了看似完全不同的運動結合在一起，而我們也正好需要結合目前疫情所造成的資訊。



● L'Oréal: Eva Longoria dyes her hair

L' Oréal是眾多品牌中，首批利用名人
在家防疫時期做行銷的品牌之一，其讓Eva Longoria在她自己拍攝的影片中幫自己染髮。而L' Oréal這項產品原本就是主打自己染髮，恰巧呼應了疫情時間不要進出美髮沙龍，引起民眾的共鳴。

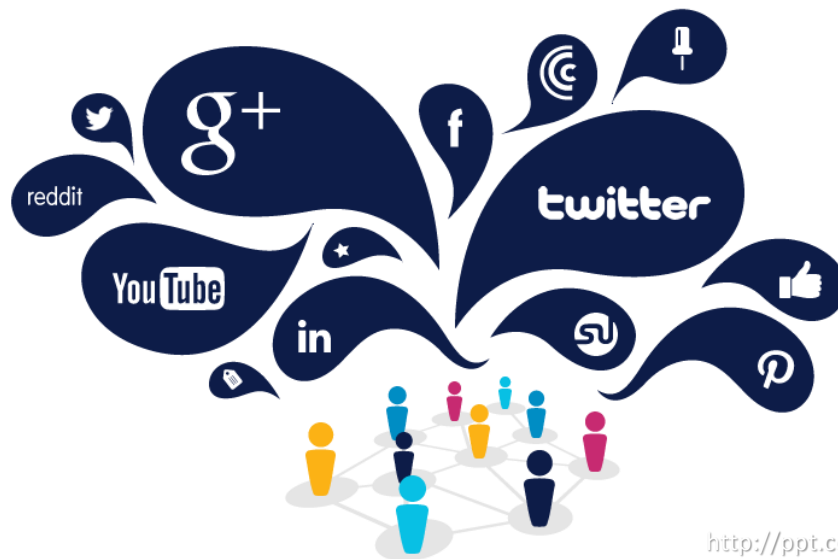
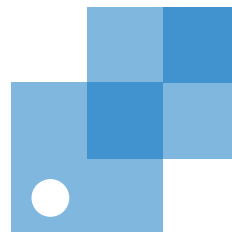


● State of New York: Wear a Mask

紐約州的黑色喜劇 Psa 透過 Ogilvy Health 展現，喜劇演員戴上不對的面具，就像殺人犯 Jason Voorhees一樣令人害怕。好比疫情時期，帶錯面罩，人們也會避而遠之。

New
Idea

科技瞭望



總部位於加州的自駕新創技術公司Nuro，宣布成第一家在加州境內以自駕技術投入商用的業者。目前Nuro並未掛牌上市，但近期則是融資高達5億美元金額。

Nuro最初採用Toyota Priuse油電混合車款打造自駕車，後續則推出自行研發的R2運送貨車，藉由無方向盤等傳統車輛控制介面，讓車內存放貨品空間大幅增加，藉此對應食品、貨品或藥品運送需求。

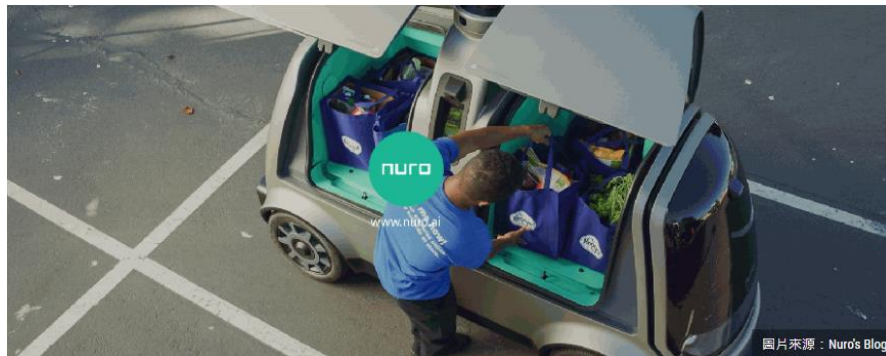
相較Uber、Lyft等期望推動自駕搭乘服務業者發展腳步，Nuro以相對較快腳步佈局加州自駕技術商用化發展，並且預期在目前行冠狀病毒疫情險峻情況下，可以透過自駕車降低貨品遞送時的近距離接觸風險。

由前Google員工創立的Nuro從2017年就開始在加州境內道路進行測試，最初是以人力手動方式進行遠端操作，並且在車上配置一名隨行人員負責解決緊急狀況，後續才推出自行打造的R1原型車款，並且藉由R2投入自駕技術商用化發展。

目前Nuro出勤送貨條件，必須在天候良好、以時速度不超過25英里（約時速35.4公里）情況下，避免影響車輛運作，同時目前對應送貨地區僅限舊金山灣區、聖塔克拉拉拉郡、聖馬刁郡特定道路。

在Nuro法務及政策長大衛·埃斯特拉達（David Estrada）說明中，自駕技術應用將能為加州帶動更多服務商機與就業機會，其中包含解決過往採購必須驅車前往遠方商場的不便，並且讓商品遞送變得更有效率，另外也因為自駕技術應用背後必須有更龐大技術人員、服務人員支撐，因此也能協助更多人就業。

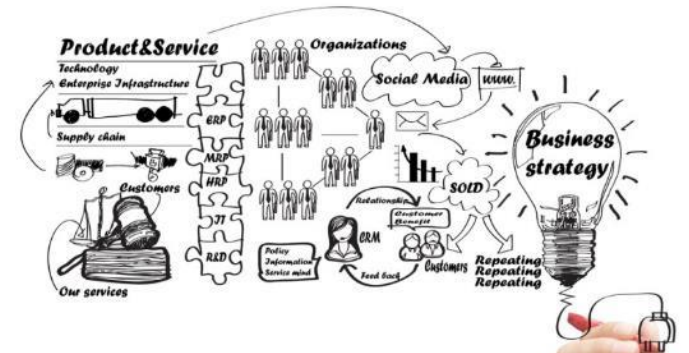
除了Nuro，包含Waymo日前也已經獲准在加州境內測試自駕車，而通用汽車、亞馬遜旗下Zoox也同樣獲准上路測試，預期未來加州會有更多自駕技術應用車輛在道路間行駛。



圖片來源：Nuro's Blog

Project

專案介紹



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

專題企劃

最具敏銳度的觀點，走在市場前端打造新風向，創造討論度。

有趣的企劃主題，引起網友主動瀏覽。

「品牌可置入適合酒款，淺移默化置入於無形」

企劃方向範例：

威士忌餐酒搭配→「餐酒搭配原則」到「餐酒搭實作」，挑選台灣常見的餐酒環境搭配威士忌風格共二十餘款酒來進行配搭。

秋節禮盒專區→中秋節的到來即代表酒類旺季的開始，商業送禮需求與聚會伴手禮，集結各式禮盒，多元滿足各式需求

參考連結：

<https://ch-9.net/article/723>

<https://ch-9.net/article/685>



原生文章

最新酒業動態，國際新知搶先報，市場趨勢分析
淺顯易懂的專業知識，打破二手傳播的迷思，品飲常識與小撇步分享。

「廣編文章能依照企劃方向置入合適分類」

醉前線-國際趨勢 酒客焦點 酒業動態-即時新聞 市場快訊
威力知識家-專業知識 深入淺出 葡萄酒事-酒類新知 淺顯易懂
把酒不離食-餐酒搭配 最佳推薦 泛醉現場-餐廳酒吧 流行熱點
時人話題-風雲人物 話題焦點

參考連結：

<https://ch-9.net/article/595>

<https://ch-9.net/article/811>

<https://ch-9.net/article/757>



盲飲評分

百款專業評分，中立多元盲飲評鑑，專業與消費者並行，忠實反應台灣市場口味喜好。

累積5年來酒訊雜誌所舉辦的酒類評鑑競賽，近1,000款盲飲評分，含括威士忌、葡萄酒與日本酒(近期更新)！

「可置入品牌官網、銷售據點等消費資訊」

買方觀點-消費者評鑑-首創消費者參與的專業評鑑，累積超過千人評鑑，忠實呈現台灣消費者的口味喜好。

賣方觀點-通路專家-最前線的銷售專家，跨足酒專老闆、酒吧調酒師、飯店侍酒師、居酒屋喇酒師，選出最合適市場的佳釀。

參考連結：

<https://ch-9.net/Liquor/Whisky>

<https://ch-9.net/Liquor/Wine>



主題影音

專業開箱，趣味體驗，客製主題。

企劃出不失專業暨有趣的影音內容，吸引網友關注。

「以品牌酒款訴求，影音生動的方式呈現」

李奧社長來品酒-新品開箱文
尤拉醃酒戶-活動直擊
辦公室品酒文化-趣味體驗文
客製化主題-Bar Leader

參考連結：

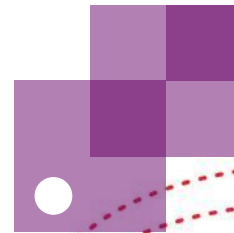
<https://ch-9.net/article/738>

<https://ch-9.net/article/739>



Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwwf>



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.37
2	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	4.35
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.07
4	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	2.20
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.07
6	航海王26	TTV	卡通影片	1.85
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.63
8	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.59
9	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.39
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.33
11	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.31
12	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.28
13	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.27
14	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.25
15	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.24
16	2100生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.18
17	這事有影嘸味王大食客	FTV	資訊綜藝	1.14
18	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.02
19	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.97
20	我在市場待了一整天古醇寶	FTV	知識資訊節目	0.94

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.78
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.67
3	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	2.28
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.48
5	戲說台灣一家人鈣月太高	SANLI	閩南語連續劇	1.37
6	鬼滅之刃	ET-M	卡通影片	1.27
7	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	1.18
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.12
9	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	0.97
10	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	0.97
11	新台灣加油機師廣明女誰造	SETN	新聞性質節目	0.94
12	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.93
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.92
14	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.87
15	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.87
16	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.87
17	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.85
18	新台灣加油獵巫效應擴大	SETN	新聞性質節目	0.84
19	新台灣加油倒數8天跨年辦	SETN	新聞性質節目	0.82
20	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.81



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	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.57
2	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	1.34
3	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.15
4	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.12
5	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.12
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.07
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.03
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.96
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.95
10	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	2.12
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.06
3	航海王26	TTV	卡通影片	1.79
4	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	1.77
5	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.48
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.29
7	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.14
8	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.13
9	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.10
10	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.10

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.88
2	多情城市家後紅麴磷蝦油	FTV	閩南語連續劇	2.67
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.67
4	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	2.30
5	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.18
6	航海王26	TTV	卡通影片	2.08
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.87
8	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	1.82
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.74
10	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.53

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	7.76
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.69
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.57
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.49
5	生生世世福爾額溫槍	TTV	閩南語連續劇	3.35
6	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.51
7	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.39
8	航海王26	TTV	卡通影片	2.04
9	這事有影嘸味王大食客	FTV	資訊綜藝	1.86
10	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.83





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	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	1.31
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.16
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.00
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.91
5	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.85
6	歡樂智多星決戰海盜福爾額	*SCC	競賽綜藝	0.82
7	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.77
8	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.74
9	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	0.70
10	1300烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.67

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	2.21
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.99
3	鬼滅之刃	ET-M	卡通影片	1.48
4	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.40
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.39
6	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	1.27
7	航海王	*SCC	卡通影片	0.88
8	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.86
9	戲說台灣一家人鈣月太高	SANLI	閩南語連續劇	0.85
10	2000灌籃高手	ET-M	卡通影片	0.84

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	鬼滅之刃	ET-M	卡通影片	1.88
2	女力報到最美的約定	TVBSG	國語連續劇	1.65
3	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	1.53
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.50
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.16
6	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.10
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.95
8	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.76
9	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	0.72
10	戲說台灣一家人鈣月太高	SANLI	閩南語連續劇	0.72

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	5.01
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.78
3	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	閩南語連續劇	3.29
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.43
5	戲說台灣一家人鈣月太高	SANLI	閩南語連續劇	2.27
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.10
7	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	1.73
8	新台灣加油獵巫效應擴大	SETN	新聞性質節目	1.60
9	生生世世福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	1.54
10	1230天之驕女克莉絲丹平價	SANLI	閩南語連續劇	1.35



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	0.77	0.36	0.35	0.53	1.25
TTV/台視	0.75	0.42	0.47	0.63	1.10
FTV/民視	0.40	0.06	0.14	0.20	0.80
CTS/華視	0.2	0.07	0.08	0.22	0.27

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	0.55	0.19	0.23	0.57	0.88
ET-N/東森新聞	0.45	0.19	0.23	0.33	0.77
SETN/三立新聞	0.43	0.10	0.12	0.32	0.79
FTVN/民視新聞	0.37	0.05	0.13	0.23	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.34	0.06	0.08	0.19	0.68
UBN/非凡新聞	0.19	0.03	0.06	0.13	0.37
NTVN/壹新聞	0.18	0.04	0.08	0.16	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.10	0.03	0.03	0.07	0.19

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	4.35
2	天之驕女克莉絲丹平價保養	SANLI	2.28
3	生生世世福爾額溫槍	TTV	2.20
4	天巡者大誠保險經紀人	TTV	1.59
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.48
6	戲說台灣一家人鈣月太高	SANLI	1.37
7	女力報到最美的約定	TVBSG	1.18
8	2100生生世世福爾額溫槍	TTV	1.18
9	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	0.97
10	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	0.97

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.37
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.07
3	超級夜總會	SANLI	2.78
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.67
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.07
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.63
7	全明星運動會明星3缺1	TTV	1.39
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.33
9	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	1.31
10	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	1.27

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.12
2	新台灣加油機師廣明女誰造	SETN	0.94
3	非凡最前線	UBN	0.92
4	新台灣加油	SETN	0.87
5	台灣最前線	FTVN	0.87
6	正午最前線	UBN	0.87
7	最前線直擊	UBN	0.85
8	新台灣加油獵巫效應擴大	SETN	0.84
9	新台灣加油倒數8天跨年辦	SETN	0.82
10	鄭知道了	SETN	0.81

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.28
2	呷飽未	SANLI	0.79
3	型男大主廚	SL2	0.64
4	詹姆士出走料理黑貓探險隊	GTV-1	0.56
5	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.49
6	2100美食按個讚	UBN	0.43
7	非凡大探索	UBN	0.42
8	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.40
9	1700非凡大探索	UBN	0.37
10	上山下海過一夜ONEBOY衝鋒	SL2	0.35



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

