

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.2103**  
01.11-01.17





# 本期摘要

媒體放大鏡 台灣去年行動市場收入 遊戲占85%

國際案例 漢堡王創造一個以2020年為主題的漢堡

科技瞭望 AI 看一眼「劇本」就知道是不是限制級

專案介紹 年代MUCH-聽媽媽的話

收視調查

藝人動態 2020/12~2021/01

Media  
news

# 媒體放大鏡



# 台灣去年行動市場收入 遊戲占85%

台灣遊戲市場含金量高，研究調查機構App Annie最新報告指出，台灣2020年全年行動市場收入中，近85%的貢獻都是來自於遊戲，年成長高達20%，全球排名第七，可見台灣遊戲市場規模與潛力大。App Annie指出，其中動作角色扮演類（MMORPG）遊戲為台灣市場主流，在下載、營收雙指標都居於冠軍位置，其中以韓國大廠NCSoft開發的《天堂M》為2020年全年收入最高，活躍用戶最高的則是《傳說對決》。

若以整體台灣應用市場來看，App Annie指出，台灣App總下載量超過7.52億，相當於每部行動裝置每年平均下載近34款應用，不過因為台灣市場已邁入高度成熟期，成長速度放緩，相比2019年微幅下降5%。而台灣應用商店用戶總支出在2020年達24.4億美元，年增20%，相當於每部行動裝置每年平均消費3,155元在應用程式內。

而在台灣市場中，超過60%的應用類別在2020年收入較2019年呈現正成長，其中，收入成長幅度最大的三類型為「體育（遊戲）」、「紙牌與賭博（遊戲）」、以及「財務類應用」。【[2021/01/18, 工商時報](#)】

## 寒假打工！女大生最嚮往小編、男大生想當Youtuber

Yes123進行「大學生寒假打工計畫調查」，並於今日公布結果，高達81.6%大學生表示有計劃寒假打工，比例不僅高於去年的80.1%，也創13年以來的高，當中有60.2%學生，想兼兩份（含）以上的工作。

寒假打工最嚮往的行業部分，在可複選狀況下，前五名分別為：餐飲住宿與休閒旅遊39.5%、文教業38.2%、批發零售與貿易33.5%，以及大眾傳播與公關廣告26.9%、影音設計與時尚藝術25.4%。

另外學生心中的夢幻工讀職缺，在可複選狀況下，男大學生心中前五名依序為：YouTuber 34%、遊戲實況主31.6%、超商店員28.6%、家教27.7%以及餐廳服務生24.2%；女大學生的前五名則是：粉專小編34.4%、家教31.9%、拍照、廣告女模29.1%、餐廳服務生27.5%以及飲料店人員26%。【[2021/01/18, 風傳媒](#)】



KKBOX音樂事業群總經理黃嘉宏今天表示，**近期KKBOX從音樂轉型成聲音社群品牌**，平台上有越來越多不同的聲音作品上架，希望藉由KKBOX宣傳力量多曝光，另外也增設LIVE舞台讓有潛力的歌手及Podcaster（播客錄製者）被更多人認識。

他補充，**KKBOX轉型後的聲音內容以音樂、Podcast為兩大主軸**，另外，**在社群方面經營則希望有不同的粉絲與創作者的溝通互動方式**，例如：粉絲俱樂部等實體活動誕生，以不同於過去純音樂聆聽的方式，也因此帶來新的用戶與流量。

KKBOX截至目前為止累積上架超過4000檔Podcast節目，以生活（25%）、娛樂（16%）、文化（15%）類型占據前3名，從後台數據中發現，Podcast使用率以驚人的速度向上成長，每月成長率高達90%，去年10月單月的播放數字相比8月成長超過400%，每人平均一天聽超過50分鐘。聽眾年齡主要是25至34歲、其次為18至24歲，每人平均會收藏3個節目。

【[2021/01/15, 經濟日報](#)】

## 馬斯克分享日本手遊「迷因」 讓這家遊戲公司股價大漲



特斯拉執行長馬斯克 (Elon Musk) 的一則推文，讓日本玩具和遊戲製作大廠萬代南夢宮 (Bandai Namco) 的股價13日盤中大漲4.4%，收盤漲幅也維持4.35%。

馬斯克日本時間13日上午發表了一則推文寫說，「嘿，就是你。你是皇后。你做得到的 (Hey you ... · Yeah you Queen ... · You' re gonna make it! )」，並配上一張萬代旗下遊戲「偶像大師」(THE IDOLM@STER) 系列的角色「輿水幸子」的眼圖，立刻引起日本網友的熱烈討論。

日本證券 (Securities Japan) 調查情報部長大谷正之表示，**馬斯克的這則推文或許能提高這款遊戲和這個角色在海外的知名度**，萬代正在強化該公司的智慧財產權 (IP) 使用策略。「馬斯克身為一家全球性、快速成長企業的領導人，竟能對日本的遊戲角色如此了解，這種反差讓人十分吃驚。」【[2021/01/13, 經濟日報](#)】

# 電商夯 行動支付晚上比白天更火熱

電商交易頻繁，讓行動支付在夜間變得比白天「更光明」。根據財金公司的最新統計顯示，2020年的全年「非實體通路」已從2019年的30.31%成長至35.71%，為網銀問世以來最大幅成長。

引人矚目的現象在於，財金公司統計2020年各時段區間交易統計，從晚上9點至隔日清晨4點的時間，金融卡的使用比重顯著成長。金融圈人士指出，其中大半成長量集中在轉帳或匯款，除了繳卡費或支付與股票交易相關交割款有關等理債、投資需求，這與電商交易的付款有關，且主要成長量應來自於電商交易的付款。

統計顯示，儘管各時間帶的占比，目前仍然以下午5點至晚上8點為前三大，占比都接近7%，但是交易使用明顯成長的時間帶集中在夜間9點過後至隔日清晨4點，其中，增量最大的為夜間11至12點，成長了約0.1個百分點，另外午夜至凌晨1點則是成長約0.08個百分點、2至3點成長約0.07個百分點，金融圈人士認為，與電商交易有密切相關。【[2021/01/18, 工商時報](#)】

## 疫情網購強強滾 2020年無店面營業額創11年最大增幅



疫情讓網購業績直衝。經濟部統計，2020年前11個月無店面零售業營業額大增12.3%，創下自2009年後的11年來最大增幅，因疫情未解，全年可望達到3200億元，創下歷史新高。

這其中**電子購物及郵購業占73.1%**，**直銷及自動販賣機占26.9%**。經濟部預估，在疫情尚未解除前，無店面零售業持續具有優勢，零接觸商機延續下，2020年全年營業額可望突破3200億元。

觀諸無店面銷售商品結構，多年來也有改變。「家庭器具及資訊產品」占到4成居首位，比5年前增加12.4個百分點，經濟部解釋，這顯示民眾已習慣網路購買家電及3C產品。其「食品、飲料及菸酒」則是居次，但已減少3.3個百分點，「藥品及化妝清潔用品」排第3。【[2021/01/15, 中時新聞網](#)】



# Google 正測試在 YouTube 影片中直接購物

各大網路平台都在發展電商功能，其中 YouTube 更希望把影片播放和購物功能都整合在一起，便利觀眾在觀看影片時就可以直接把喜愛的產品加到購物車下單。

當然，在創作者透過影片介紹產品之外，YouTube 也會有產品資訊的欄目，讓觀眾可以了解更多。目前只有美國區的 YouTube 觀眾可以透過 Android、iOS 和網頁版試用這功能。

如此一來，不同範疇的創作者就可以在影片中置入不同合作產品的銷售，多掙一點錢。過去創作者就只能透過加入會員來販賣自家製小物，但現在就可以與更多不同廠商合作。

其實 YouTube 會加入電商功能的說法已經流傳很久，與此同時 Instagram 和 WhatsApp 也實際做了不少工夫，所以 Google 也需要急起直追了。【[2021/01/15, engadget](#)】



## 全家手遊App養成遊戲上線 兌點轉盤超好賺！

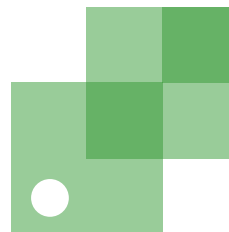


4大超商近年積極開發App並加入各式活動增加會員黏著度，其中App會員數高達千萬，居4大超商龍頭的全家再掀創新手遊！2019年第3季預告將推出的養成遊戲手遊內容終於在1/13正式上線！

全家表示：「養成遊戲之前有技術上的問題在克服，現在終於在年前上線，主要觀察到現在大家手機黏著程度太高，可在App中把點數用掉更能增加App的使用意願。」根據全家內部觀察，2020年第4季出現很重大的現象，點數線上兌點的人數多於去店舖用點數換咖啡、換衛生紙的人數，因此促使加速開發線上手遊內容，本周一口氣推出3種兌點遊戲，包括真好賺每日種植採收遊戲、真好玩遊樂園、轉盤兌點遊戲。【[2021/01/14, 蘋果日報](#)】

Case  
share

# 國際案例





2020年對全球人民來說是個災難年，大部分的人都希望疫情能趕緊過去，以迎接2021新的開始，但巴西的漢堡王卻為了紀念這場災難，總結了過去一年發生的一切，創造了一個漢堡。這家速食店集結人民對這一年結束的渴望，並將這些感覺重新塑造成難以吞嚥的肉餅。

巴西漢堡王 ( Burger King Brazil ) 對全國的社群媒體粉絲進行民意調查，以此定義2020年對他們來說代表著哪些配料。然後他們採用這些食材，製作代表2020年的漢堡。一個充滿雞腳、煮過頭的麵條、沙丁魚、焦糖醬和綜合水果口味果凍的漢堡，上層還是燒焦的麵包。

這家速食連鎖店隨後提供機會給幸運的粉絲，嘗試這個以2020年為主題的漢堡，並將整個過程錄製下來供給全世界觀看。他們張貼了漢堡的照片，以及粉絲吃下的反應。最終，測試員發現這個漢堡與2020年一樣令人討厭、令人作嘔且難以吞嚥。

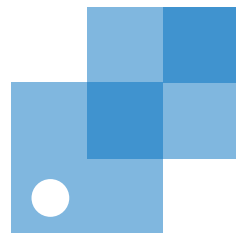
**儘管這個漢堡無法從漢堡王購得，但這支影片卻幫助速食產業創造了很棒的行銷手法。**



由Burger King Brazil提供

New  
Idea

# 科技瞭望





你看過最恐怖的電影是哪部？太恐怖和血腥的電影一般不會在電影院上映。在美國，每部電影上映前都要經過美國電影協會（The Motion Picture Association of America，MPAA）審查。協會會根據影片的性愛、暴力、吸毒、過分血腥等內容分等級，以限制觀眾群，並決定是否可在電影院上映。電影分級，這項冗長而乏味的工作通常是由人類手工完成。

不過，近日南加州大學維特比工程學院（USC Viterbi School of Engineering）訊號分析與解釋實驗室（SAIL）推出一款人工智慧工具，可透過自然語言處理技術幫助人類分級電影。更有意思的是，它可在單場景拍攝前根據劇本內容，短短幾秒鐘內得出評分結果。

對電影業來說，最致命的是收到 MPAA 協會的 NC-17 等級。美國電影分級為 G、PG、PG-13、R 和 NC-17 五級。NC-17 屬於最高限制級，意味著禁止未成年人觀看，也禁止在電影院上映。如果不希望影響票房和正常上映，工作室需大量重新剪輯或拍攝，直到內容符合一般分級。過程不僅耗時，還會花上大量資金。

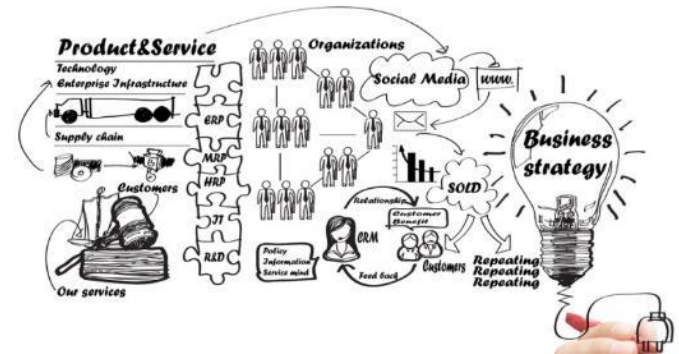
如果電影拍攝前就能知道評分結果，是不是能解決問題？照這思考方向，USC 研究人員推出 AI 評分系統，經過測試，可提前根據劇本內容，幾秒內準確分級。USC 博士生維克托·馬丁內斯（Victor Martinez）表示：「我們的模型著重電影劇本，而不是實際場景。電影製作前提供分級，可幫助製片於拍攝過程調整暴力程度，並降低後期重新拍攝或編輯的壓力。」研究人員構建一神經網路機器學習模型，使用 992 份電影劇本訓練模型，使其學會辨識暴力、色情、血腥等場面。這些劇本均由非營利組織 Common Media 提供。

所有腳本輸入模型後，神經網路透過掃描內容取得情感和語義，並分類句子和片語，如根據暴力、色情、血腥三個指標分為積極的、消極的、攻擊性的及其他描述。最後根據整個劇本的語言和情感表達，輸出分級結果。



Project

# 專案介紹



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



### 節目介紹

有鑒於年代MUCH頻道，於健康資訊、養身美妆、親子氣氛等型態，已逐漸穩抓固定族群(家庭與生活類型觀眾)，為了能更加深入鎖住此類型觀眾，同時能讓頻道增加娛樂感與活潑形象，並更具頻道特性打造出一代表性節目，特別推出「聽聽媽的話」一節目企劃案，組成兼具各種**職業、族群、顏值、特色與口才**的**台灣媽媽團(此稱TW MOM團)**為節目班底，用輕鬆有趣的單元、以及最貼近生活大小事的內容，創造讓觀眾有感的生活話題。

### 節目精神

引發生活話題討論熱度

大跨度生活議題討論  
以求商業結合最大化

延續頻道主TA黏著

打造特色美媽團



### 節目單元

單元名稱 → 聽聽媽的話(主題式談話) 主持人+台媽團+來賓

單元說明 → 最主流的主題談話方式，藉由節目台媽團班底以及與主題對應的來賓朋友們熱烈的討論互動，同時穿插有趣的內容設計，將主題熱度提升到最高。

#### 進行主題舉例 →

- ▲美妆保養類型主題: 告別黃臉婆! 讓老師談會你是孩子的姊姊吧!  
讓老公重新愛上牽手的感覺~(消除富貴手)
- ▲養身保健類型主題: 媽媽最愛運動大調查(20-30-40世代媽媽最愛的運動)  
媽媽vs少女 大姨媽來訪怎麼辦?!
- ▲親子教育類型主題: 小寶貝的童年該玩的盡興還是累積才藝?!
- ▲時尚流行類型主題: 快速打造媽媽網美!!  
黑臉白臉?! 親愛的怎麼分工?! 養兒高花費! 這筆費用好奇怪?!
- ▲民生話題類型主題: 炎炎夏日!! 省電也能清涼一下!!  
100塊DIY老公愛心便當PK!! 財經專家照過來! 我的家用分配表!!
- ▲兩性感情類型主題: 老公你為什麼不碰我了?!
- ▲家庭關係類型主題: 親愛的婆婆~人家為什麼不能穿短裙?  
他是你孫子 更是我兒子!!
- ▲職場請事類型主題: 上班族媽媽發洩大會!!(call out老公)  
辦公室的臭男人夠了嘍! 當媽也有好魅力!

### 置入專案規格

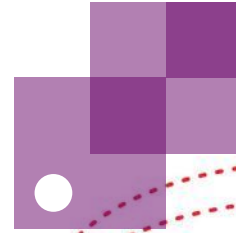
序	項目	頻道	規格	數量
1	聽聽媽的話 節目置入	年代MUCH	每單元約5-8分, 主持/胡小禎, 欄內娛樂談話節目 1首1重, (首)週六21:00、(重)週一15:00	1單元
2	聽聽媽的話 FB粉絲團	Facebook	節目播出同步po贈品文(附加商品圖)+商品導購網址 節目播出後隔天po影片文(5-8分鐘置入片段)+商品導購網址	1則 1則
3	聽聽媽的話 YouTube露出	YouTube	節目播出後兩周內, 上傳YouTube	1集

※植腳藝人置入費用另計

以不違反NCC法令與年代執行規範為準  
實際配合內容項目與媒體雙方討論, 並再與節目部執行單位確認

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	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	4.84
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.63
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.18
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.17
5	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.13
6	航海王26	TTV	卡通影片	1.81
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.68
8	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.48
9	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.48
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.45
11	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.28
12	萌髮養髮洗髮精我的婆婆怎	CTS	閩南語連續劇	1.23
13	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.22
14	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.22
15	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.09
16	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.07
17	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.05
18	慶餘年2100	CTV	大陸劇	1.02
19	醫學大聯盟美塑穀博士	FTV	競賽綜藝	1.00
20	這事有影嘸味王大食客	FTV	資訊綜藝	0.95

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	2.78
2	天之驕女ONEBOY衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.28
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.10
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.23
5	戲說台灣一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.22
6	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.14
7	綜藝玩很大ONEBOY衝鋒衣	SL2	娛樂綜藝	1.04
8	女力報到好運到	TVBSG	國語連續劇	1.00
9	新台灣加油楊不歉再加碼	SETN	新聞性質節目	0.99
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.96
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.94
12	新台灣加油北京再封城	SETN	新聞性質節目	0.93
13	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.90
14	新台灣加油醫師確診危機動	SETN	新聞性質節目	0.90
15	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.90
16	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	0.89
17	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.87
18	當掌聲響起	TVBSN	新聞性質節目	0.86
19	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.85
20	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.83

## 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	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	1.87
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.36
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.22
4	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.09
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.03
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
7	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.93
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.87
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.83
10	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	0.74

## 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	2.76
2	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.34
3	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	2.02
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.75
5	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.46
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.16
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.92
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.90
9	萌髮養髮洗髮精我的婆婆怎	CTS	閩南語連續劇	0.88
10	1800航海王26	TTV	卡通影片	0.85

## 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	3.19
2	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	3.08
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.05
4	全明星運動會明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.87
5	天巡者大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	2.31
6	航海王26	TTV	卡通影片	2.07
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.90
8	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.78
9	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.63
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.50

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	8.31
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.73
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.82
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.92
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.63
6	航海王26	TTV	卡通影片	2.17
7	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.96
8	萌髮養髮洗髮精我的婆婆怎	CTS	閩南語連續劇	1.89
9	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.80
10	醫學大聯盟美塑穀博士	FTV	競賽綜藝	1.77

## 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ONEBOY衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.31
2	當掌聲響起	TVBSN	新聞性質節目	0.81
3	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.80
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.78
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.73
6	廢財闖天關ONEBOY衝鋒衣	SL2	國語連續劇	0.66
7	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.66
8	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	0.66
9	烘焙王	*SCM	卡通影片	0.62
10	女力報到好運到	TVBSG	國語連續劇	0.55

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女ONEBOY衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.23
2	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.44
3	綜藝玩很大ONEBOY衝鋒衣	SL2	娛樂綜藝	1.38
4	女力報到好運到	TVBSG	國語連續劇	1.06
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.04
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.01
7	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.86
8	廢財闖天關ONEBOY衝鋒衣	SL2	國語連續劇	0.82
9	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.76
10	綜藝大熱門瘋狂經典小三美	SL2	資訊綜藝	0.72

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大ONEBOY衝鋒衣	SL2	娛樂綜藝	1.62
2	天之驕女ONEBOY衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.58
3	女力報到好運到	TVBSG	國語連續劇	1.18
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.14
5	鬼滅之刃	ET-M	卡通影片	1.13
6	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.01
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.96
8	當掌聲響起	TVBSN	新聞性質節目	0.94
9	征途	VLM	國片	0.94
10	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.89

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.27
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.05
3	天之驕女ONEBOY衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	3.30
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.19
5	戲說台灣一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	2.02
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.84
7	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	1.54
8	1230天之驕女ONEBOY衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.41
9	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.34
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.30

# 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	0.81	0.34	0.43	0.52	1.35
TTV/台視	0.72	0.41	0.38	0.59	1.04
FTV/民視	0.39	0.09	0.12	0.20	0.76
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	0.58	0.26	0.24	0.57	0.91
ET-N/東森新聞	0.52	0.21	0.21	0.41	0.87
SETN/三立新聞	0.45	0.10	0.15	0.30	0.84
FTVN/民視新聞	0.39	0.03	0.12	0.23	0.77
ERA-N/年代新聞台	0.32	0.06	0.08	0.16	0.63
NTVN/壹新聞	0.20	0.06	0.09	0.19	0.32
UBN/非凡新聞	0.19	0.03	0.07	0.12	0.36
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.03	0.03	0.10	0.22

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	多情城市台塑石油95	FTV	4.84
2	天之驕女ONEBOY衝鋒衣	SANLI	2.28
3	天巡者大誠保險經紀人	TTV	1.48
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.23
5	萌髮養髮洗髮精我的婆婆怎	CTS	1.23
6	戲說台灣一家人就妥定	SANLI	1.22
7	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	1.14
8	慶餘年2100	CTV	1.02
9	女力報到好運到	TVBSG	1.00
10	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	0.89

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.63
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.18
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.78
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.17
5	全明星運動會明星3缺1	TTV	2.13
6	超級夜總會	SANLI	2.10
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.68
8	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	1.48
9	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	1.28
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.22

## 新聞類/全體

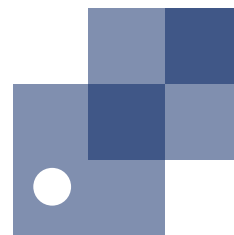
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油楊不歉再加碼	SETN	0.99
2	非凡最前線	UBN	0.96
3	少康戰情室	TVBS	0.94
4	新台灣加油北京再封城	SETN	0.93
5	新台灣加油	SETN	0.90
6	新台灣加油醫師確診危機動	SETN	0.90
7	台灣最前線	FTVN	0.87
8	當掌聲響起	TVBSN	0.86
9	最前線報告	UBN	0.85
10	鄭知道了	SETN	0.83

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.45
2	呷飽未	SANLI	0.70
3	型男大主廚	SL2	0.54
4	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.54
5	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.45
6	就是這味OB嚴選	SL2	0.43
7	詹姆士出走料理黑貓探險隊	GTV-1	0.42
8	非凡大探索	UBN	0.41
9	1500呷飽未	SANLI	0.38
10	開著餐車交朋友	ETTV	0.36

**Dorian  
idols**

藝人動態



**Dorian**

DOL!DU





林真亦推出同名寫真年曆《真心真亦 Sincerely Yuna》(圖 / 翻攝自林真亦IG)



徐乃麟和林真亦(左)搭檔節目,主持陣容新加入(右)巫苡萱。(圖 / 三立新聞網)



《愛玩客》請到林真亦到復古經典炫幻滑輪場內挑戰記憶遊戲。(圖 / 翻攝自愛玩客IG)



崙崙代班主持《星光雲！RUN新聞》，與KID搭檔完成指定任務(圖 / 記者林彥君攝)



粿粿因為12秒的側錄影片，登上2020年YouTube第三名 (圖 / instagram : meigo.c)



中信兄弟啦啦隊Passion Sisters希希為義大利的百年經典巧克力品牌Venchi進駐台灣站台 (圖 / Youtube : 食在湑心)





中信兄弟專屬啦啦隊Passion Sisters，2020年首次推出《Passion Sisters》同名單曲，12月24日平安夜，這支單曲的MV首度在YouTube頻道上線，包括錄音、排舞和從沒有觀眾跳到總冠軍賽的過程都完整紀錄。(圖 / 翻攝自宏將多利安國際YT)

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

