

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.2112**  
**03.15-03.21**





# 本期摘要

媒體放大鏡 鮭魚效應！「新聞增4倍、社群100%成長」

國際視野 加拿大的Z世代正拓展其社群的影響力

科技瞭望 邀朋友吃「3D大餐」、還能虛擬試菜！

專案介紹 全明星運動會-冠名贊助專案

收視調查

Media  
news

# 媒體放大鏡



# 鮭魚效應！「新聞增4倍、社群100%成長」

知名日本迴轉壽司店「壽司郎」17、18日舉辦活動，引發全台鮭魚之亂，活動雖然已落幕，但議題仍持續發酵。銘傳大學網路聲量與新媒體研究中心做出調查發現，過去三天壽司郎的新聞曝光數是過去一個半月的4倍，社群討論度、社群分享數與社群熱度都有超過100%的成長。銘傳大學廣電系主任杜聖聰除了大讚這樣的行銷手法，也進一步剖析該活動影響力。

杜聖聰說明，壽司郎這次的活動，**是一種KUSO情懷的行銷手法，用「連連看」的手法吸引群眾目光，「不知道到底便宜了誰，但是確實便宜了這間公司」**，甚至民眾的回饋方式也99%超過預期，有種「惡趣味」的概念。

杜聖聰表示，在這次的行銷活動操作當中，有點像蝴蝶效應，戲而不虐，相當欣賞這樣的行銷，雖然是誤打誤撞衍伸出來的效果，在苦悶的社會裏頭，如同清新的良藥。**但杜聖聰也強調，這次會有如此的效果，也是因為該品牌原本就有好口碑，其他品牌就不一定有這樣的效果。**【[2021/03/19, ETtoday新聞網](#)】

壽司郎社群曝光數據比較			
	2/1-3/14	3/15-3/17	增減百分比
新聞曝光數	39	179	358.97%
社群討論數	14671	37595	156.25%
社群分享數	2637	6233	136.37%
社群熱度	23576	48781	106.91%

## 網購年齡攀升 依賴度漸增

電商在疫情以來成為業績逆成長的大軍，根據數據顯示消費者族群在去年不僅年齡層往上升，55歲以上的用戶都增長了近2倍，而台灣網路資訊中心報告亦指出，去年全台有近60%民眾曾在網路上買東西，反映出台灣人民對網購的依賴度日漸提高，**購買習慣也漸漸從生活、3C、保養品等熱銷項目，開始擴展到境外商品，因此各大電商都陸續提升平台的服務及商品。**

【[2021/03/18, 中國時報](#)】

PChome 24h購物發現，**因旅日民眾比例大幅減少，帶動國內日系商品買氣竄升**，而且因目前站上25至44歲消費者占比逾60%，所以更趨向選購高質感、安心信賴的知名品牌。



# 最夯網路創作者「C@T 網紅館」上架



看好5G 時代來臨，行動影音急速成長，中華電信與臺灣原生新媒體創作者合作【C@T，Creators at Taiwan】計畫，於 Hami Video 平台推出「C@T 網紅館」，邀請台灣頂級創作者，首波名單包含阿滴、Joeman、黃氏兄弟、千千、HowHow、博恩、視網膜、呱吉等一線網紅，將他們的新影片搶先14天上架Hami Video「C@T 網紅館」，訂戶將能在第一時間看到這些網紅的優質新片。【[2021/03/16, 中華電信](#)】

## OTT遊戲走向社群！全球超過一半玩家靠線上遊戲交友

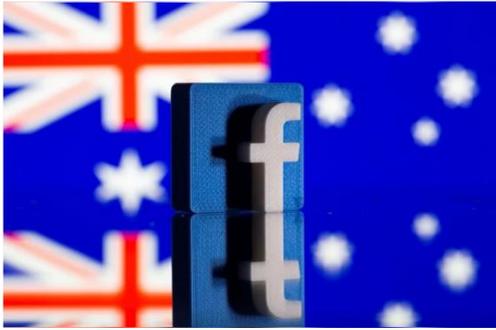
新冠疫情爆發，人們被迫或自願在家的情況增加，線上遊戲搭上這趟順風車，在去年有了突破性的成長。根據Limelight Networks一份關於全球遊戲偏好和習慣的《2021線上遊戲現狀》報告指出，全球線上遊戲使用者的成長度突破14%，玩家每週上線玩遊戲時間直逼9小時。

線上OTT串流遊戲更加流行的主要原因之一，乃因人們在疫情期間，希望保持連結和娛樂的渴望。報告中就指出，互動和社交參與是線上遊戲吸引他們的原因之一，全球有一半的遊戲玩家（53%）也表示，他們通過網絡遊戲認識了新朋友。

值得一提的是，玩線上遊戲已成為許多人娛樂首選，同份報告中，超過五分之三（67%）的玩家表示，比起看電影或電視節目，他們更喜歡玩遊戲，影音娛樂產業的未來，將持續充滿變化與挑戰。【[2021/03/22, 台灣數位匯流網](#)】



# 臉書允付費澳洲新聞 全球關注後續發展



臉書 ( Facebook ) 與媒體大亨梅鐸所屬的新聞公司 ( News Corp ) 達成在澳洲的新聞合作協議，臉書同意支付費用給新聞公司，以便使用該集團出版的更多新聞。全球其他決策者無不密切關注此事發展，希望也能循此例規範科技巨人的數位內容營運。

彭博資訊指出，這項協議解決了先前科技巨人與新聞發行業在澳洲的爭端。當時臉書為抗議澳洲國會將立法，規定網路平台須為新聞付費，一度下架所有澳洲新聞，後來相關立法仍通過。

新聞公司執行長湯瑪斯說，這項協達將為該公司在澳洲的新聞事業帶來「重大並且極具意義的影響」。臉書全球新聞夥伴副總裁布朗則表示，「很高興達成協議，期待在澳洲推出Facebook News服務。」【[2021/03/17, 經濟日報](#)】

## Telegram 新功能似足 ClubHouse



Telegram 剛為語音聊天功能進行更新，iOS 版本可率先升級至 Voice Chat 2.0，引入了一些新功能來改善語音聊天體驗，並將語音聊天功能擴展到了 Channels，讓用戶可以在 Channels 以語音廣播，更可隨時讓參與者加入，功能似足 ClubHouse 的玩法。

Channels 的管理員將可主持語音聊天，讓其他成員聽到他的發言，成員也可以使用舉手功能表示他們想講話，管理員便會看到一個動畫，決定是否允許成員講話。管理員可以隨時更改 Voice Chat 的標題，並發佈鏈結邀請其他用戶加入。

Telegram 的 Voice Chat 2.0 功能與 ClubHouse 十分相似，不過最大分別在於 Telegram 允許管理員記錄語音聊天中的內容，並將其發佈到頻道中，讓錯過了的用戶也可以收聽。【[2021/03/20, yahoo! 新聞](#)】

# Snapchat尬抖音 3個多月狂撒31億獎金！

美國社群媒體平台Snapchat為了迎戰中國的短影音平台TikTok（抖音國際版），從去年11月開始祭出每日100萬美元的高額獎金，鼓勵用戶上傳高流量影片，至今已發出超過1.1億美元（約新台幣31億元）。

Snapchat為了迎戰中國的短影音平台TikTok，在2020年11月推出全新功能Spotlight，讓用戶可以上傳自製的短影音，甚至祭出每日100萬美元（約新台幣2872萬元）的獎金，幫助Snapchat吸引並留住用戶；根據最新財報顯示，Spotlight的每月活躍用戶已超過1億，每日影片上傳數超過17.5萬部。

Snapchat指出，從百萬獎金制度開始後，已經誕生好幾位百萬富翁。其中一名Spotlight創作者卡Sarah Callahan表示，疫情爆發後，她就持續在平台上傳健身影片，現在訂閱數已累積至72.5萬人，總共替她賺進163萬美元（約新台幣4681萬元）。

儘管創作者們知道Snapchat隨時有可能取消百萬獎金制度，但他們已經不會再更換主力平台，因為他們在Snapchat已經累積了一定的粉絲數量，這對他們接廣告業配來說也更有利。【[2021/03/22, Etoday新聞雲](#)】

## YouTube 推出垂直短片功能 Shorts，全面反擊 TikTok

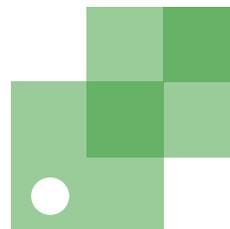


YouTube 將於美國推出垂直短片功能 Shorts，該應用程式很明顯是對於 TikTok 現象而做出的應對策略。Shorts 可用於製作垂直、循環短影片，將會面向美國 YouTube 上的所有創作者進行開放，包含了擁有數百萬的大博主到新用戶。其實在 YouTube App 中，有一個標註為 Shorts beta 的轉盤選項，點擊之後可以觀看一些循環的垂直影片，已經有點 TikTok 影片。

現在推出的 Shorts 處於測試中，缺少了許多 TikTok 的大功能。雖然如此，YouTube 對 Shorts 的期望卻頗高。想讓 Shorts 利用現有的優勢，廣大的受眾，向創作者付費的方式獲得大眾的歡迎。對於創作者，Shorts 擁有地球上最大的在線影片庫，可提供豐富的素材。現在的 Shorts 有類似於 TikTok 的備忘錄，可在影片中添加文字，取樣音頻。值得一提的是，YouTube 與所有主要的唱片公司、出版商、眾多獨立音樂人都有協議合作。【[2021/03/21, yahoo! 新聞](#)】

Media  
trend

# 國際視野





隨著人們更加的依賴媒體與親友聯繫，並試圖從中找到與疫情相關的新消息，2020年在eMarketer追蹤的所有平台中，加拿大的社群媒體使用達到了新的高度。不斷成長的用戶為社群媒體廣告增添了動力，社群媒體廣告將佔今年展示廣告投資的一大部分。在過去的12個月中，商務工具也不斷的進步，這使社群媒體成為零售商的重要渠道，並使消費者能夠更輕鬆的進行交易。

到2021年，加拿大近三分之二（63.2%）的人口每月至少會使用一次社群媒體，大部分的人透過智慧型手機消費，且越來多藉由行動裝置來使用社群平台像是Instagram和Snapchat。

今年社群網路在Z世代的普及率將達到近百，18-24歲年齡層用戶即佔99.0%，25-34歲的千禧世代普及率為第二，高達90.9%。

社群媒體在Z世代中的高普及率反映出社群網路早已根深蒂固。年齡較輕的族群也是促使Facebook使用下滑，Instagram、Snapchat和TikTok成長的原因。在未來幾年內，更廣泛培養特定受眾的社群網路，將導致社群網路的使用更加分散。

根據今年1月Abacus Data調查顯示，在截至2021年的四年中，成年人Facebook的日常使用量明顯下降。在2017年，有61%的人表示他們是Facebook的日常用戶，但到了2021年已下降至37%。相較之下，報導指出同期使用Instagram、Twitter和LinkedIn的受訪者比例均有增加。

社群年齡的分界線最大的使用差異在於平台。根據Ad Hoc Research於2020年3月對MTM Junior進行的民意調查，90%的成年人表示他們在過去一個月有使用Facebook，但只有48%的青少年有使用Facebook。而青少年使用Snapchat的比例為57%，是成年人的兩倍以上。至於TikTok，有42%的青少年和僅4%的成年人使用了該平台。Pinterest與之相反，據報導有26%的成年人使用了Pinterest，而青少年只有16%。

**Social Media Platforms Used by Teens vs. Adults\* in Canada, March 2020**

% of respondents

	Teens	Adults*
Instagram	67%	47%
Snapchat	57%	23%
Facebook	48%	90%
TikTok	42%	4%
Twitter	25%	25%
WhatsApp	22%	27%
Pinterest	16%	26%
reddit	11%	14%

Note: teens ages 12-17; adults ages 18+; in the past month; \*data is from MTM, fall 2019  
Source: MTM Junior, "Sneak Peek 2020" conducted by Ad Hoc Research, May 7, 2020

2020年3月青少年與成年人社群媒體的使用情形

New  
Idea

# 科技瞭望



受到疫情影響，許多餐廳被迫暫停營業，但也為他們帶來了嘗試各種數位工具的機會，如行動支付、路邊取餐等功能。近來，擴增實境（AR）也被應用在餐廳中，讓餐廳與客人的互動不再局限於到店用餐。

疫情期間，人們因防疫需求而錯過許多聚餐時光，為此，網路公司Uptown Network為餐廳設計了一款數位送禮解決方案Uptown Gifts，以AR虛擬禮物來取代傳統的禮品卡。使用者可以透過AR技術把美食佳餚「送給」親朋好友，一秒讓自家客廳變成餐廳擺設，華麗裝潢、盤中美食，皆入眼簾。

**Uptown Network的創辦人兼首席執行長瑟法斯（Jack Serfass）說：「透過送禮，客人可以分享自己到餐廳的體驗。」對餐廳來說，這樣真實的分享，也會為它帶來新的客人。**

廣告正是最賺錢的AR子行業之一，研究機構ARtillery Intelligence指出，去年AR廣告收入約為14.1億美元，預估到2024年將達到80.2億美元。而**根據牛津大學和新南威爾士大學進行研究結果顯示，當人們看到3D食物時，會比看到平面圖像更容易激起食慾。**

美國連鎖快餐店Bareburger和Panera都使用AR技術，打造沉浸式廣告，在臉書和Snapchat上露出。用戶可以透過AR鏡頭與Panera食物互動，像是張嘴就能打開食物等等。

飲料巨頭可口可樂則將此技術應用在大型廣告看板上，讓所有路人都能以最佳視角看到完整的廣告。

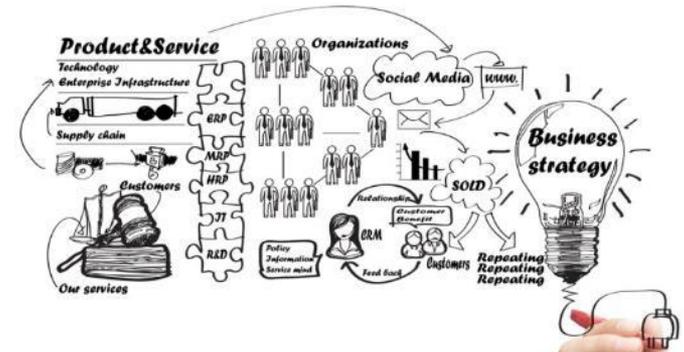
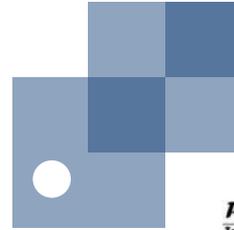
美妆品牌和時尚零售業，先前就開始使用AR技術進行虛擬試妝、虛擬試穿，現在餐廳也開始使用類似的概念。例如，在紐約市的一家麵包店就用AR技術呈現訂製蛋糕和其他糕點的模樣，讓客戶預先知道，客製商品的長相；它們還設置了AR菜單，讓客人不必親自到店，就知道現在店裡有哪些麵包，免去空跑一趟到店裡，買不到喜歡麵包的窘境。



來源：Uptown Network

Project

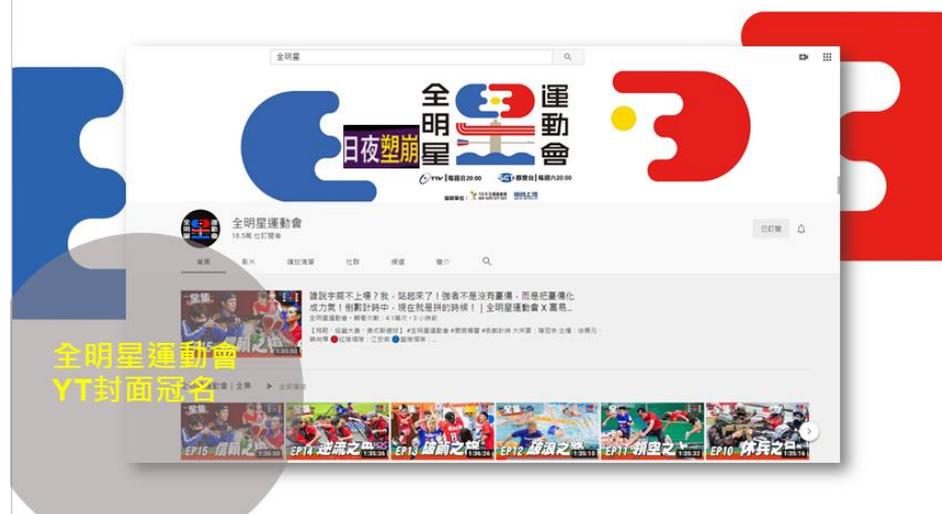
# 專案介紹



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

# 全明星運動會-冠名贊助專案

專案介紹



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	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.83
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.22
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.26
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.20
5	航海王26	TTV	卡通影片	2.00
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.95
7	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.90
8	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.52
9	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.41
10	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.35
11	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.27
12	加油美玲樂視C葉黃素蝦紅	TTV	閩南語連續劇	1.22
13	醫學大聯盟Hi Q褐抑定	FTV	競賽綜藝	1.18
14	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.17
15	繁華映照孤城閉	CTV	其他節目	1.09
16	這事有影嚨好攝定	FTV	資訊綜藝	1.04
17	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	0.93
18	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.92
19	黃金年代	CTS	歌唱音樂	0.91
20	錦衣之下2000	CTV	大陸劇	0.91

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	2.62
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.47
3	超級夜總會甘味人生鹿后	SANLI	娛樂綜藝	2.25
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.37
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.27
6	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	1.04
7	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.00
8	2200愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.97
9	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	0.97
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.95
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.91
12	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	0.91
13	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	0.88
14	2200超級夜總會甘味人生鹿	SANLI	娛樂綜藝	0.86
15	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.85
16	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
17	呷飽未甘味人生鹿后	SANLI	美食、旅遊節目	0.82
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.82
19	TVBS文茜的世界財經周報	TVBS	新聞性質節目	0.78
20	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.77

## 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	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.69
2	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.46
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.36
4	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.29
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.19
6	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.13
7	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	0.93
8	1800航海王26	TTV	卡通影片	0.87
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.83
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.78

## 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	1.94
2	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.89
3	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.62
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.59
5	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.49
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.23
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.91
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.89
9	1830幸福保衛戰愛妮雅化妝	FTV	競賽綜藝	0.88
10	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.86

## 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	3.52
2	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	3.20
3	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	2.86
4	航海王26	TTV	卡通影片	2.30
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.27
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.25
7	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.98
8	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.44
9	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.34
10	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.27

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	8.34
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.48
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.86
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.87
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.34
6	航海王26	TTV	卡通影片	2.11
7	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	2.04
8	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.87
9	醫學大聯盟Hi Q褐抑定	FTV	競賽綜藝	1.85
10	加油美玲樂視C葉黃素蝦紅	TTV	閩南語連續劇	1.84

## 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	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.69
2	1900歡樂智多星福爾額溫槍	*SCC	競賽綜藝	0.87
3	超級夜總會甘味人生鹿后	SANLI	娛樂綜藝	0.76
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.73
5	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	0.72
6	在台灣的故事聯邦銀行	SANLI	知識資訊節目	0.70
7	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.67
8	天巡者鑽美姬保養品	SL2	國語連續劇	0.64
9	歡樂智多星決戰海盜福爾額	*SCC	競賽綜藝	0.63
10	世界第一等特輯	GTV-C	知識資訊節目	0.57

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.21
2	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	1.41
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.34
4	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.27
5	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	1.19
6	超級夜總會甘味人生鹿后	SANLI	娛樂綜藝	1.13
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.10
8	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.02
9	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	0.98
10	寶島神很大甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	0.95

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.54
2	超級夜總會甘味人生鹿后	SANLI	娛樂綜藝	1.54
3	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.52
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.24
5	全明星運動會台塑石油95	SL2	競賽綜藝	1.07
6	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	1.01
7	天巡者鑽美姬保養品	SL2	國語連續劇	0.97
8	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.94
9	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	0.73
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.73

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.87
2	超級夜總會甘味人生鹿后	SANLI	娛樂綜藝	3.72
3	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	3.60
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.37
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.10
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.79
7	2200愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.76
8	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	1.55
9	TVBS文茜的世界周報	TVBS	新聞性質節目	1.46
10	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	1.44

# 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	0.80	0.37	0.36	0.52	1.38
TTV/台視	0.69	0.35	0.52	0.54	0.98
FTV/民視	0.37	0.06	0.10	0.19	0.73
CTS/華視	0.21	0.09	0.07	0.23	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	0.50	0.22	0.22	0.51	0.77
ET-N/東森新聞	0.44	0.18	0.22	0.33	0.74
SETN/三立新聞	0.39	0.11	0.13	0.26	0.71
FTVN/民視新聞	0.34	0.04	0.15	0.20	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.29	0.06	0.06	0.16	0.58
UBN/非凡新聞	0.17	0.03	0.05	0.13	0.32
NTVN/壹新聞	0.17	0.04	0.07	0.15	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.04	0.03	0.11	0.25

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	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	4.83
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	2.47
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.37
4	戲說台灣	SANLI	1.27
5	加油美玲樂視C葉黃素蝦紅	TTV	1.22
6	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	1.00
7	女力報到愛情公寓	TVBSG	0.97
8	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	0.92
9	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	0.91
10	錦衣之下2000	CTV	0.91

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.22
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.26
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.62
4	超級夜總會甘味人生鹿后	SANLI	2.25
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.20
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.95
7	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	1.90
8	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	1.41
9	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	1.35
10	醫學大聯盟Hi Q褐抑定	FTV	1.18

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	0.95
2	少康戰情室	TVBS	0.91
3	呂讀台灣	SETN	0.85
4	正午最前線	UBN	0.85
5	最前線報告	UBN	0.82
6	TVBS文茜的世界財經周報	TVBS	0.78
7	關鍵時刻	ET-N	0.77
8	最前線新聞	UBN	0.76
9	台灣啟示錄	ET-N	0.76
10	錢線百分百	UBN	0.75

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.27
2	呷飽未甘味人生鹿后	SANLI	0.82
3	型男大主廚	SL2	0.60
4	非凡大探索	UBN	0.55
5	直中職32年味VS中	VLSPT	0.52
6	食尚玩家熱血48小時ivenor	TVBSG	0.44
7	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.41
8	詹姆士出走料理黑貓探險隊	GTV-1	0.39
9	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.38
10	2100美食按個讚	UBN	0.36

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：宏將廣告行銷策略部

E-mail：[MediaResearch@mediadrive.biz](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

電話：02-2509-5557#123

