

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.2114**  
**03.29-04.04**





# 本期摘要

媒體放大鏡 華視新聞資訊台獲准上架52台

國際視野 長遠來看 手機將會是遊戲第一設備選擇

科技瞭望 引進 AI 新技術 Google 地圖新功能

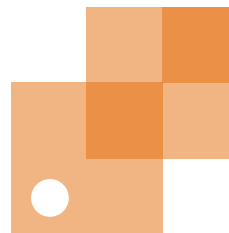
專案介紹 SoundOn-廣告合作專案

收視調查

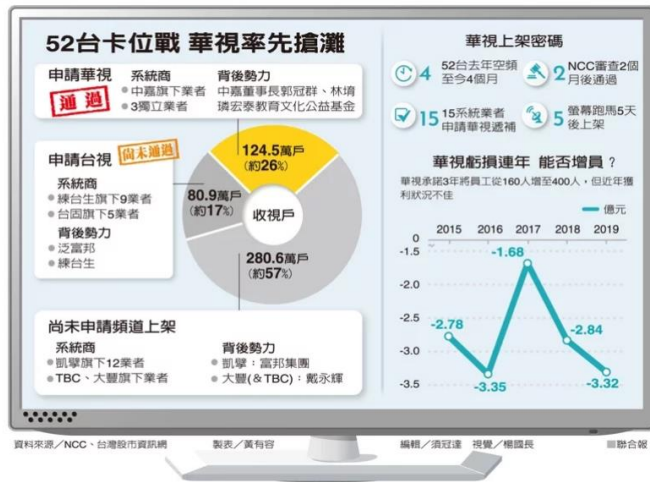
網路觀察 February 2021

Media  
news

# 媒體放大鏡



# 華視新聞資訊台獲准上架52台



歷經中天關台、空頻近四個月後，一如預期，國家通訊傳播委員會（NCC）昨通過中嘉等十五家系統業者，提出以華視新聞資訊台遞補有線電視五十二台的申請案，預計下周發出許可公文後，系統業者跑馬五天，四月初就會開播，華視將率先拿下一二四點五萬收視戶，搶下全台四分之一收視戶版圖。

NCC昨天審議中嘉集團旗下系統商，及聯維、寶福、南國三家獨立系統商，共十五家系統業者申請華視新聞資訊台遞補五二頻道案，儘管華視仍有財務嚴重虧損、人力不足、沒有變更事業計畫書等問題，但在華視端出改善承諾後，NCC准許華視進駐，七位委員全數表態同意華視通過。

【2021/03/29, 聯合新聞網】

## 《天堂2M》代言人金城武廣告觀看次數逾730萬

《天堂2M》上市3天即達雙平台下載第一名、App Store營收第一名，第8天也達到Google Play營收排行第一名；為感謝玩家支持，NCSOFT將發送所有玩家包含【殷海薩的恩寵1000個】、【金幣100萬】、【純淨萬用靈藥（刻印）10個】、【沙哈氣息（刻印）10個】以及【成長藥水（10%）（刻印）3個】的第一名紀念獎勵。

此外，《天堂2M》代言人金城武拍攝的廣告，傳遞「唯有天堂，才能超越天堂」的品牌精神。自官方YouTube頻道公開後，60秒完整版已達485萬次觀看，30秒版本也有246萬次觀看，共累積了超過730萬觀看數，是台灣遊戲代言人廣告中觀看的第一名。【2021/03/31, 自由時報】



# 超商營業額超越百貨業 去年衝3,610億



去年受到新冠肺炎疫情衝擊，整體零售業營業額僅年增0.19%，創近五年來新低，不過便利超商去年營業額卻創歷史新高，首度突破3,600億元，達3,610.1億元，年增8.9%，營業額更是居綜合商品零售業之冠，打敗一向都是最高營業額的百貨業。

此外，根據經濟部統計處今年1月資料，零售業營業額年減約6%，其中超商營業額312.7億元，依然是零售業營收王，年增0.4%，也是成長率最高，超市緊追在後，年增0.2%；百貨則年減6%，量販業年減5.1%。

為何超商可以在疫情期間逆勢成為零售營收王？超商業者分析，小部分成長原因，包括去年上半年超商領口罩、振興三倍券預購，所帶來的人流和業績之外，還有兩大關鍵，健康商機和宅自煮發燒。【[2021/04/04, 經濟日報](#)】

## 全聯為什麼可以一步步成為台灣超市霸主？



1998年，企業家林敏雄先生接手了66家「中華民國合作社聯合社」(簡稱全聯社)，接續併購楊聯社、松青、白木屋烘培...等超市，拓產生鮮食品、烘培甜點等產品線，讓全聯不再只是大家為了「找便宜」才去的地方，而是為了買好產品而去的超市。

之後全聯成立行銷部，透過行銷創意與廣告吸引大眾目光。2006年全聯先生正式亮相，直至今日仍然是民眾最喜愛的廣告主角之一。除此之外，全聯獨創的「中元普渡梗」也是每年都能製造高討論度。**全聯也利用圖片與文案發揮創意，透過Facebook、Instagram等社群平台吸引年輕人關注，喊出「新世代經濟美學」，要讓進入全聯消費的客群，不再僅限於主夫與主婦，而是同時也能吸引年輕的小資族與單身貴族。**

為了鼓勵更多客群進入店內消費，甚至能有更好的消費體驗，全聯陸續推出PX Pay與PX Go!服務。PX Pay整合了會員卡與數位支付功能，加快了結帳速度；PX Go!則整合了實體店面與電商，讓民眾可以線上購買、門市取貨，甚至可以分批取貨、配合外送等，讓全聯從傳統社區超商轉型成為民眾生活中不可或缺的必要環節。【[2021/03/17, 數位馬克町](#)】

# LINE Pay用戶破900萬 全台最大行動支付



行動支付業者LINE Pay用戶數正式突破900萬，穩居全台最大行動支付地位。LINE Pay表示，將串連逾70大品牌，從7大面向推出為期3個月的「新生活提案」回饋用戶。

LINE Pay表示今年第1季已推出85檔優惠活動，串連大型連鎖店家也深入在地中小型商家、早餐店或夜市商圈，涵蓋用戶全天、實體店到線上購物等日常生活各種消費。LINE Pay生態圈包括全台支付據點突破28萬處，用戶數於今年3月底前突破900萬。

【[2021/03/30, 經濟日報](#)】

## 臉書推出新功能 可設定允許留言對象



社群平台臉書 ( Facebook ) 今天宣布推出多項新功能，協助用戶在公開貼文中管理允許留言的對象，其中「最愛」及「最新動態」功能可讓用戶對在動態消息分享的內容擁有更多掌控權。

臉書表示，**用戶可以從功能表中選擇開放留言的對象，包含公開給所有用戶或朋友留言，甚至僅開放給貼文中標註的朋友及粉絲專頁，自行設定在特定公開貼文留言的對象。**

臉書進一步指出，公眾人物、創作者或粉絲專頁也能選擇限制在公開貼文留言的對象，透過更有意義的對話，與社群成員交流互動。

此外，為協助用戶探索最新的個人化內容，動態消息上會出現「為你推薦」的貼文，這些是用戶可能感興趣但尚未追蹤的帳號所分享的內容。臉書訂定明確的準則，並依照貼文互動、相關主題及地點等因素，為用戶建議不同的貼文。

【[2021/04/01, 聯合新聞雲網](#)】

# 明星發揮創意 廣告曲超洗腦！

明星代言商品，現在還要會寫廣告歌曲！像是金曲新人持修，擔任機車代言人，雖然沒駕照，但是用年輕人的視角寫出做自己的心聲，還有「狼人殺偶像」婁峻碩，為面紙產品寫歌，發揮創意把擤鼻涕作成B-BOX。

持修《啊不就好棒棒》：「我會真的長大，還是會跟你們一樣，誰想跟你們一樣，啊不就棒棒好棒棒。」以代言人身分，坐在機車上擺出帥氣姿勢，擁有高人氣的金曲新人持修，發揮創作才華，替廣告量身打造歌曲。以「做自己」為主題，把年輕時代的迷惘、煩惱，卻不願被社會框架的心境寫出來，展現個性的一面。

首度跨界合作廣告歌曲的婁峻碩，嘻哈風格動感節奏，搭配超洗腦歌詞，婁峻碩把惱人的擤鼻涕聲，變成B-BOX。

婁峻碩《舒潔雪潤舒鼻面紙》廣告：「醒醒吧醒醒吧Sharon，擤擤吧，輕輕的雪潤一下，把面紙確認一下，別讓鼻子擤出B-BOX。」以創意Kuso的方式，描寫鼻子過敏族群對面紙的重度需求，把產品特色寫進歌曲裡，更能貼近消費者的心。

【[2021/03/30, yahoo! 新聞](https://www.yahoo.com/news/20210330-yahoo-news)】

## 愚人節漢堡王開大招！



漢堡王 隱藏版優惠券 買一送一

<b>中薯</b> P0084 \$45 (原價一打\$23)	<b>辣薯球</b> P0023 \$49 (原價一打\$28)	<b>10塊BK雞塊</b> P0121 \$69 (原價10塊\$35)	<b>爆漿起司餅</b> P0122 \$59 (原價一打\$30)
<b>脆洋蔥牛肉堡</b> P0119 \$79 (原價一打\$40)	<b>小華堡</b> P0095 \$89 (原價一打\$45)	<b>花生脆雞堡</b> P0096 \$89 (原價一打\$45)	<b>大可</b> P0120 \$40 (原價一打\$20)

不是愚人節活動！連鎖速食業者「漢堡王」愚人節當天在FB發文表示，自4月1日至4月7日只要憑他牌優惠券即可享指定商品買一送一，讓網友爆笑「不知道第幾次世界大戰麥當勞」。

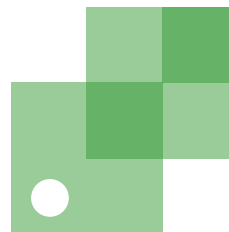
【[2021/04/01, 網路溫度計](https://www.netnet.com.tw/news/20210401-netnet)】

漢堡王在愚人節當天推出「王梭了算」活動，文案中表示「愚人節 Let 's play a game，我們來發大的！」，只要出示他牌優惠券，臨櫃漢堡王，中薯、辣薯球、爆漿起司餅、小華堡等8品項買一送一。

其實2019年12月漢堡王為了宣傳新品「義式青醬烤時蔬系列漢堡」，就曾用過類似的行銷手法，只要憑麥當勞、肯德基的當日「套餐」紙本發票及明細，即可到漢堡王門市免費兌換，該篇貼文當時獲得超過4000則讚，破2000筆留言。

Media  
trend

# 國際視野







冠狀病毒大流行導致2020年遊戲使用率和遊戲影音內容收視率提高，其中手機是美國最受歡迎的遊戲設備。

eMarketer預計，今年美國每月將有1.591億手遊玩家，比2020年增加1.2%。占美國所有數位遊戲玩家的89.5%，這將使手機成為玩遊戲優先考慮的設備。

手遊之所以受歡迎，是因為它具有隨時可以使用的優勢。大多數消費者都擁有手機，卻不一定擁有屬於自己的遊戲機。許多熱門手遊進入的門檻都很低，像是較為人熟悉的拼圖、紙牌和博弈遊戲。還有一個較主要的原因，那就是玩手遊不受地點限制，相較於電腦更加方便。這就是為什麼eMarketer預計2021年每月手遊玩家數量會略為增加，而桌機、筆電和平板電腦遊戲玩家數量會略為下降的原因。即使疫情消退，消費者仍然可以在他們通勤和旅行時玩手遊。

幾乎所有的遊戲玩家都透過智慧型手機進行遊戲app。今年，美國每月將有1.573億智慧型手機遊戲app用戶，比2020年增長1.3%，佔遊戲玩家的98.8%。

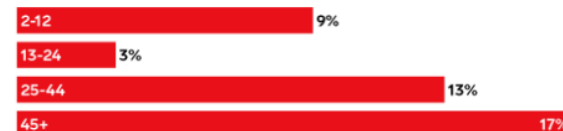
與整體數位遊戲玩家相比，其受眾群傾向於年紀較長者。2020年，手遊成長很大一部分來自年紀較大的用戶，他們首次轉向遊戲是為了娛樂自己，並在疫情期間與他人建立聯繫。

市場研究公司NPD Group和Sensor Tower於2020年10月進行的一項調查發現，在美國和加拿大，年齡在45歲及以上的手遊玩家（使用智慧型手機或平板電腦）的數量增長了17%，25歲至44歲的人群增長了13%，這是所有年齡層中成長率最高的兩個。

疫情期間手遊所花費的時間明顯增加。eMarketer估計，到2020年，美國成年人平均每天在手遊app上花費27.3分鐘，比2019年增加16.8%。今年，手遊app花費的時間將減少2.2%，平均每天26.7分鐘。儘管如此，2021年的平均花費時間將比2019年（每天23.4分鐘）高得多。整體而言，儘管花費的時間略有減少，但2021年每月用戶些微的增加預告著手遊的發展。

### Mobile Gamer Growth in North America, by Age, 2020

% change vs. prior year



Note: own or have access to a qualifying device and have used it to play a game in the past 30 days; includes smartphones and tablets  
Source: The NPD Group and Sensor Tower, "Deconstructing Mobile & Tablet Gaming" as cited in press release, Jan 19, 2021

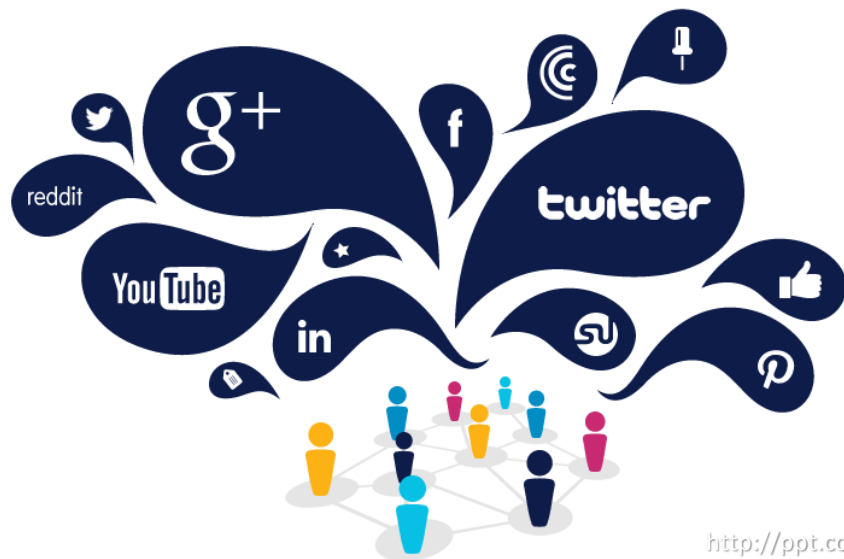
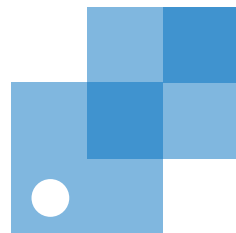
263828

eMarketer | InsiderIntelligence.com

北美各年齡層手遊玩家的成長比

New  
Idea

# 科技瞭望





Google 今年依照計畫，會為旗下的 Google 地圖推出超過 100 項採用 AI 技術的改善項目，便於用戶隨時隨地取得最新、最準確的地圖與導航資訊。

## ● 運用室內「實景」功能

Google 地圖的「實景」功能採用全球定位技術，透過 AI 掃描數百億張的街景服務圖片來掌握用戶的方向。**現在進一步可在一些難以導航的室內地點使用這項功能**。比方說，當要搭乘飛機或火車時，「實景」功能可協助用戶找到最近的電梯、手扶梯、登機門、月台、行李領取處、報到櫃台、售票處、洗手間、自動提款機等設施，箭頭與隨附的路線會指引正確的方向。

## ● 外送與取貨功能

這段疫情期間，外送與外帶變得越來越熱門，不僅便利且能減少接觸。為了讓這套流程更加簡便，**Google 將於商店在地圖與搜尋上的商家檔案加入實用資訊，例如加入外送服務供應商、外送與外帶時段、費用與訂單最低消費金額要求等等**。Google 規劃先從美國的 Instacart 與 Albertsons Cos. 商店展開這項服務，並計劃逐度擴大。

## ● 引進氣象圖層

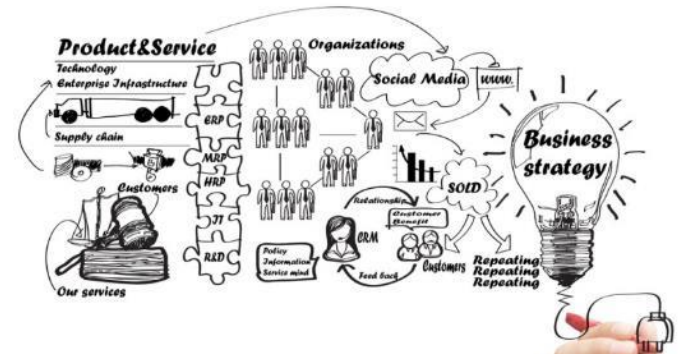
用戶將能運用 **Google 地圖的氣象圖層，快速查看某些地區當下以及預測的天氣狀況**。其中新增的空氣品質圖層會顯示空氣的健康或不健康程度，是由 The Weather Company、AirNow.gov、中央汙染控制局等合作夥伴的資料提供技術支援，對於有過敏體質，或者身處煙霧瀰漫或容易發生火災的地區，這項資訊特別實用。

接下來數個月內，可透過 Android、iOS 版本的 Google 地圖使用氣象圖層，至於空氣品質圖層則率先在澳洲、印度、美國推出。



Project

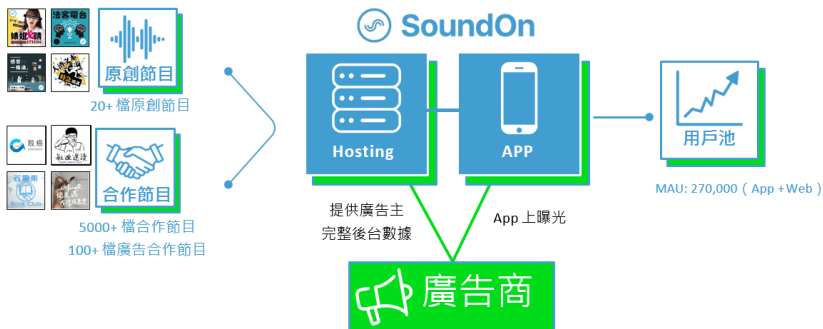
# 專案介紹



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



SoundOn 擁有台灣唯一完整的 Podcast生態系



Podcast 廣告有什麼優勢?



主持人口播

主持人親口描述，聽眾因親切性、容易對產品、品牌產生較高接受度，同時具有背書效應。



聽眾黏著度高

節目有訂閱機制，多數節目有60-70%的聽眾都會聽完整集內容。



針對 TA 投放

節目調性、時事議題和主持人風格明確，下的廣告直接對應需要的TA。



Turn your sound on

廣告合作模式

口播廣告

由主持人於節目中進行30-60秒產品口述介紹。  
【敬迪選讀X Bref妙力馬桶清潔球】  
【英文不難X樂天市場】

業配廣告

節目中置入2-3分鐘品牌、產品等話題。  
【科技藍宇X三製Lancer】  
【遠華女生XalaLandX P&G Lenor】

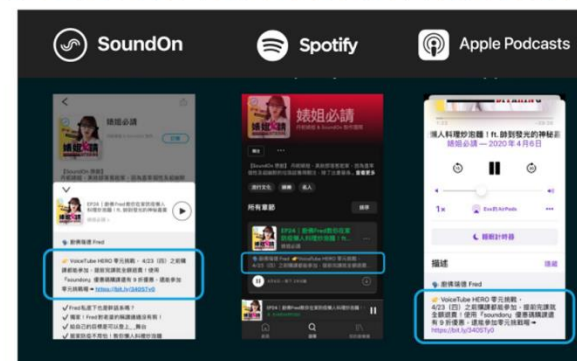
破口廣告

製作30-60秒聲音廣告，安插於節目中。  
【寶博朋友說X天下雜誌(48:55)】  
【蔡姐必讀X雅詩蘭黛(17:30)】

專訪

安排特定節目，專為品牌量身打造一集專訪節目。  
【那些你不敢跟老闆說的事X國泰人壽】  
【蔡姐必讀X中租零卡分期】

廣告同步上架到三大播放器



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	4.85
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	4.56
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.51
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.48
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.24
6	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	2.16
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.73
8	航海王26	TTV	卡通影片	1.73
9	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.46
10	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.37
11	這事有影嘸古醇寶新形態益	FTV	資訊綜藝	1.20
12	加油美玲樂視C葉黃素蝦紅	TTV	閩南語連續劇	1.14
13	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.06
14	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.06
15	綜藝新時代鮮一杯南非國寶	FTV	娛樂綜藝	1.06
16	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.03
17	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.03
18	醫學大聯盟Hi Q褐抑定	FTV	競賽綜藝	1.03
19	錦衣之下2100	CTV	大陸劇	1.01
20	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.01

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.58
2	天之驕女ONEBOY輕鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.32
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.17
4	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	2.08
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.24
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.17
7	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.10
8	2215天之蕉子一家人就妥定	SANLI	閩南語連續劇	1.01
9	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.97
10	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.94
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.92
12	新台灣加油出軌特別報導	SETN	新聞性質節目	0.90
13	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	0.90
14	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	0.88
15	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.84
16	鄭知道了太魯閣國殤忙噴口	SETN	新聞性質節目	0.84
17	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.83
18	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	0.83
19	呂讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.82
20	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.82

## 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	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	2.02
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.80
3	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.20
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.20
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.19
6	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.12
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.07
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.03
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.87
10	加油美玲樂視C葉黃素蝦紅	TTV	閩南語連續劇	0.86

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	2.42
2	多情城市宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.83
3	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.78
4	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.77
5	航海王26	TTV	卡通影片	1.75
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.72
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.54
8	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.53
9	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.39
10	1800航海王26	TTV	卡通影片	0.98

## 35-49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	3.15
2	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.96
3	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	2.66
4	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	2.39
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.09
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.02
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.63
8	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.62
9	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.50
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.39

## 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	8.57
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	8.15
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.25
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.22
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.65
6	航海王26	TTV	卡通影片	2.09
7	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.02
8	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.92
9	這事有影嘸古醇寶新型態益	FTV	資訊綜藝	1.89
10	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	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	1.47
2	天之驕女ONEBOY輕鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.07
3	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.69
4	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	0.65
5	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	0.64
6	1900歡樂智多星決戰海盜福	*SCC	競賽綜藝	0.64
7	天下第一鏢局	*SCM	國片	0.58
8	三生三世十里桃花	GTV-D	大陸劇	0.58
9	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.57
10	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	0.54

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女ONEBOY輕鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.50
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.33
3	2215天之蕉子一家人就安定	SANLI	閩南語連續劇	1.87
4	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.16
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.08
6	全明星運動會台塑石油95	SL2	競賽綜藝	1.04
7	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.91
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.90
9	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.83
10	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.82

## 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	2.04
2	天之驕女ONEBOY輕鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.54
3	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.27
4	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.19
5	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	1.06
6	綜藝大熱門小三美日	SL2	資訊綜藝	1.01
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.98
8	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	0.87
9	鄭知道了打老婆妙喻帛琉暗	SETN	新聞性質節目	0.87
10	全明星運動會台塑石油95	SL2	競賽綜藝	0.86

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.10
2	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	3.68
3	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	3.59
4	天之驕女ONEBOY輕鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	3.32
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.99
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.84
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.80
8	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.71
9	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	1.49
10	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	1.36

# 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	0.35	0.35	0.45	1.33
TTV/台視	0.71	0.34	0.50	0.56	1.03
FTV/民視	0.39	0.1	0.14	0.18	0.75
CTS/華視	0.22	0.08	0.07	0.25	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	0.57	0.27	0.25	0.55	0.87
ET-N/東森新聞	0.51	0.25	0.23	0.43	0.81
SETN/三立新聞	0.45	0.12	0.16	0.34	0.79
FTVN/民視新聞	0.41	0.07	0.15	0.26	0.78
ERA-N/年代新聞台	0.27	0.07	0.09	0.17	0.50
NTVN/壹新聞	0.19	0.06	0.07	0.18	0.32
UBN/非凡新聞	0.18	0.04	0.07	0.10	0.35
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.03	0.07	0.10	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	4.85
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	4.56
3	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	2.58
4	天之驕女ONEBOY輕鋒衣	SANLI	2.32
5	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	1.46
6	戲說台灣	SANLI	1.24
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.17
8	加油美玲樂視C葉黃素蝦紅	TTV	1.14
9	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	1.10
10	錦衣之下2100	CTV	1.01

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.51
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.48
3	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.24
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.17
5	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	2.16
6	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	2.08
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.73
8	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	1.37
9	這事有影嘸古醇寶新型態益	FTV	1.20
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.06

## 新聞類/全體

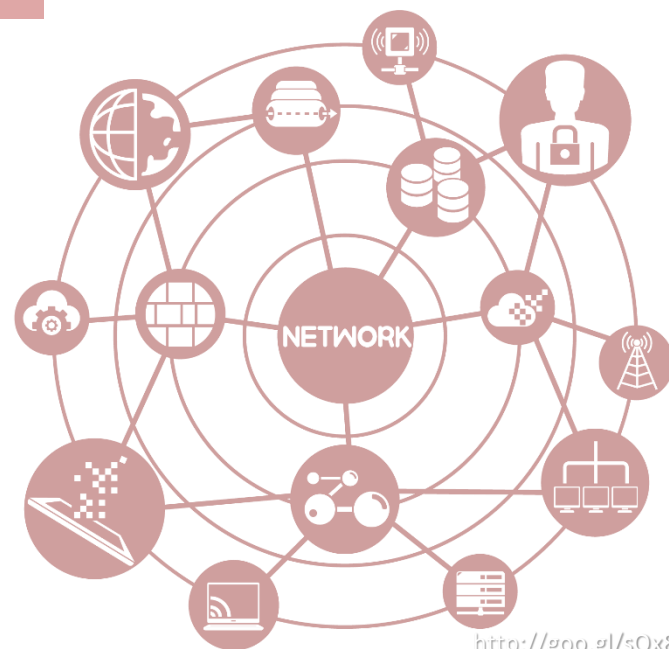
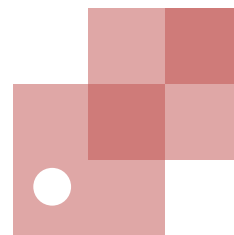
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	0.97
2	少康戰情室	TVBS	0.92
3	新台灣加油出軌特別報導	SETN	0.90
4	新台灣加油	SETN	0.84
5	鄭知道了太魯閣國殤忙噴口	SETN	0.84
6	正午最前線	UBN	0.83
7	呂讀台灣	SETN	0.82
8	台灣最前線	FTVN	0.81
9	台灣演義	FTVN	0.80
10	錢線百分百	UBN	0.79

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.03
2	呷飽未	SANLI	0.74
3	型男大主廚	SL2	0.62
4	2000美食按個讚	UBN	0.49
5	詹姆士出走料理黑貓探險隊	GTV-1	0.46
6	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.43
7	上山下海過一夜ONEBOY輕鋒	SL2	0.36
8	世界跟我這Young玩	VLMAX	0.35
9	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.35
10	愛玩客ONEBOY輕鋒衣	SL2	0.35

Network

# 網路觀察



<http://goo.gl/sQx81T>

# 15-24歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	1,668	91	508	924	429	49,213	19	30
2 Microsoft Sites	1,177	65	180	27	29	7,357	4	6
3 Verizon Media	1,003	55	154	31	52	7,690	4	8
4 Facebook	928	51	154	38	55	8,878	4	10
5 LINE Corporation	865	47	206	5	2	501	10	1
6 PIXNET Digital Media Corporation	699	38	53	3	3	1,719	1	2
7 Valve Corporation	598	33	253	1	1	757	1	1
8 Dcard	491	27	110	9	8	3,794	2	8
9 Wikimedia Foundation Sites	446	24	38	3	4	1,466	2	3
10 Oneup Network Corporation	393	22	52	12	11	2,545	5	6
11 UDN Group	391	21	25	1	1	759	1	2
12 ETtoday & EMI Group	295	16	25	2	2	866	2	3
13 KKNEWS.CC	286	16	18	1	1	566	2	2
14 Shopee Pte Ltd	283	16	24	4	3	815	5	3
15 TWITCH.TV	266	15	228	66	36	19,820	3	74
16 Want Media Group	239	13	13	0	1	414	1	2
17 BILIBILI.COM	226	12	26	12	6	1,374	9	6
18 Iqiyi Sites	219	12	29	2	2	795	2	4
19 Baidu.com Inc.	218	12	15	1	2	533	2	2
20 Liberty Times Group	215	12	10	1	1	305	4	1

\* With the release of Feb 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Feb 2021

# 25-34歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	2,109	88	691	994	533	66,954	15	32
2 Verizon Media	1,624	68	313	95	181	19,326	5	12
3 Microsoft Sites	1,573	66	247	64	69	12,142	5	8
4 LINE Corporation	1,260	52	409	7	4	1,226	6	1
5 Facebook	1,246	52	255	54	65	14,962	4	12
6 PIXNET Digital Media Corporation	1,213	51	115	6	8	4,025	2	3
7 UDN Group	849	35	86	4	7	3,178	1	4
8 Dcard	595	25	155	14	18	6,903	2	12
9 ETtoday & EMI Group	570	24	68	13	8	2,502	5	4
10 Wikimedia Foundation Sites	565	24	62	7	10	2,658	3	5
11 Shopee Pte Ltd	531	22	62	15	14	3,386	4	6
12 Want Media Group	500	21	36	1	3	1,174	1	2
13 Next Digital Limited	480	20	28	1	2	1,056	1	2
14 Oneup Network Corporation	458	19	66	15	18	3,356	4	7
15 Cite Media Holding Group	457	19	28	2	3	846	2	2
16 Chunghwa Telecom	445	19	36	3	5	1,259	2	3
17 Valve Corporation	440	18	181	1	1	581	1	1
18 Liberty Times Group	425	18	22	1	2	711	2	2
19 Fubon Multimedia Technology	412	17	34	7	12	1,664	4	4
20 KKNEWS.CC	409	17	28	1	1	860	2	2

\* With the release of Feb 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Feb 2021

# 35-44歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	2,283	89	780	934	476	72,707	13	32
2 Verizon Media	2,096	82	567	201	323	36,575	5	17
3 Microsoft Sites	1,722	67	353	74	78	19,035	4	11
4 LINE Corporation	1,429	56	465	8	5	1,787	4	1
5 Facebook	1,405	55	310	72	66	18,931	4	13
6 PIXNET Digital Media Corporation	1,372	53	124	7	10	4,423	2	3
7 UDN Group	1,014	39	100	8	13	3,699	2	4
8 Want Media Group	681	27	47	3	5	1,508	2	2
9 ETtoday & EMI Group	639	25	76	23	12	2,725	8	4
10 Shopee Pte Ltd	622	24	80	17	14	3,805	4	6
11 Fubon Multimedia Technology	620	24	61	10	14	2,385	4	4
12 Liberty Times Group	618	24	36	5	8	1,451	4	2
13 Sanlih Media Group	613	24	52	4	5	1,651	2	3
14 Wikimedia Foundation Sites	578	23	57	5	6	2,075	2	4
15 Chunghwa Telecom	506	20	41	7	9	1,501	5	3
16 Cite Media Holding Group	502	20	34	2	3	1,046	2	2
17 CW Group	492	19	23	1	2	669	2	1
18 TVBS.COM.TW	489	19	33	3	2	999	3	2
19 PChome Online	461	18	41	6	9	1,644	4	4
20 NOWnews	457	18	41	2	2	1,246	2	3

\* With the release of Feb 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Feb 2021

# 45-54歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	1,758	89	569	704	356	49,045	14	28
2 Verizon Media	1,645	83	473	208	319	31,986	7	19
3 Microsoft Sites	1,426	72	314	73	72	17,251	4	12
4 LINE Corporation	1,015	51	318	7	5	1,435	5	1
5 Facebook	1,002	51	202	36	32	12,052	3	12
6 PIXNET Digital Media Corporation	978	49	83	5	6	2,902	2	3
7 UDN Group	798	40	99	10	13	3,737	3	5
8 Fubon Multimedia Technology	594	30	58	12	18	2,272	5	4
9 Want Media Group	568	29	42	3	6	1,467	2	3
10 ETtoday & EMI Group	521	26	59	12	9	2,085	6	4
11 Shopee Pte Ltd	491	25	68	12	10	3,203	4	7
12 Liberty Times Group	487	25	29	3	3	906	3	2
13 Sanlih Media Group	434	22	44	4	5	1,399	3	3
14 Next Digital Limited	403	20	27	2	3	1,211	2	3
15 Chunghwa Telecom	388	20	26	3	5	914	4	2
16 Wikimedia Foundation Sites	379	19	34	3	3	1,177	2	3
17 PChome Online	376	19	34	7	10	1,599	4	4
18 TVBS.COM.TW	363	18	29	2	2	924	2	3
19 NOWnews	358	18	34	2	3	1,115	2	3
20 RUTEN.COM.TW	357	18	37	6	10	1,578	4	4

\* With the release of Feb 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Feb 2021



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

