

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2117
04.19-04.25





本期摘要

媒體放大鏡 搭東奧 中華電MOD拚增10萬戶

國際視野 疫情讓XR的使用超越娛樂及遊戲性質

科技瞭望 Gucci推無法穿出門的虛擬鞋！

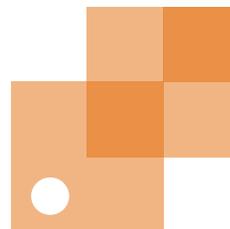
專案介紹 中時新聞網-置入及廣告版位專案

收視調查

藝人動態 2021/03~2021/04

Media
news

媒體放大鏡



搭東奧 中華電MOD拚增10萬戶

配合東京奧運到來，中華電信訂下MOD、4K、OTT三大指標用戶數衝新高的目標。MOD目前用戶206萬，已申裝4K機上盒的用戶約110萬，中華電信於東奧期間，將以MOD用戶新增10萬以上、4K用戶新增20~30萬，至於Hami Video的付費用戶，也要讓累積數衝上50萬。

拿下東京奧運台灣區全賽事轉播權的愛爾達董事長暨執行長陳怡君表示，授權轉播部分，要讓台灣觀眾透過MOD、有線電視、無線電視、OTT、網路、行動等平台，都可看得到。愛爾達已連續四季拿下奧運台灣轉播權。

透過愛爾達拿下東奧新媒體轉播權的中華電信表示，將以最高規格迎接奧運，MOD及Hami Video規劃6月推出「奧運專區」，MOD、Hami Video將創台灣先例，首度全4K頻道，及史上首次VR轉播夏季奧運，包含兩個4K中文製播頻道、3個HD中文製播頻道、3個HD原音頻道，及500小時以上VOD豪華賽事轉播。【2021/04/25,工商時報】

純網銀LINE Bank開業 與首家上線「樂天商銀」比一比

LINE Bank與樂天商銀開業優惠比一比		
項目	LINE Bank	樂天商銀
點數回饋 (獎勵金)	<ul style="list-style-type: none"> 前50萬名新戶，於LINE Bank開戶成功後綁定本人LINE帳號及LINE Pay帳號成功，最高享LINE POINTS 150點 獨家「即時給點」服務，基本回饋1%與「快點吃午餐」、「快點過週末」加碼專屬最高30% 	<ul style="list-style-type: none"> 申辦樂天網銀帳戶開戶後下個月月底前登入「樂天國際銀行App」，就送100元獎勵金 完成一筆指定交易即可累積3點樂天點數，點數1點等於新台幣1元，可在日本跨境兌換使用
存款利率	推出階梯式定存夢想帳戶，三階段階梯式加碼利率最高可達0.75%，若目標存期24個月，會加碼利率最高利率可達1.62%	<ul style="list-style-type: none"> 7天優存，可享活儲利率10倍 1年定存，享1%年利率
手續費	透過LINE Bank行動銀行跨行轉帳每月60次免手續費	跨行轉出、國內提款、日本提款每月8次免費、跨行轉入優惠1次，樂天點數回饋三倍
其他	加入LINE Bank的LINE官方帳號即可取得限定角色貼圖，有熊大、兔兔、莎莉三位角色	網購樂天市場每月60元購物金、樂天Kobo電子書5折等

資料來源：評記整理

第二家純網銀LINE Bank (連線商業銀行) 22日正式上線，總經理黃以孟指出，目標是打造「新一代全民銀行」，開業先推六分鐘開戶、好友轉帳分帳、快點卡 (簽帳金融卡)、夢想帳戶 (零存整付階梯式定存)、分期型個人信貸等五大金融服務。

與首家上線的樂天商銀優惠比一比，雙方各具特色，主打「樂天生態圈」的樂天商銀，完成一筆指定交易即可累積3點樂天點數，點數1點等於新台幣1元，可在日本跨境兌換使用；同時也祭出7天優存，可享活儲利率10倍，1年定存可享1%年利率。

【2021/04/23, 聯合新聞網】

Spotify傳將推Podcast訂閱制、創作者免費

因疫情的爆發，播客在防疫期間迅速流行，美國播客市場今年有望首次出現超過 10億美元的廣告收入。據 Edison Research 和 Triton Digital 的估計，目前全美每月約有 1.16億用戶收聽，占 12歲以上美國人口的 41%，較 2020年增加 11%。

蘋果 (AAPL-US) 本周宣布，旗下播客平台將引入訂閱制，可推出特別內容、搶先收聽等功能，每月僅需支付 0.49 美元，下個月將推出。不過，創作者每年要支付 19.99 美元，蘋果還將在第一年收取訂閱收入的 30%，第二年起收 15%。和蘋果打對台的 Spotify (SPOT-US) 也不是省油的燈，據華爾街日報引述知情人士報導，Spotify 計劃下周推出訂閱制，且不會向創作者收費和抽成，並允許他們設定自己的用戶訂閱價格。

知情人士表示，Spotify iOS 軟體訂閱用戶交易時將移轉至特定交易網站交易，這意味著蘋果無法從中抽成。此外，Spotify 還與臉書互惠合作，讓社群功能與串流音樂做結合。Creative Artists Agency (CAA) 播客負責人 Josh Lindgren 表示，隨著蘋果推出訂閱制，播客之戰正在激烈展開。【[2021/04/25, 數位時代](#)】

Netflix Q1 營收成長 新增訂閱卻遠低預期

Netflix 第一季新增訂閱僅增加 398 萬人，遠低於市場共識預估的 620 萬和該公司自行預測的 600 萬。本季新增訂閱展望更黯淡，Netflix 預估僅增約 100 萬人，而分析師預測新增 444 萬人。

Netflix 將新增訂戶人數成長放緩歸咎於疫情，因為疫情迫使該公司推遲一些重量級節目和電影。Netflix 在致股東的信中表示，「我們認為，付費會員成長放緩的主因是新冠疫情將 2020 年的訂戶大量提前增加，今年上半年影視內容又有所減少。」

雖然 Netflix 持續對抗眾多競爭對手，但 Netflix 在財報上表示，他們不認為市場競爭是其訂閱人數成長疲弱的原因。報告指出，「我們認為，本季市場競爭密度並未有重大變化，也不認為這是造成差異的重要因素，因為我們在所有地區都出現超乎預期的情況。」

Netflix 預期，其內容將於今年稍晚趕上進度，彌補因新冠疫情造成的推遲。「正如我們先前所說，2020 年因新冠疫情耽擱的生產工作將會延至 2021 年發布，下半年的比重更高，因為還有大量的授權內容回歸。」【[2021/04/21, INSIDE](#)】

臉書將推 Podcast、語音聊天室等新功能



為了和 Clubhouse 和 Twitter 競爭近期熱門的語音聊天市場，而 Facebook 預計將推出以下三種功能：

- **原聲摘要 (Soundbite)**：Soundbite 可以讓使用者上傳錄音檔，以 Zuckerberg 的話來說，就是「錄音版的 Instagram 即時動態功能」。
- **Podcast**：Facebook 將新增 Podcast 搜尋功能，並會尋找現有的 Podcast 平台進行合作，讓使用者可以一邊聆聽 Podcast，一邊使用 Facebook。
- **語音實況 (Live Audio)**：Zuckerber 表示語音實況功能將可以幫助 Facebook 推廣新一波的創作者。

此外，這一次 Facebook 新功能將更加著重在創作者使用體驗，並強化贊助和訂閱功能，使創作者能夠更容易將語音內容轉化成收益。【[2021/04/20, 科技新報](#)】

Facebook貼文、網誌都能一鍵備份了！

社群平台臉書 (Facebook) 今天宣布更新資料移轉功能，新增2種資料可攜性類型，包含貼文與網誌；現在起用戶可以直接將貼文和網誌移轉到Blogger、Google文件及WordPress.com。

臉書說明，原先用戶僅能將相片移轉到Backblaze、Dropbox、Google相簿和Koofr，**本次更新延伸資料移轉的範圍。同時，臉書將此功能名稱調整為「移轉你的資訊副本」**，以更準確反映用戶目前可傳送到臉書合作夥伴服務的資料類型範圍。**臉書未來也將持續擴增傳輸資料類型與合作夥伴。**

臉書表示，在設計資料可攜性功能時，以隱私、安全性和功能性為主要考量。因此，在資料開始轉移前，系統會要求用戶先行重新輸入密碼，當資料在平台服務之間流通時，臉書也會將資料加密，確保資料能安全傳輸。【[2021/04/20, 數位時代](#)】

還以為公家機關總是死板板嗎？你錯了！在社群當道的時代，公部門不僅能跟上時事話題，還可以把各種創意結合單位調性，在趣味中不失傳達重要資訊，究竟有多有趣、多有梗呢？來看看以下是否有激起你想按讚的慾望吧！

【[2021/04/20, 行銷人](#)】



偵探v.s間諜 用海倫仙度絲翻轉結局！

P&G旗下頭髮護理品牌海倫仙度絲 (Head & Shoulders) 與創意代理商Forsman & Bodenfors Singapore合作，在日本推出動畫廣告「The Chase (追逐)」，影片中上演偵探和間諜安藤的追趕情節，安藤對於偵探總能掌握他的行蹤感到驚訝，而偵探也公開他的關鍵線索，正是安藤隨意從肩膀撥下的頭皮屑！得到解答後，安藤用去屑洗髮精洗完頭，就逃走了...

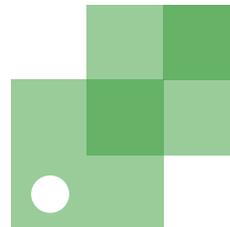
P&G日本及韓國頭髮護理部門副總裁Kylene Campos表示，從品牌的研究得知，40%的日本男性曾為頭皮屑所苦，而談論這類話題會讓他們覺得羞恥和恐懼。**Campos說：「我們要使頭皮屑成為一個更容易在生活中討論的話題，同時，也要向消費者保證我們可以解決問題。」**因此Forsman & Bodenfors Singapore以在不失日本文化背景的情況下，提出了通過融入動漫文化來融合動畫，戲劇和幽默的想法。



【[2021/04/21, 動腦](#)】

Media
trend

國際視野





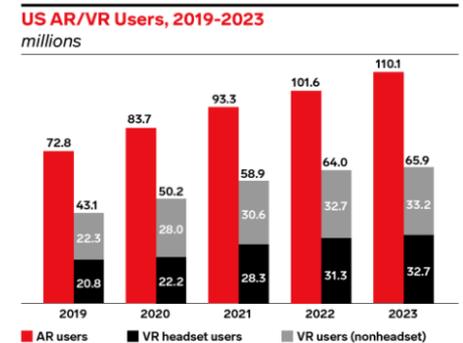
延展實境(XR)技術，包含虛擬實境(VR)、擴增實境(AR)及混合實境(MR)，大多數的VR和AR用於遊戲、娛樂和社群媒體相關，但隨著越來越多的消費者及企業將其用於沉浸式體驗，應用程式的種類也不斷的在推陳出新。

因疫情迫使許多人不論工作、社交、學習或購物都只能在家完成，導致他們使用XR體驗來代替親身經歷。今年，美國有5,890萬人每月至少使用一次VR，而AR每月用戶將達到9,330萬人。

儘管VR和AR是兩種不同的技術，且成長幅度不同，但疫情似乎已刺激了兩者的市場。

- **疫情導致使用XR的案例增加**：Ipsos和Global Myopia Awareness Coalition (GMAC) 於2020年6月進行的研究發現，美國58%的兒童和青少年在疫情這段時間花了更多時間在智慧型手機上，53%在影音遊戲機上增加更多時間，15%則在VR頭戴裝置上花費更多時間。
- **新型態的XR使用方式更能引起眾人興趣**：因遠端或虛擬工作、學習和其他家庭活動興起，成功引起了人們對VR和AR新的應用程式的興趣。虛擬適應性、業務合作和遠端教學只是許多案例中的三個。隨著更多的發展需求，VR和AR技術日益被視為親自培訓、會議、活動、客戶服務、醫療保健和其他活動的替代品。
- **科技大廠看到了無限商機**：疫情使XR成為科技公司重要的成長領域。儘管Facebook想憑藉著Oculus的生態系統往美國VR領導者的腳步邁進，但它同時也對AR進行投資。據報導，包括蘋果、谷歌、微軟和三星在內的科技公司都相競推出自己的VR、AR和MR方案，利用不斷成長的需求來擴大市場。
- **5G將帶來更多的可能性**：世界各地包含美國的XR開發人員都對5G抱持著樂觀的態度，高速5G網路有望消除許多技術難題，並提高XR的生存能力。2020年4月由Toluna和Advertiser Perceptions代表Verizon Media進行的一項調查發現，44%的美國成年人認為串流媒體的VR內容和36%的成年人將AR體驗視為5G技術的帶來優勢。同樣，根據Parks Associates於2020年1月在Nokia進行的一項民意測驗，在韓國、英國和美國，大多數成年人認為VR和AR的訂閱內容頗具吸引力，近四分之三 (73%) 受訪者表示訂閱

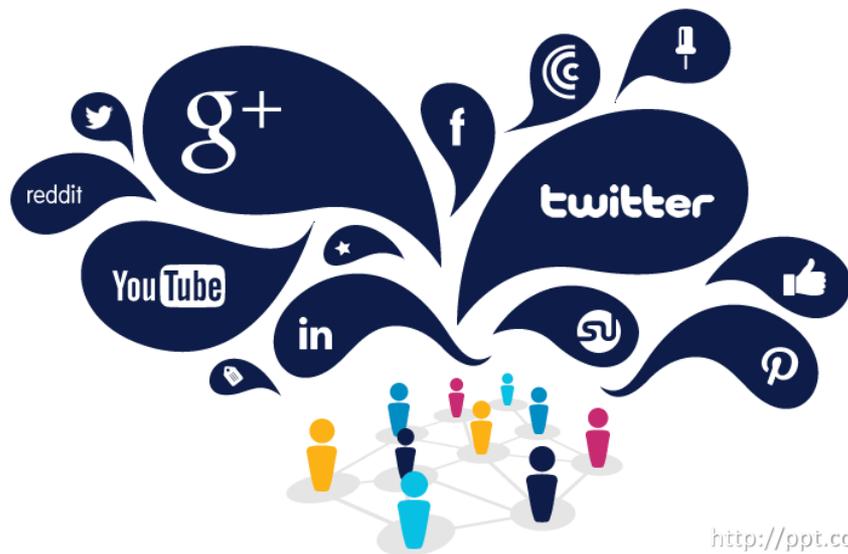
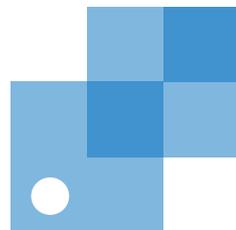
VR體驗很吸引人。



2019-2023年美國AR/VR的用戶

New
Idea

科技瞭望





日前，Gucci和科技公司Wanna Fashion合作推出首款虛擬鞋Gucci Virtual 25，用戶可以在Gucci App花費11.99美元（約台幣339.68元）取得虛擬鞋款。在Wanna的App上還有折扣優惠，只需要\$9.99（約台幣283.02元），你就可以擁有這雙鞋子。

購買之後你可以在Gucci App和VR社群媒體VR Chat中使用，也可以在遊戲平台Roblox中試穿，隨後截圖或者錄製影片發佈在社群媒體上。可能有人會發問：只能在手機裡試穿的鞋，不就相當於買了Gucci的付費濾鏡嗎？雖然不斷有人質疑這是「智商稅」，但卻不斷有人願意出高價購買，就算這雙鞋子根本沒有實體。

在進入未來世界的數位化浪潮中，時尚界正在經歷一場虛擬主義的洗禮。數位時尚正成為一種未來的生活方式選擇，這意味著科技和時尚，工程師和藝術家之間的界限正在逐漸被打破，「眼見為實」或許將成為過去式。

其實購買數位服裝早已不是件稀罕的事，不管是國王的新鞋還是國王的新衣，似乎跟遊戲裡的造型異曲同工。據Statista發布的研究數據，到2022年，全球消費者在遊戲「造型」上的消費將會達到500億美元。從某種角度上來講，虛擬服裝就是為了玩家一個試穿遊戲造型的機會。

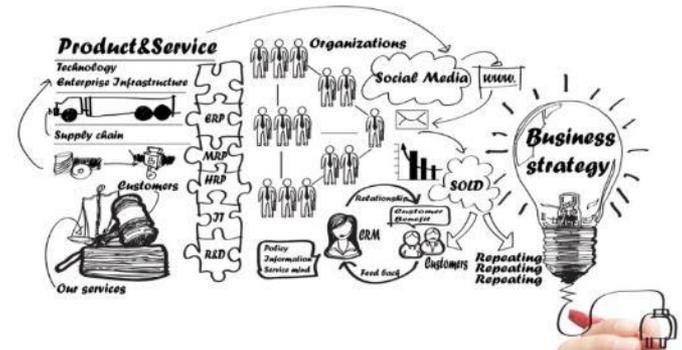
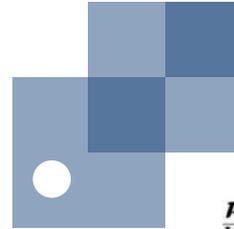
如果說遊戲中的時尚還都完全停留在虛擬世界中，那麼數位網紅應該是對虛擬和現實界限的一次衝擊。福布斯在報導數位時裝彩虹時提到「如果你的溝通平台是數位的，為什麼你的衣服不能是數位的？」

人們在虛擬世界中追求時尚，是為了構建自己的虛擬形象。只不過如今這種超現實服裝，已經與現實世界有了一定程度上的關聯，而不再是單純的數位產物。



Project

專案介紹



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

中時新聞網-置入及廣告版位專案



專案介紹

圖文廣編範例



聖旨到！2020最可愛的手搖飲品聯名「瑪琪們」準備好接駕了嗎？



2020年可愛的手搖飲品聯名 / 瑪琪們提供

新品上市



電影導演是電影界的《阿凡達》、演員中可堪稱由電影中翻轉導演、演藝、演藝界名人，其中最高大最帥的明星除了「阿凡達」之外，另一位則是對導演領域的崇拜。劇中就是個小小導演，剛開始對導演出手，很驚訝，就很多手動導演快速上好生活，再次參加並針對為了展現自己的想像，擴大展現新穎創意知名設計師「Sit down please」，設計了，不論每個人都可以駕馭的，成為家喻戶曉的經典台詞。



電影導演是電影界的《阿凡達》、演員中可堪稱由電影中翻轉導演、演藝、演藝界名人

品牌話題



可愛爆襲 CASETiFY X Pokémon聯名保護周邊開放預購

中時新聞網 黃慧雯 2020/11/22



CASETiFY & Pokémon系列即日起開始預售登記，並將於11月22日（CASETiFY提供 / 黃慧雯提供）

品牌宣傳

影音內容上架/置入

自製及外部合作音內容提供Pre-Roll廣告及品牌商品置入。



EP. 06 自媒體魅力打造



自製節目
品牌商品
置入

PC廣告版位



首頁
輪播



首頁
Top banner



線上短跑女王 費聿鋒街頭指纏劉芳芸



文章頁
Top banner



王1 / 費聿鋒 街頭指纏劉芳芸



備註：本專案依實際執行內容為主

MB廣告版位



首頁
蓋板



首頁
浮水印



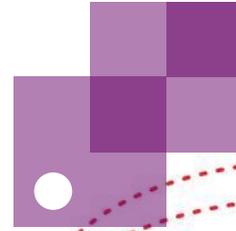
內頁
浮水印



捲動式
BANNER

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	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	4.82
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.90
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.22
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.05
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.84
6	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.82
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.78
8	綜藝新時代鮮一杯南非國寶	FTV	娛樂綜藝	1.43
9	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.38
10	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.29
11	加油美玲保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.18
12	這事有影嘸古酵寶新型態益	FTV	資訊綜藝	1.15
13	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.15
14	醫學大聯盟川晟生技千酵素	FTV	競賽綜藝	1.13
15	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.07
16	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.02
17	繁華映照孤城閉	CTV	其他節目	0.97
18	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.93
19	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	0.84
20	1300多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	0.82

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.84
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.71
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	2.21
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.41
5	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.35
6	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.11
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.09
8	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.99
9	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.97
10	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.95
11	2215天之蕉子	SANLI	閩南語連續劇	0.95
12	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	0.94
13	呷飽末	SANLI	美食、旅遊節目	0.92
14	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.91
15	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.91
16	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.91
17	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.90
18	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.89
19	女力報到愛情公寓台塑石油	TVBSG	國語連續劇	0.89
20	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.86

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	1.72
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.39
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.07
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92
5	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.90
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	0.90
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.84
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
9	加油美玲保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	0.81
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.79

25-34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	2.15
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.91
3	航海王26	TTV	卡通影片	1.71
4	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.65
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.60
6	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.47
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.28
8	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.17
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.10
10	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.02

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	3.43
2	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.02
3	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	2.56
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.52
5	航海王26	TTV	卡通影片	2.24
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.04
7	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.67
8	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.38
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.38
10	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.36

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	8.29
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.67
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.77
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	3.60
5	綜藝新時代鮮一杯南非國寶	FTV	娛樂綜藝	2.17
6	醫學大聯盟川晟生技千酵素	FTV	競賽綜藝	1.93
7	加油美玲保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.82
8	航海王26	TTV	卡通影片	1.81
9	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.81
10	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.78

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冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.69
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.20
3	歡樂智多星決戰海盜福爾血	*SCC	競賽綜藝	0.99
4	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.98
5	1900歡樂智多星福爾血糖機	*SCC	競賽綜藝	0.97
6	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.92
7	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.84
8	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.80
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.72
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.63

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.89
2	2215天之蕉子	SANLI	閩南語連續劇	1.38
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.37
4	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.18
5	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.11
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.02
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.01
8	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.89
9	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	0.89
10	綜藝大熱門台塑石油95	SL2	資訊綜藝	0.84

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.95
2	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.45
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.33
4	女力報到愛情公寓台塑石油	TVBSG	國語連續劇	1.06
5	綜藝大熱門台塑石油95	SL2	資訊綜藝	1.00
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.87
7	全明星運動會台塑石油95	SL2	競賽綜藝	0.84
8	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.82
9	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.81
10	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	0.77

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.35
2	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	3.97
3	天之驕女ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	3.94
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.39
5	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.97
6	小康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.69
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.67
8	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	閩南語連續劇	1.53
9	1230天之驕女ONEBOY冰鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.37
10	2200愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.34

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	0.28	0.45	1.36
TTV/台視	0.67	0.30	0.48	0.51	1.02
FTV/民視	0.39	0.06	0.15	0.21	0.75
CTS/華視	0.19	0.06	0.1	0.23	0.25

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	0.53	0.30	0.22	0.53	0.79
ET-N/東森新聞	0.46	0.20	0.19	0.38	0.75
SETN/三立新聞	0.37	0.09	0.13	0.27	0.67
FTVN/民視新聞	0.36	0.05	0.13	0.21	0.69
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.04	0.06	0.12	0.43
UBN/非凡新聞	0.20	0.04	0.06	0.13	0.38
NTVN/壹新聞	0.17	0.04	0.06	0.16	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.07	0.07	0.09	0.21

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	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	4.82
2	天之驕女ONEBOY冰鋒衣	SANLI	2.84
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.41
4	戲說台灣家後紅麴磷蝦油	SANLI	1.35
5	加油美玲保濟堂酵素王	TTV	1.18
6	2215天之蕉子	SANLI	0.95
7	生生世世FORA福爾額溫槍	SANLI	0.94
8	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	0.93
9	女力報到愛情公寓台塑石油	TVBSG	0.89
10	1300多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	0.82

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.90
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.22
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.71
4	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	2.21
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.05
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.84
7	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	1.82
8	綜藝新時代鮮一杯南非國寶	FTV	1.43
9	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	1.38
10	這事有影嘸古醇寶新型態益	FTV	1.15

新聞類/全體

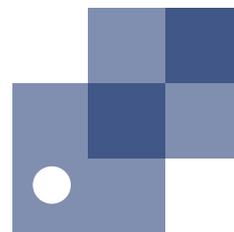
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	1.11
2	台灣啟示錄	ET-N	1.09
3	正午最前線	UBN	0.99
4	最前線報告	UBN	0.95
5	少康戰情室	TVBS	0.91
6	錢線百分百	UBN	0.91
7	最前線新聞	UBN	0.89
8	最前線直擊	UBN	0.86
9	台灣最前線	FTVN	0.81
10	關鍵時刻	ET-N	0.74

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.02
2	呷飽未	SANLI	0.92
3	美食按個讚	UBN	0.59
4	靠巨大黑鮪魚賺大錢	VLJP	0.55
5	型男大主廚	SL2	0.55
6	直中職32年味VS中	VLSPT	0.52
7	直中職32年樂VS中	VLSPT	0.52
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.51
9	非凡大探索	UBN	0.49
10	直中職32年富VS中	VLSPT	0.44

**Dorian
idols**

藝人動態



Dorian

DOL!DU



圖一：三立外景實境節目《綜藝玩很大》日前推出「財神送錢之旅」單元，隊員們看見天王現身，齊喊應援口號。（圖／翻攝自綜藝玩很大）

圖二：中信兄弟啦啦隊隊員崑崙（中）與小安、波波出席灣仔碼頭辣子雞肉水餃宣傳活動。（圖／記者李紹綾攝）



圖1：「岨岨」吳函岨舉行日文版寫真書《一見岨心～ひとめぼれ～》簽書會，吸引上百粉絲朝聖。（圖／記者王文麟攝）

圖2：孫協志、王仁甫、許孟哲主持的中視《飢餓遊戲》宣布加入2位女主持，今（1日）舉辦記者會，由楊繡惠擔任活動主持人，記者會公布之後由蔡黃汝（豆花妹）、岨岨組成新組合。（圖／記者湯興漢攝）

圖3：岨岨入主《RUN新聞》，與KID一同主持《星光雲！RUN新聞》。（圖／記者劉佳鑫攝）

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

電話：02-2509-5557#123

