

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2120
05.10-05.16





本期摘要

媒體放大鏡 台灣蘋果日報宣布5月18日起停刊

國際視野 美國Z世代 使用TikTok已超越Instagram

科技瞭望 AI人工智慧只要聽聲音 就能描繪長相

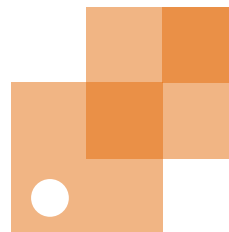
專案介紹 LINE TV-廣告合作專案

收視調查

藝人動態 2021/04~2021/05

Media
news

媒體放大鏡





【[2021/05/14, 數位時代](#)】

本月 14 日，18歲的《台灣蘋果日報》宣布下週二停刊，並發布了一封給讀者的公開信，指出數位洪流超乎想像，尤其是Google、Facebook等數位平台的壟斷，造成媒體廣告資源的大量流失，成了對蘋果日報的沉重打擊。

事實上，蘋果日報的告別，也反映出新聞媒體（不論線上線下）求生的艱辛。2019年蘋果新聞網「封網」，開大型新聞媒體第一槍、推出訂閱制，希望藉由讀者付費來擺脫數位廣告的綁架，然而該計畫維持不到一年，在去（2020）年7月1日宣告終結，又重新開放免費閱讀。

如今紙本蘋果日報將停刊，蘋果也表示未來採訪團隊將會更集中資源在《蘋果新聞網》，對於這樣一個一向敢於嘗試、挑戰的媒體集團，未來能否在數位戰局中殺出血路？

台灣搶先體驗！臉書版 Clubhouse「現場廣播包廂」

Facebook 5月11日於亞太區媒體說明會宣布語音產品藍圖，更點名台灣即日起將展開新功能 Live Audio Rooms 現場廣播包廂測試！初期先邀請主持人、喜劇演員、歌手等名人創作者使用，接下來預計數個月內就會正式向所有使用者開放。

初期小規模測試邀請到包含黃子佼、蔡阿嘎、盧廣仲、Kimberley 陳芳語，以及 Janet 謝怡芬、宥勝與白癡公主等知名藝人與創作者。

現場廣播包廂支援星星打賞，並且可以使用募款工具，讓聽眾可以支持喜愛的創作者，而Facebook 產品副總裁暨團隊負責人Paresh Rajwat 也強調透過現場廣播包廂可以接觸更多聽眾的朋友群，以及在同個房間直播的創作者粉絲群，Facebook 會在粉絲牆上推廣現場廣播包廂，也可以邀請粉絲加入直播互動。

這功能在早期測試階段會專注在收集回饋並改善基礎功能，但是之後現場廣播包廂預計會支援錄音存檔，類似現在的影片直播，結束之後會顯示保留及發表的選項，而這些語音直播紀錄也可以拿來製作 podcast，或進一步將精華剪輯成短音訊 Soundbites，去接觸到更廣大的受眾。【[2021/05/11, INSIDE](#)】

VTuber為直播帶來的優勢

動漫二次元風格虛擬形象的虛擬YouTuber，或簡稱「VTuber」。原先VTuber在動漫文化也只屬於小眾中的小眾，如今獲得的關注程度正持續上漲。Vtuber除了二次元的形象可以彈性塑造、貼近目標觀眾（例如動漫粉絲）的喜好外，對於VTuber觀眾來說，虛擬角色的呈現可以讓直播主避免各種現實醜聞，永遠維持著良好形象，不必擔心哪天自己追的VTuber爆出負面消息，或被挖出過往的不良事蹟。

人們對虛擬角色也往往具有更高的包容性，好比說Hololive旗下VTuber櫻巫女曾在實況《俠盜獵車手5》時，模仿遊戲裡的角色說「黑鬼（nigga）」，這個影片受到觀眾剪輯傳播，但不僅沒有被歐美觀眾甚至黑人族群撻伐，反倒紛紛稱讚發音很可愛，增加不少海外粉絲。可以想像的是，假如真人YouTuber說出「某個N開頭的字」，恐怕不會受到網友如此友善的對待。

YouTube頻道「志祺七七」的台灣YouTuber張志祺也提到，VTuber可以做出更多遊走在真人與二次元之間的事，「像創作自己的主題曲，你看到一個YouTuber這樣做時可能會翻白眼，但是VTuber你可能就會覺得很正常，我們對二次元跟真人的期待是不同的。」【[2021/05/11, 數位時代](#)】

樂天銀瞄準行動支付商機 攜手Pi拍錢包擴大服務



【[2021/05/13, 聯合新聞網](#)】

純網銀樂天國際銀行攜手Pi拍錢包推出行動支付。樂天銀表示，行動支付貼近民眾生活，是很大的切入點，希望擴大金融場景到超商、百貨、交通運輸等，並力拼今年在樂天桃猿棒球場導入行動支付，實現無現金球場。

樂天國際銀行在今年1月19日正式開業，初期祭出存款、放款、定存、轉帳等基本業務，這次則透過行動支付結盟PChome集團旗下的Pi拍錢包，希望進一步擴大金融服務使用場景。

樂天國際銀行總經理佐伯和彥觀察，在超商買東西時使用行動支付結帳的人愈來愈多，認為台灣人普遍已接受無現金支付概念。佐伯和彥表示，在台灣如果要複製日本的成功經驗，需要不斷擴大生態圈、尋找在地夥伴，行動支付貼近民眾生活，是很大的切入點。認為成功的生態圈經營需要有開放的文化，未來也有機會在Pi拍錢包上看到更多樂天國際銀行的服務。

強化零接觸支付 全家禮物卡虛擬化應戰搶市

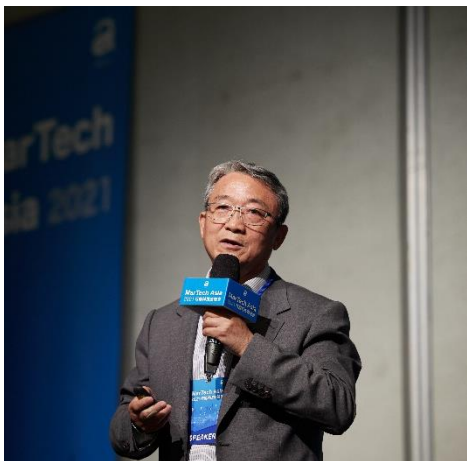
疫情升溫，全家13日起自有支付工具「Fami錢包」再度將功能升級，新增可儲存全家禮物卡功能，除了可多張禮物卡儲存進單一帳戶外，會員錢包可互相轉贈，還可線上支付購買隨買跨店取，以提高禮物卡流通性，是便利商店支付功能首創。

為達到防疫零接觸且擴增使用場景，即日起，只要三步驟：掃描條碼、輸入驗證碼、確認金額，即可將全家禮物卡存入「Fami錢包」中。禮物卡存入錢包中，除了可購買店內商品外，還可在全家APP線上支付購買隨買跨店取商品（禮物卡不可使用購買菸品和代收、代售業務），單一帳戶方便即時查詢餘額，且不怕多張卡遺失或沒帶出門。

另外，全家觀察轉贈功能為會員最常使用錢包的功能之一，禮物卡存入錢包後，大幅提升禮物卡的流通性，除了可自用，也可作為朋友之間借還錢交際運用，或是父母給小孩零用錢等多元用途，增加疫情期間零接觸防疫作為。

全家統計，疫情推升民眾於全家以非現金支付的使用率達2成5，其中自有行動支付工具My FamiPay及Fami錢包，使用人數也逼近200萬大關。【[2021/05/13, 經濟日報](#)】

零售商未來怎麼辦？全聯：OMO虛實整合是必然趨勢



【[2021/04/23, 數位馬克町](#)】

讓全聯在數位趨勢上超前部屬的幕後推手——全聯實業副董事長謝健南於MarTech Asia 2021行銷科技高峰會，分享他對於實體零售商以及OMO虛實整合的看法。「零售企業的價值在於創造人類未來所追求的生活方式。」謝健南說。

實體店面與網路的虛實整合，全聯應用的有下列3種：(1)在線下完成線上交易，消費者在門市時，也可以透過引導在手機APP進行批量購買，再配送到指定地點，或分批取貨。(2)在線下完成線上交易，並轉贈給朋友，讓受贈者到任一門市提領商品。(3)在線上查詢貨物，到線下領貨或購買。購買、取貨或換購贈品時可以先查詢有庫存的門市，並就近領取商品。謝健南認為，數據的應用不應是挖掘很多根本不需要的數據，而是用來掌握會員需求，才能透過數據找出消費者在意的問題，創造更好的購物體驗。

他們把根據統計，媽媽們最常收到、又最討厭的禮物在百貨公司的售價調成天價，當人們預期母親節應該會看到折扣價的時候，看到的是誇張的高價，以及底下的一句話「我們調高了售價，這樣你就不會買了。媽媽一點也不想要這個東西！(We raised the price, so you won' t buy it. Mom doesn' t want it!)」【[2021/04/19, 數位馬克町](#)】



麥當勞貼「亂碼文」5小時不改 千人瘋傳解密！



鉅復荆鋸槍槍讓壹壹整0鉅躲€憂潤開捷樓滄汜紅鏢中嶧鋼海栲
錘擺伏拋∠泣橙0鉅揮動虎撲羅紅絨∪鉅一露鑄海環鍛等紅
鏢0麻姑愁€鏢0iii鍛定荆闊0紅煙坪靖壹豺憐涓將幽鑒c€
0哥敦妹煩憐鑢∪弄耕吁井校€總鑄佑哩墨燭梵得
奴忒嬌鑒i治拋∪0鏢壹鏢鏢動憐校振拋
聞峰鏢鏢0麻悸動0夥他托掠又析鏢劣豹錫富涑涼裨鑒00\$159鏢劣畫流飢
滄y弄娘膀冻嫖梅
鏢龙| 摺€凍銀鋪紵 5/12鏢0珣錐鎢鏢
鏢壞境聞嶺堆環嫁佐鏢劣0 鉅奈鏢總翌嫖瑣€ 癩蕪藥杓浜壹綃鎖0忒得
鏢i峯綃凶布鏢固琨環€漢0莢鏢峴鏢鍵文0鏢冲志閱峰鏢樺
EX鏢€€劣荆鏢鋼荆鏢槍槍讓壹壹整00涑嗎蘭鏢佑協兼借空涑0晚碎併€
灑鏢辦嫖嬌涑涑錘搥鏢鉅復荆鏢槍槍讓壹壹整€€戰歹寡惡原鏢涑焚涑€壹嫖嬌
#校g 嚮鏢動劇閱峰鏢€鏢中嶧涑0涑
#櫓€環鏢€McDonalds€FeelGoodMoment

【2021/05/10, ETtoday新聞雲】

麥當勞的臉書粉專稍早發布一則貼文，明明是要發布新品「辣燻雞肉長堡」，但是內文卻全是亂碼，讓人看了一頭霧水。原以為是麥當勞的小編累了、不小心發錯，結果過了5個小時不但沒刪文，還再留了一則「亂碼留言」。**該文吸引了近7000名網友按讚、2000多人分享，且還湧進3000多則留言。**

文章曝光後，各大粉專的小編都紛紛朝聖，將該篇亂碼翻譯成自己心中想要的**答案**。Mister Donut小編表示，「什麼什麼！吃完辣燻雞肉長堡再來一顆波堤剛剛好！麥編您真懂吃。」國立故宮博物院南部院區小編也回應，「什麼！竟然是來故宮看展完再去吃飽飽的文章呀！」更令人吃驚的是，就連行政院院長蘇貞昌也來湊一腳，表示「是的，麥當勞說的沒有錯。『出入各種公共場所，都必須落實個人防疫措施，戴口罩、勤洗手，用完點餐機請記得消毒！』」

「人與人的連結」讓一本書爆紅

陳時中以「人與人的連結」巧妙表達蘆洲個案與萬華茶室女個案的互動，這6字也成為本日金句。博客來的小編今天在臉書po出《與人連結》一書的購買連結，簡單寫下：「我就不多作解釋了」。

網友看到貼文後，紛紛笑翻留言：「前獅子會長力薦」「人與人的連結好重要的」「果然書中自有顏如玉」「成功人士與人的連結，好符合」，網友也稱讚小編跟上時事的功力「小編一百分！」「小編懂玩」「小編真的很會，要TAG會長嗎」，還有人搞笑問「有賣阿公店遊藝場玩樂指南嗎？」「是寫阿公店歷史嗎？」【[2021/05/13, 鏡週刊](#)】



停電之亂推蠟燭！IKEA發文「至少會亮」4.5萬人朝聖

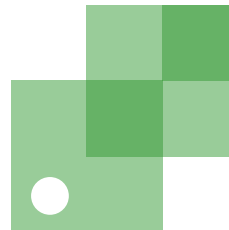


513大停電造成全台陷入黑暗5小時，各地輪流停電，直到晚間8時才恢復供電。對此，知名家具賣場IKEA就在臉書順勢推出蠟燭廣告，還在內文中表示「蠟燭雖小，至少會亮」暗酸台電，另類的行銷手法瞬間笑翻不少網友。

高雄興達電廠因電網故障造成跳機事故，導致13日下午3時起全國分區無預警停電，台電至晚間8時才宣布已恢復正常供電，電網之亂歷時5小時之久。面對停電，IKEA也在同一天發布蠟燭廣告，並在文中幽默表示，「蠟燭雖小，至少會亮；台電無法給你的，IKEA 給你。」

文章曝光後，短短7小時已經吸引將近4萬5000人按讚，不少政治名人也前來朝聖，像是蔡易餘、郭信良、莊瑞雄、林奕華、林宜瑾、趙天麟、簡煥宗、江永昌、謝衣鳳、黃捷、黃敏惠等都紛紛留言，讓底下的留言區充滿了「藍勾勾」。另外，國民黨粉專也留言「想念敦北店...從黨部走路就能到」。【[2021/05/14, ETtoday新聞雲](#)】

國際視野



美國Z世代 使用TikTok已超越Instagram

國際視野

自2019年到2020年大量的社群用戶成長後，TikTok在年輕用戶方面達到一個關鍵的里程碑。至今年年底，影音應用程式在美國的Z世代用戶數量將超過Instagram。根據eMarketer最新的社群用戶預測，到2023年，TikTok的用戶數將超越Snapchat。

今年美國TikTok將擁有3,730萬Z世代用戶（出生於1997年至2012年間），他們每月至少使用一次該帳戶。而Instagram在Z世代中擁有3,330萬用戶。

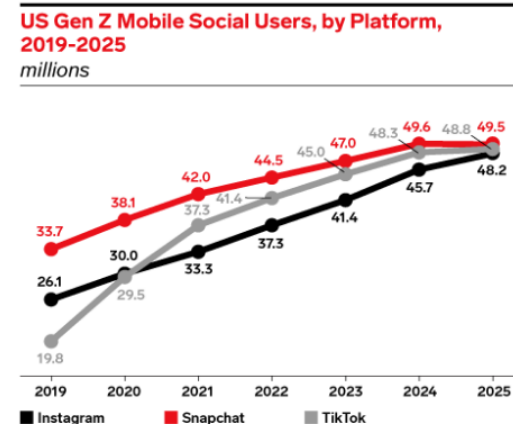
eMarketer分析師Debra Aho Williamson表示：「Instagram的用戶群正逐漸往年紀較長者邁進。今年成長最快的年齡層為35至44歲，成長了7.2%；而12至17歲的青少年僅0.7%；18至24歲的年輕成年人為2.0%，成長速度相較之前減緩很多。不過，今年Z世代在Instagram的用戶中佔十分之三（28.0%），因此廣告商仍然可以在平台上找到他們。」

同時，Snapchat在美國Z世代中，為社群網路的領先者，今年Snapchat用戶有4,200萬人。儘管預測它在2025年前都能保持領先，但TikTok將大幅縮小這個差距。

Williamson表示：「Z世代對於TikTok，有著令人難以置信的參與度和忠誠度。Z世代成員不僅將它用在娛樂上，更用於了解和討論像是氣候變遷、政治和新聞之類的重大問題，其他社群平台雖然也提供這些內容，但是TikTok獨特的影音風格和美學吸引了年輕人。」

由於美國禁用TikTok的威脅已經消失，eMarketer提高了對TikTok用戶數的預測，今年將成長18.3%，達到7,870萬。到了2023年有望超越Snapchat。屆時，TikTok的用戶將達到8,970萬，而Snapchat的用戶為8,950萬。

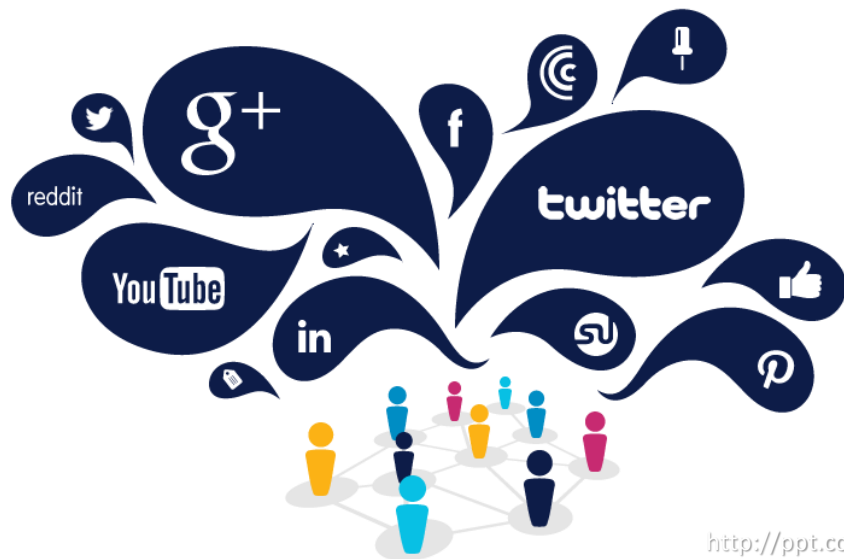
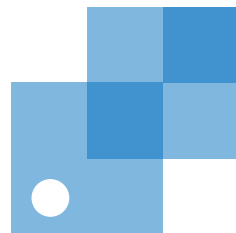
Instagram的用戶數仍遠遠超過TikTok和Snapchat。Facebook擁有的平台今年用戶數將達1.189億，比2020年成長3.7%。隨著Instagram Reels的推出，eMarketer也提高了對Instagram的預測。



2019-2025年美國Z世代社群平台用戶

New
Idea

科技瞭望



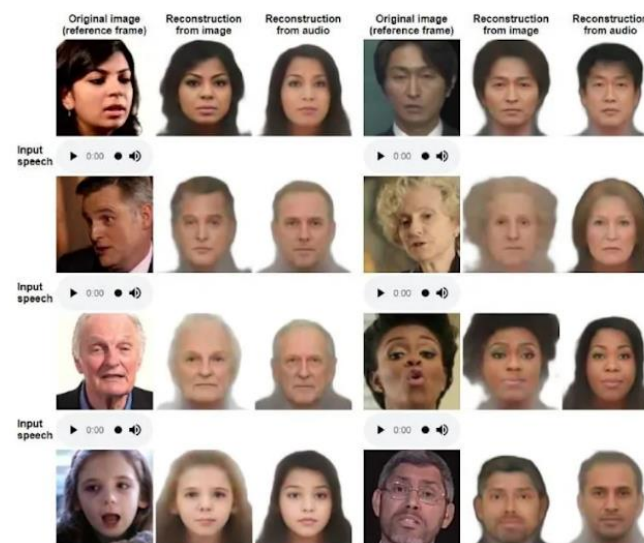
你相信嗎？AI人工智慧最近已經進化到，只要花6秒的時間，聽到你的聲音除可以分辨出你的性別、年紀與種族外，甚至可以描繪出你的長相。

這款由麻省理工學院(MIT)所打造出來的AI，研究人員用一個由數百萬個影片剪輯而成的數據集，對一個名為Speech2Face的神經網路模型進行自我訓練，而這款網路的運作大概分成兩部分，一個是語音編碼器，主要負責對輸入的語音來進行分析，並預測出相關的臉部特徵；另一個則是臉部解碼器，主要對輸入的臉部特徵來進行整合並產生圖像。從最終結果來看，僅用了6秒，就能靠著聲音來還原人臉，效果上是令人滿意的。

該研究團隊表示，他們的目的並非為了準確還原說話者的模樣，Speech2Face模型主要是為了研究語音與相貌之間的關聯性。目前Speech2Face已經可以識別出性別，而對於白種人與亞洲人也能輕易分辨，在年紀部分從30、40、70歲的年齡段聲音命中率會比較高一點。

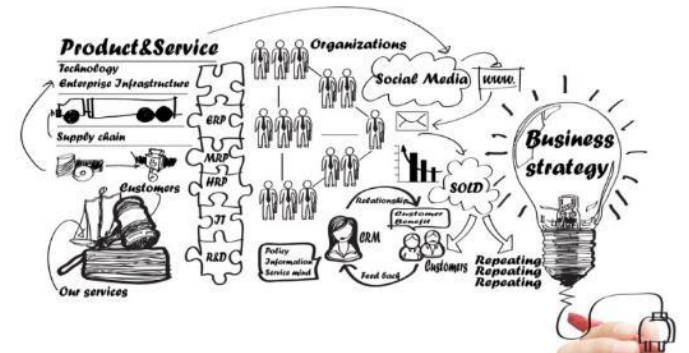
除了基礎的性別、年紀與種族外，Speech2Face還可以猜中一些臉部特徵，像是鼻子結構、嘴唇厚度與形狀、咬合等情況，也可以猜出大概的臉部骨架，基本上聲音輸入的時間越長，這款AI的準確率就越高；不過研究人員也坦言，AI的聽覺也會有錯，這款AI會將尚未經歷變聲期的小男生當作女性、對說話者的口音也會有判斷錯誤的時候、甚至搞錯年齡等。研究人員表示，Speech2Face之所以會有侷限性，部分原因是因為數據集中的說話者，本身種族多樣性不夠豐富，所以讓它在辨認不同種族人士聲音這樣的能力上是比較弱的。

不過也有人認為這項技術背後所隱藏的隱私與歧視等問題，令人擔憂；他們認為雖然這是純粹的學術調查，但臉部信息的潛在敏感性，是有必要進一步討論當中的道德因素，應該要對此進行嚴謹的技術測試，並確保實際數據可以代表預期中的用戶群。



Project

專案介紹



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



使用者輪廓



主要用戶為18-44



含金量高



行動力高



黏著率高

LINE TV

數據來源：為2020年11月 LINE TV內部統計數據

用LINE宣傳平台戲劇 讓我們更容易被看見



LINE TV

冠名專案

戲劇冠名 品牌高度融合

- LOGO 可導外站 追蹤成效
- LOGO 可隨時更換 搭配行銷週期
- 跨螢裝置播放 主動出擊
- 搭配品牌行銷宣傳活動高度融合

LINE TV

品牌合作露出



片尾LOGO Rolling露出

行銷活動



宣傳記者會LOGO露出

社群行銷

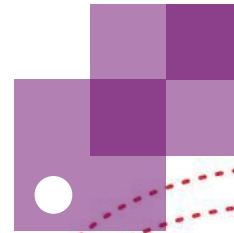


戲劇粉絲團社群行銷
ex:貼文露出、贈獎活動、指定hashtag、社群媒體操作

LINE TV

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	多情城市鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	5.02
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.29
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.46
4	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	2.33
5	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	2.18
6	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.77
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.68
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.66
9	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.30
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.23
11	這事有影嘸娘家益生菌強效	FTV	資訊綜藝	1.20
12	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.12
13	這事有影嘸	FTV	資訊綜藝	1.10
14	繁華映照孤城閉	CTV	其他節目	1.01
15	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.00
16	加油美玲保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	0.99
17	醫學大聯盟鮮一杯南非國寶	FTV	競賽綜藝	0.97
18	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.95
19	幸福保衛戰愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	0.95
20	黃金年代	CTS	歌唱音樂	0.94

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.67
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.48
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.74
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.50
5	新台灣加油直擊市民自主封	SETN	新聞性質節目	1.28
6	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.18
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.16
8	正午最前線	UBN	財經資訊分析	1.12
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.10
10	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	0.99
11	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.98
12	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.97
13	草地狀元會動的文藝復興	SANLI	知識資訊節目	0.97
14	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.96
15	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.95
16	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.93
17	新台灣加油513全台大停電	SETN	新聞性質節目	0.90
18	笑吧東海	GTV-D	韓劇	0.88
19	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	0.85
20	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.85



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	2.15
2	多情城市鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	1.77
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.40
4	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.39
5	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.19
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.16
7	航海王26	TTV	卡通影片	0.88
8	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.84
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.83
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.83

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	2.77
2	多情城市鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	2.24
3	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.89
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.84
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.80
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.58
7	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.18
8	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.09
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.02
10	這事有影嘸娘家益生菌強效	FTV	資訊綜藝	1.00

35-49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	3.17
2	多情城市鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	3.16
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.58
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.23
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.17
6	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.95
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.72
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.66
9	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.42
10	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.19

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	8.69
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.82
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.36
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	3.78
5	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	2.08
6	這事有影嘸娘家益生菌強效	FTV	資訊綜藝	1.95
7	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	競賽綜藝	1.87
8	航海王26	TTV	卡通影片	1.86
9	1300多情城市鮮一杯南非國	FTV	閩南語連續劇	1.74
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.72





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	天之驕女萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.73
2	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.89
3	1900歡樂智多星福爾血糖機	*SCC	競賽綜藝	0.86
4	寶島神很大會動的文藝復興	SANLI	知識資訊節目	0.74
5	白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	0.70
6	火神的眼淚新普利夜酵素	ET-D	國語連續劇	0.67
7	草地狀元會動的文藝復興	SANLI	知識資訊節目	0.59
8	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.58
9	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	0.56
10	1900女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	0.53

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.58
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.44
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.39
4	草地狀元會動的文藝復興	SANLI	知識資訊節目	1.23
5	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.15
6	綜藝大熱門蘿琳亞塑身衣	SL2	資訊綜藝	1.14
7	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	1.05
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.03
9	寶島神很大會動的文藝復興	SANLI	知識資訊節目	0.96
10	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.82

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.82
2	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.59
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.17
4	新台灣加油直擊市民自主封	SETN	新聞性質節目	1.11
5	火神的眼淚	TVBSG	國語連續劇	1.03
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.02
7	全明星運動會台塑潤滑油	SL2	競賽綜藝	1.00
8	女力報到愛情公寓	TVBSG	國語連續劇	0.95
9	火神的眼淚新普利夜酵素	ET-D	國語連續劇	0.94
10	魔鬼對決	ET-M	外片	0.90

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.62
2	天之驕女萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	3.70
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	3.09
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.17
5	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.12
6	新台灣加油直擊市民自主封	SETN	新聞性質節目	2.04
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.80
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.73
9	生生世家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.51
10	1230天之驕女萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.41





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	0.37	0.43	0.49	1.37
TTV/台視	0.78	0.38	0.53	0.62	1.14
FTV/民視	0.38	0.12	0.13	0.18	0.74
CTS/華視	0.25	0.15	0.12	0.27	0.30

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	0.88	0.46	0.43	0.93	1.24
ET-N/東森新聞	0.73	0.29	0.35	0.68	1.11
SETN/三立新聞	0.57	0.17	0.24	0.48	0.97
FTVN/民視新聞	0.46	0.10	0.16	0.33	0.83
ERA-N/年代新聞台	0.35	0.11	0.13	0.25	0.62
NTVN/壹新聞	0.28	0.10	0.15	0.29	0.42
UBN/非凡新聞	0.22	0.03	0.06	0.17	0.40
EFNC/東森財經新聞台	0.17	0.06	0.06	0.15	0.29

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	多情城市鮮一杯南非國寶茶	FTV	5.02
2	天之驕女萬士益冷氣	SANLI	2.67
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.50
4	戲說台灣	SANLI	1.10
5	女力報到愛情公寓	TVBSG	0.99
6	加油美玲保濟堂酵素王	TTV	0.99
7	戀愛是科學大誠保險經紀人	TTV	0.95
8	笑吧東海	GTV-D	0.88
9	1300多情城市鮮一杯南非國	FTV	0.85
10	生生世家後紅麴磷蝦油	SANLI	0.84

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.29
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.46
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.48
4	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	2.33
5	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	2.18
6	飢餓遊戲斯斯枇杷潤喉糖	CTV	1.77
7	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	1.74
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.66
9	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.30
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.23

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油直擊市民自主封	SETN	1.28
2	非凡最前線	UBN	1.18
3	少康戰情室	TVBS	1.16
4	正午最前線	UBN	1.12
5	最前線報告	UBN	0.98
6	最前線直擊	UBN	0.97
7	最前線新聞	UBN	0.96
8	台灣最前線	FTVN	0.95
9	新台灣加油513全台大停電	SETN	0.90
10	驚爆新聞線	SETN	0.85

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	0.91
2	呷飽未會動的文藝復興	SANLI	0.83
3	型男大主廚愛樂魅膠原	SL2	0.56
4	非凡大探索	UBN	0.43
5	詹姆士出走料理黑貓探險隊	GTV-1	0.40
6	美食按個讚	UBN	0.39
7	1300非凡大探索	UBN	0.35
8	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.34
9	就是這味ONEBOY冰鋒衣	SL2	0.33
10	食尚玩家瘋狂總部享食尚甘	TVBSG	0.32

**Dorian
idols**

藝人動態

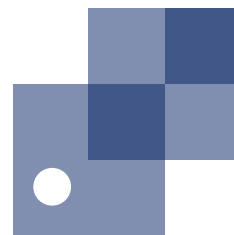




圖1：崙崙和思偉達「Jcard 這咖 Star」合作發行NFT限量商品是啦啦隊第一人。（圖／思偉達提供）

圖2：短今為即將推出的寫真書《今日旅行中：短今Sammie寫真書》宣傳。（圖／翻攝自短今IG）

圖3：崙崙（吳函崙）擔任「MEGANE ICHIBA眼鏡市場」一日店長。（圖／記者胡舜翔攝）

圖4：Leo王（左）與崙崙（右）一同出席adidas Originals品牌聯名活動。（圖／記者邱榮吉攝影）



圖1：中視《飢餓遊戲》主持陣容加入新血播出收視開出亮眼成績，峇峇因媽媽獻祝福而淚灑錄影現場。（圖 / 中視提供）

圖2：納豆和峇峇主持的17LIVE 2021全新歌唱選秀圓夢計畫《夢想Sing樂園》。（圖 / 17Live提供）

圖3：女星峇峇日前受邀錄製廚師Fred《佛瑞德遊記》，一起體驗棒球趣味競賽。（圖 / ETtoday）



1.



2.



3.

圖1：婁峻碩（右起）、邱宇辰、崕崕、小禎、陳零九在《Carry吧 玩家們》共同對抗電視魔的考驗。（圖／衛視中文台提供）

圖2：關韶文與焦凡凡上KID與崕崕主持的《星光雲！RUN新聞》，宣傳新歌《一加一大於二》。（圖／ETtoday）

圖3：《HiStory4-近距離愛上你》的演員群們來到《星光雲！RUN新聞》，KID及崕崕將和四位主演涂善存、陳立安、安俊朋、林嘉威一起來場「近距離」的接觸。（圖／記者劉佳鑫攝）



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

