

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2124
06.07-06.13





本期摘要

媒體放大鏡 居家防疫生活 六月首週消費行為調查

國際視野 消費者開始仰賴行動裝置及應用程式

科技瞭望 阿里巴巴 搶攻無人物流卡車

專案介紹 PopDaily-品牌合作專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



居家防疫生活 六月首週消費行為調查

關鍵議題研究中心 (TNL Research, TNLR) 透過數據分析所整理出的報告，洞察在台灣三級警戒下的第二週，疫情對民眾消費行為影響，(6/3-6) 比起 (5/27-30) 數據相比，可以發現在行動裝置的使用時間大幅提升，創防疫升級後新高，估計與雨天更無法出門有關。

再來，最熱門的應用服務蝦皮使用時間在上週的衰退後本週大爆發，應是民眾在家開始做年中、端午採購而產生的結果。而受到疫情與雨天天氣的綜效影響，Foodpanda 以及 Uber Eats 兩個應用服務的使用時間都大幅成長。

	6/3-6/6 Top 10 Apps	較前一週 使用時間成長率	5/27-5/30 名次
1	LINE	12%	1
2	蝦皮購物	200%	6
3	YouTube	10%	2
4	Google Chrome	-3%	3
5	Facebook	-7%	4
6	LINE TV	18%	5
7	Instagram	11%	7
8	Yahoo奇摩	-3%	8
9	飛比價格	244%	27
10	靈境殺戮	1%	9

而熱門的網站部分，線上小說的網站持續發燒。可以特別注意到美麗佳人在本次排行躍升至第三名，根據 TNLR 推估，可能跟他們最近成功推的心理測驗遊戲有關。另外，在防疫升級後「成人網站」使用時間第一次爬到第十名了！

【[2021/06/14, INSIDE](#)】

防疫在家網購習慣改變 「中午時段買爆」

防疫少出門，不少人改以網購打理生活大小事，遠傳friDay購物發現，近期網購訂單不只成長暴增，熱門購物時段更從以往的夜間時段，轉移至中午12點至2點，又以即食覆熱美食、新鮮水果箱等品項為主；顯示防疫在家，網購消費時間也因此改變。

此外，隨居家防疫時間延長，國人大幅減少外出，以往習慣在外美容美甲、SPA、剪髮造型，轉為網購各項居家DIY商品，比如肌膚和美髮保養品5月中以來成長近50%；能在家自理髮型的剪髮器、染髮霜，以及居家紓壓用品與按摩小家電的銷量，均有超過30%的成長。由此可知，宅居期間，居家打理自己與轉換心情的各類神器，在這個時候特別受到歡迎。

【[2021/06/10, 自由時報](#)】



近期Facebook或Instagram是不是被一陣「卡通換臉風」洗版了呢？許多人都PO出自己「迪士尼化」的照片，引起討論，這是用近期一款爆紅的App「Voila AI Artist」所製作，用AI計算，將臉部整個換成可愛的卡通風，不只是迪士尼風，還有油畫風、2D動畫風可以玩。【[2021/06/11, 數位時代](#)】

Voila分為以下幾種不同的風格：

- 3D Cartoon：3D動畫風格，有分寶寶風、皇室風以及卡通風（迪士尼風格）
- Renaissance：文藝復興風格，即油畫的風格，有分15、18、20世紀風格
- 2D Cartoon：比起3D動畫風再稍微平面一些
- Caricature：手繪漫畫風，也是有三種風格

疫情宅在家好無聊？8 款多人連線、運動 App 推薦

隨著台灣新冠肺炎疫情第三級警戒邁入第四周，愈來愈多人開始厭倦在家的生活，情緒上感到孤單；生理上可能缺乏精神，對於無法出門運動、走走感到焦慮。在這精選 8 款 App，讓你在家仍能與親朋好友遠端群聚，找回出門在外的感覺。

語音互動社交 App「WePlay 線上桌遊吧」有狼人殺、誰是臥底、你畫我猜等時下流行的桌遊遊戲。受限於防疫非常時期，無法與好友相約 KTV，能在家透過「**全民 Party**」App 線上 K 歌。除了「**誰是臥底**」遊戲外，**toki 你畫我猜**主打與好友、陌生人大開腦洞、發揮創意。蔚為風潮的桌遊「**狼人殺**」線上版！App 以暗黑歌德風視覺風格設計，主打多人在線、語音鬥智。

有「手機版免費健身環」之稱的「**Active Arcade**」是一款以「**AR 虛擬運動**」為主題的健身 App，目前已經位居 App Store 健康與健身類榜單冠軍。**Placise**與 **Active Arcade** 類似，都屬於將設備擺在玩家面前，即可開始遊玩的 AR 健身遊戲。**SWIPE** 主打「**線上舞蹈教室**」，內數十種舞蹈風格任人挑選，不僅有真人老師從基礎律動、分解動作詳細解說，且多角度鏡頭、速度調整模式、疊影功能。**Nike+ Training Club** 著重於肌肉、線條的訓練，有入門、中級、進階等三種強度，每個訓練約 10～30 分鐘，讓處於不同階段的使用者都能入門健身。【[2021/06/10, Bella](#)】

除了每個月幾百元的訂閱費用，串流平台還能怎麼創造營收？Netflix宣佈本週將在美國推出自己的線上商城Netflix Shop，銷售《怪奇物語》等各個熱門影劇的周邊產品，跨出了在電商領域的第一步。

Netflix Shop銷售的商品從連帽T恤、項鍊、時鐘到童玩等類型相當廣泛，與多位設計師、服裝公司都有合作，且許多皆為限量商品，預計本週在美國上線後，未來幾個月將會逐步在世界各國推出。

推出自己的線上商城，對Netflix來說是個相當合理開闢營收的管道。儘管Netflix握有《獵魔人》、《王冠》、《怪奇物語》等許多熱門影劇作品的版權，創造營收的管道卻只有從用戶手中收取的訂閱費用，沒有完全發揮這些重量級IP的潛力。

Netflix為了開闢新營收管道正積極嘗試各種機會，先前還有報導披露，這間串流平台正考慮投入遊戲製作，用類似Apple Arcade的方式提供玩家服務，但並不受到外界看好。先前Netflix也曾授權外部廠商製作《怪奇物語》、《魔水晶》等IP的手機遊戲。【[2021/06/11, 數位時代](#)】

HBO Max串流影音 將在今年進入台灣在內亞洲市場

在日前宣布過去曾帶領推廣Disney+東南亞業務發展的Amit Malhotra成為負責HBO Max東南亞及印度地區總經理消息中，華納媒體也確認今年底之前，將使HBO Max服務推廣至全球61個市場，其中更包含台灣、香港、印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國、越南及新加坡在內亞洲地區。

實際上，台灣等地區目前已經有HBO Go服務進駐，但從去年華納媒體宣布將使HBO Max以更獨立形式運作，同時也宣布日後僅保留原本以HBO Now為名的HBO，以及HBO Max兩項服務，並且確定將逐漸關閉HBO Go服務。

因此目前看起來，**接下來已經在台灣等地區推行的HBO Go服務，未來將會以HBO Max取代，將讓使用者能有更多內容可供觀看，同時也能享有4K HDR畫質體驗。**

不過，目前仍無法確認HBO Mac屆時引進台灣市場時，是否也會區分無廣告及附帶廣告版本，或是僅以單一模式提供訂閱使用。【[2021/06/12, 聯合報](#)】

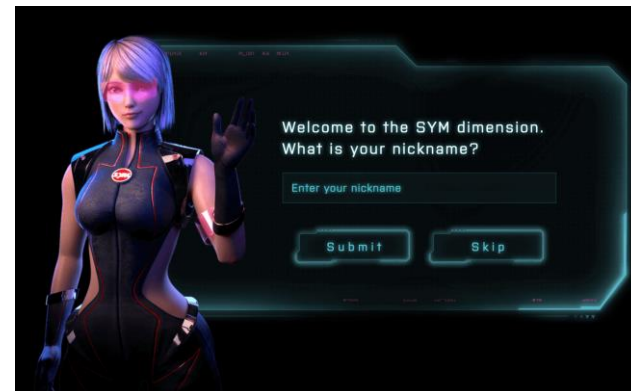
AR、VR還不夠！XR沉浸式體驗更吸引消費者

媒體放大鏡

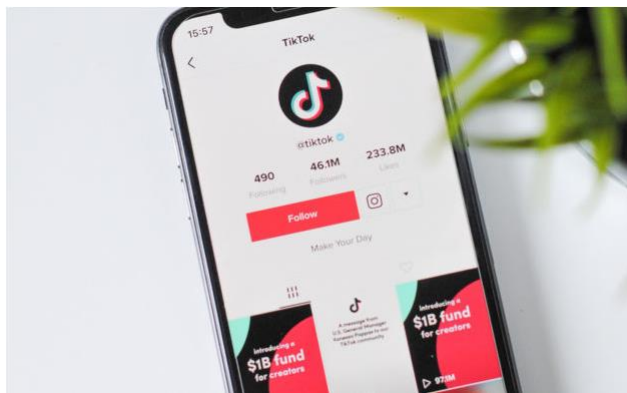
根據Verizon Media台灣沉浸式體驗研究報告顯示，台灣消費者對於沉浸式體驗有高度興趣，目前的使用者加上有興趣的使用者就有82%，高於所有參與調查的國家。

這些消費者同時也期望沉浸式體驗能夠幫助他們做購物決定，例如透過AR實境測試傢俱擺設、試穿衣物/鞋子，又或是線上購物時能夠透過手機掃描，看到產品的立體圖片與投射出產品的真實樣子。

例如紐約的大都會博物館就透過虛擬實境，讓因為疫情無法進入館內參觀的民眾可以透過手機來參觀館內珍藏。三陽機車(SYM)也透過3D實境技術與虛擬人物舉辦線上車展，用XR沉浸式體驗抓住消費者。【[2021/05/12, 數位馬克町](#)】



TikTok 將收集用戶臉部及聲紋數據 用於投放廣告

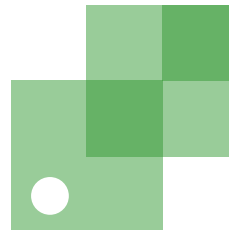


TikTok 更新版美國區隱私條款特別註明，可能會在用戶使用過程收集圖像和聲音內容，包括容貌和聲紋數據，未來用作特別影片效果、內容審查、所屬人口群組分量及內容及廣告推薦等。

類似資料收集不少平台都有，不過特別指明容貌特徵和聲紋這些生物認證數據，則比較罕見。TikTok 被問及收集的數據會如何處理時，沒有進一步解釋。以前 TikTok 在美國被集體提告沒有遵守隱私保護法，最後 TikTok 賠款 9,200 萬美元了事。這次修改隱私政策可能有關。【[2021/06/07, 科技新報](#)】

Media
trend

國際視野





疫情大流行導致行動趨勢逐年加速轉變，即使大流行消退，這些變化也應該會持續下去。許多人開始被迫使用App應用程式來叫外送、使用金融服務、健身和購物，他們甚至已經習慣了這些新的行為模式。即便在大流行期間受到影響的App，像是旅遊或交友App，也有了新的轉變。人們已經適應了新型態的行動購物和活動，而他們在未來會更願意嘗試透過行動裝置來進行其他活動。

平板電腦的使用也因大流行而重新受到關注，但行動裝置未來仍以智慧型手機為主，尤其像是可擴展格式的折疊式手機將更廣泛的被接受。平板電腦主要用於影音、購物、企業和學校教育，雖然重要但用途相對有限。

Insider Intelligence 的 eMarketer 主要分析師 Yory Wurmser 表示：「有人會丟掉手機，以此來擺脫被鎖住的生活嗎？也許會有吧！但所有跡象都顯示，任何反彈的結果都不會對整個行動裝置所花費的時間產生重大影響。」

整體而言，行動用戶顯然更喜歡App體驗。App使用量繼續穩定成長，占行動裝置使用時間的絕大部分。

也就是說，瀏覽器和App之間的區隔多年來一直很模糊。許多瀏覽器發生在App內的 webview 視窗中。例如，如果點擊 Facebook App中的一篇文章，可能會在瀏覽器中看到該文章，而不是 Facebook 的原生即閱文章格式。即使在 webview 之外，行動瀏覽器對於某些活動仍然很重要，例如購物。

還有跡象顯示，Web app就可以體驗原生app同樣的功能，且因不用下載原生app而具吸引力。一方面，它們具有在所有行動裝置執行上的優勢。此外，它們避免了應用商店的佣金，隨著開發人員對 Apple App Store 或 Google Play Store 關稅的容忍度降低，Web App也許更具吸引力。

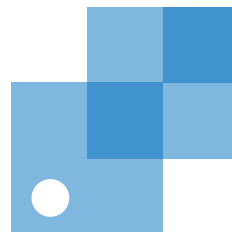
然而，Web App成功的關鍵在於可提供類似原生App的體驗。但對於許多App而言，某些功能僅在原生App才能體驗。事實上，eMarketer預計原生App在整個行動裝置使用時間的占比將會持續增加。

※備註：能夠直接在網路上執行的軟體被稱為「網路應用程式」(Web application)。例如：你能夠在 Facebook 或 Twitter 等社群平台和人們進行各式各樣的互動。你能夠在 Amazon 或博客來的網站上查詢所有的書籍，並立刻購買。

<https://www.emarketer.com/content/consumers-have-acclimated-using-mobile-devices-shopping-food-delivery>

New
Idea

科技瞭望





當前無人駕駛、智慧運輸的題材概念火熱，大陸電商龍頭阿里巴巴透過旗下的科研機構：阿里達摩院，投入科技新領域不落人後。阿里巴巴CTO兼菜鳥CTO程立10日透露，阿里正在研發無人卡車，未來一年，菜鳥將投入1,000輛物流無人車「小蠻驢」進入校園和社區。

新浪財經報導，程立10日在杭州舉行的「2021全球智慧物流峰會」上表示，阿里巴巴正在研發無人卡車，目前阿里達摩院和菜鳥已啟動了公開道路無人物流卡車的定義與研究。

他說：「無人駕駛技術正在成為數位時代的一項核心技術，我們相信未來的無人物流配送也能實現產品化、實用化，成為數位物流的重要生產工具。」程立還宣布，未來一年，菜鳥將投入1,000輛物流無人車「小蠻驢」進入大陸校園和社區，未來阿里將在自動駕駛領域持續投入，並提升客戶體驗。

目前「小蠻驢」已在大陸15所大專院校營運，單台每天最多可以配送500個包裹，目前還有20多所大陸院校陸續向「小蠻驢」發出進駐邀請。

阿里巴巴可說是大陸網科巨頭中，對「黑科技」研發應用最積極的業者之一。2020年9月，阿里巴巴旗下的阿里雲在第12屆雲棲大會上發表一連串創新產品，包括用於實現送遞的自動物流車「小蠻驢」。

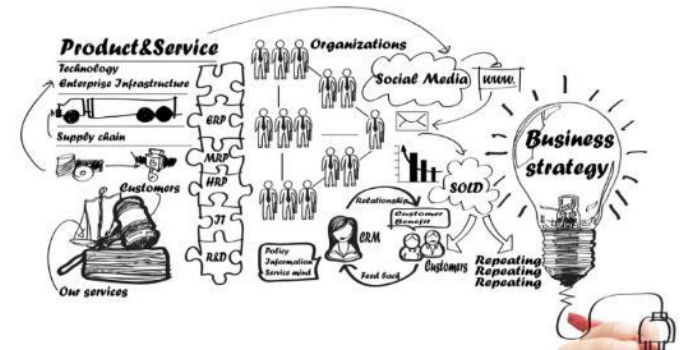
「小蠻驢」由阿里巴巴達摩院開發，集合了該院最先進的人工智慧（AI）和自動駕駛技術，實物高度較成年人稍矮一點，充電一次便可覆蓋約100公里運送範圍。

透過強化學習技術，即便在擁擠的環境中，「小蠻驢」仍可自行規劃路線，保證送遞效率。同時透過其高清定位技術，即使在微弱甚至沒有全球定位系統訊號的情況下，「小蠻驢」也可正常運行。

阿里雲智能總裁張建鋒表示，新零售和服務業的迅速發展，將帶動快遞需求激增。阿里巴巴推出的最新移動送遞無人車，未來還可將技術應用在其他類型的機器人上，將支援阿里巴巴物流平台菜鳥在大陸的社區、校園和辦公園區提供服務。譬如機場的服務機器人，或是觀光景點的旅遊指南機器人等。

Project

專案介紹



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



PopDaily 配合方式

影音

Video

話題劇情類

- A.劇場
- B.短影片

商品情境類

- C.網紅帶逛/網紅開箱
- D.波波街地趣
- E.編輯小影
- F.Youtuber

廣編

Advertorial

A.商品情境文

- B.網紅情境文
- C.網紅口碑式整理報導

客製化活動

Event

線上類

- A.Event sites
 - a.Instagram
 - b.收名單
 - c.投票活動
 - d.心理測驗
- B.內嵌填寫頁
- C.互動式抽獎貼文
 - a.抽獎貼文
 - b.聊天機器人chatbot貼文
- D.創作者專案
 - a.創作者口碑式整理報導
 - b.純創作者口碑

線下實體活動類

- A.快閃店
- B.閃拍

廣告版位

Position

- A.PC版位
- B.MB版位

APP

APP

- A.話題活動
- B.驚喜盒

PopDaily A・劇場 | 執行範例



<https://www.facebook.com/PopDailyTW/videos/1181518595321534/>

品牌: LG

主軸: 12星座媽媽-做家事的習慣

影片呈現: 以不同星座在生活中強迫症發作的情境, 全劇幽默輕鬆的方式呈現。劇情中將產品要點分段式在不同情境中作簡介。



PopDaily C・網紅帶逛/網紅開箱 | 執行範例



品牌: 誠品南西店

主軸: 誠品生活南西開幕啦! 先跟著我們逛一圈~

影片呈現: 網紅親自帶你逛景點。影片以輕鬆可愛的調性呈現, 並搭配字幕介紹相關資訊, 完整呈現商品優點。

<https://www.facebook.com/PopDailyTW/videos/vl.1611469905780904/534626916981897/>



品牌: 點點品

主軸: Daily穿搭公式都在這了, 還不快筆記一起美起來!

影片呈現: 以飾品穿搭懶人包切入, 透過網紅穿搭及字幕介紹帶出商品, 配合產品性質影片以質感優雅的調性呈現。

<https://www.facebook.com/PopDailyTW/videos/vl.1611469905780904/1247778625362197/>

PopDaily A・PC版位 | 廣告報價

廣告定價 | Price

CPM:依實際版位報價

刊例 970x250

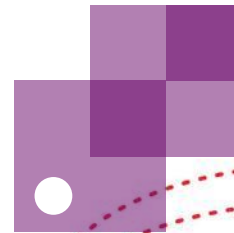


切頁廣告 970x250



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	多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	5.84
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.55
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.26
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	2.67
5	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	2.58
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.00
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.59
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.52
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.35
10	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	1.31
11	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.24
12	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.21
13	這事有影嘸	FTV	資訊綜藝	1.16
14	醫學大聯盟立康生醫益菌多	FTV	競賽綜藝	1.14
15	這事有影嘸娘家好扶敏	FTV	資訊綜藝	1.10
16	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.07
17	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.06
18	加油美玲成功健身瑜珈系列	TTV	閩南語連續劇	1.04
19	加油美玲成功可調式護膝	TTV	閩南語連續劇	1.03
20	黃金年代精華之夜	CTS	歌唱音樂	0.96

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	3.07
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.56
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	2.46
4	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.66
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.65
6	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	1.42
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.29
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.24
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.23
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.22
11	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.22
12	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.14
13	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	國語連續劇	1.14
14	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.13
15	新台灣加油好心肝診所犯眾	SETN	新聞性質節目	1.12
16	新聞大白話特報	TVBS	新聞性質節目	1.10
17	最前線報告	UBN	財經資訊分析	1.07
18	新台灣加油驚見毀國產疫苗	SETN	新聞性質節目	1.07
19	新台灣加油高端疫苗解盲成	SETN	新聞性質節目	1.07
20	新台灣加油誰讓疫苗成魔戒	SETN	新聞性質節目	1.06



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	多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.85
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.79
3	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	1.39
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.20
5	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.16
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.14
7	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.04
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.02
9	加油美玲成功健身瑜珈系列	TTV	閩南語連續劇	0.98
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.98

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.88
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.51
3	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	2.29
4	航海王26	TTV	卡通影片	2.25
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.88
6	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.64
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.61
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.49
9	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	1.05
10	這事有影嘸娘家好苾敏	FTV	資訊綜藝	1.02

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	4.26
2	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	3.27
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.24
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.84
5	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	2.04
6	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.76
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.71
8	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	1.48
9	航海王26	TTV	卡通影片	1.45
10	這事有影嘸娘家好苾敏	FTV	資訊綜藝	1.30

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	9.28
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.75
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.85
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	4.41
5	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	2.40
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.94
7	1300多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.82
8	冰冰Show家後紅麴磷蝦油	CTV	娛樂綜藝	1.74
9	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.68
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.66





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	2.20
2	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.78
3	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	1.15
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.12
5	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	國語連續劇	1.03
6	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.02
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.92
8	1300烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.92
9	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.82
10	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.80

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	3.34
2	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	2.60
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.54
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.35
5	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	1.20
6	呷飽未十全味醃	SANLI	美食、旅遊節目	1.12
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.10
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.08
9	日本秘境住人好吃驚	VJJP	資訊綜藝	0.97
10	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	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	2.10
2	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.80
3	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	1.49
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.33
5	鬼滅之刃特別篇柱合會議蝶	ET-M	卡通影片	1.25
6	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	1.18
7	太白拳宗師	VLM	外片	1.15
8	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.09
9	綜藝大熱門台塑石油95	SL2	資訊綜藝	1.02
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.94

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.43
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	4.10
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	3.82
4	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	3.03
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.50
6	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.27
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.13
8	新聞大白話特報	TVBS	新聞性質節目	2.03
9	國民大會	TVBS	資訊綜藝	2.03
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.86





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	1.11	0.67	0.65	0.65	1.73
TTV/台視	0.82	0.41	0.50	0.66	1.16
FTV/民視	0.38	0.12	0.15	0.25	0.69
CTS/華視	0.31	0.21	0.19	0.32	0.37

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	0.91	0.63	0.43	0.93	1.25
ET-N/東森新聞	0.71	0.35	0.33	0.62	1.08
SETN/三立新聞	0.69	0.23	0.27	0.52	1.18
FTVN/民視新聞	0.52	0.12	0.18	0.35	0.95
ERA-N/年代新聞台	0.37	0.13	0.15	0.30	0.61
NTVN/壹新聞	0.25	0.08	0.13	0.25	0.36
UBN/非凡新聞	0.19	0.05	0.09	0.18	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.09	0.13	0.18	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.11	0.04	0.06	0.09	0.18

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	多情城市萬士益冷氣	FTV	5.84
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	3.07
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.65
4	女力報到男人止步	TVBSG	1.42
5	戲說台灣	SANLI	1.29
6	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	1.14
7	加油美玲成功健身瑜珈系列	TTV	1.04
8	加油美玲成功可調式護膝	TTV	1.03
9	1300多情城市萬士益冷氣	FTV	0.95
10	生生世家後紅麴磷蝦油	SANLI	0.94

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.55
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.26
3	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	2.67
4	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	2.58
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.56
6	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	2.46
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	2.00
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.35
9	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	1.21
10	這事有影嘸	FTV	1.16

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.66
2	新台灣加油	SETN	1.24
3	台灣最前線	FTVN	1.23
4	非凡最前線	UBN	1.22
5	TVBS戰情室	TVBS	1.22
6	新台灣加油好心肝診所犯眾	SETN	1.12
7	新聞大白話特報	TVBS	1.10
8	最前線報告	UBN	1.07
9	新台灣加油驚見毀國產疫苗	SETN	1.07
10	新台灣加油高端疫苗解盲成	SETN	1.07

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.24
2	呷飽未十全味醃	SANLI	0.90
3	型男大主廚十全味醃	SL2	0.68
4	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.66
5	直20 21NBA季後賽爵VS快	VLSPT	0.60
6	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.48
7	詹姆士出走料理黑貓探險隊	GTV-1	0.47
8	就是這味會動的文藝復興	SL2	0.43
9	大陸尋奇精選	CTV	0.42
10	美國職棒看華視天使VS響尾	CTS	0.41



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

