

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2125
06.14-06.20





本期摘要

媒體放大鏡 CTV 聯網電視成為台灣影音廣告趨勢

國際視野 2021年美國體育節目趨勢

科技瞭望 Snapchat用AR版樂高拉近互動距離

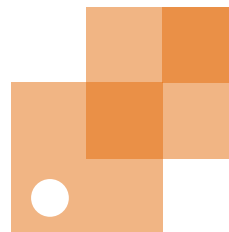
專案介紹 Vpon威朋-數據授權與廣告合作專案

收視調查

藝人動態 2021/05~2021/06

Media
news

媒體放大鏡



2021年五月全台防疫作戰，宅在家的消費者回到電視來收看新聞，線上觀看影音內容的行為也透過聯網電視或 OTT 機上盒逐漸移轉到電視上，LiTV 400 台 CTV 電視頻道在新聞、戲劇、電影、兒童、動漫的觀看時數皆有成長。

根據eMarketer預估，美國 CTV 廣告預算 2021 年將成長 48.6%，是所有數位媒體廣告類型中，成長最為迅速的廣告項目。至於台灣，PwC Taiwan 預估在連網裝置和串流影音的成長帶動下，CTV 廣告營收可望從 2019 年的 5,400 萬美元（市場佔比約6%）、成長至 2024 年的 8,600 萬美元（9%），年複合成長率達 9.9%。

根據LiTV今年的報告，如果不包含中華電信 MOD，有 70% 以上的受訪者家中至少有一種 CTV 裝置，且台灣家戶安裝有線電視，與使用 CTV 裝置來看 OTT 服務，兩者之間並不互斥。不同於多數美國家庭會二擇一，台灣的 CTV 聯網電視與有線電視是共生關係，家中年長者仍然習慣透過有線電視，收看高收視率的台灣本土劇或新聞台，而較年輕的家庭成員透過不同聯網電視載具，收看 OTT 或其他網路串流影音內容。【[2021/06/16, INSIDE](#)】

NCC再通過8有線系統播出 華視新聞CH52市佔1 / 3

NCC16日許可台數科集團及北港、大台中數位等共8家有線電視系統經營者申請CH52播出《華視新聞資訊台》，該頻道在全國有線電視收視戶可望達到176萬戶，CH52市佔36.4%。

《中天新聞台》自去年12月12日自有線電視CH52下架後，目前CH52已有中嘉集團旗下吉隆等12家，以及聯維、寶福、南國等，合計共15家約123.4萬戶(2021Q1)，定頻播出《華視新聞資訊台》。台灣數位光訊科技集團（台數科）旗下6系統、獨立系統北港、大台中，共52萬5992戶申請案則是於16日獲NCC許可，《華視新聞資訊台》全國收視戶可達176萬戶，CH52市佔36.4%。

NCC表示，台數科集團所屬台灣佳光、大屯、佳聯、中投等4家系統與北港、大台中數位有線電視，是申請將《華視新聞資訊台》由免費頻道改為基本頻道並移動至CH52；台數科集團所屬新永安、大揚系統則是申請新增《華視新聞資訊台》頻道，於CH52播出。【[2021/06/16, ETtoday新聞雲](#)】

「618超狂年中慶」自6月1日開跑，電商平台指出，首週需求量較高的品類，從過去表現佳的美妝保養及女性週邊商品，轉為生活家居用品與食品，其中生鮮需求量成長近4倍最為顯著。

蝦皮指出，618年中慶第1週整體商品需求量，較去年疫情相對趨緩時期成長超過7成，食品類別中的熱銷品項，以能夠久放的泡麵及乾糧為主，生鮮類別則以宅家自煮好入菜的金針菇、高麗菜、牛心番茄等食物為熱銷品項。

Yahoo奇摩購物中心觀察，45-54歲「中高齡族群」網購頻次增7成，65歲以上「銀髮族」網購頻次亦增長5成，下單購買次數成長力道最強勁的地區則以「苗栗」增7成居冠，「新北」居次，其他3至5名分別為「桃園」、「新竹」、「屏東」。

創業家兄弟表示，疫情期間平台最大宗網購族群是45-54歲，佔約4成，其次是35-44歲族群，佔比近30%，整體趨勢穩定，惟疫情後在55-65歲的族群稍有變化，成長2%。以性別比例來看，女性大約是男性的2倍，與疫情前類似。

【[2021/06/17, 自由時報](#)】

疫情推升OTT追劇熱 影劇最吸睛 動漫成長亮眼

疫情推升居家影視需求，遠傳friDay影音與台灣大哥大myVideo皆觀察到用戶數與觀看時數成長。

遠傳friDay影音表示，三級警戒至今，新會員增加9成，APP下載量也較5月中旬前成長4成，端午連假在線收視人數更創史上新高，成長逾75%，上週起推出的健身節目一週內收視人數也達成長達3倍。節目類型以戲劇和電影最吸睛，戲劇冠軍為韓劇「模範計程車」，日劇以「大豆田永久子與三個前夫」最受青睞。電影收視人數成長也高達2倍，其中「永生戰」最熱門；綜藝和動漫也分別創下2倍和1倍的成長率，分別由「Running man」跟「咒術迴戰」奪冠。

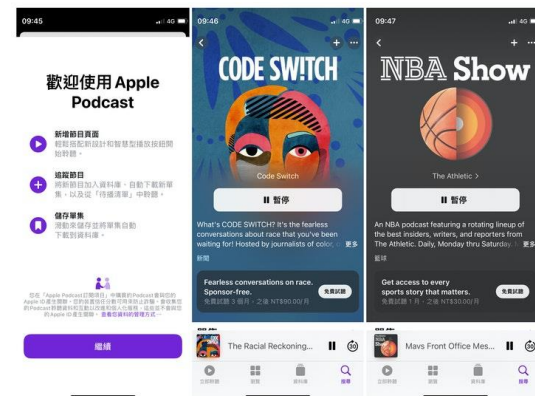
台灣大哥大myVideo上半年用戶月均活躍率、總累積觀看次數，皆比去年同期成長超過5成，「戲劇館」、「兒童館」在防疫期間觀看時數大幅成長近7成，新用戶更成長超過1倍。myVideo上半年戲劇排行榜中，前三名依序為《火神的眼淚》、章子怡主演的《上陽賦》，以及《未來媽媽》。電影館排行榜競爭激烈，前三名依序為《怪胎》、《天劫倒數(4K)》、《葉問4：完結篇》。動漫排行則是《鬼滅之刃》奪冠，《蠟筆小新》居次，第三名則是《咒術迴戰》。

【[2021/06/17, yahoo新聞](#)】【[2021/06/17, 蘋果新聞網](#)】

Apple Podcast 付費訂閱正式在全球推出

Apple在四月份發表會上公開了大改版的 **Apple Podcast** 以及**付費訂閱制**，原先預計五月份上線，**今日 (6/16)** 終於正式於全球推出。打開 Podcast App 已經可以看到全新面貌，Apple表示，**170 多個國家與地區的聽眾將能加入訂閱制**，獲得各種由創作者提供的福利，例如無廣告收聽、額外內容，或新系列的搶先與獨家收聽。

Apple也介紹 Apple Podcasts 訂閱制的亮點節目，頻道「Luminary」聆聽 Talib Kweli、Yasiin Bey 和 Dave Chappelle 帶來的故事節目「The Midnight Miracle」；頻道「QCODE」的末日驚悚節目「Blackout」後續內容；Tatiana Maslany 在頻道「Realm」的節目「Orphan Black」；以及 CNN 犀利的評論節目「The Handoff」以及由 Politico 推出的「Playbook: Deep Dive」。



【[2021/06/16, INSIDE](#)】

Spotify 版Clubhouse「Greenroom」英文版上線

繼 Clubhouse 年初爆紅後，大型社交平台都紛紛開發類似的功能，Spotify也加入戰局。Spotify 的獨立即時聊天軟體「Greenroom」，今天正式在 iOS、Android 上線，值得注意的是，這是 Spotify 第一次正式嘗試自建具有社交功能的平台。

除了即時聊天之外，**Greenroom 同時支援錄音功能**，可以將聊天內容儲存起來並轉發為 **podcast 發表**（與 Facebook 相同），估計為 Spotify 想打造的 podcast 生態系再添一股能量。而 Greenroom 單一房間最多可容納 1,000 人，Spotify 表示支援人數還會繼續擴大。



【[2021/06/17, INSIDE](#)】

Spotify Greenroom 現已在全球 135 個市場的 iOS 和 Android 平台上線，但目前只有英文版可用，而且經測試，**台灣無論 iOS 和 Android 都尚未支援**。

YouTube頭版廣告祭新規 四大內容不接受

媒體放大鏡

影音平台YouTube將對廣告祭出新規，外媒報導，為避免對民眾帶來不良影響，**YouTube頭版廣告將不接受選舉和政治、酒類、賭博、處方藥類的主題。**

國外科技網站《Axios》報導，**YouTube的頭版廣告一向是該平台最受商家歡迎和最貴的廣告。**根據YouTube的公告，本週起，該區塊將不再接受「選舉和政治內容、賭博、酒類、處方藥物」這四種廣告。外媒指出，對於想在舉辦重大活動前「未演先轟動」引起矚目的廣告商來說，頭版廣告是一個絕佳的曝光機會，但由於太過醒目，頭版廣告比一般廣告受到更嚴格的審查，**去年YouTube即不再開放廠商預訂整日頭版廣告，改採按次購買，讓所有廠商更難擁有YouTube的主頁。**

Google發言人表示，相信新規定可為所有用戶帶來更好的體驗。



【[2021/06/16,新頭殼newtalk](#)】

10個關於數位行銷的事實與統計



【[2021/05/17, 數位馬克町](#)】

- 每個月平均有50,000人在Google搜尋「如何開始撰寫部落格」；而且，「**內容行銷策略**」是2020年關於內容行銷的最熱門搜尋關鍵字。
- 經統計，以下四種內容是最受歡迎的：**導覽/指南、教學、Q&A、清單類**(Ex.推薦清單、排行榜等)
- 70%的消費者表示**會在Instagram跟Facebook上面查看產品跟品牌資訊**；30%的消費者表示他們曾經直接在社群平台如IG、Pinterest等上面購物。
- 40%的網路使用者**依賴社群媒體來幫助他們做購買決定。**
- 影片廣告則是最吸引消費者的廣告形式，**有46%的網路使用者「在觀看完影片廣告後」會採取行動**（點擊、購買、互動）。

國際視野



隨著美國體育賽事恢復正常營運，體育節目的業務恢復到疫情前的水平，觀看人數將因線上平台而增加，而聯網電視 (CTV) 廣告支出和數位付費電視訂閱收入也將獲益。儘管有這些樂觀的指標，專家們還是擔心體育聯盟對轉播權開出的價碼過高。

- 體育直播節目的最新收視人口和訂閱收益預測為何？

美國體育節目的線上直播觀看人數將在今年達到 5,750 萬，到了2025 年將達到 9,070 萬。這個成長將來自線上平台，包括虛擬多頻道影音節目內容遞送商(vMVPD)和正在提高自身參與度的串流服務Amazon Prime Video。以體育為主要賣點的線上服務收入正在增加，例如專為體育而設的串流平台ESPN+。

- 體育內容將如何影響電視和影音廣告生態系統？

雖然傳統電視支出將減少，但我們預測 CTV 廣告支出將顯著成長，主要受體育直播節目所驅動。

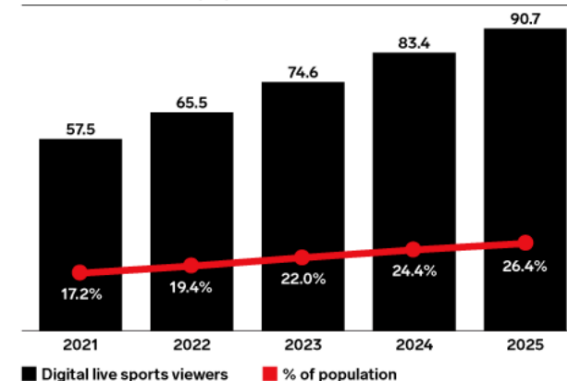
- 未來幾年體育轉播權的談判將如何進行？

在NFL（美國國家美式足球聯盟）帶頭之下，美國體育聯盟持續對轉播權開出高價。儘管有些人願意付費——比如傳統電視公司和矽谷巨頭——但有鑑於付費電視領域的萎縮，體育轉播權的價值是否能持續，仍存在著疑問。

- 運動博弈在美國體育節目的轉播中將扮演什麼角色？

運動博弈在美國近一半的地區是合法的，而它正在成為品牌和電視的市場機會。然而，如同歐洲部分運動博弈合法化的國家所經歷的，民眾的熱情可能因不當的行銷詐騙而被削弱。

US Digital Live Sports Viewers, 2021-2025
millions and % of population



Note: Individuals of any age who watch live sports content at least once per month over the course of the season of at least one sport on digital platforms such as OTT, TV Everywhere, and vMVPDs; excludes highlight viewing and viewing of nonlive content; excludes esports; excludes Olympics content
Source: eMarketer, Feb 2021

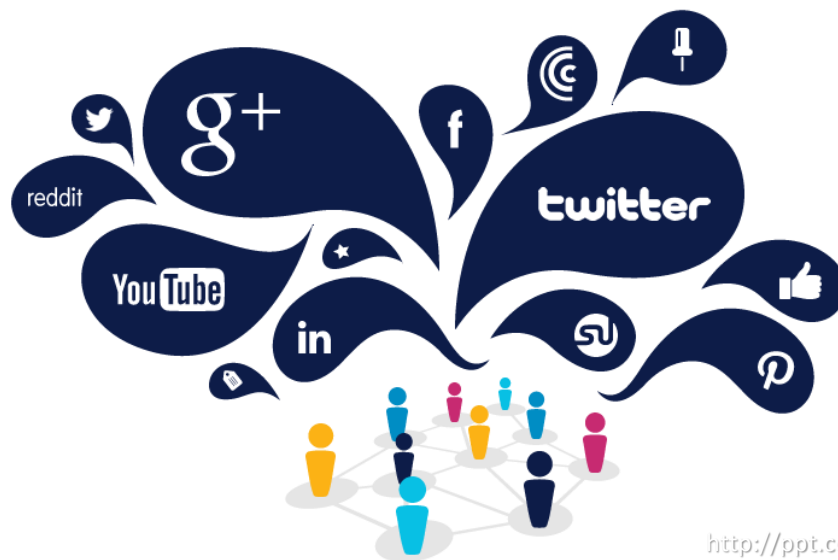
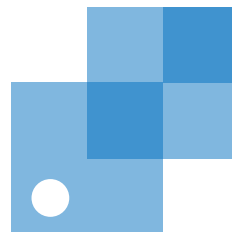
266114

eMarketer | InsiderIntelligence.com

美國線上體育轉播收視人口預測, 2021-2025

New
Idea

科技瞭望



Snapchat對擴增實境(AR)的應用向來十分積極，其近期推出新型擴增實境(AR)鏡頭Connected Lenses，讓用戶即使相隔再遠，也可以一同享受AR體驗或遊戲。

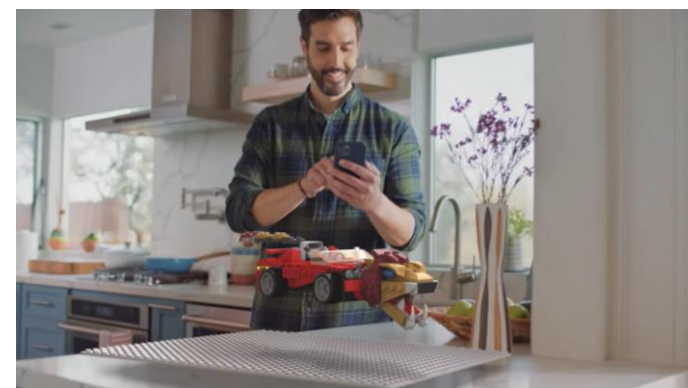
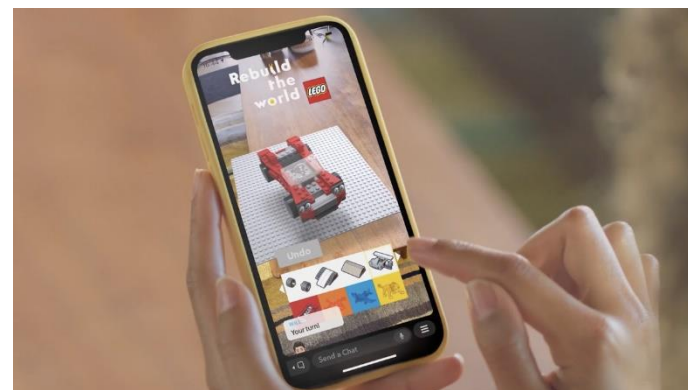
據The Verge報導，**Connected Lens**由Snapchat和樂高(Lego)合作開發，用戶可透過該款鏡頭在AR中共同打造樂高模型，無論是身處相同地點，還是在地球的兩端，都能透過網路同樂。

在Snapchat的展示影片裡，兩名用戶在各自家中，都能看到桌上同一件樂高模型浮在半空中，還能在模型上面自由新增零件、特效和動畫，而雙方可以即時查看模型變化。

此外，創作者還能使用Snap的Lens Studio自訂新的Connected Lenses，而新的多人Lego Lens或許很快就能在樂高的Snapchat頁面中看到。

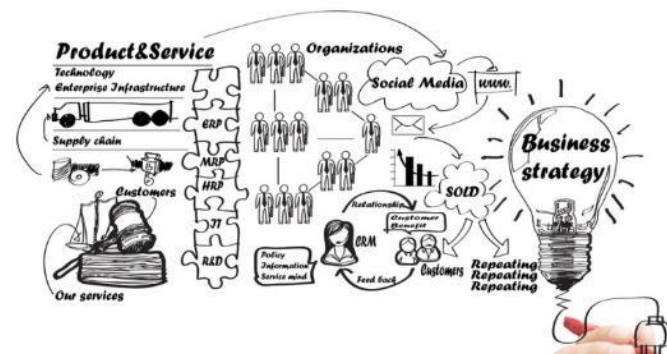
這項創新可被視為Snapchat對AR鏡頭的最新進展，其過去推出的功能還包括2019年讓使用者能跟知名地標互動的Landmarker鏡頭、以及2018年給予使用者的個人化濾鏡推薦Lens Explorer。

據Cnet報導，樂高在AR領域一直非常活躍，過去曾推出AR鬼屋遊戲「Hidden Side」，以及為樂高生成AR跳舞影片的的微型磚塊「Beatbits」，但不同於以往，**這次的Snapchat AR 體驗不需要任何實體積木。**



Project

專案介紹



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

Vpon威朋-數據授權與廣告合作專案



專案介紹

關於我們

Vpon 威朋



14年 專業經驗
7個 亞洲據點
1,500個 合作客戶

Vpon威朋專注於透過數據分析尖端技術，為客戶提供亞洲最廣泛的行動裝置數據，運用於數據導向的解決方案，包括數據分析服務、品牌推廣、跨境行銷、成效優化等。



超越Cookie 威朋獨有Device ID

透過Device ID收集使用者數據，其獨特性讓資訊分析更加精準

Device ID	VS	Cookie ID
收集數據		收集數據
單一行動裝置 只有唯一Device ID	✓	✗ 不同網頁、瀏覽器 會產生不同cookie
可精確判斷位置資訊	✓	✗ 網頁只能收到IP
生命週期長	✓	✗ 生命週期中位數僅為68天
ID相容性高	✓	✗ ID相容性低

轉換多元數據維度 實現360°個性化行銷

依照用戶的使用行為 掌握線上線下多元渠道數據



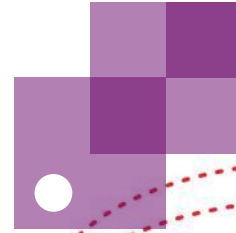
POI地理位置數據 掌握點擊廣告者線下移動軌跡

觀察點過廣告的人是否前往線下汽車展示間



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	多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	5.76
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.99
3	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	2.70
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.52
5	航海王26	TTV	卡通影片	2.11
6	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	1.64
7	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.21
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.12
9	黃金年代精華之夜	CTS	歌唱音樂	1.12
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.11
11	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.08
12	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.06
13	1300多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.04
14	醫學大聯盟立康生醫益菌多	FTV	競賽綜藝	1.03
15	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.01
16	倚天屠龍記2000	CTV	大陸劇	0.99
17	1800航海王26	TTV	卡通影片	0.98
18	加油美玲成功健身瑜珈系列	TTV	閩南語連續劇	0.93
19	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.91
20	精華版愛妮雅化妝品天才衝	CTS	競賽綜藝	0.90

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	3.31
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.19
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	2.01
4	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.65
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.62
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.34
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.25
8	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	1.25
9	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.20
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.19
11	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.16
12	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.16
13	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	國語連續劇	1.13
14	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.12
15	新台灣加油疫苗施打首亂之	SETN	新聞性質節目	1.10
16	新台灣加油615震撼長者接	SETN	新聞性質節目	1.06
17	新台灣加油授權台積電鴻海	SETN	新聞性質節目	1.05
18	生生世家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.04
19	呷飽末十全味醃	SANLI	美食、旅遊節目	1.04
20	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.02



無線台TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.80
2	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	1.78
3	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.39
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.17
5	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.93
6	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	0.88
7	精華版愛妮雅化妝品天才衝	CTS	競賽綜藝	0.87
8	航海王26	TTV	卡通影片	0.79
9	加油美玲成功健身瑜珈系列	TTV	閩南語連續劇	0.76
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.74

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	2.90
2	航海王26	TTV	卡通影片	2.11
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.95
4	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	1.24
5	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.20
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.17
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.15
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.01
9	1800名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	0.88
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.86

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	4.41
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.45
3	航海王26	TTV	卡通影片	2.27
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	2.17
5	名偵探柯南特別篇	CTS	卡通影片	2.03
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.58
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.56
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.47
9	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.46
10	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.43

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	8.94
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.08
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	4.53
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	4.29
5	航海王26	TTV	卡通影片	2.28
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.07
7	黃金年代精華之夜	CTS	歌唱音樂	1.87
8	1300多情城市萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.85
9	冰冰Show家後紅麴磷蝦油	CTV	娛樂綜藝	1.80
10	醫學大聯盟立康生醫益菌多	FTV	競賽綜藝	1.61





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	2.27
2	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.23
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.08
4	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.08
5	白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.07
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.06
7	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	國語連續劇	1.03
8	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	0.98
9	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	0.94
10	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.89

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	3.45
2	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.59
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.26
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.18
5	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	1.16
6	白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.15
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.08
8	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.05
9	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.04
10	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	國語連續劇	1.00

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	2.28
2	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.47
3	女力報到男人止步	TVBSG	國語連續劇	1.41
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.09
5	呷飽末十全味醃	SANLI	美食、旅遊節目	1.04
6	玩命關頭8	ET-WM	外片	1.03
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.00
8	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	國語連續劇	0.99
9	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	0.99
10	綜藝大熱門台塑石油95	SL2	資訊綜藝	0.98

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	4.49
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.91
3	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	娛樂綜藝	3.55
4	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.99
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.49
6	國民大會	TVBS	資訊綜藝	2.15
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.03
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.98
9	新台灣加油疫苗施打首亂之	SETN	新聞性質節目	1.83
10	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	1.72



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	1.09	0.64	0.62	0.62	1.75
TTV/台視	0.82	0.46	0.54	0.67	1.10
FTV/民視	0.42	0.15	0.11	0.28	0.75
CTS/華視	0.32	0.20	0.16	0.35	0.39

有線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
TVBSN/TVBS新聞台	0.85	0.50	0.40	0.87	1.20
SETN/三立新聞	0.72	0.24	0.28	0.53	1.24
ET-N/東森新聞	0.67	0.34	0.29	0.56	1.03
FTVN/民視新聞	0.54	0.12	0.19	0.38	0.97
ERA-N/年代新聞台	0.33	0.11	0.17	0.24	0.56
NTVN/壹新聞	0.25	0.09	0.14	0.25	0.36
EFNC/東森財經新聞台	0.19	0.06	0.10	0.17	0.30
UBN/非凡新聞	0.19	0.04	0.08	0.20	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.12	0.04	0.07	0.11	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	5.76
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	3.31
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.62
4	戲說台灣	SANLI	1.34
5	女力報到男人止步	TVBSG	1.25
6	三隻小豬的逆襲ONEBOY冰鋒	SL2	1.13
7	1300多情城市萬士益冷氣	FTV	1.04
8	生生世世家後紅麴磷蝦油	SANLI	1.04
9	倚天屠龍記2000	CTV	0.99
10	1230天之驕女蘿琳亞塑身衣	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	3.99
2	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	2.70
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.52
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.19
5	超級夜總會萬士益冷氣	SANLI	2.01
6	國民大會	TVBS	1.16
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.12
8	黃金年代精華之夜	CTS	1.12
9	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.08
10	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	1.06

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.65
2	台灣最前線	FTVN	1.25
3	非凡最前線	UBN	1.20
4	新台灣加油	SETN	1.19
5	TVBS戰情室	TVBS	1.12
6	新台灣加油疫苗施打首亂之	SETN	1.10
7	新台灣加油615震撼長者接	SETN	1.06
8	新台灣加油授權台積電鴻海	SETN	1.05
9	TVBS文茜的世界周報	TVBS	1.00
10	鄭知道了	SETN	1.00

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.21
2	呷飽未十全味醃	SANLI	1.04
3	直20 21NBA季後賽公VS藍	VLSPT	0.78
4	型男大主廚十全味醃	SL2	0.75
5	1930大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.57
6	直20 21NBA季後賽太VS金	VLSPT	0.53
7	就是這味會動的文藝復興	SL2	0.51
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.49
9	直20 21NBA季後賽爵VS快	VLSPT	0.49
10	D-直20 21NBA季後賽籃VS公	VLSPT	0.47

**Dorian
idols**

藝人動態

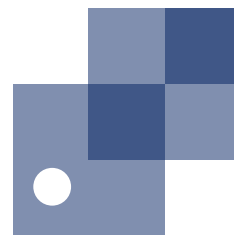




圖1：崙崙加入樂天女孩隊長籃籃的IG直播，聊天室線上人數一度衝破7000人。（圖／翻攝自籃籃IG）

圖2：崙崙上傳15秒「防疫舞」影片，10小時內吸引近16萬粉絲按讚留言。（圖／翻攝自崙崙IG）

圖3：崙崙、蔡黃汝（豆花妹）自5月2日加入《飢餓遊戲》主持陣容，受觀眾喜愛。（圖／中視提供）

圖4：崙崙接受《NOWnews今日新聞》專訪，透露擔任啦啦隊隊員的心聲。（圖／崙崙IG）



圖1：KID、崙崙兩人在《星光雲！RUN新聞》突襲瑤瑤 黃喬歆的家。(圖 / ETtoday)

圖2：《星光雲！RUN新聞》主持人KID、崙崙線上訪問推出新專輯的大淵和好友無尊。(圖 / ETtoday)

圖3：《星光雲！RUN新聞》主持人KID、崙崙視訊邀請《全明星運動會2》藍隊隊員玩遊戲。(圖 / ETtoday)



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

