

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2132
08.02-08.08





本期摘要

宏將觀點 台劇熱度大提升 洞察台劇熱門關鍵

媒體放大鏡 東奧點火 網路收視用戶暴增

國際視野 中國買家透過電商直播購物需求增

科技瞭望 奧運背後都是滿滿科技力

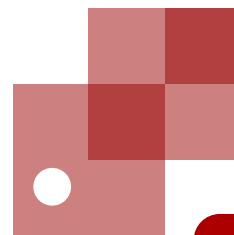
專案介紹 LINE電腦版-廣告版位專案

收視調查

Insights

宏將觀點

: 2021年08月



台劇熱度大提升
洞察台劇熱門關鍵



台劇熱度大爆棚 掌握影音趨勢 搶攻觀眾目光

台劇近幾年來不斷出現佳作，無論在製作規格、故事題材、演員質量還是口碑聲量，都看得見復興大勢正起。

觀察台劇再次崛起的跡象，自2019年《我們與惡的距離》以社會事件為題材，帶動大眾對社會議題的討論，口碑沸騰一路延燒到海外，被外界喻為「台劇新高標」，也開始後續如《火神的眼淚》等寫實系列劇集關注度成長。同年《俗女養成記》則以新穎的女性視角出發，將六七年級輕熟女的成長史，化作一部詼諧幽默的本土精緻小品，也養成一群溫馨家庭喜劇的愛好者，近期如《我的婆婆怎麼這麼可愛》也多有優秀的收視表現。

本週針對台劇熱門收視與觀眾喜好分析，進一步洞察台劇熱門關鍵因素。





根據PwC最新報告指出，2020年付費電視訂戶數已達630萬戶，推動整體付費電視滲透率上升至88.1%（其中有線電視為63.7%、網路電視為22.3%）。

台灣OTT影音訂閱數逐年增加，2021年台灣因疫情三級導致居家時間增加，加上東京奧運不只帶動電視收視，也助長民眾下載訂閱串流影音平台，預期OTT影音市場將再有猛暴性的成長。

臺灣傳統電視與家庭影音

單位：百萬美元	2016	2017	2018	2019	2020E	2021F	2022F	2023F	2024F	2025F	2020-25 CAGR
電視訂閱	1,706	1,740	1,798	1,766	1,662	1,728	1,712	1,657	1,604	1,496	-2.1%
電視訂閱方案	50	52	53	53	51	51	52	52	53	53	0.9%
單點付費模式	1,657	1,688	1,746	1,713	1,611	1,677	1,660	1,605	1,552	1,443	-2.2%
實體家庭影音	903	819	733	636	543	455	376	305	242	188	-19.1%
總營收	2,610	2,558	2,531	2,402	2,205	2,183	2,088	1,962	1,846	1,684	-5.3%

資料來源：PwC 全球娛樂暨媒體業展望報告 2021-2025, Omdia

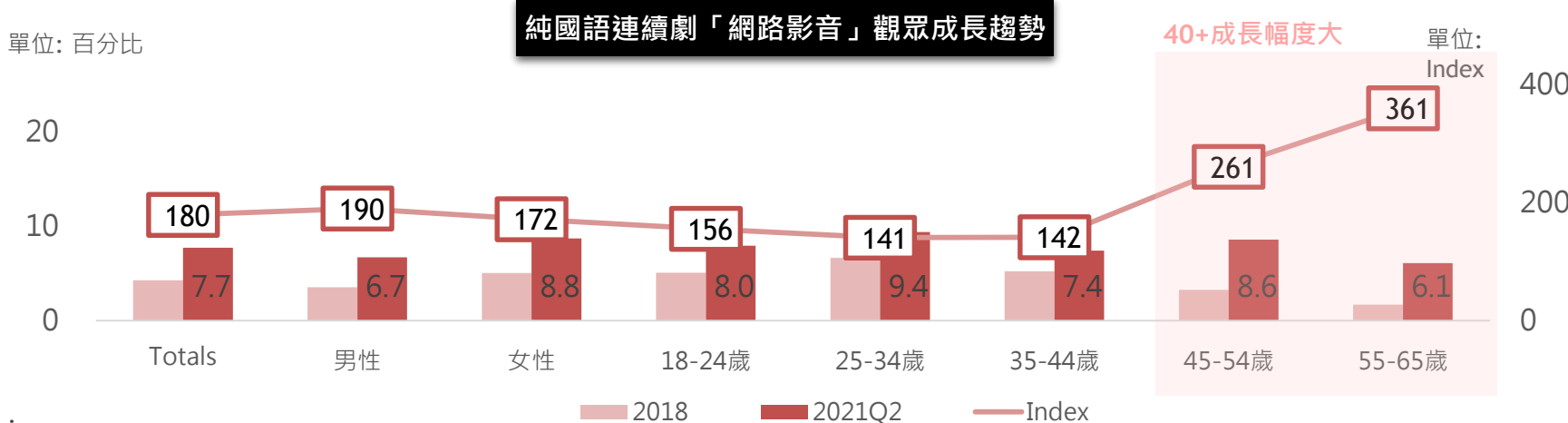
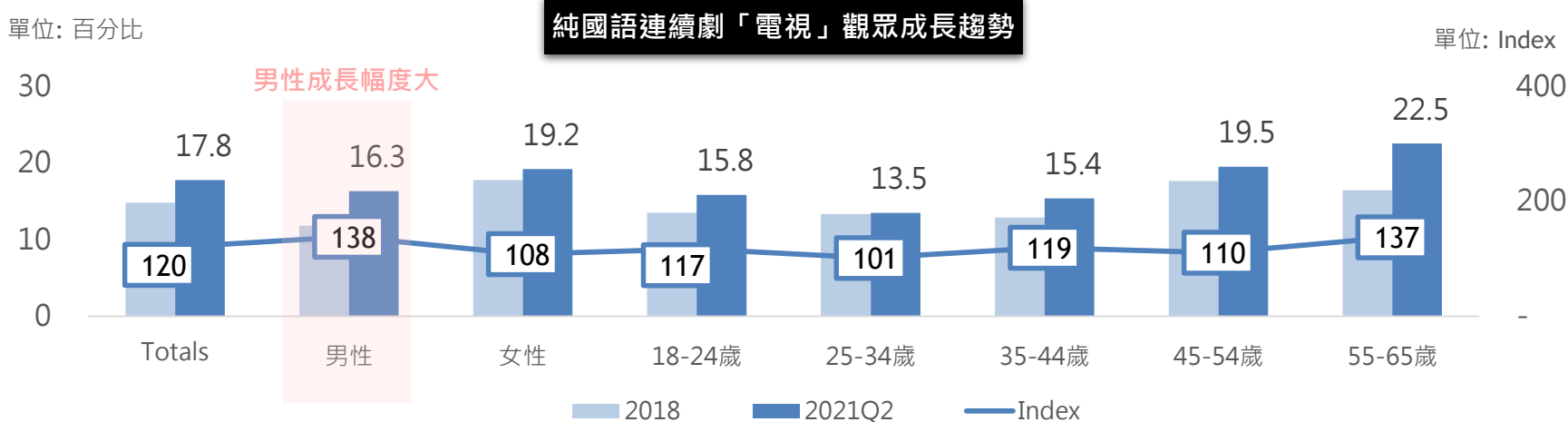
臺灣 OTT 影音

單位：百萬美元	2016	2017	2018	2019	2020E	2021F	2022F	2023F	2024F	2025F	2020-25 CAGR
訂閱隨選視訊	228	396	501	603	701	797	902	1,010	1,104	1,207	11.5%
單次付費隨選視訊	11	12	13	14	15	16	17	19	20	21	7.0%
總營收	239	408	513	616	716	813	920	1,029	1,124	1,228	11.4%

資料來源：PwC 全球娛樂暨媒體業展望報告 2021-2025, Omdia

台劇觀眾成長趨勢 電視與影音有所提升

- 觀察近三年台劇收視族群，不論電視或網路影音皆有所成長。
- 女性為主要觀眾群，男性近年成長幅度大；熟齡族群網路影音的使用率，也多有明顯提升。



人氣台劇類型 社會寫實熱度高



宏將觀點

根據OpView的社群實驗室報告，2021年5-6月網路輿情分析顯示，台劇類型的話題討論量中，以社會寫實類討論度高，其次為搞笑喜劇、浪漫愛情與溫馨家庭類。



社會寫實

聲量5,476則



搞笑喜劇

聲量4,762則



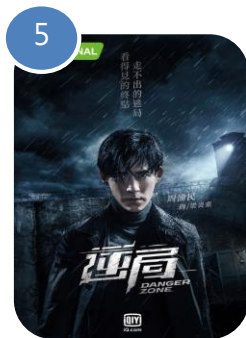
浪漫愛情

聲量4,644則



溫馨家庭

聲量4,050則



動作刺激

聲量2,983則



恐怖驚悚

聲量1,942則

根據電視收視族群分析，近年熱門的社會寫實類型以30-49歲為主要觀眾群；溫馨家庭更受熟齡族群青睞；年輕族群更可能受到卡司等影響而去選擇要觀看的劇集。



18-29歲

浪漫愛情
偶像卡司



30-39歲

社會寫實
女力崛起



40-49歲

社會寫實
浪漫愛情



50歲以上

溫馨家庭
搞笑喜劇

資料引用：[social lab 社群實驗室](#) 觀測期間：2021/05/01-2021/06/21

本排行係使用《OpView社群口碑資料庫》統計觀測條件下之「台劇」話題相關討論則數，圖片僅為示意呈現
電視收視族群分析為宏將行銷策略部綜合整理

2020~2021上半年熱門台劇收視分析



觀察最近一年台劇的電視平均收視率，屏除八點檔長壽劇集，發現高收視戲劇與網路討論呈現相同的趨勢，社會寫實多有不錯的收視表現，如《火神的眼淚》、《天橋上的魔術師》等；其次則為浪漫愛情、溫馨家庭與搞笑喜劇。

2020~2021上半年 熱門台劇 電視收視排行

戲劇名稱	戲劇類型	播出頻道 (首播)	平均收視率	主要演員
火神的眼淚	社會寫實/動作刺激	公共電視	2.13	溫昇豪、陳庭妮、林柏宏、劉冠廷
天巡者	浪漫愛情	台視	1.43	賀軍翔、邵雨薇
俗女養成記	溫馨家庭/搞笑喜劇	三立台灣 (2020重播)	1.24	謝盈萱、吳以涵、陳竹昇、于子育
我的婆婆 怎麼那麼可愛	溫馨家庭/搞笑喜劇	公共電視	1.24	鍾欣凌、黃姵嘉、張書偉、許傑輝
戀愛是科學	浪漫愛情	台視	1.03	莫允雯、吳念軒
天橋上的魔術師	社會寫實	公共電視	0.91	莊凱勛、孫淑媚、楊大正
未來媽媽	社會寫實	三立都會	0.76	郭書瑤、禾浩辰、劉品言、馬志翔
返校	恐怖驚悚	公共電視	0.64	李玲葦、韓寧、黃冠智
她們創業 的那些鳥事	社會寫實	GTV戲劇台	0.53	陳意涵、林心如、邱澤、簡嫚書



隨著串流影音與CTV市場的崛起，台劇於網路平台的上架也是熱門關鍵。觀察發現，近年熱門台劇於Netflix上架數量最多，呼應前述市場觀察Netflix逐年成長的趨勢，內容仍為平台是否受觀眾青睞的關鍵。

myVideo近年的台劇數量也有不錯的表現，其他依序為愛奇藝、LINE TV等，近年公視自製劇已累積不少好口碑保證，公視+也成為主要影音平台之一。

2020~2021上半年 熱門台劇 OTT串流影音平台上架一覽

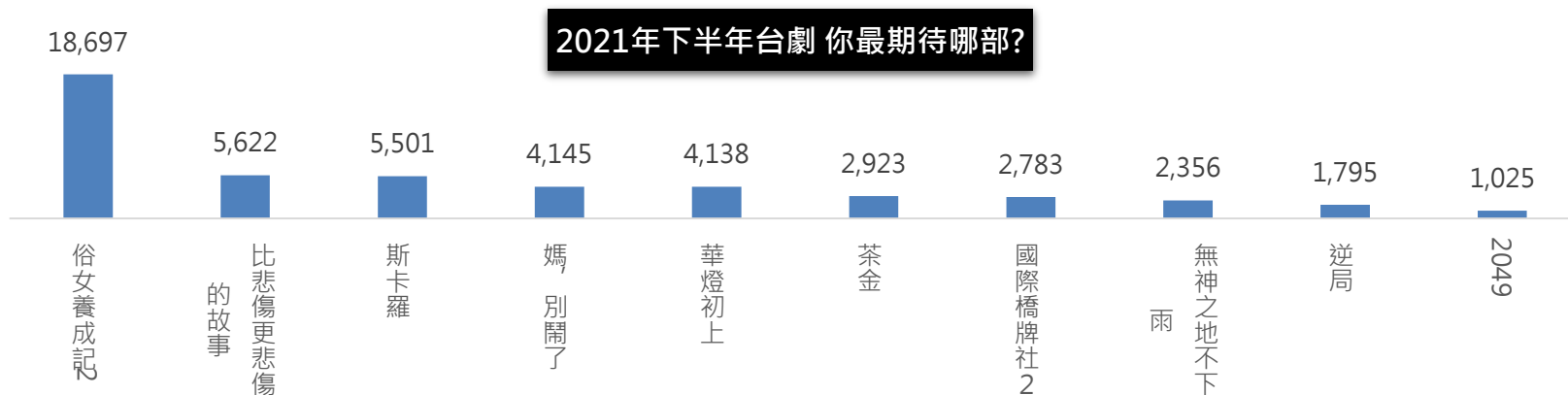
戲劇名稱	Netflix	myVideo	愛奇藝	LINE TV	公視+	Vidol	HamiVideo	KKTV	LiTV
火神的眼淚	●	●			●				
天巡者	●					●			
俗女養成記	●	●		●				●	●
我的婆婆怎麼那麼可愛	●	●	●	●	●		●		
戀愛是科學		●	●	●		●			
天橋上的魔術師	●	●			●				
未來媽媽	●	●	●	●		●			
返校	●				●				
她們創業的那些鳥事			●						
小計	7	6	4	4	4	3	1	1	1

2021年下半年熱門台劇 民眾期待度高



宏將觀點

根據LINE TODAY的投票活動「2021下半年台劇 你最期待哪部?」，共有約3萬位受訪者參與線上投票，其中8/8開播的《俗女養成記2》票數最高，後續收視值得期待。



社會寫實

《斯卡羅》
8/14開播



《茶金》
待定11月播出



溫馨家庭 搞笑喜劇

《俗女養成記2》
8/8開播



《媽，別鬧了!》
待年底播出



浪漫愛情

《無神之地不下雨》
待定



《比悲傷更悲傷的故事》
待定



動作刺激 恐怖驚悚

《逆局》
9/3開播



《華燈初上》
待年底播出



《俗女養成記2》 首播收視表現亮眼



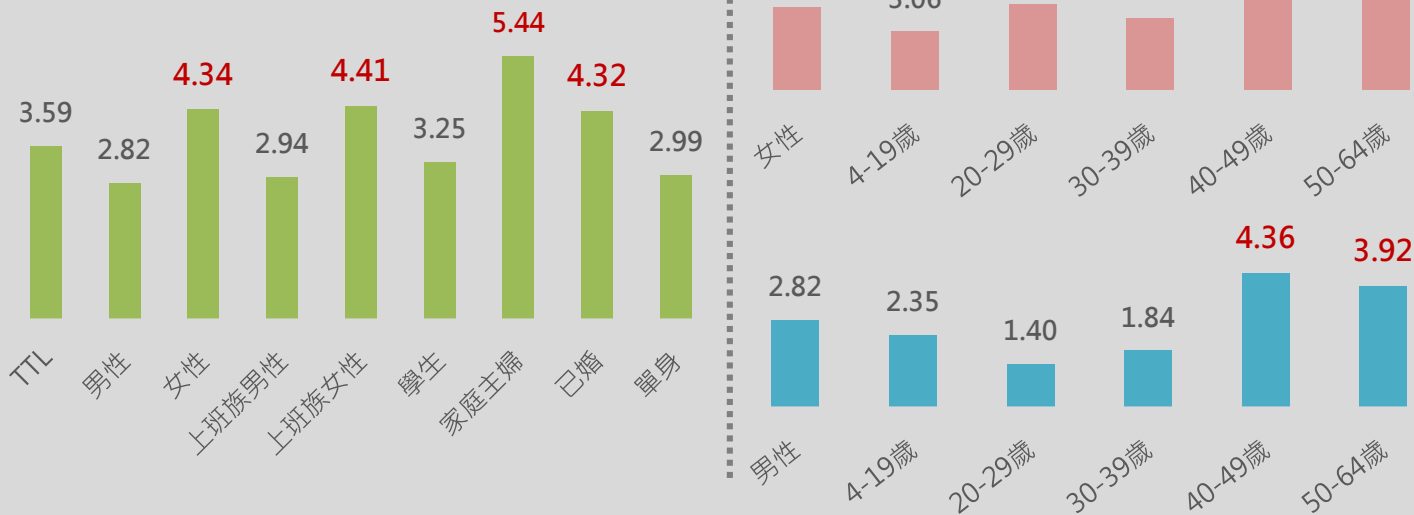
《俗女養成記2》自8月8日起每週日晚間9點於華視主頻與CATCHPLAY+影音平台正式推出。《俗女》自2019年播出頗受好評後，今年更是創下收視佳績。

觀察尼爾森收視數據，此劇在華視首播全體收視達3.59，觀看人數達78.5萬人，再度超越第一集的高收視。主要觀眾為女性上班族及家庭主婦，其中又以40-64歲更為突出，劇中角色狀況對消費者日常生活的深刻描繪，讓觀眾更為「有感」。觀察近幾年，台劇口碑好評不斷，推測未來電視收視將有所成長，值得持續關注。

《俗女養成記》 首播平均收視率



《俗女養成記2》 觀眾輪廓



- **熱門戲劇連動社群聲量增長，網路輿情即時探究熱門機會點**

熱門戲劇的網路輿情聲量和收視成正比，越受歡迎的劇，社群發酵擴散越有感。透過即時輿情分析，隨時關注熱門趨勢，搶搭戲劇熱潮。

- **社會寫實關注度高，愛情與溫馨家庭喜劇各有偏好族群**

30-49歲是寫實劇的偏好族群，溫馨家庭喜劇更受普羅大眾喜愛，品牌根據主打的消費客群，作為未來合作的戲劇選擇評估，2021下半年眾多精采好劇，收視表現值得期待。

- **不只廣告收視，社群與花絮精華，累粉互動全掌握！**

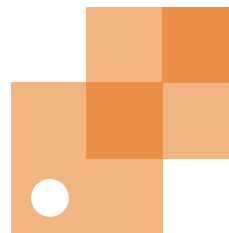
除了戲劇的高收視率，社群與花絮等其他影音持續曝光，戲劇合作將有更多高於收視數字的接觸機會，思考品牌適切的切入點，透過熱門好劇將品牌帶入消費者心中。

1

台劇行銷建議

Media
news

媒體放大鏡



東奧點火 網路收視用戶暴增



東京奧運轉播技術大前進，4K高畫質帶來全新體驗，加上網路收視習慣崛起，用手機、平板、電腦掌握賽事的民眾大增，電信龍頭中華電信昨天表示，奧運開打至今，新增付費用戶數近廿萬戶，創紀錄，總瀏覽量更創下破二億佳績。

中華隊在東京奧運穿金戴銀，帶動一波收視風潮。有別過去民眾一定要守在家中電視機前收看，今年多數人防疫依舊「宅在家」，但電信業者透露今年網路收視大增，可看出網路經濟的威力。

愛爾達取得東京奧運全媒體轉播權，並在中華電信MOD、Hami Video播出，並轉授權給東森電視及公視。中華電信表示，OTT平台Hami Video可隨辦隨看，連續十天蟬聯App Store下載數第一名。愛爾達表示，戴資穎羽球女單金牌戰推升ELTA.TV的收視數據，最高在線人數逼近四十萬人，ELTA.TV網站單日總瀏覽數逾一千三百萬次，累計奧運期間達七千六百萬次。

【[2021/08/03, 聯合新聞網](#)】

《俗女2》收視「飆3.59」開紅盤！



睽違近2年，終於等到了！華視《俗女養成記2》8日父親節首播，拿下每分鐘平均收視3.59、開出紅盤，大贏同時段的奧運閉幕式轉播，且25歲至49歲每分鐘平均收視有4.51，女性觀眾35歲至54歲收視更高達5.46，而CATCHPLAY+影音平台的註冊會員數也因此增長6倍，表現相當亮眼。

此次《俗女養成記2》由原班人馬回歸演出，聚焦主角「陳嘉玲」謝盈萱40歲南下返鄉展開人生的下半場，不僅搬入了新家，更成為了一位英語導遊，書寫另一段人生篇章的故事。【[2021/08/09, yahoo! 新聞](#)】

Clubhouse 揭露全新 Club 功能與角色分工

本周 Clubhouse Townhall 村民大會座談，一開始花了十幾分鐘回顧奧運各項精彩內容以及創辦人自己很熱衷的賽事，此外則提到陸續有許多歌手、演奏家到 Clubhouse 上進行專輯或單曲發表，也有慈善機構在 Clubhouse 上面做義賣，更有電影製作人與戲迷討論他們製作過的電影，整個平台內容越來越多元，也越來越精彩！

APP 功能部分，上週 Android 版本推出了更新，除了讓「Backchannel」變成與 iOS 版本操作模式相同之外，也強化了左滑的範圍，另外還加入「與台上使用者快速建立群組」的功能，而這部分目前是 Android 版本獨享，iOS 版則會在後續更新！

而之前預告的 Club 改版，也將預計在這幾週釋出！改版後的 Club 將讓「Members 會員」與「Followers 追隨者」整合為「Members 會員」，然後增加「Leaders」角色，讓「Admin 管理者」可以指定特定信賴使用者，並讓「Leaders」這個角色才能在 Club 開房（新的機制中，Members 不得開房），進而做出區分！【[2021/08/09, 民視新聞網](#)】

2021最新：當紅Podcast節目介紹



【[2021/06/29, 數位馬克町](#)】

2020年被稱為台灣Podcast元年，各類型的播客節目如雨後春筍般出現。根據統計，在2020年就新增了近900個Podcast節目，雖然並不是所有節目都有存活至今，但也確實帶動了台灣的聲音經濟。

Podcast節目主持人成為廣告主、品牌的新寵兒，粉絲之間甚至出現一股「瞎腦買」的風潮，只要是自己喜愛的節目代言的產品，通通願意買單。讓Podcaster們儼然形成一種新興的KOL。

不過，想找Podcaster代言，就得先知道哪些節目受歡迎。不像其他網紅在網路上有許多分析工具可以查看，廣告主目前僅能以各平台的榜單當作參考。究竟現在最紅的Podcast節目是哪些？哪些類型的節目最熱門呢？

超車臉書 TikTok全球下載量排名第一

根據《日經中文網》報導，儘管TikTok在2020年遭到美國前總統川普下達禁令，並要求出售其美國業務，但在新型冠狀病毒病(COVID-19)疫情下，TikTok的人氣卻不減反增，全球下載量排名第一。

《日經中文網》委託APP市場分析企業美國App Annie實施調查，按全球、國家、地區對2018至2020年的社交APP下載總數進行排名，調查結果顯示，**全球下載量前5名APP排名，分別為TikTok、Facebook、WhatsApp、Instagram、Facebook Messenger。**

若以各別國家來看，美國下載量前5名APP排名，分別為TikTok、Facebook Messenger、Facebook、Instagram、Snapchat；中國下載量前5名APP排名，分別為抖音、微信、QQ、微視、小紅書；日本下載量前5名APP排名，分別為LINE、Instagram、TikTok、Twitter、Pinterest。而以地區別來看，亞洲地區（不含中國）下載量前5名APP排名，分別為Facebook、TikTok、WhatsApp、Instagram、Facebook Messenger。【[2021/08/08, 自由時報](#)】

國外測試 YouTube Premium Lite 新方案

在台上線快 2 年的 YouTube Premium 服務，提供觀眾在觀看 YouTube 時無廣告干擾、下載影片離線觀看、背景播放、享受所有 YouTube Originals 系列原創影劇，同時可以聆聽 YouTube Music 串流音樂。**如今 Google 於國外測試更經濟實惠的「YouTube Premium Lite」方案，只提供無廣告影片，而沒有 YouTube Premium 的其他功能，收費更便宜。**

YouTube 官方向國外媒體證實，YouTube Premium Lite 目前正於比利時、丹麥、芬蘭、盧森堡、荷蘭、挪威、瑞典進行方案測試，每人每月收費 6.99 歐元（折合台幣 235 元，也會參考當地物價進行微調），等同學生方案價格，低於 YouTube Premium 於歐洲每月收費的 11.99 歐元（折合台幣 404 元），僅約 6 成的訂閱費用。【[2021/08/03, 科技新報](#)】





七夕情人節將至，Yahoo奇摩超級商城指出，「情人節」相關商品熱搜量成長2倍，根據統計，**台灣20-59歲未婚人口年增3成，單身男女七夕脫單需求帶動Yahoo奇摩超級商城及Yahoo奇摩拍賣「桃花」相關商品熱搜量成長7成，其中又以脫單招桃花居家擺飾、招桃花鑰匙圈與手鏈、七星陣吊飾等最受歡迎。**

此外，Yahoo奇摩拍賣也觀察到，今年七夕情人節在防疫下帶動居家過節風潮，儀式感佈置小物如「氣氛燈」、「氣球」業績皆成長4成，而有別於過往常見的情人節鮮花、乾燥花束，可讓情侶一同宅家動手拼裝的「Lego花束」及兼具傳情意又實用防疫的「香皂花」也成營造情人節氛圍新興選禮，讓情侶把握七夕為感情增溫。

觀察到拜月老廟、求紅線、善用社交軟體成為單身族脫單祕技，Yahoo奇摩電商攜手社交軟體Tinder、全台前3大月老廟-台北聖興天后宮，聯合打造App限定「七夕月老送好運」活動。【[2021/08/02, 自由時報](#)】

餐飲業營收狂掉40%！除了外帶，還能幹嘛？

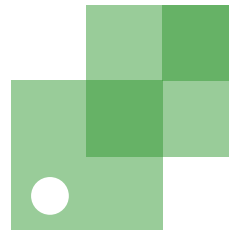
5月新冠肺炎本土疫情延燒，禁止餐廳內用，重創餐飲業。許多餐飲集團、飯店第一波的策略，是推出防疫便當或推出外帶餐點優惠。除此之外，也有企業嘗試另一條出路：把餐廳、飯店的內用空間，轉型成「超市」，挽救低迷業績。

寒舍集團旗下的礁溪寒沐酒店7月初推出「寒沐食市」，把原本的Buffet空間改造成精品超市，共有10大主題區，像是精品水產區、冷凍商品區、MU LIVING（販售飯店的枕頭、浴衣、毛巾、沐浴備品等），提供400種商品。實施一個月下來，與5、6月的最低潮（業績衰退80%）相比，酒店營收回升4倍。

連鎖餐飲集團千葉火鍋從6月起他們也做了類似轉型，推出「火鍋超市」，以低價、高CP值為主軸，帶動業績回升10%。會推出超市的原因，就是順著這條邏輯發想，「讓顧客把原本在千葉吃的到的東西買回家。」李瑋倫說，超市定位為火鍋超市，主要提供肉品、海鮮、蔬菜、水果，且定價比連鎖超市還要低5%，以高CP值為訴求。另外，他們也做了直播賣貨，請員工在粉絲專頁直播，鞏固線上銷售。【[2021/08/07, 數位時代](#)】

Media
trend

國際視野



中國買家透過電商直播購物需求增



根據eMarketer最新預測，今年中國將有超過3.2億人透過直播購買至少一件商品。比2019年增加了約1.86億人，到2021年，14歲(含)以上的數位買家已有將近39%。

eMarketer預計今年電商直播的買家數量將成長30.2%，明年將成長13.5%。到2023年底，將有超過45% 14歲(含)以上的數位購物者將透過直播購物。

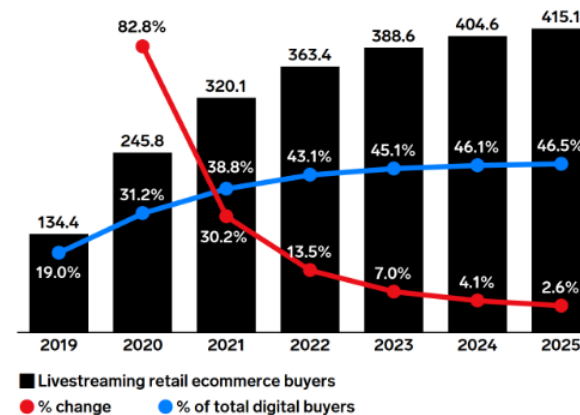
從根本上來說，中國在電子商務銷售方面，位居全球領先地位，是因其龐大的網路用戶作為基礎的結果。儘管印度在總人口方面，幾乎與中國差不多，但在數位人口方面，沒有任何國家能與中國相提並論。2021年中國9.837億網路用戶和8.245億數位買家將驅動全球主導電子商務的數據。雖說如此，但也能發現中國的數位買家成長趨勢正急劇放緩。

今年，中國將有近10億人上網，其中90.2%的14歲(含)以上網路用戶將參與電子商務。這意味著行銷人員在未來幾年將更難找到新的數位買家。現在的關鍵問題是要關注現存買家在哪裡。

儘管自2020年年中以來，中國原則上算是控制了病毒，但各種與疫情相關的限制因素，卻長久的影響了消費者行為。社交距離的要求及對實體購物的緊張感，直播為購物者創造了理想的新選擇。去年，買家希望能尋求店內體驗的相似經驗，包括與銷售人員互動和看到產品的實際樣貌，而他們透過直播管道得到了幫助，而今年，他們堅持使用這種購買模式。

Livestreaming Retail Ecommerce Buyers in China 2019-2025

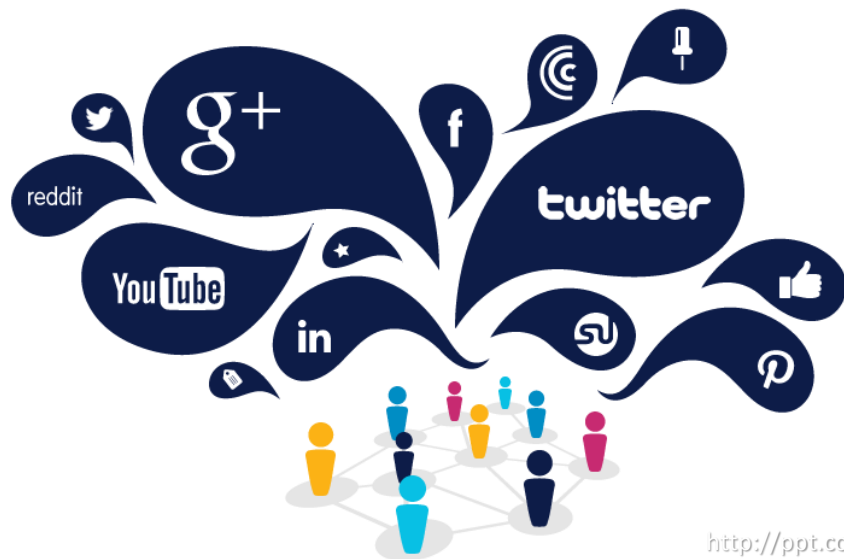
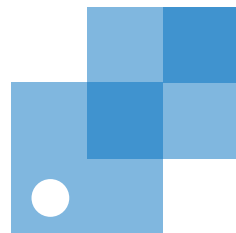
millions, % change, and % of digital buyers



中國2019-2025年直播電商買家的成長趨勢

New
Idea

科技瞭望





東京奧運賽事雖已閉幕，但背後隱藏的是一場無聲的科技戰，數據就像幫教練打開「第三隻眼睛」，精準掌握對手狀態。

舉重好手郭婞淳在東京奧運奪下台灣首面金牌。郭婞淳在東京完成動作當下，其實遠在台灣的運動科學團隊也能運用AI教練系統分析轉播畫面，接近無時差在65秒內完成高速運算，自動化建立出人體棒狀圖，回饋郭婞淳的身體角度、槓鈴速度等資料，並立即回傳給現場教練參考。

科技部精準舉重計畫運用影像辨識與AI技術，分析北韓對手崔孝辛舉重過程的力學參數，進一步了解對方強弱點。團隊透露，由於大會只有轉播特定角度畫面，為了能讓AI教練系統拍到側面影像，即時把分析結果提供教練參考，運科團隊還提前「場勘」尋找合適位置，以秘密拍攝北韓選手崔孝辛的舉重畫面。即時分析發現，崔孝辛舉重過程高度跟加速度參數非常驚人，加上下降到跟郭婞淳同一量級，原本認為是郭婞淳在東京奧運最大勁敵，結果因為疫情關係，北韓沒有報名參加比賽。

擔任郭婞淳教練的林敬能接受中央社採訪時表示，現場觀察跟AI系統即時影像分析，如同肉眼跟顯微鏡的差別。數據支持原有推論，幫助團隊吃下定心丸，選手也能更安心去舉下一把。

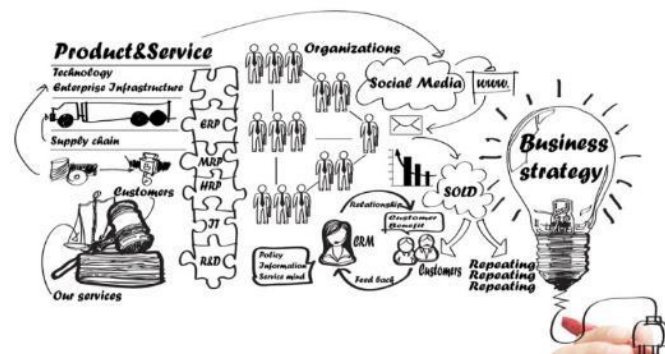
至於科技如何幫助調整戰術，林敬能舉例，如果今天現場觀察有對手表現怪怪的，透過AI教練即時的數據分析，可以知道對手可能有哪塊傷勢、動作應該發揮不出來，也許在自家選手能力範圍內，「下一把可以開出高一點的重量嚇嚇對方」。在壓力更大下，對手要能表現得跟平常一樣，難度也會大大提高。

林敬能直言，經驗累積固然重要，但是運科團隊是讓選手、教練在比賽中更有所依靠，此外，舉重比賽時的抓舉與挺舉分別都有3次試舉機會。林敬能表示，團隊也會運用數據分析，蒐集各國選手每次試舉重量，掌握重量間距、選手習慣等，不僅有助於掌握敵情，也能在重量選擇上更精準。



Project

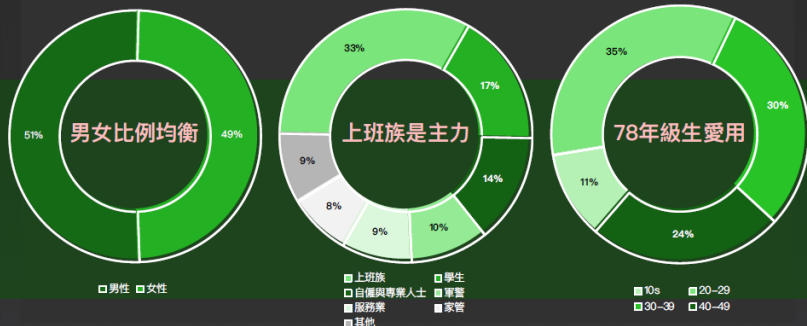
專案介紹





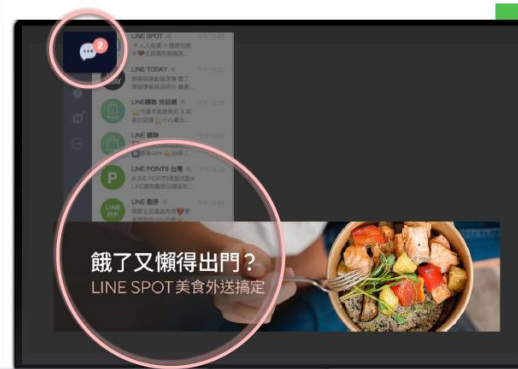
LINE電腦版 USER PROFILE

LINE電腦版使用者男女各半，其中以20-39歲的上班族群為族群大宗



(資料來源) 使用者轉發：LINE內部系統大數據使用分析

LINE頭版MVP廣告(電腦版)版位優勢

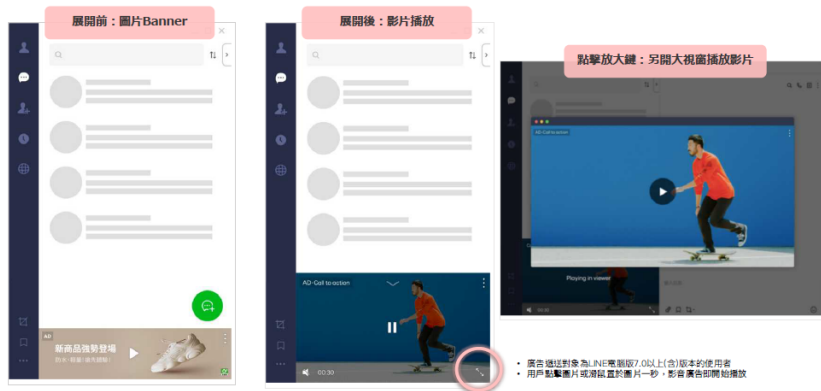


- 頭版MVP廣告獨佔露出**
LINE電腦版唯一廣告版位
- 聊天頁吸睛版位**
電腦版聊天頁版位強勢曝光
- 單日包版Always-On曝光**
*預估可見曝光可達2000-3000萬次/日

(資料來源) 曝光成效：此為週間前兩日的單日包版預估僅供參考，實際曝光量視上線當天數據為準
廣告連結定期日期：週一三五，上線時間：00:00 - 23:59 (台灣時間)
*預估可見曝光數：預估曝光數據僅供週一三五平日檔次參考，每週一三五為假日檔次則不適用
可見曝光：廣告佔滿100%顯示在視窗中 (09) *單一用戶10分鐘內對廣告佔滿計算曝光/點擊

與受眾深度溝通！LINE頭版MVP廣告(電腦版)全新「影片版」格式！

藉由內容豐富、印象深刻的影音廣告體驗，更能提高消費者品牌認知

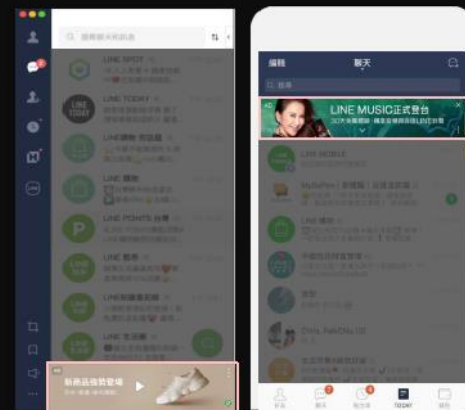


全台跨螢流量最強組合：LINE 頭版MVP廣告(電腦版) + LINE 頭版MVP廣告

LINE兩大流量入口頁
創造全台最大聲量

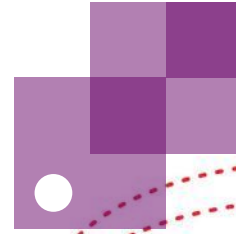
跨螢聊天室MVP版位
掌握不同使用情境
品牌宣傳引領話題

- 頭版MVP廣告僅投放於LINE手機版聊天頁，適用版本請參閱頭版MVP媒體資料
- 頭版MVP廣告僅在週一至五播放，每檔廣告為台灣時間每日AM12:00至每日AM10:59
- 廣告素材將於廣告上線日當天上午10時前提交
- 頭版MVP分為單日最大檔及方案與得總量方案，各方案規格請詳見頭版MVP媒體資料



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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.85
2	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	3.59
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.33
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.86
5	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	2.11
6	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.98
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.58
8	明星許願池戰前PK秀愛妮雅	FTV	競賽綜藝	1.40
9	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.26
10	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.25
11	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.22
12	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.18
13	羅雀高飛福爾血氧濃度計	TTV	閩南語連續劇	1.15
14	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.12
15	這事有影嘸純淨之羽晶亮醇	FTV	資訊綜藝	1.07
16	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	1.04
17	1300黃金歲月家後紅麴磷蝦	FTV	閩南語連續劇	1.03
18	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.02
19	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.00
20	醫學大聯盟立康生醫益菌多	FTV	競賽綜藝	0.98

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	2020東奧看東森LIVE桌球	ET-N	其他球類、體育節目	2.95
2	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	閩南語連續劇	2.91
3	天之驕女	SANLI	閩南語連續劇	2.86
4	2020東奧看東森閉幕LIVE	ET-N	其他球類、體育節目	2.79
5	2020東奧看東森LIVE空手道	ET-N	其他球類、體育節目	2.20
6	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.16
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.98
8	2020東奧看東森LIVE棒球	ET-N	棒球	1.83
9	2020東奧看東森LIVE排球	ET-N	其他球類、體育節目	1.75
10	2020東奧看東森桌球	ET-N	其他球類、體育節目	1.52
11	2020東奧看東森LIVE田徑	ET-N	其他球類、體育節目	1.51
12	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.50
13	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.40
14	2020東奧看東森LIVE跳水	ET-N	其他球類、體育節目	1.38
15	2020東奧看東森LIVE體操	ET-N	其他球類、體育節目	1.33
16	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.13
17	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.08
18	新台灣加油確診連環爆百貨	SETN	新聞性質節目	1.06
19	女力報到男人止步2	TVBSG	國語連續劇	1.06
20	女神降臨2100	*SCC	韓劇	1.05

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	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	2.80
2	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.23
3	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	1.30
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.25
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.07
6	綜藝3國智福爾血氧濃度計	TTV	競賽綜藝	1.01
7	醫學大聯盟立康生醫益菌多	FTV	競賽綜藝	0.93
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食旅遊節目	0.91
9	黃金年代	CTS	歌唱音樂	0.89
10	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.87

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	2.02
2	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.87
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.43
4	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	1.40
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.31
6	航海王26	TTV	卡通影片	1.25
7	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.20
8	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.19
9	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.07
10	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.05

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	4.60
2	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	3.16
3	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	2.90
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.83
5	航海王26	TTV	卡通影片	1.79
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.69
7	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.39
8	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.12
9	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.10
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	8.34
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.29
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.20
4	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	3.84
5	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	3.50
6	明星許願池戰前PK秀愛妮雅	FTV	競賽綜藝	2.74
7	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	2.14
8	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	2.05
9	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.97
10	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.94

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	2020東奧看東森LIVE桌球	ET-N	其他球類、體育節目	2.08
2	天之驕女	SANLI	閩南語連續劇	1.99
3	2020東奧看東森閉幕LIVE	ET-N	其他球類、體育節目	1.82
4	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	閩南語連續劇	1.44
5	2020東奧看東森LIVE空手道	ET-N	其他球類、體育節目	1.41
6	女神降臨2100	*SCC	韓劇	1.33
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.25
8	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.14
9	2020東奧看東森桌球	ET-N	其他球類、體育節目	1.14
10	2020東奧看東森LIVE棒球	ET-N	棒球	1.12

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	閩南語連續劇	3.14
2	天之驕女	SANLI	閩南語連續劇	2.81
3	2020東奧看東森閉幕LIVE	ET-N	其他球類、體育節目	2.46
4	2020東奧看東森LIVE桌球	ET-N	其他球類、體育節目	1.81
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.23
6	神之鄉家後紅麴磷蝦油	ET-D	國語連續劇	1.22
7	2020東奧看東森LIVE排球	ET-N	其他球類、體育節目	1.16
8	2300俗女養成記自然之顏	*SCC	國語連續劇	1.16
9	2020東奧看東森LIVE棒球	ET-N	棒球	1.09
10	2020東奧看東森LIVE空手道	ET-N	其他球類、體育節目	1.06

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	2020東奧看東森閉幕LIVE	ET-N	其他球類、體育節目	2.33
2	2020東奧看東森LIVE桌球	ET-N	其他球類、體育節目	2.17
3	2020東奧看東森LIVE空手道	ET-N	其他球類、體育節目	2.00
4	天之驕女	SANLI	閩南語連續劇	1.92
5	女神降臨2100	*SCC	韓劇	1.74
6	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	閩南語連續劇	1.68
7	2020東奧看東森LIVE棒球	ET-N	棒球	1.64
8	2020東奧看東森桌球	ET-N	其他球類、體育節目	1.41
9	2020東奧看東森LIVE排球	ET-N	其他球類、體育節目	1.32
10	女力報到男人止步2	TVBSG	國語連續劇	1.27

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	2020東奧看東森LIVE桌球	ET-N	其他球類、體育節目	4.39
2	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	閩南語連續劇	4.22
3	天之驕女	SANLI	閩南語連續劇	4.06
4	2020東奧看東森閉幕LIVE	ET-N	其他球類、體育節目	3.75
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.66
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.55
7	2020東奧看東森LIVE空手道	ET-N	其他球類、體育節目	3.22
8	2020東奧看東森LIVE棒球	ET-N	棒球	2.65
9	2020東奧看東森LIVE排球	ET-N	其他球類、體育節目	2.65
10	2020東奧看東森LIVE體操	ET-N	其他球類、體育節目	2.38

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	0.99	0.71	0.46	0.52	1.63
TTV/台視	0.79	0.54	0.52	0.56	1.13
FTV/民視	0.40	0.11	0.14	0.23	0.76
CTS/華視	0.24	0.15	0.11	0.25	0.31

有線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
ET-N/東森新聞	0.76	0.32	0.31	0.69	1.19
TVBSN/TVBS新聞台	0.76	0.50	0.35	0.75	1.07
SETN/三立新聞	0.59	0.18	0.16	0.41	1.06
FTVN/民視新聞	0.52	0.13	0.18	0.34	0.97
ERA-N/年代新聞台	0.35	0.12	0.14	0.28	0.60
NTVN/壹新聞	0.22	0.12	0.10	0.22	0.33
UBN/非凡新聞	0.19	0.05	0.05	0.13	0.36
EFNC/東森財經新聞台	0.17	0.06	0.03	0.18	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.07	0.06	0.12	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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	4.85
2	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	3.59
3	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	2.91
4	天之驕女	SANLI	2.86
5	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	2.11
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.50
7	戲說台灣	SANLI	1.40
8	羅雀高飛福爾血氧濃度計	TTV	1.15
9	女力報到男人止步2	TVBSG	1.06
10	女神降臨2100	*SCC	1.05

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.33
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.86
3	超級夜總會	SANLI	2.16
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	1.98
5	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	1.98
6	明星許願池戰前PK秀愛妮雅	FTV	1.40
7	黃金年代	CTS	1.26
8	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	1.25
9	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	1.22
10	這事有影嘸純淨之羽晶亮醇	FTV	1.07

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.13
2	非凡最前線	UBN	1.08
3	新台灣加油確診連環爆百貨	SETN	1.06
4	台灣最前線	FTVN	0.96
5	台灣演義	FTVN	0.94
6	新台灣加油暗黑鎖定國產疫	SETN	0.93
7	新台灣加油	SETN	0.91
8	關鍵時刻	ET-N	0.91
9	最前線報告	UBN	0.90
10	鄭知道了	SETN	0.89

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	2020東奧看東森LIVE桌球	ET-N	2.95
2	2020東奧看東森閉幕LIVE	ET-N	2.79
3	2020東奧看東森LIVE空手道	ET-N	2.20
4	2020東奧看東森LIVE棒球	ET-N	1.83
5	2020東奧看東森LIVE排球	ET-N	1.75
6	2020東奧看東森桌球	ET-N	1.52
7	2020東奧看東森LIVE田徑	ET-N	1.51
8	2020東奧看東森LIVE跳水	ET-N	1.38
9	2020東奧看東森LIVE體操	ET-N	1.33
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.18

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

