

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2133
08.09-08.15





本期摘要

媒體放大鏡 奧運豐收 MOD全頻道逾7600萬人次創紀錄

國際視野 虛實整合在戶外、電視與社交環境的應用

科技瞭望 瑞典公司用AI防治電動滑板車亂竄現象

專案介紹 烏龜移動-數位廣告專案

收視調查

藝人動態 2021/07~2021/08

Media
news

媒體放大鏡



奧運豐收 MOD全頻道逾7600萬人次創紀錄

東京奧運落幕，中華電信雙平台轉播寫下破紀錄佳績，MOD全頻道突破7600萬接觸人次，Hami Video全站瀏覽量破2.7億次；中華電預估，全年廣告收入將較去年成長2至3倍。

東京奧運和台灣時差僅一小時、中華隊參賽選手也是歷年來最多的一次，加上4K超高畫質與VR沉浸式觀賽，提高奧運的收視熱潮。中華電指出，**奧運期間MOD 4K總客戶數逼近140萬戶，全頻道接觸人次達7600萬新高，創下開播以來新紀錄；而OTT- Hami Video總瀏覽量 (page view) 更創下破2.7億次的紀錄，Hami Video觀看人數一舉突破730萬，網路付費客戶更一舉成長7倍。除了直播賽事，MOD、Hami Video「奧運專區」的熱點回看及隨選賽事也受客戶喜愛，顯示透過VOD再次回味賽事精彩瞬間，已成為觀賽趨勢。**

奧運的收視熱潮帶動MOD賽事VOD的點擊迅速成長，Hami影劇館也激增1.3倍，中華電指出，奧運一結束，已有廣告主主動詢問即將登場的BWF羽球巡迴賽、美國網球公開賽，還有MLB美國職棒等賽事，表達加碼投資廣告的意願。

【[2021/08/09, 經濟日報](#)】

臉書公布東奧運動員熱度排行 小戴居冠

臉書於 8/9 發布最新數據報告，統計在東奧期間，於Facebook 與 Instagram上討論度最高的全球運動員選手排行榜單。

臉書FB的全球運動員熱度榜單，由世界羽球天后戴資穎躍居第一，**小戴賽後在她個人Facebook發布的真誠分享貼文，獲得高達 136 萬個讚，是全球運動員榜單按讚數最多的。不僅如此，在粉絲數增加的排行榜單，賽事期間同樣也由台灣羽球選手戴資穎奪冠，共獲得超過50萬個新增追蹤數，躍居全球運動員增粉最多的第一名。**

此外，**為台灣贏得奧運史上第一面羽球金牌的「麟洋配」之一的羽球選手王齊麟，也名列臉書平台全球運動員增粉最多的排行榜第二名，共增加 36 萬個新粉絲，他在獲得羽球男雙金牌賽後的貼文，共獲得超過 104 萬個讚，僅次於戴資穎。**

臉書官方表示，東奧期間於台灣FB社群平台上，討論度最熱夯的運動員選手為：王齊麟、李智凱及李洋。在台灣Instagram上網友討論度最高的選手為戴資穎 (@tai_tzuying)、李洋 (@leeyang0812) 及王齊麟 (@chilinwang)。

【[2021/08/09, 自由時報](#)】

不播新聞了！ETtoday綜合台通過換照

國家通訊傳播委員會 (NCC) 8/11 同意 Ettoday 綜合台的換照案。Ettoday綜合台主動調整事業計畫書的節目主軸，由原本六大主軸，改為五大主軸，取消原本計畫增加播報新聞的項目，NCC今天通過後，可望在8月20日前換發新照。

ETtoday綜合台在2018年曾申請變更營運計畫，增加製播午、晚間新聞與政論性節目，因主要在中華電信MOD播出，當時NCC認為可以增加MOD新聞內容多元化而同意變更計畫。但今年ETtoday申請衛廣執照換照，在新聞製播部分，外部委員認為人力不夠，ETtoday也在上周主動提出要調整營運計畫，從原本醫療健康、保險理財、旅遊美食、綜藝娛樂、生活休閒、新聞六大主軸，取消製播新聞與政論性節目。

NCC先前已經否決了台數科生活頻道轉為新聞頻道或增播新聞的申請，也拒絕中天綜合台增加新聞時段，最近則是ETtoday自行取消製播新聞。NCC發言人翁柏宗說，他認為這是個案，ETToday綜合台也認為，現在台灣要收視新聞內容的管道很多，疫情後，閱聽眾希望綜合台多做美食、旅遊，讓閱聽眾有多一些其他的體驗。【[2021/08/11, 聯合新聞網](#)】

終於來了！迪士尼宣布 Disney+ 串流 11 月登陸台灣

娛樂巨頭迪士尼在本季財報電話會議上正式預告，影音串流服務「Disney+」將會在今年 11 月登陸台灣，一口氣提供迪士尼、皮克斯、漫威、星際大戰、國家地理及 Star 六大品牌的系列熱門電影、影集。

迪士尼預告，Disney+ 影音串流將網羅漫威的《汪達幻視》(WandaVision)、《洛基》(Loki) 及《獵鷹與酷寒戰士》(The Falcon and The Winter Soldier)；《星際大戰》則有《曼達洛人》(The Mandalorian)，以及迪士尼與皮克斯的《靈魂急轉彎》(Soul)；國家地理紀錄片《鯨之謎》(Secrets of the Whales)；以及《漢密爾頓》(Hamilton) 等等。

這次跟台灣同步上線 Disney+ 的市場還包括南韓、香港，目前 Disney+ 服務覆蓋北美、歐洲、亞太區和拉丁美洲等 61 個國家/地區，及支援 21 種不同的語言。



【[2021/08/13, INSIDE](#)】

加強保護兒少 YouTube推數位健康選項

Google 官方 8/11 宣布將在 YouTube 和 YouTube Kids 上為未滿 18 歲的使用者提供更多的保護措施，包含預設隱私和數位健康功能的更新。

官方會逐漸開始將 13 到 17 歲 YouTube 使用者的預設上傳設定，調整為隱私保護最高的選項。透過將上傳影片預設為私人影片的功能，只有使用者本人和指定的對象能看到內容。如果使用者想公開自己上傳的內容，他們也可以調整上傳內容的預設瀏覽權限，YouTube 會顯示提醒，讓使用者知道誰可以看到他們上傳的影片。

除了影片隱私，YouTube 也針對 13 到 17 歲的 YouTube 使用者提供一系列的數位身心健康工具，將會把「休息片刻」和「就寢時間」提醒功能預設為開啟，同時將「自動播放」功能預設為關閉。如果使用者認為自己用不到這些數位身心健康功能，也可以在設定更改。

此外，在商業內容上官方也更強調安全保護措施，一直以來 YouTube Kids 含有付費商品置入的內容是不被允許的，官方之後將在 YouTube Kids 上移除過於商業化的內容，像是著重在產品包裝或直接鼓勵兒童消費的影片。【[2021/08/11, INSIDE](#)】

廣告投放限制！Google 針對未成年調整相關服務

Google 8/10 宣布，為了保護未成年面臨網路上的風險，將推出一連串新的政策來保護這些未成年使用者，包含廣告投放、搜尋調整、圖片刪除以及 YouTube 相關最新規定。

根據 Google 部落格文章表示，這項新的政策也會不再根據未成年使用者的年齡、性別或興趣來投放相關廣告。這項政策跟上個月另一社群巨擘 Facebook 公布的方向類似，Facebook 將改變未成年用戶的廣告定位，廣告商不能以使用者喜好或網頁活動作為依據來投放，但仍能夠根據年齡、性別或位置來定位這些年輕用戶。

此外，Google 也將安全搜尋的年齡設置將原本預設的 13 歲往上調整至 18 歲，這表示未成年使用者將很難在 Google 看到較露骨的圖片或其他搜索結果。同時，Google 也開放年輕用戶能夠自行從 Google 圖片搜尋結果中刪除所顯示的圖片。



【[2021/08/11, INSIDE](#)】

TikTok改新規 保護兒童網路安全

繼臉書、Google以後，TikTok也宣布將針對未成年用戶建立更多保護機制，像是關閉App通知、增強隱私設定等，確保年輕用戶發展更健康的網路使用習慣。

TikTok表示，13-15歲用戶晚上9點過後就不會再收到App通知，16-17歲用戶則是晚上10點過後。這項更動希望能避免未成年者過度沈迷網路，協助年輕用戶更專注在課業、睡眠或是其他休閒活動。

TikTok先前已宣布全面禁止16歲以下用戶使用訊息功能，新的隱私設定則預設關閉16-17歲用戶的訊息功能，這些用戶必須先手動調整才有辦法傳送。

另外在首次發布影片時，TikTok也會強制要求16歲以下用戶選擇可以觀看到內容的對象，包括追蹤者、好友，或是只有自己可以看見，確保個人影片不會意外流出讓陌生公眾檢視。



【[2021/08/13, 新頭殼](#)】

疫情帶動暍經濟 六成消費者使用三種以上行動支付

根據萬事達卡最新發布的「行動支付使用習慣調查報告」，**疫情使高達64%消費者增加使用的行動支付品牌數，每位消費者平均使用三個以上的行動支付品牌。**

調查發現 **51至60歲的壯年族群中有16%的人平均單筆消費金額超過1,000元**，比例不僅為全年齡之冠，更是21至30歲的四倍，說明壯年族群雖在行動支付的使用頻率非最高，但因消費品項主要為生鮮雜貨、家電、3C產品和繳稅等高支出項目，而形成消費金額較高的趨勢。

觀察台灣消費者的綁定選擇和原因，83%消費者最常使用第三方電子錢包，如街口、LINE Pay、Pi錢包等；其次為特定商戶型電子錢包，如PX Pay、Fami Pay等；再者為行動裝置錢包，如Apple Pay、Google Pay等。

「優惠」是消費者綁卡的最高指導原則，但各年齡層仍有不同考量，如**61至65歲族群較為在意「核卡/綁卡速度」**，說明大齡使用者相對重視行動支付的方便和易用性；而**20至30歲族群有高達67%優先考量「累積回饋點數」**、42%重視「優惠折抵」，屬於精打細算的「Pay兌玩家」。
【[2021/08/10, 聯合新聞網](#)】

Media
trend

國際視野

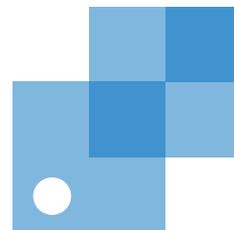


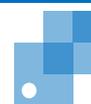
媒體科技日新月異，虛實整合的應用正快速延伸至各個領域。The Drum邀請長期關注媒體未來發展的專家 Marek Wrobel，介紹並分析新興的媒體科技趨勢，一探這些技術將如何改變市場。

- **虛擬戶外廣告：Brookfield Properties**——一家總部位於美國、多家購物中心的所有者——已達成協議，為其物業中的**虛擬空間提供獨家使用權**，選定的合作夥伴將利用該空間為品牌創造**AR 廣告機會**。人們對於大科技公司欲打造虛擬空間的想法仍持觀望態度，但物業公司涉足這個領域卻格外令人振奮：一個購物中心裡面被浪費的空間，將在 AR 的幫助下被活用，並為整個媒體和行銷領域創造價值。對於擁有實體店面的業者和零售商來說，將可以創造新的收入來源——一種將其擁有的地點轉變為媒體渠道的方式，對於品牌商來說，這是一個觸及消費者的新機會。
- **電視廣告：ITV在實境秀節目Love Island ” 推出了“可購物的電視 (Shoppable TV) ”**，讓擁有智慧電視的用戶可以**購買特有產品**。在此之前部分電視廣告就展現了高度的互動性，如在廣告中設置QR code，而現在ITV踏入了智慧電視的領域，將進一步改變電視媒體生態：首先它優化了使用者體驗，讓使用者不用切換至手機來購物；此外，它將電視製造商也納入廣告的生態系，雖然廣告主仍是主角，但他們將不再是唯一。The Verge報導，三星已經悄悄為其免費、支援廣告且提供直播及有線節目的串流服務 Smart TV Plus 推出網路版本，製造商的影響力可見一斑。
- **頭像識別與虛擬身份：Wolf3D 推出了 Ready Player Me 跨遊戲頭像**，讓玩家能夠自行創建頭像，並在遊戲和虛擬實境中使用。頭像重要性的提升與「第三空間」——美國社會學家 Ray Oldenburg 定義的「共融社交空間」——息息相關，比起家庭與職場，「第三空間」被認為對幸福最為重要，因為它較具備具創造性的互動，而**對年輕一代而言，第三空間是虛擬的——無論是遊戲、社交媒體還是虛擬實境——且頭像在這些領域都發揮著重要作用，使他們能夠表達自己、展示自己的地位，或證明自己屬於某個群體**。隨著虛擬世界越來越具備社交性質，頭像和虛擬身份將發揮更大的功用。

New
Idea

科技瞭望





長期以來，電動滑板車因為使用者在人行道亂竄、亂停車、路線混亂遭到了大量投訴，而現在有廠商認為，他們有本事來解決這個問題。

瑞典共享電動滑板車公司 Voi Technology 正在英國北安普敦市啟動世界上第一個大型電動滑板車的視覺運算測試。**運用人工智慧技術，可以檢測電動滑板車何時離開道路並在人行道上行駛，以及車輛是否正確停放。Voi 公司與愛爾蘭的一家名叫 Luna Systems 的科技公司合作，利用即時車道分割（類似於高階智慧汽車中的技術）來確定使用者的行駛，是否遵守了當地交通規則。**

該計畫已經持續了 6 個月，Voi 整合了智慧攝像系統，以及經過數小時北安普頓影片片段，來訓練的視覺演算法。除了讓騎士遠離人行道和正確停車外，Voi/Luna 合作還將傳達有關車輛使用方式的即時數據，透過一系列 AI 工具來識別問題區域並加以調整。

試點計畫分兩個階段進行：第一階段將會有一個受控小組測試視覺演算技術，並為要訓練的演算法收集更多鏡頭，該技術旨在正確檢測騎行表面並在人行道上行駛時發出聲音警報；第二階段將在北安普敦的 Voi 電動滑板車的公共車隊上安裝大約 100 個鏡頭。**Voi 還計畫測試自動減速機制，如果檢測到騎士在不正確的表面或在人行道密集的区域行駛，電動滑板車將會自行減速行駛。**

Voi 表示，這些數據不會透露有關使用者的姓名、聯繫方式、個人身份等隱私。並且，這些數據將與北安普敦市議會共享。

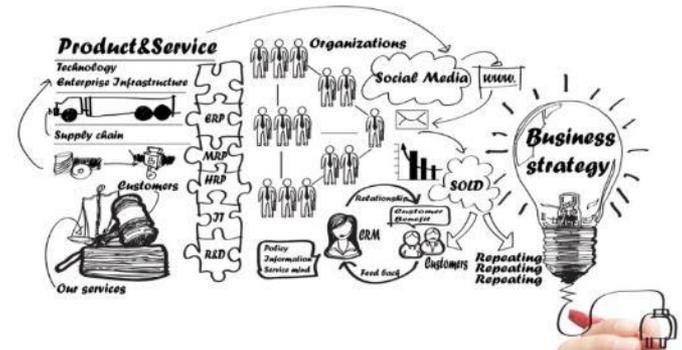
「不可否認，試用版的設備看起來確實有點笨重」，但 Luna Systems 表示，他們希望到 2022 年能夠將該設備直接結合到電動滑板車的車把中。「借助視覺演算技術，可以訓練電動滑板車查看和識別危險情況」，Voi Technology 首席執行長 Fredrik Hjelm 表示，這將為電動滑板車這種新型交通方式訂定新的安全標準。



圖片來源/T客邦

Project

專案介紹



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



01 優勢庫存流量：直接連接國內最優質版位

連接所有領先的Ad Exchange → 與Ad Network密切合作 → 和獨立發佈商直接購買優勢庫存



Criteo 是 Google 和 Facebook 廣告版位庫存的最大買家

Criteo 品牌新客

從Criteo數據資料庫，依據「購買行為」選擇受眾，導入更多質量新客

✓ 10,000+ 產品品牌

受眾消費品項之品牌名稱
Ex: Apple, Nike

✓ 1,000+ 產業標籤

受眾實際購買之產業類型標籤
Ex: Home & Garden, Sports

✓ 用戶購買力

依據所選受眾線上結帳金額
篩選低、中、高含金量用戶



OPEN POINT 輪廓分析

1,210萬

OPEN POINT會員
109年突破千萬
每日平均約90萬人開啟

950萬

APP下載數
109全年度APP開啟量達2億次
iOS約450萬 and約500萬

都市族

63%集中五大都
51%會員集中於北部區域
新北市20%居冠

女性多

女性族群近六成
男性比例為42%



550萬

每月消費累點會員
平均消費\$1,000/人/月

輕熟齡

20-39歲佔五成五
30-39歲: 29%, 20-29歲: 26%

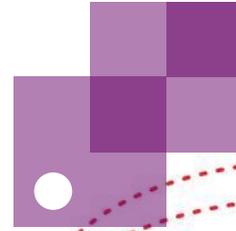
點娛樂 · 任務牆 獎勵型廣告



「CPI 下載任務」目前僅與有承接「AppsFlyer」、「ADJUST」的app合作

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	5.34
2	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	3.70
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.43
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.05
5	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	2.48
6	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	2.41
7	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.77
8	航海王26	TTV	卡通影片	1.74
9	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.51
10	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.34
11	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.30
12	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.22
13	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.18
14	黃金年代	CTS	歌唱音樂	1.15
15	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	1.14
16	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.12
17	綜藝3國智福爾血氧濃度計	TTV	競賽綜藝	1.05
18	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	1.04
19	醫學大聯盟立康生醫益菌多	FTV	競賽綜藝	1.02
20	1800航海王26	TTV	卡通影片	0.97

有線台/全體

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	2.92
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.11
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.81
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.53
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.43
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.29
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.15
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.11
9	生生世家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.06
10	自然之顏俗女養成記2	*SCC	國語連續劇	1.06
11	女神降臨2100	*SCC	韓劇	1.05
12	女力報到男人止步2	TVBSG	國語連續劇	1.05
13	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.02
14	鄭知道了美認證封鎖台疫苗	SETN	新聞性質節目	0.99
15	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.94
16	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.92
17	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	0.91
18	新台灣加油邦交國不知台灣	SETN	新聞性質節目	0.91
19	新台灣加油88風災強襲內幕	SETN	新聞性質節目	0.90
20	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.89

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	3.33
2	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.93
3	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	2.20
4	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.81
5	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.49
6	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.37
7	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食旅遊節目	1.27
8	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.22
9	綜藝3國智福爾血氧濃度計	TTV	競賽綜藝	1.20
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.19

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	2.58
2	航海王26	TTV	卡通影片	1.94
3	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.89
4	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	1.73
5	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.62
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.48
7	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.33
8	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.31
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.23
10	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.19

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	4.85
2	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	3.47
3	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	3.39
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.97
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.88
6	航海王26	TTV	卡通影片	1.83
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.77
8	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.60
9	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	競賽綜藝	1.55
10	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.31

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	9.07
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.24
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.59
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	4.16
5	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	國語連續劇	3.86
6	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	3.08
7	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	2.02
8	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	2.01
9	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	國語連續劇	1.97
10	航海王26	TTV	卡通影片	1.81

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	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	閩南語連續劇	1.98
2	女力報到男人止步2	TVBSG	國語連續劇	1.04
3	女神降臨2100	*SCC	韓劇	0.91
4	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.90
5	2300自然之顏俗女養成記2	*SCC	國語連續劇	0.89
6	1900食尚玩家2天1夜go	TVBSG	美食、旅遊節目	0.83
7	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.78
8	寶島神很大甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	0.77
9	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	0.76
10	玩命ONLINE雙槍對決	*FOX	外片	0.71

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	3.32
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.38
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.16
4	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.13
5	2300自然之顏俗女養成記2	*SCC	國語連續劇	1.12
6	寶島神很大甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	1.12
7	自然之顏俗女養成記2	*SCC	國語連續劇	1.07
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.07
9	草地狀元甘味人生鹿后	SANLI	知識資訊節目	0.96
10	玩命關頭8	ET-M	外片	0.91

35-49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	1.79
2	女神降臨2100	*SCC	韓劇	1.69
3	自然之顏俗女養成記2	*SCC	國語連續劇	1.41
4	綜藝玩很大FORA福爾額溫槍	SL2	娛樂綜藝	1.37
5	2300自然之顏俗女養成記2	*SCC	國語連續劇	1.27
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.08
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.03
8	女力報到男人止步2	TVBSG	國語連續劇	1.03
9	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.02
10	拆彈專家2	*SCM	國片	1.02

50歲以上

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	3.93
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.74
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.50
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.48
5	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.40
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.14
7	生生世世家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.77
8	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.70
9	新台灣加油88風災強襲內幕	SETN	新聞性質節目	1.63
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.61

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	1.08	0.76	0.56	0.57	1.74
TTV/台視	0.79	0.66	0.49	0.59	1.09
FTV/民視	0.40	0.12	0.12	0.20	0.76
CTS/華視	0.28	0.21	0.11	0.26	0.35

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	0.73	0.53	0.35	0.70	1.02
ET-N/東森新聞	0.57	0.35	0.26	0.51	0.86
SETN/三立新聞	0.51	0.16	0.15	0.32	0.93
FTVN/民視新聞	0.44	0.11	0.16	0.30	0.81
ERA-N/年代新聞台	0.28	0.08	0.12	0.18	0.51
NTVN/壹新聞	0.21	0.09	0.10	0.21	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.19	0.10	0.04	0.15	0.32
UBN/非凡新聞	0.18	0.03	0.04	0.13	0.34
CTS-N/華視新聞資訊台	0.11	0.05	0.05	0.08	0.19

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	5.34
2	晶亮醇葉黃素俗女養成記2	CTS	3.70
3	天之驕女輝葉WULA超有力小	SANLI	2.92
4	2200晶亮醇葉黃素俗女養成	CTS	2.48
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.53
6	戲說台灣	SANLI	1.43
7	生生世家後紅麴磷蝦油	SANLI	1.06
8	自然之顏俗女養成記2	*SCC	1.06
9	女神降臨2100	*SCC	1.05
10	女力報到男人止步2	TVBSG	1.05

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.43
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.05
3	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	2.41
4	超級夜總會	SANLI	2.11
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	1.81
6	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	1.77
7	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	1.51
8	全明星運動會大誠保險經紀	TTV	1.34
9	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.30
10	黃金年代	CTS	1.15

新聞類/全體

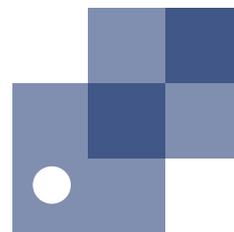
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.29
2	台灣最前線	FTVN	1.15
3	非凡最前線	UBN	1.11
4	台灣演義	FTVN	1.02
5	鄭知道了美認證封鎖台疫苗	SETN	0.99
6	新台灣加油	SETN	0.94
7	鄭知道了	SETN	0.92
8	新台灣加油邦交國不知台灣	SETN	0.91
9	新台灣加油88風災強襲內幕	SETN	0.90
10	正午最前線	UBN	0.89

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	1.22
2	呷飽未十全味醃	SANLI	0.74
3	型男大主廚	SL2	0.63
4	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.45
5	秘境不思溢	VLMAX	0.43
6	1900食尚玩家2天1夜go	TVBSG	0.40
7	直中職32年統VS中	VLSPT	0.39
8	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	0.36
9	1900食尚玩家瘋狂總部	TVBSG	0.35
10	1500呷飽未十全味醃	SANLI	0.35

**Dorian
idols**

藝人動態



Dorian

DOL!DU



圖1：崙崙曝2年多前因上《綜藝玩很大》認識KID，當時KID的提點讓她至今難忘。（圖 / ETtoday提供）

圖2：7/27《星光雲！RUN新聞》KID、崙崙兩人受邀到黃沐妍新家作客。（圖 / ETtoday提供）

圖3：《星光雲！RUN新聞》播出「父親節創意料理賽」，KID、崙崙做了芒果創意料理送給爸爸們。（圖 / Ettoday 提供）

圖4：綜藝節目《飢餓遊戲》恢復外景錄影，崙崙坦言和畢業旅行一樣，興奮到睡不著。（圖 / 中視提供）



圖1：啦啦隊女神籃籃（右）、粿粿（左）加入《綜藝3國智》來賓陣容，為復工錄影的主持群加油打氣。（圖／台視提供）

圖2：《星光歡樂城》特別節目，巫苡萱、林真亦、泥泥汝、喬喬兒女神將一起挑戰任務。（圖／狼谷育樂台提供）

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

