

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2142
10.11-10.17





本期摘要

媒體放大鏡 Disney+ 登台 結盟台灣大凱擘

國際案例 Ikea 打造90年代的真人秀宣傳產品

科技瞭望 Yahoo大玩科技 沉浸式體驗燒進時尚圈

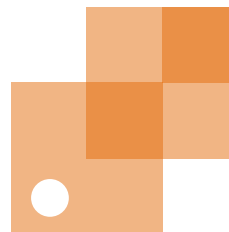
專案介紹 8891競品攔截廣告專案

收視調查

藝人動態 2021/09~2021/10

Media
news

媒體放大鏡



Disney+ 登台 結盟台灣大凱擘

華特迪士尼14日舉行「Disney+」亞太區內容發布會，宣布台灣大哥大（3045）成為Disney+台灣獨家合作電信營運商；凱擘成為台灣指定的數位有線電視系統營運商。

台灣大總經理林之晨表示，攜手Disney+，可望帶進用戶數及平均帳單金額（ARPU）成長，長期來說，希望全台900萬家戶數，都成為台灣大跟迪士尼Disney+用戶。

林之晨、凱擘董事長鄭俊卿現身Disney+線上記者會，Disney+一次跨足手機、平板電腦跟大電視等不同載具及不同地點。林之晨表示，Disney+美好的內容就要有順暢的網路，在外有5G，回家WiFi 6無線上網，全台700個店點、24小時線上客服，隨時提供服務。

鄭俊卿則指出，凱擘在全台擁有超過1,000萬家庭用戶，成為Disney+在台指定合作數位有線電視營運商，Disney+將登上凱擘集團內A1 BOX，打造智慧生活新樣貌。【[2021/10/15, 經濟日報](#)】



這些OTT 千禧世代與Z世代最愛看

悠遊卡轉投資點鑽整合行銷的「UUPON會員平台」與中央大學產學合作，調查今年第2季《台灣串流影音及Podcast使用行為調查》。調查顯示，Netflix有多部原創，近期以獨家出品韓國連續劇《魷魚遊戲》帶動話題，UUPON調查發現，Netflix被定位為「稱霸台灣串流影視市場」。其中千禧世代每周觀看一小時以上的平台前五名，分別為YouTube、LINE TV、Netflix、愛奇藝、friDay影音；Z世代族群前五大平台是YouTube、Netflix、LINE TV、愛奇藝、嗶哩嗶哩bilibili。Netflix並非第一名。

UUPON調查發現使用者逐漸養成付費觀念，包括friDay影音、Hami Video、KKTV都被閱聽大眾視為「願意付費訂閱的串流平台」的台灣品牌。friDay影音是千禧世代心目中，最願意花錢訂閱的第一名台灣品牌；KKTV則成為Z世代唯一願意花錢訂閱的台灣品牌。另外，Z世代票選LiTV線上影視為「最容易上手串流平台」、「最值得信賴串流平台」、「最令人滿意平台」，但完全不在「願意付費訂閱」的項目中。【[2021/10/14, 聯合新聞網](#)】

數據分析公司 eMarketer 於九月公布一份報告，指出在今年底 Spotify 將超越 Apple Podcast 成為全球第一的收聽平台。報告顯示在 2021 年底時，Spotify 的用戶將會達到 2820 萬，而 Apple Podcast 則是 2800 萬，這個差異看似不大，但根據 Spotify 的成長速度，以及 Apple Podcast 長期的停滯，預計 2025 年會有 4360 萬人使用 Spotify 收聽，而 Apple Podcast 則停滯在 2910 萬左右。

國外知名 Hosting 平台 Transistor 發佈一則有趣的文章，探討為何 Z 世代偏好使用 Spotify 作為主要收聽平台以及會帶來什麼影響。根據作者的調查，Z 世代收聽 Podcast 的前三名分別是：Spotify (47%)、Apple Podcast (16%)、YouTube (10%)。

除了疫情的因素外，許多 Z 世代第一次接觸到 Podcast 是透過 TikTok、Instagram 等短影音的剪輯，並接觸到許多年輕且優秀的創作者，讓他們在迷惘的年紀裡找尋身分認同，亦或是逐漸建立自己對事物的觀點。【[2021/10/14, INSIDE](#)】

KKBOX：Podcast 播放量增 2 成

根據 KKBOX 最新統計，Q3 Podcast 整體聆聽量比 Q2 成長 20%，每位用戶的每日平均聆聽時長也從去年 40 分鐘攀升至 70 分鐘，反映聽眾使用黏著度持續提高。KKBOX 也觀察到，民眾對娛樂、生活類別節目的喜好居高不下，亦為 Q3 Podcast 聆聽量最高的兩大節目類別，季增超過 3 成。

為了讓更多人發現與聽見好聲音，KKBOX 持續透過主題策展和獨家功能，讓聽眾更容易發現與喜愛 Podcast 各種有趣內容。KKBOX 表示，以單集 Podcast 節目進行主題策展，帶動 Q3 單集聆聽比例成長 10 倍，尤以中小型節目最為明顯；當季最受歡迎的策展主題，包括長達一個月的鬼月策展，以及使用 KKBOX 獨家音樂嵌入功能的「KK 才有！有音樂的 Podcast」主題策展等。近期再推出期間限定策展主題「英文聽說能力 UP UP 專區」，滿足聽眾對英語學習的需求。

聲音內容不只能用耳朵聽，還可以「閱讀」。KKBOX 今年 8 月中與 Firstory 合作推出獨家逐字稿功能，以音訊轉文字的方式，提供另一種閱聽選擇，方便聽眾搜尋或快速瀏覽節目內容、掌握重點，讓 Podcast 更好聽。【[2021/10/12, yahoo!新聞](#)】

《魷魚遊戲》破1.1億觀看數 史上最受歡迎

媒體放大鏡



根據《每日郵報》報導，Netflix於13日在推特宣布，**南韓Netflix原創影集《魷魚遊戲》**在平台首播17天之內已有**1.11億名用戶觀看此劇**，占了Netflix全球**2.09億用戶的一半以上**，輕鬆超越《柏捷頓家族》開播28天創下的8200用戶觀看的歷史最高紀錄，成為Netflix迄今最受歡迎的作品。報導稱，考量到《魷魚遊戲》沒有任何國際知名的大牌巨星，其紀錄顯得更令人印象深刻。

CNN曾報導，《魷魚遊戲》目前在Netflix全球94個國家的前10大排行榜上拿到第一，也成為史上首個美國Netflix登上排名第一的南韓影視作品。然而，儘管創下的紀錄令人驚艷，但這並不意味著所有1.11億名用戶都有全程觀看，因為Netflix的收視率指標將「觀眾」設定為至少觀看了2分鐘內容的人，但這項指標也同樣適用於Netflix其他劇集的收視數據。【[2021/10/13, ETtoday新聞雲](#)】

麥當勞APP擁600萬麥粉，啟動7年來最大變革



麥當勞App小檔案

推出時間：2021.9

主要功能：行動點點卡、隨買店取電子商品券、積分商城
參與專案人數：50名

亮點：

- App月活躍用戶突破2百萬
- 帶動點點卡兌換商品數單月70萬，其中近5成透過App兌換

今年9月1日上線的「麥當勞APP」相當引人注目。從功能來看，麥當勞APP有3大不同。**首先是「行動點點卡」儲值及付款**。過去消費者僅能拿實體卡至櫃檯消費，累積點數、兌換商品都得隨身帶卡，新版本APP裡則整合「行動點點卡」，可透過QR Code在櫃檯或自助點餐機消費，同時整合載具。**其次，新增互動積分專區**。透過每日簽到任務、互動遊戲等形式，消費者可累計積分換點數，最後兌換成自己喜愛的餐點。**最後是新增「隨買店取」及「點數商城」功能**。消費者可在App中預先購買電子商品券，到櫃台、自助點餐機、得來速等不同麥當勞點餐通路兌換；如消費者喜愛的「McCafé」系列商品甚至還有10杯組優惠、寄杯、分次領取轉贈等功能。【[2021/10/18, 數位時代](#)】

LINE Bank射創新三箭 首家「免讀卡機」

根據金管會統計，LINE Bank甫開業已躍昇為2021年第二季銀行業數位帳戶成長的第一位。努力站穩腳步的同時，LINE Bank也不斷追求市場差異化來強化己身優勢。

自2021年9月開始，LINE Bank優化線上帳戶升級流程，用戶不但免插卡，更能捨棄「晶片卡讀卡機」，只要持「自然人憑證」透過「近距離無線通訊 (NFC, Near Field Communication) 」於LINE Bank App完成手機感應，最快5秒線上完成數位帳戶升級，提升非約定轉帳限額，全程不需要使用電腦與讀卡機。

此外，沒有實體分行的狀況下，客戶與LINE Bank的第一關接觸點就在於「線上客服」。為了強化線上客服功能，LINE Bank不但打造「雙地點」客服中心，以確保客服營運24小時不中斷，更打造完整Chatbot智能客服體系，亦是國內銀行業第一家引進LINE to Call服務的品牌，並引進「數位生物辨識技術」優化eKYC (Electronic Know Your Customer) ，強化特定交易和手續的客戶辨識程度。【[2021/10/13, 聯合新聞網](#)】

不同行動支付可互相轉帳 街口支付、Line Pay不加入

紙本五倍券15日開放兌換現金，財政部次長阮清華上午受訪時表示，原本預估今年數位綁定振興五倍券會達到400萬份，目前已達到410萬份，成績「比預期好」，由於綁定期限到明年，數位綁定人數還在慢慢增加當中。

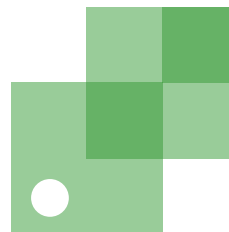
阮清華指出，台灣Pay已有60多萬份綁定，較去年的3萬份增加許多，阮清華強調，行動支付是方便的工具，希望更多人加入台灣Pay，台銀綁定人數將近10萬。

阮清華說，政府推動台灣Pay並不是一個品牌，而是一個共通平台，目前已有電支間相互轉帳功能，年底前還會推出繳稅、繳費功能，未來還會推出消費功能，目前大部分的電子支付業者已經同意加入，「除了街口支付、LINE Pay」，將會持續溝通，希望可以打造一個台灣的支付生態圈，讓民眾更加便利。【[2021/10/15, ETtoday新聞雲](#)】



Case
share

國際案例





影片連結請參照：<https://www.ikea.com/es/en/campaigns/trapped-in-the-90s-pub6c64c9f0>

西班牙馬德里的McCann與真人秀節目製作人和作家共同創作了該系列節目。他們花了數週的時間來選拔參賽者，這些參賽者都是1996年後才出生。McCann Spain CCO Emiliano Gonzalez De Pietri在接受 Contagious 採訪時說：「房子裡的這些人都是具有影響力的人。選擇他們是一個非常有意義的決定，因為他們對活動產生強大的效應，參賽者們也一直在自己的社群平台發布相關的消息。」

該系列影片上市後反應良好，首集觀看數也已達到81,389次，Ikea透過這次的影片成功的為其產品提升曝光度，也透過90年代的情境宣導，Ikea能給你更好的生活。劇組拍攝了100多個小時的內容，這些內容將在電視和社群媒體上播出。

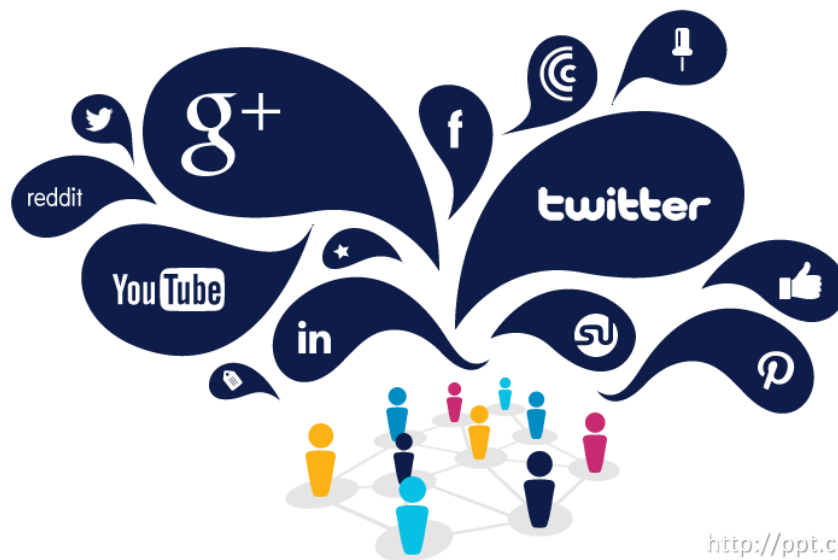
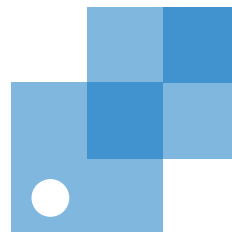
為慶祝Ikea在西班牙成立 25 週年，Ikea製作了一個名為《困於90年代(Trapped in the 90s)》的真人秀，六個人全天候生活在一個尚未有Ikea出現的家。

Ikea特別製作了一個網頁集載了八集YouTube節目（每集約五分鐘），並列出了節目中產生的問題點及有趣的地方。像是，90年代的寢具用品使用起來又重又癢，廚房用具散落一地，浴室太小而無法在裡面進行美容保養等。

整個劇集裡，參與者可透過活動贏得Ikea商品，贏來的商品能幫助他們改善居住在這90年代房子裡的生活品質。

New
Idea

科技瞭望



Yahoo Creative Studio創新科技總監Sam Field表示，現在是個數位身分和實體身分一樣重要的時代，界線也越來越模糊。Yahoo全球致力協助品牌與創作者在元宇宙（Metaverse）打造身歷其境的沉浸式體驗，尤其疫情期間，民眾對此更有高需求。因此，Yahoo Creative Studio藉由整合擴增實境（AR）、3D環境模型、4K影片串流、動態捕捉、區塊鏈NFT應用等技術，讓全世界的民眾都能破時空，盡情探索實體及數位生活。

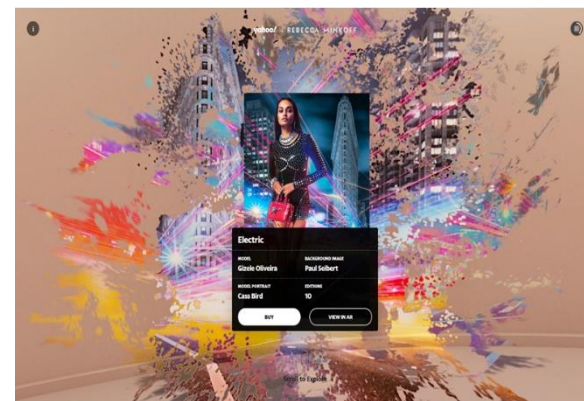
有別於一般秀台，Yahoo此次挑戰在元宇宙中重新建構2021紐約時裝週，Yahoo Creative Studio攜手知名設計師Rebecca Minkoff創建以紐約為模型的沉浸式AR畫廊，更搭載NFT浪潮，首次使用NFT展售最新系列作品的2D圖像。

時尚粉可以自由飛行於畫廊中，欣賞作品、點擊互動並參與拍賣，也能透過手機掃描QR code，將紐約時裝周的服飾作品帶入家中，並將3D虛幻景色、逼真環境音效疊加於身處空間中。Yahoo同時為Rebecca Minkoff打造3D數位服裝，這些服裝將在時尚NFT交易平台「The Dematerialised」上販售。Yahoo Creative Studio也與設計師Christian Cowan合作，運用360全息投影技術打造設計師全息影像，時尚粉同樣透過掃描QR Code就能讓設計師出現眼前1對1互動。

為慶祝寶可夢25週年，Yahoo Creative Studio與英國知名百貨Selfridges、倫敦時尚設計師Charli Cohen合作打造沉浸式購物平台「Electric/City」。「Electric/City」是一個以「賽博龐克」風格打造的3D奇幻虛擬城市，主要包含中央廣場（Central Square）、節日公園（Festival Park）、後街派對（Backstreet Afterparty）三大區域，點選並拖拉畫面即可隨意360度「漫步」在虛擬街道，或點選「導航箭頭」符號就可以瞬移到不同區域。

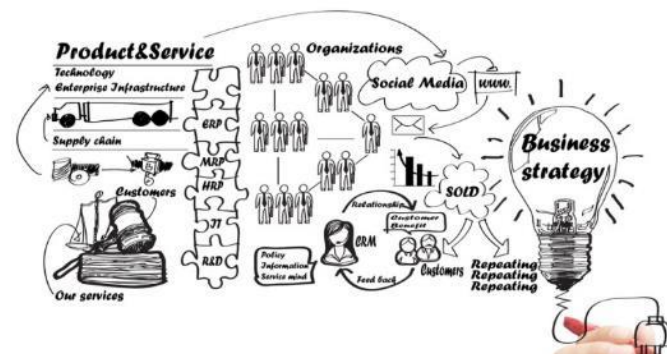
補充說明：

- **元宇宙（Metaverse）**：通常用來描述未來網際網路迭代的概念，由連接到一個可感知的虛擬宇宙的持久、共享的3D虛擬空間組成。廣義上的元宇宙不僅指虛擬世界，還指整個網際網路，包括增強現實的整個範圍。
- **非同質化代幣（non-fungible token）**：是一種被稱為區塊鏈數位帳本上的數據單位，每個代幣可以代表一個獨特的數碼資料。由於其不能互換，非同質化代幣可以代表數位文件，如畫作、聲音、影片、遊戲中的項目或其他形式的創意作品。雖然文件（作品）本身是可以無限複製的，但代表它們的代幣在其底層區塊鏈上被追蹤，並為買家提供所有權證明。



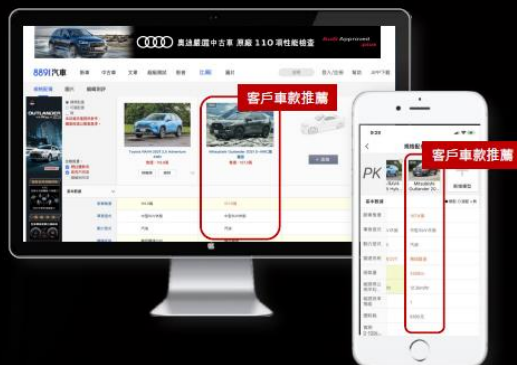
Project

專案介紹



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

「新車-比較頁車型精準推薦廣告」說明



操作模式

- 鎖定曝光客戶車款1台(需細分到等級)
- 鎖定競品車款2台

當用戶搜尋到鎖定的競品車款，自動推薦客戶車款做比較

位置

比較頁最右側
用戶最多可同時比較6輛車
(含客戶車款*1+競品車款*5)

數據(非保證)

- 內鍵：廣告期間客戶車款
- 曝光次數
- 被點擊至綜述頁之次數

- 註1：最多可額外增選3台競品車款，每一款車加價5000元(未稅)。
註2：競品車款於委刊成立時告知，不可中途更換車款。
註3：客戶車款帶有廣告標識。

7

「新車-綜述頁競品攔截廣告」說明



操作模式

- 鎖定曝光客戶車款1台
- 鎖定競品車款2台

當用戶進入鎖定的競品車款綜述頁，客戶車款自動推薦展示

位置

- PC：綜述頁【競爭車款】與【推薦關注】首位位置
- 行動端：綜述頁【競爭車款】首位位置

數據(非保證)

- 內鍵：廣告期間客戶車款
- 曝光次數
- 被點擊至綜述頁之次數
- 外鍵：廣告期間客戶車款
- 曝光次數與點擊次數

- 註1：最多可額外增選3台競品車款，每一款車加價3000元(未稅)。
註2：競品車款於委刊成立時告知，不可中途更換車款。
註3：鏈接方式2擇1，若指定外鏈，客戶車款帶有廣告標識。
註4：行動端=行動版網頁+APP。

11

「新車-搜索結果頁競品攔截廣告」



操作模式

- 鎖定曝光客戶車款1台
- 鎖定競品車款2台

當用戶進入鎖定的競品車款搜索結果頁，客戶車款素材自動置頂展示

尺寸規格

- PC：970 x 90 px；JPG、PNG <300k
- 行動網頁：750 x 145 px；JPG、PNG <300k

數據(非保證)

- 外鍵：廣告期間客戶車款
- 曝光次數與點擊次數

- 註1：最多可額外增選3台競品車款，每一款車加價3000元(未稅)。
註2：競品車款於委刊成立時告知，不可中途更換車款。

15

「新車-首頁PK比較廣告」說明



操作模式

- 鎖定曝光客戶車款1台(需細分到等級)
- 鎖定競品車款1~5台(需細分到等級)

當用戶點擊PK廣告，自動跳轉至兩台PK車款的比較頁

競品展示邏輯

用戶進站或刷新輪替

數據(非保證)

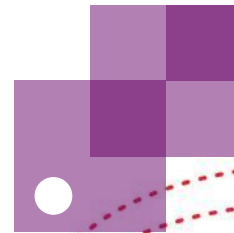
- 內鍵：廣告期間客戶車款
- 曝光次數
- 被點擊至PK比較頁之次數

- 註1：競品車款於委刊成立時告知，不可中途更換車款。
註2：行動端=行動版網頁+APP。

26

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	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	4.37
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.68
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.02
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	2.23
5	航海王26	TTV	卡通影片	1.99
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.66
7	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	1.64
8	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.54
9	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.43
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.43
11	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.35
12	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.15
13	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.09
14	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	1.03
15	1300黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	0.93
16	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	0.90
17	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.88
18	這事有影嚨娘家明適保	FTV	資訊綜藝	0.85
19	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.84
20	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.79

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	2.79
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.43
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.54
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.44
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.27
6	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.12
7	生生世世家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.08
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.05
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.04
10	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.02
11	自然之顏俗女養成記2	*SCC	國語連續劇	0.99
12	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	國語連續劇	0.96
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.93
14	TVBS文茜的世界周報	TVBS	新聞性質節目	0.91
15	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	新聞性質節目	0.88
16	新台灣加油國慶表演驚爆玄	SETN	新聞性質節目	0.88
17	新台灣加油46命悲劇全台百	SETN	新聞性質節目	0.84
18	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.83
19	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.81
20	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.81



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	航海王26	TTV	卡通影片	2.11
2	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	1.70
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.55
4	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.49
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.37
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.37
7	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.23
8	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.11
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.04
10	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	0.90

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	1.75
2	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.45
3	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	1.41
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.40
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.37
6	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	1.11
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.01
8	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	0.99
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.95
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.96
2	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	2.85
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.31
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.86
5	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.75
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.64
7	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.61
8	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.60
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.45
10	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	1.33

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	7.57
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.52
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.92
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	3.85
5	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	2.93
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.53
7	航海王26	TTV	卡通影片	2.35
8	1300黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	1.84
9	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.66
10	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	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	1.47
2	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.38
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.28
4	2100全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	1.17
5	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.97
6	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.94
7	2000今晚開讚吧	ETTV	資訊綜藝	0.92
8	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.79
9	2300俗女養成記2自然之顏	*SCC	國語連續劇	0.75
10	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	0.71

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	3.10
2	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.14
3	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.01
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.91
5	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.88
6	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.88
7	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.86
8	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	國語連續劇	0.85
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.82
10	三流之路	*SCC	韓劇	0.82

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	1.91
2	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.37
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.29
4	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	國語連續劇	1.11
5	三流之路	*SCC	韓劇	0.97
6	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.93
7	2300俗女養成記2自然之顏	*SCC	國語連續劇	0.92
8	直中職32年統VS中	VLSPT	棒球	0.91
9	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.86
10	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.82

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.54
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	3.93
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.70
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	2.21
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.09
6	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.92
7	生生世世家後紅麴磷蝦油	SANLI	閩南語連續劇	1.91
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.89
9	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.41
10	鄭知道了控蘇揆辱女性轉移	SETN	新聞性質節目	1.35





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	0.91	0.50	0.51	0.55	1.54
TTV/台視	0.71	0.48	0.44	0.49	1.07
FTV/民視	0.38	0.08	0.10	0.24	0.72
CTS/華視	0.28	0.17	0.14	0.30	0.33

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	0.67	0.31	0.33	0.64	1.01
ET-N/東森新聞	0.53	0.18	0.23	0.47	0.86
SETN/三立新聞	0.49	0.12	0.18	0.33	0.91
FTVN/民視新聞	0.45	0.08	0.17	0.28	0.84
ERA-N/年代新聞台	0.29	0.07	0.14	0.19	0.54
NTVN/壹新聞	0.21	0.09	0.10	0.18	0.33
EFNC/東森財經新聞台	0.20	0.08	0.10	0.17	0.33
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.06	0.15	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.10	0.04	0.06	0.08	0.16

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	黃金歲月蝦皮購物	FTV	4.37
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	2.79
3	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	1.64
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	1.44
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.27
6	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	1.12
7	生生世世家後紅麴磷蝦油	SANLI	1.08
8	自然之顏俗女養成記2	*SCC	0.99
9	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	0.96
10	1300黃金歲月蝦皮購物	FTV	0.93

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.68
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.02
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.43
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	2.23
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.66
6	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	1.54
7	超級夜總會	SANLI	1.54
8	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	1.15
9	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	1.03
10	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	1.02

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.05
2	台灣最前線	FTVN	1.04
3	非凡最前線	UBN	0.93
4	TVBS文茜的世界周報	TVBS	0.91
5	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	0.88
6	新台灣加油國慶表演驚爆玄	SETN	0.88
7	新台灣加油46命悲劇全台百	SETN	0.84
8	新台灣加油	SETN	0.83
9	最前線報告	UBN	0.81
10	新台灣加油再批蘇爸媽沒教	SETN	0.80

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.35
2	呷飽未	SANLI	0.69
3	非凡大探索	UBN	0.56
4	直中職32年統VS中	VLSPT	0.55
5	型男大主廚	SL2	0.54
6	直21MLB冠軍賽紅VS太	VLSPT	0.52
7	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.48
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.42
9	直21MLB冠軍賽道VS勇	VLSPT	0.39
10	2000美食按個讚	UBN	0.36

**Dorian
idols**

藝人動態

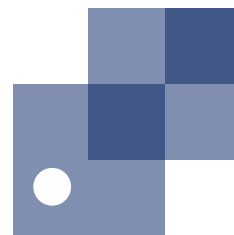




圖1：納豆、崙崙主持的17LIVE歌唱比賽圓夢計畫《夢想Sing樂園》，終於再度復工回歸比賽。（圖 / 17LIVE）

圖2：動力火車和KID、崙崙PK小白球 勝負欲超強拚了！（圖 / ETtoday）

圖3：崙崙《飢餓遊戲》五週年超狂任務曝光，將挑戰從北騎鐵馬南下任務。（圖 / 中視提供）



圖1：「綜藝玩很大」日前邀請了「全明星運動會」第二季的選手們，包含紅隊經理粿粿等10人。（圖／三立提供）

圖2：粿粿參與台視、TVBS實境秀《全明星觀察中》開播後廣受好評。（圖／翻攝自「全明星觀察中」臉書）



圖1：短今宣傳個人寫真，在社群PO出性感泳裝照。(圖 / 翻攝短今臉書)

圖2：短今穿黑色泳裝別粉紅絲帶，響應「國際乳癌防治月」活動。(圖 / 翻攝自IG@sammie_923)



圖1：徐乃麟、林真亦及巫苡萱一起搭檔主持遊戲節目《星光歡樂城》。(圖/翻攝自巫苡萱IG)

圖2：張熙恩轉型改名「原尹鋅」，以畫家身分辦展。(圖/宏將多利安提供)



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

