

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1716 |
04.17-04.23





本期摘要

媒體放大鏡 Facebook藉Messenger連接12億人口

國際視野 三分之一的日本人認為數位廣告是有好處的

科技瞭望 不用鑰匙！讓手機幫你開門的 Qrio 智慧鎖

專案介紹 STAR MOVIES - 2017年5月專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡





日前宣佈Messenger每月活躍用戶人數突破12億之後，顯然Facebook此項通訊服務已經形成另一個龐大規模平台，因此過去選擇將其自Facebook服務拆分獨立，除了避免使用流量影響整體服務運作流暢度，更能藉此平台發展各項服務內容，例如去年在F8開發者大會強調將在Messenger內增加多項聊天機器人 (chat bot) 服務，而今年更期望能使Messenger成為凝聚使用者互動，並且導入更多商業模式的服務平台。

如同目前Facebook已經串連諸多服務項目，未來Messenger除了擔任連接眾人線上互動的服務平台，預期將會導入更多商業及廣告模式，同時透過諸如線上分享、遊玩或完成更多服務內容增加線上互動黏著，進而可帶來更多商業發展機會，因此Facebook在此次F8開發者大會宣布推出Messenger Platform 2.0版本，讓更多廣告、服務業者能以此建造更多應用內容。

在Messenger Platform 2.0版本中，Facebook將新增「探索 (Discover)」分頁功能，藉由類似Facebook服務裡的「鄰近 (Nearby)」功能應用，讓使用者能快速挖掘鄰近商家店面，甚至閱讀新聞資訊或娛樂內容，藉此讓使用者能與更多服務直覺銜接，而使用者也能透過類別、關鍵字詞搜尋喜好項目。[2017/04/19,聯合新聞網]



萬事達卡結合Facebook Messenger新增電子支付功能

萬事達卡 (Mastercard) 18日表示，將在社群網站Facebook的聊天軟體Facebook Messenger上新增一個支付選項，希望以更簡便的付款方式吸引消費者用電子錢包消費。

萬事達卡在Facebook Messenger加入其電子錢包Masterpass，讓消費者按幾下就可以用Facebook的系統在線上下單。目前這項服務仍在初期階段，只有Subway和FreshDirect等少數商家使用。

就在萬事達卡宣布與臉書合作之前，PayPal控股公司18日也表示，將在字母公司的Android Pay提供服務，這是PayPal在實體商店提供電子支付服務的最大行動之一。PayPal去年宣布將開始在臉書的Messenger推出支付服務。

隨著萬事達卡在Facebook Messenger上推出，消費者可以在此尋找網上商家，以聊天機器人下訂單，最後再用萬事達卡結帳。整個過程都可以在Facebook Messenger完成。[2017/04/20,經濟日報]



在今年的F8開發者大會上，Facebook除了發表擴增實境影像平台、Messenger平台2.0等新功能，也終於正式推出Facebook第一款VR社交應用程式「Spaces」。

進入Spaces後，用戶可以自由挑選任意一張Facebook上的照片，快速設定客製化的虛擬化身（avatar），之後也能再微調髮型、膚色、五官等，直到更像本人為止。不僅如此，Spaces中的虛擬世界場景可以任意切換，除了內建場景，也能套用Facebook支援的360度全景照片、影片或直播，讓分享不再限於文字或是2D影像，加深用戶臨場感。有趣的是，Spaces也沒漏掉社群媒體中最受歡迎的「自拍」元素，內建自拍棒功能，讓用戶可替虛擬化身和VR場景合照，再上傳到Facebook分享給更多人。

目前Spaces已可在Oculus的VR平台免費下載，最終希望能拓展到其他VR平台。佐克伯在最近一次的Facebook財報會議上提到，就算再過10年，VR的潛力仍無法完全展現；Mike Booth也指出，現在的Spaces僅能展現他們對社交VR野心的0.1%。儘管Spaces距離Facebook想像的理想VR社交還有一大段路要走，不過，這位社交巨擘已經跨出第一步，準備顛覆未來人類的互動方式。[2017/04/19,數位時代]

FB F8：新影像效果開放平台Camera Effects

Facebook發表新的開發平台「Camera Effects」，主打讓所有第三方開發者，能夠上前創造相片、影片等影像特殊效果，看似只是將Snapchat起頭的影像濾鏡效果再延伸，但其執行長馬克·佐克伯（Mark Zuckerberg）卻有個更大的野心 - 擴增實境。

新的Camera Effects平台強調，就算不會寫程式，也能夠設計創造屬於自己的相機效果。現在看似只是平面的影像效果，但佐克伯認為擴增實境會隨時間演化，創造更先進的影像效果，Facebook只是早一步創造並開放平台生態系，拉攏開發者，當平台與技術成熟時，就有望成為AR產業裡的領導者。就與當初Apple創造iPhone與App Store的策略一樣。

同時，Facebook也開放開發者申請使用Camera Effects平台上的AR Studio、Frame Studio等工具，幫助創造新影像效果。開發者目前能夠透過三個元素設定AR影像效果，包含人臉辨識、地點資料以及Scripting APIs。應用可能結果包含相機辨識人臉後，頭上戴上王冠、辨識用戶所在地後顯示所在城市貼圖，或是與其他App結合顯示影像效果。[2017/04/19,數位時代]





美國串流影音網站Netflix今年第1季在美國和全球訂戶成長減緩，表現不如市場預期，儘管獲利因內容成本比預期低而得以成長。不過，Netflix喊出本周訂戶數就會超過1億大關，信心十足，今年還為紙牌屋等熱門戲劇大推行銷計畫，以吸引更多新訂戶。

Netflix訂戶數成長減緩，今年第1季海外訂戶數增加353萬人，遜於先前預估的370萬人，也低於去年同期成長的451萬人，部分原因是上季新劇推出時間交錯的關係。例如紙牌屋去年新一季如期上線，但今年新一季則於第2季才推出。

但Netflix正促使投資人停止以訂戶數成長作為判斷依據，而是聚焦於營收和全球營業利益。

Netflix持續砸錢打造原創戲劇來留住訂戶，今年預期將再斥資60億美元，但也會出現20億美元的負現金流，且「隨著公司快速成長，預料接下來數年現金流都將是負數」。[2017/04/18,經濟日報]

串流影音平台崛起！TVBS直擊網飛總部



線上影音串流服務崛起，其中最具代表性的就是製作影集紙牌屋的網飛Netflix。如何讓全球將近一億名會員，對網飛有高黏著度，關鍵在個人化推薦，你看什麼節目？一次看多久？什麼節目讓你看五分鐘就沒興趣？對節目的評價是喜歡還是不喜歡？這些數據讓網飛透過演算法比你早一步知道你想看什麼。

雖然演算法讓再冷門的影片都能找到懂得欣賞的觀眾，但在全球影音串流戰場上，獨家的優質原創內容才是觀眾願意付費的決勝點，因此網飛砸大錢製作原創節目。影集王冠的製作費，一集高達1000萬美元，大約台幣3億元，網飛的原創節目預算從去年的50億美元加碼到今年的60億美元，是HBO的兩倍，華爾街日報報導，網飛敢花錢，搶劇本也搶人才，已經被視為是好萊塢頭號敵人。

網飛執行長哈汀斯：「我們的下一階段會是電影原創電影，網飛想做的是解放電影產業，在電影產業的發行方式上創新，我們不是反戲院，我們只是希望所有東西同時上映。」

從郵寄DVD業務起家的網飛，在掀起電視產業革命之後，把目光轉向電影產業，一步一步翻轉產業既定的遊戲規則。[2017/04/23, TVBS新聞]

網劇之所以能成為「造星工廠」，主因之一是影音平台願意砸錢自製，或投資有潛力的IP劇，且對原創內容有極大包容性，更願意吸納更多老將、新人投入，而且平台創造許多與網友互動模式，像是彈幕及時反映對網劇及演員喜好等，拉近網劇及用戶的距離，尤以愛奇藝最夯，創造的新星超過6成。

2014年和2015年各平台造星數量差異並不明顯，2016年網劇市場蓬勃發展，製播數量高達5萬小時，平台之間的差距明顯加大，尤以愛奇藝遙遙領先，25個新竄出頭的明星中，有半數是憑藉在愛奇藝播出的網劇，相當於其它平台總和；在2017年第1季，愛奇藝更塑造了《射雕英雄傳》楊旭文、李一桐，《熱血長安》徐海喬、《尋找前世之旅》馬可等14人，但排名第2的騰訊視頻不遑多讓，捧出《青雲志2》秦俊杰、《如果蝸牛有愛情》王子文等人，極力縮小與第一名的差距。

網劇的造星能力日益提高，與傳統電視劇相比，雖然還有一大段差距，但因平台願意提供發表創作及發揮能力的機會，加上內容創作相對自由，更符合年輕受眾的喜愛，且可直接反映用戶喜好，影音平台再根據話題度、搜索量等新媒體指數，量身打造適合受眾的網劇內容，更容易雕琢網紅新人。[2017/04/19,旺報]

YouTube攻手機直播 後來居上稱霸下載排行榜



近來社群媒體掀起一波「直播」熱潮，許多公眾人物藉此平台與粉絲互動，起初臉書先帶頭開放直播功能，接著Instagram也跟進，影音平台YouTube則是慢了一步，較晚才在手機APP上新增這項功能，不過 開放直播後，YouTube的APP竟一舉攻佔App Store下載排行第一名。

距離YouTube的APP上次稱霸App Store已經是2015年12月，經過一年多的時間，近日靠著直播功能又再度重回寶座。比起其他競爭對手如臉書和Instagram早已在手機APP就開放直播功能，YouTube較晚才加入直播的戰場，且原先YouTube僅開放給超過一萬名訂閱者的頻道直播，日前也悄悄將標準降低，只要有一千名訂閱者便可直播。過去YouTube直播功能一直以來都還是以桌面版本為主，雖然部分手機上也有提供直播的支援，不過這次則是終於在官方的 App 上內建，做出這樣的改變後，YouTube的APP原先在排行榜第九名之間游移，終於於19日再度登上App Store下載第一名。

[2017/04/21,世界日報]



行動網路從3G發展到4G、5G，資料傳輸速度越來越快，帶來的新應用也越來越多，根據愛立信統計，2017年到2020年之間，行動通訊數據應用最廣的領域莫過於「線上影音」，用戶不再用傳統方式收看戲劇、電影，這些影音內容都會透過行動終端接收，直播更會是熱門新應用，影音在行動通訊數據的使用占比最高、成長也最快。

若是以硬體技術發展來看，5G未來走向何方，目前尚未定論，預定要2018年才會有正式的規格出爐，而中華電（2412）則是率先推出LWA（LTE-WLAN Aggregation）技術，透過這項技術連結LTE與WiFi，增進傳輸效能。5G預定使用高頻段，這也意味著5G在穿透力與覆蓋範圍表現恐較4G為差，加上頻譜資源緊縮，故國際大廠積極投入發展LTE-U、LAA與LWA等技術方案。

TrendForce旗下拓璞產業研究院分析師楊可歆認為，已耕耘Small Cell產品多年的台廠如若能以LWA技術為基礎，發展SCaaS（Small Cell as a Service）從而擺脫代工、接單獲利模式，就有機會在此一服務市場搶先卡位。

楊可歆也表示，5G將是異質網路融合的時代，台灣已率先全球推出LWA商用網路，從晶片端、Small Cell（小型基地台）端到手機終端業者緊密合作，小型基地台作為新一代異質網路融合裝置，台灣產業生態鏈已然成形。[2017/04/22,聯合晚報]

愛立信2017~2020年各類行動應用流量預估表



Yahoo預計6月正式併入Verizon體系

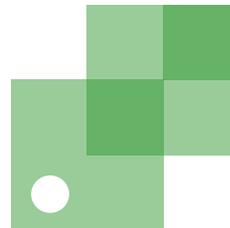
在先前消息中，Yahoo網路事業併入Verizon體系後，其餘由中國阿里巴巴持有15%股權的事業體系將暫時使用Altaba名稱，而日本Yahoo也將維持原本運作模式，至於台灣Yahoo奇摩之後將如何調整組織異動，目前暫時還沒有具體消息。

至於併入Verizon體系後的Yahoo網路事業將以Oath作為內部暫稱，在對外產品部分依然維持使用Yahoo品牌名稱，而Yahoo執行長Marissa Mayer日前也確認在公司併入Verizon體系後將卸下董事會成員身分，並且將獲得高達2300萬美元左右離職金，而接替Marissa Mayer擔任日後Altaba執行長的人選，則是曾任網路公司IAC（Inter Active Corp）財務長職位的Thomas J. McInerney，同時前Yahoo全球財務負責人Alexi Wellman將接任Altaba財務長職位。

在併入的Yahoo網路事業部分，除將以Oath作為內部暫稱之外，未來將與同樣隸屬Verizon的AOL進行資源整併，未來重心將聚焦在網路及行動廣告業務發展，同時預期也會著重深化內容應用，相關整併作業江由Verizon執行副總暨產品瀟新與新業務部門總裁Marni Walden負責。[2017/04/19,聯合新聞網]

Media
trend

國際視野



在日本，數位廣告對於網路用戶採取任何購買行為的影響有限，然而對於食品飲料產業可以看到一些成效。

根據Creative Japan，日本有三分之一的網路用戶認為與其說干擾，數位廣告對他們而言至少是有好處的，將近一半的人在看完數位廣告後會購買食物及飲料。

2017年3月份受訪的網路用戶中有四分之一的人表示，他們在看完相關的數位廣告後購買了書、音樂、DVD及其他娛樂商品，相似比例的人則購買了化妝品、藥品及保健食品，22%的人購買了傢俱及家電。

不過在銀行及金融服務廣告的刺激購買效果較不穩定，旅遊及活動的相關廣告也是。

事實上，在Creative Japan研究中列出的16項類別裡，只有4項的刺激購買率超過20%。

Creative Japan更發現，整體來說，將近40%的日本網路用戶甚至沒有點擊數位廣告。

不論數位廣告是否有刺激日本大量的購買行為，仍有許多人在進行線上購物。eMarketer估計，2017年日本將會有超過83%的網路用戶成為線上買家。

Product Categories Purchased/Actions Taken by Internet Users in Japan After Seeing a Digital Ad, March 2017

% of respondents

Food & beverage	47.8%
Books, music, DVDs, etc.	26.1%
Cosmetics, pharmaceuticals and health food	24.7%
Home furnishing and appliances	22.0%
Apparel	18.0%
Accessories and novelty items	10.2%
Ebooks, digital video and music services	6.4%
Banks/financial services	5.1%
Official websites of movies, TV programs, etc.	4.4%
Restaurants, lodging, travel and events, etc.	4.4%
Online games	3.1%
Request information for business services	2.7%
Request information or purchase of big-ticket items (e.g., home, car)	2.7%
Beauty salons, nail salons, etc.	2.0%
Matchmaking services	2.0%
Career services	1.4%
Other	4.7%

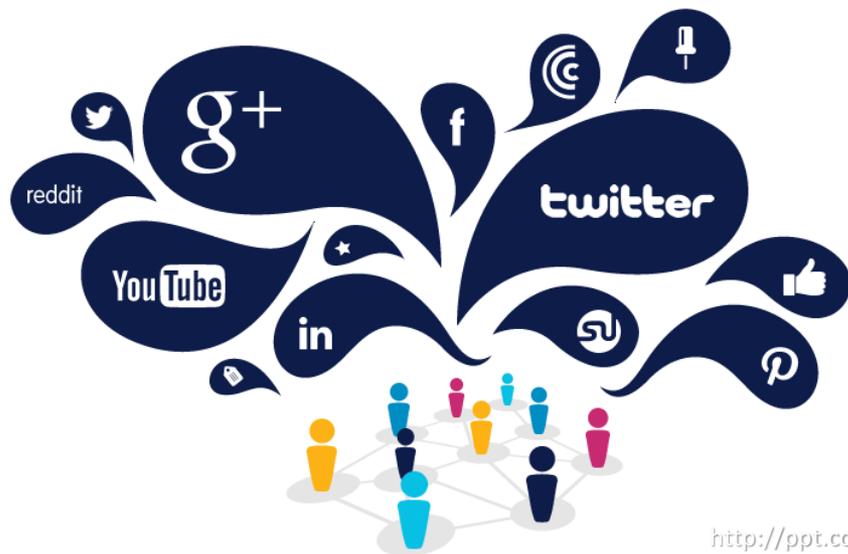
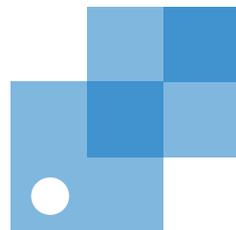
Note: n=295 who have made purchases/taken action after seeing digital ads
Source: Creative Japan, "Advertising Survey" as cited in press release, April 3, 2017

226018

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



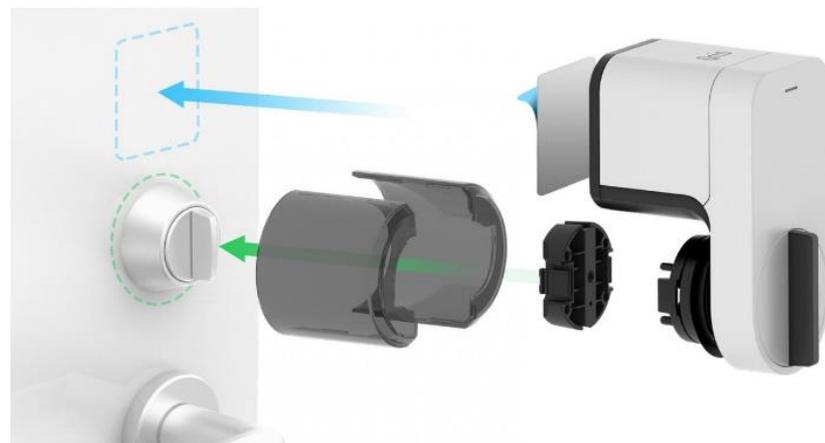
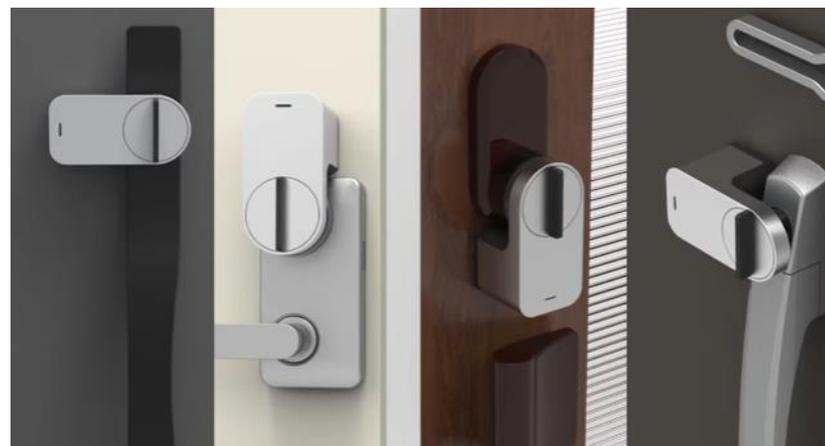
不用鑰匙！讓手機幫你開門的Qrio智慧鎖

科技瞭望

到家拿出手機感應一下，Qrio 智慧鎖會自動幫你開鎖。搭配 App 還能透過 LINE 和 FACEBOOK 分享暫時性鑰匙給你的家人與朋友，讓他們在設定好的日期和時間內用手機開門，無須再多打備用鑰匙。超過設計時間會自動幫你重新鎖門。數位鑰匙的分享上有安全認證訊息，即使傳錯對象也無須擔心。

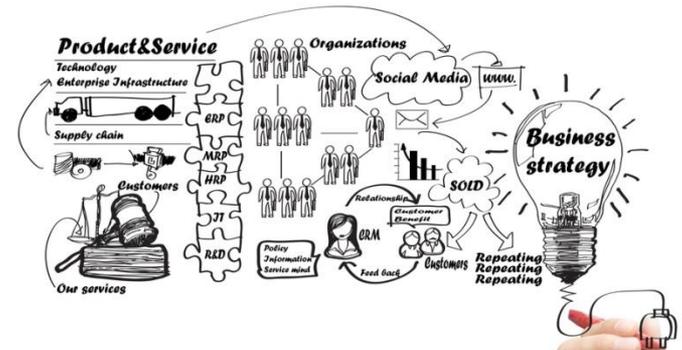
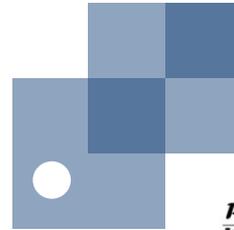
Qrio 智慧鎖非常方便裝設，不用鑽孔施工可以自行組裝，黏貼式設計能輕巧地拆卸下來，即便租賃的房子也不會影響原有的鎖頭。裝置大小約長 115.5 mm，寬 57 mm，高 84.5 mm，ABS 樹脂材質。附有多種組件配合各式門鎖，加上日本一貫的簡約設計，百搭又好看。零售價為日幣 18,000 元（約台幣 4,860 元）。

不過所有電氣用品最大的敵人就是沒電，只要沒電什麼都是白搭。Qrio 智慧鎖雖然可以幫你克服健忘症，但行動電源會成為你包包的必備物。小心手機滑得玩得太開心，連家門都進不了。因此廠商還特地在購物需知告訴你原來的鑰匙還是得隨身攜帶，還要確認 Qrio 智慧鎖內的電池還有電。此外適用的鎖頭也有許多限制，形狀太怪的不行，門的空間太小也不行。購買前得好好確認自家的鎖頭適不適用，以免遺憾。



Project

專案介紹



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



台灣觀眾心目中最優質國際電影頻道

2017年 5月 週日2100 首映電影院- 冠名專案

- 冠名贊助：2017年 5月 週日2100 首映電影院
- 贊助期間：2017/4/29~5/27
- 贊助電影播出期間：2017/5/7、5/14、5/21、5/28 週日 2100
- 贊助時間：衛視西片台 週日2100電影院 冠名贊助
 - 共 4 部電影，新片陸續更新中、衛視西片台保留片單更換權利



台灣觀眾心目中最優質國際電影頻道

2017年 5月 週日2100 首映電影院- 冠名專案

- 贊助電影頭/尾標板 10秒 (Opening & Closing)
 - 電影頭尾標板於節目開始前及結束時，播出客戶商標並加配國語旁白例：
 - 「5月週日2100 首映電影院由 客戶 贊助播出」
- 總計：4 套電影頭尾標板 x 2頭/尾 x 10秒 = 80秒(廣告秒數)



頭尾標版：
制式統一開場規格，內容將嵌入 客戶 5秒廣告畫面
並於畫面壓註 “本節目由 客戶 贊助播出”

FOX International Channels



台灣觀眾心目中最優質國際電影頻道

2017年 5月 週日2100 首映電影院- 冠名專案

- 贊助電影節內廣告時段進出口卡 (In / Out Bumper)
- 製作一支5秒進出口卡，於贊助電影節內進出廣告破口時播出



進出口卡內容：由 客戶 廣告素材剪輯而成，同時其畫面必需分別加註「好戲登場」、「休息一下」等字幕

總計：贊助 4 部電影 x 5秒 x 2進出口 x 5段破口 = 200 秒

★依照實際破口數排播

- 衛視西片台 電影節內廣告秒數

總計：4部電影x 30 秒x 3 breaks = 360 秒

FOX International Channels



台灣觀眾心目中最優質國際電影頻道

2017年 5月 週日2100 首映電影院- 冠名專案

30" Integrated Promo + 5" 客戶tag

- 30" Integrated promo 主要精神在於，在電強檔影宣傳影帶的設計與構圖中，將客戶產品或 logo 元素冠名於贊助電影院的系列 promo 中，於宣傳帶開始與結尾畫面各出現一次，並用 OS 提及客戶冠名電影院名稱，結束後緊接客戶5秒贊助 tag，加強客戶贊助宣傳效果！

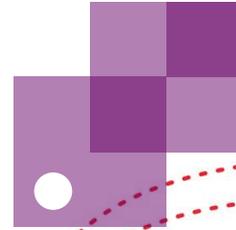
- 衛視西片台 35秒x 220檔= 7,700秒



FOX International Channels

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	春花望露福爾耳溫槍	FTV	閩南語連續劇	4.27
2	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	3.66
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.28
4	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.48
5	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.80
6	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.66
7	航海王22	TTV	卡通影片	1.61
8	白花油一條根萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	1.47
9	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.43
10	我的愛情不平凡	TTV	國語連續劇	1.38
11	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.37
12	1300春花望露	FTV	閩南語連續劇	1.22
13	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.21
14	1300春花望露福爾耳溫槍	FTV	閩南語連續劇	1.10
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.10
16	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.04
17	超級變變變	FTV	競賽綜藝	1.00
18	金鐘幸福好戲外鄉女日新蔭	FTV	國台語單元劇	0.93
19	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	0.93
20	白花油一條根大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.89

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生小三美日	SANLI	閩南語連續劇	3.41
2	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	3.31
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.05
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.18
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.75
6	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.57
7	綜藝玩很大浪LIVE直播	SL2	娛樂綜藝	1.53
8	1900珍珠人生	SANLI	閩南語連續劇	1.25
9	直16 17NBA季後賽火VS雷	VLSPT	籃球	1.10
10	永信家庭便利藥天籟之戰	CTiV	競賽綜藝	1.07
11	藍色海洋的傳說熊霸POWER	*SCC	韓劇	1.04
12	金曲美聲經典重現	SETN	新聞性質節目	1.03
13	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.02
14	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.00
15	草地狀元麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.00
16	直16 17NBA季後賽勇VS拓	VLSPT	籃球	0.99
17	寶島神很大麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	0.96
18	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.93
19	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.92
20	2215含笑食堂鉅菲頂級保養	SANLI	閩南語連續劇	0.90

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	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.41
2	航海王22	TTV	卡通影片	2.34
3	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.62
4	春花望露福爾耳溫槍	FTV	閩南語連續劇	1.56
5	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	1.54
6	我的愛情不平凡	TTV	國語連續劇	1.52
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.26
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.21
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.18
10	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.04

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.96
2	春花望露福爾耳溫槍	FTV	閩南語連續劇	2.37
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.95
4	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	1.90
5	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.77
6	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.68
7	白花油一條根萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	1.46
8	航海王22	TTV	卡通影片	1.30
9	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.16
10	我的愛情不平凡	TTV	國語連續劇	0.87

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.24
2	春花望露福爾耳溫槍	FTV	閩南語連續劇	2.87
3	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	2.70
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.15
5	我的愛情不平凡	TTV	國語連續劇	2.01
6	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.77
7	航海王22	TTV	卡通影片	1.71
8	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.67
9	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.30
10	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.28

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	春花望露福爾耳溫槍	FTV	閩南語連續劇	7.64
2	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	6.46
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.78
4	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	3.36
5	1300春花望露	FTV	閩南語連續劇	2.77
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.63
7	1300春花望露福爾耳溫槍	FTV	閩南語連續劇	2.50
8	白花油一條根萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	2.44
9	白花油一條根大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.86
10	金鐘幸福好戲外鄉女日新蔭	FTV	國台語單元劇	1.76

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	甘味人生小三美日	SANLI	閩南語連續劇	2.40
2	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.89
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.46
4	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.21
5	2215含笑食堂鉅菲頂級保養	SANLI	閩南語連續劇	1.18
6	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.18
7	寶島神很大麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.15
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.14
9	歌神請上車	*SCC	競賽綜藝	1.10
10	直16 17NBA季後賽火VS雷	VLSPT	籃球	1.10

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生小三美日	SANLI	閩南語連續劇	2.81
2	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	2.11
3	綜藝玩很大浪LIVE直播	SL2	娛樂綜藝	1.99
4	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.50
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.27
6	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.18
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.17
8	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.14
9	草地狀元麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.14
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.08

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生小三美日	SANLI	閩南語連續劇	2.40
2	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	2.16
3	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	2.08
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.97
5	綜藝玩很大浪LIVE直播	SL2	娛樂綜藝	1.91
6	藍色海洋的傳說熊霸POWER	*SCC	韓劇	1.62
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.35
8	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.34
9	直16 17NBA季後賽火VS雷	VLSPT	籃球	1.32
10	永信家庭便利藥天籟之戰	CTiV	競賽綜藝	1.17

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	5.88
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	5.59
3	甘味人生小三美日	SANLI	閩南語連續劇	5.20
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.74
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	3.07
6	1900珍珠人生	SANLI	閩南語連續劇	2.08
7	金曲美聲經典重現	SETN	新聞性質節目	1.71
8	1230甘味人生小三美日	SANLI	閩南語連續劇	1.71
9	2200超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.49
10	2200愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.43

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
TTV/台視	0.54	0.29	0.3	0.45	0.85
CTV/中視	0.46	0.20	0.23	0.34	0.82
FTV/民視	0.34	0.08	0.11	0.17	0.72
CTS/華視	0.23	0.14	0.1	0.23	0.33

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	0.46	0.19	0.32	0.51	0.68
FTVN/民視新聞	0.39	0.08	0.12	0.22	0.83
ET-N/東森新聞	0.39	0.13	0.29	0.4	0.6
SETN/三立新聞	0.36	0.08	0.17	0.3	0.67
CTiN/中天新聞台	0.36	0.11	0.15	0.28	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.2	0.03	0.08	0.13	0.41
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.03	0.09	0.15	0.26
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.05	0.14	0.26
NTVN/壹新聞	0.12	0.04	0.06	0.11	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	春花望露福爾耳溫槍	FTV	4.27
2	甘味人生小三美日	SANLI	3.41
3	戲說台灣	SANLI	2.18
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.75
5	極品絕配欣台保經	SL2	1.57
6	我的愛情不平凡	TTV	1.38
7	1900珍珠人生	SANLI	1.25
8	1300春花望露	FTV	1.22
9	我的老師叫小賀	FTV	1.21
10	1300春花望露福爾耳溫槍	FTV	1.10

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	金曲美聲經典重現	SETN	1.03
2	新聞深喉嚨	CTiN	1.00
3	李四端s雲端世界	ET-N	0.82
4	政經看民視	FTVN	0.79
5	驚爆新聞線	SETN	0.75
6	世界翻轉中	TVBSN	0.74
7	文茜的世界周報	CTiN	0.73
8	台灣演義	FTVN	0.73
9	新台灣加油	SETN	0.73
10	少康戰情室	TVBS	0.72

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合和泰產險	FTV	3.66
2	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	3.31
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.28
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	3.05
5	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	2.48
6	華視天王豬哥秀	CTS	1.80
7	天才衝衝衝	CTS	1.66
8	綜藝玩很大浪LIVE直播	SL2	1.53
9	白花油一條根萬秀豬王	CTV	1.47
10	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	1.43

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直16 17NBA季後賽火VS雷	VLSPT	1.10
2	直16 17NBA季後賽勇VS拓	VLSPT	0.99
3	型男大主廚	SL2	0.93
4	白花油一條根大陸尋奇	CTV	0.89
5	青春好7淘麥卡貝	SANLI	0.88
6	直16 17NBA季後賽馬VS灰	VLSPT	0.85
7	直我們甲子中職28統VS中	VLSPT	0.62
8	愛玩客之移動廚房OB嚴選	SL2	0.58
9	直我們甲子中職28統VS中	VLMAX	0.54
10	旅行應援團	*SCC	0.49

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 研究資源部

E-mail：MediaResearch@mediadrive.biz

電話：2509-5557#120

