

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2143
10.18-10.24





本期摘要

媒體放大鏡 TikTok 將攻佔客廳 攜手智慧電視原因解密

國際視野 2021-2025 全球Podcast聽眾數預測

科技瞭望 3D列印房五臟俱全 還能承受7級地震

專案介紹 科技報橘-廣編合作專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



TikTok 將攻佔客廳 攜手智慧電視原因解密

至2019年底，TikTok的全球下載次數已高達 15 億，平均觀看時數也在今年超越 YouTube，成為 Z 世代青年當紅社交工具。隨著用戶人數快速增長，TikTok 逐漸將版圖從手機擴展到電視上。繼去年在 Samsung TV、Android TV 及 Google TV 推出後，近期更宣布將與 LG 智慧電視合作，準備將短影片搬上大螢幕。

在這一連串與智慧電視的合作前，TikTok 已逐漸增加對電視產業的投資。根據 The drum 報導，在 2020 年，TikTok 拍攝了第一支英國電視廣告，名為「A Little Brighter Inside」，內容描繪在隔離期間，短影音受到歡迎，並蓬勃發展的現象。

根據 Wired 報導，投資電視是 TikTok 打破用戶僅限 Z 世代，或僅有網路媒體使用者的限制的方式。TikTok 英國和歐洲董事總經理 Rich Waterworth 表示，「共享體驗」是 TikTok 為何要進軍電視產業的主要原因，因為 TikTok 在去年已觀察到家庭、多人一起享受 TikTok 的趨勢。此外，吸引廣告商並與其他領先的社群平台競爭亦是原因之一。由於 TikTok 使用者都是年輕人，為了擁有更多品牌廣告機會，TikTok 必須擴大使用者範圍、搜集更多數據，登上電視正好能解決此一問題。

【[2021/10/21, 未來商務](#)】

蝦皮攜手緯來體育 透過電視頻道做電商互動直播

娛樂電商蝦皮購物為了觸及更多元的用戶，首次跨足電視圈，攜手緯來體育台打造新節目《FUN玩72變》，第1季將從10月26日起，每周二晚間10時開播。蝦皮購物規劃，節目前半段在緯來體育台與蝦皮直播同步放映，邀請特別來賓暢聊心情故事、展現才藝、邀請受眾玩遊戲贏獎金；後30分鐘則轉移至緯來網路平台與蝦皮直播，讓消費者與嘉賓一起隔空互動。

蝦皮購物指出，平台上蝦皮直播上線2年期間，觀看直播的用戶數已破600萬，接近台北都會區的總人口數；單場直播最高觀看流量約有8%收視率。蝦皮購物資深總監梁日威指出，蝦皮購物觀察2021年上半年全站整體流量較去年同期成長近3成，其中55-70歲年齡層的流量較去年同期更成長高達70%。為了觸及更多元的用戶，蝦皮購物攜手具有體育頻道指標地位的緯來體育台，推出首檔自製的體育型綜藝節目《FUN玩72變》，期望能藉由更多高品質的自製娛樂，讓線下潛在用戶能以多元管道認識蝦皮購物。【[2021/10/18, 經濟日報](#)】

Netflix 將改以「觀看時數」作為排行榜指標

媒體放大鏡



The Verge 報導，Netflix 在給股東的一封信件中，不僅發表平台上的觀看總時數影片排名，還透露在今年下半年將採計觀看時數作為未來熱門影片排行榜衡量標準。官方指出，用「觀看時數」來衡量觀眾的參與度，將使會員滿意度更高。

原本 Netflix 的排行榜以「觀看人數」為主，但當指標轉為「觀看時數」後，從理論上來講，應該會讓其熱門排行榜更貼近真實世界。畢竟，過去平台採計「觀看 2 分鐘」來作為觀看人數指標，其實早就爭議許久，因為如果只看了前 2 分鐘後就跳出，依舊被計入觀看人數裡。

上個月，Netflix 共同執行長暨內容長 Ted Sarandos 就曾分享兩份排行榜名單，其中一份就是用觀看前 2 分鐘所採計的觀看人數，另一份則是用觀看時數指標。從中可以看到，雖然熱門片單多少有所重疊，但整體排名仍變動不小。

【[2021/10/21, INSIDE](#)】

攜手Shopify 創作者可以在 Spotify 向粉絲販售商品

近期串流音樂平台 Spotify 與跨國電商公司 Shopify 攜手合作，藝術創作者可以將他們在 Spotify 個人資料與他們的 Shopify 帳戶綁定，直接向粉絲推廣商品。

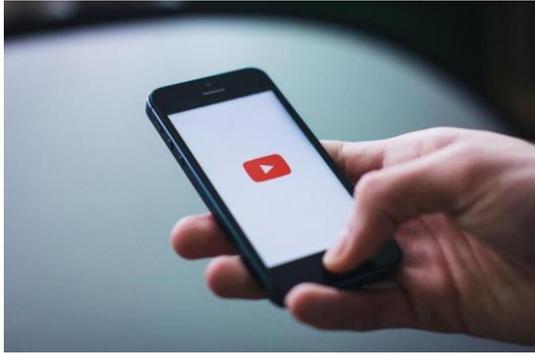
創作者只要將 Spotify 帳戶與 Shopify 商店連結，就能將商品目錄同步到 Spotify，而粉絲可以瀏覽商品並下單購買，這樣的模式可以增加藝術創作者的商品曝光，就算還沒有自架電商網站也有機會藉此建立電商品牌獲得更多額外收入。

Shopify 表示，Shopify 能夠為擁有大量粉絲的藝術創作者管理大量流量，尤其是他們發表新商品、瞬間引入大批粉絲搶購時，也能夠提供足夠的流量負載。此功能仍在「測試階段」，雖然全球所有藝術創作者都能連結他們自己的 Shopify 商店，但商品暫時只會向澳洲、加拿大、紐西蘭、英國和美國的聽眾顯示。



【[2021/10/22, INSIDE](#)】

YouTube Music 免費用戶將無法收看MV



【[2021/10/22, 鏡週刊](#)】

據外媒報導，YouTube Music 即將將免費用戶的使用方式轉為純音樂體驗。原本免費用戶也能在APP上使用完整功能，包括在鎖定螢幕時能持續播放音樂、背景播放及收看MV，但免費用戶在使用時會受到廣告打斷。之後**免費用戶將無法直接在APP中直接觀看MV**，若用戶將音樂模式切換到影片模式，系統將會導進YouTube App，但升級YouTube Premium則可使用觀看MV功能，且沒有廣告干擾使用。

YouTube宣布該措施最快將從今年11月3日啟用，先從加拿大免費用戶開始實行，再推展至全球用戶。

每月僅75元 Apple Music聲控訂閱只需「出一張嘴」

10/19 舉辦的蘋果發表會中，蘋果執行長Tim Cook一開場就宣告，這次的重點就是「音樂」與「Mac」，除了發表搶眼新色的HomePod mini、第3代AirPods，全新的Apple Music訂閱方案也是重點之一。

全新的「Apple Music聲控」訂閱方案每月僅需75元，專為總是透過Siri叫出想聽內容的使用者設計。這個方案會根據聆聽者的音樂偏好與近期透過Siri播放的歌曲列表來**推薦內容，提供訂閱者個人化App內體驗**。App中還會有一個名為「Just Ask Siri」的專區，讓訂閱者可以學習針對Apple Music最佳化Siri的溝通小技巧。

訂閱「Apple Music聲控」方案後，使用者可以在所有支援Siri的裝置上要求播放音樂，包括HomePod mini、AirPods、iPhone或任何其他蘋果設備。台灣也在首波推出的17個國家和地區之列，預計將於今年稍晚推出。



【[2021/10/19, 聯合新聞網](#)】

網紅行銷當道 IG圖像吸睛成美妝產業最愛

科技公司AnyMind Group今天發表2021年台灣網紅行銷趨勢報告指出，Instagram以圖為主的特點，成為時尚美妝產業傳達品牌形象的主要管道；快速消費品和家電則分別偏好透過臉書、YouTube與消費者溝通。

台灣網紅趨勢報告使用AnyMind旗下網紅行銷平台AnyTag數據進行分析，發現台灣網紅主要經營社群平台以Instagram、Facebook和YouTube為主；**時尚美妝、生活娛樂、旅遊是3大最受歡迎的內容主題。**

時尚美妝產業大量使用Instagram為主要媒介（占比64.93%），快速消費品則偏好Facebook（占比58.83%），家電以YouTube為主（占比55.42%）。Instagram以圖為主的特點，成為美妝產業傳達品牌形象的最佳呈現平台。Facebook因使用人數高、受眾廣泛，符合快消品要和大量觀眾曝光的產業需求。家電產品因為商品特性的關係，需要以實際試用、商品評測等方式與消費者深度溝通，以影片為主的YouTube成為最能完整展現商品優點的平台。【[2021/10/21, 聯合新聞網](#)】

終於開放！Instagram網頁版可以上傳圖文了

Instagram (IG) 終於宣布，將開放用戶使用網頁版上傳貼文，代表這個功能未來不再只侷限於手機，用戶也不需要再透過第三方工具從電腦上傳照片。

今年6月開始，有部分用戶發現IG網頁版多了「+」號的發文按鈕，臉書發言人隨後證實：「我們知道有很多人透過電腦使用Instagram，為了改善使用者體驗，我們正在測試使用網頁版發文的功能。」

如今，**IG終於正式宣佈允許用戶使用網頁版發文，預計21日起在全球各地陸續推出。**對於時常需要上傳高規格的照片或影片的網紅來說，用電腦上傳將方便許多。

除此之外，**IG也同時發表了新的創作者協作功能「Collabs」**，用戶可以在自己張貼的照片或短影片標註其他合作用戶，接受邀請之後，**這則貼文就會同步出現在合作用戶的頁面**，共享觀看數、讚數和留言。



【[2021/10/21, 新頭殼](#)】

全聯收購大潤發 預計2022年中完成



【[2021/10/22, 中央通訊社](#)】

【[2021/10/23, 工商時報](#)】

超市龍頭全聯福利中心今晚在零售市場拋出震撼彈，宣布收購台灣第二大量販店大潤發，本次交易包含大潤發自有土地及建物、門市經營權及大潤發自有品牌，收購案預計2022年中完成。

全聯表示，未來將與大潤發團隊攜手，扮演全民超市的角色，從熱鬧的都會區到偏僻鄉村離島，共同為消費者創造更優質的消費體驗及服務。

全聯收購大潤發的新聞曝光後，許多網友流露不捨之情，認為大潤發是最便宜的選擇，但也有網友對全聯的事業版圖讚嘆不已。

大潤發於1996年由潤泰企業集團總裁尹衍樑所創立，第一家門市於桃園縣平鎮市開幕，目前在台灣一共有22間分店，是全台第二大零售量販店，僅次於家樂福。

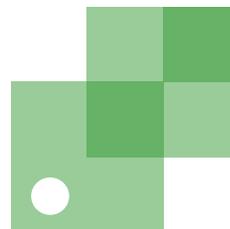
Z世代6個「消費習慣」網購買不停、對金流較無感

「Z世代」泛指在1990年代末至2010年代前期出生的人，自小生活在電子虛擬與現實世界的世代，普遍特徵為非常依賴手機、3C產品。今日編輯整理了幾個Z世代的生活消費特徵，儘管你不是Z世代也可以看看自己有沒有下列這些行為特性。

- **數位支付平台普及**：日常可以忘記帶錢包，但絕對不能忘記帶手機，因為手機肩負著上網、支付、通訊、娛樂等各種功用。
- **手機購物頻繁**：Z世代從出生就生活在3C世界，而近幾年海內外網路電商逐漸興起，加上疫情影響，人們減少到實體店鋪消費，更是加深了對於行動裝置的黏著度。
- **對金流較無感**：Z世代常使用數位支付、線上購物等，使得實體鈔票的使用機會減少，造就他們容易忽略「金錢的流向」。
- **更重視商品外的服務**：Z世代對於商品背後、消費之後的額外感受與服務也相對重視，比如商品包裝是否帶來生活儀式感。
- **意見領袖的影響力**：在Z世代的生活裡，比起被企劃好的宣傳內容、吸引人的廣告，Z世代所熟悉的社群媒體、KOL的使用心得、分享推薦更讓他們願意追隨、信服。
【[2021/10/20, Etoday新聞網](#)】
- **注重社群體驗性**：比起文案及圖片，影片呈現、親身體驗、社群分享等反而更吸引Z世代的注意力。

Media
trend

國際視野



2021-2025 全球Podcast聽眾數預測



透過對18個國家的預測，Insider Intelligence 描繪出全球 Podcast 的使用情況。這個數位媒體在各地越來越受歡迎，但其聽眾基礎和成長率有很大的差異。

➤ 哪些國家Podcast 接受度最高？

美國在各類別的Podcast收聽率均處於世界領先。到 2021 年，該國每月將有 1.178 億個 Podcast 聽眾，佔所有網路使用者的 40%。普及率排名第二的是瑞典，今年將有 34.6% 的網路使用者收聽 Podcast。挪威、澳洲、加拿大和西班牙的 Podcast 接受度也將同樣普及。從絕對數字來看，中國和巴西將在 Podcast 聽眾總數中排名第二和第三（分別為 8560 萬人和 3920 萬人），主要來自於其龐大的人口基數。

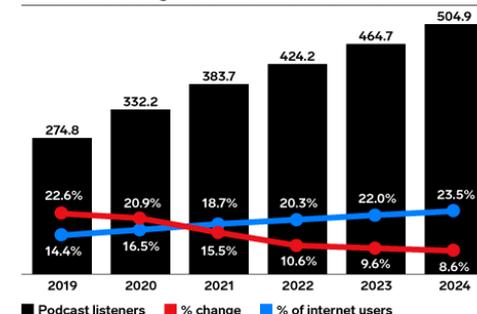
➤ 哪些國家 Podcast 接受度成長最快？

拉丁美洲將產生顯著的成長。巴西今年的 Podcast 收聽人數將增加 19.8%，阿根廷將增加 17.9%，墨西哥將增加 13.6%。整體來說，這三個市場的平均成長將超過北美和歐洲。然而，2021 年成長最快的個別國家是中國（25.1%），這主要歸功於其迄今為止仍然極低的 Podcast 滲透率。

➤ 哪些國家的 Podcast 熱潮落後最多？

亞太地區的 Podcast 使用率將遠遠落後於世界其他地區。在我們追蹤的國家中，中國的 Podcast 滲透率最低（8.7%的網路用戶），其次是日本（11.8%）和韓國（12.2%）。此外，儘管中國的聽眾數增長迅速，但日本和韓國的收聽率成長也相對緩慢。

Podcast Listeners Worldwide, 2019-2024
millions, % change, and % of internet users



Note: Internet users of any age who listen to a podcast via digital stream or direct download on any device at least once per month
Source: eMarketer, July 2021

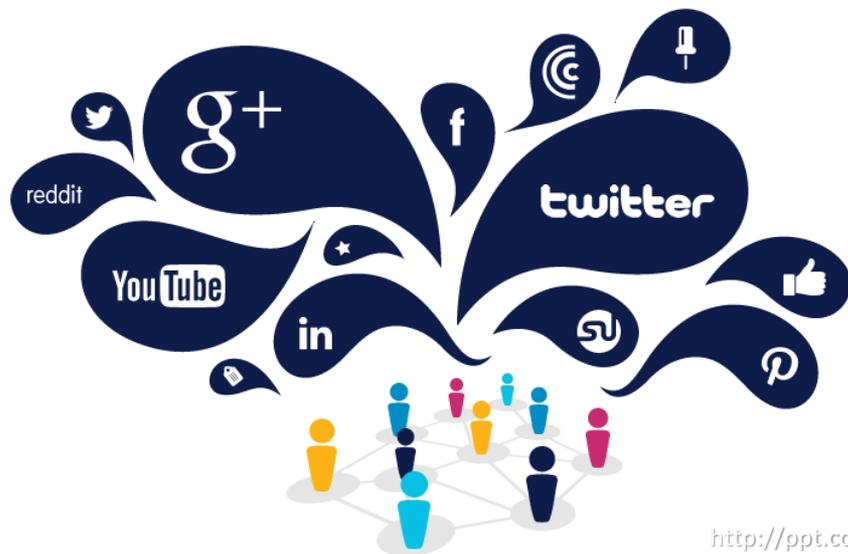
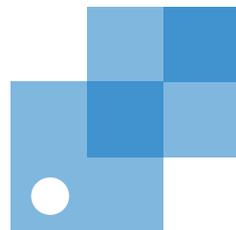
269947

eMarketer | InsiderIntelligence.com

2019-2024 全球 Podcast聽眾數

New
Idea

科技瞭望





3D列印是一種根據數位文件逐層構建物體的製造工藝，最近迎來了一波爆炸性增長。幾乎任何物體都可以通過3D列印技術製作，甚至連建築也不例外——3D列印可以利用混凝土、泡沫塑料和聚合物來建造一棟完整的建築。房地產行業也開始順應這一趨勢：建築公司SQ4D今年在紐約長島河頭鎮（Riverhead）掛牌出售了一套3D列印房屋，售價為29.9萬美元。這是在美國正式掛牌出售的第一間3D列印房屋，此前法國、德國和荷蘭等國也有類似的項目。

New Story是一家來自舊金山的非營利組織，致力於為極端貧困的社區提供住房解決方案。該團隊於2019年在墨西哥開啟了3D列印建屋計劃，這裡被稱為世界上第一個3D列印房屋社區，兩年之後的今天，新冠疫情大流行的背景下，已有200座房子正在建設或已經完工，其中10座是由ICON公司的「Vulcan II」3D列印機現場列印的。

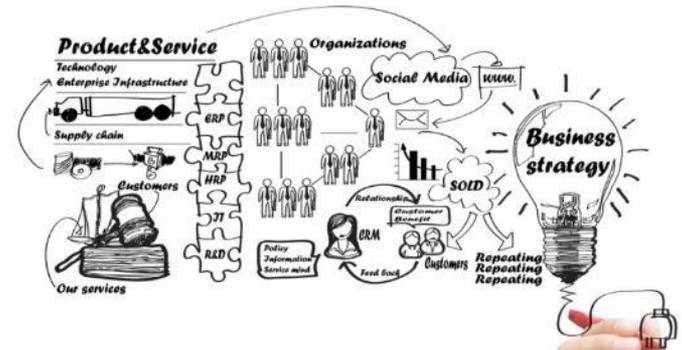
用ICON的「Vulcan II」3D列印機建造房屋的過程有點像製作一個巨大的冰淇淋甜筒——將這家公司專有的混凝土混合物「岩漿水泥」（lavacrete）分層澆築到建築上。ICON已經在美國和墨西哥交付了20多套列印房屋。公司即將推出的項目涵蓋了從社會保障房、救災房再到市價房地產的所有領域，甚至還與美國國家航空航天局（NASA）展開了開發太空建築系統的合作，以便日後在月球、火星等地建立棲息地。

商業房地產公司仲量聯行（Jones Lang LaSalle, JLL）負責建築研究的Henry D'esposito介紹說，獨棟住宅是測試3D列印建築耐久性的很好的方式，因為它們體積小、高度低且設計構造相似。另一方面，**建造3D建築也可以抵禦自然災害：納卡茹卡地區位於地震帶，事實證明已有3D列印建築能夠承受7.4級地震。**



Project

專案介紹

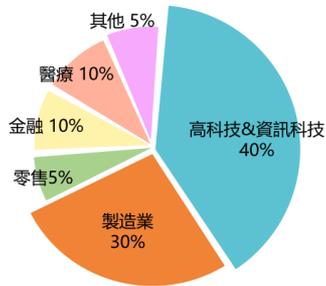


<http://ppt.cc/7VY2g>



社群輪廓

TechOrange 科技報橘



65%



35%



中高階經理人



工程師

經理人 C LEVEL

一般職員

品牌特別企劃-首頁專區

TechOrange 科技報橘

三篇以上客製特別專題頁，集結系列報導

專題標題 & 主視覺

專題導言

系列報導專區

活動/節目直播

TechOrange 科技報橘



Keynote 直播

- 雙機拍攝直播 Keynote
- 鏡面企劃與字卡設計
- 影片呈現雙屏子母畫面同步，包含現場畫面簡報

攤位巡禮專訪

- 主持人帶領觀眾巡攤位
- 事先規劃攤位亮點、介紹服務或產品

一對一專訪直播

- 直播議題企劃、擬定訪問、主播訪問

標題

編輯導讀

【我們為什麼持續關注新聞】我國政府於 105 年推動《電業法》修法以來，綠電自由化、電網公共化、企業能源轉型一直是討論的焦點，其中「綠電先行」的概念促成了今年初由電網法修法上線，讓企業可自於平台上向發電廠採購電能，藉以優化電能採購。元大金控近日宣布與綠電中區首間瓦特先生聯手合作，將使用睿禾控股生產的太陽光電，為旗下四子子公司供電，此舉勢必帶動金融業能源轉型與綠電使用的趨勢。（責任編輯：魏麗雲）

元大金控作為國內金融業先驅，12/23 宣布與綠電中區首間瓦特先生聯手合作，以「國際綠電模式」直接採購再生能源（綠電），預計於 2021 年第二季起旗下子公布式大銀時、元大金行的綠電正式供電，成為全台首家金融業綠電採購 100% 使用綠電的業者，為金融業綠色能源邁出重要一步，開創先河。

綠電交易自由化！企業已可直接向售電業者買電

2020 年為台灣綠電交易元年，法規開放民間業者透過再生能源採購協議 (PPA) 向售電業者直接購買再生能源電力及為期，以降也企業溫室氣體排放並達成永續發展目標。

TechOrange 科技報橘

主題新聞

合作形式：客戶供稿

前端製作：TO 不改稿，依社群偏好修改大標，並於報導前加上「TO 編輯導讀」

曝光管道：

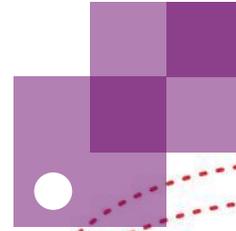
- TO 官網（永不下架）
- TO Facebook 貼文擴散

合作案例：

- 台達電
- IBM
- 瓦特先生

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	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	4.44
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.85
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.98
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	2.50
5	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	1.82
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.70
7	航海王26	TTV	卡通影片	1.58
8	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.58
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.38
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.33
11	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.18
12	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.14
13	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.12
14	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.10
15	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	0.97
16	醫學大聯盟	FTV	競賽綜藝	0.92
17	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.91
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.88
19	1830明星許願池愛妮雅化妝	FTV	競賽綜藝	0.85
20	這事有影嘸娘家明適保	FTV	資訊綜藝	0.85

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	2.78
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.36
3	超級夜總會PP石墨烯塑崩褲	SANLI	娛樂綜藝	2.09
4	新聞觀測站	FTVN	新聞性質節目	1.91
5	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.34
6	新台灣加油挺Q刪Q最後決戰	SETN	新聞性質節目	1.21
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.21
8	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.15
9	新台灣加油陳柏惟罷免特別	SETN	新聞性質節目	1.07
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.05
11	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	新聞性質節目	0.99
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.99
13	國民大會特別報導	TVBS	新聞性質節目	0.98
14	新台灣加油挺Q刪Q攻防戰倒	SETN	新聞性質節目	0.96
15	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.93
16	哲仁王后	*SCC	韓劇	0.93
17	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.90
18	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.90
19	鄭知道了美軍護台拜登高喊	SETN	新聞性質節目	0.88
20	呷飽未PP石墨烯塑崩褲	SANLI	美食、旅遊節目	0.88

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	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	2.03
2	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.53
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.53
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.48
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.25
6	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.08
7	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.00
8	航海王26	TTV	卡通影片	0.93
9	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	0.87
10	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.84

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.20
2	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	1.60
3	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	1.29
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.28
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.24
6	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.21
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.13
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.08
9	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	0.87
10	航海王26	TTV	卡通影片	0.85

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月蝦皮購物	FTV	閩南語連續劇	2.87
2	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.57
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.13
4	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.75
5	航海王26	TTV	卡通影片	1.75
6	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.71
7	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	1.62
8	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.34
9	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.28
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.25

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	7.77
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.84
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.64
4	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	娛樂綜藝	4.10
5	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	3.32
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.48
7	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.03
8	航海王26	TTV	卡通影片	1.88
9	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	競賽綜藝	1.82
10	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.79

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	1.56
2	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.05
3	呷飽未PP石墨烯塑崩褲	SANLI	美食、旅遊節目	0.85
4	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.83
5	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.74
6	超級夜總會PP石墨烯塑崩褲	SANLI	娛樂綜藝	0.71
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.66
8	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.62
9	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	國語連續劇	0.60
10	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.59

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	超級夜總會PP石墨烯塑崩褲	SANLI	娛樂綜藝	1.47
3	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.07
4	呷飽未PP石墨烯塑崩褲	SANLI	美食、旅遊節目	0.96
5	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.91
6	2300俗女養成記2自然之顏	*SCC	國語連續劇	0.90
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.88
8	在台灣的故事PP石墨烯塑崩	SANLI	知識資訊節目	0.79
9	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.79
10	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	國語連續劇	0.72

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	1.87
2	哲仁王后	*SCC	韓劇	1.45
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.11
4	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.05
5	超級夜總會PP石墨烯塑崩褲	SANLI	娛樂綜藝	1.01
6	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	國語連續劇	0.97
7	直中職32年味VS中	VLSPT	棒球	0.89
8	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.87
9	呷飽未PP石墨烯塑崩褲	SANLI	美食、旅遊節目	0.82
10	2300俗女養成記2自然之顏	*SCC	國語連續劇	0.81

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.53
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	3.95
3	超級夜總會PP石墨烯塑崩褲	SANLI	娛樂綜藝	3.75
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	2.09
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.05
6	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	2.02
7	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.77
8	鄭知道了黃國書風暴返校真	SETN	新聞性質節目	1.72
9	國民大會特別報導	TVBS	新聞性質節目	1.71
10	1230天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.32

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	0.47	0.53	0.50	1.53
TTV/台視	0.61	0.38	0.38	0.41	0.92
FTV/民視	0.39	0.14	0.12	0.18	0.75
CTS/華視	0.24	0.16	0.14	0.23	0.32

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	0.62	0.22	0.35	0.61	0.95
ET-N/東森新聞	0.50	0.21	0.20	0.42	0.82
SETN/三立新聞	0.45	0.09	0.14	0.30	0.83
FTVN/民視新聞	0.43	0.05	0.15	0.27	0.82
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.04	0.08	0.13	0.52
NTVN/壹新聞	0.18	0.06	0.08	0.17	0.29
UBN/非凡新聞	0.16	0.05	0.05	0.13	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.05	0.04	0.12	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.03	0.03	0.07	0.15

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	4.44
2	天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	2.78
3	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	1.82
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	1.34
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.21
6	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	1.15
7	哲仁王后	*SCC	0.93
8	女力報到愛的故事女神伊登	TVBSG	0.86
9	1300黃金歲月蝦皮購物	FTV	0.80
10	1230天之驕女蘿琳亞塑身衣	SANLI	0.74

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.85
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.98
3	我愛冰冰Show益思維膠囊	CTV	2.50
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.36
5	超級夜總會PP石墨烯塑崩褲	SANLI	2.09
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.70
7	飢餓遊戲五洲生醫金盞花葉	CTV	1.58
8	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	1.18
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.12
10	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	1.10

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞觀測站	FTVN	1.91
2	新台灣加油挺Q刪Q最後決戰	SETN	1.21
3	新台灣加油陳柏惟罷免特別	SETN	1.07
4	台灣最前線	FTVN	1.05
5	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	0.99
6	少康戰情室	TVBS	0.99
7	國民大會特別報導	TVBS	0.98
8	新台灣加油挺Q刪Q攻防戰倒	SETN	0.96
9	TVBS戰情室	TVBS	0.93
10	鄭知道了	SETN	0.90

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.33
2	呷飽未PP石墨烯塑崩褲	SANLI	0.88
3	直中職32年味VS中	VLSPT	0.69
4	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.65
5	型男大主廚	SL2	0.58
6	直中職32年樂VS中	VLSPT	0.52
7	直21MLB冠軍賽紅VS太	VLSPT	0.50
8	直中職32年統VS中	VLSPT	0.50
9	直中職32年富VS中	VLSPT	0.46
10	食尚玩家熱血48小時	TVBSG	0.45

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

