

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2151
12.13-12.19





本期摘要

媒體放大鏡 2021娛樂產業報告：影視歌曲成長2倍

國際視野 2021 社群電商的使用情況

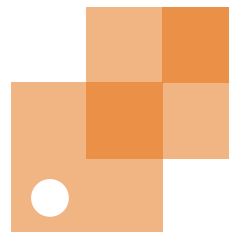
科技瞭望 全球第一公益型元宇宙在臺問世

專案介紹 LINE TODAY In-read Ad 廣告專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



媒體科技集團KKCompany於12/20日公開「2021年台灣娛樂產業報告」，回顧用戶這一年來在「聲音內容聆聽、日劇動漫觀看、線上展演活動」的娛樂消費行為。KKBOX發現華語年度累積榜中，**影視歌曲占比和去年相比提高2倍**，KKTV則發現，今年在話題動漫的推波助瀾之下，**觀看動漫的女性用戶較去年成長30%**。

- KKBOX 音樂 & Podcast 趨勢：「熱門戲劇及電影」熱度上升，今年入榜影視歌曲較去年成長2倍，如茄子蛋〈愛情你比我想的閤較偉大〉勇奪華語、台語年度雙料冠軍。**Podcast方面，用戶每日平均聆聽時長從去年40分鐘攀升至70分鐘**，最受歡迎節目以「娛樂、生活、心靈療癒」3大類型為主。
- KKTV 影劇趨勢：2021年觀看動漫的女性用戶比起2020年成長了30%；而男女喜歡看的類型有所不同。**雖然男女最喜歡的類型皆為奇幻冒險類，但女性觀看占比比男性少了15%，戀愛類型的占比則比男性多了10%**。另外，用戶使用大螢幕看劇的占比從原本的5%躍升到11%，成長超過2倍，且在三級警戒結束後仍維持相同水準，其中以MOD的裝置數成長幅度最大。【[2021/12/20, 數位時代](#)】

遠傳friDay影音收視飆增 《哲仁王后》奪冠軍



疫情帶動宅娛樂發酵，遠傳friDay影音2021全年收看人口大幅成長7成，線上付費會員成長1.7倍。韓國影視作品在全球大放異彩，更席捲遠傳friDay影音各大收視熱門榜。

遠傳friDay影音也公布2021年度收視熱門榜，總收視排行榜前五名幾全被韓流影視包辦，收視冠軍由獨家韓劇《哲仁王后》奪得；其他二到四名依序為韓國熱門實綜《Running Man》、獨家韓劇《模範計程車》、獨家韓劇《女神降臨》。台灣原創自製實綜《極島冒險 溜浪玖壹壹》奪下第五，是唯一非韓國影視作品節目。

動漫類影片在今年也成長逾6成，年度動漫排行榜第一名由今年最夯的《PUI PUI天竺鼠車車》拿下，第二名為熱潮延燒不斷的《咒術迴戰》、第三名則是漫畫與動畫都很暢銷的經典作品《進擊的巨人Final Season》。【[2021/12/16, 聯合新聞網](#)】

LINE：銀髮族傳訊量大增 官方帳號成新戰場

媒體放大鏡

全台2300萬人當中，有2100萬人都在用LINE，用戶幾乎已經飽和到頂點，而今年這場疫情又為LINE帶來更龐大的商機。LINE台灣董事總經理陳立人，參加東方線上消費生活型態趨勢研討會時分享洞察，**疫情變化最大的無非是購物、通訊兩大功能。通訊量大增，為官方帳號的帶來更多互動機會**，線上購物潮更是直接讓LINE各大平台業績翻漲。

根據統計，LINE有多達4成的用戶都會在APP上進行消費，其中「LINE購物」，更從5月疫情加劇開始流量暴增。線上購物需求的暴增，更展現在LINE今年剛剛轉型的「**LINE禮物**」平台上，**用戶的送禮比例，從30%成長到80%**，平台業績成長三倍。

除了消費行為，LINE發現疫情後的「傳訊量」有明顯成長，70%的用戶每天傳的訊息變多，使用時間也更長，整體傳訊量在5月後增加23%，還在持續上升當中，**其中更發現50歲以上的銀髮族，傳訊量增加40%**，超過4成的長輩會加入「購物類型」的官方帳號，是所有官方帳號類型之冠，「很多老人家可能不願意在手機多下載一個APP，但是已經會用LINE買東西了」。

【[2021/12/16, 數位時代](#)】

TikTok Kitchens美食外送新服務 明年三月上線

根據外媒報導，短影音平台 TikTok 即將推出網紅美食外送新服務「TikTok Kitchens」，根據計畫，**他們將找來平台上人氣的美食網紅創作影片裡面受歡迎的菜單，並與雲端廚房 Virtual Dining Concepts (VDC) 攜手合作**，由 VDC 製作餐點，再交給外送平台 Grubhub 送到消費者手中。

另外，為保持粉絲的新鮮感，菜單將每季更換一次，據彭博社報導，初期菜單將包含人氣瘋傳的烤羊乳酪義大利麵，這道餐點是 2021 年Google 搜尋量最大的料理。官方表示，**為菜單上的料理提供靈感的創作者將獲得分潤**。

雖然官方認為他們並不是真正跨足餐飲業，不過不論如何都是為網紅美食創作者帶來新的商業模式，鼓勵創作者繼續產出豐富吸睛的影音內容。



【[2021/12/20, INSIDE](#)】



【[2021/12/17, 自由時報](#)】

以手機短影音爆紅的 TikTok，近期悄悄開始測試一款名為「TikTok Live Studio」的新軟體，要與 Twitch 和 YouTube 競爭 PC 電腦的直播市場。

外媒《TechCrunch》報導，TikTok Live Studio 目前僅開放歐美部分國家進行測試，是否正式上市還不得而知。該軟體允許用戶直播來自 PC 電腦的桌面、遊戲畫面，也支援手機、PS 與 Xbox 等家用主機畫面，並能與觀眾聊天互動。

過往 TikTok 可以透過第三方軟體從桌機進行實況直播，然而功能相對受限，反觀 Twitch 和 YouTube 都有專業的直播軟體輔助，因此 TikTok 目前鮮少能搶到 Twitch 和 YouTube 的遊戲實況主。透過新軟體推出，外媒表示 TikTok 能接觸到更多電腦使用者，同時盡可能把用戶留在平台之中，避免被 Twitch 和 YouTube 以及 Facebook Gaming 等平台拉走。

家樂福首開破千坪超市 背後目的揭曉

台灣家樂福12/14 宣布在桃園機捷林口A7站附近開設超過1,000坪的新型態超市-龜山文青店，更命名為「居玩型超市」，以超市結合購物中心的型態。

這次家樂福的「居玩型超市」是一般超市的兩倍大。門店有接近微型量販規格超過7,500類品項陳列，更呼應超市的銷售特性，生鮮陳列超過30%，雜貨區域特別精選小包裝的產品，進口區小瓶罐裝酒類也是一大特色。

家樂福首次開設超市結合購物中心的大型化超市，希望滿足消費者一站式購物的需求，也跟近期超市業者展店朝向「微量販」的趨勢雷同，像今年7月全聯在南港開設4,000坪旗艦店，除了500坪超市的空間外，其餘空間租給全國電子、鞋全家福、詩肯柚木、金玉堂等品牌的獨立櫃位，圍繞在3C、家具、鞋子等生活需求。



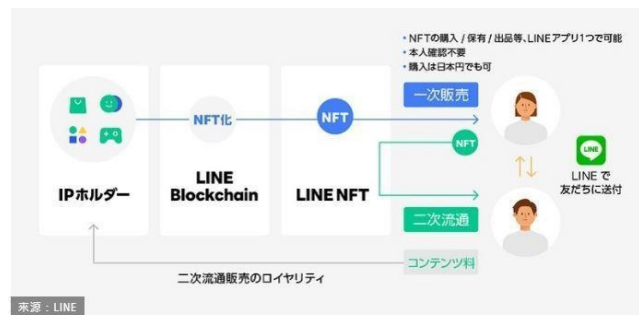
【[2021/12/14, 數位時代](#)】

Readmoo讀墨電子書店，在 12/15 發布了2021年度閱讀報告。報告中指出，Readmoo在2021年的總會員人數已經達到了90萬，比去年成長20萬人，全站總上架書目達18萬本。總閱讀時間超過1億3千6百萬分鐘，比起去年成長49%，再創新高紀錄。總營收則突破4億，成長60%。

在去年，Readmoo就喊出2021將是「有聲書元年」，在2021年也能看出Readmoo經營有聲書的好成績。在Readmoo站上的有聲書目增加，數量成長了67.6%，其中以文學小說、青少年與兒童、勵志成長為前三大宗分類。在站上，2021年已有4,200人聽過有聲書，比去年成長68%，成交金額也成長了92.5%。總聆聽時間達165萬分鐘，比去年成長135%。播放有聲書的裝置以手機為大宗，佔82%。

回顧過去一年，在5月時本土疫情爆發，也帶動了閱讀習慣的改變。在三級警戒之前，最多人使用的閱讀載具是手機，佔比42.3%；其次是mooInk閱讀器，佔比31.4%；第三則是平板電腦佔比15.1%。但是在三級警戒發布之後，手機佔比明顯減少，減少至33.3%；但閱讀器與平板電腦的佔比都有增加，分別成長至36.9%與18%。【[2021/12/15, 數位時代](#)】

「LINE NEXT」公司成立 一次看懂LINE的NFT布局



【[2021/12/17, 經濟日報](#)】

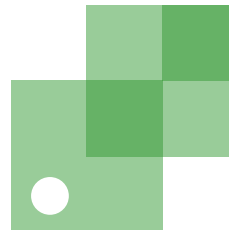
LINE總部 12/16 宣布，成立一家叫做「LINE NEXT」的公司，專門發展NFT (非同質化代幣) 生態圈。會分別在南韓與美國設立公司營運據點。

從目前掌握的資訊來看，LINE NFT將會是一個開放的平台，創作者可以在上面製作、販售NFT，在次級市場販賣時，原創作者可以獲得分潤。此外，用戶只要有LINE帳號，以及旗下的錢包BITMAX Wallet，就可以互相傳送NFT，也能在沒有私鑰的情況下，管理加密貨幣及NFT資產，方便與彈性都大幅增加。

能順利推出LINE NFT，是因為LINE在區塊鏈領域、基礎建設方面已經布局許久。今年九月，LINE 便發行以「LINE FRIENDS」為主題的NFT系列，在當時，只要成功完成LINE de Oubo平台問答活動的用戶，就可以獲得一個NFT。

Media
trend

國際視野





社群電商是 2021 年社群媒體的最大趨勢之一。各大平台都將電商視為首要策略，推出只需點擊即可完成購買的功能。

許多企業都展現出嘗試社群電商的傾向，根據 Sprout Social 2021 年 2 月針對 250 名美國行銷人員的研究，85%的大公司、84%的中型公司和57%的小公司已經有使用社群平台進行銷售的經驗。

社群電商的使用率正在成長。**大約一半 (48%) 的美國社群媒體用戶**在參加我們於 2021 年 5 月 20 日至 6 月 8 日線上舉辦的“美國數位信任調查”之前的**12 個月內透過社群平台購物**。有兩個要點可以為這個發現補充背景說明：

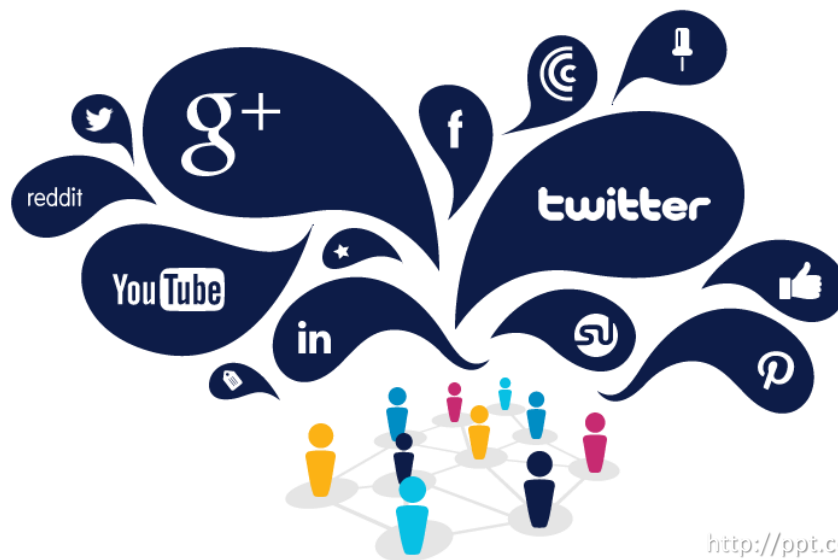
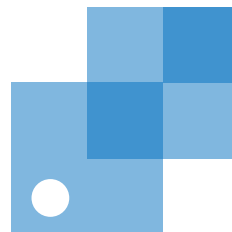
- 我們對社群媒體電商的定義很廣泛，包括直接在社群平台上購物的 18 至 75 歲用戶，以及透過導外連結購物的用戶。
- **由社群媒體驅動的購物，有一半是發生在社群平台之外**。根據在 Bizrate Insights 代表 Insider Intelligence 於 2021 年 10 月所進行的研究，在過去一個月透過社群媒體購物的美國消費者中，有**56%是透過點擊零售商產品頁面連結進行購買**，**44% 是直接在站內進行購買**。

在我們的研究中，Facebook是最受歡迎的社群電商平台，大約三分之一的成人社群媒體用戶在上面進行購物。Instagram 和 YouTube 緊追其後。

- **Facebook和Instagram位居榜首**，原因可能來自**平台本身的高人氣**，它們分別有88%和60%的使用率。這些平台也透過**Facebook Marketplace 和 Instagram Shopping** 等功能顯著加強了他們的商務能力。
- **YouTube嵌入購物連結已行之有年，無論是內嵌在影片本身，還是放在影片說明當中**。用戶對這項功能的熟悉程度，再加上82%的平台使用率，皆是其名次較高的原因之一。
- Pinterest、Snapchat和TikTok等平台也在建立社群商務工具，但廣度和深度仍不及Facebook或Instagram。他們在社群媒體用戶中的滲透率也明顯較低——Pinterest使用率為40%，Snapchat 及 TikTok則是33%。
- Twitter、LinkedIn和Reddit尚未在社群電商採取太多動作，因此曾在這些平台上購物過的用戶比例很低。

New
Idea

科技瞭望



全球第一公益型元宇宙在臺問世



科技瞭望

元宇宙議題持續燃燒中，如今，全球第一公益型元宇宙「Roo Flex」要在臺灣問世了！將由臺灣、加拿大、美國組成的NFT團隊「Roo Flex」打造全球首座公益型元宇宙，有著在東南亞教育創業背景的他們見證區塊鏈的瘋狂熱潮以及湧進的熱錢，對比第三世界一日一餐的貧窮孩童，認為這是一個很好時機打造新的烏托邦，便發行炫耀袋鼠NFT，致力於打造一座聽到角落聲音的公益型元宇宙，期望人們在虛擬世界能活得更平等。

Rootopia 為Roo Flex 提倡概念所衍伸出來的Utopia(烏托邦-美好世界)，Rootopia 是可以被視為元宇宙概念的虛擬空間，一個特殊的公益型元宇宙，

Rootopia土地可以讓議題方決定如何使用虛擬土地並進行在元宇宙中募款，不論是展示自己的藝術品、製作看板、辦公益演唱會、拍賣會、圖書館、募資，甚至搭建自己的公益學校做公益教學，以提升大眾公益意識。對大眾而言，Rootopia是個能無國界無死角，得知世界重要公益議題的地方，而對於Roo Flex NFT持有者而言，他們擁有Rootopia的管理自治權DAO，透過未來質押 NFT，擁有對於募款議題決策的投票權，並且可以得到募款分潤。

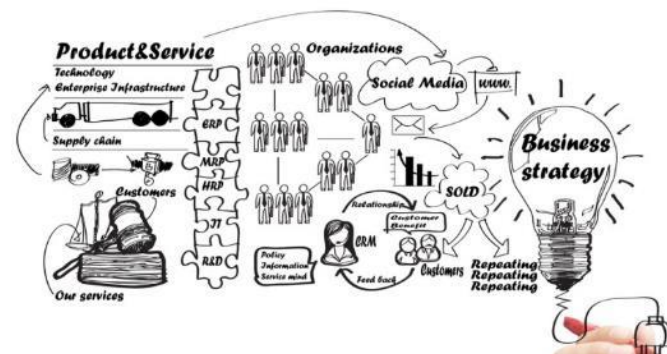
目前Roo Flex 已開始與其他同樣價值觀的NFT項目聯名合作，結合不同社群的力量，將正面力量傳播最大化，亦籌劃與現實生活品牌聯名合作，參加展覽及拍賣行，以壯大Roo Flex 社群影響力，未來也會以社群關注議題，為需要幫助的族群進行免費NFT贈與。Roo Flex 現與全球公益團體洽談合作(包含台灣)已獲得許多公益團體的回覆意願及意向書(MOU)，期待全球第一公益型元宇宙「Roo Flex」能為弱勢團體創造議題並且發聲。



超過12,000隻炫耀袋鼠NFT可於官網鑄造
每隻都是獨一無二的！
圖/Roo Flex團隊提供。

Project

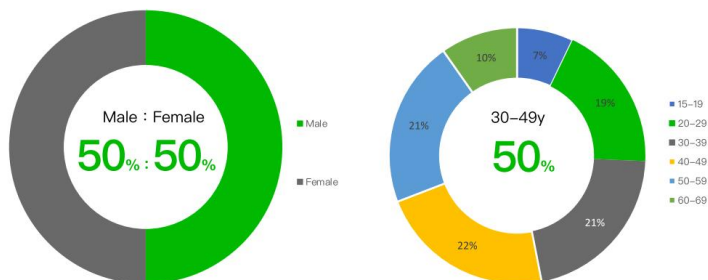
專案介紹



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

LINE TODAY 使用者様貌

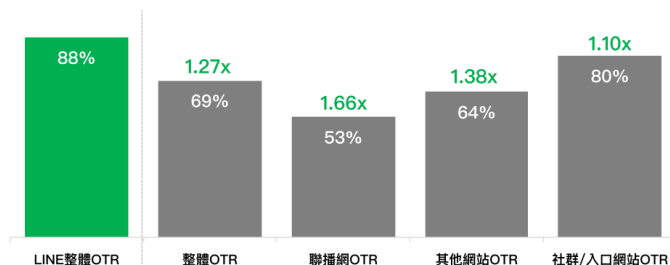
男女大致平均，年齡佔比接近台灣整體人口比例



Source: Nielsen 2020 LINE使用行為研究調査
Base: 15-69歳過去十天有使用LINE: N=1,005; 加權千人數: 16,454千人

精準曝光，經Nielsen DAR實測廣告目標命中率高於市場整體均值

廣告目標命中率(OTR) – 不同媒體表現



備註：

- 1.目標命中率為經Nielsen DARB比對命中穩定性別/年齡之曝光數除以該廣告專案總曝光數
- 2.計算平均值採用加權平均計算，權值為該廣告專案之曝光量
- 3.若廣告未設定目標族群，則不列入計算平均值
- 4.目標命中率依廣告投放版位、時間與投遞對象等因素影響而有所不同
- 5.LINE完成之40波廣告專案為手機環境遞送之成效

資料來源：尼爾森數位廣告收視率 Nielsen Digital Ad Ratings，資料更新至2020年12月止，共698波符合列入計算資格之廣告專案；其中40波為LINE廣告完成專案。* OTR = On Target Rate 目標命中率

LINE TODAY In-read Ad

文章中高吸睛度版位
跟隨新聞熱潮締造品牌話題、影響消費者決策



In-read
高可視度

規模化
精準曝光

濾除敏感議題，保護你的品牌資產

濾除敏感議題鎖定條件，透過自動文字判斷系統，在廣告遞送前偵測 **TODAY 文章標題與內文** 是否包含敏感議題之關鍵字，讓廣告僅出現在非敏感文章頁面中。此鎖定條件將濾除三大議題面向：

駭人聽聞

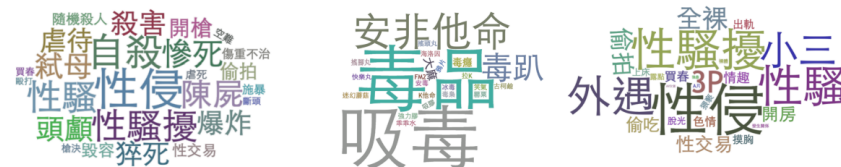
暴力或造成死傷等社會犯罪事件或新聞議題

毒品

毒品吸食、犯罪等新聞議題

成人

性犯罪或騷擾色等新聞議題



注意事项：

* 此鎖定條件僅能應用於 Scroller Ad、In-read Ad

* 使用此鎖定條件必須加價 20%，並需透過系統查量確認廣告走期中可遞送流量

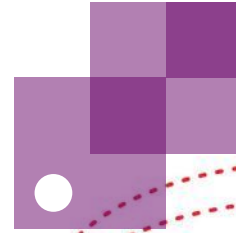
* 此鎖定條件之偵測機制係透過 TODAY 系統自動判定且定期更新濾除關鍵字，偵測範圍僅限於 TODAY 文章頁標題與內文，該篇文章下方推薦的更多相關文章

繼續閱讀、查看更多等其他文章內容，則不在排除範圍。

*上述示意字詞為產品測試期間最高頻率遠除之關鍵字
遠除敏感議題特定條件包含但不限於上述示意字詞，且系統會定期更新遠除關鍵字

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	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	4.30
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.50
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.36
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.35
5	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	2.20
6	航海王27	TTV	卡通影片	1.86
7	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.35
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.28
9	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.27
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.25
11	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.17
12	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.14
13	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.10
14	新台灣奇案PP石墨烯超導被	FTV	國台語單元劇	1.02
15	這事有影嘸KUTSU雙月太膠	FTV	資訊綜藝	0.92
16	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.92
17	1300黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	0.87
18	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.85
19	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	0.81
20	醫學大聯盟娘家大紅麴	FTV	競賽綜藝	0.78

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	決戰4大公投新台灣加油190	SETN	新聞性質節目	3.27
2	天之驕女PP石墨烯超導被	SANLI	閩南語連續劇	2.82
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.44
4	決戰4大公投新台灣加油開	SETN	新聞性質節目	2.27
5	鄭知道了決戰四大公投特別	SETN	新聞性質節目	2.18
6	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.53
7	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.50
8	決戰4大公投驚爆新聞線220	SETN	新聞性質節目	1.45
9	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.33
10	新台灣加油4公投後天廝殺	SETN	新聞性質節目	1.18
11	新聞觀測站	FTVN	新聞性質節目	1.16
12	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.15
13	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.10
14	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.09
15	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.04
16	新台灣加油四公投逼侯退黨	SETN	新聞性質節目	1.01
17	女力報到愛的故事	TVBSG	國語連續劇	0.99
18	決戰4大公投驚爆新聞線230	SETN	新聞性質節目	0.97
19	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.95
20	新台灣加油公投決戰倒數11	SETN	新聞性質節目	0.95



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	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	2.02
2	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	1.63
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.29
4	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.17
5	航海王27	TTV	卡通影片	0.96
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.84
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77
8	1700飢餓遊戲五洲生醫維他	CTV	競賽綜藝	0.77
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.73
10	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	0.70

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	2.04
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.03
3	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	1.38
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.32
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.11
6	航海王27	TTV	卡通影片	1.03
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.87
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.87
9	1800航海王27	TTV	卡通影片	0.84
10	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	0.81

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	2.84
2	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	2.81
3	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	2.20
4	航海王27	TTV	卡通影片	1.93
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.65
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.65
7	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.53
8	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.51
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.46
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.44

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	7.59
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.49
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	4.54
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	4.04
5	航海王27	TTV	卡通影片	2.40
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.22
7	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	1.84
8	1300黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	1.83
9	新台灣奇案PP石墨烯超導被	FTV	國台語單元劇	1.79
10	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.63





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PP石墨烯超導被	SANLI	閩南語連續劇	1.46
2	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.17
3	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.13
4	決戰4大公投新台灣加油190	SETN	新聞性質節目	1.05
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.71
6	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.71
7	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	0.70
8	女力報到愛的故事	TVBSG	國語連續劇	0.65
9	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.57
10	黑計畫	VLM	外片	0.57

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女PP石墨烯超導被	SANLI	閩南語連續劇	2.78
2	決戰4大公投新台灣加油190	SETN	新聞性質節目	1.69
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.57
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.15
5	鄭知道了決戰四大公投特別	SETN	新聞性質節目	0.95
6	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	0.94
7	女力報到愛的故事	TVBSG	國語連續劇	0.89
8	全明星運動會永信藥品	SL2	競賽綜藝	0.89
9	決戰4大公投新台灣加油開	SETN	新聞性質節目	0.85
10	在台灣的故事聯邦銀行	SANLI	知識資訊節目	0.83

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女PP石墨烯超導被	SANLI	閩南語連續劇	2.31
2	決戰4大公投新台灣加油190	SETN	新聞性質節目	2.11
3	決戰4大公投新台灣加油開	SETN	新聞性質節目	1.55
4	鄭知道了決戰四大公投特別	SETN	新聞性質節目	1.29
5	女力報到愛的故事	TVBSG	國語連續劇	1.29
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.08
7	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.07
8	決戰4大公投驚爆新聞線220	SETN	新聞性質節目	1.07
9	機智校園生活十全果醋	TVBSG	國語連續劇	1.05
10	綜藝大熱門蘿琳亞塑身衣	SL2	資訊綜藝	1.02

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	決戰4大公投新台灣加油190	SETN	新聞性質節目	5.74
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.46
3	決戰4大公投新台灣加油開	SETN	新聞性質節目	4.08
4	鄭知道了決戰四大公投特別	SETN	新聞性質節目	4.01
5	天之驕女PP石墨烯超導被	SANLI	閩南語連續劇	3.84
6	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.74
7	決戰4大公投驚爆新聞線220	SETN	新聞性質節目	2.55
8	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	2.23
9	新聞觀測站	FTVN	新聞性質節目	2.19
10	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	2.15



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	0.81	0.40	0.47	0.53	1.34
TTV/台視	0.61	0.33	0.40	0.40	0.95
FTV/民視	0.36	0.12	0.09	0.18	0.72
CTS/華視	0.23	0.12	0.08	0.19	0.34

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	0.57	0.25	0.28	0.57	0.86
ET-N/東森新聞	0.48	0.20	0.23	0.41	0.76
SETN/三立新聞	0.43	0.09	0.14	0.32	0.79
FTVN/民視新聞	0.43	0.05	0.16	0.26	0.82
ERA-N/年代新聞台	0.30	0.06	0.09	0.19	0.56
NTVN/壹新聞	0.18	0.07	0.07	0.19	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.08	0.03	0.10	0.30
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.06	0.14	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.02	0.04	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	黃金歲月孫東寶	FTV	4.30
2	天之驕女PP石墨烯超導被	SANLI	2.82
3	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	1.50
4	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	1.33
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.10
6	新台灣奇案PP石墨烯超導被	FTV	1.02
7	女力報到愛的故事	TVBSG	0.99
8	延禧攻略	ONTV	0.88
9	1300黃金歲月孫東寶	FTV	0.87
10	機智校園生活十全果醋	TVBSG	0.82

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.50
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.44
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.36
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.35
5	全明星運動會3大誠保險經	TTV	2.20
6	超級夜總會	SANLI	1.53
7	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	1.35
8	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	1.17
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.14
10	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.10

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	決戰4大公投新台灣加油190	SETN	3.27
2	決戰4大公投新台灣加油開	SETN	2.27
3	鄭知道了決戰四大公投特別	SETN	2.18
4	決戰4大公投驚爆新聞線220	SETN	1.45
5	新台灣加油4公投後天廝殺	SETN	1.18
6	新聞觀測站	FTVN	1.16
7	台灣最前線	FTVN	1.15
8	驚爆新聞線2200	SETN	1.09
9	非凡最前線	UBN	1.04
10	新台灣加油四公投逼侯退黨	SETN	1.01

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.25
2	呷飽未	SANLI	0.84
3	巨大美食老闆越做越大碗	VLJP	0.74
4	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.58
5	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.53
6	型男大主廚一家人鈣月太高	SL2	0.53
7	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.49
8	2000美食按個讚	UBN	0.41
9	非凡大探索	UBN	0.41
10	九州美食名廚露營趣	FTV	0.39



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

