

宏将周报

- Media Drive Bulletin -

Vol.2226

06.20 ~ 06.26



Contents

媒体放大镜	- 星巴克、百事可乐都想靠音乐抓住消费者！	· · ·
热门话题	- 暑假来临，想好去哪里玩了吗？	· · ·
国际视野	- 创作者将成为 YouTube 发展的主要核心	· · ·
收视调查	- 2022/06/20-06/26	· · ·

媒体放大镜

- Media News



星巴克、百事可乐都想靠音乐抓住消费者！

近期有一个新兴职位「音乐长」(Chief Music Officer)正在企业中流行，聘请音乐家加入管理角色，替公司开发新产品，或是替客户提供更好更升级的服务，星巴克和百事可乐都有相关职位。企业聘请音乐家加入，并且新增音乐部门来扩展自己的业务，意味着有越来越多的企业开始把「音乐」以及「声音」作为顾客体验中的一环。

注重顾客店内体验的星巴克曾提到，有2位具有音乐行业背景的员工正在为美国的门市策划播放清单。据百事公司高级副总裁亚当·哈特(Adam Harter)称，百事公司实际上有自己的内部音乐机构，名为Shakermaker。团队为公司的各个品牌提供有关所有音乐方面的建议，从歌曲授权到艺术家合作伙伴关系，百事对此进行了深入投资，去年年底，百事宣布了一项名为百事音乐实验室的新年度计划。

麦奎尔预测，未来可能会有越来越多的公司加入首席音乐长的职位，替公司展开关于声音或音乐的业务。



【2022/06/25, 数位时代】

Netflix求生变变变！再推更便宜附广告套餐



【2022/06/23, 数位时代】

【2022/06/25, 数位时代】

Netflix联合CEO Ted Sarandos日前在戛纳广告节上证实，Netflix正在计划实施一个更为实惠的有广告订阅方案，来吸引那些不想为无广告套餐支付9.99美元起价的客户。该套餐针对的是那些认为Netflix太贵且不介意广告的人，现有的Netflix订阅方案并不会改变。

串流影音平台Netflix于4月宣布将要开发支持广告功能的资费方案，目前也正在和不同广告商密切讨论合作中，据知情人士透露康卡斯特旗下的NBC环球集团和Google为协助Netflix打造广告服务的最有力合作人选。Netflix是唯一为提高串流影音质量而额外收费的串流媒体服务，以合理的角度来推断，广告订阅方案的部分，应该会提供跟基础套餐类似的质量。

Netflix计划最快将在2022年内推出广告方案，目前还在制定相关策略的初期阶段，Netflix正如火如荼地探索和物色合作对象，据传Netflix已经陆续和NBC环球集团、Google和Roku等知名广告商进行初步讨论，不过尚未有合作定案。

TikTok的神秘标签「#BookTok」扭转书商营销手法

在疫情期间，生活与手边的工作或课业都慢下脚步，人们多出比平常更多的时间，有许多人拾起手边的书籍开始阅读、在TikTok上分享阅读心得，并且建立了#BookTok的标签，进而发起了全网的阅读风潮。

TikTok上的#BookTok是创作者们制作短影片的标签，在这类影片里，创作者们会介绍书籍、记录阅读时光、分享阅读心得。他们不隐藏书籍带给他们的情绪，时而大笑时而哭泣，这些戏剧化的影片让观看者产生共鸣，而这些共鸣进一步转化为实际销售。

在TikTok上带有#BookTok内容的受众十分广泛，根据统计，有#BookTok标签的影片观看次数总计达595亿次。#BookTok推广书籍的力量不容小觑，尤其在这个社群媒体发达的时代引起了雪球效应。因为#BookTok而稍稍恢复生机，书店开始与TikTok上的BookToker进行商业合作。#BookTok短影音确实扭转了阅读书籍的环境，对出版商而言，这似乎是意料之外的变化。【[2022/06/23, 数位时代](#)】



Z世代积极拥抱创业，TikTok成为重要商业资源

先前微软在研究中发现，COVID-19后，朝九晚五的办公模式渐渐退场，也发现上班族的工作时段「额外」在睡前出现高峰期。除此之外，最新研究还指出，Z世代（14~24岁之间的人）的年轻人们已不再追求毕业后进入大企业为目标，而是白手起家，独立创业。

根据微软在6月发布的《小型企业心态报告》，他们对1,000个拥有24名以下的员工的小企业主进行了调查。数据显示，有将近三分之二（62%）的Z世代表示他们已经开始或打算开始自己的事业，且根据美国政府的数据，在2021年，就有540万名美国人提交了创业申请。

TikTok目前是Z世代企业家最受欢迎的创业资源，Z世代相信其他途径也可以实现他们的目标，有78%的Z世代小企业主认为，接受大学教育对于经营自己的企业并不是很有必要，微软团队发现，有三分之一（33%）的小企业主在TikTok找寻商业建议。而Z世代在这个数字是惊人的65%。

在调查中还发现一件有趣的现象，有61%的Z世代年轻人选择创业有一部份的原因是希望可以提早退休。但根据《CNBC》报导，小企业主通常很难赚到自己的退休基金，以目前世界的通膨情形与疫情肆虐，更多的企业主面临到的是更大的财务压力。

随着小企业持续增长，我们可以期待Z世代及他们的创业精神和非传统思维推动未来的发展，而现在只是刚开始。【[2022/06/22, Yahoo新闻](#)】

Twitter与电商平台Shopify合作，推广加大在线购物

Twitter宣布与电商平台Shopify建立合作，更允许Shopify卖家透过轻易连结Twitter，以增加使用者在线购物消费机会。

之前Twitter就曾希望结合在线购物消费服务，甚至打算透过直播方式协助商家增加更多商品销售机会，因此这次与Shopify建立合作，是延续双方过往合作模式并希望透过Twitter讯息快速传播、凝聚更多使用者关注的特性，藉此增加Shopify卖家产品销售机会。

Shopify表示希望透过与Twitter等社交平台的在线服务整合，让其合作商家在今年第一季的营业额几乎呈现翻倍成长，因此预期与Twitter深入合作情况下，将能结合彼此服务优势与资源，协助商家将商品精准推广到合适对象，进而提高商品销售率。而Shopify网站上架内容，将会透过Twitter服务推广，并且在Twitter上架销售的商品信息同步，因此不会有商品库存数据无法维持一致的情况。



【2022/06/23, yahoo新闻】

Twitter打破280字符限制，可以贴长篇图文了！



【2022/06/24, yahoo新闻】

今年2月初被香港工程师黄文津 (Jane Manchun Wong) 在原始编码中发现的「长文」功能后，Twitter至今才宣布将以「Notes」作为正式功能名称，将让用户能以超过280个字符数量限制形式，在Twitter分享更丰富的图文内容。

Twitter编辑总监伦伯特·布朗 (Rembert Browne) 表示，「Notes」功能是因应许多人在Twitter上分享长文内容需求所打造，让使用者不必为了分享长文内容，导致必须先将内容上传到其他部落格等发表内容平台，接着再分享连结至Twitter，或是必须将内容拆分成好几段，然后个别分享至Twitter。

提供「Notes」功能的目的，除了可让使用者更容易分享长文内容，同时也能让使用者维持在Twitter发文、参与讨论，藉此减少使用者跳离前往Twitter以外平台的情况，另一方面也能让其他使用者更容易阅读，进而提高Twitter服务使用黏着度，对于Twitter分享内容互动、广告曝光都能带来正向效益。不过，打破Twitter原本280个字符的限制，是否会让未来的Twitter变成满满长文的「部落格」？恐怕还是要等此项功能初期测试的反馈结果而定。

Tinder全面革新 拓展影片与社交体验

社交软件 Tinder 目前于全世界已累积超过650亿成功配对数，但是Tinder并不止步于此，今年底以前即将于台湾正式发布一系列全新功能，全面升级的体验将为会员们带来更深度且丰富的Tinder交友新篇章！

1.个人档案「影片」全面发挥个人魅力：影片比起照片更能Z世代会员尽情分享并展现他们的真实自我，同时也代表着Tinder在2021年约会趋势下踏出革命性的创新，带来更多元化的交友体验。

2.Tinder「Hot Takes」轻松体验零时差火花：这项崭新功能创造了在配对以前的一个轻松无压力的初步交流机会。Hot Takes 有时间限制，在倒数完以前会员可以选择他们是否想和对方展开聊天，或是随着时间过去，接着认识其他人。

3.Tinder「Explore」探索专区扩展配对模式：探索专区将首次邀请会员扩展交友的方式，除了透过共同兴趣来认识与自己志同道合的人，也有更多活动如Festival 或是 Chef Mode能透过Tinder探索！



【[2022/06/23, 立报传媒](#)】

逾4成新世代消费者用社群媒体平台购物

勤业众信 (Deloitte) 联合会计师事务所22日发布《2022全球营销趋势：以顾客为中心开创企业荣景》报告指出，超过四成的新世代消费者 (18岁至25岁) 曾使用社群媒体平台购物，其资安、品牌信任度将是消费者抉择的关键。

随着各地逐渐放宽防疫限制，**勤业众信建议以「品牌宗旨结合消费者体验、设计以人为本的数据体验、及建立多元技能团队」三大策略，建立品牌专属的营销方式**；同时，整合营销长和资安长资源，协力打造品牌在资安上的可靠性及维护能力，培养消费者对品牌的信任程度。

随着数字应用的技术更新及广度增加，年轻世代更常透过新兴通路购物，其中18岁至25岁即有41%的受访者回复，经常使用社群媒体平台购物，而这也使资安问题更加受到重视。尽管消费者可能会希望看到与自身需求相符的广告内容，但同时也对业者使用其个资、购买偏好和浏览习惯的方式感到忧虑。另外，有68%受访者表示，当自己经常光顾的品牌在特卖开始时推送提醒通知，会认为此举十分有帮助，然而，当受访者察觉手边的装置似乎在偷听自己说话时，大多表现负面观感。【[2022/06/22, 工商时报](#)】

热门话题

- Hot Topics



暑假来临，想好去哪里玩了吗？

疫情逐渐趋缓，暑假的脚步越来越近，除了闷坏的民众引颈期盼要出去玩，业者也纷纷推出各种优惠方案，准备迎接旅客，本周宏将周报将带您一起观察，暑假展开前有什么样的讨论热点吧！

廉航箱 口罩 屏東
園區 遊客 小朋友 旅行業 假期
觀光局 旅客 主題 美食 邊境
訂房 小孩 病毒 確診 親子 早鳥
商品 課程 疫情 景點 住房 韓國
多元 品牌 陰性 國旅 特色 疫苗 入住 民宿
施打 早餐 芒果 旅行社 實體 行程 樂園 消費
平台 粉絲 追加劑 暑假期間 旅行團 故事



0元住宿是真的

圆山大饭店70年来首推0元住房方案，吸引消费者讨论。



国旅振兴启动

暑假出游「政府帮付钱」，政府也推出了多项振兴与补助方案。



JETS嘉年华登陆台南

台南场园区将引进多项美式游乐设施，将吸引网美朝圣。

国际视野

- Media Trend



创作者将成为 YouTube 发展的主要核心

YouTube 的短影音和商业雄心依赖于创作者。创作者是 YouTube 的核心，越来越清楚的是，他们有能力吸引观众了解新的功能或格式，并影响购买决策。

1. 根据2021年 Hub Research 的调查，近一半 (43%) 美国消费者表示，他们至少每周在 YouTube 上观看有影响力影片，而这一比例在13至34岁的受访者中上升至 52%。

2. 根据 Hub Research 的数据显示，超过三分之二的美国青少年和成年人能够回忆起 YouTube 名人的影片中特别显示的品牌名称。在那些有能力购买的人中，86% 的人表示他们已经购买或考虑购买由 YouTube 名人认可的产品。

YouTube 创作者将获得更多的盈利管道，品牌也将从中受益。创作者赚的钱越多，他们就越有可能坚持下去，为品牌与他们的合作创造机会。短秒广告、双直播主和更多的商业工具正在向创作者推出。但 YouTube 也为创作者提供了更直接的获得盈利选择：

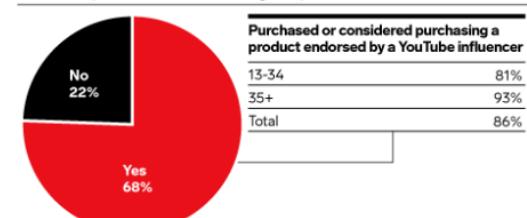
1. 截至4月，符合条件的创作者可以从观众那里收到超级感谢（以公开的形式显示感谢讯息），以及其他斗内功能，例如超级留言（聊天室中的付费显示讯息）和超级贴纸（直播中的付费贴图）。

2. 2022年，YouTube 将继续其1亿美元的 Shorts (YouTube 版短影音) 基金，该基金将针对表现出色的 Shorts 创作者发放奖金。YouTube 在1月份表示，于 2021 年 8 月发布后，近 40% 之前尚未将作品变现的创作者获得了一张支票，但目前不清楚他们赚了多少钱。

3. 创作者已经有 55% 的广告收入来自他们长影片中展示的广告，目前 Shorts 广告还没有直接的收入占比。

US Teens/Adults Who Recall the Names of Specific Brands Highlighted in YouTube Influencer Videos, by Age, Dec 2021

% of respondents in each group



Recall the names of specific brands highlighted in YouTube influencer videos

Note: among respondents who watch YouTube influencer videos and have seen brands highlighted
Source: Hub Research, "Video Redefined" as cited in press release; Insider Intelligence calculations, Feb 10, 2022
273061

2021年12月，按年龄分列，
YouTube影响着视频中显示的特定品牌

收视调查

- Ratings



无线台及有线台TOP20

无线台/全体

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	4.34
2	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	4.01
3	台湾那么旺Taiwan NO1台塑	FTV	竞赛综艺	2.82
4	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	娱乐综艺	2.71
5	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.97
6	饥饿游戏五洲生医维他命EC	CTV	竞赛综艺	1.56
7	全明星观察中2大诚保险经	TTV	信息综艺	1.26
8	综艺新时代台塑石油95	FTV	娱乐综艺	1.16
9	来吧营业中金好运娱乐城	TTV	信息综艺	1.10
10	三支雨伞标英才大陆寻奇	CTV	美食、旅游节目	1.06
11	安美诺美白修护综艺玩很大	CTV	娱乐综艺	1.03
12	明星许愿池FOOTER厚磅T恤	FTV	竞赛综艺	1.01
13	MIT台湾志三支雨伞标英才	CTV	知识信息节目	0.99
14	雪中悍刀行2100	CTV	大陆剧	0.97
15	1300黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	0.96
16	新歌快递	TTV	歌唱音乐	0.92
17	1830蜡笔小新	TTV	卡通影片	0.90
18	航海王特别篇3兄弟的羁绊	TTV	外片	0.90
19	新哆啦A梦	CTS	卡通影片	0.88
20	综艺3国智福尔耳温枪	TTV	竞赛综艺	0.86

有线台/全体

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	爱妮雅超级红人榜	SANLI	竞赛综艺	2.42
2	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	闽南语连续剧	2.13
3	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	娱乐综艺	1.98
4	戏说台湾假日完整版	SANLI	闽南语连续剧	1.52
5	来吧营业中声宝	TVBSG	信息综艺	1.26
6	戏说台湾	SANLI	闽南语连续剧	1.19
7	台湾最前线	FTVN	新闻性质节目	1.05
8	大爱剧场你好我是谁	DaAi	国语连续剧	1.00
9	少康战情室	TVBS	新闻性质节目	0.90
10	1900含笑食堂家后红曲磷虾	SANLI	闽南语连续剧	0.89
11	非凡最前线	UBN	财经信息分析	0.83
12	综艺玩很大FORA福尔威创快	SL2	娱乐综艺	0.79
13	惊爆新闻线2200	SETN	新闻性质节目	0.78
14	开封府	VLMAX	大陆剧	0.78
15	嘉庆君游台湾家后红曲磷虾	SANLI	传统艺术节目	0.77
16	辣新闻152	FTVN	新闻性质节目	0.76
17	1230一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	闽南语连续剧	0.74
18	郑知道了	SETN	新闻性质节目	0.73
19	台湾启示录	ET-N	新闻性质节目	0.73
20	正午最前线	UBN	财经信息分析	0.72

无线TOP10 (15-24岁、25-34岁、35-49岁、50岁以上)

15-24岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	1.86
2	来吧营业中金好运娱乐城	TTV	信息综艺	1.86
3	1830蜡笔小新	TTV	卡通影片	1.63
4	全明星观察中2大诚保险经	TTV	信息综艺	1.39
5	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	1.24
6	1800名侦探柯南	CTS	卡通影片	1.16
7	饥饿游戏五洲生医维他命EC	CTV	竞赛综艺	1.13
8	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.02
9	1830新蜡笔小新	TTV	卡通影片	1.00
10	1800蜡笔小新	TTV	卡通影片	0.93

25-34岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	3.06
2	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	1.71
3	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	娱乐综艺	1.45
4	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.41
5	饥饿游戏五洲生医维他命EC	CTV	竞赛综艺	1.34
6	全明星观察中2大诚保险经	TTV	信息综艺	1.28
7	台湾那么旺Taiwan NO1台塑	FTV	竞赛综艺	1.18
8	爱妮雅化妆品天才冲冲冲	CTS	竞赛综艺	1.04
9	航海王特别篇3兄弟的羁绊	TTV	外片	0.77
10	雪中悍刀行2100	CTV	大陆剧	0.75

35-49岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	2.37
2	饥饿游戏五洲生医维他命EC	CTV	竞赛综艺	2.23
3	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.71
4	综艺3国智福尔耳温枪	TTV	竞赛综艺	1.61
5	台湾那么旺Taiwan NO1台塑	FTV	竞赛综艺	1.57
6	1700饥饿游戏五洲生医维他	CTV	竞赛综艺	1.55
7	爱妮雅化妆品天才冲冲冲	CTS	竞赛综艺	1.48
8	新哆啦A梦	CTS	卡通影片	1.43
9	1830新蜡笔小新	TTV	卡通影片	1.39
10	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	1.04

50岁以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	7.62
2	台湾那么旺Taiwan NO1台塑	FTV	竞赛综艺	6.82
3	航海王特别篇3兄弟的羁绊	TTV	外片	5.25
4	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	娱乐综艺	4.77
5	新哆啦A梦	CTS	卡通影片	2.93
6	1300综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	2.01
7	假日美丽人生日出他乡PANA	TTV	闽南语连续剧	1.92
8	1900综艺新时代台塑石油95	FTV	娱乐综艺	1.86
9	我爱冰冰Show精华版	CTV	娱乐综艺	1.86
10	爱妮雅化妆品天才冲冲冲	CTS	竞赛综艺	1.82

有线TOP10 (15-24岁、25-34岁、35-49岁、50岁以上)

15-24岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	闽南语连续剧	0.89
2	1830乌龙派出所	*SCC	卡通影片	0.73
3	来吧营业中声宝	TVBSG	信息综艺	0.72
4	戏说台湾假日完整版	SANLI	闽南语连续剧	0.68
5	爱情发生在3天后永丰金证	GTV-D	国语连续剧	0.68
6	呷饱未	SANLI	美食、旅游节目	0.65
7	爱妮雅超级红人榜	SANLI	竞赛综艺	0.60
8	151台湾新职篮台北富邦勇	FTV1	篮球	0.58
9	动物方城市	*SCM	外片	0.58
10	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	娱乐综艺	0.57

25-34岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	闽南语连续剧	2.72
2	爱妮雅超级红人榜	SANLI	竞赛综艺	1.66
3	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	娱乐综艺	1.37
4	戏说台湾	SANLI	闽南语连续剧	1.29
5	戏说台湾假日完整版	SANLI	闽南语连续剧	1.27
6	呷饱未	SANLI	美食、旅游节目	0.93
7	机智校园生活青春万岁	TVBSG	国语连续剧	0.89
8	台湾启示录	ET-N	新闻性质节目	0.87
9	嘉庆君游台湾家后红曲磷虾	SANLI	传统艺术节目	0.84
10	天才冲冲冲	ETTV	竞赛综艺	0.80

35-49岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	娱乐综艺	1.91
2	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	闽南语连续剧	1.46
3	进击的台湾	EFNC	新闻性质节目	1.40
4	2100如懿传	CTiE	大陆剧	1.20
5	盲探	ET-M	国片	1.02
6	机智校园生活青春万岁	TVBSG	国语连续剧	0.91
7	戏说台湾	SANLI	闽南语连续剧	0.87
8	叫我野孩子松林夏冷气	SL2	儿童节目	0.77
9	1230蜡笔小新	GTV-C	卡通影片	0.76
10	蜡笔小新	GTV-C	卡通影片	0.75

50岁以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戏说台湾	SANLI	闽南语连续剧	4.51
2	蜡笔小新	GTV-C	卡通影片	3.71
3	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	娱乐综艺	2.87
4	2100如懿传	CTiE	大陆剧	2.43
5	原子少年	TVBSG	竞赛综艺	1.80
6	来吧营业中声宝	TVBSG	信息综艺	1.78
7	1830乌龙派出所	*SCC	卡通影片	1.64
8	乌龙派出所	*SCC	卡通影片	1.28
9	赌霸	*SCM	国片	1.23
10	进击的台湾	EFNC	新闻性质节目	1.22

新闻类节目/频道收视率

无线台新闻	全体	15-24岁	25-34岁	35-49岁	50岁以上
CTV/中视	1.06	0.79	0.41	0.58	1.73
TTV/台视	0.70	0.41	0.40	0.56	1.01
FTV/民视	0.35	0.11	0.10	0.17	0.67
CTS/华视	0.29	0.13	0.12	0.23	0.45

有线新闻台	全体	15-24岁	25-34岁	35-49岁	50岁以上
TVBSN/TVBS新闻台	0.57	0.25	0.30	0.55	0.83
ET-N/东森新闻	0.48	0.16	0.19	0.41	0.76
SETN/三立新闻	0.37	0.08	0.10	0.22	0.69
FTVN/民视新闻	0.35	0.06	0.14	0.21	0.65
ERA-N/年代新闻台	0.26	0.07	0.08	0.14	0.49
EFNC/东森财经新闻台	0.21	0.01	0.03	0.10	0.43
NTVN/壹新闻	0.19	0.10	0.09	0.18	0.28
UBN/非凡新闻	0.16	0.03	0.03	0.13	0.27
CTS-N/华视新闻信息台	0.08	0.02	0.04	0.06	0.12

* 无线台新闻包括各无线台早、午、晚，及夜间新闻等新闻播报节目

类型节目收视率

戏剧类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	黄金岁月台塑石油95	FTV	4.34
2	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	2.13
3	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	1.97
4	戏说台湾假日完整版	SANLI	1.52
5	戏说台湾	SANLI	1.19
6	大爱剧场你好我是谁	DaAi	1.00
7	雪中悍刀行2100	CTV	0.97
8	1300黄金岁月台塑石油95	FTV	0.96
9	1900含笑食堂家后红曲磷虾	SANLI	0.89
10	开封府	VLMAX	0.78

综艺类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	综艺大集合台塑石油95	FTV	4.01
2	台湾那么旺Taiwan NO1台塑	FTV	2.82
3	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	2.71
4	爱妮雅超级红人榜	SANLI	2.42
5	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	1.98
6	饥饿游戏五洲生医维他命EC	CTV	1.56
7	全明星观察中2大诚保险经	TTV	1.26
8	来吧营业中声宝	TVBSG	1.26
9	综艺新时代台塑石油95	FTV	1.16
10	来吧营业中金好运娱乐城	TTV	1.10

新闻类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台湾最前线	FTVN	1.05
2	少康战情室	TVBS	0.90
3	非凡最前线	UBN	0.83
4	惊爆新闻线2200	SETN	0.78
5	辣新闻152	FTVN	0.76
6	郑知道了	SETN	0.73
7	台湾启示录	ET-N	0.73
8	正午最前线	UBN	0.72
9	最前线报告	UBN	0.72
10	关键时刻	ET-N	0.71

其他类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨伞标英才大陆寻奇	CTV	1.06
2	呷饱未	SANLI	0.65
3	型男大主厨家家生医七日蠍	SL2	0.65
4	花甲少年趣旅行兰都观光工	ETTV	0.63
5	詹姆士出走料理盘石集团	GTV-1	0.61
6	想吃得忍面包店老板坚持这	VLJP	0.60
7	人气美食老板料理一吃上瘾	VLJP	0.53
8	福尔额温枪花甲少年趣旅行	CTS	0.53
9	直中职33年统VS中	VLSPT	0.51
10	非凡大探索	UBN	0.50



以上内容如有任何建议
或相关订阅事宜，欢迎与我们联系

宏将广告营销策略部
MediaResearch@mediadrive.biz
02-2509-5557#123