

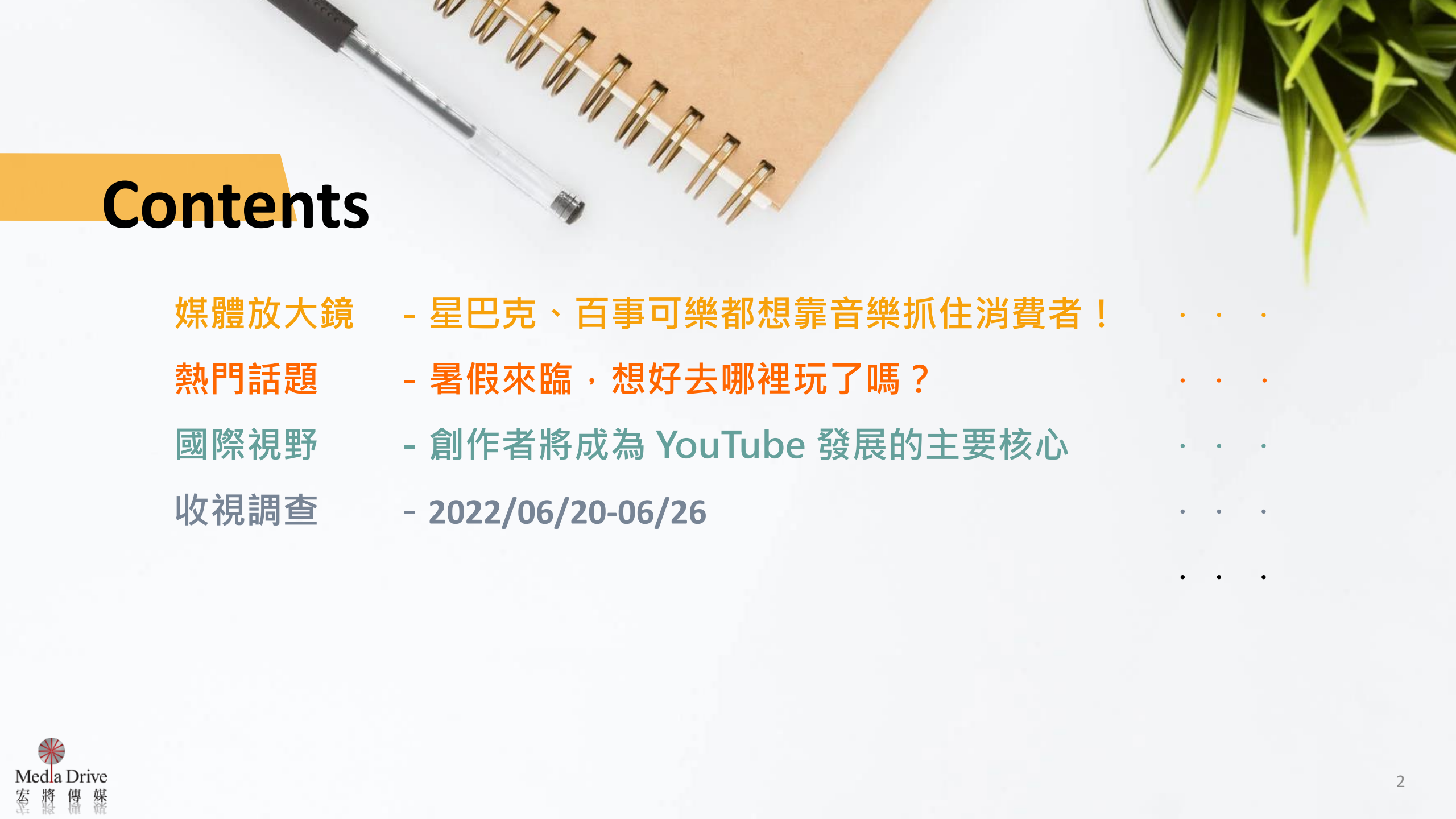
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2226

06.20 ~ 06.26





Contents

- 媒體放大鏡 - 星巴克、百事可樂都想靠音樂抓住消費者！ . . .
- 熱門話題 - 暑假來臨，想好去哪裡玩了嗎？ . . .
- 國際視野 - 創作者將成為 YouTube 發展的主要核心 . . .
- 收視調查 - 2022/06/20-06/26 . . .
- . . .

媒體放大鏡

- Media News



星巴克、百事可樂都想靠音樂抓住消費者！

近期有一個新興職位「音樂長」(Chief Music Officer)正在企業中流行，聘請音樂家加入管理角色，替公司開發新產品，或是替客戶提供更好更升級的服務，星巴克和百事可樂都有相關職位。企業聘請音樂家加入，並且新增音樂部門來擴展自己的業務，意味著有越來越多的企業開始把「音樂」以及「聲音」作為顧客體驗中的一環。

注重顧客店內體驗的星巴克曾提到，有2位具有音樂行業背景的員工正在為美國的門市策劃播放清單。據百事公司高級副總裁亞當·哈特(Adam Harter)稱，百事公司實際上有自己的內部音樂機構，名為Shakermaker。團隊為公司的各個品牌提供有關所有音樂方面的建議，從歌曲授權到藝術家合作夥伴關係，百事對此進行了深入投資，去年年底，百事宣布了一項名為百事音樂實驗室的新年度計劃。

麥奎爾預測，未來可能會有越來越多的公司加入首席音樂長的職位，替公司展開關於聲音或音樂的業務。



【2022/06/25, 數位時代】

Netflix求生變變變！再推更便宜附廣告套餐



【2022/06/23, 數位時代】

【2022/06/25, 數位時代】

Netflix聯合CEO Ted Sarandos日前在戛納廣告節上證實，Netflix正在計畫實施一個更為實惠的有廣告訂閱方案，來吸引那些不想為無廣告套餐支付9.99美元起價的客戶。該套餐針對的是那些認為Netflix太貴且不介意廣告的人，現有的Netflix訂閱方案並不會改變。

串流影音平台Netflix於4月宣布將要開發支援廣告功能的資費方案，目前也正在和不同廣告商密切討論合作中，據知情人士透露康卡斯特旗下的NBC環球集團和Google為協助Netflix打造廣告服務的最有力合作人選。Netflix是唯一為提高串流影音品質而額外收費的串流媒體服務，以合理的角度來推斷，廣告訂閱方案的部分，應該會提供跟基礎套餐類似的品質。

Netflix計畫最快將在2022年內推出廣告方案，目前還在制定相關策略的初期階段，Netflix正如火如荼地探索和物色合作對象，據傳Netflix已經陸續和NBC環球集團、Google和Roku等知名廣告商進行初步討論，不過尚未有合作定案。

TikTok的神秘標籤「#BookTok」扭轉書商行銷手法

在疫情期間，生活與手邊的工作或課業都慢下腳步，人們多出比平常更多的時間，有許多人拾起手邊的書籍開始閱讀、在TikTok上分享閱讀心得，並且建立了#BookTok的標籤，進而發起了全網的閱讀風潮。

TikTok上的#BookTok是創作者們製作短影片的標籤，在這類影片裡，創作者們會介紹書籍、記錄閱讀時光、分享閱讀心得。他們不隱藏書籍帶給他們的情緒，時而大笑時而哭泣，這些戲劇化的影片讓觀看者產生共鳴，而這些共鳴進一步轉化為實際銷售。

在TikTok上帶有#BookTok內容的受眾十分廣泛，根據統計，有#BookTok標籤的影片觀看次數總計達595億次。#BookTok推廣書籍的力量不容小覷，尤其在這個社群媒體發達的時代引起了雪球效應。因為#BookTok而稍稍恢復生機，書店開始與TikTok上的BookToker進行商業合作。#BookTok短影音確實扭轉了閱讀書籍的環境，對出版商而言，這似乎是意料之外的變化。【[2022/06/23, 數位時代](#)】



Z世代積極擁抱創業，TikTok成為重要商業資源

先前微軟在研究中發現，COVID-19後，朝九晚五的辦公模式漸漸退場，也發現上班族的工作時段「額外」在睡前出現高峰期。除此之外，最新研究還指出，Z世代（14~24歲之間的人）的年輕人們已不再追求畢業後進入大企業為目標，而是白手起家，獨立創業。

根據微軟在6月發布的《小型企業心態報告》，他們對1,000個擁有24名以下的員工的小企業主進行了調查。數據顯示，有將近三分之二（62%）的Z世代表示他們已經開始或打算開始自己的事業，且根據美國政府的數據，在2021年，就有540萬名美國人提交了創業申請。

TikTok目前是Z世代企業家最受歡迎的創業資源，Z世代相信其他途徑也可以實現他們的目標，有78%的Z世代小企業主認為，接受大學教育對於經營自己的企業並不是很有必要，微軟團隊發現，有三分之一（33%）的小企業主在TikTok找尋商業建議。而Z世代在這個數字是驚人的65%。

在調查中還發現一件有趣的現象，有61%的Z世代年輕人選擇創業有一部份的原因是希望可以提早退休。但根據《CNBC》報導，小企業主通常很難賺到自己的退休基金，以目前世界的通膨情形與疫情肆虐，更多的企業主面臨到的是更大的財務壓力。

隨著小企業持續增長，我們可以期待Z世代及他們的創業精神和非傳統思維推動未來的發展，而現在只是剛開始。【[2022/06/22, Yahoo新聞](#)】

Twitter與電商平台Shopify合作，推廣加大線上購物

Twitter宣布與電商平台Shopify建立合作，更允許Shopify賣家透過輕易連結Twitter，以增加使用者線上購物消費機會。

之前Twitter就曾希望結合線上購物消費服務，甚至打算透過直播方式協助商家增加更多商品銷售機會，因此**這次與Shopify建立合作，是延續雙方過往合作模式並希望透過Twitter訊息快速傳播、凝聚更多使用者關注的特性，藉此增加Shopify賣家產品銷售機會。**

Shopify表示希望透過與Twitter等社交平台的線上服務整合，讓其合作商家在今年第一季的營業金額幾乎呈現翻倍成長，因此預期與Twitter深入合作情況下，**將能結合彼此服務優勢與資源，協助商家將商品精準推廣到合適對象，進而提高商品銷售率。**而Shopify網站上架內容，將會透過Twitter服務推廣，並且在Twitter上架銷售的商品資訊同步，因此不會有商品庫存數據無法維持一致的情況。



【2022/06/23, yahoo新聞】

Twitter打破280字元限制，可以貼長篇圖文了！

今年2月初被香港工程師黃文津 (Jane Manchun Wong) 在原始編碼中發現的「長文」功能後，Twitter至今才宣布將以「Notes」作為正式功能名稱，將讓使用者能以超過280個字元數量限制形式，在Twitter分享更豐富的圖文內容。

Twitter編輯總監倫伯特·布朗 (Rembert Browne) 表示，「Notes」功能是因應許多人在Twitter上分享長文內容需求所打造，讓使用者不必為了分享長文內容，導致必須先將內容上傳到其他部落格等發表內容平台，接著再分享連結至Twitter，或是必須將內容拆分成好幾段，然後個別分享至Twitter。

提供「Notes」功能的目的，除了可讓使用者更容易分享長文內容，同時也能讓使用者維持在Twitter發文、參與討論，藉此減少使用者跳離前往Twitter以外平台的情況，另一方面也能讓其他使用者更容易閱讀，進而提高Twitter服務使用黏著度，對於**Twitter分享内容互動、廣告曝光都能帶來正向效益。**不過，打破Twitter原本280個字元的限制，是否會讓未來的Twitter變成滿滿長文的「部落格」？恐怕還是要等此項功能初期測試的反饋結果而定。

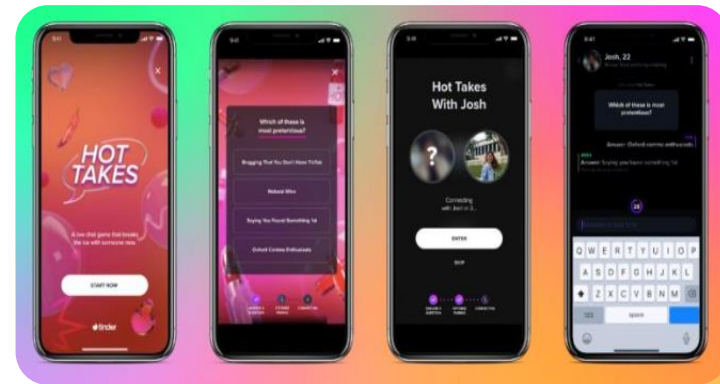


【2022/06/24, yahoo新聞】

Tinder全面革新 拓展影片與社交體驗

社交軟體 Tinder 目前於全世界已累積超過650億成功配對數，但是Tinder並不止步於此，今年底以前即將於台灣正式發布一系列全新功能，全面升級的體驗將為會員們帶來更深度且豐富的Tinder交友新篇章！

1. **個人檔案「影片」全面發揮個人魅力**：影片比起照片更能讓Z世代會員盡情分享並展現他們的真實自我，同時也代表著Tinder在2021年約會趨勢下踏出革命性的創新，帶來更多元化的交友體驗。
2. **Tinder「Hot Takes」輕鬆體驗零時差火花**：這項嶄新功能創造了在配對以前的一個輕鬆無壓力的初步交流機會。Hot Takes 有時間限制，在倒數完以前會員可以選擇他們是否想和對方展開聊天，或是隨著時間過去，接著認識其他人。
3. **Tinder「Explore」探索專區擴展配對模式**：探索專區將首次邀請會員擴展交友的方式，除了透過共同興趣來認識與自己志同道合的人，也有更多活動如Festival 或是 Chef Mode能透過Tinder探索！



【[2022/06/23](#), 立報傳媒】

逾4成新世代消費者用社群媒體平台購物

勤業眾信 (Deloitte) 聯合會計師事務所22日發布《2022全球行銷趨勢：以顧客為中心開創企業榮景》報告指出，超過四成的新世代消費者 (18歲至25歲) 曾使用社群媒體平台購物，其資安、品牌信任度將是消費者抉擇的關鍵。

隨著各地逐漸放寬防疫限制，**勤業眾信建議以「品牌宗旨結合消費者體驗、設計以人為本的數據體驗、及建立多元技能團隊」三大策略，建立品牌專屬的行銷方式**；同時，整合行銷長和資安長資源，協力打造品牌在資安上的可靠性及維護能力，培養消費者對品牌的信任程度。

隨著數位應用的技術更新及廣度增加，年輕世代更常透過新興通路購物，其中18歲至25歲即有41%的受訪者回覆，經常使用社群媒體平台購物，而這也使資安問題更加受到重視。儘管消費者可能會希望看到與自身需求相符的廣告內容，但同時也對業者使用其個資、購買偏好和瀏覽習慣的方式感到憂慮。另外，有68%受訪者表示，當自己經常光顧的品牌在特賣開始時推送提醒通知，會認為此舉十分有幫助，然而，當受訪者察覺手邊的裝置似乎在偷聽自己說話時，大多表現負面觀感。【[2022/06/22](#), 工商時報】

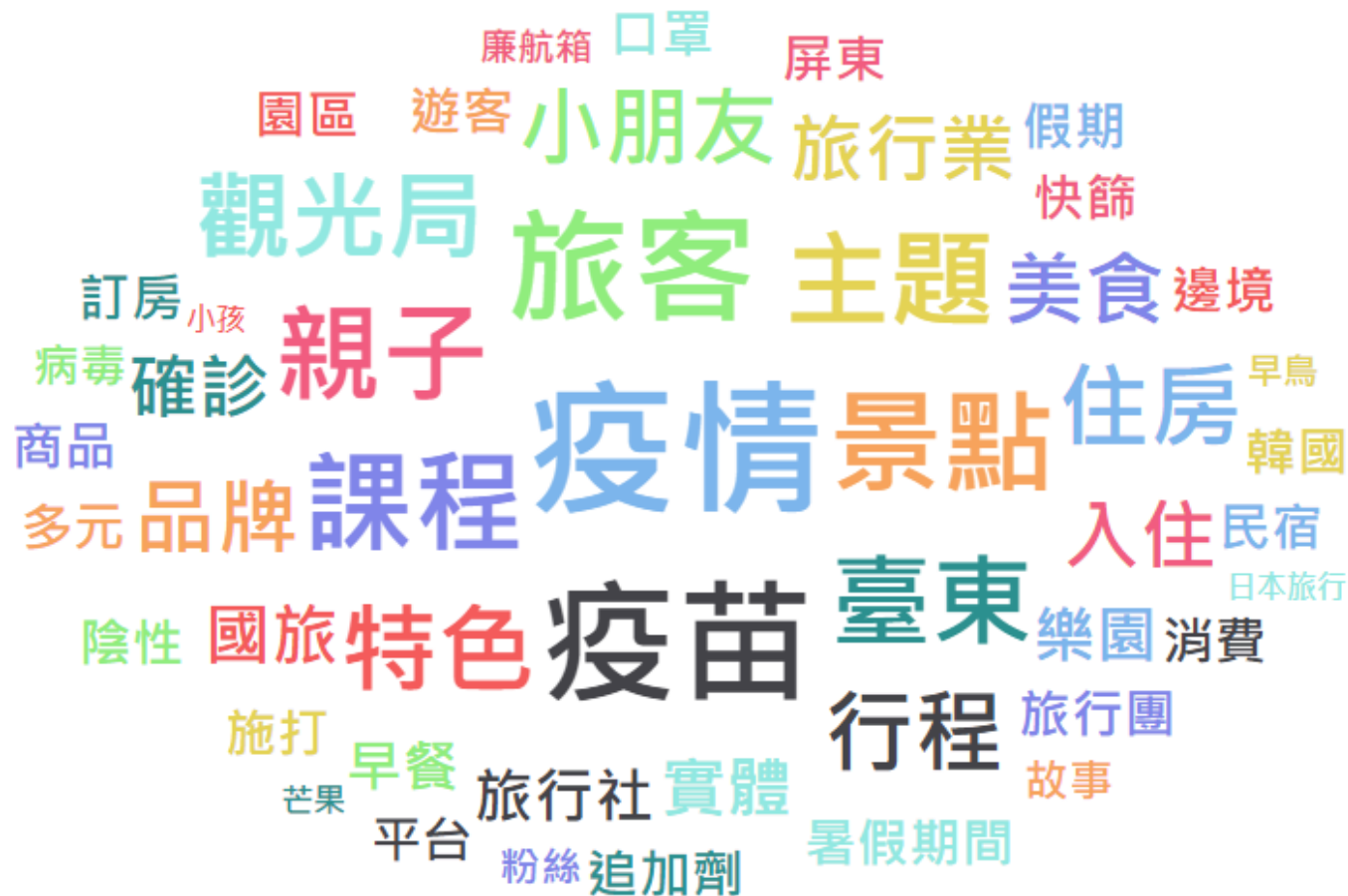
熱門話題

- Hot Topics



暑假來臨，想好去哪裡玩了嗎？

疫情逐漸趨緩，暑假的腳步越來越近，除了悶壞的民眾引頸期盼要出去玩，業者也紛紛推出各種優惠方案，準備迎接旅客，本週宏將週報將帶您一起觀察，暑假展開前有什麼樣的討論熱點吧！



0元住宿是真的

圓山大飯店70年來首推0元住房方案，吸引消費者討論。



國旅振興啟動

暑假出遊「政府幫付錢」，政府也推出了多項振興與補助方案。



JETS嘉年華登陸台南

台南場園區將引進多項美式遊樂設施，將吸引網美朝聖。

國際視野

- Media Trend



創作者將成為 YouTube 發展的主要核心

YouTube 的短影音和商業雄心依賴於創作者。創作者是 YouTube 的核心，越來越清楚的是，他們有能力吸引觀眾了解新的功能或格式，並影響購買決策。

1. 根據2021年 Hub Research 的調查，近一半（43%）美國消費者表示，他們至少每週在 YouTube 上觀看有影響力的影片，而這一比例在13至34歲的受訪者中上升至 52%。

2. 根據 Hub Research 的數據顯示，超過三分之二的美國青少年和成年人能夠回憶起 YouTube 名人的影片中特別顯示的品牌名稱。在那些有能力購買的人中，86% 的人表示他們已經購買或考慮購買由 YouTube 名人認可的產品。

YouTube 創作者將獲得更多的盈利管道，品牌也將從中受益。創造者賺的錢越多，他們就越有可能堅持下去，為品牌與他們的合作創造機會。短秒廣告、雙直播主和更多的商業工具正在向創作者推出。但 YouTube 也為創作者提供了更直接的獲得盈利選擇：

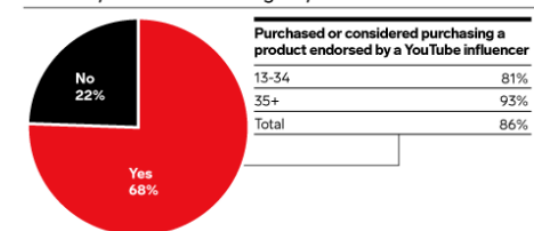
1. 截至4月，符合條件的創作者可以從觀眾那裡收到超級感謝（以公開的形式顯示感謝訊息），以及其他斗內功能，例如超級留言（聊天室中的付費顯示訊息）和超級貼紙（直播中的付費貼圖）。

2. 2022年，YouTube 將繼續其1億美元的 Shorts（YouTube 版短影音）基金，該基金將針對表現出色的 Shorts 創作者發放獎金。YouTube 在1月份表示，於 2021 年 8 月發布後，近 40% 之前尚未將作品變現的創作者獲得了一張支票，但目前不清楚他們賺了多少錢。

3. 創作者已經有 55% 的廣告收入來自他們長影片中展示的廣告，目前 Shorts 廣告還沒有直接的收入佔比。

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

eMarketer | InsiderIntelligence.com

2021年12月，按年齡分列，
Youtube影響著視頻中顯示的特定品牌



收視調查

- Ratings



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	4.34
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.01
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	2.82
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	2.71
5	美麗人生日出他鄉PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.97
6	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.56
7	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.26
8	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.16
9	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.10
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.06
11	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.03
12	明星許願池FOOTER厚磅T恤	FTV	競賽綜藝	1.01
13	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	0.99
14	雪中悍刀行2100	CTV	大陸劇	0.97
15	1300黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	0.96
16	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	0.92
17	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.90
18	航海王特別篇3兄弟的羈絆	TTV	外片	0.90
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.88
20	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	0.86

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.42
2	一家團圓PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	2.13
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.98
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.52
5	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.26
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.19
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.05
8	大愛劇場你好我是誰	DaAi	國語連續劇	1.00
9	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.90
10	1900含笑食堂家後紅麴磷蝦	SANLI	閩南語連續劇	0.89
11	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.83
12	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.79
13	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.78
14	開封府	VLMAX	大陸劇	0.78
15	嘉慶君遊臺灣家後紅麴磷蝦	SANLI	傳統藝術節目	0.77
16	辣新聞152	FTVN	新聞性質節目	0.76
17	1230一家團圓PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	0.74
18	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.73
19	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.73
20	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.72

無線TOP10 (15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	1.86
2	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.86
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.63
4	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.39
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.24
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.16
7	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.13
8	美麗人生日出他鄉PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.02
9	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.93

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	3.06
2	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	1.71
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.45
4	美麗人生日出他鄉PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.41
5	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.34
6	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.28
7	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	1.18
8	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.04
9	航海王特別篇3兄弟的羈絆	TTV	外片	0.77
10	雪中悍刀行2100	CTV	大陸劇	0.75

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.37
2	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	2.23
3	美麗人生日出他鄉PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.71
4	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	1.61
5	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	1.57
6	1700飢餓遊戲五洲生醫維他	CTV	競賽綜藝	1.55
7	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.48
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.43
9	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.39
10	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	1.04

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.62
2	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	6.82
3	航海王特別篇3兄弟的羈絆	TTV	外片	5.25
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	4.77
5	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	2.93
6	1300綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.01
7	假日美麗人生日出他鄉PANA	TTV	閩南語連續劇	1.92
8	1900綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.86
9	我愛冰冰Show精華版	CTV	娛樂綜藝	1.86
10	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.82



有線TOP10 (15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	0.89
2	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.73
3	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	0.72
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.68
5	愛情發生在3天後永豐金證	GTV-D	國語連續劇	0.68
6	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.65
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.60
8	151台灣新職籃臺北富邦勇	FTV1	籃球	0.58
9	動物方城市	*SCM	外片	0.58
10	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.57

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	2.72
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.66
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.37
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.29
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.27
6	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.93
7	機智校園生活青春萬歲	TVBSG	國語連續劇	0.89
8	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.87
9	嘉慶君遊臺灣家後紅麴磷蝦	SANLI	傳統藝術節目	0.84
10	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.80

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.91
2	一家團圓PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	1.46
3	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	1.40
4	2100如懿傳	CTiE	大陸劇	1.20
5	盲探	ET-M	國片	1.02
6	機智校園生活青春萬歲	TVBSG	國語連續劇	0.91
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.87
8	叫我野孩子松林夏冷氣	SL2	兒童節目	0.77
9	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.76
10	蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.75

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	4.51
2	蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	3.71
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	2.87
4	2100如懿傳	CTiE	大陸劇	2.43
5	原子少年	TVBSG	競賽綜藝	1.80
6	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.78
7	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.64
8	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.28
9	賭霸	*SCM	國片	1.23
10	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	1.22



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	1.06	0.79	0.41	0.58	1.73
TTV/台視	0.70	0.41	0.40	0.56	1.01
FTV/民視	0.35	0.11	0.10	0.17	0.67
CTS/華視	0.29	0.13	0.12	0.23	0.45

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	0.57	0.25	0.30	0.55	0.83
ET-N/東森新聞	0.48	0.16	0.19	0.41	0.76
SETN/三立新聞	0.37	0.08	0.10	0.22	0.69
FTVN/民視新聞	0.35	0.06	0.14	0.21	0.65
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.07	0.08	0.14	0.49
EFNC/東森財經新聞台	0.21	0.01	0.03	0.10	0.43
NTVN/壹新聞	0.19	0.10	0.09	0.18	0.28
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.03	0.13	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.08	0.02	0.04	0.06	0.12

* 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	黃金歲月台塑石油95	FTV	4.34
2	一家團圓PP塑崩未來褲	SANLI	2.13
3	美麗人生日出他鄉PANASONI	TTV	1.97
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.52
5	戲說台灣	SANLI	1.19
6	大愛劇場你好我是誰	DaAi	1.00
7	雪中悍刀行2100	CTV	0.97
8	1300黃金歲月台塑石油95	FTV	0.96
9	1900含笑食堂家後紅麴磷蝦	SANLI	0.89
10	開封府	VLMAX	0.78

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.05
2	少康戰情室	TVBS	0.90
3	非凡最前線	UBN	0.83
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.78
5	辣新聞152	FTVN	0.76
6	鄭知道了	SETN	0.73
7	台灣啟示錄	ET-N	0.73
8	正午最前線	UBN	0.72
9	最前線報告	UBN	0.72
10	關鍵時刻	ET-N	0.71

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	4.01
2	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	2.82
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	2.71
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.42
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.98
6	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	1.56
7	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	1.26
8	來吧營業中聲寶	TVBSG	1.26
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	1.16
10	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	1.10

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.06
2	呷飽未	SANLI	0.65
3	型男大主廚家家生醫七日蠟	SL2	0.65
4	花甲少年趣旅行蘭都觀光工	ETTV	0.63
5	詹姆士出走料理磐石集團	GTV-1	0.61
6	想吃得忍麵包店老闆堅持這	VLJP	0.60
7	人氣美食老闆料理一吃上癮	VLJP	0.53
8	福爾額溫槍花甲少年趣旅行	CTS	0.53
9	直中職33年統VS中	VLSPT	0.51
10	非凡大探索	UBN	0.50





以上內容如有任何建議
或相關訂閱事宜，歡迎與我們聯繫

宏將廣告行銷策略部
MediaResearch@mediadrive.biz
02-2509-5557#123