

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2229

07.11 ~ 07.17





Contents

- 宏將觀點 - 疫情催化 網路投保市場的興盛 . . .
- 媒體放大鏡 - 體壇跨界打棒球 《超級王牌》 擊出高收視 . . .
- 熱門話題 - 鬼門開了，看業者如何搞鬼？ . . .
- 國際案例 - Ikea把住宅變成戶外 “廣告看板” . . .
- 收視調查 - 2022/07/11-07/17 . . .
- 藝人動態 - 2022/06-2022/07 . . .

宏將觀點

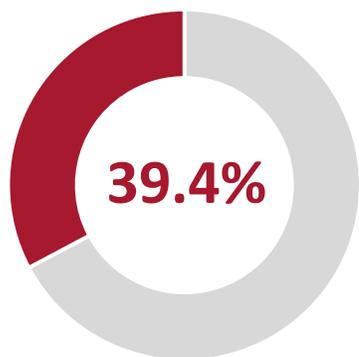
- Insights

疫情催化
網路投保市場的興盛

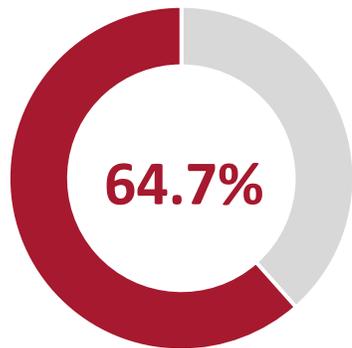


疫情趨動網路投保 產險市場受惠

2022年疫情變化不定，你有買保險嗎？根據調查，在疫情催化下，有近四成民眾在三級警戒時期購買保險，其中超過六成選擇透過網路購買；金管會數據顯示，2021年整體保險業網路投保總件數共300.7萬件，年增率達57%，總收入共27.78億元，年增率達16%，在疫情嚴峻時期，為了降低接觸傳染風險，網路操作是更安全的選擇之一。然而，並非所有的險種民眾都會願意透過網路購買，雖然去年網路投保的件數及金額均比前一年成長，但主要成長來自於產險，壽險反而衰退兩成。



曾在三級警戒
期間買過保險



選擇透過網路
購買保險

2021年 保險業網路投保年增率

2021年共300.7萬件



總網投保件數

+57%

2021年共27.78億元



網投保費收入

+16%

2021年共287.5萬件



產險網投保件數

+64%

2021年共13.2萬件



壽險網投保件數

-21%



優惠及便利為助力 詢問困難是阻力

除了減少接觸風險，更優惠、更方便及更容易查詢，是消費者選擇網路投保的主要原因；但網路投保看似便利，消費者仍有所顧慮，除了網路潛藏的個資問題、以及年長者對於網路操作的不熟悉，無法直接詢問保單問題才是網路投保的最大阻礙，換言之，保單內容較複雜、保費較高的險種，消費者基於無法確認細節，因而降低網路投保的意願；反之，車險、旅平險、以及熱門的防疫險、疫苗險等，則因保費不高、保單內容也較單純，消費者便傾向透過網路快速完成購買。

考慮網路投保的原因 Top3



較優惠的投保價格



更快速便利的購買體驗



方便查詢所持有保險產品狀況

網路投保的缺點 Top3



無法直接詢問保單相關問題



擔心個資外洩



不熟悉網路操作

富邦網投業績居冠 口碑聲量最高

不論是產險及壽險，企業主無不致力於推廣網路投保，根據金管會數據，2021年在產險及壽險業的網投收入，均由富邦奪得品牌排名第一，同時進一步觀察，各個品牌過去一年的輿情聲量，同樣也以富邦的討論度最高，展現品牌在網路投保領域之領導地位。

產險網路投保 Top3

- 👑 富邦產險
- 新安東京海上產險
- 明台產險

壽險網路投保 Top3

- 👑 富邦人壽
- 中國人壽
- 國泰人壽

網路投保品牌聲量排行 Top10



網投關注者 同步關切新聞及社會議題

透過Opview口碑輿情系統分析，發現會在網路議論關於網路投保的人以男性較多，占比超過六成。除了金融理財之外，包含新聞、及政治社會等，都是他們會關注的議題。根據尼爾森生活型態大調查分析，關注理財資訊的族群，對於媒體新聞的關注度也相對偏高，且信賴報導內容，數據顯示83.8%會隨時透過各種媒體了解最新資訊，65.9%相信媒體報導內容多數是真的。

性別輪廓

男62% 女38%



網路投保討論族群

關注議題

金融理財

新聞

汽機車



工作職業

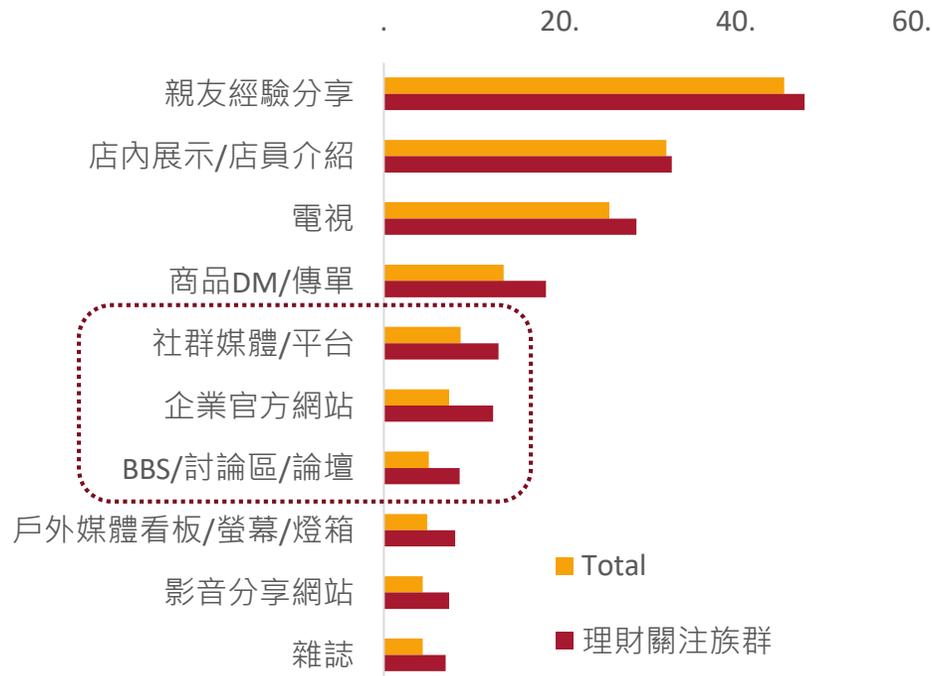
政治社會



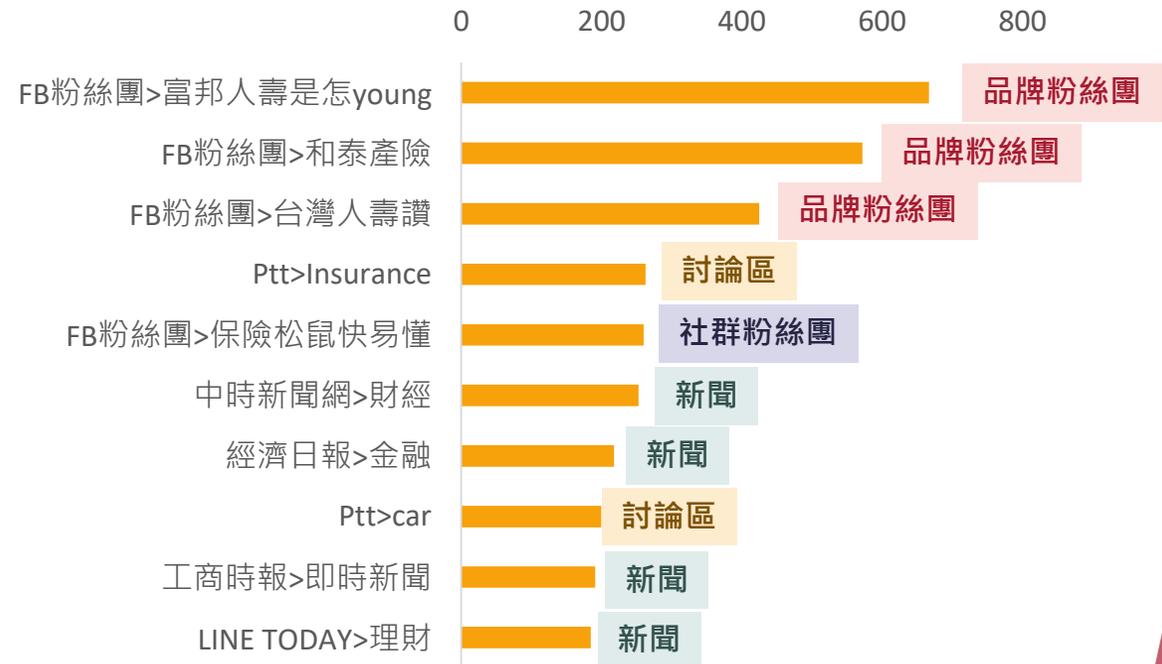
社群媒體、官網、口碑具網投影響力

資訊管道多元且繁雜，企業主該如何把握機會觸及目標族群？根據數據顯示，除了親友分享及業務(店員)介紹，理財資訊關注族群相對比一般民眾更重視社群媒體、企業官網、及口碑的資訊，透過社群曝光、粉專經營及口碑操作是觸及目標族群的重要方法；進一步觀察輿情，過去一年網投熱門討論頻道，品牌粉絲團以富邦人壽互動最佳，社群粉絲團則以保險松鼠快易懂較多討論，口碑則集中在PTT保險版。

保險資訊重大影響管道 Top10



網路投保熱門討論頻道 Top10



網路頻道分化溝通 討論區探索消費者需求

不同類型的管道，網路投保的溝通方式也不同，觀察發現企業主透過粉專與消費者溝通，常以抽獎活動吸引粉絲加入網路投保，增進互動率及黏著度；社群粉絲團則透過版主分享保險相關資訊，吸引目標族群關注；討論區則多由消費者自主請益，適合深入探索消費者需求及真實心聲。

粉專抽獎活動增進互動



社群粉絲團多資訊分享

保險松鼠快易懂
1月25日 · 公

如果您新安東京疫情保單沒辦法投保，可以試試看這個 <https://bit.ly/3FXdYLa>
PS.這是公勝保經通路的網路投保平台。

如果這是不行，可以參考兆豐 <https://reurl.cc/MbXrMp>
(672元，確診5萬、隔離2.5萬)

專案內容	計畫A	計畫B
個人法定傳染病補償保險金 (同一法定傳染病限一次)	50,000	30,000
法定傳染病隔離費用保險金 (同一法定傳染病限一次)	30,000	50,000
保費	NT\$ 528	NT\$ 643

271 94則留言 50次分享

感謝松鼠大大 已投保成功！

感謝大大 懶人福音啊
很順，完全不塞車。

討論區諮詢曝保戶需求

批踢踢實業坊 · 看板 Insurance

作者
標題 [險種] 四年車丙式車險 離開富邦與檢視
時間 Thu May 19 18:07:51 2022

請詳述以下資訊

- 一、性別：男
- 二、年齡：31
- 三、職業/工作內容：一般上班族
- 四、保障需求：剛好六月車險要到期，順勢放棄富邦產險轉到其他產險公司
預計還是網路投保，若真的有需要用到保險只希望聯絡的到人，理賠不要太刁難即可

推 f... : 超額要加上
→ f... : 本身有保險不用傷害
超額被我放在倒數第三列，然後國泰也是1000萬，我沒有更新到

→ c : 國泰不建議 哈哈
→ c : 我是苦主 我媽跟兒子被撞 對方保國泰
→ c : 一附等你告 弄到最後調解庭 調解委員都搖頭
→ c : 說國泰都是那個樣子 你確定你要保國泰？
推 k : 2: 主要看我方吧!
推 a : ike: <https://reurl.cc/6Eorv5>
→ a : ike: 幫滅火 樹很大那間
推 j : 0405: 我大小車全台產 我覺得不錯
→ M : k: 3樓，你怎麼是找國泰，你是要找肇事者啊= =
推 C : DV: 國泰還不錯 處理挺快的

與疫共存時代 掌握網投商機

網路投保受到疫情的催化而興盛，雖然防疫保單理賠至目前為止理賠將破600億，但未來因應國內外旅遊再興起，民眾對於健康保險意識提升，且對於線上投保接受度大增，企業主更需要掌握目標消費族群態度及偏好，再創未來網投市場商機：

主力20-44歲中青世代

媒體資訊及專家是網投族重要資訊來源，愛好投資的他們，也樂於推薦更多人一起加入。

掌握興趣內容引共鳴

透過口碑操作觸及目標族群，並結合偏好議題內容，更有機會引起消費者共鳴及興趣。



小額簡易保單入門

網路投保偏好產品單純且CP值高的保單，加上目標族群喜好蒐集理財資訊，以小額保單做網投主要推廣，降低入門門檻

克服保單諮詢阻力

透過簡化保單內容以降低諮詢的需求，或是提供更簡便的諮詢服務，減少消費者投保疑慮。

媒體放大鏡

- Media News



體壇跨界打棒球 《超級王牌》 擊出高收視

媒體
放大鏡



台灣首檔運動實境秀《超級王牌棒球隊》由中職名將「東哥」黃忠義擔任總教練，日前他當眾發豪語：「若首集收視率破1，全員跳水！」首集上週六晚間十點開播，前十分鐘的瞬間收視率果真破1，總收視人口約 682,000人。

《超級王牌棒球隊》由不同領域的頂尖運動員跨界打棒球，包含「體壇四女神」許淑淨、姜巧文、譚雅婷、程文欣，以及紀亞文、張莫、薛銘文、呂佳彬與林的昀蒂等運動員。對於承諾，黃忠義直率說：「會召集教練團率隊員進行準備。」他點名第一棒要派出「世界最美翹臀」的跳水金牌林的昀蒂上陣展現美技。

曾位居羽球女雙世界第一的程文欣，與羽球界學弟呂佳彬搭檔，她在山訓過程克服體重問題，展現毅力令人動容，她直言：「我比一般女生體重大10公斤，男生若要拉我負擔比較大。」此外，擁有「黃金左腳」封號的薛銘文，在測驗時表演優秀，在跑壘過程中拉傷，成為節目中第一名傷兵，所幸傷勢不大。【2022/07/12, 自由時報】

《媽，別鬧了！》登Netflix，台灣影視業能直面南韓CJ娛樂？

南韓CJ娛樂大手筆製作的最新台劇《媽，別鬧了！》成功贏得Netflix的國際版權採購，對台灣影視內容產業的產製流程、各國市場與數據的掌握都極具意義。

- 一. 開拓東南亞市場，要比國際平台更快抓準觀眾：**就集團角度而言，主要是希望進一步進軍東南亞市場，這說明華語原創劇在東南亞市場，仍然有著不可取代的地位。《媽，別鬧了！》在前期就已經成功獲得CJ ENM HK的投資與預售，而且還會負責東南亞及國際市場的銷售。這回台劇再戰Netflix，能否如CJ操盤所料在亞洲掀起熱潮、並延續《華燈初上》的氣勢或再上層樓，將是對整個台劇產業影響甚鉅的關鍵。同時可以看出CJ明確的題材與作戰策略，**這幾年亞洲戲劇娛樂市場的主流仍是家庭、女性**，在先前的記者會中，CJ也直言《媽，別鬧了！》的家庭/女性喜劇定位在亞洲很受歡迎。
- 二. 內容業產製模式不能直接複製貼上，要懂得看各國喜好與平台眼色：**這同時也意味著，未來這將是國際投資方和平台在檢視製作團隊時愈來愈重要的判斷標準。《媽，別鬧了》的特效、音樂、美術視覺都加強了它瘋狂喜劇的特點，讓戲更好看、質感也更好，卡司也非常恰到好處，且集結了老、中、青三代受歡迎的台灣演員。



【2022/07/15, 數位時代】

吃飯必配綜藝節目？

2022十大綜藝開播首日聲量

排名	節目名稱	網路聲量	開播時間
1	全明星觀察中	1,560	2022.04.17
2	超級王牌棒球隊	1,239	2022.07.09
3	原子少年	1,093	2022.04.30
4	小姐不熙娣	908	2022.02.14
5	來吧！營業中	707	2022.03.19
6	阮三個	385	2022.02.18
7	老少女奇遇記	365	2022.07.07
8	鴻門家宴2	194	2022.07.01
9	料理之王3	158	2022.06.03
10	極島森林	149	2022.05.13

資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KEYPO 大數據圖庫引擎 (keypo.tw) 輿情分析系統，以電腦輔助的語意分析技術，先進的機器學習技術與人工智慧辨識引擎，感知網友語意情緒與情緒，分析時事網路大數據。

分析期間：節目開播首日



【2022/07/15, 網路溫度計】

你也是每次吃飯都一定要配上綜藝節目嗎？2022年開播了許多綜藝節目，從實境節目、選秀節目，到運動實境節目都有，華麗的陣容和豐富的內容都會提高想看的慾望，什麼樣的節目最吸引你呢？

NO.1 全明星觀察中2：節目內容主打14天13夜以不斷電的方式，沒有劇本，沒有主持人，觀察七位藝人私底下的一舉一動。透過節目最真實的表現，不少網友表示更了解這些藝人，也對參加的藝人改觀了。

NO.2 超級王牌棒球隊：由巨宸製作、仁仁娛樂出品的台灣首檔運動實境秀《超級王牌棒球隊》，在節目中要完成運動員的百萬築夢計劃。在首播前就有不少網友表示「期待首播」「必須要看」，首播後更是直呼「每周六都要繼續看」。

No.3 原子少年：台灣男子團體選秀節目。不少網友稱讚「是近幾年來，追得最舒服的選秀節目。」甚至有觀眾表示「原來台灣的人才那麼多，看了好感動。」大讚參賽選手的實力。

搜尋巨頭Google有危機！z世代愛用這2款App挖掘新內容

Google是大家常用的搜尋工具，不論是搜尋或是地圖功能，但近日似乎逐漸受到了挑戰。Google副總裁Prabhakar Raghavan接受採訪時，點名TikTok和Instagram恐對Google旗下服務構成威脅。

外媒《Techcrunch》報導指出，Google日前做過相關調查，有大約4成的年輕人更常透過Instagram與TikTok挖掘新內容、查看其他人發布的內容，而不再是開啟Google搜尋或是地圖。

Prabhakar Raghavan表示，年輕人普遍對「視覺豐富」的搜尋更有興趣，譬如照片、影片，年輕用戶更傾向「視覺化」的搜尋系統。現在的Google Maps更像是一張紙本地圖塞進手機裡，Prabhakar Raghavan分析，這可能不符合他們期望。

面對此挑戰，Google也嘗試不斷增加地圖、搜尋的視覺要素，譬如推出「沉浸式實景」，能有更栩栩如生的視野，在蒐尋系統加入AR動畫，不再只有藍字的超連結。



【2022/07/15, Newtalk 新聞】



Youtube TV用戶突破500萬！瞄準直播電視成為市佔率第一

YouTube於12日在官方部落格表示，截至2022年6月YouTube TV的訂閱人數已突破500萬人次，成為美國最大的互聯網付費電視平台。



【2022/07/17, 數位時代】

瞄準直播電視市場，花5年成為市佔率第一：YouTube TV為直播電視串流平台之一，這種直播頻道被視為新世代的有線電視服務，不過由於大多數直播頻道的費用較為昂貴，一般電視用戶較傾向使用Netflix、Disney+或HBO Max等費用較便宜的串流服務，但YouTube TV不論是使用者數量和成長趨勢，皆在5年內超越迪士尼旗下Hulu+ Live及其他直播電視平台。藉由分析公司MoffettNathanson的估計數據，YouTube TV在去年秋季時就已經領先成為美國市占率最高的直播電視串流平台了。

開發多樣獨家功能，吸引特定用戶訂閱：YouTube TV除了提供100多個頻道供用戶即時觀看外，也提供無限制的雲端DVR錄影空間和提供6個帳戶的家庭專案等服務。為了提升用戶體驗也致力於開發各種獨家功能，例如隱藏特定球賽比數的「無劇透模式」，或是「關鍵比賽 (Key Plays)」在觀看球賽時可以即時查看球隊和球員的各種詳細資訊，以及「Segments」方便讓用戶可以隨時跳轉至新聞片段的不同段落。

Netflix攜手微軟開發串流廣告技術！以期推出更便宜方案

Netflix宣布微軟將成為「全球廣告技術和銷售合作夥伴」，共同開發Netflix串流內容中的廣告技術，因此未來將會推出有廣告的訂閱方案。

Netflix運營長 (Greg Peters) 表示，Netflix希望提供用戶更多選擇的這個長期目標很明確，計畫推出的有廣告的訂閱方案更名為廣告商提供優於有線電視的廣告體驗及效益。微軟網路體驗總裁 (Mikhail Parakhin) 則說，與Netflix的技術合作也將加入微軟的隱私保護機制，維護用戶隱私的權益，除了Netflix之外，微軟目前也在考慮將廣告技術導入免費的Xbox遊戲。Netflix在五月就曾提到將推出有廣告但更便宜的訂閱方案供用戶選擇，希望能在維持用戶體驗的要求下，讓不介意看廣告的用戶能有享有更便宜的方案選項。目前Netflix尚未宣布新的訂閱方案分級，但市場傳言Netflix將在今年底推出。

Netflix今年第一季財報中顯示全球用戶數約2.22億，但也首度呈現用戶數衰退的狀況，該公司並預期第二季用戶數也將持續下降，因此Netflix不僅積極降低密碼共享的用戶，同時也進一步嘗試直播內容，以緩解用戶和收入下降的表現。【2022/07/14, 數位時代】

NETFLIX

Microsoft

悠遊卡能在日本買藥妝！

疫情結束後，想去哪個國家玩？許多台灣人的答案會是日本，未來只要帶著每天通勤都會用到的悠遊卡，也能夠在日本買藥妝、吃美食。

悠遊卡公司宣布，正式獲得台灣金管會核准，下半年帶上悠遊卡，就可以在沖繩進行小額消費，**悠遊卡也是台灣第一家可以跨境消費的儲值卡，是國內支付產業國際化的重大里程碑**。以新台幣扣款，綁定「悠遊付」也能跨海儲值。業者表示，下半年開始在鄰近台灣的日本沖繩，可以搶先用悠遊卡小額支付，只要持有記名的悠遊卡、悠遊聯名卡，都可以在日本合作的通路感應卡片消費，結帳時會以新台幣計價扣款。儲值的方法有很多種，一般的悠遊卡，可以在出國前先到捷運站、超商等地方儲值，或者可以下載悠遊付綁定悠遊卡，在手機上透過銀行帳戶儲值；而悠遊聯名卡當餘額不足時，會自動刷卡儲值，不需額外操作。

「跨境支付」、「悠遊付（電支）」是悠遊卡董事長陳亭如上任以來，兩大轉型的重點任務。悠遊卡公司表示，會選擇沖繩作為第一站，是因為沖繩除了日本國人外，外國觀光客就屬鄰近的台灣人最多。**根據日本沖繩縣政府統計，疫情前2018年外國遊客為290.38萬人，台灣旅客有88.97萬人，高達三成多，隨著邊境逐漸解封，預期沖繩依然會是台灣人旅日首選。**【[2022/07/11, 數位時代](#)】

台灣神人！Google表單自製密室逃脫遊戲 全網瘋玩

Google表單也能玩密室逃脫遊戲！**一名老師為了幫安親班小朋友練習數學，特意利用Google表單自製密室逃脫遊戲《我想回家了》，吸引大批網友點入挑戰，掀起廣大迴響。**



【[2022/07/17, 中時新聞網](#)】

這款密室逃脫遊戲叫做《我想回家了》，內容講述一名學生在學校小睡片刻，起床後發現教室空無一人，門甚至被鎖起來了，若想開鎖，必須解開門邊的密碼鎖，而線索就藏在教室中，待玩家一一破解。遊戲一推出，立刻掀起廣大迴響，「這真的很強欸！讚」、「真的是遊戲...神人欸」，還有網友笑稱「現在讀安親班老師要會那麼多嗎？」

也有網友分享遊玩心得，「花了21分鐘才逃出」、「我到第2題就卡關了，太笨哈哈」、「我每個東西都打開了，但就是打不開最後的大門鎖」、「有沒有幫忙提示一下，我卡關超久」、「好好玩啊，請問還有更多嗎？想繼續玩」。

針對是否會創作其它遊戲，該名老師在留言處回應，其實利用Google表單做密室逃脫遊戲相當常見，只要搜尋關鍵字就可以找到相關教學，網友若有興趣可以自行創作。他也提到，該表單不會關閉，有興趣的人都可以嘗試破解。

A person is shown from the chest up, holding a black camera with a lens that has 'FUJINON ASPHERICAL LENS' written on it. They are looking through the viewfinder. The background consists of horizontal blinds, with some slats open, revealing a bright orange light. The overall color palette is dominated by orange and white. There are some abstract geometric shapes overlaid on the image, including a large white circle and a diagonal white line.

熱門話題

- Hot Topics

國際案例

- Case Share



Ikea把住宅變成戶外“廣告看板”

宜家將住宅變成戶外“廣告看板”

為了宣傳即將推出新的多倫多概念店，宜家將住宅變成了實景的陳列室。宜家在多倫多市中心的新店將五種類型住宅——皇后街西公寓、釀酒廠區的公寓、朗塞斯瓦勒的半獨立式住宅和多倫多市中心改造成產品展列室，並搭配“為市中心生活而生”的標語和新商店的位置，將住宅兼陳列室設計得看起來就像宜家的目錄。路人可以透過窗戶窺視居家裝飾尋找靈感，不同的產品適合不同的生活環境。展示一些最受歡迎的產品，包括 Finnala 沙發、Kragsta 咖啡桌和 Fjällbo 筆記本電腦桌。

宜家商場行銷活動負責人喬丹·塞奎拉 (Jordan Sequeira) 表示，宜家商場的房間展示使用不同的產品和佈局來因應不同的客群，例如年輕家庭和單身城市居民。該活動標誌著這家瑞典零售商對住宅空間的持續重新構想，包括最近的春季活動探索了“讓自己在家”的雙重含義，其中家居用品成為靈感。

行銷觀察：

從本質上來看，這場活動旨在為宜家的新店營造熱情，並推動人們的脚步吸引流量。透過居家作為廣告媒介的新穎性，幫助宜家吸引路人的注意力，而廣告看板不必與其他品牌的行銷資訊競爭。這是一個原創的公關噱頭，可以在社交媒體上分享並被當地媒體報導。同樣值得注意的是，通過顯眼的標誌和視窗中熟悉的瑞典產品名稱，宜家立即被識別為廣告背後的品牌。

宜家不僅僅是為了吸引注意力，該品牌正在傳達分店來到多倫多市中心的信息。透過將各種城市住宅變成陳列室，宜家展示了它在這種環境中的多功能性和適當性。本質上，這是一種產品演示，表明宜家可以迎合城市生活。作為一家在市中心以外擁有大量足跡的零售商，該品牌必須改變消費者的看法，並證明它在廣告牌上所說的“為市中心生活而生”。

住宅區櫥窗



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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.20
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.66
3	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	競賽綜藝	2.78
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	2.64
5	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.75
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.52
7	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.44
8	航海王27	TTV	卡通影片	1.24
9	姊妹靚起來	FTV	資訊綜藝	1.19
10	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.18
11	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.06
12	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.05
13	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	1.04
14	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.01
15	姊妹靚起來娘家蔓越莓聖潔	FTV	資訊綜藝	0.94
16	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.92
17	醫學大聯盟福爾威創快篩	FTV	競賽綜藝	0.86
18	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	0.85
19	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	0.84
20	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	0.81

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	2.45
2	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	2.08
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.90
4	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.32
5	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	1.32
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.29
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.09
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.03
9	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.90
10	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.84
11	日本秘境住人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.80
12	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.79
13	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	0.75
14	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.74
15	辣新聞152	FTVN	新聞性質節目	0.74
16	TVBS文茜的世界周報	TVBS	新聞性質節目	0.72
17	2200超級夜總會福爾旗艦六	SANLI	娛樂綜藝	0.72
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.71
19	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.70
20	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.67

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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.19
2	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.85
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.28
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.17
5	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.16
6	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	1.07
7	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.07
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.06
9	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	0.99
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.89

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	2.31
2	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.89
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.50
4	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	競賽綜藝	1.33
5	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.09
6	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	0.97
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.93
8	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	0.90
9	Penthouse上流社會	CTV	韓劇	0.86
10	姊妹靚起來	FTV	資訊綜藝	0.85

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	2.41
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.29
3	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.54
4	阿鈣八合一強效只為你停留	CTV	國語連續劇	1.53
5	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.52
6	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.52
7	Penthouse上流社會	CTV	韓劇	1.40
8	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.34
9	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.31
10	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.16

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	7.24
2	Penthouse上流社會	CTV	韓劇	6.17
3	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	5.13
4	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.40
5	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	2.62
6	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	2.23
7	醫學大聯盟福爾威創快節	FTV	競賽綜藝	1.95
8	新歌介紹	FTV	歌唱音樂	1.92
9	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.89
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.89

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	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.08
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.86
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.82
4	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	0.78
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.72
6	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	0.68
7	屍速列車感染半島	ET-M	外片	0.66
8	1800間諜家家酒	*SCC	卡通影片	0.63
9	間諜家家酒	*SCC	卡通影片	0.59
10	食尚玩瘋狂總部台塑石油	TVBSG	美食、旅遊節目	0.49

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	2.52
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.59
3	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.27
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.06
5	2215紫色大稻埕Footer機能	SANLI	閩南語連續劇	0.98
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.89
7	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.88
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.77
9	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.73
10	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.72

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	1.69
2	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.48
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.16
4	2300火力全開大胃王	ONTV	競賽綜藝	0.95
5	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	0.94
6	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.86
7	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	0.85
8	1000導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.82
9	月老	*SCM	國片	0.79
10	獵人X獵人	ET-M	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	4.60
2	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	3.58
3	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	2.73
4	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	2.10
5	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	2.02
6	2300火力全開大胃王	ONTV	競賽綜藝	2.00
7	1800綜藝玩很大FORA福爾威	SL2	娛樂綜藝	1.66
8	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.64
9	拆彈專家2	*SCM	國片	1.35
10	機智校園生活青春萬歲	TVBSG	國語連續劇	1.21

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	0.97	0.64	0.49	0.53	1.60
TTV/台視	0.67	0.38	0.40	0.45	1.01
FTV/民視	0.34	0.12	0.13	0.15	0.65
CTS/華視	0.26	0.13	0.15	0.20	0.38

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	0.53	0.30	0.23	0.51	0.78
ET-N/東森新聞	0.45	0.22	0.16	0.38	0.71
SETN/三立新聞	0.37	0.06	0.09	0.21	0.71
FTVN/民視新聞	0.34	0.06	0.11	0.22	0.64
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.08	0.06	0.15	0.45
NTVN/壹新聞	0.19	0.07	0.09	0.18	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.04	0.06	0.12	0.33
UBN/非凡新聞	0.15	0.04	0.03	0.14	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.07	0.02	0.02	0.05	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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	4.20
2	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	2.08
3	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	1.75
4	大愛劇場天下第一招	DaAi	1.32
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.29
6	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	1.04
7	戲說台灣	SANLI	1.03
8	Penthouse上流社會	CTV	0.68
9	台灣傳奇鴿子	FTV	0.66
10	延禧攻略	GTV-1	0.63

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.09
2	少康戰情室	TVBS	0.90
3	台灣啟示錄	ET-N	0.84
4	非凡最前線	UBN	0.79
5	導讀台灣	SETN	0.74
6	辣新聞152	FTVN	0.74
7	TVBS文茜的世界周報	TVBS	0.72
8	關鍵時刻	ET-N	0.71
9	正午最前線	UBN	0.70
10	最前線報告	UBN	0.67

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.66
2	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	2.78
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	2.64
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.45
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.90
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.52
7	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.44
8	來吧營業中聲寶	TVBSG	1.32
9	姊妹靚起來	FTV	1.19
10	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	1.18

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.05
2	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.57
3	食尚玩家2天1夜go台塑石油	TVBSG	0.54
4	呷飽未	SANLI	0.50
5	型男大主廚	SL2	0.50
6	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.50
7	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.49
8	便宜美食老闆住家兼店面	VLJP	0.48
9	超級王牌棒球隊輝葉律動奇	FTV	0.47
10	直中職33年統VS中	VLSPT	0.44

Passion Sisters

藝人動態

- Dorian Idols



P A S S I O N S I S T E R S

近期精彩動態：Passion Sisters

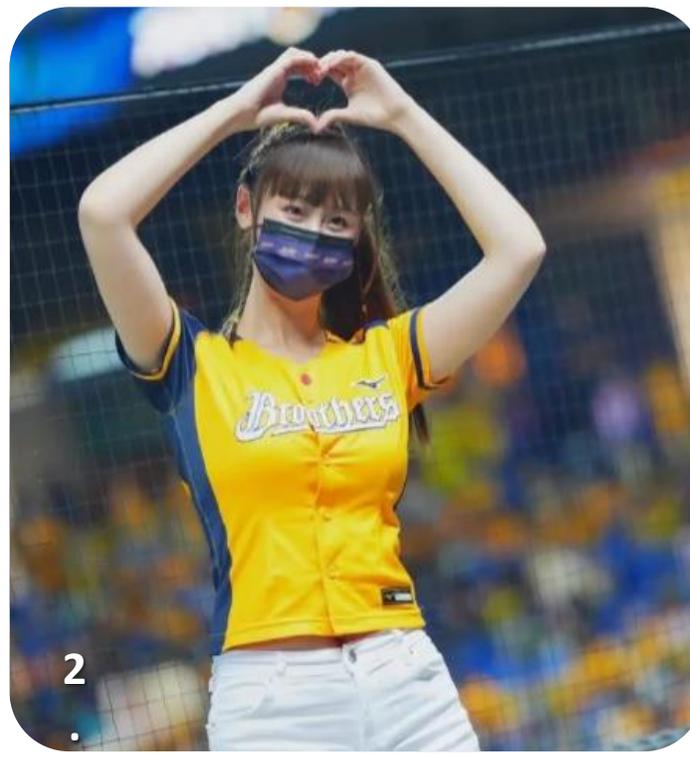


圖1：昀二擔任《全明星運動會》藍隊的隊經理。(圖 / 三立提供)

圖2：「啦啦隊女神」短今傲人身材前凸後翹。(圖 / 翻攝短今IG)



近期精彩動態：崙崙



圖1：崙崙外型甜美可愛，在台灣、日本都擁有高人氣。（圖／翻攝自IG）

圖2：崙崙獲封台灣第一啦啦隊美少女。（圖／翻攝自IG）

圖3：崙崙在加入節目《飢餓遊戲》主持後，深受觀眾喜愛。（圖／中視提供）



近期精彩動態：林真亦



圖1：擁有「微笑女神」之稱的29歲女星林真亦，日前推出全新個人寫真《真心真亦Sincerely♥Yuna》（圖 / 尖端提供）

圖2：林真亦寫真書熱賣。（圖 / 尖端提供）

圖3：林真亦復工曬出辣照。（圖 / 翻攝自林真亦IG）





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