

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2237

09.05 ~ 09.11





Contents

媒體放大鏡	- TWNIC：僅不到 1.5% 願意付費國內網路新聞	. . .
熱門話題	- 即將迎來第一波週年慶活動！	. . .
國際視野	- 年輕消費者更容易衝動性購物	. . .
數位轉型	- 群創攜手日藥本舖 打造全台首家科技藥妝店	. . .
收視調查	- 2022/09/05-09/11	. . .

媒體放大鏡

- Media News



TWNIC：僅不到 1.5% 願意付費國內網路新聞

2022 年度《台灣網路報告》依據本身是否產製新聞，將民眾獲取新聞來源分為「新聞媒體」與「數位平台」二類。**52.49%** 民眾從數位平台獲取新聞，包含即時通訊、社群媒體、搜尋引擎或新聞入口網站以及 YouTube。另外，**45.24%** 民眾由新聞媒體獲取新聞，包含電視、紙本報紙或雜誌、廣播、及新聞媒體網站或應用程式。調查也發現願意實際付費使用這些國內網路新聞的民眾比例，僅接近1.5%。

數位平台對專業新聞的影響：國家通訊傳播委員會王維菁委員指出，數位平台對新聞影響，包括新聞內容呈現、新聞消費與對新聞產業等方面。

即時通訊的同溫層有利假消息流竄：據調查，台灣民眾在即時通訊中看到與自己立場不同的意見，近八成採取迴避的方式（78.85%），這可能阻礙接觸多元觀點，進一步導致兩極化與假新聞、不實訊息的激增。【[2022/09/05, Inside](#)】



剪掉電線、退訂串流媒體，通膨下美國人回歸電視天線

年輕的 Z 世代可能根本沒看過電視有天線，現在這時代要看節目，除了安裝有線電視還得訂閱多個串流平台，每月支付上千元費用。面對一生最嚴重的通膨來襲，**美國年輕人開始剪掉線纜，甚至停掉充斥廉價內容的串流平台，轉向復古的電視天線，重拾經典影集。**尤其有線電視套餐愈來愈貴，大量免費內容及通膨考量下，愈來愈多人捨棄有線電視。

現在美國愈來愈多家庭甚至不訂閱串流媒體了，《紐約郵報》採訪一個千禧世代家庭，每月為 Netflix 等串流媒體付費約 100 美元，現在為了省錢，且發現訂閱串流媒體但沒有常看，決定去亞馬遜買 28 美元的天線，現在每天透過電視天線追劇，追的還是 1970 年代的美國經典電視劇《外科醫生》。

目前超過 4 千萬約三分之一美國家庭用天線，其中一半完全靠天線接收廣播訊號。潛在天線用戶還有很多，特別是年輕族群，預計到 2025 年，美國天線市場總量將超過 5,300 萬戶，佔 1.27 億家庭，比例相當高。當經濟完美風暴來襲，消費者精打細算，當知道可節省費用又可接收美國四大電視網，還有免費節目可看，相比每月串流平台花費近 100 美元，剪掉有線電視，100% 透過空中傳輸的收視模式突然很有吸引力。【[2022/09/01, 科技新報](#)】

不怕TikTok挑戰！Google：台灣YouTube流量持續成長

Google高階副總裁拉加萬 (Prabhakar Raghavan) 7月時坦言，Google內部一份調查數據發現，美國有近40%的18至24歲年輕世代，搜尋資料時已不再將Google搜尋或Google Maps作為主力，反而改用這2款App：Instagram (IG) 和TikTok (抖音) 。

拉加萬從中觀察到，年輕世代偏好「視覺豐富」的搜尋體驗，Google既有的呈現方式，並不符合年輕使用者的期待。此消息一出，媒體爭相報導，熱議Google搜尋是否過氣，台灣媒體也好奇國內是否出現這樣的趨勢。

Google台灣客戶解決方案副總經理李芝禎今天表示，不同消費者在使用不同數位工具是有場景需求的，也就是「使用場景」的概念；不論IG或TikTok，都是著重在社交或影音功能上，擁有許多年輕消費者，不過YouTube在台灣的流量仍持續增長，而YouTube也是以影音、社交為主的平台。而Google也意識到，網路產業日新月異，新的技術與產品不斷推出，Google擁有強大的工程師團隊，隨時在偵測消費者最新的需求，進而優化、改良產品，並推出與時俱進的功能。【[2022/09/07, 自由時報](#)】



停止成為TikTok！30萬人要求Instagram回到最初的原貌

「讓Instagram再次成為Instagram，不要再試圖成為TikTok，我們只想看朋友的可愛照片。」來自一名攝影師Tati Bruening的貼文，獲得超過250萬網友點讚，Bruening更在Change.org網站上發起請願書，截至8月已超過30萬人連署支持，要求變了樣的Instagram回到最初的原貌。

**MAKE INSTAGRAM
INSTAGRAM AGAIN.**

*(stop trying to be tiktok i just
want to see cute photos of my friends.)*

SINCERELY, EVERYONE



Illumitati / IG 帖文

第一，是Instagram愈來愈像TikTok了：隨著TikTok短影音崛起，Instagram也順勢推出短影音功能Reels，將原本重視靜態照片的主要特色，轉為以短影音為中心，這項改變卻讓許多死忠用戶感到沮喪，批評現在的Instagram與原先初衷背道而馳。

第二，是演算法打壞使用體驗：由於Instagram近期提高廣告比例、打亂時間軸，個人主頁開始充斥許多陌生帳號，以及無時無刻占據版面的Reels影片，雖有利於仰賴Instagram變現為生的創作者，對於一般用戶卻沒有更好的使用體驗。【[2022/09/07, 數位時代](#)】

開課平台巨頭競手現！YouTube 宣布推出無廣告教育播放器

YouTube 在官方部落格宣布，預計在明年推出教育播放器（Player for Education），提供創作者開免費、收費課程，並會移除外部連結和推薦選項，避免學習者在上課時分心。另外，教育版 YouTube 播放器還將改進 Google Classroom 中現有的 YouTube 嵌入式播放器，以提供更好的影音體驗。

YouTube 指出，近期一項研究發現，93% 的觀眾使用 YouTube 來收集資訊，為了使學習者擁有更優良體驗，也讓創作者 YouTube 上更能成長茁壯，宣布推出這項學習服務。

明年起，合規的創作者可以開始提供免費或付費課程，而為讓學習者有更深入、結構化的學習體驗，選擇購買課程的觀眾可無廣告觀看影片，並在背景播放。YouTube 官方表示，將會在美國和韓國首先進行測試，接著擴大到更多國家。

除了播放器，為了幫助學習者應用他們所學的知識，預計也會推出測驗功能（Quizzes）讓講師創作者可以協助觀眾測試是否良好吸收知識，YouTube 預計在未來幾個月內推出測試版，提供合規的創作者使用。



【2022/09/09, Inside】

Twitter決定開放編輯按鈕？防範用戶濫用成為首要挑戰



Elon Musk
@elonmusk

Do you want an edit button?

yse

73.6%

on

26.4%

4,406,764 票 · 最終結果

上午8:48 · 2022年4月5日 · Twitter for iPhone

5.3萬 則轉推 2.7萬 引用的推文 34.2萬 個喜歡

馬斯克上發布「你是否想要一個編輯按鈕」調查，其中收穫超過400萬網友回應。

Twitter用戶也許都有過這樣的經驗：當你快速地發送推文，下一個瞬間發現用字錯誤，卻因為無法重新編輯內容而感到無力。如今，Twitter終於願意滿足廣大用戶的願望。根據《華盛頓郵報》1日的報導，Twitter內部正在積極測試「編輯按鈕」功能，並且預計在本月份優先提供付費用戶使用。

這項「新」功能，除了讓用戶在原始推文發表後的30分鐘內能夠進行數次修改，也允許其他用戶透過推文上方顯示的圖標、時間戳記與標籤，進一步檢視該則推文的編輯歷史紀錄。從目前的市場消息來看，Twitter嘗試採用限時30分鐘、保存推文編輯記錄等方式因應內容詐騙的情況，但依然存在風險。在專家看來，Twitter除了應負責告知每位用戶「推文已被編輯」的消息，還須盡可能提出更多的相關保護措施，來確保用戶純粹是針對內容的微小錯誤（例如用字遣詞）進行編輯，而不是完全改變推文的原意或對話方式。Twitter如何因應專家們的疑慮，以及功能正式上線後是否會造成一片混亂，都還有待觀察。【2022/09/06, 數位時代】

全家「宅家取」與foodpanda合作包裹宅配送到家

全家便利商店推出「宅家取」服務，與foodpanda旗下快商務服務pandago合作，未來可以配合外送車隊將包裹宅配送到家。消費者只要至全家FamiPort選用「宅家取」服務並輸入收件地址，待包裹送達鄰近店鋪，收件者收到簡訊通知後，於24小時內即可隨時透過簡訊連結啟動pandago配送服務，30分鐘從店鋪配送到家。【[2022/09/06, 數位時代](#)】

全家E-Retail事業本部副本部長林志清分享，全家店到店與宅配服務，近年以1到2成速度成長，顯見包裹寄取需求持續上揚。但是進一步觀察，傳統宅配仍有不少服務上的缺口，像是假日無配送、無管理員的收件者需配合不確定的宅配時間於家中坐等。故「全家」此次運用超過4000間密集據點、24小時營業、店到店物流優勢，再結合pandago快商務24小時配送、營運範圍廣及最大即時物流車隊等特色，推出「宅家取」服務。

「宅家取」第二階段將擴大至全家官網、會員APP都可使用，未來更將串接全家開店平台「超級好賣」及其他外部電商平台，並開放貨到付款功能，全面搶攻宅配物流市場，為消費者提供最便利也最具彈性的宅配新選擇。



7-11 開超市了！全台首家「OPEN! MART」



【[2022/09/05, 上報UPMedia](#)】

7-11 開超市了！全台首家「OPEN! MART」即日搶先開幕，門市 6 大優惠同步開跑，採買中秋烤肉食材超划算。而這次變身成超市的小七，全店有超過 600 種蔬果食材可以一次買齊，同時聯手「神農生活」打造文青市集，「果汁 BAR」、「現烤哈燒」、「Mister Donut」、「酒 BAR」等也都一應俱全，這間 7-11 可不只是超商啦！

此外，這次也首度攜手「神農生活 MAJI TREATS」引進在地品牌好物，主打零售通路不易購買的「在地米麵主食」、「大人味零嘴」、「本土嚴選茶包」、「老饕職人醬料」、「生活器物道具」等 5 大類，共超過 65 款農業新風格的在地商品，還有「神農生活 maji 茄芷袋」讓大家可以在享受文青復古之餘，還能兼具環保。

最後，這間 7-11「OPEN! MART」不僅打造了文青市集，更有現榨果汁可以喝！7-11「果汁 BAR」於全台 5 家門市搶先推出，包含總部、亞萬、宏泰、南瀛與湖鑫門市。將現切新鮮水果鮮加入牛奶或優格，打製成果汁、果昔等新鮮現打飲品，來超商也可以喝到真正的果汁！

熱門話題

- Hot Topics



登機箱 總經理 顧客 購物金 一波 原價 88折 數量 獨家 折扣 官方 特價 資生堂 精品 蘭蔻 消費 品牌 薔莉歐 line aveda 週年慶商品 sogo 訂單 禮盒 雙星 業績 林柔好 疫情 人羣 代買 林威佑 中友 開館 百貨 賣場 單筆 專櫃 精華 開跑 美食 門市 特色 週年慶 新光三越 時尚



國際視野

- Media Trend



年輕消費者更容易衝動型購物

根據GWI發佈的調查結果，年輕的美國人比年長的美國人更容易衝動型購物。在美國，約23%的Z世代消費者（年齡在16-25歲）表示，他們會衝動購物，高於平均值的17%。

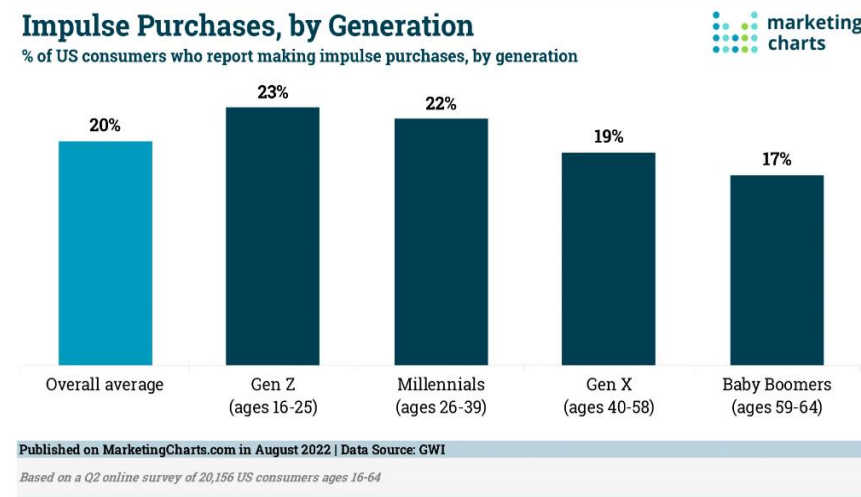
調查結果來自第二季度對20,156名年齡在16-64歲的美國消費者進行調查。與Z世代受訪者一樣，超過1/5的千禧世代（22%，年齡為26-39歲）表示他們會衝動購物，高於平均值的10%。相比之下，X世代（40-58歲）和橘色世代（59-64歲）衝動購物的可能性都低於指數，分別有19%和17%的人表示會這樣做。

哪個類別是衝動購物的首選呢？

GWI還引用了6月份對11個市場中超過14,000名年齡在16-64歲的消費者進行線上調查的數據，探討了受訪者購買的各種類別中有哪些是屬於衝動購物，定義為“在購買前不花時間思考/研究一件物品”。

衝動購買類別佔比最多的是服裝，40%的受訪者表示他們曾在該類別中發生過衝動購物。緊接在後的是食品和飲料，36%的受訪者表示有衝動購物。不過，這一數位可能會下降，因為外出用餐是世界各地消費者在面臨生活成本上升時第一次削減開支。事實上，6月份的一項調查結果表明，56%的美國成年人在上個月減少了購買食品和飲料的次數。

除了服裝和食品/飲料，GWI調查中至少有五分之一的受訪者表示，他們曾衝動購買個人護理用品（26%）、技術/電子產品（22%）和家居用品（20%）。[更多其他的內容，請參考GWI](#)。



20,156 名16-64歲的美國消費者的調查

數位轉型

- Digital Transformation



群創攜手日藥本舖 打造全台首家科技藥妝店

「數位轉型，科技藥妝」是連鎖藥妝競爭力之鑰，透過智慧顯示落地驗證推動，群創結合日藥本舖，促成顯示應用服務落地，為台灣7千家藥局創造銷售新商業模式。攜手全台最大日系連鎖藥妝日藥本舖，共同打造5G、AIoT藥妝科技店，消費者踏進日藥本舖南京西路總店，**上百個顯示螢幕的AI影像辨識與聲控與觸控回饋，就能導引消費者選到適合的保健藥品，並且透過人工智慧打造實體與虛擬商城導購，讓消費者體驗再升級。**

• 針對藥妝店痛點協助改善與解決

相較便利商店與超市，連鎖藥妝高獲利產業更願意導入黑科技，提供個人化行銷內容，透過虛實互動增添樂趣。群創光電與圓美智能共同打造全台第一家AI藥妝科技店，**開發「魔法貨架」、「AI藥師」等智慧藥妝解決方案，針對藥妝店痛點協助改善與解決。**魔法貨架將上萬種指示用藥、保健品及上千個美妝產品進行3D建模，群創60cm、90cm觸控長條顯示螢幕與36吋長條廣告螢幕，搭載AI影像辨識系統，設定攝影機依時段及特定時間，主動取得貨架上商品影像，即時感知商品樣態，自動更換貨架標籤，大幅減少店員勞務。店長也可即時了解商品擺放位置正確與否，結合POS系統，了解庫存動態，備貨或通知行銷單位擴大高毛利櫃位搶商機。此外，魔法貨架整合內容管理系統(CMS)，行銷活動更即時、更彈性，增加零售商的競爭優勢。

• AI藥師導引消費者快速選購指示用藥

AI藥師可依照消費者點選路徑，幫助日藥本舖了解消費者選購保健品與藥品偏好，調整重點產品，增加消費者滿意度與產品轉換率。至於結合5G與Beacon微定位技術打造的「360度環場商城導購」，讓日藥本舖更聰明。**經過南京總店方圓50公尺消費者，可以精準推播暢銷女性美妝、男性保健到消費者手機，還可以記錄消費者的路徑和行為，讓In-Store Marketing實體店面營收最大化。**



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	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.28
2	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	3.83
3	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	3.03
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.05
5	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.71
6	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.66
7	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.63
8	航海王27	TTV	卡通影片	1.47
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.39
10	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.21
11	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.14
12	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.00
13	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.91
14	醫學大聯盟潔姆錫生技	FTV	競賽綜藝	0.91
15	1300黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	0.89
16	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	0.88
17	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	0.88
18	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.84
19	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.84
20	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	0.83

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	2.28
2	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	2.01
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.91
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.28
5	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	1.23
6	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	1.03
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.97
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.95
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.86
10	大愛劇場冬菊沒問題	DaAi	國語連續劇	0.83
11	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.80
12	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.79
13	辣新聞152	FTVN	新聞性質節目	0.79
14	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.78
15	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.78
16	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.74
17	大愛劇場指尖的溫暖大愛年	DaAi	閩南語連續劇	0.74
18	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.71
19	2100深夜食堂	ET-N	新聞性質節目	0.71
20	TVBS文茜的世界周報	TVBS	新聞性質節目	0.70

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	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	1.59
2	1800新蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.33
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.27
4	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.24
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.21
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.11
7	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.09
8	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.03
9	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.00
10	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	閩南語連續劇	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	2.46
2	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.91
3	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	1.74
4	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.38
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.26
6	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.25
7	航海王27	TTV	卡通影片	1.24
8	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.18
9	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.17
10	1800航海王27	TTV	卡通影片	0.96

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	2.31
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.24
3	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	閩南語連續劇	2.18
4	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.73
5	滴水的推理書屋大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.61
6	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.31
7	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.07
8	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.05
9	必勝大丈夫阿鈣八合一強效	CTV	國語連續劇	1.04
10	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.00

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	閩南語連續劇	7.52
2	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	6.54
3	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	5.51
4	歐兜邁冒險趣	FTV	美食、旅遊節目	3.65
5	2315黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	2.84
6	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	2.60
7	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	2.37
8	咱的城咱的市咱台灣的味	CTS	美食、旅遊節目	1.79
9	鴻門家宴婆媳廚房	CTS	美食、旅遊節目	1.77
10	醫學大聯盟潔姆鋸生技	FTV	競賽綜藝	1.63



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	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.86
2	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.73
3	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.66
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.59
5	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.58
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.55
7	2100深夜食堂	ET-N	新聞性質節目	0.50
8	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.50
9	1900機智校園生活必勝高輕	TVBSG	國語連續劇	0.49
10	婚禮歌手蓓朵娜粉鑽瓶	ETTV	資訊綜藝	0.48

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	1.95
2	戲說台灣PP塑崩未來禪	SANLI	閩南語連續劇	1.04
3	大愛劇場冬菊沒問題	DaAi	國語連續劇	0.95
4	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	0.92
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.86
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.82
7	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.76
8	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.72
9	機智校園生活必勝高七日蠟	TVBSG	國語連續劇	0.62
10	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.61

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.35
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.90
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.80
4	激鬥首部曲	ET-M	外片	0.80
5	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.77
6	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.71
7	食尚玩家瘋狂總部	TVBSG	美食、旅遊節目	0.69
8	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.57
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.55
10	食量驚人日本大胃王家族	ONTV	美食、旅遊節目	0.55

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	4.54
2	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	3.67
3	1800全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	2.98
4	1230大愛劇場指尖的溫暖大	DaAi	閩南語連續劇	2.31
5	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.86
6	2000福爾威創快篩綜藝大熱	CTiV	資訊綜藝	1.86
7	變變變日本第一創意機關王	VLJP	競賽綜藝	1.63
8	世界第一等特輯	GTV-C	知識資訊節目	1.41
9	1900機智校園生活必勝高輕	TVBSG	國語連續劇	1.32
10	請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	1.25



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	0.50	0.45	0.50	0.45	1.62
TTV/台視	0.35	0.51	0.35	0.51	1.04
CTS/華視	0.12	0.19	0.12	0.19	0.31
FTV/民視	0.08	0.13	0.08	0.13	0.71

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	0.62	0.27	0.26	0.54	0.98
ET-N/東森新聞	0.49	0.20	0.20	0.41	0.79
SETN/三立新聞	0.42	0.07	0.10	0.28	0.79
FTVN/民視新聞	0.37	0.07	0.15	0.21	0.70
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.08	0.08	0.15	0.47
NTVN/壹新聞	0.19	0.06	0.10	0.17	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.07	0.07	0.17	0.29
UBN/非凡新聞	0.15	0.03	0.03	0.14	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.02	0.07	0.07	0.14

* 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	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	3.83
2	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	2.01
3	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	1.71
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.28
5	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	1.23
6	1300黃金歲月貴族世家牛排	FTV	0.89
7	大愛劇場冬菊沒問題	DaAi	0.83
8	大愛劇場指尖的溫暖大愛年	DaAi	0.74
9	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	0.71
10	台灣傳奇消費高手益固康Ex	FTV	0.70

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	0.97
2	台灣最前線	FTVN	0.95
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.86
4	鄭知道了	SETN	0.80
5	台灣1001個故事	ET-N	0.79
6	辣新聞152	FTVN	0.79
7	新台灣加油	SETN	0.78
8	台灣啟示錄	ET-N	0.78
9	關鍵時刻	ET-N	0.74
10	2100深夜食堂	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	4.28
2	最強綜藝秀聲寶	FTV	3.03
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.28
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.05
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.91
6	音樂最正點	CTV	1.66
7	全明星運動會4明星3缺1	TTV	1.63
8	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	1.39
9	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.14
10	醫學大聯盟潔姆錫生技	FTV	0.91

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	1.21
2	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.60
3	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.58
4	型男大主廚iVENOR嘖嘖塑	SL2	0.57
5	呷飽末	SANLI	0.48
6	大陸尋奇精選	CTV	0.45
7	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.45
8	巨大美食老闆越做越大碗	VLJP	0.42
9	歐兜邁冒險趣	FTV	0.39
10	食尚玩家魚肉鄉民	TVBSG	0.39





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