

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2238

09.12 ~ 09.18





Contents

- 媒體放大鏡 - iPhone訂閱制半小時搶光！適合哪些人呢？ . . .
- 熱門話題 - 近日連續有感地震，務必提高警惕！ . . .
- 國際視野 - 為什麼品牌要為 TikTok 創作原創歌曲？ . . .
- 收視調查 - 2022/09/12-09/18 . . .
- 藝人動態 - 2022/08-2022/09 . . .

媒體放大鏡

- Media News



iPhone訂閱制半小時搶光！適合哪些人呢？



【2022/09/16, 數位時代】

iPhone 14系列於今（16）日正式開賣，PChome推出話題十足的「iPhone訂閱制」也傳出捷報，首批預購開跑半小時就搶購一空。不過上週方案推出後，市場反應相當兩極，不少消費者表示擔心「被綁死」，在換機方案上無法彈性選擇。這種模式原先鎖定的是沒有信用卡、收入不穩定的族群，例如學生、社會新鮮人，或是自由業者等。不過PChome分析消費者輪廓發現，30到40歲的上班族為最大宗，佔了將近4成，20到30歲的年輕人則排名第二。

怎樣的人最適合用訂閱制？3C達人Tim哥表示，撇除現金流等因素，他認為還有兩種特質的人會受到吸引：

- 一、**每年都想換新機的果粉**：這群人只想使用最新潮尖端的款式，訂閱方案可以免去每年搶購的麻煩，新機一出就直接運送到府，就算是學生族群，每個月也只要拿出一兩千塊，就可以每年換新手機，羨煞他人。
- 二、**覺得處理二手機很麻煩的族群**：這些人可能不知道怎麼賣、哪裡可以賣，使用訂閱制就代表舊機可以換來一台新機，不論繳回狀況如何，都有人可以幫你回收處理，省去不少麻煩。

Netflix 廣告方案傳 11 月上線，估 2023 年吸 4 千萬用戶

全球影音串流服務龍頭 Netflix 面臨用戶流失危機，計劃推出含廣告的低價訂閱方案加以因應。《華爾街日報》14日報導，據看到Netflix提供廣告商的文件，Netflix初步預測截至今年底，廣告訂閱方案將全球吸引440萬名不重複用戶（Unique Viewers），光美國就占110萬人。2023年第三季不重複用戶將成長到4,000萬人，1,330萬人來自美國。

所謂不重複用戶，是指一段時間內看影片的觀眾數，同觀眾不管看幾次，只會計成一次觀看，原因是用戶可能用不同裝置看相同內容，或多人共用一個帳號。因此不重複用戶比訂戶總數更能正確反映用戶數。今年7月Netflix發布2022年第二季財報時向股東表示，含廣告方案可能會在2023年初上線。不過知情人士透露，Netflix告訴廣告商，準備11月1日先於幾個市場試行廣告方案，試一下水溫。



【2022/08/11, 數位時代】

IG Reels短片 人氣大輸TikTok

臉書為了對抗TikTok，兩年前在Instagram (IG) 平台推出Reels短片功能，無奈Reels至今人氣遠不及TikTok。臉書母公司Meta內部調查發現，**IG用戶每天觀看Reels的時間還不及TikTok用戶的十分之一**。根據今年8月Meta內部發表的調查報告，**IG用戶使用Reels功能的時間總長在四周期間下滑13.6%**，多數用戶幾乎完全沒用過Reels，其中一大原因是缺乏內容吸引用戶。調查顯示美國約有1,100萬名內容創作者每月在社交平台上發布內容，但其中只有21%在IG平台上發布內容。【[2022/09/14, 工商時報](#)】

Meta發言人反駁這項調查並非最新數據，並強調Reels為公司帶進的營收超乎預期，但Meta營運走下坡卻是事實。今年第二季Meta營收首度下滑，原因除了蘋果修改iOS隱私政策衝擊線上廣告營收之外，青少年用戶大量流失也是另一大因素。

Instagram營運長歐索夫斯基 (Justin Osofsky) 表示，IG用戶傳送的私訊內容有超過半數是Reels短片，可見短片分享的便利性是Reels的優勢，但他坦言Reels還有許多改進空間。今年22歲的德州青年普瑞佛伊 (Landen Purifoy) 大多在TikTok平台上創作短片。**今年春天他在TikTok、YouTube、Snapchat及IG等平台上發布同一短片，前三個平台的觀賞次數幾乎都破百萬，唯獨IG上的觀賞次數不到10萬**。他表示：「沒人想在IG上創作原創內容，完全不值得。」

功能照抄？TikTok推新功能 Now 與 BeReal 具高相似度



【[2022/09/16, Inside](#)】

標榜要打破用戶包裝社群貼文習慣的 App BeReal，推出後即快速竄紅，而 **TikTok 近日推出了模仿 BeReal 的新功能 TikTok Now**，希望能加深平台用戶間的連結，並讓用戶享更有趣的使用體驗。BeReal 每日會不定時通知用戶使用前後鏡頭拍照，來分享手邊的事，限時 2 分鐘，**BeReal因反修圖且強調真實性，在年輕的用戶間廣受歡迎**。

TikTok 則搶先了其他社群軟體，直接將 BeReal 搬運至自己的平台上。TikTok Now 讓用戶透過前後鏡頭，捕捉下手邊正在做的事，每日將發送一次通知，提醒用戶可以拍一段 10 秒影片或一張照片。BeReal 每日寄送的通知訊息為「Time to BeReal」，句子前後有兩個警告牌的表情符號，而 TikTok 的通知也很類似，只將樣式微調成閃電的表情符號，並寫道「Time to Now」。

TikTok 似乎很重視該功能，在下方功能列中出現了「Now」的按鈕，且就位於「發布貼文」按鈕的旁邊。目前在美國地區⁵的用戶可在 App 中看見 TikTok Now 的功能，而其他地區可能將以單獨 App 的形式來讓用戶體驗。

台灣連續大地震「LINE安全通報」啟用！

台東17小時連續規模6.4、6.8強震，創了49年紀錄，樓屋倒塌、交通中斷災情不斷，通訊軟體龍頭LINE官方宣布，開啟「LINE安全通報」功能，當規模6以上且造成嚴重損害的地震發生時，用戶可以用更方便快速的狀態回報，不須打字，只有按一鍵選擇「我很安全」即可發送狀態，減少無法及時聯繫親友的焦慮。LINE官方介紹，「LINE安全通報」功能有三大功能：

- 一、**回報自己的安全狀態**：LINE主頁上方顯示的「LINE安全通報」欄位中，點選「回報我的狀況」，即可進一步點選「我很安全」或是「我有受影響」，並選擇下方的預設訊息，例如「我沒事，請別擔心」。
- 二、**查詢好友的安全狀態**：LINE主頁中的「好友名單」處，點選「安全通報」，即可看到好友目前回報的狀態。
- 三、**瞭解更多相關資訊**：LINE主頁上方顯示的「LINE安全通報」欄位中，點選「瞭解更多」，會連結至與此緊急事件相關的頁面，像是LINE TODAY新聞頁面。



【2022/09/18, Ettoday新聞雲】

Facebook 推出「社群聊天室」，可以即時語音、視訊！



Meta 日前宣布，將為 Facebook 社團推出全新的「社群聊天室」(Community Chats) 功能，讓平台上超過 10 億的用戶可以和 Facebook 社團裡其他成員聊天互動。Meta 創辦人祖克伯在自己的 Facebook 發文表示：「大多數用戶都習慣使用 FB 動態牆來探索內容，並搭配私訊對方來增進互動。我們最近正準備為社團推出新的聊天室功能，讓用戶有更多機會和興趣相同的人接觸、建立更深的連結，不久後用戶就可以直接從Messenger叫出社團的社群聊天室功能。」

「社群聊天室」能夠讓社團成員以語音、打字和視訊的方式聊天，這項新功能未來將整合進 Messenger 應用程式裡，預計在未來幾週內擴大使用範圍，並拓展到更多 Facebook 社團中。Facebook 社團管理員如今可以直接點進 Messenger 社團並按右上方 + 圖示來建立「社群聊天室」發起即時對話，不用像過去在社團發文後等社員在貼文底下回覆。不僅如此，管理員還能夠針對對話主題分類，讓社團成員隨時加入自己有興趣的聊天室裡。而為了不讓聊天室對話離題，管理員還有類似審核的機制，可以刪除對話、靜音對方，或是讓聊天室成員暫時無法傳送訊息。【2022/09/15, Inside】

Meta節慶購物行銷指南：三大消費趨勢助品牌成長！



【[2022/09/14, LineToday](#)】

2022 年下半年購物季已正式開跑，各家品牌暖身不斷，但全球供應鏈穩定度到通貨膨脹等國內外情勢變化，不僅影響消費者的購物決策，更挑戰所有品牌營運及策略靈活度。為了協助企業與品牌在關鍵的購物季穩定成長，Meta 公布 2022 年節慶購物季行銷指南分享台灣疫情後的三大消費趨勢，並為品牌提出對應的行動建議：

一、消費力道已恢復疫前水準、品牌即早溝通將有助於消費者盡早規畫：調查中顯示，有 80% 的消費者表示他們在購物季的總花費金額與去年持平或甚至更多，顯見消費水準已回復到疫情前的力道。

二、造節不斷讓消費者疲乏、個人化與高互動的品牌溝通成解方：而深獲年輕族群喜愛的 AR 濾鏡，也將是品牌以身歷其境的創意方式來吸引顧客的工具，高互動且創意的 AR 濾鏡，將讓粉絲在購物季的探索過程變得更生動有趣。

三、刷新品牌存在感決勝前哨戰、短影音快速崛起變身大眾新寵：品牌可積極嘗試在Reels中自然融入商品或促銷內容，以豐富有趣、節奏明快的創意短影音內容，提升消費者甚至是新客對品牌的好感度跟興趣度。

7-11 X-STORE 6號店亮相，自助結帳再升級！

從2018年開始，統一超商（7-ELEVEN）推出了第一代X-STORE未來商店，至今以穩定一年拓展一間未來商店的速度持續展店。今（12）日則在世新大學管理學院1樓推出X-STORE 6號店。在X-STORE 6號店中，並分為「複合體驗區」、「自助體驗區」2大區域。而且，**其中導入了6家科技大廠架構的10項專業科技技術，包含狂點、微軟、巧禾、NEC、PTC、PIC等等。**

透過與這些大廠合作，7-ELEVEN在店鋪中導入了AR、VR購物功能，喊出在門市推出「元宇宙購物體驗」搶商機。目標在今年，X-STORE內部的科技服務擴散到全台6500間門市中，讓每間門市都可以導入科技體驗服務。

消費者走進X-STORE 6號店門市，透過智慧型手機、平板電腦開啟遊戲化X-STORE App，並登入OPEN POINT會員後，就可以開始即可體驗AR、VR雙購物架構元宇宙生活服務平台。**在「VR」體驗方面，則是透過X-STORE App串連i預購電商平台，讓消費者可以透過手機購買3C、家電、家具、精品專櫃等商品。**



【[2022/09/12, 數位時代](#)】

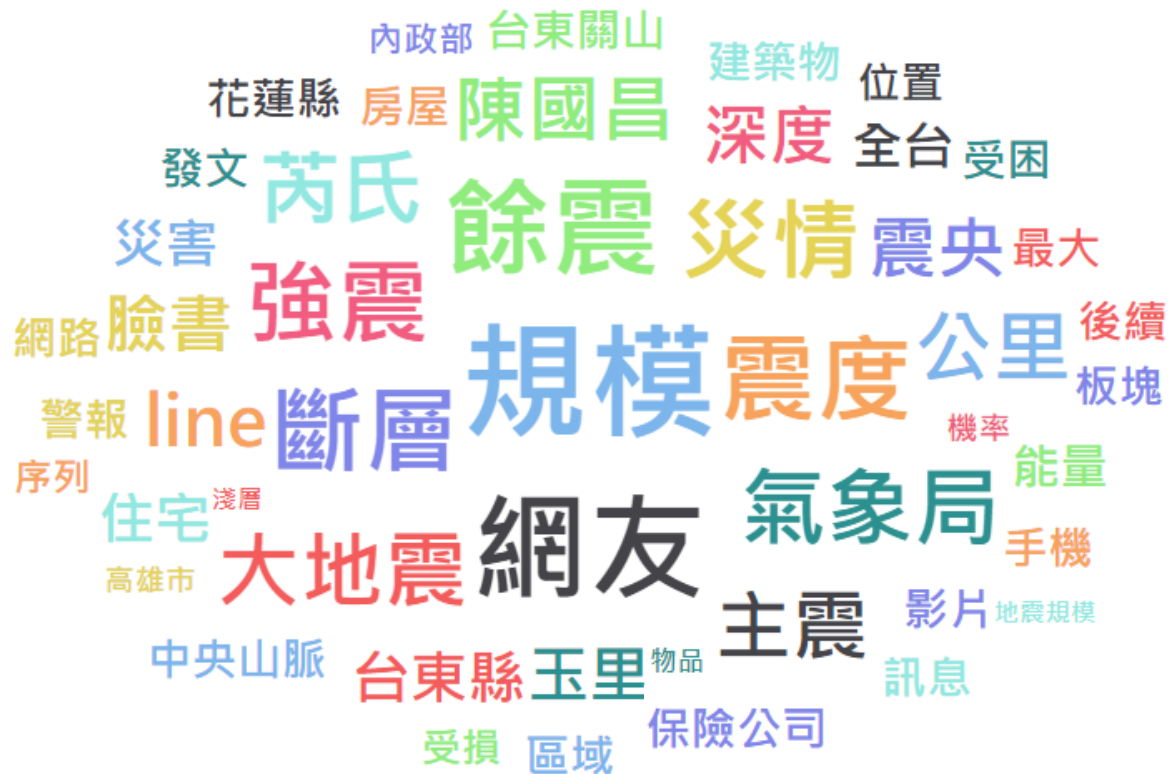
熱門話題

- Hot Topics



近日連續有感地震，務必提高警惕！

近日台東、花蓮發生今年震度最大的地震，各地區也陸續傳出災情！請民眾隨時提高警惕，做好防震措施，關注正確的災害情況！同時發現，918地震在網路也延伸出不少熱門話題，本週宏將週報將帶您一起觀察，關於地震網友們都在討論什麼吧...



921加強地震演練



為配合中央氣象局強震即時警報，
全國全校同步加強實施避難演練

地震實用 App 討論



近日地震連連，手機沒響起警報，民眾開始討論起實用的APP有哪些

YT提前倒數被推爆



PPT有網友激推YT頻道的「台灣地震監視」倒數計時，引起熱烈討論

地震險詢問度提升



地震頻繁引起民眾對地震險詢問度，但保險業者預估天災保險過保率不高

國際視野

- Media Trend



為什麼品牌要為 TikTok 創作原創歌曲？

McDonald's、Pizza Hut和 Trident 等商家正在為領先社交平台做出更新的文化策略。多年來，行銷人員一直將音樂品牌作為其策略的關鍵部分，利用流行音樂家的原創代表歌曲。雖然這些完整的作品通常是做為電視廣告配樂或是在音樂平台上播放，但**越來越多的作品是專門為TikTok而製作的，也是一款以音樂為 DNA 的應用程式。**

近年來，TikTok 也幫助了老歌重返榜單，例如：Fleetwood Mac 的"Dreams" 和Kate Bush的 "Running Up That Hill"（後者還因出演了一部品牌友好的熱門影片《奇怪的事情》而有所助益）。**為了吸引更多年輕、厭倦廣告的消費者，主要行銷人員已開始將音樂品牌推廣工作轉移到平台上，與頂級創作者和音樂家合作，創作出符合TikTok文化的原創歌曲。**

8月份，麥當勞與說唱歌手TisaKorean合作，創造了一個原創節拍，靈感來自於社交媒體上無數名消費者所說的：自動販賣機中的雪碧喝起來像是靜態的。必勝客邀請了經常自稱為連鎖店非官方吉祥物、且平台擁有 690 萬粉絲的Jon Moss，為比薩創作主題曲。為了與流行歌星Chlöe Bailey合作，Mondelöz品牌的Trident也推出了一首歌曲，將嚼口香糖的聲音作為音樂節拍的一部分。

“我們正在與兩位非常有趣的創作者合作，並讓他們為我們正在合作的品牌製作一首歌曲，”她談到即將推出的作品時說道。**“因為我們特別關注多元文化和多樣化的受眾，所以我們能夠將音樂作為與這些文化聯系的一種管道，進一步推動了音樂趨勢。”**與所有影響者和創造者的努力一樣，主要挑戰仍然是在品牌理念和人才身份之間找到平衡點。當合作原創歌曲需要真實性才能取得成功時，這一點尤其重要。

音樂品牌推廣工作通常用於品牌建設和吸引年輕消費者關注，這對各行各業的行銷人員來說如期重要。**當將所有努力帶到 TikTok 時，成功衡量的標準不僅僅是觀看次數、喜歡和評論，而是平台上一般用戶通過Duets和Stitches參與內容的互動來衡量。**“從一個創造者來擴大你的品牌，再到有20萬人的應用程式上使用你的聲音、舞蹈或任何你想傳達的東西。” 哪些品牌的聲音和歌曲會在 TikTok 上流行起來，還有待觀察。儘管觀看次數超過 600 萬，但TisaKorean 的“靜態”聲音僅在 39 個影音中使用。與此同時，Trident 與 Chlöe Bailey合作推出的作品獲得了340 萬次觀看，並在100多個影音中被使用。與所有音樂事業一樣，製作成功與否並沒有科學依據證明。Leal說：“最大的成功將是創造出一種讓平台如此有活力的東西，以至於用戶每天都想重新製作影音或將聲音用於個人用途。”

資料來源：2022/09/15, [MarketingDive](#)



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	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	4.00
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.61
3	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	3.20
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.41
5	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.64
6	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.52
7	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.37
8	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.34
9	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.33
10	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.24
11	航海王27	TTV	卡通影片	1.20
12	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.03
13	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	1.02
14	1300黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	0.99
15	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
16	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	0.90
17	台灣X檔案阿鈺八合一強效	CTV	國台語單元劇	0.89
18	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.88
19	2000台灣X檔案阿鈺八合一	CTV	國台語單元劇	0.86
20	醫學大聯盟潔姆錫生技	FTV	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	2.23
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	2.17
3	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	2.06
4	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	1.35
5	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	1.29
6	戲說台灣PP石墨烯科技減壓	SANLI	閩南語連續劇	1.28
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.23
8	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.17
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.15
10	3Q新台灣1500	SETN	新聞性質節目	1.09
11	辣新聞152	FTVN	新聞性質節目	1.07
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.06
13	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.02
14	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.90
15	日本秘境住人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.82
16	大愛劇場指尖的溫暖大愛年	DaAi	閩南語連續劇	0.82
17	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.76
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.75
19	科學再發現	FTVN	知識資訊節目	0.75
20	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.73

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	1.68
2	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.32
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.13
4	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
5	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	0.98
6	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	0.97
7	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.84
8	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	0.82
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81
10	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.74

25-34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	1.75
2	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.69
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.67
4	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.64
5	航海王27	TTV	卡通影片	1.41
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.23
7	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.08
8	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.07
9	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	0.86
10	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.80

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	2.24
2	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	2.08
3	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.80
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.74
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.64
6	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.56
7	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.43
8	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.12
9	必勝大丈夫阿鈣八合一強效	CTV	國語連續劇	1.08
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.08

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	6.90
2	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	6.86
3	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	5.70
4	台灣傳奇消費高手益固康Ex	FTV	國台語單元劇	4.60
5	醫學大聯盟潔姆錫生技	FTV	競賽綜藝	2.58
6	福爾威創快飾婚禮歌手	CTS	資訊綜藝	2.35
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.99
8	黃金歲月精華版貴族世家牛	FTV	閩南語連續劇	1.87
9	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.71
10	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.69



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	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.05
2	1130戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.66
3	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	0.63
4	婚禮歌手蓓朵娜粉鑽瓶	ETTV	資訊綜藝	0.62
5	戲說台灣PP石墨烯科技減壓	SANLI	閩南語連續劇	0.56
6	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	0.56
7	我唯一的守護者	GTV-D	韓劇	0.55
8	科學再發現	FTVN	知識資訊節目	0.52
9	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.52
10	航海王	*SCC	卡通影片	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	2.14
2	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	1.59
3	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	1.40
4	戲說台灣PP石墨烯科技減壓	SANLI	閩南語連續劇	1.37
5	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.29
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.16
7	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.12
8	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	0.99
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.93
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.81

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.41
2	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	1.02
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.99
4	1900機智校園生活必勝高七	TVBSG	國語連續劇	0.84
5	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.82
6	2400天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.77
7	月刊家	ET-D	韓劇	0.73
8	全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.68
9	世界第一等樂敦製藥	GTV-C	知識資訊節目	0.66
10	1300婚禮歌手蓓朵娜粉鑽瓶	ETTV	資訊綜藝	0.64

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.05
2	世界第一等樂敦製藥	GTV-C	知識資訊節目	3.89
3	2400天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	3.09
4	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	2.20
5	水滸傳	VLM	大陸劇	2.14
6	1730神奇柑仔店	YOYO	卡通影片	2.13
7	1800全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	2.09
8	火神的眼淚普特絲防霾紗窗	SL2	國語連續劇	2.00
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.98
10	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	美食、旅遊節目	1.95



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	0.42	0.52	0.42	0.52	1.71
TTV/台視	0.36	0.50	0.36	0.50	1.10
CTS/華視	0.13	0.16	0.13	0.16	0.29
FTV/民視	0.11	0.15	0.11	0.15	0.75

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	0.65	0.22	0.33	0.59	1.00
ET-N/東森新聞	0.59	0.25	0.24	0.51	0.94
SETN/三立新聞	0.46	0.09	0.12	0.29	0.87
FTVN/民視新聞	0.39	0.09	0.13	0.24	0.72
ERA-N/年代新聞台	0.28	0.08	0.08	0.17	0.53
NTVN/壹新聞	0.20	0.07	0.09	0.20	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.04	0.05	0.12	0.29
UBN/非凡新聞	0.14	0.01	0.03	0.11	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.03	0.04	0.07	0.16

* 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	4.00
2	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	2.06
3	美麗人生重返榮耀安美諾美	TTV	1.64
4	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	1.35
5	戲說台灣PP石墨烯科技減壓	SANLI	1.28
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.23
7	1300黃金歲月貴族世家牛排	FTV	0.99
8	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	0.90
9	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	0.89
10	2000台灣X檔案阿鈣八合一	CTV	0.86

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2200	SETN	1.17
2	台灣最前線	FTVN	1.15
3	3Q新台灣1500	SETN	1.09
4	辣新聞152	FTVN	1.07
5	少康戰情室	TVBS	1.06
6	非凡最前線	UBN	0.76
7	關鍵時刻	ET-N	0.75
8	驚爆新聞線2100	SETN	0.73
9	新台灣加油	SETN	0.72
10	鄭知道了	SETN	0.66

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.61
2	最強綜藝秀聲寶	FTV	3.20
3	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.41
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.23
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	2.17
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.52
7	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	1.37
8	音樂最正點	CTV	1.34
9	全明星運動會4明星3缺1	TTV	1.33
10	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.24

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	1.03
2	型男大主廚iVENOR噴噴塑	SL2	0.65
3	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.57
4	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.56
5	直22MLB水VS天	VLSPT	0.47
6	呷飽未	SANLI	0.46
7	食尚玩家魚肉鄉民	TVBSG	0.40
8	直21U18世界青棒日VS美	VLSPT	0.39
9	1300非凡大探索	UBN	0.39
10	巨大美食老闆越做越大碗	VLJP	0.39



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：全臺最大ATM巡迴展移師臺中洲際棒球場，現場將邀請中信兄弟啦啦隊 Passion Sisters人氣成員短今、貴貴與民眾一同挑戰真人抓鈔機與互動有獎問答。（圖 / 宏將多利安提供）

圖2-3：味全龍在天母主場迎戰中信兄弟，賽前「龍象大戰」主題日活動，小龍女與Passion Sisters一同合力演出。（圖 / 記者余承翰攝影）

近期精彩動態：崙崙



圖1：啦啦隊成員崙崙分享OL穿搭，顯露好身材讓網友都招架不住，網友紛紛搶破頭想當崙崙同事。（圖／翻攝自崙崙IG）

圖2：崙崙與徐新洋（右）在《飢餓遊戲》中玩吹牛。（圖／中視提供）

圖3：高人氣程度不僅躍升啦啦隊女神，更成為國民女友，最近崙崙在IG分享美照，粉絲心動激讚「純欲天花板」。（圖／摘自山君Qun IG）

近期精彩動態：短今

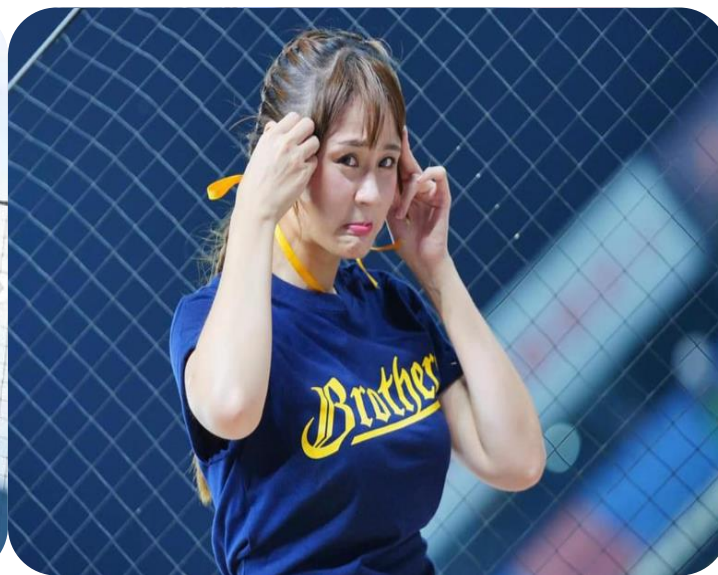


圖1：短今和中信兄弟的吉祥物開心合影。（圖／翻攝IG@sammie_923）

圖2：短今在臉書粉專曬出工作照，遭到強風吹襲，難得露出哭哭臉。（圖／翻攝短今Sammie臉書）

圖3：短今是中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」人氣成員。（圖／取自短今臉書）

近期精彩動態：林真亦



圖1：「微笑女神」在中視《飢餓遊戲》，挑戰「尋找對的人配對賽」的泳池大方秀出好身材。（圖／中視提供）

圖2：林真亦近日分享參加「S2O Taiwan潑水音樂祭」的照片，大庭廣眾下掀起上衣露Bra，吸引近2萬人按讚。（圖／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