

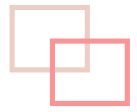
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2308

02.13 ~ 02.19





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際視野

消費者洞察

收視調查

- Google搜尋進化！3項新功能將登場

- 網友對AI算圖說成繪圖反感

- 廣播仍然是開車族群的首要媒體選擇

- 2022年通膨感受與消費行為調查

- 2023/02/13-02/19



Google搜尋進化！3項新功能將登場

Google指出從早期的搜尋開始，AI 就幫助我們理解語言，讓搜尋結果更為實用。近期將會再推出全新的搜尋方式，借助 AI 技術，可更自然和直覺的方式搜尋。

影片搜尋：在訊息或是影片中搜尋在相片或影片中看到的內容。假設朋友在訊息中傳來他們在巴黎旅遊的影片，想知道影片背景中出現的地標，輕觸「搜尋畫面」就會辨識出相關資訊。

多重搜尋：同時運用圖片和文字搜尋，例如搜尋「現代感客廳裝潢」，看到一張非常喜歡的長方形咖啡桌，只要輸入「長方形」文字，就能找到所想要的款式，更加直覺。

室內實景將新增台北：透過由擴增實境驅動的箭頭來指引正確方向，方便快速找到最近的洗手間、休息室、租車服務據點等，未來幾個月內，加入包含台北、新加坡、雪梨等地，共計超過 1,000 個機場、火車站和購物中心。

【2023/2/19, Yahoo!】



創作者新利器！Instagram 推廣播功能

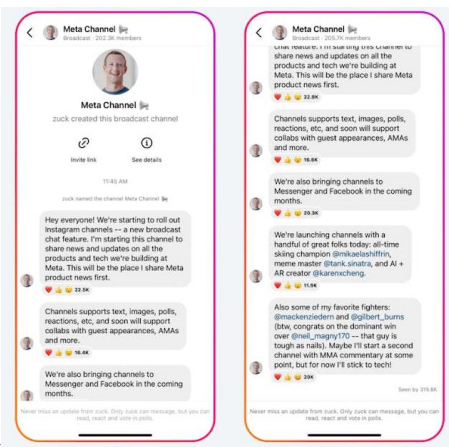
Meta 推出新功能「廣播頻道」，創作者能以一對多的方式，分享文字、影片和照片給追蹤者，進行更直接的互動。

創作者使用廣播頻道的方式：過去創作者若要分享即時消息給外界，通常僅透過限動，而現在則多了一個快速知會追蹤者的管道。在廣播頻道中，**只有創作者可以發送消息，而追蹤者則能對內容做出回應和投票。**

用戶如何進入廣播頻道：創作者在建立廣播頻道並發送第一則消息時，追蹤者即會收到可加入的一次性通知，可選擇加入頻道以隨時收到新訊息通知。至於未追蹤創作者的用戶，也可透過搜尋進到頻道，創作者也可以透過在限動中使用「加入頻道」貼紙，邀請更多人加入。

廣播頻道的未來計畫：將在未來數月中對「廣播頻道」進行更新，包括讓不只一位創作者加入頻道，一同討論合作企劃，或更加廣泛地收集粉絲提問，以利日後進行 QA 問答。另外，**Meta 也計畫在未來將功能擴展至 Messenger 和 Facebook。**

目前僅有位於美國的創作者可使用新功能，不過用戶已可加入頻道來體驗，例如祖克柏帳號。【2023/2/17, INSIDE】



iPhone手機「硬體訂閱制」要來了

早前傳出蘋果公司將推出「硬體訂閱」服務，讓消費者透過付月費或年費的方式，租用最新的iPhone、iPad等硬體裝置，原預計在2021年與iPhone 13或在2022年與iPhone 14同步推出硬體訂閱制，卻因面臨工程及技術問題，導致進度緩慢，最快將在今年3月或4月推出。

蘋果自去年初持續研擬將訂閱制導入硬體的可能性，**讓消費者可以像訂閱iCloud、Apple Music一般，以付月費或年費的方式租用iPhone和其他硬體裝置**，儘管「每月付月租費」與「每月分期付款」的概念相似，但訂閱制的月費並不是將設備價格分成12個月或24個月，而是取決於消費者所選擇的裝置規格，最後用戶也不能擁有該裝置。

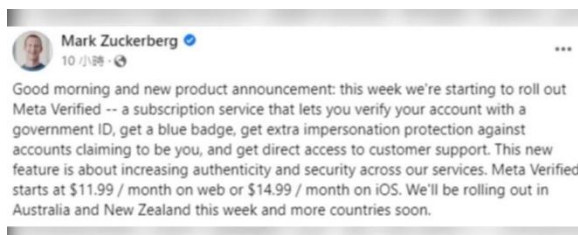
蘋果**正在推動4項金融科技計畫**，其中2項已經公布，包括**先買後付服務**（Apple Pay Later）及**儲蓄帳戶服務**（Apple Card Savings Account），至於**分期付款服務**（Apple Pay Monthly Installments）及**iPhone訂閱方案**，都還在開發中。

【[2023/2/16, Yahoo!](#)】



Meta也推訂閱 臉書、IG認證帳號擁藍徽章

19日宣布將推出「Meta認證」付費訂閱服務，**滿18歲用戶可使用政府核發的身分證明驗證帳戶，獲得「藍徽章」，也能進行假冒帳號保護**，網頁版起價每月約364元新台幣，蘋果的iOS系統與安卓系統起價則約455元新台幣。



推出這項服務旨在提高該公司各項服務的安全性和真實性，**「這樣人們就可以在同名帳戶中清楚分辨哪些是公眾人物」**，未來計畫推出更多新服務，幫助創作者提高生產力和創造力，但同時也提到為龐大用戶支援該技術需付出的成本。

而推特去年12月宣布重新推出「推特藍」付費訂閱服務，網頁版定價約243元新台幣，ios、安卓系統每月約334元新台幣，除推行「多色認證系統」，企業帳號可獲得「金色勾勾」、正府組織可獲得「灰色勾勾」外，訂閱用戶還能使用編輯推文、上傳1080p影片、自訂NFT個人資料圖片、加入書籤等功能。【[2023/2/20, Yahoo!](#)】

Meta公布新廣告工具，告知使用者廣告模式

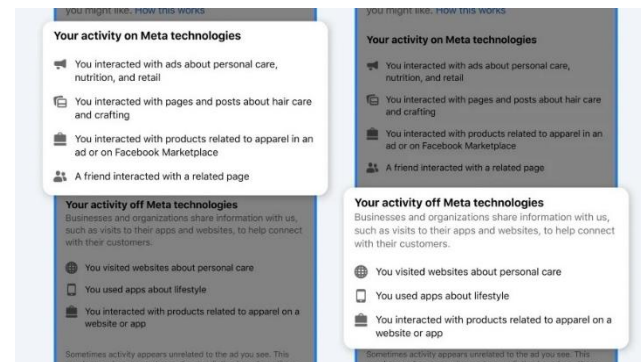
Meta表示，目前已經釋出新版廣告工具，讓Facebook、Instagram服務使用者能更清楚為什麼會看見此類廣告。

新版廣告工具將以更具透明化形式，告知使用者是如何透過機器學習等方式投放廣告，藉此符合使用者觀看喜好，**例如使用者經常看見服飾類廣告，可能與近期點擊觀看時尚相關內容。**

此外，Meta也**讓使用者更容易設定其接受廣告內容喜好類型，藉此降低不合適廣告內容造成使用者困擾。**

而在新廣告系統中，Meta強調將以更透明形式，透過機器學習等技術投放廣告，並且強調將以此對投放廣告內容負責，另外也能讓使用者更容易理解Facebook、Instagram的廣告內容如何運作。

Meta同時也與外部隱私專家政策利益相關業者合作，藉此提高廣告系統運作透明度，此作法顯然也與歐盟推行的數位服務法案有關。【[2023/2/18, Yahoo!](#)】



傳微軟將在新 Bing 聊天機器人導入廣告

稍早綜合外媒報導，微軟預計透過人工智慧搜尋引擎帶來更多用戶，近一步吸引廣告商，微軟已經在其早期版本的 Bing 聊天機器人和廣告主進行測試。

根據微軟廣告主管表示，**微軟正在將傳統的搜尋廣告，插入到 Bing 聊天機器人產生的回覆中**，另外，微軟也計畫在聊天機器人中推出另種針對特定產業的廣告格式，比如說：**有用戶詢問墨西哥最好的飯店是哪些，飯店業者相關的廣告可能會在對話視窗中彈出。**

微軟拒絕對其計劃的具體細節發表評論。不過據了解微軟和廣告代理商的談判仍處於早期階段。目前只有少數用戶可以訪問聊天機器人，還有數百萬人在候補名單上。因此，微軟可能不會急於立即加入廣告。

微軟搜尋引擎過去市佔率不到 4%，不過外界認為 Bing 聊天機器人有機會吸引到更多的用戶群，而隨之也有機會增加廣告的曝光率。【[2023/2/19, INSIDE](#)】



不只搜尋引擎，ChatGPT 也是遊戲新希望

目前聊天機器人 ChatGPT 的運用方式主要集中在搜尋引擎和機器寫作，但一名玩家近期嘗試將其運用在電玩遊戲，讓遊戲中非玩家角色 (NPC) 不再講一樣的話，更有人情味，令人對 ChatGPT 結合遊戲的應用充滿期待。【[2023/2/13, INSIDE](#)】

他結合 ChatGPT 的模組，為《騎馬與砍殺 2：霸主》中官方沒有命名的次要角色，生成姓名和賦予過去。通常只有一句台詞的 NPC，如今可以依對話提到的事情，告訴玩家他們的生命故事。

這個模組最大的問題是，目前 AI 回應需比較長的時間。此外，多數對話聽起來還是有點像機器人，就像一般情況下使用 ChatGPT。另外，角色的說法方式不固定，未來的模組可望讓每名 NPC 更有自己的個性。

生成式 AI 可能不適合所有類型的遊戲，在可預見的未來，專業作家的劇本還是更適合多數遊戲類別。



網友熱議10大「稀有超重要」的信用卡通路

2022年全年信用卡簽帳金額達3.49兆元，創下歷史新高，透過輿情分析整理統計出網友最關注的10大回饋通路，聲量最高前六名分別為：

10大「稀有卻超重要」信用卡通路

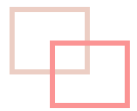
排名	通路	網路聲量
1	行動支付	31,719
2	分期付款	10,423
3	便利商店	9,007
4	公用事業費用	6,661
5	保費	5,815
6	各項稅款、規費	5,095
7	連鎖速食店	4,282
8	電子票證	3,865
9	小額支付店家	1,751
10	代繳費用	1,505

一、行動支付：受疫情影響，行動支付在台灣愈趨普及，有越來越多銀行業者與行動支付業者合作。**二、分期付款**：分期付款多數銀行不會再提供回饋給用戶，僅少數幾張信用卡有提供分期回饋，網友表示「大筆網購推台新GoGo卡，分期算門檻能拿回饋很賺」。**三、便利商店**：超商消費與一般民眾生活息息相關。**四、公用事業費用**：針對公用事業費用，提供享單次或期間限定的回饋，有網友分享「電費溢繳的好處是拿滿回饋」。**五、保險費**：銀行會另設專屬回饋給繳保費的用戶，常見1%~2%回饋，採現金回饋、紅利點數回饋，或者提供保費分期零利率的優惠。**六、各項稅款、規費**：銀行提供繳稅優惠活動，可能是給予現金、紅利回饋，抑或提供分期繳稅專案等，多少都能替民眾分散資金壓力。【[2023/2/17, 網路溫度計](#)】

資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KEYPO大數據輿情引擎 (keypo.tw) 輿情分析系統，以網路網路的語意分析架構，先進的機器學習技術與人工智慧輔助引擎，感知網路語意脈絡與情緒，分析時事網路大數據。







網友對AI算圖說成繪圖反感

近期知名作家吳淡如，透過AI算圖生成《櫻花貓少女》作品，因用字遣詞為「電腦繪圖」引起網友誤會，而新聞媒體報導也引發大量網友討論，討論面向主要以「侵害著作權/作品歸屬權」、「不尊重專業人士」、「AI作品是否能取代人類繪圖」為主，本週宏將週報將帶您進一步觀察有哪些AI繪圖的相關話題！



全聯用AI繪圖銷售洗衣精

以人工智慧解開人類不愛洗衣服為溝通點，將衣服疊起來生成AI人物圖，網友讚嘆太有創意了！



網友生成寫實版鏈鋸人角色

推特網友將動漫人物真紀真生成AI繪圖，成品極其貼近真人版Cosplay，引起網友跟風、嘗試製作AI圖。



建立兒童讀物上架亞馬遜

用聊天機器人與AI繪圖軟體生成故事書販售引起爭議，網友抨擊原創性不足、抄襲、內容不合適等等。

Part 03

國際視野

Media Trend





廣播仍然是開車族群的首要媒體選擇

AM/FM 廣播長期以來一直是車載音響的首要來源，這項習慣難以改變。有近三分之二 (63%) 表示每次或大部分時間在開車時都使用 OTA 廣播，且高於串流音樂平台和個人下載音樂人數。

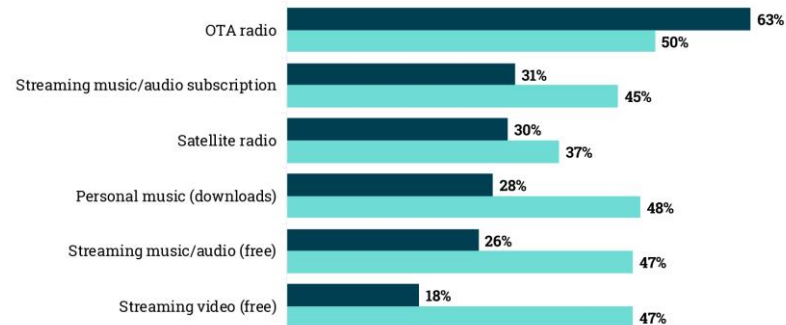
事實上，只有不到一半的受訪者表示他們總是或大部分時間在車裡收聽訂閱型串流音樂平台 (31%)，其他受訪者的收聽行為包含衛星廣播 (30%)、個人音樂下載 (28 %) 和免費串流音樂 (26%)。收聽行為也影響了汽車購買決策：近四成 (39%) 的人表示，如果汽車配備 OTA 廣播，他們更有可能購買汽車，相比之下，31% 的人同意配備衛星廣播，27% 的人同意配備 Apple CarPlay，能增加汽車購買意願。

OTA 廣播在受訪者使用大眾運輸工具時也處於領先地位，媒體使用偏好較開車族群平均分佈，五成表示收聽 OTA 廣播，同時有四至五成受訪者使用個人下載音樂 (48%)、免費串流音樂 (47%)、免費串流影音 (47 %)，以及訂閱型串流音樂平台 (45%)。

在搭乘大眾運輸工具時，受訪者最有可能聽音樂/歌曲，緊隨其後的是有聲書；開車時，音樂/歌曲很容易成為首選，其次是談話類型廣播節目；搭乘飛機時，書籍是最常用的媒體，有37%的人每次或大部分時間會使用，其次則為個人音樂下載33%。另外，調查移動型式的媒體使用行為(非家用、辦公室等固定地點)，Wi-Fi 被認為是酒店客房中最重要的服務，而廣播和有線網絡則排在第二位，並領先串流媒體服務。

Top Media Sources Used While on the Move

% using "every" time or "most" times ■ When driving ■ When using mass transit



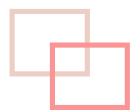
Published on MarketingCharts.com in January 2023 | Data Source: Hub Entertainment Research

Based on a November 2022 survey of 2,566 US consumers ages 16-74

Part 04

消費者洞察

Insight

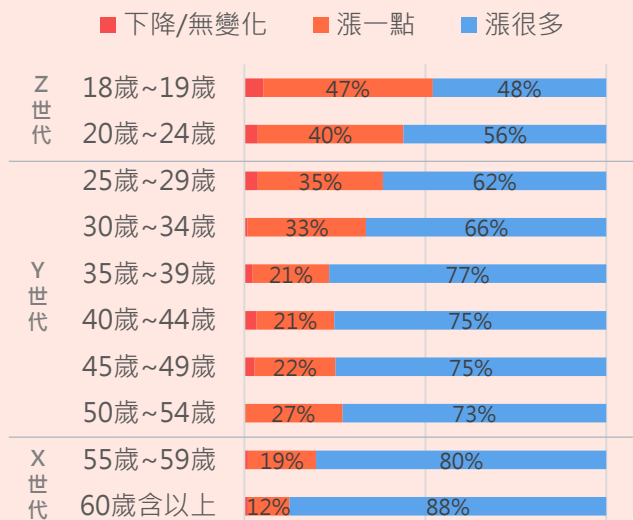


2022年通膨感受與消費行為調查

消費者物價指數 (CPI) 在2022年出現明顯增長，尤其是3月至7月年增率皆突破3%，資策會產業情報研究所 (MIC) 調查，消費者對通膨下的消費行為影響，整體而言，**7成以上網友表示物價上漲有感，越年長族群則更敏銳。且優先選擇縮減時尚與娛樂支出。**

- 觀察各年齡層對物價漲跌感受，年紀越大對物價上漲越有感，反觀Z世代/年輕族群對價格變動較不敏感

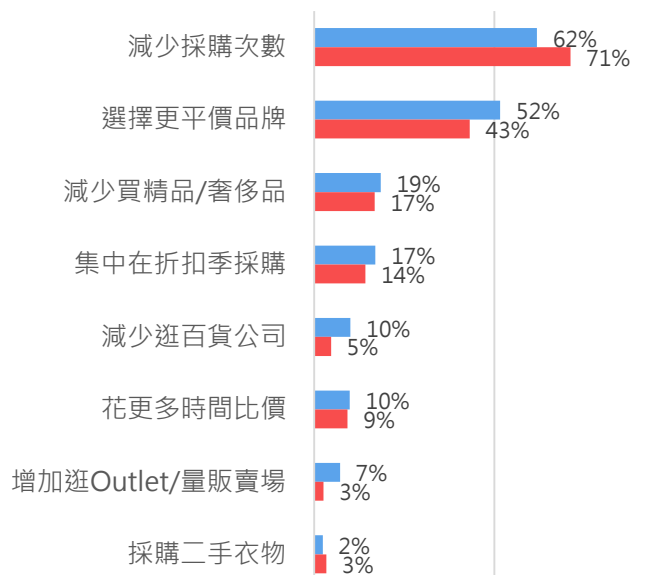
各年齡層對物價變動感受



- 從食、衣、住、行、育、樂六大面向來看，消費者在通膨時優先選擇縮減「衣」、「樂」兩大類別支出。
- 衣服時尚類別中，一半以上選擇減少購買次數、選購更平價品牌。
- 娛樂類別中，以減少社交聚會與旅遊預算占比最高，影音訂閱、遊戲課金與健身房影響較小。

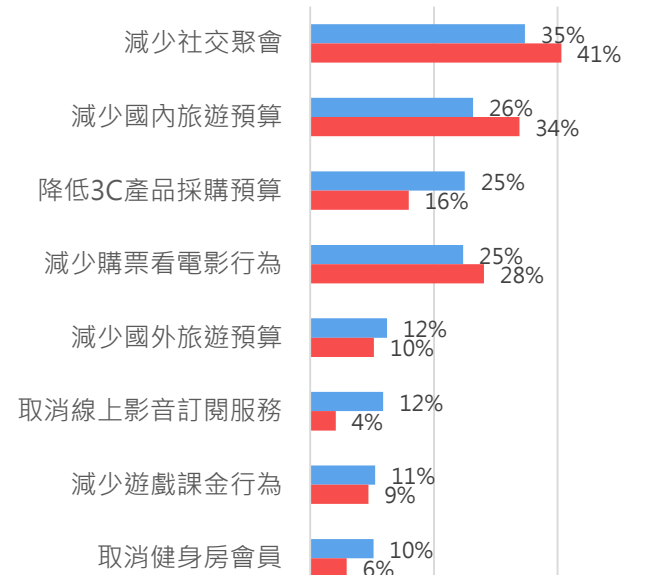
通膨下之時尚消費行為

■ 男 ■ 女



通膨下之娛樂消費行為

■ 男 ■ 女



Part 05

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AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	3.93
2	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	3.69
3	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	娛樂綜藝	2.38
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.75
5	美麗人生壯志高飛七日蟻	TTV	閩南語連續劇	1.67
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.63
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.54
8	大陸尋奇晶珂生物纖維面膜	CTV	美食、旅遊節目	1.51
9	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	1.15
10	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.13
11	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	1.00
12	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
13	那年花開月正圓2000	CTV	大陸劇	0.88
14	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.81
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.79
16	那年花開月正圓2100	CTV	大陸劇	0.78
17	1300市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	0.78
18	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.74
19	MIT台灣誌晶珂生物纖維面	CTV	知識資訊節目	0.71
20	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.71

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	2.18
2	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	1.94
3	一家團圓IVENOR日安塑崩錠	SANLI	閩南語連續劇	1.82
4	一家團圓IVENOR噴噴塑特販	SANLI	閩南語連續劇	1.77
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.38
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.22
7	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	1.16
8	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.09
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.07
10	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.93
11	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.92
12	紳士與小姐	ET-D	韓劇	0.90
13	加油喜事加油愛情蘿琳亞塑	TVBSG	國語連續劇	0.89
14	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.89
15	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.88
16	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.83
17	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.83
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.81
19	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.79
20	做工的人宏星製藥	SANLI	國語連續劇	0.78

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	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.55
2	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.18
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.09
4	大陸尋奇晶珂生物纖維面膜	CTV	美食、旅遊節目	1.07
5	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.98
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.88
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.78
10	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.77

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.97
2	航海王28	TTV	卡通影片	1.44
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.35
4	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.33
5	美麗人生壯志高飛七日蟻	TTV	閩南語連續劇	1.05
6	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	1.00
7	大陸尋奇晶珂生物纖維面膜	CTV	美食、旅遊節目	0.95
8	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	0.92
9	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.90
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.86

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	2.40
2	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	2.19
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.93
4	航海王28	TTV	卡通影片	1.91
5	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	1.53
6	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.50
7	美麗人生壯志高飛七日蟻	TTV	閩南語連續劇	1.23
8	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	娛樂綜藝	1.21
9	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	0.81
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.79

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	6.81
2	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	6.31
3	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	娛樂綜藝	4.30
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	3.05
5	大陸尋奇晶珂生物纖維面膜	CTV	美食、旅遊節目	2.57
6	美麗人生壯志高飛七日蟻	TTV	閩南語連續劇	2.47
7	航海王28	TTV	卡通影片	1.81
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.65
9	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	1.60
10	那年花開月正圓2000	CTV	大陸劇	1.51

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	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	1.16
2	2100哲仁王后	*SCC	韓劇	0.93
3	2000哲仁王后	*SCC	韓劇	0.91
4	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	0.75
5	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	0.71
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.67
7	一家團圓IVENOR日安塑崩錠	SANLI	閩南語連續劇	0.63
8	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	0.60
9	地球的慶典	VLMAX	美食、旅遊節目	0.58
10	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.56

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓IVENOR日安塑崩錠	SANLI	閩南語連續劇	2.21
2	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	1.91
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.28
4	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.19
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.06
6	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	0.97
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.95
8	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	SL2	娛樂綜藝	0.87
9	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.87
10	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	0.80

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓IVENOR日安塑崩錠	SANLI	閩南語連續劇	1.34
2	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	1.25
3	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.98
4	加油喜事加油愛情蘿琳亞塑	TVBSG	國語連續劇	0.84
5	快遞驚魂	*SCM	外片	0.84
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.83
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.80
8	2100哲仁王后	*SCC	韓劇	0.75
9	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.73
10	做工的人宏星製藥	SANLI	國語連續劇	0.69

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.99
2	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	3.66
3	一家團圓IVENOR日安塑崩錠	SANLI	閩南語連續劇	2.53
4	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	2.47
5	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.38
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	2.10
7	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	1.80
8	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.79
9	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.68
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.68

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	0.95	0.58	0.45	0.48	1.61
TTV/台視	0.64	0.22	0.43	0.45	0.96
CTS/華視	0.18	0.08	0.13	0.14	0.25
FTV/民視	0.34	0.06	0.08	0.16	0.65
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	0.20	0.23	0.45	0.95
ET-N/東森新聞	0.47	0.13	0.18	0.38	0.77
FTVN/民視新聞	0.34	0.04	0.10	0.21	0.64
SETN/三立新聞	0.38	0.04	0.09	0.21	0.72
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.03	0.07	0.13	0.44
NTVN/壹新聞	0.14	0.04	0.05	0.14	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.03	0.03	0.10	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.10	0.02	0.03	0.08	0.18
UBN/非凡新聞	0.17	0.03	0.03	0.14	0.30

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	市井豪門傑昇通信	FTV	3.46
2	美麗人生壯志高飛七日蟻	TTV	1.74
3	一家團圓IVENOR日安塑崩錠	SANLI	1.74
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.26
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.93
6	紳士與小姐	ET-D	0.88
7	加油喜事加油愛情蘿琳亞塑	TVBSG	0.84
8	1300市井豪門傑昇通信	FTV	0.83
9	那年花開月正圓2000	CTV	0.82
10	那年花開月正圓2100	CTV	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	3.93
2	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	2.38
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.18
4	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	1.94
5	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	1.75
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.54
7	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	1.15
8	綜藝新時代	FTV	1.00
9	國民大會	TVBS	0.92
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.74

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.22
2	台灣啟示錄	ET-N	1.09
3	台灣1001個故事	ET-N	0.93
4	進擊的台灣	EFNC	0.89
5	世界翻轉中	TVBSN	0.88
6	TVBS戰情室	TVBS	0.83
7	關鍵時刻	ET-N	0.81
8	台灣最前線	FTVN	0.79
9	非凡最前線	UBN	0.78
10	驚爆新聞線2200	SETN	0.76

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇晶珂生物纖維面膜	CTV	1.51
2	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	0.83
3	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.64
4	型男大主廚	SL2	0.60
5	非凡大探索	UBN	0.56
6	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.54
7	人氣美食老闆料理一吃上癮	VLJP	0.52
8	詹姆士出走料理	GTV-1	0.49
9	地球的慶典	VLMAX	0.46
10	食尚玩家熱血48小時IVENOR	TVBSG	0.44

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#120

