

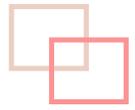
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2341

10.02 ~ 10.08





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際視野

數位轉型

收視調查

- 你也被AI Yearbook洗版了嗎！

- 颱風小犬助攻百貨週年慶買氣

- YouTube 持續對青少年具有強大吸引力

- Foodpanda助品牌主航向「新零售時代」

- 2023/10/02-2023/10/08





媒體放大鏡

Media News

你也被AI Yearbook洗版了嗎！

你也被AI生成的美式畢業照洗版了嗎？近期一款App「EPIK」推出AI Yearbook AI圖片生成功能，只要上傳8~12張自拍照，就能靠AI造出90年代的美國高中畢業照，經典的「藍天」背景，搭配美國年輕人復古的穿搭、髮型，掀起一波風潮，藝人、網紅紛紛PO出成果，火熱程度甚至讓系統不堪負載，直接顯示「售完」。

EPIK是一款深度結合AI功能的App，可以靠AI改變照片人物的髮型、表情、畫風等，而這次推出的AI Yearbook功能，只要上傳自拍照，就能用AI幫你做出60張照片，而且包含運動風、搖滾樂團風、模範生風、時尚風等不同造型。知名藝人包括韓國男團BigBang成員太陽、歌手李孝利、台灣藝人陳意涵、柯震東、瘦子E.SO等人都在Instagram貼出自己的畢業照成品。

今年5月，SNOW App上線了「AI Profile」韓式證件照服務，同樣是利用8-12張自拍照，為用戶生成30張不同髮型、造型的證件照，一個月內服務用戶數突破150萬。由於在AI圖片生成領域大獲成功，SNOW如今力推子品牌EPIK，預計未來會將更多技術導入其中。

除了SNOW以外，LINE、TIKTOK、FOTOR等軟體公司也都推出類似服務。不過隨著技術進步，AI生成照和本人已經高度相似，加上許多定位為「證件照」的設定，引起韓國政府的擔憂跟關切。當局於6月緊急宣佈，限制這類AI生成照片作為國民身分證（例如護照、登記卡或駕照）使用。



Meta生成式AI廣告工具全球陸續上線 看好短影音趨勢

根據調查，未來三年內行銷產業人員的AI使用率將增加1.6倍，透過AI或機器學習來優化與自動化，從內容生成到訊息傳遞，AI扮演愈來愈大的角色。Meta今布推出全新生成式AI廣告工具，將有效幫助廣告行銷人員大幅提升內容產出效率。



Meta台灣暨香港總經理潘先國表示，AI是Meta產品的核心，將利用AI落實在行銷領域的三大發展重點，包括基礎設施、建立模型、建立工具與產品。日前Meta Connect大會上分享AI最新發展，Meta今日宣布即將在Meta的「廣告管理員」中，首次為廣告創意工作者推出生成式AI廣告創造功能，預計於明年完成全球上線，初期主要功能包含背景生成、圖像擴展、文字變化。

Meta指出，根據調查，68%的網路購物者同意「購物體驗個人化，依照獨特的興趣和偏好所打造」。透過Meta AI行銷工具，導入機器學習協助品牌將行銷活動成果最佳化。另外，因為短影音的高吸睛度，許多國際品牌已開始透過Reels訴說品牌故事，也利用Meta平台極大化接觸潛在消費者。除了品牌原創內容外，Meta鼓勵企業持續與創作者合作，年輕世代消費者對於創作者的接受度與喜愛度極高。

據Meta調查，63%的18-34歲受訪者相信創作者推薦品牌的內容，勝過品牌自我宣傳的內容；過去6個月內，58%的消費者曾因創作者的推薦而購買過新商品，創作者也是品牌與消費者間建立連結的橋樑。

【2023/10/05, 聯合新聞網】

不讓韓綜專美於前！2023十大超夯台灣實境節目

近年來台灣綜藝節目越來越競爭，為了吸引觀眾眼球，各式不同主題的企劃內容百花齊放，種類也越來越豐富。其中，「實境綜藝」就佔了很大一部分，無論是運動競技、開店經營、寵物互動或是療癒旅行都相當受到歡迎。今天《DailyView網路溫度計》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統調查，2023年開播的台灣實境節目中，有一些受到網友熱烈討論、關注，一起來看看是哪些超夯綜藝上榜吧！

No.1 《光露營就很忙了》：蘿絲媽媽、蘇媽媽帶著小姐們走出「光」酒店啦！2021年大爆紅的戲劇《華燈初上》播畢後總製作人林心如再次帶領團隊打造台灣電視史上第一檔由戲劇延伸的實境節目《光露營就很忙了》，同時這也是Netflix首次購下「全球版權」的台綜。

No.2 《光開門就很忙了》：繼露營實境節目之後，林心如再推新作《光開門就很忙了》，率領楊謹華、陳意涵、郭雪芙、周興哲、章廣辰和陳昊森等豪華卡司落腳台東海邊，一同進行為期兩週的寵物友善民宿經營之旅，同時也深度體驗在地文化、探索台東秘境。

No.3 《神秘五金行》：怎麼會有這麼帥的水電、油漆工！集結AKIRA、王陽明、溫昇豪、禾浩辰、王彩樺及蔡昌憲等華麗陣容的《神秘五金行》，是一檔公益修繕事業實境節目，「神祕」代表為善不欲人知的精神；「五金行」則隱含聚集慈善且具備各種修繕手藝的意義。

2023十大台灣實境綜藝節目		
排名	節目名稱	網路聲量
1	《光露營就很忙了》	16,038
2	《光開門就很忙了》	14,289
3	《神秘五金行》	7,458
4	《TOP DOG回家》	5,397
5	《我們這一攤》	4,408
6	《社長之路》	3,866
7	《效廉出發吧！》	3,816
8	《哈囉！毛小孩 Hello! Puppy》	3,087
9	《BIBO 願望合夥人》	1,595
10	《騎吧！哈林小隊》	1,197

資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KEYPO大數據關鍵引擎 (keypo.tw) 輿情分析系統，以國際級的語意分析架構、先進的機器學習技術與人工智慧推論引擎，感知網友顯性與隱性情緒，分析實境綜藝大數據。
分析期間：2023/01/01-2023/09/25

【2023/10/03, 網路溫度計】

Netflix無廣告訂閱醞釀漲價 傳選在好萊塢復工數月後

一年多來在各業者漲價風潮下一直接兵不動的影音串流媒體業者Netflix也計畫跟進，待好萊塢演員罷工結束幾個月後提高無廣告服務的價格。知情人士稱，**Netflix內部正討論要針對全球好幾個市場漲價，但可能從美、加開始**；漲價幅度、時機目前不得而知。Netflix拒絕置評。

過去一年，**全美各大無廣告串流服務約漲價25%，主要是因為娛樂公司希望串流平台獲利，並引導顧客轉用便宜而有利潤的附廣告方案**。華納兄弟探索頻道(Warner Bros. Discovery)3日表示，其Discovery+串流媒體服務無廣告版本月費已從6.99元漲至8.99元，廣告支援平台月費維持4.99元。串流媒體也開始考慮如何針對獨家節目(如體育直播)打造新的收費層級，以防人們放棄其核心產品離去。知情人士透露，迪士尼正考慮在美國以外地區推出新的Disney+體育比賽直播；華納兄弟探索頻道將在Max串流服務添加體育直播，感興趣的訂戶每月將額外付費9.99元。

Netflix表現脫穎而出，過去一年在同業中唯獨未漲價，全力打擊密碼共享以增加收入；最近一次漲價是2022年1月。Netflix計畫待好萊塢編劇和演員罷工結束後漲價。Netflix於7月在美停止月費9.99元的基本無廣告套餐，連帶使15.49元標準無廣告套餐與6.99元廣告套餐間價差拉大。**迪士尼串流媒體平台的無廣告服務Disney+、Hulu和ESPN+也將正式漲價，是去年秋季以來第二次漲價**。Peacock、Max、Paramount+和Apple TV+負責人先前也接連發布類似聲明。娛樂業者在內容上投入巨資、另一方面為追求快速成長而壓低服務收費，導致損失數十億元，因而接連漲價。【2023/10/08, yahoo新聞】

LINE最新功能太狂！「點1按鈕」照片全回歸

LINE已經是台灣人日常使用的通訊軟體之一，常常有不少人都會在聊天時傳送圖片，甚至在群組當中建立相簿來儲存照片，不過隨著手機容量問題，不少人也會清除快取資料或者刪除許多照片，許多回憶也因此消失。不過現在！LINE推出最新功能，竟然只要點選聊天介面上的圖示，就可以看到以前所有聊天室的照片以及相簿，最多可以回溯到數十年前，非常驚人！

LINE近日推出13.16.0最新版本，特別在聊天室的頁面增加了一個小圖示，點選打開之後，就可以看到所有過往聊天室的照片，介面分為「相簿瀏覽」以及「照片式瀏覽」兩種。然而，如果是曾經刪掉或者隱藏的聊天室相簿跟照片都會再次出現，雖然是可以找回數年前回憶，但有私密照片的人可要記得小心。根據實測，更新完LINE最新版本之後，點選聊天的頁面確實會出現這個相簿的圖示，還會提醒「所有聊天室的相簿將集中顯示於此，包含自聊天列表中，隱藏或者刪除的聊天室」。

然而記者實際查看照片最早能回溯到哪年，結果發現可以看到10年前（2013年）的照片，點選照片不僅可以明確顯示拍攝的年月日，甚至還會顯示發布照片的人是誰，而且圖片也能夠存下來，讓過去那些美照、滿是回憶的出遊照都能再度復活到手機裡頭，對不少人來說，是相當好用的功能！



【2023/10/07, yahoo新聞】

非摯友也能看！IG功能再進化「自訂朋友圈」看特定限動



僅限摯友

只有你摯友名單中的用戶可以看到這張相片。他們也會看到這個標籤。

編輯摯友名單

完成

Meta旗下的社群軟體「Instagram」提供民眾分享圖片與影片、甚至是即時的限時動態，而「摯友」功能也是不少人喜愛使用的功能之一。不僅可以不必將自己較為隱私的心情呈現在公開版面或廣大朋友面前，還能夠有個管道抒發。

根據外媒《Engadget》報導，Instagram負責人Adam Mosseri坦言，Instagram已開始測試向多個受眾清單分享動態的功能。原先IG已有「摯友」的功能，可以將摯友加入列表中、分享較私人的生活動態。她說，未來新的限時動態將可設定在「與更特定的朋友群」分享動態，而並非只有摯友這個選項。

Mosseri直言，有時候有些事會需要和親密朋友以外的人分享，若擁有可以建立或維護「多個清單」的選項，代表你不必將「不符合描述的朋友」加入摯友清單當中。她表示「這個功能可以让你和小群體分享動態，並讓你更好的控制誰可以看見這則動態」。她舉例，可以創建兄弟姊妹的清單、同為食物愛好者等的單獨群組。此外，她提到自己時常使用摯友功能，未來也許可以透過此方式為不同類別的朋友建立清單。不過她強調這只是實驗性的功能，不代表會被廣泛地發布。

【2023/10/09, TVBS新聞網】

稱霸美國App Store榜首，Lapse如何成為年輕人最愛？

所有社群都想成為下一個Instagram。今年9月，Lapse殺出重圍，在不到一個月的時間內，在美國App Store綜合排名躍升至榜首。Lapse是一個相片社群軟體，他們將底片相機的概念放入App中，用戶必須等待一段時間才能獲得照片，並與一群好友分享，同時回顧自己的生活。

為了重現大家出遊拍照紀念的感動，用戶可以在Lapse中與朋友們創立私人群組，每個群組可以拍攝36張照片做為一個卷軸，任何群組中的成員都可以拍攝照片。在卷軸內的第1張照片拍攝24小時後，照片卷軸會出現在聊天室中，平台上不能編輯照片，提供好友之間私下分享最真實的瞬間，並對照片做出反應與評論，重溫拍攝當下的回憶。

在平台推出之後，Lapse發現用戶開始將平台當作個人日記使用，而非原先他們所設想的一次性聚會相機。因此，在Lapse的新版本中，可以將拍攝的照片整理到個人相簿中，並且展示自己每月的照片集。「這就像是用看電影的方式在回顧我的生活。」一位用戶在App Store中給予Lapse正面評價，「我可以在時間飛速流逝時，回頭看看我所經歷的一切。我可以低調地享受它，也不會有任何的負擔。」2023年9月，Lapse從App Store綜合排名118，躍升為第1名，並取得將近120萬次下載。



【2023/10/06, 創業小聚】

六成Z世代想當網紅！Z世代影響者行銷必要的3個原因

當今的就業市場不斷變化，而有了人工智慧，工作狀況可能會進一步發展。那麼現在的年輕人選擇什麼職業呢？是成為醫生、工程師、太空人還是執行長？不，除非是在TikTok上。對Z世代來說，有一個產業至高無上：在社群媒體上當網紅。

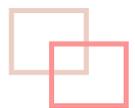
決策情報公司 Morning Consult 對美國 2,000 多名成年人進行了調查，有57%的Z世代表示，如果有機會的話，他們會成為影響者，而所有年齡段的成年人中這一比例為41%。53%的受訪Z世代認為影響者是一項值得尊敬的職業選擇，三成的年輕人甚至願意投資成為網紅。

- 1. Z世代是未來：**Z世代是下一代消費者，Z世代在總人口中佔很大一部分，預計將佔消費者的40%。因此，品牌利用這個機會瞄準它很重要。為了與Z世代受眾保持聯繫，品牌需要跟上最新趨勢，使用該受眾的語言，並提供新的體驗來保持其參與度。
- 2. Z世代接受過避免廣告的培訓：**由於Z世代受到廣告的轟炸，他們已經「訓練」自己避開廣告。Z世代購物者喜歡透過UGC和有影響力的人來告知他們，而不是消費電視廣告等更傳統的廣告。
- 3. Z世代更信任影響者和內容創作者：**許多Z世代消費者感覺與影響者更親近，與他們有很多共同點，所以很信任他們。44%的Z世代是根據社交影響者的推薦做出購買決定的。



【2023/10/02, ibuzz】





颱風小犬助攻百貨週年慶買氣

一年一度的百貨週年慶陸續開跑啦，各大百貨為了週年慶積極祭出超多優惠、贈品等活動。除了百貨公司外，今年小犬颱風更是助攻放颱風假的縣市買氣，湧入百貨人潮多了2、3成，讓首日買氣和業績創新高。本週宏將週報將帶您一起觀察，週年慶還有什麼有趣的話題和促銷活動吧...



颱風假助攻 消費者買氣



新光三越百貨周年慶5日鳴槍，首波北中南共六店率先開跑，台中店受惠颱風假帶動人潮暴增3成

新竹大遠百颱風不放假



部分百貨業者因應防颱暫停營業，新竹大遠百粉專公告照常營業，民眾直呼「要往新竹遠百衝了」

#蝦省一波 購物清單



蝦皮IG帖文釋出 #蝦皮1010品牌週年慶優惠券及邀請消費者留言想買的東西即可參與加碼抽獎活動

12 星座購物行為大解密



iOPEN Mall粉專帖文釋出12星座購物行為及專屬購物攻略，所有星座都有機會參與抽獎成為幸運兒

Part 03

國際視野

Media Trend





YouTube 持續對青少年具有強大的吸引力

觀看YouTube一直以來對許多青少年來說是日常活動，因此在最近的報告中，YouTube成為了青少年最主要的內容消費目的地，這一點毫不令人驚訝。實際上，在Precise.TV的一項研究中，有82%的13-17歲青少年表示他們最近觀看了YouTube，這使其遠遠超越其他社群平台和遊戲。

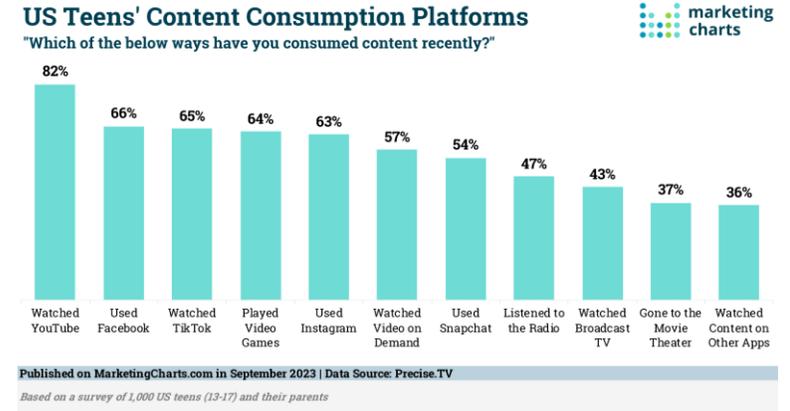
儘管YouTube獨樹一幟，但其他社群平台在內容消費活動中也占據重要地位。接近三分之二（66%）的受訪者表示，他們最近使用過Facebook，而這個結果相當令人驚訝，因為這個平台早已失去了年輕人的吸引力。

幾乎與Facebook持平，約65%的青少年報告說他們最近觀看了TikTok，而63%使用過Instagram。少數（54%）表示他們最近使用過Snapchat。

在列出的各種社交媒體平台和應用程式中，YouTube被最多受訪者（27%）選為最喜歡的，其次為TikTok（21%）。然而，這些平均數掩蓋了一些重要的差異：女性中有更多的人將TikTok（25%）列為最喜歡，反之男性則是YouTube（30%）遠遠領先於TikTok（18%）。

先前的研究也發現，美國Z世代男性中使用YouTube的比例高於女性，而使用TikTok的比例則相反。有趣的是，這項研究發現Snapchat是少數（6%）受訪青少年的最愛。這與Piper Sandler正在進行的研究形成鮮明對比，該研究認為Snapchat在青少年最喜愛的內容中僅次於TikTok（不包括YouTube）。

當被問到為什麼在YouTube上消費內容的最佳理由時，青少年首先表示這是因為Youtube有他們最喜歡的內容，其次是花時間獨處，這已成為他們日常生活的一部分。值得注意的是，這三個原因（以相同順序）也是使用TikTok的首要原因。對於遊戲——幾乎三分之二（64%）青少年的常見活動——獨處和與朋友共度時間是參與活動的同等首要原因，而觀看影片的首要原因是花費時間與家人共度時光。



Part 04

數位轉型

Digital Transformation

Foodpanda助品牌主航向「新零售時代」

科技加速了媒體多元化發展，人們的注意力不再集中於少數幾個媒體，而是在各個不同通路或平台獲取資訊或進行休閒娛樂，多通路趨勢導致品牌主不易鎖定目標消費者，再加上Google宣佈2024年下半年將完全廢止第三方Cookie，更加深了精準行銷的挑戰。近年可以看到全球有越來越多企業開始蒐集第一方數據，除了企業自建數據庫外，擁有大量第一方數據的零售媒體聯播網（Retail Media Network，RMN），也成為數位廣告的新寵兒。德商foodpanda在日前舉辦的《2023 panda ads零售媒體廣告趨勢論壇》，便揭露如何串連線上線下資源，打造panda ads廣告解決方案，運用自家的第一方數據協助品牌主最大化數位行銷成效。



◆ foodpanda用戶量大、互動深，化身最佳RMN解決方案

鑒於品牌主對RMN的需求成長，foodpanda整合App、合作商家、外送商品袋等多方資源，發展出panda ads服務，為品牌主提供App廣告輪播、美食金或pandapro優惠、派送樣品、外送車廂廣告等多元化解決方案，在RMN市場中快速竄起。與其他零售電商相比，foodpanda主要優勢在於用戶數量龐大、互動時間長且頻次高，是台灣外送平台的市場領先者。

◆ 可口可樂、加州葡萄及中國信託，運用panda ads最大化行銷成效

植基於用戶數龐大、互動時間長且頻次高三大優勢，讓panda ads能夠成功協助品牌主提高行銷成效，廣告暨業務合作副理胡乃文指出，包括加州葡萄、中國信託及可口可樂等知名企業，皆運用panda ads廣告解決方案建立品牌形象或推動業績成長。例如：進站輪播廣告、與商家合作推出開罐魔力食光套餐……等，在各種不同廣告板位及行銷活動的加持下，成功觸及大量受眾，並形塑出「用餐就是要搭配可口可樂」的品牌形象，並推動銷量大幅成長。

◆ panda ads媒體廣告解決方案

線上廣告包括，在App內不同行銷版位刊登廣告，增加與用戶的接觸點，進而強化品牌印象，或是不同行銷通路，擴充品牌影響力，也可藉由贈送美食金的方式，增加商品轉換率，或購買pandapro訂閱序號作為贈品，吸引用戶購買商品。在實體端，可於外送車廂刊登廣告、將行銷商品跟適當商家菜單品項搭配進行促銷、或派送樣品給目標受眾。迎向Cookieless時代，為追求行銷成效不變，企業投入RMN的行銷資源勢必越來越多，foodpanda亦將積極發展外送平台的新商業模式，協助品牌廣告主一起應對未來的挑戰，攜手航向「新零售時代」！

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	市井豪門安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.70
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.86
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.96
4	女兒大人加個賴阿鈺八合一	CTV	國語連續劇	1.54
5	全能歌手愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.47
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.37
7	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.21
8	2000女兒大人加個賴阿鈺八	CTV	國語連續劇	1.18
9	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.09
10	豬哥亮經典秀台灣萬里長城	FTV	娛樂綜藝	1.03
11	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.00
12	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
13	騎吧哈林小隊大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	0.99
14	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.97
15	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95
16	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	美食、旅遊節目	0.91
17	1300市井豪門台塑石油95	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	0.77
19	1300市井豪門安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	0.76
20	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.75

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直22亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	2.74
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.25
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.93
4	天道COTD超完美烤盤	SANLI	閩南語連續劇	1.65
5	直亞運看東森棒球	ET-N	棒球	1.37
6	直22亞運棒球韓VS中	VLSPT	棒球	1.26
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.14
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.10
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.08
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.03
11	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.98
12	直22亞運籃球日VS中	VLSPT	籃球	0.97
13	直亞運看東森拳擊	ET-N	其他球類、體育節目	0.94
14	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.93
15	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.92
16	被掩藏的詐騙數字	TVBSN	新聞性質節目	0.90
17	直22亞運棒球日VS中	VLSPT	棒球	0.87
18	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.86
19	鄭知道了馬文君洩密的致命	SETN	新聞性質節目	0.85
20	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.84

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	航海王28	TTV	卡通影片	1.62
2	市井豪門安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.37
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.24
4	女兒大人加個賴阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	1.16
5	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.13
6	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.05
7	新蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.03
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92
10	金田一少年事件簿	TTV	卡通影片	0.89

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	市井豪門安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.57
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.48
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.39
4	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.11
5	航海王28	TTV	卡通影片	1.05
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.01
7	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.92
8	騎吧哈林小隊大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	0.87
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81
10	2000女兒大人加個賴阿鈣八	CTV	國語連續劇	0.77

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	1.88
2	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	1.51
3	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.49
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.35
5	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.35
6	騎吧哈林小隊大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	1.24
7	烏龍派出所	CTS	卡通影片	1.22
8	市井豪門安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.15
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.02
10	航海王28	TTV	卡通影片	0.95

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	6.62
2	0800MIT台灣誌晶珂生物面	CTV	知識資訊節目	5.15
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	3.29
4	金多多戀愛上線中	CTV	資訊綜藝	2.58
5	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.96
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.92
7	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.73
8	姊妹亮起來耳寶助聽器	FTV	資訊綜藝	1.60
9	午間紳士與小姐	TTV	韓劇	1.55
10	女兒大人加個賴阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	1.53

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	直22亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	1.81
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.78
3	天道COTD超完美烤盤	SANLI	閩南語連續劇	0.75
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.75
5	直22亞運棒球韓VS中	VLSPT	棒球	0.70
6	綜藝玩很大晶珂生物面膜	SL2	娛樂綜藝	0.60
7	直22亞運籃球日VS中	VLSPT	籃球	0.60
8	2100重案組	EFNC	新聞性質節目	0.57
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.53
10	孟婆客棧萬士益冷氣	SANLI	傳統藝術節目	0.52

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直22亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	2.21
2	天道COTD超完美烤盤	SANLI	閩南語連續劇	1.97
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.34
4	直22亞運籃球日VS中	VLSPT	籃球	1.09
5	花甲少年趣旅行蓓朵娜極光	ETTV	美食、旅遊節目	1.00
6	直22亞運棒球韓VS中	VLSPT	棒球	0.97
7	直亞運看東森棒球	ET-N	棒球	0.89
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.88
9	型男大主廚甘味人生鍵力太	SL2	美食、旅遊節目	0.76
10	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.73

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直22亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	2.74
2	花甲少年趣旅行蓓朵娜極光	ETTV	美食、旅遊節目	1.40
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.24
4	天道COTD超完美烤盤	SANLI	閩南語連續劇	1.23
5	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.17
6	那年花開月正圓	GTV-1	大陸劇	0.82
7	直亞運看東森棒球	ET-N	棒球	0.79
8	直22亞運籃球日VS中	VLSPT	籃球	0.75
9	直22亞運閉幕典禮	VLSPT	其他球類、體育節目	0.74
10	型男大主廚甘味人生鍵力太	SL2	美食、旅遊節目	0.73

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道COTD超完美烤盤	SANLI	閩南語連續劇	4.29
2	直22亞運棒球中VS中	VLSPT	棒球	3.37
3	花甲少年趣旅行蓓朵娜極光	ETTV	美食、旅遊節目	3.12
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.27
5	1115間諜家家酒	*SCC	卡通影片	2.05
6	1230天道COTD超完美烤盤	SANLI	閩南語連續劇	1.90
7	終極殺陣3	HLYWD	外片	1.87
8	保鏢	HLYWD	外片	1.85
9	直22亞運閉幕典禮	VLSPT	其他球類、體育節目	1.73
10	御賜小仵作	GTV-D	大陸劇	1.69

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	0.87	0.45	0.54	0.56	1.41
TTV/台視	0.56	0.34	0.38	0.38	0.84
FTV/民視	0.36	0.14	0.09	0.16	0.69
CTS/華視	0.23	0.10	0.10	0.19	0.34
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	0.67	0.24	0.28	0.60	1.06
ET-N/東森新聞	0.60	0.18	0.21	0.45	1.04
SETN/三立新聞	0.47	0.09	0.14	0.26	0.89
FTVN/民視新聞	0.44	0.08	0.12	0.26	0.84
ERA-N/年代新聞台	0.30	0.10	0.07	0.17	0.56
NTVN/壹新聞	0.19	0.09	0.09	0.15	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.18	0.04	0.06	0.16	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.07	0.02	0.12	0.24
UBN/非凡新聞	0.14	0.04	0.04	0.11	0.25
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.01	0.04	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	市井豪門安美諾美白修護霜	FTV	3.70
2	天道COTD超完美烤盤	SANLI	1.65
3	女兒大人加個賴阿鈣八合一	CTV	1.54
4	2000女兒大人加個賴阿鈣八	CTV	1.18
5	戲說台灣	SANLI	1.14
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.08
7	1900親家	SANLI	0.86
8	1300市井豪門台塑石油95	FTV	0.78
9	1230天道莊廣和堂轉大人萃	SANLI	0.76
10	1300市井豪門安美諾美白修	FTV	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	2.86
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.25
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	1.96
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.93
5	全能歌手愛妮雅化妝品	FTV	1.47
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.21
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.09
8	豬哥亮經典秀台灣萬里長城	FTV	1.03
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	1.00
10	騎吧哈林小隊大誠保險經紀	TTV	0.99

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.10
2	新台灣加油	SETN	1.03
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.98
4	少康戰情室	TVBS	0.93
5	鄭知道了	SETN	0.92
6	被掩藏的詐騙數字	TVBSN	0.90
7	鄭知道了馬文君洩密的致命	SETN	0.85
8	關鍵時刻	ET-N	0.84
9	驚爆新聞線2100	SETN	0.83
10	前進新台灣1500	SETN	0.83

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直22亞運棒球中VS中	VLSPT	2.74
2	直亞運看東森棒球	ET-N	1.37
3	直22亞運棒球韓VS中	VLSPT	1.26
4	直22亞運籃球日VS中	VLSPT	0.97
5	直亞運看東森拳擊	ET-N	0.94
6	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	0.91
7	直22亞運棒球日VS中	VLSPT	0.87
8	花甲少年趣旅行蓓朵娜極光	ETTV	0.68
9	型男大主廚甘味人生鍵力太	SL2	0.64
10	直22亞運田徑	VLMAX	0.63

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

