

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2411

03.04 ~ 03.10



Contents

- 媒體放大鏡 - FB過氣了嗎？「原來超多人還在用」
- 熱門話題 - 愛不在話下，情人節限定等你發現
- 國際案例 - 新加坡用3D廣告全球巡演展現特色
- 數位轉型 - AI點得到！雨天沒外送員也不怕
- 收視調查 - 2024/03/04-2024/03/10

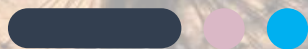




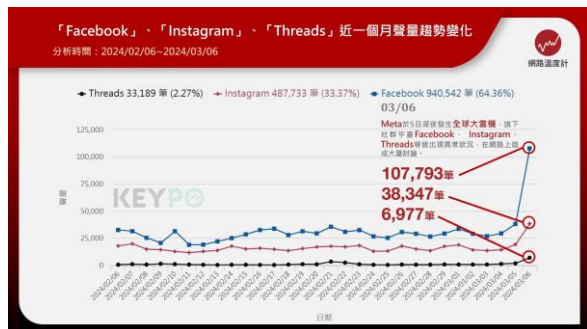
PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 FB過氣了嗎？「原來超多人還在用」



【2024/03/07, 網路溫度計】

Meta旗下的社群平臺於5日夜間發生全球大當機，導致許多Facebook用戶被登出並且無法重新登入，不少人都誤以為自己的帳號被盜用。當機期間PTT、Dcard、Reddit、X等論壇及社群平臺都出現網友回報異常狀況，也讓大家注意到其實Facebook還是有許多人在使用。綜觀網友留言，可以發現「社團」功能是Facebook仍舊留住許多用戶的原因。透過[《KEYPO大數據關鍵引擎》](#)輿情分析系統調查，可以發現「Facebook」近一個月的網路討論度為Meta旗下所有社群平臺中最高的一個，網路聲量遠遠超過「Instagram」和「Threads」。此外，從Google Trends中也可以看見，在3月6日的搜尋量第一的關鍵字是「FB」；第二名則是「Facebook」。從中可以看出，仍舊有許多用戶使用並討論Facebook，並且在Meta出現系統問題時受到影響。

最新的網路使用者報告[《Digital 2024: Taiwan》](#)調查顯示，截至2024年1月，在過去一年中臺灣人「最喜歡」的社群平臺前三名排名依序為LINE、Instagram及Facebook；不過若單純以使用頻率來看，過去一年中臺灣人「最常使用」的社群平臺，Facebook則超過Instagram來到第二名，僅次於LINE。所以說Facebook其實並沒有「過氣」，仍舊擁有許多使用者，並頻繁地被使用。

2 「廢文聖地」Threads更厲害了！2更新一次看



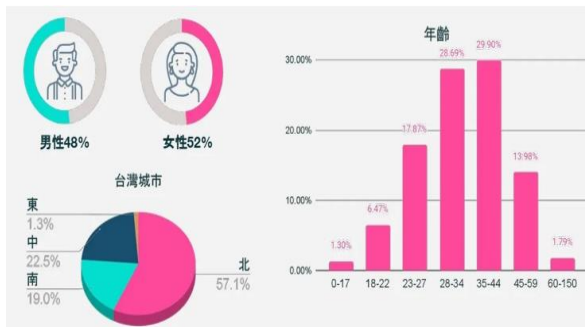
【2024/03/11, 今日新聞】

社群巨頭Meta旗下的Instagram在去年7月初時，推出名為「Threads」的全新應用程式，剛推出短短4小時已累計500萬註冊量，5天內突破1億用戶，成為史上用戶增長最快的線上平台，隨後又在一週內人氣暴跌。豈料在Threads幾乎要被遺忘時，卻又在今年年初因台灣總統大選、知名飲料店社群操作等話題帶動下，再度翻紅，成為年輕族群的「廢文聖地」。

Instagram今日宣布，Threads新增「儲存草稿」以及「在發文時可直接拍照」等2大功能。當使用者貼文寫到一半，需要離開畫面時，在「直接往下滑」或是點擊左上角的「取消」鍵後，將跳出「捨棄串文」的選單，選擇「儲存草稿」即可完成儲存動作，相較以往方便許多。

過去在Threads加上照片只能選擇相簿中既有的照片，現在已新增按鈕，讓使用者「在發文時可直接拍照」，只要進入新串文發佈頁面，點擊相機圖案，就能直接拍照放入文內，不管是文字或影像，都能在Threads上即時記錄。雖然新增的功能規模不大，但千萬不能小看平台的每一次更新，Threads先前就因結合母公司優勢，將內容推播到Instagram與Facebook等平台的這項轉變，讓它再度翻紅。

3 Podcast最新趨勢：你會用YouTube聽嗎？「乾爹」藏在哪？



【2024/03/12, 數位時代】

聲音經濟品牌SoundOn (聲浪) 發布「2023年度聲音經濟報告書」，內容指出去年有3,000多位活躍創作者，每月帶來近萬集的Podcast內容。男女收聽比例趨於平均，年齡層方面，主要落在23~44歲，以北部聽眾占多數。週間通勤時間、睡前是熱門收聽時段，週末、假日收聽量較低。此外，絕大多數聽眾 (約72.4%) 使用手機收聽Podcast。以收聽管道來看，Apple Podcast常年稱霸冠軍 (54.3%)，其次是Spotify (40.5%)，YouTube急起直追位居第三 (15.1%)。究其原因是Video Podcast (有影像畫面的Podcast節目) 成長，YouTube的使用量隨著提升。

SoundOn也發現，Podcast聽眾的教育程度偏高，大學生占比65.85%、研究所程度占比26.83%；並且具有消費力，收入介於新台幣6萬元~8萬元之間的群體占比最高，達35.44%。就算出現上千檔的活躍節目，超過7成的聽眾依然會選擇固定收聽1~3個不同的Podcast頻道，顯示大多數人偏好特定興趣領域，同時重視時間的有效利用。短影音趨勢也蔓延到Podcast。SoundOn報告書指出，10分鐘以內的節目成長至歷年新高29.61%，顯示創作者為因應社群趨勢，也嘗試將內容「畫重點」，目標更有效率地傳遞訊息。

4 台灣首位千萬YouTuber誕生！2年訂閱狂飆1000萬

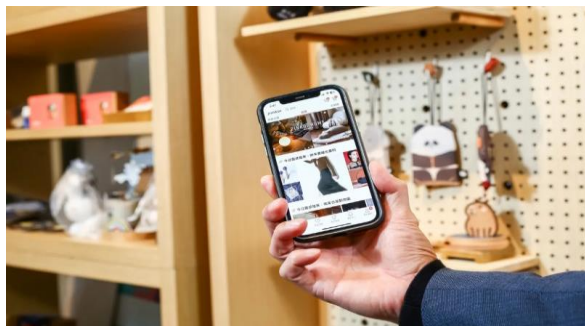


【2024/03/09, yahoo新聞】

今年31歲的奇軒2022年7月才剛創建YouTube頻道「奇軒Tricking」，起初僅有1萬訂閱，4個月內靠著短影音飆升百萬訂閱的YouTuber，如今奇軒的頻道又有新突破，來到1000萬訂閱，成為台灣首位訂閱數有千萬的網紅，同時也拿到「鑽石獎牌」。訂閱數飆升之快，讓不少網友質疑他的觀眾都是買來的，過去他也曾說過流量及訂閱數有成比例，若是要花錢買流量，那可要天價才有可能買的到，若是自己這麼有錢，何必要花時間拍攝影片。

奇軒本身專做短影片，且積極地推廣極限運動Tricking，包含後空翻、極武道等影片，並開課教學Tricking翻和踢、拳、武器等，深受全球粉絲歡迎。頻道中有多段影片突破上億觀看次數，頻道也曾經在一個月內累積10億點閱。面對萬界的酸言酸語，他也經歷過走心後重新調整心態，用平常心看待一切。其實奇軒的幕後團隊只有他自己1人，包辦企劃、拍攝、剪輯等等，偶爾才會和朋友互惠拍影片，因為他的影片中沒有中文，而他要推一個無國界的影片，「就是要讓大家就算聽不懂語言也看得懂在演什麼，才有辦法讓我們衝破更高更高的流量。」而他深信，所有都是靠自己努力得來的，一定會被懂的人看見。

5 Pinkoi購物人格MBTI！訓練AI標籤，RMN催3成營收



【2024/03/06, 數位時代】

MBTI是近年最熱門的心理測驗，用4大面向將人們分類為16種人格。風格電商平台Pinkoi也推出一套有4大面向的「購物人格」，做到「個人化」推播，並應用在零售媒體聯播網領域之中，讓Pinkoi比其他電商平台更早開始經營「個人化」，也更早將觸角伸進RMN領域。

在調整的過程中，Pinkoi將眾多貼標重新以「消費者動機」分類，而非以商品分類。例如，在過去，馬卡龍、蛋糕等商品會被貼上「美食」標籤，但重新歸納後，得知消費者是甜食愛好者，就能針對他推薦更多甜點相關商品，像是常搭配的咖啡、茶飲等，而非只由單一商品思考。「這就像MBTI，光是4個字母的排列組合，就夠複雜了吧！」數據夠精練，就能以少量數據快速個人化，如今Pinkoi站上有9成消費者都能精準推薦。

在Pinkoi後台也可自行投放跨境RMN廣告，「跨境就是1秒鐘的事。」現在Pinkoi站上有2成品牌經營跨境生意。像是文具品牌MU，就在Pinkoi站上運用跨境的關鍵字建議，將品牌成功銷往日本，目前品牌整體跨境業績高達50%，其中跨境訂單有30%為RMN帶動的銷售業績。

6 淘寶推出「AI復活」服務 人民幣十元就能與逝去親人互動



【2024/03/05, 電子商務時報】

近期人工智慧技術蓬勃發展，這也讓許多過去不可能發生的事變成可能，而其中一項就是讓虛擬變成具象化。近期，中國電商也腦筋動到了「AI復活」上面，淘寶網站上陸續出現了許多以圖像進行AI復活的服務，價錢約10元到520元人民幣不等，消費者只需要準備一張已故親人照片，以及想要讓祂說的一段話，即可以實現此服務。

淘寶上的數據顯示，此服務在今年春節期間產生了不錯的詢問度，並且售出了超過400份的訂單，也保守預估未來全球的商機會超過上萬億元。目前提供了AI復活、AI照片、AI照片修復、讓老照片動起來等項目供消費者進行選擇。

然而，目前此技術尚未達到，所謂的10元人民幣的AI復活，僅能提供最基本讓照片動起來的服務，實際的價格會根據最終成品的長度與說話字數進行計算，若有使用到如AI換臉、AI換音等技術，費用可能會高達5000到10000元人民幣，十分的可觀。事實上AI復活正是所謂的「數位永生」服務，在中國與美國，都有科技公司提供這樣的服務，只需要擁有逝者的聲音或是圖片，即可以複製出所謂的AI親人，這也讓逝去親人的家屬得到了心靈上的安慰與滿足。但這背後涉及的倫理問題，值得人們再多多思考與討論。

7 Z世代最愛美、Y世代最愛家、X世代最會搭



【2024/03/03, 三立新聞】

LINE購物趁今年38婦女節前發佈的「XYZ世代女性消費趨勢分析」**去年LINE購物平台的總訂單金額與前年度相比成長5成**之多，深入分析發現，女性用戶的消費動能持續穩定成長；除了總訂單數量高過男性用戶近一成，年度總消費金額比男性用戶高265%，顯示著女性經濟與社會地位日益提升，**「她經濟」已然成為一股不容忽視的經濟驅動力**，女性消費者已充分掌握自己和家庭需求的消費主導權，也持續引領著消費新趨勢。

LINE購物深入分析去年一整年站上不同年齡層兩性用戶的購物習慣，包括年消費金額、年消費訂單與搜尋比價行為及點數紅包使用，發現整體女性的消費動能皆高於男性，且**不同世代間亦存在一些明顯的消費行為差異**。例如：**Z世代女性社交需求更高，在美妝保養品類的消費年成長率為122%**，買得最多的前3大品牌為雅詩蘭黛、植村秀官網、M.A.C；**Y世代女性更重視居家生活品質，投注在生活用品相關的品類消費金額比起前一年成長接近7成**！他們最常在屈臣氏Watsons、特力屋、康是美網購eShop採購商品！而站上的**X世代女性用戶則最常選購服飾配件等相關商品，消費年成長率為140%**！最常購買的品牌依序為OB嚴選、ONE BOY、UNIQLO網路商店。

8 少子化來襲 發掘母嬰市場出路與寵物商機



【2024/03/12, 動腦雜誌】

國內生育率持續下降，根據內政部公佈台灣出生率統計，近五年新生兒人數逐年減少，不僅去年「兔寶寶」新生兒數反常下跌，今年一月份的出生率也不如預期。市場趨勢研究機構KANTAR凱度消費者指數客戶服務總監林維懌指出：「往年的虎兔龍生肖效應在這一輪可能減弱，當出生率長期走低，母嬰品牌更需把視野放廣，挖掘更多家長的需求面向，善用核心品牌力拓展更多育兒商機。」

- **少子化衝擊市場，優養心態支撐奶粉花費提升**：由於台灣出生率持續走低，2023全年嬰兒奶粉和尿布的購買人數較前一年下滑約5%，然而家長呵護孩子的心意沒有減少，2023年嬰兒奶粉人均花費成長3.2%，顯示家長願意給孩子更好的照顧。當市場消費「量」持續萎縮，建議品牌廠商透過產品升級創新、賦予產品更高價值，爭取消費者提高其願付「價」。
- **毛孩經濟滾燙，寵物零食與保健品佔30億商機**：台灣面臨少子化的同時，貓狗毛孩正逐漸成為台灣家庭的重要一份子，而飼主對毛孩的寵愛也反映在寵物食品銷售表現。**根據凱度追蹤數據，寵物食品以乾食、濕食佔市場八成份額**，而在主食之外、餐與餐之間的「寵物零食與保健品」銷售額連年雙位數成長。



PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



白色情人節的名稱來自於「白色」的含義，因為在日本的情人節中，女性通常會收到巧克力或其他甜點，而白色情人節則被視為回饋，男性會贈送白色巧克力或其他禮物給女性。這是一個相互表達愛意的機會，強調了情人節的溫暖和關懷的延續。現在許多情人節的氛圍的國家也流行，本期宏將週報帶您一同探索全台有哪些甜蜜蜜的活動吧...



水利局舉辦中港光雕展「幸福新北 戀戀中港」，開幕至今已吸引5萬人來觀賞，再加碼邀請侶闖關遊戲送好禮。



必勝客這次不只挑戰義大利人，更是要挑戰另一半極限！為迎接新品登場，部份必勝客門市架起花圈裝飾，引發網友熱議。



情人節太多閃光別擔心，莫凡彼餐廳貼心推出單身派對，配戴墨鏡與店員秘密通語，免費請吃冰淇淋



每逢重大節慶時，都可以看到 LINE 的關鍵字隱藏特效，今年情人節，只要聊天室輸入「愛你、親親、情人」有驚喜



PART THREE

國際案例

- Case Share



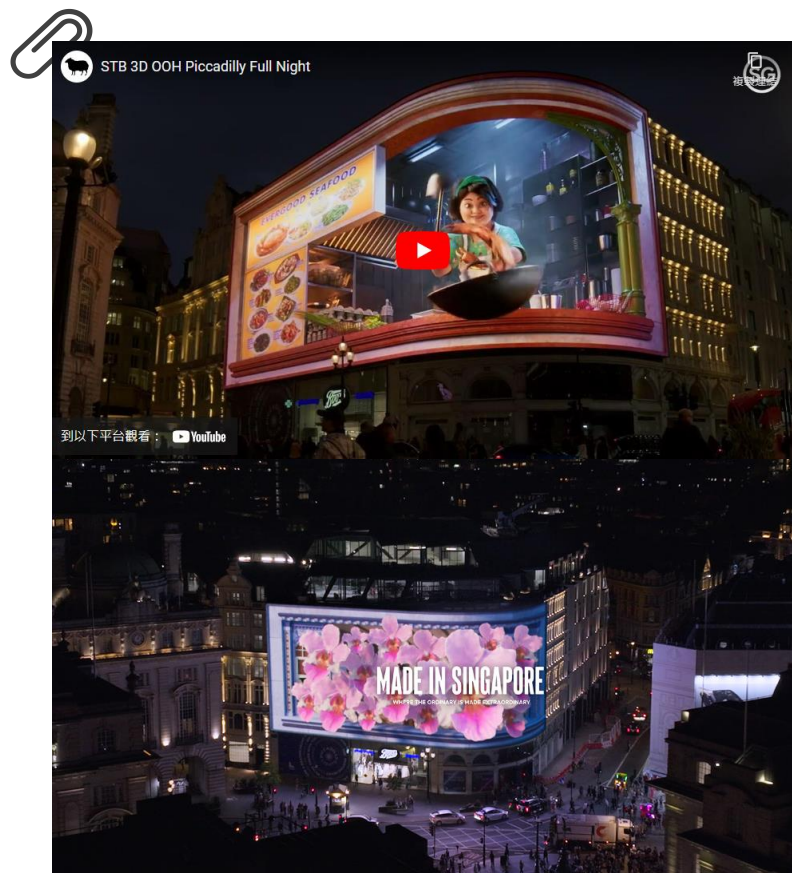
START

新加坡用3D廣告牌全球巡演展現特色

新加坡旅遊局由BBH Singapore和The Shophouse @ Publicis共同合作，**在世界各大城市，從紐約時代廣場到倫敦皮卡迪利廣場，通過3D戶外廣告牌展現新加坡獨特的體驗。**忠於STB的“激情與可能”目的地品牌，“Made in Singapore”活動是由The Shophouse @ Publicis創建的全球性活動，邀請世界各地民眾來到新加坡，體驗當地的平凡事物變得非凡。**3D戶外廣告牌聚焦於新加坡獨特而多樣化的體驗**，在紐約、倫敦、上海、孟買和雅加達生動的展示，並以奇幻的方式呈現三個標誌性的新加坡場景。

新加坡BBH的執行創意總監Khairul Mondzi表示：“這次的『全球巡演』以意想不到、令人驚喜的方式向世界展示了新加坡的精髓，透過一系列的體驗，包括具有象徵意義和較少人知曉的體驗。忘記過往對花園、逛街和表演藝術的認知吧：新加坡旅遊局的全新3D廣告牌可能會以超乎尋常的方式讓你驚艷。”

新加坡旅遊局品牌總監Choo Huei Miin補充說：“通過利用這些沉浸式的3D戶外廣告牌，我們的目標是通過將日常時刻轉化為新加坡所獨有的獨特體驗，從而激發到新加坡旅行的靈感。我們希望這次的視覺盛宴向全世界展示新加坡是最好的旅遊目的地，並透過我們豐富的文化、美食、自然和景觀來吸引遊客。”



GOAL

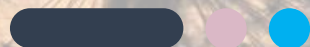




PART FOUR

數位轉型

- Digital Transformation



START

AI點得到！雨天沒外送員也不怕



人工智慧(AI)在近年來成為全球當紅話題，據摩根士丹利(Morgan Stanley)分析師團隊預估，隨著AI技術漸趨成熟，數年內將影響44%工作內容。如今，以人工為主力的外送餐點工作是否也即將被AI機器人取代？在人力荒擴大的境況下，日本Uber Eats正式推出以機器人提供的自動送餐服務「Robot Delivery」，由三菱電機(Mitsubishi Electric)與新創公司Cartken合作，並嵌入輝達(NVIDIA)開發的AI運算裝置，讓機器人包辦從餐飲店取餐到送餐至客戶手上。

如今，像是外送服務或許也得仰賴機器人幫忙了。外送龍頭Uber Eats在2024年3月開始，會在日本地區提供機器人遞送餐飲的服務。根據《THE JAPAN TIMES》報導，目前Uber Eats機器人送餐會率先在東京都中心「日本橋」(Nihonbashi)試辦，加入機器人外送商家包括位在銀座的炸豬排店Tonkatsu Aoki、鐵板燒餐廳Benihana Annex等，據了解，外送機器人的工作時間從上午10點至下午5點，有愈來愈多店家期盼機器人能在更多地區服務。

美國Uber Eats首推機器人外送，日本成全球第二國家跟進

據《TechCrunch》報導，Uber Eats早在2022年於美國邁阿密、維吉尼亞州最先推出機器人當外送員的送餐服務。時隔2年，缺工嚴重的日本也正跟上這波機器人外送的腳步。據悉，位在試辦區內的Uber Eats會員，用APP下訂餐食時，介面會出現「接受機器人送餐」或「希望像之前一樣由真人送餐」的2種選項。一旦選擇機器人送餐，且訂單成立後，機器人會自動前往商家取餐，再將餐點送到客戶手上。用戶和過往一樣，能追蹤餐點進度，也會收到由機器人進行外送的通知，當機器人抵達時，用戶只要操作APP解鎖，就能打開箱蓋拿到餐點。

機器人移動速度每小時可達5.4公里、容量為 27 公升和 20 公斤，具有隔熱功能，可將交付給顧客的食物保持在適當的溫度，並配有感應器自動煞車，避免碰撞人類與障礙物。機器人採全自動模式，不需要操作員，一但上傳地圖就可自動導航運作，但總部依舊有工程師進行即時監控，以確保能快速處理緊急情況。



GOAL

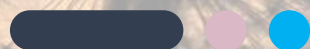




PART FIVE

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	3.54
2	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	3.03
3	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.35
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.70
5	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.44
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.27
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.16
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.15
9	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.05
10	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	1.05
11	牛車來去台灣萬里長城	CTS	閩南語連續劇	1.01
12	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.95
13	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	0.94
14	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.92
15	華麗計程車行愛妮雅化妝品	CTS	閩南語連續劇	0.81
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81
17	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.80
18	綜藝新時代AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	0.79
19	1300愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	0.72
20	2000商魂TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	0.72

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	2.24
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.88
3	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	1.77
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.16
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.04
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.03
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.98
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.97
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.94
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.92
11	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.87
12	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.83
13	天才衝衝衝PP石墨烯	ETTV	競賽綜藝	0.80
14	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.79
15	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.79
16	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.76
17	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.75
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.74
19	日本秘境有房好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.74
20	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.71



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.92
2	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.36
3	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.25
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.23
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.06
6	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.05
7	全員請上車晶珂生物面膜	TTV	競賽綜藝	0.86
8	哲仁王后2200	CTV	韓劇	0.85
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.77
10	2000長安諾2000	CTV	大陸劇	0.70

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	2.12
2	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	2.10
3	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.02
4	長安諾2100	CTV	大陸劇	1.78
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.73
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.71
7	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.57
8	哲仁王后2200	CTV	韓劇	1.49
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.08
10	2000牛車來去台灣萬里長城	CTS	閩南語連續劇	1.07

25-34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	2.02
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.80
3	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.45
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	0.97
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.89
6	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.88
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
8	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	0.80
9	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.78
10	航海王28	TTV	卡通影片	0.69

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	長安諾2100	CTV	大陸劇	5.87
2	2400二呆流浪記之完全大人	CTS	美食、旅遊節目	5.44
3	2300華麗計程車行愛妮雅化	CTS	閩南語連續劇	4.32
4	2315愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.08
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.80
6	2000苦力	CTS	閩南語連續劇	1.74
7	2400追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	1.51
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	1.50
9	艋舺的女人真享購	TTV	閩南語連續劇	1.47
10	商魂TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	1.45



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	日本秘境有房好吃驚	VLJP	資訊綜藝	1.01
2	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	0.95
3	天才衝衝衝PP石墨烯	ETTV	競賽綜藝	0.86
4	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.74
5	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.63
6	2100重案組	EFNC	新聞性質節目	0.59
7	打卡吧我的炫FOOD日記	EFNC	新聞性質節目	0.56
8	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.51
9	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	美食、旅遊節目	0.50
10	當掌聲響起	TVBSN	新聞性質節目	0.50

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.15
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.00
3	贅婿	GTV-D	大陸劇	0.85
4	無間對決	ET-M	外片	0.83
5	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.76
6	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	美食、旅遊節目	0.75
7	140057怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.73
8	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.70
9	2100重案組	EFNC	新聞性質節目	0.57
10	效廉出發吧	ET-D	美食、旅遊節目	0.56

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	1.82
2	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.32
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.16
4	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.09
5	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.87
6	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.76
7	1800天才衝衝衝PP石墨烯	ETTV	競賽綜藝	0.75
8	天才衝衝衝PP石墨烯	ETTV	競賽綜藝	0.54
9	2000全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.52
10	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.47

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	2500導讀台灣	SETN	新聞性質節目	4.19
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.55
3	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.99
4	2100錦繡南歌	CTiE	大陸劇	1.78
5	1500寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.74
6	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	1.70
7	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	美食、旅遊節目	1.38
8	1400戲說台灣假日完整版安	SANLI	閩南語連續劇	1.16
9	麥德蓮麥肯失蹤懸案:上集	DISCV	知識資訊節目	1.14
10	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	1.12



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	0.81	0.38	0.51	0.49	1.34
TTV/台視	0.53	0.18	0.30	0.34	0.86
FTV/民視	0.34	0.09	0.08	0.13	0.65
CTS/華視	0.24	0.17	0.14	0.18	0.36
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	0.54	0.21	0.22	0.47	0.84
ET-N/東森新聞	0.46	0.14	0.18	0.38	0.74
SETN/三立新聞	0.39	0.06	0.11	0.25	0.70
FTVN/民視新聞	0.34	0.05	0.12	0.16	0.65
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.07	0.04	0.10	0.42
NTVN/壹新聞	0.18	0.07	0.07	0.18	0.27
UBN/非凡新聞	0.17	0.02	0.05	0.10	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.06	0.04	0.09	0.21
CTS-N/華視新聞資訊台	0.10	0.03	0.03	0.08	0.18
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.02	0.04	0.12
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	3.03
2	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	1.77
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.16
4	牛車來去台灣萬里長城	CTS	1.01
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.98
6	追分成功CARRY	TTV	0.94
7	華麗計程車行愛妮雅化妝品	CTS	0.81
8	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.79
9	1300愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	0.72
10	2000商魂TCL變頻空調	FTV	0.72

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.04
2	少康戰情室	TVBS	1.03
3	台灣最前線	FTVN	0.97
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.94
5	非凡最前線	UBN	0.92
6	台灣啟示錄	ET-N	0.87
7	鄭知道了	SETN	0.83
8	驚爆新聞線2100	SETN	0.79
9	最前線報告	UBN	0.76
10	正午最前線	UBN	0.75

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.54
2	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.35
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.24
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.88
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.70
6	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	1.44
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.15
8	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	1.05
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	0.92
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.80

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.05
2	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	0.71
3	型男大主廚IVENOR十時塑纖	SL2	0.62
4	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.60
5	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	0.58
6	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.56
7	效廉出發吧	STV	0.55
8	老饕好神吃小店也能自創豪	VLJP	0.49
9	老闆不請人省錢給客人吃好	VLJP	0.46
10	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.45



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

