

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1739
09.25-10.01





本期摘要

媒體放大鏡 臺灣使用者每周花14.6小時觀看影片

國際視野 行銷人員應該注意什麼社群趨勢？

科技瞭望 這個瀏覽器 讓線上影片能以VR觀看

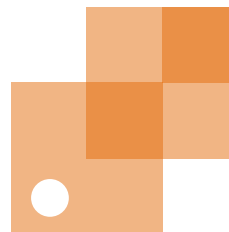
專案介紹 衛視中文台 1709-1802 業務專案

收視調查

網路觀察 August 2017

Media
news

媒體放大鏡



<http://ppt.cc/wFOS4>

YouTube今日舉辦YouTube Pulse影音盛會並公布臺灣地區使用者行為報告，指出臺灣的使用者平均每周觀看 YouTube的時間高達14.6小時，並有55%使用者認為YouTube擁有在其他平台上看不到的內容。

根據調查報告，習慣使用 YouTube的台灣觀眾較愛看電視的觀眾年輕，重度使用者(每周造訪21小時以上)平均年齡為31歲，低於電視重度使用者的37歲。這樣的結果卻不代表年紀較大的人不看YouTube，其實許多35-54歲的X世代也愛看，甚至有55%的X世代使用者每天觀看一次以上。YouTube同時也觸及不愛看電視的族群，報告中指出每周看電視低於10小時或不看電視的人，有49%反而是YouTube的中重度使用者(每周造訪10小時以上)。

在行動網路時代，觀眾擁有更高的自主性，自行決定何時何地要看什麼內容，當然也會跳過廣告。而且現在的觀眾習慣跨螢幕接收資訊，容易在不同平台上移轉注意力。在報告中便指出有81%的電視觀眾會在廣告時段分心，轉向使用其他裝置瀏覽網頁(39%)、看社群網站(39%)、觀看線上影片(16%)或線上購物(12%)。

因此對投放影音內容或廣告主而言，影片不是曝光就有效果，而是有沒有被看到、被看進去。能夠衡量有多少觀眾看到品牌訊息的可視度，才是評估效益的有效機制。根據YouTube內部數據，台灣YouTube影片的平均可視度為94%，遠高於其他網頁或應用程式的73%。[2017/09/29, 瘋採訪]

能提供「複合式價值」的素人正紅

《YouTube使用行為大調查》數據顯示，有21%台灣使用者訂閱了超過一個YouTuber頻道，另外，在訂閱YouTuber頻道的使用者中，有53%使用者在收到更新通知的24小時內，就會回去收看影片。此外，在有訂閱YouTuber頻道的使用者中，56%的使用者認為YouTuber創造出獨特的線上社群。

Google台灣業務副總經理葉揚指出，過去常有的迷思是認為YouTuber影響力僅限於同溫層，但是根據這份調查，在訂閱超過一個YouTuber頻道的台灣使用者中，有51%使用者認為，YouTuber會影響他們對於品牌的認知，因此，這一年來，許多品牌主也開始會找YouTuber代言產品。

而從較早開始耕耘YouTube的蔡阿嘎，再到近年受歡迎的聖結石、阿滴英文、HowFun，葉揚表示，過去會紅的YouTuber多半是個人特質強，並且以純娛樂、搞笑類型為主，但是近期的YouTuber除了個人特色要更強，還要有娛樂效果之外的附加價值，例如冷知識、療癒效果等，才足以吸引網友。她說：「他們提供的是『複合式的benefit』，而不只是一個benefit。」

[2017/09/28, 數位時代]





第52屆電視金鐘獎藝人出席率創歷年之最，連帶帶動收視率成長。根據統計，全國電視加上新媒體總收視人口數近800萬人，一舉超越去年成績。典禮收視最高點不在尾聲大獎，而是落在吳宗憲與女兒Sandy吳姍儒共同頒發獎項，瞬間飆上4.23。

今年電視轉播金鐘吸引近400萬人次收看，三立無線收視3.17、有線收視3.88，有250萬觀眾收看，另公共電視收視1.37，則有155萬觀眾收看。剩下的收視人口透過網路看直播，多個平台總計有近400萬人收看。

今年典禮主持人則由黃子佼與任家萱擔任，三段表演精彩融合跨界元素與新科技AR+MR的應用，節目流暢及時間掌握得宜也獲得觀眾一致好評。另電視金鐘獎也準時在晚上11點半前結束，除了主持人精準掌握節目流程，頒獎者和得獎人們精簡致詞皆功不可沒。[2017/10/02, 聯合報]

廣告營收嚴重萎縮 WSJ歐亞版紙本報 吹熄燈號

因應數位化的結構調整，梅鐸新聞集團 (News Corp) 旗下的《華爾街日報》 (WSJ) 宣布，停止發行歐洲版與亞洲版的紙本報，歐洲版本周五最後一次出刊，亞洲版則於下周五 (6日) 發行末代版後吹熄燈號，這也再次凸顯出紙媒面對廣告營收嚴重萎縮，不得不轉型求生的困境。

《華爾街日報》歐亞版紙本報停刊後，部分市場不再販售紙本報，一些歐亞城市例如東京，只會賣前一日的美版報紙。WSJ歐洲版編輯於周五 (29日) 最後一次出刊的報紙上敬告讀者，該報承諾會透過數位服務，提供品質與深度不減的報導。

WSJ統計數據顯示，今年第2季，WSJ紙本報在歐洲、中東暨非洲地區的銷售量，從去年同期的5.9萬份跌至4.9萬份；亞太地區銷量由5.4萬份下滑到4.5萬份。同一時間，美國版紙本銷量超過110萬份。

WSJ減少紙本版發行量的決定，主要是配合該報的編輯結構大幅調整計畫，將這份擁有128年歷史的傳統紙媒，轉型為行動優先 (mobile-first) 的新聞運作模式。最近1年來，WSJ推動名為「WSJ 2020」戰略，試圖吸引更多訂戶轉向數位平台。

WSJ並非唯一一家緊縮海外印刷版業務的美國報紙。《紐約時報》去年就收掉巴黎的編輯與印刷事業，裁員多達70人。

[2017/09/30, 工商時報]



Netflix亞太區董事總經理郭又銓在9月27日舉辦的國際電視產業論壇上表示，隨著觀看習慣的變化，現在觀眾想要的不再是過去電視頻道單方面提供的節目內容，而是希望透過自己的喜好、去找到適合自己的影音節目。因此Netflix希望以消費者為中心，透過AI人工智慧與演算法技術的協助，確保推薦給用戶的影音內容可以投其所好。

另一方面，郭又銓提到在Netflix所採用的安全機制，對於打擊盜版有不錯的成效。他引用市調機構的調查報告，指出在使用隨選視訊服務後，有68%的用戶不會再收看盜版影音內容。原因在於用戶其實並非想要收看盜版內容，只是由於過去想要看到的影音內容很難找到，才會透過搜尋盜版內容的方式。

Netflix目前提供服務的國家數量已經達到190個，其中用戶數已經突破1億、每天收看串流影音的總時數更超過1.25億小時，顯示該影音服務持續受到民眾歡迎。而Netflix也在持續與優質的在地影音節目合作，包含三立電視劇與植劇場的作品，都陸續在Netflix平台上推出，提供給不同國家的用戶收看。[2017/09/27, 自由時報]

Netflix未來5年將斥資在加製作原創影集

線上影音串流業者Netflix與加拿大聯邦傳統部部長喬里(Melanie Joly)28日宣布，未來5年Netflix將耗資5億加元(約新台幣121億5,000萬元)於加國製作原創電影和電視節目。

Netflix 2018年製作預算估計達70億美元(約新台幣2,126億元)，這筆費用約佔5%。

作為與渥太華(Ottawa)當局協議的一部份，Netflix將在加國開設第一間美國以外的電影製作公司，在避免最低限度「加拿大內容」(Canadian content)規定的同時，繳交費用給政府作為藝術基金。

Netflix也同意在全球平台上以英文和法文強調加拿大製作的內容。

喬里在一則談話中表示：「在學習我們在世界的定位時，能看見並聽見反映出我們是誰的故事，對我們而言很重要。」

她稍後告訴記者：「我希望這(協議)將成為其他國家仿效的典範。」[2017/09/29, 中央社]

NETFLIX



飛上40,000英尺高空，這是影音串流平台Netflix的下一步，要透過自家手機串流科技與航空公司合作，讓乘客在飛航途中享受高品質的串流影音。

Netflix在去年推出行動裝置的離線收看功能，目的是讓網路訊號不穩定的地區也能順利收看，也成為一般用戶想在飛航過程中收觀賞影音內容的方法，不過未來將有所改變。

2015年Netflix與美國維珍美國航空（Virgin America）簽訂協議，在特定的航班上提供免費Wi-Fi，之後Netflix也與墨西哥國際航空、澳洲航空、維珍澳洲航空簽訂類似合作。根據Netflix說法，使用自家研發的行動編碼技術，航空公司可以省下75%的頻寬消耗，同時乘客依然能觀賞高品質影片。

未來Netflix要透過自家手機串流科技與航空公司合作，從2018開始會將高效率行動頻寬技術帶進全球機艙，安裝Ka-band、Gogo's 2Ku 機上Wi-Fi 技術的航班，乘客可以透過自己的行動裝置收看Netflix，非會員可以在登機前申請30天免費試用，航空公司也能因此增加乘客收益，Netflix希望提供平價甚至免費的Wi-Fi 娛樂來與更多航空公司合作。

Netflix表示，這種高效的行動編碼技術可以在手機上呈現DVD品質，比常規編碼技術減少36%頻寬消耗。透過Netflix的品牌光環效應，吸引航空業者投資新世代Wi-Fi，除了要建立一個可持續發展模式，也能改善顧客滿意度。[2017/09/26, 數位時代]

國際視野



社群媒體為行銷人員提供了越來越多的媒體選擇，而非僅僅展示廣告，但哪一種是最重要的？

The Creative Group 的一項最新研究，調查了400位美國廣告行銷主管，詢問他們關於2018年的社群媒體趨勢，預測哪些社群媒體對廣告行銷的影響力最大。

三分之一的廣告行銷主管表示，社群訊息 (social messaging) 將在2018年發揮其影響力，是受訪者預測的第一名。

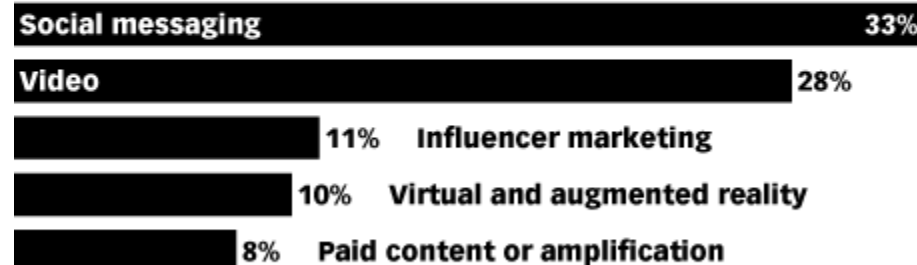
影片則為另一個趨勢，許多受訪者 (28%) 表示影片在他們明年的行銷策略中會是個重要角色，此結果並不令人感到意外。

另外，影響力行銷 (influencer marketing) 也持續提升關注度，11%的受訪者預測其影響極大；同時，僅10%的人認為虛擬實境及擴增實境 (VR and AR) 會對社群行銷策略產生影響。

一項2017年3至4月進行，來自 gen.video 和 Geometry Global 的獨立研究發現，九成的社群網路用戶受到影響，在看完社群媒體的內容後產生購買行為，而所有類型內容中影片的影響最大。

Leading Social Media Trends that Will Have the Biggest Effect on Their 2018 Advertising and Marketing Strategy According to US Advertising and Marketing Executives

% of respondents



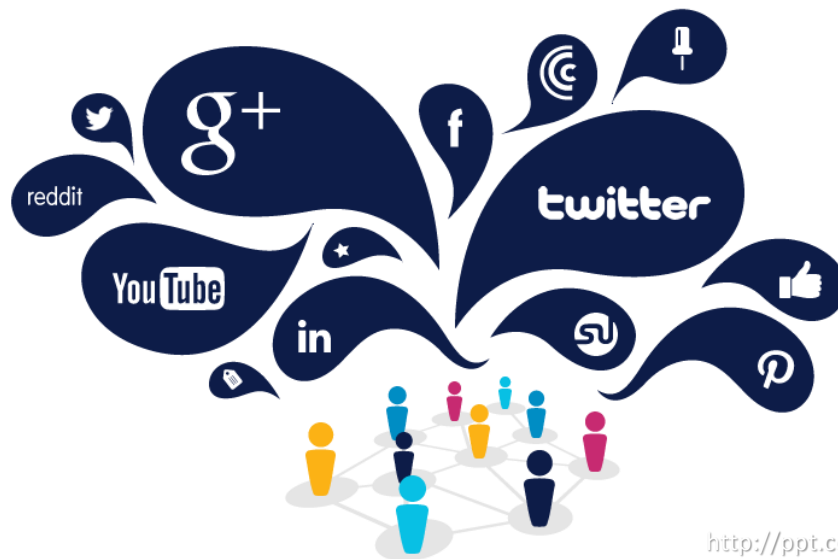
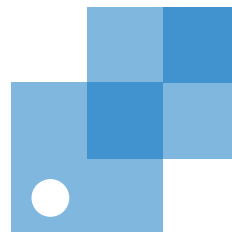
Source: The Creative Group, Sep 5, 2017

230426

www.eMarketer.com

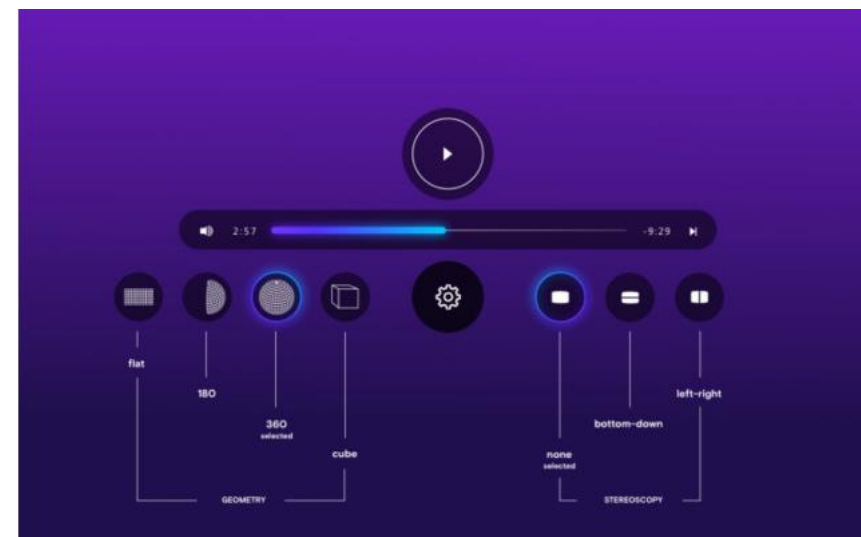
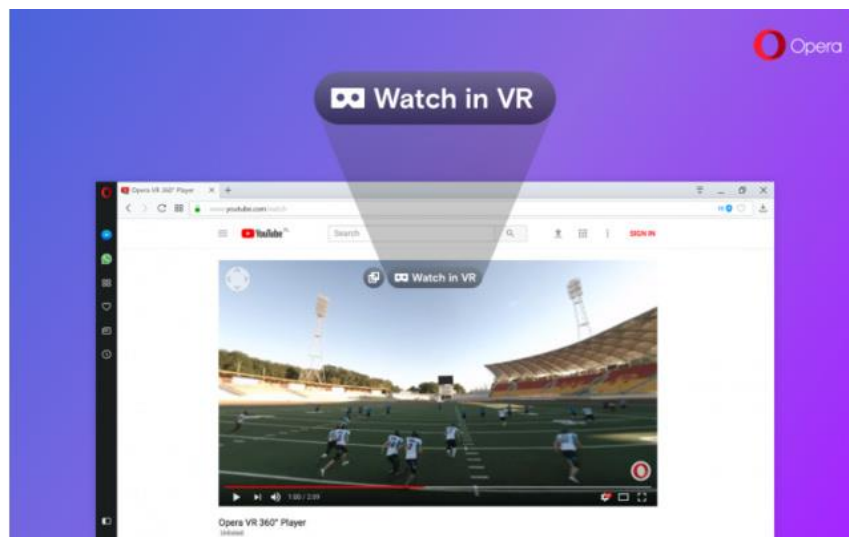
New
Idea

科技瞭望



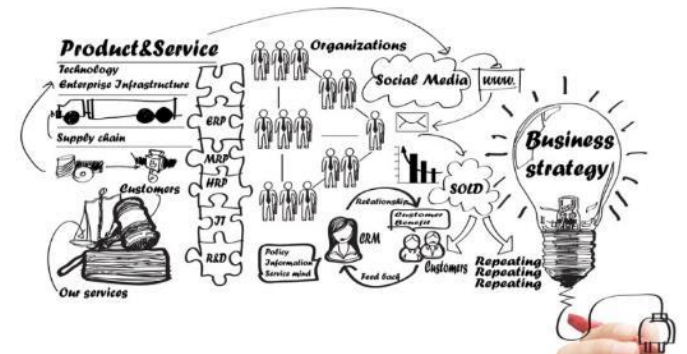
當Google Chrome還在開發VR版本的瀏覽器時，另一家瀏覽器Opera則在近日釋出的Developer 49版本中，推出讓任何線上影片都能以VR頭戴裝置觀看的功能，只要點下影片上方的「在VR中觀看」按鍵，就能夠享受置身影片中的效果，它還支援一般、180度及360度影片的播放，比起一般需先下載影片，再開啟VR影片播放器觀看容易許多。

而目前配合Opera功能的影音平台包括YouTube、Facebook及Vimeo，支援的VR頭戴裝置則有HTC Vive、Oculus Rift、OSVR HDK2 Plus等，前提是要先連結上播放裝置才行。



Project

專案介紹



<http://ppt.cc/7VY2g>



衛視中文台
2017年9月~2018年2月 業務專案



1

主君的太陽



- 播出時間：9月1日-9月19日，週一~週五 2000~2200
- 節目長度：25集，共13天(部分一天一集 & 一天二集)
- 超強卡司：蘇志燮、孔曉振、徐仁國、金執利
- 劇情簡介：講述了因為事故後能夠看見鬼的女人和守護在她身邊的男人之間的故事。融合了驚悚和浪漫喜劇元素。

加油吧 河娜(獨酒男女)



- 播出時間：9月20日-10月4日，週一~週五 2000~2200
- 節目長度：22集，共11天(一天二集)
- 超強卡司：河錫辰、林河宣、黃雨瑟惠、孔 明、閔鎮雄、金元海
- 劇情簡介：「獨自飲酒的男女」為主題的電視劇描述看明星講師的臉色，為補習班業績戰戰兢兢的老闆，以及為吸引學生而花招百出的講師們之間的故事

月光下的童話(雲畫的月光)



- 播出時間：10月5日-10月25日週一~週五 2000~2200
- 節目長度：26集，共15天(部分一天一集 & 一天二集)
- 超強卡司：朴寶劍、金裕貞、鄭振永、蔡秀彬、郭東延
- 劇情簡介：朝鮮第23代君主純祖與中殿嚴氏的嫡長子暨王世子。想擺脫朝廷受外戚干政的現狀，與領議政金憲等人為敵。

奔跑吧 第一季(奔跑吧 兄弟 第五季)



- 播出時間：10月15日~12月31日 週日 1900~2100 (若銷售冠名，會調整時段)
- 節目長度：兩小時X12集
- 主持人：鄧超, Angelababy, 李晨, 鄭愷, 王祖藍, 陳赫, 鹿晗, 迪麗熱巴
- 特別來賓：劉嘉玲, 林志玲, 容祖兒, 林俊傑, 阮經天, 林嘉欣, 林依晨, 王力宏
- 節目簡介：節目成員均會與該期嘉賓進行一系列任務，並爭取在競賽中的提示任務，而任務內容會圍繞該期主題。節目流程主要有兩種形式：多個小任務及追逐戰。勝出的隊伍或個人，將獲得該期的勝利與獎品。

贊助方案/專案預算	衛視中文台
進出口卡 專案	■ 二集 進出口卡：5秒 X 2(IN/OUT) X 7破口 X 2集 x 3次 (1首+2重)=420秒



8

片頭片尾 專案價目表

專案預算	專案內容
主君的太陽 9月1日-9月19日 共13天 週一~週五 2000~2200、 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 13天 大小片頭/片尾曲搭配 ■ 30" Promo 音樂授權露出使用：60檔 ■ 60秒MV：56檔(4檔 x 7天 x 2周)

進出口卡 專案價目表

專案預算	專案內容
主君的太陽 9月1日-9月19日 共13天 週一~週五 2000~2200、 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 銷售組數：一組五天 ■ 總秒數：5秒 x 2(IN/OUT) x 3破口 x 3次(1首+2重) x 5天 = 450秒 (1首—2100~2200+2重—2000~2100 & 1300~1400) ■ SW 週一~週五 2000~2200 進出口卡：5秒 x 2(IN/OUT) x 8破口 x 5天 x 2週 = 800秒
加油吧 河娜(獨酒男女) 9月20日-10月4日 共12天 週一~週五 2000~2200、 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 銷售組數：一組五天 ■ 總秒數：5秒 x 2(IN/OUT) x 3破口 x 3次(1首+2重) x 5天 = 450秒 (1首—2100~2200+2重—2000~2100 & 1300~1400) ■ SW 週一~週五 2000~2200 進出口卡：5秒 x 2(IN/OUT) x 8破口 x 5天 x 2週 = 800秒

我的野蠻公主



□ 播出時間: 10月26日~11月20日 週一~週五 2000-2200

□ 節目長度: 23集, 共18天(部分一天一集 & 一天二集)

□ 卡司: 「龍八夷」周元
「第二次愛上你」吳濬序

□ 劇情簡介:

在一場權力鬥爭的陰謀下, 輝宗痛失皇位, 懷六甲的中殿韓氏, 並立朴氏為中殿; 韓氏在被廢出宮時遇襲, 卻拚了最後一絲元氣誕下王子; 多年後, 號稱朝鮮國寶的大提學之子甄優從濟國學成歸來, 在一場歡慶後, 遇上一名醉酒的絕美女子, 結下不解之緣...

王在相愛



□ 播出時間: 11月21日~12月25日 週一~週五 2000-2200

□ 節目長度: 28集, 共25天(部分一天一集 & 一天二集)

□ 卡司: 「擁抱太陽的月亮」宋承憲
「少女時代」潤娥
「步步驚心 麗」洪宗玄

□ 劇情簡介:

內容描述有著魅惑外貌的世子王璉與高麗王族王麟, 以及打破兩人兄弟情的女人殷璵之間的故事。

步步驚心 麗



□ 播出時間: 12月26日~1月15日 週一~週五 2000-2200

□ 節目長度: 28集, 共14天(一天二集)

□ 卡司: 「王的男人」李準基
「夢想起飛Dream High」IU
「繼承者們」姜河那

□ 劇情簡介:

改編自同名中國小說和電視劇《步步驚心》。內容講述生活在21世紀的海秀(IU 飾), 穿越到了高麗時代陷入歷史事件中心, 與四王子王昭(李準基 飾) 展開了熱烈的戀情。

主君的面具



□ 播出時間: 2018年1月15日~2月15日 週一~週五 2000-2200

□ 節目長度: 28集, 共24天(部分一天一集 & 一天二集)

□ 卡司: 「想你」, 「Remember」俞承豪
「燦爛的守護神 鬼怪」金所炫
「主君的太陽」金明洙

□ 劇情簡介:

描寫了王世子李道(俞承豪 飾) 與將朝鮮八道的水私有化且擁有強大財富與權力的組織邊首會所做的正義鬥爭。

進出口卡 專案價目表	專案預算	專案內容
我的野蠻公主 進出口卡 10月26日~11月20日 週一~週五 2000-2200 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 銷售組數：一組五天 ■ 總秒數：5秒 x 2(IN/OUT) x 3破口 x 3次(1首+2重) x 5天 = 450秒 (1首~2100~2200+2重~2000~2100 & 1300~1400) ■ SW 週一~週五 2000~2200 進出口卡：5秒 x 2(IN/OUT) x 8破口 x 5天 x 2週 = 800秒	
王在相愛 進出口卡 11月21日~12月25日 週一~週五 2000-2200 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 銷售組數：一組五天 ■ 總秒數：5秒 x 2(IN/OUT) x 3破口 x 3次(1首+2重) x 5天 = 450秒 (1首~2100~2200+2重~2000~2100 & 1300~1400) ■ SW 週一~週五 2000~2200 進出口卡：5秒 x 2(IN/OUT) x 8破口 x 5天 x 2週 = 800秒	

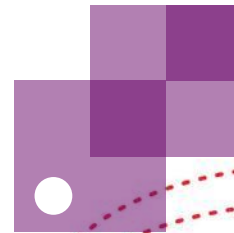
冠名 專案價目表	專案預算	贊助內容
我的野蠻公主 冠名 10月26日~11月20日 共18天 週一~週五 2000-2200 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 冠名時段：每周～五 0800～1000、1300～1500、0000～0200、0400～0600，共4次 ■ 節目冠名：18天 x 4播次 ■ 大片頭/大片尾：5秒 x 2次 x 18天 x 4播次 = 720秒 ■ 小片頭/小片尾：5秒 x 12次 x 18天 x 4播次 = 4320秒 ■ NEXT ON卡：5秒 x 6段 x 18天 x 4播次 = 2160秒 ■ 30" 冠名Promo：30秒 x 100檔 = 3000秒 ■ 首播頭尾標版：指定排播 2000～2200、10秒 x 18天 = 180秒	
王在相愛 冠名 11月21日～12月25日 共25天 週一～週五 2000-2200 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 冠名時段：每周～五 0800～1000、1300～1500、0000～0200、0400～0600，共4次 ■ 節目冠名：25天 x 4播次 ■ 大片頭/大片尾：5秒 x 2次 x 25天 x 4播次 = 1000秒 ■ 小片頭/小片尾：5秒 x 12次 x 25天 x 4播次 = 6000秒 ■ NEXT ON卡：5秒 x 6段 x 25天 x 4播次 = 3000秒 ■ 30" 冠名Promo：30秒 x 150檔 = 4500秒 ■ 首播頭尾標版：指定排播 2000～2200、10秒 x 25天 = 250秒	

進出口卡 專案價目表	專案預算	專案內容
步步驚心 麗 進出口卡 12月26日~1月15日 週一~週五 2000-2200 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 銷售組數：一組五天 ■ 總秒數：5秒 x 2(IN/OUT) x 3破口 x 3次(1首+2重) x 5 天 = 450秒 (1首—2100~2200+2重—2000~2100 & 1300~1400) ■ SW 週一~週五 2000~2200 進出口卡：5秒 x 2(IN/OUT) x 8破口 x 5 天 x 2週 = 800秒	
主君的面具 進出口卡 1月15日~2月15日 週一~週五 2000-2200 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 銷售組數：一組五天 ■ 總秒數：5秒 x 2(IN/OUT) x 3破口 x 3次(1首+2重) x 5 天 = 450秒 (1首—2100~2200+2重—2000~2100 & 1300~1400) ■ SW 週一~週五 2000~2200 進出口卡：5秒 x 2(IN/OUT) x 8破口 x 5 天 x 2週 = 800秒	

冠名 專案價目表	專案預算	贊助內容
步步驚心 麗 冠名 12月26日~1月15日 共14天 週一~週五 2000-2200 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 冠名時段: 每週一~五 0800~1000、1300~1500、0000~0200、0400~0600, 共4次 ■ 節目冠名: 14天 x 4播次 ■ 大片頭/大片尾: 5秒 x 2次 x 14天x 4播次 = 560秒 ■ 小片頭/小片尾: 5秒 x 12次 x 14天x 4播次 = 3360秒 ■ NEXT ON卡: 5秒 x 6段 x 14天 x 4播次 =1680秒 ■ 30" 冠名Promo: 30秒 x 100檔 = 3000秒 ■ 首播頭尾標版: 指定排播 2000~2200、10秒 x 14天 = 140秒	
主君的面具 冠名 1月15日~2月15日 週一~週五 2000-2200 共24天 (部分一天一集 & 一天二集)	■ 冠名時段: 每週一~五 0800~1000、1300~1500、0000~0200、0400~0600, 共4次 ■ 節目冠名: 25天 x 4播次 ■ 大片頭/大片尾: 5秒 x 2次 x 24天x 4播次 = 960秒 ■ 小片頭/小片尾: 5秒 x 12次 x 24天x 4播次 = 5760秒 ■ NEXT ON卡: 5秒 x 6段 x 24天 x 4播次 =2880秒 ■ 30" 冠名Promo: 30秒 x 150檔 = 4500秒 ■ 首播頭尾標版: 指定排播 2000~2200、10秒 x 24天 = 240秒	

Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwwf>



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了東方傳奇皇耆飲	FTV	閩南語連續劇	3.76
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	3.70
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.25
4	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.84
5	航海王23	TTV	卡通影片	1.78
6	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.71
7	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.25
8	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.15
9	實習醫師鬥格	FTV	國語連續劇	1.13
10	三生三世十里桃花	CTV	大陸劇	1.06
11	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.04
12	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	FTV	國語連續劇	1.02
13	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.02
14	1800航海王23	TTV	卡通影片	0.99
15	1300幸福來了東方傳奇皇耆	FTV	閩南語連續劇	0.99
16	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.94
17	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.93
18	噗通噗通我愛你大誠保險經	TTV	國語連續劇	0.91
19	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.89
20	綜藝3國智高島	TTV	競賽綜藝	0.85

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	3.17
2	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	2.97
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.62
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.71
5	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	1.68
6	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.49
7	真假貴公子	GTV-D	韓劇	1.37
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.27
9	第52屆電視金鐘獎星光大道	SL2	特別節目	1.09
10	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.01
11	草地狀元甘味人生活菌母	SANLI	知識資訊節目	0.98
12	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.98
13	1900白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	0.98
14	文茜的世界財經周報	CTiN	新聞性質節目	0.92
15	2215阿母	SANLI	閩南語連續劇	0.87
16	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.87
17	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	0.82
18	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.82
19	1230一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	0.82
20	守護者K2熹妃傳	ET-D	韓劇	0.82





無線台TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.28
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	1.87
3	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.79
4	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.60
5	幸福來了東方傳奇皇耆飲	FTV	閩南語連續劇	1.51
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.42
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.24
8	實習醫師鬥格	FTV	國語連續劇	0.89
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.85
10	神偷怪盜	CTS	卡通影片	0.85

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	航海王23	TTV	卡通影片	2.67
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	2.43
3	幸福來了東方傳奇皇耆飲	FTV	閩南語連續劇	2.15
4	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.13
5	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.85
6	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.63
7	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.52
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.16
9	綜藝3國智高島	TTV	競賽綜藝	1.09
10	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	FTV	國語連續劇	1.08

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	2.69
2	幸福來了東方傳奇皇耆飲	FTV	閩南語連續劇	2.39
3	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.98
4	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.92
5	航海王23	TTV	卡通影片	1.56
6	噗通噗通我愛你大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.36
7	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.22
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.13
9	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.03
10	三生三世十里桃花	CTV	大陸劇	1.03

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了東方傳奇皇耆飲	FTV	閩南語連續劇	6.85
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	6.22
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	4.66
4	1300幸福來了東方傳奇皇耆	FTV	閩南語連續劇	2.26
5	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.13
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.13
7	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.86
8	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.73
9	航海王23	TTV	卡通影片	1.72
10	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.66





有線台TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第52屆電視金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	3.19
2	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	1.91
3	第52屆電視金鐘獎星光大	SL2	特別節目	1.18
4	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.06
5	2215阿母	SANLI	閩南語連續劇	0.97
6	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.95
7	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.94
8	SUGAR糖果手機綜藝大熱	SL2	娛樂綜藝	0.93
9	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.92
10	2200SUGAR手機綜藝大熱	SL2	娛樂綜藝	0.88

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第52屆電視金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	3.43
2	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	3.43
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.54
4	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.38
5	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	1.30
6	2200SUGAR手機綜藝大熱	SL2	娛樂綜藝	1.28
7	第52屆電視金鐘獎星光大	SL2	特別節目	1.26
8	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.15
9	SUGAR糖果手機綜藝大熱	SL2	娛樂綜藝	1.06
10	草地狀元甘味人生活菌母	SANLI	知識資訊節目	0.98

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第52屆電視金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	3.27
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.27
3	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	2.21
4	草地狀元甘味人生活菌母	SANLI	知識資訊節目	1.27
5	SUGAR糖果手機綜藝大熱	SL2	娛樂綜藝	1.11
6	2200SUGAR手機綜藝大熱	SL2	娛樂綜藝	1.10
7	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	1.08
8	文茜的世界財經周報	CTiN	新聞性質節目	1.05
9	第52屆電視金鐘獎星光大	SL2	特別節目	1.01
10	守護者K2熹妃傳	ET-D	韓劇	0.96

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	3.96
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.59
3	第52屆電視金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	3.28
4	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	2.84
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.34
6	1900白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.77
7	1230一家人一家烤肉萬家	SANLI	閩南語連續劇	1.54
8	文茜的世界財經周報	CTiN	新聞性質節目	1.42
9	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	1.37
10	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	1.33





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
TTV/台視	0.55	0.32	0.31	0.43	0.88
CTV/中視	0.49	0.28	0.23	0.31	0.89
FTV/民視	0.31	0.09	0.13	0.16	0.64
CTS/華視	0.26	0.14	0.15	0.26	0.38

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	0.44	0.18	0.29	0.49	0.66
SETN/三立新聞	0.42	0.11	0.18	0.35	0.79
ET-N/東森新聞	0.41	0.15	0.24	0.43	0.66
FTVN/民視新聞	0.41	0.11	0.1	0.23	0.88
CTiN/中天新聞台	0.4	0.09	0.16	0.3	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.04	0.06	0.13	0.47
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.05	0.08	0.2	0.29
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.05	0.13	0.29
NTVN/壹新聞	0.13	0.04	0.07	0.13	0.22

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	幸福來了東方傳奇皇耆飲	FTV	3.76
2	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	2.97
3	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	1.68
4	真假貴公子	GTV-D	1.37
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.27
6	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	1.15
7	實習醫師鬥格	FTV	1.13
8	三生三世十里桃花	CTV	1.06
9	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	FTV	1.02
10	1300幸福來了東方傳奇皇耆	FTV	0.99

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	3.70
2	超級紅人榜	SANLI	2.62
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.25
4	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	1.84
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	1.71
6	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	1.71
7	綜藝玩很大	SL2	1.49
8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.25
9	超級天王豬哥秀	CTS	1.04
10	愛妮雅舞力全開	FTV	1.02

新聞類/全體

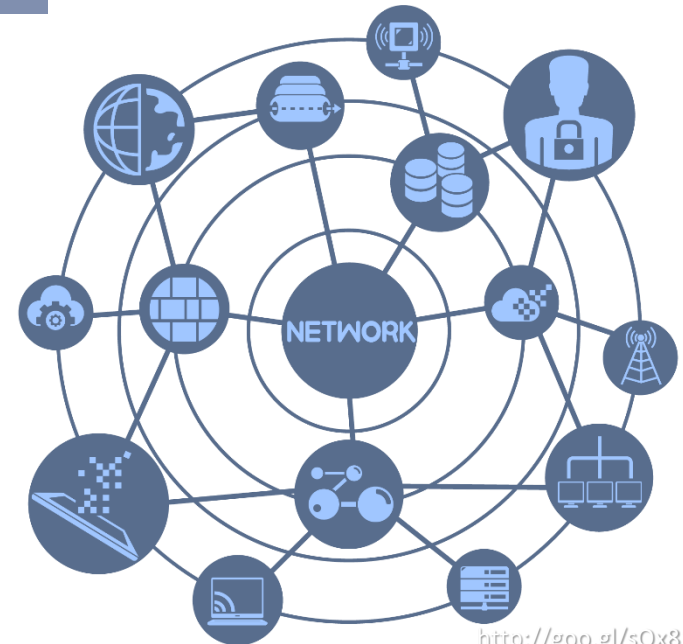
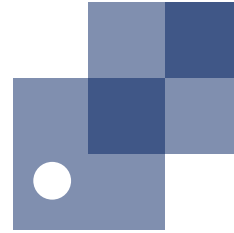
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	1.01
2	文茜的世界財經周報	CTiN	0.92
3	新台灣加油	SETN	0.82
4	文茜的世界周報	CTiN	0.80
5	政經看民視	FTVN	0.78
6	驚爆新聞線	SETN	0.75
7	台灣亮起來	SETN	0.73
8	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.70
9	新聞龍捲風嗆鮮爆	CTiN	0.70
10	神秘52區	CTiN	0.70

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	0.89
2	型男大主廚	SL2	0.75
3	型男大主廚甘味人生活菌母	SL2	0.73
4	青春好7淘	SANLI	0.64
5	愛玩客之移動廚房	SL2	0.52
6	直中職28年統VS中	VLSPT	0.46
7	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.45
8	食尚玩家來去住一晚	TVBSG	0.43
9	美鳳有約鳳凰天后燕	FTV	0.42
10	食尚玩家	TVBSG	0.40

Network

網路觀察



<http://goo.gl/sQx81T>

15-24歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數 (百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Google Sites	2,285	93.6	1,029	1647	1180	113,778	14.5	49.8
2	Yahoo Sites	2,198	90.0	635	290	290	40,018	7.3	18.2
3	Facebook	1,760	72.1	549	578	407	50,253	11.5	28.6
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,515	62.0	209	33	30	9,348	3.5	6.2
5	Microsoft Sites	1,264	51.8	210	32	30	11,189	2.9	8.9
6	LINE Corporation	1,235	50.6	347	11	7	1,631	6.9	1.3
7	Garena Online	1,062	43.5	593	13	19	4,027	3.1	3.8
8	Chunghwa Telecom	943	38.6	88	13	12	3,468	3.6	3.7
9	Wikimedia Foundation Sites	926	37.9	113	14	19	4,982	2.8	5.4
10	Oneup Network Corporation	867	35.5	163	57	58	9,678	5.9	11.2
11	ETtoday & EMI Group	853	34.9	137	9	12	5,690	1.6	6.7
12	Next Media Interactive Ltd.	788	32.3	88	8	5	3,494	2.3	4.4
13	PTT.CC	778	31.9	81	7	9	3,421	2.0	4.4
14	Baidu.com Inc.	738	30.2	70	14	12	3,111	4.5	4.2
15	UDN Group	727	29.8	92	17	10	3,705	4.5	5.1
16	Cite Media Holding Group	696	28.5	51	10	9	1,948	5.2	2.8
17	Liberty Times Group	624	25.5	67	8	7	2,586	3.2	4.1
18	KKNEWS.CC	553	22.7	38	4	2	1,346	2.9	2.4
19	Valve Corporation	545	22.3	162	15	17	3,766	4.0	6.9
20	Iqiyi Sites	527	21.6	105	5	9	2,652	1.8	5.0

25-34歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Yahoo Sites	2,620	96.0	941	557	594	63,222	8.8	24.1
2	Google Sites	2,506	91.8	1,126	1589	1285	123,042	12.9	49.1
3	Facebook	1,888	69.2	576	782	800	51,678	15.1	27.4
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,718	62.9	278	38	36	12,727	3.0	7.4
5	Microsoft Sites	1,556	57.0	317	77	40	18,383	4.2	11.8
6	LINE Corporation	1,522	55.7	553	8	8	2,173	3.8	1.4
7	Next Media Interactive Ltd.	1,201	44.0	176	23	16	7,877	2.9	6.6
8	Chunghwa Telecom	1,163	42.6	111	16	19	4,431	3.5	3.8
9	UDN Group	1,096	40.1	149	24	16	6,021	4.0	5.5
10	ETtoday & EMI Group	1,064	39.0	178	14	18	7,244	2.0	6.8
11	Wikimedia Foundation Sites	1,012	37.1	117	14	19	5,033	2.7	5.0
12	Liberty Times Group	916	33.6	116	13	10	4,406	2.9	4.8
13	PTT.CC	876	32.1	103	10	14	4,763	2.0	5.4
14	Cite Media Holding Group	835	30.6	66	14	13	2,542	5.4	3.0
15	Baidu.com Inc.	787	28.8	92	22	18	4,543	4.7	5.8
16	Oneup Network Corporation	786	28.8	138	46	53	8,352	5.5	10.6
17	PChome Online	715	26.2	59	10	27	2,604	4.0	3.6
18	China Times Group	704	25.8	75	4	7	2,850	1.3	4.0
19	Yong Sheng Technology	702	25.7	79	21	19	3,470	6.2	4.9
20	KKNEWS.CC	690	25.3	52	6	3	1,860	3.0	2.7

35-44歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數 (百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Yahoo Sites	2,613	96.5	1,071	885	811	81,056	10.9	31.0
2	Google Sites	2,447	90.4	990	1179	881	95,098	12.4	38.9
3	Facebook	1,698	62.7	466	511	481	37,317	13.7	22.0
4	Microsoft Sites	1,631	60.2	366	126	62	23,488	5.4	14.4
5	PIXNET Digital Media Corporation	1,595	58.9	210	26	25	8,839	3.0	5.5
6	LINE Corporation	1,318	48.7	517	6	5	1,794	3.1	1.4
7	Chunghwa Telecom	1,080	39.9	112	34	28	4,742	7.2	4.4
8	UDN Group	1,047	38.7	153	43	28	6,425	6.6	6.1
9	Next Media Interactive Ltd.	1,030	38.1	152	35	26	7,665	4.5	7.4
10	Liberty Times Group	844	31.2	97	14	11	3,611	3.9	4.3
11	Wikimedia Foundation Sites	830	30.7	75	9	12	3,148	2.8	3.8
12	ETtoday & EMI Group	816	30.1	111	9	11	4,441	2.1	5.4
13	Sanlih Media Group	811	30.0	102	16	9	3,659	4.4	4.5
14	PChome Online	795	29.3	77	22	53	4,172	5.2	5.3
15	Yong Sheng Technology	726	26.8	93	22	19	3,916	5.6	5.4
16	Cite Media Holding Group	674	24.9	51	8	5	2,264	3.6	3.4
17	PTT.CC	605	22.3	56	6	11	2,277	2.6	3.8
18	China Times Group	597	22.1	55	4	4	2,163	1.9	3.6
19	RUTEN.COM.TW	589	21.7	66	30	47	3,644	8.2	6.2
20	Baidu.com Inc.	577	21.3	53	13	10	2,459	5.1	4.3

45-54歲網路使用者

Media		獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1	Yahoo Sites	2,114	95.8	985	1019	940	80,531	12.6	38.1
2	Google Sites	2,027	91.8	804	770	619	70,197	11.0	34.6
3	Facebook	1,428	64.7	378	427	351	29,329	14.6	20.5
4	Microsoft Sites	1,322	59.9	311	84	70	20,159	4.2	15.2
5	PIXNET Digital Media Corporation	1,249	56.6	154	20	19	6,212	3.2	5.0
6	LINE Corporation	1,003	45.5	348	6	5	1,076	5.6	1.1
7	UDN Group	990	44.9	152	66	33	6,369	10.4	6.4
8	Chunghwa Telecom	924	41.9	104	41	30	4,539	9.1	4.9
9	Next Media Interactive Ltd.	853	38.6	117	40	23	5,491	7.2	6.4
10	Liberty Times Group	814	36.9	97	18	11	3,865	4.5	4.7
11	ETtoday & EMI Group	746	33.8	100	10	13	3,819	2.5	5.1
12	Sanlih Media Group	721	32.7	91	19	10	3,433	5.5	4.8
13	PChome Online	676	30.6	69	12	27	2,869	4.1	4.2
14	Wikimedia Foundation Sites	663	30.1	60	6	7	2,345	2.6	3.5
15	China Times Group	594	26.9	83	10	11	3,744	2.6	6.3
16	Fubon Multimedia Technology	530	24.0	56	28	14	2,230	12.3	4.2
17	Cite Media Holding Group	519	23.5	32	4	3	1,187	3.3	2.3
18	Yong Sheng Technology	515	23.3	51	11	9	2,043	5.5	4.0
19	Baidu.com Inc.	469	21.3	46	7	7	2,086	3.3	4.4
20	RUTEN.COM.TW	455	20.6	66	39	55	3,627	10.9	8.0



如果您對以上內容有任何建議，或是訂閱相關事宜，歡迎與我們聯繫。

聯絡單位：宏將廣告 研究資源部

E-mail：MediaResearch@mediadrive.biz

電話：2509-5557#120

