

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1803
01.15-01.21





本期摘要

媒體放大鏡 2017年整體App使用量僅增6%

國際視野 eMarketer最新預估中國程序化廣告量

科技瞭望 驚人創意！手錶手機二合一

專案介紹 2018 VOGUE風格野餐日

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



Flurry：2017年整體App使用量僅增6%



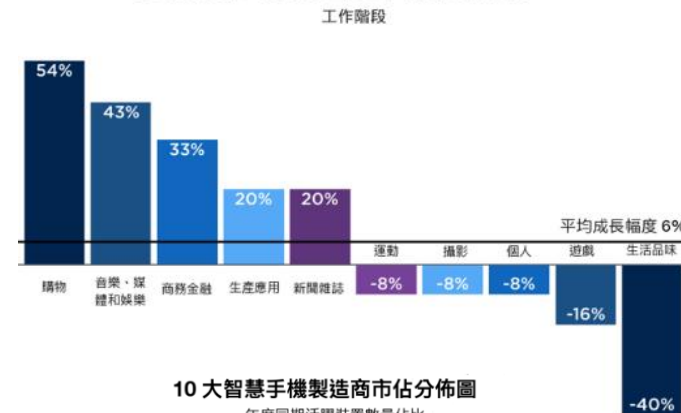
行動數據分析平台Flurry發表《2017 App年度關鍵報告》，數據顯示2017年的App整體使用量（指開啟次數）僅小增6%，遜於2016%的11%成長。Flurry認為，在使用者每日智慧型手機平均使用時間已逾5小時的情況下，如今使用者多只是在新下載與已安裝App間做時間重新分配，已無太多成長空間。

雖然整體使用量成長顯著趨緩，但就單一類別表現來看，還是可以看到比較突出的成長，如購物類App在2017年就有54%的高成長，是所有類別中增長幅度最大的。Flurry認為，這個現象與Apple Pay和Samsung Pay這類電子支付服務讓使用者可儲存付款資料，提升行動購物便利性相關。而購物App使用量的增長也與行動購物佔比不斷拉升的現象相符。

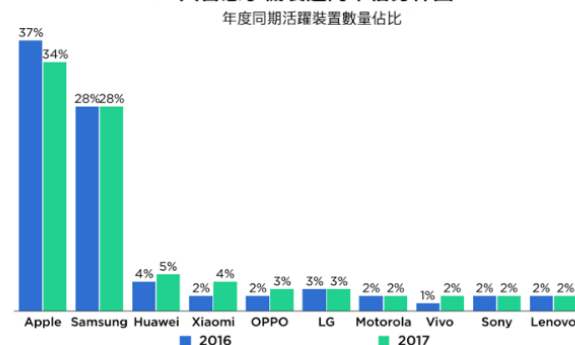
另成長第二高的類別則是「音樂、媒體與娛樂」App，年增幅度43%。Flurry認為這顯示出有愈來愈多使用者觀看媒體內容的行為正逐漸轉移至行動裝置。

除了App類別，Flurry報告指出2017年有55%的活躍裝置為大螢幕手機（5~6.9吋），主要都是從中型手機（3.5~4.9吋）移轉而來。而Android仍然是佔比最大的作業系統，高達三分之二的活躍裝置是來自裝載Android的智慧型手機。但Apple以活躍裝置總量的34%，成為單一品牌的市佔率第一，另三星則是以28%的市佔率位居第二。[2018/1/19, 數位時代]

行動應用程式使用量比去年同期成長了 6%



10大智慧手機製造商市佔分佈圖



台大研究：低頭族滑手機時間比想像中還要長

根據台大醫院的研究發現，透過自行研發的APP統計，民眾花在手機上的實際時間竟比「自認為」多出5成，且手機使用時間越長，就與實際使用的時間相差越大。

根據國發會「106年數位機會發展現況調查」的資料顯示，台灣每100人持有122個門號，平均10人有8.2人擁有智慧型機，顯見智慧手機已與現在人的生活密不可分。因此，台大醫院利用所開發的APP「Know Addiction」進行調查，以大學生為例，每週自認為只使用20小時的人，經由APP測試後竟發現比自覺多5成，為30小時，而且手機使用時間越長，低估實際使用的程度越大。[2018/1/21, 匯流新聞網]

「LINE購物」上線！首創比價導購



LINE今天(1/18)宣布正式在台灣開展電子商務業務，打造全台第一個結合比價導購與LINE Points點數回饋的行動電商入口「LINE購物」。不同於一般網購平台，「LINE購物」與平台型電商、品牌型電商、中小企業電商結盟，讓消費者在LINE應用程式中一站就能輕鬆比較各大平台上不同商家的商品價格，點選商品後就可直接導入各家電商頁面下單，首波共有28家結盟夥伴，也納入現有超過1,000家的LINE@口袋商店。

根據尼爾森所做的2017 LINE使用行為調查結果顯示，LINE應用程式在台灣手機用戶中的安裝率達94%，其中超過6成有網購經驗，全台1,800萬用戶平均一天開啟LINE應用程式超過20次、平均每人每天使用時間近1小時。「LINE購物」就是為了滿足用戶網購需求而推出的行動電商入口，只要打開LINE就能直達各大電商網站，甚至進一步用LINE Pay支付、付款時用LINE Points點數折抵，完成交易後還可獲得LINE Points點數回饋。

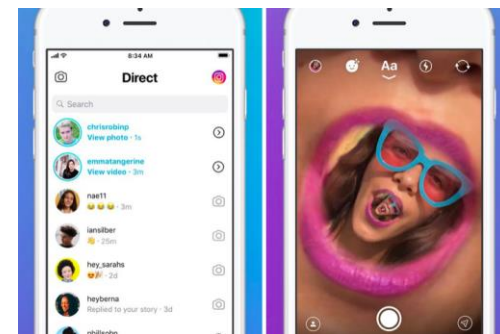
「LINE購物」首波登場的28家結盟夥伴包括Yahoo購物中心、Yahoo超級商城、udn買東西、friDay購物、生活市集、citiesocial、AMZ線上購物、Herbuy親子購物、燦坤快3網路商城、永豐商店等網購平台以及PAZZO、D+AF、東京著衣、OB嚴選、101原創等品牌電商，提供超過2千萬件商品。[2018/1/18, 聯合報]



Instagram上線新功能「最後上線時間」

Instagram 訊息功能「Direct」再度推陳出新，這次向Facebook Messenger以及Whatsapp看齊，推出了「最後上線時間」，但不同於對手，Instagram用戶可透過設定關閉動態顯示，也因此掀起了一波「教學文」風潮。

最後上線時間這項功能，並不會在個人Instagram頁面上顯示，只有在Direct訊息欄中，有過對話的使用者，才能看到你的最後上線時間；同理，從自己的Instagram也只能看到這些使用者的上線動態。但如果關閉了這項功能，不僅別人看不到你的最後上線時間，相對訊息欄裡的朋友的最後上線時間，也會跟著隱藏。[2018/1/19, 數位時代]





為了減少假新聞的出現率，日前 Facebook 宣佈新措施 – 根據可信度來對新聞進行排序。他們的方法是通過對用戶的調查來評估新聞來源的可信度，並統計用戶對不同新聞來源的熟悉度及信任度。例如新聞消息的來源必須具有訊息量，並與當地社區的人息息相關。

Facebook 的 CEO Mark Zuckerberg 表示「重要的問題是我們一直在掙扎，在這個充滿分裂的世界，如何決定哪些新聞來源是被廣泛信任的。我們可以試著自己做出決定，但我們對此並不感到合適。」，「這是一個大變化，但是新聞將依然是人們就重要話題展開談話的關鍵方式。」

祖克柏預計，在演算法調整後用戶在動態消息上看到的新聞報導比例將從5%下降至4%。 [2018/1/22, Qooah]



Facebook 對抗假新聞 用可信度來排序新聞

Google再調整演算法，行動網頁速度慢將降低排名

網站經營者注意！Google今天在官方部落格宣布，將再次更新搜索排名演算法，把「行動版網頁」讀取速度列為重要排名因素。如果你的行動網頁讀取速度不慎理想，建議你在七月之前趕快優化。

官方部落格說明，雖然讀取速度已是項重要排名因素，但主要還是運用在桌面版頁面；但從2018年7月開始，Google會加重行動版網頁讀取速度的權重。

不過，如果原本行動版就做的不錯的網頁倒也不用太緊張。Google表示這次更動只要是鎖定那些行動網頁吊車尾，跑起來特慢的網站；而且這次演算法更動也跟撰寫的Web程式語言無關。網頁內容仍是一項非常強烈的因素，換句話說，所以如果一個行動版緩慢的網頁內容很好，它的搜尋排名仍然可以排在很前面。

[2018/1/19, INSIDE]



台灣手遊直播App上線，讓你一秒變身實況主

搶搭2018台北國際電玩展熱潮，台灣原生手遊直播平台Soocii今（18）日也公佈低調經營三個月的成績，宣布下載數突破10萬；強調自家獨創的「語音群聊」功能，才是最適合行動玩家的直播方式，拉攏素人實況主嘗鮮。

Soocii手遊直播App是資安大廠趨勢科技的內部創業，看好亞洲年輕玩家在電玩社群的成長潛力，目前已經培養約20位素人直播主上線。相較於Twitch、YouTube、甚至金剛直播等平台都有大咖實況主，Soocii並不想用重金挖角的方式經營公司，因為總有比自己更有錢的對手出現，反而專心經營自己的社群比較能長久。

黃國豪說，台灣目前並沒有專為手遊玩家設計的直播平台，過去只能提供單向觀看、文字聊天的互動形式，比較有距離感。而Soocii的設計出來的群聊方式，能讓實況主以類似遞麥克風的概念，和自己的粉絲互動，更有利於經營自己的社群。

他指出，Soocii的用戶有70%是24歲以下，代表年輕人對行動裝置的認同度、手遊的熟悉度其實都很理想，因此服務上線初期，不會有任何收費或打賞機制，希望讓用戶專注在直播行為上，未來才會逐步有拆帳機制。但正因為手遊市場的含金量驚人，不只大公司開始搶進，矽谷新創Omlet也已經卡位一年。面對這種競爭情況，後進者Soocii卻很有信心，強調只要有機會和缺口，就能夠創造自己的「轉換成本」。[2018/1/18, 數位時代]



YouTube合作夥伴計畫，提高加入門檻

YouTube母公司谷歌（Google）宣布，未來YouTube頻道必須在過去一年來擁有至少1000名訂閱者和4000小時觀看時數，才合乎加入YouTube合作夥伴計畫、賺取廣告收益的條件。

過去，YouTube頻道觀看次數只要累積1萬次以上，就符合加入YouTube合作夥伴計畫的條件。

谷歌負責陳列式廣告、影片產品和分析的副總裁穆瑞（Paul Muret）在部落格寫道：「無疑2017是嚴峻的一年，許多議題影響我們的社群和廣告夥伴。」

穆瑞的貼文指出，YouTube將密切監控垃圾訊息、檢舉訊息和其他資訊，以確保頻道符合YouTube關於內容的政策規範。

他表示，谷歌首選（Google Preferred）系統將加入對影片的人工審查，以對影片加強把關。品牌商利用谷歌首選系統，讓廣告與受歡迎的YouTube內容同時出現。

這些變革預計將影響「數量可觀」的YouTube頻道播放廣告資格。[2018/1/17, 中央社]

Intel市場開發部專案經理鄭曜廷1月18日在台灣資通訊傳播協會舉辦的「後匯流時代的新加值服務」論壇中表示，有線電視的下一個機會會是加值服務的應用，未來影片將會是重點，另外家用監視器在海外也有很好的商機，業者應該要去找尋合適台灣的加值服務。

有線電視的下一步將是加值服務的應用，特別是寬頻應用上，將是各家的機會。影像過去的應用大多是在電視上的呈現，但數位匯流走到今日，已經不再只有電視選台，現在也併入網路使用。鄭曜廷指出，在2020年網路有80%都是在使用影音串流，影音使用量會是現在的三倍，連帶雲端遊戲、雲端電視360影片都會是使用上的重點。

不過鄭曜廷提醒，後數位匯流時代，影像使用將越來越多，透過無線和有線網路，讓系統業者緊密串連在一起，且相當多的應用會在雲端做計算，系統業者原本可能只要專注在傳統的影像服務，未來需要投入相當多的資金來提升設備，這對電信業者或系統業者都將是一種負擔。[2018/1/18, ETtoday]

娛百21歲App上線 小豬愷樂今昔抓得住

八大《娛樂百分百》節目即將屆滿21年，做為長青的娛樂新聞性綜藝節目，同時也宣告進軍新媒體，官方APP將於明天1/23晚間6點正式上線，全球開通下載。

粉絲將可零時差接收娛樂資訊、搶先掌握《娛樂百分百》最新動態外，註冊成為會員者，除了獨享偶像們和主持群在幕後的互動花絮，並且擁有參加進棚錄影的優先權，還能獲得製作單位準備的好禮回饋！

《娛樂百分百》官方APP裡有六大專區，其中一個「經典百分百」，是挑選在網路上創造超高點閱率的內容，以及過去在節目誕生的經典組合，例如：羅志祥與小鐘、小鬼搭檔的「單飛比較紅」；愷樂和小優、小甜甜組成的「孝女時代」等參與的節目片段。

觀眾除了能隨時掌握節目資訊，重溫經典內容之外，製作單位大方送出好禮回饋給觀眾朋友，首波好康活動即從1/23至1/29，只要成功下載《娛樂百分百》官方APP並註冊為會員，前1000名粉絲將可獲得「艋舺雞排」的炸物點心兌換券。[2018/1/22, Yahoo奇摩新聞]



Netflix增2400萬用戶 市值突破千億美元

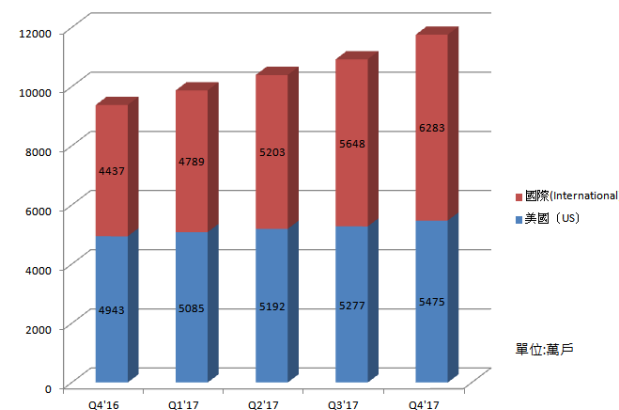


2017年無疑是Netflix豐收的一年，根據最新出爐的財報，其去年用戶數淨增2400萬戶，超過2016年淨增1900萬戶的成長，同時帶動營收年增36%，達117億美元（約合新台幣3443億元）。

Netflix除了在美國本土市場的用戶數、營收、獲利保持穩定成長，去年在海外市場除了第二季，每季都有盈餘貢獻，因此累計Netflix 2017年全年在海外市場的獲利貢獻達到2.27億美元（約合新台幣67億元），是自2010年跨出美國市場以來，在國際市場上首度全年獲利。

Netflix預計2018年在內容的投資還會持續增加，將上看75億~80億美元（約合新台幣2200億~2350億元）。

除此之外，Netflix表示今年在行銷費用的支出也會提高，預計會從13億美元左右提高到20億美元（約合新台幣589億元）。Netflix表示測試的結果告訴他們這會是明智的決定。另外在科技和研發費用支出方面，今年的支出則預計會是13億美元（約合新台幣383億元）。[2018/1/18, 聯合報]



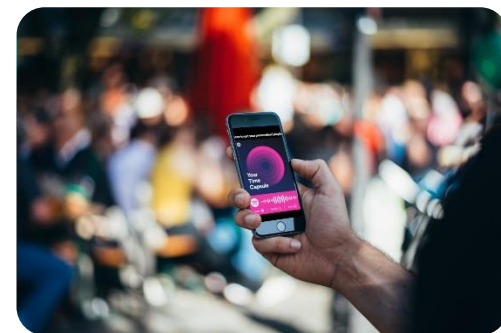
● Netflix近5個季度用戶數成長走勢

Spotify新服務要顛覆廣播了！

音樂、聲音，是用戶到Spotify平台上的主要使用行為，但是除了聽音樂之外，Spotify推出新服務「Spotlight」，將觸角延伸到聲音節目上，希望打造具備視覺元素的聲音內容。

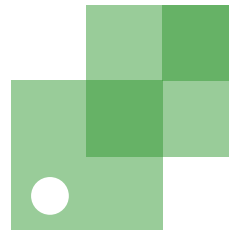
Spotify打算從新聞、政治、運動、流行文化等議題開始著手，會製作4到7分鐘的節目，談論每日議題。此外，這樣的聲音節目還會有視覺元素，例如談到某些資料時，螢幕旁會出現圖表、相關圖片、文字、影片等。換句話說，這樣的內容形式仍然以聲音內容為主，但讓視覺作為輔助角色，補充更多資訊。

新服務Spotlight預計下個月先在美國推出，包含BuzzFeed、Refinery29等8家新媒體都是內容產製夥伴，未來也打算在世界各地區推出服務。[2018/1/19, 數位時代]



Media
trend

國際視野





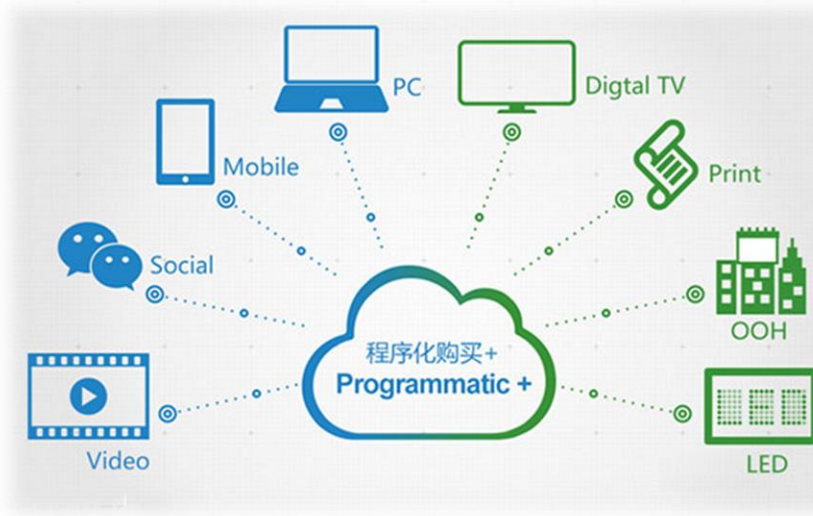
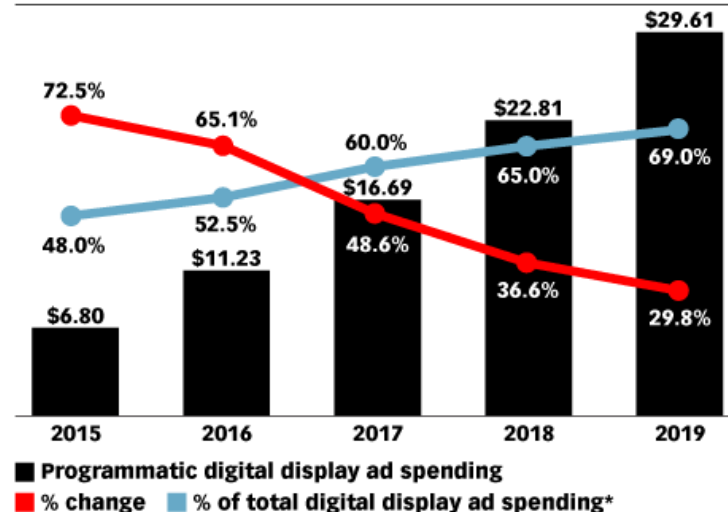
2017年中國程序化購買廣告量支出總額達166.9億美元，比2016年增長了48.6%。而消費者最常使用的數位媒體平台：百度、阿里巴巴、騰訊等將繼續主導中國程序化廣告購買。

中國是一個以行動為大的市場，所以廣告商隨消費者行為影響，行動廣告為主要投入；2017年有79.9%的程序化購買花費落在行動廣告。預測行動將帶領整體程序化成長。

百度、阿里巴巴、騰訊為中國三大龍頭，大部分的媒體廣告量都掌握在他們手上。2017年直接銷售的程序化數位展示型廣告約佔63.5%，而即時競價（RTB）約佔36.5%。

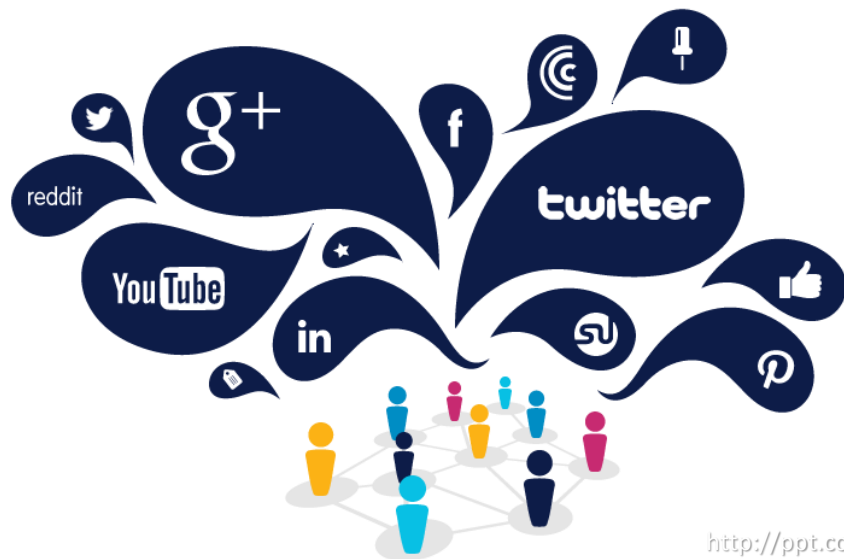
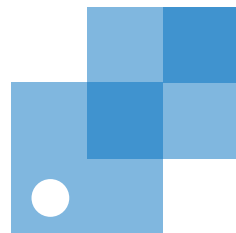
2017年，中國展示型廣告量份額（60%）仍低於美國（78%）和英國（79%）。雖然中國的廣告主對於數位行銷的選擇限制較多，但美國與英國的出版商數量持續增長，未來競爭與消費也將隨之增加。

Programmatic Digital Display Ad Spending in China, 2015-2019
billions, % change and % of total digital display ad spending*



New
Idea

科技瞭望

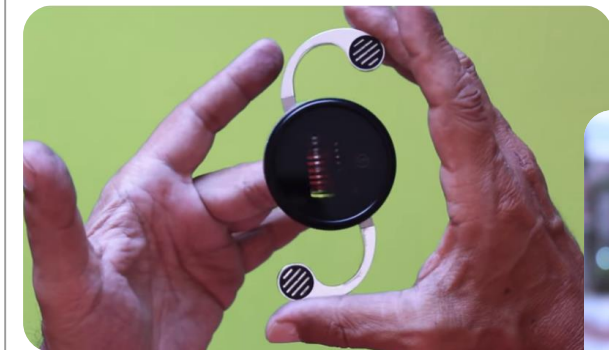




在Apple Watch、Gear S3等智慧型穿戴裝置如雨後春筍般出現的現在，不少消費者對可與智慧型手機搭配的「智慧手錶」已相當熟悉；不過，將手機與手錶二合為一的裝置，可就相當少見。一家新創公司，就推出了這款名為Shell的智慧裝置，成功將手機結合了手錶。

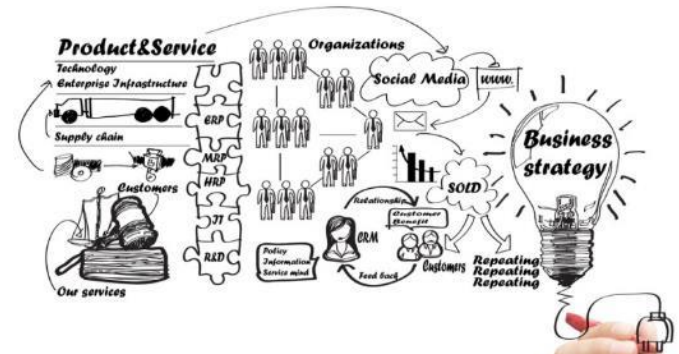
這款智慧手錶的製造者Azar Talibzade表示，Shell是一款擁有完整獨立功能的智慧手表，可解決穿戴裝置無法獨立使用的限制。Shell安裝於手錶錶帶上時，看起來就是普通智慧型手表，但只要按個按鈕，將手錶主體與錶帶分離後，Shell就能變成一部小型的智慧型手機，支援4G LTE網路與GSM。從錶帶上卸下後，再按個鈕，Shell機身上將會出現一對狀似「翅膀」的小零件，內含天線、麥克風與鏡頭等，舒展開的小翅膀，就讓Shell成為可以正常湊到耳邊講電話的智慧型手機。

另外，這對「翅膀」甚至還提供緊急手搖充電的功能，只要反覆的上下彎曲這對翅膀，就能替裝置充電；官方數據顯示，只要持續彎曲3至5分鐘，就能提供Shell幾分鐘的通話電力；至於如此前衛的設計會否受到市場青睞，則須看接下來的市場表現了。這款「Shell」智慧型手表將會在群眾募資網站Indiegogo接受預訂，起始售價約為150美元左右。



Project

專案介紹



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



活動精彩回顧

超過40個
最具有好感度品牌
打造特色市集

台灣最有風格的野餐
總參與人潮
45,000人+

2017 社群觸及人數
1,600,000+

IG熱門標籤
#voguepicnic
1,188則+
#風格野餐日
6,037則+

2017活動花絮video <https://goo.gl/RiKvKD>

2018 VOGUE #風格野餐日 活動時間&地點

台北：2018/4/--(六)
(如遇天候不佳，將延後一週於4/--舉辦)
活動時間：11:00am – 8:00pm
活動場地：- TBC -

台中：2018/5/--(六)
(如遇天候不佳，將延後一週於5/--舉辦)
活動時間：11:00am – 8:00pm
活動場地：- TBC -

**— VOGUE —
go 風格
野餐日**

台北場地

- 市民廣場(台北市政府前)
- 美堤河濱公園

台中場地

- 市民廣場(勤美誠品對面)
- 新市政公園(近國家歌劇院)

參與品牌時程規劃-TBC

Wave1

2018/1/19 (五)

- 主視覺圖像設計出爐(1月初)
- 野餐商品選品完成 + 包裝製作
- **品牌商品買入，至少1,000組

Wave2

2/8(五)

- FB event page
- 1/31前確認上路燈旗合作廠商&單位
- 贊助商攤位活動規劃、贊助商舞台活動規劃、有無贈品規劃(份數)——第一波確認

Wave3

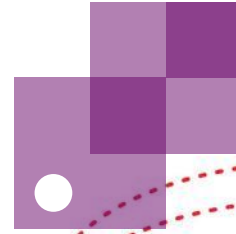
3/9(五)

- 確認活動地圖+優惠資訊
- 贊助商攤位活動規劃、贊助商舞台活動規劃、有無贈品規劃(份數)——第二波確認

品牌LOGO、品牌故事及商品特色圖文資料、贊助商攤位活動規劃、贊助商舞台活動規劃、有無贈品規劃(份數) - **皆請在確定合作後即可提供。**

Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwf>



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	4.73
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	4.15
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.88
4	航海王23	TTV	卡通影片	2.13
5	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.11
6	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.99
7	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.85
8	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.46
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.38
10	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.35
11	軍師聯盟	CTV	大陸劇	1.31
12	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.28
13	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.19
14	實習醫師鬥格娘家益生菌	FTV	國語連續劇	1.10
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.09
16	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.07
17	綜藝大哥大菲哥在中視	CTV	娛樂綜藝	1.07
18	大誠保險經紀人已讀不回的	TTV	國語連續劇	1.04
19	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
20	哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.94

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.56
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.87
3	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	2.84
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.88
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.68
6	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.68
7	沒有名字的女人	GTV-D	韓劇	1.28
8	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.08
9	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.04
10	新聞深喉嚨過勞之島低薪日	CTiN	新聞性質節目	0.99
11	2200超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.98
12	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	0.95
13	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.93
14	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.91
15	1900含笑食堂	SANLI	閩南語連續劇	0.91
16	型男大主廚閩林文創創思啟	SL2	美食、旅遊節目	0.90
17	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.88
18	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	0.88
19	老炮兒	*SCM	國片	0.87
20	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	0.85

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	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.14
2	航海王23	TTV	卡通影片	2.05
3	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.98
4	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	1.93
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.68
6	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.50
7	大誠保險經紀人獅子王強大	TTV	國語連續劇	1.39
8	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.38
9	第13屆KKBOX風雲榜頒獎典	TTV	特別節目	1.34
10	藍色海洋的傳說	TTV	韓劇	1.19

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	航海王23	TTV	卡通影片	2.91
2	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.50
3	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	2.49
4	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.45
5	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.15
6	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.99
7	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.67
8	大誠保險經紀人已讀不回的	TTV	國語連續劇	1.54
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.53
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.52

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.15
2	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	3.12
3	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	2.95
4	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.30
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.98
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.94
7	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.90
8	軍師聯盟	CTV	大陸劇	1.48
9	大誠保險經紀人獅子王強大	TTV	國語連續劇	1.40
10	大誠保險經紀人已讀不回的	TTV	國語連續劇	1.29

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	8.32
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	6.85
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.48
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	3.07
5	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	3.01
6	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.74
7	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.33
8	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.26
9	航海王23	TTV	卡通影片	1.98
10	軍師聯盟	CTV	大陸劇	1.85

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	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	1.97
2	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.63
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.37
4	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.27
5	型男大主廚閩林文創創思啟	SL2	美食、旅遊節目	1.12
6	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.03
7	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.03
8	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.99
9	綜藝大熱門瘋狂經典	SL2	娛樂綜藝	0.99
10	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.98

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	3.36
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.81
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.75
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.40
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.29
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.26
7	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	1.20
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.15
9	型男大主廚閩林文創創思啟	SL2	美食、旅遊節目	1.07
10	食尚玩家就要醬玩	TVBSG	美食、旅遊節目	0.96

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.41
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.18
3	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	2.06
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.78
5	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.17
6	綜藝大熱門瘋狂經典	SL2	娛樂綜藝	1.15
7	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.10
8	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.03
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.99
10	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.95

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	6.49
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	5.46
3	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	3.76
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.39
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.87
6	1230金家好媳婦Footer除臭	SANLI	閩南語連續劇	1.44
7	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	新聞性質節目	1.41
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.37
9	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.33
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.29

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	0.73	0.37	0.37	0.49	1.26
TTV/台視	0.52	0.34	0.36	0.38	0.78
FTV/民視	0.33	0.1	0.10	0.2	0.65
CTS/華視	0.28	0.16	0.13	0.25	0.43

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	0.42	0.15	0.27	0.46	0.62
FTVN/民視新聞	0.41	0.11	0.14	0.24	0.82
CTiN/中天新聞台	0.39	0.10	0.14	0.28	0.73
ET-N/東森新聞	0.38	0.13	0.21	0.41	0.60
SETN/三立新聞	0.38	0.09	0.17	0.31	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.03	0.09	0.14	0.45
EFNC/東森財經新聞台	0.20	0.11	0.08	0.18	0.33
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.06	0.14	0.30
NTVN/壹新聞	0.12	0.02	0.06	0.11	0.20

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	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	4.73
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	2.84
3	戲說台灣	SANLI	1.88
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.68
5	軍師聯盟	CTV	1.31
6	沒有名字的女人	GTV-D	1.28
7	實習醫師鬥格娘家益生菌	FTV	1.10
8	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	1.07
9	大誠保險經紀人已讀不回的	TTV	1.04
10	大誠保險經紀人獅子王強大	TTV	0.92

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	4.15
2	超級紅人榜	SANLI	3.56
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.88
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.87
5	綜藝非常讚	CTS	2.11
6	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	1.99
7	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	1.85
8	綜藝玩很大	SL2	1.68
9	愛妮雅舞力全開	FTV	1.46
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.38

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	1.04
2	新聞深喉嚨過勞之島低薪日	CTiN	0.99
3	驚爆新聞線	SETN	0.88
4	政經看民視	FTVN	0.80
5	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.78
6	非凡最前線	UBN	0.73
7	台灣演義	FTVN	0.72
8	正午最前線	UBN	0.71
9	雲端秘檔	SETN	0.69
10	台灣大搜索	CTiN	0.68

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.19
2	型男大主廚閻林文創創思啟	SL2	0.90
3	青春好7淘	SANLI	0.84
4	直17 18NBA勇VS火	VLSPT	0.74
5	食尚玩家就要醬玩	TVBSG	0.57
6	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.56
7	旅行應援團	*SCC	0.49
8	食尚玩家來去住一晚	TVBSG	0.48
9	愛玩客之移動廚房	SL2	0.47
10	愛玩客	SL2	0.46

W e l c o m e

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#123

