

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1951
12.16-12.22





本期摘要

媒體放大鏡 本土OTT、有線電視，揪團突圍

國際視野 亞馬遜持續透過免運吸引消費者

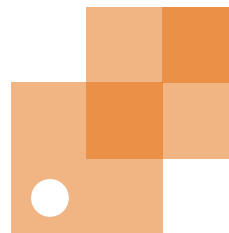
科技瞭望 機器救生狗、機器警衛上陣！

專案介紹 2020 ATP盃 澳洲網球賽冠名贊助專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



本土OTT、有線電視，揪團突圍

最近六個月以來出現有線電視業與OTT展開最大規模的結盟潮，包括有線電視龍頭中嘉bbTV與CatchPlay、OTT業者LiTV合作，台數科與Line TV合作，凱擘更推出A1開放平台與多家OTT業者合作，包括愛奇藝等，在多一個戰友就少一個敵人的防禦心態下，用合作取代對抗，共同面對這場世界大戰。

可預見的是，大型有線電視業者將選定2、3家OTT業者為主力戰友攻市場，主要是技術、內容強者，至於中小型有線電視業者市占有15~20%、逾百萬戶，若不整合打團體戰與OTT結盟，也恐面臨淘汰。

OTT錢途看好，但競爭也激烈，據統計，**台灣消費者願意花錢訂閱1.5個平台，比美國的2.5個平台還要少，平均來說每個OTT需要6~8年才能回本獲利。**所以業者該思考的是整合，提高營收獲利求生，未來贏家將是有IT技術、內容、資本、商模的OTT。【2019/12/23, yahoo! 股市】



圖片來源：AlexBannykh
Getty Images/iStockphoto

竹市有線電視收費 明年凍漲裝機費調降500



圖片來源：MOBILE

明年有線電視基本頻道收視費，**新竹市已決議凍漲，並將主機裝機費調降500元**，桃園市及新竹縣將於27日審定，桃園市3家業者都通過多元選擇付費機制，最快明年初上路；苗栗縣雖完成審議，仍在行政作業，將在年底前公告。

新竹市政府指出，新竹振道有線電視原提報每月每戶基本頻道收視費調漲10元，委員會決議維持今年收費標準，民眾仍有200元、510元、530元及550元的分組付費選擇，**訂戶每月收視費最低只要490元，是非6都縣市實施長繳優惠中最低價。**

桃園市有線電視基本頻道收視費每月上限510元，市府有線電視費率委員會27日第2次審議決定明年收費標準，北桃園、北健與南桃園都通過多元選擇付費機制審核，規畫的分組方案收費從每月200元至1200元不等，最快明年初3家業者可同時上路。

新竹縣有線電視基本頻道收視費每月上限570元，也將在27日審定新費率，據了解，北視提出的方案與今年收費方式相同。【2019/12/20, 聯合新聞網】



圖片來源：CATCHPLAY+

線上影音平台CATCHPLAY+今年營運出現重大突破，不僅在印尼OTT付費平台獲利稱王，緊接著台灣在夯劇獨播、電信通路雙拚策略下，一舉將付費用戶擴增3倍，整體營運可望自第四季起獲利，明年將尋求有線電視營運商等多方合作，全面搶進市場，力拚成為台灣跨足國際首家獲利的OTT業者！

印尼商模成功關鍵，在於**掌握最佳內容組合與通路策略**。由於預見市場競爭激烈，CATCHPLAY+早一步就把許多電影數位版權買斷，目前片庫數千部電影中半數是獨家，同時攜手電信、固網、行動、家用電視等領導商，主攻智慧電視、機上盒等大螢幕商機，讓

CATCHPLAY+得以進入印尼金字塔頂三分之一家用市場、約9,000萬消費人口，營運短短三年就開始獲利。

今年起，CATCHPLAY+將印尼經驗移轉至台灣，除增強內容，原本購入迪士尼、華納、派拉蒙與環球等好萊塢四大片商全年所有電影版權及多數獨立片商電影外，並跨足戲劇，引進英、美、台劇獨播，目前CATCHPLAY+也是亞太、台灣之星等電信商主推的OTT服務，並將內容授權三大電信商自營的OTT。【2019/12/23, yahoo! 股市】

同時訂閱 Netflix 和 Disney+ 近 7% 計劃取消 Netflix

全球串流影音服務大戰白熱化，市場龍頭 Netflix 面臨勁敵壓境。根據美國銀行 (Bank of America) 調查，目前同時訂閱 Netflix 和迪士尼 Disney+ 的受訪者中，有 6.5% 計劃停止訂閱 Netflix。若 Netflix 用戶流失的速度與調查相符，Netflix 的財務前景可能會遭到下調。

CNBC 18 日報導，美國銀行近期對 1,000 多名美國民眾進行調查，結果發現，**同時使用 Netflix 和 Disney+ 的受訪者中，表示考慮終止 Netflix 帳號的比重達 6.5%。不過，美國銀行分析師 Nat Schindler 和 Justin Post 稱，他們對受訪者是否會真的取消 Netflix 帳號持懷疑的態度。**

Schindler 和 Post 在報告中寫道，他們懷疑這樣的流失速度是否為循序漸進，以及最終是否會實現，據彭博社 11 月 22 日報導，在 Disney+ 自 11 月 12 日推出 10 天後，Netflix 的用戶數量並未明顯減少。

但他們也表示，Netflix 的用戶數可能按照此速度流失，也可能快於預期。換句話說，如果消費者實際上按調查顯示的速度取消訂閱 Netflix，華爾街分析師將不得不重新調整對 Netflix 的營收預測。【2019/12/19, 科技新報】

Instagram發文前讓AI揪出霸凌文字！



受到全球年輕人喜愛的圖像社交平台Instagram，今起將其反霸凌政策從評論內容，擴大範圍至用戶的貼文內容，嚴格禁止任何帶有暴力辱罵文字的言語暴力。

若用戶編輯貼文時，Instagram透過人工智慧（AI）工具自動過濾貼文中是否有霸凌內容，若是照片或影片的配文、字幕中帶有「可能令人不悅或有攻擊性」的內容，則會跳出對話框告知用戶「此內容與其他被舉報的文字相似」，讓用戶可選擇重新編輯內容，但用戶若認為是Instagram的判斷錯誤，也可直接忽略提醒並直接分享。

Instagram於7月份首先透過AI工具審查評論內容，並在評論違反反霸凌政策時跳出對話框提醒，而這次推出的「反霸凌貼文提醒」功能就是這套AI工具的延伸應用。Instagram表示，提醒用戶重新編輯內容以避免發布可能傷害他人的內容，對打擊網路霸凌已漸有成效。【2019/12/17, 數位時代】

IG限時動態開放一次附6張照片 社群玩法更多元

Instagram用戶看過來！針對備受用戶喜愛的限時動態，IG發佈新功能「Layout」，讓用戶可以在一則貼文中上傳6張照片，搭配4種組圖模式，把一起參與的親朋好友通通秀出來！

IG近期為限時動態推出不少更新功能，例如今年10月的「Create Mode」就可讓用戶使用互動式貼紙、圖畫或文字來搭配照片。此次的「Layout」，則是將原本一般貼文可以附上多張照片的功能開放給限時動態貼文使用，一次最多可附加6張照片，配合4種組圖模式，讓用戶自行發揮創意，打造個人化的貼文介面。

當然，前述的「Create Mode」功能也能在新的「Layout」中使用。

新的「Layout」功能讓社群的玩法更多元，方便用戶在參加各種大大小小年末狂歡活動之際，把一起參與的姊妹淘、哥兒們的合影大秀特秀。雖然新功能目前僅適用於照片，不能用在動態影片。不過按照用戶的熱情迴響程度，或許很快就會開放了也說不定。【2019/12/19, 新頭殼】



LINE使用率排行，這些功能你用過嗎？

使用率第一名-圖片整合傳送：根據 LINE 統計，台灣使用者大部分傳送的訊息格式仍以文字為主，不過越年長的族群越喜歡分享圖片或是影片訊息，在今年九月 LINE 更新了圖片整合傳送功能後，台灣使用者所傳送的圖片量更是全世界最高，而今年三個圖片傳送的高峰點分別是 1. 農曆新年、2. 中秋節、3. 元旦與端午節。

使用率第二名-記事本搜尋：LINE 目前仍依靠使用者手動備份訊息記錄，因此有不少人會利用 LINE 聊天室裡的記事本功能來儲存重要對話記錄或資訊。為了方便尋找記事本裡的資訊，LINE 在記事本加入搜尋功能，是使用者們使用率第二高的功能。

使用率第三名-新版 Keep 儲存、分享：LINE 日前改版 Keep 功能，使用者現在可以在 Keep 裡建立資料夾（特輯），分類存放不同的內容，依照 LINE 統計，台灣人使用 LINE Keep 所建立的資料夾數量是全球最多的，其中存放內容最多的就是照片。Keep 現在除了可以存放個人內容之外，也可以透過分享功能將 Keep 裡的內容傳送給其他聊天室的朋友。

第四名至第十名分別為：電腦版專用聊天訊息強調功能、手機版專用新版生日賀卡功能、iOS 限定長截圖功能、電腦版檔案傳送功能優化、手機版個人化推播、掃碼捷徑、手機版全新主頁。【2019/12/17, T客邦】

電商網站消費分析：男性、熟齡消費者成新金礦！

蝦皮購物今天公佈全站年度消費數據指出，觀察最新的消費輪廓，網購已不再是「年輕」、「女性」消費者的專利，隨著「熟齡」、「男性」消費者大量湧入，不只改變蝦皮購物的消費組成，其挾帶的高含金量，也成為電商市場的新金礦。

蝦皮透過分析訂單數量、商品數量、關鍵字等角度，發現許多消費者「**享樂生活**」的價值觀，可謂推動台灣網站成交金額（GMV）成長的重要動力，例如「**家電影音**」、「**遊戲**」、「**戶外運動**」這類能滿足消費者「**娛樂需求**」、「**提高生活品質**」的品類表現，皆相當亮眼。

據蝦皮內部數據觀察，2019年不同性別、年齡的消費者皆有成長，但男性消費者不僅在「數量」的年度成長率大幅優於女性、「訂單總數」的年度成長率更是女性的1.6倍！由此可見「女性、年輕」族群雖持續成長，但貢獻度不再一枝獨秀，高含金量的反而是「男性、熟齡」族群，成為電商新金礦。進一步分析男性消費者組成，其中又以「50歲~64歲」熟男區間成長幅度最高，男性熟齡消費者在2019年的數量亦是去年的1.6倍，這不僅提高男性消費者的整體佔比，也為蝦皮的消費者輪廓帶來顯著改變。【2019/12/19, 自由財經】

外媒公布近10年「最熱門下載App」榜單

社群媒體的影響力究竟有多大？全球知名手機數據分析公司《App Annie》日前公布近10年來「最熱門下載App」排行榜，由社群媒體Facebook旗下App一舉奪下前4名，足見該公司過去10年的全球主導地位。

據《App Annie》分析報告，2010至2019間的前10大「最熱門下載App」由Facebook奪下冠軍，與該公司旗下Messenger、WhatsApp及Instagram等App包辦前4名，緊追在後的則是Facebook的死對頭Snapchat。

此次榜單前10名以社群媒體為大宗，除了中國阿里巴巴的UC瀏覽器外，其餘皆為社群媒體，剩餘上榜的App則包括Skype、YouTube及Twitter等。

《App Annie》也同時公布「用戶花費」前10名App排行榜，由串流影音霸主Netflix拿下第一，美國熱門交友平台Tinder、美國音樂網Pandora分居2、3名，而台灣用戶愛用的LINE則是位居第5。

此次以App花費排名的榜單，以影音及音樂平台為主。值得一提的是，中國App此次佔據榜單前10名中的3名，包括騰訊、愛奇藝及短影音平台快手，皆為影音類型App。【2019/12/17, 新頭殼】

2019年App排行榜！用戶消費最多的居然不是Netflix

名次	非遊戲	名次	遊戲類
#1	Tinder	#1	Fate/Grand Order
#2	Netflix	#2	傳說對決
#3	騰訊視頻	#3	Candy Crush Saga
#4	愛奇藝	#4	怪物彈珠
#5	YouTube	#5	天堂M

APP ANNIE年度榜單
2019年什麼APP用戶花最多錢

最常被下載的非遊戲App中，Facebook旗下產品一口氣占據了前三名，包含Facebook、Messenger與WhatsApp，以及第5名的Instagram，打破Facebook連線的則是字節跳動的TikTok。

在遊戲部份則變動性較大，除了原先就非常熱門的吃雞遊戲《Free Fire (我要活下去)》、《PUBG Mobile》之外，值得注意的是來自土耳其伊斯坦堡的遊戲公司Good Job Games，旗下遊戲占據了4、5、6名，因該遊戲公司專門開發玩法簡單的超休閒遊戲，容易讓人上癮。

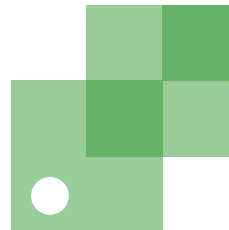
在討論最賺錢的App中，必須正視訂閱制的崛起，根據App Annie的資料顯示，在2019年9月往前回推12個的月時間，95%的Top 100非遊戲App當中，都提供了訂閱功能。今年，交友軟體Tinder打下Netflix成為最賺錢的非遊戲App。

遊戲方面前四名都是騰訊家，比較特別的則是Square Enix推出的《勇者鬥惡龍WALK》，與《Pokémon GO》有點類似都是需要走路、探索的遊戲，目前在日本以外的地區遊戲內容仍不比日本豐富，仍進到了急速賺錢的榜單中。

【2019/12/19, 自由財經】

Media
trend

國際視野



亞馬遜持續透過免運吸引消費者



大多數消費者都希望產品在訂購後就能馬上收到，而亞馬遜則投注於這種行為，提供符合Prime會員資格的商品，給予單日免運服務來推動更多銷售。2019年10月 CivicScience 調查發現，許多美國網路用戶寧願透過亞馬遜訂購一個低價商品（低於5美元），也不願在店內消費。

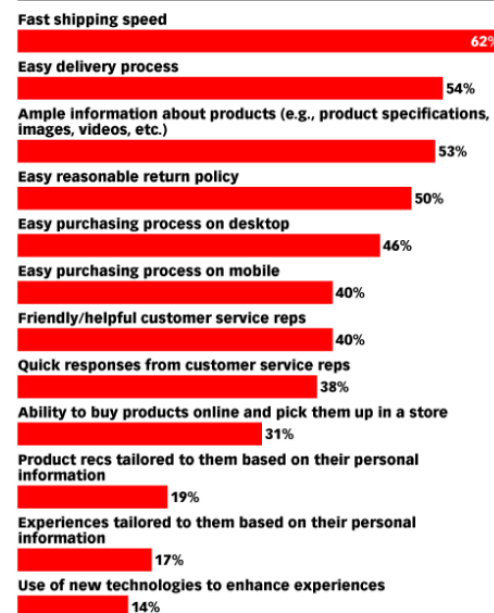
正如所料，年輕的消費者更有可能這樣做。18至24歲超過56%的年輕人表示，他們可能透過亞馬遜訂購個人低成本的商品比到店內購物的可能性更大，而25至34歲有63%的受訪者表示同意。

年齡較大55歲及以上的受訪者被分化出來。根據CivicScience，將近49%的人說，如果免運，他們有可能在亞馬遜購買便宜的商品，而51%的人說他們不太可能這樣做。

對於許多Amazon Prime會員而言，免運就是王道。儘管他們已經從會員身分中獲得了各種的好處，但Feedvisor的調查顯示，這些受訪會員最喜歡選擇的是雙日即到貨的免運(free two-day shipping)。

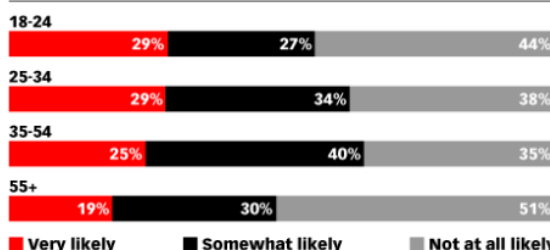
整體來說，運送的速度可以建立或破壞客戶消費體驗。在2019年1月的Avionos調查中，美國60%的網購者表示，他們透過收到貨品的速度來定義數位品牌和零售商的消費體驗是否正面。

How Do US Digital Shoppers Define Positive Experiences with Digital Brands/Retailers?
% of respondents, Jan 2019



數位購物者定義品牌及零售商是否正面因素

How Likely Are US Internet Users to Order an Individual Low-Cost Item* Using Amazon Prime vs. Buying In-Store?
% of respondents, by age, Oct 2019



美國網路用戶在亞馬遜購買低價商品意願

What Do US Amazon Prime Members Like Most About Prime?
% of respondents, Feb 2019

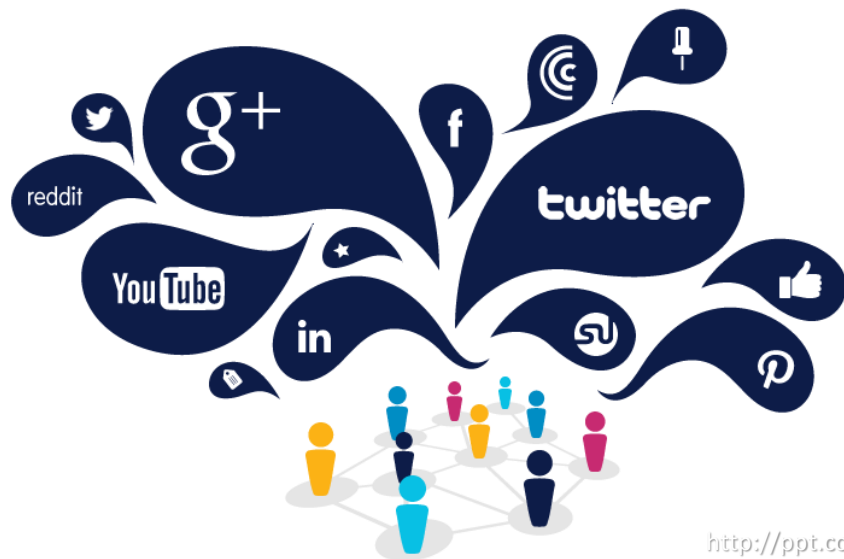
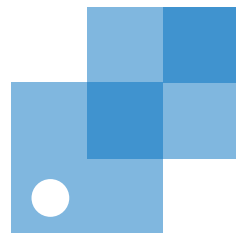


亞馬遜會員最喜歡的會員服務

備註：亞馬遜會讓你選擇你要的運送速度，一般都會建議用標準寄送(Standard Shipping)免費做選擇，不過如果你有趕時間收到，也可以自行使用兩日運送(Two Day Shipping)或是(單日運送)One Day Shipping喔！要特別注意選項中：FREE Two Day Shipping with a free trial of Amazon Prime，這個只有讓你是用一次免費寄送，之後將會自動於你的信用卡內扣繳年費，就是默認你要購買AmazonPrime的會員身份

New
Idea

科技瞭望





新加坡剛剛成立了新國家隊科學技術局（Home Team Science and Technology Agency, HTX），這個新機構將負責國土安全相關的科學技術開發。目前該機構有1,300名科學技術人員，新加坡總理李顯龍表示，他對科學技術局深感期待，能為新加坡帶來加乘效果。

救生機器狗

這個救生新夥伴配備了熱像相機和感應器等功能，可以繪製周圍環境的圖像，減少檢測生命所花費的時間，讓救災工作和挽救生命更有效率。

機器狗還可以在最少的操作員控制下，自動導航不同的地形，並自己爬樓梯，這使它能夠在對人類不安全的非結構化、危險場所行動。新國家隊科學技術局還進一步在研發一個生命探測機器人，該機器人可以爬過碎屑和瓦礫，來搜索和探測災區的生命。



機器人警衛隊協助安全演習

今年在新加坡宏茂橋地鐵站通勤的上班族，還會遇上新加坡新進安全人員：兩名高科技機器人警衛：機器人OB1FORC3和K3NOBI。

這兩位機器人都配備了智慧監控攝影機、感應器和影像分析功能，由新加坡安全公司 - Oneberry Technologies所開發，曾參與陸路交通管理局和捷運公司進行的演習，以確保未來若有需要時，能準備就緒並精準的維護公共場所的安全性。



除了新國家隊科學技術局之外，產業界也加入提供機器人服務

第一家機器人小販中心，適合內向害羞的客人。

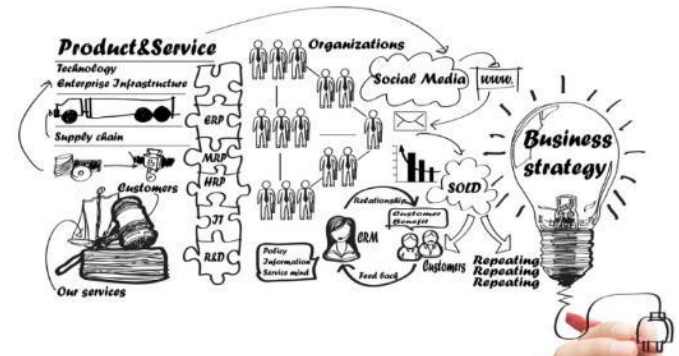
除了政府積極對機器人積極投入，民間也大力導入應用。Epic Food and Beverage是一家科技新創公司，近期推出了新加坡第一家機器人小販中心——好奇（Hawkee），機器人將在其中為客戶提供新加坡人喜愛的飯菜，最便宜的一餐從6新幣（大概136元台幣）開始起跳。目前餐廳提供12種菜單，宣稱每道菜將在5分鐘內完成。

好奇小販中心目前一共有10個機器人廚師，所有廚師都是新加坡組裝和設計的。不過，小販中心仍然雇用8~9名員工來運行這些機器人，他們也負責食物的準備和餐盤。好奇小販中心認為，機器人準備食物可以提高烹飪菜餚的精準度，並更妥善防止食物污染。



Project

專案介紹



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



GET TO KNOW

2020 ATP盃

由男子職業網球協會(ATP)主辦「ATP盃」, 明年1月3日起至1月12日止, 在澳洲3個城市(雪梨、伯斯、布里斯班)進行10天比賽, 邀請24個國家組隊出賽。

這是繼1978年到2012年於德國杜塞道夫舉行世界團體盃(World Team Cup)之後, 再次以國家為單位的男網團體賽事。

FOR THE LOVE OF COUNTRY

WORLD SERIES JAN 2020

PERTH BRISBANE SYDNEY

冠名贊助

賽事天空標+片頭/段落/片尾 贊助卡5" +5"

Promo+贊助卡

(Promo+贊助卡5秒)/檔

進出口卡 5' +5'

廣告10秒

非冠名場次

官方臉書每日賽事臉書推文

套框LOGO + #廠商名稱

Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwf>



無線臺及有線臺TOP20

無線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血酮機	FTV	娛樂綜藝	4.69
2	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	3.78
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.00
4	航海王25	TTV	卡通影片	1.95
5	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.75
6	1800航海王25	TTV	卡通影片	1.49
7	忠孝節義聲寶家電	TTV	傳統藝術節目	1.47
8	OPPO Reno2Reno綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.43
9	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.36
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.17
11	想見你愛之味分解茶	CTV	國語連續劇	1.14
12	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	競賽綜藝	1.12
13	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.11
14	綜藝新時代娘家好苒敏	FTV	娛樂綜藝	1.05
15	第15任總統副總統選舉總統	CTS	新聞性質節目	0.98
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.98
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.97
18	黃金光輝的人生	FTV	韓劇	0.96
19	2000忠孝節義聲寶家電	TTV	傳統藝術節目	0.95
20	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.91

有線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜佰億園	SANLI	競賽綜藝	2.76
2	炮仔聲冠軍團隊防暴咖啡奶	SANLI	閩南語連續劇	2.71
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.57
4	炮仔聲冠軍團隊女神分解酵	SANLI	閩南語連續劇	2.50
5	週末深喉嚨1221大南部遭遇	CTiN	新聞性質節目	1.66
6	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	1.60
7	2020大民調大攻略	CTiN	新聞性質節目	1.55
8	女兵日記女力報到蘿琳亞塑	TVBSG	國語連續劇	1.51
9	台灣大搜索2020ROC保衛戰	CTiN	新聞性質節目	1.49
10	新聞龍捲風庶民列車進屏東	CTiN	新聞性質節目	1.46
11	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	1.39
12	新聞深喉嚨首場政見交鋒	CTiN	新聞性質節目	1.39
13	大政治大爆卦1221大南部遭	CTiN	新聞性質節目	1.38
14	新台灣加油政見會成造謠大	SETN	新聞性質節目	1.27
15	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	閩南語連續劇	1.25
16	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.23
17	1900阿爸的願望宏星製藥	SANLI	閩南語連續劇	1.20
18	新聞龍捲風	CTiN	新聞性質節目	1.13
19	新台灣加油暴動賭盤恐逆轉	SETN	新聞性質節目	1.12
20	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.11

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	綜藝大集合福爾血酮機	FTV	娛樂綜藝	1.58
2	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.48
3	想見你愛之味分解茶	CTV	國語連續劇	1.30
4	航海王25	TTV	卡通影片	1.18
5	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	0.95
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92
7	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.84
8	忠孝節義聲寶家電	TTV	傳統藝術節目	0.78
9	1800航海王25	TTV	卡通影片	0.75
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.74

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血酮機	FTV	娛樂綜藝	2.94
2	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	2.41
3	航海王25	TTV	卡通影片	1.99
4	OPPO Reno2Reno綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.94
5	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.93
6	想見你愛之味分解茶	CTV	國語連續劇	1.84
7	1800航海王25	TTV	卡通影片	1.66
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.62
9	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.41
10	綜藝新時代娘家好苾敏	FTV	娛樂綜藝	0.91

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血酮機	FTV	娛樂綜藝	3.36
2	OPPO Reno2Reno綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.36
3	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	2.23
4	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.13
5	航海王25	TTV	卡通影片	2.11
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.66
7	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	競賽綜藝	1.62
8	1800航海王25	TTV	卡通影片	1.51
9	想見你愛之味分解茶	CTV	國語連續劇	1.22
10	第15任總統副總統選舉總統	CTS	新聞性質節目	1.16

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血酮機	FTV	娛樂綜藝	7.87
2	多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	6.67
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.54
4	忠孝節義聲寶家電	TTV	傳統藝術節目	2.63
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.22
6	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.13
7	航海王25	TTV	卡通影片	2.08
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.87
9	1300多情城市台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	1.78
10	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.63

有線臺TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲冠軍團隊防暴咖啡奶	SANLI	閩南語連續劇	1.68
2	炮仔聲冠軍團隊女神分解酵	SANLI	閩南語連續劇	1.18
3	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.10
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.97
5	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.90
6	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.86
7	週末深喉嚨1221大南部遭遇	CTiN	新聞性質節目	0.82
8	大政治大爆卦1221大南部遭	CTiN	新聞性質節目	0.78
9	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	0.73
10	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	0.72

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲冠軍團隊防暴咖啡奶	SANLI	閩南語連續劇	2.29
2	炮仔聲冠軍團隊女神分解酵	SANLI	閩南語連續劇	2.12
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.89
4	女兵日記女力報到蘿琳亞塑	TVBSG	國語連續劇	1.62
5	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.50
6	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.96
7	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	0.90
8	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.85
9	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	閩南語連續劇	0.82
10	2100女兵日記女力報到蘿琳	TVBSG	國語連續劇	0.80

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲冠軍團隊防暴咖啡奶	SANLI	閩南語連續劇	1.99
2	女兵日記女力報到蘿琳亞塑	TVBSG	國語連續劇	1.95
3	炮仔聲冠軍團隊女神分解酵	SANLI	閩南語連續劇	1.90
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.36
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.34
6	週末深喉嚨1221大南部遭遇	CTiN	新聞性質節目	1.22
7	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	1.15
8	台灣大搜索2020ROC保衛戰	CTiN	新聞性質節目	1.15
9	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.12
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.04

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	5.51
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.63
3	炮仔聲冠軍團隊防暴咖啡奶	SANLI	閩南語連續劇	3.73
4	炮仔聲冠軍團隊女神分解酵	SANLI	閩南語連續劇	3.63
5	2020大民調大攻略	CTiN	新聞性質節目	3.06
6	週末深喉嚨1221大南部遭遇	CTiN	新聞性質節目	2.84
7	大政治大爆卦1221大南部遭	CTiN	新聞性質節目	2.69
8	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	2.66
9	台灣大搜索2020ROC保衛戰	CTiN	新聞性質節目	2.48
10	新聞深喉嚨首場政見交鋒	CTiN	新聞性質節目	2.48

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	0.66	0.33	0.37	0.52	1.02
CTV/中視	0.59	0.27	0.31	0.45	0.99
FTV/民視	0.36	0.09	0.13	0.16	0.71
CTS/華視	0.18	0.11	0.14	0.15	0.24

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTiN/中天新聞台	0.56	0.14	0.20	0.34	1.09
SETN/三立新聞	0.51	0.09	0.15	0.37	0.97
FTVN/民視新聞	0.43	0.07	0.18	0.27	0.84
ET-N/東森新聞	0.36	0.13	0.17	0.30	0.61
TVBSN/TVBS新聞台	0.35	0.13	0.20	0.39	0.53
ERA-N/年代新聞台	0.35	0.07	0.10	0.26	0.68
NTVN/壹新聞	0.18	0.06	0.10	0.20	0.29
UBN/非凡新聞	0.13	0.04	0.03	0.09	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.10	0.03	0.04	0.12	0.16

無線臺新聞包括各無線臺早、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	多情城市台塑石油95	FTV	3.78
2	炮仔聲冠軍團隊防暴咖啡奶	SANLI	2.71
3	炮仔聲冠軍團隊女神分解醇	SANLI	2.50
4	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	1.60
5	女兵日記女力報到蘿琳亞塑	TVBSG	1.51
6	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	1.25
7	1900阿爸的願望宏星製藥	SANLI	1.20
8	想見你愛之味分解茶	CTV	1.14
9	2215熱海戀歌十全味噌	SANLI	0.98
10	黃金光輝的人生	FTV	0.96

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血酮機	FTV	4.69
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.00
3	超級紅人榜佰憶園	SANLI	2.76
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.57
5	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	1.75
6	OPPO Reno2Reno綜藝玩很大	CTV	1.43
7	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.36
8	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	1.12
9	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.11
10	綜藝新時代娘家好苾敏	FTV	1.05

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	週末深喉嚨1221大南部遭遇	CTiN	1.66
2	2020大民調大攻略	CTiN	1.55
3	台灣大搜索2020ROC保衛戰	CTiN	1.49
4	新聞龍捲風庶民列車進屏東	CTiN	1.46
5	驚爆新聞線	SETN	1.39
6	新聞深喉嚨首場政見交鋒	CTiN	1.39
7	大政治大爆卦1221大南部遭	CTiN	1.38
8	新台灣加油政見會成造謠大	SETN	1.27
9	新聞深喉嚨	CTiN	1.23
10	新聞龍捲風	CTiN	1.13

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.17
2	呷飽未	SANLI	0.82
3	型男大主廚一家人益生菌	SL2	0.58
4	非凡大探索	UBN	0.50
5	日本我來了	VLJP	0.46
6	愛玩客TOP OB嚴選	SL2	0.46
7	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.44
8	2200壹Walker	NTVN	0.34
9	旅行應援團之一起出福爾尿	*SCC	0.34
10	美食鳳味	SANLI	0.32

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：02-2509-5557#123

