

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.2147**  
**11.15-11.21**





# 本期摘要

媒體放大鏡 Netflix推出10大最受歡迎榜單功能

國際視野 一窺Z世代偏好的社群平台

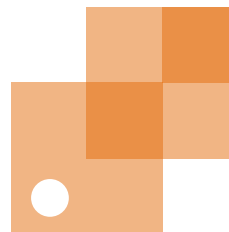
科技瞭望 Nike進軍元宇宙 創造「Nikeland」

專案介紹 Shopping Design-廣編合作專案

收視調查

Media  
news

# 媒體放大鏡



# Netflix推出10大最受歡迎榜單功能

串流時代來臨，在各大影視企業爭先恐後爭逐網路串流的大餅時，串流龍頭Netflix今（17）日正式推出全新網站「Netflix Top 10」，每週更新全球及各個國家／地區收看時數最多10大電視劇和電影，除了讓影迷、劇迷看熱鬧之外，更重要的是，**此舉讓有興趣投入影視產業的投資人，可以觀察哪些節目是時下流行，以便投資製作內容。**

Netflix 將於每週二公布最新「Netflix Top 10」排行榜單，數據來自前一週的週一至週日觀看時數，榜單分為全球10大電影（英語）、節目（英語）、電影（非英語）及節目（非英語）。在臺灣市場，《紅色通緝令》在電影分類中拿下收視冠軍，第十名則為《決勝女王》；影集分類則由韓劇《海岸村恰恰恰》坐上冠軍寶座，第十名則為《魷魚遊戲》。



【2021/11/17, 關鍵評論網】

## 貼文串改版影音平台 LINE VOOM 11月下旬登台

LINE貼文串將於11月下旬改版更名為「LINE VOOM」，轉型成以影音創作為主的社群平台，更宣布擴大投資千萬創作基金「LINE VOOM創意加速金」，祭出單組一季最高100萬的基金，向全台影音創作團隊公開企劃徵件，期待吸引創作者在LINE的平台上打造更多元的自製內容。

根據今（2021）年尼爾森網際網路大調查針對Z世代的網路影音使用行為進行分析發現，**高達91.8%的年輕族群會使用網路數位平台觀看網路影音、電影等娛樂內容，其中更有近四成喜愛觀看網紅素人製作的影片。**

「LINE VOOM創意加速金」以「長片節目」和「直式短影音」兩項目公開企劃徵件，長片節目設定為單集10-20分鐘總共6-8集的單季節目，直式短影音則以單集30-60秒總共10集的單季節目為徵件資格。LINE期待能透過此創意加速金支持新媒體產業、豐富平台自製內容、催生在地原創 IP，甚至以LINE旗下生態圈服務帶動整合式內容行銷，發揮綜效，2021年12月31日

件報名截止。【2021/11/16, Etoday新聞雲】

博客來 11/16 宣布推出「有聲書」、「影音·課程」服務，聯手近40家業者，提供超過1400件商品，讓讀者掌握零碎時間用耳朵聽讀。

博客來與城邦出版集團、時報出版、鏡文學旗下的鏡好聽、親子天下、遍路文化等出版社、知識學習平台業者合作，推出總數超過1400件商品，總時長約4000個小時 / 24萬分鐘，包含經典翻譯文學、華文創作等小說故事，以及商管說書、親子教養課程等。

讀者只需下載一個博客來電子書App，透過手機、平版或電腦，就能隨時隨地收聽。博客來有聲書以「朗讀聽書」為主，內容多是文學小說作品，也不乏華文作家親自演繹，展現原汁原味的作品風貌。「影音·課程」則是以「課堂講座」、「名人說書」為大宗，涵蓋親子教養、職場與投資、甚至藝術和健康保健等類型。



【2021/11/16, 中時新聞網】

## 萬事達卡：94%民眾將使用新興支付

受到Web 3.0影響以及歷時兩年疫情對數位科技需求大幅提升的推波助瀾，「數位熱潮 ( Digital Booming ) 」已提前席捲全球。根據萬事達卡調查顯示，**綜觀全球，電子商務已占整體零售支出20%；另一方面，數位支付也大幅成長，高達75%的台灣消費者提升行動支付的使用頻率；且有94%民眾考慮在2022年使用至少一種的「新興支付」方式。**

萬事達卡台灣區總經理陳懿文表示，數位化發展造就生活便利性，但隨著金融科技的快速轉變，所帶來的挑戰更應該被關注。根據世界經濟論壇 ( WEF ) 的調查顯示，全球仍有47%的人尚未具備連網能力，顯見數位落差持續加劇的問題應被重視。

根據萬事達卡調查顯示，**綜觀全球，電子商務已占整體零售支出20%；另一方面，數位支付也大幅成長，高達75%的台灣消費者提升行動支付的使用頻率；再者，金管會數據也指出，台灣金融業投入金融科技發展總金額達到新臺幣182億元，創下歷史新高，顯示數位熱潮正以前所未見的速度成長！而有94%民眾考慮在2022年使用至少一種的「新興支付」方式，例如二維碼、數位或行動錢包、分期付款計畫、加密貨幣、生物識別技術等。亞太地區有45%受訪者表示，他們在2022年考慮使用加密貨幣，高於40%的全球平均水準。**【2021/11/18, yahoo新聞】

# 結盟蝦皮 美廉社首家「蝦皮店到店」試營運



【2021/11/18, 聯合新聞網】

三商家購正式結盟蝦皮，三商家購董事總經理邱光隆 11/17 表示，瞄準寄、取貨的高潛在人流，開出首家「蝦皮店到店示範店」，首店選在「五股御成店」門市展開試營運，11月22日正式啟動包裹寄、取件服務，預估單店一天的取件量將達200件。

邱光隆表示，此次與電商強勢品牌蝦皮的合作，主要鎖定取貨人流的「順手買、順便帶」商機，將原本250公尺服務半徑往數位拓展，可望擴大到1公里，尤其和外送業者合作後的經驗顯示，線上潛在消費客群實力不容小覷，且對美廉社來說，是一群新的客人，因此加速了與蝦皮的合作。

美廉社現階段選擇30~40坪大的空間作蝦皮店到店示範店，針對店到店的模組大約需要2~3坪大空間放置EC櫃、寄取件櫃檯及物流箱。

## 萊爾富跨界合作 騎馬場、五金百貨都能店到店取貨

萊爾富目前在全台有超過1,450間門市，是第三大超商連鎖體系。萊爾富於11/19宣布擴大「萊到店服務大聯盟」，與更多外部通路合作，把自家的包裹寄取、繳費代收與存提款機、商品銷售服務導入到不同的通路場域，藉此擴大萊爾富服務的普及度。

萊爾富在今（2021）年9月就與汽車百貨車麗屋合作，首次嘗試「萊到店服務大聯盟」。從第一間板橋車麗屋開始導入服務後，10月的包裹數比9月成長了50%。近期，萊爾富更進一步擴大合作夥伴，包含位在全台最大馬術教育園區內的「后里馬場店」、台中五金百貨專家「中聯百貨連鎖-后里店」，還有在地24小時超市、私人團購業者等。

萊爾富表示，目前「萊到店服務大聯盟」的簽約店點已破百，預計在今年底前合作店數達300店，且不僅在拓展與企業通路的合作，「個人戶」也是重要的推廣方向，個人戶僅需要申請商行資格，就可以用比較低的成本加入萊爾富。



【2021/11/19, 數位時代】

# Google 地圖五大更新一次看

Google 於11/18 推出了全新地圖工具，確保用戶能在健康且安全的情況下，自在地探索和前往目的地。

- 「**車廂擁擠程度預測**」正式於臺北推出，成為繼雪梨及紐約後全球第三個推行此服務的城市，使用者將可以在使用導航時查看臺北捷運板南線的即時車廂擁擠程度。
- 「**區域繁忙度**」整合即時繁忙度趨勢，可以立即查看特定區域的人潮是否開始增加或是已經十分擁擠，也可以查看當地在一天內不同時段的繁忙程度。
- 「**商家指南**」幫助使用者在世界各地的機場、購物中心等大型建築物內迅速掌握方向，只要該建築物有相關資料可供存取，用戶就能迅速查看建築物周遭的商店類型。
- 「**時間軸深入分析**」將提供你每月的移動趨勢分析，可以查看自己過去的交通方式及各地點停留時間。
- 「**行程**」分頁可以回顧過往的出遊時光，所有的 Android 使用者現在都可以使用這項功能重溫之前的假期回憶。

【[2021/11/18, INSIDE](#)】

## Tesla 超級充電站結合娛樂：讓你邊充電、邊追劇

當你的電動車在充電時，你會想做什麼？特斯拉 (Tesla) 超級充電站的充電時間大約是 30 分鐘，在這段期間內，用戶還可以邊充電邊解悶。

據《Electrek》的報導指出，有民眾在佛羅里達州湖城的一個充電站，注意到一個名為 Dishy McFlatface 的 Starlink 天線。**這也許能為充電的客戶提供免費、快速的上網服務，而且可以使用特斯拉內建的娛樂應用軟體。**這項福利應該不僅限於特斯拉的用戶，也擴展到使用超級充電站的其它品牌電動車。

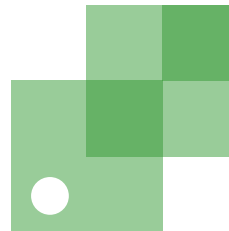
**特斯拉執行長馬斯克 (Elon Musk) 計劃開放超級充電站讓其它類型的電動汽車充電。**根據高盛 (Goldman Sachs) 估計，如果特斯拉開放充電站，充電年收可能會從 10 億美元躍升至 250 億美元。而且，**透過 Starlink 免費上網也許會吸引到特斯拉生態系統之外的用戶**，營收規模可能會超越高盛的估計。



【[2021/11/16, INSIDE](#)】

Media  
trend

# 國際視野





# 一窺Z世代偏好的社群平台



美國的 Z 世代大量使用許多社交媒體來建立聯繫、接觸多媒體、玩遊戲和共享內容。

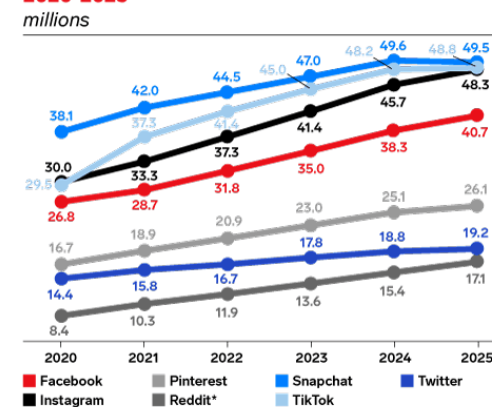
每月擁有最多Z世代用戶的社群平台是Snapchat ( 4200 萬 )、TikTok ( 3730 萬 ) 和 Instagram ( 3330 萬 )。根據我們的預估，它們在未來四年仍會是 Z 世代中最受歡迎的平台。

- ▶ 前三大排名將持續到 2025 年，但它們將以不同的速度增長。**TikTok 將在 2021 年超越 Instagram 躋身第二**，並在我們的預測期間繼續縮小與 Snapchat 的差距。
- ▶ **Facebook、Pinterest、Twitter 和 Reddit** 也有相對較多的追隨者。隨著 Z 世代逐漸脫離青少年身分，他們的影響力將繼續穩步增長。
- ▶ 當 18 至 25 歲的 iPhone 用戶於 2021 年 3 月首次啟用他們的設備時，**Snapchat、Instagram、Discord 和 TikTok** 是他們使用頻率最高的應用程式。( 來源：Measure Protocol )

## ● 未來預測

- ▶ 雖然「重度社交媒體使用者」是 Z 世代的代名詞，但這一代人首選的社交平台仍因年齡而異。
- ▶ Measure Protocol 的研究捕捉到了年齡較長的 Z 世代的使用行為，並且也呈現出可預期的使用模式，例如更為偏好 Snapchat 和 Instagram，而不是受眾年齡偏高的 Facebook。該研究還包括 26 歲及以上的用戶，他們的選擇更符合一般人群的選擇。
- ▶ Z 世代的習慣將隨著其年齡增長而改變。幾年之內，偏好 Instagram 或 TikTok 的 Z 世代可能會發現自己成為高黏著度的 Facebook 用戶。

US Gen Z Social Media Users, by Platform, 2020-2025



Note: individuals born between 1997 and 2012 who access their account via any device at least once per month; \*logged-in users  
Source: eMarketer, April 2021

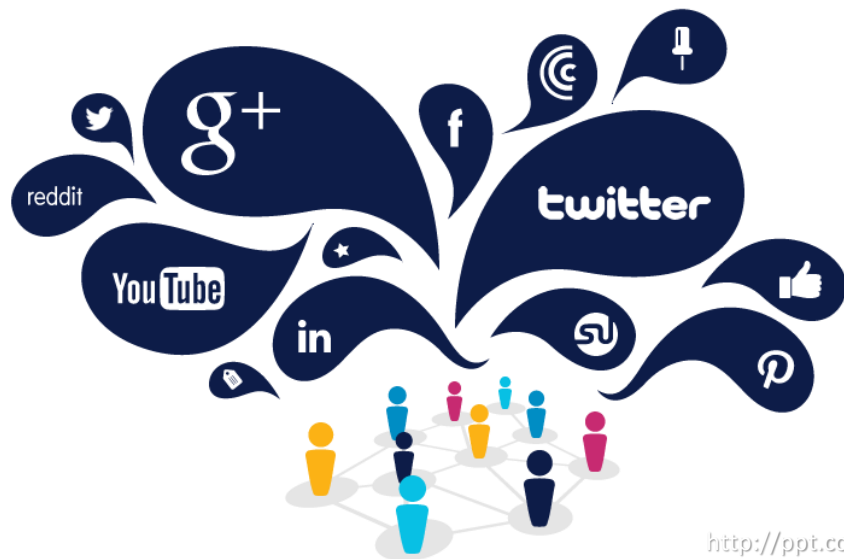
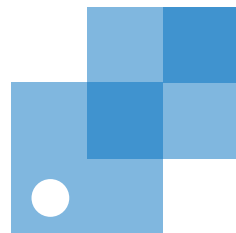
267089

eMarketer | InsiderIntelligence.com

美國Z世代社群平台用戶  
2020-2025

New  
Idea

# 科技瞭望





美國運動用品大廠耐吉 ( Nike ) 也要進軍元宇宙！耐吉11/18 宣布將與 Roblox 聯手合作，在後者的線上遊戲平台創造一個虛擬世界「Nikeland」，讓用戶可以為自己的遊戲角色穿戴耐吉的球鞋、帽子或背包。

為了這項Nikeland計畫，耐吉已於上月遞交虛擬商標申請。它在當時曾暗示將在虛擬世界出售運動鞋、服飾與其他印有耐吉商標產品的數位版。

根據耐吉表示，它在Roblox平台推出的虛擬世界主要有幾大特點。首先是它在內部的建築、場地與競技場，完全都仿造耐吉在現實世界中的總部。用戶扮演的遊戲人物可以在其中玩各種遊戲，像是鬼抓人與躲避球等。Nikeland 目前將開放玩家可以免費進入遊玩。

此外，用戶還可利用Nikeland提供的工具，自行設計迷你遊戲，並且透過行動設備的感測裝置，讓虛擬人物做出對應的跑跳等動作，使得用戶在遊戲能更具參與感。

耐吉並且在Nikeland設立一個數位展示間，用戶扮演的遊戲角色，可以在裡面自由穿戴耐吉的設備，像是Air Force 1、Nike Blazer等運動鞋與相關服飾。

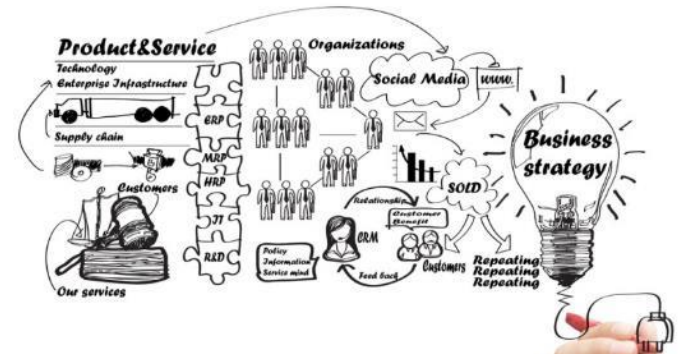
耐吉最終希望能仿效國際運動賽事，例如世足賽或美國超級盃美式足球賽，並將它們納入Nikeland。耐吉表示將會持續更新虛擬世界內容，並對明星運動員角色與品牌商品進行整合。

Williams Trading 分析師 Sam Poser 表示，Nike 創造 Nikeland 不僅在向孩子推廣品牌上取得成功，此外也將其當作新產品試水溫的一種方式，如果遊戲角色穿戴自家商品，便有機會吸引玩家在現實世界中購買。



Project

# 專案介紹



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



### PROJECT 跨平台計畫

Shopping Design

Shopping Design 聚焦「設計生活」、「風格經濟」、「文化創新」三大領域，透過線上線下不同載體型式，打造華文圈最有影響力的設計與生活風個內容平台。



數位平台

Shopping Design.com



季刊

Magazine



風格經濟學院

Design Business



設計小聚

Design+



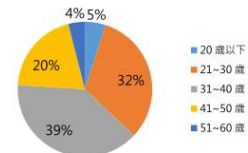
年度百大台灣設計

TAIWAN BEST 100

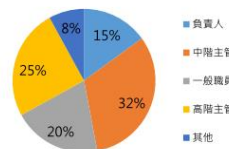
### 美好生活指南 電子報會員組成

Shopping Design 成立10年來，累積了無數的讀者與訂戶，從2013年開始舉辦大大小小的講座和活動，加上姊妹刊<數位時代> <經理人>部份跨平台會員人數，累積約140,000華會員資料庫

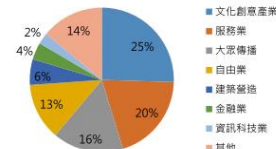
#### 年齡比例



#### 職位比例



#### 行業別



### 官方網站

原生廣告編輯文章

- 由《Shopping Design》團隊客製化內容，藉編輯第一人稱撰寫，議題式的包裝，或是尋找適合的設計師、創意人證言。用最精準的語彙搭配吸引人的主圖，抓住網路讀者的目光，傳達商品資訊。
- 文章持續留存官網上方的對應欄目、**創造長尾搜尋效益!**
- 主題1張，標題文15字內，內文圖5-10張，內文500-1000字內。可嵌入youtube等影音資料。

#### 資源優勢

- 客製化的置入產品資訊
- 運用各式宣傳管道進行更多擴散
- 可直接導流至客戶網站有較高彈性



### Shopping Design

### FaceBook粉絲專頁

導連至Shopping Design 官方網站

- 透過社群編輯撰文，讓品牌資訊更深入觸及生活風格群眾，達到最佳互動性的廣告投放效果。
- 網站原生廣告文章/客戶商品/活動頁面都能有效增加流量導流。
- 採多圖或是單一圖片方式，同時可#hashtag 品牌連結。

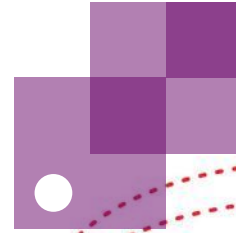
#### 資源優勢

- 資源運用最靈活
- 即時性發佈訊息增強擴散力
- 擁有最佳導流效果



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	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	4.41
2	黃金歲月成功遠紅外線可調	FTV	閩南語連續劇	4.29
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.54
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.92
5	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.30
6	航海王26	TTV	卡通影片	1.71
7	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.66
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.60
9	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.36
10	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.29
11	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	1.24
12	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.17
13	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.09
14	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.04
15	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	0.98
16	孟婆客棧十全味噌	FTV	傳統藝術節目	0.94
17	這事有影嘸娘家明適保	FTV	資訊綜藝	0.91
18	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.88
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.87
20	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.85

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女LP33益生菌膠囊	SANLI	閩南語連續劇	3.02
2	天之驕女頂超生技黃金速纖	SANLI	閩南語連續劇	2.75
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.46
4	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	2.07
5	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.38
6	哲仁王后	*SCC	韓劇	1.35
7	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.21
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.21
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.09
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.98
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.98
12	新台灣加油耆老爆鎮撼內幕	SETN	新聞性質節目	0.98
13	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.97
14	新台灣加油鎮瀾宮認錯沒真	SETN	新聞性質節目	0.96
15	草地狀元PP石墨烯塑崩褲	SANLI	知識資訊節目	0.96
16	女力報到愛的故事英國潔	TVBSG	國語連續劇	0.93
17	辣新聞152	FTVN	新聞性質節目	0.90
18	鄭知道了林靜儀今登記黑白	SETN	新聞性質節目	0.88
19	鄭知道了房產連爆不可對人	SETN	新聞性質節目	0.87
20	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.84

## 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	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	2.31
2	黃金歲月成功遠紅外線可調	FTV	閩南語連續劇	1.65
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.43
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.42
5	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.99
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.98
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.91
8	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	0.91
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
10	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	0.89

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.82
2	航海王26	TTV	卡通影片	1.52
3	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.50
4	黃金歲月成功遠紅外線可調	FTV	閩南語連續劇	1.45
5	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	1.19
6	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	1.17
7	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	1.16
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.14
9	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	0.96
10	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.85

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	3.03
2	黃金歲月成功遠紅外線可調	FTV	閩南語連續劇	2.92
3	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	2.35
4	航海王26	TTV	卡通影片	1.81
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.80
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.61
7	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	資訊綜藝	1.44
8	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.43
9	1800航海王26	TTV	卡通影片	1.34
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.34

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	7.72
2	黃金歲月成功遠紅外線可調	FTV	閩南語連續劇	7.47
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.39
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.75
5	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	4.17
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.63
7	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.46
8	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	國台語單元劇	2.15
9	航海王26	TTV	卡通影片	2.02
10	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	娛樂綜藝	1.88



## 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	天之驕女頂超生技黃金速纖	SANLI	閩南語連續劇	1.44
2	天之驕女LP33益生菌膠囊	SANLI	閩南語連續劇	1.22
3	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.83
4	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	0.83
5	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	0.82
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.80
7	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.63
8	哲仁王后	*SCC	韓劇	0.61
9	呷飽未PP石墨烯超導被	SANLI	美食、旅遊節目	0.59
10	角頭浪流連	VLM	國片	0.57

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女LP33益生菌膠囊	SANLI	閩南語連續劇	3.69
2	天之驕女頂超生技黃金速纖	SANLI	閩南語連續劇	3.12
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.18
4	寶島神很大PP石墨烯超導被	SANLI	知識資訊節目	1.16
5	哲仁王后	*SCC	韓劇	0.99
6	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.97
7	呷飽未PP石墨烯超導被	SANLI	美食、旅遊節目	0.96
8	女力報到愛的故事英國潔	TVBSG	國語連續劇	0.96
9	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	0.92
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.74

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女LP33益生菌膠囊	SANLI	閩南語連續劇	2.66
2	哲仁王后	*SCC	韓劇	2.02
3	天之驕女頂超生技黃金速纖	SANLI	閩南語連續劇	2.01
4	草地狀元PP石墨烯塑崩褲	SANLI	知識資訊節目	1.13
5	女力報到愛的故事英國潔	TVBSG	國語連續劇	1.07
6	2000哲仁王后	*SCC	韓劇	1.04
7	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.02
8	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	1.00
9	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.91
10	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	0.87

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.65
2	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	3.96
3	天之驕女頂超生技黃金速纖	SANLI	閩南語連續劇	3.85
4	天之驕女LP33益生菌膠囊	SANLI	閩南語連續劇	3.84
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.10
6	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	2.00
7	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.96
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.89
9	新台灣加油鎮瀾宮認錯沒真	SETN	新聞性質節目	1.74
10	新台灣加油他控顏清標持槍	SETN	新聞性質節目	1.46



# 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	0.83	0.36	0.47	0.51	1.43
TTV/台視	0.64	0.40	0.41	0.46	0.94
FTV/民視	0.39	0.09	0.11	0.21	0.76
CTS/華視	0.21	0.11	0.08	0.20	0.29

有線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
TVBSN/TVBS新聞台	0.53	0.20	0.25	0.51	0.81
ET-N/東森新聞	0.44	0.21	0.20	0.39	0.70
SETN/三立新聞	0.42	0.10	0.12	0.28	0.78
FTVN/民視新聞	0.37	0.05	0.13	0.22	0.72
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.06	0.08	0.15	0.50
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.05	0.08	0.11	0.33
NTVN/壹新聞	0.16	0.08	0.06	0.17	0.25
UBN/非凡新聞	0.16	0.04	0.05	0.12	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.08	0.03	0.05	0.05	0.13

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	黃金歲月台塑石油95	FTV	4.41
2	黃金歲月成功遠紅外線可調	FTV	4.29
3	天之驕女LP33益生菌膠囊	SANLI	3.02
4	天之驕女頂超生技黃金速纖	SANLI	2.75
5	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	1.38
6	哲仁王后	*SCC	1.35
7	新台灣奇案消費高手衛常好	FTV	1.24
8	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	1.21
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.21
10	女力報到愛的故事英國潔	TVBSG	0.93

## 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	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.92
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.46
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.30
5	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	2.07
6	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	1.66
7	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	1.36
8	綜藝新時代消費高手衛常好	FTV	1.29
9	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.09
10	全明星觀察中大誠保險經紀	TTV	0.98

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.09
2	非凡最前線	UBN	0.98
3	少康戰情室	TVBS	0.98
4	新台灣加油耆老爆鎮撼內幕	SETN	0.98
5	新台灣加油	SETN	0.97
6	新台灣加油鎮瀾宮認錯沒真	SETN	0.96
7	辣新聞152	FTVN	0.90
8	鄭知道了林靜儀今登記黑白	SETN	0.88
9	鄭知道了房產連爆不可對人	SETN	0.87
10	鄭知道了	SETN	0.84

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.60
2	呷飽未PP石墨烯超導被	SANLI	0.82
3	2000美食按個讚	UBN	0.56
4	直台灣精中職32年樂VS中	VLSPT	0.54
5	型男大主廚	SL2	0.53
6	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.51
7	直中職32年樂VS中	VLSPT	0.47
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.46
9	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.45
10	秘境不思議	VLMAX	0.39

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：宏將廣告行銷策略部

E-mail：[MediaResearch@mediadrive.biz](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

電話：02-2509-5557#123

