

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2429

07.08 ~ 07.14



Contents

- 媒體放大鏡 - 《綜藝一級棒》收視破2！
- 熱門話題 - 2024巴黎奧運亮點Highlight
- 國際視野 - 消費者熱衷於跨境購物
- 收視調查 - 2024/07/08-2024/07/14
- 藝人動態 - 2024/06-2024/07

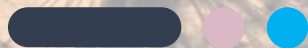




PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1

《綜藝一級棒》收視破2！



【[2024/07/15, 中時新聞網](#)】

中視周六強檔歌唱節目《綜藝一級棒》第5集收視出爐，當集以2.06拿下周六所有節目收視排行第一名，不僅稱霸各台歌唱類型節目，也超越正熱播的週末連續劇，2小時節目狂吸113萬人觀看，人氣強強滾。當集收視高點飆升至2.54，是金曲台語歌后曾心梅演唱招牌歌〈天公疼憨人〉，熟悉的旋律加上動人的嗓音，深受觀眾喜愛。

《綜藝一級棒》自6月開播以來，每集播出都會在節目官方臉書發貼文，每一次都狂吸上千則留言，一大票粉絲都是一路追隨，而主持群帳號也會親自上線簽到，眾多歌手來賓更是情義相挺，許多網友還會寫下自己觀察節目的心得，像是「康康的笑梗真是渾然天成，又不低俗」、「森恬CP秒變綜藝咖」、「歌中有戲，戲中有情感，聽到認真唱歌的感動」、「孟賢的表演很讚，不愧是婆媽的開心果」、「第一集時氣氛還有點尷尬，之後幾集可以看到主持群的磨合，直到這集，主持氛圍好極了，接梗自然，不做作」、「忻恬唱得好有感情讓人聽的如癡如醉，機智過人寶藏女孩」等，這些留言都是主持群繼續做好節目的動力。由康康、許志豪、陳隨意、陳孟賢、李子森、杜忻恬共同主持的《綜藝一級棒》每周六晚間8點在中視首播，每週日晚間8點中天娛樂台也能收看。

2

TaiwanPlus推出6檔節目聚焦奧運



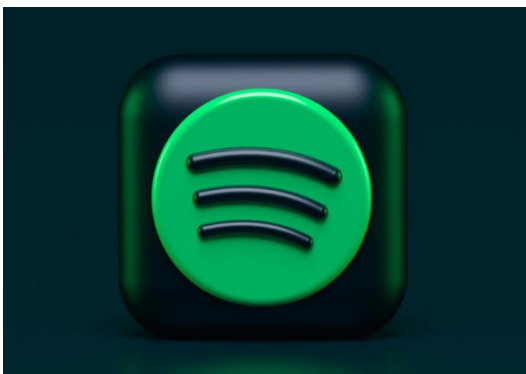
【[2024/07/15, 立報傳媒](#)】

四年一度的奧運TaiwanPlus不缺席，即將在8月滿三歲的TaiwanPlus，除推出六檔介紹台灣選手、奧運相關節目，還將首度派員前往巴黎，TaiwanPlus將在場記錄包括阿爆、妮妃雅等23組台灣表演者向世界傳達台灣擁抱的多元價值，9月底將陸續推出多支記錄影片。

TaiwanPlus在今年夏季將推出六檔奧運相關節目，包括委製節目《Destination Paris》全四集，介紹戴資穎、王齊麟、李洋等多位奧運老將和新秀，回顧上屆東京奧運的榮耀，以及他們為衝刺今年奧運所做的身心鍛鍊；《At This Moment Together》全系列11集介紹陳玟卉、楊昆弼、林郁婷等奧運新星，以及自行車、龍舟、擊劍等不同項目拼戰的傑出台灣選手。此外，還有與Discovery合作，記錄羅嘉翎、林昀儒、陳思羽備賽歷程和台灣自行車工業的《Taiwan Spirit (臺灣精神)》三集。

除了以上節目，TaiwanPlus也將派團隊前往巴黎，8月起會在台灣時間18:00的新聞時段，提供來自當地的記者連線實況報導。敬請各界鎖定TaiwanPlus官網及所有社群與Youtube平台，一起渡過這個熱血的夏天。《[更多節目資訊請觀看原文...](#)》

3 Spotify不只是聽音樂！新增Podcast評論功能



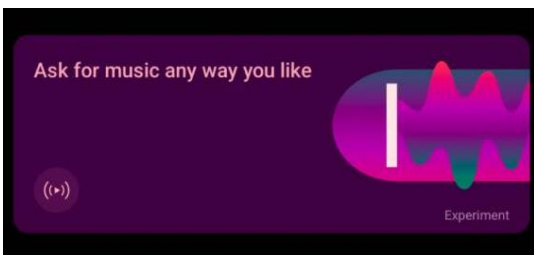
【[2024/07/11, 科技報橘](#)】

全球音樂串流平台龍頭 Spotify 也要發展社群功能了！Spotify 近期宣布將新增一系列社群功能，讓用戶除了聽音樂、Podcast 之外，還能像使用社群平台一樣互動交流。

Spotify 將率先在 Podcast 節目中推出留言功能，讓聽眾可以直接在節目下方留言評論，提升互動性。未來 Spotify 也計畫將留言功能擴展到音樂作品，讓粉絲可以直接和創作者互動。除了留言功能，Spotify 還打算推出更多社群工具，例如讓用戶分享正在收聽的音樂或 Podcast，並與朋友互動。**這些新功能預計將能有效提升用戶黏著度，吸引更多年輕族群加入。**

Spotify 計畫在未來幾個月內陸續釋出這些新功能。Spotify 首席產品長表示：「我們希望透過這些新功能，為用戶創造更豐富的使用體驗，讓大家在 Spotify 上不僅能享受音樂和 Podcast，還能與其他用戶交流互動。」**Spotify 大動作新增社群功能，展現其轉型為社群平台的雄心壯志，預計將吸引更多用戶加入，提升平台影響力。**

4 YouTube Music 新嘗試 AI 生成個人化音樂電台



【[2024/07/09, 科技報橘](#)】

YouTube Music 正在測試一項生成式 AI 新功能，使用輸入的文字提示，利用 AI 生成自己想聽的音樂電台。外媒9to5Google報導指出，**YouTube Music 將在主頁出現「Ask for music any way you like」圖卡，點擊即可開始設計個人化音樂電台。**點擊後底下有個以文字對話為基礎的輸入介面，並顯示「Ask for music」，不僅能以文字輸入提示，也能透過語音輸入方式。

接著 YouTube Music 生成一個音樂電台，試圖收集你想聽的音樂類型，以播放清單呈現，輸入的文字提示則當做音樂電台名稱。此外，畫面右上角會「Experiment」標誌，強調這項功能的實驗性質。YouTube Music 還預設一些文字提示，例如朗朗上口的流行合唱（Catchy pop choruses）、史詩般的配樂（Epic soundtracks）、歡樂的流行歌曲（Upbeat pop anthems）等，也能輸入給我驚喜（Surprise me），看看 YouTube Music 會推薦你什麼特別的音樂。

向來以演算法製作推薦歌單的 Spotify，很能切合聽眾喜好，因此受到許多聽眾青睞。**目前 YouTube Music 可從你挑選的某首歌曲快選出一系列歌單組成收聽電台**，另外也有根據情境（通勤、舒眠等）和類型（K-POP、古典音樂等）提供播放清單，但是否符合用戶喜好見仁見智。**Google 近年來大力投入 AI，在 YouTube Music 體驗也將結合生成式 AI 技術，使聆聽體驗貼近用戶。**



5 台灣如何擠進Threads活躍度全球前3高？

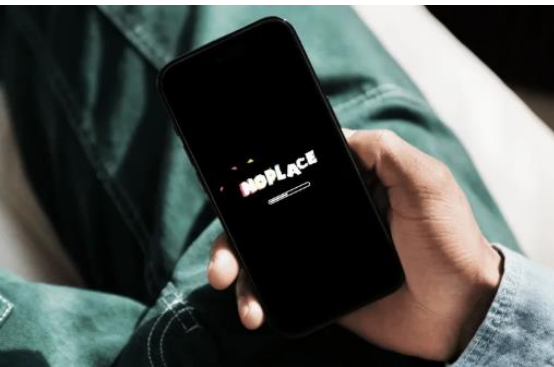


【2024/07/09, 數位時代】

Meta旗下文字社群軟體Threads推出滿一周年，**全球每月活躍人數已經突破1.75億人，其中台灣是全球熱度前三的市場，接下來開發重點將放在即時、友善、創作者生態圈三大領域。**除了利用API發表串文、擷取內容等，也提供洞察報告能檢視效果，讓用戶自行設定可回覆、引用的對象，降低公開帳號暴露在不友善環境的情況，掌握最新的賽事情報。

作為一個成功且成長快速的產品，Threads的「廣告化」也自然成為市場的焦點，艾蜜莉回答提問時指出，Threads能獲得消費者的喜愛非常幸運，團隊因此更在乎能否打好基礎，讓產品能長期蓬勃發展，「廣告化沒有具體時間表，我們的重心還放在完善功能身上。」Threads加入廣告市場後，首當其衝的將是X平台。2023年X的廣告收入與前兩年相比已經下降了大約45%，Threads廣告預期將為企業提供一個行銷預算的替代方案，特別是那些已經在Meta產品線如Instagram和Facebook廣告上獲得成功的品牌。Meta在廣告上本就是耕耘多年的巨頭，2023的銷售額達到1350億美元，其中絕大多數收入來自廣告。亞當接著表示，**Threads計劃出售的是比起對手X更具有針對性和個性化的廣告，能夠精準驅動產品銷售或下載應用程式**，和X以品牌廣告為主的模式區分開來。

6 Threads有競爭者了！noplacé發布一天就登榜首



【2024/07/09, 數位時代】

App Store榜首有了新面孔：**noplacé**。在發布短短一天內，**noplacé迅速擠下了Temu、Threads、TikTok**，先前在候補名單的50萬人一湧而至，甚至一度讓伺服器過載，可見市場的熱烈程度。noplacé的**個人頁面可以設定自己喜歡的顏色、分享當下的狀態，從感情到正在聽的音樂、觀看的節目、閱讀的書籍**等都可以更新，同時還能選擇自己感興趣的分類，例如星座、MBTI性格、興趣等，noplacé的設計強調用戶的即時狀態更新，而不是過去的活動。在noplacé上用戶還可以**設置「前十名好友」的名單，也強調了與朋友緊密聯繫的社交媒體核心**。這些功能與版面設計都讓人想起了早期的Facebook和MySpace，所以更像是X或Threads的競爭者。

noplacé的出現正好迎合了那些對當前社交媒體感到厭倦的用戶需求，這款應用希望通過強調共同興趣和個性化自我表達，來重新定義社群的本質。讓他們可以在一個更真實、更社會化的平台上互動。noplacé的成功不僅在於其創新的功能，更在於其創辦人Tiffany Zhong對社交媒體未來的深刻理解和敏銳洞察力。目前僅在iOS平台上提供免費下載，儘管尚未啟動盈利計劃，但已經吸引了眾多投資者的關注。



7 Instagram 將專注短影片 長影片計劃擱置



【2024/07/10, 科技報橘】

Instagram 總監 Adam Mosseri 在一段影片中表示，**Instagram不會專注於長影片，因為這可能會削弱平台「與朋友聯繫」的核心身份**。雖然技術上可以發布長達一小時的影片，但 Mosseri強調短影片才是重點。

Mosseri 解釋，Instagram 的兩大主要職責是幫助用戶與朋友聯繫及探索興趣，這通常透過短影片來實現。他指出，這兩個職責是相輔相成的，因為用戶會將自己喜歡的影片分享給朋友，增加互動。相比之下，長影片（例如超過 10 分鐘或類似電視節目的內容）與 Instagram 的這兩個目標「不太契合」。他表示，**如果用戶觀看一段 10 分鐘或更長時間的影片，他們會減少看到朋友內容的機會，降低互動意願，也更少會將這些內容分享給朋友。因此，Instagram 不會追求這種格式。而 TikTok 則在積極投資長影片。**

Mosseri 了解短影片並不總是能達到這個目的，但他們會優先考慮能促進互動的短影片。他鼓勵用戶在評論區分享看法，表示會有很多熱烈的討論。這段影片反映了 Instagram 在面對影片內容長度選擇上的策略，意圖維持平台的核心價值並確保用戶體驗。

8 全家社群聲量稱霸！多元化競爭誰能脫穎而出？



【2024/07/15, i-BUZZ】

夏天就要到了，來一支霜淇淋成為了人們追求涼爽和美味的最佳選擇之一。每個霜淇淋品牌都有各自的定位和特色能滿足不同消費者的需求和喜好，在競爭激烈的霜淇淋市場中，品牌聲譽是吸引消費者關鍵的一環。透過分析發現**全家便利商店在霜淇淋市場中脫穎而出，展現出強勁的品牌實力**。值得注意的是，霜淇淋市場呈現出超商主導的趨勢，相較之下，除了麥當勞外，其他速食店在這個市場的參與度較低。這種現象可能歸因於超商的門市廣度和服務的便利性，在即時性消費品上像是霜淇淋就有較大的優勢。

透過分析全家、Cremia和OK超商的熱議文字雲，我們發現「優惠」一詞在三個品牌中均多次出現，這是因為消費者對霜淇淋產品的**價格敏感度高**，使得價格競爭在霜淇淋市場仍非常激烈。**品牌策略大不同：全家多元創新、Cremia高端定位、OK價格勝。**

透過會員制度讓品牌能夠提供更精準的優惠，還能增加顧客黏著度，並且在維持價格優勢的情況下，在口味及行銷層面發揮創意也十分重要。另外，服務方面可能是未來市場競爭的新突破的關鍵點。消費者需求的增長也促使品牌必須持續的進化，除了要滿足口腹之慾，更要創造令人難忘的消費體驗，才有可能在未來的霜淇淋市場中佔據領先地位。



PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



2024巴黎奧運亮點Highlight

巴黎奧運即將於7月26日開打，目前門票售出860萬，這次亮點包含以法式美學打造超美場地與用品、賽事場地串連熱門景點(艾菲爾鐵塔、羅浮宮等)、選手們登塞納河開幕式，以及台灣羽球天后戴資穎最後一役。總統府將於20日晚上在兩廳院藝文廣場舉行應援音樂會，總統與獨立樂團拍謝少年同框演出；而台灣大哥大出品中華應援曲《[Never Give Up](#)》受網友喜愛；教育部也推出選手[免費貼圖](#)應援。本週跟著宏將週報一起來看看品牌操作！



金色三麥 決讚24小時

因應地主國推應援法餐、風格佈置，各門市備妥巨型投影、螢幕轉播賽事，舉辦台灣每得一面獎牌，24小時內可兌免費啤酒活動。



新光三越攜國手激買氣

新光三越粉專以美妝、鞋包服飾品牌推出奧運新品介紹文推廣，並邀請亞運拳擊國手應援，推潮流運動商品優惠促進買氣。



三星新機搭奧運熱潮

新機Galaxy Z Flip6奧運設計版提供選手，加強推廣AI翻譯相關功能，網友羨慕表示現在參賽還來得及嗎？



Nike 加注投入佈局

在巴黎藝術重鎮舉辦實體活動、見面會，為美國、加拿大、肯亞等隊伍提供比賽服裝，推出運動員與AI共同設計運動鞋。



PART THREE

國際視野

- Media Trend



START

消費者熱衷於跨境購物

Nosto 的調查結果顯示，美國和英國 (52.5%) 的消費者表示，在去年曾在其他國家的電子商務商店購買過商品。另外近四分之一的人 (23.1%) 表示他們曾考慮過購買商品，但最終沒有購買，而剩下的四分之一 (24.5%) 則沒有考慮過跨國購買商品。其中全球55%的線上購物者表示進行過跨境購買商品。

研究最新表明，跨境購物在某些年齡層比例特別高。**跨境購物購買過至少一件商品的受訪者中，35-44 歲族群(67.5%) 最多**，僅次是25-34 歲族群(64%)和16-24 歲族群(64%)。最後 45-54 歲的人(53.4%)和 55 歲及以上的人只有少數(37.2%)。跨境購物者**最多購買的類別為時尚與配件用品，其次是體育用品、健康美容用品以及電子用品**。研究表示，購物者從海外購買的主要原因是能夠以比本國更低的價格購買到想要的產品。其次的動機是購買其他國家獨有的限定商品、購買他們不容易買到的品牌以及喜歡他們的產品折扣優惠。

值得注意的是，在年輕的受訪者中，跨境購買商品的主要動機是購買他們在社群媒體上看到的商品(33.3%)。**大多數消費者也表示，如果該品牌在社群媒體上高曝光，對於他們從國外購買商品的信心會上升。**

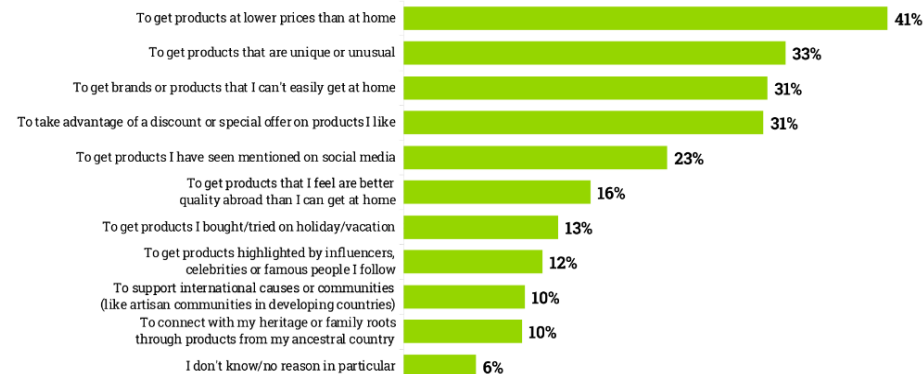
關於價格雖然很有可能是最大的促進購買因素，但也會是一個不利因素。近三分之二的人認為，如果國外的價格低於國內價格太多，會導致消費者對產品品質產生懷疑。但大多數的消費者認為國內價格上漲更有可能使他們在境外尋找更實惠的產品。近三分之一的受訪者表示，如果國外商店可以買到的價格更便宜，他們不介意購買仿冒產品。



Top Motivations for Cross-Border Shopping

"Reasons why shoppers purchase or consider purchasing from e-commerce stores overseas"

marketing charts



GOAL





PART FOUR

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	3.46
2	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	3.08
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.06
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.98
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
6	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	0.94
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.93
8	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.90
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.84
10	航海王29	TTV	卡通影片	0.82
11	追分成功起家常春微醺攢竹	TTV	閩南語連續劇	0.80
12	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.76
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.75
14	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.72
15	1300愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	0.71
16	姊妹亮起來B POWER永久電	FTV	資訊綜藝	0.70
17	長風渡2100	CTV	大陸劇	0.70
18	台灣傳奇萬士益冷氣	FTV	國台語單元劇	0.68
19	1800名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.65
20	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.59

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	2.29
2	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.99
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.87
4	願望PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.62
5	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	1.06
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.02
7	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	閩南語連續劇	0.98
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.97
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.91
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.85
11	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.82
12	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.82
13	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.82
14	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	0.79
15	2000熱爆地球怎麼了	SETN	新聞性質節目	0.79
16	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.79
17	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.79
18	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.78
19	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.78
20	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.78



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.97
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.55
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.40
4	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.35
5	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	1.22
6	1800名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	1.19
7	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.09
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.06
9	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.98
10	長風渡2100	CTV	大陸劇	0.94

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.19
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.86
3	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.70
4	航海王29	TTV	卡通影片	1.17
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.13
6	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.01
7	1800航海王29	TTV	卡通影片	0.88
8	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.86
9	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.86
10	我的明星村長CAMRY	TTV	資訊綜藝	0.71

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	1.83
2	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.42
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.12
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.08
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.01
6	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.81
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.80
8	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.76
9	航海王29	TTV	卡通影片	0.70
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.69

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	5.55
2	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	5.04
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.61
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.43
5	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	1.72
6	1300愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	1.43
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.39
8	追分成功起家常春微醺攢竹	TTV	閩南語連續劇	1.33
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.24
10	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.16



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	0.96
2	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.79
3	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.66
4	私刑教育	ET-WM	外片	0.60
5	願望PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	0.59
6	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.52
7	2000熱爆地球怎麼了	SETN	新聞性質節目	0.52
8	阿姐萬歲PP石墨烯塑崩律動	SANLI	資訊綜藝	0.52
9	犬系戀人	GTV-D	韓劇	0.51
10	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	0.50

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.41
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	1.18
3	願望PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.15
4	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	閩南語連續劇	0.87
5	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.85
6	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	0.79
7	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.78
8	直中職35年樂VS中	VLSPT	棒球	0.78
9	玩具總動員4	YOYO	外片	0.74
10	當掌聲響起	TVBSN	新聞性質節目	0.73

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.86
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	1.60
3	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.55
4	延禧攻略	GTV-1	大陸劇	0.77
5	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	0.75
6	我的婆婆怎麼那麼可達摩本	ET-D	閩南語連續劇	0.70
7	1800天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.70
8	2000熱爆地球怎麼了	SETN	新聞性質節目	0.60
9	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.58
10	2000延禧攻略	GTV-1	大陸劇	0.51

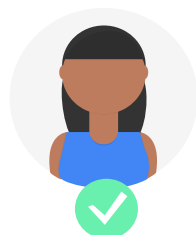
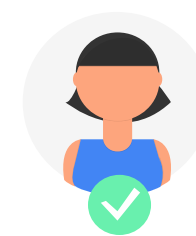
50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	3.86
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.47
3	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	2.92
4	願望PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	2.29
5	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.89
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.69
7	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	閩南語連續劇	1.59
8	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	1.58
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.54
10	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.44



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	0.82	0.35	0.40	0.52	1.33
TTV/台視	0.51	0.22	0.36	0.35	0.79
FTV/民視	0.28	0.16	0.08	0.10	0.53
CTS/華視	0.21	0.12	0.12	0.15	0.32
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	0.24	0.20	0.43	0.84
ET-N/東森新聞	0.42	0.21	0.16	0.29	0.69
SETN/三立新聞	0.37	0.09	0.09	0.22	0.67
FTVN/民視新聞	0.32	0.07	0.11	0.13	0.62
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.04	0.06	0.08	0.41
NTVN/壹新聞	0.17	0.05	0.05	0.15	0.27
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.03	0.07	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.06	0.04	0.10	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.06	0.03	0.12	0.22
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.03	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.00	0.01

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	3.08
2	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	1.99
3	願望PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	1.62
4	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	1.06
5	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	0.98
6	追分成功起家常春微醺攢竹	TTV	0.80
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.73
8	1300愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊	FTV	0.71
9	長風渡2100	CTV	0.70
10	我的婆婆怎麼那麼可達摩本	ET-D	0.70

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.02
2	非凡最前線	UBN	0.97
3	新台灣加油	SETN	0.91
4	台灣最前線	FTVN	0.85
5	關鍵時刻	ET-N	0.82
6	最前線報告	UBN	0.82
7	台灣演義	FTVN	0.82
8	2000熱爆地球怎麼了	SETN	0.79
9	新台派上線	SETN	0.79
10	最前線直擊	UBN	0.79

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.46
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	2.29
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.06
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.98
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.87
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.42
7	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	0.94
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	0.93
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	0.84
10	綜藝新時代台塑石油95	FTV	0.76

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	0.79
2	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.67
3	直中職35年樂VS中	VLSPT	0.62
4	型男大主廚萬士益冷氣	SL2	0.56
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.54
6	辣味滿屋絕代雙椒	CTV	0.51
7	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.51
8	直中職35年味VS中	VLSPT	0.50
9	直中職35年味VS中	VLMAX	0.46
10	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.45



PART FIVE

藝人動態

- Dorian Idols



近期精彩動態：Passion Sisters/Tiger Girls



圖1：中信兄弟「阪神甲子園球場日」邀請日職阪神虎啦啦隊Tiger Girls，對台灣應援方式與熱情有活力印象深刻。（圖/中信兄弟提供）

圖2：目前有韓籍成員李丹妃、邊荷律，加上日職應援成員，成為首次台、日、韓合體應援。崙崙表示希望未來有日籍成員，結合不同文化。（圖/中信兄弟提供）

近期精彩動態：峇峇



圖1：近日露營身穿著白色的「漁網洞洞裝」上衣，搭配淺色牛仔褲，完美展現她的姣好身材，而躺在房車的唯美照片更讓粉絲暴動。（圖/峇峇IG提供）

圖2：有網友注意到她辮子的編髮，不禁大讚「辮子超可愛！」，其實峇峇人氣極佳，每次只要釋放出新的生活照，都會吸引許多人朝聖。（圖/峇峇IG提供）

圖3：IG一連曬出4張美照，展現清新內衣時尚，看上去既清純又性感，透露將在7月27日（六）參加新品發表會親臨現場。（圖/峇峇IG提供）

近期精彩動態：短今



圖1：受邀上節目《小姐不熙娣》進行PK，展現大絕招「一字馬」時，直接大力撞上地板，當場爆哭落淚。（圖/小姐不熙娣臉書粉專提供）

圖2：男來賓表示「我覺得短今可以去養傷退休了。」慘遭網友出征，短今在社群發聲呼籲為節目效果。同時，有許多網友留言關心短今傷勢。（圖/短今IG提供）

近期精彩動態：邊荷律



圖1：「韓國甜心」邊荷律今年3月加盟中信兄弟啦啦隊，日前專訪提及來台短短2個月胖了4kg，罪魁禍首是「台灣好吃的太多了！」（圖/林士傑提供）

圖2：人氣越來越高的邊荷律，每次結束應援會收到5百則訊息，感動地說：「有粉絲體諒我，把留言翻譯成韓文。」並努力學習中文。（圖/林士傑提供）

近期精彩動態：貴貴/少鹽



圖1：成員貴貴去年9月認愛並宣布結婚，表示不會退出啦啦隊，希望粉絲們也能跟她一起繼續在場上奮力應援。（圖/Z咖小模-貴貴 Sammy 臉書提供）

圖2：貴貴除了跳啦啦隊的本職工作外，還有多項副業，最近創立個人冰品「小貴冰淇淋」。（圖/Z咖小模-貴貴 Sammy 臉書提供）

圖3：現職中信兄弟啦啦隊成員的少鹽，去年向夢想娛樂要求終止經紀約，近日達成協議解約，前東家給予祝福。（圖/少鹽IG提供）

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

