

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2446

11.04 ~ 11.10



Contents

- 媒體放大鏡 - Netflix影集《影后》排行榜冠軍！
- 熱門話題 - 11月颱風不散場話題多
- 國際案例 - 重要話笑著說 品牌溝通從娛樂開始
- 數位轉型 - X-STORE 8：智慧購物「拿了就走」
- 收視調查 - 2024/11/04 - 2024/11/10





PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 Netflix影集《影后》排行榜冠軍！



【2024/11/11, 網路溫度計】

Netflix影集《影后》於11月7日正式在台上線，12集故事描寫女演員真實的人生歷練，包含多次入圍金鐘卻沒拿到獎、戲路被侷限等故事背景，甚至還細膩刻畫經紀人以及親情、愛情、友情等人生議題，也讓《影后》在網路上討論聲量不斷，位居《網路溫度計DailyView》台劇網路口碑榜冠軍。在觀賞《影后》之前，一起來看看這次必看的亮點有哪些！

- **卡司陣容堅強** | 《影后》邀請楊謹華、謝盈萱、薛仕凌、陳庭妮、謝瓊煖、楊貴媚、鍾欣凌、曾苑婷、林廷憶、黃迪揚及詹懷雲等11位演員領銜主演，加上嚴藝文親自執導，黃金卡司同台飆戲，發揮精湛演技實力，也讓《影后》在上映前就備受外界矚目。
- **劇情逼真寫實，故事惹人淚崩** | 描寫每個女演員不同的人生經歷，觀眾從她們的歷練，可以看到每位女演員光鮮亮麗拍戲的背後，親情、愛情、友情及自我價值等寫實人生，還有網友形容，「這部影集彷彿就是演藝圈職場現形記」。
- **必聽經典歌曲** | 告五人為《影后》製作的序曲〈從未見過的海〉登上熱門字詞，旋律與歌詞不僅讓網友產生共鳴，也登上YouTube音樂發燒影片排行榜第16名，「第一次聽告五人的歌，因為剛好在看《影后》，突然覺得歌曲真的好好聽」。

2 Netflix漲價最高18%！HBO Max將登台



【2024/11/12, 網路溫度計】

隨著串流平台的普及，追劇已成為現代人生活中不可或缺的一部分，作為目前OTT串流平台市佔率第一的「Netflix」，不但提供來自各國的豐富影視作品，還推出原創影集、節目，扣人心弦的劇情與豪華卡司讓觀眾難以自拔。

- **Netflix方案價格全面調漲！每年需多付840元** | Netflix近年致力打擊「寄生帳號」，希望有效杜絕非付費成員共享帳號的情況。隨著人力、網站維運成本的上升，Netflix也宣布將調漲會員方案價格，基本、標準和高級方案原先每月訂閱價格為270、330和390元，即日起調整為290、380和460元，漲幅高達7至18%，其中以高級方案漲幅18%最高。Netflix調漲消息曝光後，許多網友也反應此次Netflix調漲幅度太大。另一派網友則認為萬物齊漲，價格上升才能維持戲劇品質、支持正版平台。
- **HBO MAX即將登台，強調將嚴厲打擊寄生帳戶** | 在Netflix宣布訂閱漲價之際，新的串流平台也將搶佔台灣市場。Max服務即將於11月19日在台灣上線，其母公司華納兄弟探索集團表示，會以「非常溫和的訊息」來提示、鼓勵大家使用者付費。在《哈利波特》系列電影最終部播畢13年後，娛樂公司「華納兄弟探索」於今年初宣布將重新製作《哈利波特》影集，預計定檔2026年於Max播出！



3 快轉一切 縮時為王！為何人們越來越愛「倍速追劇」



【 [2024/11/11, 商周](#) 】

YouTube表示，約85%的使用者會加速播放影片。常見的理由包含想省時間、跳過特定情節、為了保持專注或不耐煩。其實，加速或「直接看結局」的觀看方式早已存在，只是現今技術讓這個行為變得更容易。對某些觀眾來說，這正是理想的追劇方式！

- **3成受訪者看電視會用「加速觀看」** | 有3成的受訪者表示，這樣做是為了跳過影片中「無聊、可怕、悲傷」的部分。也有一定比例的人是因為不耐煩、或有時間壓力，甚至有8%的人表示這是為了「保持專注」。「無聊」的定義因人而異，有網友會在男女主角耍浪漫的情節快轉；有些人則會在觀看比賽時，跳過主持人介紹或後台互動，因為他們只關心表演的內容與評審的評語。
- **沒新意的內容，將加速被跳過** | Tiktok上的短影音，把一個戲劇或節目快剪拆分成多個影片上傳，往往只留下劇情張力最高的部分。YouTube上許多3分鐘看完一本書，5分鐘看完一部電影的主題都擁有極高的瀏覽次數。因為我們已經習慣在短時間內接受大量的內容與數據，例如，我們一邊看電視、一邊滑Instagram，我們很容易就感到無聊。有些人害怕，這是人們注意力越變越短的證據，一些內容產業的從業人員則擔心，倍速播放會改變作品原本的節奏和情感效果，削弱藝術性之外，還讓觀眾能產生共鳴與參與感的機會減少。

4 網購平台激戰中！酷澎後繼無力，蝦皮獨佔鰲頭誰與爭鋒？



【 [2024/11/04, I-BUZZ](#) 】

網路購物已經成為現代人生活中不可或缺的一部分，在過去十年網購市場快速發展中徹底改變人們的消費文化。只需在手機或電腦上輕點幾下就能輕鬆買到，完全改變過去一定要有店面還要看到實體品的購物型態。而隨著網際網路的發展，各國網購文化影響全世界。

- **蝦皮網路聲量獨占鰲頭** | 蝦皮、momo的網路聲量2023年與2024年同期對比，都以約20%的成長率增加。但PChome卻是前五名中唯一衰減的平台，衰退幅度甚至多達20%之多，在台灣網購市場蓬勃發展時卻繳出衰退的成績單，對於PChome來說絕對是一大警訊。
- **聲量不一定等於正能量，消費者主動維護是好感度的最強指標** | 品牌主動提及比是在所有討論到品牌相關的話題中，有多少則話題會在「不經提示」的情況下主動提到品牌名。品牌主動擁護比則是進一步計算主動提到品牌的人，有多少人會主動讚賞品牌。
- **淘寶貨品品質不穩定但服務全套到位，酷澎開高走低急需解決假貨疑雲** | 雖然不時仍有詐騙、假貨這類負面的聲量，但瑕不掩瑜的仍以划算的價格持續吸引消費者。台灣的網購平台在過去幾年經歷多次大洗牌，對於消費者來說有新平台進入市場絕對是好事，不僅可以使市場活絡，也會有不少的優惠推出。唯有將平台形象顧好攏絡消費者的心才能走得長久。



5 台灣各年齡層「社群平台偏好」大公開！



【2024/11/08, 科技報橘】

社群平台已成為現代人生活中不可或缺的一部分，但你知道不同年齡層的使用習慣有多大差異嗎？台灣社群平台使用行為呈現明顯的世代差異，**年輕人更偏好Instagram和YouTube，而Facebook則成為35歲以上族群的主要陣地。**

約70%的受訪者表示經常使用Facebook，其次依序為YouTube(53%)、Instagram(34%)、PTT(11%)與 Dcard(9%)。在18-25歲的年輕族群中，**YouTube 和 Instagram 的使用率均超過 60%，高於整體平均。**這種明顯的世代差異可能預示著社群平台使用趨勢的轉變。

值得注意的是，「觀看娛樂內容」已經超越「親友關注交流」，成為使用社群平台的首要原因。**社群平台不再只用來「社交」，更是資訊集散地。**在通訊軟體方面，Line 以 87% 的使用率穩居第一，過半民眾起床會先看 Line。調查顯示，雖然與親友聯繫 (76%) 仍是 Line 的主要用途，但**Line 的消費相關功能使用比例均有上升，包括行動支付、接收購物資訊、直接購買商品、與賣家聯繫等。**

在內容形式方面，**「限時動態」以 37% 的比例位居榜首**，其次是錄播影片 (34%) 和直播影片 (26.1%)、純文字 (25.7%) 與 2D 圖與照片/資訊圖表 (25%)。值得注意的是，18-35 歲的年輕族群對限時動態的偏好更為明顯，比例高達 46-55%。

6 KOL行銷 x 口碑行銷雙管齊下推動銷售



【2024/11/11, I-BUZZ】

在社群媒體普及的時代，善用社群媒體影響力的「口碑行銷」及「KOL行銷」已成為品牌必備的行銷手法，兩者缺一不可。一般來說，**KOL的影響力擴散之下，粉絲們通常會因為他們的權威與專業性進而購買產品**；然而品牌如果找大量網紅來推廣，缺乏素人證言，往往可能缺乏真實性、商業味較濃厚。**素人口碑往往更具真實性，形象、價格較為親民，能實際影響消費者的購買決策，提高轉單率。**

- **只做KOL行銷的優缺點：擴散快、精緻，但缺乏自然、真實性** | 有些品牌花大錢找了知名KOL合作，卻發現轉單效果不如預期，問題出在只有短時間的曝光，並沒有延續話題的長尾效應。網紅合作的社群貼文、短影音雖然擴散快、流量高，但仍不如一般消費者的證言自然和真實。搭配社團、論壇口碑延續討論，才能真正讓產品或服務的好感度深植消費者的心。
- **只做口碑行銷優缺點：真實性高、更具說服力，但擴散慢、受眾較局限** | 素人的推薦分享内容真實性較高、更具說服力，但貼文擴散相對較慢，且能觸及的受眾也較局限。因此團隊會建議品牌先由KOL提高產品知名度後，再搭配素人口碑進行深度溝通，循序漸進做好口碑堆疊，以推進粉絲的下一步行動，也就是實際購買行為。



7 搜尋引擎大升級！找產品都有AI幫你「做功課」



【2024/11/05, 數位時代】

繼 Google 搜尋引擎搭載 AI 功能進化後，Google再升級其購物功能！Google Shopping近期推出了個人化「For You」產品推薦功能，運用 AI 分析用戶的搜尋紀錄和 YouTube 觀看紀錄，在購物頁面上，展示用戶「可能會喜歡」的產品，整體介面類似於亞馬遜和 Pinterest 的綜合體。「許多消費者會從 Pinterest 或社群媒體獲取產品靈感，然後再到網購平台購買，希望成為消費者購物的起點。」

- **AI 摘要產品介紹、功能，幫助消費者在購物前「做足功課」** | 當用戶搜尋產品時，搜尋結果頁將呈現一個 AI 摘要，提供購物時應考慮的資訊。例如，若搜尋「西雅圖的冬季外套」，AI會生成的摘要，內容包含在氣候條件下購買外套，應該考慮防水、保暖程度等因素。
- **洞悉用戶歷史行為，提供最個人化的購物介面** | Google 強大的 AI 和機器學習技術，透過分析消費者過去的行為模式，自動生成與使用者最相關的商品推薦，不僅節省時間，也能提高購物的便利性。Google 還利用這個新的個性化購物推薦，展示符合用戶需求的產品和影片。這種設計借鑒了 TikTok 的風格，旨在不斷展示用戶可能感興趣的內容。這樣的個人化產品推薦不僅限於某些特定的商品類別，還涵蓋了從電子產品、服裝到美容產品等多種類別，讓使用者的購物選擇更加多元。

8 「一句話」讓ChatGPT畫出你的生活日常！



【2024/11/11, NEWTALK新聞】

近期在社群媒體X平台上，一股新潮流讓網友大感興趣。請 ChatGPT 生成自己生活的圖像，透過 AI 試圖重塑自我形象。許多用戶反映生成結果準確度高，甚至引發笑談與隱私討論，這場熱潮迅速蔓延，引發關注。

根據觀察，X 平台用戶紛紛嘗試輸入「基於你對我的理解，畫出你認為我現在生活的模樣」，並由 ChatGPT 生成圖像，藉此揭露自身生活中可能包含的各種元素。這一趨勢快速蔓延，產生了大量引人注目的圖像結果。

多數網友在實測後表示生成的圖像相當精準，認為其展現出個人特質與生活概況，許多人甚至驚呼：「完全抓到重點了！」。但也有人幽默地表示，這樣的準確度令人心驚，調侃自己可能需要「刪除一些 ChatGPT 的記憶」，或考慮「減少與 ChatGPT 的互動」，顯現出對 AI 深入掌握用戶資訊的複雜情緒。ChatGPT 之所以能夠精準生成圖像，歸功於內建的「記憶」功能。每次與用戶互動時，這個功能會逐步記錄與儲存用戶的喜好、工作與生活習慣，從而提供更加個人化的回應。此特性也令其能夠描繪出符合用戶現狀的圖像，引發多方熱議。若用戶對隱私存有顧慮，可以透過「設定」中的「個人化」選項選擇關閉「記憶」功能，或者透過「管理」指令，刪除特定記憶





PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



十大熱門話題排行榜 11月颱風不散場話題多

👉 2024/11/04 - 2024/11/10



<p>1</p> <p>娛樂類 <u>謝瓊煖</u></p> <p>👤 總互動數 40,375 😊 36% 😞 21%</p>	<p>2</p> <p>體育類 <u>勇士</u></p> <p>👤 總互動數 36,862 😊 32% 😞 22%</p>	<p>3</p> <p>娛樂類 <u>謝盈萱</u></p> <p>👤 總互動數 24,490 😊 50% 😞 14%</p>	<p>4</p> <p>體育類 <u>佐佐木朗希</u></p> <p>👤 總互動數 18,254 😊 19% 😞 21%</p>	<p>5</p> <p>體育類 <u>塞爾提克</u></p> <p>👤 總互動數 16,905 😊 25% 😞 17%</p>
<p>6</p> <p>體育類 <u>12強</u></p> <p>👤 總互動數 16,281 😊 42% 😞 9%</p>	<p>7</p> <p>天氣類 <u>颱風銀杏</u></p> <p>👤 總互動數 16,019 😊 8% 😞 33%</p>	<p>8</p> <p>天氣類 <u>天兔颱風</u></p> <p>👤 總互動數 15,856 😊 12% 😞 13%</p>	<p>9</p> <p>娛樂類 <u>地震</u></p> <p>👤 總互動數 14,225 😊 47% 😞 8%</p>	<p>10</p> <p>娛樂類 <u>五月天</u></p> <p>👤 總互動數 13,716 😊 49% 😞 6%</p>



PART THREE

國際案例

- Case Share



START

重要話笑著說 品牌溝通從娛樂開始

喜劇不好拍，笑話不好講，一段好笑的脫口秀段子要想一個月。換作一則身負品牌重任的廣告，泰國創意人要怎麼有趣的說？用幽默、趣味化解緊繃神經，同時激發繼續看下去的好奇心，眾多廣告裡帶來的娛樂也並非容易。泰國創意人如何在所創造的娛樂性世界裡，傳遞出品牌的重要話語。

- ◆ **文化大不同Calbee商品名字之戰 文化大衝擊** | 一場文化之爭在超商裡開戰！插旗泰國四十多年的日本品牌Calbee主打用真正蝦子製成的美味零食「Ebisen」（えびせん），早已是泰國人的經典零食，卻爆發了名為《文化衝擊》的廣告。不過，說著「Calbee」早有數十年，泰國店員無法輕易改變也不想被改變。雙方開始超現實的攻防戰，從換包裝為出發點，Calbee Thailand重新省思消費者對商品的認同與識別，藉由超現實劇情在廣告裡將「Ebisen」之名扎實傳達給消費者，帶來樂趣也提高品牌知名度。
- ◆ **Five Star Chicken史詩鉅作 魔性歡慶四十歲** | 慶生廣告《美味值得》，將「คุ้ม」（Khûm，值得）兩字賦予魔性，選用四部經典電影橋段展現Five Star Chicken在泰國奠定的價值。儘管泰語「值得」兩字成為廣告裡唯一的台詞，藉由經典電影橋段仍舊為觀眾迅速帶來熟悉感。廣告《美味值得》用電影連結新世代及老客戶的關注，透過娛樂性內容有效搭起與消費者對話舞台，呈現Five Star Chicken活力與幽默，也展現對消費者的重視及真誠，即便跨過四十年，未來依舊要讓消費者「คุ้ม」。
- ◆ **戒酒魔力全開 新的自己即刻登場** | 泰國健康促進基金會在齋戒月期間推出廣告《戒酒煥然一新》，針對現代人對身材、膚況及財富等重視，透過三段情境呈現戒酒無法擋的魔力！改變自己從戒酒開始，以「停止喝酒，煥然一新」為口號，泰國健康促進基金會除了推出三則趣味廣告，也提供《戒酒自新指南》分享戒酒會遇到的身體變化，提升人們戒酒行動力，讓打造新的自己更有可能。



GOAL



PART FOUR

數位轉型

- Digital Transformation



START

X-STORE 8：智慧購物「拿了就走」



7-ELEVEN 未來超商「X-STORE 8」與工業技術研究院合作，將商品「拿了就走」的智慧商店，帶進國立臺灣海洋大學內，並首度開放民眾入店。其中，「拿了就走」智慧商店技術更迎來全新升級，打破過去只適用常溫、冷藏品項的限制，擴大到全門市商品均可 AI 智能監控，並結合手機自助結帳，號稱最快 30 秒就能體驗未來零售購物樂趣。

□ 把無人駕駛技術用在零售？全新「AI 智慧貨架」登場

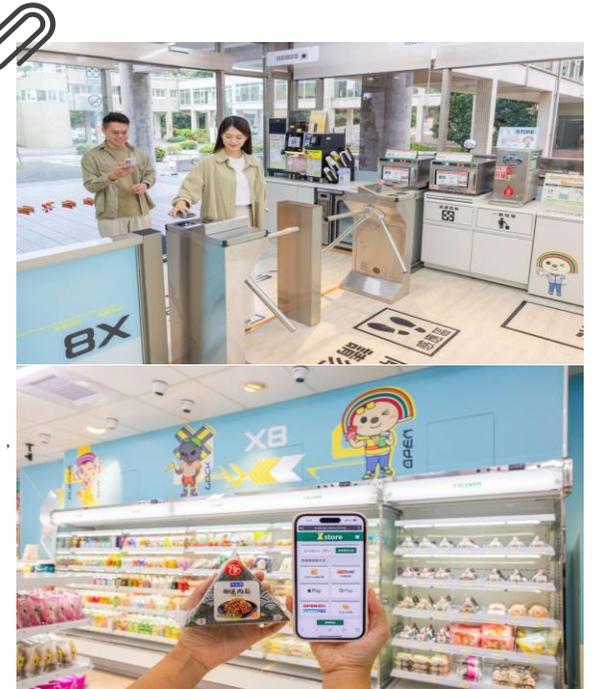
- 「X-STORE 8」是 7-ELEVEN 第二間提供「拿了就走」購物體驗的門市，其技術亮點在於引入光學雷達 (LiDAR) 影像辨識，這項技術通常應用於電動車無人駕駛，現首度導入超商。相比於前一代的「X-STORE 7」，這間門市商品種類達 1,600 多種，規模擴大了 5 倍。最大突破是結合現有設備，新增四門冰箱，提供更多元的商品，針對校園商圈需求，如不同口味的御飯糰及小型零食，提升選購體驗。

□ X-STORE 8「拿了就走」體驗，怎麼用科技串接？

- 「X-STORE 8」將多項先進科技應用於消費者購物體驗和門市管理。進店時，消費者只需使用手機開啟 7-ELEVEN APP，掃描專屬 QR code，便能迅速進入門市。店內「拿了就走」體驗結合影像追蹤與 AIOT 智能貨架，能即時感測並更新消費者拿取或放回的商品，並自動將商品加入顧客的雲端購物籃。在離店時，顧客可輕鬆確認清單並完成手機自助結帳或在自助櫃台結帳，快速完成購物。AIOT 智能貨架與平板設備協助門市人員即時監控商品庫存和銷售狀況，並自動提示錯位或缺貨的商品。此外，7-ELEVEN 也推出「掃描式微波爐」，只需將鮮食包裝上的 QR code 放在微波爐感應器下，便可自動設定微波時間，減少人機接觸頻率。

□ 將 AI 智慧零售體驗模組化，未來更容易維護、調整

- 自 2018 年啟動 X-STORE 以來，7-ELEVEN 已開設 7 間未來超商，並推出可複製的數位化技術。X-STORE 在校園商圈的應用尤其受到 Z 世代年輕學子的青睞，平均日來客數接近千人。而「X-STORE 7」在工研院辦公宿舍區的測試也獲得成功，已有近 10 萬人次使用，證明「拿了就走」智慧商店技術在封閉商圈中的有效性。工研院指出，這次在校園場域的推廣，不僅在軟硬體技術上取得突破，還將「智慧貨架」模組化，未來將使維護與調整更加靈活，並促進業者的快速佈建。



GOAL





PART FIVE

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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.21
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.99
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.99
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.89
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.55
6	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	1.23
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.13
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.10
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.03
10	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.98
11	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.92
12	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	0.91
13	航海王29	TTV	卡通影片	0.81
14	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.78
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.71
16	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	國台語單元劇	0.69
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.69
18	醫學大聯盟宏星製藥	FTV	競賽綜藝	0.68
19	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	0.67
20	姊妹亮起來娘家美日潤水妍	FTV	資訊綜藝	0.66

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	2.22
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.84
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.76
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.04
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.04
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.04
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.00
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.93
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.93
10	少康戰情室美選特報	TVBS	新聞性質節目	0.89
11	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.87
12	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.85
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
14	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.81
15	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.78
16	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.75
17	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.74
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.71
19	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.70
20	大愛劇新四重奏	DaAi	國語連續劇	0.69



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.55
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.40
3	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.33
4	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.26
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.08
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.92
8	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.85
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.80
10	醫學大聯盟宏星製藥	FTV	競賽綜藝	0.73

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.96
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.58
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.53
4	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	1.13
5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.95
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.86
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.82
8	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.65
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.65
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.64

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	2.35
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.95
3	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.85
4	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.66
5	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.53
6	航海王29	TTV	卡通影片	1.20
7	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
8	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.02
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.96
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	5.39
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.16
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.47
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.46
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	2.05
6	豬哥亮經典秀蓓麗莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	1.79
7	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.53
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.36
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.29
10	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	1.24



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.82
2	歡迎光臨2蓓朵娜極光CC霜	ETTV	資訊綜藝	0.78
3	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.72
4	不良執念清除師魅后魅力姬	SL2	國語連續劇	0.70
5	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	0.62
6	1330完全娛樂	SL2	資訊綜藝	0.58
7	智富食代	SET-F	新聞性質節目	0.58
8	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	美食、旅遊節目	0.53
9	LINKING368TAIWANQQ充電樁	SANLI	美食、旅遊節目	0.52
10	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.48

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.34
2	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.94
3	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.85
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.71
5	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.63
6	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.55
7	不良執念清除師魅后魅力姬	SL2	國語連續劇	0.49
8	我的婆婆怎麼那麼可愛2萬	SL2	閩南語連續劇	0.47
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.47
10	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.45

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.37
2	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.80
3	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.76
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.75
5	功夫	ET-M	國片	0.73
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.68
7	直中職35年頒獎典禮	VLSPT	棒球	0.67
8	直24世界12強熱身樂VS中	VLSPT	棒球	0.67
9	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.63
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.62

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.63
2	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.80
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.76
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.72
5	少康戰情室美選特報	TVBS	新聞性質節目	1.70
6	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.66
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.65
8	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.54
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.50
10	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.41



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	0.75	0.35	0.43	0.39	1.28
TTV/台視	0.44	0.15	0.30	0.30	0.70
FTV/民視	0.34	0.06	0.08	0.15	0.65
CTS/華視	0.23	0.10	0.10	0.15	0.37
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	0.55	0.24	0.24	0.46	0.86
ET-N/東森新聞	0.49	0.22	0.21	0.39	0.78
SETN/三立新聞	0.44	0.09	0.12	0.26	0.80
FTVN/民視新聞	0.37	0.04	0.11	0.20	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.03	0.06	0.12	0.49
NTVN/壹新聞	0.19	0.08	0.06	0.15	0.31
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.04	0.08	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.06	0.04	0.11	0.24
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.04	0.03	0.11	0.24
SET-F/三立財經台	0.06	0.02	0.03	0.03	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0



100
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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	3.21
2	願望十全味噌	SANLI	1.76
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.04
4	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.81
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.70
6	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	0.69
7	大愛劇新四重奏	DaAi	0.69
8	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	0.67
9	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	0.59
10	第三次結婚	CTiE	0.58

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.04
2	台灣最前線	FTVN	1.04
3	驚爆新聞線2200	SETN	1.00
4	驚爆新聞線2100	SETN	0.93
5	新台派上線	SETN	0.93
6	少康戰情室美選特報	TVBS	0.89
7	台灣演義	FTVN	0.87
8	關鍵時刻	ET-N	0.85
9	非凡最前線	UBN	0.85
10	少康戰情室	TVBS	0.78

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	2.99
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	2.22
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	1.99
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.89
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.84
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.55
7	嗨營業中4	TTV	1.23
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.10
9	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	0.98
10	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	0.91

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.13
2	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.74
3	型男大主廚	SL2	0.66
4	詹姆士出走料理	GTV-1	0.60
5	直24世界12強熱身樂VS中	VLSPT	0.51
6	世界強棒出擊	TVBSN	0.40
7	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.36
8	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.33
9	非凡大探索	UBN	0.33
10	GO GO TAIWAN來去青森	FTV	0.32



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

