

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2448

11.18 ~ 11.24

Contents

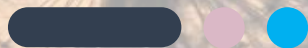
- 媒體放大鏡 - 奪冠! 緯來收視率13.09 百萬人收看
- 熱門話題 - 話題聚焦12強棒球賽況及球員
- 國際案例 - 聖誕節可跟AI聖誕老人講電話
- 消費者洞察 - 2024年臺灣社群通訊行為調查
- 收視調查 - 2024/11/18-2024/11/24



PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 奪冠全台炸裂！緯來收視率13.09 百萬人收看



【2024/11/25, 客新聞】

世界12強棒球金牌戰，台灣隊創造歷史，24日晚以4比0完封日本不敗傳說「武士隊」封冠，中止日本隊27連勝紀錄。昨晚全國民眾總動員，全台各地戶外轉播人潮爆棚，電視轉播超過百萬人同時收看，收視率達到驚人的13.09；PTT棒球版同時在線人數最高達7萬7375人，創下2013WBC後最高紀錄。各電視台轉播的收視率數字更是驚人，緯來體育台收視率達到驚人數字13.09，東森電視台轉播達到9.18，不過愛爾達目前尚未公佈數字。根據國家通訊傳播委員會（NCC）資訊來算，緯來收視率13.09，等同全國有98萬人同步收看。

愛爾達體育台半夜更發布「超狂貼文」，宣布即日起，台日冠軍戰將連播365天，每天都會重播一次，笑翻眾網友。許多粉絲湧入貼文高喊愛爾達太狂，稱「愛爾達沒有極限」、「這真的很中二，不過我喜歡」、「愛爾達是我大哥」。

網路論壇PTT棒球版更是一度大當機，在第5局台灣隊林家正敲出陽春砲，台灣隊長陳傑憲接著轟出三分砲，讓台灣隊以4：0領先日本。而就在拿下4分領先的同時，PTT因不明原因無法正常運作，但現在已經恢復正常。

2 棒球12強 網路聲量暴增20倍！



【2024/11/25, 網路溫度計】

台灣在24日的世界棒球12強賽中以4比0完封日本拿下冠軍，為台灣棒球締造新的歷史，讓無數球迷流下眼淚。從賽前不被各界看好，受盡各種冷嘲熱諷，在一場場比賽中證明自己的實力。透過《KEYPO》調查，在10月7日本屆12強教練團、選手名單公布時，網路聲量整體而言偏向負面，好感度比值为0.54；到了12強冠軍賽進行的11月24日，不只整體網路聲量從10月7日的10,247大幅躍升到約莫20倍的206,653筆，正面聲量更是遠遠超越負面聲量，好感度比值高達2.67；台灣隊從開始到最後，好感度比值成長了394%。

這次賽事中選手們特別的手勢也成為亮點，球員們上壘後比出的三角手勢，是德州撲克中「All in」的意思，以「All in」象徵在比賽中毫無保留、用盡全力，希望能把握機會為台灣而戰，這個由張政禹發起的手勢，成為這次台灣在12強中的招牌動作之一。而陳傑憲轟出3分全壘打後在胸前以括號手勢比畫，在那個別的球隊都會寫著國家名稱的位置，台灣的球衣是留白的，但那一刻所有人都知道，陳傑憲的球衣上面寫著「Taiwan」。這次年輕的新血陣容也讓大家看見不一樣的台灣棒球，賽後唱名「功臣」出來跳舞的打氣環節，在社群上感染了許多網友，活潑的氛圍讓許多平常沒有關注棒球賽事的網友忍不住跟著一起加油。



3 金馬獎撞12強收視出爐！



【2024/11/25, 今日新聞】

第61屆金馬獎23日圓滿落幕，今（25）日收視成績出爐，雖然剛好遇到世界12強冠軍預賽，收視不敵往年，但**電視加網路轉播總收視人次還是突破732萬**，其中**典禮最高收視落在王若琳（圖右）、陳虹任（圖左）榮獲「最佳原創電影歌曲」並致感言，收視2.82**（收視人口61.3萬人），再來則是《A面:我的一天》榮獲「最佳劇情短片」、福多瑪榮獲「最佳原創電影音樂」位列第2、3名。而星光大道最多人看的則是黃宣踏上紅毯受訪，收視率衝到1.08，去年金馬影后林品彤次之，收視1.06，導演李安壓軸登場位居第3名，收視1.02。

網路部分由MyVideo、LINE TODAY同步轉播。**MyVideo影音平台收視前3名，由上屆影帝后吳慷仁及林品彤頒發最佳女主角獎最高**；第2名為日本男神阿部寬和金馬影后張艾嘉攜手頒發最佳男主角獎；第3名是正在服替代役、特別請假到場的**許光漢及香港演員吳君如**共同頒發原著劇本及改編劇本獎片段，兩人台上一搭一唱、**借位激吻話題十足**，被許多網友稱讚是典禮最高潮。

LINE TODAY的收視前3高，**第1名是導演李安頒發終身成就獎給「永遠的俠女」已故演員鄭佩佩**；許光漢及吳君如頒發原著劇本及改編劇本獎居次；最後則為電影「鬼才之道」演員陳柏霖及王淨頒發造型設計及美術設計獎。

4 一場話題拳賽，讓Netflix飆出6500萬收視人數



【2024/11/18, 數位時代】

Netflix首度進軍體育直播！27歲網紅保羅（Jake Paul）與58歲拳王泰森（Mike Tyson）於台灣時間11月16日上午進行拳擊表演賽，這場被網友戲稱為「運鈔車之戰」的對決，為Netflix帶來哪些效應？

根據Netflix提供數據，**「保羅對決泰森」的主賽直播吸引16,000萬戶家庭線上觀看**，而現場吸引了72,300名現場觀眾，主賽「保羅對決泰森」的**門票收入高達1,800萬美元（約新台幣5.85億元）**，不僅超越德州史上的拳擊與MMA格鬥賽的票房紀錄。泰森為了迎戰保羅在退休多年後重返賽場，被**認為是推動Netflix今年第四季訂閱數增長的關鍵因素之一**。據《彭博社》報導，Netflix的Q4訂閱總數有望增加1,000萬，比市場普遍預期高出11%。

本次拳賽直播是Netflix強化廣告業務的一大嘗試，旨在將更多重大現場直播活動納入平台。具體而言，**Netflix之所以進軍體育直播，不外乎透過提供多元化內容以擴大訂閱戶基數，強化在串流媒體市場的競爭力**。Netflix為何要大費周章自己辦比賽、自己搞直播？關鍵即在於，一手可以省下天價權利金，另一手可以賺取高額廣告費。《[更多詳細內容請參考原文...](#)》



5 Netflix最新功能公開！儲存、分享「精彩時刻」



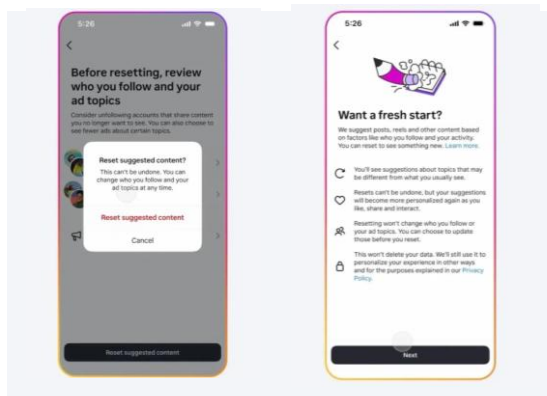
【2024/11/25, 網路溫度計】

你是否曾經被Netflix的某個片段、場景深深吸引，甚至久久不能忘懷，想將畫面分享至社群媒體卻發現截圖全黑？對此，Netflix宣布推出全新功能「精彩時刻」，用戶可以輕鬆儲存、重溫並分享喜愛的經典場景與橋段了！

近期Netflix宣布**全新功能「精彩時刻」**在iOS系統正式上線，承諾將在短期內推及Android版本，使用方法很簡單，只需點進喜歡的劇集，等待播至想保存的片段時，在**手機螢幕下方點擊「精彩時刻」**，該場景的時間段落就會自動保存至**「我的Netflix」標籤頁中**。用戶可以隨時在手機上重溫所儲存的「精彩時刻」，若再次觀看該集數，系統將從書籤標記的場景開始播放。

用戶在儲存「精彩時刻」時，可**同時分享至社群平台 (Instagram、Facebook)**，也能從「我的Netflix」標籤頁中選擇場景，然後點擊分享至社群平台。而針對其他分享、截圖功能，Netflix表示，未來「精彩時刻」有望延伸更多功能，為用戶提供更多方式來使用並享受這項功能，請用戶持續關注Netflix的後續更新！

6 告別大雜燴推薦！IG祭新功能「一鍵洗牌」



【2024/11/21, 數位時代】

平常在滑Instagram時總是跳出不想看到的廣告，或是整個頁面充滿自己不感興趣的內容嗎？Meta宣布推出一項名為**「推薦重置」**的新功能，讓用戶能夠重新調整社群平台上的內容推薦。這項功能允許**用戶清除探索 (Explore) 頁面、短影音 (Reels) 及主頁 (Feed) 中由Instagram推薦的內容，從零打造專屬於自己的個性化推薦**。同時，用戶可以利用這項功能檢視追蹤清單，取消追蹤已不再感興趣的帳號。這項新功能目前僅先開放給青少年使用者，並計劃在測試完成後向所有用戶推廣。Meta希望透過此功能，讓青少年用戶能夠更靈活地調整其社群媒體，在探索興趣及交友的同時避免接觸到如暴力、色情等危害內容。

除了「推薦重置」功能外，Instagram也延續採用既有的多樣化管理工具，幫助用戶塑造更理想的內容瀏覽體驗。譬如，**針對探索頁面展示的內容**，用戶可以透過點擊貼文右上角的三個點，選擇「沒興趣」，直接影響推薦演算法。

為了增強用戶自主性，Instagram也提供「追蹤中」選項，按時間順序顯示追蹤帳號的貼文，或利用「最愛」功能設定偏好帳號，讓這些帳號的內容更容易被看到。

7 老人才用臉書是真的！75%台灣用戶36歲起跳



【2024/11/20, 數位時代】

近年來，社群網路一向有「臉書是老人在用的」說法存在。但，這種鄉民言論經得起檢驗嗎？據資策會產業情報研究所（MIC）發布的「通訊軟體用戶行為調查」，台灣前五大常用社群平台之中，多數網友最常使用**Facebook (70%)**，其次依序為**YouTube (53%)**、**Instagram (34%)**、PTT (11%) 與Dcard (9%)。

值得關注的是，不同世代常用的社群平台已有顯著差異。例如，**18-25歲在YouTube、Instagram的常用比例逾六成，而最大眾的Facebook**，則以35歲為分水嶺，18-35歲常用比例低於六成、**36-65歲約七成五**。至於使用社群平台的前三大原因，則依序為：觀看娛樂內容 > 親友關注交流 > 獲取新聞資訊。

針對**通訊軟體偏好**，台灣網友常用的兩大通訊為Line (87%) 與Messenger (24%)，雖然**親友聯繫 (76%)** 仍為最大宗用途，**比例已較前一年下降，反觀消費功能比例皆較前一年提升**，包含：行動支付、接收/瀏覽資訊（如購物比價、理財等）、購買商品、與商家/賣家聯繫、行動會員卡/集點卡，隨著關聯功能逐漸加深用戶的黏著度，顯見**Line已從「社交與商務工具」轉變為「消費工具」**。

8 2025 消費趨勢！調查揭台灣對豪華價位接受度高於亞太區



【2024/11/21, 科技報橘】

市場研究顧問公司 NielsenIQ (NIQ) 最新發布《年中消費者洞察》，為品牌及零售商提供 2025 策略藍圖。報告顯示，**亞太區消費者正從謹慎消費轉向有意識消費**。進一步看各地市場的關注問題，中國消費者最關注「身體健康」，韓國最在意「經濟」，日本最關心「物價」。台灣消費者則依序關注「物價」、「**身體健康**」和「**經濟**」。

超過 **6 成的消費者選擇只買必需品並減少奢侈品支出**，近 6 成民眾積極尋找更便宜的管道，顯示台灣消費者雖對價格敏感，但更重視商品價值；而高價位產品近年來成長迅速。值得注意的是，2023 年**台灣豪華價位的快消品銷量同比增長 4.9%**，科技及耐用消費性電子產品更成長超過 20%，台灣消費者比亞太顧客更能接受豪華價位的產品，只要企業能準確溝通商品價值，台灣顧客更有意願買單。

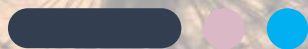
台灣消費者同樣重視「居家生活享受」、「天然與健康」和「創新」因素。**七成消費者持續為家中娛樂消費**，也帶動業者推出相關產品和服務。例如，**餐廳品牌推出可在家品嚐的罐裝精釀啤酒**，**美容品牌則提供居家沙龍體驗髮品**。針對「天然與健康」，強調零糖或低糖無糖的啤酒、碳酸飲料保持雙位數成長，健身運動趨勢也推動高蛋白飲品穩定成長。



PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



十大熱門話題排行榜 話題聚焦12強棒球賽況及球員

👉 2024/11/18-2024/11/24



1 **娛樂類**
金馬獎

👤 總互動數 192,500
😊 32% 😞 18%

2 **體育類**
12強

👤 總互動數 189,873
😊 61% 😞 8%

3 **娛樂類**
納豆

👤 總互動數 134,999
😊 74% 😞 5%

4 **體育類**
棒球

👤 總互動數 130,089
😊 62% 😞 7%

5 **體育類**
中華隊

👤 總互動數 82,399
😊 66% 😞 9%

6 **體育類**
潘傑楷

👤 總互動數 76,394
😊 61% 😞 7%

7 **體育類**
美國

👤 總互動數 66,840
😊 59% 😞 14%

8 **體育類**
**日本
委內瑞拉**

👤 總互動數 50,683
😊 34% 😞 14%

9 **體育類**
陳傑憲

👤 總互動數 44,523
😊 45% 😞 15%

10 **體育類**
**中華隊
委內瑞拉**

👤 總互動數 41,967
😊 37% 😞 19%



PART THREE

國際案例

- Case Share



START

好孩子必打！聖誕節可跟AI聖誕老人講電話



聖誕節將至，美國推出一項全新的聖誕服務，孩子不但能寫信到北極給聖誕老人，更能透過電話跟「聖誕老人」親自對話聊天，為孩子圓夢。

據《紐約郵報》(New York Post)報導，這項服務其實是一項新的AI技術。除了讓孩子寫信寄到北極之外，家長也能選擇不同的通話方案。每次通話費用為9.95美元(約台幣320元)，五分鐘對話則是14.95美元(約台幣480元)。這項服務會附贈對話錄音，如果想要全家一起參與也可以，家長只需填寫孩子的名字、願望及喜好等資訊，聖誕老人就能「親自」回電。



負責提供這項服務的是SantaPhoneCalls.com，該公司聯合創辦人史密斯(Brendan Smith)表示，對話內容不是預錄的，而是透過生成式AI模擬真實對話，能為孩子創造專屬的溫馨回憶。史密斯接受媒體採訪時形容這項服務是「特別的節日禮物」，他希望透過這項創新服務，將北極的魔法帶到全世界。其實AI早在之前就已經逐漸「接管」聖誕老人的工作，2013年就有一款自動化賀卡服務Handwrytten，能以聖誕老人的語氣撰寫信件回信，回郵的信件不只有薄荷香氣，就連回信地址都特別寫成「北極精靈路123號」(123 Elf Road)。

除此之外，AI也開發了另類用途，有部分應用程式就曾推出「上班不要看」版本的聖誕老人(Not Safe/Suitable For Work, NSFW)，專門為那些「調皮名單」上的人提供聊天服務。



GOAL

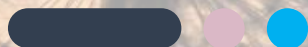




PART FOUR

消費者洞察

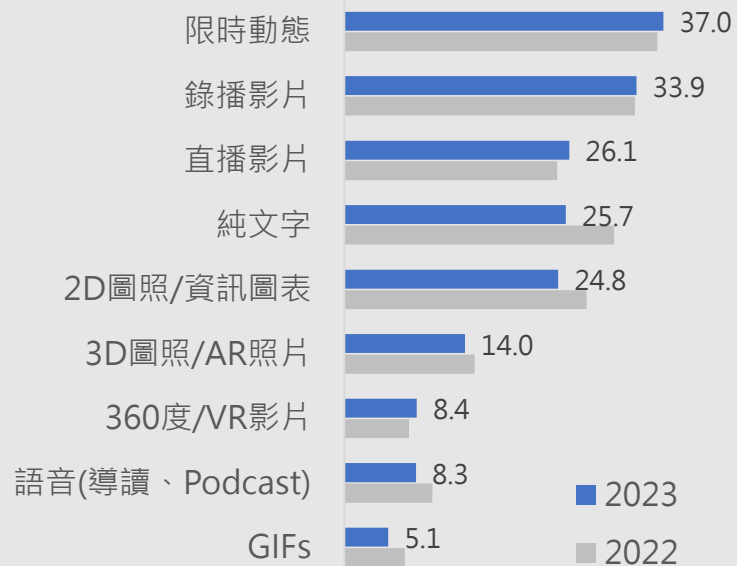
- Insight



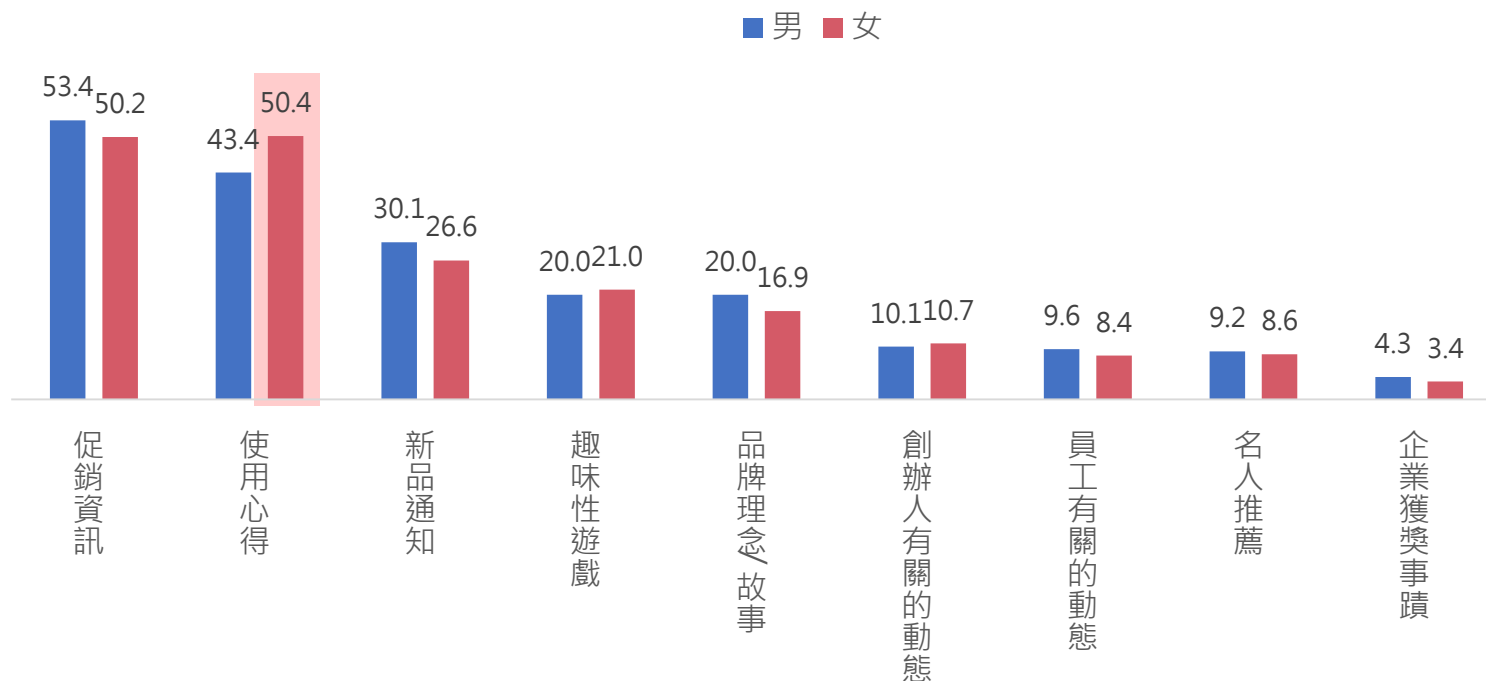
2024年臺灣社群通訊行為調查

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 於2024年臺灣社群通訊行為調查，在素材形式上，以限時動態較具吸引力，其次為錄播、直播影片，相較去年影片形式影響力增長；以素材類型而言，整體以促銷及使用心得消費者最有感，其中，女性在使用心得上明顯高於男性，顯見產品或服務的體驗內容是重要說服途徑，亦可加以應用。

社群或通訊軟體上，哪些「內容形式」較能吸引您觀看? (複選)



社群圖文的哪些「內容類型」較吸引您觀看? (複選)

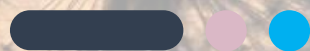




PART FOUR

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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.06
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.13
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.73
4	第六十一屆金馬獎頒獎典禮	TTV	特別節目	1.71
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.37
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.00
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.80
9	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.75
11	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	國台語單元劇	0.74
12	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.73
13	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.71
14	豬哥亮經典秀蓓麗莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	0.70
15	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.69
16	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	0.68
17	姊妹亮起來	FTV	資訊綜藝	0.68
18	醫學大聯盟宏星製藥	FTV	競賽綜藝	0.66
19	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	0.65
20	第六十一屆金馬獎星光大道	TTV	特別節目	0.62

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球錦標賽頒	VLSPT	棒球	8.84
2	直24世界12強棒球中VS日	VLSPT	棒球	7.03
3	直12強看東森獎牌賽中VS日	ET-N	棒球	7.00
4	直12強看東森循環賽中VS日	ET-N	棒球	4.04
5	12強看東森魔球寫歷史特別	ET-N	棒球	3.34
6	直24世界12強棒球古VS中	VLSPT	棒球	3.31
7	直24世界12強棒球委VS日	VLSPT	棒球	2.40
8	直12強看東森分組賽古VS中	ET-N	棒球	2.38
9	直12強看東森循環賽委VS日	ET-N	棒球	2.02
10	直24世界12強棒球中VS美	VLSPT	棒球	1.71
11	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.70
12	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.66
13	直24世界12強棒球美VS委	VLSPT	棒球	1.65
14	直24世界12強棒球美VS日	VLSPT	棒球	1.49
15	直12強看東森循環賽中VS美	ET-N	棒球	1.44
16	直12強看東森循環賽美VS日	ET-N	棒球	1.32
17	直24世界12強棒球中VS委	VLSPT	棒球	1.29
18	直12強看東森循環賽美VS委	ET-N	棒球	1.29
19	直12強看東森獎牌賽美VS委	ET-N	棒球	1.26
20	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	1.23



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.53
2	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.41
3	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.25
4	第六十一屆金馬獎頒獎典禮	TTV	特別節目	1.10
5	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.75
6	排球少年	CTS	卡通影片	0.68
7	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.68
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.60
9	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	0.58
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.58

25-34歲

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	1.77
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.92
3	第六十一屆金馬獎頒獎典禮	TTV	特別節目	0.83
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.76
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
7	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.64
8	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.60
9	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.58
10	牡丹花開常春微醺攢竹飲	TTV	閩南語連續劇	0.55

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第六十一屆金馬獎頒獎典禮	TTV	特別節目	2.20
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.64
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.46
4	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.15
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.89
6	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.84
7	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.80
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.80
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.79
10	第六十一屆金馬獎幕後花絮	TTV	特別節目	0.71

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	5.20
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.64
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.10
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.40
5	第六十一屆金馬獎頒獎典禮	TTV	特別節目	1.95
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.95
7	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	1.47
8	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	1.46
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.39
10	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	國台語單元劇	1.38



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球錦標賽頒	VLSPT	棒球	6.88
2	直24世界12強棒球中VS日	VLSPT	棒球	6.21
3	直12強看東森獎牌賽中VS日	ET-N	棒球	5.18
4	直12強看東森循環賽中VS日	ET-N	棒球	3.02
5	12強看東森魔球寫歷史特別	ET-N	棒球	2.06
6	直24世界12強棒球古VS中	VLSPT	棒球	1.73
7	直12強看東森循環賽委VS日	ET-N	棒球	1.71
8	直24世界12強棒球委VS日	VLSPT	棒球	1.46
9	直24世界12強棒球美VS委	VLSPT	棒球	1.45
10	直24世界12強棒球中VS美	VLSPT	棒球	1.37

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球錦標賽頒	VLSPT	棒球	7.99
2	直24世界12強棒球中VS日	VLSPT	棒球	5.79
3	直12強看東森獎牌賽中VS日	ET-N	棒球	4.89
4	12強看東森魔球寫歷史特別	ET-N	棒球	2.97
5	直24世界12強棒球古VS中	VLSPT	棒球	2.29
6	直12強看東森循環賽中VS日	ET-N	棒球	2.02
7	直12強看東森分組賽古VS中	ET-N	棒球	1.61
8	直24世界12強棒球委VS日	VLSPT	棒球	1.47
9	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.25
10	直12強看東森獎牌賽美VS委	ET-N	棒球	1.18

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球錦標賽頒	VLSPT	棒球	10.50
2	直24世界12強棒球中VS日	VLSPT	棒球	7.78
3	直12強看東森獎牌賽中VS日	ET-N	棒球	6.01
4	直24世界12強棒球古VS中	VLSPT	棒球	4.36
5	直12強看東森循環賽中VS日	ET-N	棒球	3.74
6	12強看東森魔球寫歷史特別	ET-N	棒球	2.72
7	直24世界12強棒球委VS日	VLSPT	棒球	2.53
8	直24世界12強棒球美VS日	VLSPT	棒球	1.77
9	直12強看東森分組賽古VS中	ET-N	棒球	1.70
10	直24世界12強棒球美VS委	VLSPT	棒球	1.59

50歲以上

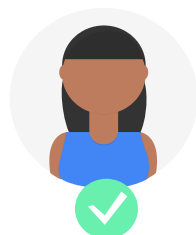
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球錦標賽頒	VLSPT	棒球	9.27
2	直12強看東森獎牌賽中VS日	ET-N	棒球	9.25
3	直24世界12強棒球中VS日	VLSPT	棒球	7.79
4	直12強看東森循環賽中VS日	ET-N	棒球	5.34
5	12強看東森魔球寫歷史特別	ET-N	棒球	4.57
6	直24世界12強棒球古VS中	VLSPT	棒球	3.77
7	直12強看東森分組賽古VS中	ET-N	棒球	3.59
8	直24世界12強棒球委VS日	VLSPT	棒球	3.03
9	直12強看東森循環賽委VS日	ET-N	棒球	3.02
10	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.57



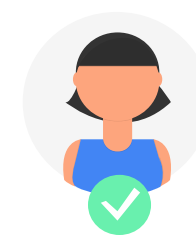
新聞類節目/頻道收視率

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	0.32	0.37	0.36	1.27
TTV/台視	0.39	0.17	0.28	0.23	0.63
FTV/民視	0.33	0.02	0.10	0.16	0.64
CTS/華視	0.19	0.14	0.09	0.12	0.31
有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
ET-N/東森新聞	0.58	0.25	0.24	0.42	0.96
TVBSN/TVBS新聞台	0.51	0.19	0.21	0.40	0.83
SETN/三立新聞	0.40	0.11	0.11	0.21	0.73
FTVN/民視新聞	0.37	0.05	0.15	0.18	0.69
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.02	0.07	0.12	0.44
NTVN/壹新聞	0.19	0.07	0.06	0.14	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.05	0.04	0.12	0.24
UBN/非凡新聞	0.14	0.03	0.05	0.06	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.01	0.02	0.07	0.21
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	0.00	0.01	0.01

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	3.06
2	願望十全味噌	SANLI	1.70
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	0.79
5	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	0.74
6	大愛劇新四重奏	DaAi	0.72
7	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	0.68
8	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	0.65
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.59
10	第三次結婚	CTiE	0.58

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2200	SETN	1.02
2	台灣最前線	FTVN	0.99
3	新台灣加油	SETN	0.93
4	關鍵時刻	ET-N	0.92
5	非凡最前線	UBN	0.86
6	新台派上線	SETN	0.86
7	挑戰新聞	FTVN	0.77
8	驚爆新聞線2100	SETN	0.74
9	少康戰情室	TVBS	0.70
10	54陪審團1500	SETN	0.69

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	2.13
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	1.73
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.66
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.37
5	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	1.23
6	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.80
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.75
8	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	0.73
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	0.71
10	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	0.70

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直24世界12強棒球錦標賽頒	VLSPT	8.84
2	直24世界12強棒球中VS日	VLSPT	7.03
3	直12強看東森獎牌賽中VS日	ET-N	7.00
4	直12強看東森循環賽中VS日	ET-N	4.04
5	12強看東森魔球寫歷史特別	ET-N	3.34
6	直24世界12強棒球古VS中	VLSPT	3.31
7	直24世界12強棒球委VS日	VLSPT	2.40
8	直12強看東森分組賽古VS中	ET-N	2.38
9	直12強看東森循環賽委VS日	ET-N	2.02
10	直24世界12強棒球中VS美	VLSPT	1.71



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

