

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2009
02.24-03.01





本期摘要

媒體放大鏡 關心疫情 新聞頻道每天激增100萬人收看

國際視野 臉書主導2019/2020年政治廣告支出

科技瞭望 自動化烹調機器人

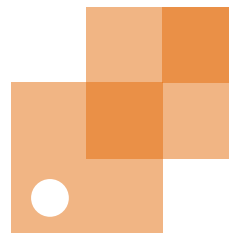
專案介紹 APPLE DAILY—粉絲團直播專案

收視調查

網路觀察 January 2020

Media
news

媒體放大鏡



關心疫情 新聞頻道每天激增100萬人收看

2020年一開春受到新型冠狀病毒 (COVID-19) 疫情壟罩，政府首度宣布學校延後開學，學生族群在家中接觸電視機會因而增高，根據尼爾森電視收視調查結果顯示，整體電視春節過後的收視表現較2019年農曆春節後成長，**新聞頻道因平均每天觸達觀眾激增100萬人，且每位觀眾收視時間由100分鐘拉長至125分鐘，成長25%。**



觀察學生族群可進一步發現：各頻道類型的收視表現全成長，學生對電視媒體的觸達率增加10%，也因延後開學使得收看電視時間增加39%，成功攻佔學生族群的眼球；對新聞、體育、日本及兒童頻道的收視興趣大幅成長。

【2020/02/27, 聯合新聞網】

「想見你」後續效應燒不停 全台破600萬人守電視狂追

柯佳嬿、許光漢主演的「想見你」雖已播畢，但後續效應仍在燒，許多政府機關從劇名衍生出創意文宣，也有不肖業者網路上販賣假的周邊商品，製作單位也親自出面澄清。22日在衛視中文台重播完結篇，收視也有1.01，甚至連最終回獨家版花絮的收視也是同時段第一，是該台13年來收視最高的台劇。

網路平台當道之際，「想」劇集集有翻轉的故事內容，吸引了觀眾第一時間守在電視機前追劇，電視台統計數字，**開播至今全台共有607萬人以電視看過「想」劇，等於全台超過4分之1的人口都看了「想」劇**；網路點擊方面，「想」劇在愛奇藝台灣站點擊已突破千萬。此外，「想」劇引爆PTT台劇版話題，相關文章目前有443篇，超越上一次引爆討論度的「我們與惡的距離」382篇。

【2020/02/24, 聯合報】



防疫追劇正夯！影音串流觀看人數暴增2成

新冠肺炎疫情全球蔓延，大家紛紛在家追劇，讓多個影音串流平台流量大幅上升，有顯著的成長。【2020/02/27, 三立新聞網】

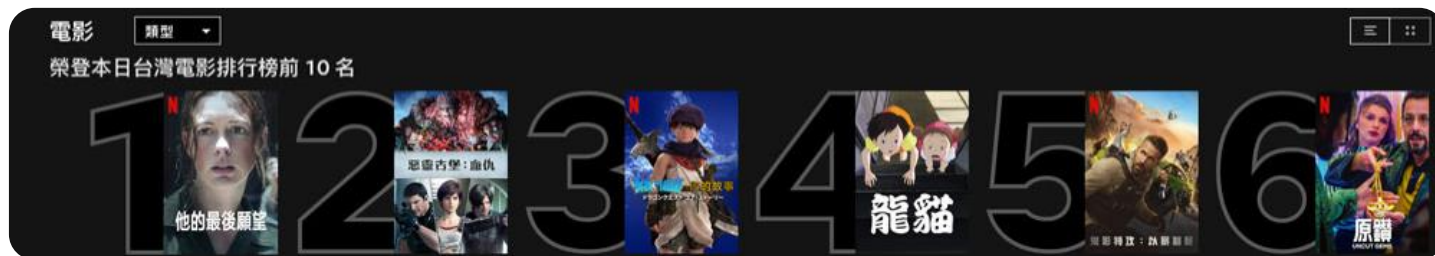
「**愛奇藝台灣站**」今年春節連假結束後，流量甚至還比春節期間成長了超過20%，進站人數也成長了20%左右；「**KKTV**」表示今年過年後兩週與去年年後兩週相比，今年的全站總播放時數比去年同期成長了35%，APP下載數的部分今年比去年同期增加了2倍；「**friDay影音**」截至2月平台觀影點閱數較1月同期成長40%，從春節開始至今，平均每日註冊人數較其他月份成長1倍。而向來對於數據都嚴格保密的「**Netflix**」沒公布確切的數字，但表示會員數有大幅地上升，尤其是在過年期間；而Netflix最近在APP也每天公布台灣網友們喜愛的劇集，單日最熱門TOP 10排行榜，幫助使用者了解當前的熱門選擇。



什麼劇最夯？Netflix十大熱門排行榜報你知

Netflix於2月25日宣布在全球推出全新的10大熱門排行功能，除了整體的10大熱門排行，當點選「節目」或「電影」時，也將可看到個別的10大熱門作品，幫助使用者了解當前的熱門選擇。

Netflix指出，**全新的Top 10熱門影片擁有完整的獨特設計，可讓用戶一覽所屬國家的其他人在觀賞什麼影片。**排行每24小時更新一次，不論在Netflix何處看到排行上的節目或電影，它們都將有特別的「10大熱門」圖標，不論是在瀏覽類別或個人片單，或是在搜尋特定的節目或電影，都可輕易了解當天的群眾首選。【2020/02/25, 中時電子報】



Facebook Messenger更新 操作更簡潔

Facebook Messenger作為一款即時通訊應用，深受廣大用家的歡迎與喜愛，其受歡迎程度僅次於WhatsApp。



據外媒The Verge報導，Facebook Messenger的介面設計變得更加簡單，並恢復了其作為功能性消息傳遞應用程式的核心角色。在新設計中，Facebook推廣了「People」，用戶可以看到最近更新Facebook Stories的朋友資訊，並組織了一個聯繫人列表來推薦最活躍的在線聯繫人。新的設計不僅是為了滿足更多的用戶，也是Facebook的新進步：越來越重視人性化，相信它將成為最受歡迎的即時通訊應用。

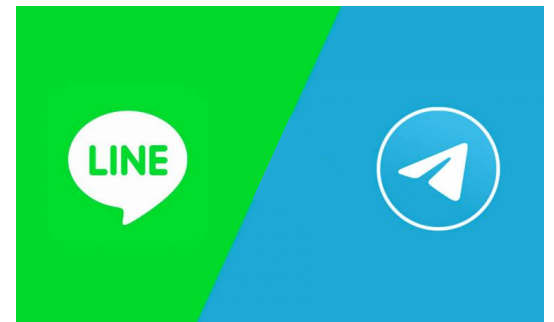
【2020/03/02, 奇摩新聞】

LINE官方帳號新收費機制 3月1日正式上路

通訊軟體LINE於3月1日啟用全新官方帳號，並按照每月群發訊息數量分級計費。常群發訊息且粉絲數多的公眾人物、股市分析師受影響最深，近期紛紛跳槽Telegram等軟體平台。

LINE升級後的帳戶可運用圖文訊息、進階影片訊息，或透過圖文選單內容讓用戶鎖定重要訊息。但如果不選擇有固定月費的中用量或高用量方案，並另加購訊息則數，就只能跳槽到其他免費平台，例如使用者可以互相交換加密訊息和自毀訊息的通訊軟體Telegram。綜合網友對Telegram的評價，Telegram的優點包括可以永久保存訊息、傳送單一檔案的上限高達5GB、跨平台同步等；缺點則包括預設語言沒有繁體中文、沒有視訊通話功能、無法使用貼圖和主題等。

【2020/02/28, 科技新報】



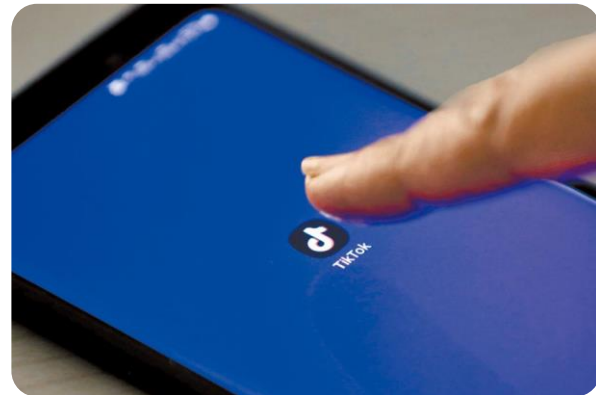
一月衝破億次 抖音 + TikTok 下載量冠全球

新冠肺炎促使全民「宅」在家防疫，大陸短影音平台抖音以及其海外版TikTok也藉此趨勢攻占手機下載排行榜，在1月創造破1億次的下載量，登上全球首位。

Sensor Tower最新數據顯示，**抖音以及TikTok在1月的全球App Store和Google Play中下載量年增46%達到1.04億次**，超越臉書旗下聊天軟體WhatsApp，成為全球下載量最高的App。

Sensor Tower分析1月主要是因為春運影響導致收入回落，但在1月23日正式進入春節假期後，抖音收入飆增，1月24日至30日的春節期間，抖音在大陸市場的App內購買規模是2019年春節（2月4日至10日）的18.7倍。

【2020/02/27, 工商時報】



串流音樂營收大幅提升 唱片音樂產業創新高

據美國唱片工業協會（RIAA）的報告顯示，**串流媒體營收已經占了唱片產業總收入的80%，推動整體營收成長13%，達到111億美元，創下2006年以來新高。**



Spotify、Apple Music等串流音樂服務平台的發展，吸引了更多消費者將訂閱線上服務做為其購買唱片音樂產品的主要方式，串流音樂服務平台給唱片音樂產業帶來的營收規模連續第四年保持成長。其中按月付費訂閱平台的營收提升25%，其中美國市場大約有6,000萬串流音樂付費用戶，免費串流音樂服務平台營收成長20%。

串流音樂服務平台的競爭提升唱片公司音樂版權的價值，吸引更多投資者將目光聚集到傳統唱片公司，三大唱片公司環球音樂、索尼音樂和華納音樂掌握了近80%的唱片音樂製作和發行市場。

【2020/02/27, 科技新報】

宅經濟當道 超商雙雄社群使用率大增

近年臉書、LINE、直播平台購物蔚為風潮，超商雙雄去年相繼推出「賣貨便」、「好賣+」社群交易平台，主打金流、物流、資訊流一條龍服務，還加上據點密集方便寄件的優勢，吸引小賣家使用。 【2020/03/03, 工商時報】

7-ELEVEN表示「賣貨便」使用量明顯倍增，防疫類用品躍升銷售排行榜前三名，總計此平台去年上線以來已吸引12萬戶賣家、開設50萬個賣場，服務買家也突破100萬人次。該平台吸引許多微型創業家加入，以30~40歲女性居多，居家雜貨、國外代購、流行服務為三大熱銷類別。

全家也表示，去年8月推出「好賣+」平台以來，目前賣家人數已突破10萬人，訂單數也較去年營運初期成長50%。鑑於使用人數日增，全家去年底在會員APP新增「我的包裹」功能，讓使用「好賣+」平台的買賣雙方，可透過APP即時追蹤寄取件貨態。

賣貨便

好賣+

閱讀調查：圖書館全年破1億人次 電子書借閱增5成

教育部今天公布「108年台灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告」，發現各項閱讀力大幅成長，公共圖書館全年人次首度突破1億人次，進館人次成長24.82%，借閱人次提升至2,295萬人次，借閱冊數達8,130萬冊，也成長4.35%；電子書借閱冊數也達81萬冊，成長幅度46.55%，最為顯著。

根據統計資料發現，2019年台灣民眾閱讀力的各項指標數字皆比2018年成長，除了傳統紙本圖書借閱增加外，電子書的借閱總冊數成長最顯著，可見不同閱讀媒材間並無互相排擠的現象，公共圖書館讀者是紙本與電子齊讀。教育部報告也顯示，2019年國人最有興趣的書籍主題是語言文學類，年度借閱超過3,972萬冊，占48.87%，其中35至44歲讀者是閱讀主力人口，占了1/4，女性借閱量也高於男性。

【2020/03/01, 聯合報】



Media
trend

國際視野





Google和Facebook已經控制了整個美國60.8%的數位廣告市場。而在其雙頭壟斷市場的情況下，數位政治廣告收入所佔的份額，在本次選舉中總和達77.6%。

Facebook是政治廣告主要的數位平台，在2019/2020年選舉週期中佔據59.4%的份額。相當於7.968億美元。

eMarketer預測分析師Eric Haggstrom表示：「Facebook 提供觸及率、鎖定功能和操作簡單等的功能性，吸引政治廣告客戶。」相較於電視或廣播，候選人可以利用Facebook更快速簡單地傳送廣告給潛在的支持者。在候選環境中，及時性、效率和相關性是非常重要的。

Google在政治廣告商中排名第二，在2019/2020年期間佔所有數位政治支出的18.2%。相當於2.437億美元。

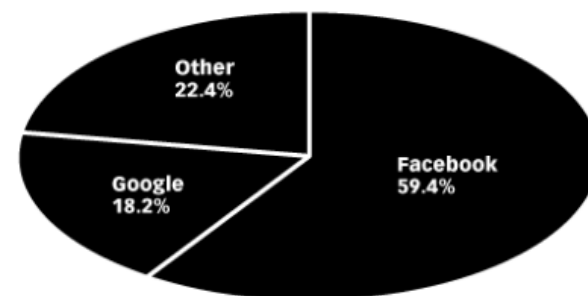
eMarketer主要分析師Nicole Perrin說：「Google的整體業務比Facebook小，其政治廣告收入相對較低，部分原因是其廣告展示面積也較小。」

雖然eMarketer沒有按格式細分Google的政治廣告收入，但我們知道，用於展示廣告的大部分資金都流向了YouTube。

Haggstrom表示：「YouTube之所以受歡迎，是因為其廣告投放與電視相似，卻同時可以吸引到不同的受眾。除此之外，YouTube還允許候選人在投放電視廣告前，可以在YouTube上進行測試和實驗。」

在整個選舉季節，Google的搜尋引擎支出都相當穩定，因為候選人都希望其名字出現在搜尋結果最前端。展示廣告和影音廣告的購買通常會在大選將近時出現，因為競選團隊會在這時購買廣告去說服選民投票。

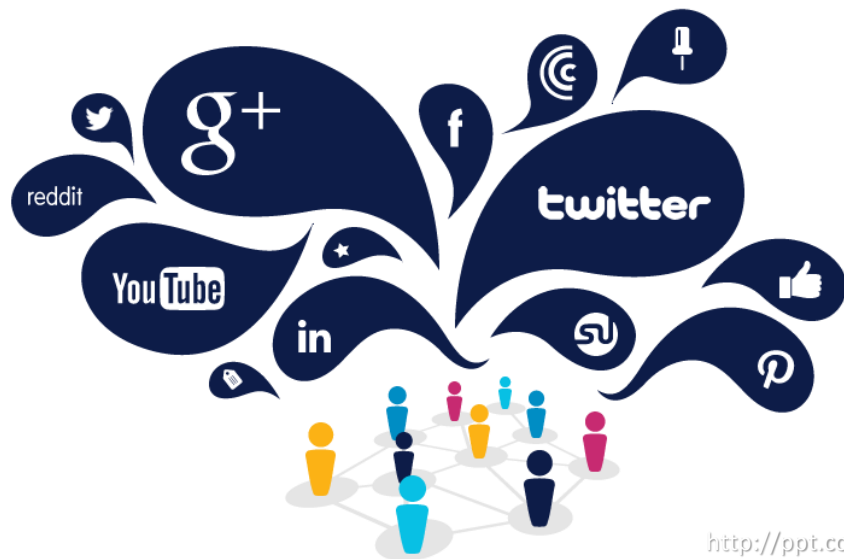
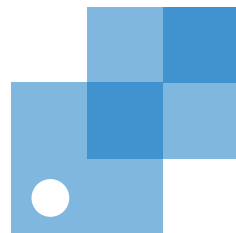
US Digital Political Ad Revenue Share, by Company, 2019/2020
% of total digital political ad spending



2019/2020年美國政治廣告支出份額

New
Idea

科技瞭望





2020年1月28日，速食餐廳開發自動化食物烹調機器人的廠商Miso Robotics發表新的機器人原型，採用軌道上機器人(ROAR)的新概念，將Flippy機器手臂安裝於倒掛的軌道，可在商業廚房提供更多延伸的功能，並有助於餐廳業者降低人力與空間成本。

根據Miso Robotics初期客戶的回饋，**新的ROAR Flippy系統是設計成安裝在標準的廚房排風罩下的倒掛軌道，Flippy機器手臂可沿著軌道在一列廚房設備上移動作業，最終目標是希望達到零佔用空間，以降低自動化廚房設備的總擁有成本，並提供真正的端對端自動化烹調服務。**Miso Robotics計畫於2020年底將ROAR Flippy系統商品化上市。

速食餐廳有設立專為服務純外送顧客的「暗廚房」，無需配置顧客服務區與用餐空間，Miso Robotics認為「暗廚房」正是自動化最能發揮效益的首選應用，也是業者優先實施自動化的場域，ROAR Flippy系統的設計能完全符合需求，部署現場不受限於現有的廚房。「暗廚房」與自動化廚房可分別降低店面與人力成本，均有助於改善成本結構。

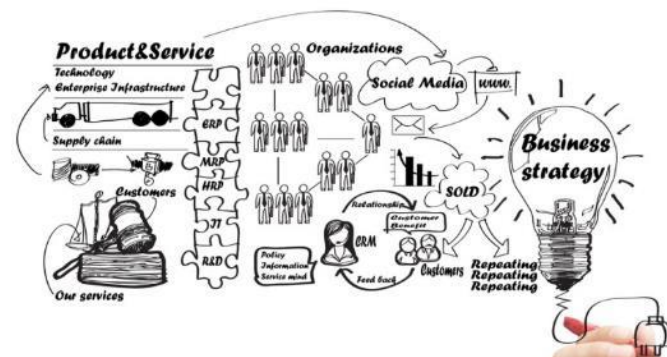
ROAR Flippy系統容易安裝、不佔廚房樓地板空間，機器手臂搭配軌道系統就能自主移動到各種烹調設備的位置作業。此外控制Flippy機器手臂的人工智慧(AI)演算法也獲得升級，新版軟體能烹調更多種類的食物。

Miso Robotics也在設法讓AI演算法能理解烹調不同種類食物所需時間的差異，並以調整烹調的順序以縮短整體作業時間，目標是讓ROAR Flippy系統的表現更接近熟練的廚房工作人員，不只死板地依照訂餐內容一樣食物處理完才進行下一樣，而會考量所有需要烹調的食物種類與個別所需烹調方式與時間，儘可能最佳化排程以擴大平行作業。



Project

專案介紹



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



蘋果日報直播



- 前置作業2周
- 地點北縣市為主
- 直播時間建議30分鐘內
- [Demo](#)

蘋果日報主網轉PO即時粉絲團直播



- 須加特約直播字樣,OS不過稿
- [DEMO](#)

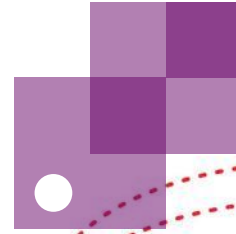
專案內容

	項目/示意	數量	預估曝光數	預估點擊數	備註	
議題置入 (直播播出)	蘋果日報FB粉絲團 娛樂或即時2選1 按讚或直播	建議30分鐘內	觸及數10萬次		前置作業3天	
	蘋果日報主網轉PO直播粉絲團	1次				蘋果製作OS不過稿
宣傳資源	直播前 蘋果app inread banner輪播	600x500 JPG/GIF/PNG <150KB	3天	1,000,000次	3,000	蘋果製作
	直播前 即時新聞圖文廣播 (不過稿)	一千字3-4 張圖	1天	-	3,000	蘋果製作
	直播後 即時新聞圖文廣播 (不過稿)	一千字3-4 張圖	1天	-	3,000	蘋果製作

※ 將依實際預算與需求執行報價

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	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	4.77
2	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	4.23
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.55
4	斯斯維他命C口飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.09
5	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.81
6	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.70
7	航海王25	TTV	卡通影片	1.54
8	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.38
9	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.36
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.29
11	1800航海王25	TTV	卡通影片	1.06
12	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.00
13	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
14	四月望雨Total Swiss	TTV	國台語單元劇	0.92
15	1300多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	0.91
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.90
17	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	0.88
18	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.84
19	女力報到小資女上班斯斯維	CTV	國語連續劇	0.67
20	鏡子森林台灣房屋	FTV	國語連續劇	0.65

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	2.78
2	炮仔聲IVENOR日夜塑崩	SANLI	閩南語連續劇	2.57
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.22
4	戲說台灣假日完整版聿健美	SANLI	閩南語連續劇	1.50
5	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	1.41
6	戲說台灣聿健美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	1.39
7	新台灣加油舊金山進入緊急	SETN	新聞性質節目	1.31
8	新台灣加油武漢解禁大解密	SETN	新聞性質節目	1.30
9	女力報到小資女上班記山本	TVBSG	國語連續劇	1.23
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.13
11	新台灣加油我祭600億元紓	SETN	新聞性質節目	1.12
12	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.09
13	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	1.04
14	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.04
15	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	1.04
16	鄭知道了確診者雙北跑台灣	SETN	新聞性質節目	1.00
17	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.99
18	新台灣加油南韓日暴增517	SETN	新聞性質節目	0.95
19	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	0.93
20	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	新聞性質節目	0.92

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	斯斯維他命C口飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.02
2	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	1.54
3	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	1.39
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.31
5	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.15
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.89
7	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.85
8	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.80
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.80
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.78

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	2.88
2	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.24
3	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	1.97
4	斯斯維他命C口飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.68
5	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.45
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.27
7	航海王25	TTV	卡通影片	0.93
8	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	0.89
9	1800航海王25	TTV	卡通影片	0.83
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.69

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	3.31
2	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.10
3	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	2.86
4	斯斯維他命C口飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.78
5	航海王25	TTV	卡通影片	2.24
6	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.92
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.61
8	1800航海王25	TTV	卡通影片	1.47
9	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.39
10	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.10

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	7.88
2	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	7.00
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.49
4	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	3.51
5	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.23
6	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.18
7	斯斯維他命C口飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.99
8	1300多情城市福爾額溫槍	FTV	閩南語連續劇	1.75
9	四月望雨Total Swiss	TTV	國台語單元劇	1.48
10	航海王25	TTV	卡通影片	1.45

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IVENOR日夜塑崩	SANLI	閩南語連續劇	1.42
2	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	1.08
3	1200蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.96
4	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.93
5	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	0.90
6	直19 20NBA湖VS勇	VLSPT	籃球	0.86
7	1900歡樂智多星福爾六合一	*SCC	競賽綜藝	0.82
8	戲說台灣假日完整版聿健美	SANLI	閩南語連續劇	0.81
9	2000名偵探柯南業火的向日	MOMO K	外片	0.79
10	歡樂智多星福爾六合一	*SCC	競賽綜藝	0.78

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲IVENOR日夜塑崩	SANLI	閩南語連續劇	2.08
2	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.57
3	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.14
4	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.09
5	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	1.09
6	女力報到小資女上班記山本	TVBSG	國語連續劇	1.04
7	戲說台灣假日完整版聿健美	SANLI	閩南語連續劇	0.90
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.88
9	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.83
10	鬼滅之刃	ET-M	卡通影片	0.75

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.03
2	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.75
3	炮仔聲IVENOR日夜塑崩	SANLI	閩南語連續劇	1.72
4	女力報到小資女上班記山本	TVBSG	國語連續劇	1.36
5	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	1.18
6	完美搭檔	ET-M	外片	1.09
7	戲說台灣聿健美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	1.00
8	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.93
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.92
10	沉默的目擊者	*SCM	外片	0.89

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	4.84
2	炮仔聲IVENOR日夜塑崩	SANLI	閩南語連續劇	3.80
3	戲說台灣假日完整版聿健美	SANLI	閩南語連續劇	2.64
4	戲說台灣聿健美妍飲	SANLI	閩南語連續劇	2.28
5	新神秘52區	CTiN	新聞性質節目	2.21
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.06
7	新台灣加油我祭600億元紓	SETN	新聞性質節目	1.97
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.92
9	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	1.92
10	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	1.68

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	0.56	0.44	0.51	1.18
TTV/台視	0.65	0.30	0.33	0.57	0.95
FTV/民視	0.43	0.10	0.18	0.23	0.81
CTS/華視	0.25	0.14	0.14	0.25	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	0.60	0.33	0.34	0.64	0.85
SETN/三立新聞	0.55	0.15	0.19	0.40	1.02
CTiN/中天新聞台	0.51	0.16	0.23	0.30	0.94
ET-N/東森新聞	0.50	0.15	0.26	0.44	0.82
FTVN/民視新聞	0.49	0.11	0.21	0.32	0.92
ERA-N/年代新聞台	0.45	0.08	0.13	0.29	0.86
NTVN/壹新聞	0.26	0.07	0.14	0.27	0.40
UBN/非凡新聞	0.17	0.05	0.04	0.13	0.32
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.09	0.03	0.12	0.22

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	多情城市福爾額溫槍	FTV	4.77
2	炮仔聲IVENOR日夜塑崩	SANLI	2.57
3	戲說台灣假日完整版聿健美	SANLI	1.50
4	戲說台灣聿健美妍飲	SANLI	1.39
5	女力報到小資女上班記山本	TVBSG	1.23
6	四月望雨Total Swiss	TTV	0.92
7	1300多情城市福爾額溫槍	FTV	0.91
8	1900雨夜花宏星製藥	SANLI	0.85
9	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	0.84
10	1230炮仔聲IVENOR日夜塑崩	SANLI	0.77

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	4.23
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.55
3	超級紅人榜佰憶園	SANLI	2.78
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.22
5	斯斯維他命C口飢餓遊戲	CTV	2.09
6	綜藝玩很大	CTV	1.81
7	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.70
8	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.38
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.29
10	綜藝玩很大	SL2	1.04

新聞類/全體

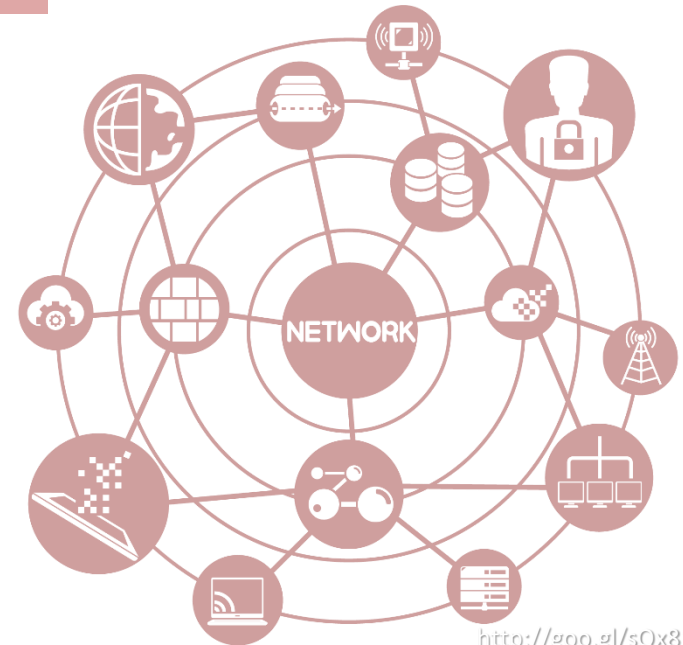
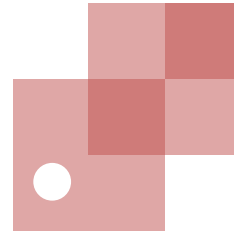
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新神秘52區	CTiN	1.41
2	新台灣加油舊金山進入緊急	SETN	1.31
3	新台灣加油武漢解禁大解密	SETN	1.30
4	台灣最前線	FTVN	1.13
5	新台灣加油我祭600億元紓	SETN	1.12
6	新台灣加油	SETN	1.09
7	驚爆新聞線	SETN	1.04
8	鄭知道了	SETN	1.04
9	鄭知道了確診者雙北跑台灣	SETN	1.00
10	新台灣加油南韓日暴增517	SETN	0.95

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.36
2	呷飽未	SANLI	0.99
3	型男大主廚	SL2	0.58
4	達人踢館海外日本XX店	VLJP	0.47
5	非凡大探索	UBN	0.45
6	直19 20NBA湖VS勇	VLSPT	0.37
7	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.37
8	1500呷飽未	SANLI	0.34
9	愛玩客之移動廚房OB嚴選	SL2	0.32
10	直19 20NBA湖VS灰	VLSPT	0.32

Network

網路觀察



<http://goo.gl/sQx81T>

15-24歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	2,047	91	698	1,550	861	78,317	20	38
2 Verizon Media	1,643	73	250	79	62	13,516	6	8
3 Microsoft Sites	1,464	65	198	35	30	9,121	4	6
4 Facebook	1,387	61	291	254	258	21,123	12	15
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,146	51	105	13	8	4,117	3	4
6 LINE Corporation	1,070	47	291	3	2	928	3	1
7 Valve Corporation	781	35	297	1	1	660	2	1
8 Wikimedia Foundation Sites	675	30	58	8	10	2,638	3	4
9 UDN Group	645	29	66	8	5	2,595	3	4
10 KKNEWS.CC	623	28	42	4	2	1,527	3	2
11 Oneup Network Corporation	615	27	93	37	27	5,512	7	9
12 ETtoday & EMI Group	461	20	43	5	2	1,588	3	3
13 TWITCH.TV	439	19	380	88	37	23,063	4	53
14 Baidu.com Inc.	437	19	32	4	4	1,185	4	3
15 Chunghwa Telecom	433	19	26	3	4	975	3	2
16 Liberty Times Group	401	18	36	19	6	2,013	9	5
17 BILIBILI.COM	391	17	36	19	8	1,860	10	5
18 Cite Media Holding Group	365	16	22	3	4	867	4	2
19 Iqiyi Sites	356	16	39	4	3	1,074	4	3
20 DCARD.TW	349	15	23	3	2	962	3	3

* With the release of Jan 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jan 2020

25-34歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Google Sites	2,109	90	789	1,297	849	90,772	14	43
2 Verizon Media	1,975	84	466	283	222	30,512	9	15
3 Microsoft Sites	1,616	69	308	69	54	16,792	4	10
4 Facebook	1,520	65	377	393	444	29,277	13	19
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,380	59	160	24	13	6,708	4	5
6 LINE Corporation	1,364	58	482	11	8	2,548	4	2
7 UDN Group	983	42	142	25	17	5,696	4	6
8 ETtoday & EMI Group	883	38	121	22	10	4,890	5	6
9 Want Media Group	792	34	43	6	5	1,670	3	2
10 Liberty Times Group	761	32	65	7	5	2,451	3	3
11 Wikimedia Foundation Sites	735	31	73	13	17	3,562	4	5
12 KKNEWS.CC	708	30	48	5	3	1,713	3	2
13 Chunghwa Telecom	665	28	49	9	8	1,868	5	3
14 Oneup Network Corporation	572	24	95	39	31	5,768	7	10
15 Fubon Multimedia Technology	556	24	60	25	14	2,497	10	4
16 PTT.CC	536	23	47	6	10	2,036	3	4
17 CW Group	529	23	33	3	2	1,077	3	2
18 SHOPEE.TW	523	22	67	26	16	3,866	7	7
19 Sanlih Media Group	514	22	39	5	3	1,354	4	3
20 TVBS.COM.TW	479	20	31	3	2	1,032	3	2

* With the release of Jan 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jan 2020

35-44歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Verizon Media	2,298	92	658	555	382	47,325	12	21
2 Google Sites	2,233	89	804	1,204	732	83,913	14	38
3 Microsoft Sites	1,731	69	343	76	53	18,574	4	11
4 Facebook	1,561	62	380	410	478	30,745	13	20
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,481	59	158	22	12	6,648	3	4
6 LINE Corporation	1,330	53	479	9	6	2,459	4	2
7 UDN Group	1,141	45	163	28	20	6,799	4	6
8 ETtoday & EMI Group	849	34	118	26	15	5,316	5	6
9 Liberty Times Group	765	30	74	14	8	3,106	5	4
10 Fubon Multimedia Technology	753	30	100	55	26	4,907	11	7
11 Sanlih Media Group	723	29	58	12	8	2,228	5	3
12 Want Media Group	708	28	42	12	8	1,664	7	2
13 Wikimedia Foundation Sites	673	27	54	5	5	2,087	2	3
14 Chunghwa Telecom	631	25	58	17	13	2,471	7	4
15 KKNEWS.CC	627	25	43	5	2	1,528	3	2
16 PChome Online	596	24	46	13	19	2,361	5	4
17 TVBS.COM.TW	580	23	48	5	3	1,645	3	3
18 SHOPEE.TW	576	23	63	26	13	3,285	8	6
19 NOWnews	548	22	58	7	3	1,936	4	4
20 Eastern Broadcasting Company	454	18	31	5	3	1,268	4	3

* With the release of Jan 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jan 2020

45-54歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Verizon Media	1,734	90	579	638	401	46,472	14	27
2 Google Sites	1,717	89	625	797	500	64,147	12	37
3 Microsoft Sites	1,410	73	331	86	65	18,321	5	13
4 Facebook	1,324	68	307	306	335	23,460	13	18
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,075	56	104	15	9	4,523	3	4
6 LINE Corporation	1,050	54	321	8	6	1,746	4	2
7 UDN Group	959	50	166	33	24	6,832	5	7
8 ETtoday & EMI Group	680	35	89	19	8	3,511	5	5
9 Want Media Group	631	33	40	10	7	1,614	6	3
10 Sanlih Media Group	607	31	60	19	11	2,416	8	4
11 Liberty Times Group	540	28	56	11	5	2,190	5	4
12 Fubon Multimedia Technology	534	28	84	39	17	3,902	10	7
13 TVBS.COM.TW	526	27	44	6	3	1,569	4	3
14 Wikimedia Foundation Sites	502	26	34	3	4	1,257	3	3
15 KKNEWS.CC	492	25	27	3	2	924	4	2
16 Chunghwa Telecom	490	25	37	8	7	1,477	5	3
17 PChome Online	469	24	45	14	16	2,099	7	4
18 SHOPEE.TW	415	21	43	13	8	2,393	6	6
19 CW Group	376	19	22	2	1	802	3	2
20 RUTEN.COM.TW	370	19	49	37	46	2,440	15	7

* With the release of Jan 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Jan 2020

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

