

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1827
07.02-07.08





本期摘要

媒體放大鏡 潮世代瘋世足 MOD收視人次破1,500萬

國際視野 半數行銷人員相信程序化廣告有效

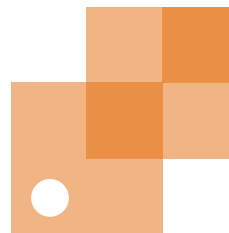
科技瞭望 AI 身兼數職 48小時變出微電影

專案介紹 台視《女兵日記》冠名專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡



潮世代瘋世足 MOD收視人次破1,500萬



2018世界盃足球賽即將進入最後八強決戰，中華電信MOD在世足期間不但用戶數大增，收視率更場場締造亮眼數字，根據尼爾森的收視率調查，世足期間賽事直播收看人次近1,500萬，MOD全頻道總收視人次更突破5,000萬，創下MOD開播以來空前紀錄。

另外，MOD電視上的「世足專區」累計點擊次數更直奔800萬次，寫下MOD轉播賽事的新記錄。中華電信預估，八強賽後預估累積收看人次將直奔2,000萬，比開賽前預估的1,000萬人次增加1倍。[2018/7/6, 工商時報]



世足賽熱度夯 愛爾達加MOD收視逾億次

新媒體業者愛爾達電視今天公布世界盃足球賽轉播收視調查結果，從6月14日世足賽開打至7月2日，愛爾達OTT平台的網路用戶瀏覽數近億次，加上MOD平台已突破1億次。

愛爾達於6月16日凌晨宣布，開放網路、手機用戶免費收看2018世界盃足球賽轉播；在6月16日到28日小組賽期間，Google Analytics統計每日使用者都突破百萬，日平均不重複人次達到103萬1951人次。

此外，從6月14日到7月2日期間，愛爾達體育家族Facebook粉絲團與YouTube頻道上的世足影音短片，累積觀看人次突破1600萬，累積觀看時數超過2600萬分鐘，反映出國人收視習慣的大幅改變。[2018/7/3, 中央社]

華視轉播世足 擴大收視族群

世足賽進入尾聲，華視在16強時加入轉播戰局，但MOD、愛爾達平台紛紛表示收視率沒有受到華視轉播影響，華視也宣稱最高收視有將近170萬人，愛爾達公關經理李柏孜分析受眾不同，使用者習慣不侷限傳統電視。

根據愛爾達OTT平台公布數據顯示，每日平均收視仍高達85萬人次，僅低於華視未轉播前15%；世足期間觀眾收視黏稠度高，收視年齡18到44歲近8成，25~34佔超過4成。收視結構男女比例在小組賽期間7:3，進入16強淘汰賽之後，女性增加0.6%，女性收視戶多了60,000人。

李柏孜表示愛爾達電視網站的收視族群與華視的收視族群是大不同，不僅使用族群不同，也可能有些觀眾在開賽時就已經是透過MOD或OTT平台觀看，就不會特別改變收視習慣。認為華視加入轉播後，並沒有吸走愛爾達的觀眾群，反而是把世足賽的收視群眾擴大。[2018/7/7, 蘋果即時]



由有線電視、資通訊網路、視訊設備商、內容應用服務、影音串流服務平台、新媒體及廣告代理商共同組成的「雲端暨聯網電視論壇」(CCTF)今(3)日向NCC、文化部等政府單位呈送年度政策白書皮建言。

凱擘大寬頻總經理暨CCTF執行長王鴻紳表示，去年是台灣有線電視及電視產業的翻轉年，以觸及率及覆蓋率來看，網路的觸及率已與電視不相上下，若從廣告刊登金額來看，去年數位廣告達312億元，有線電視及無線電視台的電視廣告下跌至180億以下，數位化已造成媒體產業版圖重新洗牌。

王鴻紳認為，目前已無威權媒體，他建議政府在個資收集方面多一些鬆綁，數位資料要有共通規範、並鼓勵跨業數據合作。對於OTT產業，王鴻紳代表CCTF向政府提出建言，包括應要求國際OTT業者來台落地、設點服務，強化對盜版影音內容網站追訴、重視中國OTT平台與影劇內容傾銷台灣。同時建議政府扶植台灣數位影視內容包括4K、5.1聲軌設備建置發展，提升直播內容製作拍攝輔導與補助等。

在國內市場，CCTF將全力推展智慧零售、智慧城市及智慧社區，但同樣需要政策配套，CCTF向政府提出建言，希望政府推廣台灣在地雲端資料中心、政策扶植與獎勵企業導入智慧應用及人才培訓。[2018/7/3, 工商時報]

美民眾愛看Netflix勝過有線電視

金融服務機構 Cowen 針對個人調查「你最常使用哪一個平台在電視上觀看影視內容？」Netflix 以 27% 支持率勝過有線電視選項 (20%)。若細看 18-34 歲年齡層的回答，差異性更大，近 4 成受訪者選擇 Netflix：Netflix (39.7%)、YouTube (17.0%)、一般有線電視 (12.6%)、其他 (8.7%)、Hulu (7.6%)、廣播 (7.5%)、有線電視加購版 (3.5%)、Amazon Prime 影視 (3.4%)。

令人訝異的是，Amazon Prime 影視竟然敬陪末座，或許亞馬遜在去年 11 月砸近 10 億美元買下《魔戒》影視改編權後，會慢慢提升在串流影視市場的地位，只能靜待觀察了，而在這排不上號的已邀請歐普拉 (Oprah Winfrey) 製作原創節目，日後如何發展，市場拭目以待。[2018/7/4, 鉅亨網]



在台灣擁有許多支持者的線上影音串流平台愛奇藝台灣站在今天公布了 2018 上半年「十大熱門陸劇」、「十大熱門台劇」、「十大熱門韓劇」、「十大熱門綜藝節目」四項流行影視排行榜。從榜單熱度透過全網影視資源在愛奇藝台灣站的瀏覽量統計後，觀察排行榜發現，古裝陸劇仍是觀眾最愛，林依晨、孫儷、楊冪堪稱怪物級流量女王、韓劇姊弟戀最夯，成功複製雙宋模式，孫藝珍、丁海寅讓人好想談戀愛！

就男女最熱愛的排行榜分別來看，觀察到男性用戶觀影偏好以動漫、戲劇為主，女性用戶則著重在戲劇上；陸劇排行榜，古裝題材依舊是用戶最愛，但「都市男孩成長系」《老男孩》力壓群雄，奪下 2018 陸劇冠軍寶座；台劇部分同樣競爭激烈，由《1006 的房客》勇奪上半年度台劇流量冠軍，該劇不僅在網路討論度高，更創下破 1,200 萬的高點擊量；至於韓劇方面仍以「愛情」主題為大宗，其中話題最熱、最吸睛的就是《經常請吃飯的漂亮姐姐》，一開播便引起熱烈討論。

除了大家喜愛的各國戲劇，愛奇藝台灣站也列出上半年 10 大綜藝節目排行榜，以愛奇藝自製真人實境養成節目《偶像練習生》坐穩冠軍寶座。2018 下半年才剛開始，各大綜藝就迫不及待搶著回歸，勢必會再掀起一波綜藝狂潮！[2018/7/9, 點子生活]



CHOCO TV App 下載破 400 萬 布局娛樂產業

OTT (串流影音) 平台 CHOCO TV 今天宣布 App 下載量突破 400 萬，付費會員用戶近半年成長 1.5 倍，下半年將積極布局娛樂產業，跨足電影發行及藝人經紀。

CHOCO TV 自 2015 年第 4 季正式營運至今，主打免費觀劇、貼近用戶需求，用戶數快速成長，現已成為台灣最大的免費廣告模式 OTT 平台，App 累積總下載量超過 400 萬，上半年活躍使用者人數較去年同期成長 1.3 倍，上半年瀏覽量相較去年同期也成長 2 倍。

CHOCO TV 執行長劉于遜表示，今年上半年 CHOCO TV 獲得市場關注和肯定，付費用戶數在半年內大幅成長 1.5 倍，自製劇 HStory2 版權也銷售至歐、美、港、日，甚至登上電視台八點檔。

劉于遜說，今年下半年 CHOCO TV 除了既有的多元內容接續經營，以及投入 2 個大型 IP (智慧財產權) 的製作外，CHOCO TV 也將跨足電影發行、藝人經紀等新版圖，期望能用更全面的布局來服務用戶。

CHOCO TV 今天也公布 2018 年上半年熱門觀劇排行榜，以上半年上架戲劇的月平均瀏覽次數為排名基準，熱門戲劇前 10 名由韓劇占 4 席，陸劇、台劇各拿下 3 席。[2018/7/5, 中央社]



據報導，TechCrunch 透露：Facebook 三年的工程總監 Evan Cheng 現在已經轉職到該公司最近成立的區塊鏈團隊中擔任同樣職務。工程師 Cheng 已更新了他的 LinkedIn 個人資料新獲得的職位，並且 TechCrunch 也已經向 Facebook 進行了求證。

除了任職新職位外，Cheng 還在諮詢一系列與區塊鏈相關的項目，包括新加坡區塊鏈平台 Zilliqa 和以安全為中心的仲介軟體提供商 ChainLink。

Facebook 今年 1 月成為頭條新聞，由於當時該公司宣布將在其平台上禁止首次投幣（ICO）和加密貨幣相關廣告。它隨後放鬆了禁令，重新允許加密貨幣項目運行廣告。該公司的通訊軟體開發負責人 David Marcus 在 5 月份宣布，Facebook 已經成立了一個團隊，以探索整個平台上區塊鏈應用的優勢。[2018/7/9, INSIDE]

Google 發展策略 人工智慧優先

2016 年 Google 即宣示發展策略將由行動優先（Mobile First）轉為人工智慧優先（AI First），因此 Google 在今年 5 月 8 日舉辦的年度開發者大會 Google I/O 中，與人工智慧相關的發表、展示與活動，也成為此次開發者大會的重頭戲。

此次 Google I/O 的主題演講，大部分內容皆圍繞著人工智慧，甚至在新一代 Smartphone Android P 的三大訴求，人工智慧亦為首要。Google 並以「用 AI 為每個人解決問題」為該主題演講之標題，由此亦揭示其發展人工智慧的願景。

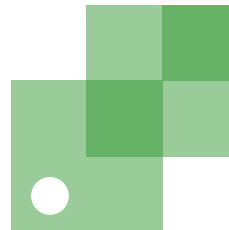
觀察此次發布的內容，可分為三個重點：「用 AI 提升既有服務的使用者體驗」、「用 AI 讓行動裝置更聰明」及「語音助理能力顯著提升」。

Gmail 去年推出 Smart Reply 新功能，Smart Reply 根據來信內容，提供三個簡單回覆的建議，解決使用者在移動情境打字不便的問題。今年 Google I/O 則進一步展示 Smart Compose。Smart Compose 基本上是一運用人工智慧於自然語言理解及自然語言生成的輔助寫作服務。

Google Lens 為利用行動電話相機及機器視覺等人工智慧技術，對使用者在物理世界遇到的問題，提供幫助或解答。Google 在 2018 開發者大會宣布 Google Lens 的三個更新。包括智慧文字服務、風格匹配、即時服務。[2018/7/8, 經濟日報]

Media
trend

國際視野





半數行銷人員相信程序化廣告有效

行銷人員對程序化廣告有不同的看法。尼爾森在1月至3月期間調查了3,000名美國行銷主管對於一般媒體通路的有效性，其中大約一半的人表示，覺得程序化廣告非常有效或很有效。

接受調查的行銷人員多數都對社群媒體及關鍵字搜尋最感到滿意，69%認為這兩種類型的行銷都非常有效或很有效。而程序化廣告被認為比其他部分媒體通路要好，例如，只有大約五分之一的人認為印刷品有效。

雖然程序化廣告讓行銷人員的投放更準確，但它仍存在著隱形費用和廣告欺詐的風險，其複雜性也讓人難以掌握，這也是為什麼大部分行銷人員會將程序化購買外發給其他人的原因。

市場顧問公司NewBase在3月份針對全球120名行銷總監的調查顯示，43%會將程序化購買外包出去，沒有其他的行銷工作外包率有這麼高。

In-House vs. Outsourced Marketing Services According to CMOs Worldwide, Jan 2018

% of respondents

	In-house	Outsourced	Both
Marketing strategy	86%	1%	13%
Product marketing	76%	5%	20%
Customer experience	75%	7%	19%
Social media	52%	10%	38%
Data and analytics	45%	13%	43%
Ad operations	45%	28%	30%
Content marketing	44%	6%	49%
Branding	43%	14%	42%
Events marketing	43%	20%	37%
Digital marketing	42%	12%	46%
Communications and PR	36%	20%	45%
Advertising	33%	36%	32%
Programmatic	32%	43%	27%
Research and insight	28%	28%	44%
Creative and design	24%	28%	49%

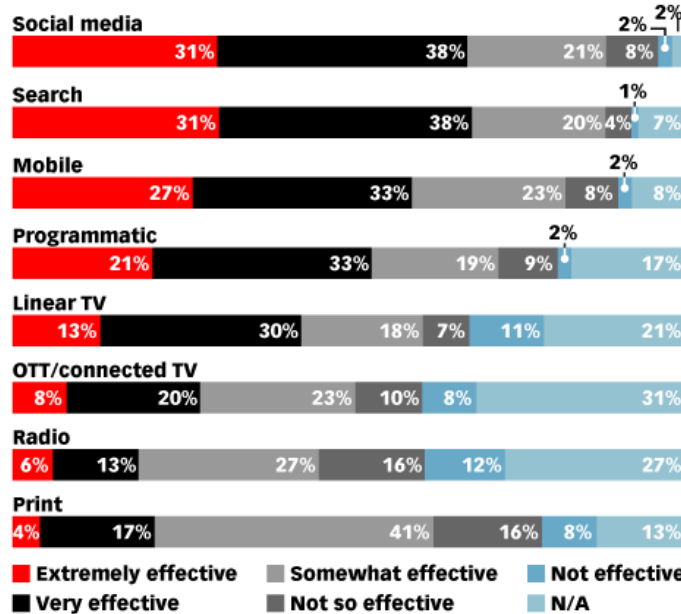
Note: among those with budget responsibility of top 15 marketing functions; numbers may not add up to 100% due to rounding
Source: NewBase, "The Evolving Marketer 2018," March 28, 2018

236689

www.eMarketer.com

Effectiveness of Select Media Channels According to US Marketing Executives, March 2018

% of respondents



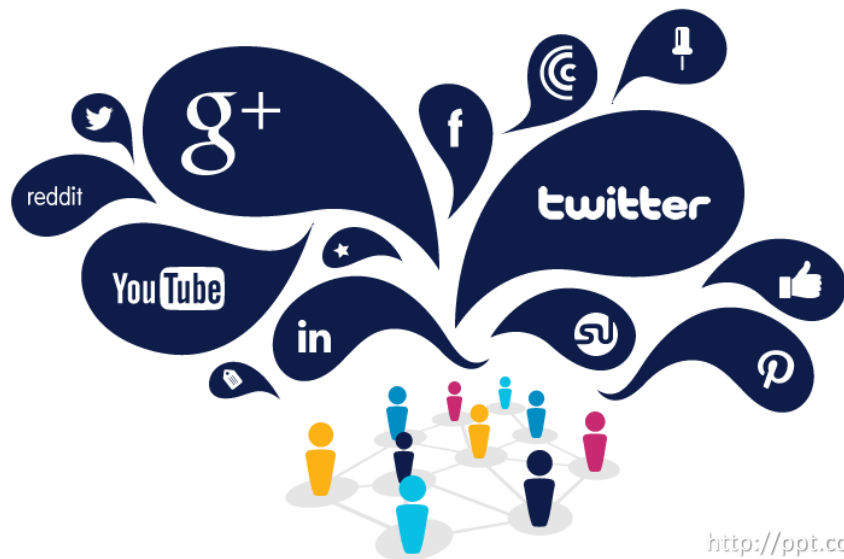
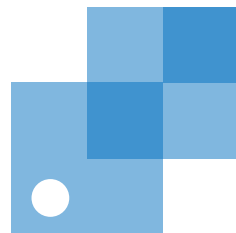
Note: numbers may not add up to 100% due to rounding
Source: Nielsen, "The Nielsen CMO Report 2018," June 6, 2018

238830

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



影視圈原本就不好混，現在人工智慧 (AI) 也要來分一杯羹了。近期，倫敦科幻電影節「48 小時挑戰」的參賽作品《Zone Out》，其導演竟是名叫「班傑明」的 AI，甚至還身兼編劇、剪輯、配樂數職。只能說，AI 根本沒有極限！

根據《WIRED》報導，新銳導演「班傑明 (Benjamin) 」出生於 2 年前，其「父母」是英國導演 Oscar Sharp 和美國 AI 技術研究員 Ross Goodwin，致力將孩兒培養成專業電影從業人員。打小開始就灌輸了數十個 1980 至 1990 年代的科幻電影劇本，培養班傑明擁有豐富的電影知識。

底蘊充實後，班傑明開始著手「撰寫」劇本，並且以兩部版權開放的 1960 年代驚悚片為素材，挑選出符合新劇本劇情的片段並拼接起來，完成這部微電影《放空 (Zone Out) 》的基本架構。

如果單純把影片剪一剪，也不能算是導演，因此要將老電影中的男女主角換臉成事先選定好的演員。不過拍攝這部份，就得交給人類手下來辦。工作人員在綠幕下，照著「導演」的要求，一一完成攝影。

最後這些新片段，再交由導演來親自換臉，也是最困難的一部份。從完成的影片來看，可以發現其實班傑明導演的換臉技術還有待加強，不僅替換的跡象明顯、也常常出現閃動的畫面，甚至表情不到味等瑕疵，簡單來說就像是硬 key 上去的一樣。

不僅編劇、剪輯都親力親為，就連配樂也一把搞定。原先導演打算讓新男女主角重新錄對白，但礙於製作時間只有 48 小時，就算貴為 AI 大神，也必須聽天由命。因此只好用電腦生成，想當然爾，無法脫離機械音的魔掌。

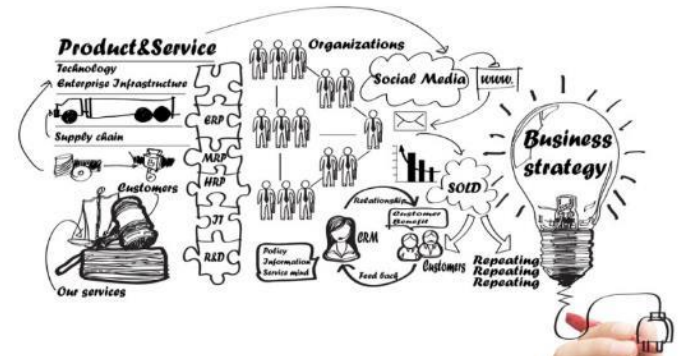
拍出的成品，表現得十分具有「張力」，除了男女主角感情戲，也有怪物殺科學家、頭顱在地上哈哈大笑等獵奇橋段。儘管仍有牛頭不對馬嘴對話和菜鳥 key 圖技術，以 48 小時的成果來說，算是瑕不掩瑜。可惜的是，沒有獲得評審團隊的青睞。

班傑明「父母」也表示，未來將會積極教育「兒子」，讓它成為能獨當一面的電影從業人員。



Project

專案介紹



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

金鐘團隊 優質戲劇

金鐘製作人**郝孝祖** 金鐘導演**王為** VS 神手編劇**李信邦**

節目名稱：女兵日記

節目型態：軍教/勵志/偶像/倫理劇

節目長度：每集60分鐘

節目集數：40集(暫定)

播出時間：7月起~每週一至五 首播 21:00~22:00

每週一至五 重播20:00~21:00

演員：劉香慈、小嫻、楊晴、羅平、楊雅筑、梁登凱主演。



金成為女人之前 我選擇成為保家衛國的軍人！

陳耀華擔任海軍陸戰隊新訓基地的中隊長已有許多年，她為人正直，帶兵也帶心，是為人稱道的好長官。交往多年的男友**何曉東**一直很尊重耀華的工作，但無奈家人的期望，他希望耀華能考慮辭掉部隊工作跟他結婚並到美國發展，於是耀華必須在婚姻與軍旅生涯中做出抉擇。

從前當兵入伍是一種光榮，現在當兵則是一種跟生活的妥協。連集合場上，集結了許多第一天新進的志願役女士兵們，每個人都還是懵懂、菜味十足的模樣。其中，有七名來自不同家庭的女人，帶著不同的理由來到新訓基地報到。從平民百姓轉為士兵的過程是痛苦的，更不用說是一群沒做功課就來當兵的女人！喜歡標新立異的**雅芝**頂著一頭金髮來報到，馬上就成為分隊長**潘朵拉**開砲對象。由於家庭因素被逼迫從軍的『仙姑』**葉素娥**，第一次進餐廳用餐，竟然因為無法適應用餐禮儀而哭了出來。出身於模特兒的**李淑靜**努力成為夢想中的軍人，但因為還沒辦法完全脫離模特兒的習慣，因此偶爾會出現立正時站三七步的趣事。很會耍小聰明的**黃嫻莉**仗著舅舅是新訓中心副指揮官，以為自己在軍中的生活能夠無憂無慮，帶頭耍威風，卻得知舅舅即將升遷退職.....

迅速建立品牌形象度 節目強力播送，強化品牌記憶！！



Next On



大片頭/尾



節目冠名



小片頭/尾



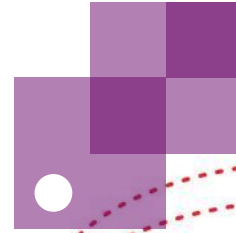
預告冠名



片尾冠名揭露

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	幸福來了優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	5.72
2	大時代優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	4.07
3	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	4.06
4	世足看華視烏拉圭VS法國	CTS	其他球類體育節目	3.88
5	世足看華視瑞典VS英格蘭	CTS	其他球類體育節目	3.65
6	世足看華視巴西VS墨西哥	CTS	其他球類體育節目	3.38
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.84
8	世足看華視瑞典VS瑞士	CTS	其他球類體育節目	2.80
9	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.86
10	航海王24	TTV	卡通影片	1.71
11	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.60
12	EASYSOUP 三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.56
13	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.35
14	1345大時代優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	1.33
15	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	1.30
16	1300幸福來了優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	1.30
17	1300幸福來了Dr s Formula	FTV	閩南語連續劇	1.21
18	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.21
19	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.20
20	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.19

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	4.05
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.93
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.55
4	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.92
5	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.67
6	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	1.53
7	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.35
8	新聞深喉嚨蘇柯夾殺拚突圍	CTiN	新聞性質節目	1.29
9	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.27
10	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.16
11	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.11
12	黃金光輝的人生	GTV-D	韓劇	1.08
13	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.05
14	1230金家好媳婦蘿琳亞塑身	SANLI	閩南語連續劇	1.05
15	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.02
16	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.98
17	西遊記女兒國	ET-M	國片	0.97
18	1900愛回來	SANLI	閩南語連續劇	0.96
19	1230金家好媳婦一家人益生	SANLI	閩南語連續劇	0.95
20	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.94

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	世足看華視烏拉圭VS法國	CTS	球類體育節目	3.25
2	幸福來了優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	3.03
3	世足看華視巴西VS墨西哥	CTS	球類體育節目	2.50
4	世足看華視瑞典VS英格蘭	CTS	球類體育節目	2.34
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.12
6	航海王24	TTV	卡通影片	2.06
7	世足看華視瑞典VS瑞士	CTS	球類體育節目	1.97
8	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.95
9	大時代優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	1.90
10	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.75

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	世足看華視巴西VS墨西哥	CTS	球類體育節目	3.96
2	世足看華視烏拉圭VS法國	CTS	球類體育節目	3.76
3	世足看華視瑞典VS英格蘭	CTS	球類體育節目	3.75
4	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	3.16
5	世足看華視瑞典VS瑞士	CTS	球類體育節目	3.12
6	幸福來了優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	2.72
7	航海王24	TTV	卡通影片	2.30
8	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.08
9	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.01
10	大時代優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	1.72

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	世足看華視烏拉圭VS法國	CTS	球類體育節目	4.95
2	世足看華視巴西VS墨西哥	CTS	球類體育節目	4.75
3	世足看華視瑞典VS英格蘭	CTS	球類體育節目	4.55
4	幸福來了優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	4.12
5	世足看華視瑞典VS瑞士	CTS	球類體育節目	3.69
6	大時代優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	3.07
7	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	3.03
8	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	2.38
9	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.89
10	航海王24	TTV	卡通影片	1.79

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	9.33
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	6.90
3	大時代優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	6.83
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.47
5	世足看華視瑞典VS英格蘭	CTS	球類體育節目	4.02
6	世足看華視烏拉圭VS法國	CTS	球類體育節目	3.88
7	世足看華視巴西VS墨西哥	CTS	球類體育節目	2.92
8	1300幸福來了Dr s Formula	FTV	閩南語連續劇	2.74
9	1300幸福來了優品香茅油	FTV	閩南語連續劇	2.69
10	世足看華視瑞典VS瑞士	CTS	球類、體育節目	2.67

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	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.83
2	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	1.42
3	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.22
4	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.11
5	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	0.96
6	血觀音	*SCM	國片	0.93
7	航海王	*SCC	卡通影片	0.91
8	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	0.90
9	高塔公主SEXYLOOK酵素面膜	ETTV	國語連續劇	0.83
10	殺破狼貪狼	*SCM	國片	0.80

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	4.10
2	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	2.12
3	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.63
4	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.42
5	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.39
6	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.21
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.19
8	小明星大跟班	CTiV	資訊綜藝	1.02
9	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.00
10	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	0.99

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.91
2	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	2.14
3	西遊記女兒國	ET-M	國片	1.48
4	血觀音	*SCM	國片	1.32
5	名不虛傳善得人本	ET-D	韓劇	1.22
6	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.18
7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.07
8	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.06
9	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.05
10	2100世足八強對決	TVBSN	新聞性質節目	1.05

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	5.50
2	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	3.13
3	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	3.04
4	新聞深喉嚨蘇柯夾殺拚突圍	CTiN	新聞性質節目	2.51
5	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	2.08
6	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.78
7	1230金家好媳婦蘿琳亞塑身	SANLI	閩南語連續劇	1.75
8	1230金家好媳婦一家人益生	SANLI	閩南語連續劇	1.68
9	1900愛回來	SANLI	閩南語連續劇	1.67
10	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.66

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	0.70	0.44	0.35	0.46	1.15
TTV/台視	0.69	0.56	0.43	0.51	1.01
CTS/華視	0.36	0.2	0.26	0.41	0.42
FTV/民視	0.35	0.09	0.12	0.15	0.73

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	0.48	0.20	0.30	0.50	0.72
ET-N/東森新聞	0.46	0.20	0.21	0.43	0.77
FTVN/民視新聞	0.44	0.10	0.13	0.26	0.90
CTiN/中天新聞台	0.43	0.17	0.17	0.28	0.80
SETN/三立新聞	0.42	0.16	0.19	0.33	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.06	0.06	0.16	0.49
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.07	0.11	0.27
NTVN/壹新聞	0.14	0.05	0.07	0.14	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.03	0.07	0.09	0.23

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	幸福來了優品香茅油	FTV	5.72
2	大時代優品香茅油	FTV	4.07
3	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	4.05
4	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	1.92
5	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	1.67
6	EASYSHOP 三明治女孩的逆襲	TTV	1.56
7	1345大時代優品香茅油	FTV	1.33
8	新一點靈高塔公主	TTV	1.30
9	1300幸福來了優品香茅油	FTV	1.30
10	2215阿爸的願望	SANLI	1.27

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	4.06
2	超級紅人榜	SANLI	2.93
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.84
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.55
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	1.86
6	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	1.60
7	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	1.53
8	愛妮雅舞力全開	FTV	1.35
9	綜藝非常讚	CTS	1.21
10	綜藝3國智	TTV	1.20

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨蘇柯夾殺拚突圍	CTiN	1.29
2	新聞深喉嚨	CTiN	1.05
3	2100世足八強對決	TVBSN	0.88
4	2000格陵蘭冰山危機	TVBSN	0.87
5	台灣1001個故事	ET-N	0.77
6	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.71
7	政經看民視	FTVN	0.70
8	台灣大搜索	CTiN	0.69
9	驚爆新聞線	SETN	0.67
10	雲端秘檔重案追緝令	SETN	0.67

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	世足看華視烏拉圭VS法國	CTS	3.88
2	世足看華視瑞典VS英格蘭	CTS	3.65
3	世足看華視巴西VS墨西哥	CTS	3.38
4	世足看華視瑞典VS瑞士	CTS	2.80
5	青春好7淘	SANLI	1.16
6	世足看華視巴西VS比利時	CTS	0.99
7	世足看華視俄羅斯VS克羅埃	CTS	0.96
8	大陸尋奇	CTV	0.93
9	型男大主廚小三美日	SL2	0.77
10	2000世足看華視巴西VS墨西	CTS	0.62

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：2509-5557#123

