

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1821
05.21-05.27





本期摘要

媒體放大鏡 NCC希望 本土OTT帶頭增加本國節目比率

國際視野 美國說：快給我數據保護條例！

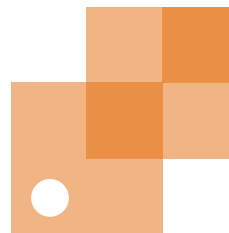
科技瞭望 另類找房！日本推租屋 AR

專案介紹 GTV 《我們不能是朋友》 戲劇合作提案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡





OTT串流影音服務在台灣逐漸普及，不過立委陳明文質疑，電信三雄的OTT內容中有大量的陸劇、韓劇，等於本土平台協助外國文化入侵台灣，希望能夠改變這種狀況。

NCC副主委翁柏宗表示，以法國為例，對於外來的OTT業者規範必須採購法國本地內容占比達20%，雖然台灣不會要求國際業者也採這種方式，但希望鼓勵本國自製節目，中華電信、台灣大哥大和遠傳的OTT服務中，採購台灣本地節目應達20%，帶頭做示範。 [2018/5/21,經濟日報]

民視再延長授權 凱擘：不斷訊是共識

民視日前延長臨時授權至5月25日，凱擘已取得延長授權，雙方有共識談妥前不會斷訊；業界認為，TBC已復播民視新聞台，加上與凱擘有默契，短期內民視不會再有斷訊危機。

民視授權爭議續燒，凱擘先前已取得民視至25日的臨時授權，市場仍舊關注凱擘是否會再度面臨兩難抉擇，因為不斷訊就是違反著作權法，斷訊則是違反國家通訊傳播委員會(NCC)行政命令恐遭罰。

凱擘今天對中央社記者表示，和民視對合約條件已越來越有共識，目前已取得延長授權，也有共識談妥前不會發生斷訊事件，將以收視戶權益為優先。

但對於民視延長授權至何時，以及雙方目前對合約的共識為何，凱擘並未明確說明。

業界分析，民視新聞台、民視台灣台、民視第一台均在凱擘上架，凱擘又有109萬用戶，如果為了談判，不給臨時授權，民視被斷訊恐影響廣告收入，因此對給予延長授權採取積極態度。

鴻海副總裁呂芳銘旗下有線系統TBC台灣寬頻，以及凱擘有線電視、台固有線電視等3家業者，與民視談不攏授權上架，爭議已延宕數個月。

TBC日前因未取得民視新聞台臨時授權協議，為避免侵權行為，於3日晚間11時59分59秒起，停播民視新聞台，在民視表明不追究TBC系統播出民視新聞台的著作權責任，以及NCC為了維護訂戶收視權益要求復播，TBC在14日恢復播放民視新聞台。 [2018/5/24,中央社]



OTT時代來臨！ Netflix登全球市值最高媒體公司

美國網路串流影音 (OTT) 平台網飛 (Netflix) 24日市值達到1530億美元 (約新台幣4.6兆元)，超越迪士尼的1520億美元 (約新台幣4.5兆元)，自2002年上市以來，股價飆升近300倍，成為全球最有價值的媒體公司。

根據美國金融數據公司FactSet的資料顯示，網飛的市值近兩年大幅飆升，今年累計上漲超過80%，是今年標普500指數 (S&P 500) 中表現最好的股票，而迪士尼股價則下跌約5%。

全球兩大媒體公司的市值消長也反映了消費者偏好的改變，比起看電影和看電視的傳統方式，更多人喜歡用網路串流觀看影片，網飛目前在190個國家共有1.25億的串流服務付費訂閱戶，也推出了許多系列原創節目。

迪士尼為了要與網飛競爭，正積極拓展串流媒體版圖，旗下運動頻道的串流服務ESPN+在4月正式上線，用戶可用App線上收看體育節目及賽事直播；去年8月也曾宣布，將於2019年起，推出自家串流媒體服務，並不再向網飛提供旗下電影片源。

[2018/5/25, ETtoday新聞雲]

影音串流再進化 愛奇藝開首家電影院「娛刻」

中國最大影音串流平台「愛奇藝」開電影院了！比起隨時隨地都能看，愛奇藝在廣東省中山市開幕旗下首間私人電影院「Yuker娛刻」，只要預約就可以劇院規格享受你下訂電影 (在離線環境觀看線上電影)，包括爆米花、舒適的座椅及Dolby及THX認證的音效等，不被打擾的環境也是重點之一，此舉讓愛奇藝成為首家進入on-demand(隨選)電影院市場的線上娛樂平台。

《南華早報》指出，不只在廣東省，愛奇藝計畫將在更多中國城市開設「Yuker娛刻」電影院，而根據今年3月的統計，該影音串流平台共有6130萬訂閱者，基於這強大的品牌與用戶群，這樣的生意很難不賺錢，放眼台灣還沒有夠強的影音平台有足夠資金開電影院。[2018/5/23, 蘋果即時]





各家串流影音平台為爭奪領先地位，除了不斷推出原創內容外，如何優化自家網站的功能似乎也成了相當重要的一環。為了促使用戶花費更多時間在平台上，系統會根據用戶的觀影喜好、習慣來「推薦影片」；不過近日有調查顯示，這項功能其實並未受到歡迎，僅有接近3%的用戶看過「推薦影片」。

研究機構UserTesting調查了美國500位影音服務的用戶，發現有55%的家庭訂閱影音服務，其中包含Netflix、Amazon Prime、Hulu和YouTube TV等，而UserTesting還發現約74%的用戶每天都會使用這些服務，但僅29%的受訪者觀看過平台上的推薦影片。

報告中顯示，Netflix整體分數為89.5分，拿下最高分，因為他們提供了最具相關的建議影片，以及整體服務使用起來相當簡單和快速，接下來依序是Hulu（86.8分），Amazon Prime（85分），YouTube TV（80.7分），敬陪末座的則是HBO NOW（71.8分），而HBO NOW用戶中只有6%表示他們看過推薦內容。

UserTesting表示，缺乏個性化的建議影響了HBO NOW在整個調查中的分數；此外，約有39%的受訪者表示Netflix擁有最棒的原創節目內容，HBO則是排在第二位。據了解，這些分數的評斷項目包含了平台內容的可看性、介面易使用程度，以及是否提供相關建議獲得用戶喜愛等等。[2018/5/27, 匯流新聞網]

超越亞馬遜 Google躍智慧音箱霸主

借助物聯網、人工智慧（AI）的輔助，Google、亞馬遜（Amazon）和蘋果（Apple）三大業者力拚智慧音箱市場，因整合了多項技術，根據研調機構Canalys的調查結果，智慧音箱霸主在第1季換手，首度由Google Home系列產品取代Amazon Echo系列成為第一名，蘋果音箱還在努力打開市場。

2011年蘋果推出語音助手Siri，2014年亞馬遜馬上做出智慧音箱，Google在2016年才推出Assistant智慧語音助手。在今年1月的美國CES展覽中，Google大打廣告，整合多項服務打開市場，根據Canalys的統計，今年第1季智慧音箱銷售量達900萬台，年增210%，Google異軍突起，成為亞馬遜購物平台的榜首，亞馬遜第1季賣出250萬台Echo產品，卻賣出320萬部Google Home系列商品。

三大業者智慧音箱賣得如火如荼，甚至跨足亞洲，進入日、韓，但短期內很難進入中文市場。Google分析，主因中文的語音、語意和斷句等方式比較難以掌握，正透過自然語言學習和機器學習方式，希望能克服難題。Canalys認為，2018年將是智慧音箱的決定性的一年，可能比AR、VR及可穿戴設備更容易被應用。但如果要普及，必須建立生態系，由多方業者參與、推動市場擴大。[2018/5/26, 經濟日報]

三大智慧音箱戰爭

項目	說明
市占率消長	● Amazon Echo在2014年推出，持續為市場第一，但今年第1季被Google Home超越 ● Apple推出智慧音箱但銷售不佳，正在研發平價音箱
市場發展	Google Home持續開發市場，今年將再進入七個國家
台廠受惠	鴻海、英業達、廣達、致伸、美律等業者拿到訂單
本土跟進	電信業者中，亞太電信推出智慧音箱，中華電信持續與合作夥伴發展平台與服務



為避免外國勢力干擾選舉，臉書先前除了承諾將與第三方團體合作，應付未來全球的政治選舉外，第二個重點就是修改政治性廣告的制度。這次宣布全新政策正式上路，未來所有政治廣告的金主都必須如實公開，同時臉書也在官方部落格解釋，為什麼他們不選擇禁止政治性廣告。

臉書執行長祖克柏 (Mark Zuckerberg) 已經坦承，有外國勢力藉由臉書操控 2016 年總統大選，其中許多手法就是透過付費廣告進行。今年四月，臉書推出新的廣告政策，表明所有政治性廣告都應該公開身分，用戶將可以看見廣告是誰出資、花費多少錢、觸及人數與受眾年齡等，此外廣告主必須通過臉書的驗證，證明具有實體據點才得以投放政治性廣告，從今天起這項政策於美國正式啟用。

臉書表明，接下來會持續檢查每一篇政治性廣告，包含圖片、連結內容與文字敘述，防止有人未經許可刊登相關內容。若議題遠超過最先列出的 20 個，他們與研究公司 YouGov 合作，確保當有了全新的公共議題時，臉書的系統能即時跟上。
[2018/5/27, ETtoday新聞雲]

GDPR上路 Facebook隱私保護將計劃推至全球

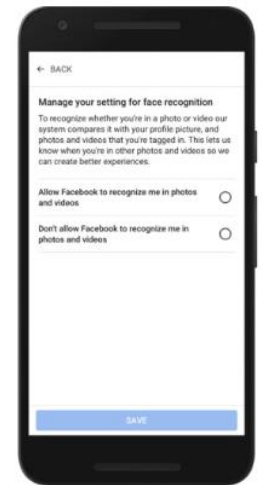
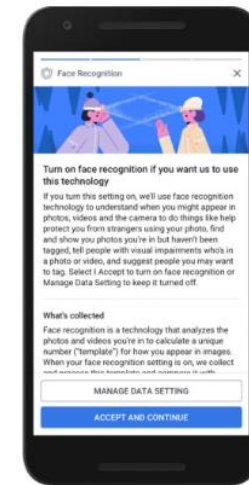
GDPR今日正式上路，Facebook於昨天5月24日晚上7點，發佈了全球隱私體驗 Global Privacy Experience 公告，盡力讓全球用戶都享有GDPR範圍的隱私保護。

Facebook曾公開承諾讓全球的用戶和歐盟的用戶，享有同樣的隱私權限，可自行決定上傳至Facebook的資料如何被使用，包括人臉識識、用於廣告投放的數據以及敏感類別的資訊。

從今天開始，Facebook會進行波段性通知，計劃將於近幾週內完成，因此用戶並不會在任何特定的時間點，同時收到提醒通知。

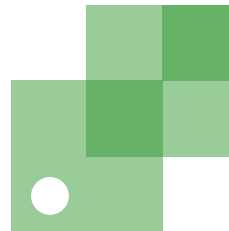
Facebook表示，將盡力讓全球用戶的社群體驗，與歐盟用戶相符，符合歐盟GDPR的要求，儘管歐盟以外的用戶會發現提醒通知逐漸減少，但這並不會影響任何用戶使用Facebook。Facebook希望，能為全球用戶帶來更好的社群體驗。[2018/5/25, 動腦

brain]



Media
trend

國際視野



美國人說：快給我數據保護條例！

一項新的調查發現，大多數美國人希望看到美國頒布GDPR (General Data Protection Regulation) 條例。

網路身分管理公司Janrain在四月對美國網路用戶進行了調查，並向受訪者提出這個問題：“一般數據保護條例 (GDPR) 將使歐盟人民更好地管控企業能如何使用他們的個資。請問您是否希望美國執行類似的法律？”

68%的人表示贊成，而10%表示不贊成，其他人則不確定。

調查顯示，消費者通常對數據公司使用個資的方式抱持謹慎的態度。超過一半 (51%) 的受訪者表示他們對數據的安全性和隱私感到“非常擔憂”，43%的人感到“擔憂”。

同時，有顯著比例的受訪者 (42%) 表示同意：“我認為XX網站完全不關心該負責且安全地使用我們的數據。”

將近四分之三 (73%) 的人表示網站對他們了解得太多。

此調查沒有研究受訪者對GDPR的了解程度，此調查有列出一些GDPR條例，但先前有研究顯示，此條例在美國鮮為人知。

1月份MediaPro的一項調查顯示，59%的受訪者 (美國各產業的成年人工作者) 對這些法規幾乎一無所知。只有4%的人表示他們知道“很多”。

即便是科技業的員工，對條例的了解似乎也很一般。Crowd Research Partners及Cybersecurity Insiders在3月份針對500多名科技專業人士進行調查，發現6%的人完全不了解GDPR，另有19%的人表示不太熟悉。

US Employees' Awareness of the General Data Protection Regulation (GDPR), Oct 2017
% of respondents



Note: ages 18+

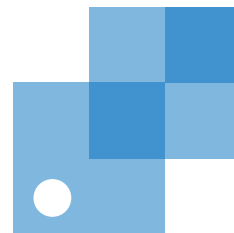
Source: MediaPro, "2018 Eye of Privacy Report," Jan 9, 2018

237137

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



另類找房！日本推租屋 AR 走在街上手機一照就能一覽房屋資訊

大多數人多會利用租屋網站找尋符合要求的房子，而為了讓找房過程更便利，日本知名房仲業者近日推出租屋 AR 功能，只要將手機鏡頭對著感興趣的建築一照，就能即時顯示空房狀況、房屋資訊，找到心目中的好房。

日本最大不動產與住家資訊服務商之一的 LIFULL，於 5 月 24 日起在自家找房 App「LIFULL HOME'S」中，新增了 AR 功能。使用者只要舉起手機，往街上的建築一照，結合位置資訊與圖像辨識功能，就能準確顯示空房物件等訊息。

而且只要點擊物件訊息，還能進一步了解房間格局、價格等資訊，也可以標註為關注對象。

該 AR 功能與 LIFULL HOME'S 現有的房屋資訊連動，可以搜尋租屋物件、中古屋、新建公寓三類型，範圍涵蓋全日本，共計 100 萬件以上。

一般人常利用的線上房屋網，可以指定地區、價格區間等選項，瀏覽房間格局、價位等資訊，這些「LIFULL HOME'S」也都辦得到；最大的不同在於，透過實地造訪有興趣的地區，可以直接體驗該地氛圍，以及與車站、超市等場所之間的距離，以另類的方式找到最適合的房子。

事實上，為了提高圖像辨識的準確度，LIFULL HOME'S 開發部也費了許多功夫。舉例來說，通常拿著手機對著建築物時，都是呈現仰視的狀態，自然而然跟建築真實的樣貌會產生落差，再加上用戶可能站在不同的角度、又或者廣告招牌的干擾。

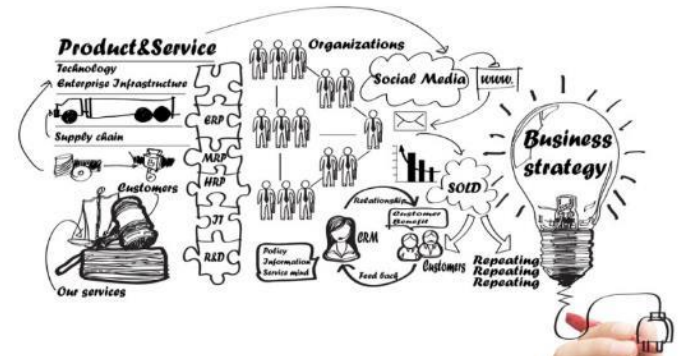
因此，除了完整的建物照片外，還提供各角度、各狀況的圖像數據，供 AI 學習，藉此慢慢提高辨識率。

目前 AR 功能已新增至 iOS 版 App 當中，而 Android 版本則預計於 6 月中旬釋出，若有日本找房需求的民眾，歡迎多加利用。



Project

專案介紹



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

GTV 《我們不能是朋友》 戲劇合作提案



專案介紹

01 GTV偶像劇 要做就做得比別人更好

台灣電視劇過往在海外市場屢創佳績，八大電視以現代不同類型戲劇作為戲劇節目的主要強項。包含《愛殺17》、《鬥魚II》、《惡靈05》、《惡作劇之吻》、《終極一班》、《我可能不會愛你》、《妹妹》等，到今年製播的《我的男孩》、《前男友不是人》均以當紅演員為卡司陣容，以愛情、友情為主要題材，扣緊時下年輕族群所關心的議題，製作一部部能夠引起觀眾共鳴的戲劇。

然而除了在國內獲得好評之外，也更進一步將台灣戲劇行銷到海外，在大陸及東南亞國家就包括香港、菲律賓新加坡、馬來西亞、印尼、泰國、越南、緬甸等國家，均有不錯的銷售佳績，甚至於北美地區、加拿大等地也可見這些台灣戲劇在當地播映。

2018，在充滿挑戰的環境裡《我是顧家男》將顛覆在台灣家庭劇中傳統悲情框架，另創情愛的新焦點。而本劇的編劇曾獲「102年度電視節目劇本創作獎」長篇組優等獎，在塑造角色的形象上，都呈現出一種比我們周遭現實生活更深刻、更吸引人的生命力。

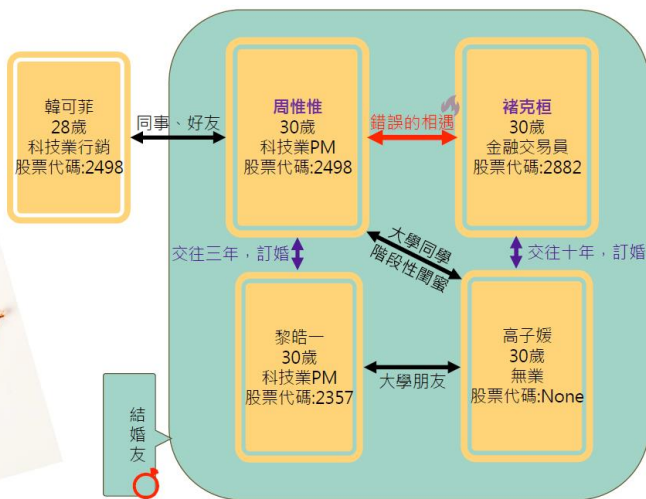


03 製作規格



劇名：我們不能是朋友
 規格：90min(含廣告)/13集
 目標觀眾：25~35歲 女性
 拍攝期：2018下半年度
 (預計4個月)

02 人物關係



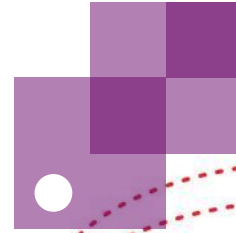
04 戲劇置入

永久隨戲劇首播、重播，深入戲劇本片，不斷重曝光、不斷累積品牌曝光、長尾效益極佳!!



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	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	4.83
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	4.04
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.87
4	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.13
5	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.71
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.56
7	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.44
8	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.33
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.26
10	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.20
11	1300幸福來了象卡來防詐騙	FTV	閩南語連續劇	1.12
12	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	1.11
13	實習醫師鬥格1997愛瑪勻嫩	FTV	國語連續劇	1.10
14	EASYSOUP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.08
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.02
16	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	0.99
17	1930實習醫師鬥格1997愛瑪	FTV	國語連續劇	0.85
18	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.83
19	新一點靈公主高讚塔	TTV	其他節目	0.81
20	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77

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	3.66
2	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	2.62
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.47
4	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	1.84
5	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	1.78
6	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.50
7	那年花開月正圓兆櫃開運齣	GTV-D	大陸劇	1.29
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.21
9	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.21
10	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.13
11	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.06
12	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.04
13	1230金家好媳婦蘿琳亞塑身	SANLI	閩南語連續劇	0.94
14	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.93
15	型男大主廚小三美日	SL2	美食、旅遊節目	0.91
16	1900愛回來	SANLI	閩南語連續劇	0.89
17	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.87
18	台灣大搜索	CTiN	新聞性質節目	0.84
19	犀利人妻TT波特嫵面膜	SL2	國語連續劇	0.84
20	2200超級紅人榜白花油甦醒	SANLI	競賽綜藝	0.83

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	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	2.60
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	2.09
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.06
4	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.82
5	航海王23	TTV	卡通影片	1.77
6	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.62
7	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	1.19
8	實習醫師鬥格1997愛瑪勻嫩	FTV	國語連續劇	1.08
9	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.07
10	EASYSYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.00

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	2.87
2	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.47
3	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.45
4	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	2.32
5	航海王23	TTV	卡通影片	2.22
6	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.77
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.56
8	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.48
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.38
10	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.12

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	3.30
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	3.18
3	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.58
4	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.51
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.97
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.67
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.67
8	EASYSYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.58
9	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	1.35
10	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.21

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	8.12
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	6.40
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.15
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.58
5	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.48
6	1300幸福來了象卡來防詐騙	FTV	閩南語連續劇	2.42
7	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.72
8	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.58
9	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.57
10	實習醫師鬥格1997愛瑪勻嫩	FTV	國語連續劇	1.53

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	2.07
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.68
3	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.29
4	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.01
5	型男大主廚小三美日	SL2	美食、旅遊節目	0.93
6	犀利人妻TT波特嫚面膜	SL2	國語連續劇	0.89
7	旅行應援團	*SCC	美食、旅遊節目	0.87
8	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.80
9	航海王	*SCC	卡通影片	0.79
10	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.77

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	4.49
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.55
3	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.50
4	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.47
5	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	1.46
6	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.44
7	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.42
8	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.33
9	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.29
10	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	1.18

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	2.90
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.81
3	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	1.55
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.51
5	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	1.23
6	高塔公主SEXYLOOK酵素面膜	ETTV	國語連續劇	1.17
7	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	1.14
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.07
9	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.06
10	犀利人妻TT波特嫚面膜	SL2	國語連續劇	1.04

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	4.99
2	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	4.84
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.60
4	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	3.24
5	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	2.99
6	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.90
7	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.80
8	1230金家好媳婦蘿琳亞塑身	SANLI	閩南語連續劇	1.70
9	1900愛回來	SANLI	閩南語連續劇	1.65
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.64

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	0.66	0.48	0.34	0.42	1.1
TTV/台視	0.61	0.53	0.48	0.48	0.85
FTV/民視	0.35	0.12	0.10	0.17	0.72
CTS/華視	0.27	0.15	0.15	0.23	0.39

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	0.41	0.15	0.25	0.45	0.61
ET-N/東森新聞	0.39	0.14	0.19	0.38	0.63
FTVN/民視新聞	0.38	0.11	0.10	0.24	0.77
SETN/三立新聞	0.37	0.11	0.13	0.32	0.66
CTiN/中天新聞台	0.36	0.12	0.12	0.24	0.69
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.04	0.06	0.15	0.41
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.10	0.09	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.06	0.05	0.10	0.19
NTVN/壹新聞	0.11	0.03	0.05	0.11	0.19

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	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	4.83
2	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	3.66
3	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	1.84
4	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	1.78
5	那年花開月正圓兆櫃開運齣	GTV-D	1.29
6	2215阿爸的願望	SANLI	1.13
7	1300幸福來了象卡來防詐騙	FTV	1.12
8	新一點靈高塔公主	TTV	1.11
9	實習醫師鬥格1997愛瑪勻嫩	FTV	1.10
10	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	1.08

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	4.04
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.87
3	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	2.62
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.47
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	2.13
6	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	1.71
7	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	1.50
8	綜藝菲常讚	CTS	1.44
9	愛妮雅舞力全開	FTV	1.33
10	天才衝衝衝	CTS	1.26

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	0.93
2	台灣大搜索	CTiN	0.84
3	非凡最前線	UBN	0.72
4	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.71
5	驚爆新聞線	SETN	0.70
6	政經看民視	FTVN	0.68
7	正午最前線	UBN	0.68
8	台灣1001個故事	ET-N	0.66
9	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	0.64
10	最前線直擊	UBN	0.63

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	青春好7淘	SANLI	1.04
2	型男大主廚小三美日	SL2	0.91
3	大陸尋奇	CTV	0.83
4	直17 18NBA冠軍賽火VS勇	VLSPT	0.80
5	直17 18NBA冠軍賽勇VS火	VLSPT	0.70
6	直17 18NBA冠軍賽塞VS騎	VLSPT	0.68
7	旅行應援團	*SCC	0.59
8	食尚玩家精選集	TVBSG	0.57
9	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.52
10	食尚玩家	TVBSG	0.52

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

