

# 凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

**No.963**

# 目錄 Index

2018/09/24-2018/09/30

市場訊息

內需熱絡 8月批發、零售額歷年同期新高

媒體市場訊息

Amazon攜手Snapchat推視覺搜尋 拍照就能購物

媒體專題

擁抱科技巨頭，生鮮雜貨的新零售轉型

IMC活動快訊

2018金音創作獎典禮暨亞洲音樂大賞系列活動

新節目介紹

頻道新節目介紹

電視觀察窗

TOP20電視節目排行榜

# 內需熱絡 8月批發、零售額歷年同期新高

經濟部公佈批發、零售及餐飲業營業額統計，8月批發業營業額9,184億元，零售業營業額為3,446億元，餐飲業則是411億元，均為歷年同月新高，而維持這成長動能，三大業別累計1至8月營業額均為歷年同期新高。經濟部指出，8月份南部豪雨，不僅影響部份南部地區便利商店營業額，就算因鮮食及飲品熱銷，在一增一減之下，便利店營業年增幅度收斂為3.9%，另外，資通訊及家電設備零售業也因豪雨影響買氣，年減2.9%。據經濟部統計，批發業營業額增加4.0%，其中因為進入智慧型手機新品備貨旺季，帶動通訊晶片、影像感測元件、記憶體等電子零組件需求強勁，機械器具批發業年增9.2%；而汽機車批發業因逢民俗月銷售淡季，年減10.1%。[工商時報2018/09/26]

## 8月失業率3.87% 創18年以來同月最低

畢業季的影響持續發酵，主計總處公佈8月失業率為3.87%，較上月增加0.06個百分點，不過已是18年以來同月最低水準，主計總處直指，勞動市場續呈穩定狀態。由於適逢畢業季，受應屆畢業生持續投入尋職行列影響，每年6至8月的失業率都會攀高，到了9月，季節性因素會逐漸淡化，失業率便趨於平穩。此外，8月失業率為2001年以來同月最低，而且經季節調整後的失業率為3.69%，與上月持平，均顯示勞動市場相當穩定。[中央社2018/09/25]

## 陸客十一來台 人數恐探新低

據交通部資料指出，十一長假期間平均每日來台陸客團約1,800人，較去年同期減少500餘人，自由行預估平均一天有6,000多人，加總不到萬人，將創下開放陸客來台觀光後，人數最少的十一長假紀錄。觀光局統計資料顯示，今年除了2月春節假期陸客來台人數爆量(較去年同期多4萬)外，其餘各月陸客來台人數較去年同期略少一點，今年1至8月陸客加總人數還成長2.5%。因此，若十一長假旺季不旺，選舉期間又明顯縮減的話，全年來台陸客恐會出現連續三年負成長。[經濟日報2018/09/30]

### 前八月來台旅客統計

項目	人次(萬人)
2017年旅客量	1,074 (+0.46%)
2017年1至8月旅客量	686.6
2018年1至8月旅客量	712.6 (+3.78%)
來客主要市場前八月旅客量	大陸 179.5 (+2.49%)
	日本 122.0 (+2.28%)
	港澳 111.0 (-2.83%)
	韓國 64.2 (-5.08%)
	東南亞 153.6 (+17.48%)

資料來源：交通部觀光局

楊文琪 / 製表



# 快時尚退燒 FOREVER 21 信義店熄燈

近三年來快時尚全球退燒中，台灣包括ZARA、H&M等自去年起即停止展店，三年不到的FOREVER 21來台首號店信義區ATT 4 FUN高達560坪大店，更準備在月底提前解約結束營業。根據業界分析，FOREVER 21不僅在台灣收店，從去年起歐洲的比利時、荷蘭阿姆斯特丹只留電商，英國店面縮小，北美與澳洲亦持續低迷；FOREVER 21在亞洲市場也不樂觀，日本首號店吹熄燈號，香港銅鑼灣店也關了。台灣快時尚規模達300億元，其中ZARA所屬集團旗下來台品牌最多，展店數至2017年達最高點，今年全數著力於電商市場；H&M全台展店今年上半年已達到規模，開始暫停展店計畫，從快時尚轉型發展環保時尚。相較於歐美系快時尚停止展店，日本的UNIQLO、GU所屬迅銷集團則仍持續在台展店，GAP電商更拓展至奇摩、蝦皮商場等，預計包括GAP、GU等都是明年快時尚成長新動能。[工商時報2018/09/25]



## 日系藥妝攻台 松本清參戰

日系藥妝通路近年來大規模搶攻台灣市場，由三商與日本住友商事合資引進的Tomod's來台六年，預計年底開至50家店；而號稱日本最大規模藥妝通路松本清，則將於10月起插旗台北東區與西區，其中東區首號店規模雖不大，但上萬個品項、八成日本進口商品，加上店內提供十分鐘完妝服務，成為殺進現有飽和藥妝市場最大優勢。松本清強調，尋找對的據點是開店最大條件，台灣藥妝市場已有屈臣氏、康是美兩大通路、近千家密集網絡，日系藥妝通路最重要是滿足在地消費者需求。以松本清來說，除了台灣消費者赴日觀光熟悉逛街購買的澀谷、新宿、原宿等都會店外，松本清佈建在日本各個區域店，皆因地置宜而有不同店型與商品結構變化。[工商時報2018/09/27]

## 泰晤士報揭露

## TripAdvisor 1/3評價造假

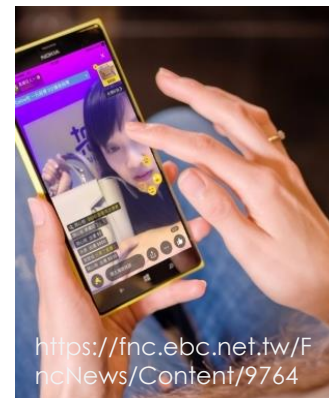
全球知名旅遊網站TripAdvisor的美食與住宿推薦受歡迎，英國每月造訪次數超過5,000萬人次，但英國泰晤士報最近揭露，這個網站的評價有三分之一造假。總部在亞洲的網站reviewsthatstick.com上，購買一則5星評價大約50美元(約新台幣1530元)。在其他網站，若是購買的假評論夠多，還有打折優惠，有網站開價十則假評論69美元。[中央社2018/09/23]

# amazon 攜手Snapchat推視覺搜尋 拍照就能購物

社群媒體Snapchat推出與電商亞馬遜(Amazon)合作的社群網購功能，只要用Snapchat內相機螢幕對準實體世界的某項物品或者商標Barcode，就能在亞馬遜平台上獲得此商品的搜尋結果，並進一步到亞馬遜網站上購買。亞馬遜在自己的App中，早就推出這項視覺搜尋功能，現在則是把視覺搜尋帶到社群平台Snapchat上，希望這個「較常被使用」的相機，能為它導來一些其他商機。當Snapchat用戶透過這個功能，在亞馬遜上購物，每一筆訂購Snapchat都能從亞馬遜那裡抽成。Snapchat的目標，是把自己的相機變成用戶在數位世界與實體世界之間的「游標」，透過螢幕與相機把這兩個世界串連起來。 [數位時代 2018/09/25]

## 17直播稱霸日本 當地主播數成長近3倍

藝人黃立成創辦的直播平台17 Media宣佈，日本海外分公司營運滿一週年，已成為全日本最多人使用的直播軟體，且日本簽約主播數成長近三倍。直播經濟吹進日本，2016年是日本直播服務發跡的一年，例如日本網路電視台AbemaTV推出僅一年就達到1,600萬下載量。根據市場研究公司Frost & Sullivan調查，2019年日本直播市場估值將上看3.54億美元(約新台幣108.6億元)。17 Media同時公佈台日直播調查指出，台灣與日本直播用戶最活躍的時段皆為晚間9時到凌晨1時，且日本直播用戶擁有更高黏著度，平均每日使用時間達54分鐘，高於全球其他地區。日本的直播用戶也比台灣更年輕，20歲以下用戶數是台灣的兩倍，日本男性直播主數也是台灣的近三倍。以職業別來看，日本用戶以服務業佔33%最多，台灣則是由朝九晚五的上班族佔52%最高。 [中央社2018/09/25]



## MOD破190萬用戶 瞄準運動市場

中華電MOD維持國內影視市場龍頭地位，透過國際運動賽事轉播、提供熱門電影，帶動用戶數攀升，中華電宣佈MOD已達190萬用戶，衝刺年底200萬用戶目標。瞄準國內運動市場，中華電積極爭取國際級賽事轉播權，繼轉播2018世足、亞運後，再獨家轉播歐冠盃足球聯賽、中華台北羽球公開賽，此外MOD將自10月17日起直播NBA賽事。 [中央社2018/09/25]

# 媒體專題 Media Report

擁抱科技巨頭，生鮮雜貨的新零售轉型

林竑廷、陳昕平

# 前言

- 全球各大型超市今年以來密集與科技巨頭結盟，包括家樂福、沃爾瑪和大潤發等，科技公司能夠提供傳統零售業數位化進程中所需的人工智慧(AI)、物聯網(IoT)與雲端技術，零售業則仰賴這些技術降低成本、提高營運效率與消費者體驗。



- 電商攻勢猛烈，正快速向生鮮雜貨產品類別與新市場擴張，如Amazon在法國推出[支援法語的智慧音箱](#)，並與當地連鎖超市Monoprix合作；對於大型超市業者來說，除了過往的價格優勢外，讓消費者能夠進行便利的全通路購物，或許才是抵擋電商掠奪市場份額的關鍵。本篇專題將藉傳統生鮮雜貨與科技業的結盟觀察其新零售策略。



## 生鮮雜貨市場規模5.9兆美元

- 供應鏈、保鮮、物流對純電商來說都是需要耗費大量時間經費克服的難題，為什麼電商巨頭仍試圖搶進低毛利的生鮮雜貨銷售？對於已開發國家來說，民眾購買生鮮雜貨佔總體消費的三分之一到一半。根據Euromonitor，全球生鮮雜貨零售產業市場規模高達5兆9,000萬美元，食品與消費品研究機構IGD預測，2022年前還會增加2兆7,000億美元，主要來自亞洲地區。雖然食品飲料的線上銷售2017年時僅佔1.5%，但在幾個主要市場卻是一個快速成長的類別。
- 根據全球零售市場情報公司PlanetRetail RNG，英國和法國都是電商蓬勃發展的市場，英國食品飲料線上銷售佔比5.5%，法國則佔4.5%。IGD的報告指出，中國線上雜貨銷售目前佔比為3.8%，預計2022年前將成長到11.1%；美國雖然目前僅佔1%，但IGD認為這個數字在2022年前將翻倍成長。



# 電商龍頭走入線下，搶食生鮮雜貨大餅



- 中國阿里巴巴2016年開始投資生鮮超市盒馬鮮生，整合電商與實體超市，店中所有的互動都可透過手機APP進行，綁定會員除了快速結帳也能獲得個人化的優惠與推薦；門市同時是配送中心與體驗空間，消費者的線上訂單可以直接從門市出貨，三公里內可30分鐘送達，也提供食物現煮服務，被視為是亞洲新零售的先驅。

- Amazon 早在十年前就展開生鮮雜貨佈局，2007年首推AmazonFresh服務，但由於民眾仍有親自挑選生鮮食品的習慣，因此銷售額一直沒有顯著成長；2016年Amazon憑藉長期累積的雲端計算、機器學習、物流管理和語音控制技術推出無人店Amazon Go，次年收購全食超市，雖然Amazon並未證實，但市場普遍猜測Amazon將在全食的門市導入新零售技術，嘗試以全新方式攻入生鮮雜貨類別。



# 生鮮雜貨的結盟競賽

- 亞洲和歐美電商在生鮮雜貨領域透過戰略結盟與創新實驗攻城掠地，讓傳統零售巨頭備感威脅，傳統零售商為了串起線上與線下服務與數據，在實體店內導入數位技術，最有效率的方法就是和科技公司或電商合作，近年在生鮮雜貨業較大的結盟或併購案如下：

2018

- 美國雜貨連鎖業者**克羅格(Kroger)**和英國線上超市Ocado合作興建自動化倉庫，優化生鮮商品裝袋準確率和配送服務。
- **沃爾瑪**斥資160億美元收購印度電商Flipkart，是沃爾瑪最大收購案，意圖開發這個13億人口的市場。
- 法國連鎖超市**Monoprix**和Amazon簽訂協議，在Amazon Prime Now(兩小時到貨)專區銷售Monoprix商品。
- 騰訊取得中國**家樂福**賣場經營權。

2017

- Amazon斥資逾130億美元收購美國**全食超市**。
- **沃爾瑪**和中國電商京東戰略合作，共用線上線下庫存，首家實體店面京東之家開幕，挖掘線下消費者偏好數據。
- 阿里巴巴獲得高鑫零售36.16%股份，高鑫零售旗下有**大潤發**、**歐尚**兩大量販超市，超過400間賣場。

2016

- **沃爾瑪**耗資33億美元收購的商新創jet.com，透過其技術來減少成本、加快配送速度。
- 阿里巴巴旗下盒馬鮮生開設第一家門市。



# 大潤發 X 阿里巴巴 百間門市新零售改造

- 阿里巴巴收購大潤發母公司高鑫零售36.16% 股份後，將和大潤發分享其新零售技術，以及在消費趨勢方面的洞察，以協助大潤發數位轉型，並同步整合兩者的線上與線下業務，改善庫存管理效率與門市佈局。而阿里巴巴也能夠獲得446家大賣場的龐大數據，更精準預估貨量，節省成本。
- 目前中國大潤發已完成百間店面改造，整體改造後的坪效提高15%。大潤發採用阿里巴巴提供的新零售技術，其中門市模型直接來自盒馬鮮生，包括網路購物三公里內一小時到貨，消費者也可以在店內利用手機APP掃條碼，將商品放入虛擬購物車，利用阿里巴巴旗下的支付寶結帳，商品會在一小時內送貨到府。



- 大潤發門市內也販售阿里巴巴天貓商城的熱銷商品，並設置Kiosk讓消費者可以在店內瀏覽天貓商城的商品，並掃描QRcode購買，讓阿里巴巴既有的電商購物與大潤發的實體購物體驗無縫接軌。而618電商購物節時，大潤發更同步天貓推出優惠活動。

# 家樂福 X Google 為法國導入語音購物體驗

- 法國家樂福和Google宣佈戰略結盟，主要目的是透過Google的協助改革家樂福的電商技術，例如人工智慧、雲端運算、物聯網以及新的購物介面，以達到全通路銷售與營運的數位轉型。而Google可以從家樂福獲得這個全球零售巨頭在產品和銷售方面的專家經驗與知識；家樂福是Google在歐洲進入生鮮雜貨電商的第一個合作夥伴，也是他們在零售業最深度的一次整合行動。



- 兩間企業的合作內容主要有三個部份：(1)法國的消費者可以在Google平台購買家樂福商品，包括有安裝Google Assistant的裝置、Google Home的智慧家居設備及Google Shopping網站；(2)家樂福和Google Cloud將聯手在巴黎成立創新實驗室，讓家樂福工程師與Google Cloud AI專家共同研究提升消費者體驗與服務的AI技術；(3)Google將為家樂福規劃數位轉型的員工培訓計畫。



# 沃爾瑪 X Microsoft 聯手挑戰無人零售

- 在美國，零售龍頭沃爾瑪和Microsoft簽訂五年合約，Microsoft將成為沃爾瑪的主要雲端服務商，幫助其往數位零售轉型，例如增進網站效能，以改善消費者的購物經驗與流程。
- 在內部營運方面，沃爾瑪將使用Microsoft的Azure打造一個全球的IoT平台，連接冷暖氣、空調、冷藏冷凍設備，減少店內能源消耗；同時沃爾瑪也打算將機器學習技術應用在其供應鏈的貨運路線。
- Amazon的AWS技術在雲端市場已領跑多年，受多數電商採用，Microsoft則排名第二，這次和沃爾瑪的合作或許將讓更多和Amazon存在競爭關係的零售業者轉投Microsoft。
- [報導](#)也指出Microsoft正在開發類似Amazon Go的無人收銀系統，據傳將和沃爾瑪合作測試技術，若無人零售真的是零售業的未來，Microsoft技術成熟後將能成為對抗Amazon的強勁勢力，一旦Microsoft和沃爾瑪聯手推出無人超市，立刻就能快速累積龐大的實體店面用戶數據。

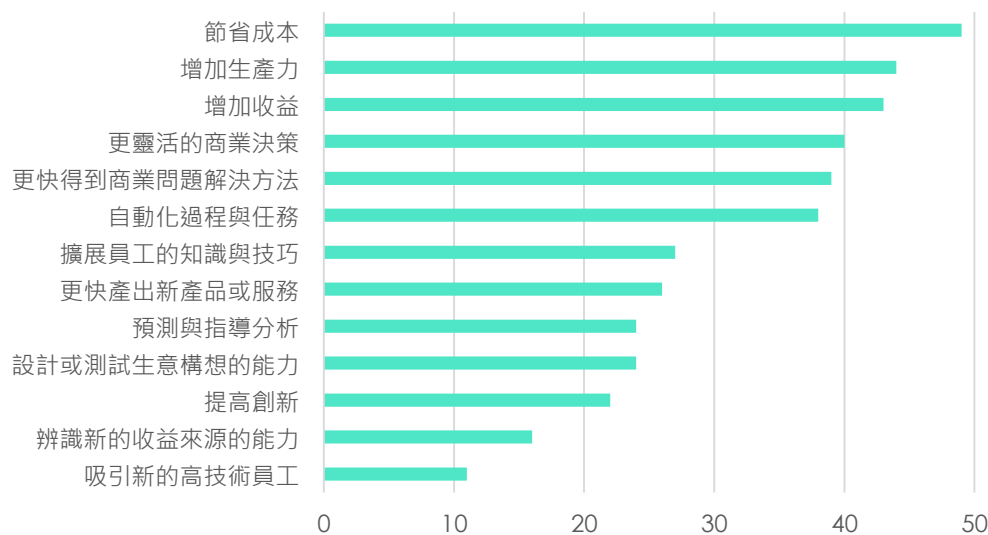


# 降低成本是導入新技術的關鍵

- 零售商手中握有大量消費者的購物習慣等數據，特別是透過他們的會員忠誠計畫，但通常較欠缺透過這些數據進一步優化顧客體驗、提供個人化推薦或服務的能力，當線上線下的界線愈來愈模糊，擁有連結消費者與挖掘數據的能力是未來零售的致勝關鍵。

- 生鮮雜貨業者導入新技術除了提供消費者更便利的購物方式，維繫既有消費者的忠誠度並吸引新客群、提高轉換，最重要的還是降低營運成本，以增加利潤；例如根據消費技術協會 (Consumer Technology Association) 的調查，當被問到採用AI技術能幫助零售業在些方面受益，前三名的答案是**減少成本(49%)**、**提高生產力(44%)**和**提高獲利(43%)**。

採用AI技術能帶給零售業的好處為何？(%)



- 對科技產業來說，他們一直想插足規模龐大的生鮮雜貨市場，但缺乏對於供應鏈與生鮮庫存管理的專業，品牌信譽也不如老牌零售商，因此策略結盟將為雜貨與科技帶來雙贏；且生鮮雜貨深入消費者日常生活，一旦建立起一個高頻率造訪的平台，其累積的數據和經驗將能應用到更多產業類別。



## 結語

- 觀察上述生鮮雜貨業與科技業的結盟案例可看出，電商巨頭走在時代尖端的發展確實對實體零售帶來巨大的威脅，老牌零售商不管是優化自營電商、拓展銷售管道，還是大潤發門市變身、家樂福推語音購物、沃爾瑪實驗無人店，都直接反映了他們正試圖針對盒馬鮮生、Amazon日新又新的服務急起直追。
- Amazon能夠不斷向新的產品類別或市場擴張，是因為內部有強大的零售知識與技術專家支撐，而對多數傳統零售商來說，透過與科技業戰略結盟取得技術，是最有效率的途徑，預期未來將看到更多這樣的合作甚至大規模的併購出現。
- 雖然新零售科技的主要目的常被認為是善用大數據分析消費行為、優化購物流程體驗等，但大眾對於生鮮雜貨採購習慣是否會被顛覆，無人商店和語音採購食品是否能獲得消費者信賴，都還有待觀察；因此或許透過人工智慧降低營運成本並提高生產效能，才是傳統零售面對電商攻勢的當務之急。

# IMC活動快訊

## Upcoming Events





Album

9 得咗

2018  
GOLDEN  
INDIE  
MUSIC  
AWARDS



2018

金音創作獎頒獎典禮  
暨 亞洲音樂大賞系列活動

Gimm

# 2018金音創作獎典禮暨亞洲音樂大賞系列活動



- **活動日期 / 地點：**
  - > 金音創作獎頒獎典禮  
10/27(六) 19:00~22:00 @台大綜合體育館3樓
  - > 亞洲音樂大賞 高雄場  
10/19(五) ~ 10/21(日) @海洋流行音樂中心大鯨魚(03)
  - > 亞洲音樂大賞 台北場  
10/24(三) ~ 10/26(五) @三創Clapper Studio  
10/28(日) @台大綜合體育館1F  
10/28(日) @華山1914文創園區
- **簡介：**「金音創作獎」開始於2000年，以創作為主導，著重台灣多元類型音樂的發展，並透過獎項肯定台灣樂團與創作者的原創能量，打造其專屬的榮耀。是台灣繼金曲獎之後，另一項獎勵優秀音樂創作人才及發展多元音樂類型(搖滾、民謠、電音、爵士、嘻哈...等)設立之音樂獎項。
- 今年邁入第九個年度的金音創作獎，將擴大舉辦為期兩週的音樂盛事 Asia Rolling Music Festival，邀請亞洲各國及台灣超過50組優質創作音樂人演出，讓擁有豐富多元創作個性的各國音樂人共聚一堂，展現屬於亞洲獨特的音樂風貌與創作精神。
- 今年10月，邀請您一起參與並享受創作音樂的奔放！

# 2018金音創作獎典禮暨亞洲音樂大賞系列活動

## ➤ 本屆典禮主題「Re-build」

解構、重建金音創作獎，重新定義獨立音樂，站在巨人的肩膀上，重生！

## ➤ 國內外近60組樂團輪番上陣盛況！

結合亞洲音樂大賞，將在台灣南北接力演出，打造台灣獨立音樂最大盛事！

## ➤ 跨平台、影音串流整合，強力放送典禮實況！

將與Line Today、KKBOX、三立電視合作直播，跨台港星馬同步露出！



更多演出團體、藝人及購票資訊請見 [官網](#) 及 [粉絲團](#)

※資料/圖片來源：相知國際股份有限公司

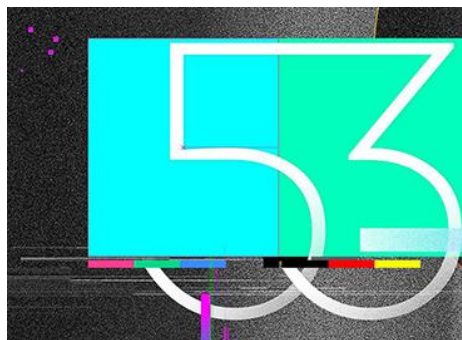


# 新節目介紹

## New TV Shows



# 頻道新節目介紹



類型：頒獎典禮 上檔日期：2018/10/06 播出頻道：三立都會台、公視 播出時間：19:00(六)

**第53屆金鐘獎：**金鐘獎在台灣傳播媒體界是一年一度的盛事，創始於1965年。設獎之初是以廣播為主，1965年金鐘獎設頒獎新聞節目、音樂節目、廣告節目等獎項，1966年增設個人技術獎。1970年將電視納入獎勵範圍，自此金鐘獎正式以廣播及電視為獎勵對象。第53屆電視金鐘獎頒獎典禮將於10/6於國父紀念館舉行。



類型：綜藝 上檔日期：2018/10/07 播出頻道：FOX 播出時間：21:00(日)

**姜食堂：**《新西遊記》外傳《姜食堂》為韓國人氣羅暎錫（羅PD）製作，姜虎東、李秀根、殷志源、安宰賢及宋旻浩共同主持，以開設餐廳的心路歷程與過程中的大小故事為主。餐廳開設於濟州島，是一間主打「老闆吃得更多」的餐廳。



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/12 播出頻道：緯來日本台 播出時間：21:00(一~五)

**月薪嬌妻：**津崎自稱「專業單身漢」，活了35年從來沒談過戀愛，認為工作就是自己的伴侶。某日美栗突然靈機一動，大膽提議津崎僱用她當太太，一次解決就職的煩惱！於是兩人簽下以「結婚」為名的工作契約，開始了「雇主=先生」「員工=妻子」的奇妙關係。原本約定彼此之間不涉及戀愛關係，但當兩人同住一個屋簷下，竟逐漸有了心動的感覺...

# 頻道新節目介紹



類型：綜藝 上檔日期：2018/10/13 播出頻道：東森綜合台 播出時間：22:00(六)

**公主我來了**：節目徵集各大美女推薦人，幫你心目中最正的美女拍下30秒的短影片，只要你敢拍就可以報名，觀看次數最多的參賽者可獲得高額獎金，影片中的美女更有機會成為東森創作下一部偶像劇的演員候選人，趕快推紅你身邊的正妹吧！



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/13 播出頻道：緯來日本台 播出時間：22:00(六)

**非獸性男女**：以野獸不受外在拘束活得輕鬆自在為主軸，描述在外人眼中看似完美，但其內心隱藏的很好的男女主角，在酒吧裡偶然相遇，因為陌生而表露真心後所展開的愛情故事。

# 電視觀察窗

## TV Outlook



# 無線電視TOP20節目排行-1

4歲以上				4-14歲			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	大時代Footer除臭襪	民視	5.29	1	大時代Footer除臭襪	民視	2.78
2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	4.47	2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	2.55
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.07	3	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.29
4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.06	4	航海王24	台視	2.23
5	航海王24	台視	1.95	5	蠟筆小新	台視	2.18
6	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.72	6	新哆啦A夢	華視	2.07
7	台視晚間新聞	台視	1.56	7	綜藝3國智	台視	1.78
8	綜藝3國智	台視	1.50	8	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.69
9	愛妮雅舞力全開	民視	1.44	9	1830蠟筆小新	台視	1.64
10	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	1.38	10	烏龍派出所	華視	1.60
11	中視新聞全球報導	中視	1.36	11	1800新名偵探柯南	華視	1.56
12	綜藝非常讚	華視	1.32	12	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	1.40
13	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.28	13	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	1.38
14	1800航海王24	台視	1.23	14	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.37
15	萬秀豬王尚讚	中視	1.21	15	1800航海王24	台視	1.34
16	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.21	16	新名偵探柯南	華視	1.32
17	天才衝衝衝	華視	1.12	17	台視晚間新聞	台視	1.29
18	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.09	18	1800蠟筆小新	台視	1.22
19	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.06	19	臺灣學吧三貝德升學王	民視	1.14
20	民視七點晚間新聞	民視	1.00	20	1800烏龍派出所	華視	1.01
平均			1.82	平均			1.69

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/09/24-2018/09/30





# 無線電視TOP20節目排行-2

15-24歲				25歲以上			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	大時代Footer除臭襪	民視	2.06	1	大時代Footer除臭襪	民視	6.16
2	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.83	2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	5.21
3	OPPO R15綜藝玩很大	中視	1.77	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.75
4	綜藝大集合福爾血壓機	民視	1.55	4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.08
5	1830蠟筆小新	台視	1.53	5	航海王24	台視	1.99
6	航海王24	台視	1.50	6	愛妮雅舞力全開	民視	1.75
7	台視晚間新聞	台視	1.35	7	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.71
8	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.10	8	台視晚間新聞	台視	1.62
9	蠟筆小新	台視	1.05	9	中視新聞全球報導	中視	1.55
10	1800航海王24	台視	0.99	10	綜藝3國智	台視	1.55
11	綜藝3國智	台視	0.97	11	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	1.54
12	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	0.93	12	綜藝非常讚	華視	1.51
13	新名偵探柯南	華視	0.93	13	萬秀豬王尚讚	中視	1.41
14	大誠保險經紀人女兵日記	台視	0.89	14	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.40
15	生態全紀錄野性南非	公共電視	0.80	15	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.36
16	華視晚間新聞	華視	0.80	16	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.32
17	天才衝衝衝	華視	0.78	17	天才衝衝衝	華視	1.27
18	中視新聞全球報導	中視	0.73	18	1800航海王24	台視	1.25
19	萬秀豬王尚讚	中視	0.73	19	大陸尋奇	中視	1.19
20	新哆啦A夢	華視	0.69	20	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.15
平均			1.15	平均			2.04

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/09/24-2018/09/30



# 有線電視TOP20節目排行-1

4歲以上				4-14歲			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	3.00	1	蠟筆小新電影版光榮燒肉之	YOYO	2.83
2	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.76	2	蠟筆小新爆睡夢世界大作戰	YOYO	2.61
3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.69	3	1000可愛巧虎島	YOYO	2.38
4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.79	4	1930蠟筆小新電影版光榮燒	YOYO	2.32
5	女兵日記566	TVBS歡樂台	1.50	5	0830戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	2.13
6	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.46	6	蠟筆小新宇宙人Pi力來襲	YOYO	2.12
7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.30	7	新我們這一家	YOYO	2.10
8	在台灣的故事	三立台灣	1.22	8	彩虹小馬勇氣的力量	YOYO	1.95
9	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.21	9	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	1.93
10	歡樂智多星	衛視中文	1.20	10	1100TheTAYOMovie王牌出任	YOYO	1.87
11	草地狀元瓏豐水產海鮮直播	三立台灣	1.15	11	1100蠟筆小新爆睡夢世界大	YOYO	1.79
12	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.05	12	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.76
13	民視晚間新聞	民視新聞	1.03	13	衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	1.73
14	晚間8點新聞	TVBS新聞台	1.01	14	1430我們這一家超能力花媽	YOYO	1.70
15	寶島神很大	三立台灣	1.01	15	櫻桃小丸子	YOYO	1.68
16	1900歡樂智多星	衛視中文	1.01	16	1945海底小縱隊	YOYO	1.65
17	台灣大搜索	中天新聞台	0.96	17	1000汪汪隊立大功	MOMO	1.62
18	台灣大頭條	三立新聞	0.91	18	1400Peppa Pig	YOYO	1.61
19	青春好7淘	三立台灣	0.91	19	LINE TOWN麻吉樂園	YOYO	1.61
20	2215兩夜花	三立台灣	0.91	20	1830潘及的搞笑日記	MOMO	1.55
平均			1.40	平均			1.95

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/09/24-2018/09/30



# 有線電視TOP20節目排行-2

15-24歲				25歲以上			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	1.65	1	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	3.37
2	1800烏龍派出所	衛視中文	1.48	2	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	3.29
3	2215雨夜花	三立台灣	1.17	3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.21
4	1830烏龍派出所	衛視中文	1.13	4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	2.06
5	歡樂智多星	衛視中文	1.11	5	女兵日記566	TVBS歡樂台	1.68
6	1900歡樂智多星	衛視中文	1.00	6	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.58
7	女兵日記566	TVBS歡樂台	0.94	7	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.52
8	晚間8點新聞	TVBS新聞台	0.93	8	在台灣的故事	三立台灣	1.41
9	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	0.89	9	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.37
10	1730烏龍派出所	衛視中文	0.86	10	草地狀元瓏豐水產海鮮直播	三立台灣	1.37
11	航海王	衛視中文	0.84	11	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.27
12	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.83	12	民視晚間新聞	民視新聞	1.26
13	1230蠟筆小新	GTV綜合台	0.76	13	歡樂智多星	衛視中文	1.25
14	烏龍派出所	衛視中文	0.75	14	寶島神很大	三立台灣	1.16
15	青春好7淘	三立台灣	0.74	15	台灣大搜索	中天新聞台	1.13
16	生化禁區	東森電影	0.70	16	1230金家好媳婦美麗樂	三立台灣	1.12
17	模犯生	東森電影	0.69	17	移居世界秘境日本人好吃驚	緯來日本	1.11
18	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	0.67	18	晚間8點新聞	TVBS新聞台	1.08
19	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	0.67	19	台灣大頭條	三立新聞	1.07
20	在台灣的故事	三立台灣	0.66	20	1900歡樂智多星	衛視中文	1.07
平均			0.92	平均			1.62

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/09/24-2018/09/30



# 無線+有線 戲劇類及綜藝類TOP20節目排行

戲劇類型節目(4歲以上)				綜藝類型節目(4歲以上)			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	大時代Footer除臭襪	民視	5.29	1	綜藝大集合福爾血壓機	民視	4.47
2	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	3.00	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.07
3	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.79	3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.76
4	女兵日記566	TVBS歡樂台	1.50	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.69
5	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.30	5	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.06
6	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.28	6	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.72
7	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.21	7	綜藝3國智	台視	1.50
8	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.09	8	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.46
9	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.06	9	愛妮雅舞力全開	民視	1.44
10	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.91	10	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	1.38
11	2215雨夜花	三立台灣	0.91	11	綜藝非常讚	華視	1.32
12	1230金家好媳婦美麗樂	三立台灣	0.90	12	萬秀豬王尚讚	中視	1.21
13	1900親家	三立台灣	0.88	13	歡樂智多星	衛視中文	1.20
14	1230金家好媳婦摩爾空間個	三立台灣	0.80	14	天才衝衝衝	華視	1.12
15	雙城故事娘家蔓越莓聖潔莓	民視	0.80	15	1900歡樂智多星	衛視中文	1.01
16	1930實習醫師鬥格娘家明亮	民視	0.75	16	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	0.96
17	你是禮物	GTV戲劇台	0.75	17	移居世界秘境日本人好吃驚	緯來日本	0.88
18	2000主君的太陽	衛視中文	0.70	18	1830綜藝新時代威德健康益	民視	0.77
19	2100女兵日記566	TVBS歡樂台	0.67	19	綜藝大哥大費玉清封麥秀	中視	0.73
20	對我說謊試試	GTV戲劇台	0.61	20	1300綜藝大集合福爾血壓機	民視	0.66
平均			1.31	平均			1.62

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/09/24-2018/09/30



# 問題與建議

如果您對媒體有任何問題，或是對於【凱絡媒體週報】有任何建議，都歡迎您來函不吝批評指教。我們將由媒體專業人員針對您的問題，提出詳盡的回答。

來函請寄：[carat.weekly@carat.com](mailto:carat.weekly@carat.com)

電話：(02) 89792781 編輯小組



粉絲團



部落格

與您分享更多國際媒體行銷新資訊