

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.1823**  
06.04-06.10





# 本期摘要

媒體放大鏡 OTT及電玩 成台灣娛樂暨媒體業成長動能

國際案例 可口可樂與川金會走出和平之路

科技瞭望 下雨還晴天？Google天氣箱演給你看

專案介紹 GTV《娛樂百分百》冠名專案

收視調查

網路觀察 April 2018

Media  
news

# 媒體放大鏡





資誠公布《2018全球與台灣娛樂暨媒體業展望報告》顯示，未來五年台灣娛樂暨媒體業的總營收將以2.8%的年複合成長率，在2022年達到181億美元。帶動台灣市場成長的領域包括：OTT影音（15.5%年複合成長率至4.41億美元）和電玩遊戲（4.1%年複合成長率至24億美元）等。

台灣OTT市場規模占實體家庭影音營收的比重將從24.4%上升至60.2%。相比之下，在付費電視比重的增加則較緩慢從12.8%上升至25.4%，主要是由有線電視轉向OTT平台的速度較慢。電玩遊戲在台灣很受歡迎，估計約有1,300萬位玩家（總人口2,360萬人），其中四分之一玩家同時使用個人電腦、遊戲機及手機這三種平台。

自2013年以來，台灣電玩市場規模幾乎增加一倍，2017年總營收達20億美元，在亞太地區排名第四，僅次於中國、日本及韓國，全球排名第十。最大的成長動力來自社群及休閒遊戲，特別是手機端的遊戲，未來仍將超越傳統遊戲，並在2022年於整體電玩遊戲市場占有62.6%（15億美元）的比重。[2018/6/6, 經濟日報]

## Yahoo白皮書： 台灣中小企業 投放行動廣告不到四成



行動浪潮興起，也讓不少中小企業品牌踏上數位轉型之路。Yahoo奇摩訪問超過400家台灣中小企業的老闆，深入了解他們應用行動廣告的狀況，發現僅不到四成的台灣中小企業使用行動行銷。不過儘管如此，Yahoo奇摩卻觀察到，台灣中小企業投資網路行銷的意願卻相當強勁，平均年投入金額高於整體30%，其中又以旅遊、3C通訊、零售及教育服務等產業使用行動行銷比例最高。

台灣中小企業跨入數位轉型以及行動行銷時，碰到的最大問題包括「不知如何追蹤成效」、「不清楚預算成本」以及「不知如何製作廣告素材」。不過，就已投入行動行銷的商家回饋來看，約六成五的中小企業認為行動行銷對於「拓展潛在客人」助益最大。

看到商家對行動行銷的需求，Yahoo奇摩原生廣告則針對中小企業推出相應的解決方案，推出一年來，已成功帶動導入行動行銷的總客戶數量年成長1.5倍。

[2018/6/12, 工商時報]



民視與有線電視業者TBC日前的下架風波，引發一陣討論，國家通訊傳播委員會（NCC）今天說，為確保市場健全發展、業者落實交易資訊揭露並確保頻道公平上下架運作機制，將召開徵詢各方意見，包括公民團體、有線電視業者、頻道業者的諮詢會議，訂定「系統經營者訂定上下架規章參考原則」，提供有線電視系統業者參考。

NCC副主委翁柏宗說，依現行有線廣播電視法第37條規定，上下架規章屬備查制度，目前每個業者訂得不一樣，容易產生爭議，如果能訂出一個框架或參考原則，讓業者有所依循，在資訊透明化跟對稱話都有幫助。後續將蒐集業上下游及消費者、公民團體的意見後，再進行細部條文討論。

草案預計包含總則、頻道規劃指標、專責審查程序及附則等4項綱要。其中，總則內容包括適用時機、適用對象、用詞定義、一致性標準或共同聲明；頻道規劃指標則包括具體可操作的上、下架及頻位異動指標，如收視滿意度等。

翁柏宗說，期盼藉由訂定參考原則，促進系統經營者提供多元文化節目，透過保護符合上架指標之頻道地位，間接促使系統經營者增加採購，有利頻道內容智財權費分配用於充實內容發展；同時以政策引導先於法令規制，避免政府過度干預頻道授權市場導致產業結構僵化的不利結果。[2018/6/6, 自由時報]

## Facebook 將測試 3 項新功能撐起媒體服務

近日 Facebook 發聲明，表示將下架「趨勢話題」（Trending）功能。趨勢話題於 2014 年上線，整合了 Facebook 社群流行的新聞話題。據官方消息來看，趨勢話題的點擊量下滑嚴重，作用也微乎其微。

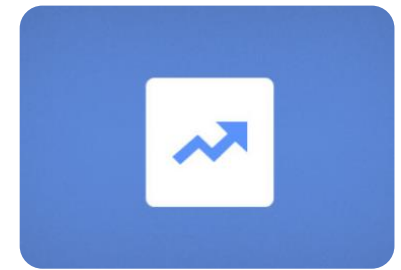
下架趨勢話題後，Facebook 想開發 3 個新功能。

1. Breaking News Label（重大新聞）。Facebook 與北美、南美、歐洲、印度和澳洲 80 家媒體達成合作，想讓這些媒體在 Breaking News Label 功能發表重磅新聞，目前正在測試。

2. Today In（今日新聞）。雖然名字叫今日新聞，但實際上是想以地理位置整合新聞。用戶可在這頁面看到當地的新政策等區域消息。

3. News Video in Watch（影片新聞）。網路行動化和流量資費下降，讓影片成了新聞的主流趨勢。這功能可讓用戶檢視現場報導、每日新聞簡報和深度新聞分析。最後一項功能只對 Watch 用戶開放。

新功能上台後，出現虛假新聞的機率應該可大大降低，因來源可究，且有篩選檢查過。Facebook 認為，新功能可保證新聞的品質和時效性。[2018/6/6, 科技新報]





免費服務總要尋找商業模式，臉書的 Marketplace 推出至今兩年，始終沒有置入商業模式，現在臉書確定推行兩項廣告服務，要讓 Marketplace 開始公司賺取利潤。允許一般使用者購買廣告，把商品資訊推送給附近的鄰居，同時企業品牌的廣告，也能同時發送給 Marketplace 的用戶。

就如台灣的租屋、拍賣網站，多數都提供用戶花錢提高排名，增加產品的曝光度，Marketplace 的廣告功能結合臉書平台，就更加具有吸引力。該功能被稱為「Boost」，用戶只需輸入購買商品、廣告預算，並且依據所在地填寫郵遞區號，系統會將商品資訊自動推送給當地的成年使用者，相比拍賣網站只會提高搜尋排名，臉書是讓賣家直接登上動態牆。

第二項廣告功能則是讓企業品牌的貼文，也能選擇出現在 Marketplace 平台。換言之，一般用戶未來在 Marketplace 將會看到更多企業廣告，且可能是與臉書動態牆、IG、Messenger 相同的內容。臉書旗下有眾多平台與分眾 App，商家可以選擇最適合的地方投放廣告內容，現在 Marketplace 也被視為廣告戰略的其中一環。[2018/6/9, ETtoday新聞雲]

## 臉書推創作者分潤計畫、成立遊戲直播中心



臉書不會想缺席電競、遊戲領域，今天正式推出電玩遊戲專頁，並公開遊戲內容創作者的分潤計畫。新遊戲平台除了要與 Twitch、YouTube 競爭知名直播主外，更希望建立全新的首頁，吸引遊戲玩家輕鬆找到喜愛的直播與影片。

臉書註冊一個短網址「fb.gg」連結至最新的遊戲平台，目前中文名稱就叫「電玩遊戲影片」，並沒有給予額外的稱呼。臉書在官方文章中寫道，已經有許多用戶會在動態牆、社團、粉絲專頁上觀看遊戲影片，希望讓玩家更輕易找到相關內容。平台不僅限於直播，也能看見電玩相關的影片內容，例如英雄聯盟的新英雄介紹，或是神魔之塔最新卡片示範。

平台成立後，接著就要吸引創作者，過往 YouTube、Twitch 都提供成熟的分潤機制，臉書推出「Level Up 計畫」。參與計劃的創作者除了可以搶先使用最新的直播功能外，還能參與分潤。就如同大家熟悉的「抖內」(Donate)功能，粉絲花錢購買虛擬商品，直播主獲得一定比例的回饋，臉書稱為「Facebook Stars」。根據《TechCrunch》聯繫取得的消息指出，創作者將獲得大部分的贊助金額，但臉書會從中抽取傭金，實際比例依抖內金額浮動。

[2018/6/9, ETtoday新聞雲]





之前有調查指 YouTube 是美國青少年使用最多的平台，不少人都會使用 YouTube 為主要娛樂，甚至學習平台。Facebook 似乎也有意在這領域參一腳，日前華爾街日報指，他們打算將 Instagram 可分享的影片長度增長，由現在的 1 分鐘改為 60 分鐘。

報導還提及 Instagram 過去數星期跟內容製作者、發行商商討，希望為 Instagram 平台特別製作時間較長的影片。華爾街日報指 Instagram 現在希望集中發表垂直影片，不過功能正式推出前還有機會改動。透過引入專業影片製作吸引更多廣告商，的確是可觀的賺錢來源，加上青少年傾向使用 Instagram，身為母公司的 Facebook 乘勢賺錢也非常合理。

不過 Instagram 至今還沒有正式公布，不知道新功能會整合到 Instagram，還是會以獨立 App 形式推出。[2018/6/8, 匯流新聞網]



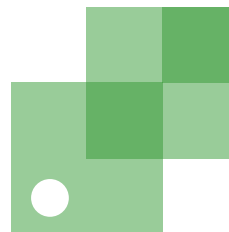
## 7 個新創企業可立即使用的 Instagram 技巧

社群經營平台 Buffer 報告顯示，Instagram 每日活躍用戶超過 5 億，當中 8 成用戶會追隨商業帳號，近 7 成 Instagram 用戶會與商戶有規律的互動 (Engagement)，而 Facebook 則只有 3 成。Facebook 行銷已近飽和，大量網路行銷將陸續投入 Instagram。單槍匹馬的新創企業該如何備戰？

1. 努力不懈刷存在感 刷出高 42% 的追隨者成長：貼文發佈愈頻密，曝光率愈高。視覺行銷研究中心 Tailwind 發現每週發佈七張貼文以上的用戶比每週只發一張貼文的追隨者成長率高出 42%。
2. 發佈貼文的黃金時段為上午 9 至 10 時
3. 表現差的貼文 原來要刪除：觀察發現 60 分鐘可決定一則貼文會否成功跑出，Instagram 演算法會把該則貼文歸類為低表現，降低其於用戶動態中的優次。
4. 活用 Stories 誘使轉化：勸誘轉化是內容行銷關鍵一環，方式包括直接在內容中引導用戶去做某事，提高回流。
5. Hashtags 不要用得太貪心：多項數據顯示，附上最少一個 Hashtag 的貼文，相比完全沒有 Hashtags 的 Engagement 高 12.6%。研究顯示，7-9 個 Hashtags 會產生最佳效果。
6. 用影片吧！：客觀而言，影片比靜態貼文更有觀賞魅力，容易透過多變的視覺效果吸引用戶，在貼文停留較長時間。
7. 發揮「不相關」的創意：利用毫不相關的題材，有效感染用戶，增加他們留言及轉發的動力。[2018/6/11, INSIDE]

Case  
Share

# 國際案例





# 可口可樂與川金會走出和平之路

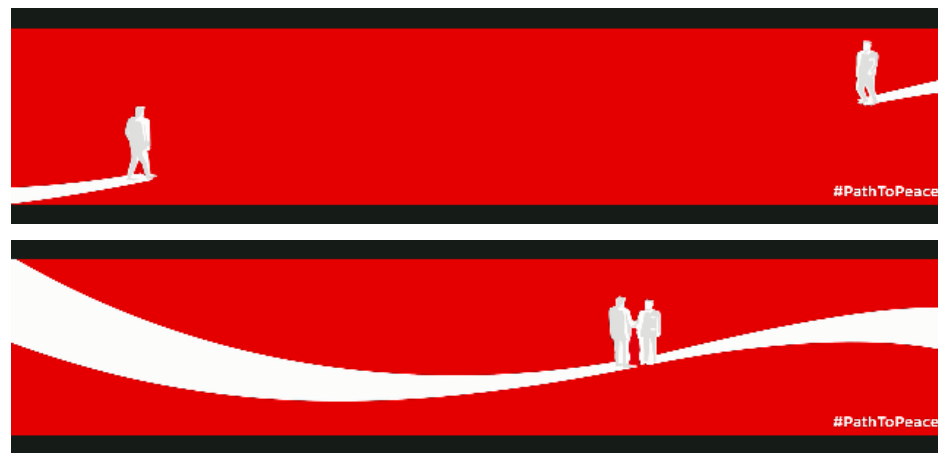
可口可樂為了紀念川普與金正恩的歷史性峰會「川金會」，特地於舉辦國家新加坡推出期間限定版，並且在Facebook曝光「和平之路」動畫。

美國總統川普與北韓領導人金正恩於6月12日在新加坡舉行首次高峰會，自消息曝光以來一直是國際間的熱門討論話題，可口可樂特此在當地推出限時紀念瓶，在瓶罐上可以看到，可口可樂的標誌一半同樣是英文，另一半則換成韓文，同時用兩種語言寫上「和平、希望和理解」，象徵這場高峰會的重要含意。

可口可樂同時在Facebook播放「和平之路」動畫，動畫中呈現川普及金正恩的白色剪影分別從兩端互相靠近，而走出的白色路徑便形成可口可樂的標誌線，最後兩人在中間交會並握手即結束了這部動畫，也代表著和平之路的形成。

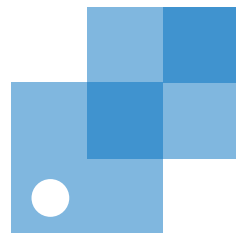
事實上北韓是少數幾個買不到可口可樂的國家之一，僅管有報導指出北韓有些高級酒店曾經有引進可口可樂，為了掩人耳目而將它稱為可樂口味的蘇打汽水。

可口可樂以簡單有趣的呈現方式成功結合時下的議題，除了紀念這歷史性的一刻，也為此品牌增添了一點話題性，讓你喝一瓶可樂也能關注國際大事！



New  
Idea

# 科技瞭望



# 下雨還晴天？Google天氣箱演給你看



透過虛擬助理查詢天氣不是新鮮事，Google 最新實驗嘗試拓展這項功能，讓天氣直接顯示在使用者眼前。若用戶藉由 Google 助理詢問台北天氣如何，倘若在下雨，Google 系統會連結到自製的天氣箱啟動降雨設備，直接將雨勢演給你看。

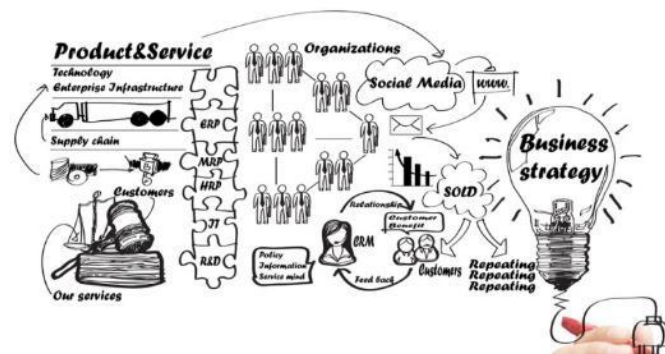
相信有不少讀者看過「天氣瓶」，在小小的玻璃瓶內可以模擬降雪、降雨等氣候。Google 則製作出天氣箱，並將計畫稱為「Project Oasis」，智慧助理會連結網站上的天氣資料，並且於天氣箱內呈現。當然，使用者也可以向助理要求，創造特定的氣候條件，Google 官方表示，這項實驗展現藉由科技與自然界對話的方式。

Google 向來鼓勵員工發揮創意，這項計畫不見得會實際運用在未來的 Google 產品系列，官方也沒打算販賣天氣箱，不過他們也把程式碼與製作方式放上「GitHub」，讓有興趣的玩家自行製作一個天氣箱。



Project

# 專案介紹





# GTV 《娛樂百分百》 冠名專案



專案介紹



報導娛樂新聞 & 流行資訊  
最大咖的偶像明星都在這！



日星·長澤雅美專訪



韓星·池昌旭蒞臨娛百



最新·娛樂新聞報導

台灣首創、更是目前唯一LIVE直播娛樂新聞節目

18年不間斷，跨世代年輕族群共同記憶！

- 播出時間：每週一至六18:00 GTV綜合台(定頻28台)首播
- 主持群：羅志祥(小豬)、愷樂、邱宇辰(毛弟)、風田、偉晉、Wish、Masha (每集由其中兩~三人交替搭檔主持)
- 節目介紹：除了娛樂新聞專題報導，還邀請海內外當紅演員、歌手上節目，透過遊戲、粉絲見面會認識大明星們的真实性。18年走來，多樣化的創新內容深受觀眾喜愛，更陸續加入歌唱、遊戲、LIVE直播單元，絕對讓觀眾掌握最新娛樂動態！

✓ 2015電視金鐘獎【綜藝節目主持人獎】入圍殊榮!!

✓ 「Yahoo!奇摩理想新聞媒體大調查」榮獲「最佳娛樂新聞」獎項!!

## GTV 冠名露出範例

節目片頭



節目片尾感謝卡



節目左上角 LOGO



節目收看卡



最嗨最滿 最高顏質主持陣容



金鐘50加持 實挺進綜藝節目主持人獎

羅志祥/小豬 (SHOW LO)

不僅能唱能跳，亦憑藉精湛演技多次入圍金鐘獎，實力與帥氣兼具的小豬，不計形象的搞笑和幽默迷倒兩岸三地許多粉絲！



FB粉絲數: 256萬

愷樂

兒童節目出身的愷樂散發童真，深受大小朋友的喜愛，自然不做作的反應替節目增添趣味。

FB粉絲數: 57萬

毛弟

前棒棒堂與JPM團員，新生代超級偶像，反應靈敏，清純魅力永遠是台上焦點。

FB粉絲數: 34萬

風田



SpeXial一員，模特兒出身，率真、執著的風田讓人感受他的「天生綜藝感」

FB粉絲數: 15萬

偉晉



SpeXial主唱。招牌的帥氣深邃臉龐，又活潑個性，是大家的開心果。

FB粉絲數: 41萬

Masha



阿卡貝拉美聲男團 GTM一員，有著泰雅男孩的真诚自然，卻有著善於模仿的奔放熱情。

FB粉絲數: 10萬

Wish



阿卡貝拉美聲男團 GTM一員，外表清俊，卻有著善於模仿的奔放熱情。

FB粉絲數: 10萬

## GTV 冠名露出範例

節目預告PROMO

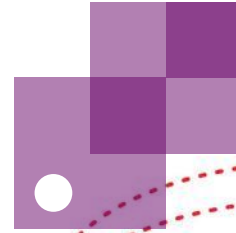


節目官網



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	幸福來了醫之方金盞花葉黃	FTV	閩南語連續劇	4.86
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	3.88
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.91
4	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.96
5	航海王23	TTV	卡通影片	1.94
6	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.66
7	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	1.34
8	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.34
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.30
10	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.29
11	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.25
12	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	國語連續劇	1.24
13	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.21
14	1300幸福來了醫之方金盞花	FTV	閩南語連續劇	1.10
15	成功文具綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.08
16	實習醫師鬥格	FTV	國語連續劇	1.01
17	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	1.01
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
19	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.92
20	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	0.91

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	3.41
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.70
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.67
4	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	1.81
5	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	1.71
6	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	1.61
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.34
8	那年花開月正圓兆櫃開運鯨	GTV-D	大陸劇	1.28
9	直17 18NBA總冠軍賽勇VS騎	VLSPT	籃球	1.26
10	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.23
11	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.12
12	新聞深喉嚨選將報到	CTiN	新聞性質節目	1.02
13	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.99
14	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.99
15	鍾馗伏魔雪妖魔靈	ET-M	國片	0.92
16	1230金家好媳婦蘿琳亞塑身	SANLI	閩南語連續劇	0.92
17	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	0.90
18	我男人的祕密	GTV-D	韓劇	0.87
19	1900愛回來	SANLI	閩南語連續劇	0.84
20	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	0.81

## 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	航海王23	TTV	卡通影片	2.69
2	幸福來了醫之方金盞花葉黃	FTV	閩南語連續劇	2.63
3	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.18
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.17
5	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	1.65
6	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	1.53
7	鬼怪孤單又燦爛的神	TTV	韓劇	1.30
8	實習醫師鬥格	FTV	國語連續劇	1.19
9	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.18
10	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.15

## 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	2.60
2	幸福來了醫之方金盞花葉黃	FTV	閩南語連續劇	2.38
3	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.37
4	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.08
5	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.47
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.40
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.22
8	成功文具綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.22
9	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.11
10	1800航海王23	TTV	卡通影片	0.97

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了醫之方金盞花葉黃	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	3.05
3	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.59
4	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	2.18
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.03
6	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	2.03
7	航海王23	TTV	卡通影片	1.92
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.80
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.32
10	成功文具綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.21

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了醫之方金盞花葉黃	FTV	閩南語連續劇	8.18
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	6.17
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.41
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.53
5	1300幸福來了醫之方金盞花	FTV	閩南語連續劇	2.44
6	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.31
7	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.23
8	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	1.95
9	航海王23	TTV	卡通影片	1.76
10	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.73

## 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	2.10
2	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	1.60
3	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.00
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.92
5	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.90
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.90
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.89
8	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.88
9	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	0.81
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	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	3.50
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.29
3	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	2.12
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.11
5	直17 18NBA總冠軍賽勇VS騎	VLSPT	籃球	1.48
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.46
7	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.23
8	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	1.18
9	1200綜藝玩很大Footer除臭	SL2	娛樂綜藝	1.18
10	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.16

## 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	2.63
2	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	1.75
3	直17 18NBA總冠軍賽勇VS騎	VLSPT	籃球	1.45
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.42
5	鍾馗伏魔雪妖魔靈	ET-M	國片	1.42
6	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.28
7	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.18
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.16
9	高塔公主SEXYLOOK酵素面膜	ETTV	國語連續劇	0.99
10	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	0.98

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	5.10
2	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	4.70
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.38
4	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	3.32
5	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	2.88
6	新聞深喉嚨選將報到	CTiN	新聞性質節目	2.05
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.76
8	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.61
9	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.44
10	直17 18NBA總冠軍賽勇VS騎	VLSPT	籃球	1.41

## 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	0.46	0.33	0.39	1.13
TTV/台視	0.62	0.56	0.44	0.51	0.85
FTV/民視	0.37	0.16	0.09	0.19	0.73
CTS/華視	0.26	0.14	0.19	0.23	0.35

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	0.43	0.16	0.28	0.44	0.64
ET-N/東森新聞	0.41	0.15	0.21	0.41	0.68
CTiN/中天新聞台	0.40	0.12	0.14	0.29	0.75
SETN/三立新聞	0.39	0.13	0.13	0.32	0.71
FTVN/民視新聞	0.39	0.12	0.12	0.23	0.79
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.03	0.05	0.13	0.46
UBN/非凡新聞	0.16	0.04	0.08	0.12	0.29
NTVN/壹新聞	0.13	0.03	0.05	0.13	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.07	0.04	0.11	0.21

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	幸福來了醫之方金盞花葉黃	FTV	4.86
2	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	3.41
3	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	1.81
4	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	1.71
5	新一點靈高塔公主	TTV	1.34
6	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	1.29
7	那年花開月正圓兆櫃開運齣	GTV-D	1.28
8	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	1.24
9	2215阿爸的願望	SANLI	1.23
10	1300幸福來了醫之方金盞花	FTV	1.10

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨選將報到	CTiN	1.02
2	新聞深喉嚨	CTiN	0.99
3	驚爆新聞線	SETN	0.81
4	非凡最前線	UBN	0.80
5	世界翻轉中	TVBSN	0.77
6	台灣大搜索	CTiN	0.73
7	正午最前線	UBN	0.72
8	政經看民視	FTVN	0.71
9	最前線直擊	UBN	0.70
10	最前線報告	UBN	0.69

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	3.88
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.91
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.70
4	超級紅人榜	SANLI	2.67
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	1.96
6	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	1.66
7	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	1.61
8	愛妮雅舞力全開	FTV	1.34
9	天才衝衝衝	CTS	1.30
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.25

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直17 18NBA總冠軍賽勇VS騎	VLSPT	1.26
2	大陸尋奇	CTV	0.92
3	青春好7淘	SANLI	0.90
4	直法網男單決賽	*FOXS	0.79
5	型男大主廚小三美日	SL2	0.78
6	直17 18NBA總冠軍賽騎VS勇	VLSPT	0.75
7	食尚玩家	TVBSG	0.55
8	愛玩客之移動廚房	SL2	0.53
9	食尚玩家來去住一晚	TVBSG	0.49
10	直法網女單決賽	*FOXS	0.48





# 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	2,597	93.7	1,098	1840	1189	117,865	15.6	45.4
2 Oath	2,511	90.6	595	228	179	34,822	6.5	13.9
3 Facebook	2,042	73.7	598	676	777	49,016	13.8	24.0
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,672	60.3	190	28	26	7,644	3.6	4.6
5 Microsoft Sites	1,447	52.2	259	33	30	12,318	2.7	8.5
6 LINE Corporation	1,439	51.9	435	6	7	1,861	3.5	1.3
7 Wikimedia Foundation Sites	1,090	39.3	131	13	18	5,632	2.3	5.2
8 Oneup Network Corporation	976	35.2	164	61	54	8,899	6.9	9.1
9 UDN Group	911	32.9	95	9	10	3,440	2.7	3.8
10 Chunghwa Telecom	908	32.7	74	11	9	2,731	4.2	3.0
11 ETtoday & EMI Group	884	31.9	107	11	6	4,264	2.6	4.8
12 Garena Online	864	31.2	411	5	7	1,448	3.5	1.7
13 Baidu.com Inc.	800	28.9	86	19	22	3,884	4.9	4.9
14 PTT.CC	768	27.7	79	11	13	3,440	3.1	4.5
15 Next Media Interactive Ltd.	727	26.2	117	16	11	4,685	3.5	6.4
16 Valve Corporation	639	23.0	190	12	11	2,839	4.4	4.4
17 KKNEWS.CC	627	22.6	40	3	3	1,378	2.5	2.2
18 Cite Media Holding Group	614	22.1	45	6	7	1,726	3.8	2.8
19 Iqiyi Sites	587	21.2	76	4	4	1,385	3.0	2.4
20 China Times Group	527	19.0	50	4	2	1,750	2.4	3.3

# 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 Oath	2,447	95.0	867	603	541	57,777	10.4	23.6
2 Google Sites	2,402	93.3	1,083	1529	1007	121,275	12.6	50.5
3 Facebook	1,867	72.5	612	725	823	50,791	14.3	27.2
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,798	69.8	237	39	40	10,309	3.8	5.7
5 LINE Corporation	1,492	57.9	570	7	7	2,846	2.5	1.9
6 Microsoft Sites	1,413	54.9	283	66	42	16,600	4.0	11.8
7 UDN Group	1,156	44.9	142	17	16	5,119	3.4	4.4
8 Next Media Interactive Ltd.	1,089	42.3	199	32	18	9,479	3.4	8.7
9 Chunghwa Telecom	1,032	40.1	94	11	14	3,685	3.1	3.6
10 ETtoday & EMI Group	1,026	39.8	158	27	15	7,059	3.9	6.9
11 Wikimedia Foundation Sites	949	36.9	119	14	18	5,118	2.8	5.4
12 PTT.CC	913	35.5	101	9	13	4,527	2.0	5.0
13 Oneup Network Corporation	810	31.5	168	62	64	10,426	6.0	12.9
14 Baidu.com Inc.	810	31.5	85	13	15	3,544	3.8	4.4
15 Cite Media Holding Group	767	29.8	60	8	8	2,185	3.6	2.9
16 PChome Online	756	29.4	59	9	20	2,270	3.8	3.0
17 Liberty Times Group	723	28.1	83	8	8	2,980	2.6	4.1
18 Yong Sheng Technology	651	25.3	67	16	15	2,867	5.5	4.4
19 China Times Group	649	25.2	62	6	3	2,240	2.5	3.5
20 KKNEWS.CC	647	25.1	44	4	2	1,500	2.5	2.3

# 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 Oath	2,544	97.3	1,037	826	619	74,496	11.1	29.3
2 Google Sites	2,379	91.0	1,025	1246	821	102,184	12.2	42.9
3 Facebook	1,794	68.6	542	597	637	41,168	14.5	22.9
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,705	65.2	206	39	34	8,597	4.5	5.0
5 Microsoft Sites	1,533	58.6	316	105	55	18,551	5.7	12.1
6 LINE Corporation	1,341	51.3	506	7	5	2,257	3.1	1.7
7 UDN Group	1,183	45.2	167	41	32	7,103	5.8	6.0
8 Chunghwa Telecom	1,050	40.1	101	19	22	3,857	4.8	3.7
9 ETtoday & EMI Group	966	36.9	115	22	11	4,576	4.8	4.7
10 Next Media Interactive Ltd.	950	36.3	179	43	25	7,392	5.8	7.8
11 Sanlih Media Group	816	31.2	100	20	9	3,556	5.7	4.4
12 PChome Online	795	30.4	85	21	40	3,885	5.4	4.9
13 Wikimedia Foundation Sites	772	29.5	82	8	11	3,145	2.5	4.1
14 Fubon Multimedia Technology	681	26.0	71	37	18	2,959	12.6	4.3
15 Baidu.com Inc.	677	25.9	73	12	13	3,461	3.6	5.1
16 China Times Group	676	25.9	65	9	4	2,352	3.7	3.5
17 Cite Media Holding Group	634	24.2	47	6	10	2,181	2.9	3.4
18 Liberty Times Group	620	23.7	79	16	12	3,373	4.8	5.4
19 RUTEN.COM.TW	612	23.4	73	35	60	3,626	9.6	5.9
20 PTT.CC	610	23.3	54	4	6	2,089	2.1	3.4

# 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 Oath	2,009	93.1	882	777	572	64,433	12.1	32.1
2 Google Sites	1,976	91.6	746	842	532	71,274	11.8	36.1
3 Facebook	1,428	66.2	404	433	474	31,675	13.7	22.2
4 Microsoft Sites	1,300	60.2	318	90	52	18,690	4.8	14.4
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,248	57.8	130	25	21	5,203	4.8	4.2
6 LINE Corporation	1,012	46.9	359	7	4	1,642	4.4	1.6
7 UDN Group	871	40.4	146	37	28	5,651	6.6	6.5
8 Chunghwa Telecom	787	36.5	85	19	17	3,559	5.4	4.5
9 Wikimedia Foundation Sites	671	31.1	52	5	6	1,965	2.6	2.9
10 Next Media Interactive Ltd.	623	28.9	103	23	11	4,373	5.2	7.0
11 ETtoday & EMI Group	582	27.0	71	12	7	2,529	4.9	4.3
12 Sanlih Media Group	578	26.8	75	15	7	2,823	5.5	4.9
13 PChome Online	542	25.1	68	14	32	3,036	4.8	5.6
14 Fubon Multimedia Technology	541	25.1	59	27	12	2,411	11.0	4.5
15 Liberty Times Group	522	24.2	66	12	8	2,554	4.8	4.9
16 China Times Group	515	23.8	57	10	5	2,172	4.5	4.2
17 NOWNEWS.COM	482	22.4	52	4	2	1,658	2.5	3.4
18 Yong Sheng Technology	481	22.3	53	16	14	2,315	6.8	4.8
19 Baidu.com Inc.	448	20.7	41	6	7	1,739	3.5	3.9
20 RUTEN.COM.TW	428	19.8	71	45	80	3,537	12.8	8.3

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](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

電話：2509-5557#123

