

凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

No.962

目錄 Index

2018/09/17-2018/09/23

市場訊息

8月外銷訂單增7% 超預期

媒體市場訊息

信用卡廣告解禁 開放關鍵字搜尋

媒體專題

實體通路的搶客新花招

IMC異業結盟

2018壞朋友音樂節

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

網路觀察窗

8月份 網域群排名 TOP20

8月外銷訂單增7% 超預期

受資通訊產品接單旺季到來，以及傳統產業表現火熱兩因素影響，經濟部發布8月外銷訂單表現亮眼，以436.8億美元創下歷年同月新高紀錄，年增率7.1%。進一步觀察各項貨品類別的表現，資訊通信、電子產品、機械及化學品訂單金額，均為歷年同月新高。資訊通信產品因雲端資料中心需求強勁，帶動伺服器接單暢旺，加上各品牌智慧型手機新品陸續上市，訂單逐漸釋出；電子產品因智慧型手機及穿戴裝置等新品備貨需求，加上電競產品及新興科技需求熱絡。經濟部預估，全年接單金額可順利衝破5,000億美元大關。[經濟日報2018/09/21]

虛擬通貨實名制10月上路 有條件放寬在超商買比特幣

金管會之前發文給各銀行，要求比特幣等「虛擬通貨」交易須採實名制，也就是必須用國內銀行的實名帳戶交易，嚴禁透過超商現金販售比特幣，而且投資人在交易平台開設的虛擬帳戶，也要跟自己銀行帳戶同名；若比特幣交易平台未限制投資人採實名制，銀行可以拒絕跟交易平台往來。但目前包括全家、萊爾富兩大超商仍在販售比特幣，金管會表示，虛擬通貨實名制 10 月上路，但是比特幣平台業者只要在做好風險管理前提下，仍可以用現金在超商交易。銀行局補充，不管是實名制銀行帳戶匯款還是超商現金交易，投資人買虛擬通貨前都要有一個實名制的「虛擬錢包」，就算投資人是去超商現金交易，平台業者也可以追蹤。[鉅亨網2018/9/21]



國人愈來愈長壽 平均壽命80.4歲創新高

隨著醫療水準提升、重視食品安全、生活品質提高及運動風氣盛行，國人平均壽命長期呈現上升趨勢。內政部公布「106年簡易生命表」，國人的平均壽命為80.4歲，其中男性77.3歲、女性83.7歲。若以縣市區分，則以台北市平均壽命83.6歲最高，台東縣最低，為75.5歲。台灣東部縣市平均壽命皆比西部各縣市低，內政部研判，可能原因為西部交通較東部方便，醫療資源相對較充足，加上人文、生活習慣差異有關。[經濟日報2018/09/22]

淘寶強勢攻台 結盟LINE

阿里巴巴旗下電商「淘寶天貓」宣布與LINE購物合作，將引進千萬件商品在LINE購物平台銷售。這是LINE台灣首度與海外電商平台合作，著眼於跨境電商市場開發。LINE去年將電商業務重新調整，今年初改以導流、導購的方式，讓用戶可以轉往合作的電商平台上購物。淘寶天貓更打出不限金額5%回饋，新會員領紅包，以及首淘加贈高點數等促銷。繼蝦皮等跨境電商先前打出「免運費」搶客之後，淘寶與LINE攜手大打促銷、結合彼此的流量衝刺電商業務，為台灣電商業再次拋下震撼彈。[經濟日報2018/9/20]

台灣青少年網路遊戲調查： 3%成癮、重度者每週玩41小時

國家衛生研究院針對超過8千名台灣10到18歲青少年的調查顯示，研究對象包含國內169所各級學校，共8,110位國小、國中、高中一年內曾玩過網路遊戲的學生，網路成癮盛行率約3.1%，也就是說每100位青少年玩家中，就有3位網路成癮。西方國家如英國、美國、德國網路成癮盛行率平均是1%，低於台灣。2018年6月，世界衛生組織（WHO）正式宣佈將「網路遊戲成癮（Gaming disorder）」納入精神疾病，其定義的症狀為，無法控制地打電玩、生活中愈來愈以電玩為優先，而忽略其他日常活動，即使知道有負面影響仍持續增加打電玩時間，以至嚴重影響個人日常生活正常運作（造成失能），且上述症狀持續至少12個月。[數位時代2018/9/18]

特力攜手淘寶 開智慧店



特力集團推出全新通路品牌「hoi!」，並攜手淘寶邁向新零售，共同打造全台第一間「Taobao x hoi!淘寶精選店」智慧門店，於微風松高2樓開幕。特力hoi!智慧門店三大特色包括「數位貨架」、「電子價標」、「RFID貨架」等，將實體店可實際觸摸商品質地、虛擬通路詳細商品資訊等兩者優點相互結合，係針對年輕世代需求與新型態購物體驗而來，預計北中南均擬設點，目標3年內獲利。特力發展電商三年，目前占集團營收約10%左右，此次結合淘寶打造的智慧店，選物有8成來自天貓精選，約900項商品，未來將以3個月汰換陳列。[工商時報2018/9/18]

信用卡廣告解禁 開放關鍵字搜尋



因應行動支付發展及未來純網銀設立，在銀行業者爭取下，金管會決定放寬信用卡廣告限制，開放銀行可用「關鍵字」搜尋或查詢服務方式打廣告，這是卡債風暴後，金管會首度對信用卡廣告規定解禁。官員表示，會放寬限制，主要有兩大考量，第一，在行動支付發展下，消費者使用信用卡需求愈來愈高，銀行業務發展有此需求，且卡債風暴後，消費者也都能謹慎使用信用卡。第二，純網銀未來設立後，也可以做信用卡業務，沒有實體分行，更需要透過網路打廣告。但銀行購買「關鍵字」廣告時，須訂定警語，必須在搜尋或查詢結果的標題，揭露「謹慎理財、信用至上」或「謹慎理財、信用無價」警語，並應連結至刊登警語、循環利率等的網頁。[聯合報2018/09/18]

NCC批假新聞 媒體未查證最高罰200萬

台灣新聞頻道喜歡到處引述「網路傳言」，卻不負查證責任，假新聞滿天飛，國家通訊管理委員會 (NCC) 決定整頓。NCC表示，廣電業者須確保提供視聽眾正確平衡的資訊，避免爭議訊息轉載對社會造成傷害，如有違反事實查證致損害公共利益，或妨害公共秩序、善良風俗者，最高可罰200萬元。NCC表示，將持續強化廣電媒體內控與查證之監理，必要時將邀廣電業者進行事實查證之內控、倫理等研習，尤其是廣電媒體業將必要之查證程序列為內控問責機制之一環。[工商時報2018/9/17]

不輸年輕人，現在連**長輩**也離不開 YouTube 了

Google和Ipsos的台灣《YouTube使用者行為大調查》指出，2018年使用者黏著度明顯增加，每日使用者占比，從原來的63%增加至71%，但令人驚訝的是，在55歲到64歲的使用者中，80%的人每個月都在看YouTube，更有四成的人每天看超過1個半小時，使用者的年齡層越來越高。Google分析背後的原因有二，第一是4G普及，兒女習慣買平板給父母；第二則是內容生態發生了變化，像是三立、民視等高齡層習慣觀看的電視台，現在內容也同步在YouTube上播放。當YouTube上的內容越來越多，跨螢趨勢也有增無減，成為一把雙刃劍，讓使用者分眾，注意力容易轉移，Google認為，這讓觀眾「超級沒耐心」，除此之外，觀眾的「主動性」變得很強，因為選擇太多，更會主動決定自己到底要看到什麼。[數位時代2018/09/14]



媒體專題 Media Report

實體通路的搶客新花招



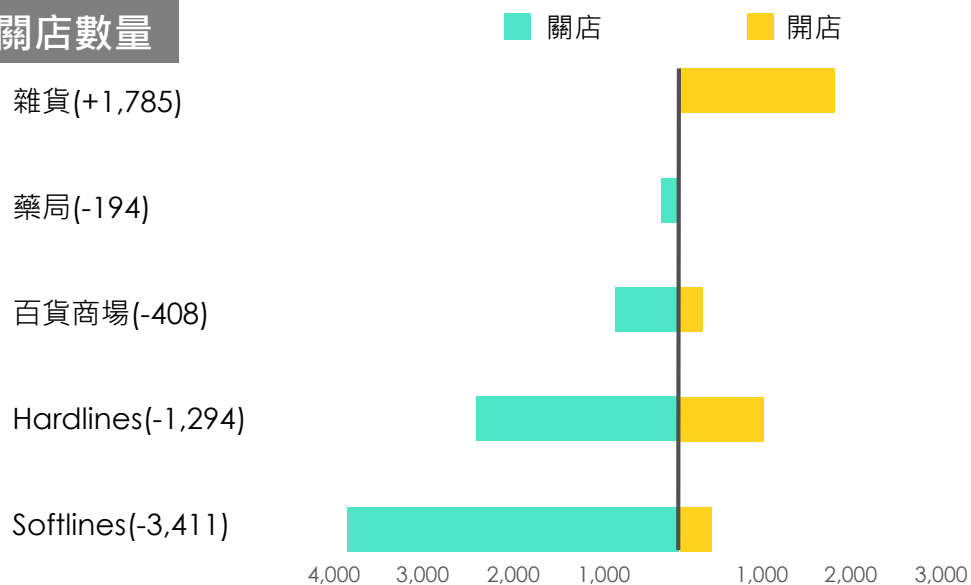
前言

- 零售產業在未來五年將發生的變化，很可能和過去50年間的變化一樣多。研究機構FGRT的數據顯示，2017年全美近7,000間零售店關門歇業，較2016年大增200%，標準普爾全球評級(S&P Global Ratings)也預估2018年零售商破產或違約數量可能再創新高。
- 在電商的衝擊下，實體零售並未消亡，而是不斷進化，不少老品牌或新品牌仍在試圖透過創意和科技重塑實體空間的新價值，提供更便利、更迅速的購物方式和更好的體驗。本篇專題分享實體通路擁抱新零售、找回消費者的案例。

電商銷售額每年成長20%，實體零售爆倒閉潮

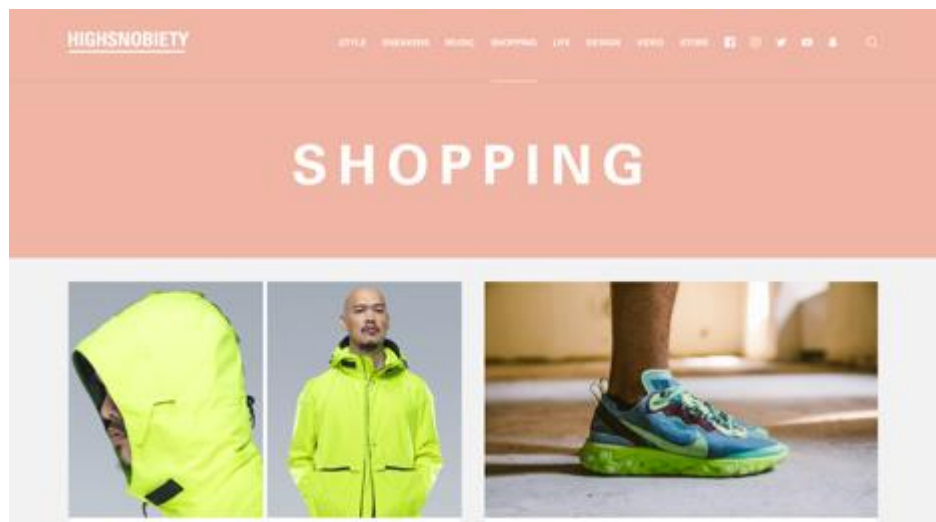
- **電商銷售額佔比仍小，但每年成長20%**：電商的銷售額目前在全球零售產業中只佔約10%，但每年成長約20%，很可能在五年內達到總銷售額的五分之一。
- **數位渠道成為消費者購物的第一站**：過去消費者會在實體店面外排隊、閒逛，以獲得折扣或發現新商品，但現在這些行為逐漸轉移到網路上進行。以去年美國黑色星期五為例，往年消費者會在店外徹夜排隊，店家一開門就大舉湧入，而2017年店面造訪的高峰卻是在黑色星期五當天的中午，推測人們多先在手機上比價才到店內購買，甚至實體店面只被當成是線上商店的展示間。
- **老牌零售商的倒閉與關店潮**：Toys R Us和Maplin等知名品牌接連宣佈破產，但像Sears、Marks & Spencer和New Look等的策略則是關閉利潤較低的店面，並重新佈署新的零售空間。

2017年美國實體店開店/關店數量



網購便捷，分眾電商、社群銷售盛行

- 電商能夠成為傳統零售商的直接競爭對手，主要源於配送速度愈來愈快捷和線上訂店內取的服務受到歡迎，過往需要數週才能抵達的貨物，現在可以快至幾小時內送達。全球超過1億Amazon Prime 付費會員可獲得第二天送貨保證；根據Business Insider，2017年美國人花約34億美元獲得隔日配送服務，預估2022年將達到346億美元。



- 此外，大型綜合電商如今也不是消費者線上購物的唯一選擇，愈來愈多小型分眾網站對消費者直接銷售，如Highsnobiety是以運動鞋和生活風格為特色的內容網站，企圖讓營收的30%來自電商。透過社群媒體銷售也是另一種手段，現在Instagram上有成千上萬的微型品牌帳戶，使用聰明的精準行銷、維持最少的庫存並利用Shopify這樣的第三方平台提供的服務架設電商網站。

實體零售的轉型先驅：Apple、Rapha

- 面臨電商的崛起和進化，實體零售除了需要提供和電商一樣的便利性與商品多樣性，也要具有電商網站或APP無法取代的特殊體驗，才能吸引消費者停留、甚至重新回到實體店內；Apple和Rapha被認為是最早在實體店中採用新零售概念的先驅。
- Apple的旗艦店在社區中扮演市政廳(town hall)的角色，這個場所除了讓潛在買家有機會親自體驗產品，也設立Genius Bar，提供消費者關於硬體設備修復的建議。另外，店內空間也規劃一系列藝術表演、軟體教學和兒童活動等滿足不同口味的節目。



- 英國高級自行車服飾品牌Rapha將店面打造成俱樂部型態，起初Rapha以快閃店的形式來測試這樣的概念，之後陸續在歐美、亞洲、澳洲開設20幾間這樣的實體店面，除了販售商品，每間店中都設有咖啡廳、播放騎車影片的大螢幕，並定期策劃團騎活動，讓同好共襄盛舉。

Story創意策展，主題、風格、商品月月換

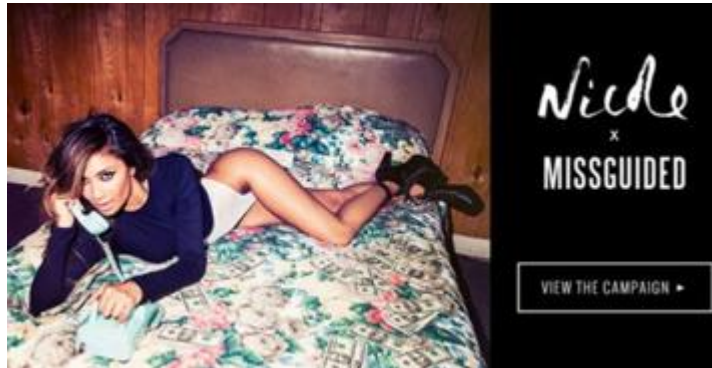
- 愈來愈多新的店家發揮創意，重新定義零售空間。紐約百貨公司Story將雜誌不同刊期的概念用於商場，每隔四到八週就會更換主題、風格和商品，主題包括「well-being」、「Made-in-America」等，也會販售當地小商家或藝術家的產品；Story的目標是其銷售商品中70%是消費者已知的、30%是能讓消費者感到驚喜的。另外，Story中也提供[共享工作空間](#)，消費者可以在網站上預定辦公室或在公共空間工作。



- Forty Five Ten是達拉斯的一間豪華百貨商店，原本是以地址位於4510號為名，但現在它利用店名推行「四季」、「五感」、「十件編輯選物」的策略，並經常更換展示精品，例如「他們最喜歡的十件白襯衫」。

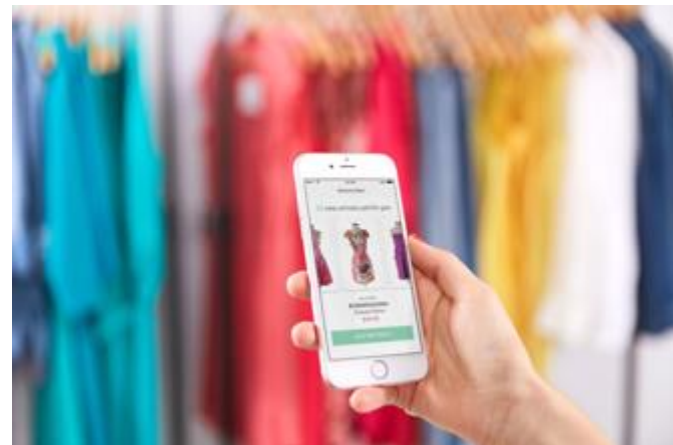
Missguided體驗空間，網美打卡新地標

- 比快時尚更快、更潮的網路服飾品牌Missguided在倫敦開設實體店面，店內佈置規以作為Instagram的打卡拍照景點為重點，規劃和購物與服裝相關的金句、賣獨角獸眼淚的自動販賣機等，吸引年輕女孩與網紅網美駐足，抓住他們愛秀的心情，製造各式各樣的拍照機會。Missguided的第一家實體店位在美國連鎖百貨Nordstrom，英國第一家實體店則入住曼徹斯特高端百貨Selfridges。
- 在線上，Missguided每天更新網站，有明星同款，也有原創設計；為了配合網站的步調，Missguided實體店中的商品每四週就會更換一次。



thredUP靠線上數據洞察消費者，調整店面庫存

- thredUP顛覆了傳統舊衣店。根據其數據，到2021年，二手服裝產業估值將從18億美元成長到33億美元；但thredUP的CEO也指出，85%的服裝購買仍在線下完成，因此thredUP嘗試以快閃店來為實體店面試水溫，計畫在美國各地開設100間店。目前thredUP有約2,000萬用戶，線上銷售超過35,000個服裝品牌，包括J.Crew、Madewell等。
- thredUP最初是一個二手衣買賣平台，採用C2B2C(寄售)模式。2017年開設第一家門市，thredUP平台上的所有資訊，如消費者習慣、門市選擇都能幫助店中判斷消費者興趣，並進一步預測消費行為，店家再據此調整進貨和上架的數量，也能夠根據用戶的偏好發送通知，提醒哪間門市何時會進他們喜歡的品牌。thredUP的技術可以在每次顧客走進店中時創建一個新商店，每家商店都連線到thredUP的全國配送中心網路，將倉庫轉變為中轉站。此外，店內也有造型師協助客戶挑選商品、提供穿搭建議。

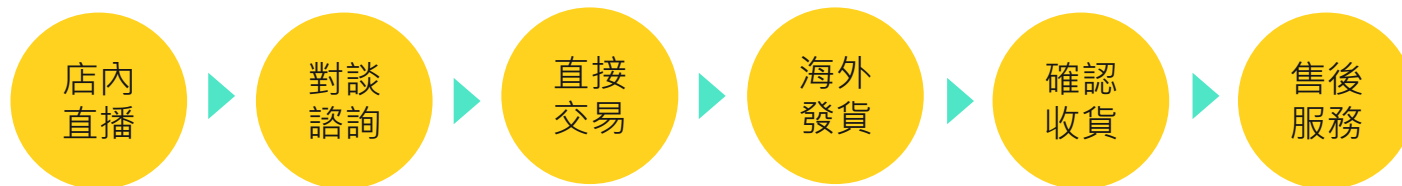


智慧鏡、直播購物...新零售科技熱門

- 愈來愈多品牌在實體門市導入新的零售科技，讓消費者獲得便利、有趣的體驗。例如化妝品品牌Charlotte Tilbury利用AR智慧鏡，顧客只要站在鏡子前觸碰自己的倒影，鏡子就會開始變化，讓消費者一次嘗試十種妝容。



- 服飾品牌Rebecca Minkoff在試衣間內的螢幕，讓消費者在試穿時可以直接點選螢幕要求店員將他們在試穿的衣服的其他顏色或尺寸拿到試衣間，不必再回到店中尋找。
- App也讓消費者在實體店內的消費更有效率，Target和Nike讓消費者透過App更容易在店內找到他們想要的東西，根據搜尋結果引導消費者走到正確的商品區甚至貨架旁。
- 直播App被中國應用在海外實體店面的直播購物節目上，如**微視店(WeTrade)**，賣方在海外實體店鋪內開始購物直播，買家可以提出諮詢、選購現場架上商品並直接交易，商品由店家直接從海外發貨。



結語

- 歸納以上所舉案例，實體零售的創意轉型主要方向包含：
 - 1) **選品與策展**：Story和Forty Five Ten以全新概念規劃店內空間，除了扮演商品與消費者間的媒合角色，也在安排陳列策展的過程中加入更多趣味、創意元素，帶來更豐富的故事性；頻繁更換選品、主題、裝潢符合新一代消費者愛嘗鮮的心理，讓他們在實體店中獲得與網購不同的體驗。
 - 2) **體驗與分享**：透過賦予零售空間新用途，提高消費者造訪次數與停留時間，如Story的共享工作空間、Apple和Rapha的交誼、教學空間等；Misguided主攻年輕市場，看準年輕人敢秀、愛秀，將店內空間規劃成能吸引消費者參觀、拍照打卡的場所，加強社群擴散。
 - 3) **新零售科技**：各式各樣的新技術導入實體零售，有些是吸引消費者目光的噱頭，也有許多是讓購物流程更便利快速的應用，甚至優化商家的進貨與配送流程，如thredUP，也可能開拓新的銷售管道，如微視店。
- 零售商需要適應不斷改變的零售產業，實體店倒閉潮對員工和當地消費者來說或許是個壞消息，但同時也刺激商家創新，重新思考空間的功能與價值，提供更好的服務，整體而言是值得期待的。



IMC異業結盟 Alliance Strategy



壞朋友 BFF MUSIC FESTIVAL 音樂節

#心裡的苦不要憋著會壞掉

#腦袋生鏽跳進別人挖的洞

2018

11/03

SAT 11:00-19:30

華山文創園區
華山劇場

2018壞朋友音樂節

- **活動日期**：2018年11月3日(六)
- **活動地點**：華山文創園區(台北市中正區八德路一段1號)
- **簡介**：2018上半年「ETtoday好朋友野餐日」一起野餐再創佳績！活動參與人潮達3萬人次、活動官網瀏覽量破166萬、廣告總曝光量破億、總觸及人數破1200萬、直播觀看人數高達300萬.....累積了一年的鳥棄，下半年來個厭世「壞朋友音樂會」，結合超夯厭世女神「太自由女神」，釋放你的負能量、厭世氣！
- 消極人生正夯，厭世時代當道。搭上最潮議題打造最高話題性！壞朋友就是要一起勸敗、勸吃、勸玩！擺脫厭世，釋放負能量！

壞朋友活動亮點



「壞朋友」主軸包裝 六大 區

特色
市集

解壓
音樂

互動
拍照

好物
分享

DIY
課程

闖關
遊戲



結合超夯厭世女神!
ETtoday x 太自由女神
活動聲量UPUPUP



負能量行銷正夯，
具話題及影響力



2018壞朋友音樂節

- ▶ **特色主題，人潮爆棚！壞朋友音樂節，2018最厭世話題活動！**上半年好朋友野餐日、下半年音樂節，屢創參與佳績、人數創新高，ETtoday品牌主題性活動，以儼然形成指標性之年度盛事，是贊助商品牌結合的最佳行銷利器。
- ▶ **創造議題，曝光UP！厭世行銷當道，消極人生正夯！**以厭世、負能量等行銷包裝，跳脫過往小清新形象，並結合年輕族群喜愛的太自由女神有效創造話題，吸引討論聲量，提升曝光。
- ▶ **專業媒體力，超強社群力！最強媒體資源，曝光UPUPUP！**線上線下虛實整合，結合影音、直播社群、旗艦APP、百萬粉絲團...等媒體力，強調多螢整合資源，達到全方位的品牌曝光、品牌形象up！購買度up！



2018壞朋友音樂節

- **適合結合產品**：美妝保養品、時尚精品、軟性/酒精飲料、休閒食品、遊戲/3C、電信業、生活用品、戶外用品、旅遊、汽/機車...等。
- **贊助方式**：聯名贊助、舞台/活動區置入、課程活動冠名贊助、專案配合...等。
- **媒體宣傳**：平面/網路媒體曝光、官方粉絲團/社群/站內資源曝光、文宣品/現場各項製作物...等。

歡迎異業結盟，合作相關細節請洽
Andrew.Lien@carat.com

主辦單位保留修正、暫停或終止活動之權利，
如有異動恕不另行通知。



新節目介紹

New TV Shows



頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2018/09/26 播出頻道：緯來戲劇台 播出時間：20:00(一~五)

獨孤天下：獨孤信膝下三個女兒，長女般若為求實現獨孤天下的預言，不惜拋棄愛情嫁入皇室。二女曼陀貪戀榮華富貴，用計讓自己嫁給唐國公，三女伽羅，憑著聰慧與毅力，伉儷情深的與楊堅聯手統一全國，成了隋朝開國帝后。



類型：綜藝 上檔日期：2018/09/28 播出頻道：民視 播出時間：22:15(五)

綜藝新時代：金鐘獎肯定的最佳主持人組合「浩角翔起」再次合體主持全新型態的外景節目，兩人將挑戰各種新奇刺激的主題任務，與各行各業的金牌好手進行捉對廝殺，不是玩遊戲更不是點到為止的介紹，而是在經過腳踏實地的魔鬼訓練，要與這些金牌好手們進行真槍實彈的對決，「整個就來真的！」這也是浩子環遊世界回來後，為他們兩個量身打造的純外景節目，希望用拼力、毅力、勇氣、歡笑與淚水帶給年輕族群正能量。



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/01 播出頻道：緯來育樂台 播出時間：20:00(一~五)

大盛魁：歷史跨度270年，講述了自清代“走西口”歷史背景下，由晉商創造的清代最大跨國貿易商號「大盛魁」的興衰傳奇。

頻道新節目介紹



類型： 戲劇 **上檔日期：** 2018/10/01 **播出頻道：** 八大第1台 **播出時間：** 21:00(一~五)

老男孩： 一個16歲的兒子從天而降，一個正義的女老師林小歐緊隨其後，兩人前後腳的到來，徹底顛覆了吳爭既有的生活。林小歐，無憂無慮的樂天派，時髦得有點用力，正義得有點莽撞，她是學生們親切的姐姐、爽朗的朋友和沒架子的好老師。當得知得意門生蕭晗成了無家可歸的孤兒，她費勁心力要與孩子生父溝通，當她見到了孩子生父才發現，原來，他就是自己不久前海外旅行時的噩夢——處處和她作對、極不靠譜的吳爭。



類型： 戲劇 **上檔日期：** 2018/10/02 **播出頻道：** 愛爾達綜合台 **播出時間：** 21:00(一~三)

歡樂頌： 從外地來上海打拼的樊勝美(蔣欣飾)、關雎爾(喬欣飾)、邱瑩瑩(楊紫飾)三個女生合租一套房，與高智商海歸金領安迪(劉濤飾)、魅力超群的富家女曲筱綃(王子文飾)同住一個名叫歡樂頌的中檔社區22樓。五個女人性格迥異，各自攜帶著來自工作、愛情和家庭的困難與不如意，因為鄰居關係而相識相知，從互相揣測對方到漸漸接納彼此並互相敞開心扉，並見證彼此在上海這座“魔都”的成長與蛻變。



類型： 綜合 **上檔日期：** 2018/10/02 **播出頻道：** TRACE Sport Stars **播出時間：** 23:15(二)

運動明星大揭密： 本節目將走入幕後，深入了解體育明星的真實故事。不論是拳擊手安東尼約書亞，或是拒唱國歌、引起各界關注的美式足球員Colin Kaepernick。此外，究竟是什麼讓C羅成為一代男神？小威廉絲如何從網球女王走向時尚偶像？每周二準時收看節目了解運動員秘辛。

頻道新節目介紹



類型：綜合 上檔日期：2018/10/03 播出頻道：Travel Channel 播出時間：20:40(三)

美國鬧鬼特輯：追求刺激的人絕不能錯過！本節目帶你走訪美國以鬼故事聞名的城市，身歷其境、體驗驚悚靈異故事。



類型：綜合 上檔日期：2018/10/03 播出頻道：BBC Life style 播出時間：21:20(三)LIVE

葛雷漢諾頓秀第24季：全球知名的訪談節目Graham Norton Show回來了！主持人葛雷漢幽默鋒利的主持風格將再次席捲全球觀眾，帶給觀眾更多有趣的人物訪談、流行趨勢、名人文化和故事。



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/05 播出頻道：緯來日本台 播出時間：22:00(一~五)

破案貴族帥執事：貴族後裔法門寺沙羅驅（織田裕二飾演），是法門寺家第89代當主。負責照顧他身邊大小事的賢正（藤岡靨飾演），則是代代服侍法門寺家的第89代執事。法門寺遺傳了IQ246的天才頭腦，因為整天閒得發慌，到處追尋值得自己解開的謎題。且看他帶領帥氣萬能執事賢正、警視廳派來的莽撞女刑警奏子（土屋太鳳飾演），以及崇拜法門寺的怪咖女法醫朋美（中谷美紀飾演），漂亮解決各種困難奇案！

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	5.04	1	大時代Footer除臭襪	民視	2.60
2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	3.42	2	新哆啦A夢	華視	2.08
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.79	3	1800新名偵探柯南	華視	1.71
4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	1.86	4	新名偵探柯南	華視	1.67
5	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.46	5	1830蠟筆小新	台視	1.65
6	台視晚間新聞	台視	1.44	6	綜藝大集合福爾血壓機	民視	1.37
7	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.26	7	烏龍派出所	華視	1.29
8	愛妮雅舞力全開	民視	1.20	8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	1.15
9	中視新聞全球報導	中視	1.18	9	1800蠟筆小新	台視	1.14
10	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.13	10	綜藝3國智	台視	1.13
11	萬秀豬王尚讚	中視	1.11	11	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.09
12	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.10	12	1930實習醫師鬥格	民視	1.07
13	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.09	13	OPPO R15綜藝玩很大	中視	1.07
14	天才衝衝衝	華視	1.04	14	航海王24	台視	1.06
15	1830蠟筆小新	台視	1.02	15	1930實習醫師鬥格娘家明亮	民視	1.03
16	民視七點晚間新聞	民視	0.95	16	台視晚間新聞	台視	1.03
17	航海王24	台視	0.94	17	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.93
18	新哆啦A夢	華視	0.94	18	蠟筆小新	台視	0.91
19	綜藝非常讚	華視	0.93	19	我的英雄學院	民視	0.91
20	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.92	20	大誠保險經紀人女兵日記	台視	0.88
平均			1.54	平均			1.29

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

※統計期間：2018/09/17-2018/09/23



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	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.03	1	大時代Footer除臭襪	民視	5.88
2	大時代Footer除臭襪	民視	1.97	2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	3.98
3	1830蠟筆小新	台視	1.72	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.34
4	綜藝大集合福爾血壓機	民視	1.63	4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	1.93
5	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.16	5	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.55
6	台視晚間新聞	台視	1.15	6	台視晚間新聞	台視	1.54
7	大誠保險經紀人女兵日記	台視	0.93	7	愛妮雅舞力全開	民視	1.48
8	雙城故事娘家蔓越莓聖潔莓	民視	0.81	8	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.38
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	0.78	9	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.37
10	烏龍派出所	華視	0.72	10	中視新聞全球報導	中視	1.34
11	航海王24	台視	0.71	11	萬秀豬王尚讚	中視	1.33
12	天才衝衝衝	華視	0.70	12	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.27
13	蠟筆小新	台視	0.70	13	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.24
14	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	0.69	14	天才衝衝衝	華視	1.15
15	1800蠟筆小新	台視	0.68	15	大陸尋奇	中視	1.09
16	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.65	16	綜藝非常讚	華視	1.08
17	綜藝非常讚	華視	0.58	17	民視七點晚間新聞	民視	1.06
18	綜藝3國智	台視	0.57	18	航海王24	台視	0.97
19	新哆啦A夢	華視	0.56	19	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.97
20	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	0.55	20	雙城故事娘家蔓越莓聖潔莓	民視	0.92
平均			0.96	平均			1.74

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

※統計期間：2018/09/17-2018/09/23



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	金家好媳婦摩爾空間個人倉	三立台灣	3.11	1	0830戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	2.47
2	超級紅人榜	三立台灣	2.12	2	1815Peppa Pig	YOYO	2.25
3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.04	3	衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	2.19
4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.90	4	1200蠟筆小新宇宙人Pi力來	YOYO	2.19
5	女兵日記過關舒緩霜	TVBS歡樂台	1.69	5	金家好媳婦摩爾空間個人倉	三立台灣	1.91
6	女兵日記566	TVBS歡樂台	1.53	6	1130少年悍將Go	卡通頻道	1.85
7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.19	7	蠟筆小新大對決機器人爸爸	YOYO	1.81
8	歡樂智多星	衛視中文	1.19	8	戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.80
9	草地狀元瓏豐水產海鮮直播	三立台灣	1.18	9	1945海底小縱隊	YOYO	1.79
10	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.14	10	櫻桃小丸子	YOYO	1.59
11	在台灣的故事	三立台灣	1.08	11	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.58
12	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.07	12	The TAYO Movie王牌出任務	YOYO	1.55
13	民視晚間新聞	民視新聞	1.01	13	1800Peppa Pig	YOYO	1.53
14	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.00	14	憤怒鳥與小小豬	YOYO	1.52
15	2215雨夜花	三立台灣	0.99	15	蠟筆小新宇宙人Pi力來襲	YOYO	1.47
16	1900親家	三立台灣	0.92	16	2030熊熊遇見你	卡通頻道	1.46
17	直擊亞洲水塔西藏冰川	TVBS新聞台	0.91	17	1745熊熊遇見你	卡通頻道	1.45
18	1230金家好媳婦摩爾空間個	三立台灣	0.85	18	2000STAND BY ME哆啦A夢	MOMO	1.44
19	台灣大搜索	中天新聞台	0.81	19	我們這一家超能力花媽	YOYO	1.42
20	台灣大頭條	三立新聞	0.81	20	我們這一家電影版	YOYO	1.38
平均			1.33	平均			1.73

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

※統計期間：2018/09/17-2018/09/23



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	金家好媳婦摩爾空間個人倉	三立台灣	1.93	1	金家好媳婦摩爾空間個人倉	三立台灣	3.46
2	歡樂智多星	衛視中文	1.13	2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.53
3	1800烏龍派出所	衛視中文	1.04	3	超級紅人榜	三立台灣	2.52
4	1830烏龍派出所	衛視中文	0.99	4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	2.15
5	玩命關頭6	東森洋片台	0.95	5	女兵日記過關舒緩霜	TVBS歡樂台	1.90
6	女兵日記過關舒緩霜	TVBS歡樂台	0.91	6	女兵日記566	TVBS歡樂台	1.75
7	烏龍派出所	衛視中文	0.89	7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.41
8	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	0.87	8	草地狀元瓏豐水產海鮮直播	三立台灣	1.29
9	草地狀元瓏豐水產海鮮直播	三立台灣	0.86	9	歡樂智多星	衛視中文	1.26
10	0830烏龍派出所	衛視中文	0.84	10	在台灣的故事	三立台灣	1.25
11	安可點播讚	中天新聞台	0.69	11	民視晚間新聞	民視新聞	1.24
12	愛玩客之移動廚房	三立都會	0.68	12	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.23
13	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	0.67	13	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.20
14	在台灣的故事	三立台灣	0.64	14	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.16
15	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	0.62	15	2215雨夜花	三立台灣	1.15
16	型男大主廚OB嚴選	三立都會	0.60	16	1230金家好媳婦摩爾空間個	三立台灣	1.08
17	驅魔警察	衛視電影	0.60	17	直擊亞洲水塔西藏冰川	TVBS新聞台	1.06
18	愛的314159SEXYLOOK	東森綜合	0.59	18	1900親家	三立台灣	1.03
19	1900歡樂智多星	衛視中文	0.57	19	台灣大搜索	中天新聞台	0.97
20	1730烏龍派出所	衛視中文	0.57	20	你是禮物	GTV戲劇台	0.96
平均			0.83	平均			1.53

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

※統計期間：2018/09/17-2018/09/23



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	5.04	1	綜藝大集合福爾血壓機	民視	3.42
2	金家好媳婦摩爾空間個人倉	三立台灣	3.11	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.79
3	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.90	3	超級紅人榜	三立台灣	2.12
4	女兵日記過關舒緩霜	TVBS歡樂台	1.69	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.04
5	女兵日記566	TVBS歡樂台	1.53	5	OPPO R15綜藝玩很大	中視	1.86
6	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.26	6	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.46
7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.19	7	愛妮雅舞力全開	民視	1.20
8	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.13	8	歡樂智多星	衛視中文	1.19
9	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.09	9	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.14
10	2215兩夜花	三立台灣	0.99	10	萬秀豬王尚讚	中視	1.11
11	1900親家	三立台灣	0.92	11	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.10
12	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.92	12	天才衝衝衝	華視	1.04
13	1930實習醫師鬥格	民視	0.85	13	綜藝非常讚	華視	0.93
14	1230金家好媳婦摩爾空間個	三立台灣	0.85	14	綜藝3國智	台視	0.85
15	雙城故事娘家蔓越莓聖潔莓	民視	0.82	15	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	0.74
16	你是禮物	GTV戲劇台	0.80	16	2200超級紅人榜	三立台灣	0.71
17	大誠保險經紀人愛的314159	台視	0.80	17	尹食堂未來美8分鐘面膜	東森戲劇台	0.69
18	2100女兵日記566	TVBS歡樂台	0.79	18	1900歡樂智多星	衛視中文	0.68
19	2100女兵日記過關舒緩霜	TVBS歡樂台	0.65	19	安美諾胎盤素冰冰Show	中視	0.61
20	1930實習醫師鬥格娘家明亮	民視	0.65	20	豬哥會社	民視	0.59
平均			1.35	平均			1.31

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

※統計期間：2018/09/17-2018/09/23



網路觀察窗

Internet Outlook



8月份 網域群排名TOP20

		6歲以上(全體)				
8月	7月	網域群	不重複使用人數(000')	% Reach	佔目標族群比例	總瀏覽網頁數 (MM)
1	1	Oath	10,941	94.5	100.0	2,590
2	2	Google Sites	10,326	89.1	100.0	4,832
3	3	Facebook	8,159	70.4	100.0	3,628
4	4	PIXNET Digital Media Corporation	7,249	62.6	100.0	143
5	5	Microsoft Sites	6,557	56.6	100.0	267
6	6	LINE Corporation	6,164	53.2	100.0	38
7	7	UDN Group	4,766	41.1	100.0	113
8	9	ETtoday & EMI Group	4,251	36.7	100.0	57
9	8	Chunghwa Telecom	4,134	35.7	100.0	77
10	10	Wikimedia Foundation Sites	3,853	33.3	100.0	63
11	12	Liberty Times Group	3,276	28.3	100.0	48
12	16	Oneup Network Corporation	3,184	27.5	100.0	178
13	14	PChome Online	3,183	27.5	100.0	106
14	11	Next Media Interactive Ltd.	3,146	27.2	100.0	79
15	15	Yong Sheng Technology	3,132	27.0	100.0	94
16	17	PTT.CC	3,050	26.3	100.0	43
17	20	TVBS.COM.TW	3,031	26.2	100.0	22
18	18	Baidu.com Inc.	2,934	25.3	100.0	63
19	13	Sanlih Media Group	2,908	25.1	100.0	56
20	19	China Times Group	2,768	23.9	100.0	40

■ 資料來源：創市際/ comScore Media Metrix ■ 網域群：涵蓋一個網站底下提供的各項服務及網頁，而不單指某個網站網址的流量。 ■ 本表僅就PC數據排名。

■ Reach%：調查期間內至少到過研究目標一次的網路使用人數佔目標族群的百分比。

■ % Composition Unique Visitors(佔目標族群比例) = 不重複使用人口(目標族群, 研究目標網站) / 不重複使用人口(全體網友, 研究目標網站) X100%。

■ 大寫U表示全站數據皆經由comScore稽核，小寫u表示部分流量經由comScore稽核，或至少有一個子層為完全交予comScore進行數據稽核。



8月份 網域群排名TOP20

		男性(6+)				
8月	7月	網域群	不重複使用人數(000')	% Reach	佔目標族群比例	總瀏覽網頁數 (MM)
1	1	Oath	5,826	95.7	53.2	1,410
2	2	Google Sites	5,461	89.7	52.9	2,998
3	3	Facebook	4,404	72.3	54.0	2,331
4	4	PIXNET Digital Media Corporation	3,854	63.3	53.2	64
5	5	Microsoft Sites	3,564	58.6	54.4	140
6	6	LINE Corporation	3,178	52.2	51.6	19
7	7	UDN Group	2,720	44.7	57.1	80
8	9	ETtoday & EMI Group	2,431	39.9	57.2	33
9	8	Chunghwa Telecom	2,313	38.0	56.0	42
10	10	Wikimedia Foundation Sites	2,169	35.6	56.3	42
11	12	Oneup Network Corporation	2,166	35.6	68.0	143
12	13	Yong Sheng Technology	1,963	32.3	62.7	72
13	14	Liberty Times Group	1,913	31.4	58.4	31
14	19	PChome Online	1,825	30.0	57.3	66
15	11	Next Media Interactive Ltd.	1,824	30.0	58.0	53
16	15	PTT.CC	1,800	29.6	59.0	27
17	16	Baidu.com Inc.	1,755	28.8	59.8	37
18	-	RUTEN.COM.TW	1,687	27.7	64.7	122
19	18	Sanlih Media Group	1,649	27.1	56.7	32
20	-	TVBS.COM.TW	1,649	27.1	54.4	11

■ 資料來源：創市際/ comScore Media Metrix ■ 網域群：涵蓋一個網站底下提供的各項服務及網頁，而不單指某個網站網址的流量。 ■ 本表僅就PC數據排名。

■ Reach%：調查期間內至少到過研究目標一次的網路使用人數占目標族群的百分比。

■ % Composition Unique Visitors(佔目標族群比例) = 不重複使用人口(目標族群, 研究目標網站) / 不重複使用人口(全體網友, 研究目標網站) X100%。

■ 大寫U表示全站數據皆經由comScore稽核，小寫u表示部分流量經由comScore稽核，或至少有一個子層為完全交予comScore進行數據稽核。



8月份 網域群排名TOP20

		女性(6+)				
8月	7月	網域群	不重複使用人數(000')	% Reach	佔目標族群比例	總瀏覽網頁數 (MM)
1	1	Oath	5,115	93.1	46.8	1,180
2	2	Google Sites	4,865	88.5	47.1	1,834
3	3	Facebook	3,755	68.3	46.0	1,297
4	4	PIXNET Digital Media Corporation	3,395	61.8	46.8	80
5	5	Microsoft Sites	2,993	54.4	45.6	127
6	6	LINE Corporation	2,986	54.3	48.4	19
7	7	UDN Group	2,047	37.2	42.9	33
8	8	Chunghwa Telecom	1,821	33.1	44.0	35
9	9	ETtoday & EMI Group	1,819	33.1	42.8	24
10	10	Wikimedia Foundation Sites	1,684	30.6	43.7	21
11	15	TVBS.COM.TW	1,381	25.1	45.6	11
12	14	Liberty Times Group	1,364	24.8	41.6	17
13	13	PChome Online	1,358	24.7	42.7	40
14	11	Next Media Interactive Ltd.	1,322	24.1	42.0	27
15	17	Fubon Multimedia Technology	1,264	23.0	50.8	47
16	12	Sanlih Media Group	1,258	22.9	43.3	23
17	16	PTT.CC	1,250	22.7	41.0	16
18	-	Iqiyi Sites	1,236	22.5	47.3	15
19	19	Baidu.com Inc.	1,179	21.4	40.2	27
20	18	Yong Sheng Technology	1,168	21.3	37.3	22

■ 資料來源：創市際/ comScore Media Metrix ■ 網域群：涵蓋一個網站底下提供的各項服務及網頁，而不單指某個網站網址的流量。 ■ 本表僅就PC數據排名。

■ Reach%：調查期間內至少到過研究目標一次的網路使用人數占目標族群的百分比。

■ % Composition Unique Visitors(佔目標族群比例) = 不重複使用人口(目標族群, 研究目標網站) / 不重複使用人口(全體網友, 研究目標網站) X100%。

■ 大寫U表示全站數據皆經由comScore稽核，小寫u表示部分流量經由comScore稽核，或至少有一個子層為完全交予comScore進行數據稽核。



8月份 網域群排名TOP20

		15-34歲				
8月	7月	網域群	不重複使用人數(000')	% Reach	佔目標族群比例	總瀏覽網頁數 (MM)
1	1	Oath	4,767	93.8	43.6	622
2	2	Google Sites	4,629	91.1	44.8	2,516
3	3	Facebook	3,730	73.4	45.7	1,729
4	4	PIXNET Digital Media Corporation	3,297	64.9	45.5	67
5	6	LINE Corporation	2,846	56.0	46.2	21
6	5	Microsoft Sites	2,795	55.0	42.6	90
7	10	ETtoday & EMI Group	2,010	39.6	47.3	21
8	7	UDN Group	1,913	37.7	40.1	22
9	9	Oneup Network Corporation	1,902	37.4	59.7	133
10	8	Wikimedia Foundation Sites	1,876	36.9	48.7	35
11	11	Chunghwa Telecom	1,820	35.8	44.0	30
12	12	PTT.CC	1,641	32.3	53.8	29
13	13	Baidu.com Inc.	1,476	29.0	50.3	36
14	16	Liberty Times Group	1,398	27.5	42.7	13
15	15	Cite Media Holding Group	1,377	27.1	51.6	15
16	17	Yong Sheng Technology	1,372	27.0	43.8	29
17	18	Iqiyi Sites	1,344	26.5	51.5	15
18	14	Next Media Interactive Ltd.	1,342	26.4	42.7	23
19	19	PChome Online	1,253	24.7	39.4	28
20	-	SHOPEE.TW	1,174	23.1	47.1	26

■ 資料來源：創市際/ comScore Media Metrix ■ 網域群：涵蓋一個網站底下提供的各項服務及網頁，而不單指某個網站網址的流量。 ■ 本表僅就PC數據排名。

■ Reach%：調查期間內至少到過研究目標一次的網路使用人數佔目標族群的百分比。

■ % Composition Unique Visitors(佔目標族群比例) = 不重複使用人口(目標族群, 研究目標網站) / 不重複使用人口(全體網友, 研究目標網站) X100%。

■ 大寫U表示全站數據皆經由comScore稽核，小寫u表示部分流量經由comScore稽核，或至少有一個子層為完全交予comScore進行數據稽核。



8月份 網域群排名TOP20

		35-44歲				
8月	7月	網域群	不重複使用人數(000')	% Reach	佔目標族群比例	總瀏覽網頁數 (MM)
1	1	Oath	2,550	98.3	23.3	735
2	2	Google Sites	2,314	89.2	22.4	1,043
3	3	Facebook	1,822	70.2	22.3	920
4	4	PIXNET Digital Media Corporation	1,713	66.0	23.6	38
5	5	Microsoft Sites	1,541	59.4	23.5	60
6	6	LINE Corporation	1,436	55.3	23.3	9
7	7	UDN Group	1,180	45.5	24.8	28
8	9	ETtoday & EMI Group	1,037	40.0	24.4	15
9	8	Chunghwa Telecom	998	38.5	24.1	17
10	13	Wikimedia Foundation Sites	877	33.8	22.8	13
11	11	Sanlih Media Group	853	32.9	29.3	15
12	12	PChome Online	848	32.7	26.7	39
13	16	TVBS.COM.TW	834	32.1	27.5	5
14	10	Next Media Interactive Ltd.	812	31.3	25.8	30
15	14	Yong Sheng Technology	808	31.2	25.8	33
16	15	Liberty Times Group	776	29.9	23.7	13
17	19	Fubon Multimedia Technology	697	26.9	28.0	18
18	18	PTT.CC	692	26.7	22.7	7
19	17	China Times Group	678	26.1	24.5	8
20	-	RUTEN.COM.TW	663	25.6	25.4	51

■ 資料來源：創市際/ comScore Media Metrix ■ 網域群：涵蓋一個網站底下提供的各項服務及網頁，而不單指某個網站網址的流量。 ■ 本表僅就PC數據排名。

■ Reach%：調查期間內至少到過研究目標一次的網路使用人數佔目標族群的百分比。

■ % Composition Unique Visitors(佔目標族群比例) = 不重複使用人口(目標族群, 研究目標網站) / 不重複使用人口(全體網友, 研究目標網站) X100%。

■ 大寫U表示全站數據皆經由comScore稽核，小寫u表示部分流量經由comScore稽核，或至少有一個子層為完全交予comScore進行數據稽核。



8月份 網域群與FB KOL排名

8月	網站類別-Business/Finance	% Reach
Total	Business/Finance	62.6
1	Yahoo Taiwan Finance	13.8
2	Yahoo Taiwan Stock	11.1
3	CW.COM.TW	7.8
4	CNYES.COM	7.5
5	CMONEY.TW	6.7
6	BUSINESSWEEKLY.COM.TW	6.4
7	COMMONHEALTH.COM.TW	6.4
8	Yahoo Taiwan Money	6.2
9	BUSINESSTODAY.COM.TW	4.5
10	MONEYDJ.COM	4.1

8月	網站類別-Retail	% Reach
Total	Retail	77.0
1	Yahoo Taiwan Shopping	24.8
2	RUTEN.COM.TW	22.5
3	Pchome Shopping	21.9
4	SHOPEE.TW	21.5
5	Yahoo Taiwan Auctions	20.9
6	MOMOSHOP.COM.TW	20.8
7	Pchome Shopping 24H	19.0
8	Yahoo Taiwan Buy	18.8
9	TAOBAO.COM	18.1
10	BOOKS.COM.TW	15.4

8月	網站類別-Beauty/Fashion/Style	% Reach
Total	Beauty/Fashion/Style	36.2
1	PIXNET StyleMe	13.4
2	Scupio Network - Women**	11.0
3	Yahoo Lifestyle	9.6
4	Yahoo Taiwan Fashion	9.4
5	ELLE.COM	4.9
6	Elle.com Taiwan	4.9
7	GQ.COM.TW	4.7
8	MARIECLAIRE.COM.TW	4.2
9	VOGUE.COM.TW	3.7
10	COSMOPOLITAN.COM	2.9

8月	網站類別-News/Information	% Reach
Total	News/Information	89.8
1	Yahoo Taiwan News	54.1
2	UDN.COM	40.8
3	ETTODAY.NET	34.5
4	LTN.COM.TW	27.3
5	Next Media Taiwan	26.5
6	TVBS.COM.TW	26.2
7	SETN.COM	24.7
8	CHINATIMES.COM	22.7
9	KKNEWS.CC	19.6
10	NOWNEWS.COM	17.7

8月	網站類別-Automotive	% Reach
Total	Automotive	22.7
1	Yahoo Taiwan Autos	7.0
2	Mobile01 Automobile	5.5
3	MSN Autos - Taiwan	3.6
4	Mobile01 Motorcycle	3.3
5	U-CAR.COM.TW	3.0
6	8891.COM.TW	2.6
7	JORSINDO.COM	2.1
8	ETTODAY Auto	1.5
9	CARNEWS.COM	1.0
10	Proto-G Taiwan	1.0

8月	Facebook KOL(縣市長候選人)	影響力分數
1	柯文哲	93,679.3
2	韓國瑜	34,572.6
3	侯友宜	25,887.8
4	丁守中粉絲團	24,576.9
5	蘇貞昌	20,137.3
6	姚文智	17,416.9
7	陳學聖	13,978.1
8	張麗善	10,346.7
9	鄭文燦	9,033.3
10	陳其邁 Chen Chi-Mai	8,911.9

■ 資料來源：Qsearch

■ 資料來源：創市際/ comScore Media Metrix ■ 網域群：涵蓋一個網站底下提供的各項服務及網頁，而不單指某個網站網址的流量。 ■ 本表僅就PC數據排名。

■ Reach%：調查期間內至少到過研究目標一次的網路使用人數占目標族群的百分比。

■ % Composition Unique Visitors(佔目標族群比例) = 不重複使用人口(目標族群, 研究目標網站) / 不重複使用人口(全體網友, 研究目標網站) X100%。

■ 大寫U表示全站數據皆經由comScore稽核，小寫u表示部分流量經由comScore稽核，或至少有一個子層為完全交予comScore進行數據稽核。



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

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