

凱絡媒體週報

CARAT MEDIA WEEKLY NEWSLETTER

No. 926

CARAT

市場訊息	去年CPI增0.62% 海嘯後次低
媒體市場訊息	數位語音助理 恐成手機大敵
媒體專題	2018年十大熱門趨勢(1/2)
IMC異業結盟	2018 VOGUE 風格野餐日
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

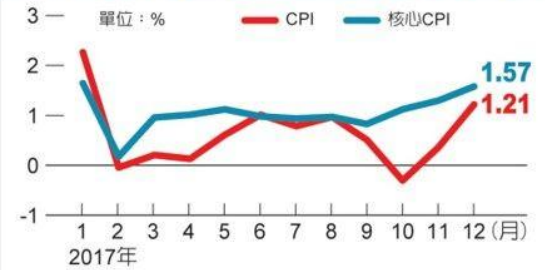
去年CPI增0.62% 海嘯後次低

主計總處發佈2017年全年消費者物價指數 (CPI) 年增0.62%，為近八年次低，且今年CPI預測值也僅0.96%，連二年低於1%；主計總處雖認為沒有通縮疑慮，但也坦言「物價要上漲不是那麼容易」。2017年全年CPI上漲0.62%，是2010年以來、金融海嘯後的次低，僅高於2015年因油價大跌，CPI年減0.31%的表現。主計總處綜合統計處說明，2017年物價上漲率偏低，關鍵是天候以及匯率因素；2016年因嚴重寒害、颱風接連來襲等特殊天候情況影響，蔬果價格大漲、墊高基期，使得2017年食物類CPI年減0.37%，不只低於近五年食物類平均漲幅2.58%，更創下2010年以來最低的紀錄。而2017年上半年新台幣強勁，抵銷不少原物料價格上漲對物價的推升力道。
[經濟日報2018/01/06]

一例一休效應 外食費漲1.99%

行政院主計總處公佈2017年外食費上漲1.99%，即便食物類價格下跌，食材成本下降，受到基本工資調升、一例一休實施的人事成本上揚影響，外食價格漲幅遠比整體消費者物價的0.62%高。近年基本工資幾乎年年調漲，影響餐飲業成本，近六年的外食物價漲幅都比消費者物價高。近五年外食費平均漲幅2.17%，顯示外食族近年都承受較高的物價壓力。
[經濟日報2018/01/06]

2017年消費者物價指數年增率變化



資料來源：主計總處

近年外食費漲幅變化



資料來源：主計總處

百貨信義區大戰

百貨業者	新光三越	微風	遠百	Taipei Sky Tower
新店開幕時間(年)	無	2018	2019	2020
營運策略	強化體驗經濟，創造更多生活體驗，透過活動與商品串聯	微風南山廣場著重獨家餐飲，與日本JR東日本集團旗下的車站型購物中心atre合作，日本獨家品牌	遠東百貨信義A13正在興建中，商場規劃尚未拍板，將會朝消費體驗、科技、娛樂等大方向	尚未開始動工興建，將以紐約第五大道為藍圖，打造與日系百貨截然不同的美式風格

資料來源：採訪整理

李至和 / 製表

信義區百貨大戰 三年開三家

從今年起到2020年，信義計畫區每年都會有一家新百貨開幕，包括微風南山廣場、遠東百貨信義A13與碩和開發投資的信義A7，因應新兵入陣，龍頭新光三越積極改裝備戰，今年將把A8全面翻新應戰，總投資金額估超過億元，在新百貨陸續加入後，2020年信義商圈百貨市場規模上看700億元。國內百貨業市場規模約3,300億元，其中信義計畫區百貨規模約600億元，密度堪稱全球最高。百貨業者觀察，信義計畫區已經是台北時尚指標商圈，十年前最時髦的消費者多在忠孝東路穿梭，現在則移轉至信義商圈。
[經濟日報2018/01/05]

逾44.4萬輛 去年新車銷量 創12年新高

進口車與運動休旅車 (SUV) 領軍，加上舊換新補貼政策持續發酵，推升2017年國內車市微揚，總量突破44.4萬輛改寫近12年新高，進口車市佔率締造41.7%新紀錄，SUV佔比達32%躍升最受歡迎車種。展望2018年車市，車商多半「審慎樂觀」看待，估維持40萬~44萬輛平盤，進口車佔比恐將進一步推進至45%以上。和泰汽車2017年以12.8萬輛銷售成績，風光16連霸，十大暢銷車榜囊括半數；台灣本田擁兩大暢銷國產SUV車HR-V、CR-V，去年締造新車銷售3.4萬輛新紀錄；台灣賓士在G系列豪華SUV車熱賣大量交車推升下，全年賣出逾2.8萬輛創新高，穩坐台灣車市五強；台灣福斯在產品超值化策略奏效下，去年新車銷量大增28.7%，躋身十大品牌。[工商時報2018/01/03]

車商	新車領牌數(輛)	市占率(%)	年增率(%)
和泰豐田*	128,084	28.8	-8.2
中華三菱*	48,248	10.9	4.0
裕隆日產*	42,631	9.6	-4.7
台灣本田*	34,071	7.7	24.5
台灣賓士	28,017	6.3	12.3
台灣馬自達	22,359	5.0	-5.7
福特六和*	20,184	4.5	2.8
汎德寶馬	18,820	4.2	-1.3
納智捷*	14,982	3.4	-8.4
台灣福斯	13,767	3.1	28.7
總市場	444,669	100.0	1.1

註：*國產品牌。 資料來源：交通部數據所 製表：陳信榮

機車銷量22年高點

2017年機車市場全年掛牌數共100.5萬輛，創下1996年來22年的新高紀錄，較前一年大增17.36%。國內機車龍頭光陽機車，去年銷售37.4萬輛，年增18.4%，三陽賣出20.2萬輛，成長22%，山葉銷售29.9萬輛，也有13.5%的成長，三大機車廠都有重大斬獲。另一個趨勢是電動機車崛起，Gogoro去年一年銷售約3.5萬輛，Gogoro 2上市後，在全台機車平均市佔率已拉高至5%以上。[經濟日報2018/01/03]

國人聽數位音樂 不付費為大宗

數位串流音樂近年於全球興起，改變了人們聽音樂的習慣。根據資策會MIC針對2017年上半年做的數位音樂現況調查顯示，台灣不付費收聽音樂的人仍為大宗(56.3%)，其次則是「購買CD、錄音帶」(16.6%)，而付費使用串流音樂服務的比例，僅佔15.3%。究其原因，主要是多數網友只收聽免費數位平台的原因，主要是因為「免費的就很夠用了」，比例高達87.5%。對於未來數位音樂平台的期待，將近六成(59.1%)的使用者主要期待能有更優質的內容，包括高清畫質、感官體驗等。此外，也有近五成(48.5%)的使用者期望數位音樂平台能有更多元的服務。有趣的是，四成左右的19歲以下的受訪者，最期待未來數位音樂平台能夠提供更豐富的互動，以及能配合穿戴裝置。[工商時報2018/01/08]

數位語音助理 恐成手機大敵

據科技顧問公司埃森哲 (Accenture) 最新調查顯示，使用亞馬遜Echo或谷歌Home等數位語音助理的民眾，約有三分之二會減少使用智慧型手機，意味著語音助理可能成為蘋果與三星等手機大廠的勁敵。埃森哲的調查反映，消費者想要將更多數位體驗融入實際生活，意味著下一波消費技術浪潮可能圍繞在數位語音助理，恐讓蘋果和三星陷入苦戰，因為手機雙雄在智慧居家裝置新興領域的進展落後於亞馬遜和谷歌。埃森哲的線上調查問道，「自從擁有數位語音助理裝置後，減少在手機執行某些活動。」調查顯示，將近2,300名或66%回答此一問題的受訪者回答同意或強烈同意。在回答減少使用手機的受訪者中，64%表示有了數位語音助理就比較少將手機用於娛樂用途，58%表示減少透過手機進行線上購物，另56%表示較少利用手機來搜尋。[工商時報2018/01/09]



Facebook傳將推出首款視訊聊天裝置Portal

社群巨頭Facebook積極進軍硬體市場，據傳要推出一款配有螢幕的視訊聊天裝置「Portal」，外觀跟亞馬遜的Echo Show可能非常相似，而這也是Facebook神秘的Building 8實驗室首次完成的產品，預計將用來迎戰亞馬遜、Google、蘋果等智慧音響產品。這項消息是來自財經網站《Cheddar》引用的匿名人士爆料。根據爆料消息，「Portal」主要用來跟家人、朋友視訊通話，該計畫人士透露，Portal將配有能夠進行臉部辨識的廣角鏡頭，可以透過臉部辨識在Portal上登入Facebook。Facebook近期完成與Sony、環球音樂簽訂音樂授權協議，預計Portal將能串接Spotify、Netflix等第三方應用，擴充更多元的娛樂功能。[數位時代2018/01/10]

2017年台灣數位廣告可望突破310億元

根據DMA預估，2017年數位廣告量仍持續持長，全年廣告量將可突破310億的規模。除了來自傳統媒體的預算轉移之外，另一大助力在於強調自動化與即時的程序化購買方式，帶動了中小企業的行銷投資意願，這股力道仍在持續成長中。根據DMA台灣數位媒體應用暨行銷協會所進行的「2017年上半年台灣數位廣告量」，台灣數位廣告市場2017上半年達新台幣140億元，依經驗推估，預期2017年全年度台灣數位廣告量將可超過310億台幣的規模，較2016年的258.7億元的數字，整體成長率約20%。其中，社交平台的原生展示廣告以及影音廣告的成長力道，仍將延續至2018年。[鉅亨網2018/01/10]

媒體專題
Media Report
2018年
十大熱門趨勢(1/2)

Carat UK

上

實體零售與電商的匯流

顧客忠誠獎勵制度再進化

中國影響力西進

分眾市場淘金

語音帶來行銷新機會

前言

媒體和科技產業日新月異，每年英國凱絡都發佈新年度最值得注意的十個趨勢：2018年，我們將繼續見證零售業、媒體使用和商業模式等諸多領域的革命性變化。

實體零售與電商的匯流

電商與實體零售業正在匯流，彼此界線逐漸模糊，老牌實體零售商經營電商，電商品牌也持續進軍實體世界，企業的併購策略最直接地反映了這項趨勢。

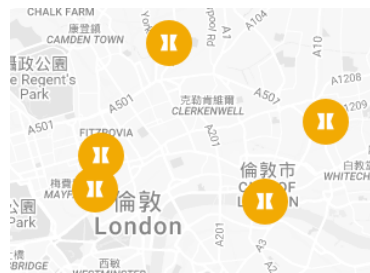
線上→線下

- 阿里巴巴的雙十一購物節打通線上線下銷售，上千家實體智慧商店、配送中心讓消費者更方便地購物，確保消費者不管在網上或是店內購物都能獲得一致的體驗與價格優惠。
- 電商巨頭Amazon買下全食超市是2017年最引人注目的併購案之一，目前已成為全美第二大雇主。同時Amazon去年也在實體快閃店導入類似QR code的「Smile Code」，打開App掃描後即可到電商網站購買該商品。



線下→線上

- 美國最大零售龍頭Walmart透過併購多間線上零售商開拓其數位足跡，包括買下電商新創Jet.com，試圖藉此拓展商品品項、降低價格、優化線上購物流程等。



- 小型零售業也能夠看到線上線下連動的現象，如眼鏡品牌Cubitts就發現，每當它們多開設一間新店面，網站流量就會衝高。

更多傳統零售與電商的整合，可參考凱絡週報專題「新好關係(2)：整合虛實的零售大未來」、「品牌快閃店 零售空間新火花」

品牌 應用

- 生活中處處都是消費或體驗品牌的機會，品牌必須做好準備、出現在任何消費者期待接觸品牌的地方。
- 線下行銷對零售產業來說仍然重要，包括透過實體活動讓消費者體驗產品，都能帶動線上流量。
- 商務日趨全球化，行銷、媒體人員必須具備跨國界思考的能力。

顧客忠誠獎勵制度再進化

品牌「獎勵顧客忠誠度」的作法已經由發放折價券、集點卡進化到整合了購物與集點功能的App，消費者使用點數更為便利。不少品牌App或是第三方整合性的集點工具，目前已經能夠安全地保存交易與點數紀錄，下個階段可能是推出全球性的「品牌貨幣」。

從掌握顧客身份到數據圈地運動

- 現在的獎勵點數已能夠綁定顧客身份。星巴克就是顧客獎勵計畫的成功例子，僅在美國就1,300萬會員，年成長率超過10%。
- Drop、Yoyo等新創公司試圖透過集點服務展開數據的「圈地運動」。例如Drop綁定消費者的信用卡或現金卡，並根據消費紀錄自動收集指定商家的獎勵點數。Yoyo是一個歐洲的支付App，除了卡片外還能綁定消費者的銀行帳戶。
- 品牌貨幣可能是顧客獎勵計畫的下一個階段，如漢堡王在俄羅斯發行「華堡幣」，讓消費者購買華堡時能以專屬的手機App獲得可用來兌換華堡或在線上交易的虛擬貨幣；通訊App Kik也自建虛擬貨幣Kin，品牌可以以此付款給為其創作聊天機器人或梗圖的平台用戶。



通訊平台LINE也推出集點的功能，自部份品牌端收集到的點數可以和LINE點數或其他獎勵計畫互通使用。



品牌 應用

- 獎勵顧客忠誠度的方法正在進化，受惠於科技發展，點數的計算與回饋變得更加容易。
- 這一類的App以手機為中心，整合交易、優惠、支付、集點等功能，並使線上與線下達到一致。
- 強大的品牌可能趁此熱潮推出全球性的品牌虛擬貨幣。

中國影響力西進

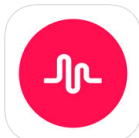
中國品牌對西方的影響力與日俱增，不管是透過投資、併購或提出各種被西方國家學走的創新點子，如BAT(百度、阿里巴巴、騰訊)。



- 騰訊買下Snapchat 12%的股份，在Spotify和Tesla等公司也有持股。



- 愛沙尼亞叫車服務Taxify在歐洲地區成為Uber的強勁對手，中國的滴滴出行為其主要投資者。



- 中國團隊開發的對嘴App「musical.ly」獲得全球廣泛關注，尤其是在北美地區，去年以超過8億美元賣給今日頭條。

- 西方企業觀察並學習中國雙十一、農曆年發數位紅包等創新行銷點子，或許是中國在全球影響力持續擴大更重要的原因。像是Facebook將微信的視訊通話、轉帳、叫車等功能複製到它的通訊App Messenger中。

- 另一個未來有可能出現西方版本的中國創意是「社群信用」的概念，如阿里巴巴的「芝麻信用」、騰訊的「騰訊信用」都在測試這種根據會員的社群連結度與消費行為給予信用積分的系統。



品牌 應用

- 密切觀察BAT的動向，挖掘靈感和最新趨勢。
- 為你的品牌尋找商業合作夥伴時，放眼中國和全球。

分眾市場淘金

分別在**2008**與**2009**年創立的**Airbnb**和**Uber**，即將迎來這些創新商業模式的十週年紀念，其他企業開始將這些服務拓展到有獲利潛力的分眾市場，譬如說精品或**B2B**領域。

- 短租網站Plum Guide可說是高級版的Airbnb，平台上的房屋必須通過150項檢測，包括蓮蓬頭的水壓、寢具織品的品質等等。Appear Here同樣利用了Airbnb的商業模式，用戶可以在平台上尋找並租用閒置的零售空間開設快閃店。
- 旅遊評論與預定網站TripAdvisor的概念被複製應用到工作場所，用戶可以在CoWorker網站上租到書桌、會議室等辦公空間，並閱讀其他人的評論。
- Trouver Le Bon Taureau則是公牛們的約會App，主人們可以將自家公牛的照片和特徵放上這個網站，讓其他有配種需求的農夫在上面尋找適合的牛隻。



MADISON - Aubrac



MARQUIS - Aubrac



IBANEZ - Bazadais



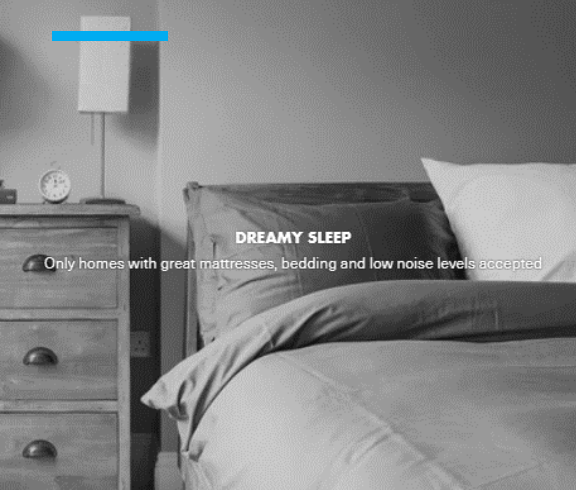
MIGHTY - Bazadais



DARWIN - Charolaise

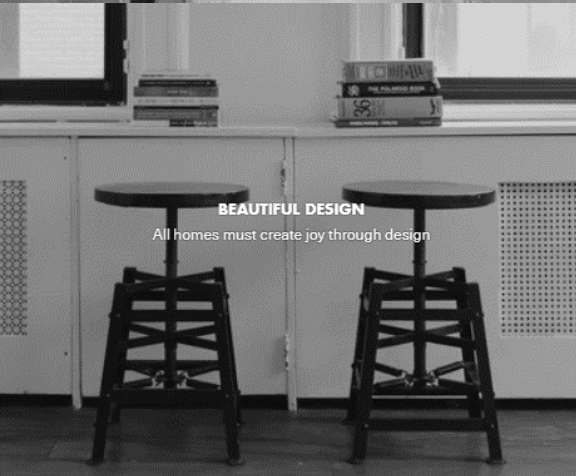


DECAN - Charolaise



DREAMY SLEEP

Only homes with great mattresses, bedding and low noise levels accepted



BEAUTIFUL DESIGN

All homes must create joy through design



BATHROOMS FOR PAMPERING

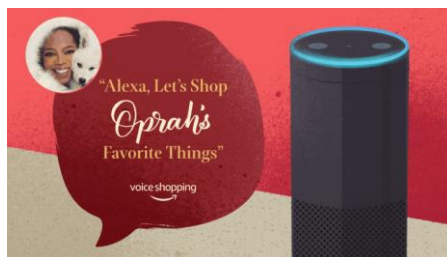
Good shower pressure, luxuriant baths and striking design

品牌 應用

- 許多過去十多年間出現的創新數位商業模式，經過一段時間的運作已經被證明是可行的，有哪些新的服務方式有機會應用到你的產業中呢？

語音帶來行銷新機會

語音辨識的精準度大幅提高，近期錯誤率已降至約5%。Amazon Echo等裝置的普及率預估五年內將在部份市場達到66%。百度、阿里巴巴、小米也紛紛開發自家的語音辨識系統。



聲音改變搜尋的方式

- 說話比打字容易，因此消費者傾向在語音搜尋時使用長句子，品牌必須針對消費者各種不同形式的問題優化搜尋結果。
- Amazon嘗試在Echo上製造更多「發現產品」的機會，如邀脫口秀主持人歐普拉錄製「[Oprah's Favorite Things](#)」節目，與樂團U2合作單場廣播節目「The U2 Experience」。



創造新的內容與廣告機會

- Podcast愈來愈受歡迎，根據Edison報告，收聽率一年成長約15%。新的內容形式出現，例如可以讓聽眾自己選擇劇情走向的互動式廣播劇。
- 透過Spotify和DAX的平台，廣告主也可以投放音訊的程序化廣告。Dynamic creative廣告形式蓬勃發展，可根據天氣、時段、位置向聽眾投音訊廣告。

關於「語音」的未來潛力，可參考凱絡週報專題「[Mary Meeker趨勢報告的數位廣告警世錄](#)」、「[收聽全世界，Podcast產業觀察](#)」

品牌 應用

- 以「語音」的思維制定行銷策略將變得非常重要。
- 聯網汽車將進一步拉抬用戶的收聽數據，廣告主可以開始思考音訊創意內容與廣告的各種可能性。

IMC異業結盟

Alliance Strategy

VOGUE
VOGUE
VOGUE

2018

— VOGUE —

風格
野餐日



2017 Vogue 野餐日 活動精彩回顧



引領野餐時尚風格



台灣最有風格的野餐
總參與人潮

45,000人+

2017 社群觸及人數

1,600,000+

IG熱門標籤

#voguepicnic

1,188則+

#風格野餐日

6,037則+

超過**40個**
最具有好感度品牌
打造特色市集



2017活動花絮video

<https://goo.gl/RiKvKD>

※資料/圖片來源：Vogue | CARAT

2018 VOGUE 風格野餐日



【音樂】

樂團表演、DJ秀、精彩舞蹈、
品牌時間
→全天候節目不間斷

【主題拍照】

野餐專屬Dress Code、
網美必拍風格佈置物、IG列印機
→創造社群擴散量

【戶外電影】

話題電影、露天放映
最有風格的野餐電影院
→呼朋引伴，人潮號召力up！

• 活動日期、地點

【台北】活動時間：04/14 or 04/21 (六) 11:00am – 8:00pm (如遇天候不佳，將延後一週舉辦)
活動場地：市民廣場(台北市政府前) or 美堤河濱公園

【台中】活動時間：05/05 or 05/12 (六) 11:00am – 8:00pm (如遇天候不佳，將延後一週舉辦)
活動場地：市民廣場(勤美誠品對面) or 新市政公園(近國家歌劇院)

2018 VOGUE 風格野餐日

- **適合結合產品：**汽車/機車、金融銀行、3C商品、美妝保養品、休閒食品、酒精飲料/軟性飲料、旅遊/戶外運動用品...等。
- **贊助方式：**共同贊助、協力贊助、廣告贊助、商品贊助、專案配合...等。
- **媒體宣傳：**平面/電子/網路/戶外媒體、記者會、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
Nina.liu@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





類型：戲劇 上檔日期：2018/01/20 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：12:00(六~日)

「大姊」：一部以1960年代為背景的故事。講述因一場意外事故五兄妹失去父母變成孤兒，大姊英善(尹晶喜 飾)帶著弟弟妹妹投靠姑姑家，她為了撫養弟弟妹妹們不斷的犧牲自己，從中體會到人生的逆境、矛盾和愛，最後成功在社會上打拚的故事。



類型：綜合 上檔日期：2018/01/13 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：20:00(六~日)

「賽門里夫的茶葉之路」：冒險家兼記者的賽門里夫前往東非，探索英國國民飲料——茶葉交易背後的故事。意料之外的是，英國茶包內的茶葉大多不是來自印度或中國，而是來自肯亞的港口城市蒙巴薩。從這裡開始，賽門沿著茶葉之路，在肯亞和烏干達尋訪採茶、打包和運輸茶葉的工人們；和馬賽牧人一起喝茶聊天；並了解到這個產業仍然飽受貧窮、低薪和童工的困擾——正如整個非洲的縮影。

類型：體育 上檔日期：2018/01/11 播出頻道：愛爾達體育2台 播出時間：每周四中午首播



「PGA 高球週報」：想知道職業高球選手們的故事嗎？想了解精彩高球賽事的最新資訊嗎？愛爾達為各位帶來精彩的高球原音節目「PGA 高球週報」，每週四中午12點於愛爾達體育2台首播，敬請鎖定不要錯過，支持你心目中的最佳高球明星！



類型：體育 上檔日期：2018/01/17 播出頻道：愛爾達體育3台 播出時間：LIVE

「2018 歐洲花式滑冰錦標賽」：歐洲花式滑冰錦標賽是由國際溜冰總會(ISU)主辦的歐洲頂級花式滑冰賽事之一，它與冬季奧運會、世界錦標賽、四大洲錦標賽平級，每年舉辦一次，是ISU錦標賽中歷史最悠久的。今年歐洲花式滑冰錦標賽與四大洲花式滑冰錦標賽被視為冬季奧運前哨站，精彩的比賽絕對不能錯過！



類型：體育 上檔日期：2018/01/19 播出頻道：愛爾達體育3台 播出時間：LIVE

「BWF 世界羽球雜誌」：愛爾達電視今年起將為各位帶來BWF世界羽球巡迴賽的轉播，在「世界羽球雜誌」節目中，將帶領大家一窺羽球選手的故事故，讓我們更了解選手訓練的點點滴滴以及私底下的另一面，精彩節目敬請鎖定愛爾達體育3台！



類型：綜合 上檔日期：2018/01/17 播出頻道：Travel Channel 播出時間：21:30(三)

「加勒比海海盜寶藏」：跟隨主持人Philippe與Ashlan展開航海王之旅，航向世界頂尖的美麗聖地，尋找傳說中的海盜藏寶。每集介紹不同傳說，認識加勒比海當地熱情的居民、揭曉海底藏寶秘辛。



類型：音樂 上檔日期：2018/01/20 播出頻道：TRACE Urban 播出時間：19:00(六)

「聚焦：Charlie Puth」：在YouTube上走紅之後，年僅20歲的Charlie Puth被艾倫秀主持人的唱片公司eleveneleven簽下，從此開啟他的演藝生涯。他與多位知名歌手合作，更與Wiz Khalifa合唱《玩命關頭7》片尾曲〈再見你一面〉，奪得告示牌12週冠軍。本月送上60分鐘特輯，帶您認識CP查理的音樂故事。



類型：音樂 上檔日期：2018/01/20 播出頻道：Mezzo Live HD 播出時間：20:00(六)

「音樂會/大提琴家馬友友作品」：他曾為艾森豪、甘迺迪、歐巴馬等政要演出，音樂傳奇馬友友今年再次於Mezzo Live HD頻道與您相見，與荷蘭王家音樂廳管弦樂團攜手送上柴可夫斯基、蕭士塔高維奇等作曲家的精彩作品！

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	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	4.52	1	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	3.12
2	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.40	2	航海王23	台視	2.79
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.16	3	新名偵探柯南	華視	2.65
4	綜藝非常讚	華視	2.66	4	綜藝大集合福爾血糖機	民視	2.45
5	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	2.65	5	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	2.39
6	航海王23	台視	2.29	6	哆啦A夢	華視	2.00
7	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.76	7	1830蠟筆小新	台視	1.98
8	天才衝衝衝	華視	1.62	8	蠟筆小新	台視	1.94
9	中視新聞全球報導	中視	1.59	9	1800新名偵探柯南	華視	1.76
10	台視晚間新聞	台視	1.45	10	1800烏龍派出所	華視	1.60
11	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.44	11	成功SUCCESS綜藝3國智	台視	1.59
12	愛妮雅舞力全開	民視	1.41	12	1800航海王23	台視	1.45
13	1800航海王23	台視	1.32	13	1800蠟筆小新	台視	1.39
14	大陸尋奇	中視	1.31	14	天才衝衝衝	華視	1.23
15	成功SUCCESS綜藝3國智	台視	1.26	15	烏龍派出所	華視	1.23
16	實習醫師鬥格電影衝組	民視	1.24	16	綜藝非常讚	華視	1.14
17	新名偵探柯南	華視	1.18	17	華視晚間新聞	華視	1.12
18	軍師聯盟	中視	1.10	18	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.10
19	1300幸福來了福爾血糖機	民視	1.10	19	台視晚間新聞	台視	1.07
20	1830蠟筆小新	台視	1.08	20	妖怪手錶	華視	1.06
平均			1.93	平均			1.75

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

※統計期間：2018/01/01-2018/01/07

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 R11s綜藝玩很大	中視	3.19	1	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	5.22
2	航海王23	台視	2.48	2	綜藝大集合福爾血糖機	民視	5.05
3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	2.04	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.86
4	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	2.02	4	綜藝非常讚	華視	3.12
5	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.50	5	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	2.49
6	1830蠟筆小新	台視	1.46	6	航海王23	台視	2.20
7	台視晚間新聞	台視	1.36	7	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.88
8	1800航海王23	台視	1.29	8	天才衝衝衝	華視	1.82
9	大誠保險經紀人已讀不回的	台視	1.19	9	中視新聞全球報導	中視	1.77
10	蠟筆小新	台視	1.13	10	愛妮雅舞力全開	民視	1.73
11	中視新聞全球報導	中視	1.11	11	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.69
12	綜藝非常讚	華視	1.09	12	大陸尋奇	中視	1.54
13	1800蠟筆小新	台視	1.04	13	台視晚間新聞	台視	1.51
14	新名偵探柯南	華視	1.02	14	實習醫師鬥格電影衝組	民視	1.35
15	大誠保險經紀人獅子王強大	台視	0.94	15	1300幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.34
16	成功SUCCESS綜藝3國智	台視	0.91	16	1800航海王23	台視	1.31
17	哆啦A夢	華視	0.89	17	成功SUCCESS綜藝3國智	台視	1.27
18	烏龍派出所	華視	0.88	18	軍師聯盟	中視	1.26
19	藍色海洋的傳說	台視	0.84	19	1300幸福來了福爾血糖機	民視	1.25
20	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	0.82	20	豬哥會社國田精品門窗	民視	1.20
平均			1.36	平均			2.14

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

※統計期間：2018/01/01-2018/01/07

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	一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	3.44	1	1030哆啦A夢大雄日本誕生	MOMO	2.43
2	超級紅人榜	三立台灣	3.32	2	2000哆啦A夢大雄日本誕生	MOMO	2.38
3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.28	3	妖怪手錶	YOYO	2.14
4	戲說台灣	三立台灣	2.05	4	一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	2.12
5	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.60	5	The TAYO Movie王牌出任務	YOYO	2.07
6	1900熱海戀歌	三立台灣	1.30	6	史瑞克三世	YOYO	1.92
7	在台灣的故事	三立台灣	1.26	7	1200電影版妖怪手錶飛天巨	YOYO	1.91
8	沒有名字的女人	GTV戲劇台	1.23	8	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	1.85
9	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	1.22	9	蠟筆小新之時空大冒險	YOYO	1.84
10	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.18	10	LINE TOWN麻吉樂園	YOYO	1.82
11	寶島神很大	三立台灣	1.09	11	Peppa Pig	YOYO	1.82
12	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	1.08	12	1800神奇寶貝超級願望	MOMO	1.81
13	1900歡樂智多星	衛視中文	1.05	13	1900史努比THE PEANUTS MO	YOYO	1.81
14	1830烏龍派出所	衛視中文	1.03	14	PAPADOG	YOYO	1.70
15	民視晚間新聞	民視新聞	1.02	15	奇寶萌兵	YOYO	1.64
16	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.01	16	櫻桃小丸子	YOYO	1.64
17	歡樂智多星	衛視中文	1.00	17	Ben Holly s Little Kingd	YOYO	1.56
18	草地狀元	三立台灣	0.97	18	2030少年悍將Go	卡通頻道	1.55
19	台灣演義	民視新聞	0.95	19	2000肥貓鬥小強	卡通頻道	1.53
20	大國武器大觀ON FIRE	中天新聞台	0.92	20	酷巴尋斑大冒險	YOYO	1.52
平均			1.50	平均			1.85

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

※統計期間：2018/01/01-2018/01/07

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	一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	2.24	1	超級紅人榜	三立台灣	4.01
2	1830烏龍派出所	衛視中文	1.85	2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.89
3	1800烏龍派出所	衛視中文	1.14	3	一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	3.81
4	歡樂智多星	衛視中文	1.12	4	戲說台灣	三立台灣	2.39
5	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	1.12	5	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.89
6	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	1.10	6	1900熱海戀歌	三立台灣	1.52
7	瘋神無雙	衛視中文	1.08	7	沒有名字的女人	GTV戲劇台	1.48
8	航海王	衛視中文	1.05	8	在台灣的故事	三立台灣	1.44
9	烏龍派出所	衛視中文	1.03	9	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.36
10	戲說台灣	三立台灣	1.02	10	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.24
11	1900歡樂智多星	衛視中文	0.99	11	民視晚間新聞	民視新聞	1.23
12	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	0.96	12	寶島神很大	三立台灣	1.23
13	寶島神很大	三立台灣	0.95	13	草地狀元	三立台灣	1.18
14	1800天才衝衝衝新普利夜酵	東森綜合	0.91	14	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	1.16
15	1730烏龍派出所	衛視中文	0.87	15	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	1.13
16	2200綜藝大熱門	三立都會	0.78	16	1900歡樂智多星	衛視中文	1.07
17	超級紅人榜	三立台灣	0.76	17	台灣演義	民視新聞	1.07
18	在台灣的故事	三立台灣	0.74	18	台灣大頭條	三立新聞	1.06
19	1200綜藝玩很大專科完美保	三立都會	0.73	19	1230一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	1.05
20	綜藝大熱門	三立都會	0.72	20	歡樂智多星	衛視中文	1.03
平均			1.06	平均			1.71

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

※統計期間：2018/01/01-2018/01/07

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	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	4.52	1	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.40
2	一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	3.44	2	超級紅人榜	三立台灣	3.32
3	戲說台灣	三立台灣	2.05	3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.28
4	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.60	4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.16
5	1900熱海戀歌	三立台灣	1.30	5	綜藝非常讚	華視	2.66
6	實習醫師鬥格電影衝組	民視	1.24	6	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	2.65
7	沒有名字的女人	GTV戲劇台	1.23	7	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.76
8	軍師聯盟	中視	1.10	8	天才衝衝衝	華視	1.62
9	1300幸福來了福爾血糖機	民視	1.10	9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.44
10	1300幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.05	10	愛妮雅舞力全開	民視	1.41
11	大誠保險經紀人獅子王強大	台視	0.92	11	成功SUCCESS綜藝3國智	台視	1.26
12	大誠保險經紀人已讀不回的	台視	0.90	12	綜藝玩很大專科完美保潔面	三立都會	1.22
13	2215阿爸的願望	三立台灣	0.89	13	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	1.08
14	藍色海洋的傳說	台視	0.88	14	1900歡樂智多星	衛視中文	1.05
15	1230一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	0.87	15	豬哥會社國田精品門窗	民視	1.02
16	1600一家人DrDouxi朵璽	三立台灣	0.86	16	歡樂智多星	衛視中文	1.00
17	1930實習醫師鬥格電影衝組	民視	0.73	17	萬秀豬王尚讚	中視	0.99
18	2000軍師聯盟	中視	0.73	18	綜藝大熱門	三立都會	0.80
19	1700牽手	三立台灣	0.68	19	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.79
20	1400戲說台灣假日完整	三立台灣	0.65	20	1800天才衝衝衝新普利夜酵	東森綜合	0.75
平均			1.34	平均			1.78

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

※統計期間：2018/01/01-2018/01/07

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) 2717-5238 ext.9282 編輯小組



凱絡媒體週報部落格、粉絲團
與您分享更多國際媒體行銷新資訊



部落格

CARAT