

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.2018
04.27-05.03





本期摘要

媒體放大鏡 奧斯卡接受 Netflix 等「純串流」電影報名

國際視野 美國用戶增長 品牌漸漸藉由TikTok行銷

科技瞭望 史上首場百人雲端慶功宴！

專案介紹 三竹股市-首頁廣告版位專案

收視調查

網路觀察 March 2020

Media
news

媒體放大鏡



奧斯卡接受 Netflix 等「純串流」電影報名

過去奧斯卡獎主辦單位美國電影藝術與科學學院一直都不太歡迎只有在 Netflix 上映等「純串流」，沒有在實體戲院上映的電影；但今年破天荒打開先例，接受僅在 OTT、VOD 隨選視訊平台上播放的電影角逐小金人。

但原因也很簡單，疫情讓全球實體電影院被迫關閉，連帶讓許多片商不得不延後上映計畫或乾脆直接在線上平台上映。如果學院堅持過去一定要在洛杉磯地區電影院公開放映 7 天、至少 3 場的競賽規則，那麼真符合競賽資格的院線片恐怕寥寥無幾。（反而過去 Netflix 電影常因獲得競賽資格，真的只上映 7 天。）【2020/04/29, INSIDE】



追劇也能當教材 串流平台變身「虛擬教室」



防疫期間，許多歐美學校停課，靠線上遠距教學，串流平台龍頭Netflix協助老師教學更順暢，將紀錄片上傳到YouTube提供師生免費觀賞，作為課外知識之外，還提供教材開放討論。現在也引起台灣媽媽們的興趣，點閱率都超過十萬次觀看次數。

學生看完影片後，教材裡會開始引導師生討論影片內容。考量到學生幾乎都在家裡進行線上教學，教材裡也設計學生可以和家人腦力激盪的環節，讓學生多個新管道學習課外知識。

YouTube普及度夠高、收看門檻低，也成為國際影展增加曝光度的最佳管道。全球20多個影展單位合體舉辦線上影展，把影片放到YouTube上提供影迷免費觀賞，礙於版權問題恐怕不會有熱門商業電影，但已經能夠讓影迷過足乾癮。【2020/04/28, TVBS新聞網】

OTT就是你的防疫伙伴 追劇平台新優惠上線

防疫就是要減少出門，正好追劇就是一個宅在家的活動選擇，據4月凱度洞察與LifePoints合作的《台灣OTT市場隨選影視戰況分析》發現，台灣民眾願意付費使用OTT影音平台的比例，已經從3個月前的26%提升至35%，而騰訊視頻海外版WeTV的品牌聲量，也從去年的3%，到今年第一季大幅成長至11%，可見**民眾對於付費OTT平台接受度已經越來越高。**

而為了讓民眾能安心在家防疫不無聊，台灣最大串流電視平台OVO就首創了「**跨平台整合訂閱**」與「**跨平台7天鑑賞期**」，結合四季線上與 friDay 影音推出全新「**鑽石VIP**」方案，有7天免費鑑賞期之餘，更提供優惠的跨平台整合方案。

【2020/05/01, 中時電子報】



打假消息 WhatsApp 降低 70% 病毒式傳播



假消息一直讓各社交平台很頭痛，尤其像那些隱私性極高，關起門來流通的通訊軟體，比起公開發文的社群網站來說更難遏止假消息口耳相傳。不過除了像 LINE、美玉姨試圖針對訊息提供快速查證管道，WhatsApp 改變選擇從轉傳機制下手：增加轉傳阻力就能降低任何訊息病毒式傳播，在一定比例下預期也能降低假消息的傳播。

為了降低武漢肺炎期間疫情假消息傳播，影響防疫，在 **4 月初 WhatsApp 開始限定轉傳「一次只能給一個聊天室」**。要發給 5 組聊天室，就要操作 5 次。

現在 WhatsApp 公布，**在這項限制更新以後，兩週內轉傳超過 5 次的訊息數就大幅下降 70%**。不過因為 WhatsApp 預設訊息點對點加密，官方看不到訊息內容，所以無法確知這些「高頻轉發」訊息是不是等於假消息，但以降低數量來推測，對於抑制假消息傳播應該還是有不小幫助。【2020/04/28, INSIDE】

Facebook偷聽你日常對話賣廣告？！

你的 Facebook 資訊
你可以隨時查看或下載你的資訊，也可以刪除你的帳號。

- 存取資訊**
依類別查看你的資訊。
- 活動紀錄**
查看並管理你的資訊和其他設定。
- Facebook 站外動態**
查看或清除你在 Facebook 站外商家和組織的瀏覽動態。
- 帳號所有權和控制**
管理你的資訊、修改紀念帳號代理人、停用或刪除帳號等等。
- 下載資訊**
下載你的資訊副本，以便保存或移轉到其他服務。

你的 Facebook 站外動態
Facebook 站外動態包括商家和組織與我們分享有關你與其互動的資訊，例如瀏覽其應用程式或網站。[瞭解詳情](#)

Udn.com、Presslogic.com 和其他網站或應用程式都與 Facebook 分享了你的動態。

你可以採取的動作

- 管理你的 Facebook 站外動態**
針對你在 Facebook 站外造訪的商家和組織，瀏覽他們與我們分享的動態。
- 清除紀錄**
取消帳號與 Facebook 站外動態紀錄的連結。

在Facebook設定中，找到Facebook站外動態，清除紀錄，並將「未來的Facebook站外動態」關閉，就可以避免相關廣告出現囉！

不少人都指出Facebook常監視及偷聽對話，每次搜尋或討論某產品後，相關的廣告就會於Facebook出現，相當恐怖！其實是由於「Facebook的站外動態」功能，有權讀取及分享你的活動資訊予第三方應用程式。

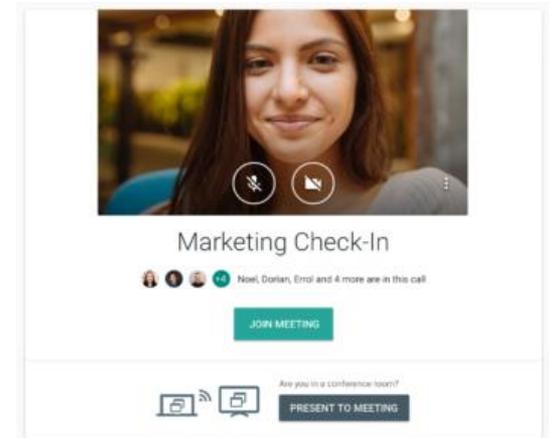
Facebook早前改版後，新增的「Facebook站外動態」能監視你的上網活動，只要所使用的應用程式或是瀏覽的網站，有以Facebook用戶登入或曾連接於Facebook帳戶，即同意及授權該網站或應用程式使用你的個人資訊，亦可以追蹤和紀錄你在Facebook以外的上網活動。【2020/04/27, 新假期周刊】

Google 進階視訊會議功能，將免費開放所有民眾

因應近期視訊通話與遠距會議需求增加，Google Cloud 29 日宣布，未來幾週將逐步開放 Google 進階視訊會議解決方案 Google Meet，給所有民眾免費使用。

Google 表示，從 5 月初開始，只要有電子郵件地址的民眾都可以登入 Google Meet，享有和企業與教育用戶同樣的功能與服務，例如排程、分享螢幕畫面、即時字幕和選擇使用者偏好的版面配置。

Google 自今年 1 月開始，發現 Google Meet 的每日尖峰使用量成長 30 倍；截至 4 月，Google Meet 共進行總計 30 億分鐘視訊會議，且每天都有超過 300 萬名新使用者加入。截至上週，單日加入 Google Meet 會議的人數超過 1 億。【2020/04/30, 科技新報】

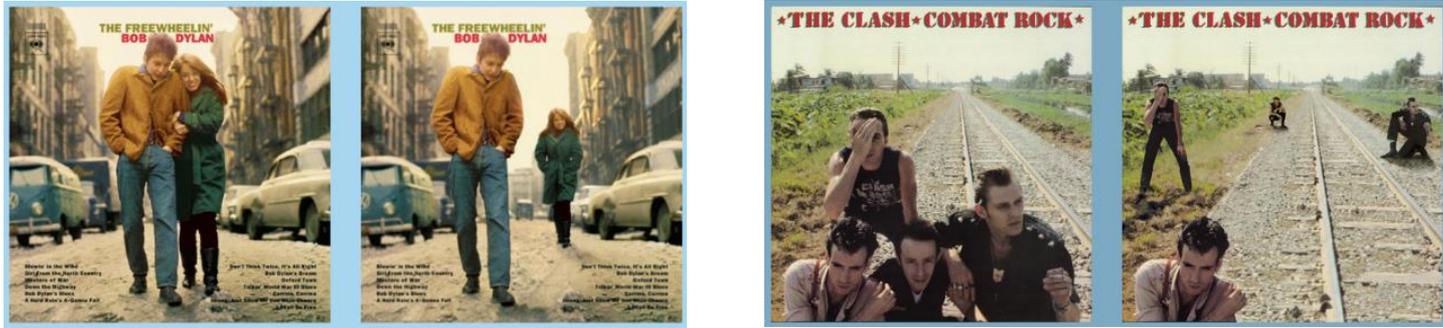


疏遠就是保障，唱片封面示範安全社交距離

洛杉磯設計工作室Activista由Beto Fernandez和Paco Conde共同創立，最近他們發起「6 Feet Album Covers」專案，將「社交距離」概念融入經典唱片封面，運用影像後製技巧拉開封面人物彼此間的距離。細膩的畫面假可亂真，沒仔細看還感覺不出封面變得怪怪的呢！

【2020/04/29, 樂手巢】

Beto Fernandez表示，使用標誌性影像是很重要的手法，因為意象深入人心，當畫面出現一點變化時，往往更能引起共鳴。



口罩搜尋量暴增496% 熱門品牌排行Off-White奪冠

知名全球時尚搜尋平台Lyst Index公布了2020年第一季的熱門品牌排行榜，第一名再度由Off-White拿下，這也是Off-White連續第三季度攻佔榜單首位，話題聲量實在很驚人。

除了Off-White之外，榜單上幾個固定的品牌名次都有些許更動，最值得討論的是從上季度12名躍升到第3名的NIKE，其他像是第7變第5的PRADA、升上第二名的BALENCIAGA等，都是有特別的商品和特殊事件所導致。

像是今年初Kobe Bryant意外墜機過世，與之合作多年的NIKE的相關紀念廣告、商品也自然因此成為熱議焦點。BALENCIAGA在澳洲大火期間推出公益服裝、PRADA迎來Raf Simons的合作以及捐助醫治新冠肺炎需要的病房等，也都是網路熱門話題。而在熱門單品榜單上，Off-White的口罩更成為男性商品第一名，包含其他品牌口罩類商品的搜尋量也激增496%。

【2020/05/03, 聯合新聞網】



Media
trend

國際視野



美國用戶增長 品牌漸漸藉由TikTok行銷



在冠狀病毒大流行期間，TikTok正大幅成長。根據Comscore提供給eMarketer的數據，3月美國TikTok增加了超過1200萬不重複到訪人數，達到5220萬。在1月至3月期間，其美國不重複到訪人數增加了48.3%。

另一值得關注的是，在TikTok上花費大量的時間。根據Comscore的數據，今年3月，使用該應用程式的美國用戶平均花了858分鐘（14小時18分鐘）。這比2020年1月增加了26.2%，自2019年10月以來增加了93.7%。

根據eMarketer對2020年2月的預測，估計TikTok在2020年每月將有4540萬美國用戶使用，比去年成長21.9%。eMarketer預測包含登入自己TikTok帳戶的網路用戶，該數量比Comscore提供的不重複到訪人數少。

此外，**使用量的增加可能有助於推動更多的廣告商嘗試TikTok**。作為一個相對較新的廣告平台，對於大多數行銷人員而言，它尚未成為線上的媒體渠道。但是TikTok認為，其有趣、幽默的影音組合，在圍繞冠狀病毒新聞的這段期間，可以暫緩大家的情緒。

TikTok總經理兼全球業務行銷負責人Katie Puris說：「**TikTok一直是人們能盡情做自己的地方。品牌可以透過TikTok交流來確保人們安全，降低感染COVID-19的風險又能從中得到樂趣。**」

公司還使用TikTok進行市場行銷。Mondelez International的Oreo品牌在四月發起了一項主題標籤挑戰運動#CookieWithACause，要求TikTok用戶將餅乾放在他們的額頭上，然後展示如何將其放入嘴中。作為活動的一部分，Oreo表示，它將在上傳100萬個挑戰影片後，向慈善組織「救助兒童會」捐款。

US TikTok Metrics, Oct 2019-March 2020

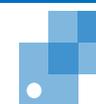
	TikTok.com*		TikTok**	
	Total unique visitors (millions)	Average minutes per visitor	Total unique visitors (millions)	Average minutes per visitor
Oct 2019	27.0	305.9	18.6	442.9
Nov 2019	29.0	366.7	20.1	526.1
Dec 2019	32.9	383.8	22.4	561.2
Jan 2020	35.2	429.8	22.2	680.0
Feb 2020	40.0	425.6	23.2	731.6
March 2020	52.2	476.0	28.8	858.0
—% change Oct-March	93.7%	93.2%	55.6%	55.0%
—% change Jan-March	26.2%	48.3%	10.8%	30.1%

2019年10月-2020年3月TikTok到訪人數及平均時數

New
Idea

科技瞭望





史上首場百人慶功宴能線上辦！從企劃到遊戲設計，影音串流科技公司KKStream怎麼辦一場毫無冷場活動？當你這個月才剛剛習慣WFH (work from home) 的日常，打開Google Meet、Webex、Teams進行一場又一場的線上會議，發e-mail回報工作進度，線上打卡…KKBOX集團旗下的KKStream，卻已舉辦史上第一場參與人破百的「雲端慶功宴」。

125位員工擠在同一個「房內」，只是這一個房間是Google Meet聊天室，畫面中總裁、總監、協理…7位主管圍成一圈，一邊直播一邊吃閒聊開場，像極一場實境秀；同事們不能10人一桌吃桌菜，那就幫你外送到府，想吃什麼就點什麼，PO上Facebook爭豔還能得到額外獎金；沒有準備抽獎箱，不能投名片抽獎，那就靠線上轉盤Key上名字來執行……。

KKStream在2019年底，替日本第一大有線電視完成影音串流平台的大型建置服務後，按照公司的傳統，準備辦一場慶功宴好好犒賞員工，但當疫情一發不可收拾，KKBOX集團全員也開始WFH，KKStream決定開辦史上第一場百人「雲端慶功宴」，對於本身就是做串流起家的他們來說，渾然天成。

李瀆晏解釋，一來慶功宴得在線上玩集體遊戲，你來我往即時反應，「延遲」越短越好，Google Meet的延遲在3秒內，有些為活動而設計的視訊軟體延遲高達一分鐘，就不適用；再者，希望同事即時的留言和問題不需額外審核，能直接跳出來，讓長官們看見、增添互動感；此外，Google Meet本就是KKStream WFH長期使用的軟體，也不會增加同事額外的使用成本。



讚 · 回覆 · 發送訊息 · 48分鐘



讚 · 回覆 · 發送訊息 · 2天

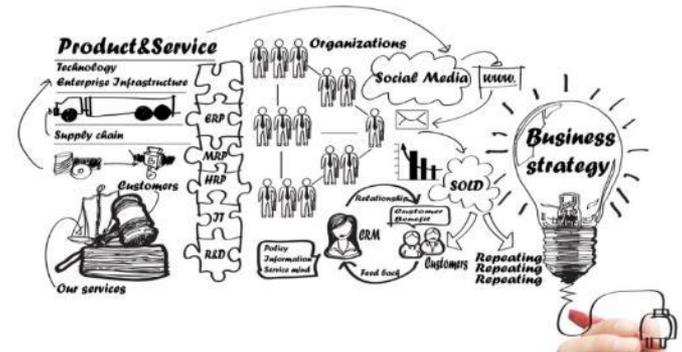
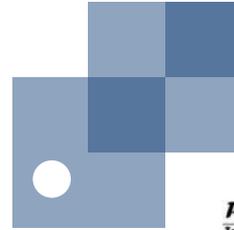
KKStream員工紛紛PO出當日自己叫的美食來博讚數



KKStream透過線上轉盤抽獎，還可以現場「加碼」多Key幾個名字進去

Project

專案介紹



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



股市 三竹股市APP

每月使用人次 每日使用人次
近 **6420** 萬 近 **200** 萬

APP下載量 每月活躍用戶
高達 **300** 萬 超過 **100** 萬

首頁廣告產品特色

最佳曝光版位
最佳曝光版位

最高宣傳品質
同時最多三檔廣告輪播

獨家專利設計
針對金融產品做獨特設計

TA特色

屬性

- 男女比為 6 : 4
- 35~65歲佔66%
- 住大台北地區佔42%

高價值

- 口袋裡有閒錢的股民
- 對投資理財有想法

特性

- 偏好以行動裝置接收訊息
- 開盤日天天上線人數佔65%

調查

- 據三竹調查統計
74%用戶贊成
看到商品廣告

適合商品類型

金融商品	高端精品	民生消費
<p>權證、ETF、新股掛牌</p> <p>三竹特色廣告可立即看報價、加入自選股，解決傳統廣告必須使民眾記住股票代號的困難與門檻。每週加入自選民眾高達數千人！</p>	<p>汽車、房地產、珠寶</p> <p>三竹股市用戶為口袋有閒錢且會投資股票的族群，並對生活品質有一定要求。適合推廣高端精品！</p>	<p>餐飲、居家、親子</p> <p>三竹股市用戶年齡主力分佈在35~65歲，為家庭消費主力族群。適合推廣各類民生消費商品！</p>

首頁廣告形式

1 圖片廣告 2 圖文廣告 3 互動廣告

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	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	4.71
2	多情城市冠軍美妍飲	FTV	閩南語連續劇	4.66
3	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	4.05
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.54
5	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.88
6	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.75
7	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.70
8	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.61
9	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.61
10	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.20
11	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.18
12	1800航海王劇場版奪寶爭霸	TTV	外片	1.11
13	美麗人生安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.01
14	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.99
15	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	0.95
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.95
17	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.91
18	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.91
19	綜藝新時代娘家益生菌強效	FTV	娛樂綜藝	0.91
20	斯斯枇杷潤喉糖女力報到愛	CTV	國語連續劇	0.91

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.54
2	炮仔聲健康3D紅麴苦瓜	SANLI	閩南語連續劇	2.51
3	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	2.26
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.07
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.57
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.55
7	女力報到愛神出任務蓓朵娜	TVBSG	國語連續劇	1.47
8	女力報到愛神出任務	TVBSG	國語連續劇	1.33
9	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.20
10	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.11
11	1900雨夜花宏星製藥	SANLI	閩南語連續劇	1.07
12	新台灣加油金正恩生死掀戰	SETN	新聞性質節目	1.02
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.96
14	新台灣加油星國14天增1 1	SETN	新聞性質節目	0.93
15	2200超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.88
16	霹靂嬌鋒	ET-M	外片	0.88
17	新台灣加油驚爆金正恩遭下	SETN	新聞性質節目	0.87
18	生態全記錄奇幻大地澳洲	PTV	知識資訊節目	0.85
19	新台灣加油台灣再迎嘉玲	SETN	新聞性質節目	0.85
20	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	0.85

無線TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.04
2	多情城市冠軍美妍飲	FTV	閩南語連續劇	1.42
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.28
4	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	1.20
5	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.18
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.83
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.79
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.76
10	斯斯枇杷潤喉糖女力報到愛	CTV	國語連續劇	0.70

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市冠軍美妍飲	FTV	閩南語連續劇	2.99
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	2.87
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.77
4	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	2.05
5	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.82
6	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.34
7	1800航海王劇場版奪寶爭霸	TTV	外片	1.14
8	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.07
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.04
10	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	0.97

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市冠軍美妍飲	FTV	閩南語連續劇	2.82
2	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	2.54
3	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	2.50
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.41
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.07
6	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.99
7	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.98
8	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.59
9	跟鯊魚接吻大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.38
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.17

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	閩南語連續劇	8.33
2	多情城市冠軍美妍飲	FTV	閩南語連續劇	8.04
3	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	娛樂綜藝	7.26
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.51
5	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	3.14
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.77
7	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	競賽綜藝	1.92
8	航海王世界會議篇	TTV	卡通影片	1.90
9	1300多情城市冠軍美妍飲	FTV	閩南語連續劇	1.88
10	美麗人生安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.77

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	炮仔聲健康3D紅麴苦瓜	SANLI	閩南語連續劇	1.37
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.28
3	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.19
4	1300烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.14
5	1330烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.05
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.96
7	1230烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.79
8	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.79
9	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.74
10	犯罪都市	ET-M	外片	0.73

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲健康3D紅麴苦瓜	SANLI	閩南語連續劇	2.30
2	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.94
3	女力報到愛神出任務蓓朵娜	TVBSG	國語連續劇	1.73
4	女力報到愛神出任務	TVBSG	國語連續劇	1.50
5	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.26
6	2215聖王公傳奇	SANLI	閩南語連續劇	1.22
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.21
8	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.89
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.89
10	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.86

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.92
2	炮仔聲健康3D紅麴苦瓜	SANLI	閩南語連續劇	1.78
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.70
4	女力報到愛神出任務蓓朵娜	TVBSG	國語連續劇	1.58
5	霹靂嬌鋒	ET-M	外片	1.54
6	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.53
7	女力報到愛神出任務	TVBSG	國語連續劇	1.52
8	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.31
9	綜藝大熱門瘋狂經典小三美	SL2	資訊綜藝	0.97
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.96

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.42
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.58
3	炮仔聲健康3D紅麴苦瓜	SANLI	閩南語連續劇	3.55
4	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	3.26
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.55
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.50
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.21
8	1900雨夜花宏星製藥	SANLI	閩南語連續劇	1.82
9	女力報到愛神出任務蓓朵娜	TVBSG	國語連續劇	1.63
10	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	1.56

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
TTV/台視	0.67	0.34	0.44	0.57	0.97
CTV/中視	0.67	0.41	0.45	0.38	1.10
FTV/民視	0.40	0.07	0.13	0.17	0.80
CTS/華視	0.3	0.2	0.14	0.32	0.37

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	0.51	0.23	0.26	0.62	0.72
SETN/三立新聞	0.45	0.10	0.14	0.35	0.82
ET-N/東森新聞	0.44	0.13	0.24	0.38	0.72
ERA-N/年代新聞台	0.42	0.10	0.13	0.29	0.80
FTVN/民視新聞	0.42	0.07	0.16	0.31	0.77
CTiN/中天新聞台	0.41	0.11	0.16	0.27	0.77
NTVN/壹新聞	0.24	0.08	0.12	0.26	0.37
UBN/非凡新聞	0.15	0.03	0.03	0.12	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.09	0.02	0.05	0.08	0.16

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	多情城市蘿琳亞塑身衣	FTV	4.71
2	多情城市冠軍美妍飲	FTV	4.66
3	炮仔聲健康3D紅麴苦瓜	SANLI	2.51
4	炮仔聲安美諾美白修護霜	SANLI	2.26
5	戲說台灣	SANLI	1.57
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.55
7	女力報到愛神出任務蓓朵娜	TVBSG	1.47
8	女力報到愛神出任務	TVBSG	1.33
9	1900雨夜花宏星製藥	SANLI	1.07
10	美麗人生安美諾美白修護霜	FTV	1.01

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合Footer除臭襪	FTV	4.05
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.54
3	超級紅人榜	SANLI	2.54
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.07
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.75
6	斯斯枇杷潤喉糖飢餓遊戲	CTV	1.70
7	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.61
8	舞力全開愛妮雅化妝品	FTV	1.61
9	綜藝玩很大	SL2	1.20
10	醫學大聯盟美塑營養素	FTV	1.20

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.11
2	新台灣加油金正恩生死掀戰	SETN	1.02
3	台灣最前線	FTVN	0.96
4	新台灣加油星國14天增1 1	SETN	0.93
5	新台灣加油驚爆金正恩遭下	SETN	0.87
6	新台灣加油台灣再迎嘉玲	SETN	0.85
7	文茜的世界周報	CTiN	0.85
8	鄭知道了連15日本土0慎防	SETN	0.85
9	鄭知道了	SETN	0.84
10	非凡最前線	UBN	0.83

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	0.91
2	呷飽未	SANLI	0.68
3	大陸尋奇特選版	CTV	0.58
4	型男大主廚一家人益生菌	SL2	0.56
5	型男大主廚	SL2	0.46
6	就是這味OB嚴選	SL2	0.44
7	詹姆士出走料理	GTV-1	0.44
8	愛玩客OB嚴選	SL2	0.42
9	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.37
10	非凡大探索	UBN	0.35

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	2,065	91	716	1,463	850	76,107	19	37
2 Verizon Media	2,000	89	280	100	78	15,050	7	8
3 Microsoft Sites	1,828	81	264	51	51	12,543	4	7
4 Facebook	1,432	63	268	218	226	17,258	13	12
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,256	56	127	13	8	4,941	3	4
6 LINE Corporation	1,040	46	345	2	2	1,016	2	1
7 Valve Corporation	726	32	275	18	17	853	21	1
8 Wikimedia Foundation Sites	652	29	61	6	8	2,579	2	4
9 UDN Group	623	28	56	12	8	2,583	5	4
10 KKNEWS.CC	614	27	44	4	2	1,645	3	3
11 Oneup Network Corporation	588	26	75	26	18	3,807	7	6
12 ETtoday & EMI Group	529	23	47	24	12	2,253	11	4
13 Chunghwa Telecom	462	20	33	4	4	1,452	3	3
14 Liberty Times Group	435	19	38	30	13	2,841	10	7
15 SHOPEE.TW	418	19	36	9	4	1,578	6	4
16 TWITCH.TV	404	18	444	100	42	28,301	4	70
17 Want Media Group	400	18	27	7	6	1,048	7	3
18 Baidu.com Inc.	384	17	32	5	3	1,302	4	3
19 Cite Media Holding Group	342	15	21	2	3	745	3	2
20 CW Group	338	15	23	2	1	844	3	2

* With the release of Mar 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Mar 2020

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 Verizon Media	2,278	97	483	384	328	33,446	11	15
2 Google Sites	2,104	90	829	1,437	924	95,963	15	46
3 Microsoft Sites	1,837	78	357	91	72	19,745	5	11
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,553	66	208	24	14	8,707	3	6
5 Facebook	1,531	65	398	379	426	30,254	13	20
6 LINE Corporation	1,340	57	533	8	7	2,445	3	2
7 UDN Group	1,238	53	154	29	17	6,276	5	5
8 ETtoday & EMI Group	1,080	46	124	18	8	4,688	4	4
9 Liberty Times Group	978	42	78	9	6	2,906	3	3
10 Want Media Group	919	39	71	10	8	2,818	3	3
11 Wikimedia Foundation Sites	717	31	78	12	18	4,039	3	6
12 KKNEWS.CC	658	28	54	5	3	1,969	3	3
13 SHOPEE.TW	647	28	93	50	22	5,881	8	9
14 Chunghwa Telecom	605	26	46	11	8	1,822	6	3
15 Fubon Multimedia Technology	597	25	74	37	17	3,405	11	6
16 Sanlih Media Group	579	25	41	7	5	1,540	4	3
17 PTT.CC	564	24	60	19	32	2,997	6	5
18 Cite Media Holding Group	553	24	33	4	4	1,164	3	2
19 TVBS.COM.TW	532	23	36	4	2	1,201	3	2
20 CW Group	530	23	34	3	2	1,154	3	2

* With the release of Mar 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Mar 2020

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 Verizon Media	2,486	99	793	747	528	60,834	12	24
2 Google Sites	2,217	88	848	1,281	771	90,199	14	41
3 Microsoft Sites	2,037	81	400	85	66	22,603	4	11
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,732	69	195	23	13	7,783	3	4
5 Facebook	1,608	64	367	359	394	27,973	13	17
6 LINE Corporation	1,420	57	525	10	7	2,553	4	2
7 UDN Group	1,318	52	173	32	21	7,792	4	6
8 ETtoday & EMI Group	1,104	44	137	45	27	6,509	7	6
9 Want Media Group	943	38	72	12	8	2,863	4	3
10 Liberty Times Group	912	36	90	20	13	4,311	5	5
11 Sanlih Media Group	884	35	88	19	13	3,692	5	4
12 Fubon Multimedia Technology	830	33	117	63	27	5,057	13	6
13 TVBS.COM.TW	757	30	81	8	5	2,851	3	4
14 KKNEWS.CC	713	28	51	7	3	1,978	3	3
15 SHOPEE.TW	687	27	74	26	11	3,484	7	5
16 Chunghwa Telecom	685	27	65	15	12	2,661	6	4
17 CW Group	641	26	45	9	3	1,562	6	2
18 Wikimedia Foundation Sites	641	26	59	7	7	2,464	3	4
19 PChome Online	558	22	52	14	17	2,283	6	4
20 Eastern Broadcasting Company	538	21	33	4	5	1,450	3	3

* With the release of Mar 2020 data,
[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Mar 2020

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 Verizon Media	1,882	97	686	847	560	57,961	15	31
2 Google Sites	1,725	89	696	822	516	67,207	12	39
3 Microsoft Sites	1,584	82	468	128	92	27,024	5	17
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,262	65	134	15	8	4,866	3	4
5 Facebook	1,223	63	296	290	314	23,005	13	19
6 UDN Group	1,064	55	177	43	27	7,935	5	7
7 LINE Corporation	990	51	350	8	6	1,930	4	2
8 ETtoday & EMI Group	809	42	99	24	12	3,801	6	5
9 Sanlih Media Group	756	39	89	28	20	3,711	7	5
10 Want Media Group	750	39	71	19	13	2,978	6	4
11 Fubon Multimedia Technology	674	35	93	50	21	4,568	11	7
12 Liberty Times Group	671	35	68	14	7	2,791	5	4
13 TVBS.COM.TW	597	31	49	6	4	1,810	3	3
14 KKNEWS.CC	567	29	34	5	3	1,220	4	2
15 Chunghwa Telecom	518	27	46	7	8	1,810	4	3
16 NOWnews	481	25	91	10	4	3,332	3	7
17 PChome Online	481	25	47	14	20	2,181	7	5
18 Wikimedia Foundation Sites	473	24	37	4	4	1,446	3	3
19 SHOPEE.TW	473	24	58	17	7	3,144	5	7
20 RUTEN.COM.TW	420	22	52	41	49	2,655	15	6

* With the release of Mar 2020 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Mar 2020

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：02-2509-5557#123

