

# 凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

**No.957**

# 目錄 Index

2018/08/13-2018/08/19

市場訊息

今年GDP成長 上修至2.69%

媒體市場訊息

有線電視第2季申訴量 NCC：新北市最多

媒體專題

全球廣告市場回顧與展望2017-2019

活動快訊

2018泳渡世界最美麗海灣 - 澎湖灣

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

# 今年GDP成長 上修至2.69%

行政院主計總處召開國民所得評審會議，決議將今年經濟成長預測值由2.60%上修至2.69%，雖然下半年美中貿易戰風險已導致全球經濟成長減速，波及我出口，但估計我國經濟仍將穩健成長。至於明年，主計總處預測明年經濟成長仍有2.55%，若加計勞動部通過的基本工資調升方案(月薪調升至23,100元，時薪調升至150元)將可再提高0.06個百分點，使明年經濟成長達2.61%。依主計總處最新的預測，今年民間消費成長2.47%，民間投資成長4.26%，分別創下近三年、五年最高，內需對今年經濟成長的貢獻最多；至於出口，今年上半年雖成長11%，但下半年在美中貿易戰衝擊下，成長放緩，估計出口成長將降至2.5%，併計全年出口成長僅6.4%，已不如去年兩位數的成長。[工商時報2018.08.18]

## 我國近年經濟概況

	海關出口 成長率	民間投資 成長率	民間消費 成長率
102年	1.64	7.09	2.34
103年	2.78	3.58	3.44
104年	-10.86	3.02	2.63
105年	-1.76	2.77	2.32
106年	13.17	-1.35	2.38
107年	6.39	4.26	2.47
108年	2.82	2.60	2.52

註：107、108年為預測數。 單位：%  
資料來源：行政院主計總處 製表：于國欽

## 創新高！餐飲業上半年營收2,355億

經濟部指出，今年上半年餐飲業營收達2,355億元，創歷年同期新高，年增率4.7%，創近七年最大增幅。經濟部表示，隨著外食人口的增加，以及社群網路的資訊擴散效應，帶動餐飲消費需求擴增，餐飲業營業額自91年逐年攀升，102年突破4,000億元，106年續升至4,523億元，其中餐館業佔84.6%居最大宗，飲料店業則佔11.3%，其他餐飲業為4.1%。為因應消費者多元需求，連鎖業者採多品牌經營及加速展店策略，以擴大經營規模提升市佔率。根據台灣連鎖暨加盟協會統計，101年至106年餐飲連鎖品牌數由624個增至970個，連鎖總店數增加3,930家。隨著智慧型手機普及與社群網路的活絡，為促進行銷及提升服務效率，餐飲業服務模式也隨著行動裝置而改變。經濟部統計，106年經營網路社群或LINE的業者佔54.1%，提供線上訂位或點餐服務佔23.3%，提供手機支付服務佔17.2%，其中手機支付服務較上年提高10.5個百分點。[工商時報2018.08.16]

## 國泰、中信7月刷卡金額 比去年多百億

2018年信用卡大戰已過半場，國泰世華銀與中信銀的信用卡7月各刷出410億與386億元，都比去年7月多刷了100億元；兩大信用卡龍頭的每月刷卡金額都約佔整體信用卡的34%，大幅拉開與其他競爭者的距離。7月信用卡單月刷卡金額應有2,350億元，再創下同期刷卡新高，前七月國人的信用卡應已刷出1.67兆元，較去年同期成長11%。[工商時報2018.08.17]



# 中、韓跑最快，亞太線上雜貨市場2022年上看8兆元

國際食品與消費品研究機構IGD預估，亞太區前12大線上雜貨市場（台灣、香港、南韓、日本、中國、菲律賓、越南、印尼、印度、馬來西亞、泰國、新加坡）到2022年的合計銷售額將上看新台幣8.3兆元，同時對亞太區整體雜貨零售市場的佔比也將從2017年的3.2%，拉升到6.9%。相對於亞太區12國在2017年至2022年期間的整體雜貨銷售年複合成長率僅6.4%，同一期間雜貨在線上通路的銷售額年複合增長率則是上看24.1%。顯然雜貨零售市場的銷售正快速往線上通路移動。而台灣市場的線上雜貨銷售佔比則是接近8%，成長率接近20%。[數位時代2018.08.16]

## 大陸手遊賺翻 收入超美日

大陸遊戲業龍頭騰訊日前公佈第二季財報顯示，當度遊戲收入佔總收入的比重下降至34.19%，為2015年以來的最低值，可能為使用者規模趨於飽和。此外，大陸監管單位近期收緊對遊戲業的審查，大陸遊戲業前景令人擔憂。另一方面，遭受版號收緊等不利政策因素的影響，不少新遊戲的上線排檔期都在推遲。Newzoo報告指出，2018年行動遊戲將首次佔全球遊戲市場所有收入的一半以上。不過，根據市調機構調查，大陸在全球遊戲業的龍頭地位依然屹立不搖，今年仍位列全球遊戲收入第一名，收入為379億美元，其中，騰訊的「王者榮耀」成為收入最高的手機遊戲。[工商時報2018.08.18]

時間(年)	市場規模總值 (億元人民幣)	時間(年)	市場規模總值 (億元人民幣)
2014	231.2	2017	1,087.6
2015	415.0	2018(預估)	1,283.5
2016	783.2	製表：李書良	

## 搶銀髮商機 Yahoo奇摩推電話購物

根據Yahoo奇摩購物中心資料顯示，60歲以上的消費者雖然不是主要網購族群(僅佔5.5%)，但平均交易金額6,000元，年成長高達81%，居所有消費族群之冠，且孝親樂齡頻道，業績較去年同期成長23%。Yahoo奇摩購物事業群行銷營運部表示，為滿足消費能力不容小覷的樂齡族，奇摩首推「小金孫專線」，讓購物更加簡單。消費者只需要進電專線，告知專員需要的商品、規格、數量，留下收件人姓名、電話、地址即可完成訂購。另外，為保障交易安全性，目前只提供貨到付款，不用擔心付費資料外流、信用卡盜刷等問題。[工商時報2018.08.17]

# 有線電視第2季申訴量 NCC：新北市最多

國家通訊傳播委員會(NCC)為了消弭消費者與有線電視業者之間的爭議，除了定期跟有線電視業者開討論有線電視業者客服處理申訴案件事宜，每季也會公佈有線電視消費爭議數量、申訴類別等資料當作參考。NCC公佈今年第二季有線電視申訴案件數量，總計有400件，主要投訴內容以有線電視頻道管理問題類案件數最多，有97件佔24.25%，其次為有線電視客服問題類有80件，佔20%、有線電視訊號中斷問題49件，佔12.25%。依縣市來看，以新北市佔82件數量最多，其次為台北市71件。[中央社2018.08.15]



## Netflix嘗試影片播放插入廣告 引發用戶反彈

經常測試不同內容呈現方式的Netflix，最近被人發現在美國境內進行小規模的各個影片間廣告內容測試，不過因為這樣的廣告內容多半會干擾使用者追劇心情，導致引起不少用戶反彈。雖然並非在各個影片間插入商品廣告內容，而是推薦使用者觀看更多合適影片，但不少使用者還是認為在持續追劇的情況下，並不希望被其他影片內容打亂心情，甚至也有不少使用者認為照樣的機制顯得多餘。目前此項機制僅先在美國境

內測試，似乎尚未在其他地區進行測試，而從目前不少使用者對此呈現反感情況來看，或許Netflix未來並不會讓此項機制變成正式功能。在此之前，Netflix始終持續嘗試如何讓使用者觀看更多影片內容，其中包含透過重點畫面、簡要劇情、打星評分或短片播放等方式，讓使用者能在更短時間內決定是否觀看該影片，另外也藉由學習比對機制將合適內容推薦給使用者觀看。[mashdigi 2018.08.15]

## 即使你說NO 谷歌仍「鎖定」行蹤

即使用戶拒絕，谷歌(Google)仍想要追蹤行蹤。美聯社調查發現，Android裝置與iPhone上的許多谷歌服務都會儲存位置資料，即使用戶使用的隱私設備阻止谷歌如此做。谷歌在聲明中表示，用戶可選擇關閉儲存。然而，手動刪除位置標記十分困難，因為用戶必須單獨逐一選擇，除非要刪除所有儲存活動。有批評人士認為，谷歌堅持追蹤用戶位置，企圖推動廣告收入增長，更多數據資料代表著更多利潤。[世界日報2018.08.14]

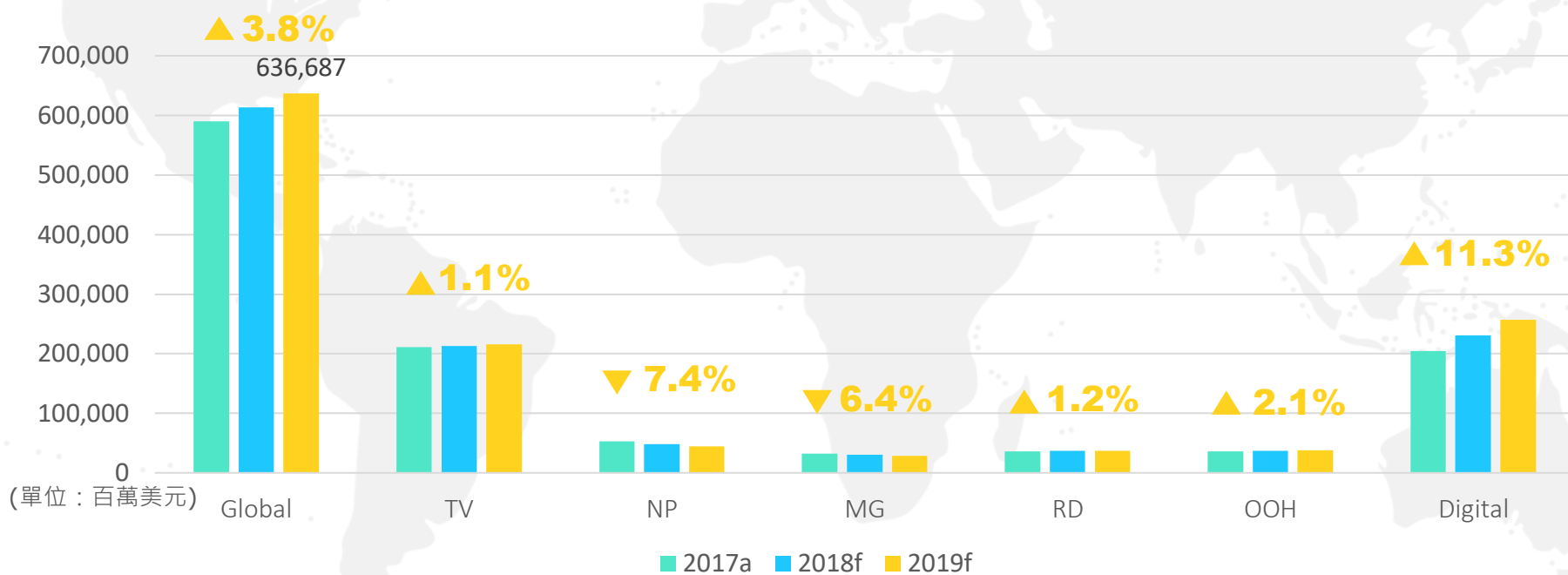
# 媒體專題 Media Report

全球廣告市場回顧與展望2017-2019

王純玉、陳昕平

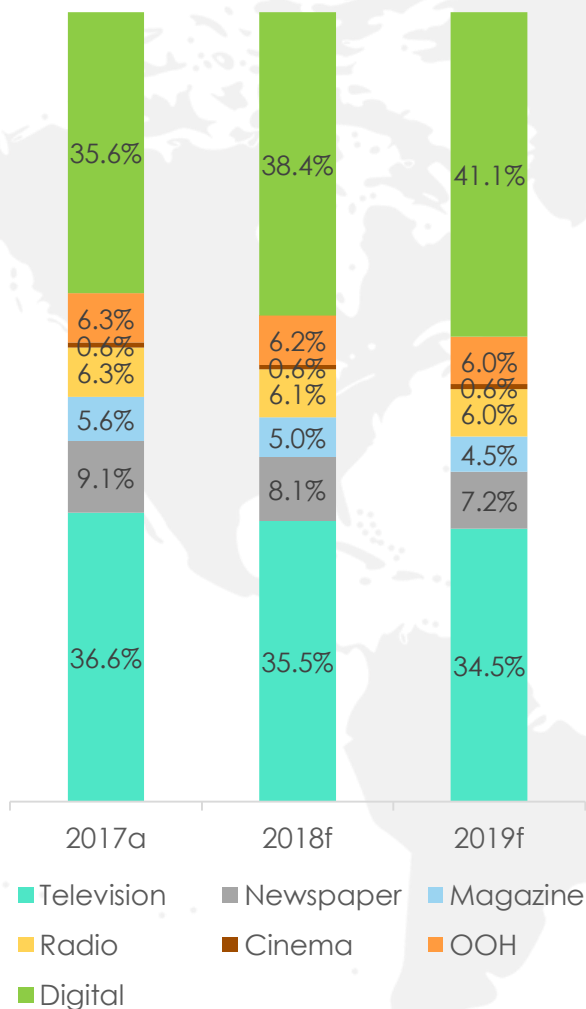
# 前言：2018年全球廣告量預估成長3.9%

- 電通安吉斯集團(Dentsu Aegis Network)彙整2018上半年全球59個主要市場廣告量，針對各區域下半年與2019年做出預測。本篇專題將分享全球與前三大廣告市場的現況與展望，並總結驅動成長的主要推力及產業趨勢。
- 全球**數位媒體廣告量**持續成長，但成長幅度開始放緩。多數市場**電視廣告量**都衰退，如紐西蘭、新加坡與台灣，新興國家(如印度、印尼、越南)呈現成長，菲律賓的電視媒體在2018年甚至有高達兩位數成長。全球的**平面媒體**皆下滑，雖然數位閱讀增加，出版商也致力高品質內容製作、讀者數據收集，並提供廣告主程序化購買方式，但目前這些努力尚未反映在廣告營收上。



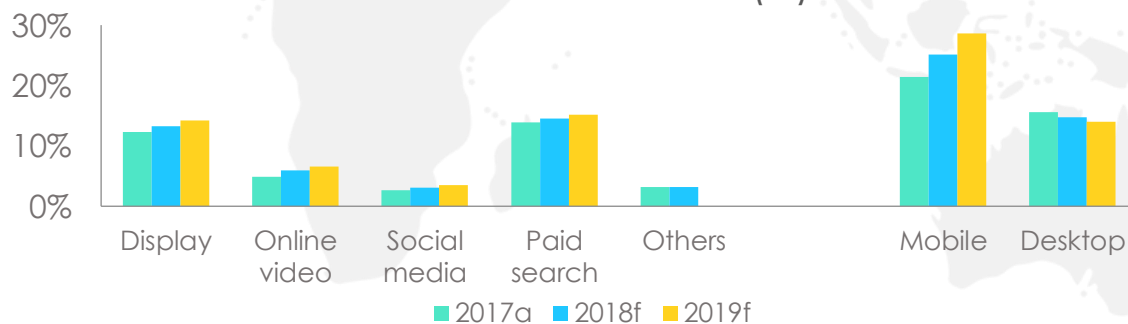
# 全球數位廣告量2018年首度超越電視

全球各媒體廣告量佔比



- 2018年預估數位廣告量(38.4%)首次超越電視(35.5%)，而數位廣告量中佔比最高的類型仍是搜尋廣告(paid search)，預估2018年搜尋廣告量將超過報紙和雜誌廣告量。
- 程序化廣告預計2018年將增長23.2%，2019年增長19.1%，因為廣告主認為整合廣告版面和設備的程序化購買，將是大規模接觸最有價值受眾的機會。
- 行動裝置成為我們消費數位服務/內容的主要途徑。根據 Statista，2018年全球52.2%的網路流量是來自手機。平均每人每天花費超過五小時在使用手機，使用時間的增加在很大程度上是由線上影音推動的。

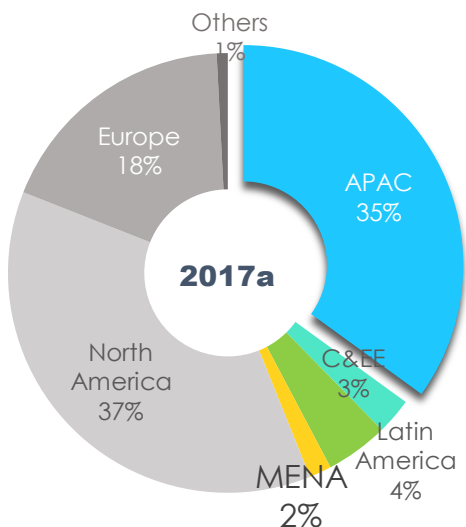
數位媒體佔整體廣告量(%)



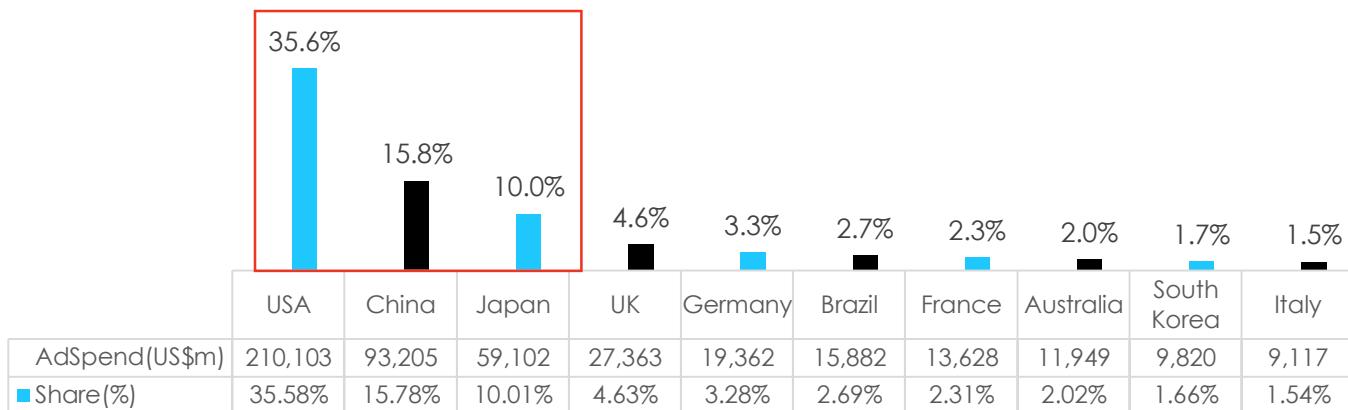


# 美、中、日是TOP 3廣告市場，在全球佔比超過六成

- 全球前三大廣告市場依序是美國、中國、日本。北美仍是廣告量佔比最高的地區(37%)，其次是亞太地區(35%)，兩者就佔了全球72%廣告預算；emarketer估計亞太地區將在2022年超越北美。

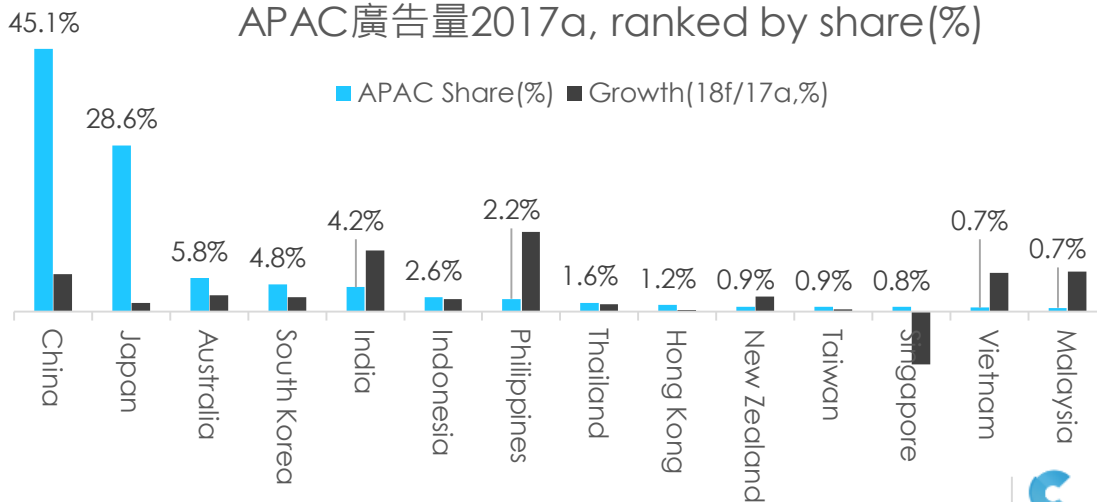


TOP 10 Countries, ranked by share (%), 2017a



- 中國是亞太地區廣告量佔比最高的市場(45.1%)，其次為日本(28.6%)，兩地佔亞太區廣告總量超過七成。
- 新加坡仍以傳統媒體為主，電視和報紙佔比逾五成，然而傳統媒體投資金額不斷下滑，讓新加坡成為2018年預估廣告量負成長的唯一地區。

APAC廣告量2017a, ranked by share (%)



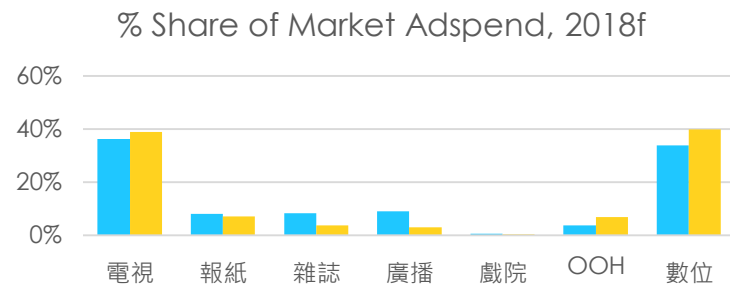
# 美國：數位持續成長，電視開始回溫

- **【電視】** 2018年初美國電視轉播三大盛事(超級盃、奧斯卡、葛萊美)都見到收視下滑，但在電視上收看Netflix、Hulu、Amazon Prime串流影音的習慣已深入美國家戶，連網電視(Connected TV)與隨選影音(SVOD)把觀眾從小螢幕帶回客廳，如Hulu 78%的收視都是在電視機上觀看。

- 特別的是，美國電視業者企圖透過「減少廣告、提高收視體驗」扭轉當前的頹勢，如NBC環球電視台希望在黃金時段減少廣告時間和支數，以提高廣告價值；FOX也希望在2020年前將廣告時段減少到每一小時僅兩分鐘廣告。

- **【數位】** 美國目前仍以電視為廣告量佔比最高的媒體，但預估數位廣告量2018年將持續維持兩位數成長，並在2019年超越電視。

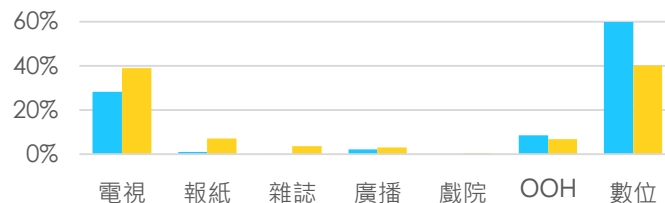
- 在數位廣告市場中，品牌安全與個資仍是美國廣告主最重視的議題。廣告主努力建立網站的黑、白名單，廣告主與代理商成立APB (Advertiser Protection Bureau)，教育廣告主品牌安全知識，並制定分類危險內容、網站的規則。Facebook長期依賴Oracle、Experian等合作夥伴提供用戶的資料，以更加了解用戶。劍橋事件後，Facebook承諾逐步移除這些第三方數據，預期將影響廣告準確性。



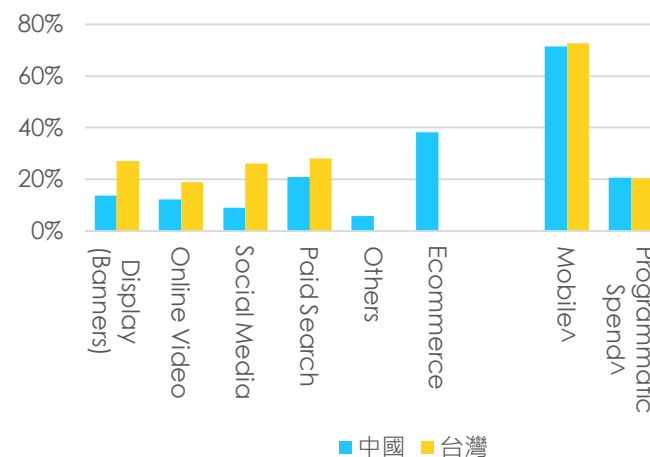
# 中國：4成的數位廣告預算投放在電商網站

- **【電視】** 2018年三大重要體育賽事(冬奧、世足、亞運)在中國不受時差影響，預期都會引發大量關注，賽事直播帶動廣告量；央視是世足最大贏家，因贊助金額天價，廣告主多尋找其他露出方式或與地方電視台合作做突襲。
- **【數位】** 中國數位廣告量佔比近六成，其中又有40.5%的預算下在電商網站，稱霸各類型數位廣告。廣告主投資在電商平台上的數位廣告在2017年即超過搜尋廣告，並預期在2019年將超越電視廣告，反映廣告主想直接看到廣告與銷售的連動。
- BAT三大巨頭紛紛將觸角伸向體育視頻市場，佈局體育IP。各平台採取差異化戰略，攻佔不同的運動賽事：騰訊拿NBA，優酷拿英超，愛奇藝拿西甲、澳網等。陸劇和陸綜的影音製作/採購成本高達人民幣500億元，但三大影音平台會員付費收入約200億元，相較之下，一年僅50億版權費的體育賽事也能吸引付費用戶，更能快速實現獲利。

% Share of Market Adspend, 2018f

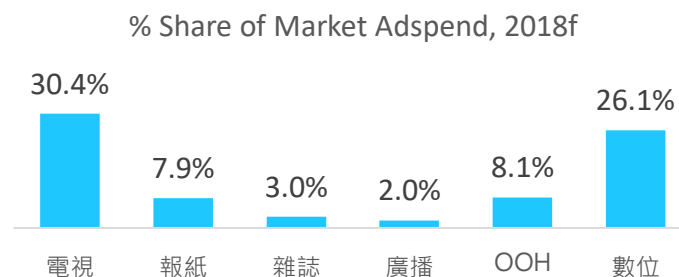


% Share of Market Digital Spend, 2018f



# 日本：媒體數位轉型帶動廣告量成長

- **【電視】** 2018年體育賽事(冬奧、世足)帶動日本電視收視，VOD廣告收入甚至兩位數成長。儘管2019年相對來說缺乏大型活動，但隨著東京奧運與殘奧的時間接近，會有愈來愈多相關行銷活動出現，尤其是贊助東京奧運的品牌，如Tokyo metro、JR East，2019年下半年廣告量看好。
- **【數位】** 廣告主重視廣告成效與品牌安全，也因此成效量測、預防廣告詐欺、位置數據等相關技術與平台供應商間的結盟都在發展中；同時也可看到數位媒體中的PMP平台與傳統預定排程廣告成長，新聞媒體旗下的數位媒體其PMP確保廣告主的內容會和高品質的新聞內容一起出現，如整合式的數位雜誌平台「d magazine」。
- **【家外】** 車站、車廂、機場等逐步安裝數位看板，購物區的大型數位家外看板也都被納入家外廣告聯播網中，因此在查詢庫存版面、廣告上架、動態內容更換都更有彈性。「動態數位家外廣告」(dynamic digital OOH, DDOOH)跟隨環境、天氣、交通、消費者數據即時調整內容，也預計會吸引大眾關注結合現實空間體驗的活動，例如實時和螢幕互動的廣告活動。
- **【其他】** 日本高齡化嚴重，郵購商品廣告、產品置入能夠觸及網路族以外人口，預期也將增加。

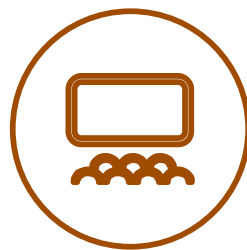


# 數位創新幫助傳統媒體翻轉劣勢

- 近年來傳統媒體下滑不斷，但自2018年起可以看到它們開始透過數位化尋找新的出路。



連網電視(Connected TV)讓觀眾重回客廳觀賞喜愛的隨選串流影音，可定址(addressable)的特性改變電視廣告投地方式，帶來新機會。



數位化同樣開始改變觀眾和電影院大銀幕互動的方式，「隨選銀幕」成為新風潮，例如中國愛奇藝推出實體電影院「娛刻Yuke」，採用小規模的包廂影廳，以小時計費，可以隨選點播平台內容；美國Netflix也曾有購買連鎖電影院的計畫。



數位音訊內容愈來愈多，讓聽眾隨選聆聽，智慧音箱 Amazon Echo和Google Home除了播送數位廣播內容，也提供更多音訊廣告的互動方式。



在許多國家傳統家外廣告量都受惠數位螢幕(DOOH)與科技創新，如大規模建置家外數位螢幕，並開始出現投遞動態內容的數位家外廣告(DDOOH)。

# 結語

## • 大型事件是驅動廣告量主力：

2017-2018年備受矚目的大型事件驅動多國廣告量成長，主要分為選舉與體育賽事兩類型：各國選舉都會帶動電視與家外媒體廣告量強勁成長；此外，2018年的冬奧、世足也讓多國受惠，預期殘奧、東京奧運將從2019年底起開始推動日本廣告量。

## 2019大事

			• 印尼全國性質立法議會 (國會)選舉與總統大選						• 10/1中華人民共和國建國 70週年 • 日本調漲消費稅至10%		
Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
• Q1 印度總理大選 • H1 澳洲聯邦選舉		• 3/29英國脫歐 生效日		• 菲律賓國會期中選舉 • 5/24 台灣同性婚姻 生效最後期限日。		• 7/4~7/14兩年一次 的世大運將在拿坡 里舉行				• 東京奧運相關廣告/贊助開跑	

## • 線上影音 + 行動裝置 = 數位廣告成長動力：

線上影音是多國數位廣告成長的主力，各種類型的行動影音消費在所有年齡族群間都有爆炸性成長，而成長的驅動力主要來自更高品質的數位影音內容。

## • 業界協力為品牌安全發動改革：

近年品牌安全與廣告量測議題受到廣告主重視，反映在廣告市場上，除了謹慎選擇媒體投資之外，廣告主要求對內容更高的主控權；影響各國更重視PMP市場，美國廣告業界也組成APB，為品牌安全發動改革。

# 活動快訊

## Upcoming Event





2018

# 泳渡世界最美麗海灣 澎湖灣

活動日期：水上嘉年華107.9.20~24

地點：觀音亭海域  
(體驗SUP、獨木舟等)

競賽日期：泳渡107.9.22~23

地點：觀音亭及大菓葉海域  
(組別：500M、2KM、5KM)



主辦單位：澎湖縣政府



交通部觀光局澎湖國家風景管理處





# 2018 泳渡世界最美麗海灣 - 澎湖灣

- **活動日期**：2018年9月22日(六) 挑戰組、體驗組 / 9月23日(日) 泳渡組
- **活動地點**：澎湖觀音亭及大菓葉海域
- **報名時間**：即日起至8月31日23:59止
- **報名組別**：泳渡組 / 挑戰組 / 體驗組 ([報名網址](#))
- **簡介**：泳渡台灣最長及亞洲最長海泳之一！在澎湖已經舉辦超過十年的泳渡澎湖灣活動，被長泳專家譽為台灣最刺激以及挑戰長度的長的海泳，除此之外，在調查後發現澎湖海泳僅次於菲律賓 Caramoan 國家公園。
- 澎湖海泳最幸福的是水域保持完整及擁有國際認證的「世界級的最美海灣」中挑戰，其珍貴性則為亞洲之冠，往年均吸引了國內外超過千人的參與！2018年世界最美海灣年會在澎湖舉辦，澎湖縣政府為擴大舉辦本項活動，希望能號召全球超過2000位好手一起挑戰。



# 2018 泳渡世界最美麗海灣 - 澎湖灣

- **亮點1：水上嘉年華提供多樣的免費水上體驗！** 每年4月至9月都是澎湖最佳的旅遊季節，在澎湖的各沙灘或離島上都有各式水上活動！鄰近澎湖馬公市區的觀音亭，配合泳渡活動也推出的水上嘉年華活動，自9月20日~24日提供民眾免費水上好玩遊戲，包含：風浪板、輕艇、SUP板和海上泡泡球、氣墊體驗.....等水域活動，等你來體驗！
- **亮點2：OPEN家族首登澎湖為親子加油！** 台灣最知名的IP偶像OPEN首度蒞臨澎湖，在9月21及22日二天特別規劃了海洋風的表演及互動活動炒熱嘉年華現場，全家大小千萬不能錯過親子同樂好機會。
- **亮點3：二大代言美女水上教學！** 你怕水嗎？你想讓自己的泳技更好嗎？警消美女鄭莚芸在「第十六屆世界警政消防運動會」中泳奪六面獎牌，被譽為最會游的女消防員，以及多項鐵人三項冠軍被譽為新世代泳后李詹瑩，即將親自下場指導，協助現場的民眾如何親近海洋悠遊水上活動；二位代言美女當然也會分享游泳菜鳥時期的小小故事哦！



# 新節目介紹

## New TV Shows



# 頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2018/08/27 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：16:00(一~五)

**OH! 我的鬼神君**：擁有見鬼體質的膽小廚師助手羅奉仙(朴寶英飾)默默暗戀主廚宣宇(趙政錫 飾)，原本內向地連主廚的眼睛都不敢直視，卻因為被處女鬼申順愛(金瑟琪飾)附身後，變得活潑機靈。因為被巫師追擊，順愛逃出奉仙身體，奉仙本來拒絕再被附身，但面對宣宇好友小瑩(朴貞雅)的主動示愛，喜歡宣宇的奉仙決定和順愛聯手，並讓不信鬼神的自戀狂明星主廚--宣宇不知不覺地愛上她，發展出甜蜜爆笑的愛情故事...



類型：戲劇 上檔日期：2018/08/29 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：22:00(三~五)

**榮耀之盡**：克里斯多夫是個傳統道德的貴族紳士，而希薇亞是個典型的交際花。然而意外的懷孕讓她不得不嫁給保守的克里斯多夫。希薇亞與舊情人私奔成了兩人矛盾的開始，然而兩人的宗教信仰都不允許其離婚。這段勉強維持的婚姻讓兩個人陷入了無盡的折磨中。



類型：戲劇 上檔日期：2018/08/29 播出頻道：緯來日本台 播出時間：21:00(一~五)

**派遣女王**：她不是正式員工，她是派遣公司來的狠角色！她會的技能超乎想像，從殺鮪魚到開怪手，通通難不倒她。她堅持不跑腿、不加班，整點要放飯，而且不甩人情世故，更敢跟主管嗆聲！當公司遇到危機，全靠她挺身相救。她，就是史上最強的「派遣女王」！

# 頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2018/08/30 播出頻道：緯來日本台 播出時間：22:00(一~五)

**大叔之愛**：春田創一喜歡女人，結婚的願望也很強烈，卻完全沒有女人緣。然而，他卻接到兩個處於他的戀愛對象圈以外的男人的告白，這讓他內心發生了激烈的動搖。愛慕他的男子之一是上司黑澤武藏，另一個是他的後輩同事牧凌太。



類型：綜合 上檔日期：2018/08/30 播出頻道：BBC Life style 播出時間：22:10(四)

**省錢健康吃第4季**：吃得健康不需花大錢，一起學習省錢的養生秘方！



類型：戲劇 上檔日期：2018/08/30 播出頻道：愛爾達綜合台 播出時間：16:00(一~五)

**少年楊家將**：描述五代十國時期北漢遺臣楊業受宋太宗所賞識，楊業為了國家的長治久安和報答太宗知遇之恩，帶領七名兒子效忠宋室，保家衛國，抵抗遼軍入侵的故事。楊業的兩個未亡兒子，楊延昭和楊延德，為了民族的和平與繁榮必須堅持輔助宋室，同時也要為家人和將士報仇雪恨。

# 頻道新節目介紹



類型：綜合 上檔日期：2018/08/31 播出頻道：Outdoor Channel 播出時間：21:00(五)

**傑佛瑞斯之現代釣魚第二季**：最新一季現代釣魚全新播出！跟著前NBA球星JaredJeffries前往充滿異國情調的釣魚地點，用有趣的方式學習現代釣魚技巧與訣竅。



類型：戲劇 上檔日期：2018/09/01 播出頻道：公視、NETFLIX 播出時間：21:00(六)

**雙城故事**：藉由居住於台北市大稻埕的台灣女孩，和於美國舊金山成長的亞裔女孩交換公寓的安排，透過兩種視角，描繪當代人的生活態度與處世觀點，呈現不同文化撞擊的火花。



類型：戲劇 上檔日期：2018/09/02 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：12:00(六~日)

**上流愛情**：講述了含著金湯匙出生的財閥女兒，與一心想借勢高攀的窮小子之間階級錯位的愛情故事。張允荷(U-IE飾)習慣了隱藏富家女的身份去考驗對方；崔俊基(盛駿飾)假裝朋友或戀人接近財閥子弟，試圖給自己的未來找到保障；柳昌洙(朴炯植飾)心有所屬，卻為了維持身份地位不願與對方結婚。對上流社會的年輕人而言，金錢成了左右愛情的前提條件。

# 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	5.48	1	大時代Footer除臭襪	民視	4.21
2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	4.32	2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	2.44
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.86	3	航海王24	台視	2.09
4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.19	4	新哆啦A夢	華視	2.05
5	航海王24	台視	2.05	5	1830蠟筆小新	台視	2.03
6	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.84	6	OPPO R15綜藝玩很大	中視	1.73
7	台視晚間新聞	台視	1.67	7	1800蠟筆小新	台視	1.71
8	愛妮雅舞力全開	民視	1.48	8	烏龍派出所	華視	1.69
9	中視新聞全球報導	中視	1.36	9	蠟筆小新	台視	1.63
10	軍師聯盟2虎嘯龍吟	中視	1.33	10	台視晚間新聞	台視	1.39
11	1800航海王24	台視	1.29	11	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.37
12	綜藝3國智	台視	1.29	12	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.23
13	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.27	13	1930實習醫師鬥格娘家明亮	民視	1.21
14	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.22	14	綜藝3國智	台視	1.19
15	大陸尋奇	中視	1.20	15	1800航海王24	台視	1.18
16	萬秀豬王尚讚	中視	1.17	16	1800新名偵探柯南	華視	1.13
17	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.14	17	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.00
18	1830蠟筆小新	台視	1.13	18	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	0.97
19	綜藝非常讚	華視	1.08	19	新名偵探柯南	華視	0.88
20	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.05	20	華視晚間新聞	華視	0.84
平均			1.82	平均			1.60

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

※統計期間：2018/08/13-2018/08/19



# 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	航海王24	台視	3.11	1	大時代Footer除臭襪	民視	6.16
2	大時代Footer除臭襪	民視	2.40	2	綜藝大集合福爾血壓機	民視	5.01
3	1800航海王24	台視	2.22	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.48
4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.22	4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.25
5	1830蠟筆小新	台視	2.14	5	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.91
6	台視晚間新聞	台視	1.94	6	航海王24	台視	1.87
7	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.80	7	愛妮雅舞力全開	民視	1.82
8	綜藝大集合福爾血壓機	民視	1.68	8	台視晚間新聞	台視	1.66
9	蠟筆小新	台視	1.67	9	中視新聞全球報導	中視	1.51
10	1800蠟筆小新	台視	1.27	10	軍師聯盟2虎嘯龍吟	中視	1.49
11	綜藝3國智	台視	1.10	11	大陸尋奇	中視	1.40
12	大誠保險經紀人女兵日記	台視	0.96	12	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.38
13	新哆啦A夢	華視	0.95	13	萬秀豬王尚讚	中視	1.38
14	中視新聞全球報導	中視	0.91	14	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.37
15	華視晚間新聞	華視	0.91	15	綜藝3國智	台視	1.34
16	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	0.88	16	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.28
17	誰是大歌神	中視	0.86	17	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.23
18	烏龍派出所	華視	0.85	18	綜藝非常讚	華視	1.18
19	大誠保險經紀人愛的314159	台視	0.84	19	1800航海王24	台視	1.15
20	軍師聯盟2虎嘯龍吟	中視	0.83	20	天才衝衝衝	華視	1.11
平均			1.48	平均			2.00

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

※統計期間：2018/08/13-2018/08/19

# 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	金家好媳婦喜多納健康營養	三立台灣	3.44	1	狼的孩子雨和雪	YOYO	2.81
2	金家好媳婦一家人洗髮精	三立台灣	3.40	2	金家好媳婦喜多納健康營養	三立台灣	2.72
3	超級紅人榜	三立台灣	2.99	3	1200狼的孩子雨和雪	YOYO	2.49
4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.69	4	1945海底小縱隊	YOYO	2.28
5	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	2.00	5	金家好媳婦一家人洗髮精	三立台灣	2.21
6	女兵日記永信HAC	TVBS歡樂台	1.67	6	1500春日部野生王國	YOYO	2.09
7	綜藝玩很大Footer除臭襪	三立都會	1.54	7	綜藝玩很大Footer除臭襪	三立都會	2.09
8	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.50	8	1800神奇寶貝XY	MOMO	1.97
9	黃金光輝的人生	GTV戲劇台	1.45	9	戰鬥陀螺爆烈世代神	YOYO	1.90
10	寶島神很大	三立台灣	1.27	10	櫻桃小丸子	YOYO	1.85
11	歡樂智多星	衛視中文	1.15	11	1200熊熊遇見你	卡通頻道	1.75
12	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.14	12	衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	1.69
13	1230金家好媳婦喜多納健康	三立台灣	1.11	13	可愛巧虎島	YOYO	1.68
14	1900親家	三立台灣	1.10	14	Ben Holly s Little Kingd	YOYO	1.67
15	草地狀元	三立台灣	1.02	15	1930怪盜喬克	卡通頻道	1.61
16	花遊記	衛視中文	0.99	16	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	1.60
17	1900歡樂智多星	衛視中文	0.99	17	1800烏龍派出所	衛視中文	1.58
18	民視晚間新聞	民視新聞	0.98	18	極速對決TOBOT	YOYO	1.57
19	青春好7淘	三立台灣	0.97	19	花遊記	衛視中文	1.56
20	我和我的冠軍女兒	東森電影	0.96	20	2030天兵公園	卡通頻道	1.53
平均			1.62	平均			1.93

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

※統計期間：2018/08/13-2018/08/19

# 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	金家好媳婦喜多納健康營養	三立台灣	2.02	1	金家好媳婦一家人洗髮精	三立台灣	3.79
2	金家好媳婦一家人洗髮精	三立台灣	2.01	2	金家好媳婦喜多納健康營養	三立台灣	3.78
3	女兵日記永信HAC	TVBS歡樂台	1.40	3	超級紅人榜	三立台灣	3.60
4	1830烏龍派出所	衛視中文	1.36	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.17
5	歡樂智多星	衛視中文	1.32	5	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	2.33
6	1900歡樂智多星	衛視中文	1.22	6	黃金光輝的人生	GTV戲劇台	1.78
7	1800烏龍派出所	衛視中文	1.20	7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.76
8	航海王	衛視中文	1.19	8	女兵日記永信HAC	TVBS歡樂台	1.75
9	綜藝玩很大Footer除臭襪	三立都會	1.11	9	綜藝玩很大Footer除臭襪	三立都會	1.54
10	花遊記	衛視中文	1.08	10	寶島神很大	三立台灣	1.45
11	烏龍派出所	衛視中文	1.02	11	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.29
12	愛的314159SEXYLOOK	東森綜合	0.99	12	1230金家好媳婦喜多納健康	三立台灣	1.28
13	愛的兀兀	東森綜合	0.86	13	1900親家	三立台灣	1.25
14	1730烏龍派出所	衛視中文	0.85	14	草地狀元	三立台灣	1.18
15	我和我的冠軍女兒	東森電影	0.84	15	民視晚間新聞	民視新聞	1.17
16	1300烏龍派出所	衛視中文	0.80	16	歡樂智多星	衛視中文	1.16
17	名偵探柯南	衛視電影	0.78	17	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.13
18	葉問2	衛視電影	0.77	18	在台灣的故事	三立台灣	1.12
19	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	0.74	19	1230金家好媳婦一家人洗髮	三立台灣	1.11
20	綜藝大熱門小三美日	三立都會	0.72	20	1230金家好媳婦輝葉按摩椅	三立台灣	1.10
平均			1.11	平均			1.84

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

※統計期間：2018/08/13-2018/08/19

# 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	5.48	1	綜藝大集合福爾血壓機	民視	4.32
2	金家好媳婦喜多納健康營養	三立台灣	3.44	2	超級紅人榜	三立台灣	2.99
3	金家好媳婦一家人洗髮精	三立台灣	3.40	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.86
4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	2.00	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.69
5	女兵日記永信HAC	TVBS歡樂台	1.67	5	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.19
6	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.50	6	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.84
7	黃金光輝的人生	GTV戲劇台	1.45	7	綜藝玩很大Footer除臭襪	三立都會	1.54
8	軍師聯盟2虎嘯龍吟	中視	1.33	8	愛妮雅舞力全開	民視	1.48
9	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.27	9	綜藝3國智	台視	1.29
10	實習醫師鬥格娘家明亮優適	民視	1.22	10	萬秀豬王尚讚	中視	1.17
11	1300大時代Footer除臭襪	民視	1.14	11	歡樂智多星	衛視中文	1.15
12	1230金家好媳婦喜多納健康	三立台灣	1.11	12	綜藝非常讚	華視	1.08
13	1900親家	三立台灣	1.10	13	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.05
14	花遊記	衛視中文	0.99	14	1900歡樂智多星	衛視中文	0.99
15	1230金家好媳婦一家人洗髮	三立台灣	0.94	15	天才衝衝衝	華視	0.99
16	1230金家好媳婦輝葉按摩椅	三立台灣	0.93	16	豬哥會社國田精品門窗	民視	0.86
17	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.86	17	綜藝大熱門小三美日	三立都會	0.75
18	2215兩夜花	三立台灣	0.85	18	中國新歌聲2	中天綜合台	0.70
19	金鐘靠近娘家明亮優適益生	民視	0.78	19	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.70
20	1930實習醫師鬥格娘家明亮	民視	0.77	20	2200超級紅人榜	三立台灣	0.69
平均			1.61	平均			1.57

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

※統計期間：2018/08/13-2018/08/19

# 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