

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.1713** |  
**03.27-04.02**





# 本期摘要

媒體放大鏡 LINE歸納4關鍵 助虛實整合行銷成功

國際視野 消費者喜歡個人化廣告 但還不夠好

科技瞭望 機器戰警！機器人將大舉取代人類工作

專案介紹 2017小明星大跟班節目置入專案

收視調查

Media  
news

# 媒體放大鏡





以「智慧入口」為遠景的LINE，在台擁有1800萬用戶，以用戶偏好分為五大族群，包括狂熱玩家、購物愛買族、旅遊達人、理財一族與3C愛好者，在LINE上不僅做溝通，更有超過3成獲取商品資訊，加上超過半數對訊息有即刻閱讀的衝動，讓LINE成為發展數位行銷的絕佳平台。

LINE歸納O2O行銷的4個成功關鍵，其中能展現人潮聚集力與訊息傳達率的「平台」、「誘因」必須呈現獎勵稀有性與形式趣味性、以便利為基礎，而讓用戶培養習慣的「友善」特質、「黏著」則是再讓人流導回平台，以海量資料創造專屬性。

據尼爾森最新調查，受訪者在LINE最常從事的行為，主要有傳訊通話（94%）、工作討論（71%）、獲得商品訊息或優惠通知（34%）、閱讀新聞（32%），與觀看影片（28%），顯見LINE不僅是通訊軟體，也是獲取優惠與新資訊的管道，且以20到49歲的工作女性為主。

調查也發現，超過半數受訪者對於訊息有「立即閱讀的衝動」，因此即刻閱讀衝動、加上取得優惠的需求，以及海量用戶、真實帳號、活躍族群的特色，都是在LINE上進行數位行銷的優勢，這樣的優勢更展延到O2O的行銷操作上。[2017/03/30,中央社]

## Google新社交軟體5月揭曉 用戶可共同編輯圖片



Google歷來推出的社交軟體都不怎麼獲得關注、市占率也相當可憐，但Google在此領域中仍不放棄，似乎計畫再推出新款通訊軟體，讓使用者可共同在線上編輯照片並透過多種方式快速分享，最快可能會在2017 Google I/O上發表這款軟體，也就是今年5月中旬左右。

Google研發的新社交產品可讓使用者共同編輯圖片，並以多種形式進行分享，Tech Crunch指出，原因可能是和蘋果上週發布的一款視訊短片產品Clips有關，其讓影片編輯門檻大幅降低，Google可能是為防止使用者遭Clips過度分流因而推出這款產品。

這款產品的亮點在於Google加入了許多電腦視覺功能（類似於YouTube、Google圖片搜索功能），使者上傳圖片後，系統會自動進行識別，建議使用者設定標籤，且未來也可在Google上被任意搜索。[2017/04/04, 匯流新聞網]

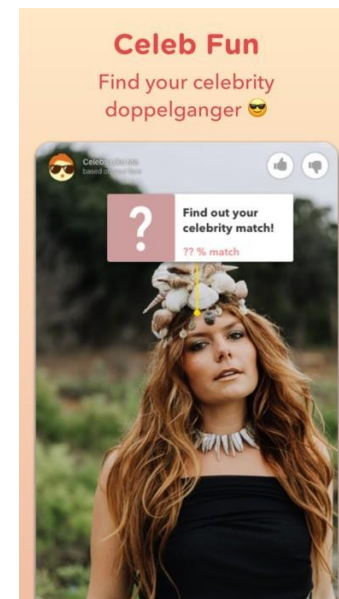


微軟推出了為iPhone設計結合AI與機器學習技術的「Sprinkles」。這並不是微軟第一次推出iOS的相機App，過去就曾推出會自動修圖的Microsoft Selfie、結合AI幫你拍出最佳照片的Microsoft Pix；跟過去比較不同的是，Sprinkles號稱是微軟第一款專為年輕人量身打造的相機App。

Sprinkles的功能跟Snapchat、Instagram有許多類似之處，提供了上百種貼圖、表情符號、文字讓用戶個性化自拍照；跟Snapchat、Instagram比較不同的是，Sprinkles結合了微軟的AI及機器學習技術，可以做到偵測臉部，進而判斷照片中人物的年紀、情緒，判斷照片中的人像哪一位明星，推薦適合的文字、貼圖給用戶，並自動判斷擺放在圖中適合的位置。

當使用者拍了一張自拍照後，Sprinkles就會判斷照片內容，利用臉部偵測技術準確的在對的位置加上帽子、鬍子，或是判斷照片中人物表情推薦適合的標題文字；例如一張皺眉的照片，Sprinkles就會推薦「放下你的皺眉吧！」

如同Snapchat、Instagram，也會根據用戶拍照的地點、時間提供地理貼圖，雖然Sprinkles會自動將貼圖擺放在適合的位置，不過用戶還是能夠依據自己的喜好調整貼圖的位置。[2017/04/05,數位時代]



## Android 擊敗 Windows 成為全球第一大操作系統

分析機構 IDC 的數據顯示，從 2008 年開始 PC 銷量就沒怎麼成長了，一直徘徊在每年 3 億台左右，該機構估計 2016 年 PC 銷量只有 2.6 億台左右。很明顯，PC 的時代快要過去了。

而 Android 則再次創下了一座里程碑。根據分析機構 StatCounter 從 250 個網站綜合的大約 150 億次訪問數據，Android 設備產生的流量在 2017 年 3 月首次超過了 Windows PC，從後者的頭上摘走第一大操作系統的王冠。「這是科技史上的一座里程碑，代表了一個時代的終結。」StatCounter CEO 奧德漢·庫倫評價。

具體來說，在上個月 Android 貢獻了全網流量的 37.93%，而來自 Windows 設備的流量仍佔據了 37.91% ——所以，Android 這次算是「險勝」。[2017/04/04,INSIDE]



# 「YouTube TV」正式上線！



傳統電視收看行為，在年輕族群18至34歲用戶間，已經愈來愈少見，他們反而花更多時間在串流影音服務上，YouTube TV就是為了吸引這個族群用戶，推出的電視串流服務。

除了能夠即時收看電視節目以外，來不及看現場播放的節目，用戶也能夠將這些影音節目儲存起來，YouTube TV提供無上限的雲端空間，每個節目影音都能儲存長達9個月。單一YouTube TV提供6個人共享帳戶，而每個分別帳戶的儲存空間一樣是無上限。

另外，YouTube TV也擁有母公司Google與YouTube的長項：搜尋。它會根據每個用戶的搜尋歷史，來推薦節目；除了輸入如節目名稱、演員等關鍵字外，使用者甚至可以輸入「時間旅行」等概念關鍵字，得到相關影音搜尋結果。

而當用戶告訴YouTube TV自己是哪個球隊的球迷時，YouTube TV還會將所有關於此球隊的比賽，都存到雲端空間中，讓用戶隨時觀看、不錯過比賽。

[2017/04/06,數位時代]



## 對付「假新聞」 臉書贊助、成立新聞誠信計畫

打擊「假新聞」，Facebook宣布，與科技界領袖、學院、非營利組織及其他機構攜手成立達1,400萬美元基金，贊助新聞誠信計畫（News Integrity Initiative）。這項全球聯盟計畫主要為社會大眾平常在網路上閱讀及分享的新聞提供專業分析，目標是提高新聞真實性，提升社會大眾對全球新聞的信心，並使社會大眾對談內容能以可靠資訊為基礎。

Facebook新聞夥伴合作主管Campbell Brown表示，作為Facebook新聞計畫的一部分，希望為用戶提供必要的工具來辨別在網上看到的訊息。提升新聞素養是全球關注的焦點，此多元化組織由CUNY組成，匯集來自世界各地的專家，致力一同建立更多知情社群。[2017/04/05,經濟日報]

NCAA三月有多瘋？根據NCAA官網報導，截至地區決賽，電視台平均收視人數是980萬人，為近24年來新高；如果包括各大電視網及串流平台，總收視人數已累計8800萬人次，隨著戰況推進，光是準決賽，總收視人數又增加520萬人次。

值得一提的是，隨著新媒體日新月異，越來越多人透過臉書、推特等社交媒體討論賽事。據統計，截至地區決賽時，共有5350萬次的觸及數，較去年增加75%；到了準決賽時更瘋狂，已累計超過6300萬次觸及數，較去年增加79%。

這波熱潮也擠壓到NBA的收看意願，以尼爾森公司在3月19日的調查報告為例，當時NCAA錦標賽才進行到第2輪，平均收視人數已達到547萬人，但同時段騎士對快艇的比賽，平均收視人數為171萬人。[2017/04/05,自由時報]



## 北市全區有線電視經營許可 北都數位拔頭籌

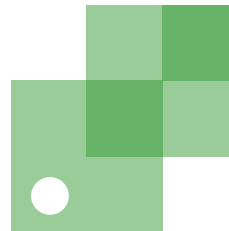
國家通訊傳播委員會（NCC）今天表示，通過北都數位有線電視申請經營台北市有線廣播電視系統分期（第2期）經營許可，成為台北市新進及暨有業者中，唯一全區經營的有線電視系統經營者，目前北都數位推出的新春優惠方案，14個月僅4200元，平均1個月僅300元，較一般有線電視資費低廉。

NCC指出，北都數位104年4月22日取得第1期經營許可，經營區域包括中山區、中正區、松山區、信義區、內湖區、大安區，並於104年11月1日開始提供有線電視收視服務，第2期將擴展至萬華區、大同區、南港區、士林區、北投區、文山區，合計台北市12個行政區429個里，幾乎所有台北市之住戶，都有機會選擇一個全新的有線電視系統經營者服務。

北都數位正持續開發數位機上盒的多元功能，結合影音、寬頻數據以及語音通訊三合一服務，朝向「數位家庭」的概念，使得電視機將成為家庭娛樂與生活資訊的中心。[2017/03/29,自由時報]

Media  
trend

# 國際視野







消費者表示他們喜歡個人化的廣告，但他們對於現有的個人化廣告並不滿意。

根據2017年2月Adobe Digital Insights的研究發現，不喜歡個人化廣告的受訪者只佔整體三分之一以下。超過三分之一的受訪者、過半數的50歲以下受訪者表示他們喜歡個人化的訊息。

但這些廣告仍需要改善。大約有三分之一的18-49歲受訪者表示，他們喜歡個人化廣告訊息，但覺得並不够好；而較年長的受訪者負面的態度更為明顯。

廣告商則表示他們對於個人化廣告皆將有更好的優化，這對於那些秉持負面態度的受訪者或許是好的開始。

2016年12月Monetate的調查指出，全球將有過半數的資深行銷人員會使用個人化廣告策略；約有三分之一表示他們準備開始使用。



### 為您顯示更實用的廣告

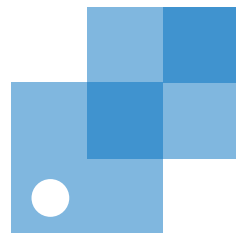
管理 Google 用來顯示廣告的資訊



資料來源：Google 網站

New  
Idea

# 科技瞭望





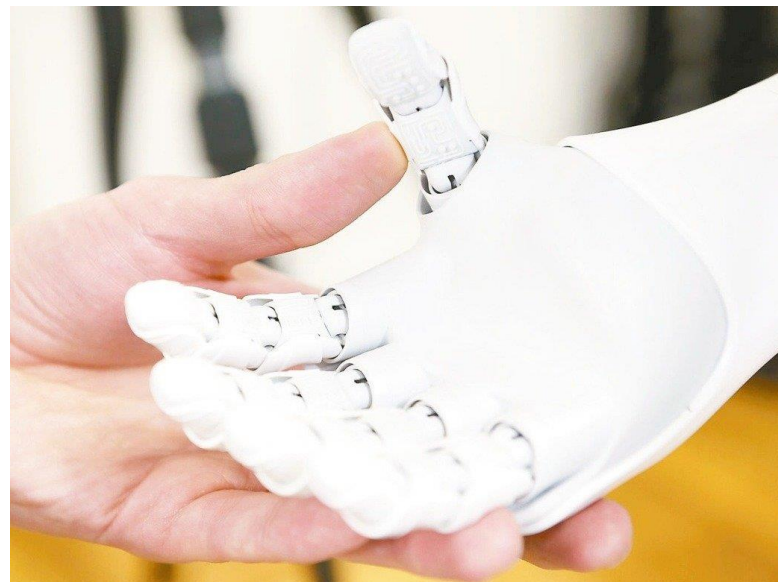
一般人現在對機器人的印象，都停留在接待、娛樂、陪伴或是生產領域，不過電影《機器戰警》中的機械警察，在現實世界真的出現了。杜拜政府宣布，今年夏天推出首批機器人警察，其實就連成人產業，性愛機器人也悄悄現身，將大舉取代人類工作。

杜拜警方宣布，機器人警察今年夏天正式推出，杜拜警察未來塑造中心（FSCDP）主任阿卜杜拉·本·蘇丹（Abdullah Bin Sultan）表示，未來計畫部署更多機器警察，來幫助處理一些警務，到2030年機器人警察預計將占整體警察隊伍規模的25%。

該款機器人警察名叫E-Patrol Robot Sheriff（電子巡邏機器人警察），由中國廠商打造，身高1.6公尺，外型不像科幻電影裡的機器戰警，比較類似鴻海機器人Pepper簡易版，透過內建搭載的人臉識別系統，可以辨識罪犯或嫌疑人。

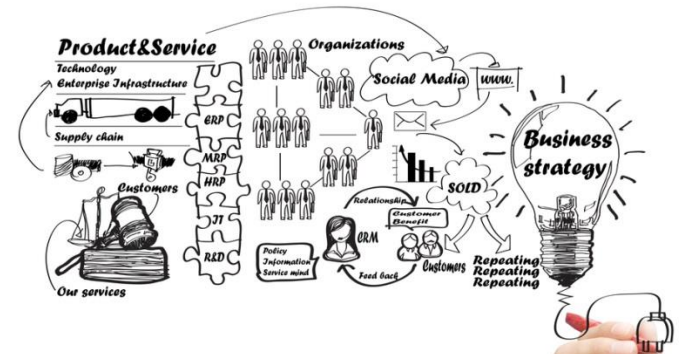
今年5月開始，機器人警察將正式在杜拜路上開始巡邏。由於具備人臉掃描技術，可以掃描遠在20米外的人臉，再由機器人身上的麥克風，連到杜拜警方呼叫中心，而當地居民還能透過機器人警察身上的螢幕來繳納罰款。

不只機器警察出現，連機器情人也不是夢。美國性愛娃娃製造商RealDoll正在打造性愛機器人，將AI人工智慧結合機器人，開發出一款可以自訂性格，可以與人類情感交流的機器人，預計在今年推出第一部分，未來甚至能搭配虛擬實境（VR）使用，不過該款機器人可不便宜，光頭部就要價1萬美金。



Project

# 專案介紹



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

1. 節目名稱：『小明星大跟班』
2. 節目類型：娛樂資訊類
3. 播出頻道：中天綜合台(每週一~五22:00~23:00首播)
4. 主持人：吳宗憲+吳姍儒
5. 製作方式：棚內座談錄製
6. 配合方式：於專案期間內，配合客戶欲傳播之品牌服務或商品等為節目討論主題，並結合客戶安排的專家代表或意見領袖等於棚內與主持人及來賓們等進行對談，加深目標族群對於該主題的深度了解，進而建立企業及的品牌形象
6. 製播日期：依客戶需求協調安排
7. 配合集數：詳專案組合



**2016金鐘獎的肯定  
品牌宣傳的最佳利器**

**就是愛憲!!**

**就是強**

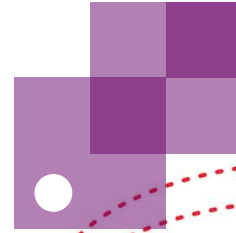


**「小明星大跟班」  
勇奪51屆電視金鐘獎  
最佳綜藝節目主持人獎!!!!**



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	春花望露	FTV	閩南語連續劇	3.98
2	綜藝大集合和運租車iRent	FTV	娛樂綜藝	3.43
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.97
4	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.04
5	媽媽不見了潤福中高齡住宅	FTV	國台語單元劇	1.89
6	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.78
7	萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	1.59
8	航海王22	TTV	卡通影片	1.49
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.46
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.42
11	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.37
12	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.33
13	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.23
14	我的愛情不平凡	TTV	國語連續劇	1.11
15	如朕親臨大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.01
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.99
17	1300春花望露	FTV	閩南語連續劇	0.96
18	哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.89
19	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	0.88
20	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生	SANLI	閩南語連續劇	3.69
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.68
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.43
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.31
5	1900孤戀花	SANLI	閩南語連續劇	1.73
6	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.67
7	對因為是家人Dr s Formula	GTV-D	韓劇	1.49
8	綜藝玩很大EasyCar	SL2	娛樂綜藝	1.38
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.37
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.32
11	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.26
12	1900珍珠人生	SANLI	閩南語連續劇	1.23
13	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.06
14	X戰警天啟	*SMIT	外片	1.00
15	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.97
16	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.97
17	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.95
18	2215含笑食堂鉅菲頂級保養	SANLI	閩南語連續劇	0.93
19	2200愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.90
20	綜藝大熱門小三美日	SL2	娛樂綜藝	0.89

## 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	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.26
2	春花望露	FTV	閩南語連續劇	1.67
3	我的愛情不平凡	TTV	國語連續劇	1.62
4	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.53
5	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.42
6	航海王22	TTV	卡通影片	1.33
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.28
8	綜藝大集合和運租車iRent	FTV	娛樂綜藝	1.27
9	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.25
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.06

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.40
2	春花望露	FTV	閩南語連續劇	2.31
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.84
4	綜藝大集合和運租車iRent	FTV	娛樂綜藝	1.80
5	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.39
6	航海王22	TTV	卡通影片	1.28
7	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.16
8	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.12
9	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.04
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.02

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.62
2	春花望露	FTV	閩南語連續劇	2.59
3	綜藝大集合和運租車iRent	FTV	娛樂綜藝	2.36
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.02
5	麥當勞大大雞腿飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.62
6	媽媽不見了潤福中高齡住宅	FTV	國台語單元劇	1.51
7	航海王22	TTV	卡通影片	1.47
8	如朕親臨大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.41
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.40
10	我的愛情不平凡	TTV	國語連續劇	1.28

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	春花望露	FTV	閩南語連續劇	7.12
2	綜藝大集合和運租車iRent	FTV	娛樂綜藝	5.87
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.28
4	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	3.49
5	媽媽不見了潤福中高齡住宅	FTV	國台語單元劇	3.17
6	萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	3.01
7	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.86
8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.99
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.71
10	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.67





## 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	甘味人生	SANLI	閩南語連續劇	2.67
2	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.92
3	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.34
4	綜藝玩很大EasyCar	SL2	娛樂綜藝	1.26
5	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.21
6	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.20
7	2200綜藝大熱門小三美日	SL2	娛樂綜藝	1.17
8	型男大主廚	SL2	美食旅遊節目	1.16
9	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.13
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.11

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生	SANLI	閩南語連續劇	2.92
2	綜藝玩很大EasyCar	SL2	娛樂綜藝	1.88
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.65
4	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.46
5	X戰警天啟	*SMIT	外片	1.29
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.25
7	1900孤戀花	SANLI	閩南語連續劇	1.21
8	綜藝大熱門小三美日	SL2	娛樂綜藝	1.04
9	直16 17NBA火VS勇	VLSPT	籃球	1.04
10	直我們甲子中職28富VS中	VLSPT	棒球	0.97

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生	SANLI	閩南語連續劇	2.57
2	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	2.24
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.54
4	綜藝玩很大EasyCar	SL2	娛樂綜藝	1.48
5	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.48
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.47
7	X戰警天啟	*SMIT	外片	1.31
8	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.28
9	對因為是家人Dr s Formula	GTV-D	韓劇	1.26
10	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.18

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生	SANLI	閩南語連續劇	5.62
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.21
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	5.02
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	4.04
5	1900孤戀花	SANLI	閩南語連續劇	2.94
6	對因為是家人Dr s Formula	GTV-D	韓劇	2.70
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.47
8	1900珍珠人生	SANLI	閩南語連續劇	2.13
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.92
10	2200愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.59



## 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	0.53	0.28	0.29	0.43	0.83
CTV/中視	0.41	0.15	0.18	0.28	0.74
FTV/民視	0.36	0.07	0.13	0.17	0.75
CTS/華視	0.24	0.20	0.10	0.22	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	0.29	0.47	0.65
ET-N/東森新聞	0.40	0.15	0.29	0.39	0.62
FTVN/民視新聞	0.36	0.08	0.12	0.21	0.74
CTiN/中天新聞台	0.35	0.08	0.16	0.30	0.63
SETN/三立新聞	0.33	0.08	0.16	0.28	0.62
EFNC/東森財經新聞台	0.20	0.05	0.08	0.18	0.34
ERA-N/年代新聞台	0.19	0.03	0.07	0.12	0.39
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.08	0.12	0.31
NTVN/壹新聞	0.12	0.03	0.06	0.11	0.20

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	春花望露	FTV	3.98
2	甘味人生	SANLI	3.69
3	戲說台灣	SANLI	2.31
4	媽媽不見了潤福中高齡住宅	FTV	1.89
5	1900孤戀花	SANLI	1.73
6	極品絕配欣台保經	SL2	1.67
7	對因為是家人Dr s Formula	GTV-D	1.49
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.37
9	1900珍珠人生	SANLI	1.23
10	我的老師叫小賀	FTV	1.23

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合和運租車iRent	FTV	3.43
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.97
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.68
4	超級紅人榜	SANLI	2.43
5	OPPO R9s R9s P綜藝玩很大	CTV	2.04
6	華視天王豬哥秀	CTS	1.78
7	萬秀豬王	CTV	1.59
8	天才衝衝衝	CTS	1.46
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.42
10	綜藝玩很大EasyCar	SL2	1.38

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.26
2	新聞深喉嚨	CTiN	0.88
3	神秘52區	CTiN	0.80
4	政經看民視	FTVN	0.74
5	李四端s雲端世界	ET-N	0.71
6	少康戰情室	TVBS	0.71
7	新聞龍捲風嗆鮮爆	CTiN	0.67
8	關鍵時刻	ET-N	0.67
9	非凡最前線	UBN	0.65
10	文茜的世界財經周報	CTiN	0.63

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	型男大主廚	SL2	0.97
2	青春好7淘	SANLI	0.84
3	直我們甲子中職28富VS中	VLSPT	0.78
4	直16 17NBA火VS勇	VLSPT	0.77
5	直我們甲子中職28富VS中	VLMAX	0.73
6	大陸尋奇	CTV	0.67
7	直我們甲子中職28統VS中	VLSPT	0.61
8	美鳳有約	FTV	0.52
9	食尚玩家	TVBSG	0.51
10	愛玩客之移動廚房OB嚴選	SL2	0.51

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

