

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1730
07.24-07.30





本期摘要

媒體放大鏡 台灣直播市場調查：網友直播看什麼？

國際視野 人們會觀看完整的視頻廣告...如果他們獲得獎勵

科技瞭望 美企為員工植微晶片，讓他們用「手」刷卡

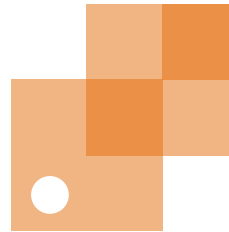
專案介紹 2017 ETNEWS 世大運媒體專案

收視調查

網路觀察 June 2017

Media
news

媒體放大鏡





收看直播節目的平台



Base: 全體受訪者 N=627
資料來源: 創市集市場研究顧問 Apr. 2017

台灣網友直播看什麼？根據調查結果顯示，近三個月有收看直播的受訪者，其收看的節目類型為「休閒生活(46.6%)」，如烹飪、美食、閒聊等，其次為「綜藝娛樂(38.3%)」，第三則是「音樂播放或表演(34.4%)」。

從不同的族群輪廓來看，男性會收看新聞、體育、遊戲直播節目的比率皆高於女性，而女性則對於休閒生活（如烹飪、美食、閒聊等）、專業資訊（如星座命理、保養美妝等）的喜好度較高。而近期競爭白熱化的「消費/拍賣」直播節目，也有25.7%的收看率，收視族群在男女差異上並不大，應該與販賣商品路線廣泛有關，而後續發展也值得觀察。而有藝人、經紀公司加持的直播平台如「17直播(14.0%)」，則是最多人收看的直播平台。從受訪者輪廓來看，會收看社群網站直播者都是女性較多，而男性則是使用直播平台的比率稍高。

從調查發現，收看直播內容、使用平台存在性別、年齡差異，共通點是軟性內容為主，如休閒生活、綜藝音樂等，且和使用率高的社群、影音網站重複率高。然直播平台蓬勃發展，未來閱聽眾的眼球會轉向哪，卻是無法預測、值得關注。而網路直播具備即時性、互動性高的特點，同時也有不限時地的可收看的優勢，但收視態度卻並非完全專注，因此對於品牌廠商來說，想藉著直播經濟風潮加入產品行銷，如何吸睛和吸金都是重點挑戰！[2017/07/23, 動腦brain]

變更搜尋廣告位置可增加點擊率？

根據 Accuracast分析，Google 於 2016 年 2 月 19 日更改桌面搜尋結果上的展示廣告位置，經過 12 個月追蹤 200 萬次搜尋發現，Google 停止桌面搜尋結果右側展示廣告，並在自然搜尋結果上方添加了第四列訊息，結果顯示變更搜尋廣告位置可增加搜尋結果點擊率，排序越上方效果越好，以長遠的眼光來看，是否仍然可以獲得用戶更多的點擊，仍待觀察。

針對每個位置的點擊率，比較變更之前和之後的變化，可以看到搜尋結果的前四則訊息點擊率都有所增加，位置 3 和 4 的點擊率增幅最大。然而，第5則在更改後點擊率略有下降，點擊率微幅下降，是受到上方訊息的威脅所致。排名前 4 的點擊率，較去年同期增長 49.04 %，

這樣的結果顯示，Google 搜尋廣告的盈利能力大幅上漲。雖然，大多數用戶沒有注意到這種變化，也沒有注意到自己每月使用搜尋的次數越來越多。這項研究的數據追蹤 12 個月期間，Google 刪除右欄廣告之前和之後的 200 萬次搜尋，數據量只有 200 萬次是否足夠測量出，相同位置的訊息在變更前後的變化？同時大家不應該忽略新的廣告格式，同樣會影響廣告的點擊率。[2017/07/26, 動腦brain]

桌面搜尋結果頁上的廣告點擊率變化

位置	舊點擊率	新點擊率	點擊率變化
1	5.77%	7.65%	32.56%
2	2.48%	2.84%	14.79%
3	1.28%	2.20%	72.44%
4	1.08%	1.64%	51.85%
五	0.84%	0.78%	-7.56%

※不包括手機和手持設備的搜尋結果頁



Google 7/27 發表和市調公司 Ipsos ASI 合作的《台灣中小企業網路行銷行為分析報告》。本次報告指出，台灣行動裝置持有率高達82%，不論在亞太或全球都是相當高的比例。有網站的中小企業在官網加入影音內容的比例從 36% 增加到50%，李芝禎分析主因為影音技術成熟而製作成本降低之故。另一個原因則是企業也體認到觀眾明顯愛看影音的事實。另外，直接在網站中導入電商功能的公司則從 24% 成長到 34%，也是本調查中判斷數位參與度高低的指標之一。

李芝禎提到，台灣和亞洲國家行銷大方向一致，但特別的是，中小企業平均成員數僅有 7 人，相較之下更「微型」，卻也因此缺乏行銷專職人員，而錯失數位行銷的趨勢。報告中，有 53% 的高數位參與度企業主認為行銷工具有用，預期可在未來 12 個月推動業務成長。而雖然消費者購買行為已經大部分轉移到手機上，但真正建置行動版網頁的中小企業卻只有 32%。

去年底開始，Facebook 廣告費用劇烈上升，投入線上的廣告主也更多，因此下廣告如何下才有效就成了更重要的問題。李芝禎認為，數位廣告發展初期，最顯眼的數字就是關鍵字排名，造成廣告主追著排名跑的現象。然而她建議要機要成長不只是一味和眾人搶排名，還能玩出很多變現方法。李芝禎舉例，瞄準不同成效比如推廣來店造訪、客服聯絡、釋出優惠券、填寫問券等等都是引導客戶消費的方法，因此 Google 合作夥伴現在也以成效導向協助中小企業廣告主，配合不同目標擬定行銷策略與投放廣告，會比追求關鍵字排名更有效。[2017/07/27, INSIDE]

Flurry公布App使用數據，台灣和全球使用變化大不同

行動數據分析及廣告平台Flurry目前在全球追蹤的App數量突破百萬個，追蹤的裝置數量超過21億個；在台灣追蹤的App數量與裝置數則分別是6750個和2490萬個。今（25）日在台灣舉辦的「2017 Flurry行動開發者大會」上，Flurry全球產品總監克里斯多夫·克勞茲巴赫(Christopher Klotzbach)公開多項數據，其中與台灣直接相關的在地數據顯示，去年在台灣以商業財經類型的App使用量成長最多；個人化App的衰退最明顯。同時台灣的整體App使用量年增幅度只有1%，低於全球平均的11%，顯然已經進入成長高原期。

有趣的是，從2016年各類型App使用量的消長來看，台灣使用者的偏好走向和全球有明顯的不同。如以App使用量成長率前三名來看，全球的結果依序為社交訊息類、運動類和商業財經類App；台灣的前三名則是商用財經類、新聞雜誌類和工具及生產力App，其中新聞雜誌這個類別在全球市場不僅不在前三名，更出現5%的衰退。不過在遊戲和個人化App的衰退這點，兩邊倒是相當一致。

克勞茲巴赫認為，雖然經過九年發展，App市場已經不容易看到大幅成長，但市場成熟代表蓬勃發展，未必是壞事。他也指出，時下熱門的智慧音箱還有AR、VR等新科技趨勢的發展，都可能為App帶來新機會。[2017/07/25, 數位時代]



雖然Facebook過去幾個季度一再預告，受廣告投放空間瀕臨上限的影響，廣告成長動能可能會減弱，但就第二季的財報來看，Facebook還是交出一張漂亮的成績單，包括月活躍用戶數成長17%突破20億人，以及營收增長45%達93億美元，而淨利更大幅成長71%至38.94億美元的新高。

根據Facebook最新公布的財報數據，廣告收入目前仍占Facebook整體營收超過9成，在第二季年成長47%達92億美元，其中行動廣告持續是帶動成長的主力，年增幅度為53%，達到80億美元，同時也將行動的營收占比從去年同期的84%進一步提高到87%。

而就區域表現來看，廣告收入也呈現全面增長態勢，當中以其他地區成長56%為最高，其次依序是亞太區成長54%、北美成長45%、歐洲成長43%。整體來看，第二季Facebook廣告平均價格成長了24%。

另外Facebook營運長雪柔·桑德柏格 (Sheryl Sandberg) 宣布，Facebook目前的企業用戶數已經突破七千萬家，Instagram也超過1500萬家。[2017/07/27, 數位時代]

不受廣告主影響，YouTube 持續擴張影音廣告版圖

Google 母公司 Alphabet 24 日公布財報，獲利不意外地因遭歐盟罰款出現衰退，但營收成長還是相當強勁。Alphabet 財務長茹絲·波萊特表示，行動搜尋和 YouTube 就是兩大主力成長動能。

Google 行動營收的成長不讓人意外，倒是 YouTube 今年 3 月因為仇恨言論和偏激內容爭議，遭電信公司 Verizon、AT&T，以及嬌生集團、麥當勞等上百家知名品牌杯葛，營收卻似乎絲毫不受影響，讓市場訝異。

如 Google 執行長桑德爾·皮蔡形容，YouTube 的全球化擴張進展堪比 Google 的搜尋業務。他也指出，YouTube 的成長不只表現在行動端，也在新興市場和大螢幕市場看到顯著增長，其中特別在「客廳」成長最快，他們發現使用者透過電視觀看 YouTube 的時間幾乎比 2016 年同期倍增。

皮蔡同時也提到，YouTube 在第二季推出由廣告商贊助的原創節目，目前也普遍得到正面回饋。他看好 YouTube 接下來在行動、新興市場和大螢幕這幾個領域還有很多成長空間。未來 Alphabet 是否會讓 YouTube 獨立上市目前還不清楚，但可以確定的是，YouTube 已經平息了廣告主的杯葛危機，並在吃掉電視廣告這塊大餅的路上頗有斬獲。[2017/07/28, 科技新報]



台灣大哥大總經理鄭俊卿今天表示，my系列線上音樂、線上影音、電子書服務去年都獲利，且線上影音付費用戶已超過百萬，明年規模若放大到150萬，可望籌拍原創短戲劇。

為培育影視音人才，台灣大哥大啟動「2017勇敢追夢計畫2.0」，今年有別於以往，是國內電信業者和流行音樂唱片業者的首次跨界合作，攜手福茂唱片共同打造新生代歌手黃靈睿，個人首張數位單曲「天堂不是想像」MV今天首播。

同時，台灣大更宣布素人圓夢計畫的最高潮，也就是「天堂不是想像」MV將同步上傳 YouTube、Facebook，若歌曲與MV在YouTube、Facebook 上的點閱率加總破百萬，台灣大明年初將把黃靈睿送上小巨蛋的萬人舞台表演圓夢。

鄭俊卿透露，在OTT (Over-The-Top) 串流影音市場，台灣大myVideo是少數賺錢的服務，註冊會員已超過200萬，其中月租與單點的付費會員超過100萬，今年陸續在凱擘等有線電視平台上架後，預期一年後付費會員數可達150萬到200萬。

他說，等到myVideo用戶規模放大，有機會與凱擘影藝合作籌拍5到10集的短戲劇，進軍原創內容，畢竟原創內容是促使OTT大幅成長的動力，希望能將myVideo打造成「台灣的Netflix」，成為台灣付費OTT影音第一名。[2017/07/25, 中央社]

搶暑假商機 影音平台首推互動卡通

針對暑假，國際影音串流平台Netflix首度推出互動式卡通，自己決定故事的情節，像是《鞋貓劍客：魔法書中逃》，共13個關卡，26個選擇，觀眾自己選擇接下來的劇情，例如當鞋貓劍客發現自己身處《三隻熊》的故事中，而三隻熊正盯著牠看，選擇熊是敵人還是朋友呢？不同的選擇會有不同的劇情，不會讓孩子呆呆傻傻的看完整部影片。整部互動影片大約18~39分鐘不等，但目前只有英文版，另一部為《雷霆卡車巴迪：點子袋》，就有中文翻譯，共有8個關卡，雖然目前互動影片只有兩部，但業者私下透漏9月還會有新片加入，但互動選擇必須靠平板、手機或是智慧電視才能操控。[2017/07/29, 蘋果日報]

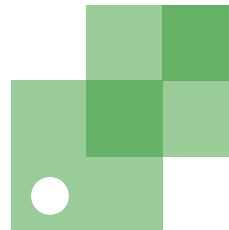


NCC開媒體防壟斷公聽會

國家通訊傳播委員會 (NCC) 日前公布「媒體壟斷防制與多元維護法」草案，並將從明 (31) 日起，以約二個月的時間舉辦公聽會、座談會，聽取各方的意見，並將在這部法案中訂出媒體合併的「紅線」、「黃線」，對媒體整併有所規範。不過座談會尚未上路，業界已經有反彈之聲，認為NCC在各項規定上有定義不清、越權，甚至比現行法令更嚴苛的狀況，「反業界趨勢而行」。根據草案規定，對「合併」的定義，包括與其他媒體合併後，持有或取得其他媒體之股權或資本額達10%，或是受讓或承租其他媒體全部或主要部分之營業或財產；或與其他媒體共同經營、聯合經營或委託他人經營；或直接或間接控制其他媒體之業務經營或人事任免，或與其他媒體形成共同控制之關係。[2017/07/30, 經濟日報]

Media
trend

國際視野



廣告代理商Jun Group在2017年7月發表一項報告，關於15秒及30秒網路視頻廣告的價值交換設置檢視。（根據Jun Group表示，廣告價值交換設置意指由用戶啟動數位廣告來觀看，以換取一些商品例如點數、啟用Wi-Fi、取得音樂、或其他數位商品。）

他們發現，美國大多數的網路觀眾會願意看完一段視頻，如果他們可以因此獲得某些類型的獎勵的話。

13-19歲的青少年及50-59歲的成人，在15秒及30秒廣告的播完率最高，而不意外的，所有年齡層15秒廣告的播完率均高於或等於30秒。

此外，40歲以下的受訪者較可能看完15秒的廣告視頻以換取獎勵，而不一定會看完30秒的廣告。

若以性別來看，女性的15秒及30秒廣告播完率均略高於男性，但整體來說，男性及女性都呈現高度的可能去看完兩種視頻廣告以換取獎勵。

但仍有部分的受訪者寧可付費購買商品，也不願觀看任何廣告。

US Digital Video Ad Benchmarks: Video Completion Rate (VCR), by Gender and Video Ad Length, H2 2016 among impressions served by Jun Group

15 seconds



30 seconds



■ Female

■ Male

Note: represents activity on the Jun Group platform, broader industry metrics may vary

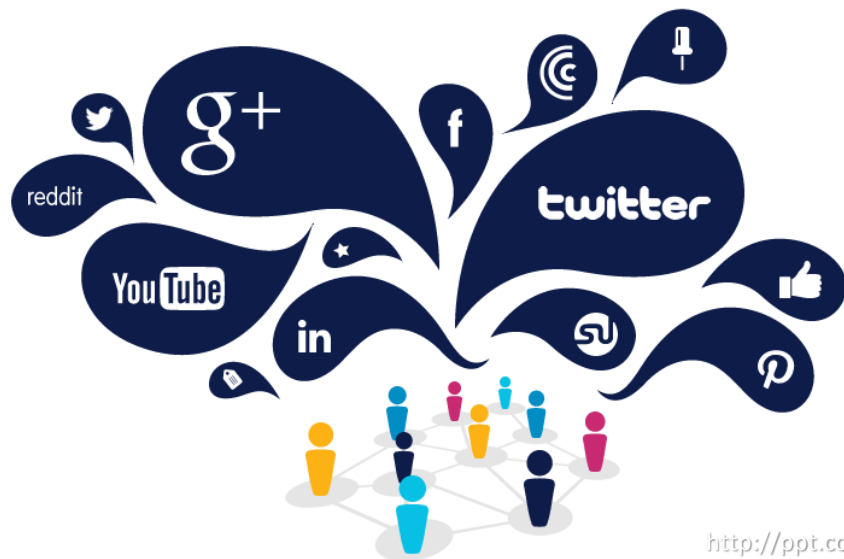
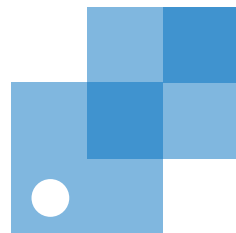
Source: Jun Group, "Value Exchange Audience Behavioral Study," July 13, 2017

229079

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



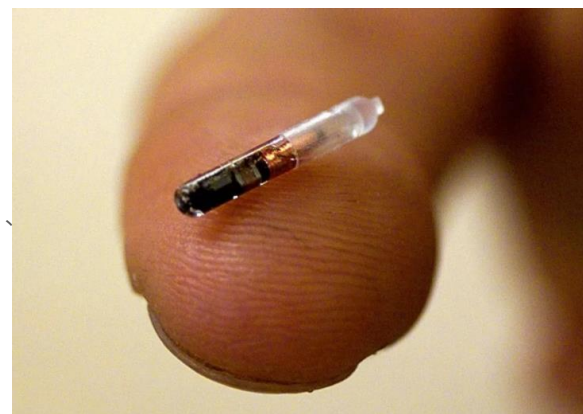
美企為員工植微晶片，讓他們用「手」刷卡

許多電影或遊戲漫畫都出現過，在人體植入微型晶片或注射微型機器人，以便管理的橋段。但這即將化作現實了！這間位於 Wisconsin 的 Three Square Market 公司宣佈，他們即將成為美國第一家為員工植入微晶片的公司。

Three Square Marke 表示，這塊微晶片中還包含了「微型信用卡」，讓員工可以在午餐或休息時間時，直接用「手」刷卡購餐；此外還用以門禁、使開啟印表機、登錄辦公電腦、解鎖手機、共享名片，以及儲存個人醫療資訊等功能。

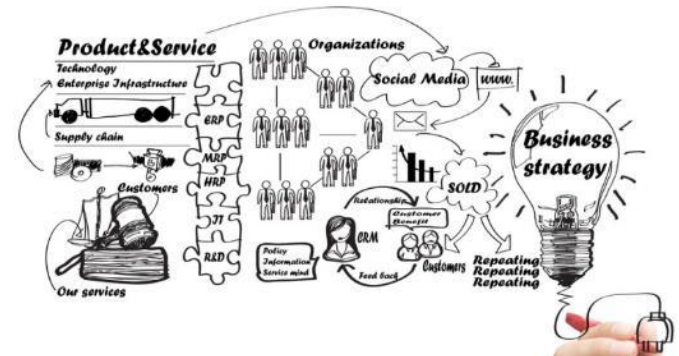
目前該公司預計已有 50 名志願者植入晶片，植入部位為拇指和食指之間，每片晶片成本為 300 美元，而且該公司執行長 Todd Westby 還表示晶片數據經過加密十分安全，而且「絕對沒有 GPS」。

就跟現今許多手機支付主流一樣，技術上這塊微晶片也同時採用 RFID 與 NFC 兩種通訊方式來讀取/儲存外部或產品上的資料。



Project

專案介紹



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

ETNEWS 打造
2017世大運專頁

2017世大運 圖文專頁報導

2017 台北世大運

- ★ 賽事報導
- ★ 焦點新聞
- ★ 開幕倒數
- ★ 賽事花絮
- ★ 選手英雄

<http://www.ettoday.net/feature/2017tpeuniversity>



超強賽事結合

- 1 結合2017世大運賽事，號召全民團結為中華隊加油集氣！
- 2 經典2017世大運賽事、選手介紹、即時賽況、隨身跟追、不漏接！
- 3 Pc+手機網+app+FB四大平台，超強賽事結合、超強行銷曝光，品牌加值up up up~

Anytime X
Everywhere X
2017 世大運

1

世大運新聞 文末BANNER

配合2017世大運前後爆量稿件，以新聞文末「鎖定TAG」做專屬BANNER大量露出，行銷於無形！
賽事緊密結合 品牌加分upup!

贊助金額(每/每月限3家)

6月/ 預估稿量300 則+	7月/ 預估稿量300 則+	8月/ 預估稿量600 則+
----------------------	----------------------	----------------------

*以月銷售，每月限三家，依照預算、簽回時間，優先排序



3

世大運專區 特殊廣告

【轟天雷】
A) 轟天雷
B) 轟天雷(30"影音)
C) 轟天雷(CRAZY)

【凱旋門】
A) 凱旋門
B) 凱旋門(30"影音)
C) 凱旋門(CRAZY)



第一次-會自動展開10秒收回(背景透明)

第二次-置頂超特大橫幅(點擊後,會打開)

4

主題新聞專區 - 列表頁



主題新聞專區 - 新聞頁



世大運專區

1. 主題版頭大Banner

2. 巨幅1(位置不指定)

3. 巨幅2(位置不指定)

不限家數/不保證imp

14

5

聯名 LOGO 露出



聯名 LOGO露出(示意)

15

6

粉絲團 _ 推文連結置入(可聯外)



藉由ETtoday粉絲團社群2017世大運賽事推文連結, 加強社群行銷、增加與網友接觸及互動, 口碑傳播!

net(新聞雲5則+分享雲5則+運動雲10則)

net(新聞雲12則+分享雲18則+運動雲50則)

Ps. 需遵守fb及ETtoday社群相關規定, 且新聞雲fb每天至多2則、分享雲fb每天至多3則、運動雲fb每天至多10則

16

7

APP_2017世大運

我是預測王-天天投 中獎機會越大

1

側欄廣告點選進入活動頁



2

活動直播



可置入贈品 圖文資訊 (尋求贊助提供)

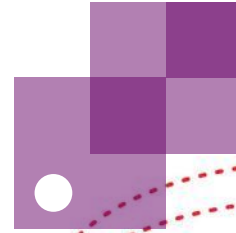
- 活動網頁商品曝光*1式
- 活動稿件*1則贈品露出
- 社群推文*2則贈品露出

露出位置

17

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	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	4.35
2	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	4.34
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.98
4	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.77
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.05
6	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.05
7	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.71
8	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	1.59
9	航海王23	TTV	卡通影片	1.59
10	我的愛情不平凡大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.46
11	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.24
12	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.22
13	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.15
14	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.15
15	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.13
16	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.07
17	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.02
18	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.02
19	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.99
20	滿漢大餐五味八珍的歲月	TTV	國台語單元劇	0.98

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	3.09
2	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	2.83
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.50
4	燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	2.46
5	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	2.13
6	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.00
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.85
8	屍速列車	ET-M	外片	1.54
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.33
10	大力女都奉順熹妃傳	ET-D	韓劇	1.33
11	2000燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	1.32
12	在台灣的故事麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.26
13	神偷奶爸2	YOYO	外片	1.13
14	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.08
15	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.03
16	2200浪漫醫生金師傅搶先看	ET-D	其他節目	1.01
17	中國新歌聲	CTiV	競賽綜藝	1.01
18	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.01
19	新聞龍捲風罕見雙颱接力	CTiN	新聞性質節目	1.01
20	露西	ET-WM	外片	0.98

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 R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.77
2	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.52
3	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	2.25
4	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	2.21
5	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.04
6	我的愛情不平凡大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.73
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.55
8	航海王23	TTV	卡通影片	1.55
9	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.39
10	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	1.33

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.27
2	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.72
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.50
4	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	2.49
5	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	2.31
6	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.19
7	航海王23	TTV	卡通影片	1.45
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.41
9	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.34
10	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.28

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	4.16
2	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	3.51
3	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.80
4	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.43
5	我的愛情不平凡大誠保險經	TTV	國語連續劇	2.36
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.98
7	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	1.69
8	滿漢大餐五味八珍的歲月	TTV	國台語單元劇	1.58
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.51
10	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.51

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	7.67
2	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	6.90
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.55
4	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	3.28
5	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.93
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.34
7	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.14
8	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.82
9	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	1.74
10	航海王23	TTV	卡通影片	1.58

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	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	2.32
2	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.20
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.94
4	燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	1.75
5	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.66
6	旅行應援團	*SCC	美食旅遊節目	1.47
7	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.40
8	2000燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	1.34
9	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.26
10	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.24

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	3.22
2	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.99
3	燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	1.97
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.88
5	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.80
6	屍速列車	ET-M	外片	1.77
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.62
8	在台灣的故事麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.38
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.33
10	神偷奶爸2	YOYO	外片	1.18

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	3.47
2	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	3.11
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.67
4	屍速列車	ET-M	外片	2.62
5	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.11
6	大力女都奉順熹妃傳	ET-D	韓劇	1.81
7	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.59
8	2000燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	1.57
9	神偷奶爸2	YOYO	外片	1.29
10	日本太太好吃驚	VLJP	資訊綜藝	1.24

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	5.35
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.92
3	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	4.29
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.09
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.24
6	燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	2.21
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.88
8	在台灣的故事麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.73
9	1230一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.64
10	1900白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.52

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	0.64	0.47	0.42	0.50	0.96
CTV/中視	0.55	0.28	0.26	0.36	0.98
FTV/民視	0.37	0.09	0.11	0.14	0.78
CTS/華視	0.29	0.24	0.14	0.29	0.38

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	0.61	0.28	0.35	0.66	0.89
ET-N/東森新聞	0.57	0.29	0.33	0.59	0.86
SETN/三立新聞	0.55	0.17	0.26	0.48	0.97
FTVN/民視新聞	0.53	0.18	0.18	0.36	1.02
CTiN/中天新聞台	0.48	0.16	0.21	0.39	0.86
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.06	0.09	0.19	0.5
EFNC/東森財經新聞台	0.19	0.09	0.08	0.21	0.28
NTVN/壹新聞	0.17	0.06	0.09	0.17	0.28
UBN/非凡新聞	0.16	0.04	0.09	0.13	0.29

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	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	4.35
2	一家人日立變頻冷氣	SANLI	3.09
3	燦爛的守護神鬼怪	*SCC	2.46
4	極品絕配欣台保經	SL2	2.13
5	戲說台灣	SANLI	1.85
6	我的愛情不平凡大誠保險經	TTV	1.46
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.33
8	大力女都奉順熹妃傳	ET-D	1.33
9	2000燦爛的守護神鬼怪	*SCC	1.32
10	我的老師叫小賀	FTV	1.15

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合	FTV	4.34
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.98
3	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	2.83
4	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	2.77
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.50
6	飢餓遊戲	CTV	2.05
7	超級天王豬哥秀	CTS	2.05
8	綜藝玩很大	SL2	2.00
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.71
10	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	1.59

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.08
2	新聞深喉嚨	CTiN	1.03
3	新聞龍捲風罕見雙颱接力	CTiN	1.01
4	新聞龍捲風雙颱夾擊炸全台	CTiN	0.96
5	2200文茜的世界周報	CTiN	0.79
6	少康戰情室	TVBS	0.75
7	政經看民視	FTVN	0.74
8	毒害人生TVBS追毒實錄	TVBSN	0.74
9	非凡最前線	UBN	0.67
10	新台灣加油	SETN	0.65

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	0.99
2	型男大主廚	SL2	0.91
3	青春好7淘麥卡貝	SANLI	0.70
4	旅行應援團	*SCC	0.59
5	直棒球殿堂中職28統VS中	VLMAX	0.50
6	愛玩客一家人益生菌	SL2	0.50
7	食尚玩家	TVBSG	0.48
8	美國職棒看民視皇家VS紅襪	FTV	0.47
9	愛玩客之移動廚房一家人益	SL2	0.46
10	食尚玩家就要醬玩	TVBSG	0.43

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	Yahoo Sites	2,339	94.2	676	279	268	43,078	6.5	18.4
2	Google Sites	2,320	93.4	1,072	1635	1073	112,680	14.5	48.6
3	Facebook	1,892	76.2	623	786	699	55,517	14.2	29.3
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,492	60.1	226	31	29	9,427	3.3	6.3
5	Microsoft Sites	1,397	56.3	243	49	45	13,754	3.5	9.8
6	LINE Corporation	1,378	55.5	426	6	5	1,625	3.6	1.2
7	Wikimedia Foundation Sites	1,125	45.3	143	17	24	6,335	2.6	5.6
8	Garena Online	1,115	44.9	621	8	10	2,482	3.1	2.2
9	Chunghwa Telecom	999	40.2	90	11	13	3,522	3.2	3.5
10	ETtoday & EMI Group	940	37.9	137	8	10	5,442	1.4	5.8
11	Oneup Network Corporation	917	36.9	154	57	53	8,815	6.5	9.6
12	Next Media Interactive Ltd.	877	35.3	87	9	8	3,349	2.7	3.8
13	PTT.CC	863	34.8	94	7	9	3,675	1.8	4.3
14	UDN Group	826	33.2	98	13	9	3,623	3.7	4.4
15	Baidu.com Inc.	746	30.0	72	9	9	2,900	3.1	3.9
16	Liberty Times Group	709	28.5	61	6	6	2,098	2.7	3.0
17	Cite Media Holding Group	673	27.1	40	6	8	1,447	4.4	2.2
18	KKNEWS.CC	573	23.1	41	5	3	1,440	3.5	2.5
19	Valve Corporation	529	21.3	234	15	20	3,594	4.3	6.8
20	PChome Online	528	21.3	36	5	16	1,424	3.5	2.7

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	Yahoo Sites	2,741	97.6	978	605	621	64,760	9.3	23.6
2	Google Sites	2,597	92.4	1,164	1491	1076	120,516	12.4	46.4
3	Facebook	2,010	71.5	647	856	905	56,039	15.3	27.9
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,763	62.8	287	38	38	12,676	3.0	7.2
5	Microsoft Sites	1,686	60.0	353	80	62	20,133	4.0	11.9
6	LINE Corporation	1,654	58.9	619	10	10	2,803	3.5	1.7
7	Next Media Interactive Ltd.	1,200	42.7	154	18	12	6,376	2.8	5.3
8	Chunghwa Telecom	1,188	42.3	130	17	20	5,042	3.4	4.2
9	Wikimedia Foundation Sites	1,123	40.0	128	13	21	5,306	2.5	4.7
10	ETtoday & EMI Group	1,118	39.8	185	12	16	7,445	1.6	6.7
11	UDN Group	1,060	37.7	158	26	17	6,011	4.3	5.7
12	PTT.CC	1,023	36.4	119	9	12	4,852	1.8	4.7
13	Liberty Times Group	927	33.0	96	10	11	3,572	2.9	3.9
14	Cite Media Holding Group	899	32.0	53	8	9	1,910	4.0	2.1
15	Oneup Network Corporation	814	29.0	145	49	53	8,511	5.8	10.5
16	PChome Online	810	28.8	66	12	30	2,727	4.4	3.4
17	Yong Sheng Technology	774	27.5	95	21	17	4,104	5.0	5.3
18	Baidu.com Inc.	764	27.2	93	18	17	4,608	3.9	6.0
19	China Times Group	747	26.6	71	3	5	2,542	1.1	3.4
20	Sanlih Media Group	722	25.7	70	9	5	2,484	3.7	3.4

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	Yahoo Sites	2,753	98.4	1,167	978	928	85,941	11.4	31.2
2	Google Sites	2,561	91.5	1,083	1220	866	100,140	12.2	39.1
3	Facebook	1,818	65.0	537	601	597	42,045	14.3	23.1
4	Microsoft Sites	1,700	60.7	400	140	67	21,802	6.4	12.8
5	PIXNET Digital Media Corporation	1,629	58.2	234	32	31	10,198	3.1	6.3
6	LINE Corporation	1,423	50.8	549	9	8	1,958	4.7	1.4
7	Chunghwa Telecom	1,201	42.9	133	24	23	5,288	4.5	4.4
8	UDN Group	1,100	39.3	200	59	33	8,604	6.8	7.8
9	Next Media Interactive Ltd.	1,055	37.7	145	31	22	6,725	4.6	6.4
10	Wikimedia Foundation Sites	964	34.5	95	10	13	3,839	2.7	4.0
11	ETtoday & EMI Group	940	33.6	138	13	17	5,442	2.4	5.8
12	Liberty Times Group	892	31.9	107	22	22	4,829	4.6	5.4
13	Sanlih Media Group	875	31.3	97	15	8	3,404	4.3	3.9
14	PChome Online	847	30.3	93	25	62	4,744	5.2	5.6
15	Yong Sheng Technology	801	28.6	119	36	32	5,394	6.7	6.7
16	PTT.CC	677	24.2	61	5	6	2,434	1.9	3.6
17	Cite Media Holding Group	639	22.8	50	11	12	2,378	4.5	3.7
18	RUTEN.COM.TW	636	22.7	79	54	61	4,132	13.1	6.5
19	China Times Group	635	22.7	58	4	4	2,106	1.8	3.3
20	Baidu.com Inc.	616	22.0	52	5	6	2,120	2.5	3.4

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	Yahoo Sites	2,102	96.9	963	918	852	76,095	12.1	36.2
2	Google Sites	1,987	91.6	819	826	570	71,591	11.5	36.0
3	Facebook	1,395	64.3	420	448	416	32,814	13.7	23.5
4	Microsoft Sites	1,239	57.1	275	76	68	17,052	4.4	13.8
5	PIXNET Digital Media Corporation	1,160	53.5	155	19	19	6,235	3.1	5.4
6	LINE Corporation	1,088	50.2	365	5	4	1,279	3.6	1.2
7	Chunghwa Telecom	1,008	46.5	132	49	34	5,470	8.9	5.4
8	UDN Group	896	41.3	163	48	23	6,367	7.5	7.1
9	Sanlih Media Group	761	35.1	96	19	10	3,513	5.5	4.6
10	Next Media Interactive Ltd.	742	34.2	117	37	28	6,113	6.1	8.2
11	Wikimedia Foundation Sites	697	32.1	65	7	10	2,486	2.8	3.6
12	ETtoday & EMI Group	685	31.6	105	11	17	4,222	2.6	6.2
13	Liberty Times Group	666	30.7	84	16	12	3,398	4.8	5.1
14	PChome Online	646	29.8	73	13	32	3,053	4.3	4.7
15	China Times Group	548	25.3	77	9	12	3,234	2.6	5.9
16	Yong Sheng Technology	526	24.3	60	18	16	2,561	7.2	4.9
17	Fubon Multimedia Technology	486	22.4	58	26	15	2,223	11.7	4.6
18	Cite Media Holding Group	479	22.1	24	3	2	782	4.2	1.6
19	RUTEN.COM.TW	421	19.4	68	62	70	4,383	14.2	10.4
20	Baidu.com Inc.	401	18.5	42	5	5	1,760	2.6	4.4

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：2509-5557#120

