

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1742
10.16-10.22





本期摘要

媒體放大鏡 OTT 打群架 掀結盟風潮

國際視野 改善顧客體驗是數位轉型的關鍵

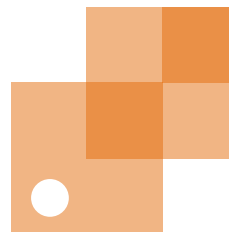
科技瞭望 聲音也能看得見 用「白色雲朵」紀錄語音

專案介紹 金馬54 (ETNEWS全程直播) 贊助專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡





OTT掀起結盟風潮		
結盟主導業者	結盟對象	合作內容
中華電	KKTV、FOX+	KKTV、FOX+影視節目上架至MOD、攜手工研院成立「HiNet企業影音平台」
台灣大	凱擘、中國傳媒娛樂投資集團CMC	富邦、台灣大、CMC共同投資好萊塢最大經紀公司CAA
遠傳	OVO	共同籌組OTT大聯盟，並攜手遠東網路電商PChome
中嘉	CatchPlay	Catchplay的OTT平台挑選影片上架至中嘉OTT平台
亞太電	愛奇藝、Netflix、Catchplay、myVideo	四大影視節目上架至亞太電GTTV
台灣之星	愛奇藝、LiTV	合作影音月租服務

資料來源：業者
製表：林淑惠

「客廳之戰」白熱化，電信三雄則是主導國內這場OTT結盟風潮的操盤手。遠傳旗下friDay影音率先宣布與台灣OTT電視盒領導品牌OVO、遠傳大寬頻聯手組成「電視OTT大聯盟」，成為國內第一個電視OTT聯盟。

中華電信MOD則在8月引進KKTV，成為MOD首家OTT合作夥伴，正式開啟MOD與OTT結盟新頁，隨即又在最近與福斯傳媒合作，搶先將福斯集團籌畫多時的串流影音新產品「FOX+」導入MOD，MOD正式走向整合型平台發展。

台灣大哥大旗下OTT平台myVideo則與凱擘SuperMOD平台結盟，myVideo超過1萬部的電影、熱門影集，從原本只能在手機等行動載具觀看，擴大至支援客廳的有線電視系統台。負責富邦集團投資拍片的凱擘影藝則與Netflix擴大合作拍攝原創電影，富邦集團布局OTT產業的鐵三角陣容正式成形，台灣大、富邦及凱擘未來都要積極投資拍片。

中嘉日前與CATCHPLAY獨家合作OTT服務，CATCHPLAY旗下OTT平台CATCHPLAY On Demand，未來將挑選合適影片上架至中嘉OTT平台，雙方並以成為「台灣版的Comcast」為目標。

顯然合縱連橫之後，可能是一場淘汰賽，而殺價競爭只是手段，誰能存活下來？就得各憑本事了。[2017/10/16, 工商時報]

公視跨足 OTT 平台 經典作品都能回味

公視跨足OTT平台推出「公視+」，除了打破收看時間限制，還能隨時隨地觀看公視的經典作品。

「公視+」首波上線的片單近800小時，包含早期公視文學大戲「孽子」、「汪洋中的一條船」，經典作品「我在墾丁*天氣晴」、「那年，雨不停國」，到近期的「麻醉風暴2」都能再次回味，未來還會陸續新增戲劇和紀錄片作品，同時增加兒少和藝文頻道內容。

公視董事長陳郁秀表示，「公視+」將播出公視過去、現在、未來所有的自製節目，更希望在國際匯流中扮演重要角色。她指出，雖然數位匯流時代中OTT平台到處都有，但她對於「公視+」提供的內容充滿信心，不僅有高畫質(HD)和4K超高畫質內容，還有公視製播的漏網鏡頭和刪減片段。

戲劇「一把青」導演曹瑞原表示，OTT是無法阻隔的潮流和趨勢，他認為「公視+」對於公視來說「是一個很好的機會」，讓更多人看見，也是走在前端的勇氣；但他也建議公視，一些具代表性的節目應有英文字幕，展現在地和世界交流的氣度。

[2017/10/16, 中央社]



中華電信推動MOD有成，根據最新數字指出，MOD現有用戶146.7269萬戶，而10月累計1-18日的淨增數2.2742萬戶。

中華電信今年7月1日改變MOD生態後，更積極推出優惠方案，並請到名導演吳念真為MOD代言，讓MOD用戶數明顯增多，中華電信董事長鄭優指出，8月1日至9月底，淨增8.3萬戶。

市場盛傳，國內最大頻道代理商、年代集團董事長練台生將自組頻道套餐在11月1日上架MOD。

值得注意的是，中華電信MOD目前令消費者卻步的原因之一是缺少新聞台，而練台生目前掌握了壹電視新聞台、年代新聞台、MUCH TV、年代東風、JET綜合台、壹電視綜合台、三立台灣台、三立都會台、三立新聞台、非凡新聞台、非凡商業台等近30個頻道，屆時哪些頻道上架MOD，引發市場密切關注。[2017/10/20, 自由時報]

Yahoo TV 首登電視，成 OVO Voice API 合作伙伴

網路電視第一品牌 OVO 宣布新加入內容夥伴 Yahoo TV，即將開發的 Voice API，也將整合 Yahoo TV 與 YouTube 等 OTT 影音 App，搭配智慧語音音響，觀眾用說的就可以轉台、選片！

OVO Voice API 預計在預購結束後今年底推出，搭配智慧語音音響，如多媒體喇叭大廠 J-S 的智慧音響，即可用語音開啟 App、找片或轉台。預購 OVO 旗艦電視盒 B6 的觀眾將可搶先體驗！

Yahoo TV 開台一年即成為台灣重複不造訪人數影音網站冠軍，此次加入 OVO 網路電視平台，將首度採用電視直播 App 形式呈現。此合作將強化 OVO 娛樂影音內容，在原本 YouTube 等多元影音 OTT，和 OVO 獨家 Live TV 與自訂頻道構成的基礎上，更增加觀眾吸引力，成為最多在地化 OTT 內容的網路電視平台。

OVO 創辦人吳有順表示，「客廳電視是連結家人的中心，更是家中長輩最熟悉的裝置。OVO 讓電視升級為智慧平台，以後電視上可以看到社區公告，也可以讓家人用電視買米、買衛生紙，叫清潔、修繕；而搭配智慧音響，更可以用語音聲控轉台、找劇。透過 Voice API，OVO 歡迎各家智慧音響加入互通，一起加速台灣智慧生活發展。」[2017/10/18, 科技新報]

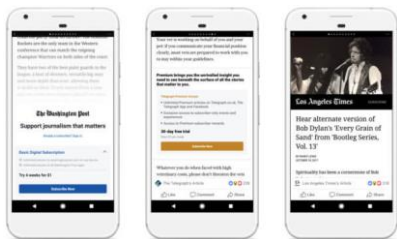


Facebook正式在台啟動「Made by Taiwan」品牌推廣計畫，台灣是繼韓國之後，Facebook在亞洲推出「Made by」項目的第二個國家，更是大中華地區首輪推廣的國家。Facebook大中華區總裁梁幼莓表示：「跨境電商市場規模的快速成長，已成為全球發展的趨勢，根據Facebook調查顯示，在台灣，每10家企業中有5家參與國際貿易，且每10家受訪企業中便有6家企業有機會在未來參與跨境貿易相關事務。Facebook希望能透過Made by Taiwan的推動，協助更多台灣企業拓展海外版圖，掌握跨境貿易商機，進而推動台灣數位經濟發展。」

Facebook近期委託YouGov針對台灣出口情況進行的調查顯示，台灣的六大主要出口市場依序是中國、日本、美國、香港、新加坡、南韓、越南、馬來西亞、德國。同時，近全數96%的受訪企業相信數位化的基本建設如電子商務及社群媒體都能幫助跨境貿易更加容易執行。

Facebook也特別設置Made by Taiwan專屬網頁，提供最新的行銷工具與洞察報告等資源，同時，匯集成功運用Facebook進行跨境貿易的台灣品牌案例，作為更多企業的借鏡。未來Facebook將攜手中華民國對外貿易發展協會，提供跨境貿易所需的數位行銷培訓課程與研討會等活動，藉此幫助有意邁向國際市場的中小企業拓展跨境業務。[2017/10/18, 時報資訊]

Facebook 對 Android 用戶測試付費訂閱新聞



Facebook 19 日公開攜手經濟學人、每日電訊報、華盛頓郵報等 10 家歐美新聞媒體，針對持有 Android 裝置的讀者測試付費訂閱新聞服務。擁有 iOS 裝置的讀者還無法使用新服務，關鍵在於付費訂閱流程及 30% 的蘋果稅。

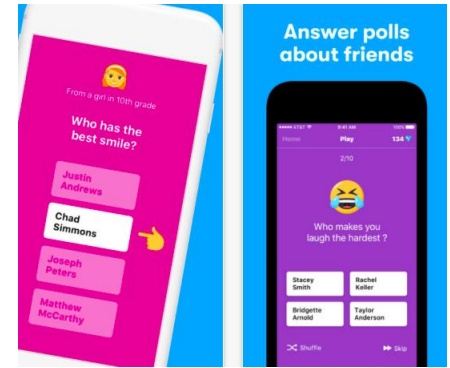
今年初開始推動 Facebook Journalism Project，其中一項規劃即是「付費訂閱」。Facebook 已對 Android 用戶展開測試，測試的 6 個重點在於：1. 支援付費牆模式（透過即時文章來閱讀，每個月以 10 篇文章為限）與免費模式（媒體自訂哪些內容將鎖定，需付費才能瀏覽）；2. 當未訂閱者瀏覽到需付費的內容，系統將提示訂閱流程；3. 訂閱流程將在媒體網站進行並直接收費，費用 100% 都歸媒體擁有；4. 媒體可自行決定收費價格，並擁有訂閱者的會員資料與瀏覽數據等；5. 訂閱機制含括媒體的網站與 App；6. 即便在測試過程中完成訂閱者，也可經驗證獲得完整的瀏覽權限。

iOS 裝置目前仍未開放測試訂閱，關鍵在於以 Facebook 的作法，付費訂閱流程是直接回到媒體網站收費，而非透過 iOS 應用程式內購買的方式；更重要的是，蘋果堅守與合作方維持 3:7 的拆帳政策，但 Facebook 則是將訂閱費用 100% 都歸媒體擁有，要為媒體帶來額外的數位營收。Facebook 仍會繼續拓展服務範圍，要讓更多讀者享有訂閱優質內容的機會。[2017/10/21, 科技新報]

買下Instagram並幫助它茁壯後，Facebook再宣布買下另一個新崛起的青少年社群App「tbn」，這個四人團隊將加入Facebook、獲得更多資源，但此平台與品牌會維持獨立運作。

tbn以匿名投票方式，讓用戶回答關於好友間的正向問題，像是「誰有最好看的笑容？」「最常想起那個好友？」等，好友的姓名會從用戶通訊錄中擷取，而這些獲得正面能量的投票答案，則會寄給當事者。這樣的訴求，在有時充斥仇恨言論的青少年族群中獲得不錯的迴響。

即便Facebook是現今全球最大的社群平台，但並不代表這個地位能夠維持永久。根據近期一份調查顯示，47%美國青少年都說偏好Snapchat作為社群媒體使用。當大部份青少年都偏好Snapchat時，Facebook得開始擔心幾年過後，當這些青少年長為成人時，Facebook或許就不再被主流使用族群關注了。因此，怎麼取得青少年歡心、讓這些人成為Facebook用戶之一，將成為這個社群龍頭的一大課題。[2017/10/17, 數位時代]



台灣網友休息時間愛追劇 女性相對活躍

台灣網友追劇很會掌握時間。一項調查顯示，最大宗追劇時段是家中休息時間，時間以1到2小時、0.5小時到1小時為主，女性網友比男性更活躍。

資策會產業情報研究所 (MIC) 日前針對台灣網友「上網追劇行為」進行調查，台灣網友追劇每次花費的平均時間，依序是1到2小時 (24.7%)、0.5小時到1小時 (22.7%)、以及2小時到3小時 (9.9%)。若每次花費3小時以上的重度使用者，比例約5.3%。

若從性別來看，MIC調查顯示，女性網友追劇比男性網友更活躍，每次平均超過1小時的比例，明顯高於男性。

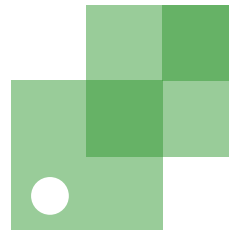
從地點時段來看，MIC調查指出，最大宗追劇時段是家中休息時間 (71.8%)、其次依序是晚上睡前 (46.2%)、學校或公司休息時間 (19.7%) 等。

調查顯示，女性在吃飯聚餐時間 (12.8%) 追劇比例高於男性 (8.7%)。男性多利用走路搭車通勤和購物消費排隊等零碎時間追劇。

觀察在影劇串流平台收看影音內容的網友、選擇特定平台的原因，MIC調查顯示，可免費使用 (49.8%) 是最主要因素，其次依序因素是新片多、更新速度快 (31.9%)、以及內容獨占 (25.2%)。[2017/10/17, 中央社]

Media
trend

國際視野



改善顧客體驗是數位轉型的關鍵



若提到數位轉型的優先順序，行銷人員將其視為重大的工程，但若使用過時的技術來執行創新的數位化活動可不容易。

根據研究公司Altimeter一項2017年8月份的研究，其針對5個國家（美國、加拿大、英國、法國及德國）的數位轉型專家進行調查，會將資源集中在哪些方面來實行數位轉型。研究發現，近一半受訪者（46.6%）會集中投資在社群網絡、行動、網站、及電子商務部分，進而創造無縫的顧客體驗。

而有相近比例的人（46.4%）表示他們投資在高效化電子商務、行動商務平台及現代化流程；43.0%的人則在匯集資源，將IT設備及技術翻新現代化以支援數位轉型，提升敏捷性、彈性、管理性及安全性。

為數不少的受訪者（42.0%）也表示想進一步研究，更加了解顧客體驗旅程及數位接觸點。

很明顯地，多數的行銷人員尚未完成業務上的數位轉型，但多數至少已明白其努力的重要性。根據Couchbase 2017年6月的一項研究，美國數位轉型的領導人中有近七成相信，改善顧客體驗對數位轉型而言是一件非常重要的效益。

Leading Digital Transformation Initiatives at Their Company According to Digital Transformation Professionals Worldwide*, Aug 2017

% of respondents

Integrating all social, mobile, web, commerce, service efforts and investments to deliver an integrated, frictionless and omnichannel customer experience	46.6%
Investing in more efficient ecommerce and mcommerce platforms and modern processes	46.4%
Modernized IT infrastructure and technologies with increased agility, flexibility, manageability and security	43.0%
Further research into our customers' digital touchpoints and customer journey	42.0%
Accelerating innovation through formal programs, internal and external	39.2%
Updating customer service/support to meet the expectations of connected consumers	35.4%
Creating a formal infrastructure and process around data/insights/ analytics	29.4%
Utilizing a more holistic and connected CRM system to empower sales teams at every customer touchpoint	29.0%
Improving operational agility and modernizing policies and processes to more rapidly adapt to change	24.4%
Corporate reorganization of people and departments to optimize cross-functional collaboration and efficiencies in digital	23.5%
Researching and adapting the employee journey to modernize employee experience (EX)	10.6%
Creating a culture that's more digital literate and capable	10.6%
Other	0.2%

Note: n=528; respondents selected up to 5; *Canada, France, Germany, US and UK

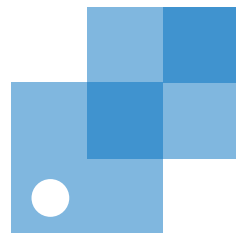
Source: Altimeter, "The 2017 State of Digital Transformation," Oct 4, 2017

231528

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



只要運用蘋果 ARkit，就能讓聲音看得見！美國藝術家 Zach Lieberman 利用 AR 技術，將聲音紀錄在半空中，只要讓手機經過螢幕裡的白色雲朵，就能聽見說話內容！

根據《Wired》報導，Zach Lieberman 在推特上發表了一部影片，每當他發出聲音，螢幕上就會出現一個個雲朵般的白色塊狀物，只要螢幕經過這些雲朵，就能聽見他方才說的內容，甚至倒帶播放也沒問題。

簡單來講，他將聲音紀錄在了立體空間中！

儘管解釋起來簡單，但現實中用到的技術則要來得複雜許多，Zach Lieberman 運用蘋果提供的 ARkit，以及程式工具 open Frameworks 打造這個能在半空紀錄聲音的神奇裝置，並透過手機鏡頭，以即時定位與地圖構件 (SLAM) 技術，來獲取房間的空間資訊，建構一個簡單的地圖。

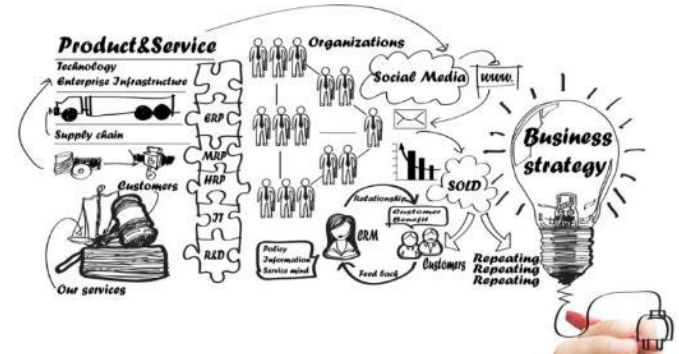
有了這些工具與訊息，Zach Lieberman 可將手機麥克風收錄到的聲音視覺化，並投影特定座標上，沿著手機位置畫出路徑，在房間內的任何一個角落，留下白色的聲音雲朵。

實際上，該程式並不知道聲音的確切位置，他只知道聲音與你打開程式的相對方位，因此如果你關閉程式重開，他就無法存取到你剛剛紀錄的聲音；雖然這項技術目前還很粗糙，但毫無疑問為 AR 技術的發展帶來更多可能性。



Project

專案介紹



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

金馬54 (ETNEWS全程直播) 贊助專案



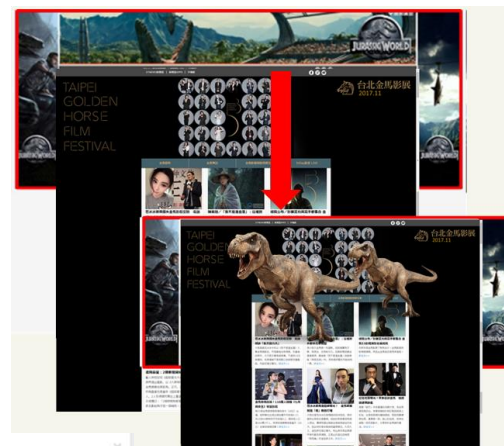
專案介紹

專案重點

1. **全新聞最完整、最豐富:** 系列新聞專題，包含即時新聞、專題策展、人物專訪、影片影評解析....。
2. **社群全擴散:** 星光雲FB、ET看電影FB精準直擊、同步新聞雲群FB廣佈捲動。
3. 11/25當天線上**全程直播**，星光熠熠不漏接！
4. **預測互動活動:** 前導炒作、直播引爆遊戲

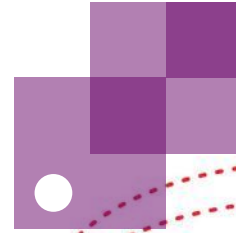
企劃時程

- 2017/10/1 入圍公布 → 專題頁上線
- 2017/11/3-23 金馬影展 → 金馬周邊活動直播、入圍專訪、影評
- 2017/11/25 金馬獎 → 金馬獎新聞+影音+直播+互動活動



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	4.31
2	綜藝大集合福庫真高壓IH電	FTV	娛樂綜藝	3.91
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.08
4	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.29
5	航海王23	TTV	卡通影片	1.92
6	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.58
7	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.50
8	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.37
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.32
10	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.29
11	1315幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.24
12	實習醫師鬥格東方傳奇皇者	FTV	國語連續劇	1.16
13	綜藝3國智高島	TTV	競賽綜藝	1.13
14	春風愛河邊搶鮮看	CTS	其他節目	1.11
15	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.10
16	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.10
17	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.10
18	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
19	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.02
20	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	0.93

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	3.24
2	一家人Footer專業機能除臭	SANLI	閩南語連續劇	3.22
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.99
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.57
5	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	2.05
6	綜藝玩很大專科完美保潔面	SL2	娛樂綜藝	1.44
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.30
8	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.15
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.09
10	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.06
11	1900熱海戀歌	SANLI	閩南語連續劇	1.06
12	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.02
13	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.96
14	直中職28年季後賽統VS中	VLSPT	棒球	0.96
15	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	0.94
16	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.94
17	2215阿母	SANLI	閩南語連續劇	0.90
18	1230一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	0.86
19	甜蜜秋天	GTV-D	韓劇	0.85
20	神秘52區	CTiN	新聞性質節目	0.85

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	2.63
2	綜藝大集合福庫真高壓IH電	FTV	娛樂綜藝	2.53
3	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	2.18
4	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.96
5	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.61
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.56
7	航海王23	TTV	卡通影片	1.55
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
9	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.10
10	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	0.98

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.81
2	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.45
3	綜藝大集合福庫真高壓IH電	FTV	娛樂綜藝	2.25
4	綜藝3國智高島	TTV	競賽綜藝	2.25
5	航海王23	TTV	卡通影片	2.06
6	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.88
7	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.67
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.19
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.96
10	1800航海王23	TTV	卡通影片	0.92

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.14
2	幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.85
3	綜藝大集合福庫真高壓IH電	FTV	娛樂綜藝	2.80
4	航海王23	TTV	卡通影片	2.08
5	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.87
6	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.78
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.76
8	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.27
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.24
10	欸通欸通我愛你大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.21

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	8.00
2	綜藝大集合福庫真高壓IH電	FTV	娛樂綜藝	6.47
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.91
4	1315幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.88
5	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.83
6	超級天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.58
7	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.49
8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.16
9	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.12
10	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	1.74

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	一家人Footer專業機能除臭	SANLI	閩南語連續劇	1.96
2	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	1.93
3	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.16
4	旅行應援團	*SCC	美食、旅遊節目	1.14
5	航海王	*SCC	卡通影片	1.06
6	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.04
7	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.03
8	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.01
9	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.99
10	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.98

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家人Footer專業機能除臭	SANLI	閩南語連續劇	3.57
2	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	3.46
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.63
4	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.55
5	綜藝玩很大專科完美保潔面	SL2	娛樂綜藝	1.44
6	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.27
7	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.17
8	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	1.07
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.06
10	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.01

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	2.61
2	一家人Footer專業機能除臭	SANLI	閩南語連續劇	2.48
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.87
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.75
5	綜藝玩很大專科完美保潔面	SL2	娛樂綜藝	1.72
6	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	1.60
7	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.24
8	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.11
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.07
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.98

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.79
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.60
3	一家人Footer專業機能除臭	SANLI	閩南語連續劇	4.42
4	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	4.33
5	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	閩南語連續劇	3.42
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.19
7	1900熱海戀歌	SANLI	閩南語連續劇	1.87
8	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	新聞性質節目	1.65
9	1230一家人一家烤肉萬家香	SANLI	閩南語連續劇	1.60
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.54

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	0.56	0.40	0.29	0.45	0.89
CTV/中視	0.47	0.21	0.22	0.31	0.86
FTV/民視	0.37	0.14	0.13	0.15	0.79
CTS/華視	0.24	0.13	0.14	0.24	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	0.45	0.18	0.30	0.46	0.68
ET-N/東森新聞	0.42	0.15	0.25	0.46	0.64
CTiN/中天新聞台	0.41	0.11	0.17	0.3	0.77
SETN/三立新聞	0.4	0.09	0.14	0.34	0.76
FTVN/民視新聞	0.39	0.08	0.09	0.25	0.82
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.02	0.08	0.15	0.41
UBN/非凡新聞	0.17	0.03	0.06	0.15	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.04	0.07	0.17	0.27
NTVN/壹新聞	0.12	0.04	0.06	0.12	0.21

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	4.31
2	一家人一家烤肉萬家香	SANLI	3.24
3	一家人Footer專業機能除臭	SANLI	3.22
4	戲說台灣炳翰人參粉	SANLI	2.05
5	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	1.50
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.30
7	1315幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	1.24
8	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	FTV	1.16
9	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	1.10
10	1900熱海戀歌	SANLI	1.06

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	1.02
2	神秘52區	CTiN	0.85
3	驚爆新聞線	SETN	0.78
4	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.78
5	金曲美聲經典重現	SETN	0.77
6	關鍵時刻	ET-N	0.73
7	政經看民視	FTVN	0.71
8	台灣亮起來	SETN	0.70
9	台灣大搜索	CTiN	0.70
10	非凡最前線	UBN	0.70

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福庫真高壓IH電	FTV	3.91
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.08
3	超級紅人榜	SANLI	2.99
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.57
5	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	2.29
6	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	1.58
7	綜藝玩很大專科完美保濕面	SL2	1.44
8	超級天王豬哥秀	CTS	1.37
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.32
10	愛妮雅舞力全開	FTV	1.29

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.10
2	直中職28年季後賽統VS中	VLSPT	0.96
3	直MLB美聯冠軍系列賽洋基V	*FOXS	0.81
4	直中職季後挑戰賽兄弟VS統	*FOXS	0.79
5	型男大主廚閻林文創創思啟	SL2	0.77
6	美國職棒看民視洋基VS太空	FTV	0.77
7	青春好7淘	SANLI	0.69
8	愛玩客	SL2	0.56
9	旅行應援團	*SCC	0.55
10	106年全國運動會開幕式	FTV	0.54

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

