凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

No.995

CARAT
Redefining Media

目錄 Index

2019/05/13-2019/05/19

市場訊息	4月外銷訂單連6黑 跌幅縮小
媒體市場訊息	Google搶網購族商機 行動App主頁將投放廣告
媒體專題	懶人經濟變現指南(上)
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

尊重著作權，使用本資料請經凱絡授權同意

4月外銷訂單連6黑 跌幅縮小

經濟部公佈4月外銷訂單金額為376.6億美元，年減3.7%，是連續六個月負成長。統計處指出，雖然呈現連續負成長，但是跌幅已經逐漸縮小，表現比預期好。經濟部統計處表示，5月外銷訂單金額預估略在370至380億美元之間，不過因去年同月創下歷年同期新高，當時因全球景氣活絡，讓接單呈現淡季不淡，因此在比較基數較高情況下，預估5月份訂單呈現負成長，甚至減幅會比本月擴大，估年減7.6%至10.0%之間，不過在下半年可望由負轉正，逐季好轉。[工商時報2019/05/21]

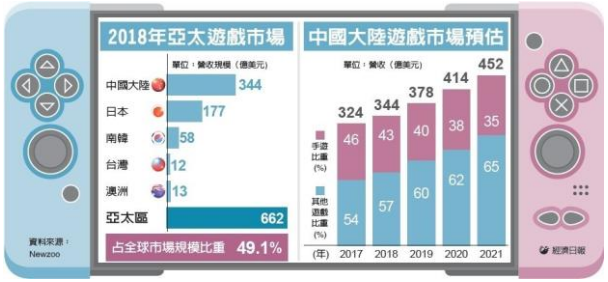
小7跨界 搶個人賣場商機

7-ELEVEN搶個人賣場生意，宣佈推出「賣貨便服務」，建構下單、出貨、付款、取貨一條龍式的物流體系，主攻臉書社團、LINE好友圈及直播平台業者。7-ELEVEN表示，主要是希望提升寄件量，藉此帶動門市其他商品銷售業績，提高物流和金流量。7-ELEVEN看好平台經濟興起，社群及直播購物世代來臨，深化電商經營，首創推出「賣貨便服務」。賣家需綁定OPENPOINT會員，才能建立商品資訊，主動發出連結，提供給需要的買家。貨款方式是採取買家到超商取貨付款，超商也成為第三方支付平台；賣家寄件時只需支付交貨便服務費60元，系統使用費和成交手續費皆免。[經濟日報2019/05/15]

電動機車產量創新高 年增9.1萬輛成長82%

經濟部統計處公佈產業經濟統計數據，顯示台灣整體機車產量逐漸下降，其中電動機車去年產量為9.1萬輛，年增81.8%，創下歷史新高，因環保意識逐漸受到重視，加上政府及業者推動，擴大了電動機車銷售市場。經濟部表示，近兩年來整體機車產量逐漸下降，其中燃油機車於2018年生產85.6萬輛，佔機車比重90.4%，比起2015年的98.6%，下降8.2個百分點。電動機車則因環保意識逐漸興起，每年產量皆有成長，再加上電動機車業者與部分傳統機車業者皆投入電動機車研發，且政府推出補助，提升電動機車需求。[中央社2019/05/16]

亞太遊戲市場佔全球半邊天 市值佔比逾49%



隨著智慧手機日益普及，全球遊戲產業市場規模也正與日俱增，過去以歐美為主的遊戲市場，正快速轉移至亞太遊戲市場。市調機構Newzoo指出，2018年全球遊戲市場規模達1,349億美元(約新台幣4.04兆元)，較2017年成長逾一成，其中，亞太遊戲市場(包含日本、澳洲)就佔了662億美元，佔全球遊戲市值約49.1%，年增8.3%；業界預估，今年很可能會出現黃金交叉，亞太市場規模規模有機會超越歐美市場，成為全球最大的遊戲市場。此外，也預估2019年全球遊戲市場規模將達1,500億美元。據悉，中國大陸去年遊戲市場規模約344億美元，位居亞太龍頭，其次是日本約177億美元，南韓58億元位居第三，而台灣與澳洲分別是12億美元、13億美元。若進一步分析亞太遊戲市場崛起的原因，主要可歸納出人口數激增、手遊營收大增、家用遊戲主機沒落等三大因素。[經濟日報2019/05/18]

車廠vs.科技業 決戰儀表板

汽車儀表板顯示器是當前少數尚未被攻克的螢幕之一，汽車製造業和矽谷為掌控這些螢幕，已展開競賽。這場競賽攸關數十億美元廣告和服務營收、兩大產業權力平衡及儀表板未來，未來的馬路屬於蘋果、亞馬遜和Google，還是福特、寶馬(BMW)及豐田汽車，目前仍不得而知。研究顯示，美國司機平均每天待在車上51分鐘，是名副其實的「被俘虜觀眾」。車廠寄望汽車儀表板協助強化與顧客的關係，Google母公司字母(Alphabet)和蘋果則渴望讓汽車搭載他們熟悉的螢幕和App。餐廳、醫療院所和其他服務未來可望根據司機平常行駛路線，在儀表板顯示量身打造的廣告；開車小心翼翼的司機可望獲得調降保險費，汽車製造商也可能透過系統資料在老化零組件故障前提供維修。另外，一些人想像未來用戶能透過語音指令在車上繼續觀賞自己在家收看的電視節目，還有一些廠商則致力於讓用戶在儀表板上就能訂咖啡並付款。[經濟日報2019/05/18]

人造肉夯 食品廠瘋搶大餅

近來崇尚減少食用肉類和乳製品的族群逐漸變成主流，人造肉製造商Beyond Meat上市造成轟動，眼見植物性替代品紛紛崛起，各食品業巨頭透過策略合作或收購的方式，加入顛覆肉品市場的行列。豆漿優格和杏仁奶等乳製品代替品在美國乳製品市場的佔有率目前為13%，人造肉品的市佔率若能達到相同水準，規模可觀。 [經濟日報2019/05/18]

Google搶網購族商機 行動App主頁將投放廣告

Google表示，今年稍晚將開始在行動App主頁投放廣告，要靠網購族群提高公司營收。Google也會開始在搜尋結果中放置帶圖片的廣告，Google Maps的新地點也可投放廣告，增加廣告主曝光機會。Google表示，不久後也會供廣告主在其他產品上投放廣告，例如Gmail、Google Image、YouTube和Google語音助理等。字母公司(Alphabet)旗下的Google已在網路廣告雄踞一方，但上季這部份營收增幅卻趨緩，引發股價重挫。一些投資人懷疑亞馬遜與臉書旗下Instagram等服務吸走網購消費者，造成廣告主離Google而去，才促使Google有此變革。不過Google表示，這些最新功能是對使用者行為的最新回應，而非競爭。[經濟日報2019/05/16]

有線電視跨區授權爭議延燒 代理商揚言6月斷訊

有線電視跨區經營引發低價搶客歪風，也衍生頻道代理商與系統業者授權費爭議，NCC日前召集大豐、凱擘、中嘉與佳訊等相關業者協處，無功而返，部分代理商揚言，若6月前不解決欠費問題，就斷訊。NCC官員說，系統業者付費給頻道代理商屬於商業行為，NCC只能盡力居中協處，力保消費者收視權益，但調處至今沒有結果，最壞的情況就是雙方對簿公堂。2015年起，跨區經營的系統業者(MOS)與頻道代理商授權費之爭年年上演、且愈演愈烈。[中央社2019/05/19]

機器人寫新聞 掀風潮

在機器人和自動化逐漸吞噬許多職業乃至產業的趨勢下，全世界的作家和記者似乎有理由認為自己的工作深具保障，但機器人新聞(robo-journalism)的出現是否將改變這一切？旗下擁有數十家報刊與數位平台的瑞士最大媒體集團Tamedia，是引進演算法來從事新聞報導工作的媒體之一。Tamedia的文字生成機器人Tobi在去年11月瑞士選舉結果公佈時，只花了約五分鐘就產出4萬則報導。華盛頓郵報也有機器人記者Heliograf，從2014年起就靠它撰寫如選舉結果、商業趨勢及運動賽事等報導。採用演算法與機器人有助減少產出類似報導的單調重複性和相關成本，自動化也是小型媒體和地方媒體「以小搏大」的助力，能減輕工作負擔，讓人類決策者專注於拓展市場及規劃公司發展。[經濟日報2019/05/18]

各媒體使用的寫稿機器人

機器人名稱	Quakebot	RADAR	Heliograf	小南	Lynx Insight	Bertie	Cyborg	Tobi
媒體	洛杉磯時報	美聯社	華盛頓郵報	南方都市報	路透	富比世	彭博	Tamedia
上線時間	2014年	2014年	2016年	2017年	2018年	2018年	2018年	2018年

資料來源：綜合外電

CARAT
Redefining Media

媒體專題
Media Report

懶人經濟變現指南(上)

凱絡中國

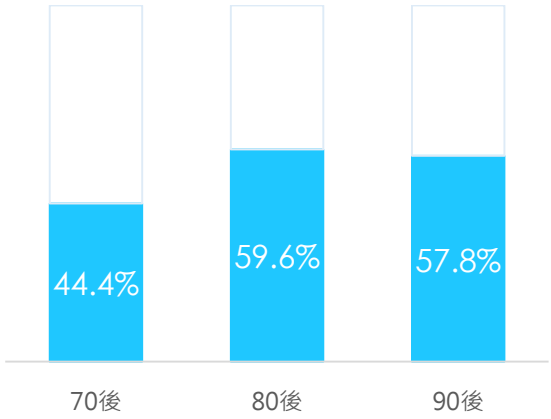
前言

- 「懶」一詞的負面意味現今已愈來愈弱，因為我們全部都活在「懶人時代」。首先，字面意義上的懶就已經超乎想像。不管單身還是已婚人士，一周七天全靠外送搞定；不想為一包紙巾去樓下20公尺外的便利商店，於是用app叫人跑腿...，數位生活的便利性寵壞了每個人，「懶」成為一個「善於利用新工具」的潮人標籤。
- 其次，以前的大事現在變成了非緊急的小事。談婚論嫁一拖再拖，著急的老媽現在也「懶得再催」；社交禮儀全面簡化，化妝台堆滿化妝品，但是非極為正式的場合甚至連洗個頭都要拖延半天...，經濟發展帶來價值觀的開放和多元的包容性，選擇性地在某些事情上「懶」一下，也不再會有人大驚小怪。
- 懶歸懶，時代仍在飛速發展，靠「懶」省下來的時間和能量用在其他地方，這就是新主流人群對於消費力和創造力的重新定義。**對於品牌來說出現兩種嶄新的變現方式——幫助懶人更懶，或是幫助他們釋放省下來的時間、金錢、創造力。**本期專題分享凱絡中國的《2019懶人經濟變現指南》報告，分為上下兩期描繪懶人時代五個有趣甚至互相矛盾的面向，尋找對品牌的新需求。

結婚率年年降，中國單身經濟規模擴大

- 中國單身人口規模不斷擴大，根據中國國家統計局資料，單身人數達到1億8,250人，佔全國人口19.5%，且單身男性人數遠高於單身女性。
- 但這群人並沒有急於進入婚戀狀態，統計局資料顯示，中國歷年結婚率持續下降，中國婦聯的一項調查也指出，年輕人更願意接受未婚同居的生活方式；這意味著更多年輕人處在單身生活或者同居生活方式裡。這樣的生活方式，刺激了健身行業、外賣送餐以及獨自旅行等領域快速發展。

年輕人婚前同居接納度提高



單身人群貢獻健身市場32%

健身市場2017年規模1,545億元， 其中單身人群貢獻了32%。

1.3億單身人口刺激外賣行業發展

截至2017年底外賣市場規模達到2,046億元，1.3億單身人群點過外賣。其中8萬人，每天點外賣。

獨自旅行人數佔比提高至15%

旅行行業同樣受益於獨自旅行者不斷增多。其中，獨自旅行的女性佔28.25%，男性佔61.75%。

懶婚懶戀人群：避免處理變數多、沒把握的事

- 單身生活方式和同居生活方式的時間被拉長，初婚年齡一再推遲， 究其根本，是由「懶婚懶戀」心態造成。上海大學社會學院博士後張智慧認為單身人群出現「懶婚懶戀」心態是為了應對充滿變數的風險社會，「懶婚懶戀心態比較多在一線城市年輕人當中有。他們生活的城市城鎮化程度高，城鎮化帶來陌生社會。陌生社會靠系統和規則運轉，多變數，整個社會進入風險社會。年輕人更願意做可以預見、有把握的事情，戀愛和結婚這種就沒把握，都充滿了變數，所以年輕人談戀愛和進入婚姻的觀望期就會不斷延長。」

「開始工作以後，每天都很忙， 平時認識人的管道也很有限。好不容易閑下來，只想做點讓自己開心的事，打打球，玩玩遊戲。」

「也不是不想結婚，主要是沒有人啊。再說，萬一談了戀愛，發現還不如單著的時候開心，還不如不要談。」

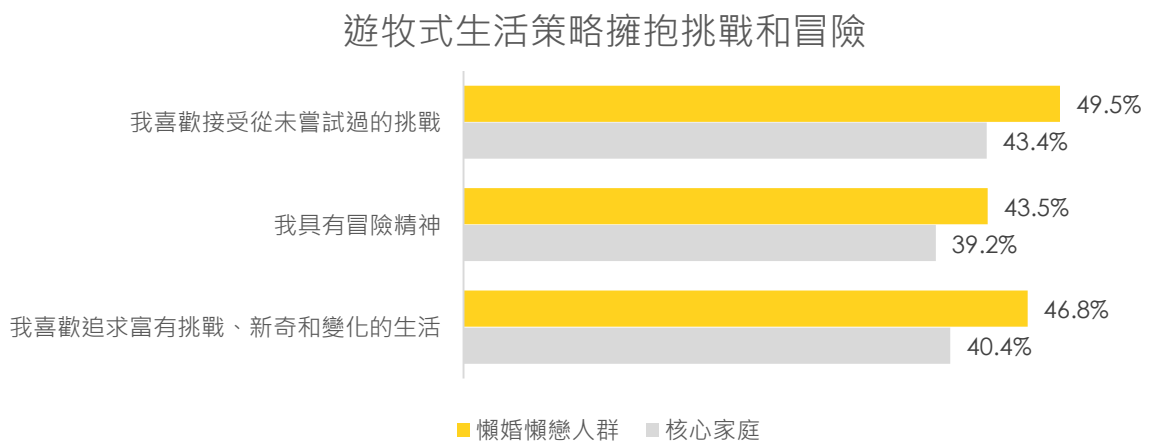
- **「懶婚懶戀」心態的本質，是單身人群選擇優先處理自己認為有把握的事情。在接下來的分析中，我們把有這種心態的單身人群稱作懶婚懶戀人群，簡稱懶人。**

「我是什麼樣的人更重要。這個階段還是提升自己吧，自己變得更好，才能遇見更好的人。」

- 擁有「懶婚懶戀」心態的單身人群在這樣一個互聯又快速變化的社會，形成了獨特的生活方式和消費訴求。我們把由此產生的市場環境稱作懶人經濟，由宅經濟發展而來，表現出五大特點，分別是**都市遊牧**、**持續騷費**、**專家消費**、**不想洗頭**、**養生狂歡**。

都市遊牧 隨時準備搬遷，卻積極創造舒適環境

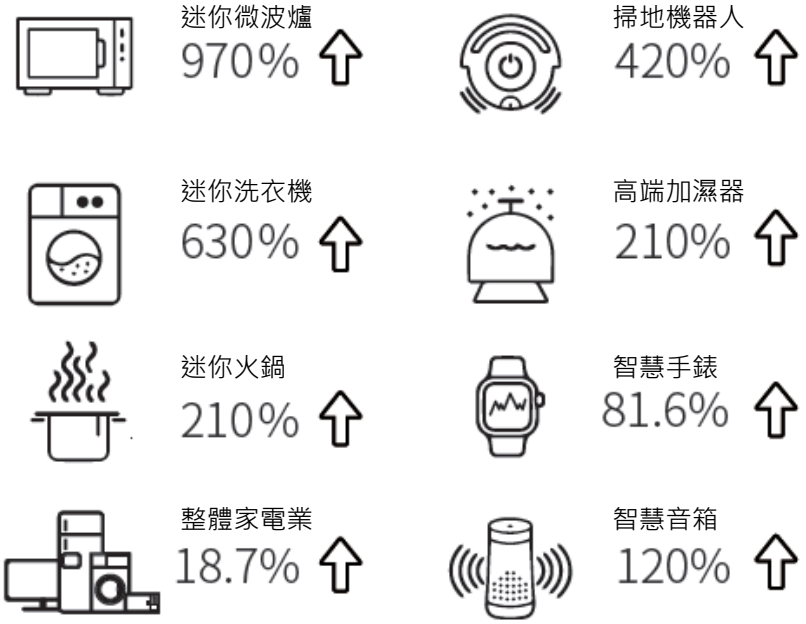
- 懶婚懶戀人群採用遊牧式生活策略。他們不急著盡快安定，而選擇擁抱挑戰和改變，通過快速適應環境或是主動改變環境，來創造讓自己覺得最舒適的生活方式。「遊牧」是懶人經濟時代的主流需求。
- 單身人群普遍抱持隨時準備轉換生活地點的心態，呈現明顯的遊牧式策略，時刻準備著改變，他們積極應對搬遷，深諳不同街區的居住體驗。在預算可接受的範圍下，他們做小範圍家裝，來滿足個性化居住需求。豆瓣小組上海無仲介租房聚集了3萬3,357名成員。小紅書上題為「3,000元臥室大改造」的分享帖，收穫17,734個讚。



※資料/圖片來源：Carat M1

都市遊牧 品牌須滿足方便改變的新消費需求

- 遊牧式生活催生了迷你款家電需求。據公開電商資料顯示，2017 年，電商平台迷你款微波爐銷量增長970%，迷你款洗衣機增長630%，迷你小火鍋增長210%。與此同時，2017年中國家電行業整體增長率為18.7%。迷你款家電增速已經遠超過整體家電業增速。
- 此外，智慧款家電銷量也伴隨遊牧需求大幅增長。2018年雙十一銷售資料顯示，2000元以上掃地機器人銷售額同比增長4.2倍，400元以上高端加濕器同比增長2.1倍， 智慧手錶第一小時成交額同比增長81.6%，智慧音箱第一小時成交額同比成長120%。

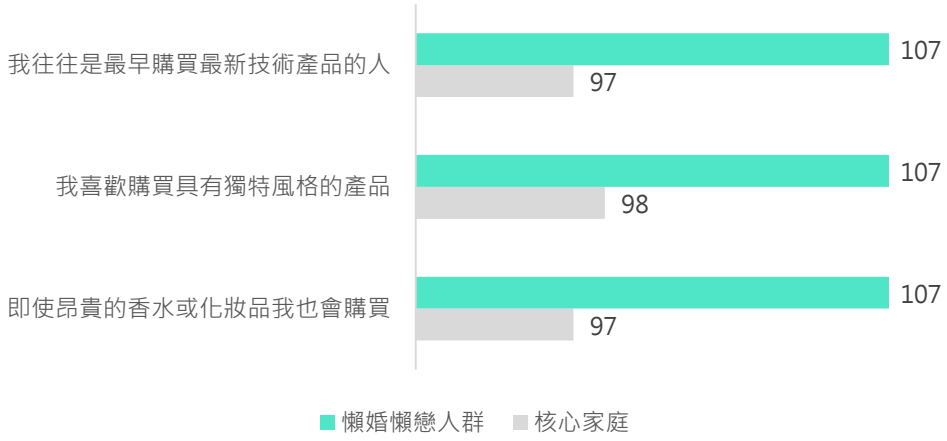


遊牧式生活策略對品牌提出了新的消費需求：個性化，可訂製，可共用，可撤銷，一切要方便移動，方便改變。

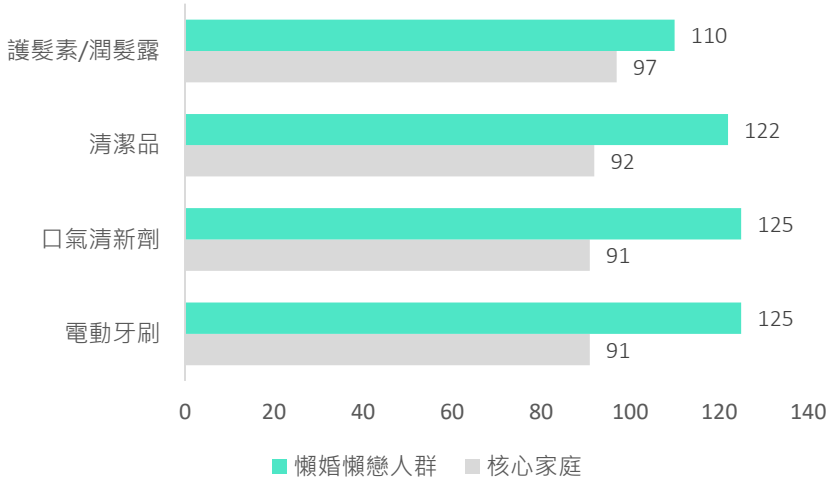
持續騷費 為體驗、社交、高質感商品買單

- 懶婚懶戀人群熱衷追求讓自己感覺「變得更有吸引力」的品牌、產品與生活方式，也對社交屬性強的商品持續表現出高消費熱情與高溢價接受度，熱衷「騷費」。
- 與已婚有孩子的核心家庭不同，懶婚懶戀人群更願意和朋友們聚在一起，因此能夠提升社交生活品質的產品對他們來說有吸引力，他們對風格獨特和最新科技的產品表現出明顯高溢價接受度，願意為質感買單。

為質感買單



熱衷騷費

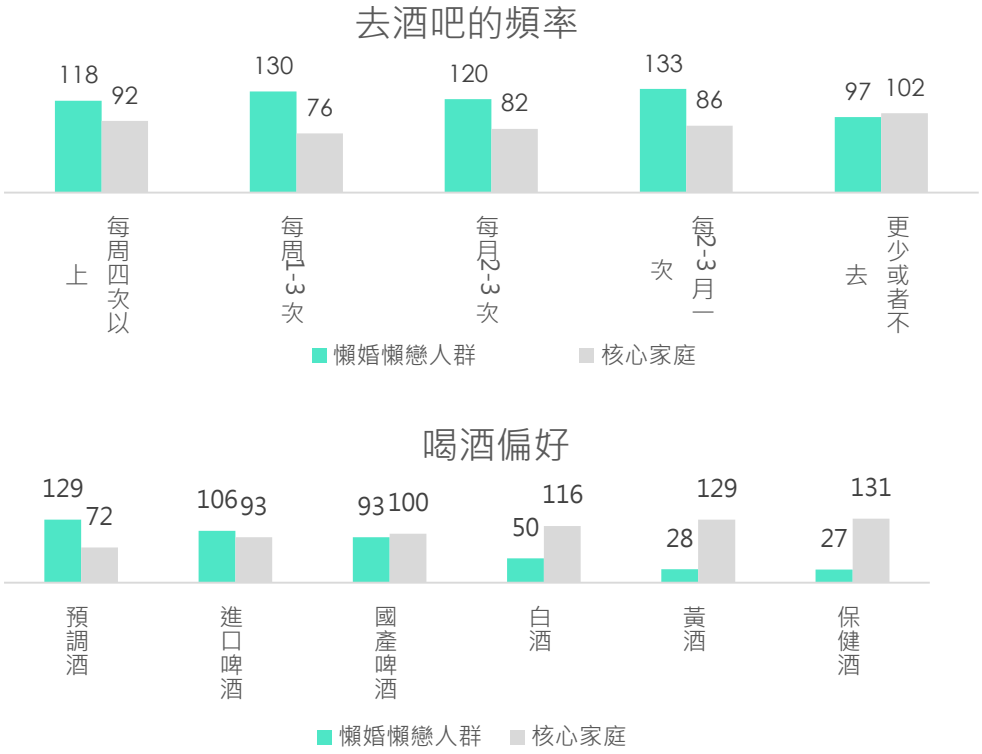


- 此外，無論是在線上還是線下，懶婚懶戀人群都表現出明顯的體驗式消費需求。伴隨收入增長和朋友圈「旅行攝影大賽」的激勵，懶婚懶戀人群過去四年在旅遊上的平均支出增長59%。

※資料/圖片來源：Carat M1(數值為index，相對於全體)

持續騷費 品牌應推出「可曬」的產品和體驗

- 懶婚懶戀人群外出就餐支出增長10.4%，特別是去酒吧的偏好明顯高於核心家庭。令人驚訝的是，懶婚懶戀人群的喝酒偏好，表現出與核心家庭幾乎完全相反的選擇：他們更願意選擇有新鮮感的體驗。
- 懶婚懶戀人群重視自我犒賞，樂觀看待未來收入狀況，表現出小夢可期的心態。這種心態有別於大前研一《低欲望社會》中所描述「對時尚不感興趣，對喝酒不感興趣，對買車買房也不感興趣，出現低欲望狀態，表現出未來不可期」的「窮充/プア充」青年。



品牌需要快速反應，推出「可曬」的產品和品牌體驗。通過打造品牌的體驗式產品贏得小夢可期的「懶人」。

※資料/圖片來源：Carat M1(數值為index，相對於全體)

結語

- **都市遊牧變現法則：**懶婚懶戀人群採用遊牧式生活策略。他們不著急盡快安定，而選擇擁抱挑戰和改變，通過快速適應環境或是主動改變環境，來創造讓自己覺得最舒適的生活方式。遊牧式需求是懶人經濟時代的主流需求。品牌需要應對遊牧式需求，提供個性化、可訂製、可共用、可撤銷的解決方案。一切都要方便移動，方便改變。

- **持續騷費變現法則：**與已婚有孩的核心家庭不同，懶婚懶戀人群更熱衷購買讓自己感覺「變得更有吸引力」的品牌和產品，對這類產品和生活方式有持續的消費熱情。他們更願意和朋友們聚在一起，無論是線上還是線下，表現出明顯的體驗式消費需求。品牌需要快速反應，推出體驗式可曬的產品和品牌體驗，透過打造品牌的體驗式產品贏得「懶人」的青睞。

CARAT
Redefining Media

新節目介紹
New TV Shows

頻道新節目介紹

類型：綜藝 **上檔日期：**2019/05/26 **播出頻道：**東森戲劇台 **播出時間：**23:00(日)

花漾爺爺 Returns：韓國知名製作人羅映錫(羅PD)，原班人馬─李順載、申久、朴根瀅、白一燮等四位爺爺，以及萬年挑夫李瑞鎮再聚首，以《花漾爺爺Returns》回歸，準備暢遊東歐十天，包含德國柏林、奧地利薩爾斯堡到維也納等城市，這次擔心挑夫年紀已不年輕，為了李瑞鎮特別找來幫手，李瑞鎮還期待會是女星韓志旼，沒想到卻是「新血」爺爺─金容建。

類型：戲劇 **上檔日期：**2019/05/27 **播出頻道：**緯來育樂台 **播出時間：**20:00(一~五)

琅琊榜之風起長林：大梁朝局安穩，但邊境戰火不斷。守護大梁北境的長林軍屢獲軍功，威名赫赫。在一次北境交戰中，內閣首輔荀白水暗中斷掉前線補給，戰困中長林軍副帥蕭平章(黃曉明飾)身受重傷，在琅琊閣學藝的弟弟蕭平旌(劉昊然飾)聞訊下山查案。鄰國夜秦遭遇疫情滅國，身為夜秦人的濮陽纓為復仇，潛伏大梁，並設局讓蕭平旌與蕭平章先後中毒，蕭平章選擇了捨棄自己救弟弟，奔赴前線支援後毒發而亡。

類型：影集 **上檔日期：**2019/05/28 **播出頻道：**FOX **播出時間：**23:00(二)

重返犯罪現場 第16季：法醫Ducky重新回歸！處長Vance遭綁近一個月，Gibbs成為代理處長，團隊持續在世界各地尋找Vance的下落。

頻道新節目介紹

類型：影集 **上檔日期：**2019/05/29 **播出頻道：**FOX **播出時間：**23:00(三)

犯罪心理 第14季：一支隸屬於位於維吉尼亞州匡提科的FBI行為分析部門（BAU）的心理側寫隊伍經歷各式各樣的犯罪行為。BAU是FBI旗下全國暴力犯罪分析中心的一個部門。《犯罪心理》與其他罪案劇的不同之處在於它並不注重犯罪本身，而是主要依靠名為罪犯側寫的行為調查方法來確認犯罪嫌疑人並預測其下一步行動。

類型：體育 **上檔日期：**2019/05/30 **播出頻道：**愛爾達體育3台 **播出時間：**02:30(四)

歐霸決賽：歐霸賽事來到了最終戰，對戰戲碼將是英國兩支強權球隊！切爾西在四強賽的延長PK中，靠著門將一夫當關的表現，守住兩顆射門，成功晉級至決賽。兵工廠的晉級之路相較之下比較沒有那麼戲劇化，但可以說是充分展現了宰制力！到底哪支球隊能登上顛峰？鎖定愛爾達體育三台的現場直播！

類型：戲劇 **上檔日期：**2019/05/31 **播出頻道：**台視 **播出時間：**22:00(五)

我們不能是朋友：惟惟即將與穩定交往的男友步入禮堂，卻在此時遇見克桓，這個男人強勢又霸道地闖入惟惟的腦海，從此再也無法刪除乾淨。但彼此身邊都有論及婚嫁的對象，他們不會是情人，甚至連當朋友都不可以！錯誤的相遇，擦出致命的火花。如果他們不該成為情人，也不能是朋友...那他們，該成為什麼？

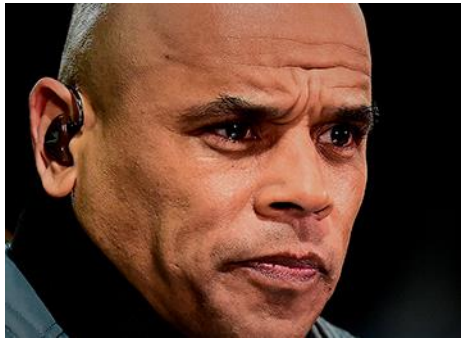
頻道新節目介紹

類型：生活 **上檔日期：**2019/05/31 **播出頻道：**Outdoor Channel **播出時間：**21:00(五)

河川的力量-遠征不丹：本節目選了一批探險團隊深入全球各地，造訪遭受人為破壞的自然生態。這群團隊會探討是否有解決生態危機的可能，以及這樣的生態破壞會不會導致大自然的強烈反撲。人類殘忍對待生態的方式，會因果報應在自己身上嗎？

類型：體育 **上檔日期：**2019/05/31 **播出頻道：**愛爾達體育3台 **播出時間：**09:00(五)

NBA總冠軍賽：勇士在西區決賽中直落四橫掃了對手波特蘭拓荒者，在漫長的季後賽中獲得了得以休息讓身體復原的空檔。東區兩支強權則還在鬥個你死我活，究竟是雷納德領軍的暴龍能夠出線、字母哥安戴托昆波率隊奪下金盃，還是柯瑞為首的恐怖勇士能夠連續三年登上王座？讓我們繼續看下去！



類型：體育 **上檔日期：**2019/06/01 **播出頻道：**TRACE Sport Stars **播出時間：**20:50(六)

Enfusion實境秀：Enfusion實境秀聚集了16位來自世界各地，最頂尖的男格鬥選手。問題是最終獎金將只屬於其中一位！他們將一對一進行對抗賽，透過最強的肢體碰撞與最細膩的格鬥技法，決定出最終勝者。喜歡綜合格鬥，或追求緊張刺激感的觀眾，不妨來看。

CARAT
Redefining Media

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	大時代台塑石油95	民視	4.90	1	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	2.39
2	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	4.87	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.29
3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.01	3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	2.27
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.87	4	綜藝玩很大	中視	2.26
5	綜藝玩很大	中視	1.99	5	大時代台塑石油95	民視	2.17
6	五洲製藥飢餓遊戲	中視	1.92	6	五洲製藥飢餓遊戲	中視	1.92
7	台視晚間新聞	台視	1.55	7	新哆啦A夢	華視	1.73
8	愛妮雅舞力全開	民視	1.42	8	1830蠟筆小新	台視	1.58
9	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	1.39	9	蠟筆小新	台視	1.43
10	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.33	10	航海王空島篇	台視	1.41
11	我愛冰冰Show安美諾美白修	中視	1.30	11	名偵探柯南	華視	1.26
12	中視新聞全球報導	中視	1.29	12	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.14
13	航海王空島篇	台視	1.21	13	棒球大聯盟2nd	民視	1.07
14	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.19	14	烏龍派出所	華視	1.03
15	天才衝衝衝	華視	1.14	15	排球少年	華視	1.02
16	1300大時代台塑石油95	民視	1.08	16	數碼寶貝APP獸	台視	0.99
17	民視七點晚間新聞	民視	0.99	17	1800名偵探柯南	華視	0.98
18	1300大時代羅氏ACCU CHEK	民視	0.97	18	台視晚間新聞	台視	0.97
19	1830蠟筆小新	台視	0.97	19	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	0.97
20	村民活動中心大誠保險經紀	台視	0.93	20	華視晚間新聞	華視	0.95
平均			1.87	平均			1.49

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

※統計期間：2019/05/13-2019/05/19

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	大時代台塑石油95	民視	1.91	1	大時代台塑石油95	民視	5.73
2	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	1.91	2	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	5.67
3	綜藝玩很大	中視	1.82	3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.69
4	五洲製藥飢餓遊戲	中視	1.48	4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.27
5	1830蠟筆小新	台視	1.48	5	五洲製藥飢餓遊戲	中視	1.99
6	航海王空島篇	台視	1.21	6	綜藝玩很大	中視	1.98
7	綜藝大集合福爾血糖機	民視	1.17	7	愛妮雅舞力全開	民視	1.69
8	台視晚間新聞	台視	1.12	8	台視晚間新聞	台視	1.69
9	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.03	9	我愛冰冰Show安美諾美白修	中視	1.58
10	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	0.88	10	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	1.53
11	新哆啦A夢	華視	0.87	11	中視新聞全球報導	中視	1.47
12	烏龍派出所	華視	0.85	12	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.42
13	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	0.84	13	1300大時代台塑石油95	民視	1.31
14	天才衝衝衝	華視	0.82	14	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.28
15	村民活動中心大誠保險經紀	台視	0.79	15	天才衝衝衝	華視	1.27
16	中視新聞全球報導	中視	0.75	16	航海王空島篇	台視	1.18
17	生死接線員	公共電視	0.75	17	1300大時代羅氏ACCU CHEK	民視	1.18
18	1800航海王空島篇	台視	0.74	18	民視七點晚間新聞	民視	1.15
19	台視17Q	台視	0.68	19	村民活動中心大誠保險經紀	台視	1.01
20	英才基金會大陸尋奇	中視	0.67	20	女兵日記女力報到晶璽醣可	台視	1.00
平均			1.09	平均			2.10

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

※統計期間：2019/05/13-2019/05/19

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	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	3.37	1	1000粉紅豬小妹	YOYO	2.76
2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.66	2	綜藝玩很大	三立都會	2.51
3	超級紅人榜佰憶園	三立台灣	2.41	3	Ben Holly s Little Kingd	YOYO	2.21
4	綜藝玩很大	三立都會	1.58	4	2000哆啦A夢大雄南極冒險	MOMO	2.16
5	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.53	5	0830衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	2.08
6	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.48	6	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	2.07
7	女兵日記女力報到超視王	TVBS歡樂台	1.40	7	蠟筆小新電影版肥嘟嘟左衛	YOYO	1.91
8	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.18	8	戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.90
9	草地狀元	三立台灣	1.14	9	1130史瑞克	YOYO	1.87
10	歡樂智多星	衛視中文	1.03	10	1900少年悍將Go	卡通頻道	1.79
11	聖王公傳奇十全味噌	三立台灣	1.01	11	粉紅豬小妹	YOYO	1.70
12	猛毒	動作頻道	0.99	12	2000名偵探柯南純黑的惡夢	MOMO	1.68
13	新聞龍捲風	中天新聞台	0.99	13	史瑞克	YOYO	1.66
14	直18 19NBA冠軍賽勇VS拓	緯來體育	0.99	14	1800BEN10再顯神威	卡通頻道	1.64
15	寶島神很大	三立台灣	0.98	15	新幹線變形機器人	YOYO	1.59
16	1900親家	三立台灣	0.98	16	LINE TOWN麻吉樂園	YOYO	1.57
17	2020大民調大攻略	中天新聞台	0.97	17	衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	1.56
18	移居世界秘境日本人好吃驚	緯來日本	0.96	18	櫻桃小丸子	YOYO	1.55
19	1230炮仔聲山本富也維納斯	三立台灣	0.95	19	1700少年悍將Go	卡通頻道	1.48
20	在台灣的故事	三立台灣	0.90	20	1800精靈寶可夢太陽月亮	MOMO	1.48
平均			1.38	平均			1.86

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

※統計期間：2019/05/13-2019/05/19

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	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	1.76	1	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	3.80
2	1830烏龍派出所	衛視中文	1.30	2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.19
3	綜藝玩很大	三立都會	0.97	3	超級紅人榜佰憶園	三立台灣	2.92
4	瘋神無雙福爾血糖機	衛視中文	0.88	4	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.75
5	猛毒	動作頻道	0.87	5	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.75
6	1800烏龍派出所	衛視中文	0.85	6	綜藝玩很大	三立都會	1.57
7	女兵日記女力報到超視王	TVBS歡樂台	0.78	7	女兵日記女力報到超視王	TVBS歡樂台	1.50
8	2000綜藝玩很大安可場斯斯	三立都會	0.76	8	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.42
9	聖王公傳奇十全味噌	三立台灣	0.73	9	草地狀元	三立台灣	1.33
10	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.73	10	新聞龍捲風	中天新聞台	1.24
11	歡樂智多星	衛視中文	0.72	11	移居世界秘境日本人好吃驚	緯來日本	1.18
12	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	0.68	12	2020大民調大攻略	中天新聞台	1.18
13	烏龍派出所	衛視中文	0.64	13	1230炮仔聲山本富也維納斯	三立台灣	1.16
14	後宮甄嬛傳	衛視中文	0.64	14	寶島神很大	三立台灣	1.16
15	航海王	衛視中文	0.63	15	1900親家	三立台灣	1.15
16	直18 19NBA冠軍賽勇VS拓	緯來體育	0.61	16	聖王公傳奇十全味噌	三立台灣	1.14
17	1730烏龍派出所	衛視中文	0.58	17	歡樂智多星	衛視中文	1.10
18	1900一日三餐新普利夜酵素	東森戲劇台	0.57	18	青島往事笨小子成功記	MUCH	1.08
19	寶島神很大	三立台灣	0.57	19	直18 19NBA冠軍賽勇VS拓	緯來體育	1.08
20	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	0.53	20	在台灣的故事	三立台灣	1.07
平均			0.79	平均			1.59

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

※統計期間：2019/05/13-2019/05/19

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	大時代台塑石油95	民視	4.90	1	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.01
2	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	4.87	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.87
3	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	3.37	3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.66
4	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.53	4	超級紅人榜佰憶園	三立台灣	2.41
5	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.48	5	綜藝玩很大	中視	1.99
6	女兵日記女力報到超視王	TVBS歡樂台	1.40	6	五洲製藥飢餓遊戲	中視	1.92
7	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	1.39	7	綜藝玩很大	三立都會	1.58
8	1300大時代台塑石油95	民視	1.08	8	愛妮雅舞力全開	民視	1.42
9	聖王公傳奇十全味噌	三立台灣	1.01	9	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.33
10	1900親家	三立台灣	0.98	10	我愛冰冰Show安美諾美白修	中視	1.30
11	1300大時代羅氏ACCU CHEK	民視	0.97	11	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.19
12	1230炮仔聲山本富也維納斯	三立台灣	0.95	12	天才衝衝衝	華視	1.14
13	青島往事笨小子成功記	MUCH	0.90	13	歡樂智多星	衛視中文	1.03
14	女兵日記女力報到晶璽醣可	台視	0.86	14	移居世界秘境日本人好吃驚	緯來日本	0.96
15	後宮甄嬛傳	衛視中文	0.82	15	台視17Q	台視	0.90
16	女兵日記女力報到享健美纖	台視	0.82	16	2000綜藝玩很大安可場斯斯	三立都會	0.78
17	扶搖	中視	0.78	17	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.76
18	生死接線員	公共電視	0.76	18	2200超級紅人榜佰憶園	三立台灣	0.70
19	2000女兵日記女力報到晶璽	台視	0.73	19	1900歡樂智多星	衛視中文	0.68
20	2100女兵日記女力報到超視	TVBS歡樂台	0.68	20	TVBS看板人物	TVBS	0.67
平均			1.51	平均			1.52

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

※統計期間：2019/05/13-2019/05/19

CARAT
Redefining Media

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

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