

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.1819**  
**05.07-05.13**





# 本期摘要

媒體放大鏡 限時動態成廣告新寵，它會成為下一個社群霸主嗎？

國際視野 Instagram正在改造購物標籤的功能

科技瞭望 Google新App要幫視覺障礙人士「看」世界

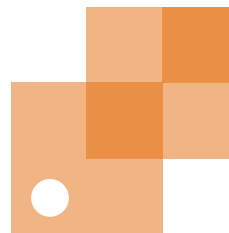
專案介紹 GTV《動物系戀人》冠名專案

收視調查

藝人動態 2018/04/09~2018/05/08

Media  
news

# 媒體放大鏡





# 限時動態成廣告新寵 它會成為下一個社群霸主嗎？

限時動態使用人數逼近10億，越來越多品牌商將廣告資源投注在限時動態，這股風潮正發揮商業廣告的效果，Facebook產品長克里斯·考克斯（Chris Cox）更表示，明年限時動態將超越一般動態。

影音串流平台Netflix，今年（2018）四月就推出限時動態風格的預覽功能，讓用戶在零碎時間打開手機App，用最少的時間探索內容；Google也在今年二月，推出AMP Stories功能，讓網頁開發者與內容出版商能使用更生動的方式，呈現自己的行動網頁內容，讓一些照片、文字、圖像影音等，靠水平滑動的方式分頁瀏覽，限時動態不是一項新的科技或功能，它其實是因應新的媒體瀏覽形態下，衍伸出的一項媒體格式、類型。

限時動態不再只是「年輕人之間的流行玩意」，而是逐漸成長為有能力翻轉未來社群世界的潛力股。從顧問公司《Block Party》的數據來看，從2016年至今限時動態的創作、使用率已經成長超過842%，若把WhatsApp、Snapchat、Instagram、Messenger這四個平台綜合起來，每天使用限時動態的人數將近有10億人。

Facebook執行長佐克伯積極的想讓限時動態從廣告中獲利，暗示著社群平台正在以限時動態、相機，取代昔日動態牆的設計，未來幾年只要能將限時動態設計的有趣、吸引人心，就能搶先一步攻占顧客與廣告主的心。[2018/5/8, 數位時代]

## 短影音崛起 網紅平台完食率破7成

線上追劇蔚為風潮，帶動影音串流蓬勃發展的同時，對於沒有時間看完一集50分鐘影劇的人來說，各平台相繼推出能快速「完食（觀看完成）」的短影音，長度從5分鐘至30分鐘不等，鎖定18至35歲的手機族群，短影音的故事、題材皆不同於電視框架，讓完食率大大提升。

東南亞起家的多頻道聯播網WebTVAsia加入影音串流戰局，於4/10宣布推出原創影音平台App「LUVÉ」，至今下載量已突破20萬。看準台灣2017年YouTube百萬訂閱頻道快速成長，LUVÉ以其資源幫助人氣網紅推出多樣原創影音內容。根據LUVÉ後台數據，平均觀看時間超過5分鐘、最高甚至達到9分鐘，完食率超過七成。

另一影音串流平台KKTV除海內外授權戲劇內容，更與詹仁雄領軍的野火娛樂共同投資、合作原創劇「彩虹六部曲」，每部劇皆為8集，一集約10至15分鐘，能以零碎時間快速看完、追起來較無負擔。

平台九成以上為原創自製的「酷瞧」，透過觀察平台用戶關注的內容，進而製作更貼近分眾的題材。酷瞧觀察，2016年用戶平均觀看時間為2分15秒，到2017年則提升到5分鐘以上，成長快速。[2018/5/6, 蘋果即時]



# OTT捷報！

## myVideo下載數破350萬 LINE TV回訪率達6成

串流影音OTT快速崛起，競爭日益激烈，台灣大哥大今(7)日公布並表示，台哥大旗下OTT影音串流服務平台myVideo APP下載數突破350萬。資策會最新調查指出，隨全台4G網路普及化，民眾手機上網行為以「影音、音樂、遊戲」等娛樂性活動需求最高，其中又以「瀏覽影音」達89%並成為最大的比例。

台灣OTT市場進入戰國時代，內容決定市場勝負的關鍵。LINE TV表示，LINE TV以廣大500萬用戶為基礎，累積超過10億的播放次數與超過9500萬小時的觀看時間。

myVideo表示，4月初推出「整個城市都是電影院」線上活動，帶動整體看片次數成長25%。除了電影館，戲劇館觀看次數也隨著引進韓國、中國大陸各地話題戲劇而較去年同期成長10倍。

此外，從LINE TV公開用戶行為觀察指出，隨LINE TV提供多元的戲劇內容，用戶回訪率超過6成，其中iOS用戶回訪率更達8成以上，熱播時段則依序為下班後持續到深夜的「7pm-12am」、午休的「12pm-1pm」，以及上班通勤時段的「7am-10am」，這是三大熱門追劇時間。[2018/5/7, 匯流新聞網]

## 吸引年輕族群眼球！迪士尼推新App

迪士尼正積極地進攻串流影音領域，他們近日推出了一款針對千禧世代（約略於1981年~2000年出生的人）的免費視頻App「Oh My Disney」，未來該App將針對年輕族群播送迪士尼的相關內容。

據了解，「Oh My Disney」包含了迪士尼世界，以及漫威（Marvel）系列等影音內容，而這將吸引更多廣告商下預算，因為他們相當重視年輕世代的市場。迪士尼表示，這款App與YouTube相較，多了更多網站的安全性，近日YouTube因為不當影片而引發爭議，致使許多品牌商紛紛撤掉了在該平台上的廣告，迪士尼預期「Oh My Disney」將成為這些廣告商的新選擇。

在串流影音平台Netflix的崛起之下，迪士尼正逐步地走向行動媒體化，上個月他們推出了自家的網路串流服務ESPN+，其中提供10,000個獨家即時運動賽事，用戶能透過訂閱的方式觀看，而這些賽事僅會在ESPN+播送，電視節目中不會播出，迪士尼希望能藉此吸引更多數位用戶。[2018/5/7, 匯流新聞網]





17直播母公司M17 Entertainment已經正式在美申請上市，預計募資新台幣34.2億。值得注意的是，這也是外界首次可以得知，這間明星新創公司的「變現」實力，到底有多深。說明書中首次揭露直播平台的驚人變現能力，17直播在2017年替M17貢獻了7180萬美元（約新台幣21.3億元），擔任集團金雞母角色。

17直播的註冊用戶數全部來自手機端，2016年約2930萬名，經過一年時間，2017年底成長至3240萬，三個月後再次增加90萬名新用戶。不過，他們的每月活躍用戶（MAU）成長趨於停滯，2016年底就有90萬名，但現在維持在100萬上下。

集團超過91.4%營收來自「直播打賞」，只有8.1%是交友軟體。M17認為，他們的商業模式雖然新穎，但過於集中在特定服務，且要面對新市場變化，加上全球公司Bigo Live和MeMe Live的競爭，未來仍有挑戰。另一方面，成長趨緩的月活躍用戶，也是他們擔心的現象之一。

為了不斷抓住用戶的心，M17近來不斷開啟直播新嘗試，包含和傳統媒體的節目合作、大量自製內容和電商頻道，最終，走到了赴美IPO的最後一步。這間被台灣滋養、逐漸茁壯的網路新創公司，正在面對他們成長過程裡最關鍵戰役。[2018/5/12, 數位時代]

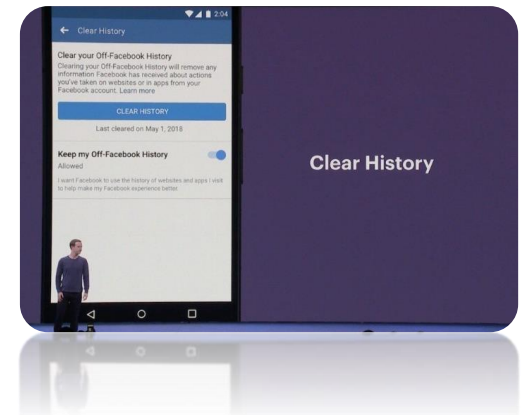
## FB將打造「Clear History」 個資給不給可自己決定

由於年初曝光隱私遭竊問題，使得Facebook近期一直被外界質疑隱私保護措施不足，因此除了日前強調將會進一步強化用戶隱私保護，同時也會讓使用者更容易掌握個人隱私如何被使用。在稍早宣布消息裡，Mark Zuckerberg表示接下來將會投入名為「Clear History」的控制選項設計，預期將使Facebook用戶能更容易明白個人隱私目前被哪些網站或App取用，同時也能更直覺決定是否繼續開放網站取用個人隱私。

由於越來越多網站登入介面與Facebook個人帳號綁定，但即便使用者從網站登出後，該網站是否持續透過Facebook帳號連動關係持續取得用戶個人隱私，對於使用者而言幾乎難以掌控，因此藉由「Clear History」介面條列資訊，將能讓使用者更簡單掌握哪些網站曾經，或目前仍持續存取個人隱私資訊。

此項功能預計在未來幾個月內陸續項全球用戶釋出，同時Facebook也預期會在此次F8開發者大會上作具體說明。

[2018/5/2, 聯合新聞網]





民視公司去年底將「民視新聞台」、「民視第一台」及「民視台灣台」三頻道包裹授權方式與系統台洽談並要求定頻，但台固、凱擘、台固等多系統經營者還有少數獨立系統台，有的只想單買民視新聞台播出權，有的無法接受定頻，雙方商業談判破裂尋求國家通訊傳播委員會（NCC）介入調處，5月3日民視給TBC的臨時授權到期，4日凌晨零時開始，TBC以擔心侵權將民視新聞台下架，桃園、台中、新竹、苗栗約76萬TBC體系收視戶，迄今還看不到民視新聞台。

同樣的情況發生在凱擘、台固系統，加上獨立系統台大新店民主、屏南共約178萬戶，原來臨時授權到今天晚上11時59分，今天下午民視公司發出聲明，決定展延臨時授權給凱擘及台固媒用戶到25日，下架風暴暫時解除。

TBC法務長林志峰表示，今天下午看到民視公司為保護消費者收視權益，展延對凱擘所屬系統台的臨時授權到5月25日，期待民視公司也本於維護桃、竹、苗及台中的消費者收視權益，給予TBC所屬系統台，民視新聞台的臨時授權到5月25日，TBC只要一收到民視公司臨時授權，會即刻播放民視新聞台的訊號，以維消費者的收視權益。

NCC副主委翁柏宗表示，目前民視及TBC對於授權文字有理解上之落差，希望雙方理性、捐棄成見，站在維護消費者權益角度考量，盡速達成共識，恢復民視新聞台上架。[2018/5/10, 自由時報]

## 智慧助理就像真人一樣幫你打電話訂位！

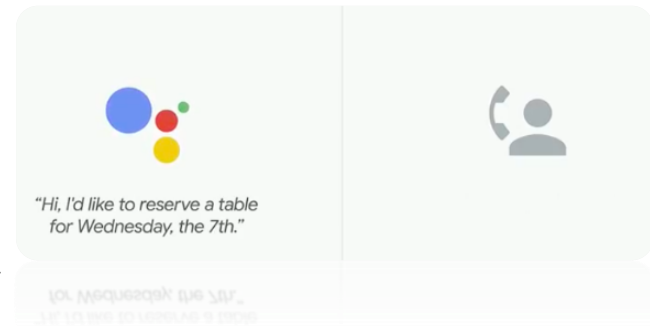
今年Google I/O開幕演講上，執行長桑德爾·皮察（Sundar Pichai）以人工智慧（AI）作為演說開端，「人工智慧，能解決世界上人們的問題。」

1.與街景融合、給予指標的Google Maps：新的Google Maps結合街景、人工智慧、與Google Lens的AR應用，能夠知道用戶所在地點，然後透過相機，在螢幕上顯示「右轉箭頭」告知方向。

2.更強大的視覺搜尋工具Google Lens：結合AR與人工智慧，強調透過實體相片、相機鏡頭來進行影像搜索，把關鍵字搜尋進化成影像自動搜尋。

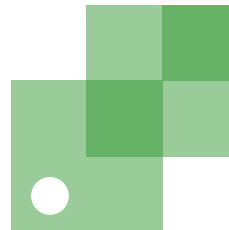
3.幫你打電話訂餐廳的智慧助理Google Assistant：當用戶希望Google Assistant幫忙預訂餐廳，但這家餐廳又不接受網上預訂時，語音助理會直接「打電話」給對方，實體與對方櫃檯人員談話，並完成訂位。這個稱作「Duplex」的技術示範，展示了Google Assistant的語音能力、文字與情境辨識能力，以及智慧語音助理能像真人一般講電話的情境。

4.新版Google新聞：對於Facebook假新聞爭議，Google也加入這波浪潮，更新自己的新聞服務，讓使用者能夠在單一平台上，掌握同一主題事件、多個媒體來源報導的消息，以免訊息偏頗。[2018/5/9, 數位時代]



Media  
trend

# 國際視野





# Instagram正在改造購物標籤的功能

Instagram正在推出新功能以吸引用戶通過其平台進行購物。根據TechCrunch表示，該影音分享app正低調推出支付功能，用戶透過綁定信用卡或金融卡即可使用。目前該功能僅限於像是預約沙龍或餐廳等，顯示他們認為服務比商品更適合這種新功能 - 至少在初期階段。

Instagram2016年推出電子商務服務“購物標籤”，商家可將商品購買連結嵌入圖片中。毫無疑問的，社群媒體在探索和影響力方面占有重要功能。根據Bizrate Insights於2018年4月進行的“eMarketer電子商務觀察報告”顯示，20.4%的美國網路用戶表示，過去一個月他們曾經從社群媒體上得知某些商品資訊並購買該商品，其中18-29歲比例達將近一半。

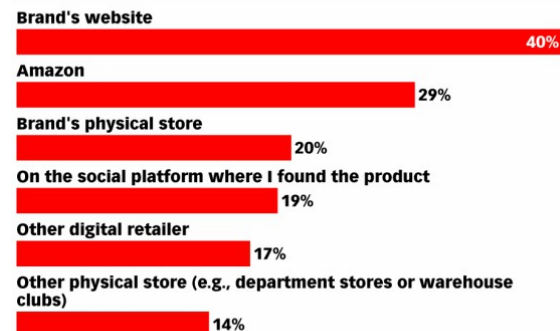
但有多少人直接通過社交平台進行購買？2017年12月Cowen and Company調查顯示，使用Instagram的比例不到五分之一，多數還是透過品牌網站購買。Bizrate數據顯示，年輕的網路用戶最有可能進行社交媒體活動，25至34歲的用戶當中有四分之一透過Instagram完成購買行為。此外，20%是透過Snapchat購買，18%透過Facebook購買，購物金額與Instagram大致相同。

根據Global Web Index 2017年Q4調查發現，41%的Snapchat用戶、40%的Instagram用戶和35%的Facebook用戶在過去一個月均有使用行動支付功能。這比例似乎偏高，儘管這項調查是在全球進行，但亞太地區行動支付的使用率比北美更高。

Instagram不是唯一一個使用電子商務的社交平台。Facebook自2015年以來一直在調整Messenger的支付方式，當時它推出了P2P支付。2016年開始測試本地支付，但該功能仍處於測試階段。今年2月Snapchat推出了虛擬商店Snap Store，用戶可以綁定信用卡購買Snapchat相關商品，啟用一鍵式購買可說是一個大型企業的開始。

## Channels/Locations Where US Internet Users Complete Purchases from Brands Discovered on Instagram, Dec 2017

% of respondents



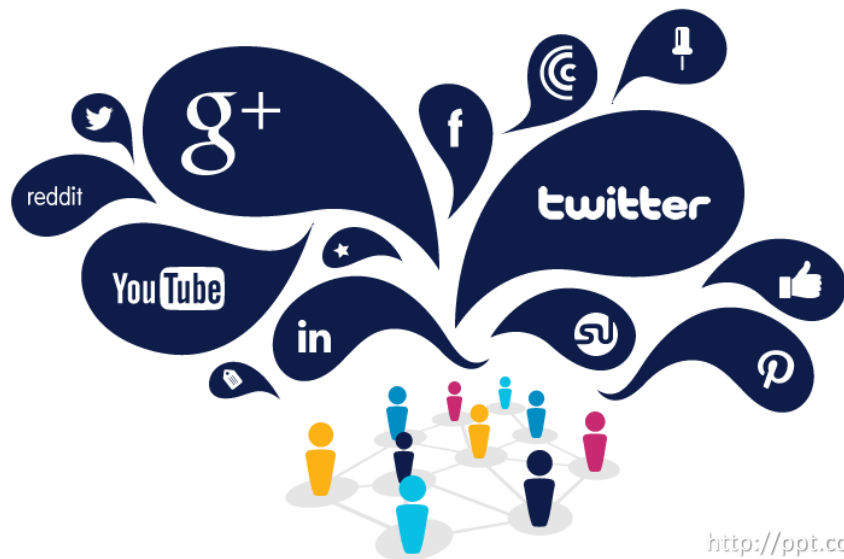
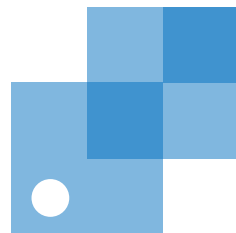
Note: n=2,700 ages 18+  
Source: Cowen and Company, "Gen Z and Millennials Reshape Apparel, Footwear, and Accessories" conducted by Dectiva, March 8, 2018

235942

www.eMarketer.com

New  
Idea

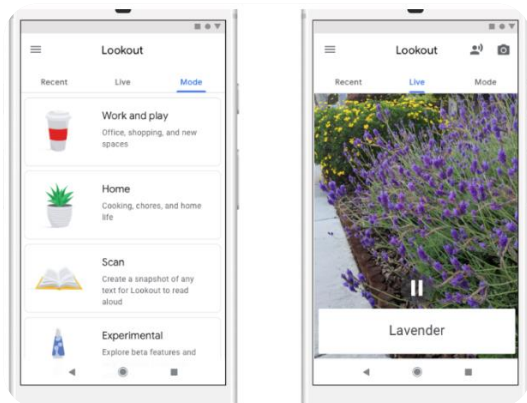
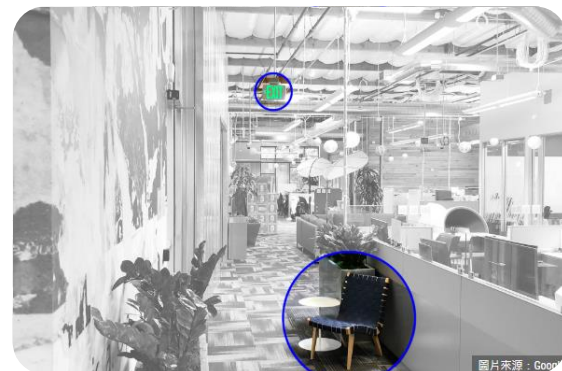
# 科技瞭望



視覺障礙人士走在路上時，即使能靠人行道標誌得知行走方向，當他們走過一叢花草，或是幾排椅子時，仍然無法知道身旁的物體，對他們而言只是一片黑暗或模糊世界。

為了讓這些擁有視覺障礙的人士，能夠更了解自己身旁的世界與實體環境，Google開發了一個新的App「Lookout」，能幫他們唸出身旁物體，以及紙張上的文字。

Lookout目前提供4個模式，讓視覺障礙人士根據不同情境更換，包含家用、工作與出遊、掃描和實驗性，更會根據情境提供相關的資訊。



舉例來說，在家用模式中，此App就會告知他們沙發、桌子與洗碗機的位置，告知方式則會像「沙發在3點鐘方向」；假設是在工作與出遊模式，App給的資訊則是電梯或樓梯的位置等。而在掃描模式，則是可以幫他們唸出一段文字的內容。

Google建議視覺障礙的人士在打開此App後，把手機用頸繩掛在脖子，或是放在襯衫的口袋中，讓相機面對視線所在，來讓這個Lookout App幫他們看世界、提點環境物體資訊與所在位置。

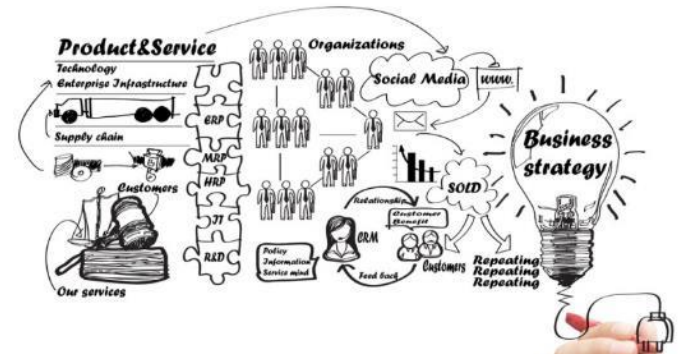
Lookout可以離線使用，Google更聲稱它會利用機器學習技術，隨著使用時間更長，能夠更了解用戶對哪些資訊有興趣，並依他們的興趣來告知相關物品的資訊。

Lookout預計今年先在Android系統、美國地區推出。

然而對視覺障礙人士來說，看著智慧型手機螢幕來操控、打開App的步驟，幾乎是無他人幫助就無法執行的行為。Google並未表示，這個Lookout App是否能靠語音助理Google Assistant執行，如果不行，視覺障礙的人士還是得需他人幫助，來打開App、選擇模式，才能開始用它來看世界。

Project

# 專案介紹



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



# GTV 《動物系戀人》 冠名專案



專案介紹

**GTV 八大電視 動物系戀人啊 獨家冠名案**

導演 瞿友寧 許瑋

主演 張睿家 鍾欣潼 賀軍翔 王六 謝欣穎

動物系戀人啊 TREE IN THE RIVER

• 專案期間： 107/08/12(日)-107/09/30(日) 暫訂8集

**楚之河 (鍾欣潼 飾演)**

- 松鼠系戀人
- 王大樹戀人，表示期待一場浪漫的愛情，猶如可愛單純、略帶傲嬌的小松鼠。

**王大樹 (賀軍翔 飾演)**

- 長頸鹿系戀人
- 楚之河戀人，以憨厚感十足的黑框眼鏡形象出現，就像一頭穩重忠厚的長頸鹿。

**【劇情介紹】**

《動物系戀人啊》講述了乖乖女楚之河，在與穩重的王大樹相愛中獲得成長的故事，整部劇通過多條情感線的細膩展現，聚焦都市女性在不同狀態下的愛情哲學。該劇的名字來源也十分戳中萌點，據悉，導演希望通過對動物習性的分析，與人們戀愛時的性格相匹配，加借喻長頸鹿與松鼠，兩種看似不同的動物相結合，產生的一種戀愛、相處模式反差萌，從輕鬆、有趣、新穎的的視角去探討嚴肅的都市愛情，甜蜜與萌點共存。

**【導演介紹】**

**瞿友寧導演電視作品集**

花甲男孩轉大人、動物系戀人啊、哇！陳怡君、小時代之摺紙時代、你照亮我星球、我可能不會愛你、我的爸爸是流氓、桃花小妹等等



**GTV 冠名露出範例**

節目片頭

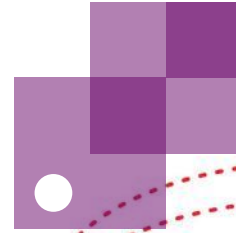
節目片尾感謝卡

節目左上角 LOGO

節目收看卡

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	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	4.93
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	4.44
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.98
4	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.06
5	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.02
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.71
7	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.39
8	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.35
9	成功SUCCESS我的男孩	TTV	國語連續劇	1.25
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.25
11	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.18
12	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.13
13	1300幸福來了象卡來防詐騙	FTV	閩南語連續劇	1.13
14	實習醫師鬥格1997愛瑪勻嫩	FTV	國語連續劇	1.11
15	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.09
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.03
17	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	0.94
18	成功SUCCESS我的男孩3分熟	TTV	其他節目	0.93
19	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.82
20	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.82

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	3.32
2	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	2.73
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.29
4	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	1.84
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.79
6	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	1.69
7	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.52
8	姐姐還活著	*SCC	韓劇	1.52
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.47
10	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.28
11	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.20
12	那年花開月正圓兆櫃開運鯨	GTV-D	大陸劇	1.10
13	2200超級紅人榜白花油甦醒	SANLI	競賽綜藝	1.08
14	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.03
15	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	0.98
16	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	0.94
17	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	0.94
18	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.91
19	1900愛回來	SANLI	閩南語連續劇	0.89
20	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.88

## 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	航海王23	TTV	卡通影片	2.35
2	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	2.31
3	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	2.19
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.11
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.87
6	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.38
7	新一點靈高塔公主	TTV	國語連續劇	1.30
8	成功SUCCESS我的男孩	TTV	國語連續劇	1.01
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	1.00
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.98

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.92
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	2.68
3	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	2.56
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.32
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.03
6	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	2.00
7	航海王23	TTV	卡通影片	1.42
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.41
9	鬼怪孤單又燦爛的神	TTV	韓劇	1.03
10	EASYSOOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.01

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	3.71
2	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	3.47
3	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.68
4	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.27
5	成功SUCCESS我的男孩	TTV	國語連續劇	1.83
6	EASYSOOP三明治女孩的逆襲	TTV	國語連續劇	1.72
7	航海王23	TTV	卡通影片	1.71
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.47
9	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.17
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.17

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	閩南語連續劇	8.43
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	6.91
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.55
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.65
5	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.52
6	1300幸福來了象卡來防詐騙	FTV	閩南語連續劇	2.43
7	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.10
8	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.80
9	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.68
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	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.90
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.88
3	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	1.49
4	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.33
5	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.26
6	姐姐還活著	*SCC	韓劇	1.04
7	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.96
8	高塔公主SEXYLOOK酵素面膜	ETTV	國語連續劇	0.94
9	1330烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.93
10	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.91

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	3.87
2	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.80
3	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.79
4	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.55
5	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	1.51
6	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	1.49
7	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.45
8	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.33
9	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.16
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.13

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.36
2	姐姐還活著	*SCC	韓劇	1.99
3	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.92
4	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	1.42
5	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.21
6	高塔公主SEXYLOOK酵素面膜	ETTV	國語連續劇	1.18
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.16
8	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.11
9	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	1.05
10	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	1.05

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	競賽綜藝	5.11
2	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	4.67
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.38
4	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	閩南語連續劇	2.95
5	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	閩南語連續劇	2.89
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.95
7	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.84
8	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.84
9	1900愛回來	SANLI	閩南語連續劇	1.70
10	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.56

## 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
CTV/中視	0.65	0.39	0.28	0.44	1.14
TTV/台視	0.6	0.48	0.39	0.50	0.84
FTV/民視	0.37	0.12	0.13	0.2	0.73
CTS/華視	0.26	0.16	0.22	0.2	0.37

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	0.41	0.16	0.28	0.43	0.60
FTVN/民視新聞	0.39	0.11	0.12	0.24	0.78
ET-N/東森新聞	0.38	0.13	0.19	0.38	0.62
SETN/三立新聞	0.37	0.09	0.14	0.30	0.69
CTiN/中天新聞台	0.36	0.08	0.11	0.25	0.69
ERA-N/年代新聞台	0.19	0.03	0.04	0.12	0.40
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.07	0.10	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.06	0.06	0.11	0.22
NTVN/壹新聞	0.11	0.02	0.05	0.10	0.19

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	幸福來了象卡來防詐騙APP	FTV	4.93
2	金家好媳婦蘿琳亞塑身衣	SANLI	3.32
3	戲說台灣CUCKOO福庫電子鍋	SANLI	1.84
4	戲說台灣	SANLI	1.79
5	戲說台灣假日完整版CUCKOO	SANLI	1.69
6	姐姐還活著	*SCC	1.52
7	2215阿爸的願望	SANLI	1.28
8	成功SUCCESS我的男孩	TTV	1.25
9	1300幸福來了象卡來防詐騙	FTV	1.13
10	實習醫師鬥格1997愛瑪勻嫩	FTV	1.11

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	4.44
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.98
3	超級紅人榜白花油甦醒凝露	SANLI	2.73
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.29
5	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	2.06
6	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	2.02
7	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	1.52
8	綜藝菲常讚	CTS	1.39
9	愛妮雅舞力全開	FTV	1.35
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.25

## 新聞類/全體

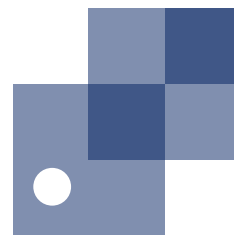
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線	SETN	0.94
2	新聞深喉嚨	CTiN	0.91
3	世界翻轉中	TVBSN	0.78
4	台灣1001個故事	ET-N	0.77
5	政經看民視	FTVN	0.77
6	非凡最前線	UBN	0.69
7	文茜的世界財經周報	CTiN	0.67
8	正午最前線	UBN	0.67
9	李四端s雲端世界	ET-N	0.64
10	文茜的世界周報	CTiN	0.63

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	青春好7淘	SANLI	0.98
2	大陸尋奇	CTV	0.82
3	型男大主廚小三美日	SL2	0.78
4	食尚玩家	TVBSG	0.54
5	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.52
6	食尚玩家就要醬玩	TVBSG	0.48
7	食尚玩家來去住一晚	TVBSG	0.47
8	直17 18NBA季後賽鵜VS勇	VLSPT	0.46
9	愛玩客之移動廚房	SL2	0.44
10	直MLB例行賽雙城VS天使	*FOXS	0.38

**Dorian  
idols**

藝人動態



**Dorian**

**DOL!DU**





完美女神李毓芬再次推出個人數位單曲，這次還請來創作才子蔡閔佑替她量身打造歌曲，MV推出至今也登上多個音樂平台排行榜，為了感謝粉絲支持，李毓芬舉辦粉絲見面會。

熱情粉絲把現場擠得水洩不通，李毓芬除了現場獻唱新歌，現場還準備了遊戲關卡與題目，考驗粉絲，最後勝利得主可以獲得跟她合拍拍立得的機會。而女神這次也超級敬業，為了拍MV去學彈吉它，凌晨4點就起來化妝，一路拍到天黑才收工，生日快到的她，唱片公司也特地客製了吉它翻糖蛋糕，直接替她慶生，粉絲也感受到李毓芬熱情親切的回饋，開心期待下一次見面會。 [2018/5/5, 民視新聞]

李毓芬睽違2年，再度發行新單曲〈早應該〉，或許在出道的這12年以來，也嚐盡人生各式滋味，她將自己以及歌曲回歸到一個純淨空靈的原點，「我們很多時候都會覺得，『早應該』我就會怎麼樣，但人生其實回不到過去」。不若螢幕上的白傻甜形象，李毓芬私下其實是有誤會就會想馬上說開，即便說開後，兩人的關係無法恢復從前，但對她而言，誠實面對自己的感受，遠比維持虛假的表面好得多。

沒有發行新歌的這2年，李毓芬坦言也會緊張，但公司跟她說：「如果推出的東西還沒準備好，那倒不如不做。」也讓李毓芬對於新作品非常要求，即便成品大抵都要完成，她仍會表示哪裡還不夠好，即便一切要重來，她都甘之如飴。 [2018/4/9, 今日新聞]



# 網路節目《女子戰利品》 & 媽祖之光電視晚會主持



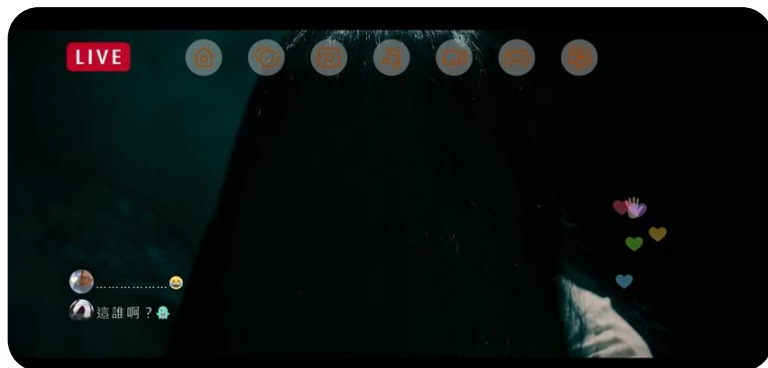
媽祖之光電視晚會影片連結：<http://www.applelive.com.tw/livechannel/archive/43/186/3118/1>

## 壯壯 - 【騎動臺灣】萬眾Bike！六縣市同步開騎



「騎動臺灣 發現美麗新視界」-萬眾Bike!同步Live!今(15)日盛大開騎，活動串聯花蓮縣、宜蘭縣、臺北市、新北市、新竹市以及高雄市等縣市共襄盛舉，吸引逾5,400人參與活動，體育署全民運動組組長呂忠仁與形象大使壯壯也共同領騎為活動揭開序幕。

形象大使壯壯表示：「平時最愛的自行車路線就是臺北河濱公園，之前很常揪2~3位好友一同騎乘自行車，感受隨走隨停與盡情享受樂活自在悠閒，這次很開心一起參與，六縣市同騎活動」。[2018/4/15, ETtoday]



77怪談篇影片連結：<https://www.youtube.com/watch?v=DTDVSzFSG7w>

## 范宸菲 - 【在愛之外】感恩見面會





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

