

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.1911**  
**03.11-03.17**





# 本期摘要

媒體放大鏡 NCC調查：民眾認定報紙最公正

國際視野 2019年美國電競廣告收入將增長25%

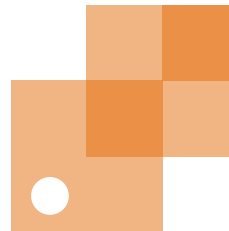
科技瞭望 法國Stanley Robotics機器人幫忙停車

專案介紹 LINE TV：戲劇合作冠名方案

收視調查

Media  
news

# 媒體放大鏡



# NCC調查：民眾認定報紙最公正

假新聞流竄，影響民眾對新聞真實性的信任度，根據國家通訊傳播委員會（NCC）進行的「一〇七年通訊傳播市場調查」，紙本報紙、電視、廣播、網路入口網站 / APP、廣播電台網站 / APP等民眾獲取新聞的五大來源資訊公正性比較，**七十一·八%民眾認為報紙最公正，排名第一，而電視以一·二%之差緊追在後。**

民眾心目中五大新聞來源公正性排名，分別是紙本報紙七十一·八%、電視七十·六%、廣播六十二·三%、網路入口網站 / APP五十七·八%、廣播電台網站 / APP五十七·七%。至於新聞資訊不公正程度，排名第一的是電視二十二·二%，再來依序是網路入口網站 / APP二十·九%、廣播電台網站 / APP十七·七%、紙本報紙十七%、廣播十五·三%。這份調查為NCC於去年五至七月進行，有效樣本一〇七八份。

【2019/3/14, 自由時報】



## CATCHPLAY影、劇雙拚應戰

CATCHPLAY執行長楊麗貞表示，將影、劇雙拚，打國際牌拉高規格應戰！除了主打電影強調差異化，有逾3,000部電影片庫做後盾，今年也開始大幅度跨足戲劇市場和投資，增強付費用戶的黏性與忠誠，鞏固市場。

3月CATCHPLAY將推出首檔原創台劇「我們與惡的距離」，與HBO Asia、公視採國際合作，每集製作費堪稱台劇史上數一數二高，CATCHPLAY主動爭取HBO Asia合作，拉高製作預算和水準，聯手在全亞洲播出擴大影響力，月底CATCHPLAY也將推出獨家外購劇助攻。

楊麗貞指出，相較免費看市場大亂鬥，**CATCHPLAY主攻付費用戶市場，鎖定金字塔頂有消費能力和喜歡高質感的OTT客群，這個市場仍在成長。**

CATCHPLAY起初以電影為主、著重新片，三年來吸引一群死忠電影咖。電影雖屬高價值內容，但用戶需專心欣賞，經常在周末看，黏性和投入時間不如追劇長，反觀戲劇的故事與互動綿長，且可用零碎時間追劇，讓用戶進站頻繁、停留時間更久，所以CATCHPLAY接下來將以電影咖的挑惕眼光做高質感戲劇，衝高用戶看片量和時間。

楊麗貞表示，CATCHPLAY計畫一年自製或獨家參與至少二到四部原創影集，今年預計推出一、二部國際合製劇，也會增加電影投資，已有投資一部知名電玩改編的好萊塢電影「縱橫諜海」（Splinter Cell）值得期待。

【2019/3/14, 中時電子報】

CATCHPLAY

# Google進軍遊戲串流？

Google 19日預料將發表影音遊戲串流服務Project Stream商用版本，以及傳聞已久的遊戲主機Yeti，很可能實現Google成為「電玩界Netflix」的最終夢想，顛覆目前由微軟、Sony與任天堂稱霸的遊戲市場。

CNBC網站報導，Google準備19日於舊金山舉行的「遊戲開發商大會 (GDC)」上發表自家的「未來遊戲」願景。Google的遊戲串流服務將以隨選形式提供遊戲，並且讓使用者能將熱門遊戲串流至筆電、智慧手機或用串流盒連接至電視，大幅改變當前的電玩使用模式。

外界也好奇Google傳聞中的Yeti遊戲主機將如何運作。由於電玩遊戲的處理過程預期預期都將發生在雲端，因此Yeti可能是個簡單的硬體，像是能夠把遊戲連結到電視的控制器與串流盒。IDC分析師沃德表示，電玩遊戲產業2018年營收達1,360億美元，而且每年成長幅度達15%；Newroom的調查也顯示，去年全球遊戲市場規模已達1,379億美元。然而Google想在串流電玩界分一杯羹，挑戰並不小，例如繪圖晶片大廠輝達 (Nvidia) 已率先推出基於Android系統的串流遊戲主機，亞馬遜也積極投入相關領域。

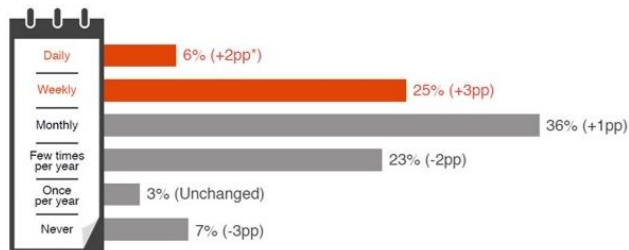
【2019/3/19, 聯合新聞網】



## 手機上網購物比重首次反超電腦

資誠會計師事務所今公佈「2019全球消費者洞察報告」，隨數位科技發展，消費者行為也出現快速變化，使用手機上網購物比重首次反超使用電腦上網購物；同時，受名人代言影響購物的消費者僅剩不到2成，如今消費者更重視受產品於社群媒體評價。

結果顯示，比起過去消費者明顯更信任、依賴數位科技，尤其是智慧型手機，**24%受訪者以手機為主要線上購物工具，10年來比重首次反超使用電腦線上購物 (23%)**，且已有逾半受訪者，會使用手機進行線上支付、轉帳、存取發票。不可忽視的是，年輕世代對數位科技、社群媒體的擁抱程度更高，**高達50%Z世代消費者 (17-22歲)**，使用串流媒體來看電視或電影；**同時，近4成Z世代是直接透過社群媒體來得知天下事，而非透過傳統媒體。**



1. On average, how often do you buy products online? 23,066 respondents (\*pp = percentage points)  
 Source: Global Consumer Insights Survey 2019

另一方面，資誠創新整合公司董事長劉鏡清表示，如今消費者面對的選擇太多，且受到五花八門的行銷手法轟炸，因此正不斷尋求能幫助簡化購買決策的工具，例如數位科技、信任的社群或專家。同時，相較傳統消費者，數位消費者還有一重要特性，就是具有活躍的「搜尋」及「分享」行為。

反映在購買決策上，調查顯示，現在只剩不到2成消費者是因為名人代言而購買產品，相較**有高達61%受訪消費者表示，是受到社群媒體中，其他人分享的購買靈感或正面評價影響而購買產品。**

【2019/3/19, 自由時報】

# 迪士尼與福斯合併！超級英雄秒變一家人

迪士尼、福斯高達713億天價美金的合併案確定將於3月20日生效，畫下好萊塢歷史性的一刻。收購福斯讓迪士尼成功鞏固在好萊塢的地位，迪士尼手上同時還握有皮克斯（Pixar）、漫威（Marvel）、盧卡斯影業（Lucasfilm）的經營權，在收購案之後，迪士尼就會掌握整個好萊塢高達46%的票房收入，成為美國娛樂產業的龍頭公司。



據《好萊塢報導》報導，兩間公司合併後，未來福斯將作為獨立公司營運，如同迪士尼旗下的皮克斯工作室、盧卡斯影業及漫威工作室。福斯將繼續製作詹姆斯卡麥隆《阿凡達》系列電影，不過《X戰警》、《死侍》、《驚奇四超人》等電影版權則是正式回歸漫威工作室，有望與《復仇者聯盟》系列故事交叉。

影迷們對於《X戰警》將能正式回歸《復仇者》的消息都感到興奮不已，但由於《復仇者聯盟4》已拍攝完畢，多數外媒認為《X戰警》、《驚奇4超人》系列等原來所屬福斯的角色，最快只能在《蜘蛛人2：離家日》補拍時安排進去，或是接下來發展中的《奇異博士2》、《黑寡婦》、《黑豹2》、《永恆族》等片才有機會正式回歸。

【2019/3/13, 三立新聞網】

## Apple急擴影音版圖PK Netflix

日前蘋果終於發出了本月25日春季發布會的邀請函，也因為此次的主旨為「It's show time.」讓外界猜測是不是Apple要在此次發布會釋出屬於自己的影音串流平台。近日有消息傳出，Apple與HBO以及Showtime等媒體達成合作，除了想提升Apple TV的內容外，也還要擴大了消費與收視族群。

綜合外媒報導，這次蘋果的春季發布會讓外界猜測，應該是會在該場活動上，正式宣告與Amazon及Netflix影音串流平台正式展開競爭。但由於另外兩家影音平台相較於蘋果將推出的串流服務已趨成熟，因此外界便認為，此次蘋果積極拉攏HBO、Showtime及Starz等電視台媒體一同合作一方面是在對其示威，另一方面則是瓜分市場，搶攻更多的收視群。

據消息人士指出，Apple將自製電視電影節目，但絕大部份都還在製作當中，必須要等到今年後半季左右才會上線，因此平台上線時，跟目前美國最受歡迎的3個有線電視網路供應商合作是必然的跡象。

不過值得注意的是，許多民眾質疑為何蘋果不和Netflix化敵為友、一同合作？原因是現在Netflix其實已是當今美國市場規模最大的串流媒體企業，因為不想要自己的用戶體驗與觀看數據控制權讓給蘋果，且蘋果在抽成的部分態度強硬，因此Netflix早已於今年1月起不開放用戶直接在IOS上直接訂閱消費，這也讓蘋果因無法分成而造成龐大的損失。

因此，有了這些種種原因，未來待蘋果的影音串流平台正式上線，恐怕會在OTT界上引起「強震」，然而誰會成為該行業的佼佼者，更讓觀眾們拭目以待。

【2019/3/14, 匯流新聞網】

# 臉書、IG大當機 Telegram因此受惠？



上週堪稱科技龍頭的「黑暗週」，Google、Facebook、Instagram、WhatsApp、iCloud 等相繼故障，但出乎意料的是，在這各大社群軟體發生「大災難」時，卻有一個通訊軟體因此得利，因為它竟然在臉書當機的那段期間，一夕暴增了300萬人數的註冊者，完全就是此次災變的最大受益者。

綜合外媒報導，本月14日，Facebook出現了嚴重的當機情況，當然也包含了旗下的Instagram、Messenger、WhatsApp等應用程式，雖然說後來釐清是伺服器組態改變造成了全球大當機，不過用戶們在這故障的10多個小時深受引響。**因此在無法使用的情況下，紛紛改去用了通訊軟體Telegram，沒想到卻因此讓Telegram的註冊人數有著劇烈的增加。**

據了解，Telegram的創辦人Pavel Durov受訪時表示，在臉書系統大當機那天，他們的用戶突然增加了300萬人。雖然之後他沒多提註冊人數飆升的原因解釋，但他卻暗諷著臉書執行長馬克祖克伯，表示至少Telegram能提供用戶們隱私以及無限的空間。

對此，Telegram的技術人員也如同老闆一樣的想法，紛紛認為此次的當機並不是主要讓用戶跳槽的原因，他們默默提到，畢竟近日臉書系統在資安上屢屢傳出負面的消息，因此大眾對其觀感越變越差。所以在這次臉書系統大故障時，給民眾們一個動力，讓大家紛紛轉往Telegram上註冊。

【2019/3/18, 匯流新聞網】

## 去年底「掃黃」Tumblr流量暴跌1億



去年底，圖片分享平台Tumblr傳出大規模刪除所有情色、成人內容，導致了不少用戶流失。雖然當時許多用戶哀鴻遍野且極力阻止，但官方仍執意「全面掃黃」，不過等一個月過去後，Tumblr情況變得如何呢？

綜合外媒報導，Tumblr過去兩、三年可說是許多青壯年特別喜歡使用的圖文發佈平台，因為當中的貼文可說是非常「養眼」，完全沒有任何地顧忌，只要你敢PO、你想轉貼，那麼全世界的用戶都可能成為你的觀眾、你的粉絲。不過直到去年，因為Tumblr忽然出現了兒童情色內容，因為這個原因導致蘋果將其從App Store上下架。為了解決問題，Tumblr起初跟Apple達成的協議是將兒童色情內容移除，沒想到卻在12月中時候，卻大規模地把色情、成人內容全部刪除。雖然有事先公告，不過仍導致許多用戶流失。

但是對於許多愛好裸體藝術或者人體攝影的使用者來說，這樣的舉動其實是相當不公平的，因為當時Tumblr使用電腦分析，把並不是成人內容的圖片也一連刪除，因此引起許多次文化愛好者的不滿，而接獲大量用戶的抗議。

據悉，**自12月大規模刪除成人內容後，短短一個月內，該平台的網頁瀏覽量瞬間從5億2100萬跌到僅剩4億3700萬，雖然極力掃黃後，讓Tumblr失去了大約17%的流量。**不過雖然這億的新規範不會讓Tumblr倒閉、破產，只是目前尚未出現能取代Tumblr還能散佈各種成人內容的大型平台，因此他們又等又盼，就是希望還有一個新的限制級平台出現，以讓他們滿足內心的慾望。

【2019/3/18, 匯流新聞網】



# You Tube推出逼真AR濾鏡

能夠使用AR偵測人臉並自動加上狗耳朵、吐舌頭、兔耳...等等可愛相機濾鏡已在網路上流行了一段時間，更有許多網友分享相機在沒有人的狀況下卻自動偵測到臉部自動上了特效嚇壞了一堆人。重點是YouTube也正在加入這個行列。

在YouTube最新版本中，YouTube短片故事和ARCore提供了Augmented Faces API，能夠支援類似上述的服務，像是在短片故事中加入眼鏡、面具、帽子...等等的效果。然而更不同的是，有時候真實跟虛擬會讓使用者完全分不出來，因為Google在針對YouTube的一篇部落格文章中表示，他們使用了更逼真的3D網格濾鏡程式來驅動這項服務。

使用者能夠透過眼鏡的AR濾鏡來模擬光線經過鏡片的反射並在臉上映出虛擬的陰影，導致讓一切顯得更逼真。Google AI研究工程師Artsiom Ablavatski和Ivan Grishchenko在部落格中提到，這項新功能還能夠讓使用者不必化妝就達到完妝的效果。其成果可能比市面上看到的濾鏡軟體還要強大。

其實YouTube的短片故事有點類似限時動態，除了基本的文字、貼圖與濾鏡外，較不同的是短片故事能夠放上音樂作為配樂，且時效高達7天。經過了這次結合了ARCore的更新，讓使用者能夠創作出更不同的影片。【2019/3/12, 關鍵評論網】

## K書型直播爆紅 一起用功不孤單

自己一個人念書，很容易受到外界影響而分心，如果能有人一起苦讀，那就能相互鼓勵打氣，保持專注力；現在影音平台YouTube上就興起一種全新型態的K書直播，讓你跟頻道主一起念書不孤單。【2019/3/12, 聯合報】

《INSIDER》報導，K書型直播，在南韓稱之為「學播（Gongbang）」，日本人則稱為「念書視頻（勉強動畫）」，歐美國家則直接叫做「跟我一起K書（Study with me）」。基本上影片就是頻道主埋頭苦讀的樣子，聽起來很無聊，但這類影片在YouTube上卻有好幾百萬的點閱率。

南韓學播頻道「The Man Sitting Next Me」，直播的就是頻道主為了稅務師考試的K書時光，吸引超過2萬粉絲訂閱；他指出，一個人苦讀不免會感到很孤單，若有人能一起努力，就能減少孤單感。

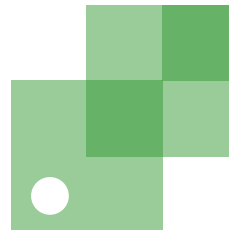
這類影片雖然不需太多技術就能紅，但學播頻道主和粉絲認為，學播影片更有意義和實質功效，不但影片創作者本身因此深受激勵，還能幫助收看者保持專注力、增加動力，甚至有人因此產生競爭感，同時還能幫助減壓，是需要學習K書人的好夥伴和領跑者。





Media  
trend

# 國際視野



# 2019年美國電競廣告收入將增長25%

到2020年將超過2億美元

競爭影音遊戲是一個快速成長且價值數十億美元的行業，為行銷人員提供了與全球粉絲聯繫和互動的新機會。根據我們對電子競技和遊戲收入的首次預測，美國的電競廣告收入明年將超過2億美元。

我們將電子競技定義為職業球員和球隊之間有組織的比賽。今年美國電競的數位廣告收入將增長25%，達到1.781億美元（圖1）。電子競技有多種收入來源，包括廣告、贊助、媒體、現場活動的門票銷售和商品推銷等。

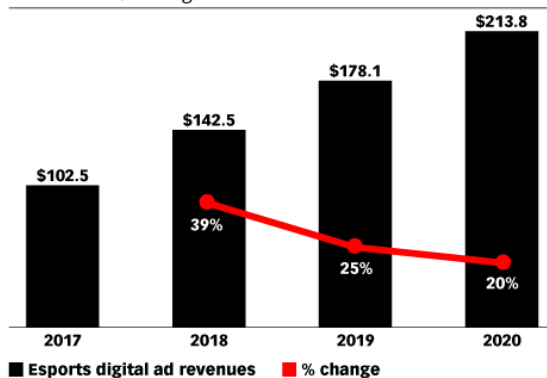
eMarketer首席分析師Paul Verna說：「電子競技曾經是多人在线遊戲愛好者的一種低調活動。幾年之後，價值飆升數百萬美元，對遊戲開發商、玩家、聯盟、團隊、實體活動、串流媒體、電視網絡、觀眾和行銷人員都有影響。」

**電子競技的觀眾不斷成長。今年，美國有3,030萬人每月至少觀看一次電競活動，比去年增加18%以上。從現在到2023年，我們預計電競觀眾的增長率將超過50%，達到4,620萬（圖2）。**

電競行業使用YouTube和Twitch作為在美國年輕觀眾觀看的主要平台。Paul Verna提到，電競迷的獨特特徵使他們更難以捉摸，但對行銷人員來說卻是很好的機會點。他們通常是年輕人，拒絕電視的千禧世代，他們的收入可任意支配。他們對電競體驗中的行銷訊息保持開放態度，無論是贊助商、品牌影音、遊戲廠商，影音代言人甚至是傳統廣告。電子競技的年齡人口統計數據因遊戲而異，而千禧世代是觀看人群中最活躍的族群之一。

US Esports Digital Ad Revenues, 2017-2020

millions and % change



Note: excludes revenues from esports competitions hosted on linear TV; includes advertising and sponsorship revenues from organized esports competitions (e.g., Evolution Championship Series, League of Legends Championship Series and Overwatch League) hosted on digital platforms  
Source: eMarketer, Feb 2019

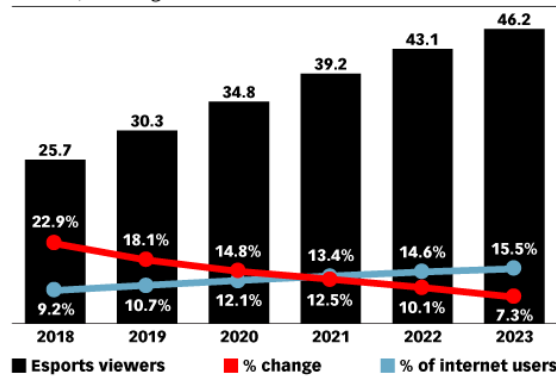
245581

www.eMarketer.com

▲圖1：2017年~2020年美國電競廣告收入

US Esports Viewers, 2018-2023

millions, % change and % of internet users



Note: internet users of any age who watch organized gaming competitions among professional players and teams (e.g., Evolution Championship Series, League of Legends Championship Series and Overwatch League) hosted on digital video platforms at least once per month  
Source: eMarketer, March 2019

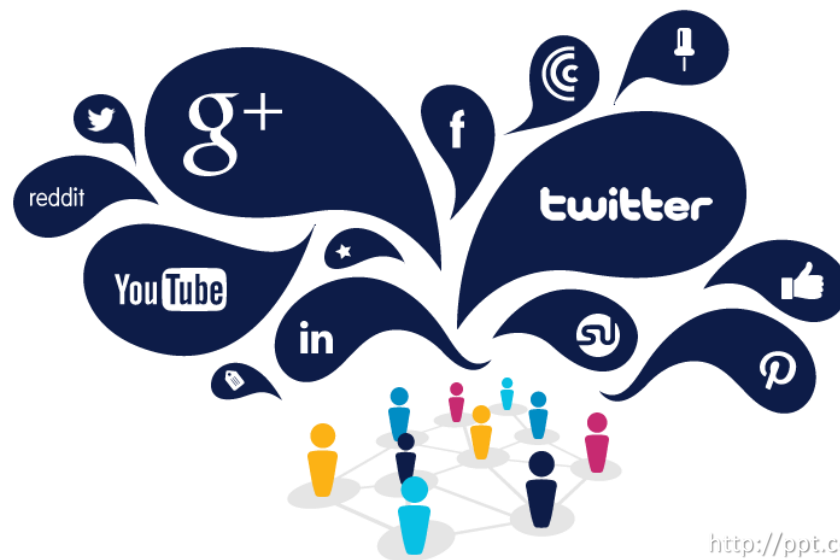
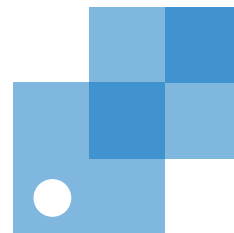
245685

www.eMarketer.com

▲圖2：2018年~2023年美國電競觀眾比例

New  
Idea

# 科技瞭望





據外媒The Verge報導，經過多年測試，Stanley Robotics的機器人團隊在法國的里昂聖埃克絮佩里機場正式上崗，它們工作職責是代客泊車。

據了解，旅客只需將車開往並停放至一個特殊的車庫中，隨後機器人就會將車輛移往真正的停車點。當旅客返回機場時，系統會根據你的航班資料，派機器人提前將車子帶回原停放點，旅客便可輕鬆取車。正如同該公司所描述的，這項服務最大的優點就在於省去了旅客們等待和尋找車位的時間。

這些機器人外型看上去就像一個呆萌的大方盒子，寬度大約與一輛小型的SUV相當。它們除了擁有自動駕駛的能力，也兼具了叉車的作用，其所配備的金屬手臂可以抬起車輪，順利拖引車輛至指定的地方。

Stanley Robotics表示，由於機器人能夠將車輛停放的更為緊密，在同一個區域內停放的車輛數能提升50%，大大提成了車庫的空間使用率。

據悉，Stanley Robotics的機器人代客泊車只涵蓋了500個車位，未來這個數字或將達到6,000個。至於該服務是否會在其它機場推出，則尚未有明確的消息。

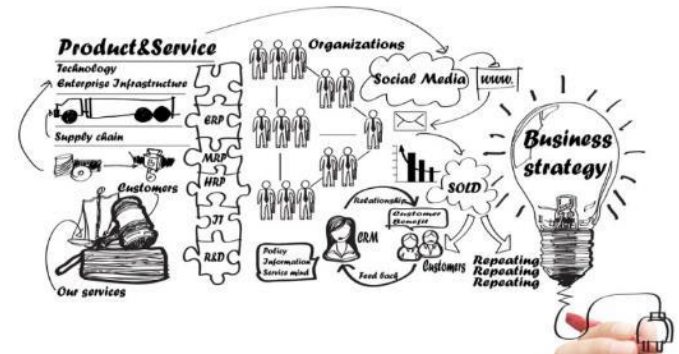
不過可以確定的是，目前德國的杜塞爾多夫機場和巴黎的戴高樂機場都已展開該服務的測試，今年晚些時候倫敦的蓋特威克機場也將加入測試。



▲ 法國機場用Stanley Robotics機器人幫忙停車，未來找車位不再難

Project

# 專案介紹



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



### 追劇娛樂帝國 第一流行指標

#### 用戶出發 熱播戲劇不間斷

陸劇 台劇 泰國 日劇 新加坡  
綜藝 動漫 電影 BL館 自製劇  
豐富劇種 樣樣劇備

#### 跨裝置 隨選隨看不受限

APP Mobile web PC TV  
不用坐在電視前即可享受新劇  
走到哪看到哪



#### 最有溫度的使用者體驗

免費觀看  
客製化戲劇推薦  
播放紀錄完整追蹤

#### 線上 線下一條龍服務

跨足電影發行 經紀娛樂  
金鐘團隊客製化短影音拍攝  
創意 專業 高品質服務

▶ LINE TV

### LINE TV 影音內容 樣樣劇備

片單豐富多元 自製戲劇引領潮流



戲劇  
台/日/陸/韓



綜藝  
台/韓/陸



動漫  
日本新番



自製戲劇  
台灣原創精品IP

▶ LINE TV

### LINE TV 獨家冠名 重量級黃金版位 LINE TV 首頁冠名

首頁版位：黃金版位 全天候曝光 品牌更有感(TV/PC端)

首頁大版位：手機APP開啟 進站大曝光 (行動端)



▶ LINE TV

### 影音廣告 非看不可 15秒廣告 多屏投放 彈性投遞

影音廣告僅一支廣告，獨享空間

不可略過 15秒廣告，可點擊導外連結

跨螢幕投放 ( PC、WEB 彈性投遞 )



▶ LINE TV

### 觀劇暫停 加深印象 冠名片單 觀劇暫停頁

用戶觀看《冠名片單》中，暫停就看廣告

大版位，可點擊導外連結

彈性投遞不侷限於此部戲劇，當期熱片也都看得見



▶ LINE TV

### LINE TV 百萬推播 品牌專屬客製化推播

主動出擊

一次觸及一百萬台裝置，可點擊導外連結

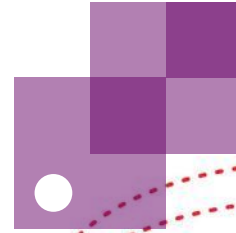
字數28字內為佳



▶ LINE TV

Ratings

# 收視調查



<http://ppt.cc/o9iwf>



# 無線臺及有線臺TOP20

無線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代雀巢立攝適穩優糖尿	FTV	閩南語連續劇	4.66
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	4.52
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.47
4	航海王24	TTV	卡通影片	2.30
5	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.15
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.91
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.39
8	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	國語連續劇	1.39
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.19
10	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.17
11	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.17
12	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.09
13	綜藝新時代消費高手好晶明	FTV	娛樂綜藝	1.06
14	1300大時代雀巢立攝適穩優	FTV	閩南語連續劇	0.99
15	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.99
16	女兵日記女力報到佰益多益	TTV	國語連續劇	0.98
17	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.92
19	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92
20	拜託媽媽	FTV	韓劇	0.82

有線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	4.06
2	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	2.81
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.20
4	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.68
5	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	1.63
6	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.52
7	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.49
8	大政治大爆卦2020前哨戰立	CTiN	新聞性質節目	1.45
9	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.30
10	新聞龍捲風	CTiN	新聞性質節目	1.28
11	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.24
12	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	閩南語連續劇	1.14
13	綜藝玩很大Hotels com	SL2	娛樂綜藝	1.12
14	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.12
15	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.10
16	必勝大丈夫TT波特嫵面膜	SL2	國語連續劇	1.04
17	大政治大爆卦補選倒數韓流	CTiN	新聞性質節目	1.03
18	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.03
19	立委補選2020前哨戰驚爆新	SETN	新聞性質節目	1.03
20	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.01



## 無線臺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24	TTV	卡通影片	2.43
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	1.92
3	大時代雀巢立攝適穩優糖尿	FTV	閩南語連續劇	1.63
4	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.59
5	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.43
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.41
7	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.22
8	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	國語連續劇	1.20
9	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.08
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.95

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	3.09
2	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.95
3	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.73
4	航海王24	TTV	卡通影片	2.53
5	大時代雀巢立攝適穩優糖尿	FTV	閩南語連續劇	2.44
6	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	國語連續劇	1.94
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.71
8	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.63
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.33
10	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.16

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	3.55
2	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.42
3	大時代雀巢立攝適穩優糖尿	FTV	閩南語連續劇	3.31
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.37
5	航海王24	TTV	卡通影片	2.21
6	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.99
7	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	國語連續劇	1.77
8	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.71
9	綜藝新時代消費高手好晶明	FTV	娛樂綜藝	1.28
10	台視17Q	TTV	競賽綜藝	1.02

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代雀巢立攝適穩優糖尿	FTV	閩南語連續劇	7.92
2	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	娛樂綜藝	7.03
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	6.14
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.32
5	1300大時代雀巢立攝適穩優	FTV	閩南語連續劇	2.12
6	航海王24	TTV	卡通影片	2.09
7	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.03
8	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.90
9	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.89
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.57

## 有線臺TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.29
2	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.26
3	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.19
4	必勝大丈夫TT波特嫵面膜	SL2	國語連續劇	1.04
5	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.94
6	魂囚西門	PTV	國語連續劇	0.93
7	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.93
8	直107HBL男冠軍賽	*FOX5	籃球	0.90
9	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	0.85
10	2400必勝大丈夫TT波特嫵面	SL2	國語連續劇	0.84

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	3.63
2	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.83
3	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.73
4	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.43
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.41
6	綜藝玩很大Hotels.com	SL2	娛樂綜藝	1.35
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.26
8	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.22
9	2215白鷺鷥的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.13
10	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.06

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	3.45
2	如懿傳	*SCC	大陸劇	2.06
3	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.82
4	綜藝玩很大Hotels.com	SL2	娛樂綜藝	1.76
5	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.56
6	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.44
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.41
8	必勝大丈夫TT波特嫵面膜	SL2	國語連續劇	1.26
9	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.23
10	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.23

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	5.49
2	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	5.16
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.99
4	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	3.24
5	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	2.90
6	大政治大爆卦2020前哨戰立	CTiN	新聞性質節目	2.86
7	立委補選2020前哨戰驚爆新	SETN	新聞性質節目	1.94
8	如懿傳	*SCC	大陸劇	1.76
9	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.68
10	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.62

# 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	0.65	0.34	0.50	0.49	0.98
CTV/中視	0.64	0.40	0.31	0.39	1.10
FTV/民視	0.42	0.12	0.16	0.20	0.83
CTS/華視	0.23	0.16	0.14	0.18	0.32

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTiN/中天新聞台	0.66	0.14	0.21	0.41	1.32
SETN/三立新聞	0.42	0.09	0.15	0.32	0.77
TVBSN/TVBS新聞台	0.41	0.16	0.22	0.45	0.61
ET-N/東森新聞	0.38	0.11	0.17	0.33	0.65
FTVN/民視新聞	0.37	0.05	0.14	0.22	0.73
ERA-N/年代新聞台	0.19	0.03	0.05	0.13	0.37
UBN/非凡新聞	0.13	0.02	0.04	0.11	0.23
NTVN/壹新聞	0.12	0.03	0.05	0.12	0.19
EFNC/東森財經新聞台	0.11	0.06	0.04	0.12	0.16

無線臺新聞包括各無線臺早、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	大時代雀巢立攝適穩優糖尿	FTV	4.66
2	炮仔聲十全味噌	SANLI	4.06
3	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	1.63
4	如懿傳	*SCC	1.52
5	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	1.49
6	你有念大學嗎大誠保險經紀	TTV	1.39
7	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	1.14
8	必勝大丈夫TT波特嫚面膜	SL2	1.04
9	1900親家	SANLI	1.01
10	1300大時代雀巢立攝適穩優	FTV	0.99

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血糖機	FTV	4.52
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.47
3	超級紅人榜佰憶園	SANLI	2.81
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.20
5	綜藝玩很大	CTV	2.15
6	飢餓遊戲	CTV	1.91
7	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	1.39
8	歡樂智多星	*SCC	1.24
9	天才衝衝衝	CTS	1.19
10	愛妮雅舞力全開	FTV	1.17

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	1.68
2	大政治大爆卦2020前哨戰立	CTiN	1.45
3	新聞龍捲風	CTiN	1.28
4	大政治大爆卦補選倒數韓流	CTiN	1.03
5	立委補選2020前哨戰驚爆新	SETN	1.03
6	驚爆新聞線	SETN	0.88
7	關鍵時刻	ET-N	0.88
8	新神秘52區	CTiN	0.84
9	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	0.81
10	大娛樂家	ET-N	0.80

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	呷飽未	SANLI	1.10
2	英才基金會大陸尋奇	CTV	0.99
3	型男大主廚十全味噌	SL2	0.76
4	直107HBL男冠軍賽	*FOXS	0.69
5	非凡大探索	UBN	0.61
6	日曜綜藝秀活捉生猛海鮮最	VLJP	0.53
7	直107HBL賽前報導	*FOXS	0.40
8	美食鳳味	SANLI	0.39
9	1500呷飽未	SANLI	0.39
10	美鳳有約雀巢立攝適穩優糖	FTV	0.38

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：02-2509-5557#123

