

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.1733**  
08.14-08.20





# 本期摘要

媒體放大鏡 調查：OTT影音 穩定高品質至上

國際視野在 亞太地區本體應用app可能會擊敗行動網頁

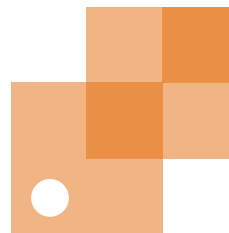
科技瞭望 數據當道！台灣研發世界首顆「智慧棒球」

專案介紹 FOX福斯傳媒 MOD數位頻道

收視調查

Media  
news

# 媒體放大鏡





雲端平台Akamai發表最新研究結果，研究發現對任何OTT商業模式而言，提供穩定的高品質影音服務至關重要。根據第三方研究調查公司Sensum所進行的研究發現，不論觀眾對品牌或內容的喜好程度為何，只要串流品質不佳，即使是感人的故事情節，觀眾都會放棄觀看且產生負面反應。因為不良的觀看經驗，會造成負面情緒增加16%，並降低20%的參與度，76%受訪者亦表示，如果類似緩衝處理的問題發生數次，他們就會停止使用服務。

Akamai媒體解決方案產品行銷總監Ian Munford表示，在任何串流商業模式中，低品質影音都無法生存，優質線上影音市場競爭十分激烈，想搶食市場收益者不計其數，且爭取訂閱者成本不斷增加，因此，服務品質差異化也日益重要。服務供應商無法承擔串流經驗因為低解析度或緩衝處理變差所產生的風險，唯有提供穩定且高品質的經驗，才能留住訂閱者並降低爭取訂閱者的成本。

Akamai研究亦發現，訂閱隨選視訊 ( Subscription Video-on-Demand, SVOD ) 品牌會因為緩衝處理而大幅降低觀眾參與度，而單次付費隨選視訊 ( Transactional Video-on-Demand, TVOD ) 模式則會因提供低品質經驗而在品牌忠誠度遭受最大的負面影響，另外，高解析度影音搭配感人的故事情節能將觀眾參與度提升10%以上。[2017/08/18, 聯合晚報]

## KKTV攜手Yahoo奇摩 免費追劇20台

看準25到45歲上班族女性的高度追劇需求，線上影音平台KKTV宣布與Yahoo奇摩合作，用戶可免費看20台精選片單，希望打造雙方品牌加乘曝光的合作綜效。

KKTV發布新聞稿指出，為滿足用戶需求，KKTV與Yahoo奇摩合作，即日起用戶只要打開Yahoo奇摩首頁，點選「日韓劇」入口，免付費免登入，以精選20台優質片單，即刻享受KKTV精選追劇片單。

KKTV執行副總經理楊志光表示：「我們發現用戶追劇有數個高峰時間點，最有趣的是平日中午的午休時間、或下班回家後的靜態時刻，用戶使用網頁版追劇的人數最多。」

根據KKTV的用戶數據分析，使用網頁版的用戶註冊後1天內開始看影片的比例，較其他裝置的用戶高出4成，顯示有追劇需求的用戶，在使用大螢幕、畫質佳的網頁版看劇後，對於平台的黏著度顯著提升。

KKTV也發現，使用網頁版的非會員的付費轉換率高出3成左右，對於初次體驗KKTV追劇服務、尚未成為付費會員的用戶來說，網頁版的高品質追劇體驗，更能有效提升付費意願。間使用時尚未有拒絕對方邀請的機制，讓人擔心在未來是否遭到濫用傳送廣告垃圾訊息的可能性。[2017/08/18, 中央社]



鐵人文創娛樂表示，近年來台灣本土電影的拍片水準及劇本品質大幅提升，受到眾多年輕人喜愛，然而在人手多機的世代裡，網路吃到飽便宜的價錢讓許多為了省錢、打發時間的民眾無法抵抗無需花費線上侵權影片的誘惑，從多種管道搜尋免錢的未經授權的院線影片來觀看。

保安警察第二總隊刑事警察大隊說，這樣的侵權模式並非僅限於台灣，而是全球影音著作權的侵權主流，也就是大家熟知的OTT侵權手法。根據資策會FIND調查顯示連續三年追蹤調查，77%受訪者表示「看線上影音從來沒付過錢」，甚至在2014年底至2015年12月調查數據顯示，82.7%的受訪者「不願意付費」使用合法的線上影音平臺。

縱使自2016年起多家的合法OTT業者推出便宜的服務，仍有多數的民眾選擇境外的非法影音網站觀看未經授權的影片。讓製片商及合法的OTT業者損失慘重，甚至考量退出臺灣市場。

保二警表示，為提升國內片商權益、維持臺灣境內優質的產業競爭環境，希望透過片商此次的拜會與訴求，於電影智慧財產之領域，號召更多國內、外片商業者之參與，結合相關廣告協會的合作，抵制侵權網站的不法行為。[2017/08/15, 聯合報]

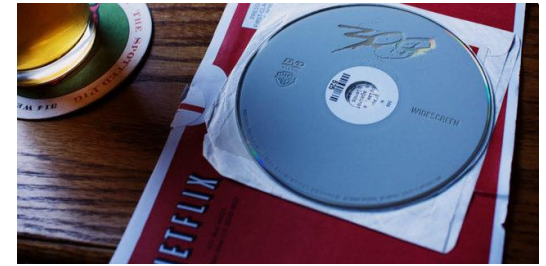
## 蘋果投資 10 億美元提升串流服務競爭力

網路內容服務市場競爭日趨激烈，傳統廣播公司和串流服務商都在爭奪這一市場的利潤和用戶，蘋果公司的 iTunes 平台採用的影片模式是一次性購買內容，隨著訂閱式服務的興起，iTunes 的營收受到了巨大的衝擊，蘋果公司在這一市場的佔比從 2012 年的 50% 下降到了目前的 35%。

蘋果公司宣布將在未來一年內投資 10 億美元打造原創內容，這筆投資在硬體業務來說可能是一筆大的投資，但對於成本極高的內容服務而言，10 億美元可能只是入場費，2016 年 HBO 在原創內容的製作和購買上花費了大約 20 億美元，Amazon 在 2013 年用於原創內容的投資就超過了 10 億美元，這僅僅是 Amazon 進入原創內容製作和發行的第一年，目前勢頭正盛串流影音服務商 Netflix 在 2017 年用於原創內容的支出預期將超過 60 億美元。

蘋果公司已經在 Apple Music 中面向訂閱用戶推出了一些原創內容，比如限定版的 Carpool Karaoke 和 Planet of the Apps，但沒有獲得太多好評。為原創內容投入巨資是打造內容平台的重要策略之一，Netflix 的成功就是得益於打造了幾部高品質且大受歡迎的原創劇集，比如《紙牌屋》，如果蘋果能夠在這一領域有所作為，原創內容將成為串流服務的核心，蘋果公司也在好萊塢招募人才用於原創內容的製作。[2017/08/17, 科技新報]

亞馬遜 ( Amazon ) 曾在英、德兩國推出名為「Lovefilm」的DVD出租服務，用戶透過訂閱，每個月能收到自己選擇的DVD或藍光電影，但這樣的服務在線上影音串流 ( 如Netflix ) 用戶激增的時代，免不了遭遇退場的命運，Lovefilm將在10/31終止服務，從2011年Lovefilm推出至今只存活了約莫6年，亞馬遜發言人表示，Lovefilm的大量DVD將捐贈給慈善機構使用。



即使影音出租逐漸式微，但Netflix今年一月仍在美國上架「DVD Netflix」APP服務，目前用戶約為400萬人，有逐漸下降的趨勢，跟使用Netflix線上影音串流的9400萬人比算是筆小數目，實體DVD在未來存在與否，不久後我們可能就會得到答案了。

[2017/08/15, 蘋果日報]

## 快升級LINE 體驗聊天室開直播、建活動等新功能



LINE聊天室現在可以開直播了，包括「聊天室直播」、在聊天室可建立「活動」、與動態消息「生日投稿」3大新功能全球同步上線。LINE發布新聞稿表示，iOS與Android用戶只要將LINE更新至7.9.0以上版本就可啟用。

其中，受到注目的聊天室直播 ( Chat Live )，直播功能可支援最多200人的群組使用，直播的螢幕大小則有全螢幕、標準尺寸或懸浮視窗3種選擇。要注意的是，直播是一種即時的通訊形式，只限直播當下觀看，直播結束後影片不會留存在聊天室中，但優點是可以減少占用手機的儲存空間。

另外，繼推出LINE聊天室進化版的搜尋功能與訊息備份後，現在還可以在LINE聊天室中建立「活動」。透過建立「活動」，可以更方便看到前後每一次的日期，還可以標註每次的地點，並請大家按「參加」，方便統計出席人數。

日前在熊大生日8月8日第一次啟用的「生日投稿」功能，LINE團隊也決定全面開放給所有用戶。「生日投稿」是可以替好友慶生的新功能，用塗鴉、照片、影片或拼貼，就能裝飾出可愛的生日卡片。

[2017/08/17, 中央社]





手機品牌強打戶外行銷戰，OPPO插旗北捷燈箱廣告告捷後，華碩（2357）也搶進，更加裝電視燈箱助陣。廣告商表示，北捷大型轉運站為兵家必爭之地，一面廣告牆費用每月40~450萬元不等，連罕見打廣告的蘋果，在直營店開幕的7月，選擇台北101站砸錢投放近1個月。

過往戶外廣告被視為花大錢效益低，因要精準投放有相當難度，雖然捷運廣告打的是知名度，但台北車站、忠孝復興站是北捷人氣前4強，單月人潮流量逾200萬人次，總進出人次都是千萬人次起跳，人潮即是錢潮，商機仍無限。光看本月進駐忠孝復興站的廠商，就有：OPPO、17直播、華碩、宏碁、國泰投顧、長榮航等廠商，分別卡位不同樓層。

廣告商透露，板南轉文湖線月台那面大牆，單月費用450萬元起跳，不少廠商仍排隊搶進，且10月北捷廣告將全面調漲，足見捷運廣告商機不容小覷。

這波品牌捷運行銷大戰，蘋果沒置身事外，7月Apple Store直營店開幕，選定台北101站設置5面燈箱和一面立體裝置牆，估計砸下超過200萬元，廣告燈箱和立體裝置就是採用直營店紅色紙雕外牆來宣傳。目前立牆已經漆回灰色，燈箱也換其他廠商進駐。[2017/08/14, 蘋果日報]

## Google 警告 700 家廣告商 注意明年Chrome 更新

Google 已經警告了大約 700 家廣告商，明年推出的新版 Chrome 瀏覽器系統下，他們目前投放的數位廣告將被阻止，Google 將會推出更嚴格的廣告攔截軟體。

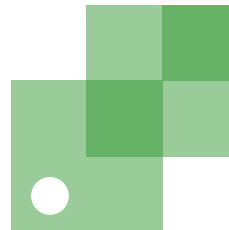
預計稱，Google 不會是唯一收緊標準的人。據一位業內人士透露，蘋果的 Safari、微軟的 Internet Explorer 和 Mozilla 的 Firefox 都會收緊瀏覽器廣告攔截的標準，以防止出現侵入性強的廣告。

廣告客戶、行銷人員和出版商一起發出類似警告，是為了防止消費者變得太失望，因為他們本以為打開廣告攔截器就可以告別廣告。由於目前網絡上絕大多數的網站都是支持廣告的，沒有「付費牆」，如果廣告被阻止，出版商將面臨巨大的財務問題。

廣告聯盟 Coalition for Better Ads 是一年前組建的一個「保護傘」組織，它一直在努力製定使行業能夠自律的標準。廣告聯盟發言人布倫丹·麥考密克（Brendan McCormick）說：「廣告聯盟與來自全球的數字廣告供應鏈進行合作，因為不良在線廣告體驗的解決方案需要廣泛的支持。」[2017/08/15, INSIDE]

Media  
trend

# 國際視野





在行動網頁與本體應用app之間的廣告鬥爭，行動網頁在亞太地區似乎快被淘汰。來自行動廣告數據公司Vpon的最新研究發現，2017年上半年亞太地區有77%的行動廣告是透過app來播放，而非網頁。

根據Vpon表示，在東南亞的幾個國家，行動網頁廣告在整體行動廣告量中所佔的比例甚至更少。例如印尼只有10%的廣告投放至行動網頁，泰國的比例很相近有15%，馬來西亞則是18%。雖然不是東南亞的國家，但印度在行動網頁的廣告投放比例也一樣少，只有14%。同時，中華地區（包括中國大陸、香港及台灣）的行動網頁廣告比例大於亞太地區其他市場。在中國的比例有超過三分之一，香港則達到42%。

行動app在亞太地區的盛行，讓發行商開始質疑，是否能依靠行動網頁為他們創造收入。例如在印度，時報網Times Internet（印度時報集團所建立的互聯網絡）已擴展新聞以外的領域，提供消費者一系列的app。時報網的總監Gulshan Verma表示“我們有可以幫助學生複習以應付測驗的app，也有記帳的app能幫你理財。基本來說，過去我們從媒體起頭，現在我們在朝各種不同的方向前進。”

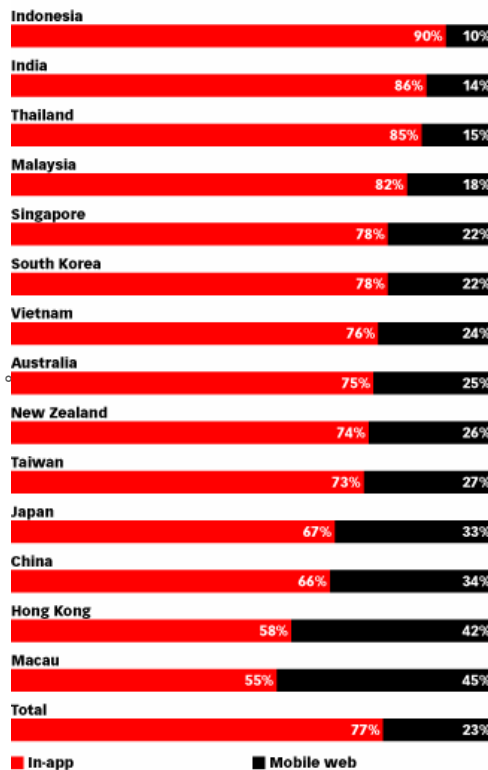
有趣的是，根據美國互動廣告局（IAB）5月一項針對全球智慧手機用戶的研究發現，消費者對於兩種類型廣告的反應並沒有明顯的差異。例如，行動app的廣告可引起47%的受訪者回應，僅稍微高於行動網頁廣告的45%。同樣的，研究發現有90%的智慧手機用戶在數日內仍記得行動網頁的廣告，而相近的比例，行動app廣告有86%的回憶率。

Vpon的研究也顯示，亞太地區大多數的廣告仍是較舊的顯示格式。事實上，2017年上半年仍有53%的行動廣告是橫幅廣告，36%是插頁式廣告。Vpon也表示，影音廣告僅佔亞太地區上半年行動廣告量的4%，但其統計資料並不包含YouTube或Facebook投放的影音廣告，世界上最大的兩家免費影音平台。

有一點可以肯定的是，行動廣告已在亞太地區崛起。eMarketer估計，該地區今年的行動廣告支出總額將達到532.1億美元，到2021年將成長到1158.2億美元，將佔全球數位廣告支出的77.5%。

**Mobile Display Ad Benchmarks in Select Countries in Asia-Pacific: In-App vs. Mobile Web Impression Share, H1 2017**

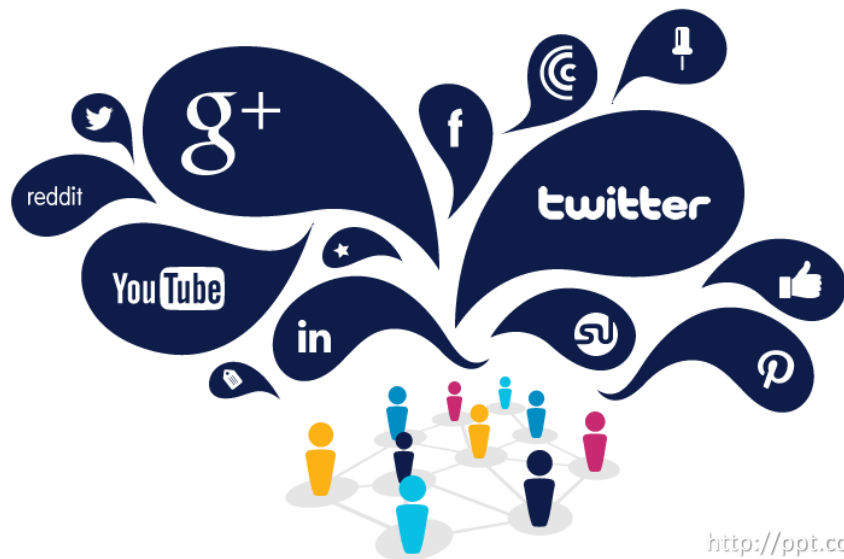
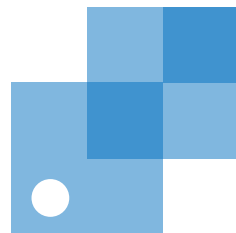
% of total impressions served on the Vpon network



Note: represents activity on Vpon's network, broader industry metrics may vary  
Source: Vpon, "2017 H1 APAC Mobile Advertising Statistics & Trends Report," Aug 11, 2017  
www.eMarketer.com

New  
Idea

# 科技瞭望



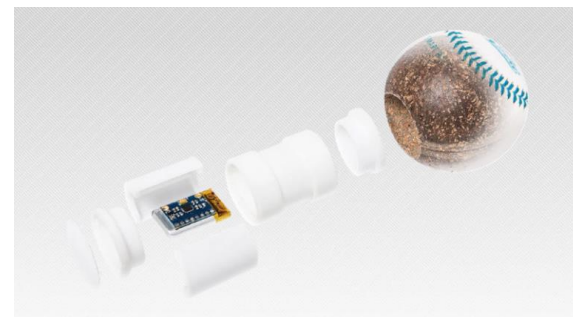
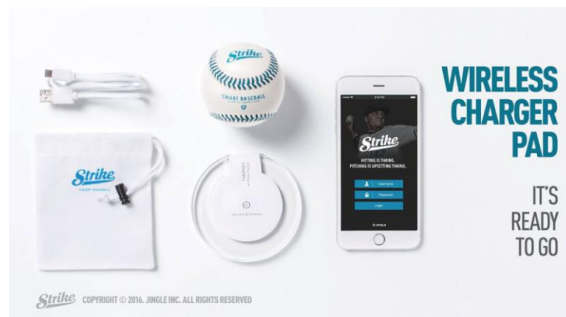
新科技已開始顛覆運動賽事，而物聯網與大數據的結合，更幾乎成了各種職業運動的勝利方程式。為此，台灣新創團隊「Jingle」於 2016 年年底研發世界首顆智慧棒球「Strike」，讓投手可經由 App 了解球速、轉速與軌跡，現已開放預購，預購特惠價 99 美元（約台幣 3000 元）。

據《BusinessFocus》報導，智慧棒球的重大特點是跟忠實保留比賽用棒球的全部特徵，讓投手不用適應時間就可以享用智慧棒球的分析功能進行調整。「Strike」透過內建陀螺儀和控制晶片紀錄投出時的球速、轉速、軌跡以及角度，內建藍芽傳輸以雲端將各項資料送到手機應用程式，更可以即時在自行研發應用程式內重現3D影像的飛行路徑與進壘點，讓投手獲得所需的關鍵數據。

然而，職棒投手的投球時速，動輒高達 140~160 公里。因此，要怎麼讓內部充滿墊子零件的智慧棒球，能承受強大的撞擊力道，是最大挑戰。「Jingle」團隊也指出，棒球的結構問題是最先遇到的挑戰，要如何讓 Strike 接受超過 160 公里的撞擊，而且內部零件還能運作無礙，是最大困難。

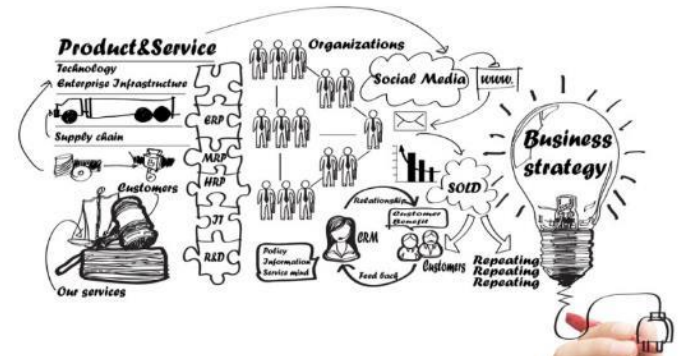
為此，該團隊經過各種吸震材料、結構設計的反覆試驗及電腦模擬，成功克服在高速撞擊下仍能保持感應器正常運作的難題，讓 Strike 能抵受 160km/h 的高速撞擊，仍保護所有零件運作無礙；亦通過多次壓力測試，確保棒球受壓變型時能迅速恢復原型。

另外，團隊在結構設計以及用料上亦下了一番苦功，保持智慧棒球重量與重心與一般棒球無疑，小牛皮及手工縫線亦挑選比賽球專用物料，確保手感與傳統棒球沒太大落差；同時，Strike 還導入無線充電技術，令球表面不需要建立USB 插口，保持表面的完整性。



Project

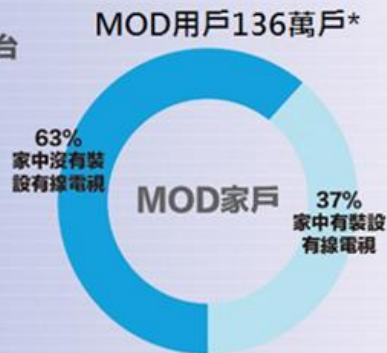
# 專案介紹





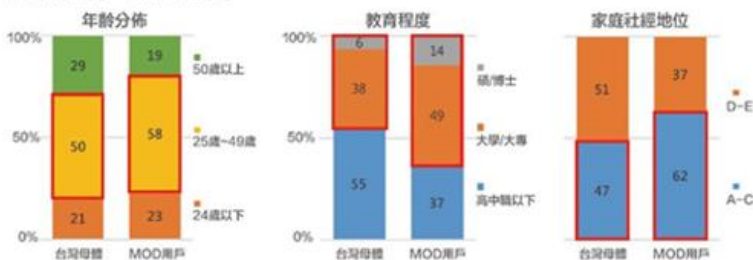
根據尼爾森調查，全台最大數位頻道平台  
MOD 擁有以下廣告市場優勢：

- 菁英觀眾：**  
高教育程度、高社經地位、25-49 高消費力
- 廣告加乘：**  
63% MOD 用戶沒有安裝有線電視，優質觀眾零距離，廣告效果更加乘。



\*資料來源: 2017/07/31 MOD 記者會

MOD 用戶集中在有消費力的 25-49 歲  
高教育程度、高社經地位



Source: Nielsen MI & LI Taiwan 2017Q1 (Oct 16 - Mar 17) - C

地區分佈



**FOX MOD**  
套餐 10 秒  
1S+1A+1B+1C

時段說明

- S 18:00-24:00
- A 12:00-18:00
- B 06:00-12:00
- C 24:00-06:00



星衛 HD 電影台  
首播強片最多 高畫質片量最豐 MOD CH63



StarMovies HD  
數位平台收視第一洋片頻道 MOD CH68

星衛|娛樂台

最多元的全 HD 亞洲娛樂頻道 MOD CH94



網羅獨家賽事高畫質精彩播出 MOD CH178

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	幸福來了福爾血壓機	FTV	閩南語連續劇	4.23
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	3.97
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.75
4	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.66
5	2017台北世大運開幕典禮	CTS	其他球類體育節目	2.51
6	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.70
7	航海王23	TTV	卡通影片	1.57
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.33
9	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.27
10	1300幸福來了福爾血壓機	FTV	閩南語連續劇	1.24
11	滿漢大餐五味八珍的歲月	TTV	國台語單元劇	1.23
12	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.12
13	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.02
14	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	0.95
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.91
16	阿不拉的三個女人蔥媽媽爆	FTV	閩南語連續劇	0.85
17	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85
18	Movie Time	CTV	資訊綜藝	0.83
19	稍息立正晚自習	CTV	其他節目	0.81
20	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.80

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	2.83
2	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	2.67
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.55
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.73
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.64
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.40
7	浪漫醫生金師傅	ET-D	韓劇	1.29
8	新聞深喉嚨全台大停電	CTiN	新聞性質節目	1.25
9	直17臺北世大運開幕典禮	VLSPT	其他球類體育節目	1.24
10	草地狀元麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.17
11	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.16
12	直17世大運棒球中VS法	VLSPT	棒球	1.15
13	直17世大運排球中VS法	VLMAX	其他球類體育節目	1.00
14	1230一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	0.88
15	寶島神很大麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	0.86
16	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	0.85
17	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	0.84
18	真假貴公子	GTV-D	韓劇	0.84
19	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.84
20	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.84



## 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	2.95
2	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	2.14
3	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.10
4	2017台北世大運開幕典禮	CTS	其他球類、體育節目	2.08
5	幸福來了福爾血壓機	FTV	閩南語連續劇	2.00
6	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	1.45
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.40
8	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.35
9	Movie Time	CTV	資訊綜藝	1.12
10	我的老師叫小賀	FTV	國語連續劇	1.09

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	4.24
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	2.87
3	航海王23	TTV	卡通影片	2.30
4	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.98
5	幸福來了福爾血壓機	FTV	閩南語連續劇	1.90
6	2017台北世大運開幕典禮	CTS	其他球類、體育節目	1.68
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.61
8	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.52
9	1800航海王23	TTV	卡通影片	1.39
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.13

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.21
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	2.83
3	幸福來了福爾血壓機	FTV	閩南語連續劇	2.75
4	2017台北世大運開幕典禮	CTS	其他球類、體育節目	2.16
5	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.00
6	航海王23	TTV	卡通影片	1.60
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.52
8	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.48
9	滿漢大餐五味八珍的歲月	TTV	國台語單元劇	1.45
10	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	國語連續劇	1.42

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了福爾血壓機	FTV	閩南語連續劇	7.61
2	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	娛樂綜藝	6.50
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.12
4	2017台北世大運開幕典禮	CTS	其他球類、體育節目	3.65
5	1300幸福來了福爾血壓機	FTV	閩南語連續劇	2.72
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.24
7	阿不拉的三個女人蔥媽媽爆	FTV	閩南語連續劇	1.63
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.57
9	滿漢大餐五味八珍的歲月	TTV	國台語單元劇	1.53
10	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.50

## 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	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.22
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.49
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.18
4	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.04
5	直17世大運排球中VS法	VLMAX	其他球類、體育節目	0.98
6	旅行應援團	*SCC	美食旅遊節目	0.95
7	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.94
8	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.93
9	1200SUGAR手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	0.93
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.88

## 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	2.97
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.86
3	直17世大運棒球中VS法	VLSPT	棒球	1.58
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.57
5	草地狀元麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.54
6	SUGAR綜藝大熱門瘋狂經典	SL2	娛樂綜藝	1.43
7	直17臺北世大運開幕典禮	VLSPT	其他球類、體育節目	1.39
8	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.31
9	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.18
10	2000綜藝玩很大安可場小三	SL2	娛樂綜藝	1.17

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.36
2	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.94
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.59
4	浪漫醫生金師傅	ET-D	韓劇	1.54
5	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.39
6	2200SUGAR手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.28
7	2000燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	1.17
8	直17臺北世大運開幕典禮	VLSPT	其他球類、體育節目	1.14
9	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	1.06
10	直17世大運排球中VS法	VLMAX	其他球類、體育節目	1.04

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	5.30
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.48
3	一家人日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	3.93
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.81
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.30
6	新聞深喉嚨全台大停電	CTiN	新聞性質節目	2.12
7	直17世大運棒球中VS法	VLSPT	棒球	1.69
8	浪漫醫生金師傅	ET-D	韓劇	1.65
9	草地狀元麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	1.58
10	直17臺北世大運開幕典禮	VLSPT	其他球類、體育節目	1.57

## 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	0.58	0.43	0.31	0.43	0.91
CTV/中視	0.47	0.31	0.22	0.3	0.79
FTV/民視	0.28	0.1	0.09	0.13	0.58
CTS/華視	0.27	0.22	0.11	0.24	0.39

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	0.46	0.22	0.28	0.47	0.69
ET-N/東森新聞	0.44	0.22	0.24	0.42	0.71
CTiN/中天新聞台	0.4	0.12	0.16	0.3	0.75
SETN/三立新聞	0.38	0.11	0.16	0.3	0.71
FTVN/民視新聞	0.37	0.12	0.13	0.21	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.04	0.1	0.16	0.46
UBN/非凡新聞	0.14	0.03	0.07	0.12	0.26
NTVN/壹新聞	0.14	0.05	0.06	0.14	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.04	0.09	0.12	0.22

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	幸福來了福爾血壓機	FTV	4.23
2	一家人日立變頻冷氣	SANLI	2.83
3	戲說台灣	SANLI	1.64
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.40
5	浪漫醫生金師傅	ET-D	1.29
6	Chocola BB稍息立正我愛你	CTV	1.27
7	1300幸福來了福爾血壓機	FTV	1.24
8	滿漢大餐五味八珍的歲月	TTV	1.23
9	我的老師叫小賀	FTV	1.02
10	1230一家人日立變頻冷氣	SANLI	0.88

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨全台大停電	CTiN	1.25
2	新聞深喉嚨	CTiN	1.16
3	文茜的世界周報	CTiN	0.85
4	非凡最前線	UBN	0.75
5	文茜的世界財經周報	CTiN	0.75
6	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.74
7	正午最前線	UBN	0.72
8	新聞龍捲風嗆鮮爆	CTiN	0.70
9	台灣1001個故事	ET-N	0.70
10	少康戰情室	TVBS	0.70

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合娘家益生菌	FTV	3.97
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.75
3	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	2.67
4	OPPO R11綜藝玩很大	CTV	2.66
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.55
6	綜藝玩很大	SL2	1.73
7	OPPO R11飢餓遊戲	CTV	1.70
8	天才衝衝衝	CTS	1.33
9	愛妮雅舞力全開	FTV	1.12
10	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	0.95

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	2017台北世大運開幕典禮	CTS	2.51
2	直17臺北世大運開幕典禮	VLSPT	1.24
3	直17世大運棒球中VS法	VLSPT	1.15
4	直17世大運排球中VS法	VLMAX	1.00
5	型男大主廚	SL2	0.84
6	大陸尋奇	CTV	0.80
7	直17世大運籃球拉VS中	VLSPT	0.78
8	青春好7淘麥卡貝	SANLI	0.69
9	2017世大運看華視棒球	CTS	0.64
10	愛玩客之老外看台灣OB嚴選	SL2	0.60

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 #120

