凱絡媒體週報

CARAT MEDIA WEEKLY NEWSLETTER

No. 939

CARAT

目錄 Index

2018/04/09-2018/04/15

市場訊息	亞銀上修台灣GDP成長
媒體市場訊息	臉書廣告營收 恐掉20億美元
媒體專題	前進K世代
IMC異業結盟	2018國際奧林匹克路跑
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！

亞銀上修台灣GDP成長

亞洲開發銀行「亞洲發展展望報告」上修亞洲開發中國家經濟成長預測，並警告美中兩大國的貿易摩擦是重大風險，亞銀也將今年台灣國內生產毛額（GDP）成長率上調至2.9%。今年亞洲開發中國家整體經濟可望成長6%，面對美中貿易大戰，拜去年貿易活動升溫之賜，幾個亞洲經濟體因此有了緩衝空間，特別是大宗商品出口商。亞銀指出，帶動今年台灣經濟成長的主力是民間消費、強勁公共投資及全球經濟擴張，今年台灣軍公教加薪3%，可望帶動民間消費，台灣經濟下行的風險之一，是2月花蓮大地震對觀光產業的衝擊比原先預估還嚴重。台灣面臨的外部風險，則包括隨保護主義抬頭而來的貿易緊張，以及美國聯準會(Fed)意外升息，如此可能導致流入台灣的資金減少。[經濟日報2018/04/12]

史上最大規模 141億文化內容投資計畫 開跑

政府史上最大規模文化內容投資計畫即將啟動，包括國發基金匡列100億、加上前瞻基礎建設4年41.8億預算，總數141.8億元全數到位，並將引進民間更多資金共同投入，聚焦影視音、ACG(動漫遊戲)、出版等七大產業投資！據文化部推動文化內容投資計畫前兩期績效來看，已有13家創投公司投資52案，總計由國發基金投入12億、帶動民間投資38億元，為創造有利資金導入的產業環境。[工商時報2018/04/12]

中港日網購調查：逾8成訂單為免運 網訂店取成趨勢

在台灣，「免運費」引發了一場不計虧損的電商大戰，而放眼中、港、日，免運看來也有舉足輕重的地位。65%消費者在意免運，逾4成願意為免運買更多，UPS委託研究機構comScore進行的研究公布了針對中、港、日這三個亞洲地區消費者所做的調查，顯示有65%的受訪者認為免運選項的有無，會是選擇網路購物時的重要考量，同時有46%的消費者願意為了達到免運門檻，將更多商品放入購物車中。研究指出，有高達85%的訂單是在免運費的情況下寄到消費者手中。除了免運之外，亞洲市場另一個值得注意的趨勢是網路訂購、門市取貨的「配送到店」服務正快速成長。而在選擇到店取貨的亞洲消費者中，有60%會在取貨時於實體門市額外消費其他商品，對實體零售業者來說，這樣的趨勢走向有利於帶動整體營業額成長，但大前提還是要先建立起線上下單，門市取貨的流暢機制。[數位時代2018/04/11]

市調：73%消費者偏好VR

想像與現實大不同。科技圈普遍看好AR終將大勝VR，但市調機構TECHnalysis表示，調查顯示目前四個消費者中有三個偏好VR，消費者對一體機興趣高，可是他們希望能只用200美元便買到搭載高解析度螢幕與優良體驗的產品，則與現實頗有落差。從規格來說最符合消費者想像的宏達電Vive Focus，售價恐將超過400美元，價位最符合消費者需求的Oculus GO，暈眩、殘影與追蹤能力可能都很可怕。雖然科技圈一致看好AR終將擊敗VR、成為頭戴式終端的唯一主流，不過對一般消費者來說，眼前摸得著的產品可能才是王道。根據TECHnalysis在3月份進行的1,000份網路調查顯示，高達73%受訪者選擇VR、只有27%選擇AR，受訪者平均每人擁有1.4個VR裝置，透過手機接觸並使用VR的比例最高。[工商時報2018/04/17]

臉書直播滿2週年 分享5大技巧

臉書(Facebook) 直播功能推出滿兩週年，自2016年開始，每天在Facebook上進行直播的數字逐年平均上升1倍，目前每天總共有35億則直播視訊。臉書五個直播使用技巧：第一，當直播開始時，直播主可以選擇一位朋友或任一個在直播視訊中留言的人，邀請加入一起直播。第二，當用戶開始用行動裝置直播時，可以直接點擊螢幕左下方的魔杖圖示，套用面具或濾鏡。用戶也有許多特效選擇，例如擴增實境的面具。第三，如果用戶希望直播可以進行的更穩定或外接其他硬體設備，例如相機或其他串聯軟體，也可以使用電腦進行直播。第四，用戶可以選擇在限時動態中直播視訊，開始直播後，用戶可以選擇將直播影片在接下來24小時內儲存於限時動態，或發布至個人動態時報上。第五，用戶可以只在指定的社團或活動中進行直播。[中央社2018/04/16]

不到1.5天開一家 旅館業浮現三警訊

根據交通部觀光局，國內旅館數在過去兩年攀上高峰，平均不到一天半，台灣就開出一家新旅館。台北威斯汀六福皇宮即將在年底熄燈，旅館業者指出，從公開數字可看出，近年旅館整體供應量大增、來台旅客結構變化、及商圈區域的洗牌戰等三大因素，是觀光產業不能忽視的警訊。[經濟日報2018/04/13]

廣告營收 恐掉20億美元

臉書(Facebook)爆發用戶個資外洩案後，分析師估計，臉書可能流失3%的年度廣告收入，金額最高達20億美元。GBH一項針對公眾對臉書信心的調查顯示，個資外洩並未嚴重影響臉書的聲譽。因為個資醜聞決定刪除臉書帳號的用戶「大約有15%」。臉書執行長祖克伯在國會山莊作證時，也表示廣告對公司業務模式的重要性。參議員海契(Orrin Hatch)在聽證會詢問祖克伯，用戶並未付費使用臉書的服務，臉書如何維持營運？祖克伯回答：「我們賣廣告。」[工商時報2018/04/13]

Instagram將開放資料轉移功能，照片、影片皆可備份

社群巨頭臉書承認劍橋分析(Cambridge Analytica)濫用8,700萬用戶個資後，掀起了許多人對於數據保護、隱私的重視，而Facebook旗下的Instagram，過去因為缺少平台資料轉移功能，讓許多人感覺不便，Instagram證實推出存取資料功能。發言人表示：「我們正在打造新的資料轉移工具，很快大家就能下載所有曾在Instagram上分享的內容，包括照片、影片以及私訊內容。」這項工具將能讓用戶更容易從Instagram轉移到其他競爭對手的平台，但目前不清楚除了上傳過的素材，還能不能同時備份追蹤者清單、按過的讚、留言、限時動態、動態上的文字等等。[數位時代2018/04/12]

騰訊新定位 當數位化助手

針對大陸智慧零售，騰訊CEO馬化騰表示，騰訊不做零售，而是用科技力量助推數位化零售，做一個好的助手，協助各行業數位化轉型升級，例如部署人臉攝像頭等傳感設備，客流數量、店鋪的熱點區域在哪裡，顧客逛店怎麼走，全憑數據。店長隨時查看店員陪同的顧客數量、時間。三個角色，指騰訊要專注做三件事：做連接、做工具和做生態。[經濟日報2018/04/13]

媒體專題
Media Report

前進K世代

張瑀芳

CARAT

前言：準備好認識K世代了嗎？

- 當過去指標性年輕族群千禧世代(Millennials)逐漸成為社會中堅，新一代青少年也開始受到行銷人員的重視與討論。不管是新品牌還是積極尋求年輕化的老品牌，無不想更進一步認識這群新興網路原生族。

- 新一代青少年出生在網路唾手可得的環境，但除了時刻連網、智慧手機不離身之外，他們的內心世界和千禧世代在同為這個年紀時，有什麼差異呢？英國學者近年提出「K世代」(Generation K)作為他們的別稱，源自美國熱門大眾小說「飢餓遊戲」(The Hunger Games)女主角Katniss Everdeen，認為這個角色反映了他們獨樹一格的矛盾特質。本篇專題將淺談歐美與台灣K世代心理特質，並分享品牌與他們溝通的案例。

千禧世代(18-37歲)

1980 1985 1990 1995 2000 2005 2010

K世代(15-23歲)

※資料/圖片來源：風傳媒(2016.03)、Unsplash

不只數位化，他們是極度焦慮的一代

- 「饑餓遊戲」三部曲在2008-2010年間先後推出，女主角Katniss個性鮮明，生活在艱苦不公的世界，並代替妹妹接受飢餓遊戲的考驗；在夾縫中求生存時仍不忘反抗體制。英國知名經濟學家及全球化專家Noreena Hertz 2015年針對西方國家當時14-21歲的青少年進行研究，發現他們許多特質都和Katniss吻合，「K世代」一詞因此出現。

- 根據Hertz，歐美K世代固然享受科技進步，是高度數位化、社群化、擅長多工、多螢處理的一代，但同時他們也深受全球經濟衰退和恐怖攻擊影響，這形塑了他們和千禧世代不同的個性：對世界懷抱極度焦慮，擔憂失業(79%)、負債(72%)以及各種不平等，對政府組織不信任，渴望與人連結；然而他們也務實、創新、勇於改變等，並重視自我獨特性，高度支持跨性別(80%)。

影響歐美K世代最深的三件事

數位科技

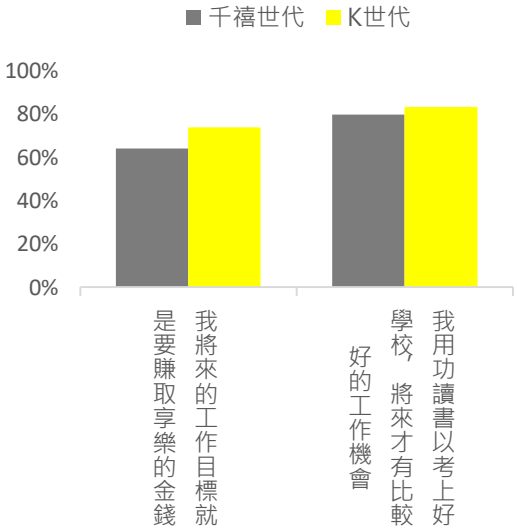
經濟衰退

恐怖攻擊

※資料/圖片來源：風傳媒(2016.03)、Google圖片

台灣K世代：忠於自我，朋友重要性略微降低

- 在台灣對於恐攻的危機感或許沒那麼深刻，但科技與經濟環境對年輕一代的影響無庸置疑。根據東方線上E-ICP資料庫數據，觀察K世代(2015年)與千禧世代(2008年)同樣在14-21歲時期的差異：
- **享受生活、忠於自我：**即便兩個世代都對社會認同感不高，但比較後可以發現，K世代的人們比千禧世代更忠於自我，工作對他們來說只是為了讓自己過更好的生活。
- **對友情有新的解釋：**62.2%的K世代能在和朋友相處時感到滿足，程度低於千禧世代的67.7%；而千禧世代有20.9%的比例最想獲得友情，到了K世代卻剩下17.2%。友情對K世代的重要性相對下降了。



和朋友在一起感到充實滿足	62.2%	現階段最想獲得友情	17.2%
	千禧世代67.7%		千禧世代20.9%

- **網路上的我比現實中的我還重要：**將近七成的K世代覺得，如果一天不能上網　會感到與世界隔絕。除此之外，在社群上他們更在乎讚數和粉絲的互動，試圖在網路世界建立良好的自我形象與認同，甚至比現實中的自己還重要。
- 台灣的K世代與歐美有不少相似之處，根據CCS　2016，他們同樣有對未來財務狀況悲觀(13%/i143)、透過網路逃離現實(16.8%/i222)、喜歡面對挑戰超越自我(22.5%/i151)、認同個人特質比隨波逐流重要(26.9%/i128)等情況，並在社群上積極產製內容(52.9%/i130)。

※資料/圖片來源：2008&2015年東方線上E-ICP資料庫、SmartM(2016.09)、The Guardian(2016.03)

溝通K世代，真實度與透明化不可缺

- K世代的道德感格外強烈，相較於其他族群在此年紀時，更關心社會議題、積極參與社會與政治活動，對他們來說「沒有人能置身事外」，因此能夠展現企業責任的品牌將會大大加分。在2015年的演講上， Hertz對於品牌和K世代接觸提出四項建議：

1. **支持他們所擁抱的價值：**理解他們理念與價值，在表達認同時務必拿出真誠的態度與行動；他們樂意將錢投入在一個對社會有貢獻、關懷弱勢的品牌。
2. **透明化：**和K世代溝通時，誠實、開放不僅是一個聰明的策略，而是一個必須的策略，品牌不必維持完美形象。另外，我們常誤以為這群在社群上公佈一切生活細節的年輕人不重視隱私，然而，他們其實是最有隱私保護意識的一群，79%修改他們隱私設定、多數在線上使用假身份。他們知道放棄部份隱私可以獲得更好的使用者體驗，但品牌必須對此價值交換有清楚的說明。

3. **用對工具：**除了謹記他們比你更懂網路媒體，也別忘了使用他們的「語言」，例如更視覺化、音樂性的素材。
4. **給予發揮空間：**K世代重視自我與獨特性，品牌要提供發揮創意和貢獻的平台，讓他們有機會參與你提出的解決方案。

※資料/圖片來源：The Drum(2015.11)

網紅行銷、品牌共創，爭取K世代認同

創作者是K世代的偶像

- 不管是Youtuber或其他類型的KOL，只要有吸引人的原創內容，就有機會成為K世代最推崇的偶像。
- 以瑞典知名網紅PewDiePie為例，他在自己的YouTube頻道上分享大量玩恐怖與動作遊戲的影片，訂閱人數向來是榜上常勝軍。他深受年輕族群喜愛的原因，正是來自於他不造作、坦率的表現，將真實的自己呈現在大家面前。

- 年輕族群對過度商業化的內容反感，品牌可以透過KOL這些有數位影響力的人，建立消費者的信任或認同。

建立品牌與K世代的個人連結

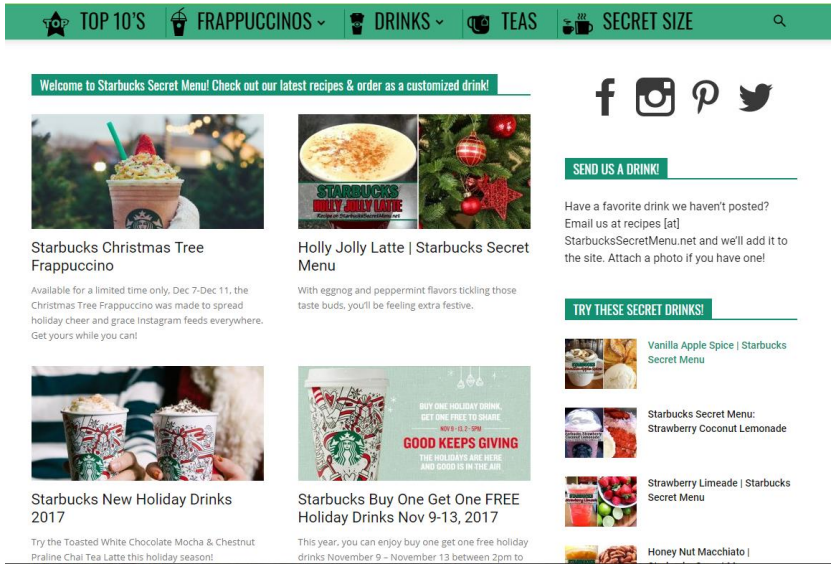
- K世代支持創作者，也渴望成為創作者，積極將自身想法、才華展現在喜愛的事物上；品牌可以透過邀請年輕人參與商品設計、品牌共創，讓這些未來即將出現的產品或服務中，有他們專屬的印記，強化商品與個體的關係。

※資料/圖片來源：風傳媒(2016.03)、Manchester Evening News(2017.07)、Google圖片

星巴克秘密口味飲品，青少年難抗拒

- 當星巴克發現年輕人會點奇特少見的飲料時，他們將它視為一個打入年輕市場的好機會。星巴克開始在官方Instagram上推出「Secret Menu」的照片來吸引年輕人的注目，包含顏色鮮豔的外型，或是口味特殊的奶酒咖啡。

- 看到這些圖片的年輕人紛紛到星巴克店朝聖，點menu看板上不會出現的神祕飲料，並拍下自己的飲料上傳到社群網站上分享，在年輕族群之間颳起了一陣繽紛色彩的星冰樂旋風，其中許多人甚至平日根本不喝咖啡。星巴克後來建置了一個「神秘菜單」的網頁，讓網友們分享自己的神祕飲料食譜，讓世界各地的年輕人們互相交流，並蒐集各種飲料體驗。



- 星巴克不但開拓了年輕族群的市場、建立良好的品牌形象之外，在產品設計方面也成功地將飲料注入更多新的可能和創意，而且也因為採取隱藏式菜單的方式，不需要固定備料，在成本方面也得以控制。最重要的是，星巴克靠著非常低的行銷預算，建立起與年輕人的連結。

※資料/圖片來源：Pure(2017.08)、Manchester Evening News(2017.07)

T STAR 台灣之星 4G LTE 3路提倡護眼，用年輕人的語言說話

- 隨著科技的日新月異以及生活習慣的改變，台灣國人每日上網時間長達197分鐘，是全球平均的1.38倍。台灣之星關注因科技衍伸出來的視力健康問題，投身提倡護眼運動以善盡企業社會責任。他們先是與潮網科技合作輿情分析，觀察及解析台灣18-34歲的網路使用者喜愛什麼樣的議題，並運用熱門的議題及語言來吸引年輕族群的目光。
- 台灣之星第一波先與波波黛莉合作，結合當時最火紅的星座議題，推出「十二星座女友被男友激怒的原因」影片取得年輕人的共鳴。接著邀請插畫家好人信，設計Kuso的護眼觀念插圖，提升網路社群聲量。趁著前導影片的奏效，緊接著拍攝了第二波「梁祝經典再現 虐新劇情結局令人翻白眼!?荒唐啊!」影片，成功地吸引網友熱烈討論，不僅讓「翻白眼等於護眼」觀念蔚為風氣，更在當時累計了410萬的觀看數，榮獲YouTube 2016年亞太區9月影片排行榜第三名的肯定。
- 最後一波宣傳則採用採用「萌行銷」手法，透過孩子童言童語的影片，點出大家日常使用手機的NG行為，影片同樣的也有破百萬觀看的好成績。

※資料/圖片來源：數位時代(2016.12)

結語

尊重K世代，原汁原味呈現真實樣貌

- K世代即將開始成為消費主力的一員，然而因為他們的價值觀比其他世代更加犀利，生活習慣及社交方式也更難預測，當品牌試圖和他們接觸時，可以考慮Instagram、YouTube、Snapchat等較受此族群青睞的社群平台。在過程中，應該使用他們的語言，並用真實、坦率的互動回應來接近他們。

建立情感連結，提供K世代創作空間

- K世代雖然沉迷網路但仍渴望連結，品牌可以抱持尊重每個個體的態度傾聽，給他們創作的機會，逐步建立情感連結。當這群網路原生族認同你的品牌，將會利用他們的社群影響力讓行銷效果加乘。

關注社會議題，當K世代的好戰友

- 雖然對未來悲觀、焦慮，但Hertz也點出K世代的優點：他們自我、愛自拍卻不自私，他們對於不平等的事情願從自身做起來改變現況，品牌若能切入他們關注的議題，支持其理念並展開行動，將能扮演與他們並肩奮鬥的夥伴角色。

※資料/圖片來源：Unsplash

IMC異業結盟
Alliance Strategy

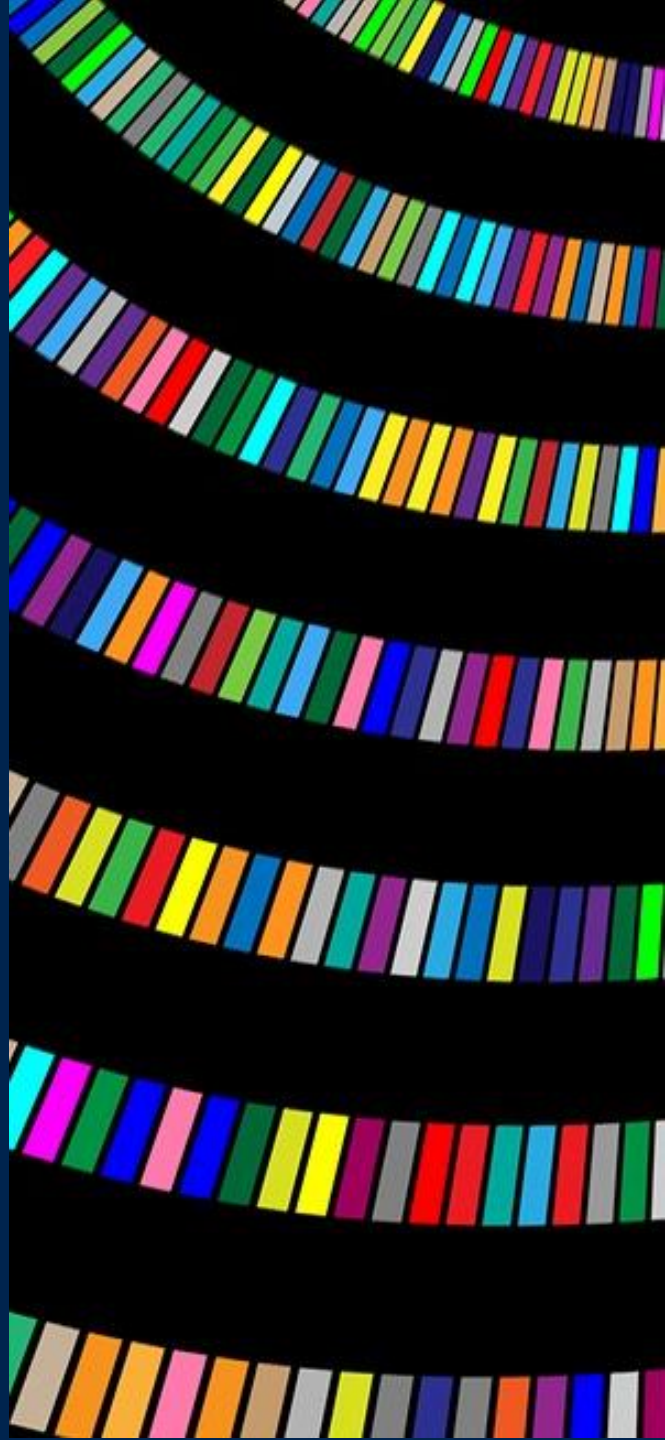


Image courtesy of cc0

※資料/圖片來源：聯網國際資訊

OLYMPIC DAY 2018國際奧林匹克路跑

- **活動日期：**2018年107年5月5日（星期六）上午5:30起跑
- **活動地點：**宜蘭運動公園(宜蘭縣宜蘭市中山路一段755號)
- **活動參與對象：**國內外喜愛路跑民眾
- **簡介：**中華奧會自1988年起響應國際奧會的號召，舉辦民眾最喜愛的路跑活動，迄今已邁入第31屆，成為中華奧會歷史最悠久的活動，發揚奧林匹克精神，建立友誼、創造卓越、相互尊重。今年以「為亞運健兒喝采而跑」之主題，延續世大運我國選手所展現的高度企圖心與奧林匹克精神，期盼中華健兒於2018亞洲運動會再創佳績，榮耀迎向2020東京奧運為台灣體壇英雄們喝采。

※資料/圖片來源：聯網國際資訊 | CARAT

OLYMPIC DAY 2018國際奧林匹克路跑

- **賽事精彩可期：**賽事包含21K經典半馬組及10K勇敢挑戰組，本半程馬拉松競賽路線經國際田徑總會(IAAF/AIMS)認證，延續世大運我國選手所展現的高度企圖心與奧林匹克精神，期盼中華健兒於2018雅加達亞洲運動會再創佳績，榮耀迎向2020東京奧運為台灣體壇英雄們喝采！
- **推廣亞運會：**另今年配合亞奧會推廣亞洲運動發展，特舉辦3公里亞運親子路跑，透過休閒親子路跑，提早為雅加達-巨港亞運會宣傳，增加民眾對亞運會的認知度。

組別	21K經典半馬組	10K勇敢挑戰組	3K亞運親子組
報名人數	3,000人	2,000人	600人
起跑時間	05:30	05:50	06:00
時間限制	3小時	1.5小時	1小時

自由時報

奧林匹克路跑 報名啓動

2015奧林匹克路跑6月6日於新北市政府市民廣場開跑，昨賽事報名啟動記者會請到台北富邦馬拉松國內男子冠軍蘇志濱與高雄馬拉松冠軍柯世傑站台，兩人師出同門，昨互下戰帖，要一較高下。

柯世傑是高雄人，與蘇志濱同畢業於北體（現為北市大學），去年底本來有機會在台北富邦賽跟蘇志濱爭奪國內冠軍，但他後來缺賽，柯世傑表示，算是能彌補遺憾，跟學長尬一下到底誰比較快，蘇志濱則回應，期待那天的到來，跟學弟同場較勁。

（圖文：記者卓佳萍）

※資料/圖片來源：聯網國際資訊 | CARAT

- **適合結合產品：**金融業、電信業、教育業、遊戲業、3C商品、購物業、食品業...等。
- **贊助方式：**現金贊助、商品贊助...等。
- **媒體宣傳：**網路/社群媒體、記者會、文宣品、現場各項製作物、品牌LOGO露出...等。

歡迎異業結盟，合作相關細節請洽
Evens.Fan@carat.com

主辦單位保留修正、暫停或終止活動之權利，如有異動恕不另行通知。

新節目介紹
New TV Shows

頻道新節目介紹

類型：戲劇 **上檔日期：**2018/04/18 **播出頻道：**台視 **播出時間：**20:00(一~五)

「情·份」：既然「愛情」給了玉芳，能給麗淑的就只有「名份」。得到「名份」的麗淑，在忍受寂寞後，仍夢想擁有老公的「愛情」，得到「愛情」的玉芳，竟不時暗自垂淚，只因「名份」是那麼遙不可及.....優柔卻也負責任的個性，注定了大老婆、小老婆之間的這二個家庭,一輩子說不清的矛盾與糾葛.....

類型：綜藝 **上檔日期：**2018/04/24 **播出頻道：**愛爾達綜合台 **播出時間：**21:00(一~五)

「2分之一強」：節目以「女人的殿堂」為口號，呈現大女人小男人的對話之姿；每集皆會邀請來自世界各國的男性代表與臺灣藝人分享各地文化差異、感情和價值觀、生活經驗等等。

類型：戲劇 **上檔日期：**2018/04/25 **播出頻道：**愛爾達影劇台 **播出時間：**22:00(一~五)

「主君密碼」：女明星申曉靜從大樓上墜下後當場死亡，媒體和民眾們懷疑，是連日來鬧得沸沸揚揚的性招待醜聞，導致這齣慘劇的發生。揭開申曉靜的死亡真相，不料自己卻被誣陷為殺人兇手，正當警方想以自殺結案之時，神祕而他的真實身份也被曝光，其實是虛擬搜查1隊隊長金宇玄(蘇志燮飾)的警大同學朴志英(崔丹尼爾飾)。志英為了找出栽贓他以及殺死宇玄的傢伙，決定以宇玄的身份過活，尋找背後藏鏡人.....

頻道新節目介紹

類型：綜合 **上檔日期：**2018/04/28 **播出頻道：**愛爾達影劇台 **播出時間：**20:00(六~日)

「野性中國」：野性中國是英國BBC和中央電視台影視製作「中視傳媒」首次合作拍攝製的系列紀錄片。拍攝小組跨越了西藏、青海、雲南和其他14個省份，他們爬上海拔6,000公尺冰封的高山，穿過飛砂走石的沙漠，潛入波濤洶湧的海域，忍受從45度到零下30度的極端氣候。每一集都交織著當地歷史、風土人情、自然環境和野生動物。

類型：體育 **上檔日期：**2018/04/28 **播出頻道：**愛爾達體育台 **播出時間：**01:00 LIVE

「ITU世界鐵人三項系列賽-百慕達站」：ITU世界鐵人三項系列賽第二站前進百慕達站，百慕達為首次舉辦ITU賽事的新興國家，該賽事也以地主好手Flora Duffy為首，男女子組將展開激烈緊張的角逐。耐力、意志力、體能的殘酷考驗，率先達到終點的才是贏家。

類型：綜合 **上檔日期：**2018/04/29 **播出頻道：**愛爾達影劇台 **播出時間：**21:00(日)

「探密兵馬俑」：探密兵馬俑以史學家講述秦代的歷史為背景，結合多種現代科技方法講述了在兵馬俑和青銅兵器研究中取得的突破性新成果。最吸引人的部份是，紀錄片以生動的模擬場景再現了秦兵器在生產作坊中如何鑄造、如何加工打磨、如何組裝，再現了配有精密弩機的秦弩如何使鋒利的箭鏃射穿敵人的鎧甲。

電視觀察窗
TV Outlook

Image courtesy of cc0

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	幸福來了娘家大紅麴	民視	5.15	1	幸福來了娘家大紅麴	民視	3.01
2	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.21	2	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	2.82
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.07	3	名偵探柯南	華視	2.78
4	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	2.25	4	綜藝大集合福爾血糖機	民視	2.41
5	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.81	5	七龍珠超	民視	2.22
6	天才衝衝衝	華視	1.58	6	航海王特別版東海篇	台視	2.17
7	綜藝菲常讚	華視	1.54	7	蠟筆小新	台視	1.98
8	愛妮雅舞力全開	民視	1.47	8	福爾血糖機綜藝3國智	台視	1.91
9	中視新聞全球報導	中視	1.43	9	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.89
10	台視晚間新聞	台視	1.38	10	新哆啦A夢	華視	1.74
11	福爾血糖機綜藝3國智	台視	1.27	11	1830蠟筆小新	台視	1.64
12	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.25	12	1800名偵探柯南	華視	1.62
13	航海王特別版東海篇	台視	1.19	13	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	1.44
14	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	民視	1.18	14	1800烏龍派出所	華視	1.33
15	1300幸福來了娘家大紅麴	民視	1.16	15	台視晚間新聞	台視	1.17
16	民視七點晚間新聞	民視	1.04	16	新一點靈高塔公主	台視	1.11
17	名偵探柯南	華視	1.04	17	天才衝衝衝	華視	1.11
18	大陸尋奇	中視	1.01	18	烏龍派出所	華視	1.11
19	豬哥會社國田精品門窗	民視	0.99	19	1800蠟筆小新	台視	1.04
20	1830蠟筆小新	台視	0.96	20	1930實習醫師鬥格娘家蔓越	民視	0.98
平均			1.75	平均			1.77

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

※統計期間：2018/04/09-2018/04/15

CARAT

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	幸福來了娘家大紅麴	民視	2.72	1	幸福來了娘家大紅麴	民視	5.84
2	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	1.92	2	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.85
3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	1.83	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.62
4	綜藝菲常讚	華視	1.64	4	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	2.23
5	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.51	5	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.85
6	蠟筆小新	台視	1.49	6	愛妮雅舞力全開	民視	1.79
7	1830蠟筆小新	台視	1.46	7	天才衝衝衝	華視	1.71
8	台視晚間新聞	台視	1.20	8	綜藝菲常讚	華視	1.67
9	天才衝衝衝	華視	1.16	9	中視新聞全球報導	中視	1.62
10	航海王特別版東海篇	台視	1.14	10	1300幸福來了娘家大紅麴	民視	1.46
11	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	1.06	11	台視晚間新聞	台視	1.44
12	福爾血糖機綜藝3國智	台視	1.03	12	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.44
13	中視新聞全球報導	中視	0.88	13	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	民視	1.29
14	新一點靈高塔公主	台視	0.88	14	福爾血糖機綜藝3國智	台視	1.23
15	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	民視	0.87	15	民視七點晚間新聞	民視	1.21
16	鬼怪孤單又燦爛的神	台視	0.82	16	大陸尋奇	中視	1.19
17	烏龍派出所	華視	0.78	17	豬哥會社國田精品門窗	民視	1.16
18	生態全紀錄塔斯馬尼亞	公共電視	0.75	18	金鐘微笑淚安美諾美白修護	民視	1.10
19	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	0.73	19	航海王特別版東海篇	台視	1.08
20	新一點靈公主高讚塔	台視	0.73	20	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	台視	0.92
平均			1.23	平均			1.94

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

※統計期間：2018/04/09-2018/04/15

CARAT

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	金家好媳婦Footer除臭襪	三立台灣	3.32	1	綜藝玩很大518人力銀行	三立都會	2.72
2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.62	2	妖怪手錶	YOYO	2.53
3	超級紅人榜	三立台灣	2.61	3	Peppa Pig	YOYO	2.19
4	戲說台灣	三立台灣	1.74	4	1800神奇寶貝XY	MOMO	2.15
5	綜藝玩很大518人力銀行	三立都會	1.62	5	0900Peppa Pig	YOYO	2.15
6	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.55	6	戰鬥陀螺爆烈世代神	YOYO	2.04
7	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	三立都會	1.50	7	芭比之特務小組	YOYO	2.00
8	草地狀元	三立台灣	1.17	8	1100櫻桃小丸子	YOYO	1.98
9	寶島神很大	三立台灣	1.11	9	2030汪汪隊立大功	MOMO	1.97
10	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.06	10	櫻桃小丸子	YOYO	1.95
11	姐姐還活著	衛視中文	1.02	11	0830戰鬥陀螺爆烈世代神	YOYO	1.92
12	民視晚間新聞	民視新聞	1.02	12	可愛巧虎島	YOYO	1.86
13	青春好7淘	三立台灣	1.01	13	金家好媳婦Footer除臭襪	三立台灣	1.80
14	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	0.99	14	奇寶萌兵	YOYO	1.80
15	2215阿爸的願望	三立台灣	0.99	15	1030櫻桃小丸子	YOYO	1.71
16	在台灣的故事	三立台灣	0.96	16	1900怪盜喬克	卡通頻道	1.70
17	那年花開月正圓兆櫃開運鹼	GTV戲劇台	0.96	17	2000名偵探柯南迷宮的十字	MOMO	1.68
18	1230金家好媳婦Footer除臭	三立台灣	0.94	18	SUPER WiNGS	YOYO	1.66
19	新聞深喉嚨	中天新聞台	0.93	19	憤怒鳥與小小豬	YOYO	1.66
20	晚間8點新聞	TVBS新聞台	0.89	20	1300哆啦A夢大雄南極冒險	MOMO	1.64
平均			1.40	平均			1.96

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

※統計期間：2018/04/09-2018/04/15

CARAT

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	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	三立都會	2.23	1	金家好媳婦Footer除臭襪	三立台灣	3.72
2	金家好媳婦Footer除臭襪	三立台灣	2.10	2	超級紅人榜	三立台灣	3.20
3	1800烏龍派出所	衛視中文	1.28	3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.14
4	1830烏龍派出所	衛視中文	1.21	4	戲說台灣	三立台灣	2.05
5	白花油甦醒凝露歡樂智多星	衛視中文	1.06	5	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.89
6	型男大主廚閣林文創	三立都會	1.01	6	綜藝玩很大518人力銀行	三立都會	1.59
7	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	1.00	7	草地狀元	三立台灣	1.39
8	1900歡樂智多星	衛視中文	1.00	8	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	三立都會	1.39
9	烏龍派出所	衛視中文	0.94	9	寶島神很大	三立台灣	1.30
10	綜藝玩很大518人力銀行	三立都會	0.94	10	民視晚間新聞	民視新聞	1.23
11	旅行應援團	衛視中文	0.89	11	青春好7淘	三立台灣	1.23
12	1300烏龍派出所	衛視中文	0.83	12	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.19
13	航海王	衛視中文	0.79	13	那年花開月正圓兆櫃開運鹼	GTV戲劇台	1.16
14	1006的房客	東森綜合	0.79	14	1230金家好媳婦Footer除臭	三立台灣	1.13
15	1230烏龍派出所	衛視中文	0.76	15	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.13
16	名偵探柯南	衛視電影	0.75	16	2215阿爸的願望	三立台灣	1.12
17	1730烏龍派出所	衛視中文	0.75	17	在台灣的故事	三立台灣	1.10
18	型男大主廚小三美日	三立都會	0.73	18	姐姐還活著	衛視中文	1.09
19	1230蠟筆小新	GTV綜合台	0.70	19	1900含笑食堂	三立台灣	1.05
20	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	0.70	20	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	1.02
平均			1.02	平均			1.61

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

※統計期間：2018/04/09-2018/04/15

CARAT

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	幸福來了娘家大紅麴	民視	5.15	1	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.21
2	金家好媳婦Footer除臭襪	三立台灣	3.32	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.07
3	戲說台灣	三立台灣	1.74	3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.62
4	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.55	4	超級紅人榜	三立台灣	2.61
5	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	三立都會	1.50	5	OPPO R11s綜藝玩很大	中視	2.25
6	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	民視	1.18	6	OPPO R11s飢餓遊戲	中視	1.81
7	1300幸福來了娘家大紅麴	民視	1.16	7	綜藝玩很大518人力銀行	三立都會	1.62
8	姐姐還活著	衛視中文	1.02	8	天才衝衝衝	華視	1.58
9	2215阿爸的願望	三立台灣	0.99	9	綜藝菲常讚	華視	1.54
10	那年花開月正圓兆櫃開運鹼	GTV戲劇台	0.96	10	愛妮雅舞力全開	民視	1.47
11	1230金家好媳婦Footer除臭	三立台灣	0.94	11	福爾血糖機綜藝3國智	台視	1.27
12	金鐘微笑淚安美諾美白修護	民視	0.92	12	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.25
13	1930實習醫師鬥格娘家蔓越	民視	0.88	13	豬哥會社國田精品門窗	民視	0.99
14	1900含笑食堂	三立台灣	0.87	14	天才衝衝衝新普利夜酵素	東森綜合	0.99
15	鬼怪孤單又燦爛的神	台視	0.85	15	白花油甦醒凝露歡樂智多星	衛視中文	0.86
16	EASYSHOP三明治女孩的逆襲	台視	0.83	16	2200超級紅人榜	三立台灣	0.78
17	1900含笑食堂白花油甦醒凝	三立台灣	0.79	17	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.77
18	成功SUCCESS我的男孩	台視	0.76	18	2000綜藝玩很大安可場	三立都會	0.76
19	真愛找麻煩輝葉按摩椅專家	三立都會	0.76	19	1900歡樂智多星	衛視中文	0.73
20	新一點靈高塔公主	台視	0.73	20	金蔘高麗人蔘精綜藝大哥大	中視	0.73
平均			1.35	平均			1.60

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

※統計期間：2018/04/09-2018/04/15

CARAT

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) 2717-5238 ext.9282 編輯小組

Find us on: facebook

凱絡媒體週報部落格、粉絲團

與您分享更多國際媒體行銷新資訊

部落格

CARAT