

凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

No.993

目錄 Index

2019/04/29-2019/05/05

市場訊息

首季GDP成長1.72% 不如預期

媒體市場訊息

Spotify推新型態語音互動廣告

媒體專題

YouTube看什麼？台美百大熱門頻道觀察

IMC異業結盟

2019世界音樂節@臺灣

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

首季GDP成長1.72% 不如預期

行政院主計總處發佈第一季GDP概估，由於商品出口、民間消費不如預期，首季經濟成長率1.72%，低於原預測1.82%，也創下近11季最低。若未來三季預測維持不變，則今年經濟成長預測值將調降至2.24%，全年可望「緩中求穩」。受中美貿易紛爭影響，包括南韓、新加坡及香港今年首季的經濟成長都不如去年第四季，這使得我國出口不如預期，連帶影響首季的經濟成長。主計總處2月預測第一季出口年減2.81%，民間消費年增1.79%，惟經概估這兩項數據分別是-4.2%、1.45%，都比預測來得差，這是首季經濟成長不如預期的主因。[工商時報2019/05/01]

2017國富統計 戶均資產、負債雙創新高

行政院主計總處發佈國富統計，受股價上揚、儲蓄保險增加的影響，2017年底平均每戶家庭財富(資產淨值)升至1,445萬元，但隨著房貸升高，每戶家庭負債也升至180萬元，雙雙創下歷史最高。依主計總處統計，2017年底國內所有部門的總資產存量(國富淨額)升至202兆元，這202兆的資產有六成是家庭部門持有。就家庭部門而言，2017年底我國總計有865萬戶，平均每戶資產淨值升至1,445萬元，年增4.0%，主要是受股市上漲、人壽保險準備(儲蓄保險)大幅增加所致。2017年底台股由前一年底的9,254點升至10,643點，上漲15%，以致平均每戶有價證券總值由199萬元升至225萬元。另外，隨著高齡化，國人意識到理財重要，儲蓄保險也明顯升高。[工商時報2019/05/01]

平均每戶家庭財富與負債					
時間	資產淨值	金融性負債	時間	資產淨值	金融性負債
2008年	899	141	2013年	1,218	160
2009年	996	142	2014年	1,309	168
2010年	1,049	148	2015年	1,366	170
2011年	1,062	149	2016年	1,389	174
2012年	1,128	151	2017年	1,445	180

註：上表資產淨值是包括人壽保險準備及退休基金準備
資料來源：主計總處
單位：萬元 製表：于國欽

無卡分期業務三趨勢 看出網購族實力

Yahoo奇摩購物分析2018年無卡分期業務的三大趨勢：不僅男女都愛買、客單價倍數跳增、機車與珠寶、手表等高級品最受歡迎。去年8月，Yahoo奇摩購物推出精品無卡分期後，賣出包括70萬元重的機車、30萬元的手表，每個月平均賣出兩個愛馬仕的凱莉包，單價近68萬元，顯示台灣網購族實力。去年Yahoo購物的無卡分期業務創造1億元營收，品項超過1,600項，今年還要再擴大商品範圍。根據Yahoo購物事業群統計，目前無卡消費族群集中24-30歲；前五大購買品類包括手機、Macbook、平板與筆電、珠寶、機車，高單價的購買商品主要以機車、手表、飾品為主。因專攻高單價商品，無卡分期購物客單價是一般購物7.5倍，珠寶提供無卡分期後，銷量更大增八倍。[經濟日報2019/05/02]

神車救援 4月車市回溫

豐田品牌雙神車Altis、RAV4新款放量交車，推升4月國內新車銷售回溫，總量達3.47萬量，年增0.6%，終結連續八個月衰退低潮。豐田總代理和泰汽車靠著雙神車加持，4月銷量大增17%，市佔飆上34%高點，領跑市場。展望5月，儘管進入報稅月，影響民眾可支配所得，但車商提前展開夏季銷售競賽，加碼促銷，加上豐田雙神車、日產Kicks等新車效益持續發威，車商樂觀全月新車銷量上看3.6萬輛，略優於去年同期，第二季車市可望甩開年初以來的低潮回穩。根據監理所統計，4月新車領牌數達3.68萬輛，年增0.6%，終結自去年8月以來連續八個月衰退的低迷。累計前四月新車領總數達13.09萬輛、年減12%。車商分析，長居國內新車銷售榜冠亞軍的Altis與RAV4兩款豐田神車，3月先後改款，先前因世代交替造成銷售空窗期，是拖累首季車市衰退的主因。[工商時報2019/05/03]

電支之戰 街口3月拿三勝

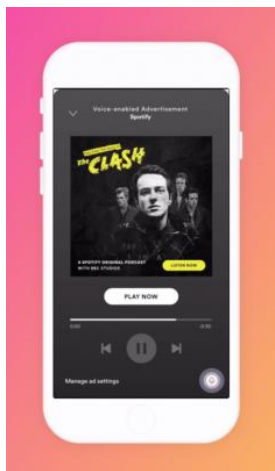


LINE Pay一卡通與街口的電子支付之戰，3月由街口拿下代理收付、電支帳戶間移轉金額及收受儲值金額三項勝利，銀行局公佈，主要是LINE Pay一卡通在2月發紅包促銷活動後，帳戶間移轉的資金即下滑到1.99億元，略少於街口的2.34億元。同時因為2月有境外來台的留學生，尤期是陸生用支付寶帳戶繳學費，及2月有境外購物網站的促銷活動，2月代理收付金額達33.4億元，但3月天數較多，但代理收付金額反而比2月減少，只有32.6億元。國內電子支付共有五家專營、21家兼營，一卡通則是電子票證兼營電支。[工商時報2019/05/01]

讓觀眾邊看劇、邊購物 沃爾瑪要推原創電影

隨著串流影音市場成為兵家必爭之地，美國零售巨擘沃爾瑪(Walmart)計劃在旗下影音平台Vudu推出多部適合闔家觀賞的原創電影，並憑藉本身擁有廣大客群的優勢，與數家廣告商攜手合作，讓觀眾邊看劇、邊購物。彭博報導，沃爾瑪計劃未來一年投資至少六部原創節目。沃爾瑪不打算仿照Netflix及亞馬遜推出訂閱服務，而是看上透過Vudu影音平台節目推銷商品的商機。知情人士透露，沃爾瑪本周將介紹最新廣告技術，已說服部分大型供應商承諾預付數千萬美元的廣告費。這些新原創節目將能測試「購物型內容」的潛力，直接引導觀眾前往門市或上網購物。觀眾不僅可以看到廣告，還可以選擇購買出現在節目裡的商品。[經濟日報2019/04/30]

Spotify推新型態語音互動廣告



音樂串流服務Spotify再交出最新季度財報、宣佈訂閱用戶突破1億人大關後，再度宣佈在語音技術上的新策略——語音互動廣告。Spotify目前的測試廣告內容是，當免費帳號用戶在行動裝置上聆聽音樂時，插入的聲音廣告內容會播放一段話，鼓勵、宣傳一段值得聽的Podcast音樂節目或是品牌置入的播放清單，告訴用戶只要說聲「Play Now」就能馬上播放廣告提及的內容。如果用戶在這段時間沒有回覆，就會繼續播放用戶原先在聽的內容。Spotify現在先選在美國市場測試語音控制廣告，目前主要宣傳原創Podcast聲音節目《Stay Free: The Story of the Clash》以及聯合利華旗下品牌Axe的品牌置入播放清單。[數位時代2019/05/03]

臉書改版 私訊優先

全球最大社群平台臉書表示，將大幅改版其網站和應用程式，重點將放在鼓勵用戶使用「社團」進行交流，而非透過公開貼文，顯示臉書正轉向更私密的通訊。金融時報報導，在臉書年度F8開發者大會上，執行長表示這將是過去五年來最大幅度改版，並特別強調「The future is private」的標語，大會首日發表的多項更新，許多也都與注重隱私的主軸有關。臉書發表了第五版App，不但移除網頁上方招牌的藍色橫幅，更重要的是，加入了鼓勵用戶多用私密社團進行交流和分享內容，以及推薦用戶相關社團的功能，未來用戶不會再優先看到動態時報，而是社團。臉書也將開始測試支付服務，「市集」(Marketplace)功能即將升級，讓民眾可直接付費購買產品，不必再透過私下交易。[經濟日報2019/05/02]

反媒體壟斷法通過 新聞台廣告收入來源須揭露

國家通訊傳播委員會(NCC) 通過「媒體多元維護與壟斷防制法」(反媒體壟斷法)草案部分內容修正案。NCC表示，新聞頻道的董監及持股10%以上大股東，必須揭露投資狀況和廣告收入來源的資訊，若未依規定揭露，將處以新台幣10萬以上、100萬元以下罰鍰。NCC表示，反媒體壟斷法希望透過新聞媒體申報投資概況，提升新聞品質，促進市場公平競爭與新聞專業自主，目前只有新聞台需要申報主要收入，對於中資可能透過對新聞台或其他頻道下廣告，達到宣傳的目標。[經濟日報2019/05/01]

媒體專題 Media Report

YouTube看什麼？台美百大熱門頻道觀察

王怡雅

前言

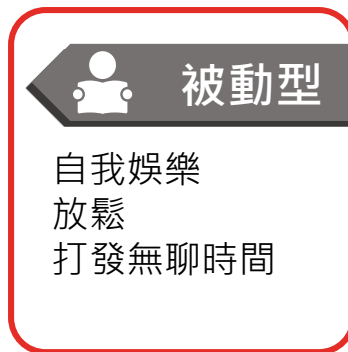
- YouTube上一天新增的影片，一個人花一輩子都不見得能看完：根據YouTube數據，全球用戶每分鐘平均上傳500小時的影片，也就是平台上平均每天有72萬小時的新內容——得花超過82年才看得完。雖然YouTube上的內容量看似龐大，但和消費者的觀看時數比又小巫見大巫：每天用戶在電視螢幕上觀看YouTube影片的時數高達2億5,000萬，即每分鐘17萬3,611小時，這還未計電腦、手機上的觀看數。
- 2018年美東時間10/16晚上8點左右，[YouTube當機一小時](#)，歐美網友紛紛表示「是否世界末日來臨」，甚至有人報案。在台灣當時正是上班時間，相關社群聲量並未激增，但這不表示台灣網友不依賴YouTube，根據尼爾森資料，YouTube是台灣接觸率最高的影音平台，超過80%，且每位消費者平均每個月在YouTube上花費的時間從2016年1月的537分鐘成長到2018年10月為1,083分鐘。
- 台美消費者對於YouTube平台的黏著度皆高，時時刻刻消耗大量內容，本篇專題將觀察兩地用戶在YouTube上的行為與內容偏好，探索影音內容的發展方向。



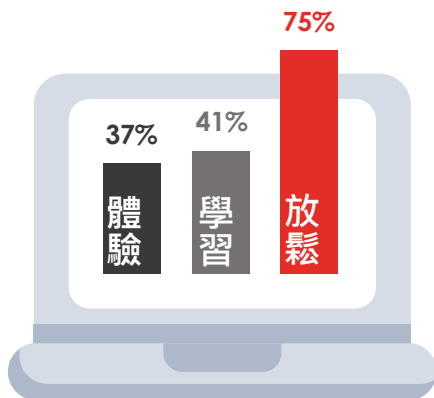
YouTube當機時用戶紛紛湧上Twitter表示崩潰，連警局都PO文說請大家別再因此打來報警。

從休閒到學習，YouTube用戶使用行為更積極

- 即時、隨選的網路影音特性和豐富的平台內容改變了人們看影音的行為，Google和Ipsos發佈的[報告](#)將影音內容概分成**被動型**、**積極型**兩種模式，雖然殺時間、娛樂仍是用戶上YouTube的重要原因，但愈來愈多人帶著積極的目的到YouTube上主動尋找內容、充實自己。



台灣YouTube用戶
造訪動機

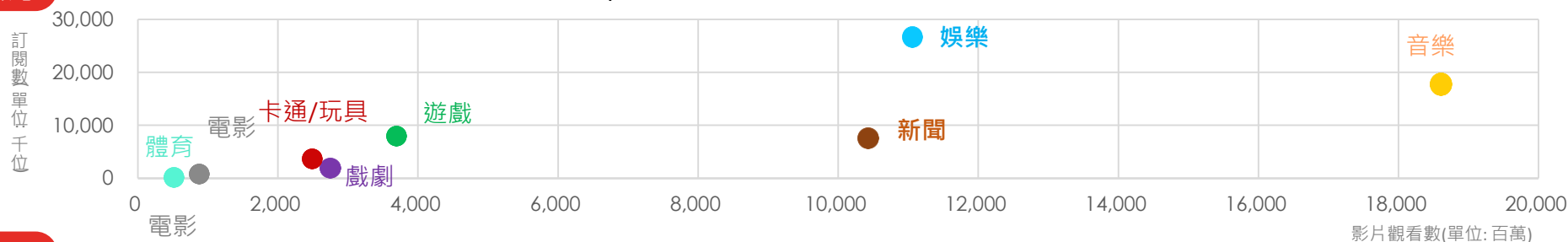


- 研究指出，美國消費者到YouTube的目的，前三名為「尋求幫助」、「娛樂」、「學習新東西」，相對來說較為積極，會主動在YouTube上找解決方法、創意靈感、教學知識等等；而Ipsos的另一份針對台灣的[報告](#)也發現，75%台灣用戶上YouTube的目的是「放鬆」，其次是學習(41%)和體驗(37%)，偏向消費平台上的被動型內容。
- 綜合觀察YouTube平台上2018年的觀眾行為，Google總結出三個現象：現代人壓力大，轉向YouTube尋找**紓壓方法**，而不是只放空看影音；用戶在YouTube上尋找**生活指引**，包括購物、旅遊以及「晨間例行公事」的靈感；在YouTube上尋找**與他人交流的機會**，像是串聯[閱讀馬拉松](#)、[一起打掃家裡](#)等。

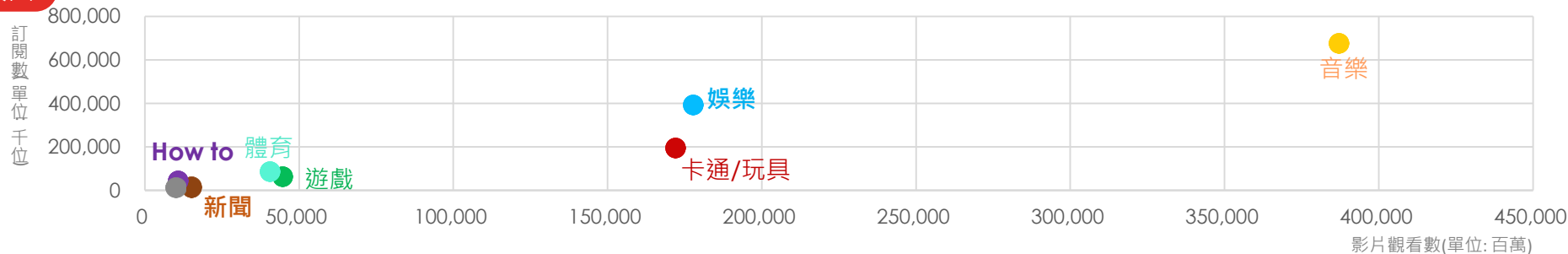
音樂頻道最熱門，訂閱、觀看數皆高

台灣

Top 100 YouTube Channels



美國



- 觀察數據統計網站Socialblade上台灣和美國的Top 100 YouTube頻道，**音樂**在兩市場都是最熱門的頻道類型，只是美國音樂類頻道不管訂閱數還是影片觀看數都是最高，台灣音樂頻道訂閱數則低於娛樂類。主要因為美國音樂頻道佔比高達50%，且幾乎都是歌手的個人頻道，更能吸引粉絲固定訂閱，台灣則以唱片公司的頻道為主。
- 此外，比較兩市場，**娛樂**頻道的觀看數都很高，但台灣用戶訂閱娛樂頻道相對踴躍；**新聞**頻道在台灣觀看數高，在美國卻觀看、訂閱數都偏低；以下將進一步比較兩類型頻道的內容，並分享在美國愈來愈受歡迎、台灣則較少見的**How-to**類型頻道。

▶ 娛樂類

風格獨特，原創YouTuber吸引用戶訂閱

台灣			美國		
頻道名	影片觀看數	訂閱數	頻道名	影片觀看數	訂閱數
中天電視	938,162,205	850,700	PewDiePie	19,394,737,038	74,221,219
我愛貓大	899,001,442	1,074,883	Movieclips	18,943,928,917	20,317,636
我愛大熱門	613,545,141	861,844	BuzzFeedVideo	14,433,568,156	17,963,701
這群人TGOP	591,417,875	2,782,304	TheEllenShow	14,286,043,315	29,643,255
Yes娛樂	534,681,933	231,221	The Tonight Show Starring Jimmy...	10,251,648,696	19,071,660
我愛玩很大	515,201,394	1,019,826	Smosh	7,879,440,630	23,774,303
人生勝利組Life victory group	488,656,807	487,060	FBE	7,291,417,400	18,194,894
蔡阿嘎	419,073,599	1,921,013	Jimmy Kimmel Live	6,877,752,007	13,400,584
最愛,國光幫幫忙	403,857,433	672,328	CollegeHumor	6,686,688,405	13,277,142
聖結石Saint	399,163,943	1,411,714	TheRichest	5,992,347,726	12,211,380
噪咖EBCbuzz	364,602,069	1,079,790	Rooster Teeth	5,703,431,485	9,594,459
彭昱凱(阿凱):09-1688-1688	361,958,026	283,306	Annoying Orange	5,519,382,082	7,762,885
眾量級CROWD	347,465,826	1,364,432	Saturday Night Live	5,326,810,614	7,085,157
小玉	341,723,360	1,340,401	Jake Paul	5,177,079,503	17,602,391
菜喳	339,437,297	1,211,989	JesseAndMike	5,093,164,813	7,243,609
我愛小明星大跟班	290,145,267	480,214	Team Coco	5,086,798,798	6,562,157
WACKYBOYS 反骨男孩	287,954,670	1,092,931	The Late Late Show with James...	5,066,653,027	17,122,331
Joeman	269,013,322	1,257,437	FailArmy	5,026,975,444	14,320,759
東森超視	250,261,891	306,127	Good Mythical Morning	4,958,804,128	14,730,821
ETtoday星光雲/官方平台	259,726,364	362,538	RomanAtwoodVlogs	4,912,891,737	15,083,012
三立電視	244,391,400	229,183	Vat19	4,650,196,507	5,733,938
HowFun	243,940,542	943,556	shane	4,610,289,693	19,322,916
TTV 台視官方頻道 TTV	231,459,973	239,721	Just For Laughs Gags	4,565,664,364	8,316,023
東森綜合台	225,440,556	308,037			
女人我最大	220,762,851	401,985			
Stopkiddinstudio	203,355,285	859,347			
Tiger TV	197,480,934	407,901			
魚乾	193,029,654	1,183,989			
在不瘋狂就等死 x...	193,397,874	787,693			
人生肥宅x尊	191,890,255	1,227,646			

■ 為原創YouTuber頻道

- 在TOP 100 YouTube頻道中，台灣屬於娛樂類別頻道數量較美國多，且其中個人YouTuber頻道佔五成；台灣YouTuber的原創內容多元，包含開箱、體驗、短劇、kuso影片、等等。
- 美國TOP 100中的娛樂類別頻道則主要是電視節目頻道與網路節目，個人YouTuber頻道較少，以風格搞笑的脫口秀、實境秀為主。
- 此外，即使總觀看數未必超過一般電視節目的頻道，台美用戶都更願意訂閱YouTuber的個人頻道，顯示風格獨特的原創內容更有機會吸引觀眾成為長期粉絲。

▶ 新聞類

內容五花八門，台灣人愛在YouTube看新聞

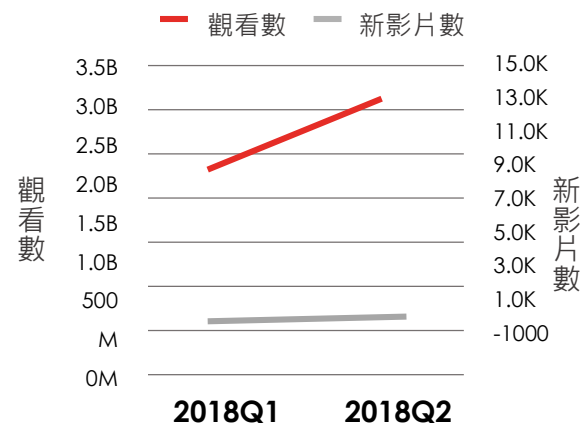
- 根據路透新聞學研究所統計，高達51%民眾以社群平台為獲取新聞的管道，其中有44%受訪者將Facebook作為新聞來源，19%民眾依賴YouTube，10%使用Twitter。
- 在Top 100新聞類YouTube頻道中，台灣進榜的新聞頻道數遠高於美國，台灣的新聞媒體都擁有自己的YouTube頻道，且兩地新聞媒體的經營方式不同，美國的一般即時新聞、體育新聞、氣象等都有細分出獨立的頻道，台灣的新聞則包羅萬象，除了涵蓋以上內容，還有政論、專題報導等等。
- 台灣YouTube新聞頻道雖然觀看數亮眼，但訂閱量相對偏低，推測新聞來源氾濫且內容有即時性，民眾不需要長期鎖定固定頻道觀看。

台灣			美國		
user name	影片觀看數	訂閱數	頻道名	影片觀看數	訂閱數
東森新聞 CH51	1,286,733,554	848,164	Inside Edition	6,103,267,263	5,039,089
中時電子報	1,249,792,802	805,168	ABC News	4,613,867,067	4,898,100
TVBS NEWS	1,202,929,728	713,492	The Young Turks	4,512,366,122	4,223,671
關鍵時刻	1,135,865,492	1,304,812			
台灣蘋果日報	960,594,872	512,128			
SETN三立新聞網	953,959,778	527,160			
民視綜合頻道	715,274,092	423,072			
三立LIVE新聞	695,438,486	532,156			
中華電視公司	622,781,078	401,754			
中視新聞	497,029,447	363,939			
少康戰情室	344,250,598	493,072			
年代新聞CH50	311,467,747	255,206			
TaiwanTalks4	238,041,907	114,253			
News Direct	211,738,614	267,586			

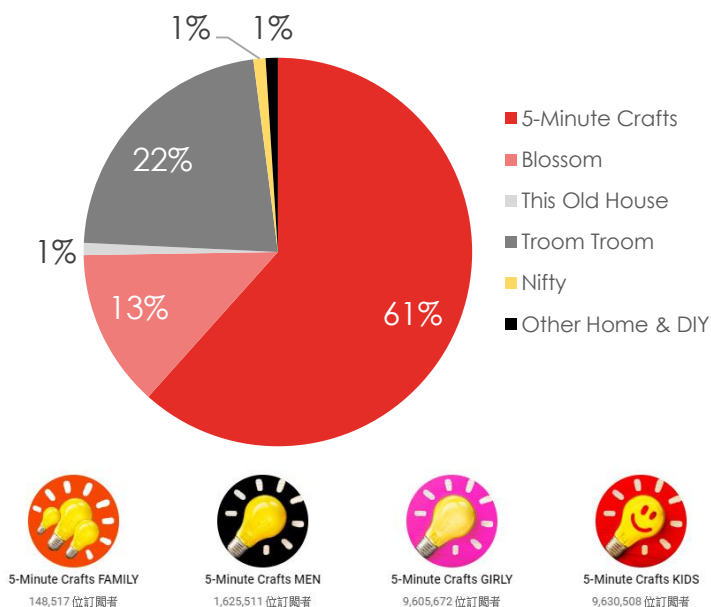
▶ How-to 觀看數飆升，頻道類型更分眾

- 這兩年在美國市場的居家與DIY類別的影片觀看數大幅成長，且平均每支影片的觀看數為700萬，只低於音樂類別的平均觀看數，位居第二。Tubular網站發佈的《State of Online Video Report Q2 2018》報告中指出，YouTube上的居家與DIY影片2018年第一季與第二季的新影片數增加幅度不大，但影片觀看數成長了38%。

居家與DIY類影片成長



居家與DIY頻道觀看數佔比



- 在2018年第二季居家跟DIY影片市場中，「5-Minute Crafts」頻道佔了六成的觀看數。「5-Minute Crafts」頻道專注製作各式各樣的How-to影片，教導消費者新知識和新技能，包含健康、生活技巧、美妝、科學實驗、居家手工、廚房、親子兒童、魔術和體育九大類別，以生活技巧類影片數最多。且由於觀看數成長快速，「5-Minute Crafts」2018年也針對不同族群新增了四個youtube頻道，讓用戶更容易找到適合的內容。

善用How-to影片為產品找到新用途

- How-to類型影片被視為[YouTube影音的新機會點](#)，因為需求量大，但新增的內容量相對其他類型較少。此外，它也是很適合讓觀眾參與、建立連結的形式，例如詢問觀眾想學什麼，作為下次How-to影片的靈感，或是邀請觀眾分享自己的實作成果。
- 即便生活小技巧也不能流於老生常談，在5-Minute Crafts頻道上「愈驚喜」或「愈特別」的How-to內容影片更能吸引消費者觀看，例如幫大眾熟悉的物品找到新用途的影片，不僅讓觀眾好奇，也自然而然讓產品露出。

可口可樂 [21 LIFE HACKS WITH COCA-COLA](#)

將可口可樂用於居家清潔、料理食譜、生活小技巧等；同時也利用影片傳達了不同系列產品的優勢，例如coca cola zero系列是真的沒有含糖的，或是帶出家族系列產品的曝光。

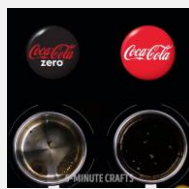
居家清潔



生活小技巧 – 製作護唇膏



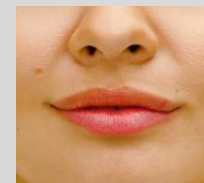
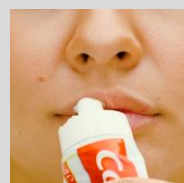
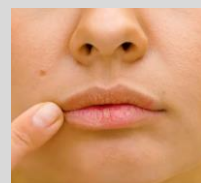
實驗



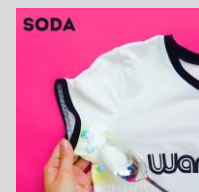
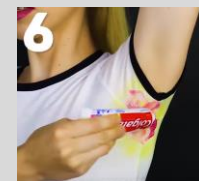
高露潔牙膏 [25 BEAUTY TRICKS WITH TOOTHPASTE THAT WILL MAKE YOU SAY WOW](#)

利用居家清潔、美容、生活技巧類別應用，增加產品的使用頻率。

美容



生活技巧 –
去漬



結語

- 綜合觀察台美YouTube熱門頻道，美國市場的頻道數較多，但頻道間內容劃分較清楚；但在台灣市場，消費者還是比較喜歡在同一頻道內看到較多元的內容，不論新聞類別或是娛樂類別頻道都反映出這樣的情況，也因此美國新興的「How-to」類頻道在台灣較少見，而是分散在各個頻道中。
- 音樂、娛樂和新聞頻道是台灣用戶觀看數最高的類型，娛樂類以具有新鮮感、風格獨特的YouTuber原創內容最能吸引用戶訂閱，新聞頻道內容多元，但由於新聞來源眾多且有即時性，頻道訂閱數相對較少。
- 愈來愈多使用者造訪YouTube時並非是隨意瀏覽、打發時間，而是有了較明確的意圖與目標，此外，YouTube已經逐漸成為使用者想了解某項特定產品時重要資訊來源之一，Google指出，超過兩成使用者會使用YouTube研究品牌與產品。How-to影片需求量上升，除了是影片創作者的機會，也可以成為品牌增加產品曝光、為產品找到新用途的機會，透過與以往不同的溝通訴求來增加消費者的記憶度和好感度。



IMC異業結盟 Alliance Strategy





2019 世界音樂節
@ 臺灣

World
Music
Festival
@ TAIWAN

2019.10.18(Fri)-20(Sun)
臺北大佳河濱公園

2019世界音樂節@臺灣

- **活動日期：**2019/10/18~2019/10/20
- **活動地點：**臺北大佳河濱公園
- **簡介：**「2019世界音樂節@臺灣」為臺灣第一個大型世界音樂類型音樂節，今年邀約19組國內外頂尖演出團隊，策劃四場國際講座、四場樂舞工作坊，打造100頂高質感地球市集及五感參與式的藝術嘉年華周邊活動，從傳統出發到融合當代流行或跨界，連續三天戶外大匯演，適合全家全年齡共賞共玩！經過三年扎根，致力成為臺灣音樂團隊與國際接軌的交流平台，累積近15萬人次參與，培養音樂節品牌知名度與客群，實現「不只是讓臺灣聽見世界音樂，更讓世界聽見臺灣」。期望與企業共創雙贏互惠合作模式，透過行銷宣傳資源及現場實際互動，以創意打造品牌與音樂節交融的幸福氛圍與體驗，讓音樂節成為與消費者貼近溝通的橋樑。



2019世界音樂節@臺灣

- **臺灣第一個大型世界音樂節！3年共創造147,000人次，2019預計達超越6萬人次！**
連年邀集41組、來自16個不同國家重量級世界音樂團體，與臺灣具代表性頂尖音樂團隊齊聚一堂精彩飆藝。整體節目內容與效益從1.0提升至2.0，成為臺灣特色音樂團隊與國際接軌的交流平台！
- **19組國內外頂尖演出團隊 x 4場樂舞工作坊 x 4場國際講座 x 100頂異國市集 x 多元街頭創藝**
8組國外與11組臺灣頂尖演出團隊齊聚一堂，國外團隊包括拉脫維亞、印度、墨西哥、愛沙尼亞、法國、中國、內蒙古、斯堪地那維亞、瑞典與馬來西亞，集結國際大型音樂節競相邀演團體、臺灣金曲獎黃金陣容、亞洲2018年華人唯一世界百大女DJ、知名國際音樂節策展人等。從世界音樂多元風格表演延伸至各國樂舞體驗，再結合連年廣受好評的百頂特色市集：異國食藝、創藝市集、音樂鋪子，以及深受大小朋友喜愛的街頭藝人展演與鼓圈體驗，共同打造五感參與式的藝術嘉年華盛會！
- **2019全新特別企劃節目，首次來台行動髮妝秀、令人目不轉睛的精湛組合！**
大舞台南王部落金曲組合、西班牙髮妝藝術家Osadia首次來台、小舞台加開跨界電音之夜Show。



2019世界音樂節@臺灣

- **適合結合產品：**航空、住宿、科技/3C產品/APP、銀行金融、行動支付、沙龍髮品、旅遊服務平台、耳機音響、戶外運動及旅遊用品、潮流服飾、咖啡/軟性/機能性飲料、美妝保養、潮流時尚品牌、休閒食品...等。
- **贊助方式：**現金贊助、現場品牌館、企業品牌帳、公關票券、產品贊助、貴賓紀念禮贊助、廣告贊助配合等專案配合等。
- **媒體宣傳：**電子/平面/網路/宣傳影片/戶外媒體曝光、官方粉絲團資源曝光、文宣品/現場各項製作物...等。
- 2018精采回顧影片：https://youtu.be/_pqw-NoQw2A

歡迎觀賞，深入其境了解活動內容、場域及品牌可能呈現方式。

歡迎異業結盟，合作相關細節請洽
Regina.yang@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：2019/05/05 播出頻道：台視 播出時間：22:00(日)

月村歡迎你：阿建、小禮收到阿公過世的消息，朝著離開已久的家鄉-月村前去。小禮來到阿公家，看到阿公家牆上掛的舊照片，小禮想起了自己和阿建，兩人還沒出生就被指腹為婚，算命的說兩人是天作之合。隔天律師來宣讀遺囑，沒想到，阿公的遺囑居然是要兩人留在月村結婚...



類型：綜藝 上檔日期：2019/05/05 播出頻道：中天綜合台 播出時間：21:00(日)

來去Check In：由郭彥均、巴鈺帶領觀眾前往全台各縣市「一生一定要住一次」之最強旅店，深入旅店周圍，尋找優質味美的小吃美食，滿足吃好、吃巧、高CP值的美食享受，全外景類實境方式錄製的「來去CHECK IN」，讓觀眾身歷其境、感受最真實的住宿與美食體驗。



類型：綜藝 上檔日期：2019/05/06 播出頻道：中天綜合台 播出時間：21:00(一~五)

叫我神隊友：讓黑人及暖男爸爸帶領你從男性觀點出發，探討各領域的生活議題，要讓觀眾們了解那些爸爸一直沒說的心裡話，給男人一個辯駁的大平台，也給女人檢視另一半「神隊友」的機會。

頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2019/05/13 播出頻道：中天綜合台 播出時間：19:00(一~五)

香蜜沉沉燼如霜：本劇講述了先花神之女錦覓(楊紫 飾)與天帝之子旭鳳(鄧倫 飾)三世輪迴的恩怨痴纏，守望千年之戀的故事。



類型：戲劇 上檔日期：2019/05/15 播出頻道：東森戲劇台 播出時間：23:00(一~五)

經常請吃飯的漂亮姊姊：尹珍(孫藝珍飾)在咖啡賣場總務組工作，工作、戀愛都不順心的30代職場女性。這時，她的閨蜜宋景善的弟弟宋俊熙結束海外工作回國，之前就像親弟弟一樣的他，突然變得不一樣了，這讓尹珍感到困惑不已。



類型：戲劇 上檔日期：2019/05/16 播出頻道：東森戲劇台 播出時間：22:00(一~五)

咖啡王子1號店：崔漢杰(孔劉 飾)是一間咖啡店的新任經理，為了讓這間咖啡店的業績起死回生，漢杰實行一個創新的方案，就是咖啡店的服務員全部都是年輕具魅力的美男子。為了貼補家計，高恩燦(尹恩惠 飾)女扮男裝，混入這間咖啡店工作。

頻道新節目介紹



類型：綜藝 上檔日期：2019/05/16 播出頻道：Star World 播出時間：22:00(四)

街是美食：跟著蔡宇與Subaru一起體驗這個美食的旅程，而這也是蔡宇25年來第一次回到他的出生地，台灣。你也許只知道他是個時尚或名人的攝影師，但蔡宇其實很也歡旅行更喜歡在廚房洗手作羹湯。讓我們一起加入蔡宇，跟著他一起暢遊台灣品嚐來自不同地區的街頭美食。這些美食將帶給他什麼靈感？回到廚房，他又將為他的客人準備哪些美味的街頭美食？



類型：戲劇 上檔日期：2019/05/17 播出頻道：FOX 播出時間：20:00(一~五)

告白夫婦：描述男女主角是一對結婚多年的夫妻，從大學時候聯誼認識，開始戀愛，很早就結婚了。結婚前一開始的甜蜜，新婚時期覺得各種有愛凡事都可解決，但到後來開始為了生活費而苦惱。



類型：綜藝 上檔日期：2019/05/18 播出頻道：衛視中文台 播出時間：19:00(六)

旅行應援團之一起出發吧：由主持人庾宗康帶著藝人好友一起旅行，旅行過程中的食衣住行通通都得自己來，深入體驗當地獨特的風土民情及美食文化，透過鏡頭的真實呈現，讓觀眾一起跟著《旅行應援團之一起出發吧》感受旅行的趣味及台灣濃濃的人情溫度。

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	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	5.29	1	綜藝大集合福爾血糖機	民視	3.36
2	大時代鮮一杯	民視	5.03	2	大時代鮮一杯	民視	3.11
3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.29	3	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	2.73
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.29	4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.52
5	綜藝玩很大	中視	2.00	5	新哆啦A夢	華視	2.30
6	飢餓遊戲	中視	1.76	6	1830蠟筆小新	台視	2.28
7	愛妮雅舞力全開	民視	1.65	7	綜藝3國智福爾血糖機	台視	2.19
8	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	1.58	8	飢餓遊戲	中視	2.14
9	生死接線員	公共電視	1.46	9	棒球大聯盟2nd	民視	2.05
10	台視晚間新聞	台視	1.41	10	綜藝玩很大	中視	1.88
11	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.37	11	1800名偵探柯南	華視	1.63
12	中視新聞全球報導	中視	1.28	12	生死接線員	公共電視	1.48
13	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.25	13	1800蠟筆小新	台視	1.48
14	天才衝衝衝	華視	1.20	14	台視晚間新聞	台視	1.36
15	1300大時代羅氏ACCU CHEK	民視	1.19	15	航海王空島篇	台視	1.32
16	1300大時代鮮一杯	民視	1.16	16	烏龍派出所	華視	1.30
17	我愛冰冰Show安美諾美白修	中視	1.15	17	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	1.22
18	航海王空島篇	台視	1.08	18	1830綜藝新時代客氣益生菌	民視	1.10
19	村民活動中心大誠保險經紀	台視	1.05	19	數碼寶貝APP獸	台視	1.08
20	民視七點晚間新聞	民視	1.03	20	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.02
平均			1.98	平均			1.88

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

※統計期間：2019/04/29-2019/05/05



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	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	1.98	1	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	6.16
2	大時代鮮一杯	民視	1.80	2	大時代鮮一杯	民視	5.80
3	綜藝玩很大	中視	1.54	3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.92
4	生死接線員	公共電視	1.25	4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.77
5	飢餓遊戲	中視	1.19	5	綜藝玩很大	中視	2.09
6	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.17	6	愛妮雅舞力全開	民視	1.91
7	名偵探柯南	華視	1.15	7	飢餓遊戲	中視	1.80
8	綜藝大集合福爾血糖機	民視	1.11	8	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	1.73
9	1830蠟筆小新	台視	0.99	9	台視晚間新聞	台視	1.52
10	天才衝衝衝	華視	0.98	10	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.51
11	航海王空島篇	台視	0.97	11	生死接線員	公共電視	1.50
12	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	0.95	12	1300大時代羅氏ACCU CHEK	民視	1.45
13	新哆啦A夢	華視	0.92	13	中視新聞全球報導	中視	1.43
14	中視新聞全球報導	中視	0.91	14	1300大時代鮮一杯	民視	1.41
15	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	0.91	15	我愛冰冰Show安美諾美白修	中視	1.33
16	華視晚間新聞	華視	0.84	16	天才衝衝衝	華視	1.30
17	台視晚間新聞	台視	0.83	17	民視七點晚間新聞	民視	1.18
18	烏龍派出所	華視	0.82	18	英才基金會大陸尋奇	中視	1.17
19	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	0.81	19	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.15
20	村民活動中心大誠保險經紀	台視	0.75	20	村民活動中心大誠保險經紀	台視	1.13
平均			1.09	平均			2.21

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

※統計期間：2019/04/29-2019/05/05



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	炮仔聲山多力家電	三立台灣	4.03	1	炮仔聲山多力家電	三立台灣	2.77
2	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	3.56	2	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	2.18
3	超級紅人榜佰憶園	三立台灣	2.72	3	綜藝玩很大	三立都會	2.14
4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.60	4	戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.97
5	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.69	5	Ben Holly s Little Kingd	YOYO	1.97
6	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.52	6	我們這一家	YOYO	1.77
7	綜藝玩很大	三立都會	1.49	7	奇寶萌兵	YOYO	1.68
8	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.45	8	0945粉紅豬小妹	YOYO	1.67
9	女兵日記女力報到超視王	TVBS歡樂台	1.34	9	2000RUNNING MAN動畫版	卡通頻道	1.66
10	聖王公傳奇	三立台灣	1.25	10	1100LINE TOWN麻吉樂園	YOYO	1.62
11	歡樂智多星	衛視中文	1.12	11	1130精靈寶可夢太陽月亮	MOMO	1.61
12	正陽門下	MUCH	1.11	12	1030汪汪隊立大功	MOMO	1.54
13	在台灣的故事	三立台灣	1.09	13	1630新我們這一家	YOYO	1.53
14	1230炮仔聲山多力家電	三立台灣	1.07	14	2000哆啦A夢大雄的金銀島	MOMO	1.52
15	1900親家	三立台灣	1.05	15	1900怪盜喬克	卡通頻道	1.50
16	草地狀元	三立台灣	1.05	16	粉紅豬小妹	YOYO	1.50
17	中天晚間新聞	中天新聞台	1.03	17	0830戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.50
18	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.02	18	櫻桃小丸子	YOYO	1.49
19	呷飽未	三立台灣	1.00	19	蠟筆小新宇宙人Pi力來襲	YOYO	1.36
20	寶島神很大	三立台灣	0.99	20	可愛巧虎島	YOYO	1.27
平均			1.61	平均			1.71

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

※統計期間：2019/04/29-2019/05/05



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	2.30	1	炮仔聲山多力家電	三立台灣	4.51
2	炮仔聲山多力家電	三立台灣	2.04	2	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	3.94
3	歡樂智多星	衛視中文	1.12	3	超級紅人榜佰憶園	三立台灣	3.30
4	1830烏龍派出所	衛視中文	1.08	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.08
5	你有念大學嗎生活濃湯	三立都會	0.98	5	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.94
6	直18 19NBA季後賽勇VS火	緯來體育	0.97	6	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.83
7	黑豹	東森洋片台	0.97	7	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.77
8	1800烏龍派出所	衛視中文	0.95	8	綜藝玩很大	三立都會	1.53
9	1300烏龍派出所	衛視中文	0.87	9	女兵日記女力報到超視王	TVBS歡樂台	1.48
10	一千個晚安蘭吉兒隔離乳	三立都會	0.86	10	聖王公傳奇	三立台灣	1.43
11	烏龍派出所	衛視中文	0.84	11	正陽門下	MUCH	1.38
12	呷飽未	三立台灣	0.84	12	1230炮仔聲山多力家電	三立台灣	1.28
13	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	0.82	13	中天晚間新聞	中天新聞台	1.25
14	1900歡樂智多星	衛視中文	0.81	14	新聞龍捲風	中天新聞台	1.24
15	雷神索爾3諸神黃昏	東森洋片台	0.80	15	在台灣的故事	三立台灣	1.23
16	浩艾LOVE U生活濃湯	三立都會	0.76	16	1900親家	三立台灣	1.22
17	綜藝玩很大	三立都會	0.75	17	草地狀元	三立台灣	1.21
18	有五個姊姊的我就註定要單	衛視電影	0.73	18	寶島神很大	三立台灣	1.19
19	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.72	19	民視晚間新聞	民視新聞	1.16
20	聖王公傳奇	三立台灣	0.72	20	歡樂智多星	衛視中文	1.16
平均			1.00	平均			1.86

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

※統計期間：2019/04/29-2019/05/05



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	大時代羅氏ACCU CHEK血糖	民視	5.29	1	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.29
2	大時代鮮一杯	民視	5.03	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.29
3	炮仔聲山多力家電	三立台灣	4.03	3	超級紅人榜佰憶園	三立台灣	2.72
4	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	三立台灣	3.56	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.60
5	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.69	5	綜藝玩很大	中視	2.00
6	月村歡迎你大誠保險經紀人	台視	1.58	6	飢餓遊戲	中視	1.76
7	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.52	7	愛妮雅舞力全開	民視	1.65
8	生死接線員	公共電視	1.46	8	綜藝玩很大	三立都會	1.49
9	女兵日記女力報到超視王	TVBS歡樂台	1.34	9	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	民視	1.37
10	聖王公傳奇	三立台灣	1.25	10	綜藝3國智福爾血糖機	台視	1.25
11	1300大時代羅氏ACCU CHEK	民視	1.19	11	天才衝衝衝	華視	1.20
12	1300大時代鮮一杯	民視	1.16	12	我愛冰冰Show安美諾美白修	中視	1.15
13	正陽門下	MUCH	1.11	13	歡樂智多星	衛視中文	1.12
14	1230炮仔聲山多力家電	三立台灣	1.07	14	1900歡樂智多星	衛視中文	0.96
15	1900親家	三立台灣	1.05	15	1830綜藝新時代客氣益生菌	民視	0.90
16	1230炮仔聲山本富也維納斯	三立台灣	0.94	16	台視17Q	台視	0.83
17	女兵日記女力報到保濟堂醇	台視	0.87	17	2200超級紅人榜佰憶園	三立台灣	0.82
18	一千個晚安蘭吉兒隔離乳	三立都會	0.83	18	移居世界秘境日本人好吃驚	緯來日本	0.81
19	後宮甄嬛傳	衛視中文	0.67	19	2200醫師好辣	東森綜合	0.62
20	1600炮仔聲山本富也維納斯	三立台灣	0.67	20	食尚玩家歡樂有夠讚	TVBS歡樂台	0.59
平均			1.82	平均			1.57

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

※統計期間：2019/04/29-2019/05/05



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