

# 凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

**No.970**

# 目錄 Index

2018/11/12-2018/11/18

市場訊息

周年慶助陣 10月信用卡刷很大

媒體市場訊息

採集大數據 8成8企業靠社群媒體

媒體專題

第55屆金馬獎收視分析

活動快訊

易講堂 X 璐露野生活野餐之藝術對談

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

# 周年慶助陣 10月信用卡刷很大

10月百貨周年慶開跑，信用卡六強10月共刷出1,832億元，創出今年單月次高金額；中信銀行信用卡單月刷出447億元，拿下10月刷卡王，國泰世華銀則是以442億元居次。兩強纏鬥，中信銀從8月開始已連勝三個月，前10月累計刷卡金額3,984億元，比去年同期成長27.5%；國泰世華銀的信用卡前10月則刷出4,096億元，仍是第一名，年成長11.96%。由於每年11月及12月是刷卡旺季，估計單月都有2,000億元以上的刷卡量，全年應可有2.8~2.9兆元以上刷卡金額，續創歷史單年刷卡新高；同時到10月為止，國內信用卡已連續八個月刷卡量都在2,000億元以上，到年底即可望打破去年5月到今年1月連續九個月刷卡2,000億元的紀錄。[工商時報2018/11/16]



## 超市營業額 前三季成長超美日

經濟部統計處公佈最新統計，台灣超級市場受惠展店效應，商品多元化及「點數經濟」行銷策略，致營業額持續攀升，今年1至9月超市營業額1,654億元，創歷年同期新高，年增5.9%，台灣營業額成長率超前美、日。統計處指出，台灣超市2016年營業額1,973億元，2017年營業額突破2,000億元大關，近五年平均成長率7.2%，表現優於百貨公司的3.8%、便利商店及量販業3.5%。若與美、日比較，因面臨來自電商競爭，美國超市營業額佔整體零售業比重由2013年12.3%降至2017年12.0%，減少0.3個百分點；而日本超市，近幾年受到藥妝店、電商相繼投入食品市場，致營業額佔整體零售業比重，由2013年9.4%降至2017年9.2%，減少0.2個百分點，呈減少趨勢。[工商時報2018/11/16]

## 有線電視全面HD化 NCC盼明年達標

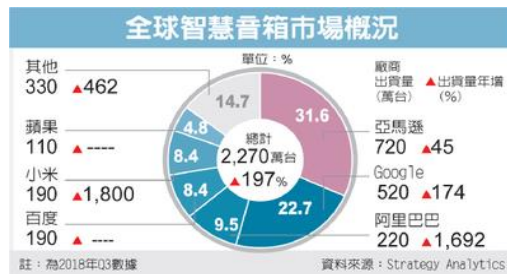
繼有線電視全面數位化之後，NCC訂出全新產業政策計畫及目標，NCC表示，有線電視系統台(MSO)基本頻道2019年底之前，將全面播放HD高畫質節目，為「督促」有線電視業者及頻道商積極HD化，NCC將搭配政策工具包括作為換照、評鑑及各縣市政府未來審查年度收視費的參考依據。另外，NCC也同時啟動4K化及8K化計畫，希望MSO業者逐步導入4K、甚至8K節目。由於有線電視4K化比例目前仍然相當低，對於既有有線電視業者及頻道商而言，投資金額將不小，包括MSO業者必須將頭端解碼器及頻寬升級，以及全面將數位機上盒汰換為支援4K或8K的機上盒。[工商時報2018/11/15]

# 電信語音通話免費時代來了

電信資費大戰愈來愈狂，為搶用戶，近年電信業者設計資費，除上網吃到飽、網內免費成標準配備，並狂送語音通話費跟通話分鐘數，電信三雄30個月合約送近3萬元通話費，亞太電信一個月最高狂送1,900分鐘，讓用戶網外也打很飽，更代表電信語音電話服務免費的時代即將到來。今年電信三雄在5月狂打499元，上網吃到飽、網內打到飽的雙飽方案，499專案退場後，電信業者為吸引用戶上門，改為祭出送網外及市話的「通話費」方式來延續優惠。近年隨各種通訊軟體競爭，電信業語音通話服務愈來愈難賺，改用贈送方式來綁住消費者。台灣大表示，語音營收隨著4G上網普及以及Line等即時通訊的取代，呈現下滑的趨勢，語音營收佔比也同步下降，台灣大除擴展新創服務myMusic、myVideo等，也極力發展其他新事業如TA Media來彌補語音營收的下滑。[經濟日報2018/11/15]

## 全球智慧音箱出貨飆

研調機構Strategy Analytics季度報告顯示，第三季全球智慧音箱出貨量年增近200%，且全球使用中的智慧音箱本月就會突破1億台，是十年來最快達此里程碑的消費性電子產品。亞馬遜仍居市場之冠，但市佔快速流失。統計顯示，上季全球智慧音箱出貨量年增197%，達到2,270萬台，亞馬遜仍是市場冠軍，市佔率為31.6%，但比起去年同期的64.8%已是腰斬。Google排名第二，市佔為22.7%，稍低於去年同期的24.5%。三至五名則是中國品牌的天下，阿里巴巴以9.5%市佔率排第三名，遠高於一年前的1.9%，百度及小米的市佔皆為8.4%。[經濟日報2018/11/15]



## Spotify免費聽歌 尬KKBOX

國際串流音樂龍頭Spotify宣佈，將在台開放行動App免費聽音樂，平台上4,000多萬首歌都可聽取，與台灣本土新創KKBOX大搶市場。Spotify目前在全球擁有1.91億名用戶，其中付費用戶達8,700萬名，在付費用戶中，約六成的用戶是從免費用戶轉換過來。而正是靠著這個高轉換率，讓Spotify穩坐全球串流龍頭。KKBOX全球會員約1,000萬，付費會員約200萬名。若單以會員來看，確實有相當大的懸殊。不過，KKBOX起步早，於2004年就開始做音樂串流，且華語音樂庫完整，站穩亞洲市場。Spotify則於2006年成立，因其音樂種類多元，快速成為全球音樂愛好者的首選。不過，Spotify在華語、日韓歌單的完整度上，仍然略輸KKBOX一籌。[工商時報2018/11/14]

# 採集大數據 8成8企業靠社群媒體

勤業眾信聯合會計師事務所發表《台灣CMO洞察報告》指出，有高達94%我國企業皆有使用Facebook，這是最多企業使用的社群軟體。此外，有88%企業選擇使用FB Analytics、Google Analytics、Instagram Insight等社群媒體平台採集大數據，六成則選擇傳統客戶管理系統(CRM)。去年僅7%企業投入超過整體營收一成預算在行銷上，但今年所調查企業中，有兩成以上的企業其行銷預算超過營收的一成。企業的行銷手段以四大方向為主：第一，75%我國企業都在做的「顧客分析」；第二，71%企業「商業決策」行銷，如行銷活動監測、成效評估、商業效益轉換、行銷預算管理等；第三，近五成的企業所投入的「自動化行銷」；第四是四成五企業已建置的「體驗設計」，如痛點分析、客戶行為分析、客戶口碑、滿意度分析等。[工商時報2018/11/14]

企業蒐集大數據工具一覽

工具	企業使用比率(複選)	應用
社群媒體後台	88%	客戶行為分析、分群與標籤運用，並瞄準目標市場訂行銷策略。
客戶管理系統	60%	
輿情分析系統	35%	
內部自行開發	35%	
數據管理平台	27%	
爬蟲程式	12%	

資料來源：勤業眾信 製表：林昱均

## 臉書動態消息改版 回覆討論比按讚排序較前

Facebook動態消息未來將優先排序「有意義互動」以及來自朋友和家人的內容；對於粉絲專頁而言，能產生有意義互動的內容將比只吸引用戶點擊的內容有更好的呈現方式，這項更新將於未來數個月推送到全球。以張貼新聞內容在Facebook上為例，相較於只吸引用戶按讚，如果該篇新聞能吸引用戶回覆與討論，在動態消息的排序可能會比較前面，因為這代表用戶願意付出更多時間在該則貼文。[中央社2018/11/14]

## 臉書新影音App 抖音翻版

臉書悄悄推出一款名為「Lasso」的影片應用軟體(App)，功能幾乎複製社群軟體抖音(Tik Tok)，企圖贏回其已流失的青少年客群。臉書的Lasso功能幾乎和抖音完全一樣，影片長度最多15秒，且用戶可加入喜歡的音樂做為背景音樂。臉書表示，用戶可選的版權音樂高達數百萬首。用戶可透過Instagram登入Lasso，或用臉書創新帳號，此軟體會要求授權存取用戶的個人專頁、照片和影片。登入後，只需上下滑動畫面，畫面經過的影片就會自動撥放。[經濟日報2018/11/11]



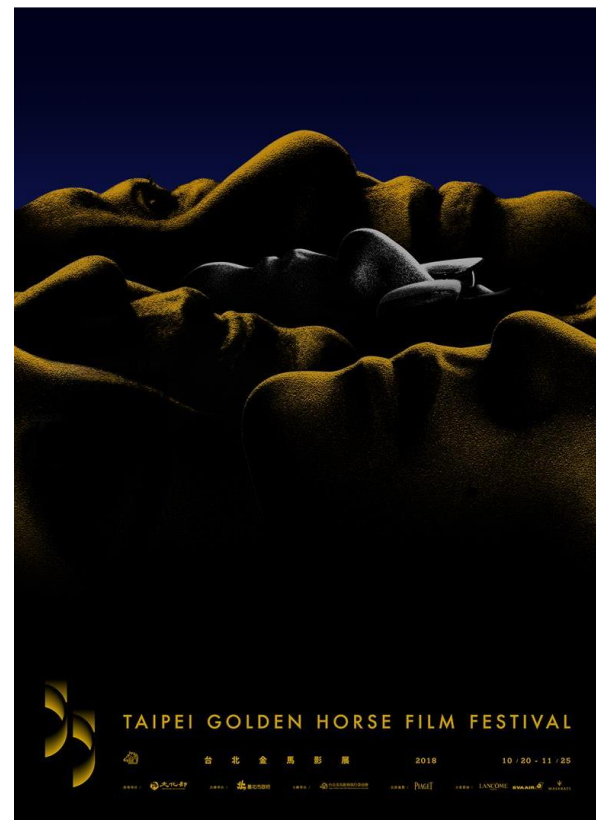
# 媒體專題 Media Report

## 第55屆金馬獎收視分析

吳儀君、李盈蒂

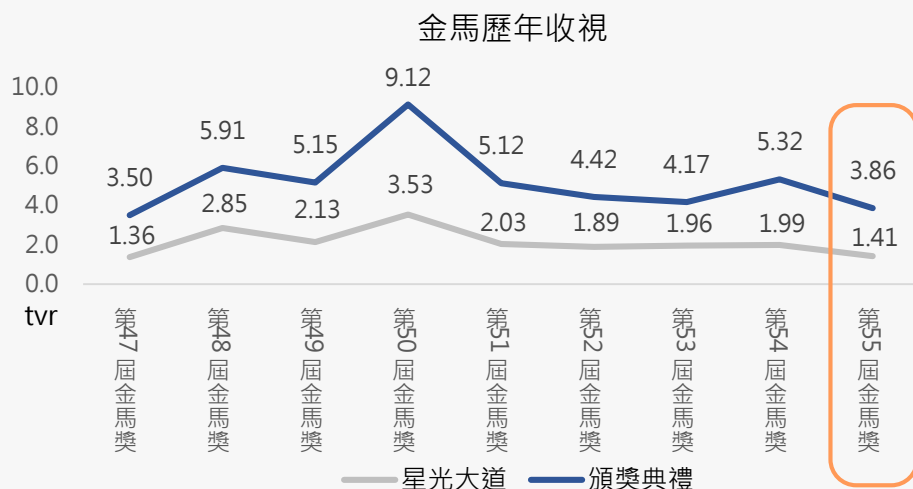
# 前言

- 甫落幕的55屆金馬獎話題不斷，籌備期間各方最關注焦點莫過於李安擔任金馬執委會主席，力邀鞏俐擔任評審團主席，讓她不惜違背四年前「第一次、也是最後一次來金馬」的發言，親自出席星光大道與頒獎典禮。此外，陶晶瑩本屆第六度主持金馬，讓得獎者暢所欲言雖然引起不少爭議，但穩重收尾仍為典禮畫下完美句點。
- 金馬獎是兩岸三地與星馬影人的重要搖籃，也是每年收視熱點之一，而金馬55則因適逢台灣選舉前最後一個週末，且台灣作品入圍數量偏少，又今年金馬主題強調電影幕前幕後的關係與配角的重要性，觀眾缺乏共鳴，流失部份收視人口。本篇專題將觀察金馬電視收視及影響收視表現的要素。



# 金馬55陣容史上最強，華仔亮相瞬間收視破3

- 金馬55重量級陣容號稱「史上最強」，除了所有影帝、后入圍者十人全部到齊，劉德華前來擔任頒獎嘉賓，也引發觀眾高度期待；另外，入圍「最佳原創電影歌曲」的五位原唱(陳奕迅、雷光夏、楊大正、李英宏與JY陳政文)在典禮上演唱入圍歌曲，成為表演大亮點。而王力宏和莫文蔚帶來的開場與壓軸更為今年的「最強陣容」錦上添花。關注度最高的影片則是國片「誰先愛上他的」，在7月份台北電影節時就已引發熱烈討論。
- 第50屆金馬獎回顧經典，創下歷年收視高峰，此後皆維持一貫水準，然而本屆金馬獎最終平均收視僅達3.86，總收視人口350萬8,000人，為七年新低。而今年星光大道由壓軸的劉德華創造最高收視3.01，其次為金馬獎評審主席鞏俐接受紅毯訪問，收視達2.79。

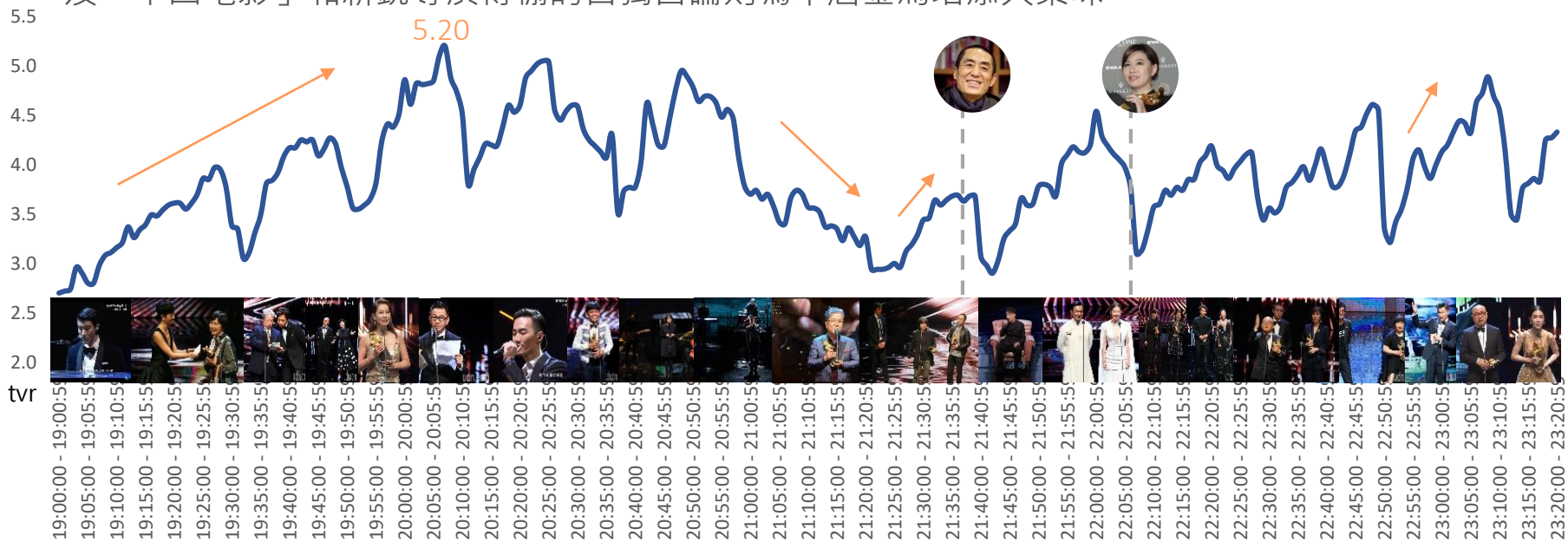


- 分析本屆金馬收視表現受到兩大因素影響：其一是頒獎典禮強碰選前「選前超級星期六」與高雄造勢晚會，其二則是有許多本屆入圍作品和工作人員在台灣知名度不高，115個入圍名額中，台灣僅佔43個，且多部作品尚未上映，影片熱度影響金馬熱度。



# 最佳男配得感言創下最高收視5.2

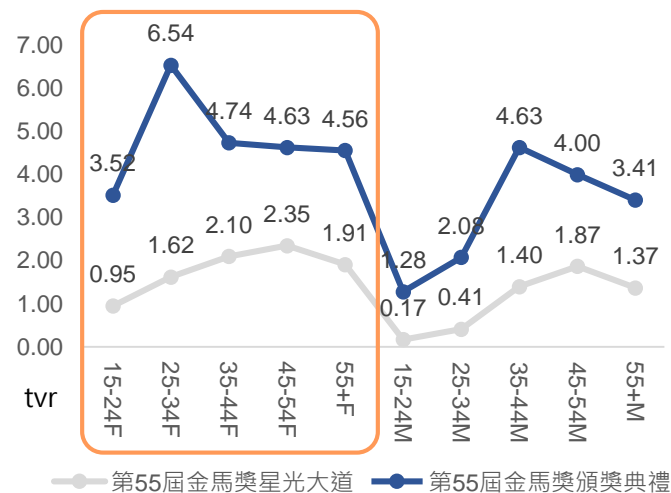
- 今年收視率最高為5.2，落在香港演員袁富華以「翠絲」獲得最佳男配角獎，吸引115萬人收看，次高落在「只有大海知道」年輕演員鐘家駿奪得最佳新演員獎，收視率為5.05，有111萬5,000人觀看。
- 文青女神雷光夏演唱電影「范保德」歌曲「深無情」，瞬間收視高達4.62，收視人口102萬1,000人收看，次高為李英宏演唱電影「誰先愛上他的」歌曲「峇里島」，收視達4.21，第三名則落在莫文蔚的壓軸組曲，收視4.20。
- 金馬獎開場後收視逐漸拉升，但中場開始介紹評審團及頒發最佳造型及美術獎時段，收視下滑，頒發男女主角及最佳劇情長片獎期間收視回升，反映觀眾對幾項大獎的關注度。而中國導演張藝謀談及「中國電影」和新銳導演傅榆的台獨言論則為本屆金馬增添火藥味。



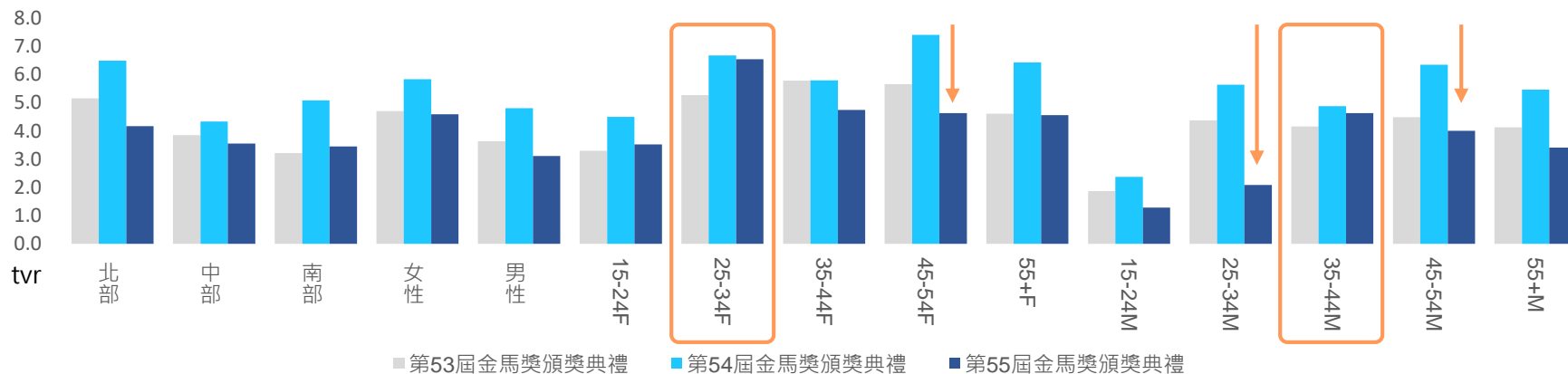
# 25-34歲女性是收視主力，男性觀眾下滑明顯

- 觀察本屆金馬獎收視族群輪廓，觀眾集中在25-34歲女性，收視率達6.54，其次則為35-44歲女性，平均收視為4.74，為金馬主力收看族群；男性觀眾以35-44歲年齡層最多，平均收視4.63。而不論男女性，15-24歲年輕人收視都相對低迷，推測媒體使用習慣以網路為主。
- 進一步觀察近三年金馬獎，各族群收視與去年(金馬54)相較皆下滑，但25-34歲女性與35-44歲男性表現相對穩定，且都優於金馬53。而收視下滑最明顯的族群是45-54歲的男、女和25-34歲男性，推測和此年齡層高度關心政治與選情有關。

### 2018年金馬獎各族群收視率

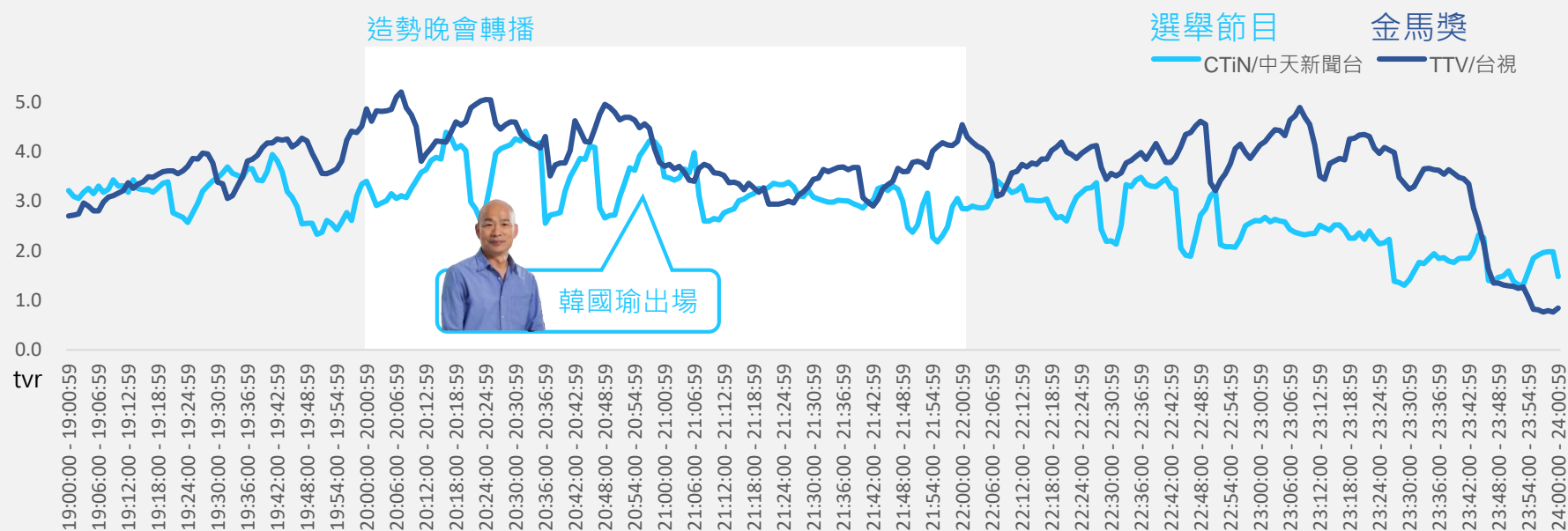


### 近三年收視族群



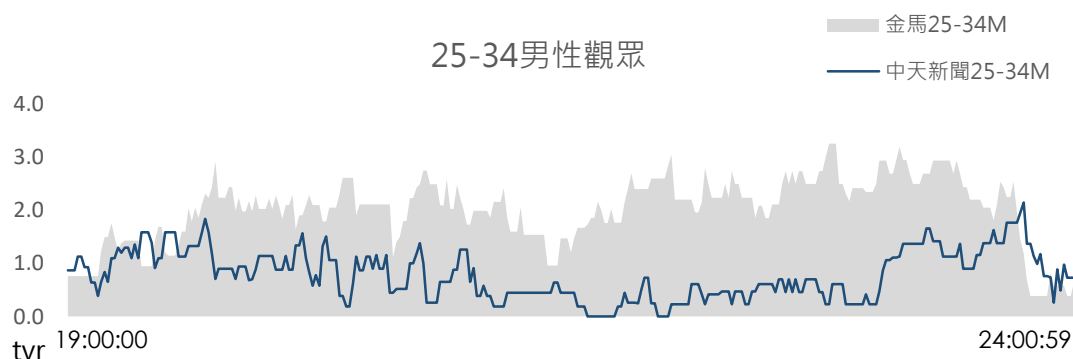
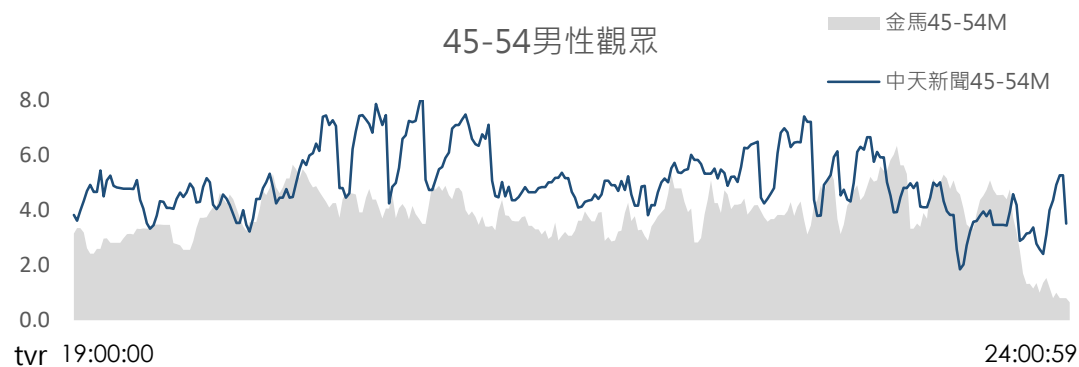
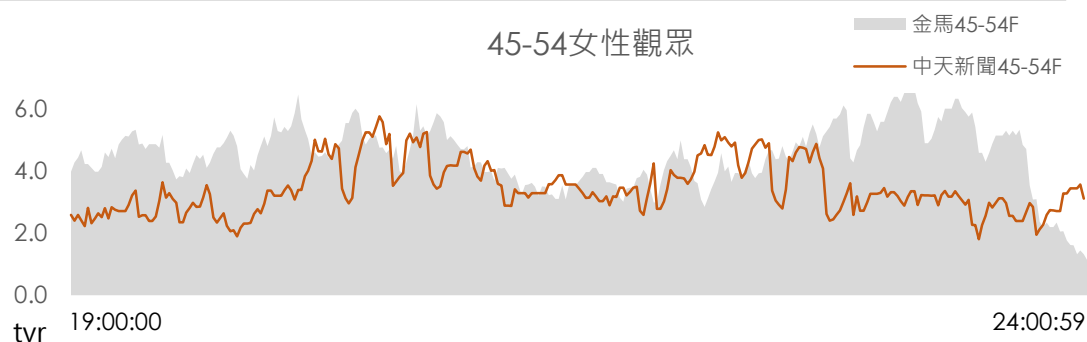
# 看頒獎？顧選情？金馬收視小勝造勢晚會

- 金馬頒獎典禮當晚最受關注的競選活動是高雄市長候選人韓國瑜在鳳山的造勢晚會，六點多現場即湧入超過10萬人，中天新聞台自20:00開始全程轉播，雖然分散不少收視人口，但根據當晚19:00至24:00的節目收視排名，金馬獎仍為該時段冠軍，中天新聞台的「新聞深喉嚨鳳山歌喉戰」收視3.28排第二。
- 中天新聞台轉播韓國瑜造勢晚會，從20:00開始新聞台收視上升，相對影響金馬獎的收視，造勢活動約在22:00結束，可觀察到造勢活動結束後，收視也開始跟著下降，金馬獎則到了頒發重要獎項與壓軸表演的時段，收視小幅回升。



# 45-54歲族群關切選情，金馬收視人口流失

- 前面提到本屆金馬和去年比較收視下滑最明顯的族群分別是45-54F、45-54M及25-34M，右圖拉出這三個族群當晚的金馬與中天新聞台收視表現，可觀察出：
  - 在45-54歲族群中，每當金馬收視下滑，新聞台收視便上升，反之亦然，反映出同一群觀眾在金馬獎與新聞台間切換，此現象在男性觀眾群間特別明顯，顯示他們熱切關注選情。
  - 25-34男性雖是收視表現下滑最多的族群，但觀察右圖，金馬和新聞台收視線走勢相近，顯示其金馬收視表現受選舉節目影響不大。





# 多元觀看平台，斷訊影響網路觀看數

- 關於網路平台，遠傳friDay影音連續六年直播金馬獎，今年新增LINE TODAY、ET TODAY新聞雲及星光雲加入轉播，但晚上九時左右遠傳friDay影音一度發生斷訊，導致網友一片譁然，進而影響到今年的網路收看人口數據。根據[報導](#)，當晚網路總收視約達到328萬人次收看(含friDay影音+Line ToDay+ETtoday+7-11+新光三越)。
- friDay影音直播收視前三名段落分別為李安頒發的最佳劇情片、劉嘉玲與張震頒發最佳男主角、涂們與惠英紅頒發最佳女主角。
- 海外轉播平台部分，因本次得獎者提及政治敏感議題，故騰訊視頻直播到一半也突然中斷訊號，導致今年的網路直播觀看數較無法較精準統計計算。



台灣網路直播 **friDay 影音** | friDay影音-YouTube | ETtoday星光雲·新聞雲·播吧 | LINE TODAY



其它地區網路直播(不含台灣、香港、澳門、中國、新加坡、馬來西亞、汶萊) TTV-YouTube

# 結語

- 金馬獎作為台灣每年三大電視盛典的最後一場，通常獲得的關注度最高，而今年獲得平均收視3.86、最高收視5.2的成績，分析影響收視的最大原因是四年一度選戰將至，民眾關心六都選情，金馬典禮強碰造勢晚會，收視人口分散。其中選舉節目對於45-54男性觀眾吸引力最高，但25-34歲女性與33-44歲男性對金馬的關注度穩定，維持一貫水準。
- 其次本屆金馬獎入圍名單對於台灣民眾來說熟悉度偏低，例如最佳導演五名入圍者皆為中國導演，最佳男女主角和男配角皆僅有一位台灣演員入圍，影響民眾對金馬的熱度，但由於李安領導的評審團隊與頒獎嘉賓大咖雲集，現場表演歌手份量十足，對收視表現有一定拉抬作用。
- 值得一提的是，今年金馬獎獲得最佳改編劇本及最佳劇情長片兩項大獎的「大象席地而坐」導演因懷才不遇自縊身亡，由母親上台領獎，為典禮尾聲帶來肅穆氣氛；而頒獎台上的政治言論讓金馬55蒙上統獨爭議，導致騰訊斷訊與後續相關討論變調，是否對未來金馬獎造成影響仍需觀察，但也如文化部長鄭麗君所說，尊重創作自由、尊重電影藝術，才是金馬獎真正的精神。

金曲獎	金鐘獎	金馬獎
收視4.9	收視3.6	收視3.86

# 活動快訊 Upcoming Events





2018/11/28  
19:00-21:00  
Cite Publishing

THE LIZARD FORUM  
施 易 亨

Fashion illustrator Yi-Heng (Lizard) Shi from Taiwan  
The central idea of "human" is the traditional painting technique,  
Incorporating modern and innovative design style,  
the self-liberation between the brush strokes captures the most realistic colors,  
combining the oriental Zen and western fashion elements to present  
a new generation of fashionable watercolor features.



LULUYELIFE  
璐 露 野

Taiwan White Picnic Sponsor  
Publications: Going for a picnic/wonderful camping  
Picnic . Camping . Life aesthetics  
A new concept of outdoor life aesthetics,  
experience the art of common joy

易講堂 X 璐露野生活野餐之藝術對談



# 易講堂 X 璐露野生活野餐之藝術對談

- **活動日期：**2018年11月28日(三) 19:00~21:00
- **活動地點：**城邦出版集團講堂  
(台北市民生東路二段141號四樓，行天宮捷運站二號出口)
- **簡介：**近年來台灣逐漸開始不斷提升生活美學，而生活美學是什麼？與藝術之間有什麼關聯性呢？台灣時尚插畫家—施易亨(Lizard)與璐露野彼此用著不同方式將藝術實踐在生活中，我們期盼著將時尚藝術能夠讓大家對於顏色的敏銳度、增加創造力甚至是提升內涵。
- 前陣子璐露野舉辦白色野餐，讓我們瞭解生活野餐不僅僅是桌面擺設，更是帶領著提升不同境界。美學是生活的表現，是一種生活風格也是享受，生活美學好比學習如何過生活，如何彰顯生活中美學與素養，能夠隨時隨地的感受美好的事物與學習，我們從講座之中一起聊聊關於什麼是生活美學、什麼是藝術？
- 生活是一種美，一種自然而然的養成，一種生活的方式與態度，如何能將藝術帶入生活之中，將意境之美帶入藝術中，就像療癒心靈中的壓力，也讓身心靈得到滿足與放鬆，這也是台灣時尚插畫家—施易亨想追求生活中的藝術，這次特別邀約璐露野來一場將藝術帶入生活的講座，歡迎喜愛藝術或是享受生活美學的各位來報名。



台灣時尚插畫家—施易亨 (Lizard)



「野餐女王」璐露野

# 易講堂 X 璐露野生活野餐之藝術對談



## 講者簡介：

- Lizard' s Fashion Illustration 時尚插畫：台灣時尚插畫家—施易亨 ( Lizard ) 專精於水彩與彩色墨水等媒材，擅長以「人」為中心思想的創作主題。
- 出身於設計與美術相關科系，將傳統的繪畫技法融合現代新穎設計風格，並結合東方水墨禪意與西方時尚元素展現新一代的時尚水彩風貌。
- 合作經歷：法國時尚品牌香奈兒CHANEL/ 法國時尚品牌卡地亞 Cartier/ 法國時尚品牌嬌蘭 Guerlain/ 美國時尚品牌 Calvin Klein/ 瑞士伯爵珠寶 PIAGET/ 瑞士積家錶 Jaeger-LeCoultre/ 瑞士芝柏錶 Girard-Perregaux / 韓國三星 SAMSUNG/ 日本資生堂 SHISEIDO/ 巴黎萊雅 L'Oréal Paris/ 丹麥 ECCO/ 蘿拉蜜思 Laura mercier/ 誠品生活松菸 eslite

## 講者簡介：

- 璐露野。台灣白色野餐發起人。野餐露營生活美學。戶外生活美學新概念，體驗共同歡樂的藝術。有「野餐女王」封號的璐露野，創立璐露野生活品牌。

- 璐露野生活品牌這些年默默耕耘，從第一屆至今成功推廣多場台灣白色野餐派對，台灣這幾年野餐這麼受到歡迎，璐露野絕對是幕後推手，2018終於拿到法國Diner en Blanc 白色野餐授權，

整場活動以「秀」為主題，使每位參加者表現屬於自己的白色時尚，現場除了白色野餐相關商品展示區，還有舞蹈、爵士樂團與 DJ 音樂的精彩演出，同時能享受多元風格市集、戶外品酒會、手沖咖啡示範、多種飲品試喝等玩樂體驗，拉近人與人之間的距離，享受「戶外生活美學的態度與共同歡樂的藝術」。讓國際更認識台北這個城市，讓這般充滿美學的白色野餐時尚風格注入台灣生活之中，期待未來能有更多人親自體驗讓全球為之瘋狂的白色野餐魅力！



# 新節目介紹

## New TV Shows





# 頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2018/11/22 播出頻道：八大戲劇台 播出時間：23:00(一~五)

**武法律師**：講述原本是黑幫成員的奉尚弼，本來不相信法律、更相信以拳頭解決問題，但為了替媽媽報仇而成為武法律師，以一己之力與巨大權力抗爭站上正義的法庭的故事。



類型：綜藝 上檔日期：2018/11/25 播出頻道：緯來育樂台 播出時間：21:00(日)

**原味送到家**：走訪部落探索原鄉，發掘第一手的好景、好物、好味道，讓新鮮的原味送到家！真實記錄原民朋友對產業投注的心力與背後的動人故事！



類型：戲劇 上檔日期：2018/11/27 播出頻道：衛視中文台 播出時間：22:00(一~五)

**如懿傳**：西元1735年乾隆即位，如懿因與乾隆青梅竹馬而成為嫔妃，由此受到眾人排擠，而太后又與如懿家族有世仇，如懿危機四伏。權力更迭過程中，乾隆與如懿互相扶持，經過多年努力如願將如懿推到皇后位置，與他共有天下。然而做了皇后的如懿卻發現，乾隆已從少年夫君成長為成熟帝王，他的多疑善變以及帝王自私不斷顯露，兩人間的情意信任漸漸破滅。但如懿依舊堅守美好回憶，恪守皇后職責，直到去世。



# 頻道新節目介紹



類型：綜合 上檔日期：2018/11/29 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：21:00(四~五)

**環遊世界800天S2**：獨自一人踏上旅程，以生活和城市為出發點，舒子晨要帶您一起體會韓國的迷人之處，跟著子晨一起環遊世界800天，讓您看見世界的美好。



類型：體育 上檔日期：2018/11/29起 播出頻道：愛爾達體育1台/3台 播出時間：03:00LIVE

**LIVEFIFAU-17女子世界盃**：每兩年舉辦一次的U-17女子世界盃，在烏拉圭盛大展開，世界足壇的明日之星，將在此大放異彩。11月29日為您直播四強戰，12月2日將帶來季軍戰、以及最終的冠軍戰。



類型：知性 上檔日期：2018/11/30 播出頻道：BBC Earth 播出時間：20:00(五)

**碳水化合物的真相**：在這部兼具娛樂性與知識性的一小時紀錄片裡，主持人山德範杜如肯將區別食品科學中碳水化合物的好壞。

# 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	大時代十全味噌	民視	5.01	1	大時代十全味噌	民視	2.59
2	第55屆金馬獎頒獎典禮	台視	3.86	2	第55屆金馬獎頒獎典禮	台視	2.56
3	綜藝大集合福爾額溫機	民視	3.44	3	新名偵探柯南	華視	2.18
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.40	4	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	2.16
5	航海王24	台視	2.03	5	綜藝大集合福爾額溫機	民視	1.71
6	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	1.91	6	新哆啦A夢	華視	1.70
7	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.78	7	航海王24	台視	1.60
8	台視晚間新聞	台視	1.44	8	1830蠟筆小新	台視	1.47
9	第55屆金馬獎星光大道	台視	1.41	9	烏龍派出所	華視	1.43
10	打造高雄全台首富之夜	中視	1.39	10	1800烏龍派出所	華視	1.31
11	中視新聞全球報導	中視	1.37	11	1800新名偵探柯南	華視	1.29
12	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	1.19	12	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.20
13	女兵日記佰益多益生菌	台視	1.12	13	1930實習醫師鬥格Footer除	民視	1.07
14	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	1.06	14	神偷怪盜	華視	1.07
15	1300大時代十全味噌	民視	0.98	15	1800蠟筆小新	台視	1.01
16	現代嘉慶君	華視	0.97	16	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	0.96
17	1800航海王24	台視	0.96	17	1930臺灣學吧三貝德升學王	民視	0.91
18	民視七點晚間新聞	民視	0.95	18	台視晚間新聞	台視	0.91
19	新哆啦A夢	華視	0.93	19	臺灣學吧三貝德升學王	民視	0.87
20	新名偵探柯南	華視	0.93	20	中視新聞全球報導	中視	0.83
平均			1.76	平均			1.44

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

※統計期間：2018/11/12-2018/11/18



# 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	第55屆金馬獎頒獎典禮	台視	2.35	1	大時代十全味噌	民視	5.84
2	大時代十全味噌	民視	1.99	2	第55屆金馬獎頒獎典禮	台視	4.28
3	航海王24	台視	1.97	3	綜藝大集合福爾額溫機	民視	4.07
4	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	1.84	4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.89
5	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.77	5	航海王24	台視	2.10
6	新哆啦A夢	華視	1.25	6	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	1.89
7	台視晚間新聞	台視	1.20	7	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.86
8	打造高雄全台首富之夜	中視	1.07	8	第55屆金馬獎星光大道	台視	1.65
9	綜藝大集合福爾額溫機	民視	1.05	9	打造高雄全台首富之夜	中視	1.56
10	新名偵探柯南	華視	1.02	10	台視晚間新聞	台視	1.55
11	1830蠟筆小新	台視	1.00	11	中視新聞全球報導	中視	1.51
12	烏龍派出所	華視	0.95	12	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	1.32
13	中視新聞全球報導	中視	0.92	13	女兵日記佰益多益生菌	台視	1.27
14	聲林之王雅聞倍優	台視	0.91	14	1300大時代十全味噌	民視	1.22
15	1700OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	0.82	15	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	1.16
16	1800航海王24	台視	0.81	16	現代嘉慶君	華視	1.16
17	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	0.80	17	愛妮雅舞力全開	民視	1.09
18	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	0.75	18	民視七點晚間新聞	民視	1.06
19	種菜女神生活飲料	台視	0.70	19	1800航海王24	台視	1.05
20	女兵日記佰益多益生菌	台視	0.62	20	2000女兵日記佰益多益生菌	台視	0.91
平均			1.19	平均			1.97

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

※統計期間：2018/11/12-2018/11/18





# 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	新聞深喉嚨鳳山歌喉戰	中天新聞台	3.28	1	0830衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	2.37
2	新聞深喉嚨大岡山大會師	中天新聞台	2.78	2	蠟筆小新宇宙人Pi力來襲	YOYO	2.10
3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.59	3	1945海底小縱隊	YOYO	1.85
4	金家好媳婦成功SUCCESS	三立台灣	2.57	4	1130蠟筆小新宇宙人Pi力來	YOYO	1.84
5	新聞龍捲風大鳳山割喉戰	中天新聞台	2.43	5	櫻桃小丸子	YOYO	1.80
6	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.19	6	可愛巧虎島	YOYO	1.76
7	新神秘52區之六都神算	中天新聞台	2.12	7	綜藝玩很大	三立都會	1.68
8	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.94	8	1800精靈寶可夢太陽月亮	MOMO	1.68
9	中天晚間新聞	中天新聞台	1.92	9	戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.67
10	超級黃金週大鳳山割喉戰	中天新聞台	1.87	10	1830潘及的搞笑日記	MOMO	1.62
11	女兵日記喜多納	TVBS歡樂台	1.50	11	金家好媳婦成功SUCCESS	三立台灣	1.56
12	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.48	12	救援特警隊DRIVE HEAD	YOYO	1.56
13	新聞龍捲風決戰南台灣	中天新聞台	1.44	13	Peppa Pig	YOYO	1.47
14	新聞龍捲風大岡山大會師	中天新聞台	1.34	14	超級總動員	YOYO	1.47
15	新聞龍捲風	中天新聞台	1.25	15	LINE TOWN麻吉樂園	YOYO	1.42
16	大岡山大會師	中天新聞台	1.21	16	0830戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.42
17	綜藝玩很大	三立都會	1.21	17	2000STAND BY ME哆啦A夢	MOMO	1.39
18	民視晚間新聞	民視新聞	1.20	18	粉紅豬小妹的黃金雨靴	YOYO	1.38
19	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.19	19	機甲超獸王	YOYO	1.32
20	台灣大頭條	三立新聞	1.18	20	衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	1.31
平均			1.83	平均			1.63

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

※統計期間：2018/11/12-2018/11/18



# 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	金家好媳婦成功SUCCESS	三立台灣	1.60	1	新聞深喉嚨鳳山歌喉戰	中天新聞台	4.03
2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	1.41	2	新聞深喉嚨大岡山大會師	中天新聞台	3.39
3	歡樂智多星	衛視中文	1.24	3	新聞龍捲風大鳳山割喉戰	中天新聞台	3.04
4	綜藝玩很大	三立都會	1.10	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.97
5	1830烏龍派出所	衛視中文	1.10	5	金家好媳婦成功SUCCESS	三立台灣	2.86
6	烏龍派出所	衛視中文	0.96	6	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.69
7	1800烏龍派出所	衛視中文	0.96	7	新神秘52區之六都神算	中天新聞台	2.58
8	航海王	衛視中文	0.92	8	新聞深喉嚨	中天新聞台	2.38
9	打造高雄全台首富之夜	中視新聞台	0.86	9	超級黃金週大鳳山割喉戰	中天新聞台	2.34
10	女兵日記喜多納	TVBS歡樂台	0.84	10	中天晚間新聞	中天新聞台	2.31
11	新聞深喉嚨大岡山大會師	中天新聞台	0.80	11	新聞龍捲風決戰南台灣	中天新聞台	1.79
12	名偵探柯南	衛視電影	0.79	12	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.77
13	新聞深喉嚨鳳山歌喉戰	中天新聞台	0.76	13	新聞龍捲風大岡山大會師	中天新聞台	1.70
14	綜藝大熱門	三立都會	0.71	14	女兵日記喜多納	TVBS歡樂台	1.68
15	1230蠟筆小新	GTV綜合台	0.70	15	新聞龍捲風	中天新聞台	1.58
16	2215雨夜花	三立台灣	0.69	16	大岡山大會師	中天新聞台	1.53
17	哈利波特死神的聖物II	東森洋片台	0.67	17	民視晚間新聞	民視新聞	1.49
18	中天晚間新聞	中天新聞台	0.67	18	台灣大頭條	三立新聞	1.41
19	新神秘52區之六都神算	中天新聞台	0.66	19	關鍵時刻	東森新聞	1.38
20	蠟筆小新	GTV綜合台	0.66	20	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.38
平均			0.91	平均			2.22

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

※統計期間：2018/11/12-2018/11/18



# 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	大時代十全味噌	民視	5.01	1	綜藝大集合福爾額溫機	民視	3.44
2	金家好媳婦成功SUCCESS	三立台灣	2.57	2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.59
3	女兵日記喜多納	TVBS歡樂台	1.50	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.40
4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.48	4	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.19
5	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.19	5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	1.91
6	2215兩夜花	三立台灣	1.14	6	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.78
7	女兵日記佰益多益生菌	台視	1.12	7	綜藝玩很大	三立都會	1.21
8	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	1.06	8	綜藝新時代威德健康益生菌	民視	1.19
9	1300大時代十全味噌	民視	0.98	9	現代嘉慶君	華視	0.97
10	1900親家先知稻種苗新技術	三立台灣	0.92	10	歡樂智多星	衛視中文	0.93
11	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	0.92	11	愛妮雅舞力全開	民視	0.92
12	2000女兵日記佰益多益生菌	台視	0.82	12	聲林之王雅聞倍優	台視	0.82
13	熹妃傳延禧攻略	GTV第一台	0.77	13	天才衝衝衝	華視	0.75
14	1930實習醫師鬥格Footer除	民視	0.76	14	綜藝大熱門	三立都會	0.73
15	雙城故事娘家蔓越莓聖潔莓	民視	0.76	15	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.67
16	1230金家好媳婦成功SUCCE	三立台灣	0.73	16	1900歡樂智多星	衛視中文	0.64
17	姐姐還活著	GTV戲劇台	0.73	17	三菱JETSTREAM不凡的改變	中視	0.63
18	1230金家好媳婦美麗樂	三立台灣	0.72	18	2000綜藝玩很大安可場	三立都會	0.61
19	新上海灘	MUCH	0.71	19	1200綜藝玩很大安可場	三立都會	0.60
20	初戀的情人喜多納	TVBS歡樂台	0.67	20	安美諾胎盤素冰冰Show	中視	0.60
平均			1.23	平均			1.28

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

※統計期間：2018/11/12-2018/11/18



# 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](mailto: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