

# 凱絡媒體週報

CARAT MEDIA WEEKLY NEWSLETTER

No. 914

CARAT

市場訊息	台灣家庭負債成長速度 超車經濟成長率
媒體市場訊息	時代雜誌要砍1/3發行量
媒體專題	全球行動優先調查報告
IMC異業結盟	2018梅山汗路文化觀光祭 大嘉義騎跑
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

# 台灣家庭負債成長速度 超車經濟成長率

台灣家庭負債衝高，外商金融機構示警。安聯集團在最新版全球財富報告中指出，台灣家庭負債占GDP（國內生產總值）比重，在2016年升高到87%，在「全球」名列前茅；同時間，台灣家庭負債成長速度也以4.8%「超車」台灣近年經濟成長（2%上下）。根據安聯集團數據，最近三年台灣家戶負債總金額，自2014年的4,170億歐元，成長到2015年的4,260億歐元，去年再增至4,460億歐元、年成長4.8%。若以1歐元換33.9935台幣匯率換算，去年台灣家戶總負債達15.16兆台幣，除以全台900萬家庭戶，每戶負債約168.46萬台幣。[經濟日報2017/10/13]

## 中高齡人力 創高經濟價值

面對少子化趨勢，台灣中高齡就業人數持續增加，十年增加35.6%；其中，女性中高齡就業者大增61.2萬人，成長率54.5%；相較之下，中高齡男性勞參率不增反減，十年下降2.1個百分點。勞動部運用主計總處每月「人力資源調查」及每年5月「人力運用調查」資料，綜合分析當前45至64歲中高齡就業情況。統計顯示，2016年中高齡就業人數為422.7萬人，其中有酬就業者有395.9萬人，每月主要工作的經常性收入為4.3萬元，高於同期受雇者平均經常性薪資3.92萬元（2016年5月）。中高齡就業者多為資深員工，薪資自然高於年輕員工。若觀察職業別，主管及經理人員每月經常性收入高達8.51萬元，異業也有6.49萬元，技術員及助理專業人員則有5.13萬元；技藝有關工作人員「薪情」也還不差，有3.9萬元。至於服務業及銷售人員則有3.63萬元；基層技術工及勞力工僅有2.41萬元薪資。[經濟日報2017/10/15]



## 十一長假 8萬陸客創新高

今年大陸十一黃金周期間，累計有超過8萬名陸客來台旅遊，團客部分約有1萬8,600人次，平均每日2,300人，而自由行部份則創下新高，達到6萬1,908人次。其中，10月1日當天自由行入境人數為1萬8,463人次，改寫單日入境人數最高的紀錄。另外，小三通入境人數達到1萬1,981人次，是小三通開放16年來的最高紀錄。而在政府推動新南向政策之下，8月份東南亞旅客人數成長32.72%，達到13萬6,896人。2016年7月，因發生桃園國道火燒車事件，造成26人死亡，後雖經查為司機蓄意縱火，但嚴重影響陸客來台意願。大陸國家旅遊局統計，去年黃金周期間選擇參團來台旅遊的人數，不到8,000人。[工商時報2017/10/14]

# 對話式電商崛起 AI讓購物更有fu

「聊天機器人」已成為現代電商營運時最重要且不可或缺的工具。全球跨境電商品牌eBay的產品長R.J. Pittman表示，對話式商務在未來將成為電商常態，而eBay旗下的個人購物的智慧助理「ShopBot」透過加強與用戶之間的信任，上線一年後大幅改變用戶體驗，未來更將拓展ShopBot合作的平台。研調機構Gartner最新調查指出，為了增強使用者體驗，電子商務已經逐漸從「行動優先」轉變為「AI優先」。2018年，全球將有逾20億人會以對話的方式和語音助理進行互動。2020年，將有40%的使用者，使用對話介面為主的應用程式。[工商時報2017/10/12]

## 名牌賣周邊商品 搶賺平民財

隨著社群媒體興起，香奈兒(Chanel)、迪奧(Dior)等高檔時尚品牌也開始調整行銷和銷售策略，希望能從社群媒體把消費者吸引至品牌官網，並提升消費者購買相關產品的意願。以往，各大高檔時尚品牌舉辦時裝秀，目的是吸引高端消費層。近年來，這種服裝秀的排場愈做愈大，都是為了帶動社群媒體的風潮，以提升品牌

廠對全球成千上萬名關注時尚產業的社群媒體用戶的吸引力。與此同時，時尚品牌卻開始減少推出高級成衣系列產品，並增加推出價格相對低廉、印有顯眼的品牌標誌的周邊商品。如香奈兒推出售價1,300英鎊的網球拍，凡賽斯(Versace)也推出售價105英鎊的浴袍和售價314英鎊的菸灰缸。法國巴黎銀行(BNP Paribas)和時尚顧問公司VR Fashion Luxury Expertise共同製作的報告指出，高級成衣系列產品目前僅佔時尚品牌產業總營收的10%。[經濟日報2017/10/13]



## 語音助理市場 百家爭鳴

VR與AR現階段呈現此消彼長的態勢，蘋果在iOS 11搭配由蘋果自行開發的ARKit提供開發商使用，VR卻只是沿用第三方業者Valve的解決方案，代表在蘋果的眼中，AR進入一般消費者的主流市場的速度將會明顯快於VR；諾基亞日前也宣佈退出為VR專業內容開發商設計的攝影機OZO。不過Facebook執行長祖克柏仍是高度看好VR，不僅宣佈推出中低價VR硬體Oculus Go(售價199美元)，更將其視為連接10億用戶的關鍵，而由宏達電、聯想打造的Google VR一體機則將在年底前上市，這些中低價產品能否熱賣，將是VR能否跨入主流的關鍵。另外，Google預計將在年底推出由宏達電、聯想打造的一體機Standalone VR，內建追蹤能力，能做的事情將遠超過Facebook的產品。[工商時報2017/10/16]

# 時代雜誌要砍1/3發行量



時代雜誌 ( Time ) 明年起每周發行量起將大砍三分之一，以削減成本，力圖在紙媒不景氣的年代保住核心品牌獲利能力。然而這也顯示時代雜誌將從輝煌期的每周出刊480萬本腰斬至200萬本。美國最大雜誌出版商時代公司宣佈，旗下時代雜誌的時代公司計劃逐步將時代雜誌周發行量減少至200萬本，原因是認清大量印製促銷本並無價值的現實，而且也打算專攻優質與富裕的核心讀者，因為這更能吸引廣告主買帳。時代雜誌創立於1923年，全球有2,600萬讀者，輝煌期長達數十個年頭，在1970年代每周發行量衝破400萬份，1987年更衝上480萬份顛峰，卻在十年前首度跌破400萬份萎縮至330萬份。時代公司今年第二季廣告營收減少12%至3.74億美元，主因是紙本雜誌廣告營收下滑。時代公司還宣佈將減少七本雜誌的紙本發行頻率，

包括主打泳裝女郎的運動畫刊、娛樂周刊與財星雜誌。[經濟日報2017/10/12]

## Facebook加入無店面公會

全球最大社群平台Facebook將加入無店面公會成為會員，這也是Facebook首度在台加入相關商業組織。Facebook全世界的活躍用戶超過20億，全球逾1億用戶加入Facebook上的粉絲團。在台部分，月活躍用戶達1,800萬，其中1,700萬用戶會借由手機及其他行動裝置使用Facebook，證明台灣除了網路發展成熟以外，在發展數位經濟上也有很大的潛力。Facebook雖非電商業者，但因台灣人對Facebook應用程式黏著度高，且幾乎許多品牌、店家都會在FB上開設粉絲專頁、投放廣告以經營品牌，儼然成為重要的電商平台。因此加入無店面公會對Facebook來說，將有正式的平台幫助Facebook增進與台灣電商業者、行政機關的連結，並能穩固其與台灣電商的合作。[工商時報2017/10/14]

## 杜絕假新聞

# Facebook將人工審查廣告

從2016年美國總統大選開始假新聞氾濫成災，不只是假的媒體與貼文，其中廣告服務也是遭到濫用的功能之一，近期Facebook的廣告功能被爆出疑似幫忙宣傳仇恨、歧視言論，臉書立馬針對相關廣告做出處置。《Axios》報導，Facebook寄給廣告主一封 Email，內文提及他們最新的廣告策略，「我們將會要求更多廣告必須通過人工審查，在新的廣告策略中，我們認為需要審查的內容包含政治、宗教、種族和社會議題，經過人工審查之後我們才會准許，在這樣的情況下，廣告投放的時程可能會被往後延長，而我們也會盡量找到方法減少延遲。」[ETNEWS 2017/10/10]

---

# 媒體專題 Media Report

## 全球行動優先 調查報告

電通安吉斯集團

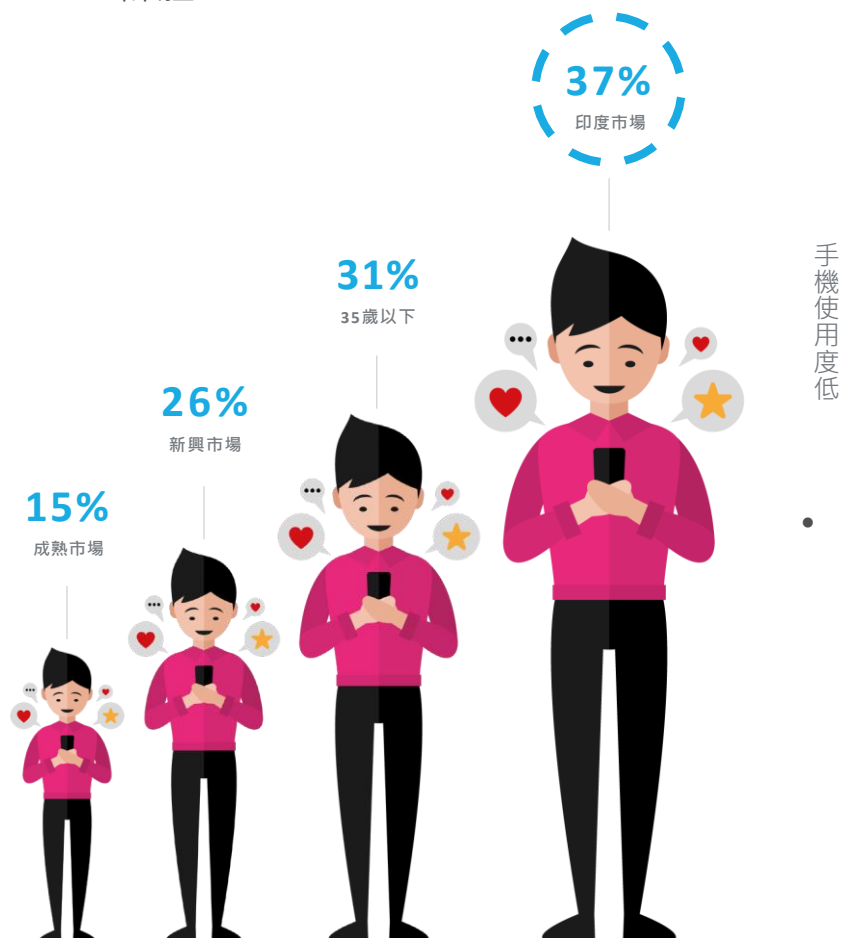
# 前言

- 全球進入行動優先(mobile first)時代，智慧手機的普及與多功能，讓人們對它的黏著度與依賴性愈來愈高；而這群人如何看待自己的行動裝置使用情況、他們的行為以及和品牌互動的方式，是行銷人員關注的重點。
- 電通安吉斯集團旗下英國行動廣告代理商Fetch發佈全球行動消費者調查報告，透過集團合作線上調查歐洲(英國、瑞典、德國)、北美(美國、加拿大)和新興市場(巴西、印尼、印度)共16,000名18歲以上的智慧手機用戶，主要探討三個問題：

- 現在有多少人自認沉迷於行動裝置？
- 行動裝置重度與輕度使用者的行為有什麼不同？
- 品牌和企業如何吸引手機成癮的消費者？

# 行動裝置市場愈成熟，用戶手機成癮比例愈低

- 根據受訪者對智慧手機與APP的使用行為與態度，以及對行動購物、行動廣告和通訊的態度，可略分為行動裝置重度、中度、輕度使用者三群消費群體。



手機使用度高

## 行動裝置輕度使用者 (Mobile Disengaged)

對於挖掘行動裝置的潛在功能不感興趣



## 行動裝置重度使用者 (Mobile-First)

明確意識到自己對行動裝置的依賴與上癮

手機使用度低

## 行動裝置中度使用者 (Mobile Engaged)

熱中使用行動裝置，但不認為自己與其有密切連結



低度同意行動裝置成癮

高度同意行動裝置成癮

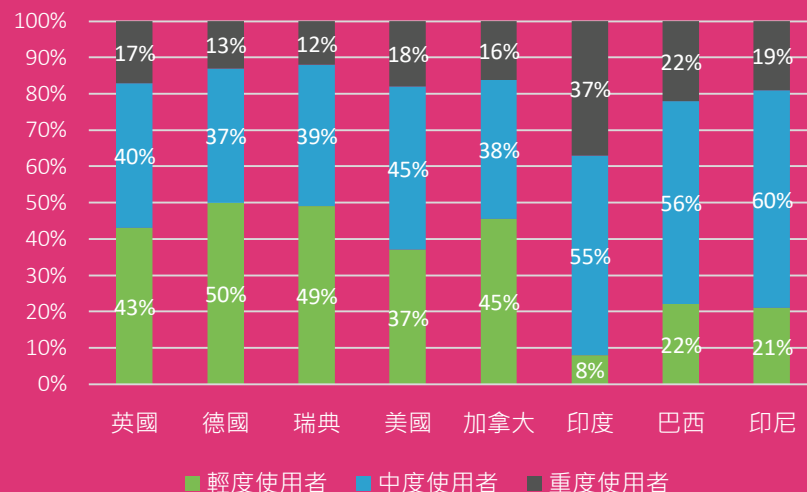
- 觀察本次調查的八個市場，發現行動裝置市場愈成熟，智慧手機普及率愈高，用戶成癮的比例愈低：在歐洲，德國與瑞典的行動裝置重度使用者比例明顯低於英國，而美、加的手機成癮情況略高於歐洲；在新興市場，印度的行動裝置重度使用者佔比幾乎是印尼的兩倍。



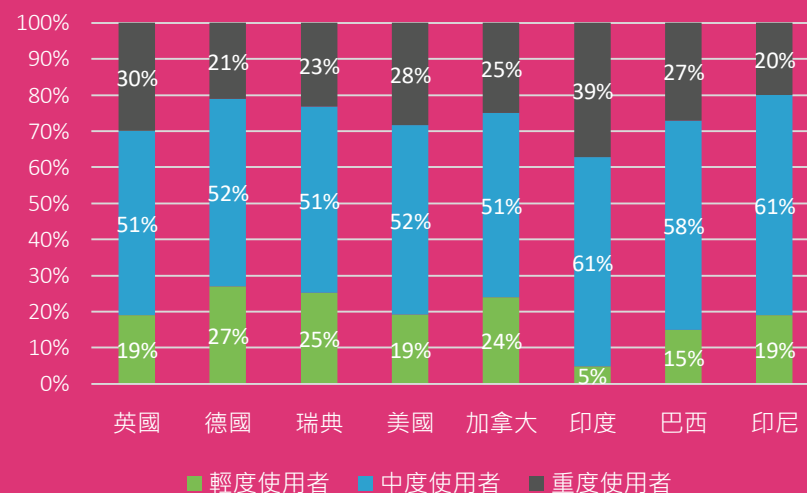
# 18-35歲年輕人高度依賴手機

- 對於35歲以下年輕人來說，手機是成長過程中的一部份，行動優先或手機成癮的情況較其他年齡層更普遍。這群年輕、高度依賴裝置、行動優先的消費者未來將是多數品牌主要的目標受眾，行銷人員必須根據他們的心態與行為調整傳播策略。
- 根據調查，在18至35歲的受訪者中，行動裝置重度與中度使用者佔比成長快速，且各個市場差異不大，如英國和印度的行動裝置重度使用者比例分別為30%和39%。不論在哪一個市場，自認很少與行動裝置互動的年輕人都佔少數，其中德國是18至35歲行動裝置輕度使用者佔比最高的市場(27%)。

## 18歲以上智慧手機用戶使用情形

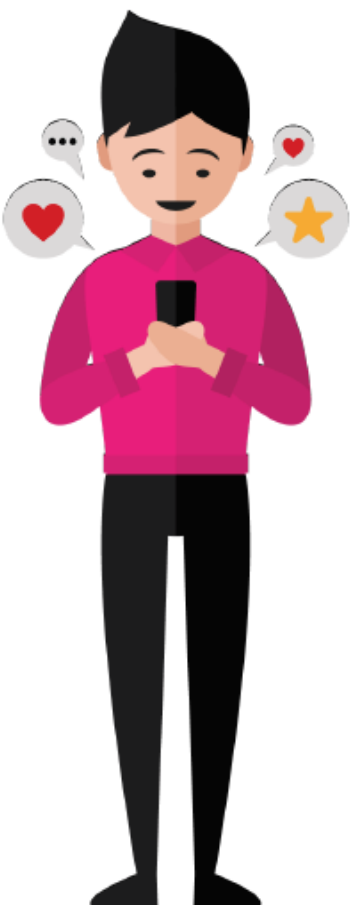


## 18-35歲智慧手機用戶使用情形

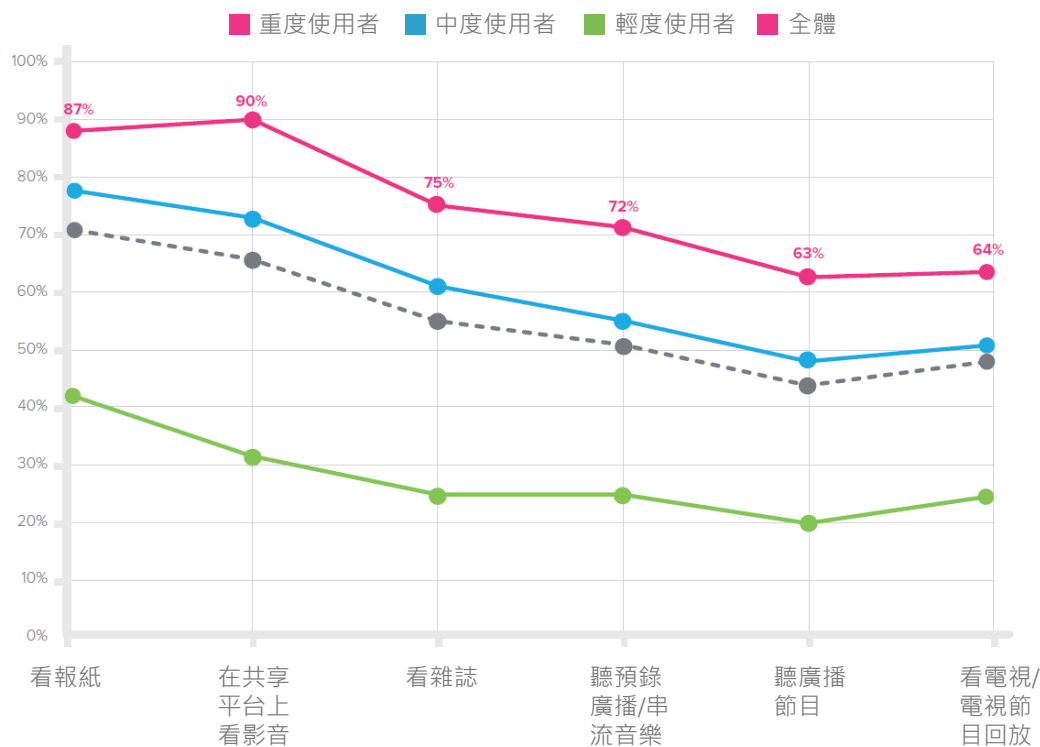


# 行動優先族：手機是接觸傳統媒體內容的首要管道

- 全球行動裝置重度使用者的媒體接觸大幅轉移到智慧手機上，本次調查的八個市場中，87%行動裝置重度使用者每週都在行動裝置上閱讀報紙，這不僅是因為行動裝置的便利性，還因為這群人的偏好：81%稱他們喜歡用行動裝置追新聞勝於報紙。75%的人透過行動裝置閱讀雜誌內容、63%收聽廣播。此外，約90%的人每週都在共享平台上觀看影音。



每週在行動裝置上從事的活動

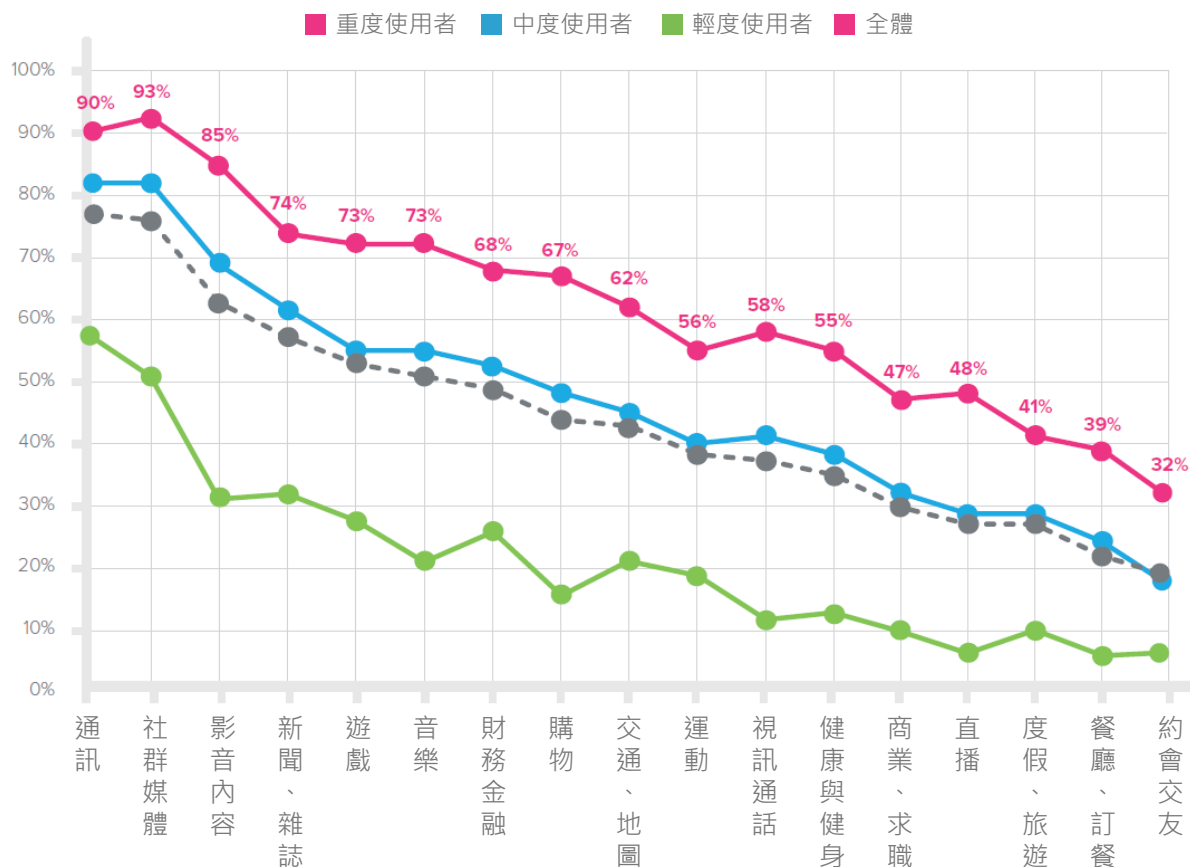


- 在各市場都有至少1/3的行動裝置重度使用者稱他們每天都會在手機上看影音，這些影音不盡然是用戶生成、低品質的短片，許多人在手機上收看傳統電視節目，至少45%受訪者每週在手機上看電視台的回放(catch up TV)內容。

# 行動優先族：80%時間透過APP消費內容

- 八個市場中的行動裝置重度使用者花約82%的時間使用APP，輕度使用者僅花19%的時間在APP上。而關於他們透過APP所從事的活動，超過85%的用戶每週都會使用APP來看影音(輕度為32%)；74%每週使用APP來觀看新聞內容(輕度為33%)。
- 另外，很高比例的行動裝置重度使用者每週會使用遊戲(73%)、音樂(73%)、運動(56%)、健康與健身(55%)的APP。行動裝置重度使用者對於新推出的APP接受度高，最有機會成為市場上的早期採用者。

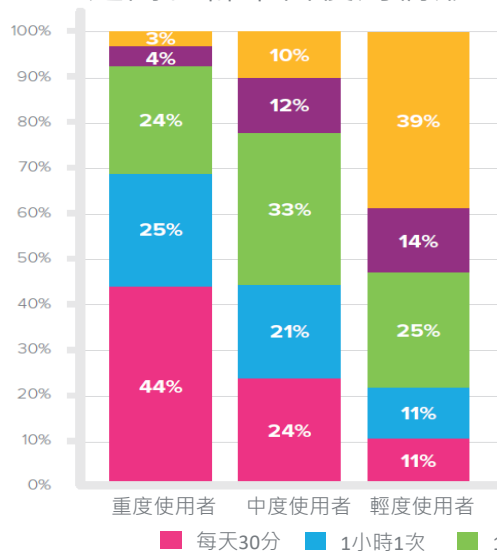
每週至少使用APP從事一次的活動



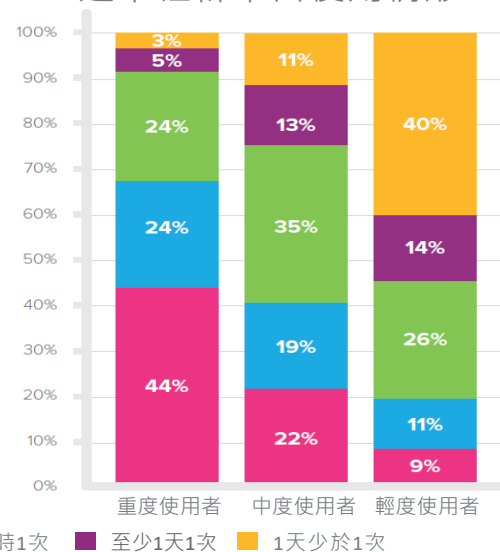
# 行動優先族：近七成每小時用一次社群媒體

- 行動裝置重度使用者幾乎都發展出社群媒體強迫症，依賴手機管理日常社交生活。不論週間或週末，超過68%的人聲稱至少每小時使用一次社群媒體(44%的人每30分鐘用一次)，是輕度使用者的三倍以上；幾乎所有人每天至少使用一次社群媒體平台。
- 他們不只透過手機聯繫自己的社交圈，也願意在社群平台上參與品牌的行銷活動，本次調查的受訪者數據顯示，在社群媒體上花費時間愈多、愈頻繁的消費者，對品牌訊息的接受度愈高：包括意識到廣告貼文、參加競賽活動、對品牌內容按讚分享等。顯示社群是他們期待和品牌互動與對話的管道。

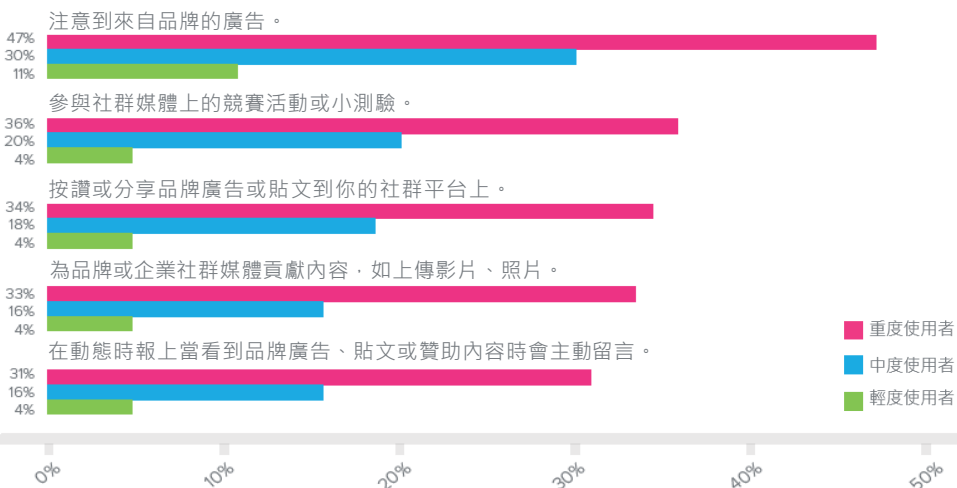
週間社群平台使用情形



週末社群平台使用情形



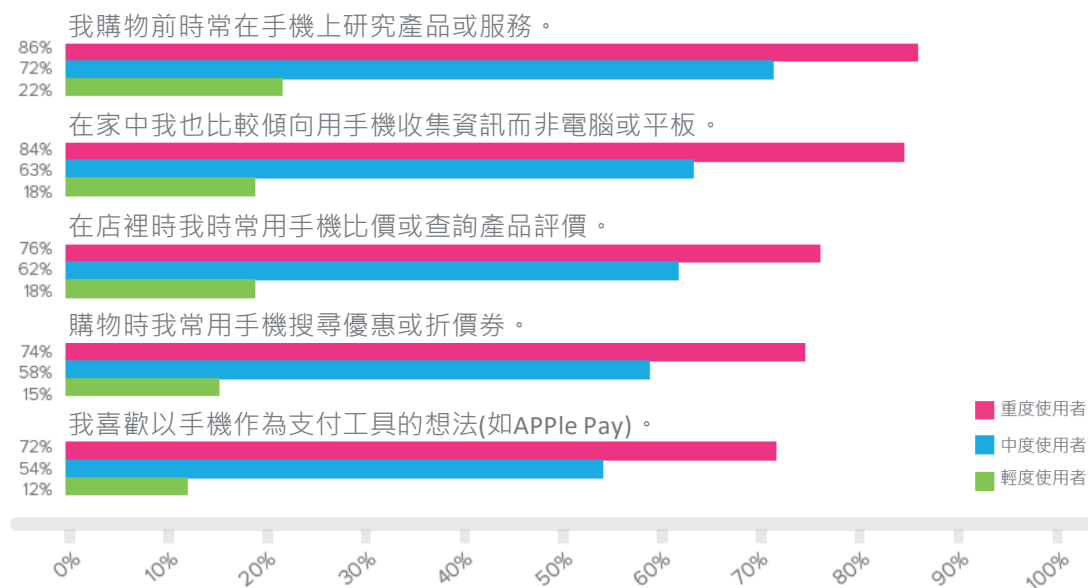
## 當你在手機上看社群動態時報時，你會...



# 行動優先族：做功課、比價格、找優惠...靠手機聰明購物

- 行動裝置重度使用者將手機視為日常生活方式和購物行為的重要助手，幫助他們做出更明智、高效的決策。雖然他們期待與品牌透過行動裝置互動，但他們只歡迎個人化、相關度高的訊息，而且他們並沒有意願為維繫與品牌的關係花太多心力，如果網站體驗不佳，他們會毫不猶豫地走人。
- 本次調查的行動裝置重度使用者中，86%會在購物前利用手機研究他們有興趣的產品或服務，手機對他們來說是收集資訊的首選工具，勝過電腦和平板。在店內，76%會在決定購買前在手機上比價和觀看產品評論；74%會時常在手機上尋找優惠或折價券。

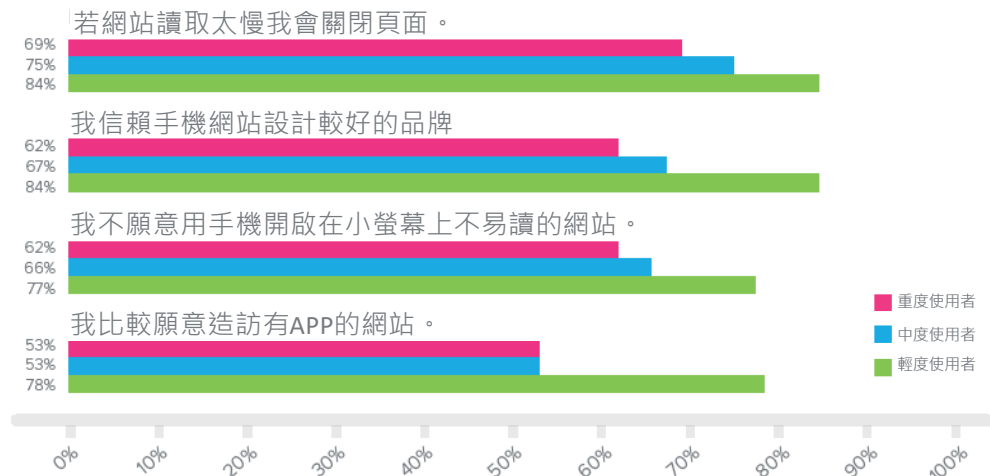
你是否同意以下對於智慧手機使用情形的描述...



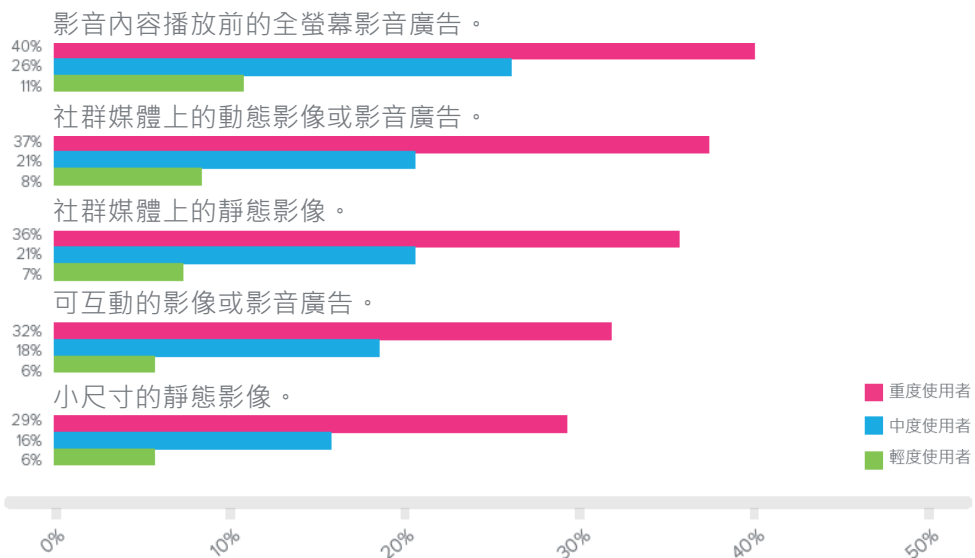
# 行動優先族：對廣告更警覺、對不好的網站體驗寬容度低

- 行動裝置重度使用者對不好的手機網站體驗容忍度低，80%的受訪者稱若網站速度過慢，他們會直接關閉網頁，遠高過中度使用者的68%和低度使用者的50%。73%不願意以手機開啟在小螢幕上不易讀的網站；77%的重度使用者稱好的手機網站會讓他們更信賴該品牌。
- 在手機上花愈多時間的用戶，對於手機廣告的警覺性愈高，他們不會因為頻繁使用手機而變得對蓋板廣告無動於衷。行動裝置重度使用者比中度、輕度使用者更容易注意到、回想起各種形式的手機廣告。對八個市場的受訪者來說，全螢幕的影音廣告都是影響力最高的廣告形式，其次是社群廣告。

你是否同意以下對於智慧手機使用情形的描述...



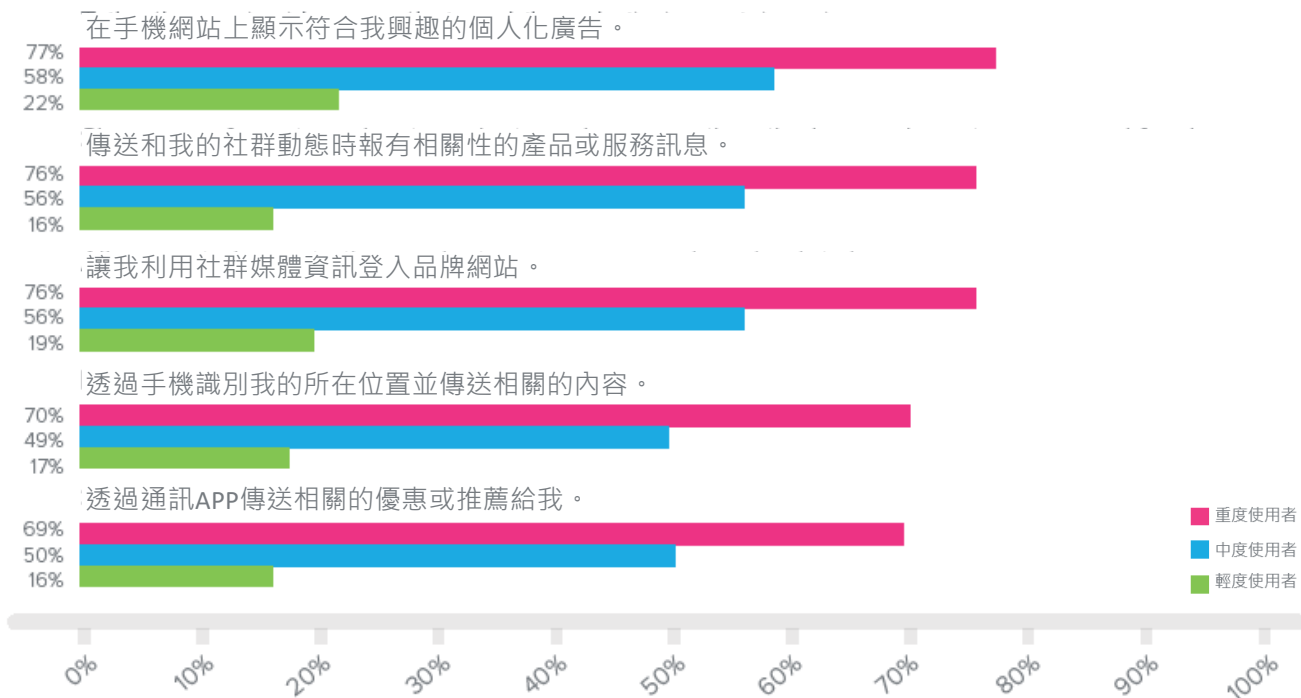
你在看到下列何種形式廣告時較易注意或記得品牌名稱？



# 行動優先族：希望品牌根據興趣、位置傳送個人化廣告

- 無論是主動或被動地與品牌互動，各市場的行動裝置重度使用者都希望品牌和企業能根據自己的興趣、行為和位置來客製化行動體驗。77%的行動裝置重度使用者希望品牌能夠針對不同消費者客製網站內容，70%希望品牌能夠識別他們所在位置，並推送有相關性的訊息，69%希望品牌能透過通訊APP傳送相關的優惠或推薦給他們。調查顯示，在通訊APP中以聊天機器人和消費者互動很可能對行動優先族們有吸引力。

在廣告方面，你希望品牌或企業...



# 結語

- 本次調查橫跨三大洲的八個市場中，目前已有不少智慧手機用戶自認為有行動裝置成癮情況，他們的日常生活與手機緊密相連，手機是他們主要的新聞、內容、娛樂消費管道，也是他們管理社交圈、記錄生活與購物的工具。因為這群人在35歲以下以及新興市場(巴西、印尼、印度)的佔比較高，因此可預期數量還會持續成長。
- 行動優先族是挑剔且寬容度低的一群，一旦他們捨棄品牌將很難再讓他們回頭，因此品牌不僅要注意細節、提供更好的個人化手機體驗，還要開始預測他們下一階段的需求與期待。



目標群眾來自開發中國家或新興市場



考量各市場的「行動優先」程度並據此規劃媒體組合

目標群眾為35歲以下年輕人



多數是行動裝置重度或中度使用者

規劃購買傳統媒體(電視、廣播、平面)廣告



行動優先族較喜歡在手機上接觸媒體內容

開發手機內容與行動體驗



優化行動體驗，盡可能做到個人化，以建立行動優先消費者的信賴度

規劃購買行動廣告



行動優先消費者是最有機會注意到行動廣告並與廣告互動的群體



# IMC異業結盟

## Alliance Strategy

2018梅山汗路文化觀光祭

# 大嘉義 騎跑

台灣燈會亮起來



# 2018 梅山汗路文化觀光祭 大嘉義騎跑

- **活動日期**：2018年1月7日(日)、1月14日(日)
- **活動地點**：嘉義縣梅山鄉梅山公園停車場
- **簡介**：相傳200多年前，嘉義梅山街區是商旅出入平原與山區的必經之地，行程遙遠，商旅為了營生行徑以石鋪搭建而成的山間小路，揮灑著汗水，把農產及生活必需品，沿著小路一擔擔得挑著，腳踩著石階上上下下，汗水滴落在石階上及泥土裡，所以先人們就管這種山間小路稱做為「汗路」，因而孕育出梅山獨有之汗路文化；此次，希望能夠藉由汗路文化觀光祭與運動賽事互相做連結，將這個古老又美麗的歷史回憶，重新呈現於全民面前，並達到推廣休閒、觀光、運動的全民旅跑(騎)新型態。
- 活動組別分別為梅山單車挑戰組/汗路全馬組/梅山超半馬組/扁擔接力組，除了騎乘單車、路跑之外，新奇有趣的扁擔接力更是不容錯過，活動路線將帶領所有參賽選手體驗獨一無二梅山汗路賽道風光。

2018梅山汗路文化觀光祭

# 大嘉義騎跑

台灣燈會亮起來

梅山360° 等你来挑戰

2018 活動地點 嘉義縣梅山公園

1/07 早上6:00 自行車 80K

1/14 早上6:00 馬拉松 全馬42K 超半馬26K

1/14 早上6:30 扁擔接力 3Kx5人 (總長15K)

報名日期 即日起至 2017 11.30 止

# 2018 梅山汗路文化觀光祭 大嘉義騎跑

- **梅山新印象，全台最長、海拔最高之景觀吊橋！**梅山鄉太平地區為大阿里山北茶道的一個重要入口，太平雲梯長度281公尺、海拔約1,000公尺，全台最長、海拔最高之景觀吊橋，吊橋從梅山太平村望風台橫跨三原彩虹瀑布通往龜山，讓旅客能俯瞰嘉義風光還能欣賞雲海風景，可將知名的梅山36彎美景盡收眼底，甚至能遠眺嘉南平原！
- **品嚐梅山在地美食、沾染藝術氣息！**梅山太平老街豐富多元的在地文化特色與美食，遊客可以在太平老街見到藝術與文學家的創作外，更可在這品嚐在地美食。此處到處充滿藝術氣息，這裡還有文學巷弄、文字牆等裝置藝術，非常適合全家一同參與。



# 2018 梅山汗路文化觀光祭 大嘉義騎跑

- **適合結合產品**：防曬、運動用品、3C商品、軟性飲料/零食、網遊/手遊/App、潮牌衣飾、汽機車、手錶、電信業...等。
- **贊助方式**：冠名贊助、攤位贊助、商品贊助、舞台/活動區主題置入、專案配合...等。
- **媒體宣傳**：網路媒體、粉專、文宣品/現場各項製作物...等。

歡迎異業結盟，合作相關細節請洽  
[Andrew.Lien@dentsuaegis.com](mailto:Andrew.Lien@dentsuaegis.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。



2018 梅山汗路文化觀光祭

# 大嘉義騎跑

台灣燈會亮起來

梅山360° 等你来挑戰

2018	活動地點	嘉義縣梅山公園	1/14	早上6:00	馬拉松	全馬42K 超半馬26K
1/07			1/14	早上6:30	扁擔接力	3Kx5人 (總長15K)
					自行車	80K

報名日期 即日起至 2017 11/30 止

# 新節目介紹

## New TV Shows



# 頻道新節目介紹



類型：體育 上檔日期：2017/10/20 播出頻道：愛爾達足球台 播出時間：LIVE

**「2017花式滑冰大獎賽」**：花式滑冰大獎賽是一項由國際溜冰總會 (ISU)組織的大型比賽，由六個分站賽和一個總決賽組成，每年舉辦一屆。比賽內容為花式滑冰男子單人溜、女子單人溜、雙人溜和冰舞。滑冰王子羽生結弦為受到滑冰迷高度關注的滑冰王子，今年能否展現實力？敬請鎖定愛爾達足球台。



類型：真人秀 上檔日期：2017/10/22 播出頻道：中天綜合台 播出時間：20:00(日)

**「我們17歲」**：六位頂級明星將重回青春時期的集體旅行生活，根據制定的「願望清單」集合出發，像一群17歲的年輕人一樣，帶著放肆的心情展開一段集體青春爆笑旅行。他們將以少年時代野生的方式去探尋中國不為人知的美食、美景；他們會像一群長不大的孩子再度對生活、對世界產生了好奇，在一路瘋狂的過程中不但探索了生活的美麗，也更探索了內心深處的自己，這將是一段尋回初心的暖心旅程。



類型：影集 上檔日期：2017/10/23 播出頻道：FOX、FOX+ 播出時間：11:30(五)

**「陰屍路 全新第8季」**：陰屍路第八季首集也是全劇進入第100集的紀念時刻，將有特殊內容，答謝忠實觀眾一路以來的厚愛。瑞奇與尼根的戰火一觸即發，格外令人期待。

# 頻道新節目介紹



類型：知識 上檔日期：2017/10/23 播出頻道：中天綜合台 播出時間：21:00(一~五)

**「金牌大健謀」**：健康醫療話題人人都關心，如何做個聰明的病人？全新健康醫療節目「金牌大健謀」帶您一起在歡笑中輕鬆瞭解醫學常識，讓你健康Everyday！



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/23 播出頻道：八大第1台 播出時間：20:00(一~五)

**「飄洋過海來看你」**：英國MG旅遊集團高管蘇芒瞞著丈夫借精生子。不料被丈夫發現並遭劈腿，兩人離異。她決定獨自把孩子生下來，帶著肚子裡的小生命回到了上海擔任MG總部旅遊事業部總監。空降上司蘇芒因為各種傳聞在新環境中陷入孤立無援的境地，但熱心的鄭楚走進了她的生活。兩人從歡喜冤家到相濡以沫，辦公室戀情和來歷不明的孩子考驗著一對重燃愛情希望的戀人。



類型：綜合 上檔日期：2017/10/23 播出頻道：愛爾達綜合台 播出時間：22:00(一~四)

**「世外野人S3」**：不少厭倦都市生活的人都盼望返璞歸真，歸隱田園，但要拋開枷鎖，做個「世外野人」，又談何容易？換個角度，究竟在野外生活有何樂趣，吸引一班原本擁有高薪厚職的城市人，放下所有，變成「現代魯賓遜」？英國冒險家Ben Fogle在《世外野人》與幾位「世外野人」一同體驗非一般的自然生活。



# 頻道新節目介紹



類型：綜合 上檔日期：2017/10/23 播出頻道：BBC Earth 播出時間：21:45(一)

**「零下極限生活第五季」**：BBC人氣節目全新回歸！冰封大地上的生存挑戰永無止境，見證極圈一帶的居民如何征服荒蕪寒冷的世界，克服重重難關。



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/24 播出頻道：三立都會台 播出時間：20:00(一~五)

**「真情之家」**：溫馨接受朋友邀請回台，共創廣告行銷事業。偶然結識季言希，又因緣際會入住曉麗家，成為吳曉麗的房客，與其他室友們：項一柔、項一陽、季言希共同生活。隨著朝夕相處之下，溫馨由最初的不適應逐漸融入，然而每個人的心中似乎都有不堪回首、無法言喻的傷痛回憶。而溫馨與曉麗不齊用善意敲開對方的心門，陪伴「真情之家」的成員經歷挫折而成長，一起相互關懷依存，填補內心的缺口，成為真正的一家人！



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/24 播出頻道：華視 播出時間：20:00(一~五)

**「春風愛河邊」**：本劇將以「愛河」作為愛情的隱喻，透過角色來探討愛情的期待、勇氣、付出與責任，並著力描寫人與人之間愛情的歷程！諸如：動情之朝思暮想、告白之天崩地裂、相戀之甜甜蜜蜜、感情生變之徬徨、分手之痛苦、乃至於感情復合之阿彌陀佛、不能復合之遺憾終身等...並佐之以親情的相伴、糾葛。在春風愛河邊裡，我們必定能看到自己的痕跡，或他人的身影。

# 頻道新節目介紹



類型：體育 上檔日期：2017/10/25 播出頻道：愛爾達足球台 播出時間：LIVE

**「2017德國足協盃」**：德國足協盃由德國足球協會主辦，重要性僅次於全國聯賽(德甲)的錦標賽，參賽球隊來自德甲、德乙、德丙以及德國21個地區盃賽冠軍。賽事由每年8月至翌年6月舉行，決賽定於德國首都柏林柏林奧林匹克體育場舉行，德國盃冠軍可以直接取得歐洲聯賽以及德國超級盃參賽資格。



類型：體育 上檔日期：2017/10/25 播出頻道：愛爾達足球台 播出時間：LIVE

**「2017 U17世界盃足球賽」**：國際足總U-17世界盃(FIFAU-17 World Cup)，常被稱為世少盃，是由17歲以下國家隊參加的男子足球錦標賽，由國際足總(FIFA)負責舉辦賽事。首屆賽事於1985年在中國舉行，其後每兩年舉行一屆，1991年將年齡上限由16歲提高至17歲。



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/26 播出頻道：八大戲劇台 播出時間：22:00(一~五)

**「勇敢的女人」**：講述一位工作滿分，但身為母親卻零分的女刑警故事，剖析了韓國職業女性的悲歡。具有瀟灑、老練且精湛的偵破力，熱情和冷靜的頭腦，還有快速的行動力的強力班隊長崔英真（金喜愛飾），在搜查現場處理各種案件以及一系列打鬥事件的故事，也包含著母親對女兒的親情故事。

# 頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/26 播出頻道：緯來日本台 播出時間：22:00(一~五)

**「職業婦女向前衝」**：渡邊直美是服裝設計師，個性樂觀堅強又熱血。對工作充滿夢想，為家庭也盡心盡力，和帥氣的老公、可愛的兒子，過著幸福快樂的生活！沒想到有一天，她發現老公居然愛上苗條美女？而自己在公司也遇到各種難題，看似光鮮亮麗的業界，其實工作繁雜又辛苦...但她絕不輕言放棄，憑著愛與勇氣，要克服所有逆境！



類型：綜合 上檔日期：2017/10/27 播出頻道：Travel Channel 播出時間：21:30(五)

**「美食天堂第三季」**：人氣美食節目「美食天堂」回來囉，一同體驗美國最讓人口水直流的美味佳餚！



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/25 播出頻道：緯來戲劇台 播出時間：21:00(六、日)

**「逃婚100次」**：一場擺脫不了的婚禮，一段命中注定的愛情，就算跨越整個宇宙，我也要逃離妳！因為一夜情而即將當爸爸的男主角許達才，無法面對自己下半輩子就要被老婆小孩綁住而逃婚，陰錯陽差之下拿到一顆神秘骰子，隔天醒來竟發現自己完全不認識自己的人生！他的朋友/情人/生活/工作全都不一樣，而最棒的是，他的老婆鍾艾晴消失了！

# 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	綜藝大集合娘家益生菌	民視	4.55	1	神偷怪盜	華視	3.14
2	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	4.20	2	航海王23	台視	2.96
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.88	3	1800新名偵探柯南	華視	2.87
4	OPPO R11綜藝玩很大	中視	2.17	4	新名偵探柯南	華視	2.64
5	航海王23	台視	2.06	5	綜藝3國智高島	台視	2.45
6	OPPO R11飢餓遊戲	中視	2.02	6	綜藝大集合娘家益生菌	民視	2.44
7	中視新聞全球報導	中視	1.60	7	OPPO R11飢餓遊戲	中視	2.41
8	綜藝3國智高島	台視	1.56	8	OPPO R11綜藝玩很大	中視	2.40
9	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.48	9	1800神偷怪盜	華視	2.31
10	超級天王豬哥秀	華視	1.40	10	蠟筆小新	台視	2.05
11	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.37	11	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.70
12	天才衝衝衝	華視	1.36	12	哆啦A夢	華視	1.58
13	台視晚間新聞	台視	1.31	13	1830蠟筆小新	台視	1.56
14	三生三世十里桃花	中視	1.28	14	1800航海王23	台視	1.49
15	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	1.28	15	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.38
16	愛妮雅舞力全開	民視	1.28	16	妖怪手錶	華視	1.38
17	牡丹花開真享購	台視	1.19	17	1800蠟筆小新	台視	1.16
18	新名偵探柯南	華視	1.16	18	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.11
19	1315幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.15	19	三生三世十里桃花	中視	1.11
20	大陸尋奇	中視	1.15	20	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	1.08
平均			1.82	平均			1.96

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

※統計期間：2017/10/09-2017/10/15

# 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	綜藝大集合娘家益生菌	民視	2.88	1	綜藝大集合娘家益生菌	民視	5.12
2	OPPO R11綜藝玩很大	中視	2.50	2	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	4.94
3	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	2.16	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.50
4	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.94	4	航海王23	台視	2.09
5	OPPO R11飢餓遊戲	中視	1.76	5	OPPO R11綜藝玩很大	中視	2.08
6	綜藝3國智高島	台視	1.39	6	OPPO R11飢餓遊戲	中視	2.01
7	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	1.24	7	中視新聞全球報導	中視	1.79
8	天才衝衝衝	華視	1.22	8	超級天王豬哥秀	華視	1.72
9	航海王23	台視	1.20	9	愛妮雅舞力全開	民視	1.54
10	1830蠟筆小新	台視	1.17	10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.53
11	烏龍派出所	華視	1.17	11	天才衝衝衝	華視	1.50
12	中視新聞全球報導	中視	1.01	12	綜藝3國智高島	台視	1.47
13	台視晚間新聞	台視	1.00	13	1315幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.43
14	新名偵探柯南	華視	0.99	14	三生三世十里桃花	中視	1.43
15	牡丹花開真享購	台視	0.98	15	台視晚間新聞	台視	1.40
16	哆啦A夢	華視	0.86	16	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.38
17	稍息立正晚自習	中視	0.77	17	大陸尋奇	中視	1.34
18	華視晚間新聞	華視	0.75	18	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	1.33
19	1800新名偵探柯南	華視	0.73	19	牡丹花開真享購	台視	1.28
20	蠟筆小新	台視	0.72	20	1300幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.27
平均			1.32	平均			2.01

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

※統計期間：2017/10/09-2017/10/15

# 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	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	3.12	1	1130鼠來寶2	YOYO	2.55
2	超級紅人榜	三立台灣	2.93	2	1230皮巴弟先生與薛曼的時	YOYO	2.49
3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.61	3	1130我們這一家電影版	YOYO	2.28
4	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	1.81	4	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	2.25
5	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.66	5	1900蠟筆小新黃金間諜大作	YOYO	2.18
6	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	1.61	6	1130PAPADOG	YOYO	2.15
7	國慶焰火秀	三立新聞	1.56	7	1030我們這一家超能力花媽	YOYO	2.13
8	麻醉風暴2	公共電視	1.53	8	蠟筆小新黃金間諜大作戰	YOYO	2.10
9	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.34	9	2000神奇寶貝電影光輪的超	MOMO	2.07
10	麻醉風暴2清醒之前風暴之	公共電視	1.29	10	戰鬥陀螺爆烈世代神	YOYO	2.01
11	2017一起更好	三立新聞	1.13	11	皮巴弟先生與薛曼的時光冒	YOYO	1.94
12	草地狀元	三立台灣	1.12	12	妖怪手錶	YOYO	1.91
13	民視晚間新聞	民視新聞	1.04	13	1745SUPER WINGS	YOYO	1.88
14	新聞深喉嚨	中天新聞台	0.99	14	0830戰鬥陀螺爆烈世代神	YOYO	1.85
15	2215阿母	三立台灣	0.99	15	LINE TOWN麻吉樂園	YOYO	1.83
16	光輝雙十國慶	TVBS新聞台	0.98	16	1430神奇寶貝電影光輪的超	MOMO	1.83
17	守護者K2薰妃傳	東森戲劇台	0.95	17	我們這一家	YOYO	1.80
18	1830烏龍派出所	衛視中文	0.93	18	1800神奇寶貝XY	MOMO	1.77
19	台灣大頭條	三立新聞	0.93	19	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	1.74
20	文茜的世界周報	中天新聞台	0.92	20	1130史瑞克	YOYO	1.72
平均			1.47	平均			2.02

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

※統計期間：2017/10/09-2017/10/15

# 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	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	1.95	1	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	3.51
2	1830烏龍派出所	衛視中文	1.35	2	超級紅人榜	三立台灣	3.48
3	麻醉風暴2	公共電視	1.27	3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.17
4	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	1.15	4	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	2.07
5	旅行應援團	衛視中文	1.11	5	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.94
6	最完美的女孩	衛視電影	1.06	6	國慶焰火秀	三立新聞	1.76
7	1800烏龍派出所	衛視中文	1.06	7	綜藝玩很大專科完美保濕面	三立都會	1.60
8	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	三立都會	0.99	8	麻醉風暴2	公共電視	1.58
9	麻醉風暴2清醒之前風暴之	公共電視	0.98	9	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.51
10	烏龍派出所	衛視中文	0.91	10	麻醉風暴2清醒之前風暴之	公共電視	1.37
11	草地狀元	三立台灣	0.90	11	2017一起更好	三立新聞	1.36
12	國慶焰火秀	三立新聞	0.89	12	民視晚間新聞	民視新聞	1.25
13	歡樂智多星	衛視中文	0.87	13	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.24
14	2000綜藝玩很大安可場	三立都會	0.87	14	草地狀元	三立台灣	1.22
15	型男大主廚閻林文創創思啟	三立都會	0.86	15	光輝雙十國慶	TVBS新聞台	1.16
16	青春好7淘	三立台灣	0.81	16	文茜的世界財經周報	中天新聞台	1.13
17	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	0.81	17	2215阿母	三立台灣	1.13
18	超級紅人榜	三立台灣	0.81	18	台灣大頭條	三立新聞	1.11
19	1730烏龍派出所	衛視中文	0.79	19	文茜的世界周報	中天新聞台	1.10
20	戲說台灣假日完整版	三立台灣	0.79	20	在台灣的故事	三立台灣	1.08
平均			1.01	平均			1.69

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

※統計期間：2017/10/09-2017/10/15



# 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	幸福來了鮮一杯咖啡	民視	4.20	1	綜藝大集合娘家益生菌	民視	4.55
2	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	3.12	2	超級紅人榜	三立台灣	2.93
3	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	1.81	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.88
4	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.66	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.61
5	麻醉風暴2	公共電視	1.53	5	OPPO R11綜藝玩很大	中視	2.17
6	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.48	6	OPPO R11飢餓遊戲	中視	2.02
7	三生三世十里桃花	中視	1.28	7	綜藝玩很大專科完美保潔面	三立都會	1.61
8	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	1.28	8	綜藝3國智高島	台視	1.56
9	牡丹花開真享購	台視	1.19	9	超級天王豬哥秀	華視	1.40
10	1315幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.15	10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.37
11	1300幸福來了鮮一杯咖啡	民視	1.05	11	天才衝衝衝	華視	1.36
12	2215阿母	三立台灣	0.99	12	愛妮雅舞力全開	民視	1.28
13	守護者K2薰妃傳	東森戲劇台	0.95	13	豬哥會社國田精品門窗	民視	1.05
14	阿不拉的三個女人蔥媽媽爆	民視	0.92	14	2000綜藝玩很大安可場	三立都會	0.87
15	1900熱海戀歌	三立台灣	0.91	15	歡樂智多星	衛視中文	0.86
16	噗通噗通我愛你大誠保險經	台視	0.87	16	1900歡樂智多星	衛視中文	0.83
17	我和我的四個男人大誠保險	台視	0.84	17	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	三立都會	0.80
18	1230一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	0.84	18	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.80
19	甜蜜秋天	GTV戲劇台	0.80	19	歌手	中天綜合台	0.77
20	1600一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	0.79	20	2200超級紅人榜	三立台灣	0.76
平均			1.38	平均			1.62

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

※統計期間：2017/10/09-2017/10/15

# 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) 2717-5238 ext.9282 編輯小組



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