

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1833
08.13-08.19





本期摘要

媒體放大鏡 「剪線潮」警訊？上半年少了6萬8,422戶

國際視野 連網電視的成長造成廣告量停滯？

科技瞭望 自駕車開始配送雜貨了！

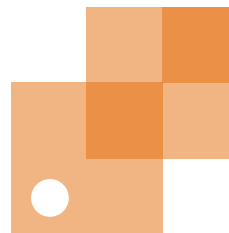
專案介紹 CHOCO TV 冠名專案

收視調查

藝人動態 2018/06/22 ~ 2018/08/26

Media
news

媒體放大鏡



「剪線潮」警訊？上半年少了6萬8,422戶

媒體放大鏡

根據國家通訊傳播委員會 (NCC) 的統計資料，2014年到2017年，有線電視用戶數從500.2萬戶，一路成長到522.5萬戶；但是到了2018年，用戶數開始減少，第一季跌到519.5萬戶，第二季更持續下滑到515.6萬戶，相較於中華電信MOD自鄭優接手後，用戶數從不到130萬戶到突破180萬戶，此消彼長，後續發展令人關注。

全球有線電視產業近年來受到IPTV和OTT的激烈競爭，出現「剪線潮」，其中以美國市場最為顯著。根據諮詢公司Cg42發布的最新預測，美國2018年將流失 540 萬有線電視用戶，而從2014年至今，放棄有線電視的美國用戶累計人數高達1,880萬。

美國有線電視收視人口從2014年開始迅速流失，台灣有線電視用戶這半年少了近7萬戶，「是一個警訊」，因為依照國際研究機構亞洲傳媒夥伴 (MPA) 的觀察，美國和韓國等有線電視業者，因為OTT競爭而出現「剪線潮」，雖然台灣還未受到嚴重影響，但是目前OTT在美國人口滲透率約35%，**台灣不到10%**，預估未來5到7年將成長到20%到25%。MPA分析，在網際網路發達的時代，觀眾越來越容易找到內容替代品，因此一旦對傳統內容提供商感到失望，觀眾就會選擇離開。

【2018/08/19, ETtoday】

有線電視殺紅眼 月租免百元

有線電視再掀價格戰，台北市一級戰區三強殺紅眼！北都有線電視近來推出1年1,500元，再送6個月免費月租費，相當於18個月1,500元、1個月才83元左右的破盤價，部份社區大樓甚至傳出贈送8個月免月租的優惠價，一個月收視費75元，被視為近年有線電視市場最殺的價格。

據了解，凱擘針對部份區域，祭出預繳6個月月租費、送數月免費月租。中嘉也針對部份競爭激烈的鄰里或大樓，授權業務員可以以1年1,500元出手搶客，形成三大有線電視業者廝殺角力的局面。北都近年積極拓展台北市經營區，透過低價策略、已從凱擘及中嘉手中搶下4萬多用戶，凱擘最近計畫在花、東地區申請跨區經營，直撲練台生的大本營，被視為是反擊練台生在台北市凱擘經營區重鎮低價搶客的積極動作。而中嘉出售案正進入審查階段，更不容許客戶數滑落、影響交易價格。中嘉則強調，僅限定部份競爭激烈的區域授權業務員推出1年1,500元的收視費，並非全面推出促銷價。

市場人士分析，9月開始進入年度收視費申請及審查作業，雖然分組付費延後於2020年上路，但是未來收視費往下調降趨勢底定，為了搶市占，各家業者不得不再殺價搶客戶。

目前台北市的收視費普遍落在**每月495~550元上下**，業者指出，只要打到250元就已經不符成本，恐怕連頻道的版權費及營運成本都有可能補不回來，更何況是一個月百元鈔票有找的破盤價，顯然，搶客戶及市占成為業者的當務之急。

【2018/08/14, 工商時報】



最近Spotify正在測試一項新功能，將允許用戶快速略過不想聽、不感興趣的廣告，自主選擇想聽的廣告內容，從中優化演算法，達成最大的廣告效益。

• 自主選擇想聽的廣告內容

根據Spotify最新一季財報，目前擁有每月1.8億活躍用戶，比去年同期成長30%，其中共有7,500萬付費訂閱用戶、1.01億免費用戶，廣告營收為1.58億美元，成長20%。

現在Spotify打算針對廣告體驗大改版，推出一款叫「Active Media」的新功能，用戶可以跳過自己沒有興趣的廣告，廣告主也不需要為跳過的廣告付費，然而這不代表免費版用戶完全不需要聽廣告，而是可以選擇自己想聽的廣告內容，同樣必須等廣告結束後，才能接續播放音樂。

• 從用戶喜好中，讓演算法更聰明

總體而言Spotify的作法是相當聰明的，不僅可以讓用戶花更長的時間，在真正喜歡的廣告上，Spotify的演算法也能因此得到更優質的訓練資料，未來就能針對特定用戶，提供更有效的投放廣告，使廣告效益發揮到最大，用戶黏著度也能提升，而這正是Spotify背後真正的目的。Spotify預估，透過調整廣告投放策略，可以因此增加20%以上的廣告營收，不過所預期仍有待觀察，未來才會逐步推行到全球市場。

【2018/08/15,數位時代】

結合智慧音箱 亞馬遜音樂串流打低價牌

亞馬遜 (Amazon) 即將在美國打全國廣告，宣傳旗下的音樂串流服務。亞馬遜在美國、英國和德國這三個國家深耕告示牌 (Billboard) 排行榜熱門音樂、線上影音和線上廣播等領域的業務，音樂串流是這個大計畫中的一環。智慧音箱Echo和數位助理Alexa的熱賣，促使亞馬遜優先開拓音樂市場。音樂是Alexa被問得最多的類型之一，光是去年一年使用者聽音樂的時間就增加了一倍。

亞馬遜音樂部門主管布恩 (Steve Boom) 認為，音樂服務有助Echo和Alexa在競爭中有所區隔。亞馬遜領先業界的音樂服務特色是，使用者唯一需要控制的就是聲音。亞馬遜表示，目前有數千萬人使用亞馬遜的兩種音樂服務：Amazon Prime和Amazon Music Unlimited。Amazon Prime會員可以選聽含有部分新曲在內的200萬曲目音樂。Amazon Music Unlimited則收取月費，會員有數千萬首歌曲可以選擇。

亞馬遜說他們音樂服務的目標市場不同於蘋果或是Spotify，亞馬遜的顧客年齡大一些，比較不關注嘻哈 (hip-hop) 和節奏藍調 (R&B)，喜愛爵士、鄉村音樂以及幫孩子選購音樂。亞馬遜在其他產業對競爭者或許是一大威脅，但在音樂串流這個領域，跟蘋果和Spotify兩個市場領導者比，它只算是個後來的「小」兵。Spotify是全球第一大音樂串流公司，擁有8,000萬用戶，市值大約350億元；蘋果緊追在後。

【2018/08/19, 聯合新聞網】



1995年推出的yam蕃薯藤可以說是台灣「第一代網民」的共同回憶，它旗下的天空部落卻在本月宣布，**10月1日12時**將刪除絕大部分的部落格。身為部落格時代的開端先驅，這存放了許多網友多年的照片和文章等檔案，官方正在討論規劃，該讓用戶怎樣更好地下載保存大量回憶，使每份青春歲月能在10月前被「抓住」。

據天空部落的官方發言號「yam天空尖兵部落格」7日的「重大公告」，天空部落的營運模式及方向有重大調整，他們將保留部份與未來經營方向契格，被保留的部份部落格的「格友們」，將會收到一封「天空部落重大通知」信件。接下來，他們於2018年10月1日12時，會刪除全部非保留的部落格資料。同時，他們也表示，徵選之中難免有遺珠之憾，希望用戶們見諒，並感謝大家長久以來的使用與愛護。

很長一段時間，部落格是網路最重要的社交工具，天空部落則是很多「第一代部落客」發跡的平台，曾經大受歡迎的無名小站、yahoo奇摩等也都是他的「後輩」。這2個「後輩」在2013年12月一同關閉，如今天空部落也道別，讓網友們感嘆，「這不只是部落格時代在臉書、IG等新興網路世代下的衰敗，大概也是我們這些老網友不再青春的見證。」

【2018/08/15, ETtoday】

Instagram人氣標籤「#OOTD」帶動退貨商機

許多人為了出席重要場合，購買昂貴的衣服然後不把標籤撕下，隔天立刻退貨，這樣的情況出現在Instagram上。

• 拍完照就退貨，社群時代下的退貨風潮

現在非常習慣在網路上研究穿搭，有高達58%的Z世代會從Instagram尋找穿搭靈感，因此在Instagram上有一個非常受到歡迎的Hashtag叫做「#OOTD (outfit of the day)」。

「#OOTD」風潮更直接衝擊了購物體驗，有十分之一的英國消費者，坦承買衣服只是為了要拍照上傳Instagram，順利完成滿意的穿搭照片後，就會立刻將衣服退貨。許多網路商家標榜先把商品寄到客人手中，試穿後喜歡再付錢，作為一種新的行銷手法，因此助長了許多一心只為經營社群的顧客，拍完照後就將商品退貨。



• #OOTD 衍生的新商機

2009年成立的「Rent the Runway」，標榜「雲端衣櫥」主打用戶只要每個月支付固定費用，能租任何喜歡的衣服，目前用戶已超過900萬。商家利用社群的力量，像是在網站上張貼更清楚的照片，讓消費者清楚衣服穿在身上的樣子，此外，也能跟社群有更大程度的合作，讓消費者理解在生活中各種可能穿搭的情境，翻轉只是單純為了拍照經營社群的思維，或許就能減少退貨循環。

【2018/08/15, 數位時代】



隨著科技進步，創新團隊用不同的技術來發展，期望開創新的服務模式，挑戰旅行科技產業。如人工智慧 (AI) 的聊天機器人取代傳統客服、大數據更精準預測機票票價走勢、區塊鏈則是排除供應者和消費者之間的仲介。 【2018/08/19,數位時代】

Destygo聊天機器人：即時回答大哉問

來自法國巴黎的Destygo開發了一系列專為旅行產業的「聊天機器人」，讓服務隨時都能進行。

Destygo與飯店業者合作，透過聊天機器人就可以了解和訂購住宿，特別是商務旅客若與飯店集團簽有合約，聊天機器人也能在這樣的條件下，協助商務客選取最有利的方案。

Mezi數位助理：推薦餐廳最可靠

前陣子才被商務旅行大佬美國運通買下的Mezi，就是一個有著人工智慧的個人助理App。透過和聊天機器人對話，它可以為你蒐集航班、旅館、餐敘的資訊並推薦，省去無止盡的瀏覽。透過這些資訊的蒐集，它也可以協助真人客服中心，減少了解需求的時間，提供更客製化的服務。

Hopper分析大數據：機票下手神預測

Hopper透過一天超過150億筆資料的大數據分析，提供消費者準確的預測，根據Hopper的說法，準確度可以高達95%，在搜尋時會給你「現在買」或是「請等待」兩種選擇。若選擇「等待」，Hopper會將價格變化主動通知使用者，且最重要的是，Hopper本身就是旅行社，下訂後可以直接開票。

拒絕就沒事？Google正默默記錄你的位置數據

Google正悄悄記錄你的一舉一動！在Google的隱私選項中，有項名為「**所在地點歷史紀錄**」(Location History) 的設定，如果關掉該功能，用戶的所在地點就不會被記錄在Google的資料庫當中；不過，有外媒發現就算用戶關掉該功能，部分的Google App在更新資料時，仍會擷取使用者的位置資訊。

以Google Map為例，只要用戶使用該程式，Google就會存下用戶所在地點拍下的照片，也會自動更新所在地天氣狀況。換句話說，用戶經常在非自願的情況下，被Google偷偷地記錄了下來。估計這項隱私問題將會對全球20億的Android用戶，以及仰賴著Google地圖、搜尋引擎的iPhone用戶帶來影響。

曾任美國聯邦傳播委員會 (FCC) 執法局前首席技術專家的梅爾 (Jonathan Mayer) 表示，當用戶拒絕提供位置數據時，就應該關閉所有保存定位歷史紀錄的程式。Google發言人回應道，Google是透過所在位置資訊來增進用戶的使用體驗，如若用戶拒絕提供，便無法享受到客製化的推薦等資訊。

近年來，用戶隱私成為熱議話題，不論是無人商店的人臉辨識系統，或是3C產品、社群媒體的隱私權設定，都讓人們在享受便利科技的同時，伴隨著被跟蹤、監視的風險；該如何在其中取得平衡，也將是許多科技公司要面臨的問題。

【2018/08/19,匯流新聞網】





長期以來負責台灣頂尖電競戰隊「閃電狼」營運事宜的狼谷娛樂，今(20)日宣布取得衛星廣播電視執照，將推出「狼谷競技臺」，打造全電競相關的影音內容。

狼谷娛樂計畫打造一個提供觀眾更完整服務的電競內容平台；向NCC遞交衛星廣播電視執照申設計畫書時，也同步將閃電狼的營運事宜轉移到母公司網銀國際。

狼谷競技臺總經理黃俊仁表示，頻道預計將在十月中於MOD開播，「狼谷競技臺」也將會是國內第一家「全4K」建置的電視頻道，未來相關節目製作及訊號傳輸，也都會以4K規格進行。

而今年11月即將在高雄舉辦、有「電競界奧運」之稱的IESF世界電競錦標賽，「狼谷競技臺」已經取得主辦方授權，將會以4K規格製播全程賽事及表演內容，讓觀眾可以用高畫質欣賞台灣首度舉辦的世界級電競賽事。

【2018/08/20,鏡週刊】



走入線下生活！亞馬遜要開實體電影院了？

經營無人商店Amazon GO還不夠！亞馬遜 (Amazon) 未來要進軍實體電影院了？

《彭博社》(Bloomberg) 報導，電商巨頭亞馬遜正計畫收購全美連鎖影院「地標戲院」(Landmark Theatres)。該電影院成立於1974年，專門播映獨立電影與外國電影，在全美擁有52間戲院共252個螢幕。報導指出，亞馬遜打算加入其他競爭者的收購行列，但目前還未做出最終決定，該公司亦無對此報導做出評論。

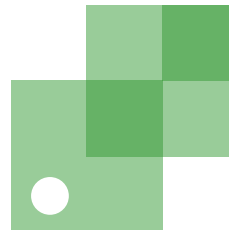
不過，TechCrunch指出，這是相當適合亞馬遜的戰略。該公司目前已攻略了書籍、雜貨、電子產品、化妝品、服飾等領域，為消費者帶來便宜且簡易的購物體驗，也讓亞馬遜的龍頭地位更加穩固。

亞馬遜去(2017)年8月以137億美元收購了美國連鎖有機生鮮品牌全食(Whole Foods)，震驚了超市行業，並靠著「折扣戰」以及自身強大的物流實力，讓這樁「強強結合」的收購案再次壯大了亞馬遜帝國；此外，今年5月還傳出無人商店 Amazon GO 持續展店的消息，這間全球最大電商正逐步帶著從長久以來在線上累積起來的銷售經驗走入消費者的線下生活。

【2018/08/20,匯流新聞網】

Media
trend

國際視野



連網電視的成長造成廣告量停滯？



連網電視家庭目前占美國所有家庭的近四分之三，雖達到普及程度還不及構成龐大的廣告市場。

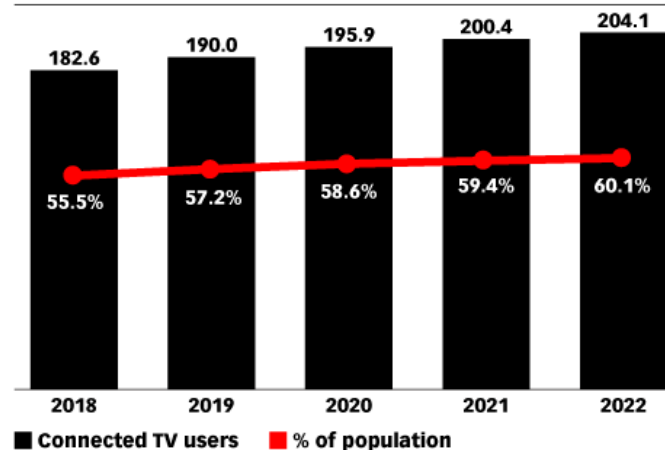
在新的預測中，eMarketer（市調公司）估計今年美國的連網電視用戶將達到1.826億（約55.5%），比2017年增長8.1%。另外在家庭調查部分，eMarketer估計美國有8,870萬個連網電視家庭，佔所有家庭的71.6%。儘管目前市場滲透率很高，但網路電視廣告也只佔整體電視廣告的一小部分。

eMarketer的影音首席分析師Paul Verna表示：由於平臺和其他因素存在問題，網路電視廣告的變得具有挑戰性。但由於消費者對於網路電視的接受度比預期快速，因此廣告量急起直追似乎只是時間問題。

根據行銷顧問公司Tru Optik針對廣播與有線電視台的評估，美國廣播及有線電視的廣告支出今年將達到82億美元，比2017年的47億美元增長約75%。Tru Optik大膽地預測，2019年將增長至133億美元，2020年將增長至201億美元。此外，Tru Optik在先前2018年的預測，要攻佔整體電視廣告支出的12%。相比之下，我們預計今年數位影音廣告將達到178.7億美元，佔電視廣告支出的25.6%和數位廣告支出的16.7%。其中，包括在播放器中的數位影音內容之前、期間或之後出現的廣告，但不包括Facebook或Twitter等社交媒體平台。

紛紛轉向連網電視的不僅美國。IHS Markit（經濟預測及商業諮詢機構）報告指出，智慧型電視的數量今年將達到**全球電視出貨量的70%**，高於2015年的45%。

US Connected TV Users, 2018-2022
millions and % of population



Note: individuals of any age who use the internet through a connected TV at least once per month
Source: eMarketer, July 2018

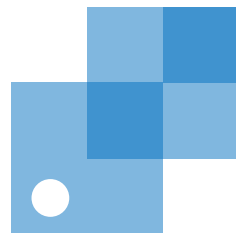
▲ 2018年至2022年網路電視的使用族群

• 智慧型電視：

所謂的「智慧型電視」具有網際網路連線功能，可跟手機一樣下載APP應用程式，甚至相互串連起「手機」、「電腦」的社群網絡和影音內容，連雲端的數位電視頻道都可以接收，即時新聞和娛樂節目也可以一手掌握。例如「Connected TV（連網電視）」、「Smart TV（智慧型電視）」、「Internet TV（網路電視）」，也都是新電視世代的產物。

New
Idea

科技瞭望





自動駕駛技術除了能讓人類駕駛從駕駛座上解放，還可能對不同產業造成巨大改變！

美國連鎖超市企業Kroger與矽谷自動駕駛新創公司Nuro近日展開合作，開始在亞利桑那州使用自駕車配送雜貨，據報，這項計畫最初會配置安全駕駛員，但計畫在不久的將來轉向使用「**完全自駕車**」來配送貨品。

Kroger與Nuro的實驗是與Kroger旗下的Fry's食品與藥品超市合作，客戶可以透過該店的網站或應用程式購買物品，選擇當日到貨或次日到貨，接著Fry's超市店員會將貨品裝上自駕車，購物者可在路邊現場取貨，取貨過程購物者將使用數字代碼打開車輛，整段運送過程會有兩名人員負責監視自駕車輛，每次收取5.95美元運費。



此前，汽車大廠福特（Ford）曾在今年6月在邁阿密以自駕車「**外送餐點**」，不過，其實車裡還是有「真人司機」在內，福特表示，他們這麼做只是為了收集民眾對自動駕駛車送餐的反應，並從中解決他們對於自駕車的疑慮。

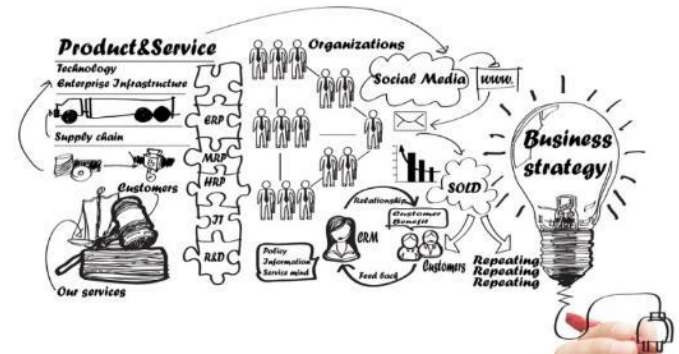
至於在自動駕駛領域跑得最快的Waymo公司則打算在今年年底於亞利桑那州鳳凰城（Phoenix）推出自駕車載客服務，在日前傳出該公司已針對參與早鳥乘客計畫的成員進行「價格測試」。



▲ 福特的多儲物櫃系統讓外送食物可以在運送過程中保持安全，訂購食物者會收到「到貨時間」的簡訊，並且在貨到時在外送車的觸控螢幕上輸入取貨密碼，只有當密碼正確時，訂購者的指定儲物櫃才會開啟，示範了自駕車在商業應用上的新模式。

Project

專案介紹



<http://ppt.cc/7VY2g>



三大優勢 Competitive Advantage



女性用戶近七成



台灣本土OTT
品牌主專屬客製化方案



攻佔電視廣告
無法觸及的年輕族群



CHOCO TV 冠名優勢



大幅提升品牌/產品知名度
CP值最高的行銷方案



片單多元
中日台韓劇眾多選擇



搭配跨平台操作
行動影音首選APP



戲劇冠名 連結品牌好感度

冠名影片前破口露出



連結影片冠名 LOGO可等外站



- 冠名產品或品牌名稱
- 冠名影片前大破口露出
- 冠名LOGO可更換
- 可外連官網且追蹤資料
- 跨螢裝置冠名(APP/web)
- 冠名時間彈性調整
- 片單多元選擇
- 手機隨時隨地播放不間斷



案例分享 冠名案例

冠名大破口



冠名LOGO



劇照LOGO露出



首頁劇照LOGO露出

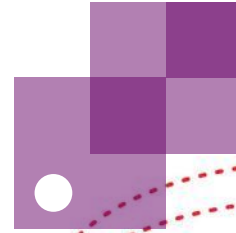


客製化推播



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	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	5.48
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	4.32
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.86
4	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.19
5	航海王24	TTV	卡通影片	2.05
6	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.84
7	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.48
8	軍師聯盟2虎嘯龍吟	CTV	大陸劇	1.33
9	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.29
10	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.29
11	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	國語連續劇	1.27
12	實習醫師鬥格娘家明亮優適	FTV	國語連續劇	1.22
13	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.20
14	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	1.17
15	1300大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	1.14
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.13
17	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.08
18	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.05
19	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.99
20	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.91

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	3.44
2	金家好媳婦一家人洗髮精	SANLI	閩南語連續劇	3.40
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.99
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.69
5	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	2.00
6	女兵日記永信HAC	TVBSG	國語連續劇	1.67
7	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	1.54
8	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.50
9	黃金光輝的人生	GTV-D	韓劇	1.45
10	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.27
11	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.15
12	1230金家好媳婦喜多納健康	SANLI	閩南語連續劇	1.11
13	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.10
14	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.02
15	花遊記	*SCC	韓劇	0.99
16	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.99
17	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	0.97
18	我和我的冠軍女兒	ET-M	外片	0.96
19	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.95
20	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.95

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	航海王24	TTV	卡通影片	3.11
2	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	2.40
3	1800航海王24	TTV	卡通影片	2.22
4	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.22
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.14
6	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.80
7	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	1.68
8	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.67
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.27
10	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.10

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	3.36
2	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.15
3	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.76
4	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	2.70
5	航海王24	TTV	卡通影片	1.77
6	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	國語連續劇	1.76
7	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.73
8	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.66
9	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.37
10	軍師聯盟2虎嘯龍吟	CTV	大陸劇	0.98

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	4.03
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	3.08
3	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.04
4	航海王24	TTV	卡通影片	2.42
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.98
6	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.78
7	綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.70
8	軍師聯盟2虎嘯龍吟	CTV	大陸劇	1.50
9	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.28
10	實習醫師鬥格娘家明亮優適	FTV	國語連續劇	1.19

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	8.70
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	7.21
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.31
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	3.01
5	1300大時代Footer除臭襪	FTV	閩南語連續劇	2.26
6	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.22
7	萬秀豬王尚讚	CTV	娛樂綜藝	2.08
8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.84
9	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.84
10	軍師聯盟2虎嘯龍吟	CTV	大陸劇	1.68

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	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	2.02
2	金家好媳婦一家人洗髮精	SANLI	閩南語連續劇	2.01
3	女兵日記永信HAC	TVBSG	國語連續劇	1.40
4	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.36
5	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.32
6	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.22
7	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.20
8	航海王	*SCC	卡通影片	1.19
9	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	1.11
10	花遊記	*SCC	韓劇	1.08

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦一家人洗髮精	SANLI	閩南語連續劇	3.28
2	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	3.19
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.81
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.79
5	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.48
6	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	1.42
7	女兵日記永信HAC	TVBSG	國語連續劇	1.38
8	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.30
9	2215雨夜花	SANLI	閩南語連續劇	1.19
10	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.08

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦一家人洗髮精	SANLI	閩南語連續劇	2.79
2	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	2.78
3	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	娛樂綜藝	2.01
4	女兵日記永信HAC	TVBSG	國語連續劇	1.58
5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.55
6	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.52
7	花遊記	*SCC	韓劇	1.49
8	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	1.24
9	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	1.10
10	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	1.04

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.69
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.81
3	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	閩南語連續劇	4.68
4	金家好媳婦一家人洗髮精	SANLI	閩南語連續劇	4.65
5	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	閩南語連續劇	3.39
6	黃金光輝的人生	GTV-D	韓劇	2.84
7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	閩南語連續劇	2.38
8	1230金家好媳婦喜多納健康	SANLI	閩南語連續劇	2.02
9	女兵日記永信HAC	TVBSG	國語連續劇	2.00
10	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	1.91

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	0.71	0.67	0.39	0.55	1.01
CTV/中視	0.64	0.43	0.27	0.39	1.10
FTV/民視	0.37	0.11	0.14	0.16	0.74
CTS/華視	0.24	0.21	0.2	0.21	0.3

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	0.21	0.25	0.49	0.67
ET-N/東森新聞	0.41	0.18	0.20	0.38	0.68
FTVN/民視新聞	0.41	0.10	0.12	0.25	0.82
CTiN/中天新聞台	0.39	0.16	0.12	0.27	0.75
SETN/三立新聞	0.38	0.11	0.18	0.29	0.68
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.05	0.09	0.14	0.43
UBN/非凡新聞	0.15	0.03	0.07	0.11	0.28
NTVN/壹新聞	0.13	0.04	0.07	0.12	0.21
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.04	0.08	0.12	0.20

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	大時代Footer除臭襪	FTV	5.48
2	金家好媳婦喜多納健康營養	SANLI	3.44
3	金家好媳婦一家人洗髮精	SANLI	3.40
4	戲說台灣聿健蝦紅素	SANLI	2.00
5	女兵日記永信HAC	TVBSG	1.67
6	戲說台灣假日完整版聿健蝦	SANLI	1.50
7	黃金光輝的人生	GTV-D	1.45
8	軍師聯盟2虎嘯龍吟	CTV	1.33
9	大誠保險經紀人女兵日記	TTV	1.27
10	實習醫師鬥格娘家明亮優適	FTV	1.22

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	4.32
2	超級紅人榜	SANLI	2.99
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	2.86
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.69
5	OPPO R15綜藝玩很大	CTV	2.19
6	OPPO R15飢餓遊戲	CTV	1.84
7	綜藝玩很大Footer除臭襪	SL2	1.54
8	愛妮雅舞力全開	FTV	1.48
9	綜藝3國智	TTV	1.29
10	萬秀豬王尚讚	CTV	1.17

新聞類/全體

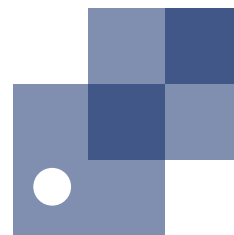
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	0.95
2	文茜的世界周報亞洲版	CTiN	0.71
3	台灣1001個故事	ET-N	0.70
4	非凡最前線	UBN	0.66
5	1600台灣大搜索	CTiN	0.64
6	文茜的世界財經周報	CTiN	0.63
7	政經看民視	FTVN	0.61
8	驚爆新聞線	SETN	0.61
9	錢線百分百	UBN	0.60
10	少康戰情室	TVBS	0.60

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.20
2	青春好7淘	SANLI	0.97
3	型男大主廚OB嚴選	SL2	0.80
4	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.64
5	2018亞運特別報導	ET-N	0.60
6	直18U12亞洲少棒韓VS中	VLSPT	0.57
7	食尚玩家	TVBSG	0.47
8	美國職棒看民視馬林魚VS國	FTV	0.45
9	愛玩客之移動廚房	SL2	0.44
10	食尚玩家來去住一晚	TVBSG	0.41

**Dorian
idols**

藝人動態

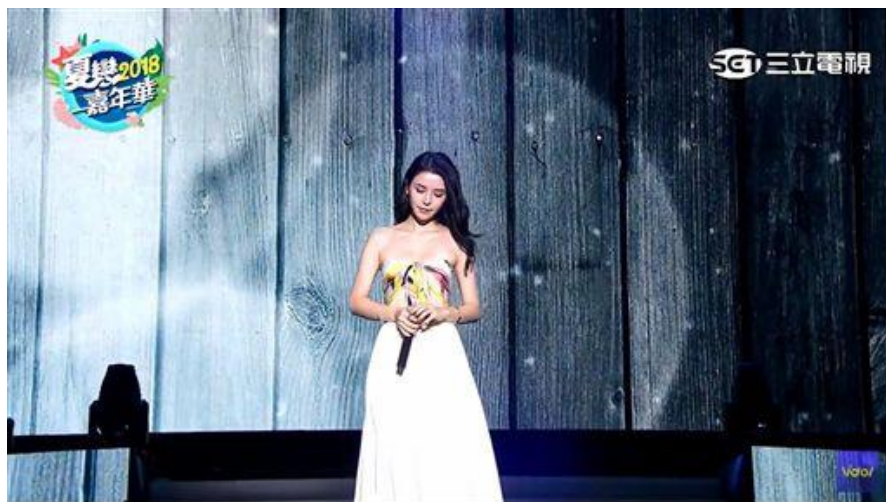


Dorian

DOL!DU

2018夏戀嘉年華今(7日)晚於花蓮市六期重劃區揭開序幕，由SpeXial子閔、明杰、J.SHEON、**性感女神李毓芬**、陳彥允、台語天后白冰冰、戴愛玲打頭陣，壓軸則由偶像劇男神炎亞綸擔綱演出，還有開幕限定3分鐘星空煙火秀，精彩內容直逼售票演唱會。副祕書長李宏滿偕縣府首長等人與2萬5千名觀眾一起享受今晚的巨星魅力。一連八日每晚7時登場，超強卡司陣容猶如華語流行音樂派對，歡迎全國民眾來訪花蓮，共度充實的暑假時光。性感女神李毓芬以純粹真摯的歌聲，演唱「**早應該**」、「**我跟她們不一樣**」等浪漫歌曲，緩緩牽動歌迷的情緒，瀰漫在幸福溫暖的氛圍中。

【2018/07/07,花蓮縣全球資訊服務網】



▲07/07 花蓮2018夏戀嘉年華



▲07/28 2018漢神巨蛋放鬆音樂節



每年漢神巨蛋開店慶最受矚目的「地球FUN輕鬆音樂節」於7/28(六)開唱，邀請到**2017hitoMV點擊人氣獎得主「李毓芬」**、金曲獎入圍常客「旺福樂團」、金曲獎入圍常客「旺福樂團」、

慵懶輕柔靈魂嗓音歌手「吳卓源Julia」、KKBOX風雲榜年度最佳新人「J-Sheon」以及2016 MTV 亞洲大勢歌手潛力新人獎「熊仔」等超強卡司陣容來到現場與大家同樂。

【2018/07/03,自由時報】



▲08/02 型男大主廚 x 搖滾音樂【吻我吧娜娜】宣傳



▲08/16 果陀劇場搖滾音樂劇《吻我吧娜娜》閃耀加演

義無反顧求愛大丈夫 卜學亮 飾 潘大龍
顛覆傳統瀟灑大女人 黃嘉千 飾 郝麗娜
郭子乾、竇智孔 (台北、桃園場)、于浩威 (台南、台中場)、**范乙霏**、張仰瑄、許逸聖 搖滾主演

改編自莎士比亞的劇作《馴悍記》，1997年以台灣第一齣**搖滾歌舞劇**之姿，躍上劇場舞台。搖滾元素融入張力十足的劇情中，搭配大男人、大女人情感的衝突與交鋒，成就了一齣幽默有趣的傑作。此作當年在劇場界投下了一顆震撼彈，並在1999年重新演繹，除了在戲劇結構上再度加強外，「華人音樂劇教父」梁志民更全新打造視覺與音樂整體風貌。

時隔20年後，果陀再度推出本劇，搖滾厚實的音樂性仍是這次的重製重點，「音樂總監」櫻井弘二為角色個性塑造全新風格，營造出當代曲風；「劇本改編」陳樂融保留原著精神，以現代語彙跨越觀眾與鉅作的時空隔閡，讓《吻我吧娜娜》劇中角色成為新時代發言人；導演梁志民更巧妙地將歌、舞、劇多元表演形式渾然一體的結合，使2018年版本的《吻我吧娜娜》成為顛覆世代的閃耀經典復刻版。

- 台灣第一齣LIVE BAND MUSICAL 搖滾歌舞劇
- 音樂時代雜誌稱之為「十年來最精彩的音樂劇」
- 當時獲選為中國時報該年度十大表演藝術節目
- 張雨生挑戰音樂劇不可能的任務，《吻我吧娜娜》音樂劇一開始就可以令人興奮得半死 (中國時報)

【2018/08/16,果陀劇場】



《玩很大》為迎接史上最大咖的客座評審哈登到來，特別在「夏日運動會」的主題中，讓KID、李易、懷秋、陳大天、謝忻、LULU、孫其君、惟毅、壯壯、曾理等人穿戴上各種大型道具打籃球，畫面逗趣讓哈登看得捧腹大笑。

由於以往NBA球星因為擔心受傷意外，不太輕易下場打球，但當天看到藝人在場上如此賣力，讓哈登臨時決定下場與大家同歡，展現三分球的好球技，對於突如其來的舉動，現場的來賓及觀眾都興奮不已，也看到大牌巨星親民的一面。

【2018/07/25,三立新聞網】

▲07/28 綜藝玩很大x NBA明星球員台綜初體驗



▲07/08【吃FUN吧】全民瘋世足！
影片連結：<https://goo.gl/P7tupi>



▲東森愛玩車主持系列
影片連結：<https://goo.gl/Qk5sz8>



▲07/05 TVBS八點檔大戲【女兵日記】首映會



▲08/10 綜藝三國智x女兵日記宣傳

《女兵日記》是TVBS第一部自製八點檔，集結了劉香慈、楊晴、小嫻、羅平、陳謙文、楊雅筑、林宜禾、梁舒涵、鄭亞、**王亭之**、方語昕、博焱、梁登凱、林建予(鯨魚哥)、尹彥凱、游小白等眾多實力派演員，在劇中從最初的互看不順眼，到在軍中生活點滴互相扶持的袍之情，是一齣熱血正能量的「女力」大戲。

劇情是敘述從一群來自四面八方的女生們，志願從軍到海軍陸戰隊的故事，這些新進的男女軍、士、兵，如何從蝌蚪孵化成為青蛙，從小鴨變天鵝。大家看完首映會片花後紛紛感動落淚，小嫻哽咽：「從一開始大家都是菜鳥，看到這樣的成果真的很感動，彷彿如同真正一家人。」
【2018/07/05,TVBS】



2018年演藝圈一顆閃亮的新星-邱珮淇。

珮淇憑藉亮麗的外型及豐富的才藝，勇敢追求自己的夢想，更在2017年於戲劇「我叫小賀」中飾演蘇沛芸展現演戲的天份。

今年首次參與「美男魚澡堂」片花曲目，第一次和製作人 Victor 劉偉德合作覺得非常幸運，不但卯足全力練習也特別接受專業老師訓練，期待未來能帶給大家更多好聽的作品。

【2018/07/19, Mymusic】

魯芝善 常任外國人訪談性節目來賓



▲ WTO姊妹會系列



▲ 女人我最大



▲ 請問你是哪裡人



▲ 07/09廣告- LG 免曬衣乾衣機 免曬衣物 解放勞務
影片連結：<https://goo.gl/PesCzr>



▲ 東森噪咖x男女大不同x情侶大小事系列
影片連結：<https://goo.gl/w7NCwV>



▲ 衛視中文台【瘋神無雙】固定班底





▲08/05 公視新創電影
【無生】首播



▲大愛劇場【與愛同行】開鏡拍攝



▲ 影片連結：<https://goo.gl/pCofp5>

賴昱宏 【米家人日常EP2】 你的想美，米妹看得見



▲ 影片連結：<https://goo.gl/rfDNpV>



蘋果即時

中信兄弟跟農委會合作，舉辦「蕉個新朋友，看職棒挺香蕉」活動，凡進場球迷就送香蕉，而且是由中信專屬啦啦隊 **Passion Sisters** 親自在球場入口處送球迷香蕉。今(20日)中信也請來農委會主委林聰賢開球，推廣香蕉。 【2018/07/20,蘋果日報】



▲07/19 新制服亮相



▲07/22嘻哈復古主題日



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

電話：2509-5557#123

