

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1814
04.02-04.08





本期摘要

媒體放大鏡 中華電今年帶頭打造五大生態圈

國際視野 2018年程序化購買比例將超過八成

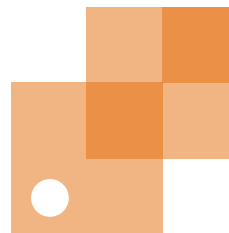
科技瞭望 全球首部3D列印電動車誕生 製作只需3天

專案介紹 移動式Wi-Fi專案

收視調查

Media
news

媒體放大鏡





中華電今年要帶頭打造五大產業生態圈！中華電信董事長鄭優日前表示，該公司今年的重點策略，就是要打造物聯網（IoT）、人工智慧（AI）、大數據分析、AR/VR、及自駕車等五大領域產業生態圈。

鄭優強調，除了物聯網，自駕車已列為第一優先。中華電信執行副總經理蘇添財進一步指出，在自駕車領域，中華電信的強項包括擁有通訊、智慧雲端及大數據分析能力。

除此，AI、大數據等生態圈也同步籌組中，其中，中華電信研究院已在AI領域自主研發了多項新產品，板橋IDC已率先應用中華電信研究院自行研發的AI技術，設置了人臉驗證及防尾隨設備。

雖然5G預定2020年商轉，不過，5G標準有可能今年年底之前提早公布。看好AR/VR在5G的應用，中華電信已利用AR打造工具機智慧管理與擴增實境遠端協作，提早布局5G。

中華電信籌組的物聯網生態圈，已吸引800家企業及個人用戶，預計2018年底可達1,200家規模。[2018/4/9,中時電子報]

新產品與內容成熟 VR與AR市場今年將大幅回溫

儘管VR、AR在2017年市場表現疲軟，但在2018年可望迎來新契機。研調機構IDC指出，2018年AR與VR市場將回溫，裝置的整體出貨量將達到1240萬台，較去年同期成長48.5%，而主要的成長動能在於新廠商的加入，以及新商業模式的出現。

IDC日前發布VR與AR市場季度報告指出，隨著Facebook旗下Oculus Go、HTC Vive Pro以及搭載Daydream平台的Mirage Solo等新裝置以新的價格進入市場，以及宏碁、華碩、戴爾（Dell）、聯想（Lenovo）、惠普（HP）等廠商與微軟合作推出混合實境（Mixed Reality）裝置，2018年VR與AR市場將有明顯回升，全球裝置出貨量也將在2022年成長至6800萬，年複合成長率（CAGR）達到52.5%。

根據IDC數據，AR裝置市場將在未來5年有明顯成長，現階段仍以消費市場為主，2019年後將轉向更多的商業出貨；至於VR裝置，到了2022年消費市場與商用市場的出貨比例將會相當。[2018/4/2,數位時代]



Facebook 釋出了他們在相機 AR 的發展計劃已經有一年了，終於他們要帶來首個相關的工具 -- 「目標追蹤 (target tracking) 」技術，透過 Facebook 的相機連結真實世界的影像、圖標、符號和相片到增強現實內容。《時間的皺摺 (A Wrinkle in Time) 》和《挑戰者一號 (Ready Player One) 》已經在利用這技術進行封測 beta，開發者套件也會在春季稍後開放給所有人試用。

Facebook 解釋指這工具的原意是為了協助創造「持久性 AR -- 一種持續與現實世界的地點和物件互相連敗的體驗」，在全球範圍內容有普遍出現的電影海報，就成為了這技術的完美測試對象。開發團隊也測試了一系列的裝置來啟用這 AR 內容，包括 iPhone 5s 和 2012 年或以後推出的 Android 裝置，以確保兼容和泛用性。

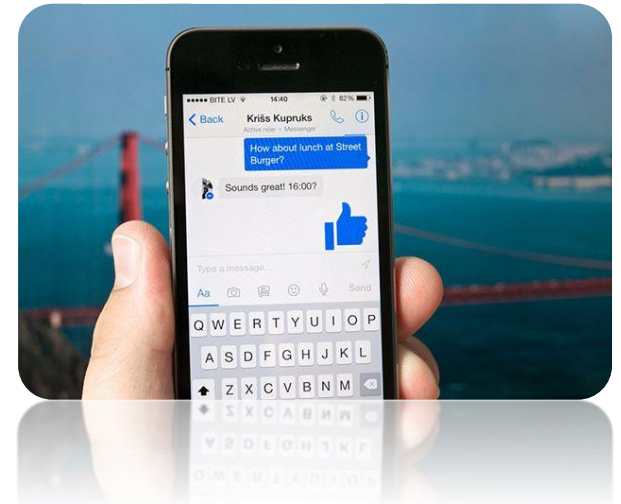
[2018/4/6, Engadget中文版]



Facebook 宣布將推「訊息收回」功能

Facebook 於日前宣布將於幾個月內向用戶推出「訊息收回」(unsend) 功能。Facebook 表示，目前用戶尚未享有訊息收回的功能，但一直對該功能的推出有所討論，而因為確切的設計方式未定案才未對外公布，設計團隊將會於幾個月內向所有用戶推出這項功能，在此之前也不會再允許任何人，包括祖克柏以及內部高層在內收回所發送出去的訊息。

目前，Facebook 並未向外說明該功能的詳細內容，像是訊息被收回時收件者會否收到通知、該功能是否能溯及過去的訊息等等皆是未知數，不過他們也表示，正計畫於幾個月內向所有用戶推出，目前也已在考慮如何建構。[2018/4/9, 匯流新聞網]



新版YouTube Kids影片將改由人工推薦



YouTube雖是全球最大影音社群平台，但近年也因為爭議影片，尤其是以孩童為取向的問題影片而遭到不少譴責。

根據BuzzFeed引述消息人士報導，YouTube即將推出的新版孩童版YouTube app：YouTube Kids，將取消以演算法自動推薦播放影片，轉由YouTube員工人工推薦。這款「白名單版本」將與「演算法版本」共同存在。家長可選擇新版YouTube Kids App，防止孩童看到涉及色情語言、猥褻或戀童癖相關內容的影片。

YouTube即將推出的白名單版本YouTube Kids推出的日期尚未揭曉，BuzzFeed則推測將於本月推出。此類由人工審查、推薦影片的作法，是否能真正改善兒少的使用體驗，並減少問題影片的產生？或許日後能成為其他科技公司、社群媒體的借鏡。[2018/4/9, 匯流新聞網]



突起的異軍 Fain TV機上盒5年拚百萬戶

2018年，華衛集團旗下Fain TV機上盒來勢洶洶。「4月初，進軍公播市場，5年衝到10萬房間數；6月初，往家戶最後一哩路邁進，5年拚百萬戶數。」這是董事長王志隆為Fain TV新事業部訂下的目標。

電視越做越薄且大，電視螢幕的解析度跟著提升，從稍早的HD到現在4K。Fain TV總經理黃子漢說，Fain TV市場的策略開始朝家戶「最後一哩」走，把手機App內容與服務透過Fain TV機上盒傳到客戶的電視機上，這是今年Fain TV重要的布局。

為了找到利基市場，Fain TV規劃兩大主軸，第一是Me Too，第二是亮點101高塔。「Me Too就是別人有的OTT服務，我們也要有，包括Youtube、VOD、直播、戲劇與電影等頻道內容，此外，互動式的服務是Fain TV的亮點，這是Fain TV在市場的差異點。」黃子漢進一步說，用戶只要看到電視頻道內容的表演，產生購物欲望後，透過Fain TV遙控器的一個按鍵，立即導向到另一個購物畫面，直接下單買東西，還能宅配到家。考量老人家用戶的需求，用戶還可直接對遙控器說話與下指令。[2018/4/10, 匯流新聞網]



東森購物進軍friDay影音開發年輕客群

東森集團3月31日正式進駐遠傳friDay影音，開設3大購物直播專區，開啟虛擬購物通路跨足OTT平台，進行「網路影音」銷售的先例。

東森購物總經理陳安祥表示，遠傳friDay影音App旗下共有160萬名註冊用戶、30萬名付費用戶，每日活躍用戶數達9.5萬，仰賴其用戶數，預計透過friDay影音購買東森購物的客層中，新客戶將占3成，而「上架」到friDay影音的商品，年底營收可達3千萬。

「跨足OTT市場，可以讓我們接觸到更多35歲以下的消費者」，陳安祥透露計劃。friDay影音旗下使用者，以18至35歲年輕族群為主，且約占整體會員6成，與東森購物尋找的新用戶目標不謀而合。

前東森購物透過網路與電話進行隨機調查發現，77%受訪者使用過OTT影音服務平台，每人平均每天花81.2分鐘收看；而進一步鎖定在OTT購物意願，32.1%的受訪者有意願使用OTT所提供的影音短視頻購物服務，以31歲以上男性、北部與中部地區民眾居多，顯示在OTT上的消費族群年齡層普遍偏低。[2018/4/1,數位時代]



為電視購物注新血，momo向網紅、YouTuber招手

雖然台灣電視購物市場一年還有約200億元的規模，但面對消費者行為轉變和網路購物的興起，不論是過去幾年還是未來，電視購物都面臨了不小的挑戰，因此momo過去兩年也一直在嘗試串連網路和電視，希望能找出一加一大於二的公式。而在過去幾次活動型的嘗試之後，今（2018）年momo則是計畫從「人才」面著手，要舉辦和過往不同的購物專家甄選活動。

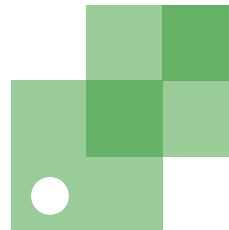
momo希望透過舉辦購物專家徵選活動，直接簽下來自YouTube，或各大直播平台的網紅、直播主經紀約，讓網路銷售高手正式成為momo電視購物的一份子。這次momo特別在書面初審、網路人氣票選、攝影棚決選之外，增加了網路直播的環節，將會以網路直播銷售的數量、觀看人數、觸及數等，作為決選參考的評分項目之一。

對YouTuber或其他平台上的新世代網路直播主們來說，電視購物頻道是否具有吸引力？畢竟以日常來說，電視購物主要觀看族群和網路還是有些不同，互動方式也不太一樣，也讓人好奇這些網路新血是否真能為傳統電視帶來不一樣的銷售成果。

[2018/4/3,數位時代]

Media
trend

國際視野



2018年程序化購買比例將超過八成

根據eMarketer最新的程序化相關預測，今年美國將有超過460億美元的程序化廣告投放，將比去年多約100億美元。

這表示2018年美國的數位展示型廣告將有82.5%透過自動化的渠道購買。

eMarketer首席分析師Lauren Fisher表示：「現在程序化廣告購買更專注在消費者定位上，廣告購買者已經開始依靠程序化做為評估廣告數據洞察的主要方法。」

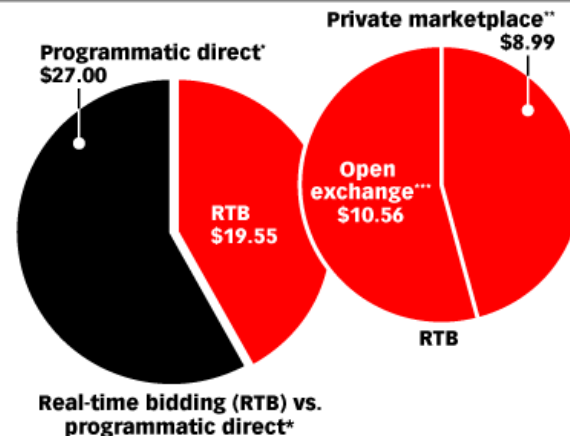
在2018年至2020年之間將會增加190億美元的廣告預算至程序化展示型廣告中，大部分將進入私有廣告交易市場（PMP）和直接程序化交易，因為買家考量透明度與質量問題，對開放市場多保持謹慎的態度。

而今年行動端的程序化廣告支出也將達到327.8億美元，為美國所有程序化數位展示型廣告支出的70.4%。

這些見解都來自於eMarketer的最新報告：「美國2018年程序化廣告支出預測：將更多私人設置的廣告預算投入自動化領域」

US Programmatic Digital Display Ad Spending, by Transaction Method, 2018

billions



*Note: includes native ads and ads on social networks like Facebook and Twitter; includes advertising that appears on desktop/laptop computers, mobile phones, tablets and other internet-connected devices; *includes all programmatic ads that are transacted as blocks of inventory using a non-auction-based approach via an API; **includes ads transacted through an invitation-only RTB auction where one publisher or a select group of publishers invite a select number of buyers to bid on its inventory; ***includes ads transacted through a public RTB auction in which any buyer or seller can participate, also known as open auction or open marketplace*

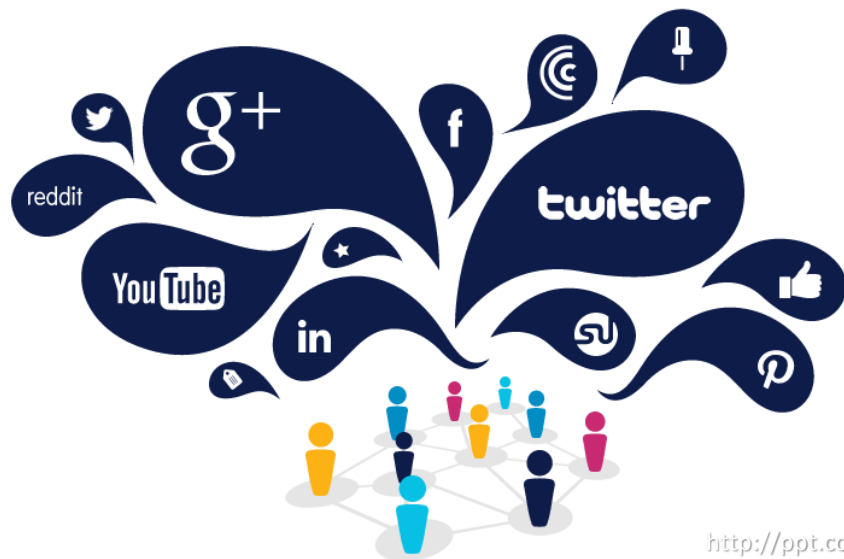
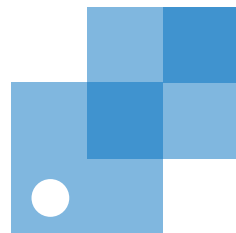
Source: eMarketer, March 2018

236662

www.eMarketer.com

New
Idea

科技瞭望



全球首部3D列印電動車誕生 製作只需3天

科技瞭望

全球首款3D列印電動車LSEV宣布即將在一年內投入量產，利用3D列印技術，製作一台汽車僅需3天，LSEV除了底盤、車窗以及座椅之外，所有的組件都是3D列印出來的。

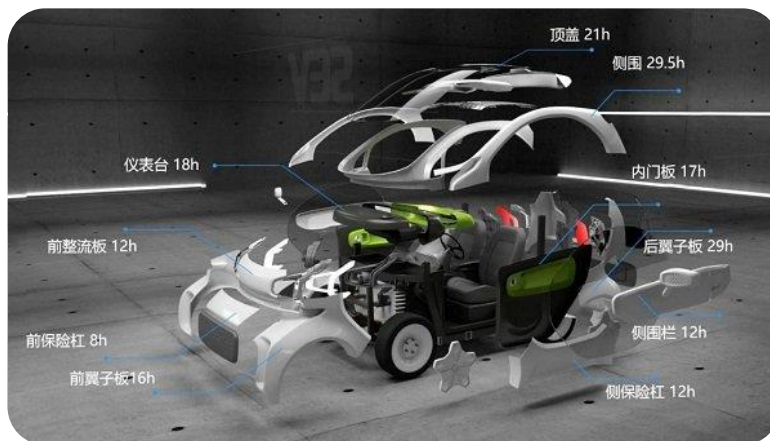
LSEV的最高時速約為每小時43英里（70km/h），一次充電可行駛約93英里（150km），將於2019年開始投產，並在第2季於亞洲與歐洲市場上市，價格為10,000美元。

LSEV為總部在香港、在義大利有設計工作室並在中國設廠的XEV車廠與中國3D列印廠商Polymaker共同製作。全車以尼龍為材質，零件數僅57個，相較之下，傳統製造的車輛零組件達2000多個，LSEV重量約450公斤，是傳統汽車的一半，但安全性尚待驗證。

中國政府自2014年之後開始對電動汽車的製造與銷售提供補貼，以降低日益嚴重的汽車廢氣排放量問題，2014年後中國的電動汽車與插電式混和動力車銷售額大幅成長。

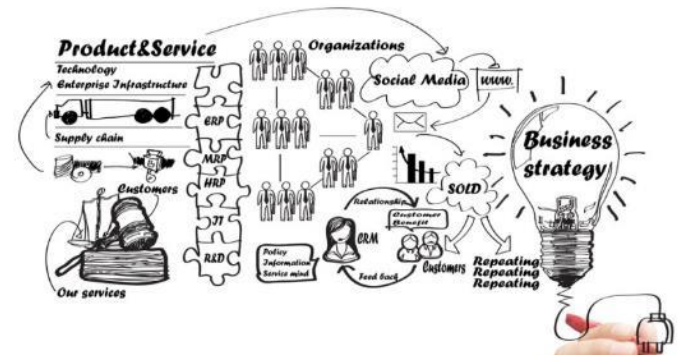
儘管2017年之後來自中國政府的補貼逐步減少，削減了新能源車1/5的補貼，並將在2020年前逐步削減補貼，但全球電動車主戰場仍在中國，包括在中國市場占據銷量榜首的德國福斯（VW），以及通用（GM）、寶馬（BMW）和日本的本田汽車、日產汽車，都在中國市場布局電動車相關戰略並不斷加強銷售力道。

XEV與Polymaker表示，中國是最大的汽車市場，亦預計在中國設立生產線，目前已有7000份訂單。



Project

專案介紹



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



捷客電影院Wi-Fi合作



說明

捷客於現場觀賞電影·YO! FREE Wi-Fi現場贊助行銷配合
導引用戶使用現場Wi-Fi·可將客戶活動內容show在Wi-Fi首頁做互動及留名單

台北捷運聖誕音樂會Wi-Fi現場合作



說明

2016聖誕節 YO! FREE Wi-Fi現場贊助行銷配合
現場使用率高達**60%**

頁面模組示意_收集名單

5秒填資料·現場好禮帶回家

姓名：

手機：

信箱：

- Logo可更換為客戶Logo
- 表頭標題可客製：建議15字以內
- 表格欄位可客製：建議至多3欄符合使用者最佳體驗
- 按鈕可客製：可隨客戶活動做文字調整

頁面模組示意_收集名單拿序號

5秒填資料·好康序號立即拿

姓名：

手機：

信箱：

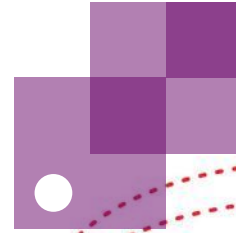
複製以下序號至遊戲內
立即兌換遊戲禮包！

※每組序號限用一次

- Logo可更換為客戶Logo
- 表頭標題可客製：建議15字以內
- 表格欄位可客製：建議至多3欄符合使用者最佳體驗
- 按鈕可客製：可隨客戶活動做文字調整
- 序號兌換頁文字客製：建議30字以內

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	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	5.23
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	4.19
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.15
4	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.11
5	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.82
6	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.67
7	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.46
8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.33
9	1300幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	1.30
10	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	1.22
11	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.22
12	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.21
13	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	國語連續劇	1.18
14	航海王特別版東海篇	TTV	卡通影片	1.15
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.05
16	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	1.05
17	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
18	1930實習醫師鬥格娘家益生	FTV	國語連續劇	0.94
19	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.92
20	大誠保險經紀人已讀不回的	TTV	國語連續劇	0.91

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	3.15
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.62
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.26
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.63
5	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.43
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.37
7	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.13
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.11
9	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.06
10	姐姐還活著	*SCC	韓劇	0.98
11	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.93
12	1230金家好媳婦Footer除臭	SANLI	閩南語連續劇	0.93
13	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	0.88
14	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.87
15	天才衝衝衝新普利夜酵素	ETTV	競賽綜藝	0.87
16	白花油甦醒凝露歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.85
17	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.82
18	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.82
19	1900含笑食堂	SANLI	閩南語連續劇	0.82
20	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	0.82

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	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	2.73
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	2.41
3	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.81
4	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.57
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.50
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.46
7	大誠保險經紀人已讀不回的	TTV	國語連續劇	1.12
8	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.08
9	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	國語連續劇	1.01
10	1930實習醫師鬥格娘家益生	FTV	國語連續劇	0.94

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.83
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	2.65
3	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	2.55
4	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.38
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.25
6	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.58
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.34
8	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.15
9	MIT台灣誌	CTV	知識資訊節目	1.08
10	大誠保險經紀人已讀不回的	TTV	國語連續劇	0.99

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	3.82
2	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.10
3	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	2.99
4	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.21
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.88
6	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	競賽綜藝	1.58
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.40
8	航海王特別版東海篇	TTV	卡通影片	1.39
9	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	1.17
10	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.14

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	8.71
2	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	娛樂綜藝	6.64
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.43
4	綜藝非常讚	CTS	娛樂綜藝	2.76
5	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	閩南語連續劇	2.56
6	1300幸福來了娘家大紅麩	FTV	閩南語連續劇	2.45
7	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.40
8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.14
9	豬哥會社國田精品門窗	FTV	娛樂綜藝	2.05
10	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.63

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Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	2.25
2	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.34
3	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.29
4	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.10
5	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.04
6	白花油甦醒凝露歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.03
7	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	0.97
8	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.89
9	極樂宿舍	*SCM	國片	0.88
10	瘋神無雙	*SCC	娛樂綜藝	0.87

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	3.72
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.78
3	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.66
4	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.48
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.33
6	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.32
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.25
8	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.18
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.10
10	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.03

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	2.23
2	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	娛樂綜藝	1.87
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.38
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.28
5	姐姐還活著	*SCC	韓劇	1.23
6	2000綜藝玩很大安可場	SL2	娛樂綜藝	1.12
7	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	國語連續劇	1.06
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.02
9	海洋奇緣	ET-M	外片	0.95
10	綜藝大熱門	SL2	娛樂綜藝	0.92

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.11
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	閩南語連續劇	4.27
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.12
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.89
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.27
6	2215阿爸的願望	SANLI	閩南語連續劇	1.80
7	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	1.53
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.52
9	1230金家好媳婦Footer除臭	SANLI	閩南語連續劇	1.50
10	1900含笑食堂	SANLI	閩南語連續劇	1.49

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
CTV/中視	0.62	0.34	0.34	0.41	1.04
TTV/台視	0.62	0.53	0.47	0.45	0.88
FTV/民視	0.38	0.11	0.17	0.2	0.72
CTS/華視	0.27	0.19	0.15	0.24	0.39

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	0.44	0.20	0.32	0.47	0.62
CTiN/中天新聞台	0.42	0.12	0.15	0.30	0.81
SETN/三立新聞	0.42	0.12	0.16	0.33	0.78
ET-N/東森新聞	0.42	0.16	0.21	0.39	0.71
FTVN/民視新聞	0.41	0.13	0.12	0.24	0.83
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.04	0.09	0.14	0.43
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.11	0.06	0.17	0.27
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.06	0.12	0.27
NTVN/壹新聞	0.13	0.03	0.06	0.12	0.22

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	幸福來了娘家大紅麴	FTV	5.23
2	金家好媳婦Footer除臭襪	SANLI	3.15
3	戲說台灣	SANLI	1.63
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.37
5	1300幸福來了娘家大紅麴	FTV	1.30
6	1300幸福來了鮮一杯咖啡	FTV	1.22
7	實習醫師鬥格娘家蔓越莓聖	FTV	1.18
8	2215阿爸的願望	SANLI	1.13
9	姊的時代CUCKOO福庫電子鍋	SL2	1.06
10	姐姐還活著	*SCC	0.98

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾電動吸鼻器	FTV	4.19
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.15
3	超級紅人榜	SANLI	2.62
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.26
5	OPPO R11s綜藝玩很大	CTV	2.11
6	OPPO R11s飢餓遊戲	CTV	1.82
7	綜藝非常讚	CTS	1.67
8	福爾血糖機綜藝3國智	TTV	1.46
9	綜藝玩很大518人力銀行	SL2	1.43
10	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	1.33

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新聞深喉嚨	CTiN	0.82
2	非凡最前線	UBN	0.82
3	文茜的世界周報	CTiN	0.82
4	驚爆新聞線	SETN	0.81
5	新台灣加油孫安佐軍火庫揭	SETN	0.80
6	文茜的世界財經周報	CTiN	0.77
7	台灣大搜索	CTiN	0.75
8	金曲美聲經典重現	SETN	0.71
9	消失的國界	SETN	0.69
10	大國武器大觀ON FIRE	CTiN	0.67

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	0.92
2	青春好7淘	SANLI	0.81
3	型男大主廚閻林文創	SL2	0.76
4	愛玩客之老外看台灣	SL2	0.50
5	直17 18NBA鵜VS勇	VLSPT	0.46
6	食尚玩家	TVBSG	0.44
7	食尚玩家就要醬玩	TVBSG	0.43
8	美鳳有約存元堂滴雞精	FTV	0.42
9	旅行應援團	*SCC	0.41
10	直MLB例行賽金鶯VS洋基	*FOXS	0.41

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

