

凱絡媒體週報

CARAT MEDIA WEEKLY NEWSLETTER

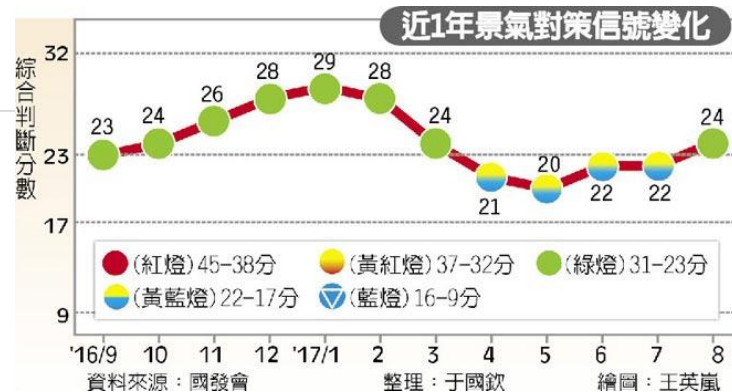
No. 912

CARAT

市場訊息	不會曇花一現 8月景氣重返綠燈
媒體市場訊息	2017上半年媒體廣告量緊縮
媒體專題	表特萬歲！美妝選購歷程初探
IMC異業結盟	2017 西螺田園稻香超半馬
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

不會曇花一現 8月景氣重返綠燈

國發會發佈8月景氣燈號，在出口及製造業者展望趨於樂觀下，8月景氣告別黃藍燈，重返綠燈，景氣領先指標更是連續第三個月上揚，顯示景氣穩步復甦。國發會對下半年續亮綠燈有信心，相信本次綠燈不致曇花一現。經濟發展處表示，8月在海關出口、製造業營業氣候測驗點各加1分下，「景氣綜合判斷分數」升至24分，跨過綠燈門檻，亮出久違的綠燈。另外，8月景氣領先指標上揚0.13%，連續三個月回升，同時指標上揚0.62%，也呈連續三個月回升。不過，國發會也提醒，全球景氣仍有一些風險，例如美國貨幣政策正常化進程、川普政府貿易政策可能引發美中貿易角力，以及東北亞地緣政治緊張等風險。[工商時報2017/09/28]



國泰台大：明年經濟成長2% 略遜今年

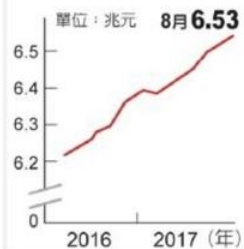
國泰台大產經團隊宣佈，預估明年經濟成長率為2%，略低於今年預估的2.1%，也比主計處8月預估的明年經濟成長率2.27%為低。國泰台大分析，明年經濟成長動能不如今年主要有三大原因，第一，是預估這波是台灣第15次經濟循環，從2015年10月左右啟動，景氣擴張期在持續24個多月後，將在2018年接近末升段，明年雖是這波循環的高峰，但相對來說，經濟成長的動能也將會逐漸轉弱。第二，是近二次經濟循環的擴張力道偏弱，導致明年雖然仍在景氣擴張期，但經濟成長力道已不若今年。第三是國際上主要經濟體如歐元區、中國大陸、日本等，明年經濟表現也略遜於今年，也會影響到台灣的出口、企業投資等相關動能。[工商時報2017/09/26]

社會高齡化 我退休年齡升至58.6歲新高

行政院主計總處表示，隨人口高齡化，去年底平均退休年齡升至58.6歲，為歷年最高。隨著退休金、健保費及勞保費提撥逐年提高，雇主平均負擔每位勞工的「非薪資報酬」升至9.5萬元，佔總報酬14.0%也創历史新高。主計總處發佈「105年受僱員工動向調查」，調查指出，隨著我國人口老化，加上2008年《勞基法》強制退休年齡由60歲延長至65歲，勞工平均退休年齡逐年升高，95年才55.2歲，105年已達58.6歲。依各退休者的年齡觀察，去年9.8萬人自職場退休，仍以60歲之前的退休者佔55%較高，但65歲以上退休者也明顯成長，五年前還不及一成，但去年已直逼兩成，創歷年最高。[工商時報2017/09/29]

房市加溫 8月房貸餘額創高

購屋貸款餘額



資料來源：中央銀行

建築貸款餘額



資料來源：中央銀行

房市表現持穩，房市第四季可望維持緩升格局。中央銀行公佈8月全體房貸餘額達6兆5,301億元、建築貸款餘額1兆6,826億元，雙雙續創歷史新高紀錄，房市業者認為，下半年將維持「價跌、量微增」態勢。房貸餘額被視為房市買氣指標之一，房貸餘額年增率在今年1月突破4%整數大關後，2月再增至4.18%，3至8月則皆維持4.5%左右水準，央行官員表示，8月建物買賣移轉件數上揚，推升房貸餘額再創新高。展望下半年房市，央行官員認為，目前看來房市以自住客為主，且緩步復甦，但下半年是否會持續提升，仍說不準，需要再多觀察一段時間。[經濟日報2017/09/27]

台北旅館...一週開一家

陸客減少牽動國內旅遊產業洗牌，日本、港澳、韓國、東南亞等自由行旅客成為撐盤要角，台北市過去一年增加53家旅館，平均每一星期就開出一家旅館，西門町、站前一帶依舊蓬勃發展。依據交通部觀光局統計，台北市目前有46家觀光飯店及547家一般旅館，分別較去年同期多出兩家及51家，房間供給量提升至3萬9,368間，增加約一成。旅遊業者觀察，台北市住房率大致維持七成，房價僅下跌3%，衝擊並不明顯。瑞普萊坊市場研究部副總監黃舒衛分析，旅館業雖然艱困，但實際拋售的案子不多，中南部有影響，北部較少。依據交通部觀光局統計，前八月來台觀光客686.6萬人次，年減3.89%，其中，華裔的人數減少22.86%，其他國籍則成長15.79%。[經濟日報2017/09/27]

品牌大咖轉彎...讓用戶覺得酷

MarketWatch報導，吸塵器製造商戴森 (Dyson) 準備在2020年開賣電動車，超跑大廠Aston Martin宣佈打造豪華潛艇，墨西哥捲餅連鎖店Taco Bell推出一系列瞄準年輕族群的服飾，這些轉換產品類型的舉動究竟是出自於什麼考量？專家指出，戴森、Aston Martin和Taco Bell都明白，擁有暢銷產品很重要，但讓顧客覺得品牌能與時俱進也很重要，尤其在消費者熱烈討論無人機、Space-X和iPhone X的時代，品牌必須跟得上市場預期，不可因既有產品的成功而自滿，也不能畏懼冒險嘗試新事物，否則可能得付出代價。戴森表示，投入電動車市場，是希望有助於環保。Aston Martin在電機工程和科技方面有其歷史淵源，內部研究發現富豪客戶除超跑外，對豪華潛艇也感興趣。Taco Bell則與年輕時裝品牌Forever 21共同展示印有「活潑字樣」的限量版上衣、連體衣和連帽衫，鞏固核心客群。[經濟日報2017/10/01]

2017上半年媒體廣告量緊縮

台灣上半年主要媒體廣告量持續緊縮，前十大類產業的廣告量跌多漲少是關鍵。據尼爾森資料，上半年主要媒體廣告量較去年同期下滑8.2%，僅達165.7億元。前十大類產業的廣告量也較去年同期減少7.5%，其中僅建築與文康兩大產業廣告量分別成長13%、0.3%，化妝保養品類廣告則大減逾24%跌幅最深。尼爾森表示，內需市場在國內經濟無法有效改善，加上國內政策衝擊物價與就業、年金改革問題等，致使消費者信心不足，國內經濟仍舊低迷，都是影響各業廣告投放量的原因。今年上半年各媒體廣告量皆不如去年同期，除無線與有線電視分別小跌0.5%、4.1%，其他媒體均下滑兩位數的比例，以雜誌媒體跌幅20.2%最深，其次為戶外媒體下跌17.6%，廣播及報紙媒體分別下滑12%左右。影響所及，電視廣告量佔整體廣告量64%，比重更甚以往，顯示廣告投放媒體更形集中。[工商時報2017/09/27]

YouTuber達百萬訂閱速度變快

Google指出，兩年YouTuber達百萬訂閱的時程表愈來愈短，從2007年開始，蔡阿嘎、TGOP這群人等就陸續經營起YouTube社群，但是他們多半是到2014年、2015年才達成百萬訂閱數，不過在過去一年，YouTuber阿神、谷阿莫、阿滴英文、魚乾、菜喳等都快速擁有百萬訂閱。其中，聖結石更在222天就達成目標。此外，YouTube也公佈與益普索市場研究 (Ipsos) 合作進行的台灣《YouTube使用行為大調查》。數據顯示，有21%台灣使用者訂閱了超過一個YouTuber頻道，在訂閱YouTuber頻道的使用者中，有53%使用者在收到更新通知的24小時內，就會回去收看影片。此外，在有訂閱YouTuber頻道的使用者中，56%的使用者認為YouTuber創造出獨特的線上社群。在訂閱超過一個YouTuber頻道的台灣使用者中，有51%使用者認為YouTuber會影響他們對於品牌的認知。[數位時代2017/09/29]



蘋果Siri搜尋引擎 將由Bing轉為Google

過去，一直透過Bing搜尋引擎提供Siri與Mac Spotlight搜尋結果的蘋果，剛正式轉換合作夥伴，從iPhone、Mac、Safari都將由Google擔任官方搜尋引擎。從2013年開始，微軟的搜尋引擎Bing就一直是Siri的官方搜尋引擎；至於蘋果網頁瀏覽器Safari的官方搜尋引擎，則是Google。蘋果對外表示，會改到Google，是為了提供給用戶一致的使用體驗；但是蘋果與微軟的合作關係還沒結束，Siri的資訊搜尋結果由Google提供，但圖片搜尋結果則會維持由Bing提供。[數位時代2017/09/26]

媒體專題 Media Report

表特萬歲！ 美妝選購歷程初探

洪君宇

前言

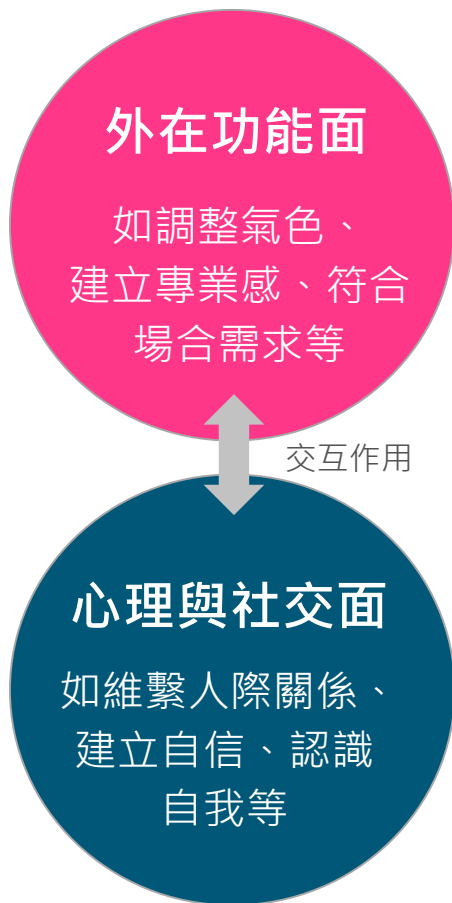
- 美妝產品的吸引力歷久不衰，朋友推坑、熱播韓劇與週年慶下殺都在消費者決策歷程中發揮舉足輕重的影響力。本期凱絡週報面對面訪談八位居住於大台北區的20-35歲女性，初步觀察學生與上班族兩群美妝消費者的資訊來源與購買歷程。
- 受訪者每週至少有五天以上化妝、不限美妝品牌，上班族與學生各四位；上班族群個人月收在三至五萬元之間。



對美的需求不只彰顯於外，更深入內心

- 女人一輩子都在尋找自己的美，美妝不僅改變外在，同樣帶來心理層面的滿足與成長。消費者對美的外在與內在需求彼此交互作用，建構出化妝行為的樣貌。

美的需求



“我剛進業務這一行時，因為是菜鳥，客戶對我缺乏信任，化妝幫了我不少忙，至少專業形象建立起來了。”方小姐, 29歲上班族

“熬夜趕報告，氣色都會變很差，但就算沒時間了還是要化妝，不能讓自己看起來很糟。”林小姐, 21歲學生

“大家一起醜的時刻是非常開心的，沒有顧忌...但大家都化得美美的，自己不上妝就很怪。”黃小姐, 21歲學生

“沒上妝走在路上，就像沒穿內衣一樣，其實很不自在，總是想著不要給我遇到熟人。”方小姐, 29歲上班族

“我以前的妝反而比較濃，但發現不適合自己，就開始慢慢地轉換妝感，像現在就比較固定，因為找到適合的樣子嘛。”朱小姐, 32歲上班族

學生族群

可能性才是王道，多嘗試才知道自己是誰

化妝除了美，也是一種探索與表達自我的形式。廣泛接收各種資訊，樂於嘗試各種妝容。

美妝品的選擇更偏向嘗鮮，追求自我個性與態度的表達，與潮流不脫鉤、好友間有話題很重要。開架是常見購買管道。

上班女性

我的妝容我掌握，彩妝的功能很重要

對彩妝多半有一定經驗，對自己的膚質、適合妝容較為瞭解，產品選擇精準。

因應工作、家庭與休閒等不同角色，對彩妝品的功能要求可說是全方位：不只妝容要持久，同時還要有保養防曬功能；產品不只要美觀精緻，也要刷起來順手方便。

消費者主動、被動接受大量美妝訊息

- 消費者主動或被動接觸大量且多樣的資訊，管道可歸納為週邊親友、自媒體與廣告和其他來源三類，並各自扮演不同角色：

資訊 來源類型

週邊親友

自媒體

廣告
與其他來源

資訊 來源特性

較理解需求與狀況，可有效提供建議，多半具有較高的信任感。

如部落客、YouTuber等各類以數位管道為主的內容創作者，提供專業知識、使用經驗、產品測試等多方面資訊。

包括自媒體以外各類推送美妝資訊的來源，如數位廣告、戲劇、專櫃人員等。

消費者經驗

“我無法決定該不該買時，就會找到我那群朋友...跟他們聊完後大致就清楚了。”
方小姐, 29歲上班族

“我會注意我追蹤的IG部落客的妝容，他們多半走在比較前面，有時也會分享產品資訊；很多網路素人的分享也很重要，多半是真實經驗。”
薛小姐, 22歲學生

“我以前不大喜歡靠櫃...但後來天使櫃姐的資訊愈來愈多，才慢慢開始到專櫃。他們其實給了我很多專業資訊。”
朱小姐, 32歲上班族

資訊來源觀察 學生族群較依賴網路自媒體

- 學生族群在數位化的環境中成長，社群與網路自媒體上的美妝訊息對他們而言促購力最強大。另外，在個性化的需求下，學生族也更傾向透過自己的方式，找到屬於自己的妝容。

資訊管道的角色與影響 (學生族群)

圓圈愈大，表示推動購買的力量相對愈高

自媒體

不只是美妝，也是LifeStyle的綜合資訊來源，多擁有固定追蹤的自媒體。透過他們吸收新知與決定產品。

“不只美妝，其實很多穿搭都會參考他們...IG很方便啊。” 林小姐, 21歲學生

週邊親友

學生族追求個性化，在接受來自親友的訊息後，多會再透過網路找更多資訊。

“推薦...只是一個參考，因為她不一定瞭解我，而且我也不想跟他一樣。” 黃小姐, 21歲學生

廣告與其他來源

熱門戲劇可能帶來討論；對適度的廣告無太大反感。

“廣告與業配...其實還好，業配看的出來，部落客自己也知道。” 薛小姐, 22歲學生

資訊來源觀察 親友意見對上班女性影響力大

- 相較於學生族群，上班女性對美妝產品的品質要求更高，但由於生活忙碌，多難以全面性地掌握資訊，因此身旁了解自己需求與膚況、自己較信賴的親友，是重要的美妝資訊來源。

資訊管道的角色與影響 (上班族群)

圓圈愈大，表示推動購買的力量相對愈高

週邊親友

在激發需求、搜尋與評估階段，皆扮演具公信力、高效率的資訊來源。

“朋友是幫我保持理性的最後關卡，他們會把我拉住，不讓我失心瘋。”方小姐, 29歲上班族

自媒體

在搜尋與評估階段扮演關鍵角色，且會參考多個自媒體的觀點。

“我會看大概六到八個吧.. 如果多數(評價)是好的，我就不用擔心啦。”朱小姐, 32歲上班族

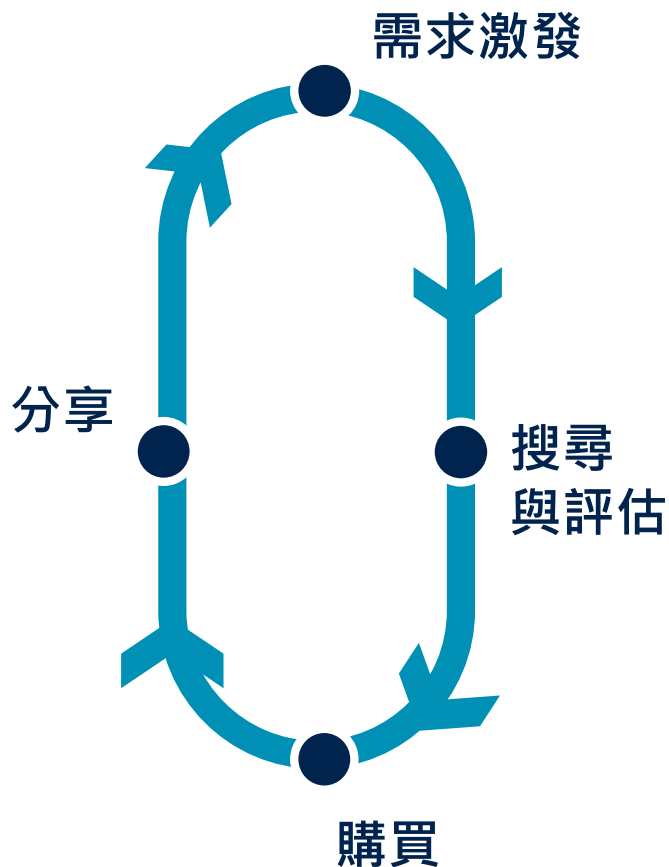
廣告與其他來源

提供資訊並引發需求。似乎並不排斥廣告。

“其實廣告滿方便的啊，我沒有這麼多時間找資料。”張小姐, 34歲上班族

從需求到購買，彩妝選購歷程不斷加快

彩妝選購歷程



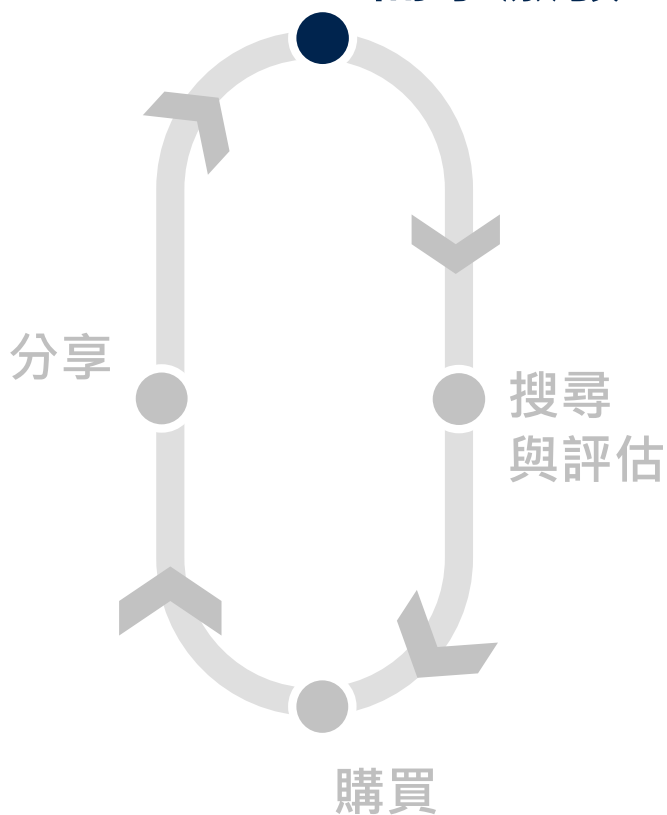
- 美妝的購買歷程可初步劃分為需求激發、資訊搜尋與評估、購買三階段。而分享，則是在擁有良好使用經驗後，所產生的主動行為，並可能激發出他人的新需求。
- 不論學生族群或上班女性都表示，與過去相較，整個選購的歷程正逐步加快。YouTuber、部落客等各類自媒體興起，讓美妝的訊息更「自然」地融入消費者生活，加上整體產業的成熟（如電子商務、專業媒體等），皆縮短了選購的歷程。

選購歷程觀察 多螢行為成熟，需求觸發點無所不在

- 女性自身有對美的追求，外在有豐富的資訊來源，但當前的消費者到底是如何被觸動的？可透過實際的消費者經驗觀察：

彩妝選購歷程

需求激發



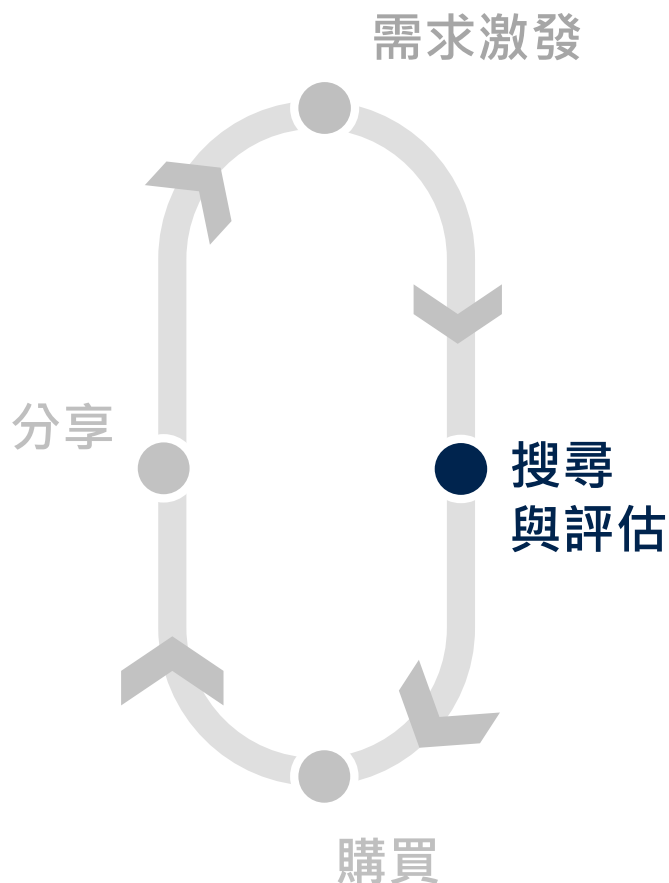
“回家後，我其實都開著三個螢幕.. 電腦同時開臉書與 PTT (一定要雙視窗啊)，手機就開著IG，因為他的電腦版不好用。另外同時開電視聽韓劇或新聞...

臉書還是滿好用，我幾乎各美妝粉絲團都點讚，接收資訊很方便，有興趣就點進去看。IG我固定追蹤幾個部落客，她們貼的內容包括美妝跟旅行都有，好玩的東西就直接轉傳給朋友了。

之前不是流行韓劇大地妝感嗎？當時電視台還沒引進PTT上就已經有人在放火了，我自己也沒守住了啊...” 朱小姐, 32 歲上班族

選購歷程觀察 以來源可信度、產品合適性過濾訊息

彩妝選購歷程



- 而在龐雜的美妝資訊中，消費者也發展出自己的過濾機制，即透過「資訊的可信度」與「產品的合適性」兩層面：

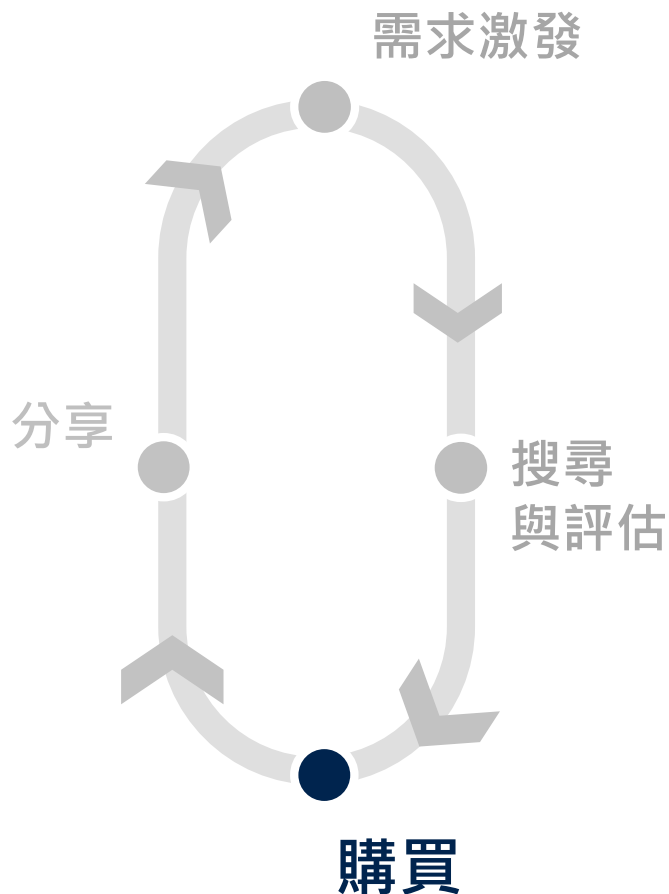
來源的可信度：主要用於篩選資訊來源，消費者通常透過自身經驗與觀察，來評估可信度高低（如身邊同事，總能中立且貼近需求的推薦彩妝）。

產品的合適性：消費者透過對自身的理解，評估產品是否適合自己，如偏冷色系的眼影，就不適合自己的暖系妝感。

- 如同考試一般，消費者心中會對產品設下達標的分數。隨著資訊的蒐集與累積，當超過心中的門檻分數時，即可能進入購買階段。

選購歷程觀察 實體通路仍是首選，學生族肯定網購

彩妝選購歷程



- 包含開架與專櫃的實體通路仍是多數消費者的購買美妝產品的首選，具備便於試用與諮詢、產品有保障等優勢。
- 而專櫃人員雖帶給部份消費者人情壓力，但其專業建議仍被視為有價值，也降低了消費者「實體試用、網路購買」的現象。
- 品牌官網等數位通路無法試用，部份消費者也擔心綜合電商或代購等管道可能買到假貨，因此網購美妝產品尚未被廣泛接受；不過學生族群則抱持正面態度，認為方便性高，且可買到台灣未正式引進的品牌。

小結

- 因動機與需求的差異，上班女性與學生族群在美妝的選購歷程與思考也有所不同，並對品牌溝通產生影響。

學生族群：追求自我與探索，較依賴網路與自媒體

享受嘗試與尋找產品的過程，屬於數位原生的一代，自媒體在其生活中不僅提供資訊，更是形塑認知、建立情感的角色。品牌若選擇透過自媒體溝通學生族群，除了粉絲數多寡外，還需更進一步注意互動的情況與情感連結深度，最大化其溝通效益。

上班女性：重視產品效果，尋找效率高、可信的資訊來源

在妝容上已逐漸找到自己合適的風格，重視資訊來源的可信度，要求高效、精準的問題解決方案。在溝通規劃上，自媒體與廣告都有一定影響力，而又因其重視親友意見，因此創造產品話題將有助口碑擴散、建立信賴感。

IMC異業結盟 Alliance Strategy

西螺

西螺大橋

2017 西螺田園稻香超半馬



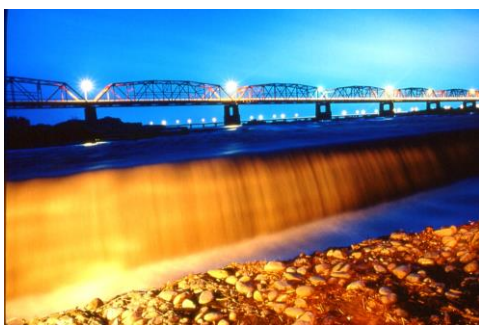
2017 西螺田園稻香超半馬

- **活動日期**：2017年11月19日(日)
- **活動地點**：雲林西螺大橋廣場
- **簡介**：雲林縣西螺鎮農會今年適逢成立100週年，特與活動咖在西螺大橋廣場前舉辦「2017西螺農會慶百年 田園稻香超半馬」活動，由於活動正值西螺大橋觀光文化節，賽前一日(11月18日)精采活動不間斷，白天可參加文化節歡樂踩街活動及觀賞表演，晚上主辦單位特地舉辦選手之夜，除了有知名藝人表演、當地特色美食吃到飽外，還有精采百萬煙火秀，精彩可期。跑友們在路跑結束後，也在西螺鎮體驗充滿歷史脈絡的小鎮。
- 活動組別分別為「26K超半馬組」、「10K挑戰組」、「6K歡樂組」，活動路線將帶領所有參賽選手體驗獨一無二賽道風光，完賽後提供米食吃到飽，另有超值伴手禮，26K及10K組別跑者還可獲得農會百年限定純釀紀念酒，路跑完賽獎牌及運動巾以西螺大橋及農會稻穗橋寶寶為設計，讓整場活動充滿濃濃西螺在地人文特色。



2017 西螺田園稻香超半馬

- **全方位宣傳，號召全台好手、新手一起共襄盛舉！** 2017西螺馬拉松活動，將投入所有宣傳資源，運用網頁推播通知及APP的全站公告全面性的發送活動訊息，同時利用粉絲團及贊助網站的高互動性觸及更多人群，在過程中同步置入及介紹品牌及其攤位，創造更多人次的參與。
- **獨一無二賽道風光，濃濃西螺在地人文味！** 活動路線歷經：西螺大橋、百年老街、田園稻香、菜園果香、百年廟宇、人文風情等，完賽後米食吃到飽！還有超值伴手禮：西螺冠軍米、純釀醬油等當地特產，26K及10K組別跑者還可獲得農會百年限定純釀紀念酒，路跑完賽獎牌及運動巾以西螺大橋及農會稻穗橋寶寶為設計。



2017 西螺田園稻香超半馬

- **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**：聯名贊助、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@dentsuaegjis.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：體育 上檔日期：2017/10/01 播出頻道：愛爾達體育台 播出時間：LIVE



「2017-18NBA美國職籃熱身賽」：2017-18NBA賽季是NBA聯盟第72個賽季，季前東西區乾坤大挪移，明星球員換陣再起，在媒體版面上做足新球季的宣傳。NBA現有30隊隊伍，熱身賽愛爾達天天LIVE直播，帶給您最精彩、專業的籃球賽事轉播。

類型：戲劇 上檔日期：2017/10/11 播出頻道：八大娛樂台 播出時間：23:00(一~日)

「愛上恢單女」：為了讓事業成功的前夫車政宇（朱相昱 飾）再次回到自己身邊，而努力奮鬥的單身女羅愛拉（李珉廷 飾）之間展開的浪漫搞笑故事。



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/09 播出頻道：華視 播出時間：20:00(一~五)

「家」：貧窮的農家女孩—彩鳳(張美瑤飾)，從小就被送到八堵的望族作童養媳，嫁給比自己小又迷戀藝妓的林太郎(梁修身飾)。太郎不惜散盡家產與藝妓遠走他鄉，還將獨子林武雄(霍正奇飾)打成聾啞。一肩挑起林家興衰的彩鳳，歷經20年後，沒想到原以為客死他鄉的太郎竟又落魄出現。



頻道新節目介紹



類型：綜合 上檔日期：2017/10/09 播出頻道：愛爾達綜合台 播出時間：22:00(一~四)

「世外野人S1」：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」一同生活，體驗非一般的自然生活。



類型：影集 上檔日期：2017/10/09 播出頻道：Star World 播出時間：22:00(一~三)

「童話小鎮 6」：第六季回歸主題將是「光明與黑暗的對決」。灰姑娘將回歸第六季第三集，此集的故事裡觀眾將瞭解到她與「不為人知的故事」世界有什麼關係，同時她與白雪公主的友誼起源也將揭示，此外上一季結尾時懷孕的Belle仍處於沉睡魔咒中，新季她將甦醒並揭示更多她的背景故事。



類型：綜合 上檔日期：2017/10/09 播出頻道：Cbee bies 播出時間：8:45(一~日)

「安迪的動物寶寶」：動物寶寶跟人類一樣都需要學習攀爬、游泳、玩耍還有交朋友等技能。每集介紹動物寶寶學習不同的生活技能，藉由動物寶寶的成長過程，讓孩子們從中學習、獲得啟發。

頻道新節目介紹



類型：體育 上檔日期：2017/10/10 播出頻道：Travel Channel 播出時間：19:50(二)

「追謎探險隊第三季」：喬許來到奧地利，潛入湖中尋回失竊的寶物，繼而尋找被納粹列為最高機密的核能實驗室，揭開「第三帝國」的祕辛。



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

「指尖的溫暖」：出生於嘉義民雄的陳金城，自小家庭窮困，成長之路行來筆路襤褸，從小便顯露讀書方面的天份，品學兼優，備受師長喜愛，但也因為家庭經濟不如人，養成他沉默寡言、不擅交際、獨立自主的個性。大學聯考時，金城果然不負眾望考取台大醫學系，一向只為病人著想、從不喊累的金城，幸好有家裡賢內助的恬儀、醫院專師玉玲的協助，總算不負鄉親的期望，讓醫院成為雲嘉南地區神經外科醫治疑難重症的首選。



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

「加油美玲」：那是一個風雨交加的夜晚，周家千金小姐的私生女娃誕生，隨即被周老太太交給值得信任的家傭許含笑帶離家門。臨行前，周老太太只對無緣的孫女說了句「往後的人生，妳要自己加油」.....

頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/10 播出頻道：緯來戲劇台 播出時間：21:00(一~五)

「三生三世十里桃花」：為了封印擎蒼，青丘女君白淺被削去法力落入凡間，卻與奉命到凡間擒妖的天族太子夜華相戀，牽起連綿三世的情緣...



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/10 播出頻道：緯來戲劇台 播出時間：23:00(一~五)

「金科長」：擅長做假帳的金成龍進入TQ集團，以為能大撈一筆，竟跳入替高層作假帳掏空公司的火坑，總是不按牌理出牌的他會如何接招？



類型：戲劇 上檔日期：2017/10/12 播出頻道：東森戲劇台 播出時間：22:00(一~五)

「1%的可能性」：描述酒店代表理事李載仁（河錫辰飾演）與小學老師金多賢（全昭旻飾演）因為遺產繼承而發生的輕鬆有趣的故事。

頻道新節目介紹



類型：體育 上檔日期：2017/10/14 播出頻道：愛爾達體育台、緯來體育台 播出時間：LIVE

「2017黑豹旗全國高中棒球大賽」：黑豹旗全國高中棒球大賽是自2013年起開始舉辦的台灣高中職青棒賽事。其賽事精神乃是效法日本甲子園高校棒球賽的精神，不分科班或一般同好社團均能參賽，以提升高中棒運的成長。去年冠軍平鎮高中，本屆賽事將面對全台強敵的挑戰。台灣甲子園，敬請鎖定愛爾達體育台及緯來體育台LIVE直播。



類型：綜藝 上檔日期：2017/10/14 播出頻道：愛爾達綜合台 播出時間：17:00(六~日)

「全能星戰」：陶喆、張韶涵、吳克羣、黃小琥、胡彥斌、孫楠、龔琳娜、順子，八位實力唱將踏破自我侷限，勇敢挑戰各種音樂類型，抱著對音樂的熱情和追求完美的態度，在舞台上揮灑創意，自由歌唱！鍾興民老師擔任音樂總監，與林夕合作譜寫全能星戰主題曲〈誰怕誰〉，由四位女選手完美詮釋〈全能星戰〉的節目宗旨—證明自己，各盡所長，輸贏都豪情萬丈！



類型：真人秀 上檔日期：2017/10/15 播出頻道：八大綜合台 播出時間：20:30(日)

「我們相愛吧2」：大仁哥陳柏霖與遊戲女王宋智孝大談「異國姐弟戀」、余文樂與相差11歲的周冬雨發展「大叔蘿莉戀」、性格迥異的魏大勳、李沁將進行一場甜蜜的青春愛戀，三對不同國度、不同年紀、不同個性的明星戀人，會擦出什麼愛的火花呢？

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	幸福來了東方傳奇皇耆飲	民視	3.76	1	OPPO R11綜藝玩很大	中視	2.71
2	綜藝大集合娘家益生菌	民視	3.70	2	新名偵探柯南	華視	2.57
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.25	3	神偷怪盜	華視	2.25
4	OPPO R11飢餓遊戲	中視	1.84	4	1800神偷怪盜	華視	2.11
5	航海王23	台視	1.78	5	哆啦A夢	華視	1.75
6	OPPO R11綜藝玩很大	中視	1.71	6	OPPO R11飢餓遊戲	中視	1.75
7	中視新聞全球報導	中視	1.38	7	航海王23	台視	1.67
8	台視晚間新聞	台視	1.28	8	1830蠟筆小新	台視	1.66
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.25	9	1800新名偵探柯南	華視	1.60
10	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.15	10	綜藝大集合娘家益生菌	民視	1.47
11	實習醫師鬥格	民視	1.13	11	幸福來了東方傳奇皇耆飲	民視	1.42
12	三生三世十里桃花	中視	1.06	12	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.35
13	超級天王豬哥秀	華視	1.04	13	1800蠟筆小新	台視	1.16
14	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	1.02	14	1800航海王23	台視	1.11
15	愛妮雅舞力全開	民視	1.02	15	綜藝3國智高島	台視	1.03
16	1800航海王23	台視	0.99	16	逆轉裁判	華視	1.01
17	1300幸福來了東方傳奇皇耆	民視	0.99	17	台視晚間新聞	台視	0.97
18	天才衝衝衝	華視	0.94	18	新獵人	台視	0.95
19	1830蠟筆小新	台視	0.93	19	排球少年	華視	0.90
20	噗通噗通我愛你大誠保險經	台視	0.91	20	我和我的四個男人大誠保險	台視	0.89
平均			1.51	平均			1.52

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

※統計期間：2017/09/25-2017/10/01

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	OPPO R11綜藝玩很大	中視	2.28	1	幸福來了東方傳奇皇耆飲	民視	4.47
2	綜藝大集合娘家益生菌	民視	1.87	2	綜藝大集合娘家益生菌	民視	4.33
3	OPPO R11飢餓遊戲	中視	1.79	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.78
4	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.60	4	OPPO R11飢餓遊戲	中視	1.86
5	幸福來了東方傳奇皇耆飲	民視	1.51	5	航海王23	台視	1.85
6	航海王23	台視	1.42	6	中視新聞全球報導	中視	1.56
7	1830蠟筆小新	台視	1.24	7	OPPO R11綜藝玩很大	中視	1.47
8	稍息立正晚自習	中視	1.06	8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.47
9	台視晚間新聞	台視	0.97	9	台視晚間新聞	台視	1.37
10	中視新聞全球報導	中視	0.96	10	1300幸福來了東方傳奇皇耆	民視	1.27
11	實習醫師鬥格	民視	0.89	11	實習醫師鬥格	民視	1.26
12	烏龍派出所	華視	0.85	12	三生三世十里桃花	中視	1.23
13	神偷怪盜	華視	0.85	13	愛妮雅舞力全開	民視	1.23
14	蠟筆小新	台視	0.78	14	超級天王豬哥秀	華視	1.17
15	綜藝3國智高島	台視	0.72	15	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	1.15
16	1800蠟筆小新	台視	0.72	16	大陸尋奇	中視	1.07
17	天才衝衝衝	華視	0.71	17	1800航海王23	台視	1.06
18	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	0.68	18	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.05
19	新獵人	台視	0.62	19	天才衝衝衝	華視	1.02
20	華視晚間新聞	華視	0.62	20	噗通噗通我愛你大誠保險經	台視	1.02
平均			1.11	平均			1.68

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

※統計期間：2017/09/25-2017/10/01

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	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	三立都會	3.17	1	2000電影哆啦A夢新大雄的	MOMO	2.24
2	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	2.97	2	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	三立都會	2.14
3	超級紅人榜	三立台灣	2.62	3	哈囉小梅子	YOYO	2.03
4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	1.71	4	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	1.97
5	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	1.68	5	1800神奇寶貝XY	MOMO	1.88
6	綜藝玩很大	三立都會	1.49	6	粉紅豬小妹	YOYO	1.86
7	真假貴公子	GTV戲劇台	1.37	7	妖怪手錶	YOYO	1.81
8	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	公共電視	1.37	8	1130蠟筆小新我的超時空新	YOYO	1.69
9	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.27	9	我們這一家	YOYO	1.68
10	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.09	10	1830精靈寶可夢太陽月亮	MOMO	1.67
11	第52屆電視金鐘獎星光大道	三立都會	1.09	11	綜藝玩很大	三立都會	1.64
12	民視晚間新聞	民視新聞	1.05	12	戰鬥陀螺爆烈世代神	YOYO	1.57
13	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.01	13	2100名偵探柯南偵探們的鎮	MOMO	1.53
14	草地狀元甘味人生活菌母	三立台灣	0.98	14	1745SUPER WINGS	YOYO	1.51
15	歡樂智多星	衛視中文	0.98	15	可愛巧虎島	YOYO	1.50
16	1900白鷺鷥的願望	三立台灣	0.98	16	1830怪盜喬克	卡通頻道	1.48
17	文茜的世界財經周報	中天新聞台	0.92	17	Barbie長髮公主	YOYO	1.44
18	2215阿母	三立台灣	0.87	18	超級總動員	YOYO	1.40
19	1900歡樂智多星	衛視中文	0.87	19	蠟筆小新我的超時空新娘	YOYO	1.40
20	台灣大頭條	三立新聞	0.85	20	LINE TOWN麻吉樂園	YOYO	1.37
平均			1.42	平均			1.69

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

※統計期間：2017/09/25-2017/10/01

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	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	三立都會	3.19	1	超級紅人榜	三立台灣	3.30
2	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	1.91	2	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	三立都會	3.30
3	第52屆電視金鐘獎星光大道	三立都會	1.18	3	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	3.29
4	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	公共電視	1.08	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.12
5	歡樂智多星	衛視中文	1.06	5	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	1.97
6	2215阿母	三立台灣	0.97	6	真假貴公子	GTV戲劇台	1.66
7	綜藝玩很大	三立都會	0.95	7	綜藝玩很大	三立都會	1.57
8	1800烏龍派出所	衛視中文	0.94	8	第52屆電視金鐘獎頒獎典禮	公共電視	1.51
9	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	三立都會	0.93	9	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.51
10	烏龍派出所	衛視中文	0.92	10	民視晚間新聞	民視新聞	1.28
11	2200SUGAR手機綜藝大熱門	三立都會	0.88	11	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.26
12	青春好7淘	三立台灣	0.80	12	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.25
13	1830烏龍派出所	衛視中文	0.79	13	草地狀元甘味人生活菌母	三立台灣	1.18
14	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	0.71	14	第52屆電視金鐘獎星光大道	三立都會	1.13
15	型男大主廚	三立都會	0.69	15	1900白鷺鷥的願望	三立台灣	1.12
16	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	0.67	16	文茜的世界財經周報	中天新聞台	1.12
17	1730烏龍派出所	衛視中文	0.65	17	新台灣加油	三立新聞	1.01
18	2400超愛美小姐	三立都會	0.64	18	台灣大頭條	三立新聞	1.01
19	愛玩客之老外看台灣	三立都會	0.62	19	歡樂智多星	衛視中文	1.01
20	逃跑吧好兄弟	緯來綜合	0.61	20	1230一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	0.99
平均			1.01	平均			1.63

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

※統計期間：2017/09/25-2017/10/01

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	幸福來了東方傳奇皇耆飲	民視	3.76	1	綜藝大集合娘家益生菌	民視	3.70
2	一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	2.97	2	超級紅人榜	三立台灣	2.62
3	戲說台灣炳翰人參粉	三立台灣	1.68	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.25
4	真假貴公子	GTV戲劇台	1.37	4	OPPO R11 飢餓遊戲	中視	1.84
5	戲說台灣假日完整版	三立台灣	1.27	5	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	1.71
6	Chocola BB稍息立正我愛你	中視	1.15	6	OPPO R11綜藝玩很大	中視	1.71
7	實習醫師鬥格	民視	1.13	7	綜藝玩很大	三立都會	1.49
8	三生三世十里桃花	中視	1.06	8	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	華視	1.25
9	實習醫師鬥格東方傳奇皇耆	民視	1.02	9	超級天王豬哥秀	華視	1.04
10	1300幸福來了東方傳奇皇耆	民視	0.99	10	愛妮雅舞力全開	民視	1.02
11	1900白鷺鷥的願望	三立台灣	0.98	11	歡樂智多星	衛視中文	0.98
12	噗通噗通我愛你大誠保險經	台視	0.91	12	天才衝衝衝	華視	0.94
13	2215阿母	三立台灣	0.87	13	1900歡樂智多星	衛視中文	0.87
14	1230一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	0.82	14	綜藝3國智高島	台視	0.85
15	守護者K2熹妃傳	東森戲劇台	0.82	15	SUGAR糖果手機綜藝大熱門	三立都會	0.82
16	牡丹花開真享購	台視	0.80	16	2200SUGAR手機綜藝大熱門	三立都會	0.81
17	阿不拉的三個女人蔥媽媽爆	民視	0.80	17	豬哥會社國田精品門窗	民視	0.81
18	2000三生三世十里桃花	中視	0.70	18	2200超級紅人榜	三立台灣	0.77
19	媽媽不見了維膜助聽器	民視	0.66	19	K歌大明星	中視	0.65
20	1600一家人一家烤肉萬家香	三立台灣	0.64	20	移居世界秘境日本人好吃驚	緯來日本	0.64
平均			1.22	平均			1.34

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

※統計期間：2017/09/25-2017/10/01

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) 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