

# 凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

**No.977**

# 目錄 Index

2018/12/31-2019/01/06

市場訊息

高齡給付 佔社會給付逾五成

媒體市場訊息

台鐵車站廣告標租改變策略 大站小站一起賺

媒體專題

2019年十大熱門趨勢(2/2)

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

# 高齡給付 佔社會給付逾五成

行政院主計總處「社會保障支出統計」指出，隨著高齡社會到來，2017年老年退休金等「高齡給付」首度升破1兆元，佔社會給付比率也超過50%，在老年人口逐年增加下，估計高齡給付壓力將逐年加重。國發會表示，目前我國高齡人口佔總人口比率14.5%，再過八年(2026)將超過20%，進入超高齡社會，高齡給付的壓力會更大。主計總處官員也表示，未來隨著高齡人口佔比升逾20%，高齡給付一定會逐年加重，所幸由於高齡給付有95%都是來自勞保、勞退、軍公教退撫等社會保險，大多是退休金的給付，而這些退休基金都有一定的安全準備，問題應該不大，惟仍需審慎因應。[工商時報2019/01/04]

## 台北精品商圈風格丕變概況

商圈	路線	精品貢獻
信義商圈	新光三越信義新天地A4、A9等精品店風格走潮流	估超過200億
忠孝商圈	SOGO復興、微風廣場愈趨年輕化經典	估超過100億
晶華商圈	麗晶精品生活美學精品路線	估約30億

製表：李麗涵

## 信義精品商圈 潮流風格當道

台北市精品商圈移轉至信義計劃區，吸引高達300個國際精品齊聚較勁，在此全球百貨密度最高的商圈，國際精品無不卯足勁把最先進概念展現在此，包括LV、GUCCI陸續把過去經典優雅改頭換面，GUCCI更潮到當全台店王，而香奈兒則隨著A9先發快閃店登場亦啟動潮流裝扮，即將開幕的微風南山，一樓引進Alexander Wang等潮流品牌，宣告信義商圈精品風格要走潮流派。百貨零售業者指出，近三年來精品潮流路線從一線精品LV、Dior、GUCCI等請來潮流設計師操刀，精品業者反應，如果店舖不進行改裝走更前衛風格，那麼年輕客群還是進不來，也促使國際精品品牌潮流將從「內化」再「外顯」。[工商時報2018/12/31]

## 開科技店 4大超商全數到位

繼統一超無人店、全家科技概念店、OK智能自販機後，萊爾富智慧科技店首度亮相。萊爾富全台首家智慧科技店去年11月底在交大校園開幕，與工研院技術合作，首創盤點自走車、智慧才積辨識系統等七大科技應用。至此，四大超商全面科技化時代來臨！2018堪稱超商科技應用最百花齊放的一年！7-ELEVEN去年元月開出全台首家無人超商「X-STORE」，以人臉辨識入店跟消費是一大特色；3月底全家開出首家科技概念店，導入咖啡機器手臂、智能EC驗收、建議訂購系統等17項新科技；OK超商6月發表「OK mini」智慧自動販賣機，支援逾20種非現金支付方式，並結合物聯網技術推出即時補貨APP、雲端管理系統等。[工商時報2019/01/07]

# 六都去年移轉棟數 年增4.1%

2018六都全年移轉棟數出爐，合計達21.2萬餘棟、年增4.1%，其中又以雙北市反彈幅度最亮眼，桃園、高雄則是「唯二」下滑的都會區；預估2018年全台移轉棟數可達28萬棟，儘管2018房市交易量能先盛後衰，但仍呈現連續兩年反彈走勢，預計2019年房市仍是「量微增、價緩跌」趨勢。六都地政局同步公佈12月移轉棟數，交易表現平淡，僅台中、台南較上月小增1.7%及3.9%，其餘各都月減1.2%~7.6%；與去年同期相較六都全數下滑，年減幅度落在3%~16%。合計六都12月移轉量為1.8萬棟，月減2.6%、年減6.3%。[工商時報2019/01/03]

## 元大信用卡衝量 躋身十大

靠著併購、砸錢推新卡，2018年信用卡排名出現巨大變化，尤其是中小型銀行信用卡版圖各有消長。其中元大銀靠著併購，成為信用卡張數成長最大黑馬，元大銀一舉拿下第十名發卡行，星展銀則在10月時擠上第15大發卡行，兩家新強力信用卡發卡銀行，已經引發其他國銀業者注意。國銀最新信用卡數字統計到2018年11月，前九大流通卡銀行仍與2017年年底相同，依序為中信銀、國泰世華商銀、玉山銀、台新銀、花旗銀、北富銀、聯邦銀、永豐銀、遠銀。但第十名之後，排名有劇烈變化。元大銀從2017年底第14名，擠上第十大發卡行，第二匹黑馬為星展銀，同樣是因2017年底併入澳盛銀在台信用卡業務，流通卡數一舉逾54萬張。[經濟日報2018/12/31]

## 電動機車年銷衝上8.24萬輛

電動機車挾政府強力補助為後盾，2018年國內銷量飆上8.24萬輛新高，搶下國內機車市場近一成佔有率。Gogoro在2018年銷售達7.21萬輛，拿下87%市佔率穩居龍頭；光陽初試啼聲，2018年電動機車銷售繳出三倍增的成績單。2019年台灣電動機車市場將進入戰國時代，百花齊放下，業者估電動機車年銷量將從15萬輛起跳。Gogoro完成全台千座換電站建設，力拚新車銷量更上層樓。[工商時報2019/01/03]

國銀流通卡數排名

	2017年11月	2018年11月
1	中信銀	中信銀
2	國泰世華銀	國泰世華銀
3	玉山銀	玉山銀
4	台新銀	台新銀
5	花旗銀	花旗銀
6	台北富邦銀	台北富邦銀
7	聯邦銀	聯邦銀
8	永豐銀	永豐銀
9	遠東銀	遠東銀
10	華南銀	元大銀
11	一銀	一銀
12	新光銀	華南銀
13	兆豐銀	新光銀
14	元大銀	兆豐銀
15	滙豐銀	滙豐銀
16	合庫銀	星展銀

資料來源：金管會、各國銀官網

楊筱筠 / 製表



# 台鐵車站廣告標租改變策略 大站小站一起賺

台鐵近幾年透過車站空間出租的廣告營收大幅成長；不過，都集中在大車站，台鐵今年改變策略，採取「肥肉綁瘦肉」方式，大站、小站包裹出租，例如：南港、松山、汐止三車站的廣告在同一案辦理標租，一起賺廣告費。台鐵介紹近幾年廣告營收成長，從2014年約新台幣7,000多萬元，成長至2017年約一億元，幅度高達46%。廣告標租營收增加，除了車站空間更加利用，商業機能提升，廣告走向數位化，租金提高，也是重要原因。[工商時報2019/01/02]

## 微軟Bing廣告用機器學習 擴大搜尋廣告的曝光範圍

不用下大量關鍵字廣告，也能讓廣告曝光給更多相關用戶，微軟的Bing廣告最近推出了一項擴大關鍵字廣告曝光範圍的新作法，可以連不在關鍵字廣告清單上的相關搜尋用詞，都能自動納入廣告曝光範圍，連廣告主沒下的關鍵字也能曝光。另外，這項技術也不只可以用於搜尋結果的廣告上，還能用於網站內部搜尋中，透過結合個人購買行為或是搜尋歷史，客製化購物者的個人品味搜尋，提高整體搜尋結果的相關性。[iThome 2019/01/07]



## 互聯網虛假廣告 百度再被點名

百度近日正處多事之秋，不僅因低俗內容遭大陸國家網信辦下令整改，更因網站充斥虛假廣告，而遭陸媒點名。儘管百度緊急澄清，已經處理502億條有害訊息，但外界仍憂慮，互聯網公司與廣告主「沆瀣一氣」的利益關係，恐將使虛假廣告問題更加嚴重。報導稱，理財產品業者要在大型平台投放廣告，需要商家提供營業執照和產業網站鏈接，但經調查，包括百度、愛奇藝在內的各大平台投放廣告均無需營業執照，只需提供產品網站地址即可開戶，凸顯大陸網路廣告主走「後門」投放虛假廣告的問題相當嚴重。[工商時報2019/01/07]

# 媒體專題 Media Report

2019年十大熱門趨勢(2/2)

## 前言

- 我們身處一個劇烈變動中的世界，無處不是內容，無處不能購物。
- 裝置連結和數據處理的速度加快，以及娛樂、資訊、傳播和遊戲的融合，都在驅動這個世界的改變。
- 英國凱絡2019年趨勢報告將分享產業中最前端的發展以及品牌相關應用。

看報告上集 >>

06 智慧靈活的數位家外媒體

07 從數據到創新設計

08 後GDPR時代的精準行銷

09 5G時代 爆量內容搶眼球

10 數位排毒重塑實體連結



## 智慧靈活的數位家外媒體

- 數位螢幕為家外廣告帶來革命，2018年數位在英國家外廣告量中的佔比首次超過50%，以全球來說，數位佔比已接近40%。數位家外廣告最大的進步是可以根據即時數據，快速更新廣告內容。拿下坎城國際創意節「Creativity」銅獎的案例「[The Route](#)」，就是讓巴西聖保羅市的救護車駕駛可以利用手機APP分享行進數據，並在公路沿線的數位螢幕放出訊息提醒用路人讓出車道。
- 數位螢幕上的訊息可隨時更換，因此品牌買下家外版位的時間更長，像是酒商帝亞吉歐(Diageo)在英國根據天氣和每天不同時段，利用家外數位螢幕宣傳旗下五個品牌。一般零售商也可以更自由地利用家外螢幕促銷庫存高的商品。



- 數位家外廣告將有更多和其他媒體搭配使用的機會，尤其是行動裝置；結合地理位置資訊，行銷活動可以根據消費者的移動路線在不同螢幕間(家外+行動)切換，推送訊息。
- 新創公司Grabb-It正在實驗將Uber汽車車窗變成家外媒體版位，向路人播放廣告。

# 品牌應用

- 家外廣告和行動廣告都是能鎖定地理位置行銷的媒體，兩者將來會有更多協同應用。
- 對於擁有大量或多種品牌組合的廣告主來說，數位家外廣告的新功能提供了很好的解決方案；而對小型、分眾的品牌來說，也有機會首次策略性地嘗試利用數位家外螢幕打廣告，品牌可以只針對特定地點和時段做小量投資，並搭配零售通路做即時優惠。
- 數位家外廣告也適合品牌用來測試新的行銷訊息和策略。



## 從數據到創新設計



- 數據經過處理、分析，結果除了能優化行銷活動，還可以用來設計或改良產品和服務，例如Amazon在紐約開設的四星商店(Amazon 4-star)，其中選品都在Amazon網站獲得四顆星以上評價，確保它們品質佳又賣得好。這是Amazon利用自家擁有的數據打造百貨通路的案例。

- 樂團Metallica利用Spotify數據，在巡迴演出時找到每個城市的熱門歌曲，規劃演唱會曲目。數據使用已獲得Spotify同意。
- 快時尚新創品牌Choosy挖掘Instagram上的潮流趨勢，作為新服飾設計的靈感。透過觀察哪些名人穿搭最受歡迎、留言中有「哪裡可以買到」等字串，Choosy能夠快速推出熱賣商品。Choosy的數據使用未經Instagram許可，都是平台上的公開資料。



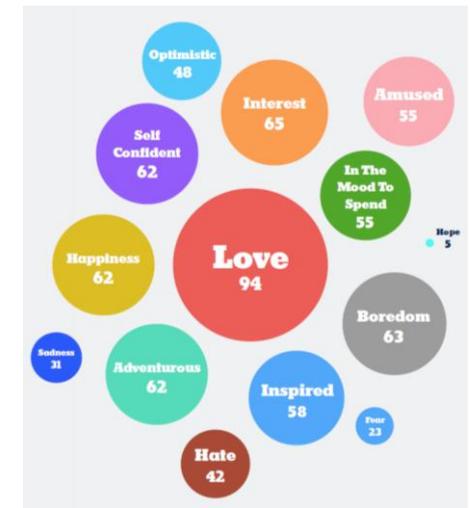
# 品牌應用

- 歷史較悠久的品牌最有機會根據數據設計或優化產品，因為他們長期累積大量數據、或能夠獲得合作夥伴的數據。而對於產品製程與銷售通路具有掌控權的品牌，則能在研發設計階段後，快速展開新概念的測試或產品試用。
- 以人為核心的策展能力仍然重要，品牌要注意別讓數據優勢反而破壞了消費者的「意外之喜」。
- 販賣數據可能會成為品牌新的獲利來源。



## 後GDPR時代的精準行銷

- 號稱全球最嚴個資法的GDPR上路，為數據行銷帶來挑戰，卻也帶來新思維：媒體和廣告科技公司比以往更加重視廣告所出現的脈絡與情境，或者針對廣告內容發揮創意，讓廣告和它所出現的時刻更有關聯性。
- 新聞媒體如紐約時報(The New York Times)、ESPN和今日美國(US Today)開發出一種網頁內容的分析方法，可識別文章可能觸發的情緒，並根據情緒投放合適的廣告。Illuma是一間可以找「相似頁面」(lookalike pages)的新創公司，不同於過去尋找「相似受眾」(lookalike audiences)，當他們分析出某則廣告在某個網頁上表現較好，就能夠在同一出版商或集團中找到屬性相同的內容，加碼投放廣告。
- 不管是在搜尋、展示還是影音廣告中，針對它們被看到的「時刻」發展個人化廣告訊息的技術，近來有長足的進步。像是Spirable、A Million Ads和Ad-Lib等公司，在合法、合理的情況下，可以讓廣告主根據位置、時段、天氣這些要素，對顧客說不同的話。讓一個普通的廣告活動可以因此出現多種組合方式。



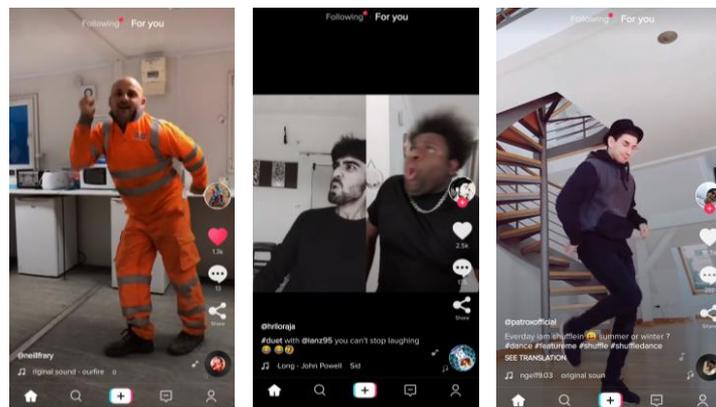
# 品牌應用

- 新的精準行銷技術應該幫品牌確保訊息在最佳時刻觸及對的人。
- 品牌將需要調整廣告量測和分類的模組，以了解「情緒」等新參數的廣告成效，同時評估這些新技術的優點與可能帶來的價格成長。AI和處理速度的提升將會加快這些進步。



## 5G時代 爆量內容搶眼球

- 高速連網早已滲透我們的生活。2010年4G才出現，現在已經佔已開發國家數據流量超過50%。全球行動數據消費從2010年的0.3EB到2018年的17EB，預期2021年將達到49EB，成長驚人。連網速度的提升改變了許多科技應用，也促成新內容形式的普及。
- 影音內容充斥我們的世界，每天有超過4億Instagram用戶觀看或製作限時動態(Stories)，其中很大一部份是由影音組成，影音內容也進入各大通訊APP，包括群組視訊通話中。2018年暴紅手機APP抖音就是來自中國的短影音分享平台，目前全球月活躍用戶已超過5億，[台灣有超過300萬人](#)；Facebook也看到短影音商機，正在開發自家版本「Lasso」。
- 5G上網將比4G更快上數倍，許多城市已經開始實測、預計在2020年上路。5G的「低延遲」特性將讓消費者獲得高畫質串流影音、VR等體驗，品牌也能夠透過穿戴裝置、連網車、智慧城市中的傳感器取得更大量有意義的數據。



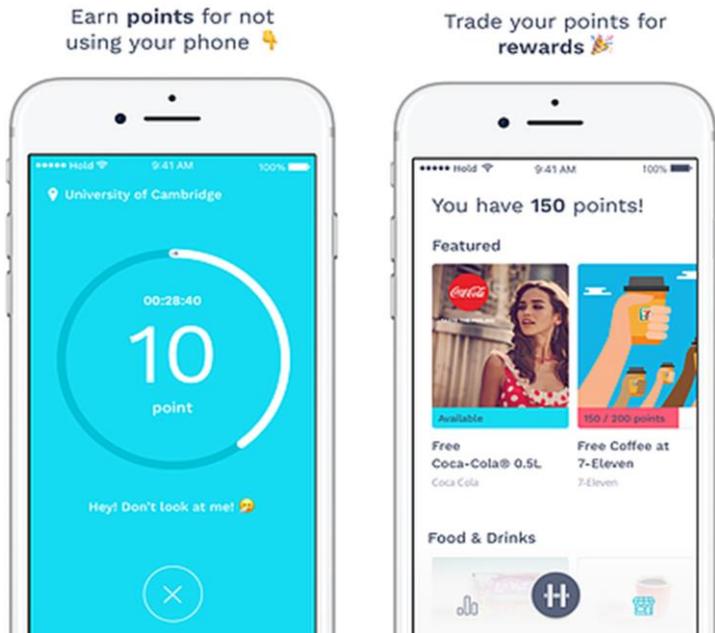
# 品牌應用

- 超高速的5G連網意味著更多內容的出現，消費者將擁有更多選擇，會更常跳過不感興趣的內容，因此品牌將面臨更嚴峻的注意力戰爭，必須更重視使用者體驗。
- 品牌能獲得更多數據，作為他們決策的參考依據。
- 實體店會受到更多衝擊和威脅，因為連網將變得更快更容易。



## 數位排毒重塑實體連結

- 科技席捲一切，無處不是內容和商務，為了自己的身心健康，人們開始嘗試縮短螢幕時間，尤其是減少使用社群媒體。[調查](#)發現，英國、美國19%受訪者曾經進行過「數位排毒」(Digital Detox)，70%曾試圖減少使用數位裝置。有音樂廳、餐廳和酒吧禁止顧客使用手機，鼓勵人們享受當下，而非依賴螢幕生活。



- Apple iOS 12的新功能讓用戶可以看到自己每週花多少時間使用手機；Facebook、Instagram和YouTube推出讓用戶更容易知道自己社群媒體使用時間的工具，也可以設定休息提醒。
- 手機APP Hold針對減少使用手機的用戶贈與點數，點數可以用來和合作商家換取小禮物，或捐給慈善機構。這是一個讓人們對自己的生產力和螢幕時間更有感、更细心的實際作法。

# 品牌應用

- 一旦消費者開始試圖縮短螢幕時間，他們將會更慎選自己使用的服務、觀看的內容和互動的品牌，因此品牌會需要更努力吸引或維持消費者注意。
- 品牌應該幫助顧客和親友建立更有意義的連結，尤其是與身心健康或社交活動相關的品牌，例如酒類。
- 愈來愈多的創意「排毒」(detoxing)方式將出現，呼籲消費大眾：別躲在濾鏡後了，來看看真實世界吧！



# 新節目介紹

## New TV Shows



# 頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2019/01/12 播出頻道：緯來日本台 播出時間：21:00(六)

**房仲女王大逆襲**：房仲女王三軒家萬智(北川景子飾)，將原本空房率超高的濱海小鎮，賣到一房不剩！因此三主和她的老公屋代課長(仲村亨飾)，準備展開新的生活。但是兩人並不知道，有人在暗中偵查他們。這個外表俊秀、充滿神祕的男子留守堂謙治(松田翔太飾)，爾後將帶來預想不到的風暴！



類型：戲劇 上檔日期：2019/01/15 播出頻道：八大戲劇台 播出時間：21:00(一~五)

**甜蜜一家人**：講述以為子女們結婚，成家立業搬出去後，可以好好享清福的一對老夫妻，沒想到子女們卻攜家帶眷紛紛搬回來住，一大家子三代住在一個屋簷下所展開的歡樂家庭劇。



類型：戲劇 上檔日期：2019/01/16 播出頻道：緯來日本台 播出時間：22:00(一~五)

**勝訴狠女王**：她，曾是叱吒法律界的女王，現在卻淪為三流律師事務所老闆。為了勝訴，她不分敵友，無所不用其極！小鳥遊翔子(米倉涼子飾演)作風自由任性，是「京極法律事務所」的管理人。她不但被吊銷律師執照，還負面傳聞滿天飛，沒有人知道她的真正來歷。她大膽對上擁有一流陣容的律師事務所，誓言要贏得不可能的法庭戰爭！

# 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WIWI發熱衣	民視	5.96	1	大時代WIWI發熱衣	民視	3.55
2	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.34	2	1800新名偵探柯南	華視	2.71
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.50	3	飢餓遊戲	中視	2.56
4	航海王24	台視	2.28	4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.47
5	綜藝玩很大	中視	2.25	5	新哆啦A夢	華視	2.22
6	飢餓遊戲	中視	2.09	6	綜藝玩很大	中視	2.21
7	台北最high新年城2019跨年	華視	1.90	7	蠟筆小新	台視	2.03
8	2019高雄夢時代跨年派對	民視	1.81	8	1830蠟筆小新	台視	1.99
9	台視晚間新聞	台視	1.68	9	烏龍派出所	華視	1.92
10	愛妮雅舞力全開	民視	1.68	10	航海王24	台視	1.92
11	2019台中跨年搖滾嗨翻天	中視	1.49	11	台北最high新年城2019跨年	華視	1.88
12	綜藝3國智福爾額溫槍	台視	1.49	12	綜藝大集合福爾血糖機	民視	1.86
13	萬秀豬王尚讚	中視	1.36	13	綜藝3國智福爾額溫槍	台視	1.83
14	中視新聞全球報導	中視	1.34	14	新名偵探柯南	華視	1.77
15	你有念大學嗎大誠保險經紀	台視	1.32	15	1800蠟筆小新	台視	1.67
16	綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	1.30	16	1800烏龍派出所	華視	1.47
17	2019台中跨年快樂星勢力	中視	1.24	17	2019高雄夢時代跨年派對	民視	1.47
18	1800航海王24	台視	1.22	18	台視晚間新聞	台視	1.28
19	2019台中跨年魚仔音樂會	中視	1.17	19	艾蜜麗的五件事大誠保險經	台視	1.26
20	聲林之王雅聞倍優	台視	1.15	20	你有念大學嗎大誠保險經紀	台視	1.20
平均			2.03	平均			1.96

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

※統計期間：2018/12/31-2019/01/06



# 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	航海王24	台視	3.18	1	大時代WIWI發熱衣	民視	6.84
2	大時代WIWI發熱衣	民視	2.52	2	綜藝大集合福爾血糖機	民視	5.00
3	綜藝大集合福爾血糖機	民視	2.28	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	4.07
4	台北最high新年城2019跨年	華視	2.00	4	綜藝玩很大	中視	2.34
5	1800航海王24	台視	1.99	5	航海王24	台視	2.18
6	飢餓遊戲	中視	1.98	6	飢餓遊戲	中視	2.05
7	你有念大學嗎大誠保險經紀	台視	1.96	7	愛妮雅舞力全開	民視	1.96
8	綜藝玩很大	中視	1.74	8	2019高雄夢時代跨年派對	民視	1.94
9	聲林之王雅聞倍優	台視	1.74	9	台北最high新年城2019跨年	華視	1.89
10	台視晚間新聞	台視	1.51	10	台視晚間新聞	台視	1.75
11	浩艾LOVE U大誠保險經紀人	台視	1.47	11	2019台中跨年搖滾嗨翻天	中視	1.63
12	2019台中跨年魚仔音樂會	中視	1.39	12	萬秀豬王尚讚	中視	1.60
13	2019高雄夢時代跨年派對	民視	1.35	13	綜藝3國智福爾額溫槍	台視	1.57
14	1830蠟筆小新	台視	1.34	14	中視新聞全球報導	中視	1.52
15	蠟筆小新	台視	1.13	15	綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	1.44
16	2019台中跨年搖滾嗨翻天	中視	1.05	16	2019台中跨年快樂星勢力	中視	1.35
17	2019花現台中跨年晚會	中視	1.04	17	1300大時代WIWI發熱衣	民視	1.33
18	2019台中跨年快樂星勢力	中視	0.98	18	英才基金會大陸尋奇	中視	1.31
19	2019台中跨年巨星賀新年	中視	0.93	19	民視七點晚間新聞	民視	1.25
20	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	0.80	20	你有念大學嗎大誠保險經紀	台視	1.24
平均			1.62	平均			2.21

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

※統計期間：2018/12/31-2019/01/06



# 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	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.79	1	0915SUPER WiNGS	YOYO	2.83
2	炮仔聲十全味噌	三立台灣	2.71	2	蠟筆小新我的超時空新娘	YOYO	2.63
3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.59	3	粉紅豬小妹的黃金雨靴	YOYO	2.58
4	如懿傳	衛視中文	1.92	4	0900SUPER WiNGS	YOYO	2.30
5	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.66	5	蠟筆小新大對決機器人爸爸	YOYO	2.27
6	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	1.61	6	1830精靈寶可夢太陽月亮	MOMO	2.22
7	熹妃傳延禧攻略	GTV第一台	1.49	7	1130電影版櫻桃小丸子來自	YOYO	2.13
8	綜藝玩很大	三立都會	1.39	8	炮仔聲十全味噌	三立台灣	2.05
9	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.37	9	衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	1.99
10	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.33	10	綜藝玩很大	三立都會	1.99
11	女兵日記女力報到PIPPER鳳	TVBS歡樂台	1.31	11	巧虎與小白鯨的大冒險	YOYO	1.95
12	中天晚間新聞	中天新聞台	1.24	12	電影版櫻桃小丸子來自義大	YOYO	1.93
13	台灣大搜索	中天新聞台	1.20	13	1930蠟筆小新大對決機器人	YOYO	1.92
14	跟著韓流瘋跨年	中天新聞台	1.20	14	1130蠟筆小新我的搬家物語	YOYO	1.91
15	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.12	15	0900YOYO音樂盒	YOYO	1.82
16	新聞龍捲風	中天新聞台	1.07	16	Peppa Pig	YOYO	1.77
17	1900親家	三立台灣	1.07	17	1930YoYoMan小學堂	YOYO	1.68
18	民視晚間新聞	民視新聞	1.06	18	0900巧虎與小白鯨的大冒險	YOYO	1.61
19	1900歡樂智多星	衛視中文	1.01	19	櫻桃小丸子	YOYO	1.58
20	新神秘52區	中天新聞台	1.01	20	SUPER WiNGS	YOYO	1.55
平均			1.51	平均			2.04

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

※統計期間：2018/12/31-2019/01/06



# 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	炮仔聲十全味噌	三立台灣	1.53	1	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	3.29
2	1830烏龍派出所	衛視中文	1.37	2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.10
3	1800烏龍派出所	衛視中文	1.23	3	炮仔聲十全味噌	三立台灣	2.99
4	如懿傳	衛視中文	1.09	4	如懿傳	衛視中文	2.17
5	1900歡樂智多星	衛視中文	0.94	5	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	2.01
6	1730烏龍派出所	衛視中文	0.92	6	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	1.82
7	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.90	7	熹妃傳延禧攻略	GTV第一台	1.74
8	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	0.89	8	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.71
9	瘋神無雙福爾額溫槍	衛視中文	0.88	9	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.56
10	乒乓少女大逆襲	東森電影	0.82	10	中天晚間新聞	中天新聞台	1.47
11	航海王	衛視中文	0.82	11	台灣大搜索	中天新聞台	1.45
12	女兵日記女力報到PiPPER鳳	TVBS歡樂台	0.82	12	女兵日記女力報到PiPPER鳳	TVBS歡樂台	1.44
13	綜藝玩很大	三立都會	0.81	13	跟著韓流瘋跨年	中天新聞台	1.42
14	歡樂智多星	衛視中文	0.81	14	綜藝玩很大	三立都會	1.41
15	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	0.78	15	新聞龍捲風	中天新聞台	1.33
16	棒球大聯盟2nd	東森電影	0.72	16	1900親家	三立台灣	1.30
17	名偵探柯南	衛視電影	0.71	17	民視晚間新聞	民視新聞	1.30
18	2000綜藝玩很大安可場	三立都會	0.68	18	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.28
19	2000新神秘52區	中視新聞台	0.67	19	新神秘52區	中天新聞台	1.17
20	烏龍派出所	衛視中文	0.65	20	1900歡樂智多星	衛視中文	1.09
平均			0.90	平均			1.75

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

※統計期間：2018/12/31-2019/01/06



# 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WIWI發熱衣	民視	5.96	1	綜藝大集合福爾血糖機	民視	4.34
2	炮仔聲十全味噌	三立台灣	2.71	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.50
3	如懿傳	衛視中文	1.92	3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.79
4	戲說台灣聿健關鍵活力	三立台灣	1.66	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.59
5	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	1.61	5	綜藝玩很大	中視	2.25
6	熹妃傳延禧攻略	GTV第一台	1.49	6	飢餓遊戲	中視	2.09
7	戲說台灣假日完整版聿健關	三立台灣	1.33	7	愛妮雅舞力全開	民視	1.68
8	你有念大學嗎大誠保險經紀	台視	1.32	8	綜藝3國智福爾額溫槍	台視	1.49
9	女兵日記女力報到PIPPER鳳	TVBS歡樂台	1.31	9	綜藝玩很大	三立都會	1.39
10	1300大時代WIWI發熱衣	民視	1.08	10	萬秀豬王尚讚	中視	1.36
11	1900親家	三立台灣	1.07	11	綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	1.30
12	女兵日記女力報到佰益多益	台視	1.02	12	聲林之王雅聞倍優	台視	1.15
13	雙城故事Footer除臭襪	民視	0.99	13	1900歡樂智多星	衛視中文	1.01
14	拜託媽媽	民視	0.92	14	歡樂智多星	衛視中文	0.95
15	2000如懿傳	衛視中文	0.84	15	天才衝衝衝	華視	0.91
16	中信房屋如懿傳	緯來戲劇台	0.83	16	2200超級紅人榜CUCKOO福庫	三立台灣	0.88
17	1230炮仔聲十全味噌	三立台灣	0.81	17	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.73
18	2215白鷺鷥的願望	三立台灣	0.79	18	1830綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	0.69
19	1600炮仔聲十全味噌	三立台灣	0.75	19	帥哥猛男飆體能向女王致敬	緯來日本	0.68
20	1700牽手	三立台灣	0.75	20	饗食天堂中餐廳	中視	0.66
平均			1.46	平均			1.62

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

※統計期間：2018/12/31-2019/01/06



# 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