

Media Drive Bulletin

宏將週報

Vol.1922
05.27-06.02





本期摘要

媒體放大鏡 有線電視HD達75% NCC盼年底100%

國際視野 eMarketer評估美國臉書及Snapchat使用時間的減少

科技瞭望 會打牌、倒咖啡 和碩推出Aria機器人

專案介紹 GTV節目置入專案：娛樂百分百

收視調查

網路觀察 April 2019

Media
news

媒體放大鏡



有線電視HD達75% NCC盼年底100%

NCC今天通過有線電視頻道高畫質提升案，希望今年年底前基本頻道全面HD化，NCC說，截至4月，52家系統經營者基本頻道的高畫質節目比例達75%。

NCC（國家通訊傳播委員會）委員會議今天通過有線電視產業頻道高畫質提升政策研析及行動方案，推動108年底國內有線廣播電視基本頻道節目全面以高畫質（HD）播出，盼帶動國內高畫質節目內容產製，讓消費者能享有更優質收視聽服務，打造有線電視成為高畫質視訊平台。

NCC強調，為提升有線電視系統數位紅利，並落實帶動高畫質節目內容產製，將透過頻道高畫質提升政策引導，積極推動108年底基本頻道節目全面以高畫質播出，包括透過有線電視系統經營者及頻道供應事業的營運計畫、費率審議、評鑑、換照等行政措施來有效達成。

NCC主秘蕭祈宏表示，會中也針對基本頻道中部分類型頻道排除適用高畫質播出進行討論，考量部分有線電視頻道節目特殊性，包含單純播送聲音的音樂頻道、靜態頻道總表及公用頻道屬公眾近用頻道等，為尊重其公用頻道登記申請人所拍攝節目原始畫質與精神，排除高畫質播出。

NCC說，為提升國內高畫質影視節目製作與國際接軌，期待2020年國內訂戶得以4K畫質觀賞東京奧運賽事轉播，並藉此鼓勵國內頻道供應事業產製4K節目，NCC已通過108年「4K視訊服務實驗區」補助計畫，近期將依行政程序公告，以推動有線電視播送4K高畫質節目。

【2019/05/29, 中央社】

LINE 音樂串流將上線！自訂來電鈴聲 4 大獨家功能

LINE台灣於今（5/31）正式宣布，由樂壇重量級國際天后李玟CoCo，擔任旗下音樂服務 LINE MUSIC 年度代言人，並預告LINE MUSIC 音樂串流服務將於近期在台正式上線。

LINE 還透露，將與李玟 CoCo 聯手帶給歌迷更多好玩有趣的合作計畫，像是：專屬有聲貼圖、獨家LINE鈴聲、答鈴、背景音樂，以及MV獨家首播等。此外，還有CoCo 歷年來經典歌曲的音樂串流，讓歌迷能一次完整擁有CoCo所帶來震撼的視聽享受。想搶先體驗LINE MUSIC、掌握最新音樂動態。目前不妨可先加入LINE MUSIC官方帳號，屆時，就能在第一時間獲得最新活動優惠相關情報。



LINE Music 音樂串流服務，即將於台灣上線，根據官方目前已釋出的相關消息，彙整四大獨家特色功能如下：

- 1.LINE Music 服務上線，首波提供用戶30天免費體驗。
- 2.LINE 通話來電鈴聲，用戶可自訂編輯喜愛的音樂歌曲。
- 3.LINE 個人主頁支援背景音樂功能，用戶查看好友主頁時、可邊收聽LINE Music背景音樂。
- 4.LINE Music 將提供MV獨家首播，用戶搶先掌握喜愛歌手的音樂最新動態。

【2019/05/31, 自由時報】

大陸影音平台推出「青少年防沈迷系統」

大陸「六一」兒童節前夕，包含騰訊、新浪、愛奇藝、優酷在內的21家主要網路影片、短影片平台在國家網信辦的要求下，推出「青少年防沈迷系統」，對青少年的使用時段、服務功能、在線時長，以及訪問內容做限制。

國家網信辦提到，在總結前期測試營運經驗的基礎上，擴大了「青少年防沈迷系統」覆蓋範圍，除了全面覆蓋短影片平台，還首次將主要長影片平台納入防沈迷體系，實行統一標準，進一步提升青少年保護力度。

國家網信辦介紹，進入青少年模式後，所有網絡影片用戶使用時段、服務功能、在線時長均受限，只能訪問「專屬內容池」。在「專屬內容池」中，長影片平台重點選擇弘揚愛國主義、宣揚英雄人物的優秀電影、電視劇；短影片平台側重為青少年提供課程教學、書法繪畫、親子教育、人文歷史、傳統文化、手工製作、自然科普等寓教於樂的優質內容。

國家網信辦指出，青少年防沈迷試點工作開展2個月以來，約4.6億短影片用戶每日收到青少年模式彈窗提示，5260萬人次訪問青少年模式引導頁，「由於各個平台技術研發能力存在差異，青少年防沈迷系統需要依靠用戶自主選擇才能發揮作用，在利用大數據分析、人工智能、人臉識別等技術主動發現未成年用戶方面存在不足，內容池建設也需要不斷優化。」

國家網信辦強調，將指導組織相關平台加大技術研發力度，不斷提高對疑似青少年用戶識別的精準度，加強內容建設，生產供給更多青少年喜聞樂見的優質內容，「與此同時，國家網信辦將繼續擴大青少年防沈迷系統覆蓋範圍，把網絡直播等行業納入該系統，匯集社會各方力量，共同為青少年健康成長營造良好的網絡空間。」

【2019/05/28,ETtoday新聞雲】

外媒報導：TikTok 抖音正在開發自己的品牌手機！



據報導，推出人氣 App 抖音 TikTok 的中國企業「字節跳動」正在研發自己的智慧手機！雖然金融時報報導中並未提及這款手機的詳細硬體規格，但軟體上這款手機將會預載抖音、今日頭條、西瓜視頻，甚至可能會有未公開過的串流音樂服務等多款字節跳動旗下產品。

字節跳動目前估值達 750 億美元左右，是當今中國最大型的獨角獸公司之一，不過換個角度來看，中國大型科技公司推出自己的品牌手機用來提升聲量與活躍使用者並不會太意外，美圖手機就是著名案例之一。

但也有不少業內人士認為現在這個時節手機市場已進入成本競爭階段，毛利率不高，而且手機品牌需要有強大的供應鏈在背後支撐，也得還要有通路佈局，但這兩者字節跳動目前看起來都不具優勢。

字節跳動今年稍早已經收購了另一間中國手機廠，由羅永浩成立之錘子科技的部分專利使用權，並且聘用部分錘子員工進入字節；中國媒體也指出，錘子科技自己原本改良自 Android 的 Smartisan OS 其認證主體，已從該公司轉變為由字節跳動間接持股 100% 的大眼星空。但也有人認為，字節跳動可能是要推出專為兒童教育市場設計的智慧教育手機而非大眾款。

【2019/05/28, Inside】

手機下單比例崛起 蝦皮網購App下載排名第一

媒體放大鏡

資策會產業情報研究所 (MIC) 針對網友網購行為進行調查，顯示消費者越來越習慣以手機進行網購，2018年已有七成網友曾行動網購，雖然PC仍是網購最大宗裝置，但手機網購崛起中，包括瀏覽比例較2017年成長8.4%，下單比例成長6.7%。針對行動網購途徑，50.8%網友習慣透過瀏覽器連結至行動網頁下單，而有42.6%網友習慣以網購APP下單，另也有6.6%網友透過LINE導購。調查顯示，雖然仍有二成左右網友未下載任何購物App，但總體來說，網購消費者平均一人擁有3個購物APP，下載前五名依序為蝦皮購物 (48.7%)、momo購物網 (26.7%)、PChome 24h (18.6%)、Yahoo拍賣 (18.4%) 與Yahoo購物中心 (17.9%)。

不同年齡消費者在網購裝置使用偏好有所差異，MIC調查顯示，網友透過PC與行動下單比例約為6：4，但隨著年齡遞增而有變化，41歲以上消費者比例約7：3，然而25歲以下消費者比例卻呈現翻轉，行動下單占比已超過55%；從行動網購經驗來看，35歲以下族群曾行動網購比例也超過整體平均。MIC資深產業分析師張筱祺認為，隨著族群年齡發生位移，網購下單裝置比例將會朝向行動網購發展，此翻轉現象也是電商業者未來開發購物介面的重要依據，包含視覺介面與流程順暢度等因素皆會對消費者下單造成關鍵影響。

【2019/06/03, 經濟日報】

Adobe調查：語音廣告較其他類型廣告 更具吸引力

人手一機時代來臨，消費者行為也變得較過去更分散，廣告形式也越來越多元。Adobe今 (29) 日公佈「2019年語音現況」調查主要結果，針對1,000名18歲以上美國消費者擁有和使用智慧音箱狀況的調查指出，超過三分之一 (38%) 消費者認為智慧音箱的語音廣告對比網路、印刷、電視和社群媒體廣告，更具吸引力及且不打擾消費者。39%受訪者認同語音廣告較其他管道更具吸引力。

受訪者中，有75%表示每天都使用智慧音箱，較2018年8月時的數據多6%。59%則表示他們較2018年時使用智慧音箱的頻率更高，當中有10%的逐年增加是由智慧型手機及智慧音箱所帶動。頻繁的使用證明智慧音箱越來越受歡迎。

此外，調查也顯示一些有趣的趨勢，語音助手的性能和體驗改進，正推動人們以語音代替鍵盤或其他傳統方式進行搜尋。使用語音助手設置鬧鐘 (58%) 和簡單搜尋 (40%) 的人越來越多。然而，用於管理財務 (5%) 和預訂旅遊服務 (11%) 的比例較2018年明顯下降。

接近一半 (47%) 受訪者稱他們使用智慧型手機上的語音助手最多，其次為智慧音箱 (31%)、汽車 (8%)、平板電腦 (7%)、手提電腦 (5%) 及穿戴式裝置 (3%)。同時，48%消費者表示「每日最少使用一次」智慧型手機的語音助手。有趣的是，18%受訪者已擁有具語音助手功能的汽車，其中44%「每日最少使用一次」。同時，64%消費者將智慧音箱放置在客廳中，其次為臥室 (46%) 和廚房 (32%)。只有12%受訪者將智慧音箱放在辦公室。

調查指出，42%消費者希望電視能加入語音功能，其次是汽車 (29%) 和溫度控制器 (29%)。32%消費者認為是否具備語音控制功能是購買電視時的重要考量因素，而這一功能在消費者購買音樂喇叭和汽車時影響的比重更高，分別為42%和37%。語音藝術喜好方面，38%消費者認為具備觸控螢幕功能將增進智慧音箱體驗。

【2019/05/29, 中時電子報】

Google關閉YouTube Gaming服務

2015年為了進一步迎合遊戲直播市場，Google宣布推出YouTube Gaming服務，甚至額外推出獨立運作app，後續也進駐台灣等市場，並且在各個遊戲相關活動與玩家互動。但在去年9月透露結束維護YouTube Gaming app之後，Google稍早在官方說明中表示將在5月30日起關閉YouTube Gaming服務。

若以去年9月說明來看，雖然Google將YouTube Gaming服務關閉，但實際上還是會持續藉由YouTube服務平台連接玩家族群。

以目前多數遊戲玩家多半會透過YouTube進行內容直播、創作，甚至與線上網友互動情況來看，Google顯然並沒有特別需求藉由獨立平台聚焦遊戲內容，同時在既有YouTube服務平台中，其實也能透過分頁、內容篩選等方式，向使用者提供符合遊戲相關的影片內容。

在這樣的調整之下，使用者反而更容易將目光焦點放在YouTube服務平台，同時也能讓使用者藉由內容推薦接觸到更多關連影片，進而在YouTube產生更多觀看流量。

【2019/05/31, 聯合新聞網】



《精靈寶可夢》發表會超驚喜，一口氣公布四款遊戲

在今日由 The Pokémon Company 所舉辦的《精靈寶可夢》的事業戰略發表會中，The Pokémon Company 一口氣公布了未來品牌的發展目標與各式各樣的全新硬體、軟體產品，讓寶可夢粉絲們驚喜連連。



- 《Pokémon Masters》，主要由《精靈寶可夢》系列的專屬繪師「杉森健」負責，他希望製作一款能將過去作品的歷代訓練家與寶可夢通通聚集在一起的新遊戲。
- 「Pokémon HOME」全新服務將會是第一個支援《精靈寶可夢 Let's GO! 皮卡丘 / Let's GO! 伊布》、《Pokémon GO》與尚未推出的《寶可夢 劍 / 寶可夢 盾》。
- 《Pokémon Sleep》睡覺也能玩與全新「Pokémon GO Plus+」這是一款 The Pokémon Company 與《跳躍吧！鯉魚王》的開發商 Select Button 共同開發，同時還跟任天堂與《寶可夢 GO》開發商 Niantic 所攜手開創的全新企劃。
- 《名偵探皮卡丘》是一款發行在 3DS 上的偵探冒險遊戲，也是後來真人同名電影版《名偵探皮卡丘》的改編來源。而在今天的事業戰略發表會中，The Pokémon Company 宣布該遊戲續作的完結篇將會在 Nintendo Switch 與 3DS 主機上推出。

【2019/05/29, Yahoo奇摩電競】

Media
trend

國際視野



eMarketer評估美國臉書及Snapchat使用時間的減少 國際視野

臉書去年採取行動阻止被動式的消費內容，尤其是影音，但因此影響了用戶的參予度。2018年美國成人用戶平均每日花費在平台上的時間，下降了3分鐘，根據 eMarketer 最新對美國媒體時間的預測，今年臉書用戶所使用的時間維持不變。事實上，與2018年第三季的數據相比，對臉書的預測已經減少了。

今年美國臉書的成年用戶每天平均花費38分鐘在這個平台上（以所有裝置來計算），比我們之前預測的時間少了2分鐘。到2020年，平均每日使用時間將減至37分鐘。

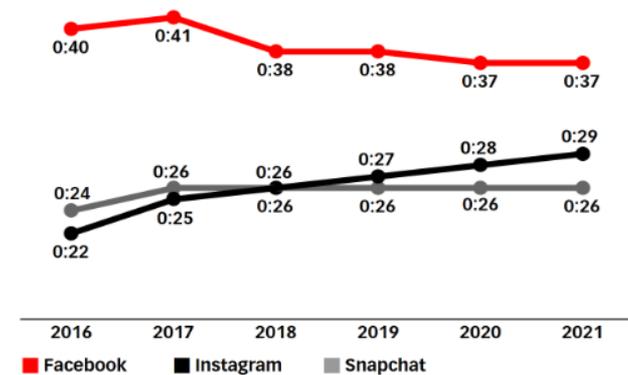
eMarketer 首席分析師 Debra Aho Williamson 說：「臉書持續流失較年輕的成人用戶，基於臉書專注於降低騙點擊的文章及影音的排序，以利於讓用戶"滑臉書是有意義的"，而導致2018年在平台上花費的日常時間少於我們之前的預測。花在臉書的時間越少，行銷人員接觸用戶的機會就越少。」

與此同時，Snapchat 表現趨於穩定，雖不是成長，但就如同我們預期的一樣，去年用戶的使用時間有些微下降，因為遭受到app重新設計失敗的拖累及來自Instagram競爭的影響。我們之前預測用戶2019年每天會花費28分鐘在 Snapchat 上，如今我們預期到2021年，Snapchat 的成年用戶每天所花費的時間維持在26分鐘。

Instagram 的前景很看好，用戶的使用時間持續成長，臉書擁有的這個平台在美國成年用戶平均每日使用時間達到27分鐘，且每年將增加1分鐘直到2021年。我們對 Instagram 的預測從2018年第三季開始都維持不變。

Williamson說：「例如限時動態功能，這類有影響力的內容及影音有利於 Instagram 的使用及參與，Instagram 用戶使用時間雖然成長緩慢但穩定。」

Facebook, Instagram and Snapchat: Average Time Spent by Users in the US, 2016-2021
hrs:mins per day



Note: ages 18+ who use each platform at least once per month; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of device or multitasking; for example, 1 hour of multitasking on Facebook while using Snapchat is counted as 1 hour for Snapchat and 1 hour for Facebook

Source: eMarketer, April 2019

T10143

www.eMarketer.com

▲ 2016年~2021年：臉書、Instagram及Snapchat美國用戶平均使用時間。

New
Idea

科技瞭望





電腦大廠和碩 (4938) 昨日舉辦年度新品發表會，今年以工業4.0、人工智慧 (AI)、物聯網 (IoT) 3大方向，發表6項創新概念產品，其中商用服務型機器人Aria最為吸睛，可以倒咖啡、玩撲克牌。和碩董事長童子賢認為，科技為人類生活帶來正能量，看好人工智慧、5G將創造出新的市場契機，改變未來生活與工作。

和碩昨天發表6項新品，包括全方位商用服務型機器人Aria、結合人工智慧的超輕量無線AR眼鏡、搭載邊緣運算能力的智慧平台、具磁吸式鍵盤的雙觸控螢幕筆電、超輕薄強固型筆電，以及超薄型高效能電競筆電，展現和碩領先的技術與開發能力，力抗外在環境諸多亂流。

和碩技術長黃中于表示，Aria機器人整體的機構、軟體全是和碩獨家開發，內含深度感測攝影機、AI人工視覺，並有和碩獨創的4D感知力，可精準掌握物件在空間的位置，並有自由移動的底盤，可完成雙手倒咖啡、玩撲克牌、取物等，適合應用在工廠檢貨、倉儲點貨、補貨等，也可當超級管家。

和碩在內部有高達百人的AI研發團隊，此次推出AR眼鏡結合和碩AI與電腦視覺，主攻工業、醫療、商業3大領域，重量僅136公克，搭配超大可視角，可提供使用者最即時的訊息。

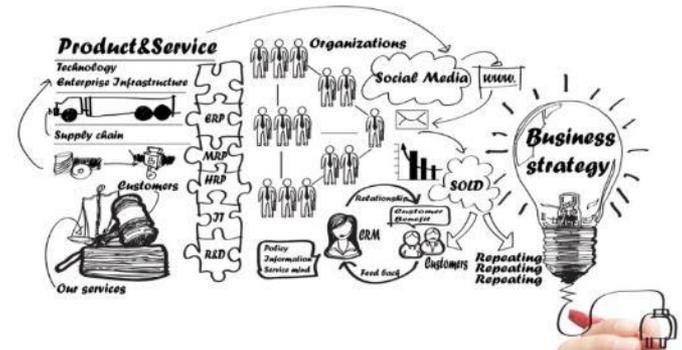
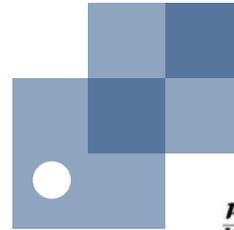
和碩亦推出雙觸控顯示螢幕筆電，搭載兩組13.3吋觸控顯示螢幕，並有磁吸式藍牙滑動鍵盤，適合設計師、網紅等工作人員使用，此外，和碩也展示最新軍工規等級超輕薄強固型筆電，可摔落183公分高度而功能無損，並在攝氏負29度正常開機運作。



自由時報

Project

專案介紹



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



報導娛樂新聞 & 流行資訊
最大咖的偶像明星都在這！



台灣首創、更是目前唯一LIVE直播娛樂新聞節目

18年不間斷，跨世代年輕族群共同記憶！

- 播出時間：每週一至六18:00 GTV綜合台(定額28台)首播
- 主持群：羅志祥(小豬)、愷樂、邱宇辰(毛弟)、風田(每集由其中兩~三人交替搭檔主持)
- 節目介紹：除了娛樂新聞專題報導，還邀請海內外當紅演員、歌手上節目，透過遊戲、粉絲見面會認識大明星們的真实性格。18年走來，多樣化的創新內容深受觀眾喜愛，更陸續加入歌唱、遊戲、LIVE直播單元，絕對讓觀眾掌握最新娛樂動態！

✓ 2015電視金鐘獎【綜藝節目主持人獎】入圍殊榮!!

✓ 「Yahoo!奇摩理想新聞媒體大調查」榮獲「最佳娛樂新聞」獎項!!



最嗨最滿 最高顏質主持陣容



金鐘50加持 實證進綜藝節目主持人獎

羅志祥/小豬 (SHOW LO)

不僅能唱能跳，亦憑藉精湛演技多次入圍金鐘獎，實力與帥氣兼具的小豬，不計形象的搞笑和幽默迷倒兩岸三地許多粉絲！

FB粉絲數: 256萬



愷樂

兒童節目出身的愷樂散童真，深受大小朋友的喜愛，自然不做作的反應替節目增添趣味。

FB粉絲數: 57萬

風田

SpeXial一員，模特兒出身，率真、執著的風田讓人感受他的『天生綜藝感』

FB粉絲數: 15萬



毛弟

前棒棒堂與JPM團員，新生代超級偶像，反應靈敏，清純魅力永遠是台上焦點。

FB粉絲數: 34萬



GTV 娛樂百分百 置入合作

項目	規格
節目置入1次	<ul style="list-style-type: none"> 置入長度：5-6分鐘(含鋪陳及商品曝光) 片尾感謝LOGO
網路宣傳配套-1： 網路贈獎活動	<ul style="list-style-type: none"> 客戶獨家網路活動舉辦(品牌LOGO及商品圖檔置入) 活動平台：八大官方FB(目前45萬人) 活動宣傳：八大官網首頁、粉絲活動、Banner / 八大官方FB-發文tag客戶FB、客戶主題發文-置頂1天當日推薦
網路宣傳配套-2： 節目置入影片擷取	<p>播出後，剪輯節目中置入片段上傳至八大官方FB，客戶可分享此連結：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.GTV可開放「廣告主」權限給客戶，僅供下廣告使用，為期1個月。 2.FB文章內容須經客戶及GTV雙方確認過後方可PO上網。 3.文章最後可設置客戶的商品導購連結。

Ratings

收視調查



<http://ppt.cc/o9iwf>



無線臺及有線臺TOP20

無線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	4.82
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	4.08
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.05
4	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.88
5	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.71
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.66
7	月村歡迎你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.42
8	航海王24	TTV	卡通影片	1.41
9	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	FTV	娛樂綜藝	1.23
10	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	競賽綜藝	1.20
11	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.09
12	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.00
13	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	0.98
14	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.97
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
16	1300大時代台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	0.94
17	女兵日記女力報到晶瑩醣可	TTV	國語連續劇	0.87
18	台視17Q	TTV	競賽綜藝	0.86
19	台灣的聲音愛爾麗集團	FTV	歌唱音樂	0.82
20	1800航海王24	TTV	卡通影片	0.81

有線臺/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	SANLI	閩南語連續劇	3.48
2	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	2.48
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.07
4	大政治大爆卦韓戰2020 6 1	CTiN	新聞性質節目	1.92
5	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	1.63
6	新聞深喉嚨韓戰2020 6 1庶	CTiN	新聞性質節目	1.55
7	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.53
8	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.40
9	綜藝玩很大一家人益生菌	SL2	娛樂綜藝	1.34
10	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	1.27
11	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	閩南語連續劇	1.23
12	2020大民調大攻略	CTiN	新聞性質節目	1.23
13	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	1.12
14	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.05
15	新聞龍捲風	CTiN	新聞性質節目	1.05
16	聖王公傳奇十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	0.99
17	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.97
18	在台灣的故事聯邦銀行	SANLI	知識資訊節目	0.97
19	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	0.96
20	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.96

無線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	2.11
2	大時代台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	1.98
3	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.79
4	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.37
5	1800航海王24	TTV	卡通影片	1.20
6	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.16
7	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.15
8	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	競賽綜藝	1.15
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
10	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	0.98

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	2.70
2	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.66
3	大時代台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	2.34
4	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.60
5	航海王24	TTV	卡通影片	1.34
6	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	競賽綜藝	1.33
7	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.28
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.23
9	月村歡迎你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.20
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.95

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	3.45
2	大時代台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	3.25
3	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.78
4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.88
5	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.85
6	月村歡迎你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.82
7	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	競賽綜藝	1.42
8	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.35
9	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	FTV	娛樂綜藝	1.30
10	航海王24	TTV	卡通影片	1.16

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大時代台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	8.22
2	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	娛樂綜藝	6.57
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.68
4	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	2.86
5	1300大時代台塑石油95	FTV	閩南語連續劇	2.05
6	英才基金會大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.82
7	月村歡迎你大誠保險經紀人	TTV	國語連續劇	1.64
8	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	FTV	娛樂綜藝	1.64
9	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.63
10	新歌介紹	FTV	歌唱音樂	1.55

有線臺TOP10

(15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	SANLI	閩南語連續劇	2.12
2	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.06
3	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.99
4	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	0.95
5	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.91
6	鋼鐵人	ET-WM	外片	0.83
7	小孩不笨2	VLM	國片	0.81
8	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.79
9	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	0.77
10	文茜的世界周報	CTiN	新聞性質節目	0.76

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	SANLI	閩南語連續劇	3.27
2	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.70
3	綜藝玩很大一家人益生菌	SL2	娛樂綜藝	1.54
4	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.51
5	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.45
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.42
7	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.24
8	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	0.93
9	2000綜藝玩很大安可場斯斯	SL2	娛樂綜藝	0.88
10	大政治大爆卦韓戰2020 6 1	CTiN	新聞性質節目	0.85

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	SANLI	閩南語連續劇	2.85
2	綜藝玩很大一家人益生菌	SL2	娛樂綜藝	1.89
3	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	國語連續劇	1.63
4	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	1.57
5	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.28
6	在台灣的故事聯邦銀行	SANLI	知識資訊節目	1.19
7	潛艦獵殺令	*FOXN	外片	1.15
8	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.13
9	寶島神很大十全味噌	SANLI	知識資訊節目	1.12
10	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	1.08

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	SANLI	閩南語連續劇	4.84
2	超級紅人榜佰憶園	SANLI	競賽綜藝	4.52
3	大政治大爆卦韓戰2020 6 1	CTiN	新聞性質節目	3.79
4	新聞深喉嚨韓戰2020 6 1席	CTiN	新聞性質節目	3.03
5	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	閩南語連續劇	2.81
6	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	2.48
7	2020大民調大攻略	CTiN	新聞性質節目	2.33
8	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	閩南語連續劇	2.23
9	女兵日記女力報到	TVBSG	國語連續劇	1.85
10	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.84

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	0.66	0.37	0.44	0.52	0.98
CTV/中視	0.64	0.42	0.24	0.42	1.10
FTV/民視	0.46	0.14	0.18	0.22	0.87
CTS/華視	0.21	0.12	0.10	0.19	0.31

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTiN/中天新聞台	0.62	0.15	0.23	0.36	1.22
SETN/三立新聞	0.39	0.10	0.11	0.30	0.74
TVBSN/TVBS新聞台	0.39	0.17	0.21	0.43	0.57
FTVN/民視新聞	0.37	0.04	0.13	0.23	0.73
ET-N/東森新聞	0.36	0.13	0.17	0.30	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.03	0.08	0.14	0.45
NTVN/壹新聞	0.13	0.03	0.05	0.12	0.23
UBN/非凡新聞	0.13	0.03	0.05	0.11	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.09	0.04	0.03	0.09	0.14

無線臺新聞包括各無線臺早、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	大時代台塑石油95	FTV	4.82
2	炮仔聲山本富也維納斯咖啡	SANLI	3.48
3	戲說台灣聿健關鍵活力	SANLI	1.63
4	女兵日記女力報到超視王	TVBSG	1.53
5	月村歡迎你大誠保險經紀人	TTV	1.42
6	女兵日記女力報到	TVBSG	1.40
7	戲說台灣假日完整版聿健關	SANLI	1.23
8	聖王公傳奇十全味噌	SANLI	0.99
9	1900親家	SANLI	0.97
10	1300大時代台塑石油95	FTV	0.94

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合福爾血壓機	FTV	4.08
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.05
3	超級紅人榜佰憶園	SANLI	2.48
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.07
5	綜藝玩很大	CTV	1.88
6	五洲製藥飢餓遊戲	CTV	1.71
7	愛妮雅舞力全開	FTV	1.66
8	綜藝玩很大一家人益生菌	SL2	1.34
9	綜藝新時代客氣益生菌蛋糕	FTV	1.23
10	綜藝3國智福爾血糖機	TTV	1.20

新聞類/全體

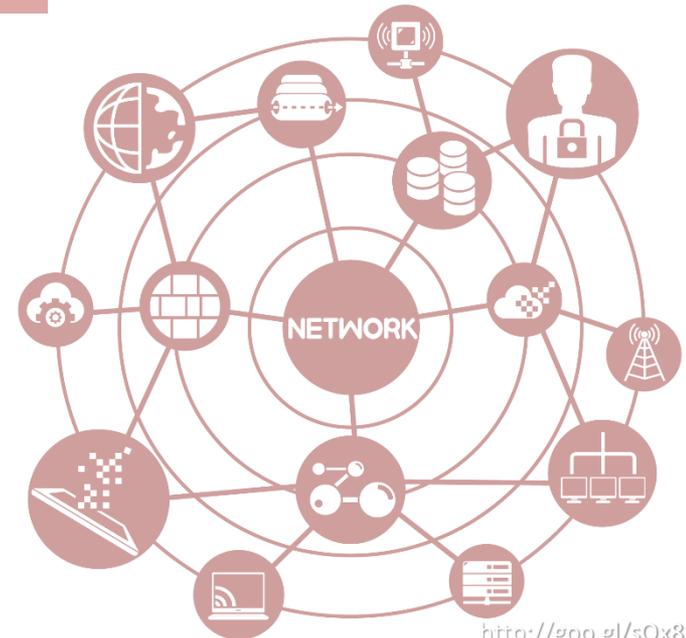
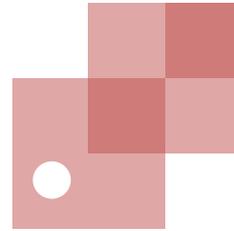
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大政治大爆卦韓戰2020 6 1	CTiN	1.92
2	新聞深喉嚨韓戰2020 6 1席	CTiN	1.55
3	新聞深喉嚨	CTiN	1.27
4	2020大民調大攻略	CTiN	1.23
5	驚爆新聞線	SETN	1.12
6	新聞龍捲風	CTiN	1.05
7	文茜的世界周報	CTiN	0.96
8	新台灣加油	SETN	0.90
9	金曲美聲經典重現	SETN	0.77
10	文茜的世界財經周報	CTiN	0.74

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	英才基金會大陸尋奇	CTV	1.00
2	呷飽未	SANLI	0.95
3	直18 19NBA總冠軍賽勇VS暴	VLSPT	0.67
4	型男大主廚一家人塑纖菌	SL2	0.59
5	非凡大探索	UBN	0.52
6	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.41
7	直MLB例行賽紅襪VS洋基	*FOXs	0.36
8	愛玩客之移動廚房OB嚴選	SL2	0.36
9	1900花漾爺爺Returns	ET-D	0.35
10	花漾爺爺Returns	ET-D	0.34

Network

網路觀察



<http://goo.gl/sQx81T>

15-24歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Verizon Media	2,507	100	468	137	124	24,800	6	10
2 Google Sites	2,240	89	846	1,586	960	81,741	19	36
3 Facebook	1,671	67	414	392	447	31,211	13	19
4 PIXNET Digital Media Corporation	1,574	63	137	25	19	5,412	5	3
5 Microsoft Sites	1,465	58	228	37	34	10,940	3	7
6 LINE Corporation	1,358	54	465	7	7	1,730	4	1
7 Wikimedia Foundation Sites	856	34	93	11	14	3,971	3	5
8 ETtoday & EMI Group	840	33	85	18	33	3,428	5	4
9 UDN Group	789	31	86	8	5	3,056	3	4
10 Oneup Network Corporation	761	30	107	26	24	5,522	5	7
11 Valve Corporation	757	30	245	1	1	795	2	1
12 KKNEWS.CC	712	28	47	4	3	1,648	3	2
13 Chunghwa Telecom	601	24	38	4	5	1,363	3	2
14 Liberty Times Group	569	23	45	4	3	1,502	3	3
15 Baidu.com Inc.	538	21	41	5	5	1,596	3	3
16 Want Media Group	518	21	29	2	2	1,028	2	2
17 Iqiyi Sites	511	20	78	7	5	1,704	4	3
18 PTT.CC	509	20	43	5	8	1,761	3	3
19 Cite Media Holding Group	485	19	28	3	4	975	3	2
20 Next Media Interactive Ltd.	465	19	34	3	2	1,138	3	2

* With the release of April 2019 data,
[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, April 2019

25-34歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Verizon Media	2,389	100	743	412	355	47,869	9	20
2 Google Sites	2,088	87	875	1,308	904	85,109	15	41
3 PIXNET Digital Media Corporation	1,769	74	201	47	37	8,588	6	5
4 Facebook	1,595	67	487	489	668	40,463	12	25
5 LINE Corporation	1,476	62	595	19	11	3,440	6	2
6 Microsoft Sites	1,461	61	300	72	56	17,030	4	12
7 ETtoday & EMI Group	1,177	49	156	21	12	6,857	3	6
8 UDN Group	1,105	46	164	21	15	6,314	3	6
9 Liberty Times Group	848	35	89	11	9	3,214	3	4
10 Next Media Interactive Ltd.	819	34	95	22	13	3,989	5	5
11 Chunghwa Telecom	767	32	64	9	9	2,605	3	3
12 Wikimedia Foundation Sites	759	32	90	11	15	4,078	3	5
13 KKNEWS.CC	742	31	62	6	4	2,225	3	3
14 Want Media Group	701	29	52	6	6	2,051	3	3
15 PTT.CC	648	27	63	7	10	2,771	3	4
16 Sanlih Media Group	634	27	60	7	5	2,046	4	3
17 Oneup Network Corporation	617	26	115	33	32	6,199	5	10
18 SHOPEE.TW	615	26	70	20	13	3,417	6	6
19 PChome Online	595	25	47	8	11	1,815	5	3
20 Cite Media Holding Group	566	24	38	6	7	1,467	4	3

* With the release of April 2019 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, April 2019

35-44歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Verizon Media	2,558	100	1,090	799	611	78,025	10	31
2 Google Sites	2,246	88	881	1,082	729	79,584	14	35
3 PIXNET Digital Media Corporation	1,748	68	199	44	34	8,323	5	5
4 Facebook	1,682	66	467	469	616	35,545	13	21
5 Microsoft Sites	1,625	64	364	82	67	19,808	4	12
6 LINE Corporation	1,360	53	561	20	12	3,332	6	2
7 UDN Group	1,216	48	198	34	21	7,664	4	6
8 ETtoday & EMI Group	1,057	41	120	23	12	4,766	5	5
9 Liberty Times Group	915	36	100	17	11	4,034	4	4
10 Sanlih Media Group	882	34	113	19	13	4,139	5	5
11 Next Media Interactive Ltd.	788	31	91	26	14	3,906	7	5
12 Chunghwa Telecom	785	31	76	13	15	3,049	4	4
13 Fubon Multimedia Technology	757	30	87	47	21	3,903	12	5
14 TVBS.COM.TW	752	29	71	8	6	2,329	3	3
15 PChome Online	726	28	71	16	21	2,965	6	4
16 Want Media Group	699	27	51	7	7	1,855	4	3
17 Wikimedia Foundation Sites	688	27	68	6	8	2,582	2	4
18 SHOPEE.TW	656	26	73	20	12	3,419	6	5
19 KKNEWS.CC	649	25	48	6	3	1,759	4	3
20 Yong Sheng Technology	628	25	88	42	34	4,379	10	7

* With the release of April 2019 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, April 2019

45-54歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Verizon Media	2,078	100	919	782	580	66,971	12	32
2 Google Sites	1,829	88	727	815	558	59,765	14	33
3 PIXNET Digital Media Corporation	1,424	69	141	31	22	5,926	5	4
4 Facebook	1,364	66	380	298	339	25,736	12	19
5 Microsoft Sites	1,333	64	319	73	56	17,511	4	13
6 LINE Corporation	1,139	55	411	7	5	1,653	4	1
7 UDN Group	1,062	51	196	43	25	7,839	5	7
8 ETtoday & EMI Group	829	40	89	23	13	3,597	7	4
9 Sanlih Media Group	711	34	92	20	12	3,553	6	5
10 Liberty Times Group	687	33	82	23	11	3,669	6	5
11 Chunghwa Telecom	624	30	61	15	15	2,633	6	4
12 TVBS.COM.TW	595	29	60	7	5	2,005	3	3
13 Wikimedia Foundation Sites	589	28	50	5	6	1,825	3	3
14 Next Media Interactive Ltd.	587	28	83	34	16	3,874	9	7
15 Fubon Multimedia Technology	568	27	80	59	26	3,884	15	7
16 PChome Online	568	27	57	14	18	2,287	6	4
17 Want Media Group	565	27	55	10	9	2,279	4	4
18 KKNEWS.CC	552	27	36	5	2	1,240	4	2
19 CW Group	516	25	30	6	3	1,032	5	2
20 Eastern Multimedia Group	470	23	43	4	2	1,546	3	3

* With the release of April 2019 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, April 2019

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：02-2509-5557#123

