

# 凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

**No.973**

# 目錄 Index

2018/12/03-2018/12/09

市場訊息

中研院：明年經濟成長動能趨緩

媒體市場訊息

中嘉案 附帶35項條件過關

媒體專題

電視置入的新思維(上)

活動快訊

2019年世界地球日路跑-PLANET OR PLASTIC?

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

# 中研院：明年經濟成長動能趨緩

中研院經濟所公佈2019年實質經濟成長率預測值為2.45%，低於2018年的2.64%。中研院經濟所總體經濟研究團隊表示，全球經濟受到中美貿易衝突升溫與國際金融市場波動加劇的影響，擴張步調呈現不平衡發展，隨著下行風險逐一實現，影響經濟成長力道，台灣出口需求和消費動能勢將相對減弱。台灣經濟成長動能因四大因素影響而趨緩，一是全球貿易成長率去年底達到高峰後，便開始下滑；二是大陸經濟持續放緩；三是台灣一直仰仗蘋果供應鏈的表現，今年原本期待iPhone新機有亮眼的銷售成績，後來期待落空；第四則是中美貿易戰開打，增添不確定因素。[工商時報2018/12/06]

## 雙十一挹注 11月包裹數、稅收創新高

財政部關務署公佈11月我國進口包裹數量，也間接反映今年雙十一行情。關務署統計，今年11月進口快遞貨物簡易申報單約491萬筆、稅收約1億4,633萬元，兩者皆創歷年單月新高。據通關資料統計，11月份進口快遞貨物簡易申報單約491萬，相較去年的375萬筆多出116萬筆、年增率達31%；而11月進口貨物完稅價格達42.2億元，相較去年同月36.5億增加了5.7億元，增幅約15.6%。關務署副署長彭英偉指出，全球跨境電商消費額都持續創新高，像今年我國雖然將進口包裹免稅門檻降低到2,000元，但進口包裹量仍逆勢成長，可見其發展蓬勃。[工商時報2018/12/05]

## 3G用戶注意了！12月底將終止訊號服務

第三代行動通信(3G)業務依法於今年12月31日屆期終止，NCC提醒，3G用戶應儘速轉換為4G契約，轉換後既有手機的服務、訊號顯示都不會受影響。截至今年11月15日，全部4家3G業者尚未完成移轉的3G用戶數為22萬8199戶，較106年12月31日的551萬7102戶，相關用戶數已大幅下降約95.86%。[中央社2018/12/05]

### 中研院經濟所 最新台灣總經預測

年增率, %	2019	2018
實質GDP	2.45	2.64
民間消費	2.26	2.16
固定資本形成	5.39	3.61
民間投資	4.31	3.17
公營投資	10.84	10.27
政府投資	11.03	3.84
消費者物價指數	1.08	1.49
躉售物價指數	1.84	4.12
商品及服務輸出	3.11	3.55
商品及服務輸入	3.01	4.81

資料來源：中研院經濟所 (2018.12.05)  
整理：陳碧芬

# 11月車市大衰 12月可望拉尾盤

大選綁公投大舉分散民眾注意焦點，11月國內新車銷售市場受牽累，單月新車銷量僅3.6萬輛，低於預期，年減10.9%，衰退幅度今年以來最大，就連豪華車戰神賓士都擋不住，11月業績都「倒退嚕」。車商預期，明年農曆年較早，年前傳統旺季買氣料可能提前發酵下，12月車市將有機會拉尾盤，衝高至4.3萬輛，全年車市規模估約43.6萬輛，將低於去年的44.5萬輛，終結車市連續兩年正成長的紀錄，但仍處於歷史高峰水準。[工商時報2018/12/04]

## 機車月銷跌3成 近年最慘

品牌	11月新領牌數 (輛)	市占率 (%)	年增率 (%)	1~11月新領牌數 (輛)
Kymco	21,014	33.7	-35.0	271,180
Yamaha	14,169	22.7	-44.9	194,833
SYM	12,861	20.6	-25.4	161,687
Gogoro	8,347	13.4	25.3	63,846
PGO	2,441	3.9	-35.2	34,421
總市場	62,408	100.0	-30.1	764,015

資料來源：交通部數據所  
製表：陳信榮

11月大選對原本低迷的國內機車市場買氣，再踹一腳，單月機車銷量降至6.2萬輛，年減30%，減幅創近年新高。電動機車則在市場瀰漫搶搭最高額購車補助末班車的氛圍刺激下，逆勢走高，龍頭Gogoro單月市占更飆上13.4%新高。展望12月，機車業者預期，選前觀望的買氣可望回補，加上部分業者有年度目標達成壓力下，料市場將有為數不少的「衝牌車」出籠，全月機車新領牌數可望回升至7萬輛水準，惟全年市場規模估約83萬輛，將較去年衰退近兩成。[工商時報2018/12/05]

## 台灣App Store年度免費遊戲榜 旅行青蛙奪冠

蘋果公司(Apple)公佈台灣App Store 2018年度熱門遊戲及App排行榜，免費遊戲前五名為「旅行青蛙」、「Free Fire - 我要活下去」、「第五人格-1v4懸疑競技手遊」、「Garena傳說對決」、「荒野行動-Knives Out」；付費遊戲前5名為Cytus II、PlagueInc. (瘟疫公司)、DungeoMaker、Minecraft、「月圓之夜」。Apple表示，年度熱門App排行榜以社群社交為主的App最受歡迎，各種拍照Apps也相當熱門，反映了台灣人使用手機的習慣。[聯合新聞網2018/12/05]

# 中嘉案 附帶35項條件過關

延宕七年之久的中嘉出售案，NCC委員會議終於以21項附負擔加上買方及利害關係人的承諾，合計以35個條款有條件審議通過，雖然接下來還需經過投審會及公平會審查，但一般認為，NCC是最關鍵的一關，NCC闖關成功，也意味中嘉出售案已經過關。各項附負擔及承諾中，比較受矚目的是，利害關係人特別針對宏泰公益信託基金，主動承諾十年公益總額至少新台幣40億元，且前五年不低於15億元，後五年不低25億元，公益總額至少10%投入提升教育及媒體品質，被視為是這次中嘉出售案成功闖關NCC的關鍵。[工商時報2018/12/06]

## Yahoo TV創作者短影音榜 美食料理教學占7成

2018年短影音風潮加上行動上網趨勢，推升YahooTV行動影音觀看次數年增128%。Yahoo奇摩公佈2018年Yahoo TV 十大創作者短影音及最受歡迎影音廣告，綜觀創作者短影音排行榜，「教學型影音」最吸睛，其中七成入榜短影音為美食料理教學，從曾引起熱議的「麟麟包」到平民小吃「清蒸臭豆腐」，以及大受歡迎的「日本超人氣炸牛排」，皆榜上有名。Yahoo奇摩觀察數據發現，下午2時到3時最容易放空時段，旅遊玩樂類影音內容較受歡迎；晚間6時到7時接近用餐時段，網友喜愛美食料理類短影音；深夜10時30分到午夜的時段，以創意搞笑類影音最能吸引網友。此外，Yahoo奇摩分析，在十大最受歡迎影音廣告中，「年輕」、「分眾」、「客製」為三大吸睛重點。[中央社2018/12/07]

## 中華電200萬戶MOD 本月達陣

中華電信MOD用戶數動起來，推動頻道新制17個月後，用戶數從130萬跨越200萬，平均每天有1,300多個用戶申請MOD服務。除了轉播亞運、世足賽效應，雙代言人吳念真、戴資穎的廣告造勢，中華電信從上到下，2萬多員工「全員行銷」奏效，「你家有MOD嗎？」成員工問候朋友口頭禪。MOD用戶數本月可達200萬，換言之，全台每四戶就有一戶安裝MOD。[經濟日報2018/12/04]

各大收視陣營比一比

收視平台	MOD	有線電視	OTT
業者	中華電信	凱擘、中嘉、台灣大、台灣寬頻	Netflix、愛奇藝、台灣大myVideo、中華電信Hami Video
提供服務方式	IP TV	透過Cable纜線提供	透過網路提供影音內容
用戶數	200萬	510萬	-
特色	頻道套餐、隨選視訊、單頻單買	上百頻道吃到飽、隨選視訊	戲劇、電影隨選視訊或月租看到飽

資料來源：各業者

黃晶琳 / 製表

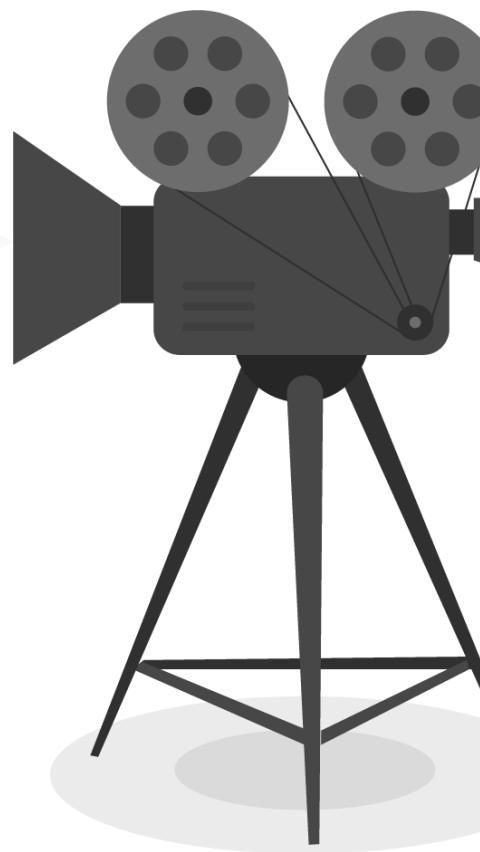


# 媒體專題 Media Report

電視置入的新思維(上)

# 前言

- PQ Media的報告指出，2017年美國的產品置入金額成長13.7%，達到87億8,000萬美元，其中電視置入佔七成，電影置入佔18.8%，而今年更有望突破百億美元，主要因為Netflix、愛奇藝等影音串流平台如雨後春筍般冒出，和傳統電視台都在積極提供品牌露出的機會，代理商也嘗試協助品牌創造更高價值的置入方式。
- 戲劇中出現產品固然能提高知名度、好感度，但當節目中的產品置入過度氾濫，觀眾也變得愈來愈聰明，拙劣手法更會引發批評和反感。品牌需要更加令人耳目一新的置入方式，創造奇效。
- 除了傳統上產品、logo在畫面上露出的置入，近年還可以看到兩種截然不同的操作思維，以中國為例，透過網路影音平台的技術和彈性，各式各樣的「貼片」和「中插廣告」大為流行，「暴力」帶來的趣味性反而成功創造話題；歐美則出現了極為「無縫」的置入案例，品牌買下的不只是一個畫面或秒數，而是一條故事線，用劇情來說品牌或產品的故事。本篇專題將分上下兩期觀察兩種風格迥異的置入案例，以及品牌規劃節目置入的注意事項。



# 網路平台置入限制少，陸劇陸綜搶賺製作經費

- 近年陸劇和陸綜拍攝規模不斷升級，場景服裝考究，演員卡司強大，在大成本大製作的壓力下，光靠版權費無法回收成本，必須仰賴廣告和置入來平衡製作費。
- 中國在置入法規的規範上，對於品牌的限制較台灣開放，常可見節目主持人以口述方式，念出一整串贊助商品牌名和標語，之後更衍生出「中插廣告」的形式，長度約為30-60秒，運用劇中場景，甚或以劇中人物來演出廣告情景短劇。
- 電視上的「中插廣告」造成戲劇超時問題，於是大陸官方自2012年全面[禁止電視中插廣告](#)，但網路影音平台卻不受此限制規範，加上網路廣告費用又較電視廣告便宜，於是網路影音廣告及各式花式置入便成為廣告主紛紛搶進的領域。



▲ 古裝劇製作成本高，《如懿傳》和《延禧攻略》都是2018年熱播的清宮劇。



# 《延禧攻略》愈播愈熱，《如懿傳》平台賺飽

- 《延禧攻略》女主角較不具知名度，一開始無人看好；但《延禧攻略》較《如懿傳》早一個月播出，整部戲打破傳統：畫面上以冷灰色系的「莫蘭迪色」打造出另一種古裝時尚感；劇情上女主角跳脫柔弱委屈形象，節奏明快，口碑相傳下颯起「延禧旋風」。



- 《延禧攻略》起初僅有創可貼廣告，由於劇情本身跳脫傳統宮鬥劇，搭配劇情的「創可貼廣告」意外廣受好評。隨著劇的討論熱度提高，廣告主加碼，後段開始有中插廣告、播前廣告的出現。



- 《如懿傳》打著《甄嬛傳》原著作者力作，及近乎電影級選角，吸金十足，廣告商均提早卡位爭取置入及廣告配合。全劇自開始即可看到角標、片前廣告、彈跳式廣告、中插劇場等多種形式的廣告置入。
- 因為《如懿傳》太受廣告主青睞，置入頻率過高，甚至影響字幕觀看，受到觀眾批評，不少網友氣得想付費跳過廣告，因此對平台業者來說，網友看不看廣告都賺錢。

※註：創可貼廣告全名叫「視頻情境內創意貼入式廣告」，主要為選取適當時機點，以貼合劇情方式，融合廣告主產品及劇中情境，彈出廣告，做趣味曝光。

## 戲劇梗靈活運用，置入增添娛樂效果

- 現代產品在古裝劇中也有露出機會：原本以為清裝宮廷劇應該在置入或廣告上的空間極為受限，但是平台創意無極限，發展出新的「中插廣告」形式，由截圖可見劇中穿著清裝的宮女和侍衛也賣起感冒藥，熟悉的面孔加上搞笑的對白吸引網友目光和討論。



- 文案巧搭劇情讓觀眾更有感：「創可貼」除了logo外，現在還能根據劇情撰寫合適的文案。《延禧攻略》劇中太后，網友自動對齊甄嬛，學習輔導APP「掌門1對1」置入「上屆學姐1對1，力保本屆掌門人」文案；又如經期管理APP「美柚」的「找錯了宮女，天天都是姨媽日」，讓網友會心一笑。

## 人氣歌手rap產品，置入成為節目看點

- 《中國新說唱》為以嘻唱為主題的競賽式綜藝，由三組明星擔任製作人，同時也進行三組選手競賽，每集均有不同形式賽制，吸引更多族群接觸本來在中國非主流的嘻哈音樂；而播出期間也產出不少網路流行語，例如「[Skr](#)」(表示佩服之意)、「我要幫你唱hook」、「紫琪說得對」等。
- 如同所有的歌唱選秀節目，隨著節目進行，總會捧紅數名選手，這些選手挾帶高人氣與當下的話題性，在《中國新說唱》中，製作單位邀請人氣選手以rap方式編寫並唱出贊助商的廣告標語或品牌特色，置入成節目中的廣告歌曲。只要歌詞有亮點，通常都能在該名歌手的粉絲圈中獲得很高的討論度，而一般觀眾對此的接受度也高。



▲ 不管是手機、牙膏或外送服務，都能被編入rap歌詞中，對觀眾來說，能看到歌手寫詞的功力也能獲得趣味性(點擊圖片可觀看影片)。

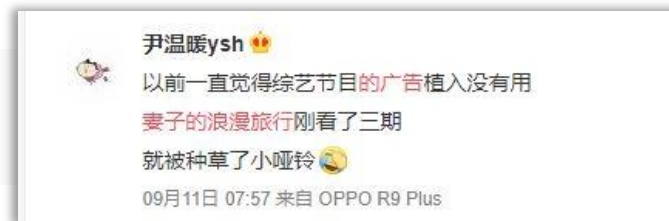


# 聊給你聽用給你看，明知是置入也埋單

- 《妻子的浪漫旅行》號稱是全新夫妻觀察治癒節目，以四對明星夫妻為主，妻子組團旅行，丈夫團則在棚內與主持人一同觀看旅途中的妻子，新型態的真人實境秀不僅滿足網友窺探明星夫妻日常的好奇心，更透過男人與男人、女人與女人間的對話建立起不同的視角。
- 此節目一開播即有數名客戶獨家冠名，由於走實境式節目，不管是棚內對談或旅行中妻子團住宿處，均事前在場景上竭盡所能做到產品或logo露出。例如人妻們的夜間談心橋段，紅酒伴著宵夜、女明星的保養秘訣分享，都是置入產品的絕佳時機，雖然不算有新意，但因為在合適的情境中自然地使用或是討論產品，依然能讓網友埋單，帶動銷售。



► 即便知道是節目置入，網友還是會在微博上自發討論產品。



# 中國影音平台置入形式五花八門，創意無極限

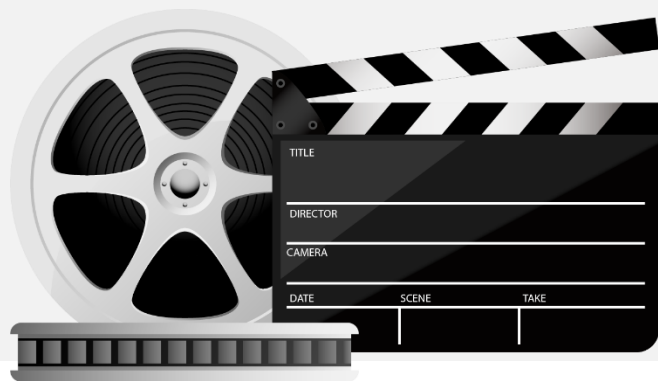
- 中國大陸視頻網站販售廣告版位五花八門，可簡單歸類出13種廣告形式，其中創可貼、貼片、中插小劇場是近兩年較多廣告主詢問投資的版位。
- 這13種廣告形式，其實近七成在台灣視頻網站都有，就技術層面上來說，應該全部都可以做到；但兩岸法規與民情不同，過多廣告置入影響網友觀看體驗，極可能造成消費者的反感，是平台業者和品牌需要拿捏的部份。

廣告類型	中國	台灣
貼片(影音廣告)	√	√
植入(即置入)	√	√
中插(原創貼)	√	√
創可貼	√	√
彈幕	√	
角標廣告	√	√
前情回顧	√	
下集預告	√	
冠名	√	√
特約贊助	√	√
品牌人偶	√	√
指定產品	√	√
口播	√	√

※註: 不同媒體平台販售，廣告版位名稱會略有不同。

# 結語

- 視頻平台百家爭鳴，業者在面臨這場流量與廣告量的矛盾戰爭，仍須以觀眾為最大考量，畢竟用戶數和黏著度才是平台最重要的資產；近來，中國大陸積極抑制演員天價片酬，如果執行有成，未來戲劇製作費勢必會受到影響，平台業者是否還需要如此廣賣置入，整個影視生態鏈是否會有所改變，值得觀察。
- 台灣廣告主在串流影音平台做置入，該如何著手？
- **下手有根據，錯過也來得及**：在戲劇籌拍之初可從卡司/劇本/編劇評估是否要投資這檔影視作品，但現在網路口碑傳散快速，觀眾又能隨時在平台上開始追劇，若一部作品像像《延禧攻略》一樣是邊播邊紅，廣告主也能在收視飆升、話題延燒後，再投入預算，但此時版位的選擇受限，價碼也會水漲船高。
- **把自己當觀眾，維持追劇品質**：創意沒有極限，過去認為是粗暴的手法在幽默、創意的加持下，也能發揮奇效，但置入仍必須承擔獲得網友惡評的風險，建議廣告主把自己當成觀眾，才能更貼近了解觀眾好惡，避免影響觀眾追劇的節奏和品質，以呼應劇情的方式引起觀眾的興趣和共鳴。



# 活動快訊 Upcoming Events



要塑膠還是要地球？

# PLANET OR PLASTIC?

EARTH DAY RUN 2019



世界地球日路跑 |

2019 / 4 / 28    21K | 9K | 4K

2019 世界地球日路跑  
PLANET OR PLASTIC?



# 2019年世界地球日路跑-PLANET OR PLASTIC?

- **活動日期**：2019年4月28日 (星期日)
- **活動地點**：(起跑點)台北市政府市民廣場  
(主會場)大佳河濱公園
- **簡參與組別與起跑時間**：  
半馬組 21K-06:00am @ 台北市政府市民廣場  
挑戰組 9K-06:20am @ 台北市政府市民廣場  
健走組 4K-09:00am @ 大佳河濱公園



- **簡介**：世界地球日路跑的主題向來圍繞在地球資源的耗損上，2018年度主題是「減塑運動」，而2019世界地球日則與之呼應，為「要塑膠還是要地球？」
- 在主視覺上的海灘旁，取海浪而代之的是各式各樣的塑膠製品，這對於海洋生態來說無疑是一場浩劫！主辦單位希望能透過路跑，來推廣環保路跑的概念，顛覆傳統印象上路跑總是會製造大量的一次性塑膠用品的印象！

# 2019年世界地球日路跑-PLANET OR PLASTIC?

- **從頭到尾執行減塑運動！**【環保水杯】全程賽事一杯到底，環保獎盃廢棄鞋底橡膠再回收！【補給站】有別於其他賽事，地球日路跑使用可回收式容器盛盤給選手所需補給品，拒絕使用一次性塑膠製品，顛覆「傳統路跑=製造大量垃圾」的刻板印象。



## 無毒健康 專利設計

採用食用級白金矽膠，安全有保障。  
杯體採用弧形能減輕摩擦的不適感。



## 質地柔軟 收納便利

矽膠擁有柔軟且具韌性的特點，  
經過揉捏按壓也可立刻變回原形。

2018年獎盃上的多彩碎片原料是來自於橡膠廢料，主要回收來源是鞋底。由於橡膠是熱固性塑料(泛指加熱後固化且不可溶解也不融化特性的塑料)，通常不會回收再次利用，而這次是將各色橡膠鞋底回收並打碎後，重新混料製成這次的世界地球日獎盃，一座獎盃相當於回收約兩雙廢棄鞋底橡膠！希望大家能更注重「減塑運動」，一起為了地球而努力！



# 2019年世界地球日路跑-PLANET OR PLASTIC?

- **從頭到尾執行減塑運動！**【賽衣】使用消費後廢棄寶特瓶的再生聚酯纖維 (Post-Consumer Recycled Polyester)，是對地球生態絕對保育之素材，此衣服具有高性能的吸濕排汗及高呼吸透氣性功能，肌膚表面汗水經由蕊吸、擴散、傳輸作用，快速排至佈的表面，將汗擴散並迅速揮發掉，使肌膚保持清爽舒適。
- 【毛巾、環保束口袋】專屬2019年選手設計，同一色系設計呼應賽衣，並期望達到呼籲選手多使用可水洗、可重複使用之清潔用具，拒絕一次性使用之塑膠製品。

★ [賽事報名連結](#) ★



# 新節目介紹

## New TV Shows



# 頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2018/12/21 播出頻道：愛爾達綜合台 播出時間：19:00(一~五)

**將軍在上**：該劇以山河錦繡的大宋朝為時代背景，演繹了一個鐵面女將軍(馬思純 飾)和紈袴俏王爺(盛一倫 飾)之間的愛情故事。



類型：戲劇 上檔日期：2018/12/22 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：22:30(六~日)

**戀愛的發現**：講述開始新戀情的女人(鄭有美 飾)與後悔分手的男友(文晷赫 飾)重新尋回愛情的故事，展現男女之間矛盾和愛情以及尋找真正愛情的浪漫喜劇



類型：戲劇 上檔日期：2018/12/23 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：15:00(六~日)

**新蕭十一郎**：蕭十一郎(嚴屹寬 飾)，12歲時從狼口中救下年幼的沈璧君(甘婷婷 飾)，自此兩個孩子在彼此生命中留下了難以磨滅的印記。十年後，蕭十一郎已是江湖中聲名響亮的大盜，風四娘(李依曉 飾)找到蕭十一郎，想搭夥做一樁大買賣。武林盟主沈飛雲的女兒沈璧君將和連城璧(朱一龍 飾)訂婚，而嫁妝就是江湖上失蹤已久，傳說能一統江湖的神器割鹿刀。為盜割鹿刀，蕭十一郎和風四娘夜入沈家莊。結果刀沒盜著，卻意外偷出了沈璧君。自此，蕭十一郎與沈璧君這對原本互看不慣的江洋大盜與名門淑女，卻被命運緊連在了一起...



# 頻道新節目介紹



類型：體育上檔日期：2018/12/17 播出頻道：愛爾達體育3台 播出時間：LIVE 19:00

**LIVE 2018-19歐冠/歐霸16強淘汰賽抽籤儀式**：想看梅西？想看C羅？想看內馬爾？高強度、高張力的頂級足球聯賽【歐冠】、【歐霸】雙雙結束小組賽階段，將於明年2月進入16強淘汰賽，16強淘汰賽將採取雙回合主客場制進行。年末搶先舉行的是緊張的抽籤儀式，12月17日晚間7點歐冠抽籤儀式、晚間8點歐霸抽籤儀式。

# 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	5.29	1	大時代WIWI發熱衣	民視	2.68
2	綜藝大集合福爾額溫機	民視	4.54	2	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	2.32
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.79	3	綜藝大集合福爾額溫機	民視	2.30
4	航海王24	台視	2.28	4	新名偵探柯南	華視	2.19
5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	2.18	5	新哆啦A夢	華視	1.99
6	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.67	6	1800烏龍派出所	華視	1.88
7	台視晚間新聞	台視	1.59	7	綜藝3國智高島愛舒服臀感	台視	1.77
8	愛妮雅舞力全開	民視	1.53	8	1830蠟筆小新	台視	1.59
9	綜藝3國智高島愛舒服臀感	台視	1.40	9	航海王24	台視	1.51
10	中視新聞全球報導	中視	1.28	10	烏龍派出所	華視	1.48
11	1800航海王24	台視	1.26	11	1800蠟筆小新	台視	1.43
12	女兵日記女力報到佰益多益	台視	1.20	12	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.42
13	萬秀豬王尚讚	中視	1.14	13	神偷怪盜	華視	1.37
14	綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	1.12	14	聲林之王雅聞倍優	台視	1.22
15	民視七點晚間新聞	民視	1.10	15	蠟筆小新	台視	1.19
16	天才衝衝衝	華視	1.07	16	綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	1.06
17	聲林之王雅聞倍優	台視	1.03	17	台視晚間新聞	台視	1.02
18	英才基金會大陸尋奇	中視	1.03	18	1800新名偵探柯南	華視	1.01
19	1830蠟筆小新	台視	1.02	19	華視晚間新聞	華視	0.95
20	新名偵探柯南	華視	0.97	20	1830綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	0.90
平均			1.77	平均			1.56

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

※統計期間：2018/12/03-2018/12/09





# 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	大時代WIWI發熱衣	民視	2.17	1	大時代WIWI發熱衣	民視	6.16
2	航海王24	台視	2.13	2	綜藝大集合福爾額溫機	民視	5.25
3	綜藝大集合福爾額溫機	民視	2.07	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.36
4	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.61	4	航海王24	台視	2.41
5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	1.56	5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	2.27
6	1830蠟筆小新	台視	1.39	6	愛妮雅舞力全開	民視	1.85
7	台視晚間新聞	台視	1.31	7	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.71
8	1800航海王24	台視	1.25	8	台視晚間新聞	台視	1.71
9	綜藝3國智高島愛舒服臀感	台視	1.22	9	中視新聞全球報導	中視	1.46
10	蠟筆小新	台視	1.18	10	萬秀豬王尚讚	中視	1.40
11	新名偵探柯南	華視	1.10	11	綜藝3國智高島愛舒服臀感	台視	1.38
12	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	1.04	12	女兵日記女力報到佰益多益	台視	1.34
13	種菜女神生活飲料	台視	1.04	13	1800航海王24	台視	1.31
14	新哆啦A夢	華視	1.02	14	綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	1.27
15	女神同行生活飲料	台視	1.00	15	民視七點晚間新聞	民視	1.27
16	天才衝衝衝	華視	0.93	16	英才基金會大陸尋奇	中視	1.18
17	華視晚間新聞	華視	0.88	17	天才衝衝衝	華視	1.15
18	中視新聞全球報導	中視	0.73	18	1300大時代WIWI發熱衣	民視	1.13
19	聲林之王雅聞倍優	台視	0.70	19	聲林之王雅聞倍優	台視	1.06
20	烏龍派出所	華視	0.70	20	雙城故事Footer除臭襪	民視	0.96
平均			1.25	平均			1.98

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

※統計期間：2018/12/03-2018/12/09



# 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	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	三立台灣	3.07	1	綜藝玩很大	三立都會	2.08
2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.88	2	戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	2.06
3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.84	3	0830戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.95
4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.66	4	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	三立台灣	1.82
5	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.63	5	2000哆啦A夢大雄南極冒險	MOMO	1.77
6	綜藝玩很大	三立都會	1.56	6	1945海底小縱隊	YOYO	1.75
7	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.55	7	櫻桃小丸子	YOYO	1.74
8	女兵日記女力報到	TVBS歡樂台	1.47	8	1130蠟筆小新之時空大冒險	YOYO	1.73
9	台灣大搜索	中天新聞台	1.30	9	妖怪手錶電影閻魔大王與五	YOYO	1.66
10	中天晚間新聞	中天新聞台	1.23	10	1800精靈寶可夢太陽月亮	MOMO	1.65
11	如懿傳	衛視中文	1.21	11	可愛巧虎島	YOYO	1.50
12	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.21	12	SUPER WINGS	YOYO	1.50
13	草地狀元甘味人生立明亮	三立台灣	1.17	13	1830潘及的搞笑日記	MOMO	1.43
14	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	1.15	14	2030汪汪隊立大功	MOMO	1.38
15	新聞龍捲風	中天新聞台	1.13	15	Peppa Pig	YOYO	1.38
16	熹妃傳延禧攻略	GTV第一台	1.13	16	2000瑪莎與熊	MOMO	1.36
17	在台灣的故事	三立台灣	1.07	17	1200綜藝玩很大安可場成功	三立都會	1.32
18	歡樂智多星	衛視中文	1.03	18	1730櫻桃小丸子	YOYO	1.32
19	2215白鷺鷥的願望	三立台灣	1.02	19	0900GO DiEGO GO	MOMO	1.31
20	民視晚間新聞	民視新聞	1.01	20	2030RUNNING MAN動畫版	卡通頻道	1.30
平均			1.52	平均			1.60

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

※統計期間：2018/12/03-2018/12/09



# 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	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	三立台灣	1.43	1	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	三立台灣	3.51
2	綜藝玩很大	三立都會	1.41	2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.48
3	1800烏龍派出所	衛視中文	1.21	3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	3.48
4	航海王	衛視中文	0.96	4	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.99
5	1730烏龍派出所	衛視中文	0.89	5	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.92
6	1830烏龍派出所	衛視中文	0.86	6	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.88
7	歡樂智多星	衛視中文	0.79	7	女兵日記女力報到	TVBS歡樂台	1.69
8	1900歡樂智多星	衛視中文	0.78	8	台灣大搜索	中天新聞台	1.60
9	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.73	9	綜藝玩很大	三立都會	1.52
10	青春好7淘	三立台灣	0.72	10	中天晚間新聞	中天新聞台	1.49
11	1700烏龍派出所	衛視中文	0.71	11	新聞龍捲風	中天新聞台	1.40
12	新普利夜酵素小明星大跟班	中天綜合台	0.71	12	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.40
13	烏龍派出所	衛視中文	0.71	13	草地狀元甘味人生立明亮	三立台灣	1.37
14	女兵日記女力報到	TVBS歡樂台	0.69	14	如懿傳	衛視中文	1.36
15	寶島神很大甘味人生立明亮	三立台灣	0.67	15	熹妃傳延禧攻略	GTV第一台	1.36
16	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	0.66	16	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	1.30
17	如懿傳	衛視中文	0.65	17	新神秘52區之神算新局	中天新聞台	1.27
18	旅行應援團	衛視中文	0.64	18	在台灣的故事	三立台灣	1.27
19	1900A TEAM新聞特攻隊	非凡新聞	0.64	19	民視晚間新聞	民視新聞	1.25
20	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	0.62	20	寶島神很大甘味人生立明亮	三立台灣	1.14
平均			0.82	平均			1.78

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

※統計期間：2018/12/03-2018/12/09



# 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	5.29	1	綜藝大集合福爾額溫機	民視	4.54
2	金家好媳婦喉立爽爽喉軟糖	三立台灣	3.07	2	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.88
3	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.66	3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.84
4	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.63	4	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	2.79
5	女兵日記女力報到	TVBS歡樂台	1.47	5	OPPO R17Pro綜藝玩很大	中視	2.18
6	如懿傳	衛視中文	1.21	6	OPPO R17Pro飢餓遊戲	中視	1.67
7	女兵日記女力報到佰益多益	台視	1.20	7	綜藝玩很大	三立都會	1.56
8	熹妃傳延禧攻略	GTV戲劇台	1.15	8	愛妮雅舞力全開	民視	1.53
9	熹妃傳延禧攻略	GTV第一台	1.13	9	綜藝3國智高島愛舒服臀感	台視	1.40
10	2215白鷺鷥的願望	三立台灣	1.02	10	萬秀豬王尚讚	中視	1.14
11	1300大時代WIWI發熱衣	民視	0.91	11	綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	1.12
12	1900親家	三立台灣	0.90	12	天才衝衝衝	華視	1.07
13	種菜女神生活飲料	台視	0.88	13	歡樂智多星	衛視中文	1.03
14	雙城故事Footer除臭襪	民視	0.87	14	聲林之王雅聞倍優	台視	1.03
15	1230金家好媳婦喉立爽爽喉	三立台灣	0.85	15	1900歡樂智多星	衛視中文	0.86
16	2000女兵日記女力報到佰益	台視	0.82	16	2000綜藝玩很大安可場成功	三立都會	0.84
17	1600金家好媳婦喉立爽爽喉	三立台灣	0.78	17	2200超級紅人榜CUCKOO福庫	三立台灣	0.83
18	拜託媽媽	民視	0.67	18	2200愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.80
19	1230金家好媳婦成功SUCCE	三立台灣	0.65	19	1830綜藝新時代WIWI發熱衣	民視	0.78
20	初戀的情人喜多納	TVBS歡樂台	0.65	20	綜藝非常讚	華視	0.69
平均			1.34	平均			1.58

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

※統計期間：2018/12/03-2018/12/09



# 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