

凱絡媒體週報

CARAT MEDIA WEEKLY NEWSLETTER

No. 640

市場訊息

5月CPI年增1.74% 外食3年來漲最多

媒體市場訊息

6月6日 IPv6 於全球正式啓動

媒體專題

藝術電影，非觀異數！

IMC異業結盟

【林憶蓮 MMXII 2012台北演唱會】

電視新節目介紹

頻道新節目介紹

電視觀察窗

TOP20電視節目排行榜

5月CPI年增1.74% 外食3年來漲最多



主計總處公布5月物價變動概況，消費者物價總指數(CPI)為108.57，較2011年5月漲1.74%，創下2012年2月以來新高。其中食物類上漲3.75%最高；消費者感受較深的家外食物也就是外食，上漲2.38%，創3年來最大漲幅。而民眾經常購買的能源、衛生紙等非耐久性消費品漲幅亦達3.8%，也是2012年以來最高。

官員表示，蔬菜、水果受天候影響，部分產品2011年盛產價低，分別上漲25.35%及3.48%，推升CPI上漲0.6個百分點。不過，肉類價跌及通訊費、3C消費性電子產品價格續降，抵銷部分漲幅。[2012/06/06 經濟日報]

5月機車銷量年減12% 僅光陽逆勢成長 背包客愛西門町 平價旅館1年冒7家

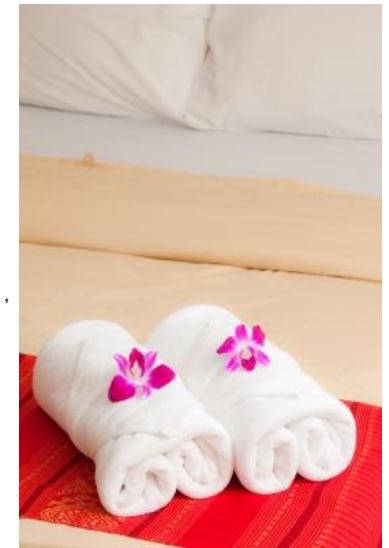
景氣不佳，消費者購買意願退縮，連帶影響國內機車市場，5月共售出4萬9,671台，比2011年同月衰退12.19%。不過光陽因新車款上市挹注，銷量達2萬2,471台，反比2011年同月上升近10%，市占率亦竄升至45.2%，優於其他品牌。[2012/06/05蘋果日報]

房價太高 購屋坪數縮水

營建署公布2012年第1季住宅需求動向調查，民眾購屋單價較上季上揚，全台平均每坪貴了2,000元，但成交總價卻由2011年第4季的883.1萬降至2012年首季的838.2萬元；平均購屋面積40.1坪，較上季減少0.6坪，五都中又以台北市減少最多，平均每戶減少6.1坪至35.9坪。政大地政系教授張金鶚指出，房價太高，民眾只能減少購買面積，壓低總價支出。[2012/06/06 中國時報]

來台自由行旅客大增，平價旅館蔚為風潮，老舊大樓與旅館也掀起翻新熱。

平價旅館的主要消費群，是港澳、星馬的年輕族群，而以青少年流行文化聞名的西門町商圈，又最受背包客歡迎。此外，許多老舊建築及具歷史感的巷弄、紅包場文化及電影街，加上傳承二、三代的平價美食，也都正好迎合懷舊的港澳客喜好。[2012/06/04 聯合報]



KKBOX攜手



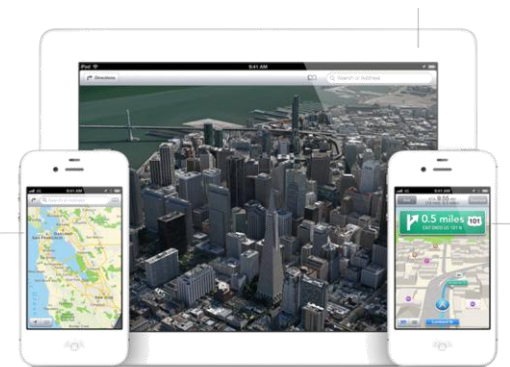
讓音樂更互動，同時推出19元單曲下載

音樂平台KKBOX宣布，與Facebook達成合作關係，成為Facebook在亞太區第一個正式合作的音樂夥伴。未來將網友可在臉書右邊側欄的即時動態消息上，看到好友正在聆聽的歌曲，同時可直接點選試聽或留言按讚；收聽的歌曲也會同步張貼在塗鴉牆上。KKBOX期望透過社群分享力量，擴大使用規模。此外，KKBOX也於6月6日宣佈推出音樂商店，以每首歌售價19元的模式，進軍單曲下載市場。[2012/06/09 數位時代]

Google推3D地圖 叫陣蘋果

Google 6月6日在舊金山的記者會上，宣佈將升級地圖功能，未來用戶不僅能觀看城市的3D影像，更能在Android裝置離線使用地圖服務。目前Google Earth僅能顯示部分建築物3D影像，Google的3D地圖服務Tour Guide能讓Google Earth顯示都會區完整3D影像，但並未透露哪些城市會有3D影像。

另一方面，蘋果公司在6月12日的年度全球開發商大會(WWDC)上宣佈正為iPhone與iPad開發自家地圖軟體。此外，蘋果亦表示，未來數月出貨的產品將採用iOS 6系統，內搭的語音助理Siri也會變得更聰明，可執行多種Google搜尋功能；iOS 6也將整合facebook功能。[2012/06/08 經濟日報、2012/06/12 中央社]



XBOX 裝雙i翅膀 漫步雲端

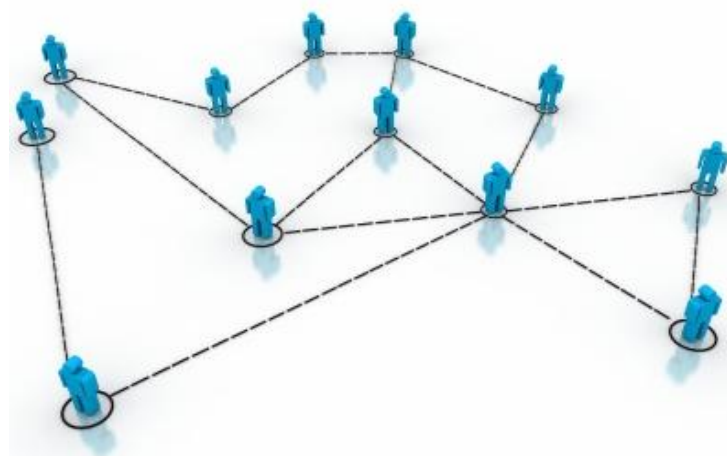
微軟公司6月4日展示新軟體Xbox SmartGlass，讓Xbox 360遊戲機用戶透過智慧手機、平板電腦和電視串流與分享內容，並首度賦予Xbox網路瀏覽功能，顯示微軟極欲將Xbox打造成家庭娛樂核心，為新一波客廳大戰揭開序幕。SmartGlass預計2012年底前推出，使用者可透過觸控螢幕行動裝置遙控電視，也能在小螢幕上同步觀賞電視和電玩遊戲內容。

威布證券(Wedbush)分析師指出，增加瀏覽器有助Xbox和三星等公司生產的新一代網路電視競爭。此外，微軟也宣布把Xbox 360內容供應商的陣容擴增1倍至35家。[2012/06/06 經濟日報]

6月6日 IPv6 於全球正式啓動

2012年6月6日對科技界來說，是一個重要的日子，因為從這天起 IPv6(Internet Protocol version 6，網際網路通訊協定第6版)已正式啓動，包括全球網路網路供應商(internet service provider)、硬體製造商、搜尋引擎公司等等，均須遵守IPv6的規則進行編址。

目前一般用戶上網時並不會感覺到差異，因為 IPv4 和 IPv6 是可以同時使用，且大部分作業系統也都支援IPv6。而一般網站也勢必會同時啟用IPv4及IPv6的功能。不過規模如此大的網路升級行動，算是網際網路史上頭一遭。[2012/06/07 NowNews、聯合新聞網]

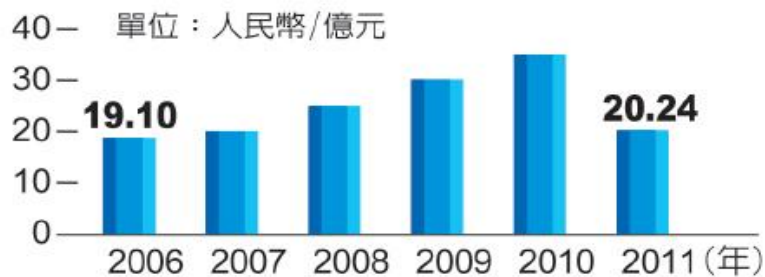


大陸電影海外收入 2011年 逾 42%

2011年大陸電影「走出去」表現不佳。根據《中國電影國際傳播研究年度報告》指出，歐洲國家身陷債務危機，對大陸電影的購買力下降，且2011年並未出現賣座的中外合拍片，尤其是外國觀眾深感興趣的「功夫片」。

因此造成2011年大陸電影海外收入衰退。2011年大陸共有23家製片單位在海外銷售52部電影，發行總收入為人民幣20.24億元（約新台幣95.11億元），年減42.4%；2010年大陸則有47部影片在海外上映，並獲得人民幣35.17億元的海外發行收入。[2012/06/08 經濟日報]

電影海外發行收入



資料來源：中國電影國際傳播研究年度報告

媒體專題 Media Report

藝術電影，非觀異數！

張顥瀚



藝術電影的迷思

藝術電影 = 非好萊塢電影

在台灣，我們習慣把「非好萊塢片」一律都說是藝術電影，但是這些非美國製作、非英語發音的電影，很多是來自歐洲、日韓等其他地區的商業片，只要它不是好萊塢製作，就代表票房上可能比較差，然後就被歸類為冷門的藝術片。



看影展 = 看藝術電影

除了社會意涵上的對立外，面對好萊塢電影的文化霸權，藝術電影必須透過「影展」等社會機制來流通與消費，與院線制度的電影院產生區別，而這也讓參與其中的台灣觀眾，透過「看影展」深化了「上電影院等於看好萊塢電影，而看影展等於看藝術電影」的文化現象。



藝術電影緣起

- 「藝術電影」在1920年代開始逐漸形成，並隱約成唯一種對抗好萊塢霸權的模式，當時的電影類別與宣傳活動開始出現區隔，例如娛樂、藝術電影、前衛電影、宣傳影片、政治電影等不同類別，這些區隔造成一連串獨特的電影運作、流通、討論等活動模式。
- 加上歐洲各國政府對本土電影工業十分支持，並且於二次世界大戰後，因為好萊塢電影工業的勢力得以擴張，導致各國政府的一方面更加緊鑼密鼓的實施政策贊助，同時另一方面和代表發展各國文化的「藝術電影」相連結，結果促使「藝術電影」的現象開始萌芽。



藝術電影的特色

- **比較強調導演的個人觀點、美學呈現和敘事風格**：相較好萊塢式電影的緊湊情節，藝術電影在內容上較有導演自己的電影風格。這種風格化的作品會被視為是一種作者意志的表達，並且透過系列的作品中，可以完整的看出導演的意識形態，像是台灣著名的**蔡明亮**導演，作品中時以幽默手法，表現著現代社會的狂亂；而西班牙導演**阿莫多瓦**的電影，長期關注女性、社會邊緣人和中下階層人民，探索**慾望、愛、死亡、親情與性別認同**等領域。而他的電影風格敘事錯綜，情節誇張、戲劇化，呈現濃烈、寂寞、都會生活形態的艷麗色調，並融入流行文化、歌曲、性嘲諷等元素。
- **常主動並有系統地創造出特定的文化認同**，或藉國族性的強調與標示，與好萊塢電影有所區隔，對於國外的觀眾來說也是一種可供消費的異文化標誌與異國情調。
- **需要借重影評及影展機制來確立其地位**，藝術電影的認可與評鑑一定是在特定社會脈絡下由若干評鑑機制及論述的建構，影展便是一種加冕或賦予導演“電影作者”身份的形式而存在。



非觀異數

女性觀眾略多於男性，多半屬於年輕的族群、未婚，職業以學生為主，此外，觀看藝術電影族群具有高教育水準的特性。

通常喜歡獨自一人觀賞藝術電影，並會主動參與電影的相關活動。常獲取相關資訊的管道為網路。



觀看藝術電影評估標準：

1. 影評或好友的評價與口碑
2. 導演或得獎與參展紀錄
3. 影片的內容、議題及視覺
4. 電影本身的獨特性

觀賞藝術電影的理由，主要是基於一種知性的追求與心靈上的滿足，與一般電影觀賞者基於休閒娛樂與放鬆心情的動機有所區別

藝術不異數

- 觀察藝術電影觀影族群，大致可分為以下三類：

樸實無爭族：

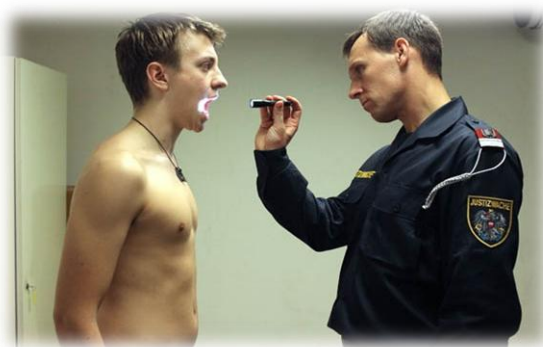
對於藝術電影的觀影動機和影片評估標準的要求都較低，固定會參加各大影展，但不介意自己非要選到哪部片不可，純粹追求從藝術電影中看到一些不一樣的感動及觀點。

崇尚藝文族：

在知識探索的動機及主觀意識和見解較其他族群強烈，認為導演、演員及影片來源國三者為是否觀看該電影的重要考量，並會常利用網路查詢相關資訊，且大多喜歡獨自一人前往觀賞，是三個族群中觀影次數最頻繁者。

活躍社交族：

為了社交需求觀賞藝術電影或參加影展活動，是要讓藝術電影成為生活品位的一部分及交談時的話題，較常與朋友一同前往觀賞，並且樂於分享觀後感，甚至推薦給其他朋友，通常是朋友中的意見領袖。



台灣藝術電影在何處

新竹市影像博物館



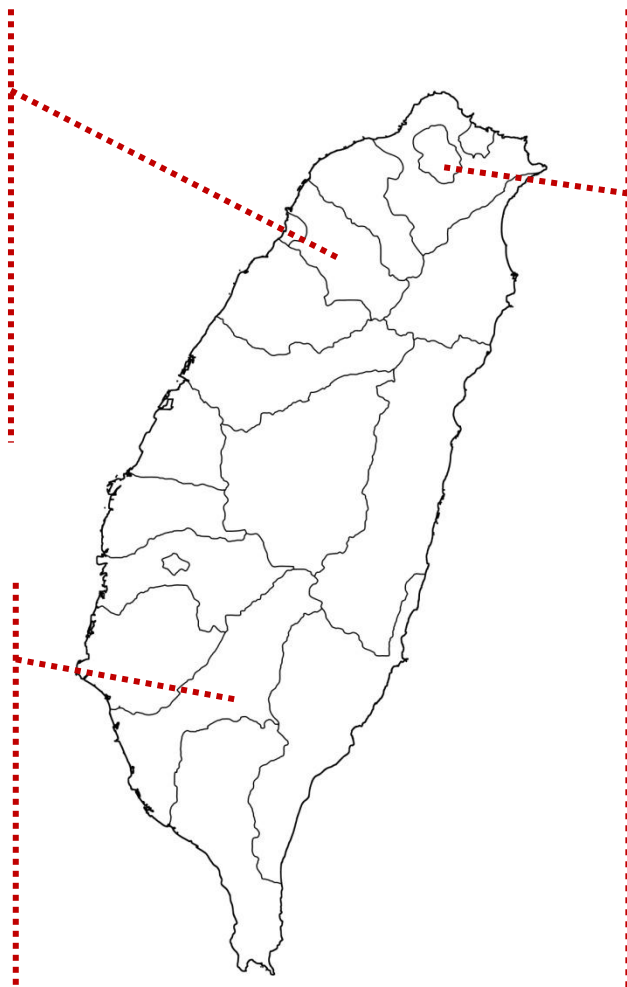
高雄電影館



國賓長春影城



光點電影院



2012藝術電影年度盛事

台北電影節
06/29-07/21



「台北電影獎」以台灣電影最堅強後盾及推手自居，每年以國片最高獎金「百萬首獎」號召，鼓勵臺灣優秀電影創作者，增加國內外能見度。並透過邀請國際選片人、影評人擔任評審，將國片推銷國際，規模日見茁壯。

高雄電影節
10/19-11/04



從2001年城市主題到近年來強烈的奇幻色彩，高雄影開創出台灣特別的影展風格每年都試圖跟台灣及高雄關心的議題作連結，讓影展不是專屬於藝文人士的消遣，而是更親民更普羅大眾化的電影盛會。

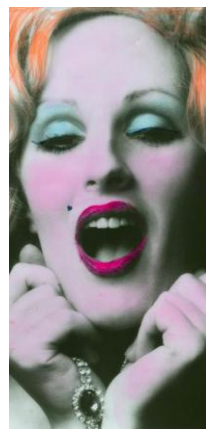
台北金馬影展
11/3-11/29



金馬國際影展為台灣最大的國際觀摩影展，以推廣電影藝術並透過世界電影提升文化交流為職志，每年邀請超過200部來自全球各地的電影，不同主題、類型、風格的影片題材更多元的呈現不同風貌的世界觀。

結論

- **欣賞藝術電影，是一種態度：**藝術電影雖然題材小眾，製作成本沒有好萊塢來的高，但是著重在人性情緒感知的流露或表現不同文化族群的生活風貌，近年來，台灣欣賞“藝術電影”的族群已經漸漸的被影展、電影藝術節培養起來，這群人追求的是一種精神、意境上的深層表述，或是選擇那些可以反映出現代人寂寞、欲望的內心悸動，並願意在社群裡分享及推薦世界各國的藝術電影，這是一個好現象，也逐漸改變了整個映影市場，不再只讓好萊塢大片獨霸鰲頭，許多影廳也開放來播映藝術電影或是舉辦講座，這也代表了台灣的電影文化又提高了一個檔次，透過國際間的電影交流中，讓藝術電影多元的議題及面向在台灣讓更多人看見，激盪出更多不一樣的火花。
- **投資藝術電影，是一種趨勢：**從第65屆坎城影展，藝術電影<愛>勇奪金棕櫚獎，還有在今年奧斯卡大放異彩的<大藝術家>，都顯示這將會是未來一股新的發展趨勢，藝術電影將會逐漸蓬勃發展，有越來越多人會懂得欣賞，同時獲得更高的藝術評價。這時如何讓藝術電影在小而美的同時，亦可獲得更多周邊效益，也是一種未來發展重要的考量因素，因此國外也陸續針對藝術電影消費族群提出幾種行銷手法。例如：減價行銷、有獎徵答、口碑行銷，跨業行銷...等來增加競爭優勢。
- 國外許多企業已經投資藝術電影市場許久，不論是獨立製片或是藝術影展，皆有持續和這一群年輕族群，且具有中高教育程度或注重生活品味的人做深度溝通，在台灣Kingston及Lancome也持續贊助金馬影展，同樣獲得相當的關注及效益，相信對於影視、藝術、文創相關的產品及產業，藝術電影及活動會是未來一個值得投資且競爭的市場。



IMC異業結盟 Alliance Strategy





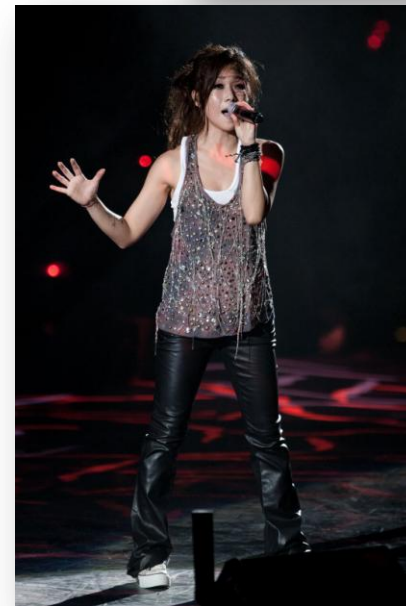
林憶蓮 MMXII

2012台北演唱會

5015号非彈唱曼
林憶蓮 MMXII

林憶蓮 MMXII 2012台北演唱會

- **活動時間**：2012年08月18日(六)
- **活動地點**：台北 小巨蛋
- **簡介**：香港著名女歌手，被視為華語音樂天后，近年紅遍及香港、台灣、新加坡、日本、中國大陸等多個亞洲地區。現今林憶蓮的音樂，以動人的旋律為主，搭配分享性的歌詞；再加上收放自如、自然的唱腔、細膩鏗鏘的嗓音，呈現出多樣、悅耳的姿態，時而含蓄、時而激揚的情感表達。
- 自去年9月起的巡演，行程自香港出發遍及美國、加拿大、新加坡、馬來西亞、廣州、台北、澳門、上海、重慶等地。
- 這是一場打造成充滿溫暖和感動之集體回憶，也會突破以往演唱會的音樂與影像界限，絕對讓大家耳目一新!



林憶蓮 MMXII 2012台北演唱會

- **適合結合產品**：精品、休閒服飾、手機、手錶、數位相機、3C商品、飲料、零食、酒類飲品等。
- **合作方式**：共同贊助、協力贊助、特殊專案...等。
- **媒體宣傳**：電視廣告、平面廣告、公車廣告、路燈旗誌、網路廣告.....等。

歡迎異業結盟合作,相關細節請洽：
lydia.sun@aemedia.com



電視新節目介紹 New TV Shows

A grey remote control is shown from a high angle, pointing towards the bottom left. From its tip, a stream of text flows out, appearing to be printed or projected. The text is arranged in a descending staircase pattern, with each line starting further to the left than the one above it. The words are in a bold, black, serif font. The text includes: Comedy, Series, Music, News, Shopping, Reality TV, News, Educational, Sports, Talent Show, Quiz Show, Sci-Fi, Sports, Politics, Adventure, Game Show, and Commercials.

Comedy
Series
Music
News
Shopping
Reality TV
News
Educational
Sports
Talent Show
Quiz Show
Sci-Fi
Sports
Politics
Adventure
Game Show
Commercials

頻道本週新節目介紹

類型：戲劇 上檔日期：2012/06/14 播出頻道：華視 播出時間：20:00(一~五)



「薛平貴與王寶釧」 唐肅宗年間，因宮廷爭鬥，太子流落民間並改姓薛，名平貴，薛平貴(陳浩民飾)長大後進長安，遇相國王允三千金寶釧(宣萱飾)。王允蒙皇上賜下鳳冠霞帔為寶釧搭彩樓招親，寶釧鍾情平貴，不顧王允反對，與父“三擊掌”斷絕關係，薛王二人結為夫妻。平貴揭榜並因緣際會降服“紅鬃烈馬”，被封為先鋒抵抗外敵。兩軍交戰時，代戰公主(馨子飾)驚見平貴為長安相遇之人，不敵，平貴卻放過代戰，代戰心存感激。代戰嫁給平貴，平貴繼承王位，卻將兵權交給凌霄，平貴於是開放兩國通商促進繁榮，此事被寶釧得知，誤會平貴，兩人發生矛盾。平貴告知前塵往事並好言相勸，寶釧深明大義接納代戰，終得一家團圓。

類型：戲劇 上檔日期：2012/06/15 播出頻道：中視 播出時間：22:00(五)



「智勝鮮師」 美女穿越不稀奇，就連孔子也來參一咖！新鮮搞笑、趣事一籬筐，綜藝天王曾國城，借「師」還魂PK不良學生，到底鹿死誰手？

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	綜藝大集合	FTV	4.51	1	航海王18	TTV	5.27
2	明日之星SUPER STAR	FTV	4.19	2	惡魔奶爸	TTV	4.16
3	豬哥會社	FTV	3.74	3	綜藝大集合	FTV	4.06
4	超級模王大道	CTV	3.67	4	超級模王大道	CTV	3.20
5	父與子	FTV	3.29	5	哆啦A夢	CTS	3.16
6	航海王18	TTV	2.85	6	七龍珠改	TTV	2.41
7	向前走向愛走	TTV	2.45	7	烏龍派出所	CTS	2.16
8	廉政英雄	FTV	2.22	8	廉政英雄	FTV	2.14
9	綜藝大本營	CTV	2.04	9	明日之星SUPER STAR	FTV	2.13
10	中視新聞全球報導	CTV	1.93	10	綜藝大本營	CTV	2.06
11	超級偶像SUPER IDOL	TTV	1.70	11	魔導少年	TTV	1.84
12	笑林舞功蓋天下	FTV	1.64	12	火影忍者疾風傳	CTS	1.80
13	七俠五義人間道	CTV	1.62	13	台視晚間新聞	TTV	1.60
14	紅白紅白我勝利	TTV	1.58	14	死神	CTV	1.54
15	惡魔奶爸	TTV	1.55	15	我們這一家II	TTV	1.51
16	大陸尋奇	CTV	1.51	16	航海王八	TTV	1.48
17	好膽你就來	FTV	1.48	17	翻糖花園	CTV	1.48
18	民視七點晚間新聞	FTV	1.47	18	百萬小學堂	TTV	1.41
19	台視晚間新聞	TTV	1.45	19	中視新聞全球報導	CTV	1.40
20	天天有樂町	FTV	1.39	20	半熟戀人	TTV	1.38
平均			2.35	平均			1.95

※前20名平均為總平均收視率。計算方式為(a1*b1*c1)+(a2*b2*c2).../(b1*c1)+(b2*c2)...[an=排名n節目的收視率；bn=排名n節目的播出時間；cn=排名n節目的節目播出次數。]

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

※統計期間：2012/06/04-2012/06/10

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18	TTV	3.93	1	明日之星SUPER STAR	FTV	5.15
2	向前走向愛走	TTV	2.83	2	綜藝大集合	FTV	5.02
3	超級模王大道	CTV	2.35	3	豬哥會社	FTV	4.62
4	綜藝大集合	FTV	2.25	4	父與子	FTV	4.08
5	綜藝大本營	CTV	2.06	5	超級模王大道	CTV	4.00
6	你猜你猜你猜猜猜	CTV	1.83	6	向前走向愛走	TTV	2.56
7	惡魔奶爸	TTV	1.74	7	廉政英雄	FTV	2.42
8	向前向愛大暴走	TTV	1.60	8	航海王18	TTV	2.23
9	翻糖花園	CTV	1.44	9	中視新聞全球報導	CTV	2.22
10	烏龍派出所	CTS	1.43	10	綜藝大本營	CTV	2.04
11	豬哥會社	FTV	1.31	11	七俠五義人間道	CTV	1.93
12	七龍珠改	TTV	1.30	12	大陸尋奇	CTV	1.92
13	1800名偵探柯南	CTS	1.30	13	笑林舞功蓋天下	FTV	1.92
14	超級偶像SUPERIDOL	TTV	1.29	14	超級偶像SUPERIDOL	TTV	1.92
15	廉政英雄	FTV	1.24	15	民視七點晚間新聞	FTV	1.81
16	紅白紅白我勝利	TTV	1.16	16	紅白紅白我勝利	TTV	1.81
17	POWER SUNDAY星期天	CTS	1.09	17	好膽你就來	FTV	1.70
18	天才衝衝衝	CTS	1.05	18	天天有樂町	FTV	1.66
19	明日之星SUPER STAR	FTV	1.01	19	台視晚間新聞	TTV	1.52
20	給愛麗絲的奇蹟	CTS	1.00	20	1300父與子	FTV	1.46
平均			1.58	平均			2.53

※前20名平均為總平均收視率。計算方式為(a1*b1*c1)+(a2*b2*c2).../(b1*c1)+(b2*c2)...[an=排名n節目的收視率；bn=排名n節目的播出時間；cn=排名n節目的節目播出次數。]

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

※統計期間：2012/06/04-2012/06/10

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	牽手	SANLI	3.95	1	牽手	SANLI	2.89
2	雨夜花	SANLI	2.18	2	1900遊戲王怪獸之決鬥	YOYO	2.83
3	超級夜總會	SANLI	2.10	3	烏龍派出所	*CHIN	2.59
4	戲說台灣	SANLI	1.97	4	1930閃電十一人GO	CARTN	2.48
5	超級紅人榜	SANLI	1.88	5	1100龍貓	DISNY	2.44
6	愛上巧克力	SL2	1.78	6	遊戲王怪獸之決鬥	YOYO	2.43
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.65	7	18禁不禁	GTV-C	2.25
8	草地狀元	SANLI	1.43	8	1830遊戲王怪獸之決鬥	YOYO	2.23
9	在台灣的故事	SANLI	1.26	9	1855逗逗蟲	DISNY	2.09
10	青春好7淘	SANLI	1.13	10	愛上巧克力	SL2	2.01
11	烏龍派出所	*CHIN	1.12	11	1900閃電十一人GO	CARTN	1.99
12	1230牽手	SANLI	1.11	12	1315奇幻精靈事件簿	YOYO	1.95
13	型男大主廚	SL2	1.11	13	1755逗逗蟲	DISNY	1.95
14	台灣尚青	SANLI	1.07	14	0930蠟筆小新電影版光榮燒肉之路	YOYO	1.86
15	康熙來了	CTiV	1.01	15	海綿寶寶接力賽	YOYO	1.82
16	寶島漁很大	SANLI	0.99	16	光之美少女甜蜜天使	YOYO	1.80
17	1230雨夜花	SANLI	0.97	17	0830喜羊羊與灰太狼羊羊快跑	MOMOK	1.80
18	台灣奇案	GTV-1	0.92	18	1900龍貓	DISNY	1.78
19	2100新台灣加油	SETN	0.90	19	1230飛哥與小佛	DISNY	1.74
20	晚間6 7點新聞	TVBSN	0.88	20	2130海綿寶寶接力賽	YOYO	1.74
平均			1.60	平均			2.25

※前20名平均為總平均收視率。計算方式為(a1*b1*c1)+(a2*b2*c2).../(b1*c1)+(b2*c2)...[an=排名n節目的收視率；bn=排名n節目的播出時間；cn=排名n節目的節目播出次數。]

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

※統計期間：2012/06/04-2012/06/10

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	牽手	SANLI	2.33	1	牽手	SANLI	4.44
2	愛上巧克力	SL2	1.97	2	雨夜花	SANLI	2.47
3	烏龍派出所	*CHIN	1.67	3	超級夜總會	SANLI	2.46
4	雨夜花	SANLI	1.43	4	超級紅人榜	SANLI	2.25
5	超級夜總會	SANLI	1.31	5	戲說台灣	SANLI	2.21
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.16	6	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.86
7	戲說台灣	SANLI	1.09	7	愛上巧克力	SL2	1.70
8	航海王	*CHIN	1.08	8	草地狀元	SANLI	1.66
9	愛上巧克力	ETTV	1.05	9	在台灣的故事	SANLI	1.50
10	康熙來了	CTiV	1.04	10	1230牽手	SANLI	1.37
11	1730烏龍派出所	*CHIN	1.04	11	青春好7淘	SANLI	1.29
12	Running man	*V	0.97	12	型男大主廚	SL2	1.25
13	大學生了沒	CTiV	0.90	13	台灣尚青	SANLI	1.23
14	超級紅人榜	SANLI	0.86	14	2100新台灣加油	SETN	1.19
15	18禁不禁	GTV-C	0.86	15	新台灣加油	SETN	1.16
16	1100超級偶像	SL2	0.79	16	寶島漁很大	SANLI	1.13
17	你是春風我是雨	PTV	0.79	17	康熙來了	CTiV	1.12
18	1230蠟筆小新	GTV-C	0.78	18	台灣奇案	GTV-1	1.11
19	威龍闖天關	*MVE	0.76	19	1230雨夜花	SANLI	1.07
20	草地狀元	SANLI	0.76	20	晚間6 7點新聞	TVBSN	1.04
平均			1.30	平均			1.77

※前20名平均為總平均收視率。計算方式為(a1*b1*c1)+(a2*b2*c2).../(b1*c1)+(b2*c2)...[an=排名n節目的收視率；bn=排名n節目的播出時間；cn=排名n節目的節目播出次數。]

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

※統計期間：2012/06/04-2012/06/10

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	牽手	SANLI	3.95	1	綜藝大集合	FTV	4.51
2	父與子	FTV	3.29	2	明日之星SUPER STAR	FTV	4.19
3	向前走向愛走	TTV	2.45	3	豬哥會社	FTV	3.74
4	廉政英雄	FTV	2.22	4	超級模王大道	CTV	3.67
5	雨夜花	SANLI	2.18	5	超級夜總會	SANLI	2.10
6	戲說台灣	SANLI	1.97	6	綜藝大本營	CTV	2.04
7	愛上巧克力	SL2	1.78	7	超級紅人榜	SANLI	1.88
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.65	8	超級偶像SUPERIDOL	TTV	1.70
9	七俠五義人間道	CTV	1.62	9	笑林舞功蓋天下	FTV	1.64
10	半熟戀人	TTV	1.20	10	紅白紅白我勝利	TTV	1.58
11	1230牽手	SANLI	1.11	11	好膽你就來	FTV	1.48
12	1300父與子	FTV	1.10	12	天天有樂町	FTV	1.39
13	唐宮美人天下	CTS	1.07	13	豬哥秀精華版	FTV	1.24
14	意難忘	FTV	1.05	14	百萬大歌星	TTV	1.14
15	1230雨夜花	SANLI	0.97	15	你猜你猜你猜猜猜	CTV	1.13
16	如意	CTV	0.96	16	天才衝衝衝	CTS	1.03
17	翻糖花園	CTV	0.92	17	康熙來了	CTiV	1.01
18	台灣奇案	GTV-1	0.92	18	POWER SUNDAY星期天	CTS	0.94
19	週四廉政英雄	FTV	0.90	19	百萬小學堂	TTV	0.93
20	愛上巧克力	ETTV	0.87	20	周末快樂頌	CTS	0.89
平均			1.76	平均			1.83

※前20名平均為總平均收視率。計算方式為(a1*b1*c1)+(a2*b2*c2).../(b1*c1)+(b2*c2)...[an=排名n節目的收視率；bn=排名n節目的播出時間；cn=排名n節目的節目播出次數。]

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

※統計期間：2012/06/04-2012/06/10

安吉斯媒體集團簡介



- 安吉斯媒體集團是全球發展最快的行銷傳播集團，集團的優勢在於所有團隊所具備的企業家精神，和「以消費者為核心，從數位思考領先」的專業理念。
- 台灣安吉斯媒體集團旗下共有六大行銷傳播品牌，分別為提供媒體傳播服務之凱絡媒體(Carat)、偉視捷媒體(Vizeum)以及集思媒體(AAA)，提供數位傳播行銷之知世·安索帕(wwwins Isobar)，專注於家外媒體服務之博仕達(Posterscope)以及專精於網路搜尋行銷領域的安布思沛(iProspect)。
- 安吉斯媒體集團隸屬於Aegis Group plc.，Aegis Group plc.是英國倫敦證交所股票上市公司。



台灣安吉斯媒體集團



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：twm.mediaweekly@carat.com

電話：(02) 2717-3988 ext.9285 編輯小組