

Media Drive Bulletin

Period : 2012/07/16-2012/07/22



本期摘要

社經數字

101年6月失業率4.21%

消費調查

智慧型手機APP使用調查

科技瞭望

全球的行動付款交易總值將達到1715億美元

媒體動態

與中天切割 旺中案有條件過關

專案介紹

「Ravenel羅芙奧」專案

收視分析

網路觀察



Economy

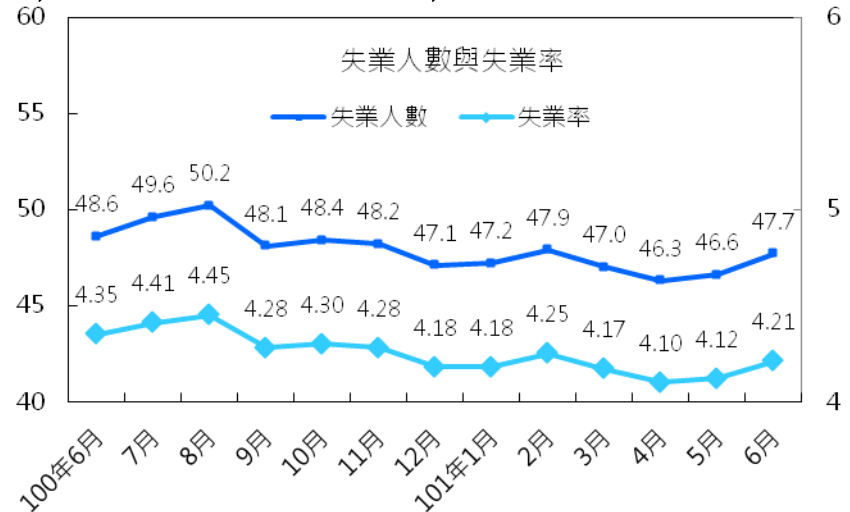
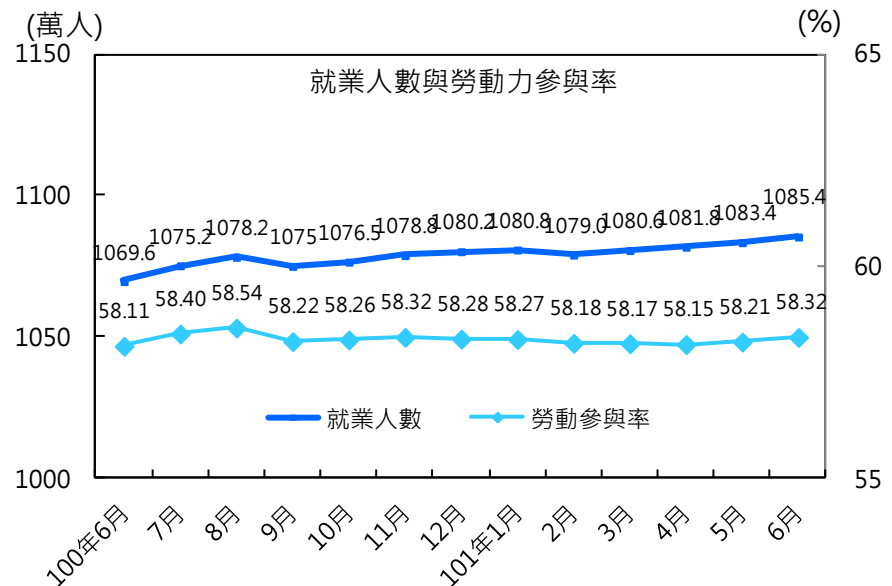
社經數字

101年6月失業率4.21%

101年6月就業人數為1,085萬4千人，較上月增加2萬人或0.18%；失業人數為47萬7千人，較上月增加1萬1千人；失業率為4.21%，較上月上升0.09個百分點，較上(100)年同月則降0.14個百分點。

6月勞動力人數為1,133萬1千人，較上月增加3萬1千人或0.27%；如與上(100)年同月比較，亦增14萬8千人或1.32%。6月勞動力參與率為58.32%，較上月上升0.11個百分點，較上年同月亦升0.21個百分點。

受應屆畢業生投入尋職行列影響，6月失業人數為47萬7千人，較上月增加1萬1千人，其中初次尋職失業者增加1萬3千人，因季節性或臨時性工作結束而失業者則減少2千人；與上年同月比較，失業人數計減9千人。





消費調査

智慧型手機APP使用調查

圖1：曾經購買過最貴的手機APP金額(Base=曾購買過者)

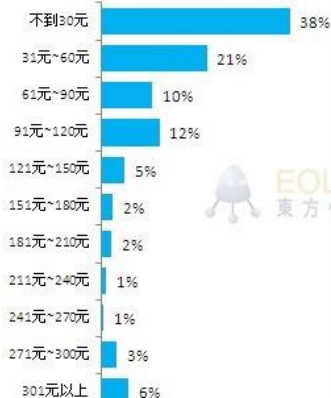
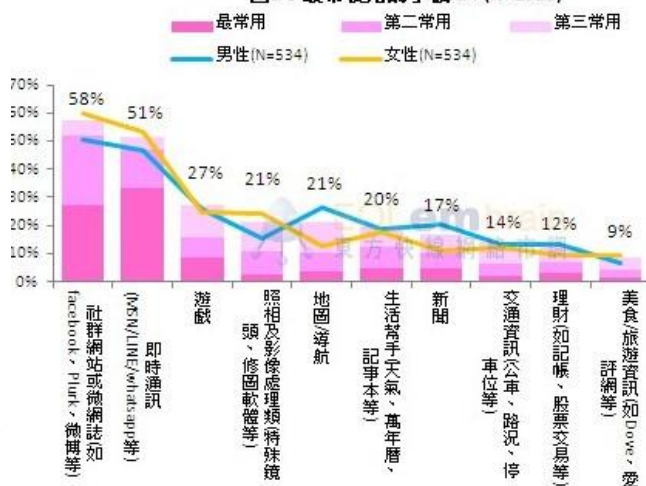


圖2：曾經購買過最貴的手機APP類別(Base=曾購買過者)



※僅列出比例前10高者

圖3：最常使用的手機APP(N=1068)



小遊戲當道，讓人花錢不手軟

免費下載的APP成千上萬，但想獲得部分進階功能或是實用性較高的APP還是得乖乖付費才行。然而APP下載採行的小額付費策略，是否真的可以成功吸引使用者購買呢？調查結果顯示，曾花錢買過手機APP的比例僅佔37%，其中花費金額以30元(約0.99美金)以下的比例最高，佔38%；整體而言花費比例以100元以下為主，金額過高的APP容易讓人望之怯步(見圖1)。

進一步續問購買過最貴的APP種類，曾購買的人當中，以購買遊戲的比例最高(25%)，其次為通訊相關的APP(11%)。顯示小遊戲的吸引力始終最讓人無法招架，經常會讓人手滑按下購買鍵(見圖2)。

手機必備APP--社群/即時通訊

詢問受訪者最常使用哪些類型的APP？整體而言，以社群網站或微網誌APP的使用率最高(58%)；但以個別排序來看，即時通訊軟體則是各類型APP中最常被使用者(33%)。另一方面，調查結果也顯示，男女使用的手機APP類型方面有極大的差異。女性在社群網站、即時通訊及照相影像處理等網絡、娛樂性質APP的使用率較高；男性則相對在地圖導航、新聞及理財等功能性APP的使用比例較高；另外像是遊戲、生活小幫手及交通資訊等實用性APP的使用比例則大致上相同(見圖3)。



科技瞭望

全球的行動付款交易總值將達到1715億美元

隨著網路服務普及，智慧型手機於過去幾年在全球市場的大幅成長，相關的應用服務也隨之普及。Gartner發布的最新市場分析結果顯示，全球的行動付款交易總值在2012年將較2011年大幅增加61.9%，從2011年的1059億美元成長至1715億美元；而行動付款的使用者人數也將從2011年的1.605億人增加至2.122億人，成長比率達32.2%。

行動付款業務的蓬勃發展，從北美地區及歐洲地區的零售產業應用情形可以窺知一二。以北美地區及歐洲地區而言，線上採購是支撐行動付款業務大幅成長的重要根基，其中又以消費端的電子商務網站為大宗，如：亞馬遜和eBay。亞馬遜和eBay積極的推動微型應用程式(APP)的採購服務，已在市場上看到具體的成效；現在，星巴克也將APP的購買服務拓展到全美地區，預計也將為行動付款業務帶來可觀的影響。Gartner預估，全球的行動付款業務在2011年到2016年間，將以平均42%的年增率穩定成長，於2016年達到6170億美元的業務量，使用者則來到4.48億人。

在應用技術上，根據Gartner的報告指出，未來兩年將會是行動付款服務模式大量發酵的關鍵期。為了迎接各個崛起的市場，技術解決商將積極運用各種技術並結合相關團隊以發展符合各地法規需求的行動付款服務及營運模式。然而有趣的是，NFC並未獲得Gartner的青睞。Gartner認為，NFC的運作涉及較大幅度的使用者行為轉變，同時還需要整合多方利害關係人，在實際執行上將更顯困難，因此Gartner認為，NFC還需要一段時間的醞釀，方能在2015年後大放異彩。



媒體動態

與中天切割 旺中案有條件過關

國內最大有線電視系統併購案，昨日有條件過關，為了回應外界對旺中媒體集團媒體集中度問題，國家通訊傳播委員會（NCC）對旺中寬頻及其關係人，訂定三項附停止條件行政處分，與廿五項附附款，包括要求旺中與中天新聞切割、中視數位新聞台變更為非新聞台。旺中寬頻併購有線電視系統中嘉旗下十一家有線電視系統，歷經一年半的審查，過去三天經歷十幾小時馬拉松式審查，昨日下午並且邀請旺中大股東蔡衍明親自到會陳述，終於在昨日晚上十點達成決議。

NCC主委蘇蘅表示，旺中案有三項附停止條件處分。首先，申請人與關係人應與中天新聞台完全切割；中視新聞台應申請變更為非新聞台；另外，中視應成立獨立編審制度。相關制度與資料，應送NCC備查，如有違反情事，NCC可依據行政程序法第一二三條廢止本許可。NCC法律事務處處長謝煥乾解釋，中天電視目前擁有三個頻道，所謂完全切割，就是中天不得再擁有中天新聞台，未來也不得為東森新聞台受讓人，上述三項停止條件都必須完成，報NCC審查後，旺中併購案才會正式生效。其次，旺中寬頻大股東蔡衍明，有廿五項承諾，首先，承諾配合國家數位化政策，旺中需提出從民國一〇一年到一〇三年有線電視數位化達百分之百的具體計畫，明年六月底前，提供消費者一百M以上之上網服務。

旺中推動數位化過程，每戶收視戶至少免費提供二台數位機上盒，十一家系統台經營區低收入戶，提供收視費與免費寬頻上網優惠。另外，旺中承諾發展本國文創事業，扶植本國文創人才，擴大HD高畫質節目投資。蘇蘅表示，NCC審查旺中案，有援引大富媒體併購凱擘精神，旺中與關係人未經NCC許可，不得申設新聞台、財經台與購物頻道，旺中方面也必須承諾，做到頻道公平上下架無差別待遇。蘇蘅表示，上述廿五項附附款，蔡衍明承諾二日內，會備妥相關文件送NCC作為行政契約承諾。

購物台洗牌 凱擘以森森取代得易購

有線電視系統凱擘購物頻道變更案，拖延近半年後，昨日終於塵埃落定。國家通訊傳播委員會（NCC），同意凱擘將五個購物頻道，從得易購（東森購物），變更為森森百貨。森森涵蓋收視戶將增加一百萬戶至三百五十萬戶，得易購則縮水至一百五十萬戶。

凱擘旗下十四個系統台，購物頻道變更案，今年二月送件。由於部分NCC委員主張，凱擘是國內最大有線電視系統，系統台在年中申請購物頻道變更，可能影響購物紅利金兌換等收視戶權益，要求發文公平會與各縣市政府消保處，日前更引發森森百貨與NCC委員翁曉玲互控事件，凱擘甚至為此登報表達歉意。

NCC委員會昨日在翁曉玲迴避下，通過凱擘申請案。森森百貨總經理李登科表示，感謝NCC委員能公平、公正審查，昨日行政處分是遲來的正義。凱擘方面收到NCC行政處分公文後，五天內以跑馬燈方式，完成頻道變更通知後，森森百貨最快八月初就能在凱擘系統上架。

李登科表示，森森今年以來每日付給凱擘一百多萬元上架費，目前已支付逾二億元費用，這部分將依法向得易購追討。

戲劇置入行銷 業界促鬆綁

影視界人士疾呼限制置入性行銷有礙戲劇行銷，要求鬆綁，文化部長龍應台今天表示，文化部要深入了解產業意見，未來有可能和NCC進行跨部會的協商。

文化部今天舉行第5場文化國是論壇，主題為「韓流、陸流、華流、台流—如何建立台灣的影視音國際網絡？」文化部長龍應台、相信音樂董事長陳勇志、音樂製作人黃舒駿、三立電視台副總經理張正芬、三鳳公司負責人薛聖棻等出席。

張正芬表示，韓國2011年輸出電視劇產值達新台幣75億元，但台灣只有12億，三立每年投資十幾億做華劇，希望可以扶植台灣戲劇產業。她建議政府鬆綁對置入性行銷的限制，像是HTC、納智捷等台灣品牌，都可透過戲劇行銷海外。

龍應台表示，置入性行銷是國家通訊傳播委員會（NCC）管轄，文化部是從扶植角度看戲劇發展，但還會再深入了解各產業意見，確認置入性行銷是否會妨礙影視行銷。

龍應台指出，當初限制置入性行銷有一定的政策原因，但現在文化部站在扶植產業立場，也希望把國際上對於置入性行銷的觀點納入參考；但最後能否鬆綁法令限制，她說，未來有可能會和NCC進行跨部會的協商。

無線四台聯播奧運 公平會准

公平會委員會今天（25號）通過，同意台視、中視、華視以及民視等四大無線電視台，申請聯合轉播今年倫敦奧運賽事，許可期限從7月28號到8月13號止。但公平會事先對無線四台聲明，不得出現不當抬高或共同決定廣告價格、共同劃分廣告客戶、以及共同決定各申請人節目播出時段等其他聯合行為。

公平會表示，過去二十年來都同意國內無線電視台聯合轉播奧運賽事，這次也因為公平會審查認為，無線四台聯合購買轉播權，有助於降低成本、分配多項賽事播出，對競爭負面影響有限。而收視戶也可以透過無線電視，或是其他多種媒體平台選擇收看轉播，有利消費者權益。

此外，公平會特別提到，無線四台新增高畫質頻道轉播，除了再授權公視高畫質頻道自由接取播出外，並跟國內五十家有線電視系統台簽訂授權轉播協議，讓有線電視系統平台也能完整轉載無線四台的數位高畫質奧運賽事，明顯有助於提升消費大眾的收視品質。

Twitter瘋奧運 推專屬頁面

華爾街日報周一報導，隨著倫敦奧運揭開序幕，社交網站Twitter也趁機和NBC環球合作推出奧運專屬頁面，希望擴大網站用戶量以吸引更多廣告客戶，為網站創造更持久的獲利模式。Twitter位於美國科羅拉多州的辦公室近日已派駐專屬團隊，每天有20小時留守公司，專門處理奧運選手及粉絲發表的動態訊息。Twitter也預定周一正式發表和有線電視公司Comcast旗下NBC環球電視台的合作計畫。NBC環球將經由這項合作在Twitter網站上發表奧運賽事及選手專訪影片，讓Twitter用戶隨時掌握最新奧運消息，還能在線上和好友或選手本人互動。Twitter也將派出自家記者和NBC採訪團隊共同在倫敦報導實況。NBC環球表示，這項合作不牽涉營收分享，而Twitter將單方面銷售奧運專頁的線上

目前包括藝電（EA）、寶橋（P&G）已成為Twitter這次奧運行銷企劃的廣告客戶。Twitter媒體副總裁斯拉登（Chloe Sladden）表示：「這將是新用戶試用Twitter的好機會。」目前Twitter每月用戶量超過1.4億人，但市調機構eMarketer估計Twitter今年營收2.6億美元，和臉書去年營收31.5億美元落差明顯，因此能否藉奧運熱潮擴充用戶量對Twitter而言相當重要。

為了把握4年1次的機會，Twitter近來四處向奧運選手及各地體委會宣傳網站功能，目的就是希望有更多選手在Twitter建立專頁吸引粉絲加入。國際奧委會表示，包含現任及前任奧運選手在內約有1,000人會在奧運期間使用Twitter或臉書和粉絲互動。

社交網站分析機構Trendrr表示，體育賽事等電視實況轉播帶動的網路社交活動有四分之三是在Twitter網站進行，反觀臉書只有16%。斯拉登也認為，這次和NBC環球的合作將使Twitter進一步成為「整場派對的中心」。

異業結盟 奧運全台看透透

倫敦奧運27日將正式開幕，中華電信取得台灣區多媒體轉播權，手機、網際網路及MOD同步轉播，預定三平台達到1,236萬收視人口；加上，中華電透過異業結盟，這次將提供全台1,000個奧運公播點，要讓奧運轉播全台看透透。中華電信副總經理李炎松表示，這次奧運最大特色，在於手機、MOD及網際網路三平台同步轉播，為了打造新媒體轉播服務，MOD除了提供14路頻道賽事直播服務外，手機的Hami用戶也可以透過智慧型手機或平板電腦等行動裝置，欣賞奧運賽事的轉播內容；HiNet網路族則可經由網路同步收看。

為了做到遍地開花、隨走隨看的奧運轉播，中華電信透過異業合作，將在奧運開賽期間，全台提供1,000多個公播點，包括台北市信義威秀、新北市大遠百Mega City、台中新時代購物廣場、高雄漢神巨蛋購物廣場、中華電信全省門市、燦坤345家店、全國電子300家店及世達發、三井等，都將同步轉播奧運精采賽事。另外，中華電與多家企業策略聯盟，包括透過補貼政策，與全國電子與燦坤合作促銷手機、電腦、液晶電視及相關配件，將進一步帶動3C賣場買氣，合搶奧運商機。

中華電預定近日宣布，與台達電攜手合作，在27及28日晚間於台北市西門紅樓架設奧運3D戶外投影舞台，台達電將運用獨特的八角型建築外觀，動用多達12具大型劇院級投影機，打造巨型3D虛擬實境，展現今年奧運不同以往的3D視覺張力與聲光效果的戶外投影秀。其它贊助商還包括中國信託、誠品、台啤等知名企業。中華電、體委會、中華奧會也決定在奧運期間，共同舉辦三平台為奧運選手加油的「中華加油召集令」活動，多螢一雲加油名集令目前共有700多萬人參加，預定奧運開幕前就會達到破千萬人次參加記錄。

D2C洽電信三雄 共逐行動廣告市場

日商洽電信三雄、合搶行動廣告商機！智慧手機熱銷，帶動行動廣告大餅逐年擴大，繼蘋果、Google分別以iAD及ADMob跨足全球行動廣告業務之後，由日本最大電信公司NTT DoCoMo投資成立的D2C公司，決定進軍台灣市場，並正與中華電信等國內主要電信公司洽商合作。蘋果以iAD搶進行動廣告業務，使得Google決定併購ADMob、要在行動廣告市場與蘋果互別苗頭，甚至是臉書、手機大廠RIM，近幾年在行動廣告業務領域的布局也轉趨積極。

中華電信證實，D2C正與中華電信協商合作細節，除此，印度Inmobi對於台灣電信市場、也展現高度興緻。根據D2C網站揭露訊息指出，D2C在2000年由NTT DoCoMo、株式會社電通、株式會社NTT廣告等3家公司共同投資成立，今年年初在台設立日商帝禧台灣分公司，並於5月啟動業務。

中華電信增值服務處處長郭逸樵表示，行動廣告目前還只能算是剛剛起步而已，市場規模並不算大，未來預期由智慧手機及APPs服務所帶動上來的行動廣告業務，會在2013年逐漸發酵，商機潛力可期，成為各方勢力角逐的新戰場。中華電信已在Hami APPs設立In-App Advertisement行動廣告機制，正式跨足行動廣告市場，應用內容開發商，只要載入相關行動廣告元件於APPs程式，就能夠分享行動廣告利潤。

遠傳則合併新世紀資通與數位互動行銷兩家公司，並以新世紀資通為存續公司，積極布局行動廣告業務；D2C與台灣各家電信公司的合作模式為何？正由業者協商中。遠傳表示，國內行動廣告商機、只需再花幾年時間，很快就會爆發成長至100億元的規模，現今廣告市場已不再像過去僅僅單獨要求曝光量、檔期，發揮創意，整合手機、網路等數位新平台的行動廣告，才是市場趨勢。遠傳並表示，可以預期的是，行動廣告商機未來將成為廣告市場的明日之星。

學界：廣電三法困境 修法才能解套

廣電三法修正案遲遲未過關，有法界專家建議直接用行政命令取代修法，可解決實質控制及間接投資比例爭議，元智大學副教授、二十一世紀基金會副執行長周韻采認為，以行政命令解套的最佳時間點已過去，修法恐怕是目前唯一的路。

周韻采指出，適度開放政府投資媒體可促進數位匯流及媒體產業發展，政府確實不應參與媒體產業內容，但現在修法版本以間接投資所占股權來評估是否實質控制，等於用結構來卡行為，就像鋸箭一般，無論開放比例是百分之五或十或三十，並沒有太大意義，只是從哪裡鋸下這一箭而已，無法解決問題。

有法界人士建議直接以行政命令取代冗長無效率的修法，周韻采評估並不可行，新的NCC委員會不太可能推翻過去委員會的決議而呈現昨日今非、自打嘴巴的局面，修法仍是必走之路。

周韻采說，大小媒體採一致認定標準也沒道理，傳統廣電媒體對政府控制較為敏感，可採較嚴格標準，但新興媒體更需要政府扶植，投資比例可更寬鬆。此外，目前百分之十的比例可幫台灣大解套卻仍套住中華電，「只為一家、只卡一家」，不符合公平原則。



專案介紹

「Ravenel羅芙奧」專案



Ravenel
INTERNATIONAL ART GROUP

頂級、精緻、品味、投資
獻給生活的藝術

Ravenel 內容

深入淺出，引領進入生活的美學、生命的領悟。

- **Art @ Ravenel 藝術投資**
提供全球藝術市場最新脈動、行情解析與藝術拍品
- **People's Profile 人物劇略**
專訪專業收藏家暢談收藏經驗、分享收藏故事與品味
- **The Artist 藝術家**
剖析重量級的國際性藝術家生平、作品、收藏價值和藝術貢獻；發掘、鼓勵、報導具潛力的新主當代藝術家。
- **Jewelry 珠寶專欄**
由人物、歷史、文化和收藏的角度切入，談珠寶鑑賞、精選、投資和賞析



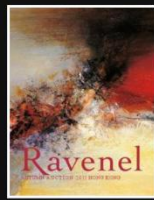
Ravenel 內容

- **Wine 好酒品藏**
引領歷史名酒佳釀和品酒入門
- **Around the World 樂活行旅**
從極限、獨特和頂級的行腳，介紹另類奢華的原遊體驗；
比如，熱氣球、南極光、非洲狩獵等。
- **Food 美食探路**
老饕帶路，舉凡饕客、布落格主和美食達人輪番上陣，兼具美味和文化的深度報導。
比如，跟著米其林「吃」遍全球美食
- **Antique 經典典藏**
設定主題，探訪風格奕奕的經典。
比如，哈雷機車 / 美國最後牛仔



Ravenel 發行

- 鎖定高資產頂級藏家、500大企業家、75%平均年收入超過30萬美元以上之貴賓
- 繁體中文、英文對照，雙語模式呈現
- 發行：台灣、香港、大陸、歐美、東南亞
- 一年四刊，10,000本 / 期
- 頁數 84頁



版型參考



趙心綺
深思熟慮
奢華

版型參考



Magical Castle
Elegant Castle
Elegant Castle



收視分析

無線台及有線台TOP20

無線台/全體					有線台/全體				
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR	No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	風水世家	FTV	閩南語連續劇	4.53	1	牽手	SANLI	閩南語連續劇	5.75
2	超級模王大道	CTV	競賽綜藝	4.15	2	雨夜花	SANLI	閩南語連續劇	2.71
3	父與子	FTV	閩南語連續劇	3.96	3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.27
4	明日之星SUPER STAR	FTV	競賽綜藝	3.92	4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.23
5	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	3.88	5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.06
6	豬哥會社	FTV	娛樂綜藝	2.66	6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.98
7	螺絲小姐要出嫁	TTV	國語連續劇	2.37	7	愛上巧克力	SL2	國語連續劇	1.81
8	廉政英雄	FTV	國語連續劇	2.35	8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.43
9	三國	CTV	大陸劇	2.31	9	賽德克巴萊上太陽旗	*SCM	國片	1.34
10	航海王18	TTV	卡通影片	2.26	10	那些年我們一起追的女孩	*SCM	國片	1.32
11	薛平貴與王寶釧	CTS	大陸劇	1.89	11	我們發財了	SL2	國語連續劇	1.28
12	西遊記	FTV	大陸劇	1.68	12	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.27
13	綜藝大本營	CTV	競賽綜藝	1.5	13	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.27
14	豬哥會社精選版	FTV	娛樂綜藝	1.42	14	台灣尚青	SANLI	美食、旅遊節目	1.16
15	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.42	15	法海白蛇傳說	ET-M	國片	1.16
16	百萬大歌星	TTV	競賽綜藝	1.3	16	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.15
17	原來愛就是甜蜜	FTV	國語連續劇	1.29	17	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	1.05
18	超級偶像SUPER IDOL	TTV	競賽綜藝	1.28	18	益手遮天世紀A錢啟示錄	SETN	新聞性質節目	1.00
19	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.28	19	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	0.93
20	Movie Time	CTV	資訊綜藝	1.26	20	航海王	*SCC	卡通影片	0.91

無線台TOP20(15-24歲、25-34歲)

15-24歲					25-34歲				
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR	No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	航海王18	TTV	卡通影片	3.10	1	超級模王大道	CTV	競賽綜藝	3.59
2	螺絲小姐要出嫁	TTV	國語連續劇	3.08	2	螺絲小姐要出嫁	TTV	國語連續劇	2.98
3	超級模王大道	CTV	競賽綜藝	2.46	3	廉政英雄	FTV	國語連續劇	2.82
4	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	2.04	4	風水世家	FTV	閩南語連續劇	2.74
5	風水世家	FTV	閩南語連續劇	1.94	5	父與子	FTV	閩南語連續劇	2.09
6	廉政英雄	FTV	國語連續劇	1.87	6	航海王18	TTV	卡通影片	1.99
7	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	1.68	7	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	1.98
8	父與子	FTV	閩南語連續劇	1.57	8	明日之星SUPER STAR	FTV	競賽綜藝	1.92
9	原來愛就是甜蜜	FTV	國語連續劇	1.53	9	豬哥會社	FTV	娛樂綜藝	1.42
10	智勝鮮師	CTV	國語連續劇	1.45	10	綜藝大本營	CTV	競賽綜藝	1.31
11	你猜你猜你猜猜猜	CTV	娛樂綜藝	1.44	11	薛平貴與王寶釧	CTS	大陸劇	1.22
12	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.39	12	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.15
13	綜藝大本營	CTV	競賽綜藝	1.38	13	百萬大歌星	TTV	競賽綜藝	1.15
14	烏龍派出所	CTS	卡通影片	1.30	14	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.14
15	影子籃球員	CTS	卡通影片	1.30	15	超級偶像SUPER IDOL	TTV	競賽綜藝	1.14
16	POWER SUNDAY星期天	CTS	娛樂綜藝	1.24	16	Movie Time	CTV	資訊綜藝	1.13
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.12	17	你猜你猜你猜猜猜	CTV	娛樂綜藝	1.10
18	三國	CTV	大陸劇	1.11	18	三國	CTV	大陸劇	1.10
19	超級偶像SUPER IDOL	TTV	競賽綜藝	1.03	19	愛啊哎呀我願意	CTV	國語連續劇	0.97
20	Movie Time	CTV	資訊綜藝	1.03	20	西遊記	FTV	大陸劇	0.88

本表僅取節目當週最高收視率表現做為節目收視排名，節目排名僅供參考

無線台TOP20(35-49歲、50歲以上)

35-49歲					50歲以上				
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR	No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級模王大道	CTV	競賽綜藝	4.20	1	明日之星SUPER STAR	TTV	競賽綜藝	8.50
2	風水世家	FTV	閩南語連續劇	3.29	2	父與子	FTV	閩南語連續劇	8.41
3	螺絲小姐要出嫁	TTV	國語連續劇	3.19	3	風水世家	FTV	閩南語連續劇	8.36
4	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	2.99	4	綜藝大集合	FTV	娛樂綜藝	6.68
5	三國	CTV	大陸劇	2.89	5	豬哥會社	FTV	娛樂綜藝	5.67
6	航海王18	TTV	卡通影片	2.51	6	超級模王大道	CTV	競賽綜藝	5.20
7	明日之星SUPER STAR	FTV	競賽綜藝	2.31	7	三國	CTV	大陸劇	3.28
8	廉政英雄	FTV	國語連續劇	2.23	8	西遊記	FTV	大陸劇	3.17
9	薛平貴與王寶釧	CTS	大陸劇	2.06	9	豬哥會社精選版	FTV	娛樂綜藝	2.97
10	父與子	FTV	閩南語連續劇	2.03	10	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.79
11	超級偶像SUPER IDOL	TTV	競賽綜藝	1.98	11	薛平貴與王寶釧	CTS	大陸劇	2.66
12	百萬大歌星	TTV	競賽綜藝	1.74	12	廉政英雄	FTV	國語連續劇	2.53
13	你猜你猜你猜猜猜	CTV	娛樂綜藝	1.65	13	意難忘	FTV	閩南語連續劇	2.41
14	豬哥會社	FTV	娛樂綜藝	1.61	14	舞功蓋天下	FTV	競賽綜藝	2.39
15	Movie Time	CTV	資訊綜藝	1.52	15	綜藝大本營	CTV	競賽綜藝	1.85
16	原來愛就是甜蜜	FTV	國語連續劇	1.46	16	原來愛就是甜蜜	FTV	國語連續劇	1.42
17	惡魔奶爸	TTV	卡通影片	1.38	17	紅白紅白我勝利	TTV	競賽綜藝	1.42
18	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.33	18	螺絲小姐要出嫁	TTV	國語連續劇	1.38
19	紅白紅白我勝利	TTV	競賽綜藝	1.32	19	美鳳有約	FTV	美食、旅遊節目	1.37
20	智勝鮮師	CTV	國語連續劇	1.31	20	百萬大歌星	TTV	競賽綜藝	1.29

本表僅取節目當週最高收視率表現做為節目收視排名，節目排名僅供參考

有線台TOP20(15-24歲、25-34歲)

15-24歲					25-34歲				
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR	No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	牽手	SANLI	閩南語連續劇	3.75	1	牽手	SANLI	閩南語連續劇	5.69
2	雨夜花	SANLI	閩南語連續劇	2.67	2	雨夜花	SANLI	閩南語連續劇	2.96
3	愛上巧克力	SL2	國語連續劇	2.48	3	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.90
4	我們發財了	SL2	國語連續劇	1.52	4	康熙來了	CTiV	資訊綜藝	1.49
5	那些年我們一起追的女孩	*SCM	國片	1.50	5	賽德克巴萊上太陽旗	*SCM	國片	1.47
6	烏龍派出所	*SCM	卡通影片	1.41	6	愛上巧克力	SL2	國語連續劇	1.45
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.20	7	那些年我們一起追的女孩	*SCM	國片	1.41
8	直中華職棒23年全壘打大賽	VLSPT	棒球	1.15	8	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.41
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.14	9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.36
10	賽德克巴萊上太陽旗	*SCM	國片	1.13	10	法海白蛇傳說	ET-M	國片	1.35
11	博物館驚魂夜2	ET-WM	外片	1.13	11	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.31
12	大學生了沒	CTiV	資訊綜藝	1.13	12	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.29
13	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	1.11	13	我們發財了	SL2	國語連續劇	1.27
14	向前走向愛走	SL2	國語連續劇	1.10	14	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	1.27
15	2012神腦國際美國傳奇球星	FTVN	籃球	1.02	15	翻滾吧阿信	VLM	國片	1.16
16	康熙來了	CTiV	資訊綜藝	1.01	16	食尚玩家	TVBSG	美食、旅遊節目	1.15
17	法海白蛇傳說	ET-M	國片	0.95	17	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.08
18	航海王	*SCC	卡通影片	0.90	18	台灣尚青	SANLI	美食、旅遊節目	1.04
19	我知女人心	ET-M	國片	0.88	19	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.01
20	韓國人氣歌謠	*V	歌唱音樂	0.87	20	3D怒火狂飆	*SMIT	外片	0.97

本表僅取節目當週最高收視率表現做為節目收視排名，節目排名僅供參考

有線台TOP20(35-49歲、50歲以上)

35-49歲					50歲以上				
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR	No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	牽手	SANLI	閩南語連續劇	4.67	1	牽手	SETN	閩南語連續劇	7.84
2	雨夜花	SANLI	閩南語連續劇	2.93	2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.07
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.16	3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.94
4	賽德克巴萊上太陽旗	*SCM	國片	2.09	4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.88
5	愛上巧克力	SL2	國語連續劇	2.05	5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	3.61
6	那些年我們一起追的女孩	*SCM	國片	1.94	6	雨夜花	SANLI	閩南語連續劇	2.54
7	法海白蛇傳說	ET-M	國片	1.75	7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	2.44
8	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.62	8	驚爆新聞線	SETN	新聞性質節目	2.25
9	我們發財了	SL2	國語連續劇	1.59	9	益手遮天世紀A錢啟示錄	SETN	新聞性質節目	2.22
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.55	10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.10
11	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.50	11	台灣尚青	SANLI	美食、旅遊節目	1.59
12	台灣尚青	SANLI	美食、旅遊節目	1.46	12	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.58
13	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.34	13	超心理X檔案	SETN	新聞性質節目	1.56
14	翻滾吧阿信	VLM	國片	1.33	14	台灣奇案	GTV-1	國台語單元劇	1.56
15	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.25	15	2100全民開講	TVBS	新聞性質節目	1.54
16	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.12	16	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.52
17	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.10	17	新聞追追追	ERA	新聞性質節目	1.52
18	CSI拉斯維加斯XII	AXN	歐美影集	1.09	18	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.45
19	青春好7淘	SANLI	美食、旅遊節目	1.08	19	我的女兒是花兒	GTV-D	韓劇	1.37
20	寶島漁很大	SANLI	知識資訊節目	1.05	20	烏來伯與十三姨新再製	SANLI	閩南語連續劇	1.36

本表僅取節目當週最高收視率表現做為節目收視排名，節目排名僅供參考

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
台視	0.47	0.25	0.25	0.54	0.65
中視	0.68	0.30	0.32	0.63	1.17
華視	0.30	0.18	0.17	0.30	0.41
民視	0.47	0.14	0.15	0.26	1.05
有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
TVBSN	0.40	0.19	0.40	0.47	0.54
民視新聞	0.33	0.12	0.18	0.31	0.61
三立新聞	0.47	0.08	0.22	0.33	1.06
東森新聞	0.36	0.18	0.35	0.45	0.48
年代電視	0.25	0.04	0.14	0.21	0.51
中天新聞	0.33	0.16	0.28	0.37	0.47
東森財經新聞	0.18	0.04	0.13	0.18	0.31
非凡新聞	0.17	0.03	0.09	0.16	0.35

無線台新聞包括各無線台早、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				綜藝類/全體			
No.	Program Name	Chan.	TVR	No.	Program Name	Chan.	TVR
1	牽手	SANLI	5.75	1	超級模王大道	CTV	4.15
2	風水世家	FTV	4.53	2	明日之星SUPER STAR	FTV	3.92
3	父與子	FTV	3.96	3	綜藝大集合	FTV	3.88
4	雨夜花	SANLI	2.71	4	豬哥會社	FTV	2.66
5	螺絲小姐要出嫁	TTV	2.37	5	超級夜總會	SANLI	2.27
6	廉政英雄	FTV	2.35	6	超級紅人榜	SANLI	2.06
7	三國	CTV	2.31	7	綜藝大本營	CTV	1.50
8	戲說台灣	SANLI	2.23	8	豬哥會社精選版	FTV	1.42
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.98	9	百萬大歌星	TTV	1.30
10	薛平貴與王寶釧	CTS	1.89	10	超級偶像SUPER IDOL	TTV	1.28
新聞類/全體				其他類/全體			
No.	Program Name	Chan.	TVR	No.	Program Name	Chan.	TVR
1	益手遮天世紀A錢啟示錄	SETN	1.00	1	草地狀元	SANLI	1.43
2	驚爆新聞線	SETN	0.93	2	在台灣的故事	SANLI	1.27
3	新台灣加油	SETN	0.86	3	台灣尚青	SANLI	1.16
4	超心理X檔案	SETN	0.84	4	青春好7淘	SANLI	1.15
5	台灣演義	FTVN	0.80	5	型男大主廚	SL2	1.05
6	關鍵時刻	ET-N	0.79	6	寶島漁很大	SANLI	0.77
7	2100全民開講	TVBS	0.68	7	愛玩客	SL2	0.72
8	新聞追追追	ERA	0.68	8	食尚玩家	TVBSG	0.70
9	當掌聲響起	TVBSN	0.64	9	美食鳳味	SANLI	0.62
10	新聞夜總會	TVBS	0.55	10	用心看台灣	SANLI	0.61

本表僅取節目當週最高收視率表現做為節目收視排名，節目排名僅供參考



網路觀察

2012/06 comScore網路媒體調查數據說明

- 創市際在台灣獨家代理comScore網路流量分析工具，2012年五月份起媒體代理商及網站主將全面由過去ARO平台正式轉為使用comScore平台，在內容提供上做以下調整：
 - 提供時間：由過往每週提供不同指標數據，將改為一個月提供一次，依照不同年齡層族群，提供八項指標：
 - Total Unique Visitors (000)
 - % Reach
 - Average Daily Visitors (000)
 - Total Minutes (MM)
 - Total Pages Viewed (MM)
 - Total Visits (000)
 - Average Minutes per Visit
 - Average Visits per Visitor

全體網路使用者

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	Average Daily Visitors (000)	Total Minutes (MM)	Total Pages Viewed (MM)	Total Visits (000)	Average Minutes per Visit	Average Visits per Visitor
1 Yahoo! Sites	11,375	96.9	6,448	3,193	4,186	572,287	5.6	50.3
2 Google Sites	9,587	81.7	2,987	1,557	2,024	222,309	7.0	23.2
3 FACEBOOK.COM	9,341	79.6	3,406	4,204	5,701	329,931	12.7	35.3
4 Microsoft Sites	8,689	74.0	1,622	804	305	65,745	12.2	7.6
5 YAM.COM	7,621	64.9	978	33	152	36,705	0.9	4.8
6 udn.com Co. Ltd.	5,518	47.0	567	60	116	23,628	2.5	4.3
7 TOM.COM Limited	5,276	44.9	710	41	119	31,016	1.3	5.9
8 Chunghwa Telecom	5,022	42.8	548	73	139	22,519	3.3	4.5
9 PPStream, Inc.	4,251	36.2	1,337	11	11	3,959	2.9	0.9
10 Next Media Interactive Ltd.	3,903	33.2	591	88	115	24,426	3.6	6.3
11 Wikimedia Foundation Sites	3,581	30.5	373	38	79	15,226	2.5	4.3
12 YouthWant Sites	3,533	30.1	230	6	23	7,351	0.8	2.1
13 PChome Online	3,316	28.2	288	40	112	11,199	3.6	3.4
14 Baidu.com Inc.	3,194	27.2	400	70	144	20,322	3.4	6.4
15 NOWNEWS.COM	3,115	26.5	307	27	63	12,005	2.3	3.9
16 SINA Corporation	2,822	24.0	239	28	50	10,559	2.7	3.7
17 Oneup Network Corporation	2,708	23.1	397	116	214	24,381	4.8	9.0
18 China Times Group	2,602	22.2	173	43	115	7,668	5.6	2.9
19 Yong Sheng Technology	2,474	21.1	259	66	105	12,265	5.4	5.0
20 Comsenz Inc.	2,411	20.5	322	97	157	15,847	6.1	6.6

15-24歲網路使用者

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	Average Daily Visitors (000)	Total Minutes (MM)	Total Pages Viewed (MM)	Total Visits (000)	Average Minutes per Visit	Average Visits per Visitor
1 Yahoo! Sites	2,753	96.2	1,617	792	1,005	150,831	5.2	54.8
2 FACEBOOK.COM	2,581	90.2	1,103	1,848	2,627	125,843	14.7	48.8
3 Google Sites	2,432	85.0	816	464	575	64,590	7.2	26.6
4 YAM.COM	2,094	73.2	290	10	51	10,979	0.9	5.2
5 Microsoft Sites	2,068	72.3	364	172	62	14,821	11.6	7.2
6 TOM.COM Limited	1,414	49.4	208	12	37	9,352	1.3	6.6
7 PPStream, Inc.	1,394	48.7	423	3	3	1,292	2.5	0.9
8 Chunghwa Telecom	1,261	44.1	129	9	22	5,101	1.8	4.0
9 udn.com Co. Ltd.	1,210	42.3	89	4	9	3,037	1.4	2.5
10 Wikimedia Foundation Sites	1,099	38.4	134	14	31	5,717	2.5	5.2
11 Oneup Network Corporation	1,095	38.3	181	57	108	11,677	4.9	10.7
12 Next Media Interactive Ltd.	1,062	37.1	143	17	23	5,585	3.1	5.3
13 Baidu.com Inc.	1,001	35.0	131	24	54	6,702	3.6	6.7
14 YouthWant Sites	980	34.2	63	1	7	2,041	0.7	2.1
15 Comsenz Inc.	889	31.1	133	39	69	6,665	5.9	7.5
16 NOWNEWS.COM	785	27.4	60	2	7	1,995	1.1	2.5
17 SINA Corporation	764	26.7	66	8	14	3,081	2.6	4.0
18 VEVO	760	26.5	78	9	7	3,008	2.8	4.0
19 PChome Online	731	25.5	49	4	13	1,702	2.5	2.3
20 Viacom Digital	678	23.7	61	6	7	2,129	2.8	3.1

25-34歲網路使用者

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	Average Daily Visitors (000)	Total Minutes (MM)	Total Pages Viewed (MM)	Total Visits (000)	Average Minutes per Visit	Average Visits per Visitor
1 Yahoo! Sites	3,167	97.1	1,752	788	1,146	155,472	5.1	49.1
2 FACEBOOK.COM	2,711	83.1	1,012	1,143	1,512	96,525	11.8	35.6
3 Google Sites	2,632	80.6	809	411	572	62,048	6.6	23.6
4 Microsoft Sites	2,627	80.5	558	359	103	22,560	15.9	8.6
5 YAM.COM	2,137	65.5	271	7	35	9,863	0.7	4.6
6 TOM.COM Limited	1,578	48.3	238	14	42	10,750	1.3	6.8
7 udn.com Co. Ltd.	1,478	45.3	140	11	24	5,514	1.9	3.7
8 Chunghwa Telecom	1,381	42.3	147	12	31	5,902	2.1	4.3
9 Next Media Interactive Ltd.	1,236	37.9	187	25	34	7,502	3.4	6.1
10 PPStream, Inc.	1,174	36.0	348	3	3	989	2.6	0.8
11 YouthWant Sites	1,015	31.1	67	2	7	2,125	0.8	2.1
12 Wikimedia Foundation Sites	940	28.8	99	9	20	3,991	2.3	4.2
13 PChome Online	939	28.8	81	10	29	3,060	3.2	3.3
14 NOWNEWS.COM	936	28.7	94	8	21	3,706	2.2	4.0
15 Baidu.com Inc.	857	26.3	109	19	40	5,694	3.3	6.6
16 Yong Sheng Technology	845	25.9	96	21	36	4,545	4.6	5.4
17 Oneup Network Corporation	803	24.6	118	32	61	7,034	4.6	8.8
18 SINA Corporation	798	24.5	68	7	14	3,050	2.4	3.8
19 EMI Group	728	22.3	82	3	8	2,872	1.0	3.9
20 China Times Group	690	21.2	36	8	14	1,381	5.7	2.0

35-44歲網路使用者

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	Average Daily Visitors (000)	Total Minutes (MM)	Total Pages Viewed (MM)	Total Visits (000)	Average Minutes per Visit	Average Visits per Visitor
1 Yahoo! Sites	2,700	96.9	1,500	733	986	129,370	5.7	47.9
2 Google Sites	2,240	80.4	678	329	432	49,011	6.7	21.9
3 FACEBOOK.COM	2,047	73.5	656	616	767	54,906	11.2	26.8
4 Microsoft Sites	2,024	72.7	378	176	73	14,961	11.7	7.4
5 YAM.COM	1,741	62.5	219	8	34	8,101	1.0	4.7
6 udn.com Co. Ltd.	1,398	50.2	165	21	40	7,245	2.8	5.2
7 Chunghwa Telecom	1,180	42.4	129	20	35	5,324	3.8	4.5
8 TOM.COM Limited	1,170	42.0	148	9	23	6,330	1.4	5.4
9 PChome Online	876	31.4	90	16	42	3,786	4.2	4.3
10 Next Media Interactive Ltd.	827	29.7	149	29	38	6,932	4.2	8.4
11 YouthWant Sites	797	28.6	53	1	4	1,709	0.8	2.1
12 PPStream, Inc.	793	28.5	266	3	3	858	3.6	1.1
13 Wikimedia Foundation Sites	728	26.1	66	6	13	2,638	2.4	3.6
14 NOWNEWS.COM	715	25.7	78	8	18	3,112	2.6	4.4
15 China Times Group	652	23.4	47	11	31	2,066	5.4	3.2
16 Baidu.com Inc.	647	23.2	77	16	30	4,076	4.0	6.3
17 SINA Corporation	632	22.7	54	8	12	2,457	3.2	3.9
18 Yong Sheng Technology	629	22.6	78	25	37	3,810	6.6	6.1
19 RUTEN.COM.TW	536	19.2	66	23	64	2,944	7.7	5.5
20 MOMOSHOP.COM.TW	484	17.4	37	6	12	1,340	4.6	2.8

45-54歲網路使用者

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	Average Daily Visitors (000)	Total Minutes (MM)	Total Pages Viewed (MM)	Total Visits (000)	Average Minutes per Visit	Average Visits per Visitor
1 Yahoo! Sites	1,730	97.2	978	506	630	83,092	6.1	48.0
2 Google Sites	1,440	80.8	420	203	266	28,549	7.1	19.8
3 FACEBOOK.COM	1,267	71.1	387	355	472	30,913	11.5	24.4
4 Microsoft Sites	1,192	67.0	185	57	38	8,008	7.2	6.7
5 YAM.COM	1,049	58.9	128	5	20	4,953	1.0	4.7
6 udn.com Co. Ltd.	914	51.3	114	15	28	5,138	3.0	5.6
7 Chunghwa Telecom	766	43.0	91	21	34	3,887	5.4	5.1
8 TOM.COM Limited	701	39.4	73	4	11	2,826	1.5	4.0
9 PPStream, Inc.	587	32.9	190	2	2	550	3.2	0.9
10 Wikimedia Foundation Sites	507	28.5	46	6	10	1,837	3.0	3.6
11 PChome Online	496	27.9	44	7	18	1,734	3.9	3.5
12 Next Media Interactive Ltd.	490	27.5	76	12	15	3,129	3.8	6.4
13 YouthWant Sites	476	26.8	30	1	3	953	0.9	2.0
14 China Times Group	473	26.5	48	18	49	2,376	7.4	5.0
15 Baidu.com Inc.	446	25.1	53	7	14	2,542	2.9	5.7
16 NOWNEWS.COM	443	24.9	51	6	12	2,304	2.5	5.2
17 SINA Corporation	391	21.9	32	4	7	1,224	3.0	3.1
18 Yong Sheng Technology	304	17.1	31	10	14	1,537	6.6	5.0
19 RUTEN.COM.TW	296	16.6	36	15	40	1,734	8.6	5.9
20 Oneup Network Corporation	280	15.7	34	11	18	2,166	5.2	7.7



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.com.tw

電話：(02)2502-0598#159