Media Drive Bulletin
宏將週報

Vol.1722
05.29-06.04

Media Drive
宏 將 傳 媒

http://ppt.cc/R5bpJ

本期摘要

媒體放大鏡　最新報告 全球網路廣告支出半年內超越電視

國際視野　青少年不知道是否相信廣告

科技瞭望　用戴的翻譯蒟蒻 耳機化身同步口譯

專案介紹　K歌大明星 節目冠名專案

收視調查

Media news

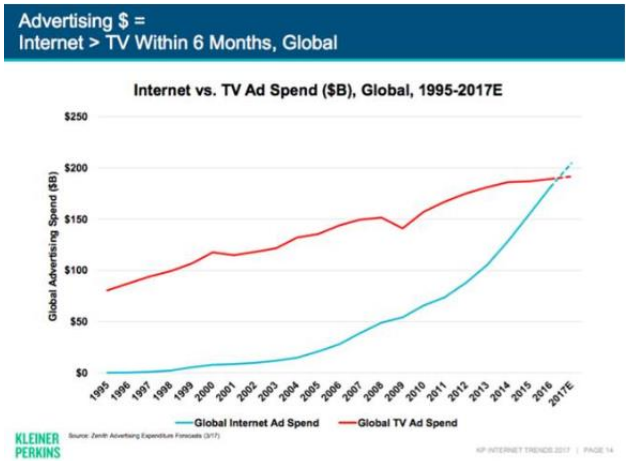
媒體放大鏡

最新報告 全球網路廣告支出半年內超越電視

人稱互聯網女王的Mary Meeker今日在Code Conference發表互聯網趨勢報告（Internet trends report），當中提及了廣告支出變化的情況，預告下一階段行動平台廣告將會成為公司成長營收的來源。

根據互聯網趨勢報告預測，六個月內全球網路廣告整體支出就將超越電視廣告，代表對全球來說，互聯網將成為比電視更為重要的平台，且電視很難再度逆轉。

根據報告內容，美國地區網路廣告規模在2016年達到730億美金，比去年同期增長22%，當中行動平台網路廣告的同期增長也達20%，代表網路廣告總體營收的成長，主要來自行動平台。美國地區的網路用戶當中，花費在行動平台的時間，2016年比去年成長28%，因此整體廣告規模將會持續往行動平台轉移。



而若比較全球廣告規模，從可預見的趨勢來看，在全球電視廣告支出增長速度趨緩，而全球網路廣告趨勢增幅更大的前提下，預計在2017年下半年，全球網路廣告的規模將會勝過電視廣告，代表對於廣告主而言，網路平台將成為一個比電視更為重要的平台。而這將成為業者在選擇經營網路、電視平台之際的重要參考指標。[2017/06/01, 中時電子報]

影音串流不會危害產業，而是注入活水

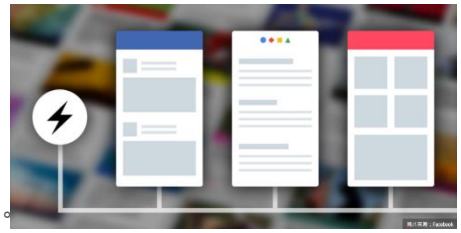
「網路女皇」瑪麗·米克（Mary Meeker）於美國Code大會上發表2017年網路趨勢報告，指出音樂產業在負成長多年後首次翻紅，而Spotify占了很重要因素。Netflix的用戶在5年內收看時間大幅增加，象徵閱聽人重視的越來越不同。

這份報告對於影音串流平台做了一些數據統計，指出音樂產業在過去一年中，從平均成長率-4%的負成長中由黑翻紅，總營收增長11%。而串流平台在這之中占了52%，其中Spotify一家就貢獻2成營收。這也是串流平台首年度同時超越實體唱片和下載的營收額。

報告中也提供了閱聽人收看美國各大電視台體系的每月平均時間。在5年內，包括NBC、迪士尼（Disney）、21世紀福斯（21ST Century Fox）等，幾乎所有大型網路電視體系的收看時間都下降了，唯有Netflix一枝獨秀，被收看時間狂增699%。

米克在報告中提出調查數據，表示閱聽人之所以付費訂閱影音串流平台，大多是因為一開始有免費試用期，使用成習慣後，接下來就一路付費下去，這個理由占了4成。去除廣告和在行動裝置上也能使用，也是影音串流平台吸引閱聽人之處，各占了近3成。米克分析，要得到閱聽人的青睞，這個影音服務必須要有清楚、豐富的菜單，並且要能夠個人化，付費方法也要很方便。整體來說，就是務必重視和改善用戶的使用體驗。[2017/06/03, 匯流新聞網]

Facebook即時文章宣布支援Google AMP



為了加快行動裝置開啟網頁的速度，Facebook推出即時文章（Instant Articles）、Google推出加速行動網頁（Accelerate Mobile Pages，AMP），蘋果也推出Apple News。不想在行動網頁這塊輸掉比賽的Facebook，今日宣布將支援Google AMP和Apple News，意即出版商發布Instant Articles後，可同步將文章出版在另兩個平台，而不用分三次轉換。此舉無疑是為了吸引出版商以Facebook為優先發布平台，比起輸掉比賽，不如和其他人平手。

Facebook支援競爭對手的服務，自然是想吸引更多出版商將Facebook Instant Articles視為出版內容的優先選項。2015年，Facebook推出主打載入快速、行動優先的閱讀格式Instant Articles，希望吸引出版商在Facebook平台發表更多高品質內容，甚至讓出版商獲得100%的廣告收入。不過事隔兩年，Instant Articles開始出現出走潮，最具代表性的為紐約時報和衛報。許多出版商發現，使用Instant Articles後，讀者的眼球越來越離不開Facebook，而這將導致嚴重的後果：一來分食了出版商的閱讀群眾，二來也搶走出版商自家平台的廣告營收。最重要的是，Instant Articles帶來的營收並不如自家網站。

為了替出版商出走止血，Facebook除了直接支援競爭對手產品，最近也陸續新增可替出版商帶來營收的工具，為了拿下行動裝置版網頁的市佔率，Facebook不惜支援對手產品，更不斷放寬對Instant Articles的控制，剩下的，就看那些離開Facebook平台的媒體是否回頭了。[2017/05/26, 數位時代]

谷歌新功能 不看廣告要付費

華爾街日報引述知情人士消息報導，谷歌準備明年在桌機和行動設備等新版Chrome網路瀏覽器上增加收費選項（funding choices）功能。這讓內容網站能針對使用阻擋程式的網友設定瀏覽費率，或要求網友放棄使用阻擋程式來放送廣告。

谷歌則透過新版Google Contributor服務，追蹤用戶瀏覽次數來收費。谷歌2014年推出舊版Google Contributor付費服務，為用戶攔截不想看到的線上廣告。

谷歌母公司Alphabet去年營收逾900億美元，當中88%來自線上廣告收入，但谷歌卻準備推出自家版本的阻擋程式。谷歌目的要攔阻放送不符合「更佳廣告聯盟」（Coalition for Better Ads）標準的線上廣告。像突然跳出來或內容吵雜等擾人廣告就不符標準。谷歌認為整個網路產業都必須聯手對付愈來愈多人使用阻擋程式的趨勢。許多擾人廣告讓網友感覺很差而要攔阻，結果傷害內容網站利益。

面對這局面，谷歌認為「收費選項」功能是極佳功能，讓網友能以「不太痛的」小額付費方式來換取瀏覽網站內容。

谷歌新版Chrome功能，會要求內容網站的線上廣告須符合更佳廣告標準。若業者不循遵守，谷歌會先警告30天，然後才移除其廣告，跟阻擋程式直立即移除廣告的做法不同。[2017/06/03, 工商時報]

電視廣告做不到的，垂直影音廣告可以做得更好

當影音收看行為從電視轉移到手機，廣告的模式自然也得跟著改變。看準趨勢，Facebook、Instagram、Snapchat紛紛開始嘗試短秒數垂直影音，全球三大App開發商獵豹移動也從去年開始加入這個行列。垂直影音廣告，正是獵豹廣告品牌Cheetah Ads為品牌廣告主開出的藥方。「我們認為，垂直式影音是最能利用行動碎片化時間，抓住使用者眼球的呈現方式。」獵豹移動全球銷售總經理陳維邦說。

過往在電視時代，品牌主只能針對節目內容下廣告，無法得知每一位觀眾的資訊，例如年齡和手機型號等。但進入行動時代，廣告主不但可以定向用戶的年齡層、性別、時間段，並且可以透過互動得知用戶的興趣，最後還能監測廣告效果，整趟流程變得更透明且細緻。

陳維邦指出，垂直影音廣告發展的三大要素是電信基礎建設、行動裝置普及度以及App本身的內容和交互方式是否採直式。隨著東南亞發展，他看好這三個條件都會在接下來兩、三年內得到解決，當垂直影音廣告成為常態，就會變身電視廣告真正的競爭對手，並且成為拉低電視廣告預算成長幅度的重要關鍵。「我們已經看到美國電視廣告的增長停了，而中國已經很緩、很緩了！」[2017/06/03, 數位時代]

10專家出版OTT專書 面對衝擊自製內容才能取勝

針對OTT TV產業所帶來的影響及衝擊，政治大學傳播學院特聘教授劉幼琍邀請9名國內專家學者，共同撰寫「OTT TV的創新服務、經營模式與政策法規」，2日上午舉行新書發表會；在談到有線電視業者如何因應OTT所帶來的衝擊，三立資深副總張正芬及八大副總潘祖蔭均強調，「自製內容」才是致勝關鍵。

該書從美國、英國、日本、韓國以及中國大陸，對於OTT TV的經營模式、創新服務與政策法規進行研究，來對照觀察台灣OTT TV的機會與挑戰。劉幼琍指出，美國FCC聯邦傳播委員曾建議把OTT視訊服務納入多頻道影音平台的範疇，但各方意見不一，所以尚未通過。而相較於英國比照廣播電視頻道，在2016年接手監管OTT業務，NCC委員陳憶寧表示，OTT是否應該被納管，NCC目前還在觀察中，也持續觀看業者的發展。

而現場許多學者專家、業者均提到盜版及版權的問題，LiTV董事長錢大衛表示，OTT協會預計在六月底成立，希望聯合台灣本土正版的OTT平台，一起為產業效力。他也認為，就現階段政府不應將OTT納管，否則會失去創新發展的可能。[2017/06/02, ETNEWS]

美拍新服務上線 力推邊看邊買、搭配網紅

中國美圖公司旗下美拍平台，今（31）日發表兩項新服務：邊看邊買—電商導購機制；M計畫——網紅仲介平台，即日起開始上線，初期皆不收費，希望將利潤回饋給品牌和用戶。美圖創辦人兼執行長吳欣鴻表示，過去是這些網紅達人們自己直接讓內容變現，現在開始，平台會幫助他們。

在使用者人數方面，美拍擁有良好的數量基礎，但針對如何讓平台上的內容變現，除了網紅自行和品牌商接洽置入廣告外，目前，他們只擁有短影片打賞和去年推出的直播打賞功能。

美拍產品副總裁陳白表示，他們不斷看到用戶在平台上「求連結」，甚至有人在直播中舉牌宣傳自己的淘寶店名，代表這樣的買賣行為其實是一直在發生的。

因此，美拍推出邊看邊買功能，能在短影片中添加商品標籤，讓用戶直接點選；直播頁面裡，則會有介紹選項，能跳接商品頁，不會中斷播放。而邊看邊買的商品連結，並沒有特別限制，影片創作者可以任選購物網或個人商城，天貓、淘寶都能放。

除了透過電商導購，幫網紅賺錢，美拍還希望解決企業品牌的煩惱。

「好的廣告就是內容。」吳欣鴻說，其實，用戶並不是那麼在乎影片是否包含廣告，主要還是看內容好不好、有不有趣。所以他認為：「與其用更多的廣告版面，影響用戶閱讀，不如開誠佈公的，提供網紅更多選擇。」透過幫網紅創造收入，帶動他們創作的意願，而要解決這件事，得讓平台資訊更透明。

「短期沒有收費考量，要把利潤讓出來。」吳欣鴻認為，目前的首要考量就是扶植網紅成長，等業務穩定後再考慮拆帳。

[2017/05/31, 數位時代]

Media trend

國際視野

青少年不知道是否相信廣告

從YouGov的新數據發現，美國的青少年對於他們所看到、閱讀或聽到的廣告是否相信是分歧的。

事實上，2017年5月所調查的13至17歲美國網路用戶中，有47%的人認為廣告至少有點值得相信。但有46%的人覺得相反，6%的人則沒有表示意見。

eMarketer的分析師Mark Dolliver表示：「與他們的長輩相比，青少年可能在像Snapchat和Instagram這樣如同自己領土的平台中，攝取了不成比例的廣告量。這可能會讓他們較不傾向於本能地不相信廣告。」

「同樣的，青少年更可能因為朋友透過社群媒體分享而看到某個廣告，因此也會給予更多的信任。」他補充說。

更重要的是，比起之前的世代，現今的青少年已植入人心認為“太武斷”是不好的形式，所以可能會讓他們不太會去批評廣告是不可信的。

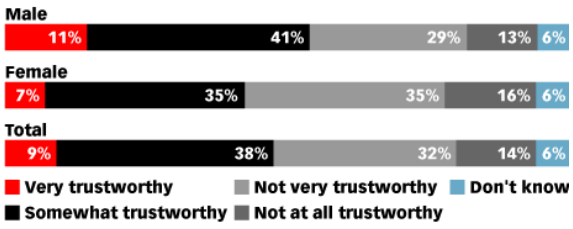
「總而言之，我不確定廣告主是否該為這些數字感到高興，雖然近乎一半的青少年說他們覺得廣告至少有點值得相信，但只有9%聲稱廣告非常值得相信，而38%認為只是有點值得相信，而有點值得相信並不算高度讚揚。」

從Kantar Millward Brown的另一份數據發現，全球青少年網路用戶比年長的受訪者更容易對社交媒體上的侵入性數位廣告(如線上展示廣告、影片廣告、或自動播放廣告)感到不耐煩。比起年長者，青少年更有可能會跳過廣告。

那是否有越多青少年使用廣告攔截器來減少看到廣告？並非如此。

eMarketer表示，青少年比起千禧世代較不可能使用廣告攔截器，但有很大的原因可能是因為個人擁有網路載具的比例較低，而非反應出對廣告的態度。

Extent to Which US Teen Internet Users Find Ads Trustworthy, by Gender, May 2017
% of respondents in each group



Note: n=253 ages 13-17; ads seen, read or heard; numbers may not add up to 100% due to rounding
Source: YouGov, "Teen advertising," May 30, 2017

227437 www.eMarketer.com

Internet Users Worldwide Who Feel Positively Toward Ads with Select Features, by Age, Oct 2016
% of respondents in each group

	16-19	20-34	35-49
Skip	69%	60%	56%
Close	48%	41%	34%
Vote for something to happen	31%	25%	25%
Choose your favorite among several options	28%	25%	25%
Take decisions	27%	22%	17%
Interact via an assignment	17%	16%	12%

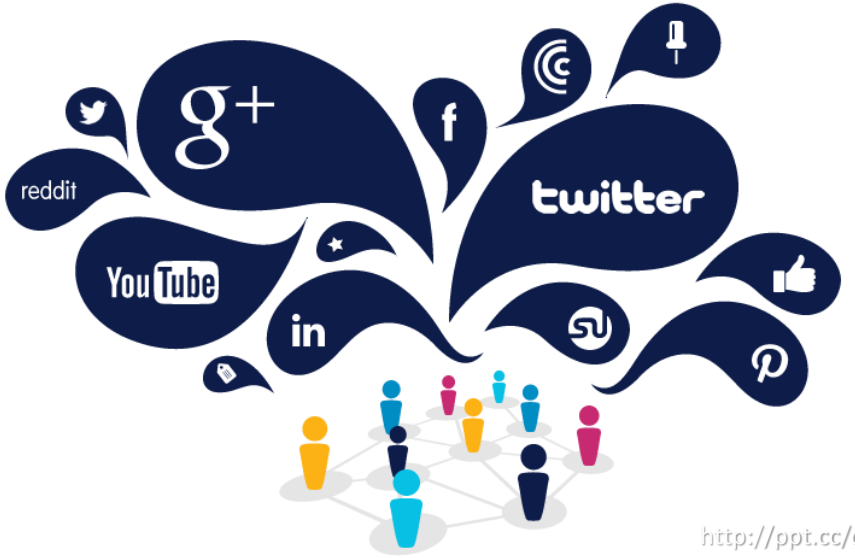
Note: responses of "somewhat" or "very positive"
Source: Kantar Millward Brown, "AdReaction: Engaging Gen X, Y, Z," Jan 10, 2017

222574 www.eMarketer.com

https://www.emarketer.com/Article/Teens-Dont-Know-Whether-Trust-Ads/1015948?ecid=NL1007；2017/05/31

New Idea

科技瞭望



http://ppt.cc/cJxiF

用戴的翻譯蒟蒻 耳機化身同步口譯

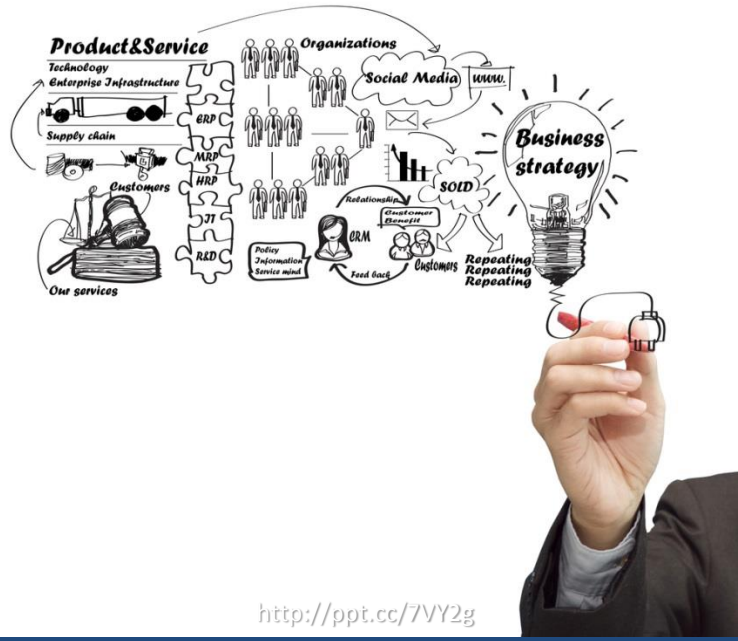
Pilot藉由語言辨識、機器翻譯及穿戴式裝置技術來達到即時翻譯的效果，該裝置特殊的抗噪設計讓的語言辨識更準確，再透過手機迅速翻譯成另一種語言立即傳輸到他人耳機當中。另外Pilot配套的手機App，透過手機程式，使用者可以與遠端的他人一同使用耳機做多語言的對話，同時也有提供會議模式支持多人對話，若是在同一空間下，手機也可充當同步翻譯的揚聲器，直接放送給其他沒有戴耳機的使用者。目前首批耳機支援英語、西班牙文、法語、義大利文及葡萄牙文等五種語言，Waverly Labs預計之後會增加德語、希伯來文、阿拉伯文、俄文及斯拉夫語還有東亞及非洲語系。

為了確保顧及每個使用者，Pilot有三種不同大小的耳塞以保證使用上的舒適，同時也為了保持設計感，耳機採流線簡約造型，並有三種顏色紅/黑/白可供選擇。Pilot於2016年在群募網站indiegogo上展開募資，最終共募得約440萬美元，是預期的3176%，近2萬人下訂，預計2017年5月開始出貨，屆時定價為299美元。

2017 MWC展場上，The Pilot首次登場，也吸引了會場參加者的目光，因此Pilot是款前景可期的翻譯耳機，除了使用上直覺簡便，其翻譯的水準有如宣傳所說的優異，勢必將在翻譯領域搶下一塊大餅，未來要思索的就是如何在翻譯能力不減的情況下增加翻譯語種，也期待未來會有中文語系的加入。

https://www.find.org.tw/market_info.aspx?n_ID=9068；2017/06/02

Project | 專案介紹



http://ppt.cc/7VY2g

K歌大明星 節目冠名專案

節目規格

6/10(六)登場

- 節目名稱: K歌大明星
- 節目類型: 大型音樂綜藝類
- 節目集數: 13集
- 播出頻道: 中天娛樂台
- 製作單位: 友松娛樂
- 播出時段: 每周六22:00~24:00

2

主持人

張小燕

- 綜藝教母,超過60年的演藝圈資歷
- 全民票選最受信任的綜藝節目主持人
- 金鐘獎最佳綜藝節目主持人

阿KEN

- 中天《大學生了沒》
- 台視《女王的密室3》《奇幻島》
- 入圍第43屆電視金鐘獎最佳綜藝節目主持人

3

預計邀請歌手(每集兩位)

❖徐若瑄

❖蕭敬騰

❖A-LIN

❖潘瑋柏

❖陳勢安

❖黃小琥

❖林宥嘉

❖周興哲

4

預計邀請歌手(每集兩位)

❖蕭煌奇

❖梁文音

❖羅時豐

❖藍心湄

*以上歌手名單均為暫定!

5

Ratings

收視調查

http://ppt.cc/o9iwf

無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	4.31
2	春花望露義大利奧利塔橄欖	FTV	閩南語連續劇	4.12
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	3.12
4	OPPO R9s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.37
5	萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	1.88
6	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.83
7	航海王22	TTV	卡通影片	1.82
8	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.74
9	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	1.55
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.54
11	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.49
12	牡丹花開保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	1.45
13	王老吉涼茶花甲男孩轉大人	TTV	國台語單元劇	1.22
14	金鐘幸福好戲外鄉女日新蔭	FTV	國台語單元劇	1.19
15	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	1.18
16	超級變變變	FTV	競賽綜藝	1.15
17	1300春花望露義大利奧利塔	FTV	閩南語連續劇	1.11
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.06
19	我的愛情不平凡大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.06
20	1800航海王22	TTV	卡通影片	0.99

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	3.20
2	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	3.11
3	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.75
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.29
5	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.78
6	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.51
7	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.50
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.40
9	1900珍珠人生	SANLI	閩南語連續劇	1.17
10	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.06
11	中國新歌聲	CTiV	競賽綜藝	1.03
12	直16 17NBA總冠軍賽騎VS勇	VLSPT	籃球	0.98
13	櫥窗人生	*SCM	國片	0.96
14	草地狀元麥卡貝	SANLI	知識資訊節目	0.96
15	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.96
16	新台灣加油602豪雨特別報	SETN	新聞性質節目	0.93
17	新聞深喉嚨	CTiN	新聞性質節目	0.93
18	1900蠟筆小新我的搬家物語	YOYO	外片	0.90
19	青春好7淘麥卡貝	SANLI	美食、旅遊節目	0.90
20	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.90

資料來源 ： Nielsen Arianna, 2017/05/29-2017/06/04

無線台TOP10
(15-24歲、25-34歲、 35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	2.82
2	OPPO R9s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.50
3	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.80
4	航海王22	TTV	卡通影片	1.59
5	春花望露義大利奧利塔橄欖	FTV	閩南語連續劇	1.57
6	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	1.43
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.35
8	我的愛情不平凡大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.34
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.27
10	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.23

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	OPPO R9s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	3.30
2	春花望露義大利奧利塔橄欖	FTV	閩南語連續劇	2.40
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	2.40
4	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	2.30
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.13
6	航海王22	TTV	卡通影片	1.76
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.66
8	綜藝3國智生活運動飲料	TTV	競賽綜藝	1.62
9	王老吉涼茶花甲男孩轉大人	TTV	國台語單元劇	1.58
10	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	1.25

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	3.64
2	OPPO R9s綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.96
3	春花望露義大利奧利塔橄欖	FTV	閩南語連續劇	2.74
4	航海王22	TTV	卡通影片	2.04
5	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	1.88
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.74
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.66
8	我的愛情不平凡大誠保險經	TTV	國語連續劇	1.55
9	萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	1.52
10	王老吉涼茶花甲男孩轉大人	TTV	國台語單元劇	1.28

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	春花望露義大利奧利塔橄欖	FTV	閩南語連續劇	7.38
2	綜藝大集合和泰產險	FTV	娛樂綜藝	6.61
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	競賽綜藝	5.57
4	華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	3.39
5	萬秀豬王	CTV	娛樂綜藝	3.17
6	愛妮雅舞力全開	FTV	競賽綜藝	3.15
7	1300春花望露義大利奧利塔	FTV	閩南語連續劇	2.36
8	金鐘幸福好戲外鄉女日新蔭	FTV	國台語單元劇	2.31
9	現代嘉慶君華視天王豬哥秀	CTS	娛樂綜藝	2.16
10	牡丹花開保濟堂酵素王	TTV	閩南語連續劇	2.09

有線台TOP10
(15-24歲、25-34歲、 35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.38
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.61
3	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.58
4	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.48
5	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.41
6	1800烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.36
7	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.36
8	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.11
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.11
10	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.10

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	甘味人生日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.69
2	直16 17NBA總冠軍賽騎VS勇	VLSPT	籃球	1.88
3	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.78
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	1.70
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.69
6	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.62
7	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.51
8	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.38
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.17
10	綜藝大熱門SUGAR糖果手機	SL2	娛樂綜藝	1.12

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	2.66
2	甘味人生日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.40
3	極品絕配欣台保經	SL2	國語連續劇	1.82
4	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.80
5	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.78
6	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	1.74
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.62
8	極品絕配	ETTV	國語連續劇	1.51
9	櫥窗人生	*SCM	國片	1.32
10	中國新歌聲	CTiV	競賽綜藝	1.15

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	競賽綜藝	5.91
2	愛妮雅超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	4.90
3	甘味人生日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	4.59
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	3.90
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.56
6	1900珍珠人生	SANLI	閩南語連續劇	2.05
7	只為你停留kafen	SL2	國語連續劇	1.58
8	1230甘味人生日立變頻冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.55
9	中國新歌聲	CTiV	競賽綜藝	1.44
10	歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.24

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	0.47	0.41	0.56	0.98
CTV/中視	0.6	0.31	0.26	0.39	1.09
FTV/民視	0.39	0.09	0.15	0.19	0.79
CTS/華視	0.31	0.19	0.17	0.31	0.45

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
TVBSN/TVBS新聞台	0.57	0.22	0.41	0.64	0.82
ET-N/東森新聞	0.53	0.18	0.32	0.53	0.83
SETN/三立新聞	0.49	0.13	0.22	0.42	0.89
CTiN/中天新聞台	0.48	0.13	0.21	0.37	0.9
FTVN/民視新聞	0.48	0.14	0.18	0.32	0.94
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.05	0.1	0.18	0.5
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.04	0.09	0.19	0.28
UBN/非凡新聞	0.17	0.03	0.11	0.13	0.33
NTVN/壹新聞	0.15	0.05	0.08	0.14	0.25

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

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	春花望露義大利奧利塔橄欖	FTV	4.12
2	甘味人生日立變頻冷氣	SANLI	3.20
3	戲說台灣	SANLI	2.29
4	只為你停留kafen	SL2	1.51
5	極品絕配欣台保經	SL2	1.50
6	牡丹花開保濟堂酵素王	TTV	1.45
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.40
8	王老吉涼茶花甲男孩轉大人	TTV	1.22
9	金鐘幸福好戲外鄉女日新蔭	FTV	1.19
10	1900珍珠人生	SANLI	1.17

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合和泰產險	FTV	4.31
2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	FTV	3.12
3	超級紅人榜OB嚴選	SANLI	3.11
4	愛妮雅超級夜總會	SANLI	2.75
5	OPPO R9s綜藝玩很大	CTV	2.37
6	萬秀豬王	CTV	1.88
7	華視天王豬哥秀	CTS	1.83
8	綜藝玩很大	SL2	1.78
9	飢餓遊戲	CTV	1.74
10	愛妮雅舞力全開	FTV	1.55

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油602豪雨特別報	SETN	0.93
2	新聞深喉嚨	CTiN	0.93
3	新聞龍捲風最狂梅雨轟全台	CTiN	0.86
4	驚爆新聞線	SETN	0.76
5	少康戰情室	TVBS	0.76
6	台灣1001個故事	ET-N	0.76
7	文茜的世界周報	CTiN	0.74
8	政經看民視	FTVN	0.73
9	非凡最前線	UBN	0.70
10	1600端午秀場龍捲風下	CTiN	0.70

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直16 17NBA總冠軍賽騎VS勇	VLSPT	0.98
2	青春好7淘麥卡貝	SANLI	0.90
3	型男大主廚	SL2	0.90
4	白花油甦醒凝露大陸尋奇	CTV	0.86
5	直棒球殿堂中職28中VS富	VLSPT	0.64
6	1800食量驚人日本大胃王家	VLJP	0.56
7	愛玩客之老外看台灣OB嚴選	SL2	0.55
8	2130食尚玩家	TVBSG	0.53
9	食尚玩家	TVBSG	0.50
10	1900旅行應援團	*SCC	0.49

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：2509-5557#120

Media Drive 宏將傳媒

http://ppt.cc/RmLNS
http://ppt.cc/l6NxE