

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2243

10.17 ~ 10.23





Contents

- 媒體放大鏡 - 金鐘獎成績單出爐！收視高點落在戲劇頒獎 . . .
- 熱門話題 - 萬聖節蓄勢待發，各路妖魔鬼怪即將登場！ . . .
- 國際案例 - 親友推薦對於消費者購買考量影響大 . . .
- 網紅觀察站 - 2022/09 運動健身類 . . .
- 收視調查 - 2022/10/17-10/23 . . .

媒體放大鏡

- Media News



金鐘獎成績單出爐！收視高點落在戲劇頒獎

第57屆電視金鐘獎上周落幕，全國電視及新媒總收視人口數約1784萬，其中電視平台典禮及星光共有約554萬不重覆觀眾收看，較去年成長百萬。

收視率方面，21日的節目類三立電視無線平均收視為1.46(有線平均收視2.46)、而公視節目類平均收視則是0.8；22日戲劇類無線收視收視2.50(有線平均收視3.51)，公視的戲劇類轉播收視則有1.58，各方面皆大勝節目類。

節目類典禮收視最高點2.4落在「阮三个3」獲「益智及實境節目主持人獎」，戲劇類高點3.38則是由謝盈萱獲「戲劇節目女主角獎」上台發表感言時刻。

另今年典禮和星光新媒直播總觀看量近1230萬次，大幅超越去年，官方YouTube典禮直播登上發燒榜第一名，曾寶儀與阿翰的開場合作影片以及謝盈萱的得獎感言，最受網友歡迎。



【2022/10/24, 噓!新聞】

Meta發現式商務，社群平台讓購物更頻繁

Meta 於今(20)日舉行 2022 Meta 行銷高峰會，以「創新今日，接軌未來」為主題，包含綜觀發現式商務如何徹底改變消費者旅程，造就更頻繁、更沉浸、更個人化的購物體驗，並聚焦品牌溝通如何逐步融合各項 XR 體驗，為邁入元宇宙建構基礎。



根據尼爾森調查結果指出，社群平台正逐漸成為促進購物體驗的重要元素，其中 69% 受訪者表示社群平台會讓大家不僅在主要購物季節消費，而是無時無刻更頻繁地購物。

Meta 指出發現式商務改變消費者旅程，有三大模式轉變：個人化購物體驗需求提高 (54%希望獲得個人化的促銷與推廣活動)、強化社群關係的連結型購物增加消費者信賴感 (40%希望追蹤網紅獲得靈感，並向網紅購買)、沉浸式購物體驗開啟多元互動可能性 (53%期待使 AR 濾鏡嘗試廣告產品)。【2022/10/20, Yahoo!新聞】

講台語也能通！Meta打造全新AI語音翻譯系統

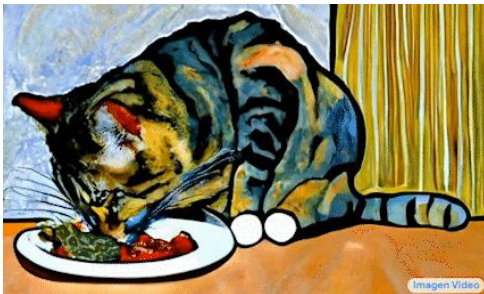
Meta創辦人兼執行長馬克祖克柏，透過Facebook發佈了一段影片，神奇地示範了閩南語與英語的語音即時互譯成果。研發這個系統最大困難點在於，過往AI翻譯主要著重於透過書寫語言來訓練AI模型，閩南語主要是以口語表達，沒有書寫文字系統，因此透過「語音探勘」技術，將閩南語語音嵌入內容加入到其他語言的相同語意空間中與文字配對，從文字來合成英文語音，**這次的AI語音翻譯技術，是人工智慧運用上的一大突破。**

目前全球有近5,000萬人口在使用閩南話，這個系統能夠讓使用閩南語的人士與使用英語的人士進行語音對話。**Meta 將會開放閩南語翻譯模型的原始碼，也會公開評估資料集和研究報告，讓其他團隊可以建立更多語言模型，有助於打破在現實世界和元宇宙中的語言限制。**【[2022/10/20, 聯合新聞網](#)】



輸入文字就能生成影片！FB與Google將帶動創意產業巨變

Meta 於上月底發布名為 Make-A-Video 的 AI 工具，能透過 AI 根據使用者輸入的文字轉化成 5 秒的短影片，或是將兩張差異非常大的圖片透過動態銜接的方式生成影片，從 Meta 發布的影像範例可看出，動作銜接較生硬不自然，可明顯看出為電腦生成的內容。



Google 在本月初宣布推出兩款小工具：強調影片品質的 Imagen Video，以及主打影片長度的 Phenaki，目前的 Imagen Video 無論是在影片長度或是畫質的上限，都超過 Meta。

短期內應該有機會在社群平台上大量曝光此項工具應用，包括TikTok、Instagram 的 Reels 或 YouTube 等。另外根據調查，推出 Reels 之後，用戶觀看影片的每日時長，仍不到 TikTok 的十分之一，且原創內容過低，若影片自動生成技術成熟，有望提升用戶原創內容比率、進而拉高用戶留存。【[2022/10/18, 未來商務](#)】

TikTok 箭指亞馬遜，鎖定破兆美元的電商大餅！

TikTok似乎也正在複製電商巨頭亞馬遜 (Amazon) 的模式，積極想打入電商市場，透過擴展電商業務來增加收入來源和機會。目前已在英國和印尼推出「TikTok Shop」的直播電商服務，讓公司或是網路紅人可以直接透過TikTok推廣產品。

此外，根據從該公司過去兩周發布的十幾個LinkedIn職缺列表發現，TikTok可能正準備在美國建立大型的配送中心，作為公司轉型的步驟之一。該公司將藉由提供倉儲、送貨和退貨等客戶服務，幫助賣家提高營運能力和效率，同時確保TikTok Shop的業務能夠快速且持續成長。

另一份研究指出，透過TikTok等社群平台購物的消費者選擇立即購買的可能性，較亞馬遜等線上網站購物高了1.2%，有超過6成的TikTok用戶正在平台上經營電商業務，而有56%的用戶表示他們會使用TikTok探索新產品和品牌。【[2022/10/21, Yahoo!新聞](#)】



擴大 Podcast 廣告投放! YouTube 置入30秒聲音廣告

在今年紐約廣告週上，YouTube 宣布採用 30 秒的聲音廣告來支持 Podcast 節目。YouTube 於 2020 年 11 月推出了 Beta 版聲音廣告，可從 Google Ads 和 DV360 購買，提供了 15 秒的聲音廣告，其 CPM (每千次廣告曝光成本) 和受眾定位選項與 YouTube 影音上的廣告相同，先前推出聲音廣告的測試版，讓品牌和代理商關注的 Podcast 節目可以在全球範圍內投放廣告。

更新以後，廣告商現在將能置入 30 秒的聲音廣告插播，高於之前提供的 15 秒插播廣告。根據 YouTube 發言人表示，美國的廣告商還將能夠根據 Podcast 類型縮小廣告活動範圍，比方喜劇、新聞、體育以及社會和文化的分類。

YouTube 進軍 Podcast 後也成為主要參與者，在七月份也推出了針對 Podcast 設計的主頁，雖然與 Apple Podcasts 和 Spotify 等競爭對手相比，專門針對 Podcast 創作者的功能不多，不過根據調查顯示，YouTube 已成為美國聽眾最常用的 Podcast 平台。【[2022/10/29,INSIDE](#)】



蘋果將在App Store加入更多廣告欄位

蘋果告知將從10/25開始在App Store加入更多廣告欄位，新增加的廣告欄位會放置在「Today」分頁及app詳細說明頁面內，並且以藍色背景與清楚的標示，避免造成引誘使用者誤按等爭議。



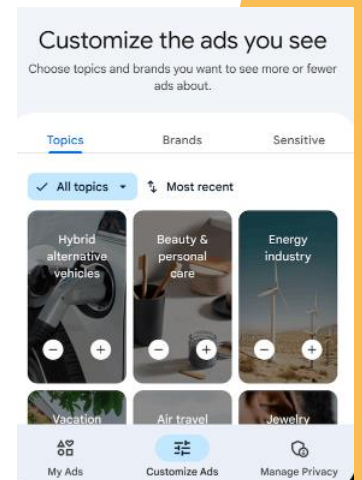
蘋果說明新增廣告欄位，主要是為了增加更多app內容推廣機會，同時強調新增廣告欄位同樣遵循蘋果制訂的隱私標準，亦即不會向未滿18歲的使用者推薦個人化廣告，同時也不會利用機敏資料進行精準的廣告內容推送。

目前「Today」分頁內容都是由蘋果內部挑選，但此次增加廣告欄位選項，則是讓開發者能透過此高流量頁面曝光廣告內容，藉此吸引更多人下載其宣傳app，相關看法認為此為蘋果增加營收手段之一，甚至明年也傳出將在Apple Maps服務頁面加入搜尋結果廣告，藉此增加蘋果服務項目的營收比重。【[2022/10/23,Yahoo!新聞](#)】

Google 推出「我的廣告中心」 想看什麼自己設定！

Google 即日起會開始向全球各地的使用者推出「我的廣告中心」，協助你控管在 YouTube、Google 搜尋和探索等 Google 服務上顯示的廣告類型。你也將能封鎖敏感類別的廣告，並進一步瞭解哪些資訊會用來為你量身打造個人化的廣告體驗。

三大應用情境分享，如果你不希望結束旅程後再看到度假的廣告，只要點下度假廣告旁邊的三點圖示選單，就可以前往「我的廣告中心」，選擇減少顯示這類廣告，你也可以選擇顯示個人關心事物的廣告，例如運動鞋特惠或送給親朋好友的節慶禮品；如果你不希望 YouTube 的觀看記錄被用來顯示個人化廣告，只要在「我的廣告中心」關閉這項功能即可；如果你不希望其他網站和應用程式中，看到商家使用 Google 工具放送的廣告。你可以在「我的廣告中心」停用 Google 和其他網站或應用程式中的個人化廣告。【[2022/10/21,INSIDE](#)】



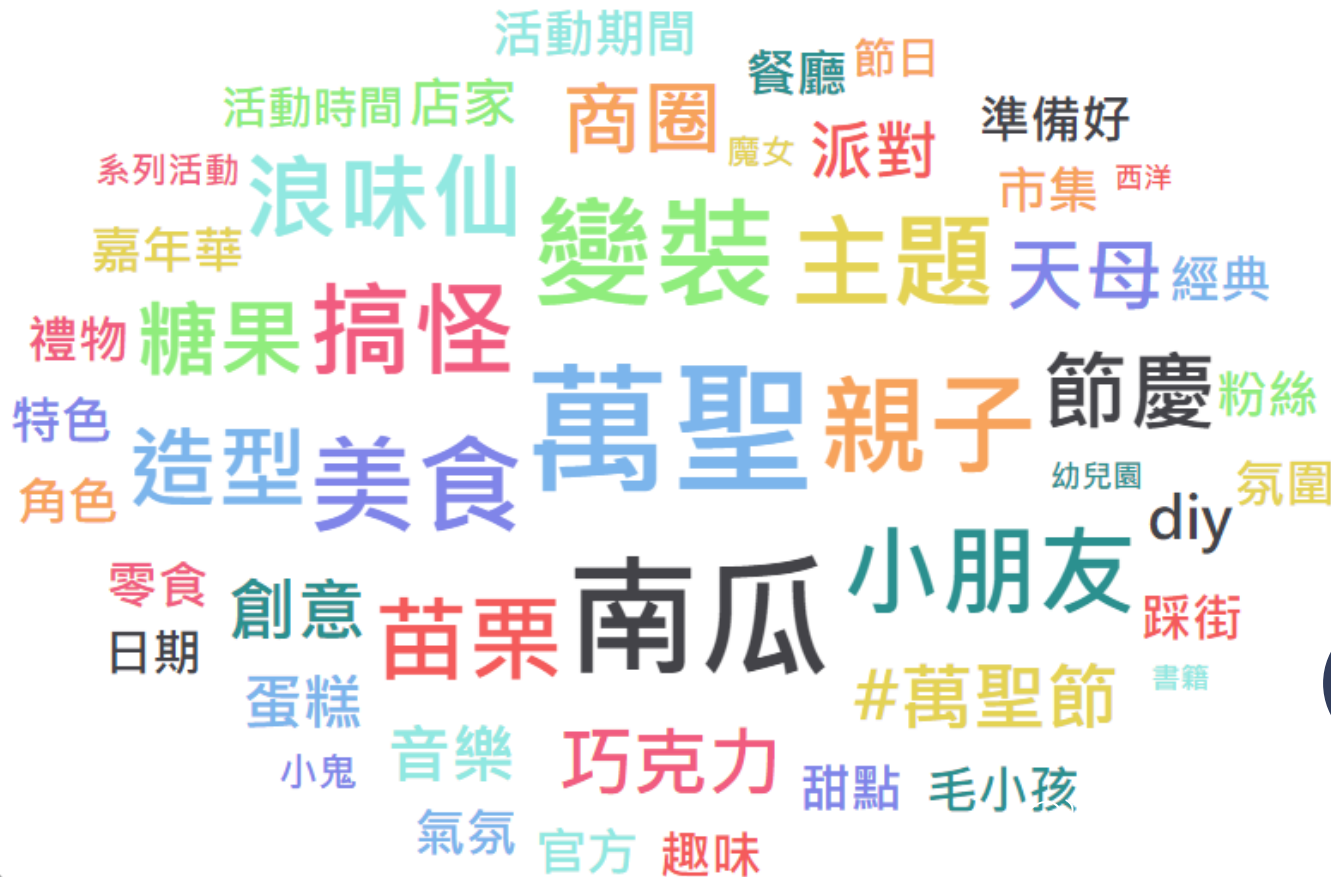
A person is shown from the chest up, holding a black camera with a lens that has 'FUJINON ASPHERICAL LENS' written on it. They are looking through the viewfinder. The background consists of horizontal stripes in orange and white, with large circular cutouts. The overall image has a warm, orange-toned overlay.

熱門話題

- Hot Topics

萬聖節蓄勢待發，各路妖魔鬼怪即將登場！

10月最後一天是萬聖節，各大商圈、遊樂園、餐廳紛紛祭出萬聖節活動資訊，搶攻解封後萬聖節商機，家長們努力趕工美勞作業（兒童裝扮），讓孩子成為萬眾矚目的焦點，這個周末一同上街感受滿滿的萬聖節氛圍吧！



扮裝活動盛大舉辦

天母萬聖節、府中搞什麼鬼及桃園萬聖城將舉辦活動，促進商圈人流上升



食品業抽獎互動佳

零嘴、甜點等食品產業，在社群上以萬聖節為主題並搭配抽獎活動，提高粉絲互動



候選人發糖不搗蛋

苗栗市議員候選人將發放萬聖節糖果，來吸引家長關注，建立親民形象

國際案例

- Case Share



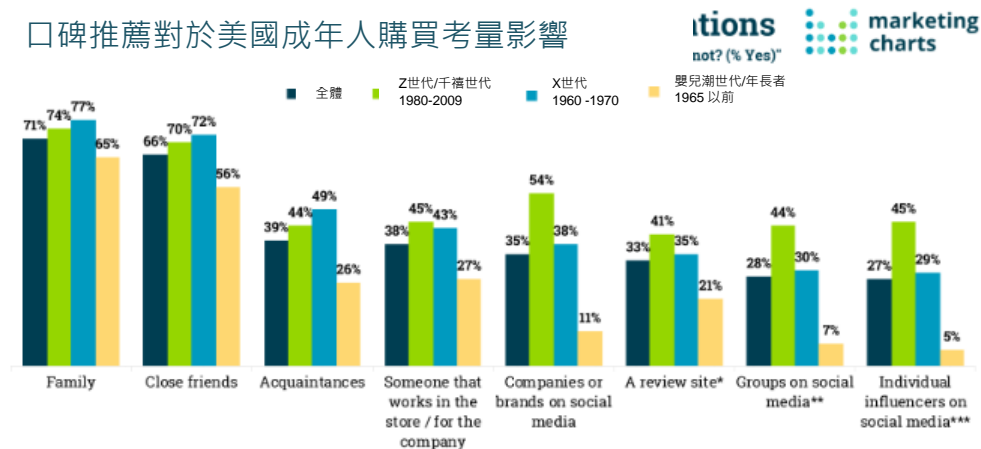
親友推薦對於消費者購買考量影響大

意見領袖推薦 (如明星藝人、網紅)，對於年輕人來說十分流行，但依舊比不上家人與朋友的推薦，關於這一點，Ipsos在"未來是什麼"報告中找到了答案。

研究顯示，超過七成 (71%) 的成年人，會根據家人推薦而購買了產品或服務，六成 (66%) 的人根據朋友推薦後購買的。

其他推薦來源，與家人朋友相比減少許多，約四成(39%) 的人根據熟人推薦購買，同樣四成比例的人 (38%) 會因為商店或公司同事推薦購買，擁有相同看法的這群人，較少關注社群媒體資訊。另外，來自社群媒體上的公司或品牌推薦，會促使 35% 的消費者進行購買。

口碑推薦對於美國成年人購買考量影響



由此可知，朋友和家人影響力遠高於社群平台，他們是最值得信賴的推薦來源。而許多年輕人，依舊會受社群媒體推薦影響而購買。在 Z 世代和千禧世代的綜合報告中，透過社群媒體上的品牌、社團與影響者推薦而購買的比例，也較其他世代來的高。值得注意的是，年輕族群較容易受口碑影響(如圖表綠色長條圖)，在另一份調查顯示，年長族群更依賴廣告。

其他發現：

1. 美國成年人認為，目前的消費方式是受當前經濟狀況影響，而不是根據未來經濟而影響。
2. 多數受訪者表示，比起線上購買，他們更喜歡在店內購買。
3. 年輕族群購買商品時，該企業環境與永續發展狀況，會比商品是否在美國製造來得更重要，年長族群則相反。
4. 六成的人表示，AR不會取代商店或線上購物，但四成的人表示，未來會實現AR擴增實境的購物模式。

資料來源：2022.10.17, [Marketing charts](https://www.marketingcharts.com/), 於2022年8月訪問1,116 名美國成年人

A woman with long brown hair, seen from behind, is holding a smartphone up to take a picture of a cityscape at sunset. The sky is a mix of orange, pink, and blue. The city below is blurred. Floating around the woman and the phone are various social media icons: hearts, thumbs up, and various emojis like smiling faces, surprised faces, and hearts with eyes. The left side of the image has a dark red overlay with more of these icons.

網紅觀察站

- 2022/09 運動健身類

2022/09 運動健身網紅排名 - Facebook

熱門追蹤排行

粉絲追蹤數量 TOP10



[Jeremy Lin 林書豪](#) 3,420,008

[飄捏](#) 1,471,412



[戴資穎/ Tai Tzu Ying](#) 1,372,566

[一休陪你一起愛瘦身](#) 863,138



[林可彤 Hope Lin](#) 800,294

[潘若迪 Funky Dance](#) 748,840



[崑崙-吳函崑](#) 710,671

[曹佑寧](#) 677,634



[王齊麟/Wang Chi Lin](#) 434,376

[艾璐Airu](#) 406,584

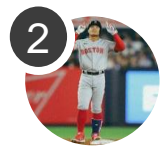
成長潛力排行

30天粉絲成長率 TOP10



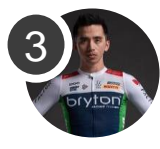
[棒球女孩-DuDdu](#) 19.5%

[張育成 Yu Chang](#) 8.7%



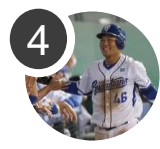
[盧紹軒 \(Dean Lu\)](#) 5.0%

[范國宸 Kuo-Chen Fan](#) 4.7%



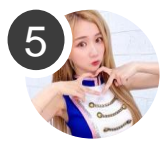
[秀秀子Emily](#) 3.8%

[小龍健身](#) 3.7%



[台南Josh](#) 3.6%

[葛藍喬安娜 Joanna Garland](#) 3.5%



[蔡明里團長](#) 3.4%

[曾仁和 Jen-Ho Tseng](#) 3.2%

互動黏著排行

平均貼文互動率 TOP10



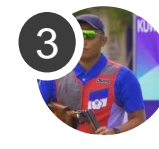
[賴鴻誠 48LAI](#) 142.9%

[詹智堯](#) 42.1%



[楊昆弼 Yang kun pi](#) 28.8%

[陳柏穎](#) 25.8%



[豬蒂老師動吃動](#) 21.4%

[郭董 懂不懂](#) 20.6%



[張育成 Yu Chang](#) 19.4%

[郭人仰](#) 19.3%



[俊諺](#) 18.2%

[杜志濠 TU, Chih-Hao](#) 18.1%

2022/09 運動健身網紅排名 - Instagram

熱門追蹤排行

粉絲追蹤數量 TOP10



[Tai Tzu Ying戴資穎](#) 1,408,177

[陳之漢](#) 750,197



[陈暖央\(•̀•́\)](#) 619,216

[Jessica](#) 375,570



[楊勇緯 ヤン](#) 367,151

[郭婞淳 Hsing-Chun KUO](#) 344,489



[王齊麟](#) 332,959

[林昀](#) 268,397



[江宏傑x桌球](#) 252,651

[肌肉山山](#) 239,396

成長潛力排行

30天粉絲成長率 TOP10



[蛹蛹Mr.真心鎮小誌](#) 55.8%

[七七/chichi](#) 50.1%



[Tavia | 塔維亞](#) 22.2%

[Déesse 芸芸 | 結構設計師](#) 17.7%



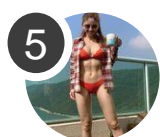
[Annie Kao](#) 16.7%

[Kent Ho](#) 15.7%



[林允芯 Debbie](#) 15.5%

[Ambee Chen | Aerial Addiction](#) 14.0%



[芭奈 Maggie | 健身教練](#) 13.8%

[Yu Tim](#) 9.3%

互動黏著排行

平均貼文互動率 TOP10



[Ding 丁丁](#) 49.7%

[洪婉寧](#) 37.4%



[Kevin Liu](#) 33.1%

[Chou Tien Chen](#) 31.9%



[朱私僑](#) 31.2%

[Justin](#) 30.5%



[Bboy fusheng](#) 30.1%

[SORA FROM TAIPEI TAIWAN T W](#) 28.0%



[辛元旭](#) 26.8%

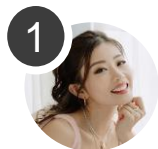
[江彥綸 | 跑步教練](#) 26.8%



2022/09 運動健身網紅排名 - YouTube

熱門追蹤排行

粉絲追蹤數量 TOP10



1

[Emi Wong](#) 5,690,000



2

[Coffee 林芊妤](#) 1,670,000



3

[館長成吉思汗](#) 1,090,000



4

[shuaisoserious](#) 1,090,000



5

[奇軒Tricking](#) 990,000

[Hot Emma](#) 979,000

[健人蓋伊](#) 848,000

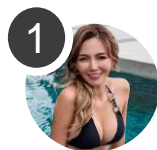
[營養健身葛格Peeta](#) 711,000

[美女健身聯盟](#) 606,000

[Fitting Room TW](#) 599,000

成長潛力排行

30天粉絲成長率 TOP10



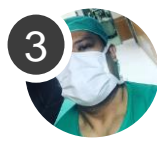
1

[拐拐](#) 7.4%



2

[奇德講健身](#) 7.1%



3

[白天手術房晚上健身房](#) 6.1%



4

[有肌勵](#) 5.2%



5

[Ian Liu](#) 3.7%

[郭董懂不懂](#) 3.3%

[Annie Kao](#) 3.2%

[大H](#) 3.0%

[sujit sauryayoga](#) 3.0%

[游書庭](#) 3.0%

互動黏著排行

平均貼文互動率 TOP10



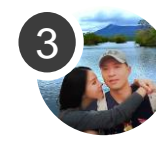
1

[大師兄workout](#) 2458.8%



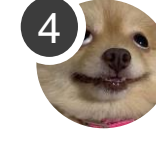
2

[Yung Chih kuo](#) 1332.9%



3

[David Tsai](#) 987.1%



4

[阿華田](#) 768.4%



5

[楊婕Yangchieg](#) 335.0%

[TIMESCAN](#) 317.9%

[HereIsCindy](#) 294.6%

[katierelax](#) 251.4%

[陳宇飛 台灣格鬥解說員](#) 227.1%

[Hiker CP](#) 204.0%

收視調查

- Ratings



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.73
2	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	3.07
3	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.54
4	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	娛樂綜藝	2.29
5	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.26
6	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	閩南語連續劇	2.25
7	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	閩南語連續劇	2.21
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.72
9	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.54
10	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.37
11	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.29
12	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.23
13	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.19
14	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.14
15	航海王27	TTV	卡通影片	1.05
16	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	國台語單元劇	1.04
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.93
18	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92
19	1300市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	0.88
20	全明星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.84

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第57屆電視金鐘戲劇典禮	SL2	特別節目	2.50
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.45
3	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	1.89
4	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.78
5	第57屆電視金鐘節目典禮	SL2	特別節目	1.76
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.17
7	直22U23棒球委VS中	VLSPT	棒球	1.12
8	第57屆電視金鐘戲劇星光	SL2	特別節目	1.11
9	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.10
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.99
11	直22U23棒球墨VS中	VLSPT	棒球	0.98
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.94
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
14	大愛劇場指尖的溫暖	DaAi	閩南語連續劇	0.93
15	直22U23棒球韓VS中	VLSPT	棒球	0.90
16	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.89
17	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.87
18	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.81
19	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.79
20	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.77

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	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.07
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.53
3	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.26
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.01
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.97
6	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
7	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	0.93
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.92
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.87
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.45
2	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.88
3	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	閩南語連續劇	1.63
4	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.52
5	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.49
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
7	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.41
8	航海王27	TTV	卡通影片	1.30
9	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	閩南語連續劇	1.28
10	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.12

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.92
2	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.10
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	2.07
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.83
5	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.75
6	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	閩南語連續劇	1.59
7	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.45
8	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	閩南語連續劇	1.44
9	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.30
10	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.28

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.52
2	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	5.41
3	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	娛樂綜藝	4.63
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	4.45
5	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	閩南語連續劇	3.58
6	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	閩南語連續劇	3.36
7	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	2.49
8	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	2.18
9	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	2.11
10	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.08

有線TOP10 (15-24歲、25-34歲、35-49歲、50歲以上)

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第57屆電視金鐘戲劇典禮	SL2	特別節目	1.40
2	第57屆電視金鐘節目典禮	SL2	特別節目	0.84
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.68
4	直22U23棒球韓VS中	VLSPT	棒球	0.68
5	大愛劇場菜頭梗的滋味	DaAi	國語連續劇	0.63
6	1900熙娣想聊晶珂生物纖維	*SCC	資訊綜藝	0.63
7	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	0.58
8	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.55
9	機智校園生活青春向好菌的	TVBSG	國語連續劇	0.54
10	1930熙娣想聊晶珂生物纖維	*SCC	資訊綜藝	0.53

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第57屆電視金鐘戲劇典禮	SL2	特別節目	2.54
2	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	2.14
3	第57屆電視金鐘節目典禮	SL2	特別節目	1.83
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.63
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.37
6	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.31
7	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.29
8	第57屆電視金鐘戲劇星光	SL2	特別節目	1.06
9	大愛劇場指尖的溫暖	DaAi	閩南語連續劇	0.99
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.88

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第57屆電視金鐘戲劇典禮	SL2	特別節目	2.81
2	第57屆電視金鐘節目典禮	SL2	特別節目	1.94
3	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	1.26
4	直22U23棒球委VS中	VLSPT	棒球	1.16
5	第57屆電視金鐘戲劇星光	SL2	特別節目	1.02
6	直22U23棒球韓VS中	VLSPT	棒球	1.01
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.95
8	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.92
9	直22U23棒球墨VS中	VLSPT	棒球	0.89
10	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.73

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.44
2	第57屆電視金鐘戲劇典禮	SL2	特別節目	2.87
3	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	2.81
4	第57屆電視金鐘節目典禮	SL2	特別節目	1.99
5	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.76
6	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.72
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.68
8	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.67
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.58
10	直22U23棒球委VS中	VLSPT	棒球	1.54

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
CTV/中視	0.90	0.36	0.51	0.44	1.58
TTV/台視	0.63	0.24	0.37	0.45	0.97
CTS/華視	0.29	0.17	0.20	0.28	0.37
FTV/民視	0.34	0.03	0.08	0.12	0.70

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	0.59	0.18	0.28	0.55	0.91
ET-N/東森新聞	0.46	0.16	0.19	0.37	0.76
SETN/三立新聞	0.40	0.09	0.10	0.23	0.75
FTVN/民視新聞	0.36	0.05	0.09	0.23	0.69
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.07	0.06	0.14	0.46
NTVN/壹新聞	0.17	0.04	0.09	0.16	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.07	0.03	0.10	0.27
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.02	0.12	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.08	0.02	0.02	0.07	0.13

* 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	市井豪門傑昇通信	FTV	3.07
2	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	2.25
3	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	2.21
4	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	1.89
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.17
6	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	1.04
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.99
8	大愛劇場指尖的溫暖	DaAi	0.93
9	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	0.89
10	1300市井豪門傑昇通信	FTV	0.88

新聞類/全體


No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	0.94
2	台灣最前線	FTVN	0.94
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.81
4	鄭知道了	SETN	0.79
5	非凡最前線	UBN	0.77
6	導讀台灣	SETN	0.75
7	關鍵時刻	ET-N	0.74
8	台灣啟示錄	ET-N	0.74
9	新台灣加油	SETN	0.73
10	台灣1001個故事	ET-N	0.73

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.73
2	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.54
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.45
4	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	2.29
5	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	2.26
6	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.78
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.72
8	音樂最正點	CTV	1.54
9	新歌快遞	TTV	1.37
10	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.29

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	1.14
2	直22U23棒球委VS中	VLSPT	1.12
3	直22U23棒球墨VS中	VLSPT	0.98
4	直22U23棒球韓VS中	VLSPT	0.90
5	直22U23棒球中VS南	VLSPT	0.68
6	直22U23棒球中VS墨	VLSPT	0.64
7	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.58
8	型男大主廚	SL2	0.56
9	在地人激推美食好吃又便宜	VLJP	0.55
10	呷飽未	SANLI	0.52



以上內容如有任何建議
或相關訂閱事宜，歡迎與我們聯繫

宏將廣告行銷策略部
MediaResearch@mediadrive.biz
02-2509-5557#120