

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2302

01.02 ~ 01.08





Contents

- 媒體放大鏡 - 你跟風了嗎? 2022最夯時事社群梗 . . .
- 熱門話題 - 即將迎來農曆春節，年節送禮準備好了嗎? . . .
- 國際視野 - 近二年媒體影響力調查三大重點 . . .
- 數位轉型 - 肯德基推數位智能店！ . . .
- 收視調查 - 2023/1/2-2023/1/8 . . .

媒體放大鏡

- Media News



你跟風了嗎？2022最夯時事社群梗

隨著2022年的結束，你還記得一年之中有哪些時事梗嗎？這次調查出最受網友討論的「十大時事社群梗」，一起來看看前四名你跟風了哪些吧！【[2023/01/06, 網路溫度計](#)】

No.1 去柬埔寨打工，去年7月YouTuber好棒Bump吹哨柬埔寨詐騙亂象，詐騙集團以「高薪、零經驗」等優渥待遇，讓不少人受騙前往柬埔寨卻遭囚禁；**No.2 九天玄女降肉**，YouTuber阿翰在影片化身算命阿姨掀起一陣模仿風潮，影片中用鍋子爆爆米花的算命片段，讓各大品牌開始結合自家商品特點來行銷；**No.3 楊丞琳海鮮論**，楊丞琳在演出中國綜藝節目表示，在台灣沒吃過海鮮，吃海鮮是奢侈的，引起網友討論與批評，內政部也加入玩梗，遭網友批評後道歉下架；**No.4 關於我可能讓你很意外的10個point**，由臉書用戶發起活動，每個人都能參與，有許多KOL跟品牌也跟風發文，在各大社群平台上掀起流行，當時可以說是每個人或是品牌都在發文。

排名	時事梗	起源	網路聲量
1	去柬埔寨打工	YouTuber好棒Bump 踢爆柬埔寨詐騙亂象	808,984
2	九天玄女降肉	YouTuber阿翰模仿算命阿姨	510,031
3	楊丞琳海鮮論	女星楊丞琳在中國綜藝節目上的言論	236,855
4	關於我可能讓你很意外的10個point	臉書用戶發起tag#	221,529
5	注意看這個男人太狠了	劇情解說片獨特的開頭	137,991
6	台北女子圖鑑	Disney+ 台灣女性都會偶像劇	134,877
7	手機號碼20年沒換	大S閃電再婚20多年舊愛具俊晔	61,161
8	亞馬遜姐：你知道這是什麼嗎？	亞馬遜電商創業者EllenLin廣告	49,617
9	美輪明宏桌布	日本「運氣會變好」的都市傳說	44,467
10	可不可以放進去一下下就好	阿美族創作歌手巴大雄的新歌	39,946

· 資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KEYPO 大數據關鍵字 (keypo.tw) 與情感分析系統，以國際級的語意分析架構，先進的機器學習技術與人工智慧檢核引擎，感知網友語意與情緒，分析時事網路大數據。
· 分析期間：2022/01/01-2022/12/27

2022年網路10大流行語你都聽過嗎？

不知道時下有哪些超夯流行用語，別說你跟得上時代！這次調查出網路10大流行語，一起來看看前三名！

No.1 芭比Q了，去年中國抖音遊戲博主在直播中快被敵人打敗之際，不小心脫口說出「芭比Q了」，傳到台灣後頓時讓國人陷入「芭比Q」熱潮，其中有鄉民受不了在PTT上狂喊「看到很煩」，也讓网友好氣又好笑回應「完了完了，芭比Q了，你跟不上了」。

No.2 挖苦挖苦，風靡2022年的人氣動漫《SPYxFamily間諜家家酒》，故事中女主角安妮亞時常興奮地喊出「挖苦挖苦(わくわく)」，其實挖苦挖苦在日文中表示「充滿期待、喜悅」的心情，搭配上安妮亞眼神綻放光芒的畫面，瞬間成為网友愛用流行語及梗圖之一。

No.3 降肉，人氣YouTuber「阿翰」影片中「恭請九天玄女駕到，800英呎、500英呎，降肉！降肉！」台詞更是烙印在觀眾腦海裡，原本的「降落」被阿翰唸成「降肉」，更是意外爆發網路流行風潮。【[2023/01/08, 網路溫度計](#)】

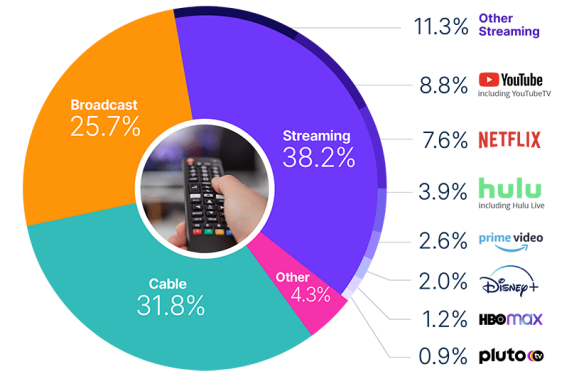


2023 年串流影音將勒緊腰帶

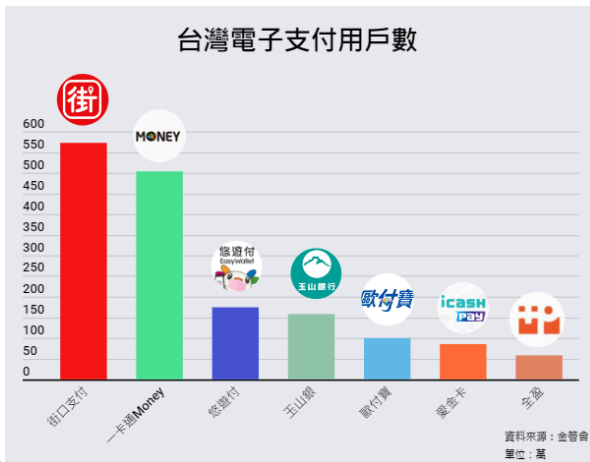
串流媒體成長期過了，現在只是放緩而非衰退。從 AC Nielson 2022 年 11 月數字看，民眾收看串流時間增加 10.2%，使串流媒體的電視媒體占比達創紀錄的 38.2%。美國人 2022 年 11 月收看串流影視的時間，比 2021 年同期增長 41%。【2023/01/04, 科技新報】

這幾年串流影視越來越傾向買下或使用原有影視智財，這是保證投資較有可能回收的方式，因此懷舊或重製內容幾乎充斥整個 2022 年影視市場。《星期三》、《龍族前傳》、《魔戒：力量之戒》這類重拍或延伸內容極度受歡迎。

如果以串流而言，現在市場都關注 Netflix 與迪士尼兩家的競爭，以擁有 2 億訂閱用戶的龐大公司來看，Netflix 策略變化非常快且並不像 Twitter 易主那麼混亂，迪士尼擁有的資本足以讓它一開始就立於不敗之地，尤其前執行長回鍋後，許多投資人更看好 Disney+ 發展。



全盈+PAY進軍市場！台灣電支競爭激烈



台灣的電支品牌數量來到30家，綜觀目前市場，除了街口、一卡通Money用戶數破500萬以外，其他業者規模始終難以突破。近期全聯獨資的電子支付品牌「全支付」開幕，全聯的客群普遍年紀偏大，先前PX Pay靠著強大的門市地推部隊，成功拿下超過830萬名會員。全聯能否複製PX Pay的模式，讓全支付帶動台灣電支的使用接受與普及度，將是一大觀察重點。

從零售的角度來看，三大業者全家（全盈）、全聯（全支付）、統一（icash Pay）都握有電支品牌與廣大的零售通路，值得注意的是，全盈、全支付採取開放生態圈策略，可以使用的通路比較多，短時間累積大量用戶。

現階段「生態系」是各家業者做出差異化的重點策略，而「數據」應用則是更關鍵的決勝點，以全支付與全盈為例，相互開放生態圈可以讓雙方分析會員平常都買什麼東西、去哪裡加油、逛哪一間百貨公司，透過這些線索將會員分類甚至提前預測需求。【2023/01/07, 數位時代】

44萬「新成年人」成為電支業者狂吸對象

2023年《民法》修訂滿18歲國民可以簽署民事契約，使**全國18、19歲共約44萬國民**，將成為電子支付業者極力爭取客戶。這群成年卻不一定具有穩定消費力的用戶，其實有2大價值：

價值一：支付是習慣戰，根據觀察，數位支付用戶的消費力會隨著年齡上升不斷增加；再看使用習慣，在所有年齡區間中，**26~35歲才是最頻繁使用數位支付工具的族群**，從小開始產生對電子支付的黏著度，等用戶進入社會開始賺錢，成為「活躍用戶」。

價值二：獲取年輕用戶其實具備更多數據的考量，一名電支業者表示。也就是說，年輕用戶在遠離銀行提供的服務，讓銀行無法獲客、識客，不僅無法累積數據，也將埋下無法評估用戶信用分數的風險。

業者透露，為了增加18、19歲的用戶，將陸續公告與校園周遭商圈的合作計畫，並與年輕、多數還是學生的用戶會造訪的商家簽訂合約，如速食店、飲料店等。【[2023/01/04, 數位時代](#)】



Z世代更喜歡這樣購物！

盤點 2023 年零售業七大趨勢，告訴你未來消費主力 Z 世代在想什麼，幫助你做好布局，抓住年輕消費者的心。【[2023/01/06, 科技報橘](#)】

趨勢一、價低者得！比價優先的「全通路購物」風氣，年輕消費者對價格的敏銳度很高，會在不同的購物平台比較產品的價格，並且挑最滿意的下手，這行為稱為全通路購物 (Omni Channel Shopping)。有時候不同平台的價格也許才差個幾十塊，但價高者卻會因此錯失銷售機會。

趨勢二、社群媒體不只拿來社交，Z世代也愛拿來購物，在社群媒體上能滿足他們發現商品、查看細節，並買單結帳的一系列過程，是非常順暢舒服的消費體驗，而社群媒體的演算法也會推薦他們喜歡或曾經瀏覽的商品，便利性更臻於完善。

趨勢三、Z世代最愛線上支付！多元付款方式也能提升買氣，千禧世代和 Z 世代的年輕消費者更習慣 paypal 或其他線上付款方式。對零售業者來說，若想降低購物車放棄率、提高銷售轉換率，其中一個好方法就是增加付款選項，讓消費者的購物、付款體驗能更流暢。

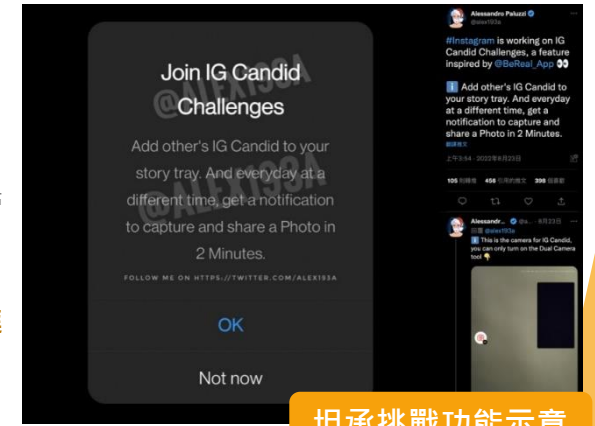
IG 3大更新內容曝光，「坦承挑戰」要來了

2022年底Instagram新增了哪些功能，成為近期火紅的話題呢？其中一項最熱烈討論的就是「便利貼」功能，另外兩個隱藏版功能是「群組檔案」以及「坦承挑戰」。[【2023/01/03, 風傳媒】](#)

便利貼功能，類似Instagram限時動態，只會存在24小時，並且只會顯示在「訊息」頁面中朋友的頭像最上方，可將自己現在的心情狀態隨意打上，可以設定摯友、好友或粉絲可以快速看到，不用再額外發限動或推播。

社團檔案，其實類似Facebook社團的功能，可以根據自己的喜好創建與加入社團，也可以提供品牌或創作者更多管理權限與公信力，目前此功能正在加拿大、台灣和智利等多個地區進行測試。

向BeReal致敬！開發人員表示未來可會推出坦承挑戰，玩法是如BeReal會在固定時間內通知用戶，並在2分鐘內進行拍照發文，邀請 Instagram好友在限時內拍攝照片與朋友做互動，在特定時間保持聯絡也是維持關係的方式！



坦承挑戰功能示意

Apple的書籍APP，可以透過AI生成有聲書！



BOOK 2, WILLOW BEND ROMANCES >

Finding Forever

Mona Ingram

Narrated by Apple Books ⓘ

你有使用過 iPhone、iPad 內建的「書籍」Books App 嗎？在台灣應該比較少人使用這個 Apple 內建的 App，主要的原因也是因為內容支援度不夠豐富的關係，不過在國外卻有很多的內容可以直接在書籍 App 中取得，最近蘋果就針對書籍 App 設計了一個有聲書的功能。

App 的數位旁白功能可以讓一般的文字書籍變成有聲書，因為出版商一般製作有聲書的成本可能會需要額外花費數千美元，也可要耗時好幾週的時間，而 Apple 透過數位語音的方式將文字轉換為語音，不僅可以讓書籍的內容更便於吸收，對於書版社而言也不用再另外開發有聲書了。

目前還屬於初期測試階段，Apple 也限定了書籍的類型必須是要浪漫類或小說類，包含文學、歷史和女性小說都可以，但是神話小說、驚悚故事以及科幻小說目前並不支援，僅有英文的內容可以轉成有聲書，且要使用國外的帳號才可以找到 Apple 提供的有聲書。[【2023/01/06, 果仁】](#)

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 orange and white stripes. A large, semi-transparent orange circle is on the right side of the image. A diagonal white line runs from the top left towards the bottom right, passing through the person's face and the camera.

熱門話題

- Hot Topics

即將迎來農曆春節，年節送禮準備好了嗎？

即將迎來喜氣洋洋的農曆過年，多家知名品牌推出過年禮盒，從傳統禮盒、手工餅乾、養生飲品到糕點應有盡有，也有網友表示現在經濟不景氣，年節廠商送禮似乎逐漸減少，本週宏將週報將帶您一起觀察年節送禮的熱門話題！



蔡阿嘎春節回饋粉絲



連續10年送粉絲春聯、紅包袋、明信片與自創親子品牌hahababy聯名禮盒。

娘家雞精抽獎互動佳



與屈臣氏合作抽獎贈禮，年前送禮採買需求大，粉絲參與踴躍，品牌曝光效果佳。

高雄農業局推農產品



集結當地小農特產水果與茶包，經營電商平台，積極輔導與推動農產品銷售。

國際視野

- Media Trend



近二年媒體影響力調查三大重點

疫情影響逐漸減少，民眾取而代之對生活的擔憂則是其他議題，例如通貨膨脹、經濟脆弱性、氣候變化和烏克蘭戰爭。在這種情況下，媒體消費發生了怎樣的變化？最新版 Marketing Charts 的美國媒體受眾人口統計報告顯示，疫情控制後，媒體影響力已趨於穩定。

1. 媒體觸及率下降 – 含數位與傳統媒體

疫情期間媒體覆蓋範圍有所增加之後，去年的數據顯示，在所有分析的媒體中，這些增長已逐漸消退，取而代之的是覆蓋範圍下滑。表明媒體消費已達到某種短期的穩定狀態，但也表明發生的廣泛變化(可能是疫情已經緩和)。

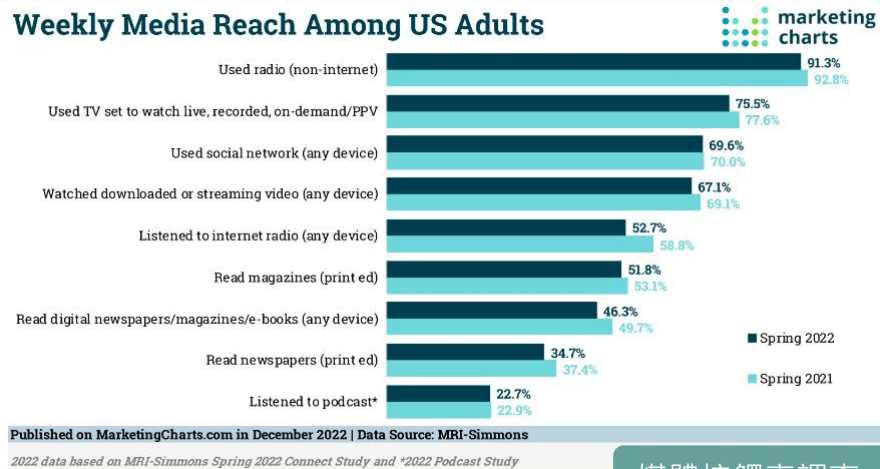
2022 年只有一種媒體覆蓋率變化大：儘管大多數成年人 (52.7%) 表示在 2022 年春季數據中收聽了網路廣播，但這一比例低於一年前的 58.8%；線下廣播保持相對穩定達 91.3% (略低於 92.8%)，而PODCAST收聽率與去年同期相比最為穩定，幾乎持平於每週收聽成年人的 22.7% (去年同期為 22.9%)。

2. 西班牙裔成年人較少關注傳統媒體

西班牙裔成年人接觸傳統媒體的可能性較低。雖然他們接近每週使用線下廣播和報紙的平均水平 (傳統電視觀看71%、雜誌讀者46%)。相比之下，數位撥放器似乎是吸引他們的好選擇，在網路廣播收聽方面的指數過高，且在PODCAST收聽方面處於平均。

3. 高收入族群在媒體表現更活躍

在所有數位和傳統媒體類型中，有一點是一致的，家庭收入 10 萬美元的成年人媒體使用頻率高於平均水平，其中高收入族群比一般族群更有可能觀看串流影音、閱讀數位期刊/電子書和收聽PODCAST。



媒體接觸率調查

數位轉型

- Digital Transformation



肯德基推數位智能店！點餐、外送到排班都能數位化

肯德基宣布推出「KFC數位智能未來店」南京旗艦館，串聯前台多元點餐到後台備餐，包含「AI智能銷售預測系統」、「自動化人力排班」、「即時生產管理系統」及「外送配單系統」，全面智能優化，並成立「外送共享中心」，重新定義速食業標準。

- **全數位「智能快取櫃」，快速完成零接觸取餐**

提供多元點餐方式與支付管道，整合速食業首創的「智能快取櫃」，9格櫃點提供掃碼區。一條龍式數位升級，大幅優化消費者體驗；同時為提升整體餐廳營運效率，為未來餐廳廚房管理、與速食業營運模式，樹立全新典範。

- **「AI智能銷售預測系統」收集歷史銷售數據**

可收集歷史銷售數據、行銷活動等，即時反映消費者的需求量，推導出即時業績預測，並串聯至「即時生產管理系統」，提供訂貨量建議、優化產品庫存，大幅提升營運績效，同步「自動化人力排班」，能推導出店內人力安排建議，增加排班調度彈性與管理效率。

- **2023年底，完成全台6都加入「外送共享中心」**

除了整合區域內門市、建立專職外送車隊，自消費者下單，透過電腦自動配發訂單，至追蹤餐點與外送時間，整體流程數位化，有效縮短整體外送時間。板橋區試營運結果顯示，送餐速度提升，消費者滿意度高達近9成。目前「外送共享中心」已擴大至台北與新北、新竹以及台中等區域，計畫2023年底中完成全台6都加入「外送共享中心」。



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AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	3.50
2	市井豪門鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	3.18
3	最強綜藝秀為您好生醫金漾	FTV	娛樂綜藝	2.46
4	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.09
5	美麗人生壯志高飛瑪麗蓮塑	TTV	閩南語連續劇	1.96
6	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.93
7	航海王27	TTV	卡通影片	1.59
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.41
9	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	1.28
10	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	國台語單元劇	1.09
11	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.07
12	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.02
13	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.99
14	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	0.97
15	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.91
16	2000台灣X檔案阿鈣八合一	CTV	國台語單元劇	0.88
17	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.87
18	台灣傳奇消費高手好關鍵EX	FTV	國台語單元劇	0.85
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.84
20	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	0.81

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	2.06
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.04
3	一家團圓健康3D紅麴銘雙效	SANLI	閩南語連續劇	1.72
4	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.31
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.24
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.16
7	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	1.08
8	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.98
9	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.95
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.91
11	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.89
12	嗨營業中UNI WATER	*SCC	資訊綜藝	0.87
13	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.86
14	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.85
15	翻轉吧寶利	ET-D	韓劇	0.83
16	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.83
17	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.83
18	銅板美食呷透透	ET-N	新聞性質節目	0.82
19	大愛劇場南國小太陽	DaAi	閩南語連續劇	0.79
20	加油喜事蘿琳亞塑身衣	TVBSG	國語連續劇	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	1.59
2	市井豪門鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	1.42
3	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.20
4	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.15
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.10
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.01
7	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.85
8	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.83
9	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	0.82
10	1800新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.57
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.53
3	航海王27	TTV	卡通影片	1.36
4	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.27
5	美麗人生壯志高飛瑪麗蓮塑	TTV	閩南語連續劇	1.18
6	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	1.09
7	市井豪門鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	1.04
8	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.01
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.83

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.54
2	市井豪門鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	1.83
3	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.75
4	航海王27	TTV	卡通影片	1.75
5	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	1.72
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.36
7	最強綜藝秀為您好生醫金漾	FTV	娛樂綜藝	1.32
8	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.31
9	美麗人生壯志高飛瑪麗蓮塑	TTV	閩南語連續劇	1.14
10	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.12

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	6.31
2	市井豪門鮮一杯南非國寶茶	FTV	閩南語連續劇	5.57
3	最強綜藝秀為您好生醫金漾	FTV	娛樂綜藝	4.63
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	3.42
5	美麗人生壯志高飛瑪麗蓮塑	TTV	閩南語連續劇	3.14
6	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.17
7	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.75
8	航海王27	TTV	卡通影片	1.73
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.72
10	台灣傳奇消費高手好關鍵EX	FTV	國台語單元劇	1.63

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	加油喜事蘿琳亞塑身衣	TVBSG	國語連續劇	0.83
2	晶珂生物纖維面綜藝玩很大	CTiV	娛樂綜藝	0.62
3	間諜家家酒	*SCC	卡通影片	0.61
4	第9節課	ET-D	國語連續劇	0.58
5	一家團圓健康3D紅麴銘雙效	SANLI	閩南語連續劇	0.57
6	嗨營業中UNI WATER	*SCC	資訊綜藝	0.54
7	航海王	*SCC	卡通影片	0.54
8	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.52
9	1800間諜家家酒	*SCC	卡通影片	0.51
10	大愛劇場南國小太陽	DaAi	閩南語連續劇	0.51

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓健康3D紅麴銘雙效	SANLI	閩南語連續劇	2.20
2	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.35
3	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	1.07
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.05
5	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.98
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.83
7	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	0.75
8	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.73
9	加油喜事蘿琳亞塑身衣	TVBSG	國語連續劇	0.60
10	1900櫻桃小丸子	MOMOK	卡通影片	0.57

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	嗨營業中UNI WATER	*SCC	資訊綜藝	1.48
2	一家團圓健康3D紅麴銘雙效	SANLI	閩南語連續劇	1.32
3	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	1.13
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.01
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.98
6	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.95
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.80
8	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.76
9	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.70
10	翻轉吧寶利	ET-D	韓劇	0.67

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	3.79
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.70
3	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.64
4	一家團圓健康3D紅麴銘雙效	SANLI	閩南語連續劇	2.33
5	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.90
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.85
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.73
8	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.44
9	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.33
10	翻轉吧寶利	ET-D	韓劇	1.31

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	0.49	0.39	0.45	1.53
TTV/台視	0.62	0.18	0.39	0.44	0.95
FTV/民視	0.30	0.03	0.04	0.12	0.61
CTS/華視	0.19	0.10	0.11	0.16	0.26

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	0.58	0.23	0.23	0.51	0.92
ET-N/東森新聞	0.50	0.21	0.19	0.42	0.79
SETN/三立新聞	0.40	0.06	0.14	0.24	0.73
FTVN/民視新聞	0.38	0.06	0.11	0.23	0.70
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.05	0.06	0.13	0.40
NTVN/壹新聞	0.16	0.07	0.05	0.15	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.11	0.04	0.04	0.09	0.19
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.03	0.11	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.07	0.03	0.09	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	市井豪門鮮一杯南非國寶茶	FTV	3.18
2	美麗人生壯志高飛瑪麗蓮塑	TTV	1.96
3	一家團圓健康3D紅麴銘雙效	SANLI	1.72
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.24
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.16
6	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	1.09
7	2000台灣X檔案阿鈣八合一	CTV	0.88
8	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	0.85
9	台灣傳奇消費高手好關鍵EX	FTV	0.85
10	翻轉吧寶利	ET-D	0.83

新聞類/全體


No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.31
2	台灣最前線	FTVN	0.91
3	TVBS戰情室	TVBS	0.89
4	關鍵時刻	ET-N	0.86
5	台灣啟示錄	ET-N	0.83
6	驚爆新聞線2200	SETN	0.83
7	銅板美食呷透透	ET-N	0.82
8	鄭知道了	SETN	0.75
9	新台灣加油	SETN	0.71
10	驚爆新聞線2100	SETN	0.69

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	3.50
2	最強綜藝秀為您好生醫金漾	FTV	2.46
3	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	2.09
4	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	2.06
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.04
6	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	1.93
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.41
8	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	1.28
9	全明星運動會4明星3缺1	TTV	0.97
10	國民大會	TVBS	0.95

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	0.99
2	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	0.98
3	想吃得忍麵包店老闆堅持這	VLJP	0.62
4	型男大主廚十全味噌	SL2	0.58
5	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.58
6	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.50
7	詹姆士出走料理	GTV-1	0.48
8	直22 23NBA魔VS勇	VLSPT	0.42
9	壹Walker	NTVN	0.40
10	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	STV	0.38



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