



銘報新聞

新聞中的新聞 媒介中的媒介

中華民國110年12月17日 星期五

主編／邱俊維



MOL

發行人／李銓

社長／陳柏宇

發行所／銘報新聞

銘傳大學傳播學院創辦

第2010號

總號第2210號

採訪中心、行政中心／28824564轉2413

1982年11月1日校內創刊

1989年11月1日登記出版



2021中天會員返校日超級同學會活動現場大合照。(圖/中天提供)

中天轉戰YT周年 24億觀看

記者／曾昱婷

中天新聞台轉型網路媒體滿一周年，在YouTube總觀看次數達24億，面對2022年，中天表示，制定五個目標，著重在發展內容IP、強化與內容創作者合作，開發自家商品以及開發KOL經紀等等，創造多贏。

中天表示，目前YT最高紀錄則是單日觀看次數高達1200萬次，在臉書粉絲專頁互動率為0.19%，是各家媒體中排名第一(第二、三名為聯合新聞網及自由時報互動率為0.08%)，Facebook粉絲專頁追蹤者以62

%高速增加中(大幅領先排名第二的三立新聞網24.4%)。根據Similarweb2020年12月數據，中天的YOUTUBE觀眾平均每次觀看近30分鐘。

在2021年網路熱搜30個熱門事件中，中天表示，中天新聞拿下23個事件觀看次數第一名，包括三大罷免案、公投議題等等，而在直播重大事件中，以罷免陳柏惟在線人數最高，YouTube曾一度在線人數達12萬人，Facebook則達8萬，國民黨主席亦有8萬5千人在線。

中天再轉往網路媒體後，採多頻道多通路及分眾方式在各平台創立頻道及帳號，YouTube平台上眾多頻道訂閱數加總達1100萬訂閱數，而FB粉絲專頁則有500萬，另外OTT平台LiTV、四季線上、Hami TV等也設有頻道、PODCAST、IG、LINE等等都可見中天新聞。

對於未來2022年，中天表示，將致力加速轉型與進化，改善營收結構、強化內容經營及突破同溫層等方向前進。

主播盧秀芳：我們都還在

記者／曾昱婷

中天轉型網路媒體8日舉辦「2021中天會員返校日超級同學會」，出動共16位主播與粉絲同樂，讓粉絲體驗新聞播報外，同時了解轉型後的中天新聞台。中天主播盧秀芳強調，「一年了！我們都還在！」

當天參與活動的會員們來自全台灣的各個地方，盧秀芳有感而發表示，感謝所有粉絲一路陪伴，讓中天在轉型的過程不孤單。

人在上海的旺旺集團董事長蔡衍明則錄一段VCR在現場播放，影片中他表示，謝謝各位支持中天電視

台，及感謝所有中天的同仁。

主播王又正也對粉絲喊話表示，一點都不擔心，因為粉絲都在身邊支持著中天。主播李家好則說，只有中天在做監督政府的事情。主播張若好和何穗瑤則回想2021年這一路走來的歷程時不禁落淚。活動現場主播與會員都因氛圍而深深感動，更有人紅了眼眶，主播鄭亦真則跳出來熱絡氣氛表示，謝謝大家陪伴一起升級，這條路還要一起走下去，請大家陪伴中天繼續邁向下一個里程碑。



中天主播盧秀芳(上)及王又正(下)出席活動，感謝粉絲。(圖/中天提供)

兒少五星獎 客台奪佳績 《女孩上場》奪最大獎

記者／梁好如

第21屆兒少優質節目五星獎4日頒獎，客家電視台節目成績表現亮眼，共4個兒少節目榮獲五星獎，其中戲劇「女孩上場」不僅得到五星，更獲得「年度最佳兒少節目獎」。另外，商業媒體入圍兒少節目，連3年下滑，今年佔比僅34%。

今年共有54個兒少節目參加評選，其中14個節目獲得最高星等「5顆星」推薦；「4.5顆星」及「4顆星」的推薦各有12個節目。評審進一步從評選節目選出「最佳觀眾票選獎」、「促進性別平等教育獎」、「兒少評審團獎」、「企業特別獎」、「兒少社會參與獎」、「兒少發聲獎」與「年度最佳兒少節目獎」共七項大獎。

「女孩上場」的劇情圍繞高中女籃球員，在青春期追

求夢想的心路歷程，除了獲得五星獎肯定，更成為本屆最大獎「年度最佳兒少節目獎」得主，節目「巷弄裡的吉光片羽」，探討學生拒學、性別認同等議題，也獲得「企業特別獎」的殊榮。

評審們注意到商業媒體入圍的兒少節目，至少連續3年下滑，今年的占比只剩三成多。此外，主辦單位特別找了國高中生擔任評審，評選出他們喜愛的節目。

不過評審也發現，公廣集團今年共25個節目獲推薦，商業電視台有13個，與前3年相比，公廣和商業媒體，入選占比約各半，但今年商業電視，占比僅剩34%，另外今年也增設的性別平等教育獎，藉此鼓勵兒少節目，促進性別平等的價值。(詳細得獎名單可見銘報網站)

截稿前的焦點新聞

快訊消息

Nike布局元宇宙
-收購虛擬球鞋設計公司RTFKT-



香港高等法院壹傳媒集團清算
-台灣蘋果日報仍在處理中-



投票活動

掃描QRcode

《大學生2021最愛國片大調查》

國片票房前5名，您最喜歡哪一部？



(國片票房排行詳見3版數據新聞)

有雷慎入！誰殺了蘇？矛頭直指她/他！

投票活動《華燈初上》結果出爐

記者／李承庭

銘報2209期投票活動「《華燈初上》第一季迴響熱烈，誰是嫌疑最大的凶手呢？」結果出爐，預測殺害無名女屍嫌疑最大的凶手以中村正男18.0%位居高票，第二名則是亨利16.6%與第三名黃百合13.0%。

本次票選活動針對大學生進行網路問卷調查，共205人回覆，其中139人表示已看完《華燈初上》。根據銘報調查顯示，有67.8%的大學生看過《華燈》，吸引大學生繼續觀看的最大因素(複選題)前三名分別為卡司陣容強大占84.7%、驚悚懸疑題材占76.7%與結局藏伏筆占75.3%。其餘因素為故事層次鮮明占64%與冷調拍攝手法占42.7%。

此外有32.2%大學生沒看，最大的原因為沒時間，但表示之後有空，或是想等三季全數上線後再觀看，其餘是沒興趣或是沒訂閱Netflix。

銘報投票活動為網路票選，時間從12月3日至15日截止，共有205位大學生回覆。

強化本土原創 帶動OTT內容進軍國際

記者/何芸庭、趙若評、王斯琪、應杰霖

亞洲新媒體高峰會於2、3日兩天舉辦，共23場演講實體活動總計超過2200人次參與，線上更是超過7000人次，會中，與會人士皆看好台灣影視產業未來發展，多數人認為台片若要發展到國際需更多的本土原創內容才有機會成功。

主辦單位新媒體暨影視音發展協會(NMEA)理事長蔡嘉駿表示，台灣影視產業要加強創意內容的投資，讓創意內容得到更多資本市場的關注。NMEA持續辦了連續三年舉辦高峰會，希望達成三大個目標：一是讓台灣業者團結，二是促進國際交流，三是影響政策制定。

重視本土文化

Netflix內容經理Jerry Zhang在會中表示，一部劇的成功首先是獲得本地的成功，其次才能受到國際觀眾的關注。因此Jerry建議臺灣創作人在製作內容時首先把臺灣的觀眾放首位，只有臺灣的觀眾喜歡，才會受到世界觀眾的喜愛。

Jerry說，臺灣的創作氛圍相當活躍，蘊藏著很大的潛力，有機會沖出國際市場。Netflix會更加關注臺灣市場，投入更多的精力打造優質內

容，爭取再次呈現臺灣偶像劇風靡全球的盛況。

牽猴子副總經理陳怡樺也表示，台灣原創內容要轉型，越注重本土元素，反而容易被國際看到，台灣的人才也才能被國際看到。影響原創影視內容籌製資深總監陳勁怡認為，一個內容的核心在內容的本身，作品本身要有足夠的能量，而配合OTT平台觀眾的多元，開發的內容也要多元化，合作夥伴也應該多元化，尋找擅長各領域夥伴。

同場的台灣大哥大影音事業處副處長邵珮如表示，myVideo身為一個本土平台，一開始是買內容為主，但發現很少有台灣本土的內容，於是開始積極開發台灣自己本土的內容，台灣大哥大到現在投資台劇已快30部內容。她也建議，先努力做作品，讓台灣的作品被看到，漸漸國際資源就自然會變多。

和本土OTT合作

在台劇內容分享演講時，《比悲傷更悲傷的故事影集版》製作人莊淳淳呼籲，台灣電視台應與本土OTT合作，讓台灣有很多優質的獨家內容跟IP，希望台灣觀眾更加支持。周銓則希望更多國際平台進駐台灣，讓世界各地更多的人看到台灣原創的好故事。



新媒體暨影視音發展協會舉辦講座，提供台灣原創內容轉型的經驗與建議。(圖/亞洲新媒體高峰會提供)

2021兩岸主持新會台灣決賽優勝者出爐



影音新聞

《聲林之王3》首集 登YT發燒榜

記者/詹景涵

《聲林之王》第三季於12月3日開播創收視佳績。不僅線上收看成績亮眼，節目完整版影片放上YouTube短短一天觀看次數便突破50萬，登上發燒影片，再掀歌唱選秀節目熱潮。

開播首集，徐若瑄也驚喜現身擔任節目飛行導師，徐若瑄表示，收到《聲林之王3》的邀約時她其實有點驚訝，但自己也是從選拔賽中出來的，所以很期待能給予年輕學員們一些表演上的建議。哈林認為，徐若瑄的舞台表演經驗豐富，可以給予年輕學員們很多幫助。

首集節目開場，兩位首席導師也帶來演唱會

等級的京精彩表演。徐佳瑩獻唱自己的新歌〈以上皆非〉，哈林則演唱膾炙人口的〈缺口〉帶來演唱會等級的精彩表演。兩位導師最後更一起合唱由哈林全新改編的〈情非得已〉，歌王歌后同台飆歌，馬上High翻全場氣氛。

《聲林之王3》首場賽制為選手三人一組進行合唱，由導師們從中選出一名選手晉級。曾入圍金曲獎「最佳新人」的選手王彙筑、上屆選手賴怡安與選手Ash共同合唱艾怡良的〈我這個人〉，三人細膩的唱功讓導師們深受感動卻也難以抉擇，只能以現場清唱做PK，堪稱是戰況最膠著的死亡之組。

音樂集管團體要求支付版權費 OTT協會：計算不合理

記者/王斯琪

音樂集管團體曾去函要求OTT平臺支付音樂版權費總收入的3.5%，臺灣OTT協會認為，對OTT平台來說相當不合理。協會理事長錢大衛表示，目前協會已經提供合理的計算公式，已經在跟集管團體討論，希望可以達到雙方都滿意的結果。

對於集管團體要求拿走總收入的3.5%的不合理要求，錢大衛認為，首先，影視作品中，內容版權是最大的成本，再加上行銷成本和人事成本等，這些都除去後，任何平臺的毛利可能只剩20%~30%。

其次，他說，影視作品的大部分都與音樂無關，影音平臺的觀眾主要都是看影音，音樂部分出現在片頭和片尾，並且觀眾大多跳過。另外，音樂部分主要在綜藝節目的音樂節目，戲劇節目的片頭片尾，與OTT影音關係不大。

再者，他說，台灣音樂版權由很多不同的集管團體管理，音樂版權費付費上，協會望能由單一窗口去處理音樂版權，如集管團體中佔比最大的管理機構為MUST，大部分平台一直希望MUST做單一窗口。

水果奶奶IP化 明年上映

記者/梁婷如

陪伴台灣孩童23年的公共電視經典兒童節目《水果冰淇淋》，水果奶奶明年寒假將從真人轉換3D動畫角色，首部動畫電影長片《妖果小學-水果奶奶的大秘密》將在明年1月21日上映。

公視節目部經理於蓓華表示，2021年可說是「公視動畫元年」，獲得文化部前瞻預算的支持下，多部動畫作品啟動規劃及製作，並在今年陸續完成並播出，《勇者動畫系列》、兒童科普動畫《歐米天空》都已播出，而第三部曲便是將水果奶奶IP結合本土妖怪故事的原創動畫電影《妖果小學-水果奶奶的大秘密》，希望這一系列投注在動畫方面的影視計畫，將有助推動台灣動畫產業。」



華視主播王乃仔：踏出第一步 才有無限可能

記者/林宜嫻

「懷抱著明確的目標，帶著這份勇敢去嘗試，並堅信自己能做到」華視主播王乃仔秉持著這樣的態度，即便大學沒有順利進入新聞系，靠著「主動」實踐夢想，參與各式各樣的主播徵選比賽，成功拿到進入新聞圈的門票，登上長久以來的目標——「主播台」。

積極參賽

王乃仔說，從小就有一個主播夢，藉由參加各式各樣的朗讀比賽，來磨練自己的口語能力，儘管在大學沒有順利進入政大新聞系，「要先踏出第一步才知道會不會成功。」選擇勇敢追求夢想，主動報名中天舉辦的普立茲超級星

光大道，她憑藉著第一名的佳績進入了中天電視台，開啟了她的新聞之路。

身為政大教育系的她，連SOT是什麼都不知道，連寫稿也不會。她回憶道，剛進電視台的壓力真的很大，除了邊學習寫稿還要邊跑新聞，但是她仍然堅信可以勝任這份工作，漸漸地，她發現自己愛上了新聞圈。

危機與轉機

中天突如其來的關台，讓她對未來陷入沉思，長時間待在傳統媒體產業，對於新興的網路媒體非常好奇，她卸下了新聞主播的身分，於是，她試著嘗試挑戰成為Youtuber，

她笑說，「沒想到Youtuber的工作這麼不容易，身兼主持人，還需要包辦攝影、剪輯、文案的工作。」

在一次的機會中，她主動向華視爭取新聞工作。目前的她，在華視挑戰做專題新聞，她笑說「非常感謝當初的我堅持繼續做新聞，現在得到很多新的體驗與難能可貴的經驗」。

經歷中天關台到轉戰華視，王乃仔有感而發說：「人生起伏不定，就像當時突如其來的中天關台，很多事情無法掌控，隨時準備好才能順利應付各種情況。」直到今天，她慶幸當初為實現主播夢主動參賽。「有明確的目標就勇往直前，光是坐著思考人生，機會不會自己找上門。」



王乃仔拿下普立茲超級星光大道第一名，進入中天新聞台。(圖/王乃仔提供)

2021前十國片總票房破10億

2020&2021國片票房前十名

1億5000萬	孤味	1	當男人戀愛時	4億54萬
1億27萬	刻在我心底的名字	2	月老	1億6886萬
7千900萬	可不可以，你也剛好喜歡我	3	角頭-浪流連	1億6176萬
7200萬	馮降：粽邪2	4	聽見歌 再唱	8391萬
5800萬	女鬼橋	5	緝魂	5080萬
4900萬	無聲	6	我沒有談的那場戀愛	3801萬
4700萬	打噴嚏	7	瀑布	3345萬
4400萬	怪胎	8	叱吒風雲	3194萬
3500萬	同學麥娜絲	9	複身犯	1467萬
3300萬	親愛的房客	10	詭扯	1361萬

製圖/郭妍好(圖片僅供參考非實際等比請以實際數字為主)註2021票房統計12/16日止

2021



2020&2021國片相關數據一覽表

圖表/郭妍好製

2020	vs.	2021	變化
6.7億	總票房	9.9億	+3.2億
796	上映片數	497	-299
71	國片片數	51	-20
9.4%	國片占比	10.2%	+0.8%

不畏疫情 國片票房逆成長

記者/郭妍好、何芸庭
 受到517疫情三級警戒影響，今年上映片數較去年少299部，國片上映數也少20部，但總體占比較去年多出0.8%，總票房則增加3.2億，國片在年底有望突破10億的好成績。

《當男人戀愛時》以4億奪冠，堪稱年度票房冠軍，推估在疫情較為趨緩時上映，且同時期的外國片數量也不多，因而造就這次亮眼的票房。第二名的《月老》因疫情趨緩加上金馬加持下，在上映三周以來票房已突破1億大關，在年底前有望再破2億。第四名的《聽見歌再唱》初上映沒多久便受到疫情影響，否則有望票房破億。

國片占比自2019的6.9%，到去年9.4%，今年則10.2%，已破一成，顯示國片2020自疫情爆發以來，電影院受到嚴重影響，外片上映數量下滑，導致國片異軍突起。

2020



雙11大廝殺 MOMO營收破百億

記者/藍羽心

雙11為電商帶來豐厚營收，momo、PChome、東森購物網11月皆創下歷史單月新高，momo富邦媒11月營收122.3億首衝破百億。PChome網路家庭公告11月份營業收入，受惠旗下各事業體合併營收累計56.08億元。東森購物網8日公布，在多通路及自營商品經營策略帶動下，11月的合併營收(含草莓網、熊媽媽買菜網)達28.3億元。

momo今年11月創開站以來單月歷史新高紀錄，1至11月累計合併營收突破803.8億元。富邦媒指出，網路購物方面11月營運表現亮眼，相較去年同期成長34%，除保暖品銷售排名居高以外，雙11檔期力推的促銷商品，雙11天當日創下開賣3分鐘即破億的佳績，檔期業績更是平日業績的3.5倍，第一個小時站上就有超過平日近4倍的人次，今年響應雙11的消費者約成長三成。

PChome表示，11月份檔期及活動不間斷，雙十

一堪稱全年電商共襄盛舉的最大檔期，且買氣延續至黑色星期五折扣活動。而11月份的熱銷品類除了傳統第四季熱賣通訊電子產品外，跑步鞋業及養生食品類業績皆有大幅成長，另外，在競爭激烈的美妝保養品上，將行銷資源聚焦在高知名度爆品的策略，也成功讓美妝品類訂單數創下歷年新高。

東森購物網11月合併營收較10月成長26%，創下22年來單月歷史新高。其中自營商品占了35%營收，並占了整體獲利65%，而銷售量又以食品類成長最多，熱銷品TOP10皆為食品類商品，顯示國人對於網購食品的需求大幅增加。東森購物表示，隨著業績穩定成長，北中南的物流中心已積極展開規畫，為紓解雙11帶來的倉儲壓力，位在楊梅的物流一倉已提早啟用因應，以滿足旺季之需求。

雙12接棒 電商再祭優惠競出

記者/藍羽心、劉致宇、侯雨宸

延續雙11熱度，電商再拚雙12檔期。Momo給出滿額折價、下單抽紅利金等回饋，PChome購物協辦聯合報系旗下媒體《500輯》年度最大規模實體活動「500趴」，蝦皮購物則祭出0元免運券，同時也攜手十大熱門品牌下殺1折起等活動，還邀請消費者一同玩遊戲拿豪禮。

PChome在台北101水舞廣場及南側臨信義路廣場，推出「給力充電站」，邀消費者玩遊戲拿好禮，闖關成功者有機會獲得現場「獨立搖滾區」入場券，近距離觀賞大咖藝人表演，或享知名品牌餐點兌換券，此外更打造「PChome之夜舞台表演」，結合阿卡貝拉、行動劇場、街頭馬戲團、3D視覺動畫等視覺饗宴。

MOMO雙12「九大品類日」，分別有家電、3C、圖書、美食、美妝等項目，滿額折價2222元、滿額好禮2選1、消費最高送10% momo幣、全網獨家優惠價1212元、精選好物5折起。而雙12當天祭出回饋，只要在12月1日至9日無限金額下單，即可參加「下單抽12倍紅利金」活動，也在12月12日當天下單就有機會成為「12元清空購物車」的幸運得主。

而蝦皮購物表示，此次雙12活動優惠才剛開跑，消費需求相較去年同期就成長超過三成，熱銷品較雙11檔期大洗牌，「居家用品」、「美食」、「美妝保健」三大熱銷品類。「美食」品類在雙12檔期意外殺入前三名寶座。



由上至下分別為MOMO、PChome、東森購物推出的雙11活動。(圖/劉致宇、東森購物、PChome提供)

NCC廣場

五家違規電視台被罰

記者/李品薇

國家通訊傳播委員會(NCC)8日審議110年第4次廣播電視節目廣告諮詢會議案件，包括壹電視新聞台等5家新聞台針對4歲女童遭母親同居人殺害報導，因違反電視節目分級處理辦法，予以警告或核處20萬元之罰鍰。

三立財經有條件換照

記者/李定潔

NCC15日決議以附款通過三立財經新聞台及Pet Club TV頻道執照換發。其中，三立財經新聞台的6年執照即將在今年12月24日到期，須設立自律規範機制、且適時增加相關營運人力。

Google 台灣2021搜尋排行榜

關鍵字總榜		戲劇	電影		
1	NBA	1	錦心似玉	1	當男人戀愛時
2	疫情	2	魷魚遊戲	2	永恆族
3	疫苗預約	3	火神的眼淚	3	沙丘
4	1922	4	你微笑時很美	4	靈魂急轉彎
5	水庫	5	你是我的榮耀	5	你的婚禮
6	五倍券	6	賀先生的戀戀不忘	6	角頭浪流連
7	奧運	7	長歌行	7	薩滿
8	錦心似玉	8	哲仁王后	8	尚氣
9	戴資穎	9	女神降臨	9	玩命關頭9
10	停電	10	斯卡羅	10	黑寡婦

Google台灣2021搜尋排行榜，NBA奪關鍵字冠軍 (圖/侯雨宸)

2021台灣熱搜榜 NBA奪冠

記者/楊晨

Google8日公布台灣2021年搜尋排行榜。美國職籃NBA史上首次成為最快竄升關鍵字榜首，球后戴資穎更是成為十大關鍵字的唯一人物，同時奪冠人物榜。另外在電影、戲劇部分，則是當男人戀愛時及陸劇錦心似玉拿下該類目搜尋第一名。

據Google發布新聞稿，從今年快速竄升關鍵字總榜中「疫情」、「疫苗預約」、「五倍券」等熱搜關鍵詞，可見台灣網友持續關注疫情發展。同時居家防疫帶動線上觀賽需求，促使運動賽事的搜尋熱度較往年提升。今年美國職籃球、延後賽，適逢台灣疫情三級期間，加上太陽隊28年來首次打

入冠軍賽、東岸公鹿隊睽違50年奪冠，讓「NBA」受熱議，一舉奪下快速竄升關鍵字榜首。

除疫情外，缺水、停電等民生相關議題同樣受到關注，尤其今年上半年在台灣面臨乾旱和全台大停電，引發廣泛討論。此外，本屆東京奧運台灣代表隊創下得獎最多紀錄，推升「奧運」成為熱門話題，有4位台灣奧運選手上快速竄升人物榜單，其中世界羽球球后戴資穎位列第一名，更是今年唯一進入總榜的人物。

Google採計2020年12月至2021年11月底，更多榜單資訊可以到Google2021年度搜尋排行榜官方網頁了解。



600電競好手 嘉年華戰高下

記者/何芸庭

為期兩日的「GAMFORCE電競嘉年華」於5日正式落幕，此次共有35家電腦、電競品牌參與，活動兩天，超過3000多位玩家熱情參與，購票的巡禮闖關玩家更達到600多人，廠商業績比去年同期成長近兩成。

嘉年華中，同時舉辦「校園電競聯盟學生電競爭霸賽」與「全國校園電腦改裝邀請賽」，讓玩家可與廠商交流，並讓年輕學子有競技、比賽的舞台。

此次電競賽事聯手「BIL校園電競聯盟」邀約全國校園隊伍好手舉辦校園電競聯盟學生電競爭霸賽，其中「英雄聯盟 LEAGUE

OF LEGENDS」冠亞賽事由HKUF奪冠，「哈利波特：魔法覺醒」四強賽則是由塔兔拿下冠軍。

最後，GAMFORCE執行長陳麒伊說：「未來會繼續舉辦電競嘉年華活動，因為電競不僅僅是一群人在打電動，它有很多元素，像是做實況、選手、幕後或是幕前等，所以活動把廠商邀約過來，讓年輕學子們能直接跟廠商交流接觸，並在未來有更好的電競發展。」因此，電競嘉年華除了聚集一群熱愛遊戲的玩家外，也讓更多的玩家能瞭解 PC、電競。