

# Media Drive Bulletin

## 宏將週報

**Vol.2201**  
12.27-01.02





# 本期摘要

媒體放大鏡 迪士尼今年退出有線電視 海綿寶寶搶進

國際視野 2021Q4 線上影音趨勢 聯網電視持續成長

科技瞭望 百度元宇宙「希壤」亮相 10萬人同時在線

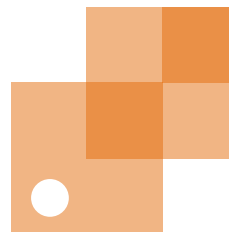
專案介紹 第17屆KKBOX風雲榜-前期合作專案

收視調查

網路觀察 November 2021

Media  
news

# 媒體放大鏡



# 迪士尼今年退出有線電視 海綿寶寶搶進

迪士尼將自2022年起退出國內有線電視頻道，原有頻道Ch22或Ch23空缺，成為眾家必爭地。台灣最大境外電視頻道代理商杰德影音，今(29)日宣布自2022年1月1日起「Nickelodeon尼克兒童頻道」、「Nick Jr. 兒童頻道」將分別進駐凱擘大寬頻系統與中嘉集團系統等有線電視頻道，替補原來迪士尼頻道退出後的22台或23台。

杰德影音表示，凱擘大寬頻12家系統，共964,349收視戶，台灣大寬頻5家系統，共523,493收視戶等共24家，合計市佔率39.9% 選擇Nickelodeon。中嘉集團12家系統加上大台中、北都等共19家，總收視戶1,393,875，占比29.2%，則是播放以學齡前幼兒節目為主的Nick Jr.。總計兩大頻道，合力搶下近七成台灣有線電視市占率，成功遞補迪士尼退出有線電視後的空間。

Nickelodeon與Nick Jr.是ViacomCBS集團專為少年兒童與家庭打造的多媒體品牌，《海綿寶寶》就是Nickelodeon的當家動畫。根據美國尼爾森2015-2019年數據顯示，Nickelodeon在當地穩居有線電視兒少頻道首位。隨著迪士尼改變經營策略轉向自家串流平台Disney+，Nickelodeon佔有率可望衝高。【[2021/12/29, 工商時報](#)】

## 繼迪士尼頻道後 WAKUWAKU JAPAN將退出台灣！

繼迪士尼頻道宣布將在2022年1月1日終止經營，另外一個國際頻道WAKUWAKU JAPAN ( WWJ ) 也宣布退出台灣，NCC也證實收到 WWJ 終止營運的計畫，預計將在2022年4月1日終止營運。

WWJ以「正宗日本台」為號召，節目內容包括日劇、綜藝、旅遊、美食、文化等，受到許多哈日族的支持，如今宣布撤離台灣，讓許多粉絲在網路上紛紛表示難過不捨、吶喊「不要走」。

WWJ在2016年9月正式進軍台灣市場，是第一個高畫質的日本頻道，以日語原音搭配中文字幕，或者以中文配音24小時不間斷播放，近期播出的知名節目包括「派遣女醫X」第七季。【[2021/12/29, 數位時代](#)】【[2021/12/29, yahoo新聞](#)】



# LiTV線上影視年度榜 新聞頻道收視飆漲7成



【2021/12/30, 鉅亨網】

LiTV 線上影視 12/30 日公布站內用戶一年來使用的數據，因疫情關係，**頻道年度排行前五名為新聞台**，分別是《TVBS 新聞》、《東森新聞》、《非凡新聞》、《中天新聞》、《寰宇新聞》，**整體頻道觀看時數比去年成長了 70%**。

今年戲劇觀看時數整體較去年成長近 3 成，**因居家防疫，電視載具的付費觀看成長最多**。韓劇前三名都是喜劇類型，包括《雙面超女》、《大發不動產》、《警察課程》。今年站上電影觀看時數成長 40%，**最受歡迎的電影《馬德里金庫盜數 90 分鐘》、《拆彈專家 2》、《魔鬼對決》剛好都是動作片類型**。動漫及兒童卡通因疫情居家上課，整體觀看數較去年成長 50%，加上去年底《鬼滅之刃》因劇場版上院線二度爆紅，今年底最新一季「遊郭篇」再上熱門話題，預期明年將持續霸榜。

## 台灣大吃下台灣之星 林之晨：雙方共組 5G 台灣隊

台灣大哥大稍早投下電信業界震撼彈，宣布將吸收合併台灣之星；雙方合併後，台灣之星將為消滅公司。台灣大哥大執行副總暨財務長俞若奚在重訊記者會時表示，台灣大與台灣之星的換股比例為台灣之星 1 股換台灣大 0.04508 股。

台灣大總經理林之晨表示，希望透過兩家公司合併的方式共組 5G 台灣隊。在 5G 頻寬方面，台灣大與台灣之星原本就各自擁有 60MHz 與 40MHz 的 3.5GHz 頻譜，**在雙方合併後，台灣大將擁有 100MHz 3.5GHz 頻寬，是為業界最大 5G 中頻容量**；台灣大指出，雙方公司合併後，加總將有 1.1 萬台 3.5GHz 5G 基地台，**將提供 90% 人口、95% 訊務 5G 涵蓋**。

根據雙方的計畫，台灣之星原有的 40MHz 3.5GHz 5G 網路將會在 5G 台灣隊成立後，應用於智慧工廠等企業垂直場域，以原有公網設備發射，提供不受公網干擾之企業專網服務，在最佳成本效益下，全力加速台灣產業的 5G 智慧升級。

值得注意的是，**台灣大與台灣之星合併後，台灣大用戶數將來到 980 萬戶，直逼龍頭大哥中華電**；林之晨認為，兩方合併後將會帶來大型業者經濟規模，帶來更大的網內互打好處。 【2021/12/30, 科技新報】



# 凱渥攜手蝦皮購物 打造「電商時裝直播秀」



台灣時尚界知名的凱渥逆勢中看見商機，攜手電商平台「蝦皮購物」打造電商時裝直播秀「ONZONE」，短短1小時直播，觀看人次突破10萬；由於打破過往「時裝秀」距離感，創造沉浸式購物體驗感，直播短短1小時內就有多項單品秒殺斷貨，顯見凱渥攜手蝦皮購物合作話題熱度驚人。

消費者在觀賞時裝秀的同時，便能從畫面中看見每件模特兒身穿的單品價格，點選進入商品資訊頁，進行直接下單後商品直送家中，大幅提升購物體驗與效率。除此之外，電商遊戲機制(領券享折扣、搶標贈禮、領取蝦幣等等)，供消費者在觀看直播時，還能體驗多元的折扣遊戲。

。直播流程設計上，期望拉進品牌與觀眾間的距離，在每個品牌走秀結束後，特別加入「直播銷售」環節，由主持人身穿該品牌服飾與觀眾互動，甚至邀請品牌方參與聊天，即時解答消費者疑問。【[2021/12/28, 中時新聞網](#)】

## 春節需求旺 年菜網購戰開打

消費者行為從線下轉移至線上，加上農曆新年來臨，帶動電商平台年菜網購大戰提前開打，網家PChome 24h購物表示，春節假期進入倒數階段，帶動近兩周站上年菜商品銷量較去年同期大幅成長七倍。

2022年春節比2021年提早半個月時間，加上**疫情影響圍爐聚餐需求較以往增加**。Yahoo奇摩購物表示，預購開跑後業績年成長超過一倍，而今年又以名店口碑年菜、養生蔬食年菜、公益年菜等為三大最受歡迎品項。樂天市場則觀察，**今年採購潮較去年提早兩周，自12月下旬就陸續出現「年菜」、「伴手禮」等關鍵字搜尋量**，與去年農曆年前相比約有兩成的成長，帶動訂單成長近1.5成。樂天市場預估，今年整體年貨銷量將可較去年同期成長三成。創業家兄弟旗下生活市集表示，12月以來年菜組銷量有五倍成長，中旬後買氣尤其顯著，顯示不少消費者提早於春節一個半月前就開始準備年菜

此外，Yahoo奇摩購物也表示，**疫情下也推升小家庭、單人或小份量合菜套餐組銷量漲**，今年消費者平均選購二~三道年菜，價格帶千元以下最受青睞。【[2021/12/28, 工商時報](#)】

# 7-11的X-STORE 5號店開箱 有哪些新亮點？



【[2021/12/28, 數位時代](#)】

從2018年開始，7-ELEVEN 推出了第一代X-STORE未來商店，至今以穩定一年拓展一間未來商店的速度持續展店。**12/ 28 日也正式在桃園市大園區推出X-STORE 5號店。**

**X-STORE 5號店如同先前的4代未來商店一般，都有無人的自助體驗區，以及設有服務人員的複合服務區。**在X-STORE 5號店中，自助體驗區14.6坪、複合服務區48坪，共78.3坪，皆為24小時營業。

7-ELEVEN自2018年1月首發表X-STORE 1號店，同年6月起陸續開發**智FUN機、咖啡智FUN機、自助結帳3大智能科技設備**。這些都在過去幾年成為7-ELEVEN擴大服務範疇的利器。智FUN機與咖啡智FUN機可以進駐無法設立店址、需要7-ELEVEN的空白商圈，透過半坪即可開出一家無人迷你超商，進駐各大商辦、科技廠區、政府機關，甚至偏遠的鄉鎮、山腰等。智能自助結帳櫃台陸續於雙北、新竹、桃園、高雄等門市導入30座。

## 行動支付加速普及 看準小額付費潛力

受到COVID-19疫情影響，零接觸消費模式成型，推升行動支付普及度。

1111人力銀行去年11月公布的調查顯示，**高達9成受訪者使用過行動及電子支付工具，使用頻率以LINEPay的65.5%居冠**，其次依序為悠遊卡54%、Apple Pay25.6%、街口支付22.9%、台灣Pay 18%。

Visa去年12月發表消費者支付態度報告指出，**以往不少消費者在大額消費時才選用數位支付，但疫情促使消費者避免接觸、減少使用現金**，身上也習慣減少攜帶現金。調查顯示，**每兩人就有一人即使是200元左右的小額消費都會選擇數位支付**，連鎖超商等小額支付場景將成支付必爭之地。

截至2021年10月底止，國內共有9家專營電子支付機構、20家兼營電子支付機構。電子支付帳戶使用人數約1523萬人，月增1.67%，年增39.34%；其中街口支付用戶超過501萬人、排名第1，一卡通以434.5萬人居次，玉山銀行143萬人排第3。

【[2021/01/02, 經濟日報](#)】

# 燦坤攜華城推快充 逛3C賣場電動車也能充電



【2021/12/30, 數位時代】

看準國內電動車蓬勃發展，燦坤12/29日宣布與機電大廠華城電機旗下電動車充電品牌「華城電能EVALUE」合作，在燦坤3C台中五權店導入電動車快充服務，燦坤董事長林技典表示，快充服務站點將從中台灣往南、北擴散，鎖定充電帶來的「等待經濟」。

燦坤表示，挑選台中作為首站主要是看好台中的消費力，包含2021年2月燦坤打造精品級3C通路「Surpass超越店」，最初也是從台中設點，並陸續拓展到新竹竹北，為了搶攻這群金字塔客層，燦坤超越店有專屬會員制，必須一次消費30萬元才能擁有會員資格。林技典表示，「**利用顧客等待的零碎時間，精確滿足顧客多元、高度體驗的消費需求**，瞄準『等待經濟』串聯起消費模式、完善服務並對接實體門市，勢必為未來零售通路需要掌握到的思考角度。」

## 邊吃麥當勞邊騎車抵銷罪惡感、還能幫手機充電！

一邊吃著高熱量食物一邊運動一邊給手機充電，美食健身充電三不誤？聽起來很夢幻，這是麥當勞新推出的「環保充電單車」，也是響應低碳環保的一項舉措。

最近中國網路上出現了一段顧客在麥當勞用餐時一邊騎行一邊吃漢堡的影片，據了解，**這些環保充電單車，是麥當勞響應低碳環保的一項舉措**。首次出現是在廣東揭陽萬達廣場的麥當勞首家「低碳生活體驗」店裡，上海的部分門市也設有這款單車。**這些健身單車全部由回收塑膠製作，也是麥當勞在中國範圍內升級回收計劃的一部分**。顧客可以一邊用餐一邊騎行，手機放在桌子上，**如果騎行的速度夠快，還能為手機進行無線充電**，某種程度上來說也是助力環保。

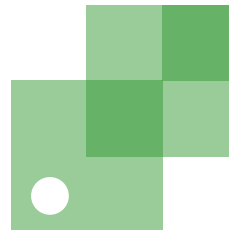


【2021/12/31, 數位時代】



Media  
trend

# 國際視野



在最新一季針對數位影片的變現力、觀眾和內容所進行的追蹤中，我們針對去年第四季，更新了美國聯網電視(CTV)和程序化廣告支出的預測。

## 廣告商將在聯網電視上花費多少？

去年10月，我們將對2022年美國 CTV 廣告支出的預測從 174.4 億美元上調至 191.0 億美元。

## 有多少程序化廣告支出用於線上影音？

到 2022 年，線上影音將占美國所有程序化展示廣告支出的一半以上。

## 人們會重拾他們之前取消訂閱的串流服務嗎？

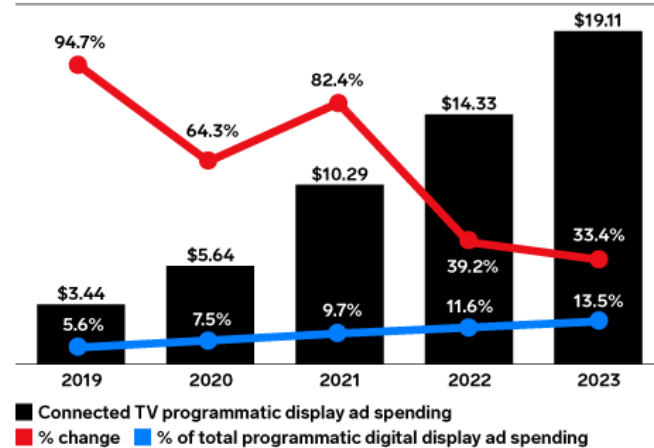
根據勤業眾信 2021 年 8 月的調查，近一半的千禧世代和 34% 的美國 Z 世代表示，它們在取消訂閱串流服務後的一年內，又重新訂閱了該服務。

## Netflix 將如何在原創節目和授權節目之間分配其支出？

根據標普全球 (S&P Global)市場研究團隊 Kagan 的數據，Netflix 將把原創內容的預算占比從 2020 年的 37.8% 提高到 2025 年的 46.5%。

### US Connected TV Programmatic Display Ad Spending, 2019-2023

billions, % change, and % of total programmatic digital display ad spending



Note: digital display ads transacted or fulfilled via automation, including everything from publisher-erected APIs to more standardized RTB technology; includes native ads and ads on social networks like Facebook and Twitter; includes advertising that appears on connected TV (CTV) devices; excludes network-sold inventory from traditional linear TV and addressable TV advertising  
Source: eMarketer, Nov 2021

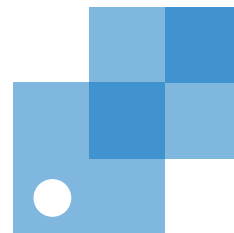
271237

eMarketer | InsiderIntelligence.com

2019-2023  
美國聯網電視(CTV)程序化廣告花費

New  
Idea

# 科技瞭望



2021百度Create大會（AI開發者大會）在首次亮相的元宇宙「希壤」APP平台盛大登場，為中國首次以元宇宙形式舉辦科技大會，可容納10萬人同時上線，成為各界注目的焦點。

走進希壤的元宇宙世界，它是由**百度創造的Creator City（創造者之城）**所建構而成，使用者可以透過手機、平板或VR裝置進入這個虛擬世界，與裡面的使用者進行對話、行走、分享照片、交流與看展，同時裡面也有一個語音助手「小度」，能幫使用者解答疑惑。而在實際走入希壤之前，使用者就必須先創造一個專屬於自己的虛擬形象，完成之後才有辦法進入這座創造者之城。這座創造者之城乍看下很像寶可夢的世界，只是較多專注於人與人之間的互動、分享。

除此之外，在活動中的另一大亮點，就是**百度智能雲數字人平台「曦靈」**的登場，用以作為各產業多種數位人生成（Digital Generation）內容生產服務。以曦靈技術做基底，百度首席技術官王海峰展示了如何用「說」的方式畫出一幅山水畫。王海峰一說「百度大腦，我們一起創作一幅山水畫吧！」接著，他就開始描繪出山水畫的情景。他提到，此**水墨畫都是百度大腦應用所生成，這些應用的背後是知識增強大模型**，帶來更加強大和智慧的AI能力，以及語音、視覺、自然語言處理、知識圖譜、VR/AR等技術的融合創新。

知識增強大模型讓百度大腦的藝術創作越來越強，預期未來將為世界帶來更多元的AI應用發展，而這可能基礎於元宇宙世界，也可能落實在真實世界的場域。



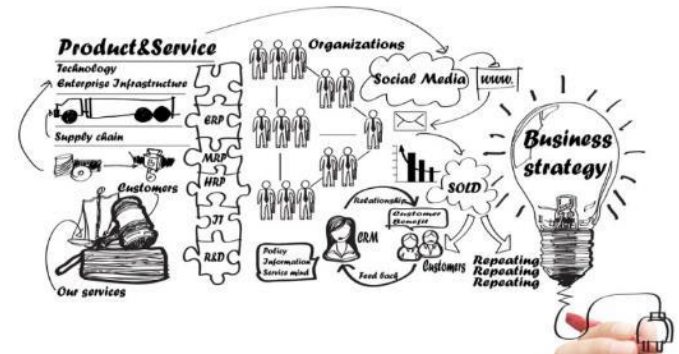
希壤世界的樣貌與寶可夢相似  
來源：百度



技術長王海峰「說」出一幅山水畫  
來源：百度

Project

# 專案介紹



<http://ppt.cc/7VY2g>





### 第17屆 KKBOX 音樂風雲榜

2022 年大型音樂盛會，隆重呈獻

- 日期** | 2022.02.26 07:00pm - 10:30pm (GMT+08:00)
- 入場資格** | KKBOX 付費會員及主要贊助商索票入場
- 電視轉播** | 台灣、香港、新加坡、日本、馬來西亞 (TBC)
- 網路直播** | KKBOX、Facebook、YouTube 與其他合作媒體



\* 以最終合作媒體為準

### 官網索票活動 | 贊助商置入 (詳細內容 TBC)

- 第16屆風雲榜索票 | 贊助商露出位置
- 【合作方式】Logo 露出與 Banner 置入



圖為第16屆風雲榜露出畫面，本屆將以實際規劃內容為主

### 電視宣傳 | 露出廣告影片 / 聯合 Logo 字卡

【合作方式】前期風雲榜電視宣傳置入品牌 5 秒影片廣告 / 聯合 Logo 字卡曝光

#### 【後 5 秒獨立 tag on】

第 17 屆風雲榜播出平台 (TBC) : 台視 / 東森

#### 【後 5 秒聯合 Logo 字卡】

第 17 屆風雲榜播出平台 (TBC) : 台視 / 東森



### 社群宣傳 | FB Post、IG Story 曝光

#### 【社群貼文 Hashtag】

- 風雲榜從索票、活動宣傳、卡司公佈到典禮當天，均會有社群宣傳操作，總觸及數逾 3 百萬次。
- Hashtag 置入：每篇貼文限 4 個 # (每個客戶限 2 個)
- 第 17 屆風雲榜社群啟動日：2021/12月-2022/2 月

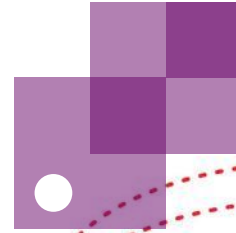
#### 【社群獨立感謝 & 戶外攤位宣傳貼文】

- 社群獨立感謝貼文：以客戶視覺圖，搭配特別感謝的文案，直接帶出客戶品牌形象。也可外連客戶網站
- 戶外攤位宣傳貼文：於典禮當天進行戶外攤位曝光宣傳 (不過稿)



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	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	4.55
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.59
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	2.71
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.31
5	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	2.23
6	航海王27	TTV	卡通影片	1.85
7	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.43
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.41
9	2022台灣燈會會前會高雄跨	FTV	特別節目	1.40
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.37
11	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.22
12	醫學大聯盟娘家大紅麴	FTV	競賽綜藝	1.03
13	這事有影嘸KUTSU雙月太膠	FTV	資訊綜藝	1.00
14	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.97
15	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	0.95
16	1300黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	0.92
17	2022閃耀台中跨年夜	TTV	特別節目	0.91
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.90
19	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.86
20	醫學大聯盟	FTV	競賽綜藝	0.83

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.79
2	天之驕女PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	2.57
3	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	2.19
4	臺北最HIGH新年城跨年晚會	ETTV	特別節目	1.70
5	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.39
6	新台灣加油預謀違建水保風	SETN	新聞性質節目	1.17
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.16
8	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.15
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.14
10	新台灣加油莊園大違建爆內	SETN	新聞性質節目	1.04
11	新台灣加油唯一政見會火轟	SETN	新聞性質節目	1.02
12	鄭知道了韓國瑜出手替找出	SETN	新聞性質節目	1.02
13	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.01
14	延禧攻略	ONTV	大陸劇	1.01
15	鄭知道了搶救顏大兵噴墨汁	SETN	新聞性質節目	1.01
16	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.99
17	新台灣加油顏凡爾賽宮大違	SETN	新聞性質節目	0.97
18	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.96
19	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.96
20	新台灣加油顏自爆16檢盯他	SETN	新聞性質節目	0.92

## 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	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	3.16
2	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	1.69
3	2022閃耀台中跨年夜	TTV	特別節目	1.24
4	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
5	航海王27	TTV	卡通影片	1.11
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.96
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.92
8	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	0.91
9	這事有影嘸KUTSU雙月太膠	FTV	資訊綜藝	0.81
10	2022台灣燈會會前會高雄跨	FTV	特別節目	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	1.92
2	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	1.80
3	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	1.61
4	航海王27	TTV	卡通影片	1.34
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.26
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.03
7	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	0.93
8	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	0.86
9	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	0.81
10	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.70

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	3.15
2	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	3.14
3	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	2.04
4	航海王27	TTV	卡通影片	1.79
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.58
6	綜藝3國智福爾額溫槍	TTV	競賽綜藝	1.51
7	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.46
8	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.24
9	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.23
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.23

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	7.89
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.78
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	5.34
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	4.07
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.59
6	2022台灣燈會會前會高雄跨	FTV	特別節目	2.18
7	航海王27	TTV	卡通影片	2.15
8	1300黃金歲月孫東寶	FTV	閩南語連續劇	1.88
9	醫學大聯盟娘家大紅麴	FTV	競賽綜藝	1.75
10	全明星運動會3大誠保險經	TTV	競賽綜藝	1.67



## 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	臺北最HIGH新年城跨年晚會	ETTV	特別節目	1.57
2	天之驕女PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	0.94
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.94
4	2022閃耀台中跨年夜	SL2	特別節目	0.78
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.78
6	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	0.73
7	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.70
8	1300若是一個人	GTV-D	閩南語連續劇	0.56
9	1400現正分手中蘿琳亞塑身	GTV-D	韓劇	0.56
10	1500現正分手中蘿琳亞塑身	GTV-D	韓劇	0.56

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天之驕女PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	2.65
2	臺北最HIGH新年城跨年晚會	ETTV	特別節目	1.98
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.53
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.09
5	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	0.99
6	全明星運動會永信藥品	SL2	競賽綜藝	0.88
7	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	0.82
8	機智校園生活十全果醋	TVBSG	國語連續劇	0.80
9	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.75
10	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.69

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	臺北最HIGH新年城跨年晚會	ETTV	特別節目	2.15
2	天之驕女PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	2.04
3	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	1.18
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.16
5	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	1.06
6	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.01
7	機智校園生活十全果醋	TVBSG	國語連續劇	0.94
8	綜藝玩很大FORA福爾旗艦六	SL2	娛樂綜藝	0.94
9	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.84
10	惡意編年史	*SCM	外片	0.76

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	5.02
2	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	娛樂綜藝	3.99
3	天之驕女PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	3.74
4	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	閩南語連續劇	2.08
5	新台灣加油唯一政見會火轟	SETN	新聞性質節目	2.05
6	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	閩南語連續劇	1.96
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.96
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.58
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.49
10	臺北最HIGH新年城跨年晚會	ETTV	特別節目	1.44





# 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	0.82	0.43	0.49	0.52	1.36
TTV/台視	0.61	0.27	0.43	0.40	0.95
FTV/民視	0.43	0.16	0.13	0.19	0.82
CTS/華視	0.24	0.20	0.10	0.21	0.33

有線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
TVBSN/TVBS新聞台	0.56	0.22	0.27	0.56	0.84
SETN/三立新聞	0.46	0.10	0.13	0.33	0.84
ET-N/東森新聞	0.46	0.17	0.20	0.40	0.73
FTVN/民視新聞	0.41	0.07	0.17	0.25	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.27	0.06	0.07	0.17	0.50
EFNC/東森財經新聞台	0.19	0.03	0.07	0.15	0.33
NTVN/壹新聞	0.17	0.07	0.09	0.18	0.26
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.03	0.13	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.04	0.04	0.08	0.14

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	黃金歲月孫東寶	FTV	4.55
2	天之驕女PP石墨烯塑崩褲	SANLI	2.57
3	戲說台灣FORA福爾血氧濃度	SANLI	1.39
4	生生世世晶亮醇葉黃素	SANLI	1.15
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.14
6	延禧攻略	ONTV	1.01
7	1300黃金歲月孫東寶	FTV	0.92
8	新台灣奇案娘家明適保	FTV	0.80
9	吹吧微風	GTV-D	0.77
10	福爾額溫槍俗女養成記2	CTS	0.74

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.59
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.79
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	2.71
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.31
5	全明星運動會3大誠保險經	TTV	2.23
6	超級夜總會PP石墨烯超導被	SANLI	2.19
7	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	1.43
8	醫學大聯盟娘家大紅麴	FTV	1.03
9	這事有影嘸KUTSU雙月太膠	FTV	1.00
10	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	0.97

## 新聞類/全體

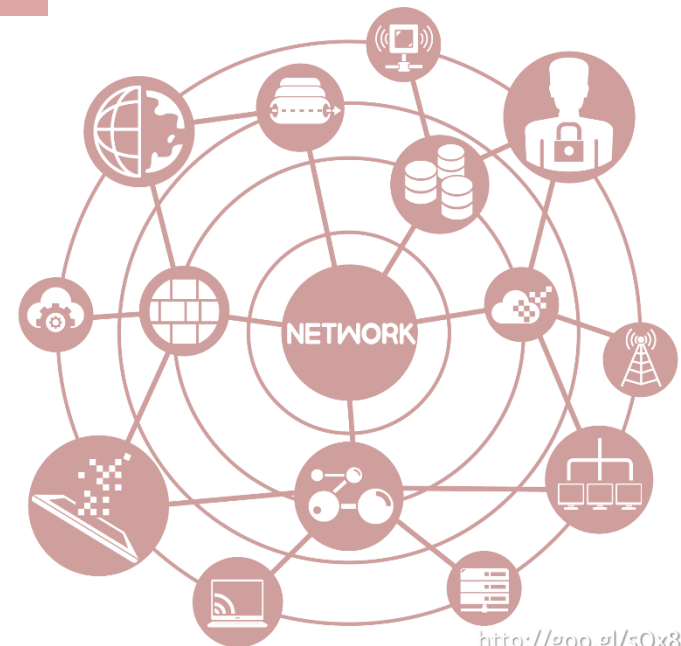
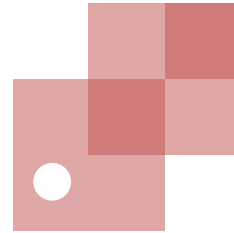
No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油預謀違建水保風	SETN	1.17
2	台灣最前線	FTVN	1.16
3	新台灣加油莊園大違建爆內	SETN	1.04
4	新台灣加油唯一政見會火轟	SETN	1.02
5	鄭知道了了韓國瑜出手替找出	SETN	1.02
6	新台灣加油	SETN	1.01
7	鄭知道了搶救顏大兵噴墨汁	SETN	1.01
8	非凡最前線	UBN	0.99
9	新台灣加油顏凡爾賽宮大違	SETN	0.97
10	驚爆新聞線2200	SETN	0.96

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.41
2	呷飽未	SANLI	0.72
3	詹姆士出走料理磐石集團	GTV-1	0.57
4	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.53
5	型男大主廚一家人鈣月太高	SL2	0.46
6	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.45
7	非凡大探索	UBN	0.36
8	食尚玩家呷PLAY	TVBSG	0.34
9	直21 22NBA快VS籃	VLSPT	0.33
10	就是這味會動的文藝復興	SL2	0.33

Network

# 網路觀察



<http://goo.gl/sQx81T>

# 15-24歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Microsoft Sites	1,570	95	314	42	45	11,729	4	7
2 Yahoo	1,497	90	173	55	129	9,909	6	7
3 Google Sites	1,477	89	467	415	236	39,484	10	27
4 LINE Corporation	889	54	260	1	1	728	2	1
5 Facebook	806	49	135	28	27	7,707	4	10
6 PIXNET Digital Media Corporation	711	43	53	2	3	1,877	1	3
7 Dcard	615	37	139	24	15	6,727	4	11
8 UDN Group	544	33	23	1	2	882	1	2
9 Wikimedia Foundation Sites	507	31	49	5	7	2,296	2	5
10 Valve Corporation	490	30	198	2	1	598	3	1
11 TWITCH.TV	367	22	253	14	27	15,790	1	43
12 ETtoday & EMI Group	338	20	46	3	3	1,768	2	5
13 Oneup Network Corporation	333	20	42	9	9	2,259	4	7
14 Cite Media Holding Group	321	19	15	1	2	494	2	2
15 Liberty Times Group	320	19	24	1	1	838	1	3
16 Want Media Group	306	18	16	1	1	543	1	2
17 Shopee Pte Ltd	304	18	32	5	6	1,460	3	5
18 KKNEWS.CC	291	18	16	1	1	516	1	2
19 The News Lens	277	17	20	0	1	700	0	3
20 Spotify	274	17	91	0	0	306	1	1

\* With the release of Nov 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Nov 2021

# 25-34歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Yahoo	2,381	100	436	171	236	29,155	6	12
2 Microsoft Sites	2,336	98	408	91	129	21,865	4	9
3 Google Sites	2,137	90	767	821	487	70,287	12	33
4 LINE Corporation	1,462	61	552	12	8	2,518	5	2
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,391	58	144	7	10	5,412	1	4
6 UDN Group	1,387	58	69	3	5	2,418	1	2
7 Facebook	1,284	54	287	84	106	18,482	5	14
8 Dcard	996	42	168	14	13	6,471	2	6
9 Liberty Times Group	959	40	89	13	21	3,144	4	3
10 ETtoday & EMI Group	904	38	143	40	19	5,467	7	6
11 Want Media Group	821	34	56	2	4	1,990	1	2
12 Shopee Pte Ltd	766	32	96	25	33	5,414	5	7
13 Fubon Multimedia Technology	715	30	62	13	19	2,678	5	4
14 Cite Media Holding Group	685	29	39	3	3	1,329	2	2
15 Wikimedia Foundation Sites	638	27	83	16	25	4,630	3	7
16 TVBS.COM.TW	628	26	55	2	3	1,861	1	3
17 Sanlih Media Group	602	25	49	3	4	1,649	2	3
18 Next Digital Limited	590	25	21	0	1	741	1	1
19 Hearst	561	24	162	2	6	5,253	0	9
20 CW Group	550	23	34	2	2	1,148	2	2

\* With the release of Nov 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Nov 2021



# 35-44歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Yahoo	1,298	100	386	115	150	25,438	5	20
2 Microsoft Sites	1,268	98	233	35	53	13,310	3	10
3 Google Sites	1,164	90	435	407	226	36,950	11	32
4 UDN Group	840	65	65	35	59	7,277	5	9
5 PIXNET Digital Media Corporation	764	59	63	4	5	2,149	2	3
6 Facebook	734	57	179	31	33	10,845	3	15
7 LINE Corporation	672	52	270	3	3	1,466	2	2
8 Want Media Group	582	45	44	2	3	1,473	1	3
9 Liberty Times Group	492	38	51	3	5	1,952	2	4
10 ETtoday & EMI Group	486	37	98	13	11	4,050	3	8
11 Fubon Multimedia Technology	441	34	49	16	18	2,433	7	6
12 Next Digital Limited	414	32	26	13	12	3,215	4	8
13 Shopee Pte Ltd	408	31	66	15	21	3,768	4	9
14 Sanlih Media Group	407	31	39	4	4	1,344	3	3
15 TVBS.COM.TW	398	31	33	2	2	1,063	1	3
16 Cite Media Holding Group	379	29	21	2	3	705	2	2
17 Dcard	365	28	41	1	2	1,345	1	4
18 Wikimedia Foundation Sites	343	26	33	3	4	1,269	2	4
19 NOWnews	329	25	26	2	2	853	2	3
20 Bnext Media	263	20	12	0	0	358	1	1

\* With the release of Nov 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Nov 2021

# 45-54歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Yahoo	1,040	100	280	113	137	18,294	6	18
2 Microsoft Sites	996	96	168	27	40	8,465	3	8
3 Google Sites	915	88	307	175	113	21,792	8	24
4 UDN Group	630	61	45	37	62	2,916	13	5
5 PIXNET Digital Media Corporation	529	51	35	2	2	1,203	1	2
6 Facebook	524	50	117	24	24	7,263	3	14
7 LINE Corporation	519	50	162	1	1	499	2	1
8 Want Media Group	470	45	34	4	5	1,289	3	3
9 Fubon Multimedia Technology	436	42	47	11	12	1,845	6	4
10 Shopee Pte Ltd	362	35	55	9	15	2,856	3	8
11 ETtoday & EMI Group	354	34	45	3	3	1,645	2	5
12 Sanlih Media Group	323	31	24	2	2	816	3	3
13 TVBS.COM.TW	308	30	21	1	1	688	1	2
14 Liberty Times Group	300	29	35	3	3	1,380	2	5
15 PChome Online	262	25	27	4	8	1,126	4	4
16 NOWnews	238	23	19	1	1	637	2	3
17 RUTEN.COM.TW	231	22	22	5	7	915	6	4
18 Wikimedia Foundation Sites	227	22	22	4	4	995	4	4
19 Next Digital Limited	226	22	12	3	3	605	5	3
20 CW Group	206	20	13	1	1	419	2	2

\* With the release of Nov 2021 data,

[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, Nov 2021

W e l c o m e

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：宏將廣告行銷策略部

E-mail：[MediaResearch@mediadrive.biz](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

電話：02-2509-5557#123

