

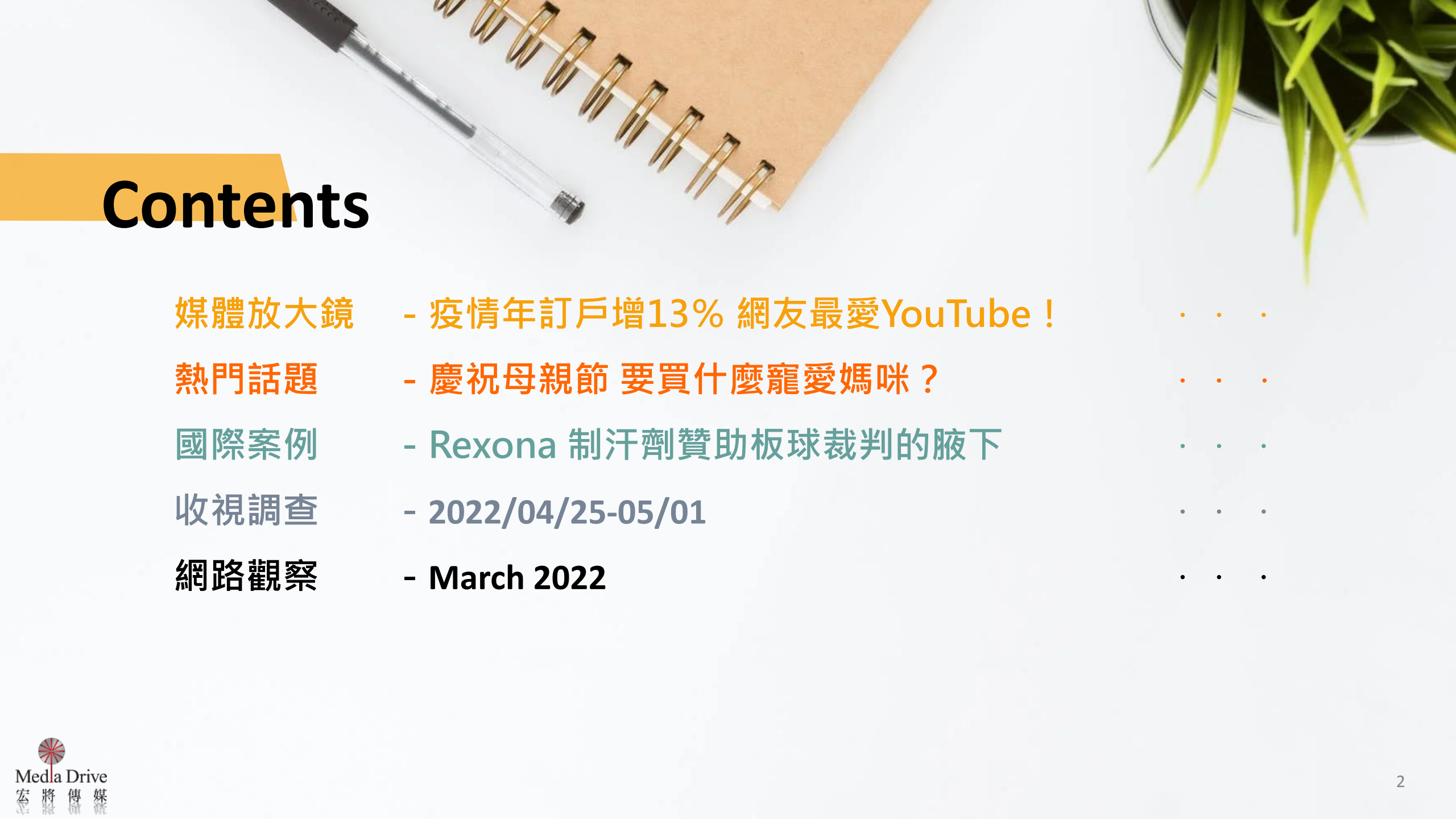
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2218

04.25 ~ 05.01





Contents

媒體放大鏡	- 疫情年訂戶增13% 網友最愛YouTube !	. . .
熱門話題	- 慶祝母親節 要買什麼寵愛媽咪？	. . .
國際案例	- Rexona 制汗劑贊助板球裁判的腋下	. . .
收視調查	- 2022/04/25-05/01	. . .
網路觀察	- March 2022	. . .

媒體放大鏡

- Media News



疫情年訂戶增13% 網友最愛YouTube！

串流平台追劇已經成了許多人生活中的一部分。根據資策會產業情報研究所（MIC）的調查，高達76%網友有觀看影音串流的習慣，而**前五大受歡迎平台依序為YouTube（68%）、Netflix（38%）、LINE TV（21%）、愛奇藝臺灣站（19%）與巴哈姆特動畫瘋（10%）**，三成網友在2021年增加觀看頻率。

另外，調查也顯示，**曾觀看的消費者有54%已付費訂閱，其中13%為2021年加入的首訂族**，另有14%於2021年增加訂閱數量。資深產業分析師王琬昀指出，**疫情與消費者對影音串流的觀念轉變，是2021年臺灣訂閱數成長的兩大要素**，未來受到疫情演變與通膨等外在經濟因素影響，訂閱數是否下降值得觀察，不過整體而言，臺灣消費者平均訂閱數量不到2個，市場仍有成長空間。

根據資策會MIC調查，臺灣影音串流訂閱者平均月付242元，其中56%月付100~300元，另有23%月付300~500元。進一步不同年齡層的付費訂閱比例，可發現**26~30歲族群的付費訂閱比例最高（65%），其次為56~60歲族群（62%）**。

資策會MIC表示，已有四成以上訂閱者訂閱一個以上平台，顯示同時訂閱多平台逐漸成為趨勢，可觀察到有28%付費訂閱者同時訂閱2個平台、13%同時訂閱3個平台等。【[2022/04/28, 數位時代](#)】

瞄準疫後旅遊市場！Google 推新版旅遊服務平台



【[2022/05/03, INSIDE](#)】

在美國境內逐漸從疫情恢復過往生活模式之際，旅遊顯然會是接下來準備復甦產業，而 Google 稍早宣布更新旗下 Google Flights 等旅遊相關服務，讓使用者能更方便透過網路方式規劃未來最長半年內的旅遊計畫。

在新版 Google Flights 服務中，Google 將讓使用者能追蹤未來 3-6 個月之間，位於兩地的飛機航班票價，同時也能協助使用者更容易找到旅遊目的地的景點資訊；住宿部分，目前也能透過旅遊服務尋找當地鄰近的飯店或是民宿。藉由新版旅遊服務，**Google 將讓使用者能更方便透過一站式規劃，直覺地安排下一趟旅遊行程，並且提前知曉當地氣候狀況，以及當前的防疫措施等資訊。**

目前新版旅遊服務資訊也已經開放台灣等地區使用，而**數據來源自然是來自與 Google 合作的第三方業者，其中也包含透過付費廣告加強宣傳的資訊**，因此推薦結果建議使用者可以自行多比較，找到適合自己預算與需求更為重要。

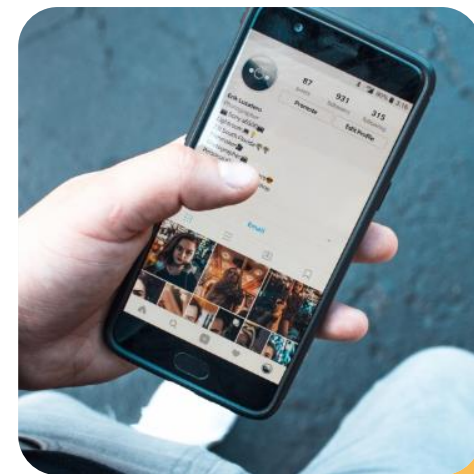
Instagram短影音Reels登台 正面迎戰TikTok！

Instagram短影音功能「Instagram Reels」28日正式在台灣上線，用戶可以錄製15-60秒的短片，加入濾鏡特效，並從Instagram音樂庫中選擇配樂。母公司Meta指出，Reels功能自2020年在國外上線後，已成為旗下成長最快的內容形式。

這項新功能預期將成為品牌社群廣告新戰場，社群經營專家電商人妻Audrey建議，品牌應把握這個月的流量紅利期，廣泛進行行銷手法實測、擬定戰略。

Instagram Reels 2020年8月就已經在國外推出，台灣在今年終於通過音樂版權的審核，正式在APP上線，用戶更新後，Reels的圖示就會出現在下方功能列的正中央，點開便可以滑動觀看連續短影片的內容。影片中可以標註店家、地標、Hashtag等資訊，Meta表示，未來Instagram不排除會為創作者推出透過Reels創造收益的方法，壯大創作者經濟。

【[2022/04/28, 數位時代](#)】



Google計畫在YouTube Shorts短影片服務增加廣告



【[2022/04/28, mashdigi](#)】

自2020年推出的YouTube Shorts短影片服務取得明顯成功，並且順利協助YouTube持續成為獲利來源之後，Google接下來也計畫在此項服務增加更多廣告，藉此帶動更多營收機會。

依照目前數據顯示，YouTube Shorts短影片服務已經累積達每天超過300億的觀看量，相比去年同期成長幅度達4倍以上，因此預期日後加入廣告內容之後，將能讓YouTube服務增加更多營收。

而依照Google商務長Philipp Schindler說明，初期在YouTube Shorts短影片服務出現的廣告，將以引導安裝app，或是內容宣傳為主的廣告內容，預期未來也會加入更多充滿互動性的廣告。不過，是否會因為增加廣告而影響觀看量，或許就要看Google如何在此項服務規劃更合適的廣告型態，否則可能會產生反效果。

Snap推可自拍小型空拍機 APP加碼導演模式



為了讓使用者能創造更多影像內容，Snap繼過去推出的Spectacles系列眼鏡之後，再次推出新款可輔助使用者拍攝內容的小型空拍機Pixy，同時也宣布在Snapchat增加全新名為「導演模式」的編輯工具。

主要設定會透過上方旋鈕進行操作，Pixy即可依照設定飛行路徑起飛，例如懸停、往後、往前等飛行方式，並且可協助使用者拍攝簡短影像，接著重返使用者手上，在拍攝之後也會透過無線傳輸方式將拍攝內容上傳至Snapchat Memories，或是由使用者進行後製再上傳。

另外，Snap也針對Snapchat推出新版「導演模式」編輯工具，可讓使用者直接透過軟體綠幕方式套用不同背景，同時加入更多特效，甚至可以調整影片速度，或是同時開啟前後鏡頭進行拍攝，讓使用者能以此創作更多影片內容。【[2022/04/30, 聯合新聞網](#)】

真香！日本大學開發「嗅覺顯示器」

色彩學上的「三原色」，不論是繪畫或印刷上所指的藍、紅、黃（CMY），或是顯示器所呈現出的紅、綠、藍（RGB），混合後幾乎可以重現出所有可見的顏色。然而氣味呢？東京工業大學日前宣布，藉由分析大量氣味，已篩選出二十餘種「要素氣味」。透過改變要素的比例調合，成功開發出史上第一款「嗅覺顯示器」。

團隊認為，現階段的成果可運用在表演藝術、廣告，以及與嗅覺相關的照護、或醫療現場等情境，帶給人們的更多樣且正面的情緒及好心情。

研究團隊也期望未來能打造一個紀錄「要素氣味」構成比例的氣味 Library，只要電腦一個指令，瞬間就可以散發出各式各樣的氣味。氣味資訊若透過網路傳送，未來或可應用在影片、動畫、遊戲、甚至線上商店的遠端模式，據日媒報導，已有複數的企業對此研究結果表達興趣。【[2022/04/27, 聯合新聞網](#)】



相中漫畫IP發展潛力大 文策院砸重本助攻

近年《神之鄉》《用九柑仔店》及《勇者系列》等**台灣漫畫改編影視作品獲關注**，證明台漫IP潛力，但也面臨本土市占率低，日本漫畫、韓國網漫強勢競爭等難題。文策院今年預計投入5,500萬元進行台漫策進，較去年成長2,000萬元，用於漫畫產製、平台營運、人才培育、國內外行銷等。

文策院副院長兼漫畫產業小組召集人盧俊偉提出**振興台漫產業的「6化」策略：題材多元化、數位化、產品化、產業化、國際化、高值化**。並藉《CCC創作集》**漫畫數位平台與民間出版社合作，打開市場**。盧俊偉表示，日本漫畫產業也曾遭遇紙漫閱讀人口流失的問題，原先也排斥經營電子漫畫，後來才發現電子漫畫是另一個機會，「紙本書與電子書不是競爭關係，而是為了因應數位閱讀人口，勢必要往這個方向（數位化）走。」

文策院也計畫瞄準東南亞，盧俊偉觀察，泰國能接納多元題材、願意付費，網漫市場在該國快速成長。由於韓國網漫平台LINE WEBTOON、KAKAO WEBTOON已進軍當地，期盼未來與平台合作，借力使力把台漫輸入泰國市場。【[2022/04/28, 鏡週刊](#)】

Netflix攜手日本夥伴推出動畫電影 看好亞太地區成長

影片串流業者Netflix 26日宣布與日本動畫製作公司Studio Colorido敲定一項交易案，將攜手合作多部動畫電影，顯示這個串流巨頭正加緊腳步推出動畫產品，並期盼亞洲業務進一步成長。

對Netflix而言，動畫作品不論在日本或全球市場都頗具吸引力，例如有近九成日本用戶觀賞動畫，也有近半數全球用戶在去年觀賞動畫，Netflix的競爭對手亞馬遜和迪士尼也正加快腳步推出這類內容。Netflix日本內容部副總裁板本嘉太接受路透專訪時說：「為了在全球取得成功，我們必須先拿下日本在地市場。」

亞太地區是Netflix上季財報的唯一亮點，Netflix上季訂閱戶數為十年來首度流失。Netflix表示，在亞太地區看見良好的成長。【[2022/04/27, 經濟日報](#)】



熱門話題

- Hot Topics



慶祝母親節 要買什麼寵愛媽咪？

每年5月的第二個星期日為一年一度的母親節，也是各大產業一年一度的行銷重要檔期，本週宏將週報將帶您一起解析關於母親節，網路行銷最熱烈的是哪些產業！



母親節必備蛋糕

不論贈送什麼禮物，母親節均少不了蛋糕慶祝，行銷熱度也最夯



疫起餐廳拼外送

疫情下餐飲業者力拼外送及宅配，讓消費者居家也能以美食配佳節



家電優惠寵媽咪

家電品牌接連推出抽獎及促銷活動，標榜寵愛媽咪的最佳禮物



保養肌膚愛自己

保養品同樣推出優惠活動，吸引女性消費者購入寵愛自己



國際案例

- Case Share



Rexona 制汗劑贊助板球裁判的腋下

對於 2020 年至 2021 年在澳洲舉辦的板球聯賽 (Big Bash League, BBL)，聯合利華旗下的制汗劑品牌 Rexona Clinical Protection 在為期三個月的比賽中採取了意想不到的媒體佈局，他們將 Logo 及品牌名稱印製在裁判制服的腋下。

Pitvertising 這動作是由合作的創意公司所發明的，他們注意到板球裁判會舉起一隻或兩隻手臂來對比賽進行判決。在做出判決時，例如讓一名球員出局，Rexona 的 Logo 就會從隱藏的位置顯露出來。

該聯賽的襯衫贊助商在 61 場比賽中所有裁判的襯衫上都印製了 Logo，並贊助一支 15 秒及一支 30 秒的電視廣告，該廣告強調在任何高壓的時刻，制汗劑都能提供“三倍”的保護力。

Rexona 同時與廣播公司 Channel 7 和 Fox Sports 合作，將 Pitvertising 整合到 wicket replays 中，同時透過店內促銷進一步推廣該活動。

根據研究報告指出，Pitvertising 活動在 BBL 賽季期間將 Rexona Clinical 在澳洲的銷售額提高了 10%。報告更指出，該影片在整個賽季中獲得了 13.5 億次觀看，5500 萬次的媒體印象，在活動期間共發布了 22,393 條帶有 #Pitvertising 標籤的推文。Pitvertising 還獲得了 2022 年亞太創意廣告大賞 Spikes Awards 的戶外類大獎。



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	黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.40
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.83
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	3.00
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.77
5	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.84
6	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.73
7	航海王27	TTV	卡通影片	1.62
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.56
9	2100美麗人生PANASONIC	TTV	閩南語連續劇	1.41
10	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.26
11	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.23
12	美麗人生PANASONIC	TTV	閩南語連續劇	1.20
13	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.17
14	台灣傳奇鴿子	FTV	國台語單元劇	1.17
15	錦繡南歌2000	CTV	大陸劇	1.03
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
17	綜藝3國智福爾六合一	TTV	競賽綜藝	0.95
18	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.93
19	錦繡南歌2100	CTV	大陸劇	0.93
20	1300黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.91

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	2.28
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	2.16
3	一家團圓iOiO超口感茼蒿	SANLI	閩南語連續劇	2.02
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.27
5	戲說台灣御品苑創樂舒外用	SANLI	閩南語連續劇	1.10
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.10
7	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.04
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.96
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.94
10	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.94
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.92
12	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.86
13	紅天機	GTV-D	韓劇	0.86
14	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.81
15	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.80
16	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.78
17	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.78
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.75
19	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.74
20	詹姆士出走料理磐石集團	GTV-1	美食、旅遊節目	0.74

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	黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.69
2	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.66
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.22
4	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	1.13
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.99
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.91
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
8	2100美麗人生PANASONIC	TTV	閩南語連續劇	0.88
9	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	0.87
10	Penthouse上流社會	CTV	韓劇	0.80

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	1.86
2	黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.75
3	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.53
4	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.32
5	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.31
6	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.26
7	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	1.16
8	美麗人生PANASONIC	TTV	閩南語連續劇	1.09
9	2100美麗人生PANASONIC	TTV	閩南語連續劇	1.07
10	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	0.96

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.69
2	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	2.53
3	航海王27	TTV	卡通影片	2.00
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.98
5	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.88
6	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	1.69
7	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.61
8	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.52
9	綜藝3國智福爾六合一	TTV	競賽綜藝	1.37
10	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.35

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	7.65
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.83
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	5.30
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	5.05
5	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.58
6	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	2.51
7	2100美麗人生PANASONIC	TTV	閩南語連續劇	2.10
8	台灣傳奇鴿子	FTV	國台語單元劇	2.10
9	1300黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.92
10	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.87



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	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.10
2	1800偶然成為社長永德生技	ET-D	資訊綜藝	0.99
3	婦癌健康揭密TVBS健康2 0	TVBSN	新聞性質節目	0.86
4	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	0.71
5	一家團圓iOiO超口感蒟蒻	SANLI	閩南語連續劇	0.69
6	原子少年	TVBSG	競賽綜藝	0.69
7	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.68
8	機智校園生活	TVBSG	國語連續劇	0.63
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.61
10	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.60

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓iOiO超口感蒟蒻	SANLI	閩南語連續劇	2.11
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.40
3	戲說台灣御品苑創樂舒外用	SANLI	閩南語連續劇	1.13
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.03
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.02
6	機智校園生活	TVBSG	國語連續劇	0.97
7	老闆真有趣好吃大碗又便宜	VLJP	美食、旅遊節目	0.68
8	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	0.67
9	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.57
10	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.56

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓iOiO超口感蒟蒻	SANLI	閩南語連續劇	1.68
2	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.33
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.03
4	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.93
5	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.90
6	食尚玩家熱血48小時明星三	TVBSG	美食、旅遊節目	0.78
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.75
8	婦癌健康揭密TVBS健康2 0	TVBSN	新聞性質節目	0.74
9	機智校園生活	TVBSG	國語連續劇	0.73
10	紅天機	GTV-D	韓劇	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	4.37
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	3.76
3	一家團圓iOiO超口感蒟蒻	SANLI	閩南語連續劇	2.75
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.13
5	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.69
6	戲說台灣御品苑創樂舒外用	SANLI	閩南語連續劇	1.64
7	烏俄開戰烽火恩仇錄	SETN	新聞性質節目	1.32
8	紅天機	GTV-D	韓劇	1.27
9	鄭知道了爆日增確診50萬恐	SETN	新聞性質節目	1.24
10	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	1.14



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	0.96	0.53	0.51	0.54	1.61
TTV/台視	0.69	0.29	0.43	0.49	1.07
FTV/民視	0.38	0.11	0.09	0.17	0.74
CTS/華視	0.27	0.11	0.16	0.19	0.41

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	0.64	0.30	0.28	0.65	0.92
ET-N/東森新聞	0.54	0.20	0.23	0.47	0.85
SETN/三立新聞	0.43	0.09	0.11	0.29	0.79
FTVN/民視新聞	0.40	0.06	0.14	0.26	0.75
ERA-N/年代新聞台	0.28	0.06	0.08	0.15	0.54
NTVN/壹新聞	0.21	0.11	0.10	0.21	0.32
UBN/非凡新聞	0.17	0.05	0.04	0.15	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.08	0.03	0.10	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.02	0.04	0.06	0.15

* 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	黃金歲月大同氣密窗	FTV	4.40
2	一家團圓iOiO超口感蒟蒻	SANLI	2.02
3	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	1.73
4	2100美麗人生PANASONIC	TTV	1.41
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.27
6	美麗人生PANASONIC	TTV	1.20
7	台灣傳奇鴿子	FTV	1.17
8	戲說台灣御品苑創樂舒外用	SANLI	1.10
9	錦繡南歌2000	CTV	1.03
10	錦繡南歌2100	CTV	0.93

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.10
2	非凡最前線	UBN	0.96
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.94
4	關鍵時刻	ET-N	0.94
5	少康戰情室	TVBS	0.92
6	新台灣加油	SETN	0.86
7	台灣啟示錄	ET-N	0.81
8	正午最前線	UBN	0.80
9	導讀台灣	SETN	0.78
10	鄭知道了	SETN	0.78

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.83
2	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	3.00
3	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.77
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.28
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	2.16
6	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	1.84
7	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	1.26
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.23
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	1.17
10	來吧營業中聲寶	TVBSG	1.04

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.56
2	詹姆士出走料理磐石集團	GTV-1	0.74
3	老闆真有趣好吃大碗又便宜	VLJP	0.67
4	食尚玩家熱血48小時明星三	TVBSG	0.50
5	型男大主廚會動的文藝復興	SL2	0.48
6	大胃女王吃遍日本	VLJP	0.43
7	直22MLB老VS道	VLSPT	0.39
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.39
9	花甲少年趣旅行蘭都觀光工	ETTV	0.38
10	出發吧女孩會動的文藝復興	SANLI	0.37



網路觀察

- Network



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	Google Sites	1,653	92	601	341	260	52,967	6	32
2	Microsoft Sites	1,432	80	208	61	76	10,867	6	8
3	Yahoo	960	54	172	45	78	9,611	5	10
4	PIXNET Digital Media Corporation	918	51	82	4	5	3,137	1	3
5	Facebook	857	48	145	33	22	7,994	4	9
6	LINE Corporation	836	47	169	2	1	616	3	1
7	Dcard	529	30	208	27	22	9,067	3	17
8	Wikimedia Foundation Sites	492	28	55	4	6	2,256	2	5
9	UDN Group	464	26	50	3	4	1,876	2	4
10	Valve Corporation	437	24	88	0	0	326	1	1
11	Shopee Pte Ltd	381	21	25	4	5	1,043	4	3
12	ETtoday & EMI Group	372	21	54	24	9	1,938	12	5
13	Oneup Network Corporation	356	20	60	14	10	2,981	5	8
14	TWITCH.TV	289	16	248	13	31	18,982	1	66
15	Want Media Group	280	16	14	1	1	464	1	2
16	Liberty Times Group	275	15	20	1	1	724	2	3
17	Cite Media Holding Group	266	15	13	2	3	583	3	2
18	Netflix Inc.	266	15	40	3	3	1,589	2	6
19	CW Group	254	14	10	0	1	315	1	1
20	Chunghwa Telecom	245	14	14	1	1	499	2	2

* With the release of Mar 2022 data,

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

資料來源：comScore, Mar 2022



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	Google Sites	2,218	91	905	487	452	85,837	6	39
2	Microsoft Sites	2,097	86	381	83	106	21,767	4	10
3	PIXNET Digital Media Corporation	1,692	70	163	6	10	6,090	1	4
4	Yahoo	1,678	69	484	168	252	35,085	5	21
5	Facebook	1,461	60	327	139	149	23,258	6	16
6	LINE Corporation	1,399	58	443	9	10	3,550	3	3
7	UDN Group	1,122	46	170	8	11	6,472	1	6
8	ETtoday & EMI Group	1,076	44	210	14	14	9,426	1	9
9	Fubon Multimedia Technology	737	30	51	12	18	2,658	4	4
10	Shopee Pte Ltd	710	29	98	28	39	5,814	5	8
11	Dcard	678	28	161	10	9	5,919	2	9
12	Next Digital Limited	674	28	51	3	3	2,004	1	3
13	Liberty Times Group	671	28	97	9	11	4,642	2	7
14	Want Media Group	659	27	59	3	4	2,043	1	3
15	Wikimedia Foundation Sites	643	26	80	14	21	4,457	3	7
16	Cite Media Holding Group	603	25	35	2	2	1,251	1	2
17	TVBS.COM.TW	597	25	65	3	3	2,372	1	4
18	Oneup Network Corporation	512	21	79	17	17	4,246	4	8
19	CW Group	511	21	27	2	3	981	2	2
20	Sanlih Media Group	511	21	51	3	5	1,954	2	4

* With the release of Mar 2022 data,

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

資料來源：comScore, Mar 2022



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	Google Sites	2,340	92	934	445	415	82,562	5	35
2	Microsoft Sites	2,287	90	479	146	196	31,152	5	14
3	Yahoo	2,052	81	682	235	285	48,583	5	24
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,597	63	156	8	13	6,293	1	4
5	Facebook	1,437	57	375	91	70	26,133	3	18
6	LINE Corporation	1,386	55	424	4	4	2,423	2	2
7	UDN Group	1,181	47	235	13	20	9,087	1	8
8	ETtoday & EMI Group	1,063	42	195	19	15	7,104	3	7
9	Want Media Group	889	35	78	5	7	2,965	2	3
10	Shopee Pte Ltd	824	32	125	41	52	6,873	6	8
11	Next Digital Limited	783	31	92	8	10	12,760	1	16
12	Wikimedia Foundation Sites	745	29	66	5	7	2,629	2	4
13	CW Group	726	29	35	2	3	1,150	2	2
14	Fubon Multimedia Technology	716	28	67	13	19	3,428	4	5
15	Liberty Times Group	634	25	69	4	5	2,360	2	4
16	TVBS.COM.TW	634	25	64	4	4	2,698	2	4
17	Cite Media Holding Group	616	24	29	2	2	1,008	2	2
18	Sanlih Media Group	607	24	66	8	9	2,530	3	4
19	Dcard	563	22	119	5	6	4,159	1	7
20	Chunghwa Telecom	560	22	59	13	20	2,702	5	5

* With the release of Mar 2022 data,

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

資料來源：comScore, Mar 2022



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	Google Sites	1,851	91	741	296	263	59,872	5	32
2	Microsoft Sites	1,718	84	387	113	162	25,583	4	15
3	Yahoo	1,684	83	674	344	424	53,404	6	32
4	PIXNET Digital Media Corporation	1,148	56	114	6	7	4,208	1	4
5	LINE Corporation	1,144	56	323	5	3	1,637	3	1
6	Facebook	1,125	55	277	43	39	16,852	3	15
7	UDN Group	1,036	51	169	8	11	6,126	1	6
8	ETtoday & EMI Group	940	46	147	16	16	5,441	3	6
9	Fubon Multimedia Technology	786	39	88	26	31	4,197	6	5
10	Want Media Group	721	35	55	3	5	1,929	2	3
11	Shopee Pte Ltd	612	30	101	24	22	5,401	5	9
12	Liberty Times Group	573	28	67	6	6	2,543	2	4
13	TVBS.COM.TW	568	28	68	4	4	2,313	2	4
14	Sanlih Media Group	547	27	52	4	5	1,748	2	3
15	Wikimedia Foundation Sites	536	26	55	5	6	2,202	2	4
16	CW Group	530	26	28	2	2	954	2	2
17	Cite Media Holding Group	507	25	24	2	1	791	2	2
18	Next Digital Limited	487	24	42	7	7	1,874	4	4
19	NOWnews	479	24	45	4	5	1,545	3	3
20	PChome Online	454	22	52	8	11	2,229	4	5

* With the release of Mar 2022 data,

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

資料來源：comScore, Mar 2022





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#123