

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2219

05.02 ~ 05.08





Contents

- 媒體放大鏡 - 5/8開播！鏡電視正式上架中華電信 MOD . . .
- 熱門話題 - 各縣市防疫包成焦點 內容物比一比 . . .
- 國際案例 - 精釀啤酒廠讓顧客品嚐失敗的啤酒配方 . . .
- 數位轉型 - Michelin數位轉型 強化營運效益 . . .
- 收視調查 - 2022/05/02-05/08 . . .

媒體放大鏡

- Media News



5月8日開播！鏡電視正式上架中華電信 MOD

鏡電視發出鏡電視新聞台開播典禮媒體邀請函，將於5月6日舉辦開播典禮，**宣布萬眾矚目的鏡電視新聞台，將於5月8日正式上架中華電信 MOD 508台**。鏡電視強調，這是近十年來首次成立的新聞台，其意義非凡。

鏡電視表示，典禮上不但首播鏡電視形象影片，主播群也全員合體亮相，同時首開先例開放新聞部讓外界一窺科技感十足的辦公區。

另一方面，外界也關注**鏡電視上架有線電視平台的計畫**，根據有線電視業者討論，仍在洽談中，目前以上架後段頻位機會較高。[【2022/05/05, INSIDE】](#)



Netflix嚴打「寄生串流族」

Netflix於年初宣布自3月30日起加價約10%，美國市場基本月費由13.99美元調高至15.49美元，其他市場加幅大致相若。然而當Netflix年初宣布加價之後，部分用戶覺得價格已超過可接受程度，毅然「cut台」，偶有節目想看才向親友暫借賬戶。據Netflix指出，這類「寄生戶口」總數超過1億個，正是該平台今年訂戶流失的主因之一，該公司遂出手「嚴打」，將根據IP位址等蛛絲馬跡，判斷用戶有否違反合約進行「跨家庭共享」，違者可能被限制服務或徵收附加費。

Netflix這一招也不無風險，不排除有些用戶長期以來都是「多人夾份」，一旦強制「交正價」，他們可能索性放棄，反正不乏其他收費或免費串流服務選擇，所以Netflix進行「掃蕩」可能導致用戶量在短期內進一步流失。當然，願意付費訂串流服務的多屬「願使錢」高消費力群體，Netflix手握逾2億這類用戶，想像空間仍然很大，例如可考慮cross-sell其他產品或服務，同時具有「被收購」潛質。不過整體而言，網絡串流炙手可熱，市場競爭也很激烈，連身為龍頭的Netflix都處境艱難，其他玩家可想而知，再次證明「夠潮」生意不一定「發大財」。[【2022/05/03, yahoo!新聞】](#)

TikTok 新廣告模式，將和創作者對半分潤

TikTok在針對廣告主的NewFonts大會上，宣布將推出一種叫做「TikTok Pulse」的新廣告功能，讓廣告主能夠將廣告投放在前4%熱門的影片前後，並且這也是TikTok第一種將收入分潤給創作者的廣告模式。

TikTok Pulse的收入將分潤50%給被投放的創作者，預計初步開放給10萬追蹤以上的帳號申請，並且於今年6月開放美國廣告主投放，其他市場也會陸續跟上。

去年TikTok剛整合了一站式的Creator Next營利管理工具，讓創作者們可以看到如何收粉絲的虛擬禮物以及打賞。預計TikTok Pulse能再帶進一波更多的創作者。

TikTok的聲明也保證這些創作內容的品質會是「適合投放廣告」的，他們也會導入更多第三方認證與檢驗，並分析影片內容對廣告主品牌形象的影響。【[2022/05/05, 聯合新聞網](#)】



IG 短影音Reels全攻略，搶攻流量蜜月期

Instagram短影音功能「Reels」正式登台！品牌經營者不妨把握這一個月的新功能「蜜月期」，讓原先不是追蹤者的用戶也能透過演算法找上你。打造吸睛Reels，從這幾招開始做起：

步驟一：選擇有情緒價值的主題→教育性、啟發性、產品推廣、娛樂性。

步驟二：創造強烈的吸引力鉤子→影片的前1至2秒絕對是兵家必爭的戰場！為了確保用戶暫停滑動，可以製作字卡搭配畫面來勾起好奇心，也避免那些沒開聲音因而錯過的觀眾。

步驟三：善用剪接與轉場→精準剪接的音樂與影音同步，是觀賞Reels時對於體驗來說非常重要的一環。品牌主可以善用影片與相片混搭，並搭配簡易的手機轉場，打造順暢的觀賞體驗。

加分項：調查當前音樂趨勢→選擇對的音樂，可以在潮流開始前搶占先機。品牌主如果想挑選最適合的音樂，不妨嘗試看看像是 TrendTok 等可以透過AI排序最適切音樂、監控流行趨勢的工具，或是點按音樂列表右上角的「察看更多」，即可以看到各種音樂目前的使用人次。【[2022/05/06, 數位時代](#)】

不玩了！Facebook 將退出 Podcast 市場

彭博社報導指出，在發表語音產品願景的 1 年過後，Facebook 將停止 Podcast 相關服務，計劃從 6 月 3 日起從 Facebook App 中移除功能。根據 Facebook 母公司 Meta 發給合作夥伴的說明指出，Facebook 將從本週開始停止讓用戶把 Podcast 節目加入其服務當中，並在未來幾週內關閉語音剪輯功能 Soundbites 以及另一項 Audio hub。

近年來隨著 Podcast 以及語音社群平台 Clubhouse 等蓬勃發展，身為社群巨擘的 Meta 也不甘示弱，在 2021 上半年提出對於語音體驗的產品願景，不僅想讓 Facebook 用戶可以直接透過 Facebook App 聆聽 Podcast 節目，並瞄準 Clubhouse 再推出 Live Audio Rooms。

然而彭博社上個月報導指出，該公司對於語音產品的興趣大不如前，轉而專注在其他產品上，像是 Meta 正全力投入元宇宙 (Metaverse) 的發展，為與 TikTok 競爭還積極於全球市場擴大短影音服務 Reels，這讓一些內容供應商感到失望。

實際上，Podcast 市場越來越競爭，像是 Spotify 擁有許多熱門 Podcast 節目，並積極收購相關公司來強化服務，亞馬遜也收購了新創公司以及 Hosting 平台 Wondery；而 Clubhouse 去年的估值約為 40 億美元，上線後國內外多家科技公司都想複製它的產品以及商業模式。【[2022/05/03, 科技新報](#)】

時代不再需要，YouTube Go 將在8月停止服務

YouTube Go 是一款輕量級 Android 應用程式，發佈於2016年，主要針對低階硬件和受限的網絡環境進行提升，改善低階裝置的在線觀看體驗。但就在5月4日，Google YouTube 正式宣布「從8月開始」關閉 YouTube Go 應用程式。

Google 表示，「當我們在2016年推出 YouTube Go 時，它是為那些連接性、數據價格和低階裝置阻礙我們在 YouTube 主應用程式中提供最佳體驗的地方的觀眾而設計的。」作為主要的 YouTube 應用程式預期替代品，Google 近年來對客戶進行了各種改善。「具體來說，我們提高了入門級裝置或在較慢網絡上觀看 YouTube 的裝置的性能。我們還構建了額外的用戶控件，以幫助數據有限的觀眾減少移動數據的使用」。

值得一提的是，因為 Android 裝置性能近年來的大幅度提升，YouTube 不再考慮推出 GO 版適配低階裝置性能，最近一次更新是2021年10月，目前安裝量已超過5億次。【[2022/05/05, yahoo!新聞](#)】

「茶金」推回甘NFT進軍元宇宙 延續台灣茶魅力

繼台劇「國際橋牌社2」、「華燈初上」後，公視也以時代劇「茶金」加入NFT戰場，取名「回甘」企圖把茶文化的魅力帶進元宇宙，延續大眾對台灣茶與戲劇IP的喜愛。

公視代總經理徐秋華指出，「茶金」被譽為是最美台劇，再現「和洋折衷」中西合併的復古美學，美感有目共睹，更成為公視周邊產品最多的戲劇作品；全劇播畢後，劇組後續在花蓮舉辦的「茶金」戲劇經典場景特展，吸引逾12萬人參觀。徐青雲補充，影集播映期間與手搖品牌有聯名包裝合作，在2週賣破百萬杯，甚至播畢後，今年初仍有飲品店再提出聯名邀請，還有熱情粉絲連影集海報都想買，讓兩人確信「茶金」的魅力確實不減。

儘管「茶金」去年12月已完結，徐青雲認為觀眾反應如茶香般持續發酵，尤其有了串流平台後，任何時期的作品都不怕太晚被大眾認識及看見。「茶金」陸續外銷到美、加、日、韓、中等海外串流平台，現在也已免費上架「公視+」，徐青雲期待藉由NFT風潮，再把台灣茶的滋味與魅力吹向國際，因此特別將NFT的名稱取名為「回甘」。[【2022/05/09, yahoo!新聞】](#)

Spotify 推出互動創作虛擬島嶼 Spotify Island

全球串流音樂龍頭 Spotify 在 3 日發布新聞稿，宣布在元宇宙遊戲平台 Roblox 上創立互動創作音樂島嶼 Spotify Island，成為首個在 Roblox 中正式出現的音樂串流服務品牌。



根據新聞稿，來自世界各地的歌迷和藝術家們可以在該島嶼閒逛，探索一個充滿著歌聲、任務和獨家商品的仙境。Roblox 將可在 Spotify Island 上與音樂創作者交流，完成互動任務，並解鎖獨家內容。玩家也可以在由 Spotify 線上錄音平台 Soundtrap 提供支援的虛擬節拍器站上創作音樂和探索聲音，另外，Spotify Island 也有許多復活節彩蛋可供尋找。

Spotify 指出，用戶將會注意到，在 Spotify Island 上，會出現一些熟悉的形狀、顏色和圖示，例如 Roblox 用戶將有機會在島上收集心形的「Like」圖示，這種圖示可以用於交換商品，這些東西讓粉絲們能夠以一種全新的方式與品牌互動。[【2022/05/06, 科技新報】](#)

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 blinds, with some slats being orange and others white. A large, semi-transparent orange shape is overlaid on the left side of the image, partially covering the person's face and the camera. The text '熱門話題' is written in white on this orange shape.

熱門話題

- Hot Topics

國際案例

- Case Share



精釀啤酒廠讓顧客品嚐失敗的啤酒配方

澳洲精釀啤酒廠 Matilda Bay 試著創造一種符合釀酒大師高標準的金色啤酒。為了顯現其對完美的要求，這家釀酒商將這 27 次失敗的啤酒作為限量版啤酒銷售，並稱其為 Rejected Ales。

Matilda Bay 創始人兼釀酒大師 Phil Sexton 在新聞稿中說：「自 1983 年一路走來，我們一直都將啤酒製造的完美無瑕。如果一批產品不符合我們的高標準，我們就會拒絕生產它。這對商業性的商品來說可能有些莽撞，但這正是我們做事的方式。這次，我們讓澳洲人在嘗試 Rejected Ales 之前，先品嚐 Original Ale，讓 Rejected Ales 有望成為他們品嚐到第二好的啤酒。」

在啤酒廠近八年來第一次線上宣傳活動中（Matilda Bay 成立於 1983 年），27 種 Rejected Ales 正透過戶外、廣播、新聞、社交媒體和店內活動的方式進行推廣。每瓶啤酒都代表了一個故事，並擁有屬於自己的名字，像是「Missed the point」、「Keep dreaming」和「Ballpark」。

啤酒在澳洲國內各地都有販售，顧客如果在商店購買六瓶 Matilda Bay Original Ale 即可免費獲得 Rejected Ale，在 Matilda Bay 網站上購買一箱 Original Ale，就能免費獲得四罐混裝的 Rejected Ale。顧客還能在網站上閱讀每種啤酒的資訊，了解啤酒的製作及被丟棄的原因，並發現其釀造過程中的故事。

Rejected Ales 活動由雪梨的Howatson+公司創建。該機構的執行創意總監 Gavin Chimes 表示：「他們說沒有什麼比成功更甜蜜，但在 Matilda Bay，即使失敗也很美味。而現在我們把這失敗的美味放在罐子裡供人們品嚐。」



數位轉型

- Digital Transformation



Michelin數位轉型 強化營運效益

Michelin 為法國最大、全球前三的輪胎及橡膠製品造商，目前已在全球超過 170 個國家製造與銷售運輸工具輪胎，產品種類高達 1,500 項，擁有全球超過 75 個授權合作夥伴，協助其經營汽車相關配件與解決方案。除了本業輪胎產品銷售外，Michelin 更進一步延伸面向主要客戶群的解決方案服，並設立新事業單位 Michelin Solutions，目前該事業單位 2020 年營收占比已達總營收的 20% 以上。

轉型動機

- 資料分散於多系統，無法即時回應客戶問題。
- 發現客戶面臨頻繁換胎之問題，盼能對此研擬相關服務提升客戶滿意度。

轉型方向

- 高層推動 Engage Programme 計畫，改善內部 CRM 系統。
- 輪胎安裝感測器蒐集參數，進一步提供全方位輪胎解決方案。
- 商模再造：推出 EFFIFUEL 解決方案，增加產品附加價值並開拓新收入源。

轉型效益

- 導入 Salesforce CRM 平台後不到一年內，Michelin 已有 85% 的業務人員已經開始採用。該平台可為業務人員每天至少省下 1 小時的資料查找時間，並能將時間投入在優化顧客體驗。另外有 70% 的業務人員皆開始使用行動裝置工具，比以往使用電腦更快速取得和更新資訊，並藉由平台的分析彈性調整銷售策略。
- 推出 EFFIFUEL 解決方案後，Michelin 可協助客戶每 100 公里省下 2.5 公升的油耗量，相當於每年每輛減少 3,200 歐元，減少客戶 2.1% 的能源成本支出。而在減碳方面，每年減少 8 噸的碳排放，使客戶能進一步符合歐盟環保規範。同時 Michelin 也再後續新設立 Michelin Solutions 事業單位，負責新商業模式的運作，亦進一步與第三方數據合作夥伴與顧問公司合作，擴大分析方案的應用範疇，且至 2020 年，該事業單位的占比已達總營收的 20% 以上，讓其已從原先的輪胎製造商，轉型為車隊管理之完整解決方案商。



輪圈加裝感測器以及EFFITIRES輪胎管理系統

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	黃金歲月萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	4.52
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.82
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	3.17
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	2.80
5	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.84
6	航海王27	TTV	卡通影片	1.78
7	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.64
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.44
9	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.39
10	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.28
11	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.26
12	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.11
13	1300黃金歲月大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.00
14	1800航海王27	TTV	卡通影片	0.94
15	1300黃金歲月萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	0.94
16	婚姻結業式	CTS	閩南語連續劇	0.89
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.88
18	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	0.88
19	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	0.87
20	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.87

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	2.60
2	一家團圓萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.96
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.86
4	戲說台灣假日完整版PP石墨	SANLI	閩南語連續劇	1.31
5	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.24
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.21
7	戲說台灣PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	1.09
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.95
9	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.94
10	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.91
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.90
12	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.89
13	紅天機	GTV-D	韓劇	0.88
14	機智校園生活大同氣密窗	TVBSG	國語連續劇	0.87
15	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.87
16	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.85
17	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.84
18	1245一家團圓iOiO超口感蒟	SANLI	閩南語連續劇	0.84
19	日本秘境住人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.79
20	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.76

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	黃金歲月萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.25
2	航海王27	TTV	卡通影片	1.48
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.38
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.17
5	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.16
6	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	0.91
7	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.88
8	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.86
9	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	0.85
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.80

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.80
2	航海王27	TTV	卡通影片	1.71
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.51
4	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.42
5	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	1.39
6	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.34
7	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.29
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.26
9	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	1.14
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.83

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.58
2	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	競賽綜藝	2.52
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.19
4	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	2.15
5	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	1.76
6	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.61
7	航海王27	TTV	卡通影片	1.56
8	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.25
9	綜藝3國智福爾六合一	TTV	競賽綜藝	1.11
10	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	1.09

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	7.86
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	7.03
3	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	競賽綜藝	5.76
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	4.67
5	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	閩南語連續劇	2.53
6	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.50
7	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	2.29
8	航海王27	TTV	卡通影片	2.12
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.11
10	1300黃金歲月萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.90

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	1.01
2	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	0.84
3	1200最佳利益	GTV-D	國語連續劇	0.81
4	機智校園生活大同氣密窗	TVBSG	國語連續劇	0.79
5	原子少年	TVBSG	競賽綜藝	0.73
6	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.70
7	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.69
8	直21 22NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	籃球	0.60
9	D-直21 22NBA季後賽勇VS灰	VLSPT	籃球	0.58
10	紅天機	GTV-D	韓劇	0.56

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.04
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	1.30
4	戲說台灣PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	0.90
5	機智校園生活大同氣密窗	TVBSG	國語連續劇	0.89
6	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.85
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.84
8	D-直21 22NBA季後賽勇VS灰	VLSPT	籃球	0.79
9	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.76
10	戲說台灣假日完整版PP石墨	SANLI	閩南語連續劇	0.66

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.47
2	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.40
3	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	1.25
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.20
5	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	1.17
6	梅艷芳	*SCM	國片	1.10
7	直21 22NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	籃球	0.94
8	機智校園生活大同氣密窗	TVBSG	國語連續劇	0.90
9	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.84
10	直中職33年統VS中	VLSPT	棒球	0.81

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.81
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	3.39
3	一家團圓萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.82
4	戲說台灣假日完整版PP石墨	SANLI	閩南語連續劇	2.28
5	戲說台灣PP石墨烯塑崩褲	SANLI	閩南語連續劇	1.71
6	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.53
7	紅天機	GTV-D	韓劇	1.33
8	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.27
9	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	新聞性質節目	1.18
10	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	1.13

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	1.04	0.64	0.56	0.58	1.72
TTV/台視	0.67	0.25	0.34	0.50	1.08
FTV/民視	0.40	0.11	0.14	0.17	0.77
CTS/華視	0.26	0.11	0.12	0.19	0.38

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	0.65	0.29	0.29	0.67	0.96
ET-N/東森新聞	0.57	0.21	0.24	0.50	0.89
SETN/三立新聞	0.43	0.09	0.11	0.27	0.80
FTVN/民視新聞	0.41	0.07	0.15	0.27	0.77
ERA-N/年代新聞台	0.29	0.07	0.08	0.17	0.54
NTVN/壹新聞	0.22	0.09	0.11	0.22	0.34
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.09	0.04	0.12	0.32
UBN/非凡新聞	0.17	0.04	0.04	0.13	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.02	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	黃金歲月萬士益冷氣	FTV	4.52
2	一家團圓萬士益冷氣	SANLI	1.96
3	美麗人生女人當家PANASONI	TTV	1.64
4	戲說台灣假日完整版PP石墨	SANLI	1.31
5	戲說台灣PP石墨烯塑崩褲	SANLI	1.09
6	1300黃金歲月大同氣密窗	FTV	1.00
7	1300黃金歲月萬士益冷氣	FTV	0.94
8	婚姻結業式	CTS	0.89
9	紅天機	GTV-D	0.88
10	機智校園生活大同氣密窗	TVBSG	0.87

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.21
2	非凡最前線	UBN	0.95
3	關鍵時刻	ET-N	0.91
4	少康戰情室	TVBS	0.90
5	驚爆新聞線2200	SETN	0.89
6	鄭知道了	SETN	0.87
7	新台灣加油	SETN	0.76
8	鄭知道了俄烏戰終回5 9見	SETN	0.75
9	正午最前線	UBN	0.75
10	導讀台灣	SETN	0.71

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.82
2	台灣那麼旺Taiwan NO1台塑	FTV	3.17
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	2.80
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.60
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.86
6	飢餓遊戲五洲生醫維他命EC	CTV	1.84
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.44
8	明星許願池愛妮雅化妝品	FTV	1.28
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	1.26
10	來吧營業中聲寶	TVBSG	1.24

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.39
2	直21 22NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	0.75
3	直中職33年統VS中	VLSPT	0.69
4	詹姆士出走料理磐石集團	GTV-1	0.57
5	1800食尚玩家熱血48小時家	TVBSG	0.57
6	在地人激推美食好吃又便宜	VLJP	0.57
7	直21 22NBA季後賽太VS獨	VLSPT	0.57
8	1300美食按個讚	UBN	0.56
9	D-直21 22NBA季後賽勇VS灰	VLSPT	0.52
10	花甲少年趣旅行蘭都觀光工	ETTV	0.47



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