

宏将周报

- Media Drive Bulletin -

Vol.2227

06.27 ~ 07.03





Contents

媒体放大镜	- 金曲奖收视出炉！	. . .
热门话题	- 准备好冲一波音乐祭了吗？	. . .
国际案例	- 可口可乐透过Snapchat AR音乐体验庆祝夏天	. . .
收视调查	- 2022/06/27-07/03	. . .
网络观察	- May 2022	. . .

媒体放大镜

- Media News



金曲奖收视出炉！「最美老太太」包办红毯、典礼双冠王

第33届金曲奖在上周六（7月2日）于高雄巨蛋举办，当晚星光大道及颁奖典礼高峰都落在陈美凤上，她压轴走上红毯的收视率为3.06，收视人口数为66万4千人，其次则为韦礼安2.87，收视人口为62万3千人，第三是蔡健雅与妈妈在红毯上受访，收视率为2.82，收视人口为61万2千人。

颁奖典礼的最高为陈美凤、蔡昌宪颁发「最佳台语专辑奖」，收视率为4.88，收视人口为106万人，第二高峰为「最佳台语女歌手奖」得奖者江惠仪上台领奖致词，收视率为4.77，收视人口103万6千人；第三高点落在「最佳编曲人奖」黄少雍上台领奖致词，收视率4.22，收视人口91万7千人，其次「最佳作曲人奖」Hush 上台领奖致词与「最佳演唱组合奖」新宝岛康乐队上台领奖致词，收视率皆为4.22。

表演节目方面，由艾怡良、徐佳莹合体，演唱〈Forever Young〉、〈身骑白马〉、〈我这个人〉、〈你敢不敢〉等曲，收视率为4.26，收视人口为92万6千人；第二落在甫获「最佳新人奖」的珂拉琪表演「葬予规路火焮犹在」；颇具讨论的林宥嘉「给小孩+怪兽+稍息立正站好+剉冰进行曲+豆豆龙」组曲，收视率则是3.37，收看人口为73万2千。【[2022/07/04, 中时新闻网](#)】

致敬完 TikTok 接下来是 Discord？Facebook 社团大改版

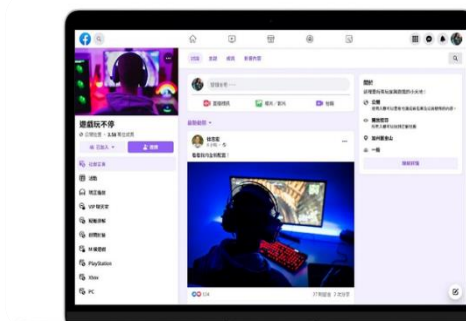
如果你用过 Discord，可能会觉得新版 Facebook 社团接口有点眼熟，包括左侧的社团选单和语音专区，看起来就像 Discord 特色的文字和语音频道，甚至连主题色都换成了 Discord 的主题色调紫色。

左列的侧边选单显示的是各个社团（就像 Discord），可呈现社团最新动态，让大家可自由探索或加入朋友参与的社团，也可快速建立自己的社团、钉选最爱的社团在选单的顶端。

每个社团下可以再依主题细分为不同子群组，子群组类型包括文字、语音聊天室，以及活动，或者针对不同主题再设立专区，就像 Discord 的频道一样。语音群组可以自由进出，也可以另外开镜头视讯对话。文字聊天室则像是 Messenger 的讯息，也可以透过 Messenger 存取对话。

除了 Facebook 社团本次大改版以外，稍早 Meta 也说明内部开始参考 TikTok 模式，而且强调不只是「致敬」表面功能，更是推荐与互动机制设计的整体翻新。

新版 Facebook 社团界面



【[2022/06/29, Inside](#)】

不用再进口了，海尼根并购维士比酒厂！

啤酒酿造商海尼根宣布，与三洋维士比集团达成合作协议，将接管其子公司台湾龙泉钻兴业，位于台湾屏东县内埔乡啤酒厂的多数所有权和管理权，布局在地生产；这项交易案将让海尼根成为台湾首家国际啤酒酿酒商。

海尼根 (Heineken N.V.) 指出，这项交易案将使海尼根成为台湾第一家国际啤酒酿酒商，与此同时，交易已获得经济部投资审议委员会的批准，不过，目前尚未完成交割条件，财务交易条件不予披露。海尼根主管表示，台湾高端啤酒市占约为总市占的1/4，且呈现逐年成长态势，而海尼根是市场上排名第一的进口啤酒品牌。

针对投资台湾原因，海尼根主管指出，台湾是海尼根在亚太区的战略市场，且为亚太地区最大的出口市场，同时更是仅次于美国的世界第2大出口市场；海尼根在台超过20年，希望透过布局在地生产，拉近与消费者的距离。1987年，海尼根公司将旗下海尼根啤酒品牌引进台湾，2002年海尼根正式成立台湾分公司，目前在台共有6个办公室，总公司位于台北，现阶段每年营收达新台币60亿元。



【2022/06/27, 数位时代】

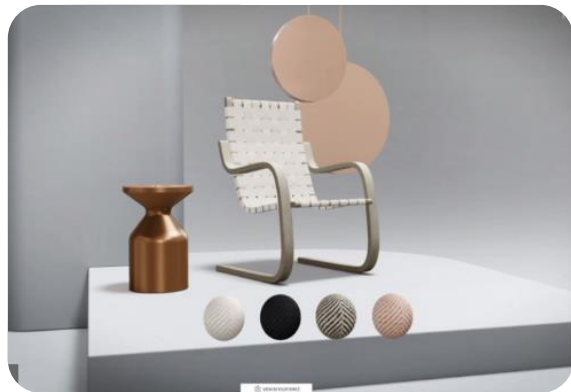
迪士尼新游轮让乘客沉浸式体验「元宇宙」

美国华特迪士尼公司执行长鲍伯·查佩克 (Bob Chapek) 于本周三 (6月29日) 推出了十年来首座游轮愿望号 (The Wish)，有望扭转迪士尼在2021年疫情的财务亏损。其新游轮带来了结合虚拟与现实的沉浸式体验，更象征着查佩克带领迪士尼向元宇宙迈入的第一步。

愿望号首先主打顶层甲板的海上乐园AquaMouse，以米奇、米妮为主角，邀请游客在两百三十公尺长的水道上来趟刺激的水上冒险。沉浸式餐厅也带领游客进入「冰雪奇缘」和漫威复仇者联盟的世界，而专属成人的超空间休息室也以星际大战中的巡洋舰为主题设计。最受瞩目的莫过于结合虚拟与现实的互动体验：乘客将透过应用程序，将手机转变成虚拟望远镜来观望夜空中的星座，并展开冒险。查佩克认为，这样的互动游戏是一种让消费者在观看电影和参观主题乐园之间，与迪士尼角色和故事保持连结的方式。

查佩克曾在去年11月的财报会议上，宣布迪士尼将进军元宇宙，希望利用沉浸式体验，展现述说故事的新方法，今年2月迪士尼的人事异动，也强调将打造新一代的数字体验，这次应用在愿望号的虚实体验，或许正是查佩克带领公司踏足元宇宙的一次尝试。【2022/05/27, 联合新闻网】

电商用3D展示商品，下单率大增9成！



Adobe举办在线分享会，宣布针对企业客户推出多项元宇宙相关解决方案，包含在Adobe Analytics纳入元宇宙和串流媒体的数据，让品牌可以分别检视其成效，同时帮助品牌建立3D和沉浸式体验的模式。

Adobe认为，元宇宙现在已经不只是噱头，而是真实需要导入在商业模式中的体验，并指出元宇宙的技术核心是3D和沉浸式体验，企业掌握更多相关的技术，才有机会吃到元宇宙红利。Adobe以电商平台Shopify为例，从2D图片转为使用3D图展示后，网站的转化率竟高达 94%，甚至连退货率都减少40%，因为客户可以透过沉浸式体验，随意进行放大、缩小甚至在线试穿，对产品有更多了解与想象，在下单时可以更确认这就是自己想要的产品，因此有助于提升购买率，并减少产品不符合预期的退货情况发生。

Adobe表示，元宇宙不仅对于大品牌、企业有利，对于创业家、小企业家、KOL、品牌创意人士，也能透过3D 沉浸式媒介中找到更多获益机会，成为新生代中需要掌握的最大趋势。【[2022/06/30, 数位时代](#)】

精准营销！Amazon用无人收银服务数据

亚马逊（Amazon）所开发的无人收银技术已经应用于Amazon Go等自家旗下无人商店中，加快了民众于超市或是便利商店的结账手续和速度，最近亚马逊打算将这些无人商店的追踪数据用来协助品牌和广告商进行深度分析，让他们了解应该如何销售更多商品。

亚马逊于2018年推出Just Walk Out与Dash Cart等无人收银功能，透过架设摄影机和货架传感器等装置来纪录消费者购买的商品和计算价格，该公司表示这项名为Store Analytics的新服务将提供Just Walk Out与Dash Cart所搜集的后台数据给企业客户，让品牌以及广告商可以获得更深入的资料，包括消费者如何发现、考虑和决定购买商品，以及像是产品销售排名和表现等匿名数据，这些信息将帮助品牌在规划促销或广告活动时，可以做出更明确的决策。

另一方面，这些数据也将可以协助改善Amazon Go和Amazon Fresh实体店的消费者体验，透过商品的摆设方式让消费者除了可以找到喜欢的商品外，还能发现新商品，帮助商店改善商品的选择及通路。【[2022/06/30, yahoo股市](#)】

女性刷卡单笔金额 高于男性

媒体
放大镜

联合信用卡处理中心透过近期持卡人以信用卡于台湾主要OUTLET消费资料，了解台湾的OUTLET发展趋势及信用卡持卡人的消费样貌。从两性在OUTLET信用卡单笔金额来看，单笔金额以女性略高于男性约100多元。从各年龄层来看，30~39岁与40~49岁两大年龄层为消费主力。

从两性在OUTLET信用卡签帐笔数占比及单笔金额来看，男女在笔数的占比维持约六比四，而单笔金额以女性略高于男性约100多元。

从各年龄层在OUTLET信用卡签帐笔数与金额占比来看，30~39岁与40~49岁此两年龄层为消费主力，占整体消费笔数与金额各三成左右，但29岁以下及50岁以上的年龄层占比合计约四成。

从单笔签帐金额中可以看出，50岁以上的民众单笔签帐金额皆为3,000元以上，其中以50~59岁年龄区间的民众单笔签帐金额最高，年长者的消费力也不容小觑。另OUTLET的单笔金额约落在2,500左右，相较于百货公司的3,500元，可以看出OUTLET以主打全年天天超低价。

各年齡層在OUTLET信用卡消費單筆簽帳金額

年齡區間	單筆金額 (元)	年齡區間	單筆金額 (元)
20歲以下	1,805	40~49歲	2,516
20~29歲	2,375	50~59歲	3,095
30~39歲	2,229	60歲以上	3,052

註：統計時間：110年1月至111年4月；資料來源：聯合信用卡處理中心 製表：孫彬訓

【2022/06/29, 中时新闻网】

先享受再付款正流行！

由瑞典的金融科技新创巨擘Klarna导入，先买后付的支付模式（Buy Now Pay Later，BNPL），此项支付模式最初着力于开发B2C端。

然而，现在因为全球的经济衰退，消费者近日的生活成本增加、信用贷款的利率上升，平时花费变得更加谨慎，主打B2C端的公司承受庞大的压力，逐渐不被看好。反而是以B2B端BNPL为发展主轴的新创正迅速崛起。

现在，创投开始看好、转而押注一些欧洲的新兴先买后付新创，如德国的Mondu、Billie；英国的Hokodo、Zopa公司。有别于Klarna B2C类型的先买后付公司，B2B先买后付公司则是聚焦于与企业的交易。共同执行长霍夫曼（Malte Hufmann）则在一份声明中表示，「BNPL的概念在B2B的世界中并非罕见。几十年来，实体的商业活动都享受着它的便利性。」【2022/06/29, yahoo股市】

随着越来越多公司朝数字化迈进，BNPL对于在线的2B端，将满足大幅增长的需求量。我们正处于『数字化热潮』的边缘，Mondu希望成为革新的一部分，并推动B2B支付领域的创新。」这些公司宣称，以先买后付的发展趋势而言，企业相较于消费者，是更有潜力的客群，它们锁定为企业提供先买后付服务的市场，且投资人也挹注了大笔资金。由此可知，先买后付的商业模式，正以相当快速的步调扩展至B2B的世界，未来将更深远地影响人们的支付方式。

热门话题

- Hot Topics



准备好冲一波音乐祭了吗？

暑期到来、疫情也终于趋缓，你准备好嗨一夏了吗？各地音乐祭如火如荼的展开，卡司阵容坚强吸引网友们蠢蠢欲动，本周就跟着宏将周报，一起来解析近期备受关注的音乐祭吧！



疫后暑期人潮涌入

疫情趋缓、暑期到来，观光业者明显感受到音乐祭带入的人潮



职棒也夯音乐祭

中职乐天桃猿将音乐祭带入比赛，邀请不少乐团、歌手一起嗨一夏



类毕旅弥补疫情受害者

云林推出类毕旅结合音乐祭行程，弥补应届毕业生毕旅遭取消的遗憾



品牌借机宣传新品

「雪碧酷爽音乐车」特殊造型，车身可展开为开唱的舞台，结合新品试饮活动



国际案例

- Case Share



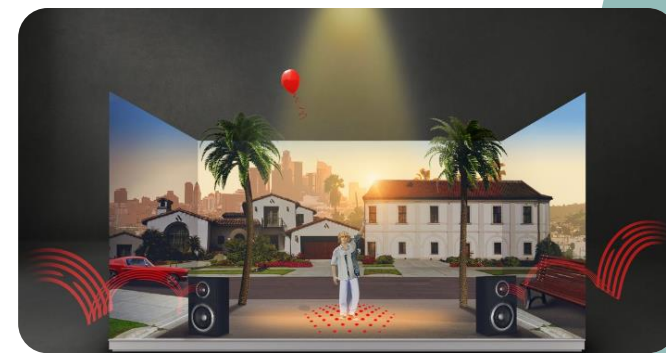
可口可乐透过 Snapchat AR 音乐体验庆祝夏天到来

可口可乐公司透过Snapchat上的AR体验来推广夏季音乐活动。AR内容以澳大利亚说唱歌手The Kid Laroi为特色，根据Marketing Dive分享的信息，他演唱了一首名为“千里”的新歌。美国和加拿大的Snapchat用户可以在应用程序的Lens Carousel中找到可口可乐的AR内容。它会开启智慧手机的前置镜头，在背景中播放Kid Laroi的歌曲，显示一张被可口可乐红点包围的现场自拍。在倒数计时5秒后，镜头翻转到后置镜头，在虚拟背景下展示了Kid Laroi的AR表演。

可口可乐透过AR体验吸引年轻消费者的目标受众，藉以推广可口可乐的夏季音乐活动。正如母公司Snap所吹嘘的那样，AR镜头是Snapchat上最受欢迎的功能之一。根据数据，Snapchat每天有超过2.5亿的用户使用AR功能。随着Snapchat用户在消息和故事中分享照片，AR镜头平均每天产生60亿次播放。

Snapchat在一些国家的Z时代和千禧一代中也有广泛的应用，据Snap称，在美国、英国、加拿大、法国、澳大利亚和荷兰，13到34岁的人中有75%的人使用Snapchat。这些人口统计数据部分符合饮料消费习惯。根据美国疾病控制和预防中心的数据，在美国，汽水占12至19岁人群饮料总消费量的22%，这使得汽水在该年龄层当中比牛奶、果汁和其他饮料更受欢迎。

可口可乐推出夏季促销活动，尽管因通货膨胀压力而涨价，但该公司认为其产品的需求仍在新增。根据最新的收益报告，该公司的收入在今年第一季度增长了18%。尽管该公司的餐厅数量因为疫情导致餐厅关闭，然而，随着许多人再次聚集在公共场所，电影院和体育场的销售额出现反弹。可口可乐一直在积极展开针对年轻消费者的活动，其中包括推出“像素味”(pixel-flavored)的汽水，以宣传电子游戏在青少年中的流行。其限量版可口可乐无糖饮料是为了唤起像素的味道。作为汽水促销推广的一部分，可口可乐与游戏组织PWR合作，游客可以在那里寻找隐藏的宝藏，玩迷你游戏和参加其他活动。



收视调查

- Ratings



无线台及有线台TOP20

无线台/全体

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黄金岁月宜兰赫蒂法庄园	FTV	闽南语连续剧	4.43
2	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	4.24
3	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	3.89
4	第33届金曲奖颁奖典礼	TTV	特别节目	3.48
5	台湾那么旺Taiwan NO1娘家	FTV	竞赛综艺	2.71
6	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	娱乐综艺	2.41
7	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.97
8	美丽人生日出他乡安美诺美	TTV	闽南语连续剧	1.78
9	第33届金曲奖星光大道	TTV	特别节目	1.59
10	饥饿游戏阿钙八合一强效锭	CTV	竞赛综艺	1.43
11	全明星观察中2大诚保险经	TTV	信息综艺	1.27
12	雪中悍刀行2100	CTV	大陆剧	1.25
13	金曲娱乐	TTV	歌唱音乐	1.25
14	综艺新时代台塑石油95	FTV	娱乐综艺	1.15
15	为您好维他命C综艺玩很大	CTV	娱乐综艺	1.12
16	新歌快递	TTV	歌唱音乐	0.95
17	1300黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	0.93
18	新哆啦A梦	CTS	卡通影片	0.88
19	三支雨伞标英才大陆寻奇	CTV	美食、旅游节目	0.86
20	1830蜡笔小新	TTV	卡通影片	0.86

有线台/全体

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	爱妮雅超级红人榜	SANLI	竞赛综艺	2.26
2	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	闽南语连续剧	2.01
3	一家团圆ADF胶原蛋白饮Plu	SANLI	闽南语连续剧	1.95
4	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	娱乐综艺	1.89
5	台湾启示录	ET-N	新闻性质节目	1.29
6	戏说台湾	SANLI	闽南语连续剧	1.24
7	戏说台湾假日完整版	SANLI	闽南语连续剧	1.20
8	大爱剧场天下第一招	DaAi	国语连续剧	1.09
9	台湾最前线	FTVN	新闻性质节目	1.03
10	嘉庆君游台湾家后红曲磷虾	SANLI	传统艺术节目	0.90
11	少康战情室	TVBS	新闻性质节目	0.83
12	非凡最前线	UBN	财经信息分析	0.83
13	来吧营业中声宝	TVBSG	信息综艺	0.82
14	日本秘境住人好吃惊	VLJP	信息综艺	0.79
15	鬼灭之刃游郭篇	ET-M	卡通影片	0.78
16	正午最前线	UBN	财经信息分析	0.77
17	台湾1001个故事	ET-N	新闻性质节目	0.76
18	詹姆士出走料理盘石集团	GTV-1	美食、旅游节目	0.74
19	关键时刻	ET-N	新闻性质节目	0.73
20	最前线报告	UBN	财经信息分析	0.73

无线TOP10 (15-24岁、25-34岁、35-49岁、50岁以上)

15-24岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第33届金曲奖颁奖典礼	TTV	特别节目	3.31
2	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	2.21
3	黄金岁月宜兰赫蒂法庄园	FTV	闽南语连续剧	1.63
4	1830蜡笔小新	TTV	卡通影片	1.61
5	全明星观察中2大诚保险经	TTV	信息综艺	1.44
6	第33届金曲奖星光大道	TTV	特别节目	1.24
7	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.23
8	为您好维他命C综艺玩很大	CTV	娱乐综艺	1.18
9	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	1.16
10	金曲娱乐	TTV	歌唱音乐	1.11

25-34岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第33届金曲奖颁奖典礼	TTV	特别节目	3.03
2	黄金岁月宜兰赫蒂法庄园	FTV	闽南语连续剧	2.45
3	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	2.01
4	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	1.40
5	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.25
6	航海王特别篇3兄弟的羁绊	TTV	外片	1.21
7	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	娱乐综艺	1.18
8	金曲娱乐	TTV	歌唱音乐	1.15
9	第33届金曲奖星光大道	TTV	特别节目	1.09
10	饥饿游戏阿钙八合一强效锭	CTV	竞赛综艺	1.08

35-49岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第33届金曲奖颁奖典礼	TTV	特别节目	4.36
2	黄金岁月宜兰赫蒂法庄园	FTV	闽南语连续剧	2.49
3	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	2.26
4	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	2.11
5	金曲娱乐	TTV	歌唱音乐	1.94
6	饥饿游戏阿钙八合一强效锭	CTV	竞赛综艺	1.93
7	为您好维他命C综艺玩很大	CTV	娱乐综艺	1.79
8	第33届金曲奖星光大道	TTV	特别节目	1.78
9	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	1.55
10	全明星观察中2大诚保险经	TTV	信息综艺	1.40

50岁以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黄金岁月宜兰赫蒂法庄园	FTV	闽南语连续剧	7.64
2	黄金岁月台塑石油95	FTV	闽南语连续剧	7.42
3	综艺大集合台塑石油95	FTV	娱乐综艺	6.87
4	台湾那么旺Taiwan NO1娘家	FTV	竞赛综艺	5.31
5	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	娱乐综艺	4.26
6	第33届金曲奖颁奖典礼	TTV	特别节目	3.59
7	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	闽南语连续剧	2.89
8	美丽人生日出他乡安美诺美	TTV	闽南语连续剧	2.67
9	第33届金曲奖星光大道	TTV	特别节目	1.91
10	雪中悍刀行2100	CTV	大陆剧	1.84



有线TOP10 (15-24岁、25-34岁、35-49岁、50岁以上)

15-24岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	2000名侦探柯南排色的弹丸	MOMOK 外片		1.09
2	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI 娱乐综艺		0.90
3	1830乌龙派出所	*SCC 卡通影片		0.86
4	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI 闽南语连续剧		0.84
5	台湾启示录	ET-N 新闻性质节目		0.83
6	1800乌龙派出所	*SCC 卡通影片		0.81
7	戏说台湾假日完整版	SANLI 闽南语连续剧		0.77
8	人气美食老板料理一吃上瘾	VLJP 美食、旅游节目		0.76
9	来吧营业中声宝	TVBSG 信息综艺		0.74
10	一家团圆ADF胶原蛋白饮Plu	SANLI 闽南语连续剧		0.72

25-34岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI 闽南语连续剧		2.38
2	一家团圆ADF胶原蛋白饮Plu	SANLI 闽南语连续剧		2.06
3	台湾启示录	ET-N 新闻性质节目		1.42
4	戏说台湾	SANLI 闽南语连续剧		1.31
5	1230蜡笔小新	GTV-C 卡通影片		1.01
6	嘉庆君游台湾家后红曲磷虾	SANLI 传统艺术节目		0.79
7	2000名侦探柯南排色的弹丸	MOMOK 外片		0.75
8	大爱剧场天下第一招	DaAi 国语连续剧		0.75
9	机智校园生活青春万岁	TVBSG 国语连续剧		0.75
10	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI 娱乐综艺		0.74

35-49岁

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戏说台湾	SANLI 闽南语连续剧		1.53
2	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI 娱乐综艺		1.23
3	机智校园生活青春万岁	TVBSG 国语连续剧		1.20
4	1230蜡笔小新	GTV-C 卡通影片		1.11
5	咒术尸战	ET-M 外片		0.83
6	航海王	*SCC 卡通影片		0.82
7	2000名侦探柯南排色的弹丸	MOMOK 外片		0.79
8	月老	*SCM 国片		0.78
9	原子少年	TVBSG 竞赛综艺		0.78
10	一家团圆ADF胶原蛋白饮Plu	SANLI 闽南语连续剧		0.75

50岁以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	持续可能的恋爱	VLJP 日剧		4.47
2	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI 娱乐综艺		3.51
3	一家团圆ADF胶原蛋白饮Plu	SANLI 闽南语连续剧		2.73
4	1230蜡笔小新	GTV-C 卡通影片		2.69
5	2000名侦探柯南排色的弹丸	MOMOK 外片		2.02
6	2200夫妇的世界	*SCC 韩剧		1.98
7	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI 闽南语连续剧		1.87
8	少康战情室	TVBS 新闻性质节目		1.74
9	咒术尸战	ET-M 外片		1.59
10	尸速列车感染半岛	ET-M 外片		1.58



新闻类节目/频道收视率

无线台新闻	全体	15-24岁	25-34岁	35-49岁	50岁以上
CTV/中视	1.00	0.72	0.40	0.54	1.67
TTV/台视	0.65	0.51	0.34	0.48	0.93
FTV/民视	0.37	0.13	0.10	0.17	0.71
CTS/华视	0.27	0.14	0.12	0.22	0.40

有线新闻台	全体	15-24岁	25-34岁	35-49岁	50岁以上
TVBSN/TVBS新闻台	0.55	0.34	0.26	0.56	0.77
ET-N/东森新闻	0.49	0.20	0.22	0.43	0.77
SETN/三立新闻	0.39	0.10	0.09	0.25	0.71
FTVN/民视新闻	0.37	0.08	0.14	0.23	0.67
ERA-N/年代新闻台	0.23	0.03	0.06	0.14	0.44
EFNC/东森财经新闻台	0.20	0.02	0.02	0.11	0.40
NTVN/壹新闻	0.17	0.08	0.08	0.16	0.25
UBN/非凡新闻	0.16	0.04	0.03	0.15	0.26
CTS-N/华视新闻信息台	0.08	0.02	0.03	0.07	0.12

* 无线台新闻包括各无线台早、午、晚，及夜间新闻等新闻播报节目



类型节目收视率

戏剧类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	黄金岁月宜兰赫蒂法庄园	FTV	4.43
2	黄金岁月台塑石油95	FTV	4.24
3	一家团圆PP塑崩未来裤	SANLI	2.01
4	美丽人生日出他乡PANASONI	TTV	1.97
5	一家团圆ADF胶原蛋白饮Plu	SANLI	1.95
6	美丽人生日出他乡安美诺美	TTV	1.78
7	雪中悍刀行2100	CTV	1.25
8	戏说台湾	SANLI	1.24
9	戏说台湾假日完整版	SANLI	1.20
10	大爱剧场天下第一招	DaAi	1.09

新闻类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台湾启示录	ET-N	1.29
2	台湾最前线	FTVN	1.03
3	少康战情室	TVBS	0.83
4	非凡最前线	UBN	0.83
5	正午最前线	UBN	0.77
6	台湾1001个故事	ET-N	0.76
7	关键时刻	ET-N	0.73
8	最前线报告	UBN	0.73
9	新台湾加油	SETN	0.72
10	最前线直击	UBN	0.71

综艺类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	综艺大集合台塑石油95	FTV	3.89
2	台湾那么旺Taiwan NO1娘家	FTV	2.71
3	我爱冰冰Show爱维宝	CTV	2.41
4	爱妮雅超级红人榜	SANLI	2.26
5	超级夜总会福尔旗舰六合一	SANLI	1.89
6	饥饿游戏阿钙八合一强效锭	CTV	1.43
7	全明星观察中2大诚保险经	TTV	1.27
8	金曲娱乐	TTV	1.25
9	综艺新时代台塑石油95	FTV	1.15
10	为您好维他命C综艺玩很大	CTV	1.12

其他类/全体

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨伞标英才大陆寻奇	CTV	0.86
2	詹姆士出走料理盘石集团	GTV-1	0.74
3	型男大主厨家家生医七日蠟	SL2	0.66
4	花甲少年趣旅行	ETTV	0.65
5	福尔额温枪花甲少年趣旅行	CTS	0.64
6	人气美食老板料理一吃上瘾	VLJP	0.62
7	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.56
8	型男大主厨	SL2	0.52
9	来者必吃当地人最爱的连锁	VLJP	0.49
10	食尚玩家热血48小时	TVBSG	0.49



网络观察

- Network



15-24岁网络用户

	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	1,632	94	681	477	393	74,625	6	46
2	Microsoft Sites	1,590	92	325	162	185	19,447	8	12
3	LINE Corporation	1,022	59	271	2	2	963	2	1
4	Facebook	997	58	204	39	28	12,878	3	13
5	PIXNET Digital Media Corporation	995	58	81	2	4	3,054	1	3
6	Yahoo	917	53	198	44	50	10,999	4	12
7	Dcard	623	36	260	18	17	10,789	2	17
8	Wikimedia Foundation Sites	605	35	64	6	5	2,662	2	4
9	UDN Group	593	34	64	3	4	2,399	1	4
10	ETtoday & EMI Group	526	30	74	30	12	3,048	10	6
11	Shopee Pte Ltd	419	24	26	2	3	929	2	2
12	Valve Corporation	418	24	79	1	1	447	2	1
13	Oneup Network Corporation	393	23	62	18	10	3,426	5	9
14	CW Group	355	20	15	1	1	560	1	2
15	Chunghwa Telecom	336	19	19	2	2	706	3	2
16	Cite Media Holding Group	335	19	17	2	3	679	3	2
17	Want Media Group	324	19	21	1	2	688	1	2
18	BILIBILI.COM	319	18	48	30	20	3,495	9	11
19	Liberty Times Group	289	17	20	1	1	666	2	2
20	Reddit	288	17	44	3	3	1,817	2	6

* With the release of May 2022 data,

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

数据源：comScore, May 2022



25-34岁网络用户

	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	2,353	96	372	175	184	22,047	8	9
2	Google Sites	2,259	92	928	550	489	95,717	6	42
3	LINE Corporation	1,580	65	465	10	10	3,984	2	3
4	Yahoo	1,560	64	465	177	239	32,335	5	21
5	PIXNET Digital Media Corporation	1,560	64	145	4	10	5,759	1	4
6	Facebook	1,344	55	306	176	216	22,133	8	16
7	UDN Group	1,101	45	160	21	21	5,803	4	5
8	ETtoday & EMI Group	1,002	41	209	13	13	8,305	2	8
9	Dcard	815	33	257	15	13	8,790	2	11
10	Wikimedia Foundation Sites	758	31	79	9	9	3,892	2	5
11	Shopee Pte Ltd	689	28	94	26	36	5,568	5	8
12	Want Media Group	662	27	60	2	4	2,107	1	3
13	Fubon Multimedia Technology	610	25	60	11	16	2,739	4	4
14	Liberty Times Group	570	23	61	5	8	3,207	2	6
15	Hearst	524	21	166	3	7	5,472	1	10
16	CW Group	515	21	19	1	1	634	1	1
17	Next Digital Limited	510	21	45	1	2	1,475	1	3
18	Oneup Network Corporation	507	21	85	18	19	4,341	4	9
19	TVBS.COM.TW	494	20	40	2	2	1,308	1	3
20	NAT.GOV.TW	476	19	35	10	18	1,557	7	3

* With the release of May 2022 data,

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

数据源：comScore, May 2022



35-44岁网络用户

	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	1,246	95	276	108	143	21,040	5	17
2	Google Sites	1,210	93	521	351	310	57,557	6	48
3	Yahoo	953	73	390	144	164	28,800	5	30
4	Facebook	773	59	246	81	54	17,507	5	23
5	PIXNET Digital Media Corporation	772	59	78	2	7	2,960	1	4
6	LINE Corporation	707	54	198	2	2	1,392	2	2
7	UDN Group	702	54	155	9	12	6,585	1	9
8	ETtoday & EMI Group	673	51	169	11	10	6,661	2	10
9	Want Media Group	542	42	69	4	7	2,694	1	5
10	Liberty Times Group	442	34	65	5	16	2,594	2	6
11	Cite Media Holding Group	431	33	23	1	2	829	2	2
12	Shopee Pte Ltd	428	33	66	21	23	3,568	6	8
13	Sanlih Media Group	422	32	42	6	6	1,499	4	4
14	Fubon Multimedia Technology	415	32	66	12	18	3,504	3	8
15	Wikimedia Foundation Sites	404	31	50	5	4	2,212	2	5
16	Next Digital Limited	383	29	49	4	5	1,945	2	5
17	CW Group	373	29	14	1	1	440	2	1
18	TVBS.COM.TW	366	28	34	2	2	1,232	2	3
19	NAT.GOV.TW	319	24	17	4	5	602	6	2
20	The News Lens	316	24	25	1	1	819	1	3

* With the release of May 2022 data,

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

数据源：comScore, May 2022



45-54岁网络用户

	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	1,003	93	191	55	65	12,804	4	13
2	Google Sites	984	91	416	223	189	38,547	6	39
3	Yahoo	800	74	290	110	121	20,664	5	26
4	PIXNET Digital Media Corporation	586	54	43	1	3	1,474	1	3
5	LINE Corporation	576	53	160	2	1	605	3	1
6	Facebook	564	52	135	39	36	9,402	4	17
7	UDN Group	496	46	73	6	6	3,044	2	6
8	ETtoday & EMI Group	444	41	72	8	7	2,939	3	7
9	Shopee Pte Ltd	372	34	51	13	11	2,785	5	7
10	Want Media Group	365	34	33	2	3	1,204	2	3
11	Fubon Multimedia Technology	344	32	38	6	7	1,608	3	5
12	Wikimedia Foundation Sites	314	29	31	3	3	1,340	2	4
13	Liberty Times Group	295	27	31	3	4	1,554	2	5
14	TVBS.COM.TW	286	27	26	1	1	893	1	3
15	NAT.GOV.TW	285	26	16	4	4	562	7	2
16	Next Digital Limited	259	24	36	14	11	2,211	6	9
17	Sanlih Media Group	255	24	20	1	2	656	2	3
18	Chunghwa Telecom	221	20	14	2	2	578	4	3
19	PChome Online	217	20	26	3	7	1,328	2	6
20	FEEBEE.COM.TW	204	19	14	1	1	488	1	2

* With the release of May 2022 data,

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

数据源：comScore, May 2022





以上内容如有任何建议
或相关订阅事宜，欢迎与我们联系

宏将广告营销策略部
MediaResearch@mediadrive.biz
02-2509-5557#123