

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2230

07.18 ~ 07.24





Contents

媒體放大鏡	- 從Netflix到百貨服飾都掀退訂潮！	• • •
熱門話題	- 動漫迷看過來！整個暑假話題不間斷！	• • •
國際視野	- 社群評論有助消費者更瞭解品牌	• • •
收視調查	- 2022/07/18-07/24	• • •
		• • •

媒體放大鏡

- Media News



從Netflix到百貨服飾都掀退訂潮！「訂閱制」為何不香了？

「訂閱經濟」曾是備受讚譽的商業模式，從影視到零售業等都紛紛加入訂閱制的行列，其不僅能讓顧客省下重複下單商品的麻煩，也同時為品牌帶來穩定的升入並提升顧客黏著度。但最近許多以訂閱式販售商品的零售品牌，皆出現了顧客退訂，甚至有企業面臨倒閉危機。



【2022/07/19, 數位時代】

服飾訂閱可說是退訂潮下的第一批受災戶。服飾訂閱似難以持久獲利背後有兩大原因。對於顧客而言，數據難以精準判斷顧客對於造型的偏好。而對於品牌來說，服飾訂閱需花一定的成本和精力，但由於顧客期望盒中的服飾能與喜好重疊，若盒中的服飾未達預期，則容易在一瞬間失去顧客忠誠度，這也使品牌的獲利與付出的成本不相符。

服飾之外的商品訂閱服務也同樣出現了退訂潮現象。據管理諮詢公司《科爾尼》調查顯示，**40% 的受試者認為需要減少目前訂閱的商品**，其一大主因為**近期嚴重的通貨膨脹**，隨著生活費用升高，消費者在花費上更謹慎，並開始重新檢視每一筆支出，而在訂閱服務上的開銷也顯得非必要。

訂閱制在後疫情且通膨的時代，雖然流失了訂閱的顧客，但也有可能成為提供訂閱服務的品牌拓展全通路的新契機。

臉書走回老路不再按演算法排列，借鑑IG模式

臉書 (Facebook) 周四 (21日) 推出一項新功能，讓用戶可以按時間順序查看貼文，而不再按演算法排名。該工具名為「Feeds」，是臉書應用程式中的一個專用選項，**顯示用戶朋友的所有最新貼文**。原來的「動態消息」(news feed) 現在將被改稱為「主頁」(Home)，並將作為更多基於人們線上習慣的「發現引擎」。這項改變是對更基本的社交媒體體驗的肯定，讓用戶更關注朋友和家人的活動。

該產品大量借鑒了臉書在2012年以10億美元收購的Instagram。之前 Instagram就是向用戶展示按時間順序排列的貼文，最新貼文顯示在頂部，但該平台在 2016 年改採基於演算法的安排。Instagram 今年重新導入按時間順序排列的貼文，向用戶顯示他們最先關注者的最新貼文。推特 (Twitter) 也有一個類似的功能，可以讓人們設置他們的時間線，只顯示他們關注的人的最新推文。臉書、谷歌 (Google) 和其他大型科技公司因其平台重塑社會的方式而受到監管機構的嚴格審查。



【2022/07/22, 數位時代】

Netflix祭「鎖IP」功能防寄生串流

Netflix近日為了打擊「共用帳號」，欲在中南美洲多個國家進行測試，從8月22日開始，將新增「添加住所」(add a home) 功能，當用戶使用的電視或連接電視的裝置、於與其固定住所不同的地點觀看影片時，就會收取額外月費，每月要價2.26到2.99美元（約新台幣51到90元）。



【[2022/07/21, 鏡週刊](#)】

使用此功能，基本方案的用戶可以新增1個「住所」，標準方案可新增2個，高級方案則可以新增3個。如此一來，Netflix就可以透過檢視用戶之IP位置，來判別用戶之使用活動。此功能目前擬定將於阿根廷、多明尼加、宏都拉斯、薩爾瓦多和瓜地馬拉等國搶先推出試用；若是在未被登記為「住所」的地點使用Netflix，最長可觀看2週不用額外收費，不過每年僅能容許1次，此後除非用戶添加「住所」，否則將無法再從其他地點使用Netflix。

而除了「添加住所」功能，今年3月起Netflix還在中南美洲多國推出了「添加額外會員」(add an extra member) 功能，標準方案與高級方案會員可另外添加2個子帳戶，每個子帳戶都擁有自己的個人資料、個性化推薦與登錄名稱與密碼，讓用戶可與親友分享帳號。

Hulu新增訂戶數 超車Disney +

美國娛樂巨擘迪士尼全力衝刺旗艦串流事業Disney+，但旗下獨立串流品牌Hulu怙怙吃三碗公，過去24個月中有18個月，新增訂戶數反倒超車迪士尼寄予厚望的Disney+。Hulu異軍突起，成了娛樂王國迪士尼在美國本土成長最快的串流服務，歸功於Hulu主打成人娛樂，將收視觸角伸向更多族群。根據市調機構Antenna資料，Hulu在過去24個月中的18個月，訂戶成長速度超越Disney+，在最近6個季度，每季的新訂戶數都比Disney+多。

摩根士丹利分析師史溫本 (Benjamin Swinburne) 指出，迪士尼百分之百擁有Hulu後，將其納入Disney+ App，才能真正把Hulu服務整合到迪士尼全套串流產品，有助降低訂戶流失率。迪士尼股價今年來挫跌將近40%，一些分析師及投資人認為，串流事業是拖累迪士尼股價的罪魁禍首。

截至第2季結束，Disney+的全球訂戶數1.377億，同時Hulu純串流服務訂戶數4,140萬。Q2迪士尼串流部門虧損8.87億美元，自Disney+推出以來，損失超過60億美元。Antenna數據顯示，Hulu串流服務訂戶的忠誠度不及Disney+訂戶，比起迪士尼串流套裝方案的訂戶，Hulu用戶退訂的可能較多。此外，據6月資料發現，4.7%的Hulu用戶取消訂閱，高於迪士尼串流套裝方案訂戶的2.5%及Disney+訂戶的3.83%。【[2022/07/24, 中時新聞網](#)】

用Google搜尋 = 老了？調查結果年輕人都改用它

隨著科技日漸發達，許多人想要搜尋資料時第一時間都會拿起手機進行搜尋，而不同年紀的使用者選擇搜尋的方式可能也有所不同。根據Google內部調查結果發現，近40%的年輕人不會用Google搜尋或地圖找資料，取而代之的社群軟體竟是這兩個，結果意外掀起不少討論。

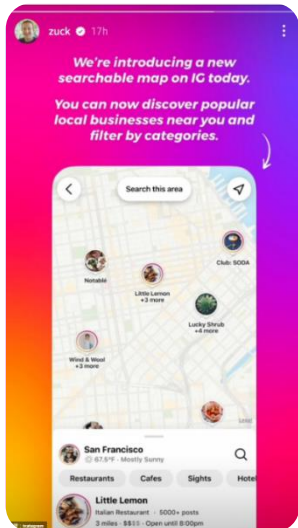
據外媒報導，Google高階副總裁Prabhakar Raghavan受訪時表示，Google的內部針對18歲到24歲的美國用戶進行研究，結果顯示出約有40%的Z世代的年輕用戶不會用Google搜尋或是地圖，反而是透過Instagram (IG) 和抖音 (TikTok) 等App搜尋資料。

Prabhakar Raghavan指出，年輕用戶如今不太會輸入關鍵字，而是以身歷其境或是更新的方法發現新資訊。此外，報導中更提及，對年輕用戶來說，Google地圖就像是將紙本地圖「塞在手機裡」，為此變化Google也開始感受到威脅性，為了喚回年輕人的使用習慣，Google也將針對搜尋系統進行改良，更加符合年輕人的使用習慣，企圖喚回年輕人再度使用Google。



【2022/07/18, yahoo新聞】

緊抓年輕用戶，IG地圖新功能



新世代年輕人愛用Instagram找資訊，看準這個趨勢，Instagram也擴充地圖新功能，加入可搜尋、可互動的地圖，並顯示其他用戶的貼文、限時動態和指南，要藉此緊抓年輕人的心。

新的地圖功能可以讓用戶透過有標記的貼文、限時動態和指南來搜尋時，能夠獲得更加身臨其境的體驗。在搜尋某些主題標籤時，還可以在地圖上找到周圍的熱門地點和店家。例如，搜尋「#sanfrancisco」就可以找到當地其他用戶發佈的資訊。甚至，可以直接輸入機構、社群名稱來尋找。

社群軟體的功能不斷擴張，意味著人們不再一定要從Google找尋他們想知道的一切。加上許多社群軟體，如Instagram，擁有的相片濾鏡、自我經營等元素，讓查詢的過程更具有社交性與個人特色。

而Meta除了地圖，也計畫讓Instagram成為社群媒體、商業經營、旅行以及生活的一站式商店。例如，7月初，Instagram也推出了直接在聊天室中購物、付款的功能。【2022/07/21, 數位時代】

Google錢包再次復活！將取代Google Pay

行動通訊巨擘Google將正式在包含台灣在內的 39 個國家，推出稍早其在年度開發者大會I/O中宣布的Google錢包 (Google Wallet) 服務，並上架在 Play 商店，取代目前提供行動支付功能的Google Pay。

不再只有支付，票券、鑰匙、證照皆可放入錢包，出門帶支手機就好除了管理簽帳金融卡與信用卡，新推出的Google錢包還能收藏使用者的身分證、疫苗施打證明、門票票券、會員卡與車鑰匙等，甚至駕照、旅館房卡及工作證等。也就是說，Google 錢包是以Google Pay的系統為基礎，改版成為行動支付與電子錢包合一的應用程式，提供民眾更方便且完整的服務，甚至在未來有機會取代人們的「實體錢包」。

Google錢包再次復活！搭上非現金支付潮流席捲國際。但官方特別指出，由於在美國與新加坡發行的Google Pay與其他國家不同（簡稱Tez，據稱是場災難），Google錢包與Google Pay 將仍會同時共存於用戶的手機裡，以Google Pay名義將繼續為用戶提供感應支付與轉帳等金融服務。



【2022/07/21, 數位時代】

Google有條件允App能透過第三方付費方式

在歐盟即將推動數位市場法案之際，Google歐盟政府事務與公共政策總監Estelle Werth稍早發文表示，將開放歐盟經濟特區內於Google Play Store上架的app透過第三方付費方式進行交易。

允許透過Google Pay以外的第三方付費方式交易後，Google承諾將調整app內交易時收取的平台服務費，其中在99%比例app所收取的15%費用，未來將調降為12%，而部分以30%計費的情況，則會調降為27%。同時，開發者必須自行承擔使用第三方付費方式時的手續費等成本。

但在新調整方案中，並未包含遊戲類別app，但Google表示將會在數位市場法案實際上路運作以前，讓遊戲內容也能透過第三方付費方式交易。相較Google的作法，蘋果日前已經調整在南韓境內的App Store使用規範，讓使用者可透過其他支付方式支付app內交易內容。而蘋果在此調整中依然維持但書，亦即在利用第三方支付服務進行交易時，蘋果依然會針對每筆交易收取26%分潤，藉此作為平台維護、增值稅等相關費用。同時，透過第三方支付服務交易時，將無法用於家庭共享訂閱，或是要求他人幫忙付款的情況。【2022/07/20, 聯合新聞報】

熱門話題

- Hot Topics



動漫迷看過來！整個暑假話題不間斷！

動漫迷有福啦，因疫情停辦的動漫祭，今年夏天回來啦！動漫祭是全台動漫迷最關注的節日，炎炎夏日，動漫相關的活動及話題接連不斷，陪你度過整個暑假。本週就跟著宏將週報，一起來解析近期備受關注的動漫議題吧！



從北到南都有活動

動漫祭百場活動從北到南至8月底
陪動漫迷們度過最繽紛的暑假



動漫造景登夢時代

高雄夢時代真實呈現21大動漫主題造景，讓動漫粉絲大呼過癮



真人版選角話題夯

Netflix宣布翻拍經典動漫《幽遊白書》真人版，引發熱烈討論



HTC元宇宙吹日風

HTC結盟日本插畫平台Pixiv，讓元宇宙虛擬分身揚起日系動漫風

國際視野

- Media Trend



社群評論有助消費者更瞭解品牌

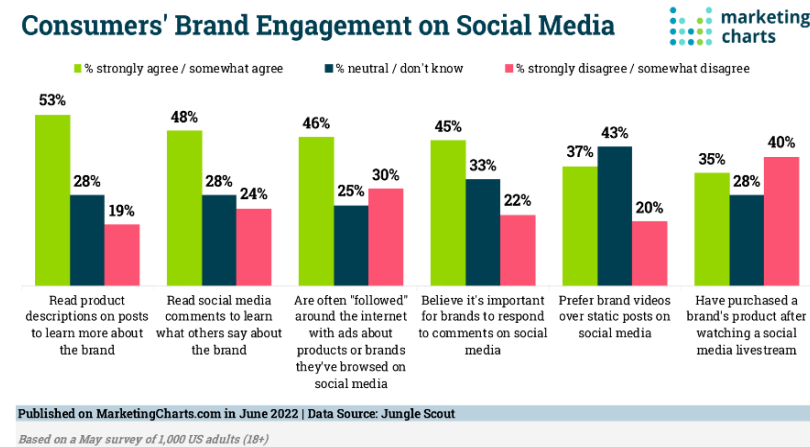
社交媒體以各種方式影響消費，從幫助消費者發現品牌到實現數位商務。根據Jungle Scout的一份新報告顯示，消費者同時在透過社交媒體來更瞭解人們對品牌的體驗。

根據1000名美國成年人的調查顯示，**48%的受訪者在某種程度上同意他們閱讀社交媒體的評論，以瞭解他人對品牌的看法及評價。此外，46%的人認為品牌回應社交媒體上的評論很重要。**關於社交媒體上品牌參與的其他調查結果中，53%的人同意他們閱讀文章內的產品描述以瞭解更多關於品牌的資訊，而37%的人更喜歡品牌的影片而不是社交媒體上的靜態評論（相比之下，43%的人持中立態度，20%的人持反對意見）。

行銷人員正計劃在社交平台上新增影音的使用，品牌在某些平台上發布活動以圖片為主，在臉書上則增加直播影片的使用率，Jungle Scout 研究顯示，35% 的消費者聲稱在觀看社交媒體直播後購買了產品。根據報導，**對各種平台而言，YouTube在搜尋和購買產品方面最受信任，領先於臉書。**另一項研究則顯示，**臉書仍然是最能導購的平台。**

最後，Jungle Scout調查有幾乎一半（46%）的受訪者同意，他們經常被他們在社交媒體上瀏覽過的產品或品牌廣告所“關注”。雖然再行銷常用於社交媒體策略，但這些廣告在歷史上並沒有受到消費者的青睞。在這項最新的研究中，**43%的人接受這是一種常見做法，42%的人甚至覺得這很有幫助，因為會幫助他們回想起某個產品或品牌，儘管約三分之一的人認為再行銷會讓他們害怕，四分之一的人則會想封鎖。**

消費者在社交媒體上的品牌參與度



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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.09
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.37
3	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	競賽綜藝	2.65
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	2.56
5	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.11
6	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.88
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.59
8	航海王27	TTV	卡通影片	1.29
9	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.20
10	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.15
11	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	1.01
12	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	0.99
13	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	0.98
14	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.95
15	醫學大聯盟福爾威創快篩	FTV	競賽綜藝	0.87
16	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	0.85
17	1800航海王27	TTV	卡通影片	0.83
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81
19	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	0.81
20	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.79

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	2.23
2	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	2.09
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	SANLI	閩南語連續劇	1.52
5	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	1.30
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.25
7	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.12
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.00
9	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.99
10	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	0.93
11	薪資停滯失落的20年	TVBSN	新聞性質節目	0.90
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.88
13	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.84
14	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.77
15	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.76
16	鄭知道了陳時中組總統級競	SETN	新聞性質節目	0.75
17	2100如懿傳	CTiE	大陸劇	0.74
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.72
19	鄭知道了萬安躺平小雞討救	SETN	新聞性質節目	0.72
20	2200超級夜總會福爾旗艦六	SANLI	娛樂綜藝	0.72

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	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.36
2	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.90
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.28
4	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.24
5	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.23
6	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.16
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
8	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.95
9	航海王27	TTV	卡通影片	0.88
10	姊妹亮起來娘家蔓越莓聖潔	FTV	資訊綜藝	0.83

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	2.32
2	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.07
3	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.01
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.76
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.61
6	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.21
7	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	0.95
8	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	0.91
9	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	0.89
10	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.77

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.77
2	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.54
3	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.78
4	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.73
5	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.65
6	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.54
7	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	1.52
8	MIT台灣誌家後紅麴磷蝦油	CTV	知識資訊節目	1.34
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.26
10	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.26

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	6.76
2	MIT台灣誌家後紅麴磷蝦油	CTV	知識資訊節目	5.92
3	福爾額溫槍花甲少年趣旅行	CTS	美食、旅遊節目	5.05
4	2022台北羽球公開賽	FTV	其他球類、體育節目	4.35
5	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	2.84
6	航海王27	TTV	卡通影片	1.90
7	1730名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.81
8	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.52
9	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.50
10	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.44



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	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.39
2	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.29
3	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	1.12
4	薪資停滯失落的20年	TVBSN	新聞性質節目	0.84
5	2000間諜家家酒	*SCM	卡通影片	0.69
6	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	0.69
7	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.66
8	消失的國界	SETN	新聞性質節目	0.66
9	上山下海過一夜台塑石油95	SL2	美食、旅遊節目	0.65
10	1800間諜家家酒	*SCC	卡通影片	0.61

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	2.28
2	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.14
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.13
4	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	1.03
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.95
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.91
7	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	0.88
8	2200超級夜總會福爾旗艦六	SANLI	娛樂綜藝	0.84
9	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.71
10	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.69

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	1.35
2	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.34
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.96
4	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.88
5	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.88
6	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	0.86
7	綜藝大熱門iOiO超口感蒟蒻	SL2	資訊綜藝	0.77
8	便宜美食老闆住家兼店面	VLJP	美食、旅遊節目	0.77
9	消失的國界	SETN	新聞性質節目	0.75
10	薪資停滯失落的20年	TVBSN	新聞性質節目	0.75

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	1300名偵探柯南第11位前鋒	MOMOK	外片	4.45
2	綜藝大熱門iOiO超口感蒟蒻	SL2	資訊綜藝	3.55
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.84
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.41
5	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	2.10
6	水滸傳	VLM	大陸劇	1.95
7	2200夫婦的世界	*SCC	韓劇	1.62
8	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	1.59
9	上山下海過一夜台塑石油95	SL2	美食、旅遊節目	1.36
10	1900A TEAM新聞特攻隊	UBN	新聞性質節目	1.23



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	0.71	0.41	0.53	1.57
TTV/台視	0.68	0.44	0.36	0.43	1.06
FTV/民視	0.33	0.14	0.12	0.13	0.62
CTS/華視	0.26	0.15	0.13	0.21	0.36

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	0.53	0.29	0.24	0.50	0.79
ET-N/東森新聞	0.45	0.20	0.19	0.39	0.72
SETN/三立新聞	0.38	0.08	0.07	0.25	0.72
FTVN/民視新聞	0.34	0.06	0.10	0.19	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.05	0.07	0.13	0.44
NTVN/壹新聞	0.17	0.07	0.06	0.16	0.27
UBN/非凡新聞	0.15	0.05	0.03	0.12	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.01	0.02	0.10	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.08	0.03	0.04	0.07	0.12

* 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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	4.09
2	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	2.09
3	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	1.88
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.52
5	大愛劇場天下第一招	DaAi	1.30
6	戲說台灣	SANLI	1.25
7	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	1.01
8	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	0.99
9	2100如懿傳	CTiE	0.74
10	1230一家團圓ADF膠原蛋白	SANLI	0.61

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.00
2	薪資停滯失落的20年	TVBSN	0.90
3	少康戰情室	TVBS	0.88
4	台灣啟示錄	ET-N	0.84
5	非凡最前線	UBN	0.77
6	鄭知道了	SETN	0.76
7	鄭知道了陳時中組總統級競	SETN	0.75
8	關鍵時刻	ET-N	0.72
9	鄭知道了萬安躺平小雞討救	SETN	0.72
10	驚爆新聞線2200	SETN	0.70

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.37
2	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	2.65
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	2.56
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.23
5	全明星運動會4明星3缺1	TTV	2.11
6	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.86
7	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	1.59
8	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	1.20
9	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.15
10	來吧營業中聲寶	TVBSG	1.12

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	2022台北羽球公開賽	FTV	0.74
2	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	0.72
3	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.67
4	型男大主廚	SL2	0.58
5	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.55
6	直中職33年統VS中	VLMAX	0.53
7	大胃女王吃遍巨美食	VLJP	0.52
8	直中職33年樂VS中	VLSPT	0.48
9	食尚玩家瘋狂總部台塑石油	TVBSG	0.47
10	呷飽未	SANLI	0.45





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