

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2236

08.29 ~ 09.04





Contents

- 媒體放大鏡 - 就是要搶先Disney+！Netflix廣告方案提早實行 . . .
- 熱門話題 - 中秋月圓好時節，創意行銷少不了 . . .
- 國際案例 - Candy Crush Saga 的遊戲精髓帶入現實世界 . . .
- 收視調查 - 2022/08/29-09/04 . . .
- 網路觀察 - July 2022 . . .

媒體放大鏡

- Media News



就是要搶先Disney+！Netflix廣告方案提早實行

Netflix因流失用戶，準備祭出二大策略挽救，包括打擊寄生蟲以及更便宜的廣告訂閱方案，其中廣告方案將搶先實行，最新爆料指出，為了跟競爭對手Disney+競爭，Netflix決定廣告方案將提早於11月推出。Disney+早已宣布，12月8日起，在美國實施新的收費方式，屆時將分為觀看廣告和無廣告二種訂閱，觀看廣告方案每月7.99美元(約台幣240元)，無廣告10.99美元(約台幣330元)。

外媒variety報導，Netflix希望能搶先Disney+，因此將廣告方案提前至11月1日推行，相關合作夥伴已經接收到通知，該計劃會在美國、加拿大、英國、法國、德國等首先上路，後續擴及全球市場。不過Netflix方面否認了這項消息，表示一切尚未定案。至於Netflix的收費價格，日前來自《彭博社》的消息指出，Netflix廣告方案將收費7至9美元之間(約台幣210~270元)，尚不確定提供的畫質，可能限制無法離線觀看；目前Netflix在美國的最低方案價格為9.99美元(約台幣300元)。



【[2022/09/03, 自由時報](#)】

Netflix要學學！微軟Xbox Game Pass家庭訂閱方案



【[2022/08/29, 聯合新聞網](#)】

微軟稍早已經證實透過Xbox Insiders預覽計畫，開始在哥倫比亞及愛爾蘭地區進行測試Xbox Game Pass家庭訂閱方案，而相關消息透露微軟可能將以「Xbox Game Pass Friends & Family」作為此項訂閱方案名稱。

目前微軟尚未公佈Xbox Game Pass家庭訂閱方案具體名稱，但從曝光名稱來看，顯示微軟除了允許使用者透過此方案與家人共享訂閱服務內容，更允許使用者與好友一同共享單一訂閱方案。而微軟尚未確認各地區對應訂閱費用，但在愛爾蘭地區測試的Xbox Game Pass家庭訂閱方案是以每月21.99歐元計費，並且允許既有Xbox Game Pass Ultimate訂閱方案轉換，可使用時長將以單月轉為18天的比例計算。

另外，目前測試版本中最多允許在相同國家地區內使用的5名家庭成員共同使用，同時每名使用者都能擁有獨立使用權限，例如使用自有遊戲資料庫、遊玩紀錄與好友名單等。微軟預期最快會在今年底公佈此訂閱方案正式服務版本，預期會針對既有Xbox Game Pass訂閱方案上線地區提供使用。

Facebook 和 Instagram 開放同步分享 NFT 貼文！

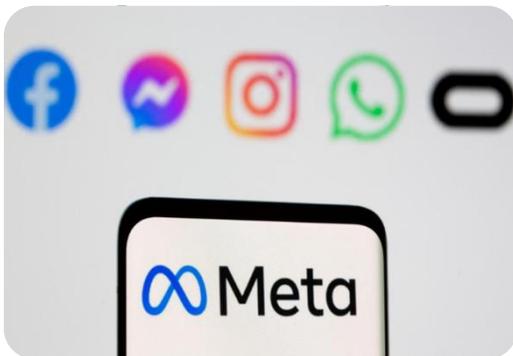
Meta 宣布今日 (8 月 30 日) 起，開放用戶將 NFT 分享於 Instagram 和 Facebook 上。Meta 所支持的錢包包括 Rainbow、MetaMask、Trust Wallet、Coinbase Wallet 和 Dapper Wallet，來讓用戶發布所鑄的數位收藏品 (digital collectibles)。Meta 自今年 5 月起，就已宣布 NFT 將來到各平台並著手展開測試，Meta 表示公司希望能讓用戶在 App 中連結數位錢包，並跨平台的分享 NFT。

除了讓用戶分享 NFT 外，Meta 也在發展將動畫加入 NFT 貼文，今年祖克伯也提到 Meta 將會讓 NFT 展示於限時動態中，並讓這些限動與 Spark AR 相容。其他平台像 Twitter 和 Reddit 著重於發展虛擬分身，而 Meta 則是想藉由讓用戶分享任何數位收藏品的功能，來接觸到更廣泛的用戶群，並計畫要支援各大區塊鏈和錢包，讓 NFT 愛好者能分享自己的收藏，並讓感興趣的用戶能更加了解 NFT。另外，Instagram 負責人 Adam Mosseri 也在 5 月時表示，Instagram 正在開發交易數位收藏品的功能，希望能打造一個交易數位藝術的市場，來讓用戶之後能在元宇宙中進行買賣。



【2022/08/30, Inside】

臉書、IG 沒有「全免費」了？未來新功能恐要付錢解鎖



【2022/09/01, 自由時報】

外媒 The Verge 報導，據他們獲得 Meta 發給員工的內部信件透露，Meta 正在組織新團隊，主要任務是要為臉書、IG 和 WhatsApp 推動更多的付費功能，這三大平台擁有數十億用戶。全新團隊命名「New Monetization Experiences」，由前 Meta 研究主管 Pratiti Raychoudhury 領導。

不過 Meta 高層拒絕說明具體計劃，實際上路時間點也還未知。一旦 Meta 開始全面推動的背後意義代表，這些平台以後將不會是「全免費」，恐要額外付費才能解鎖部分功能。

目前 Meta 已有少數付費機制，例如 Facebook 上的群組管理員能對部分原創內容進行收費。不過今年 6 月，Meta 執行長祖克伯曾說，2024 年以前，Meta 不會從付費功能和訂閱交易中抽取分成。事實上，其他社群平台也想盡辦法從使用者身上挖錢，像是 TikTok 今年開始測試付費訂閱；Telegram 和 Snapchat 也增加了新的付費套餐，有更豐富的額外功能，Telegram 獲得不錯的成效。

薑餅人王國、三國志都能在PC玩！

Google 在年初推出 Google Play 遊戲測試板，讓部分 Windows 電腦玩家可以在 Windows 桌機或筆電上玩 Google Play 遊戲，蒐集完初期的回饋並改進之後，今日 Google 宣布「Google Play 遊戲」測試版將在台灣、韓國、香港、泰國和澳洲全面開放下載。

過去幾個月來，「Google Play 遊戲」所收錄的作品，已經增加一倍以上，目前已經有超過 40 款遊戲確定在台灣推出，是目前世界各地推出遊戲數量最多的市場，未來也將陸續增加。玩家可以透過在 Windows 電腦上安裝 Google 打造的獨立應用程式，便可盡情暢玩目前提供體驗的遊戲。除了原本測試版就有的《三國群英傳 M》，現在還包括由台灣遊戲玩家票選出 Google Play 2021 年度最受歡迎的遊戲《三國志·戰略版》；同時也有入圍年度最具創新力遊戲的《薑餅人王國》。而由知名影視動漫 IP 延伸打造的手遊《灌籃高手 SLAM DUNK》等，也都可以讓各位動漫愛好者在「Google Play 遊戲」測試版上盡情體驗。Google 希望未來能陸續提供服務給更多玩家，讓他們能在更多的裝置上享受他們喜愛的遊戲。使用「Google Play 遊戲」測試版的玩家，都將能夠無縫串聯手機、平板、Chromebook 和電腦裝置，享受最喜愛的遊戲。



【2022/08/29, 數位時代】

臉書「一遊戲服務」不敵Twitch突將關閉！

臉書在2020年4月推出獨立的Facebook Gaming App，不過成立2年來，仍無法在遊戲直播市場站穩一片天，官方突宣布即將告別玩家、下台一鞠躬。Meta稍早公告，Facebook Gaming App將自10月28日起停止服務，之後包括iOS、Android版都無法運作。而該App被關閉之後，部分的功能將與Facebook App整合在一起，在其「遊戲」功能中，仍可尋找喜愛的遊戲、實況主和社團，但未來料將不再開放支援遊戲直播。

儘管官方並未透露主因，但遲遲無法在遊戲直播市場跟對手競爭想必是最大因素，因而不願意再花費人力、時間和金錢來維護App。根據市調報告，Facebook Gaming在今年第二季的總觀看時數僅占整體市場的7.9%，不只跟Twitch無法比，甚至遠低於YouTube的15.4%，在Facebook Gaming上的直播時數更是只有3.6%，App走向關閉一途似乎也不讓人意外。

停止營運消息公開後，反而不少網友吃驚，「原來臉書有這個App」、「根本沒聽過」、「遊戲直播沒人打得過Twitch吧」、「完全沒用過，收起來也罷」。



【2022/09/01, 自由時報】



疫後旅遊，你能接受旅費漲多少？

《疫後的旅遊商機》調查數據顯示，逾八成表示就算漲價也會想要出國。細分來看，有4.3%的人無視漲價幅度都要出國，78.1%民眾認為漲幅若在可接受範圍內還是願意出國。不過也有17.6%民眾認為只要有漲價，就不願意出國！

- 一. 民眾平均容忍漲幅上限43%，超過就不去了！民調數據顯示，選擇漲幅在可忍受範圍內願意出國的民眾中，平均漲幅若超過43%可能就會忍痛放棄出國計畫，而根據先前中時新聞網報導指出：「雄獅旅遊推估未來1年內團體旅遊費用的漲幅將達約3至5成，易遊網也指出10、11月現階段機票查價平均已漲逾6成」。
- 二. 民眾對前往亞洲旅遊的旅費漲幅容忍值較高，對美洲漲幅容忍值最小。進一步從旅遊地區畫分，民眾對亞洲旅遊的旅費平均漲幅容忍度最高，平均可接受漲幅落在44%，美洲最最低，可接受漲幅僅落在11%，此落差可能在於，亞洲旅遊價格相對其他洲而言相對便宜，因此可忍受較高的漲幅。不過歐洲旅遊原價位也相當昂貴，民眾仍願意接受36%之漲幅。歐美相較下，民眾更捨得將金錢花去歐洲旅遊。

最想旅遊Top 5國家與旅費漲幅忍受度

中國大陸旅費上漲忍受度最高，韓國則最低
民眾對最想去國家，上漲容忍度介於30%~52%，中國大陸上漲忍受度最高，可能與原旅費相對便宜有關。



【2022/08/27, 網絡溫度計】

台灣電支戰國大洗牌！全盈、全支付強攻



【2022/08/29, 數位時代】

隨著全聯獨資的電子支付品牌「全支付」開幕，台灣的電支品牌數量來到30家。群雄並起的戰國時代，全聯的投入不只宣告零售金融時代來臨，也有望讓發展近10年的台灣電子支付局面出現大不同。

一. 從全支付開業，看台灣電支市場兩大變局：台灣目前的電支用戶數來到1,700萬，台灣大電信金融事業部副總經理吳建頤分析，全支付加入戰局後，預計帶來「電支更普及」、「市場洗牌」兩大變局。從零售的角度來看，三大業者全家（全盈）、全聯（全支付）、統一（icash Pay）都握有電支品牌與廣大的零售通路。值得注意的是，全盈、全支付採取開放生態圈策略，可以使用的通路比較多，開業短短一個月，就累積大量用戶、經手處理的金額也很高。

二. 大家都在拚生態系，「數據」將成決勝點：隨著全支付開業，台灣電支版圖大致已經成型，「生態系」是各家業者做出差異化的重點策略，而「數據」應用則是更關鍵的決勝點——也就是比誰更能看懂客戶需求。

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 orange and white stripes. A large, semi-transparent orange circle is on the right side of the image. A diagonal white line with a gradient from orange to white runs across the image from the top left to the bottom right. The text '熱門話題' is overlaid on the left side in white, with '- Hot Topics' below it.

熱門話題

- Hot Topics

中秋月圓好時節，創意行銷少不了

每年的農曆八月十五，中秋節又稱作「八月半」，是華人文化中的重要傳統節日之一，而各大品牌當然也不能錯過這個好時機，想盡辦法跟上中秋節行銷、製造話題吸引消費者關注。本週就跟著宏將週報，一起來解析關於中秋節的各項行銷活動吧！



中秋禁戶外烤肉

因疫情考量，北市河濱不開放烤肉，民眾可移駕烤肉餐廳內用



超吸睛創意禮盒

各家飯店餐飲搶攻中秋佳節商機，多項應景中秋禮盒限定開賣



禮盒不只有月餅

烤肉就是要搭配啤酒，打貓酒廠推出了7款代表人生的啤酒禮盒



最愛烤什麼食材

求職網也搭上中秋商機，邀請網友分享烤肉最愛食材以增進互動

國際案例

- Case Share



Candy Crush Saga 的遊戲精髓帶入現實世界

我們很多人都喜歡Candy Crush Saga。事實上，自 2012 年推出以來，這款遊戲的下載量估計已超過 30 億次，每天仍有數百萬人在手機上玩這款遊戲。無論你是在通勤上下班、排隊還是在等公共汽車，這款遊戲都是你在尋找樂趣無窮的時刻時可以隨手玩的一款遊戲。這種樂趣超越了手機螢幕。支持這項活動的洞察是，一旦你開始瀏覽病毒性的Match-3遊戲，你將開始看到在日常生活中無處不在的複製遊戲機制的模式。換句話說，在有彩色物體和網格的地方，Candy Crush Saga 的樂趣就在那裡。

為慶祝 Candy Crush Saga 即將到來的里程碑——自 2012 年 11 月在手機設備推出了10 年——King 是一家領先的移動世界互動娛樂公司和 Candy Crush Saga 的製造商，與創意機構DAVID Madrid合作推出了一款高度視覺化的活動，展示無論你身在何處，都可以玩遊戲。這一系列廣告看板展示了一系列日常場景，從健身房的儲物櫃到遊戲場的保齡球，再到最無趣的地方：辦公室，這些場景似乎都重現了——類似於你在 Candy Crush Saga 中看到的模式。

King的首席營銷官 Fernanda Romano表示：“我們很高興通過這次活動來啟動 Candy Crush Saga 10 週年慶典，以有趣和引人入勝的方式將 Candy Crush Saga 的遊戲精髓帶入現實世界。我們選擇了一些日常場所，鼓勵每個人在上班或排隊等候時與我們同樂。” DAVID Madrid的首席創意官 Saulo Rocha 說：“玩過 Candy Crush Saga 的人都知道，一旦你開始了遊戲，遊戲似乎就會無處不在。這讓我們開始思考，如果我們把這件事拿出來做一個完整的宣傳活動會怎麼樣？”

無論您是忠實的 Candy Crush Saga 玩家還是想要嘗試的新手，遊戲的信息都很清楚：玩 Candy Crush Saga，無論走到哪裡，你都會發現樂趣。



該活動正在英國和美國市場推出，甚至在紐約的時代廣場設有一個廣告牌看板

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	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	4.05
2	黃金歲月愛司盟美國左旋精	FTV	閩南語連續劇	3.89
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.60
4	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	3.17
5	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.35
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.98
7	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.77
8	航海王27	TTV	卡通影片	1.57
9	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.47
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.42
11	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.40
12	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.25
13	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.10
14	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.09
15	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	1.05
16	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.02
17	1300黃金歲月愛司盟美國左	FTV	閩南語連續劇	0.94
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.93
19	1300黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	0.87
20	台灣傳奇消費高手益固康Ex	FTV	國台語單元劇	0.86

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	2.46
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	2.11
3	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	1.89
4	一家團圓加捷生醫	SANLI	閩南語連續劇	1.77
5	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	1.37
6	戲說台灣輝葉COZY FIT律動	SANLI	閩南語連續劇	1.26
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.15
8	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	1.04
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.03
10	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.01
11	2200超級夜總會福爾旗艦六	SANLI	娛樂綜藝	0.93
12	歐若拉公主	ET-D	韓劇	0.84
13	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.83
14	大愛劇場冬菊沒問題	DaAi	國語連續劇	0.82
15	日本秘境有房好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.81
16	1000消失的國界	SETN	新聞性質節目	0.81
17	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.80
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.79
19	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.79
20	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.78

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	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	2.49
2	黃金歲月愛司盟美國左旋精	FTV	閩南語連續劇	2.05
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.83
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.66
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.65
6	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.26
7	航海王27	TTV	卡通影片	1.18
8	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.06
9	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.02
10	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.02

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.73
2	黃金歲月愛司盟美國左旋精	FTV	閩南語連續劇	1.57
3	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.57
4	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.56
5	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	1.53
6	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.53
7	航海王27	TTV	卡通影片	1.50
8	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.38
9	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.34
10	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.20

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	2.43
2	黃金歲月愛司盟美國左旋精	FTV	閩南語連續劇	2.40
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.21
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	2.15
5	航海王27	TTV	卡通影片	1.94
6	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.85
7	最強綜藝秀聲寶	FTV	娛樂綜藝	1.48
8	1300綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.44
9	RUNNING MAN	CTV	競賽綜藝	1.41
10	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.34

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	閩南語連續劇	6.92
2	黃金歲月愛司盟美國左旋精	FTV	閩南語連續劇	6.51
3	1300綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.47
4	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	6.06
5	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	4.31
6	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	2.74
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	2.36
8	航海王27	TTV	卡通影片	2.09
9	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.04
10	消費高手精選福爾威創快篩	FTV	資訊綜藝	1.73

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	婚禮歌手蓓朵娜粉鑽瓶	ETTV	資訊綜藝	1.02
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.88
3	我唯一的守護者	GTV-D	韓劇	0.76
4	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	0.74
5	一家團圓加捷生醫	SANLI	閩南語連續劇	0.71
6	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.70
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.68
8	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	0.64
9	1830烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.63
10	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.62

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	2.11
2	一家團圓加捷生醫	SANLI	閩南語連續劇	1.86
3	戲說台灣輝葉COZY FIT律動	SANLI	閩南語連續劇	1.61
4	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	1.51
5	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	1.19
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.08
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.02
8	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.91
9	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.85
10	綜藝大熱門iVENOR日安塑崩	SL2	資訊綜藝	0.64

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	嘉慶君遊臺灣安美諾美白修	SANLI	傳統藝術節目	1.04
2	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	0.99
3	一家團圓加捷生醫	SANLI	閩南語連續劇	0.96
4	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.94
5	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.84
6	綜藝大熱門iVENOR日安塑崩	SL2	資訊綜藝	0.82
7	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	0.77
8	婚禮歌手蓓朵娜粉鑽瓶	ETTV	資訊綜藝	0.67
9	1800全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.64
10	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.62

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	閩南語連續劇	4.69
2	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	3.96
3	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	2.88
4	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	2.63
5	金庫開鎖還有各種好吃驚	VLJP	資訊綜藝	2.21
6	寶島神很大PP塑崩未來褲	SANLI	知識資訊節目	1.95
7	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.94
8	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	閩南語連續劇	1.88
9	2000名偵探柯南唐紅的戀歌	MOMOK	外片	1.70
10	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.45

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	0.59	0.51	0.48	1.65
TTV/台視	0.75	0.46	0.47	0.56	1.08
FTV/民視	0.36	0.09	0.11	0.12	0.71
CTS/華視	0.23	0.20	0.10	0.22	0.28

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	0.67	0.35	0.27	0.61	1.03
ET-N/東森新聞	0.59	0.31	0.25	0.48	0.94
SETN/三立新聞	0.45	0.10	0.11	0.26	0.84
FTVN/民視新聞	0.41	0.07	0.15	0.22	0.79
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.08	0.08	0.13	0.51
NTVN/壹新聞	0.20	0.07	0.09	0.20	0.30
UBN/非凡新聞	0.16	0.07	0.04	0.11	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.06	0.02	0.12	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.03	0.06	0.07	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	黃金歲月貴族世家牛排	FTV	4.05
2	黃金歲月愛司盟美國左旋精	FTV	3.89
3	一家團圓加捷生醫甲魚精P	SANLI	1.89
4	一家團圓加捷生醫	SANLI	1.77
5	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	1.77
6	戲說台灣PP塑崩未來褲	SANLI	1.37
7	戲說台灣輝葉COZY FIT律動	SANLI	1.26
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.15
9	1300黃金歲月愛司盟美國左	FTV	0.94
10	1300黃金歲月貴族世家牛排	FTV	0.87

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.03
2	少康戰情室	TVBS	1.01
3	鄭知道了	SETN	0.83
4	1000消失的國界	SETN	0.81
5	台灣啟示錄	ET-N	0.80
6	關鍵時刻	ET-N	0.79
7	非凡最前線	UBN	0.79
8	辣新聞152	FTVN	0.77
9	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	0.76
10	新台灣加油	SETN	0.75

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.60
2	最強綜藝秀聲寶	FTV	3.17
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.46
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.35
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	2.11
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.98
7	音樂最正點	CTV	1.47
8	全明星運動會4明星3缺1	TTV	1.40
9	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	1.10
10	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.09

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	1.25
2	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.60
3	型男大主廚	SL2	0.54
4	直中職33年統VS中	VLSPT	0.51
5	巨大美食老闆越做越大碗	VLJP	0.51
6	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.50
7	型男大主廚iVENOR噴噴塑	SL2	0.50
8	呷飽未	SANLI	0.49
9	直22MLB太VS天	VLSPT	0.45
10	直中職33年富VS中	VLSPT	0.44

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	828	96	8	105	162	344	184	131
2	Microsoft Sites	598	69	7	94	71	90	19	24
3	Facebook	502	58	8	104	36	74	14	10
4	Yahoo	432	50	6	77	32	91	17	19
5	LINE Corporation	419	49	7	90	45	90	1	1
6	Valve Corporation	284	33	22	293	201	49	0	0
7	PIXNET Digital Media Corporation	270	31	5	69	57	18	0	1
8	Wikimedia Foundation Sites	247	29	8	113	159	32	2	2
9	Dcard	236	27	11	155	261	47	5	5
10	Oneup Network Corporation	220	25	13	179	162	30	6	4
11	UDN Group	215	25	5	64	22	14	1	1
12	Shopee Pte Ltd	185	21	6	75	12	10	1	1
13	ETtoday & EMI Group	184	21	5	63	36	22	1	1
14	Netflix Inc.	140	16	12	160	233	19	2	2
15	TENCENT Inc.	127	15	11	143	68	11	1	1
16	Chunghwa Telecom	109	13	5	73	43	5	1	1
17	BILIBILI.COM	108	13	8	108	443	17	28	8
18	CW Group	106	12	5	69				
19	Want Media Group	106	12	3	47	23	6	0	0
20	GIMY.APP	105	12	9	122	180	15	9	3

* With the release of July 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, July 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	1,219	94	11	103	117	527	262	211
2	Microsoft Sites	941	72	11	98	49	116	24	36
3	Yahoo	818	63	11	97	56	207	58	74
4	Facebook	777	60	12	107	54	181	41	33
5	LINE Corporation	734	56	12	105	82	213	2	2
6	PIXNET Digital Media Corporation	695	53	13	119	117	68	2	5
7	UDN Group	573	44	13	114	42	68	2	3
8	ETtoday & EMI Group	531	41	13	121	179	143	9	10
9	Dcard	422	32	20	184	155	74	7	6
10	Wikimedia Foundation Sites	393	30	13	119	103	41	4	3
11	Want Media Group	389	30	13	115	89	53	2	4
12	Oneup Network Corporation	381	29	23	207	227	57	9	12
13	Shopee Pte Ltd	375	29	11	101	167	50	16	29
14	PTT.CC	298	23	20	183	365	37	13	15
15	Sanlih Media Group	282	22	12	106	106	21	2	3
16	Liberty Times Group	276	21	13	119	85	38	3	4
17	Storm Media Group	263	20	15	136	125	15	1	1
18	Valve Corporation	244	19	19	167	145	30	0	0
19	TVBS.COM.TW	243	19	11	99	95	28	1	2
20	Next Digital Limited	232	18	11	100	48	30	1	1

* With the release of July 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, July 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	1,231	92	12	101	114	527	339	317
2	Microsoft Sites	1,046	78	12	105	139	247	75	157
3	Yahoo	1,005	75	13	115	63	357	109	128
4	Facebook	810	60	12	108	59	245	57	55
5	LINE Corporation	698	52	11	97	49	203	2	2
6	UDN Group	678	51	15	131	104	130	9	12
7	PIXNET Digital Media Corporation	619	46	12	102	85	81	2	5
8	ETtoday & EMI Group	599	45	15	132	132	176	10	12
9	Want Media Group	455	34	15	130	76	75	3	5
10	Shopee Pte Ltd	454	34	14	119	104	87	23	28
11	Sanlih Media Group	430	32	18	157	176	40	6	8
12	Cite Media Holding Group	419	31	18	160	160	38	2	3
13	TVBS.COM.TW	415	31	19	164	89	48	2	2
14	Liberty Times Group	371	28	18	155	54	63	4	4
15	Wikimedia Foundation Sites	354	26	12	104	167	53	7	8
16	Next Digital Limited	341	25	16	143	110	47	3	5
17	Storm Media Group	340	25	20	171	123	30	1	1
18	CW Group	326	24	16	137	103	15	1	1
19	Dcard	324	24	16	137	45	40	3	3
20	Oneup Network Corporation	321	24	19	169	214	72	9	18

* 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, July 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	1,008	90	9	99	83	432	175	142
2	Yahoo	871	78	11	120	92	265	112	115
3	Microsoft Sites	860	77	10	104	75	174	36	53
4	Facebook	674	60	10	108	68	148	42	39
5	LINE Corporation	582	52	9	97	56	151	2	1
6	PIXNET Digital Media Corporation	478	43	9	95	43	33	1	2
7	UDN Group	476	43	11	110	289	63	9	20
8	ETtoday & EMI Group	468	42	12	124	81	79	4	4
9	Want Media Group	380	34	12	130	77	38	2	3
10	Shopee Pte Ltd	364	33	11	114	75	52	13	12
11	Wikimedia Foundation Sites	301	27	10	106	58	23	2	2
12	Sanlih Media Group	296	27	12	130	81	18	2	2
13	TVBS.COM.TW	255	23	12	121	92	25	2	1
14	Fubon Multimedia Technology	224	20	12	127	116	23	5	5
15	PChome Online	216	19	12	124	183	27	2	7
16	NOWnews	214	19	13	137	92	12	1	1
17	Next Digital Limited	212	19	10	107	201	29	4	6
18	Chunghwa Telecom	207	19	10	107	47	12	1	2
19	Liberty Times Group	204	18	10	102	373	30	5	15
20	Hearst	190	17	11	119	110	55	1	2

* With the release of July 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, July 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