

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2242

10.10 ~ 10.16





Contents

媒體放大鏡	- 網友熱議5大出國話題	. . .
熱門話題	- 颱風來襲，豪雨不斷！	. . .
國際視野	- 2022年Z世代最喜歡的品牌調查	. . .
收視調查	- 2022/10/10-10/16	. . .
藝人動態	- 2022/09-2022/10	. . .

媒體放大鏡

- Media News



網友熱議5大出國話題

疫情導致國門關了將近三年，你有多久沒有出國旅遊了呢？日前指揮中心宣佈0+7政策，10月13號開始不需居家隔離，僅需要7天自主健康防疫，讓許多民眾早已迫不及待開始規劃海外旅遊行程，相關話題也備受網友熱議。

觀察「出國」相關話題討論，首先，針對「要去哪個國家旅遊」最受關注，其中討論區一文「可以出國最想先飛哪個國家？」引起網友熱烈迴響，很多民眾都留言「日本」，也有人提到因為距離較近又好吃好玩，加上花費相對便宜而會以「泰國」為首選。不過，出國旅遊免不了會遇上邊境防疫問題，也使得「邊境防疫政策」成為網友出國時關注的第二大話題，其中0+7邊境防疫政策由於不需再花費時間居家隔離，讓不少人心動想出國。

而「入境需要哪些證明」也是不少人關心的問題，像是許多想去日本的網友便再出行前討論到底需要準備那些文件，提到雖然目前不需要隔離，但還是有疫苗證明的限制；另外也有人提到，歐洲許多國家現在無論是入境或是生活防疫政策都持開放態度，吸引不少早已被口罩悶壞的民眾嚮往。【[2022/10/12, 社群研究室](#)】



Netflix新方案月費揭曉！1小時看8次廣告「還有2限制」



【[2022/10/14, 民視新聞網](#)】

線上串流平台「Netflix」近年崛起，在全球擁有無數用戶，已成為民眾休閒生活不可缺的一部分。先前Netflix曾表示將推出含廣告的訂閱方案，如今方案內容已經出爐，11月起將在12個市場推出，不僅每月收費6.99美金（約225元台幣），畫質最高只有720p，而且1小時得看8次廣告，引發用戶不滿。

綜合外媒報導，Netflix昨（13日）宣布11月起就推出「廣告方案」，月費為6.99美金，雖然價格較低，但限制卻不少。首先該方案僅提供720p畫質，每小時會播放4到5分鐘廣告，每則廣告時長約15~30秒，並非1次播完，將在影片播出之前和中間放送，等於每小時就跳出8個廣告；用戶也不能下載電影、電視劇；因版權問題，也無法觀賞平台上的所有節目。Netflix規劃，最快11月1日在加拿大、墨西哥推出新方案，11月3日到澳洲、巴西、法國、德國、義大利、日本、南韓、英國和美國，11月10日則是西班牙，台灣未在首波上線的名單內。

YouTube 擴大 @用戶名更有利創作者互動

稍早根據 YouTube 官方部落格，即將為用戶和頻道帶來用戶名（YouTube 稱之為 @handles），推出此功能讓使用者在 YouTube 上更輕鬆找到創作者，成為彼此互動的新方式。每個頻道都有一個獨特的用戶名，讓粉絲更容易發現內容並與他們喜愛的創作者互動。

事實上，過去 YouTube 僅對該格式提供有限的支援，比如創作者在影片標題和描述中使用 @ 提及頻道，或在 YouTube 直播中的即時聊天功能，可提及其他用戶。但是 @username 在其他區塊並沒有辦法直接使用，除非你是要回覆其他 YouTube 用戶的評論才能進行用戶標記。

看來隨著 YouTube 對於 Shorts 在短影音領域的擴張有更大的野心，也需要加入在其他短影音平台如 TikTok 上的功能，用戶能增加短影音之間的互動方式，而這就必需要使用 @usernames。不過需要注意的是，由於每個用戶名都是獨一無二的，且 YouTube 上的每個頻道都會有一個，因此官方將逐步推出。創作者何時可以進行設定將取決於許多因素，包括 YouTube 的整體訂閱者數量以及頻道是否活躍。



蝦皮不買電視廣告了！找網紅進攻短影音，CP值更高？

回顧過去2年蝦皮購物的廣告策略，為了要觸及更多年長用戶，多半找來張惠妹、謝金燕等大咖藝人拍攝電視廣告，搭配購物節檔期推廣免運優惠。到了今年，由於觀察到短影音趨勢，因此改變策略，將預算大舉投入在結合短影音的數位廣告。這不僅是蝦皮第一次與網紅深度合作的影音廣告，也是近2年第一次嘗試在行銷大檔完全沒有投放電視廣告。

而在99超級購物節的短影音上線之後，不到一周的時間就創下百萬觀看次數，「以往一個影片超過數十萬觀看數，成效就算不錯了。」廖君鳳指出，不但觀看成效驚人，相較廣告上線前，蝦皮社群的互動聲量也提升85%，而且討論風向比以往更加正向。同時，也帶動了99超級購物節暖慶業績相較去年成長3成。

「這一次找來3個截然不同領域的網紅，就是看好他們能觸及不同的觀眾。」也正因為這一檔短影音行銷打下相當好的成效，也讓蝦皮決心往後將會有更多短影音廣告，並且會嘗試與更多不同的網紅合作。展望下半年，面對即將到來的雙11電商大檔，廖君鳳說，「一定會有短影音，而且會更厲害！」



[2022/10/12, yahoo新聞]

短影音搶流量紅利！拆解3大操作訣竅

2022年是台灣的短影音元年，品牌企業希望可以搶占流量紅利、踏上浪頭，讓自家在社群經營的投資更精準，但是該怎麼做？YouTube大中華區策略合作夥伴副總經理陳容歆與蝦皮購物品牌行銷部長廖君鳳，都在《數位時代》的專訪中，分別以平台、品牌業者的角度分享背後祕訣。

秘訣1：低成本量產影片，透過模仿找到粉絲最愛風格：相對於一支10分鐘左右的長版影片，一則的短影音製作成本大約只要2~3成。這讓品牌企業在同樣的成本之下，可產出更多不同風格、內容的短影音，廣泛嘗試自家粉絲的偏好。

秘訣2：透過模仿跟上潮流，找到粉絲最買單的內容：「重點就是要跟上潮流，初期可以從模仿開始，再逐漸找到最符合自家品牌的內容，模仿之後發現比其他則短影音效果更好。」廖君鳳分享。

秘訣3：針對不同平台拍攝不同內容：相較於TikTok以搞笑型影片居多，Instagram Reels的用戶比較喜愛收看時尚穿搭或短劇內容。而在YouTube頻道上，由於觀眾習慣看長影片吸收新知、查詢資料，因此相對於其他平台有知識含量的影片能有更好的表現。【[2022/10/11, 數位時代](#)】



當 Z 世代成為消費主力，品牌社群行銷如何投其所好？

根據美國銀行的分析報告，2030 年全球 Z 世代的消費力將成長 400%，上看 33 兆美元，屆時將佔全球購買力的四分之一以上（27%），是品牌不容忽視的消費主力。面對這群新興人類，品牌在社群行銷上的操作應該怎麼做呢？



- 一. 小眾但多元的風格，更能投其所好：**Z 世代打從出生後，就生活在資訊爆炸的網路時代中，有別於 X 或 Y 世代受到大眾媒體影響，有較鮮明的偶像崇拜或者追星，Z 世代更渴望「活出自我特色」，在消費選擇上也更重視品牌風格和品味。
- 二. 業配感太重 NG！彰顯「品牌愛」才能建立信任感：**除了風格鮮明之外，也觀察到 Z 世代更在意真實感，以及客觀的分析，不喜歡太直接的「置入感」，Z 世代將直播作為與 KOL 閒聊的空間，過於生硬、貿然出現的業配容易引起反感。
- 三. 不只賣商品，價值倡議也很重要：**Z 世代關注品牌的價值倡議，在意品牌是否與自己有著相同的價值立場，多對社會議題表達關懷、傳遞價值，再加上適度調整業配內容的真實客觀性，抓住 Z 世代的眼球。【[2022/10/11, 未來商務](#)】

2022五個「國民級」必備超級龍頭APP

生活在被高科技包圍、從小學生到銀髮族通通人手一機的時代裡，以往只能實體進行的事都在漸漸數位化，各行各業搶攻線上市場、推出自家專屬APP，就是要想盡法牢牢抓住大家的目光！今天《網路溫度計》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統，帶你一起來看看APP Store的免費APP排行榜中，有哪5個被網友熱議的國民級必載超級APP！【[2022/10/14, 網路溫度計](#)】

- 一. **超商APP | 全家FamilyMart**：從線下實體消費到線上的APP都進化到你我難以想像的程度，舉凡線上購物、電子支付通通一隻手搞定。
- 二. **餐飲外送APP | Uber Eats**：「今晚，我想來點...」外送平台越來越興盛，想吃什麼就有什麼，完全就是懶人的覓食救星。
- 三. **購物APP | 蝦皮購物**：隨著智慧手機愈來愈普及，各式各樣的電商網站、APP也越來越多，「蝦皮購物」就是大家日常最愛逛的平台之一。
- 四. **通勤APP | 台鐵e訂通**：臺灣鐵路管理局推出的「台鐵e訂通」APP提供車次查詢、車票預訂等功能，動動手指、簡單幾個步驟就能輕鬆買票。
- 五. **阻擋不明來電APP | Whoscall**：當有陌生來電，可以自動顯示電話來源、提示可疑號碼，大大減少被不明來電打擾的困擾，不少使用者都稱讚「看到保險推銷直接掛掉拒接」、「再也不用接貸款電話了」。

生鮮雜貨有趨勢，節慶時最熱門

Foodpanda 生鮮雜貨外送服務滿3歲了！推出至今，訂單已成長突破80倍，顯見消費者已逐漸習慣透過外送平台進行日常採買，享受便利即時的服務。除此之外，Foodpanda也觀察到生鮮雜貨外送三大消費趨勢：

- **主題性**：Foodpanda 生鮮雜貨外送品項豐富多元，從訂單組態亦發現到消費者採購時具高度主題性，將相關商品一次購足。
- **節慶性**：特殊節日往往刺激銷售，而生鮮雜貨外送也成為血拼採買的重要管道。**Foodpanda 觀察到節慶期間消費者買氣特別明顯，其中過年期間便利商店福袋銷量更居高不下**，創下一個月內賣破 10 萬個福袋的超強紀錄。其他重要節日如中元節等，而店家遍布全台且商品選擇多樣的全聯福利中心，則是消費者心目中的採購首選品牌。
- **慣性**：Foodpanda 生鮮雜貨外送的高便利性，能夠在短時間內迅速將所需商品送至消費者手中。觀察到許多消費者的採購頻率與商品樣態非常固定，如三天採購一次青菜與肉品，每週下訂兩瓶鮮奶等，產生全新的日常消費行為。



【[2022/10/11, 數位時代](#)】

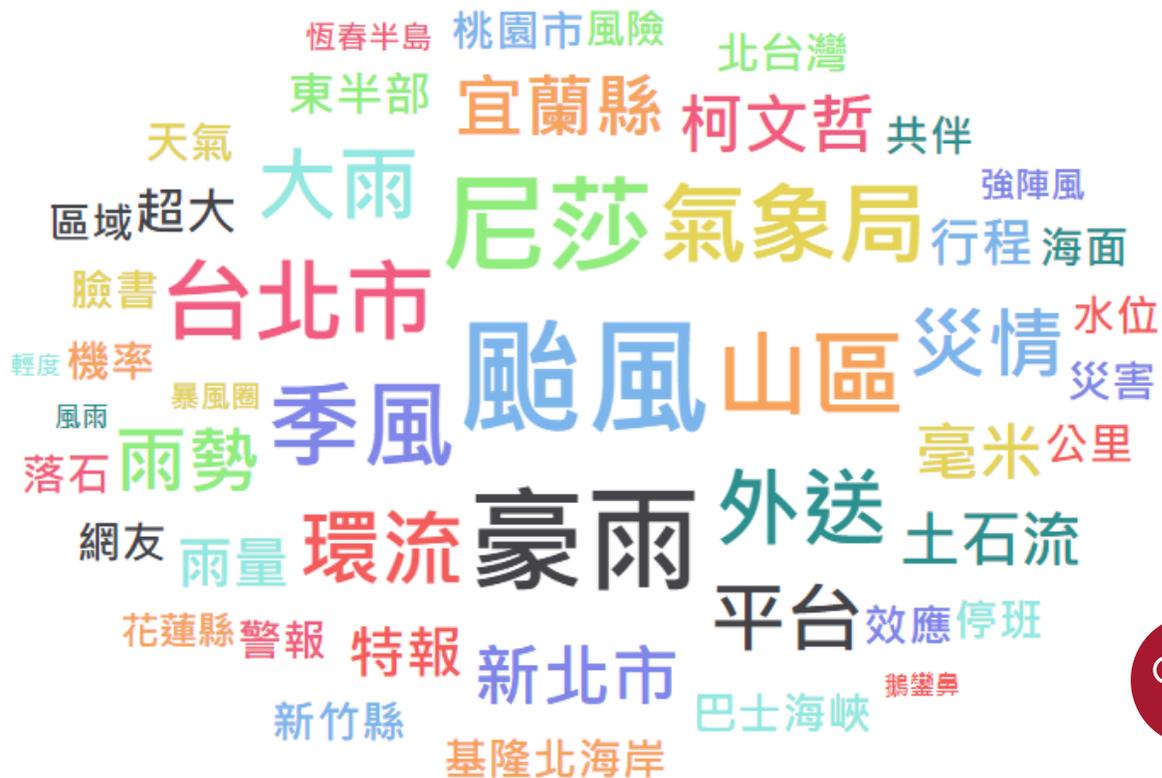
A person is shown from the chest up, holding a black camera with a lens that has 'FUJINON ASPHERICAL LENS' written on it. They are looking through the viewfinder. The background consists of horizontal blinds, with some slats open, revealing a bright orange light. The overall color palette is dominated by orange and white. There are semi-transparent geometric shapes (a large orange triangle and a white triangle) overlaid on the image.

熱門話題

- Hot Topics

颱風來襲，豪雨不斷！

近日受「尼莎」颱風的影響，各地雨勢不間斷，各地區也陸續傳出災情！颱風天除了颱風假討論高，在網路也不少其他行銷相關的熱門話題，本週宏將週報將帶您一起觀察，關於颱風網友們都在討論什麼吧...



台北房價討論高

PPT有網友詢問台北市多處淹水是否會影響房價，引起熱烈討論



雨天外送小費給多少

外送員遇土石流「挖路」送餐加給50元小費，引起網友熱烈討論



電商搶除濕保暖商機

轉季交替濕氣重，衣物棉被曬不乾，帶起除濕機及烘衣機的買氣

國際視野

- Media Trend



2022 年 Z 世代最喜歡的品牌調查

根據Morning Consult的新研究指出，Z世代（18-25歲）的品牌好感度，低於成年人整體平均值。儘管如此，依然有許多品牌受Z世代族群喜愛，該報告研究消費者對於每個品牌的好感度多寡，來分析出哪些品牌更受年輕人歡迎。

結果顯示，YouTube最受Z世代歡迎，超過86%的人對該品牌有好感，YouTube也是美國使用最廣泛的社交媒體品牌，有九成以上18-29歲青少年都在使用。

第二名的是YouTube的母品牌Google，有84%的Z世代表示好感，第三名是串流影音平台Netflix有82.2%，串流影音在年輕族群中也非常受歡迎，而其他研究也指出，青少年每日觀看影片時間有超過六成在YouTube和Netflix上。

有趣的是，零食品牌如M&M's（第5名）、Doritos（第8名）、KitKat（第9名）和Oreo（第10名）的好感度比社群媒體（皆未進入前10名）的好感度來得更高，而零售品牌表現也不錯，如亞馬遜（第4名）、沃爾瑪（第6名）和Target（第7名）。

根據調查總結以下幾點：

1. 整體成年人平均好感度為33%，千禧世代是36%，Z世代是27%，好感度較低，顯示Z世代在消費者中較難被取悅。
2. Z世代的前20個傑出品牌中，有6個是遊戲品牌，其中包括Discord和Twitch，顯示電玩遊戲受年輕族群喜愛。
3. Z世代最受歡迎的40個品牌中，食品和飲料品牌佔了一半（20個）。
4. Z世代相較千禧世代更喜歡的品牌是Discord（好感度高出18%），而TikTok、Crocs、Snapchat和Shein的好感度也有10%以上的差距。
5. YouTube是最受Z世代男性歡迎的品牌，其次是Gatorade和PlayStation。YouTube也是Z世代女性中最受歡迎的，但緊接在後的是Google和Netflix。



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	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.59
2	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	3.08
3	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.80
4	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	娛樂綜藝	2.60
5	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.51
6	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	閩南語連續劇	2.08
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.97
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.46
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.45
10	航海王27	TTV	卡通影片	1.43
11	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.34
12	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.31
13	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.23
14	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.22
15	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	1.12
16	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.01
17	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.96
19	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	國台語單元劇	0.93
20	1800航海王27	TTV	卡通影片	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	2.32
2	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	2.15
3	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	2.03
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.22
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.17
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.13
7	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.07
8	直22U23棒球中VS日	VLSPT	棒球	1.07
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.02
10	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.95
11	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.88
12	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.84
13	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.82
14	大愛劇場指尖的溫暖	DaAi	閩南語連續劇	0.80
15	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.79
16	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.79
17	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.78
18	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.77
19	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.76
20	台灣啟示錄	ET-N	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	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.96
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
3	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.01
4	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.98
5	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.94
6	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.91
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.87
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.86
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.86
10	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	0.85

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	2.13
2	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.06
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.84
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.77
5	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.65
6	航海王27	TTV	卡通影片	1.46
7	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	閩南語連續劇	1.38
8	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.24
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.05
10	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.04

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	2.95
2	1800航海王27	TTV	卡通影片	2.27
3	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	2.14
4	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	閩南語連續劇	2.07
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.89
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.49
7	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.46
8	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.43
9	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.41
10	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.40

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	6.17
2	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	5.38
3	1300最強綜藝秀為您好生醫	FTV	娛樂綜藝	4.91
4	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	娛樂綜藝	4.80
5	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	3.35
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.55
7	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.24
8	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	美食、旅遊節目	2.09
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.08
10	新歌介紹	FTV	歌唱音樂	2.01

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	Running Man	CTiV	競賽綜藝	0.86
2	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	0.72
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.69
4	1730歐兜邁冒險趣似曾相識	GS	美食、旅遊節目	0.66
5	聚焦20	ERA-N	新聞性質節目	0.61
6	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.60
7	直22U23棒球中VS日	VLSPT	棒球	0.59
8	一鳴驚人	CTiV	競賽綜藝	0.50
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.50
10	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.49

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	2.35
2	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.27
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.21
4	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.01
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.96
6	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.90
7	直22U23棒球中VS日	VLSPT	棒球	0.89
8	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.77
9	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.71
10	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.65

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.46
2	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.07
3	直22U23棒球德VS中	VLSPT	棒球	1.04
4	鐵線蟲入侵	ET-M	外片	0.88
5	直22U23棒球中VS日	VLSPT	棒球	0.80
6	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.71
7	武狀元蘇乞兒	*SCM	國片	0.68
8	請給一頓飯	*SWD	資訊綜藝	0.66
9	世界第一等特輯	GTV-C	知識資訊節目	0.66
10	福爾威創快節綜藝大熱門	CTiV	資訊綜藝	0.65

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	犯罪都市	ET-M	外片	4.48
2	直22U23棒球德VS中	VLSPT	棒球	4.01
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	2.91
4	1900機智校園生活青春向好	TVBSG	國語連續劇	2.22
5	世界第一等特輯	GTV-C	知識資訊節目	1.85
6	1800食尚玩家魚肉鄉民	TVBSG	美食、旅遊節目	1.62
7	武狀元蘇乞兒	*SCM	國片	1.52
8	1200被勇者隊伍開除的馱獸	ANIMX	卡通影片	1.45
9	1900歡樂智多星	*SCC	競賽綜藝	1.31
10	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	1.27

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	0.90	0.45	0.43	0.48	1.54
TTV/台視	0.70	0.25	0.39	0.56	1.05
CTS/華視	0.31	0.20	0.17	0.31	0.39
FTV/民視	0.34	0.04	0.06	0.14	0.70

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	0.62	0.25	0.31	0.57	0.96
ET-N/東森新聞	0.51	0.16	0.20	0.41	0.84
SETN/三立新聞	0.44	0.08	0.10	0.27	0.83
FTVN/民視新聞	0.37	0.03	0.10	0.22	0.70
NTVN/壹新聞	0.18	0.06	0.10	0.17	0.29
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.10	0.06	0.16	0.48
EFNC/東森財經新聞台	0.17	0.09	0.05	0.15	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.02	0.04	0.08	0.15
UBN/非凡新聞	0.17	0.04	0.03	0.15	0.30

* 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	市井豪門傑昇通信	FTV	3.08
2	美麗人生重返榮耀大同氣密	TTV	2.08
3	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	2.03
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.22
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.17
6	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	0.93
7	1300市井豪門傑昇通信	FTV	0.85
8	大愛劇場指尖的溫暖	DaAi	0.80
9	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	0.79
10	我的女兒是花兒	VLD	0.66

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.13
2	台灣最前線	FTVN	1.02
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.95
4	世界翻轉中	TVBSN	0.82
5	鄭知道了	SETN	0.79
6	關鍵時刻	ET-N	0.78
7	非凡最前線	UBN	0.77
8	新台灣加油	SETN	0.76
9	台灣啟示錄	ET-N	0.76
10	1000消失的國界	SETN	0.72

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.59
2	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.80
3	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	2.60
4	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	2.51
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.32
6	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	2.15
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.97
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.46
9	全明星運動會4明星3缺1	TTV	1.34
10	新歌快遞	TTV	1.31

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇特	CTV	1.12
2	直22U23棒球中VS日	VLSPT	1.07
3	直22U23棒球德VS中	VLSPT	0.75
4	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	0.68
5	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.61
6	直22U23棒球哥VS中	VLSPT	0.59
7	型男大主廚	SL2	0.55
8	呷飽未	SANLI	0.50
9	直中職33年富VS中	VLMAX	0.49
10	非凡大探索	UBN	0.47

Passion Sisters

藝人動態

- Dorian Idols



P A S S I O N S I S T E R S

近期精彩動態：Passion Sisters



圖1-2：PS女孩人數由8人成長至17人，每位女孩展現出自己的特色，除了會跳舞，也有迷人笑容、熱情帶動，讓球迷感到溫暖。(圖 / Passion Sisters臉書粉絲團)

圖3：臺灣職籃新北中信特攻，在2022-23賽季推出「特香應援區」，由啦啦隊女孩親自帶動應援，與球迷近距離互動。(圖 / 中信特攻提供)



近期精彩動態：謝凱蒂/昀二



圖1-2：小S主持談話節目「小姐不熙娣」邀請謝凱蒂大聊啦啦隊背後秘辛。（圖／翻攝自謝凱蒂臉書粉專）

圖3：昀二擔任《全明星運動會》藍隊經理善盡職責，緊跟在受傷隊員後面。（圖／本刊攝影組／CTWANT提供）

近期精彩動態：崙崙



圖1：崙崙參加大佳河濱公園舒跑路跑活動。(圖 / 翻攝自崙崙臉書)

圖2：崙崙先前有為了拍攝寫真瘦身，當時她一天只吃一餐，好身材也維持到現在。(圖 / 翻攝自崙崙臉書)

圖3：網友搭上《台北女子圖鑑》話題，製作「台南女子圖鑑」。(圖 / 翻攝自杜承哲醫師臉書)

近期精彩動態：林真亦



圖1：「微笑女神」林真亦，近期推出寫真書，舉辦快閃簽書會。（圖／黃城碩攝）

圖2：熊熊（左）、草爺（右）現身簽書會，幫林真亦慶生。（圖／黃城碩攝）

圖3：林真亦回憶印象最深刻是在遊艇上拍攝，那天海面波濤洶湧，大家敬業地拍攝完成。（圖／尖端出版提供）

近期精彩動態：林可



圖1：林可舉辦《可·已愛》簽書會與粉絲同樂，閨蜜Zoey 巧柔、YuXin 語芯也到場支持。（圖 / iWIN暖維多媒體廣告行銷提供）

圖2：拍攝前期花了八個月的時間健身，林可滿意的是腰線，寫真書中幾乎沒有修圖。（圖 / iWIN暖維多媒體廣告行銷提供）

圖3：關於寫真書優勢，林可認為不一定要用火辣身材，用男女都可以接受的健康型態。（圖 / iWIN暖維多媒體廣告行銷提供）



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#120