

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2244

10.24 ~ 10.30





Contents

- 媒體放大鏡 - 《嗨！營業中》不畏金鐘盛典衝收視冠軍 . . .
- 熱門話題 - 「金鐘獎」「走鐘獎」都在討論什麼？ . . .
- 國際案例 - 祖父母族群也逐漸步入遊戲世界 . . .
- 收視調查 - 2022/10/24-10/30 . . .
- 網路觀察 - September 2022 . . .

媒體放大鏡

- Media News



《嗨！營業中》不畏金鐘盛典衝收視冠軍

由好看娛樂製作發行《嗨！營業中》不畏金鐘盛典有效收視穩居冠軍寶座2.41！日前錄影六人在廚房區進行準備工作，玻璃碗不耐火燒，應聲而破，立刻飄出白煙，大夥不禁傻眼，店長吳映潔也氣到說不出話，兩個工讀生莎莎、浩子立刻逃離出事現場，炎亞綸則在旁大笑覺得發生這種事實在太荒謬。

身為店長的吳映潔看到店裡屢出狀況，驚魂甫定之後回神罵姚元浩：你不要當主廚好危險。姚元浩自知理虧回說：「好！我去修餐車！」錄影事後姚元浩也表示「會更加小心」。而製作單位好看娛樂，在節目播出後也陸續收到各界意見，對此好看娛樂也承諾會更注意安全。

《嗨！營業中》開新商店，成為了屏東地區的熱門打卡觀光景點，不敵熱情的鄉親蜂擁而至，而且還有人跨越了封鎖線拍照，好看娛樂也藉此呼籲這個拍攝場地是私人場所，感謝大家熱情關注，請大家不要輕易闖入私人場地，打擾拍攝工作的進行。【[2022/10/24, 鏡週刊](#)】



「第四屆走鐘獎」未頒獎就掀熱潮！YouTuber 成功3關鍵

僅僅舉辦到第四屆的「走鐘獎」頒獎典禮，規模不算盛大，也沒有任何的大明星加持，卻收穫了廣大媒體跟網友的關注，掀起網路上不小的討論，究竟是為什麼呢？



【[2022/10/11, WAZAIII](#)】

一. 串流世代崛起，YouTube 頻道逐漸取代傳統電視節目：串流世代崛起之後，台灣的主流 YouTube 頻道逐漸取代了傳統電視節目，自媒體如雨後春筍般的出現，漸漸形成一股勢不可擋的「YouTuber」風潮。

二. 無門檻的分眾市場，任何人都能找到他們需要的內容：現在當一個 YouTuber 的門檻很低，只要有一台錄影設備，會簡單的剪輯影片，隨時都可以開始做一名影片創作者。內容的取材就更廣了，不管各行各業都可以分享自己的知識與專業，不管是對任何事物有興趣，演算法都能夠帶你去到你想要的頁面上。

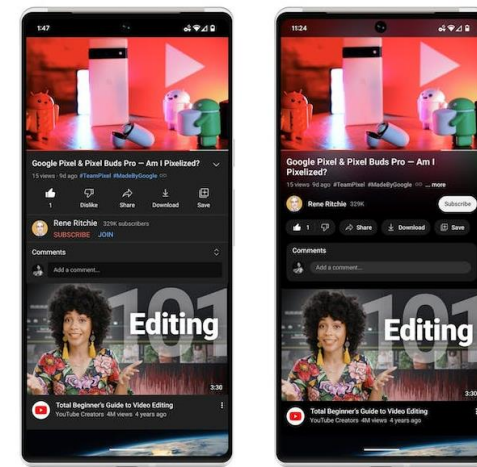
三. 真實、輕鬆、貼近生活，觀眾看了覺得親切：對於這時代的觀眾來說，成為 YouTuber 的素人網紅更加真實、更貼近我們生活周遭所認識的朋友，比起被包裝後的明星，素人網紅親和的魅力對觀眾來說很加分。

YouTube 換新裝！全新微光效果提升視覺體驗

YouTube 於今年滿 17 周年，官方在今日宣布 YouTube 換新裝，推出新介面以及多項新功能。

一. 全新微光效果、新版深色主題：YouTube 帶來沉浸式觀影體驗的全新微光效果，全新微光效果適用於已開啟深色主題的 YouTube 網頁版和行動版，可以讓觀影時更聚焦於影片獲得更沉浸體驗。此外，影片播放清單也會套用相同的色彩處理方式，並提供更詳細的播放清單資訊，讓用戶更好找尋內容。另外，**可以看到全新介面上的喜歡與分享、下載、儲存等選項變成按鈕樣式，訂閱按鈕也不再是紅色。**

二. 新功能：雙指縮放、精準跳轉：全新「雙指縮放」功能讓觀眾能拉近觀看內容更仔細，Android 或 iOS 手機上都能縮放影片畫面，即使放開手指，影片還是會維持在放大狀態，方便你瀏覽更多的教學影片內容的細節！除了精準跳轉功能可以幫助觀眾快速找到最感興趣的片段之外，YouTube 近期也針對影片瀏覽進行其他更新，比如：長按播放器的任一處即可跳轉，以及用雙指輕觸兩下來略過章節，此外，我們也新增了一個圖表來顯示觀眾經常重播的片段。



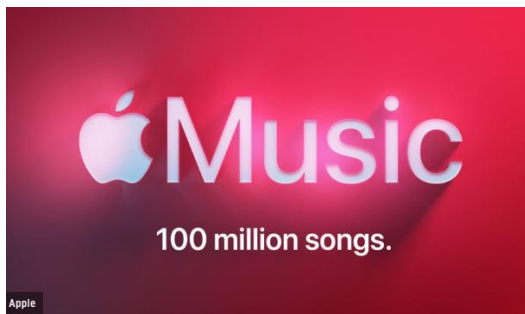
【[2022/10/25, Inside](#)】

YouTube Premium、Apple TV+接連漲價

蘋果宣布將調漲其Apple Music、Apple TV+，以及涵蓋前述兩種服務的Apple One訂閱方案價格。蘋果強調，此次調漲除了是受通膨及美元匯率波動造成內容授權成本增加導致，同時也是要保障內容創作者的權益，避免在相關成本影響之下造成創作者營收減少。

其中，Apple Music個人方案將從先前每月9.99美元增加為10.99美元，家庭訂閱方案則增加為16.99美元，若是按年訂閱方案則是增加為109美元。從調漲幅度來看，蘋果此次調整價格約介於1-3美元之間，主要反應在影片、音樂內容授權取得費用增加，因此反應在實際訂閱價格。

不僅是蘋果，**今年以來包括Netflix、Disney+、Amazon Prime、ESPN+、Hulu、YouTube Premium，都陸續宣布調漲其串流服務的訂閱費用**，除了是受到通膨影響之外，近期全球性的貨幣匯率更成為造成內容授權成本增加的最後一根稻草，導致內容產業的營運成本增加，迫使**各大影音內容串流平台必須透過調漲服務費用，以維持內容豐富度及營運品質**。【[2022/10/25, 數位時代](#)】



台灣版惡靈餐廳！盤點全台十大萬聖節嗨趴

媒體
放大鏡

今天《DailyView網路溫度計》就透過《KEYPO大數據關鍵引擎》調查，全台各地萬聖鬼魂嗨趴，冠軍更是蟬連兩年冠軍，雖然萬聖節已經結束，但也有許多活動一直延續到11月，不想錯過感受滿滿萬聖節風情，就趕快一起來看看吧！【[2022/10/31, 網路溫度計](#)】

No.1 六福村「墓碑鎮 惡靈厄惡」：今年又再度得到冠軍的六福村以「惡靈厄惡」為主題，在8月底開放早鳥票，活動會一直到11月20日，立刻引起網友熱議。整個園區充滿萬聖節裝飾與裝置藝術，隨時隨地都能感受到萬聖節氣氛。

No.2 義大萬聖趴「女巫聯萌」：高雄義大今年在10月8日就率先舉辦義大萬聖趴，以「女巫聯萌」為萬聖主題Party，活動期間還有「萬聖篝火慶典」主題的遊行表演，和周周都有不同活動的萬聖節活動，讓你玩得超過癮！

No.3 天母商圈「天母搞什麼鬼」：「天母搞什麼鬼」萬聖節嘉年華已經舉辦了14屆，今年從10月28日起先由「百鬼夜行戲弄老闆娘踩街活動」揭開序幕，活動期間也有市集、音樂會等，讓大小朋友都能感受萬聖節風情。

全台十大萬聖鬼魂嗨趴

排名	名稱	網路聲量
1	六福村「墓碑鎮 惡靈厄惡」	22,822
2	義大萬聖趴「女巫聯萌」	2,974
3	天母商圈「天母搞什麼鬼」	2,355
4	府中商圈「府中搞什麼鬼」	2,105
5	心之芳庭「尖叫莊園」	1,663
6	兒童新樂園「萬聖變裝點心趴」	1,191
7	桃園「觀音萬聖南瓜節」	1,064
8	桃園萬聖城「驚魂馬戲團」	649
9	台北101「搗蛋明星變裝派對」	561
10	劍湖山世界「痛漫萬聖YA」	542

· 資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KEYPO大數據關鍵引擎 (keypo.tw) 輿情分析系統，以國際級的語意分析架構，先進的機器學習技術與人工智慧推論引擎，感知網友語言脈絡與情緒，分析時事網路大數據。
· 分析期間：2022/08/27-2022/10/25



慶祝同志遊行20周年，meta助攻推珍奶公益NFT

同志遊行在今年10/29登場，熱線推出「Pride@ NFTea」3D珍奶君公益NFT，除了收藏，還整合了公益、社群互動、商家優惠三大功能。

Pride@ NFTea
台灣同志諮詢熱線協會 Pride@ NFTea



【[2022/10/27, 數位時代](#)】

公益：發行304款，NFT收入全捐給熱線。3D珍奶君公益NFT，是由Facebook母公司Meta，跟台灣同志諮詢熱線協會、ACE王牌交易所聯手推出，主要目的是為了慶祝台北同志遊行20周年。「Pride@ NFTea」的設計概念，使用代表台灣的珍珠奶茶為原型，呼應台灣成為亞洲第一個同性婚姻合法化的國家。

社群互動：串聯IG、打造專屬虛擬藝廊。在今年五月宣布，在Instagram上增加「NFT展示」功能，台灣在八月份已經開通這項服務。透過臉部追蹤技術在臉上呈現Pride@ NFTea的動態表情；熱線還推出#ShareWithPride彩虹歌單，可以在拍攝Reels短片使用，或是搭配限時動態。

賦能：合作商家享優惠。除了社群上的互動，「Pride@ NFTea」也兼具賦能，熱線跟多達六家商家合作，持有者只要打開Instagram的Collectible頁面，給商家確認持有NFT，就可以享有優惠，未來也會不定期更新合作商家。

報復性出國旅遊KOL打前鋒 美日韓泰Vlog誰是人氣王？

疫情緩頰後，隨著各國陸續解封、台灣國門在10月中開放，越來越多人迫不及待開始規畫出國旅遊，這股熱潮尤其從KOL社群明顯開始延燒，許多網紅們紛紛率先拍攝出國旅遊vlog，搶占流量密碼。AsiaKOL以AIE網紅評測數據庫洞察近三個月以來，誰的出國行Vlog最夯？

（一）**阿滴英文**：KOL出國影片人氣TOP10中，阿滴英文佔據TOP1的「飛到美國突襲滴妹」和TOP9的「後疫情出國的真心話Q&A」，其中討論後疫情時期出國的相關問題及實用資訊，實用的旅程分享及話題性也受到粉絲熱烈迴響。

（二）**Joeman**：同樣有兩支出國影片擠進人氣前十名的Joeman，相當有計畫地為前往日本拍攝一系列影片，而登上排行榜第四名的是這趟日本行工作拍攝的Vlog，讓眾多心心念念前往日本旅遊的民眾勾起渴望。

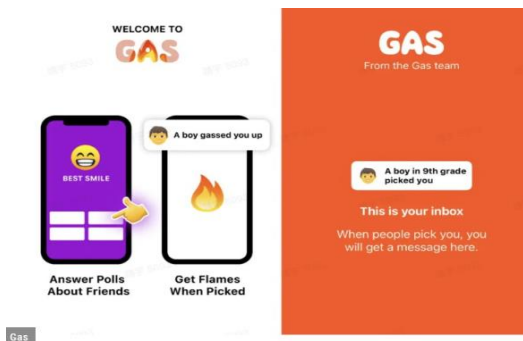
（三）**見習網美小吳**：八月底前往韓國的小吳同樣也有兩部影片擠進人氣前十名，其中將廣受好評“不看價錢過一天”的主題搬到韓國，帶粉絲一起體驗喜歡就買的貴婦行程，大手筆包下商務艙、逛街爆噴一百萬元，標題更吸引觀眾好奇點入影片。



【2022/10/24, i-BuzzResearch】

抖音失寵了？年輕人瘋這1個APP

TikTok在全球青少年間風行，但美國的青少年最近似乎有了新歡！一款名叫「TBH」的App曾在2017年於美國中學生之間掀起流行，現在其中一位團隊創始人再推出全新的社交軟體「Gas」，人氣不但不輸TikTok，更站上蘋果App Store社交軟體排名第一的App。【2022/10/24, 風傳媒】



根據《華爾街日報》（The Wall Street Journal）報導，TBH的創始人Nikita Bier與團隊開發出一款功能近似TBH的社交軟體，註冊時需選定就讀的高中，且只能回答有關自己同學的問題。為了避免用戶撒謊，Gas也做出因應的系統設定，如果用戶在選填的學校內，沒有同校的好友，那Gas就會將該用戶刪除。

人工智慧數據公司「data.ai」統計資料顯示出，Gas這款APP自今年8月下旬上架後，下載次數已超過50萬次，且每天有近10萬名新增用戶，在蘋果於美國的App Store上，Gas排名更超越BeReal、TikTok、Facebook、Instagram等社交軟體，穩坐冠軍寶座。Bier直言，這個第一名為團隊帶來信心，他相信團隊正在為青少年做對的事情，希望能為青少年帶來正向積極的網路體驗。

熱門話題

- Hot Topics



「金鐘獎」「走鐘獎」都在討論什麼？

電視節目一直都是作為大眾的休閒娛樂工具，自媒體如雨後春筍般的出現，串流平台世代也逐漸崛起。無論是「明星」、「網紅」都希望自己的作品能夠被更多人看見，甚至獲得獎項的肯定。除了連續舉辦57屆的金鐘獎，針對新媒體影音創作者所設置的走鐘獎也在上週完成頒獎，本週宏將週報將為您解析關於兩大頒獎典禮，網友們都在關注及討論什麼！



網議金鐘最意外

不少網友點名謝盈萱致辭翻車，
成為今年頒獎典禮的最高潮



再次突破觀看數

走鐘獎直播同時上線人數較去年
高出3萬，3天內更突破140萬觀看



阿翰討論度創新高

阿翰今年話題不斷，金鐘獎驚喜
開場、走鐘獎獲得獎項都是焦點

國際視野

- Media Trend



祖父母族群也逐漸步入遊戲世界

儘管電子遊戲是美國年輕人的一項流行休閒活動，但其實老年人越來越喜歡玩遊戲，也更願意花更多的時間和金錢在遊戲上。AARP 的一項新研究發現，美國 50 歲以上的成年人中，幾乎有一半每月至少玩一次電子遊戲，祖父母族群 (46%) 的佔比高於非祖父母族群 (43%)。

無論受訪者的年齡如何，這種差距仍然存在，對於 50-59 歲的人尤其如此。在這個年齡層，58% 的祖父母族群至少每月玩一次電子遊戲，而非祖父母族群的比例為 47%。另外，值得注意的是，祖母 (50%) 比祖父 (43%) 每月至少玩一次電子遊戲的可能性更大，前者占遊戲祖父母族群的 61%。

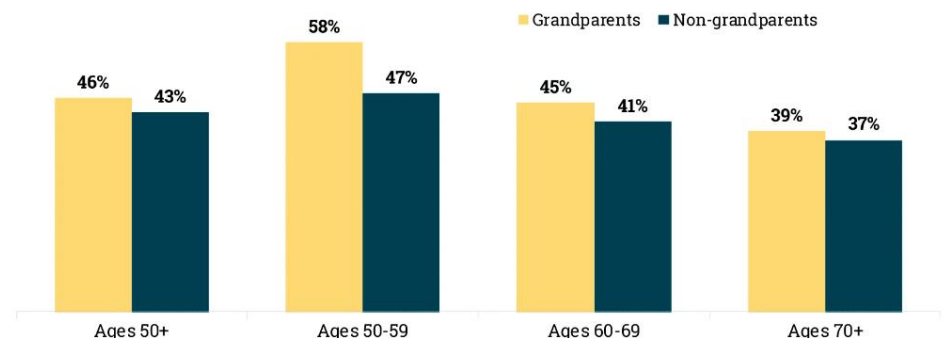
在玩遊戲的祖父母族群中，有四分之三 (76%) 的人認為“遊戲”是抗衰老的重要因素，有一半的人隨著年齡的增長，認為遊戲對他們有好處。毫不奇怪，與家人在一起的時間對祖父母族群玩遊戲的影響比非祖父母族群更大。在每月至少玩一次電子遊戲的祖父母族群中，35% 的人表示與家人在一起共享遊戲時光是一個非常重要 (10%) 或很重要 (25%) 的原因。

其實還不是主要原因，因為遊戲玩家的祖父母族群估計有 79% 的時間是獨自玩電子遊戲，而不是與其他人在線上玩。此外，遊戲祖父母族群在未來一年玩更多遊戲的最大動機是找到一款他們真正喜歡自己或特別吸引他們的遊戲。

總體來說，祖父母族群玩遊戲的主要原因是為了好玩 (85%)，而八成的人玩遊戲是為了保持頭腦敏銳。這讓人想起了過去的研究，其中 87% 的男性和 82% 的女性在 55-64 歲的調查中表示，遊戲可以提升精神刺激。

3,858 名 50 歲以上的祖父母和 3,187 名 50 歲以上的非祖父母的調查

Monthly Video Game Playing Among US Adults 50+
% who play video games at least once a month



Published on MarketingCharts.com in September 2022 | Data Source: AARP
Based on a survey of 3,858 grandparents ages 50+ and 3,187 non-grandparents ages 50+

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	3.77
2	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	3.09
3	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.44
4	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.40
5	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	娛樂綜藝	2.30
6	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	閩南語連續劇	1.98
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.56
8	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.55
9	航海王27	TTV	卡通影片	1.49
10	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.42
11	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.31
12	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.27
13	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.19
14	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.18
15	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	1.04
16	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	0.93
17	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.92
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.83
19	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.82
20	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.80

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	2.51
2	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	2.08
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.76
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.25
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.16
6	少康戰情室T台開講	TVBS	新聞性質節目	1.15
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.07
8	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.04
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
10	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.92
11	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.91
12	國民大會T台開講	TVBS	新聞性質節目	0.91
13	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.90
14	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.90
15	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.84
16	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.83
17	日本秘境有房好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.82
18	大愛劇場菜頭梗的滋味	DaAi	國語連續劇	0.79
19	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.78
20	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.77

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	2.13
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.55
3	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.30
4	航海王27	TTV	卡通影片	1.12
5	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.06
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.04
7	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.01
8	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.98
9	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.96
10	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	0.95

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	2.24
2	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	閩南語連續劇	2.00
3	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.78
4	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.43
5	航海王27	TTV	卡通影片	1.35
6	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	1.21
7	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.15
8	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.15
9	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.05
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	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	3.18
2	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	2.84
3	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	娛樂綜藝	2.23
4	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	娛樂綜藝	2.02
5	航海王27	TTV	卡通影片	1.81
6	1800航海王27	TTV	卡通影片	1.67
7	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.56
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.53
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.25
10	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	閩南語連續劇	1.16

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	1800航海王27	TTV	卡通影片	6.61
2	航海王27	TTV	卡通影片	5.52
3	週六嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	4.37
4	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	4.09
5	1845奇蹟的女兒格力變頻空	FTV	閩南語連續劇	3.01
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.38
7	1600安美諾美白修護綜藝玩	CTV	娛樂綜藝	2.28
8	2330綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.95
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	1.69
10	2415福爾威創快篩歡迎光臨	CTS	資訊綜藝	1.61



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	0.88
2	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	0.82
3	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.69
4	聚焦20	ERA-N	新聞性質節目	0.66
5	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.65
6	1330戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.64
7	大愛劇場菜頭梗的滋味	DaAi	國語連續劇	0.59
8	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.57
9	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.52
10	2000美食按個讚	UBN	美食、旅遊節目	0.50

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	2.08
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.76
3	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.15
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.12
5	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.93
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.87
7	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.84
8	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.82
9	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.78
10	機智校園生活青春向好菌的	TVBSG	國語連續劇	0.67

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.47
2	琉璃	GTV-D	大陸劇	1.45
3	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	閩南語連續劇	1.01
4	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.97
5	1600尋找台灣感動力	TTV-G	知識資訊節目	0.90
6	呷飽未	SANLI	美食、旅遊節目	0.87
7	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.72
8	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.68
9	1230苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.68
10	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.65

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.38
2	冠軍大叔	VLM	外片	3.57
3	琉璃	GTV-D	大陸劇	3.07
4	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	2.17
5	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	2.05
6	0300薪動大未來	SET-F	新聞性質節目	2.05
7	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	1.84
8	加油姊妹們	ET-D	韓劇	1.79
9	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	1.77
10	2315戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.65



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	0.92	0.50	0.51	0.48	1.55
TTV/台視	0.61	0.27	0.43	0.47	0.92
CTS/華視	0.24	0.13	0.13	0.24	0.32
FTV/民視	0.32	0.06	0.04	0.13	0.67

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	0.60	0.21	0.29	0.58	0.92
ET-N/東森新聞	0.47	0.15	0.17	0.43	0.74
SETN/三立新聞	0.40	0.08	0.14	0.24	0.75
FTVN/民視新聞	0.34	0.03	0.10	0.22	0.64
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.05	0.06	0.15	0.44
NTVN/壹新聞	0.17	0.06	0.08	0.16	0.26
UBN/非凡新聞	0.16	0.05	0.04	0.14	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.04	0.02	0.11	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.07	0.02	0.03	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	市井豪門傑昇通信	FTV	3.09
2	一家團圓歐克輔聽器	SANLI	2.08
3	美麗人生壯志高飛大同氣密	TTV	1.98
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.25
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.16
6	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	0.91
7	1300市井豪門傑昇通信	FTV	0.79
8	大愛劇場菜頭梗的滋味	DaAi	0.79
9	模範計程車	GTV-D	0.76
10	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	0.75

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室T台開講	TVBS	1.15
2	少康戰情室	TVBS	1.07
3	台灣最前線	FTVN	0.94
4	國民大會T台開講	TVBS	0.91
5	鄭知道了	SETN	0.84
6	新台灣加油	SETN	0.83
7	驚爆新聞線2200	SETN	0.78
8	非凡最前線	UBN	0.77
9	關鍵時刻	ET-N	0.76
10	TVBS戰情室	TVBS	0.74

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.77
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.51
3	我愛冰冰Show益節Move Fre	CTV	2.44
4	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	2.40
5	最強綜藝秀為您好生醫維康	FTV	2.30
6	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.76
7	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.56
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.55
9	全明星運動會4明星3缺1	TTV	1.42
10	新歌快遞	TTV	1.27

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.18
2	直中職33年季後賽味VS中	VLSPT	0.72
3	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	0.62
4	型男大主廚	SL2	0.61
5	爸爸回家做晚飯野蠻世界	TTV	0.59
6	直22MLB世界大賽費VS太	VLSPT	0.58
7	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.58
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.51
9	呷飽未	SANLI	0.47
10	2000美食按個讚	UBN	0.42



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	1,657	96	598	273	227	52,234	5	32
2	Microsoft Sites	1,427	82	218	55	65	10,893	5	8
3	Facebook	906	52	135	24	18	6,919	3	8
4	LINE Corporation	891	51	213	1	1	740	2	1
5	Yahoo	839	48	145	30	39	8,277	4	10
6	PIXNET Digital Media Corporation	735	42	75	2	4	2,824	1	4
7	Wikimedia Foundation Sites	561	32	50	5	4	1,914	2	3
8	UDN Group	535	31	55	2	3	1,805	1	3
9	Dcard	493	28	137	14	13	5,623	2	11
10	Valve Corporation	430	25	76	0	0	370	1	1
11	CW Group	405	23	10	1	2	350	3	1
12	Shopee Pte Ltd	376	22	35	2	3	1,268	2	3
13	ETtoday & EMI Group	365	21	36	14	6	1,368	10	4
14	Oneup Network Corporation	318	18	44	8	6	2,031	4	6
15	Want Media Group	313	18	19	1	1	628	1	2
16	BILIBILI.COM	287	17	52	36	22	3,389	11	12
17	Cite Media Holding Group	284	16	20	2	2	750	2	3
18	Liberty Times Group	273	16	35	2	2	1,186	1	4
19	Netflix Inc.	265	15	34	3	2	1,254	2	5
20	Storm Media Group	244	14	19	1	1	641	2	3

* With the release of September 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, September 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	2,275	93	879	439	358	80,414	5	35
2	Microsoft Sites	2,084	85	280	50	74	15,482	3	7
3	Yahoo	1,502	61	399	103	132	23,553	4	16
4	LINE Corporation	1,490	61	441	8	7	3,289	3	2
5	Facebook	1,347	55	259	125	213	15,815	8	12
6	PIXNET Digital Media Corporation	1,137	46	102	2	5	3,461	0	3
7	UDN Group	971	40	122	3	6	4,062	1	4
8	ETtoday & EMI Group	943	38	123	12	10	4,871	3	5
9	Dcard	704	29	147	15	12	5,439	3	8
10	Liberty Times Group	665	27	90	4	5	2,988	1	4
11	Shopee Pte Ltd	619	25	76	24	35	4,339	6	7
12	Wikimedia Foundation Sites	587	24	67	6	7	2,756	2	5
13	Want Media Group	537	22	43	2	3	1,397	1	3
14	TVBS.COM.TW	474	19	40	2	2	1,344	1	3
15	CW Group	472	19	15	1	2	553	2	1
16	Oneup Network Corporation	447	18	76	13	13	4,036	3	9
17	Valve Corporation	394	16	65	1	1	531	2	1
18	Cite Media Holding Group	386	16	22	1	1	866	1	2
19	Chunghwa Telecom	357	15	35	6	9	1,646	4	5
20	Sanlih Media Group	357	15	28	2	3	930	2	3

* With the release of September 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, September 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	2,309	92	970	472	462	91,404	5	40
2	Microsoft Sites	2,238	89	473	117	186	34,691	3	15
3	Yahoo	1,986	79	697	258	290	51,425	5	26
4	Facebook	1,440	57	411	87	75	27,973	3	19
5	LINE Corporation	1,413	56	517	6	7	3,210	2	2
6	UDN Group	1,366	54	271	13	20	10,891	1	8
7	PIXNET Digital Media Corporation	1,327	53	156	3	9	5,813	0	4
8	ETtoday & EMI Group	1,106	44	189	18	20	9,067	2	8
9	Shopee Pte Ltd	911	36	133	31	31	7,204	4	8
10	Liberty Times Group	892	36	147	6	7	4,803	1	5
11	Want Media Group	892	36	74	4	7	2,721	1	3
12	CW Group	869	35	29	3	4	939	3	1
13	Sanlih Media Group	768	31	89	7	11	3,059	2	4
14	TVBS.COM.TW	747	30	80	5	4	2,798	2	4
15	Wikimedia Foundation Sites	736	29	79	6	6	3,133	2	4
16	Cite Media Holding Group	611	24	41	2	2	1,302	1	2
17	Fubon Multimedia Technology	594	24	61	11	17	2,632	4	4
18	Storm Media Group	594	24	39	1	2	1,209	1	2
19	Hearst	558	22	259	4	10	8,325	0	15
20	PChome Online	528	21	47	1	6	1,692	1	3

* With the release of September 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, September 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	1,892	90	722	303	241	56,844	5	30
2	Microsoft Sites	1,792	85	357	83	121	21,764	4	12
3	Yahoo	1,659	79	563	273	290	39,511	7	24
4	Facebook	1,169	56	242	54	38	14,338	4	12
5	LINE Corporation	1,134	54	334	3	3	1,385	2	1
6	PIXNET Digital Media Corporation	941	45	87	1	5	3,193	0	3
7	UDN Group	868	41	147	9	12	5,543	2	6
8	ETtoday & EMI Group	731	35	103	10	9	3,557	3	5
9	Shopee Pte Ltd	591	28	88	20	17	4,327	5	7
10	Want Media Group	554	26	59	3	5	2,134	2	4
11	Liberty Times Group	552	26	112	8	9	4,122	2	7
12	Wikimedia Foundation Sites	483	23	44	4	3	1,613	2	3
13	Sanlih Media Group	468	22	47	3	5	1,655	2	4
14	TVBS.COM.TW	411	20	40	2	2	1,353	2	3
15	Chunghwa Telecom	381	18	30	5	6	1,398	4	4
16	Cite Media Holding Group	377	18	20	1	1	610	1	2
17	Fubon Multimedia Technology	356	17	38	10	11	1,603	6	5
18	PChome Online	354	17	33	2	7	1,328	1	4
19	Storm Media Group	319	15	20	1	1	670	1	2
20	CTBC Holding	276	13	35	4	5	1,406	3	5

* With the release of September 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, September 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#120