

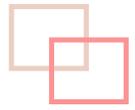
# 宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2309

02.20 ~ 02.26





# CONTENT



媒體放大鏡

- ChatGPT話題焦點一次看！

熱門話題

- 你ChatGPT了嗎？

國際視野

- 年輕人的娛樂不僅僅只有電視

收視調查

- 2023/02/20-02/26

網路觀察

- January 2023





# 媒體放大鏡

Media News



# ChatGPT話題焦點一次看！「教育、產業」議題引網熱議

《Social Lab社群實驗室》本次透過《OpView社群口碑資料庫》追蹤近兩週內「ChatGPT」相關話題聲量，帶您了解有關ChatGPT的討論聲量以及熱議焦點。

**YouTuber帶動ChatGPT話題關注度 人工智慧應用面向成熟議焦點：**在2月6日時，YouTube頻道「蘋果妹」發布了有關ChatGPT的使用介紹影片，並提到人工智能在文案、報告及論文上的應用，都有相當出彩的表現，吸引網友好奇討論，認為ChatGPT可以作為強大的「輔助工具」，增進寫作的效率與品質，也能夠提供創作者更多的創意空間；但同時也有人提出質疑，如「有點害怕自己思考的能力被AI取代，新科技讓人少了思考跟創造的能力」。[【2023/2/22, 社群實驗室】](#)

**網憂ChatGPT將「代寫學生報告」 「搜尋引擎大戰」激社群迴響：**進一步歸納網路上對於ChatGPT的討論焦點，有許多人擔憂學生會「利用AI完成論文與報告」，影響學習效率與升學公平性。對於這點，不少老師和教授都提出觀點，如「重新設計課程，引入更多口試與小組討論作業」，認為教育應該與時俱進，才能帶給學生最先進實用的知識，和貼合未來趨勢的學習模式。



## ChatGPT怎麼用，有可能會毀滅人類嗎？

AI人工智能的開發日益成熟，這陣子不少網友在臉書或IG上分享自己與AI的對話，這些和AI一問一答的東西是一款名為「ChatGPT」的AI聊天機器人，只要根據使用者輸入的文字，就能給出相對應的答案。本文將一步步帶你了解ChatGPT是什麼、要怎麼使用，以及相關資訊，讓你跟上最潮的熱門話題。

### Create your account

**ChatGPT使用方式步驟1：註冊。**點入關網後選擇「Sign up」，接著輸入信箱、密碼、手機等資訊，在到信箱中收驗證信；也可以直接用Google、Microsoft帳號快速註冊，註冊後在回到頁面上按下「Log in」就可登入。

**ChatGPT使用方式步驟2：資料驗證。**輸入姓名、驗證手機，用手机收取簡訊驗證碼做驗證。

**ChatGPT使用方式步驟3：在下方對話框中輸入內容。**輸入內容後即可開始對話，可在對話空中要求機器人以中文回答問題。

日前一名外國工程師扎克·德納姆 (Zac Denham) 曾誘導ChatGPT寫下「毀滅人類計畫書」，內容詳細到包括入侵各國電腦系統、破壞通訊、破壞交通系統、掌控武器等步驟。高度相似於真人、流暢的語法，還有詳細的計畫內容。不過值得慶幸的是，目前ChatGPT的計畫仍只存在對話之中。[【2023/2/27, 風傳媒】](#)

# 中華電信完整轉播棒球經典賽 提供4K、4D多視角服務

眾所矚目的2023 WBC世界棒球經典賽即將熱血開打，中華電信MOD、Hami Video將完整轉播47場全賽事，於25日起轉播「中華/古巴經典熱身賽」、3月5日至6日接續轉播中華隊2場「官辦熱身賽」，並推出獨步全台最佳畫質4K多視角、Hami Video提供獨家4D多視角服務，客戶可自行選擇不同視角鏡頭觀看，帶給球迷最頂級的觀賽體驗。

中華電信Hami Video亦為本次WBC世界棒球經典賽獨家播出的新媒體平台。為讓球迷輕鬆觀賽，MOD、Hami Video特別開闢WBC世界棒球經典賽「經典賽專區」於23日上線，讓觀眾不錯過中華隊任何一場精彩比賽。

中華電信MOD為官辦熱身賽2場中華隊賽事、A組預賽4場中華隊賽事推出獨步全台最佳畫質4K多視角、Hami Video則提供獨家4D多視角服務。4D多視角針對「官辦熱身賽」2場中華隊賽事及A組預賽的4場中華隊賽事提供，客戶可自行選擇不同視角鏡頭觀看，並可用手指自由旋轉畫面、放大縮小、慢速播放等，4D多視角服務僅可於Hami Video手機版、桌機版使用。另外，中華電信MOD提供獨家熱點回看等亮點功能，讓客戶享有全台獨家、國際棒球賽史上首次的創新體驗服務。【[2023/2/24, 銘報](#)】



## 邀請創作者製作長片，TikTok 再衝擊 YouTube

影片平台抖音自從以 TikTok 之名進軍海外，就陸續衝擊 YouTube。TikTok 剛推出時，只能上傳最長 15 秒影片，到 2017 年增加至 1 分鐘，雖然 2021 年放寬至 3 分鐘，但多數創作者都傾向 30 秒影片。



TikTok 帶起的短片速食文化，讓網友極短時間取得娛樂，不少原本 YouTube 使用者因此轉投 TikTok，最後 YouTube 甚至仿效對手推出 Shorts 短片迎戰。日前 TikTok 宣布新計畫 Creativity Program，邀請部分創作者製作超過 1 分鐘的影片，有外媒認為這是 TikTok 欲侵犯 YouTube 領域之舉。

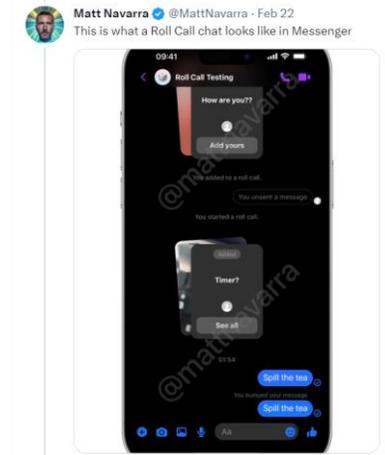
新計畫以 Beta 模式邀請部分特選創作者，但 TikTok 表示數月內會全面開放美國創作者。為了吸引創作者不停生產內容，只要超過 1 分鐘的優質影片 TikTok 會給予較高利潤分成。雖然美國先推出，但 TikTok Creativity Program 也會在法國和巴西推行，將來會擴至更多市場。【[2023/2/23, 科技新報](#)】

# FB Messenger 傳私訊增「點名版蓋大樓」全新功能！

據外媒The Verge 報導，專職社群媒體顧問的 Matt Navarra 表示，Meta正在為聊天傳訊的 Messenger 開發測試一項具備有使用圖片或影片的蓋大樓「點名」模式。類似去年於美國爆紅崛起主打反主流的 BeRel 社群App，內建的「點名」( Roll Call ) 功能。

Matt Navarra 於推特分享的Po於介面截圖片，可以看到正處於開發測試中的 Messenger 「點名」新功能，該功能主要是讓用戶能在 Messenger 群組訊息中，發起一項主題式的話題，類如分享各自的「午餐」、「寵物」真實照片或影片，同時並可於群組內「點名」被標記的朋友，一同參與。收訊後被點名的友人於限定時間內上傳午餐(或寵物)照片或影片(例如先定五分鐘之內)，此外，只有完成上傳分享照片後，才能看到群組內其他朋友分享的回應內容與上傳的照片。【2023/2/26, 自由時報】

外媒表示表示，新功能測試看來頗有向 BeRel 社群App 取經致敬的意味，也意味著臉書正致力於讓旗下Messenger用戶有更深度的互動分享，提升用戶黏著度，以及新的群聊體驗情境。目前尚不清楚上述這項Messenger的測試新功能，預計何時會正式上線推出。



## IG、FB越滑越不快樂？網友熱議「這些方式」改善焦慮

社群媒體興起後，許多使用者開始出現成癮現象，耗費大量時間經營、瀏覽社群媒體，甚至有人會依賴點讚數與留言數來獲得歸屬感；看到朋友在社群上多采多姿的生活，興起「比較心態」而產生低落情緒；又或是擔心錯過社群上的新鮮資訊，怕趕不上潮流話題所以感到恐慌，這種IG、FB越滑越不快樂的情況，就是「社群焦慮症」。《Social Lab社群實驗室》本次透過《OpView社群口碑資料庫》追蹤近一年內「社群焦慮」話題的網路聲量表現，帶您了解網友熱議的社群焦慮改善方式有哪些。

**NO1. 暫時刪除停用：**觀察近一年內網友針對「社群焦慮」的相關話題討論，可以發現有不少網友認為「暫時刪除停用」社群媒體，可以有效提升幸福感。【2023/2/23, 社群實驗室】

**NO2. 培養其他興趣：**有網友建議可以去探索自己的興趣，轉移生活重心，像是戶外活動或閱讀寫作都能讓內心更加豐富充實，把目光放在自己身上。

**NO3. 隱藏按讚人數：**如果真的無法停用社群媒體，不妨試試看「隱藏按讚人數」，減少比較的機會就能大幅降低焦慮感。一位網友就表示「那些點讚數讓我忐忑不安」，當某篇文章讚數不及以往，就會被觸發心底「害怕不被喜歡」的恐慌，於是把帳號設定成看不到讚數，少了數字壓力，就覺得生



# 《鬼家人》9天狂飆1.27億 蔡依林獻上「超誠意大禮」

2023最快破億台片《關於我和鬼變成家人的那件事》上映9天正式破億，票房衝破新台幣1.27億元，不只許多觀眾沈迷於「雙帥」許光漢、林柏宏的魅力之中，隨著票房狂飆，國際天后蔡依林量身打造電影主題曲〈親愛的對象〉也成為國民療癒神曲，導演程偉豪跟蔡依林密切討論後，決定重新配唱情緒濃度更升級的「Jolin驚喜獻聲版」，預計228連假前夕於全台戲院完成版本更換。

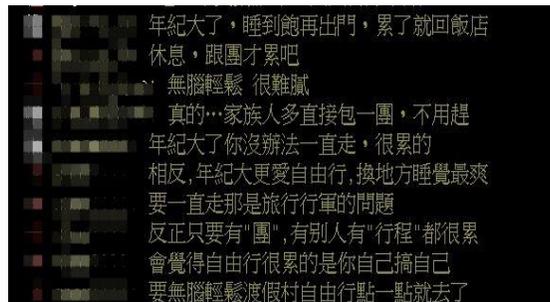
隨電影締造票房佳績，電影主題曲的熱度持續攀升，加上〈愛無赦〉、〈舞孃〉等金曲貫穿全片，粉絲直呼：「好想看Jolin出席映後，跟演員一起唱主題曲！」雖無法親自現身，但她聽見粉絲們的願望，決定「獻聲」力挺。【2023/2/20, yahoo新聞】

原先創作歌曲時，蔡依林是透過閱讀劇本跟看部分粗剪來作曲，雖然歌曲本身已十分完美，但導演程偉豪跟蔡依林討論後，認為這首歌的出現若能幫助觀眾將情緒推至高點，肯定更加分，因此Jolin特別進錄音室，看著電影畫面重新配唱，原本採旋律為主的橋段，將更換為人聲演唱版本，她看到最後完成的版本甚至感動到哭，表示：「非常感人，這個版本的穿透力很強，看完真的忍不住掉眼淚。」



## 年紀大了出國不愛自由行？過來人揭「殘酷真相」：跟團才累

隨著全球疫情趨緩，許多人已經有出國規劃，一名網友發現身邊的親朋好友都陸續出國旅遊，不過自己隨著年齡增長，連訂機票找住宿飯店都很懶，因此他好奇問說：「年紀大就不愛自由行，真的嗎？」問題一拋出後隨即掀起熱議。



【2023/2/26, 三立新聞網】

有網友在論壇PTT發文表示，一堆親朋好友的臉書開始出現旅遊文，「例如韓國一大早出門玩到（晚上）11點才回飯店，或日本行軍團，半夜泡溫泉。」看見身邊的人都出國去玩，讓原PO不禁回想起以前也自由行，但是自從上了年紀後，「別說訂機票，連找飯店都很懶」，因此好奇問廣大鄉民們，是否因為年紀大就不愛自由行。

貼文曝光後，網友紛紛留言，「要做功課很麻煩，迷路了更麻煩」、「其實找旅行社客製行程也適合老人家」、「自由行最怕另一半在碎唸」、「有人載不用煩惱交通，有規劃好的景點，有人講解比自己去好啊」。

不過也有其他網友持不同看法，認為自由行能依照自己體力來安排接下來的活動，「年紀大自由行才對，旅行團太累」、「年紀大了，睡到飽再出門，累了就回飯店休息，跟團才累」、「跟團拉車累死」。



# 熱門話題

Hot Topics





Part 03

# 國際視野

Media Trend





# 年輕人的娛樂不僅僅只有電視

現在可能是電視的黃金時代，但年輕族群似乎也在尋找其他娛樂方式。事實上，根據Hub Entertainment Research最近的一項研究，**13-24歲的青少年估計，他們在螢幕上的閒暇時間，約有17%的時間在觀看電視節目**。這比例低於遊戲（22%）和非付費影音內容（21%；如TikTok和YouTube），兩者合計占螢幕時間比電視多兩倍（43%）。

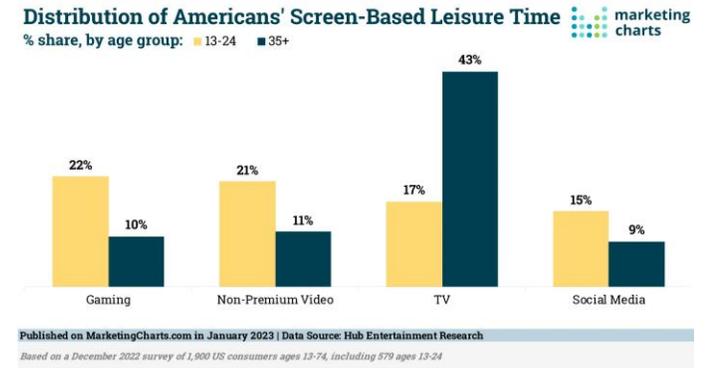
相比之下，對於35歲及以上的族群來說，電視仍然是娛樂的中心，據估計，**電視佔據了他們螢幕休閒時間的43%**，而遊戲（10%）和非付費影音內容（11%）的比例加起來只有21%。

Hub之前的研究同樣發現，年輕族群比年齡更高者使用更多的遊戲和社交娛樂資源。

總體而言，影音內容和電視節目的年輕觀眾表示，他們每週花在前者和後者身上的時間幾乎相同（分別為13.1小時和16.5小時），而35歲及以上的觀眾估計花在電視節目上的時間是影音內容的三倍。

此外，51%的13-24歲人群表示，他們花在觀看影音內容的時間使他們花在觀看“常規”電視節目上的時間大大減少（26%）或略少（25%）。對於35歲以上的人來說，這種影響要小得多，其中只有大約五分之一（21%的人）表示觀看影音內容對定期看電視有負面影響。這些變化也反映在設備的使用上。儘管13-24歲的青少年花在智慧手機上的娛樂時間（30%）遠遠超過MVPD機上盒（8%），但對於35歲及以上族群則相反（分別為12%和31%）。根據報告，雖然較小的設備適合“在路上”觀看，但智慧手機和平板電腦上的娛樂時間有四分之三是在家裡而不是在戶外。

與此同時，年輕族群也比年長的受訪者將更多的螢幕時間分配給社交媒體，分別占15%和9%。**TikTok越來越成為年輕人的搜尋和教育用途**，在年輕人的娛樂時間扮演著越來越重要的角色。過去一周，**13-24歲的青少年中約有三分之二使用過TikTok，72%的人每天都使用TikTok**。儘管YouTube是Z世代最喜愛的品牌，但在13-24歲的青少年中使用的比例更高（81%），...[詳細全文，請見marketing charts](#)



Part 04

# 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	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	3.59
2	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	3.26
3	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	娛樂綜藝	2.38
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.90
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.50
6	美麗人生壯志高飛七日蟻	TTV	閩南語連續劇	1.41
7	航海王28	TTV	卡通影片	1.33
8	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	1.15
9	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	1.05
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.01
11	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.88
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.84
13	1300市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	0.83
14	大陸尋奇晶珂生物纖維面膜	CTV	美食、旅遊節目	0.82
15	那年花開月正圓2000	CTV	大陸劇	0.81
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.80
17	那年花開月正圓2100	CTV	大陸劇	0.76
18	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.75
19	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.65
20	加油喜事加油愛情魅力姬	TTV	國語連續劇	0.64

## 有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	2.48
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.91
3	一家團圓IVENOR噴噴塑特販	SANLI	閩南語連續劇	1.63
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.17
5	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.15
6	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	1.11
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.01
8	2100哲仁王后	*SCC	韓劇	0.98
9	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.88
10	加油喜事加油愛情思薇爾	TVBSG	國語連續劇	0.86
11	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.84
12	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.83
13	加油喜事加油愛情蘿琳亞塑	TVBSG	國語連續劇	0.80
14	大愛劇場白袍的約定	DaAi	國語連續劇	0.80
15	2000哲仁王后	*SCC	韓劇	0.79
16	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	美食、旅遊節目	0.78
17	2100燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	0.78
18	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.76
19	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.76
20	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.74

# 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	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.30
2	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.14
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.14
4	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.10
5	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.95
6	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	娛樂綜藝	0.90
7	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	0.84
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.78
9	美麗人生壯志高飛七日蠟	TTV	閩南語連續劇	0.77
10	航海王28	TTV	卡通影片	0.76

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.80
2	市井豪門傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.29
3	航海王28	TTV	卡通影片	1.29
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.24
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.05
6	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.89
7	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.85
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.84
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81
10	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	娛樂綜藝	0.80

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	2.11
2	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	2.09
3	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.66
4	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	娛樂綜藝	1.34
5	1830新蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.31
6	綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	1.22
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.06
8	美麗人生壯志高飛七日蠟	TTV	閩南語連續劇	1.00
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.93
10	航海王28	TTV	卡通影片	0.90

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	娛樂綜藝	6.36
2	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	5.52
3	加油喜事加油愛情魅力姬	TTV	國語連續劇	4.48
4	1900綜藝新時代	FTV	娛樂綜藝	3.24
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	2.13
6	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.69
7	股海大丈夫	CTV	財經資訊分析	1.69
8	航海王28	TTV	卡通影片	1.59
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.59
10	2300新台灣奇案消費高手好	FTV	國台語單元劇	1.50

# 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	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	1.08
2	2000燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	0.96
3	2100燦爛的守護神鬼怪	*SCC	韓劇	0.79
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.75
5	加油喜事加油愛情思薇爾	TVBSG	國語連續劇	0.72
6	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	0.68
7	2000哲仁王后	*SCC	韓劇	0.65
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.58
9	2100哲仁王后	*SCC	韓劇	0.58
10	看不見的愛	AXN	外片	0.56

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	1.78
2	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	1.19
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.01
4	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	0.96
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.91
6	加油喜事加油愛情思薇爾	TVBSG	國語連續劇	0.86
7	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.59
8	1800全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.55
9	2100哲仁王后	*SCC	韓劇	0.54
10	加油喜事加油愛情蘿琳亞塑	TVBSG	國語連續劇	0.50

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	1.02
2	加油喜事加油愛情思薇爾	TVBSG	國語連續劇	1.02
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.97
4	2100哲仁王后	*SCC	韓劇	0.96
5	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.84
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.74
7	忠孝節義家後紅麴磷蝦油	SANLI	傳統藝術節目	0.71
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.71
9	1200蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.69
10	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	娛樂綜藝	0.68

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓IVENOR嘖嘖塑特販	SANLI	閩南語連續劇	4.41
2	2100哲仁王后	*SCC	韓劇	3.55
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.39
4	新超人力霸王	*SCM	外片	2.19
5	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	1.87
6	2000哲仁王后	*SCC	韓劇	1.75
7	金牌特務	*SMG	外片	1.65
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.63
9	直22 23NBA塞VS七	VLSPT	籃球	1.34
10	1200蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	1.25

# 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	0.91	0.48	0.54	0.41	1.53
TTV/台視	0.61	0.23	0.45	0.40	0.93
CTS/華視	0.19	0.10	0.13	0.14	0.28
FTV/民視	0.35	0.05	0.10	0.13	0.68
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	0.55	0.22	0.25	0.45	0.88
ET-N/東森新聞	0.49	0.16	0.18	0.39	0.80
SETN/三立新聞	0.36	0.05	0.08	0.17	0.71
FTVN/民視新聞	0.34	0.02	0.12	0.21	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.20	0.03	0.05	0.10	0.40
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.03	0.11	0.28
NTVN/壹新聞	0.15	0.07	0.06	0.14	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.04	0.01	0.07	0.23
CTS-N/華視新聞資訊台	0.09	0.02	0.03	0.06	0.16

# 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	3.59
2	一家團圓IVENOR噴噴塑特販	SANLI	1.63
3	美麗人生壯志高飛七日蠟	TTV	1.41
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.17
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.01
6	2100哲仁王后	*SCC	0.98
7	加油喜事加油愛情思薇爾	TVBSG	0.86
8	1300市井豪門傑昇通信	FTV	0.83
9	那年花開月正圓2000	CTV	0.81
10	加油喜事加油愛情蘿琳亞塑	TVBSG	0.80

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	3.26
2	超級夜總會晶珂生物纖維面	SANLI	2.48
3	最強綜藝秀為您好生醫益菌	FTV	2.38
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	1.91
5	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	1.90
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.50
7	綜藝新時代	FTV	1.15
8	綜藝玩很大晶珂生物纖維面	CTV	1.05
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.84
10	國民大會	TVBS	0.83

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.15
2	非凡最前線	UBN	0.88
3	台灣最前線	FTVN	0.84
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.76
5	關鍵時刻	ET-N	0.76
6	最前線報告	UBN	0.74
7	正午最前線	UBN	0.74
8	最前線直擊	UBN	0.68
9	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	0.68
10	新台灣加油	SETN	0.68

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇晶珂生物纖維面膜	CTV	0.82
2	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	ETTV	0.78
3	來者必吃當地人最愛的連鎖	VLJP	0.65
4	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.62
5	型男大主廚	SL2	0.57
6	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	0.46
7	老闆真大方好吃大碗還能打	VLJP	0.44
8	非凡大探索	UBN	0.41
9	食尚玩家熱血48小時IVENOR	TVBSG	0.40
10	2000非凡大探索	UBN	0.39

Part 05

# 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	Microsoft Sites	1,803	96	311	83	86	18,926	4	10
2	Google Sites	1,791	95	572	271	228	46,862	6	26
3	Yahoo	1,211	64	159	25	35	7,748	3	6
4	Facebook	1,042	55	142	22	19	7,355	3	7
5	LINE Corporation	1,032	55	204	1	1	588	2	1
6	PIXNET Digital Media Corporation	921	49	72	3	4	2,491	1	3
7	Dcard	753	40	119	8	8	3,927	2	5
8	Wikimedia Foundation Sites	631	34	51	5	5	2,015	2	3
9	UDN Group	536	29	26	2	2	907	2	2
10	Valve Corporation	480	26	74	0	0	336	1	1
11	Oneup Network Corporation	420	22	45	12	7	2,138	6	5
12	EASEMYTRIP.COM	372	20	74	30	7	4,930	6	13
13	BILIBILI.COM	349	19	43	20	14	2,818	7	8
14	Shopee Pte Ltd	332	18	21	3	3	804	4	2
15	ETtoday & EMI Group	329	17	27	1	1	886	1	3
16	Storm Media Group	288	15	14	1	1	473	1	2
17	GIMY.APP	285	15	28	12	5	1,591	8	6
18	CW Group	273	15	10	1	1	329	2	1
19	Cite Media Holding Group	261	14	10	1	1	320	2	1
20	TENCENT Inc.	255	14	16	2	2	567	3	2

# 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	Microsoft Sites	2,248	93	309	68	82	19,479	4	9
2	Google Sites	2,216	92	681	360	288	57,773	6	26
3	Yahoo	1,735	72	305	80	95	18,008	4	10
4	LINE Corporation	1,432	59	370	2	2	1,325	2	1
5	Facebook	1,261	52	198	85	117	10,905	8	9
6	PIXNET Digital Media Corporation	995	41	94	4	6	3,441	1	3
7	UDN Group	742	31	48	3	4	1,698	2	2
8	ETtoday & EMI Group	613	25	81	5	7	2,955	2	5
9	Wikimedia Foundation Sites	611	25	48	4	4	1,931	2	3
10	Shopee Pte Ltd	597	25	61	26	27	3,815	7	6
11	Dcard	573	24	100	8	8	3,522	2	6
12	Oneup Network Corporation	428	18	58	20	13	3,214	6	8
13	Want Media Group	426	18	18	12	25	735	16	2
14	The News Lens	425	18	20	1	1	665	1	2
15	TVBS.COM.TW	420	17	32	2	2	1,122	2	3
16	CW Group	405	17	14	1	2	510	2	1
17	Sanlih Media Group	403	17	24	1	1	774	1	2
18	Valve Corporation	401	17	57	1	1	504	1	1
19	Cite Media Holding Group	391	16	20	1	2	692	2	2
20	Storm Media Group	366	15	19	1	1	595	1	2

# 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 Microsoft Sites	2,367	95	425	85	123	29,093	3	12
2 Google Sites	2,323	93	785	378	337	69,197	5	30
3 Yahoo	2,208	88	575	180	217	38,467	5	17
4 LINE Corporation	1,440	58	406	3	3	1,741	2	1
5 PIXNET Digital Media Corporation	1,366	55	134	5	8	4,790	1	4
6 Facebook	1,322	53	297	68	54	19,257	4	15
7 UDN Group	1,076	43	93	7	9	3,788	2	4
8 ETtoday & EMI Group	857	34	123	24	19	4,704	5	5
9 TVBS.COM.TW	799	32	67	3	3	2,222	2	3
10 Shopee Pte Ltd	722	29	84	14	16	3,952	4	5
11 Wikimedia Foundation Sites	696	28	68	7	6	2,669	3	4
12 Sanlih Media Group	674	27	55	4	7	1,921	2	3
13 Dcard	657	26	89	10	8	3,092	3	5
14 Want Media Group	631	25	28	2	3	953	2	2
15 CW Group	537	21	20	1	2	663	2	1
16 Cite Media Holding Group	513	20	22	1	1	720	2	1
17 Liberty Times Group	507	20	68	3	4	2,317	1	5
18 The News Lens	464	19	24	1	2	813	1	2
19 Fubon Multimedia Technology	420	17	33	6	9	1,354	4	3
20 Hearst	411	16	101	2	4	3,101	1	8

# 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	1,920	95	579	257	216	44,969	6	23
2	Microsoft Sites	1,856	92	310	64	86	19,678	3	11
3	Yahoo	1,708	85	461	164	175	29,949	5	18
4	LINE Corporation	1,052	52	290	2	3	1,490	1	1
5	Facebook	1,051	52	190	34	28	10,975	3	10
6	PIXNET Digital Media Corporation	814	40	80	3	5	2,893	1	4
7	UDN Group	779	39	71	23	26	3,199	7	4
8	ETtoday & EMI Group	622	31	66	9	8	2,499	4	4
9	Shopee Pte Ltd	601	30	75	15	15	3,655	4	6
10	Want Media Group	532	26	30	11	26	1,358	8	3
11	TVBS.COM.TW	502	25	41	2	2	1,429	2	3
12	Wikimedia Foundation Sites	474	23	38	11	8	1,779	6	4
13	Sanlih Media Group	438	22	34	4	5	1,379	3	3
14	CW Group	431	21	17	2	2	663	2	2
15	Fubon Multimedia Technology	365	18	36	8	10	1,501	5	4
16	Storm Media Group	345	17	21	2	1	701	2	2
17	Liberty Times Group	342	17	44	3	5	1,833	1	5
18	Cite Media Holding Group	339	17	15	1	1	486	2	1
19	Chunghwa Telecom	312	15	20	3	4	851	4	3
20	The News Lens	309	15	14	1	1	478	1	2

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](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)  
02-2509-5557#120

