

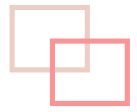
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2321

05.15 ~ 05.21





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際視野

消費者洞察

收視調查

- Netflix廣告訂閱版 月活躍用戶近500萬

- 劇荒了嗎? 快跟上全新實境節目!

- 不同世代對付費訂閱的想法

- 2022年台灣網路影音觀看行為調查

- 2023/05/15-05/21



Netflix廣告訂閱版 月活躍用戶近500萬

影音串流平台網飛 (Netflix Inc) 高層今天表示，最近推出廣告版訂閱方案後，每月已有近500萬活躍用戶。

這家串流影音先驅去年11月在美國等12個市場推出每月7美元的廣告版訂閱方案，比起原本無廣告的基本方案便宜3美元，藉此在線上觀眾競爭更加激烈之時，吸引更多客戶。【2023/05/18, Yahoo!】

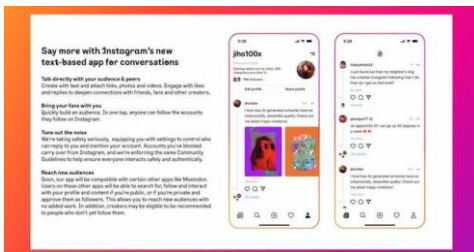
Netflix今天在每年例行舉辦的Upfront活動上首次向廣告商發表報告，為即將播出的節目尋找廣告金主。同時強調公司節目範圍廣泛，從科幻大片「怪奇物語」到韓劇「魷魚遊戲」，再到即將上映的動作片續集「驚天營救2」。

Netflix全球廣告業務總裁表示，全球每月活躍用戶數已達500萬，這涵蓋廣告方案帳號下所有成人個資，兒童成員則不會看到廣告。Netflix表示，截至3月底，全球有2億3250萬付費用戶。公司高層表示，希望與廣告商合作創造僅適用數位服務的新型態廣告，共同執行長薩蘭多斯說，例如30分鐘長的廣告分成數日播放，用戶每次觀看節目時播放一小段。



文字版 Instagram 直衝 Twitter 而來！

Instagram 計劃推出以分享文字為主的 App，可能將於今年 6 月份推出，Meta 現階段正在讓部分內容創作者測試 App。根據 Lia Haberman 的電子報，這款新 App 將建立於 Instagram 的基礎上，而介面設計則看起來很接近 Twitter 和 Mastodon。



用戶將能夠用 Instagram 帳號和密碼登入新文字 App，追蹤者、帳號的個人簡介和藍勾勾驗證，也將從 Instagram 一併轉移到這個新 App 上。用戶可以分享長達 500 個字元的文字貼文，並附上連結、照片和影片。在隱私權方面，用戶能設定哪些人可回覆貼文和提及你的帳號，而用戶已在 Instagram 上封鎖的帳號也會自動在這款新 App 上被封鎖。

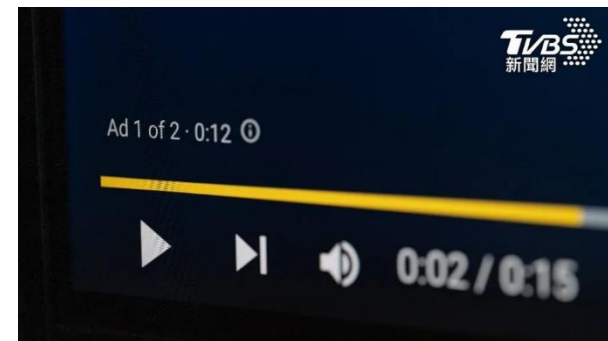
在 Twitter 由馬斯克 (Elon Musk) 接手後，許多用戶紛紛開始尋找下一個類似於 Twitter 的平台，並開始在 Mastodon 和 Bluesky 等社群平台分享內容，但外媒認為 Instagram 的文字 App 或許更具競爭優勢，因為原 Instagram 創作者可保留累積起的粉絲數，至新平台持續創作，而不須再從頭開始經營。【2023/05/22, INSIDE】

YouTube將改用無法跳過的30秒廣告

根據外媒《Variety》報導，YouTube 17日在紐約舉行YouTube Brandcast 年度盛會，官方證實**未來將在「電視」新增30秒的廣告，取代原本2個15秒的廣告，而非會員用戶將無法選擇跳過。**【[2023/05/20, Yahoo!](#)】

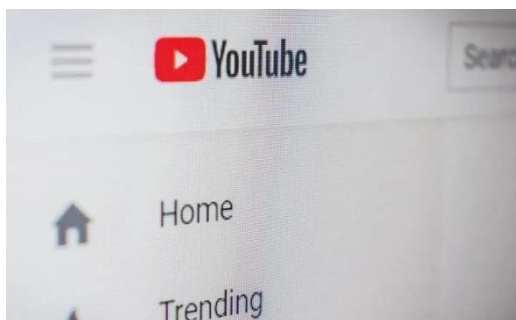
YouTube希望廣告秒數拉長後，能夠給予廣告商更多的時間發揮創意，**這項政策只會在電視實施，手機及平板不會跟進，因為YouTube認為電視觀眾比起其他平台，更能接受30秒的廣告；另外，YouTube也預告未來當用戶按下「暫停播放」按鈕，過了一段時間後介面上將會出現「暫停廣告」。**

對於非訂閱會員的用戶來說，YouTube的主要收入來源就是出售廣告時間，所以官方會透過各種辦法，盡可能地增加用戶收看廣告的時間，日前YouTube官方證實正在測試封鎖「廣告攔截器」，未來非會員用戶可能無法啟用這項外掛程式避掉廣告。



Google 閒置帳號將刪除，但不刪YT影片

Google 宣布**在今年12 月刪除連續 2 年沒有登入使用的閒置帳號和服務，包括 Gmail、Google 文件等服務內容**，據稱就連 YouTube 影片也會被刪除。



這也代表包括全球第一部 YouTube 影片、美國前總統的官方 YouTube 帳號...等內容。如果這些資料都因為 Google 閒置帳號政策而被刪除，實在是太可惜了。Google 發言人表示：「目前，**不打算刪除包含 YouTube 影片的帳號。**」

事實上，Google 刪除閒置帳號裡的 YouTube 影片一點意義也沒有，因為 YouTube 影片是對公眾開放，影片內的廣告可以為 Google 和創作者帶來收入，如果創作者放棄帳號的話，那麼廣告收入將全數由 Google 獨得，對 Google 來說是個利多。反觀 **Google 文件、Gmail、Google 相片...等都是個人隱私需要由 Google 支付成本維運，因此 Google 決定保留 YouTube 影片其實算是相當合理的**，畢竟能為自己賺錢的內容是非常值得的。【[2023/05/20, Yahoo!](#)】

ChatGPT官方App來了，iOS先推！

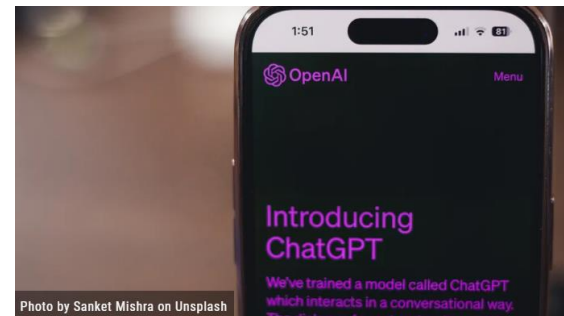
OpenAI宣布推出ChatGPT iOS版本，聲稱ChatGPT的App免費提供民眾使用，並且沒有廣告還支援語音輸入，而Android版本隨後也將跟上。

ChatGPT App可以跨設備同步歷史紀錄，換句話說，可以記錄你以往搜尋過的內容、提問，並且隨時提供查看。另外，這款App還整合了OpenAI的開源語音辨識系統Whisper，用戶可以直接語音輸入，省下打字的功夫。

ChatGPT完全免費且沒有任何廣告，對OpenAI來說，最重要的是利用這款App收集用戶的使用感想，從而改進服務。

「我們很希望知道用戶怎麼使用這個應用程式，並會在收集用戶回饋時努力改進ChatGPT的功能與安全性。」OpenAI表示。

ChatGPT推出App版本的這個時刻，也剛好是這場AI競賽白熱化的階段，Google、微軟、Meta等科技巨頭相繼推出AI服務，好比說稍早的Google I/O上，Google便宣布聊天機器人Bard將與Google地圖、試算表等服務整合，並且推出可在各項生產力工具中協助用戶完成工作的AI助手Duet AI。【2023/05/19, 數位時代】



全聯、大潤發結親一年，用「點數」拚綜效！

全聯就在今（18）日與大潤發共同推出會員點換購活動「NAUTICA居家迷你健身房」，19日正式登場。不只在全聯實體門市可以使用生鮮積分、福利點換購此檔期商品，同時也能在大潤發使用發幣換購，同樣可享最低0元起優惠。【2023/05/18, 數位時代】



全聯行銷部協理劉鴻徵說，共同舉辦行銷檔期不但能透過大量採購壓低換購商品進貨成本，雙邊共同推出行銷檔期，也可以帶動更多來客，促成單一檔期的最高效益。

目前全聯福利中心會員數達1800萬，日活躍用戶達600萬，估計每年發出價值15億元的點數（福利點）。而大潤發會員數也達到300萬，由250億元新台幣推算，也相當於每年發出1.25億點數（發幣）。

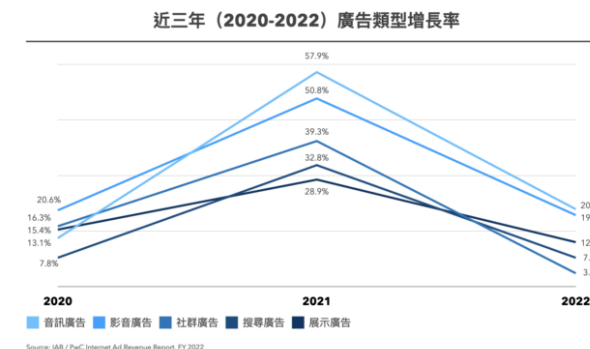
劉鴻徵分析，點數與會員機制互通有2種執行模式，除了讓雙邊會員整合使用同一套App與點數機制之外，也可以考慮搭建一點數交易平台，讓會員可以自由轉換旗下的福利點與發幣。但目前兩種模式都在評估中，未來該如何整合尚未有定案 6

社群廣告收入增幅低，廣告預算轉向零售媒體

美國數位廣告協會 (IAB) 報告指出，**社群媒體廣告收入總額達到567億美元，年增率僅3.6%，為過去十年最低，零售媒體廣告，則吸引越來越多大規模企業投入。**社群媒體廣告收入雖正向成長，但為過去十年最低，更是在廣告類型增長率排名最後。**推測可能原因在於 Apple ATT政策，應用程式廣告效益受衝擊**，可能需要一段時間才會回穩。【[2023/05/16, 銘報](#)】

近年興起的「聯網電視 (Connected TV, CTV) 」以及「零售媒體聯播網 (Retail Media Network, RMN) 」則成為目前焦點，特別是零售媒體廣告因為可以為廣告主提供第一方數據的特性，被譽為「成長最快速」的市場，吸引愈來愈多大規模企業投入，如亞馬遜，沃爾瑪等，預估將成為新一代數位行銷熱點。

另外在廣告格式方面，**影音廣告和展示型廣告則穩步成長，發揮愈來愈大的市場影響力。**影音廣告以 76 億的增幅，榮登 2022 年收益增長最多的格式。而展示型廣告亦增長了 12%，佔數位廣告總額將近三分之一 (30.3%) 的份額。



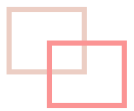
ChatGPT 拉升 Bing Search 使用流量？

依照市調機構業者 StatCounter 統計數據顯示，雖然整合 ChatGPT 的新版 Bing Search 搜尋服務在今年 3 月的使用流量超越 Google Search，但整體來看的話，**Google Search 依然搶下高達 92.63% 市場佔比。**【[2023/05/16, INSIDE](#)】



從數據來看，**即便因接入 ChatGPT 讓使用流量大幅增加，但實際用於搜尋生活相關資訊時，多數人還是習慣用 Google Search。**從 StatCounter 在今年 4 月統計數據顯示，Google Search 在全球地區的桌機使用佔比為 86.71%，相比去年 10 月約增加 3%，而微軟 Bing Search 在全球地區的桌機使用佔比則是 7.14%，反而比去年 10 月尚未整合 ChatGPT 時的使用佔比 9.92% 還低。若進一步將手機、平板等裝置使用佔比納入計算，Google Search 的使用佔比增加至 92.63%，微軟 Bing Search 則相對降低至 2.79%，顯示 Google 在搜尋服務市場仍有高度使用佔比優勢。





劇荒了嗎?快跟上全新實境節目!

近幾年實境綜藝受台灣民眾喜愛，各家電視台紛紛推出不同類型實境秀，從《全明星運動會》、《來吧！營業中》、《極島森林》到近期的《光露營就很忙了》網路討論熱烈。近期還有哪些實境節目受到網友關注呢？本週宏將週報將帶您一起看看！



修繕事業 《神秘五金行》

節目內容以學習水電木工來幫助鄉親，首播狂吸122萬人收看，藝人以王彩樺與Akira關注度高。



公路綜藝《社長之路》

節目內容以經營複合式餐車全台販售來角逐社長之位，由劉品言、李李仁與鄭元暢三人搭檔。



開店實境 《嗨！營業中2》

舉辦開播記者會，這次到台東開店，首集以全員集體請辭增加話題，新成員鹿希派與張立東討論度高。



《魷魚遊戲》真人實境版

11 月 Netflix 將上線，有知名網紅、YouTuber 參賽，遊戲規則與電視劇相同，獲勝者可得 456 萬美元獎金。

Part 03

國際視野

Media Trend





不同世代對付費訂閱的想法

Morning Consult 的研究發現，訂閱在年輕人中特別受歡迎，相對較少的人對當前可用的訂閱量感到不滿。

當被問到是否有興趣付費訂閱各種類別相關的產品或服務時，**44% 的美國成年人**（包括 60% 的千禧世代）**將餐廳列為榜首**。其次是醫療保健（分別為 39% 和 53%）、零售業（分別為 35% 和 52%）以及休閒/遊憩業（分別為 35% 和 51%）。娛樂/媒體排名較低，但考慮到影音串流服務的普及，這是一個較為奇怪的現象。

按世代排序時，**千禧世代最願意為 9 個類別中的 7 個進行付費訂閱**，**Z 世代成年人在交通（45% 對 43%）、網路名人/內容創作者（48% 對 44%）超越千禧世代**。在這 9 個類別中，嬰兒潮世代訂閱產品和服務的意願最低。性別部分，男性付費訂閱每個類別的意願比女性更高，金融服務和娛樂/媒體的差距最大。零售訂閱的意願差距最小。

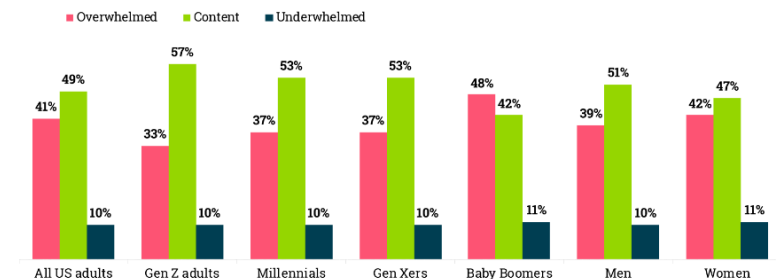
整體而言，三分之二（68%）的成年人表示，**他們更有可能對訂閱的品牌產生忠誠感**，這一比例在 Z 世代成年人和千禧世代中分別上升至 81% 和 77%。而 X 世代（67%）和嬰兒潮世代（54%）則相對較少。

大約一半（49%）的受訪者表示他們對當前可用的訂閱量感到滿意，只有 10% 的人感到不滿。其中，以 Z 世代成年人對訂閱滿意度最高（57%），而千禧世代和 X 世代表現出相同的態度（53%；37%）。嬰兒潮世代較有可能覺得訂閱量過多（48%）。

US Adults' Satisfaction with Subscription Options

The shares of respondents who said they feel overwhelmed, underwhelmed or content about the amount of subscriptions currently available.

marketing charts



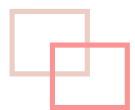
Published on MarketingCharts.com in April 2023 | Data Source: Morning Consult

Based on a late March survey of 2,201 US adults (18+)

Part 04

消費者洞察

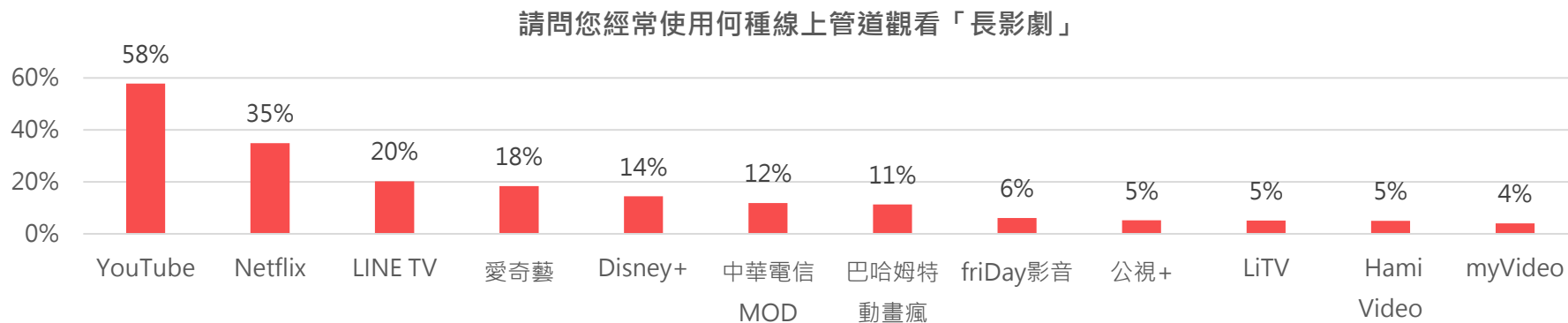
Insight



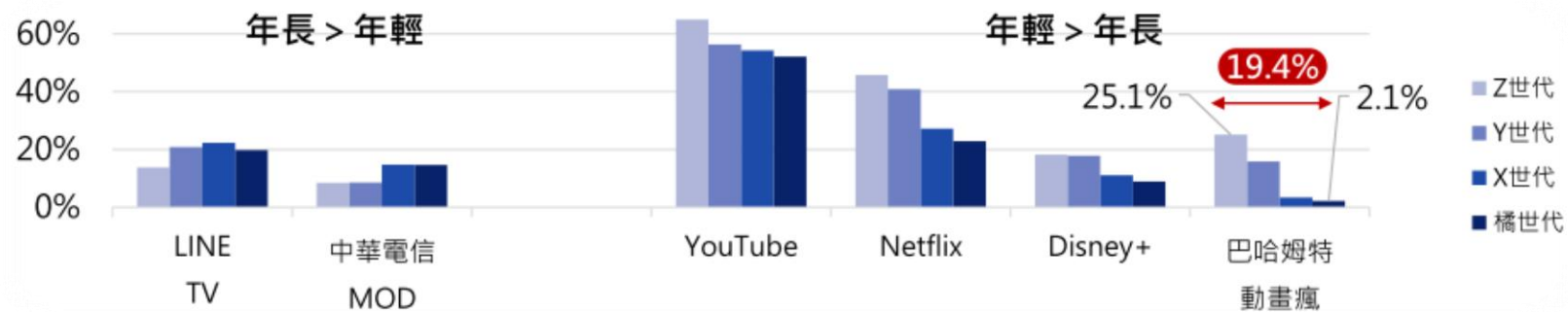
2022年台灣網路影音觀看行為調查

觀察網友觀看長影劇行為，**5成用戶透過YouTube觀看**，與第二管道的Netflix相差22.9%，前5名皆為國際影劇平台；進一步觀察不同族群使用習慣，**年長族群更習慣使用LINE TV、中華電信MOD，年輕族群則更偏好YouTube、Netflix**。

- 整體而言，5成用戶透過YouTube觀看，與第二管道的Netflix相差22.9%，其後則為LINE TV、愛奇藝與Disney+，多以國際影劇平台為主。



- 隨用戶年齡增長，LINE TV、中華電信MOD比例有增加趨勢，年輕用戶則相對偏好YouTube、Netflix等國際影劇平台。
- 巴哈姆特動畫瘋為Y、Z世代慣用平台，其中Z世代與橘世代相差高達19.4%。



Part 05

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AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	3.52
2	市井豪門大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	3.30
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	2.45
4	美麗人生壯志高飛赫蒂法莊	TTV	閩南語連續劇	2.00
5	最強綜藝秀台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.78
6	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.55
7	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.48
8	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.27
9	綜藝新時代築間幸福鍋物	FTV	娛樂綜藝	1.19
10	航海王總集篇紅髮傑克特別	TTV	卡通影片	1.00
11	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.92
12	豬哥亮經典秀	FTV	娛樂綜藝	0.84
13	大陸尋奇福爾耳溫槍	CTV	美食、旅遊節目	0.83
14	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.82
15	1300市井豪門大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.81
16	台灣傳奇築間幸福鍋物	FTV	國台語單元劇	0.78
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.74
18	神秘五金行	TTV	資訊綜藝	0.73
19	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.73
20	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	美食、旅遊節目	0.71

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	2.22
2	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	2.07
3	天道蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.65
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.38
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.34
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.07
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.99
8	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.98
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.87
10	直22 23NBA冠軍賽金VS湖	VLSPT	籃球	0.86
11	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.81
12	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.81
13	3Q新台灣1500	SETN	新聞性質節目	0.80
14	花甲少年趣旅行氣動版PP塑	ETTV	美食、旅遊節目	0.76
15	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.76
16	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.75
17	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.74
18	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.74
19	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	新聞性質節目	0.71
20	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.70

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2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.22
2	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.10
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
4	美麗人生壯志高飛赫蒂法莊	TTV	閩南語連續劇	1.02
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.00
6	市井豪門大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.97
7	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.84
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.71
9	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.67
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.65

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	2.00
2	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.73
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.56
4	市井豪門大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.44
5	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.21
6	美麗人生壯志高飛赫蒂法莊	TTV	閩南語連續劇	1.19
7	航海王總集篇紅髮傑克特別	TTV	卡通影片	1.12
8	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.02
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.02
10	綜藝新時代築間幸福鍋物	FTV	娛樂綜藝	0.83

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	市井豪門大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.13
2	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	2.07
3	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.97
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.78
5	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.60
6	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.54
7	美麗人生壯志高飛赫蒂法莊	TTV	閩南語連續劇	1.12
8	綜藝新時代築間幸福鍋物	FTV	娛樂綜藝	1.07
9	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	美食、旅遊節目	1.00
10	神秘五行行	TTV	資訊綜藝	0.95

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	6.35
2	市井豪門大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	5.69
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	3.86
4	最強綜藝秀台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.36
5	美麗人生壯志高飛赫蒂法莊	TTV	閩南語連續劇	3.14
6	綜藝新時代築間幸福鍋物	FTV	娛樂綜藝	1.74
7	豬哥亮經典秀	FTV	娛樂綜藝	1.70
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.66
9	1300市井豪門大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.65
10	台灣傳奇築間幸福鍋物	FTV	國台語單元劇	1.39

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	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	0.86
2	2000棒球大聯盟	ET-M	卡通影片	0.72
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.69
4	天道蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	0.68
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.67
6	我裡面的那傢伙	ET-M	外片	0.60
7	靈異教師神眉OVA	ET-WM	卡通影片	0.58
8	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.50
9	1300親愛的亞當	GTV-C	國語連續劇	0.49
10	1900歡樂智多星晶珂生物纖	*SCC	競賽綜藝	0.49

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.07
2	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.53
3	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	1.21
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.03
5	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.97
6	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.95
7	花甲少年趣旅行氣動版PP塑	ETTV	美食、旅遊節目	0.81
8	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.60
9	綜藝玩很大福爾耳溫槍	SL2	娛樂綜藝	0.57
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.51

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.11
2	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	0.93
3	直中職34年樂VS中	VLSPT	棒球	0.81
4	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.79
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.78
6	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.74
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.69
8	瘋狂愛上你	*SCC	韓劇	0.65
9	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	美食、旅遊節目	0.65
10	花甲少年趣旅行氣動版PP塑	ETTV	美食、旅遊節目	0.62

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.42
2	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	3.60
3	天道蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.35
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.26
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.11
6	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.62
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.21
8	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.20
9	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	1.13
10	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	1.10

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	0.80	0.39	0.48	0.48	1.31
TTV/台視	0.57	0.14	0.39	0.40	0.88
FTV/民視	0.32	0.07	0.09	0.16	0.60
CTS/華視	0.22	0.09	0.13	0.20	0.32
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	0.20	0.23	0.43	0.85
ET-N/東森新聞	0.47	0.12	0.20	0.40	0.76
SETN/三立新聞	0.37	0.05	0.11	0.23	0.68
FTVN/民視新聞	0.37	0.04	0.09	0.22	0.70
NTVN/壹新聞	0.14	0.07	0.05	0.12	0.22
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.05	0.05	0.12	0.47
CTS-N/華視新聞資訊台	0.11	0.03	0.04	0.11	0.18
UBN/非凡新聞	0.13	0.04	0.03	0.10	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.04	0.02	0.12	0.23

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	市井豪門大同氣密窗	FTV	3.30
2	美麗人生壯志高飛赫蒂法莊	TTV	2.00
3	天道蘿琳亞塑身衣	SANLI	1.65
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.38
5	戲說台灣	SANLI	1.34
6	1900親家	SANLI	0.98
7	1300市井豪門大同氣密窗	FTV	0.81
8	台灣傳奇築間幸福鍋物	FTV	0.78
9	1230天道蘿琳亞塑身衣	SANLI	0.66
10	夢華錄2100	CTV	0.65

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	3.52
2	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	2.45
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.22
4	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	2.07
5	最強綜藝秀台塑石油95	FTV	1.78
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.55
7	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	1.48
8	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	1.27
9	綜藝新時代築間幸福鍋物	FTV	1.19
10	豬哥亮經典秀	FTV	0.84

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.07
2	少康戰情室	TVBS	0.99
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.87
4	台灣啟示錄	ET-N	0.81
5	關鍵時刻	ET-N	0.81
6	3Q新台灣1500	SETN	0.80
7	非凡最前線	UBN	0.76
8	新台灣加油	SETN	0.75
9	台灣1001個故事	ET-N	0.74
10	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	0.71

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直22 23NBA冠軍賽金VS湖	VLSPT	0.86
2	大陸尋奇福爾耳溫槍	CTV	0.83
3	花甲少年趣旅行氣動版PP塑	ETTV	0.76
4	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.71
5	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	0.60
6	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.60
7	直中職34年樂VS中	VLSPT	0.57
8	型男大主廚好食GO智能便當	SL2	0.57
9	非凡大探索	UBN	0.49
10	直22 23NBA冠軍賽熱VS塞	VLSPT	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#120

