

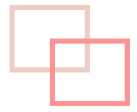
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2326

06.19 ~ 06.25





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際視野

消費者洞察

收視調查

- ChatGPT開始「涼了」進入瓶頸期

- 暑假一童FUN一夏吧~

- 播客主的影響力比「網紅」更大

- 2022年電商購物節消費偏好分析

- 2023/06/19-06/25



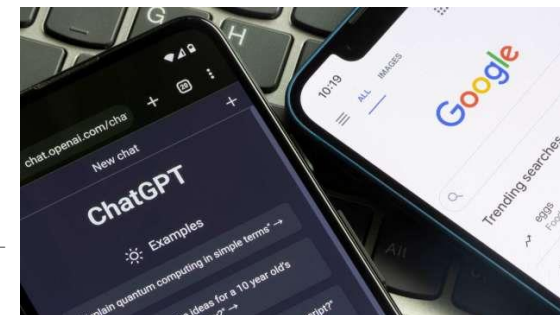
ChatGPT開始「涼了」進入瓶頸期

在全球掀起人工智慧 (AI) 熱潮的 ChatGPT，如今使用率偏低，網站訪問量成長腳步也明顯放緩，顯示 ChatGPT 似乎進入瓶頸期。據《美股投資網》報導，摩根士丹利在 4 月進行的一項調查顯示，在 2,000 名受訪者中，**只有 19% 受訪者表示之前使用過 ChatGPT，且只有 4% 的人依賴 ChatGPT。**

美國 Pew 研究中心在今年 3 月對 1 萬多名美國成年人展開調查，而調查結果顯示，**18% 受訪者聽說過很多關於 ChatGPT 的事情，39% 的人聽說過一點，42% 受訪者根本沒聽說過。**

網站數據分析工具 SimilarWeb 的數據也顯示，此前 ChatGPT 的訪問量成長率驚人，與前月相比，1 月成長率為 131.6%，2 月為 62.5%，3 月為 55.8%，4 月為 12.6%，成長腳步明顯放緩，到了 5 月，這個數字進一步降至 2.8%。

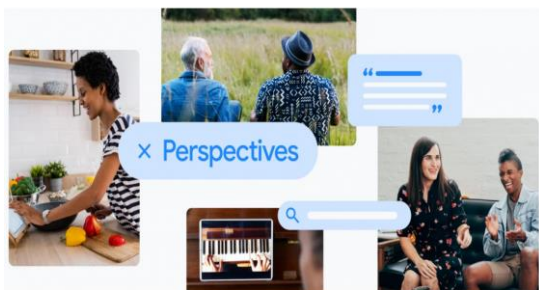
6 月初，「**ChatGPT 變笨了**」的聲音引發過討論，對此 OpenAI 開發者推廣大使 Logan Kilpatrick 曾出面回應，表示大模型一直處於靜態，未出現大量外部數據污染模型的情況，但他也承認，大模型不穩定，因此大模型對相同的提示詞的回答，可能前後不一致。除了 ChatGPT 使用體驗感受不一，ChatGPT 的普及率也沒想像中那麼廣。



【2023/06/26, 鉅亨網新聞】

Google 搜尋有新招！一鍵告訴你「專家、網友怎麼說」

日常使用 Google 搜尋不僅用於查詢資料，有時候也想知道「大家怎麼看」。為此 Google 將於搜尋引擎添加名為「觀點」(Perspectives) 的過濾按鈕，協助篩選社群媒體、論壇等相關評論。【2023/06/26, 自由時報】



不少人使用 Google 搜尋會習慣在最後加入 PTT、Dcard、Reddit 等關鍵字，以利找到網友們最真實的評價，「觀點」將提供類似功能。一般 Google 搜尋是以內容網站為主，點選該過濾按鈕後，Google 會改以問答網站、社群媒體、論壇為優先，並且橫跨文章、長短影片甚至圖片等不同方式。

根據 Google 官方提供的範例，若搜尋「如何在新城市交到朋友」並使用「觀點」過濾，相比讓你閱讀交友指南的文章，Google 會提供一系列的 YouTube、TikTok 相關主題影片，還有 Reddit 論壇以及推特網友們的討論。

Google 於官方推特表示，該功能得以協助你找到「專家、大家」的確切看法，並且於今日正式全面開放。不過記者今早實測尚未看見「觀點」的選項，仍有待 Google 後續推送。

台灣首位「電視AI主播」在民視！

民視本月26日將推出自家AI主播和全國觀眾見面，這是台灣首個「電視台AI主播」，今清秀面容獨家曝光，女神氣質爆棚相當逼真，民視特別邀請全國觀眾與網友粉絲踴躍參加「線上命名活動」，幫主播取個好名字。

民視新聞傳播群胡婉玲副總經理表示，電視台花近半年時間，運用最新科技，不斷調整設計，推出相貌精緻的AI主播，「我們每天都會提供一份新聞稿，經由科技演算，讓AI主播練習，用這種方式訓練，讓播報更生動，民視AI主播能坐上主播台，應是業界最新創舉。」AI虛擬主播是由民視與AI影像科技專家「光禾感知科技OSENSE」共同合作推出，並結合「微軟」先進的語音生成功能，自動產生AI主播的播報畫面，且AI虛擬主播具有學習能力，隨著播報次數增加，說話口氣、語調都會更加自然。

AI主播將於26日上陣，每晚18:30民視無線台《全球看民視》以及23:30民視新聞台《民視午夜新聞》，播報全球各主要城市的天氣概況，電視台也邀請觀眾到官網留言，為虛擬主播命名，6/26(一)起可上民視新聞官網留言。【[2023/06/27, line新聞](#)】



OpenAI傳想推AI版「App商店」

OpenAI去年發表ChatGPT，不到一年內已吸引上億用戶使用，更是史上最快達到1億用戶的服務。現在OpenAI更打算基於GPT技術推出一個「App商店」，讓開發者能夠在平台上販售客製化的ChatGPT服務。【[2023/06/21, 數位時代](#)】



根據《The Information》報導，有知情人士透露，OpenAI正計算推出一個市場平台，讓開發人員銷售以自家AI技術為基礎打造的AI模型，且報導稱先前執行長山姆·奧特曼飛往倫敦時，就在當地與開發者透露了這個打算。

儘管OpenAI透過ChatGPT、GPT-4展現出多功能的聊天機器人，這些技術要真正發揮生產力價值，運用在工作流程中仍有不小的改善空間，他們便是希望透過開放平台，吸引全球開發者共同讓其AI技術能夠針對各種不同的產業需求、工作環境客製化，進而加速商業化的腳步。

可以想像的是，未來這個平台就會像AI版的Google Play、App Store等應用程式商店，企業若想要利用AI技術，不必大費周章地研發符合公司需要的客製化AI、或者長時間與AI公司合作、協商，只要在平台上搜尋符合自家業務需求的AI應用程式即可。

Z世代花錢矛盾，環保愛地球又愛快時尚！

「環境永續」是現在年輕消費者，尤其 Z 世代相當關注的話題。跟其他世代相比，**Z 世代更願意購買二手商品，也更願意隨身攜帶環保餐具**；然而，在接受調查的人中，又有 **58% 的美國 Z 世代同意他們需要「物質」商品**，在價格妥協下，對 Shein、H&M 等快時尚品牌忠誠，呈現兩極局面。為何 Z 世代會陷入這樣的狀況？品牌該重視 Z 世代這樣的想法嗎？消費者在天秤兩端拉扯時，品牌該如何從中取得商機？【[2023/06/26, 數位時代](#)】

- **重視環保的 Z 世代，買完快時尚會「內疚」**：Z 世代的消費行為和心態面「表裡不一」，最大原因在於這個客群還沒有錢。在 GlobeScan 的報告中，有 58% 的 Z 世代選擇「非常」或「有些」同意他們需要更多「物質商品」，才能感到幸福。因此只能對 Shein、H&M 等快時尚品牌忠誠，而在消費過後，他們也會「對環境造成負面影響」感到內疚。
- **Z 世代影響力擴大中，品牌誤區不可忽視**：即使 Z 世代並非目前的消費主力，但品牌仍不可忽視此客群。首先，他們能大量影響 X 世代的長輩。在 First Insight 的報告中，受 Z 世代影響，X 世代消費者對於購買永續品牌的偏好增加了近 25%，願意支付更多費用來購買永續產品的意願增加了 42%。



Y2K流行再現復古潮！掌握「這些」元素重返千禧年時尚

近期Y2K風格掀起一股復古潮流，成為Z世代指標性的穿搭趨勢，在流行時尚方面，Y2K誇張大膽的代表要素，那麼究竟Y2K風格的關鍵元素有哪些呢？《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「Y2K風格元素」話題的網路聲量表現，帶您了解網友熱議的十大Y2K風格元素排行。



【2023/06/27, 社群研究社】

觀察近一年月內網友針對「Y2K風格元素」的相關話題討論，可以**發現「鮮豔色彩」引起社群熱烈討論，網友表示「桃紅色，非常Y2K風格，又颯又甜辣滿點」、「Y2K是有點繽紛顏色的感覺，至少有個亮色單品」**，展現滿滿少女感又非常吸睛，但也有網友認為螢光色更適合冷白皮的族群，挑選顏色時要特別留意。

未來科技感也是Y2K的核心概念之一，**「亮面皮革」、「金屬配件」就是經常被使用的材質與裝飾**，無論應用在衣服或是包包等配件上，都相當獨特搶眼。

露出曼妙腰身的**「低腰褲/裙」**應該是不少人心中最具標誌性的Y2K單品，同樣也能秀出好身材的**「短版上衣」**，時常與低腰褲、低腰裙成對搭配，是喜歡性感辣妹風女孩們的首選。

新型態旅遊來了？9成台灣人出國狂刷卡、分期付款變多！

疫情趨緩後，國門打開，爆發多數人想出國遊玩的心情，儘管全球物價持續齊漲上揚，昂貴的旅費讓人感到有點吃力，但就整體經濟趨勢而言，旅遊需求依舊保持強勁成長，而台灣民眾為了要出國玩，「旅遊模式」與「消費行為」也出現趨勢性轉變。【[2023/06/19, 數位時代](#)】

- **趨勢轉變1：民眾為了增加出國頻率和天數，降低日常花費。**過去幾年受疫情影響而無法出國，如今多數台灣民眾對出國旅遊的渴望強烈，其中逾60%民眾樂意增加旅遊花費，寧願降低航空住宿等級，也要體驗海外美食。
- **趨勢轉變2：先搶機票、再排行程，「新型態旅遊規劃模式」來了。**在旅費高漲的壓力下，民眾想出國旅遊，也出現了「消費行為」的轉變，例如開始尋找低價機票、避開旅費相對較高的連假旅遊旺季，或選擇降低航空艙等「CP值更高」的旅行方式，節省開銷。
- **趨勢轉變3：出國旅遊多選擇「分期付款」，刷卡支付使用率也大增。**回顧2019年疫情前，台灣民眾出國旅遊時使用刷卡支付、感應式支付錢包等工具，比例僅32.2%；如今已有54.7%民眾出國時以刷卡支付工具為主，成長近70%。其中，20至30歲年輕族群成長最為顯著，使用刷卡支付的比例增長1.4倍，感應式支付錢包使用率更大幅飆升5.6倍。



2023十大中職啦啦隊人氣排行出爐，誰是你的pick？

台灣一直以來都將棒球視為「國球」，這項運動在台灣人心中佔有舉足輕重的地位，尤其2023年世界棒球經典賽（WBC）更再度點燃了棒球迷心中的熱情。《DailyView網路溫度計》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統，調查出最受網友歡迎的十大中職啦啦隊人氣女神，一起來看看有哪些一笑就融化球迷心的啦啦隊員上榜吧！

2023十大人氣中職啦啦隊員！		
排名	人氣中職啦啦女神	網路聲量
1	林襄	207,325
2	李多慧	206,083
3	崙崙	58,687
4	琳妏	23,450
5	陳伊	11,120
6	孟潔	8,647
7	巫苡萱	8,516
8	Yuri	8,347
9	籃籃	7,423
10	慈妹	5,898

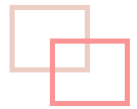
資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KEYPO大數據關鍵引擎 (keypo.tw) 輿情分析系統，以電腦語意分析與機器學習技術，先進行機器學習與人工智慧輔助引擎，感知網友語意態與情緒，分析時事網路大數據。
分析期間：2023/01/01 - 2023/06/12

No.1 林襄：身為Rakuten Girls當家成員之一的林襄，個人IG吸引近2百萬名粉絲追蹤，堪稱中職啦啦隊人氣王，也被形容為「台灣第一美女」。近期因南韓啦啦隊女神李多慧加盟樂天桃猿，不免讓網友將兩人放在一起互相比較。

No.2 李多慧：南韓啦啦隊女神李多慧今年3月宣佈加盟樂天桃猿Rakuten Girls，掀起廣大球迷一陣朝聖旋風，紛紛搶著進場一度女神風采。人氣爆棚的李多慧在球場上表現出超強渲染力，每每都能點燃超嗨氣氛，讓球迷直呼「身在球場，心在多惠」、「眼睛完全離不開她！」。【[2023/06/25, 網路溫度計](#)】

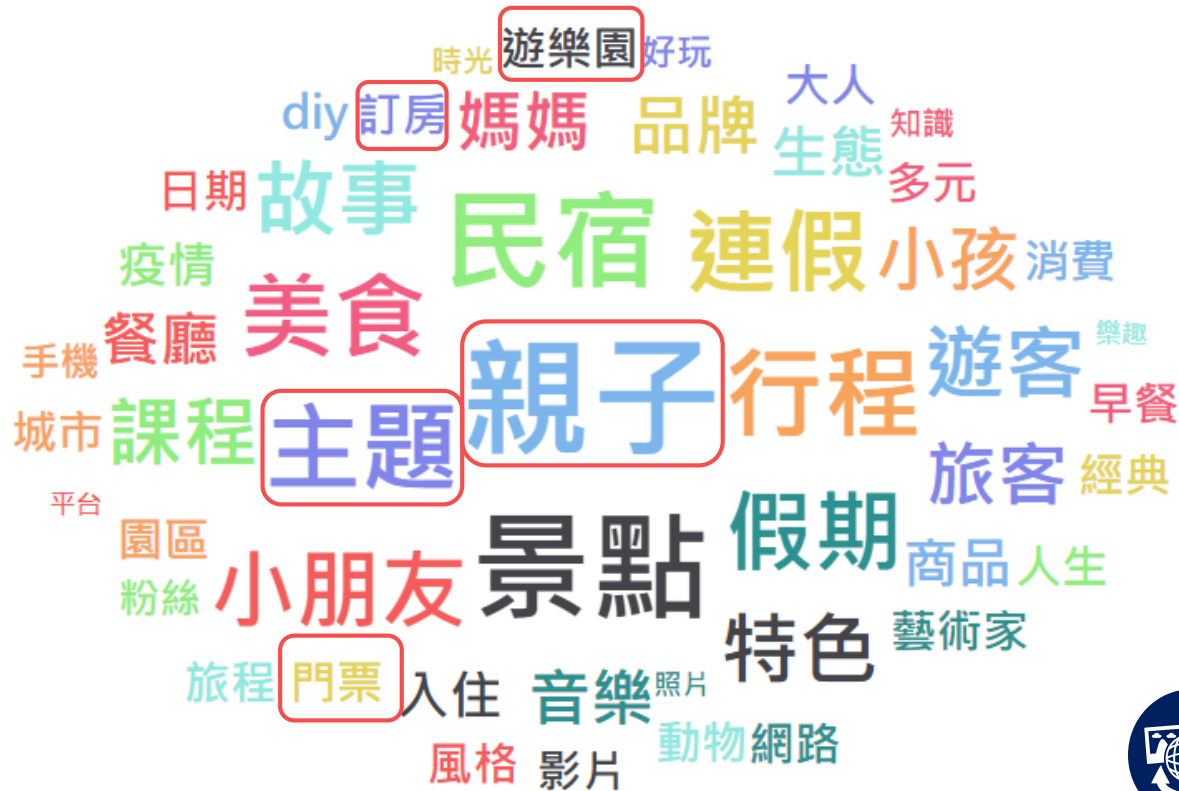
No.3 崙崙：擁有鄰家少女感的Passion Sisters成員崙崙，因為一首「炸裂陳子豪」的應援舞蹈紅到日本，在台日兩地都擁有大批粉絲。不僅充滿元氣的場邊應援擄獲球迷的心，崙崙近年也將事業觸角延伸至演藝圈，收穫不同族群粉絲。





暑假一童FUN一夏吧~

小朋友盼望已久的暑假終於來了！隨著疫情後的恢復，旅遊業蓬勃發展，各品牌紛紛爭相搶攻暑期商機。家長們已經開始計劃今年要帶著孩子去哪裡度過一個充實的夏天了嗎？本週宏將週報將帶您一起觀察，暑假有什麼樣的旅遊相關促銷活動吧！



「義大盛夏浪潮」活動

義大世界遊樂園推出了「義大盛夏浪潮」活動，在校生活憑本人有照學生證可享優惠價599元學生票



親子浮潛體驗CP值太高

部落客史努比&可樂娜在臉書分享墾丁親子浮潛體驗只需350元，教練還幫拍紀念照直呼CP值超高



中冠礁溪大飯店線上訂房

親子團購社團「童享」開團預訂宜蘭中冠礁溪大飯店，並釋出加碼優惠，吸引超過1,100則留言



長榮酒店「週週抽六千」

長榮酒店舉辦「週週抽六千」活動，大方放送遊樂金，在暑假也特別推出各有特色的主題住房專案



Part 03

國際視野

Media Trend





播客主的影響力比「網紅」更大

在美國，播客收聽呈現逐漸成長的趨勢，吸引著年輕、高學歷且富裕的聽眾。根據Vox Media和Magna Global的報告，這些聽眾對播客極度投入且與他們喜歡的播客主建立了強烈的情感聯繫。

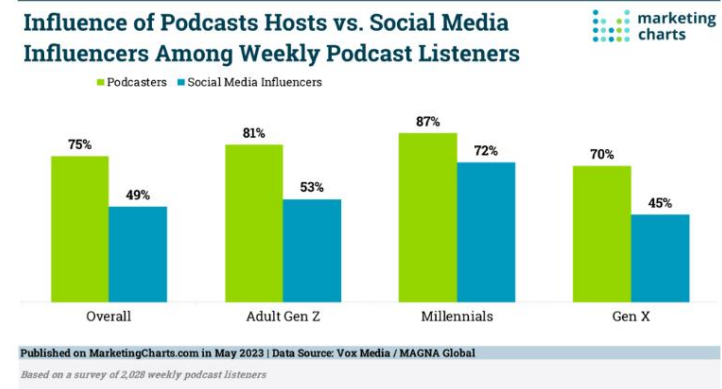
該研究調查了超過2,000名每週收聽播客的受訪者，其中**有79%的受訪者認為播客的內容優於社交媒體**。報告還發現，相對於社交媒體，受訪者更傾向於相信播客提供更深入的資訊，並能接觸到當前熱門話題和對話。

教育是聽眾收聽播客的一個重要原因，這項研究還發現，**自我實現也是吸引聽眾的因素之一**，72%的人（包括80%的千禧一代）表示，他們出於這個原因收聽播客。

此外，聽眾還使用播客作為決策資源，特別是在自我提升、健康/健身以及商業和財務方面的決策。在這些情況下，他們表示在做出這些決策時更多地依賴播客而非社交媒體。

就像廣播聽眾被DJ和主持人所吸引一樣，播客聽眾也能與他們最喜歡的播客主建立情感聯繫。**近四分之三（73%）的聽眾表示，每週花時間收聽喜愛的播客主對他們來說非常重要**，並且**有88%的人認為花時間聆聽他們最喜歡的播客主是有意義的**。此外，三分之二的聽眾（68%，其中包括81%的千禧一代）同意他們與喜愛的播客主有深厚的情感聯繫。

這使得播客主獲得了影響力：**九成的聽眾表示，聆聽播客使他們對新觀點或特殊話題更加開放**。近**五成的聽眾（49%）表示社交媒體上的意見領袖經常或偶爾改變了他們對某些事物的看法**，而三分之二的聽眾對播客主也持有同樣的看法。這一差距在Z世代、千禧一代和X世代的成年人中尤其明顯。[...詳細全文，請見Meta](#)



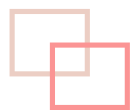
世代定義如下：Z世代（1997-2009年）、千禧一代（1983-1996年）、X世代（1966-1982年）、嬰兒潮一代（1947-1965年）和成熟一代（1946年及之前）

資料來源：[2023/06/14 marketing charts](#)；2,000名美國消費者的調查。

Part 04

消費者洞察

Insight

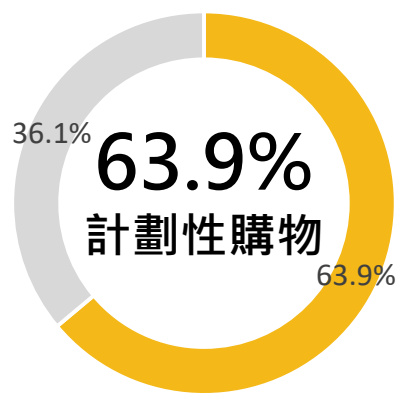


2022年電商購物節消費偏好分析

電商購物節已經成為一種商業盛事，對消費者和商家來說都極為重要。消費者期待享有折扣和促銷優惠，同時商家也期望實現銷售目標並增加品牌知名度。根據資策會產業情報研究所（MIC）發表 2022 年電商購物節消費偏好分析調查，發現消費者多以購物清單或採年度囤貨迎接電商購物節，且對免運費活動更有感。

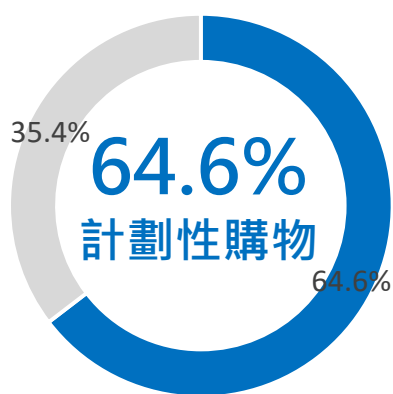
消費者在「電商購物節」的購物模式（單選）

2022年整體

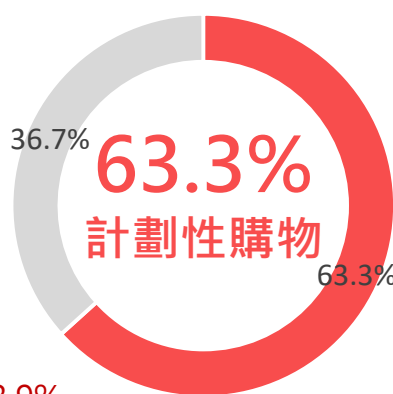


2022年整體消費者在電商購物節的購物模式，超過6成受訪者(63.9%)為計劃性購物，非計劃性購物則佔36.1%。

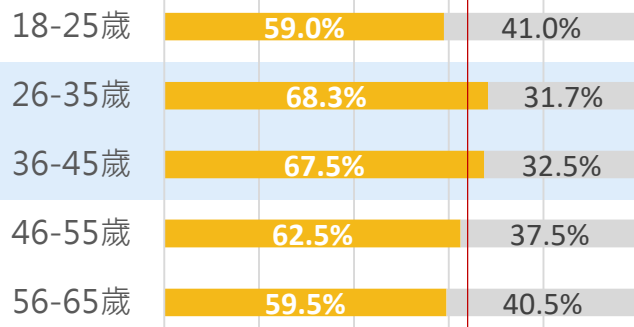
男性



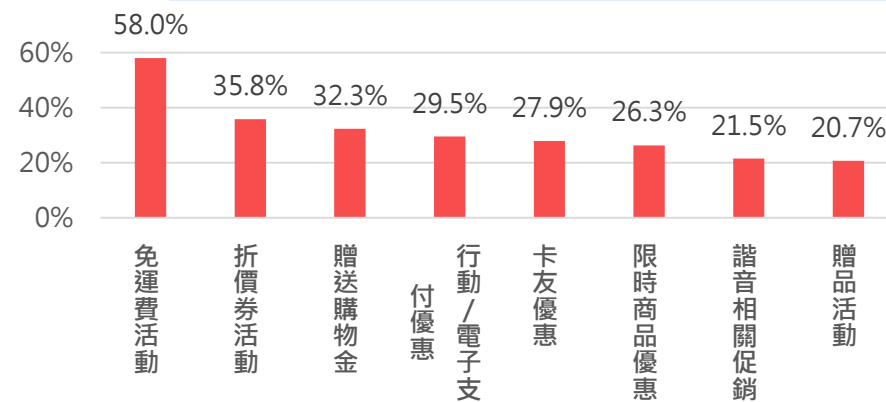
女性



整體63.9%



消費者較有感的促銷手法與優惠（可複選）



消費者較偏好免運費促銷活動，其次為折價券及贈送購物金。

男性和女性在電商購物節的購物模式無明顯差異。在年齡層的部分，26-45歲在電商購物時採取計劃性購買的比例相對偏高。



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	3.63
2	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	3.10
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	2.15
4	最強綜藝秀台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.99
5	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	閩南語連續劇	1.70
6	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.49
7	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.31
8	航海王劇場版紅髮歌姬	TTV	外片	1.29
9	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.07
10	豬哥亮經典秀	FTV	娛樂綜藝	0.96
11	大陸尋奇福爾耳溫槍	CTV	美食、旅遊節目	0.79
12	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.76
13	台灣傳奇家後紅麴磷蝦油	FTV	國台語單元劇	0.74
14	1300市井豪門宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	0.74
15	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
16	夢華錄2100	CTV	大陸劇	0.70
17	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.69
18	1800航海王劇場版紅髮歌姬	TTV	外片	0.69
19	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.67
20	姊妹亮起來傑昇通信	FTV	資訊綜藝	0.64

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	2.10
2	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	1.94
3	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	1.70
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.18
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.08
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.92
8	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.92
9	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	美食、旅遊節目	0.88
10	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.84
11	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.83
12	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.80
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.80
14	財閥家的小兒子	ET-D	韓劇	0.77
15	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.75
16	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.75
17	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.74
18	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.73
19	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.72
20	孤獨死求生路	TVBSN	新聞性質節目	0.71

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	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	2.08
2	航海王劇場版紅髮歌姬	TTV	外片	1.41
3	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	閩南語連續劇	1.19
4	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.06
5	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	0.93
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.90
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.89
8	1800航海王劇場版紅髮歌姬	TTV	外片	0.82
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.82
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.69

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	2.34
2	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.58
3	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.30
4	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.29
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.26
6	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.03
7	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.71
8	最強綜藝秀台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.70
9	大陸尋奇福爾耳溫槍	CTV	美食、旅遊節目	0.70
10	航海王劇場版紅髮歌姬	TTV	外片	0.68

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	2.10
2	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.94
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.93
4	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.66
5	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.44
6	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.23
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.22
8	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.21
9	神秘五行瑪麗蓮塑身衣	TTV	資訊綜藝	0.99
10	最強綜藝秀台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.87

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	5.90
2	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	5.37
3	2023台北羽球公開賽	FTV	其他球類、體育節目	3.73
4	烏龍派出所	CTS	卡通影片	3.41
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	2.52
6	火神的眼淚娘家每天鈣	FTV	國語連續劇	1.70
7	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.69
8	1700飢餓遊戲阿鈣八合一強	CTV	競賽綜藝	1.38
9	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.37
10	1500社長之路蘿琳亞塑身衣	CTS	資訊綜藝	1.37

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	1.14
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.64
3	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	0.64
4	葉問2	*SCM	國片	0.58
5	全民陪審團壞WHY	SETN	新聞性質節目	0.57
6	1200極限體能王	ONTV	競賽綜藝	0.53
7	直原神中職34年富VS中	VLSPT	棒球	0.50
8	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.50
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.49
10	1500河我趣打卡	VLMAX	美食、旅遊節目	0.49

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	1.95
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.84
3	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	0.63
4	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.59
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.57
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.52
7	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.48
8	直原神中職34年富VS中	VLSPT	棒球	0.46
9	非賣品	*SCM	外片	0.42
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.40

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	1.21
2	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	1.11
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.08
4	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.79
5	直中職34年味VS中	VLSPT	棒球	0.73
6	2000綜藝新時代台塑石油95	FTV1	娛樂綜藝	0.67
7	非賣品	*SCM	外片	0.64
8	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.64
9	1900我就問你正常嗎	ETTV	資訊綜藝	0.58
10	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.57

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	3.83
2	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	娛樂綜藝	3.31
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.48
4	1900我就問你正常嗎	ETTV	資訊綜藝	2.04
5	食尚玩家呷PLAY	TVBSG	美食、旅遊節目	1.77
6	神鬼傳奇2017	ET-WM	外片	1.59
7	天龍八部	VLM	大陸劇	1.43
8	2200發現大絲路	VLMAX	美食、旅遊節目	1.35
9	2000最強綜藝秀台塑石油95	FTV1	娛樂綜藝	1.06
10	打卡吧我的炫FOOD日記	EFNC	新聞性質節目	1.03

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	0.38	0.51	0.46	1.30	0.79
TTV/台視	0.27	0.27	0.43	0.84	0.55
CTS/華視	0.13	0.11	0.15	0.27	0.19
FTV/民視	0.08	0.09	0.17	0.52	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	0.62	0.23	0.30	0.50	0.96
ET-N/東森新聞	0.48	0.17	0.20	0.39	0.79
SETN/三立新聞	0.40	0.10	0.09	0.22	0.76
FTVN/民視新聞	0.36	0.07	0.09	0.21	0.70
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.04	0.06	0.14	0.48
NTVN/壹新聞	0.16	0.06	0.07	0.15	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.10	0.03	0.11	0.26
UBN/非凡新聞	0.16	0.05	0.05	0.13	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.12	0.03	0.03	0.10	0.20

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	3.10
2	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	1.70
3	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	1.70
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.18
5	戲說台灣	SANLI	1.08
6	1900親家	SANLI	0.80
7	財閥家的小兒子	ET-D	0.77
8	台灣傳奇家後紅麴磷蝦油	FTV	0.74
9	1300市井豪門宜蘭赫蒂法莊	FTV	0.74
10	夢華錄2100	CTV	0.70

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合AUTO台塑潤滑油	FTV	3.63
2	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	2.15
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.10
4	最強綜藝秀台塑石油95	FTV	1.99
5	超級夜總會福爾耳溫槍	SANLI	1.94
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.49
7	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	1.31
8	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	1.07
9	豬哥亮經典秀	FTV	0.96
10	綜藝新時代台塑石油95	FTV	0.76

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	0.94
2	少康戰情室	TVBS	0.92
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.92
4	關鍵時刻	ET-N	0.84
5	正午最前線	UBN	0.83
6	非凡最前線	UBN	0.80
7	最前線報告	UBN	0.75
8	新台灣加油	SETN	0.75
9	最前線直擊	UBN	0.74
10	驚爆新聞線2100	SETN	0.73

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	0.88
2	大陸尋奇福爾耳溫槍	CTV	0.79
3	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.66
4	直原神中職34年富VS中	VLSPT	0.63
5	直原神中職34年統VS中	VLSPT	0.59
6	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.58
7	型男大主廚	SL2	0.53
8	2000美食按個讚	UBN	0.53
9	非凡大探索	UBN	0.48
10	直中職34年味VS中	VLSPT	0.46

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

