宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2327

06.26 ~ 07.02

Media Drive
宏將傳媒

CONTENT

媒體放大鏡 - 【金曲34】總收視數破1500萬

熱門話題 - 音樂祭馬拉松開跑，聆聽年輕族群聲音！

國際案例 - 2023 Q1戶外廣告持續增長

收視調查 - 2023/06/26-2023/07/02

網路觀察 - May 2023

Part 01

媒體放大鏡

Media News

【金曲34】總收視數破1500萬

2023年第34屆金曲獎頒獎典禮於上週六（7/1）圓滿落幕，**頒獎典禮於電視頻道播出的整體平均收視3.32，有效平均收視3.71**，雙雙位居當日全國收視第一。

而首度全球直播的金曲獎，在YouTube官方網路平台總點擊數達640萬次；LINE平台觀看數超過556萬次，總計新媒體觀看總次數達1196萬次，加計電視頻道總收視數，總計全球觀看人數高達1535萬次。此外，全球社群關注度也衝破歷史新高，至目前已達4億次。此外，金曲獎也創下全球超高關注度，在**社群媒體包含FB、IG、Twitter、WEIBO等話題總量破4億**，尤其林俊傑向特別貢獻獎得主林秋離致敬的片段關注度超過1.2億、日本搖滾天團KING GNU表演片段關注度則高達千萬。

除國內外收視、關注度破新高，日本富士電視台、TBS電視台、朝日電視台、日本電視台（NTV）等4大無線電視，也以新聞大幅報導；**路透社更以「臺灣在年度音樂大獎頌揚語言多元性」作為話題報導，肯定臺灣音樂圈的影響力，更對於金曲獎在不同語言間的支持鼓勵給予高度肯定。**【2023/07/04, Yahoo!】

鏡電視獲NCC許可，準備上架86頻道！

國家通訊傳播委員會（NCC）今天**審議通過鏡電視上架中嘉、凱擘、台固等共32個有線電視系統86頻道案**。NCC今天同時也附停止條件通過衛星廣播電視事業「鏡電視新聞台」申請負責人、公司章程變更暨換發執照續行討論案。

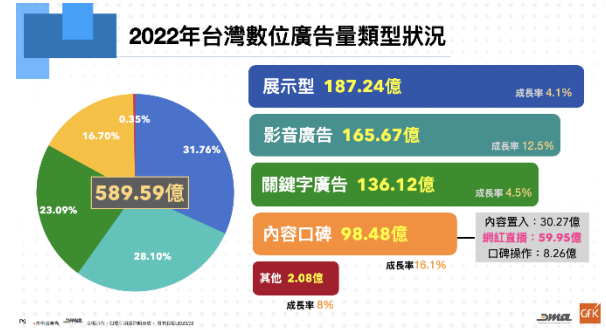
事實上，NCC已多年沒發出新聞台執照，上一張發出的執照是2012年核准UDN新聞台，因此鏡電視本次申設案備受關注。NCC說明，**申請者以「民間版的公共媒體」自期**，提出設置全職專任之外部公評人制度，參與監督新聞製播並向公眾報告等，申請人亦提出閉鎖性公司、股權分散、所有權與經營權分離、**製播兒少新聞、手語新聞、台語新聞、藝文新聞、國際新聞**等、保障員工最低薪資、年終獎金，並有新聞編輯室公約、獨立編審等確保新聞製播自主等相關機制，因此NCC對該新聞頻道之申設，仍有期待，爰以附款要求該公司落實前揭營運計畫，其董事長、總經理等，應於該頻道開播前與員工簽妥編輯室公約。【2023/06/28, 數位時代】

2022數位廣告統計出爐！短影音強勢崛起

DMA 台灣數位媒體應用行銷協會發布年度2022 台灣數位廣告量統計數字，重點數字與觀察如下：

一、整體市場規模達 589.59 億，成長率為 8.3%，繼 2020 年受 covid-19 影響，再次出現成長率僅有個位數，主要原因來自疫情日趨平緩，宅經濟成長力道衰退。二、一般媒體平台、社交媒體平台成長率都低於兩位數，顯見流量紅利已不如以往。三、**程序化購買的廣告比例，由去年的 47%，今年占比達 58.6%，隨著廣告技術越來越仰賴 AI**，品牌與平台都將更重視數據的開放與合作。四、**影音廣告市場規模為 165.67 億，成長率為 12.5%，保持一定成長動能與規模**，口碑內容類的網紅業配直播項目，逼近 60 億，成長達 35%，發展潛力值得關注。

展望 2023 年台灣數位廣告市場，有幾個值得關注的焦點：整合虛實場景、掌握影音穿透力、網紅行銷邁向更系統化合作、國際平台在地化治理與 AI 挑戰。【2023/06/28, Inside】



什麼是「當代精緻窮小確幸」？征服年輕人的心

受到科技網路、同儕影響，加上不婚不生的躺平族越來越多，社會上也出現以「精緻窮」模式生活的年輕人，**既然生活不如意，不如就購買自己喜歡的東西**。

從《KEYPO》輿情分析系統來看「年輕人消費」近三個月熱門關鍵字，統計年輕世代不可或缺的必備潮品：

一、從**熱門關鍵字「電競」、「潮流」來看，也能發覺現在的年輕族群非常風靡「任天堂Switch」**、「Sony PS5」和「Xbox Seris」等遊戲主機，裝載像是備受Z世代喜愛的《動物森友會》、《瑪力歐派對》等遊戲片。

二、**Z世代的人非常著迷電競商品**，除了要勤練等提升經驗值，好的裝備才能滿足玩家在打遊戲時的需求。

三、從熱門關鍵字中的「單品」也不難看出**蘋果每年推陳出新的產品已成為Z世代的精神糧食**，從手機、智慧型手錶、耳機到平板、電腦，「果粉信仰」正在年輕族群間竄燒，成為身上必備的流行單品之一。【2023/06/28, 網路溫度計】

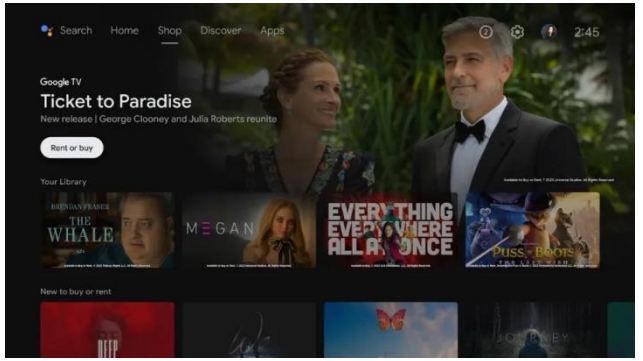
Google在Android TV增加可一站購買

Google宣布將在Android TV增加全新「商店」(Shop)卡片選項，將讓使用者更容易瀏覽、購買，或是觀看已經付費購買、租賃電影內容。

跟先前增加的「探索」卡片是以推薦為主的使用模式不同，**「商店」將讓使用者更容易一次購買、租借不同管道上架的電影內容，無須在不同App之間切換**。

另外，「商店」還提供資料庫功能，讓使用者能透過帳號連動方式，條列先前在Android TV、Google TV，或YouTube頻道購買、觀看影片內容，或是在手機、平板上的Google TV App下載影片，以便後續離線觀看。

新版「商店」將在未來幾周內於美國，以及其他23個國家地區推出。【2023/07/02, Yahoo!】



Meta的VR訂閱來了！每月兩款遊戲免費玩

根據《The Verge》報導， Meta執行長祖克柏宣布**虛擬實境（VR）訂閱服務「Quest Plus」**，訂閱該服務每月免費遊玩兩款 VR 遊戲，費用為每月 7.99 美元。

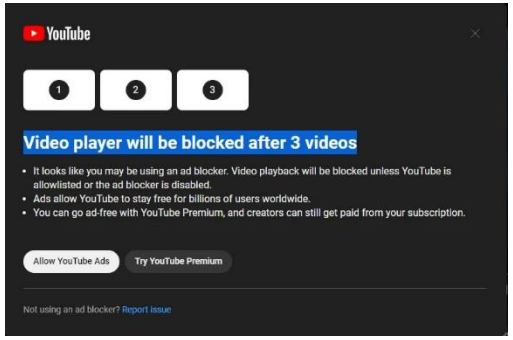
報導指出，該訂閱服務類似索尼集團旗下的 PlayStation Plus 服務，較勁意味濃厚。Meta 在部落格寫道，**訂閱服務結合 VR 熱門作品、隱藏的瑰寶和經典遊戲**，是最經濟實惠的方式擁有殺手級的應用程式內容。【2023/06/27, 數位時代】

Quest Plus服務有哪些特色？**亮點一：每月可免費玩兩款遊戲**，其中 7 月的遊戲分別是《Pistol Whip》和《Pixel Ripped 1995》、8 月則為《Walkabout Mini Golf》和《MOTHERGUNSHIP: FORGE》。亮點二：限時加入首月費用享優惠，值得注意的是，如果在 7 月 31 日前訂閱 Quest Plus，第一個月的費用只要 1 美元。**亮點三：適用所有Meta Quest頭戴裝置**，不僅可在 Meta Quest 2 和 Quest Pro 使用，而且等到 Quest 3 正式推出時也會有該項訂閱服務。

無法躲廣告？YouTube新招打擊「Ad Blocker」

觀看YouTube影片時不想被廣告打擾，除了付費訂閱YouTube Premium會員之外，有些人會使用「Ad Blocker（廣告攔截器）」的外掛阻擋。

然而近期國外有網友發現**YouTube官方已悄悄開始針對使用「Ad Blocker」的用戶祭出嚴格禁令**。根據外媒《Bleepingcomputer》報導，國外Reddit論壇有網友發現，在觀看YouTube影片時，若被官方偵測到有使用「Ad Blocker」，**視窗將會跳出提醒，內容提到「若您繼續使用『Ad Blocker』，那麼在播放三則影片後，就會被禁止觀看」**，收到此提醒後，用戶只有兩個選擇，一是停用「Ad Blocker」並允許正常播放廣告，二是付費成為YouTube Premium會員。Google母公司Alphabet日前發布今年第一季財報，YouTube的廣告收入與去年同期相比下滑了2.6%，而且已經是連三季下滑，由於YouTube的主要收入來源就是廣告，因此也難怪YouTube官方會積極針對「Ad Blocker」祭出打擊措施。【2023/07/03, Yahoo!】



不只Netflix，好市多也禁止「共用會員卡」！

許多人喜歡到知名零售賣場好市多(Costco)購物，但想要進去消費就要先辦會員。美國**好市多近來發現越來越多人偷偷溜進賣場，還使用其他顧客的會員卡自助結帳避開審查，因此宣布未來會開始打擊「共用會員卡」，針對自助結帳的顧客檢查會員卡是否為本人持有**。

美國好市多指出，並未授權消費者共用同一張會員卡，「我們不認為非會員享有我們會員同樣的福利與價格是合適的。」報導指出，過去三年來，好市多吸引了更多會員，也賺到更多收入；尤其在疫情期間，顧客到好市多搶購衛生紙與乾洗手，但現今高通膨，消費者到好市多會改買較便宜的汽油與大包裝的食物。碰上通膨縮減開支、**疫情緩解，好市多指出消費者逐漸把將錢花在旅遊或外食上，這讓會員制零售商也面臨壓力**。【2023/06/27, 數位時代】

Part 02

熱門話題

Hot Topics

音樂祭馬拉松開跑，聆聽年輕族群聲音！

疫後人潮湧出戶外，除了知名歌手接連開唱，受年輕族群喜愛的獨立樂團愈來愈興盛，促使聽音樂配啤酒的活動遍地開花，觀察到像Yoxi 叫車、WEMO共享機車品牌粉專，透過門票抽獎活動接觸更多潛在族群。而近期有哪些音樂祭備受矚目呢? 本週跟著宏將週報一起來看看吧！

7-11 啤酒音樂節

因疫情停辦3年的7-11高雄啤酒音樂節回歸，集結超過30組藝人及20大國際知名啤酒品牌盛大舉辦。

富邦 G! POP流行音樂節

富邦悍將主辦音樂節，活動內容為Fubon Angels應援、球員簽名會及庾澄慶、孫淑媚等歌手演出。

《太空港：遊戲開始》

以韓國嘻哈音樂為主題，由2NE1隊長CL領銜演出；同時以環保為訴求，每賣出一張票種一棵樹。

2023 澎湖追風音樂節

花火節閉幕後，號召蔡健雅、Alin、謝金燕等知名歌手在8月舉辦音樂節，渴望延續當地觀光熱潮。

資料來源：OpView口碑輿情系統；搜尋關鍵字：音樂節|音樂祭|音樂展|高雄啤酒音樂節|韓國饒舌音樂節!金曲；搜尋期間：2023/06/26-2023/07/04

Part 03

國際案例

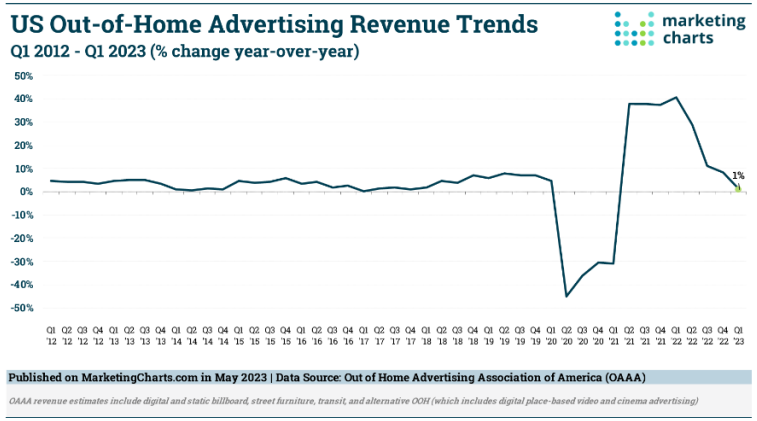
Case Share

Media Drive
宏將傳媒

2023 Q1戶外廣告持續增長

美國戶外 (OOH) 廣告持續增長，儘管增長速度低於疫情復甦期間。美國戶外廣告協會 (OAAA)報告稱，第一季廣告花費增長 1%，達到 18.2 億美元，成為該媒體歷史上第二大花費（第一季），並大於疫情前2019年第一季。

事實上，戶外廣告花費已從疫情影響中逐漸恢復，2022 年的花費已超過 2019 年。在上一季，**數位戶外媒體再次推動增長，同比增長 4.3%，佔銷售額的 31% 以上。**同時，Gartner 最近研究表明，全球 37% 的企業組織 CMO 預計今年會增加數位戶外花費，超過了計劃削減花費的 21%。



除了**數位戶外廣告外，傳統廣告類別的季業績也高於平均水平，同比增長 1.9%。**

廣告花費排名前十的**行業類別中有五個增加了花費，其中兩個增長了兩位數：公共交通、酒店及度假村**（花費排名第三；+40%）；**學校、營地和研討會**（花費排名第 9；+17.3%）。花費降幅最大的是媒體和廣告類別（花費排名第四），降幅回落至 21.1%。

同時，前 100 名廣告品牌中有八成花費同比例增加，超過四分之一 (26%) 的投資增加了一倍以上。

前 100 名廣告商中，近四分之一 (23%) 是科技品牌或是直接面對消費者的品牌（DTC），其中包括前 20 名中的 8 個。本季戶外廣告總體花費最高的品牌是 Apple，而 Meta 的花費增長幅度最大。

資料來源：2023/06/27 , 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	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.33
2	第34屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	3.32
3	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	3.28
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	2.19
5	最強綜藝秀娘家每天鈣	FTV	娛樂綜藝	1.97
6	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	閩南語連續劇	1.69
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.40
8	航海王28	TTV	卡通影片	1.08
9	第34屆金曲獎星光大道	TTV	特別節目	1.05
10	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.04
11	豬哥亮經典秀	FTV	娛樂綜藝	0.86
12	大陸尋奇福爾威創快篩	CTV	美食、旅遊節目	0.80
13	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.79
14	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	0.78
15	1300市井豪門宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	0.71
16	台灣傳奇家後紅麴磷蝦油	FTV	國台語單元劇	0.70
17	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.69
18	第34屆金曲獎幕後花絮	TTV	特別節目	0.68
19	夢華錄2100	CTV	大陸劇	0.68
20	姊妹亮起來傑昇通信	FTV	資訊綜藝	0.65

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	超級夜總會福爾威創快篩	SANLI	娛樂綜藝	2.24
3	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	1.73
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.52
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.32
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.92
7	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.91
8	財閥家的小兒子	ET-D	韓劇	0.91
9	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.90
10	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.87
11	直擊粵港澳大灣區	TVBSN	新聞性質節目	0.86
12	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.82
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.80
14	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	美食、旅遊節目	0.79
15	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.74
16	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.72
17	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.70
18	魔女二部曲另一個她	ET-M	外片	0.70
19	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.68
20	第二任丈夫	CTiE	韓劇	0.67

資料來源：Nielsen Arianna, 2023/06/26-2023/07/02

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	第34屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	2.13
2	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.36
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.22
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.15
5	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.13
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.98
7	第34屆金曲獎幕後花絮	TTV	特別節目	0.85
8	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	閩南語連續劇	0.84
9	最強綜藝秀娘家每天鈣	FTV	娛樂綜藝	0.82
10	航海王28	TTV	卡通影片	0.81

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第34屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	3.67
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.93
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.48
4	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.40
5	第34屆金曲獎星光大道	TTV	特別節目	1.28
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.26
7	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	閩南語連續劇	1.12
8	航海王28	TTV	卡通影片	1.02
9	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	0.79
10	最強綜藝秀娘家每天鈣	FTV	娛樂綜藝	0.75

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第34屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	4.47
2	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.87
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.78
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.47
5	第34屆金曲獎星光大道	TTV	特別節目	1.37
6	最強綜藝秀娘家每天鈣	FTV	娛樂綜藝	1.31
7	航海王28	TTV	卡通影片	1.17
8	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.07
9	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	閩南語連續劇	1.02
10	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	0.95

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	5.95
2	市井豪門宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	5.67
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	3.78
4	最強綜藝秀娘家每天鈣	FTV	娛樂綜藝	3.34
5	第34屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	3.08
6	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	閩南語連續劇	2.50
7	豬哥亮經典秀	FTV	娛樂綜藝	1.64
8	大陸尋奇福爾威創快篩	CTV	美食、旅遊節目	1.54
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.53
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.48

資料來源：Nielsen Arianna, 2023/06/26-2023/07/02

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	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	0.88
2	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.81
3	2200超級夜總會福爾威創快	SANLI	娛樂綜藝	0.66
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.60
5	名偵探柯南	*SCM	卡通影片	0.58
6	超級夜總會福爾威創快篩	SANLI	娛樂綜藝	0.58
7	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.54
8	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.53
9	航海王	*SCC	卡通影片	0.50
10	數字台灣	ERA-N	新聞性質節目	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	2.03
2	超級夜總會福爾威創快篩	SANLI	娛樂綜藝	1.71
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.13
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.93
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.87
6	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.84
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.80
8	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.75
9	魔女二部曲另一個她	ET-M	外片	0.74
10	綜藝玩很大福爾耳溫槍	SL2	娛樂綜藝	0.68

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	魔女二部曲另一個她	ET-M	外片	1.35
2	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	1.17
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.01
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.99
5	綜藝玩很大福爾耳溫槍	SL2	娛樂綜藝	0.98
6	2100咒術迴戰	ET-M	卡通影片	0.97
7	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	美食、旅遊節目	0.87
8	超級夜總會福爾威創快篩	SANLI	娛樂綜藝	0.86
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.82
10	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.76

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.32
2	超級夜總會福爾威創快篩	SANLI	娛樂綜藝	3.90
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	2.47
4	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	閩南語連續劇	2.45
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	2.09
6	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	1.51
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.41
8	直擊粵港澳大灣區	TVBSN	新聞性質節目	1.20
9	1230天道365PLUS燃魔女膠	SANLI	閩南語連續劇	1.16
10	台灣亮起來	SETN	新聞性質節目	1.12

資料來源：Nielsen Arianna, 2023/06/26-2023/07/02

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	0.87	0.51	0.57	0.51	1.39
TTV/台視	0.55	0.22	0.28	0.39	0.87
FTV/民視	0.30	0.10	0.07	0.18	0.55
CTS/華視	0.20	0.09	0.09	0.13	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	0.26	0.19	0.44	0.84
ET-N/東森新聞	0.48	0.21	0.22	0.41	0.77
SETN/三立新聞	0.35	0.05	0.09	0.18	0.67
FTVN/民視新聞	0.35	0.06	0.08	0.19	0.68
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.04	0.05	0.11	0.45
UBN/非凡新聞	0.16	0.05	0.03	0.11	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.09	0.02	0.10	0.28
NTVN/壹新聞	0.14	0.05	0.06	0.11	0.23
CTS-N/華視新聞資訊台	0.10	0.04	0.04	0.08	0.17

Media Drive 宏將傳媒

資料來源：Nielsen Arianna, 2023/06/26-2023/07/02

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	3.28
2	天道365PLUS燃魔女膠囊	SANLI	1.73
3	美麗人生壯志高飛加捷生醫	TTV	1.69
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.52
5	戲說台灣	SANLI	1.32
6	1900親家	SANLI	0.91
7	財閥家的小兒子	ET-D	0.91
8	1300市井豪門宜蘭赫蒂法莊	FTV	0.71
9	台灣傳奇家後紅麴磷蝦油	FTV	0.70
10	夢華錄2100	CTV	0.68

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.33
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.32
3	超級夜總會福爾威創快篩	SANLI	2.24
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	2.19
5	最強綜藝秀娘家每天鈣	FTV	1.97
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.40
7	綜藝新時代台塑石油95	FTV	1.04
8	豬哥亮經典秀	FTV	0.86
9	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	0.78
10	綜藝玩很大福爾耳溫槍	SL2	0.65

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	0.92
2	少康戰情室	TVBS	0.90
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.87
4	直擊粵港澳大灣區	TVBSN	0.86
5	關鍵時刻	ET-N	0.82
6	非凡最前線	UBN	0.80
7	台灣啟示錄	ET-N	0.74
8	驚爆新聞線2100	SETN	0.72
9	新台灣加油	SETN	0.70
10	鄭知道了	SETN	0.68

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇福爾威創快篩	CTV	0.80
2	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	0.79
3	型男大主廚	SL2	0.62
4	直中職34年中VS味	VLSPT	0.61
5	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.60
6	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.55
7	直原神中職34年味VS中	VLSPT	0.54
8	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.48
9	效廉出發吧	STV	0.48
10	直23MLB響VS天	VLSPT	0.41

資料來源：Nielsen Arianna, 2023/06/26-2023/07/02

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	990	100	201	41	47	11,145	4	11
2	Google Sites	916	92	381	192	184	33,607	6	37
3	Yahoo	597	60	141	18	26	7,403	2	12
4	Facebook	543	55	105	13	10	5,301	2	10
5	LINE Corporation	532	54	135	1	1	528	2	1
6	Dcard	322	32	22	3	2	809	4	3
7	PIXNET Digital Media Corporation	313	32	25	1	1	1,015	1	3
8	Wikimedia Foundation Sites	310	31	32	3	3	1,461	2	5
9	Valve Corporation	294	30	55	2	2	331	5	1
10	Oneup Network Corporation	291	29	39	9	6	2,041	4	7
11	UDN Group	195	20	10	0	1	355	1	2
12	Shopee Pte Ltd	189	19	16	2	2	725	2	4
13	Want Media Group	183	18	6	0	0	206	1	1
14	Liberty Times Group	182	18	15	1	1	490	1	3
15	CW Group	181	18	8	0	1	276	2	2
16	BILIBILI.COM	164	17	21	7	4	952	7	6
17	Spotify	155	16	35	1	0	376	1	2
18	Amazon Sites	154	16	24	2	4	1,967	1	13
19	OPENAI.COM	153	15	13	1	2	492	2	3
20	Cite Media Holding Group	152	15	7	1	2	259	5	2

* With the release of May 2023 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, May 2023

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	2,406	100	365	82	121	23,018	4	10
2	Google Sites	2,243	93	873	461	521	83,132	6	37
3	Yahoo	1,663	69	502	117	148	31,493	4	19
4	LINE Corporation	1,570	65	484	5	7	2,599	2	2
5	Facebook	1,286	53	264	88	149	15,805	6	12
6	PIXNET Digital Media Corporation	1,254	52	116	4	5	4,087	1	3
7	UDN Group	933	39	78	3	4	2,697	1	3
8	Liberty Times Group	757	31	109	5	5	3,784	1	5
9	Want Media Group	730	30	43	1	3	1,496	1	2
10	Dcard	703	29	50	5	5	1,853	3	3
11	ETtoday & EMI Group	700	29	127	7	9	5,580	1	8
12	Wikimedia Foundation Sites	683	28	75	8	7	3,142	2	5
13	Shopee Pte Ltd	625	26	70	21	21	3,867	5	6
14	CW Group	583	24	23	2	2	805	2	1
15	NAT.GOV.TW	541	22	38	9	11	1,609	6	3
16	Sanlih Media Group	501	21	30	2	3	1,059	2	2
17	TVBS.COM.TW	459	19	48	2	3	1,702	1	4
18	Storm Media Group	434	18	27	2	2	944	2	2
19	The News Lens	433	18	30	1	2	1,066	0	2
20	ANDBEYOND.MEDIA	422	18	33	1	2	1,260	1	3

* With the release of May 2023 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, May 2023

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	2,498	100	514	155	221	33,102	5	13
2	Google Sites	2,267	91	914	429	478	81,753	5	36
3	Yahoo	1,943	78	715	176	196	45,012	4	23
4	LINE Corporation	1,467	59	496	5	5	2,959	2	2
5	Facebook	1,303	52	339	86	64	23,962	4	18
6	PIXNET Digital Media Corporation	1,095	44	114	5	6	4,088	1	4
7	UDN Group	937	37	130	13	17	6,957	2	7
8	Want Media Group	828	33	56	10	16	2,487	4	3
9	NAT.GOV.TW	809	32	53	15	16	2,134	7	3
10	Liberty Times Group	776	31	103	5	5	3,552	2	5
11	ETtoday & EMI Group	776	31	164	13	14	6,373	2	8
12	Sanlih Media Group	752	30	54	4	12	1,944	2	3
13	Shopee Pte Ltd	725	29	102	20	26	5,408	4	7
14	Wikimedia Foundation Sites	634	25	63	5	5	2,596	2	4
15	TVBS.COM.TW	620	25	67	4	4	2,304	2	4
16	Storm Media Group	593	24	37	1	1	1,200	1	2
17	CW Group	556	22	24	2	3	830	2	1
18	ANDBEYOND.MEDIA	529	21	42	1	2	1,610	1	3
19	NOWnews	493	20	30	1	2	970	1	2
20	Cite Media Holding Group	476	19	19	1	1	738	1	2

* With the release of May 2023 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, May 2023

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	Microsoft Sites	944	99	173	53	73	13,321	4	14
2	Google Sites	877	92	364	180	166	31,966	6	36
3	Yahoo	760	80	391	184	156	29,062	6	38
4	LINE Corporation	571	60	199	2	2	1,300	2	2
5	Facebook	527	55	124	24	18	7,465	3	14
6	PIXNET Digital Media Corporation	438	46	45	3	3	1,568	2	4
7	UDN Group	371	39	34	2	2	1,281	1	3
8	Shopee Pte Ltd	310	33	41	6	8	1,856	3	6
9	Want Media Group	289	30	21	3	7	718	4	2
10	Liberty Times Group	282	30	42	2	8	1,643	1	6
11	TVBS.COM.TW	279	29	29	2	2	1,016	2	4
12	ETtoday & EMI Group	270	28	53	4	4	1,858	2	7
13	Sanlih Media Group	269	28	23	1	2	805	2	3
14	NAT.GOV.TW	266	28	21	6	6	814	7	3
15	Storm Media Group	253	27	18	0	1	556	1	2
16	Fubon Multimedia Technology	241	25	34	9	11	1,550	6	6
17	CW Group	227	24	12	1	2	374	3	2
18	The News Lens	226	24	16	0	1	510	1	2
19	Wikimedia Foundation Sites	223	23	15	1	1	552	2	2
20	ANDBEYOND.MEDIA	222	23	17	0	1	611	1	3

* With the release of May 2023 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, May 2023

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