

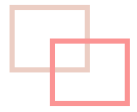
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2334

08.14 ~ 08.20





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際案例

消費者洞察

收視調查

- 有線電視收視戶數下滑！2關鍵原因

- 你也跟上「山道猴子」風潮嗎？

- 肯德基爺爺變身成遊戲角色了

- 消費者線上購物App使用狀況

- 2023/08/14-08/20



有線電視收視戶數下滑！2關鍵原因

根據業者提報NCC的最新統計數字顯示，截至今年第二季，有線電視收視戶下滑至459萬，相較於2017年高峰時期的527萬，共流失了68萬用戶。但反觀有線寬頻上網用戶數則「蒸蒸日上」，截至6月底止，國內整體寬頻上網用戶665萬，其中，有線寬頻上網用戶222.5萬，市占33.5%，正式超過1 / 3市占規模。

根據NCC調查，台灣16歲以上民眾主要收視管道，最大宗為有線電視（57.2%），其次為OTT TV（15.3%）、中華電信MOD（13.9%）、無線電視（13.3%），OTT TV的滲透率不斷提高，主要衝擊有線電視收視戶下滑。另外，台灣約有200萬台非法機上盒，收視管道愈來愈多元，是造成有線電視收視戶不斷下滑的主要原因。

所幸有線電視系統台近年不斷提高寬頻上網滲透率，適時彌補因收視戶下滑所造成的營收衰退。受惠於疫情期間居家上班、上課帶動家戶對於寬頻上網需求爆增，推升國內整體寬頻上網用戶數不斷攀升，從2020年增加至595萬，2021年更擴大至625萬，2022年達655萬，今年上半年更進一步成長至665萬，換言之，疫情爆發後至今，國內整體寬頻上網用戶增加了82萬新用戶。



【2023/08/17, 工商時報】

播客聽眾大增 NCC：達廣播半數

播客是聲音數位節目，透過網路傳播，能用手機收聽，可隨播隨停、下載聆聽，已在聲音傳播市場殺出血路。NCC發布「——一年通訊傳播市場報告」顯示，我國16歲以上民眾，有17.3%收聽傳統廣播，但有8.9%有收聽播客，播客聽眾已達廣播的一半。

廣播、Podcast播客比一比		
廣播	項目	Podcast播客
無線電波	傳播方式	網路
收音機	收聽方式	手機
17.3%	收聽占比	8.9%
46至55歲最高	聽眾年齡比例	16至25歲最高
高屏澎20.2%最高	聽眾主要地理分布	北北基12.1%最高

資料來源：NCC 製表：記者丁奕

【2023/08/19, 自由時報】

報告指出，兩邊聽眾在年齡上有顯著差異，播客比例最高的年齡層為16至25歲，佔其18.2%，隨年齡增長比例減少，60歲以上長者不足1%。廣播比例最高則為46至55歲，佔其23.8%、16至25歲僅10.7%最低。

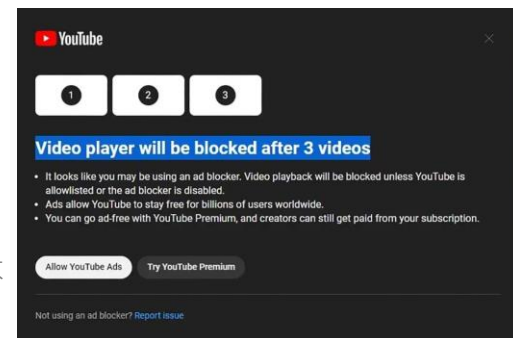
播客節目《逗點學校》負責人廖靖分析播客與廣播差異，如廣播是打開收音機後被動收聽，節目須配合電台播出，有時間限制或特定主題，電台主持人因職缺稀少，進入門檻相當高，相對也較固定。播客方面，廖靖表示，是聽眾主動搜尋節目收聽，時長、主題無限制，主持人也因門檻低而百家爭鳴。如出版社的節目就找小說家當主持人，其他還有財經專家、律師、醫師、星座專家等節目。台灣播客公司SoundOn發布「二〇二二年度聲音經濟報告書」指出，三年前每月活躍節目數量尚不足一千個，去年每月活躍節目則穩定約三千個；播客聽眾約有八成是廿三至四十四歲、六成居住於北部。

倒數計時鋪陳緊張感！YouTube為了廣告再出招

全球最大影音串流平台「YouTube」早在幾個月前就已經實施一連串對抗用戶使用「廣告攔截軟體」的反制行動，包括 5 月的「警告頁面」、6 月祭出的「你只剩下 3 支影片」等限制。而來到 8 月時官方似乎又推出新招，據悉將在畫面中加入「倒數計時器」，藉此鋪陳出緊張氛圍，讓使用廣告攔截器的用戶在觀看體驗上因此大打折扣。

根據外媒報導，近日在國外知名科技論壇上就有使用廣告攔截器的用戶分享自己所收到來自 YouTube 最新的警告截圖，除了可以看到出現和先前一樣既有的警語外，在該畫面右上角還出現一個倒數計時的小圖示，雖然目前還不確定有多長時間，但預估約莫 30 ~ 60 秒，之後便會進入要求用戶選擇「同意觀看廣告」或「選擇升級付費會員」的選項。【2023/08/16, TechNice 科技島】

雖然目前對於該計時器的作用為何還不太清楚，不過猜測頂多時間到就無法播放影片而已，畢竟 YouTube 官方不可能完全封鎖有使用 Ad Blocker 的用戶。而之所以出現小圖示並顯示倒數計時，似乎是官方想藉由時間流逝營造出緊張感，並讓用戶產生想要趕快關掉的感覺，最終只能選擇關閉廣告攔截器亦或是乖乖付費成為會員。據了解目前該項倒數計時功能還屬於測試階段、且尚未拓展至全球，不過在此還是建議不想付費成為會員的用戶可以關閉阻擋廣告功能，畢竟廣告出現也才短短數秒，而這卻是 YouTube 能讓數億人口免費使用的重要收入來源。



YouTube也成「抖音腦」禍首？

自從中國短影音社群平台抖音國際版「TikTok」上市後，讓長度約十幾秒的「短影音」迅速在青少年間造成流行，甚至讓IG、臉書、LINE、YouTube等社群平台，也效仿這股熱潮，紛紛推出類似的功能。據《華爾街日報》最新研究指出，越來越多長期沉迷於TikTok、Instagram Reels或YouTube Shorts短影音的年輕世代，出現像是吸毒成癮、專注意力下降等情況，而這種現象又被稱作「抖音腦」。【2023/08/18, 自由時報】



辛辛那提兒童醫院閱讀與識字發展中心的主任赫頓 (John Hutton) 指出，短影音平台就像是一個「多巴胺機器」，「大量分泌多巴胺會增強人們對於愉快事務的渴望，無論是美味的食物、毒品還是有趣的抖音影片」。另外，由於大腦會喜歡追求這樣的反應，導致讓人產生不斷繼續瀏覽、像把短影片當成毒品攝取到近乎成癮的行為。有不少家長透露，當孩子戴上耳機開始看短影片後，就很難聽到其他人說話。其中一名家長羅伯 (Robert Verderese) 受訪時提到，家中14歲的兒子起初是透過YouTube看遊戲攻略，但後來卻迷上了YouTube Shorts的短影片，且幾乎到了極度沉迷的程度，甚至就連沒戴耳機觀看時，也無法立刻聽到父母的說話聲。

此外，目前青少年使用最多的社群媒體TikTok、IG和YouTube，陸續開始推出相關政策或限制，協助未成年用戶瀏覽短影片的時間；專家也呼籲，家長應主動努力平行孩子的上網時間，抑制成癮情況。

Threads搶救慘澹用戶數，最快本周推網頁版！

社群巨頭Meta旗下Instagram於7月6日推出了一款名為「Threads」（串串）的全新應用程式，允許現有的Instagram用戶憑藉原本的帳號登入。但Threads上線後，熱潮似乎沒有維持住，近期面臨使用驟降的困境，為了留住用戶，Meta計畫在本週推出Threads網頁版，提升競爭力與X對抗。

Threads於7月亮相後，短短五天累積1億用戶，儘管很快就成為用戶成長最快的社群平台，但許多用戶也指出Threads缺少部分功能，其中就包括完整的網頁版本。《華爾街日報》報導，Instagram 負責人Adam Mosseri表示，即將推出的Threads網頁版已經進行內部測試，知情人士透露，最快可能在本週上線，但相關計畫還未完整敲定，仍有可能發生變數。【[2023/08/21, 數位時代](#)】

幾位社群專家表示，**在與X的競爭中，網頁版的Threads將成為Meta的顯著優勢，能為公司帶來更廣泛的影響力、更好的數據搜集能力**。除了推出網頁版之外，Meta近期也持續推出其他新功能，像是位帳號設定串文通知、能按照時間序查看串文等等。

根據SimilarWeb最新資料顯示，**Threads至今推出一個多月，用戶花在Threads上的時間減少了約 85%**，且在顛峰時期，Threads在全球有近5000萬日活躍用戶，但現在此數字已降至不到1000萬。

跟推特有哪裡不同？

Threads被稱為推特最強的競爭對手，兩者功能幾乎相似，不過在**字數、影片長度、內容**有所區別。

Threads	Twitter
發文最多500字	一般用戶280字
影片長度5分鐘	影片長度2分20秒
限制裸露情色內容	平台上可見黃

Netflix遊戲版圖默默在擴張！

串流平台巨頭Netflix終於開放測試「雲端串流遊戲」！Netflix進軍遊戲領域已不是新鮮事，用戶只要透過手機iOS或安卓系統，都能找到Netflix開發的遊戲。雲端串流遊戲開放測試後，代表玩家可以透過電腦或電視玩遊戲，也不再需要下載整個遊戲檔案，或擁有強大效能的電腦。



【[2023/08/16, 數位時代](#)】

若想在電視上玩遊戲，**玩家可以在手機下載Netflix推出的「Netflix Game Cotroller」，並與電視上的QR code做配對，讓手機成為遊戲控制器**！此次雲端串流遊戲開放測試，等同於Netflix邁出了第一步，讓訂戶能夠在所有可以觀看Netflix的設備上享受遊戲。

遊戲就像電影一樣，同樣在講述故事，帶領參與者沉浸在另一個世界裡頭，只是遊戲多了選擇和互動性。不僅是Netflix，其串流媒體競爭對手亞馬遜也能為Prime訂戶提供遊戲獎勵，且以 9.7億美元收購串流遊戲直播平台Twitch。而蘋果也推出Apple Arcade訂閱服務，讓用戶遊玩200種獨家遊戲。根據娛樂軟體協會（Entertainment Software Association）的研究發現，直到今年，**美國總共有超過2億的用戶每周至少會玩一小時遊戲，且有62%的18歲以上成年人有玩遊戲的習慣**。除此之外，**64%的遊戲玩家習慣使用手機遊玩**。雖然Netflix已經在手機中開發多款遊戲，然而透過雲端串流遊戲，用戶可選擇的裝置變多，遊玩方式也更簡單，因此將可能大大增加Netflix遊戲玩家的數量。

「山道猴子的一生」為何爆紅？

近期在YouTube竄紅的「山道猴子的一生」因為探討年輕人背負學貸、卡債，為了滿足自己的虛榮心仍不惜借貸購買重機，斥資改車跑山，甚至寧願被當成女友提款機，最終淪落到親友盡離，騎車時外拋身亡的下場，**截至目前為止上下集分別累積293萬、275萬人次觀看**。《DailyView網路溫度計》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統，帶你一起來看「山道猴子的一生」從哪裡開始竄紅，網路上大家都在討論什麼，一起來看看吧！【[2023/08/18, 網路溫度計](#)】

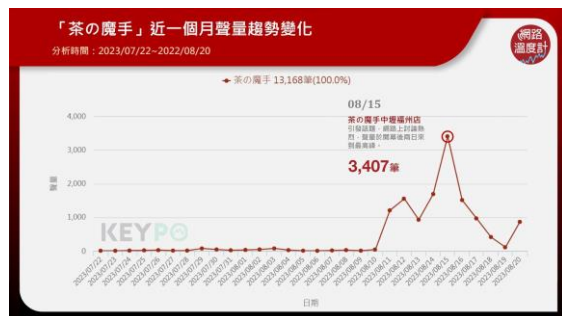
除了YouTuber「Eric Duan」本身的YouTube頻道之外，從輿情分析系統來看近一週「山道猴子的一生」傳播趨勢總聲量，可以發現PTT八卦版、PTT漫畫聊天版、《ETtoday新聞雲》臉書粉絲專頁、巴哈姆特哈拉區-場外休憩區及《遊戲角落》臉書粉絲專頁為近7日帶動「山道猴子」討論聲量的其他主要來源，其中**8月14日PTT漫畫聊天版就累積3,549筆網路聲量，也是讓這股話題迅速竄紅的關鍵**。

另外，近一週「山道猴子的一生」聲量趨勢，可以發現**短短7天就創造45,420筆網路討論聲量**，討論趨勢也隨著日期不斷遞增。其中，8月17日全家便利商店針對「山道猴子的一生」男主角穿著「FartingMart」制服跟風發聲，正名「我是FamilyMart不是FartingMart」，最後還不忘hashtag「莫忘初衷」，**讓網友紛紛朝聖留言「完全跟上進度ㄟ」、「笑死，小編真的很會」，網路聲量累積逾15,217筆**。



「茶の魔手」中壢店網路討論大爆棚！

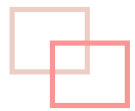
有「南霸天」之稱的茶の魔手，在臺灣有600多家分店，大部分集中於南部地區，其中光是臺南的店數就高達217間，高雄也有150間，可以說是南部展店最廣的手搖飲品牌。在南部隨處可見的茶の魔手，過去在北部僅有新竹竹東店、宜蘭民權新店等兩家分店，這次開設的中壢福州店為茶の魔手在北部的第3間門市。**中壢門市開幕所帶起的網路討論，也讓「茶の魔手」躍升《DailyView網路溫度計》手搖飲料網路口碑排行榜的第3名**。【[2023/08/21, 網路溫度計](#)】



自開幕至今，**茶の魔手中壢福州店的人氣居高不下，每天依然有長長的排隊人龍，網路上也有許多相關討論，成為熱門話題**。經過連續營業8天後，茶の魔手於8月19日發出公告，表示8月21日將店休一天，「店員凍未條啦！」也讓網友們笑道：「我知道下次該帶什麼伴手禮去給臺北的朋友了」、「請南部支援」、「店員的手變成過勞的魔手了」。

透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統可以看見，**「茶の魔手」近一個月的網路聲量高達13,168筆**，其中高峰出現在茶の魔手中壢福州店開幕的兩日後（8月15日），為相關新聞和社群話題帶起的討論聲量。在近一個月的探索概念中也出現了「中壢福州店」、「插旗中壢」、「開幕時間」、「店員凍未條啦」等主題，顯示出近一個月「茶の魔手」的網路討論中，有許多都和這次在中壢開幕的新門市有關。





你也跟上「山道猴子」風潮嗎？

近期YouTube動畫《山道猴子的一生》透過極其寫實的劇本、民眾常用的經典台詞、角色負面心境等，成功在網路上引發許多人共鳴，成全台民眾熱議的話題焦點。不少業者及品牌乘勢搭上熱門話題釋出「迷因圖」，本週就跟著宏將週報一起來看看有哪些「山猴子」的討論吧！



全家：我不是FartingMart

山道猴子主角人設在超商打工，衣服配色字樣神似全家便利商店，粉專幽默回應1小時內獲萬人按讚



網敲碗阮經天飾演男主角

《山道猴子的一生》被網友譽為神作，紛紛敲碗真人版，最多人點名平常有跑山興趣的藝人阮經天



車友集氣再次復刻安全帽

因影片露出一分鐘，SHOEI粉專小編PO出停產型號安全帽，幽默表示：本節目沒有SHOEI贊助播出



梗圖宣導：行人優先行

粉專「屏東縣政府傳播暨國際事務處」小編利用影片角色製作宣導梗圖，把握時機抓住民眾目光

Part 03

國際案例

Case Share





肯德基爺爺變身成遊戲角色了

加拿大的國際連鎖速食店肯德基將創始人肯德基爺爺（桑德斯上校）變成了Capcom的《街頭霸王6》遊戲中的角色。KFC x Street Fighter 6 異業聯名推出全新的活動，讓玩家可以錄製上校在遊戲中與對手踢拳連擊得分的畫面，再分享到社群媒體並標記@KFC_Canada，就有機會贏得50加元(約台幣1,100元)的KFC禮品卡。該活動是由KFC的代理商Courage（位於多倫多）所創建，於2023年7月6日推出，遊戲玩家可以在2023年8月31日前使用“肯德基爺爺（桑德斯上校）”這個角色參加比賽。

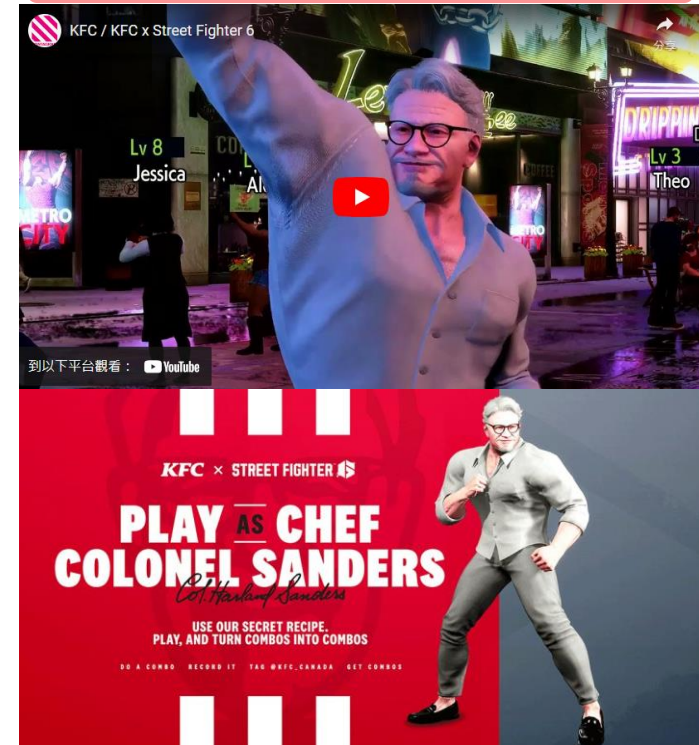
為了讓肯德基爺爺（桑德斯上校）融入遊戲環節，該品牌使用了《街頭霸王6》中的一個名為“食譜Recipes”的功能，該功能允許任何用戶創建角色，並通過輸入唯一的生成代碼與其他分享。使用代碼並解鎖後，會看到跟以往不一樣的肯德基爺爺（桑德斯上校），**遊戲版本的角色更為強壯，但仍保留著最具辨識度的特徵，即整齊的白色頭髮、黑框眼鏡和山羊胡子。**

加拿大KFC在社群媒體分享了一段45秒的廣告影片，展示了肯德基爺爺（桑德斯上校）在遊戲中的動作片段，並指引玩家如何參賽。

活動觀察

通過與具有電競影響力和懷舊地位的遊戲合作，KFC吸引大量的潛在客群。除了該遊戲已經實現全球200萬銷售量外，它還將成為Capcom Cup的戰場，這是一項在YouTube和Twitch上直播的電競錦標賽，總獎金高達200萬美元。**雖然肯德基爺爺（桑德斯上校）的角色不太可能出現在比賽中，但在遊戲推出的最初幾個月，玩家的期待和參與度很高，肯德基加拿大公司就迅速置入遊戲中，從人們對新遊戲的期待和參與中獲利。**

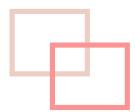
點擊觀看影片



Part 04

消費者洞察

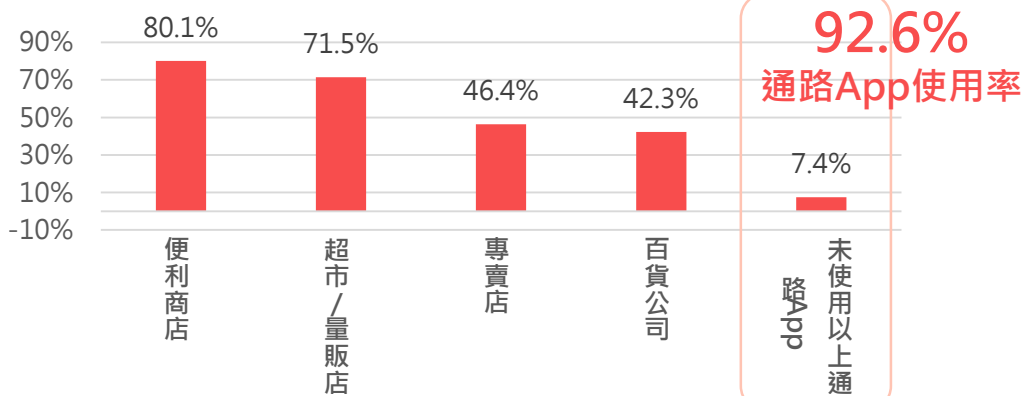
Insight



消費者線上購物App使用狀況

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 發表2022年實體零售消費行為調查：App使用經驗，有高達9成的受訪者使用過實體零售通路App，顯示消費者在日常生
活中廣泛使用App習慣的趨勢。消費者最常使用的功能，其中以「點數累兌」最高，這意味著消費者對積累點數和獲得獎勵最感興趣。其次為「消費查詢」和
「行動支付」，顯見消費者希望能夠輕鬆地追蹤他們的購物記錄並使用行動支付方式。

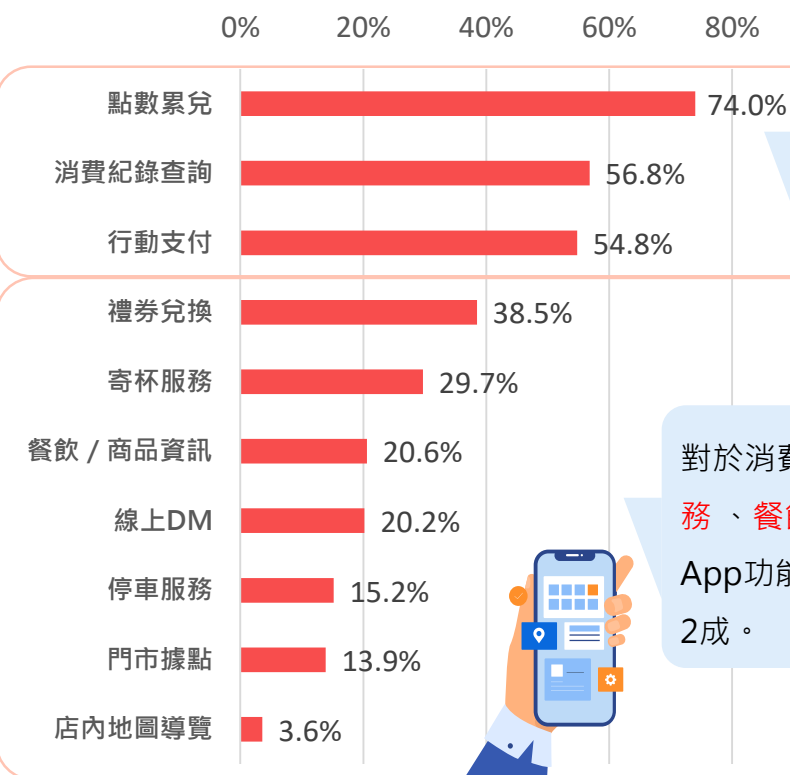
使用過的實體零售通路App (可複選)



觀察四大實體零售通路App使用率，以便利商店80.1%最高、其次依序為超市/量販店佔71.5%、專賣店46.4%。

根據MIC調查，2022年僅有7.4%消費者未曾使用過四大主要實體零售通路App，反之，有高達92.6%的消費者都有使用這些通路App的豐富經驗。

較實用的實體零售通路App功能 (可複選)



消費者對於App前三大功能：點數累兌、消費查詢與行動支付需求比例皆超過5成。

對於消費者而言，禮券兌換、寄杯服務、餐飲/商品資訊以及線上DM App功能及其重要，使用比例皆超過2成。

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	市井豪門虎牌米粉好麵	FTV	閩南語連續劇	4.05
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.32
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	2.24
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.53
5	全能歌手愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.42
6	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.31
7	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	資訊綜藝	1.25
8	女兒大人加個賴阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	1.21
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.17
10	航海王28	TTV	卡通影片	1.15
11	台灣傳奇虎牌米粉好麵	FTV	國台語單元劇	0.98
12	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95
13	2000女兒大人加個賴阿鈣八	CTV	國語連續劇	0.92
14	牛車來去格力變頻空調	FTV	閩南語連續劇	0.88
15	大陸尋奇福爾威創快節	CTV	美食、旅遊節目	0.88
16	豬哥亮經典秀台灣萬里長城	FTV	娛樂綜藝	0.85
17	MIT台灣誌福爾威創快節	CTV	知識資訊節目	0.79
18	1300市井豪門虎牌米粉好麵	FTV	閩南語連續劇	0.74
19	醫學大聯盟宏星製藥	FTV	競賽綜藝	0.73
20	姊妹亮起來阿仁牛軋餅	FTV	資訊綜藝	0.72

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	2.48
2	超級夜總會福爾威創快節	SANLI	娛樂綜藝	1.93
3	天道IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.74
4	天道PP塑崩褲氣動版	SANLI	閩南語連續劇	1.70
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.31
6	戲說台灣甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	1.22
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.11
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.09
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.05
10	2100鬼滅之刃刀匠村篇	ET-M	卡通影片	1.00
11	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.97
12	鄭知道了前鎮開講	SETN	新聞性質節目	0.93
13	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.92
14	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.89
15	1900親家甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	0.89
16	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.88
17	鄭知道了金刀出鞘老三換人	SETN	新聞性質節目	0.86
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.81
19	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	美食、旅遊節目	0.80
20	延禧攻略	GTV-D	大陸劇	0.78

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	市井豪門虎牌米粉好麵	FTV	閩南語連續劇	2.01
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.28
3	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.21
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.12
5	航海王28	TTV	卡通影片	1.10
6	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.06
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.04
8	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	美食、旅遊節目	0.99
9	我們這一家	TTV	卡通影片	0.92
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.91

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	2.25
2	市井豪門虎牌米粉好麵	FTV	閩南語連續劇	1.89
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.35
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.32
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.88
6	全能歌手愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	0.80
7	航海王28	TTV	卡通影片	0.74
8	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	0.73
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.71
10	女兒大人加個賴阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	0.68

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	1.97
2	烏龍派出所	CTS	卡通影片	1.80
3	全能歌手愛妮雅化妝品	FTV	競賽綜藝	1.69
4	台灣傳奇虎牌米粉好麵	FTV	國台語單元劇	1.59
5	市井豪門虎牌米粉好麵	FTV	閩南語連續劇	1.51
6	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.34
7	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.24
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.07
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.92
10	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	美食、旅遊節目	0.90

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	7.09
2	烏龍派出所	CTS	卡通影片	5.79
3	女兒大人加個賴阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	3.73
4	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.66
5	MIT台灣誌福爾威創快篩	CTV	知識資訊節目	1.94
6	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	娛樂綜藝	1.85
7	1600回到小學那一天	CTS	資訊綜藝	1.76
8	姊妹亮起來阿仁牛軋餅	FTV	資訊綜藝	1.66
9	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.53
10	烤箱讀書會	TTV	兒童節目	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	天道IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	0.96
2	2100鬼滅之刃刀匠村篇	ET-M	卡通影片	0.81
3	天道PP塑崩褲氣動版	SANLI	閩南語連續劇	0.75
4	超級夜總會福爾威創快節	SANLI	娛樂綜藝	0.68
5	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.67
6	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.63
7	航海王	*SCC	卡通影片	0.60
8	全民陪審團壞WHY	SETN	新聞性質節目	0.59
9	直23瓊斯籃球男子中VS韓	VLSPT	籃球	0.57
10	2200晶珂生物纖維面小明星	CTiV	資訊綜藝	0.54

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	2.04
2	天道PP塑崩褲氣動版	SANLI	閩南語連續劇	1.73
3	戲說台灣甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	1.01
4	超級夜總會福爾威創快節	SANLI	娛樂綜藝	0.93
5	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	美食、旅遊節目	0.77
6	1900親家甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	0.67
7	綜藝玩很大福爾耳溫槍	SL2	娛樂綜藝	0.66
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.63
9	直23瓊斯籃球男子美VS中	VLSPT	籃球	0.61
10	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	美食、旅遊節目	0.54

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道PP塑崩褲氣動版	SANLI	閩南語連續劇	1.79
2	天道IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.21
3	戲說台灣甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	1.19
4	航海王	*SCC	卡通影片	1.10
5	超級夜總會福爾威創快節	SANLI	娛樂綜藝	1.09
6	名偵探柯南往天國的倒數計	VLM	外片	1.02
7	直23瓊斯籃球男子韓VS中	VLSPT	籃球	0.82
8	2300鬼滅之刃刀匠村篇	ET-M	卡通影片	0.80
9	我們之間沒有的	VLJP	日劇	0.75
10	獵人X獵人2000	ET-M	卡通影片	0.72

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	沖繩料理店	VLJP	日劇	4.87
2	航海王	*SCC	卡通影片	3.32
3	戲說台灣甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	2.44
4	天道PP塑崩褲氣動版	SANLI	閩南語連續劇	2.38
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.29
6	1900親家甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	2.09
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	2.05
8	1200大胃女王吃遍日本	ONTV	美食、旅遊節目	1.96
9	金剛骷髏島	ET-WM	外片	1.95
10	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	美食、旅遊節目	1.84

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	0.93	0.60	0.65	0.49	1.49
TTV/台視	0.54	0.24	0.33	0.40	0.80
FTV/民視	0.33	0.14	0.10	0.17	0.61
CTS/華視	0.19	0.09	0.12	0.12	0.31
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	0.26	0.20	0.46	0.85
ET-N/東森新聞	0.48	0.20	0.18	0.35	0.81
SETN/三立新聞	0.44	0.10	0.08	0.24	0.84
FTVN/民視新聞	0.38	0.06	0.07	0.19	0.75
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.08	0.04	0.12	0.45
UBN/非凡新聞	0.16	0.04	0.04	0.11	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.12	0.04	0.11	0.26
NTVN/壹新聞	0.15	0.05	0.03	0.15	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.11	0.04	0.03	0.10	0.19
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.01	0.04	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	市井豪門虎牌米粉好麵	FTV	4.04
2	天道IVENOR十時塑	SANLI	1.74
3	天道PP塑崩褲氣動版	SANLI	1.69
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.31
5	戲說台灣甘味人生鍵力膠原	SANLI	1.26
6	女兒大人加個賴阿鈣八合一	CTV	1.20
7	台灣傳奇虎牌米粉好麵	FTV	0.98
8	2000女兒大人加個賴阿鈣八	CTV	0.94
9	1900親家甘味人生鍵力膠原	SANLI	0.89
10	牛車來去格力變頻空調	FTV	0.88

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.32
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.48
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	2.24
4	超級夜總會福爾威創快節	SANLI	1.93
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.53
6	全能歌手愛妮雅化妝品	FTV	1.42
7	綜藝玩很大福爾耳溫槍	CTV	1.31
8	嗨營業中2晶珂生物纖維面	TTV	1.25
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	1.17
10	豬哥亮經典秀台灣萬里長城	FTV	0.85

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	1.11
2	新台灣加油	SETN	1.09
3	台灣最前線	FTVN	1.03
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.97
5	鄭知道了前鎮開講	SETN	0.93
6	少康戰情室	TVBS	0.91
7	鄭知道了	SETN	0.88
8	鄭知道了金刀出鞘老三換人	SETN	0.86
9	非凡最前線	UBN	0.86
10	鄭知道了郭侯柯走味的咖啡	SETN	0.81

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇福爾威創快節	CTV	0.88
2	花甲少年趣旅行IVENOR十時	ETTV	0.80
3	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.69
4	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.61
5	直23瓊斯籃球男子中VS韓	VLSPT	0.59
6	型男大主廚甘味人生鍵力膠	SL2	0.59
7	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.55
8	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.46
9	直23瓊斯籃球男子美VS中	VLSPT	0.44
10	2000美食按個讚	UBN	0.39

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

