

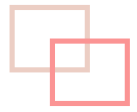
# 宏將週報

- Media Drive Bulletin -

## Vol.2335

08.21 ~ 08.27





# CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際案例

消費者洞察

收視調查

- Netflix爆紅劇《假面女郎》穩坐冠軍

- 不畏禁忌! 中元節品牌照樣出招

- 觀眾持續增加在電視和影音上的支出

- 消費者遊戲行為調查

- 2023/08/21-08/27



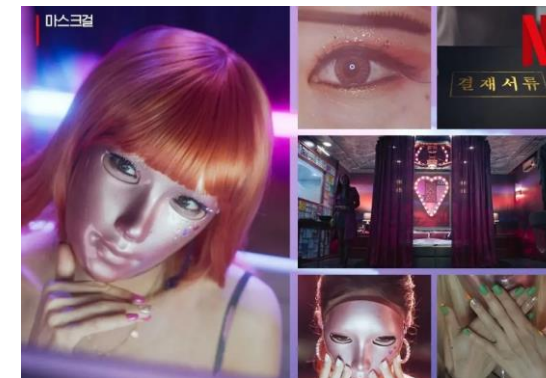
# Netflix爆紅劇《假面女郎》穩坐冠軍

Netflix韓國懸疑驚悚新劇《假面女郎》於8月18日首播，上線後火速登上熱播冠軍。此劇翻拍自19禁同名韓國網路漫畫，由女演員高賢廷、林珍娜Nana、李寒星3人合飾1角，大膽的題材及獨特的拍攝手法，讓這齣劇全7集公開後馬上引起高度熱議。【2023/08/23, 網路溫度計】

**亮點一、新穎的題材：**改編自線上漫畫平台「LINE WEBTOON」上，由「Maemi」和「稀世」所創作的同名網漫，評分高達9.28，觀看次數累積1,788.4萬。故事訴說一位對外貌感到自卑的普通上班族女性金貌美，從小就喜歡上台表演，卻因外表不佳而被旁人取笑。長大後除了白天上班，每天晚上會戴面具開直播，扮演電腦螢幕中的女神「假面女郎」，不料卻意外引發一連串的殺人案。

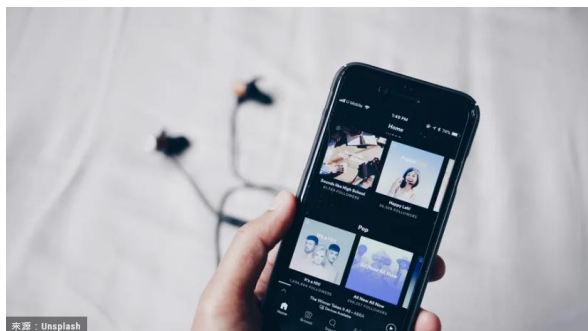
**亮點二、值得深思的社會議題：**你曾為你的容貌感到焦慮嗎？人們透過社群所建立的普世審美價值，讓當代的年輕人們感到焦慮不已，進而產出扭曲人格。就如劇中的女主角，小時候說著：「夢想是成為大家都喜歡的人」，卻成為了自己最不想成為的那種人。

透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統可以看見，《假面女郎》近一個月的網路聲量為3,646筆，其中最高峰出現在Netflix官方臉書釋出首支前導預告的7月29日，討論聲量有420筆。



## 一個「白噪音」，竟讓Spotify一年少賺12億元！

Spotify認為「白噪音」導致他們一年少賺高達3,500萬歐元傳出一度考慮禁止，而音樂產業也對能輕鬆收穫播放、稱不上音樂的內容的白噪音感到反彈。【2023/08/24, 數位時代】



根據《彭博社》報導，他們看到的一份Spotify內部文件中提到，**白噪音和環境音的Podcast每日收聽時長已經高達300萬個小時**。會有如此驚人的數字，與Spotify推動Podcast節目等非音樂內容的方向有關，連帶讓白噪音獲得了龐大的聽眾。該文件中指出，**Spotify應該考慮將白噪音從談話節目的推播中去除，甚至未來禁止用戶上傳白噪音，並重新將聽眾導向對Spotify更有價值的類似節目，估計可為Spotify創造3,500萬歐元（約12.2億新台幣）的年度利潤**。雖然Spotify表示他們會繼續提供白噪音，但有用戶在社群平台Reddit上指出，他曾發現某些白噪音Podcast無故從帳號中消失，且不只一位用戶注意到這個問題。

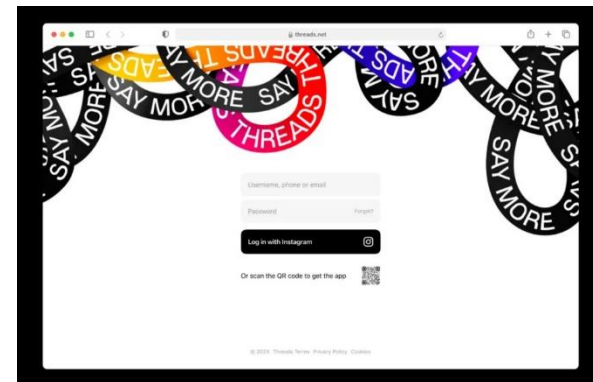
白噪音吸引大量聽眾的情況，早已經引發音樂產業的關注。**白噪音的製作非常簡單，卻可以輕易得到聽眾多次播放，許多嘔心瀝血花費漫長歲月撰寫的歌曲，很可能播放次數還不如幾小時的雨聲，自然容易讓音樂創作者、唱片公司感到不平衡。**

# 網頁版的 Threads 終於來了

眾人期待已久的網頁版 Threads 終於正式上線了。在本周稍早預告了網頁版即將上線後，Instagram 主管 Adam Mosseri 確認了網頁版現在已經開放給所有用戶使用。

Threads 雖然說上線時極為風光，在一週內便衝破了 1 億用戶，但初期不僅只有行動 app 的版本，而且缺少了許多用戶在 Twitter 上已經習以為常的功能，使得 Threads 用戶數流失也是極為迅速。在缺少的功能中，一般認為最為緊迫的，就是網頁瀏覽器的版本。網頁版的推出，除了讓原有的手機 app 用戶可以有另一種使用的選擇外，也能夠吸引原本就是在使用桌機 / 筆電環境，而不習慣使用手機的人。這被認為是穩住 Threads 用戶最重要的第一步，包括 Mark Zuckerberg 及 Mosseri 都曾表示過這是最優先事項。現在網頁版推出後，下一個最重要的功能應該就是搜尋（現在 Threads 只能搜用戶名，不能搜貼文）和 hashtag 標籤，這兩個都有助於幫助在 Threads 上找到特定的內容，或是符合自己興趣，可以跟隨的人。

另外，Mosseri 雖然似乎沒有加入私訊功能的意願，但卻明確表示過文章編輯的功能正在開發當中。所以至少在這方面，Threads 不用像 Twitter 一樣等了十年才等來一顆編輯鍵了吧。【2023/08/25, Yahoo!】



## 推特上的學者、環保人士數量「雪崩式下滑」！

全球知名社交平台 Twitter（現已改名為 X）自去年 10 月開始，由知名企業家伊隆·馬斯克（Elon Musk）掌權，並展開了一連串改革，短期間內有如此大動作的改革讓不少使用者無法適應，其中，就包含了一群長期關注社會議題與環境變遷的使用者。【2023/08/23, Inside】

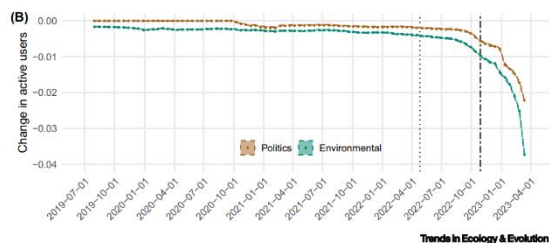


Figure 1. Tracking changes among Environmental and Politics Twitter users. (A) The proportion of users that were active in each 15-day window. (B) The rate of change in the proportion of active users for both samples. In both plots, the points depict the observed data while the color band with a broken line shows the 99% confidence interval based on a bootstrap sample of the data. The broken vertical line corresponds to 25 April 2023, when the Twitter board accepted Musk's initial purchase offer, and the heavier broken line corresponds to 28 October 2022, when Musk's takeover was finalized.

近期一項研究調查顯示關注環境與公共議題的 Twitter 活躍使用者在馬斯克上任後已呈現雪崩式的下滑，研究人員認為這跟馬斯克不再控管言論內容後，平台關於仇恨、辱罵與關於環境變遷的假消息開始大量變多有關。除此之外《Nature》雜誌一項調查也顯示：該雜誌成功聯繫到約 9,200 名曾在 Twitter 平台上活躍的科學家，其中超過一半的使用者表示過去六個月中已經開始變得比較少用 X，約 7% 的人則已經完全停止使用該平台。大約 46% 的人加入其他社交平台，例如 Mastodon、Bluesky、Threads 和 TikTok。

長期以來，Twitter 都是環境與公共議題資訊交流的主要平台，如今不僅僅是一般用戶，專業研究者和公共議題領域的 KOL（關鍵意見領袖）用戶都開始離開平台，分享想法的人變少了，但卻尚未出現可以取代 Twitter 的社交媒體新平台，讓許多需要公民大眾關注與聲援的議題無曝光管道，聲援度大幅降低。

# TikTok不甘只當抖音歌產地，變身串流音樂大魔王

去年美國告示牌**百大熱門榜中，14首冠軍歌曲就有13首是受到TikTok短影音帶動**。與其為其他音樂平台導流，TikTok推出自家音樂串流平台。【2023/08/25, 數位時代】

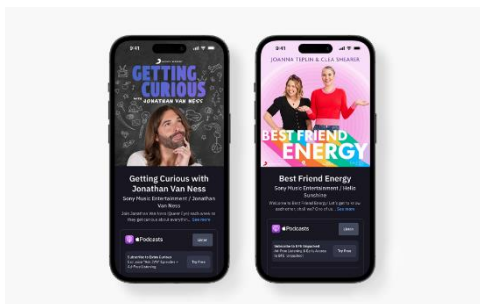
國際研究機構Luminate的分析數據指出，現在**每天平均有約10萬首新歌發行，但當中僅約4%是來自環球、索尼和華納這3大國際音樂集團**。換言之，其餘高達9萬多首歌，都來自獨立唱片公司，以及更多是來自素人、網紅創作者，如從TikTok上暴紅的大量「抖音歌」就是一例。這指的是，TikTok上的短影音很容易如病毒般被快速傳播，且常會產生一種「以短帶長」的效應，也就是使用者看完影片後，會再去Spotify等音樂串流平台上搜尋，收聽該首歌的全曲。

近幾年，每當有老歌突然翻紅，或是有非知名歌手的新歌排名在串流平台快速竄升，往源頭追溯，往往就是來自TikTok上的瘋傳。如被封為抖音神曲之一的《夏天的風》，其實已是將近20年前發表的老歌。但如今翻紅程度，就連原唱者溫嵐自己都驚喜的發現，路上遇到的小學生也會用手機播放來聽。也是在這樣的趨勢下，**音樂平台開始為用戶打造抖音歌單，甚至有許多藝人還得根據TikTok上的表現，決定新歌發表時間**。去年美國歌手海爾希（Halsey）就曾公開表示，即便已出道8年，專輯銷售量超過1億6千5百萬張，唱片公司仍要求她必須先在TikTok上創造出病毒傳播效應，才能發表新歌。由此不難感受到該平台對音樂產業的影響力。

今年7月，該公司正式**推出音樂串流平台TikTok Music**，並陸續在巴西、印尼上線，提供付費訂閱服務，另也開始在新加坡、澳洲等市場展開測試。

## Apple Podcasts 推訂閱分析，讓創作者掌握聽眾習慣

蘋果宣布在 Apple Podcasts Connect 中推出訂閱分析，讓創作者了解聽眾行為；另外，可生成連結和登陸頁的 Linkfire 也攜手蘋果進入 podcast 領域。



Apple Podcast 於兩年前推出訂閱服務，讓聽眾可付費支持節目，有了訂閱分析功能後，**創作者能深入了解哪些聽眾開始了免費試聽，又有哪些人成為了付費訂閱戶，藉此計算轉換率**，不過聽眾資料皆為匿名僅會顯示編號。另外，創作者可透過熱圖了解聽眾的所在地，也能將訂閱戶進而用訂閱時長、訂閱活動（包括取消或續訂）來區分。

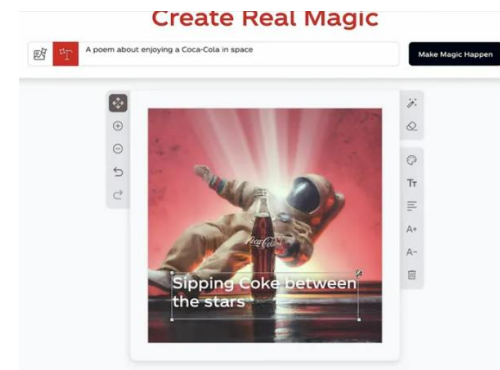
Linkfire 是個提供客製化連結和登陸頁面的服務，創作者可在登陸頁上將聽眾導向其他音樂平台。Linkfire 目前的用戶包括環球音樂、華納音樂等大型音樂公司，平台將於秋季拓展至 podcast 領域。**蘋果與 Linkfire 的整合又稱為「Linkfire for Podcasts」，用戶端在登錄頁上會出現收聽節目和訂閱兩個選項**，而創作者端可為 podcast 節目生成「智慧連結」（smart links），藉連結分析聽眾的點擊率，也可進一步觀測用戶是否有真的播放或追蹤節目。【2023/08/22, INSIDE】

# 雀巢、可口可樂都擁抱Ai廣告，背後會有什麼風險？

聯合利華和雀巢等大企業開始使用AI生成廣告，透過削減成本製作更多廣告，但是否應該揭露，以及此種做法可能帶來的隱憂等問題也隨之浮上檯面。

製作廣告可能既花時間又昂貴，因此許多品牌將生成式AI視作一種更輕鬆的方式，包含食品巨頭雀巢 ( Nestlé ) 以及快消品跨國企業聯合利華 ( Unilever ) 在內的全球品牌，已開始使用這項技術，在降低行銷成本的同時製作更多廣告。大型廣告公司WPP執行長接受《路透社》採訪時表示，與其讓拍攝小組前往非洲拍廣告，不如自己創造虛擬的背景，省下的費用約10倍至20倍。可口可樂 ( Coca Cola ) 則推出由OpenAI和Bain & Company構建的AI平台，結合GPT-4和DALL-E，可以生成文案和圖片。該公司以此建立一個活動，讓消費者或是粉絲透過操作平台，輸入各種和可口可樂相關的場景描述，並生成合適的標題，創造屬於自己的數位作品，甚至有可能登上紐約時代廣場的數位廣告看板上。

當變革性技術正在重塑廣告格局，促使公司在駕馭AI潛力和抵禦負面衝擊間找到平衡。例如聯合利華就表示，公司高層對版權、智慧財產權問題以及隱私資料等擔憂，他們希望防止該技術複製人類偏見，如種族或性別刻板印象。線上身份驗證服務提供商Okta的客戶信任副總也提醒，如果你不想讓其他對手知道同樣的事情，就不應該告訴AI那些手法。【2023/08/25, 數位時代】



## 把難吃的薯條送進棺材！肯德基用幽默化解辛辣負評

多年來，加拿大人對於肯德基的薯條一直毫不保留地表達了他們的不滿，他們形容這些薯條又濕又無味，加拿大的肯德基公司也坦承他們的薯條原本的確不夠好吃。為解決這個問題，肯德基決定將薯條改版，推出更酥脆、全新調味的薯條來取代舊版本，為了替新版薯條造勢，他們更是大手筆地舉行了一場大型社群宣傳活動

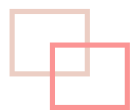


肯德基官方總部與創意代理商 Courage 攜手合作，展開這場大型活動。他們租用了一輛白色的加長版靈車，於肯德基店家出發駛向總部。這輛靈車在移動過程中，還特意經過計程車廣場和百威舞台等眾多知名的交通要點，以讓消費者向舊薯條致上最後的敬意。

作為肯德基的回應，品牌推出了新的調味薯條，並自豪地表示這款薯條「酥脆可口，能夠滿足即使是最嚴格的批評者」，為了吸引更多的消費者試吃，肯德基還特別推出了限時價格為 1 美元的促銷活動。

肯德基的行銷經理勞拉·馬洛齊 ( Laura Mallozzi ) 表示：「肯德基品牌向來都是以大膽和有趣為主軸。我們這次的活動不僅成功地推出了一款新產品，同時也讓大家重新認識到我們的品牌。」她進一步表示，由於薯條是訂購量第二大的商品，所以提高大眾對於新調味薯條的認識和鼓勵他們嘗試，對於肯德基品牌來說是非常重要的。【2023/08/17, 未來商務】





# 不畏禁忌！中元節品牌照樣出招

隨著中元節的臨近，許多企業、家庭皆舉行祭祀儀式，點燃香燭、供奉食品、祭拜好兄弟，來祈求平安順利，而拜拜流程、供品、禁忌也成為網路熱搜字詞。而四大超商也與品牌聯手推出普渡箱，還有哪些品牌也趁著中元節搶戰商機呢？本週就跟著宏將週報一起來看看吧！



## 漢堡王推三牲漢堡餐

因應中元拜拜準備三牲，漢堡王推出新品，將豬排、雞排、魚排合為一堡，期許堡民們也能吃飽喝足。

## 全家念「大杯咒」咖啡半價

店家張貼「想要半價拿鐵，入店請念大杯咒」紅布條，旨在推廣循環杯使用，幽默宣傳手法引網友熱烈討論。

## 蝦皮x頂呱呱推獨家桶餐

蝦皮與頂呱呱聯名呱張快速蝦皮桶餐，並推廣中元普渡箱，透過特色聯名方式增加了網友關注度。

## 圖書館辦「寵物萌鬼」活動

館長看準了寵物飼養風氣，推出「寵物萌鬼」閱讀活動，除了培養閱讀興趣，同時認識中元節習俗文化等等。

Part 03

# 國際案例

Case Share





# 觀眾持續增加在電視和影音上的支出

根據 Hub Entertainment Research 的一份報告，**觀眾想要訂閱的電視和影音服務的數量似乎存在上限，而消費者可能正在接近這個上限。**即便如此，報告顯示，更多的觀眾增加了影音服務的支出。

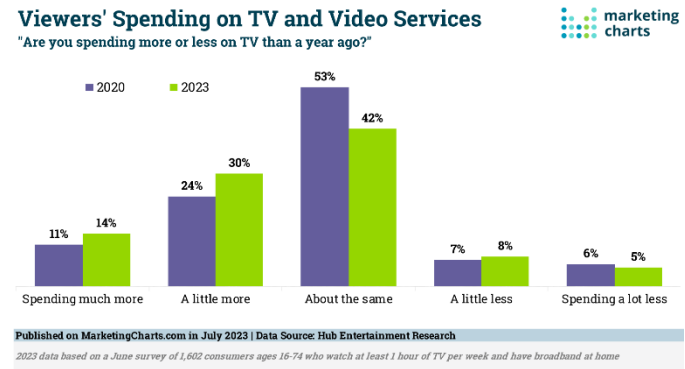
近八成（78%）的受訪者表示，他們已經達到了想要使用的最大數量的服務，其中 43% 的人表示他們已經達到了該數量。**那些表示已達到訂閱限制的受訪者平均使用 7.3 個不同的電視源。**相比之下，22% 表示沒有上限的觀眾使用的訂閱量大約減少了 1 個，平均為 6.5 個，而那些心中有上限但尚未達到上限的觀眾表示，他們最想使用的是 7 個。

**大多數尚未達到最大訂閱數量的受訪者**可以解釋為什麼電視支出持續上升。在這項最新調查中，**44% 的人表示他們的支出比一年前多得多(14%) 或略多(30%)**，而只有 13% 的人表示他們的支出比一年前少得多(5%)或稍少（8%）。此外，報告支出增加的比例較 2020 年有所上升 (35%)。

儘管如此，成本是影音串流市場的一個關鍵因素，這份最新報告表明，在決定影音服務價值時，低價是消費者最重要的屬性。有趣的是，Netflix、Hulu 和 Disney+ 等平台的無廣告版本和有廣告版本在訂閱者的價值感知方面往往表現相似。然而，越來越受歡迎的特定 FAST 服務具有最高的價值感知，其中 Tubi 和 Pluto 位居榜首，領先於 Max 和 Discovery+。

即便如此，平均而言，**無廣告平台的用戶 (78%) 比廣告支持服務的用戶 (71%) 更有可能表示他們將在一年後繼續使用該服務。**

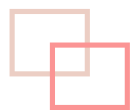
最後，報告發現，42% 的觀眾在註冊後 6 個月內取消了至少一項電視訂閱。這一數字在 16-24 歲受訪者 (58%) 和家中有孩子的受訪者 (53%) 中更高，而且短期流失的可能性也隨著付費訂閱數量的增加而增加。



Part 04

# 消費者洞察

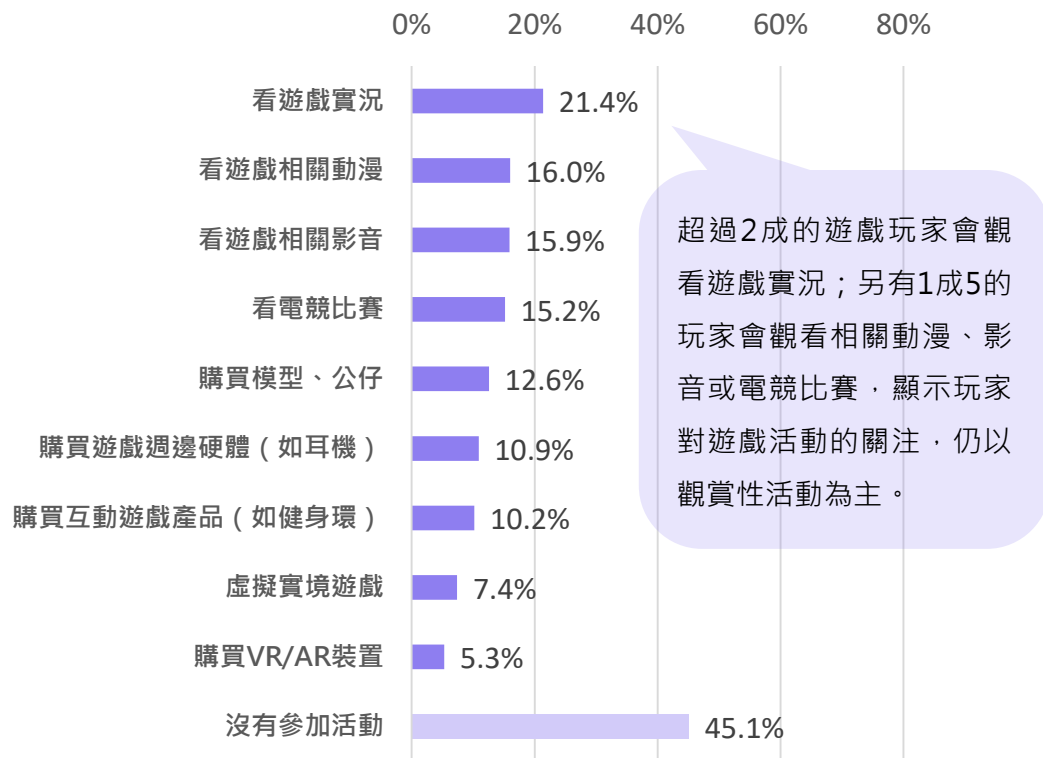
Insight



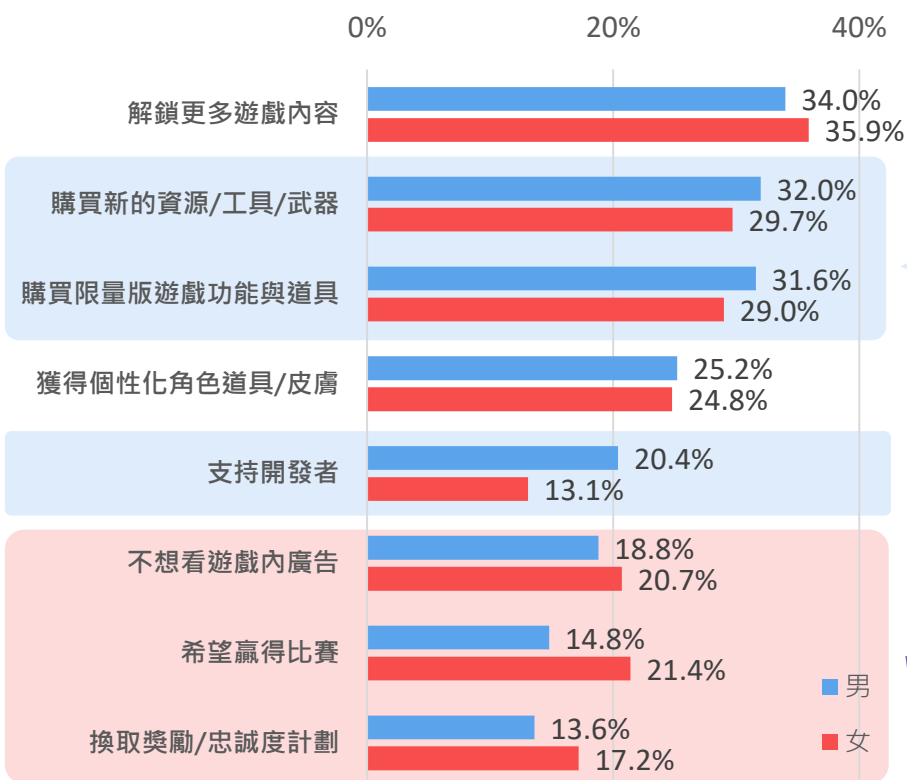
# 消費者遊戲行為調查 線上購物App使用狀況

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 發表2023年台灣數位遊戲行為調查：有2成玩家會觀看遊戲實況；而有4成的玩家有課金行為，兩性玩家付費主因皆為解鎖更多遊戲內容，男性在購買新資源、限量功能道具、支持開發者的動機較高；女性因為希望贏得比賽、不想看廣告付費意願較高。

參與遊戲相關消費 / 活動經驗？ (可複選)



請問您付費數位遊戲的動機為？ (可複選)



男性在購買新資源和限量功能道具上的動機略高於女性；在支援開發者動機上，較女性高出7.3%

女性希望贏得比賽、不想看廣告、換取獎勵上的比重則高於男性



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  | 4.11 |
| 2   | 綜藝大集合台塑石油95    | FTV   | 娛樂綜藝    | 3.66 |
| 3   | 我愛冰冰Show東湧熱水器  | CTV   | 娛樂綜藝    | 2.36 |
| 4   | 全能歌手愛妮雅化妝品     | FTV   | 競賽綜藝    | 1.74 |
| 5   | 綜藝新時代台塑石油95    | FTV   | 娛樂綜藝    | 1.31 |
| 6   | 嗨營業中2晶珂生物纖維面   | TTV   | 資訊綜藝    | 1.27 |
| 7   | 綜藝玩很大福爾耳溫槍     | CTV   | 娛樂綜藝    | 1.26 |
| 8   | 女兒大人加個賴阿鈺八合一   | CTV   | 國語連續劇   | 1.23 |
| 9   | 飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠   | CTV   | 競賽綜藝    | 1.20 |
| 10  | 航海王28          | TTV   | 卡通影片    | 1.17 |
| 11  | 新名偵探柯南         | CTS   | 卡通影片    | 1.13 |
| 12  | 台灣傳奇虎牌米粉好麵     | FTV   | 國台語單元劇  | 1.10 |
| 13  | 牛車來去格力變頻空調     | FTV   | 閩南語連續劇  | 1.01 |
| 14  | 豬哥亮經典秀台灣萬里長城   | FTV   | 娛樂綜藝    | 1.00 |
| 15  | 醫學大聯盟宏星製藥      | FTV   | 競賽綜藝    | 0.94 |
| 16  | 大陸尋奇福爾威創快篩     | CTV   | 美食、旅遊節目 | 0.92 |
| 17  | 2000女兒大人加個賴阿鈺八 | CTV   | 國語連續劇   | 0.89 |
| 18  | 1800航海王28      | TTV   | 卡通影片    | 0.78 |
| 19  | 姊妹亮起來阿仁牛軋餅     | FTV   | 資訊綜藝    | 0.78 |
| 20  | 1800新名偵探柯南     | CTS   | 卡通影片    | 0.75 |

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    | 2.43 |
| 2   | 超級夜總會福爾威創快篩     | SANLI | 娛樂綜藝    | 2.03 |
| 3   | 天道PP塑崩褲氣動版      | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.78 |
| 4   | 戲說台灣甘味人生鍵力膠原    | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.33 |
| 5   | 戲說台灣假日完整版       | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.23 |
| 6   | 台灣最前線           | FTVN  | 新聞性質節目  | 1.03 |
| 7   | 驚爆新聞線2200       | SETN  | 新聞性質節目  | 0.98 |
| 8   | 新台灣加油           | SETN  | 新聞性質節目  | 0.95 |
| 9   | 花甲少年趣旅行IVENOR十時 | ETTV  | 美食、旅遊節目 | 0.94 |
| 10  | 驚爆新聞線2100       | SETN  | 新聞性質節目  | 0.92 |
| 11  | 台灣啟示錄           | ET-N  | 新聞性質節目  | 0.90 |
| 12  | 1900親家甘味人生鍵力膠原  | SANLI | 閩南語連續劇  | 0.88 |
| 13  | 少康戰情室           | TVBS  | 新聞性質節目  | 0.88 |
| 14  | 鄭知道了            | SETN  | 新聞性質節目  | 0.84 |
| 15  | 金曲星舞台           | SETN  | 新聞性質節目  | 0.82 |
| 16  | 關鍵時刻            | ET-N  | 新聞性質節目  | 0.82 |
| 17  | 鄭知道了郭侯柯走味的咖啡    | SETN  | 新聞性質節目  | 0.81 |
| 18  | 非凡最前線           | UBN   | 財經資訊分析  | 0.81 |
| 19  | 延禧攻略            | GTV-D | 大陸劇     | 0.77 |
| 20  | 錦心似玉            | GTV-D | 大陸劇     | 0.73 |

# 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 | 2.10 |
| 2   | 新名偵探柯南        | CTS   | 卡通影片   | 1.53 |
| 3   | 綜藝新時代台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝   | 1.52 |
| 4   | 牛車來去格力變頻空調    | FTV   | 閩南語連續劇 | 1.09 |
| 5   | 嗨營業中2晶珂生物纖維面  | TTV   | 資訊綜藝   | 0.96 |
| 6   | 1800新名偵探柯南    | CTS   | 卡通影片   | 0.94 |
| 7   | 1830蠟筆小新      | TTV   | 卡通影片   | 0.93 |
| 8   | 綜藝大集合台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝   | 0.92 |
| 9   | 1800蠟筆小新      | TTV   | 卡通影片   | 0.86 |
| 10  | 我愛冰冰Show東湧熱水器 | CTV   | 娛樂綜藝   | 0.79 |

## 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   | 2.78 |
| 2   | 市井豪門虎牌米粉好麵    | FTV   | 閩南語連續劇 | 1.96 |
| 3   | 我愛冰冰Show東湧熱水器 | CTV   | 娛樂綜藝   | 1.59 |
| 4   | 綜藝玩很大福爾耳溫槍    | CTV   | 娛樂綜藝   | 1.28 |
| 5   | 全能歌手愛妮雅化妝品    | FTV   | 競賽綜藝   | 1.28 |
| 6   | 航海王28         | TTV   | 卡通影片   | 0.96 |
| 7   | 牛車來去格力變頻空調    | FTV   | 閩南語連續劇 | 0.94 |
| 8   | 嗨營業中2晶珂生物纖維面  | TTV   | 資訊綜藝   | 0.85 |
| 9   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠  | CTV   | 競賽綜藝   | 0.84 |
| 10  | 新名偵探柯南        | CTS   | 卡通影片   | 0.76 |

## 35-49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 | 2.22 |
| 2   | 綜藝大集合台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝   | 2.02 |
| 3   | 航海王28         | TTV   | 卡通影片   | 1.69 |
| 4   | 綜藝玩很大福爾耳溫槍    | CTV   | 娛樂綜藝   | 1.44 |
| 5   | 嗨營業中2晶珂生物纖維面  | TTV   | 資訊綜藝   | 1.41 |
| 6   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠  | CTV   | 競賽綜藝   | 1.28 |
| 7   | 女兒大人加個賴阿鈣八合一  | CTV   | 國語連續劇  | 1.23 |
| 8   | 我愛冰冰Show東湧熱水器 | CTV   | 娛樂綜藝   | 1.22 |
| 9   | 1800航海王28     | TTV   | 卡通影片   | 1.16 |
| 10  | 綜藝新時代台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝   | 1.00 |

## 50歲以上

| No. | Program Name  | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|---------------|-------|--------|------|
| 1   | 市井豪門虎牌米粉好麵    | FTV   | 閩南語連續劇 | 7.06 |
| 2   | 綜藝大集合台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝   | 6.18 |
| 3   | 我愛冰冰Show東湧熱水器 | CTV   | 娛樂綜藝   | 3.93 |
| 4   | 全能歌手愛妮雅化妝品    | FTV   | 競賽綜藝   | 2.96 |
| 5   | 綜藝新時代台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝   | 1.84 |
| 6   | 台灣傳奇虎牌米粉好麵    | FTV   | 國台語單元劇 | 1.82 |
| 7   | 豬哥亮經典秀台灣萬里長城  | FTV   | 娛樂綜藝   | 1.79 |
| 8   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠  | CTV   | 競賽綜藝   | 1.55 |
| 9   | 嗨營業中2晶珂生物纖維面  | TTV   | 資訊綜藝   | 1.53 |
| 10  | 女兒大人加個賴阿鈣八合一  | CTV   | 國語連續劇  | 1.52 |

# 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PP塑崩褲氣動版      | SANLI | 閩南語連續劇  | 0.81 |
| 2   | 1830小慧挑戰新加坡國際大  | ONTV  | 美食、旅遊節目 | 0.76 |
| 3   | 導讀台灣            | SETN  | 新聞性質節目  | 0.74 |
| 4   | 大胃王來了吃遍台灣       | ONTV  | 美食、旅遊節目 | 0.73 |
| 5   | 綜藝玩很大福爾耳溫槍      | SL2   | 娛樂綜藝    | 0.67 |
| 6   | 生活好吃驚           | VLJP  | 資訊綜藝    | 0.66 |
| 7   | 直中職34年富VS中      | VLSPT | 棒球      | 0.57 |
| 8   | 花甲少年趣旅行IVENOR十時 | ETTV  | 美食、旅遊節目 | 0.51 |
| 9   | 130057怪奇物語      | EFNC  | 新聞性質節目  | 0.50 |
| 10  | 台灣1001個故事       | EFNC  | 新聞性質節目  | 0.49 |

## 25-34歲

| No. | Program Name    | Chan. | Type    | TVR  |
|-----|-----------------|-------|---------|------|
| 1   | 天道PP塑崩褲氣動版      | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.68 |
| 2   | 花甲少年趣旅行IVENOR十時 | ETTV  | 美食、旅遊節目 | 1.53 |
| 3   | 台灣啟示錄           | ET-N  | 新聞性質節目  | 1.10 |
| 4   | 戲說台灣甘味人生鍵力膠原    | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.03 |
| 5   | 超級夜總會福爾威創快篩     | SANLI | 娛樂綜藝    | 1.00 |
| 6   | 綜藝玩很大福爾耳溫槍      | SL2   | 娛樂綜藝    | 0.79 |
| 7   | 1900親家甘味人生鍵力膠原  | SANLI | 閩南語連續劇  | 0.67 |
| 8   | 愛妮雅超級紅人榜        | SANLI | 競賽綜藝    | 0.64 |
| 9   | 台灣1001個故事       | EFNC  | 新聞性質節目  | 0.63 |
| 10  | 直中職34年味VS中      | VLSPT | 棒球      | 0.45 |

## 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  | 1.35 |
| 2   | 愛妮雅超級紅人榜        | SANLI | 競賽綜藝    | 1.26 |
| 3   | 超級夜總會福爾威創快篩     | SANLI | 娛樂綜藝    | 1.18 |
| 4   | 戲說台灣甘味人生鍵力膠原    | SANLI | 閩南語連續劇  | 0.85 |
| 5   | 綜藝玩很大福爾耳溫槍      | SL2   | 娛樂綜藝    | 0.77 |
| 6   | 錦心似玉            | GTV-D | 大陸劇     | 0.74 |
| 7   | 花甲少年趣旅行IVENOR十時 | ETTV  | 美食、旅遊節目 | 0.73 |
| 8   | 台灣1001個故事       | ET-N  | 新聞性質節目  | 0.72 |
| 9   | 2000真假驗證中       | VLJP  | 資訊綜藝    | 0.69 |
| 10  | 老闆真有趣人氣爆棚店      | VLJP  | 美食、旅遊節目 | 0.68 |

## 50歲以上

| No. | Program Name   | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|----------------|-------|--------|------|
| 1   | 愛妮雅超級紅人榜       | SANLI | 競賽綜藝   | 4.52 |
| 2   | 超級夜總會福爾威創快篩    | SANLI | 娛樂綜藝   | 3.54 |
| 3   | 天道PP塑崩褲氣動版     | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.54 |
| 4   | 戲說台灣甘味人生鍵力膠原   | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.13 |
| 5   | 新台灣加油          | SETN  | 新聞性質節目 | 1.72 |
| 6   | 少康戰情室          | TVBS  | 新聞性質節目 | 1.70 |
| 7   | 1900親家甘味人生鍵力膠原 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.53 |
| 8   | 鄭知道了           | SETN  | 新聞性質節目 | 1.51 |
| 9   | 台灣啟示錄          | ET-N  | 新聞性質節目 | 1.46 |
| 10  | 金曲星舞台          | SETN  | 新聞性質節目 | 1.35 |

# 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 | 0.53   | 0.56   | 0.53   | 1.48  |
| TTV/台視        | 0.54 | 0.25   | 0.33   | 0.39   | 0.84  |
| FTV/民視        | 0.33 | 0.11   | 0.10   | 0.14   | 0.61  |
| CTS/華視        | 0.21 | 0.11   | 0.13   | 0.16   | 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 | 0.53 | 0.24   | 0.21   | 0.47   | 0.82  |
| ET-N/東森新聞     | 0.50 | 0.20   | 0.20   | 0.39   | 0.82  |
| SETN/三立新聞     | 0.42 | 0.09   | 0.12   | 0.24   | 0.79  |
| FTVN/民視新聞     | 0.38 | 0.08   | 0.10   | 0.20   | 0.73  |
| ERA-N/年代新聞台   | 0.25 | 0.04   | 0.04   | 0.13   | 0.47  |
| UBN/非凡新聞      | 0.16 | 0.05   | 0.04   | 0.11   | 0.28  |
| NTVN/壹新聞      | 0.14 | 0.04   | 0.04   | 0.12   | 0.24  |
| EFNC/東森財經新聞台  | 0.12 | 0.08   | 0.03   | 0.08   | 0.22  |
| CTS-N/華視新聞資訊台 | 0.11 | 0.04   | 0.03   | 0.10   | 0.18  |
| 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   | 4.11 |
| 2   | 天道PP塑崩褲氣動版     | SANLI | 1.78 |
| 3   | 戲說台灣甘味人生鍵力膠原   | SANLI | 1.33 |
| 4   | 戲說台灣假日完整版      | SANLI | 1.23 |
| 5   | 女兒大人加個賴阿鈺八合一   | CTV   | 1.23 |
| 6   | 台灣傳奇虎牌米粉好麵     | FTV   | 1.10 |
| 7   | 牛車來去格力變頻空調     | FTV   | 1.01 |
| 8   | 2000女兒大人加個賴阿鈺八 | CTV   | 0.89 |
| 9   | 1900親家甘味人生鍵力膠原 | SANLI | 0.88 |
| 10  | 延禧攻略           | GTV-D | 0.77 |

## 綜藝類/全體

| No. | Program Name  | Chan. | TVR  |
|-----|---------------|-------|------|
| 1   | 綜藝大集合台塑石油95   | FTV   | 3.66 |
| 2   | 愛妮雅超級紅人榜      | SANLI | 2.43 |
| 3   | 我愛冰冰Show東湧熱水器 | CTV   | 2.36 |
| 4   | 超級夜總會福爾威創快節   | SANLI | 2.03 |
| 5   | 全能歌手愛妮雅化妝品    | FTV   | 1.74 |
| 6   | 綜藝新時代台塑石油95   | FTV   | 1.31 |
| 7   | 嗨營業中2晶珂生物纖維面  | TTV   | 1.27 |
| 8   | 綜藝玩很大福爾耳溫槍    | CTV   | 1.26 |
| 9   | 飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠  | CTV   | 1.20 |
| 10  | 豬哥亮經典秀台灣萬里長城  | FTV   | 1.00 |

## 新聞類/全體

| No. | Program Name | Chan. | TVR  |
|-----|--------------|-------|------|
| 1   | 台灣最前線        | FTVN  | 1.03 |
| 2   | 驚爆新聞線2200    | SETN  | 0.98 |
| 3   | 新台灣加油        | SETN  | 0.95 |
| 4   | 驚爆新聞線2100    | SETN  | 0.92 |
| 5   | 台灣啟示錄        | ET-N  | 0.90 |
| 6   | 少康戰情室        | TVBS  | 0.88 |
| 7   | 鄭知道了         | SETN  | 0.84 |
| 8   | 金曲星舞台        | SETN  | 0.82 |
| 9   | 關鍵時刻         | ET-N  | 0.82 |
| 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   | 花甲少年趣旅行IVENOR十時 | ETTV  | 0.94 |
| 2   | 大陸尋奇福爾威創快節      | CTV   | 0.92 |
| 3   | 型男大主廚甘味人生鍵力膠    | SL2   | 0.68 |
| 4   | 大胃女王吃遍巨大美食      | VLJP  | 0.64 |
| 5   | 直中職34年統VS中      | VLSPT | 0.64 |
| 6   | 花甲少年趣旅行福爾耳溫槍    | CTS   | 0.59 |
| 7   | 老闆真有趣人氣爆棚店      | VLJP  | 0.57 |
| 8   | 詹姆士出走料理台塑石油95   | GTV-1 | 0.56 |
| 9   | 1830小慧挑戰新加坡國際大  | ONTV  | 0.51 |
| 10  | 直中職34年富VS中      | VLSPT | 0.49 |

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

