

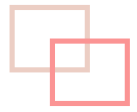
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2350

12.04 ~ 12.10





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際視野

數位轉型

收視調查

- 今年最熱Google關鍵字揭曉！

- 叮叮噹！品牌點亮聖誕活動

- 消費者對品牌社群行為好感度

- 國家兩廳院譜出融合5G、AR/VR新體驗

- 2023/12/04-2023/12/10



今年最熱Google關鍵字揭曉！

Google 日公布台灣 2023 年度搜尋排行榜，依照新聞議題、運動賽事、人物、戲劇影集、台灣戲劇、電影、國外旅遊目的地等不同主題，分享過去一年台灣網友熱搜關鍵字。

觀察今年的快速竄升戲劇影集榜單可發現，雖然台灣民眾搜尋戲劇仍以韓國、中國大陸戲劇為主，但**今年冠軍由改編自日本作家宮部美幸同名推理小說的台劇《模仿犯》獲得，透過深度刻畫人性與價值觀探討的劇情，帶動台灣網友熱烈討論**；以韓國校園霸凌事件為題材的韓劇《黑暗榮耀》也透過緊扣社會現象的劇情引發網友關注，成為快速竄升戲劇影集排行榜第二名。今年榜單中有兩部台灣電影上榜：結合台灣民間信仰冥婚，以幽默詼諧的敘事風格探討性別平等、婚姻平權等多元議題並獲得**金馬獎八項提名的《關於我和鬼變成家人的那件事》**，奪下快速竄升電影第二名；而《想見你》電影版也延續戲劇影集的好口碑，引起廣泛討論。**今年快速竄升的商品「推薦」關鍵字榜單中，有半數與旅遊相關，包含「旅遊不便險」、「旅平險」和「機場接送」等常見的服務商品**，顯示在擺脫疫情影響後，出國旅遊成為台灣網友熱切關注的議題。今年，我們也透過快速竄升「是什麼」關鍵字榜單，瞭解台灣網友如何運用搜尋來獲取新知並深入瞭解重要議題，其中「Threads」、「ChatGPT」等新興科技產品或服務入榜，反映民眾對於掌握最新科技趨勢與應用的興趣。

台灣戲劇



- | | |
|-----------|------------|
| 1 模仿犯 | 6 人選之人—造浪者 |
| 2 八尺門的辯護人 | 7 第9節課 |
| 3 有生之年 | 8 阿叔 |
| 4 不良執念清除師 | 9 台灣犯罪故事 |
| 5 此時此刻 | 10 牛車來去 |

【2023/12/11, 數位時代】

回顧2023年台灣10大新聞：Metoo連環爆、藍白合破局

Yahoo奇摩公佈2023年度「台灣十大新聞事件」、「十大新聞人物」、「國際十大新聞事件」排行榜。回顧台灣十大新聞事件，分別以延燒政治、教育、藝文及演藝圈的「台灣MeToo運動」、「藍白合破局」三腳督成形迎2024總統大選，以及「新冠肺炎降級」指揮中心畫句點為最受關注前三名。

新聞議題

(不包括單一人物相關)

- | | |
|----------------|-------------|
| 1 颱風 | 6 以色列 |
| 2 ChatGPT | 7 藍白合 |
| 3 世界棒球經典賽 | 8 亞洲運動會棒球比賽 |
| 4 6000全民共享普發現金 | 9 國際足總女子世界盃 |
| 5 iPhone 15 | 10 土耳其地震 |



2023「台灣十大新聞事件」由**MeToo運動、藍白合破局和疫情降級搶佔前三**。「台灣MeToo運動」延燒政治、教育、藝文及演藝圈，進而加速推動性平三法修法，對台灣性別平權有不可抹滅的影響。「藍白合破局」，2024總統大選正式進入三強鼎立的狀態，位居第二。

2023年「十大新聞人物」由即將角逐明年總統大選的3位候選人「**侯友宜、柯文哲、賴清德**」齊登榜首！隨著藍白合正式宣告破局，呈三強鼎立之勢；而近日宣布退出選舉的鴻海集團創辦人「郭台銘」則名列第二。

「國際十大新聞」由「**以哈衝突**」奪下榜首，巴勒斯坦激進組織哈瑪斯對以色列發動50年以來最大規模突襲，雙方合計傷亡破萬，影響全球能源供應和國際政經局勢。日本福島排放311震災以來累積的核處理水，影響海洋環境，也引發亞洲鄰國激烈反應，登上第二名。

【2023/12/05, 數位時代】

TikTok 年度回顧出爐！台灣萌犬登上世界舞台

在令人難忘的 2023 年即將結束之際，與 TikTok 一起走進時光隧道，探索 2023 年的最難忘的潮流與創作者，一一細數今年究竟「滑」生什麼事，紀念讓社群共同成長、歡笑、想像、與探索的一年。關於 TikTok 2023 年度回顧來自 1 月至 10 月的數據與趨勢分析。

台灣市場 2023 年度熱門影片：**@mygoldenpartner：你有想過邊境牧羊犬也能跳舞嗎？萌犬一拍不漏跟上節奏，全球千萬人都說讚！**
@73_tricking：還沒聽過空翻教練奇軒就落伍了！四步驟讓你學會後空翻，男女都能簡單上手。**@magi0225：如何打造超獵奇的易容術，創作者百萬創作者美姬來教學。從琅琅上口的流行音樂到回歸樂壇的新曲，歌星們為 TikTok 共譜出屬於 2023 年的播放清單。今年，韓國女團 FIFTY FIFTY 的大勢流行曲〈Cupid〉橫掃全球榜單，成為年度最受歡迎的歌曲。加速版的〈Cupid〉成功掌握了 TikTok 社群的偏好，不僅掀起全球翻拍熱潮，更成功推波助瀾，將美食教學、OOTD、迷因等系列影片推向潮流。**台灣市場 TikTok 社群一看再看的人氣藝人，包含 Ozone (@_ozone.official_)：強強聯手，看 Ozone 與藍心湄的夢幻連動！羅志祥 (@showlo)：一起挑戰亞洲舞王的「動筆累」舞蹈。蔡依林 (@jolin_cai)：讓蔡依林幫你合音，一起寫一封來自未來的信！< [更多熱門影片請看原始文章...](#) >



【2023/12/07, Newtalk】

Google Play 台灣年度最佳榜單出爐

Google Play 昨 (29) 日公布台灣的「2023 年度最佳榜單」，包含 21 款應用程式和 34 款遊戲，**今年獲得「年度最佳 MIT」的台灣遊戲，主題涵蓋環境、社會議題及在地文化**，帶玩家透過遊戲更認識台灣的各種樣貌，而今年榜單更首度公布跨裝置應用程式和遊戲的獎項，反應民眾配合情境切換裝置的使用習慣。



其中由宏碁打造的《Earth Mission App》，奪得「年度最佳應用程式」以及「年度最佳社會貢獻應用程式」雙料優勝，而《崩壞：星穹鐵道》也同時拿到「年度最佳遊戲」以及「年度最佳劇情遊戲」的優勝獎。

另外，有五款遊戲透過關卡推陳出新、聯名現象級動漫 IP 等方式，持續提升玩家體驗，獲得「**年度最佳持續影響力遊戲**」獎項。**奪冠的是發行超過 10 年的《Candy Crush》，至今仍舊堅持於每週三更新關卡，成為玩家日常消遣的絕佳夥伴。**其他入榜佳作，包括兼具攻、守城及養成元素的史詩級戰略遊戲《**部落衝突**》、動員全球玩家外出捕捉、孵化或交換寶可夢的《**Pokémon GO**》、允許發揮無限想像力，盡情創造萬物的《**Roblox**》，以及挑戰在末世喪屍危機中生存的《**噠噠特攻**》，經典不敗的遊戲元素或設計，讓老玩家流連忘返之外，也持續吸引新玩家朝聖。

【2023/11/30, Newtalk】

大巨蛋、亞錦賽近一個月網路聲量揭曉！

2023年亞洲棒球錦標賽於12月10日落幕，本屆亞錦賽除了參賽選手、賽程賽況受到關注之外，首度啟用並迎來國際賽事的台北大巨蛋也是焦點之一，透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統，調查出「亞洲棒球錦標賽」和「台北大巨蛋」近一個月的聲量趨勢變化，一起來看看網友們關注的焦點有哪些吧！

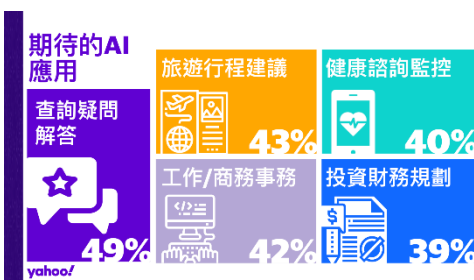
「台北大巨蛋」近一個月網路聲量高達233,253筆，從趨勢圖中可以看見三個較為明顯的高峰。第一個高峰出現在11月18日，當日大巨蛋舉行「壓力測試賽」，由亞錦賽國家隊和U23世界盃培訓隊選手對戰，並且開放1.3萬球迷入場體驗。第二個網路討論高峰出現在亞錦開幕戰的12月3日，並且熱度一直延續至4日。在亞錦賽冠軍戰（12/10）當天，大巨蛋身為比賽場也迎來第三個網路聲量高峰。這場受到眾人矚目台日對決吸引近2.2萬人近場觀賽，門票一位難求同時也打破了大巨蛋的進場人數紀錄。進一步查看「亞洲棒球錦標賽」近一個月的網路聲量，可以發現趨勢起伏和大巨蛋近一個月的網路聲量非常相似，高峰處分別出現在亞錦賽開幕戰（12/03）及冠軍戰（12/10）兩日。從兩個議題高峰的聲量差異也可以看出網友關注焦點的不同之處，在亞錦賽開幕戰（12/03）的網路聲量中，大巨蛋的聲量（30,025筆）明顯高於亞錦賽（18,082筆），顯見在「大巨蛋首場國際賽事」中，有更多網路討論聚焦在大巨蛋的整體場館設施及觀賽體驗等等。



【2023/12/11, 網路溫度計】

Yahoo 生成式AI 消費者調查，挖掘消費者洞察

AI 人工智慧，儼然是 2023 年最火紅的名詞，截至 2023 年十月，市場上已有將近九千個 AI 工具，且持續高速增加中。Yahoo 國際消費者洞察暨數據分析部總監蘇建勳，率領團隊進行「生成式 AI 消費者大調查」，挖掘台灣消費者對生成式 AI 的洞察。



【2023/12/07, INSIDE】

台灣參與調查的消費者中，有半數曾經使用過生成式人工智慧（Generative AI）工具，其中 11% 經常使用，最大的應用則集中在查詢疑問解答（49%）上。同時，除了工作及商務事務（42%）的應用；生活上，消費者也期待生成式 AI 工具應用在旅遊行程建議（43%）、健康諮詢監控（40%）與投資財務規劃（39%）領域的使用。此外，從各年齡層分佈中也觀察到，年輕族群經常使用的比例較高，Z 世代使用者（13 - 24 歲）中有近 3 成是經常使用者、千禧世代（25-40 歲）則為 1 成。

最受消費者青睞的是 AI 生成 + 人工的內容，無論是「AI 生成 + 人工驗證」或是「人工生成透過 AI 建議強化」，都有六成的接受度，甚至比「純人工產出」（55%）的偏好還高，但是只有 25% 消費者可以接受「純 AI 產出」內容。就內容種類而言，電影、影音、音樂、藝術作品，消費者對 AI 生成內容的接受度較高，但是個人原創相關的內容，例如小說、動漫、論文報告、Podcast 的接受度就偏低了。6

3分鐘變15秒神曲，Spotify一次播放規則把音樂怎麼了？

過去在銷售方面，音樂創作者倚靠實體專輯賺錢；現在，則是透過音樂串流的分潤。以Spotify為例，所有收入扣除Spotify營運所需的費用後，依照「播放次數」的比例分配給所有音樂創作者。那怎麼樣才算是「一次播放」？音樂社群街聲前總經理曾明賢表示：「聽30秒才計入，算是業界普遍的規則。」按照這個規則來說，曾登上告示牌最長的歌曲：泰勒絲（Taylor Swift）10分12秒的〈All Too Well〉，與最短的歌曲：納斯小子（Lil Nas X）1分53秒的〈Old Town Road〉單次播放得到的分潤金額是一樣的。想靠串流獲得更多收入的音樂創作者，就更有機會把歌曲做短、做多，最大化串流的分潤。畢竟歌曲愈短，在同樣的時間下可以播放愈多次。

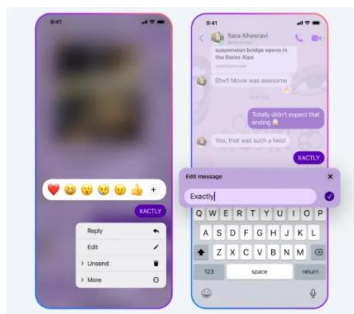
除了歌曲長度，為了讓聽眾完整聽完30秒，音樂創作者開始把歌曲的亮點或副歌，移動到最初的30秒內。討論流行音樂的Podcast頻道「Switched on Pop」創造了「流行序曲」（Pop Overture）一詞，描述這種編曲趨勢：在歌曲開始的5到10秒內播放副歌的暗示，迅速抓住聽眾的耳朵，大概到30秒時再播放完整的副歌讓聽眾留到最後。更短、副歌更靠前、更多跨語言合作，成了歌曲反映音樂串流時代的結果。只是下一波趨勢來得很快，15秒的「歌曲」正在崛起。



【2023/12/07, 數位時代】

已讀功能可以關閉了！Messenger新增6大訊息改版功能

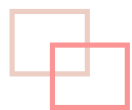
Meta日前在官網上宣布針對Messenger訊息有6大改版新功能，包括可以關閉已讀功能、15小時可以編輯已發送的訊息等。此外，Meta還指出，過去需要使用者手動來設定Messenger聊天室端到端加密的功能，現在已經改為預設模式，進而讓使用者在使用Messenger時能夠更為安全。



15分鐘內可編輯已發送的訊息：使用者在Messenger中發出的訊息，15分鐘內仍可進行編輯與更改，除此之外還可以舉報已編輯訊息或查看已編輯訊息前的紀錄；**可關閉已讀功能**：使用者可以自行決定是否希望讓對方看到自己何時閱讀了他們的訊息；**24小時訊息限制**：推出24小時限時訊息功能，這將幫助人們確信他們的訊息是安全的並且不會永遠保留。為了用戶隱私安全，如果系統偵測到有人對限時訊息進行螢幕截圖的動作，Messenger也將會通知使用者。**照片和影片升級**：人們每天在Messenger上分享超過13億張照片和影片，而在更新版的Messenger中，不僅升級了圖片的品質也增加了許多互動程式；**語音訊息**：現在使用者在Messenger中，可以用1.5倍或2倍的速度播放語音訊息，也可以從上次中斷的地方繼續收聽語音訊息，並在離開聊天室或應用程式時繼續收聽語音訊息。**更加安全的防護系統**：Messenger的端對端加密功能過去需要手動開啟，而現在則改為預設，這代表任何人都無法隨便看到使用者傳送給他人的訊息內容。

【2023/12/11, Yahoo!新聞】





叮叮噹！品牌點亮聖誕活動

在充滿歡笑、溫馨的聖誕季節中，消費者沉浸在歡聚的氛圍中。與此同時，品牌也迎來了2023年末最後一檔活動。觀察零食、美妝、保養品牌紛紛推出聖誕禮盒，力求在這個時節搶占商機。本週宏將週報將帶您一起觀察近期品牌熱門活動，一同感受這個充滿節慶氛圍的季節！



一緒にKFC 聖誕巨大桶



肯德基推出台日同步活動，限量1萬組巨大桶，並拍攝日文廣告想與誰一起過聖誕節為主軸推廣。

大人小孩都愛樂高玩具



樂高推出聖誕系列玩具，邀請民眾現場組件積木拿獎品，並架設大型樂高裝置藝術拍照打卡，提升消費者心佔率。

家扶基金會 送禮給孩子



在宏匯廣場聖誕樹上掛滿兒童生日願望卡片，邀請民眾完成兒童心願，點亮兒童聖誕節。

丁丁藥局聖誕季許禮物



邀請網友到門市幫小朋友跟現場想要的玩具合照上傳，就有機會獲得該玩具，吸引許多親子族群參與。



Part 03

國際視野

Media Trend





消費者對品牌社群行為好感度

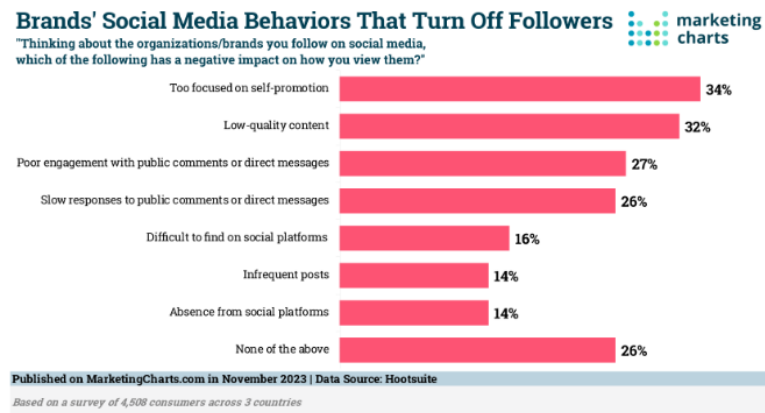
消費者越來越頻繁透過各種平台的社群媒體與品牌互動，這讓社群媒體成為行銷的首要工具之一。然而，根據 Hootsuite 的報告，品牌應該避免社群媒體上的一些行為。

調查 4,500 多名消費者詢問他們在社群媒體上關注的品牌的哪些行為會對他們的看法產生負面影響時，**高達 34% 的受訪者表示品牌過於注重自我推銷。事實上，品牌過度推銷一直是在社群媒體上關注品牌的消費者感到不滿的主要原因。**

緊隨其後的是，大約三分之一 (32%) 的消費者表示，**低品質的內容會對他們在社群媒體上看待品牌的方式產生負面影響。**

值得注意的是，品牌參與評論或訊息的方式也可能會讓追蹤者失去興趣。**超過四分之一(27%) 的受訪者表示，當品牌對公開評論或直接訊息的參與度較低時，會讓他們對品牌的看法產生負面影響**，同樣，約26% 的受訪者指出，品牌對公開評論或直接訊息的反應緩慢，也會讓人對品牌失去興趣。先前的研究表明，社群媒體用戶期望品牌能針對數位管道上發布的訊息做出快速回應，這一點得到了支持。

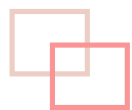
同時，對追蹤者來說，品牌發布太多內容顯然比發布太少更令人煩惱：只有大約七分之一 (14%) 的受訪者表示，頻繁發布的內容會導致他們對品牌產生更負面的看法。最後，基於社群媒體的關鍵在於資訊的真實性，報告發現 56% 的消費者認為品牌應該與社群媒體建立更大的連結。



Part 04

數位轉型

Digital Transformation



國家兩廳院譜出融合5G、AR/VR新體驗

把時光倒回2018年，當國家兩廳院（以下簡稱兩廳院）內部行政流程大都還未電子化時，無論是跨部門溝通或與表演團隊聯繫，眾人皆要經歷較為冗長繁瑣的過程。為了有效改善組織運作，兩廳院啟動數位轉型，嘗試導入系統化工具為同仁提供更便捷的溝通方式。

恰巧，文化部的「5G文化科技創新應用內容開發與營運擴展計畫」來敲門，這讓劉怡汝認為團隊有機會為藝文產業塑造新典範，**從5G基礎建設到沉浸式展演（AR、VR、虛實整合）等應用，領著兩廳院的團隊展開另一段與科技共舞的旅程。**面對近年科技表演藝術浪潮襲來，過去多專注於利用內容與觀眾產生共鳴的創作者，這回也必須將新的技術納入考量，特別當新型態科技應用驟然冒出，如何讓技術端理解劇場語言、又如何讓創作者與技術人員順利對接，都讓兩廳院團隊理解必須建立新的製作。

2021年推出《神不在的小鎮》是跨領域、跨產業、跨部會多方合作的成果，**應用5G專網、4K異地共演、虛擬遊戲平台與線上線下虛實整合多視角直播等技術，讓觀眾能自行決定從哪個視角切入故事線，並且在技術設備輔佐下，讓高畫質觀賞能更加流暢並滿足多元感官體驗饗宴，也寫下了全新展演模式的可能性，創造了線上線下逾25萬人參與紀錄。**

經歷三年線上展演及新型態展演製作洗禮，今年11月推出的《Operation 1'71701'/ 彌》是一個大型的沉浸式體驗，也是一個社會實驗，實驗「真實」如何被創造、被感知的過程。體驗的內容，回應人對於未來的好奇與恐懼，以「世界末日」及「預言」作為主軸。再加上科技平台（app）容易進入使用者日常生活情境的特色，以及訊息傳遞迅速、容易客製化等優勢，搭配AR技術，在台灣各地建立「預言碑」，模糊真實與虛擬的邊界。《Operation 1'71701'/ 彌》展現出兩廳院對於技術熟稔，如何以內容為本體，打破展演在時間與空間的限制，創造出更流暢的參與體驗，提出表演藝術離開劇場另一種參與的可能。

兩廳院內部數位轉型或許並非起因於疫情，但是科技表演藝術確實為近年來的大勢所趨，疫情之下也為創作者帶來了打破實體空間的限制，為內容創作開啟了一扇大門



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	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.10
2	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	2.67
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	2.04
4	航海王28	TTV	卡通影片	1.51
5	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.21
6	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.20
7	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	美食、旅遊節目	1.20
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.05
9	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.01
10	亞錦棒球看華視中華VS日本	CTS	棒球	0.98
11	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	0.95
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.91
13	開創者中保好生活2100	CTV	國語連續劇	0.91
14	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	娛樂綜藝	0.90
15	開創者泊車趣國雲停車2100	CTV	國語連續劇	0.85
16	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.81
17	亞錦棒球看華視中華VS菲律	CTS	棒球	0.79
18	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	0.79
19	2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導	CTS	閩南語連續劇	0.72
20	追分成功愛雅辣叻	TTV	閩南語連續劇	0.72

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直23亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	2.77
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.12
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.08
4	直23亞洲棒球日VS中	VLSPT	棒球	2.00
5	天道甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	1.97
6	直23亞洲棒球菲VS中	VLSPT	棒球	1.88
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.23
8	鄭知道了獨家專訪蕭美琴	SETN	新聞性質節目	1.19
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.19
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.14
11	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	1.12
12	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.12
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.11
14	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.09
15	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.02
16	新台灣加油台中開講	SETN	新聞性質節目	1.02
17	鄭知道了藍白雙標門綠貪汙	SETN	新聞性質節目	0.99
18	直23亞洲棒球香VS中	VLSPT	棒球	0.99
19	大選陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.92
20	鄭知道了內心深綠柯還想蹭	SETN	新聞性質節目	0.91

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	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.73
2	航海王28	TTV	卡通影片	1.40
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.22
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.96
5	開創者泊車趣國雲停車2100	CTV	國語連續劇	0.92
6	女神降臨2200	CTV	韓劇	0.91
7	女神降臨2300	CTV	韓劇	0.85
8	開創者中保好生活2100	CTV	國語連續劇	0.76
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.74
10	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	0.73

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	航海王28	TTV	卡通影片	1.48
2	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	1.41
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.16
4	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.01
5	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	0.77
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.76
7	亞錦棒球看華視巴勒VS中華	CTS	棒球	0.76
8	亞錦棒球看華視中華VS日本	CTS	棒球	0.73
9	新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.73
10	2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導	CTS	閩南語連續劇	0.70

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	1.81
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.70
3	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	1.64
4	航海王28	TTV	卡通影片	1.55
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.50
6	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.37
7	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	1.23
8	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	1.23
9	亞錦棒球看華視中華VS日本	CTS	棒球	1.15
10	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.08

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	5.30
2	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	4.60
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	3.81
4	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	美食、旅遊節目	2.31
5	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	娛樂綜藝	1.75
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.58
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.56
8	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.55
9	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	1.44
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.32

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	直23亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	1.72
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.22
3	天道甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	1.20
4	直23亞洲棒球日VS中	VLSPT	棒球	0.96
5	直23亞洲棒球菲VS中	VLSPT	棒球	0.85
6	天才衝衝衝PP石墨烯智能衣	ETTV	競賽綜藝	0.77
7	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.74
8	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.65
9	小慧到屏東挑戰七公斤肉圓	ONTV	美食、旅遊節目	0.59
10	狙擊陌生人	ET-WM	外片	0.57

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直23亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	2.04
2	天道甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	1.64
3	直23亞洲棒球菲VS中	VLSPT	棒球	1.28
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.18
5	直23亞洲棒球日VS中	VLSPT	棒球	1.07
6	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.77
7	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.74
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.72
9	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.71
10	型男大主廚玖妍堂關鍵姬妍	SL2	美食、旅遊節目	0.59

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直23亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	3.29
2	直23亞洲棒球日VS中	VLSPT	棒球	2.11
3	直23亞洲棒球菲VS中	VLSPT	棒球	2.03
4	天道甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	1.33
5	綜藝玩很大晶珂生物面膜	SL2	娛樂綜藝	1.17
6	直23亞洲棒球中VS巴	VLSPT	棒球	1.15
7	直23亞洲棒球香VS中	VLSPT	棒球	1.03
8	阿叔達摩本草92高濃度魚油	STV	閩南語連續劇	1.01
9	花甲少年趣旅行蓓朵娜極光	ETTV	美食、旅遊節目	0.82
10	鄭知道了獨家專訪蕭美琴	SETN	新聞性質節目	0.80

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.04
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.91
3	直23亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	3.13
4	天道甘味人生鍵力膠原	SANLI	閩南語連續劇	2.93
5	直23亞洲棒球日VS中	VLSPT	棒球	2.71
6	直23亞洲棒球菲VS中	VLSPT	棒球	2.27
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.25
8	鄭知道了獨家專訪蕭美琴	SETN	新聞性質節目	2.22
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	2.22
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	2.14

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	0.81	0.36	0.34	0.44	1.43
TTV/台視	0.50	0.30	0.29	0.31	0.80
FTV/民視	0.34	0.08	0.09	0.14	0.66
CTS/華視	0.13	0.02	0.04	0.09	0.24
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	0.50	0.16	0.22	0.42	0.81
SETN/三立新聞	0.46	0.08	0.08	0.27	0.86
ET-N/東森新聞	0.45	0.17	0.18	0.33	0.75
FTVN/民視新聞	0.38	0.06	0.10	0.20	0.73
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.05	0.04	0.11	0.49
NTVN/壹新聞	0.15	0.09	0.08	0.14	0.23
UBN/非凡新聞	0.13	0.02	0.03	0.10	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.07	0.02	0.07	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.13	0.04	0.07	0.11	0.20
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.01	0.03	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	2.67
2	天道甘味人生鍵力膠原	SANLI	1.97
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.12
4	戲說台灣	SANLI	1.09
5	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	0.95
6	開創者中保好生活2100	CTV	0.91
7	阿叔達摩本草92高濃度魚油	STV	0.87
8	開創者泊車趣國雲停車2100	CTV	0.85
9	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.81
10	阿叔愛雅18香辣鍋	STV	0.79

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.10
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.12
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.08
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	2.04
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.20
6	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.05
7	綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	1.01
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.91
9	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	0.90
10	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	0.80

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.23
2	鄭知道了獨家專訪蕭美琴	SETN	1.19
3	驚爆新聞線2200	SETN	1.19
4	驚爆新聞線2100	SETN	1.14
5	鄭知道了	SETN	1.12
6	台灣最前線	FTVN	1.11
7	TVBS戰情室	TVBS	1.02
8	新台灣加油台中開講	SETN	1.02
9	鄭知道了藍白雙標門綠貪汙	SETN	0.99
10	大選陪審團1500	SETN	0.92

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直23亞洲棒球中VS日	VLSPT	2.77
2	直23亞洲棒球日VS中	VLSPT	2.00
3	直23亞洲棒球菲VS中	VLSPT	1.88
4	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	1.20
5	直23亞洲棒球香VS中	VLSPT	0.99
6	亞錦棒球看華視中華VS日本	CTS	0.98
7	直23亞洲棒球中VS巴	VLSPT	0.85
8	亞錦棒球看華視中華VS菲律	CTS	0.79
9	花甲少年趣旅行蓓朵娜極光	ETTV	0.64
10	直23 24NBA溜VS湖	VLSPT	0.58

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

