

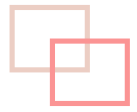
# 宏將週報

- Media Drive Bulletin -

## Vol.2352

12.18 ~ 12.24





# CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際視野

消費者洞察

收視調查

- 迪士尼頻位替補 NCC加速審查
- 寒氣襲人! 品牌熱情仍勢不可擋
- 年長者購物新體驗! 網購需求升溫
- 台灣社群與通訊使用行為調查
- 2023/12/18-2023/12/24



# 迪士尼頻位替補 NCC加速審查

NCC委員會議20日審議迪士尼基本頻道替代案，罕見全台除了北都，其餘63家有線電視系統台業者「齊聚」NCC，針對迪士尼11個頻道替補案到會說明，目前業者提出的替補頻道大致分成三大類，中嘉、凱擘及台數科等45家系統台業者提出的替補方案相似，台灣寬頻 (TBC) 與大豐電共八家系統台、三大等十家獨立系統台也各提出一套替補方案。另外，市場傳出，NCC有意讓全台系統台52頻道都能播出華視新聞資訊台。NCC回應，NCC並沒有排頻權。

另亦傳出某些縣市有意讓台視新聞台能夠在59頻道定頻，NCC則回應審議結果未出爐，無法評論。迪士尼頻道包括CH31的衛視中文台、CH61衛視電影台被視為這次角力最激烈的兩個替補頻位，由於三立inews已順利進駐CH48頻道，CH59又有新的角逐勢力出現，原本49~58新聞區塊的「戰線」，有可能趁著此次頻道異動而擴大。NCC強調，頻道替補將依市場機制形成，不會干預。迪士尼11個頻道年底退出台灣市場，牽動國內有史以來最大規模頻道異動，系統商、頻道商等各路入馬角力，尤其是基本頻道的替補方案各有盤算，翁柏宗強調，頻道上下架必須依照「有線廣播電視法」第29條相關規定，兼顧市場競爭、消費權益、內容多元及其它公共利益等四大面向，NCC尊重系統業者的排頻權，並基於商業協商機制自然形成，NCC沒有定頻權，但有審查權，替補迪士尼頻道的原則「equal or better」，同時兼顧本國內容產製比例。NCC委員會議20日針對迪士尼頻道替補方案故成「續審」，系統台必須在22日下班前補齊資料，NCC希望趕在年底前完成審查程序。【2023/12/21,中時新聞網】

## 串流還是個好生意嗎？產業五大趨勢分析

近日舉辦「2023 亞洲新媒體高峰會」，國立臺灣大學副教授馮勃翰從經濟環境來分析串流產業過去一年歷經的挑戰，並分享了五個串流產業的趨勢分析：



【2023/12/20, INSIDE】

- 一、從「平台本位」轉為「內容本位」；平台本位指的是僅在自家平台上播放自己產製的內容，例如 Netflix 拍攝院線片等級的電影後卻不在電影院上映，以此來凸顯平台與傳統媒體的不同，藉此吸引訂閱戶。不過馮勃翰表指出，從影視製作方的角度來看，觸及到的觀眾數、收入來源都減少。
- 二和三、從「訂閱制」轉為「訂閱 + 廣告」，以及高價訂閱方案漲價；採用訂閱和廣告兩種模式雙軌並行，讓不想看廣告的用戶自行付費，但同時保有免費廣告訂閱方案作為支撐。
- 四、OTT 之間從「競爭」轉為「競合」：美國電信公司 Verizon 向用戶推出了 Netflix 和 Max 的網綁方案，出現了平台間、平台和電信業間的合作。資誠聯合會計師事務所副總經理王敏慧也從國外趨勢觀察到，當市場飽和時重新組合是個破局的方法。
- 五、從「串流媒體的競爭」開啟「訂閱平台的競爭」：競爭模式的轉變來自消費者即便不須影視娛樂但仍有剛性需求，因此像亞馬遜 (Amazon) 等零售或電信服務公司，作為消費者必去的平台，正在將自己發展成讓一站吃到飽能訂閱各平台的去處。



# MyVideo今年總觀影次數1.7億 台流發威 8台灣節目霸榜

2023年度台灣大MyVideo收視排行今(14)日揭曉，「節目館Top 10」中8席是台灣原創作品，「戲劇館Top 10」台、陸、韓劇各擁觀眾群，「電影館」第一名則是「超級瑪利歐兄弟電影版」；統計顯示，**2023年度MyVideo總觀影次數高達1.7億次，每位觀眾平均觀看片數較去年成長3成**，其中，台灣原創作品，具備強勁的收視吸引力。

「**節目館Top 10**」收視喜好，實境節目的真實互動，帶來驚人流量，MyVideo節目館每人平均觀看片數年成長27%，「節目館Top 10」，年度**收視冠軍是「大嘻哈時代2」**，第二、三名分別為「花甲少年趣旅行」、「Ozone 夏日青春冒險」。「戲劇館」每人平均觀看片數再創新高，較去年同期年成長近5成。台灣大MyVideo投資作品今年首度拓展至兒少領域，推出「百味小廚神第1、2季」拿下第4名。

2023年MyVideo**電影館Top 10**，原創IP及續集系列電影廣受影迷支持，電影館每人平均觀看片數年成長48%。Top 3分別為受到大小朋友歡迎的「**超級瑪利歐兄弟 電影版**」、「**名偵探柯南 萬聖節的新娘**」，及楊紫瓊成為首位亞裔奧斯卡影后的「**媽的多重宇宙**」，而**系列續集電影也持續掛帥**，「捍衛任務4」、「玩命關頭X」、「犯罪都市3」，憑著系列電影累積的廣大觀眾基礎，帶動今年新作登上前10名。國片在電影榜也表現不俗，由影集獲金鐘獎肯定的同名作品「做工的人 電影版」，拿下電影榜第4名，而「少年吔，安啦！」拿下電影榜第9名。



【[2023/12/14, 聯合新聞網](#)】

## 全球觀看VTuber高達11億小時! 與次世代密不可分

2023年全球直播平台上的**vTuber 觀眾累計收看時長達11億小時**，vTuber的影響力及號召力逐漸強大，與次世代有著緊密關聯，建議企業可從vTuber深入了解次世代。



今年**7月日本hololive旗下vTuber櫻巫女現身台灣西門町武昌店前廣場，僅五十秒宣傳就癱瘓西門町**，由此可見，粉絲對vTuber的關注度極高，經營與簽約社群平台及內容創作者CAPSULE 副總經理施正容也建議，企業**如想與次世代合作，vTuber是值得深入了解的方向**。

同一場出席的魔競娛樂公司執行長陳彙中也認為，vTuber能深受喜愛的特點來自於日本偶像文化的養成系，並舉例到日本女團AKB48，不用十全十美的能力，只要認真努力，就可以贏得人心站在聚光燈下，粉絲也因為喜愛而自發性創作相關作品來表達支持與熱愛，擁有超高粉絲黏著度。vTuber能夠逐漸爆火，陳彙中及施正容皆認為，中之人(魂)功不可沒，以全球粉絲來看，中間人很重要不可隨意換掉，每一位中之人以自有的特質與個性為vTuber注入不一樣的靈魂。

另外，日商優必達株式會社資深商務開發經理許朝欽也在這場中表示，日商優必達舒適株式會社主打靠AI技術，沒有投資及中之人。**A的繪圖及語音近幾年成長顯著，對vTuber的幫助可加速作品的產品。**

【[2023/12/21, 銘報](#)】

# Z世代聽Podcast超過30億次、更信任「聽廣告」！

通勤的時候，戴上耳機聽音樂或者 Podcast，幾乎是現代人生活的「定番」，年輕一代更是如此，「工作、通勤、做家事甚至洗澡、睡前都可以聽 Podcast，它幾乎無所不在。」

音樂串流平台 Spotify 指出，光是 2023 年上半年，**Z 世代收聽 Podcast 的次數就超過 30 億，收聽歌曲超過 5,600 億次，較去年成長 76%**；Podcast 聽眾黏著度高，每週收聽已是常態。「聲音類型的廣告，是更有說服力的。」黃建翰指出，當**主持人將廣告融合到節目中，而非以預錄的廣告破壞節目節奏**時，聽眾可以享受節目內容，又可以接收到廣告資訊。

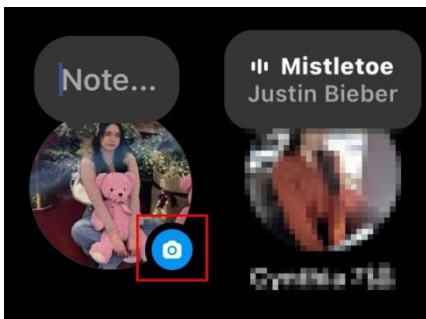
Spotify 報告也指出，40% 的 Z 世代聽眾表示，在 Podcast 中聽到廣告比在社群媒體上看到廣告，對產品的信任感更高。一項研究發現，**四分之三的 Podcast 聽眾表示，他們在聽到 Podcast 廣告後採取了行動**；研究也發現，**聲音廣告跟單純圖文廣告相比，能帶來更高的認知度和購買意願**。在音訊廣告的世界中，還有一個不容忽視的角色——Podcast 主持人。由於 Podcast 聽眾的黏著度高，聽眾和主持人間，在長期陪伴下建立了牢固的信任關係，形成一個社群。75% 的消費者將 Podcast 主持人視為推動其購買決策最有影響力的人物。「水能載舟，亦能覆舟」，Podcast 主持人和聽眾之間的強連結，也讓品牌在操作 Podcast 廣告時，需要特別關注其「真實性」。



【2023/12/22, 數位時代】

## 為什麼我的IG沒有便利貼？竟然還可以上傳動圖跟音樂

今年社交平台Instagram開始推出了「便利貼」的功能，可以在大頭照上填入短短的一、兩句話，通常是被用來抒發心情小語，而IG也不斷測試、更新這項功能，試圖加入更豐富的功能性，像是讓好友回覆便利貼或是添加語音、影片形式。



【2023/12/20, 網路溫度計】

便利貼是在IG私訊頁面的最上排，只要其他和你互相追蹤的好友也發布了便利貼，都會在這裡顯示。這段文字只會存在24小時，你可以用來抒發某個時刻當下的心情是個很適合拿來偷偷抱怨的小天地。若你不想看到其中幾位互追蹤使用者的便利貼，將對方的大頭照長按之後，就可以選擇噤聲便利貼。另外，如果你的IG頁面沒有出現便利貼這個功能，或許可以先將IG更新到最新的版本並重啟一次IG。

前陣子IG便利貼還推出了可以讓好友回覆的功能，只要**點進你想回覆的IG便利貼，不只可以用文字訊息，你也能用照片或是直接錄製影片、音檔回覆**，這項功能可以讓朋友們知道你對他們的小語錄的想法！最近有沒有看到朋友的IG便利貼會動呢？這也是IG推出的最新功能，可以**自行錄製一小段影片取代大頭貼，讓大頭貼變成會動的動圖**，另外，**便利貼上的文字也可以用來分享音樂**，讓便利貼的功能變得更豐富多彩。不過這項新功能還在測試階段，目前並非所有IG用戶都可以使用。

# 麥當勞推新品牌CosMc' s，對尬星巴克！

麥當勞在美國推出全新概念門市「CosMc' s」，主打繽紛各色的手調飲料，和星巴克等品牌爭奪冷飲市場的巨大商機。CosMc' s的靈感源於麥當勞冷門的外星人吉祥物 cosmic，以『懷舊』為靈感、打造大膽嶄新的飲料及美味佳餚為動力，聲稱新品牌已經為「百萬名外星人」提供了餐飲服務

CosMc' s是麥當勞與星巴克等品牌爭奪日漸壯大的飲料市場的重要武器。其中冷飲市場尤為關鍵，**星巴克第三季財報中揭露，冷飲貢獻了美國市場飲料營收的75%**，而5年前這個數字還不到50%。當時星巴克財務長瑞秋·魯傑利 (Rachel Ruggeri) 指出，上一季冷飲營收成長8%，而熱飲營收只成長2%，**Z世代和Y世代的年輕人口味往往更偏好「冰的啦」**，強調冷飲是正不斷成長的飲食趨勢。

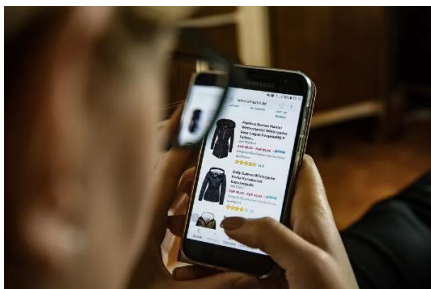
麥當勞執行長坎普欽斯基認為，CosMc' s能夠彌補每天下午三點麥當勞銷量下滑的時段，但由於客製化的飲料過於複雜，沒辦法在同一間門市裡提供，也是他們決定推出新品牌的原因之一。「CosMc' s這份菜單是基於對飲料的探索，有著大膽又超乎意料的風味組合、鮮艷色彩，並且能提振你的精神。」麥當勞強調，「你會看到形形色色的檸檬汁和茶飲、令人沉醉的手調飲料和冰咖啡。」這是麥當勞在美國60多年來，首度推出新概念品牌，**CosMc' s剛推出時成功在美國引發轟動，據《華爾街日報》的實際體驗，平均排隊時間長達3.5個小時。**



【2023/12/22, 數位時代】

## 消費者愛「手滑」又愛退貨，靠AI來阻止！

電商發展至今的便利，容易讓人一不小心就按下購買，然而商品到貨後，一部分消費者很可能會反悔退貨，**為了降低退貨成本，H&M等零售商正借助AI的力量，透過AI協助商品敘述和推薦精準化，引導某些廣告遠離最有可能退貨的消費者，並瞄準那些他們認為會堅持購買的消費者投放廣告。**



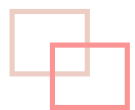
【2023/12/21, 數位時代】

根據全國零售聯合會的資料，**2022年退貨的處理成本約佔總銷售額的16.5%**，一間物流軟體公司Narvar表示，於6至7月份接受調查的美國消費者中，有17%在過去半年內至少退回了6件商品，相較前一年的7.1%成長許多。專家表示，購買越多的消費者也傾向考慮退更多的貨，因此這是令零售商困擾的難題。有些公司選擇使用AI工具協助退貨管理。快時尚品牌H&M的AI團隊自2018年起就開始使用，為消費者提供更精準的衣服尺寸或款式。近來也有更多零售業開始使用這項技術，例如荷蘭線上服裝店Omoda跟Google與行銷公司DEPT合作，開發一個機器學習系統，**將某些產品的退貨率和Omoda內部資料結合，預測客戶退回已購買商品的機率，除了計算每個訂單最終產生的總利潤或損失，也能追蹤哪些客戶會選擇退貨。接下來還會進一步結合Google廣告的演算法，更準確地投放搜尋廣告**，自Omoda自5月份起使用該模型以來，整體銷售的退貨率下降5%，利潤也成長了16%，可見導入AI具有相當不錯的效果。









# 寒氣襲人！品牌熱情仍勢不可擋

近一周全台受低溫影響，除了火鍋之外，許多網友點名想吃薑母鴨、羊肉爐等等；服飾業者以天冷穿搭/保暖衣物推廣；家電業者在除濕機、電暖器等相關保暖電器也備受關注；也因氣溫變化大，許多民眾罹患感冒，使醫療保健業者加強推廣。本週跟著宏將週報一起來看看，有哪些品牌跟上這一波寒流趨勢推廣！



## 全聯推小時達服務

小編以冬至湯圓越搓越圓滑來譬喻職場生活，老闆要的湯圓立刻買帶出小時達特色，網友回響熱烈。



## 郭泓志 X 全家即興開鍋

與肉多多、撈王、青花驕、王品等知名業者合作，推出400款特色鍋物商品，並由愛吃鍋的小小郭代言。



## Panasonic 推瞬熱式便座

以天氣就像客戶、情人一樣忽冷忽熱，突顯出便座的好(溫暖)，同時舉辦粉專抽獎，網友參與踴躍。



## 桃園羅浮溫泉免費泡湯

封園改建8個月的溫泉區重新開幕，推今年免費泡湯活動，吸引遊客大排長龍，藉此曝光宣傳。



Part 03

# 國際視野

Media Trend





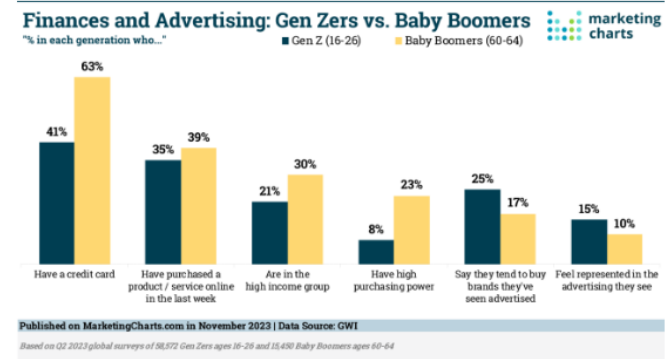
# 年長者購物新體驗！網購需求升溫

多年來，行銷人員一直關注千禧世代，但現在他們將目光轉向 Z 世代。嬰兒潮世代一直擁有大部分財富和可支配消費能力，事實上，GWI 的**最新報告提醒我們，“年長消費族群有更多的消費力”**，而且實際上比 Z 世代更傾向在網上購物。據調查有近四分之一（23%）的嬰兒潮世代擁有高購買力，這一比例幾乎是年輕一代的三倍（8%）。

30% 的嬰兒潮世代表示自己屬於高收入族群，而 Z 世代的比例為 21%。63% 嬰兒潮世代擁有信用卡（Z 世代為 41%），並在網路上購物。**約 39% 的受訪者表示，他們在上週曾在線上購買過產品或服務，領先於 Z 世代**，其中 35% 的人也持有相同看法。儘管嬰兒潮世代提供了豐富的市場機會，但行銷人員在透過廣告吸引和迷住他們方面可能表現不佳。事實上，只有約六分之一（17%）的人表示，他們更傾向於購買在廣告中看到的品牌，而 Z 世代的比例為四分之一（25%）。部分**問題可能在於，只有十分之一的嬰兒潮世代認為他們看到的廣告具有代表性**，而 Z 世代的比例為 15%。

他們的評估並沒有錯：在全球範圍內，**電視和影片廣告中約有四分之三的演員年齡在 20 至 39 歲之間，而 60 歲及以上成年人的比例僅約 2%**。美國的年長者覺得自己在產品創新上落後了。約有 1 億 55 歲及以上的美國人（佔總人口的 30%）未受到令人滿意的行銷。

有點令人驚訝的是，以年輕人為中心的社群媒體應用程式可能為品牌提供接觸老年人的機會。在 1958 年至 1963 年出生且居住在中國境外的嬰兒潮世代中，TikTok 是過去幾年增長最快的應用程式，從 2021 年第二季度到 2023 年第二季度，使用量增長了 57%。截至今年第二季度，儘管**Facebook 仍然是全球嬰兒潮世代最常用的應用程式，但 TikTok 已升至第四位**，僅次於 Instagram 和 X（以前稱為 Twitter）。

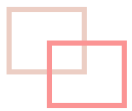


Part 04

# 消費者洞察

Insight

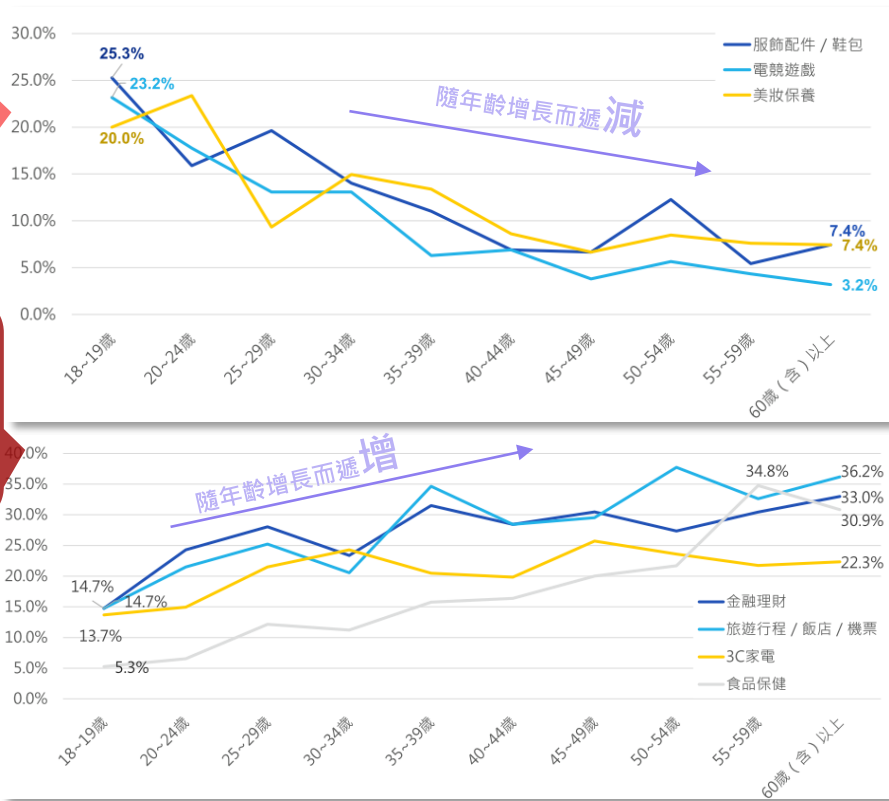




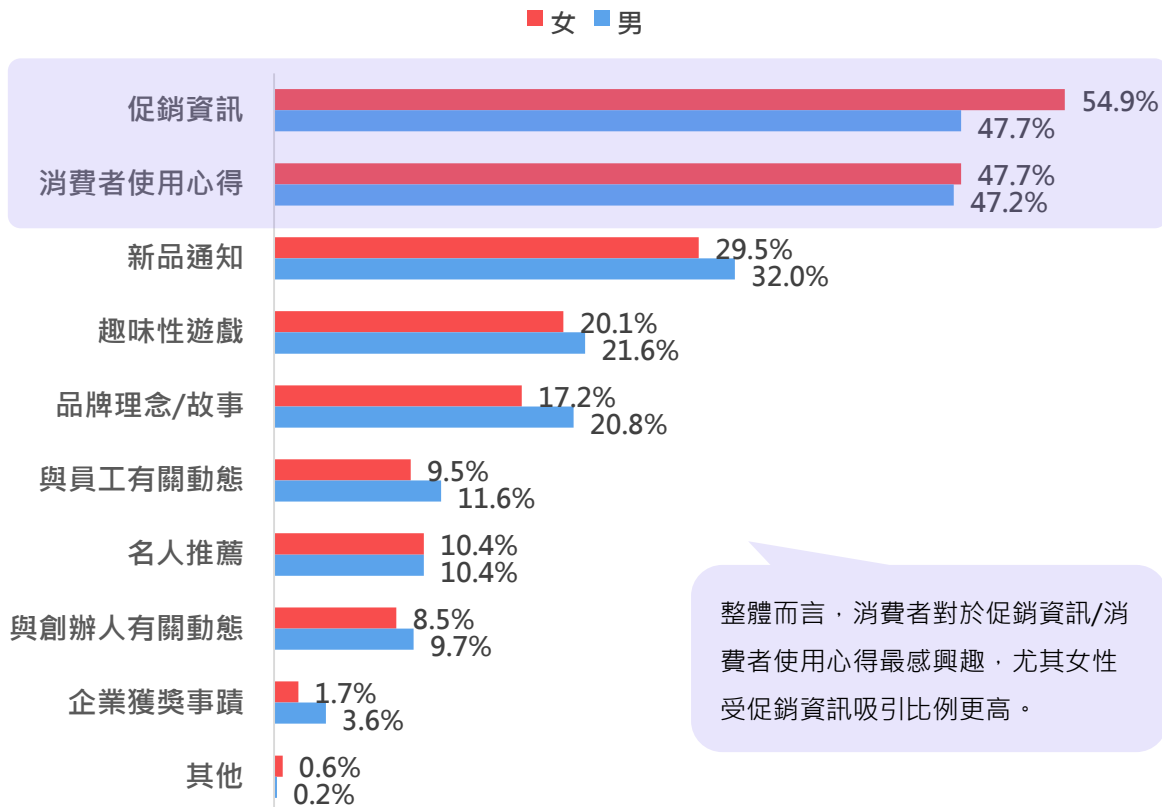
# 台灣社群與通訊使用行為調查

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 發表台灣社群與通訊使用行為調查：年輕族群對「服飾配件」、「電競遊戲」、「美妝保養」較感興趣，隨年齡增長而遞減，而「金融理財」、「旅遊」、「3C家電」、「保健食品」則隨年齡增長，消費者關注度持續拉升；在社群廣告操作上，消費者對於「促銷」、「使用心得」較感興趣，尤其以女性對於促銷活動更為有感。

## 社群行為 - 主動點擊之資訊類型



## 社群行為 - 感興趣的廣告資訊



整體而言，消費者對於促銷資訊/消費者使用心得最感興趣，尤其女性受促銷資訊吸引比例更高。

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   | 綜藝大集合台塑石油95     | FTV   | 娛樂綜藝    | 3.53 |
| 2   | 愛的榮耀台塑潤滑油AUTO   | FTV   | 閩南語連續劇  | 2.47 |
| 3   | 第十六任總統副總統選舉第    | FTV   | 新聞性質節目  | 1.89 |
| 4   | 飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠    | CTV   | 競賽綜藝    | 1.45 |
| 5   | 阿叔PP石墨烯塑崩褲      | CTS   | 閩南語連續劇  | 1.44 |
| 6   | 大陸尋奇晶珂生物面膜      | CTV   | 美食、旅遊節目 | 1.44 |
| 7   | 阿叔PP石墨烯蠶絲超導被    | CTS   | 閩南語連續劇  | 1.36 |
| 8   | 台灣平安人民侯康凱道造勢    | CTV   | 新聞性質節目  | 1.34 |
| 9   | 嗨營業中3大誠保險經紀人    | TTV   | 資訊綜藝    | 1.25 |
| 10  | 晶珂生物面膜綜藝玩很大     | CTV   | 娛樂綜藝    | 1.24 |
| 11  | 豬哥亮經典秀娘家消費高手    | FTV   | 娛樂綜藝    | 1.24 |
| 12  | 航海王28           | TTV   | 卡通影片    | 1.21 |
| 13  | 開創者中保好生活2100    | CTV   | 國語連續劇   | 1.11 |
| 14  | 名偵探柯南           | CTS   | 卡通影片    | 1.10 |
| 15  | 天才衝衝衝愛妮雅化妝品     | CTS   | 競賽綜藝    | 0.95 |
| 16  | 2100阿叔PP石墨烯塑崩褲  | CTS   | 閩南語連續劇  | 0.89 |
| 17  | 全民星攻略京都念慈菴      | CTV   | 競賽綜藝    | 0.87 |
| 18  | 2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導 | CTS   | 閩南語連續劇  | 0.85 |
| 19  | 1800航海王28       | TTV   | 卡通影片    | 0.80 |
| 20  | 追分成功愛雅辣呦        | TTV   | 閩南語連續劇  | 0.79 |

## 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   | 2.46 |
| 2   | 超級夜總會晶珂生物面膜      | SANLI | 娛樂綜藝   | 2.13 |
| 3   | 天道快電商            | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.00 |
| 4   | 鄭知道了新北開講         | SETN  | 新聞性質節目 | 1.36 |
| 5   | 驚爆新聞線2200        | SETN  | 新聞性質節目 | 1.29 |
| 6   | 驚爆新聞線2100        | SETN  | 新聞性質節目 | 1.29 |
| 7   | 台灣最前線            | FTVN  | 新聞性質節目 | 1.28 |
| 8   | 驚爆新聞線            | SETN  | 新聞性質節目 | 1.23 |
| 9   | 大選陪審團1500        | SETN  | 新聞性質節目 | 1.20 |
| 10  | 新台灣加油            | SETN  | 新聞性質節目 | 1.18 |
| 11  | TVBS戰情室          | TVBS  | 新聞性質節目 | 1.11 |
| 12  | 戲說台灣假日完整版        | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.07 |
| 13  | 鄭知道了             | SETN  | 新聞性質節目 | 1.04 |
| 14  | TVBS戰情室T台開講      | TVBS  | 新聞性質節目 | 1.03 |
| 15  | 2024總統立委你選誰2000特 | SETN  | 新聞性質節目 | 1.02 |
| 16  | 大選陪審團            | SETN  | 新聞性質節目 | 1.00 |
| 17  | 鄭知道了藍白房事迴力鏢      | SETN  | 新聞性質節目 | 0.95 |
| 18  | 戲說台灣             | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.93 |
| 19  | 導讀台灣             | SETN  | 新聞性質節目 | 0.88 |
| 20  | 阿叔達摩本草92高濃度魚油    | STV   | 閩南語連續劇 | 0.84 |

# 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   | 綜藝大集合台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝   | 1.39 |
| 2   | 開創者中保好生活2100  | CTV   | 國語連續劇  | 1.31 |
| 3   | 阿叔PP石墨烯蠶絲超導被  | CTS   | 閩南語連續劇 | 1.22 |
| 4   | 名偵探柯南         | CTS   | 卡通影片   | 1.09 |
| 5   | 阿叔PP石墨烯塑崩褲    | CTS   | 閩南語連續劇 | 1.03 |
| 6   | 航海王28         | TTV   | 卡通影片   | 0.98 |
| 7   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大   | CTV   | 娛樂綜藝   | 0.96 |
| 8   | 1800航海王28     | TTV   | 卡通影片   | 0.84 |
| 9   | 第十六任總統副總統選舉第  | FTV   | 新聞性質節目 | 0.74 |
| 10  | 愛的榮耀台塑潤滑油AUTO | FTV   | 閩南語連續劇 | 0.73 |

## 25-34歲

| No. | Program Name  | Chan. | Type    | TVR  |
|-----|---------------|-------|---------|------|
| 1   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠  | CTV   | 競賽綜藝    | 1.76 |
| 2   | 嗨營業中3大誠保險經紀人  | TTV   | 資訊綜藝    | 1.54 |
| 3   | 航海王28         | TTV   | 卡通影片    | 1.34 |
| 4   | 愛的榮耀台塑潤滑油AUTO | FTV   | 閩南語連續劇  | 1.27 |
| 5   | 阿叔PP石墨烯塑崩褲    | CTS   | 閩南語連續劇  | 1.16 |
| 6   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大   | CTV   | 娛樂綜藝    | 1.14 |
| 7   | 綜藝大集合台塑石油95   | FTV   | 娛樂綜藝    | 1.06 |
| 8   | 1800航海王28     | TTV   | 卡通影片    | 0.84 |
| 9   | 第十六任總統副總統選舉第  | FTV   | 新聞性質節目  | 0.84 |
| 10  | 大陸尋奇晶珂生物面膜    | CTV   | 美食、旅遊節目 | 0.83 |

## 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   | 2.77 |
| 2   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大   | CTV   | 娛樂綜藝   | 1.78 |
| 3   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠  | CTV   | 競賽綜藝   | 1.66 |
| 4   | 阿叔PP石墨烯蠶絲超導被  | CTS   | 閩南語連續劇 | 1.61 |
| 5   | 天才衝衝衝愛妮雅化妝品   | CTS   | 競賽綜藝   | 1.50 |
| 6   | 阿叔PP石墨烯塑崩褲    | CTS   | 閩南語連續劇 | 1.48 |
| 7   | 愛的榮耀台塑潤滑油AUTO | FTV   | 閩南語連續劇 | 1.26 |
| 8   | 嗨營業中3大誠保險經紀人  | TTV   | 資訊綜藝   | 1.22 |
| 9   | 航海王28         | TTV   | 卡通影片   | 1.12 |
| 10  | 第十六任總統副總統選舉第  | FTV   | 新聞性質節目 | 1.10 |

## 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    | 5.76 |
| 2   | 愛的榮耀台塑潤滑油AUTO | FTV   | 閩南語連續劇  | 4.38 |
| 3   | 第十六任總統副總統選舉第  | FTV   | 新聞性質節目  | 3.20 |
| 4   | 大陸尋奇晶珂生物面膜    | CTV   | 美食、旅遊節目 | 2.51 |
| 5   | 台灣平安人民侯康凱道造勢  | CTV   | 新聞性質節目  | 2.36 |
| 6   | 豬哥亮經典秀娘家消費高手  | FTV   | 娛樂綜藝    | 2.29 |
| 7   | 阿叔PP石墨烯塑崩褲    | CTS   | 閩南語連續劇  | 1.81 |
| 8   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠  | CTV   | 競賽綜藝    | 1.65 |
| 9   | 阿叔PP石墨烯蠶絲超導被  | CTS   | 閩南語連續劇  | 1.63 |
| 10  | 開創者中保好生活2100  | CTV   | 國語連續劇   | 1.51 |



# 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   | 愛妮雅超級紅人榜             | SANLI | 競賽綜藝   | 1.02 |
| 2   | 1800嗨營業中ONE BOY HOME | SL2   | 資訊綜藝   | 0.84 |
| 3   | 天道快電商                | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.81 |
| 4   | 驚爆新聞線                | SETN  | 新聞性質節目 | 0.81 |
| 5   | 台灣啟示錄                | ET-N  | 新聞性質節目 | 0.57 |
| 6   | 神偷奶爸3                | YOYO  | 外片     | 0.56 |
| 7   | 天外封鎖線                | HLYWD | 外片     | 0.52 |
| 8   | 熬不住                  | *SMG  | 外片     | 0.48 |
| 9   | 在台灣的故事               | SANLI | 知識資訊節目 | 0.47 |
| 10  | 鄭知道了藍白房事迴力鏢          | SETN  | 新聞性質節目 | 0.46 |

## 25-34歲

| No. | Program Name  | Chan. | Type    | TVR  |
|-----|---------------|-------|---------|------|
| 1   | 天道快電商         | SANLI | 閩南語連續劇  | 2.02 |
| 2   | 綜藝玩很大晶珂生物面膜   | SL2   | 娛樂綜藝    | 1.11 |
| 3   | 台灣啟示錄         | ET-N  | 新聞性質節目  | 1.05 |
| 4   | 戲說台灣          | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.01 |
| 5   | 愛妮雅超級紅人榜      | SANLI | 競賽綜藝    | 0.98 |
| 6   | 天才衝衝衝PP石墨烯智能衣 | ETTV  | 競賽綜藝    | 0.80 |
| 7   | 超級夜總會晶珂生物面膜   | SANLI | 娛樂綜藝    | 0.77 |
| 8   | 1900親家        | SANLI | 閩南語連續劇  | 0.68 |
| 9   | 型男大主廚玖妍堂關鍵姬妍  | SL2   | 美食、旅遊節目 | 0.58 |
| 10  | 直23 24NBA巫VS勇 | VLSPT | 籃球      | 0.49 |

## 35-49歲

| No. | Program Name  | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|---------------|-------|--------|------|
| 1   | 天道快電商         | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.40 |
| 2   | 超級夜總會晶珂生物面膜   | SANLI | 娛樂綜藝   | 1.08 |
| 3   | 天才衝衝衝PP石墨烯智能衣 | ETTV  | 競賽綜藝   | 0.99 |
| 4   | 愛妮雅超級紅人榜      | SANLI | 競賽綜藝   | 0.92 |
| 5   | 綜藝玩很大晶珂生物面膜   | SL2   | 娛樂綜藝   | 0.77 |
| 6   | 2023大事記全球國際   | TVBSN | 新聞性質節目 | 0.75 |
| 7   | 我家律師難相處       | VLJP  | 日劇     | 0.68 |
| 8   | 台灣啟示錄         | ET-N  | 新聞性質節目 | 0.66 |
| 9   | 鄭知道了          | SETN  | 新聞性質節目 | 0.64 |
| 10  | TVBS戰情室       | TVBS  | 新聞性質節目 | 0.64 |

## 50歲以上

| No. | Program Name | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|--------------|-------|--------|------|
| 1   | 愛妮雅超級紅人榜     | SANLI | 競賽綜藝   | 4.47 |
| 2   | 超級夜總會晶珂生物面膜  | SANLI | 娛樂綜藝   | 3.93 |
| 3   | 天道快電商        | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.92 |
| 4   | 驚爆新聞線2200    | SETN  | 新聞性質節目 | 2.57 |
| 5   | 台灣最前線        | FTVN  | 新聞性質節目 | 2.48 |
| 6   | 驚爆新聞線2100    | SETN  | 新聞性質節目 | 2.48 |
| 7   | 驚爆新聞線        | SETN  | 新聞性質節目 | 2.35 |
| 8   | 大選陪審團1500    | SETN  | 新聞性質節目 | 2.34 |
| 9   | TVBS戰情室      | TVBS  | 新聞性質節目 | 2.10 |
| 10  | TVBS戰情室T台開講  | TVBS  | 新聞性質節目 | 2.01 |

# 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        | 0.88 | 0.34   | 0.50   | 0.49   | 1.50  |
| TTV/台視        | 0.50 | 0.16   | 0.29   | 0.34   | 0.82  |
| FTV/民視        | 0.30 | 0.08   | 0.07   | 0.10   | 0.60  |
| CTS/華視        | 0.20 | 0.08   | 0.09   | 0.15   | 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 | 0.55 | 0.19   | 0.19   | 0.44   | 0.89  |
| ET-N/東森新聞     | 0.52 | 0.26   | 0.19   | 0.41   | 0.84  |
| SETN/三立新聞     | 0.51 | 0.13   | 0.15   | 0.29   | 0.95  |
| FTVN/民視新聞     | 0.41 | 0.07   | 0.12   | 0.20   | 0.79  |
| ERA-N/年代新聞台   | 0.26 | 0.07   | 0.05   | 0.12   | 0.51  |
| UBN/非凡新聞      | 0.15 | 0.03   | 0.04   | 0.09   | 0.29  |
| EFNC/東森財經新聞台  | 0.15 | 0.04   | 0.04   | 0.11   | 0.27  |
| NTVN/壹新聞      | 0.15 | 0.06   | 0.07   | 0.12   | 0.25  |
| CTS-N/華視新聞資訊台 | 0.13 | 0.03   | 0.06   | 0.10   | 0.22  |
| SET-F/三立財經台   | 0.06 | 0.01   | 0.02   | 0.04   | 0.12  |
| MNEWS/鏡新聞     | 0.01 | 0.01   | 0.00   | 0.01   | 0.02  |

# 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   | 2.47 |
| 2   | 天道快電商           | SANLI | 2.00 |
| 3   | 阿叔PP石墨烯塑崩褲      | CTS   | 1.44 |
| 4   | 阿叔PP石墨烯蠶絲超導被    | CTS   | 1.36 |
| 5   | 開創者中保好生活2100    | CTV   | 1.11 |
| 6   | 戲說台灣假日完整版       | SANLI | 1.07 |
| 7   | 戲說台灣            | SANLI | 0.93 |
| 8   | 2100阿叔PP石墨烯塑崩褲  | CTS   | 0.89 |
| 9   | 2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導 | CTS   | 0.85 |
| 10  | 阿叔達摩本草92高濃度魚油   | STV   | 0.84 |

## 綜藝類/全體

| No. | Program Name  | Chan. | TVR  |
|-----|---------------|-------|------|
| 1   | 綜藝大集合台塑石油95   | FTV   | 3.53 |
| 2   | 愛妮雅超級紅人榜      | SANLI | 2.46 |
| 3   | 超級夜總會晶珂生物面膜   | SANLI | 2.13 |
| 4   | 飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠  | CTV   | 1.45 |
| 5   | 嗨營業中3大誠保險經紀人  | TTV   | 1.25 |
| 6   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大   | CTV   | 1.24 |
| 7   | 豬哥亮經典秀娘家消費高手  | FTV   | 1.24 |
| 8   | 天才衝衝衝愛妮雅化妝品   | CTS   | 0.95 |
| 9   | 全民星攻略京都念慈菴    | CTV   | 0.87 |
| 10  | 天才衝衝衝PP石墨烯智能衣 | ETTV  | 0.79 |

## 新聞類/全體

| No. | Program Name | Chan. | TVR  |
|-----|--------------|-------|------|
| 1   | 第十六任總統副總統選舉第 | FTV   | 1.89 |
| 2   | 鄭知道了新北開講     | SETN  | 1.36 |
| 3   | 台灣平安人民侯康凱道造勢 | CTV   | 1.34 |
| 4   | 驚爆新聞線2200    | SETN  | 1.29 |
| 5   | 驚爆新聞線2100    | SETN  | 1.29 |
| 6   | 台灣最前線        | FTVN  | 1.28 |
| 7   | 驚爆新聞線        | SETN  | 1.23 |
| 8   | 大選陪審團1500    | SETN  | 1.20 |
| 9   | 新台灣加油        | SETN  | 1.18 |
| 10  | TVBS戰情室      | TVBS  | 1.11 |

## 其他類/全體

| No. | Program Name  | Chan. | TVR  |
|-----|---------------|-------|------|
| 1   | 大陸尋奇晶珂生物面膜    | CTV   | 1.44 |
| 2   | 花甲少年趣旅行蘭都     | ETTV  | 0.69 |
| 3   | 型男大主廚玖妍堂關鍵姬妍  | SL2   | 0.58 |
| 4   | 花甲少年趣旅行福爾耳溫槍  | CTS   | 0.56 |
| 5   | 詹姆士出走料理樂特甘草喉  | GTV-1 | 0.53 |
| 6   | 只有這裡看得到跟拍在地隱  | VLJP  | 0.50 |
| 7   | 大胃女王吃遍巨大美食    | VLJP  | 0.49 |
| 8   | 老闆真有趣人氣爆棚店    | VLJP  | 0.48 |
| 9   | 直23 24NBA巫VS勇 | VLSPT | 0.47 |
| 10  | 非凡大探索         | UBN   | 0.41 |

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

