

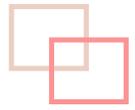
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2401

12.25 ~ 12.31





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際案例

收視調查

網路觀察

- 跨年收視冠軍出爐 謝金燕開唱稱霸全台
- 媳婦過年免下廚，神隊友「年菜」買氣高
- 越南電動自行車代理商將插座變成充電站
- 2023/12/25-2023/12/31
- November 2023



媒體放大鏡

Media News



跨年收視冠軍出爐 謝金燕開唱稱霸全台

浩角翔起、莎莎主持民視《2024高雄跨年晚會》，演唱卡司總共19組居全台之冠，**晚會播出創下超高收視22:40至24:09收視來到1.37，晚會平均收視1.33，總收看人數為1,044,000人，網路總收看人數更是突破200萬人收看。**

高雄跨年收視出爐，最高收視落在「姐姐」謝金燕2.42，YouTube線上收視瞬間爆衝6萬人，謝金燕睽違6年再站上舞台上的謝金燕，帶來non-stop半小時的舞曲，連續換5套衣服展現傲人的腹肌以及逆天長腿，一開場坐在女王椅上，雙腿快速交叉若隱若現的性感，更是引起現場所有人尖叫，誠意滿滿的姐姐搬出巨型發光椅、流動更衣間、海盜船、龍船、謝金燕旗幟都是高雄限定之外，還有加碼飛機車、球鞋車、恐龍車還有恐龍禮物桶送給現場歌迷，超澎湃演出，成為全台收視之冠。

第二高收視來到2.29的滅火器帶來今年首發第六張創作專輯《家和萬事興》，更帶來觀眾耳熟能詳的《長途夜車》，讓台上台下大合唱。第三高在頭戴黃色小鴨展現親和力的陳其邁市長倒數時刻1.79以及饒舌天團玖壹壹1.74，首次在高雄跨年，帶BAND演出YouTube破億神曲，還有春風主演的電影「請問，還有那裡需要加強」主題曲《一生只督妳一人》，在新年的初始和粉絲們嗨唱，眾歌手齊心演出創下好收視好成績。



【2023/01/02,yahoo新聞】

流量超車耶誕夜！民眾跨年瘋傳訊息、影像、直播

歡慶 2024 年！跨年夜當晚許多民眾第一時間就是透過手機傳送「新年快樂」給親朋好友，根據電信業者統計，**有八成民眾均是使用 LINE、Facebook、IG 等社群軟體傳送祝福，上網流量更是耶誕夜的 3 倍之多。**



【2024/01/01,自由時報】

【2024/01/01,三立新聞網】

中華電信動員近千位工程人員和30部以上行動車，行動上網總用戶數創新高，其中5G用戶約320萬戶，**8成以上用戶透過中華電信行動網路使用FB、LINE、IG等通訊軟體或直播方式，即時盡情分享影音與照片和親友傳遞祝福，喜迎2024新年到來。**而遠傳電信指出，跨年尖峰時段全台13個跨年熱區，整體網路數據使用量較平常成長2.5倍；其中傳送照片與影片訊息、進行直播等上傳數據量更較平常成長8倍。以台灣民眾廣泛使用的即時通訊軟體LINE來看，在跨年時段的下載、上傳數據量則分別是平常的1.7倍、3倍。**台灣大哥大透露，在午夜前後十分鐘是跨年的「黃金祝福時段」，5G 網路流量比平日飆漲 3 倍。**

此外，**統計全台熱門跨年區域前三名，台北最HIGH新年城-2024跨年晚會成長3.5倍、台中麗寶樂園跨年演唱會成長2.8倍、高雄夢時代跨年晚會成長1.7倍。**跨年夜遠當天，遠傳全台擴充超過800站以上各式基站設備、跨年夜當天出動超過30台行動通訊車；全台網路工程團隊自2023年12月30日起即動員超過百位工程人員、網管與傳輸工程師全程待命，進行網路流量觀察、即時排除障礙狀況。

跨年夜淚別！衛視頻道發文「感謝收看」

衛視電影台自1994年開播，如今已29個年頭，因應迪士尼集團基於經營策略與全球布局考量，做出了「撤台決定」。今天也是頻道提供服務的最後一天，**官方在臉書粉專「Star Movies Gold & 衛視電影台」貼出終止服務的公告**，「本頻道將於2024年1月1日起結束營運，自開播以來受到各位的支持與愛護，在此由衷感謝大家的肯定」，同時也稱粉絲團及客服亦將同步停止營運，等同留言、私訊都無法回覆，最後稱「感謝您的收看」。

不少網友紛紛不捨表示「好可惜，很多好看的電影」、「謝謝衛視電影台跟Star Movies」、「再見了我的童年回憶」、「謝謝帶給小的時候的我，許多的快樂與國際觀，讓我喜歡看電影，90年代的回憶，有你們支持著呢！」、「謝謝你們多年來的服務，真的陪伴了我們無數的時光」、「珍重再見」、「我的童年的陪伴...衷心感謝您」、「可惜了，我的回憶啊」。

NCC表示，今年6月13日接獲香港商迪士尼傳媒有限公司台灣分公司及美商國家地理頻道有限公司台灣分公司告知，依衛星廣播電視法規定，書面報請備查「終止營運」。CATCHPLAY電影台也宣布將自元旦起，承接衛視電影台並於有線電視61台為觀眾服務。除強檔歐美電影，也將增加國片獨家首播、開關旗艦台劇時段；另外StarMovies也將由「ROCKAction搖滾電影頻道」接棒，將播放多部好萊塢大片。



【2023/12/31,TVBS新聞網】

ChatGPT變得「個性化」！記住使用者的喜好

依照開發人員透促消息，ChatGPT 接下來將會增加諸多應用功能，藉此讓此人工智慧 應用服務變得更有個性化。在此之前，OpenAI 已經宣布將推出對應無編碼形式GPT服務的軟體市集，藉此讓ChatGPT服務能有更多應用變化，變且讓此服務能成為更聰明的工作助理。

而在後續由開發者在ChatGPT中發現更多應用功能，其中**包含能讓ChatGPT透過不同對話內容持續學習，藉此回答更準確、具關聯性的解答，同時也能讓前後對話內容更有連貫性，另外也能讓ChatGPT記住使用者詳細資訊或偏好互動設置，但也能透過設定讓ChatGPT忘記所有關於使用者相關互動「記憶」。**

至於這些功能似乎都會歸屬於代號為「Sunshine」的發展計畫中，其中更會增加臨時對話選項，讓使用者所進行單次對話內容不會被紀錄，而對話過程所使用、產生數據內容也不會用於後續訓練，顯然是針對公司團隊使用單一基於ChatGPT技術的人工智慧服務時，避免內部機密資料在不同使用互動過程中外洩。不過，市場更期待OpenAI正式推出去年11月針對GPT服務提供的軟體市集服務，將能讓更多開發者、企業運用ChatGPT技術打造各類不同應用範疇的GPT服務，同時也將允許使用者透過軟體市集形式選擇使用更符合需求的GPT服務，藉此吸引更多



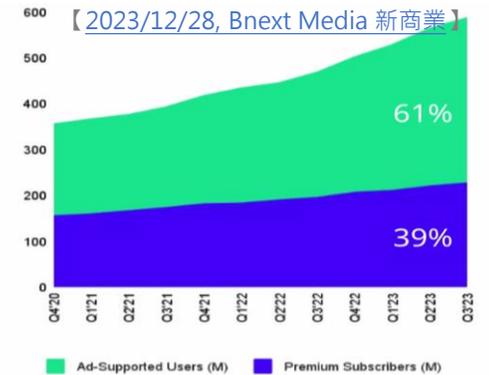
【2023/01/03,聯合報新聞網】

Spotify用這2項策略，讓6成Freemium用戶成功變現

Spotify最新一季的財報顯示，87%的營收來自訂閱Spotify Premium的付費用戶，而這些付費客戶卻僅僅佔39%的總使用人數。許多人可能直覺地將焦點放在這貢獻近乎九成營收的付費用戶上，但鮮少人深入思考剩下的61%免費用戶該如何實現商業價值，本文將藉由討論Spotify的商業模式，理解其在免費用戶端的經營方向與策略。

Freemium一詞由「Free」（免費）和「Premium」（高級）組成，**以提供基本免費功能吸引用戶，並建立品牌忠誠度，同時付費版本則提供更高級或完整的功能，以鼓勵用戶升級。**儘管Freemium商業模式吸引用戶並提高市場佔有率，但也面臨著一些挑戰：成本增加、低轉換率、價值無法反應。Spotify克服這些挑戰的關鍵在於找到平衡，尋找可持續的商業模式：

- 1. 平衡免費與付費的成本：**Spotify將免費用戶的成本轉嫁給「廣告收入」，這樣的設計讓即使大量的免費用戶在使用，仍可以透過廣告收入平衡收支。圖一為免費用戶與付費用戶的比例，39%的客戶貢獻了87%的營收，剩下61%的免費客戶透過廣告的方式加以變現。
- 2. 有效地轉換免費用戶成為付費用戶，並讓免費用戶充分理解Spotify的價值：**Spotify結合Freemium和Free Trial的設計，使得用戶無痛升級成付費客戶，同時讓免費用戶充分理解產品價值，提高未來升級成付費會員的機率。



844萬台灣聽眾都聽什麼？



【2023/12/28, T客邦】

MixerBox 旗下創作者平台 MixerBox Creators 今年再度評選出平台上最受歡迎的台灣熱門頻道，頒發「2023 MixerBox Popular Podcast Award」，並首度公布其中「前20大 MixerBox Popular Podcast 名單」！20大熱門頻道迄今已在 MixerBox 平台上累計獲得 362 萬名不重複收聽人次，而總計所有獲得 Popular Podcast Award 的台灣熱門頻道則累計獲得 844 萬名不重複收聽人次。

MixerBox Popular Podcast 熱門三大類頻道類型：「學習與工作類」（22.9%）、「親子類」（12.5%）與「商業財經類」（11.5%）

「學習與工作類」Podcast 是第一大類，佔比超過2成，例如前20大頻道中語言學習主題的《聽賓狗學英文》、《通勤學英語》，以及職場工作主題的《電扶梯走左邊》、《那些學校沒教的事》。**第二與第三大類熱門播客分別是「親子類」與「商業財經類」**，前20大頻道的《GK爸爸原創故事繪本》、《聽故事學英文》等都深受用戶歡迎、收聽率居高不下的親子節目。而「商業財經類」也有《Gooaye 股癮》與等。

MixerBox 全能播放器累計 Podcast 節目全球累計下載次數已突破 5 億次，是台灣聽眾最常使用的 Podcast 平台之一。MixerBox 全能播放器歷年來曾多次拿下台灣 App Store 與 Google Play 音樂類排行榜冠軍，2023 年也再度成為台灣 iPhone 全年度前 20 大熱門免費 App 之一，站上擁有超過 1 億首免費歌曲與 Podcast 節目。

日本藥妝品牌獨特行銷策略，如何引起消費者共鳴？

資深的《蠟筆小新》粉近期大概已經發現，小新的媽媽「美冴」開設了全新的 Instagram 帳號，分享她與家人的日常，短短一個多月，就吸引超過 50 萬人追蹤。事實上這是日本藥妝品牌第一三共ヘルスケア替自家凡士林商品推出的行銷手法。社群傳播管道多元，然而根據第一三共ヘルスケア的觀察，繁忙的育兒父母只能透過使用智慧型手機的閒暇時間收集育兒新知，這其中又以使用 Instagram 的比例最高，該公司想在行銷上抓住「新手爸媽」客群，就一定要從 Instagram 下手，因此把美冴打造成 Instagramer。

- **將帳號生活化，引起共鳴拉近與消費者距離：**以往各品牌在與動漫人物聯名時，通常都會直接選擇主角，然而這次第一三共ヘルスケア選擇的是與兩個孩子努力生活、奮鬥的母親，中野咲珠說，不只是希望吸引家長對兒童日常皮膚護理的關注，更期待透過這些家庭日常營造的溫馨感，引起消費者的共鳴。
- **與影片互相搭配，創造更多鐵粉：**過往消費者即使看完感人的廣告，品牌還是僅有單向輸出，很難有後續互動，先透過廣告吸引新客，再運用 Instagram 帳號建立起溝通管道，有助於增加黏著度創造更多鐵粉，並達成雙向溝通，最快速了解消費者感受。資訊破碎化時代，品牌無不努力要抓住消費者眼球，除了找實體代言人，採用形象相符的虛擬角色也有機會引起消費者與粉絲的共鳴。



全台第一家麥當勞大改裝，McCafé櫃台、遊戲區不見了？

速食連鎖品牌麥當勞即將迎來在台營運40週年，在台灣的首間分店台北民生餐廳也完成了大規模改裝。「這些都是為了未來體驗，麥當勞不只是速食餐廳，而是要營造餐廳氛圍，」餐廳發展事業群副總裁黃美玲說。因此，麥當勞全球總部每3~5年都會開創全新設計風格，讓全球140多個市場的分店裝潢有所依歸。



【2023/12/28, 數位時代】

店內自助點餐機的推廣也已見成效，目前已有5成內用、外帶訂單是透過自助點餐機下單。黃美玲指出，在新加坡的自助點餐機比率已經達到8成，因此也認為台灣有提升至7~8成的潛力。除了陸續改裝現有分店之外，未來一年台灣麥當勞也將持續展店，目標在2024年達到412間門市，突破經營台灣40年來的新高。透過更密集的展店，走入社區，希望達到深耕在地，更貼近民眾生活的品牌目標。

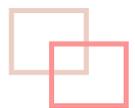
在過往，麥當勞大型店舖中的兒童遊戲區是許多人的童年回憶，但隨著時代演進，兒童的遊戲需求逐漸變少，因此在未來的改裝計畫中，也會逐漸移除兒童遊戲區。不過，黃美玲強調，「我們沒有忘本，我們知道小朋友到麥當勞需要歡樂！」，但如今，城市中的娛樂日趨多樣化，麥當勞也針對現今的親子需求做出空間調整。像是在台北民生餐廳中，雖然沒有設置兒童遊戲區，但依然保留生日餐會區，可以舉辦兒童慶生活動。黃美玲說，「而且生日餐會區平時也可以做其他用途，空間運用更多元有彈性。」同時，也積極舉辦「小麥麥體驗營」，透過一日小小店長活動經營兒童市場。



熱門話題

Hot Topics





媳婦過年免下廚，神隊友「年菜」買氣高

隨著農曆新年臨近，許多家庭已著手繁忙籌備年菜的訂購和食材的採買。近年網紅團購逐漸崛起，成為社群行銷的主流模式之一，這不僅迅速累積品牌聲量，更能透過網紅的引領，有效提升商品的實際銷售量。本週宏將週報，讓我們一同深入探討「年菜」所引發的話題，並一窺各種不容錯過的促銷活動吧！



開箱文饗宴滿足觀眾味蕾

乾杯與小菜YT美食記錄頻道開箱“鄧師傅豪華年菜”並加碼福利抽獎，反應熱烈超過4,800則留言



網紅開團影響力大爆發

呂昇達老師的粉專開團，橫跨全台19間名店共53道年菜，多元選項解決粉絲的年菜口味選擇煩惱



富邦媒瞄準年菜預購商機

momo富邦媒年菜開放預購，上千款傳統手路菜、奢華精緻套組、澎派圍爐套裝活動早鳥優惠3折起



媳婦共鳴：年菜準備煩惱

臉書「毒姑九賤婆媳討論區」有篇來自大家庭的媳婦正為即將準備年菜感到壓力，網友齊心助解

Part 03

國際案例

Case Share





越南電動自行車代理商將插座變成充電站

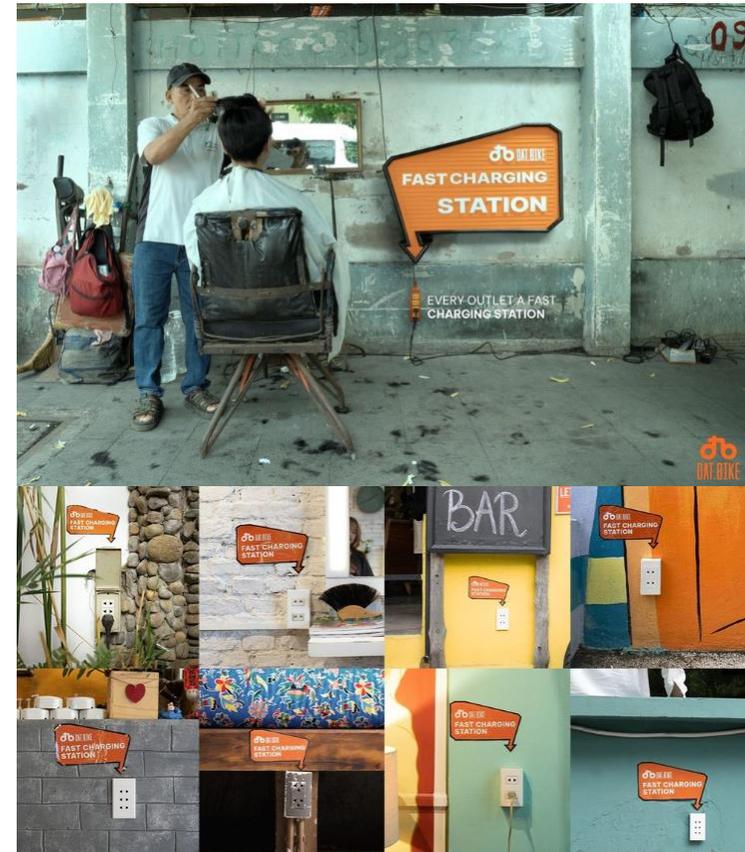
2023年9月，越南電動摩托車品牌Dat Bike創建了客製化廣告牌，以強調其電動摩托車可以使用家用電源插座進行快速充電。

總監Andrzej Bialasewicz 在一份聲明中表示：「我們沒有將時間、精力和技術投充電廣告牌展示了當地的商業場所，如購物中心、辦公室和咖啡廳等當地企業皆可以透過在胡志明市各地的電源插座上方放置大型橙色標誌來用作充電站。這些標誌指向插座，上面寫著“快速充電站”，並帶有Dat Bike的名稱和商標，以改變公眾對於電動摩托車充電站缺乏的誤解。

廣告牌上線一周後，該活動促使其他小型企業加入該計劃，強調他們的業務是為電動自行車充電的地方。民眾還可以獲得這些標誌的貼紙並在社交媒體上分享。Dat Bike 行銷入到昂貴的快速充電站上，而是致力於創造一種可以從任何家用電源插座快速充電的優質產品。”

活動洞察

該活動獲得了 1000 萬次線上展示，並獲得了價值 60 萬美元的媒體報道，這是製作成本的 24 倍。這項活動是向民眾展示擁有Dat Bike所帶來的便利性，說服他們從汽油機車轉向電動機車。在越南，摩托車是一種極為流行的交通工具，在2020年，摩托車的數量超過了乘用車，電動自行車在當地也越來越受歡迎。然而，根據該機構的說法，民眾仍然存在一種錯誤的觀念，他們還沒有準備好使用電動車，據EV充電站提供商Bolt Earth在2023年8月報告稱，越南在兩輪車輛電動化全球排名第二，僅次於中國，主要是因為認為缺乏快速充電站。充電廣告牌展示，如果他們轉向Dat Bike，他們可以在任何對他們方便的地方迅速充電自己的摩托車，從而挑戰了這些疑慮。



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	2.76
2	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	2.40
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.98
4	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	1.35
5	2024高雄跨年晚會	FTV	特別節目	1.33
6	大新竹跨年女神歌后賀新年	CTV	特別節目	1.33
7	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	1.31
8	第16任總統副總統選舉總統	TTV	新聞性質節目	1.24
9	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	美食、旅遊節目	1.20
10	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.18
11	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	娛樂綜藝	1.17
12	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.05
13	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.04
14	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.03
15	2100阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	0.89
16	大新竹跨年新星竹夢	CTV	特別節目	0.86
17	大新竹跨年好運巨星	CTV	特別節目	0.86
18	2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導	CTS	閩南語連續劇	0.82
19	追分成功愛雅辣叻	TTV	閩南語連續劇	0.79
20	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.77

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.08
2	天道快電商	SANLI	閩南語連續劇	2.00
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.67
4	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.50
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.44
6	2024總統立委你選誰2000特	SETN	新聞性質節目	1.37
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.31
8	2024 3強辯真章	SETN	新聞性質節目	1.25
9	2024臺北最HIGH新年城跨年	TVBS	特別節目	1.25
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.24
11	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	1.22
12	鄭知道了台中開講	SETN	新聞性質節目	1.19
13	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.13
14	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.08
15	鄭知道了萬里宅是幽靈新北	SETN	新聞性質節目	1.04
16	大選陪審團1500	SETN	新聞性質節目	1.03
17	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.00
18	鄭知道了秀稅單凱旋苑止血	SETN	新聞性質節目	0.97
19	前進新台灣1500	SETN	新聞性質節目	0.94
20	鄭知道了怕怕韓當立院龍頭	SETN	新聞性質節目	0.93

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	1.72
2	大新竹跨年女神歌后賀新年	CTV	特別節目	1.12
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
4	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	0.97
5	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	0.91
6	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	美食、旅遊節目	0.85
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.82
8	台中跨年夜幸福龍來台中跨	TTV	特別節目	0.80
9	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	0.77
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	1.27
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.11
3	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.07
4	2024高雄跨年晚會	FTV	特別節目	1.01
5	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	0.95
6	2100阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	0.93
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.92
8	大新竹跨年女神歌后賀新年	CTV	特別節目	0.90
9	牛車來去格力變頻冷暖空調	FTV	閩南語連續劇	0.82
10	第16任總統副總統選舉總統	TTV	新聞性質節目	0.80

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	1.69
2	黃金光輝的人生	TTV	韓劇	1.56
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.55
4	2024高雄跨年晚會	FTV	特別節目	1.47
5	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	1.41
6	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	1.41
7	台中跨年夜幸福龍來台中跨	TTV	特別節目	1.35
8	牛車來去格力變頻冷暖空調	FTV	閩南語連續劇	1.28
9	仙女姐姐來我家阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	1.03
10	大新竹跨年新星竹夢	CTV	特別節目	0.99

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀台塑潤滑油AUTO	FTV	閩南語連續劇	4.66
2	仙女姐姐來我家阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	4.26
3	2024麗寶跨年演唱會	CTS	特別節目	3.80
4	1900綜藝新時代鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	2.16
5	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.94
6	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	1.92
7	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	閩南語連續劇	1.82
8	2024高雄跨年晚會	FTV	特別節目	1.71
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.68
10	黃金光輝的人生	TTV	韓劇	1.53

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	生活好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.96
2	天道快電商	SANLI	閩南語連續劇	0.95
3	2100鬼滅之刃遊郭篇	ET-M	卡通影片	0.86
4	2024臺北最HIGH新年城跨年	TVBS	特別節目	0.83
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.78
6	2024幸福龍來台中跨年夜	SL2	特別節目	0.75
7	MUSIC STATION年度超豪華	VLJP	歌唱音樂	0.75
8	2130尋找台灣感動力	UBN	知識資訊節目	0.72
9	費馬的料理	VLJP	日劇	0.65
10	2024台南好YOUNG跨年晚會	TVBSG	特別節目	0.61

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道快電商	SANLI	閩南語連續劇	1.88
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.15
3	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	1.05
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.98
5	2024臺北最HIGH新年城跨年	TVBS	特別節目	0.88
6	1800天才衝衝衝PP石墨烯智	ETTV	競賽綜藝	0.84
7	阿叔達摩本草92高濃度魚油	STV	閩南語連續劇	0.70
8	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.69
9	生活好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.65
10	費馬的料理	VLJP	日劇	0.62

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.43
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.34
3	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	美食、旅遊節目	1.07
4	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.01
5	華視新聞雜誌	CTS-N	新聞性質節目	0.95
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.90
7	全國第一勇	FTVN	新聞性質節目	0.88
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.75
9	請問今晚住誰家	ETTV	資訊綜藝	0.73
10	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.71

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	生命捕手	VLD	國語連續劇	3.88
2	華視新聞雜誌	CTS-N	新聞性質節目	3.20
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.95
4	2024總統立委你選誰2000特	SETN	新聞性質節目	2.74
5	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.63
6	2230名偵探柯南天空的劫難	MOMOK	外片	2.46
7	1400重案組	EFNC	新聞性質節目	2.30
8	2100哈囉你有事嗎	STV	資訊綜藝	2.28
9	2024 3強辯真章	SETN	新聞性質節目	2.26
10	1800天才衝衝衝PP石墨烯智	ETTV	競賽綜藝	2.21

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	0.31	0.46	0.53	1.46
TTV/台視	0.40	0.16	0.19	0.25	0.69
FTV/民視	0.29	0.08	0.05	0.09	0.59
CTS/華視	0.22	0.12	0.10	0.17	0.34
有線新聞台					
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	0.54	0.23	0.18	0.48	0.86
SETN/三立新聞	0.52	0.11	0.13	0.33	0.94
ET-N/東森新聞	0.50	0.20	0.20	0.39	0.82
FTVN/民視新聞	0.41	0.09	0.12	0.19	0.78
ERA-N/年代新聞台	0.28	0.06	0.08	0.13	0.54
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.07	0.05	0.10	0.25
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.04	0.09	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.04	0.04	0.12	0.23
NTVN/壹新聞	0.14	0.06	0.05	0.12	0.22
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.05	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	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	2.40
2	天道快電商	SANLI	2.00
3	阿叔PP石墨烯塑崩褲	CTS	1.35
4	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	1.31
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.13
6	戲說台灣	SANLI	1.00
7	阿叔達摩本草92高濃度魚油	STV	0.91
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	0.82
10	追分成功愛雅辣叻	TTV	0.79

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	2.76
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.08
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	1.98
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	1.67
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.18
6	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	1.17
7	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	1.04
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	1.03
9	國民大會	TVBS	0.80
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.77

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	1.50
2	驚爆新聞線2200	SETN	1.44
3	2024總統立委你選誰2000特	SETN	1.37
4	台灣最前線	FTVN	1.31
5	2024 3強辯真章	SETN	1.25
6	新台灣加油	SETN	1.24
7	第16任總統副總統選舉總統	TTV	1.24
8	鄭知道了	SETN	1.22
9	鄭知道了台中開講	SETN	1.19
10	TVBS戰情室	TVBS	1.08

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇晶珂生物面膜	CTV	1.20
2	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	0.65
3	型男大主廚玖妍堂關鍵姬妍	SL2	0.61
4	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.57
5	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.48
6	詹姆士出走料理樂特甘草喉	GTV-1	0.45
7	風味人間4穀物星球	VLMAX	0.35
8	食尚玩家魚肉鄉民	TVBSG	0.35
9	食尚玩家2天1夜go	TVBSG	0.33
10	直23 24NBA湖VS灰	VLSPT	0.32

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	1,868	99.3	319	141	147	18,351	7.7	9.8
2 Google Sites	1,724	91.7	613	283	269	48,907	5.8	28.4
3 LINE Corporation	1,147	61.0	325	2	3	1,089	2.1	1.0
4 Yahoo	1,147	61.0	229	38	53	12,516	3.1	10.9
5 Facebook	976	51.9	159	23	21	8,255	2.8	8.5
6 PIXNET Digital Media Corporation	622	33.1	53	1	3	1,780	0.8	2.9
7 Wikimedia Foundation Sites	597	31.8	56	5	4	2,283	2.0	3.8
8 UDN Group	489	26.0	36	1	2	1,172	0.6	2.4
9 Dcard	443	23.5	27	5	6	1,154	4.3	2.6
10 Oneup Network Corporation	410	21.8	48	9	7	2,257	3.9	5.5
11 Shopee Pte Ltd	364	19.4	30	4	5	1,228	3.2	3.4
12 CW Group	361	19.2	13	1	1	417	2.1	1.2
13 OPENAI.COM	322	17.1	36	4	5	1,640	2.5	5.1
14 CANVA.COM	319	17.0	34	21	52	1,783	12.0	5.6
15 Amazon	315	16.8	55	3	7	3,530	0.9	11.2
16 Spotify	299	15.9	63	1	1	625	1.2	2.1
17 BILIBILI.COM	269	14.3	32	14	10	1,765	7.7	6.6
18 Want Media Group	267	14.2	11	1	1	438	2.0	1.6
19 Liberty Times Group	255	13.6	13	1	1	430	1.4	1.7
20 Hearst	251	13.4	75	1	3	2,641	0.4	10.5

* With the release of November 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, November 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	2,411	100	374	88	97	23,864	4	10
2	Google Sites	2,188	91	791	371	411	69,022	5	32
3	Yahoo	1,720	71	414	73	102	23,767	3	14
4	LINE Corporation	1,532	64	520	4	4	2,378	2	2
5	Facebook	1,243	52	235	51	44	13,629	4	11
6	PIXNET Digital Media Corporation	944	39	113	4	6	4,060	1	4
7	UDN Group	915	38	87	2	4	2,996	1	3
8	Dcard	797	33	49	7	8	2,144	3	3
9	Wikimedia Foundation Sites	649	27	70	9	8	2,945	3	5
10	Liberty Times Group	625	26	53	2	3	1,866	1	3
11	Shopee Pte Ltd	618	26	76	17	19	3,737	5	6
12	Want Media Group	591	24	32	1	3	1,156	1	2
13	TVBS.COM.TW	518	21	43	2	2	1,540	1	3
14	CW Group	497	21	22	2	3	744	3	1
15	Oneup Network Corporation	483	20	72	10	12	3,356	3	7
16	Storm Media Group	470	20	29	2	2	996	2	2
17	ETtoday & EMI Group	467	19	62	5	7	2,225	2	5
18	PTT.CC	412	17	47	15	25	2,370	6	6
19	Fubon Multimedia Technology	383	16	33	7	12	1,340	5	3
20	Cite Media Holding Group	381	16	21	1	1	646	1	2

* With the release of November 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, November 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	2,503	100	411	114	149	26,127	4	10
2 Google Sites	2,305	92	803	355	389	65,895	5	29
3 Yahoo	1,971	79	585	99	134	33,030	3	17
4 LINE Corporation	1,450	58	490	4	4	2,395	1	2
5 Facebook	1,250	50	272	44	41	16,112	3	13
6 UDN Group	1,057	42	129	21	28	5,790	4	5
7 PIXNET Digital Media Corporation	860	34	86	3	4	2,877	1	3
8 Want Media Group	751	30	57	11	16	3,096	3	4
9 Liberty Times Group	748	30	63	3	4	2,644	1	4
10 Shopee Pte Ltd	745	30	94	15	18	4,466	3	6
11 Wikimedia Foundation Sites	613	24	62	5	6	2,536	2	4
12 TVBS.COM.TW	606	24	63	3	3	2,148	1	4
13 ETtoday & EMI Group	587	23	110	15	18	5,081	3	9
14 CW Group	511	20	27	1	4	922	2	2
15 Sanlih Media Group	474	19	43	4	7	1,927	2	4
16 Fubon Multimedia Technology	456	18	39	8	13	1,516	6	3
17 The News Lens	401	16	32	1	2	989	1	2
18 Storm Media Group	389	16	23	1	1	770	1	2
19 PTT.CC	340	14	39	17	15	2,159	8	6
20 Dcard	339	14	17	1	2	636	2	2

* With the release of November 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, November 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	1,968	97	351	82	94	20,997	4	11
2 Google Sites	1,798	89	681	297	309	57,630	5	32
3 Yahoo	1,661	82	660	178	175	40,703	4	25
4 LINE Corporation	1,191	59	468	4	4	2,209	2	2
5 Facebook	1,012	50	276	81	68	18,470	4	18
6 UDN Group	932	46	108	4	10	4,637	1	5
7 PIXNET Digital Media Corporation	783	39	81	4	4	2,777	1	4
8 Shopee Pte Ltd	649	32	99	16	22	4,865	3	7
9 Want Media Group	622	31	46	4	6	1,983	2	3
10 Liberty Times Group	521	26	55	3	6	2,504	1	5
11 ETtoday & EMI Group	512	25	75	5	10	3,079	2	6
12 Wikimedia Foundation Sites	511	25	46	4	4	1,884	2	4
13 TVBS.COM.TW	495	25	53	2	4	1,820	1	4
14 Fubon Multimedia Technology	487	24	49	13	17	2,199	6	5
15 Sanlih Media Group	439	22	31	1	3	1,040	1	2
16 CW Group	399	20	19	1	2	586	2	1
17 Cite Media Holding Group	374	19	20	1	1	644	2	2
18 BUSINESSSTODAY.COM.TW	312	15	10	0	0	312	0	1
19 PChome Online	310	15	27	4	9	1,322	3	4
20 NOWnews	300	15	23	1	1	734	1	2

* With the release of November 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, November 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

