

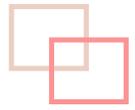
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2402

01.01 ~ 01.07





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際案例

數位轉型

收視調查

- 回顧年度成就！IG爆紅「2023打卡清單」

- 經典升華，年節特色禮盒一次看！

- 和牛也可以扭蛋！在消費旅程中創造驚喜

- 旅遊平台棄單率高，透過AI解決問題

- 2024/01/01-2024/01/07



媒體放大鏡

Media News



回顧年度成就！IG爆紅「2023打卡清單」

近期IG上便流傳一張「2023打卡清單」，許多人都透過IG限時動態分享這張打卡清單，在社群上形成一股風潮。除了一開始流傳的清單外，也開始延伸出各式各樣不同主題的版本，同樣吸引不少人轉發。

裡面包含了34項年度成就，像是獨自旅行、嘗試新食物、交新朋友、熬夜24小時、談戀愛、失戀、讀完一本書、去沒去過的地方旅行、自己看電影、感到自卑、找到新工作等等，涵蓋心情、感情狀態、學業、事業、生活休閒等多個面向。這份2023打卡清單的模板由網友自行製作，只要透過IG限時動態上的「輪到你了」功能就可以簡單地轉發到自己的動態中，之後再使用Emoji或手繪功能進行勾選即可，還可以自行選擇背景。分享方式簡單快速加上內容有趣，讓這份清單迅速襲捲IG，打開限時動態可以發現許多人都有轉發。除了這張最多人分享的「2023打卡清單」外，還有許多網友發揮創意自製各種不同主題的清單，像是「2023股市打卡清單」、「2023酒鬼打卡清單」、「2023排球人打卡清單」、「2023廢宅清單」等等，各式各樣的主題被瘋狂轉發，成為2024年的第一個IG社群流行。

2023 打卡清單

Template by @anellisa | Translate by @withok.6262

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 喝醉 | <input type="checkbox"/> 因為考試而哭 |
| <input type="checkbox"/> 獨自旅行 | <input type="checkbox"/> 看日落 |
| <input type="checkbox"/> 嘗試新的食物 | <input type="checkbox"/> 去海邊 |
| <input type="checkbox"/> 交新朋友 | <input type="checkbox"/> 失戀 |
| <input type="checkbox"/> 熬夜24小時 | <input type="checkbox"/> 爬山 |
| <input type="checkbox"/> 談戀愛 | <input type="checkbox"/> 學習烹飪 |
| <input type="checkbox"/> 讀完一本書 | <input type="checkbox"/> 找到新工作 |
| <input type="checkbox"/> 看演唱會 | <input type="checkbox"/> 看運動比賽 |

【2024/1/5, 網路溫度計】

你也短影音中毒了？短暫爽感滑不停

究竟短影音有多夯？最新數據顯示，YouTube Shorts 從2021年推出以來，全球每日平均觀看次數已達 700 億次，相當於全球每人每日至少看接近10部 Shorts 影片，每月大概有超過22 億人登入看 Shorts，不只觀看數持續升高，在YouTube，這1、2年每天上傳 Shorts 的頻道數量成長8成以上，在台灣每月的活躍用戶也成長至超驚人的2,000萬人。



不論是觀影行為、觀影數量和創作量來看，Shorts和Reels 這類的短影音目前正爆炸性成長中。其中，台灣最流行的類型是美食、旅遊、音樂和搞笑等主題，都累積了數十億次的觀看量。TikTok上，也有台灣創作者引起國際注目，包括一隻名為「布布」的邊境牧羊犬，可愛萌樣席捲全球，還有以跳舞影片為主的「赫哥」、後空翻教練「奇軒」等人，也開始以沒有文化門檻的內容，透過短影音平台在世界上獲得關注。

目前正夯的「短影音」更像是一種「高度情緒性產品」，必須在短短幾秒內吸引滑手機的人的目光，在短時間內挑起你的情緒，消耗速度太快，導致許多人可能不查證就誤信，造成後續的精神上和財務上的損失。因此如果長時間觀看短影音，在習慣接受短暫爽感的情況下，就會令人愈來愈上癮，後續便會開始難以專注在無法即時提供快感、節奏較慢的長影音內容，也因此有人稱此現象為「抖音腦」。因應短影音帶來的許多憂慮，TikTok宣布在晚上9點後，不會對13至15歲的用戶推播影片通知，18歲以下用戶禁止使用直播功能，使用時間也限制在60分鐘內。

【2024/01/08, 數位時代】

台灣人最愛哪些劇？Netflix、Disney+ 年度夯片

本文為大家整理目前台灣人在兩大已落地的最大國際串流影音平台Netflix與Disney+ 都在看什麼，各自拉出電影與劇集的前20名名單。考慮到HBO MAX仍未登台，使用HBO GO的人數過少，作品與功能也不齊全，我們就暫且不談，且讓我們期待明年HBO正式加入台灣戰局。

2023年的Netflix電影榜比起以往更加集中，顯現**Netflix受眾確實更加集中在動作驚悚兩大元素**，甚至是票房平平的台灣電影《罪後真相》也擠進年度十大，遲至十月才上線的《黑的教育》也擠進前二十名，在Netflix串流平台上，驚悚類型掌握著絕對的優勢。對於在動作驚悚上不是特別擅長的國家或創作者來說，要「躋身上流」，或許可以參考的是喜劇和真人實事改編！**《關於我和鬼變成家人的那件事》有動作元素，但大類型仍是喜劇**，和兩部入榜的非大製作美國電影《超難搞先生》、《認賊做爸媽》可說在榜單上遙相呼應。

相較於Netflix的榜單，**Disney+的榜單不意外地仍以漫威電影為大宗**，因此**奇幻/動作/冒險元素佔據前二十名榜單**，包括Disney今年新推出、同樣屬於這個類型的《元素方城市》、《小美人魚》、《阿凡達》等。而搶進榜上的台片**《詐團圓》和《做工的人電影版》都是家庭喜劇**，再次證明**迪士尼的家庭向特質，觀眾偏傳統偏年紀較長**，從榜單上完全可以反映出來。



【2024/01/08, 數位時代】

2023年度音樂回顧 串流平台最愛周杰倫

音樂串流平台**Spotify、Apple Music、KKBOX**等都於日前公布了**2023年度回顧排行榜**，揭曉年度人氣歌手、歌曲及Podcast節目等排行榜，在各家榜單上，**周杰倫都榜上有名**，並**連續5年獲得Spotify台灣最多串流收聽次數的歌手**，而各平台的2023年度回顧榜單也能看出近期台灣人聽的音樂受到韓國及美國的影響較大。



【2024/01/05, 銘報】

周杰倫連續5年成為Spotify中台灣最多串流收聽次數的歌手，證明了他在樂壇的影響力。他也有三首歌曲進入Spotify全球最多串流收聽次數華語流行歌曲排行榜，分別為**排名第3、4、8的《晴天》、《擱淺》及《說好不哭》**。回顧榜單反映出**音樂逐漸受美國及日韓的影響**，就Spotify來說，**人氣歌手泰勒絲成為台灣年度最多串流收聽次數歌手亞軍**，而在台灣最多串流收聽次數團體中，日本雙人團體YOASOBI拿下第8名，韓國團體BLACKPINK、NewJeans和BTS則各自拿下第1、3、4的名次。在Apple Music台灣排行前十名內，韓國團體NewJeans的歌曲更佔了3首，分別為第1、5、6名的《Ditto》、《OMG》及《Hype Boy》。

Spotify與Apple Music公布的「台灣最多串流收聽次數榜單歌曲」較年輕多元，而KKBOX的「2023台灣播放量最高華語單曲」前三名則是較經典的歌曲。值得一提的是，全球最熱門歌曲的部分，麥莉 (Miley Cyrus) 的《Flowers》與SZA的《Kill Bill》都得到Spotify與Apple Music兩個平台的排行榜前三名，可見其相當受歡迎。

2023 臺灣 Podcast 趨勢，商業模式成長茁壯的一年

2023 年度，臺灣 Podcast 領域可謂風生水起，不但節目總數達歷史新高，更發展出多元化的商業模式，為廣告主和創作者帶來新商機。展望未來，AI 技術的持續引進，將進一步推動聲音領域茁壯，為聽眾帶來更加豐富的聲音體驗。

- 1. 節目總數突破新高**：新血持續加入 podcast 產業，整體節目數以每月平均成長 1.6% 的態勢，邁向歷史新高
- 2. 動態廣告插播 (DAI) 效果驚人**，市場交易金額年增 149%：動態廣告插播 (DAI) 在台推出屆滿一年，因為兼顧大量投放且精準鎖定的特性，創造最多有效曝光，獲得廣告主青睞，市場交易金額年增率 (YoY) 較去年同期高出 149%
- 3. 公私部門積極導入 DAI**：各行各業對 DAI 持高度興趣，企業案量前五名分別為**資訊通訊業** (手機、筆電)、**金融業** (證券、保險)、**影視藝文** (串流平台)、**食品飲品和家電家具**。中央部會和地方政府等公部門也樂意嘗試 DAI 新技術，整體進案量高居第二名
- 4. DAI 功能開啟率激增七倍，創作者樂享廣告分潤**：DAI 功能鼓勵創作者開放單集版位，透過系統自動插入的廣告賺取分潤，讓創作者不用辛苦找業配，也能實現流量變現。《[完整內容請看原文](#)》



【2024/1/3, INSIDE】

VTuber專屬的首屆頒獎典禮！5小時典禮是怎麼舉行的？

在串流平台的直播中，知名VTuber Fillian站在一個位在巨大體育場中心的舞台，穿上以粉色蝴蝶結和紫色裙子點綴招牌水手服，主持**首屆專屬於VTuber的頒獎典禮The VTuber Awards 2023**，而周圍是一群拿著螢光棒呼應台上的粉絲。



【2023/12/26, 數位時代】

本次的頒獎典禮由擁有超過76萬名Twitch粉絲的Fillian負責主持，並在**YouTube Live和Twitch上近50個不同的頻道進行直播**，**總觀看時數為27.8萬小時，整晚平均觀看人數超過5萬人**。The VTuber Awards 2023總共頒發了20幾個獎項，包含年度VTuber、年度最佳玩家、年度最佳串流遊戲等獎項外，還針對技術方面、幕後剪輯和最忠實的粉絲群頒發相應的獎項，給予一同參與其中的人們回饋。

根據研究，2022年全球VTuber的市場規模約為23.87億美元，特別在疫情期間，人們開始在網路上尋找新鮮的內容，製作公司Hololive Production在2020年發布了首批講英文的VTuber，不到一年，其中一位名為Gawr Gura的VTuber即吸引了超過300萬名訂閱者，超越了絆愛，成為日本風潮席捲全球的開始。**目前VTuber頻道的觀看時間已佔直播平台總觀看時間的5-6%左右，並且持續受到歡迎**。儘管大多VTuber並不會露臉，但有些VTuber會交替使用真人和虛擬化身的形象直播，而遊戲製作公司WePlay認為若使用得當，這樣多元呈現方式可以幫助吸引觀眾並創作內容。

快檢查！臉書推「連結紀錄」一次看光光...IG也偷記錄

Meta 推出收集用戶資料的新方法，像是Facebook推出了「連結紀錄」功能，能一次查看30天用戶在Facebook裡點選外部網站的連結清單，且蘋果iOS 版和安卓版都支援，Meta聲稱「連結紀錄」會改善用戶在Meta技術平台上看到的廣告，該功能引起網友不滿，《科技玩家》以iOS版為例，帶你操作如何清除、關閉「連結紀錄」功能。

- **清除Facebook「連結紀錄」**：1.點選右下方「功能表」→設定隱私→連結紀錄 2.若有瀏覽紀錄，按下「全部清除」即可清空
- **關閉Facebook「連結紀錄」**：1.請隨意點選臉書內1則外部連結，會跳出FB瀏覽器頁面→按右下方「...」→以系統瀏覽器開啟
2.關閉「允許連結紀錄」→按下「不允許」後就會關閉連結紀錄了
- **清除IG「連結紀錄」**：1.在IG個人檔案首頁點選右上方的「三」→設定與隱私→連結紀錄 2.若有瀏覽紀錄，按下「全部清除」即可清空
- **關閉IG「連結紀錄」**：1.請隨意點選IG內1則外部連結，會跳出IG瀏覽器頁面→按右上方「...」→瀏覽器設定
2.關閉「允許連結紀錄」→按下「不允許」後就會關閉連結紀錄了



【2024/1/4, 科技玩家】

台北101跨年煙火為何要年年放？多數人都不知道的效益

根據過往新聞報導，跨年煙火預算大約千萬等級，在舉辦的過程中，團隊必須符合政府各局處的期望、面對媒體輿論的檢視，同時每年燃放煙火的要求也越來越高，必須不斷地求新求變，同時也要兼顧日益嚴苛的環保要求。從企業角度來看，每個活動、每筆花費都必須「有效益」才行，以下從行銷面、品牌面來分析台北101跨年煙火所帶來的效益。



行銷面：台灣的「帶路雞」商品 — 在數位行銷有個基本公式： $\text{營業額} = \text{流量} \times \text{轉化率} \times \text{客單價}$ ，廠商要做的事情就是盡量把流量提高，好提高整體的營業額。「帶路雞商品」是廠商常運用的手法。為什麼說台北101跨年煙火是台灣的「帶路雞」商品呢？根據媒體統計，**整個12月的跨年檔期，約可為信義商圈帶來200萬人潮以及10億商機**。耶誕跨年前，周圍的飯店也早早滿訂，其中旅館約有80%都是外國客。這些人潮所帶動周圍商機只是最淺層的經濟效益而已，如果是國外旅客來台，就會進而**帶動到台灣其他地方觀光旅遊消費**，對於外縣市觀光也會產生經濟效益。

品牌面：台北101跨年煙火是台灣「公關商品」 — 每年跨年前後帶來大量的媒體報導，首先是現場約100萬觀眾（根據北市府統計），其次是在家跨年觀賞直播的台灣民眾，以及隔天看新聞的民眾，並且登上國際版面。**台北101跨年煙火就是一場國際跨年活動的「競賽」**，根據統計2018年國內外平面、電子、網路媒體合計報導達1,809則，其中國際媒體就高達598則，估計約創造70至80億的媒體曝光效益。

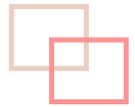
【2024/1/3, 數位時代】



熱門話題

Hot Topics





經典升華，年節特色禮盒一次看！

農曆年節即將到來，四大超商正積極推廣新春禮盒及福袋。眾多品牌也紛紛推出年節禮盒，透過新聞、廣告以及與網紅合作來增加曝光度。禮盒款式百百種，要如何挑選既體面又具特色的禮盒呢？本週跟著宏將週報一起探索有「新」意的年節禮盒！



蠟筆小新 x 烏魚子脆煎餅



SUNFRIEND MOUTH過年常出現烏魚子結合日式煎餅，以燙金包裝搭配知名卡通IP，禮盒獨特且搶眼。

郭元益 推出威士忌核桃糕



威士忌為年節熱門送禮項目之一，選用「單一麥芽威士忌」結合核桃糕，以獨特口味作為禮盒賣點。

新東陽 水龍迎瑞禮盒



粉專以留言喜歡禮盒款式與網友互動，其中一款與鶯歌陶瓷合作，以黑水龍王為外型，受網友喜愛。

全家 超Q卡通龍年禮盒



推出多款可愛吸睛的IP肖像龍年禮盒，其中包含三麗鷗大耳狗/Hello Kitty、卡娜赫拉、角落小夥伴等。

Part 03

國際案例

Case Share





和牛也可以扭蛋！在消費旅程中創造驚喜

台北車站地下街著名的「扭蛋區」，有著整片牆的扭蛋機，無痛小額的消費，總是吸引扭蛋愛好者，捧著整籃的零錢駐足。扭蛋玩具主題多元，讓不同喜好、年齡段的人，都能找到正中下懷的那顆「蛋」。近期，更有許多品牌開始將這種「驚喜元素」納入其銷售策略。在東京郊區的 Outlet 中，設有一台販售冷凍和牛的自動販賣機：每次消費 2,000 日圓，販賣機會隨機掉落任意部位的和牛。販賣機廠商 GORUTORU 表示，產品的市價約為 2,500 ~ 5,000 日圓不等，但消費者只需要花 2,000 日圓，這樣不吃虧的交易，容易引起消費者的慾望。



另外，日本酒類電商 KURAND 也推出網路扭蛋遊戲。只要在 KURAND 網站中下單「酒類扭蛋」，就能隨機獲得 KURAND 旗下超過 450 種的地方手工釀酒一瓶。「如果你有選擇障礙，那就給你一個不用選擇的選項！」這是 KURAND 推出扭蛋品項的初心。KURAND 指出，購買酒類扭蛋的客群中，主要以年輕人為主，他們還沒有固定偏好、習慣的飲用品項，所以大多希望能多方嘗試各種酒類，這樣的服務正好符合需求，且每次開箱，也都會有種「驚喜感」。讓消費者透過「驚喜體驗」活動、認識新商品，將是新興潮流。

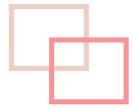
創造「驚喜與喜悅」確實是行銷中常被運用的策略，驚喜感可以引發用戶的正面情感，該報導整理了 3 個品牌可以創造「驚喜感」的做法：

- 1. 個人化的服務**：運用行銷科技將消費者依照購物行為、習慣分類，提供更符合「個人風格」的禮物，就顯得別出心裁。像是星巴克會員的「個人化獎勵」就非常成功，每個會員在生日當天，會在 App 上獲得一杯免費飲料，而這杯飲料將根據該會員過去的點單習慣，由星巴克「特製」而成。
- 2. 把「驚喜感」藏在體驗過程中**：品牌可以把驚喜感巧妙地融入消費者的體驗過程中，如官網上一個小小的幽默或者小遊戲，都能讓消費者倍感驚喜。
- 3. 和消費者一起慶祝「驚喜」時刻**：與消費者一起慶祝他們真實人生中的「驚喜」時刻，來創造雙方之間的連結。線上課程平台 Kajabi 就透過部落格文章以及訪談影片介紹用戶的成功故事，他將這些成功用戶稱為「英雄」，讓用戶對於品牌和自身都有強大的認同感。

Part 04

數位轉型

Digital Transformation



旅遊平台棄單高達八成，透過 AI 解決問題

疫後，世界各地迎來一波旅遊熱潮，但根據 SaleCycle 的調查顯示，線上旅行平台的棄單率高達八成，其中有將近四成理由是還不確定完整行程所以棄單，另有兩成的旅客則是因為還得跟其他旅伴確認細節，所以沒辦法直接預訂。由此可知，旅行的前置作業——「排行程」其實是一件很花心力的差事。如今生成式 AI 崛起，根據市場研究公司 National Research Group 在 4 月進行的一項調查顯示，有 **61% 的受訪者表示他們願意使用對話式人工智慧來規劃旅行，顯見 AI 助力更貼心的旅遊安排，或許會是下一個熱門的應用。**



- **新創 AI 旅行規劃平台「Pilot」，讓旅客輕鬆和旅伴一起協作排行程！**

這家來自溫哥華的新創「Pilot」，打造了一個由 AI 驅動，幫助人們發現、計劃、預訂和與朋友分享旅行的平台。在還沒有任何行銷推廣的前提下，已累積超過 20,000 名用戶。

Pilot 的營運核心是解決過去想無腦旅行就只能參加旅行團、和陌生人一起玩的痛點，以及與朋友同行卻常常喬不攏時間，而一直拖延的狀況。他們打造了一個讓用戶和家人朋友協作的 AI 旅行計劃工具——「Quickstart」，可**根據使用者旅行團隊的偏好生成行程表，並允許使用者透過與 AI 聊天進一步編輯或更改**，該平台也會幫助用戶預訂住宿和航班，旅行結束後，用戶還可以在其部落格上分享他們的旅行。Pilot 還在**旅遊安排平台的基礎上加入「社交因素」**，抓住市場空缺。「傳統的旅行規劃平台非常僵化，完全沒有旅行中非常重要的『社交元素』。」

- **AI 聊天機器人打造更「窩心」的行程安排，各大旅遊平台、機場都在做**

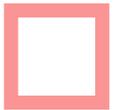
許多大型旅遊平台，也早已將 **AI 聊天機器人導入在自家產品中**，為用戶創造更細緻的體驗。如 Booking.com 即和 OpenAI 攜手推出「AI Trip Planner」功能，用戶只要提供理想目的地、旅伴人數、旅程長短等，**AI 就會製作個人化的行程，包括給予住宿的選擇、景點和餐廳的建議等。**

美國線上旅行社 Priceline 結合 Google map 的定位功能，Priceline 技術長博德貝克 (Martin Brodbeck) 舉例，「**用戶可以詢問網站聊天機器人：『如果我只有兩小時的行程空檔，該如何為小孩安排適合兒童的活動？』**機器人將根據用戶所在位置給出最適合的建議。」

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	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	3.38
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.47
3	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.60
4	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	1.57
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.37
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.32
7	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.27
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.23
9	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	娛樂綜藝	1.19
10	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.01
11	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.97
12	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	0.96
13	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.94
14	2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導	CTS	閩南語連續劇	0.90
15	牛車來去格力變頻冷暖空調	FTV	閩南語連續劇	0.86
16	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.84
17	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
18	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.81
19	神之鄉嘉一香活菌豬	CTS	國語連續劇	0.77
20	相信中台灣把國家還給你台	CTV	新聞性質節目	0.73

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	2.44
2	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.00
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.90
4	2024 3強辯真章	SETN	新聞性質節目	1.25
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.25
6	鄭知道了老宅私德KMT奧步	SETN	新聞性質節目	1.20
7	大選陪審團1500	SETN	新聞性質節目	1.20
8	鄭知道了宜蘭開講	SETN	新聞性質節目	1.18
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.17
10	2024總統立委你選誰2000特	SETN	新聞性質節目	1.17
11	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.15
12	TVBS戰情室2024副總統選舉	TVBS	新聞性質節目	1.13
13	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.12
14	大選最前線	FTVN	新聞性質節目	1.12
15	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	1.06
16	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.06
17	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.05
18	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.02
19	天才衝衝衝PP石墨烯智能衣	ETTV	競賽綜藝	1.01
20	大選陪審團	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	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.14
2	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.06
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
4	航海王28	TTV	卡通影片	0.92
5	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	0.90
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
7	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.88
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.83
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.80
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.80

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	1.54
2	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.51
3	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.42
4	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.37
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.94
6	2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導	CTS	閩南語連續劇	0.85
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.78
8	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	0.76
9	牛車來去格力變頻冷暖空調	FTV	閩南語連續劇	0.73
10	相信中台灣把國家還給你台	CTV	新聞性質節目	0.72

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	2.11
2	航海王28	TTV	卡通影片	1.89
3	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	1.88
4	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.74
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.74
6	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.42
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.41
8	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.32
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.14
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.09

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	5.68
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.17
3	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	娛樂綜藝	2.27
4	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	2.23
5	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	閩南語連續劇	2.03
6	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.80
7	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	1.68
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.51
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.47
10	航海王28	TTV	卡通影片	1.45

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	天才衝衝衝PP石墨烯智能衣	ETTV	競賽綜藝	0.97
2	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.77
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.71
4	1800綜藝玩很大晶珂生物面膜	SL2	娛樂綜藝	0.70
5	打卡吧我的炫FOOD日記	EFNC	新聞性質節目	0.64
6	生命捕手愛爾麗集團	ET-D	國語連續劇	0.61
7	奪命5頭鯊	HLYWD	外片	0.61
8	2024總統立委你選誰2000特	SETN	新聞性質節目	0.55
9	綜藝大熱門	SL2	資訊綜藝	0.52
10	費馬的料理	VLJP	日劇	0.50

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.77
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.70
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.00
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.93
5	天才衝衝衝PP石墨烯智能衣	ETTV	競賽綜藝	0.85
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.83
7	綜藝玩很大晶珂生物面膜	SL2	娛樂綜藝	0.82
8	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.77
9	1900親家	SANLI	閩南語連續劇	0.58
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.54

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.41
2	阿叔達摩本草92高濃度魚油	STV	閩南語連續劇	1.04
3	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	1.01
4	天才衝衝衝PP石墨烯智能衣	ETTV	競賽綜藝	0.95
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.91
6	2024總統立委你選誰2000特	SETN	新聞性質節目	0.89
7	2024 3強辯真章	SETN	新聞性質節目	0.72
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.71
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.70
10	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.69

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.35
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.54
3	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.98
4	2024 3強辯真章	SETN	新聞性質節目	2.32
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.28
6	鄭知道了老宅私德KMT奧步	SETN	新聞性質節目	2.25
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.20
8	TVBS戰情室2024副總統選舉	TVBS	新聞性質節目	2.18
9	鄭知道了宜蘭開講	SETN	新聞性質節目	2.17
10	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	2.13

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	0.26	0.56	0.55	1.48
TTV/台視	0.52	0.33	0.18	0.36	0.82
FTV/民視	0.34	0.08	0.12	0.10	0.66
CTS/華視	0.23	0.11	0.13	0.18	0.34
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	0.57	0.19	0.21	0.52	0.89
SETN/三立新聞	0.53	0.11	0.14	0.33	0.95
ET-N/東森新聞	0.52	0.22	0.24	0.40	0.83
FTVN/民視新聞	0.43	0.09	0.12	0.21	0.81
ERA-N/年代新聞台	0.28	0.09	0.05	0.14	0.54
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.10	0.03	0.11	0.26
NTVN/壹新聞	0.15	0.06	0.06	0.13	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.06	0.04	0.12	0.21
UBN/非凡新聞	0.13	0.02	0.03	0.08	0.24
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.05	0.05	0.12
MNEWS/鏡新聞	0.02	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	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	2.47
2	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	2.00
3	阿叔PP石墨烯蠶絲超導被	CTS	1.57
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.06
5	戲說台灣	SANLI	1.02
6	追分成功CARRY	TTV	0.96
7	2100阿叔PP石墨烯蠶絲超導	CTS	0.90
8	牛車來去格力變頻冷暖空調	FTV	0.86
9	阿叔達摩本草92高濃度魚油	STV	0.85
10	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.84

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	3.38
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.44
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.90
4	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	1.60
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.37
6	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	1.19
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.01
8	天才衝衝衝PP石墨烯智能衣	ETTV	1.01
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	0.94
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.81

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	2024 3強辯真章	SETN	1.25
2	新台灣加油	SETN	1.25
3	鄭知道了老宅私德KMT奧步	SETN	1.20
4	大選陪審團1500	SETN	1.20
5	鄭知道了宜蘭開講	SETN	1.18
6	台灣最前線	FTVN	1.17
7	2024總統立委你選誰2000特	SETN	1.17
8	驚爆新聞線2200	SETN	1.15
9	TVBS戰情室2024副總統選舉	TVBS	1.13
10	TVBS戰情室	TVBS	1.12

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.27
2	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	0.79
3	型男大主廚PP石墨烯蠶絲超	SL2	0.62
4	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.54
5	效廉出發吧	STV	0.49
6	詹姆士出走料理樂特甘草喉	GTV-1	0.49
7	食尚玩家魚肉鄉民	TVBSG	0.46
8	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.45
9	直23 24NBA灰VS湖	VLSPT	0.37
10	1900溢起趣打卡	VLMAX	0.33

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

