

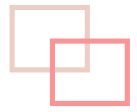
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2405

01.22 ~ 01.28





CONTENT



媒體放大鏡

熱門話題

國際視野

消費者洞察

收視調查

- Netflix訂閱暴增！無廣告方案將消失
- 飛龍在天，還有哪些話題等您發現！
- 消費者喜歡花時間和體驗在購買服飾用品
- 台灣網路影音觀看行為調查
- 2024/01/22-2024/01/28



Netflix訂閱暴增！無廣告方案將消失

Netflix 稍早公布2023財年第四季財報結果，營收達88.33億美元，相比前一年同期增加12.5%，而淨利則達9.38億美元，**相比前一年同期為5500萬美元明顯增加許多，同時在全球付費用戶累積達2.6028億人，總計增加1312萬人**，其中在北美地區增加人數達281萬人，包含歐洲、中東與非洲地區的新增人數則達505萬人，而拉丁美洲地區新增用戶人數達235萬人，亞太地區增加人數則達291萬人。而Netflix預期2024財年第一季度營收將成長13.2%，預期可達92.4億美元，**並且估計付費訂閱用戶人數可增加180萬人**。

另外，Netflix更宣布與WWE世界摔角娛樂旗下RAW簽署10年授權合作，將取得《Raw》及其他摔角節目的獨家播放授權，**成為Netflix進軍體育直播內容的全新嘗試**。由於《Raw》是WWE世界摔角娛樂自1993年開始播放，並且累積播出超過1600集內容，**成為北美地區有史以來最長壽的職業體育節目**，預期將使Netflix能藉此獲取更多觀眾與用戶人數。

不過，Netflix也在財報說明中暗示將調漲訂閱費用，其中包含在部分市場取消無廣告的基本訂閱方案，改以穿插廣告內容的低價方案取代，若消費者希望沒有廣告干擾的話，必須改訂資費更高的方案。另一方面，Netflix也認為在增加更多可看性高的內容後，將有更多籌碼說服消費者以更高費用訂閱使用服務，並且計畫藉此逐年攤平內容成本。



【2024/01/25, 科技新聞網】

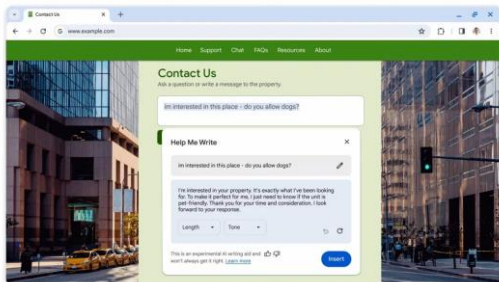
Google Chrome瀏覽器加入3項人工智慧應用功能！

隨著將人工智慧 技術開始應用在其搜尋服務，Google 稍早也在新版Chrome 加入三項人工智慧應用功能，包含可更聰明地組織分頁標籤，使用自訂佈景主題，以及協助使用者編寫內容。

其中，**透過滑鼠右鍵點及分頁標籤，選擇組織類似分頁，即可自動依照瀏覽類別將分頁進行分類、群組**，同時也會自動加入合適名稱與識別用表情符號，方便使用者快速分辨，對於線上購物挑選多樣商品比較，或是規劃旅行景點時開啟不同頁面作為參考時，可以讓使用者更容易精簡Chrome瀏覽器 同時顯示分頁數量。

而**自訂佈景主題功能部分，則是可讓使用者藉由自動生成方式產生自訂佈景主題**，主要源自Android 14 與Pixel系列機種的自動生成佈景主題功能，透過擴散式人工智慧運算模式，藉此產生更符合個人化的佈景主題內容，而Google也在新版Chrome瀏覽器增加由藝術家創作的佈景主題與簡單主題內容作為選擇。

寫作輔助功能，則是類似Google先前提出的自動生成應用功能，可讓使用者透過不同口吻撰寫郵件內容，或是回覆訊息，也能用於線上討論區、留言內容，只要在寫作區塊以滑鼠右鍵呼叫功能，並且選擇協助寫作，透過輸入簡短文字敘述後，即可由人工智慧代為產生完整文字內容。



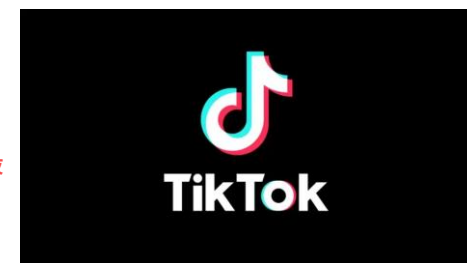
【2024/01/25, 聯合新聞網】

增加更多使用黏著度？TikTok開始測試30分鐘影片功能

據消息指TikTok 正在測試長度打30分鐘的影片上傳功能。而在此之前，TikTok已經比照中國市場推行的抖音將影片長度時間從15秒增加至1分鐘、3分鐘、10分鐘與15分鐘。目前在英國地區提供的TikTok iOS測試版本中，已經出現可上傳30分鐘長度的影片內容，而Android測試版本也出現相同選項，顯示TikTok將能上傳長達30分鐘的影片內容。

將影片長度上限增加至30分鐘，意味TikTok將允許使用者上傳內容長度更長的影片，例如先前NBC環球旗下串流影音服務Peacock便曾將影集《Killing It》第一集內容上傳至TikTok宣傳，但因為TikTok上傳影片長度限制，因此僅能將影片拆分成5部份逐一上傳，若接下來允許上傳30分鐘長度影片，即可透過單一上傳影片呈現完整影集內容。

而**長度更長的影片內容**，意味將能增加更長觀看時間，同時也反應短影片雖然能快速吸引人觀看，但要能實際轉換成廣告等獲利卻不容易，最終還是要透過長時間觀看過程才能有效轉換廣告獲利。例如YouTube 近年因應短影片熱潮推出的YouTube Shorts，並且在2022年初累積超過5兆次總觀看次數，而分潤方式則是每1000次觀看約可獲得0.01-0.06美元，但YouTube影片每1000次觀看約可獲得1.61-29.30美元的分潤金額，因此不少創作者雖然會透過YouTube Shorts吸引目光，但主力依然會放在YouTube影片內容。



【2024/01/29, 聯合新聞網】

油炸「環保牙籤」影片在南韓瘋傳！為什麼爆紅？

近期在社群上流行起一種新的方式，在TikTok、Instagram平台的短影音中可以看到，有人吃著一根一根綠色的「炸物」，還沾上各式各樣的調味粉，但其實裡面包的是澱粉製作的「環保牙籤」，也掀起一陣模仿潮。

不過，韓國食品藥物安全部也注意到這股風潮，**緊急在社群平台X上發布貼文指出，「環保牙籤並不是食品！環保牙籤是衛生用產品，原料、製作過程到用途，符合的事依照衛生用產品的標準。作為食品的安全性還未獲得驗證，請千萬不要食用環保牙籤」**。綠色的環保牙籤時常在韓國的餐廳內可以看到，根據韓國媒體報導，這股風潮來自於有人發現，環保牙籤的原料包含玉米澱粉或馬鈴薯澱粉、微量的色素以及山梨糖醇，認為這些都是可以食用的成分，因此突發其想拿去油炸，以類似「薯條」、「拌麵」的吃法，在鏡頭前吃播吸睛，後續又發展出沾起司醬、辣椒粉等各種口味。甚至有喜劇演員在上綜藝節目時，分享了這種吃法。

不只是油炸，有人突發奇想拿去「川燙」，變成類似果凍條的食物，另外韓國前陣子非常流行的糖葫蘆，也有人拿環保牙籤去製作。南韓《朝鮮日報》報導指出，有媽媽抱怨，小孩看了YouTube上的影片後，要求要吃「油炸牙籤」。也**有韓國媒體報導，事實上這個風潮在多年前就曾流行過，但近期因為短影音平台的推波助瀾，又重新翻紅。**



2024年趨勢報告：一探Z世代引領的Instagram潮流

Instagram 公開了 2024 年 Instagram 潮流趨勢報告，分享 Z 世代對未來一年推動全球文化趨勢的看法。**2023 年對社群媒體來說是難忘的一年，從將全世界染得粉粉嫩嫩的芭比風潮，到「女孩晚餐」的崛起，在 Instagram 和其他平台上瘋傳的內容和趨勢不斷推動著全球文化，影響 Z 世代下一步的行動。**Instagram 跟沃斯全球時尚網 (WGSN) 合作，針對美國、英國、巴西、印度和韓國 Z 世代進行廣泛的調查，詢問 Z 世代關心的主題、議題和趨勢，以及 2024 年預期在平台上可以看到的各種內容。

- **時尚及美妝：**Z 世代將更專注於永續時尚目標，他們很有可能會減少購買新衣、重複穿原有的服飾、購買在地商品。時尚和美妝將成為一個人個性的象徵，有將近三分之一的 Z 世代表示，他們希望在穿著打扮上更有創意，其次是找到自己的專屬香味和「核心」美學。
- **社群媒體：**Z 世代更在意有意義的聯繫，他們預計會用社群軟體跟親朋好友保持聯絡，其次是用來持續關注時尚、音樂和科技潮流。Z 世代被問到怎麼透過 Instagram 跟某人變熟時，**最常見的方法是：按讚限時動態、透過私訊分享短影片或梗圖，和按讚動態消息上的發文。**
- **約會和交友：**Z 世代受訪者之中有 63% 的人單身，這種狀態在短期內可能不會改變，因為他們在 2024 年最看重的會是「加強目前的人際關係」。在認識新朋友後，28% 的 Z 世代不是先交換手機號碼，而是互相追蹤 Instagram 帳號。



【2024/01/22, AsiaKOL亞洲達人通】

Pinterest 躍升最「潮」的社群媒體，Z 世代購物前必看

去年 12 月，社交媒體平台 Pinterest 於紐約推出為期 5 天的線下快閃店，展示的商品出自 Pinterest 針對 2024 年流行預測結果，像是復古風的衣物、多巴胺風格的家居飾品等等。《Forbes》報導，**每月有 4.82 億活躍用戶在 Pinterest 上尋找靈感，從食譜、婚禮裝飾到時尚穿搭，「人們來到 Pinterest 是為了夢想和規劃未來，這樣的動機使 Pinterest 成為前端流行趨勢的發生地。」**Pinterest 全球趨勢總監史丹貝可 (Sydney Stanback) 說。



根據《Wired》，2023 年 Pinterest 迎來了輝煌時刻，第三季財報顯示，公司每股收益達 0.28 美元，超過分析師預期的 0.2 美元，季營收也比預期多出 2,000 萬美元。**而這都歸功於該平台主要用戶——Z 世代，他們占每月活躍用戶的 40% 以上。**市場研究公司 Forrester 也指出，**有逾三成 25 歲以下的年輕人表示，他們覺得 Pinterest 很「潮」；**專家認為，Pinterest 獨特的定位與其他社群媒體形成差異，它代表一個探索和激發創意的地方，而不是單純曬美照、炫耀美好生活。

此外，Pinterest 已成為 Google 搜尋的替代方案之一，研究公司 Insider Intelligence 行銷、零售資深總監戈德曼 (Jeremy Goldman) 表示：「搜尋正變得愈來愈分散。」當人們尋找穿搭、食譜和度假旅行建議時，他們會轉向 Pinterest。Pinterest 全球消費者行銷主管坡拉克 (Sara Pollack) 指出，**有高達 84% 的 Z 世代用戶表示他們會在 Pinterest 上尋找要購買的產品。**

【2024/01/22, yahoo新聞】

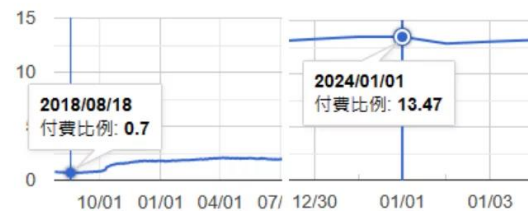
巴哈姆特「動畫瘋」平台5年暴增20倍 網友期待瑟瑟度提高

隨著正版意識抬頭以及官方串流平台的完善化，巴哈姆特動畫瘋的付費使用者水漲船高，五年半就漲了將近二十倍也讓網友熱議如何再下一個五年再創新高。根據統計網站「illya.tw」的數據，巴哈姆特動畫瘋在2018年最低付費比率僅0.7%，然而將近五年半的時間過去，目前最高紀錄來到13.47%，差了整整十九倍也讓社群為之慶賀。

於是網友討論動畫瘋要如何再創新高，有不少紳士提到希望瑟瑟度可以再往上提高，最好是能代理裏番，這樣就看爆。動畫瘋在2020年一月代理《異種族風俗娘評鑑指南》年齡限制版時就引發暴動，付費比例從2.6%在不到一個月內就飆升到最高5.05%，此後雖然微跌到4.6%左右但基本上已鞏固了客群。此外，最近的新番《魔都精兵的奴隸》、《憧憬成為魔法少女》、《名湯「異世界溫泉」開拓記》也播放部分修正、無修正版本，讓大家直呼「巴哈我大哥」，以前大家戲稱的「巴哈看片，指日可待」或許已經變成「巴哈看片，就是現在」。

另外一個頗有呼聲的說法是「漫畫瘋」：由於現在有大量電子書平台，再加上各種漫畫的版權又握在不同出版社上，倘若巴哈姆特能整合出一個漫畫平台並且與動畫瘋包在一起收費的話就算漲價也沒問題；而巴哈官方也曾於2023年三月調查過使用者的閱讀習慣。雖然漫畫瘋目前尚無下文。但看來網友們也希望可以有一個整合式的大平台可以讓人方便支持以及收視。

動畫瘋付費比例 & 觀看次數



【2024/01/20, 聯合線上】

2024全球最夯旅遊城市出爐，「這縣市」外國客最愛

後疫情時代旅遊復甦，Booking.com特別依據平台上超過3.09億則旅人的真實評語，統計「全球最好客目的地」，台灣居然位居第2名，「這地區」最受觀光客喜愛！另外，農曆春節到來，Agoda也公布「農曆年全球最受歡迎城市」排行榜，台北也擠進榜中搶下第5名！



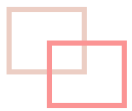
2024全球最好客目的地出爐，第五名為「智利，湖大區」、第四名「義大利，特倫蒂諾 - 上阿迪傑大區」、第三名「哥倫比亞，博亞卡省」，最大亮點當然就是「台灣，澎湖縣」榮獲第二名，第一名則是「英國，佩斯郡」。Booking.com進一步說明，澎湖以玄武岩地形和豐富的水上活動而著名，近年來更有多個爆紅打卡景點，像是充滿異國風情的外垵漁港和綿延入海的後寮天堂路等，吸引許多旅人一再造訪。

另外，農曆春節到來，Agoda也根據全球預訂數據，公布農曆年「全球最受歡迎城市」排行榜，曼谷成為最受歡迎的國際城市目的地冠軍，僅次於東京、首爾、大阪，而「台北」也擠進榜中搶下第五名；而「台灣人最愛去的國家」排行榜，無庸置疑由日本奪下冠軍，依序則是南韓、泰國、香港以及菲律賓搶進榜單，可見台灣人出國還是首選鄰近國家。

Agoda進一步分析「台灣人最愛去的城市」排行榜，最愛城市仍是由東京奪下榜首，也是因為從歷史悠久的神社文化到大肆採購血拼的行程，在東京皆可滿足；二到五名則是首爾、曼谷、京都以及大阪，日本城市霸榜三席，可看出台灣人對於到日本旅遊的熱愛。

【2024/01/24, yahoo新聞】





飛龍在天，還有哪些話題等您發現！

在全球華人傳統文化中，春節被視為最重要的節慶，而即將迎來十二生肖中最具吉祥寓意的龍年。根據觀光署統計農曆春節期間國旅訂房率，發現今年連假期間全台單日平均訂房率42.94%，較去年下滑，推估可能是今年過年在寒假後半段，即將開學可能影響了家庭出遊的意願。另外，在社團和八卦版也開始有熱烈討論「搶生龍寶寶」和「龍子龍女」的話題，又有哪些有趣的年節相關活動、話題呢？本週跟著宏將週報一起探索吧...



雲林縣成春節訂房率最高

PPT有網友轉載統計春節全台訂房率，以雲林縣最多而發起討論，驚訝表示沒想到大家會來雲林走春



千呼萬喚「味全龍」龍年

今年恰逢味全龍生肖龍年，官方釋出多項春節新品及限定商品，不少球迷期待春節前能否收到紅包袋



春節好運龍叫福panda送

外送平台Foodpanda粉專釋出龍總來寫春聯活動，超過380則留言參與，也有網友讚賞滿滿的諧音梗



IKEA出大招「腦洞奇景」

臉書《路上觀察學院》有網友分享在IKEA看到「飛龍在天」限定奇景，應景又有創意瞬間讓網友笑翻

Part 03

國際視野

Media Trend





消費者喜歡花時間和體驗在購買服飾用品

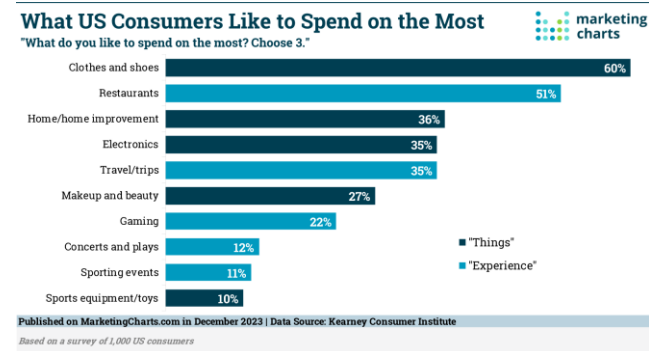
根據Kearney Consumers Institute (KCI) 的調查，消費者喜歡把錢花在事物和體驗上，在10個消費領域的清單中，**最喜歡花的錢最多的是衣服和鞋子，有60%的人將其列為前3名。其次是餐廳，有超過一半 (51%) 的受訪者提到的唯一其他高消費領域。**

消費者**喜歡花錢的其他「東西」**包括家居/家居裝修 (36%) 和電子產品 (35%) ，而在體驗中，**旅行 (35%) 僅次於餐廳**。鑑於消費者喜歡購買衣服和鞋子，消費者更喜歡在此過程中花時間，而不是急於完成。大約三分之二 (66%) 的人表示，他們喜歡在實體店內購買服裝時花些時間/瀏覽一下，這一比例約為希望快速完成整個流程的人 (34%) 的兩倍。

在線上購買衣服時，瀏覽的比例更加傾向有7成的人喜歡花時間，而3成的人希望能夠迅速完成。服裝與飾品是電子商務支出最大的類別之一，2022年支出達到1750億美元。而在購買家居/家居裝修用品時，消費者在實體店面和線上購物時也喜歡花時間，儘管與購物衣物時的程度不完全相同。另外，在購物食品雜貨時，有超過半數人在實體店購物時 (55%) 和在線上購物時 (53%) 皆更喜歡迅速完成。

其他調查：

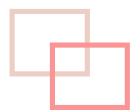
- 8成的消費者更喜歡花較長時間的良好客戶服務體驗，而不是迅速完成。
- 超過6成的人 (63%) 更喜歡店員離開，而不需要打招呼/詢問是否需要幫助。
- 71%的人同意購物會讓他們擺脫日常生活的壓力。
- 約7成的人 (69%) 同意購物是他們與朋友和家人一起做的有趣活動。



Part 04

消費者洞察

Insight



台灣網路影音觀看行為調查

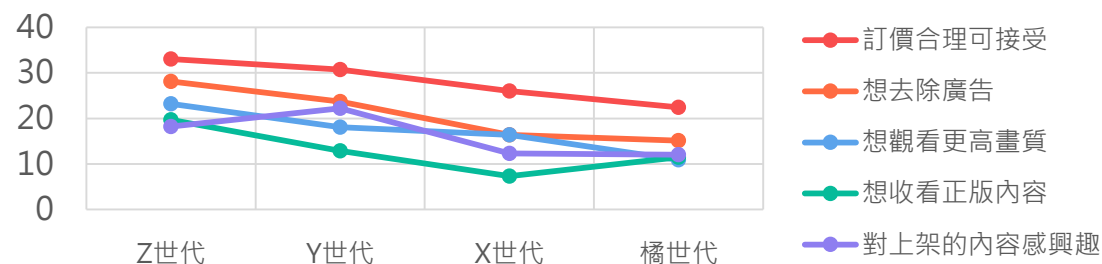
根據資策會產業情報研究所 (MIC) 發表 2022 年台灣數位遊戲行為調查，整體用戶以 (30.1%) 的Netflix及 (16.6%) YouTube為大宗，其次則為Disney+ (11.6%)、中華電信MOD (10.5%)、愛奇藝 (7.5%)。進一步觀察影音付費行為，年輕族群而有更高比例用戶付費訂閱網路影音內容。

請問您目前付費訂閱哪些影音管道？(複選，至多5項)

整體付費用戶偏好 TOP 12	Z世代 203份	Y世代 342份	X世代 331份	橘世代 192份
Netflix	41.9%	37.7%	21.6%	17.7%
YouTube	23.6%	18.7%	10.2%	15.6%
Disney+	17.7%	14.0%	8.8%	5.2%
中華電信MOD	3.9%	9.1%	13.7%	13.5%
愛奇藝	8.9%	7.3%	6.7%	7.3%
LINE TV	3.0%	7.0%	4.7%	5.7%
遠傳FriDay影音	3.0%	3.5%	2.9%	2.6%
台灣大哥大 myVideo	3.4%	2.9%	2.3%	3.6%
Facebook	5.9%	3.5%	0.6%	2.6%
Twitch	7.4%	2.6%	0.6%	1.0%
LiTV 立視線上影視	3.0%	0.6%	4.7%	1.6%
中華電信 Hami Video	2.0%	1.8%	3.8%	1.6%

- Z世代在Netflix、YouTube、Disney+、Twitch的付費訂閱比例略高於年長族群，年長族群則更偏好訂閱中華電信MOD (X世代 13.7%、橘世代13.5%)

請問以下何種因素會影響您付費與否？(複選至多5項)



- 年輕族群相對於年長族群，更認為訂價合理可接受、想更快看到內容、想觀看平台自製內容。
- 較特別的是，Z世代特別會考量去除廣告 (28.1%)、更高畫質內容 (23.2%)、正版內容 (19.7%)；而更高比例Y世代則因對平台內容感興趣 (22.2%) 而選擇付費訂閱，比例更高於其他世代。

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	3.48
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.74
3	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.29
4	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.63
5	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.41
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.30
7	航海王28	TTV	卡通影片	1.28
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.23
9	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	1.17
10	大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.04
11	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	娛樂綜藝	1.02
12	少女八家將	CTS	閩南語連續劇	0.96
13	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.94
14	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.87
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.84
16	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81
17	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.80
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.76
19	1300愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.74
20	姊妹亮起來安美諾美白修護	FTV	資訊綜藝	0.70

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	2.26
2	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.92
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.81
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.28
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.13
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.12
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.07
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.06
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.04
10	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.03
11	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.93
12	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.87
13	大愛劇草山春暉	DaAi	閩南語連續劇	0.86
14	大選陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.85
15	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.84
16	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	0.84
17	天才衝衝衝PP石墨烯蠶絲超	ETTV	競賽綜藝	0.82
18	鄭知道了真心換絕情尾牙碰	SETN	新聞性質節目	0.81
19	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.78
20	1900戲說台灣精選集	SANLI	閩南語連續劇	0.72

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	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.73
2	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.33
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.23
4	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.18
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.13
6	航海王28	TTV	卡通影片	0.93
7	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.88
9	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.83
10	1300天才衝衝衝愛妮雅化妝	CTS	競賽綜藝	0.78

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.80
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.36
3	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.31
4	航海王28	TTV	卡通影片	1.07
5	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.98
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.88
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.85
8	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.84
9	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.84
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.80

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	1.85
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.82
3	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.74
4	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.70
5	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.52
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.46
7	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	1.36
8	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.21
9	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.16
10	黃金光輝的人生	TTV	韓劇	0.91

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	5.80
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.62
3	NEWS金探號	TTV	新聞性質節目	4.04
4	2400追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	1.99
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.85
6	醫學大聯盟安美諾美白修護	FTV	競賽綜藝	1.77
7	1500阮三個3福爾耳溫槍	CTS	資訊綜藝	1.76
8	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.72
9	2300女神降臨2300	CTV	韓劇	1.47
10	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	娛樂綜藝	1.46

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	1.12
2	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.08
3	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.89
4	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.81
5	蠟筆小新電影B級美食大逃	YOYO	外片	0.77
6	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.70
7	愛主的心願康生小型按摩器	SANLI	閩南語連續劇	0.68
8	效廉出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.68
9	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.64
10	誰殺了她甘味人生健力他命	SL2	國語連續劇	0.60

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	1.71
2	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.89
3	直23 24NBA湖VS勇	VLSPT	籃球	0.79
4	1900戲說台灣精選集	SANLI	閩南語連續劇	0.69
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.68
6	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.66
7	型男大主廚PP石墨烯蠶絲超	SL2	美食、旅遊節目	0.66
8	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.65
9	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.62
10	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.58

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.23
2	角頭2王者再起	VLM	國片	1.11
3	八方尋飽3	VLMAX	美食、旅遊節目	1.00
4	全國第一勇	FTVN	新聞性質節目	0.99
5	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.95
6	1900戲說台灣精選集	SANLI	閩南語連續劇	0.95
7	1600天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.75
8	驚弓戰將	HLYWD	外片	0.74
9	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	美食、旅遊節目	0.72
10	妙國民糾察隊	VLJP	資訊綜藝	0.70

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	4.04
2	1800全民星攻略PP石墨烯蠶	ETTV	競賽綜藝	3.25
3	角頭2王者再起	VLM	國片	2.81
4	2000全民星攻略	STV	競賽綜藝	2.16
5	櫻桃小丸子來自義大利的少	YOYO	外片	2.06
6	1100暗黑破壞神在身邊	ANIMX	卡通影片	2.03
7	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	美食、旅遊節目	1.98
8	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.65
9	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	美食、旅遊節目	1.61
10	愛主的心願康生小型按摩器	SANLI	閩南語連續劇	1.51

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	0.89	0.60	0.40	0.53	1.42
TTV/台視	0.57	0.34	0.31	0.38	0.86
FTV/民視	0.34	0.14	0.09	0.11	0.65
CTS/華視	0.26	0.13	0.15	0.18	0.40
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	0.58	0.25	0.23	0.48	0.89
ET-N/東森新聞	0.51	0.22	0.21	0.38	0.81
SETN/三立新聞	0.49	0.17	0.11	0.29	0.88
FTVN/民視新聞	0.40	0.07	0.12	0.21	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.04	0.07	0.12	0.47
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.03	0.10	0.25
NTVN/壹新聞	0.14	0.04	0.06	0.14	0.22
CTS-N/華視新聞資訊台	0.13	0.05	0.05	0.12	0.20
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.03	0.03	0.11	0.21
SET-F/三立財經台	0.07	0.02	0.02	0.04	0.13
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	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	2.74
2	天道宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.92
3	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.28
4	追分成功CARRY	TTV	1.17
5	戲說台灣	SANLI	1.07
6	少女八家將	CTS	0.96
7	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.87
8	大愛劇草山春暉	DaAi	0.86
9	1300愛的榮耀大同氣密窗	FTV	0.74
10	1900戲說台灣精選集	SANLI	0.72

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合鴻茂熱水器	FTV	3.48
2	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.29
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.26
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.81
5	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	1.63
6	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	1.41
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.23
8	豬哥亮經典秀娘家消費高手	FTV	1.02
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.84
10	天才衝衝衝PP石墨烯蠶絲超	ETTV	0.82

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.13
2	台灣最前線	FTVN	1.12
3	驚爆新聞線2100	SETN	1.06
4	驚爆新聞線2200	SETN	1.04
5	少康戰情室	TVBS	1.03
6	導讀台灣	SETN	0.93
7	大選陪審團1500	SETN	0.85
8	關鍵時刻	ET-N	0.84
9	鄭知道了	SETN	0.84
10	鄭知道了真心換絕情尾牙碰	SETN	0.81

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇	CTV	1.04
2	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	0.71
3	型男大主廚PP石墨烯蠶絲超	SL2	0.70
4	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	0.65
5	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.63
6	直23 24NBA湖VS勇	VLSPT	0.61
7	效廉出發吧	STV	0.61
8	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.51
9	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.48
10	非凡大探索	UBN	0.40

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

