

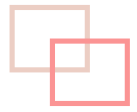
宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2407&2408

02.05 ~ 02.18





CONTENT



宏將觀點

- 春節樂活趣與收視觀察

媒體放大鏡

- 眾神花燈！台北燈節單週聲量破2萬

熱門話題

- 璀璨燈火照元宵，近期熱門活動一覽

國際視野

- TikTok不只是社交，還是搜尋引擎

收視調查

- 2024/02/05-2022/02/18

藝人動態

- 2024/01-2024/02

Part 01

宏將觀點

Insights

春節樂活趣與收視觀察



春節戶外活動夯，疫後民眾樂於出走

隨著疫情趨緩，民眾樂於出走，根據網路聲量統計，**戶外走春是今年春節必做活動第一名**，相較於去年過年民眾多傾向宅居在家，**今年的宅居活動分別落在第三（追劇）、第七（電動）及第十（團聚桌遊）**，顯示民眾已不再畏懼外出行動；而走春活動又以賞花、遊樂園及燈會最受推崇，今年台灣燈會舉辦在台南市，打頭陣的安平燈區自2月3日啟燈至今已吸引306萬參觀人次，充分展現民眾春節出遊的熱誠；**除了國內走春，出國旅遊也是春節熱門活動**，根據桃園機場統計，連假第一天（2/8）出入境人數超過13萬人，是去年同期的翻倍，自連假前一天至初六總運量上看116萬人次，已恢復疫前2019年春節的九成，顯現海外旅遊商機已復甦。





龍年新潮流：AI生成長輩圖、刮刮樂中獎脆潮

龍年相關搜尋字詞

1 龍年刮刮樂

2 龍年拜年

3 龍年長輩圖

4 龍年圖案免費

5 龍年拜年吉祥話

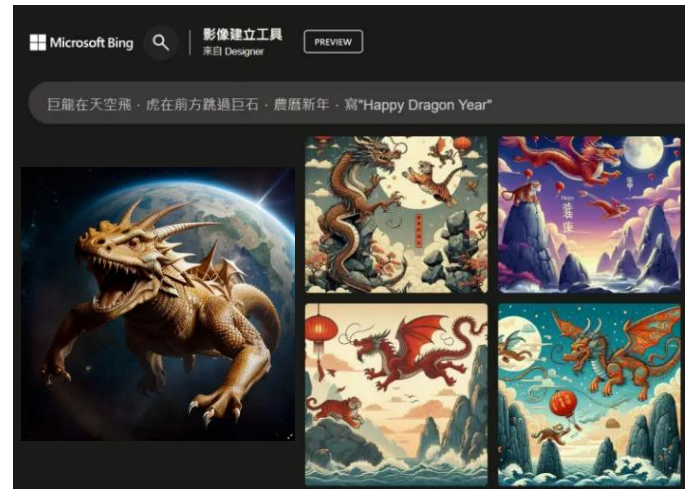


今年生肖逢龍，觀察Google搜尋趨勢發現民眾在過年期間搜尋龍年長輩圖、免費圖案的熱度攀升，透過LINE傳個貼圖、長輩圖跟親友拜年不稀奇，但隨著ChatGPT爆紅之後，**連長輩圖也跟上這股AI生成的潮流，讓今年的新春長輩圖畫風顯得更加多元、生動且有趣，連年輕人也愛用。**

購買彩券也是春節必做活動之一，台灣彩券今年推出多款龍年刮刮樂，吸引民眾試試新春手氣，觀察發現**近期有復活跡象的Threads**，在過年期間也興起脆友分享刮刮樂中獎、統計幸運號碼的風潮，甚至生火不少其他脆友，連帶提升刮刮樂的買氣，看到其他人手氣如此旺，您是否也想買幾張來一圓自己的大獎夢呢？



品牌免費新年貼圖、AI生成式長輩圖均受民眾愛用



Threads被刮刮樂中獎潮洗版



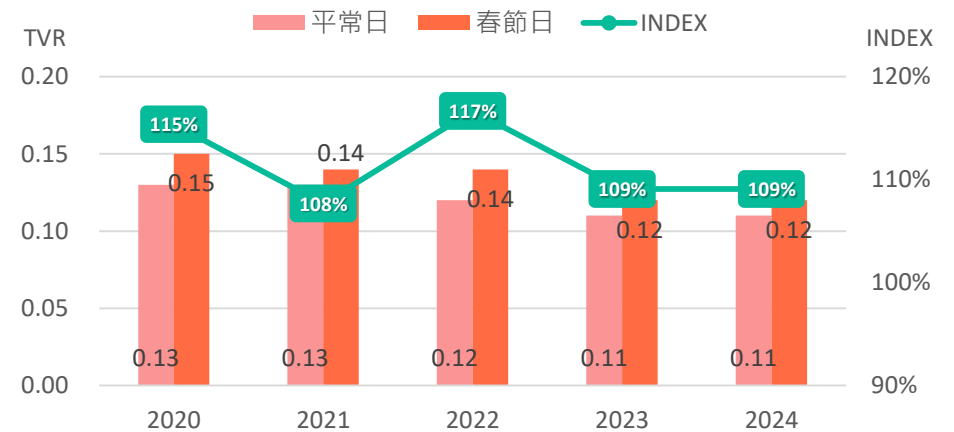


春節電視收視持平，小年夜、除夕收視成長

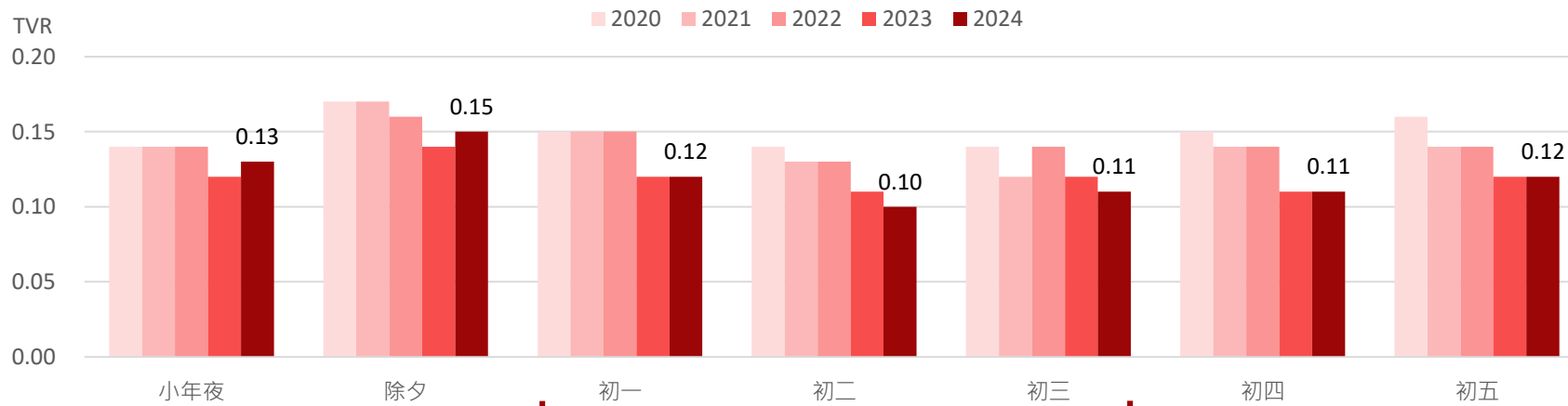
從電視收視亦可看出變化，觀察今年整體收視雖與去年持平，但可發現**小年夜及除夕收視較去年成長**，由於冷氣團來襲，**小年夜及除夕明顯降溫**，民眾多選擇居家團聚吃年夜飯，進而促漲電視收視；而初一至初三收視則略微下滑，顯示疫情後民眾不再侷限於宅居活動，在初一至初三期間多選擇走春出遊、回娘家等外出活動，而影響收視表現。



春節電視收視年度追蹤



春節假期每日收視表現



多數民眾初一~初三會選擇外出走春及回娘家

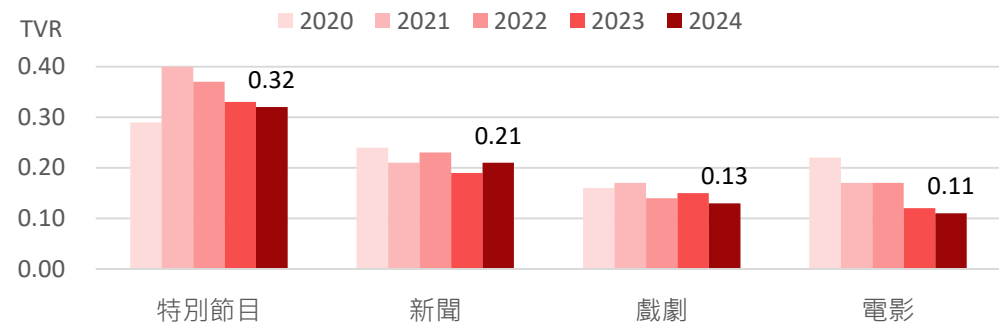
資料來源：Nielsen Arianna；平常日為春節前一個月；春節日則分別為2020/01/23~01/29、2021/02/10~02/16、2022/01/29~02/06、2023/01/20~01/29、2024/02/08~02/14



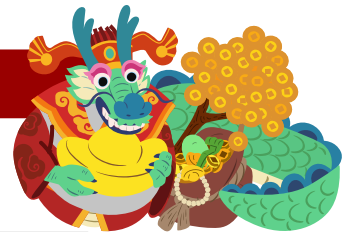
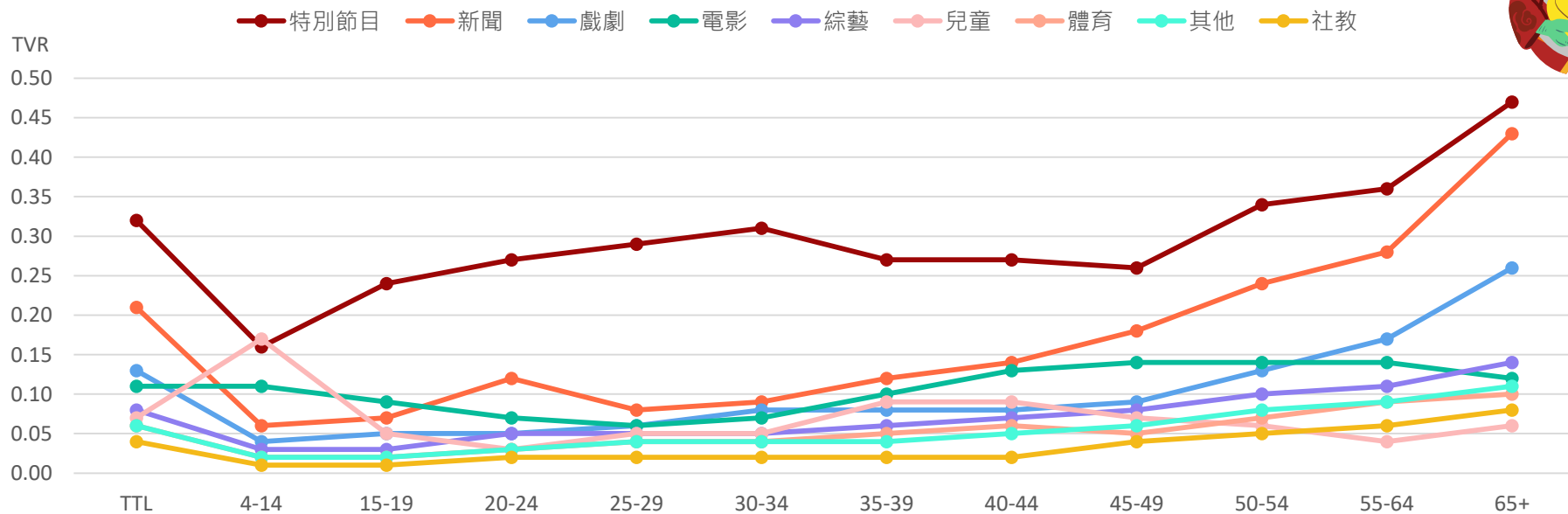
新聞收視成長，年輕人愛看特別節目

過年期間各家電視台紛紛播出新春特別節目，是收視最高的節目類型，收看族群以50歲以上為主，但**34歲以下年輕族群也會在過年期間回歸電視，並且在特別節目展現突出的收視率**；除了特別節目，50歲年長者在新聞、戲劇也有優於平均的收視表現；另外可發現**新聞收視較去年成長，由於總統大選剛結束，部分民眾仍持續關注政治話題，因而拉高新聞收視**。

春節各類節目收視年度追蹤



2024年春節各類節目收視表現：以特別節目最熱門，其次為新聞、戲劇、電影





特別節目：34歲以下最愛紅白、35歲以上偏愛民視

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	4.58
2	紅白龍華富貴金好運	TTV	4.33
3	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	3.94
4	紅白金龍送福金好運	TTV	3.79
5	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	3.41
6	民視第一發發發安美諾美白	FTV	3.28
7	紅白萬事興龍金好運	TTV	2.85
8	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	2.71
9	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	2.13
10	民視第一發發發星星水產賀	FTV	1.37

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	4.25
2	紅白龍華富貴金好運	TTV	3.98
3	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	3.67
4	紅白金龍送福金好運	TTV	3.47
5	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	3.06
6	民視第一發發發安美諾美白	FTV	2.86
7	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	2.75
8	紅白萬事興龍金好運	TTV	2.62
9	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	2.32
10	民視第一發發發星星水產賀	FTV	1.95

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	民視第一發發發安美諾美白	FTV	4.08
2	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	3.74
3	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	3.48
4	紅白龍華富貴金好運	TTV	3.04
5	紅白金龍送福金好運	TTV	2.54
6	民視第一發發發星星水產賀	FTV	2.54
7	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	2.33
8	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	2.20
9	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	2.12
10	紅白萬事興龍金好運	TTV	1.45

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	民視第一發發發安美諾美白	FTV	6.17
2	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	6.11
3	紅白龍華富貴金好運	TTV	4.39
4	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	4.01
5	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	3.96
6	民視第一發發發星星水產賀	FTV	3.84
7	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	3.71
8	紅白金龍送福金好運	TTV	3.63
9	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	2.78
10	紅白萬事興龍金好運	TTV	2.13





跟上潮流，春節行銷全面啟動！

自去年國境解封後，今年春節可以明顯感受到民眾樂於享受外出活動，但小年夜及除夕受到冷氣團影響，仍傾向居家守在電視機前吃年夜飯；同時可觀察到，新科技及新媒體也在春節帶起了新的潮流，連過年祝賀的長輩圖也能透過AI生成；春節是每年最重要的行銷檔期之一，**品牌主除了抓準民眾觀看電視的熱門時段及節目類型投放廣告，熱門走春景點則可以規劃各種管道觸及，同時也要思考新媒體的經營及新科技的運用，把握接觸年輕族群的機會，包含傳統、數位媒體都要全面掌握，讓春節行銷效益最大化！**

除夕收視再回溫 年輕人也愛觀看

- 小年夜、除夕仍以室內團聚為主，電視收視回溫
- 特別節目收視最佳，除了50歲年長者為主要族群，年輕人也愛回歸電視收看

疫後夯外出活動 掌握沿途機會點

- 民眾樂於戶外走春，熱門景點的戶外廣告、舉辦實體活動等均為觸及的機會點
- 亦可加強廣播管道投放廣告，接觸戶外走春的開車族群

運用新媒體科技 把握觸及年輕人

- 年輕族群開始愛用Threads，刮刮樂中獎分享潮也擴散到Threads造成洗版
- 民眾愛用免費祝賀貼圖，AI生成長輩圖年輕人也愛用





Part 02

媒體放大鏡

Media News

眾神花燈！台北燈節單週聲量破2萬

每逢元宵節國人都會按照習俗吃元宵、猜燈謎、賞花燈，今年全台各地燈會陸續盛大登場，其中台北燈節迎來第27年，除了西門主燈受到關注，此次由先泰工藝社製作的「眾神保庇（龍）平安」由於採用傳統廟會風格，引來部分網友質疑「怎麼覺得怪怪的」，對此台北市長蔣萬安、先泰工藝社也出面回應。

台北市長蔣萬安17日在臉書特別曬出自己與「眾神保庇（龍）平安」花燈合照，不忘標記「今天最熱打卡景點」。蔣萬安表示「台北市是一個多元、開放、創新、包容的城市，所以我們真的很希望所有市民朋友都可以利用這段期間，來台北走走逛逛。」先泰工藝社17日在臉書《先泰 祭祀禮儀 / 排場佈置》也高EQ回應，「作品有人想看，才有評價討論；這樣才會吸引更多人前來台北燈節特地的觀看」，**認為能夠獲得報導是作品成功價值，讓靜態花燈被賦予話題性與知名度。**

「眾神保庇（龍）平安」網路話題不斷，從《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統來看「台北燈節」近一週聲量趨勢，2月17日**台北燈節西門展區**展出「眾神保庇（龍）平安」花燈，照片曝光後被網友歪樓表示「提早中元普渡」、「地府一日遊」，**不過仍有人認為美感很主觀，此款花燈為燈節創造亮點，甚至吸引大批觀光客特地前往朝聖，網路聲量累積14,933筆。**



【2024/02/19, 數位時代】

繁花盛放！全臺十大春日賞花景點

繁花盛放！全臺十大春日賞花景點	
	網路聲量
1. 陽明山	26,458
2. 武陵農場	24,193
3. 阿里山	15,619
4. 杉林溪生態渡假園區	14,141
5. 九族文化村	10,101
6. 福壽山農場	9,648
7. 司馬庫斯部落	9,637
8. 日月潭	7,198
9. 大熊櫻花林	6,665
10. 無極天元宮	6,617

資料來源：《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統
分析期間：2023/02/15~2024/02/14

網路溫度計

即將進入春暖花開的時節，近期許多賞花勝地美麗的花朵都已經悄悄綻放。過完農曆春節，開工上班難免讓人感到鬱卒煩悶，不妨在假日安排時間到戶外賞花踏青，感受一下春天的腳步吧！在一片又一片美麗的花海之中，哪些賞花景點在網路上有著最高的討論度呢？透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統，調查出全臺網路聲量最高的十大春日賞花勝地，一起走入繁花盛開的世界吧！

NO. 1 陽明山：陽明山在每年的2月、3月迎來最燦爛的花季，民眾可以看見百花齊放的繽紛景象。在每年櫻花盛放的季節，陽明山總會湧入許多賞櫻遊客。

NO. 2 武陵農場：位於雪霸國家公園中的武陵農場，是臺灣知名的高山農場，每年春天的「武陵農場櫻花季」總是吸引許多民眾前往賞花，各種不同品種櫻花齊放的景象，也讓這裡成為賞櫻愛好者年年來訪的勝地。

NO. 3 阿里山：從12月底開始至3月，阿里山的櫻花便陸續綻放，在3月中至4月中為最盛放的時期，粉紅、殷紅、雪白的櫻花將山頭暈染成美麗的櫻花色漸層，成為不容錯過的春季饗宴。

【2024/02/18, 網路溫度計】

《甄嬛傳》馬拉松 6.1萬人睹「皇上駕崩」現身公祭

孫儷主演，大陸宮鬥劇「後宮甄嬛傳」播畢至今13年，但依然熱度不減，在劇迷心中擁有無可取代的宮鬥神劇，**八大電視於農曆新年期間在YouTube 24小時馬拉松直播再度引來觀看熱潮，昨(18日)播出最後一輪大結局「皇上駕崩」橋段，更破6.1萬人在線觀看，八大電視官方IG更發限時動態感謝全台各區代表「參加公祭」。**

「甄嬛傳」熱播不衰，不少經典橋段，總讓網友津津樂道，尤其在最後一集雍正駕崩橋段，孫儷一聲劇力萬鈞的宣喊：「皇～上～駕～崩」，令網友想像力無限，製作出不少眼圖，而昨晚播出的橋段中，則吸引網友在聊天室留言「桃園大溪代表上香」、「彰化貓友代表上香」、「台中媳婦代表上香」、「中和區代表，幫忙助念」、「竹北代表上香」、「恭送皇上」、「吃飯啦(台語，駕崩)」、「6萬公祭現場」、「各位小主明年見」。

事實上，今年《後宮甄嬛傳》最後一輪直播為「一鍵回宮」特別版，由於**不少觀眾不愛甄嬛離宮到甘露寺修行的劇情，甚至在社群網站發起「請八大電視今年的《甄嬛傳》馬拉松直接跳過甘露寺」活動**，八大也聽見民眾心聲，推出「跳過甘露寺」特別版。



【[2024/02/19, 聯合報](#)】

【[2024/02/19, 鏡新聞](#)】

超級盃收視寫紀錄 1.2億人觀看決賽轉播

美式足球聯盟 (NFL) 的2024年超級盃決賽12日開打，**估算共吸引1億2,340萬人觀看賽事轉播，比去年增加7%，打破超級盃的收視紀錄**，更成為1969年阿波羅11號登陸月球以來，最多人觀賞的轉播節目。



【[2024/02/14, 聯合新聞網](#)】

【[2024/02/14, 大紀元](#)】

哥倫比亞廣播公司 (CBS) 公布初步收視數據指出，共約1億2,340萬人透過電視與串流媒體平台，觀看堪薩斯市酋長隊擊敗舊金山49人隊的超級盃比賽，締造超級盃收視紀錄新猷，也是該公司自1998年來最多人觀看的季後賽事。

其中，1.2億名觀眾透過CBS電視網與派拉蒙+ (Paramount+) 串流服務觀戰。**尼爾森也指出，約2億24萬人透過所有通路觀看至少部分賽事內容，比去年增加10%，也創新高。**CBS表示，尼爾森的最終收視數據將於13日公布。今年超級盃除了賽事精彩，堪薩斯市酋長與舊金山49人互有領先，還進入延長賽。

電視行業分析師曾預計，這場比賽將成為一場文化盛宴，原因包括比賽地點首次選在了拉斯維加斯，還有流行巨星泰勒絲的名人效應，她正在與酋長隊的明星球員凱爾西交往。CNN報導說，**泰勒絲觀看比賽吸引了大批年輕女性粉絲，幫助NFL開拓了額外的收視市場。**

YouTube Premium付費訂閱用戶破億

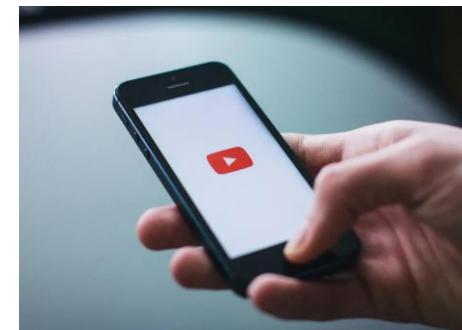
全球最大的影片分享平台YouTube宣布，**截至今年1月底，其包含YouTube Premium和YouTube Music的付費訂閱人數已經突破1億**，顯示了其持續吸引用戶的強勁動力。

與2021年9月的6000萬訂閱數相比，YouTube的付費使用者數量近乎翻倍，這令人印象深刻。儘管去年宣布調漲價格，但用戶對YouTube服務的熱愛似乎依然不減，這可能歸功於其提供的高品質內容和便利的使用體驗。

雖然YouTube並未具體透露單純使用YouTube Music的訂閱比例，但包括Music服務在內的YouTube Premium持續吸引著不少用戶。特別是，**在工作或運動時，透過YouTube Premium的背景播放功能，使得用戶更方便享受音樂和內容**。

與此同時，Google的母公司Alphabet也宣布，**YouTube廣告業務營收在近期實現16%的增長，佔總廣告業務的14%**。這顯示YouTube在廣告領域的穩步增長，為Alphabet的整體業績做出了重要貢獻。

YouTube持續通過提供更多豐富的內容和服務，以及不斷創新的廣告模式，積極擴大其在全球娛樂和數位廣告市場的影響力，為用戶提供更豐富的數位體驗。



【2024/02/03, 匯流新聞網】

趕緊備份！最新版LINE將停止社群聊天備份功能

在台灣相當普及的通訊軟體LINE在2月15日發出公告，說明2020年所推出的「LINE社群」聊天室 將於未來新版本中結束支援聊天備份。

感謝您一直以來對LINE的支持與愛護。
我們將於iOS版LINE 14.3.0以上版本結束支援LINE社群的「備份聊天記錄」功能。
此功能結束支援後，用戶將無法於社群執行備份功能，但仍可於社群中查看最多6個月內的聊天記錄。
本次變更造成您的不便，我們深感抱歉。感謝您的理解與配合。
今後也請繼續支持LINE。

目前iOS用戶可以透過LINE設定裡的「備份聊天記錄」功能將所有聊天室記錄備份至iCloud中。意味著**未來LINE 14.3.0新版本推出後，使用蘋果iPhone的用戶就無法再備份LINE社群中的聊天記錄，未來更換手機、復原聊天紀錄只能至社群中檢視最多6個月的記錄**。

目前iPhone用戶的LINE最新版本為14.1.3，如果想要提前將重要資訊保存起來，可以透過LINE社群聊天室的「傳送聊天記錄」將對話紀錄手動匯出。只要點選欲備份的社群聊天室右上角「≡」>其他設定>傳送聊天記錄，即可將聊天記錄的文字檔傳送給其他聊天室或儲存。不過這個方式僅能匯出文字訊息，若想留下圖片等其他格式檔案就得額外手動下載保存。

此外，LINE最新公告僅對蘋果用戶結束支援該項社群聊天備份功能，未來Android版本是否跟進實施，有待後續官方公告消息。

【2024/02/19, 聯合新聞網】

最新AI模型Sora 一句子生成60秒超擬真畫面

在文字生成內容、圖片之後，OpenAI 的最新產品 Sora 是讓使用者用文字生成最長 60 秒的高品質影片，他們目前只有開放給少量學者、研究人員使用，所以我們一般人們就只好先看看 OpenAI 拿出來的示範內容。

據 OpenAI 的說法，**Sora 不但能夠理解生成提示，還會知道物件在真實世界存在的規則，藉此生成在複雜場景之中，多位角色分別進行的活動，而且會有準備的細節和背景。**OpenAI 指 Sora 的生成結果是代表他們的模型能「深度理解語言」，才能如此準確地演繹文字提示。

說到文字生成影片的 AI 模型，Meta、Google、Runway 等都其實也有，甚至有提供公眾使用，**不過 Open AI 的 Sora 是目前唯一能生成 60 秒長的內容，而且是整段影片一口氣生成，而非像其他模型般逐格生成再連續播放。**

隨著 AI 生成技術的進步，人類社會因此也面對更多種不同的危機，就像早前香港的一宗騙案，正是以 Deepfake 來生成視訊會議畫面，成功騙過員工並取得大額金錢。其他的名人換臉影片也非常常見，使得假資訊更防不勝防。



【[2024/02/16, yahoo新聞](#)】

Apple Vision Pro出現退貨潮 主因是舒適度不佳

Apple 蘋果空間運算裝置 Apple Vision Pro 上市迄今，許多人拍攝開箱及實際上街使用的體驗影片讓這款裝置成為潮流話題，但是**隨著 Apple Store 蘋果線上商店的 14 天無條件退貨期到期，外媒《The Verge》報導有不少買家陸續選擇退貨，而主要原因是舒適度不佳、頭痛和眼睛疲勞。**



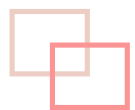
【[2024/02/17, yahoo新聞](#)】

《The Verge》指出，舒適度是退貨的最常見原因之一。有用戶表示這款頭戴裝置讓他們頭痛並會暈眩。頭戴裝置的重量以及大部分重量集中在前方也成為另一個抱怨的原因。不過《The Verge》平衡報導指出多年來 VR 頭戴裝置的用戶都曾發生眼睛乾澀和紅腫問題。

科技部落客 Rjey 在 X 平台（前身為 Twitter）稱讚 **Vision Pro 是真正的空間計算，只是因為缺乏 App 而受到限制。同時也表示 Apple Vision Pro 的聽寫功能比 iPhone 好多了。**雖然 Rjey 對 Vision Pro 有好印象，但他也表示使用 10 分鐘後就產生了頭痛。Rjey 鄭重聲明指出，自己先前曾嘗試過其他 VR 頭戴裝置，但從未遇到任何頭痛的問題。

不過，這是早期使用者的測試體驗，這些意見會不會影響 Vision Pro 的未來還很難說。**儘管使用者選擇退貨，但仍然很想體驗第二代 Vision Pro。**其他人則強調，**問題不在於技術，而是缺乏殺手級 App 或舒適度。**





璀璨燈火照元宵，近期熱門活動一覽

近日全台各地陸續點燈來迎接元宵節的到來，今年的台灣燈會在台南舉辦，而台北燈會因作品略微恐怖引起話題，網友開玩笑表示元宵變成中元節。而餐飲業者也紛紛推出優惠，獻給4年過1次生日的2月29日壽星。近期還有哪些熱門活動值得關注呢？本週一起透過宏將週報來一探究竟吧！



台北眾神花燈引熱議

台北燈會競賽作品《眾神保庇（龍）平安》在燈光效果下略微恐怖，拉升台北燈會關注度。

高雄黃色小鴨超有戲

近期有情人節小鴨親親、遭消風崩壞鴨，以及皇家遊艇會「娜美公主號」贊助偏鄉小學登艇賞鴨。

台北國際書展開幕

21日開幕，話題包含政府官員出席活動/推文化幣、發展AI個人生成書、出版社推看書免費剪髮活動。

九族文化村櫻花祭

全台櫻花陸續盛開，九族推出cosplay裝扮享優惠，一般消費者贈送和風/漢服體驗活動。

Part 04

國際視野

Media Trend





TikTok不只是社交，還是搜尋引擎

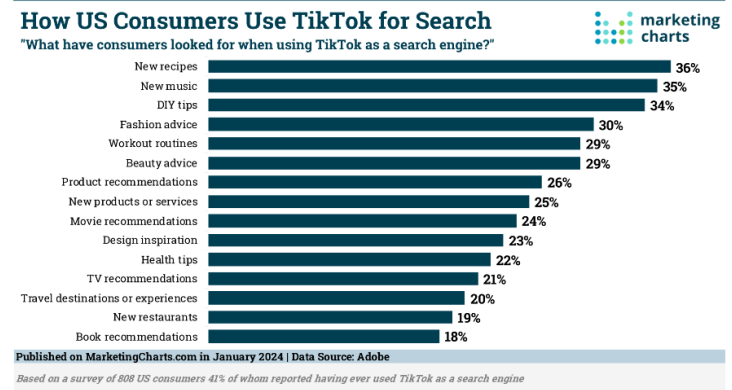
Adobe最近的調查數據顯示，**超過四成的消費者把TikTok當成搜尋引擎使用**。研究發現年輕人使用TikTok作為搜尋引擎的機率遠高於年長者。

近三分之二（64%）的Z世代受訪者使用TikTok進行搜尋，約有八成（49%）的千禧世代也有此經驗。X世代使用TikTok進行搜尋的比例下降至29%，而嬰兒潮世代更少，只有14%。在Z世代中，有十分之一的人表示更傾向於使用TikTok而非Google作為搜尋引擎，這讓人聯想到早期的研究，當時TikTok被稱為Z世代的「新Google」。

Adobe調查的受訪者表示，在使用TikTok作為搜尋引擎時，他們**最常尋找新食譜（36%）、新音樂（35%）和手作DIY（34%）**。約有四分之一的人表示他們在TikTok上**尋找產品推薦（26%）和新產品或服務（25%）**。之前的研究還發現，TikTok正逐漸成為一個日益受歡迎的產品搜尋目的地：在該調查中，超過五分之一（21%）的受訪者表示，**網路購物時，TikTok是他們開始搜索的地方**。

在**選擇TikTok而非傳統搜尋引擎的消費者中，有44%的人認為短影片提供了更豐富、更易理解的訊息**。其他人則喜歡TikTok影片的故事性功能（34%），並認為內容更加個性化（31%）。在內容類型方面，有一個明顯指標，即6成的人表示，在使用TikTok作為搜尋引擎時，他們更喜歡影片教學，遠遠落後的是產品或服務評論（39%）。

一項針對250名品牌調查（其中54%曾使用TikTok來推廣他們的業務）發現，他們優先選擇影片教學（22%）作為優於傳統搜尋引擎的內容類型。然而，在這種情況下，競爭更為激烈，其他內容類型（包括產品或服務評論（18%））緊隨其後。



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	民視第一發發發安美諾美白	FTV	特別節目	4.62
2	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	特別節目	4.48
3	紅白龍華富貴金好運	TTV	特別節目	3.85
4	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	特別節目	3.72
5	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	特別節目	3.35
6	紅白金龍送福金好運	TTV	特別節目	3.17
7	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.95
8	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	特別節目	2.88
9	民視第一發發發星星水產賀	FTV	特別節目	2.84
10	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	2.83
11	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	特別節目	2.48
12	紅白萬事興龍金好運	TTV	特別節目	2.01
13	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.82
14	黃金歲月龍鳳呈祥迎新春成	FTV	歌唱音樂	1.57
15	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.49
16	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.41
17	華人風雲大賞3龍爭霸五洲	CTV	特別節目	1.40
18	龍華富貴衝衝衝愛妮雅化妝	CTS	特別節目	1.25
19	民視第一發發發獨家幕後搶	FTV	特別節目	1.17
20	紅白藝能大賞搶先看	TTV	特別節目	1.11

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道IVENOR十時塑熾果茶	SANLI	閩南語連續劇	1.94
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.84
3	天道PP石墨烯蠶絲超導被	SANLI	閩南語連續劇	1.70
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.62
5	2000金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	1.13
6	1600搶救亞洲老化	TVBSN	新聞性質節目	1.04
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.01
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.96
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.95
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
11	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.92
12	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.86
13	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.84
14	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.83
15	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.82
16	天才衝衝衝IVENOR十時塑熾	ETTV	競賽綜藝	0.80
17	2024超級華人風雲大賞星城	SANLI	特別節目	0.76
18	鄭知道了食髓知味操作食安	SETN	新聞性質節目	0.76
19	2000看見貝里斯	TVBSN	新聞性質節目	0.76
20	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.75

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	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	特別節目	4.58
2	紅白龍華富貴金好運	TTV	特別節目	4.33
3	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	特別節目	3.94
4	紅白金龍送福金好運	TTV	特別節目	3.79
5	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	特別節目	3.41
6	民視第一發發發安美諾美白	FTV	特別節目	3.28
7	紅白萬事興龍金好運	TTV	特別節目	2.85
8	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	特別節目	2.71
9	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	特別節目	2.13
10	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.75

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	特別節目	4.25
2	紅白龍華富貴金好運	TTV	特別節目	3.98
3	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	特別節目	3.67
4	紅白金龍送福金好運	TTV	特別節目	3.47
5	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	特別節目	3.06
6	民視第一發發發安美諾美白	FTV	特別節目	2.86
7	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	特別節目	2.75
8	紅白萬事興龍金好運	TTV	特別節目	2.62
9	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	特別節目	2.32
10	民視第一發發發星星水產賀	FTV	特別節目	1.95

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	民視第一發發發安美諾美白	FTV	特別節目	4.08
2	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	特別節目	3.74
3	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	特別節目	3.48
4	紅白龍華富貴金好運	TTV	特別節目	3.04
5	紅白金龍送福金好運	TTV	特別節目	2.54
6	民視第一發發發星星水產賀	FTV	特別節目	2.54
7	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	特別節目	2.33
8	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	特別節目	2.20
9	紅白藝能大賞滿貫大亨	TTV	特別節目	2.12
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.79

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	民視第一發發發安美諾美白	FTV	特別節目	6.17
2	民視第一發發發大漢酵素藏	FTV	特別節目	6.11
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	4.86
4	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	4.77
5	紅白龍華富貴金好運	TTV	特別節目	4.39
6	民視第一發發發格力變頻冷	FTV	特別節目	4.01
7	紅白龍轉乾坤滿貫大亨	TTV	特別節目	3.96
8	民視第一發發發星星水產賀	FTV	特別節目	3.84
9	紅白龍光煥發滿貫大亨	TTV	特別節目	3.71
10	紅白金龍送福金好運	TTV	特別節目	3.63

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	天道IVENOR十時塑蠟果茶	SANLI	閩南語連續劇	1.05
2	2100重案組	EFNC	新聞性質節目	0.87
3	天才衝衝衝IVENOR十時塑蠟	ETTV	競賽綜藝	0.83
4	天道PP石墨烯蠟絲超導被	SANLI	閩南語連續劇	0.81
5	2000金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	0.79
6	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.73
7	2024超級華人風雲大賞星城	SANLI	特別節目	0.70
8	1900龍華富貴衝衝衝PP石墨	ETTV	特別節目	0.70
9	2100被掩藏的詐騙數字	TVBSN	新聞性質節目	0.68
10	火力全開台灣挑戰世界大胃	ONTV	競賽綜藝	0.66

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道IVENOR十時塑蠟果茶	SANLI	閩南語連續劇	1.49
2	天道PP石墨烯蠟絲超導被	SANLI	閩南語連續劇	1.48
3	2000花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	1.11
4	2024超級華人風雲大賞星城	SANLI	特別節目	0.97
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.95
6	全民星攻略祥龍團圓賀新年	ETTV	競賽綜藝	0.93
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.87
8	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.81
9	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.75
10	直23 24NBA技術賽	VLSPT	籃球	0.74

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道IVENOR十時塑蠟果茶	SANLI	閩南語連續劇	1.41
2	天道PP石墨烯蠟絲超導被	SANLI	閩南語連續劇	1.11
3	2000金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	1.03
4	1900龍華富貴衝衝衝PP石墨	ETTV	特別節目	0.86
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.83
6	天才衝衝衝IVENOR十時塑蠟	ETTV	競賽綜藝	0.79
7	1600搶救亞洲老化	TVBSN	新聞性質節目	0.76
8	金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	0.73
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.72
10	直23 24NBA金VS湖	VLSPT	籃球	0.71

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.23
2	天道IVENOR十時塑蠟果茶	SANLI	閩南語連續劇	2.81
3	天道PP石墨烯蠟絲超導被	SANLI	閩南語連續劇	2.56
4	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.78
5	2000金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	1.66
6	1600搶救亞洲老化	TVBSN	新聞性質節目	1.64
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.59
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.43
9	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	1.42
10	鄭知道了食髓知味操作食安	SETN	新聞性質節目	1.23

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	0.43	0.46	0.49	1.32
TTV/台視	0.58	0.36	0.39	0.39	0.87
FTV/民視	0.34	0.18	0.09	0.14	0.63
CTS/華視	0.22	0.13	0.19	0.19	0.30
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	0.61	0.27	0.23	0.49	0.96
ET-N/東森新聞	0.53	0.27	0.23	0.42	0.82
SETN/三立新聞	0.46	0.15	0.15	0.30	0.80
FTVN/民視新聞	0.39	0.12	0.15	0.19	0.72
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.09	0.07	0.12	0.42
EFNC/東森財經新聞台	0.22	0.12	0.09	0.16	0.36
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.08	0.06	0.12	0.24
UBN/非凡新聞	0.15	0.03	0.05	0.12	0.26
NTVN/壹新聞	0.15	0.07	0.06	0.13	0.22
SET-F/三立財經台	0.08	0.02	0.03	0.04	0.14
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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	2.83
2	天道IVENOR十時塑纖果茶	SANLI	1.94
3	天道PP石墨烯蠶絲超導被	SANLI	1.70
4	牛車來去格力變頻冷暖空調	FTV	1.07
5	追分成功真享購	TTV	1.03
6	戲說台灣	SANLI	1.01
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.95
8	商魂格力變頻冷暖空調	FTV	0.91
9	台灣傳奇娘家明適保	FTV	0.86
10	長安諾2000	CTV	0.82

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	2.95
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.84
3	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.82
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	1.62
5	黃金歲月龍鳳呈祥迎新春成	FTV	1.57
6	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	1.49
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	1.41
8	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	0.94
9	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	0.90
10	天才衝衝衝IVENOR十時塑纖	ETTV	0.80

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	2000金曲星舞台	SETN	1.13
2	1600搶救亞洲老化	TVBSN	1.04
3	少康戰情室	TVBS	0.96
4	台灣最前線	FTVN	0.94
5	新台灣加油	SETN	0.92
6	非凡最前線	UBN	0.86
7	驚爆新聞線2100	SETN	0.84
8	導讀台灣	SETN	0.83
9	驚爆新聞線2200	SETN	0.82
10	鄭知道了食髓知味操作食安	SETN	0.76

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.74
2	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	0.72
3	2000花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	0.71
4	型男大主廚IVENOR十時塑纖	SL2	0.68
5	型男大主廚PP石墨烯蠶絲超	SL2	0.61
6	日本人玩台灣挑戰夜市美食	VLJP	0.61
7	型男大主廚好運龍總來星城	SL2	0.61
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.56
9	直23 24NBA金VS湖	VLSPT	0.55
10	爆食美女狂掃賣場巨無霸美	VLJP	0.55

Part 06

藝人動態

Dorian Idols

2022 BRAND NEW CTBC BROTHERS CHEERLEADERS

Passion Sisters

近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：Passion Sisters 6位練習生已經曝光，汶汶（上排左起）、Wendy、儀諄、冼迪琦、夏蕾（下排左起）、怡琪。（圖／記者葉政勳攝影）



圖2：TOYOTA 2024讀賣巨人軍90週年紀念，PS女孩有峒峒、貴貴、小安、希希、君白、昀二、凱蒂、波波。（圖／主辦單位提供）

近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：短今因吃海鮮過敏，緊急送醫治療。無奈表示「新年見血，直接紅到發紫」。(圖 / 翻攝自短今IG)



圖2：籃籃(左起)、徐凱希、崙崙年假在台南相見歡，3妹逗趣自封「台南S.H.E」。(圖 / 翻攝自徐凱希IG)

近期精彩動態：崙崙

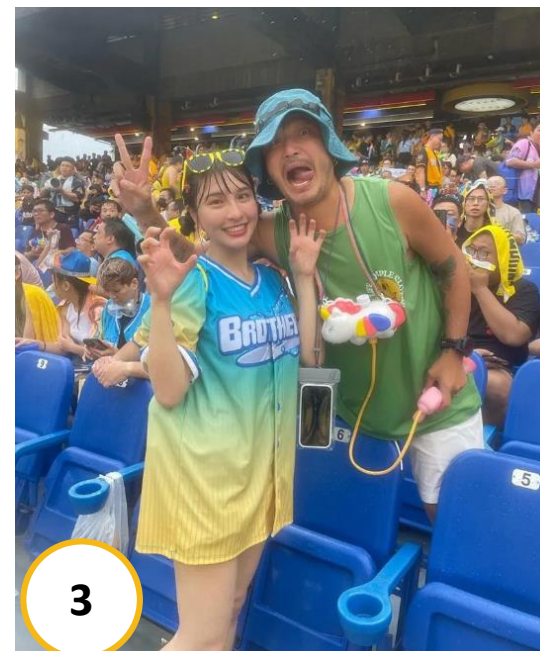


圖1：充滿元氣應援的崙崙，先前受訪時曾坦言，自己其實個性慢熟，直到收到節目《飢餓遊戲》邀請才決定挑戰看看。(圖 / 翻攝自崙崙IG)

圖2：崙崙拍攝廣告，罕見換上長髮古裝造型，腰部挖空設計讓她的好身材一覽無遺，讓粉絲直呼「不一樣的感覺！」(圖 / 翻攝自崙崙IG)

圖3：崙崙大方承認自己目前單身中，好友KID (林柏昇) 甚至比她還著急。(圖 / 翻攝自et_run.news IG)

近期精彩動態：冼迪琦（小迪）



圖1：初次登場也掀起廣大球迷瘋狂討論，甜美兼具青春活力的氣息，還一度被球迷們譽為「岷岷接班人」。（圖／記者嚴俊強攝影）

圖2：可愛爆棚的小迪，笑說為了不想重學應援曲，決心要永遠待在中信兄弟。（圖／記者嚴俊強攝影）

近期精彩動態：儀婷/Wendy



圖1：儀婷（左）、Wendy（右）離開了前職籃啦啦隊。粉絲們願意跟著女孩們進場支持給予祝福，也讓兩人深刻被感動。（圖／記者葉政勳攝影）

圖2：有別於其他啦啦隊女孩的白皙纖瘦，Wendy追求的是陽光、歐美的風格，平時也有定期去健身房重訓的習慣。（圖／Wendy IG）

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

