

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2414

03.25 ~ 03.31



Contents

- 媒體放大鏡 - 中職大巨蛋開幕戰 觀眾數刷新紀錄
- 熱門話題 - 「兒童節特輯」為孩子帶來無盡歡樂
- 國際視野 - 消費者最信任哪個產品推播管道
- 收視調查 - 2024/03/25-2024/03/31
- 網路觀察 - February 2024

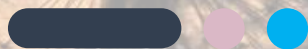




PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 中職大巨蛋開幕戰 觀眾數刷新紀錄



【[2024/03/30, 中央社](#)】

中華職棒35年新球季於3月30日在台北大巨蛋開打，**歷史性的首場大巨蛋例行賽湧入2萬8618名觀眾，同時刷新中職史上開幕戰最多觀眾數、史上例行賽單場最多觀眾數紀錄。**

台灣球迷等待了超過30年，史上首場在大巨蛋的例行賽就是中職35年開幕戰，由味全龍隊擔任主場球隊，與樂天桃猿隊交手。**本季中職新球季話題滿滿，中職重返6隊榮景，加上有35場在台北大巨蛋的賽事、6隊都有主場，讓球迷相當關注。**

開幕戰除了外野第2層、內野第3層之外，大巨蛋各區域都有開放，最後湧進2萬8618名觀眾，成為中職史上開幕戰最多觀眾紀錄，同時也是中職例行賽史上最多觀眾紀錄。

原本中職歷史上開幕戰最多觀眾人數為2016年在桃園棒球場，當時由Lamigo桃猿隊與中信兄弟隊交手，共1萬9393人進場；例行賽原本的單場觀眾紀錄則是2019年9月29日在洲際棒球場的彭政閔引退賽，當時觀眾為2萬223人。

2 圖書館進館、借閱數破億 每人平均借5.43本書



【[2024/03/27, 經濟日報](#)】

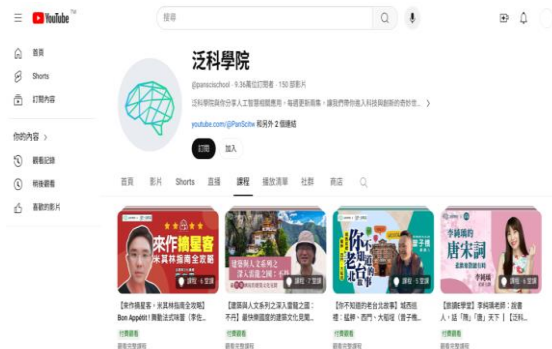
112年台灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告今天公布，報告指出，**112年全國民眾全年進入台灣各地公共圖書館次數超過1億837萬人次（增加2206萬人次，成長25.55%），國人平均每人進入圖書館4.62次。**

在借閱總人次與借閱總冊數方面同樣也是大幅成長，**112年全年借閱總人次3528萬人次（增加530萬人次，成長17.67%）、借閱總冊數超過1億2723萬冊（增加3479萬冊，成長37.63%）。**

此外全國每人平均借閱5.43冊，全國累計辦證數達2100萬張（增加98萬張，成長4.89%）。電子書借閱方面，112年全民電子書借閱增加58萬冊，成長6.21%，累計共借閱超過991萬冊電子書。各種網站資源使用次數更累計高達8億414萬次（增加1億3622萬次，成長20.39%）。

借閱排行榜方面，讀者最愛圖書前3名分別為「原子習慣」、「股息Cover我每一天」、「蛤蟆先生去看心理醫生」，學童圖書借閱方面前3名為「科學實驗王」、「植物大戰屍」、「楓之谷大冒險」，其中「科學實驗王」連續8年進借閱排行榜。

3 YouTube「學習課程」功能搶先在台上線



【[2024/03/26, 科技報橘](#)】

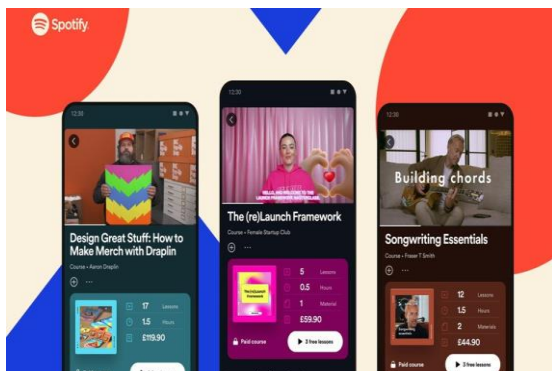
許多人會看 YouTube 影片學習新知、自學新技能，**YouTube 正式宣布在台推出「學習課程」**（Courses on YouTube）功能，讓內容創作者可以在 YouTube 上開課，觀眾也可依照自己的需求選擇課程內容和目標，在完整的教學架構中學習，提升自學能力。

YouTube 分享，**平台上的學習內容分為 3 種：學校教育、職能技能、日常生活，包含有廣告的免費課程，以及無廣告的付費課程。**隨著新功能上線，YouTube 找來數位發展部、臺大開放式課程等公部門與教育機構加入行列，為台灣大眾與學子提供免費學習資源。

其中，數位發展部將推出免費「全民 AI 通識課」、台灣首位頻道訂閱數破千萬的創作者奇軒，線上學習平台如 Hahow 好學校、泛科學院等，也將在 YouTube 上推出共數百堂熱門課程。想要在 YouTube 上課的用戶，可以到有開課的 YouTube 頻道，點選「課程」頁面，瀏覽想要學習的課程。**YouTube 學習課程具有課程進度、檔案上傳、測驗等功能，未來還會推出課程徽章。**

目前 YouTube 學習課程為 Beta 版，僅開放部分創作者使用，目前全球共約 100 多位。今年稍後，這項功能將正式開放給更多創作者。

4 Spotify在英國測試學習課程內容服務



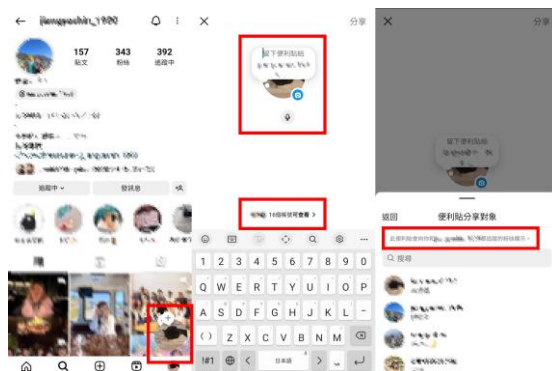
【[2024/03/27, 聯合新聞網](#)】

Spotify 開始在英國地區測試學習課程內容服務，其中結合旗下音樂、Podcast及有聲書內容，並且加入影片讓使用者能藉此學習各類知識，進而增加Spotify服務使用流量。其中包含BBC Maestro、PLAYvirtuoso、Thinkific Labs與Skillshare等英國業者已經與Spotify合作，分別提供音樂製作、創意發揮、商業學習與健康生活四種類別課程。**依照Spotify說明，期望藉由此服務探索更多潛在發展機會，並且透過學習課程吸引更多新觀眾，並且擴大獲利可能性。**

目前此服務僅在英國境內提供，既有Spotify用戶能在每種課程獲得至少兩節免費課程，而計費方案從20英鎊起跳，現行計費最高為80英鎊，並且能透過行動裝置或桌機存取服務。

不過，Spotify此項服務計費方案有可能在成為正式版本之後作調整。而Spotify表示，目前在英國地區約超過一半用戶參與使用此項服務，因此預期推出正式版本後將能吸引更多用戶族群。

5 IG新功能又來了！教你怎麼在朋友限動發「宣傳留言」



【[2024/03/27,網路溫度計](#)】

繼先前的便利貼、蓋樓文之後，IG (Instagram) 於近期再度推出新功能，從現在開始用戶將可以在好友的限時動態中「留言」。究竟這項功能要如何使用，又有什麼特色呢？快跟著《網路溫度計DailyView》一起來看看吧！

相信最近不少人在瀏覽IG限時動態時都會發現畫面下方出現小小的對話框，**其實這是IG最新的「限時動態留言」功能**，用戶只要點選好友限時動態頁面左下方的笑臉表情符號，就可以在這則限時動態中張貼留言，讓自己的意見和心情出現在上面。在限時動態留言後，留言內容會顯示在該則動態的下方，若同時有多人留言則會以輪播的方式出現。

在限時動態留言後，該則限時動態發布者的追蹤者皆可以看見你的留言，不過限時動態列表上的迷你頭像，則是共同追蹤者才能夠看見。其實除了在限時動態留言外，**IG先前也曾推出在他人的個人帳號頁面「留下便利貼」的功能**，便利貼留言將會在該帳號的個人頁面留存3天，並且是兩人共同追蹤的粉絲才能看見。

6 只用臉書、IG就落伍了！MZ世代出去玩必做10件事

MZ世代出去玩必做哪些事？		
	網路聲量	
1. 文青系列 逛文創市集、看藝文展覽	81345	
2. 短影系列 拍抖音片、IG Reels	44966	
3. 手作系列 參加DIY、做蛋糕課程	32846	
4. 聽團系列 跑音樂祭、聽演唱會	26215	
5. 拍照系列 跑咖拍美照、拍貼人生四格	17122	
6. 吃貨系列 吃遍私房料理美食	11842	
7. 朝聖系列 跟風打卡網美網紅景點	11633	
8. 益智系列 玩密室逃脫、麻將桌遊	8999	
9. 夜貓系列 KTV夜唱、夜衝看夜景	7630	
10. COS系列 租借服飾嘗試特殊打扮	5429	

資料來源：《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統
分析期間：2023/03/29~2024/03/27

【[2024/03/29,網路溫度計](#)】

俗話說人不輕狂枉青年，有些事年輕時不做就後悔了！《網路溫度計DailyView》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統，帶你一起來盤點「MZ世代出去玩必做的10件事」，趕快來看看你在網友眼中還年輕嗎！

- **No.1 文青系列 | 逛文創市集、看藝文展覽**：現今各縣市也相繼出現特色文創市集，不論是北部的四四南村、松菸、華山，還是彩虹眷村，每逢週休六日、國定假日都會有限定市集，吸引眾多喜歡文創品牌的年輕族群走走逛逛。
- **No.2 短影系列 | 拍抖音片、IG Reels**：隨著速食文化來襲，短影音世代隨之蓬勃發展，有別於以往YouTube長片，時至今日富含創意的MZ世代不只經營IG Reels，還會特別開設抖音、TikTok帳號，拍攝幽默好笑、美食介紹等短片，吸引大批同好關注。
- **No.3 手作系列 | 參加DIY、做蛋糕課程**：MZ世代比起把旅遊行程排滿滿，更注重於當下實質的體驗和感受，現年輕人流行參加豐富好玩的DIY課程，不論是自己做蛋糕、漁場摸蜆，還是體驗蠟燭香氛，不僅在體驗過程中可以感受到療癒氛圍，最後還有成品可以帶回家。

7 Pokemon Sleep 「睡覺」世界大賽如火如荼展開



【[2024/04/01, 聯合新聞網](#)】

睡覺也能成為世界大賽？4月1日寶可夢官方最新影片轉播「Pokemon Sleep」世界錦標賽2024，世界各國選手無非以最特殊的睡姿，試圖在競爭中脫穎而出。寶可夢手機遊戲「Pokemon Sleep」正式推出，**玩家只要在睡覺時將手機放在枕邊，就能輕鬆紀錄自己每天的睡眠資料與類型，還能收集各式各樣可愛的寶可夢睡姿，再從比賽「睡覺」，睡著的時間、睡眠節奏與睡姿進行評分。**

影片中收集來自世界各國的5位選手齊聚一堂，有選手放下手機後立刻進入夢鄉，似乎也有選手陷入苦戰，睜大眼睛完全無法睡著。到了比賽後段，選手們開始採取個人獨特的寶可夢睡姿，有如伊布窩起來睡、小鋸鱷張大嘴巴，甚至像班基拉斯直接站著打盹。

原來這是寶可夢官方在4月1日推出的愚人節活動，不僅有英文、日文配音，甚至還提前推出預告片，讓整個企畫更為真實。許多網友看到後表示**超希望有這種比賽，「真是太有趣了」、「愚人節推出這活動好有創意」、「這會興奮的睡不好」、「如果這是真的我很樂意參加」**，還有人開玩笑地說**一定要找大雄來參加。**

8 主人傻眼！IKEA創意廣告「貓狗破壞時刻」現場抓包

MZ世代出去玩必做哪些事？	
	網路聲量
1. 文青系列 逛文創市集、看藝文展覽	81345
2. 短影系列 拍抖音视频、IG Reels	44966
3. 手作系列 參加DIY、做蛋糕課程	32846
4. 聽團系列 跑音樂祭、聽演唱會	26215
5. 拍照系列 跑拍拍美照、拍貼人生四格	17122
6. 吃貨系列 吃遍私房料理美食	11842
7. 朝聖系列 跟風打卡網美網帥景點	11633
8. 益智系列 玩密室逃脫、麻將桌遊	8999
9. 夜貓系列 KTV夜唱、夜衝看夜景	7630
10. COS系列 租借服飾嘗試特殊打扮	5429

資料來源：《KEYPO大數據關鍵引擎》與續分析系統
分析期間：2023/03/29~2024/03/27

網路溫度計

【[2024/04/01, 動腦雜誌](#)】

【[2024/03/31, 妞新聞](#)】

2024年3月31日，台北市政府響應國際寵物日，**在限定時段推出北捷一日限定寵物列車，讓捷運車廂成為毛小孩的遊樂場，帶給飼主與毛小孩不同以往搭乘捷運的有趣體驗。**根據110年全國家犬貓數量調查，全台飼養數量將近210萬隻，而近10年犬貓飼養量更以每年近9%增長率成長，可見毛經濟將不容小覷，將有機會成為新藍海市場。

觀察IKEA推出新品牌廣告《Don't worry you can afford it》，從飼主角度出發，當飼主聽見房子某處傳來令人不詳的掉落聲，衝向犯罪現場後，發現兇手竟是自己可愛的寵物，儘管自己相當生氣，卻被寵物的可愛大眼所迷惑，無法控制地原諒了兇手，只能慶幸物品價格是自己能夠負擔的。

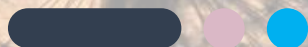
阿拉伯IKEA鎖定飼主時常會因為寵物「意外」摔壞或打破物品的場景，而感到不悅與對高昂價格感到心疼的痛點，**透過廣告來傳遞，使用IKEA裝飾家中的每一角，即使寵物「意外」做了什麼，也不會因此感到心疼，因為這些物品的價格您都負擔得起！**創意十足的照片也引起網友共鳴，紛紛說：「這是我看過最棒的廣告」、「好愛這系列，下一張會是什麼？」。



PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



「兒童節特輯」為孩子帶來無盡歡樂

你知道嗎？各國慶祝兒童節的日期都不盡相同，但它們都有一個共同的目的——那就是讓孩子們在這一天能夠感受到快樂與溫暖。在台灣，每年的4月4日是國定假日的兒童節。孩子們大多會在這一天收到父母送上的兒童節禮物，而父母也會趁著這個假期帶著孩子們出遊、品嚐美食，享受親子時光。此外，各個縣市及遊樂園也會趁勢釋出相關的優惠活動抓住這個重要檔期。本週就跟宏將週報一起來解析關於兒童節的各項行銷活動吧！



高雄變身大型兒童樂園

高雄市政府瘋兒童節推出大型海洋樂園、高史博童樂派對等一系列活動，將高雄市打造成一座大型兒童樂園



小兵日記體驗活動大公開

以舉辦兒童軍事體驗的「[小兵日記](#)」於粉專釋出兒童節前後一系列體驗活動，吸引不少爸媽留言詢問相關內容



台中市觀旅局加碼送門票

台中熱門景點紛紛祭出連假優惠期望搶攻親子市場，「[大玩台中](#)」粉專舉辦抽獎免費送門票，民眾踴躍參與



樂天大朋友也能過兒童節

樂天市集舉辦老少皆宜的兒童節「露天電玩展」限時優惠，並釋出加碼優惠，反應熱烈吸引超過1,750則留言





PART THREE

國際視野

- Media Trend



START

消費者最信任哪個產品推播管道



根據調查，將近九成（89%）的消費者表示，他們非常信任（32%）或在某種程度上信任（58%）的產品推薦來源主要是來自親友推薦。另外，有74%的消費者認為專家的證言、評論是非常可信的，僅次於親友推薦。第三名則是店內銷售人員的推薦(65%)。

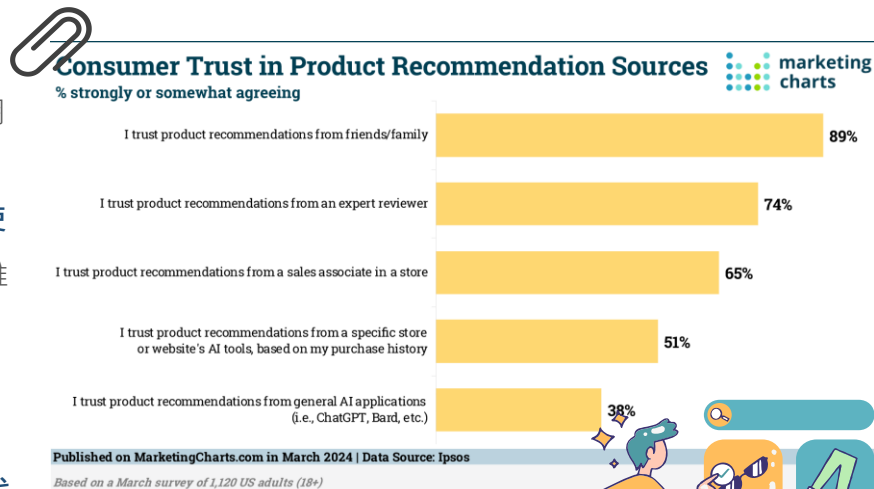
同時，大約51%的消費者表示他們信任特定商店或網站的人工智慧 (AI) 工具根據其購買歷史記錄提供的產品推薦。另一項研究表明，大約40%的消費者可能會購買在線上向他們推薦的產品，即使是在網站頁面上推薦產品廣告也能提升績效，從而提高購買率。

但不是所有AI都值得信任，最新調查表明，**與一般人工智慧工具相比，消費者更信任商店和網站使用的人工智慧工具**。只有 38% 的人同意他們信任 ChatGPT 和 Bard 等通用人工智慧應用程式的產品推薦。

但就目前情況而言，AI人工智慧工具並未廣泛的被個人化推薦使用。在受訪的消費者中，只有約22%受訪者表示他們使用AI產品/服務來獲得個人化推薦。

在AI應用中，受訪者被問及哪一項推薦更受歡迎時，有**56% 消費者表示，AI能推薦價格較低的替代產品**（無論是在同一家零售商還是在另一家商店/網站），其中約24%的人將其排在第一位。**第二名(54%)是AI能在購物時解釋產品之間的差異幫助消費比較**，第三名(35%)則是，根據購買歷史推薦新產品。

[點擊了解更多詳情](#)

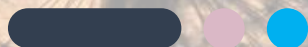




PART FOUR

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	3.47
2	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	3.14
3	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.25
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.48
5	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.47
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.30
7	航海王28	TTV	卡通影片	1.12
8	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.11
9	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	1.07
10	綜藝新時代AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.00
11	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.98
12	追分成功CARRY	TTV	閩南語連續劇	0.92
13	長安諾2000	CTV	大陸劇	0.85
14	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.83
15	航海王特別篇死亡外科醫生	TTV	卡通影片	0.82
16	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.79
17	華麗計程車行愛妮雅化妝品	CTS	閩南語連續劇	0.79
18	姊妹亮起來安美諾美白修護	FTV	資訊綜藝	0.75
19	長安諾2100	CTV	大陸劇	0.72
20	苦力娘家好關鍵EX	CTS	閩南語連續劇	0.72

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	2.48
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.27
3	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	1.95
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.23
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.17
6	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.09
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.97
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.95
9	直中職35年中VS味	VLSPT	棒球	0.92
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.91
11	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.90
12	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.84
13	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.84
14	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.83
15	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.79
16	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.77
17	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.77
18	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.75
19	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.74
20	金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	0.71



無線 TOP10

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	1.71
2	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.67
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.53
4	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.18
5	綜藝新時代AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	1.13
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.07
7	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.05
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.90
9	航海王特別篇死亡外科醫生	TTV	卡通影片	0.85
10	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	0.85

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	2.20
2	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.84
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.60
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.48
5	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.41
6	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.33
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.22
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.15
9	航海王28	TTV	卡通影片	1.14
10	週六嗨營業中3大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.08

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.73
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.60
3	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.56
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.02
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
6	航海王28	TTV	卡通影片	0.84
7	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.77
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.71
9	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	0.68
10	綜藝新時代AUTO台塑潤滑油	FTV	娛樂綜藝	0.66

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	5.55
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	5.29
3	2400苦力	CTS	閩南語連續劇	3.95
4	週六嗨營業中3大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.99
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.96
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.79
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.62
8	MIT台灣誌	CTV	知識資訊節目	1.48
9	1400我愛冰冰Show安美諾美	CTV	娛樂綜藝	1.41
10	哲仁王后2200	CTV	韓劇	1.40



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.95
2	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	0.93
3	1800嗨營業中ONEBOY HOME	SL2	資訊綜藝	0.84
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.81
5	直中職35年中VS味	VLSPT	棒球	0.75
6	直中職35年樂VS味	VLSPT	棒球	0.51
7	A咖名人堂	EFNC	新聞性質節目	0.49
8	新聞思想啟	NTVN	新聞性質節目	0.48
9	1800天才衝衝衝PP石墨烯	ETTV	競賽綜藝	0.47
10	在台灣的故事傳善獎	SANLI	知識資訊節目	0.47

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	1.42
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.08
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.03
4	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.87
5	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.83
6	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.81
7	0900小王子和朋友們	MOMOK	卡通影片	0.80
8	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.74
9	世界第一等EZMSC外泌體沖	GTV-C	知識資訊節目	0.61
10	1830非常食嗑2	VLMAX	美食、旅遊節目	0.60

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.91
2	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	1.62
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.34
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.18
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.00
6	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	美食、旅遊節目	0.95
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.91
8	直中職35年中VS味	VLSPT	棒球	0.70
9	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.61
10	1800天才衝衝衝PP石墨烯	ETTV	競賽綜藝	0.58

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	4.30
2	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	閩南語連續劇	4.00
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.86
4	金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	1.82
5	1800綜藝大熱門甘味人生9X	SL2	資訊綜藝	1.80
6	杏輝蓉憶記那些年那些歌	MUCH	歌唱音樂	1.64
7	A咖名人堂	EFNC	新聞性質節目	1.59
8	潮州味道	VLMAX	美食、旅遊節目	1.52
9	2100百變智多星	MUCH	競賽綜藝	1.43
10	地球黃金線	TVBS	新聞性質節目	1.40



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	0.37	0.48	0.50	1.46
TTV/台視	0.53	0.22	0.30	0.35	0.84
FTV/民視	0.32	0.11	0.09	0.13	0.59
CTS/華視	0.23	0.17	0.11	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	0.54	0.18	0.23	0.46	0.84
ET-N/東森新聞	0.50	0.18	0.24	0.36	0.83
SETN/三立新聞	0.41	0.07	0.12	0.27	0.75
FTVN/民視新聞	0.33	0.08	0.12	0.15	0.62
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.08	0.06	0.10	0.42
NTVN/壹新聞	0.18	0.05	0.05	0.14	0.30
UBN/非凡新聞	0.15	0.06	0.03	0.11	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.12	0.03	0.04	0.09	0.20
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.05	0.02	0.07	0.21
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	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	愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	3.14
2	天道健康3D紅麴銘雙效錠	SANLI	1.95
3	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.23
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.17
5	追分成功CARRY	TTV	0.92
6	長安諾2000	CTV	0.85
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.84
8	華麗計程車行愛妮雅化妝品	CTS	0.79
9	長安諾2100	CTV	0.72
10	苦力娘家好關鍵EX	CTS	0.72

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣啟示錄	ET-N	1.09
2	少康戰情室	TVBS	0.97
3	台灣最前線	FTVN	0.95
4	新台灣加油	SETN	0.91
5	非凡最前線	UBN	0.90
6	關鍵時刻	ET-N	0.84
7	驚爆新聞線2200	SETN	0.77
8	新台派上線	SETN	0.77
9	正午最前線	UBN	0.75
10	最前線報告	UBN	0.74

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.47
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.48
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.27
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	2.25
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.48
6	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	1.47
7	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	1.07
8	綜藝新時代AUTO台塑潤滑油	FTV	1.00
9	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	0.83
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.79

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.11
2	直中職35年中VS味	VLSPT	0.92
3	花甲少年趣旅行蘭都	ETTV	0.83
4	直中職35年樂VS味	VLSPT	0.65
5	型男大主廚	SL2	0.61
6	效廉出發吧	STV	0.59
7	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.58
8	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	0.56
9	非凡大探索	UBN	0.40
10	直24合金中職熱身味VS中	VLSPT	0.37

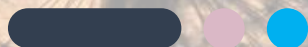




PART FIVE

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	Google Sites	1,689	89.8	460	175	181	34,629	5.0	20.5
2	Microsoft Sites	1,603	85.3	231	62	57	12,219	5.1	7.6
3	Yahoo	1,142	60.7	175	25	28	8,178	3.0	7.2
4	LINE Corporation	1,019	54.2	195	3	4	838	4.1	0.8
5	Facebook	779	41.4	106	14	10	5,572	2.6	7.2
6	PIXNET Digital Media Corporation	458	24.3	31	1	1	1,007	0.7	2.2
7	Wikimedia Foundation Sites	438	23.3	38	3	3	1,459	1.8	3.3
8	Dcard	437	23.2	27	4	4	972	3.6	2.2
9	UDN Group	398	21.2	18	0	1	596	0.5	1.5
10	Oneup Network Corporation	361	19.2	41	7	5	1,904	3.6	5.3
11	Spotify	296	15.7	53	0	0	242	1.7	0.8
12	Amazon	280	14.9	46	2	6	2,973	0.8	10.6
13	Liberty Times Group	268	14.3	24	2	2	796	2.3	3.0
14	Shopee Pte Ltd	258	13.7	23	4	3	987	4.2	3.8
15	BILIBILI.COM	253	13.5	32	12	9	1,896	6.6	7.5
16	Want Media Group	232	12.3	4	0	0	135	0.8	0.6
17	OPENAI.COM	227	12.1	19	5	2	762	6.1	3.4
18	CW Group	216	11.5	8	0	1	248	1.8	1.2
19	Hearst	215	11.5	42	0	2	1,193	0.2	5.5
20	GIMY.AI	212	11.3	17	4	4	931	4.8	4.4

* With the release of February 2024 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, February 2024





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	Google Sites	2,210	92	657	250	309	51,390	5	23
2	Microsoft Sites	2,116	88	322	64	78	19,243	3	9
3	Yahoo	1,721	71	326	66	81	17,679	4	10
4	LINE Corporation	1,442	60	378	4	5	1,571	2	1
5	Facebook	1,179	49	190	34	28	9,791	3	8
6	PIXNET Digital Media Corporation	795	33	69	1	3	2,271	1	3
7	UDN Group	751	31	42	1	2	1,319	1	2
8	Dcard	630	26	36	8	12	1,389	6	2
9	Liberty Times Group	523	22	50	2	3	1,852	1	4
10	Wikimedia Foundation Sites	522	22	44	4	4	1,788	2	3
11	Shopee Pte Ltd	490	20	54	10	10	2,239	5	5
12	CW Group	481	20	18	1	2	566	2	1
13	Oneup Network Corporation	452	19	66	8	10	3,093	2	7
14	TVBS.COM.TW	444	18	31	1	2	1,035	1	2
15	Storm Media Group	426	18	22	2	3	730	3	2
16	Want Media Group	404	17	12	1	1	353	2	1
17	Hearst	389	16	78	1	3	2,190	0	6
18	ETtoday & EMI Group	354	15	48	1	3	1,632	0	5
19	PTT.CC	315	13	28	7	12	1,424	5	5
20	Addcn Technology Co., Ltd.	300	12	37	26	39	2,539	10	8

* With the release of February 2024 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, February 2024





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	Google Sites	2,241	90	666	249	293	50,388	5	22
2	Microsoft Sites	2,221	89	396	87	111	23,875	4	11
3	Yahoo	2,012	80	469	78	123	25,176	3	13
4	LINE Corporation	1,402	56	360	3	4	1,244	2	1
5	Facebook	1,157	46	228	37	38	13,939	3	12
6	UDN Group	1,014	40	71	2	5	2,798	1	3
7	PIXNET Digital Media Corporation	756	30	65	3	6	2,343	1	3
8	Want Media Group	603	24	24	5	7	988	6	2
9	Liberty Times Group	592	24	68	1	3	2,074	1	4
10	ETtoday & EMI Group	591	24	123	5	12	4,349	1	7
11	CW Group	536	21	21	1	2	637	2	1
12	Wikimedia Foundation Sites	526	21	44	4	5	1,762	2	3
13	Shopee Pte Ltd	491	20	63	11	10	3,002	4	6
14	TVBS.COM.TW	419	17	30	1	2	956	1	2
15	Sanlih Media Group	418	17	32	1	4	1,015	1	2
16	Dcard	395	16	16	2	3	558	3	1
17	Storm Media Group	391	16	20	1	1	646	1	2
18	Oneup Network Corporation	337	13	35	4	5	1,625	2	5
19	Cite Media Holding Group	337	13	12	0	0	358	1	1
20	Fubon Multimedia Technology	326	13	26	6	9	995	6	3

* With the release of February 2024 data,

[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, February 2024





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	Google Sites	1,826	90	567	214	204	43,287	5	24
2	Microsoft Sites	1,730	86	349	81	92	20,174	4	12
3	Yahoo	1,623	80	497	151	156	31,546	5	19
4	LINE Corporation	1,112	55	326	3	4	1,809	2	2
5	Facebook	927	46	204	41	32	13,562	3	15
6	UDN Group	684	34	56	16	23	2,426	7	4
7	PIXNET Digital Media Corporation	556	28	46	2	2	1,509	1	3
8	Shopee Pte Ltd	555	27	75	13	11	3,621	4	7
9	Want Media Group	457	23	15	2	2	534	4	1
10	ETtoday & EMI Group	446	22	107	4	7	3,901	1	9
11	TVBS.COM.TW	440	22	31	1	2	997	1	2
12	Wikimedia Foundation Sites	428	21	33	3	2	1,359	2	3
13	Liberty Times Group	417	21	51	1	2	1,847	1	4
14	CW Group	383	19	17	1	2	560	2	1
15	Sanlih Media Group	348	17	25	0	2	825	0	2
16	Dcard	304	15	14	5	8	567	8	2
17	Hearst	301	15	65	1	2	1,809	0	6
18	Fubon Multimedia Technology	301	15	27	8	11	1,183	7	4
19	Storm Media Group	262	13	16	0	1	496	1	2
20	TNL Mediagene	233	12	17	0	1	496	1	2

* With the release of February 2024 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

資料來源：comScore, February 2024



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

