

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2440

09.23 ~ 09.29



Contents

- 媒體放大鏡 - Youtube該做短影音還是長影音？
- 熱門話題 - 告別與榮耀並行，娛樂與運動話題多
- 國際視野 - TikTok 關鍵字定位優化搜尋廣告體驗
- 消費者洞察 - 2023年網路購物消費調查分析
- 收視調查 - 2024/09/23-2024/09/29

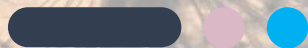




PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 Youtube該做短影音還是長影音？



【2024/09/26, 科技報橘】

YouTube根據2024年6月統計指出每人每天平均花超過95分鐘看YouTube。值得關注的是，**81%的台灣民眾**在深入了解特定主題時會選YouTube，超過其他影音平台和傳統電視；全球則有92%的Z世代表示他們曾用YouTube學習新事物。

- **短影音 vs. 長影音，要先做哪一個？** | 短影音和長影音的最大不同在於，短影音需要快速抓住眼球、進到主題，長影音則能呈現更多細節，而且這兩種格式能吸引到完全不同的觀眾。現在大家對於社群影音的關注似乎分散到短影音，但其實不是這樣，長影音仍有經營潛力。短影音的好處是很容易被看到，但如果要被觀眾信任、黏著粉絲並不容易，反而是長影音可以補足的。
- **平台社群擁有信任感，影響消費者購物決策** | YouTube 觀眾會因為對於創作者的信任感，從被動地觀看者轉變為主動的參與者，積極參與話題討論、與創作者進行社群互動，這也是台灣觀眾的極大特色。YouTube 最新推出的「熱推」功能，台灣就成為首波 beta 版釋出的市場。YouTube 強調的「信任」，對許多品牌、廣告主或許也是重要的訊號。**YouTube 表示，有 60% 的觀眾信任與創作者合作的**品牌，甚至在知道影片有獲得贊助的情況下，仍有61%的用戶相信創作者的推薦。

2 Disney+ 台灣正式開抓「寄生帳號」！



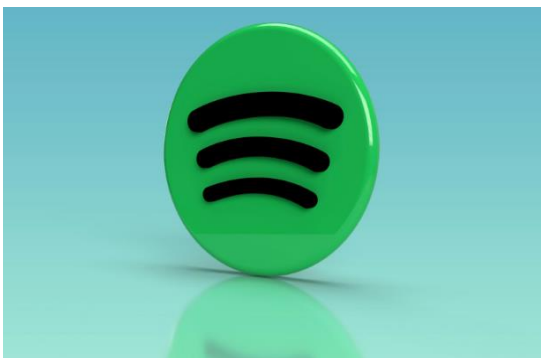
【2024/09/27, udn科技玩家】

串流平台繼Netflix開始收共享帳號費用後，Disney + 在全球部份國家地區正式開抓「寄生帳號」，**非同住者只要共用同個帳號，需額外再付費，台灣也在其中**，慶幸的是，Disney+的額外成員費用，仍比Netflix便宜。

Disney+ 日前突襲祭出訂閱半價優惠，高級年費方案首年只要1680元。不過也默默開始在美國、加拿大、哥斯達黎加、瓜地馬拉、歐洲和亞太地區推出新的付費共享帳號方案，名為「額外成員」方案，明確禁止「寄生帳號」不能再免費與家庭以外的人共享Disney+帳戶，且該方案台灣也納入其中。據Disney+官網表示，「寄生帳號」額外成員費用每月80元，**符合資格的Disney+訂閱者只能額外加購1名非同住者成員共享Disney+訂閱**。該額外成員只能擁有1個使用者資料，每次只能在1部裝置上觀看和下載內容，但存取的內容和功能與Disney+帳戶持有人相同。

該文引起熱議，不少網友相當不滿，表示「續了一年發現我都沒有在看，11月不會續了」、「幾個經典劇看完，今年已經退訂。」、「D+會不會抓一抓都發現都沒人了」，更直呼「**你敢打擊我敢退訂**」、「**D+把自己當網飛，抓完大概低閱整個下滑**。」

3 Spotify AI 歌單功能擴大上線



【[2024/09/25, 科技報橘](#)】

音樂串流平台 Spotify 宣布，其 AI 歌單功能將擴展至美國、加拿大、愛爾蘭和紐西蘭等四個新市場，讓更多 Premium 付費會員可以使用這項功能。Spotify 的付費會員人數持續增長，**第二季的付費會員人數比去年同期增長約 12%，達到 2.46 億人**。隨著 AI 技術的進步，Spotify 將持續開發更多創新功能，為使用者提供更個人化的音樂體驗。

- **輸入文字提示，AI就能打造專屬歌單** | 這項 AI 歌單功能目前仍處於測試階段，僅限Android和iOS裝置的Premium付費會員使用。使用者只需輸入例如「適合在家約會的浪漫歌單」，AI 就能自動生成符合情境的客製化歌單。還可以透過新增更多提示來調整歌單內容。
- **AI歌單功能大受好評，Spotify積極拓展新市場** | 付費會員已經建立了「數百萬個歌單，而且他們會不斷回頭使用」。為了吸引更多新用戶，並在與 Apple Music 和 Amazon Music 的競爭中保持優勢。
- **AI功能持續進化，Spotify 致力於提供更個人化的音樂體驗** | 每日歌單會根據使用者的聆聽習慣，每天更新新的音樂推薦；AI DJ 則會根據使用者的喜好，自動建立音樂推薦清單。

4 TikTok Music 掰掰！抖音母公司宣布關閉音樂串流服務



【[2024/09/25, 科技報橘](#)】

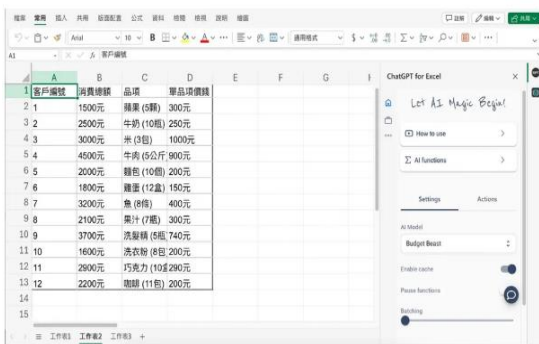
抖音母公司字節跳動(ByteDance)宣布，**旗下音樂串流服務 TikTok Music將於11月28日正式關閉，結束短短一年多的營運**。TikTok Music營運未達預期，字節跳動將專注發展TikTok音樂功能。儘管字節跳動早在 2022 年 5 月就提交了「TikTok Music」的商標申請，但該服務始終未能打入美國等主要市場。字節跳動表示，關閉 TikTok Music 的決定是為了「專注於進一步提升 TikTok 在音樂串流服務上的角色，為藝術家、詞曲作者和產業帶來更大的音樂聆聽價值。」

TikTok Music的關閉，顯示字節跳動已放棄與Spotify、Apple Music和Amazon Music等音樂串流平台競爭的野心。今年2月，TikTok 推出了「新增至音樂 App」功能，可以將 TikTok 上的歌曲直接新增到 Apple Music、Amazon Music 或 Spotify 的播放清單中。

TikTok 近年來與音樂產業的關係並不融洽。今年稍早，環球音樂集團 (Universal Music Group) 因版權費問題，將其音樂目錄從 TikTok 下架，TikTok 則反擊環球音樂集團「捏造事實和言論」。雙方在 3 月達成和解，並簽署了新的協議。此外，TikTok 目前正在美國面臨一項可能導致其被禁的法案訴訟，這也可能阻礙了字節跳動將 TikTok Music 拓展至美國等市場的計畫。



5 AI 整合來了！ChatGPT也可以加到Excel

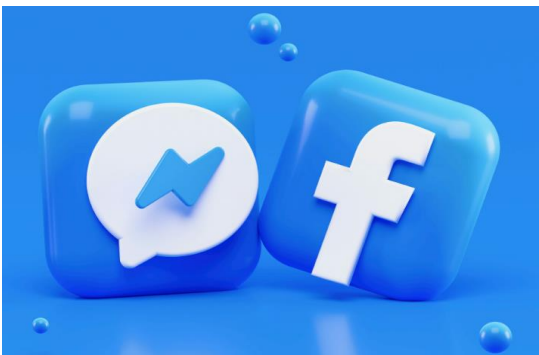


【2024/09/23, 數位時代】

即便體會到生成式 AI 的便利，可以用來寫信、生成文案、寫出 Excel 函式，卻還是常常苦於「複製貼上」重覆的動作嗎？尤其是面對試算表複雜的表格跟公式，還要逐一檢查、核對統計資料欄位時，不免讓人感到費時且煩瑣。現在，只要把 ChatGPT 當作延伸插件，添加到 Google 試算表或是 Excel，就可以在表格內直接與 AI 對答，不只寫函式，包含非結構化資料（文章、圖片等）都能夠進行有效整理，減輕知識工作者的負擔！

- **Excel導入ChatGPT增益集，無痛上手複雜公式** | 說到使用上最具挑戰性，卻又能帶來成就感的試算表工具，非 Excel 莫屬。把 ChatGPT 加到 Excel 內，就可以像是私人小助手，吩咐它給出適合的函式，也不用再逐一核對欄位到眼花撩亂。
- **ChatGPT 連動 Google 試算表，要什麼功能一問就有** | Google試算表的功能雖然不及Excel豐富，但也是不少上班族必備的軟體。透過在 Google 試算表（Sheets）安裝插件，就能直接在試算表上啟用 ChatGPT，宛如在螢幕右側擁有一位隨時待命的小助理。
- **試算表文件上傳 ChatGPT，一鍵在 AI 上操作也沒問題** | 不論是重新分類資料、調整格式，都可以交給它。

6 FB 聊天訊息對話商務新功能，對話就能在7-11取貨



【2024/09/24, 科技報橘】

根據 Kantar 全球調查研究，比起自行瀏覽品牌網站，**超過7成的人，更愛用社群訊息與喜好的品牌交流對話並進行購物**。這樣的「對話式商務」趨勢，讓 7-ELEVEN 與統一數網、Meta 首度合作，宣布推出全台通路首創「7-ELEVEN 交貨便 Messenger 結帳系統」，提供店家幫助潛在顧客、消費者更方便下單結帳的方式。

消費者如果在 Facebook 指定商家上看到有興趣的商品，只要點開該店家的 Messenger，點選想購買的產品，並依照聊天機器人詢問的對話，**無需填寫複雜的表單，即可完成交易**、到指定 7-ELEVEN 門市取貨。為了滿足消費者更直覺的購物需求，**7-ELEVEN邀請電商平台業者搶先進駐整合，鼓勵更多生活雜貨、美妝保養等零售電商業者申請加入，為品牌商家開啟新客群**。更特別為商家打造「7-ELEVEN 交貨便 Messenger 結帳系統」的專屬後台，提供各大電商平台導入進銷存服務，可透過 Facebook 原有的廣告系統觸及更多潛在顧客，增加導流效果，也為品牌商家開發更多新客，驅動業績的成長動力。**看準團購商機熱潮，7-ELEVEN 也推出全新「同店寄取」服務**，解決團爸團媽需要定點取貨、運費昂貴等痛點。買家團購商品時可選擇「面交自取」的鄰近門市，省去指定地點面交的等候時間。

7 中職創紀錄！台北大巨蛋均破2萬



【2024/09/30, 網路溫度計】

今年台北大巨蛋成為中職35年比賽場地之一，昨（29）日味全龍對決富邦悍將賽事結束後，完成本季全部例行賽，**38場球賽總共吸引78萬6,189人進場，場均觀眾20,689人**，超強機票機不只是今年中職票房創新高的關鍵之一，也成為台灣職棒史上首座場均人數破萬球場。台北大巨蛋吸票能力太驚人，5隊創隊史票房新紀錄。

- **中信兄弟** | 中信兄弟目前主場設在台中洲際棒球場，不過擁有「百萬象迷」當作基礎，**球隊本季自信安排10場大巨蛋主場，最終吸引268,319人進場觀賽，成為6隊之最**。8月初K歌主題日邀來韓星泫雅賽後開唱狂吸34,506人入場，9月21、22日隊中球星周思齊引退系列賽，五月天賽後高規格演唱會助陣首日，隔日周董「最後一舞」彌足珍貴，**兩場都以滿場40,000人作收，雙雙寫下隊史新高**。
- **味全龍** | 以台北市當作根據地的味全龍，享有地利之便本季安排10場大巨蛋比賽，總計209,219人到場支持。除了本季中職開幕戰，共有28,618位球迷進場觀看大巨蛋歷史性首戰，龍隊搭上輝達（NVIDIA）執行長黃仁勳來台旋風，邀請他6月1日踏上大巨蛋投手丘擔任開球嘉賓，吸引想要朝聖「AI教父」的民眾走進球場，**該場人數29,688人，成為味全龍隊史最高票房紀錄**。

8 颱風天做行銷就是在發災難財？即食料理如何轉危機為商機



【2024/09/30, I-Buzz】

因應台灣夏季颱風多，強風豪雨讓許多民眾不敢出門，甚至在新聞一發布颱風警報，就衝到超市搜刮架上泡麵，颱風天的三餐該如何解決，依舊為民眾熱烈討論的話題，不過除了吃泡麵以外，有沒有其他即食料理是容易保存，並且營養較豐富的呢？**隔離期間民眾的健康意識也較之前有所提升**，除了聲量較高的罐頭外，國人也喜歡蔬菜、水餃、牛肉等，不會經歷一場颱風，就無法兼顧健康飲食。

- **對的時間做對的事，颱風天給罐頭品牌帶來不只雨水還有聲量** | 颱風天對於即食料理產品尤其是罐頭類產品的聲量有加成效果，品牌可以趁颱風天多激起消費者對自家產品的討論，讓消費者主動關注、認識品牌的產品，都不失為一個好方法。
- **實體通路才能即時快速** | 比起電商購買，消費者更傾向於**實體通路**，如：便利商店、大賣場等，不只能更快速的去準備防災物資，不須等候電商平台發貨和送貨人力颱風天無法送貨的窘境，還能購買符合需求的量，不須因為在平台上購買而購買大包裝的產品。
- **利用颱風天作行銷宣傳，把握天時地利人和** | 推出商品或舉辦行銷活動時對應到精準的時間點是非常重要的，能將品牌和產品與該時節或是自然現象連結，消費者會自發的在設定好的時間點想起品牌或產品。

PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



十大熱門話題排行榜

告別與榮耀並行，娛樂與運動話題多

➡ 2024/9/23 - 2024/9/29



影視類
麥教授

👤 總互動數 50,502

😊 29% 😞 10%



體育類
啍啍

👤 總互動數 45,217

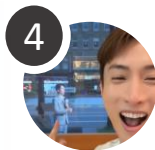
😊 39% 😞 22%



娛樂類
拓元系統

👤 總互動數 42,729

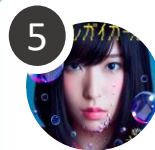
😊 26% 😞 12%



社會類
颱風

👤 總互動數 32,302

😊 27% 😞 21%



娛樂類
酸欠少女

👤 總互動數 31,778

😊 12% 😞 38%



體育類
陽建福

👤 總互動數 31,287

😊 38% 😞 22%



體育類
王光輝

👤 總互動數 28,213

😊 41% 😞 2%



娛樂類
愷樂

👤 總互動數 25,331

😊 44% 😞 11%



體育類
潘威倫

👤 總互動數 20,285

😊 41% 😞 15%



娛樂類
周杰倫

👤 總互動數 19,963

😊 11% 😞 4%





PART THREE

國際視野

- Media Trend



START

TikTok 關鍵字定位優化搜尋廣告體驗

TikTok更新搜尋廣告功能，讓廣告主的廣告能在應用程式中的搜尋結果前出現。搜尋廣告適用於「流量」和「網路轉換」目標，並在過程中設置了一個新元素，使廣告主能夠選擇廣告活動相關的關鍵字。

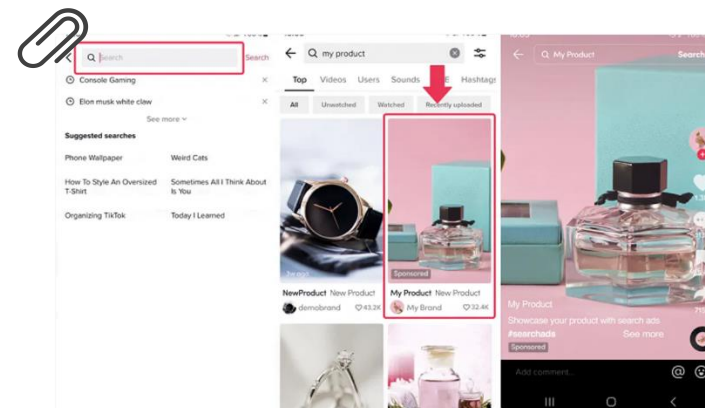
與更新前格式上的最大差異，在於廣告主在廣告展示位置上擁有更多控制權。但這個功能限制僅是位置選擇。意味著廣告主可以將廣告出現在相關的搜尋結果中，但無法針對特定關鍵字進行投放。

TikTok更新搜尋廣告前後應用程式的外觀並沒有改變，但讓廣告主在操作端擁有更多的控制權。

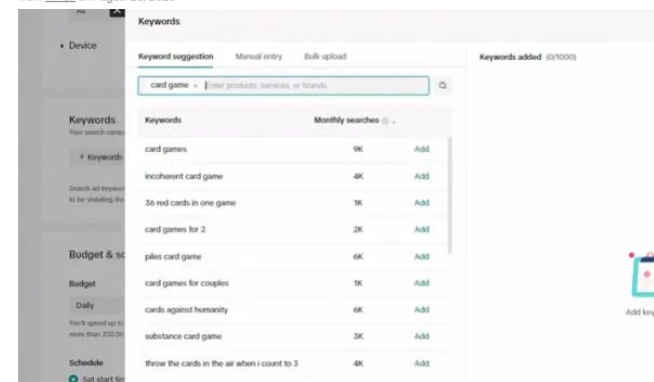
「透過搜尋廣告活動，品牌可以掌控在TikTok搜尋結果頁面上內容的展示方式，確保合適的創意內容能夠推送給合適的用戶。」根據TikTok的數據，57%的用戶使用TikTok的搜尋功能，23%的用戶在打開應用程式後30秒內進行搜尋。並且TikTok指出，同時運行搜尋廣告和內嵌廣告的品牌，其轉換率平均提高了20%。

TikTok的系統還會根據您輸入的關鍵字推薦可目標鎖定的關鍵字。這是一個不錯的新功能，與其他應用程式中的搜尋廣告選項非常相似，但對TikTok探索目標鎖定來說，是一次有價值的更新。

隨著TikTok持續推動自己成為電商平台和購物者的目的地，它在未來可能會成為更有價值的選擇。去年，TikTok在廣告活動中加入了搜尋廣告切換功能，啟用後，廣告就有能夠在應用程式中的相關搜尋查詢中展示。



TikTok is becoming a destination for product discovery, leading brands to run Search Ads in addition to In-Feed Ads. Retrieved from [TikTok](#) on August 23, 2023.



GOAL





PART FOUR

消費者洞察

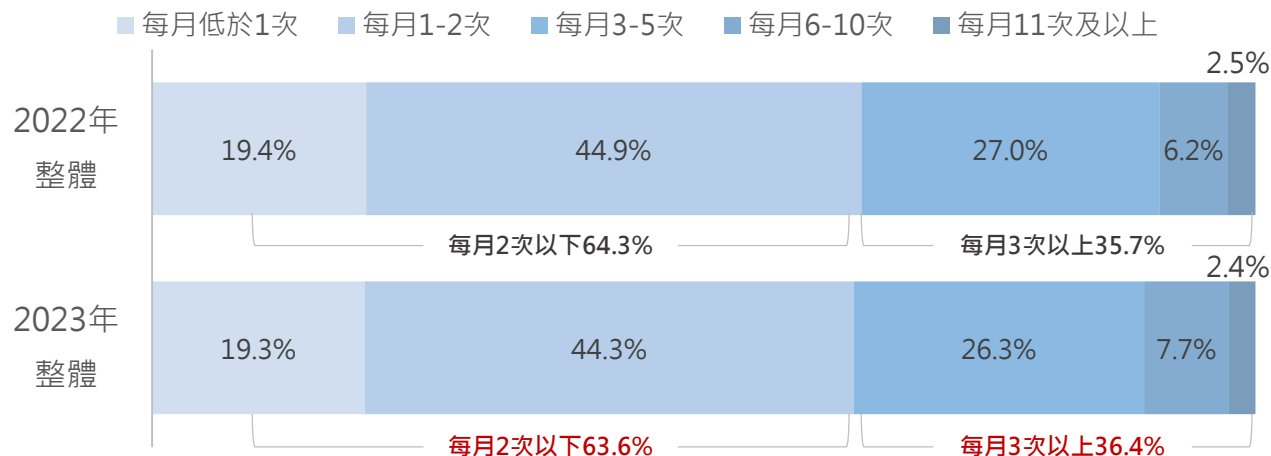
- Insight



2023年網路購物消費調查分析

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 於2023年網路購物消費調查分析，2023年和2022年有超過6成消費者網購頻率為每月2次以下。2023年消費者每月網購3次以上比例達36.4%，整體與2022年35.7%差異不大，略增0.7%。進一步觀察網購金額，逾6成7消費者過去一年網購總金額3萬元以下達67.5%，較2022年64.9%略增2.6%。

除了餐飲熟食外，消費者過去一年平均每月網購的頻率 (單選)



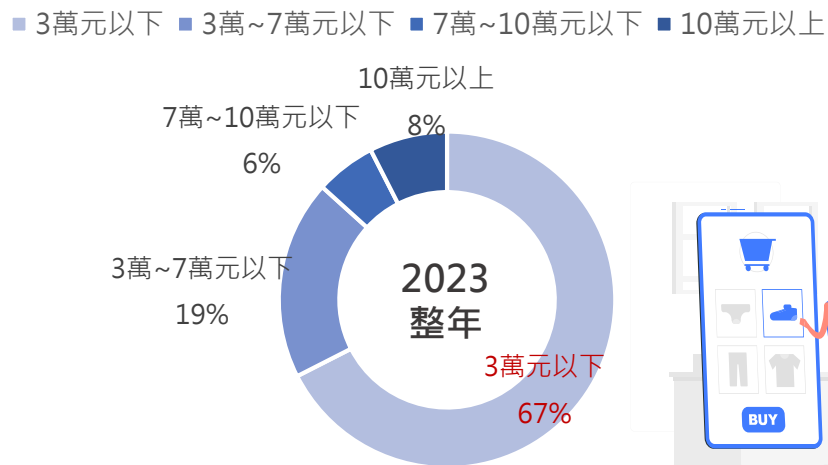
01 購頻率以每月1-2次為大宗

2023年和2022年有超過6成消費者網購頻率為每月2次以下，其中又以每月1-2次為主。

02 每月網購3次以上略增0.7%

2023年每月網購3次以上比例達36.4%，與2022年略增0.7%；每月網購6-10次比例較22年略增1.5%。

消費者過去一年網購總金額 (單選)



03 網購總金額3萬元以下

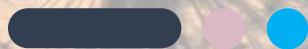
2023年3萬元以下比例達67.5%，較2022年64.9%略增2.6%，隱含2023年消費者網購金額較為保守。



PART FIVE

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APP	FTV	娛樂綜藝	3.02
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.98
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.36
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.74
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.50
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.45
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.17
8	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	1.08
9	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94
10	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	0.93
11	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.86
12	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.84
13	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.84
14	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.76
15	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	美食、旅遊節目	0.74
16	台灣傳奇威瑪舒培	FTV	國台語單元劇	0.71
17	1300愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.69
18	航海王總集篇革命軍特別企	TTV	卡通影片	0.65
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.65
20	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.62

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.41
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.36
3	願望蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.00
4	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.13
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.12
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.10
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.08
8	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.02
9	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.01
10	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.93
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.93
12	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.91
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.89
14	花甲少年趣旅行廣生堂花青	ETTV	美食、旅遊節目	0.81
15	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.77
16	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.76
17	消失的國界	SETN	新聞性質節目	0.76
18	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.75
19	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.75
20	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.70



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.90
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.27
3	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.16
4	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	1.13
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.04
6	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.86
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.82
8	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.80
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.76
10	1300天才衝衝衝愛妮雅化妝	CTS	競賽綜藝	0.75

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.03
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.93
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.55
4	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	1.49
5	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.46
6	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.16
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.07
8	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.07
9	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.00
10	航海王總集篇革命軍特別企	TTV	卡通影片	0.96

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.55
2	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.39
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.19
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.18
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.85
6	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.69
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.67
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.64
9	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.63
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.61

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	5.25
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.08
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.13
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.20
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	2.18
6	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	1.86
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.53
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.47
9	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.47
10	1300愛的榮耀大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.40



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.81
2	願望蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	0.74
3	最佳利益3水恩沛洗顏慕絲	SL2	國語連續劇	0.61
4	侏羅紀世界殞落國度	ET-WM	外片	0.56
5	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.54
6	壹Walker	NTVN	美食、旅遊節目	0.52
7	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.51
8	0900薪動大未來	UBN	新聞性質節目	0.48
9	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.46
10	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.46

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.46
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.96
3	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.89
4	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.86
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.83
6	花甲少年趣旅行廣生堂花青	ETTV	美食、旅遊節目	0.81
7	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.71
8	鬼滅之刃遊郭決戰篇	ET-M	卡通影片	0.63
9	直中職35年台VS中	VLSPT	棒球	0.59
10	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.56

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	1.82
2	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.32
3	2215苦力德國EMMA床墊	SANLI	閩南語連續劇	0.89
4	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.82
5	花甲少年趣旅行廣生堂花青	ETTV	美食、旅遊節目	0.66
6	1800天才衝衝衝台塑石油AP	ETTV	競賽綜藝	0.65
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.54
8	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.53
9	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.53
10	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.50

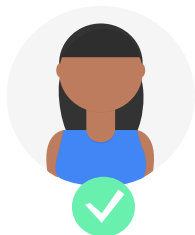
50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.56
2	願望蘿琳亞塑身衣	SANLI	閩南語連續劇	2.93
3	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	2.14
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	2.06
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.89
6	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.85
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	1.43
8	消失的國界	SETN	新聞性質節目	1.26
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	1.13
10	花甲少年趣旅行廣生堂花青	ETTV	美食、旅遊節目	1.08



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	0.84	0.33	0.34	0.48	1.45
TTV/台視	0.48	0.25	0.35	0.30	0.75
FTV/民視	0.33	0.06	0.07	0.13	0.66
CTS/華視	0.27	0.15	0.13	0.21	0.42
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	0.55	0.18	0.19	0.46	0.87
ET-N/東森新聞	0.50	0.12	0.20	0.35	0.84
SETN/三立新聞	0.46	0.10	0.13	0.25	0.85
FTVN/民視新聞	0.36	0.04	0.16	0.15	0.70
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.04	0.05	0.11	0.48
NTVN/壹新聞	0.20	0.06	0.05	0.17	0.33
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.03	0.09	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.04	0.05	0.11	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.02	0.03	0.10	0.23
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.01	0.04	0.08
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

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	2.98
2	願望蘿琳亞塑身衣	SANLI	2.00
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.93
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.91
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.75
6	台灣傳奇威瑪舒培	FTV	0.71
7	1300愛的榮耀大同氣密窗	FTV	0.69
8	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.62
9	1230願望蘿琳亞塑身衣	SANLI	0.60
10	大愛劇愛逆轉	DaAi	0.56

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	1.13
2	驚爆新聞線2200	SETN	1.12
3	新台灣加油	SETN	1.10
4	台灣最前線	FTVN	1.08
5	台灣啟示錄	ET-N	1.02
6	關鍵時刻	ET-N	1.01
7	少康戰情室	TVBS	0.93
8	非凡最前線	UBN	0.89
9	新台派上線	SETN	0.77
10	消失的國界	SETN	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.02
2	超級紅人榜	SANLI	2.41
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.36
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.36
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.74
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.45
7	嗨營業中4	TTV	1.08
8	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	0.93
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.86
10	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	0.84

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.17
2	花甲少年趣旅行廣生堂花青	ETTV	0.81
3	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.74
4	型男大主廚	SL2	0.62
5	直中職35年台VS中	VLSPT	0.53
6	詹姆士出走料理	GTV-1	0.41
7	司機才知道日本最強隱藏美	VLJP	0.37
8	效廉出發吧造咖	STV	0.36
9	住這不怕餓銅板美食是鄰居	VLJP	0.36
10	直24MLB道VS落	VLSPT	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

