

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2445

10.28 ~ 11.03



Contents

- 媒體放大鏡 - Netflix 推出新功能「Moments」！
- 熱門話題 - 強颱康芮及棒球世界大賽熱議
- 國際案例 - 啤酒品牌推出深夜披薩外送服務
- 收視調查 - 2024/10/28-2024/11/03
- 網路觀察 - Sep 2024

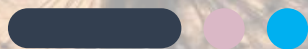




PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 Netflix 推出新功能「Moments」！



【2024/10/29, 科技報橘】

Netflix 於本週一在 iOS 應用程式上推出名為「Moments」的全新功能，讓用戶能輕鬆儲存喜愛的影片片段。**使用者不僅能重複觀看這些片段，還能一鍵分享到社群媒體平台**，追蹤者點擊貼文後會直接連結到 Netflix 應用程式的相應場景。

使用方法簡單，用戶只需在螢幕底部選擇「Moments」，片段就會儲存在「My Netflix」分頁中供日後觀看。當重新開啟該集時，影片會從儲存的片段開始播放。這項功能預計在未來幾週內也將推出 Android 版本。

這項功能的推出背景值得關注。**Netflix 第三季新增 510 萬訂閱戶，總數達 2.82 億，但相較前一季增加 800 萬用戶，成長速度已有放緩跡象**。在競爭激烈的串流市場中，Netflix 正尋求創新方案刺激成長，最近除了再次調漲訂閱費用外，遊戲部門也關閉了大型遊戲工作室，顯示公司可能暫緩或終止高預算遊戲開發計畫。

對用戶來說，這項功能解決了長期以來的困擾。**過去 Netflix 限制截圖和錄製功能，許多人只能透過手機拍攝螢幕，導致影片品質不佳。新功能推出後，將為用戶提供更便利且安全的分享方式。**

2 看電影院在串流媒體時代的求生之路



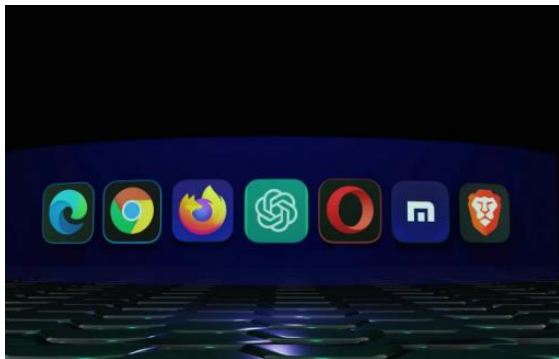
【2024/10/29, 科技報橘】

近年，**串流平台的發展，嚴重擠壓到電影院的市場**，加上疫情期間，許多人升級了居家觀影設備，「到電影院看電影」似乎正漸漸從人們的週末休閒活動清單中淡出。根據全球媒體分析公司 Comscore 的數據，2023 年的全球票房收入為 90 億美元，雖是疫情以來的最高，但跟疫情前相比，少了約 20 億美元。面對這些挑戰，**各大影院紛紛祭出新的行銷策略，吸引觀眾。**

- **不只是賣電影票！靠「爆米花桶」創造病毒式傳播、高營收** | 電影院本該以售出電影票為主要收入來源，但電影院跳脫這個框架，近期主推各式各樣、搭配電影主題造型的「爆米花桶」，像是芭比跑車造型、沙丘的沙蟲造型等等，竟帶來超過 5,000 萬美元的收益！**造型爆米花桶不只是好玩或為了宣傳電影，它還能提供影迷收藏價值，也讓看電影這件事的體驗感更好。**
- **創造看電影的「儀式感」！推主題活動、硬體大升級** | 秀泰影城為了讓觀眾能夠有與眾不同的觀影體驗，影城在硬體設計上投注許多心力和資金。有鑒於現在很多人家中都已經有大螢幕或家庭劇院，電影院的螢幕就要更大、更有沉浸效果，更是讓顧客半躺在按摩椅等級的電動床上看電影，還會有人把餐點送到座位旁享用，就連廁所也一律採購 TOTO 的免治馬桶。



3 Google AI Overviews將開放臺灣使用 流量可能下滑！

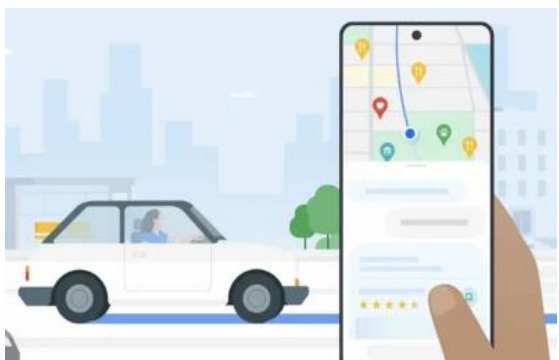


【2024/10/30, 未來商務】

你是否曾經為了尋找特定資訊，在 Google 搜尋結果頁面中翻找許久？這個問題或許即將被解決了。Google表示Google AI Overviews 10月28日即將在台灣推出，提供更精簡、直接的答案，為用戶提高搜尋體驗。AI Overviews 就像是一位知識淵博的助手，能從茫茫網路大海中快速整理出你需要的資訊，並以簡潔易懂的方式呈現，省去逐一點閱網頁的時間。

- **流量下滑、影響廣告模式，網站需要面對的影響有哪些？** | 人們不必點入連結就能看見資訊內容，可能大幅影響自然流量。此外，AI Overviews 中包含的連結獲得的點擊次數更多，這也可能造成SEO(搜尋引擎最佳化)規則有所變化。AI Overviews 的持續發展可能會對 SEO 帶來 SERP 版位競爭更加激烈、內容品質要求更高，以及網站自然流量減少三項挑戰。
- **如何開啟或關閉此功能？目前的用戶體驗如何？** | AI Overviews是Google搜尋的核心功能之一，無法關閉，但用戶可以在搜尋後選擇「Web」過濾工具，這樣搜尋結果頁面就只會顯示純文字連結。AI Overviews 的推出，代表 AI 技術正加速融入我們的日常生活。這項新功能為用戶帶來更便捷的搜尋體驗，也為網站流量、SEO 策略以及 Google 的廣告模式帶來了新的挑戰和機遇。

4 Google沒有輸！超酷功能一次看

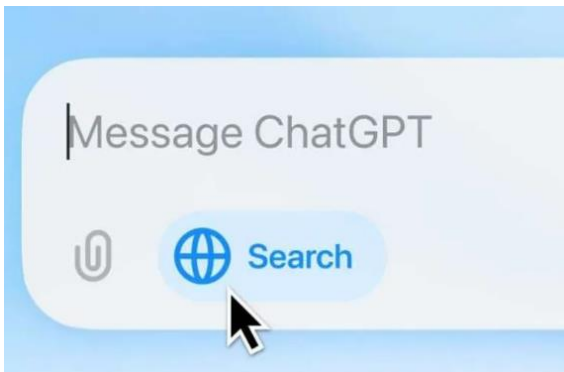


【2024/11/01, 數位時代】

- Google在18個月內，成功將搜尋引擎中導入AI生成結果的成本降低90%以上，同時將AI聊天機器人Gemini的模型擴大一倍。
- Google正試圖透過將AI整合到擁有大量使用者群的現有應用程式中，來增加自己在AI市場的競爭能力，在今年5月便宣布將Gemini導入Google Maps Platform、與Places API結合。10月31日，Google再度宣佈一系列新功能，要將Gemini更靈活運用在Google Maps中。
- **優化的開放式問答** | 使用者也能參考Gemini總結的評論，想了解更多特定地點的資訊，也能向Google地圖提問。
 - **行程周邊探索，查看與回報路況** | 在出發前往行程之前，使用者可以點擊「新增停靠點 (add stops) 」，探索路線規劃沿途的熱門地標、風景區和餐廳等。查看或回報沿途的天氣干擾情況，包含大雨或能見度低等即時路況。
 - **導航進化，抵達指引進化** | Google Maps會加強顯示車道、行穿線與其它交通標誌，並在擁有多車道、岔路口和出口的區域，準確指引駕駛要行駛的車道，除了指引目的地建築物和入口，Google Maps也會顯示附近的停車場，甚至可以導入街景或AR步行導航。

Google Maps這次的發布，除了Gemini的問答功能和車道標示先在美國推出之外，其餘功能台灣用戶都能與全球使用者同步體驗。

5 ChatGPT 新增搜尋引擎功能，免費用戶何時能用？



【2024/11/01, 經理人】

OpenAI (31日)在其人工智慧(AI)聊天機器人ChatGPT新增一套搜尋引擎功能，透過即時網路搜尋和與新聞、數據供應商合作，能提供最新體育競賽比數、股票報價、新聞、天氣等資訊。這家AI新創此舉象徵意味著與 Alphabet 旗下Google的競爭進一步升級。據了解，新的搜尋功能使用OpenAI的4.0模型，開始向ChatGPT Plus和 Team 用戶提供行動和網路版本的付費搜尋功能。OpenAI的企業和教育客戶將在未來幾周內能使用這些功能，而免費用戶將在未來幾個月內才能使用。

ChatGPT將「根據你的提問自動在網路搜尋答案」，使用者可以手動點選 ChatGPT內的網路搜尋圖示進行搜尋。現在聊天包括文章或部落格文章等來源的連結用戶可以透過點擊回覆下方的「來源」按鈕來打開側邊欄。用戶可以用更自然、更直觀的方式進行搜尋。

OpenAI 還強調，新的搜尋服務不會偏好其合作的新聞出版商，任何網站或出版商都可以選擇出現在 ChatGPT 搜尋中。該公司還希望確保其搜尋產品對尋找新聞以外資訊的人有用。不過有分析認為，OpenAI 與所有生成式 AI 產品一樣，必須面對其新搜尋工具可能會給問題創造錯誤答案的風險。例如，在 SearchGPT 於7月推出後，現場產品的展示搞錯節日的日期。

6 2024百貨周年慶商機調查出爐



【2024/10/25, 動腦】

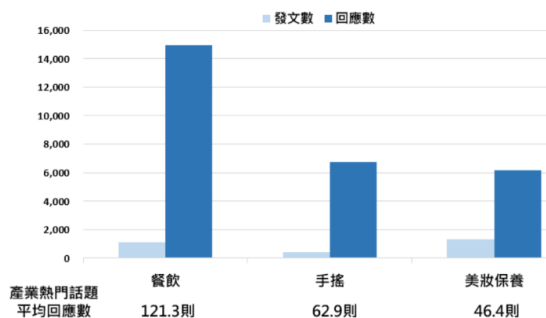
百貨周年慶買氣升溫，近兩成預計比去年花更多，中壯世代購買意願最高，青壯族群是消費主力。一年一度百貨周年慶開跑，消費者與百貨商家積極迎戰每年最大的消費潮。百貨通路與品牌若能瞄準這群消費者，提供高質感的購物經驗，有望創造更多的商機。

- 百貨周年慶消費意願達52% 較去年49%高 | 其中40與50代消費者的消費意願相對更高，分別有57%、58%，較整體佔比為高；男性預計前往周年慶消費的比例相對女性略高、地區則北部占比略高，但與整體比較差異不大，顯示40與50代的北部消費者是消費主力。
- 青壯族群去年周年慶平均消費金額突破九千元 | 從年齡層來看，30-39歲世代與40-49歲世代，在百貨周年慶中最具購買力道，2023年的平均消費金額高於9,600元，超過整體平均金額，顯示「青壯商機」將是百貨周年慶的重要戰場。
- 不同於平日娛樂消費 周年慶期間以計劃性購買為主 | 消費者的購買轉向目的性的商品消費為主，「保養品」、「服飾」、「化妝品」是最明顯增加購買的消費品項。但無論平日或周年慶，「鞋子」始終保持在前三名購買選項中，鞋類櫃位是百貨賣場不可忽視的消費重點。另外，「滿千送百」與「商品降價」消費者依舊有感，實際價格面優惠是最有效的行銷手段。



7 Threads 社群風暴來襲！看數據揭密三大熱門產業

三大產業Threads發回文長條圖



【[2024/10/28, I-BUZZ](#)】

Threads的崛起，為品牌提供了全新的互動渠道。品牌若能善用Threads就能更深入地了解消費者需求，並建立更緊密的品牌關係。

- **危機四伏！餐飲品牌在Threads上的生存之道** | 其即時互動的特性，讓消費者更容易分享用餐體驗，也讓品牌能更快速地回應顧客。透過Threads預告新品上市，引發熱烈討論，並藉由消費者回饋，即時調整行銷策略。此外，Threads上豐富的美食分享也讓許多小眾餐廳獲得曝光機會。然而，食品安全事件在Threads上傳播速度極快，品牌若發生食安問題，將面臨嚴重的形象危機。
- **健康、創新、互動，Threads如何改變手搖飲產業** | 利用Threads與網友積極互動，與消費者拉近距離讓彼此關係比起顧客和店家更像朋友。然而，可不可熟成紅茶的負面事件也提醒我們，品牌形象管理在社群媒體時代的重要性。健康意識抬頭，觀察發現Threads上低糖、無糖飲品也成為熱門話題，品牌可針對此趨勢推出相關產品，開創獨特商機。
- **美妝保養的真實評價平台，與消費者最直接的對話** | Threads的用戶體驗分享給人一種更真實更不商業性的感覺，這使得平台上的內容更具真實感和說服力。各種品牌的直接對話也讓討論串更真實；品牌推出新品也備受網友關注。此外，消費者常常會分享自己在不同通路購買到的優惠資訊，這些資訊不僅能幫助消費者省錢，也能讓品牌了解市場的價格競爭狀況。

8 IG影片畫質變糊？官方證實「人氣太低」會影響解析度



【[2024/10/29, UDN科技玩家](#)】

總覺得自己的Instagram影片很模糊嗎？IG官方提到，可能跟點閱率、人氣有關。不少人會用Instagram (IG) 製作短影音，但總覺得上傳後感覺「影片模糊」畫質變差嗎。據Instagram負責人莫塞里 (Adam Mosseri) 回應，影片畫質會因「人氣」而有所調整，引來網友兩派論戰。據Instagram負責人Adam Mosseri日前在IG限時動態提到，在IG上受歡迎的影片會以更好的畫質顯示，但若較沒人氣、較少人看的影片，就會將畫質調低，會以較低的品質顯示。

他提到，IG會秀出最高品質的影片，但因為像是影片剛上線時、或是影片觀看次數未持續一段時間，畫質就會逐漸降低，他也提到，用戶看的是影片內容而非畫質，認為創作者才更在意畫質。

該文引起熱議，有網友氣憤「愈來愈討厭這平台」、「難怪我影片看起來很糟」，也有人表示，以技術角度可以理解IG以調整畫質降低儲存成本，但以創作者而言，好不容易做了高畫質影片，結果因為較少的觀看次數而變成低解析度影片「非常糟糕」，更讓人好奇照片處理方式是否也比照辦理。

PART TWO

熱門話題

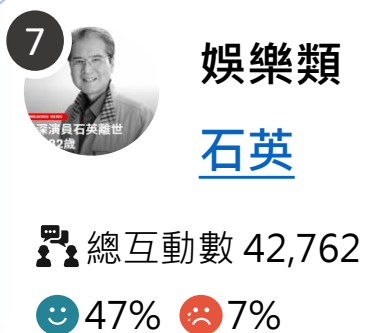
- Hot Topics



十大熱門話題排行榜

強颱風芮及棒球世界大賽熱議

→ 2024/10/28 - 2024/11/03





PART THREE

國際案例

- Case Share



START

啤酒品牌推出深夜披薩外送服務



哥倫比亞啤酒品牌Poker Beer將自己定位為「友誼的啤酒」。希望將啤酒與美食建立聯想，目標是觸及8,000人。在哥倫比亞，將近95%的披薩店都在晚上11點關門，而此時正是派對和飲酒場合的高峰期。

為了強化披薩與啤酒之間的關聯，Poker在四月與哥倫比亞多家社區披薩店合作，讓顧客能夠整晚訂購披薩。由於70%的訂單仍透過電話下達，Poker將打給已打烊披薩店的電話轉接至Poker專線。來電者可以通過Poker的客服中心訂購披薩，並由Poker的配送員送達（隨附冰涼的Poker啤酒）。

「Pizza & Poker Call」活動持續整個四月，並由廣播、社群媒體和戶外廣告宣傳。根據統計，該活動觸及了20,000人，銷量更是提升了30%。

- **洞察分析 / 解決痛點** | 雖然人們可在晚上11點後透過外送平台訂購某些披薩店的產品，但那些店家通常不是顧客喜歡的店家，那些熱門店家都已打烊。這種無法在深夜訂到最想吃的披薩的情況，為Poker提供了絕佳時機，和熱門店家合作，同時消除了顧客的煩惱。這次活動創造了Poker與披薩的正面聯想：當顧客打電話給本地披薩店，聽到Poker的轉接訊息後，隨即能獲得披薩與冰涼啤酒配送服務，進一步加強了Poker作為「完美搭配披薩的啤酒」的品牌形象。Poker合作的披薩店銷量也隨之上升，實現了雙方互利共贏。
- **偽裝的行銷** | 這場活動偽裝成一項貼心的服務，讓消費者感覺像是日常交易，而非行銷手段。當顧客聽到Poker的轉接訊息時，這種新鮮體驗讓人印象深刻，但又不會讓人覺得像在看廣告。



[點擊觀看影片](#)



GOAL





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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.33
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.22
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.15
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.10
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.56
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.21
7	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	1.09
8	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.06
9	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	1.05
10	航海王29	TTV	卡通影片	1.04
11	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.98
12	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.96
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.79
14	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	國台語單元劇	0.79
15	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	0.75
16	醫學大聯盟IVENOR十時塑	FTV	競賽綜藝	0.72
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.70
18	姊妹亮起來蓓朵娜粉鑽瓶	FTV	資訊綜藝	0.69
19	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.60
20	MIT台灣誌晶珂生物面膜	CTV	知識資訊節目	0.57

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	2.18
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.96
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.85
4	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.84
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.33
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.20
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.16
8	直24MLB世界大賽道VS洋	VLSPT	棒球	1.14
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.09
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.06
11	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.04
12	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.02
13	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.90
14	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.89
15	大愛劇在光裏的人	DaAi	國語連續劇	0.81
16	前進新台灣1500	SETN	新聞性質節目	0.78
17	1400前進新台灣	SETN	新聞性質節目	0.76
18	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.76
19	直24台捷交流賽中VS捷	VLSPT	棒球	0.76
20	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.75



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.82
2	航海王29	TTV	卡通影片	1.23
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.20
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.15
5	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.13
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.07
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.05
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.01
9	不夠善良的我們	TTV	國語連續劇	0.84
10	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.79

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	2.07
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.97
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.82
4	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	1.61
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.55
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.20
7	航海王29	TTV	卡通影片	1.16
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.15
9	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.01
10	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.77

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	1.89
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.83
3	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.62
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.15
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.06
6	航海王29	TTV	卡通影片	1.01
7	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	0.80
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.79
9	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.75
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.75

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.50
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	5.48
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.71
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.68
5	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	2.08
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	2.02
7	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.54
8	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	1.51
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.45
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.44



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	1.21
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	1.09
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	0.97
4	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.97
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.96
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.79
7	1930蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.72
8	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.71
9	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	0.70
10	1800天才衝衝衝台塑石油AP	ETTV	競賽綜藝	0.67

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.56
2	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.41
3	直24台捷交流賽中VS捷	VLSPT	棒球	1.31
4	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.97
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.89
6	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.88
7	直24MLB世界大賽道VS洋	VLSPT	棒球	0.81
8	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	0.80
9	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.79
10	鬼滅之刃柱訓練篇	ET-M	卡通影片	0.77

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.64
2	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.26
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.07
4	直24MLB世界大賽道VS洋	VLSPT	棒球	1.03
5	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.96
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.75
7	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	0.69
8	2024美國總統大選交鋒	TVBSN	新聞性質節目	0.53
9	1800天才衝衝衝台塑石油AP	ETTV	競賽綜藝	0.51
10	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.51

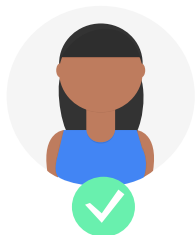
50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	4.13
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.22
3	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	2.68
4	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.67
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.21
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.20
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.93
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.82
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.72
10	直24MLB世界大賽道VS洋	VLSPT	棒球	1.67



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	0.85	0.38	0.50	0.48	1.44
TTV/台視	0.54	0.25	0.37	0.39	0.82
FTV/民視	0.37	0.09	0.13	0.17	0.70
CTS/華視	0.21	0.12	0.12	0.17	0.31
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	0.84	0.45	0.39	0.72	1.25
ET-N/東森新聞	0.69	0.32	0.28	0.54	1.08
SETN/三立新聞	0.56	0.23	0.20	0.34	0.97
FTVN/民視新聞	0.51	0.09	0.19	0.25	0.96
ERA-N/年代新聞台	0.30	0.06	0.12	0.15	0.54
NTVN/壹新聞	0.26	0.11	0.13	0.21	0.39
CTS-N/華視新聞資訊台	0.22	0.08	0.07	0.20	0.34
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.07	0.05	0.12	0.25
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.09	0.08	0.27
SET-F/三立財經台	0.08	0.02	0.04	0.06	0.13
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.01	0.03

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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	3.33
2	願望十全味噌	SANLI	1.85
3	願望十全果醋	SANLI	1.84
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.04
5	大愛劇在光裏的人	DaAi	0.81
6	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	0.79
7	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	0.75
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.74
9	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.68
10	1230願望十全果醋	SANLI	0.65

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.33
2	台灣演義	FTVN	1.20
3	台灣最前線	FTVN	1.16
4	新台派上線	SETN	1.09
5	驚爆新聞線2100	SETN	1.06
6	驚爆新聞線2200	SETN	1.02
7	關鍵時刻	ET-N	0.90
8	前進新台灣1500	SETN	0.78
9	1400前進新台灣	SETN	0.76
10	非凡最前線	UBN	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.22
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	2.18
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	2.15
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.10
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.96
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.56
7	嗨營業中4	TTV	1.09
8	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	1.06
9	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	1.05
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.98

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.21
2	直24MLB世界大賽道VS洋	VLSPT	1.14
3	直24台捷交流賽中VS捷	VLSPT	0.76
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.75
5	型男大主廚虎奶菇養氣飲	SL2	0.65
6	型男大主廚	SL2	0.58
7	效廉出發吧愛妮雅化妝品潔	STV	0.50
8	詹姆士出走料理	GTV-1	0.49
9	直24台捷交流賽捷VS中	VLSPT	0.42
10	美國職棒看華視道奇VS洋基	CTS	0.40

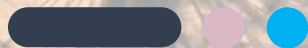




PART FIVE

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	1,724	91.7	607	320	326	51,647	6.2	30.0
2	Microsoft Sites	1,666	88.6	296	67	76	19,058	3.5	11.4
3	Yahoo	1,191	63.3	216	25	39	10,744	2.3	9.0
4	LINE Corporation	1,051	55.9	205	1	1	537	1.8	0.5
5	Facebook	902	48.0	166	25	28	10,053	2.5	11.1
6	PIXNET Digital Media Corporation	604	32.1	54	1	2	1,836	0.4	3.0
7	Dcard	521	27.7	36	8	10	1,424	6.0	2.7
8	UDN Group	455	24.2	31	1	2	969	0.9	2.1
9	Wikimedia Foundation Sites	442	23.5	50	3	4	2,038	1.6	4.6
10	Oneup Network Corporation	427	22.7	53	4	6	2,274	1.9	5.3
11	JSDELIVRS.COM	360	19.2	24	1	2	876	1.3	2.4
12	ChatGPT	357	19.0	45	26	13	2,540	10.3	7.1
13	ETtoday & EMI Group	352	18.7	37	1	2	1,176	0.5	3.3
14	Spotify	320	17.0	72	1	1	807	1.2	2.5
15	Shopee Pte Ltd	316	16.8	27	5	6	1,011	4.7	3.2
16	BILIBILI.COM	297	15.8	49	20	15	2,965	6.7	10.0
17	Want Media Group	294	15.6	5	0	1	148	0.9	0.5
18	Cite Media Holding Group	257	13.6	12	0	1	386	0.9	1.5
19	Amazon	256	13.6	54	2	6	3,652	0.6	14.3
20	CW Group	255	13.6	8	0	1	246	1.7	1.0

* With the release of Sep 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, Sep 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	2,213	92	838	422	438	72,495	6	33
2	Microsoft Sites	2,175	90	337	71	81	19,295	4	9
3	Yahoo	1,766	73	365	43	70	18,151	2	10
4	LINE Corporation	1,415	59	399	3	5	1,506	2	1
5	Facebook	1,238	51	254	40	39	15,332	3	12
6	Want Media Group	777	32	16	2	2	665	4	1
7	Dcard	764	32	49	12	18	2,011	6	3
8	UDN Group	755	31	46	1	2	1,515	1	2
9	PIXNET Digital Media Corporation	738	31	67	1	3	2,107	1	3
10	Shopee Pte Ltd	583	24	66	16	23	3,286	5	6
11	Oneup Network Corporation	561	23	113	15	21	6,247	2	11
12	Wikimedia Foundation Sites	527	22	50	3	3	1,843	2	3
13	JSDELIVRS.COM	503	21	46	4	6	1,868	2	4
14	ETtoday & EMI Group	496	21	73	13	8	2,540	5	5
15	Liberty Times Group	463	19	31	1	3	1,015	1	2
16	TVBS Media Inc.	432	18	27	1	2	917	1	2
17	CW Group	402	17	13	1	2	432	2	1
18	Amazon	401	17	85	4	9	5,440	1	14
19	Hearst	389	16	129	2	5	4,037	0	10
20	Netflix Inc.	357	15	70	5	4	2,777	2	8

* With the release of Sep 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, Sep 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	2,230	89	749	316	369	57,904	5	26
2	Microsoft Sites	2,217	89	434	118	135	29,442	4	13
3	Yahoo	1,922	77	502	58	120	27,999	2	15
4	LINE Corporation	1,441	58	417	3	5	1,571	2	1
5	Facebook	1,091	44	229	41	44	14,865	3	14
6	UDN Group	943	38	82	4	10	3,577	1	4
7	Want Media Group	818	33	33	12	33	1,754	7	2
8	PIXNET Digital Media Corporation	718	29	66	2	4	2,331	1	3
9	JSDELIVRS.COM	633	25	73	6	14	3,627	2	6
10	Shopee Pte Ltd	563	22	64	17	16	2,825	6	5
11	TVBS Media Inc.	534	21	40	1	2	1,398	1	3
12	ETtoday & EMI Group	498	20	82	2	5	2,942	1	6
13	Liberty Times Group	497	20	57	3	8	3,402	1	7
14	Wikimedia Foundation Sites	495	20	49	4	4	2,004	2	4
15	Dcard	486	19	30	4	6	1,385	3	3
16	CW Group	476	19	16	1	2	537	2	1
17	Sanlih Media Group	447	18	33	2	4	1,106	2	2
18	NOWnews	386	15	25	1	1	943	1	2
19	Hearst	366	15	97	1	5	3,066	0	8
20	PTT.CC	339	14	25	1	2	834	2	2

* With the release of Sep 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, Sep 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	1,832	91	682	268	276	57,975	5	32
2	Microsoft Sites	1,828	90	395	52	86	23,539	2	13
3	Yahoo	1,731	86	662	150	222	42,250	4	24
4	LINE Corporation	1,136	56	358	5	5	1,932	2	2
5	Facebook	1,022	51	231	42	41	14,623	3	14
6	UDN Group	937	46	86	5	12	3,206	2	3
7	Want Media Group	851	42	29	10	6	1,480	7	2
8	PIXNET Digital Media Corporation	637	32	65	1	3	2,215	1	3
9	JSDELIVRS.COM	593	29	70	3	5	2,705	1	5
10	Shopee Pte Ltd	556	28	83	17	15	3,953	4	7
11	ETtoday & EMI Group	555	27	105	4	8	3,570	1	6
12	TVBS Media Inc.	527	26	42	2	3	1,422	2	3
13	Dcard	502	25	29	6	10	1,291	4	3
14	CW Group	496	25	21	2	4	888	3	2
15	Wikimedia Foundation Sites	465	23	36	3	2	1,293	2	3
16	Sanlih Media Group	447	22	44	1	3	1,499	0	3
17	Liberty Times Group	436	22	33	1	2	1,105	1	3
18	NOWnews	355	18	23	1	1	832	1	2
19	Fubon Multimedia Technology	334	17	32	7	14	1,321	5	4
20	Cite Media Holding Group	301	15	14	1	1	461	1	2

* With the release of Sep 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, Sep 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

