



宏將觀點

- Insights

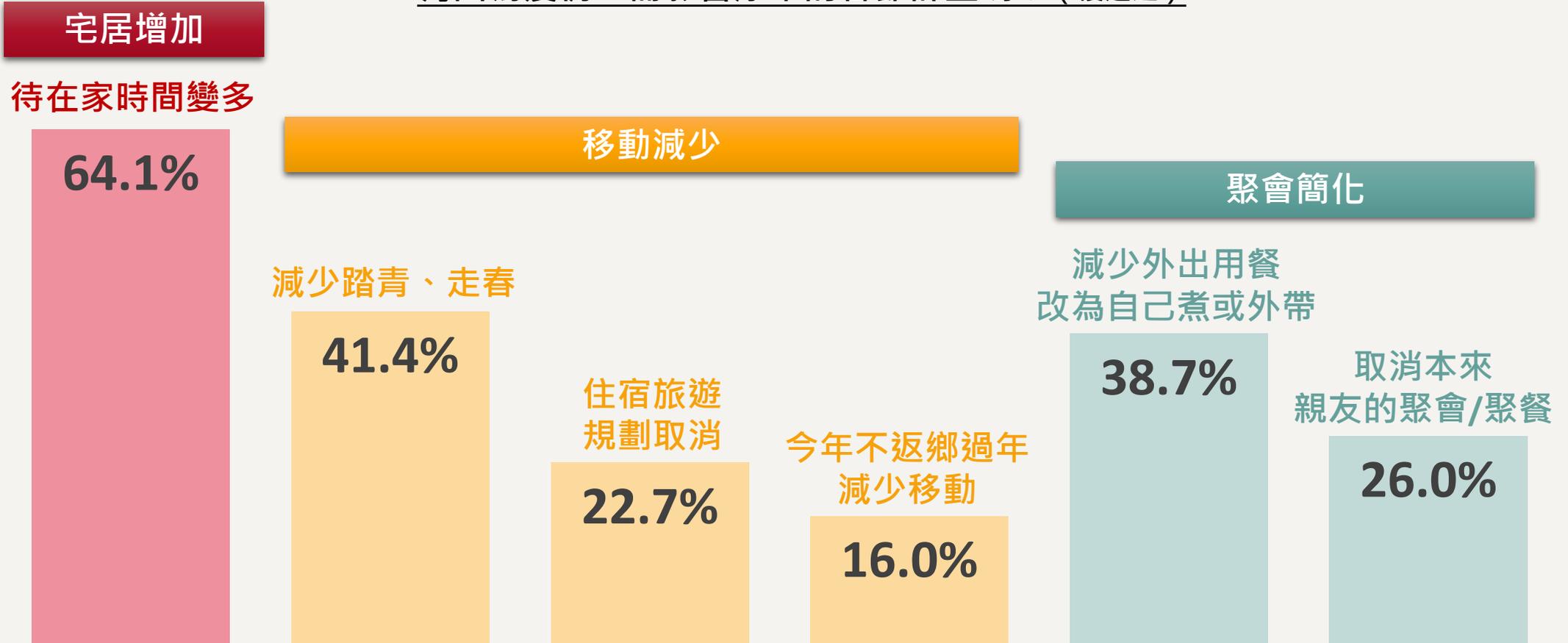
春節收視熱點看過來

疫情是否影響了民眾原本的春節計畫？

新冠狀肺炎持續延燒，宏將研究團隊於春節期間，針對18-44歲的民眾進行網路調查，超過六成四民眾受疫情影響宅居時間增加；超過四成因此減少踏青走春，顯示疫情至今仍持續影響民眾生活行為變化，宅在家的時間也較往年更多。



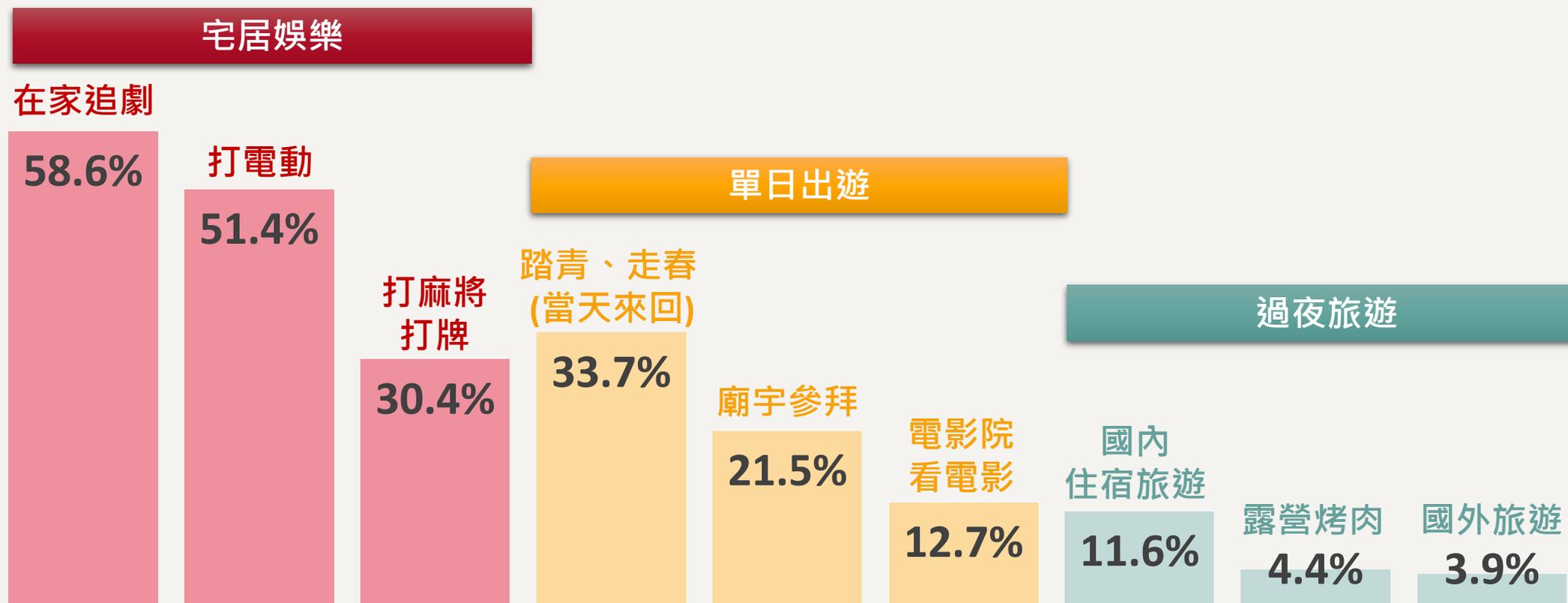
有因為疫情，而影響原本的春節計畫嗎？（複選題）



宅居娛樂為主流 超過半數在家追劇打電動

2022年春節宅娛樂最為熱門，將近六成規劃在家追劇，其次為打電動、打牌；單日出遊居次，約三成民眾安排踏青走春；仍有一成民眾安排過夜旅遊。

2022年春節連假，有什麼規劃？（複選題）

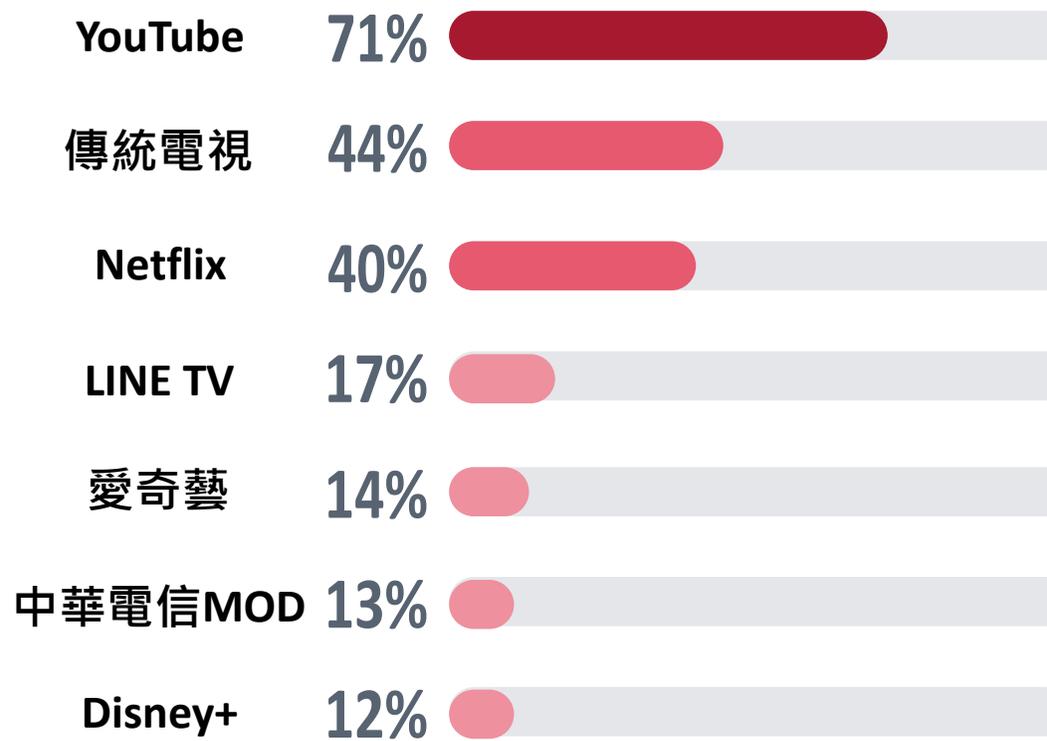


超過七成使用YouTube 串流影音Netflix使用達四成

追劇成主流，春節期間YouTube使用率最高；傳統電視仍高於一般OTT串流影音平台。OTT串流影音平台中以Netflix使用率最高，其次為LINE TV與愛奇藝，2021年11月才上架台灣市場的Disney+也榜上有名，約12%民眾表示有使用。



春節期間，有使用以下那些影音媒體？（複選題）



期待團聚時刻 影音收視以個人需求為主

新冠疫情已持續2年，民眾逐漸適應新的生活模式，春節期間遵守防疫規定之餘，仍期待親友相聚時刻到來。

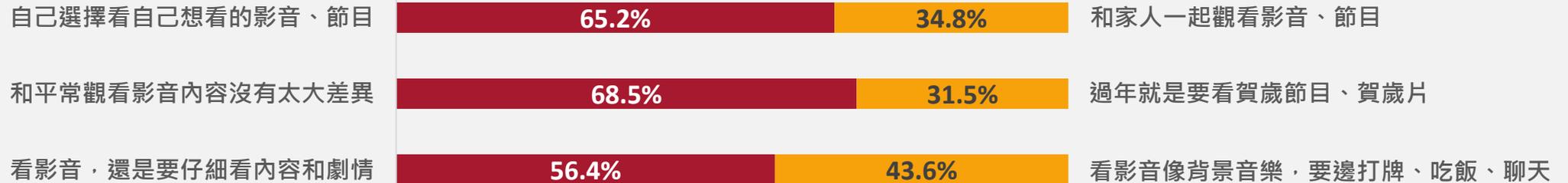


請問以下春節行為與感受，大部分的情況較符合哪一邊？（比較題）

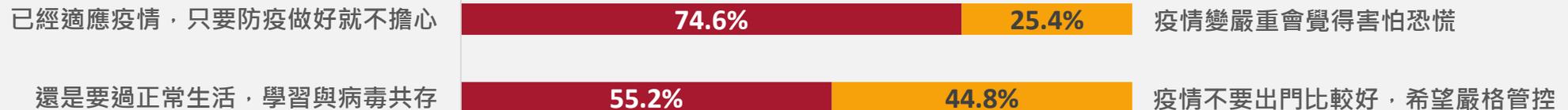
春節期待能與親人相處團聚



影音節目以個人需求為主



逐漸適應疫情，還是要過正常生活

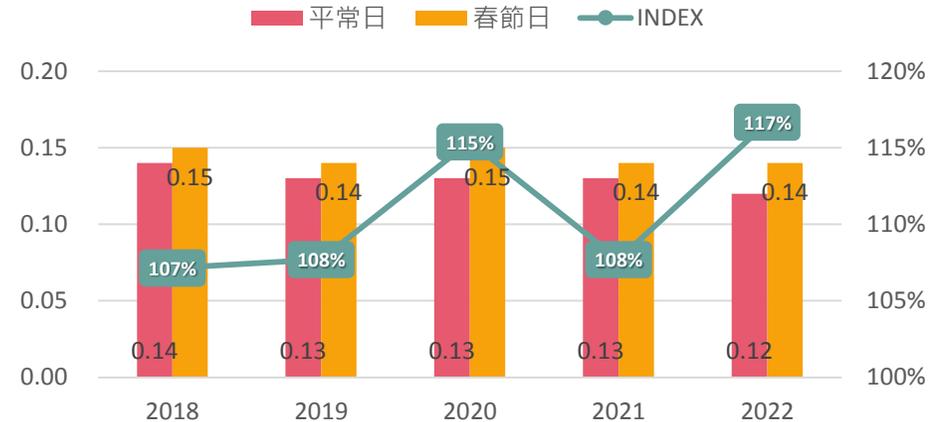


春節宅在家！疫情與壞天氣 傳統電視收視穩定

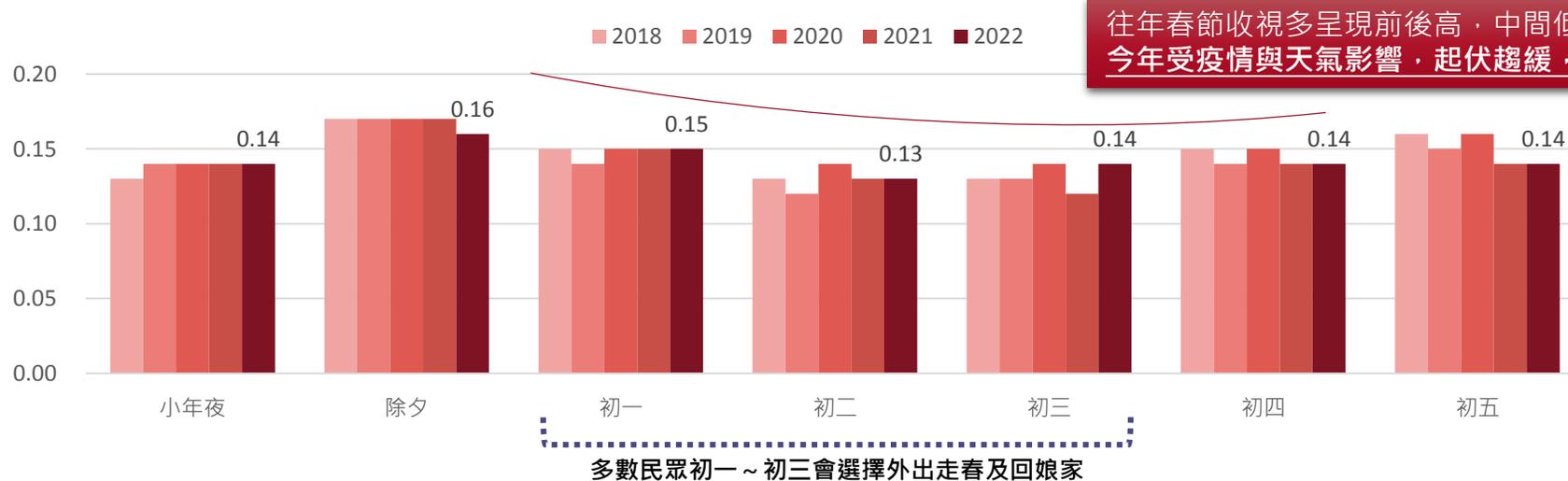
春節期間不只受疫情影響，加上連雨不斷，**電視收視雖與過往並無太大差異，但除夕及初三與去年相比有較明顯變化**，除夕夜難得好天氣，民眾把握外出機會，初一開始陣雨不斷，收視穩定維持。

近年OTT串流影音成長快速，今年春節期間傳統電視平均收視無明顯影響，仍保持歷年水準。

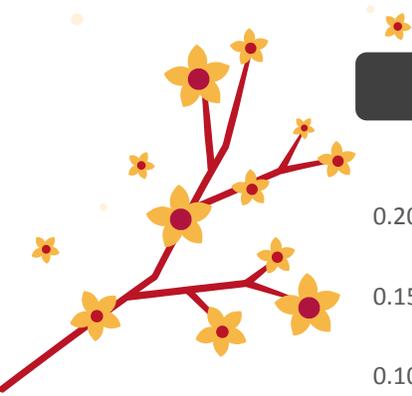
春節電視收視年度追蹤



2022年春節假期電視收視表現中規中矩 除夕、初一兩天達頂峰

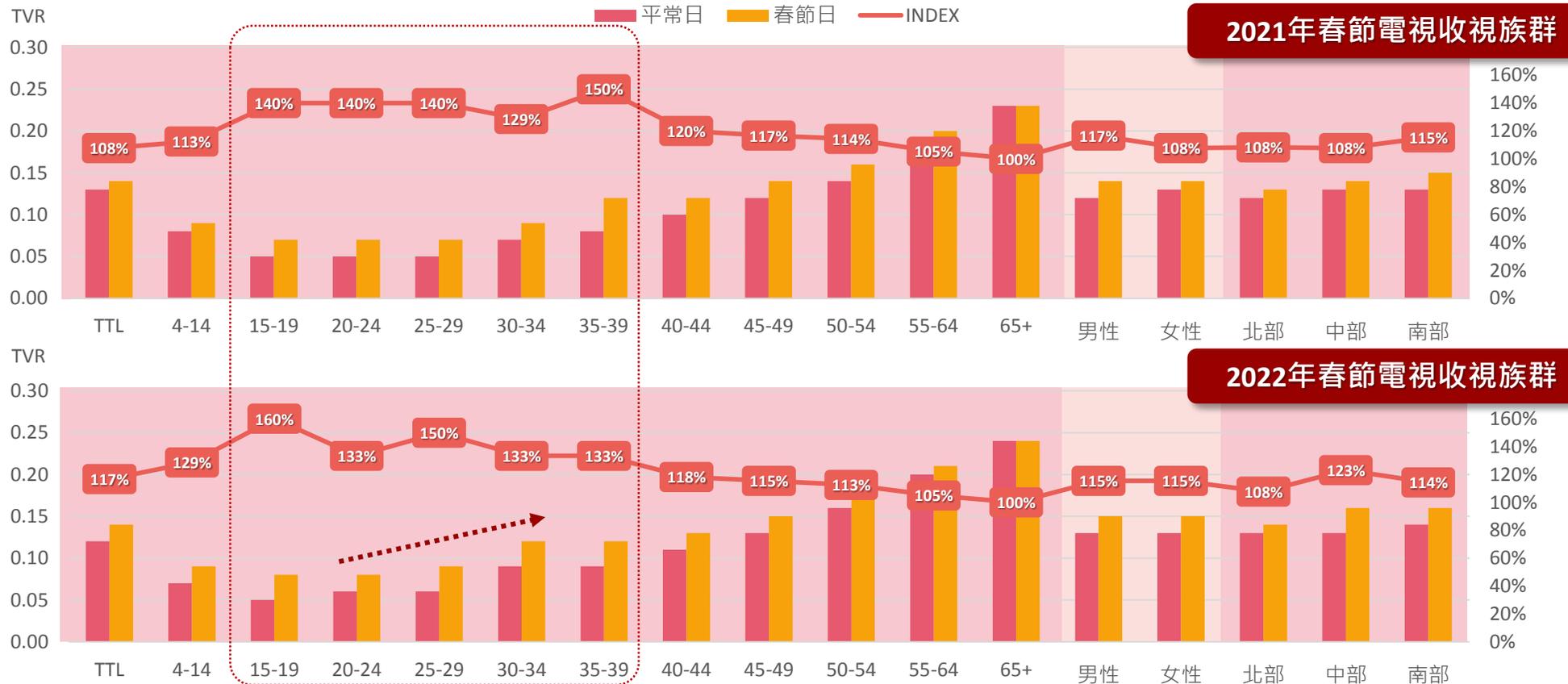


資料來源：Data from Arianna：平常日為春節前一個月；春節日則分別為2017/01/27~02/01、2018/02/15~02/20、2019/02/02~02/10、2020/01/23~01/29、2021/02/10~02/16、2022/01/29~02/06；宏將行銷策略部綜合整理



春節看電視 YZ世代成長最有感

細看傳統電視收視族群發現，年輕族群收看电视的比例提高，**電視收視成長率高多落在15-39歲，年輕族群在春節期間收看电视的比例較平日大幅增加**，顯示Y世代與Z世代的收視表現明顯成長。電視主要收視多為40歲以上族群，而在春節期間收看电视的表現則呈穩定狀態。



資料來源：Data from Arianna：平常日為春節前一個月；春節日則分別為2021/02/10~02/16、2022/01/29~02/06；宏將行銷策略部綜合整理

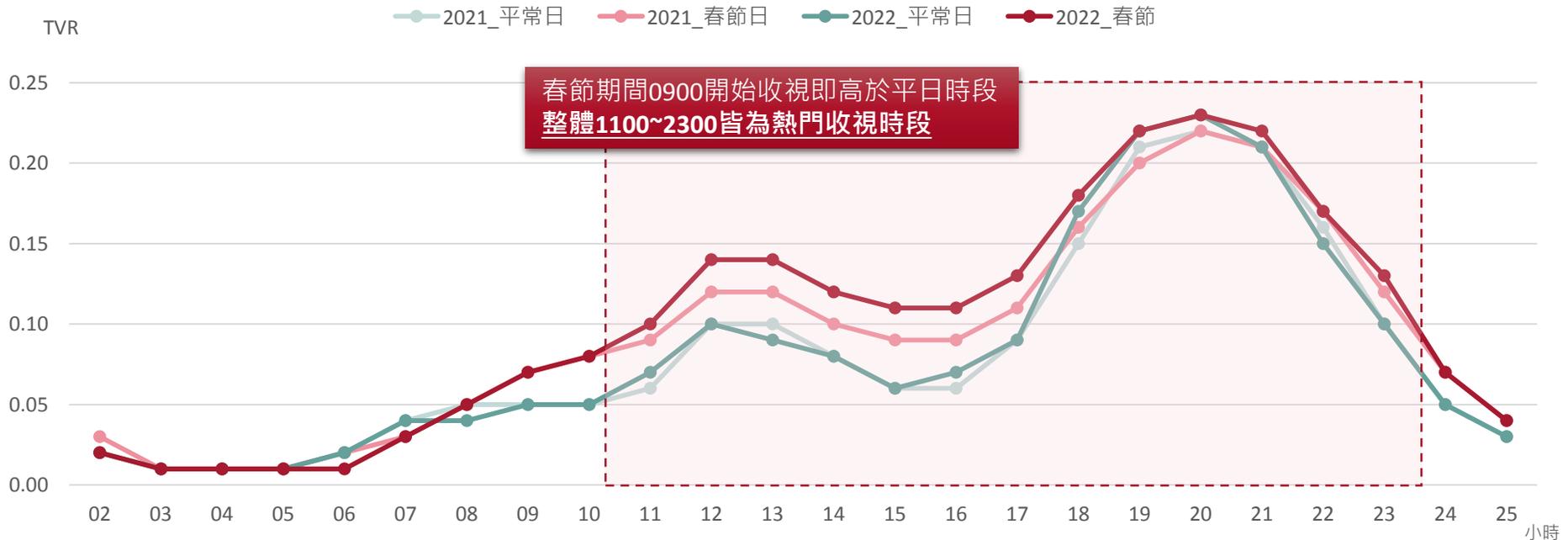


早上9點開電視 1100-2300為熱門收視時段

比較近兩年平常日與春節日的時段收視情形，今年春節收視情形較去年提升，整體起伏狀況則和往年不相上下，大部分民眾放假期間多習慣晚睡早起，這回過年假期因新型冠狀病毒疫情及氣候不佳影響，**收看電視的時間相較平日長，所以收視高峰更加突出明顯。**

就整體收視來看，春節期間自早上8時至半夜24時的收視率都有不錯的表現，其中18~22時為整日最高峰的時段，**今年電視春節收視曲線皆較去年春節來得優秀**，可見民眾的春節假期多半選擇在家活動，使得電視收視率大幅提升。

2020~2021年_平常日與春節日的電視收視時段表現

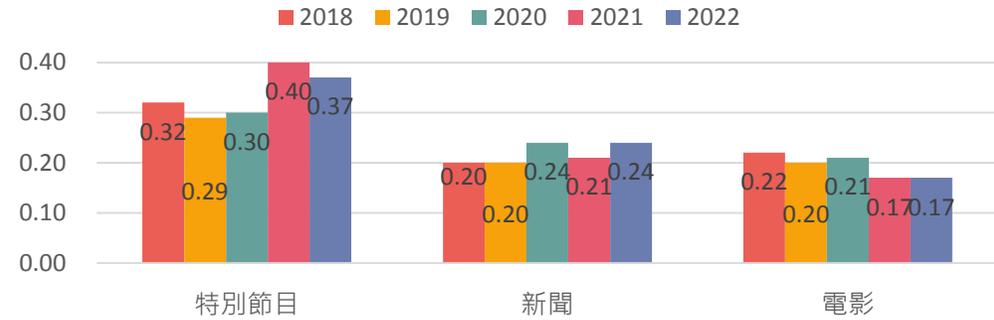


春節期間0900開始收視即高於平日時段
整體1100~2300皆為熱門收視時段

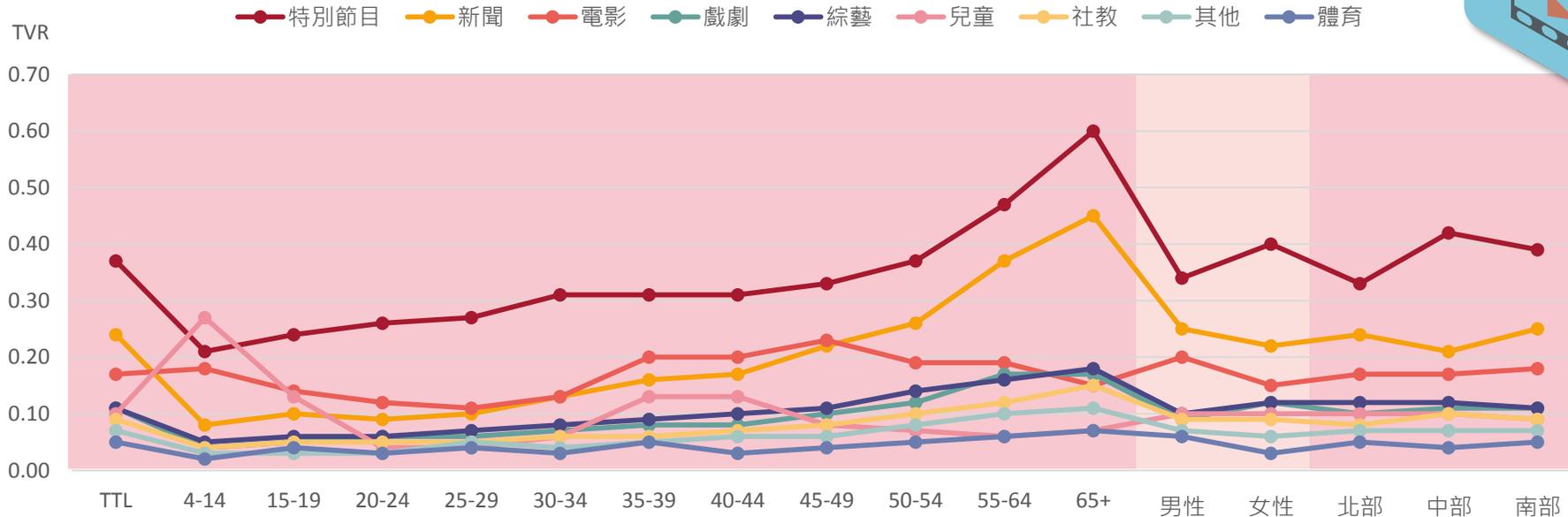


特別節目最熱門 隨時關注疫情動向 新聞收視成長

從節目類型觀察發現，今年春節期間以新聞與特別節目為主要熱門收視。整體收視狀況，特別節目及新聞類受50歲以上族群關注度高，隨著年齡增加而遞增；電影則以35-54歲收視表現更佳，各族群分別擁護喜好的類型節目。



2022年春節各類節目收視表現：以特別節目、新聞類最熱門，其次為電影、戲劇、綜藝



春節特別節目收視：不分年齡，民視收視率最高

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	民視第一發發發十全果醋過	FTV	3.85
2	2022紅白虎哩發財明星3缺1	TTV	3.51
3	民視第一發發發十全味噌慶	FTV	3.08
4	2022紅白虎運亨通明星3缺1	TTV	3.07
5	2022紅白福虎賀歲明星3缺1	TTV	2.71
6	2022紅白福虎昇豐明星3缺1	TTV	2.32
7	2022紅白群星會明星3缺1	TTV	2.17
8	民視第一發發發山本耀建設	FTV	2.00
9	2022超級巨星紅白搶先看yo	TTV	1.36
10	2022紅白福虎臨門明星3缺1	TTV	1.26

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	民視第一發發發十全果醋過	FTV	4.86
2	民視第一發發發十全味噌慶	FTV	4.36
3	2022紅白虎運亨通明星3缺1	TTV	3.87
4	2022紅白虎哩發財明星3缺1	TTV	3.72
5	2022紅白福虎賀歲明星3缺1	TTV	3.31
6	民視第一發發發山本耀建設	FTV	2.75
7	2022紅白群星會明星3缺1	TTV	2.51
8	2022紅白福虎昇豐明星3缺1	TTV	2.18
9	初一2022紅白虎哩發財明星	TTV	1.31
10	2022超級巨星紅白搶先看yo	TTV	1.24

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	民視第一發發發十全果醋過	FTV	5.51
2	民視第一發發發十全味噌慶	FTV	3.49
3	民視第一發發發山本耀建設	FTV	3.15
4	2022紅白虎哩發財明星3缺1	TTV	2.90
5	2022紅白虎運亨通明星3缺1	TTV	2.57
6	2022紅白福虎賀歲明星3缺1	TTV	2.02
7	2022紅白福虎昇豐明星3缺1	TTV	1.81
8	五洲生醫虎虎生風旺旺年	CTV	1.65
9	群星賀歲五洲生醫虎虎生風	CTV	1.41
10	2022紅白群星會明星3缺1	TTV	1.33

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	民視第一發發發十全果醋過	FTV	8.54
2	民視第一發發發十全味噌慶	FTV	6.42
3	民視第一發發發山本耀建設	FTV	4.54
4	2022紅白虎哩發財明星3缺1	TTV	3.80
5	2022紅白福虎賀歲明星3缺1	TTV	3.51
6	群星賀歲五洲生醫虎虎生風	CTV	3.17
7	闔家圍爐五洲生醫虎虎生風	CTV	2.99
8	2022紅白虎運亨通明星3缺1	TTV	2.90
9	五洲生醫虎虎生風旺旺年	CTV	2.88
10	招財進寶五洲生醫虎虎生風	CTV	2.39



春節電影收視：國片、韓片上榜率高

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	當男人戀愛時	ET-M	國片	1.73
2	蠟筆小新電影天下春日部學	YOYO	動漫	1.39
3	怒火	*SCM	港片	1.34
4	屍速列車感染半島	ET-M	韓片	1.27
5	同學麥娜絲	VLM	國片	1.04
6	魔物獵人	ET-WM	洋片	1.03
7	雨妳再次相遇	ET-M	韓片	0.95
8	蠟筆小新劇場版功夫小子之	TTV	動漫	0.92
9	血衛	*SMG	洋片	0.90
10	雲南蟲谷	VLM	陸片	0.89

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	當男人戀愛時	ET-M	國片	1.39
2	屍速列車感染半島	ET-M	韓片	0.93
3	蠟筆小新電影天下春日部學	YOYO	動漫	0.92
4	玩命關頭特別行動	ET-M	洋片	0.88
5	怒火	*SCM	港片	0.74
6	詭妹	ET-M	韓片	0.72
7	魔物獵人	ET-WM	洋片	0.64
8	玩命關頭8	ET-M	洋片	0.64
9	復仇者聯盟無限之戰	*SMG	洋片	0.63
10	同學麥娜絲	VLM	國片	0.61

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	當男人戀愛時	ET-M	國片	2.34
2	屍速列車感染半島	ET-M	韓片	1.98
3	超人氣動物園	*SCM	韓片	1.45
4	蠟筆小新電影天下春日部學	YOYO	動漫	1.36
5	聽見歌再唱	*SCM	國片	1.12
6	魔物獵人	ET-WM	洋片	1.08
7	誤殺	*SCM	陸片	1.06
8	血衛	*SMG	洋片	1.05
9	功夫	ET-M	港片	0.93
10	雨妳再次相遇	ET-M	韓片	0.93

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	屍速列車感染半島	ET-M	韓片	1.40
2	當男人戀愛時	ET-M	國片	1.32
3	魔物獵人	ET-WM	洋片	1.14
4	雲南蟲谷	VLM	陸片	1.04
5	玩命關頭特別行動	ET-WM	洋片	0.86
6	怒火	*SCM	港片	0.79
7	血衛	*SMG	洋片	0.77
8	大人物	VLM	陸片	0.73
9	蠟筆小新電影天下春日部學	YOYO	動漫	0.69
10	蠟筆小新劇場版功夫小子之	TTV	動漫	0.69

※收視率排序依春節節目首播檔次收視為主



與疫共存 把握熱門好時機

綜觀以上，不同類型節目有不同收看族群，YouTube可以配合消費者零碎的時間，隨時觀賞自己想看的內容；多數民眾則還是習慣收看傳統春節特別節目，Y、Z世代的年輕族群就是最好的例子。

已連續兩年春節時間受新冠肺炎影響，以致不少活動受到波及，民眾外出意願也大減。為避免群聚危險，許多民眾待在家中，「宅經濟」因疫情受益的行為延續。

隨著生活與疫共存，未來兩三年生活仍存在諸多不確定性，民眾在傳統電視收視維持一定水準，**建議品牌春節行銷時，可針對不同需求選擇適當類型及時段投放，另配合宅居生活養成，可與影音、遊戲、網購、外送等異業結合。**

疫情催化

宅居生活持續

- 民眾減少外出，超過6成居家時間增加
- 影音、遊戲、網購、外送平台等持續熱門

串流影音使用頻繁

傳統電視仍不可缺

- 春節YouTube使用頻繁，Netflix也達四成
- 春節傳統電視使用高於一般串流影音平台

電視仍為春節期間

重要主流媒體

- 15-39歲的年輕族群春節期間收視佔比增
- 因疫情影響，新聞關注度高；電影與特別節目為熱門收視類型

