宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2228

07.04 ~ 07.10

Contents

媒體放大鏡 - 國內外旅遊回溫 業者搶賺「疫後」觀光財 . . .

熱門話題 - 完了完了完了，你芭比Q了嗎？ . . .

國際案例 - 零售商透過遊戲化、個人化來提升顧客忠誠度 . . .

數位轉型 - Neutrogena數位轉型 培養忠誠顧客 . . .

收視調查 - 2022/07/04-07/10 . . .

媒體放大鏡

- Media News

媒體
放大鏡

國內外旅遊回溫 業者搶賺「疫後」觀光財

隨著疫情逐漸趨緩，民眾迫不及待要出國，旅遊業者更要大賺觀光財，7月兩週以來，機票銷售就已經破千萬，其中日本、韓國是台灣人的最愛；國內旅遊也回溫，包括宜蘭、台東、屏東墾丁、都是熱門景點。

穿韓服、看櫻花，以往暑假一到，想出國的心就按捺不住，受到新冠疫情趨緩影響，**各國紛紛鬆綁邊境，兩週來機票銷售達到千萬，光是東南亞機票，6月銷售量比5月成長57%，旅遊業者也趁機推出日韓套裝優惠。**

旅遊業者翁晟譯：「訂超過3天以上的行程，我們會提供免費的機場接送，如果超過5天的話，會提供在當地的地鐵一日券，這樣的方式。」 旅行業者表示，國外機票短程線以東京、首爾、曼谷最熱銷；長程線則以美國洛杉磯、舊金山、法國巴黎和英國倫敦銷量較好。甚至還有民眾已經預購今年下半年，甚至明年過年的機票。

怕出國太貴，國內旅遊也正夯，去玩水、吃海產，宜蘭、花蓮、台東、屏東墾丁、台南是前五熱門，近期單週飯店業者營收已破億，預計暑假會更熱。疫情趨緩，國外旅遊回溫，也讓旅遊業者蓄勢待發，搶賺疫後觀光財。

【2022/07/09, yahoo新聞】

《怪奇物語》熱救不了Netflix！第2季訂戶將年減280萬

據報導，影音串流巨頭Netflix（NFLX-US） 先前發布的第一季財報令投資人驚訝，訂閱用戶流失20萬人，為該平台10多年來首次付費訂閱人數下降。有分析師警告，Netflix 的訂閱戶數恐怕將在第二季進一步下跌，並且跌幅恐將高於預期。

【2022/07/08, 數位時代】

巴克萊銀行（Barclays）分析師 Kannan Venkateshwar 在週三（6日）發布的研究報告中表示，儘管 Netflix 近期有多檔新節目上限，包括全新第四季《怪奇物語》（Stranger Things）、第四季《黑錢勝地》（Ozark）和第六季《浴血黑幫》（Peaky Blinders）等，但是 Netflix 的訂閱戶成長可能再次令投資人失望。

Venkateshwar 預估，**Netflix第二季的訂閱用戶數將會年減280萬戶，比該公司的預期多出80萬戶。**值得注意的是，Venkateshwar認為Netflix的主力市場北美地區的訂閱用戶數將會連續下降。Venkateshwar也指出，**雖然《怪奇物語》第四季的發布，確實會帶動訂閱用戶的回升，但是影響似乎並不如預期。他認為原因是迪斯尼的Disney+、蘋果的 Apple TV+、亞馬遜 Prime Video等對手競爭日益激烈。**

媒體
放大鏡

進軍 PC 遊戲市場，Sony 全新 INZONE 電競系列產品線亮相！

遊戲產業的市場每年不斷擴大，加上疫情推動宅經濟，各大科技廠無不想方設法加入戰場。已經在影音娛樂界有一席之地的 Sony 近期更公開全新電競品牌 INZONE，據 The Verge 報導，Sony 日前在全球線上發表會中推出了兩款 27 吋電競螢幕 M9 和 M3，以及三款電競耳機 H9 、H7 和 H3，作為旗下電競品牌 INZONE 的首波產品線。【2022/07/04, Inside】

這次 Sony 轉向 PC 玩家的市場策略，The Verge 認為這是因為**近幾年 PS 主機上的獨佔遊戲陸續轉至 PC，這樣的遊戲生態變化讓 Sony 漸漸地將戰略焦點轉移到 PC 玩家。因此過去幾年，Sony 的策略就越來越傾向在讓更多人玩自家的遊戲，而不是一直把玩家綁在 PS 獨佔遊戲上**。相較於任天堂、Valve 和微軟的策略，Sony 推出電競螢幕和耳機的做法還是相當有限。至少能肯定，憑藉 Sony 在顯示器和聲音的技術優勢，還是能吸引到不少玩家入坑。

自 2020 年底至 2021 年底，**Sony 已經賣出 1730 萬台 PS5 遊戲機，PS5 更打破 Nintendo Switch 連續 33 個月霸榜全美最熱賣遊戲機的紀錄，成功地成為美國最暢銷的遊戲機**。不管怎樣，**Sony 這次推出的 INZONE 系列將主攻 PC 電競玩家，強調產品將為 PC 玩家帶來「沉浸式」和充滿「勝利感」的遊戲體驗，而INZONE的螢幕和耳機外型也採用了PS5的外白內黑的簡約設計，標榜搭配 PS5 主機能夠有更出色的視覺和聽覺效果，勢必會為公司創造另一波收入。**

任天堂健身環光環黯淡，銷量直接砍去三分之一

比起沉浸在輕鬆的遊戲中，任天堂目前正處於沮喪的漩渦。根據遊戲數據商Famitsu最新統計數據，**6月遊戲主機任天堂Switch系列機種在日本銷售為22.65萬台，較上個月大減38%**。任天堂發言人表示，**晶片的短缺對於整個生產製造是重大的致命傷**，目前供給受阻的零件包括控制電流的類比晶片、藍牙無線通訊零件等，因此任天堂就零件採購積極進行談判，但由於必需跟智慧手機和汽車製造商爭奪重要零件，導致整個過程仍充滿不確定性。

任天堂的財報會計年度為當年3月開始，任天堂社長Shuntaro Furukawa 5月就指出因晶片短缺持續影響產品生產。預估今年Switch系列機種全球銷售量為 2100 萬台。Switch的短缺對任天堂造成了特別嚴重的打擊。**公司正規劃在本財年推出幾款新軟體產品，包括9月的Splatoon 3和11月的最新的Pokemon遊戲。東洋證券的Hideki Yasuda表示即將上線的軟體遊戲可望打破銷售紀錄，創下新高。**

【2022/07/06, yahoo新聞】

媒體
放大鏡

中國服飾品牌Shein怎麼做到比Zara還「快時尚」？

Shein成立於2008年，最初創辦人徐仰天是希望在中國的快時尚市場獲得一席之地，但後續發現以低價為主打的電商服飾市場在中國早已飽和，於是將目光對準海外，從2015年開始主攻國際消費者，現在美國已是Shein的最大市場。

Shien能夠獲得各國女性青睞，原因很簡單：快，以及便宜。中國龐大的製造業讓Shein在價格上具有絕對優勢，再加上遠超競爭對手的推陳出新速度，讓他們永遠走在時尚尖端。Shein每種新商品一次只生產100件，**透過縮小製造規模，可以更低成本測試消費者喜好，每天可在網站上新增超過6,000種新商品，並依照即時消費數據調整需求，精準捉住消費者喜好**。

人工智慧技術也是Shein搶得先機的關鍵。**Shein的神經網路技術可以在極短時間辨識物體，他們利用這項技術快速掌握TikTok等社群平台上的時尚潮流，再將相關資料與簡單的服裝設計提供給工廠**。拜此所賜，Shein的產品從設計到上架只需不到10天。

疫情是Shein崛起的重要契機，由於沒有實體門市，受到疫情的影響更小，並能夠快速滿足轉向電商的消費者需求。根據Apptopia的資料，**Shein的App下載次數從2019年的6,700萬次，到2021年飆升至1.93億次，成為全球下載量第二高的購物App**。【2022/07/04, 數位時代】

周杰倫專輯銷3.5億！「最偉大」MV花1350萬

歌壇天王周杰倫新專輯「最偉大的作品」，**預購60小時賣破272萬張，進帳3.6億元台幣，同名主打MV也創下他拍攝最貴MV的紀錄，耗費1350萬元**，他為了營造復古氛圍，把老鋼琴搬到法國莎瑪麗丹百貨頂層開拍，也成為第一個在莎瑪麗丹取景的歌手。

在精緻華麗的建築中，演奏鋼琴，周杰倫新歌「最偉大的作品」，上線後突破千萬觀看次數，這也是周董史上最貴的MV，製作費高達1350萬元，拍攝過程可不容易。在巴黎152年歷史的貴婦百貨，莎瑪麗丹取景，他特別將鋼琴租借到拍攝現場，請來大吊車吊掛到頂層，再緩慢垂吊下來，這也是百貨第一次外借給歌手拍MV，從搭景拍攝拆景時間緊迫。

原來是周杰倫2016年，前往當地拍攝「告白氣球」MV時，注意到正在整修的莎瑪麗丹，而MV中還有其它熱門景點，藍色列車餐廳凡登廣場圓亭咖啡廳，動員20位臨演近50位幕後工作人員。**新專輯在大陸多個平台開放預售後，數量突破百萬張，台灣首批5萬張，預購7小時銷售一空，在60小時進帳3.6億，歌壇天王霸氣回歸，專輯銷量也是天王等級**。

【2022/07/11, TVBS新聞】

媒體
放大鏡

Meta 再度開源 AI 語言模型！直譯 200 種語言

「NLLB-200」是一套不經由中介語言（例如先將中文翻譯成英文、再由該英文結果翻譯成其他語言）、支援 200 種語言直接互譯的的翻譯模型。Meta 表示，對比先前的研究，**這套最新的模型可以提升 44% 的翻譯品質，尤其是部分非洲與印度系語言的精準度更提高了 70% 以上**。科技媒體 The Verge 引用德國慕尼黑大學計算語言學（computational linguistics）專家 Alexander Fraser 說法，「其最主要的貢獻在數據，重點在於有『100 種全新語言』（被該模型支援）」。許多商業工具不支援的低資源語言（low-resource languages），也就是少於百萬人口使用的語言。

Meta 在該專案的 AI 科學家 Angela Fan 表示，這個模型也將應用在支援維基百科（Wikipedia）的編輯者將編輯項目翻譯成其他語言。另外，開發該模型所使用的技術，很快的也會整合進 Meta 的翻譯工具。總體來說，Alexander Fraser 教授表示，「Google、Meta 以及 Microsoft 等公司都致力於低資源的機器翻譯（machine translation），這是一件好事。」

Meta 認為，**建構一個可以支援多國語的技術，對於人們在元宇宙有重要意義，因為「沈浸式體驗有助於民主化」、「可讓全球更多人進入到元宇宙」**。該模型使用 Meta 於 1 月發表、與 NVIDIA 共同開發的超級電腦「AI Research SuperCluster（RSC）」進行 Training。【2022/07/07, Inside】

學生都看什麼書？ 圖書館借網路連載小說最多

現在國高中生的學生，究竟都愛看什麼類型的書籍，台北市立圖書館統計，**今年上半年18到24歲借閱最多的，除了兒童繪本，再來就是以網路連載出版的小說占最多數**，而網路書店排行榜中，**17到28歲購書排行最暢銷的是考試工具書**，業者也表示，**若是小說類，像是BL類型也賣得很暢銷，但現在年輕人已經很少到租書店裡頭借閱，時代不同，閱讀習慣也跟著改變**。

台北市立圖書館統計上半年倪匡作品，18到24歲族群只借36本數量最少，反而是45-54歲以及65歲以上都借閱5百多本。去年北市圖書館借閱年齡，借最多書的是35到54歲，25到34歲在後段班，12到24歲學生墊底，其中文學類書籍被借最多次的是生活圖文類的高木直子作品，再來是東野圭吾的推理小說。

原來除了兒童繪本，再來就是大陸網路連載，出版成的紙本小說，最能吸引學生來看，網路書店也統計，上半年17到28歲購書排行，考試工具書最暢銷，再來是自我成長類型，瘦身類，圖文創作和愛情小說，都在榜上。**年輕族群，多數來到店裡看漫畫類，甚至已經已經少來租書店借書，年輕人閱讀習慣和喜好，也隨著時代不同而改變。**【2022/07/04, Yahoo新聞】

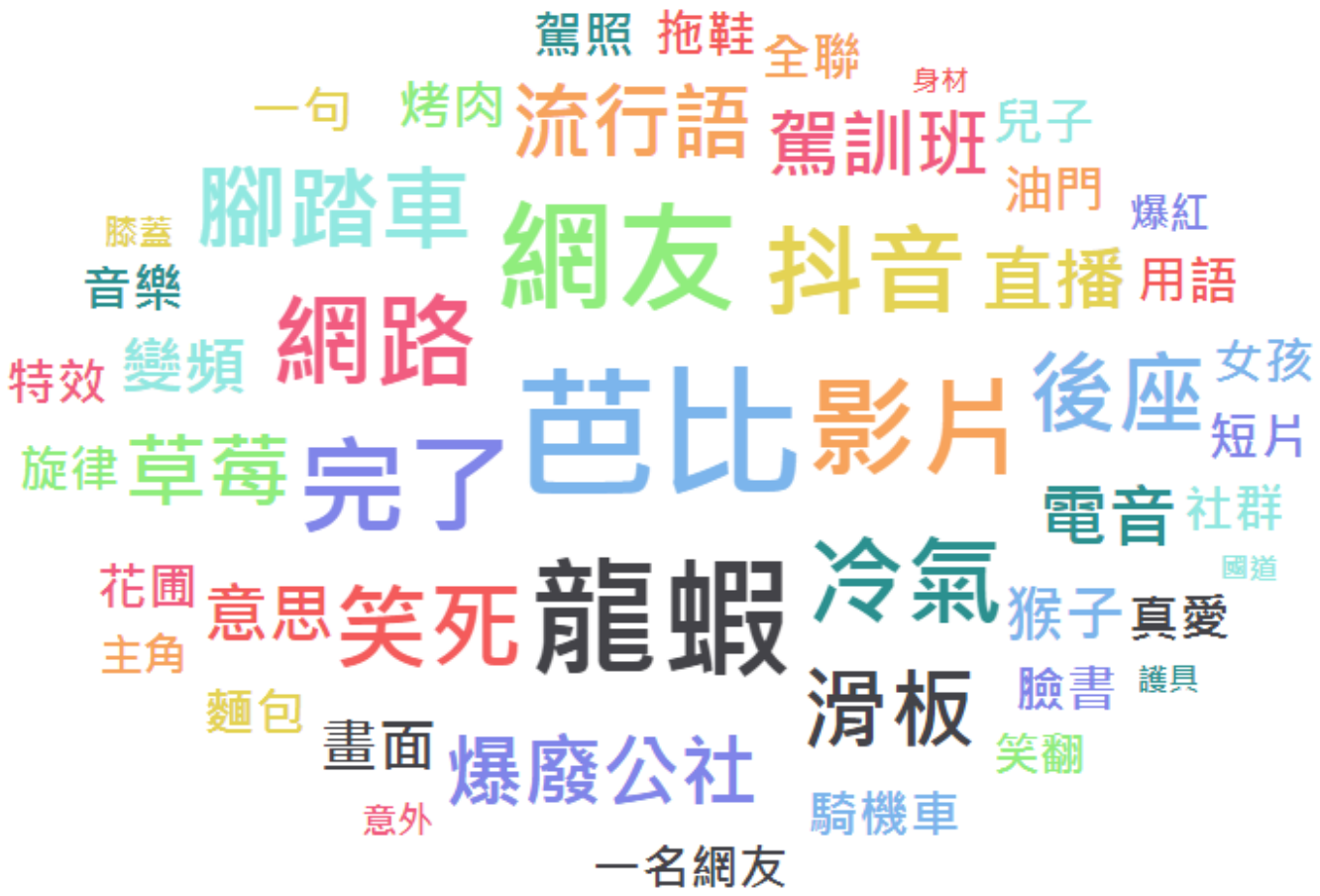
熱門話題

- Hot Topics

流行熱門話題

完了完了完了，你芭比Q了嗎？

每個時期都有不同的流行用語，最近你是否常在網路看到很多人說「完了完了完了，芭比Q了~」，你知道這是什麼意思嗎？這用語又是從哪裡冒出來的呢？本週就跟著宏將週報，一起來解析近期這夯到你不要不要的流行語吧！



抖音竄紅流行語

中國抖音帶起了不少歌曲及流行用語，這次的芭比Q也不例外

跟進流行引共鳴

水產直播標題、新聞搭上芭比Q音樂，網友更有感、討論更夯

芭比Q始祖廣告

網友在爆廢公社分享多年前的烤肉醬廣告，被公認為芭比Q的始祖

最反感的流行語

太流行也可能會有反效果，Dcard網友便掀起討論覺得太常聽到很膩

資料來源：OpView口碑輿情系統；搜尋關鍵字：芭比Q；搜尋期間：2022/07/04-2022/07/12

國際案例

- Case Share

國際視野

零售商透過遊戲化、個人化來提升顧客忠誠度

隨著通貨膨脹和大量的選擇削弱了品牌忠誠度，零售商正在採取一些策略來保持顧客的參與和消費。**流行的策略包括：個人化、遊戲化、額外的會員福利/優惠**。零售商可以根據消費紀錄提供個人化的交易和產品推薦，進而提高其在消費者心目中的地位。

- Kroger：利用個人化獎勵，來防止消費者跳槽到其他有折扣的零售商。使零售商能夠在為消費者提供價值的同時保護其利潤。
- Misfits Market：提供了一個自動購物車工具，可以依據消費者之前的消費紀錄來選擇商品，提高了便利性。

雖然許多零售商提供獎勵計畫來鼓勵顧客退貨，但部份零售商**正透過遊戲化體驗，進一步鼓勵會員提高消費**。

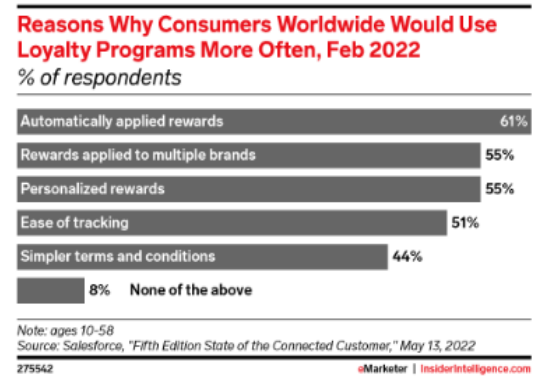
- Sweetgreen：正在測試一項“獎勵和挑戰”計畫，在該計畫中，符合特定條件（如支出超過一定金額或訂購精選商品）的消費者將獲得折扣或其他好處。
- 星巴克：利用遊戲化，通過挑戰、僅限會員競賽和雙星日等額外福利，將客戶變成常客。星巴克在最新的報告中表示，這種做法帶來了可觀的回報。星巴克在美國擁有2,700萬活躍會員，他們占該公司運營美國門店收入的54%。

還有其他零售商**正在為其訂閱服務添加新功能，以增加註冊並減少顧客流失**。在 Prime 會員日之前，亞馬遜為美國Prime 會員提供一年免費的Grubhub+會員資格，讓顧客無需支付運費即可訂購外賣。

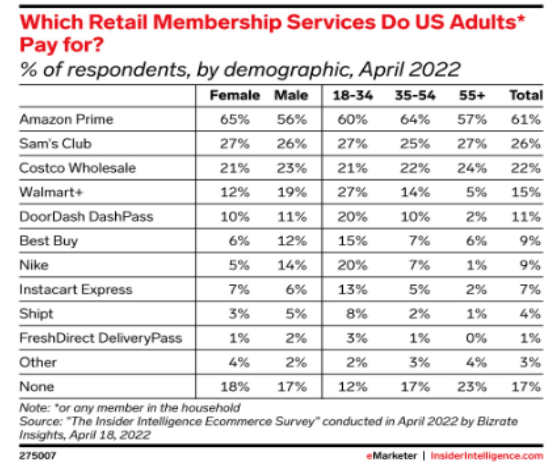
- Walmart：使InHome更廣泛地被運用，能夠滿足消費者對送貨到家的強烈需求。美國食品基準測試發現，消費者認為送貨到家與店內取貨一樣有價值。

會員資格和忠誠度計畫很重要，但零售商不應忽視顧客體驗的重要性。**除了提供更好的福利，零售商還應利用消費者數據來個人化顧客體驗並提供附加價值**。“忠誠度計畫現在已經成為常態，但良好的日常體驗卻不是，” Insider Intelligence的eMarketer首席分析師Patty Soltis表示：“**最重要的是，消費者希望體驗始終如一，讓他們在購買中感受到物超所值**。”

全球消費者更頻繁使用忠誠度計畫的原因



美國成年人購買哪些零售會員服務



	Female	Male	18-34	35-54	55+	Total
Amazon Prime	65%	56%	60%	64%	57%	61%
Sam's Club	27%	26%	27%	25%	27%	26%
Costco Wholesale	21%	23%	21%	22%	24%	22%
Walmart+	12%	19%	27%	14%	5%	15%
DoorDash DashPass	10%	11%	20%	10%	2%	11%
Best Buy	6%	12%	15%	7%	6%	9%
Nike	5%	14%	20%	7%	1%	9%
Instacart Express	7%	6%	13%	5%	2%	7%
Shipt	3%	5%	8%	2%	1%	4%
FreshDirect DeliveryPass	1%	2%	3%	1%	0%	1%
Other	4%	2%	2%	3%	4%	3%
None	18%	17%	12%	17%	23%	17%

Media Drive 宏將傳媒

資料來源： 2022/07/08, Insider

數位轉型

- Digital Transformation

數位轉型

Neutrogena數位轉型 培養忠誠顧客

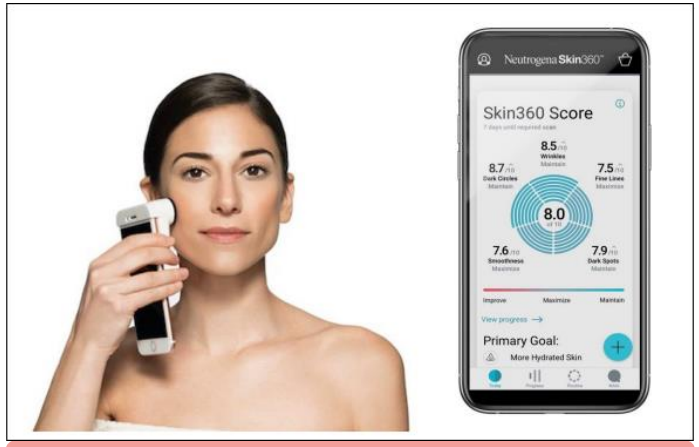
露得清（Neutrogena）成立於 1930 年，是美國的護膚品牌，主要提供臉部保養、護髮、護膚等系列產品。露得清於 1994 年被嬌生集團（johnson & johnson）併購， 營收合併歸屬於嬌生集團的肌膚保健（Skin Health）事業體，該事業體在 2020 年的營收為 44 億 5 千萬美元。

轉型動機

- 產業競爭激烈，必須不斷以創新的方式吸收新客群。
- 市售護膚產品客製化程度仍低，難以滿足顧客的需求。

轉型方向

- 露得清推出**手機掃描器**，協助消費者選擇適合的產品。
- 結合手機鏡頭和分析軟體，推出**微 3D 列印的客製化面膜**。



SkinScanner 掃描鏡頭與 Skin360 應用程式頁面

轉型效益

- 創造消費者客製化體驗，提升營收及顧客忠誠度。
- 2018 年露得清推出掃描鏡頭SkinScanner 售價為 59.99 美元，為露得清創造販售硬體的收入。而推出Skin360 和MaskiD 後，露得清所屬的嬌生肌膚保健事業部 2019 年營收為 45 億美元，比 2018 年營收成長了 4.8%，嬌生集團在 2019 年的年報中也特別指出露得清帶來的銷售成長。
- 露得清也在 2020 年推出新版的 Skin360 免費膚質診斷 App，不必再搭配掃描器SkinScanner，使用手機鏡頭即可進行膚質診斷。在品類同質性高的保養品產業，露得清藉由 3D 列印客製化面膜的技術，以及 Skin360 肌膚檢測 App，創造高附加價值的客製化消費體驗。露得清跳脫價格競爭的框架，與競爭對手做出市場區隔，並培養忠實顧客。

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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.44
2	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.61
3	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	競賽綜藝	2.85
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	2.36
5	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.68
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.63
7	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.32
8	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.29
9	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.28
10	航海王27	TTV	卡通影片	1.12
11	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	1.08
12	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.02
13	醫學大聯盟福爾威創快篩	FTV	競賽綜藝	1.00
14	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	0.99
15	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	0.96
16	姊妹靚起來娘家蔓越莓聖潔	FTV	資訊綜藝	0.90
17	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.87
18	綜藝3國智福爾耳溫槍	TTV	競賽綜藝	0.81
19	愛妮雅化妝品天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.79
20	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77

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	2.24
2	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	2.11
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.48
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.34
5	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	1.32
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.20
7	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.19
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.03
9	嘉慶君遊臺灣家後紅麴磷蝦	SANLI	傳統藝術節目	0.90
10	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.89
11	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.86
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.84
13	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.79
14	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.79
15	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	新聞性質節目	0.78
16	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.76
17	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.73
18	TVBS文茜的世界周報	TVBS	新聞性質節目	0.72
19	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.70
20	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.70

資料來源：Nielsen Arianna, 2022/07/04-2022/07/10

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	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.22
2	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.41
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.24
4	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	1.24
5	MIT台灣誌三支雨傘標英才	CTV	知識資訊節目	1.21
6	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.14
7	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.06
8	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.97
9	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	0.97
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97

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	2.22
2	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.91
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.17
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.15
5	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	競賽綜藝	1.05
6	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	1.03
7	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	資訊綜藝	0.94
8	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.90
9	醫學大聯盟福爾威創快篩	FTV	競賽綜藝	0.85
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.82

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	2.59
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	2.23
3	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	1.96
4	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	娛樂綜藝	1.86
5	航海王27	TTV	卡通影片	1.75
6	台灣傳奇鴿子	FTV	國台語單元劇	1.31
7	Penthouse上流社會	CTV	韓劇	1.31
8	醫學大聯盟福爾威創快篩	FTV	競賽綜藝	1.27
9	姊妹靚起來娘家蔓越莓聖潔	FTV	資訊綜藝	1.27
10	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.23

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	7.51
2	來吧營業中金好運娛樂城	TTV	資訊綜藝	6.15
3	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	閩南語連續劇	5.34
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	4.04
5	台灣傳奇鴿子	FTV	國台語單元劇	2.49
6	2315黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	2.10
7	Penthouse上流社會	CTV	韓劇	1.95
8	CTV GO好物綜藝玩很大特選	CTV	娛樂綜藝	1.85
9	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.83
10	航海王27	TTV	卡通影片	1.57

資料來源：Nielsen Arianna, 2022/07/04-2022/07/10

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	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	1.54
2	間諜家家酒	*SCC	卡通影片	1.03
3	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	0.88
4	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	0.78
5	2200天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.73
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.73
7	烏龍派出所	*SCC	卡通影片	0.61
8	1800間諜家家酒	*SCC	卡通影片	0.57
9	原子少年	TVBSG	競賽綜藝	0.55
10	航海王	*SCC	卡通影片	0.54

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	2.30
2	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.29
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.10
4	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.95
5	嘉慶君遊臺灣家後紅麴磷蝦	SANLI	傳統藝術節目	0.84
6	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	0.82
7	來吧營業中聲寶	TVBSG	資訊綜藝	0.74
8	2215紫色大稻埕Footer機能	SANLI	閩南語連續劇	0.70
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.62
10	機智校園生活青春萬歲	TVBSG	國語連續劇	0.62

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.46
2	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	閩南語連續劇	1.22
3	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	1.05
4	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	0.93
5	2200超級夜總會福爾旗艦六	SANLI	娛樂綜藝	0.93
6	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.92
7	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	美食、旅遊節目	0.88
8	2200愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.75
9	1800間諜家家酒	*SCC	卡通影片	0.73
10	延禧攻略	GTV-1	大陸劇	0.68

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	1700新生活好吃驚	VLJP	資訊綜藝	4.16
2	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.99
3	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	2.97
4	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	2.24
5	大愛劇場天下第一招	DaAi	國語連續劇	2.07
6	1300現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	1.97
7	1900食尚玩家瘋狂總部台塑	TVBSG	美食、旅遊節目	1.91
8	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	新聞性質節目	1.60
9	機智校園生活青春萬歲	TVBSG	國語連續劇	1.50
10	換個想法發現錢景	EFNC	新聞性質節目	1.41

資料來源：Nielsen Arianna, 2022/07/04-2022/07/10

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	0.96	0.68	0.51	0.50	1.59
TTV/台視	0.65	0.40	0.38	0.45	0.97
FTV/民視	0.33	0.10	0.12	0.12	0.64
CTS/華視	0.27	0.12	0.09	0.19	0.40

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	0.35	0.25	0.52	0.80
ET-N/東森新聞	0.47	0.22	0.21	0.41	0.74
SETN/三立新聞	0.39	0.08	0.10	0.23	0.73
FTVN/民視新聞	0.36	0.05	0.13	0.22	0.67
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.04	0.07	0.15	0.45
NTVN/壹新聞	0.18	0.08	0.07	0.16	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.17	0.10	0.05	0.13	0.26
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.03	0.12	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.07	0.03	0.03	0.06	0.11

* 無線台新聞包括各無線台早、午、晚，及夜間新聞等新聞播報節目

資料來源：Nielsen Arianna, 2022/07/04-2022/07/10

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	黃金歲月宜蘭赫蒂法莊園	FTV	4.44
2	一家團圓ADF膠原蛋白飲Plu	SANLI	2.11
3	美麗人生日出他鄉安美諾美	TTV	1.68
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	1.34
5	大愛劇場天下第一招	DaAi	1.32
6	戲說台灣	SANLI	1.20
7	1300黃金歲月宜蘭赫蒂法莊	FTV	0.96
8	1230一家團圓ADF膠原蛋白	SANLI	0.67
9	台灣傳奇鴿子	FTV	0.57
10	背叛愛情	VLD	0.57

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.61
2	台灣那麼旺Taiwan NO1娘家	FTV	2.85
3	我愛冰冰Show愛維寶	CTV	2.36
4	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.24
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.63
6	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.48
7	為您好維他命C綜藝玩很大	CTV	1.32
8	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.29
9	全明星觀察中2大誠保險經	TTV	1.28
10	來吧營業中聲寶	TVBSG	1.19

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.03
2	導讀台灣	SETN	0.86
3	少康戰情室	TVBS	0.84
4	台灣啟示錄	ET-N	0.79
5	正午最前線	UBN	0.79
6	TVBS文茜的世界周報亞洲版	TVBS	0.78
7	非凡最前線	UBN	0.76
8	TVBS文茜的世界周報	TVBS	0.72
9	最前線新聞	UBN	0.70
10	最前線報告	UBN	0.70

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.02
2	型男大主廚	SL2	0.59
3	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.59
4	詹姆士出走料理磐石集團	GTV-1	0.59
5	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.58
6	呷飽未	SANLI	0.53
7	超級王牌棒球隊輝葉律動奇	FTV	0.52
8	便宜美食老闆住家兼店面	VLJP	0.47
9	直中職33年樂VS中	VLSPT	0.47
10	非凡大探索	UBN	0.43

資料來源：Nielsen Arianna, 2022/07/04-2022/07/10

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#123