

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2421

05.13 ~ 05.19



Contents

- 媒體放大鏡 - Netflix廣告方案訂戶破4000萬！
- 熱門話題 - 報稅季進入倒數，你報稅了嗎？
- 國際案例 - 微笑消失了，快樂兒童餐還快樂嗎？
- 消費者洞察 - 2023年網路購物消費調查分析
- 收視調查 - 2024/05/13-2024/05/19

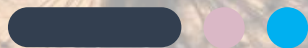




PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 Netflix廣告方案訂戶破4000萬！

Pricing for Basic with Ads

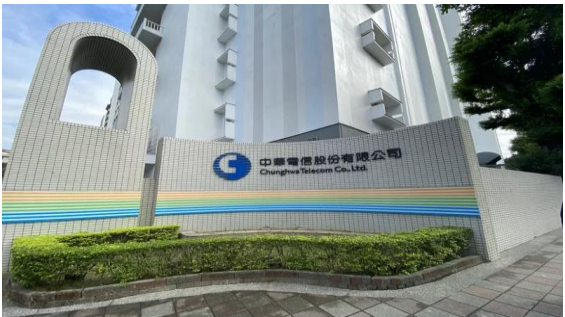
Australia \$6.99 (per month)	Brazil R\$18.90 (per month)	Canada \$5.99 (per month)	France €5.99 (per month)	Germany €4.99 (per month)	Italy €5.49 (per month)
Japan ¥790 (per month)	Mexico \$99 (per month)	South Korea ₩5,500 (per month)	Spain €5.49 (per month)	United Kingdom £4.99 (per month)	United States \$6.99 (per month)

【2024/05/20, 數位時代發】

Netflix近日宣佈支援廣告的訂閱方案**全球每月活躍用戶已累積達4,000萬**，這個數字幾乎是今年一月份2300萬的兩倍。同時，Netflix也宣布將推出自家的廣告技術平台，不再與微軟（Microsoft）合作開發該技術。Netflix於2022年11月首次推出支援廣告的訂閱方案，作為訂閱成長下滑時提高收入的對策之一，當時Netflix還啟動了對帳號共享的打擊，不再允許用戶透過共用帳號的方式節省訂閱費用。剛推出的半年內，Netflix廣告方案約有500萬訂閱用戶。自那時起，Netflix含廣告訂閱方案的用戶便快速成長，他們聲稱在所有提供該方案的國家中，**有40%訂閱用戶都選擇了此方案**。

藉由自行開發廣告技術，Netflix可以增強對廣告的掌控力，進而創造更為個人化的廣告體驗。Netflix這次在廣告策略上的重大變革，是為了趕上Hulu等競爭對手。Netflix計劃於今年稍晚在加拿大測試廣告技術平台，並計劃於明年第二季底在美國推出。目標是在2025年底，讓該平台在全球各地上線。這次聲明，也意味Netflix將正面迎戰Google、亞馬遜、康卡斯特等同樣經營廣告平台的業界巨頭。

2 MIC公布影音觀看調查 中華電Hami Video登訂閱國內第一

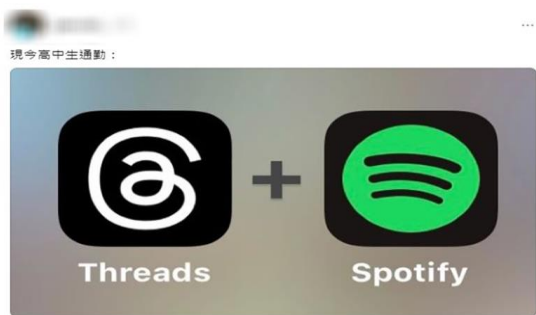


✈️【2024/05/16, 聯合新聞網】

資策會產業情報研究所(MIC)公布台灣影音觀看行為調查，中華電信表示，**旗下Hami Video為用戶選擇「訂閱國內平台」第一名，並為用戶「國內平台偏好」前二名，為電信業者OTT品牌排行第一名**。調查結果中，偏好串流影音平台的用戶有**三成選擇「付費訂閱國內平台」**，而**「訂價合理可接受」是付費訂閱的主要因素**。另外，有超過**四成的用戶因「價格、習慣、內容」三大因素做為選擇「國內平台偏好」的考量**。這項調查結果顯示「中華電信Hami Video為最多用戶選擇訂閱，也是用戶選擇電信OTT影音平台的首選」。

中華電信強調，擁有涵蓋最廣的行動5G網速與領先的固寬技術優勢，以廣大客戶基礎結合全業務服務，並推出多元化內容與價格策略，及以優異的技術開發自主平台與AI數據管理等原因，讓Hami Video成功獲得消費者青睞。此外，Hami Video以自主平台技術與AI數據管理，根據客戶喜好推薦內容，多達1,000小時的獨家、強檔台灣影劇，**讓Hami Video成為國人最喜愛的台流首選**。另提供AI小幫手，讓客戶用說的即可在上萬小時影片中找到喜歡的影片，並結盟內容商提供包括電影、戲劇、卡通、動漫、綜藝節目、紀錄片、直播音樂會等3萬小時的各式內容，**透過不斷優化AI數據分析與平台體驗，讓分眾內容的多元性更貼近客戶的體驗需求**。

3 IG、抖音退燒了？年輕人全跳槽「這2款App」



【2024/05/17, zoadic.tw】

最近有名網友在社群Threads發文，表示現在高中生通勤必用的2款APP，不是臉書，也不是抖音，一票年輕人都認同，紛紛點頭，這兩款App真的是每天必用，分別是Threads和Spotify，因為這同時可以讓他們一邊聽音樂，一邊瀏覽社群，貼文曝光後，吸引超過1.8萬名網友朝聖留言：「我嚴重懷疑你監控我的手機....」、「真的耶....現在幾乎不看抖音小紅書了」、「年輕人Threads根本天下」、「Threads是真的非常好逛，好多好笑的東西」、「年輕人現在真的超愛Threads，沒用真的老了」。Threads是一個類似Twitter的平台，讓用戶可以發布短訊息和互動。Threads在上線後不到一周，就吸引了超過一億的用戶，顯示出它的強大吸引力。

另外，有不少網友推薦Apple Music、YouTube Music、KKBOX取代Spotify：「Apple Music才是世界上最好的聽歌軟體」、「Spotify一直在那邊唧唧巴巴，我直接果斷換Apple Music」、「Apple Music最頂」、「YouTube Music比較好用」、「YouTube Music可以背景聽」、「Spotify連看歌詞也跟我計較次數，我現在都用KKBOX，好像沒有廣告」、「KKBOX最棒，不接受反駁」。

4 抖音「豆包」9百萬次下載，躍居中國最愛AI助手



【2024/05/20, TVBS新聞網】

由字節跳動推出、去年8月上線的AI聊天機器人「豆包」，下載量如今已經超過百度研發的「文心一言」(Ernie Bot)，甚至在中國大陸iOS系統上的月活躍用戶數，同樣以後起之秀姿態超越老大哥。根據Sensor Tower的數據顯示，截至4月為止，「豆包」是中國大陸iOS系統上，下載量最大的AI聊天機器人，累積將近900萬次下載，其次才是百度「文心一言」，累積至今有800萬次下載。

綜合外媒報導，字節跳動靠著旗下抖音平台，多年來累積的龐大社群力量，讓自家人工智慧機器人「豆包」上線後，得以快速成長茁壯。字節跳動還透露，「豆包」目前在手機和PC端合計的月活躍用戶數，已達2600萬人次；相比之下，根據Similarweb的數據，OpenAI的ChatGPT在美國，月活躍用戶數僅為670萬。

在中國排名前五的AI聊天機器人中，只有百度的「文心一言」有付費訂閱服務。歐美分析師認為，純免費提供服務的模式，恐怕會讓許多中小型新創企業，在一定時間後不再有足夠資本可燒。身為率先推出服務的百度深知此道理，該公司將在2024年度，積極推銷「文心一言」系統，預料能透過附加廣告和雲端服務，替公司帶來數十億人民幣的額外收入，讓百度有足夠動力繼續更新升級其AI機器人。

5 Dcard「年輕人最愛券商」！國泰抓緊最關鍵一件事



【2024/04/18,INSIDE】

近年來，愈來愈多年輕人湧入股票市場，不過市面上已經有那麼多證券服務，哪個證券商最受年輕投資人歡迎？答案也許有些令人意外。在學生族群活躍度高、每月2,200萬以上不重複訪客的社群平台Dcard票選中，「年輕人最愛券商」由成立20年的國泰證券一舉拿下。以往聽見「國泰」兩字，想到的是金控龍頭，或是銀行信用卡招牌。國泰旗下子公司國泰證券規模不大，市占率還排在業界10名之外——但在這3年間，國泰證券成為券商黑馬，不只受年輕族群青睞，市占第11名上升到第5名位置，讓同業刮目相看。

國泰證券會有這樣的進展，主要是掌握「數位轉型」特色——提升用戶使用App的體驗。比方說，如果要開證券戶，不用再去臨櫃辦理，而是在手機按一按就有教學步驟。國泰證券還推出網路下單手續費最低1元的優惠，以及定期定額的低門檻，打造出「無痛投資」的環境。光是這一點，就吸引「數位原住民」年輕族群口耳相傳，成為Dcard股票板上熱門討論之一。國泰證券也在用戶數據上突飛猛進，2021年開戶數突破百萬戶，整體交易量成長近3倍。如今國泰證券開戶數已飆至180萬戶紀錄，對比2017年的20多萬戶明顯獲得成效。

6 LINE「貼圖拼貼樂」高毒性新功能是如何煉成的？



本月7日，通訊軟體LINE「貼圖拼貼樂」功能上線，讓用戶可以自由組合6張貼圖後發送。與過往不同的是，LINE靜悄悄地推出這個功能，並且緊張地關注後台數據，「我們第一天只開放10%的用戶使用，怕一次給伺服器太大的負擔。」網紅Joeman拍攝了一支組合貼圖的短影音就有250萬觀看數，所有人都在敲碗：「為什麼我不能用？」直到5月10日，LINE才將組合貼圖的功能開放給所有用戶，並發稿宣傳。這個可能對LINE帶來伺服器衝擊的「貼圖拼貼樂」，究竟是怎麼煉成的？

- 「手順」是最大優勢：成長比預期更高。LINE日本總部與各地團隊，前後花了一整年的時間進行功能開發測試，最被強調的是「手順」，也就是用起來順不順手。在一條平穩的線圖中打出一個波段成長，「貼圖拼貼樂」的成長，比我們的預期更高。」呂苔君說。
- 先求黏著度，讓用戶愛上「拼貼」。而「貼圖拼貼樂」預計能帶來哪些商業可能？「我們沒有這麼快跳到商業層面。貼圖拼貼樂的核心目的，是提升用戶體驗，讓大家找到貼圖不同的玩法跟想像。」呂苔君說，「我們更關心的是用戶行為跟黏著度。商業價值是附加的，只要用戶玩得越多、也能曝光更多貼圖，就有可能銷售出更多的貼圖。」



【2024/05/20,數位時代】

7 星巴克客流量下滑，原因竟是「手機訂餐太方便」？



【2024/05/16, 未來商務】

「我以前經常去（星巴克），現在不再去了。」一名來自芝加哥的作家內貝爾（Natalia Nebel）告訴《CBS》，她曾經把星巴克視為舒適的工作場所，但現在她更喜歡獨立咖啡館的氛圍，「我更喜歡去探索不同類型的咖啡廳和環境。」她認為，星巴克的概念已經過時了，現在有更多新興的咖啡館，可以提供相同的價值，甚至更好的咖啡。

回顧星巴克經營歷史，**在早期的發展過程中，非常強調其線下體驗**，「消費者入店，用自己偏好的方式點一杯咖啡，並與咖啡師有所互動，他們幫你客製化、叫你的名字，這都是很好的體驗。」而獨立投資研究機構晨星（Morningstar）分析師鄧洛普（Sean Dunlop）指出，星巴克未來的主要課題，在於如何兼顧線上訂購的便利性，以及線下體驗的溫度。對此，星巴克前執行長舒爾茨（Howard Schultz）建議，**星巴克要正視行動訂購平台的使用流暢度，以確保其便利性和效率，同時也呼籲品牌關注「店內體驗」，確保消費者和品牌之間，保有人與人間的聯繫**，畢竟星巴克的創始精神是「第三空間」，**營造一個促進社群聯繫的溫馨環境，是為品牌帶來價值的重要因素。**

8 蘑菇蘑菇、挖呀挖呀挖...聽到都會唱！10大人氣洗腦兒歌

聽到都會唱！10大人氣洗腦兒歌		
	網路聲量	
1. 〈花園種花〉 / 〈小小花園〉	277250	
2. 〈Baby Shark Dance〉	27022	
3. 〈蘑菇濃湯〉	17475	
4. 〈POLI〉（〈救援小英雄波力Poli〉主題曲）	9713	
5. 〈Wheels on the Bus〉	1296	
6. 〈釣魚記〉	457	
7. 〈Johnny Johnny Yes Papa〉	393	
8. 〈洗手歌〉（YOYO TV）	358	
9. 〈我的老師不是老師、是我媽媽〉	210	
10. 〈Finger family〉	153	

資料來源：《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統
分析期間：2021/05/14~2024/05/12

現在的小孩還在唱〈兩隻老虎〉、〈妹妹背著洋娃娃〉嗎？近幾年有越來越多新的兒歌出現，透過網路傳播至各處，洗腦的旋律很快就讓人琅琅上口。《網路溫度計DailyView》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析系統，調查出近3年網路聲量最高的10大兒歌，來看看現在的兒歌和以前有什麼差別吧！

NO.1 〈小小花園〉 / 〈花園種花〉：這首歌也在《網路溫度計DailyView》2023年的「10大抖音歌神回顧」中奪下網路聲量第1名，顯見其超高人氣，網友們也紛紛表示「老師笑起來自然又有親和力」、「溫馨可愛」、「腦子裡全是挖呀挖呀挖」、「很好聽的兒歌」。

NO.2 〈Baby Shark Dance〉：〈Baby Shark Dance〉為韓國教育娛樂公司Pinkfong製作的兒童歌曲，於2015年上傳至YouTube後爆紅，成為傳唱全球的超人氣兒歌，**至今觀看次數超過145億次，成為YouTube史上觀看次數最高的影片**，魔性的旋律讓人一聽難忘。

NO.3 〈蘑菇濃湯〉：由小啼大作兒童音樂社製作的〈蘑菇濃湯〉是近期最熱門的兒歌，**經典歌詞「蘑菇蘑菇」紅遍各大社群，許多人都拍攝短影片翻唱這首歌**，也衍生出remix版、舞蹈版、英文版、哄睡版、晚安曲版、料理版等各種版本，在社群上帶起一股「蘑菇風潮」。



【2024/05/18, 網路溫度計】

PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



報稅季進入倒數，你報稅了嗎？

五月報稅季已進入最後一週，你報稅了嗎？各大新聞平台和銀行在網路上紛紛推出報稅懶人包，幫助報稅小白一次搞懂線上報稅流程。另外，許多業者也積極推出了加碼優惠活動，幫助民眾省荷包。除此之外，網路上還有哪些熱議話題值得關注呢？本週就跟著宏將週報一起來了解吧。



報完稅，來場大餐療愈吧

美式餐飲TGI FRIDAYS、Texas Roadhouse洞悉民眾報稅後的空虛心情，祭出一連串超豪邁優惠懶人包

郵局繳稅時代已經結束？

Mobile01有網友詢問：現在不流行到郵局繳稅了嗎？其他網友則分享信用卡繳稅能獲得現金回饋的討論

百貨攜手稅捐一起做公益

高雄大遠百攜手市稅捐處辦「幸福稅月」活動，推出「競拍尋寶稅樂趣」，邀請民眾做公益、拿好禮

社群平台都在「秀稅單」

PPT有網友發起討論，常在Threads、Dcard、PTT論壇看到「秀稅單」，話題引發其他網友熱烈討論





PART THREE

國際案例

- Case Share



START

微笑消失了，快樂兒童餐還快樂嗎？



本月，TMZ報道稱，麥當勞英國分部正在通過重大品牌重塑來慶祝心理健康意識週：從他們的“Happy Meal(快樂兒童餐)”中刪除“快樂”一詞。相反，從5月13日到19日，兒童餐的包裝簡稱為**“The Meal”** 標誌性的微笑已經從紅色盒子裡消失了，現在有一個提醒：“不用一直感到快樂也沒關係。”此次重新設計由Leo Burnett UK和Ready 10機構共同完成，旨在反映一項研究，該研究顯示**48%的英國兒童因長期被要求要保持快樂而感到壓力。**

[點擊觀看影片](#)

「我們深知在家庭中促進開放的心理健康對話有多麼重要。」麥當勞消費者傳播與合作主管Louise Page表示。「通過對快樂兒童餐的改變，我們希望能鼓勵更多家庭開啟有關孩子情感和福祉的積極對話。」

麥當勞已經向全國各地超過1000多家餐廳分發了250萬個沒有笑容的快樂兒童餐盒，部分地點還提供了不同情緒的嘴巴貼紙，讓孩子們可以隨意選擇情緒貼紙貼在餐盒上。麥當勞還在YouTube頁面上發布了一則廣告，其中孩子們分享了他們如何經歷喜怒無常和抑鬱等複雜情緒。

然而，移除這旨在帶來快樂的標誌性餐盒上的熟悉笑容似乎適得其反。引起多位家長表示：
“如果你的孩子感到悲傷，你真的會希望他們吃一份被稱為“悲傷餐”的東西嗎？”、**“我認為，如果你孩子的金塊盒上的笑容消失了，那麼他們臉上的笑容也可能會消失”**、**“這有什麼幫助？”**、**“現在我必須向我的孩子解釋她的快樂餐是如何失去笑容的。”**

然而，從普遍網友的看法來看，麥當勞的心理健康活動效果引起了更大的話題爭議性，似乎對活動未引起太大的幫助。儘管這是一個友善的舉動，但顯然，麥當勞不是尋求心理健康建議的地方。也許，對於麥當勞來說，提供資源讓家長幫助他們的孩子度過困難時期會更有成效。



GOAL





PART FOUR

消費者洞察

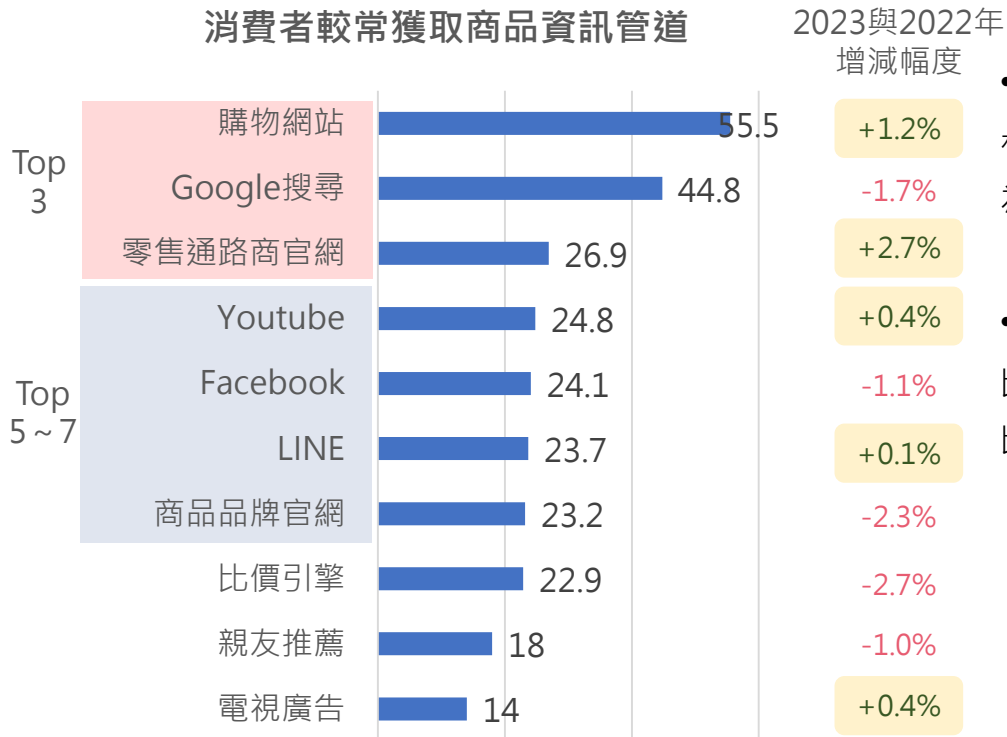
- Insight



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年發表的網路購物消費調查分析顯示，購物網站與Google搜尋為主要獲取資訊管道，男女在常用的管道也有顯著差異，男女常用管道前2名皆為購物網站與Google搜尋。但觀察發現**男性較偏好從YouTube獲取資訊** (比女多3.2%)，而**女性則較偏好從社群媒體獲取資訊** (Facebook比男多6.9%；LINE比男多4.7%)。

消費者較常獲取商品資訊管道



零售通路商官網進Top 3

相較2022年，零售通路商官網增加幅度為最大。

比價引擎減幅2.7%為最多

比價引擎從2022年第3名下降至第8名，比例為2023年減幅最大。



男性

購物網站
55.6%

Google搜索
46.1%

Youtube
26.4% 女23.2%

零售通路商官網
25.7%

比價引擎
23.6% 女22.3%

女性

購物網站
55.4%

Google搜索
43.4%

零售通路商官網
28.1%

Facebook
27.5% 男20.6%

LINE
26.0% 男21.3%



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95	FTV	娛樂綜藝	3.26
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	2.94
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.36
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.41
5	精選集我愛冰冰SHOW安美諾	CTV	娛樂綜藝	1.15
6	追分成功起家常春微醺攢竹	TTV	閩南語連續劇	1.15
7	綜藝新時代冰點變頻空調	FTV	娛樂綜藝	1.10
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.02
9	航海王29	TTV	卡通影片	0.98
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
11	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	0.93
12	豬哥亮經典秀娘家好關鍵EX	FTV	娛樂綜藝	0.91
13	台灣傳奇榛蓬葳	FTV	國台語單元劇	0.90
14	追分成功起家真享購	TTV	閩南語連續劇	0.90
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.88
16	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.79
17	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.78
18	我的明星村長TOYOTA RAV4	TTV	資訊綜藝	0.72
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.71
20	姊妹亮起來TCL變頻空調	FTV	資訊綜藝	0.70

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	2.29
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.22
3	天道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.82
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.18
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.16
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.07
7	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	1.07
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.04
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.98
10	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.98
11	520賴蕭新時代	SETN	新聞性質節目	0.94
12	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.93
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.91
14	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.88
15	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.86
16	我的婆婆怎麼那麼可達摩本	ET-D	閩南語連續劇	0.83
17	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.83
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.76
19	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.74
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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.67
2	綜藝新時代冰點變頻空調	FTV	娛樂綜藝	1.40
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.36
4	哲仁王后2200	CTV	韓劇	1.15
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06
6	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.98
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.93
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.85
9	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.84
10	千古玦塵2100	CTV	大陸劇	0.77

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.84
2	航海王29	TTV	卡通影片	1.65
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.61
4	追分成功起家常春微醺攆竹	TTV	閩南語連續劇	1.55
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.47
6	不夠善良的我們愛妮雅化妝	TTV	國語連續劇	1.30
7	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.01
8	精選集我愛冰冰SHOW安美諾	CTV	娛樂綜藝	0.98
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.95
10	新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.87

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	1.74
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.33
3	航海王29	TTV	卡通影片	1.05
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.90
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.90
6	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.88
7	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.86
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.82
9	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	0.73
10	台灣傳奇榛蓬葳	FTV	國台語單元劇	0.67

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	5.48
2	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	4.95
3	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	4.10
4	午夜特區百萬小學堂	TTV	競賽綜藝	2.19
5	MIT台灣誌晶珂生物面膜	CTV	知識資訊節目	1.86
6	哲仁王后2200	CTV	韓劇	1.67
7	2300追分成功起家常春微醺	TTV	閩南語連續劇	1.60
8	排球少年	CTS	卡通影片	1.49
9	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.48
10	因為你如此耀眼晶珂生物面	CTS	國語連續劇	1.47



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.01
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.01
3	1200天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.67
4	1700銅板美食呷透透	EFNC	新聞性質節目	0.65
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.60
6	華麗計程車行奮起福米餅	SANLI	閩南語連續劇	0.57
7	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.51
8	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.51
9	福爾耳溫槍綜藝大集合	ONTV	娛樂綜藝	0.49
10	2100重案組	EFNC	新聞性質節目	0.45

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	1.47
2	型男大主廚輝葉AI追夢椅	SL2	美食、旅遊節目	1.34
3	天道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.17
4	神之鄉	ET-D	國語連續劇	0.93
5	蠟筆小新電影黃金間諜大作	YOYO	外片	0.88
6	地球黃金線	TVBS	新聞性質節目	0.87
7	1000花甲少年趣旅行蘿琳亞	ETTV	美食、旅遊節目	0.85
8	1200綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.80
9	至尊無上	ET-M	國片	0.73
10	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.71

25-34歲

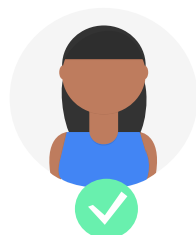
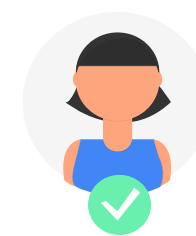
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	1.52
2	天道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.42
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.84
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.79
5	型男大主廚輝葉AI追夢椅	SL2	美食、旅遊節目	0.57
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.55
7	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.53
8	我的婆婆怎麼那麼可蘭都多	SL2	閩南語連續劇	0.50
9	520賴蕭新時代	SETN	新聞性質節目	0.49
10	2100重案組	EFNC	新聞性質節目	0.48

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	蠟筆小新電影黃金間諜大作	YOYO	外片	4.02
2	型男大主廚輝葉AI追夢椅	SL2	美食、旅遊節目	3.66
3	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	2.64
4	綜藝大熱門	SL2	資訊綜藝	1.95
5	玩命關頭7	ET-WM	外片	1.94
6	直23 24NBA季後賽塞VS騎	VLSPT	籃球	1.87
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.79
8	0800機甲芝麻街	CARTN	卡通影片	1.77
9	1500燕雲台	GTV-1	大陸劇	1.68
10	逃學威龍	ET-M	國片	1.66

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	0.89	0.43	0.47	0.58	1.44
TTV/台視	0.48	0.24	0.33	0.31	0.75
FTV/民視	0.30	0.09	0.06	0.13	0.56
CTS/華視	0.24	0.16	0.18	0.17	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	0.49	0.16	0.20	0.41	0.78
ET-N/東森新聞	0.44	0.15	0.14	0.35	0.73
SETN/三立新聞	0.41	0.08	0.12	0.25	0.74
FTVN/民視新聞	0.35	0.07	0.13	0.15	0.67
ERA-N/年代新聞台	0.20	0.04	0.05	0.10	0.37
NTVN/壹新聞	0.18	0.06	0.07	0.16	0.30
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.05	0.02	0.10	0.26
UBN/非凡新聞	0.15	0.03	0.03	0.10	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.13	0.04	0.04	0.09	0.23
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.02	0.04	0.12
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	2.94
2	天道安美諾美白修護霜	SANLI	1.82
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.18
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.16
5	追分成功起家常春微醺攆竹	TTV	1.15
6	台灣傳奇榛蓬葳	FTV	0.90
7	追分成功起家真享購	TTV	0.90
8	我的婆婆怎麼那麼可達摩本	ET-D	0.83
9	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.83
10	哲仁王后2200	CTV	0.68

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.07
2	台灣最前線	FTVN	1.04
3	驚爆新聞線2100	SETN	0.98
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.98
5	520賴蕭新時代	SETN	0.94
6	新台派上線	SETN	0.93
7	非凡最前線	UBN	0.91
8	少康戰情室	TVBS	0.88
9	台灣演義	FTVN	0.86
10	關鍵時刻	ET-N	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.26
2	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	2.36
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.29
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.22
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.41
6	精選集我愛冰冰SHOW安美諾	CTV	1.15
7	綜藝新時代冰點變頻空調	FTV	1.10
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.02
9	豬哥亮經典秀娘家好關鍵EX	FTV	0.91
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.88

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	1.07
2	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	0.93
3	型男大主廚輝葉AI追夢椅	SL2	0.66
4	直中職35年樂VS中	VLSPT	0.58
5	直中職35年味VS中	VLSPT	0.55
6	型男大主廚狀元堂草地狀元	SL2	0.54
7	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.54
8	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.49
9	直23 24NBA季後賽獨VS雷	VLSPT	0.46
10	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.46



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

