

Part 01

# 宏將觀點

Insights

亞運會賽事收視觀察

# 運動賽事不只是看球賽，還有什麼關注點？



近年，台灣民眾對於大型體育賽事的關注熱情逐漸升溫，每當大型比賽開打，都必能成為全民熱議話題。

隨著2023年全球疫情趨緩，各大體育賽事也如期回歸到民眾的生活中，為了抓住國際體育賽事轉播的商機，

傳統電視(有線/無線台)、中華電信MOD等平台積極爭取亞運會轉播權，期望能吸引觀眾的眼球，同時也為觀眾提供更多元的收看管道。

本期宏將專題將一同探討亞運的收視狀況、觀眾族群輪廓，以及哪些品牌抓住了運動賽事行銷的機會進而與消費者進行溝通。



# 杭州亞洲運動會圓滿落幕

儘管因為疫情延遲了一年，2022年亞洲運動會終於在2023年10月8日圓滿結束。近年來，臺灣民眾瘋迷體育賽事，每當重大賽事開賽，都成為全民矚目的熱門話題。今年亞運會在愛爾達的收視率更是超越了3月份的國際棒球盛事「WBC 世界棒球經典賽」，創下了新的收視紀錄。現在，讓我們一起回顧一下本屆亞運輝煌時。



01

## 中華勝中國 進金牌戰關注度高

亞運轉播橫跨多個平台，整體以東森新聞的收視表現最為亮眼。其中電視轉播的最高收視率在中華隊戰勝中國成功晉級金牌戰。



02

## 中華隊本屆第一金 第100面亞運金牌

「柔道男神」楊勇緯，成功擊敗南韓選手，奪得本屆中華隊第一金。同時也是中華隊的第100面亞運金牌，帶動了整場中華隊的奪牌氣勢。



03

## 男籃奪得首面亞運 籃球金牌

中華隊的男籃球員在比賽中表現出色，成功奪得了首面亞運籃球金牌。191公分的隊員也成網關注焦點，球員IG隨之湧入大批粉絲追蹤。

# 中華隊選手奪得最佳獎牌數紀錄

亞運會中華台北隊今年共派出521位運動好手參賽，中華代表隊表現相當，共奪得19面金牌、20面銀牌、及28面銅牌的好成績，獎牌榜以金牌數為優先排名順序，本次排名第六，僅次於1958年東京亞運。除此之外，金牌獎數更是追平曼谷亞運的隊史最佳紀錄、獎牌總數追平雅加達亞運與廣州亞運的隊史次佳成績。在短短的16天當中，多項優秀的紀錄也成功讓全國國人的熱情衝到最高點。

2022年亞洲運動會獎牌榜						正式項目				
排名	代表團	金牌	銀牌	銅牌	總計	項目	1 金牌	2 銀牌	3 銅牌	總數
1	中國 (CHN) *	201	111	71	383	滑輪溜冰	7	2	4	13
2	日本 (JPN)	52	67	69	188	網球	2	2	1	5
3	韓國 (KOR)	42	59	89	190	輕艇	2	0	1	3
4	印度 (IND)	28	38	41	107	柔道	2	0	0	2
5	烏茲別克 (UZB)	22	18	31	71	拳擊	1	2	2	5
6	中華台北 (TPE)	19	20	28	67	橋牌	1	1	0	2
7	伊朗 (IRI)	13	21	20	54	空手道	1	1	0	2
8	泰國 (THA)	12	14	32	58	競技體操	1	0	2	3
9	巴林 (BRN)	12	3	5	20	籃球	1	0	0	1
10	朝鮮 (PRK)	11	18	10	39	圍棋	1	0	0	1
11-41	其餘代表團	70	111	235	416	軟式網球	0	3	2	5
總計 (共41個代表團)		482	480	631	1593	跆拳道	0	3	2	5

電子競技	0	2	2	4
射箭	0	1	1	2
卡巴迪	0	1	1	2
游泳	0	1	0	1
棒球	0	1	0	1
桌球	0	0	2	2
田徑	0	0	1	1
壘球	0	0	1	1
羽球	0	0	1	1
高爾夫	0	0	1	1
射擊	0	0	1	1
舉重	0	0	1	1
武術	0	0	1	1
克拉術	0	0	1	1
總數	19	20	28	67

# 運彩新亮點：亞運棒球、籃球、電競引領風潮

觀察自2023/09/20~10/10期間的Google搜尋關鍵字，我們可以看到，自杭州亞洲運動會賽事於9月23日精采開幕後，民眾開始密切關注，網路搜索和討論量也隨之攀升。

每逢大型運動賽事，皆帶動運動彩券投注率，從關鍵字詞發現，今年台灣運彩首次加入了「亞洲運動會」項目，與過去相似，國人的投注主要集中在棒球賽事。其次，今年中華男籃的卓越表現以及電子競技首度列入國際綜合運動會正式比賽項目，從搜索字詞顯示皆成功引起了民眾的高度關注。



## 杭州亞運運動會熱門搜索字詞

### 亞運相關字詞

- 1 亞運 棒球 直播
- 2 棒球 直播
- 3 亞運 獎金
- 4 杭州 亞運 獎牌
- 5 亞運 金牌 獎金

### 中華隊相關字詞

- 1 中華隊 籃球 亞運
- 2 中華隊 金牌
- 3 杭州 亞運 棒球
- 4 杭州 亞運 中華隊 棒球
- 5 亞運 棒球 名單

### 運彩相關字詞

- ★ 亞運 棒球 運彩
- ★ 運彩 亞運 棒球
- ★ 亞運 籃球
- ★ lol 運彩
- 5 台灣 運彩 亞運 棒球

# 亞運轉播橫跨多平台，滿足觀眾收視需求

根據東方線上2023年6月公佈『運動賽事商機調查』，過去一年有看運動賽事的族群中整體以**44%會使用電視收看轉播**為最高，其次為31%族群則是透過網路平台收看，整體收看賽事也以男性族群略高於女性。

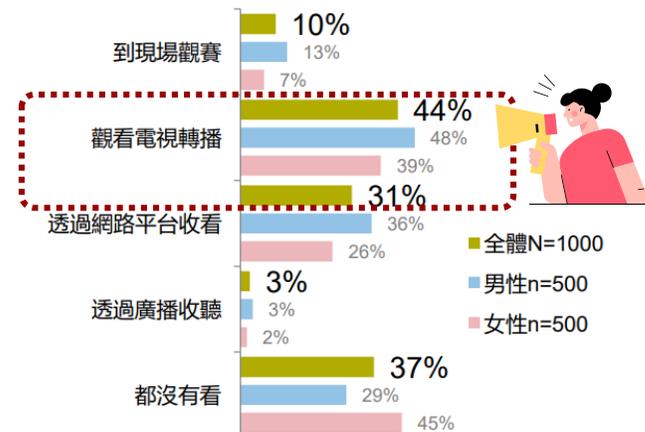
2022杭州亞運會已圓滿落幕，分析亞運會賽事收視狀況，**整體電視平均收視率為2.07**，**重複觸及104萬人**。頻道是以**公視平均收視率0.61最高**，其次為**東森新聞0.50**。

比較轉播頻道平日收視表現，觀察亞運會期間各頻道收視大幅成長，顯見轉播賽事確實能夠吸引更多潛在觀眾回歸電視。



2022亞運頻道		轉播內容
電視轉播	緯來	開幕、綜合賽事、女壘、籃球、體操、羽球、電競、田徑、桌球、棒球、舉重、閉幕
	東森	開幕、射擊、柔道、武術、桌球、跆拳道、籃球、羽球、體操、網球、棒球、舉重、泰擊、閉幕
	超級電視	足球、籃球、羽球、網球、田徑、棒球、羽球拳擊、滑輪花式
	公共電視	開幕、棒球
網路轉播 愛爾達	MOD	開幕、射擊、柔道、武術、桌球、跆拳道、籃球、羽球、體操、網球、棒球、舉重、泰擊、閉幕
	YouTube	總計轉播累積近500小時中文轉播，超過2000小時的全賽事直播

## 運動賽事觀看狀況



電視轉播頻道	賽期間 平均收視率	平日 平均收視率
VLSPT/緯來體育	0.35	0.11
VLMAX/緯來育樂台	0.28	0.09
ONTV/緯來綜合	0.24	0.07
EFNC/東森財經新聞台	0.05	0.16
ET-N/東森新聞	0.50	0.49
STV/超級電視	0.04	0.06
PTV/公共電視	0.61	0.09
<b>Total 整體</b>	<b>2.07</b>	<b>1.07</b>

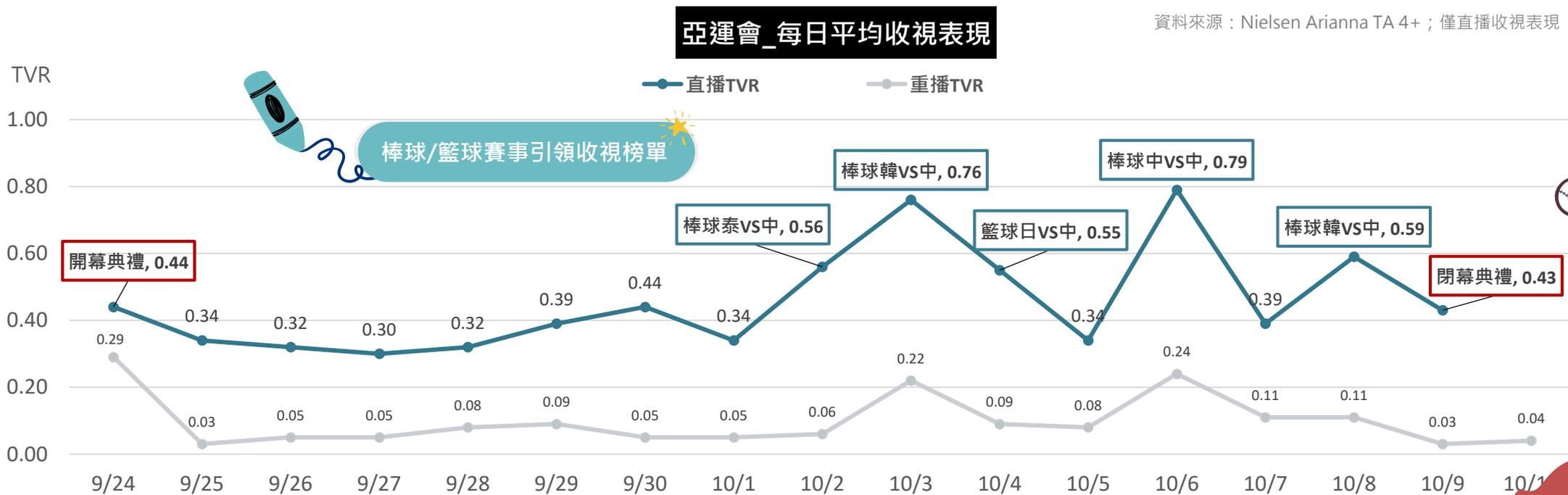
# 適逢國慶連假，閉幕收視優於開幕

電視轉播頻道中，緯來與東森皆有轉播開 / 閉幕典禮，整體以東森新聞收視表現優越於緯來。觀察2022年亞運會電視每日平均收視表現，除了開幕式與閉幕式外，國人對於棒球類型的賽事關注度最高，接連多日都有顯著表現，而10/5中華隊激烈對戰中國為收視高峰，其次為10/2中華隊與韓國的棒球賽事為收視第二高峰。

另外，除了棒球類型賽事吸睛外，10/3日中華隊對戰的籃球賽事也隨著選手優越的表現，繳出優異的收視成績。

2022亞運 電視轉播頻道	平均收視率	
	9/24 開幕式	10/10 閉幕式
緯來體育	0.23	0.39
東森	0.62	0.50
Total 整體	0.80	0.89

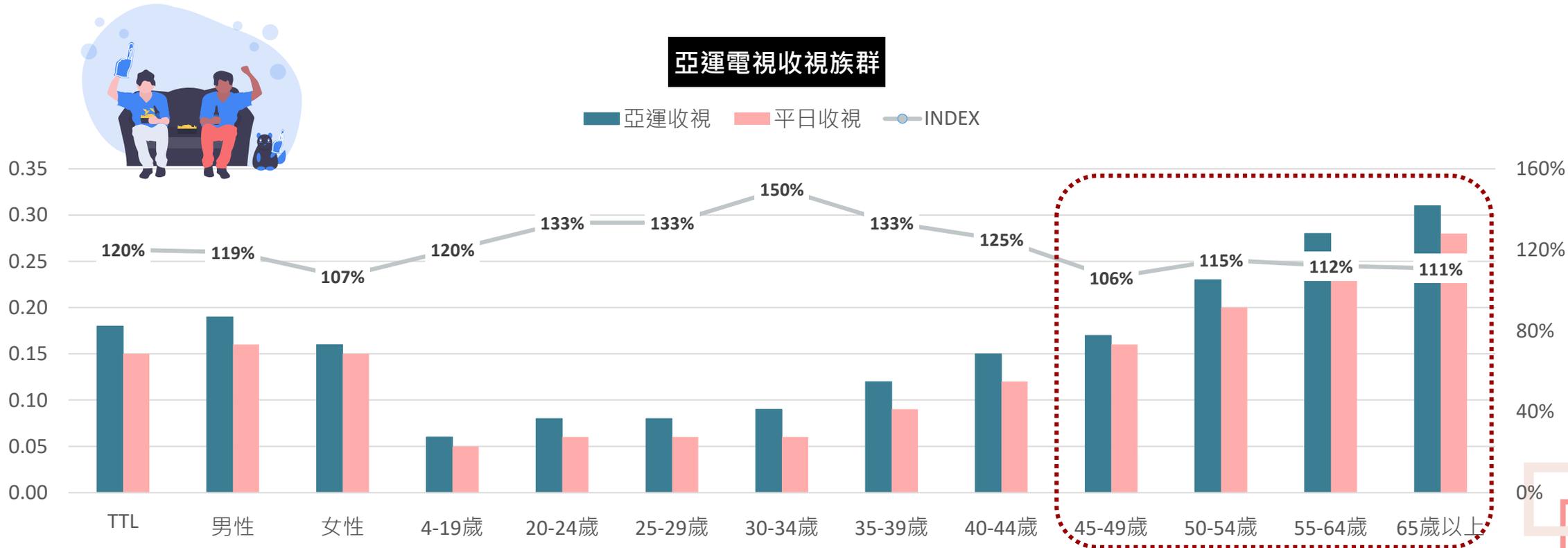
資料來源：Nielsen Arianna TA 4+；僅直播收視表現，不包含重播



# 年輕族群電視收視相較平日明顯增加

自9/23開幕截至10/08，華視、緯來體育、緯來育樂台、緯來綜合、東森財經新聞台、東森新聞、超級電視、公共電視皆有亞運會的轉播賽事，觀察電視收視族群，亞運會男性收視率略高於女性

近一步比較轉播頻道平日收視表現，觀察指標性國際賽事亞運會的確促使電視收視大幅成長，各年齡層皆有較平日成長趨勢；而成長幅度最大的族群為30-39歲，其次為20-29歲的年輕族群，顯見遇到大型賽事轉播，電視仍能吸引年輕族群/潛在族群回流收看即時賽事。



# 愛爾達收視新高，助力亞運成為焦點話題

2022杭州第19屆亞運會圓滿落幕，除了電視頻道轉播外，MOD愛爾達也自9/19預賽起，共總計近500小時中文轉播以及超過2000小時的全賽事直播，整體收視表現順利締造超越2018年雅加達-巨港亞運。此外，愛爾達在9、10月的亞運收視表現，也確定超越今年3月份WBC棒球經典賽收視，成為2023年度最高收視月份。

根據MOD的收視調查指出，每5個亞運LIVE轉播中，就有1檔亞運收視率突破1的超高水準，特別是10/5晚間，中華隊對戰中國的棒球超級循環賽，更是寫下4.96的本屆亞運最高收視紀錄。除了賽事直播外，愛爾達也扮演「話題高手」角色，賽會期間愛爾達Facebook粉絲團、Youtube累積突破1億人次點閱收看。其中，滑輪溜冰黃玉霖選手逆轉衝線點勇奪金牌引爆網路話題，24小時內爆衝超過150萬次收看，5天內單則點閱率超過「250萬次」，大大炒熱賽事氣氛，一舉榮登YouTube收視冠軍。

	2018年雅加達-巨港亞運會	2023年世界棒球經典賽	2022年杭州亞洲運動會
日期	2018/08/18 - 09/02	2023/03/08 - 03/21	2023/09/23 - 10/09
MOD用戶	180萬戶	204萬戶	205萬戶
收視表現	無具體數據	全站流量已累積超過1億次	每5個亞運LIVE轉播中，就有1檔收視率突破1的超高水準超越WBC收視，為本年度最高收視月份

# 話題行銷可遇不可求 品牌如何乘勝追擊



各大品牌主適時搭上亞運話題，透過多元的行銷創意策略找到適合自家產業的行銷融合點，在大型賽事期間積極與消費者溝通，同時也延伸出與品牌相關的話題商機，充分運用趨勢掌握住商機，提高品牌曝光度。

超商釋出相關活動，例如以買一送一的方式來應援奪金，有助於推動行銷。



對於與體育連結性較低的產業，需要積極尋找與亞運話題相關的機會。例如，Nissan的代言人和SEIKO的品牌之友，這兩個品牌精巧地運用相契合的融合點，以期望獲得更多的曝光機會。



歡慶代言人楊勇緯柔道奪金  
**NISSAN SENTRA**  
 免費升級環艙聲光套件

高雄市苓雅運動中心  
 KAHSIUNG LINGYA SPORTS CENTER

## 狂賀楊勇緯 勇奪台灣亞運 第100金

奪金快閃優惠 9/26-9/28

- 羽球離峰 買兩小時第二小時折\$100
- 團體課程 期間報名現折\$100
- 中心會員 期間購買現折\$100

注意事項  
 1.上述優惠不得與其他優惠併行  
 2.羽球離峰優惠時段需連續  
 3.團體課程優惠限活動期間內之課程  
 4.中心會員優惠含月季卡、回数票  
 5.本中心保有最終活動變更、修改及解釋之權利

圖片來源：楊勇緯官方臉書

# 結論與建議

觀察2022杭州亞洲運動會，雖因疫情延遲一年，選手們出色表現不僅在各項媒體衝出亮眼收視，網路上也掀起熱烈的討論。國人對運動賽事和選手的社群關注度也隨之提升，品牌主也藉此機會搭上運動熱潮，運用運動賽事拓展更多的商機。



## 盼運動熱潮持續延燒

相較於平日年輕觀眾傾向於選擇電視，作為觀看大型運動賽事的首選媒體，期待觀眾這股熱情能延燒至各項其他運動賽事，再創收視新高及為品牌創造更多溝通機會。



## 棒球為收視保證

國人對於棒球類型賽事高度關注，本屆中華隊激戰中國達收視高峰。此外，籃球賽事收視也呈現提升。建議品牌主們可考慮與兩大類運動行銷合作，有效吸引消費者目光。



## 創造品牌行銷機會點

大型運動賽事可在短時期內聚集觀賽人潮，建議品牌主可針對品牌特性找到融合點，搭上運動熱潮多方位投放廣告，或是合作運動員、啦啦隊等更能提高矚目與提升新鮮感。