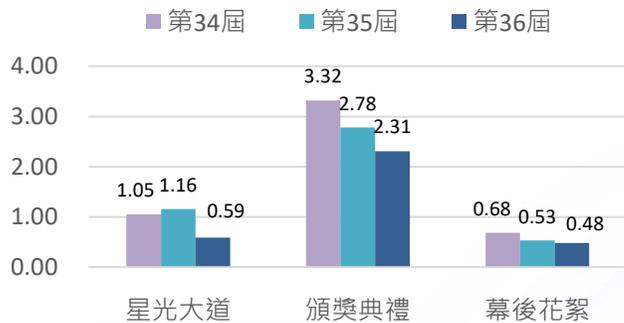




GOLDEN MELODY AWARDS AND FESTIVAL

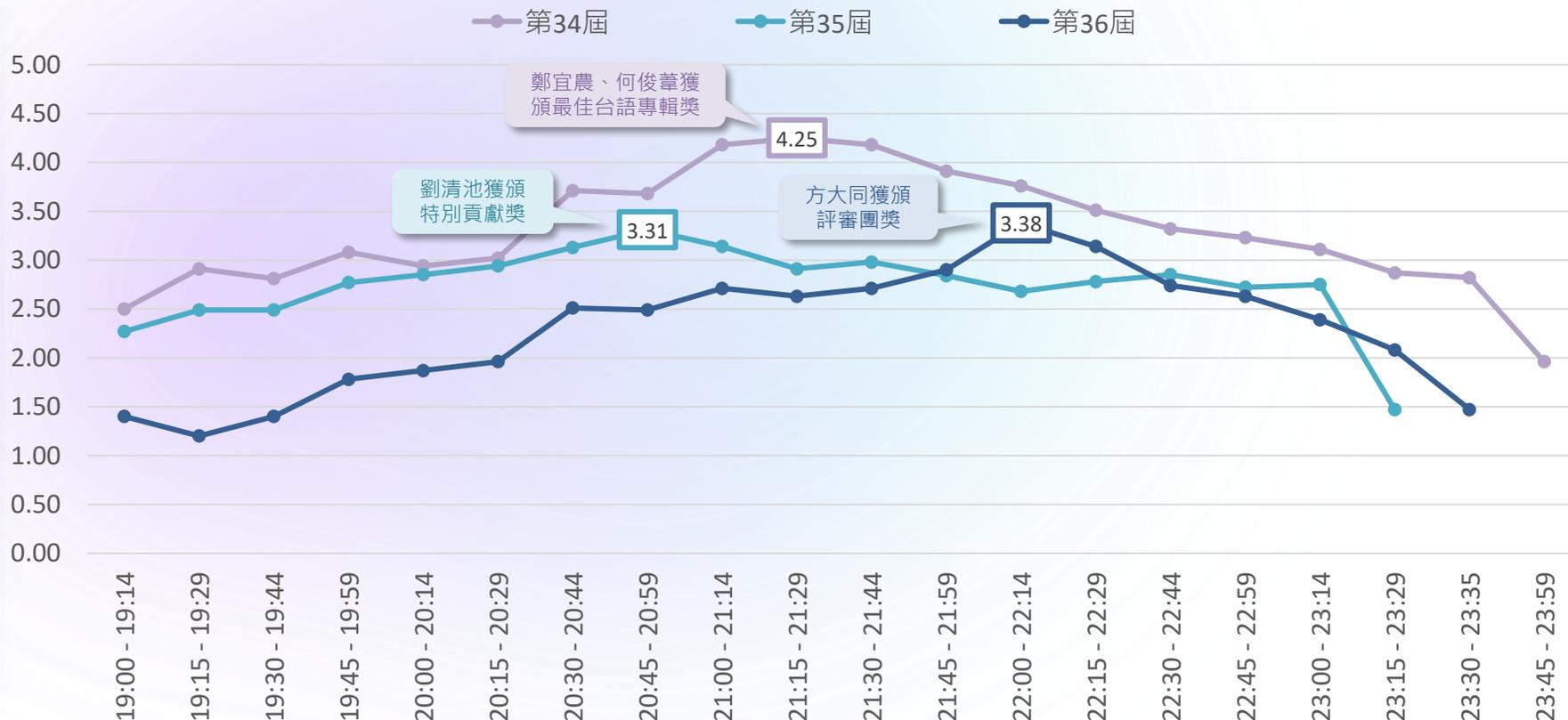


金曲 36 收視觀察



緬懷逝世歌手，成電視收視焦點

近三年金曲獎電視分段收視率



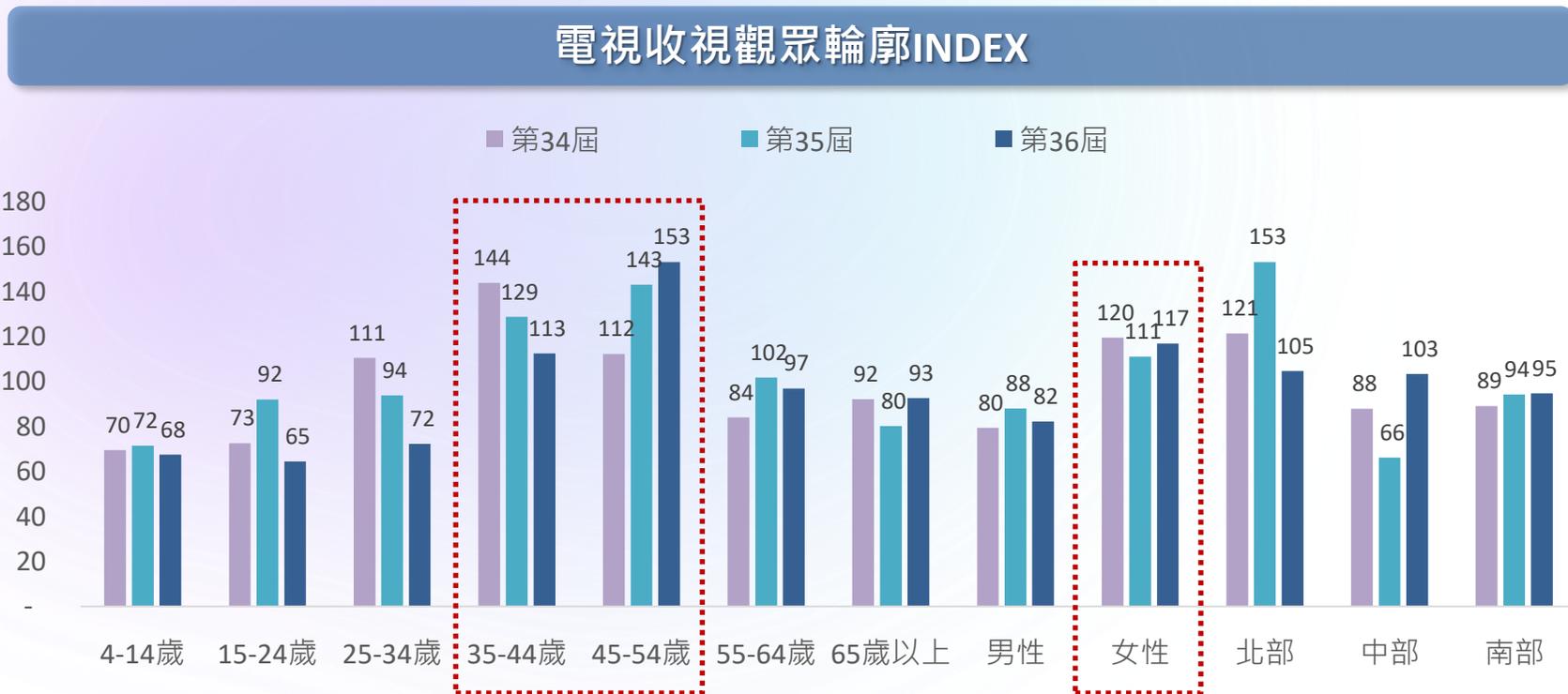
第36屆金曲獎頒獎典禮於6/28落幕，**整體平均收視為2.31**，**星光大道平均收視則為0.59**，相較於前兩屆，本屆收視確實有下滑趨勢。

觀察近三年的收視分段表現，每屆收視最高點均為不同的獎項，今年落在已故歌手方大同獲頒評審團獎橋段，表演節目同樣以懷念逝世音樂人演唱組曲收視最高，顯現**今年的金曲獎以緬懷橋段受到關注**，讓頒獎典禮增添些許憂傷的氣氛。

電視收視族群，年齡層濃縮至35-54歲

進一步觀察電視收視的觀眾輪廓，今年以**女性、35-54歲**為主要收視族群，尤其以**45-54歲**的收視表現最佳，有高達**3.54**的收視率，且有收看比例逐年提升跡象，但相較於第34屆的族群涵蓋25-54歲，**近年有年齡層濃縮的狀況**，推測隨著數位媒體的普及，除了年輕人之外，中階年齡層收視行為也更加多元廣泛。

第36屆金曲獎平均收視	
全體	2.31
4-14歲	1.56
15-24歲	1.49
25-34歲	1.67
35-44歲	2.60
45-54歲	3.54
55-64	2.24
65+	2.14
男性	1.90
女性	2.70
北部	2.42
中部	2.39
南部	2.19





YouTube官方頻道及LINE TODAY是近年會固定全程直播的網路平台，截至6月底，**兩大平台總計累積850萬次觀看次數**，相較去年775萬次，**成長將近10%**，顯現數位媒體的重要性日益增加。

有別於電視直播，網路平台以LINE TODAY的**最佳華語專輯頒獎橋段**累積最多觀看數，顯示最大獎項仍是觀眾的矚目焦點之一；而**魏如萱演唱懷念逝世音樂人組曲**則在兩大平台累積共**69萬**的高度觀看數，再次展現今年觀眾對於緬懷歌手的關注度。

網路直播夯，850萬觀看數成長10%

線上直播平台	累積觀看次數	獎項/表演觀看次數TOP3
<p>金曲官方YT頻道</p>  <p>YouTube 頻道 GMA 金曲獎頒獎典禮暨國際音樂節 Golden Melody Awards & Festival @gma8651 • 11.7萬位訂閱者 • 1024 部影片</p>	500萬次觀看	<p>典禮獎項</p> <ul style="list-style-type: none"> • 最佳台語女歌手獎 (26萬次) • 年度歌曲獎 (12萬次) • 最佳演唱組合獎 (12萬次) <p>表演節目</p> <ul style="list-style-type: none"> • 彭佳慧 (21萬次) • 楊乃文x告五人 (21萬次) • 魏如萱 (19萬次)
<p>LINE TODAY LINE MUSIC</p>  <p>LINE TODAY 頻道 金曲36 • 3.2K人追蹤 • 63 部影片</p>	350萬次觀看	<p>典禮獎項</p> <ul style="list-style-type: none"> • 最佳華語專輯 (31萬次) • 年度歌曲獎 (28萬次) • 特別貢獻獎 (21萬次) <p>表演節目</p> <ul style="list-style-type: none"> • 魏如萱 (50萬次) • MISIA (27萬次) • 彭佳慧 (25萬次)

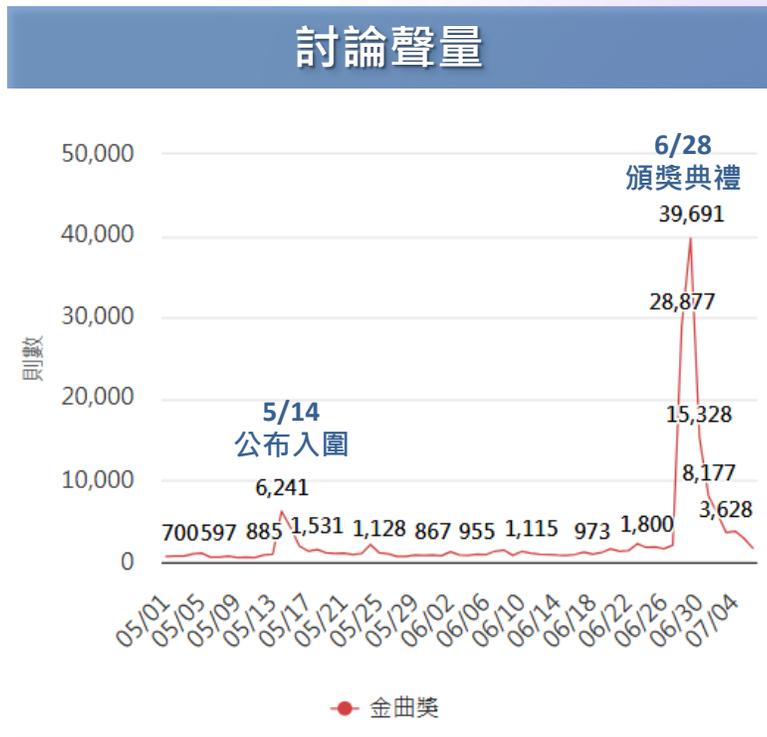
觀看次數截至6/30

觀看次數截至7/8

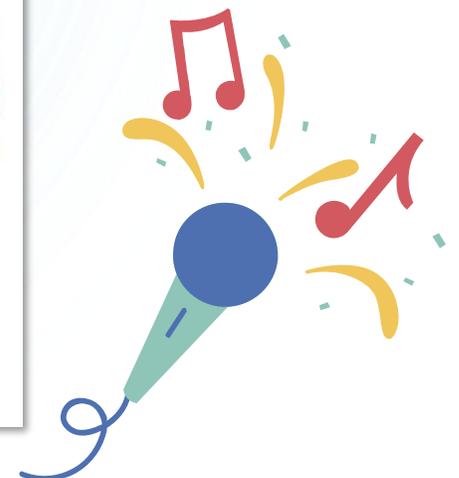


網路討論熱，單日聲量高達近四萬則

進一步分析網路熱度，在頒獎典禮當天討論聲量達到最高峰，**單日即累積將近4萬則聲量**；網友討論話題除了圍繞在得獎歌手身上之外，魏如萱獻唱已故歌手方大同及大S經典歌曲、Energy的洗腦神曲「星期五晚上」勇奪最佳年度歌曲獎等，同樣在網路上引發熱烈討論。



- #最佳專輯 #歌王 #歌后
- #呂士軒 #李竺芯 #陳以恆
- #魏如萱 #方大同 #大S
- #年度歌曲獎 #Energy
- #彭佳慧 #蕭煌奇
- #星光大道 #紅毯 #陳明珠





Threads、PTT為兩大網路討論熱區

即便電視媒體以女性的收視率比男性來得高，但相較之下，男性愈發比女性更常在網路上討論金曲獎話題；而除了新聞類、影劇類、音樂類之外，觀察發現金曲獎也容易提及政治社會類議題。

台灣民眾近年熱愛使用Threads，金曲獎不例外也在Threads累積高度聲量；同時，部分網友仍維持在PTT三金版實況直播的習慣。

討論族群 & 相關議題

女 35.5%



男 64.5%



新聞



影劇藝文



政治社會



音樂創作



音樂評論



生活分享

熱門頻道 TOP 5



Threads>關鍵字搜尋

9,795則



PTT>Golden-Award

7,292則

FB粉絲團>udn.com
聯合新聞網

5,777則



PTT>Gossiping

4,999則



FB粉絲團>中天新聞

4,203則

金曲熱門話題TOP5



台語歌王高喊 台灣獨立音樂萬歲

台語歌王陳以恆發表得獎感言時高喊：台灣獨立音樂萬歲，斷句有些巧妙而意外引發網友一波政治渲染的討論。



魏如萱翻唱組曲 弔念已故歌手

魏如萱特別獻唱「愛愛愛」、「十分鐘的戀愛」等經典歌曲，緬懷已故的方大同及大S徐熙媛，讓不少觀眾都紅了眼眶。



動力火車 時隔20年再得獎

動力火車相隔20年再度奪得最佳演唱組合獎，致詞時表示要獻獎給車迷、同事及動力太太，網友也感動留言實至名歸。



星期五晚上 年度歌曲得獎資格

脆友質疑「星期五晚上」是否值得年度歌曲獎，粉絲力挺認為此首歌掀起全民16蹲熱潮，更讓台灣免於外來洗腦曲影響。



金曲獎超時 張清芳催促引議

網友不滿張清芳催促是對得獎者不尊重，但也有網友認為她是出於時間控管，事後呂士軒緩頰表示對方是他的重要靈感。

金曲議題：現在還有人在看金曲獎嗎？

收視率非單一評估標準

不該只拘泥於收視率，收視只反映電視管道，現下網路直播管道也很多。

網路熱議反應金曲熱度

觀察Threads及PTT仍累積高度聲量，反應金曲獎仍具關注度及話題性。

金曲獎把關鑑定好作品

透過專業評審幫民眾找出驚豔的作品以吸引關注，不讓好作品埋沒。

宣傳力道不如以往

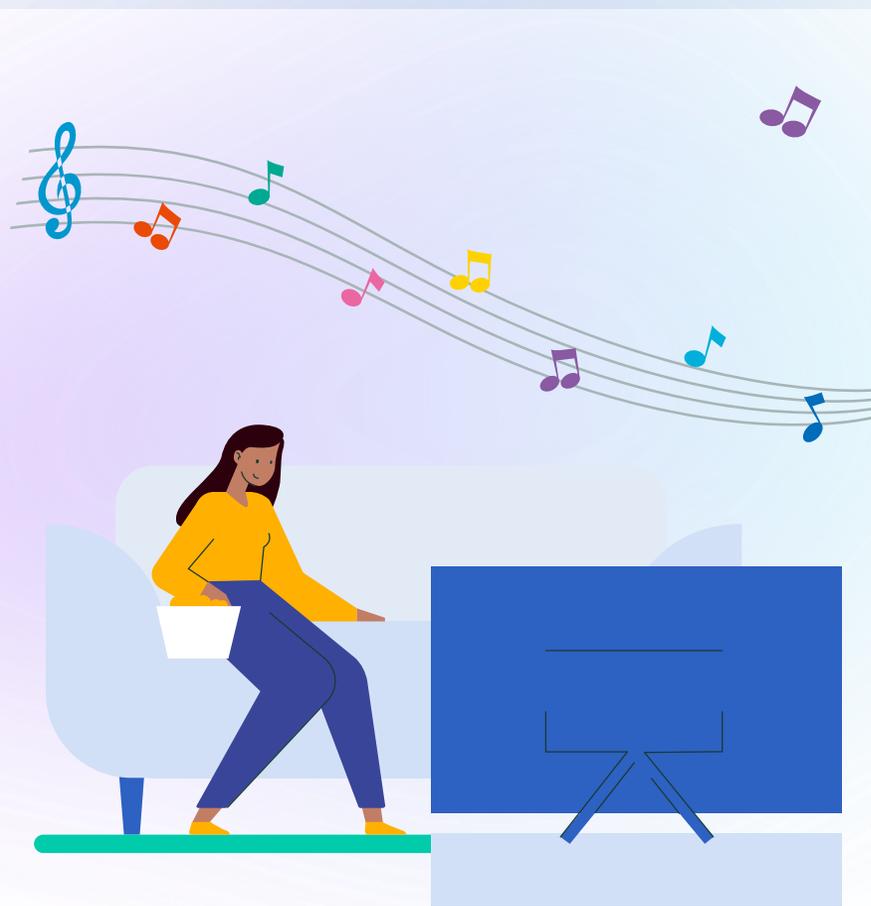
宣傳力道不大，許多網友表示看新聞、YT推播才知道當天是頒獎日。

入圍者&歌曲都沒聽過

許多入圍者及入圍歌曲知名度不高，網友感嘆神仙打架的時代已過去。

偏離音樂渲染政治色彩

網友質疑有政治介入影響音樂圈，而失去關注的信心。



金曲獎熱度仍在，傳統及數位跨媒體同步布局

電視族群年齡濃縮，數位平台觀看成長

本屆金曲獎電視直播平均收視率達2.31，最高收視率達3.38，主要收視族群以女性、35-54歲為主，相較於過往，年齡層較為集中，而YT官方頻道及LINE TODAY兩大平台累積總觀看數高達850萬次，相較去年成長了10%，推估部分中低年齡層從傳統電視轉移至數位平台來觀看直播。

資深團體獲獎吸睛，論壇直播習慣依舊

觀察網路熱議話題，除了緬懷橋段賺人熱淚，出道多年的動力火車、Energy獲獎也為金曲獎增添亮點；同時可發現除了Threads是時下民眾討論最夯的社群之外，過往網友在PTT論壇上直播三金實況的習慣仍在，未來品牌主在兩大管道的掌握及布局必不可少。

金曲話題仍受關注，傳統數位行銷並行

儘管有不少網友抱怨入圍者及入圍歌曲知名度不足，但電視收視、網路觀看及討論聲量仍展現民眾對於金曲話題的關注，隨著Threads的開放投廣，未來廣告行銷規劃將更多元，建議品牌主在電視及數位媒體進行分眾溝通，掌握傳統媒體的熟齡族群、並擴大數位媒體的觸及年齡，讓金曲行銷效益最大化。

