

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2246

11.07 ~ 11.13





Contents

媒體放大鏡	- 直播內容將成為串流影音服務下個戰場？	. . .
熱門話題	- 購物節熱潮仍在繼續！	. . .
國際視野	- 十分之三的人會用手機進行“健康活動”	. . .
收視調查	- 2022/11/07-11/13	. . .
藝人動態	- 2022/10-2022/11	. . .

媒體放大鏡

- Media News



直播內容將成為串流影音服務下個戰場？

日前傳出Netflix計畫藉由直播串流技術，推出無劇本實境秀等類型節目，藉此創造全新觀看體驗與商業模式的消息後，Netflix稍早證實將推出無劇本形式的脫口秀直播節目，並且將由著名喜劇演員Chris Rock的演出內容作為首發，預計在2023年年初正式推出。

相較目前串流影音服務多半是透過使用者隨選方式觀看，並無特定觀看時間上的限制，而若是透過線上直播形式播出的話，則可以吸引更多人在特定時段參與觀看。除了Netflix目前構思直播內容營運模式，包含蘋果、亞馬遜其實也都開始跨入線上直播節目內容，例如前者已經與美國職業棒球大聯盟 (MLB) 合作，將透過Apple TV+ 提供賽事直播，亞馬遜也透過旗下Prime Video服務與NFL國家美式足球聯盟合作，甚至迪士尼旗下Disney+ 服務也曾為今年奧斯卡提名進行直播，接下來更準備直播新一季的《Dancing With the Stars》(與星共舞) 真人秀節目。

而Netflix除了將推出無劇本形式的脫口秀直播節目，近期更傳出計畫在其服務內提供體育賽事直播內容，藉此吸引更多用戶族群加入使用。在目前趨勢來看，顯示直播內容將成為諸多串流影音服務的下一個競爭戰場。【[2022/11/13, 聯合新聞網](#)】

Netflix廣告方案、砍寄生帳號奏效！



【[2022/11/08, 數位時代](#)】

串流影視領頭Netflix在第三季度增加了241萬客戶，超出了內部預測以及華爾街的預期，且在全球所有地區都呈現正增長。內部股東信也給出了下季預測，表示全球會將會再增加450萬訂閱數。

Netflix將在2023年初打擊帳戶共享，換句話說，就是讓與非同居者共用帳號、「寄生串流」的人轉變為訂閱者；目前公開將會提供給消費者的方案，包括開放轉出個人資料、以便自行付費訂閱，以及允許帳戶持有人建立「副帳戶」，替親朋好友付費。目前詳細的方案尚未完整公開，僅有部分功能在部分國家試行。而將於11月3日推出新的、含廣告的訂閱方案，將會吸引更多用戶加入。這個方案讓願意接受每小時有5分鐘廣告的用戶，每月只需要支付7美元，就可以收看Netflix，且該價格不到最受歡迎方案的費用的一半。Netflix官方相信，這有助於留住那些原本透過他人帳戶取得影視內容的觀眾。

台BL劇在日本收視人口5年成長25倍 掀亞洲旋風

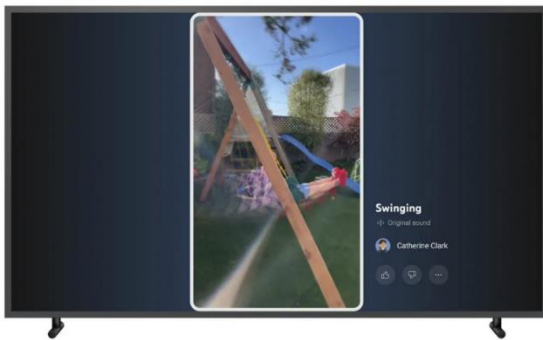
各地BL劇掀起亞洲旋風之際，台劇也對這個市場虎視眈眈，製作人金京恩在文策院內容創意大會「打造BL藍海策略」論壇指出，**台灣BL劇從2018年至今在日本收視人數已成長25倍**。在11/09舉辦的TCCF內容創意大會論壇中，有意思國際傳媒總製作人潘心慧，邀集日本樂天Rakuten TV亞洲內容製作人金京恩、日本樂天影像內容部總製作人宋錄琳、LINE TV營運長蔡幸真、編劇林珮瑜、「WBL影集」與「我的牙想你」監製出品人蔡妃喬、導演姜瑞智等講者，企圖在列強環伺的市場裡，為台灣BL市場找出新契機。【[2022/11/10, 華視新聞](#)】

在潘心慧的長期觀察中，她發現BL劇可帶動腐界話題性，「國際市場的渲染力有時更顯著，但需要串起產業鏈」。金京恩也分享，日本BL劇製作精良，無論是演員、劇本都獲得好評及觀眾的喜愛，而**台灣BL劇在日本播出後亦受到喜愛，從2018年至今收視人數已成長25倍，是一個非常可以發展投入的市場**。

日本樂天影像內容部總製作人宋錄琳表示，她深入觀察國際BL趨勢後，看見2021年起韓國內容產業也大量投身於BL劇的製作，一年間可達10部以上作品，**「但韓國因性別平權意識較為保守，台灣的優勢就在於性別議題的開放性」**。宋錄琳製作的HIStory系列年底也將推出新一季，LINE TV營運長蔡幸真分享，該系列對平台「含金量很高」，吸引粉絲的向心力及周邊商品的能量都很強，且有許多演員因此受到注目。

對抗抖音！YouTube Shorts短影音可在電視上看了

YouTube為Shorts重新設計電視觀看介面



【[2022/11/09, 自由時報](#)】

為了跟TikTok抖音抗衡，其他社群平台不得不跟進短影音風潮，YouTube Shorts做出新挑戰，將跳出手機、平板的小螢幕，躍上家中的大電視。

YouTube宣布在電視上推出Shorts新功能，可直接用電視上的YouTube應用程式瀏覽。對YouTube的難題是，Shorts過去是為了行動裝置打造，大家習慣用垂直拍攝，觀看上也是直式格式，因此想把Shorts搬到電視上，並不如想像中簡單。

YouTube Shorts針對電視重新打造新介面，經過多版本的測試後，才有最終定案；YouTube也說會持續精進，以及加入新功能。**YouTube Shorts電視版預計在未來幾週內向2019年或之後的電視推出；新型遊戲機同步支援，像是Sony PS5，或微軟Xbox Series X、Xbox Series S**。據統計，YouTube每月有15億用戶觀看Shorts，這15億用戶每月瀏覽高達300億支Shorts，這樣的觀看次數，潛藏著YouTube不可忽視的龐大商機。

無懼廣告逆風 YouTuber靠點閱仍能賺那麼多

全球經濟不景氣烏雲壟罩之際，YouTube上季廣告營收年減約2%至70.7億美元，為2019年開始公布該數據來首度不增反減，不過，該平台創作者的廣告收益卻似乎未受影響。

Business Insider報導，業內人士訪談許多YouTuber後指出，大多數創作者說，他們的RPM (Revenue Per Mille，每千次觀看的收益) 每年都很穩定。Joshua Mayo等一些創作者甚至表示，RPM分潤有所增加。

根據八位YouTuber提供的數字，YouTube每千次觀看的廣告收益分潤從1.61美元到29.3美元不等。創作者加入YouTube合作夥伴計畫 (YPP) 後，可透過在其影片播放期間插播廣告，取得55%的廣告收益。創作者的頻道訂閱人數達到1,000人，且累計觀看時數4,000小時，即符合申請YPP計畫門檻。

至於YouTube短影音類別Shorts，明年起，創作者的Shorts內容在90天內累計1,000萬次觀看，且頻道訂閱人數達1,000人，也能申請成為合作夥伴。Shorts創作者將根據內容觀看次數，取得45%的廣告收益。



【2022/11/12, 經濟日報】

友情的小船準備翻？！Instagram「超殘忍」功能

類別



最少互動

和其他 49 人



在動態時報中顯示最多

the_goodfilms 和其他 49 人

排序依據 預設



主題標籤

Instagram先前推出一個功能讓大家措手不及，也到了考驗友誼的時刻啦！隨著用戶越來越多，IG的功能也越來越廣！只要在個人頁「追蹤」中就能看出「誰和你互動最少」、「誰又在你的動態時報上顯示最多」，考驗友誼當然是開玩笑，**這個功能實用在，可以知道你追蹤的人有沒有幽靈帳戶，用來整理追蹤清單超方便！**

現在就教你怎麼觀看，首先，到個人主頁點選「追蹤中」，就會看到新的類別選項，分別是「最少互動」、「在動態時報中顯示最多」，如此一來就能看到過去90天以來互動最少的帳號，依據對他們貼文按讚或對他們的限時動態傳達心情判定；以及查看過去90天以來在你的動態消息中顯示最多貼文的帳號。編輯看了自己的名單，大多都是一些名人的帳號，但還真的有些現實中不太常聯絡的朋友，所以有習慣定期清追蹤的人，這個功能非常適合你唷！

【2022/11/13, 網路溫度計】

雙11來了，小資女不是剁手族！

雙11電商購物節將到來，資策會產業情報研究所公布2022年電商購物節調查，台灣網友預計今年在電商購物節平均消費金額約新台幣2萬1728元、年增44%，其中，46到55歲族群消費力最高，年均消費高達2萬5887元。

MIC資深產業分析師胡自立表示，今年雙11購物金額漲幅將是判斷網購消費力是否能在疫後持續顯著提升的指標，今年電商購物節年消費金額成長主要有3個因素：**第一，疫情改變民眾消費行為，消費者習慣頻繁網購；第二，電商業者積極造節加上頻繁短期促銷的成果發酵；第三，通膨驅動消費者理性購物，對價格敏感度上升。**

觀測電商造節對於消費者的影響力，資策會MIC表示，7成網友會因為電商造節增加消費，**特別是中高齡族群響應程度最高，75%的56到65歲族群因此增加消費、46到55歲也有高達74%**。胡自立認為，這與近年疫情改變中高齡族群的消費習慣，變得更加熟悉網購有關。至於消費者在電商購物節的品項，調查發現，前5名為個人清潔（41%）、3C（33%）、美妝保養用品（32%）、內外衣著（30%）以及居家生活用品（27%）。



【2022/11/11, 數位時代】

2022新北耶誕城再攜「迪士尼」！

聖誕節最具代表性的年度盛會「新北歡樂耶誕城」又來了！繼2020年首度合作，2022年新北耶誕城又能見到「迪士尼」最受歡迎的角色啦！本次集結Disney+六大超人氣陣容，包含迪士尼、皮克斯、漫威、星際大戰、國家地理與STAR，以「雪白之城」為主題，在板橋也能體驗到充滿雪國的白色浪漫。



除此之外，《冰雪奇緣》的雪寶躍上耶誕樹，首次將「北極光」3D雷射光雕投影秀搬進新北耶誕城，還有「德國耶誕市集」、「巨星耶誕演唱會」。橫跨三個月的雪白童話國度是史上天數最長天數的一次，這次新北耶誕城還有哪些亮點呢？

- 1. 雪寶聖誕樹：**在市民廣場上最受歡迎的地標聖誕樹，融合《冰雪奇緣》中深受大人小孩喜愛的主要角色之一雪寶，今年的雪白之城回歸最純淨童心的白色歡樂耶誕城！
- 2. Disney+3D雷射光雕投影秀：**今年光雕投影主題結合Disney+六大品牌主題，由來自新加坡的光雕技術團隊打造Disney+主題3D雷射光雕投影秀。【2022/11/08, ELLE】

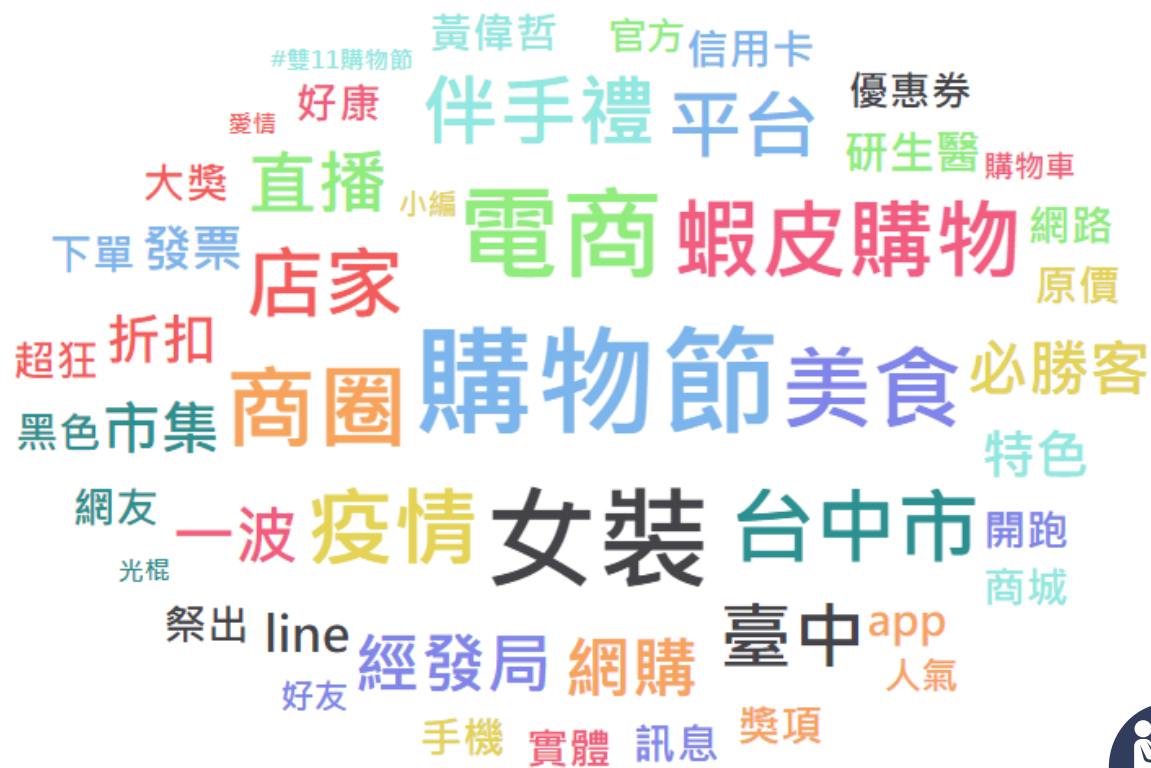
A person is shown from the chest up, holding a black camera with a lens that has 'FUJINON ASPHERICAL LENS' written on it. They are looking through the viewfinder. The background consists of horizontal blinds, with some slats open, revealing a bright orange light. The overall image has a warm, orange-toned overlay.

熱門話題

- Hot Topics

購物節熱潮仍在繼續！

除了雙11活動仍在繼續，緊接而來的是「黑色星期五」，近年台灣零售業者也跟進美國的腳步掀起購物熱潮，不少網購平台都緊接雙11優惠後把握保溫期，再加碼推出Black Friday黑五優惠將熱度延續到下一個檔期，11月份簡直就像是一場購物狂歡盛事。本週就跟著宏將週報，一起來看看還有哪些關於購物節的各項行銷活動吧！



蝦皮攜手虎航送機票

蝦皮領免運券再抽環遊機票寶箱，最高獎一年免運套票爽搭來回12趟



「黑色購物節」登場

好市多每年對於購物節的優惠品項保密到家，粉專帖文變網友許願池



Google也搶購物節買氣

Google除了可搜索購物清單，也有自家的優惠促銷，跟上購物節熱潮



肉控最愛銅板價和牛

「Oh my！原燒」和頂級餐酒館「最肉」，攜手發起「燒肉購物節」

國際視野

- Media Trend



十分之三的人會用手機進行“健康活動”

根據Kantar的報告，大約十分之三的人會使用智慧手機進行鍛煉、冥想或其他健康活動。根據Kantar Profiles Audience Network在全球十個市場的10,000名線上受訪者的回答，報告顯示，女性（34%）在健康和保健活動中使用智慧手機的比例高於男性（27%）。千禧一代（25-39歲；41%）在按世代排序領先，其次是Z世代（18-24歲；36%）、X世代（40-55歲；29%）和嬰兒潮世代（56-75歲；18%）。

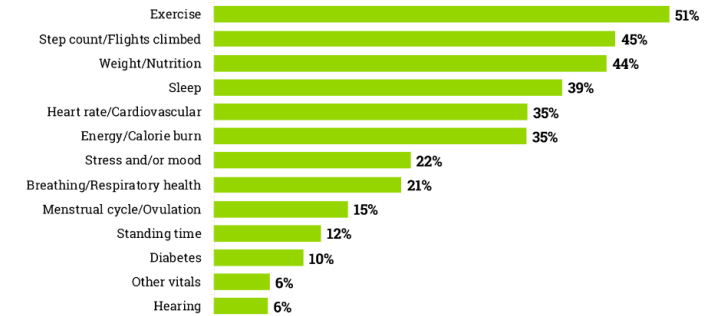
在10個市場中，印度的受訪者更傾向於使用健康和保健科技，有54%的受訪者聲稱會這樣做。相較之下，美國佔26%。隨著飲食習慣的改變，鍛煉是健康和健康目標的主要關鍵要素，這是人們使用科技監測的首要活動。大約51%監測健康和有運動的人說他們會這樣做，高於45%的監測步數的人和44%的監測體重/營養的人。在那些表示正在積極監測健康和有運動的人中，大多數人（57%）只使用智慧手機監測健康狀況，而約十分之三（29%）使用智慧手錶。然而，佩戴智慧手錶的人比使用智慧手機或其他可穿戴科技的人更積極地監測所有健康活動。

健康保健的APP應用

報告顯示，三分之二的受訪者希望有更多免費的健身、健康和保健APP可供他們使用，有63%的健康監測者認為這些功能更容易養成健康習慣。略多於一半的人（52%）會為健身、健康或保健APP付費，這一數位在Z世代（65%）和千禧一代（66%）中最高，而在嬰兒潮一代（34%）中則低得多。每個國家的付費意願也有很大差異：法國高達69%的人不願意為這樣的APP付費，而印度只有17%的人不願意。在美國，63%的人則表示不願意為這些APP付費。在那些為健康相關APP付費的用戶中，大多數人（57%）付費訂閱了健身和鍛煉APP，三分之一付費訂閱健身程式的人表示，他們不能沒有健身程式。美國人似乎特別熱衷於健身，有一半的付費健身訂閱用戶表示，他們不能沒有它，也這是10個國家中最高的。

根據Kantar的研究，美國對健康和保健科技的興趣越來越大，而且在全球也有一個強大的市場

Activities and Vitals That People Monitor Using Tech (among those who are actively monitoring their health and/or their exercise) marketing charts



Published on MarketingCharts.com in October 2022 | Data Source: Kantar
Based on responses from 10,000 online respondents from the Kantar Profiles Audience Network across ten global markets: US; Brazil; South Africa; Germany; France; India; China; UK; Spain; and Singapore

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	3.40
2	市井豪門潔姆錕新織感	FTV	閩南語連續劇	3.18
3	最強綜藝秀為您好生醫佳鋅	FTV	娛樂綜藝	2.56
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	2.29
5	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	2.26
6	美麗人生壯志高飛晶珂生物	TTV	閩南語連續劇	1.99
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.66
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.54
9	航海王27	TTV	卡通影片	1.51
10	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.46
11	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.32
12	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	1.25
13	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.10
14	台灣傳奇消費高手好攝定	FTV	國台語單元劇	1.09
15	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.91
16	音樂最正點	CTV	歌唱音樂	0.91
17	1800航海王27	TTV	卡通影片	0.83
18	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
19	1300市井豪門潔姆錕新織感	FTV	閩南語連續劇	0.81
20	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.78

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	2.05
2	一家團圓巧奇回熱衣	SANLI	閩南語連續劇	2.02
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.81
4	直22CPBL台灣大賽樂VS中	VLSPT	棒球	1.34
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.26
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.20
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.12
8	鄭知道了桃園開講	SETN	新聞性質節目	1.11
9	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.10
10	鄭知道了	SETN	新聞性質節目	1.09
11	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.06
12	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.06
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.04
14	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.00
15	少康戰情室T台開講	TVBS	新聞性質節目	0.96
16	鄭知道了市政攻防中說分明	SETN	新聞性質節目	0.93
17	再一次歡呼六六大勝	TVBS	新聞性質節目	0.91
18	鄭知道了抖小金庫高虹安慣	SETN	新聞性質節目	0.89
19	導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.88
20	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.84

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	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.51
2	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.43
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.39
4	市井豪門潔姆錫新織感	FTV	閩南語連續劇	1.23
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.14
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.95
8	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.87
9	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	娛樂綜藝	0.82
10	航海王27	TTV	卡通影片	0.81

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.60
2	美麗人生壯志高飛晶珂生物	TTV	閩南語連續劇	1.59
3	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.59
4	航海王27	TTV	卡通影片	1.55
5	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.47
6	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.36
7	全明星運動會4明星3缺1	TTV	競賽綜藝	1.18
8	市井豪門潔姆錫新織感	FTV	閩南語連續劇	1.07
9	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	0.99
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.94

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	美麗人生壯志高飛晶珂生物	TTV	閩南語連續劇	2.93
2	航海王27	TTV	卡通影片	1.96
3	晚間美麗人生壯志高飛晶珂	TTV	閩南語連續劇	1.89
4	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	1.80
5	最強綜藝秀為您好生醫佳鋅	FTV	娛樂綜藝	1.72
6	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	資訊綜藝	1.56
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.51
8	1800新蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.45
9	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	美食、旅遊節目	1.26
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.23

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	市井豪門潔姆錫新織感	FTV	閩南語連續劇	6.28
2	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	娛樂綜藝	5.60
3	烏龍派出所	CTS	卡通影片	4.85
4	1730烏龍派出所	CTS	卡通影片	4.24
5	福爾威創快篩神之鄉	CTS	國語連續劇	3.12
6	1800新蠟筆小新	TTV	卡通影片	2.32
7	航海王27	TTV	卡通影片	2.29
8	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.03
9	最強綜藝秀為您好生醫佳鋅	FTV	娛樂綜藝	1.97
10	新歌快遞	TTV	歌唱音樂	1.72

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	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	1.07
2	直22CPBL台灣大賽樂VS中	VLSPT	棒球	0.97
3	流感	ET-M	外片	0.89
4	逮捕王	*SCM	外片	0.75
5	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	0.73
6	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.72
7	2000決勝的揮拍	VLD	國語連續劇	0.71
8	一家團圓巧奇回熱衣	SANLI	閩南語連續劇	0.69
9	大愛劇場菜頭梗的滋味	DaAi	國語連續劇	0.69
10	甜蜜危機糖尿病之島	TVBSN	新聞性質節目	0.64

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	一家團圓巧奇回熱衣	SANLI	閩南語連續劇	2.23
2	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.43
3	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	娛樂綜藝	1.39
4	直22CPBL台灣大賽樂VS中	VLSPT	棒球	1.19
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.13
6	忠孝節義清珍牛蒡茶	SANLI	傳統藝術節目	1.09
7	型男大主廚海爾RO800G	SL2	美食、旅遊節目	0.86
8	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.82
9	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.75
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.68

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.83
2	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	1.42
3	機智校園生活青春向前衝	TVBSG	國語連續劇	1.02
4	我是顧家男	GTV-D	國語連續劇	0.97
5	2400銅板美食呷透透	EFNC	新聞性質節目	0.86
6	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.81
7	草地狀元	SANLI	知識資訊節目	0.80
8	1615潘及的搞笑日記	MOMOK	卡通影片	0.77
9	花甲少年趣旅行蓓朵娜粉鑽	STV	美食、旅遊節目	0.75
10	綜藝玩很大FORA福爾威創快	SL2	娛樂綜藝	0.72

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	1130神奇柑仔店	YOYO	卡通影片	3.90
2	2400銅板美食呷透透	EFNC	新聞性質節目	3.29
3	1615潘及的搞笑日記	MOMOK	卡通影片	2.96
4	打卡吧我的炫FOOD日記	EFNC	美食、旅遊節目	2.31
5	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	2.06
6	鄭知道了市政攻防中說分明	SETN	新聞性質節目	1.92
7	全明星運動會永信藥品	SL2	競賽綜藝	1.90
8	藍色水玲瓏	VLD	國台語單元劇	1.88
9	鋼盔男兒	VLJP	日劇	1.81
10	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.79

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	0.90	0.49	0.48	0.49	1.52
TTV/台視	0.61	0.22	0.41	0.42	0.93
CTS/華視	0.20	0.08	0.13	0.18	0.27
FTV/民視	0.34	0.04	0.08	0.13	0.69

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	0.56	0.20	0.26	0.50	0.88
ET-N/東森新聞	0.44	0.15	0.16	0.36	0.72
SETN/三立新聞	0.41	0.07	0.08	0.26	0.77
FTVN/民視新聞	0.36	0.03	0.12	0.22	0.67
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.05	0.06	0.17	0.46
UBN/非凡新聞	0.16	0.04	0.04	0.12	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.08	0.04	0.12	0.27
NTVN/壹新聞	0.14	0.04	0.05	0.13	0.23
CTS-N/華視新聞資訊台	0.07	0.02	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



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	市井豪門潔姆錕新纖感	FTV	3.18
2	一家團圓巧奇回熱衣	SANLI	2.02
3	美麗人生壯志高飛晶珂生物	TTV	1.99
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.26
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.12
6	苦力安美諾美白修護霜	SANLI	1.10
7	台灣傳奇消費高手好攝定	FTV	1.09
8	1300市井豪門潔姆錕新纖感	FTV	0.81
9	大愛劇場菜頭梗的滋味	DaAi	0.80
10	台灣X檔案阿鈣八合一強效	CTV	0.69

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.20
2	鄭知道了桃園開講	SETN	1.11
3	鄭知道了	SETN	1.09
4	新台灣加油	SETN	1.06
5	台灣最前線	FTVN	1.04
6	少康戰情室T台開講	TVBS	0.96
7	鄭知道了市政攻防中說分明	SETN	0.93
8	再一次歡呼六六大勝	TVBS	0.91
9	鄭知道了抖小金庫高虹安慣	SETN	0.89
10	導讀台灣	SETN	0.88

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.40
2	最強綜藝秀為您好生醫佳錠	FTV	2.56
3	我愛冰冰Show東湧熱水器	CTV	2.29
4	嗨營業中萬士益冷氣	TTV	2.26
5	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.05
6	超級夜總會福爾旗艦六合一	SANLI	1.81
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.66
8	安美諾美白修護綜藝玩很大	CTV	1.54
9	全明星運動會4明星3缺1	TTV	1.32
10	綜藝新時代宜蘭赫蒂法莊園	FTV	1.25

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	三支雨傘標英才大陸尋奇	CTV	1.46
2	直22CPBL台灣大賽樂VS中	VLSPT	1.34
3	型男大主廚海爾RO800G	SL2	0.64
4	媽呀好好玩五洲生醫	SANLI	0.57
5	跟拍日本浮誇系罪惡美食	VLJP	0.55
6	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.53
7	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.50
8	打卡吧我的炫FOOD日記	EFNC	0.44
9	鴻門家宴婆媳廚房	CTS	0.44
10	2000美食按個讚	UBN	0.42

Passion Sisters

藝人動態

- Dorian Idols



P A S S I O N S I S T E R S

近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：T1中信特工開幕戰應援陣容。(圖 / Passion Sisters中信兄弟啦啦隊粉專)

圖2：中信兄弟啦啦隊Passion Sisters公佈應援名單，因為撞期T1開幕戰，僅有5位女孩應援挑戰賽，引起球迷熱烈討論。(圖 / Passion Sisters中信兄弟啦啦隊粉專)

近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：新北中信特攻在T1聯盟迎來主場開幕戰，找專屬啦啦隊Passion Sisters崑崙、短今、晴兒、波波、笑笑、Peggy、凱蒂及希希到場助威。（圖 / 記者陳志曲攝）

圖2：中信特攻賽前舉行Passion sisters見面會，Passion sisters萬聖節變裝出席。（圖 / 記者陳志曲攝）

近期精彩動態：崑崙



圖1：崑崙（吳函崑）不僅是中信兄弟啦啦隊被公認的女神，近幾年在演藝圈的表現也相當出色。（圖 / 翻攝自崑崙IG）

圖2：司法院公布最新的宣導影片，邀請形象陽光的啦啦隊隊員崑崙來應援司法，在球場替國民法官應援、拍宣導短片。（圖 / 司法院提供）

近期精彩動態：崑崙



圖1：啦啦隊女神崑崙跟著《星光雲！RUN新聞》遠赴日本出任務5天，雖然錯過台灣大賽主場應援，但她心繫戰況。（圖／星光雲！RUN新聞）

圖2：臧芮軒、蔡黃汝、朱宇謀、李唯楓、王仁甫、崑崙(左5)、許孟哲、孫協志、況明潔、王上菲共同出《飢餓遊戲》外景。（圖／中視提供）

近期精彩動態：林可



圖1：去年底林可徵選進中信兄弟啦啦隊，目前已是正式隊員之一。（翻攝自林可IG）

圖2：月初林可舉辦簽書會，吸引大批粉絲前來力挺。（翻攝自林可IG）

圖3：擁有眾多粉絲的林可先前自掏腰包發行《可·已愛》純愛寫真。（圖 / iWIN暖維多媒體廣告行銷提供）

近期精彩動態：短今



圖1：短今曾推出2本個人寫真，頗受好評，近日曬出2023年桌曆拼貼預覽圖讓粉絲大飽眼福，甜喊新的一年繼續陪伴大家。（圖 / 翻攝自IG @sammie_923）


圖2：短今有著甜美臉蛋及火辣身材，近幾年人氣不斷攀升，今日曬出素顏照，真實狀態曝光讓網友們讚嘆。（圖 / 翻攝自短今IG）

近期精彩動態：孟潔 / 昀二 / 妮可



圖1：《全明星運動會》現任和前任藍隊經理孟潔（左）及昀二（右）同框出席小巨蛋活動，昀二擔任《全明星運動會》第四季藍隊隊經理，對於該隊本季表現不佳，直言未來會越來越好。（圖 / 趙文彬攝）

圖2：兄弟Passion Sisters啦啦隊女孩妮可，登上PTT表特板，被封為「冠軍女神」（圖 / 翻攝IG）



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