



公共電視 2023 年第四季 收視季報告

企劃部

2024.1

目 錄

壹、收視分析.....	1
一、頻道收視觀察.....	1
二、公視頻道整體觀眾輪廓比較.....	10
三、公視兒童時段節目收視.....	15
四、週間新製時段節目收視.....	20
五、重點節目一週六 2000「生態全紀錄」時段收視分析.....	34
六、重點節目一週六 2100 時段收視分析.....	36
七、重點節目一週日 1230 經典電影院收視分析.....	38
八、重點節目一週日 2000 時段節目收視分析.....	39
九、重點節目一週日 2200 時段節目收視分析.....	40
貳、公視+ 與 YouTube 第四季收視成效.....	42
參、公視新聞網與新聞節目 YouTube 第四季經營成效.....	59
肆、公視頻道第一季節目策略.....	77
附件：收視相關名詞解釋.....	81

壹、收視分析

本篇報告是以尼爾森收視率資料衡量公視頻道的表現，除了收視率之外，也運用佔有率、觸達千人數、收視時數等數字資料，作為評估衡量的依據。報告中使用的收視數字，除特別註明分眾年齡之外，其餘均為 4 歲以上收視率。頻道收視統計時間為每日上午 6 點至深夜 1 點 59 分，晚間時段收視統計為傍晚 6 點 30 分至晚間 11 點 59 分。收視率相關名詞定義與解釋請見附件。

收視季報告從 2015 年第三季開始，納入公視 YouTube 官方頻道的收視資料，YouTube 收視相關名詞定義與解釋請見附件。此外，公視從 2017 年第四季開始推出「公視+」服務，這是全台灣第一個推出 4K 畫質的 OTT 影音平台，提供各式優質的影音內容，本篇報告也納入「公視+」收視資料。2023 年第一季再納入公視新聞網新媒體分析表現，以期更廣泛了解公視節目觀眾的全貌。

一、頻道收視觀察

(一)公視頻道收視表現

1、季平均與月平均表現

公視頻道 2023 年第四季平均 0.10，晚間時段平均 0.23。2021 年第三季收視上升主因轉播「東京奧運」及連續劇「神之鄉」、「斯卡羅」收視佳，頻道收視明顯提升，2021 年第四季起由於疫情趨緩，平均收視回復至疫情前水準。2023 年第一、二季因播出生活劇「牛車來去」、連續劇「最佳利益 2、3」全頻道收視維持 0.13，相較於前幾季收視表現，2023 年第三季、第四季收視略為下降。

公視頻道季平均收視率

	2021 第三季	2021 第四季	2022 第一季	2022 第二季	2022 年 第三季	2022 年 第四季	2023 年 第一季	2023 年 第二季	2023 年 第三季	2023 年 第四季
頻道收視 0600-0159	0.20	0.13	0.12	0.12	0.11	0.12	0.13	0.13	0.11	0.10
晚間時段 1830-2359	0.42	0.30	0.25	0.26	0.23	0.25	0.28	0.27	0.23	0.23

公視頻道月平均，2023 年 10 月平均 0.12，11 月平均 0.09，12 月平均 0.10。晚間時段 10 月平均 0.27，11 月平均 0.18，12 月平均 0.23。

公視頻道月平均收視

年份	2022 年			2023 年											
月平均收視	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
頻道收視 (0600-0159)	0.13	0.11	0.11	0.12	0.13	0.14	0.15	0.11	0.11	0.12	0.12	0.11	0.12	0.09	0.10
晚間時段 (1830-2359)	0.28	0.22	0.24	0.24	0.29	0.30	0.34	0.23	0.23	0.24	0.23	0.22	0.27	0.18	0.23

將公視頻道收視分為週間、週末觀察。2023 年 1 月至 4 月因播出生活劇「牛車來去」，週六收視大幅提升，4 月份週六收視達 0.38。12 月週日收視上升至 0.20，主要是因為轉播「臺北最 HIGH 新年城 2024 跨年晚會」及「一字千金筆武大滙」帶動週日收視表現。

公視頻道週間與週末收視比較

	2023 年 3 月	2023 年 4 月	2023 年 5 月	2023 年 6 月	2023 年 7 月	2023 年 8 月	2023 年 9 月	2023 年 10 月	2023 年 11 月	2023 年 12 月
週間	0.09	0.10	0.10	0.09	0.09	0.11	0.09	0.10	0.08	0.08
週六	0.35	0.38	0.17	0.19	0.16	0.16	0.13	0.19	0.11	0.10
週日	0.17	0.15	0.16	0.15	0.16	0.15	0.15	0.14	0.15	0.20
平均	0.14	0.15	0.11	0.11	0.12	0.12	0.11	0.12	0.09	0.10

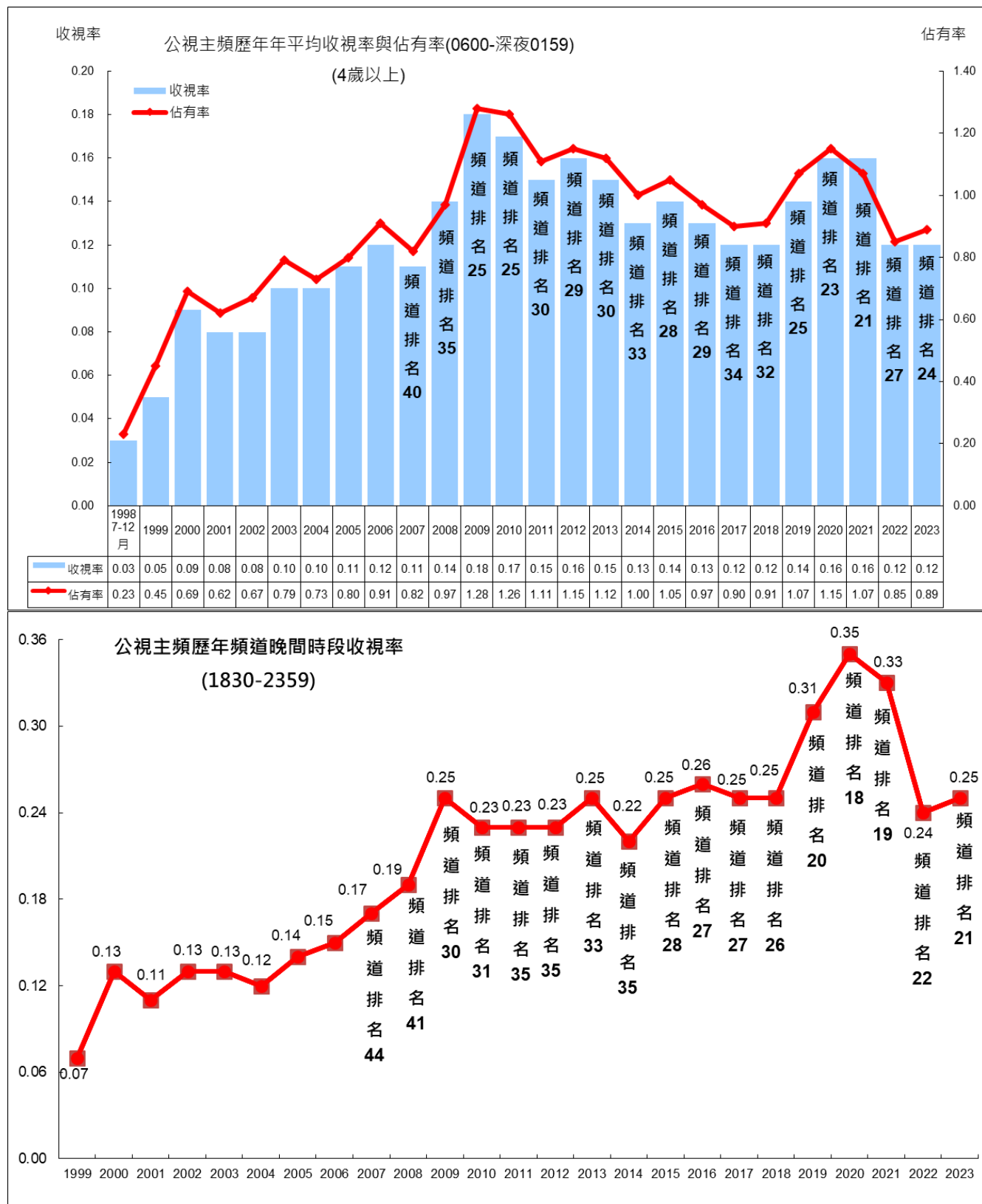
公視頻道 2023 年 10 月以週六表現較好。10 月份收視較好的節目包括特別節目「第 58 屆電視金鐘獎戲劇類頒獎典禮」平均 1.35、「第 58 屆電視金鐘獎節目類頒獎典禮」平均 0.75、「一字千金筆武大匯」平均 0.77、「杭州亞運棒球金牌戰」平均 0.70、「杭州亞運棒球超級循環賽」平均 0.62。

11 月以週日表現較好，節目類型則以益智實境節目、連續劇、生態節目及國際新聞報導表現較為突出。收視較好的節目包括「一字千金筆武大匯」平均 0.76、「人選之人造浪者」平均 0.50(10/28-11/5 週六週日播出)、「生態全紀錄我們都是靈長類」平均 0.39、「全球現場漫遊天下」平均 0.33、「生態全紀錄驚奇的野狗家族」平均 0.31。

12 月以週日收視表現較好。收視表現較好的節目包括特別節目「臺北最 HIGH 新年城 2024 跨年晚會」平均 1.36、「第 16 任總統副總統選舉副總統候選人電視政見發表會」平均 0.98、「一字千金筆武大匯」平均 0.74、「2024 總統選舉電視辯論」平均 0.52。

2、跨年收視比較

從跨年比較來看，公視頻道 2023 年平均為 0.12，頻道排名第 24 名，頻道平均與 2022 年相同，頻道排名較 2022 年提升。晚間時段(1830 至 2359 時段)平均 0.25，頻道排名第 21 名，頻道平均及排名都較去年提升。



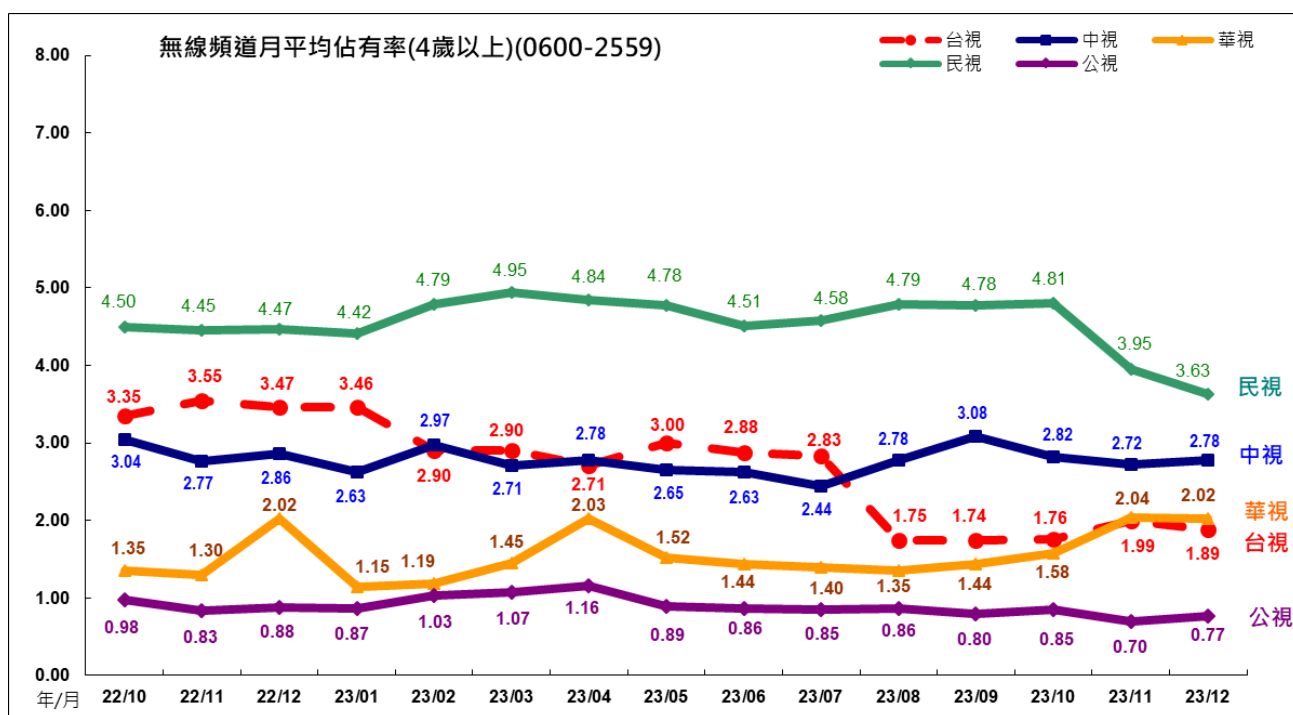
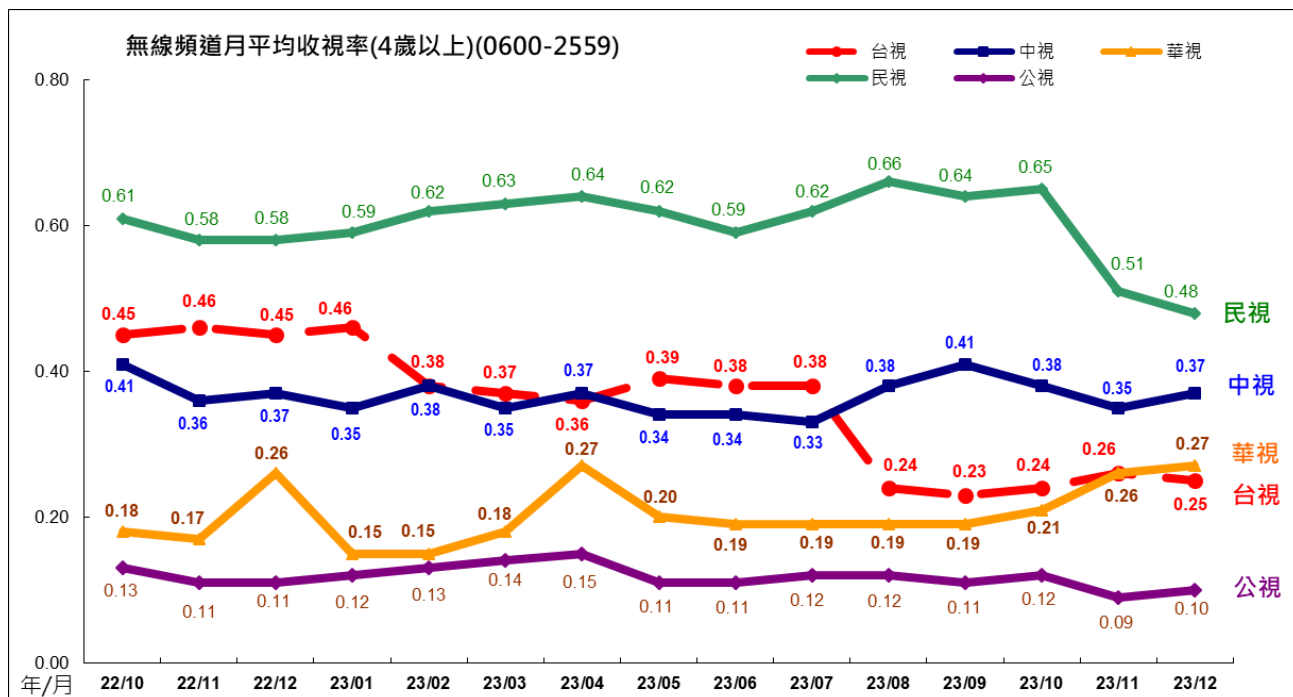
(二)無線區塊頻道收視觀察

2023 年第四季無線頻道收視，表現最佳仍為民視。民視第四季收視表現較好節目包括，特別節目「第 16 任總統副總統選舉總統候選人電視政見發表會」平均 1.89、「2024 高雄跨年晚會」平均 1.33、週間 8 點連續劇「市井豪門」平均 3.92(2023 年第三季 3.82)、「愛的榮耀」平均 2.65，綜藝節目「綜藝大集合」平均 3.20(2023 年第三季 3.46)、「全能歌手」平均 1.31(2023 年第三季 1.52)、「綜藝新時代」平均 0.95(2023 年第三季 1.11)、「豬哥亮經典秀」平均 1.06(2023 年第三季 0.94)、「鬥陣大廟埕」平均 0.79，「民視晚間新聞」平均 0.90 (2023 年第三季 0.88)，「台灣傳奇」平均 0.81(2023 年第三季 0.98)，「牛車來去」平均 0.74(2023 年第三季 0.88)。

台視 2023 年第四季期間節目收視以特別節目、連續劇、新聞、卡通及實境節目收視最高。第四季收視較好節目包括特別節目「第 60 屆金馬獎頒獎典禮」平均 3.52、「第 60 屆金馬獎星光大道」平均 1.57、「第 60 屆金馬獎星幕後花絮」平均 0.86、「台中跨年夜幸福龍來台中跨年夜」平均 0.70、「第 16 任總統副總統選舉總統候選人電視政見發表會」平均 1.24，連續劇「追分成功」平均 0.76，新聞節目「台視晚間新聞」平均 1.21(2023 年第三季 1.33)，卡通「航海王 28」平均 1.45(2023 年第三季 1.19)、「航海王總集篇」平均 1.36(2023 年第三季 0.99)，實境節目「嗨營業中 3」平均 1.14、「騎吧哈林小隊」平均 0.97(2023 年第三季 0.76)。

中視 2023 年第四季節目收視以特別節目、綜藝節目、連續劇、新聞與旅遊節目表現最好，特別節目「台灣平安人民侯康凱道造勢」平均 1.34、「總統爭霸侯康配獨家專訪」平均 1.27、「大新竹跨年晚會」平均 0.82，綜藝節目「我愛冰冰 Show」平均 2.01(2023 年第三季 2.09)、「飢餓遊戲」平均 1.36(2023 年第三季 1.37)、「綜藝玩很大」平均 1.11(2023 年第三季 1.11)，「中視新聞全球報導」平均 1.91(2023 年第三季 1.97)，連續劇「女兒大人加個賴」平均 1.50(2023 年第三季 1.34)、「開創者」平均 0.89，旅遊節目「大陸尋奇」平均 1.17(2023 年第三季 0.95)，益智綜藝節目「全民星攻略」平均 0.83(2023 年第三季 0.66)。

華視 2023 年第四季收視較佳節目包括特別節目「2024 麗寶跨年演唱會」平均 0.45、「亞錦棒球看華視--中華 VS 日本」平均 0.98、「中華 VS 菲律賓」平均 0.79、「中華 VS 韓國」平均 0.71、「中華 VS 香港」平均 0.47、「巴勒 VS 中華」平均 0.45，連續劇「阿叔」平均 1.16，卡通「新名偵探柯南」平均 1.11(2023 年第三季 1.13)、「名偵探柯南」平均 1.10(2023 年第三季 0.97)、「新哆啦 A 夢」平均 0.61(2023 年第三季 0.62)、「烏龍派出所」平均 0.46(2023 年第三季 0.47)，綜藝節目「天才衝衝衝」平均 0.95(2023 年第三季 0.84)，「華視晚間新聞」平均 0.55(2023 年第三季 0.53)，實境節目「花甲少年趣旅行」平均 0.49(2023 年第三季 0.58)、「我們這一攤」平均 0.68(2023 年第三季 0.43)。



(三)第四季其他頻道收視觀察

2023 年第四季頻道第一名為 TVBS 新聞台，平均 0.64；第二名為三立新聞，平均 0.59；第三名為東森新聞，平均 0.55。無線頻道部份，民視平均 0.55，排名第 4 名，收視及排名皆較前一季下降；台視平均 0.25，排名第 11 名，收視及排名皆較前一季下降；中視平均 0.37，排名第 7 名，排名與收視與前一季同；華視平均 0.25，排名第 12 名，收視及排名皆較前一季上升；公視頻道平均 0.10，排名第 26 名，收視較前一季下降，但排名較前一季上升。

2023 年第三季與第四季頻道收視與排名比較(資料期間 0600 至深夜 0159 時段)

2023 年第三季					2023 年第四季				
排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率	排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率
1	TVBS 新聞台	0.69	148.8	5.09	1	TVBS 新聞台	0.64	137.9	4.84
2	FTV/民視	0.64	137.9	4.72	2	三立新聞	0.59	127.4	4.47
3	東森新聞	0.55	119.4	4.08	3	東森新聞	0.55	118.3	4.15
4	三立新聞	0.53	113.1	3.87	4	FTV/民視	0.55	118.0	4.14
5	民視新聞	0.49	105.0	3.59	5	民視新聞	0.50	107.8	3.78
6	三立台灣	0.49	104.6	3.58	6	三立台灣	0.48	104.2	3.65
7	CTV/中視	0.37	80.7	2.76	7	CTV/中視	0.37	79.2	2.78
8	非凡新聞	0.29	62.1	2.12	8	TVBS	0.33	70.4	2.47
9	TTV/台視	0.29	61.7	2.11	9	年代新聞台	0.31	66.8	2.34
10	年代新聞台	0.28	60.0	2.05	10	非凡新聞	0.26	56.3	1.98
11	TVBS	0.27	57.2	1.96	11	TTV/台視	0.25	53.5	1.88
12	東森財經新聞台	0.19	41.8	1.43	12	CTS/華視	0.25	53.4	1.87
13	CTS/華視	0.19	40.9	1.40	13	東森財經新聞台	0.20	42.5	1.49
14	中視新聞台	0.19	40.1	1.37	14	中視新聞台	0.18	39.5	1.39
15	GTV 戲劇台	0.18	39.8	1.36	15	壹新聞	0.17	37.6	1.32
16	壹新聞	0.18	39.3	1.34	16	GTV 戲劇台	0.16	33.8	1.18
17	華視新聞資訊台	0.14	31.1	1.06	17	緯來體育	0.16	33.7	1.18
18	YOYO	0.14	30.6	1.05	18	華視新聞資訊台	0.14	30.9	1.08
19	東森綜合	0.14	30.4	1.04	19	緯來日本	0.14	30.6	1.07
20	東森戲劇台	0.13	28.3	0.97	20	東森綜合	0.14	30.5	1.07
21	緯來日本	0.13	28.2	0.97	21	東森戲劇台	0.13	27.5	0.96
22	緯來體育	0.13	27.7	0.95	22	衛視電影	0.12	25.5	0.90
23	中天娛樂台	0.12	26.6	0.91	23	YOYO	0.12	25.5	0.89
24	緯來電影台	0.12	26.2	0.90	24	三立都會	0.12	24.9	0.87
25	衛視中文	0.12	26.1	0.89	25	中天娛樂台	0.11	23.6	0.83

2023 年第三季					2023 年第四季				
排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率	排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率
26	台視新聞台	0.12	25.4	0.87	26	PTV/公共電視	0.10	22.1	0.78
27	東森電影	0.12	24.8	0.85	27	超級電視	0.10	21.7	0.76
28	PTV/公共電視	0.11	24.5	0.84	28	台視新聞台	0.10	21.7	0.76
29	衛視電影	0.11	24.0	0.82	29	東森電影	0.10	20.9	0.73
30	三立都會	0.11	23.3	0.80	30	緯來戲劇台	0.10	20.6	0.72
31	緯來育樂台	0.10	22.1	0.76	31	緯來育樂台	0.09	19.6	0.69
32	TVBS 歡樂台	0.10	20.8	0.71	32	衛視中文	0.09	19.4	0.68
33	Cartoon network	0.09	19.8	0.68	33	緯來綜合	0.09	19.1	0.67
34	緯來戲劇台	0.09	19.7	0.67	34	緯來電影台	0.09	19.1	0.67
35	超級電視	0.09	18.9	0.65	35	GTV 第一台	0.08	17.9	0.63
36	MOMO 親子台	0.09	18.7	0.64	36	TVBS 歡樂台	0.08	16.6	0.58
37	緯來綜合	0.09	18.7	0.64	37	Cartoon network	0.08	16.2	0.57
38	GTV 第一台	0.08	17.5	0.60	38	中天綜合台	0.07	16.0	0.56
39	中天綜合台	0.08	17.4	0.60	39	台視財經台	0.07	15.9	0.56
40	東森洋片台	0.08	17.3	0.59	40	三立財經台	0.07	15.9	0.56
41	台視財經台	0.08	16.4	0.56	41	東森洋片台	0.07	15.2	0.53
42	HBO 電影	0.07	15.3	0.52	42	MUCH	0.07	15.1	0.53
43	三立財經台	0.07	15.2	0.52	43	MOMO 親子台	0.07	14.9	0.52
44	MUCH	0.07	14.1	0.48	44	HBO 電影	0.07	14.6	0.51
45	GTV 綜合台	0.06	13.5	0.46	45	GTV 綜合台	0.06	13.5	0.47
46	Star Movies Gold	0.06	13.4	0.46	46	Star Movies Gold	0.06	12.4	0.43
47	好萊塢電影	0.06	12.8	0.44	47	大愛電視	0.05	11.7	0.41
48	LS Time 電影台	0.05	11.2	0.38	48	好萊塢電影	0.05	11.7	0.41
49	大愛電視	0.05	11.1	0.38	49	高點綜合台	0.05	11.0	0.39
50	高點綜合台	0.05	11.1	0.38	50	LS Time 電影台	0.05	9.9	0.35
51	東風衛視	0.04	9.6	0.33	51	JET 綜合台	0.05	9.7	0.34
52	Cinemax 電影	0.04	9.5	0.32	52	民視第一台	0.04	8.8	0.31
53	民視第一台	0.04	9.2	0.31	53	Cinemax 電影	0.04	8.2	0.29
54	JET 綜合台	0.04	9.1	0.31	54	動物星球	0.04	7.9	0.28
55	動作頻道	0.04	8.8	0.30	55	東風衛視	0.04	7.6	0.27
56	ELEVEN 體育二台	0.04	8.4	0.29	56	動作頻道	0.03	7.5	0.26
57	動物星球	0.04	8.2	0.28	57	國興衛視	0.03	7.1	0.25
58	MOMO 綜合台	0.03	6.4	0.22	58	ELEVEN 體育二台	0.03	6.5	0.23
59	Z/全日通	0.03	6.2	0.21	59	Z/全日通	0.03	6.3	0.22
60	ELEVEN 體育一台	0.03	6.0	0.21	60	DISCV/探索頻道	0.03	5.7	0.20
61	探索頻道	0.03	5.6	0.19	61	ELEVEN 體育一台	0.02	5.4	0.19
62	國興衛視	0.03	5.5	0.19	62	中視菁采台	0.02	4.4	0.15

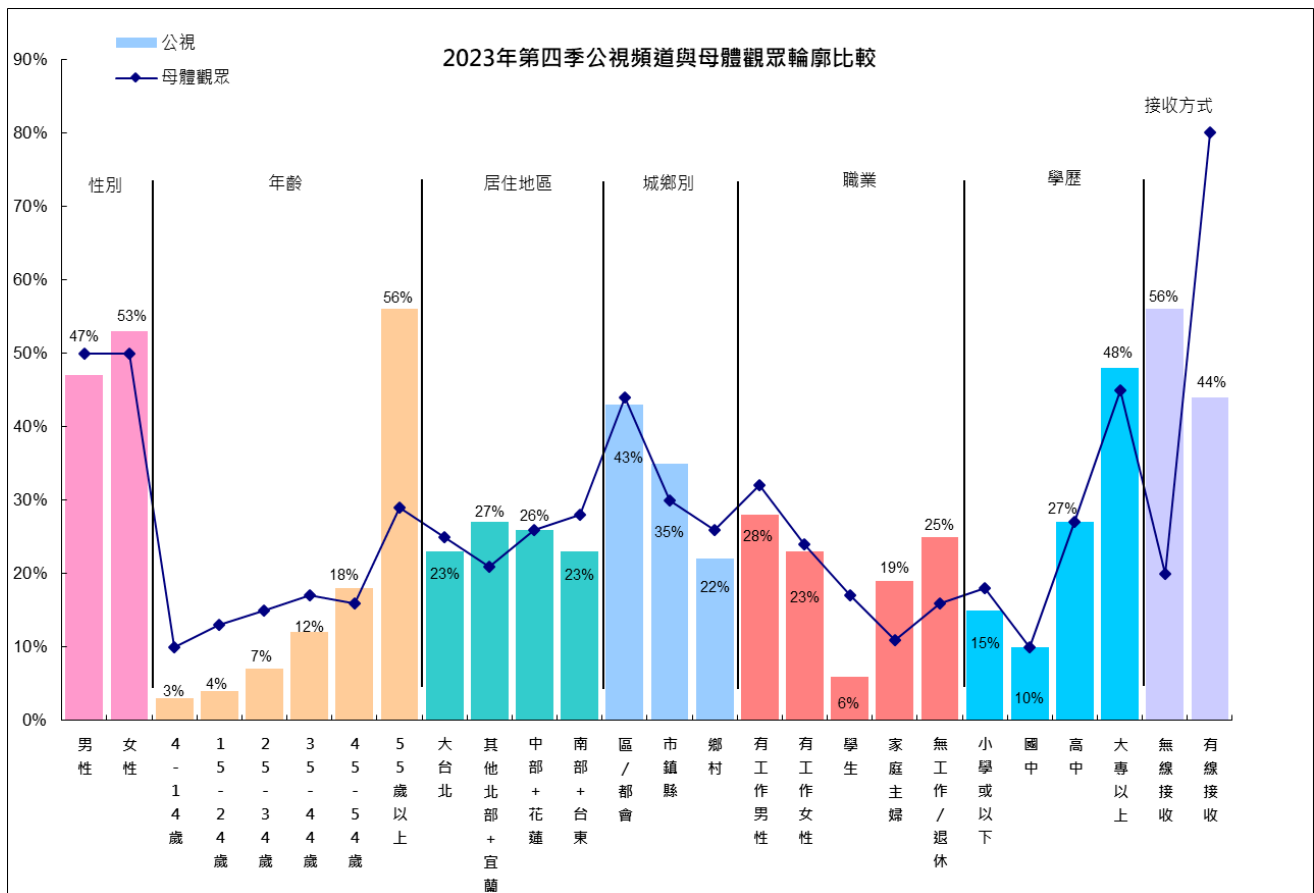
2023 年第三季					2023 年第四季				
排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率	排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率
63	中視菁采台	0.02	5.1	0.17	63	台視綜合台	0.02	4.1	0.15
64	台視綜合台	0.02	5.0	0.17	64	中視經典台	0.02	3.9	0.14
65	Star World	0.02	4.4	0.15	65	國家地理頻道	0.02	3.9	0.14
66	國家地理頻道	0.02	4.3	0.15	66	MOMO 綜合台	0.02	3.9	0.14
67	ANIMAX	0.02	4.2	0.14	67	Star World	0.02	3.8	0.13
68	民視台灣台	0.02	4.0	0.14	68	非凡商業	0.02	3.7	0.13
69	中視經典台	0.02	3.9	0.13	69	民視台灣台	0.02	3.4	0.12
70	非凡商業	0.02	3.7	0.13	70	旅遊生活頻道	0.02	3.3	0.12
71	旅遊生活頻道	0.01	3.0	0.10	71	ANIMAX	0.01	2.7	0.10
72	音樂電視	0.01	1.3	0.04	72	鏡新聞	0.01	2.0	0.07
73	鏡新聞	0.01	1.1	0.04	73	音樂電視	0.00	1.0	0.04
74	GTV 娛樂台	0.00	0.7	0.02	74	GTV 娛樂台	0.00	0.7	0.03
75	HBO HD	0.00	0.4	0.02	75	HBO HD	0.00	0.4	0.01
76	華視國會 1 台	0.00	0.1	0.00	76	華視國會 2 台	0.00	0.1	0.00
77	華視國會 2 台	0.00	0.1	0.00	77	華視國會 1 台	0.00	0.1	0.00
	All Channel	13.58	2924.1	100.00		All Channel	13.24	2851.0	100.00

二、公視頻道整體觀眾輪廓比較

公視頻道 2023 年第四季觀眾輪廓，性別以女性較多，年齡集中在 55 歲以上，居住地集中在其他北部加宜蘭及中部加花蓮，都會區，職業以有工作男性、無工作退休者比例較高，學歷則集中在大專以上，56%觀眾來自無線收看。

(一) 第四季公視頻道觀眾輪廓與母體比較

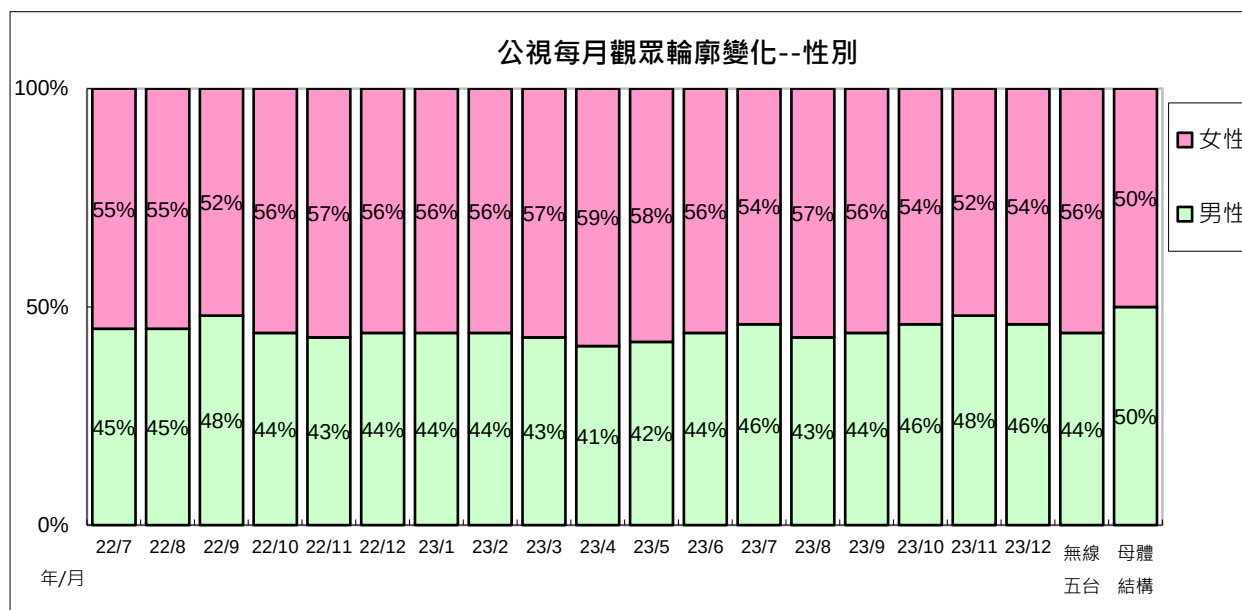
- 1、性別：公視頻道觀眾以女性較多，佔 53%，高於母體比例分佈。
- 2、年齡：公視 45-54 歲觀眾比例與母體結構相近，44 歲以下觀眾比例低於母體觀眾結構，55 歲以上佔 56%，比例最高。
- 3、地區：公視觀眾的居住地區比例分佈，以其他北部加宜蘭比例最高，佔 27%，其次為中部加花蓮，佔 26%。
- 4、城鄉：公視的觀眾市鎮縣佔 35%，比例高於母體觀眾結構。都會區佔 43%，與母體結構相近。鄉村佔 22%，比例低於母體觀眾結構。
- 5、職業：公視的家庭主婦、無工作退休族群，比例高於母體結構。有工作女性與母體結構接近。有工作男性及學生比例低於母體結構。
- 6、教育程度：公視觀眾教育程度分佈與母體比例相近，其中大專以上比例最高。
- 7、接收方式：公視的無線接收觀眾佔 56%，高於母體觀眾結構。



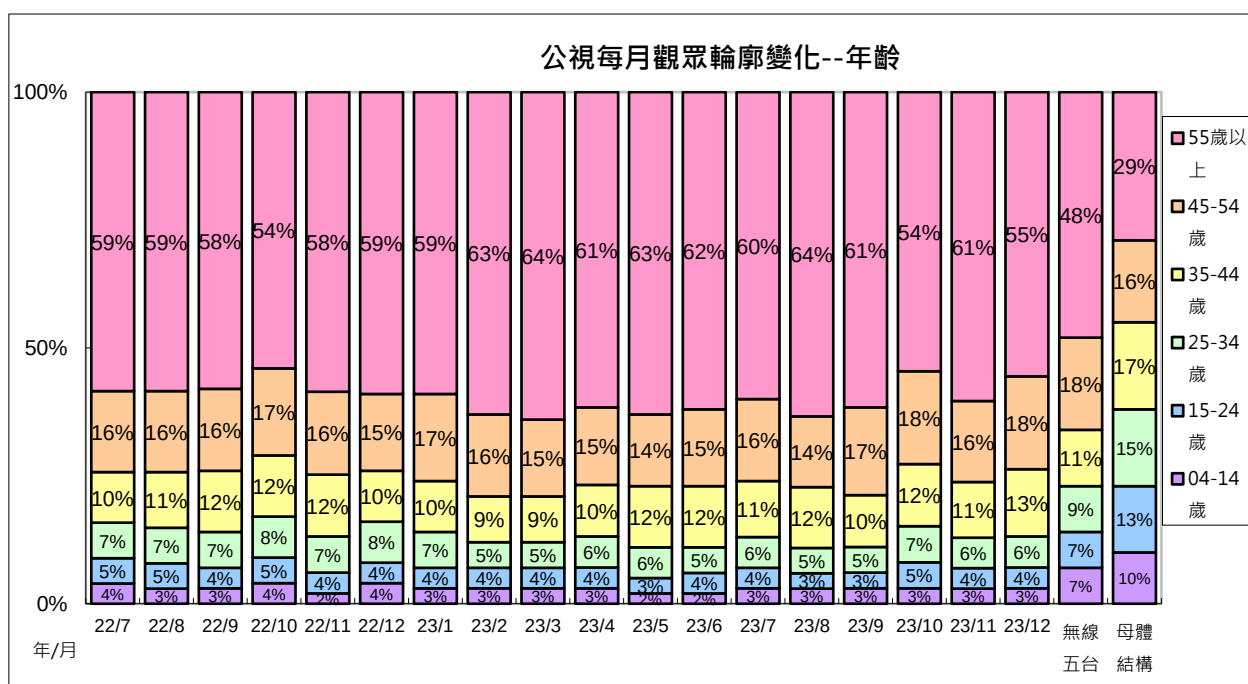
(二)公視頻道各月份觀眾輪廓比較

公視頻道的觀眾輪廓變化，主要在於寒暑假期間 4 至 14 歲、學生觀眾有增加情形，另外，特定節目的播出，例如連續劇、熱門運動賽事等，也會對觀眾輪廓產生影響。各月份的變化詳述如下：

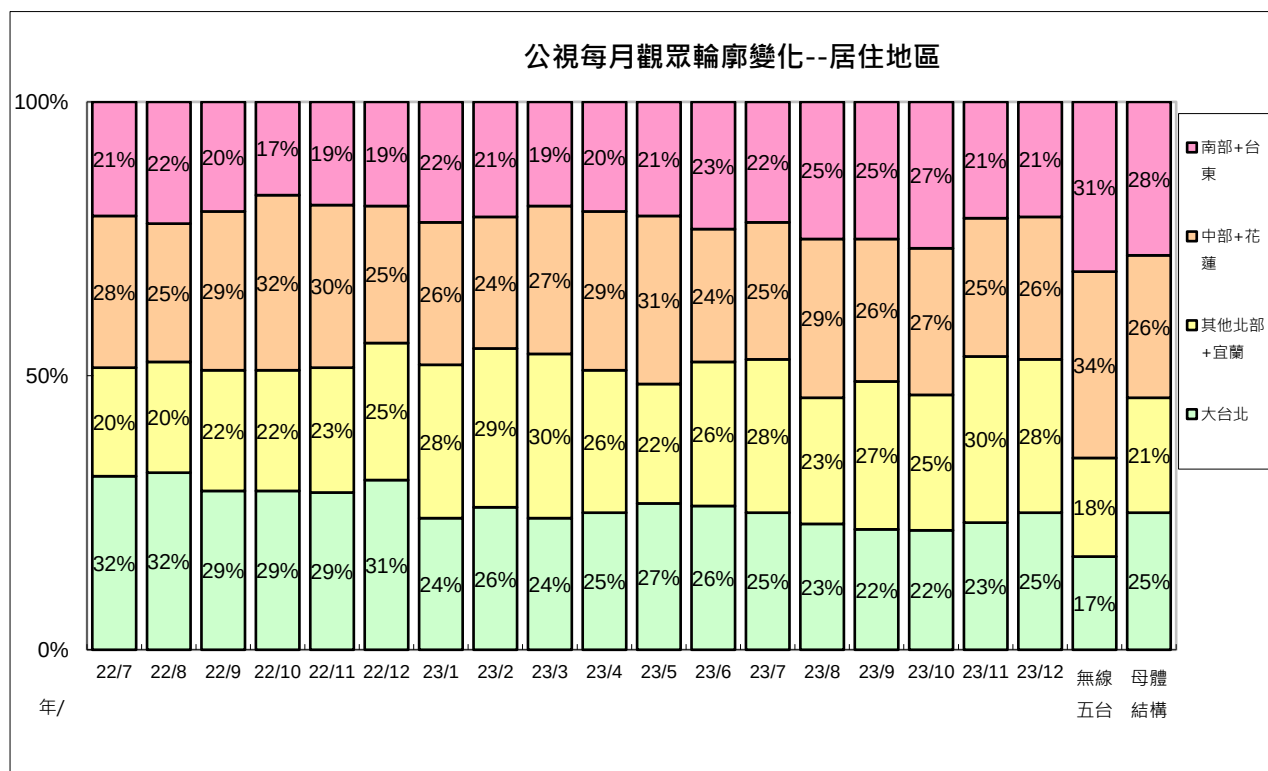
- 1、性別：公視觀眾男女比例約維持在 50% 上下，呈現女性多於男性的比例分佈。2023 年 11 月男性觀眾比例上升，主要是受益智實境節目、連續劇、生態全紀錄及棒球轉播的影響。



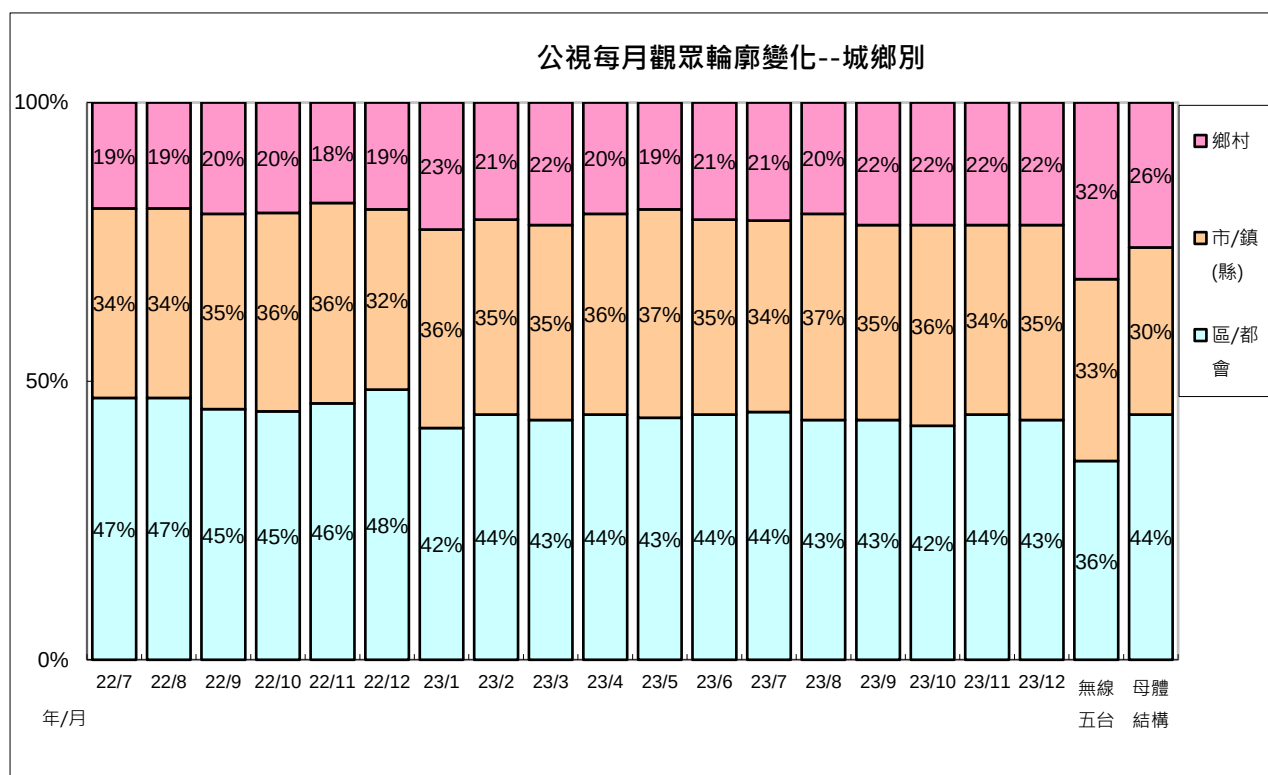
- 2、年齡：45 歲以上觀眾為公視頻道主要收視年齡層。2023 年 10 月受金鐘獎轉播、棒球賽影響，45-54 歲觀眾比例上升，12 月受跨年特別節目、選舉政見發表會影響，35-54 歲觀眾比例上升。



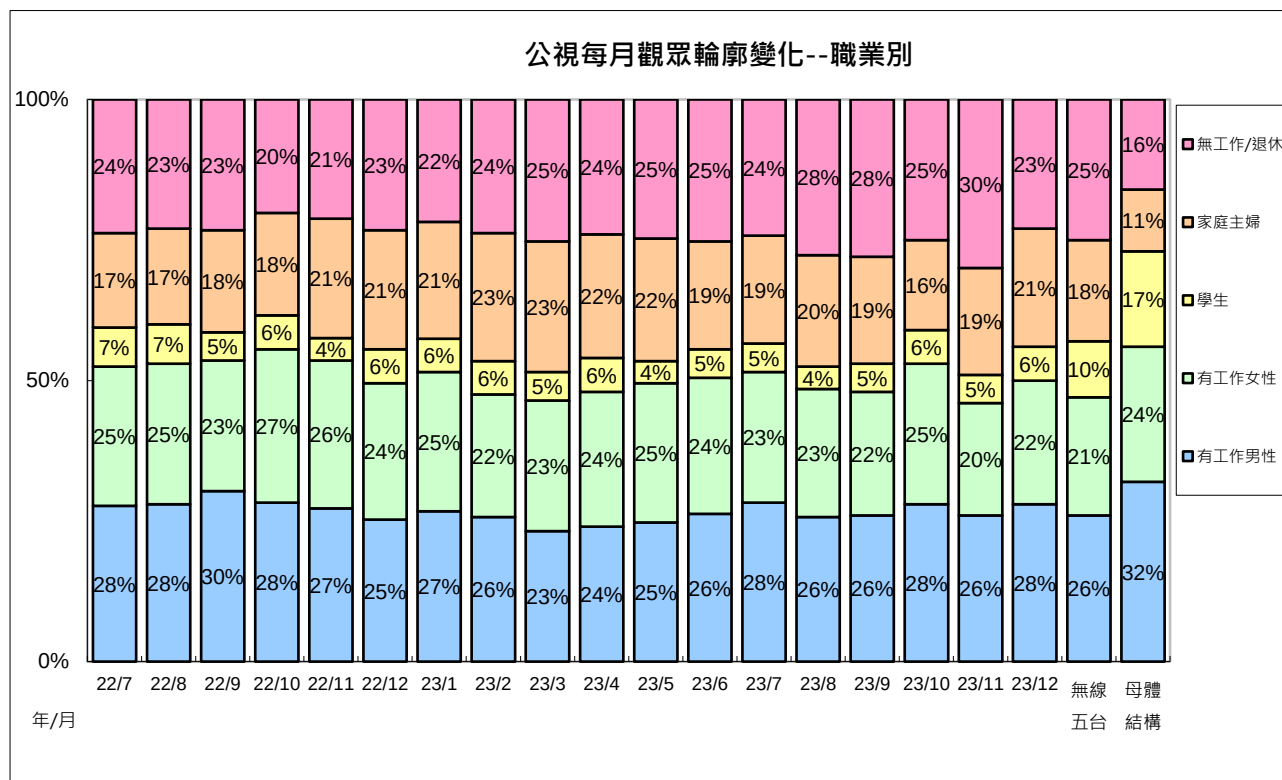
3、地區：公視觀眾居住地區，2023 年 10 月受金鐘獎轉播及棒球賽影響，南部加台東比例上升，11 月受連續劇「人選之人-造浪者」及益智實境節目「一字千金」影響，其他北部加宜蘭比例上升。



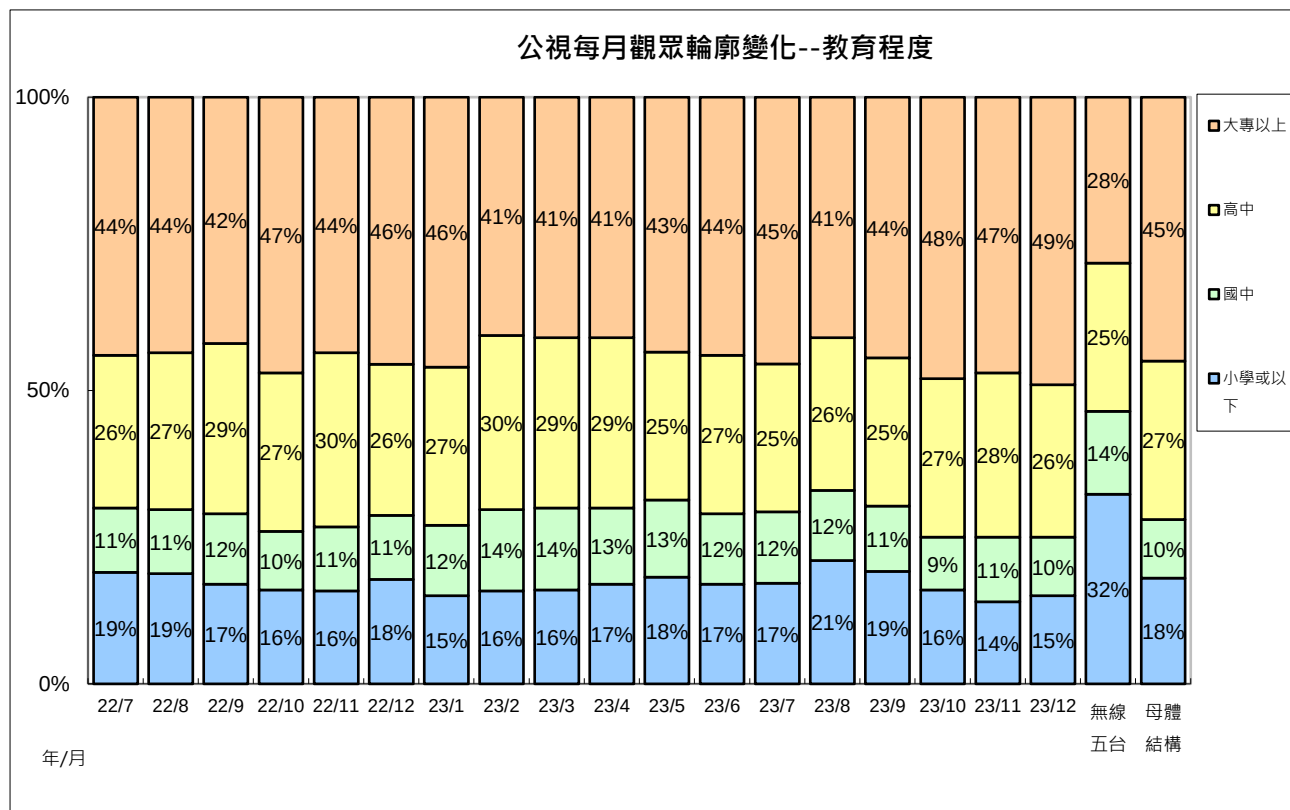
4、城鄉：2023 年 11 月受益智實境節目「一字千金」影響，都會區比例上升。



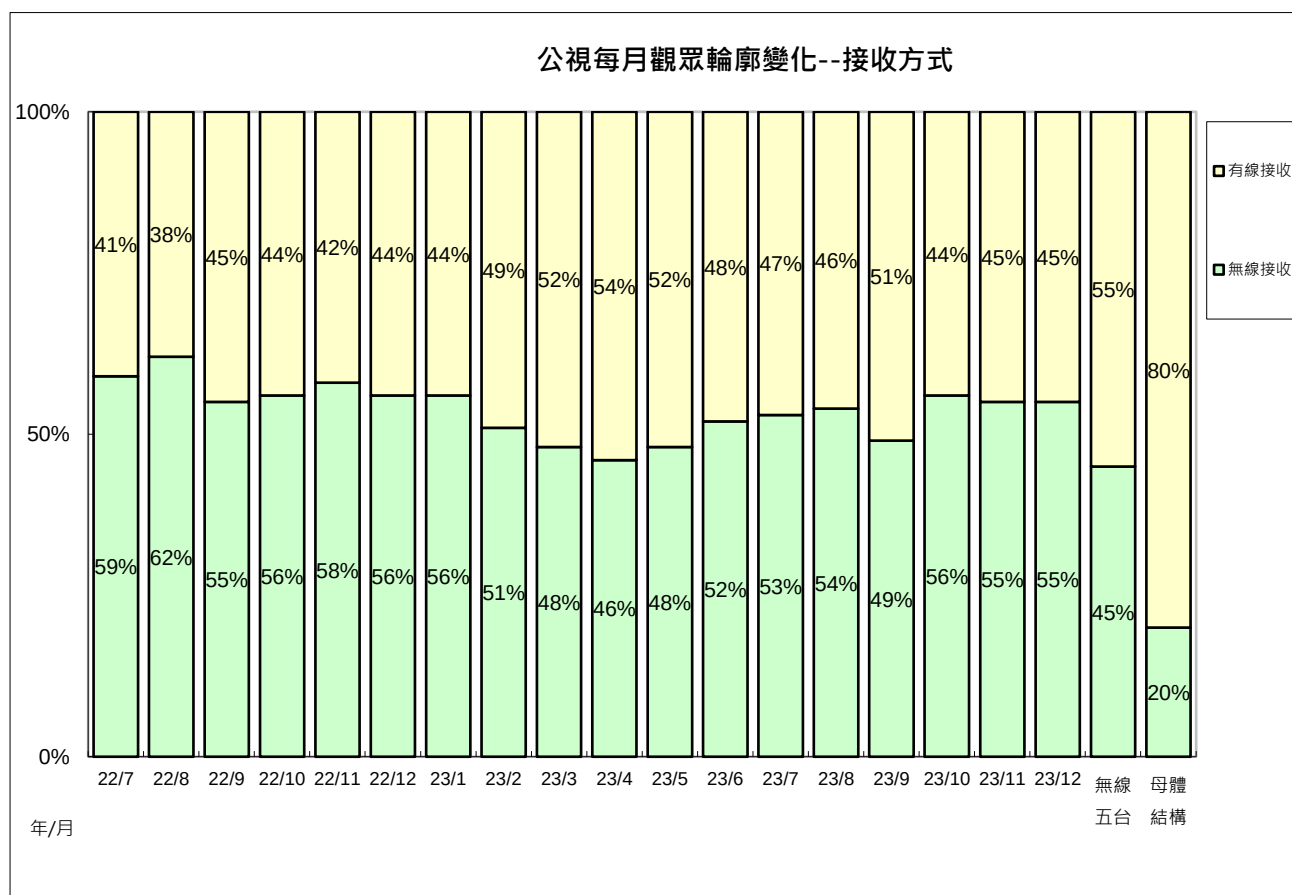
5、職業：2023 年 11 月受週六連續劇「人選之人-造浪者」、「一字千金筆武大滙」及單元劇影響，無工作及退休族群比例增加。



6、教育程度：公視觀眾教育程度以大專以上的比例較高。2023 年第四季受跨年特別節目、金鐘獎頒獎典禮、棒球轉播及總統選舉政見發表會轉播影響，大專以上收看比例增加。



7、接收方式：公視來自有線接收觀眾比例維持在 40%上下。2023 年第四季受跨年特別節目、金鐘獎頒獎典禮、棒球轉播及總統選舉政見發表會轉播影響，無線觀眾比例上升。

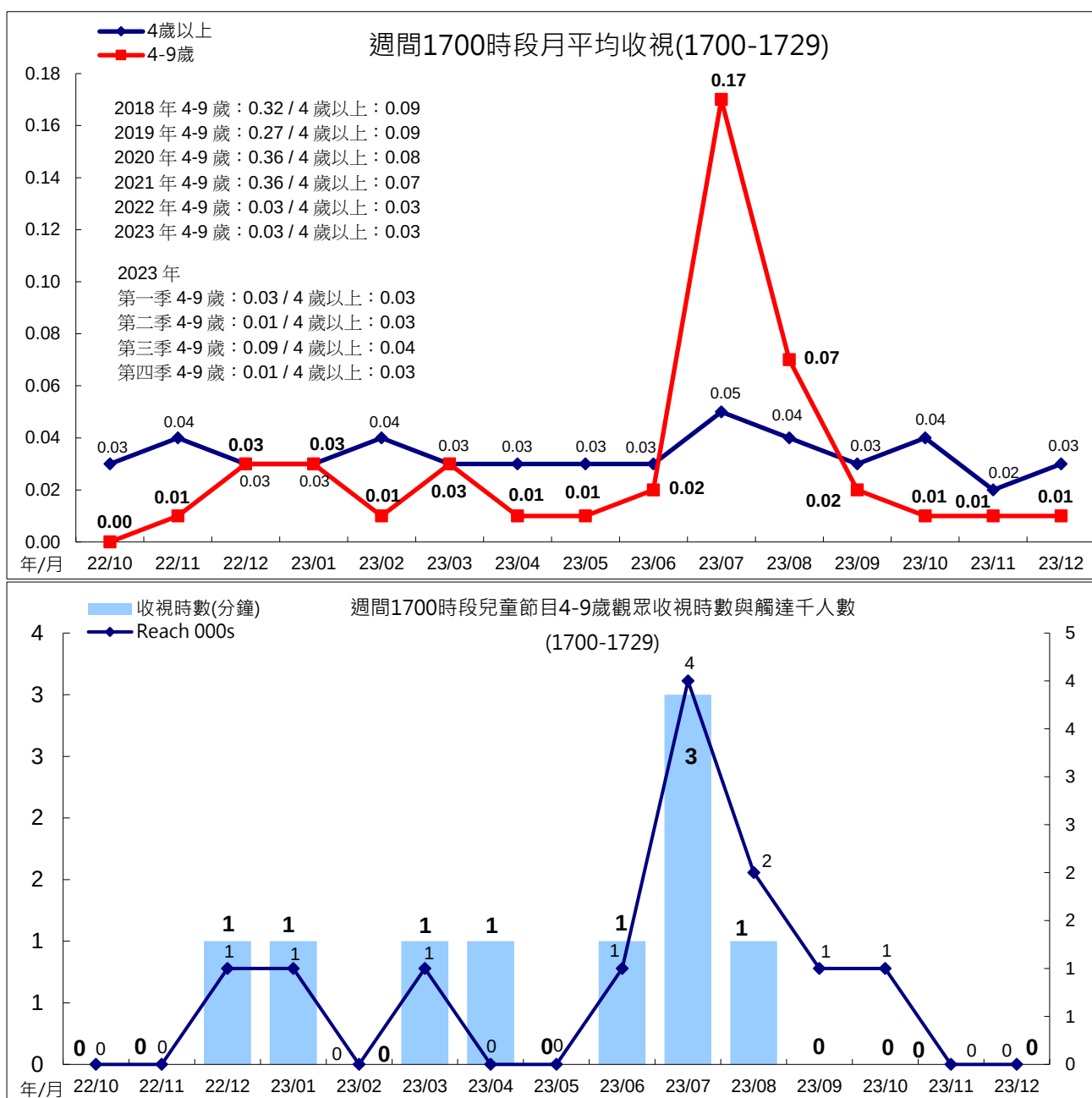


三、公視兒童時段節目收視

(一)1700 兒童時段

1700 兒童外片時段 4 至 9 歲目標觀眾收視，2023 年 10 月、11 月、12 月平均皆為 0.01。4 歲以上觀眾收視 10 月平均 0.04，11 月平均 0.02，12 月平均 0.03。跨年比較，目標觀眾收視 2011 年至 2023 年分別為 0.62、0.85、0.92、0.68、0.50、0.39、0.29、0.32、0.27、0.36、0.36，0.03，0.03。2023 年第一季平均 0.03，第二季平均 0.01，第三季平均 0.09，第四季平均 0.01。

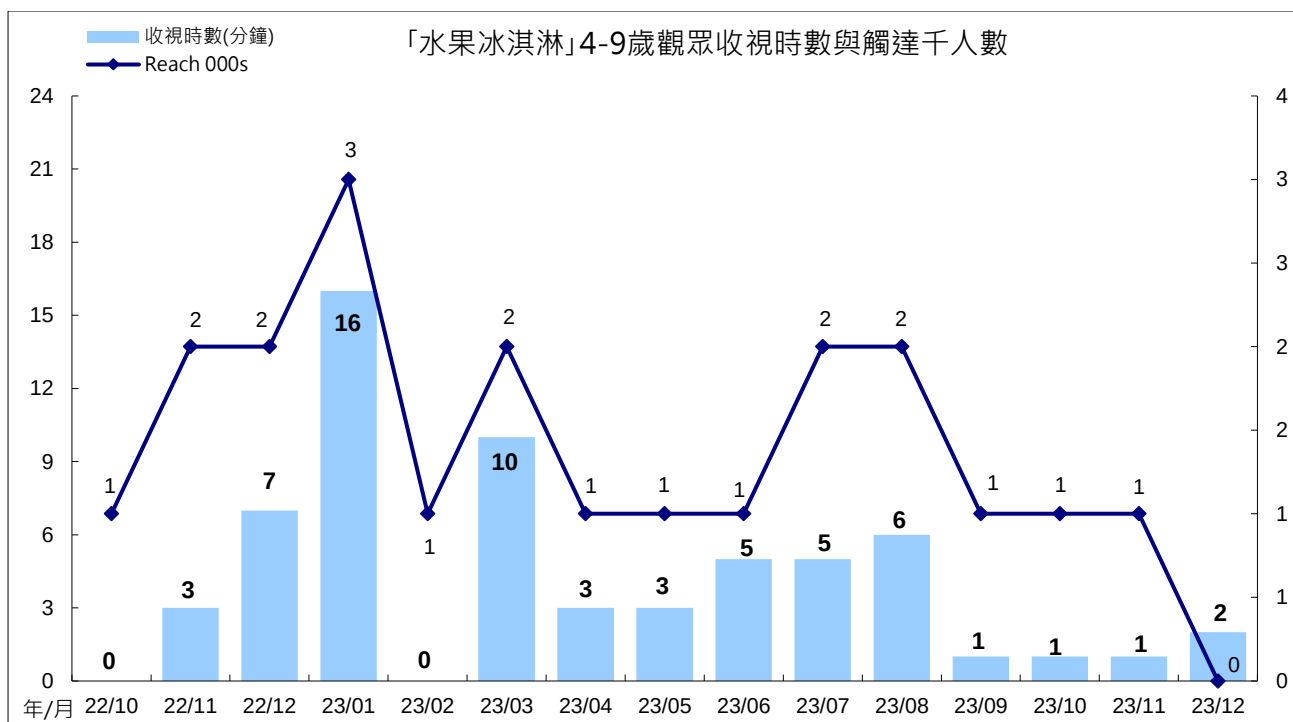
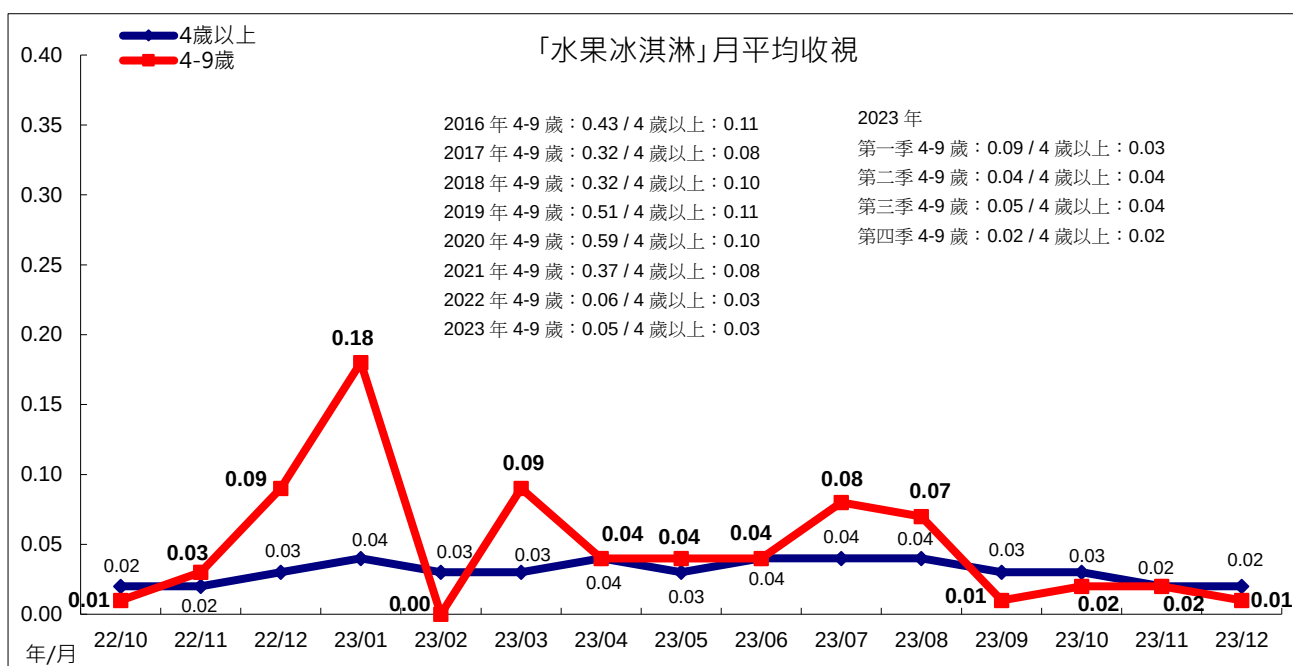
1700 時段兒童外片目標觀眾收視，2023 年第四季，收視時數及觸達人數皆下降，月平均也跟著下降。



(二)1730 學齡前兒童時段

「水果冰淇淋」4至9歲目標觀眾收視，2023年10月、11月平均皆為0.02，12月平均0.01。4歲以上收視，10月平均0.03，11月、12月平均皆為0.02。跨年比較，2008年至2023年目標觀眾收視平均分別為0.60、0.69、0.95、1.04、1.19、0.97、0.78、0.56、0.43、0.32、0.32、0.51、0.59、0.37、0.06、0.05。2023年第一季平均0.09，第二季平均0.04，第三季平均0.05，第四季平均0.02。

「水果冰淇淋」4至9歲目標觀眾收視，2023年第四季收視時數下降，月平均也跟著下降。

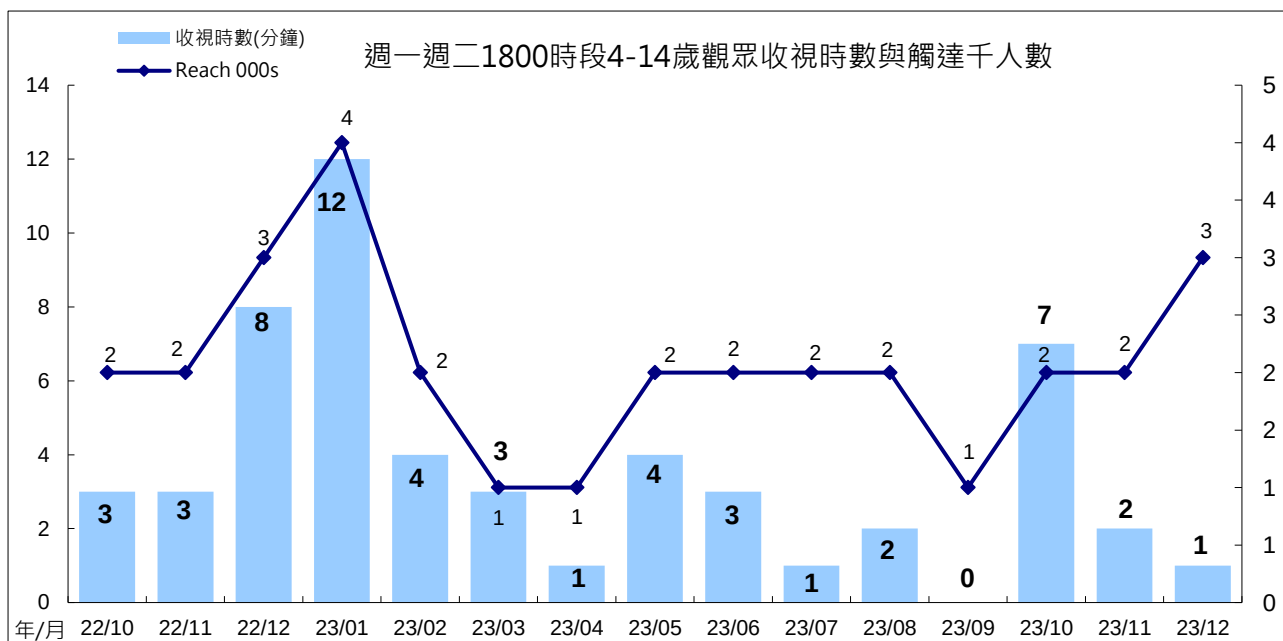
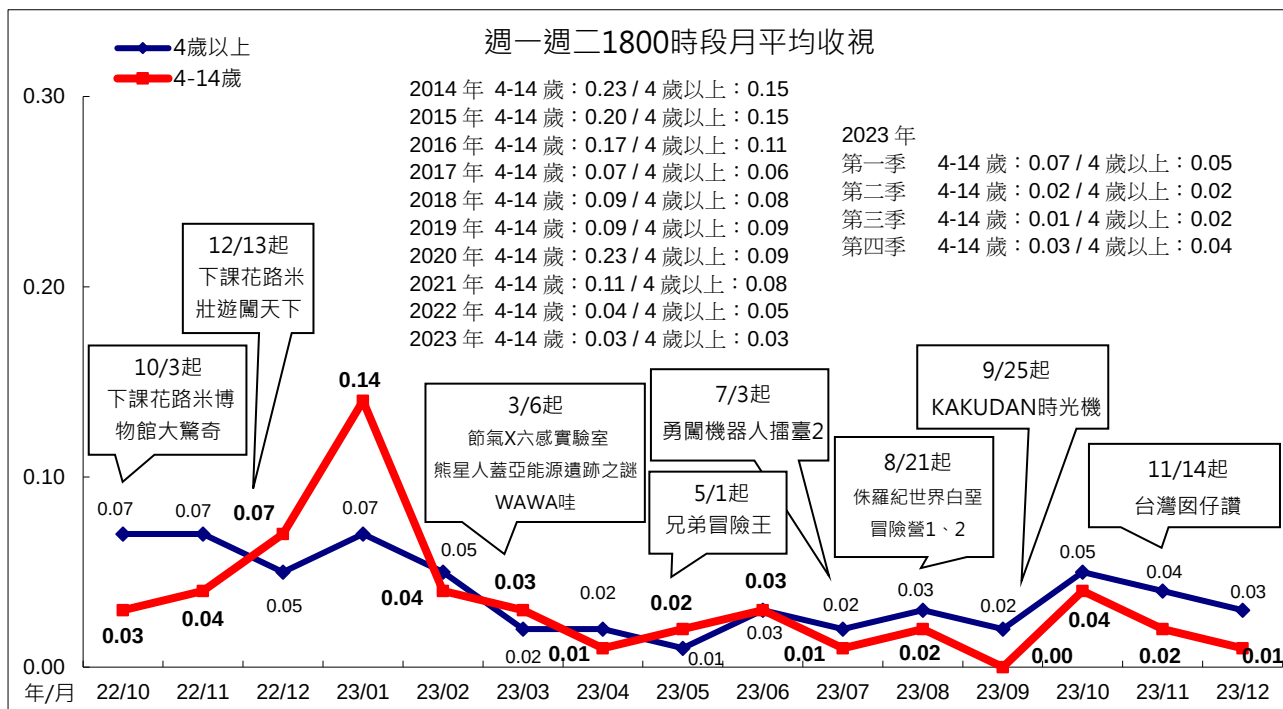


(三)1800 學齡兒童時段

1、週一週二 1800 時段

週一週二 1800 時段 4 至 14 歲目標觀眾收視，2023 年 10 月平均 0.04，11 月平均 0.02，12 月平均 0.01。4 歲以上收視 10 月平均 0.05，11 月平均 0.04，12 月平均 0.03。跨年比較，目標觀眾收視 2008 年至 2023 年平均分別為 0.35、0.25、0.36、0.32、0.36、0.35、0.23、0.20、0.17、0.07、0.09、0.09、0.23、0.11、0.04、0.03。2023 年第一季平均 0.07，第二季平均 0.02，第三季平均 0.01，第四季平均 0.03。

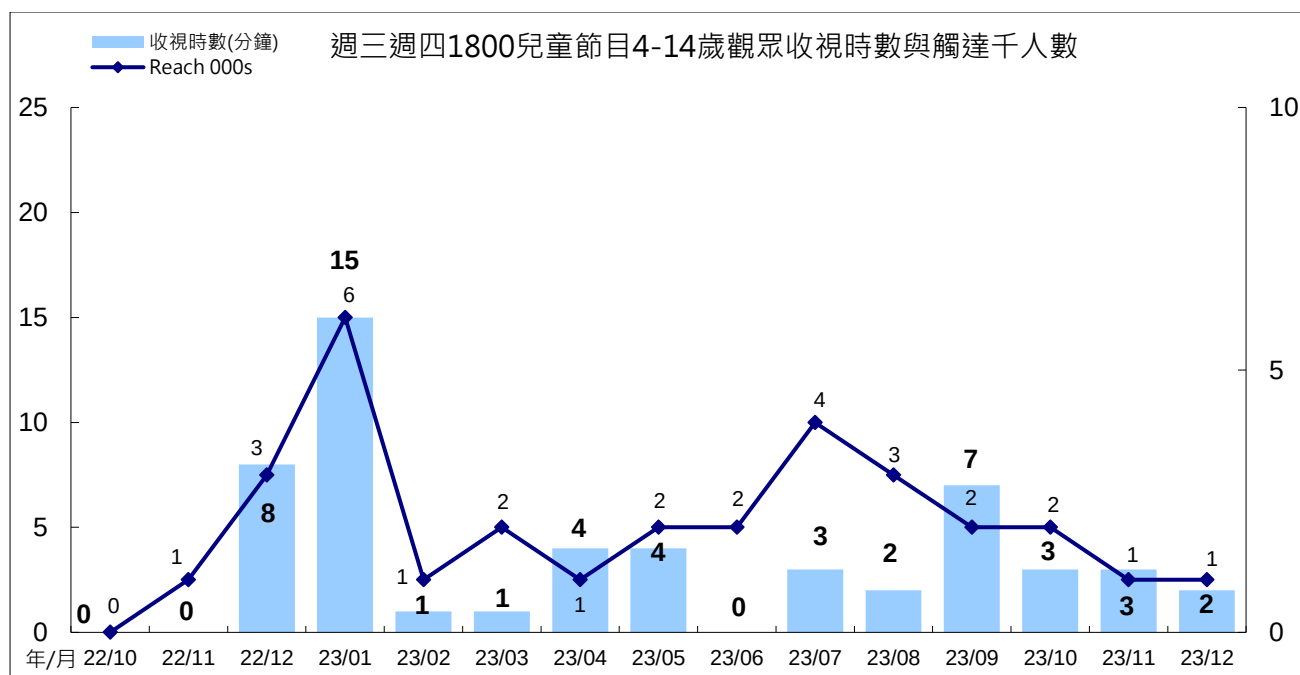
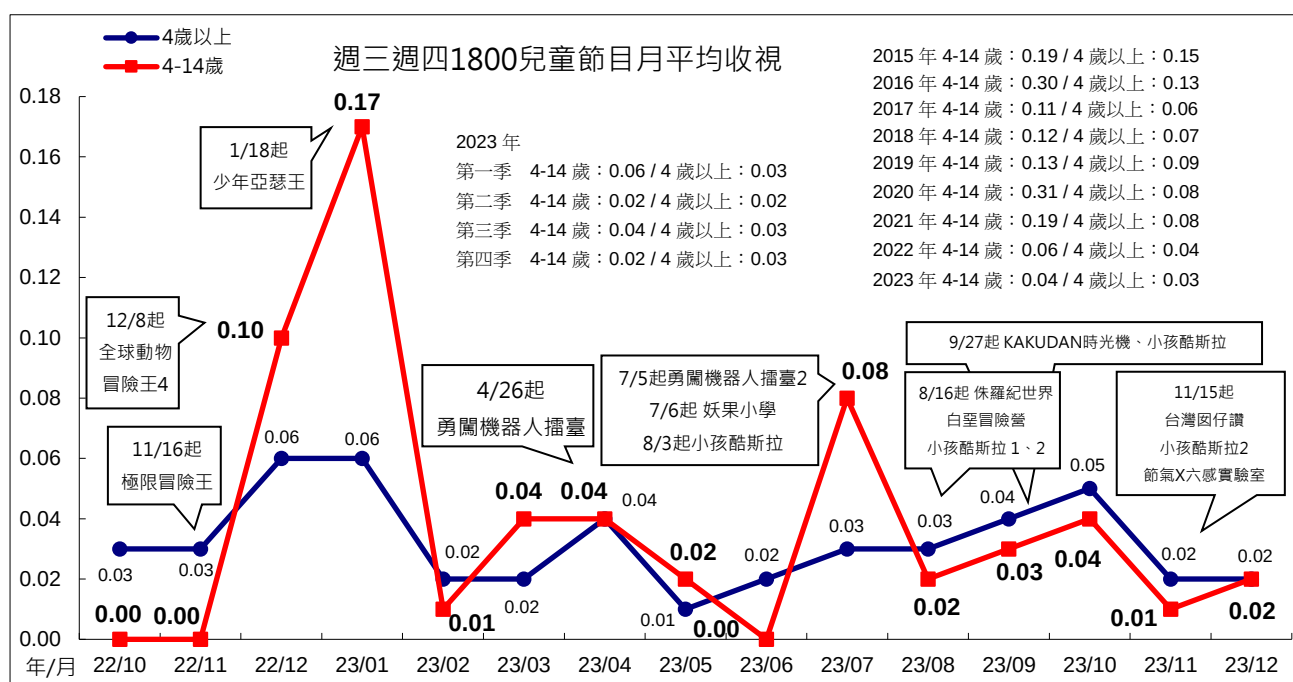
週一週二 1800 時段目標觀眾收視，2023 年 1 月適逢春節及寒假期間，收視時數及觸達人數皆上升，月平均也跟著提升。10 月收視時數上升，月平均也跟著微幅提升。



2、週三週四 1800 時段

週三週四播出的兒童節目，4 至 14 歲目標觀眾收視 2023 年 10 月平均 0.04，11 月平均 0.01，12 月平均 0.02。4 歲以上收視，10 月平均 0.05，11 月、12 月平均皆為 0.02。4 至 14 歲目標觀眾收視跨年比較，2012 年至 2023 年平均分別為 0.68、0.53、0.37、0.19、0.30、0.11、0.12、0.13、0.31、0.19、0.06、0.04。2023 年第一季平均 0.06，第二季平均 0.02，第三季平均 0.04，第四季平均 0.02。

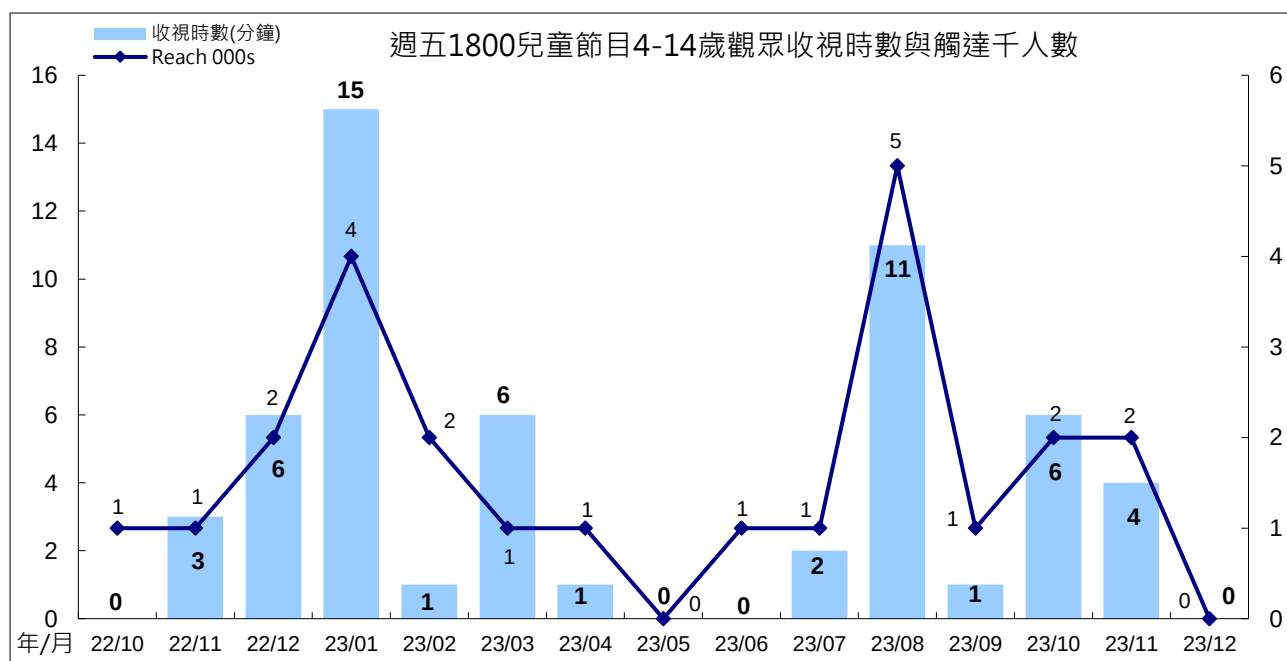
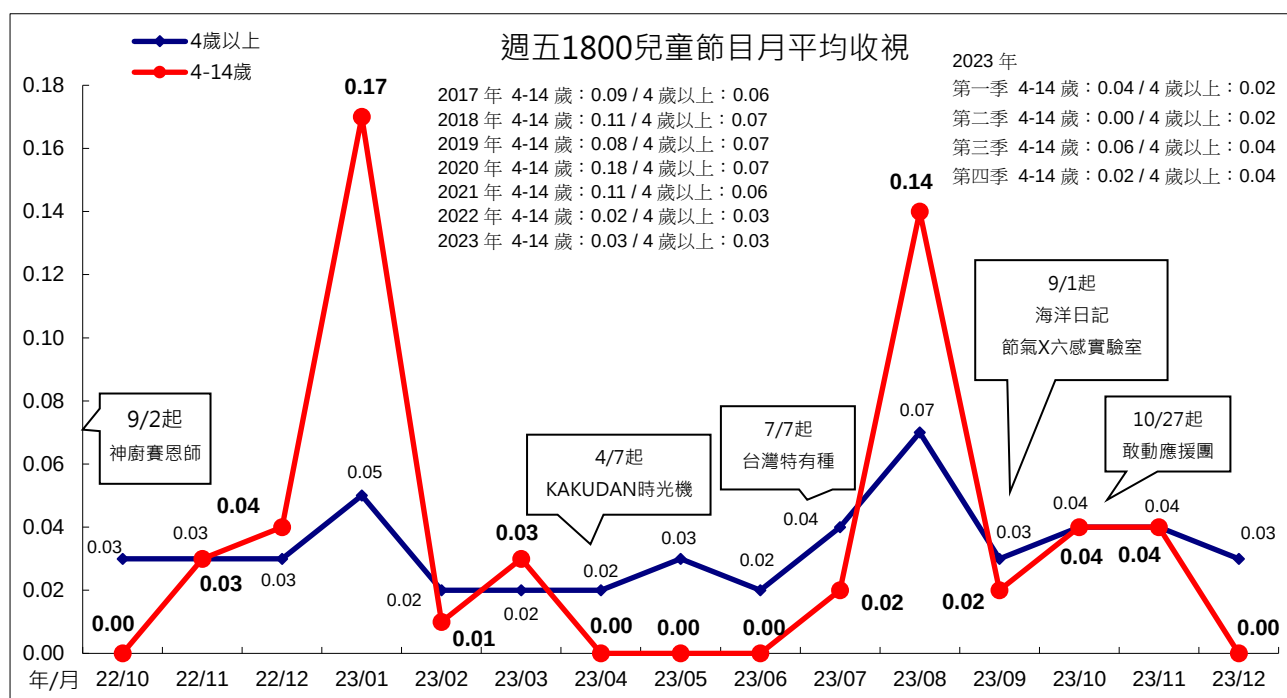
週三週四 1800 時段目標觀眾收視，2023 年 1 月適逢春節及寒假期間，收視時數及觸達人數皆上升，月平均也跟著提升。7 月受暑假效應影響，觸達人數上升，月平均因而上升。10 月至 12 月平均在 0.01 至 0.04 之間。



3、週五 1800 時段

週五 1800 兒童時段目標觀眾 4 至 14 歲收視，10 月、11 月平均皆為 0.04，12 月平均 0.00。4 歲以上收視，10 月、11 月平均皆為 0.04，12 月平均 0.03。4 至 14 歲觀眾收視跨年比較，2013 年至 2023 年分別為 0.42、0.33、0.20、0.18、0.09、0.11、0.08、0.18、0.11、0.02、0.03。2023 年第一季平均 0.04，第二季平均 0.00，第三季平均 0.06，第四季平均 0.02。

週五 1800 兒童節目 2023 年 1 月適逢春節及寒假期間，收視時數及觸達人數皆上升，月平均也跟著提升。8 月受暑假效應影響，收視時數及觸達人數上升，月平均也跟著上揚。12 月收視時數及觸達人數下降，收視因而下滑。

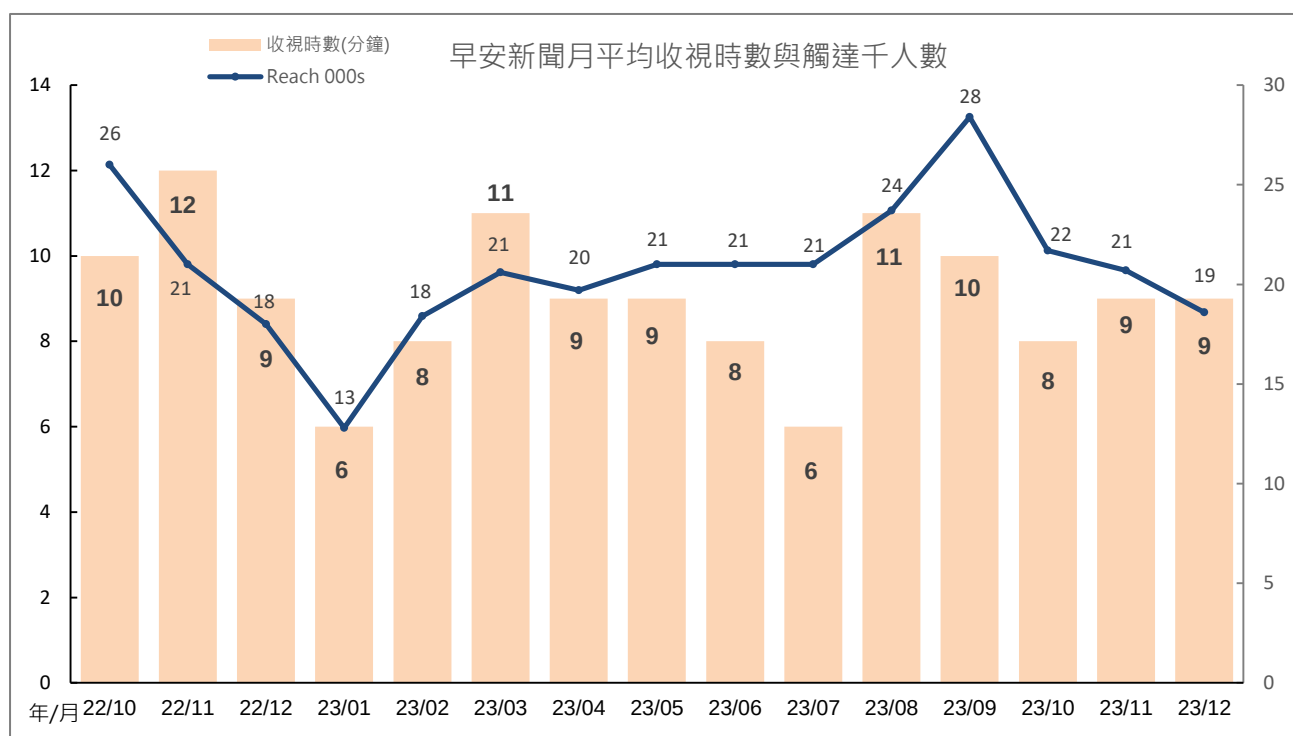
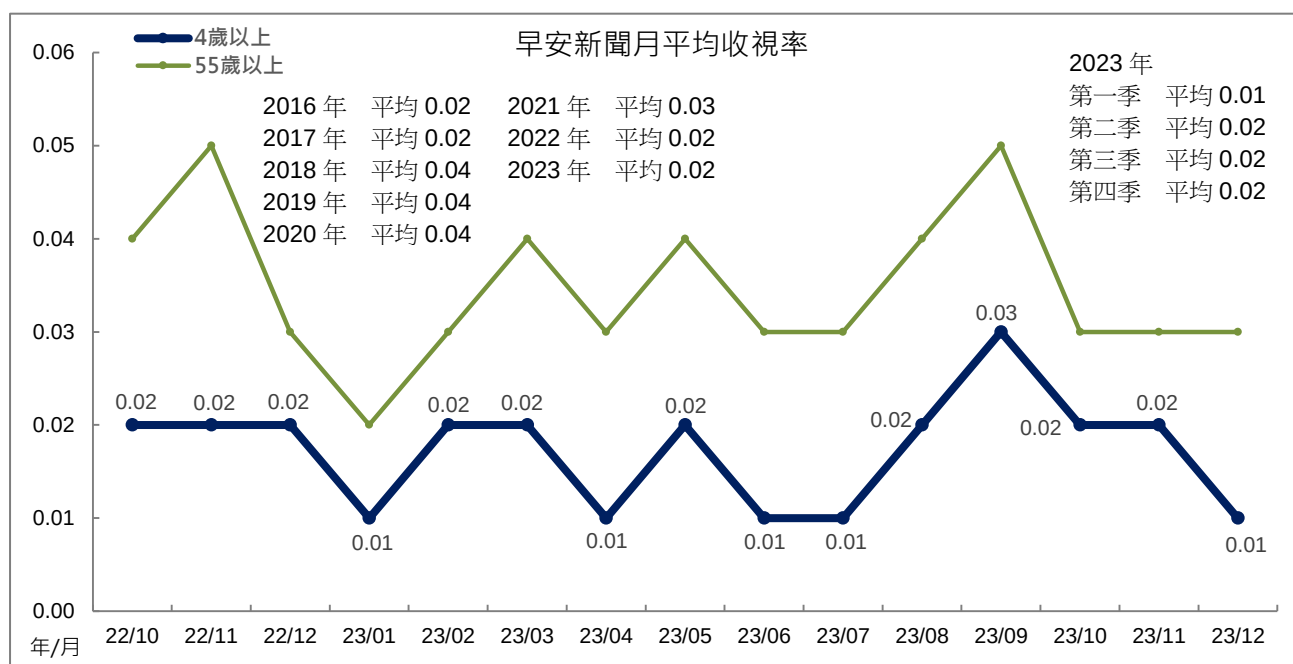


四、週間新製時段節目收視

(一)0700「早安新聞」

「早安新聞」2023年10月、11月平均皆為0.02，12月平均0.01。跨年比較，2016年至2023年平均分別為0.02、0.02、0.04、0.04、0.04、0.03、0.02、0.02。2023年第一季平均0.01，第二季、第三季、第四季平均皆為0.02。

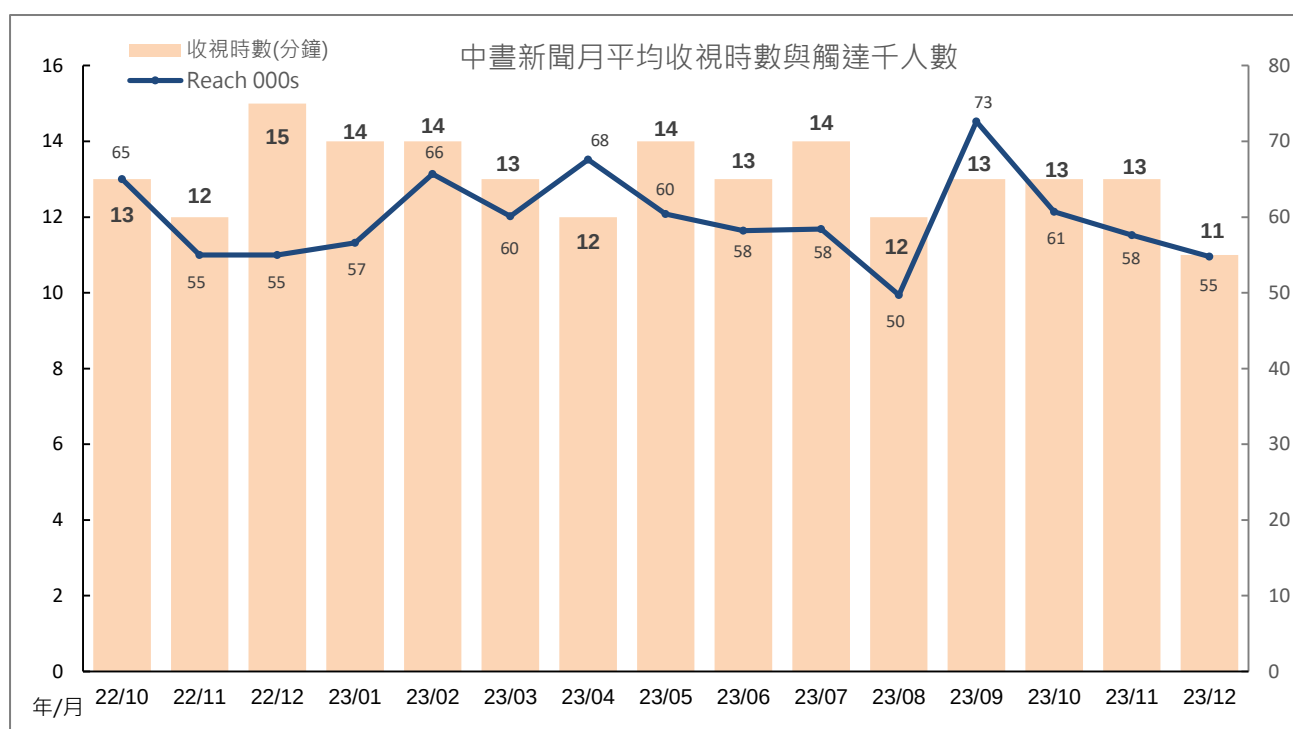
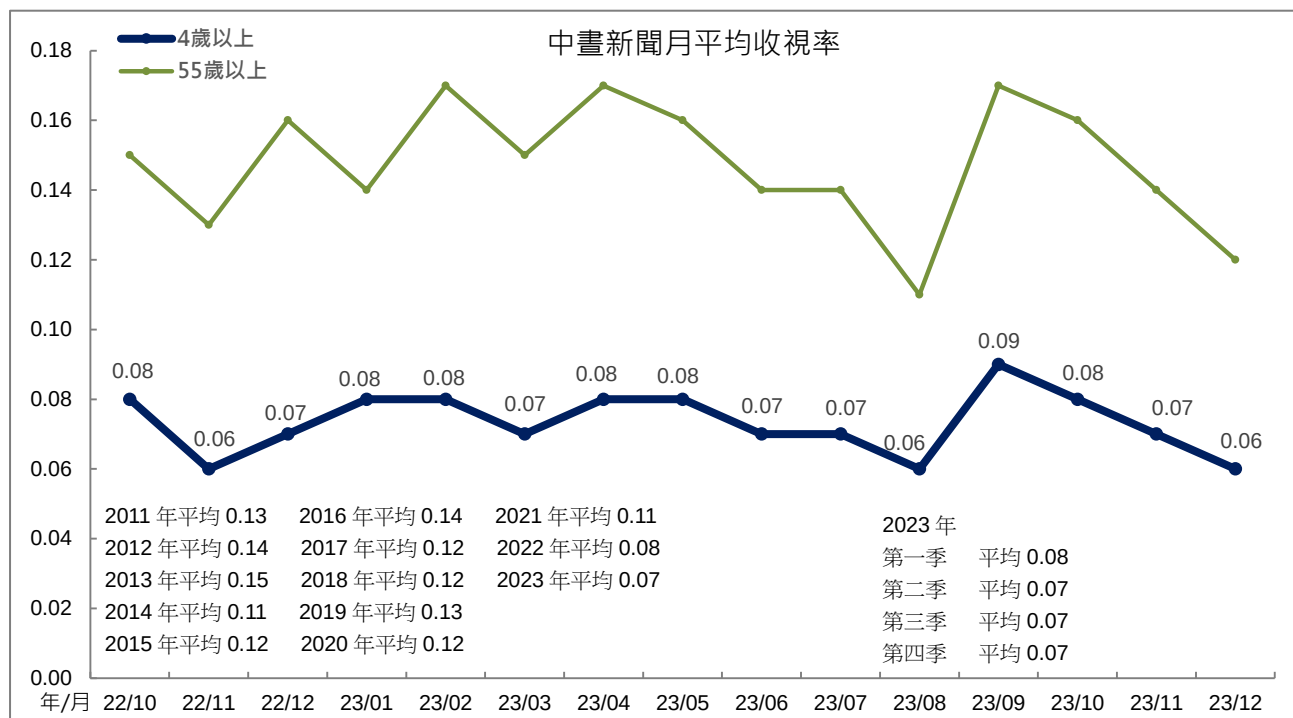
「早安新聞」2023年12月觸達人數下降，因而月平均跟著下滑。



(二)1200「中晝新聞」

「中晝新聞」2023 年 10 月平均 0.08，11 月平均 0.07，12 月平均 0.06。跨年比較，2008 年至 2023 年平均分別為 0.10、0.13、0.13、0.13、0.14、0.15、0.11、0.12、0.14、0.12、0.12、0.13、0.12、0.11、0.08、0.07。2023 年第一季平均 0.08，第二季、第三季、第四季平均皆為 0.07。

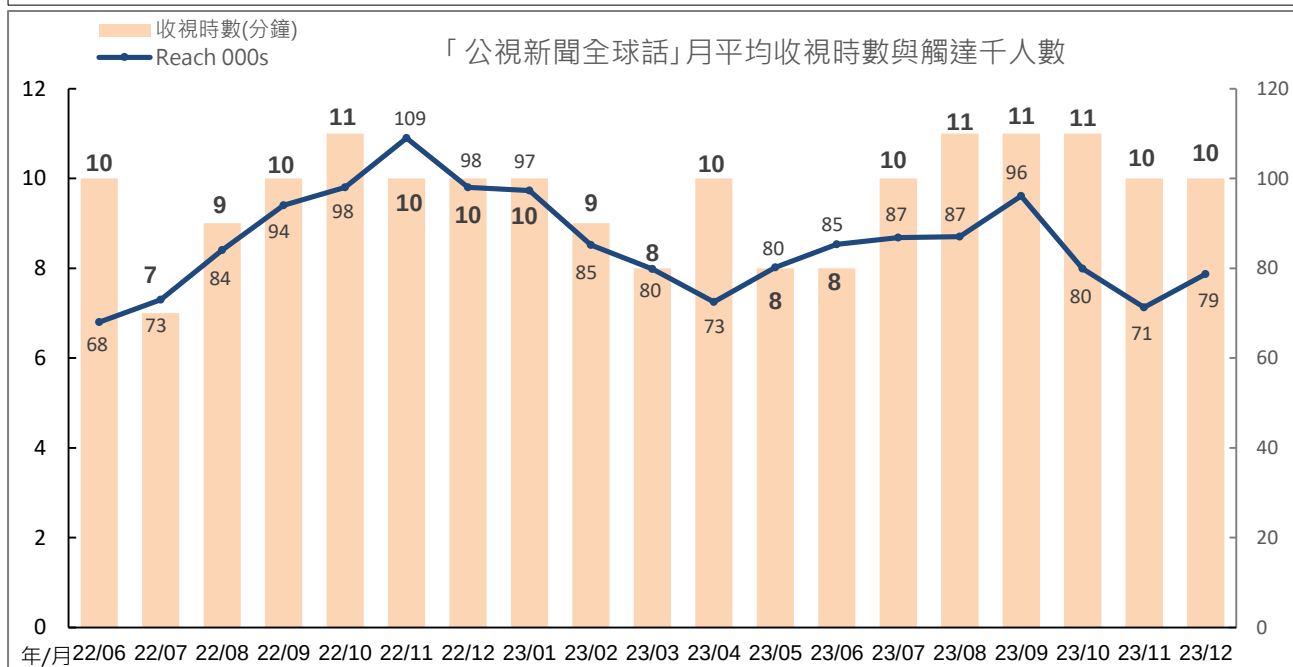
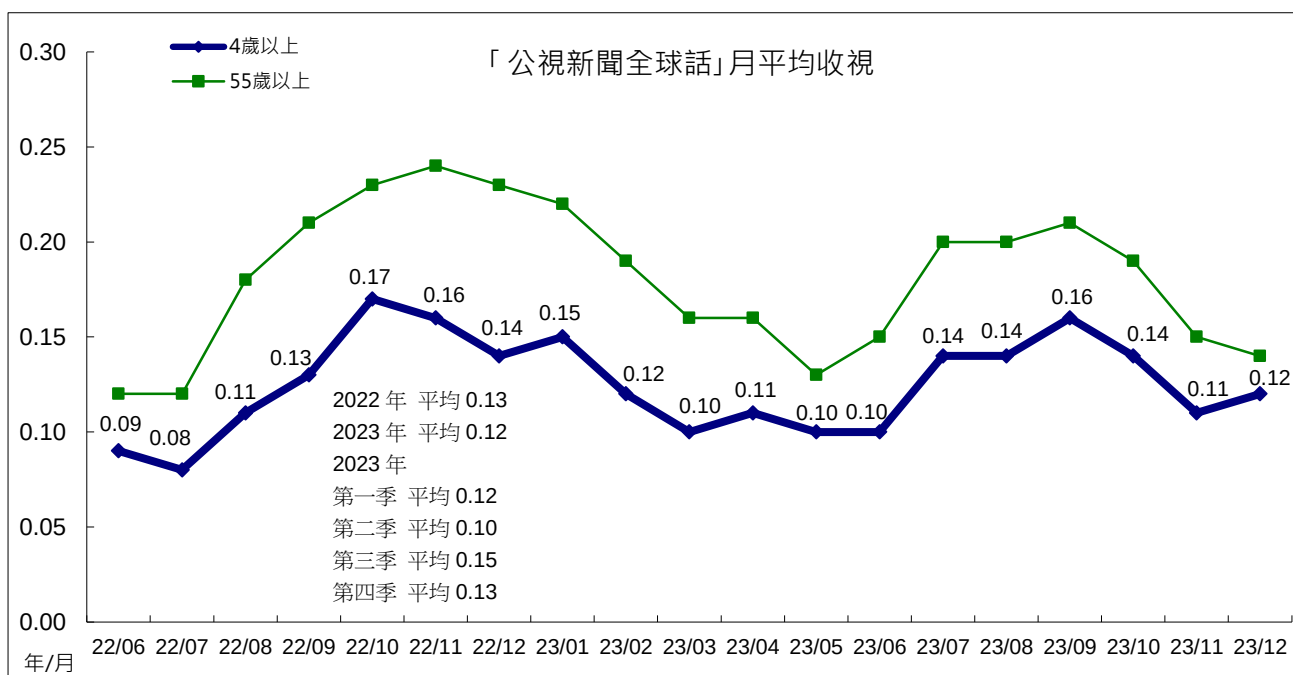
「中晝新聞」2023 年 12 月觸達人數及收視時數下降，月平均也跟著下降。



(三)1830「公視新聞全球話」

「公視新聞全球話」2023 年 10 月平均 0.14，11 月平均 0.11，12 月平均 0.12。2023 年第一季平均 0.12，第二季平均 0.10，第三季平均 0.15，第四季平均 0.13。「新聞全球話」自 2022 年 6 月 6 日起從週一至週三 23:00 調整至週一至週五 18:30 播出，名稱改為「公視新聞全球話」。跨年比較，2016 年平均 0.08，2017 年及 2018 年平均皆為 0.09，2019 年及 2020 年平均皆為 0.10，2021 年平均 0.09，2022 年 6 月 6 日起時段調整後，全年平均達 0.13，較過去成長，2023 年平均 0.12。

「公視新聞全球話」2023 年 11 月觸達人數下降，因而月平均也跟著下降。

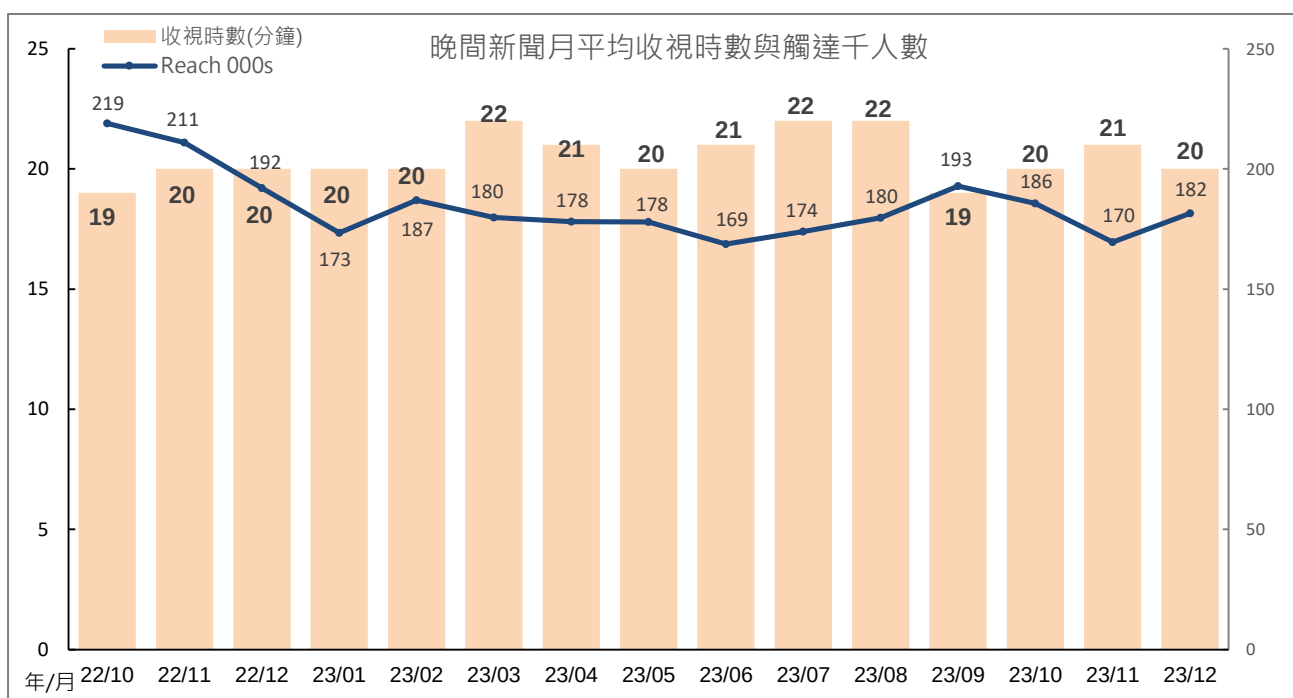
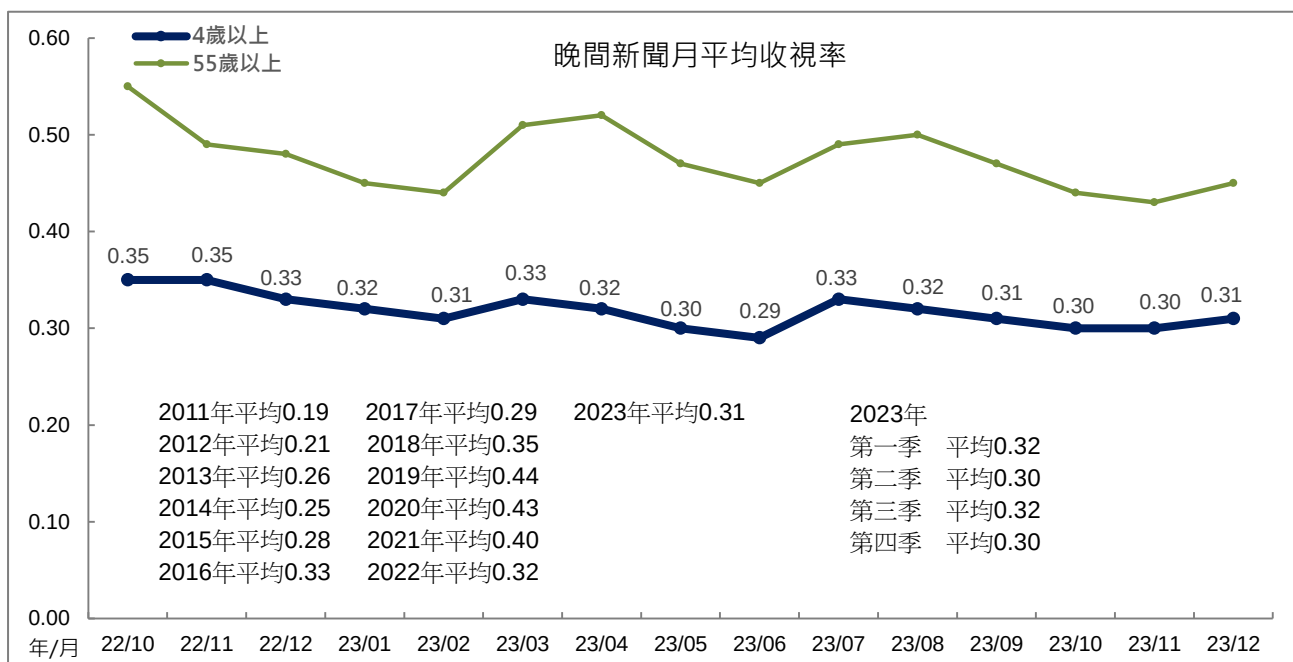


(四)1900 時段

1、「公視晚間新聞」

「晚間新聞」2023 年 10 月、11 月平均皆為 0.30，12 月平均 0.31。跨年收視比較，2007 年至 2023 年平均分別為 0.14、0.20、0.21、0.20、0.19、0.21、0.26、0.25、0.28、0.33、0.29、0.35、0.44、0.43、0.40、0.32、0.31。2023 年第一季平均 0.32，第二季平均 0.30，第三季平均 0.32，第四季平均 0.30。

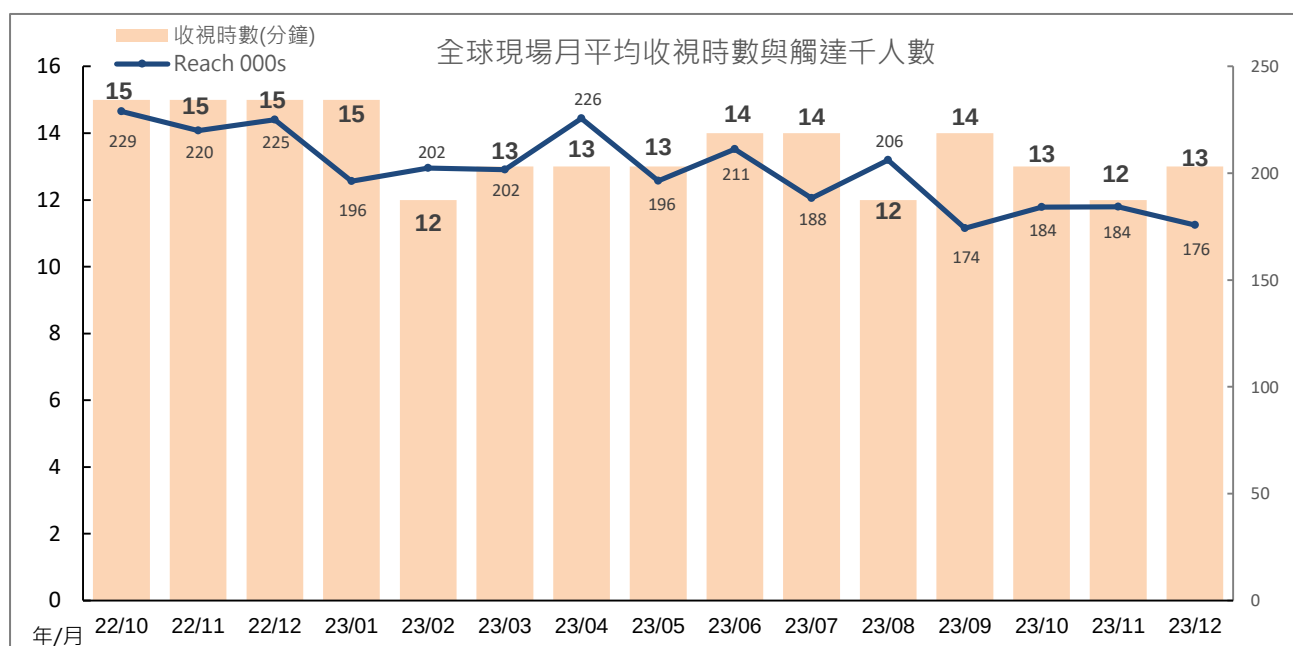
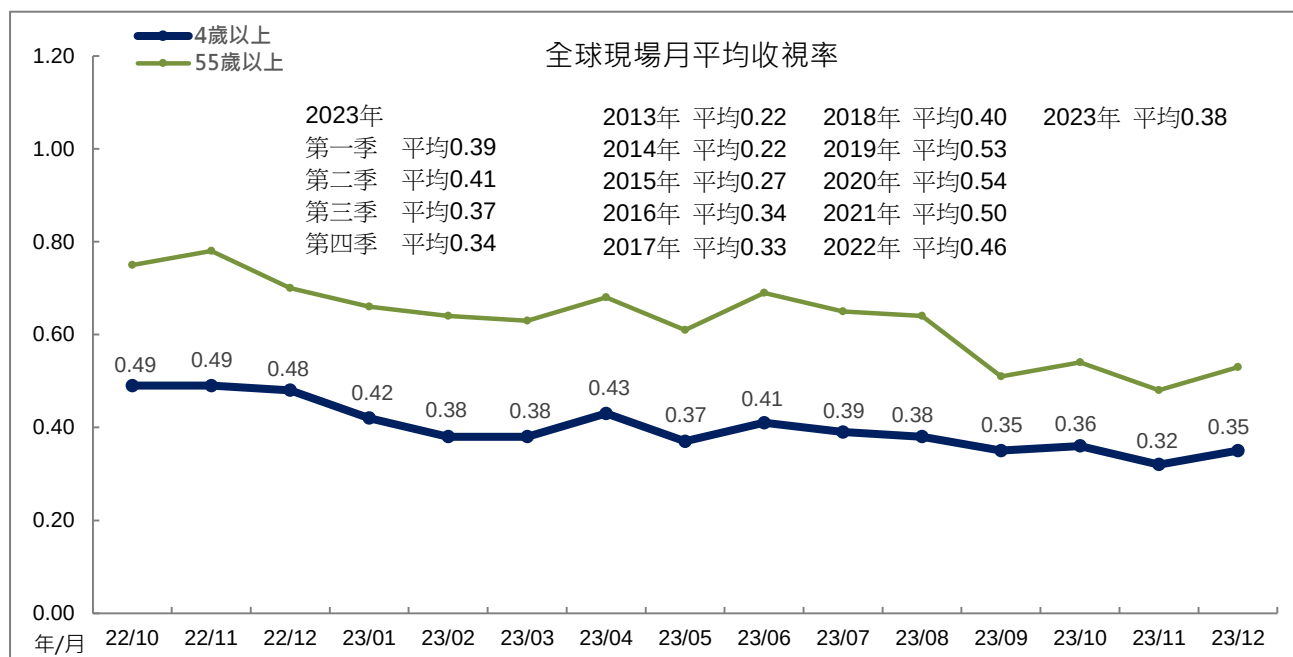
「晚間新聞」2023 年 10 月收視時數下降，11 月觸達人數下降，因而收視表現較上一季微幅下滑。



2、「全球現場」

週末播出的國際新聞「全球現場」，2023 年 10 月平均 0.36，11 月平均 0.32，12 月平均 0.35。跨年比較，2011 年至 2023 年平均分別為 0.16、0.20、0.22、0.22、0.27、0.34、0.33、0.40、0.53、0.54、0.50、0.46、0.38。2023 年第一季平均 0.39，第二季平均 0.41，第三季平均 0.37，第四季平均 0.34。

「全球現場」2023 年 11 月收視時數下降，月平均也跟著下降。

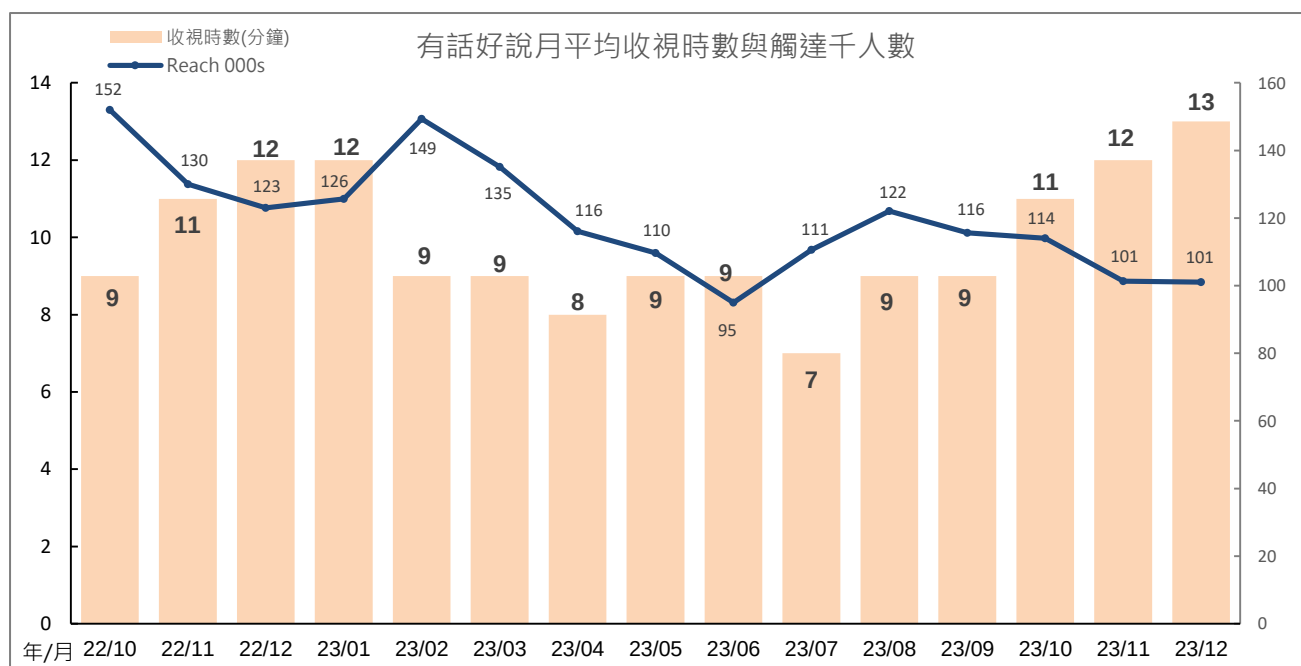
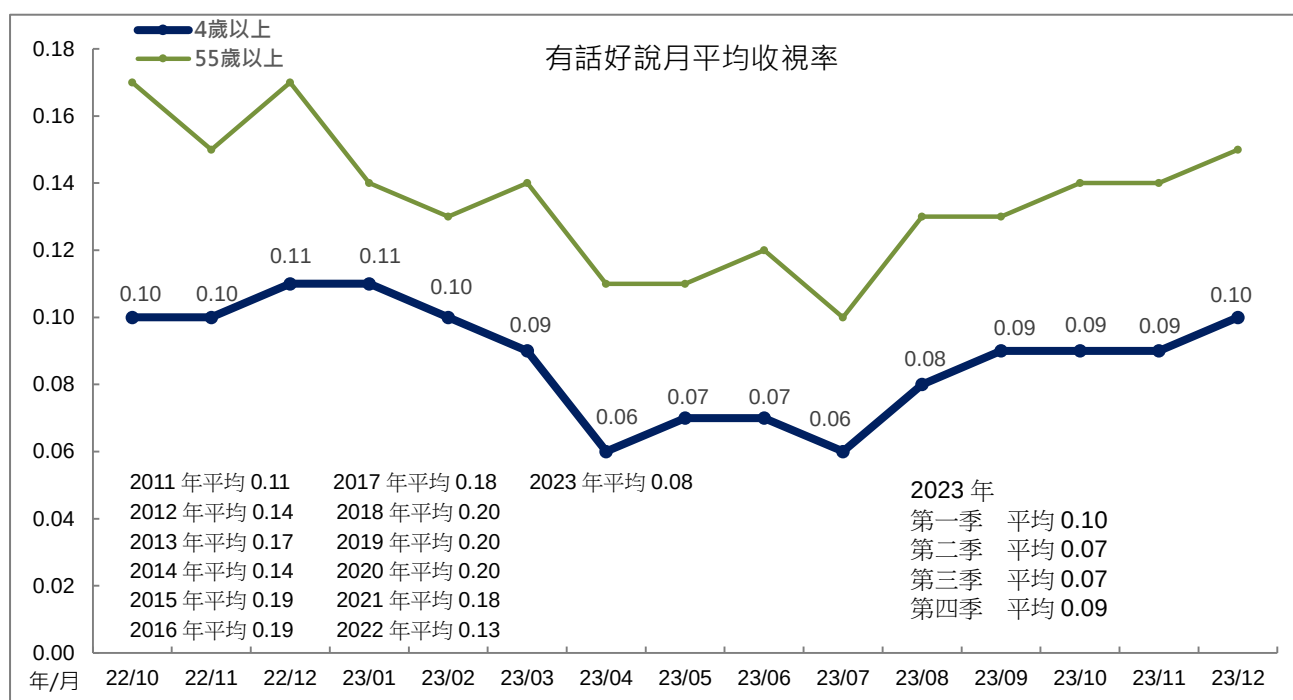


(五)2000 論壇節目

1、「有話好說」

週間「有話好說」2023 年 10 月、11 月平均皆為 0.09，12 月平均 0.10。跨年比較，2008 年至 2023 年平均分別為 0.14、0.15、0.14、0.11、0.14、0.17、0.14、0.19、0.19、0.18、0.20、0.20、0.20、0.18、0.13、0.08。2023 年第一季平均 0.10，第二季、第三季平均皆為 0.07，第四季平均 0.09。

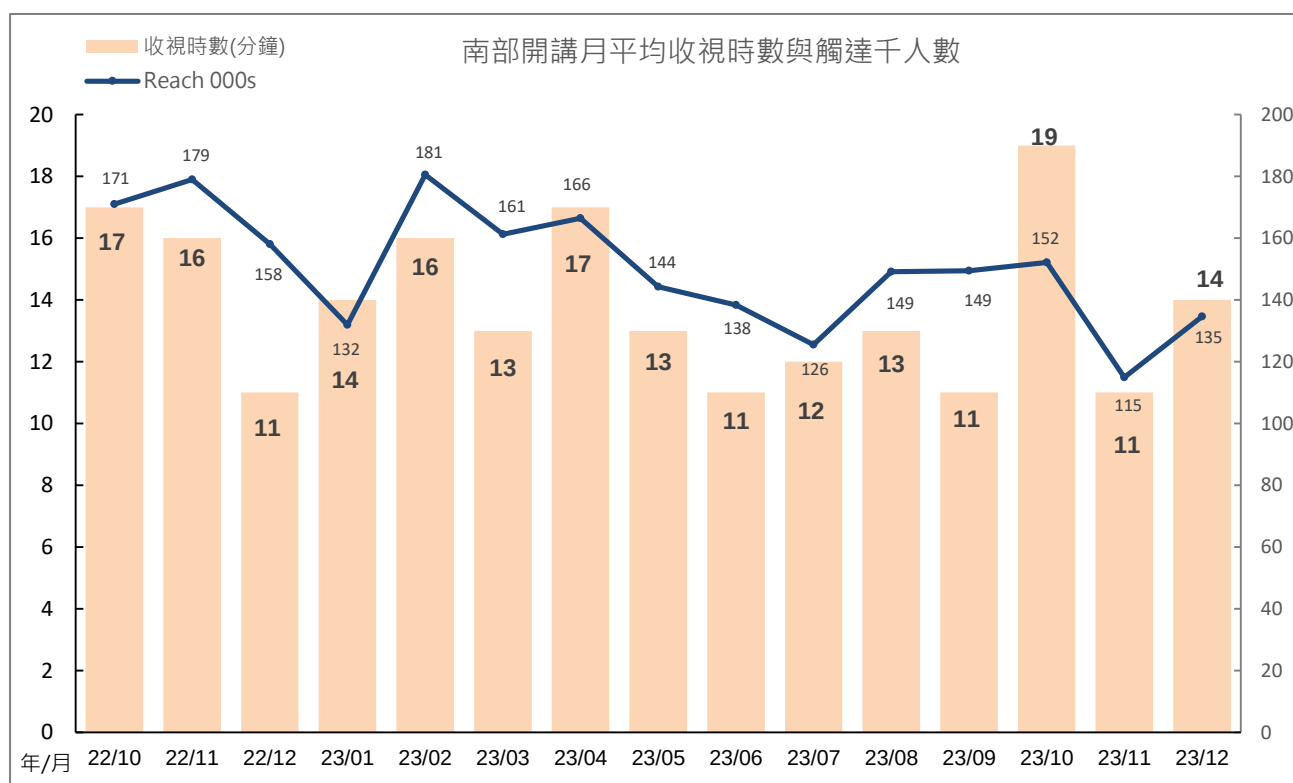
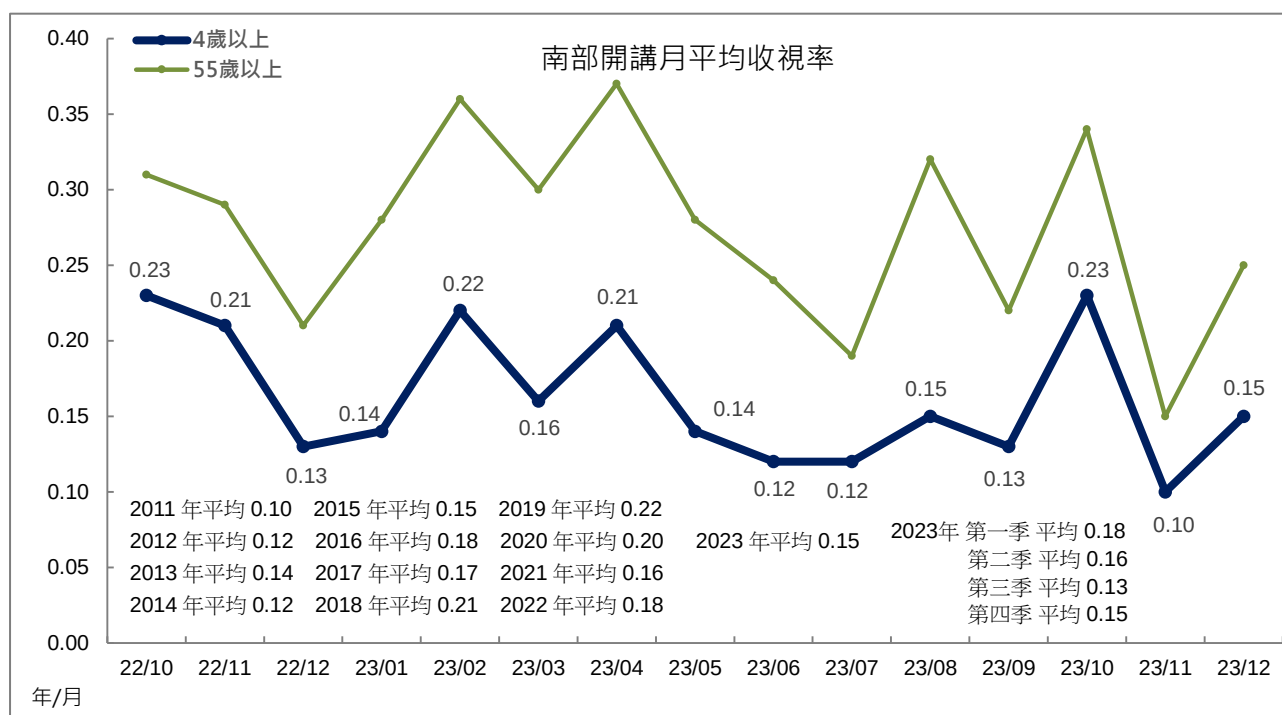
「有話好說」2023 年 12 月收視時數上升，月平均也跟著上升。



2、「南部開講」

「南部開講」2023 年 10 月平均 0.23，11 月平均 0.10，12 月平均 0.15。跨年比較，2008 年至 2023 年平均分別為 0.11、0.12、0.12、0.10、0.12、0.14、0.12、0.15、0.18、0.17、0.21、0.22、0.20、0.16、0.18、0.15。2023 年第一季平均 0.18，第二季平均 0.16，第三季平均 0.13，第四季平均 0.15。

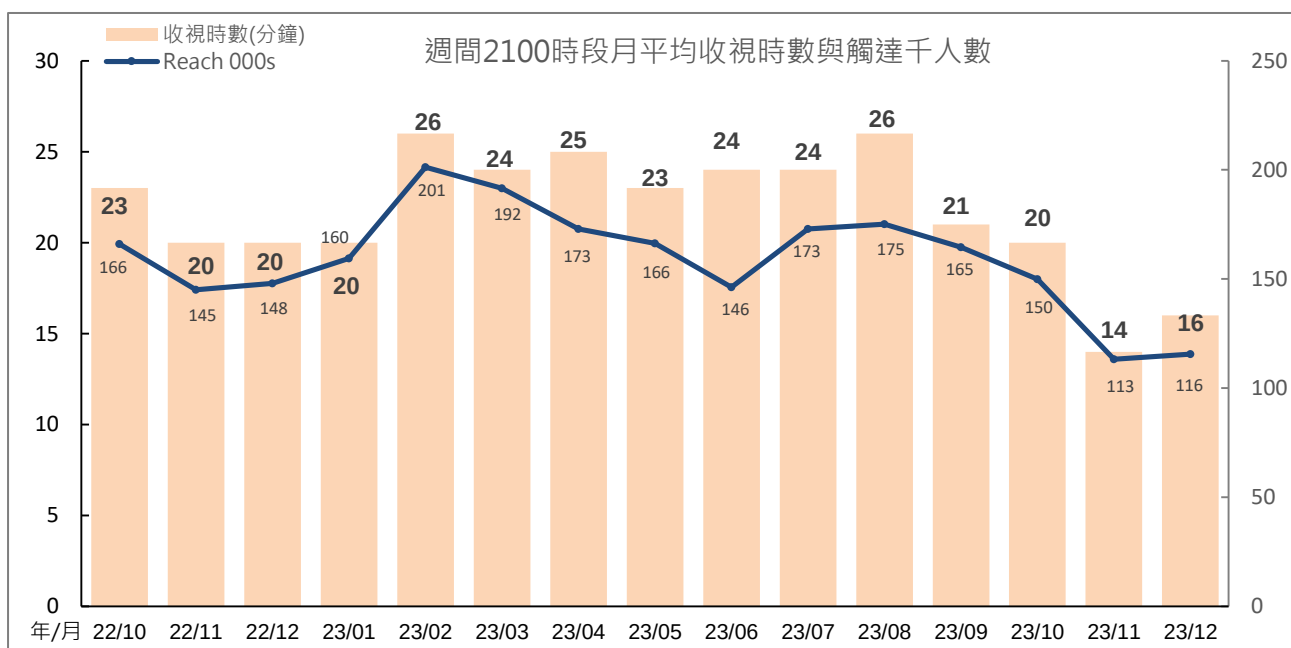
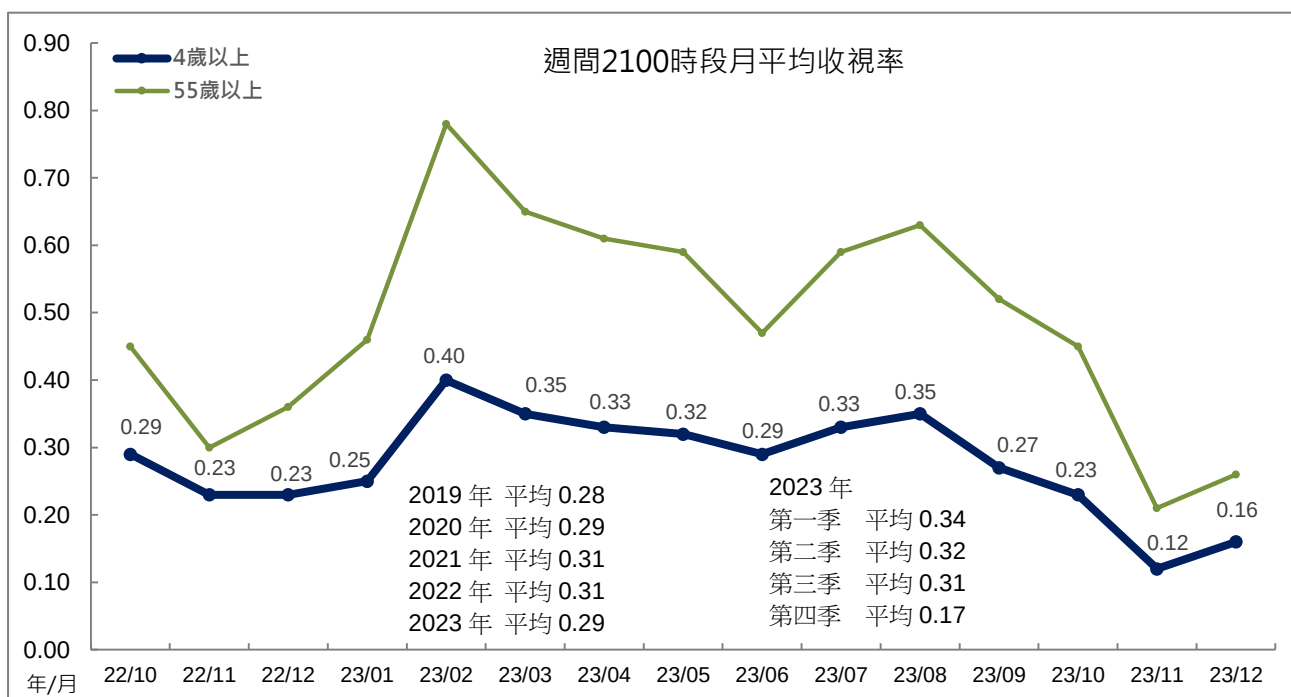
「南部開講」2023 年 10 月收視時數及觸達人數皆上升，月平均跟著上升。



(六)2100 時段

週間 2100 時段，2023 年 10 月平均 0.23，11 月平均 0.12，12 月平均 0.16。2019 至 2023 年平均分別為 0.28、0.29、0.31、0.31、0.29。2023 年第一季平均 0.34，第二季平均 0.32，第三季平均 0.31，第四季平均 0.17。

週間 2100 時段，2023 年 11 月、12 月收視時數及觸達人數下降，月平均跟著下滑。



2023 年第四季週間 2100 時段播出節目包括「無事坐巴士」、「漫步雲端世界篇 3」、「誰來晚餐 9」、「誰來晚餐 13」、「誰來晚餐 14」、「誰來晚餐 15」、「哈囉你給問嗎」、「了不起的旅程」、「了不起的自然景觀」，其中以「誰來晚餐 9」及「誰來晚餐 15」收視最高，平均皆為 0.31。各節目收視詳見下表。

2023 年第四季週間 2100 時段節目收視

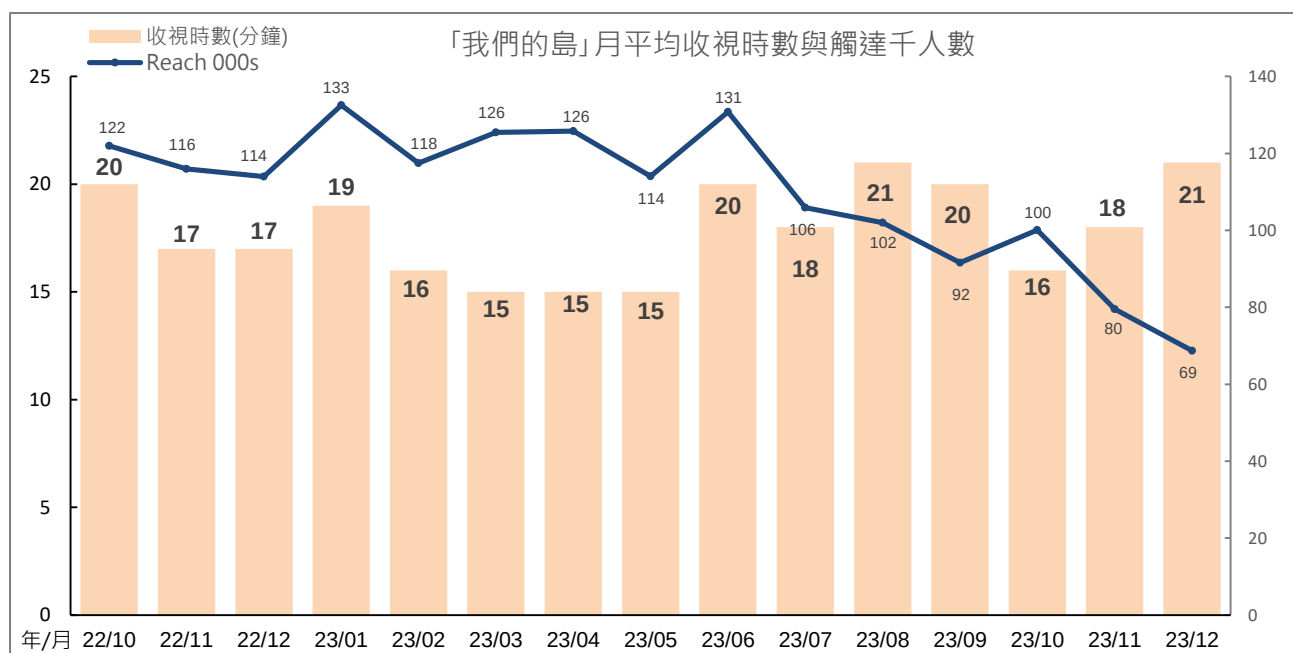
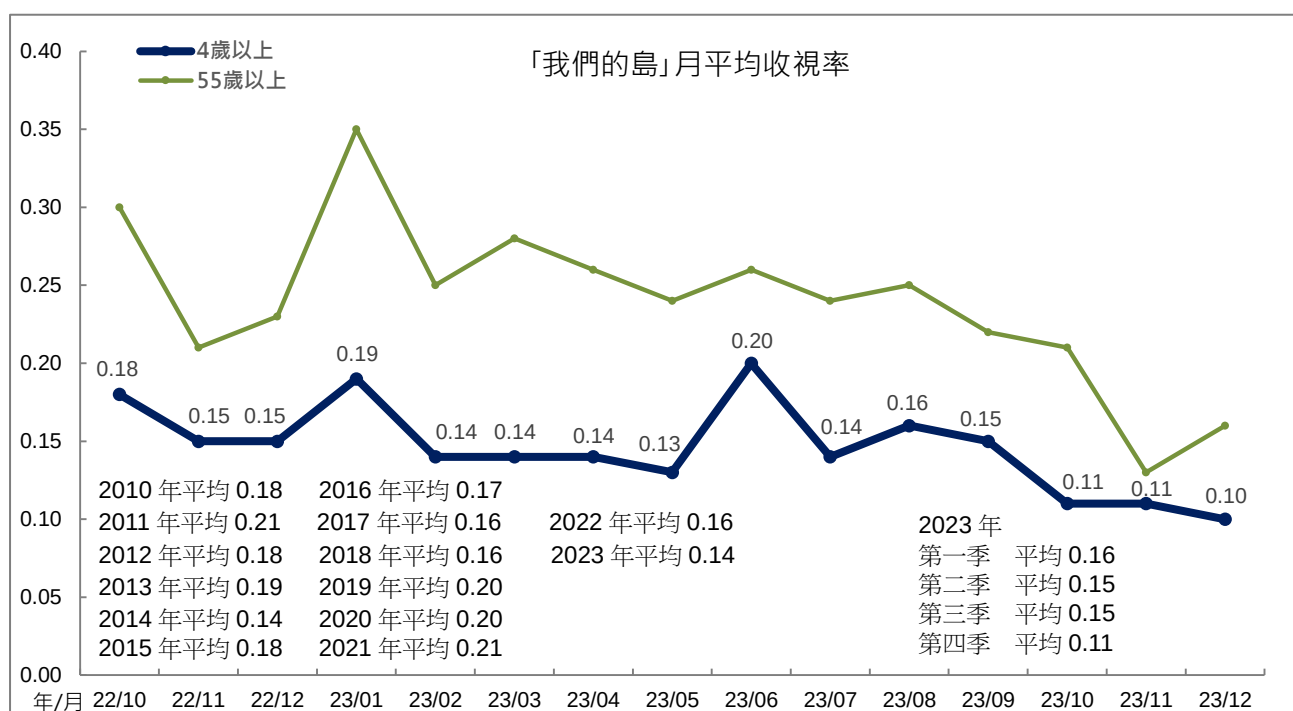
節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s	節目集數
無事坐巴士	0.25	54.1	1	22	151	11
漫步雲端世界篇 3	0.18	38.8	1	16	146	4
誰來晚餐 14	0.23	50.4	1	18	171	3
誰來晚餐 9	0.31	67.7	1	24	171	1
哈囉你給問嗎	0.09	19.0	0	12	94	27
誰來晚餐 13	0.22	47.4	1	16	175	1
了不起的旅程	0.14	29.5	0	16	109	6
誰來晚餐 15	0.31	66.5	1	23	173	6
了不起的自然景觀	0.28	60.1	1	20	180	1

(七)2200 時段

1、週一 2200 「我們的島」

「我們的島」2023 年 10 月、11 月平均皆為 0.11，12 月平均 0.10。跨年比較，2008 年至 2023 年平均分別為 0.20、0.21、0.18、0.21、0.18、0.19、0.14、0.18、0.17、0.16、0.16、0.20、0.20、0.21、0.16、0.14。2023 年第一季平均 0.16，第二季、第三季平均皆為 0.15，第四季平均 0.11。

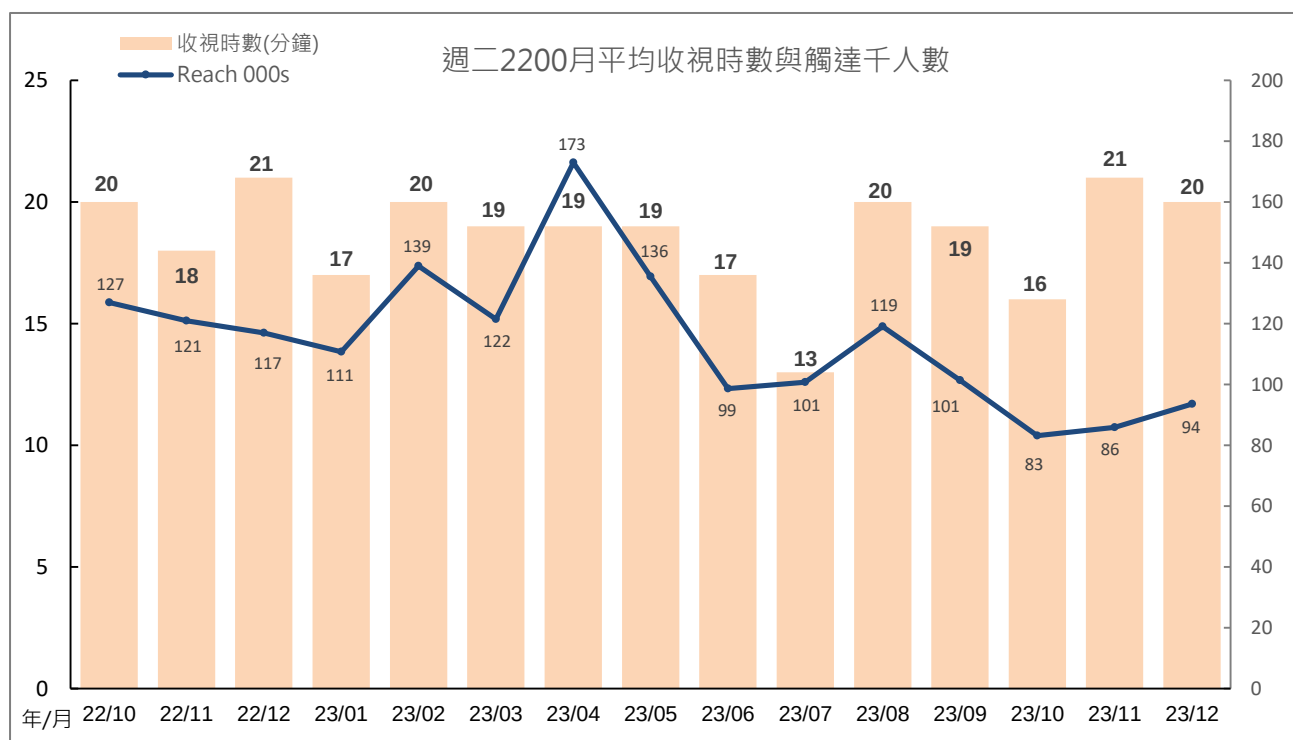
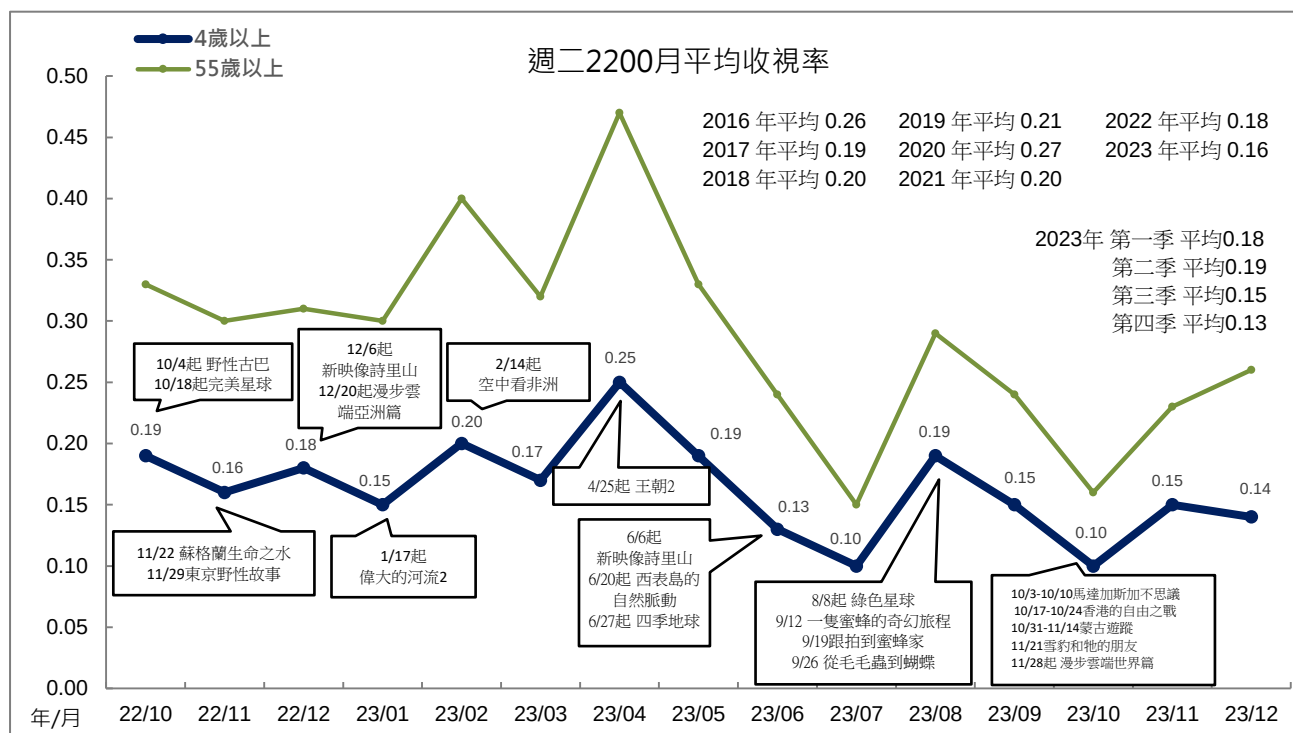
「我們的島」2023 年 10 月收視時數下降，11 月、12 月觸達人數下滑，因而月平均也跟著下降。



2、週二 2200

週二 2200 時段 2023 年 10 月平均 0.10，11 月平均 0.15，12 月平均 0.14。跨年比較，2008 年至 2023 年平均分別為 0.26、0.29、0.30、0.34、0.35、0.28、0.22、0.30、0.26、0.19、0.20、0.21、0.27、0.20、0.18、0.16。2023 年第一季平均 0.18，第二季平均 0.19，第三季平均 0.15，第四季平均 0.13。

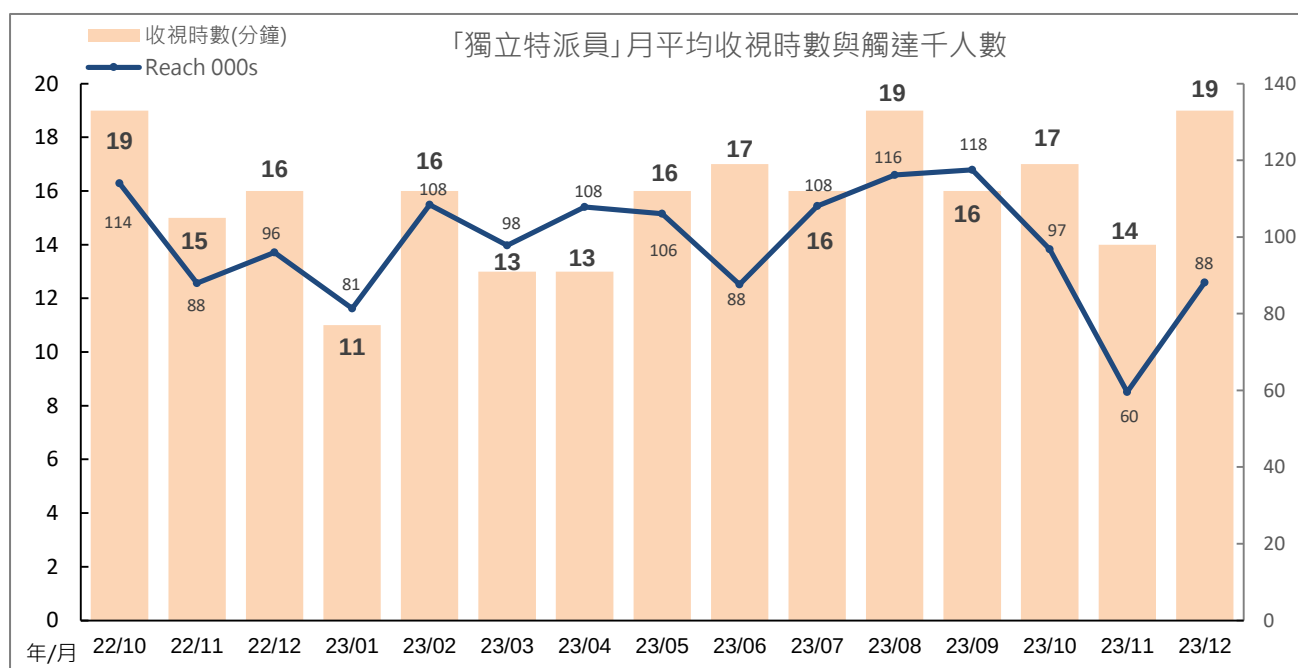
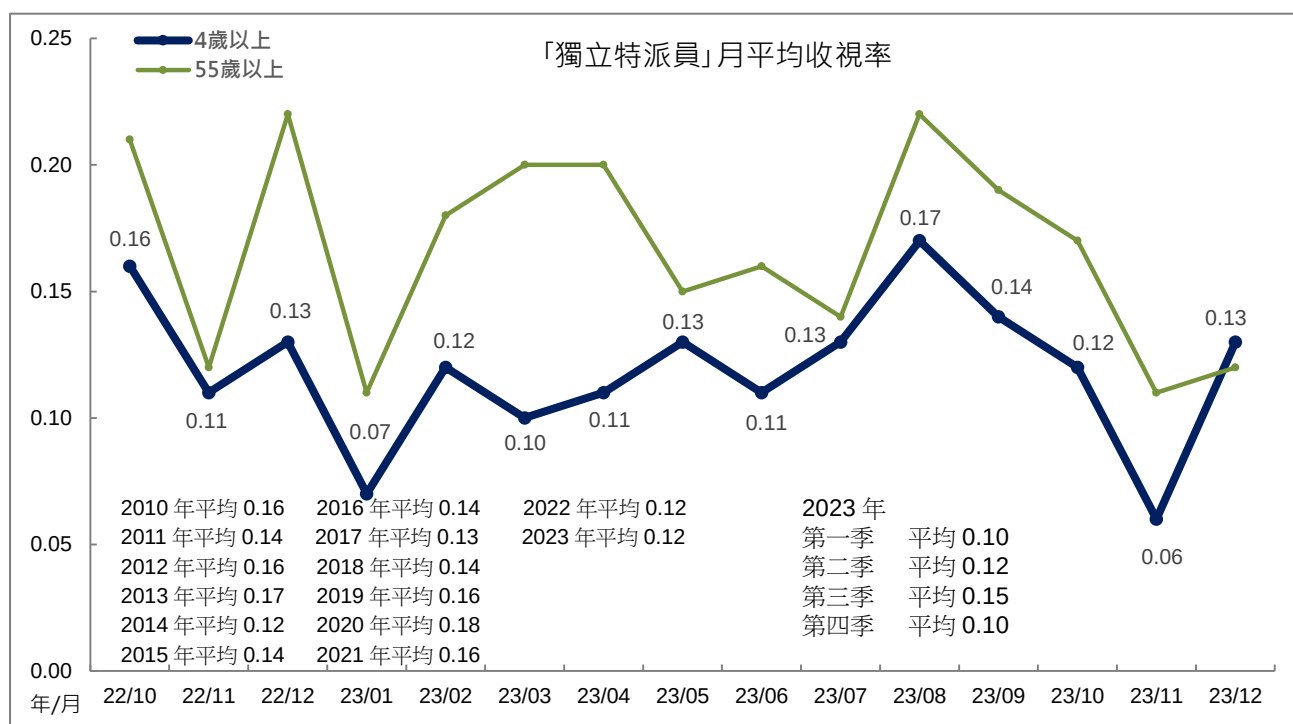
週二 2200 時段 2023 年 10 月收視時數及觸達人數下降，月平均也跟著下降。



3、週三 2200「獨立特派員」

「獨立特派員」2023 年 10 月平均 0.12，11 月平均 0.06，12 月平均 0.13。跨年比較，2008 年至 2023 年平均分別為 0.17、0.18、0.16、0.14、0.16、0.17、0.12、0.14、0.14、0.13、0.14、0.16、0.18、0.16、0.12、0.12。2023 年第一季平均 0.10，第二季平均 0.12，第三季平均 0.15，第四季平均 0.10。

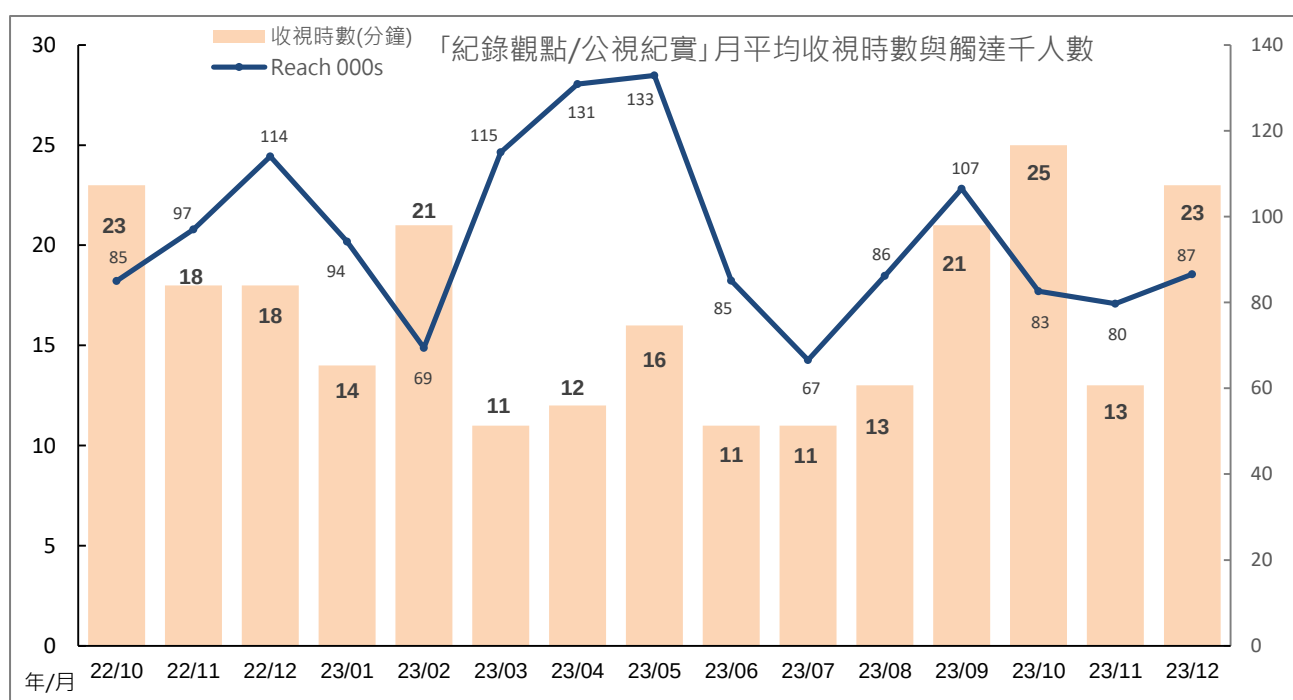
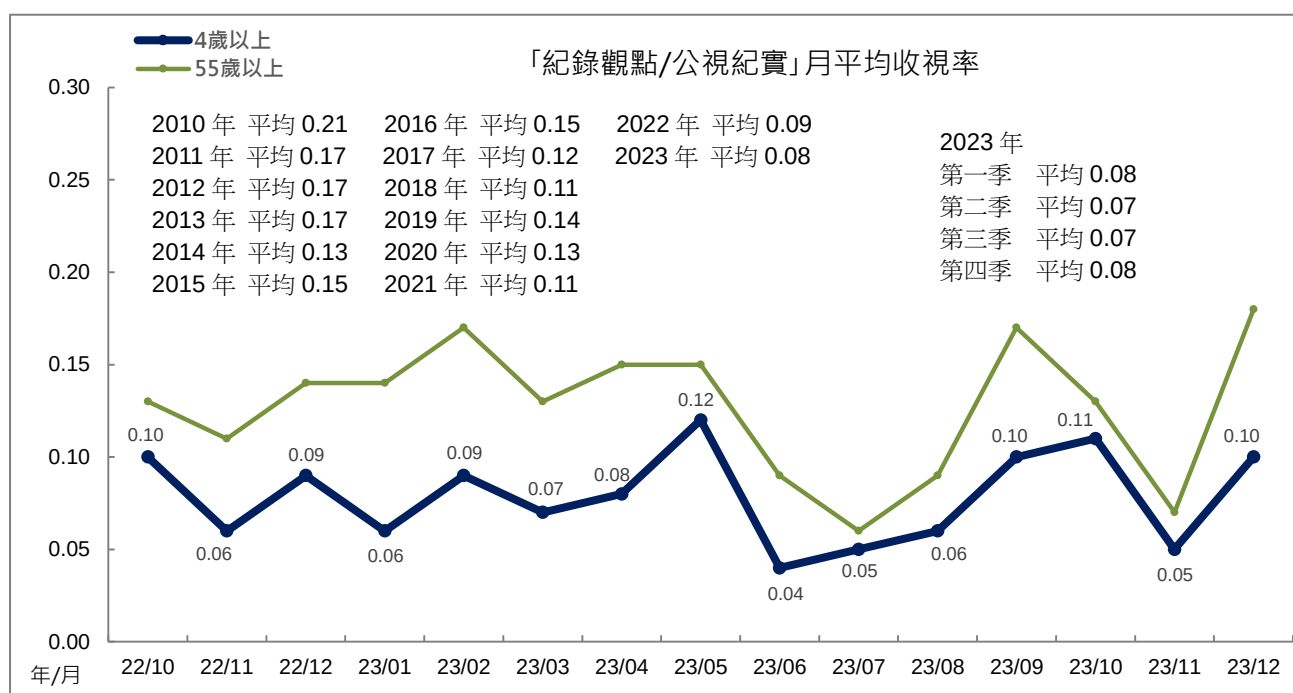
「獨立特派員」2023 年 11 月收視時數及觸達人數下降，因而月平均也跟著下降。



4、週四 2200「紀錄觀點」及「公視紀實」

「紀錄觀點/公視紀實」2023 年 10 月平均 0.11，11 月平均 0.05，12 月平均 0.10。跨年比較，2008 年至 2023 年平均分別為 0.19、0.18、0.21、0.17、0.17、0.17、0.13、0.15、0.15、0.12、0.11、0.14、0.13、0.11、0.09、0.08。2023 年第一季平均 0.08，第二季、第三季平均皆為 0.07、第四季平均 0.08。

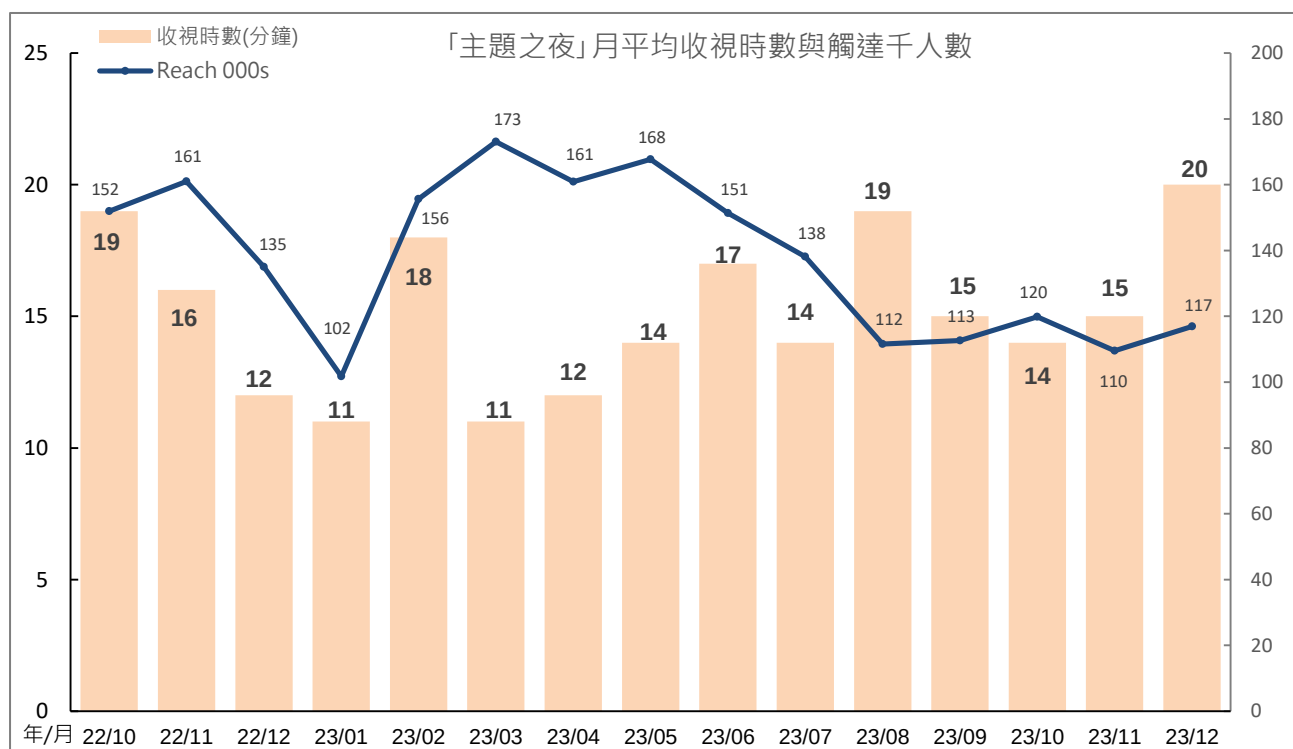
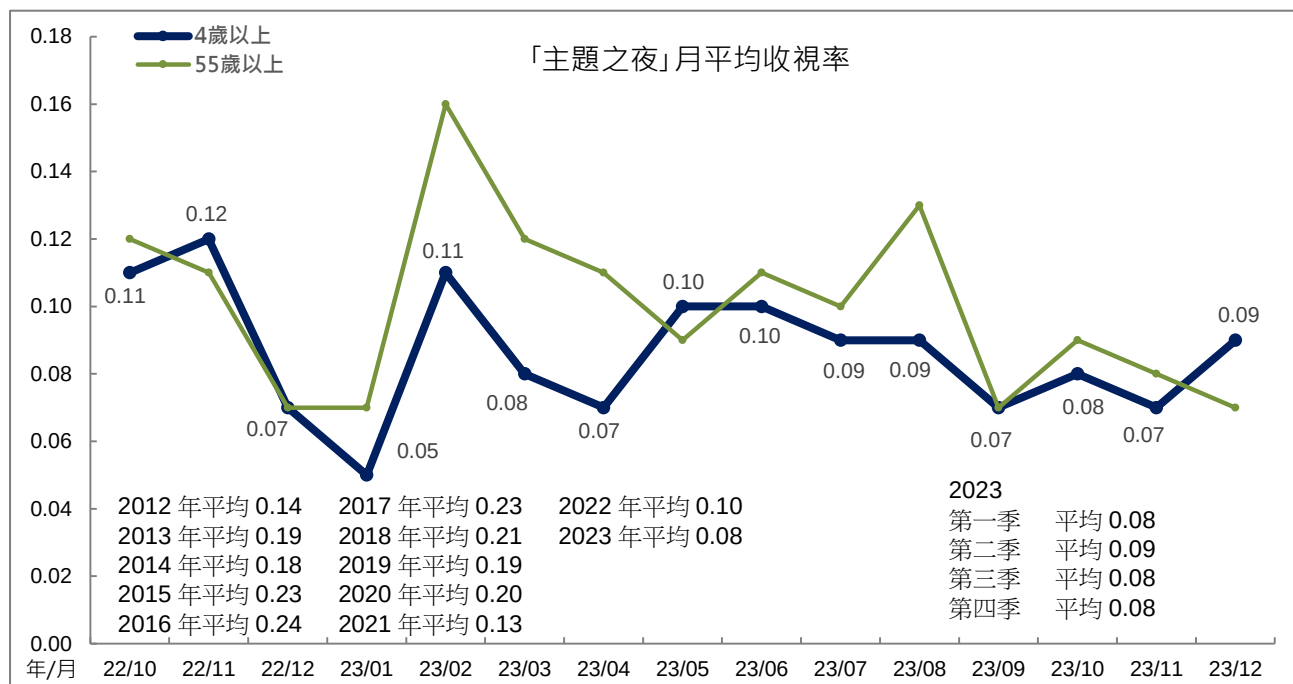
「紀錄觀點」2017 年 2 月起移至週四播出，並且播出的紀錄片不限為 60 分鐘。2023 年第四季期間播出內容以「紀錄觀點被鴿子放鴿子」收視最高，平均 0.16。



5、週五 2200 時段「主題之夜」

週五 2200「主題之夜」2023 年 10 月平均 0.08，11 月平均 0.07，12 月平均 0.09。跨年比較，2012 年至 2023 年平均分別為 0.14、0.19、0.18、0.23、0.24、0.23、0.21、0.19、0.20、0.13、0.10、0.08。2023 年第一季平均 0.08，第二季平均 0.09，第三季、第四季平均皆為 0.08。

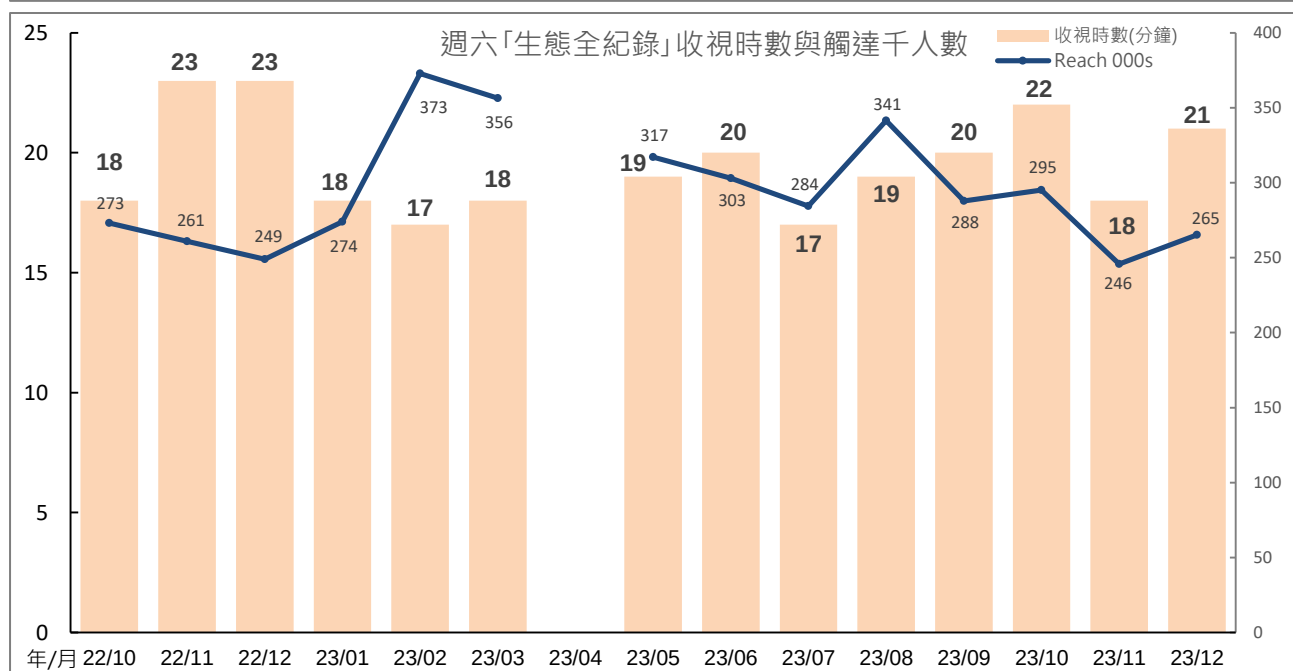
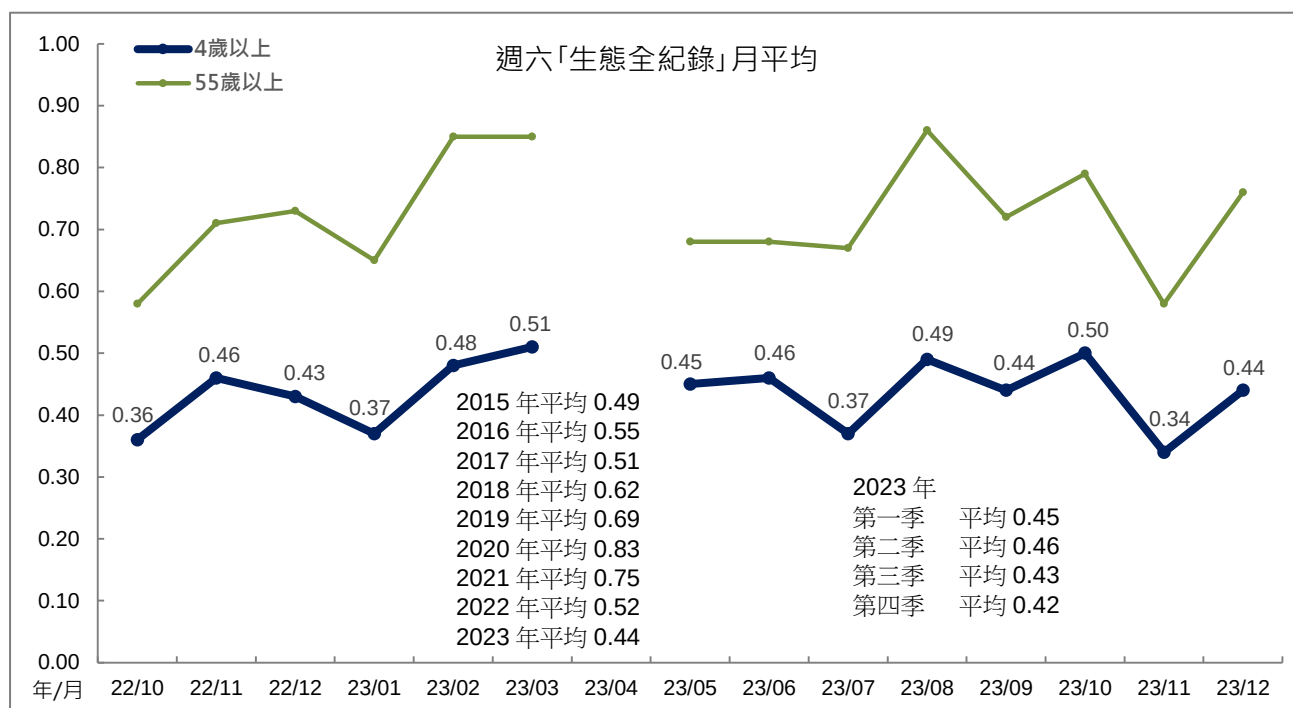
2023 年第四季期間播出內容以「公視主題之夜 SHOW 我變性故我在」收視最高，平均 0.16。



五、重點節目—週六 2000「生態全紀錄」收視分析

週六晚間 2000「生態全紀錄」收視，2023 年 10 月平均 0.50，11 月平均 0.34，12 月平均 0.44。跨年比較，2015 年至 2023 年平均分別為 0.49、0.55、0.51、0.62、0.69、0.83、0.75、0.52、0.44。2023 年第一季平均 0.45，第二季平均 0.46，第三季平均 0.43，第四季平均 0.42。2023 年 4 月因安排播出連續劇「和平歸來」(平均收視 0.66)，故 4 月「生態全紀錄」無收視資料。

「生態全紀錄」2023 年第四季期間播出內容以「我們都是靈長類」收視最高，單集最高收視 0.58。



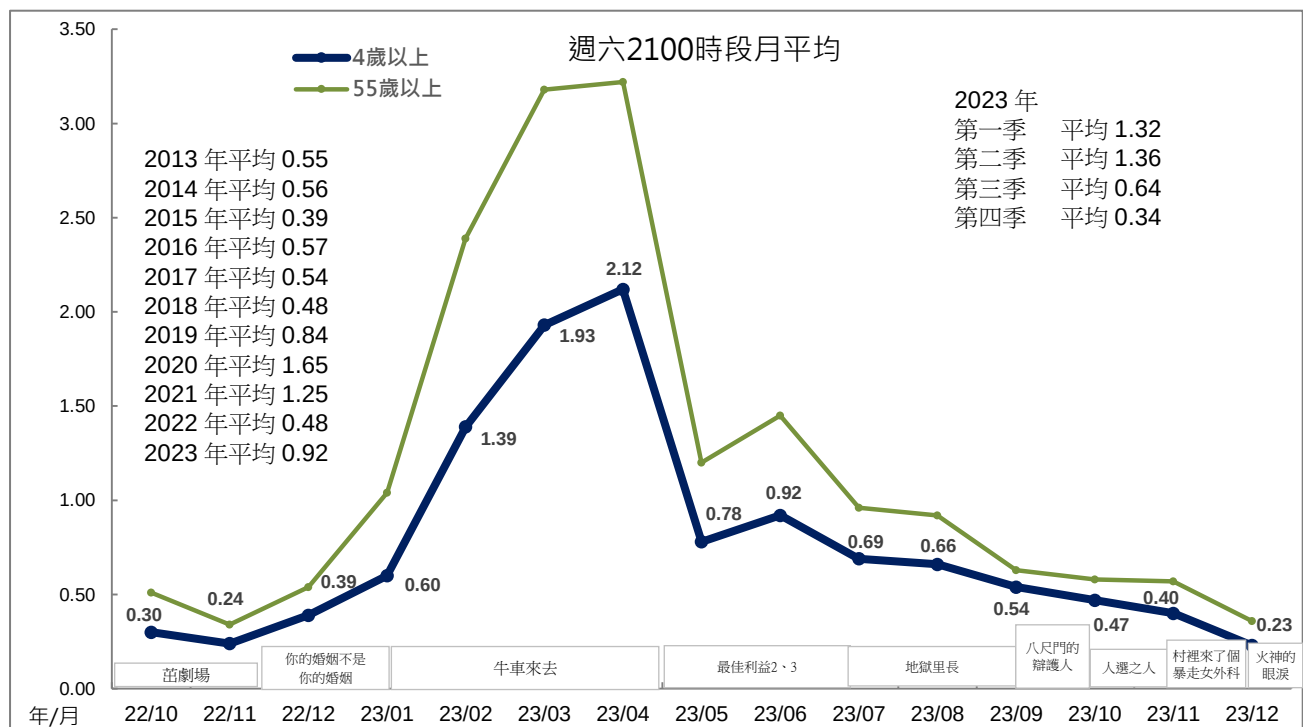
「生態全紀錄」播出節目(依播出順序)

播出日期	節目名稱	TVR	000s	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2022/2/12-3/19	無盡天堂賽倫蓋蒂	0.50	108.8	21	330.8
2022/3/26-4/30	伊甸園地球荒野	0.52	114.1	21	325.8
2022/5/7-5/21	狂野非洲	0.78	169.6	22	465.0
2022/5/28-6/4	飛越加利福尼亞	0.58	126.2	16	496.6
2022/6/11	邁阿密生態風雲	0.53	116.2	20	359.6
2022/6/18-6/25	洛磯山是我家	0.68	147.6	25	351.9
2022/7/2-7/16	蒙古遊蹤	0.54	117.7	23	315.0
2022/7/23	雪豹和牠的朋友	0.60	129.9	25	320.9
2022/7/30	狼獾強悍媽媽	0.62	134.8	26	316.9
2022/8/6-9/3	綠色星球	0.49	106.4	23	288.7
2022/9/10	一隻蜜蜂的奇幻旅程	0.33	71.4	15	301.9
2022/9/17	跟拍到蜜蜂家	0.51	111.6	21	336.2
2022/9/24	從毛毛蟲到蝴蝶	0.25	53.6	13	247.8
2022/10/01	蟻族奇兵	0.37	80.1	20	251.7
2022/10/08	格林童話的魔法真相	0.32	69.8	14	299.0
2022/10/15	獾的秘密生活	0.39	84.4	18	281.2
2022/10/29-11/05	獅子與鬣狗:草原上的世仇	0.50	108.4	21	309.5
2022/11/12	偉大的河流	0.31	66.8	20	199.4
2022/11/19-12/3	偉大的河流 2	0.41	88.9	23	233.3
2022/12/10-12/17	哥倫比亞:重返生態王國榮耀	0.46	99.9	24	256.1
2022/12/24	蛋生的故事	0.42	90.2	23	242.3
2023/1/7-1/14	獵豹這一家	0.36	76.6	18	257.3
2023/1/28	獵豹五兄弟	0.39	84.7	17	306.6
2023/2/4-3/11	四季地球	0.49	105.6	18	367.6
2023/5/6-6/10	冰凍星球 2	0.49	105.9	20	316.6
2023/6/17-6/24	動物鄰居幫幫忙	0.35	75.7	16	289.9
2023/7/1-8/5	王朝 2	0.38	81.0	17	289.1
2023/8/12	西伯利亞虎重返大地	0.59	126.5	19	402.4
2023/8/19	卡達沙漠珍珠	0.52	111.9	20	336.3
2023/8/26	阿爾卑斯山腳下的仙境	0.46	98.1	19	315.1
2023/9/2-9/9	從前從前在肯亞	0.39	84.8	16	314.2
2023/9/16	加拿大奇蹟極北之地	0.62	133.3	30	274.3
2023/9/30	河馬王	0.35	76.4	19	249.8
2023/10/14-11/04	我們都是靈長類	0.46	99.7	21	288.4
2023/11/11-12/02	驚奇的野狗家族	0.30	64.2	17	223.6
2023/12/09	雪橇犬出任務	0.42	90.5	19	283.7
2023/12/16-12/30	動物秘密一籬筐	0.49	106.6	23	278.1

六、重點節目—週六 2100 時段收視分析

週六晚間 2100 時段月平均收視，2023 年 10 月平均 0.47，11 月平均 0.40，12 月平均 0.23。跨年比較，2013 年至 2023 年平均分別為 0.55、0.56、0.39、0.57、0.54、0.48、0.84、1.65、1.25、0.48、0.92。2023 年第一季平均 1.32，第二季平均 1.36，第三季平均 0.64，第四季平均 0.34。

2023 年第四季期間播出戲劇以「人選之人-造浪者」收視最高，平均 0.50(含週日播出收視)。



週六 2100 時段播出節目(依播出順序)

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2022/12/17	你的婚姻不是你的婚姻恭請曾寶賢喜事	0.43	94.4	1.66	26	394.8
2022/12/24	你的婚姻不是你的婚姻梅莉	0.33	70.8	1.34	29	294.9
2023/1/7	你的婚姻不是你的婚姻沙之書	0.21	45.5	0.81	18	273.3
2023/1/14-4/22	牛車來去	1.67	360.1	6.47	38	552.5
2023/4/29-5/27	最佳利益 2	0.77	166.5	2.98	29	294.4
2023/6/3-7/1	最佳利益 3	0.90	194.5	3.56	37	318.2
2023/7/8-9/9	地獄里長	0.66	142.7	2.56	29	279.4
2023/9/16-10/14	八尺門的辯護人	0.41	88.2	1.64	25	199.5
2023/10/28-11/5	人選之人造浪者 (週六週日 2100-2300)	0.50	107.1	2.05	26	248.5
2023/11/11-12/9	村裡來了個暴走女外科	0.30	63.7	1.22	23	170.2
2023/12/16-12/30	火神的眼淚	0.19	41.9	0.79	17	143.1

週六、週日 2100 時段「人選之人-造浪者」觀眾以女性、55 歲以上、南部加台東、都會區、有工作女性、大專以上學歷觀眾比例較高，無線及有線收看各佔 50%。

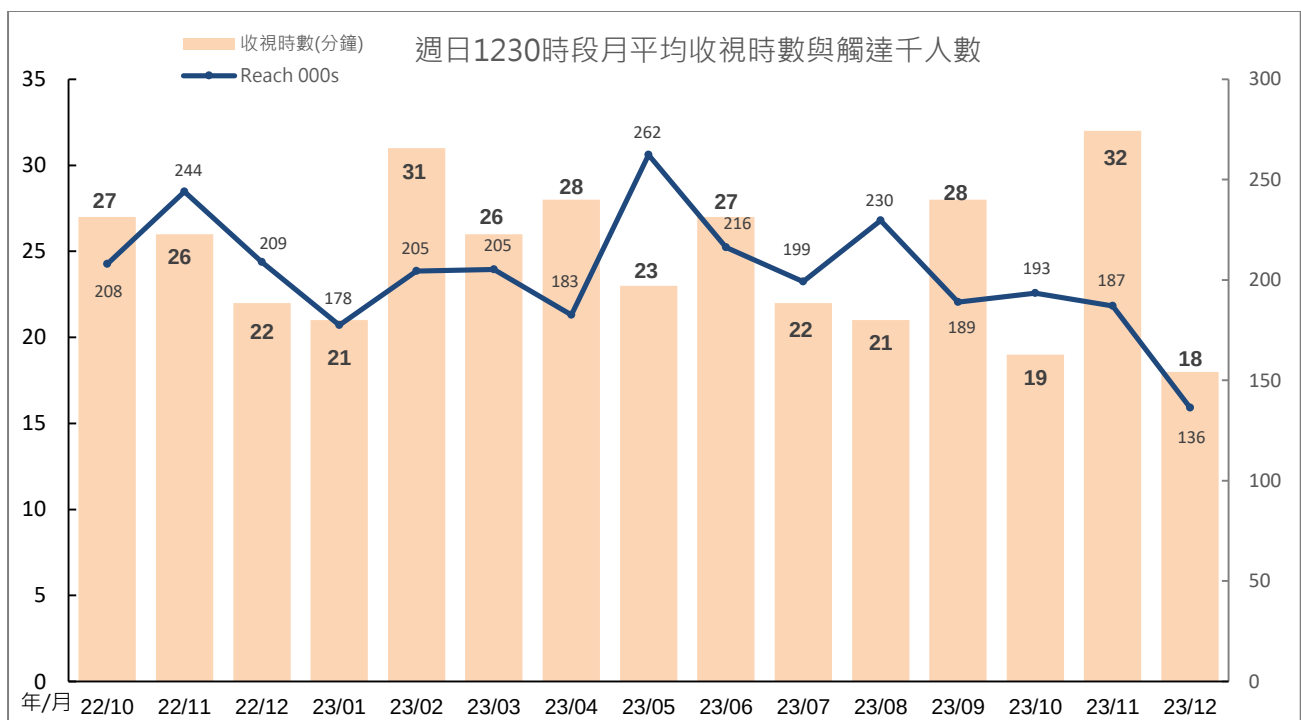
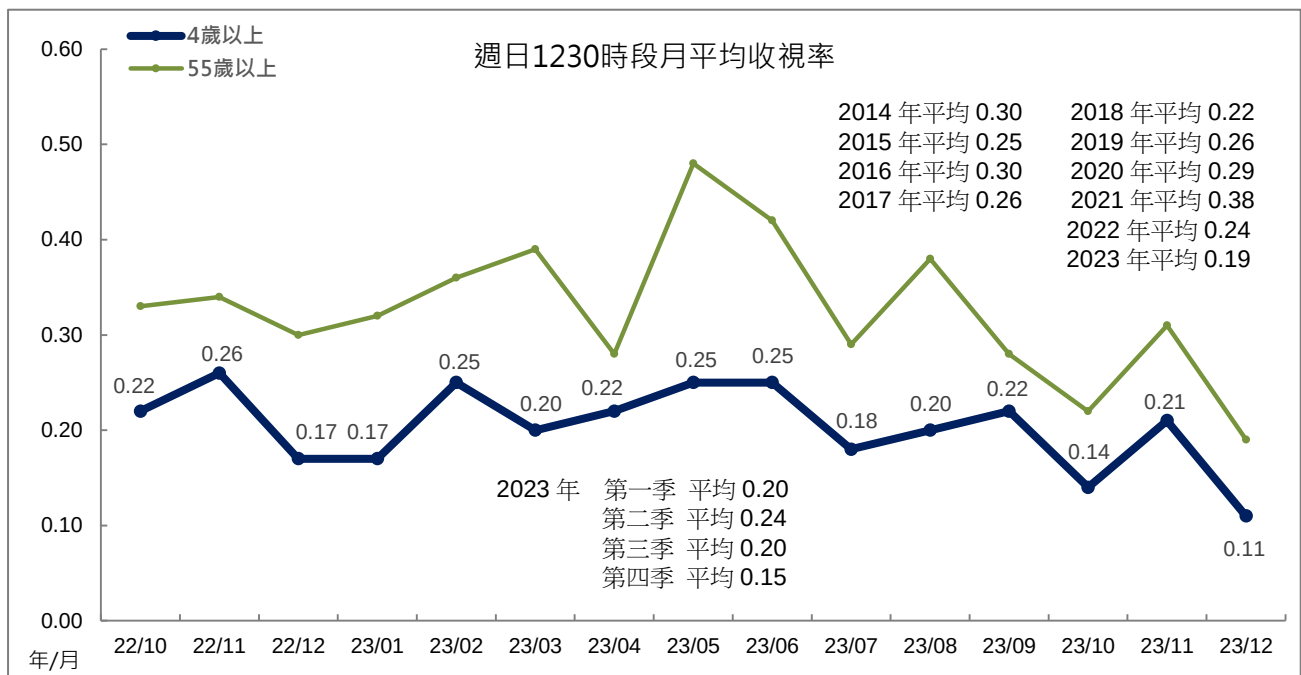
週六、週日「人選之人-造浪者」連續劇觀眾輪廓

分眾項目	人選之人-造浪者				
	TVR	000s	百分比	收視時數 (分鐘)	觸達 000s
所有觀眾	0.50	107.1	100	26	248.5
男性	0.39	41.8	39	25	101.3
女性	0.60	65.3	61	27	147.1
4-14	0.40	8.4	8	27	14.0
15-24	0.25	5.6	5	25	13.3
25-34	0.22	6.5	6	25	17.1
35-44	0.32	11.3	11	29	22.8
45-54	0.70	24.0	22	25	57.3
55+	0.70	51.2	48	26	124.0
大台北	0.53	27.6	26	26	66.6
其他北部+宜蘭	0.63	29.5	28	33	57.6
中部+花蓮	0.25	14.4	13	22	47.4
南部+台東	0.60	35.6	33	28	76.9
區/都會	0.71	66.9	62	30	134.8
市/鎮(縣)	0.29	19.9	19	22	57.8
鄉村	0.38	20.3	19	24	55.8
有工作的男性	0.38	25.9	24	24	63.9
有工作的女性	0.56	32.9	31	27	75.3
學生	0.36	11.5	11	34	20.0
家庭主婦	0.73	16.0	15	29	36.2
沒有工作/退休	0.61	20.8	19	25	53.1
小學或以下	0.31	10.3	10	25	23.1
初中	0.66	12.9	12	25	32.1
高中	0.62	34.6	32	30	73.7
大專或以上	0.46	49.3	46	25	119.6
無線接收	0.90	53.3	50	32	111.5
有線接收	0.34	53.9	50	23	137.0

七、重點節目—週日 1230 時段收視分析

週日下午 1230 時段「經典電影院」2023 年 10 月平均 0.14，11 月平均 0.21，12 月平均 0.11。跨年比較 2012 年至 2023 年平均分別為 0.32、0.35、0.30、0.25、0.30、0.26、0.22、0.26、0.29，0.38、0.24、0.19。2023 年第一季平均 0.20，第二季平均 0.24，第三季平均 0.20，第四季平均 0.15。

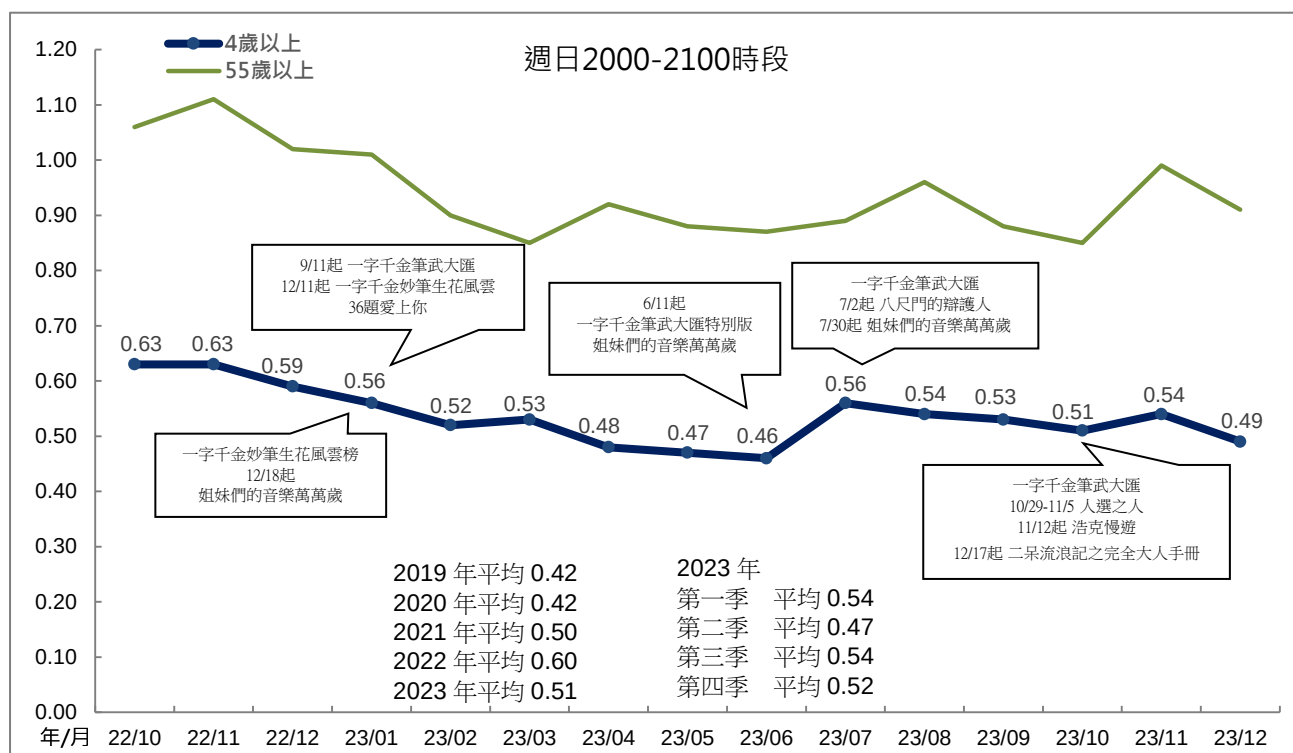
第四季期間播出電影，以「腦海中的橡皮擦」收視最高，平均為 0.27，其次為「雞不可失」，平均 0.21。



八、重點節目—週日 2000 時段收視分析

週日 2000 時段，2023 年 10 月平均 0.51，11 月平均 0.54，12 月平均 0.49。跨年比較，2015 年至 2023 年平均分別為 0.38、0.31、0.34、0.35、0.42、0.42、0.50、0.60、0.51。2023 年第一季平均 0.54，第二季平均 0.47，第三季平均 0.54，第四季平均 0.52。

第四季期間播出節目「一字千金筆武大匯」平均 0.78，「姐妹們的音樂萬萬歲」平均 0.23，「人選之人造浪者」平均 0.50(週六週日 2100-2300 時段)，「浩克慢遊」平均 0.30，「二呆流浪記之完全大人手冊」平均 0.19。



週日 2000 時段 2023 年第二季至 2023 年第四季播出節目

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2023/6/11-6/25	一字千金筆武大匯特別版	0.64	138.0	2.07	25	334.5
2023/7/2-12/24	一字千金筆武大匯	0.78	167.0	2.00	30	340.0

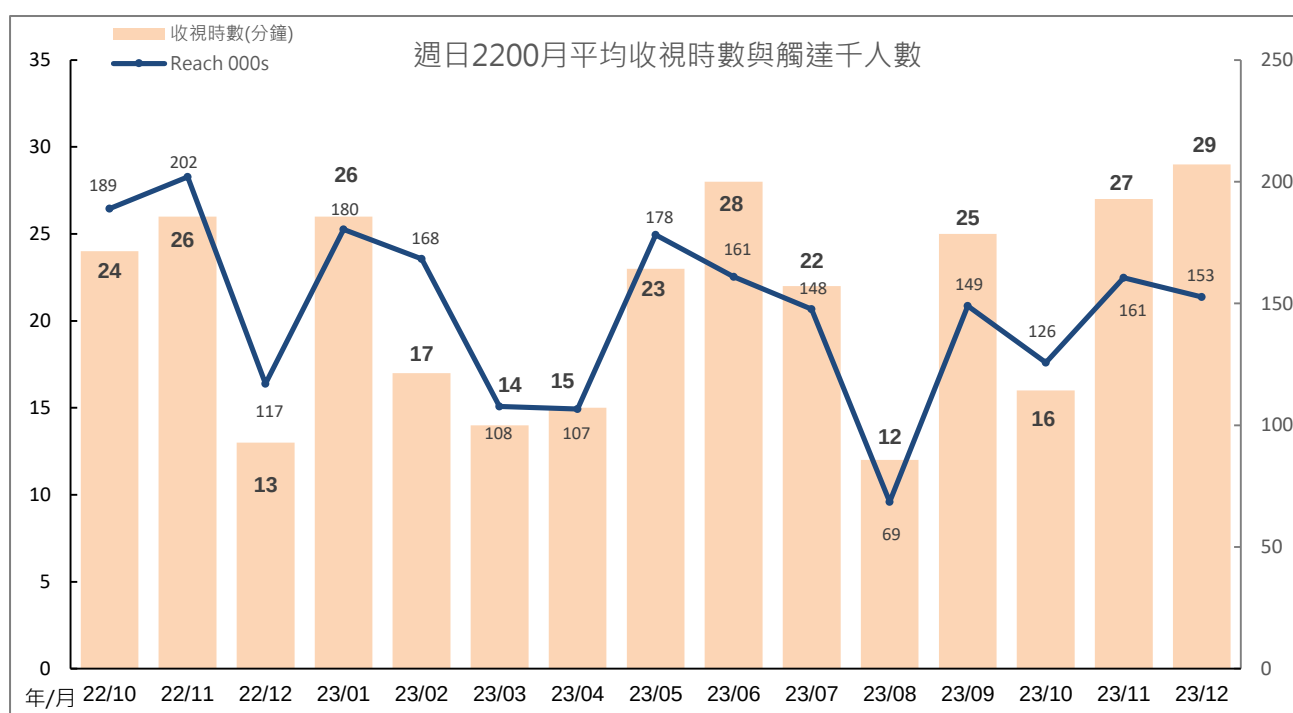
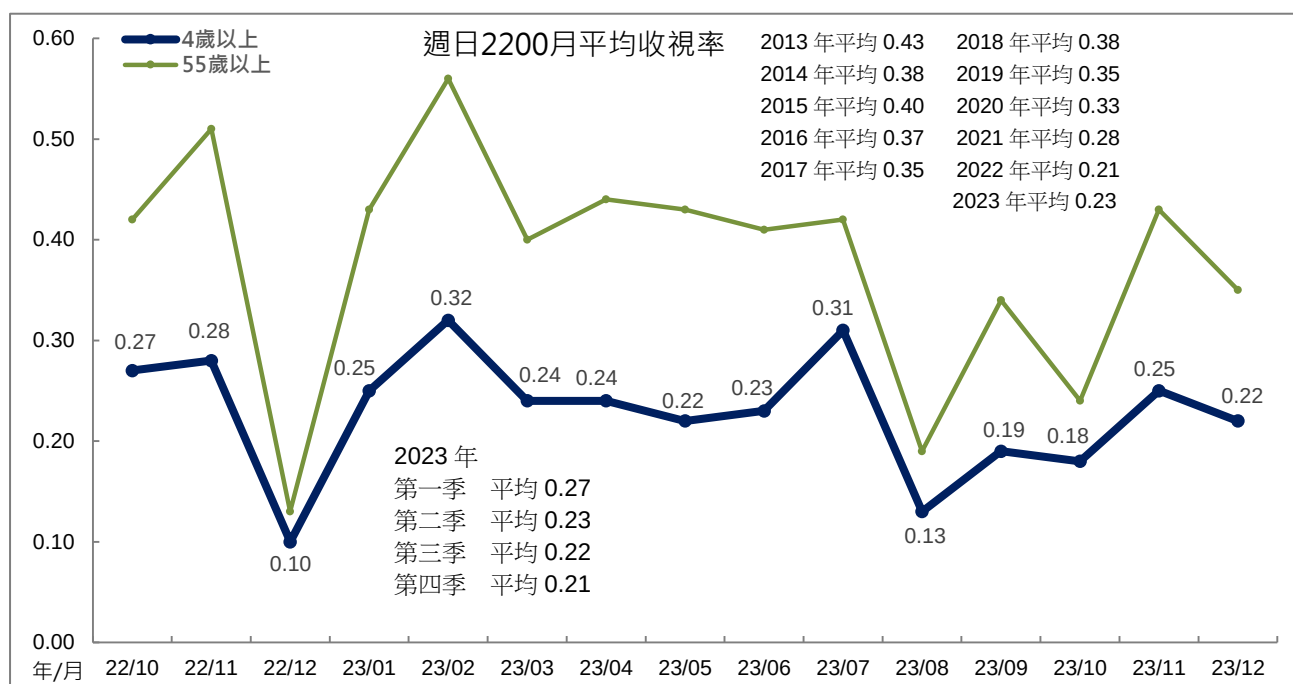
週日 2100 時段 2023 年第三季至第四季播出節目

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2023/7/30-10/22	姐妹們的音樂萬萬歲	0.23	49.5	0.80	17	179.5
2023/10/28-11/5	人選之人造浪者 (週六週日 2100-2300)	0.50	107.1	2.05	26	248.5
2023/11/12-12/10	浩克慢遊	0.30	64.0	1.08	19	208.3
2023/12/17-12/24	二呆流浪記之完全大人手冊	0.19	41.0	0.69	13	191.6

九、重點節目—週日 2200 時段收視分析

週日 2200 時段 2023 年 10 月平均 0.18，11 月平均 0.25，12 月平均 0.22。第三季期間播出節目，以「人選之人-造浪者」收視最高(週六週日 2100-2300 時段)，平均 0.50，其次為「公視學生劇展回收場的夏天」，平均 0.40。

週日 2200 時段 2011 年至 2023 年平均分別為 0.53、0.44、0.43、0.38、0.40、0.37、0.35、0.38、0.35、0.33、0.28、0.21、0.23。2023 年第一季平均 0.27，第二季平均 0.23，第三季平均 0.22，第四季平均 0.21。



2023 年第四季週日 2200 時段播出節目

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2023/10/28- 11/05	人選之人造浪者 (週六週日 2100-2300 時段)	0.50	107	2	26	249
2023/10/01	公視人生劇展最美的風景	0.18	39	1	21	172
2023/10/08	23 金鐘入圍學生劇展回收場的夏天	0.40	86	2	13	208
2023/10/08	23 金鐘入圍學生劇展道安講習	0.19	42	1	18	64
2023/10/08	23 金鐘入圍新創電影我在隔離中	0.23	50	1	13	91
2023/10/15	23 金鐘入圍新創電影幻日手記	0.02	5	0	6	64
2023/10/22	公視人生劇展三角犯罪	0.17	37	1	21	161
2023/11/12	公視人生劇展陽光電台不打烊	0.14	30	1	20	149
2023/11/19	公視人生劇展同名同姓	0.30	65	2	25	209
2023/11/26	公視人生劇展暗潮	0.26	56	1	34	149
2023/12/03	公視人生劇展不可饒恕的人	0.15	31	1	30	101
2023/12/10	公視人生劇展明日之子	0.20	43	1	24	168
2023/12/17	公視人生劇展彈味中的嬰孩	0.25	54	1	32	154
2023/12/24	公視人生劇展藥笑 24 小時	0.30	64	2	31	190

貳、公視+與 YouTube 第四季收視成效

本報告為 2023 年第四季（數據起訖範圍：2023.10.01-2023.12.31）公視+串流影音平台 (www.ptsplus.tv)與公視 Youtube 家族頻道之數據分析。公視+串流影音平台數據來源包括：Google Analytic（簡稱 G.A）以及公視+站內內容管理系統(Content Manager System, CMS)之數據報表。YouTube 收視數據來自 YouTube 內容管理員(YouTube Content Manager)之數據分析所產出之報表。

YouTube 的收益為預估收益，YouTube 內容管理系統之後台報表以美金計價，本報告則以美金兌換台比 1:31 計算，並呈現預估收益成長與比較，實際收益須考慮跨國稅賦與匯差，並以會計單位最後出帳報表為準。

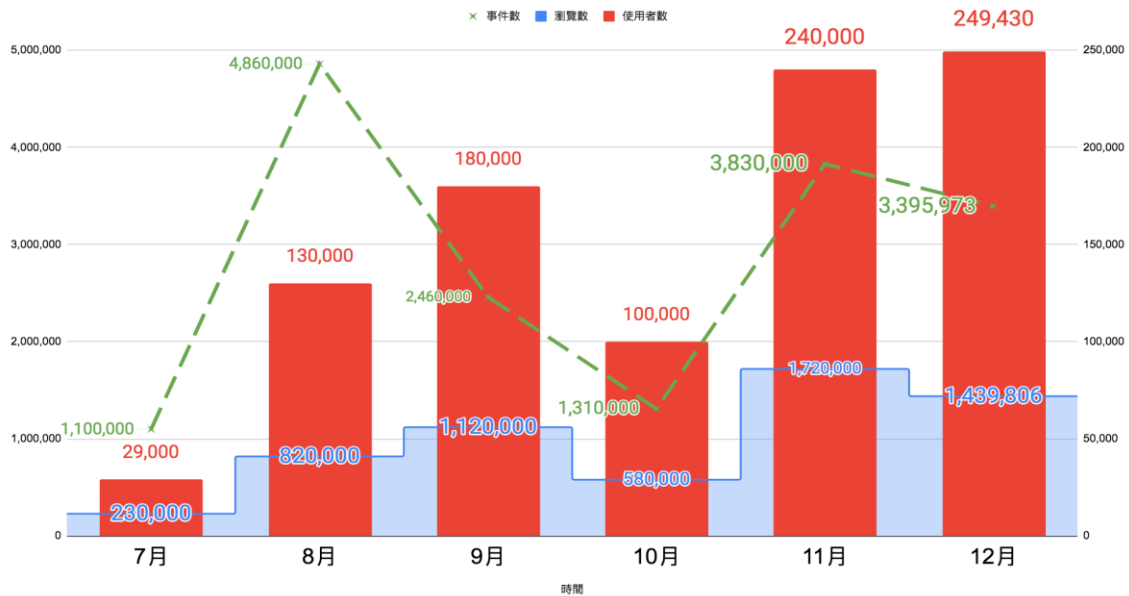
一、公視+ 第四季收視成效

本章節資料來源包括 Google Analytic 4 所計算之流量以及公視+內容管理系統所整理之數據報表，並分章節說明 Google Analytic 的數據變化，其次則分析公視+內容管理系統之數據報表。另公視+於 2023 年 7 月 24 日啟動網站版改版，並配合改版作業流程暫停 APP 服務，故第三季開始將不提供 APP 下載數之數據。

(一) Google Analytic 數據分析

2023 年第四季總網頁瀏覽數為 3,739,806，使用者 589,430，事件數為 8,535,973，相對第三季幾有顯著成長。其中第四季 12 月之瀏覽數與事件數雖低於 11 月，當月之使用者數則為 7 月公視+改版上架後起算之最高。

2023.公視+ 各月 瀏覽.使用者.事件數 變化

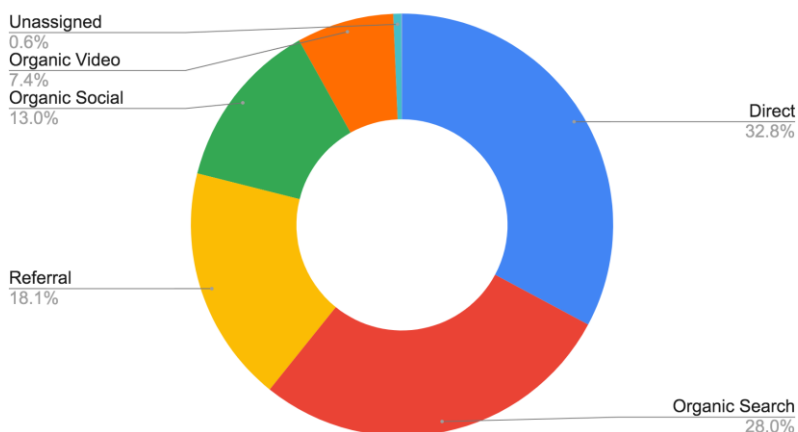


2023 年第四季總網頁瀏覽量

1、使用者來源分析

公視+在第四季使用者來源主要來自於「直接(Direct)」流量，包括使用者鍵入公視+網址或透過網頁預設公視+網址之書籤進入網站。其次為 Google 搜尋引擎自然檢索(Organic Search)之流量。本季推薦流量(Referral)的比例增加至 18.1%，且超越自然社交(Organic Social)與自然影片(Organic Video)之導流幅度。

2023第4季公視+使用者來源

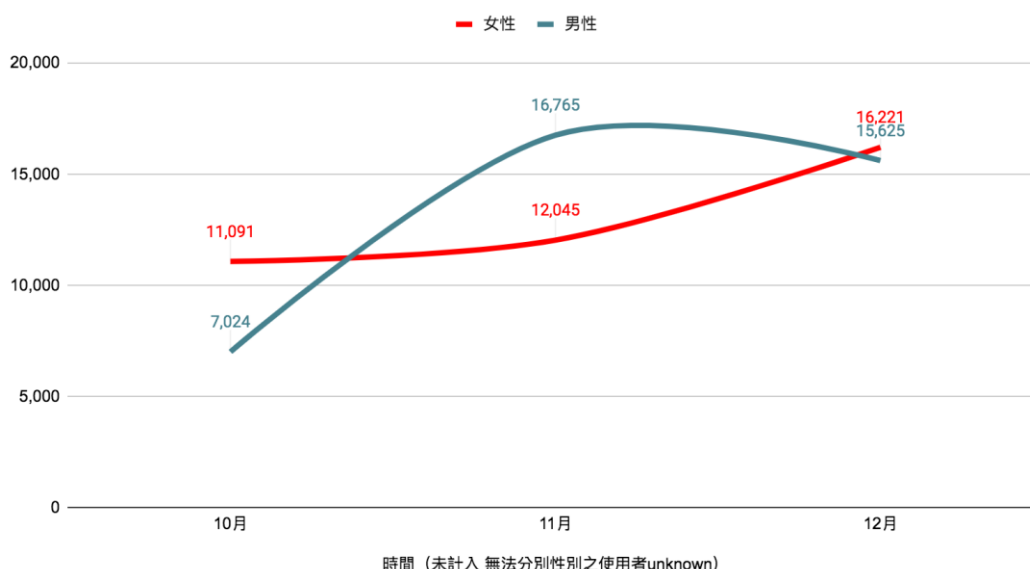


推薦流量(Referral) 的導流成效來自於公視+於 11 月至 12 月期間分別直播「2023 亞洲職棒冠軍爭霸賽」與「2023 亞洲棒球錦標賽」，期間有大量網路媒體報導賽事進程與播映平臺，由於公視+同為播映平臺之一，上述網路媒體不僅會刊出平台名稱亦會提供平台連結，故公視+因此獲得反向連結之流量。

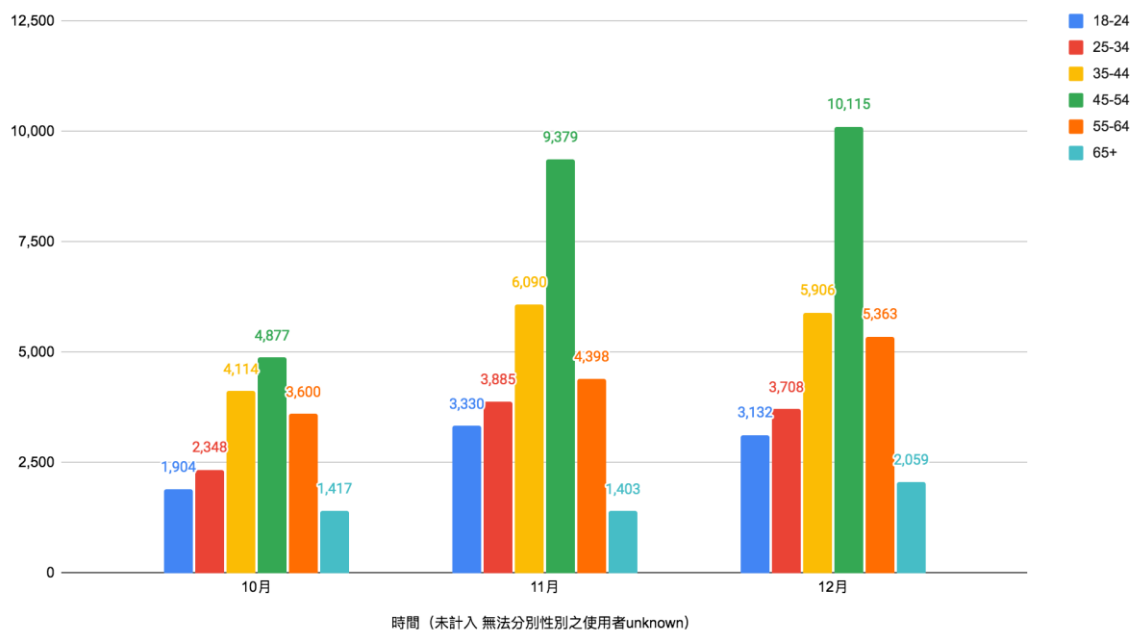
2、使用者輪廓

以網頁瀏覽量對照使用者年齡，第四季使用者年齡層主要集中在 45-54 歲，其次為 35-44，相較第三季與第二季的觀眾較為成熟。使用者性別變化則呈現 10 月的男性觀眾逐步提升，直到 11 月則高於女性觀眾，12 月則再出現女性高於男性之態勢。有此變化，成為 11 月中旬至 12 月上旬時間，公視+ 網路直播「2023 亞洲職棒冠軍爭霸賽」與「2023 亞洲棒球錦標賽」，吸引大量男性觀眾至公視+ 收看。

2023公視+ 第四季使用者性別變化



2023公視+第四季使用者年齡變化



(二)公視+內容管理系統數據分析

2023 年第四季總上傳時數為 529.9 小時¹，各內行節目時數如下：

2023 第四季 VOD 上架時數

上架方式 - 節目類型 - 時數	+	+7 (7 天後下架)	總計
	(長期免費收看，以及大於 7 天可收看之節目)		
戲劇影集	51.25	75	126.25
紀錄片	63.5	40.5	104
兒少	55.943	17.33	73.273
生活	95.33	59	154.33
藝文	30.5	41.5	72
合計			529.9

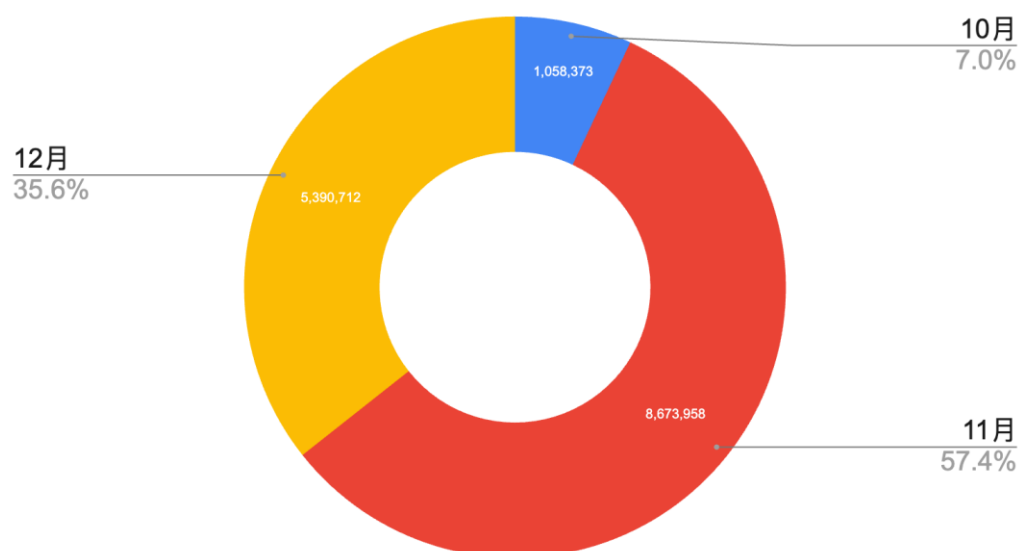
¹ 定義為：當年度有上傳至公視+之節目時數統計，惟該節目可能會依播映版權規定而下架。

第四季每月節目策展、獨家播出節目整理如下：

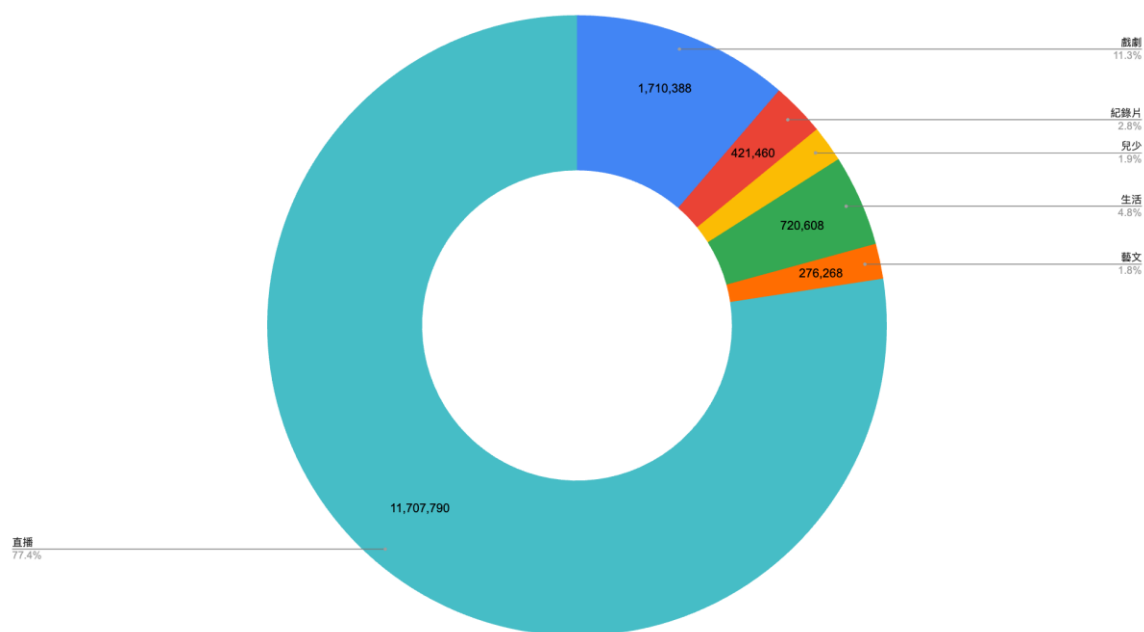
頻道別 - 月份 - 播映規劃	10 月	11 月	12 月
戲劇	- 金鐘 58 入圍戲劇作品 2023 學生劇展	- 金馬榮耀精彩作品 - 生命捕手	- 國際橋牌社+和平歸來全系列 - 醫療台劇必看推薦
兒少	都是動畫！動物的秘密奇幻世界	- 百姓貴族 - 小孩酷斯拉 第二季	- 雪人、雪人與雪犬 - 小恐龍樂園
紀錄片	- 中國好驚訝 - 戰爭與和平	- 政治狂人 - 以歷史為鏡	- 世界公視大展線上影展 - 二呆 流浪記 之「我以為，流浪很簡單...」
生活與藝文	獨享南國好時光	- 名畫東西軍 - 台北愛樂~就愛聽音樂	- 免簽啦！還不玩爆泰國 - 指揮大師的音樂盛典
事件直播	無	亞洲職棒大賽 11.16-11.19	- 台北、台東跨年演唱會 - 金 V 獎頒獎典禮

第四季總觀看分鐘數為 15,123,043 分鐘（約 151 萬分鐘），其中 VOD 類節目之總觀看分鐘數為 3,415,253 分鐘（約 341 萬分鐘），事件型直播觀看分鐘數為 11,707,790 分鐘（約 1,170 萬）。第四季則以 11 月所獲得的觀看分鐘數最高，並多發生在事件型直播節目的觀看。

2023公視+ 第4季每月觀看分鐘數佔比



2023年第四季觀看分鐘數佔比



1、第四季戲劇熱門節目排名

第四季戲劇頻道熱門節目獲得較多觀看分鐘數之電視影集以「第一次遇見花香的那刻」與「生命捕手」為大宗。單元劇或電影則有「明日之子」、「哈勇家」與「同名同姓」。

第四季戲劇熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	觀看分鐘數	總點擊次數	觀看分鐘數占比
1	第一次遇見花香的那刻	第一次遇見花香的那刻 ep3	24,881	3,115	0.72%
2	生命捕手	生命捕手 ep3	23,816	1,708	0.69%
3	第一次遇見花香的那刻	第一次遇見花香的那刻 ep1	23,360	4,867	0.68%
4	人生劇展	明日之子	22,434	1,333	0.65%
5	第一次遇見花香的那刻	第一次遇見花香的那刻 ep6	22,383	2,414	0.65%
6	生命捕手	生命捕手 ep4	21,690	1,548	0.63%
7	哈勇家	哈勇家	21,613	1,299	0.63%
8	第一次遇見花香的那刻	第一次遇見花香的那刻 ep4	21,153	2,661	0.61%
9	生命捕手	生命捕手 ep1	20,947	3,201	0.61%
10	人生劇展	暗潮	20,918	1,266	0.61%
11	人生劇展	回收場的夏天	20,568	1,810	0.60%
12	生命捕手	生命捕手 ep5	20,481	1,446	0.59%
13	第一次遇見花香的那刻	第一次遇見花香的那刻 ep2	20,412	2,559	0.59%
14	人生劇展	同名同姓	19,911	1,213	0.58%
15	牛車來去	牛車來去 ep30	19,444	888	0.56%
16	生命捕手	生命捕手 ep6	18,968	1,266	0.55%
17	第一次遇見花香的那刻	第一次遇見花香的那刻 ep5	18,728	2,135	0.54%
18	牛車來去	牛車來去 ep7	18,515	1,330	0.54%
19	牛車來去	牛車來去 ep29	18,325	938	0.53%
20	牛車來去	牛車來去 ep28	18,151	965	0.53%

2、第四季紀錄片熱門節目排名

第四季紀錄片類節目以「紀錄觀點」系列所播出的紀錄片入榜最多。本系列則又以「藏傳佛教：噤聲秘」表現最佳。

第四季紀錄片熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	觀看分鐘數	總點擊次數	觀看分鐘數占比
1	紀錄觀點	藏傳佛教：噤聲秘密	32,547	1,935	0.95%
2	紀錄觀點	藝術很有價	20,733	1,078	0.60%
3	紀錄觀點	金門留念	20,364	1,533	0.59%
4	紀錄觀點	邁向權力之路	19,685	1,084	0.57%
5	紀錄觀點	總統、歐洲與戰爭	17,145	1,149	0.50%
6	紀錄觀點	不能戳的秘密 III：官官相護	14,684	854	0.43%
7	紀錄觀點	加薩戰火：無解的以阿悲劇	13,563	912	0.39%
8	紀錄觀點	離亂之歌	13,424	993	0.39%
9	公視主題之夜 Show	我所謂的自私人生	12,013	1,112	0.35%
10	紀錄觀點	那些鳥事	9,858	533	0.29%
11	紀錄觀點	山頂小屋	8,390	578	0.24%
12	紀錄觀點	島上	8,381	654	0.24%
13	紀錄觀點	來自北極圈的伊凡娜	7,313	478	0.21%
14	紀錄觀點	赤腳歌后	7,168	470	0.21%
15	紀錄觀點	晶片戰爭	6,620	514	0.19%
16	紀錄觀點	塵默呼吸	6,538	420	0.19%
17	紀錄觀點	誰是惡魔？	6,376	506	0.19%
18	公視主題之夜 Show	我變性，故我在	6,018	493	0.17%

排序	節目名稱	子集名稱	觀看分鐘數	總點擊次數	觀看分鐘數占比
19	紀錄觀點	烏童心碎之家	5,859	370	0.17%
20	公視紀實	獨舞者的樂章	5,582	320	0.16%

3、第四季兒少熱門節目排名

「換個爸媽過幾天」系列，於第四季再度重回榜上。「工作細胞」與「百姓貴族」則為獲得較多觀看之動畫類節目。

第四季熱兒少熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	觀看分鐘數占比
1	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 02 ep2	8,686	631	0.25%
2	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 03 ep3	8,163	479	0.24%
3	換個爸媽過幾天	渴望被愛與自由的寵物夢 01 ep4	5,475	354	0.16%
4	工作細胞	肺炎鏈球菌 ep1	4,908	1,226	0.14%
5	換個爸媽過幾天	遇上情緒怪獸的少年ㄟ ep7	4,235	269	0.12%
6	工作細胞	擦傷 ep2	4,094	542	0.12%
7	百姓貴族	第 1 頭 牛奶 ep1	3,984	2,852	0.12%
8	豬豬求生記	豬豬求生記	3,982	469	0.12%
9	換個爸媽過幾天	渴望被愛與自由的寵物夢 02 ep5	3,965	215	0.12%
10	換個爸媽過幾天	渴望被愛與自由的寵物夢 03 ep6	3,744	226	0.11%
11	玩具當家	玩具當家	3,547	238	0.10%
12	工作細胞	流行性感冒 ep3	3,406	430	0.10%
13	工作細胞	食物中毒 ep4	3,280	387	0.10%
14	換個爸媽過幾天	遇上情緒怪獸的少年ㄟ ep8	2,988	159	0.09%
15	名偵探布魯諾	名偵探布魯諾	2,943	217	0.09%
16	工作細胞	胸腺細胞 ep9	2,877	413	0.08%
17	百姓貴族	第 2 頭 馬鈴薯 ep2	2,830	1,456	0.08%
18	換個爸媽過幾天	遇上情緒怪獸的少年ㄟ ep9	2,722	153	0.08%
19	工作細胞	癌細胞 ep7	2,711	322	0.08%
20	工作細胞	紅血球母細胞與骨髓細胞 ep6	2,702	332	0.08%

4、第四季生活熱門節目排名

生活類節目以「動物秘密一籬筐：海洋間諜」系列表現最佳。本系列為+7 節目，播映後亦帶動「動物秘密一籬筐」系列作品觀看分鐘數之成長。

第四季生活熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	觀看分鐘數占比
1	動物秘密一籬筐：海洋間諜	動物秘密一籬筐：海洋間諜 ep1	36,792	3,077	1.07%
2	動物秘密一籬筐：海洋間諜	動物秘密一籬筐：海洋間諜 ep2	28,019	2,191	0.81%
3	哈囉！你給問嗎？	黃國昌 ep3	15,576	1,160	0.45%
4	哈囉！你給問嗎？	王世堅 ep1	15,105	1,809	0.44%
5	一字千金 筆武大匯	主持人好搭檔+鑑定師助戰團 ep1	13,388	2,224	0.39%
6	群山之島與不去會死的他們	來自八千米的無氧告白／呂忠翰（阿果） ep1	13,190	1,254	0.38%
7	群山之島與不去會死的他們	深淵驚現嘆息灣！／李佳珊 ep2	11,361	956	0.33%
8	群山之島與不去會死的他們	向山而行 向死而生 ／張國威 ep3	9,902	715	0.29%
9	一字千金 筆武大匯	在地傳承者 VS 世界品味家 ep1	9,011	837	0.26%
10	漫步雲端:世界篇 3	美國 新英格蘭 ep3	8,813	728	0.26%
11	動物秘密一籬筐	愛 ep1	8,623	835	0.25%
12	群山之島與不去會死的他們	我們不是登山家，因為山是我們家／巫瑪芙、馬詠恩 ep4	7,631	568	0.22%
13	一字千金 筆武大匯	未來國文老師 VS 現在國文老師 ep3	7,239	570	0.21%
14	動物秘密一籬筐：雪中間諜	動物秘密一籬筐：雪中間諜	6,636	476	0.19%
15	漫步雲端:世界篇 3	比利時 盧森堡 ep4	6,601	532	0.19%
16	一字千金 筆武大匯	有教無類的老師 PK 無奇不教的老師 ep11	6,468	499	0.19%
17	漫步雲端:世界篇 3	北德 ep5	6,300	449	0.18%
18	二呆流浪記番外篇《我以為，流浪很簡單...》	出發第一課：做好準備、找好旅伴！ ep1	5,795	2,154	0.17%
19	一字千金 筆武大匯	出題高手 PK 解題高手 ep6	5,665	415	0.16%
20	一字千金 筆武大匯	國際觀察家+補教老師助戰團 ep2	5,588	547	0.16%

5、第四季藝文熱門節目排名

藝文類節目延續宮崎駿新作電影上映之契機，「宮崎駿的十年瞬間」在本季獲得較高的觀看分鐘數。

第四季藝文熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	觀看分鐘數占比
1	宮崎駿的十年瞬間	波妞來了 ep1	69,562	7,346	2.02%
2	宮崎駿的十年瞬間	繪出真實 ep2	41,946	3,288	1.22%
3	宮崎駿的十年瞬間	去吧!成為我的威脅 ep3	32,414	2,137	0.94%
4	宮崎駿的十年瞬間	別找廉價的藉口 ep4	28,699	1,751	0.83%
5	梵谷的樹根懸案	梵谷的樹根懸案	4,761	293	0.14%
6	夜晚的喧囂：霍普	夜晚的喧囂：霍普	4,257	318	0.12%
7	特寫維梅爾	特寫維梅爾 ep1	4,219	463	0.12%
8	安徒生的童話人生	安徒生的童話人生	3,882	286	0.11%
9	天才高第的自然狂想	天才高第的自然狂想	3,378	268	0.10%
10	印象畢沙羅	印象畢沙羅	3,342	249	0.10%
11	特寫維梅爾	特寫維梅爾 ep2	3,274	297	0.10%
12	塞尚：超越肖像畫	塞尚：超越肖像畫	3,116	248	0.09%
13	梵谷與浮世繪	梵谷與浮世繪	3,018	268	0.09%
14	逸心為戲	逸心為戲	2,231	197	0.06%
15	貝多芬的遺書	貝多芬的遺書	1,985	124	0.06%
16	羅特列克傳	羅特列克傳	1,975	147	0.06%
17	錢南章第9號交響曲《紅樓夢》	錢南章第9號交響曲《紅樓夢》	1,895	109	0.06%
18	京都藝伎：祇園物語	京都藝伎：祇園物語	1,857	121	0.05%
19	光陰的故事 羅大佑經典作品音樂會	光陰的故事 羅大佑經典作品音樂會	1,819	72	0.05%
20	世界名畫的故事	蒙娜麗莎的微笑 ep1	1,747	196	0.05%

6、事件型直播活動成效

公視+在 2023 年 11 月 16 日至 19 日間播出 2023 年亞洲職棒冠軍爭霸賽，共獲得總觀看分鐘數 7,610,656 分鐘。其中又以 11 月 19 日冠軍賽之觀看分鐘數為最多，且當日同時最高在線人數一度達到 6,984 人。

日期	直播名稱	觀看次數	觀看分鐘數
2023-11-16	11/16 11:00 澳洲 vs.韓國	13,936	254,396
2023-11-16	11/16 18:00 台灣 vs.日本	78,115	1,968,576
2023-11-17	11/17 11:00 台灣 vs.澳洲	69,202	1,664,736
2023-11-17	11/17 18:00 韓國 vs.日本	18,155	438,975
2023-11-18	11/18 11:00 日本 vs.澳洲	7,111	143,994
2023-11-18	11/18 18:00 台灣 vs.韓國	71,454	1,733,609
2023-11-19	11/19 10:00 台灣 vs.澳洲 季軍戰	31,266	740,205
2023-11-19	11/19 17:00 日本 vs.韓國 冠軍戰	22,369	666,166
合計總觀看分鐘數			7,610,656

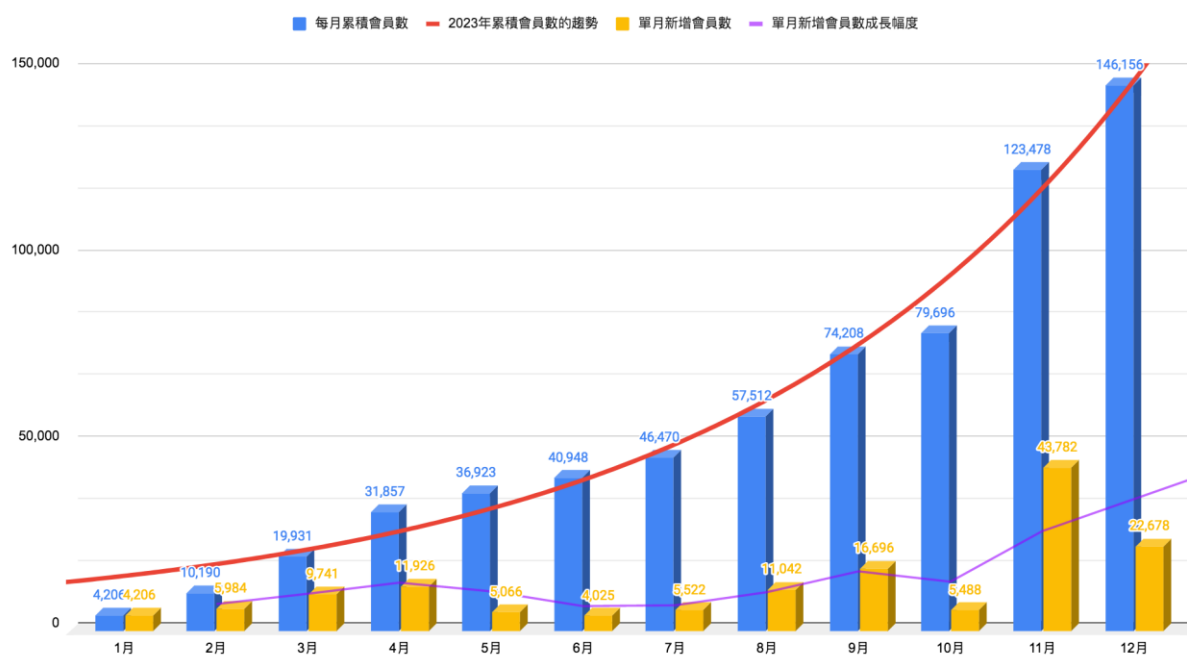
公視+在 2023 年 12 月 3 日至 10 日間播出亞洲棒球錦標賽，共獲得總觀看分鐘數 4,072,844 分鐘。其中又以 12 月 10 日冠軍賽之觀看分鐘數為最多，且當日同時最高在線人數一度達到 7,003 人。

場次	觀看次數	觀看分鐘數
12/10(日) 18:30 冠軍賽	47,188	1,236,932
12/8(五) 18:30 台灣 VS 日本	40,568	1,110,657
12/9(六) 18:30 台灣 VS 菲律賓	25,825	665,266
12/5(二) 18:30 台灣 VS 巴勒斯坦	14,426	338,951
12/6(三) 18:30 台灣 VS 香港	11,969	294,723
12/9(六) 12:30 日本 VS 韓國	5,841	139,335
12/10(日) 12:30 季軍賽	4,243	103,112
12/4(一) 18:30 日本 VS 巴基斯坦	4,310	89,478
12/8(五) 12:30 韓國 VS 菲律賓	2,493	44,869
12/5(二) 12:30 韓國 VS 香港	1,410	31,316
12/6(三) 12:30 韓國 VS 巴勒斯坦	971	16,983
12/3(日) 17:00 台灣 VS 韓國	17	1,221
合計總觀看分鐘數		4,072,844.45

(三)新增會員數變化

第四季新增會員數總計 71,948 人，其中又以 11 月單月新增 43,782 人最全年度最高。第四季主要的流量來源則以「亞洲職棒冠軍爭霸賽」與「亞洲棒球錦標賽」為主要。

2023公視+會員數變化



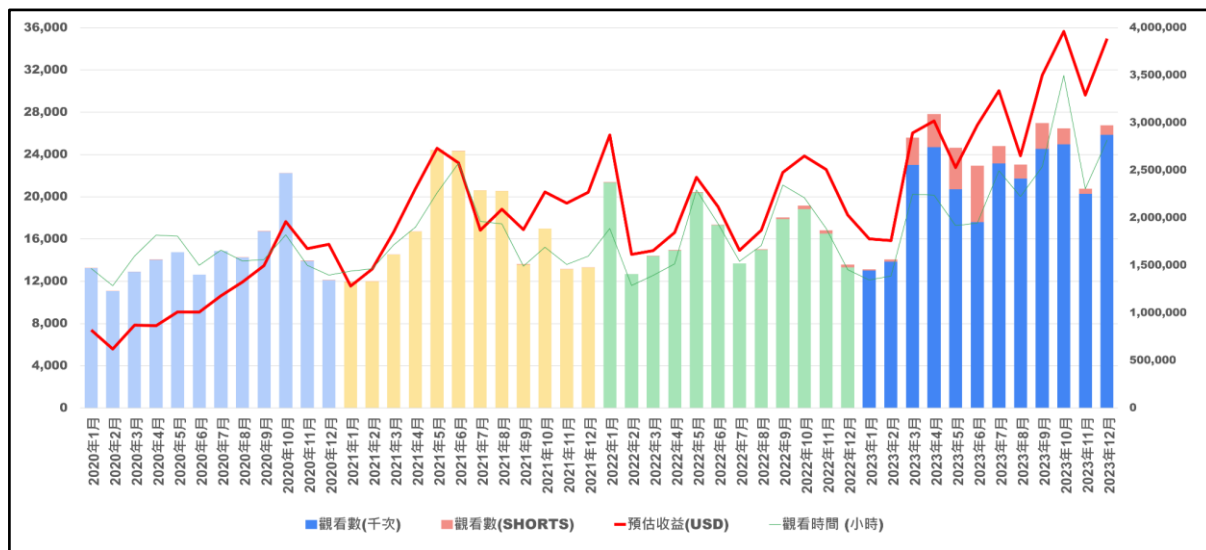
二、公視 YouTube 第四季收視成效

2023 年第四季整體 YouTube 觀看次數下滑，但整體觀看時間與預估收益上升，預估收益於 12 月、10 月為 2020 年來最佳、次佳表現。第四季總預估收益為 101,124.91 美金，合計約 313.4 萬台幣。

2023 年第四季觀看次數與預估收益

月份	觀看次數 (萬)	預估收益 (美金)	預估收益 (台幣) (以 1:31 計算)
2023 年 10 月	26,46.8	\$35,653.33	\$1,105,253
2023 年 11 月	2,075.0	\$29,639.68	\$918,830
2023 年 12 月	2,696.5	\$35,831.91	\$1,110,789
總計	7398.4	\$101,124.91	\$3,134,872 (約台幣 313.4 萬)

2023 年 12 月為 2020 年營運至今，預估收益表現最佳之單月(10 月為收益次佳表現)。



2020-2023 YouTube 每月觀看次數及預估收益

第四季新增訂閱數為 150,617，又以「公視新聞網」、「誰來晚餐」與「公視 網路直播頻道」整體獲得訂閱人數約 46.7%的占比，訂閱人數平均落在 23,423 人。

第四季公視 YouTube 頻道新增訂閱數排序

排序	頻道名稱	訂閱人數
1	公視新聞網	29,927
2	誰來晚餐	24,693
3	公視 網路直播頻道	15,649
4	公視體育	11,402
5	公視台語台	9,449
6	公視 P#新聞實驗室	8,550
7	公共電視-獨立特派員 PTS INNEWS	7,740
8	公共電視-我們的島	6,242
9	公視戲劇 PTS Drama	6,075
10	公視主題之夜 SHOW	4,726

(一)觀看次數比較

以 YouTube 為單位，並以觀看次數排序，以「公視新聞網」排序最高，達 24,328,629 次，較第三季成長 32.79%，推估為 10 月起因總統大選/多場大選辯論、政見會，次數大幅上升。其次為「公視 網路直播頻道」，達 11,029,303 次，較第三季衰退 8.9%，第四季觀看次數衰退，但操作運動賽事聊天室成效佳年底各地跨年/煙火直播均有不錯成效。

2023 年第四季 前 10 大頻道排序（以觀看次數排序）

排序	頻道名稱	觀看次數	比較第三季	預估收益 (USD)	比較第三季
1	公視新聞網	24,328,629	+32.79%	\$25,329.92	+\$6,630.82
2	公視 網路直播頻道	11,029,303	-8.9%	\$23,430.43	+\$5,084.13
3	公視戲劇	6,185,492	-20.32%	\$8,490.67	+\$66.89
4	誰來晚餐	5,977,705	+33.75%	\$17,154.36	+\$3,292.04
5	公視體育	5,726,658	+0.10%	\$4,547.37	+\$1,252.69
6	公視綜合	2,546,178	-47.91%	\$1,672.89	-\$1,027.33
7	公共電視-獨立特派員	1,901,683	-14.43%	\$2,930.50	-\$516.87

排序	頻道名稱	觀看次數	比較第三季	預估收益 (USD)	比較第三季
1	公視新聞網	24,328,629	+32.79%	\$25,329.92	+\$6,630.82
2	公視 網路直播頻道	11,029,303	-8.9%	\$23,430.43	+\$5,084.13
3	公視戲劇	6,185,492	-20.32%	\$8,490.67	+\$66.89
4	誰來晚餐	5,977,705	+33.75%	\$17,154.36	+\$3,292.04
5	公視體育	5,726,658	+0.10%	\$4,547.37	+\$1,252.69
6	公視綜合	2,546,178	-47.91%	\$1,672.89	-\$1,027.33
8	公視台語台	1,888,416	+110.03%	\$1,461.72	+\$857.63
9	公共電視-我們的島	1,678,372	-43.48%	\$1,623.15	-\$509.79
10	公視 P#新聞實驗室	1,347,672	-51.89%	\$1,402.05	-\$1,197.01

(二)預估收益比較

以收益來看，第四季預估收益以「公視新聞網」收益最高，合計約台幣 78.5 萬。排序第二為「公視 網路直播頻道」收益約台幣 72.6 萬，排序第三為「誰來晚餐 GuessWho」收益約為台幣 53.1 萬。

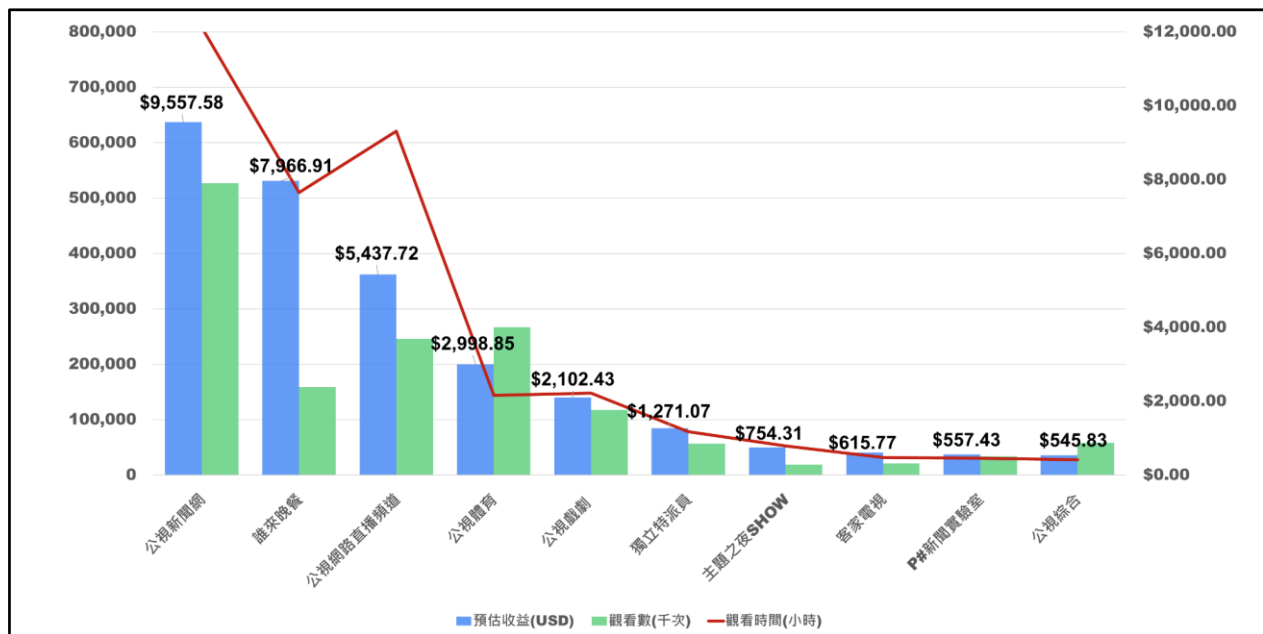
2023 年第四季 前 10 大頻道排序（以 預估收益 排序）

排序	頻道名稱	預估收益 (USD)	預估收益(TWD) (以 1:31 計算)	比較第三季(USD)
1	公視新聞網	\$25,329.92	NT\$785,227	\$6,983.79
2	公視 網路直播頻道	\$23,430.43	NT\$726,343	\$4,731.34
3	誰來晚餐 GuessWho	\$17,154.36	NT\$531,785	\$4,445.42
4	公視戲劇 PTS Drama	\$8,490.67	NT\$263,211	\$66.89
5	公視體育	\$4,547.37	NT\$140,968	\$1,252.69
6	公共電視-獨立特派員	\$2,930.50	NT\$90,845	-\$516.85
7	公視主題之夜 SHOW	\$2,239.42	NT\$69,422	-\$148.51
8	客家電視 HakkaTV	\$2,056.19	NT\$63,742	-\$188.68
9	公視綜合	\$1,672.89	NT\$51,860	-\$1,027.32
10	公共電視-我們的島	\$1,623.15	NT\$50,318	-\$509.79

(三)12 月份（不分類）前 10 大頻道比較

2023 年 12 月為目前營運單月份表現成效最佳的月份，將其獨立檢視，可發現 12 月份表現最佳的 YouTube 頻道為「公視新聞網」、其次則為「誰來晚餐」。

2023 年 12 月份 前 10 大頻道排序（以 收益 排序）



排序	頻道名稱	預估收益(USD)	觀看數(千次)	觀看時間(小時)
1	公視新聞網	\$9,557.58	7,910.2	808,375
2	誰來晚餐	\$7,966.91	2,384.2	510,457
3	公視網路直播頻道	\$5,437.72	3,693.5	621,044
4	公視體育	\$2,998.85	4,006.2	144,222
5	公視戲劇	\$2,102.43	1,764.2	148,289
6	獨立特派員	\$1,271.07	852.3	78,795
7	主題之夜 SHOW	\$754.31	292.1	53,144
8	客家電視	\$615.77	318.9	32,084
9	P#新聞實驗室	\$557.43	512.4	30,829
10	公視綜合	\$545.83	872.9	27,800

參、公視新聞網與新聞節目 YouTube 第四季經營成效

本報告為 2024 年第四季（數據起訖範圍：2023.10.01-2023.12.31）公視新聞網網站（<https://news.pts.org.tw/>）與公視新聞節目 YouTube 頻道之數據分析。公視新聞網網站數據來源包括：Google Analytic 4（簡稱 GA4）以及 Looker Studio（Google Data Studio）之數據報表。YouTube 收視數據來自 YouTube 內容管理員（YouTube Content Manager）數據統計產出之報表。

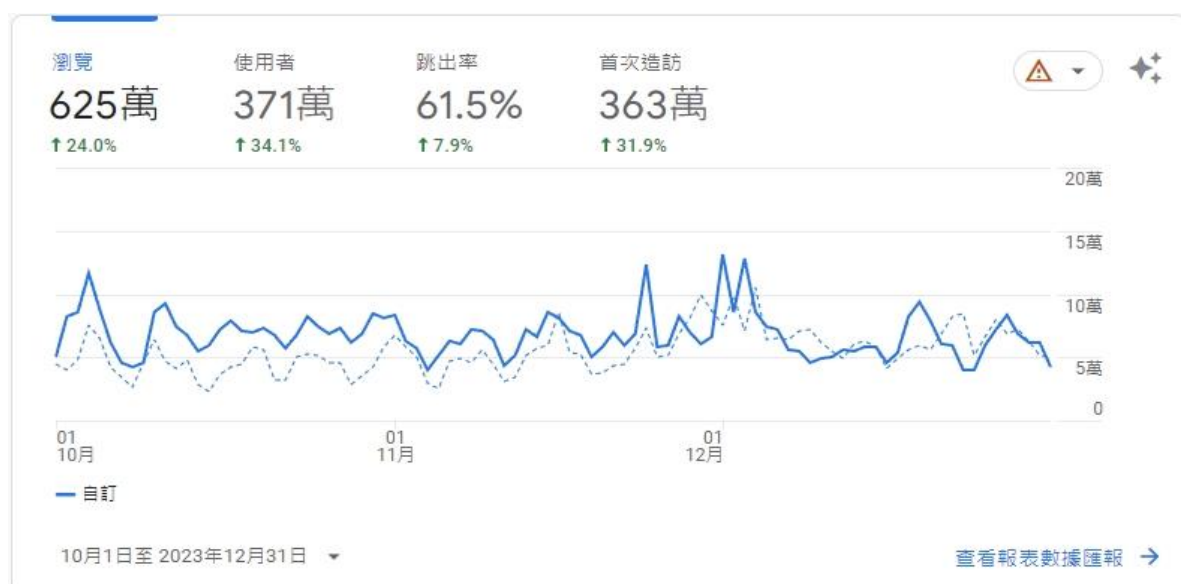
Youtube 的收益為預估收益，YouTube 內容管理系統之後台報表以美金計價，本報告則以美金兌換台幣 1：31 計算，並呈現預估收益成長與比較，實際收益須考慮跨國稅賦與匯差，並以會計單位最後出帳報表為準。

一、公視新聞網第四季經營成效

（一）Google Analytic 數據分析

2023 年第四季的總網頁瀏覽量（Page View）為 6,253,494，較第三季 5,754,541 成長；不重複網頁瀏覽量為 3,626,559，較第三季的 4,752,250 小幅衰退。

第四季使用者為 3,705,576 人，較第三季 2,404,631 人顯著成長，第四季新使用者有 3,503,690 人次，使用者平均工作階段長度為 1 分 21 秒、跳出率 61.5%，均有明顯進步。

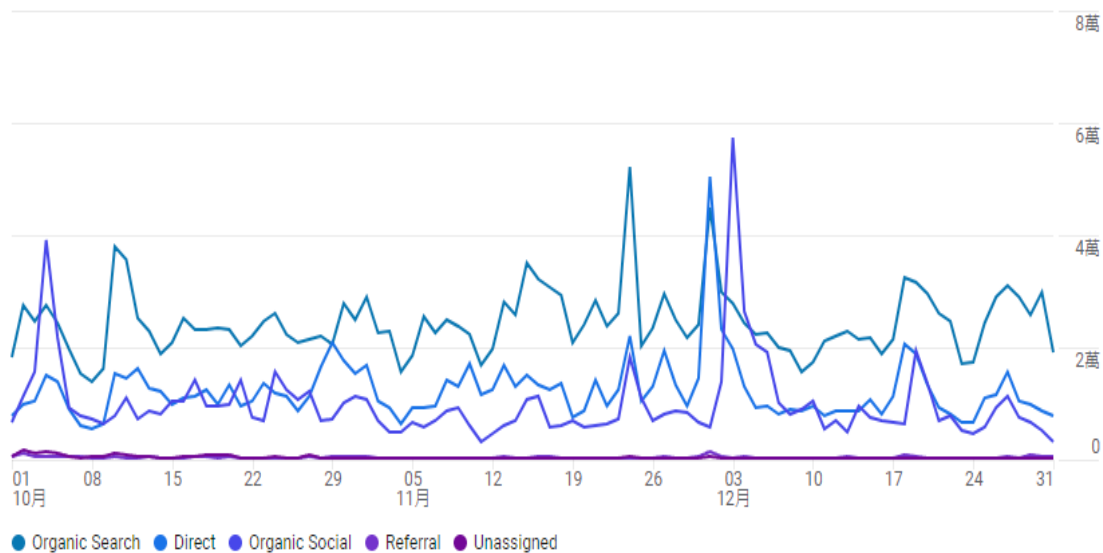


	網頁瀏覽量	不重複網頁瀏覽量	使用者	平均網頁停留時間 (時/分/秒)
2023 年第四季	6,253,494	3,626,559	3,705,576	00 : 01 : 21
2023 年第三季	5,754,541	4,752,250	2,404,631	00 : 01 : 12
2023 年第二季	4,746,490	4,245,720	2,351,638	00 : 01 : 16
2023 年第一季	4,104,793	3,615,607	2,057,428	00 : 01 : 26

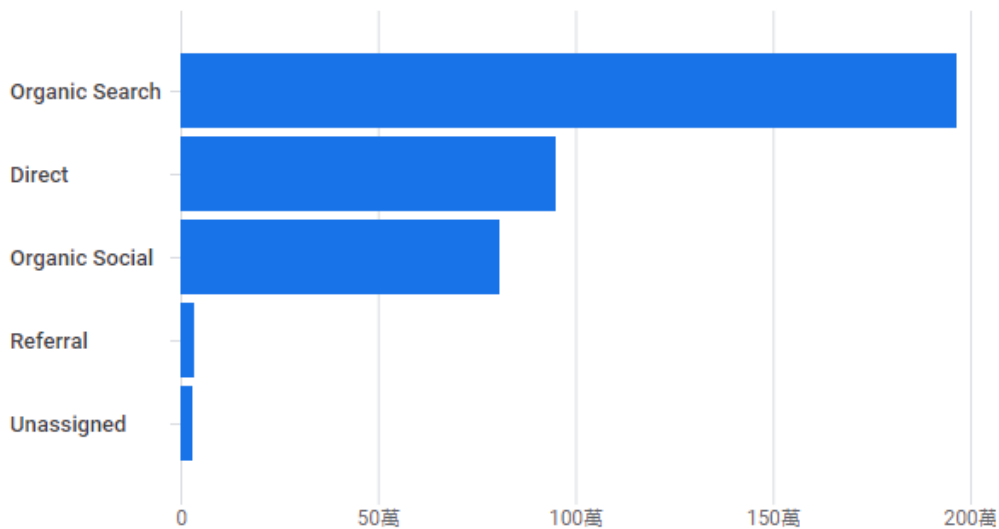
綜觀第四季整體流量，多數數據指標均呈現上升。深入分析其原因，係因 10 月初以阿衝突爆發、2024 年 1 月台灣總統與立委大選，多項議題引發民眾關注；加上新聞網持續優化使用者介面，並致力提升 SEO 分數，因此第四季瀏覽量與使用者均有顯著成長。

1、瀏覽量分析

一段時間內的使用者 (按工作階段預設管道群組劃分)



使用者 (按工作階段預設管道群組劃分)



進一步觀察第四季流量分析，逾半數導流來自 organic search（自然搜索），為使用者通過搜尋引擎找到公視新聞報導，此為公視新聞網長期致力於 SEO 最佳化：提昇網頁讀取速度、搜尋頁面設置結構化資料並長期建立文章交互連結，從而提升網站的能見度與流量之成效。

除此之外，direct 流量（直接流量）也逐步上升，單日流量也曾超越 organic search。direct 流量主要從 Google 探索累積而來，推薦議題相當多元，包括交通、地方、生態等各種主題均在其中。

公視新聞網熱門新聞瀏覽量資料如下：

新聞標題	瀏覽	工作階段	平均 工作時長 (時/分/秒)
記點新制延至明年 6 月實施 交通部：實施匆促民怨多	134,963	125,516	00 : 01 : 02
苗栗 1 果園常有石虎入侵 農業處推拍攝獎金 1 萬元	116,500	109,262	00 : 00 : 48
哈瑪斯為何襲擊以色列？一文認識不是國家卻有統治權的哈瑪斯	81,419	77,350	00 : 01 : 38
國道客運連假載客不到 6 成 部分路線恐停駛	53,496	52,418	00 : 00 : 50
交通違規記點新制惹民怨 交通部：紅線臨停不開放檢舉	45,445	42,550	00 : 01 : 03

2、使用者輪廓

以網頁瀏覽量對照使用者性別比例，48.4%使用者為女性，男性佔 51.6%，與上一季差異不大。使用裝置上有超過七成的使用者（77.3%）是透過行動載具上網瀏覽網頁，其次 20.9% 為桌上型電腦，平板電腦使用比例為 1.8%。



二、新聞節目 YouTube 第四季經營成效

延續第三季表現，「公視新聞網」開設之「24 小時直播串流服務」，第四季增加了多場事件現場直播，並為「2024 大選」企劃開設了總統與副總統候選人之政見發表會與辯論會直播，結合手語服務與字幕上架，強化即時新聞服務，加值閱聽體驗。

除直播服務外，為使新聞網觀眾在短時間內掌握新聞重點，「公視新聞網」以 Shorts 的方式整理一分鐘短新聞，隨時掌握國內外各大消息。另調整頻道管理營運策略，包括優化封面縮圖、增加片尾資訊欄、運用播放清單。整體帶動頻道成長，在 2023 年第四季突破頻道開設以來，單季累積觀看次數紀錄新高。

「P#新聞實驗室」針對 2024 總統大選，製作兩則介選專題，【選舉流行什麼假新聞？】與【如何避免被假新聞欺騙？用心理學看人性弱點】表現不俗，為頻道帶來逾 1,500 訂閱數。

就節目議題及單元類型來看，「我們的島」除了上一季赴日本拍攝的紀實報導【福島光與影】之外，這一季推出【日本老屋與空屋の對策】也有不錯的點閱和分享。

「獨立特派員」第四季開展網路原生節目【Podcast 特派員聊天室】以及【特派員來開箱】於頻道每週更新。且獨立特派員遠赴韓國採訪道路設計，探討台韓交通政策變革，也得到不錯的互動。

本篇報告的新媒體收視資料，是以 YouTube 平台公視節目官方頻道上傳影片為對象，包含節目宣傳短片與完整節目等內容（私人側錄上傳影片不列入計算），並以登入帳號的使

用者收視為調查範圍，樣本為 13 歲以上使用者（未使用帳號觀賞影片的使用者無法列入調查）。

（一）新聞節目 YouTube 頻道表現總覽

1、新聞節目頻道每季觀看次數

「公視新聞網」在第四季의觀看數為 24,328,629 次，創歷史新高。第四季觀看數超過百萬以上為「公視新聞網」24,328,629 次、「我們的島」1,678,372 次、「P#新聞實驗室」1,347,672 次、「獨立特派員」1,901,683 次。

新聞節目 YouTube 頻道每季累積觀看次數（2022/1/1-2023/12/31）

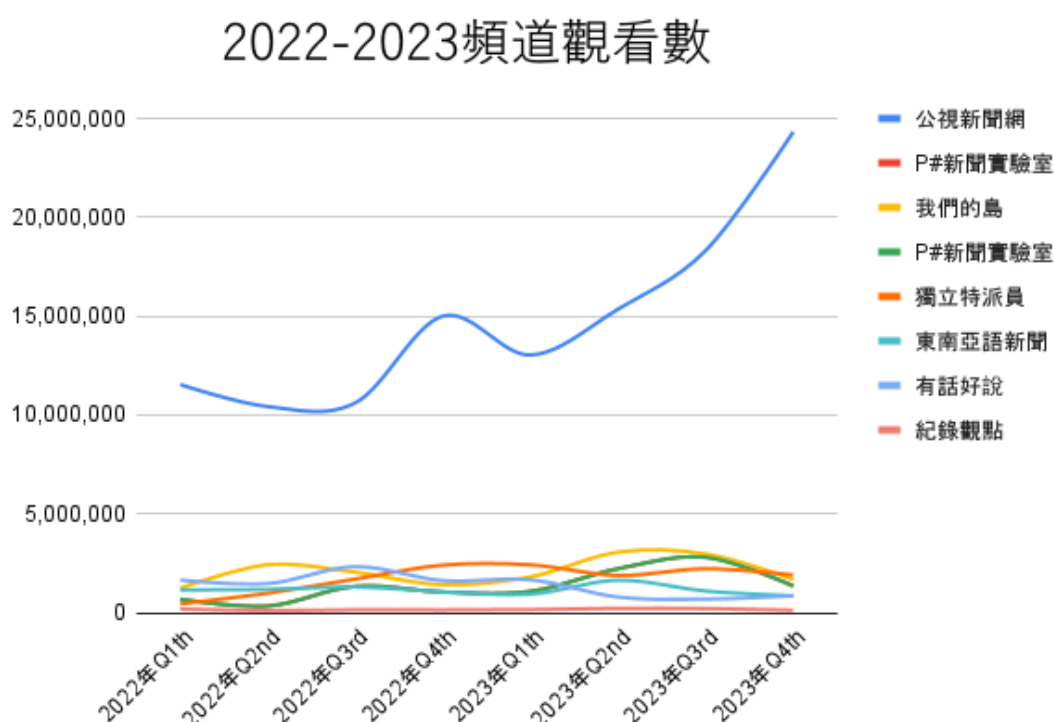
（單位：次）

頻道名稱	2022 年 第一季	2022 年 第二季	2022 年 第三季	2022 年 第四季	2023 年 第一季	2023 年 第二季	2023 年 第三季	2023 年 第四季
公視新聞網	11,538,423	10,425,524	10,617,160	15,005,490	13,034,623	15,359,150	18,321,621	24,328,629
P#新聞實驗室	678,048	332,306	1,331,424	1,040,232	1,075,399	2,224,185	2,801,701	1,347,672
我們的島	1,232,628	2,426,619	2,042,500	1,413,676	1,810,079	3,060,837	2,970,009	1,678,372
獨立特派員	447,218	984,899	1,700,612	2,402,851	2,416,939	1,881,479	2,222,438	1,901,683
東南亞語新聞	1,152,021	1,178,032	1,298,366	1,054,142	935,605	1,638,055	1,091,159	852,170
有話好說	1,650,096	1,469,295	2,325,864	1,619,320	1,663,439	786,185	683,164	852,415
紀錄觀點	185,029	100,217	140,357	134,332	156,360	213,090	204,794	115,186

就個別頻道比較分析，「公視新聞網」第四季觀看數達 24,328,629 次為歷年最高；該頻道自 2022 年第四季以來，觀看數皆呈穩定成長。

「我們的島」第四季累積觀看次數略為下滑，不過單季仍有接近 200 萬次左右觀看次數，且與 2022 年第四季同期比較，觀看次數成長率達 19%。「P#新聞實驗室」第四季表現同樣微幅下滑，不過與 2022 年第四季同期比較，觀看次數成長率也突破 29%。

「獨立特派員」第四季觀看數較第三季略為下滑，但該節目 2023 年每一季的觀看數都在 188 萬次以上，較前一年度明顯成長。「有話好說」第四季的觀看數提升幅度較大，由 65 萬次提高至 85 萬次。



2、新聞節目頻道曝光、觀看時間次數比較

重點新聞節目頻道除了觀看次數成長，曝光時間亦有增加，又以「公視新聞網」曝光數超過 4 億次（406,491,632）最高；曝光次數在千萬次以上的頻道依序為「我們的島」26,708,543 次、「P#新聞實驗室」22,042,271 次、「獨立特派員」33,306,500 次、「有話好說」13,886,329 次。再就曝光點閱率看，節目之間差異不大，多數節目皆落在 3%-5%之間，唯「東南亞語新聞」表現突出，有 14.8%。

在重點節目的平均觀看時間表現上：節目時長為 1 小時但以分段單元發布，且每則片長為 10 至 20 分鐘的節目包括「我們的島」及「獨立特派員」，平均觀看時長為 6 分 16 秒、5 分 18 秒，平均觀看比各占 27.1%、31%。

節目時長為 1 小時及以上的「有話好說」與「紀錄觀點」平均觀看比例落在 20%以下，觀看時長分別為 10 分 16 秒、7 分 53 秒。

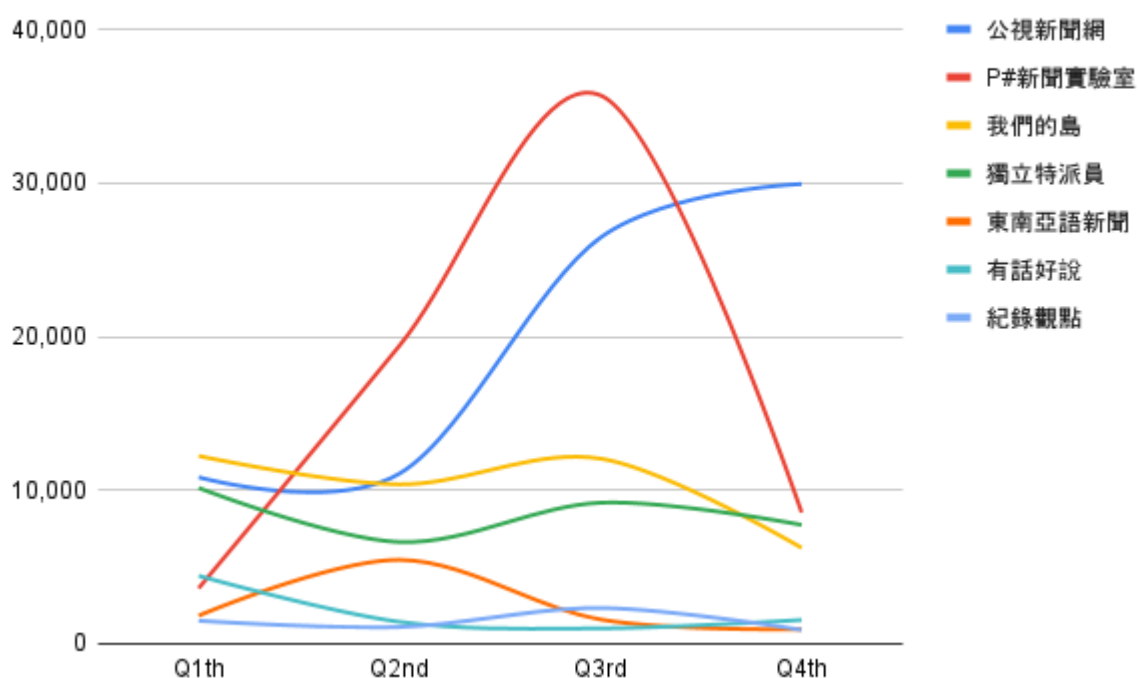
節目時長在 10 分鐘以下的包括「東南亞語新聞」及「P#新聞實驗室」，平均觀看時長為 4 分 52 秒、3 分 42 秒，且其平均觀看百分比為重點節目最高，分別達 61.3%與 32.2%。

「公視新聞網」因每日發布整集節目及單則影音，單則影音數量多、時長短，其平均觀看時長 2 分 48 秒，平均觀看百分比為 29.7%。

新聞節目 YouTube 頻道 2023 年第四季曝光、觀看時長比較

	第四季 觀看次數	曝光 次數	曝光 點閱率	平均 觀看時間(分/秒)	平均 觀看比
公視新聞網	24,328,629	406,491,632	3.2%	2 分 48 秒	29.7%
P#新聞實驗室	1,347,672	22,042,271	4.7%	3 分 42 秒	32.2%
我們的島	1,678,372	26,708,543	3.8%	6 分 16 秒	27.1%
獨立特派員	1,901,683	33,306,500	4.0%	5 分 18 秒	31%
東南亞語新聞	852,170	4,790,482	14.8%	4 分 52 秒	61.3%
有話好說	852,415	13,886,329	4.1%	10 分 16 秒	19.1%
紀錄觀點	115,186	1,631,744	4.3%	07 分 53 秒	17.9%

2023 新增訂閱人數



3、新聞節目頻道新增訂閱數、預估收益比較

2023 年第四季多數頻道的訂閱數皆為正成長，其中「公視新聞網」為 29,927 個，「P#新聞實驗室」8,550 個。深度報導節目「我們的島」和「獨立特派員」，分別為 6,242 個與 7,740 個。「紀錄觀點」、「有話好說」、「東南亞語新聞」，分別為 902 個、1,552 個與 946 個。

收益表現方面，2023 年第四季「公視新聞網」頻道預估收益為 25,302 美元，轉換成台幣估計為 784,376 元；本季新聞部重點節目頻道總計約有新台幣百萬以上收益，總計約獲得超過 5 萬名新訂閱者。

新聞節目 YouTube 頻道 2023 年第四季新增訂閱數及預估收益比較

頻道名稱	新增訂閱數	預估收益（美元）	預估收益台幣（1：31）計算
公視新聞網	+29,927	\$25,302.44	\$784,376
P#新聞實驗室	+8,550	\$1,399.9	\$43,397
我們的島	+6,242	\$1617.93	\$50,156
獨立特派員	+7,740	\$2930.50	\$90,846
東南亞語新聞	+946	\$807.15	\$25,022
有話好說	+1,552	\$1,390.51	\$43,106
紀錄觀點	+902	\$68.68	\$2,129
總計	55,895	\$33517.1	\$1,039,030

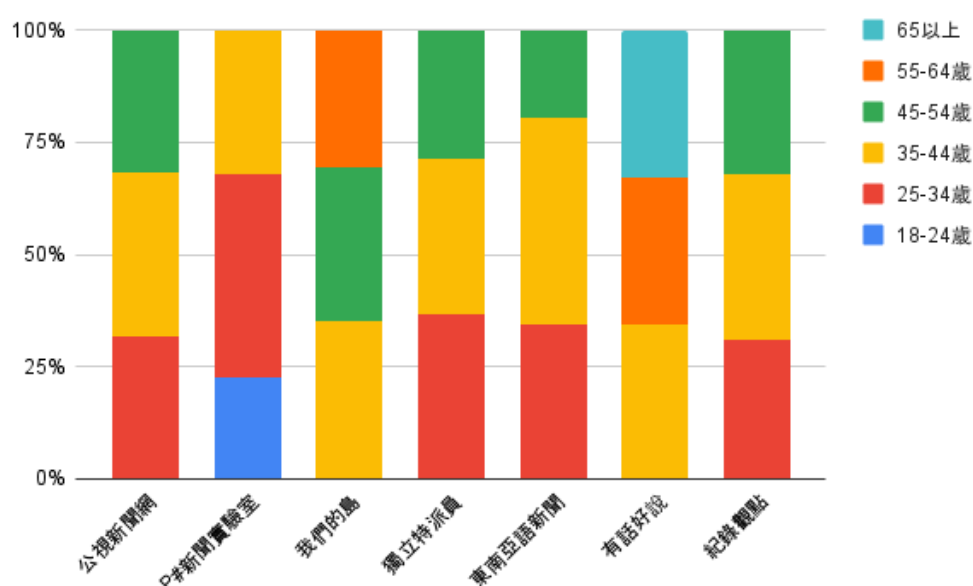
4、新聞節目頻道觀眾輪廓比較

綜觀重點新聞節目頻道觀眾性別比例分布，近七成為男性觀眾，「我們的島」更高達八成為男性。在使用者年齡部分，每個節目都有 35-44 歲年齡層觀眾，除「有話好說」占比約四成，其他節目於本年齡區段占比約在 22% 左右。多數節目在 45-55 歲年齡區間也有 16%-22% 的觀眾占比。此外，「P#新聞實驗室」第四季觀眾有年輕化趨勢，18-24 歲的觀眾佔 24.7%，是唯一有 24 歲以下觀眾進榜的頻道，「有話好說」則有 19% 的比例為 65 歲以上的觀眾。

新聞節目 YouTube 頻道 2023 年第四季觀眾性別、年齡分佈比較

頻道名稱	觀眾性別		年齡層分佈前三名區間		
公視新聞網	男性 75.5%	女性 24.3%	35-44 歲 (22.1%)	25-34 歲 (19.1%)	45-54 歲 (19.1%)
P#新聞實驗室	男性 68.4%	女性 31.4%	25-34 歲 (36.1%)	35-44 歲 (25.6%)	18-24 歲 (24.7%)
我們的島	男性 80.3%	女性 19.7%	35-44 歲 (22.4%)	45-54 歲 (22.1%)	55-64 歲 (19.5%)
獨立特派員	男性 71.0%	女性 28.9%	25-34 歲 (24.1%)	35-44 歲 (22.6%)	45-54 歲 (18.7%)
東南亞語新聞	男性 57.8%	女性 42.2%	35-44 歲 (39.5%)	25-34 歲 (29.5%)	45-54 歲 (16.9%)
有話好說	男性 69.1%	女性 30.9%	35-44 歲 (19.9%)	65 歲以上 (19.2%)	55-64 歲 (19.0%)
紀錄觀點	男性 69.9%	女性 30.1%	35-44 歲 (22.7%)	45-54 歲 (19.8%)	25-34 歲 (19.2%)

2023 Q4th 主要觀眾 年齡區間



(二) 新聞節目個別 YouTube 頻道表現

1、公視新聞網 頻道表現分析

公視新聞網 YouTube 第四季除了原有的服務內容外，也特別規劃「2024 大選」播放清單，彙整選舉相關新聞，提供觀眾選戰焦點、造勢活動、政見討論及選情分析。並與「24 小時直播頻道」共同合作，開設多場參選人活動直播與重大記者會發布直播，強化即時新聞服務。

除了直播服務之外，因應閱聽習慣改變，公視新聞網也強化 Shorts 的推廣，整理一分鐘短新聞，隨時掌握國內外各大消息。另調整頻道管理營運策略，包括優化封面縮圖、增加片尾資訊欄、運用播放清單，整體帶動頻道成長，在 2023 年第四季突破頻道開設以來，單季累積觀看次數紀錄新高。

公視新聞網亦相當重視國際重大新聞，除持續跟進「俄烏戰爭」相關報導，2023 年 10 月建立「以哈戰爭」播放清單，迄今已累積超過 160 則新聞。

「公視新聞網」在 2023 年第四季累積觀看次數為 24,328,629 次，較第三季 18,321,621 次成長明顯，單季排名前 10 名的影音觀看次數都有達 15 萬以上，累積觀看次數在 10 萬以上共有 22 則，5 萬以上的影音共有 56 則。

第四季「公視新聞網」共新增 29,927 名訂閱者，較上一季為正成長。其中又以【24 小時直播】帶來的 2,239 個訂閱者最為顯著。

觀察整體頻道表現，至 12/31 止，24 小時串流直播總觀看次數為 816,747 次，為第四季最多，若就單則影片表現最佳來看，前三名依序為【酒駕撞太魯閣釀 26 列次誤點 台鐵向駕駛求償 2475 萬】，第四季觀看為 447,227 次、【12/22 | 2024 大選 副總統候選人政見發表會 完整版】至 12/31 累積觀看次數為 402,681 次、【12/20 | 2024 大選總統候選人 首場電視政見發表會 現場直播】排名第三，至 12/31 累積觀看次數為 377,921 次。

排序	影片標題	影片長度 (時/分/秒)	觀看次數	平均 觀看長度 (分/秒)	新增 訂閱數
1	公視新聞 PTS News 24 小時線上直播 #live	---	816,747	20 : 44	2239
2	酒駕撞太魯閣釀 26 列次誤點 台鐵向駕駛求償 2475 萬	00 : 00 : 43	447,227	00 : 23	188
3	【#PLive】12/22 2024 大選 副總統候選人政見發表會 完整版	01 : 37 : 27	402,681	13 : 54	1257
4	【#PLive】12/20 2024 大選總統候選人 首場電視政見發表會 現場直播	01 : 37 : 51	377,921	15 : 17	1156
5	【#PLive】12/30 14:00 2024 大選總統候選人辯論會 現場直播	02 : 26 : 51	242,946	23 : 02	807
6	【#PLive】侯友宜、柯文哲、賴清德 出席 2024 總統候選人「工」辦政見發表會 現場直播	02 : 26 : 51	225,949	18 : 00	1126
7	趙天麟外遇對象曾入統戰組織 法務部、國安局調查中	00 : 01 : 58	197,977	01 : 14	119
8	以巴擴大交火 哈瑪斯猛襲以色列釀近 500 死	00 : 02 : 42	182,087	01 : 35	193
9	緬甸少數民族組三兄弟聯盟軍 重擊電信詐騙與軍政府	00 : 03 : 27	178,223	02 : 15	358
10	海鯤號泊港測試 傳將在明年 2 月前完成	00 : 02 : 28	161,970	01 : 17	115

2、 P#新聞實驗室 頻道表現分析

本頻道 2023 年第四季累積觀看次數為 1,347,627 次，較前一季下滑，但仍優於去年同期表現。分析第四季有 3 集影音觀看次數達 10 萬以上，累積觀看次數在 5 萬以上至 10 萬間有 3 集，訂閱數新增 8,550 個。第四季因應 2024 總統大選，製作多則選情相關議題影音，如【選舉流行什麼假新聞？ | #X 分鐘看新聞 | 公視 P# 新聞實驗室】、【如何避免被假新聞欺騙？用心理學看人性弱點 | #X 分鐘看新聞 | 公視 P# 新聞實驗室】皆獲一定程度的迴響。

觀察整體頻道表現，上季獲得 85 萬次觀看次數的影片【洗腎年輕化？從此人生黑白？年輕洗腎者的告白 | 公視 P# 新聞實驗室】持續發揮影響，第四季帶入 12.4 萬次的觀看，影片上架至今已經超過 90 萬次觀看；同樣討論醫療議題的第四季新片【葉克膜住急診、搞不清楚就推開刀房，沒了護理師的未來醫療現場？ | 公視 P# 新聞實驗室】至 12 月 31 日止，累積次數為 254,532 次，排名第一。

排序	影片標題	影片 長度 (分/秒)	觀看 次數	平均觀看 長度(分/秒)	新增 訂閱數
1	葉克膜住急診、搞不清楚就推開刀房，沒了護理師的未來醫療現場？ 公視 P# 新聞實驗室	10 : 56	254,532	02 : 56	815
2	選舉流行什麼假新聞？ #X 分鐘看新聞 公視 P# 新聞實驗室	09 : 08	124,094	03 : 30	1279
3	洗腎年輕化？從此人生黑白？年輕洗腎者的告白 公視 P# 新聞實驗室	07 : 28	866,677	02 : 43	378
4	人妖、變性、吃禁藥？被惡意中傷的林郁婷如何渡過性別認同這一關？ 公視 P# 新聞實驗室	08 : 16	79,147	02 : 33	113
5	開放關係解救婚姻？一對一跟多邊戀的兩人如何共組家庭？小孩又怎麼想？ 公視 P# 新聞實驗室	09 : 59	73,501	04 : 12	254
6	遭遇三度強拆！南鐵最後一名迫遷戶黃春香 #後來怎麼了？ 公視 P# 新聞實驗室	11 : 58	65,591	03 : 00	125
7	如何避免被假新聞欺騙？用心理學看人性弱點 #X 分鐘看新聞 公視 P# 新聞實驗室	07 : 57	41,777	0 : 45	290
8	台灣媒體是怎麼爛掉的？七分鐘看懂媒體亂象五大關鍵！【記者真心話】Vol.1 懶人包	07 : 37	39,517	02 : 28	640
9	「妳不要回來了」未婚懷孕父母逐出門 待產機構盼撕污名標籤 公視 P# 新聞實驗室	08 : 44	36,703	02 : 23	79
10	提租屋補助等於踩房東地雷？ 實際計算房東到底「多」繳什麼？ 公視 P# 新聞實驗室	06 : 19	31,604	02 : 28	134

3、我們的島 頻道表現分析

我們的島 YouTube 平台主帳號頻道自 2007 年創設，頻道影片類型包含每週專題、增加製作即時短片（Shorts）、系列短影音。2023 年 1 月起，創設網路原創影音【我們的島 Podcast 影音版】、【解釋性新聞-好!我來告訴你】、【聽到現場】、【阿聰現煮時 | 島的行動客廳】等內容。

2023 年第四季累積觀看次數為 1,678,372 次，較前一季降低 43%，第四季觀看次數破 10 萬次以上的有 1 則影音，超過 5 萬次的有 3 則。

第四季的訂閱人數新增 6,242 個，其中我們的島 Podcast 影音版【拆解虎頭蜂為何攻擊模式 | 山林保命的正確觀念】增加最多有 545 個、其次是專題【淨零戰役 | 歐盟 CBAM 浪潮來襲：台灣中小企業的減碳挑戰】527 個、【日本老屋與空屋の對策 | 尾道老房子的重啟人生】361 個為前三名。

觀察整體頻道表現，截至 12 月 31 日為止，單則影片表現最佳，排名第一的為 10 月 2 日播出的【廢樹枝的小旅行 | 廢木再利用成永續資材】110,990 次觀看次數，其次是 10 月 19 日播出【新版】地熱的現況與挑戰 | 宜蘭清水、大屯山先導電廠】以及 11 月 7 日播出的【淨零戰役 | 歐盟 CBAM 浪潮來襲：台灣中小企業的減碳挑戰】，分別有 77,978 次、74,009 次以上的觀看數。

第四季 Short 短影音的觀看次數有 3.6 萬次，增加訂閱人數 57 人，最熱門的是《你所看到的安平古堡不是安平古堡》有 2.2 萬次。第四季推出的【好!我來告訴你】解釋型短影音截至第四季累計已推出三支影片，在第四季也嘗試解釋性報導與電視專題結合的《好!我來告訴你 | 自願減碳賺碳權》，從 12 月 12 日上架至 12 月 31 日，觀看人數就達 12,712 次，【聽到現場】自第二季推出後已累計七支影片，觀看次數有 61,479 次，第四季表現較突出的則是《地下台南系列》的三部影片，最高觀看次數超過 3 萬次，增加訂閱人數有 391 人。

我們的島 Podcast 也同步收錄在 YT 頻道，累積至第四季已有 104 集，播放清單累計觀看次數有 225,113 次，預估收益有 339.29 美元（約合台幣 10,518 元），平均觀看時間 10 分 11 秒，增加訂閱人數 1259 人。第四季收看次數的前三名分別是【拆解虎頭蜂為何攻擊模式 | 山林保命的正確觀念】有 61,773 次、【屋頂裝太陽能板有多難？地面光電開發有你想不到的 XX？】有 37,305 次、【豬肉漲價】直擊雲林肉品市場：豬價漲幅不定？價格越來越高！豬價到底怎麼訂？】有 15,590 次，尤其特別的是豬肉漲價是 2023 年 5 月上架的影片，在第四季仍有上萬次觀看，顯見生活環境議題的長尾效應。

排序	影片標題	影片長度 (分/秒)	觀看次數	平均觀看長度(分/秒)	新增 訂閱數
1	廢樹枝的小旅行 廢木再利用成永續資材	14 : 27	110,990	3 : 46 (26.1%)	151
2	【新版】地熱的現況與挑戰 宜蘭清水、大屯山先導電廠	23 : 18	77,978	5 : 41 (24.5%)	144
3	淨零戰役 歐盟 CBAM 浪潮來襲：台灣中小企業的減碳挑戰	16 : 07	74,009	5 : 12 (32.4%)	527
4	【認識虎頭蜂】拆解虎頭蜂為何攻擊模式 山林保命的正確觀念 ft.臺灣蜂類保育協會理事長 蔡明憲 我們的島 Podcast	32 : 48	61,773	9 : 38 (29.4%)	545
5	日本老屋與空屋の對策 尾道老房子的重啟人生	22 : 20	46,103	6 : 44 (30.1%)	361
6	屋頂裝太陽能板有多難？地面光電開發有你想不到的 XX？法規政策障礙重重！ feat. 台灣太陽能光電產業協會常務理事 陳坤宏 我們的島 Podcast	52 : 15	37,305	13 : 17 (25.4%)	275
7	淡海新市鎮土地用途之爭 重返自然還是轉為產業用地？	10 : 31	35,194	3 : 06 (29.6%)	98
8	【地下台南 01】被遺忘的大員市鎮與熱蘭遮城：一窺 400 年前的重要國際貿易據點！ ft.成大建築系副教授 黃恩宇 聽到現場 EP.5 公視我們的島	37 : 23	33,548	9 : 15 (24.7%)	243
9	城市裡的野鄰居：白鼻心	27 : 28	26,600	5 : 51 (21.3%)	30
10	失落的櫟林王國（上） 世界級殼斗科森林在台東	27 : 46	26,423	8 : 40 (31.2%)	106

4、獨立特派員 頻道表現分析

獨立特派員 YouTube 頻道自 2009 年創設，頻道影片類型包含每週最新專題報導、精華篇以及訪談等內容。2023 年起增加製作即時短片（Shorts）增加品牌曝光率，第四季額外增加 32,012 次觀看次數、曝光次數達 638,921 次。

第四季新增獨立特派員 Podcast「特派員聊天室」以及網路節目「特派員來開箱」，於頻道每週更新。Podcast「特派員聊天室」第四季共帶來 2 萬次收聽；而網路節目「特派員來開箱」每集平均點閱約 1,000 至 1,500 左右。第四季的追蹤訂閱數新增 7,740 個，較上一季增加 18.6%。以【護理人員爆離職潮，職場環境如何改善？| 護理為何出走】882 個，【台灣車價高，真的只因「萬萬稅」嗎？】600 個、【台灣駕照太好考？檢視各國考照制度！】276 個為最多。

觀察頻道表現，單則影片表現最佳前三名依序為【台灣車價高，真的只因「萬萬稅」嗎？| 台灣高車價 關鍵揭祕 | 公視 #獨立特派員 第 831 集 20231213】（發布日至 12/31 止，累積觀看次數為 218,903 次）、第二名為【護理人員爆離職潮，職場環境如何改善？| 護理為何出走 | 公視 #獨立特派員 第 822 集 20231011】，自發布日至 12/31 止，累積觀看次數為 190,726 次、第三名較為特別，為 2020 年獨立特派員播出的專題【南鐵強拆那一夜，抗爭者為何逆轉，簽下同意書？| 獨立特派員 第 658 集（南鐵・那一夜）】第四季觀看次數為 100,243 次，自發布日 2020 年 8 月至 2023 年 12 月 31 日止，累積觀看次數為 210,103 次，整則影片約有一半的點閱率在 2023 年第四季才出現，從留言區的討論推測，應與 2024 總統大選賴清德萬里老家的爭議有關。

排序	影片標題	影片長度 (分/秒)	觀看次 數	平均觀看長度(分/秒)	新增 訂閱數
1	台灣車價高，真的只因「萬萬稅」嗎？ 台灣高車價 關鍵揭祕 公視 #獨立特派員 第 831 集 20231213	18 : 28	218,903	6 : 52 (37.2%)	600
2	護理人員爆離職潮，職場環境如何改善？ 護理為何出走 公視 #獨立特派員 第 822 集 20231011	16 : 51	190,726	5 : 09 (30.6%)	882
3	南鐵強拆那一夜，抗爭者為何逆轉，簽下同意書？ 獨立特派員 第 658 集（南鐵・那一夜）	18 : 08	100,243	5 : 27 (30.1%)	195

5、東南亞語新聞 頻道表現分析

東南亞語新聞 YouTube 平台主帳號頻道自 2018 年創設，頻道影片類型為每週一至週五撥出印、泰、越三語新聞各 5 分鐘內容，自 2023 年第二季起，改版為每語 8 分鐘與每日直播。第四季累積觀看次數下跌至 852,170 次，但曝光點閱率為 14.8%、平均觀看比例 61.3%，為新聞部所有重點節目表現最佳。

觀察頻道表現，單則影片表現最前三名依序為【10 月 02 日越南語新聞頭條「新竹廢棄學生宿舍 移工打造大麻農場」】、【10 月 06 日越南語新聞頭條「小犬強風掀床墊橫躺路中 機車撞上 1 重 1 輕傷」】、【10 月 05 日越南語新聞頭條「"小犬"強風掀翻鐵皮屋 墾丁大街傳災情」】

排序	影片標題	影片長度 (分/秒)	觀看次數	平均觀看長度 (分/秒)	新增訂閱數
1	10 月 02 日越南語新聞頭條「新竹廢棄學生宿舍 移工打造大麻農場」	8 : 00	13,623	4 : 55	42
2	10 月 06 日越南語新聞頭條「小犬強風掀床墊橫躺路中 機車撞上 1 重 1 輕傷」	8 : 00	12,588	4 : 29	22
3	10 月 05 日越南語新聞頭條「"小犬"強風掀翻鐵皮屋 墾丁大街傳災情」	8 : 00	11,352	5 : 13	17

6、有話好說 頻道表現分析

有話好說 YouTube 頻道自 2009 年創設，頻道影片類型為每週一到週四晚間 8 時播出完整節目、節目精華短片與預告等內容。

2023 年第四季累積觀看次數為 852,415 次，較前一季 683,164 次增加 24.77%，在第四季觀看次數達 1 萬以上的影音有 8 則。單集平均觀看影片長度為 10 分 16 秒，較前一季 8 分 59 秒增加 14.28%，平均觀看百分比為 19.1%，較前一季 18.1%增加 1.0%。

第四季最熱門的議題是軍事、戰爭與選舉。觀察第四季單集影片表現最佳為：

【潛艦國造成真!IDS 原型艦 海鯤號下水!突破中國封鎖!國際技轉 助台灣潛艦產業!】、【以色列哈瑪斯衝突無解?區域風險再擴大?拜登:若佔加薩大錯 以:無意佔領!】、【哈瑪斯突襲!以色列反擊!中東緊張升溫!以巴再衝突!全球戰場加一!世界局勢添變數!】

排序	影片標題	影片長度 (分/秒)	觀看次數	平均觀看長度 (分/秒)	新增訂閱數
1	潛艦國造成真!IDS 原型艦 海鯤號下水!突破 中國封鎖!國際技轉 助台灣潛艦產業! (9/29)	57 : 00	28,843	7 : 51	80
2	以色列哈瑪斯衝突無解?區域風險再擴大? 拜登:若佔加薩大錯 以:打擊哈瑪斯 無意 佔領 (10/17)	57 : 00	16,280	7 : 16	33
3	哈瑪斯突襲!以色列反擊!中東緊張升溫! 以巴再衝突!全球戰場加一!世界局勢添變 數! (10/10)	57 : 00	11,875	11 : 30	27

7、紀錄觀點 頻道表現分析

紀錄觀點 YouTube 平台主帳號頻道自 2008 年創設，頻道影片類型包含每週預告、紀錄片全片線上看、導演 QA 直播。

觀察整體頻道表現，單則影片表現最佳前三名為【邊城啟示錄全片線上看】、【就是這個聲音】、【4891】。若單以當週預告來看，單則影片表現最佳前三名分別為「金門留念」、「毒品秘辛 3：看不見的毒販」、「天降」短影音等三則。

排序	影片標題	影片長度 (時/分/秒)	觀看次數	平均觀看長度 (分/秒)	新增訂閱數
1	泰北孤軍等待 50 年，一直未能反攻大陸;他們生長在異域 的後代該何去何從 【邊城啟示錄】全片線上看 李立劭	59 : 00	19,302	15 : 44	176
2	【就是這個聲音】 一代奇人 吳樂天與廖添丁彼此之間 無止盡的糾纏 紀錄片全片線上看 盧彥中	57 : 00	6,781	08 : 42	62
3	貧窮是最後的尊嚴 街友、遊民、無家者 他們時時刻 刻被監視器盯著 但也只是盯著 紀錄片【4891】全片 線上看 黃庭輔	1 : 00 : 46	2,891	11 : 50	23

肆、公視頻道第一季節目策略

公視頻道 2024 年第一季節目排檔規劃，重心放在春節連假與多個新製節目將陸續上檔。第一季重點節目與新上檔節目安排說明如下：

一、跨年晚會直播

12 月 31 日公視頻道晚間 7 點起全程轉播「臺北最 High 新年城-2024 跨年晚會」。跨年晚會一直是台灣最受矚目的活動之一，尤其是台北 101 煙火，一向是國際媒體爭相報導的熱門新聞，更是台灣人每逢跨年必定指名收看的節目。今年跨年煙火主題為 **COLORFUL WORLD**，總長 300 秒，除了台灣優質煙火外，首次採用日本彩色煙火，提供多樣化的體驗。

二、農曆過年特別節目

公視頻道於春節期間，以自製春節特別節目為主軸，提供適合闔家觀賞的公視益智、實境及生活節目、生態節目、兒童節目、電影、精彩精選節目，陪伴觀眾共度佳節團聚時光。

如果您是喜歡獵奇的旅者與生活體驗家，「環球祕境旅店」絕對是您春節不可錯過的精選之作，讓我們跟著探索世界各地位置獨特的飯店、旅館和度假中心，飽覽其令人讚嘆的風景、精心設計的建築與內部裝潢。包括走訪位於阿拉斯加冰川上方六千呎的小木屋，烏拉圭鄉村的偏遠湖泊和森林。從蘇格蘭和威爾士到冰島、柬埔寨、厄瓜多爾、意大利、希臘等地，深入探索奇幻電影般的小屋、北歐樹頂小屋、石器時代遺址中的鄉村度假勝地、隱藏在中東大峽谷中的豪華度假村等等。公視頻道除夕至初五 2 月 9 日至 2 月 14 日播出。

回到台灣，帶觀眾一起揭開圓山密道神秘面紗。「穿越圓山祕境」以圓山飯店為主題，切入台灣近代史，帶我們深入瞭解從日治時代到政黨輪替的所有人物、故事以及歷史秘辛。從貼身服務前第一家庭的侍衛、主廚、管家、學者的訪問中，重新穿越圓山飯店的時光隧道。公視頻道除夕至初四 2 月 9 日至 2 月 13 日播出。

春節團聚時刻，最受大小朋友歡迎的「動物秘密一籬筐 海洋間諜」絕對是收視首選。在這一系列最受歡迎的「間諜紀錄片」中，我們要挑戰前所未有的海中監視任務，本次出動的新型間諜攝影機，有史上最大型的鯨魚間諜，還有章魚、螃蟹及河魴魚等可愛間諜，它們將從海、陸、空中紀錄讓人驚訝又讚嘆的野生世界。公視頻道初二至初五 2 月 11 日至 2 月 14 日 22:00 播出。



「一字千金 筆武大匯 2024 特別版」將於農曆新年一連五天播出，端出豐富有趣的五大單元，炒熱春節每一天。除了活到老學到老 60+青春 PK 賽，還有硬底子的知識型媒體人對戰、政治圈和樂融融一家親大戰，另外城哥也會下場參與競賽，和圈內好友一起同樂，讓大家在享受美味佳餚同時，跟著我們一起來動動腦。公視頻道除夕至初四 2 月 9 日至 2 月 13 日 20:00 播出。



三、紀錄片

紀錄觀點 2024 年第一季將推出八部新製紀錄片。「中國勞改營實錄」將揭露這個遍佈全中國的集中營體制，結合目前已流亡的勞改受害者的證詞、檔案和圖畫，追溯勞改的起源，同時透過標誌著中國人民共和國歷史的各項政治運動，來追查鎮壓制度的演變。

紀錄片「九槍」的起點，是一則 2017 年發生的悲劇，越南失聯移工阮國非因為拒捕，遭到警方開 9 槍射擊，失血過多身亡。導演蔡崇隆追溯這個事件，拍成紀錄片《九槍》，並榮獲 2022 年金馬獎最佳紀錄片。

四、經典電影院

第一季推出兩部新上檔電影。「大青樹下」由華裔新銳導演楊黎執導，影后歸亞蕾與吳嘉星主演。以華人家庭移民美國重建生活，不為人知的祕密與糾葛等故事，探討傳統華人家庭的情感與矛盾，歸亞蕾以此角色一舉榮獲巴黎國際電影節「國際最佳演員獎」。

法國喜劇片「她和她的小主廚們」以幽默外衣包裝非法移民的社會議題，導演找來 50 名真實移民青年參演，真實演出無證移民青年靠廚藝翻身的故事。

五、新聞報導節目

公視新聞節目經過多年經營，獲得許多觀眾支持與肯定。公視頻道將於 2024 年 1 月 13 日投票當日 16:00-24:00 直播「2024 台灣大選開票特別報導」，公視新聞網 YT 頻道也會同步轉播並搭配手語服務。

第一季獨立特派員將推出多個專題規劃，包括《德國氫氣發展》及《上任前：新總統大挑戰》系列報導。

六、兒少節目

由公視、臺語台、客家電視台及原住民台共同製作的幼兒戶外紀實節目「WAWA 哇！」將推出全新第二季，鼓勵幼兒走到戶外，累積「野力」與「韌性」，這些從泥土長出來的能力，將會在孩子成長的路上，助一臂之力。

七、綜合節目

「沉睡的水下巨人」運用最新 8K 水下攝影技術，介紹全台八個區域的沈船，包括：蘭嶼八代灣沈船、宜蘭萬安艦、澎湖凌雲艦、小琉球鎮海艦、車城中正艦、車城中榮艦、綠島綏陽艦、澎湖二戰飛機，帶領觀眾探索鮮為人知的海洋沈船生態，融合水下人造物、水下景觀生態以及水下冒險與探索等元素，帶出沈船背後的故事。

全新實境節目「二呆流浪記之完全大人手冊」，找來兩位新生代備受矚目演員曾敬驊、朱軒洋首度搭檔主持，自己開著小卡車全台趴趴走，一起經歷八堂轉大人課題。以「正在」與「即將」進入人生十字路口的社會新鮮人為主軸，透過「流浪旅行」發掘自我的過程，將二位青年推向「登大人」之路。

八、藝術表演節目

公視表演廳轉播各類型藝術演出，第一季播出內容包括：臺灣豫劇團推出七十周年團慶暨 2023 年賀歲公演「求你騙騙我」，特別邀請京劇國寶朱陸豪修編劇本並擔任導演，由豫劇團第一小生朱海珊主演，此劇以幽默的劇情走向貫穿全劇，詼諧的手法呈現出小人物的生存無奈與生命窘境。

「天中殺」由吳濁流文學獎作家黃靈芝同名短篇小說改編，編導鴻鴻、指揮簡文彬、作曲李元貞、爵士樂手謝明諺攜手合作，讓聲樂家們透過中、臺、日語等多語言交織，以充滿彈性的爵士樂風格為槓桿，打造出融合室內樂、聲樂演唱與薩克斯風自由協奏的當代歌劇。

其他精彩內容包括：於實驗劇場演出的「雪姬來的那一天」，結合青年創作以及社會連結的「非常上訴」，由指揮簡文彬攜手管風琴天后伊維塔及高雄市立交響樂團共同演出，獻上德法樂派巔峰之作「經典盛會」等。

附件：收視相關名詞解釋

一、尼爾森收視率

1、尼爾森採用個人收視紀錄器(People Meter)測量樣本戶家庭的收視情形，2023 年第四季樣本戶約 2062 個家庭戶、6548 個個人收視資料。

2、收視率是指在某個時段收看某個電視節目或頻道的觀眾人數，以百分比表示。佔有率是指在開機的觀眾人口中，有多少比例收看某個電視節目或頻道。收視率與佔有率的差異，主要在於分母的定義不同，收視率的分母為總人口數，而佔有率則為開機的人口數。

$$\text{個人收視率(\%)} = \frac{\text{收看某一個節目或頻道人口數(人)}}{\text{母體人口數(人)}} \times 100\%$$

3、觸達千人數是指在不重複計算下，有多少觀眾看過該節目或該頻道，是收視廣度的指標，本報告是以連續收看 1 分鐘以上為計算基礎。

4、平均收視時數是指在節目播出期間觀眾停留收看多久時間，是收視深度的指標，亦可解釋為節目內容能否吸引觀眾留下來收看，也就是觀眾對於節目內容的喜愛程度或對節目的忠誠度。

5、觸達千人數、平均收視時數兩個數字，與收視率是呈現正相關的關係，當兩個數字越高，收視表現也越好。

6、觸達千人數與平均收視時數會隨著節目長度有所變化，當節目長度越長，此兩個數字也越大。此外，節目類型也有不同，一般而言，戲劇節目黏度高，因此收視時數較長，而新聞報導每則新聞長度短，觀眾容易轉台，收視時數較短，但也因為觀眾轉台行為頻繁，觸達千人數較多。在衡量節目表現時，這些差異因素也必須一併考量。

二、YuoTube 平台公視頻道收視

1、樣本調查範圍：以公視官方頻道所上傳的影片為調查範圍，包含對公視頻道已訂閱者和未訂閱者的觀看行為。調查樣本為已登入的使用者，有些人會以未登入狀態觀賞影音，這些網路使用者無法列入調查。樣本年齡為 13 歲以上使用者。

2、平均觀看比例：觀眾每次觀看時瀏覽了多少百分比的影片。

3、平均觀看影片長度：每次平均觀看時間(分鐘)。

4、累積觀看次數：在所選取的日期範圍、區域和其他篩選條件內，觀眾的總觀看次數(且是主動觀看)，不包含自動播放(YouTube 有自動播放功能)。²⁰