



公共電視 2024 年第二季
收視季報告

企劃部

2024.7

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.....	11
三、公視兒童時段節目收視.....	16
四、週間新製時段節目收視.....	19
五、重點節目一週六 2000「生態全紀錄」時段收視分析.....	33
六、重點節目一週六 2100 時段收視分析.....	35
七、重點節目一週日 1230 經典電影院收視分析.....	36
八、重點節目一週日 2000 時段節目收視分析.....	37
九、重點節目一週日 2200 時段節目收視分析.....	38
貳、公視+ 與 YouTube 第二季收視成效.....	40
參、公視新聞網與新聞節目 YouTube 第二季經營成效.....	63
肆、公視頻道第三季節目策略.....	79
附件：收視相關名詞解釋.....	82

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 2024 年第二季平均 0.11，晚間時段平均 0.25。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。2024 年第二季因播出劇集「不夠善良的我們」及生活劇「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」，收視較前兩季提升。

公視頻道季平均收視率

	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	2024年 第一季	2024年 第二季
頻道收視 0600-0159	0.12	0.12	0.11	0.12	0.13	0.13	0.11	0.10	0.09	0.11
晚間時段 1830-2359	0.25	0.26	0.23	0.25	0.28	0.27	0.23	0.23	0.19	0.25

公視頻道月平均，2024 年 4 月平均 0.10，5 月平均 0.11，6 月平均 0.13。晚間時段 4 月平均 0.23，5 月平均 0.25，6 月平均 0.29。

公視頻道月平均收視

年份	2023 年									2024 年					
	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
頻道收視 (0600-0159)	0.15	0.11	0.11	0.12	0.12	0.11	0.12	0.09	0.10	0.09	0.09	0.09	0.10	0.11	0.13
晚間時段 (1830-2359)	0.34	0.23	0.23	0.24	0.23	0.22	0.27	0.18	0.23	0.20	0.19	0.19	0.23	0.25	0.29

將公視頻道收視分為週間、週末觀察。2023 年 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「一字千金筆武大匯」帶動週日收視表現。2024 年第二季因週六晚間新上檔連續劇影響，平均收視持續上升。

公視頻道週間與週末收視比較

	2023 年 9 月	2023 年 10 月	2023 年 11 月	2023 年 12 月	2024 年 1 月	2024 年 2 月	2024 年 3 月	2024 年 4 月	2024 年 5 月	2024 年 6 月
週間	0.09	0.10	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.10
週六	0.13	0.19	0.11	0.10	0.11	0.11	0.10	0.17	0.23	0.26
週日	0.15	0.14	0.15	0.20	0.13	0.12	0.12	0.13	0.15	0.13
平均	0.11	0.12	0.09	0.10	0.09	0.09	0.09	0.10	0.11	0.13

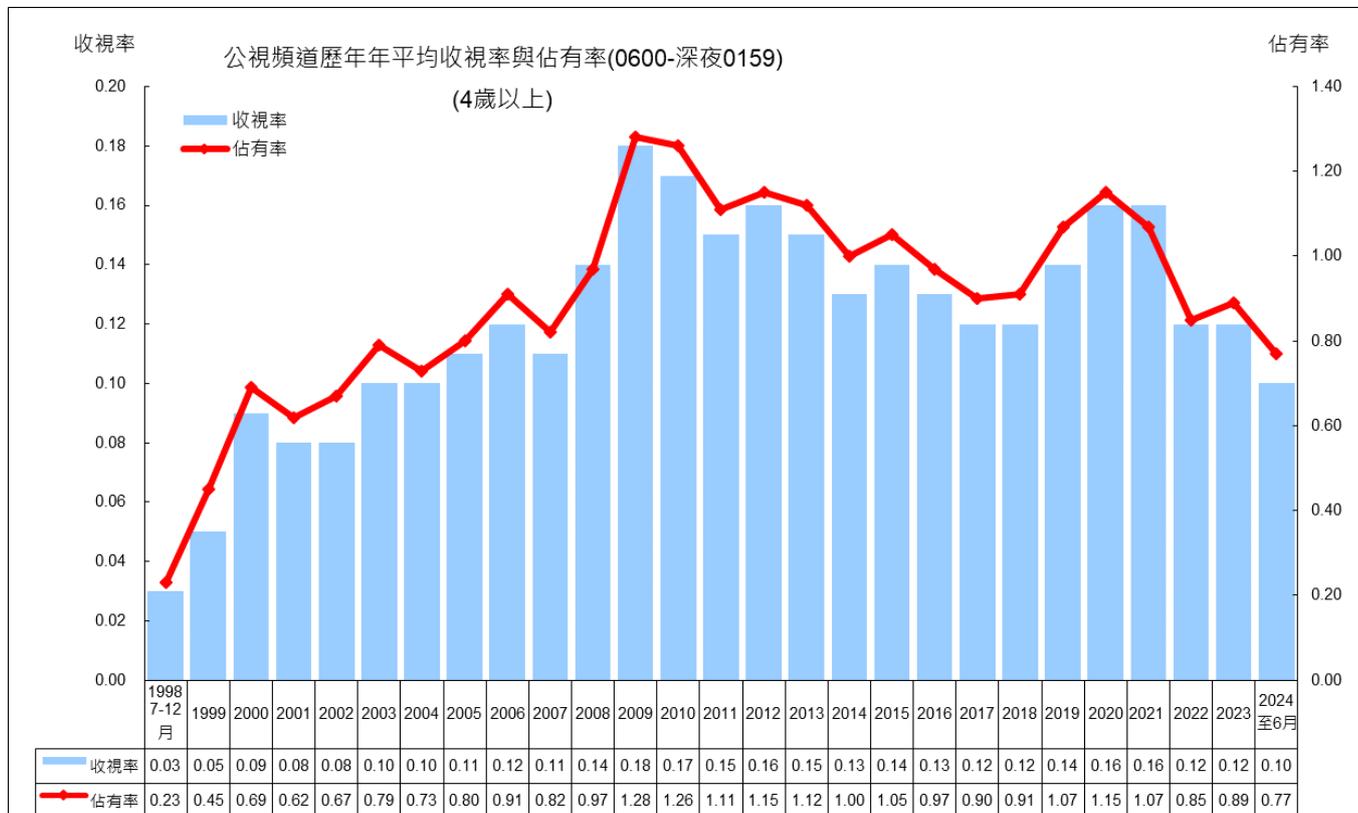
公視頻道 2024 年 4 月以週六表現較好。4 月份收視較好的節目包括「不夠善良的我們」平均 0.85、「一字千金筆武大匯」平均 0.82、「生態全紀錄恐龍世界好吃驚」平均 0.51、「生態全紀錄小動物的生命奇蹟」平均 0.47、「全球現場漫遊天下」平均 0.46、「公視晚間新聞」平均 0.39、「全球現場深度週報」平均 0.38、「誰來晚餐 15」平均 0.37。

5 月以週六表現較好，節目類型則以連續劇、益智實境節目、國際新聞報導及生態節目表現較為突出。收視較好的節目包括「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」平均 1.26、「一字千金筆武大匯」平均 0.80、「全球現場漫遊天下」平均 0.46、「生態全紀錄小動物的生命奇蹟」平均 0.43、「全球現場深度週報」平均 0.40、「公視晚間新聞」平均 0.39。

6 月也是以週六收視表現最好。收視表現較好的節目包括「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」平均 1.41、「一字千金筆武大匯」平均 0.72、「生態全紀錄地球脈動 3」平均 0.52、「我的婆婆怎麼那麼可愛 2(週六下午重播)」平均 0.47、「全球現場漫遊天下」平均 0.45、「全球現場深度週報」平均 0.42、「公視晚間新聞」及「誰來晚餐 15」平均皆為 0.39。

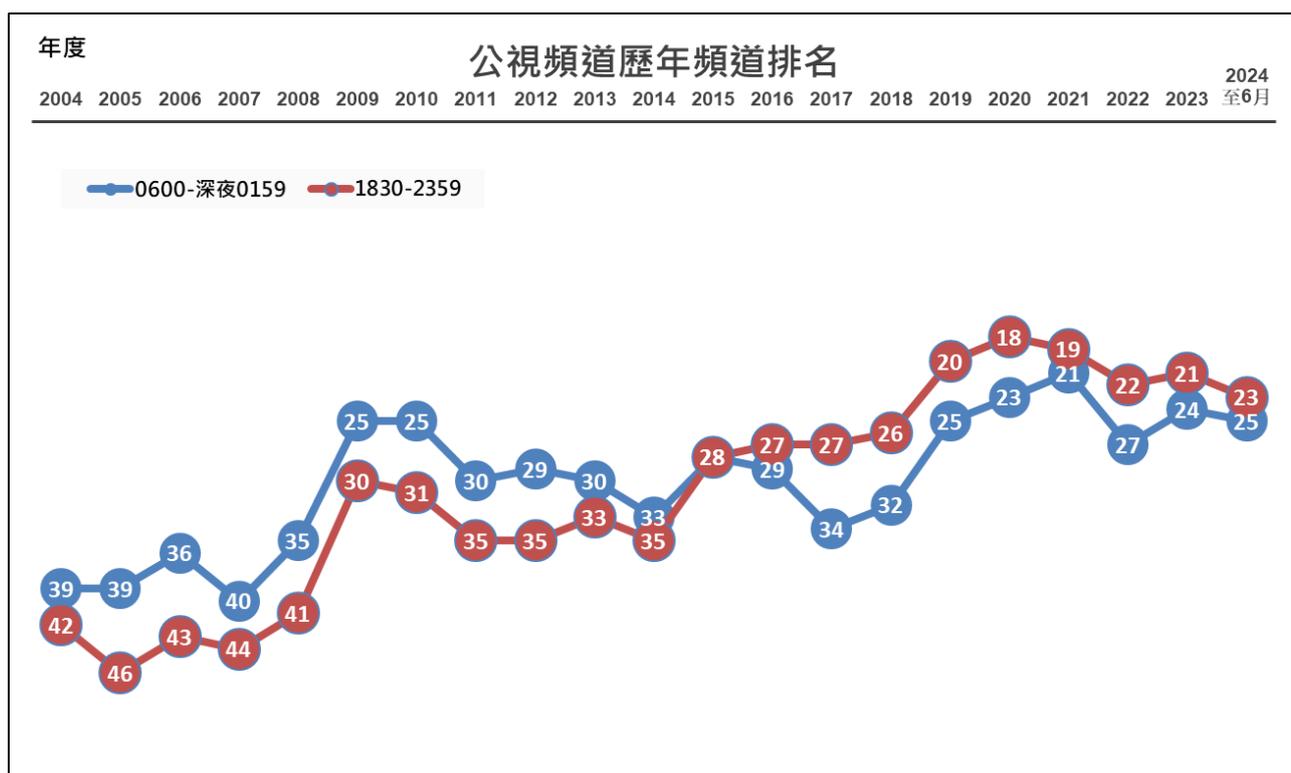
2、跨年收視比較

從跨年比較來看，公視頻道 2024 年前兩季平均為 0.10，頻道排名第 25 名，頻道平均及排名皆較第一季上升。晚間時段(1830 至 2359 時段)平均 0.22，頻道排名第 23 名，頻道平均及排名皆較第一季上升。



公視頻道歷年頻道排名

排名	時段	
	0600-深夜 0159	1830-2359
年度		
2004	39	42
2005	39	46
2006	36	43
2007	40	44
2008	35	41
2009	25	30
2010	25	31
2011	30	35
2012	29	35
2013	30	33
2014	33	35
2015	28	28
2016	29	27
2017	34	27
2018	32	26
2019	25	20
2020	23	18
2021	21	19
2022	27	22
2023	24	21
2024(至 6 月)	25	23



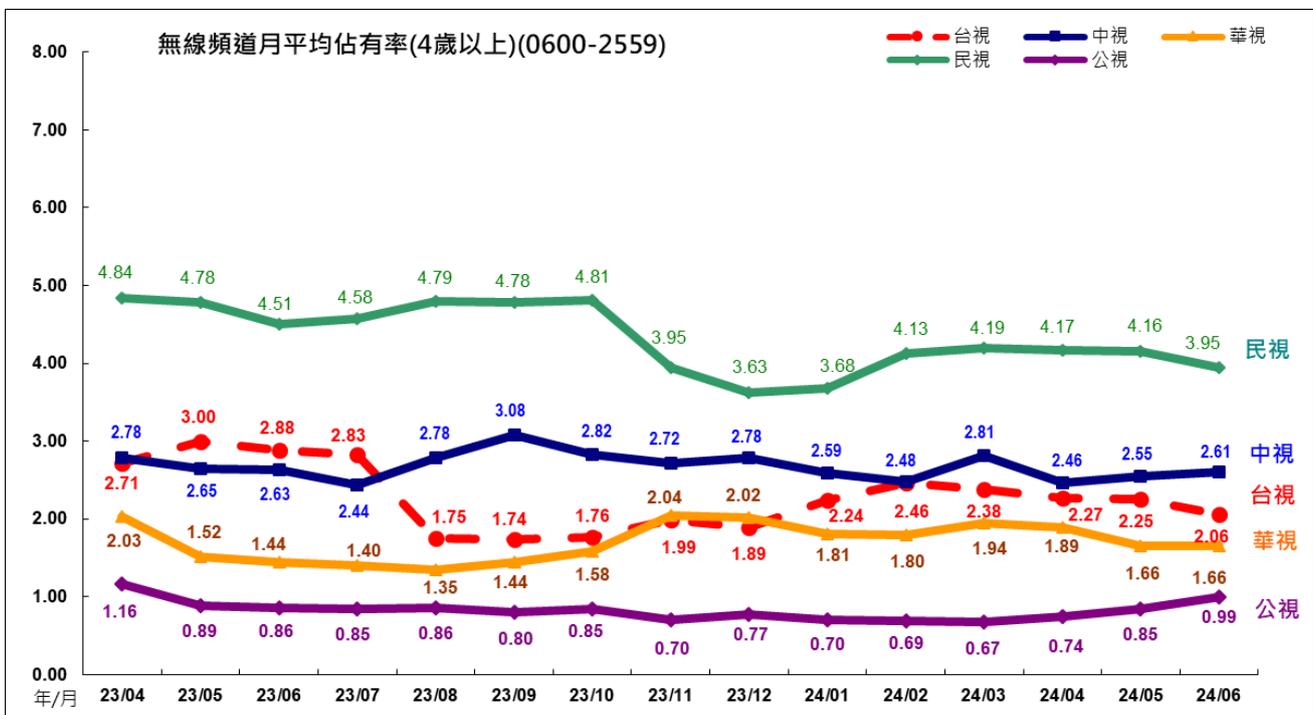
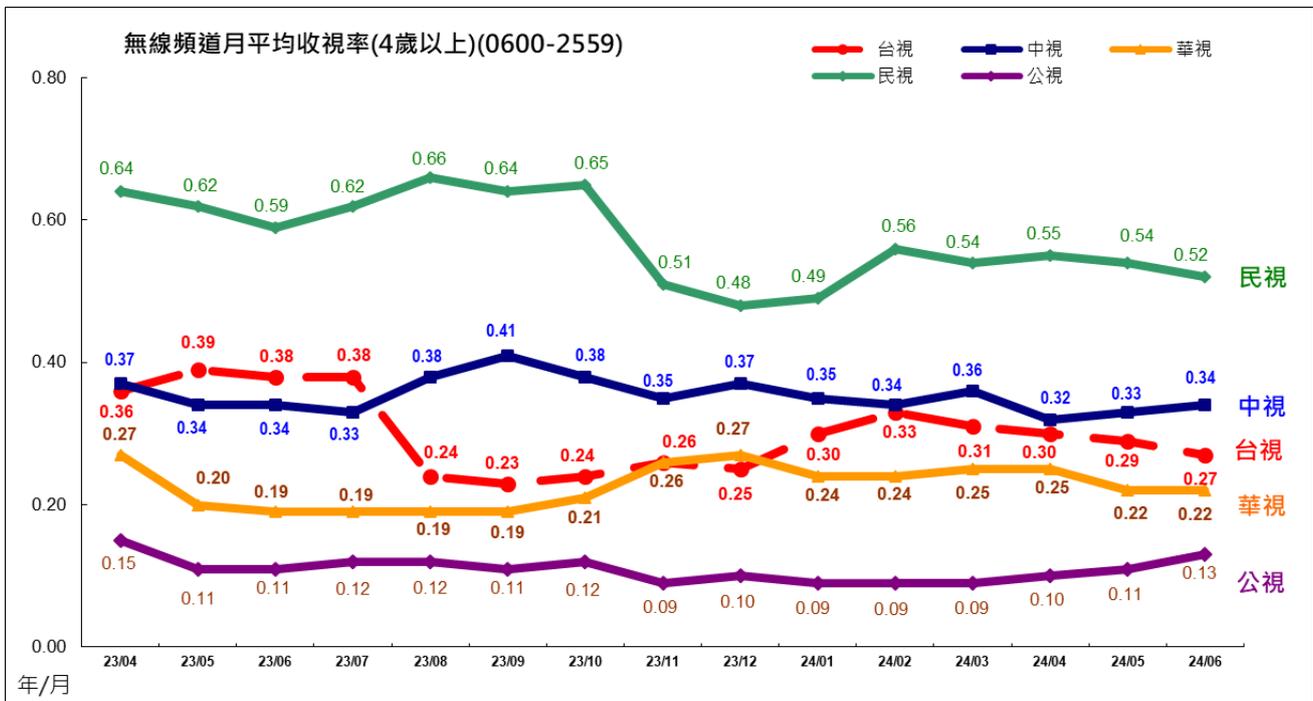
(二)無線區塊頻道收視觀察

2024 年第二季無線頻道收視，表現最佳仍為民視。民視第二季收視表現較好節目包括，綜藝節目「綜藝大集合」平均 3.29(2024 年第一季 3.40)、「超級冰冰 Show」平均 2.27、「豬哥亮經典秀」平均 0.95(2024 年第一季 1.02)、「綜藝新時代」平均 0.99(2024 年第一季 0.86)，週間 8 點連續劇「愛的榮耀」平均 2.86(2024 年第一季 2.85)，「民視晚間新聞」平均 0.78 (2024 年第一季 0.89)，戲劇「台灣傳奇」平均 0.76(2024 年第一季 0.76)、「我的婆婆怎麼那麼可愛」平均 0.63。

台視 2024 年第二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。第二季收視較好節目包括特別節目「第 35 屆金曲獎頒獎典禮」平均 2.78、「第 35 屆金曲獎星光大道」平均 1.16、「第 35 屆金曲獎幕後花絮」平均 0.53，連續劇「追分成功」平均 0.97(2024 年第一季 1.03)、「艋舺的女人」平均 0.48，新聞節目「台視晚間新聞」平均 1.17(2024 年第一季 1.26)，卡通「航海王 28」平均 0.96(2024 年第一季 1.22)、「航海王總集篇秘密間諜機關」平均 1.14、「航海王 29」平均 0.94，實境節目「嗨營業中 3」平均 1.34(2024 年第一季 1.47)、「全員請上車」平均 0.39(2024 年第一季 0.53)、「我的明星村長」平均 0.80。

中視 2024 年第二季節目收視以綜藝節目、新聞、旅遊節目及戲劇表現最好，綜藝節目「綜藝一級棒」平均 1.81、「我愛冰冰 Show」平均 1.19(2024 年第一季 2.17)、「精選集我愛冰冰 Show」平均 1.09、「飢餓遊戲」平均 1.40(2024 年第一季 1.37)、「綜藝玩很大」平均 0.94(2024 年第一季 1.11)，「中視新聞全球報導」平均 1.86(2024 年第一季 1.92)，旅遊節目「大陸尋奇」平均 0.91(2024 年第一季 1.10)，益智綜藝節目「全民星攻略」平均 0.78(2024 年第一季 0.81)，戲劇「長安諾」平均 0.78、「千古玦塵」平均 0.58。

華視 2024 年第二季收視較佳節目包括連續劇「我的意外室友」平均 0.59、「苦力」平均 0.79(2024 年第一季 0.65)、「華麗計程車行」平均 0.68(2024 年第一季 0.69)、「勇氣家族」平均 0.44、「天之蕉子」平均 0.41，卡通「新名偵探柯南」平均 1.43(2024 年第一季 1.30)、「名偵探柯南」平均 1.08(2024 年第一季 1.14)、「新哆啦 A 夢」平均 0.62(2024 年第一季 0.61)、「烏龍派出所」平均 0.46(2024 年第一季 0.47)，綜藝節目「天才衝衝衝」平均 0.90(2024 年第一季 0.94)，「華視晚間新聞」平均 0.57(2024 年第一季 0.59)，實境節目「花甲少年趣旅行」平均 0.56(2024 年第一季 0.55)。



(三) 第二季其他頻道收視觀察

2024 年第二季頻道第一名為 TVBS 新聞台，平均 0.63；第二名為三立新聞，平均 0.55；第三名為民視，平均 0.53。無線頻道部份，民視平均 0.53，排名第 3 名，收視與前一季相同，排名較前一季上升；台視平均 0.29，排名第 9 名，收視及排名皆較前一季下滑；中視平均 0.33，排名第 7 名，收視較前一季略為下滑，排名與前一季相同；華視平均 0.23，排名第 12 名，收視較前一季略為下滑，排名與前一季相同；公視頻道平均 0.11，排名第 23 名，收視及排名皆較前一季上升。

2024 年第一季、第二季頻道收視與排名比較(資料期間 0600 至深夜 0159 時段)

2024 年第一季					2024 年第二季				
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	0.64	138.5	4.81	1	TVBS 新聞台	0.63	137.7	4.86
2	三立新聞	0.57	123.2	4.28	2	三立新聞	0.55	119.0	4.20
3	東森新聞	0.54	116.5	4.05	3	民視	0.53	115.9	4.09
4	民視	0.53	115.0	3.99	4	東森新聞	0.53	115.5	4.08
5	民視新聞	0.48	103.7	3.60	5	民視新聞	0.46	99.1	3.50
6	三立台灣	0.46	99.1	3.44	6	三立台灣	0.45	98.2	3.47
7	中視	0.35	75.7	2.63	7	中視	0.33	71.8	2.54
8	台視	0.31	67.9	2.36	8	非凡新聞	0.30	66.1	2.33
9	TVBS	0.31	66.4	2.31	9	台視	0.29	62.1	2.19
10	年代新聞台	0.27	59.2	2.06	10	TVBS	0.27	58.0	2.05
11	非凡新聞	0.27	57.7	2.00	11	年代新聞台	0.26	55.6	1.96
12	華視	0.25	53.3	1.85	12	華視	0.23	49.1	1.73
13	東森財經新聞台	0.21	44.7	1.55	13	壹新聞	0.22	47.0	1.66
14	中視新聞台	0.20	42.6	1.48	14	東森財經新聞台	0.21	44.7	1.58
15	壹新聞	0.19	40.2	1.40	15	東森綜合	0.17	35.9	1.27
16	GTV 戲劇台	0.16	35.6	1.24	16	中視新聞台	0.16	35.7	1.26
17	東森綜合	0.16	35.3	1.23	17	華視新聞資訊台	0.16	34.1	1.20
18	華視新聞資訊台	0.15	32.3	1.12	18	GTV 戲劇台	0.14	29.9	1.06
19	緯來日本	0.13	29.2	1.01	19	緯來體育	0.14	29.8	1.05
20	東森戲劇台	0.12	26.6	0.92	20	東森戲劇台	0.13	29.1	1.03
21	YOYO	0.12	26.6	0.92	21	緯來日本	0.12	25.8	0.91
22	台視新聞台	0.12	25.5	0.88	22	YOYO	0.12	25.4	0.90
23	緯來電影台	0.11	24.5	0.85	23	公共電視	0.11	24.4	0.86
24	三立都會	0.11	23.4	0.81	24	三立都會	0.11	23.7	0.84
25	東森電影	0.11	23.0	0.80	25	台視新聞台	0.11	23.6	0.83

2024 年第一季					2024 年第二季				
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	緯來綜合	0.10	22.4	0.78	26	GTV 第一台	0.10	22.2	0.78
27	GTV 第一台	0.10	20.9	0.73	27	東森電影	0.10	21.1	0.75
28	中天娛樂台	0.09	20.4	0.71	28	中天娛樂台	0.09	20.1	0.71
29	公共電視	0.09	19.7	0.69	29	緯來綜合	0.09	19.4	0.68
30	緯來育樂台	0.09	18.5	0.64	30	緯來電影台	0.09	19.1	0.67
31	三立財經台	0.08	18.3	0.64	31	超級電視	0.08	18.1	0.64
32	緯來體育	0.08	18.0	0.63	32	TVBS 歡樂台	0.08	17.5	0.62
33	超級電視	0.08	17.6	0.61	33	台視財經台	0.08	17.3	0.61
34	中天綜合台	0.08	17.0	0.59	34	三立財經台	0.08	17.1	0.61
35	台視財經台	0.08	16.8	0.58	35	緯來戲劇台	0.08	17.1	0.60
36	Cartoon network	0.08	16.7	0.58	36	緯來育樂台	0.08	16.7	0.59
37	東森洋片台	0.08	16.7	0.58	37	中天綜合台	0.07	16.3	0.57
38	TVBS 歡樂台	0.07	16.0	0.55	38	東森洋片台	0.07	14.9	0.53
39	HBO 電影	0.07	15.7	0.55	39	HBO 電影	0.07	14.6	0.52
40	緯來戲劇台	0.07	14.7	0.51	40	大愛電視	0.06	13.8	0.49
41	大愛電視	0.06	14.1	0.49	41	Cartoon network	0.06	13.5	0.48
42	GTV 綜合台	0.06	13.7	0.48	42	MUCH	0.06	13.4	0.47
43	MOMO 親子台	0.06	13.5	0.47	43	CATCHPLAY	0.06	13.4	0.47
44	高點綜合台	0.06	13.5	0.47	44	GTV 綜合台	0.06	13.3	0.47
45	MUCH	0.06	12.8	0.44	45	MOMO 親子台	0.06	12.8	0.45
46	好萊塢電影	0.06	12.2	0.42	46	高點綜合台	0.06	12.6	0.44
47	CATCHPLAY	0.06	12.1	0.42	47	好萊塢電影	0.06	12.5	0.44
48	LS Time 電影台	0.05	10.4	0.36	48	DAZN 1	0.05	10.7	0.38
49	JET 綜合台	0.04	9.7	0.34	49	LS Time 電影台	0.05	10.3	0.36
50	民視第一台	0.04	9.6	0.33	50	民視第一台	0.05	9.9	0.35
51	動作頻道	0.04	9.3	0.32	51	JET 綜合台	0.05	9.9	0.35
52	動物星球	0.04	8.6	0.30	52	動作頻道	0.04	8.9	0.32
53	Cinemax 電影	0.04	8.3	0.29	53	東風衛視	0.04	8.2	0.29
54	東風衛視	0.04	7.9	0.28	54	動物星球	0.04	8.1	0.29
55	國興衛視	0.03	6.0	0.21	55	MOMO 綜合台	0.04	7.7	0.27
56	全日通	0.03	5.9	0.21	56	DAZN 2	0.04	7.7	0.27
57	探索頻道	0.03	5.8	0.20	57	Cinemax 電影	0.03	7.2	0.25
58	中視菁采台	0.02	5.4	0.19	58	全日通	0.03	6.0	0.21
59	台視綜合台	0.02	4.8	0.17	59	探索頻道	0.03	5.7	0.20
60	DAZN 2	0.02	4.6	0.16	60	國興衛視	0.03	5.7	0.20
61	DAZN 1	0.02	4.3	0.15	61	中視菁采台	0.02	5.0	0.18
62	民視台灣台	0.02	4.2	0.14	62	台視綜合台	0.02	4.4	0.16

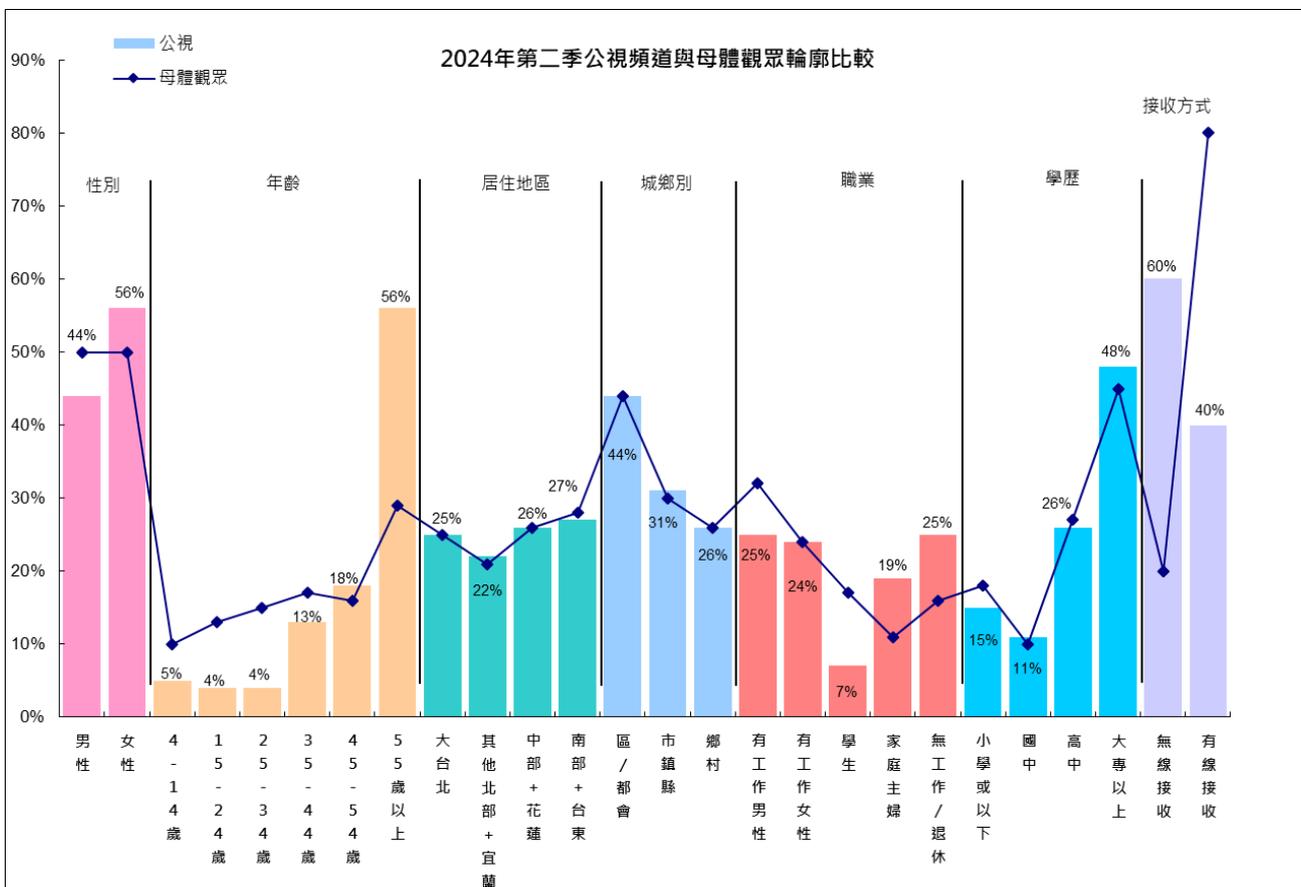
2024 年第一季					2024 年第二季				
排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率	排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率
63	中視經典台	0.02	4.0	0.14	63	非凡商業	0.02	4.3	0.15
64	非凡商業	0.02	3.7	0.13	64	中視經典台	0.02	3.6	0.13
65	旅遊生活頻道	0.01	3.0	0.10	65	民視台灣台	0.02	3.5	0.12
66	ANIMAX	0.01	2.7	0.10	66	ANIMAX	0.01	3.1	0.11
67	MOMO 綜合台	0.01	2.6	0.09	67	旅遊生活頻道	0.01	2.6	0.09
68	鏡新聞	0.01	2.6	0.09	68	鏡新聞	0.01	2.3	0.08
69	音樂電視	0.00	0.8	0.03	69	GTV 娛樂台	0.00	0.6	0.02
70	HBO HD	0.00	0.5	0.02	70	音樂電視	0.00	0.6	0.02
71	GTV 娛樂台	0.00	0.5	0.02	71	華視國會 1 台	0.00	0.5	0.02
72	華視國會 1 台	0.00	0.3	0.01	72	華視國會 2 台	0.00	0.4	0.02
73	華視國會 2 台	0.00	0.2	0.01	73	HBO HD	0.00	0.3	0.01
All Channel		13.26	2878.3	100.00	All Channel		13.04	2831.1	100.00

二、公視頻道整體觀眾輪廓比較

公視頻道 2024 年第二季觀眾輪廓，性別以女性較多，年齡集中在 55 歲以上，居住地集中在南部加台東、中部加花蓮及大台北地區，都會區，職業以有工作男性、有工作女性及無工作退休者比例較高，學歷則集中在大專以上，60%觀眾來自無線收看。

(一) 第二季公視頻道觀眾輪廓與母體比較

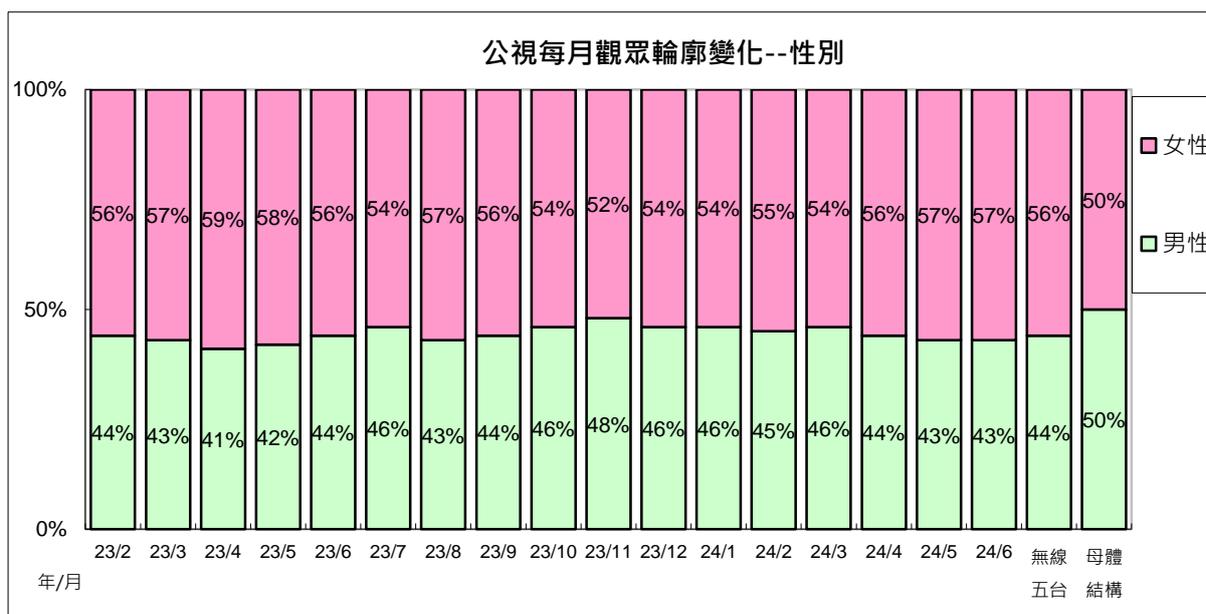
- 1、性別：公視頻道觀眾以女性較多，佔 56%，高於母體比例分佈。
- 2、年齡：公視 45-54 歲觀眾比例與母體結構相近，44 歲以下觀眾比例低於母體觀眾結構，55 歲以上佔 56%，比例最高。
- 3、地區：公視觀眾的居住地區比例分佈，以南部加台東比例最高，佔 27%，其次為中部加花蓮，佔 26%，分佈與母體比例相近。
- 4、城鄉：公視的觀眾都會區佔 44%，市鎮縣佔 31%，鄉村佔 26%，分佈與母體比例相近。
- 5、職業：公視的家庭主婦、無工作退休族群，比例高於母體結構。有工作女性與母體結構接近。有工作男性及學生比例低於母體結構。
- 6、教育程度：公視觀眾教育程度分佈與母體比例相近，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 60%，高於母體觀眾結構。



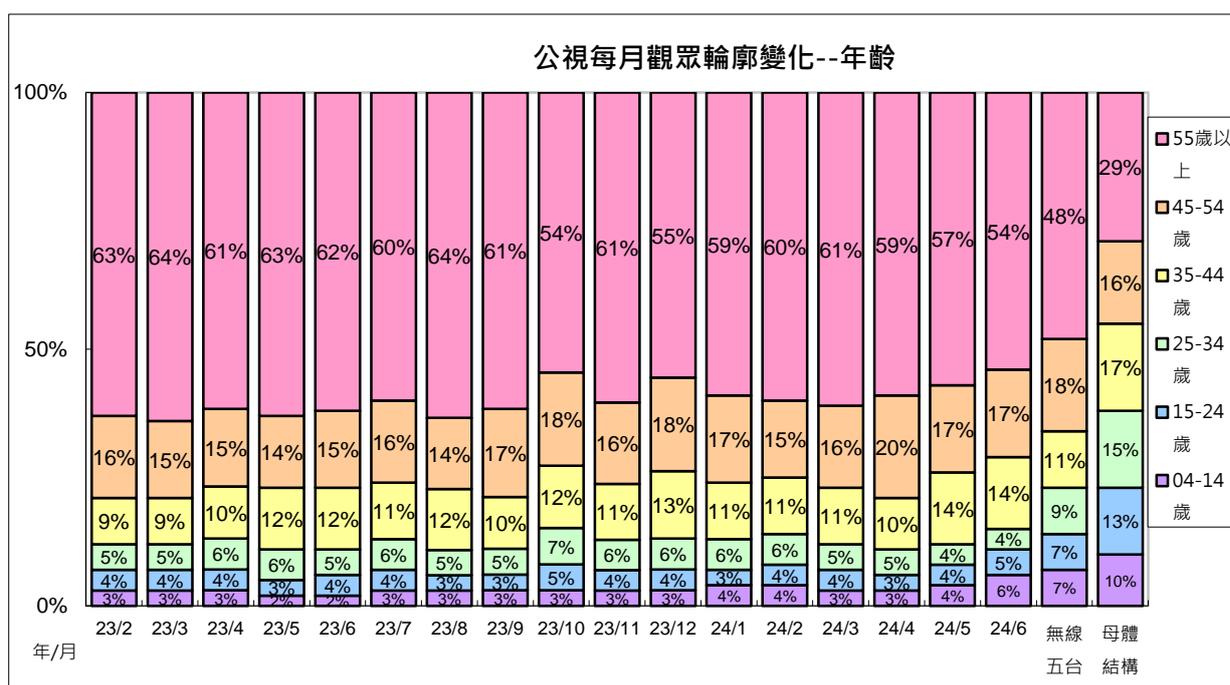
(二)公視頻道各月份觀眾輪廓比較

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：

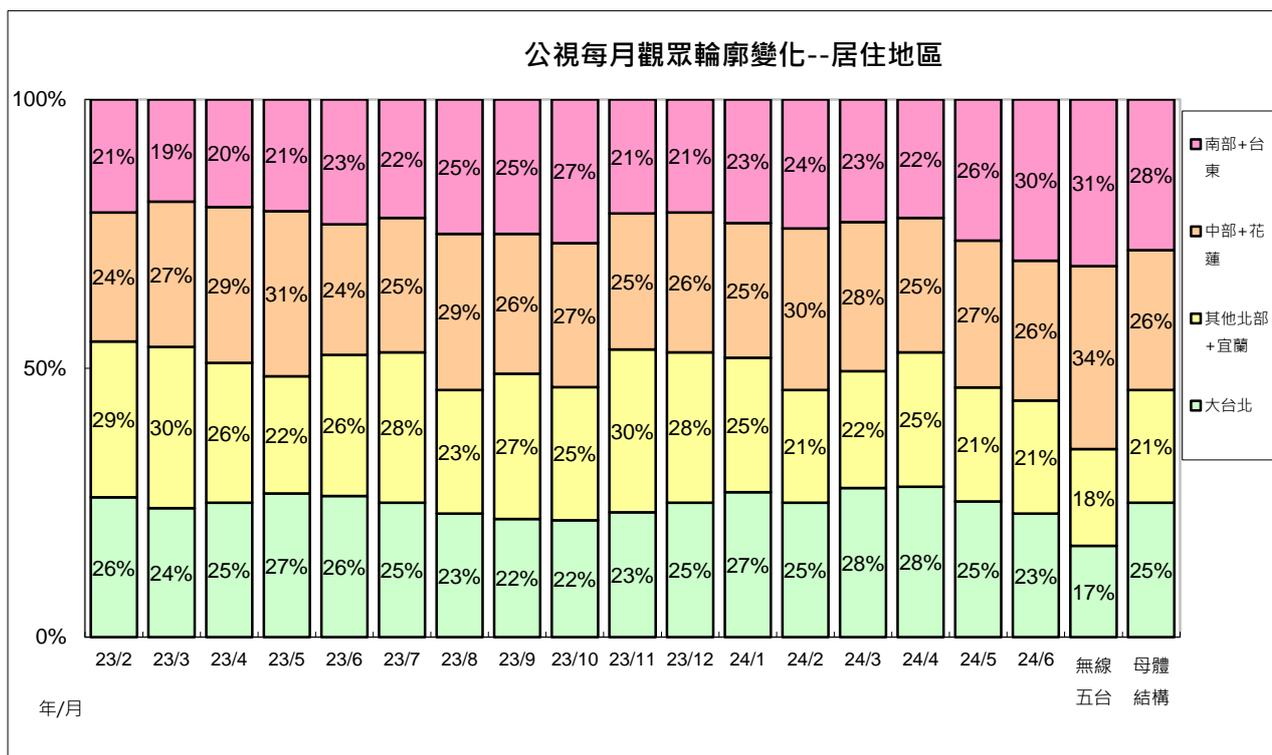
- 1、性別：公視觀眾男女比例約維持在 50% 上下，呈現女性多於男性的比例分佈。2024 年第二季女性觀眾比例上升，主要是受連續劇「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」、「不夠善良的我們」影響。



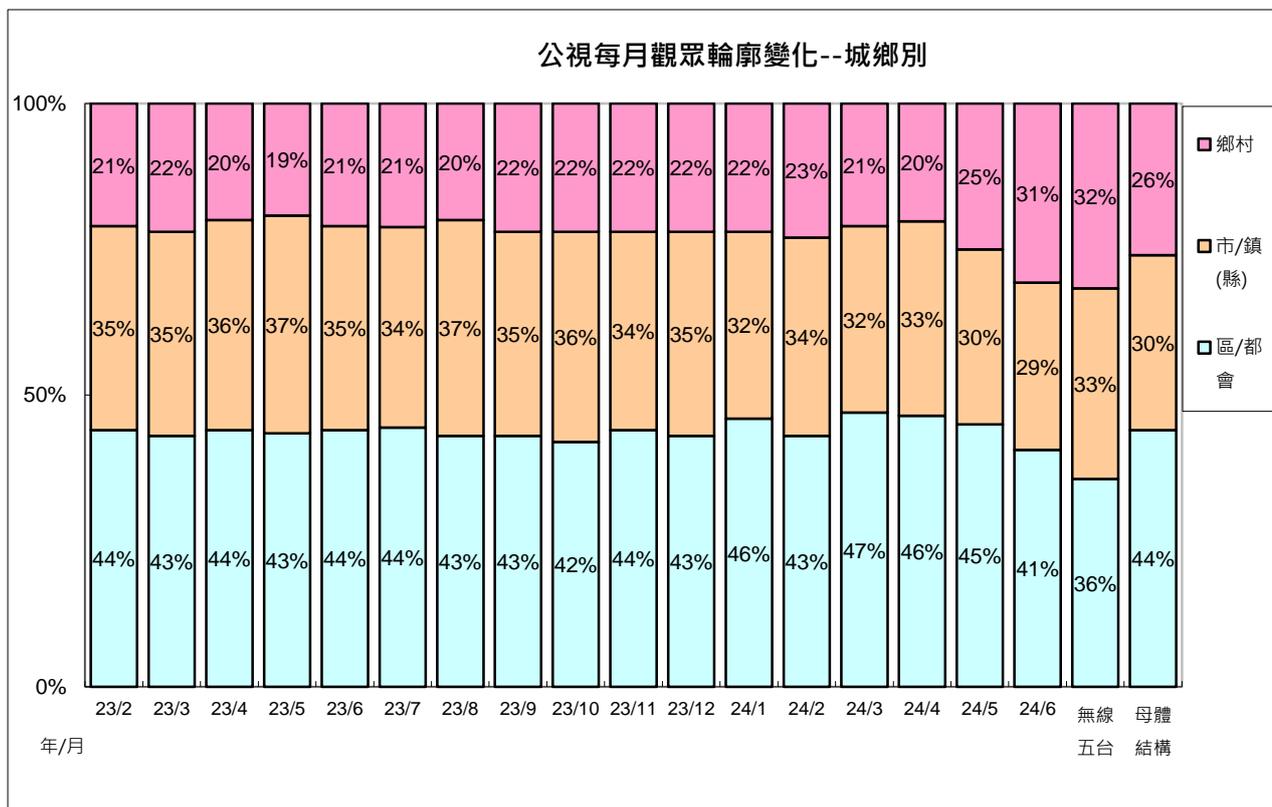
- 2、年齡：45 歲以上觀眾為公視頻道主要收視年齡層。2024 年 4 月受連續劇及「誰來晚餐 15」影響，45-54 歲觀眾比例上升。5 月至 6 月受「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」影響，35-44 歲觀眾比例上升。



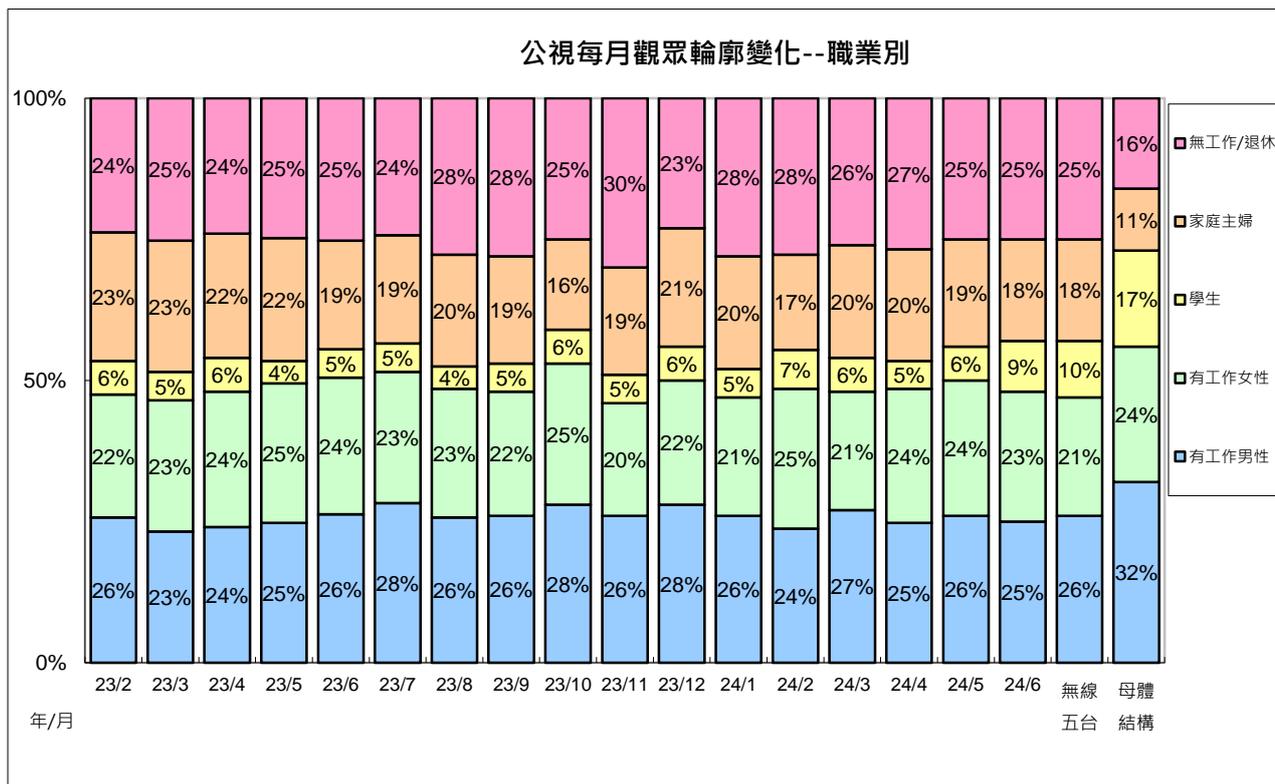
3、地區：公視觀眾居住地區，2024年4月受「不夠善良的我們」及「一字千金筆武大匯」影響，大台北地區比例上升。6月因「我的婆婆怎麼那麼可愛2」影響，南部加台東觀眾比例上升。



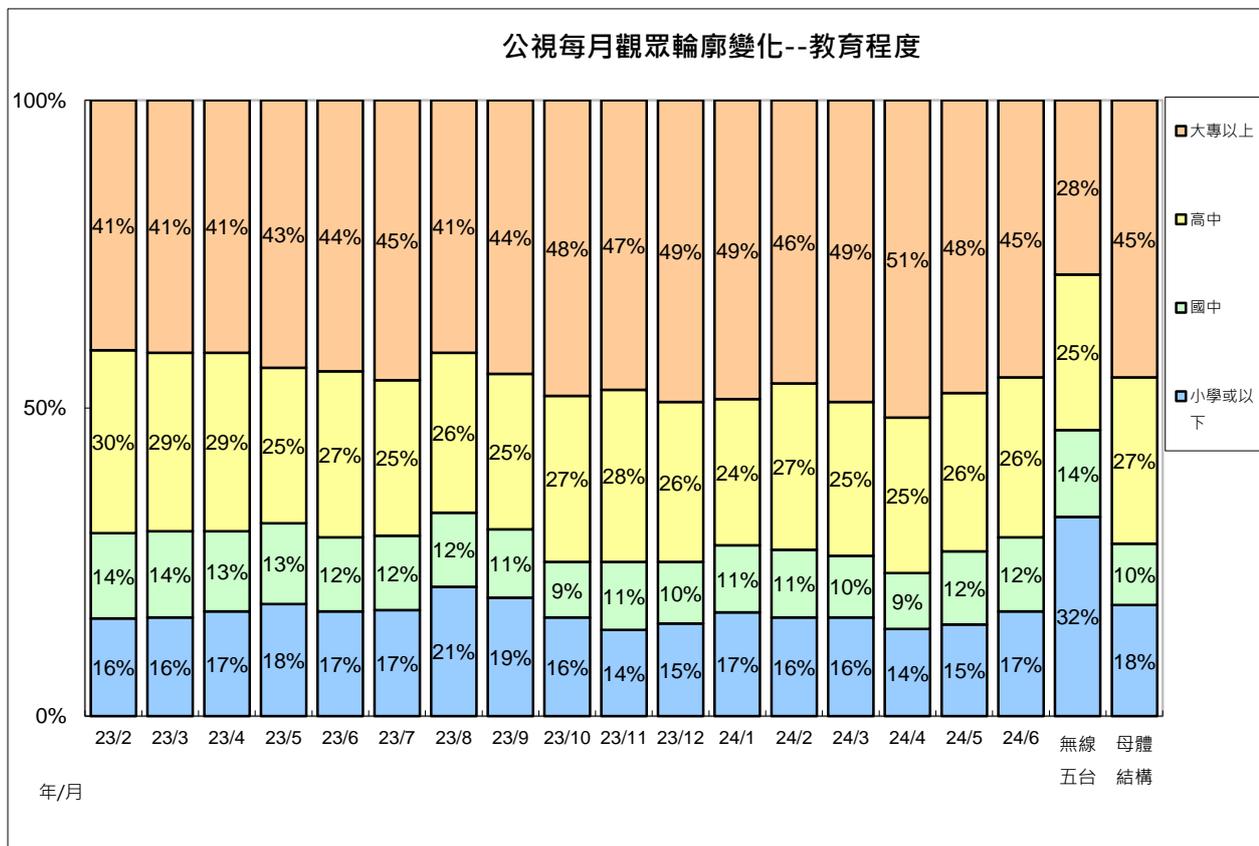
4、城鄉：2024年4月、5月受連續劇、益智實境節目及國際新聞影響，都會區比例上升，6月受連續劇及生態節目影響，鄉村比例上升。



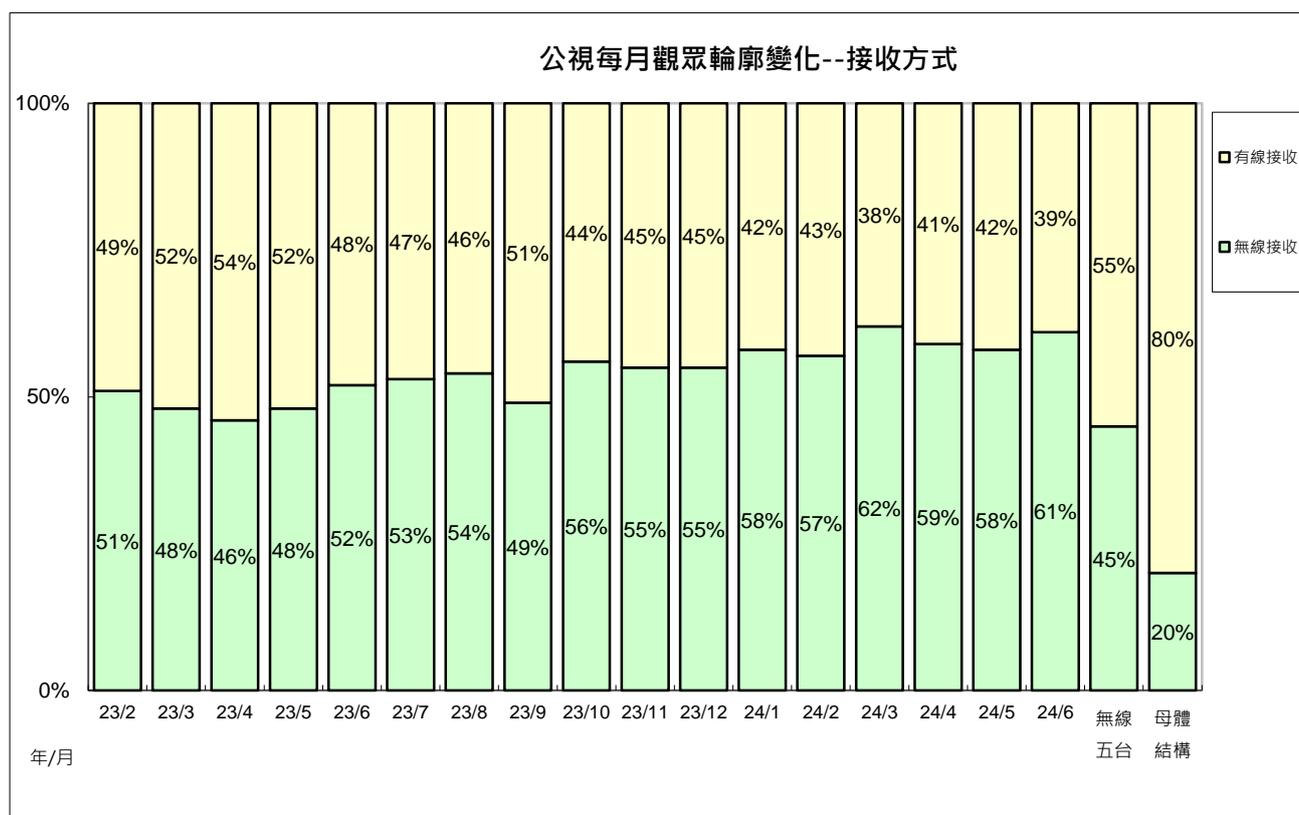
5、職業：2024年6月受「我的婆婆怎麼那麼可愛2」影響，學生族群比例增加。



6、教育程度：公視觀眾教育程度以大專以上的比例較高。2024年4月受「不夠善良的我們」及「一字千金筆武大匯」影響，大專以上收看比例增加。6月受「我的婆婆怎麼那麼可愛2」、生態全紀錄影響，國中族群比例增加。



7、接收方式：公視來自有線接收觀眾比例維持在 40% 上下。2024 年第二季受連續劇、益智實境節目、生態全紀錄及國際新聞影響，無線觀眾比例上升。

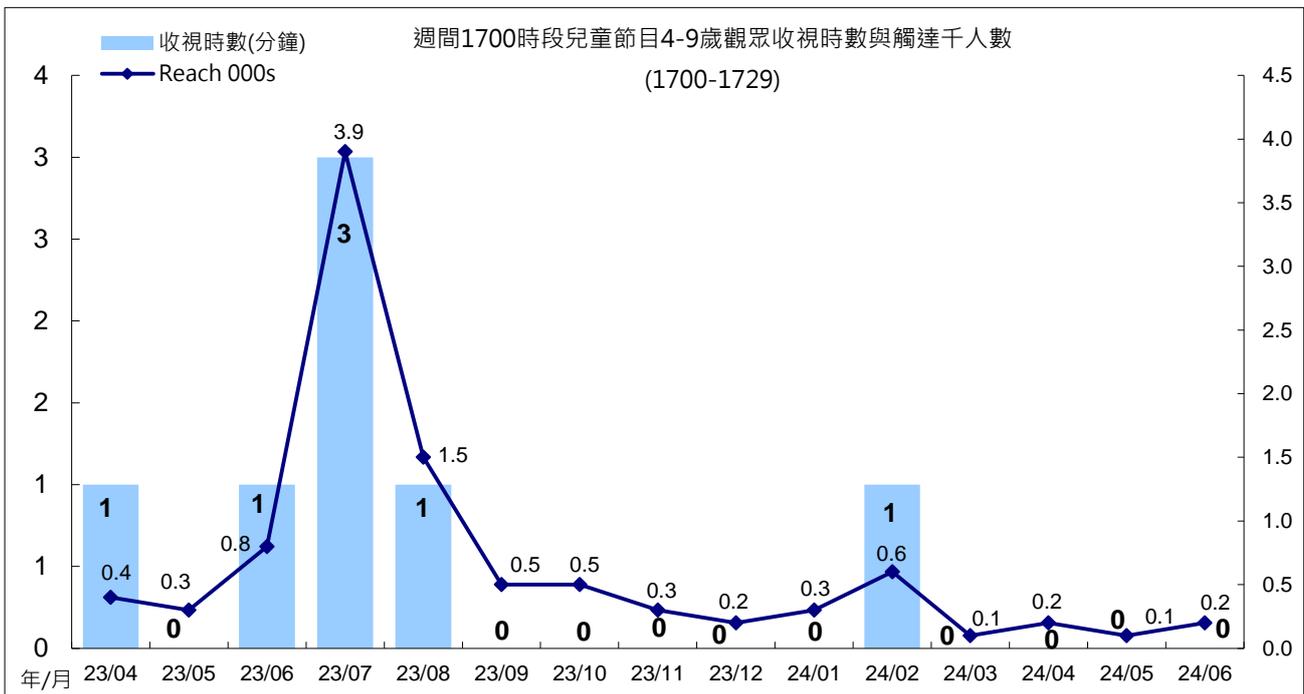
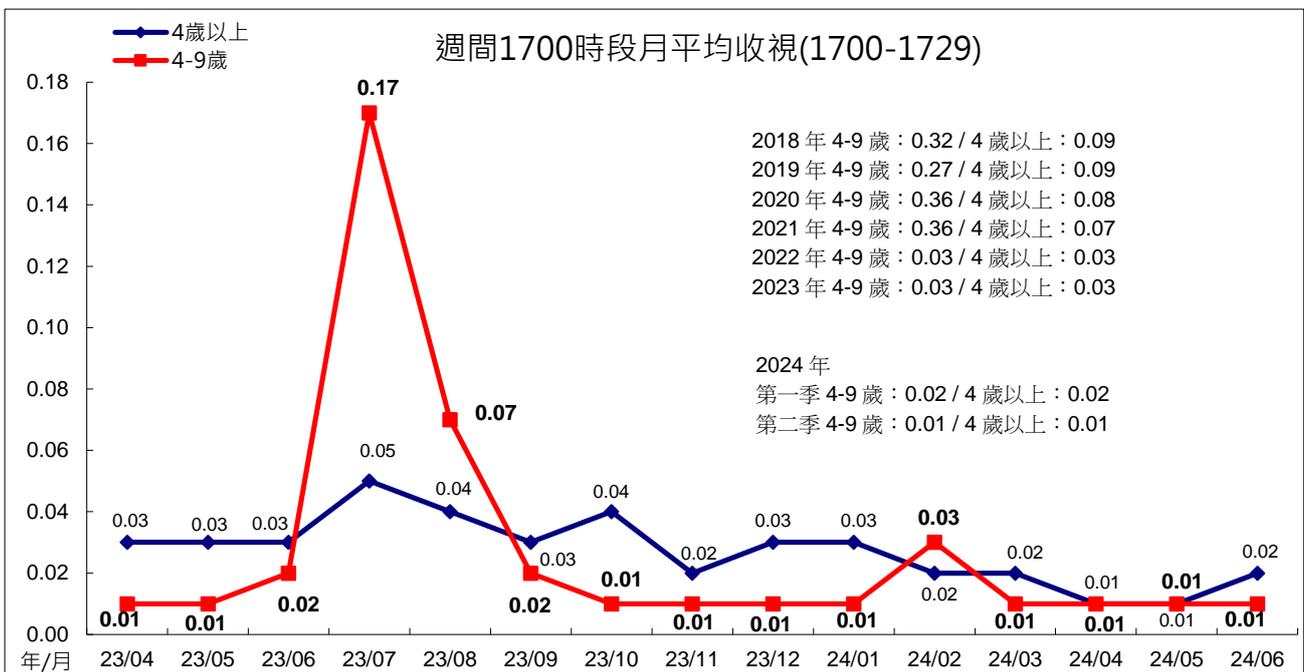


三、公視兒童時段節目收視

(一)1700 兒童時段

1700 兒童外片時段 4 至 9 歲目標觀眾收視，2024 年 4 月、5 月、6 月平均皆為 0.01。4 歲以上觀眾收視 4 月、5 月平均皆為 0.01，6 月平均 0.02。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。目標觀眾收視 2024 年第一季度平均 0.02，第二季度平均 0.01。

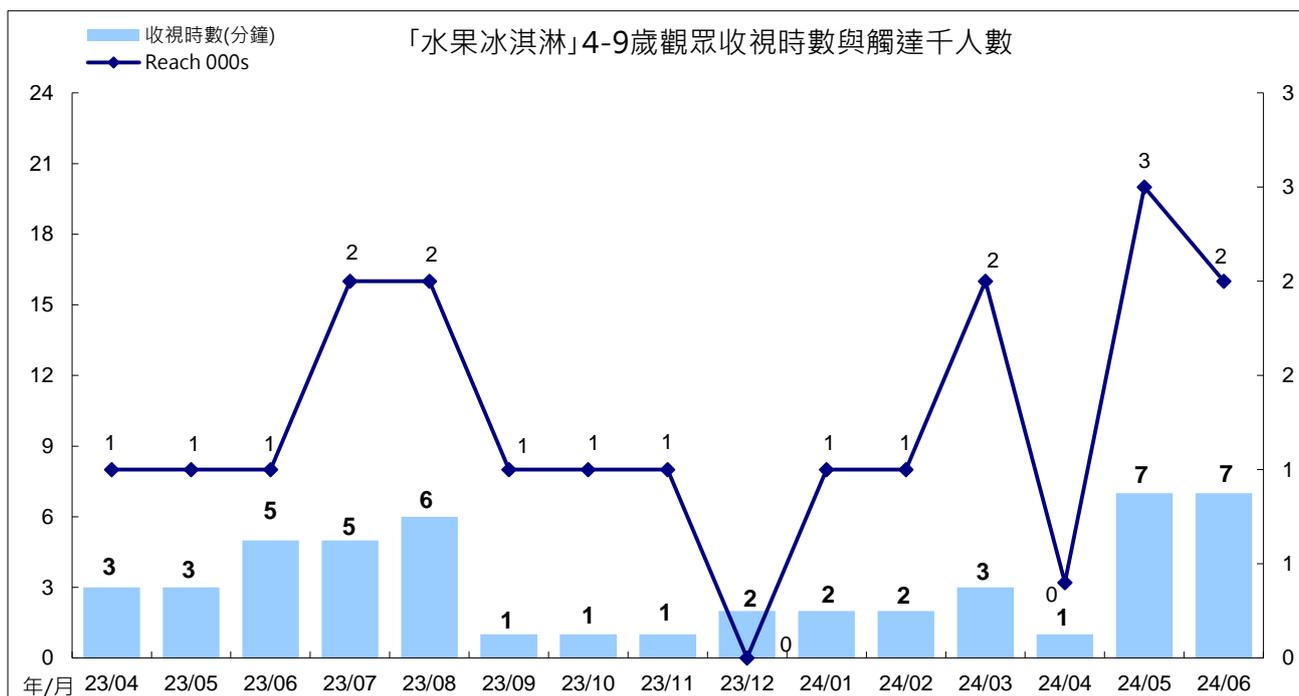
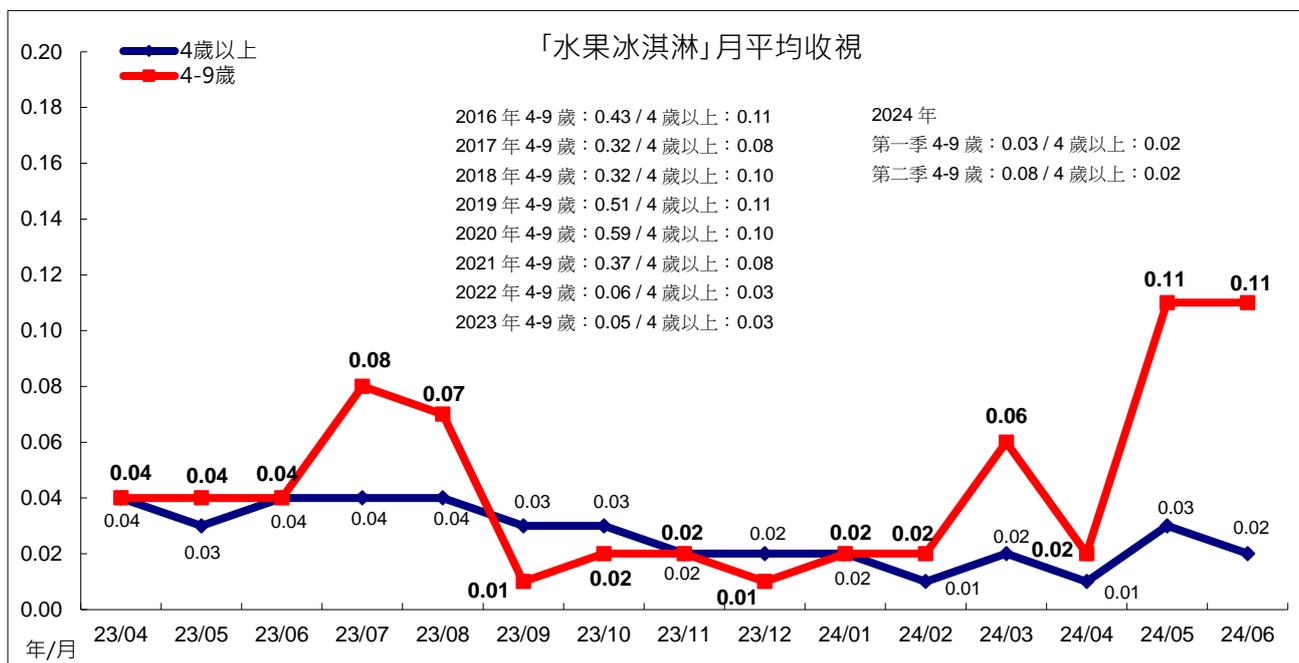
1700 時段兒童外片 4 至 9 歲目標觀眾收視，2024 年第二季，收視時數及觸達人數下降，月平均也跟著下滑。



(二)1730 學齡前兒童時段

「水果冰淇淋」4至9歲目標觀眾收視，2024年4月平均0.02，5月、6月平均皆為0.11。4歲以上收視，4月平均0.01，5月平均0.03，6月平均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。目標觀眾收視2024年第一季平均0.03，第二季平均0.08。

「水果冰淇淋」4至9歲目標觀眾收視，2024年5月、6月觸達人數及收視時數皆上升，月平均也跟著上升。

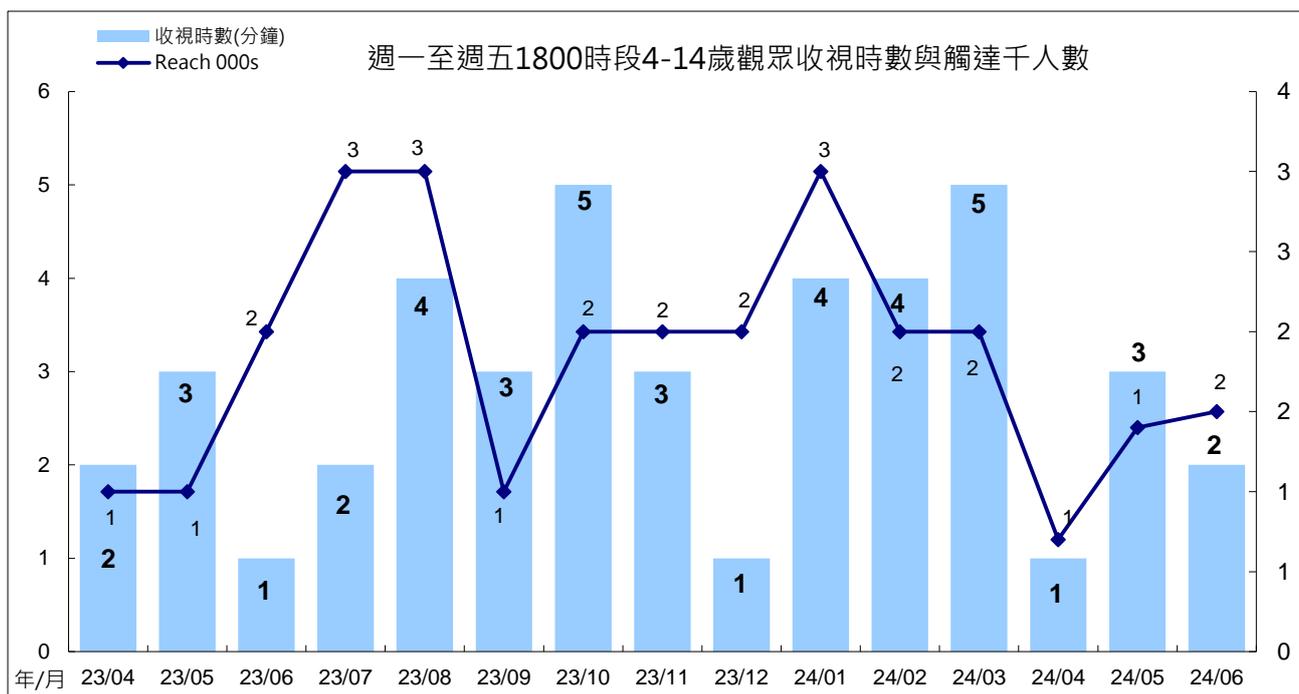
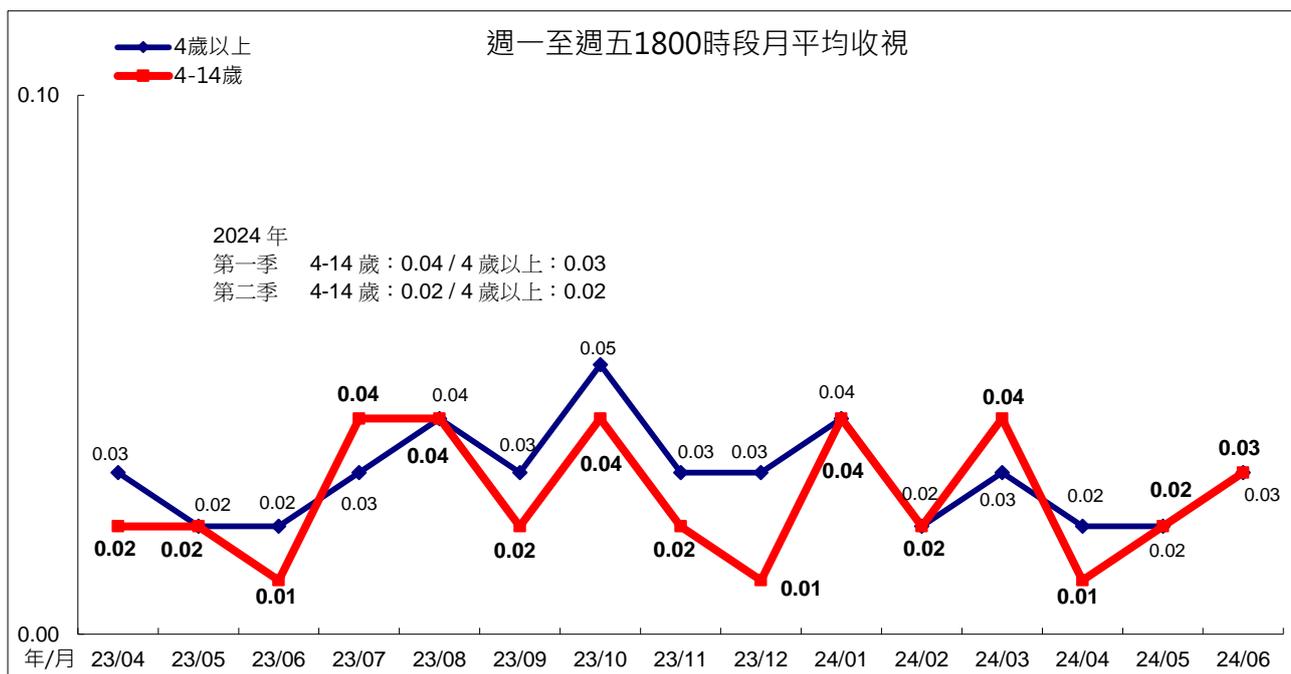


(三)1800 學齡兒童時段

1、週一至週五 1800 時段

週一至週五 1800 時段 4 至 14 歲目標觀眾收視，2024 年 4 月平均 0.01，5 月平均 0.02，6 月平均 0.03。4 歲以上收視 4 月、5 月平均皆為 0.02，6 月平均 0.03。目標觀眾收視 2024 年第一季平均 0.04，第二季平均 0.02。

週一至週五 1800 時段目標觀眾收視。2024 年第二季月平均與上一季差異不大，沒有顯著變化。

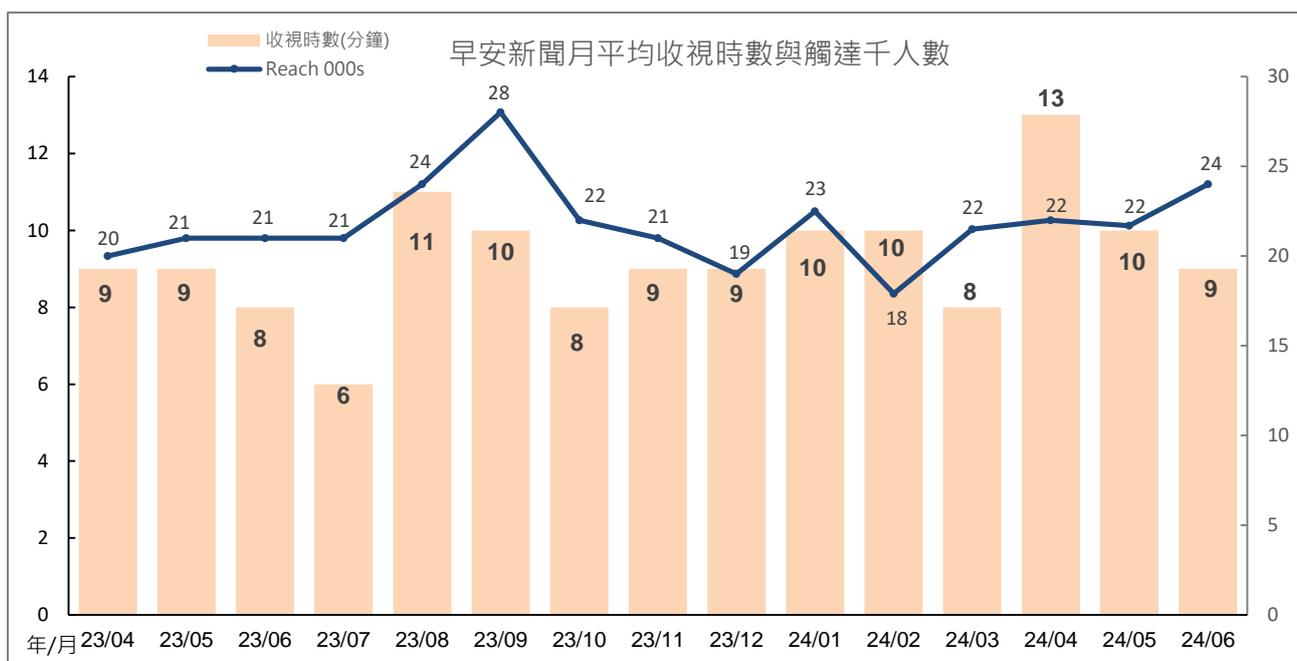
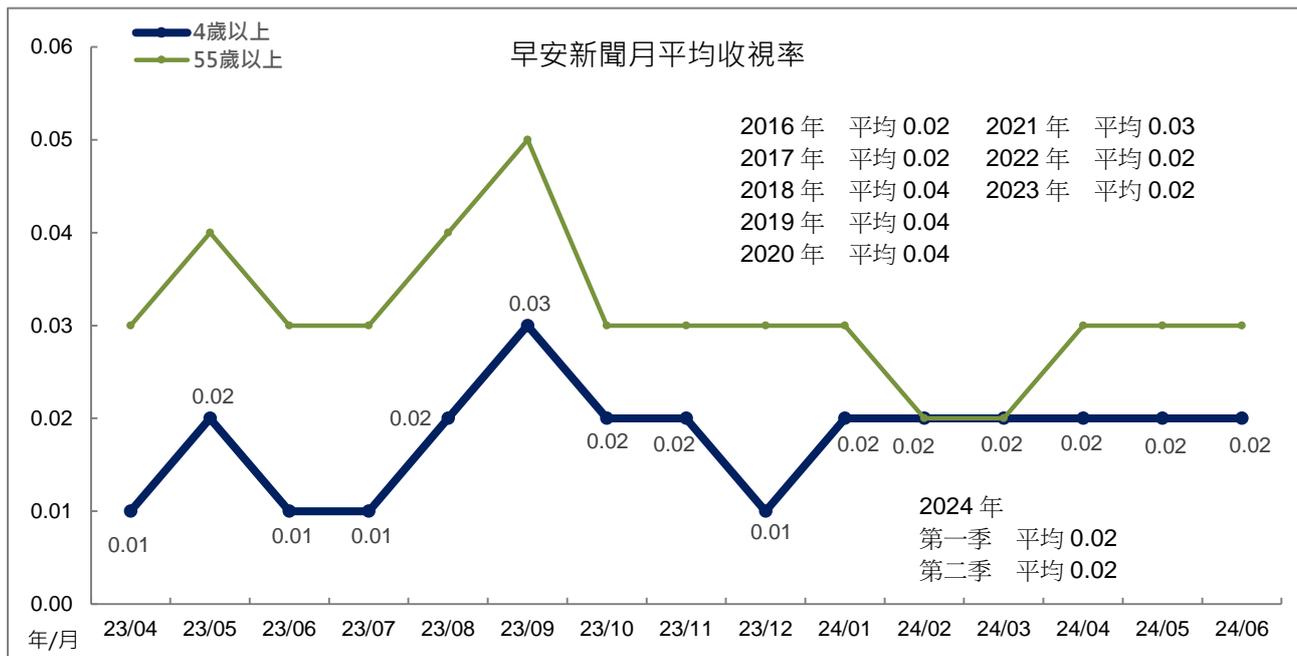


四、週間新製時段節目收視

(一)0700「早安新聞」

「早安新聞」2024年4月、5月、6月平均皆為0.02。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。2024年第一季、第二季平均皆為0.02。

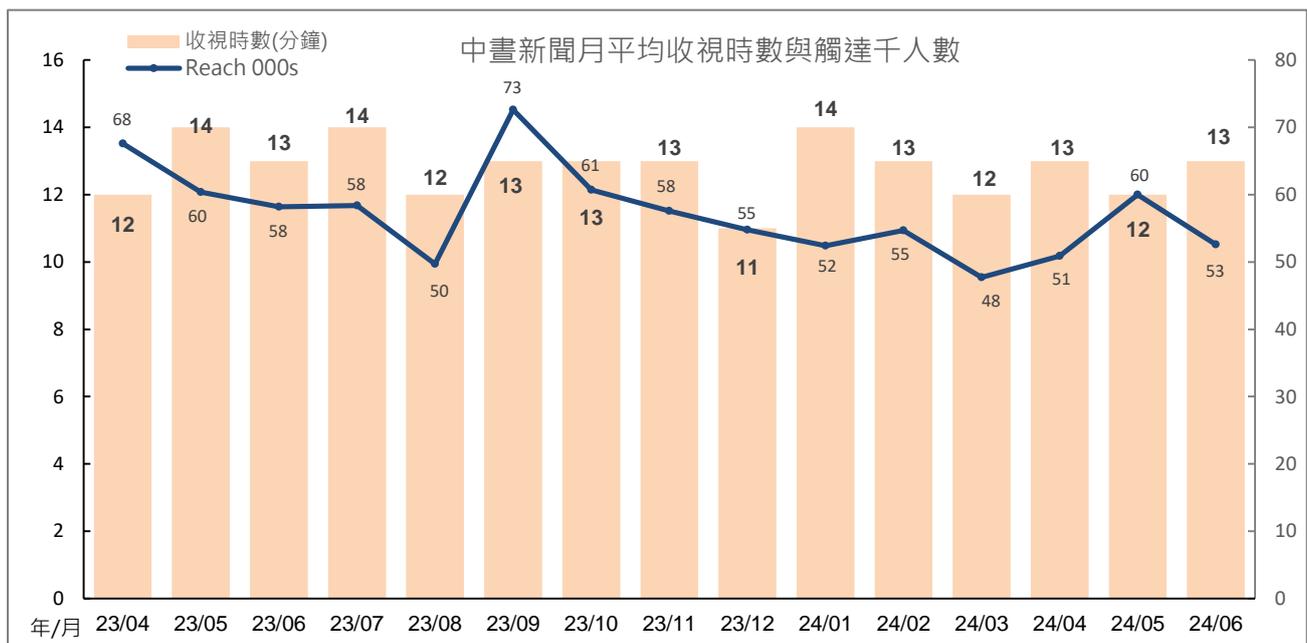
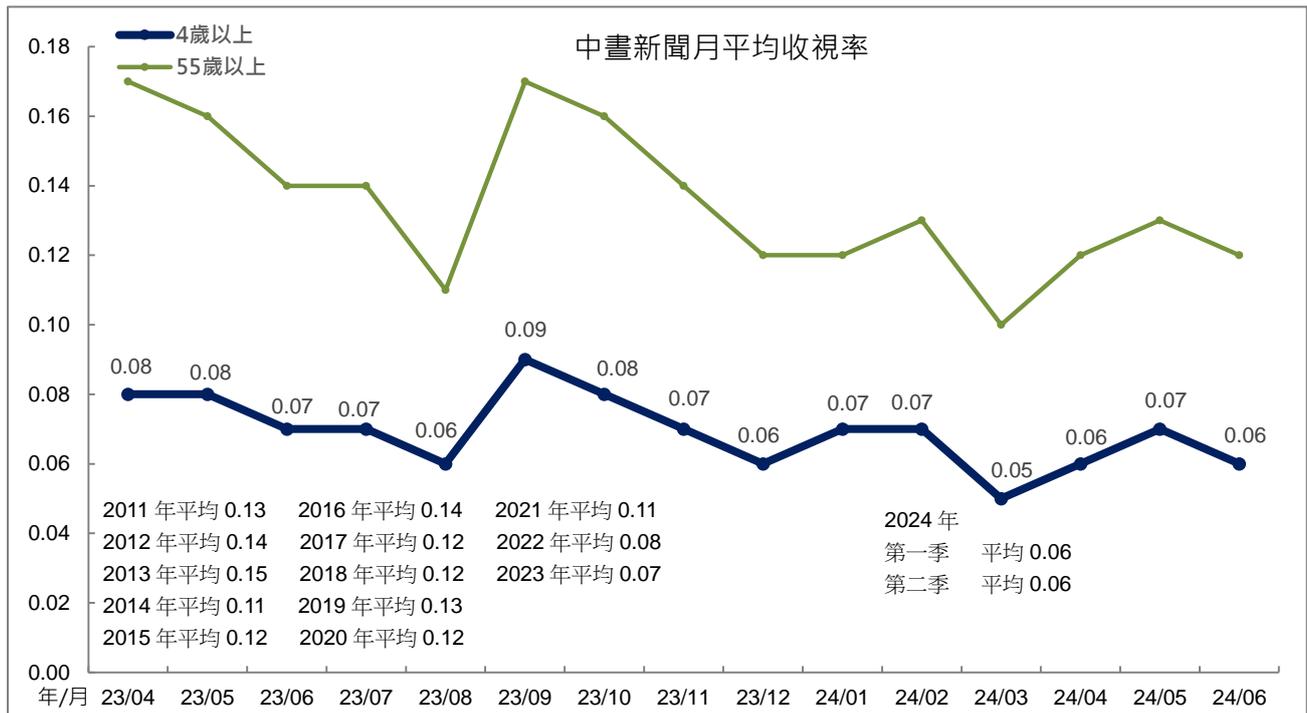
「早安新聞」2024年第二季觸達人數無較大變化，因而月平均維持平穩。



(二)1200「中晝新聞」

「中晝新聞」2024年4月平均0.06，5月平均0.07，6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。2024年第一季、第二季平均皆為0.06。

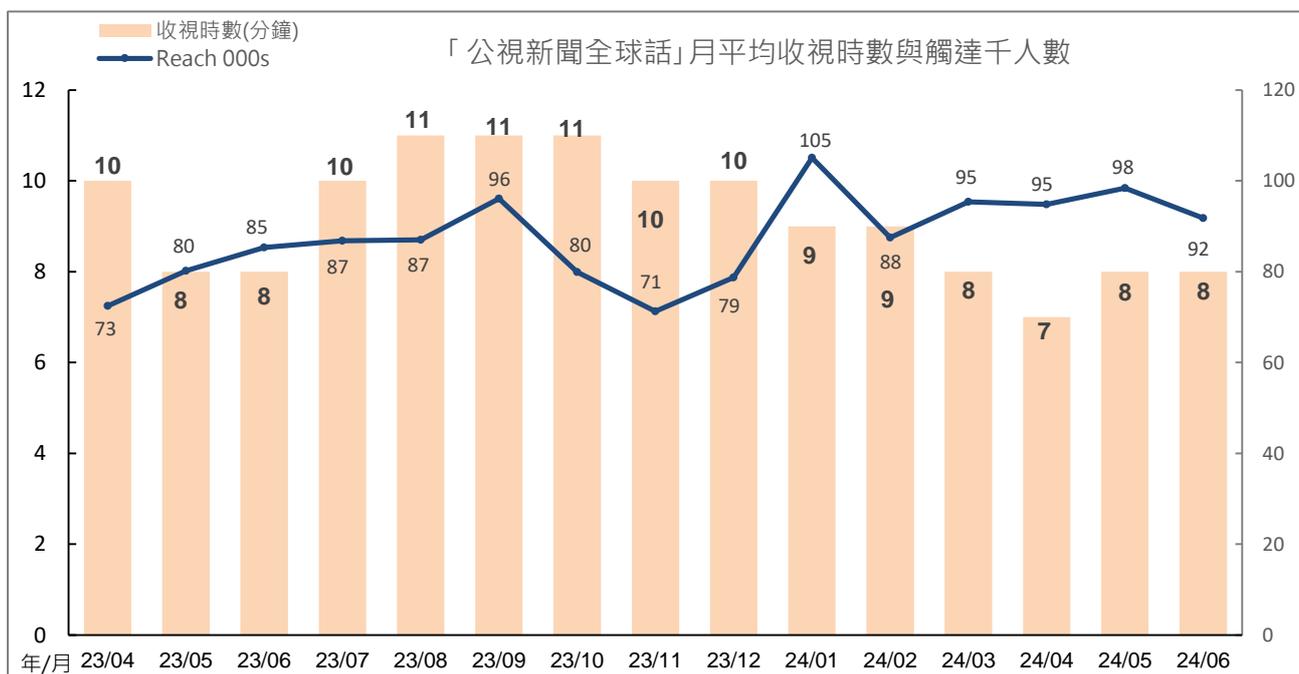
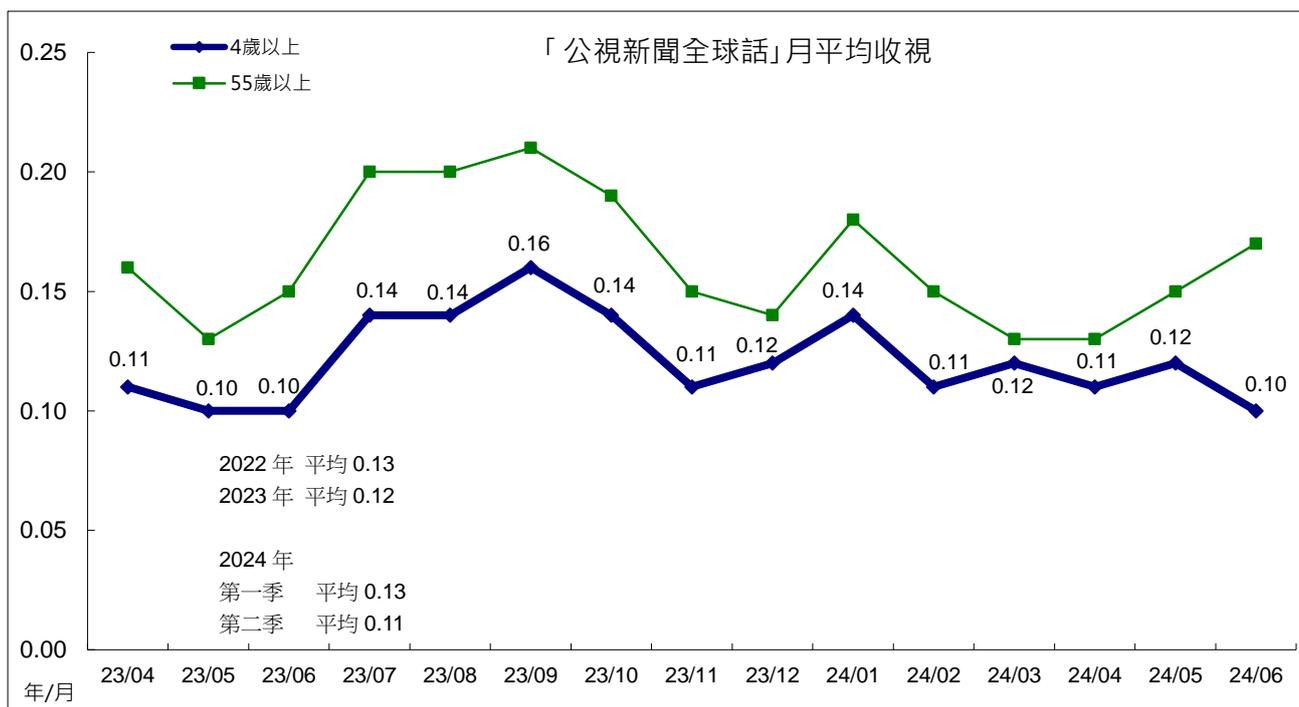
「中晝新聞」2024年5月觸達人數上升，月平均也跟著微幅上升。



(三)1830 「公視新聞全球話」

「公視新聞全球話」2024年4月平均0.11，5月平均0.12，6月平均0.10。「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。2024年第一季0.13、第二季平均0.11。

「公視新聞全球話」2024年第二季月平均維持在0.10至0.12之間。

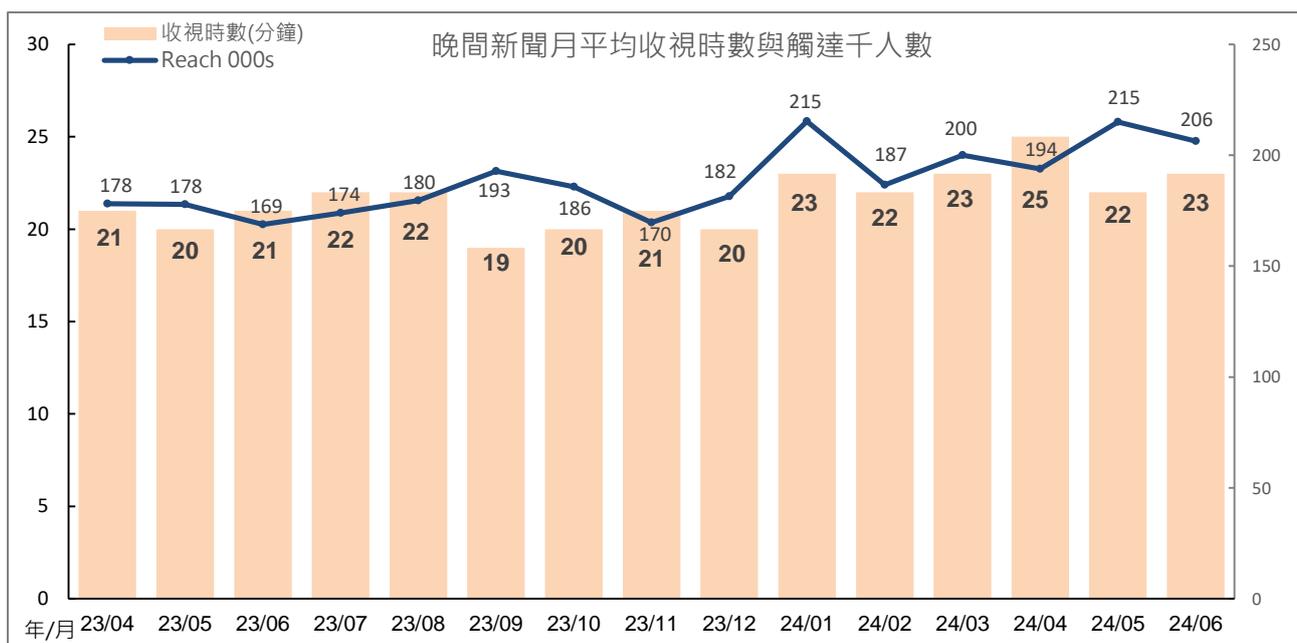


(四)1900 時段

1、「公視晚間新聞」

「晚間新聞」2024年4月、5月、6月平均皆為0.39。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。2024年第一季平均0.38，第二季平均0.39。

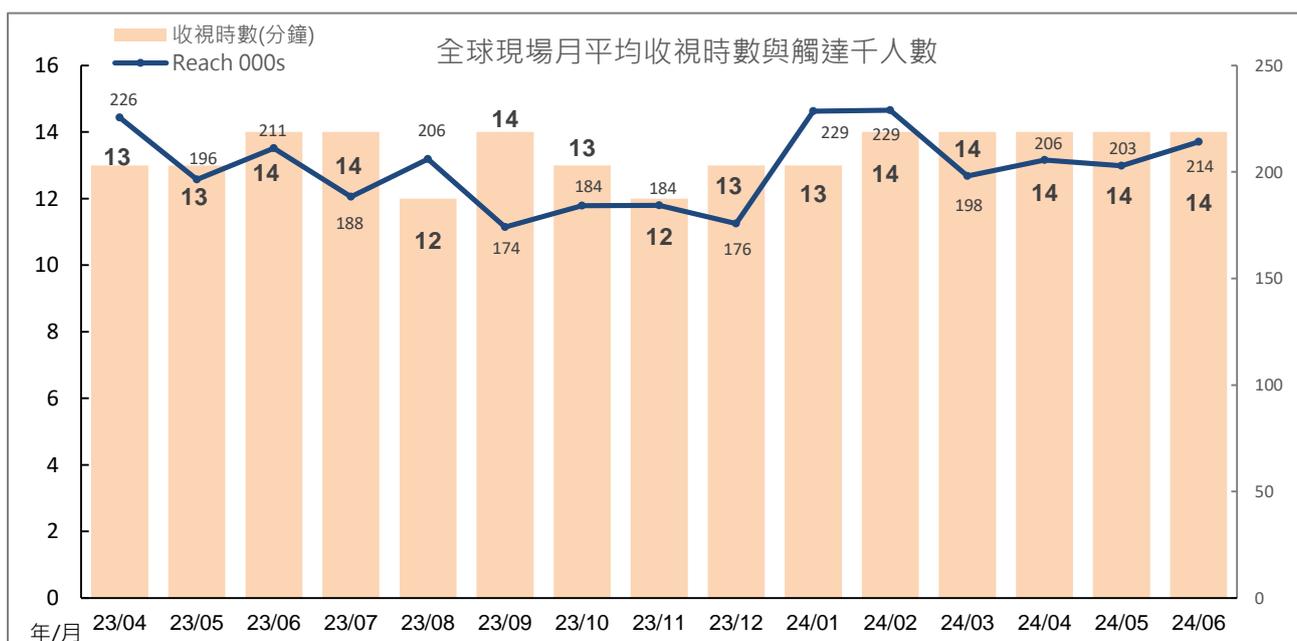
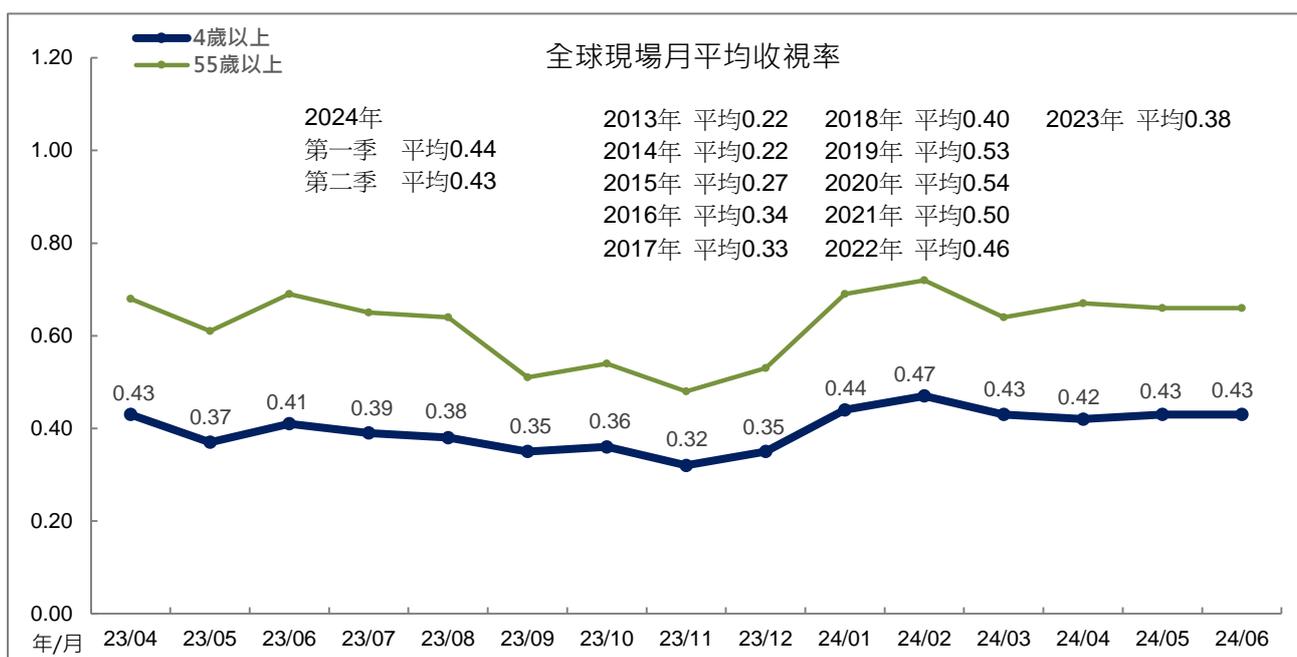
「晚間新聞」2024年第二季因地震及國會新聞討論度高，帶動新聞關注度，收視時數及觸達人數皆上升，收視也跟著上升。



2、「全球現場」

週末播出的國際新聞「全球現場」，2024年4月平均0.42，5月、6月平均皆為0.43。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。2024年第一季平均0.44，第二季平均0.43。

「全球現場」2024年第二季收視時數及觸達人數無較大變化，月平均維持在0.42至0.43之間。

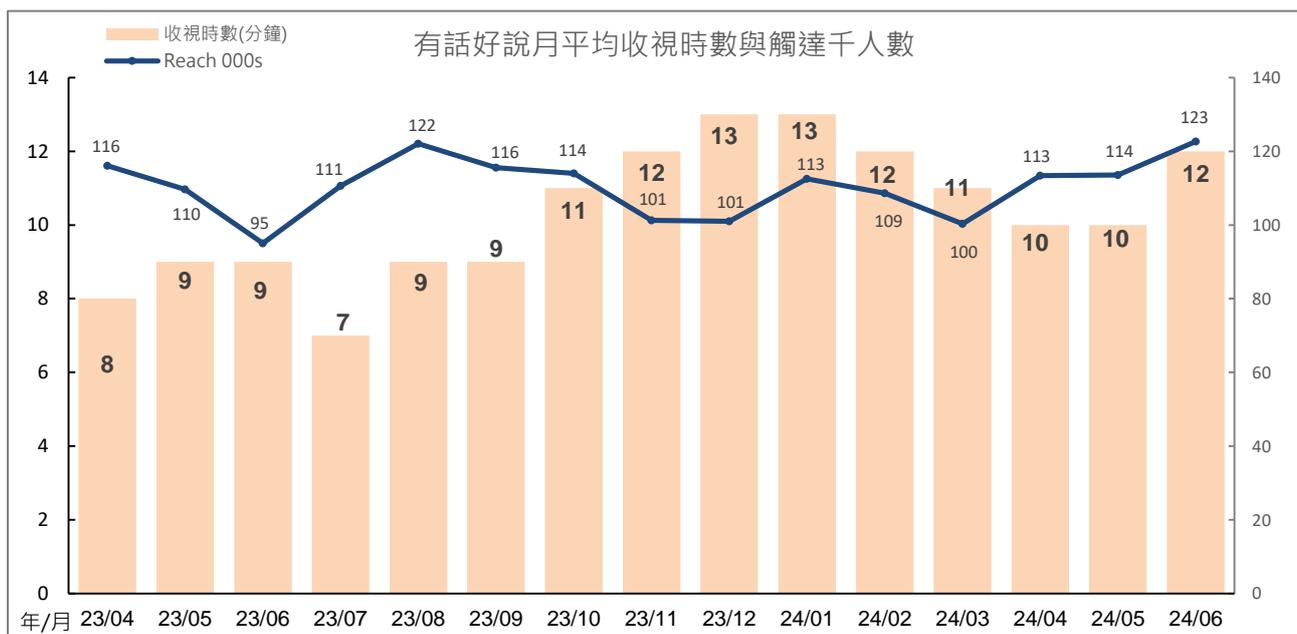
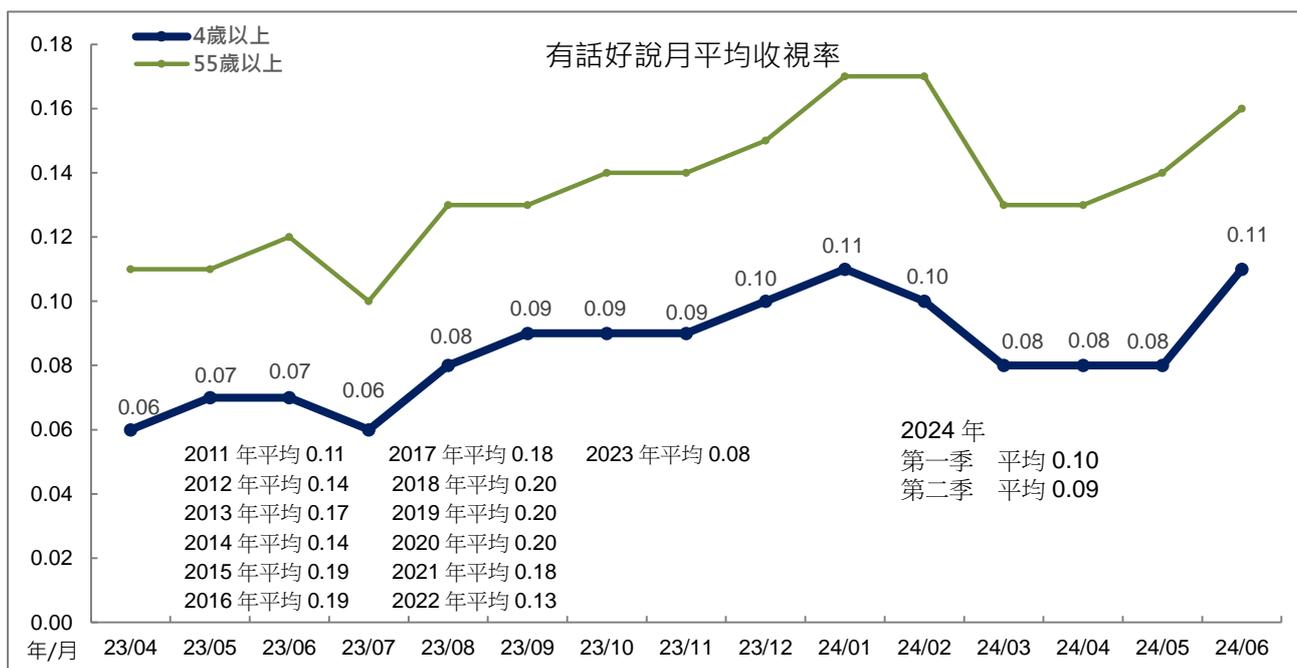


(五)2000 論壇節目

1、「有話好說」

週間「有話好說」2024年4月、5月平均皆為0.08，6月平均0.11。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。2024年第一季平均0.10，第二季平均0.09。

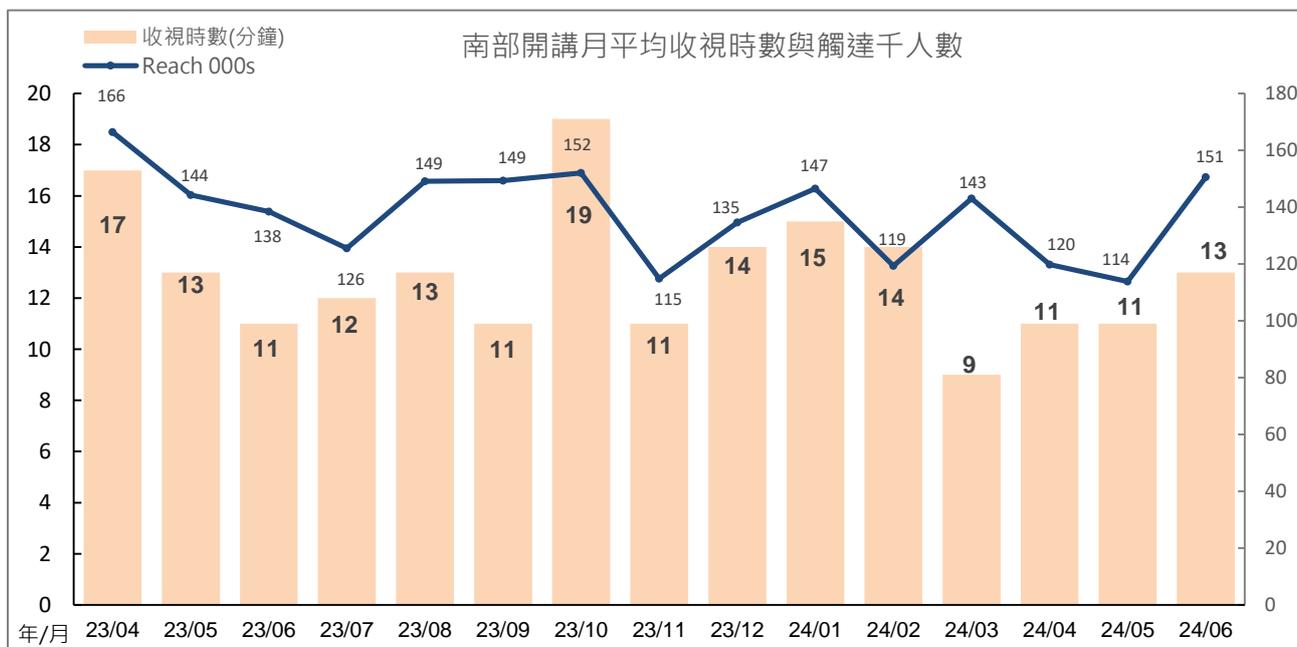
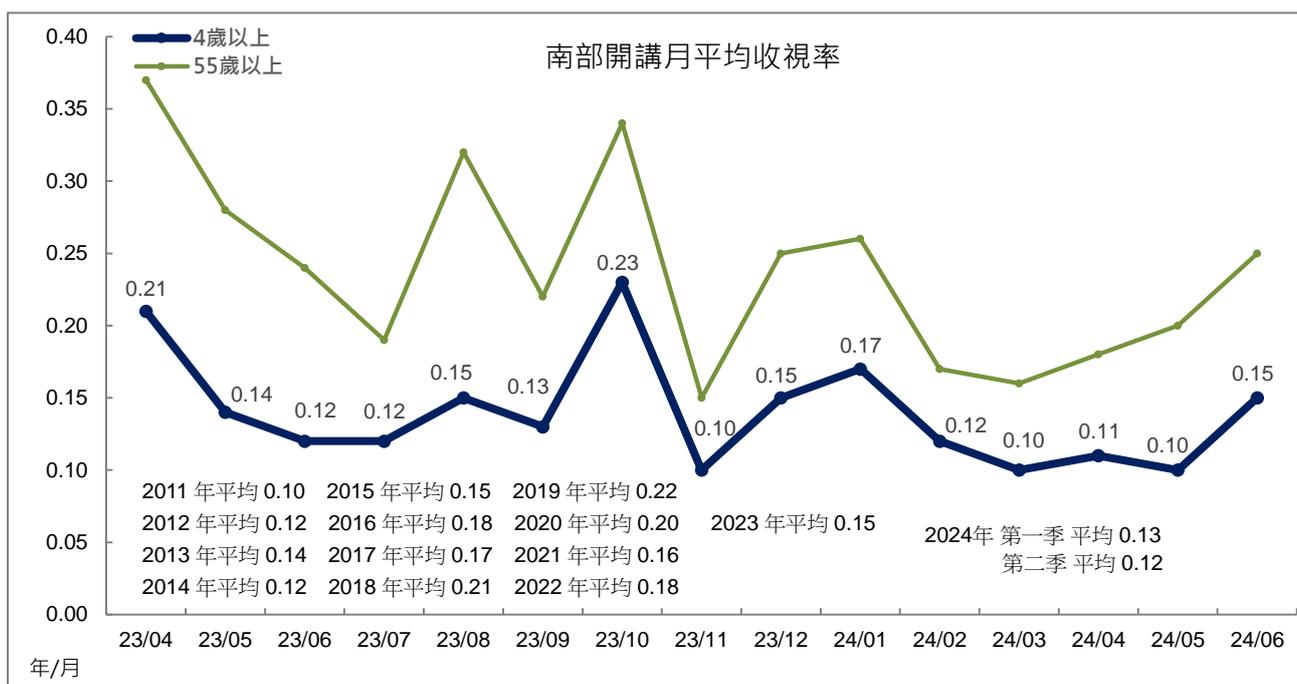
「有話好說」2024年6月收視時數及觸達人數上升，月平均也跟著上升。



2、「南部開講」

「南部開講」2024年4月平均0.11，5月平均0.10，6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。2024年第一季平均0.13，第二季平均0.12。

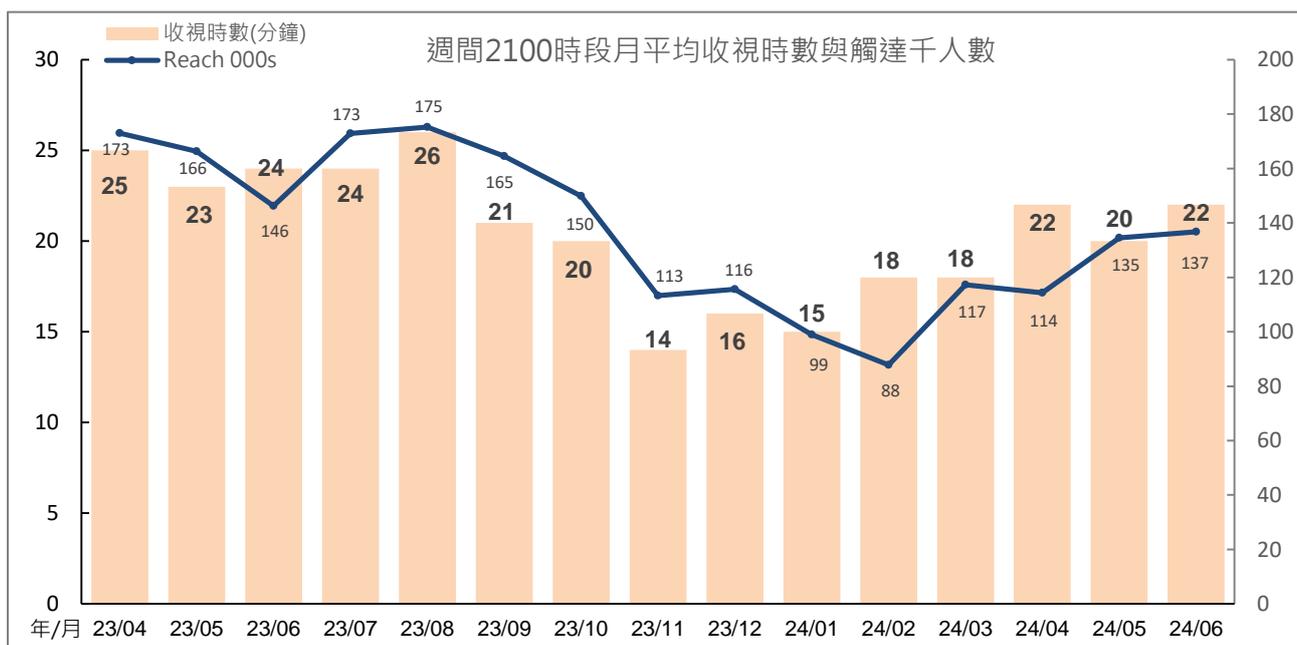
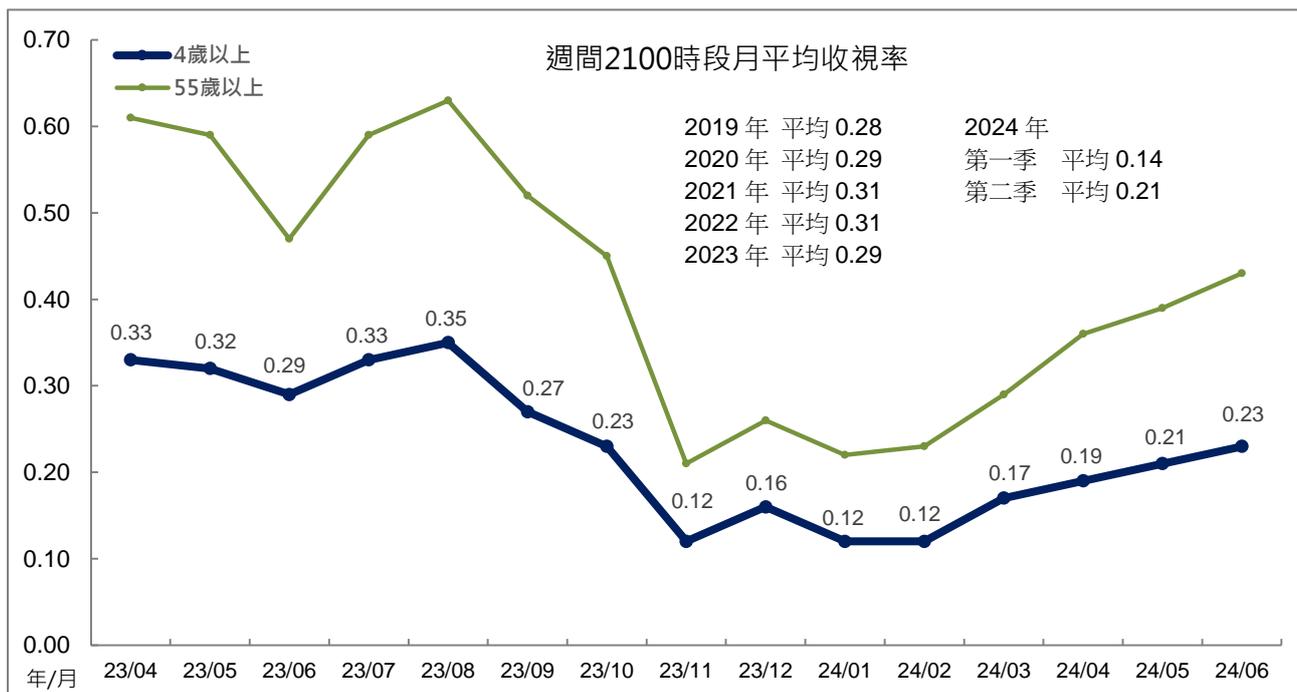
「南部開講」2024年6月收視時數及觸達人數上升，月平均跟著上升。



(六)2100 時段

週間 2100 時段，2024 年 4 月平均 0.19，5 月平均 0.21，6 月平均 0.23。2019 至 2023 年平均分別為 0.28、0.29、0.31、0.31、0.29。2024 年第一季度平均 0.14，第二季度平均 0.21。

週間 2100 時段，2024 年第二季觸達人數及收視時數逐漸上升，月平均跟著上升。



2024 年第二季週間 2100 時段播出節目包括「南部開講在地旅行系列」、「後班車 J 個力」、「浩克慢遊」、「騎鐵馬遊日本」、「空中看非洲」、「誰來晚餐 12」及「誰來晚餐 15」，其中以「誰來晚餐 15」收視最高，平均為 0.37。各節目收視詳見下表。

2024 年第二季週間 2100 時段節目收視

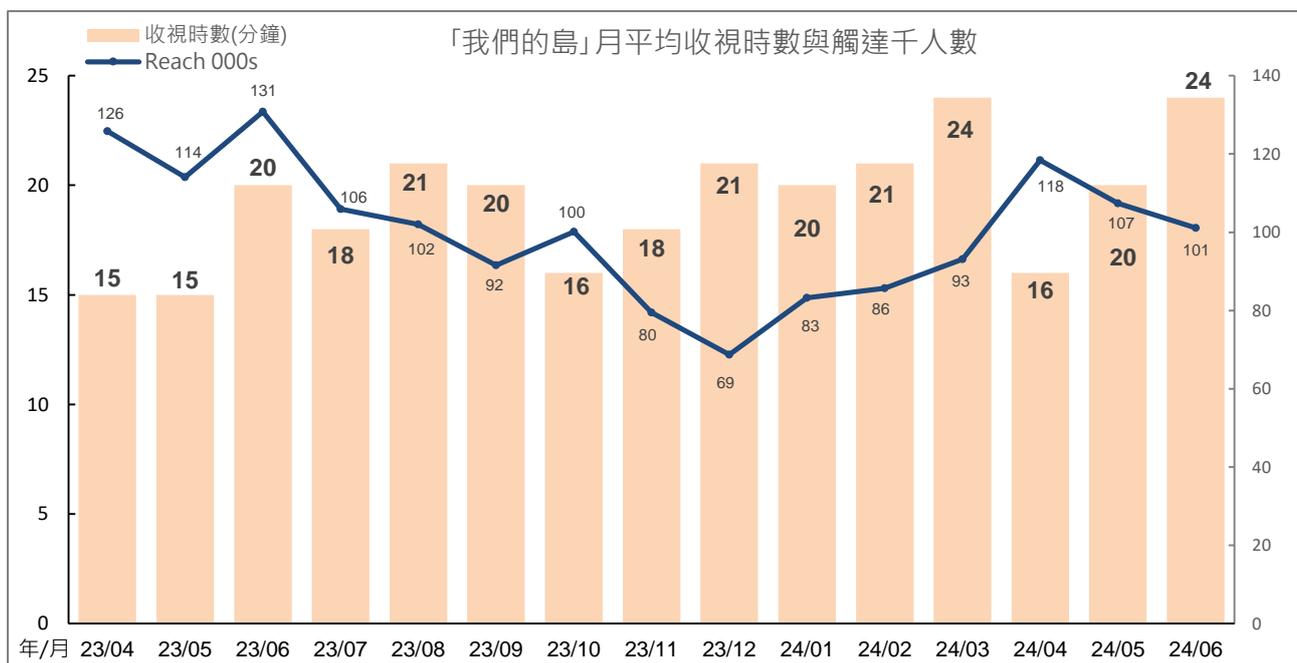
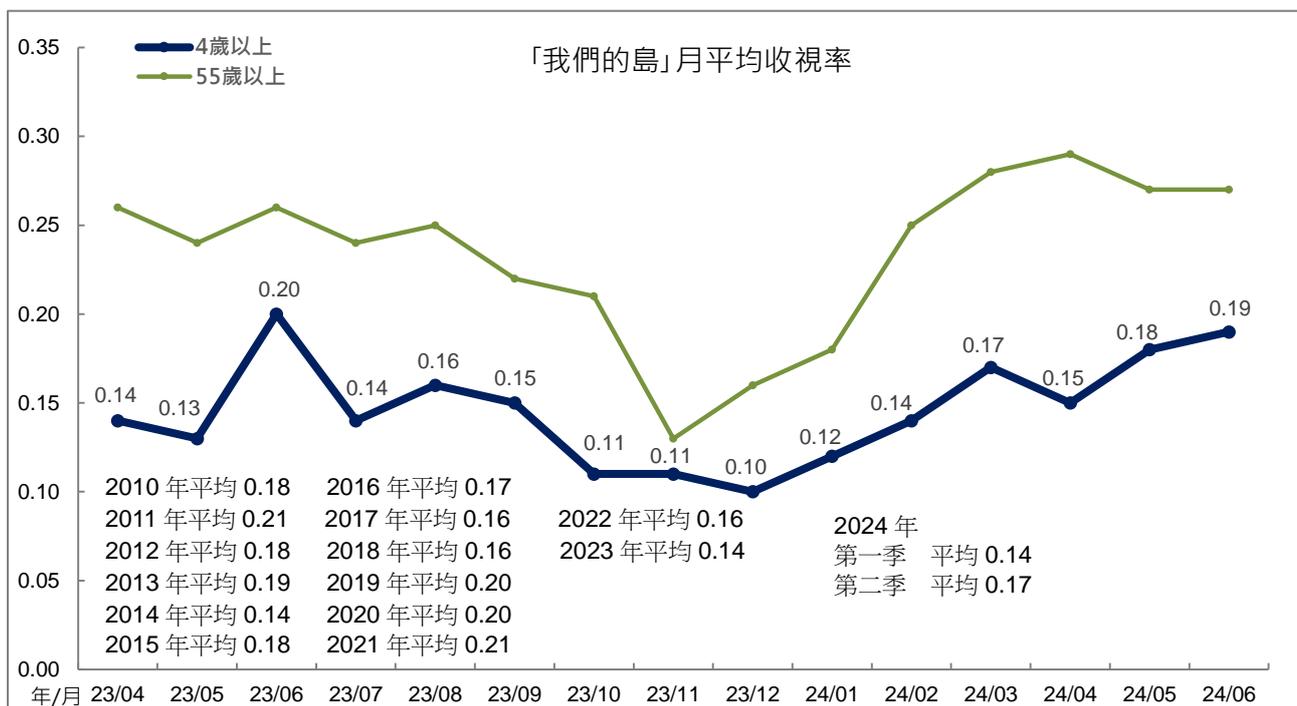
節目名稱	TVR	000s	收視時數 (分鐘)	Reach 000s	節目集數
南部開講在地旅行系列	0.15	32.4	18	109.2	34
後班車 J 個力	0.23	50.7	21	149.0	5
浩克慢遊	0.24	53.0	27	120.1	4
騎鐵馬遊日本	0.18	38.4	20	115.5	5
空中看非洲	0.21	46.1	22	121.5	4
誰來晚餐 12	0.27	59.2	19	193.2	1
誰來晚餐 15	0.37	81.1	28	178.2	12

(七)2200 時段

1、週一 2200 「我們的島」

「我們的島」2024 年 4 月平均 0.15，5 月平均 0.18，6 月平均 0.19。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。2024 年第一季平均 0.14，第二季平均 0.17。

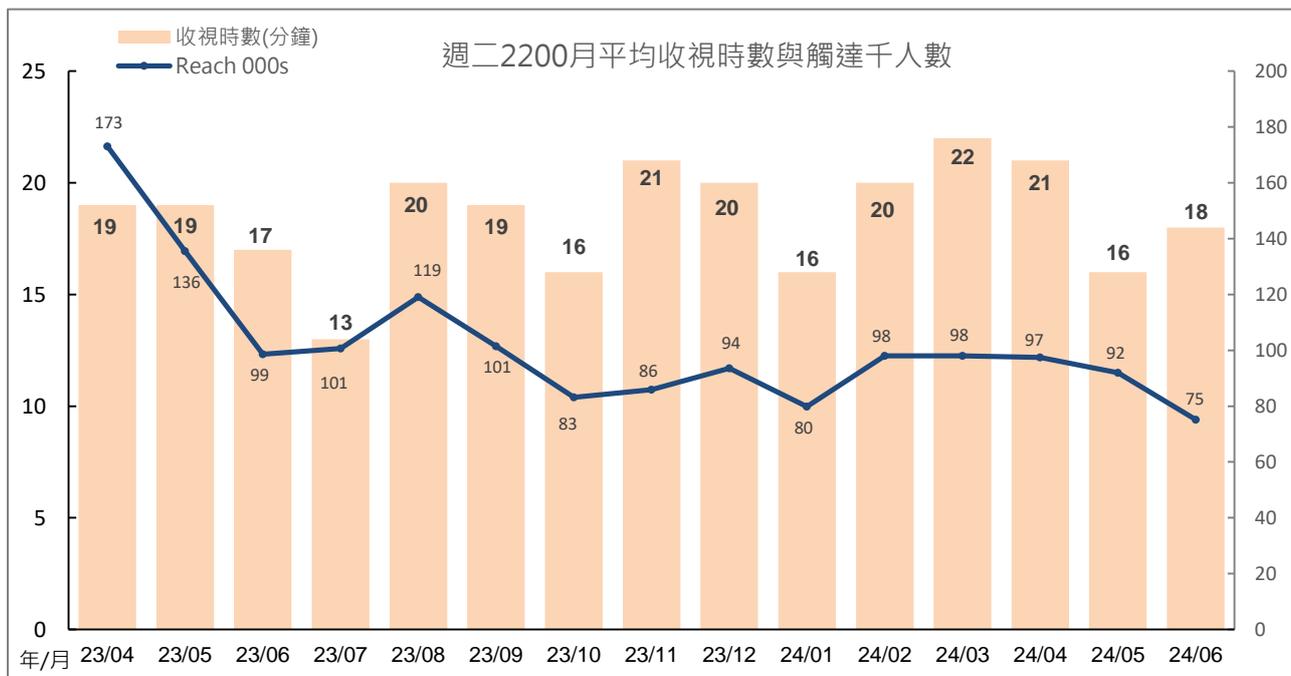
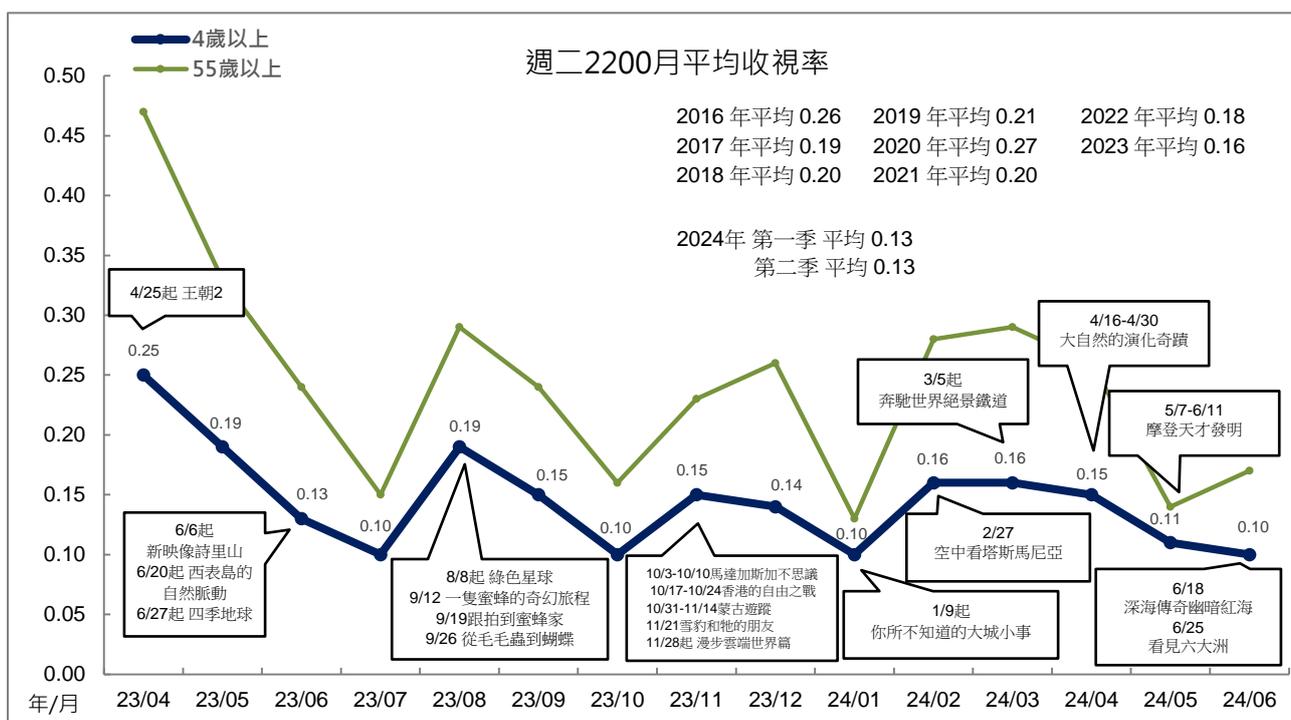
「我們的島」2024 年 5 月、6 月收視時數上升，因而月平均也跟著上升。



2、週二 2200

週二 2200 時段 2024 年 4 月平均 0.15，5 月平均 0.11，6 月平均 0.10。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。2024 年第一季，第二季平均皆為 0.13。

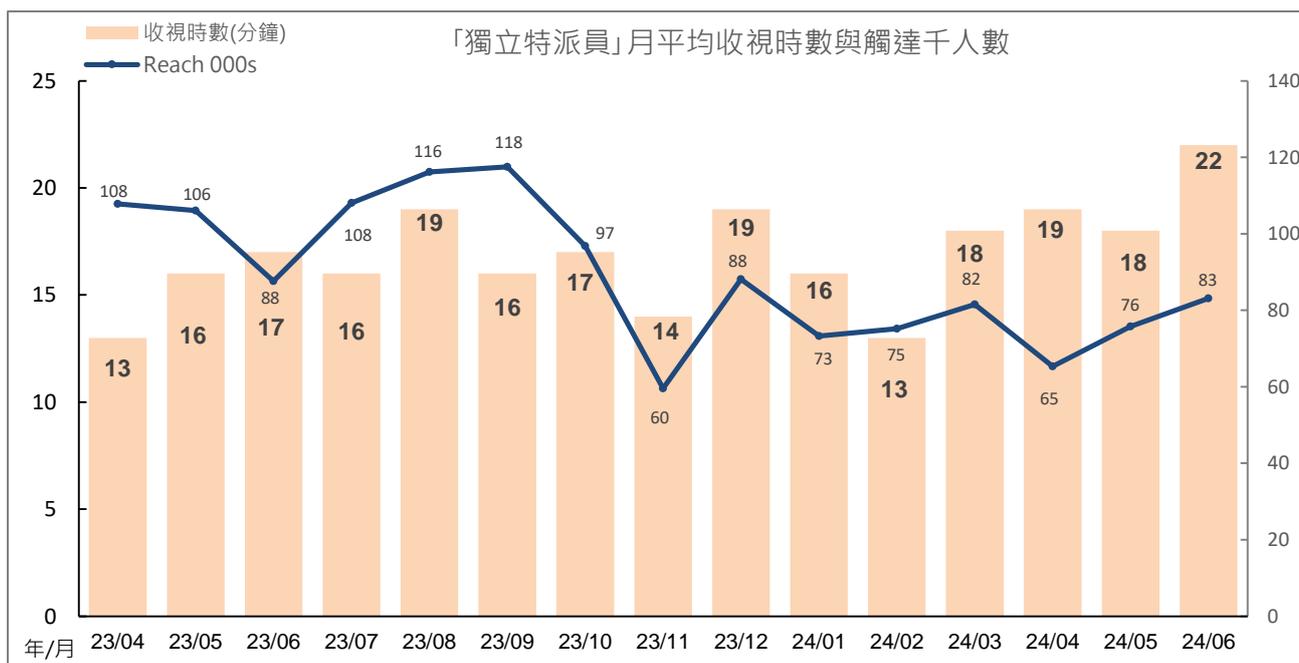
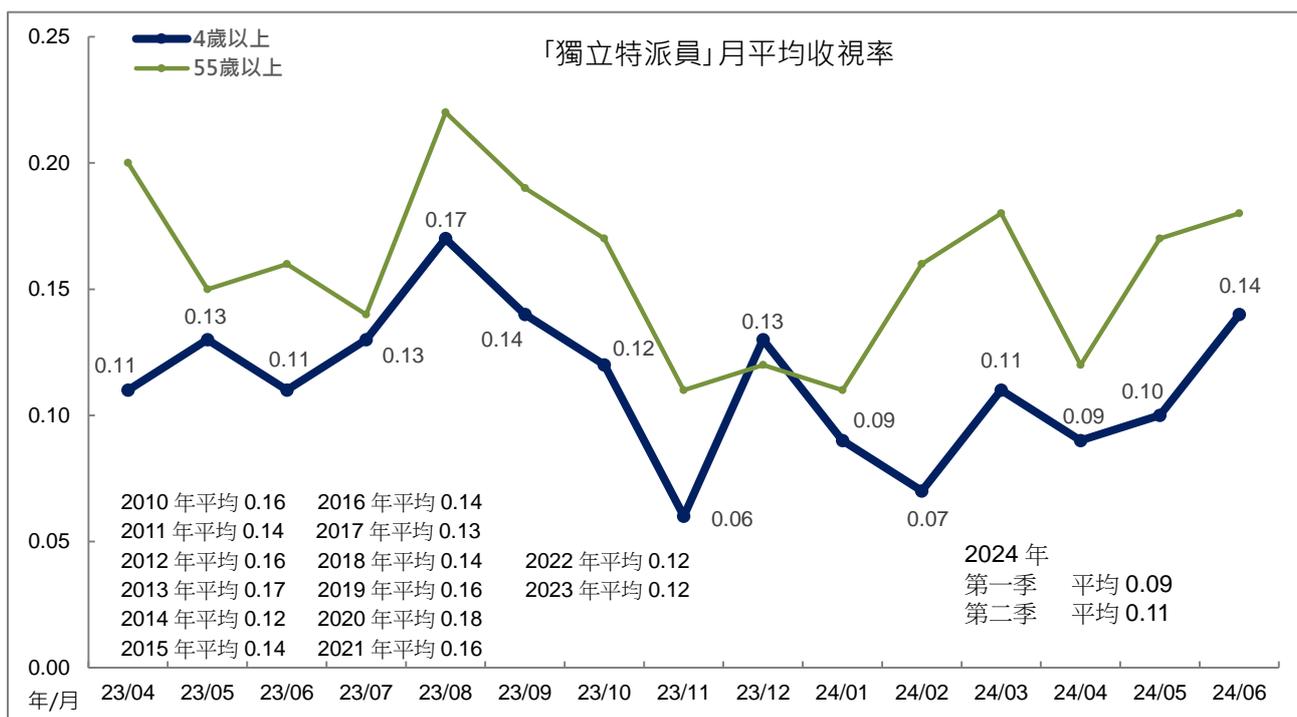
週二 2200 時段 2024 年 5 月、6 月收視時數及觸達人數下降，月平均也跟著下滑。



3、週三 2200 「獨立特派員」

「獨立特派員」2024年4月平均0.09，5月平均0.10，6月平均0.14。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。2024年第一季平均0.09，第二季平均0.11。

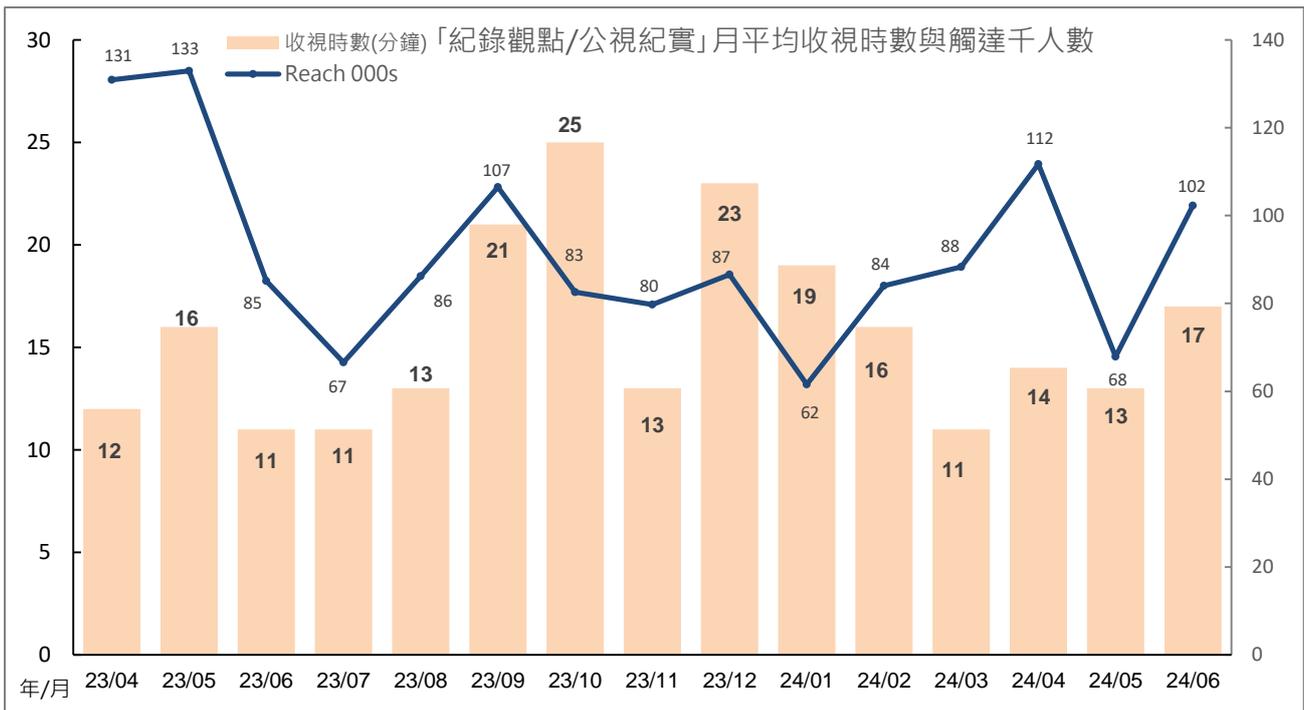
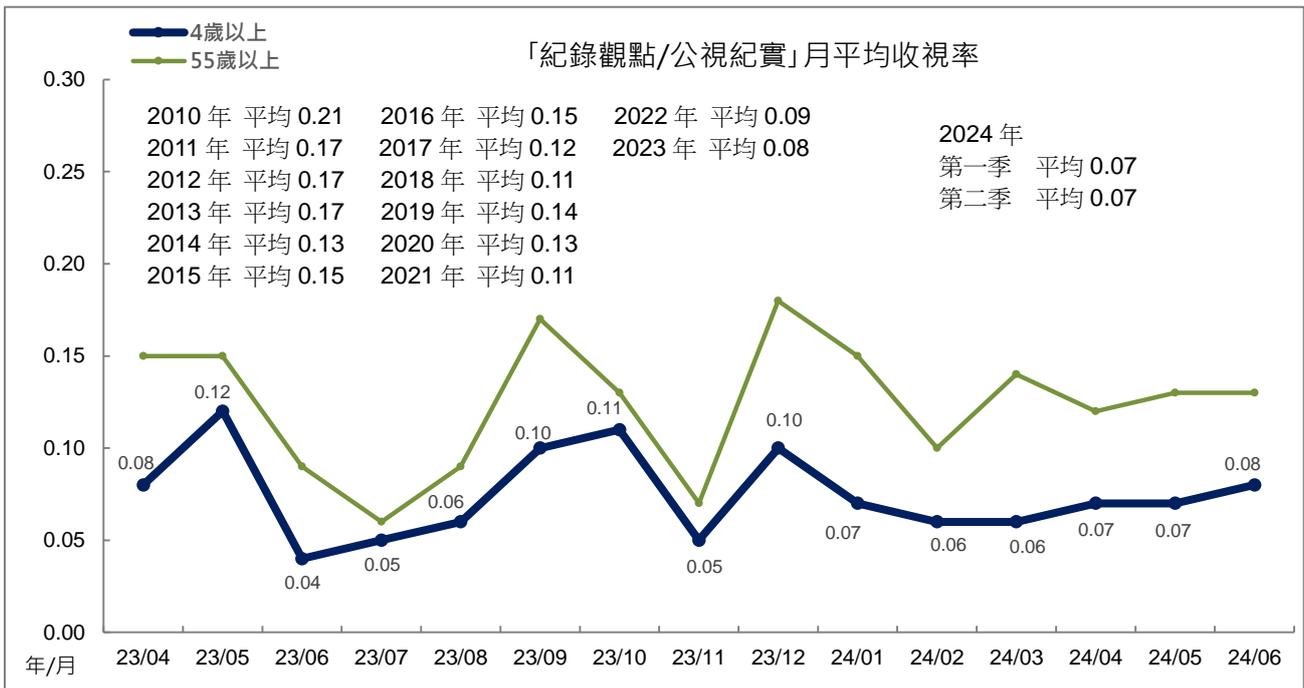
「獨立特派員」2024年6月收視時數及觸達人數上升，因而月平均也跟著上升。



4、週四 2200 「紀錄觀點」及「公視紀實」

「紀錄觀點/公視紀實」2024年4月、5月平均皆為0.07，6月平均0.08。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。2024年第一季、第二季平均皆為0.07。

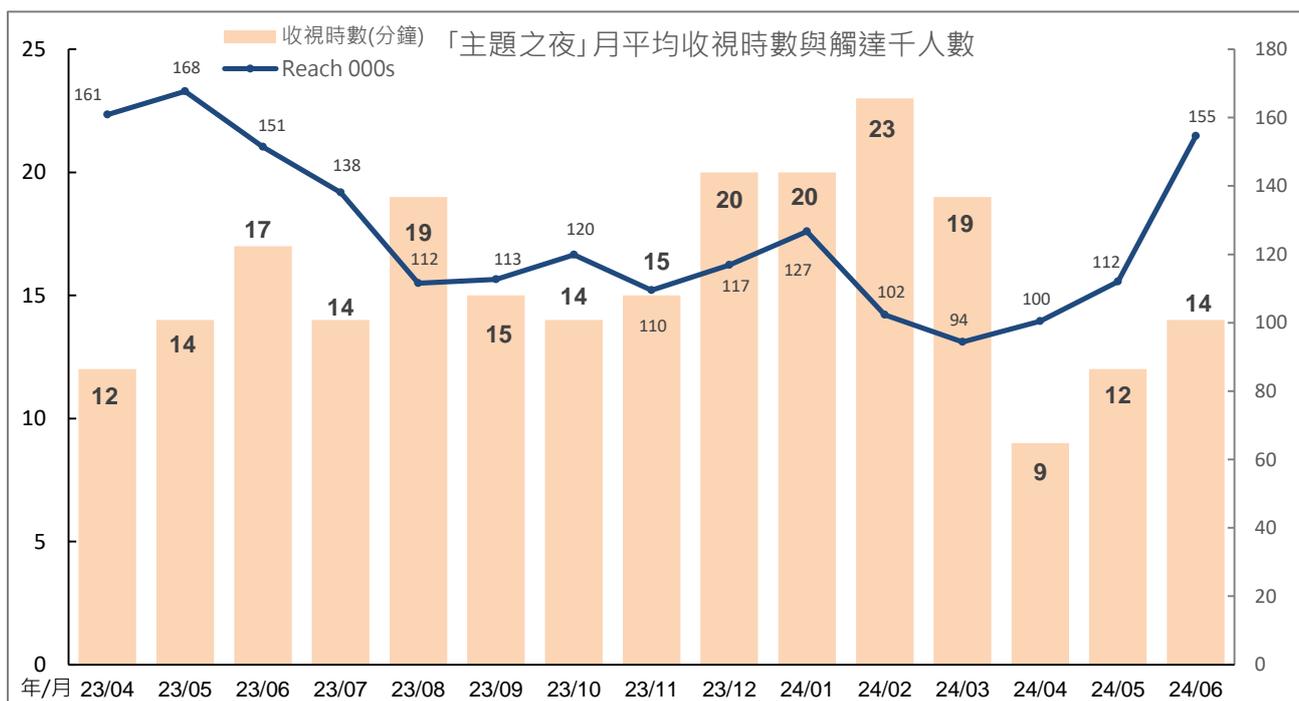
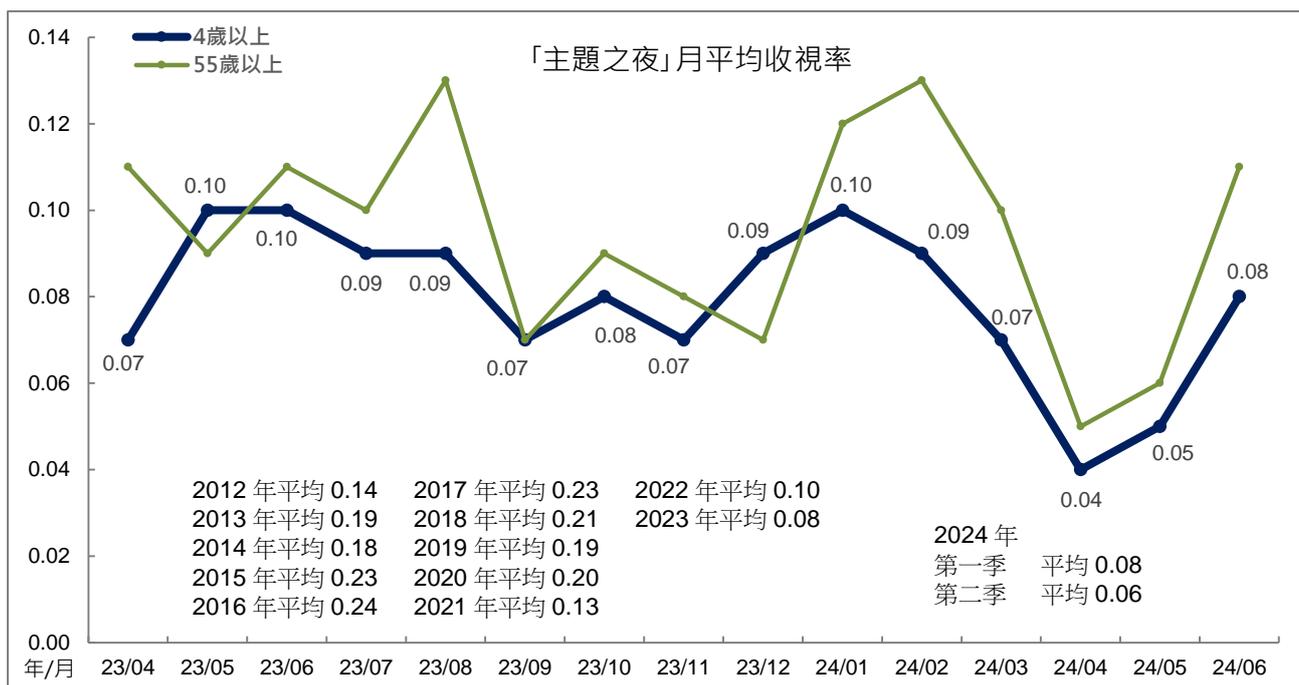
「紀錄觀點」2017年2月起移至週四播出，並且播出的紀錄片不限為60分鐘。2024年第二季期間播出內容以「紀錄觀點 黑色虱目魚」收視最高，平均0.13。



5、週五 2200 時段「主題之夜」

週五 2200「主題之夜」2024 年 4 月平均 0.04，5 月平均 0.05，6 月平均 0.08。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。2024 年第一季平均 0.08，第二季平均 0.06。

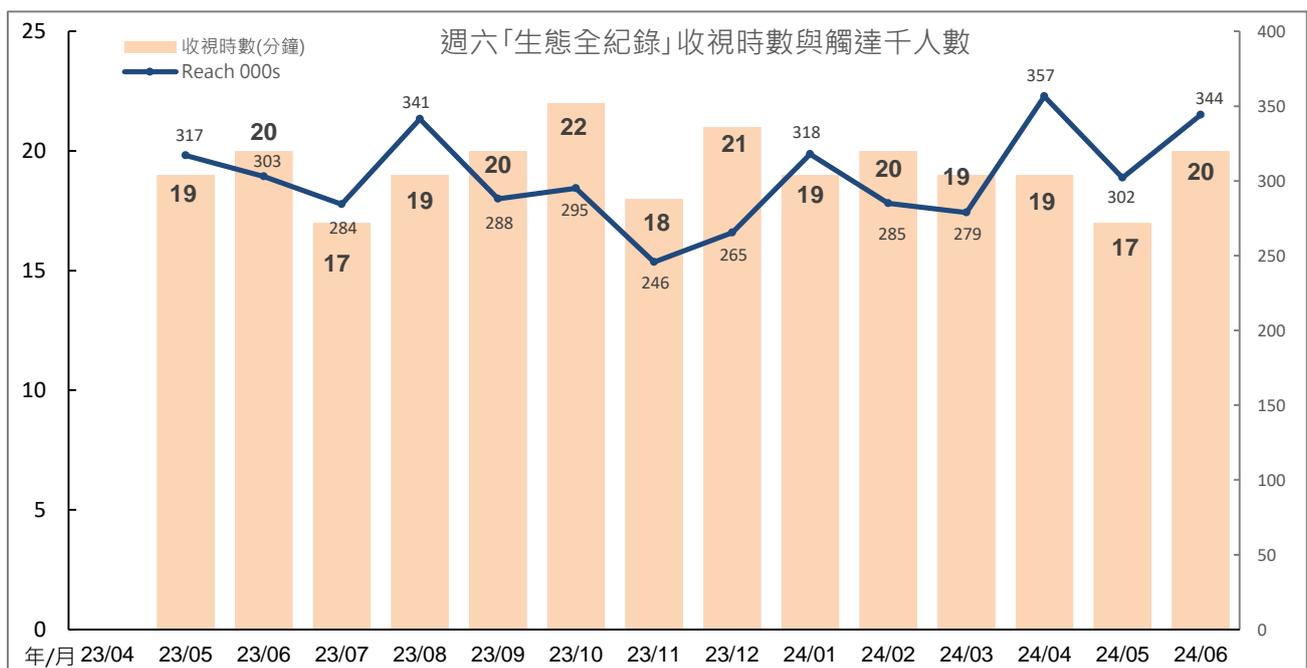
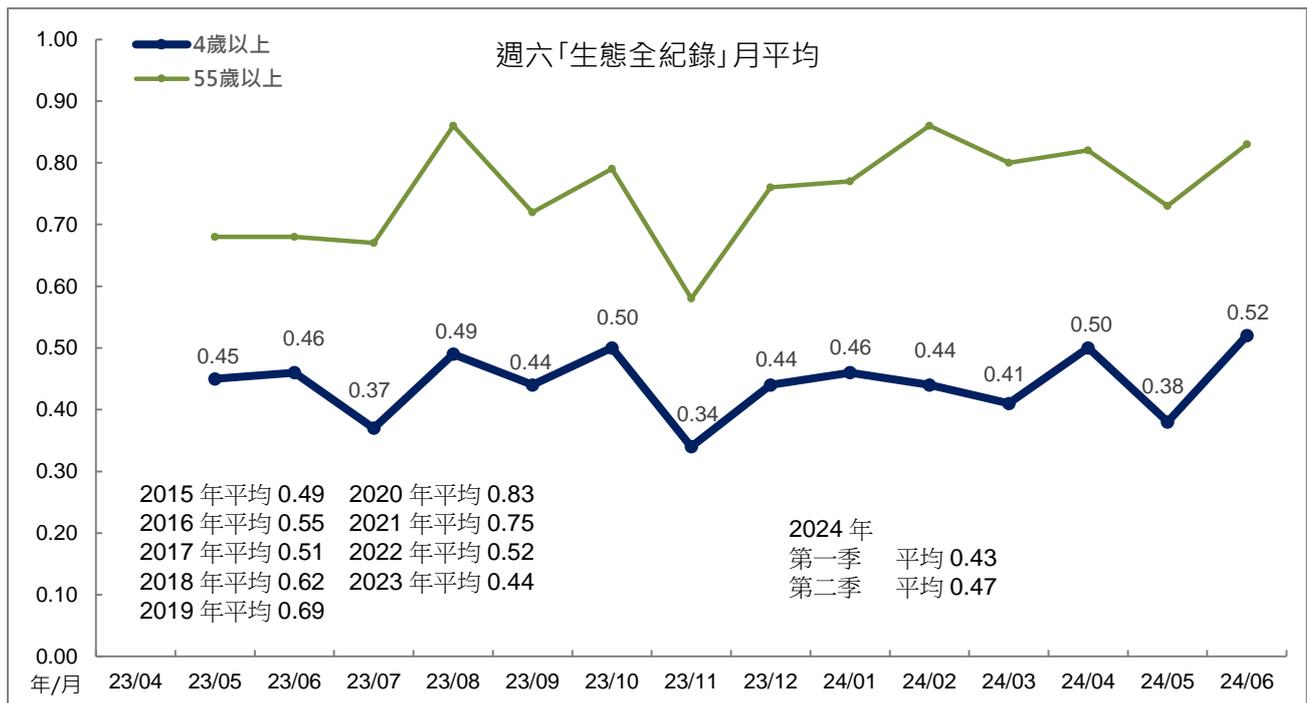
2024 年第二季期間播出內容以「公視主題之夜 SHOW 地表最大減肥營」、「公視主題之夜 SHOW 戀童癖 2.0：暗網追緝令」及「公視主題之夜 SHOW 公共媒體有比 YouTube 更公共嗎？」收視較高，平均皆為 0.09。



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，2024 年 4 月平均 0.50，5 月平均 0.38，6 月平均 0.52。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 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。2024 年第一季度平均 0.43，第二季度平均 0.47。

「生態全紀錄」2024 年第二季期間播出內容以「地球脈動 3」收視最高，單集最高收視 0.75。



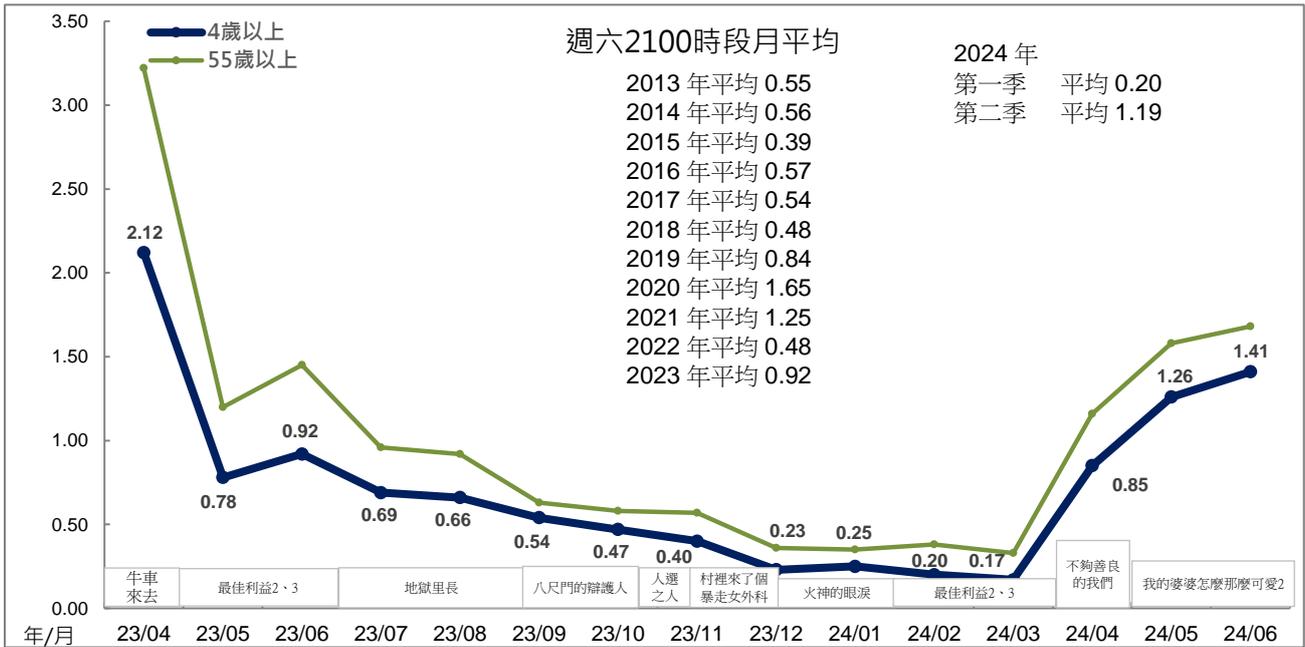
「生態全紀錄」播出節目(依播出順序)

播出日期	節目名稱	TVR	000s	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2022/7/30	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
2023/12/16-2024/1/6	動物秘密一籬筐	0.51	110.0	22	303.2
2024/1/20	頭足類海中制霸力	0.54	116.6	20	350.4
2024/1/27	海岸邊的水獺寶寶	0.28	61.2	17	224.8
2024/2/3	珍藏自然美國國家公園	0.58	126.8	24	324.4
2024/2/17-3/23	放逐世界邊境巴塔哥尼亞	0.40	86.4	20	271.1
2024/3/30-4/20	恐龍世界好吃驚	0.48	105.2	18	341.5
2024/4/27-5/11	小動物的生命奇蹟	0.44	95.8	16	364.5
2024/5/18-6/29	地球脈動 3	0.46	100.8	19	314.0

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，2024 年 4 月平均 0.85，5 月平均 1.26，6 月平均 1.41。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。2024 年第一季平均 0.20，第二季平均 1.19。

2024 年第二季期間播出戲劇以「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」收視最高，平均 1.34。



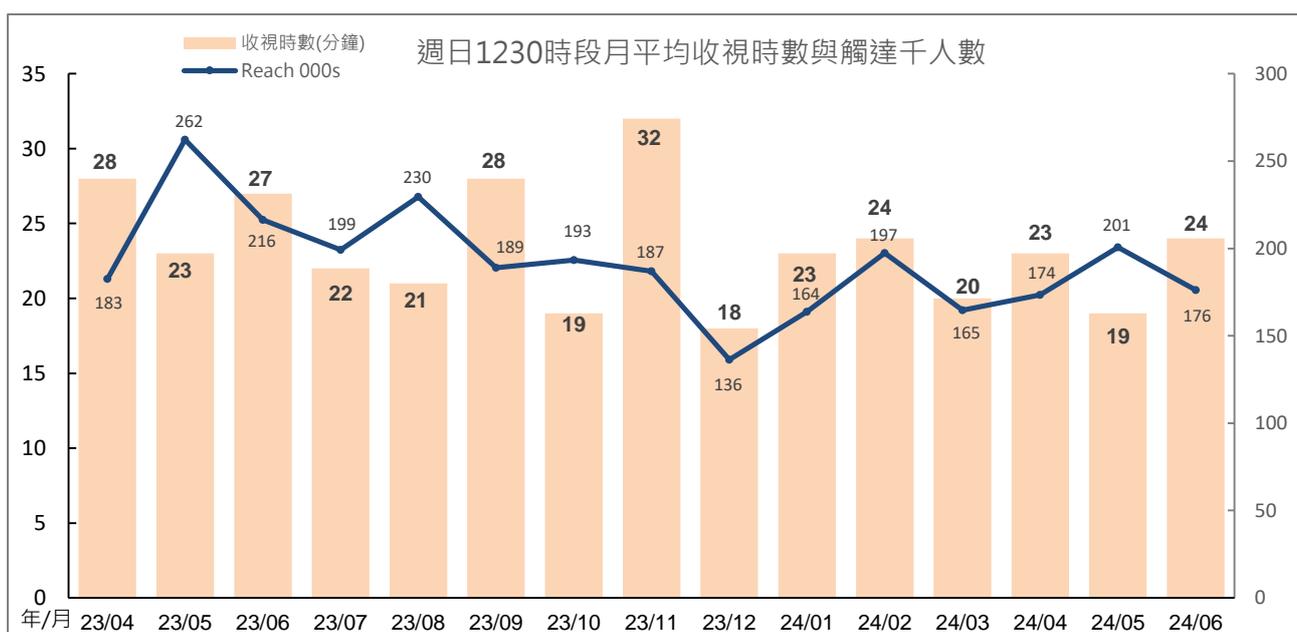
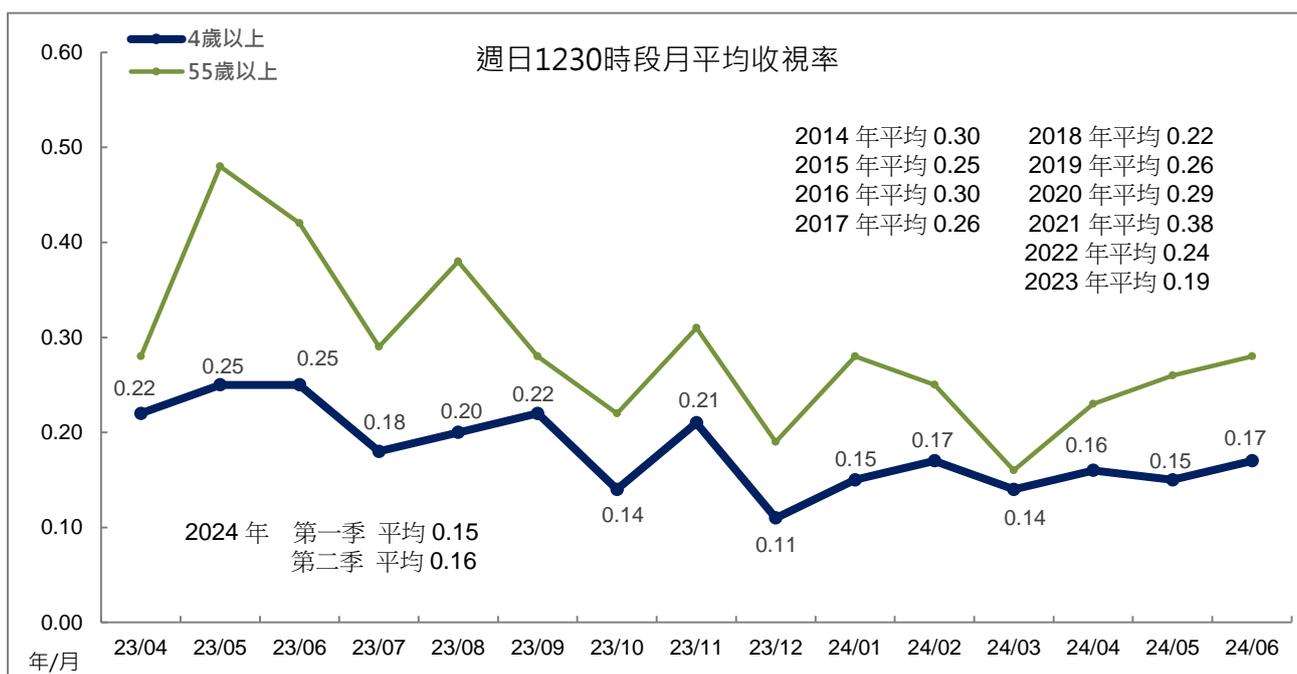
週六 2100 時段播出節目(依播出順序)

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數(分鐘)	Reach 000s
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
2023/12/16-2024/1/20	火神的眼淚	0.21	46.3	0.87	18	151.7
2024/1/27-3/2	最佳利益 2	0.22	46.8	0.84	18	130.1
2024/3/9-3/30	最佳利益 3	0.17	36.3	0.74	21	111.5
2024/4/6-4/27	不夠善良的我們	0.85	185.5	3.44	33	339.2
2024/5/4-6/29	我的婆婆怎麼那麼可愛 2	1.34	291.0	5.43	38	462.7

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」2024 年 4 月平均 0.16，5 月平均 0.15，6 月平均 0.17。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。2024 年第一季平均 0.15，第二季平均 0.16。

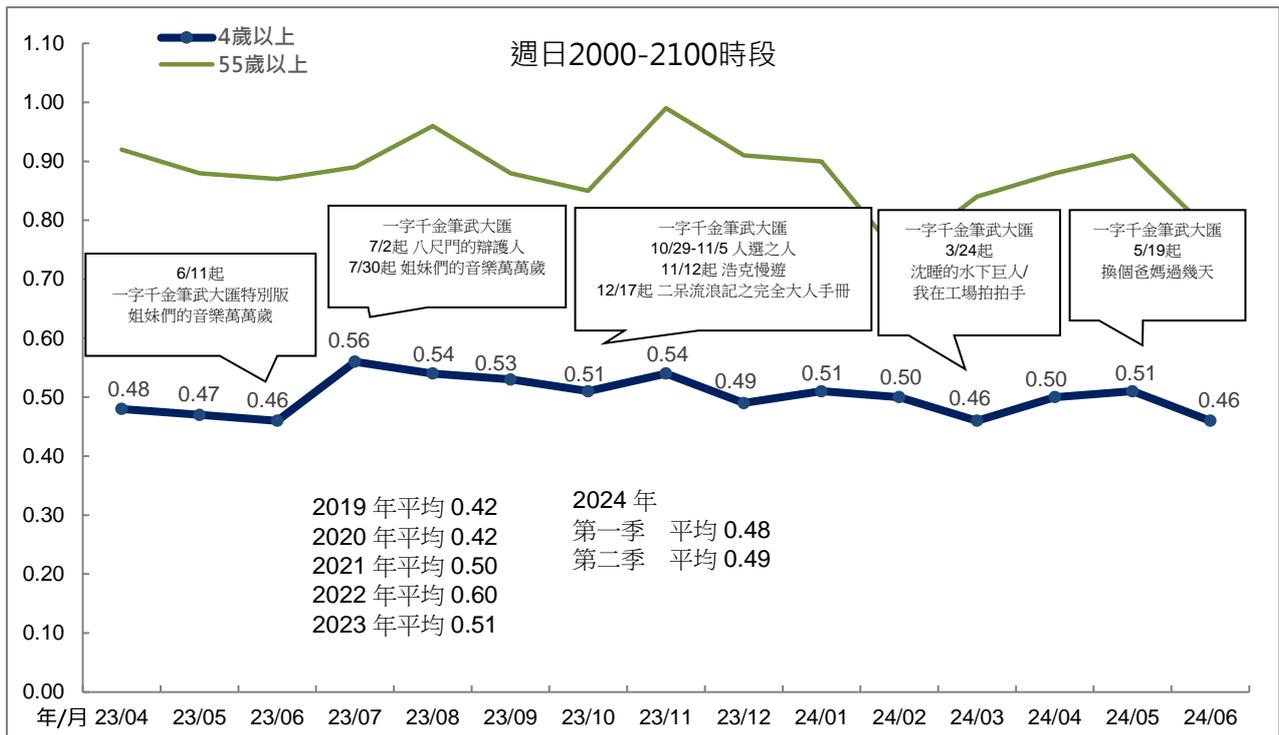
2024 年第二季期間播出電影，以「花路阿朱媽」收視最高，平均為 0.27，其次為「花椒之味」，平均 0.25。



八、重點節目—週日 2000 時段收視分析

週日 2000 時段，2024 年 4 月平均 0.50，5 月平均 0.51，6 月平均 0.46。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。2024 年第一季平均 0.48，第二季平均 0.49。

2024 年第二季期間播出節目「一字千金筆武大匯」平均 0.78，「二呆流浪記之完全大人手冊」平均 0.17，「沈睡的水下巨人」平均 0.28，「我在工場拍拍手」平均 0.16，「換個爸媽過幾天」平均 0.20。



週日 2000 時段 2023 年第二季至 2024 年第二季播出節目

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
2023/7/2-2024/6/30	一字千金筆武大匯	0.78	168.4	2.49	30	342.4

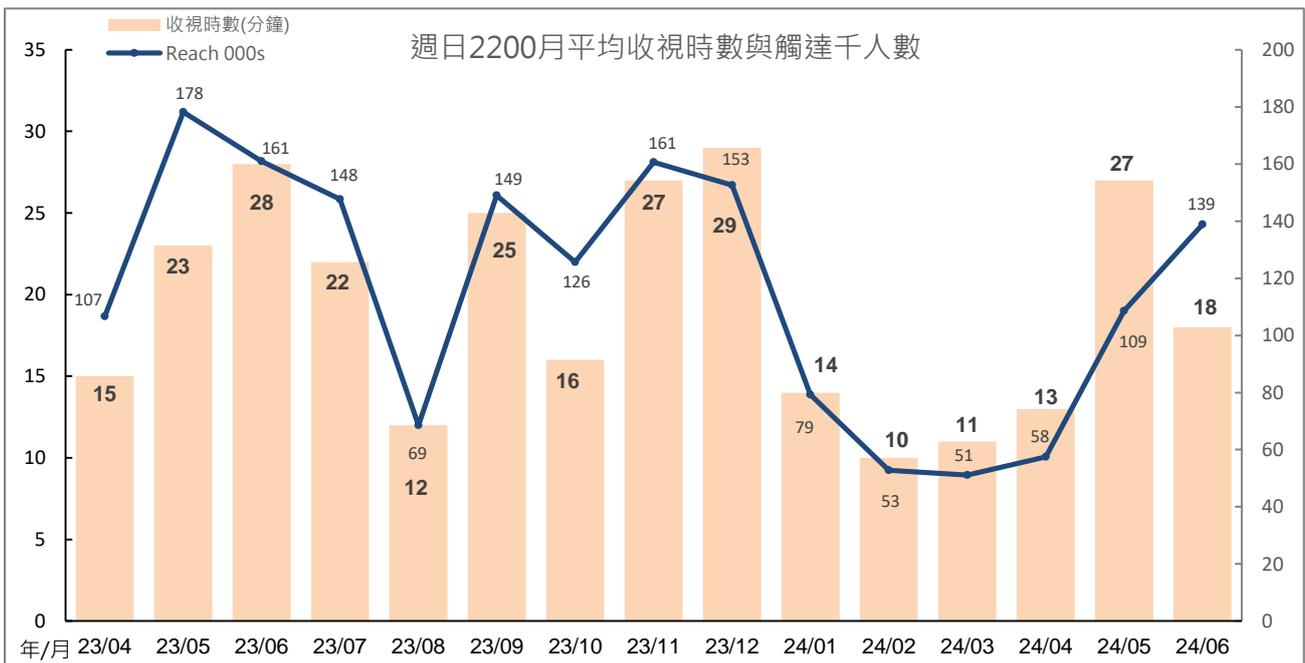
週日 2100 時段 2023 年第四季至 2024 年第二季播出節目

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2023/11/12-12/10	浩克慢遊	0.30	64.0	1.08	19	208.3
2023/12/17-2024/3/17	二呆流浪記之完全大人手冊	0.17	37.3	0.62	12	179.7
2024/3/24-5/12	沈睡的水下巨人	0.28	61.0	0.97	13	148.7
	我在工場拍拍手	0.16	33.8	0.58	13	82.0
2024/5/19-6/30	換個爸媽過幾天	0.20	43.7	0.73	15	180.7

九、重點節目—週日 2200 時段收視分析

週日 2200 時段 2024 年 4 月平均 0.10，5 月平均 0.21，6 月平均 0.12。第二季期間播出節目，以「不夠善良的我們(重播)」收視最高，平均 0.21，其次為「公視學生劇展蚵仔」，平均 0.20。

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。2024 年第一季平均 0.10，第二季平均 0.15。



2024 年第二季週日 2200 時段播出節目

播出日期	節目名稱	TVR	000s	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2024/04/07	公視學生劇展中國神獸	0.11	24.2	11	64.3
2024/04/07	公視學生劇展發財車	0.02	3.9	19	6.5
2024/04/07	公視學生劇展回收場的夏天	0.02	5.0	14	11.3
2024/04/14	公視學生劇展女綁匪	0.17	35.9	10	115.1
2024/04/14	公視學生劇展病房裡跳華爾滋	0.10	21.5	11	62.2
2024/04/14	公視學生劇展榴槤芭	0.07	15.5	9	50.3
2024/04/21	公視學生劇展美味的舌頭	0.16	35.2	14	76.5
2024/04/21	公視學生劇展愛失禁	0.07	16.2	13	39.2
2024/04/21	公視學生劇展瑪麗快跑	0.04	8.0	8	29.1
2024/04/28	公視學生劇展蚵仔	0.20	44.4	12	118.8
2024/04/28	公視學生劇展非常規跑者	0.15	31.7	17	57.3
2024/04/28	公視學生劇展馬來亞虎	0.11	23.9	12	60.0
2024/05/05	不夠善良的我們 1	0.33	70.7	27	158.1
2024/05/05	不夠善良的我們 2	0.19	40.5	27	90.1
2024/05/12	不夠善良的我們 3	0.18	40.1	19	130.6
2024/05/12	不夠善良的我們 4	0.14	29.7	25	72.3
2024/05/19	不夠善良的我們 5	0.21	46.2	20	137.7
2024/05/19	不夠善良的我們 6	0.15	32.8	33	61.0
2024/05/26	不夠善良的我們 7	0.26	57.2	24	141.0
2024/05/26	不夠善良的我們 8	0.24	52.7	40	80.0
2024/06/02	公視人生劇展最美的風景	0.15	31.7	17	167.6
2024/06/09	公視人生劇展回聲	0.12	26.0	13	183.0
2024/06/16	公視人生劇展幻象人	0.15	31.7	25	114.9
2024/06/23	公視人生劇展龍魂	0.08	18.1	15	107.3
2024/06/30	公視人生劇展沈默之槍	0.10	22.3	17	120.9

貳、公視+與 YouTube 第二季收視成效

本報告為 2024 年第二季（數據起訖範圍：2024.04.01-2024.06.30）公視+串流影音平台 (www.ptsplus.tv)與公視 Youtube 頻道之數據分析。公視+串流影音平台數據來源包括：Google Analytic 4（簡稱 G.A 4）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幣 1:32 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+ 第二季收視成效

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。公視+ Android APP 於第一季開放下載，第二季 4 月 30 日，上架公視+ iOS APP，提供下載服務。

(一)Google Analytic 數據分析

2024 年第二季總網頁瀏覽數為 2,090,000 次，使用者 500,000 人、事件數為 7,360,000 次。4-6 月成長趨勢平穩。

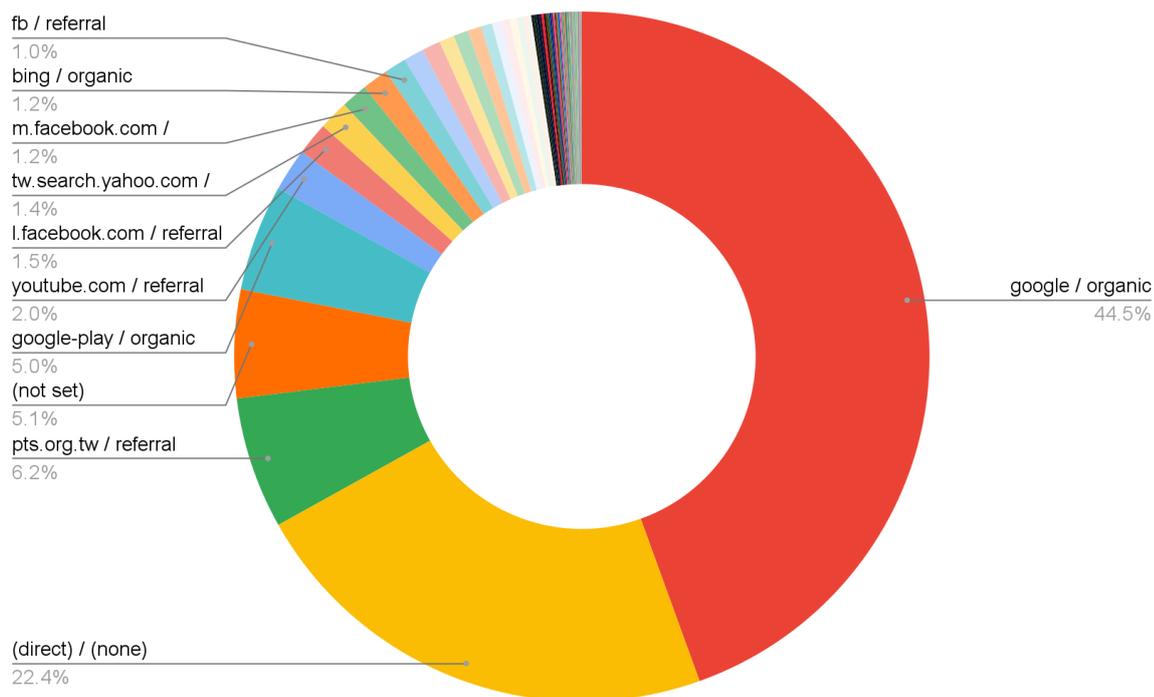
公視+2024第二季 流量變化



1、使用者來源分析

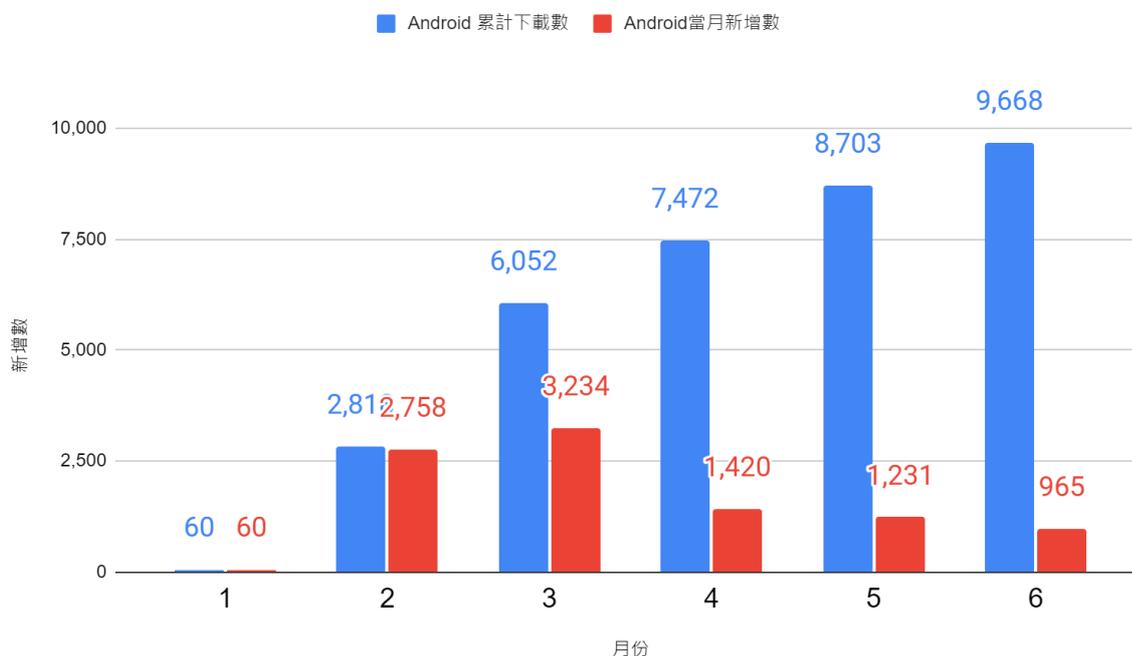
公視+在第二季使用者來源主要來自於 Google / organic 自然搜尋流量為多(44.5%)，其次為自然進站(Direct)(22.4%)。來自公視官網(pts.org.tw, web.pts.org.tw)的流量則佔 6.2%。顯示公視官網發揮一定程度的導流效果。此外，配合 Android APP 上架，Google Play 也發揮導流成效。

公視+第二季流量來源



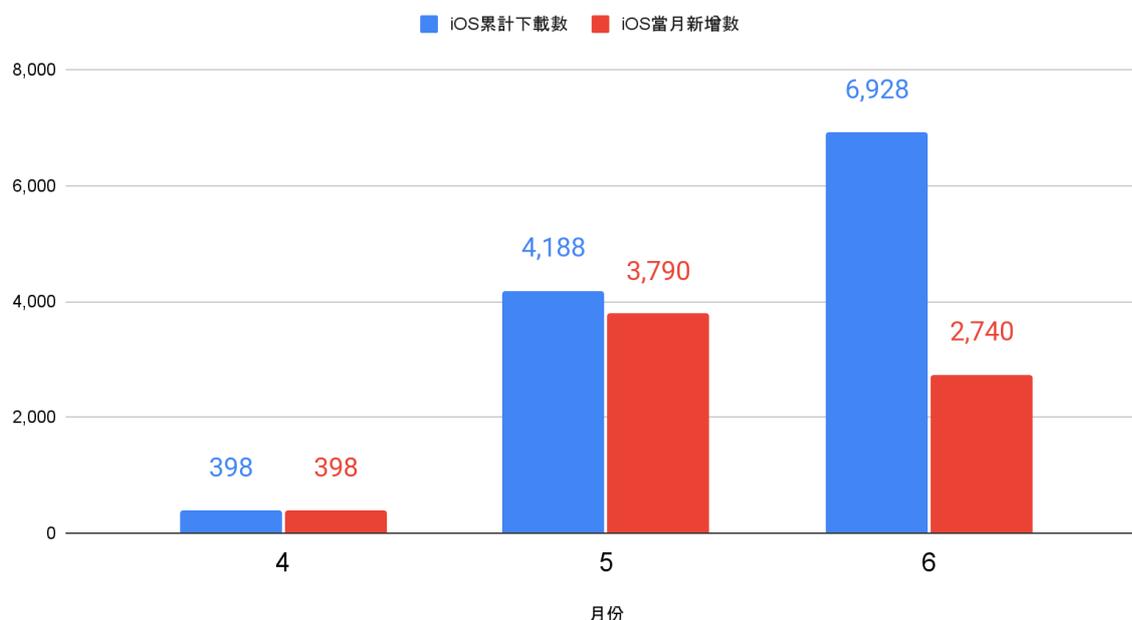
Android APP 下載數在第二季已累計 9,668 次，第二季下載數為 3,616 次，下載數呈現平穩累積。

公視+ Android APP每月下載數



2024 年 4 月 30 日推出 iOS APP，6 月的累積下載數為 6,928 次，5 月及 6 月的下載數分別是 3,790 及 2,740 次。

公視+ iOS APP 每月下載數



(二)公視+ 內容管理系統數據分析

2024 年第二季總上傳時數為 593.42 小時¹，各類節目時數如下：

2024 第二季 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	39	64.5	103.5
時事紀錄片	55.17	23	78.17
親子家庭	154.74	24.84	179.58
生活風格	52.17	103	155.17
藝文	36	41	77
合計			593.42

第二季每月節目策展、獨家播出節目整理如下：

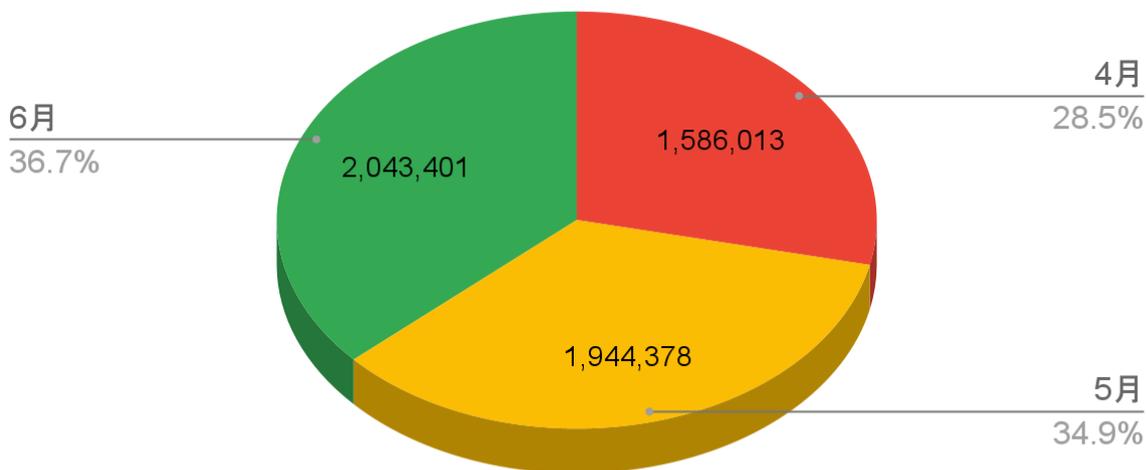
頻道別 - 月份 - 播映規劃	4 月	5 月	6 月
戲劇影集	<ul style="list-style-type: none"> 2024 學生劇展 金穗獎短片系列 	<ul style="list-style-type: none"> 就算一個人也可以好好的吃飯 我的婆婆怎麼那麼可愛 2 	<ul style="list-style-type: none"> 愛的辛香料 白日青春 花路阿朱媽
時事紀錄片	<ul style="list-style-type: none"> 策展 台灣 NO.1：晶片戰爭、金門、雙面曹里歐、月港蜂雲、神殿、農村的遠見、大地之心-一位斷層上的法國人 	<ul style="list-style-type: none"> 達賴喇嘛遇見屠圖主教 甲子園：夢想競技場 我的兒子是死刑犯 	<ul style="list-style-type: none"> 邀阿公阿嬤拍 B 級殭屍片 策展 98% 的人在賽場被打敗，然後變得更強：甲子園：夢想競技場、青春：第 50 屆日本全國高中棒球錦標賽、我們的球

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。

頻道別 - 月份 - 播映規劃	4月	5月	6月
	<ul style="list-style-type: none"> 我來自北韓，我想回平壤 		場、教練、相撲選手日常 記事
親子家庭	<ul style="list-style-type: none"> 台灣國際兒童影展 - 線上影展 	<ul style="list-style-type: none"> 布紐爾-超現實人生 北極上學趣 換個爸媽過幾天 2 	<ul style="list-style-type: none"> 間諜家家酒 S1 台語版 超巧一尤好麻吉 路易路卡月球出任務
生活與藝文	<ul style="list-style-type: none"> 海明威:四場婚禮與一場葬禮 奔馳世界絕景鐵道 	<ul style="list-style-type: none"> 悅讀：紐約公共圖書館 極限巔峰 	<ul style="list-style-type: none"> 世界八大博物館巡禮 策展 那些挑戰極限的人：極限巔峰、群山之島與不去會死的他們、遠方：搭順風車遊世界
事件直播	<ul style="list-style-type: none"> 中華職棒 35 年二軍例行賽 	<ul style="list-style-type: none"> 中華職棒 35 年二軍例行賽 	<ul style="list-style-type: none"> 中華職棒 35 年二軍例行賽

2024 公視+第二季觀看分鐘數共計 5,573,792 分鐘(近 92,900 小時)，4 月至 6 月為漸進成長，其中 4 月至 5 月的成長較明顯。

2024公視+第二季每月觀看分鐘數佔比

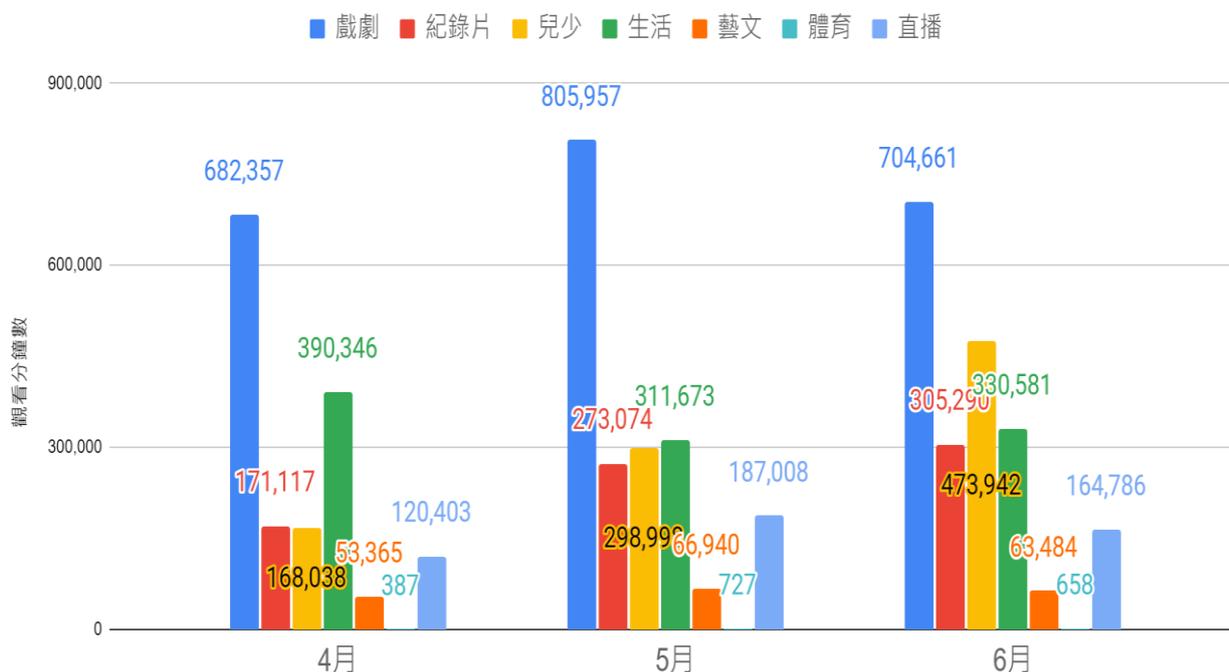


第二季新增「體育類」節目，乃為《中華職棒 35 年二軍例行賽》之 VOD 影音。

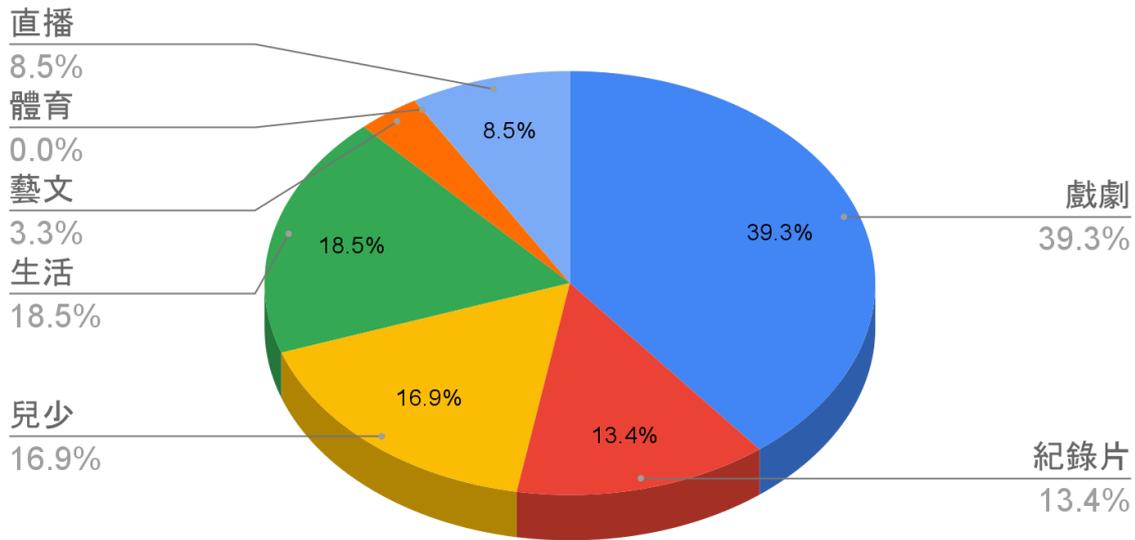
各類節目的表現，以觀看分鐘數而言，戲劇、生活、藝文及直播類節目較持平，說明如下：

- 紀錄片節目 4 月份雖較 3 月份下滑約 24%，然而在第二季中則呈現向上成長趨勢。另本類節目 5 月較 4 月成長了 1.6 倍，6 月又比 5 月成長了 1.1 倍。
- 兒少節目之觀看分鐘數自 2024 年開始有顯著成長，其中 4 月較 3 月微幅成長 12.5%，5 月則又成長 1.8 倍，6 月較 5 月也成長 1.6 倍。
- 綜觀紀錄片及兒少類節目第二季的表現，較第一季分別成長了 1.2 倍及 2.3 倍。

2024公視+第二季各類節目統計



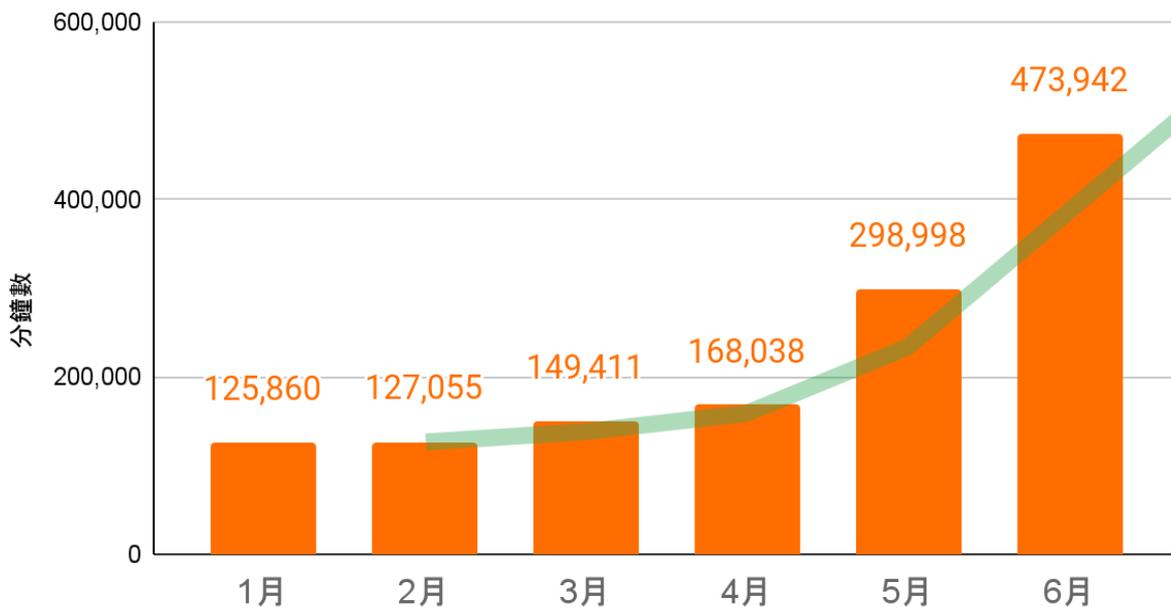
2024公視+第二季各類節目觀看分鐘數占比



公視+兒少節目 1 月至 6 月的觀看分鐘數統計中，呈現逐月成長，4 月至 6 月的成長相對明顯，成長倍數約在 1.5 倍之上。

公視+兒少節目

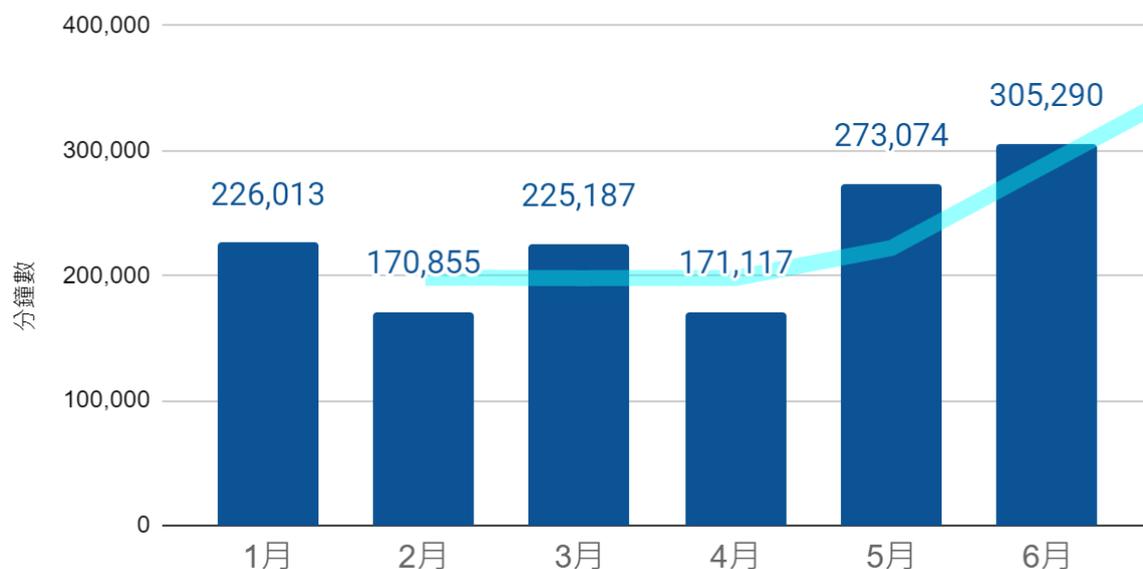
2024年1月至6月觀看分鐘數統計



再看紀錄片節目觀看分鐘數統計，第一季除 2 月下滑約 24%，1 月及 3 月的表現持平；第二季中 4 月仿同 2 月的表現，較 3 月下滑 24%，5 月則上升約 1.6 倍，6 月仍延續 5 月呈現平緩成長約 1.1 倍。

公視+紀錄片節目

2024年1月至6月觀看分鐘數統計



1、第二季戲劇熱門節目排名

第二季戲劇類節目單子集的排名中，以《就算一個人也可以好好的吃飯》第一集列居第一，該劇於 2024 年 4 月 30 日於公視+採全劇 6 集一次上架，該劇全 6 集觀看分鐘數占比為戲劇類節目的 3.3%。其次是《我的婆婆怎麼那麼可愛》第二季於 5 月 4 日以 TVOD 上架，第二季的推出亦帶動《我的婆婆怎麼那麼可愛》第一季觀看，兩季總觀看分鐘數占比共計 3.31%。

第二季戲劇熱門節目排名

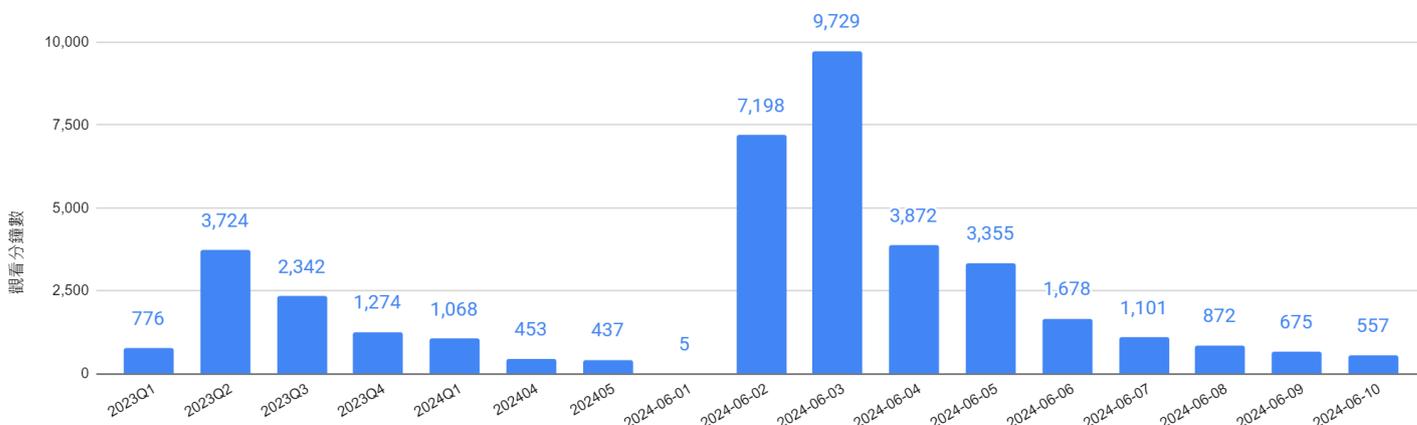
排序	節目名稱	子集名稱	觀看分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數占比
1	就算一個人也可以好好的吃飯[公視+]	單身不代表沒有人愛你！ep1	61,158	7,866	1.10%
2	我的婆婆怎麼那麼可愛 TVOD_第一集免費	我的婆婆怎麼那麼可愛 2 ep1	43,996	4,906	0.79%
3	做工的人 電影版[公視+]	做工的人 電影版	43,180	2,187	0.77%
4	失業風暴[公視+]	失業風暴	36,867	1,656	0.66%
5	生命捕手[公視+]	生命捕手 ep30	34,377	1,749	0.62%

排序	節目名稱	子集名稱	觀看分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數 占比
6	鎗聲[台語台]	鎗聲	33,328	2,808	0.60%
7	我們與惡的距離	受害者 ep1	32,802	3,331	0.59%
8	就算一個人也可以好好的吃飯[公視+]	做不出一人份的二路菜！ ep2	32,675	3,594	0.59%
9	生命捕手[公視+]	生命捕手 ep29	32,365	1,850	0.58%
10	生命捕手[公視+]	生命捕手 ep28	27,829	1,724	0.50%
11	就算一個人也可以好好的吃飯[公視+]	用你的方式和往事揮手告別 ep6	27,578	2,627	0.49%
12	生命捕手[公視+]	生命捕手 ep27	27,072	1,615	0.49%
13	國際橋牌社[公視+]	長夜將盡 ep1	26,078	3,253	0.47%
14	我們與惡的距離	裂痕 ep3	25,616	1,566	0.46%
15	我們與惡的距離	母親節 ep2	24,978	1,587	0.45%
16	我們與惡的距離	罪人 ep5	24,970	1,406	0.45%
17	我們與惡的距離	病識感 ep4	24,943	1,427	0.45%
18	我們與惡的距離	霸凌 ep7	23,858	1,275	0.43%
19	我們與惡的距離	槍響之後 ep6	23,637	1,306	0.42%
20	我們與惡的距離	眾生皆有病 ep8	22,390	1,219	0.40%

此外，台語台《鎗聲》於 2023 年 1 月 1 日上架，並在 2023 年 4 月起因社群媒體操作獲得收視流量，觀看流量則在第三季開始下滑。2024 年 6 月 2 日則又出現流量並成為熱播節目，探究原因，可能仍與外部社群媒體影音操作有關。

鎗聲

2023年至2024年6月



2、第二季紀錄片熱門節目排名

第二季紀錄片類節目以「紀錄觀點」系列所播出的紀錄片入榜最多。其中《邁向權力之路》與《晶片戰爭》在第一季初適逢立法院院長選舉及台灣晶片產業發展有大量社群討論，而紀錄片中皆有相關人事物之畫面，在透過社群媒體發布後，皆獲得觀看行為之流量轉換。

第二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	觀看次數	觀看分鐘數占比
1	我的兒子是死刑犯[公視+]	我的兒子是死刑犯	86,980	4,261	1.56%
2	喜悅：達賴喇嘛遇見屠圖主教[公視+]	喜悅：達賴喇嘛遇見屠圖主教	71,170	3,876	1.28%
3	紀錄觀點	晶片戰爭	39,430	2,783	0.71%
4	甲子園：夢想競技場[公視+]	甲子園：夢想競技場	37,802	2,255	0.68%

排序	節目名稱	子集名稱	觀看分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數 占比
5	公視紀實	雙面曹里歐	31,259	2,503	0.56%
6	公視主題之夜 SHOW	誰怕愛麗絲米勒？	26,703	1,543	0.48%
7	紀錄觀點	九槍	23,468	1,534	0.42%
8	紀錄觀點	邁向權力之路	21,488	1,064	0.39%
9	海與岸[公視+]	海與岸	18,989	1,324	0.34%
10	紀錄觀點	藏傳佛教：噤聲秘密	18,629	889	0.33%
11	邀阿公阿嬤拍 B 級殭屍片[公視+]	邀阿公阿嬤拍 B 級殭屍片	17,627	1,064	0.32%
12	紀錄觀點	中國監獄 SOS	14,204	839	0.25%
13	紀錄觀點	夢洄	11,654	691	0.21%
14	公視主題之夜 SHOW	把童年變現：曬小孩的風險	11,480	678	0.21%
15	紀錄觀點	為泰王跳舞的男孩們	10,345	637	0.19%
16	紀錄觀點	新疆維吾爾流亡證詞	9,481	479	0.17%
17	紀錄觀點	祖克柏社群帝國	8,899	562	0.16%
18	我來自北韓，我想回平壤	我來自北韓，我想回平壤	8,832	592	0.16%

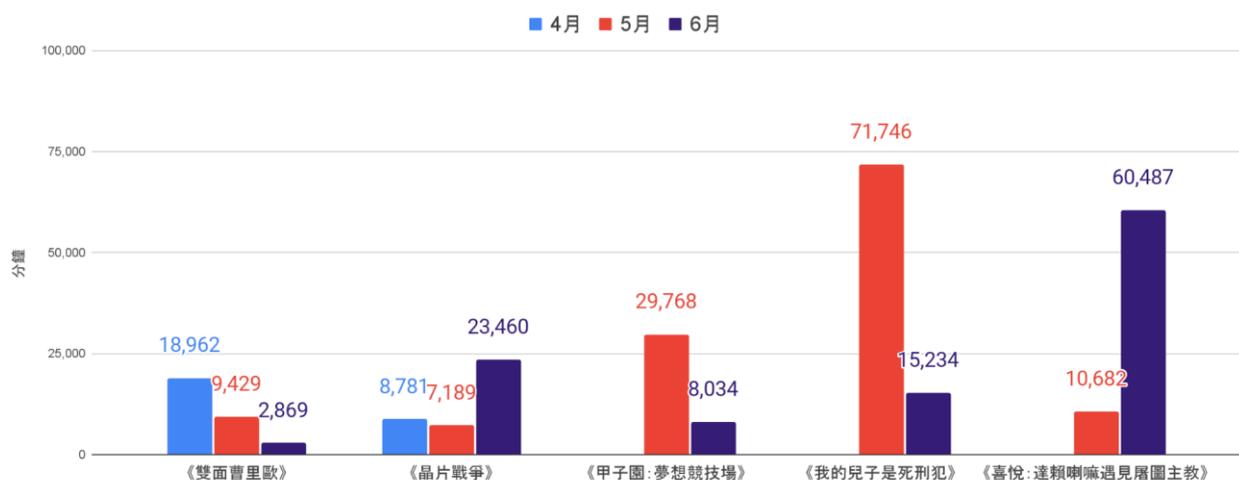
排序	節目名稱	子集名稱	觀看分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數占比
	壤[公視+]				
19	青春：第 50 屆日本全國高中棒球錦標賽[公視+]	青春：第 50 屆日本全國高中棒球錦標賽	8,552	606	0.15%
20	公視主題之夜 SHOW	地表最大減肥營	8,181	464	0.15%

排名第五的《雙面曹里歐》於 2022 年上架，在 2024 年第一季未擠進前 20 排名，4 月下旬，台灣變裝皇后妮妃雅（Nymphia Wind），贏得美國實境節目《魯保羅變裝皇后秀 RuPaul's Drag Race》第 16 季冠軍，《雙面曹里歐》影片也隨之受關注。同樣是長期在公視+上架的《晶片戰爭》，在第二季搭上 AI 人工智慧科技熱潮，流量再往上成長。

5 月中旬新推出《甲子園：夢想競技場》、《我的兒子是死刑犯》及《喜悅：達賴喇嘛遇見屠圖主教》影片，《甲子園：夢想競技場》搭上美國職棒日籍選手大谷翔平，讓影片一推出，就衝出觀看流量。5 月下旬，在台中捷運發生隨機傷人事件，此時也正值台北捷運隨機殺人案滿十年，該事件引起社會極度重視，死刑的討論也於 4 月下旬再度成為討論熱度，也讓《我的兒子是死刑犯》影片成為熱播。

《喜悅：達賴喇嘛遇見屠圖主教》在影片上架初期未見流量，而 5 月底在社群發文後，產生迴響，也轉換為該節目高觀看時數之成長。

《雙面曹里歐》、《晶片戰爭》、《甲子園：夢想競技場》、《我的兒子是死刑犯》和《喜悅：達賴喇嘛遇見屠圖主教》觀看分鐘數統計



3、第二季兒少熱門節目排名

前 20 排名節目，分屬《換個爸媽過幾天》、《2024 台灣國際兒童影展》及《派對咖孔明(台語版)》、《間諜家家酒(台語版)》四個節目。《派對咖孔明(台語版)》自 2 月上架，熱度不減，2024 台灣國際兒童線上影展（簡稱兒影）於 4 月中旬上架，流量熱度隨策展時間增強。《換個爸媽過幾天》第二季上線後，則繼續拉抬兒少節目之整體觀看時數，而 6 月中旬推出動畫節目《間諜家家酒(台語版)》亦延續提升兒少類節目觀看時數之成長。

第二季兒少熱門節目排名

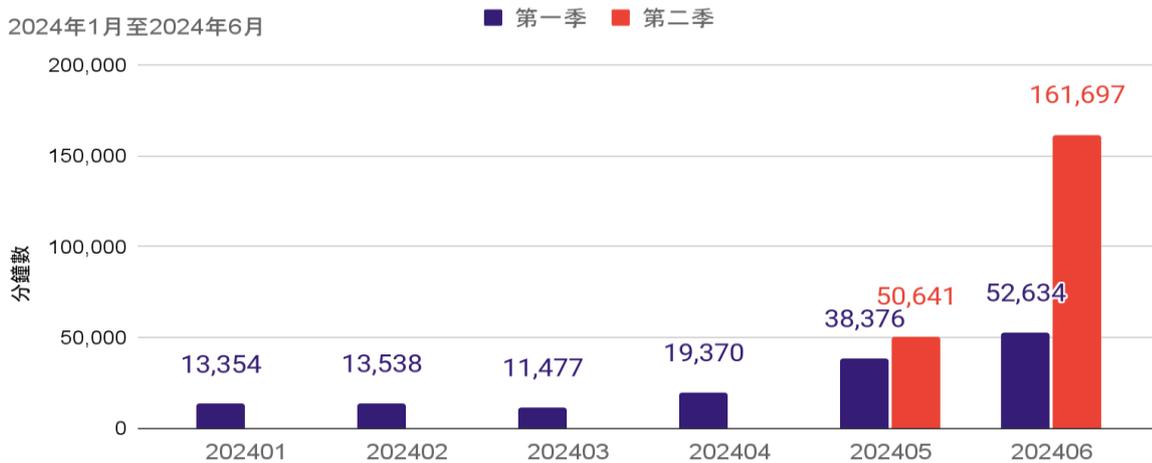
排序	節目名稱	子集名稱	總觀看 分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數 占比
1	換個爸媽過幾天	在夢想開始的地方拐了腳（上） ep1	48,708	4,291	0.87%
2	換個爸媽過幾天	在夢想開始的地方拐了腳（中） ep2	43,483	2,339	0.78%
3	換個爸媽過幾天	在夢想開始的地方拐了腳（下） ep3	37,089	2,023	0.67%
4	換個爸媽過幾天	登不出指尖上的世界（上） ep4	31,230	1,867	0.56%
5	換個爸媽過幾天	登不出指尖上的世界（中） ep5	26,820	1,470	0.48%
6	紅撲撲與藍嚕嚕[兒 影]	紅撲撲與藍嚕嚕	21,280	2,901	0.38%
7	換個爸媽過幾天	登不出指尖上的世界（下） ep6	20,162	950	0.36%
8	派對咖孔明（台語 版）	孔明，降臨於澀谷 ep1	17,817	3,817	0.32%
9	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 02 ep2	15,417	854	0.28%
10	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 01 ep1	14,943	1,181	0.27%

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看 分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數 占比
11	間諜家家酒 (台語 版)	行動代號 〈梟〉 ep1	14,875	2,741	0.27%
12	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 03 ep3	14,734	931	0.26%
13	換個爸媽過幾天	渴望被愛與自由的寵物夢 01 ep4	12,855	1,090	0.23%
14	小小蜘蛛出門去[兒 影]	小小蜘蛛出門去	12,595	1,148	0.23%
15	換個爸媽過幾天	遇上情緒怪獸的少年ㄟ ep7	12,086	654	0.22%
16	喜馬拉雅之花[兒影]	喜馬拉雅之花	11,759	1,133	0.21%
17	派對咖孔明 (台語 版)	孔明，施展計謀 ep2	11,423	1,564	0.20%
18	換個爸媽過幾天	渴望被愛與自由的寵物夢 02 ep5	10,474	542	0.19%
19	換個爸媽過幾天	遇上情緒怪獸的少年ㄟ ep9	10,128	780	0.18%
20	間諜家家酒 (台語 版)	找好扮演妻子的人吧 ep2	9,975	1,030	0.18%

《換個爸媽過幾天》第二季自 2024 年 5 月 19 日上架，每週中午上架一集，並帶動第一季各子集觀看時數之提升。

換個爸媽過幾天

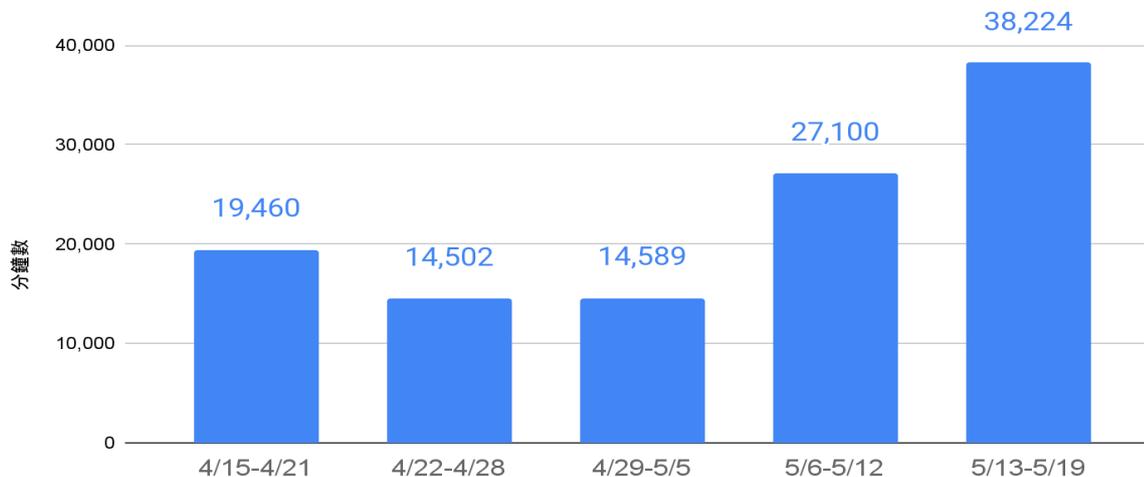
2024年1月至2024年6月



排名中《紅噗噗與藍嚕嚕》、《小小蜘蛛出門去》及《喜馬拉雅之花》為 2024 台灣國際兒童影展策展影片，該影展於 2024 年 4 月 15 日至 5 月 19 日於公視+策展，影展的表現逐週亮眼，透過社群宣傳、觀點同不同撰文介紹及會員電子報推播，帶動本年度線上影展之觀看成效。

2024台灣國際兒童影展

2024年4月15日 至 5月19日 觀看分鐘統計



4、第二季生活熱門節目排名

《浩克慢遊》第六季自 2 月起上架後，第二季流量大幅成長，在熱門排名中就佔了 10 名。《動物秘密一籬筐》系列，透過社群宣傳即將下架訊息，也轉換觀看流量。

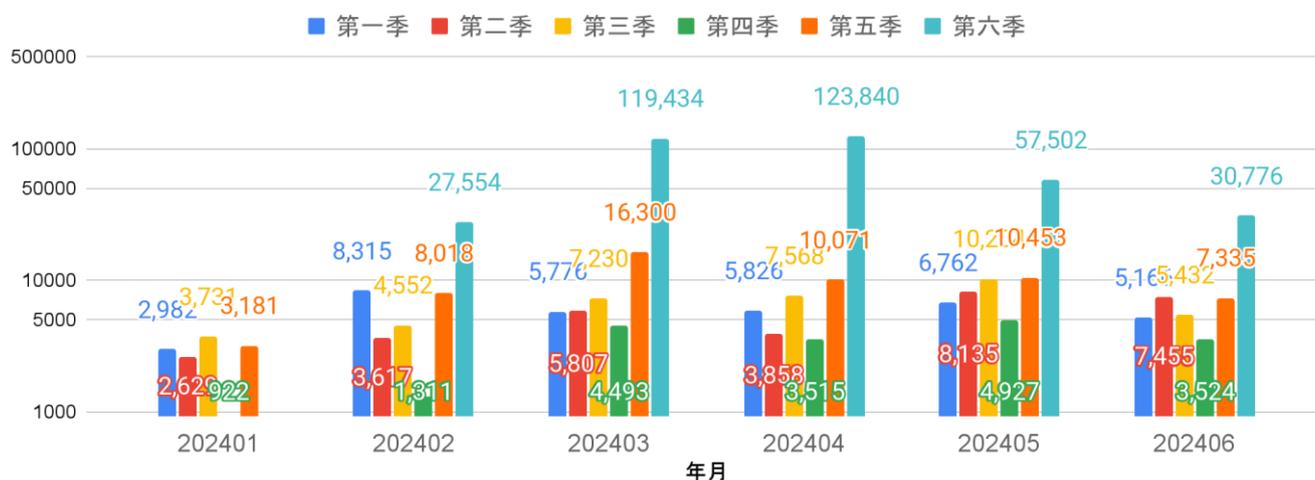
第二季生活熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看 分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數 占比
1	浩克慢遊	再見南國 - 竹田·麟洛·屏東市 ep60	38,779	2,710	0.70%
2	浩克慢遊	生活在遠方 - 台東長濱 ep61	32,231	2,315	0.58%
3	浩克慢遊	靈魂深處的大崙崁溪-桃園拉拉山、角板山 ep59	31,249	2,435	0.56%
4	浩克慢遊	仲夏夜未眠-金山 ep58	24,452	2,247	0.44%
5	浩克慢遊	花都開好了 - 銅鑼·公館 ep62	23,971	1,636	0.43%
6	浩克慢遊	離島，與她的離島-澎湖 ep57	19,233	1,802	0.35%
7	動物秘密－籬筐	愛 ep1	14,508	1,372	0.26%
8	浩克慢遊	綠色·時光-集集線 ep56	13,964	1,399	0.25%
9	浩克慢遊	ㄎ一 ㄎ又.. ㄎ一 ㄎ又五分車-虎尾、大埤 ep53	12,508	1,679	0.22%
10	動物秘密－籬筐：雪中間諜	動物秘密－籬筐：雪中間諜	12,227	797	0.22%
11	浩克慢遊	山城，春風十里-卓蘭、三義 ep55	11,762	1,093	0.21%
12	極限巔峰	極限巔峰	11,459	924	0.21%
13	沈睡的水下巨人	綠島 綏陽艦 ep2	11,313	1,481	0.20%
14	沈睡的水下巨人	小琉球 鎮海艦 ep3	10,648	1,118	0.19%
15	奔馳世界絕景鐵道	瑞士 冰川快車 ep1	9,761	1,090	0.18%
16	沈睡的水下巨人	屏東車城 中榮艦 ep7	9,320	846	0.17%
17	沈睡的水下巨人	澎湖 凌雲艦 ep4	9,165	972	0.16%
18	奔馳世界絕景鐵道	挪威 卑爾根鐵路 ep6	9,042	765	0.16%
19	奔馳世界絕景鐵道	澳洲 大汗號 ep5	8,968	687	0.16%
20	浩克慢遊	向海而生-北門、將軍、七股 ep54	8,925	720	0.16%

《浩克慢遊》第六季自 2024 年 2 月 22 日起，每週四晚間九點於公視頻道播出，公視+ 則提早於當天中午 12 點上架，第六季自 2 月 22 日至 4 月 25 日共計 10 集，全新一季的推出後，也帶動過往季別觀看時數之成長。

浩克慢遊 第一季至第六季

2024年1月至6月 觀看分鐘數統計



5、第二季藝文熱門節目排名

第二季整體藝文類節目，《悅讀：紐約公共圖書館》為公視+獨播節目，獲得最高流量，也與居次的影片相距 2 倍有餘，其餘影片則表現相當。

第二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	觀看次數	觀看分鐘數占比
1	悅讀：紐約公共圖書館[公視+]	悅讀：紐約公共圖書館	18,322	1,409	0.33%
2	三宅一生：戰亂到時尚[公視+]	三宅一生：戰亂到時尚	8,746	681	0.16%
3	宮崎駿的十年瞬間	波妞來了 ep1	8,545	917	0.15%
4	印度黃金之城	印度黃金之城	6,495	441	0.12%
5	浩劫過後：巴黎聖母院	浩劫過後：巴黎聖母院	6,016	345	0.11%
6	京都藝伎：祇園物語	京都藝伎:祇園物語	5,347	306	0.10%

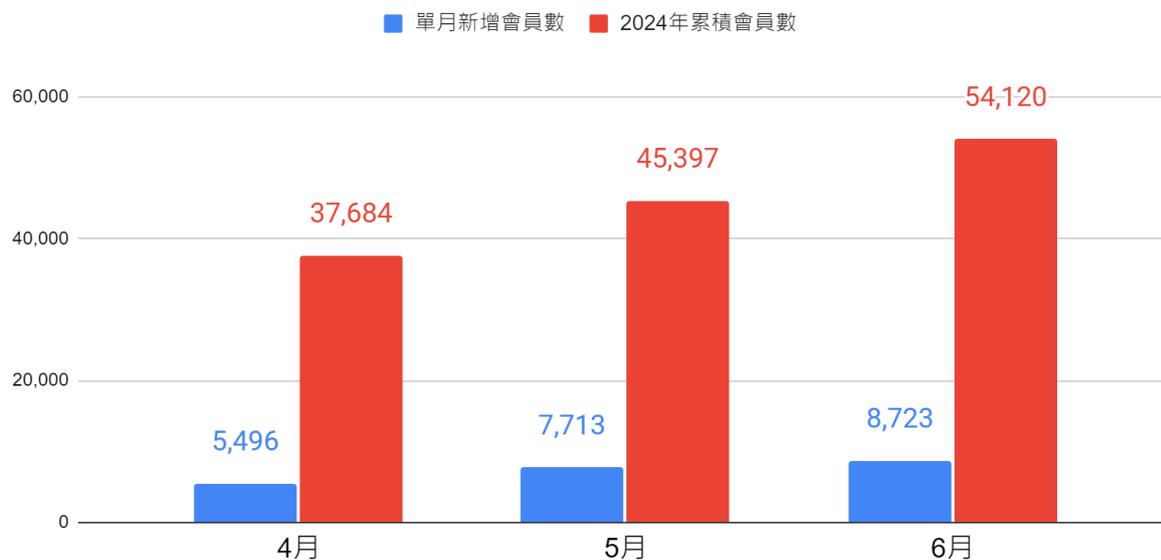
排序	節目名稱	子集名稱	總觀看 分鐘數	觀看次數	觀看分鐘數 占比
7	宮崎駿的十年瞬間	繪出真實 ep2	5,051	387	0.09%
8	黑色詩人：山本耀司	黑色詩人：山本耀司	4,322	301	0.08%
9	宮崎駿的十年瞬間	去吧!成為我的威脅 ep3	3,976	259	0.07%
10	宮崎駿的十年瞬間	別找廉價的藉口 ep4	3,937	267	0.07%
11	梵谷的樹根懸案	梵谷的樹根懸案	3,748	217	0.07%
12	幕後神之手：陶瓷修復師	幕後神之手：陶瓷修復師 ep1	3,640	283	0.07%
13	世界八大博物館巡禮 [公視+]	紐約古根漢美術館	3,600	456	0.06%
14	夜晚的喧囂：霍普	夜晚的喧囂：霍普	2,700	182	0.05%
15	天才高第的自然狂想	天才高第的自然狂想	2,484	237	0.04%
16	世界八大博物館巡禮 [公視+]	巴黎奧賽博物館	2,378	192	0.04%
17	海明威:四場婚禮與一場葬禮	海明威:四場婚禮與一場葬禮	2,357	136	0.04%
18	對照記	張照堂與李威儀 陳界仁 與高俊宏的視覺藝術對話 ep1	2,304	187	0.04%
19	非常上訴	非常上訴	2,264	148	0.04%
20	幕後神之手：陶瓷修復師	幕後神之手：陶瓷修復師 ep2	2,073	167	0.04%

排名前三的節目依序為《悅讀：紐約公共圖書館》、《三宅一生：戰亂到時尚》及《宮崎駿的十年瞬間--波妞來了 ep1》，後者在公視+具有持續穩定的觀看流量，《悅讀：紐約公共圖書館》及《三宅一生：戰亂到時尚》為第二季 5 月新上架影片，5 月中旬在社群媒體宣傳《悅讀：紐約公共圖書館》時，亦獲得近 30 萬人的觸及人數，也成功轉換為本片的觀看時數。

(三)公視+會員數變化

第二季新增會員數共計 21,932 人，其中 4 至 6 月新增會員為最多，並呈現穩定成長。

2024公視+第二季會員數



第二季依每日會員成長曲線分析，《我的兒子是死刑犯》5/13 在公視+社群媒體宣傳，獲得近 31 萬的觸達，52 萬人次的觀看，並讓 5/13 的新增會員數達到近 300 人。《鎗聲》觀看於 6/2 及 6/3 呈現顯著的成長。另外「觀點同不同」於 5/29 發布「心靈上的頑皮兄弟—達賴喇嘛與屠圖主教世紀相聚，揭露喜悅的秘密」後，便獲得 6,000 餘次的瀏覽，也轉換為 6/21-6/23 會員數之成長。

2024公視+第二季每日會員數



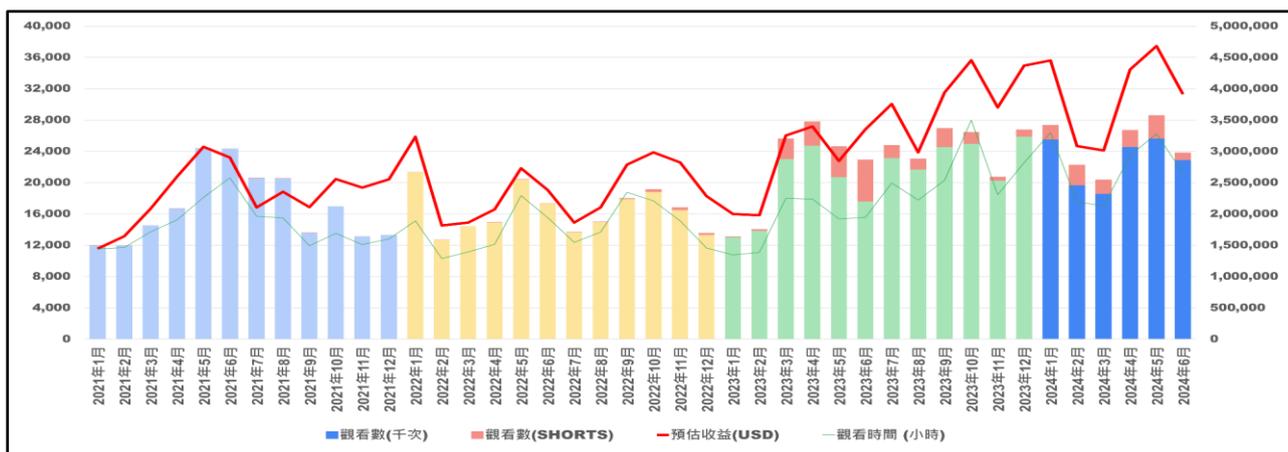
二、公視 YouTube 第二季收視成效

2024 年第二季新聞類收益、觀看時間數據下降，節目類、戲劇類與客家台各類別各項數據表現優異。本季總預估收益為\$103,246.07 美金，合計約 330.3 萬台幣。

2024 年第二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 1:32 計算)
2024 年 4 月	2,673.0	\$34,463.41	\$1,102,829
2024 年 5 月	2,860.8	\$37,464.17	\$1,198,853
2024 年 6 月	2,384.3	\$31,318.49	\$1,002,192
總計	7,918.2	\$103,246.07	\$3,303,874 (約台幣 330.3 萬)

2024 年 5 月為 2020 年營運至今，預估收益表現最高之單月(因新聞類相關議題影響)。



2021-2024 YouTube 每月觀看次數及預估收益

本季新增訂閱數為 173,132，又以「誰來晚餐」、「公視新聞網」與「公共電視-我們的島」整體獲得訂閱人數約 42.4%的占比，訂閱人數平均落在 22,939 人。

第二季公視 YouTube 頻道新增訂閱數排序

排序	頻道名稱	訂閱人數
1	誰來晚餐	20,685
2	公視新聞網	36,826
3	公共電視-我們的島	15,733
4	公視戲劇	10,334
5	公視 P#新聞實驗室	9,340

排序	頻道名稱	訂閱人數
6	公共電視-獨立特派員	8,562
7	公視台語台	6,672
8	公視兒少	6,363
9	公視主題之夜 SHOW	6,197
10	藝術很有事	5,821

(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 25,932,998 次，較上季下降 7.37%，第一季因總統大選及投票開票等大事件影響，次數大幅上升；致使本月相對較為下降。其次為「公視戲劇」，達 11,358,759 次，但較上季增加 63.95%，本季觀看次數因「不夠善良的我們」、「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」於本季播出，除創造正向網路聲量外，劇情相關剪輯精華、預告、花絮連帶創造出優異數據成績。

2024 年第二季 前 10 大頻道排序（以觀看次數排序）

排序	頻道名稱	觀看次數	比較上季	預估收益 (USD)	比較上季
1	公視新聞網	25,932,998	-7.37%	\$25,665.69	-\$5,912.75
2	公視戲劇 PTS Drama	11,358,759	+63.95%	\$8,501.45	+\$3,000.84
3	誰來晚餐 GuessWho	8,364,640	+68.91%	\$28,648.08	+\$11,743.12
4	公共電視-我們的島	3,994,968	+118.68%	\$2,566.34	+\$651.39
5	公視 網路直播頻道	2,528,089	-55.14%	\$5,757.25	+\$119.55
6	公共電視-獨立特派員	2,517,543	+16.52%	\$3,240.86	+\$618.63
7	公視 P#新聞實驗室	2,323,333	+52.3%	\$1,857.49	+\$272.55
8	客家電視 HakkaTV	2,028,683	+118.4%	\$3,802.30	+\$2,197.46
9	公視體育	1,976,137	+39.33%	\$1,105.54	-\$43.26
10	公視台語台	1,762,287	-33.74%	\$1,172.14	-\$848.84

(二)預估收益比較

以收益來看，第二季預估收益以「誰來晚餐 GuessWho」收益最高，合計約新台幣 91.6 萬。排序第二為「公視新聞網」收益約新台幣 82.1 萬，排序第三為「公視戲劇」收益約為新台幣 27.2 萬。

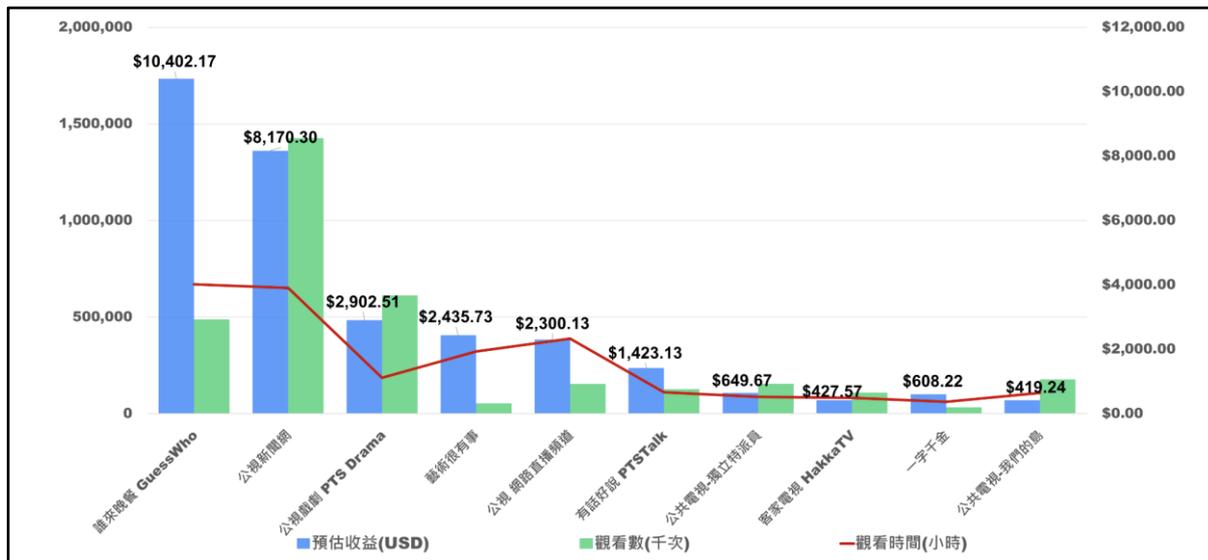
2024 年第二季 前 10 大頻道排序 (以 預估收益 排序)

排序	頻道名稱	預估收益 (USD)	預估收益(TWD)	較上季(USD)
1	誰來晚餐 GuessWho	\$28,648.08	\$916,739	+\$11,743.12
2	公視新聞網	\$25,665.69	\$821,302	- \$5,912.75
3	公視戲劇 PTS Drama	\$8,501.45	\$272,046	+\$3,000.84
4	公視 網路直播頻道	\$5,757.25	\$184,232	+\$119.55
5	藝術很有事	\$5,609.80	\$179,514	+\$4,988.00
6	客家電視 HakkaTV	\$3,802.30	\$121,674	+\$2,197.46
7	公共電視-獨立特派員	\$3,240.86	\$103,707	+\$618.63
8	有話好說 PTSTalk	\$2,671.21	\$85,479	+\$1,452.37
9	公共電視-我們的島	\$2,566.34	\$82,123	+\$651.39
10	一字千金	\$1,864.77	\$59,673	+\$1,864.77

(三)5 月份（不分類）前 10 大頻道比較

2024 年 5 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 5 月份表現最佳的 YouTube 頻道為「誰來晚餐」其次則為「公視新聞網」。

2024 年 5 月前 10 大頻道排序（以 收益 排序）



日期	預估收益(USD)	觀看數(千次)	觀看時間(小時)
誰來晚餐 GuessWho	\$10,402.17	2,921.6	670,412
公視新聞網	\$8,170.30	8,554.0	650,641
公視戲劇 PTS Drama	\$2,902.51	3,668.0	186,388
藝術很有事	\$2,435.73	318.1	323,139
公視 網路直播頻道	\$2,300.13	925.6	388,964
有話好說 PTSTalk	\$1,423.13	756.9	112,050
公共電視-獨立特派員	\$649.67	937.7	87,456
客家電視 HakkaTV	\$427.57	654.3	83,098
一字千金	\$608.22	202.0	61,675
公共電視-我們的島	\$419.24	1,070.3	107,421

參、公視新聞網與新聞節目 YouTube 第二季經營成效

本報告為 2024 年第二季（數據起訖範圍：2024.4.1-2024.6.30）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 Google Looker Studio 之數據報表。YouTube 收視數據來自 YouTube 內容管理員（YouTube Content Manager）以及 Google Looker Studio 之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 1：32 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、公視新聞網經營成效

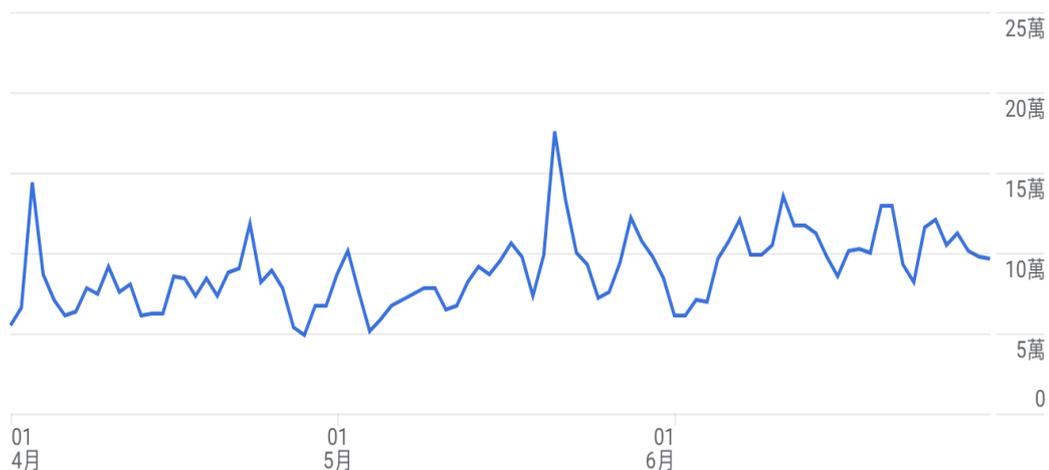
（一）Google Analytic 數據分析

1. 瀏覽量與互動分析

新聞網 2024 年第二季總網頁瀏覽量（Page View）為 8,115,782，較上一季提升 6%；新使用者人數則比上一季提升 9.3%至 4,411,516。整體指數均有提升。



2024 年第一季因總統大選受到民眾關注，網頁瀏覽量顯著增長，較 2023 年第四季增幅高達 22%；2024 年第二季成長幅度雖不如上一季，但觀察長期趨勢，相關指數仍保持穩定成長。

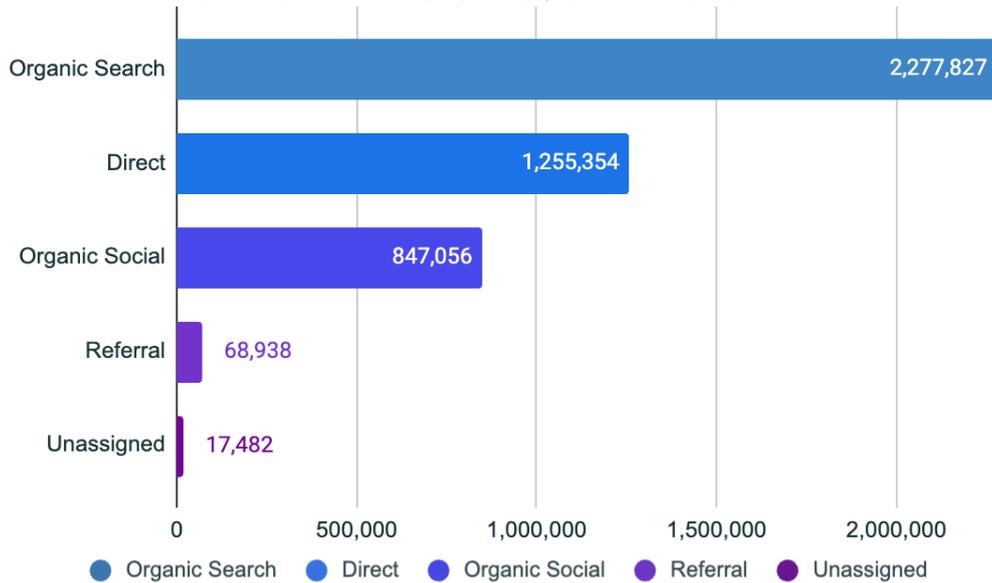


本季熱門議題有 4 月的「0403 花蓮地震」與 5 月的「國會職權修法」，分別帶來 2 次流量高峰。單日最高流量落在 5 月 21 日，期間新聞網即時追蹤立法院院會進度、撰寫多篇快訊與相關新聞，並於多家社群平台推播發送。

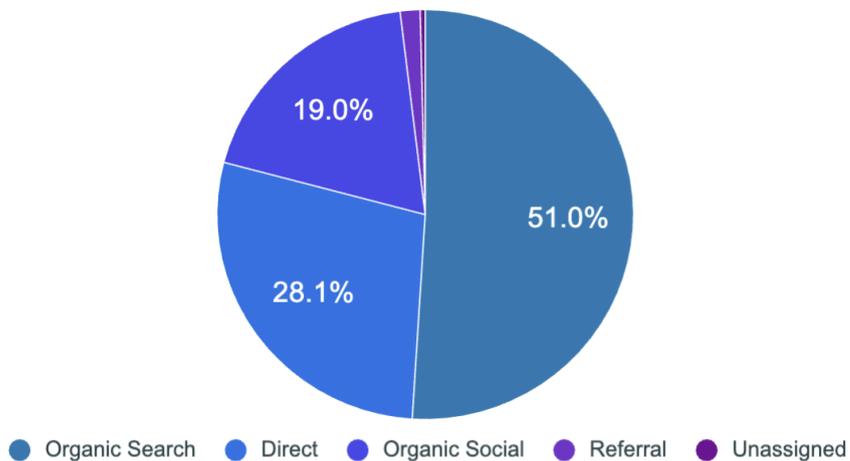
2. 使用者來源分析

公視新聞網 2024 年第二季使用者來源流量分佈與第一季差不多，主要來源仍為「Google 搜尋引擎自然檢索 (Organic Search)」與「直接 (Direct)」，直接流量多來自於 Google 探索 (Discover) 的自動推薦：Google 根據使用者的搜尋歷史與瀏覽紀錄，於 Google 瀏覽器推薦使用者可能感興趣的新聞報導，吸引使用者點擊閱讀。

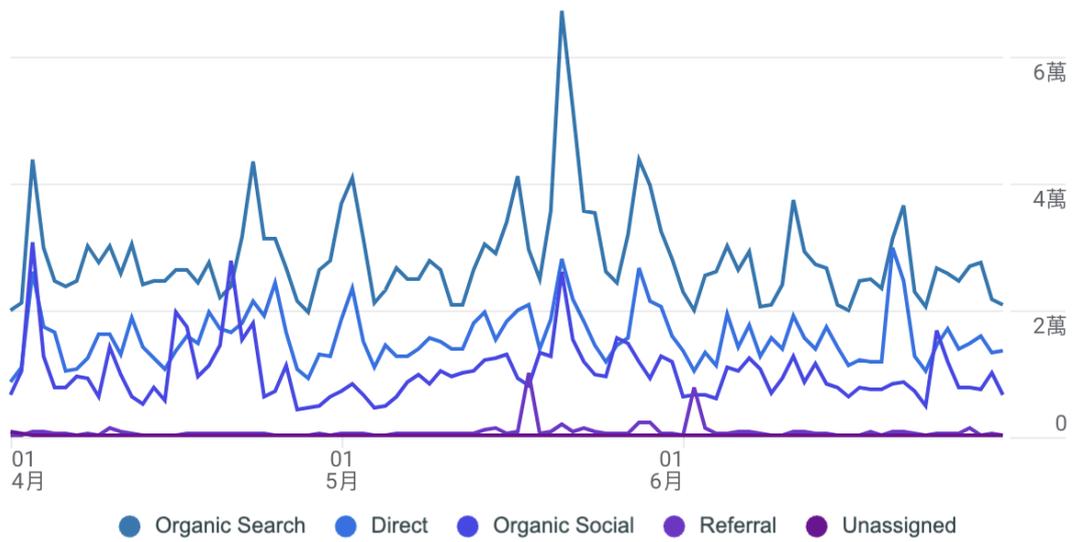
公視新聞網 2024 年第二季使用者來源長條圖



公視新聞網 2024 年第二季使用者來源佔比



公視新聞網 2024 年第二季使用者來源線圖



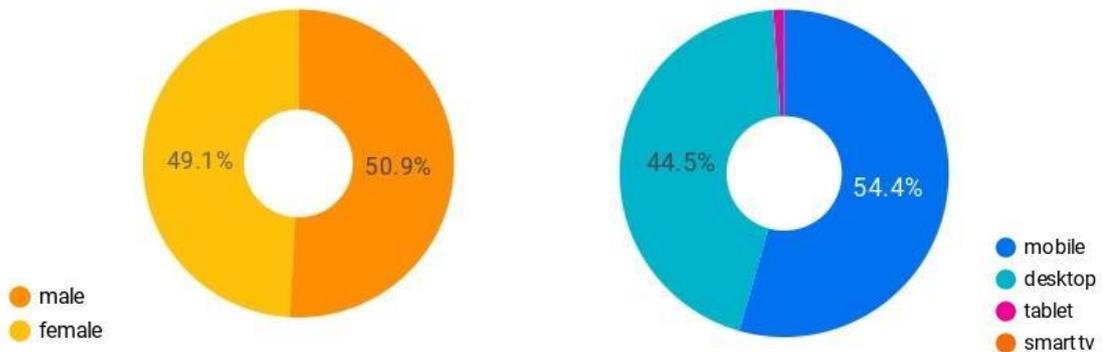
觀察本季使用者來源線圖，4 月因「0403 花蓮地震」社群流量大幅湧入，一度超越直接流量；5 月則因「國會職權修訂」議題引發民眾關注帶動流量，尤其 5 月 21 日各項指標均大幅增加，其中自然檢索的增幅最為顯著。

3. 使用者輪廓

以網頁瀏覽量對照使用者性別比例，49.1%使用者為女性，50.9%為男性，與 2024 年第一季相比，男性使用者微幅下跌。

使用裝置上 54.4%的使用者是透過行動載具上網瀏覽網頁，其次 44.5%為桌上型電腦，平板電腦使用比例為 1.1%。

公視新聞網 2024 年第二季使用者輪廓



2024 年第二季使用者性別比例 (排除未知)

2024 年第二季使用者裝置比例

二、公視新聞節目 YouTube 經營成效

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. 新聞節目頻道觀看表現

新聞各節目 2024 年第二季表現多數均優於 2024 年第一季，其中「我們的島」觀看次數與第一季相比，成長幅度高達 118.7%，「有話好說」上升 62.6%，「P#新聞實驗室」也上升了 52.3%。

新聞節目 YouTube 頻道 2024 年第二季觀看表現

頻道	2024年第二季	與上一季比較	2024年第一季	2023年第四季	2023年第三季
 公視新聞網	25,932,998	-7.4% ↓	27,996,201	24,328,629	18,320,621
 獨立特派員 IN-NEWS	2,517,543	16.5% ↑	2,160,628	1,901,683	2,222,438
 我們的島 our island	3,994,968	118.7% ↑	1,826,821	2,672,097	1,678,372
 P#新聞實驗室	2,323,333	52.3% ↑	1,525,541	1,347,672	2,801,701
 有話好說	1,529,301	62.6% ↑	940,357	631,381	683,164
 TENG VIET INDONESIA AMBI-THU	932,866	17.3% ↑	794,967	852,170	1,091,159
 紀錄點	167,569	-64.7% ↓	474,490	115,186	203,182

2. 新聞節目頻道收益表現

收益表現方面，2024 年第二季新聞部重點節目頻道總計預估收益超過新台幣百萬，總計獲得 61,901 名新訂閱者。

「公視新聞網」頻道預估收益為 25,373 美元，轉換成台幣估計為 811,966 元，新增訂閱人數突破 2 萬為 20,685；「我們的島」訂閱人數單季也破萬來到 15,733 人。

新聞節目 YouTube 頻道 2024 年第二季新增訂閱數

頻道名稱	新增訂閱人數
公視新聞網	+20,685
我們的島	+15,733
P#新聞實驗室	+9,340
獨立特派員	+8,562
有話好說	+5,293
東南亞語新聞	+1,920
紀錄觀點	+568
總計	+61,901

新聞節目 YouTube 頻道 2024 年第二季預估收益

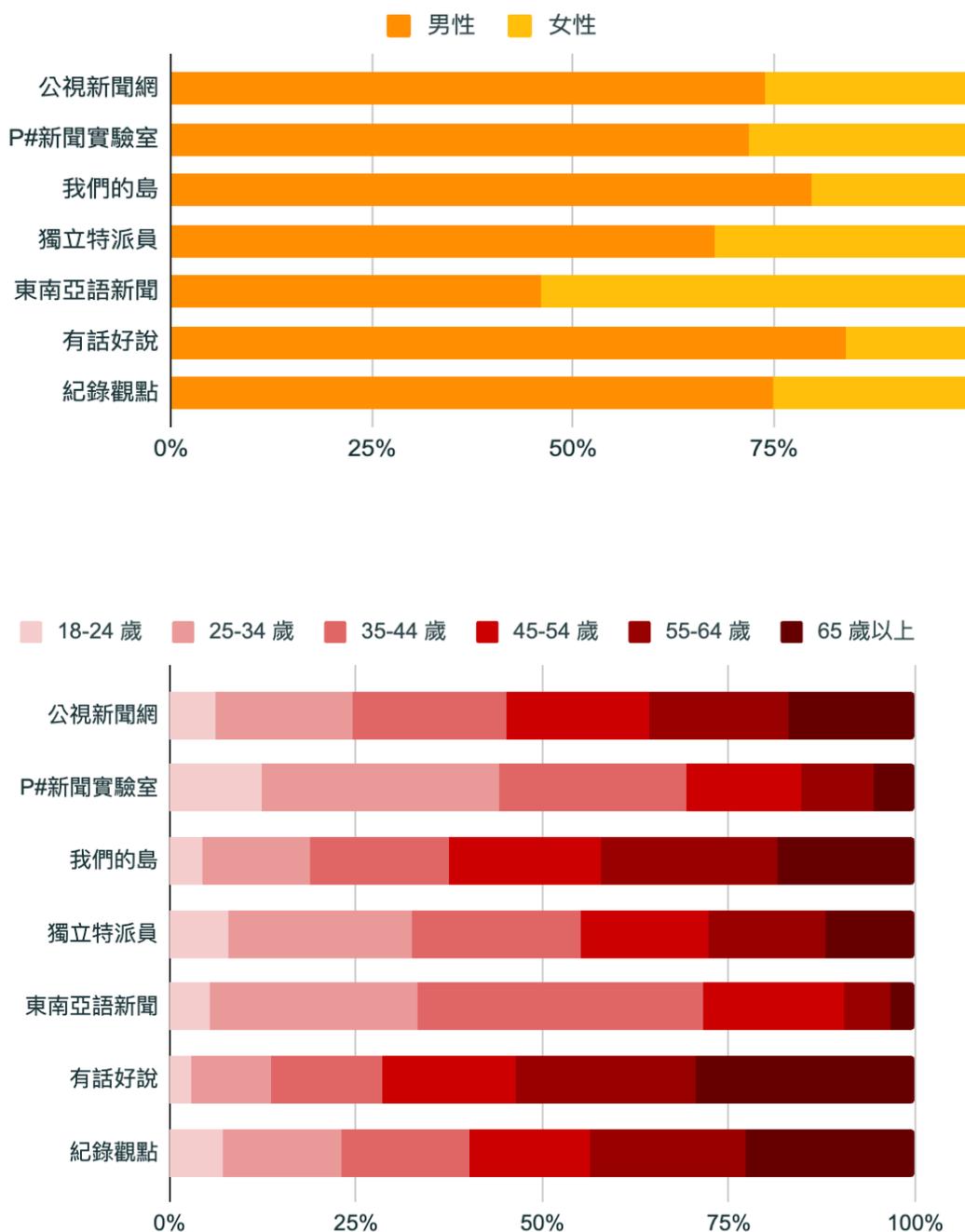
頻道名稱	預估收益 (美元)	預估收益台幣 (1 : 32) 計算
公視新聞網	\$25,373.95	NT\$811,966.40
獨立特派員	\$3,190.49	NT\$102,095.68
我們的島	\$2,532.81	NT\$81,049.92
有話好說	\$2,660.3	NT\$85,129.60

頻道名稱	預估收益 (美元)	預估收益台幣 (1 : 32) 計算
P#新聞實驗室	\$1,854.71	NT\$59,350.72
東南亞語新聞	\$882.02	NT\$28,224.64
紀錄觀點	\$88.22	NT\$2,823.04
總計	\$36,583	NT\$1,170,640

3. 新聞節目頻道觀眾輪廓

綜觀重點新聞節目頻道觀眾性別比例，除「東南亞語新聞」外，其他節目約 7 成均為男性觀眾。使用者年齡部分，「P#新聞實驗室」以 18 至 35 歲的年輕族群佔比 43.9%；「有話好說」以及「紀錄觀點」65 歲以上觀眾佔比均超過 20%。

新聞節目 YouTube 頻道 2024 年第二季觀眾性別、年齡分佈比較



(二) 新聞節個別 YouTube 頻道表現總覽

1. 「公視新聞網」 頻道表現分析

本頻道 2024 年第二季累積觀看次數較第一季下降 7.4%，主因為第一季有多場總統、副總統辯論會直播帶進流量，因此本季觀看次數相比之下稍微下滑。

國會職權修訂案送立院審理期間，新聞網直播多場院會現場，最高觀看次數 170,041、最高在線人數超過 3,000。

影片標題	觀看數	影片長度	完成度	按讚	留言	分享	訂閱
1. 台中人口破285萬創歷史新高 周遭南投、彰化難擋人口流失 20240423 公視晚間新聞	174,156	00:02:29	58.87%	856	253	1,221	121
2. 【#PLive】國會改革5法立法院再戰 續審藐視國會罪等法案 現場直播	170,041	11:54:59	1.32%	920	37	745	241
3. 川普募款活動爆狂言 如中犯台「美將轟炸北京」 20240530 公視新聞全球話	161,505	00:02:06	63.31%	1,051	659	479	175
4. 共軍宣布環台軍演引關注 日美與盟國再向北京表態 20240523 公視晚間新聞	160,442	00:02:32	56.12%	914	539	326	179
5. 一貫道信眾入境中國 被控發展組織遭扣留多日 20231227 公視晚間新聞	152,730	00:02:15	40.07%	677	374	2,548	120
總計	25,198,272	00:40:14	20.47%	175,725	56,329	158,158	21,584

2. 「P#新聞實驗室」 頻道表現分析

本頻道 2024 年第二季累積觀看次數較上一季增加 52.3%，有 1 集影音累積觀看次數超過 36 萬，5 集影音累積觀看次數在 10 萬至 30 萬。

觀察整體頻道表現，多則青年議題相關影片均有不錯成效，頻道收看觀眾年齡也以 25-34 歲為最大宗，顯示頻道議題有成功吸引到受眾。

2023 年 7 月 26 日發布的「洗腎年輕化」持續發揮長尾效應，2024 年第二季再度收穫 213,503 次觀看數，累積至今已突破百萬至 1,181,384。

影片標題	觀看數	影片長度	完成度	按讚	留言	分享	訂閱
1. 泰國大麻觀光化台灣客是主力之一 開放2年為何重下禁令？ 公視P# 新聞實驗室	361,569	12:11	38%	3,367	315	2,899	1,595
2. 情感寄託？情色商品？娃娃為什麼迷上矽膠娃娃？ 公視P# 新聞實驗室	328,838	12:07	29%	3,606	464	2,981	705
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	213,503	12:07	31%	1,667	98	2,144	954
4. 看棒球也看啦啦隊 為何韓籍外援越來越多？ 公視P# 新聞實驗室	209,726	12:09	39%	2,969	464	1,443	611
5. 【長大的煩惱】學生乖乖讀書就好，有什麼好煩惱？是什麼把青少年推向自殺邊緣？ 公視P# 新聞實驗室	162,127	12:08	37%	6,187	408	2,131	858
總計	2,323,323	12:07	35%	34,153	3,082	22,969	8,425

3. 「我們的島」 頻道表現分析

本頻道 2024 年第二季累積觀看次數較前一季增加 118.7%：製作團隊把握「0403 花蓮地震」議題熱度，當週迅速產製相關內容，上榜前 5 名中有 2 則為地震分析報導，而 2020 年上架的「921 大地震」回顧專題也同樣獲得民眾關注。

此外，第二季觀看數第 1 名為 Shorts「你的安平古堡不是你的安平古堡」，獲得 Youtube Shorts 的演算推薦，共有 755,247 次觀看數。

影片標題	觀看數 ▾	影片長度	完成度	按讚	留言	分享	訂閱
1.. 你所看到的安平古堡不是安平古堡! ? #shorts	755,247	00:00:36	79.55%	16,432	321	3,017	1,789
2.. ⚠️ 403地震：花蓮站被抬升了45公分！科學家們如何做調查？還有觀察到哪些現象？ 公視我們的島第1251集 2024.2024.04.15	197,673	00:07:49	41.94%	3,697	107	1,234	1,181
3.. 從交通專業分析花東三法 ft. 淡江大學運輸管理系教授 張勝雄 公視我們的島【聽專家怎麼說04...	156,144	00:15:17	28.3%	4,728	561	2,904	657
4.. ⚠️ 震撼 403：這些建築物為何會倒下 有什麼共通點嗎？ 921地震以來最大規模強震 超過700起的餘震 (公視我們的島 第1250集 2024-04-08)	142,401	00:32:39	28.82%	2,831	152	1,687	619
5.. 【看當年】九二一大地震 1999年 公視我們的島 穿梭島嶼二十年	124,731	00:00:57	65.12%	450	16	695	143
總計	3,981,106	00:24:04	27.5%	72,344	5,099	47,036	13,450

4. 「獨立特派員」頻道表現分析

本頻道 2024 年第二季累積觀看次數較前一季增加 16.5%。觀察整體頻道表現，當季節目「阿里山小火車復駛」與「0403 地震」因把握議題時效性，均獲得良好成績。此外受 0403 地震影響，2022 年製作的「921 回顧專題」也獲得 81,915 次觀看數。

2024 年第一季發布的「緬甸青年投身反抗軍」持續發揮長尾效應，第二季觀看數 104,984 次，累積共 222,973 次觀看數。

影片標題	觀看數	影片長度	完成度	按讚	留言	分享	訂閱
1.. 歷經15年修復，阿里山小火車將全線復駛！ 林鐵通到阿里山 公視 #獨立特派員 第850集 20240501	346,564	00:16:55	35.49%	3,319	117	5,163	837
2.. 緬甸青年投身反抗軍，對抗軍政府求自由 緬甸煙硝 - 戰火下的青春 公視 #獨立特派員 第837集 20240124	104,984	00:19:45	30.98%	1,164	98	341	566
3.. 麥當勞在台40年，速食帝國的興衰起落 金色拱門帝國 公視 #獨立特派員 第849集 20240424	85,671	00:17:30	36.79%	1,223	148	564	379
4.. 921大地震23週年，台灣沉痛且深刻的一天。 回望921 公視 #獨立特派員 第770集 20221005	81,915	00:17:14	25.41%	404	16	367	134
5.. 921後最強震，403地震災情第一線觀察！ 0403花蓮逆斷層強震 公視 #獨立特派員 第847集 20240410	65,944	00:16:38	31.84%	826	40	431	195
總計	2,517,543	00:14:16	31.31%	34,283	3,693	38,478	8,194

5. 「東南亞語新聞」 頻道表現分析

本頻道 2024 年第二季累積觀看次數較上一季增加 17.3%，影片完成度均超過 50%。

觀察頻道表現，單則影片累積觀看數前 3 名中，有 2 則與「0403 花蓮地震」相關，依序為：【4 月 3 日越南語新聞「花蓮天王星大樓倒塌 住戶求救】、【4 月 23 日越南語新聞「餘震不斷 富凱大樓、統帥飯店傾斜」】。

影片標題	觀看數 ▾	影片長度	完成度	按讚	留言	分享	訂閱
1.. 20240403 Bản tin tiếng Việt PTS Đài Loan 公視越南語新聞	15,291	00:08:58	62.73%	542	36	1,267	77
2.. 20240423 Bản tin tiếng Việt PTS Đài Loan 公視越南語新聞	13,005	00:08:01	64.88%	484	32	574	23
3.. 20240415 Bản tin tiếng Việt PTS Đài Loan 公視越南語新聞	12,357	00:08:01	65.22%	425	38	374	34
4.. 20240416 Bản tin tiếng Việt PTS Đài Loan 公視越南語新聞	12,313	00:08:01	61.58%	447	30	157	45
5.. 2024 Warta Berita PTS Taiwan 公視印尼語新聞	12,063	00:07:19	50.23%	603	30	181	49
總計	932,285	00:04:57	59.73%	39,825	1,995	12,192	2,449

6. 「有話好說」 頻道表現分析

本頻道 2024 年第二季累積觀看次數較上一季大幅上升 62.6%。

伴隨第 16 屆總統、副總統就職，新政府的施政方向受到民眾關注，共有 3 則相關影片上榜，其中第 1 名【中國聯合利劍 2024A 演習！回應賴清德總統演說？共軍犯台演練？國軍批不理性挑釁 破壞區域和平！】累積 205,095 次觀看。

6 月 26 日直播影片【新冠.流感.諾羅.腸病毒.RSV.黴漿菌！防疫大作戰！COVID 流行期！7 月中旬高原期？XBB 疫苗加強保護力！】同樣把握議題時效性，觀看數累積迅速，僅一週便獲得 100,292 次觀看。

影片標題	觀看數	影片長度	完成度	按讚	留言	分享	訂閱
1.. 中國聯合利劍2024A演習！回應賴清德總統演說？共軍犯台演練？國軍批不理性挑釁 破壞區域和平！(公共電視 - 有話好說)	205,095	00:57:16	15.63%	997	417	485	752
2.. 賴總統：兩岸互不隸屬！延續蔡路線？防中改變現狀？中：賴提兩國論！美：歡迎賴維持兩岸關係現狀承諾！(公共電視 - 有話好說)	133,539	00:57:46	16.38%	860	265	353	681
3.. 新冠.流感.諾羅.腸病毒.RSV.黴漿菌！防疫大作戰！COVID流行期！7月中旬高原期？XBB疫苗加強保護力！(公共電視 - 有話好說)	100,292	00:57:41	10.62%	613	59	1,787	358
4.. 賴清德國安團隊亮相！藍委參訪中國釋善意？台海升溫！兩岸關係下一步？賴習各有盤算？(公共電視 - 有話好說)	88,232	00:57:36	15.05%	610	145	334	339
5.. 解職于北辰！退將寧願統不願被綠執政？KMT風暴！(公共電視 - 有話好說)	80,108	00:56:00	13.82%	679	211	507	246
總計	1,529,301	00:39:47	16.37%	13,563	2,885	13,377	6,245

7. 「紀錄觀點」 頻道表現分析

本頻道 2024 年第二季累積觀看次數較前一季下滑 64.7%。

自製紀錄片《神殿》持續發揮長尾效應，本季獲得 57,060 次觀看數，累積觀看數共 699,052 次。

影片標題	觀看數	影片長度	完成度	按讚	留言	分享	訂閱
1.. 尋找台灣特有珍貴古老樹種 高山上的巨木 紀錄片【神 殿】 正版線上看 柯金源	57,060	01:00:46	27.54%	844	17	1,161	550
2.. 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	9,121	00:59:05	23.23%	106	12	124	72
3.. 【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	8,006	00:59:28	20.05%	83	1	117	48
4.. 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	7,038	00:57:41	15.19%	67	4	59	41
5.. 紀錄觀點【公娼啟示錄】 為什麼她們不願「從良」 紀錄片 線上看	5,849	00:53:54	18.36%	77	5	102	34
總計	167,299	00:21:33	21.79%	2,425	95	3,217	1,102

肆、公視頻道第三季節目策略

公視頻道 2024 年第三季節目排檔規劃，重心放在新製連續劇、國際合製紀錄片及奧運轉播為主。第三季重點節目與新上檔節目安排說明如下：

一、新聞報導節目

「公視晚間新聞」第三季重點特別規劃專題《巴黎奧運點將錄》系列報導，為台灣參賽選手加油。「我們的島」第三季重點專題規劃包括：《能源轉型-台灣篇--光電怎麼走？》、《能源轉型-日本篇--公民電廠的發展以及農電共生可行嗎？》。「獨立特派員」第三季重點專題規劃包括：《外勞仲介陷阱相關報導》專題報導及《台灣漁村足跡-消失與再生》專題報導。

二、國際合製旗艦紀錄片

由台灣公視與日本 NHK 合作的「神木之森：阿里山森林鐵道紀行」，首度以人眼最能夠辨識的最高品質 8K 拍攝，並結合 22.2 聲道收音技術，將阿里山的壯麗景觀與豐富森林鐵道文化呈現給世人。

三、奧運特別節目

「巴黎奧運觀戰攻略」介紹奧運各項運動中，世界排名最強的選手，包括奪得 2022 東京奧運金牌的台灣羽球選手李洋、王齊麟以及世界羽球球后戴資穎也包含其中。

四、兒少節目

兒童動畫「小恐龍大冒險」第二、三季根據同名暢銷童書改編，故事描述四隻小恐龍與神秘巨大恐龍 *Gigantopsaurus* 的每日冒險。由美國、加拿大及法國共同製作，打造出樂趣橫生的白堊紀世界。新一季裡也出現許多新朋友，包括小霸王龍和海龜朋友等等，雖然遇到很多困難，但大家總是團結合作，發揮各自的優勢來解決問題。

五、紀錄片

紀錄觀點 2024 年第三季將推出 12 部新製紀錄片。「在聖堂裡的一場演出」是一部以當代藝術、聲響創作以及考古學為主題的紀錄片，透過這三個領域的交會，呈現一段跨越不同

時代與地點的旅程。

考古團隊在北台灣和平島找到了十七世紀諸聖教堂的完整牆基以及墓葬，從這個考古現場出發，本片導演策劃了一場跨領域的音樂演出。這些影像以及聲響，最終與考古的物質碎片一起匯聚在這部影片當中。

「風催肉身」講述在人類社會進入有著絢麗外殼的新黑暗時代後，一位失業且無法申辦信貸者，在只能申辦由帝國規劃的「協助優化生物功能貸款專案」後抵達「候轉區」，於等待成為生物實驗耗材的過程中，逐漸體悟到看似「無用」的其他被拋棄者，在沒有任何出路的环境中，如何開始重建主體的另一種認識論。

六、新上檔連續劇

首部二戰懸疑劇集「聽海湧」描繪台灣青年在二戰期間被日本徵召前往婆羅洲，替日軍監看戰爭中捕獲的盟軍戰俘，卻捲入一場冷血屠殺，並在戰後被盟軍檢察官指控犯下虐待戰俘罪行，他們積極求生，只為回家。公視頻道 8 月 17 日起，週六 21:00 播出。



果陀娛樂於 2020 年和公視合作的人生劇展「人生清理員」，在播出後受到各界好評，包括入圍了第五十六屆金鐘獎七項大獎，以及海外紐約電視電影獎等，在收到觀眾熱烈迴響，以及希望能讓「孤獨死」這個議題可以獲得更多人的關注；第三季將推出

《人生清理員》影集版，不僅打造全新故事，也邀請到全新卡司，包含金士傑、鳳小岳、宋芸樺、黃冠智和蔡嘉茵等耳目一新的堅強陣容，希望透過影集版更多的篇幅，帶給大家更深刻，更動人的故事。公視頻道 9 月 7 日起，週六 21:00 播出。



七、經典電影院

第三季推出 5 部新上檔電影。「過時·過節」以一個家庭的冬至飯局作為主軸，八年前家庭發生了一場混亂的冬至飯，引發出各個家庭成員之間的矛盾，家中眾人為重修關係、安排一頓冬至飯而傷透腦筋。

韓國電影「愛的禮讚」影片以都更規劃社區裡的「長壽超市」為中心發展的故事，在超市工作脾氣暴躁的爺爺金星七住在一座即將進行都市更新的小鎮，每天除了忍受超市老闆長壽不斷遊說他同意城鎮再造計劃外，過著除了工作外毫無變化的獨居生活。直到認識了與單親母親金敏靜一同開設花店的奶奶任金妮，與金妮一起，他有了許多意想不到的新奇體驗，但是隨著兩人感情的增溫，星七也漸漸發現他與金妮的相遇並不是偶然。

八、藝術表演節目

公視表演廳轉播各類型藝術演出，第三季推出 5 部作品，包括：臺灣豫劇團 70 週年團慶作品「鏢客」，邀請編劇劉建勳為豫劇團量身打造這齣充滿將胡風的武俠風格演出，既符合臺灣豫劇團特性又讓劇團主要演員各自散發舞台魅力，故事從江湖鏢客出發，卻為了守護目標而形成緊密關係，凝聚彼此力量，隱隱呼應臺灣豫劇團七十年團慶。

由拾念劇集、無獨有偶、施如芳創作結合當代偶戲與南北管之島嶼共同演出的奇幻音樂劇「鯨之鳴」，以臺灣島的地理意合科普知識的敘事策略，形塑出「屬於臺灣自有的山海經」寓言故事。導演李易修、邀請施如芳編劇，集結兩團各領域藝術成員，擴大探索南北管與偶戲的無限可能，並透過有趣的地理視角，喚起我們對這塊土地的共鳴。

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，2024 年第二季樣本戶約 2058 個家庭戶、6511 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。

$$\text{個人收視率(\%)} = \frac{\text{收看某一個節目或頻道人口數(『000)}}{\text{母體人口數(『000)}} \times 100\%$$

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 頁 3