



公共電視 2023 年第三季
收視季報告

企劃部

2023.10

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.....	35
六、重點節目一週六 2100 時段收視分析.....	37
七、重點節目一週日 1230 經典電影院收視分析.....	39
八、重點節目一週日 2000 時段節目收視分析.....	40
九、重點節目一週日 2200 時段節目收視分析.....	41
貳、公視+ 與 YouTube 第三季收視成效.....	43
參、公視新聞網與新聞節目 YouTube 第三季經營成效.....	62
肆、公視頻道第四季節目策略.....	82
附件：收視相關名詞解釋.....	85

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 年第三季平均 0.11，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 年第三季收視略為下降。

公視頻道季平均收視率

	2021 第二季	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
頻道收視 0600-0159	0.16	0.20	0.13	0.12	0.12	0.11	0.12	0.13	0.13	0.11
晚間時段 1830-2359	0.32	0.42	0.30	0.25	0.26	0.23	0.25	0.28	0.27	0.23

公視頻道月平均，2023年7月、8月平均皆為0.12，8月平均0.11。晚間時段7月平均0.24，8月平均0.23，9月平均0.22。

公視頻道月平均收視

年份	2022年						2023年								
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
頻道收視 (0600-0159)	0.12	0.10	0.11	0.13	0.11	0.11	0.12	0.13	0.14	0.15	0.11	0.11	0.12	0.12	0.11
晚間時段 (1830-2359)	0.25	0.22	0.22	0.28	0.22	0.24	0.24	0.29	0.30	0.34	0.23	0.23	0.24	0.23	0.22

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。5月至9月週六連續劇播出「最佳利益2、3」、「地獄里長」，週六平均收視維持在0.13至0.19之間。

公視頻道週間與週末收視比較

	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月	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
週間	0.09	0.09	0.10	0.09	0.10	0.10	0.09	0.09	0.11	0.09
週六	0.19	0.18	0.26	0.35	0.38	0.17	0.19	0.16	0.16	0.13
週日	0.16	0.16	0.17	0.17	0.15	0.16	0.15	0.16	0.15	0.15
平均	0.11	0.12	0.13	0.14	0.15	0.11	0.11	0.12	0.12	0.11

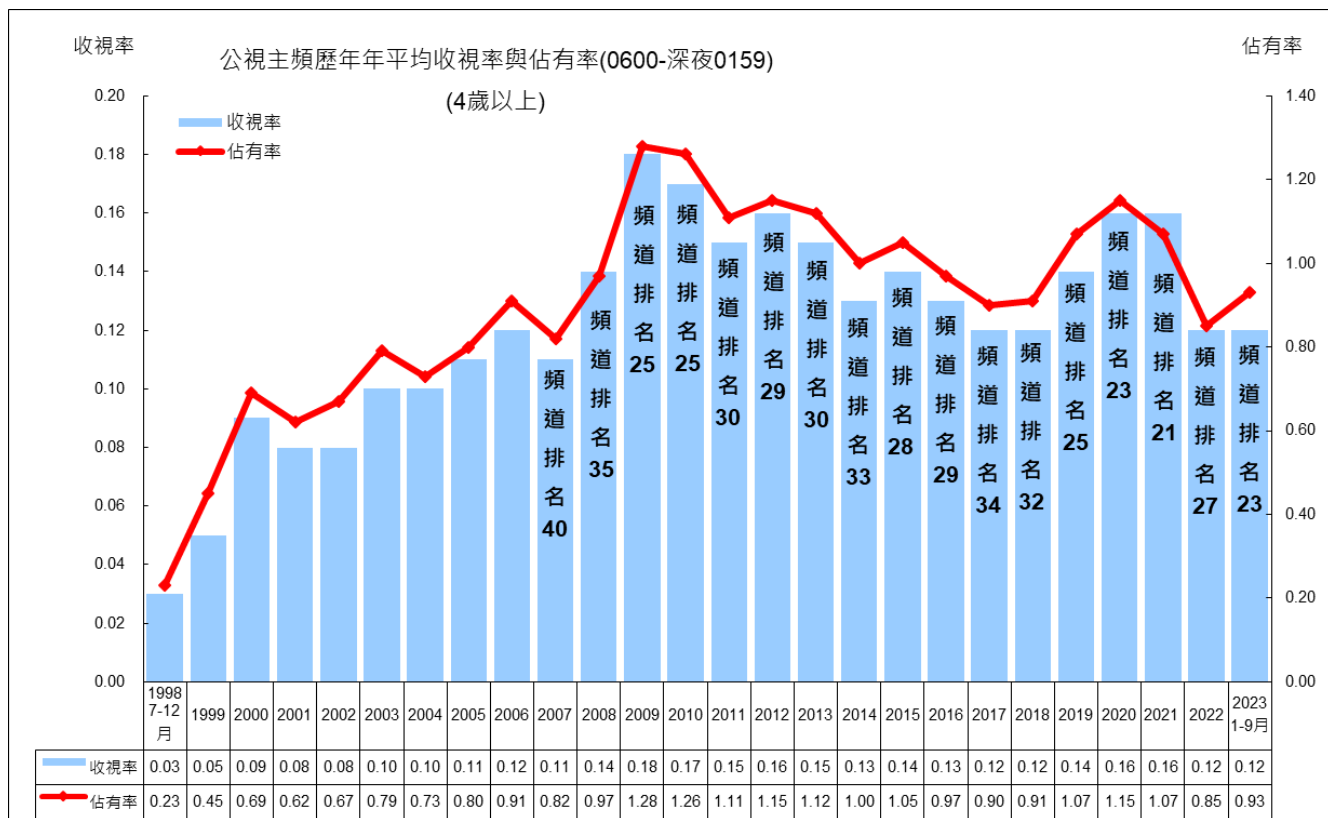
公視頻道 2023 年 7 月週六、週日平均收視皆為 0.16。7 月份收視較好的節目包括「一字千金筆武大匯」平均 0.75、「地獄里長」平均 0.65(「地獄里長」搶先看平均 0.52)、「誰來晚餐 14」平均 0.45、「八尺門的辯護人」平均 0.44、「全球現場漫遊天下」平均 0.40。

8 月以週六表現較好，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 0.86、「地獄里長」平均 0.66、「生態全紀錄西伯利亞虎重返大地」平均 0.59、「生態全紀錄卡達沙漠珍珠」平均 0.52、「生態全紀錄阿爾卑斯山腳下的仙境」平均 0.46、「誰來晚餐 14」平均 0.44、「全球現場深度週報」平均 0.42。

9 月以週日收視表現較好。收視表現較好的節目包括「一字千金筆武大匯」平均 0.80、「地獄里長」平均 0.69、「生態全紀錄加拿大奇蹟極北之地」平均 0.62、「杭州亞運開幕典禮」平均 0.54。

2、跨年收視比較

從跨年比較來看，公視頻道 2023 年前三季平均為 0.12，頻道排名第 23 名，頻道排名較 2022 年提升。晚間時段(1830 至 2359 時段)平均 0.26，頻道排名第 20 名，頻道平均及排名都較去年提升。



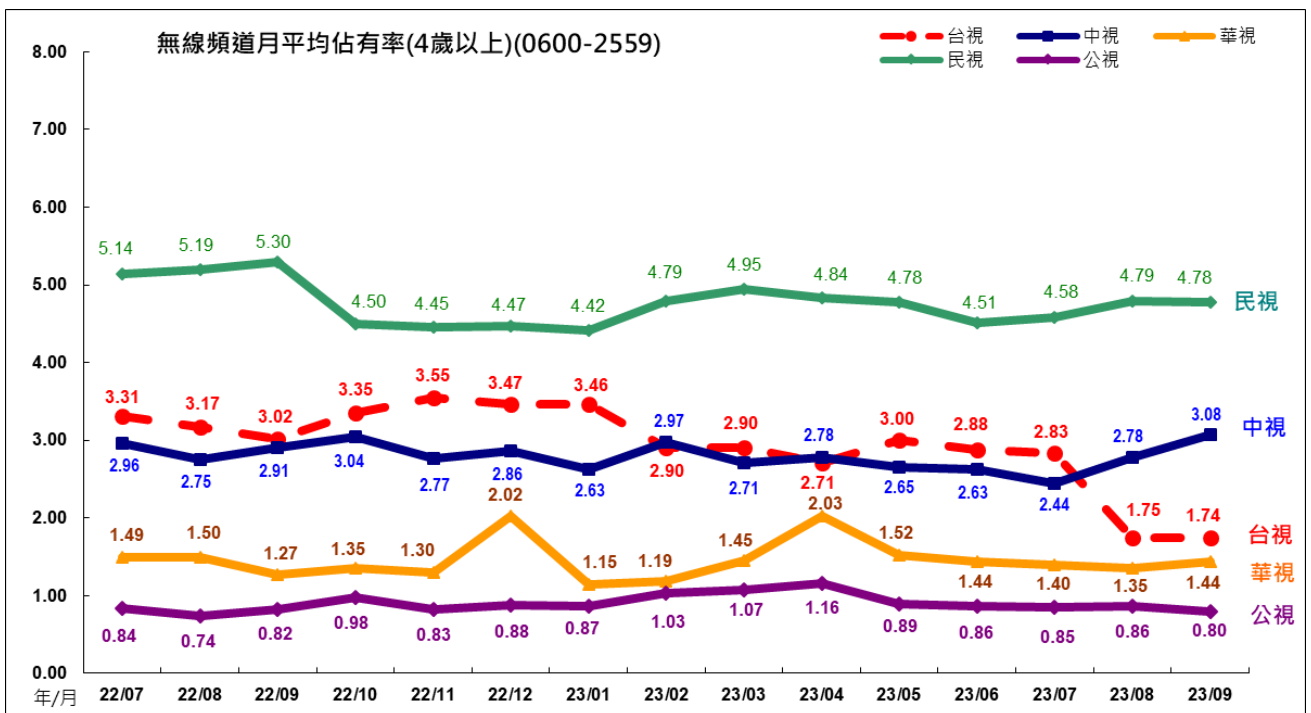
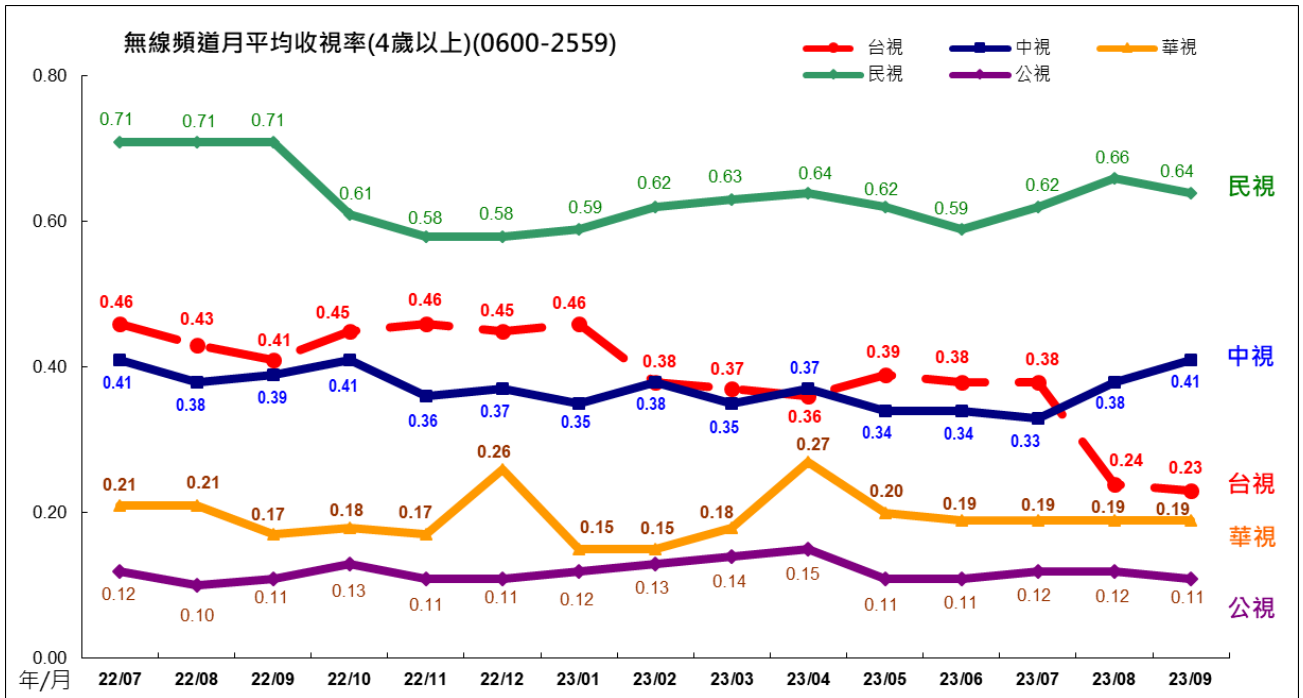
(二)無線區塊頻道收視觀察

2023 年第三季無線頻道收視，表現最佳仍為民視。民視第三季主要節目收視，週間 8 點連續劇「市井豪門」平均 3.82(2023 年第二季 3.48)、綜藝節目「綜藝大集合」平均 3.46(2023 年第二季 3.55)、「最強綜藝秀」平均 1.97(2023 年第二季 2.14)、「全能歌手」平均 1.52、「綜藝新時代」平均 1.11 (2023 年第二季 1.05)、「黃金歲月演唱會」平均 2.47、「民視晚間新聞」平均 0.88 (2023 年第二季 0.87)、「姊妹亮起來」平均 0.76(2023 年第二季 0.65)、「醫學大聯盟」平均 0.75(2023 年第二季 0.65)、「台灣傳奇」平均 0.98(2023 年第二季 0.88)、「豬哥亮經典秀」平均 0.94(2023 年第二季 0.82)、「牛車來去」平均 0.88。

台視 2023 年第三季期間節目收視以特別節目、連續劇、綜藝節目、新聞、卡通及實境節目收視最高。第三季收視較好節目包括特別節目「第 34 屆金曲獎頒獎典禮」平均 3.32、「第 34 屆金曲獎星光大道」平均 1.05、「第 34 屆金曲獎幕後花絮」平均 0.68，綜藝節目「綜藝 3 國智」平均 0.88，連續劇「美麗人生」平均 1.90(2023 年第二季 1.72)、「加油喜事」平均 0.51(2023 年第二季 0.56)、「生生世世」平均 0.44、新聞節目「台視晚間新聞」平均 1.33(2023 年第二季 1.36)、卡通「航海王 28」平均 1.19(2023 年第二季 1.20)、「航海王總集篇」平均 0.99(2023 年第二季 1.0)、實境節目「嗨營業中 2」平均 1.20(2023 年第二季 1.42)、「騎吧哈林小隊」平均 0.76、「山裡來了個熊孩子」平均 0.65、「神秘五金行」平均 0.45(2023 年第二季 0.54)、「光開門就很忙了」平均 0.37。

中視 2023 年第三季節目收視以綜藝節目、連續劇、新聞與旅遊節目表現最好，綜藝節目「我愛冰冰 Show」平均 2.09(2023 年第二季 2.22)、「飢餓遊戲」平均 1.37(2023 年第二季 1.45)、「綜藝玩很大」平均 1.11(2023 年第二季 1.18)、「中視新聞全球報導」平均 1.97(2023 年第二季 1.82)、連續劇「女兒大人加個賴」平均 1.34、「夢華錄」平均 0.89、旅遊節目「大陸尋奇」平均 0.95(2023 年第二季 0.95)、益智綜藝節目「全民星攻略」平均 0.66(2023 年第二季 0.63)。

華視 2023 年第三季收視較佳節目包括卡通「新名偵探柯南」平均 1.13、「名偵探柯南」平均 0.97(2023 年第二季 0.97)、「新哆啦 A 夢」平均 0.62(2023 年第二季 0.70)、「烏龍派出所」平均 0.47(2023 年第二季 0.51)、綜藝節目「天才衝衝衝」平均 0.84(2023 年第二季 0.96)、「華視晚間新聞」平均 0.53(2023 年第二季 0.59)、實境節目「花甲少年趣旅行」平均 0.58(2023 年第二季 0.61)、「我們這一攤」平均 0.43，連續劇「有生之年」平均 0.49。



(三) 第三季其他頻道收視觀察

2023年第三季頻道第一名為 TVBS 新聞台，平均 0.69；第二名為民視，平均 0.64；第三名為東森新聞，平均 0.55。其他無線頻道部份，台視平均 0.29，排名第 9 名，收視及排名皆較前一季下降；中視平均 0.37，排名第 7 名，排名與收視較前一季上升；華視平均 0.19，排名第 13 名，收視及排名較前一季下降；公視頻道平均 0.11，排名第 28 名，收視及排名較前一季下降。

2023 年第二季與第三季頻道收視與排名比較(資料期間 0600 至深夜 0159 時段)

2023 年第二季					2023 年第三季				
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	0.63	136.3	4.86	1	TVBS 新聞台	0.69	148.8	5.09
2	FTV/民視	0.61	132.2	4.71	2	FTV/民視	0.64	137.9	4.72
3	東森新聞	0.50	107.7	3.84	3	東森新聞	0.55	119.4	4.08
4	三立台灣	0.50	106.9	3.81	4	三立新聞	0.53	113.1	3.87
5	三立新聞	0.45	96.8	3.45	5	民視新聞	0.49	105.0	3.59
6	民視新聞	0.44	95.1	3.39	6	三立台灣	0.49	104.6	3.58
7	TTV/台視	0.37	80.4	2.86	7	CTV/中視	0.37	80.7	2.76
8	CTV/中視	0.35	75.4	2.69	8	非凡新聞	0.29	62.1	2.12
9	TVBS	0.30	64.2	2.29	9	TTV/台視	0.29	61.7	2.11
10	非凡新聞	0.27	58.7	2.09	10	年代新聞台	0.28	60.0	2.05
11	年代新聞台	0.26	56.0	1.99	11	TVBS	0.27	57.2	1.96
12	CTS/華視	0.22	46.6	1.66	12	東森財經新聞台	0.19	41.8	1.43
13	東森財經新聞台	0.19	40.1	1.43	13	CTS/華視	0.19	40.9	1.40
14	中視新聞台	0.18	38.5	1.37	14	中視新聞台	0.19	40.1	1.37
15	壹新聞	0.17	36.9	1.32	15	GTV 戲劇台	0.18	39.8	1.36
16	東森戲劇台	0.16	34.4	1.22	16	壹新聞	0.18	39.3	1.34
17	緯來體育	0.15	33.3	1.19	17	華視新聞資訊台	0.14	31.1	1.06
18	YOYO	0.14	31.2	1.11	18	YOYO	0.14	30.6	1.05
19	東森綜合	0.14	30.9	1.10	19	東森綜合	0.14	30.4	1.04
20	緯來日本	0.14	29.4	1.05	20	東森戲劇台	0.13	28.3	0.97
21	GTV 戲劇台	0.14	29.2	1.04	21	緯來日本	0.13	28.2	0.97
22	衛視中文	0.14	29.1	1.04	22	緯來體育	0.13	27.7	0.95
23	PTV/公共電視	0.13	27.2	0.97	23	中天娛樂台	0.12	26.6	0.91
24	中天娛樂台	0.12	26.3	0.94	24	緯來電影台	0.12	26.2	0.90
25	華視新聞資訊台	0.12	25.5	0.91	25	衛視中文	0.12	26.1	0.89
26	TVBS 歡樂台	0.12	25.2	0.90	26	台視新聞台	0.12	25.4	0.87

2023 年第二季					2023 年第三季				
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
27	衛視電影	0.11	24.0	0.85	27	東森電影	0.12	24.8	0.85
28	台視新聞台	0.11	23.1	0.82	28	PTV/公共電視	0.11	24.5	0.84
29	三立都會	0.10	22.5	0.80	29	衛視電影	0.11	24.0	0.82
30	東森電影	0.10	22.3	0.79	30	三立都會	0.11	23.3	0.80
31	緯來電影台	0.10	22.0	0.78	31	緯來育樂台	0.10	22.1	0.76
32	緯來育樂台	0.10	20.9	0.74	32	TVBS 歡樂台	0.10	20.8	0.71
33	中天綜合台	0.09	20.1	0.71	33	Cartoon network	0.09	19.8	0.68
34	緯來戲劇台	0.09	19.8	0.71	34	緯來戲劇台	0.09	19.7	0.67
35	超級電視	0.09	19.3	0.69	35	超級電視	0.09	18.9	0.65
36	緯來綜合	0.08	18.3	0.65	36	MOMO 親子台	0.09	18.7	0.64
37	東森洋片台	0.08	17.8	0.63	37	緯來綜合	0.09	18.7	0.64
38	HBO 電影	0.08	17.2	0.61	38	GTV 第一台	0.08	17.5	0.60
39	MOMO 親子台	0.08	16.3	0.58	39	中天綜合台	0.08	17.4	0.60
40	Cartoon network	0.07	16.1	0.57	40	東森洋片台	0.08	17.3	0.59
41	MUCH	0.07	16.1	0.57	41	台視財經台	0.08	16.4	0.56
42	台視財經台	0.07	14.5	0.52	42	HBO 電影	0.07	15.3	0.52
43	Star Movies Gold	0.06	13.7	0.49	43	三立財經台	0.07	15.2	0.52
44	好萊塢電影	0.06	13.3	0.47	44	MUCH	0.07	14.1	0.48
45	GTV 綜合台	0.06	12.7	0.45	45	GTV 綜合台	0.06	13.5	0.46
46	大愛電視	0.06	12.6	0.45	46	Star Movies Gold	0.06	13.4	0.46
47	三立財經台	0.05	11.7	0.42	47	好萊塢電影	0.06	12.8	0.44
48	JET 綜合台	0.05	11.5	0.41	48	LS Time 電影台	0.05	11.2	0.38
49	GTV 第一台	0.05	11.2	0.40	49	大愛電視	0.05	11.1	0.38
50	LS Time 電影台	0.05	11.2	0.40	50	高點綜合台	0.05	11.1	0.38
51	民視第一台	0.05	11.1	0.40	51	東風衛視	0.04	9.6	0.33
52	高點綜合台	0.05	10.6	0.38	52	Cinemax 電影	0.04	9.5	0.32
53	Cinemax 電影	0.05	10.0	0.36	53	民視第一台	0.04	9.2	0.31
54	東風衛視	0.05	9.8	0.35	54	JET 綜合台	0.04	9.1	0.31
55	ELEVEN 體育一台	0.04	9.2	0.33	55	動作頻道	0.04	8.8	0.30
56	動作頻道	0.04	9.0	0.32	56	ELEVEN 體育二台	0.04	8.4	0.29
57	MOMO 綜合台	0.04	8.9	0.32	57	動物星球	0.04	8.2	0.28
58	ELEVEN 體育二台	0.04	8.8	0.31	58	MOMO 綜合台	0.03	6.4	0.22
59	動物星球	0.03	7.5	0.27	59	Z/全日通	0.03	6.2	0.21
60	探索頻道	0.03	6.7	0.24	60	ELEVEN 體育一台	0.03	6.0	0.21
61	中視菁采台	0.03	6.2	0.22	61	探索頻道	0.03	5.6	0.19
62	全日通	0.03	6.0	0.21	62	國興衛視	0.03	5.5	0.19
63	台視綜合台	0.03	5.6	0.20	63	中視菁采台	0.02	5.1	0.17

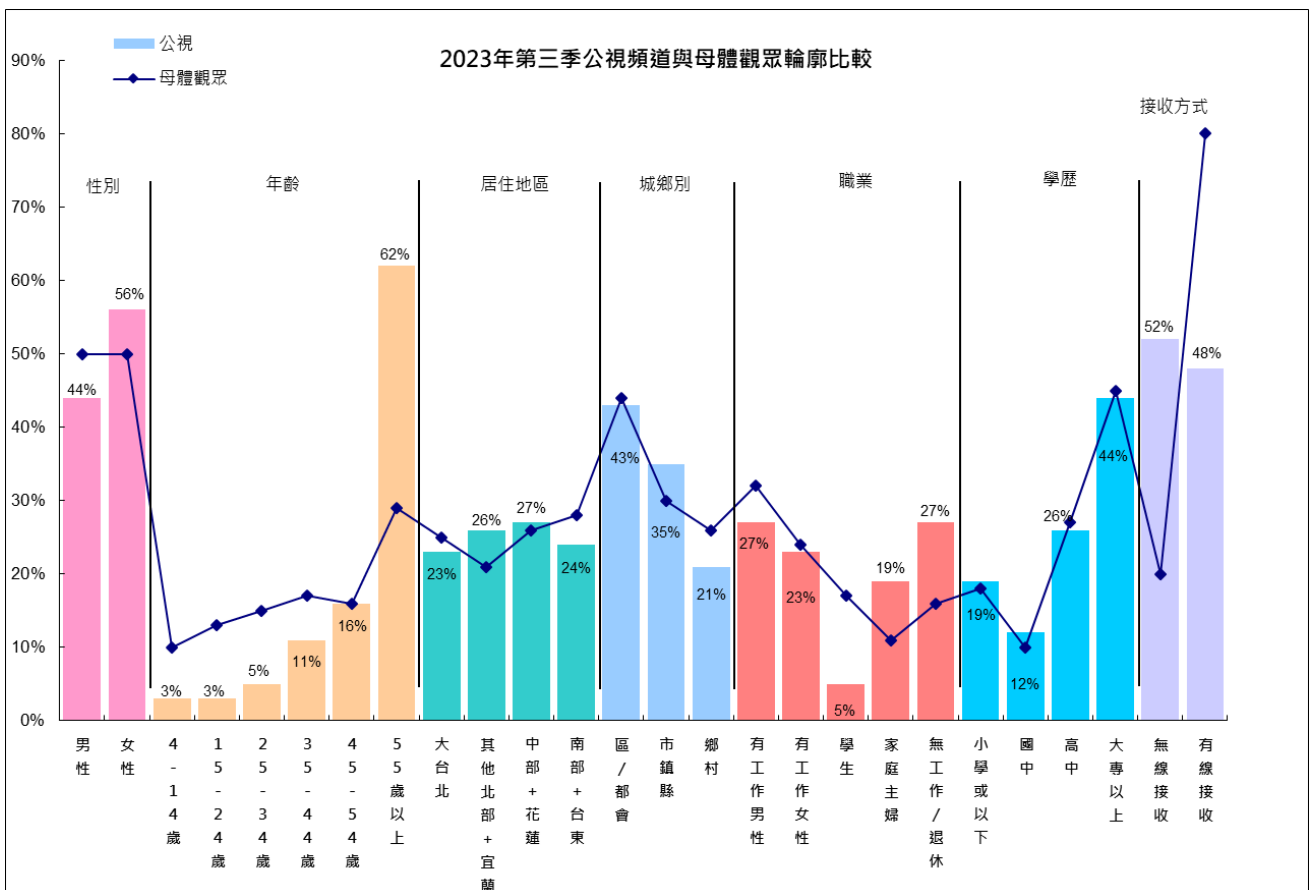
2023 年第二季					2023 年第三季				
排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率	排名	頻道名稱	收視率	平均收視 千人數	佔有率
64	國家地理頻道	0.03	5.6	0.20	64	台視綜合台	0.02	5.0	0.17
65	國興衛視	0.02	5.0	0.18	65	Star World	0.02	4.4	0.15
66	民視台灣台	0.02	4.5	0.16	66	國家地理頻道	0.02	4.3	0.15
67	非凡商業	0.02	3.8	0.13	67	ANIMAX	0.02	4.2	0.14
68	中視經典台	0.02	3.8	0.13	68	民視台灣台	0.02	4.0	0.14
69	Star World	0.02	3.7	0.13	69	中視經典台	0.02	3.9	0.13
70	ANIMAX	0.02	3.4	0.12	70	非凡商業	0.02	3.7	0.13
71	旅遊生活頻道	0.02	3.4	0.12	71	旅遊生活頻道	0.01	3.0	0.10
72	音樂電視	0.01	1.7	0.06	72	音樂電視	0.01	1.3	0.04
73	GTV 娛樂台	0.00	1.0	0.04	73	鏡新聞	0.01	1.1	0.04
74	HBO HD	0.00	0.5	0.02	74	GTV 娛樂台	0.00	0.7	0.02
75	華視國會 1 台	0.00	0.0	0.00	75	HBO HD	0.00	0.4	0.02
76	華視國會 2 台	0.00	0.0	0.00	76	華視國會 1 台	0.00	0.1	0.00
					77	華視國會 2 台	0.00	0.1	0.00
	All Channel	13.03	2806.6	100.00		All Channel	13.58	2924.1	100.00

二、公視頻道整體觀眾輪廓比較

公視頻道 2023 年第三季觀眾輪廓，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，52%觀眾來自無線收看。

(一) 第三季公視頻道觀眾輪廓與母體比較

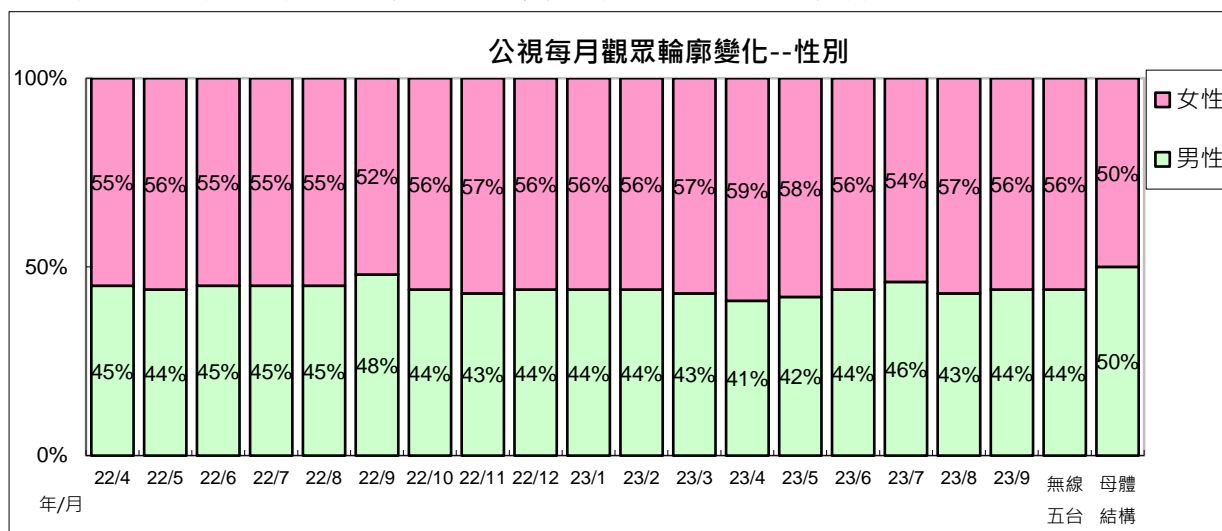
- 1、性別：公視頻道觀眾以女性較多，佔 56%，高於母體比例分佈。
- 2、年齡：公視 45-54 歲觀眾比例與母體結構相近，44 歲以下觀眾比例低於母體觀眾結構，55 歲以上佔 62%，比例最高。
- 3、地區：公視觀眾的居住地區比例分佈，以中部加花蓮比例最高，佔 27%，其次為其他北部加宜蘭，佔 26%。
- 4、城鄉：公視的觀眾市鎮縣佔 35%，比例高於母體觀眾結構。都會區佔 43%，與母體結構相近。鄉村佔 21%，比例低於母體觀眾結構。
- 5、職業：公視的家庭主婦、無工作退休族群，比例高於母體結構。有工作女性與母體結構接近。有工作男性及學生比例低於母體結構。
- 6、教育程度：公視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 52%，高於母體觀眾結構。



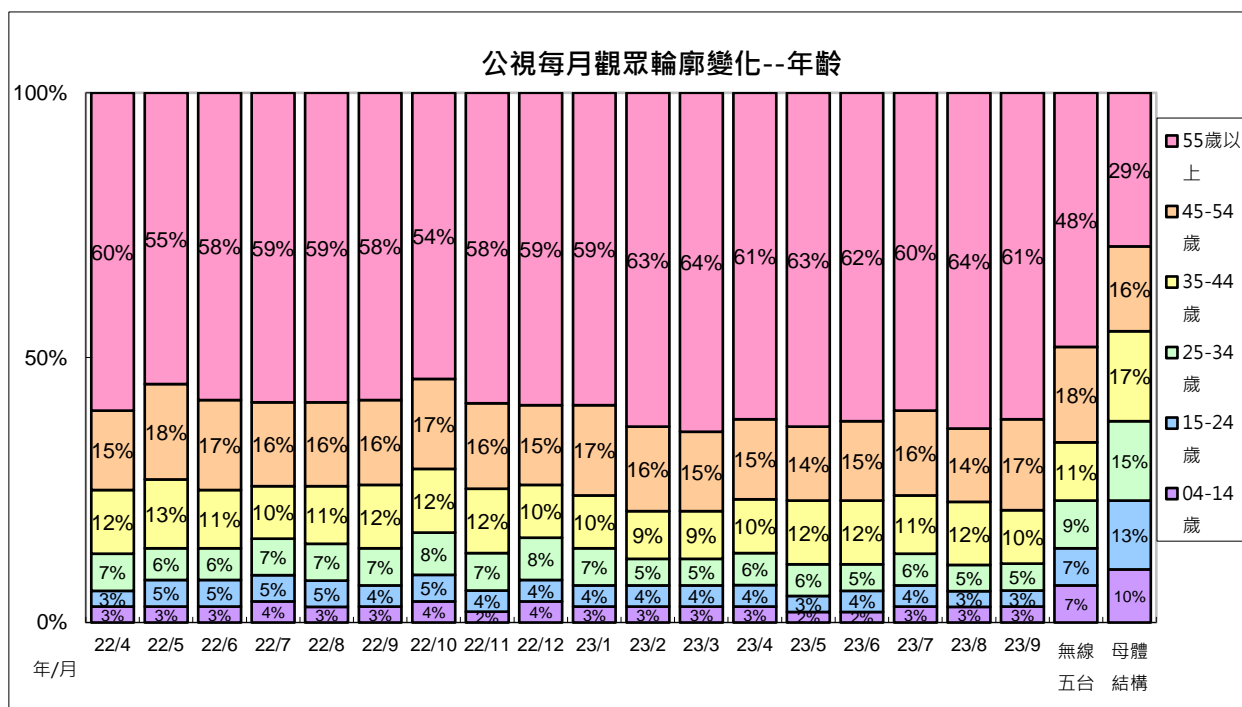
(二)公視頻道各月份觀眾輪廓比較

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：

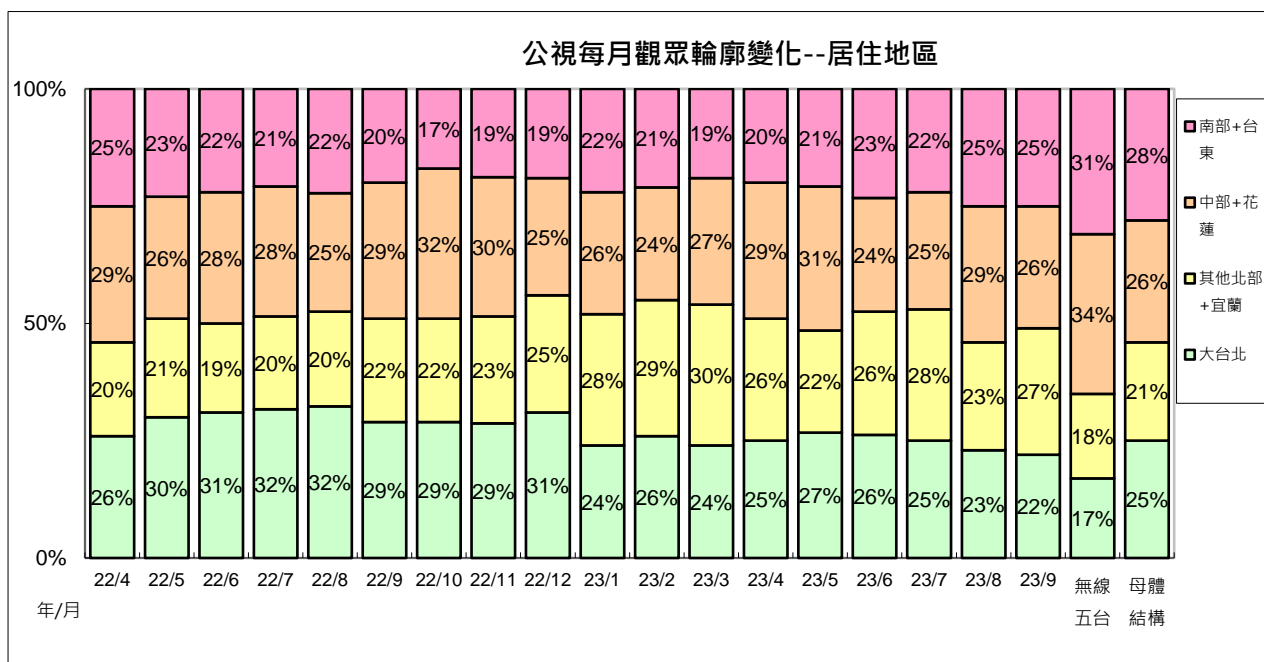
- 1、性別：公視觀眾男女比例約維持在 50% 上下，呈現女性多於男性的比例分佈。2023 年 7 月男性觀眾比例上升，主要是受益智實境節目及連續劇的影響。



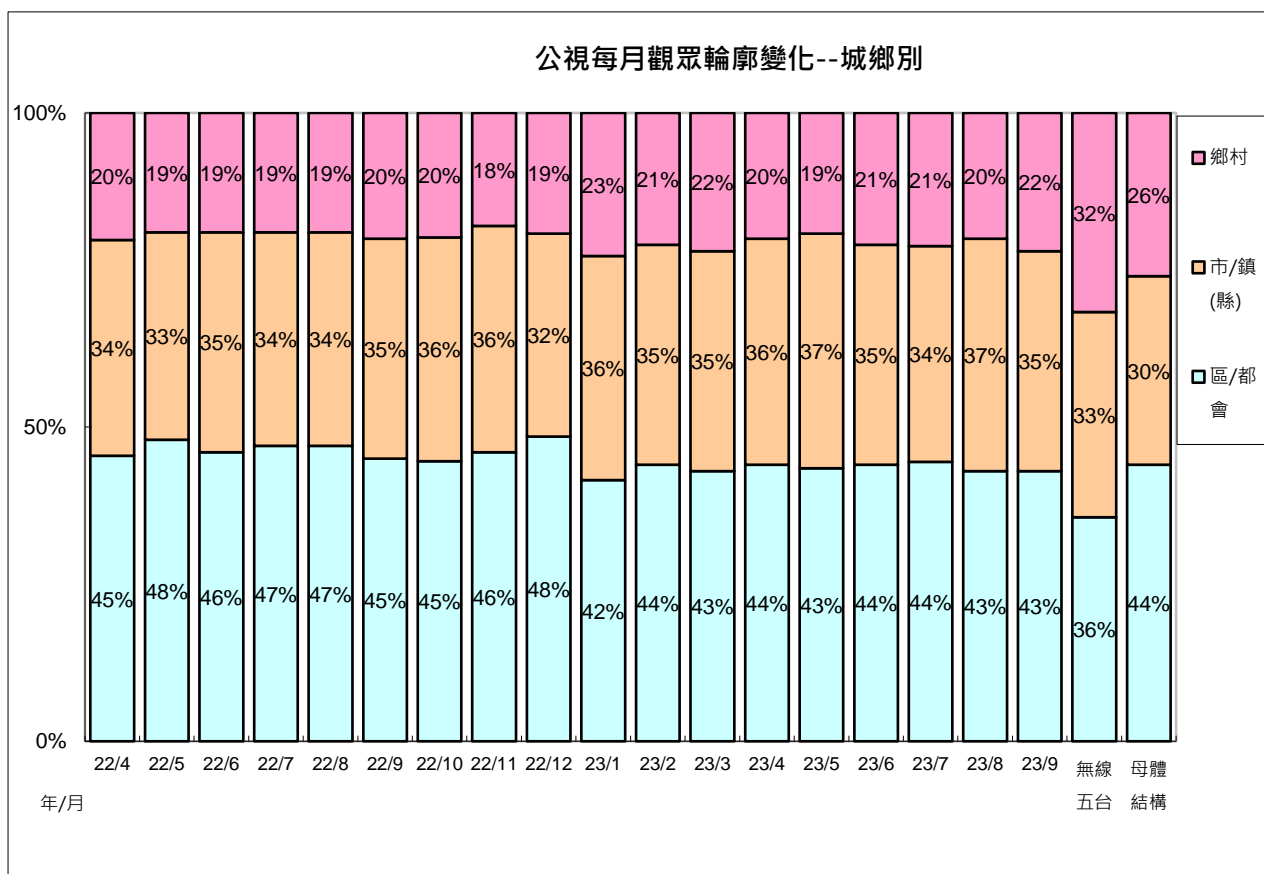
- 2、年齡：45 歲以上觀眾為公視頻道主要收視年齡層。2023 年 8 月受「一字千金筆武大滙」、「生態全紀錄」影響，55 歲以上觀眾比例達 64%。



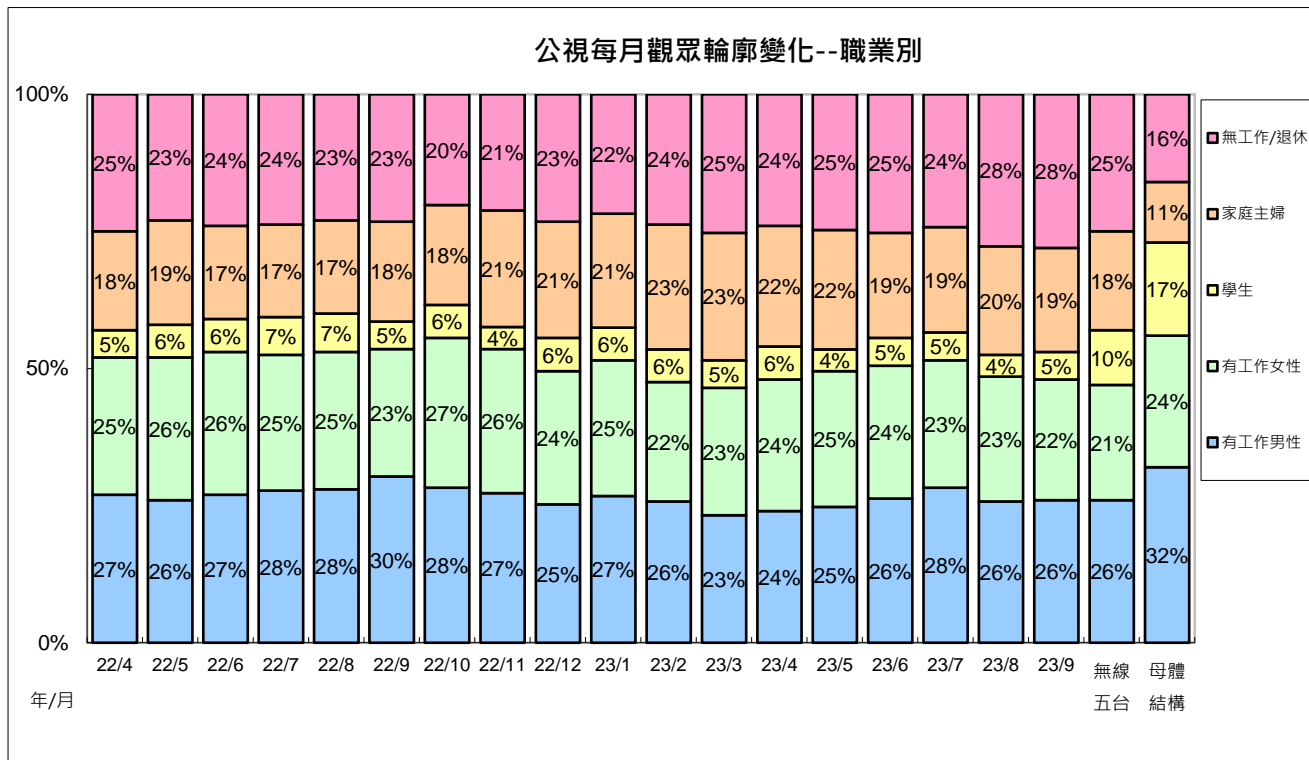
3、地區：公視觀眾居住地區，2023年8月受生態全紀錄影響，中部加花蓮比例上升



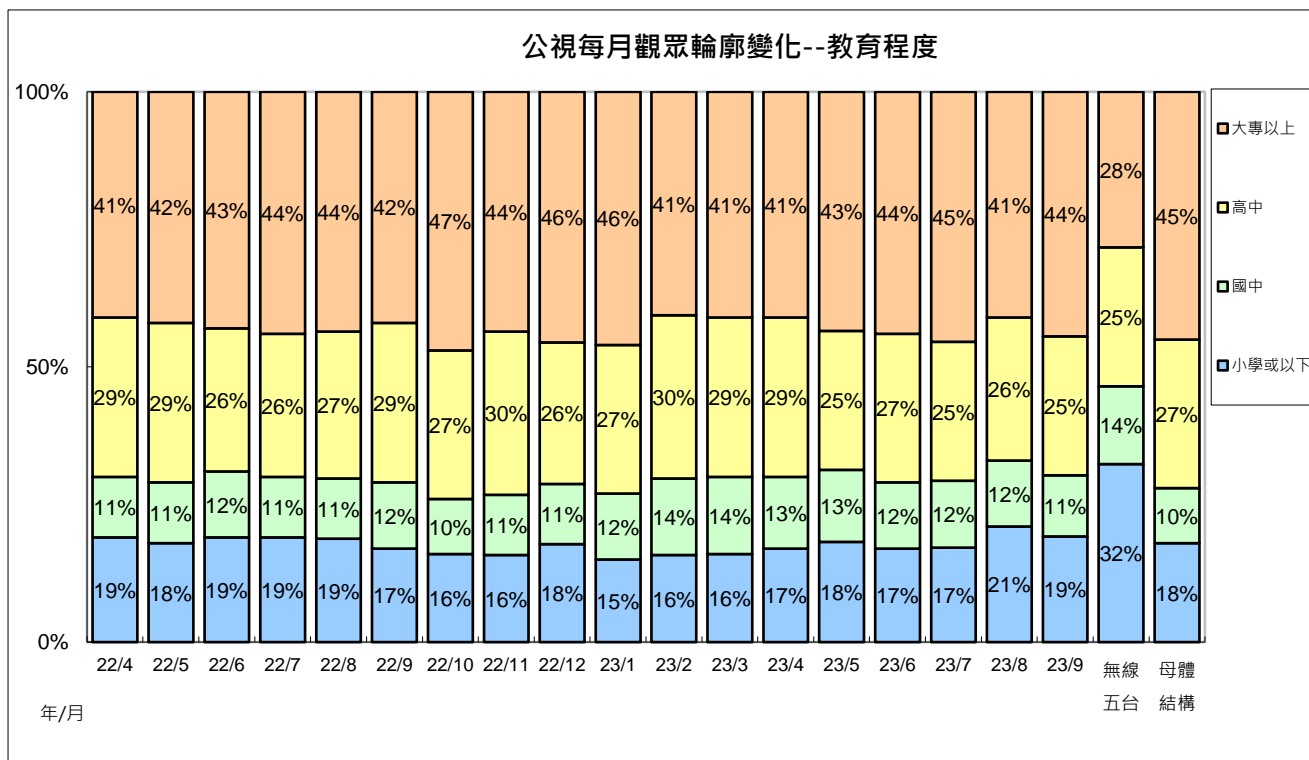
4、城鄉：2023年8月受益智實境節目「一字千金筆武大滙」、實境節目「誰來晚餐」及生態節目影響，市鎮縣比例上升較為明顯。



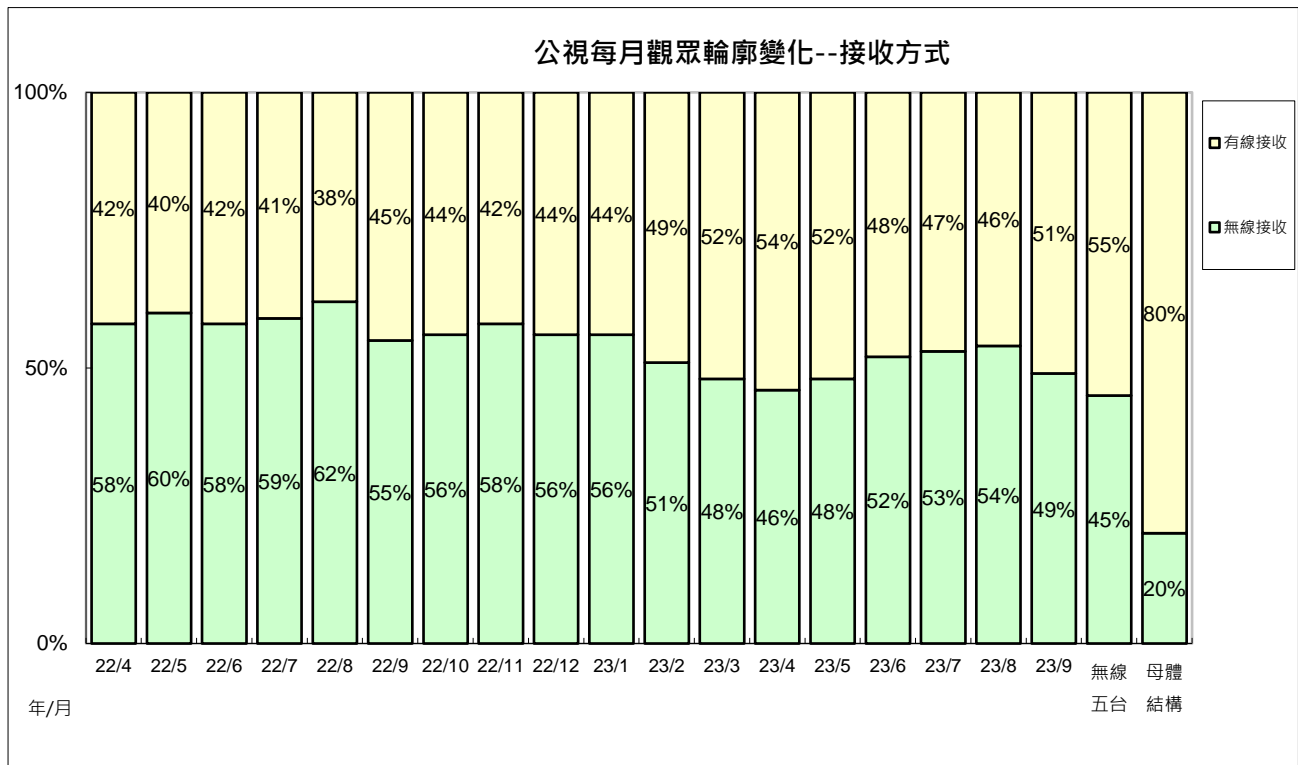
5、職業：2023年7月受週六連續劇「地獄里長」及「一字千金筆武大滙」影響，有工作男性比例增加。



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7月受益智實境節目、連續劇及國際新聞影響，大專以上收看比例增加。8月、9月因播出益智實境節目、連續劇「家」、行腳節目「無事坐巴士」及生態節目影響，小學以下族群比例上升。



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 7 月、8 月受及「一字千金筆武大滙」、生態全紀錄、國際新聞及連續劇影響，無線觀眾比例上升。9 月受連續劇「地獄里長」、益智實境節目影響有線觀眾比例上升。

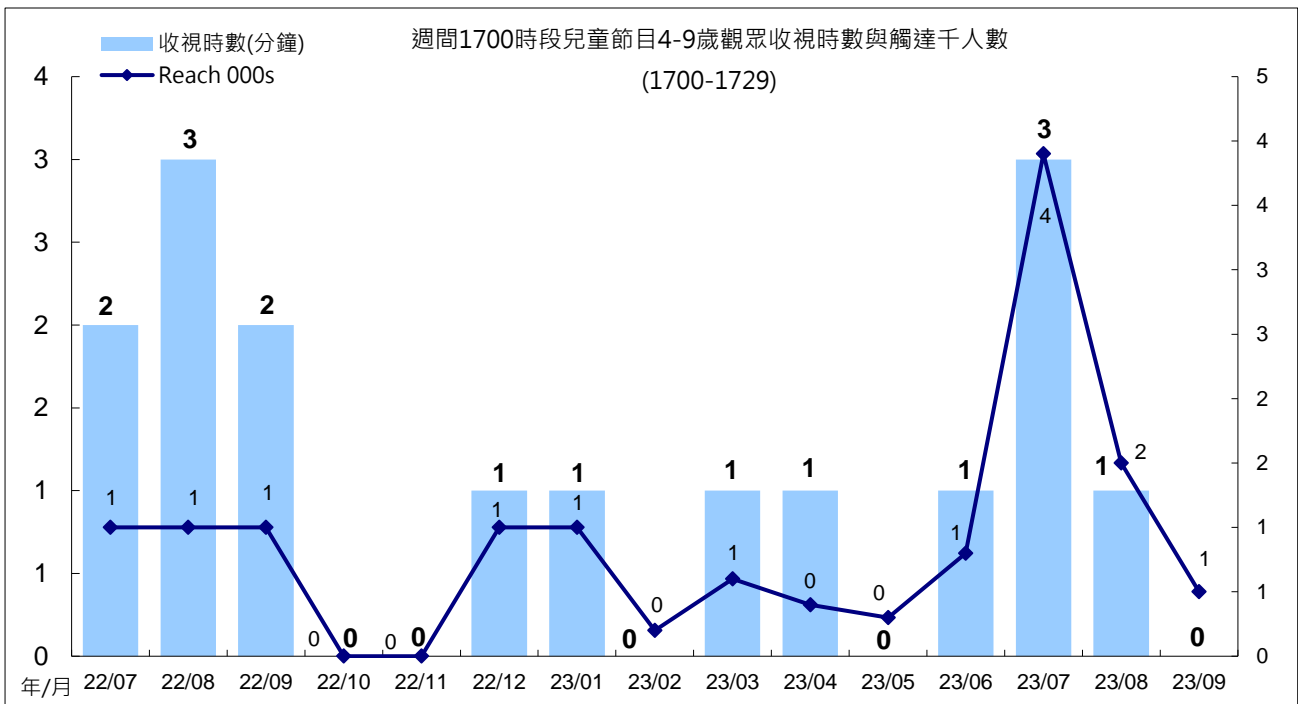
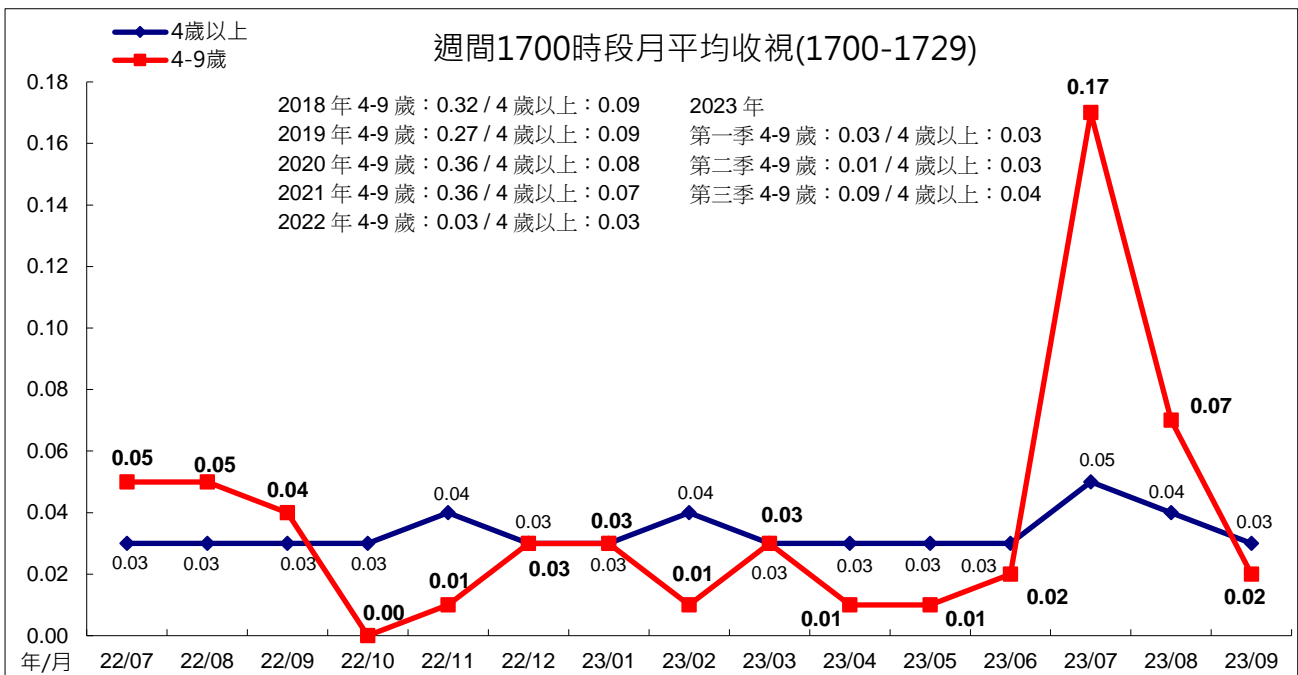


三、公視兒童時段節目收視

(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 7 月平均 0.17，8 月平均 0.07，9 月平均 0.02。4 歲以上觀眾收視 7 月平均 0.05，8 月平均 0.04，9 月平均 0.03。跨年比較，目標觀眾收視 2011 年至 2022 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。2023 年第一季平均 0.03，第二季平均 0.01，第三季平均 0.09。

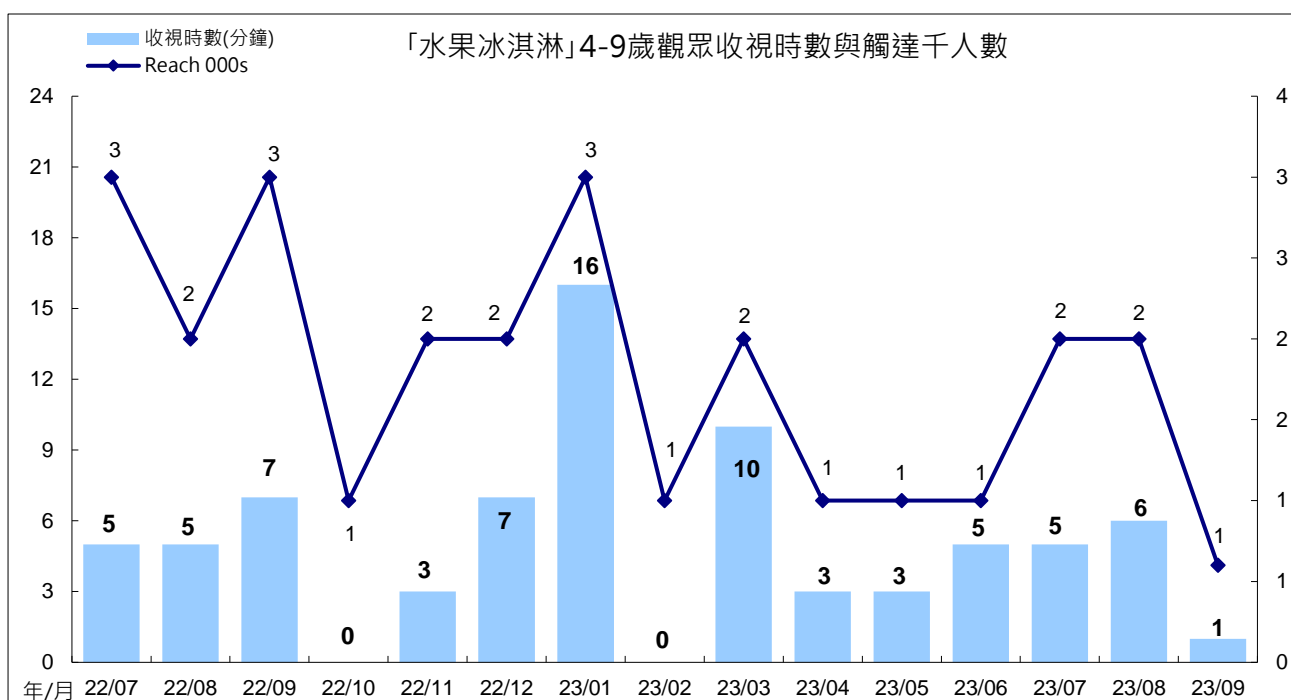
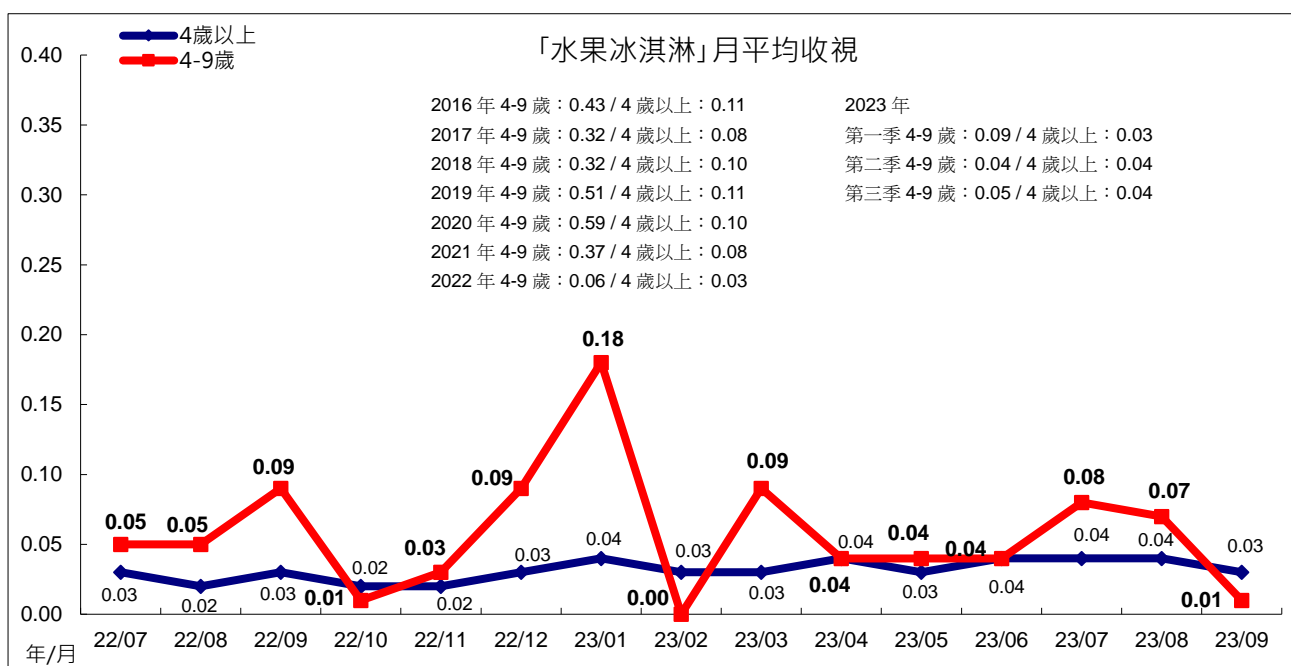
1700 時段兒童外片目標觀眾 2023 年 7 月受暑假效應影響，收視時數及觸達人數皆有顯著成長，帶動收視率提升。



(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7月平均0.08，8月平均0.07，9月平均0.01。4歲以上收視，7月、8月平均皆為0.04，9月平均0.03。跨年比較，2008年至2022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。2023年第一季平均0.09，第二季平均0.04，第三季平均0.05。

「水果冰淇淋」4至9歲目標觀眾收視，2023年7月、8月受暑假效應影響，收視時數及觸達人數皆上升，月平均也跟著上升。

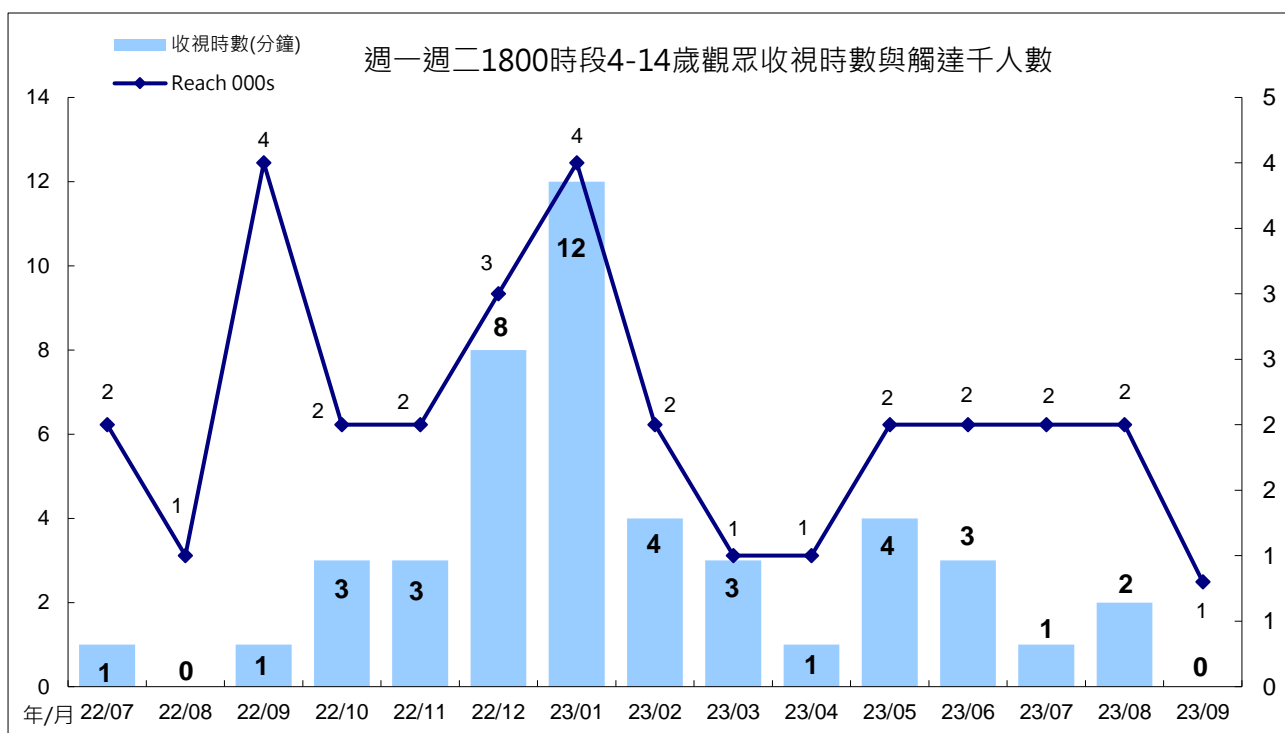
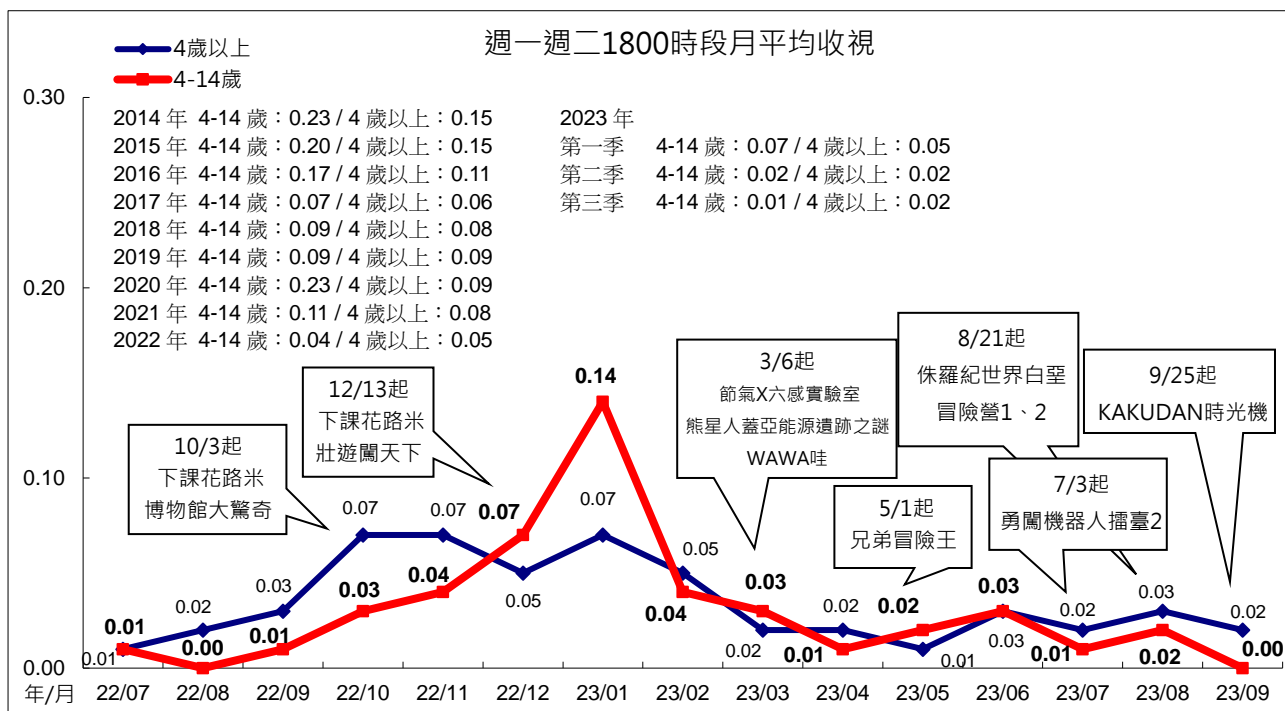


(三)1800 學齡兒童時段

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 7 月平均 0.01，8 月平均 0.02，9 月平均 0.00。4 歲以上收視 7 月平均 0.02，8 月平均 0.03，9 月平均 0.02。跨年比較，目標觀眾收視 2008 年至 2022 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。2023 年第一季平均 0.07，第二季平均 0.02，第三季平均 0.01。

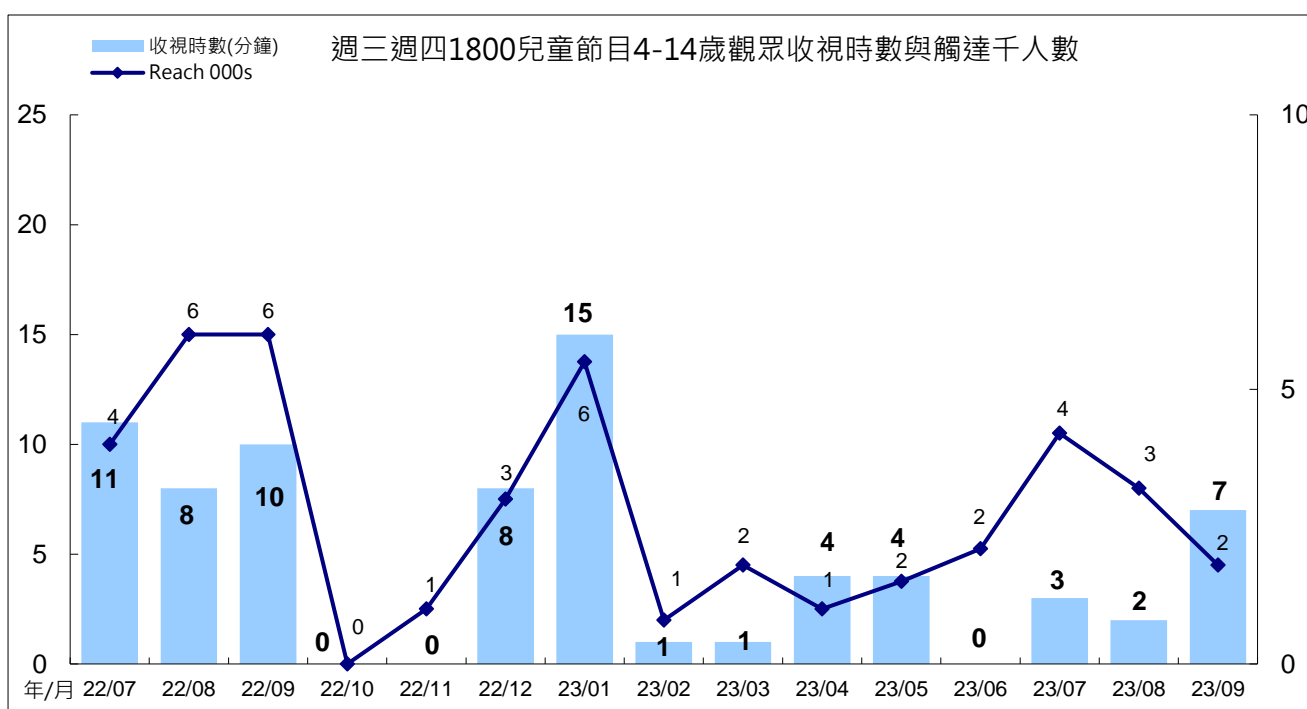
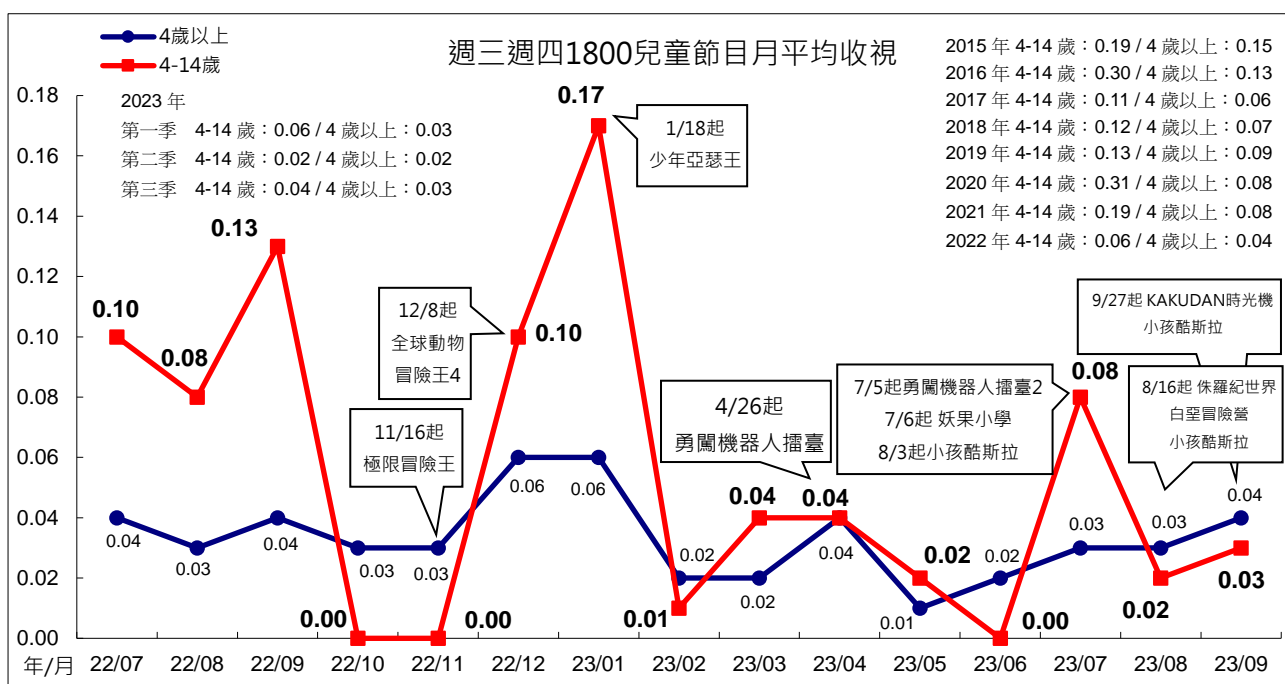
週一週二 1800 時段目標觀眾收視，2023 年 1 月適逢春節及寒假期間，收視時數及觸達人數皆上升，月平均也跟著提升。9 月收視時數及觸達人數皆下降，月平均因而下降。



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 7 月平均 0.08，8 月平均 0.02，9 月平均 0.03。4 歲以上收視，7 月、8 月平均皆為 0.03，9 月平均 0.04。4 至 14 歲目標觀眾收視跨年比較，2012 年至 2022 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。2023 年第一季平均 0.06，第二季平均 0.02，第三季平均 0.04。

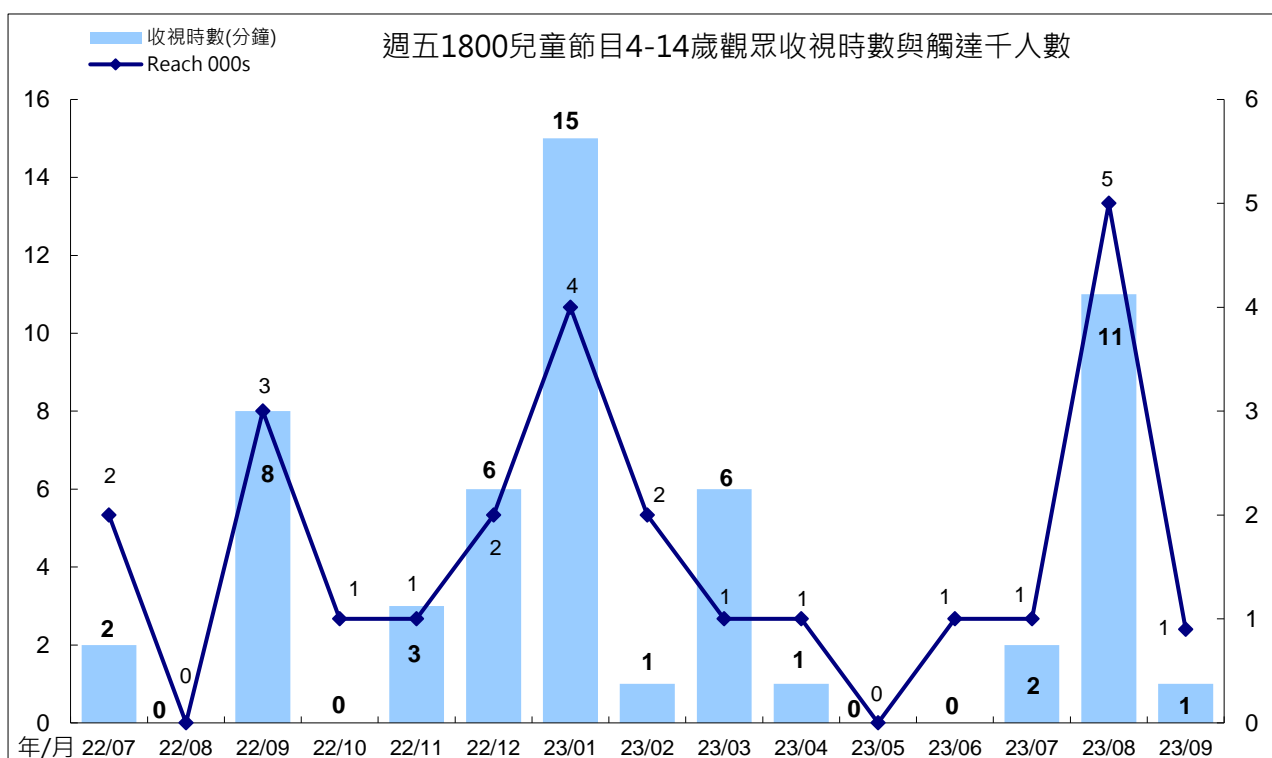
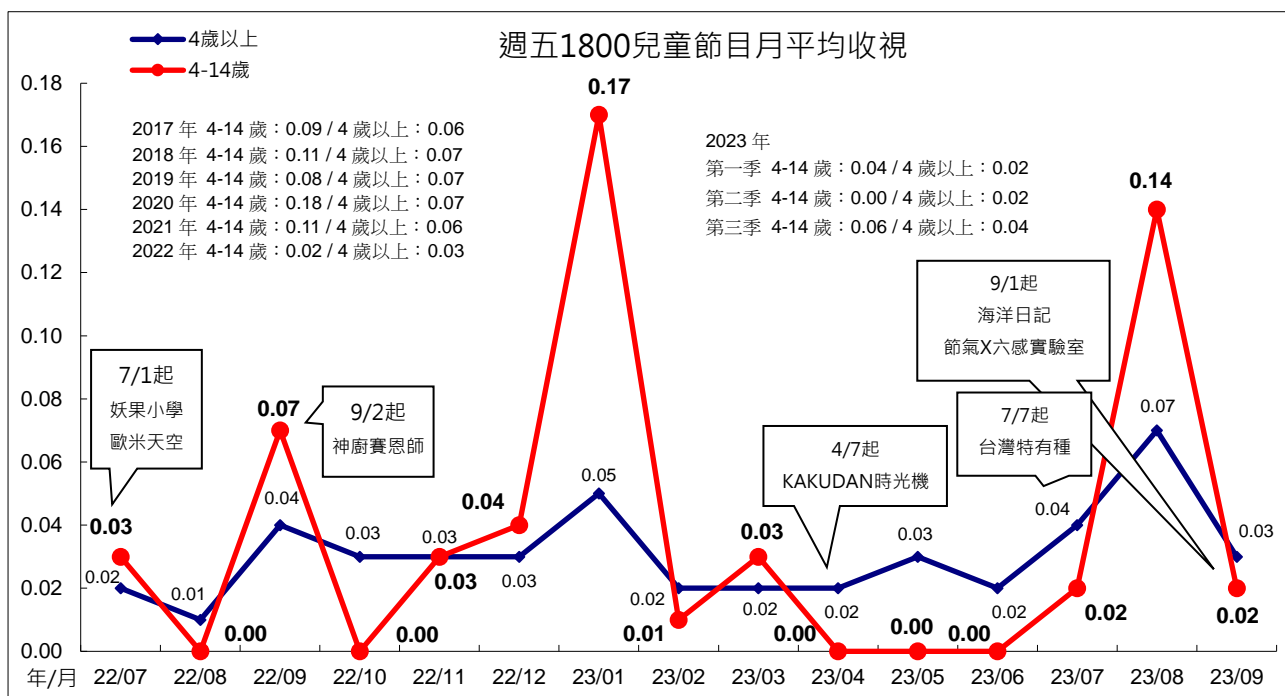
週三週四 1800 時段目標觀眾收視，2023 年 1 月適逢春節及寒假期間，收視時數及觸達人數皆上升，月平均也跟著提升。7 月受暑假效應影響，觸達人數上升，月平均因而上升。



3、週五 1800 時段

週五 1800 兒童時段目標觀眾 4 至 14 歲收視，7 月平均 0.02，8 月平均 0.14，9 月平均 0.02。4 歲以上收視，7 月平均 0.04，8 月平均 0.07，9 月平均 0.03。4 至 14 歲觀眾收視跨年比較，2013 年至 2022 年分別為 0.42、0.33、0.20、0.18、0.09、0.11、0.08、0.18、0.11、0.02。2023 年第一季度平均 0.04，第二季度平均 0.00，第三季度平均 0.06。

週五 1800 兒童節目 2023 年 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。

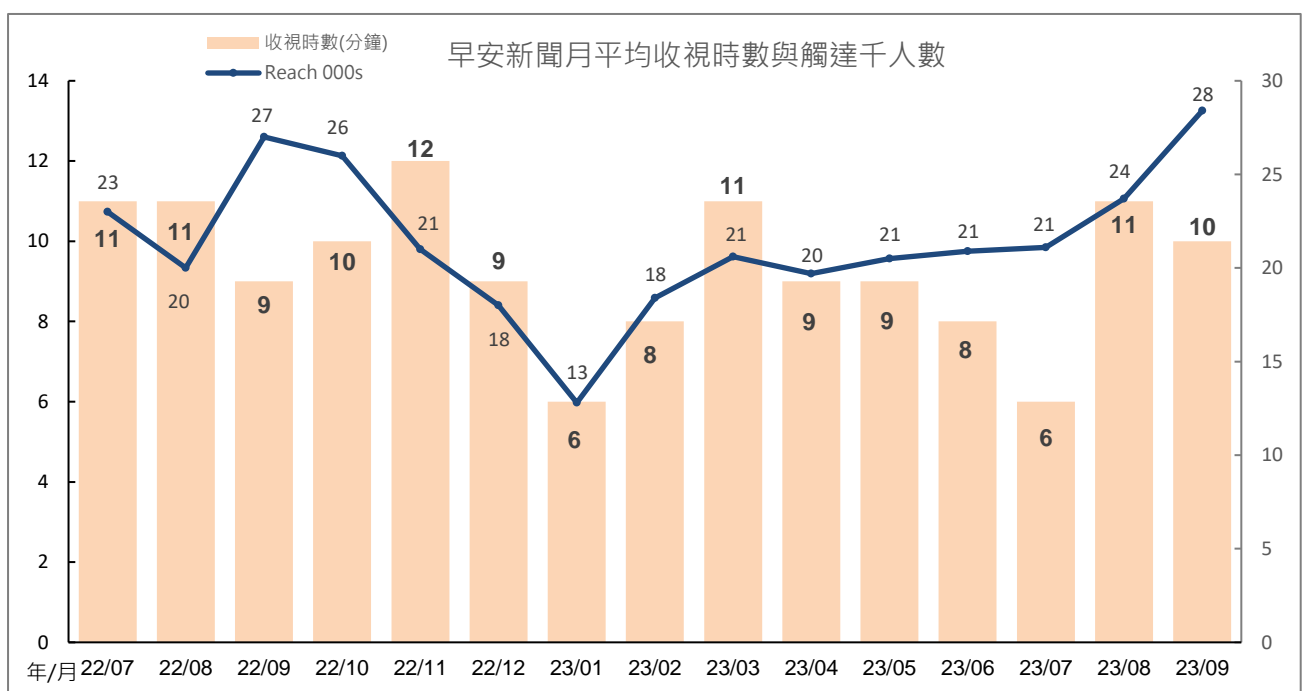
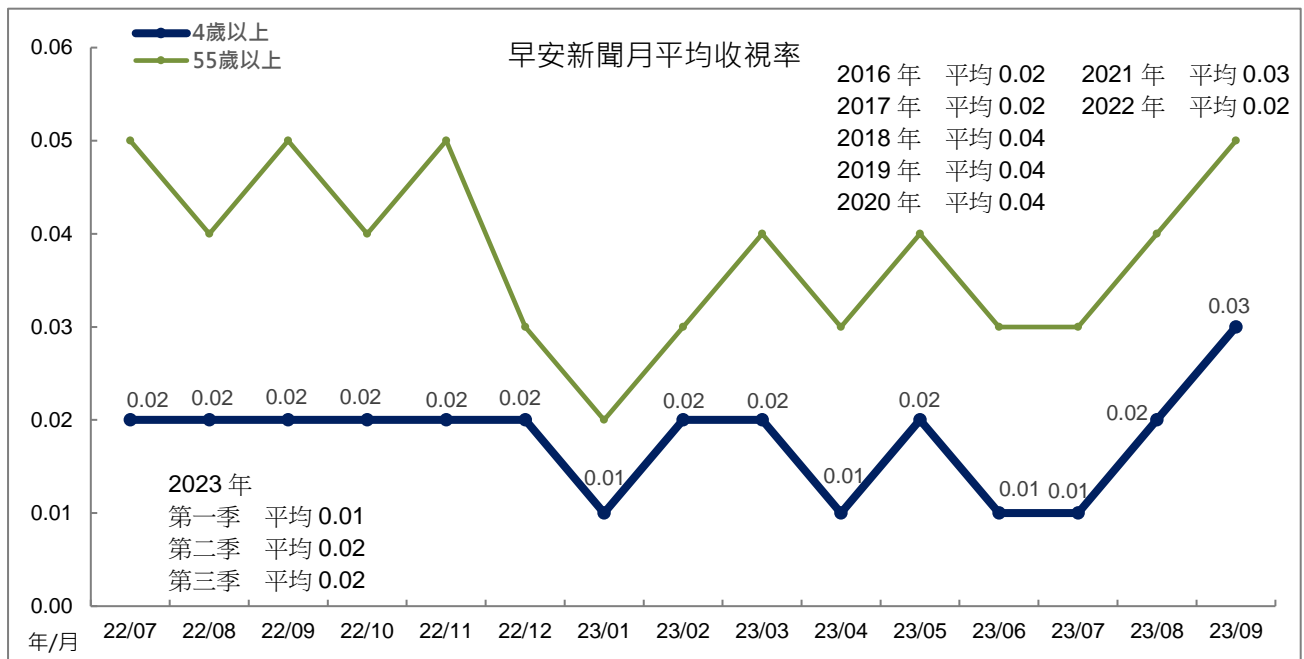


四、週間新製時段節目收視

(一)0700「早安新聞」

「早安新聞」2023年7月平均0.01，8月平均0.02，9月平均0.03。跨年比較，2016年至2022年平均分別為0.02、0.02、0.04、0.04、0.04、0.03、0.02。2023年第一季平均0.01，第二季、第三季平均皆為0.02。

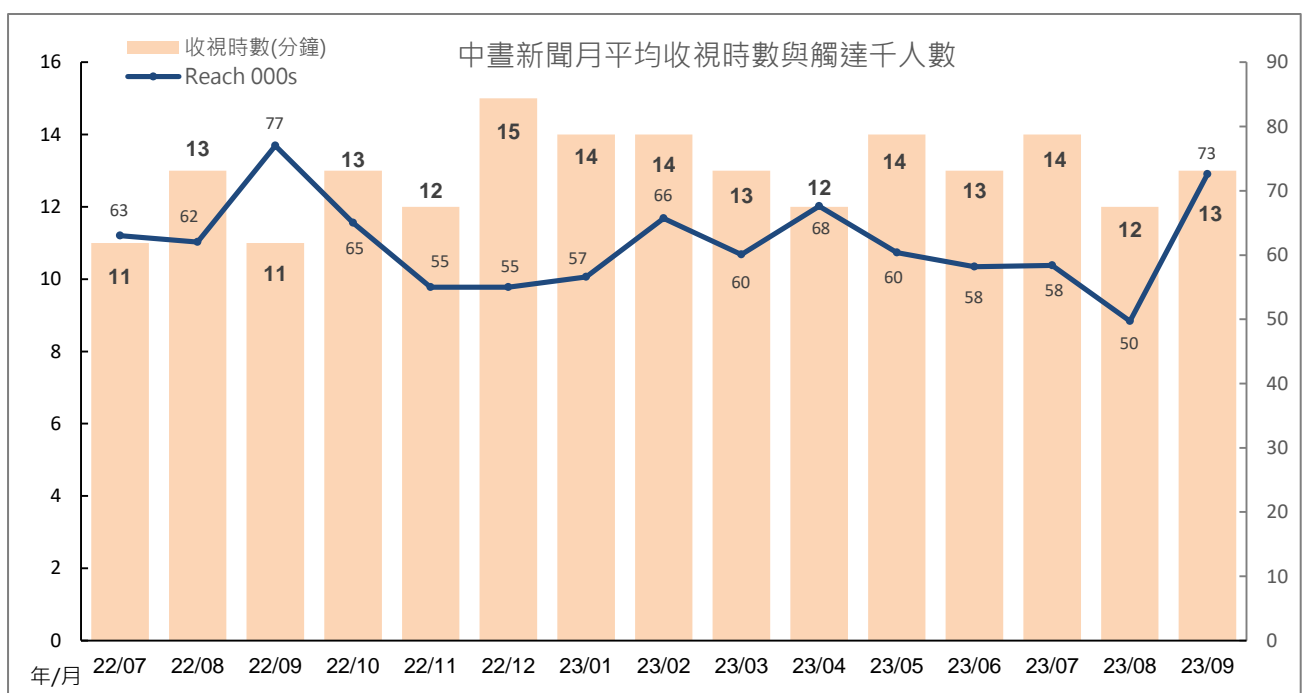
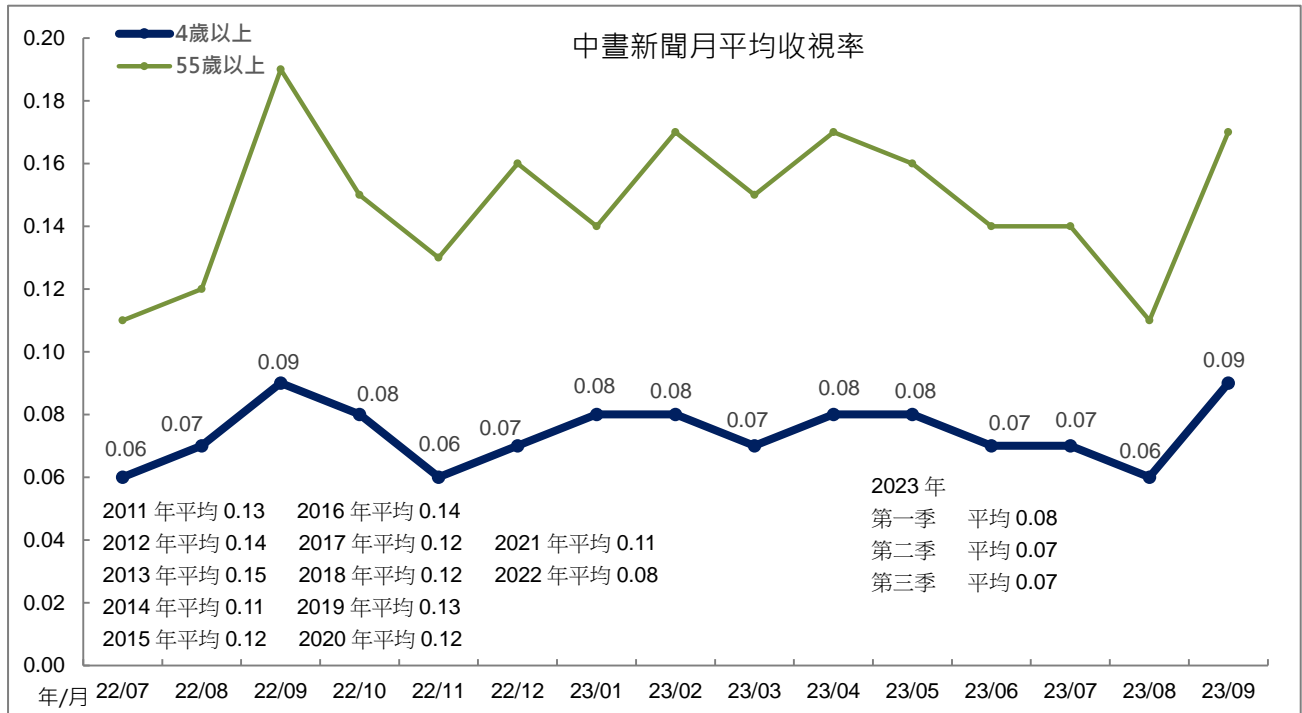
「早安新聞」2023年9月收視時數及觸達人數上升，因而月平均跟著提升。



(二)1200「中晝新聞」

「中晝新聞」2023年7月平均0.07，8月平均0.06，9月平均0.09。跨年比較，2008年至2022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。2023年第一季平均0.08，第二季、第三季平均皆為0.07。

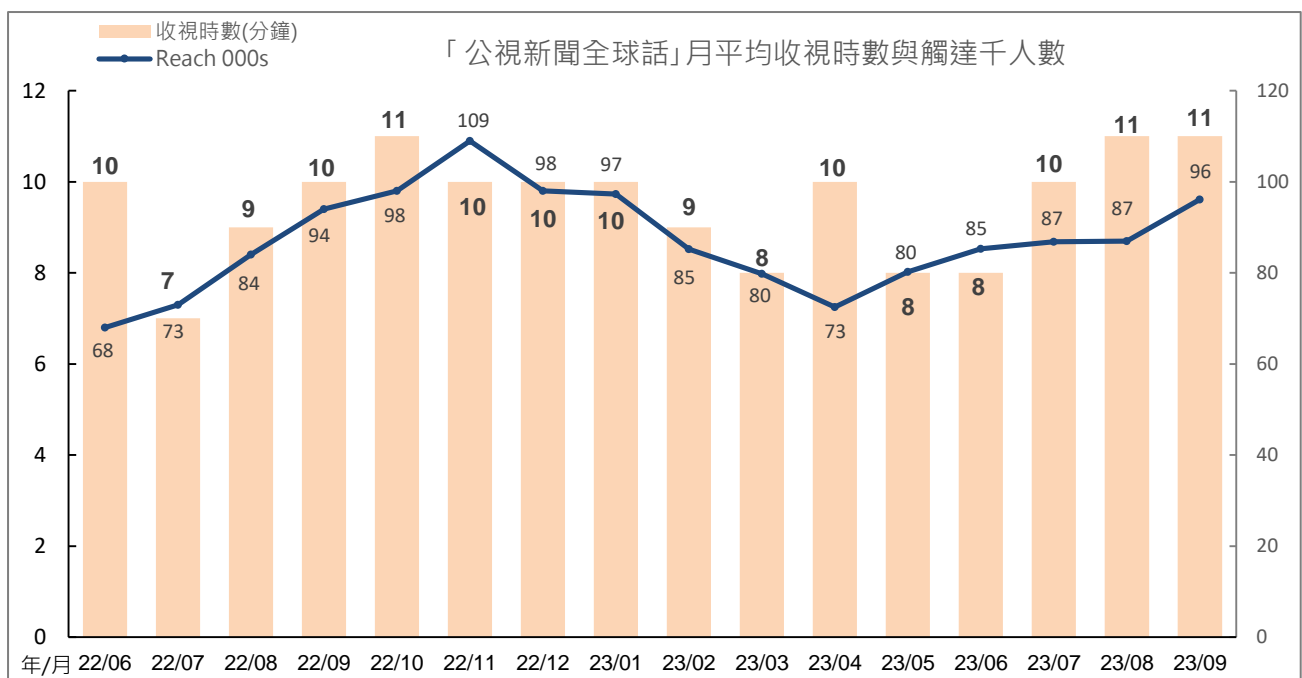
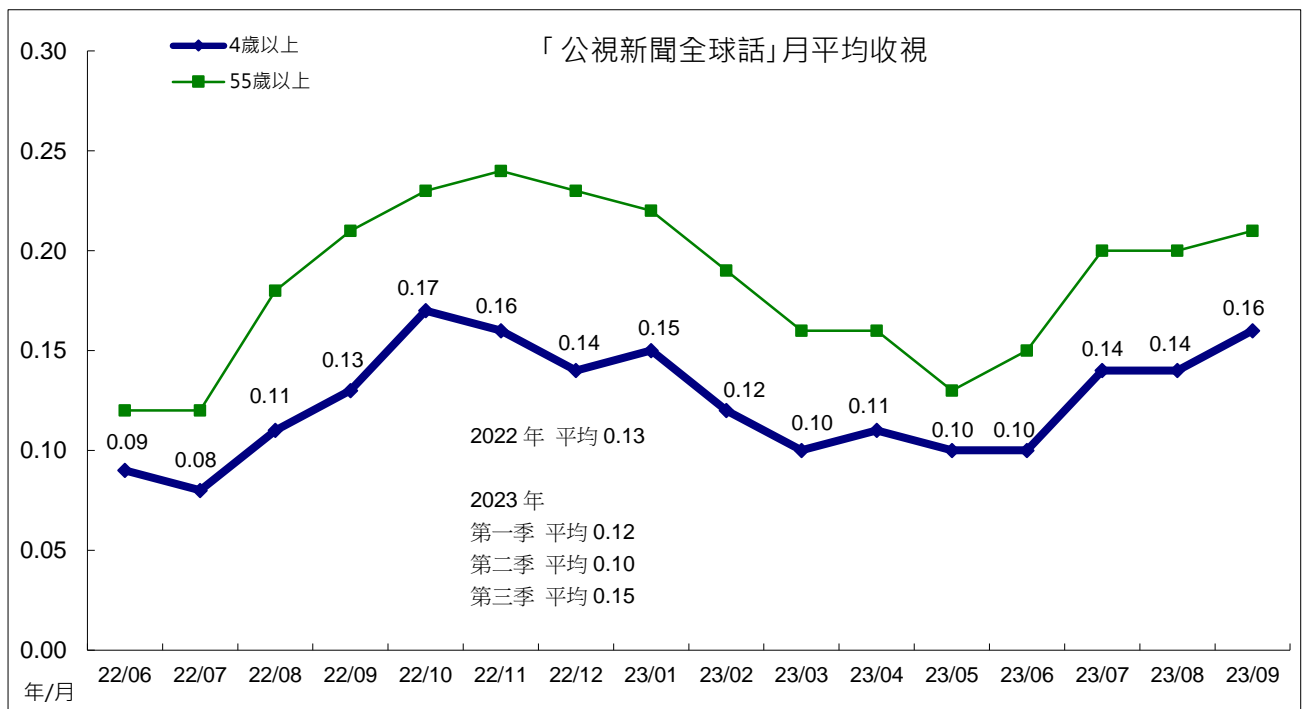
「中晝新聞」2023年9月觸達人數上升，月平均也跟著提升。



(三)1830 「公視新聞全球話」

「公視新聞全球話」2023年7月、8月平均皆為0.14，9月平均0.16。2023年第一季平均0.12，第二季平均0.10，第三季平均0.15。「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。

「公視新聞全球話」2023年第三季收視時數及觸達人數皆上升，因而月平均也顯著提升。

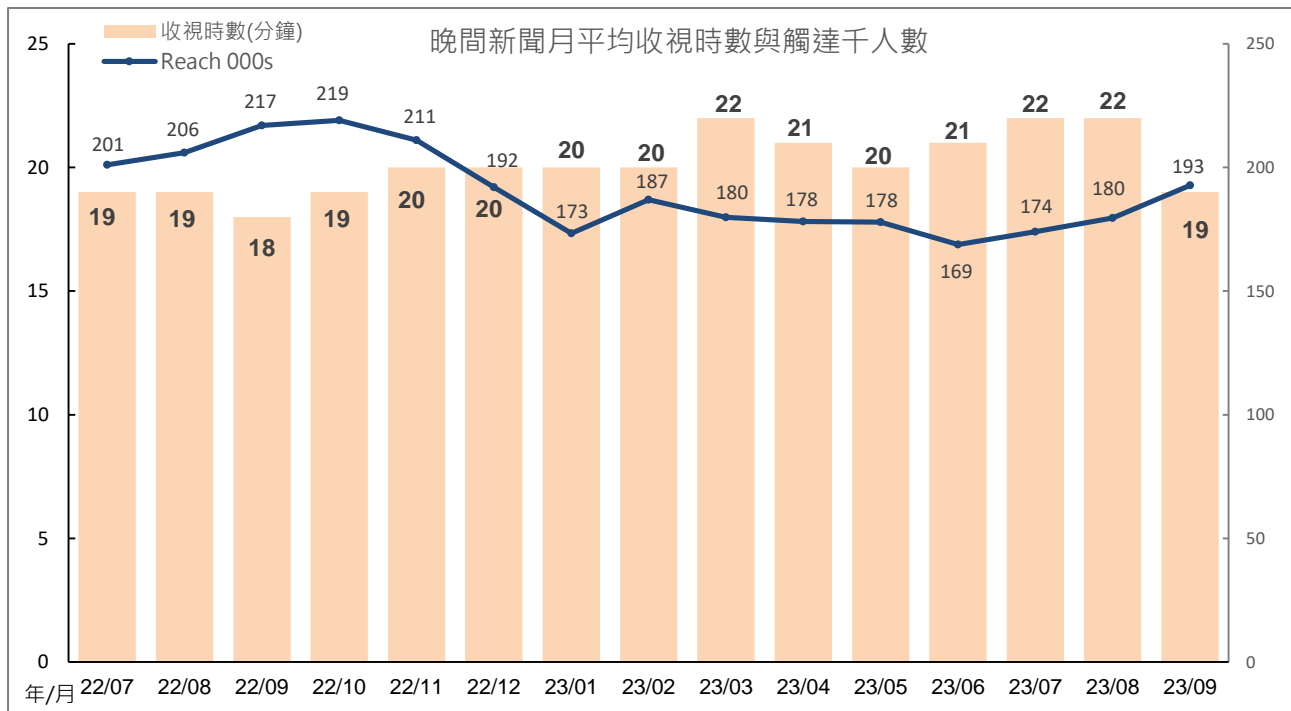
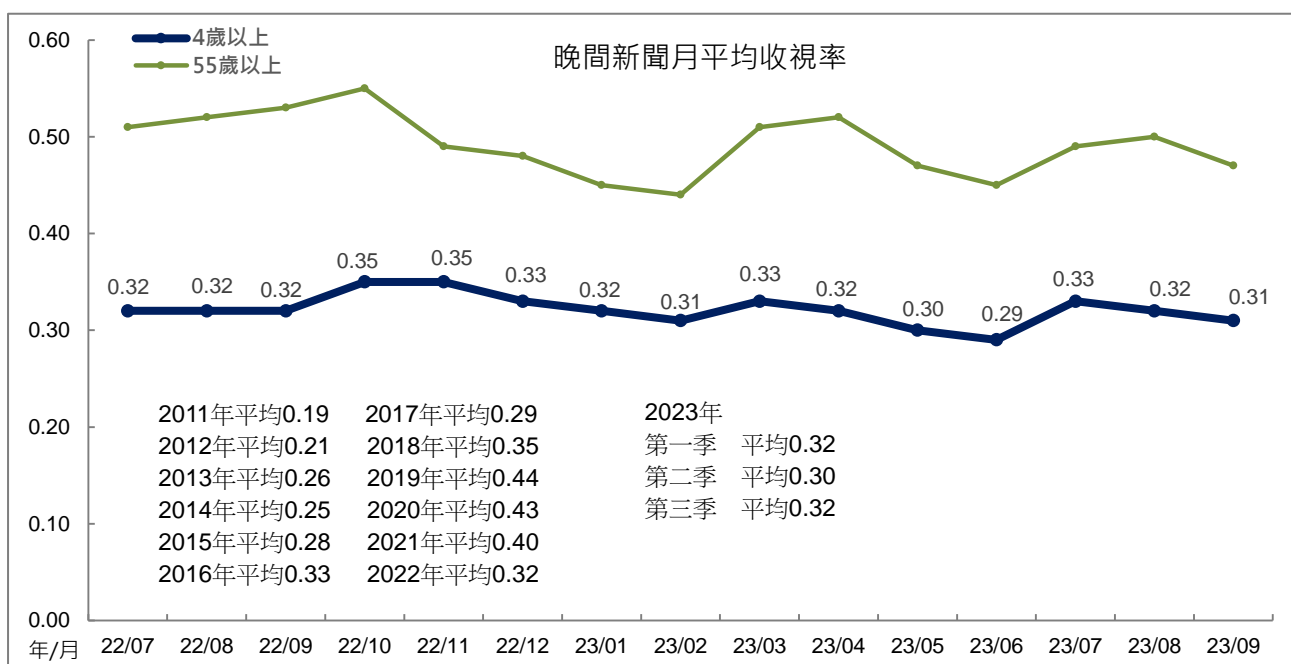


(四)1900 時段

1、「公視晚間新聞」

「晚間新聞」2023年7月平均0.33，8月平均0.32，9月平均0.31。跨年收視比較，2007年至2022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。2023年第一季平均0.32，第二季平均0.30，第三季平均0.32。

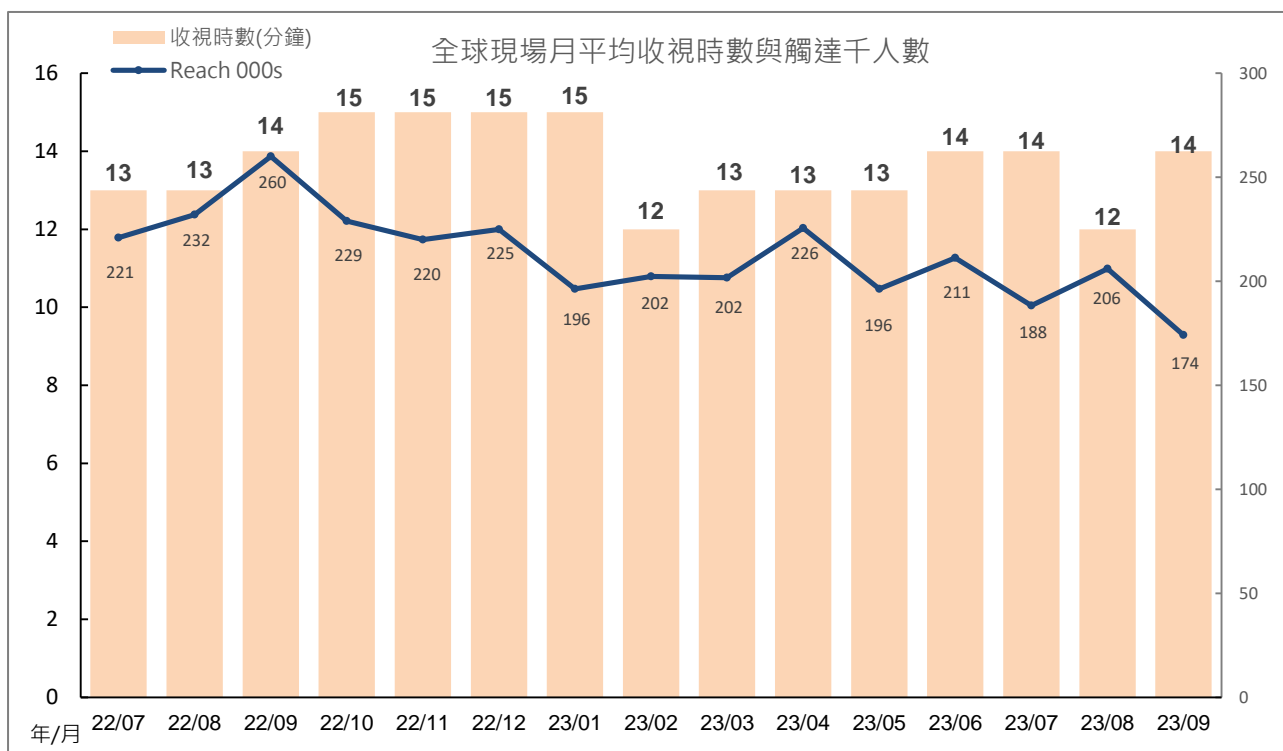
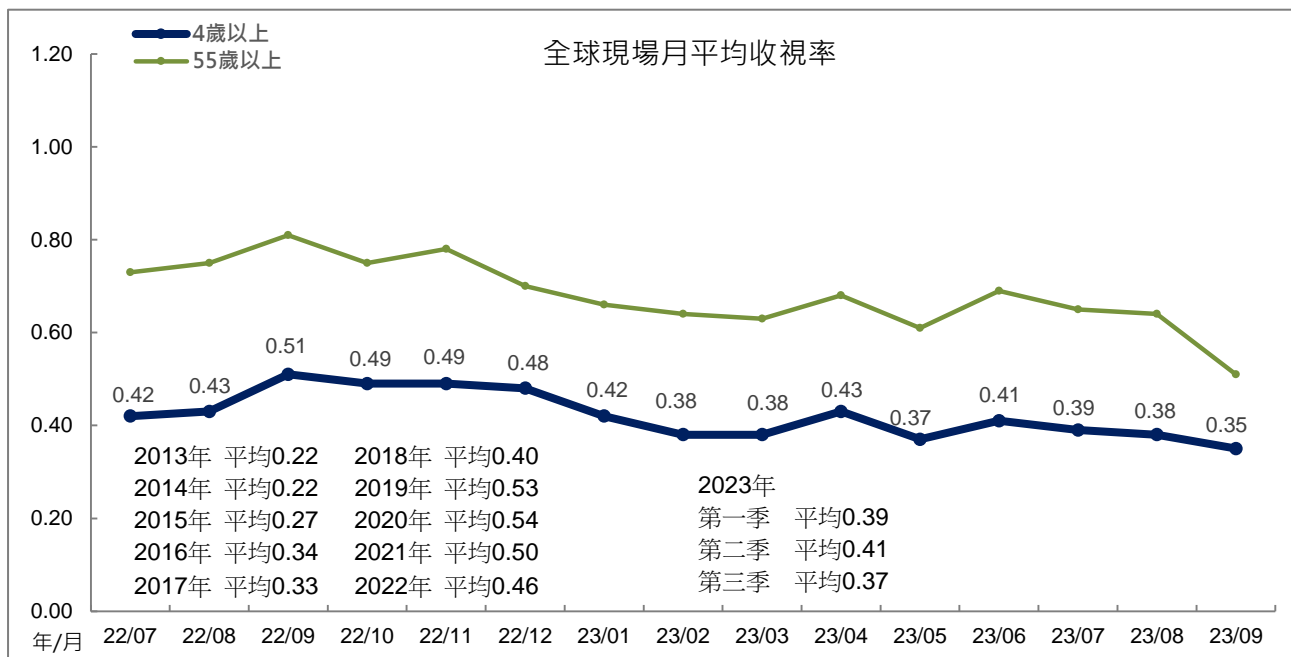
「晚間新聞」2023年7月、8月收視時數上升，8月、9月觸達人數上升，帶動第三季月平均上升。



2、「全球現場」

週末播出的國際新聞「全球現場」，2023年7月平均0.39，8月平均0.38，9月平均0.35。跨年比較，2011年至2022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。2023年第一季平均0.39，第二季平均0.41，第三季平均0.37。

「全球現場」2023年9月觸達人數下降，月平均也跟著下降。

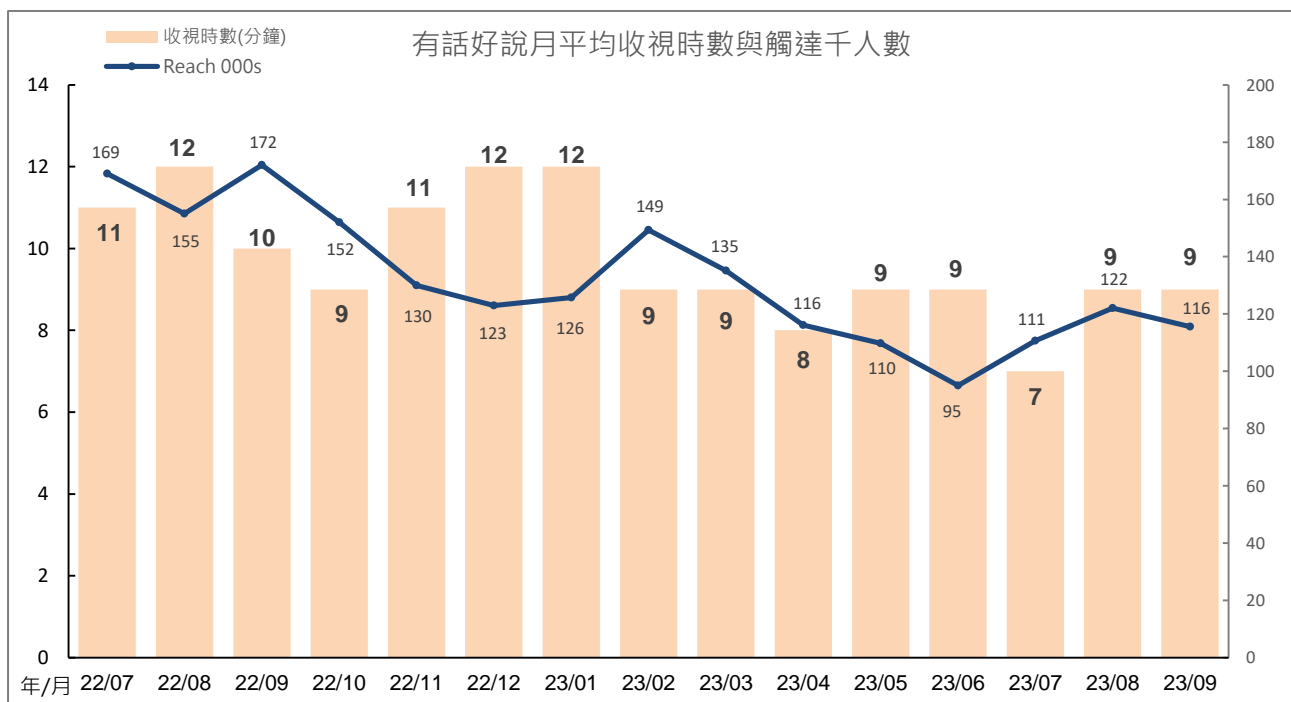
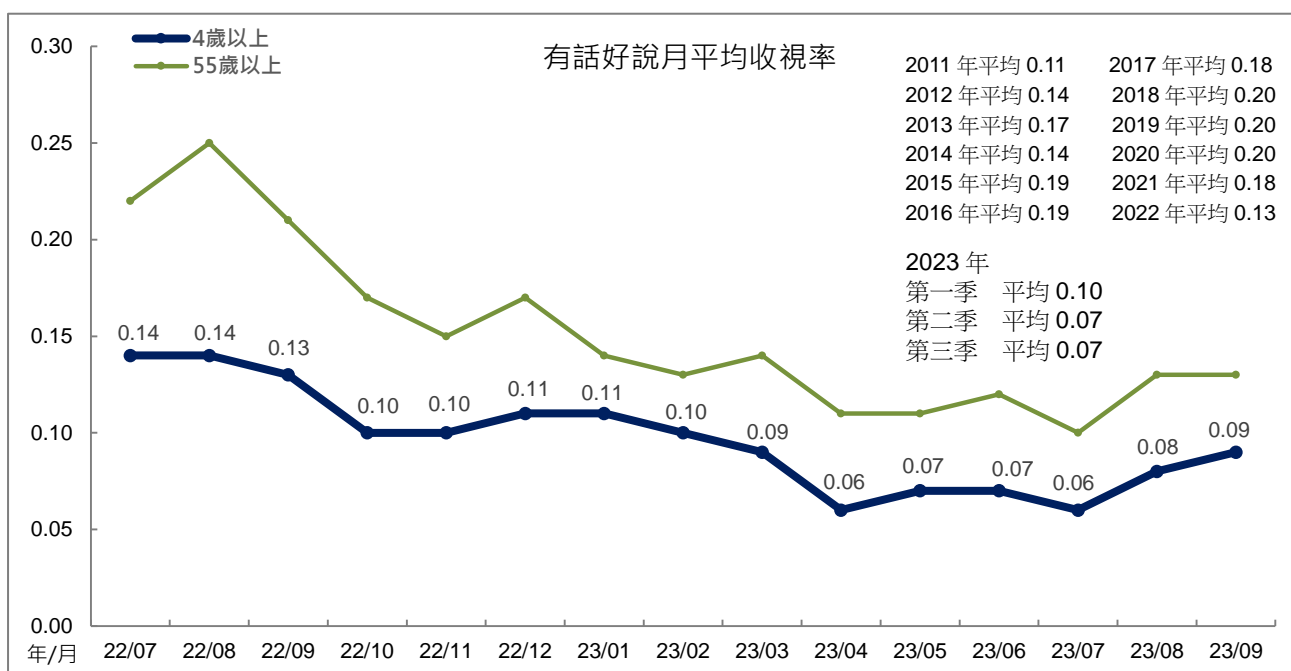


(五)2000 論壇節目

1、「有話好說」

週間「有話好說」2023年7月平均0.06，8月平均0.08，9月平均0.09。跨年比較，2008年至2022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。2023年第一季平均0.10，第二季、第三季平均皆為0.07。

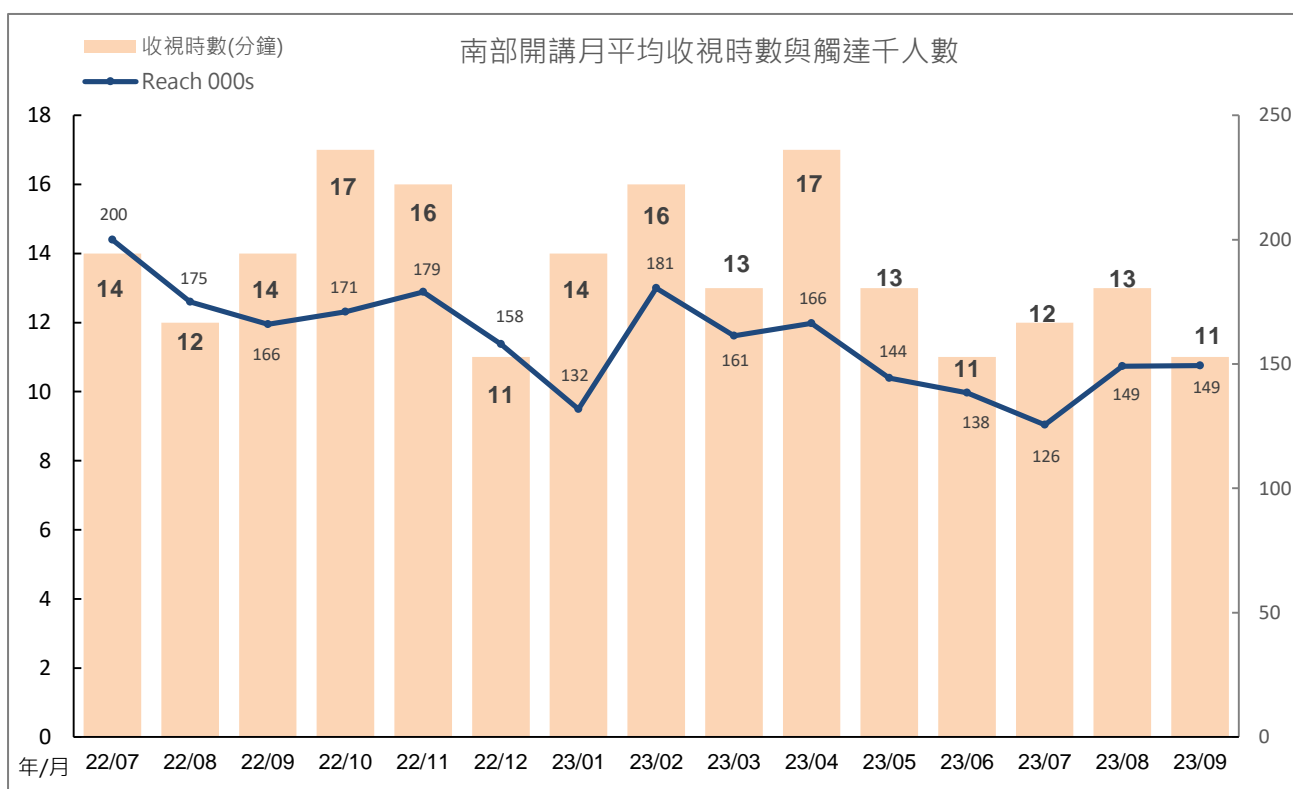
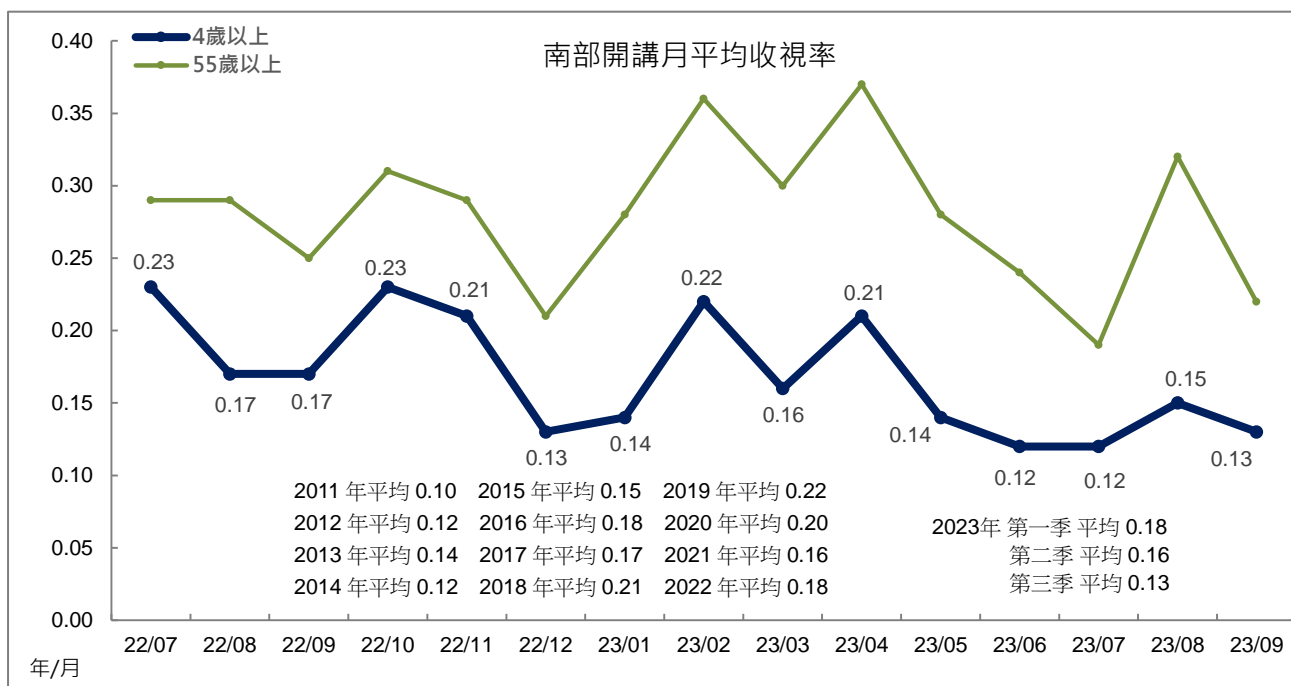
「有話好說」2023年8月、9月收視時數及觸達人數皆上升，月平均也跟著上升。



2、「南部開講」

「南部開講」2023年7月平均0.12，8月平均0.15，9月平均0.13。跨年比較，2008年至2022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。2023年第一季平均0.18，第二季平均0.16，第三季平均0.13。

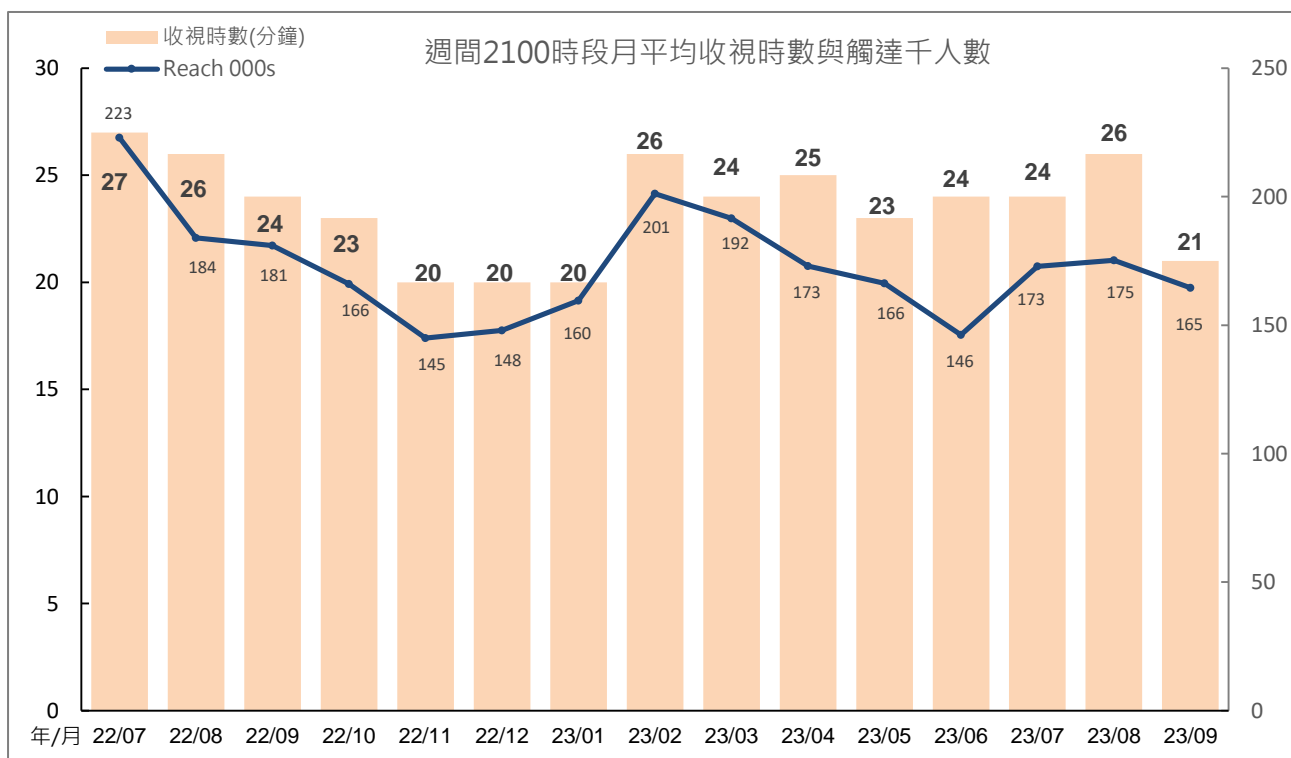
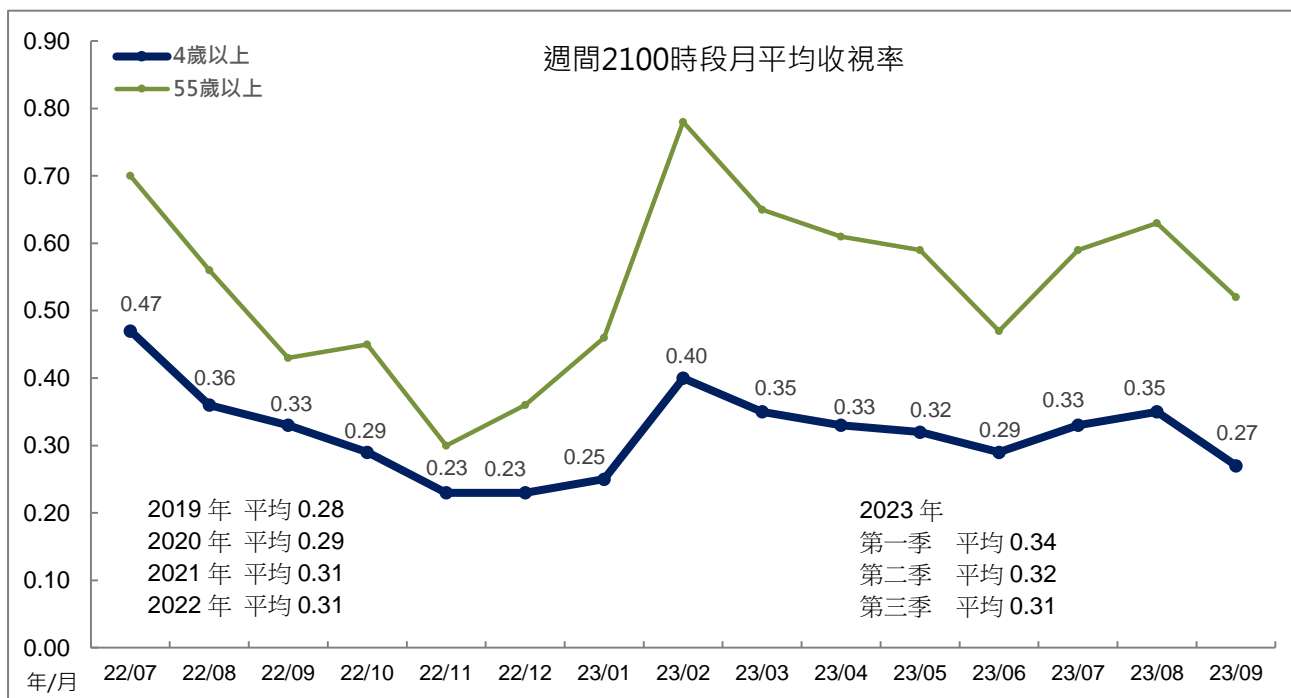
「南部開講」2023年8月收視時數及觸達人數皆上升，月平均跟著上升。



(六)2100 時段

週間 2100 時段，2023 年 7 月平均 0.33，8 月平均 0.35，9 月平均 0.27。2019 至 2022 年平均分別為 0.28、0.29、0.31、0.31。2023 年第一季平均 0.34，第二季平均 0.32，第三季平均 0.31。

週間 2100 時段，2023 年 9 月收視時數及觸達人數下降，月平均跟著下滑。



2023年第三季週間 2100 時段播出節目包括「無事坐巴士」、「群山之島與不去會死的他們 2」、「騎鐵馬遊日本」、「空中看阿布達比」、「空中看塔斯馬尼亞」、「漫步雲端世界篇 3」、「誰來晚餐 14」、「誰來晚餐 10」、「誰來晚餐 13」及「誰來晚餐 11」，其中以「誰來晚餐 14」收視最高，平均 0.45。各節目收視詳見下表。

2023年第三季週間 2100 時段節目收視

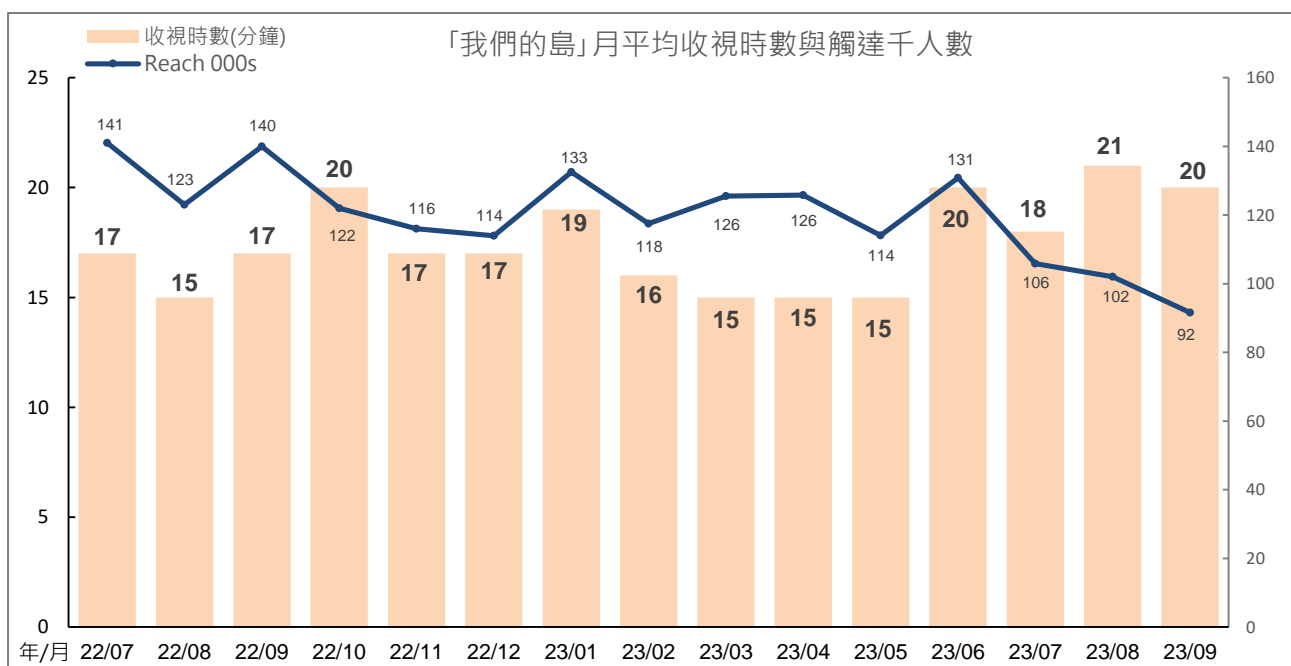
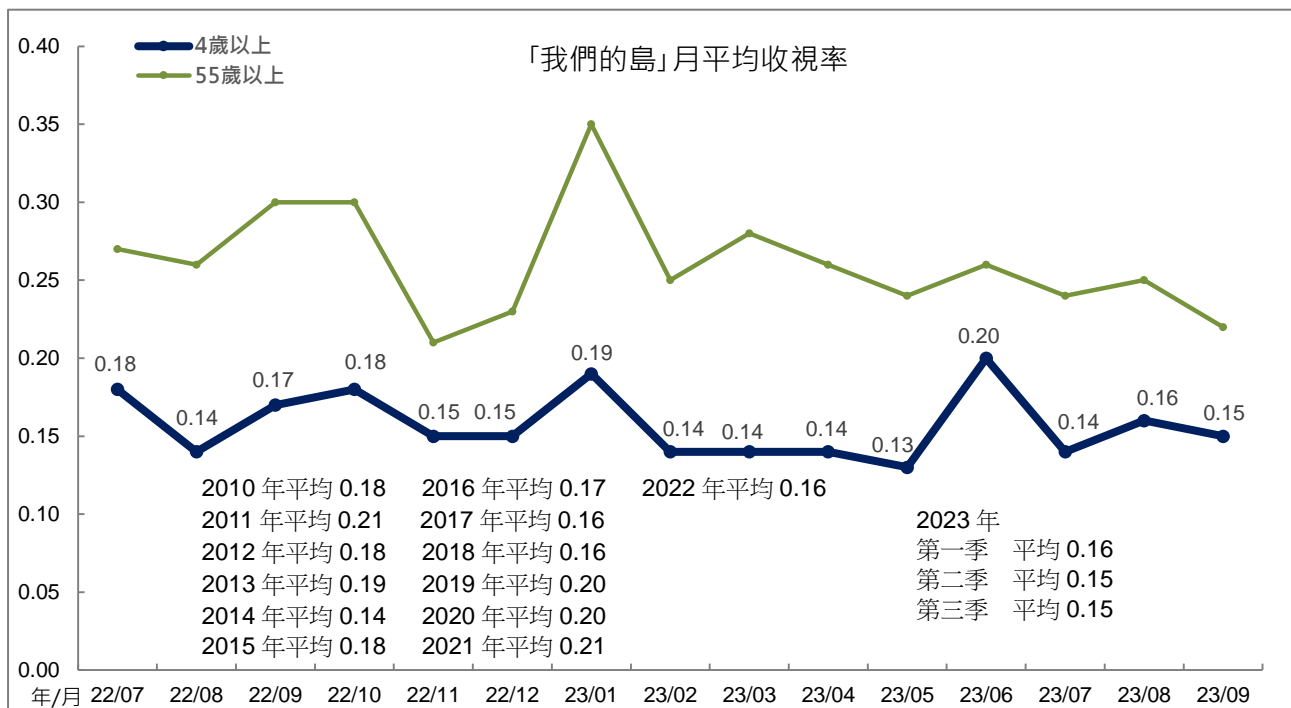
節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s	節目集數
無事坐巴士	0.31	68	1	25	164	39
群山之島與不去會死的他們 2	0.20	43	1	18	145	3
騎鐵馬遊日本	0.27	59	1	23	156	6
空中看阿布達比	0.18	38	1	20	116	1
空中看塔斯馬尼亞	0.21	45	1	20	136	1
漫步雲端世界篇 3	0.21	46	1	17	170	2
誰來晚餐 14	0.45	96	2	28	214	5
誰來晚餐 10	0.36	78	1	23	211	4
誰來晚餐 13	0.37	81	1	22	221	3
誰來晚餐 11	0.32	69	1	25	166	1

(七)2200 時段

1、週一 2200 「我們的島」

「我們的島」2023年7月平均0.14，8月平均0.16，9月平均0.15。跨年比較，2008年至2022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。2023年第一季平均0.16，第二季、第三季平均皆為0.15。

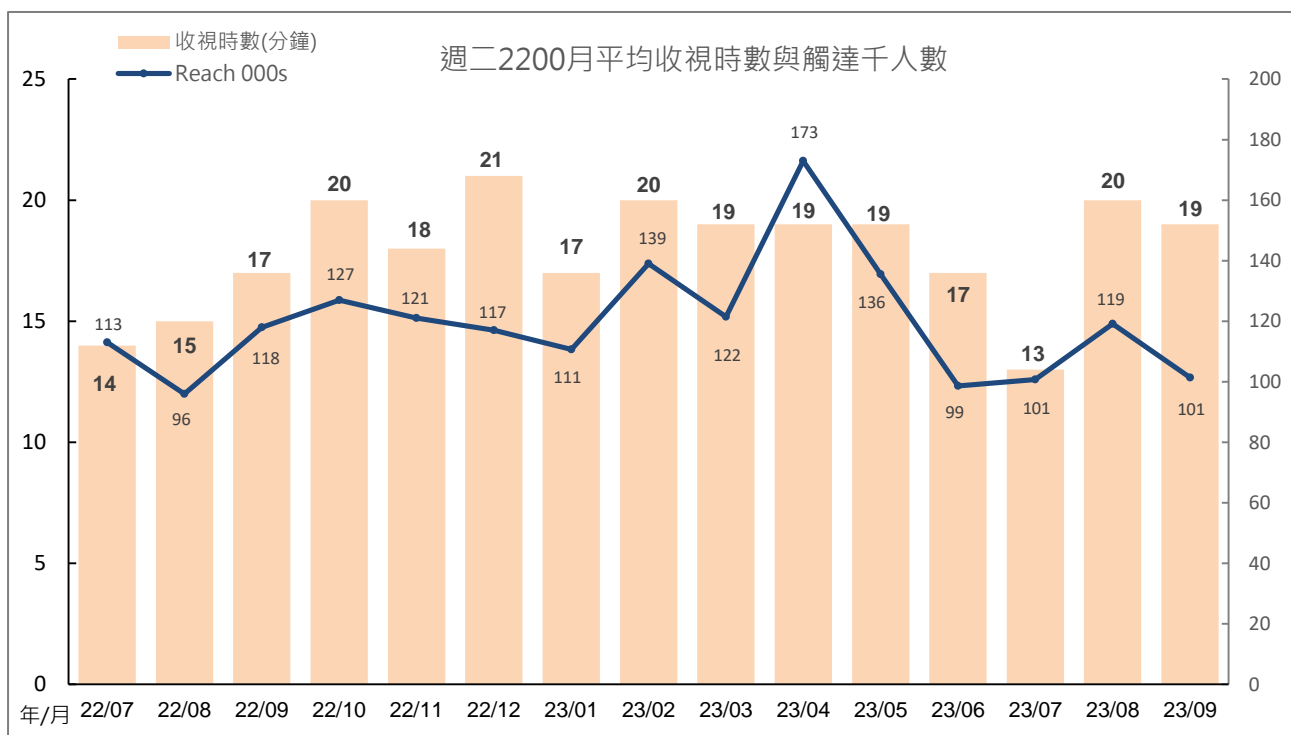
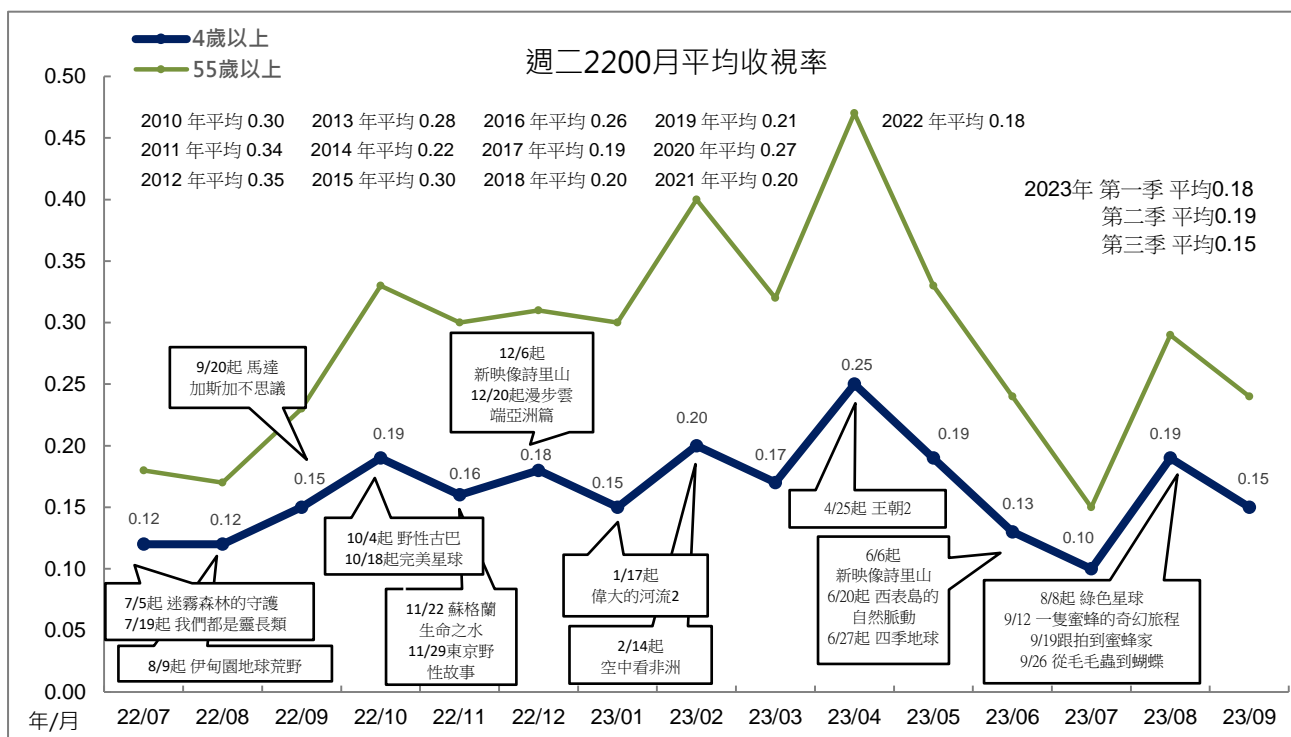
「我們的島」2023年8月收視時數上升，月平均也跟著上升。



2、週二 2200

週二 2200 時段 2023 年 7 月平均 0.10，8 月平均 0.19，9 月平均 0.15。跨年比較，2008 年至 2022 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。2023 年第一季平均 0.18，第二季平均 0.19，第三季平均 0.15。

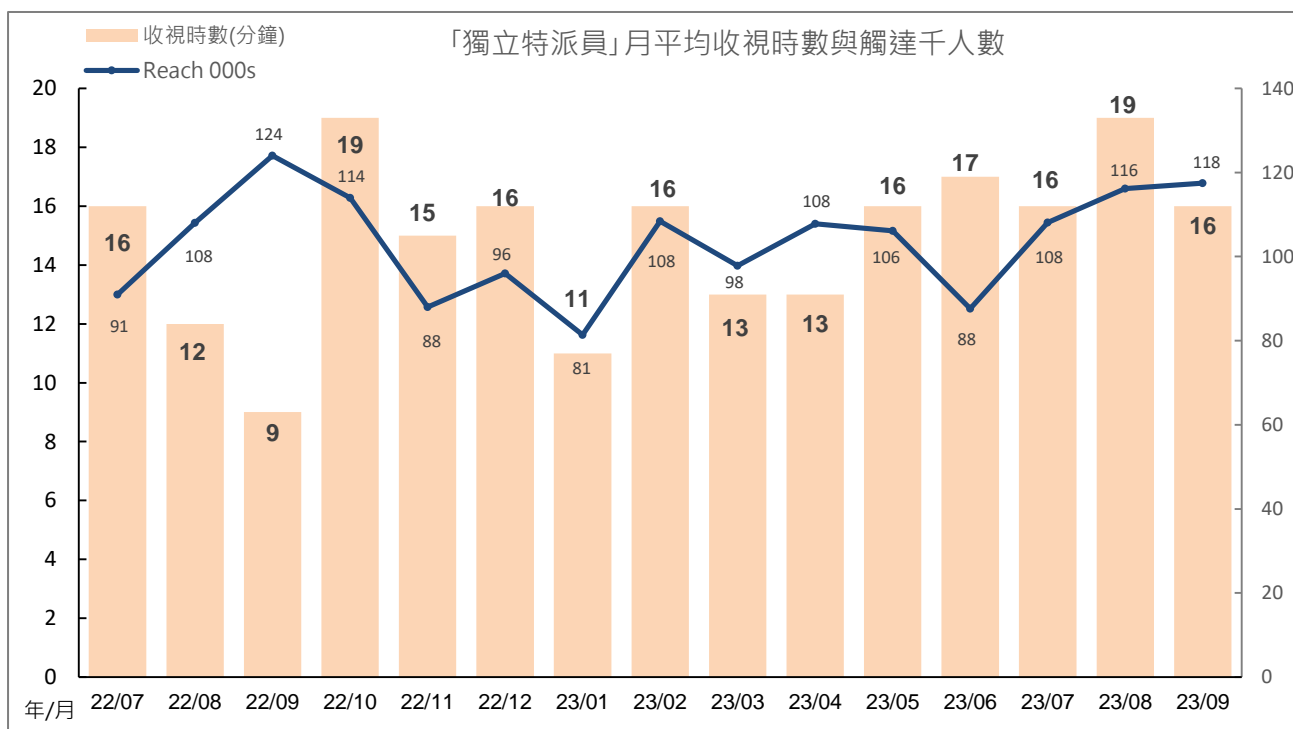
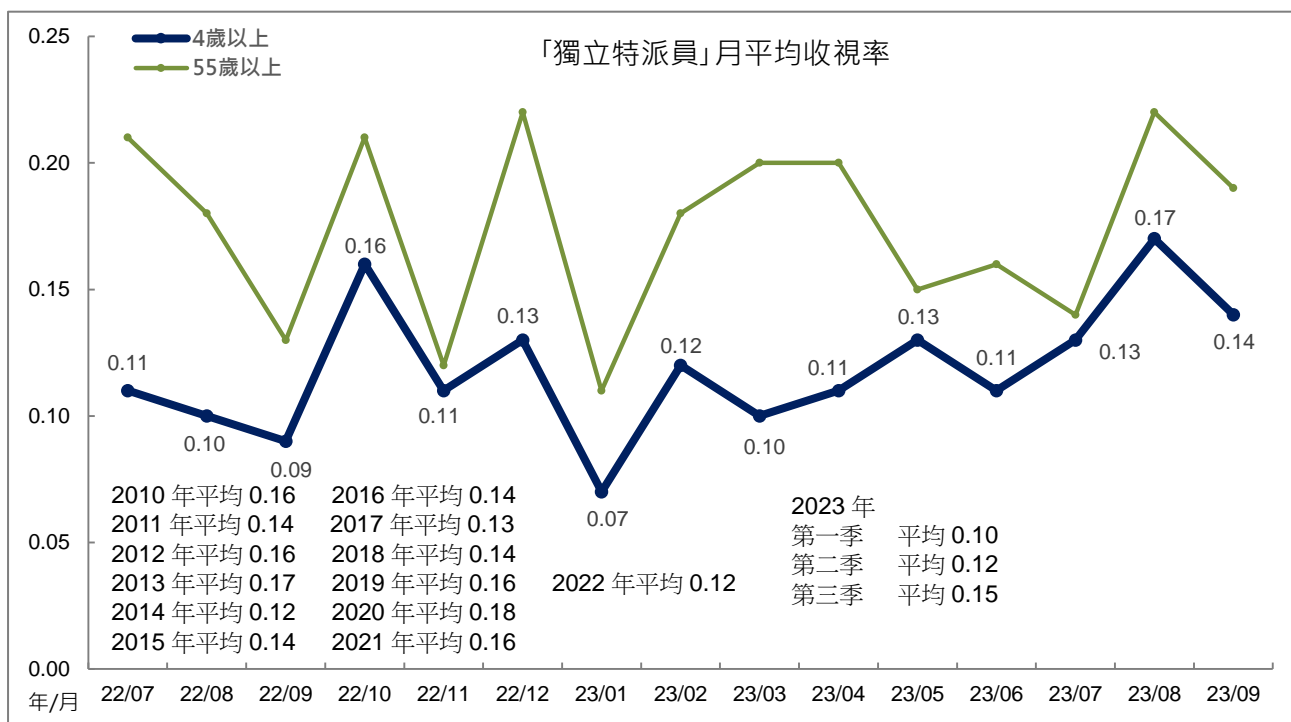
週二 2200 時段 2023 年 8 月收視時數及觸達人數上升，月平均也跟著上升。



3、週三 2200 「獨立特派員」

「獨立特派員」2023年7月平均0.13，8月平均0.17，9月平均0.14。跨年比較，2008年至2022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。2023年第一季平均0.10，第二季平均0.12，第三季平均0.15。

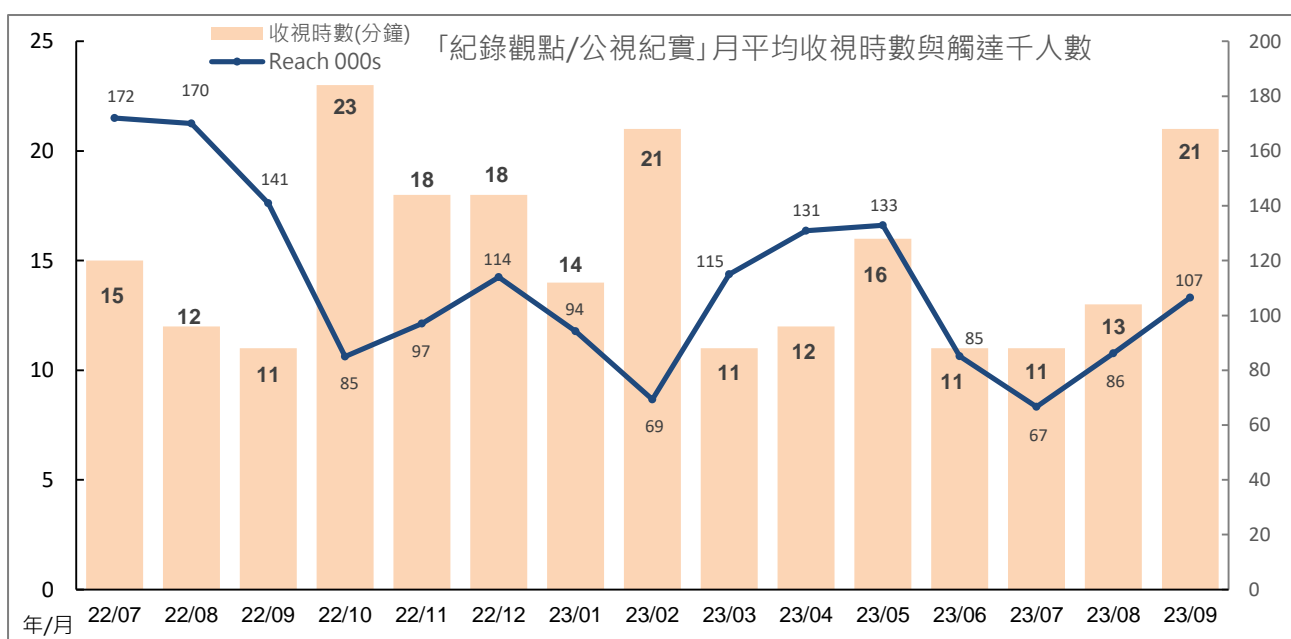
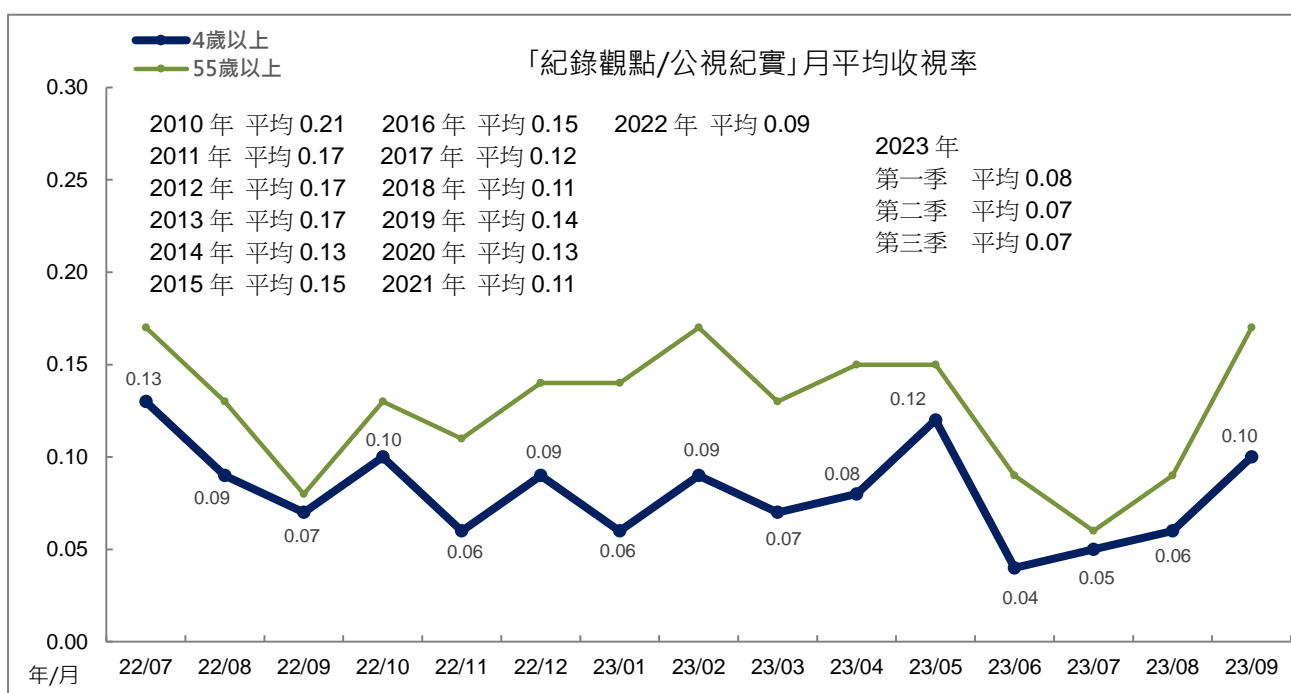
「獨立特派員」2023年8月收視時數及觸達人數上升，因而月平均也跟著上升。



4、週四 2200 「紀錄觀點」及「公視紀實」

「紀錄觀點/公視紀實」2023年7月平均0.05，8月平均0.06，9月平均0.10。跨年比較，2008年至2022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。2023年第一季平均0.08，第二季、第三季平均皆為0.07。

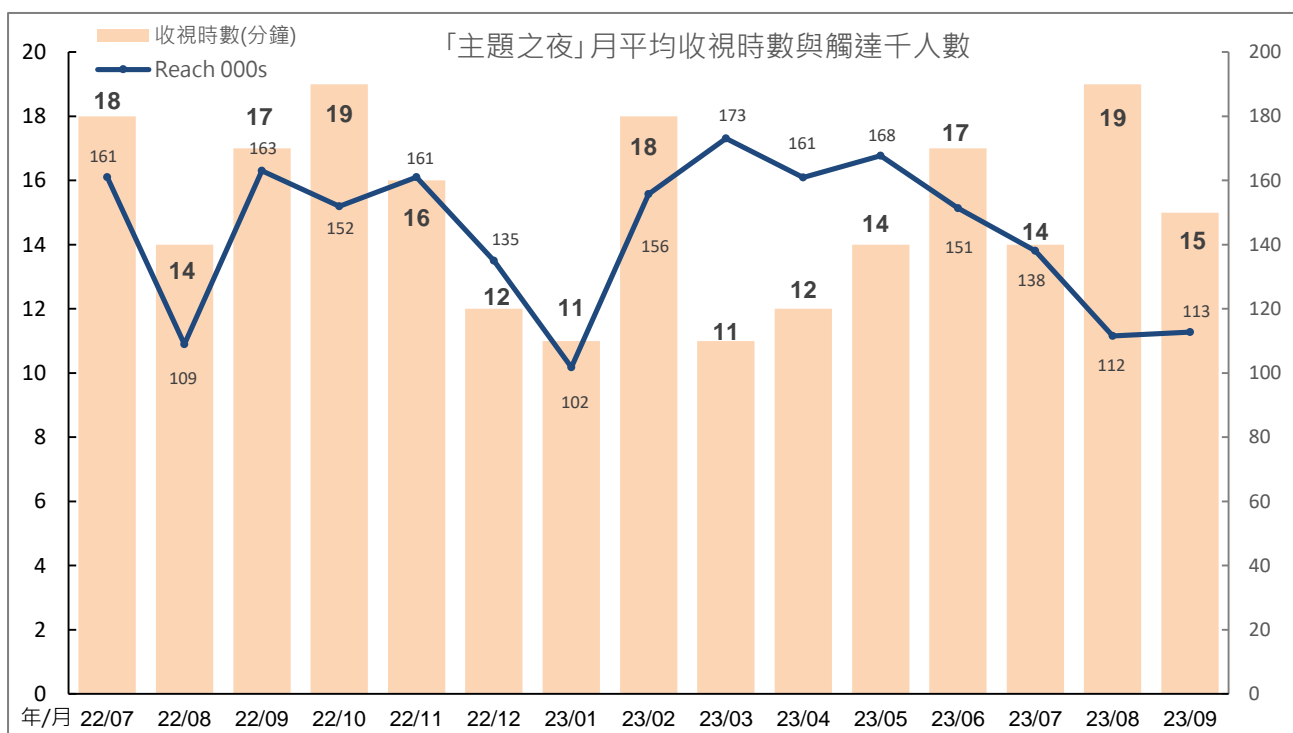
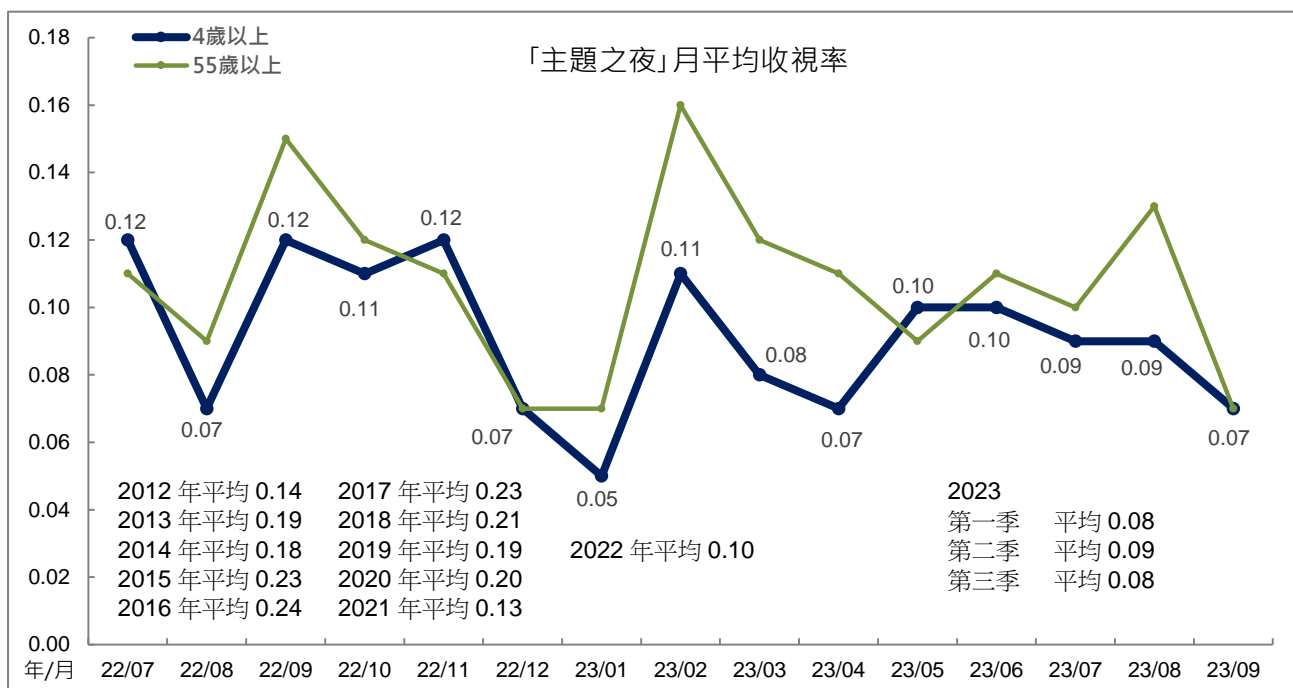
「紀錄觀點」2017年2月起移至週四播出，並且播出的紀錄片不限為60分鐘。2023年第三季期間播出內容以「紀錄觀點不能戳的秘密 III」收視最高，平均0.13。



5、週五 2200 時段「主題之夜」

週五 2200「主題之夜」2023 年 7 月、8 月平均皆為 0.09，9 月平均 0.07。跨年比較，2012 年至 2022 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。2023 年第一季平均 0.08，第二季平均 0.09，第三季平均 0.08。

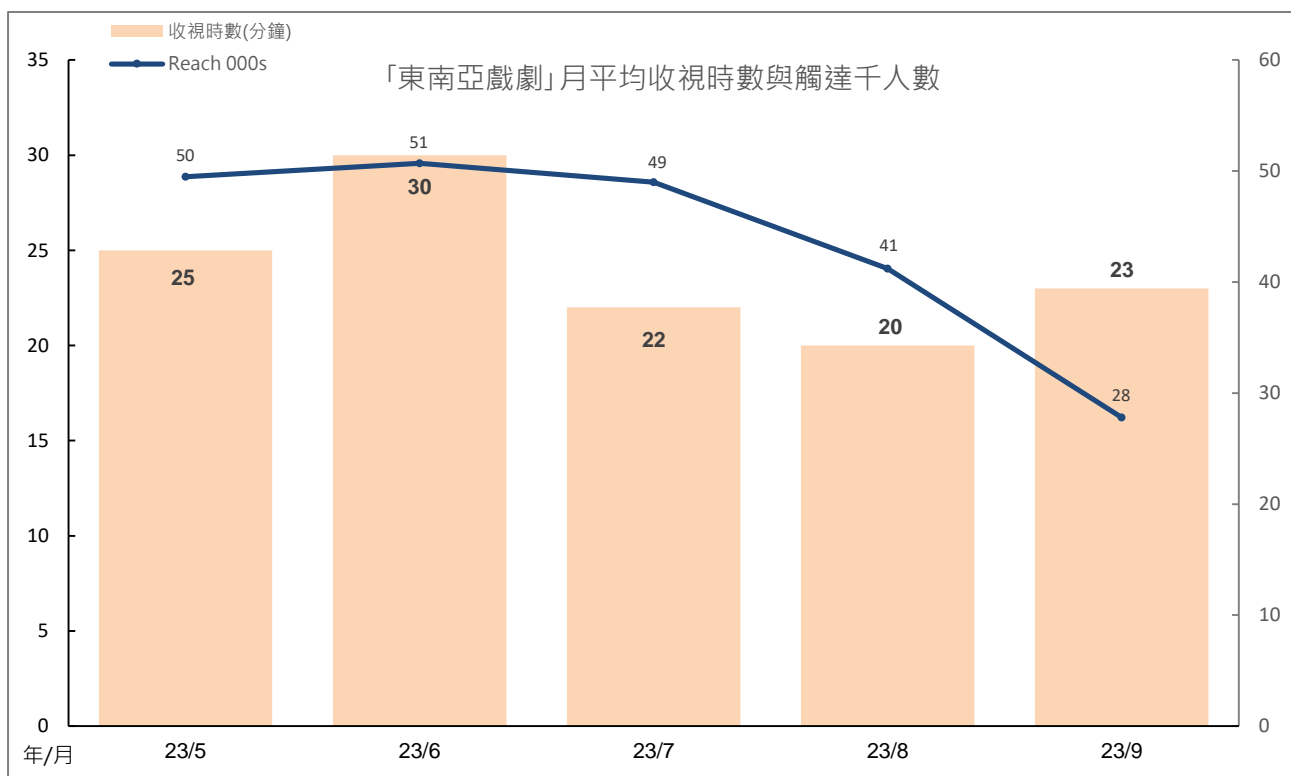
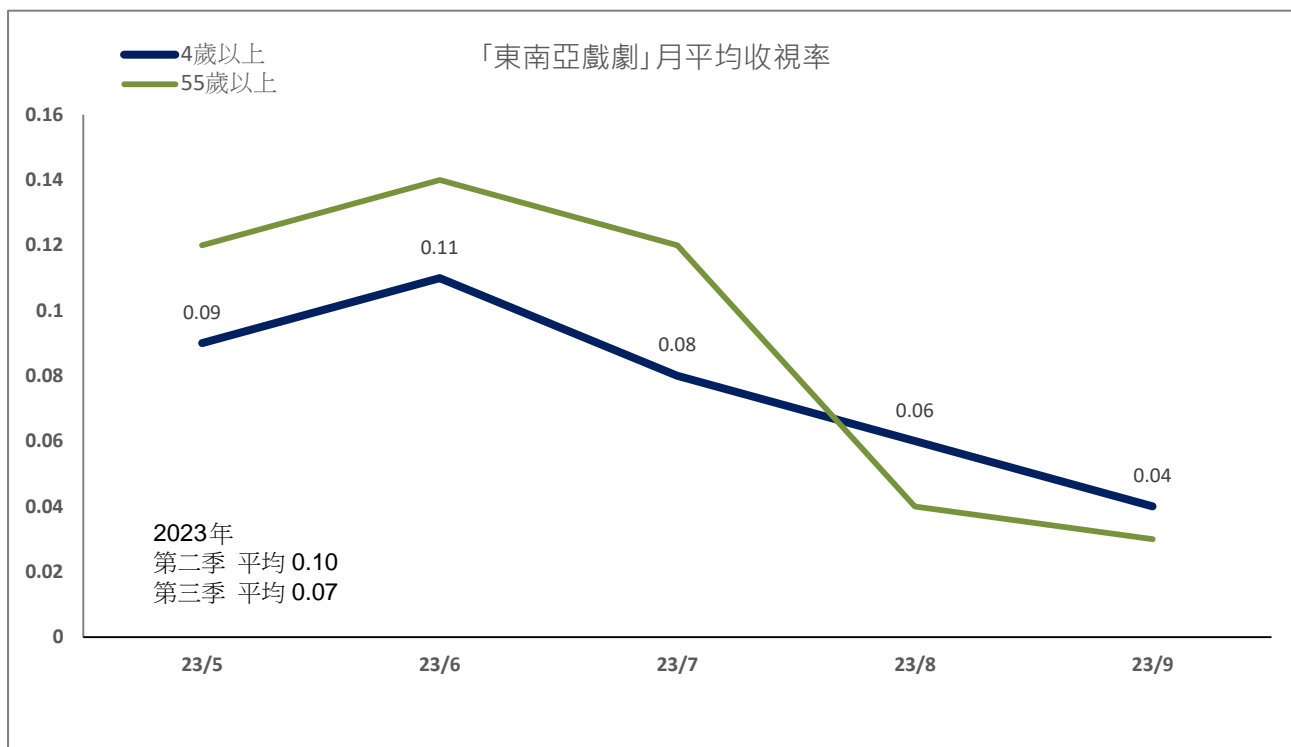
2023 年第三季期間播出內容以「公視主題之夜 SHOW 寄養男孩」收視最高，平均 0.20。



6、週一至週三 2300 時段「東南亞戲劇」

2023 年第二季起，週一至週三 23:00 時段播出東南亞連續劇。2023 年 5 月 1 日至 7 月 31 日播出泰國劇「天生一對」，平均 0.10，8 月 1 日至 8 月 22 日播出印尼劇「雅加達小情歌」，平均 0.06，8 月 23 日至 9 月 11 日播出越南劇「腥紅山莊」，平均 0.06。2023 年第二季平均 0.10，第三季平均 0.08。

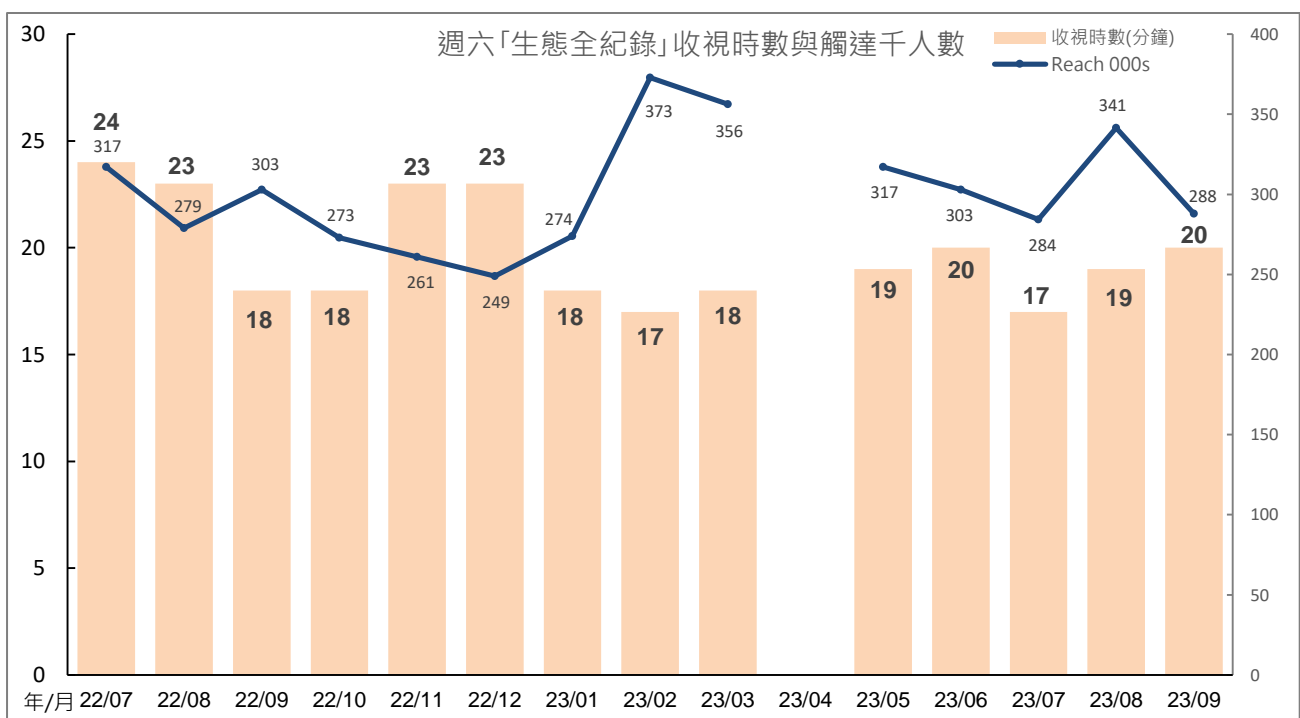
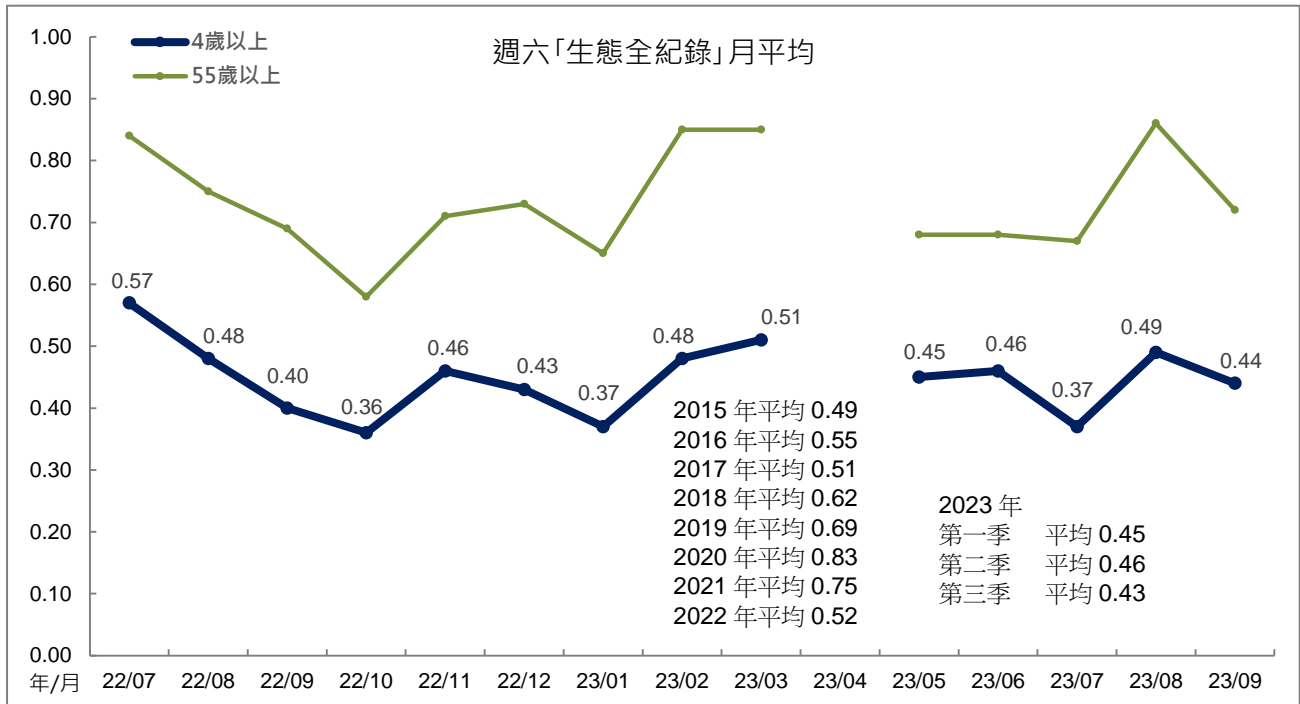
2023 年 8 月、9 月觸達人數下降，因而月平均也跟著下滑。



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 7 月平均 0.37，8 月平均 0.49，9 月平均 0.44。跨年比較，2015 年至 2022 年平均分別為 0.49、0.55、0.51、0.62、0.69、0.83、0.75、0.52。2023 年第一季平均 0.45，第二季平均 0.46，第三季平均 0.43。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 年第三季期間播出內容以「加拿大奇蹟極北之地」收視最高，平均 0.62。



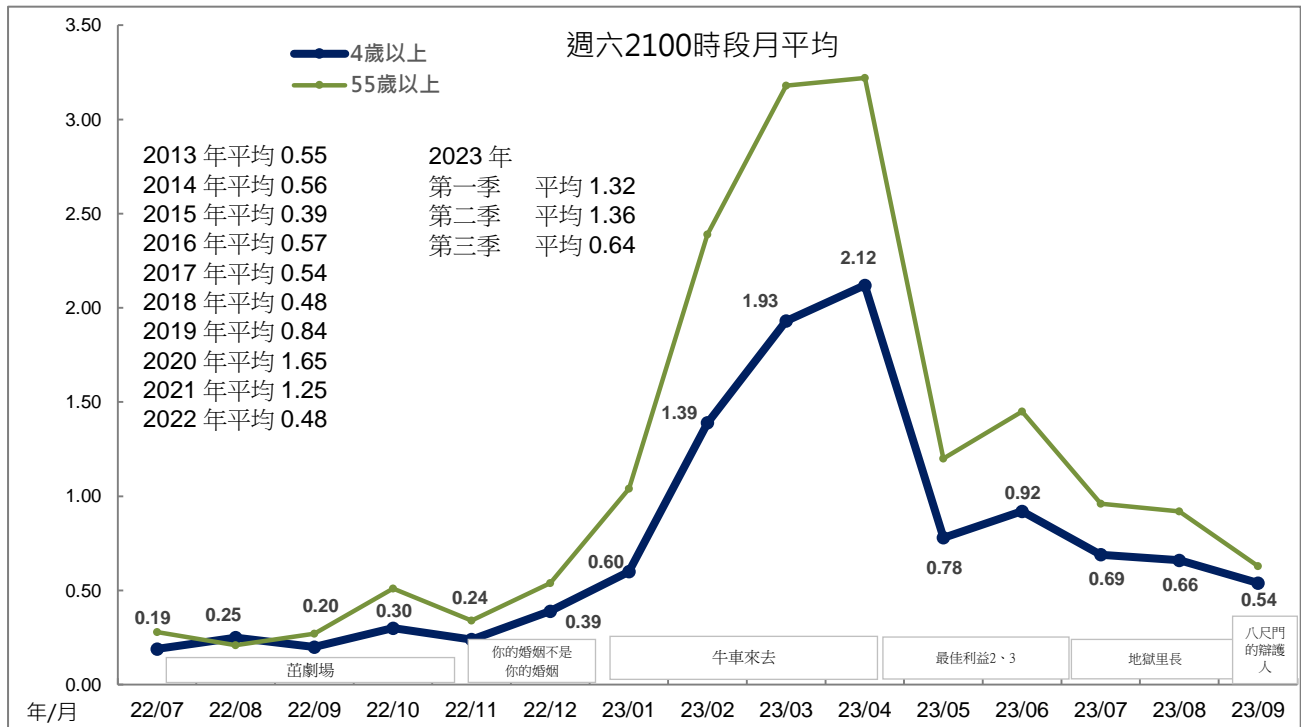
「生態全紀錄」播出節目(依播出順序)

播出日期	節目名稱	TVR	000s	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2022/1/1	蘇格蘭生命之水	0.74	160.8	25	395.4
2022/1/8	大鸞公園	0.64	138.8	26	324.4
2022/1/15-1/29	我們都是靈長類	0.61	131.7	22	371.9
2022/2/5	神奇的企鵝家族	0.52	113.8	20	351.5
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

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 7 月平均 0.69，8 月平均 0.66，9 月平均 0.54。跨年比較，2013 年至 2022 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。2023 年第一季度平均 1.32，第二季度平均 1.36，第三季度平均 0.64。

2023 年第三季期間播出戲劇「地獄里長」平均 0.66，「八尺門的辯護人」平均 0.40。



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
2022/9/10-9/24	茁劇場走過愛的蠻荒	0.19	41.4	0.73	12	163.9
2022/10/1-10/15	茁劇場誰說媽媽像月亮	0.30	64.6	1.11	17	182.5
2022/10/29-11/12	茁劇場綠島金魂	0.25	54.9	0.96	13	200.0
2022/12/03	你的婚姻不是你的婚姻聖筊	0.37	80.8	1.44	23	347.6
2022/12/10	你的婚姻不是你的婚姻尾號 1314	0.42	91.8	1.66	25	439.6
2022/12/17	你的婚姻不是你的婚姻恭請曾寶喜喜事	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
2023/9/16-9/30	八尺門的辯護人	0.40	85.4	1.63	25	195.6

週六 2100 時段「地獄里長」觀眾以女性、55 歲以上、其他北部加宜蘭、中部加花蓮、都會區、有工作男性、大專以上學歷、有線收看觀眾比例較高。

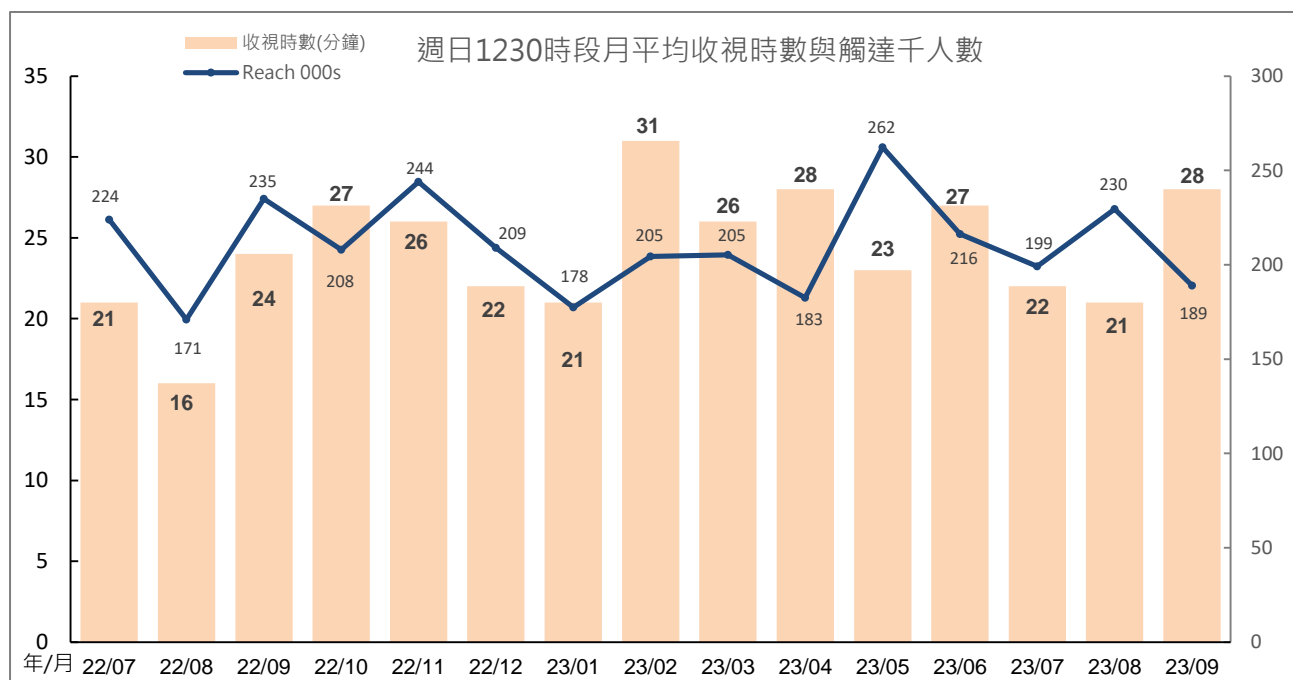
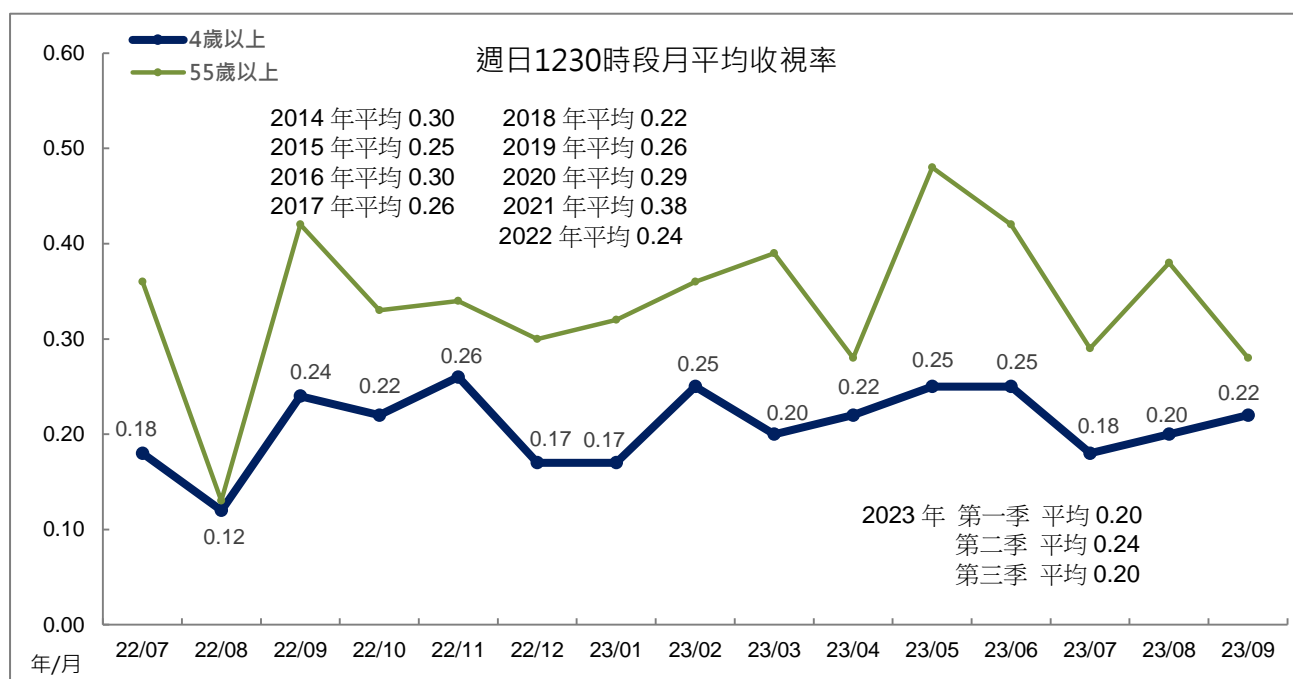
週六連續劇觀眾輪廓

分眾項目	地獄里長				
	TVR	000s	百分比	收視時數 (分鐘)	觸達 000s
所有觀眾	0.66	142.7	100	29	279.4
男性	0.57	60.3	42	27	128.2
女性	0.75	82.4	58	31	151.2
4-14	0.19	4.1	3	27	9.0
15-24	0.41	9.2	6	34	15.9
25-34	0.37	11.0	8	31	20.7
35-44	0.60	21.0	15	32	36.8
45-54	1.01	34.6	24	31	63.7
55+	0.86	62.7	44	27	133.3
大台北	0.58	30.2	21	26	66.1
其他北部+宜蘭	0.82	38.1	27	33	66.5
中部+花蓮	0.68	39.0	27	31	73.2
南部+台東	0.60	35.4	25	27	73.7
區/都會	0.62	58.9	41	28	119.1
市/鎮(縣)	0.59	40.1	28	28	83.0
鄉村	0.83	43.7	31	32	77.2
有工作的男性	0.68	46.5	33	28	93.2
有工作的女性	0.75	43.9	31	31	79.7
學生	0.29	9.2	6	28	17.4
家庭主婦	0.84	18.5	13	26	39.8
沒有工作/退休	0.72	24.5	17	28	49.3
小學或以下	0.34	11.7	8	25	27.6
初中	1.04	20.8	15	32	37.0
高中	0.85	47.1	33	31	87.3
大專或以上	0.60	63.1	44	28	127.6
無線接收	1.10	65.1	46	31	122.6
有線接收	0.50	77.6	54	28	156.7

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」2023 年 7 月平均 0.18，8 月平均 0.20，9 月平均 0.22。跨年比較 2012 年至 2022 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。2023 年第一季平均 0.20，第二季平均 0.24，第三季平均 0.20。

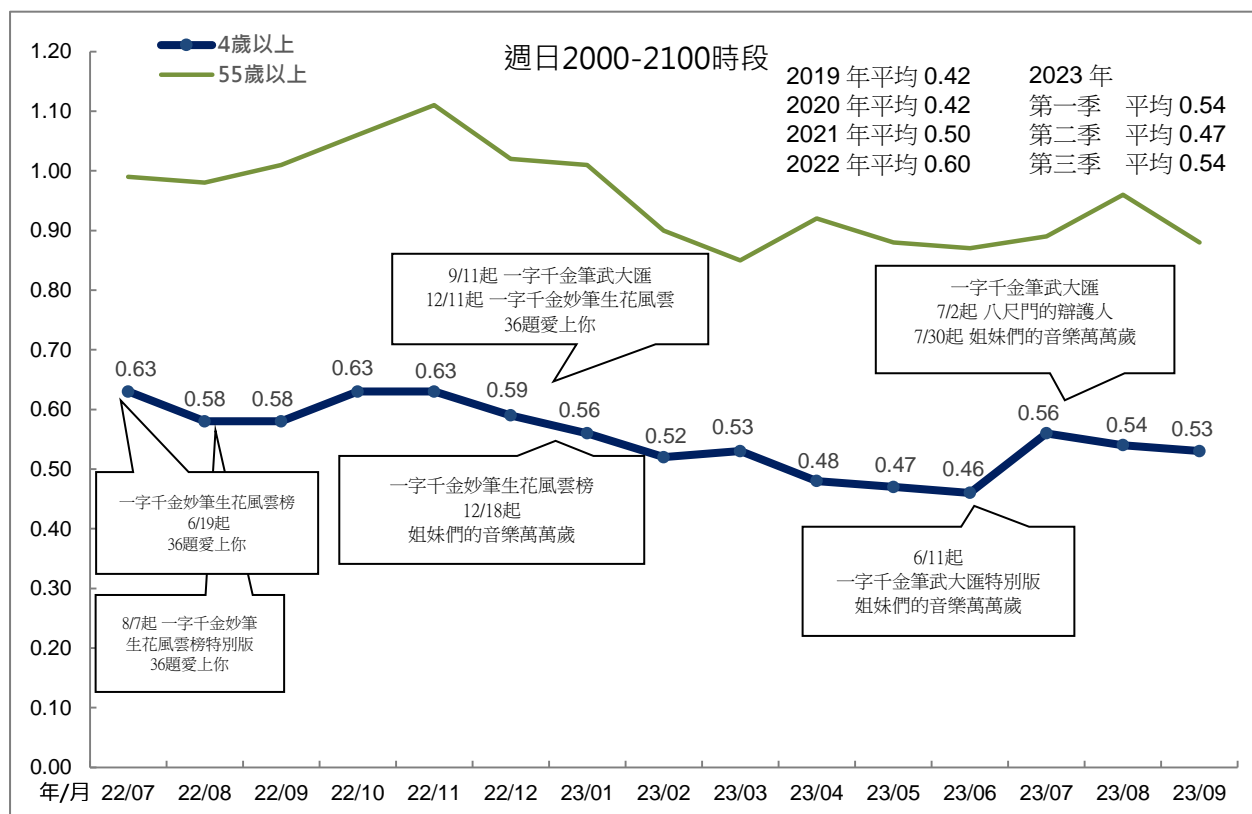
第三季期間播出電影，以「今天也要用便當出擊」收視最高，平均為 0.33，其次為「可不可以你也剛好喜歡我」，平均 0.28。



八、重點節目—週日 2000 時段收視分析

週日 2000 時段，2023 年 7 月平均 0.56，8 月平均 0.54，9 月平均 0.53。跨年比較，2015 年至 2022 年平均分別為 0.38、0.31、0.34、0.35、0.42、0.42、0.50、0.60。2023 年第一季平均 0.54，第二季平均 0.47，第三季平均 0.54。

第三季期間播出節目「一字千金筆武大匯」平均 0.80，「姐妹們的音樂萬萬歲」平均 0.23，「八尺門的辯護人」平均 0.44(2100-2300 時段)。



週日 2000 時段 2022 年第三季至 2023 年第三季播出節目

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2022/9/11-12/4	一字千金筆武大匯	0.91	197.5	2.88	29	414.6
2022/12/11-2023/6/4	一字千金妙筆生花風雲榜	0.81	174.2	2.61	31	347.7
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
2023/7/2-9/24	一字千金筆武大匯	0.80	171.8	2.52	30	343.4

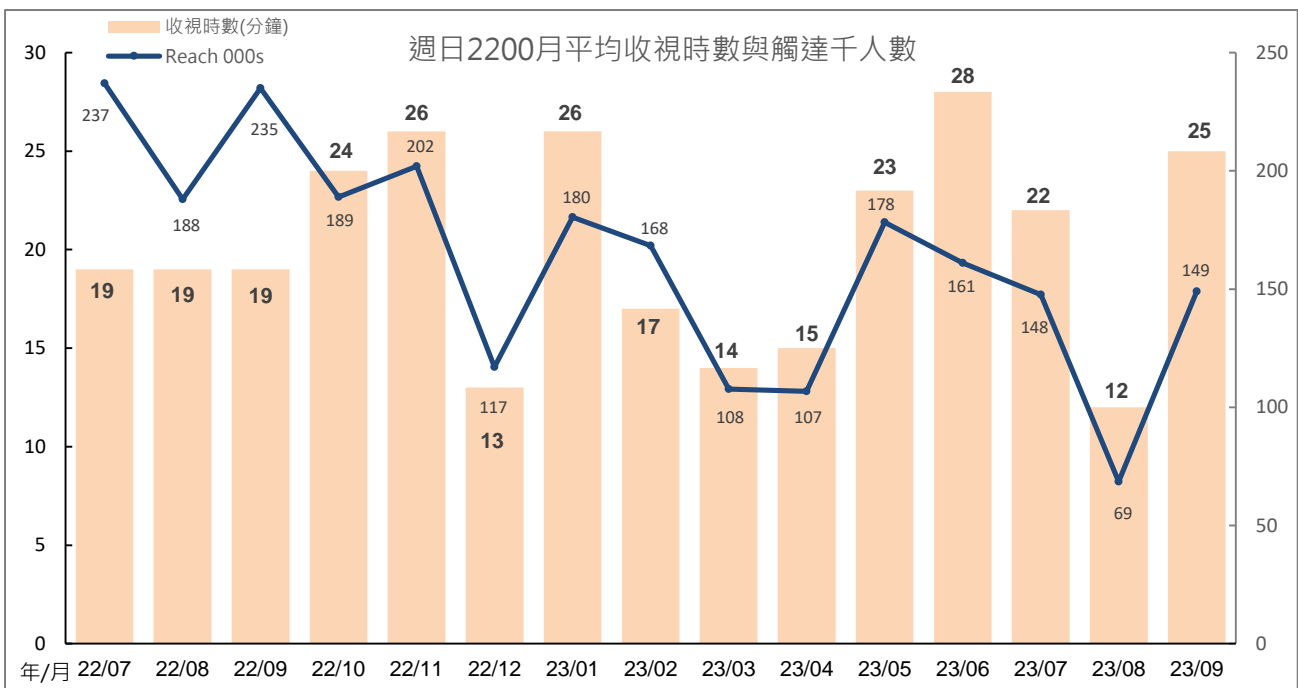
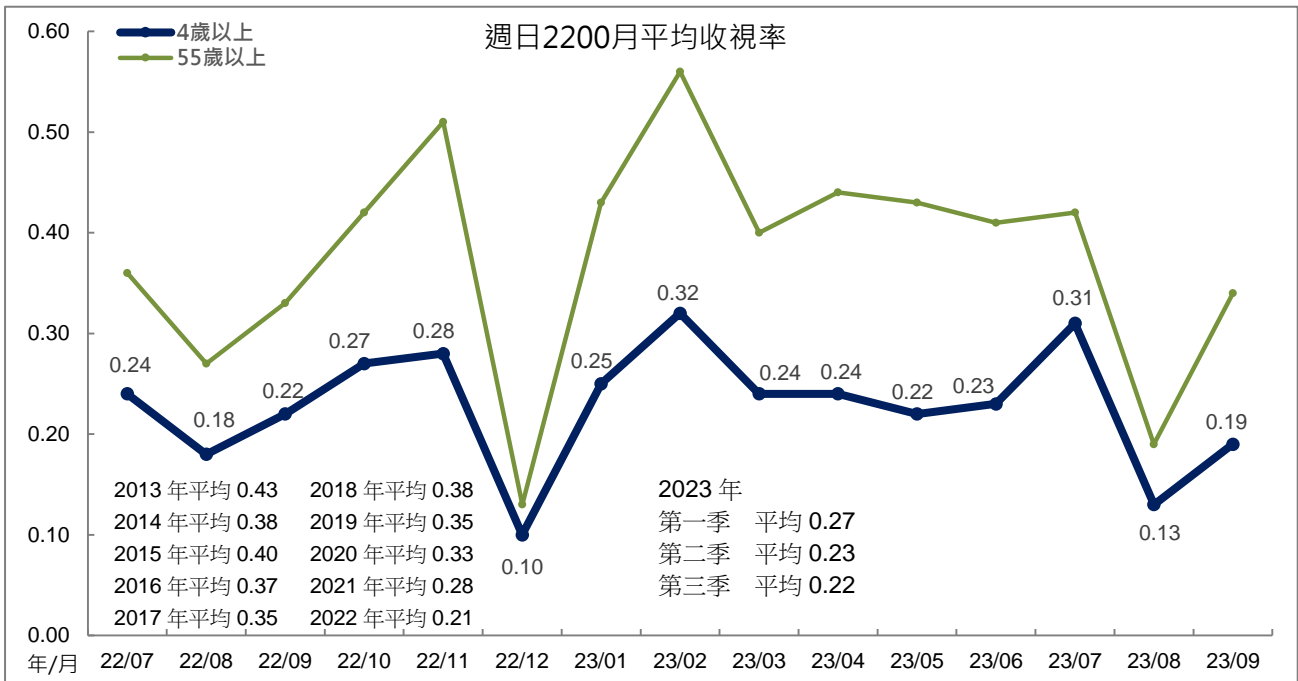
週日 2100 時段 2022 年第四季至 2023 年第三季播出節目

播出日期	節目名稱	TVR	000s	Share	收視時數 (分鐘)	Reach 000s
2022/12/18-2023/6/25、7/30-9/24	姐妹們的音樂萬萬歲	0.23	50.1	0.82	15	210.2
2023/7/2-7/23 (2100-2300 時段)	八尺門的辯護人	0.44	94.7	1.74	25	214.4

九、重點節目—週日 2200 時段收視分析

週日 2200 時段 2023 年 7 月平均 0.31，8 月平均 0.13，9 月平均 0.19。第三季期間播出節目，以「八尺門的辯護人」收視最高(2100-2300 時段)，平均 0.44，其次為「公視新創電影有了」，平均 0.35。

週日 2200 時段 2011 年至 2022 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。2023 年第一季平均 0.27，第二季平均 0.23，第三季平均 0.22。



2023年第三季週日 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
2023/7/2-7/23	八尺門的辯護人 (2100-2300 時段)	0.44	94.7	1.74	25	214.4
2023/07/30	公視人生劇展第一響槍	0.27	57.2	1.45	25	205.1
2023/08/06	公視新創電影暴好人	0.28	61.0	1.27	14	134.1
2023/08/06	公視新創電影溫馨家庭日	0.10	22.3	0.56	12	57.3
2023/08/06	公視新創電影編劇頭很痛	0.04	9.4	0.29	8	36.5
2023/08/13	公視新創電影不發火	0.26	55.8	1.19	13	136.7
2023/08/13	公視新創電影潘朵拉	0.15	33.4	0.87	15	69.8
2023/08/13	公視新創電影求仙記之南 Q 一夢	0.02	5.2	0.17	3	53.9
2023/08/20	公視新創電影有了	0.35	75.0	1.51	18	126.7
2023/08/20	公視新創電影還有很多魚	0.12	25.2	0.62	11	66.2
2023/08/20	公視新創電影春水奇譚	0.03	5.7	0.18	10	17.9
2023/08/27	公視新創電影沙發是條狗	0.10	22.5	0.45	9	79.2
2023/08/27	公視新創電影念你如昔	0.03	6.2	0.14	5	38.9
2023/08/27	公視新創電影第一鮪	0.02	5.0	0.15	24	6.3
2023/09/03	公視人生劇展衣櫃裡的貓	0.23	49.4	1.05	30	145.8
2023/09/10	公視人生劇展姐妹	0.23	48.6	1.23	26	168.2
2023/09/17	公視人生劇展無常日常	0.12	24.9	0.63	16	145.1
2023/09/24	公視人生劇展殘值	0.18	39.7	1.04	26	136.8

貳、公視+ 與 YouTube 第三季收視成效

本報告為 2023 年第三季（數據起訖範圍：2023.07.01-2023.09.30）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。

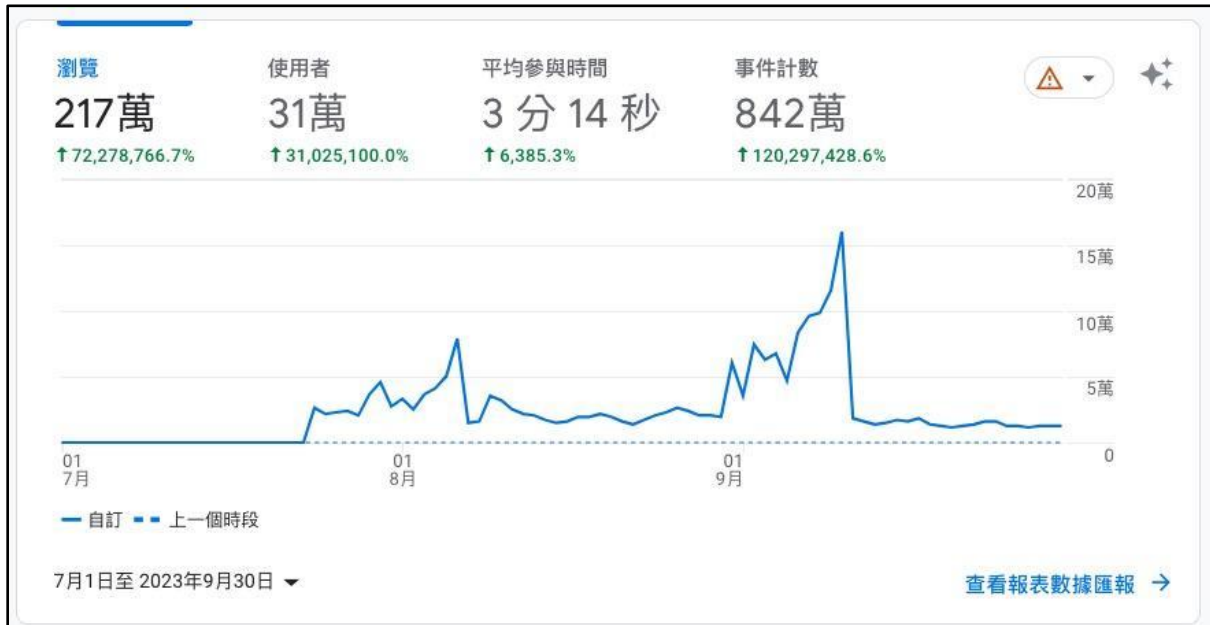
Youtube 的收益為預估收益，YouTube 內容管理系統之後台報表以美金計價，本報告則以美金兌換台幣 1:31 計算，並呈現預估收益成長與比較，實際收益須考慮跨國稅賦與匯差，並以會計單位最後出帳報表為準。

一、公視+ 第三季收視成效

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

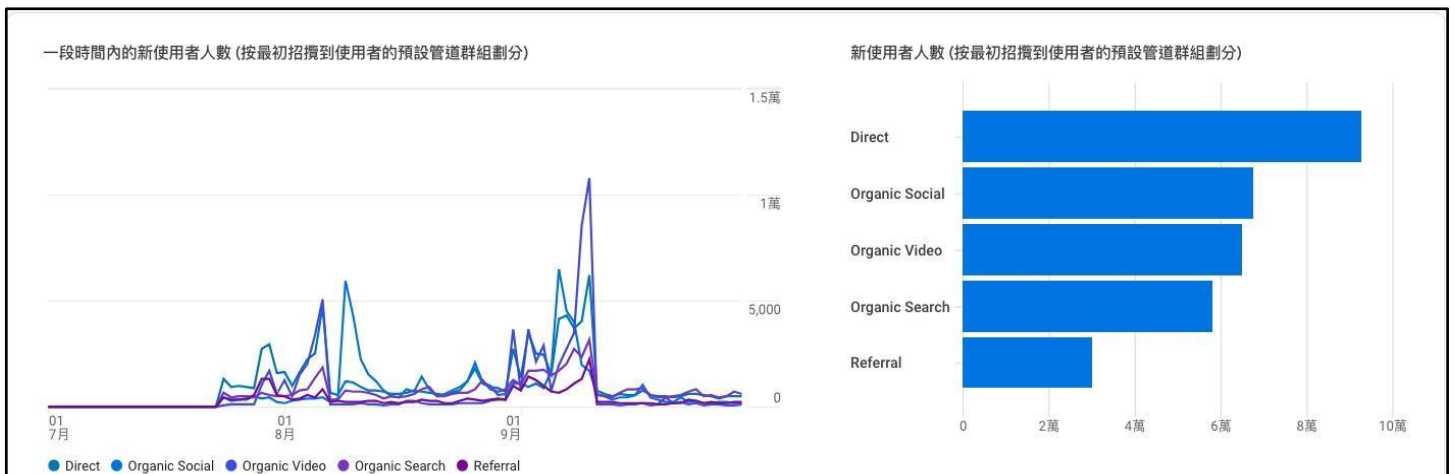
2023 年第三季總網頁瀏覽量(Page View)為 2,177,398，使用者 310,000、使用者平均參與時間為 3 分 14 秒，皆有顯著成長。



2023 年第三季總網頁瀏覽量

1、獲客分析

公視+在第三季獲客主要來自於「直接流量 Direct」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。其次則為「Organic Social 自然社交」以及「Organic Video 自然影音」。其中「Organic Video 自然影音」意指使用者因為收看社群媒體影音(如 YouTube、Facebook、Instagram)而轉換至目標網站，公視+在第三季流量的高點分別發生在 8 月與 9 月，此時間的重點節目為 U12 與 U18 世界盃棒球賽直播，直播期間公視成立公視體育 YouTube 頻道，並大量後製設計精華影音、成立即時比分聊天室。以 U18 賽事為例，8 月 31 日至 9 月 6 日在公視系列 YouTube 頻道上共累積 152.3 萬次觀看，並成功將使用者轉換為公視+之註冊與觀看行為。



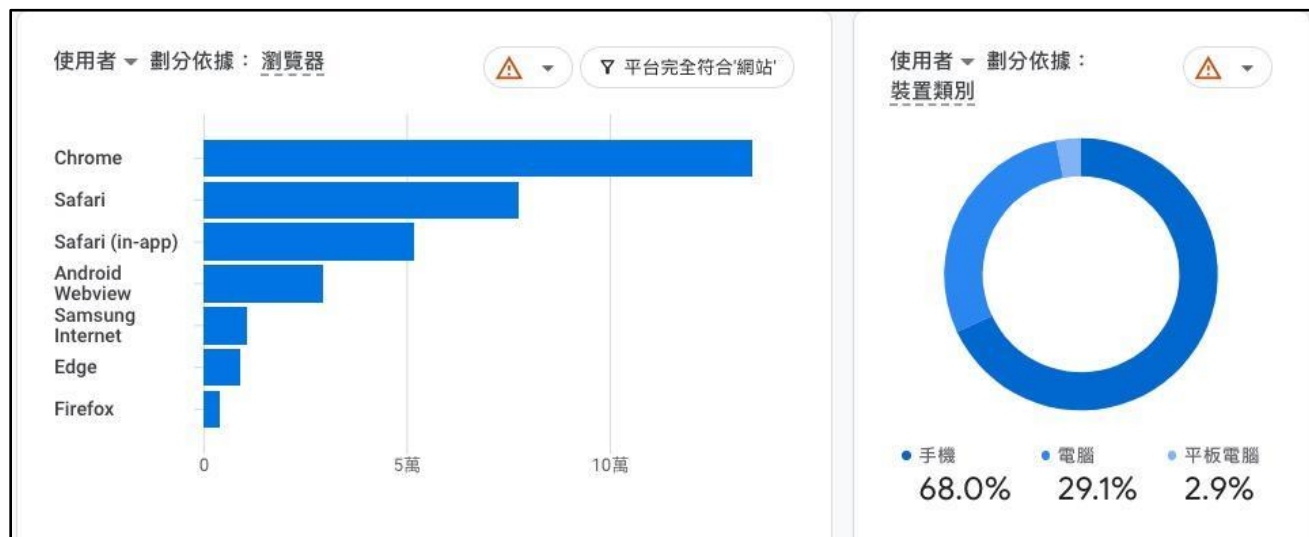
U18 體育運動賽事播映期間帶動公視+整體流量成長

2、使用者輪廓

以網頁瀏覽量對照使用者年齡，第二季主力年齡層為 35-44 歲，其次為 45-54 歲，排序第三為 25-34 歲之年齡層，第三季使用者年齡層之分佈與第二季接近。以網頁瀏覽量對照使用者性別，可發現 51.3%的使用者為女性，男性則佔 48.7%。第三季男性使用者有微幅提升，估計與 U12、U18 世界盃棒球賽直播有關。



自 7 月 24 日開始，公視+僅提供網站收看並暫停使用 APP，故使用者須以電腦或手機上的瀏覽器收看本服務。在此情境下，若以瀏覽量對照使用者裝置類別，會以手機（透過瀏覽器）觀看之 68%為最多。瀏覽器則又以 Chrome 的使用為主。



(二)公視+ 內容管理系統數據分析

2023 年第三季總上傳時數為 428.6 小時¹，各類型節目時數如下：

2023 第三季 VOD 上架時數

上架方式 - 節目類型 - 時數	+	+7	總計
	(長期免費收看，以及大於 7 天可收看之節目)	(7 天後下架)	
戲劇影集	13.5	30.2	43.7
紀錄片	68.2	47.5	115.7
兒少	42.09	29.1	71.19
生活	92.51	59	151.51
藝文	14.5	32	46.5
合計			428.6

第三季各月節目規劃策略說明如下：

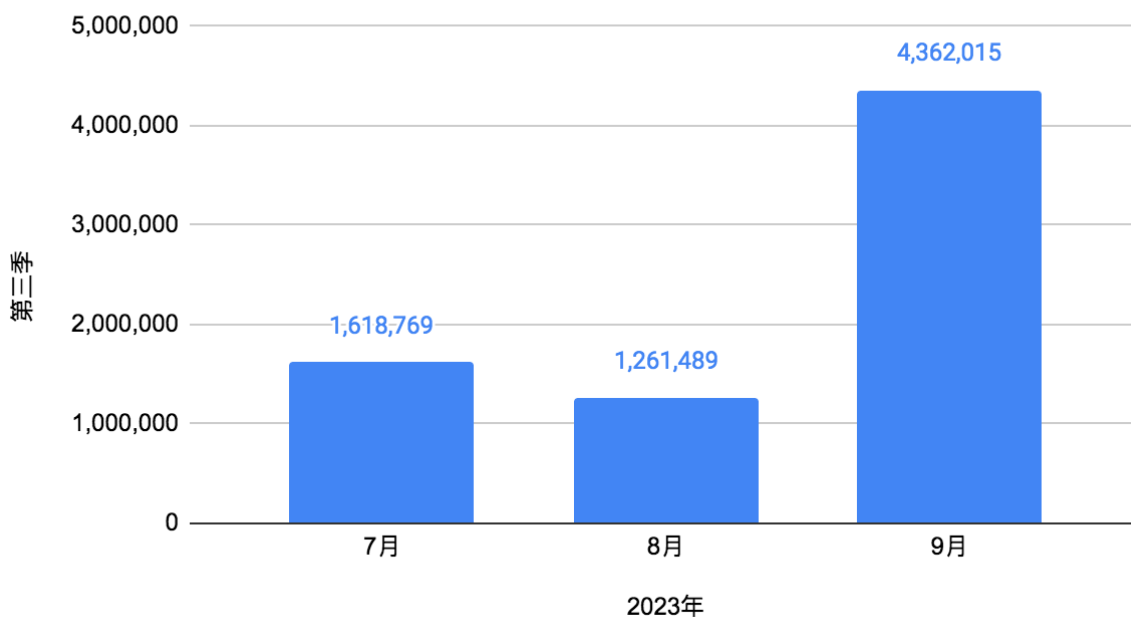
頻道別 - 月份 - 播映規劃	7 月	8 月	9 月
戲劇	<ul style="list-style-type: none"> ● 高雄電影節 雄成人：屍舞、有了?!、春水奇譚 ● 高雄電影節 隔離丁尼：懸日與掛月、我在隔離中、居家防疫日記 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2023 公視新創短片 念你如昔、還有很多魚、沙發是一條 DOG ● 泰劇 天生一對 	<ul style="list-style-type: none"> ● 金穗獎系列：哈勇家 ● 越南劇 腥紅山莊 ● 黑白影像的魅力：幻日手記、念你如昔、戚風、治癒之鼓、前世情人的情人、如果大象不死、求仙記之南 Q 一夢
兒少	<ul style="list-style-type: none"> ● 工作細胞 S1、S2 ● 短片一籟：T 完美訪客、為了記得 	<ul style="list-style-type: none"> ● 水果冰淇淋 PODCAST 系列 ● 世界精選兒童短片：小老鼠管家、錄音機器人的回憶、怕雨的孩子、小金魚的生存水道、魔術方塊之謎、完美的禮物 	<ul style="list-style-type: none"> ● 都是動畫！動物的奇幻世界：123 妙妙鼠、打破世界平衡的那個牛！、麻雀與紙飛機、鬥鬥鳥、動物奇觀：貪吃變色龍 ● 海洋教育系列（與紀錄片共同策展）：

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	7月	8月	9月
			海邊最後的夏天、 平安龜、海洋日記
紀錄片	<ul style="list-style-type: none"> ● 新世代紀錄片導演系列：我也是一名國手、雙面曹里歐、有時 mama 有時 mimi、游移之身、窠荃藤河、度日、伏流、布洛卡區 	<ul style="list-style-type: none"> ● 身體自主策展：雖不致死、我的身體我做主、出櫃、不要忘記我愛你、迷霧中的孩子 ● 能源之島：海之岸、流轉世代、我們的島 podcast ep9、守護者聯盟、青春發言 	<ul style="list-style-type: none"> ● 百歲秘訣：我不老我才 100 歲、摺紙密碼、百歲人瑞的秘密、當失智症醫師得了失智症、極樂世界-銀髮樂活 ● 少數民族的美麗與哀愁：曠野歌聲、TAP 末代銅環女、迷霧中的孩子、Mararom、何處是我家？ ● 想念美麗少年-陳俊志導演作品：幸福備忘錄、無偶之家往事之城、玫瑰戰爭
生活與藝文	<ul style="list-style-type: none"> ● 群山之島與不去會死的他們 2 ● 日本賞 新 映像詩 里山*2、青森睡魔祭: 職人之夢、京都藝伎: 祇園物語 	<ul style="list-style-type: none"> ● 浩克慢遊：第五季 ● 動物間諜系列：動物秘密一籬筐 (S1,S2,雪中間諜) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 騎鐵馬遊日本：第五季 ● 世界名畫的故事：全 10 集
事件直播	<ul style="list-style-type: none"> ● U12 世界盃棒球賽 	<ul style="list-style-type: none"> ● U18 世界盃棒球賽 	<ul style="list-style-type: none"> ● U18 世界盃棒球賽

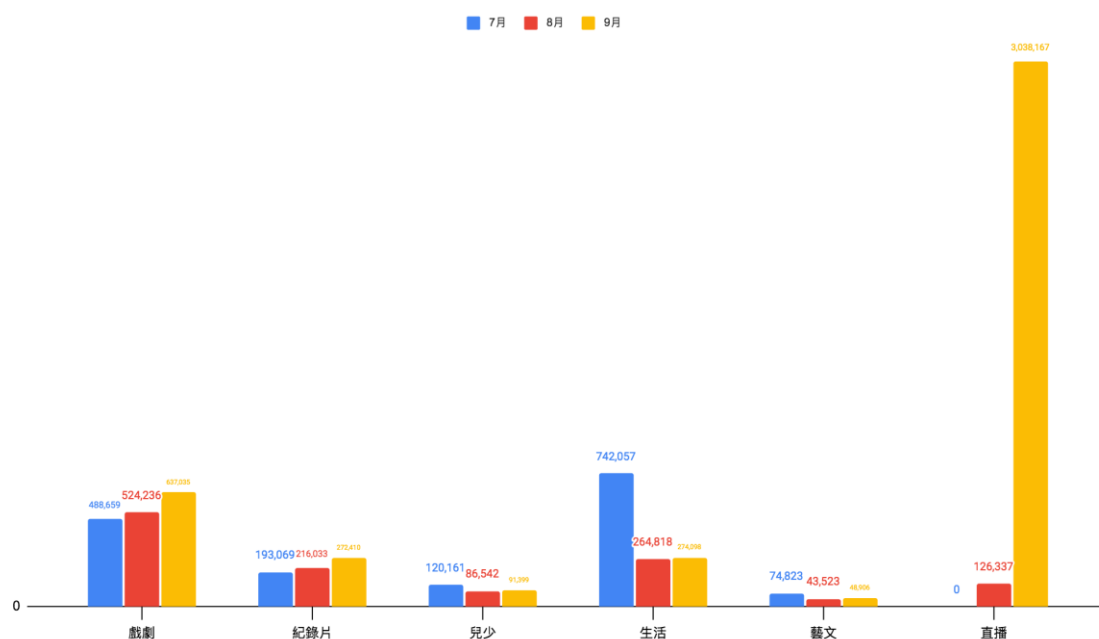
第三季總觀看分鐘數為 7,242,273 分鐘（約 724.2 萬分鐘），其中 VOD 類節目之總觀看分鐘數為 4,077,769 分鐘（約 407.7 萬分鐘），事件型直播觀看分鐘數為 3,164,504（約 316.4 萬）分鐘。第三季則以 9 月分鐘數最高，集中在事件型直播節目的觀看。

2023年第三季每月觀看分鐘數 (VOD+LIVE STREAM)



2023 年第三季每月觀看分鐘數

2023年第三季每月觀看分鐘數



2023 年第三季公視+各主題頻道累計觀看分鐘數

參考圖表「2023年第三季公視+各主題頻道累計觀看分鐘數」可發現，VOD類：戲劇類節目收視比例為最高。7月份生活類節目之觀看分鐘數明顯超越其他類型的頻道內容，對照熱門節目流量，觀看分鐘數較高的節目為「群山之島與不去會死的他們（第二季）」。直播類則以9月份直播之U12與U18世界盃棒球賽為主。

1、第三季戲劇熱門節目排名

第三季戲劇頻道熱門節目包括迷你電影院「講話沒有在聽」、新創短片「春水奇譚」、新創短片「有了」、泰劇「天生一對」以及金穗獎電影「哈勇家」。其中「春水奇譚」與「有了」乃透過社群媒體短影音操作而獲得流量轉換。「講話沒有在聽」與「天生一對」則延續公視電視頻道播映後之收視成效。

第三季戲劇熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
1	迷你電影院	講話沒有在聽	113,291	7,096	+7
2	新創短片	春水奇譚	97,327	73,774	FREEVOD
3	天生一對	天生一對 ep36	30,529	17,274	限時多天
4	天生一對	天生一對 ep34	30,149	7,379	限時多天
5	天生一對	天生一對 ep33	30,120	6,626	限時多天
6	天生一對	天生一對 ep29	30,025	7,277	限時多天
7	天生一對	天生一對 ep28	29,429	7,477	限時多天
8	天生一對	天生一對 ep30	28,972	6,652	限時多天
9	天生一對	天生一對 ep31	28,485	6,814	限時多天
10	新創短片	有了?!	28,029	42,020	FREEVOD
11	天生一對	天生一對 ep37	27,786	15,890	限時多天
12	天生一對	天生一對 ep32	26,950	5,613	限時多天
13	天生一對	天生一對 ep38	25,352	13,899	限時多天
14	公視+ 獨播	哈勇家	25,263	1,207	限時多天
15	天生一對	天生一對 ep39	24,818	14,022	限時多天
16	天生一對	天生一對 ep40	18,788	12,537	限時多天
17	天生一對	天生一對 ep27	18,076	7,292	限時多天
18	天生一對	天生一對 ep35	17,466	703	限時多天

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
19	天生一對	天生一對 ep1	15,580	13,163	限時多天
20	天生一對	天生一對 ep10	13,380	8,564	限時多天

2、第三季紀錄片熱門節目排名

第三季紀錄片類節目以「紀錄觀點」系列所播出的紀錄片入榜最多。本系列以「不能戳的秘密 III：官官相護」表現最佳，並帶動導演前期系列作品，包括「邁向權利之路」、「不能戳的秘密 II：國家機器」、「不能戳的秘密 I：政府病毒」觀看分鐘數之成長。

第三季紀錄片熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
1	紀錄觀點	不能戳的秘密 III： 官官相護	98,975	3,952	FREEVOD
2	紀錄觀點	藏傳佛教：噤聲秘密	62,430	54,661	限時多天
3	主題之夜 SHOW	總統、歐洲與戰爭	29,697	1,164	限時多天
4	紀錄觀點	晶片戰爭	28,491	5,797	限時多天
5	紀錄觀點	走味的葡萄酒	25,736	18,832	限時 7 天
6	紀錄觀點	你快樂嗎？	23,483	24,896	限時 7 天
7	紀錄觀點	邁向權力之路	23,243	5,675	FREEVOD
8	紀錄觀點	iHuman： 未來的未來是現在	17,598	556	限時 7 天
9	紀錄觀點	人生結語	17,528	793	限時 7 天
10	紀錄觀點	補習班的門口	14,886	16,743	FREEVOD
11	紀錄觀點	PO 到死	13,724	522	限時 7 天
12	紀錄觀點	牧者	13,001	10,137	限時多天
13	紀錄觀點	卡達- 邁向征服世界的王朝	11,840	412	限時 7 天

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
14	紀錄觀點	地球迷航	11,678	1,718	限時多天
15	紀錄觀點	群山中的水手	10,031	442	限時 7 天
16	紀錄觀點	不能戳的秘密 II： 國家機器	8,865	1,690	FREEVOD
17	紀錄觀點	相撲選手日常記事	8,401	2,231	限時多天
18	紀錄觀點	不能戳的秘密 I： 政府病毒	7,672	928	FREEVOD
19	紀錄觀點	有影台灣(上)	6,561	2,248	限時多天
20	公視+ 獨播	無麩質的完全真相	6,408	3,113	限時多天

3、第三季兒少熱門節目排名

兒少類節目主要以台灣國際兒童影展系列選片（請參考黃色標示處），本系列以「我家藏著林布蘭」表現最佳，本片以短影音模式在社群媒體操作，並獲得眾多使用者的留言與分享並轉換為公視+收視。此外公視+新購動畫「工作細胞」亦佔榜多數。公視自製節目「妖果小學-水果奶奶的大秘密《劇場版》」、「換個爸媽過幾天」則自第一季開始便佔居前 20 大排名中，足見其長尾效益。

第三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	總點擊次數	上架方式
1	我家藏著林布蘭	我家藏著林布蘭	10,116	11,527	限時多天
2	妖果小學-水果奶奶的大秘密《劇場版》	妖果小學-水果奶奶的大秘密《劇場版》	7,560	2,613	FREEVOD
3	工作細胞	肺炎鏈球菌 ep1	7,405	4,899	限時多天
4	海洋日記	Luca！浪來了！ep1	7,149	1,524	FREEVOD
5	豬豬求生記	豬豬求生記	6,867	1,926	限時多天
6	垃圾總動員	垃圾總動員	5,941	1,676	限時多天
7	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 02 ep2	5,134	1,792	FREEVOD
8	工作細胞	擦傷 ep2	4,910	2,615	限時多天
9	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 03 ep3	4,761	1,703	FREEVOD
10	名偵探布魯諾	名偵探布魯諾	3,585	744	限時多天

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
11	換個爸媽過幾天	遇上情緒怪獸的少年ㄟ ep7	3,509	1,260	FREEVOD
12	工作細胞	流行性感冒 ep3	3,438	1,954	限時多天
13	換個爸媽過幾天	遇上情緒怪獸的少年ㄟ ep8	3,231	1,171	FREEVOD
14	工作細胞	食物中毒 ep4	3,184	1,784	限時多天
15	海洋日記	船帆石的人魚傳說 ep2	3,065	591	FREEVOD
16	老少名偵探	老少名偵探	3,021	1,436	限時多天
17	工作細胞	杉樹花粉過敏 ep5	2,612	1,341	限時多天
18	歡迎來到臭臭鎮	歡迎來到臭臭鎮	2,605	616	限時多天
19	時光髮廊	時光髮廊	2,563	603	限時多天
20	換個爸媽過幾天	滑向遠方的手機魂 01 ep1	2,555	806	FREEVOD

4、第三季生活熱門節目排名

生活類節目以6月底上映之「群山之島與不去會死的他們（第一季）（第二季）延續第二季的收視成效至本季，並取得最高收視流量。另「一字千金」系列在本季亦累積長期收看的觀眾，並反映於第一季與第二季的收視成效中。

第三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	上架方式
1	群山之島與不去會死的他們 第二季	深淵驚現嘆息灣！／李佳珊 ep2	169,552	27,396	FREEVOD
2	群山之島與不去會死的他們 第二季	來自八千米的無氧告白／呂忠翰（阿果） ep1	150,259	24,333	FREEVOD
3	群山之島與不去會死的他們 第二季	向山而行 向死而生／張國威 ep3	117,692	24,247	FREEVOD
4	群山之島與不去會死的他們 第二季	我們不是登山家，因為山是我們家／巫瑪芙、馬詠恩 ep4	89,188	24,513	FREEVOD
5	群山之島與不去會死的他們 第一季	帶我回奇萊？帶我回奇萊！ ep1	14,540	6,468	FREEVOD
6	一字千金 筆武大匯第二季	一字千金 筆武大匯 第二季 ep1	11,960	474	FREEVOD
7	騎鐵馬遊日本第五季	長野 山居生活 ep47	11,416	6,864	限時多天
8	騎鐵馬遊日本第五季	東京自行車賓果 ep48	10,302	723	限時多天
9	群山之島與不去會死的他們 第一季	冒險是殺小？！ ep2	9,875	3,536	FREEVOD

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
10	一字千金 筆武大匯第二季	一字千金 筆武大匯 第二季 ep2	9,669	352	FREEVOD
11	騎鐵馬遊日本第五季	東京自行車賓果 ep46	7,684	5,820	限時多天
12	阿爾卑斯山腳下的仙境	阿爾卑斯山腳下的仙境	7,546	3,287	限時 7 天
13	群山之島與不去會死的他們 第一季	成為更好的自己!! ep4	7,543	2,778	FREEVOD
14	動物秘密一籬筐第一季	動物秘密一籬筐 第一季 ep1	7,411	3,253	限時多天
15	一字千金 筆武大匯第一季	主持人好搭檔+鑑定師助戰團 ep1	7,385	4,885	FREEVOD
16	群山之島與不去會死的他們 第一季	原始森林的浪遊! ep3	7,098	3,296	FREEVOD
17	騎鐵馬遊日本 第五季	香川 追求卓越 ep44	7,046	4,741	限時多天
18	騎鐵馬遊日本 第五季	東京深度之旅 ep45	6,648	4,386	限時多天
19	一字千金 筆武大匯第二季	語言專家 ep6	6,623	6,437	FREEVOD
20	動物秘密一籬筐：雪中間諜	動物秘密一籬筐：雪中間諜	6,145	3,794	限時多天

5、第三季藝文熱門節目排名

藝文類節目於9月下旬配合宮崎駿新作電影上映之契機，連動宣傳獨立購片「宮崎駿的十年瞬間」，並以短影音、文字影評以及人物特寫方式擴大觸達面相並奏效。

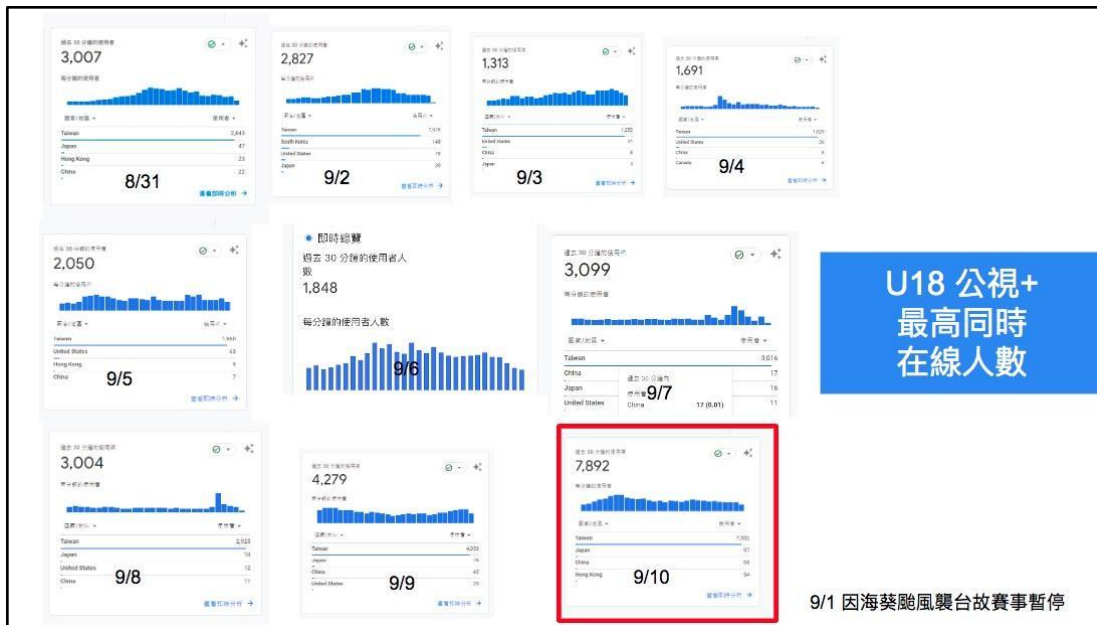
第三季藝文熱門節目排名

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
1	宮崎駿的十年瞬間	波妞來了 ep1	21,393	8,353	限時多天
2	宮崎駿的十年瞬間	繪出真實 ep2	10,938	4,369	限時多天
3	宮崎駿的十年瞬間	去吧!成為我的威脅 ep3	8,750	3,260	限時多天
4	宮崎駿的十年瞬間	別找廉價的藉口 ep4	8,497	3,706	限時多天
5	京都藝伎：祇園物語	京都藝伎:祇園物語	6,542	1,664	限時多天
6	重現名畫：葛飾北齋	重現名畫:葛飾北齋	5,955	2,176	限時多天
7	青森睡魔祭：職人之夢	青森睡魔祭:職人之夢	4,051	1,692	限時多天
8	台北室內·三十而已	台北室內·三十而已	3,289	3,146	限時多天

排序	節目名稱	子集名稱	總觀看分鐘數	總點擊次數	上架方式
9	黑色詩人：山本耀司	黑色詩人：山本耀司	3,146	678	限時多天
10	世界名畫的故事	蒙娜麗莎的微笑 ep1	3,070	1,033	限時多天
11	極相林	極相林	3,032	123	限時 7 天
12	他們在島嶼寫作 2-林文月	他們在島嶼寫作 2-林文月	2,953	143	限時 7 天
13	紐約大都會博物館： 藝術不打烊	紐約大都會博物館： 藝術不打烊 ep3	2,474	124	限時 7 天
14	管風琴綺響 《布穀鳥與夜鶯》	管風琴綺響 《布穀鳥與夜鶯》	2,456	117	限時 7 天
15	戰+	戰+	2,359	118	限時 7 天
16	世界名畫的故事	奧菲莉亞 ep9	2,260	894	限時多天
17	世界名畫的故事	向日葵 ep2	2,109	506	限時多天
18	叛逆之心:米羅	叛逆之心:米羅	2,021	143	限時 7 天
19	世界名畫的故事	睡蓮 ep5	1,915	398	限時多天
20	竇加：完美主義的追求	竇加：完美主義的追求	1,653	110	限時 7 天

6、事件型直播活動成效

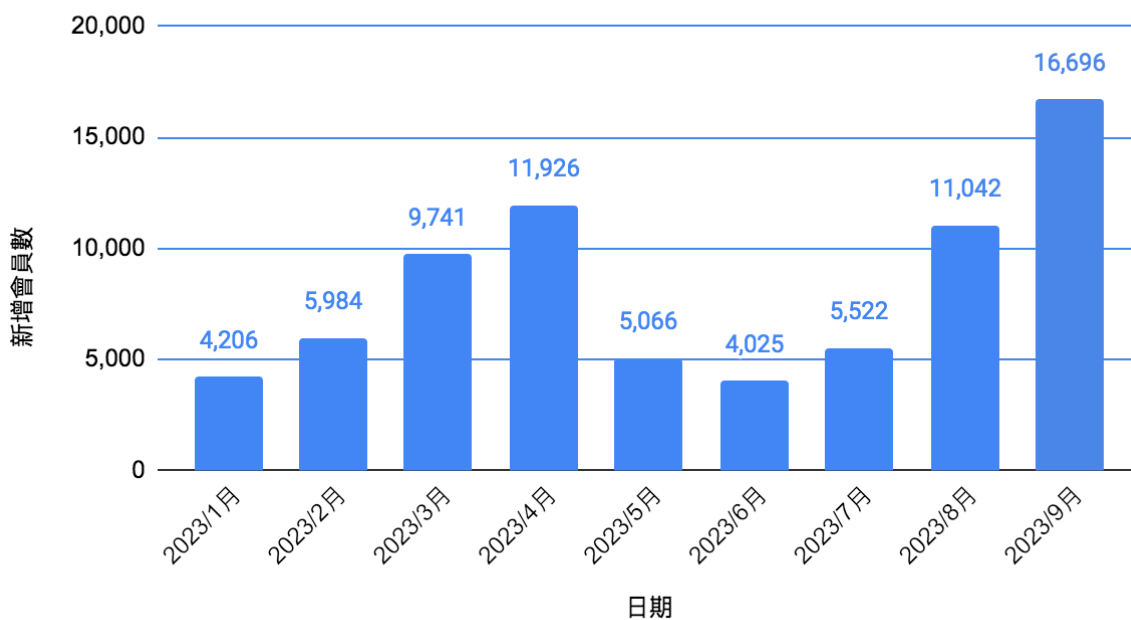
公視+在 2023 年 8 月至 9 月期間播出 U12 與 U18 世界盃棒球賽，其中 U12 世界盃棒球賽（8/4- 8/6）直播時間，公視+ 站內最高同時在線人數達到 3,296 人，而 U18 世界盃棒球賽（8/31-9/10）直播時間，最高同時在線人數則來到 7,892 人。



(三)新增會員數變化

公視+ 於 2017 年 10 月成立，直至 2023 年以前，其播映內容以電視頻道跟播為主，並依節目版權銷售規劃決定上架方式與時間，包括：上架 7 天後下架 (+7)、長期免費收看 (+)，以及付費收看(TVOD)。以戲劇節目為例，該類節目長期以來為公視+熱門的收視類型，惟衡量節目版權銷售潛力，因此多半採+7 或 TVOD 模式上架，因此大幅降低戲劇類節目可帶動的觀看次數潛力。此外，在「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫」執行期間，雖以規劃整體公視+前/後端改版計畫，期待提升平台穩定度以及優化使用者體驗，惟相對應之串流平台維運工程人力尚未到位，因而讓改版進度緩慢。基於平台內容有限且使用者體驗不佳，故曾導致影音觀看分鐘數在 2020 年至 2022 年期間呈現下滑的趨勢，雖 2023 年第一季會員數有微幅提升，但主要乃倚賴跟播電視頻道之節目內容。公視+於 2023 年 7 月 24 日宣告改版，並推動節目數位先行政策，以網路使用者活躍時間規劃節目上架策略，此一策略奏效並反映於會員數之成長。

2023年 新增會員變化



公視+ 2023 年第三季新增會員數成長變化

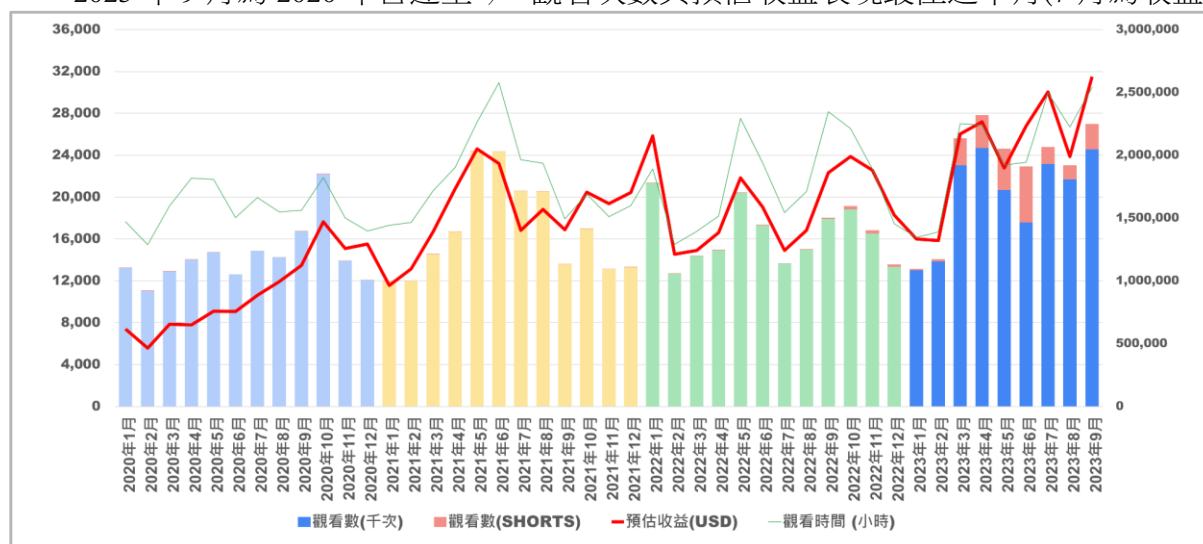
二、公視 YouTube 第三季收視成效

2023 年第三季整體 YouTube 觀看次數下滑，但整體觀看時間與預估收益上升，7 月及 9 月預估收益為 2020 年以來最佳、次佳表現。總預估收益為 85,449.14 美金，合計約 264.8 萬台幣。

2023 年第三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 7 月	2,479.6	\$30,052.61	\$931,631
2023 年 8 月	2,305.0	\$23,877.76	\$740,211
2023 年 9 月	2,697.1	\$31,518.78	\$977,082
總計	7481.8	\$85,449.14	\$2,648,923 (約台幣 264.8 萬)

2023 年 9 月為 2020 年營運至今，觀看次數與預估收益表現最佳之單月(7 月為收益次佳表現)。



2020-2023 YouTube 每月觀看次數及預估收益

本季新增訂閱數為 166,879，又以「公視 P#新聞實驗室」、「公視新聞網」與「公視網路直播頻道」整體獲得訂閱人數近 41%的占比，訂閱人數平均落在 22,799 人。

第三季公視 YouTube 頻道新增訂閱數排序

排序	頻道名稱	訂閱人數
1	公視 P#新聞實驗室	32,213
2	公視新聞網	20,234
3	公視 網路直播頻道	15,951

排序	頻道名稱	訂閱人數
4	誰來晚餐 GuessWho	15,186
5	公視體育	12,700
6	公共電視-我們的島	12,051
7	公共電視-獨立特派員 PTS INNEWS	9,182
8	公視主題之夜 SHOW	8,047
9	公視戲劇 PTS Drama	7,166
10	公視綜合	5,795

(一)觀看次數比較

以 YouTube 為單位，並以觀看次數排序，「公視新聞網」排序最高，達 18,320,621 次，較上季成長 19.28%，推估為 7 月起排播 24 小時新聞直播為主因。其次為「公視網路直播頻道」，達 12,107,858 次，較上季成長 48.86%，因配合新一季「一字千金」播出剪輯過去節目精華引發網路討論及點擊觀看。

2023 年第三季 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	18,320,621	+19.28%	\$18,343.53	+\$2,595.51
2	公視 網路直播頻道	12,107,858	+48.86%	\$18,682.68	+\$8,440.84
3	公視戲劇	7,763,322	-54.57%	\$8,421.58	-\$1,823.83
4	公視體育(7/26 成立)	5,720,505	X	\$3,292.04	+\$3,292.04
5	公視綜合	4,888,920	- 12.37%	\$2,699.74	+\$1,021.50
6	誰來晚餐	4,469,241	-18.53%	\$12,609.43	-\$8,035.96
7	公共電視-我們的島	2,970,009	-2.97%	\$2,128.87	+\$257.61
8	公視 P#新聞實驗室	2,801,701	+25.97%	\$2,598.79	+\$653.22
9	公共電視-獨立特派員	2,222,438	-0.08%	\$3,445.20	+\$212.30
10	公視主題之夜 SHOW	1,696,355	-3.31%	\$2,386.69	-\$1,289.07

(二) 預估收益比較

以收益來看，第三季預估收益以「公視網路直播頻道」收益最高，合計約台幣 57.9 萬。排序第二為「公視新聞網」收益約台幣 56.8 萬，排序第三為「誰來晚餐 GuessWho」收益約為台幣 39 萬。

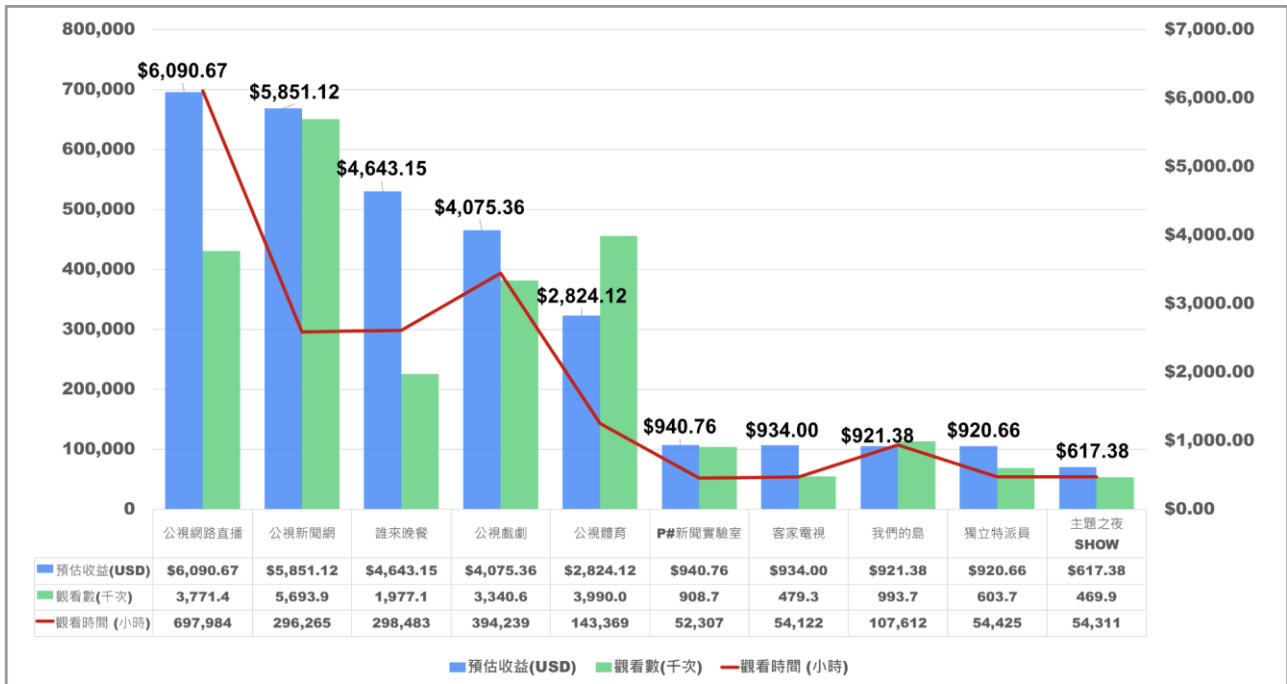
2023 年第三季 前 10 大頻道排序 (以 預估收益 排序)

排序	頻道名稱	預估收益 (USD)	預估收益(TWD) (以 1:31 計算)	較上季(USD)
1	公視 網路直播頻道	\$18,682.68	NT\$579,163	+\$8,440.84
2	公視新聞網	\$18,343.53	NT\$568,649	+\$2,595.51
3	誰來晚餐 GuessWho	\$12,609.43	NT\$390,892	-\$8,035.96
4	公視戲劇	\$8,421.58	NT\$261,069	-\$1,823.83
5	公共電視-獨立特派員 PTS INNEWS	\$3,445.20	NT\$106,801	+\$212.30
6	公視體育	\$3,292.04	NT\$102,053	+\$3,292.04
7	公視綜合	\$2,699.74	NT\$83,692	+\$1,021.50
8	公視 P#新聞實驗室	\$2,598.79	NT\$80,562	+\$653.22
9	公視主題之夜 SHOW	\$2,386.69	NT\$73,987	-\$1,289.07
10	客家電視 HakkaTV	\$2,244.75	NT\$69,587	-\$298.51

(三)9 月份 (不分類) 前 10 大頻道比較

2023 年 9 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 9 月份表現最佳的 YouTube 頻道為「公視網路直播頻道」、其次則為「公視新聞網」。

2023 年 9 月份 前 10 大頻道排序 (以 收益 排序)



參、公視新聞網與新聞節目 YouTube 第三季經營成效

本報告為 2023 年第三季（數據起訖範圍：2023.07.01-2023.09.30）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（簡稱 G.A）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 1:30 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、公視新聞網第三季經營成效

(一)Google Analytic 數據分析

2023 年第三季的總網頁瀏覽量(Page View)為 5,754,541，較第二季的 4,746,490 成長 21.2%；不重複網頁瀏覽量為 4,752,250，較第二季的 4,245,720 成長 11.9%。

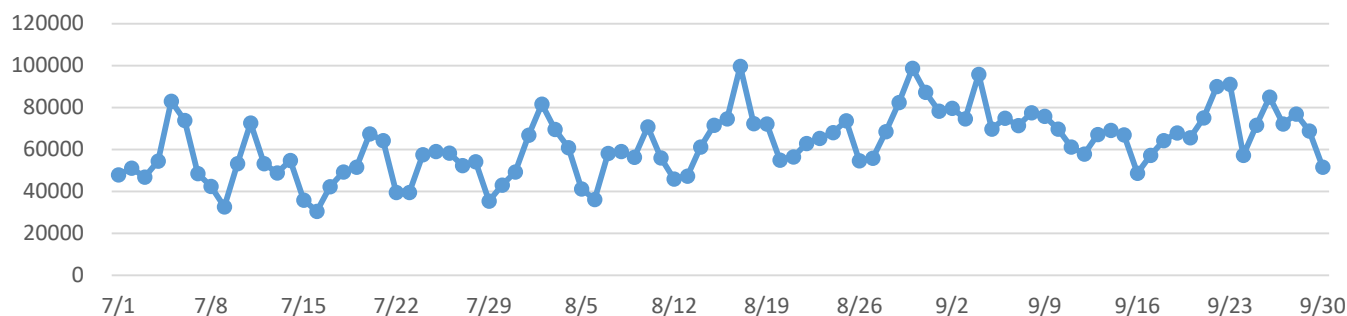
第三季使用者為 2,404,631，較第二季小幅成長 2.3%，本季新使用者有 2,269,284 人次，佔 94.3%。使用者平均網頁停留時間為 1 分 12 秒、跳出率 83.6%，較 2023 年第二季小幅下滑 5.2%及 1.0%。

	網頁瀏覽量	不重複網頁瀏覽量	使用者	平均網頁停留時間	跳出率
2023 年第三季	5,754,541	4,752,250	2,404,631	00:01:12	83.6%
2023 年第二季	4,746,490	4,245,720	2,351,638	00:01:16	82.8%
2023 年第一季	4,104,793	3,615,607	2,057,428	00:01:26	82.4%

第三季整體流量各數據指標部分呈現上升，部分指標如「停留時間」雖有減少，但分析其原因並非為瀏覽表現不佳，而是公視新聞網進行使用者介面體驗優化後，使用者可以立即且快速點選到欲瀏覽的頁面，無須在傳統分類中尋找資訊，因此瀏覽量及不重複瀏覽量皆有顯著成長。

第三季各月份流量平均，並呈現緩步上升的狀態。單日最高依序為 8 月 17 日 99,693 次、8 月 30 日 98,757、9 月 4 日 95,786、9 月 23 日 91,027 以及 9 月 22 日 90,057。8 月 17 日為當週地方新聞「國有地遭佔倒廢棄物」、生態新聞「黑熊野放」受關注，8 月 30 日及 9 月 4 日區間主要為颱風蘇拉、颱風海葵動態；9 月 22 日至 9 月 23 日為地方新聞「921 台中新坪社區全倒重建零進度」及當週重大火災意外「明揚工廠爆炸案」即時快訊。

2023年第三季 公視新聞網每日瀏覽量



1、瀏覽量分析

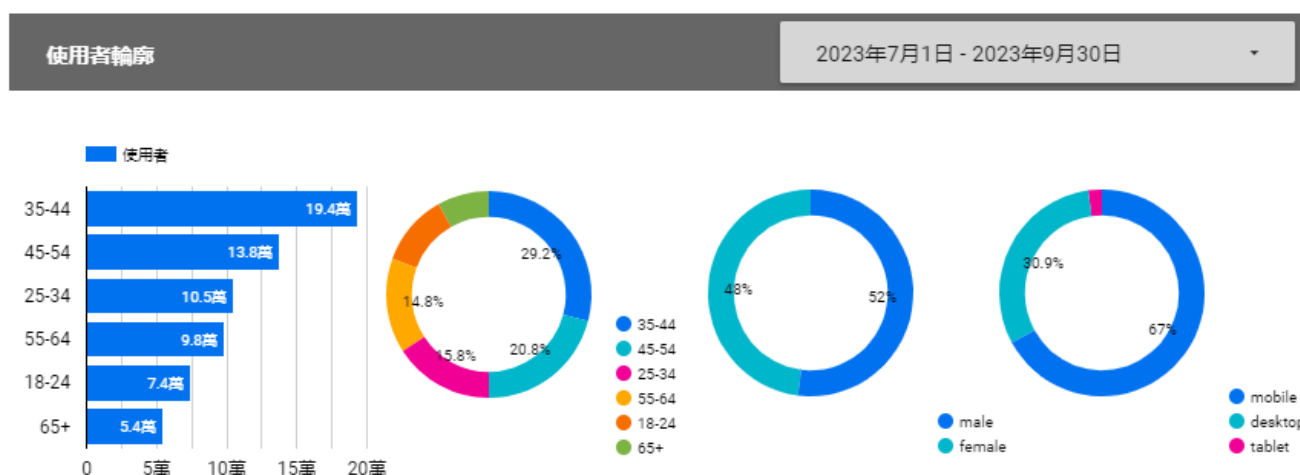
相較 2022 年第三季，2023 年第三季各項瀏覽數據指標皆呈現上升，2023 年第三季總網頁瀏覽量較 2022 年第三季成長 35.4%；不重複網頁瀏覽量部分，較 2022 年第三季成長 25.3%。

2023 第三季使用者較 2022 年第三季成長 19.2%，使用者平均網頁停留時間從 1 分 20 秒減少為 1 分 12 秒、跳出率較 2022 年第三季上升 0.4%。

	網頁瀏覽量	不重複網頁瀏覽量	使用者	平均網頁停留時間	跳出率
2023 年第三季	5,754,541	4,752,250	2,404,631	00:01:12	83.6%
2022 年第三季	4,249,802	3,792,437	2,351,638	00:01:20	83.2%

2、使用者輪廓

第三季主力年齡層為 35-44 歲(29.2%)，其次為 45-54 歲(20.8%)，排序第三為 25-34 歲之年齡層(15.8%)。另外，55-64 及 18-24 歲使用者數值差異不大。以網頁瀏覽量對照使用者性別比例，48.0%使用者為女性，男性佔 52.0%。使用裝置上有接近七成的使用者(67%)是透過行動載具上網瀏覽網頁，其次 30.9%為桌上型電腦，平板電腦使用比例為 2.1%。



	性別	年齡層	區域	使用者 ▾
1.	male	35-44	Taiwan	2.7萬
2.	male	45-54	Taiwan	2萬
3.	female	35-44	Taiwan	2萬
4.	male	35-44	Taipei City	1.9萬
5.	male	35-44	New Taipei City	1.7萬
6.	female	35-44	Taipei City	1.7萬
7.	female	45-54	Taiwan	1.5萬
8.	male	35-44	Kaohsiung City	1.5萬
9.	male	35-44	Taichung City	1.4萬
10.	female	35-44	New Taipei City	1.4萬
			總計	240.5萬

1 - 10 / 227 < >

	作業系統	裝置類別	使用者 ▾
1.	iOS	mobile	85.1萬
2.	Android	mobile	76.6萬
3.	Windows	desktop	57.5萬
4.	Linux	desktop	8.7萬
5.	Macintosh	desktop	8.2萬
6.	iOS	tablet	4.4萬
7.	Android	tablet	8,278
8.	(not set)	desktop	3,371
9.	Chrome OS	desktop	1,293
10.	(not set)	mobile	28
		總計	240.5萬

1 - 10 / 20 < >

二、新聞節目 YouTube 第三季經營成效

延續第二季表現，「公視新聞網」自 7 月 1 日起創設 24 小時直播串流服務，並增加多區段現場直播，颱風時節提供中央氣象署最新動態，與風景管理處、天文台等合作授權影像；大選期間增開多場次參選人活動及重大記者會，強化即時新聞服務。另調整頻道管理策略，包括優化封面縮圖、增加片尾資訊欄、增設播放清單，帶動頻道表現成長，在 2023 年第三季續迎來頻道開設迄今，單季累積觀看次數紀錄之新高。

深度報導節目「我們的島」除了先前發布的【我們的島 Podcast 影音版】、【聰到現場】、【阿聰現煮時 | 島的行動客廳】，本季新增單元【解釋性新聞 《好！我來告訴你》 | 阿聰 X 黑板君 | 公視我們的島解釋性報導】等內容。

「獨立特派員」在本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。就節目議題及單元類型來看，「我們的島」赴日本拍攝的紀實報導【福島光與影】，以及獨立特派員至韓國採訪道路設計探討台韓交通政策變革也有較高的互動與分享。「P#新聞實驗室」以年輕洗腎者的告白談慢性病年輕化，也讓該頻道在 2023 年第三季續迎來頻道開設迄今，單季累積觀看次數紀錄之新高。

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的影片為對象，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比較

重點新聞節目頻道在 2023 年第三季觀看次數較 2022 年同時段幾乎皆有成長，其中「公視新聞網」觀看數 18,321,621 次最高，創歷史新高，也是第三季唯一觀看數超過千萬以上的頻道。

第三季觀看數超過百萬以上依序為「我們的島」2,970,009 次、「P#新聞實驗室」2,801,701 次、「獨立特派員」2,222,438 次、「東南亞語新聞」1,091,159 次。「有話好說」第三季觀看為 683,164 次，「紀錄觀點」204,794 次。

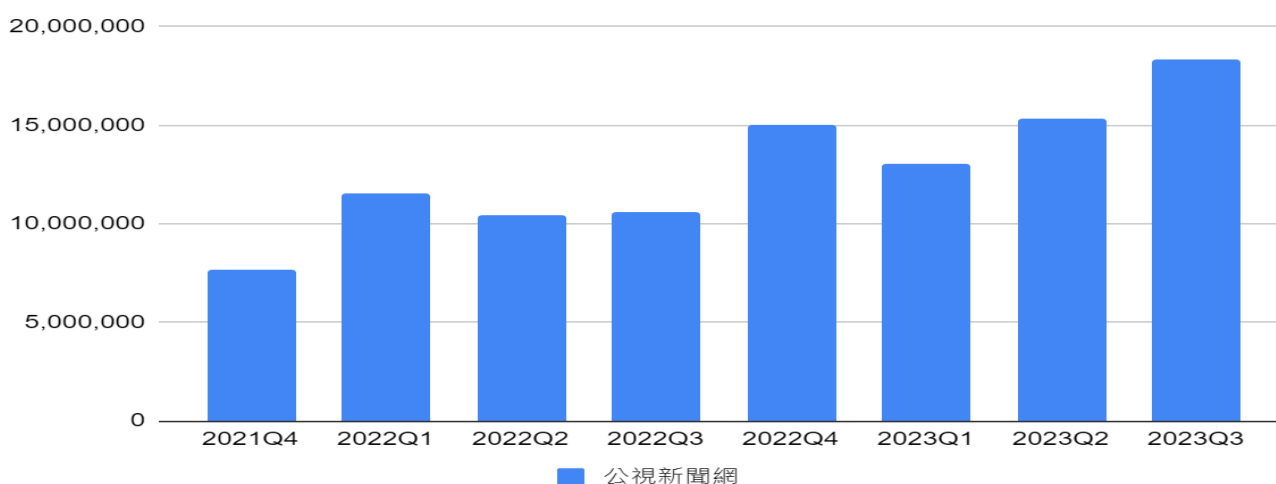
新聞節目 YouTube 頻道每季累積觀看次數(2021/10/01-2023/09/30)

(單位:次)

頻道名稱	2021 年 第四季	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
公視新聞網	7,665,373	11,538,423	10,425,524	10,617,160	15,005,490	13,034,623	15,359,150	18,321,621
我們的島	1,643,223	1,232,628	2,426,619	2,042,500	1,413,676	1,810,079	3,060,837	2,970,009
P#新聞實驗室	712,645	678,048	332,306	1,331,424	1,040,232	1,075,399	2,224,185	2,801,701
獨立特派員	573,063	447,218	984,899	1,700,612	2,402,851	2,416,939	1,881,479	2,222,438
東南亞語新聞	1,204,175	1,152,021	1,178,032	1,298,366	1,054,142	935,605	1,638,055	1,091,159
有話好說	1,522,117	1,650,096	1,469,295	2,325,864	1,619,320	1,663,439	786,185	683,164
紀錄觀點	127,456	185,029	100,217	140,357	134,332	156,360	213,090	204,794

就個別頻道比較分析，「公視新聞網」第三季觀看數達 18,321,621 次最高；該頻道自 2022 年第一季以來，已能穩定維持在單季 1,000 萬次以上的觀看次數，並在 2022 年第四季、2023 年第二季，以及最近的 2023 年第三季可達 1,500 萬次。

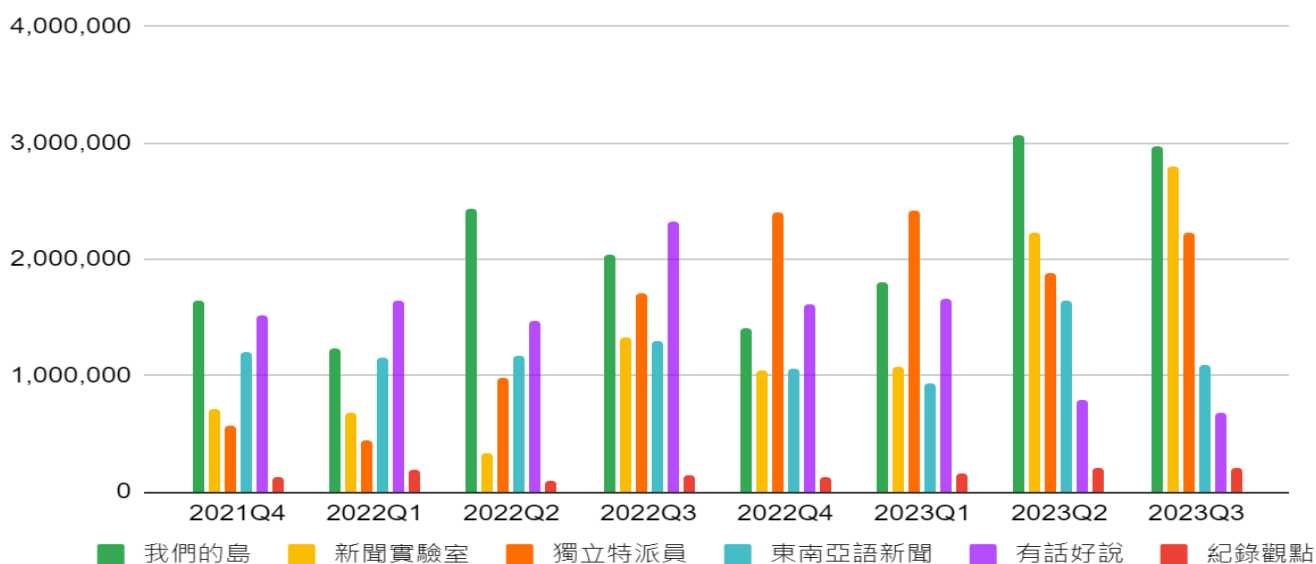
新聞節目 YouTube 頻道單季觀看數



「我們的島」第三季累積觀看次數略為下滑，不過仍接近單季 300 萬次以上觀看，且與 2022 年第三季比較，觀看次數成長率達 45%。「P#新聞實驗室」第三季延續第二季表現持續突破，為開設頻道以來表現最佳的一季，自 2022 年下半年迄今頻道表現穩定成長，達每季百萬次以上觀看數成效。

「獨立特派員」第三季觀看數較第二季略為上升，該節目最近一年連續四個單季的觀看數都在 170 萬次以上，較前一年度明顯成長。紀錄觀點連續兩季的觀看數達 20 萬次以上，突破前三季在 10 萬至 15 萬次區間。「東南亞語新聞」第三季總觀看數減少至百萬，接近 2022 年第四季表現。有話好說第三季的觀看數減少至 68 萬次。

新聞節目YouTube頻道單季觀看數



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 3 億次 (393,388,828) 最高；曝光次數在千萬次以上的頻道依序為「我們的島」49,718,264 次、「P#新聞實驗室」44,811,691 次、「獨立特派員」43,968,641 次、「有話好說」11,700,221 次；曝光次數在百萬次以上的頻道依序為「東南亞語新聞」6,745,831 次、「紀錄觀點」為 3,145,391 次。

再就曝光點閱率看，表現最佳為「東南亞語新聞」有超過 10% 以上點閱率 (13.3%)，其次為「P#新聞實驗室」4.8%、「紀錄觀點」4.1%，較前一季皆有上升。「我們的島」、「有話好說」為 4%；曝光點閱率在 4% 以下為「獨立特派員」3.3%、「公視新聞網」3.2%。

新聞節目 YouTube 頻道 2023 年第三季曝光、觀看時長比較

頻道名稱	第三季觀看次數	曝光次數	曝光點閱率	平均觀看時間	平均觀看比例
公視新聞網	18,321,621	393,388,828	3.2%	3 分 06 秒	30.9%
我們的島	2,970,009	49,718,264	4.0%	6 分 30 秒	29.9%
P#新聞實驗室	2,801,701	44,811,691	4.8%	3 分 16 秒	32.9%
獨立特派員	2,222,438	43,968,641	3.3%	5 分 35 秒	32.9%
東南亞語新聞	1,091,159	6,745,831	13.3%	4 分 24 秒	57.9%
有話好說	683,164	11,700,221	4.0%	9 分 27 秒	18.4%
紀錄觀點	204,794	3,145,391	4.1%	11 分 13 秒	20.0%

在重點節目的平均觀看時間表現上，節目時長為 1 小時及以上的「有話好說」與「紀錄觀點」，其平均觀看時長分別為 09 分 27 秒、11 分 13 秒，平均觀看百分比各是 18.4%、20.0%。

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 30 秒、5 分 35 秒，平均觀看比各佔 29.%、32.9%。

節目時長在 10 分鐘以下的包括「P#新聞實驗室」及「東南亞語新聞」，平均觀看時長為 3 分 16 秒、4 分 24 秒，且其平均觀看百分比為重點節目最高，分別達 32.9%與 57.9%。「公視新聞網」因每日發布整集節目及單則影音數量多，其平均觀看時長（3 分 06 秒）與完成度（30.9%）表現分散。

3、新聞節目頻道新增訂閱數、預估收益比較

2023 年第三季多數頻道的訂閱數皆為正成長，增加最多的頻道為「P#新聞實驗室」及「公視新聞網」，分別為 35,695 個、26,447 個。其次是深度報導節目「我們的島」和「獨立特派員」，分別為 12,051 個與 9,182 個。接著依序為「紀錄觀點」、「東南亞語新聞」、「有話好說」，分別為 2,331 個、1,580 個與 1,004 個。

收益表現方面，2023 年第三季預估收益超過 1 萬美元以上為「公視新聞網」頻道，預估為 18,300 美元，轉換成台幣估計為 549,006 元；第三季預估收益在 2 千至 3 千美元的頻道為「獨立特派員」3,427 美元（台幣 102,834 元）、「P#新聞實驗室」2,586 美元（台幣 77,602 元）、「我們的島」2,106 美元（台幣 63,182 元）。收益在 1 千美元以下為「有話好說」920 美元（台幣 29,223 元）、「東南亞語新聞」302 美元（台幣 9,601 元）、「紀錄觀點」68 美元（台幣 2,060 元）。

新聞節目 YouTube 頻道 2023 年第三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(1:30)計算
公視新聞網	+26,447	\$18,300.02	\$549,006
我們的島	+12,051	\$2106.07	\$63,182.1
獨立特派員	+9,182	\$3,427.83	\$102,834.9
有話好說	+1004	\$919.74	\$29,222.56
東南亞語新聞	+1,580	\$302.68	\$9,601.92
P#新聞實驗室	+35,695	\$2,586.76	\$77,602.8
紀錄觀點	+2,331	\$68.68	\$2,060.4

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佈，近六成為男性，且男性多於女性，其中「我們的島」比例差異最大，該頻道觀眾高達八成為男性（81.3%），女性佔 18.6%。其次依序為「紀錄觀點」（男性 73.6%、女性 26.4%）、「公視新聞網」（男性 73%、女性 26.9%）、「獨立特派員」（男性 72.2%、女性 27.7%）、「有話好說」（男性 69.1%、女性 30.9%）、「P#新聞實驗室」（男性 66.1%、女性 33.8%）。「東南亞語新聞」觀眾比例較為平均，男性為 57.5%，女性為 42.5%。

在使用者年齡部分，多數節目在三大年齡區間(25-34 歲、35-44 歲、45-54 歲)皆約各占 20%-25%，分布平均。「P#新聞實驗室」於 25-34 歲區間佔比超過三成（33.2%）最高，「東南亞語新聞」也有 30.7%的比例。

35 至 44 歲區間觀眾為主要閱聽對象的頻道有「東南亞語新聞」（38.6%）、「公視新聞網」（21.8%）、「我們的島」（23.7%）、「有話好說」（19.8%）、「紀錄觀點」（22.3%）。

分析各頻道年齡層分佈前三名區間分布，多數頻道觀看主力有六至七成觀眾群年齡分佈在 25 至 54 歲青壯年人口區間；「東南亞語新聞」頻道更高度集中於在 25 至 54 歲區間，比例接近八成五（85.6%）。論壇節目有話好說年齡層較高，為 35 至 65 歲以上區間。

新聞節目 YouTube 頻道 2023 年第三季觀眾性別、年齡分佈比較

頻道名稱	觀眾性別		年齡層分佈前三名區間		
	男性	女性			
公視新聞網	男性 73.0%	女性 26.9%	35-44 歲(21.8%)	25-34 歲(20%)	45-54 歲(19.3%)
我們的島	男性 81.3%	女性 18.6%	35-44 歲(23.7%)	45-54 歲(20.7%)	25-34 歲(19.3%)
獨立特派員	男性 72.2%	女性 27.7%	25-34 歲(25.1%)	35-44 歲(23.4%)	45-54 歲(18.0%)

頻道名稱	觀眾性別		年齡層分佈前三名區間		
	男性	女性			
有話好說	69.1%	30.9%	35-44 歲(19.7%)	55-64 歲(19.6%)	65 歲以上(19.0%)
東南亞語新聞	57.5%	42.5%	35-44 歲(38.6%)	25-34 歲(30.7%)	45-54 歲(16.3%)
P#新聞實驗室	66.1%	33.8%	25-34 歲(33.2%)	35-44 歲(25.6%)	45-54 歲(14.7%)
紀錄觀點	73.6%	26.4%	25-34 歲(21.1%)	35-44 歲(22.3%)	45-54 歲(18.5%)

(二) 公視新聞網 頻道表現分析

公視新聞網 YouTube 平台主帳號頻道自 2010 年創設，頻道影片類型包含每日新聞報導每週一至週五的 0700《早安新聞》、0800《手語新聞》、1200《中晝新聞》、1900《晚間新聞》，新聞節目類型每週一至週五的 1830《新聞全球話》、週六 1930《全球現場深度週報》、週日 1930《全球現場漫遊天下》、週日 1600《行走 TIT》等內容。製播型態包括每日節目直播 Live 或首映、突發現場直播 Live、即時短片 Shorts 等，第三季 7 月 1 日起創設 24 小時串流直播服務。提供每日新聞節目同步播映外，影音二創、短影音 Shorts 以及重大新聞事件現場直播等經營策略奏效，瀏覽數增加也帶入新造訪者，進一步帶動訂閱數成長。

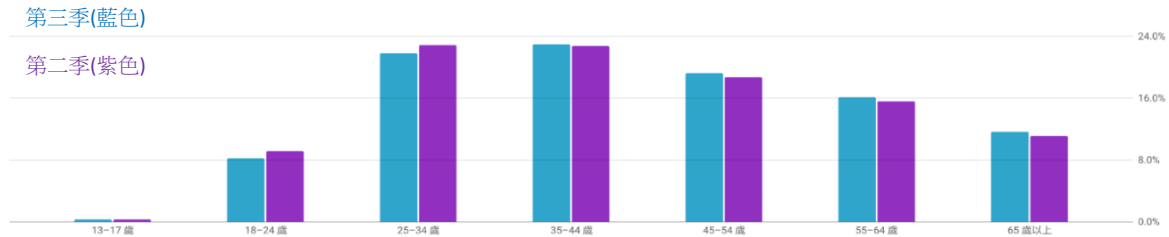
本季特別規劃「杭州亞運看公視」播放清單，提供即時賽況資訊、預告電視頻道賽事轉播時間以及賽事回顧二創影音，此服務為本季觀看次數成長的主要原因之一。



公視新聞網在 2023 年第三季累積觀看次數為 18,320,621 次，較第二季成長 19.2%，排名前 11 名的影音觀看次數達 10 萬以上，累積觀看次數在 5 萬以上至 10 萬間有 36 則，1 萬以上的影音有 334 則。單日觀看表現較佳的 3 個日期分別為 8 月 4 日(380,190 次)、8 月 28 日(317,888 次)及 7 月 1 日(313,097 次)。單則平均觀看影片時長為 3 分 06 秒，與第二季持平，平均觀看百分比為 31.9%，較第二季增加 4.6%。

使用者訂閱數新增 26,477 個，較第二季成長 138%，又以【又以 24 小時直播「PTS News 公視新聞 24 小時線上直播 | PNN Taiwan News 24h Live | 台湾の最新ニュース 24 時間配信中 | 대만 뉴스 라이브 스트리밍 #live】帶來的 2,270 個、【日本年約 9 萬人失蹤 部分自行「人間蒸發」重啟生活 | 20230626 公視新聞全球話】666 個、【台灣廠商製國防用特殊鋼 助攻國產飛彈也跨足國際 | 20230703 公視晚間新聞】303 個為最多。

觀眾性別比例與第二季一致，男性佔 73.3 %、女性佔 26.5 %。年齡層以 35 至 44 歲比例最高(22.9 %)，其次為 25 至 34 歲(21.8 %)及 45 至 54 歲(19.2 %)。



觀察整體頻道表現，至 9/30 止，24 小時串流直播總觀看次數為 735,214 次，為本季最多，若就單則影片表現最佳來看，前三名為【日本年約 9 萬人失蹤 部分自行「人間蒸發」重啟生活 | 20230626 公視新聞全球話】，本季觀看為 339,789 次，6/26 至 9/30 止累積觀看次數為 684,672 次。第二為【台灣廠商製國防用特殊鋼 助攻國產飛彈也跨足國際 | 20230703 公視晚間新聞】，至 9/30 累積觀看次數為 211,090 次。【颱風卡努／基隆大武崙沙灘湧海漂垃圾 目前暫時封閉】排名第三，至 9/30 累積觀看次數為 189,096 次。

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
1	PTS News 公視新聞 24 小時線上直播 PNN Taiwan News 24h Live 台湾の最新ニュース 24 時間配信中 대만 뉴스 라이브 스트리밍 #live	-	735,214	17:19	2270
2	日本年約 9 萬人失蹤 部分自行「人間蒸發」重啟生活 20230626 公視新聞全球話	3:01	339,789	1:26(47.6%)	666
3	台灣廠商製國防用特殊鋼 助攻國產飛彈也跨足國際 20230703 公視晚間新聞	2:13	211,090	2:26(50.0%)	303
4	颱風卡努／基隆大武崙沙灘湧海漂垃圾 目前暫時封閉 20230804 公視晚間新聞	2:25	189,096	1:14(51.2%)	111
5	國軍除役鷹式飛彈 美方有意回購轉援烏克蘭 20230714 公視晚間新聞	2:10	154,945	1:06(50.8%)	72
6	颱風蘇拉估明轉中颱 不排除 8/29 發布海警 20230825 公視晚間新聞	2:06	130,992	1:06(53.0%)	121
7	杜蘇芮颱風最快週四生成 氣象局不排除發布海警 20230718 公視晚間新聞	2:38	123,967	1:12(50.3%)	127
8	颱風蘇拉／估 8/30、31 最近台灣 宜花東慎防風雨 20230827 公視晚間新聞	2:07	123,464	1:10(55.9%)	123
9	北韓主播李春姬功在黨國 金正恩贈豪宅親自帶看 20220423 全球現場深度週報	3:24	115,195	1:08(33.5%)	69

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
10	颱風卡努／氣象局今晚發海警 不排除最快週三發陸警 20230801 公視晚間新聞	2:19	106,829	1:15(56.5%)	132
11	TPASS 通勤月票今上路 北捷籲民眾利用假日購票 20230701 公視晚間新聞	1:57	100,305	1:35(34.1%)	58

(三) 我們的島 頻道表現分析

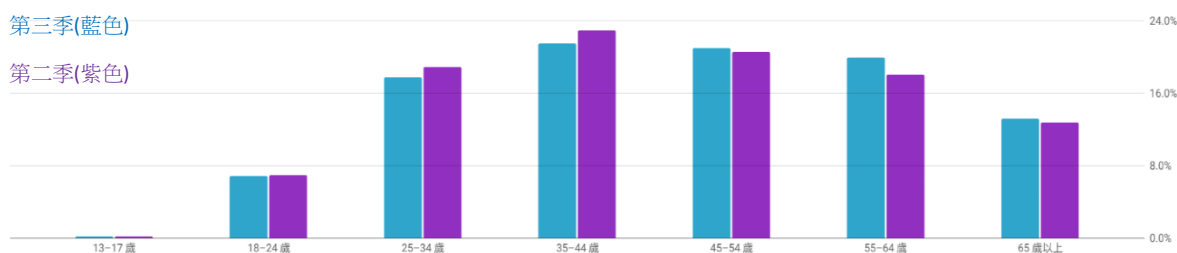
我們的島 YouTube 平台主帳號頻道自 2007 年創設，頻道影片類型包含每週專題、增加製作即時短片 (Shorts)、系列短影音。2023 年 1 月起，創設網路原創影音【我們的島 Podcast 影音版】、【解釋性新聞-好!我來告訴你】、【聰到現場】、【阿聰現煮時 | 島的行動客廳】等內容。

2023 年第三季累積觀看次數為 2,970,009 次，較前一季降低 2.96%，第三季觀看次數破 10 萬次以上的有 7 則影音，排名前 50 則的影音，都有達到一萬次以上的觀看次數。



訂閱數新增 12,051 個，【福島光與影 01：廢爐下的水難題 | 日本核廢水排放入海】1541 個、【缺電？不缺電？《好！我來告訴你》】943 個、【里山系 三芝生態小方舟之一】684 個為前三名。

觀眾性別比例以男性 81.3% 居多，女性占 18.6%，年齡層以 35 至 44 歲比例最高 (23.7%)，其次為 45 至 54 歲 (20.7%)。比較特別的是，第三季時 25-34 歲的比例，從 17.8% 增加到 19.3%。



觀察整體頻道表現，截至 9/30 為止，單則影片表現最佳，排名第一的為 7 月 17 日播出的日本特輯【福島光與影 01：廢爐下的水難題】190,071 次觀看次數，其次是 6 月 28 日播出【里山系 三芝生態小方舟之一】以及 8 月 15 日播出的【卡努颱風_大雨再度釀災：廬山篇】，分別有 158,086 次、156,986 次以上的觀看數。

若再以【我們的島 Podcast 影音版】播放清單第三季表現來看，累積觀看次數為 252,501 次，平均觀看影片長度為 9 分 34 秒，增加訂閱數 1264 個。單集表現最佳的前三名為「屋頂裝太陽能板有多難？」、「日本核廢水 10 個疑問！吃到氬會怎樣？」、「福島即將排放核廢水 記者第一手採訪解析」。

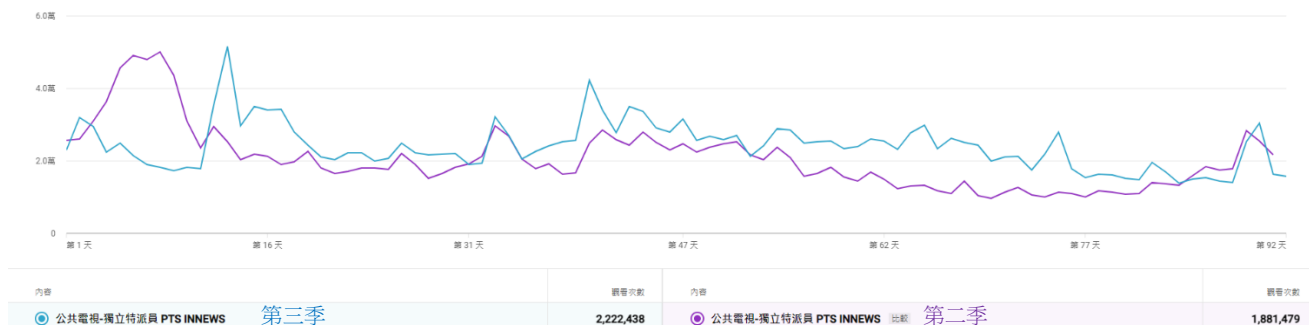
排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
1	【福島 光與影 01】廢爐的水難題 日本福島核災後的廢水排放入海如何進行？對台灣漁業又會有什麼影響？	30:55	190,071	8:35(27.8%)	1541
2	里山系 三芝生態小方舟 之一：分你一點~蜂農與蜂鷹的互助共生	16:22	158,086	6:12(38.0%)	684
3	【卡努颱風】大雨再度釀災：廬山篇 崩塌的不安	17:37	156,986	6:06(34.7%)	326
4	丹大林道之結 觀光？保育？部落生計？能不能找出共存之道	27:49	138,493	7:21(26.5%)	312
5	淡海新市鎮土地用途之爭 重返自然還是轉為產業用地？	10:32	124,920	3:07(29.6%)	266
6	只要肉和蛋？雞糞怎麼辦！ 養雞場的難題	23:21	118,617	6:37(28.4%)	376
7	逆轉入侵潮 揮別外來種鳥類這麼難！	19:02	107,923	6:18(33.2%)	270
8	「調」魚大賽在深溝 喜歡撈魚、釣魚也能成為公民科學家？	18:53	58,155	3:50(20.3%)	82
9	【？】缺電？不缺電？《好！我來告訴你》 阿聰 X 黑板君 公視我們的島解釋性報導	8:40	53,155	4:16(49.4%)	943
10	登革熱疫情再起 一場人類與病媒蚊的戰爭	19:02	53,064	5:38(29.7%)	121

(四) 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，第三季額外增加 30,685 次觀看次數、曝光次數達 710,542 次。

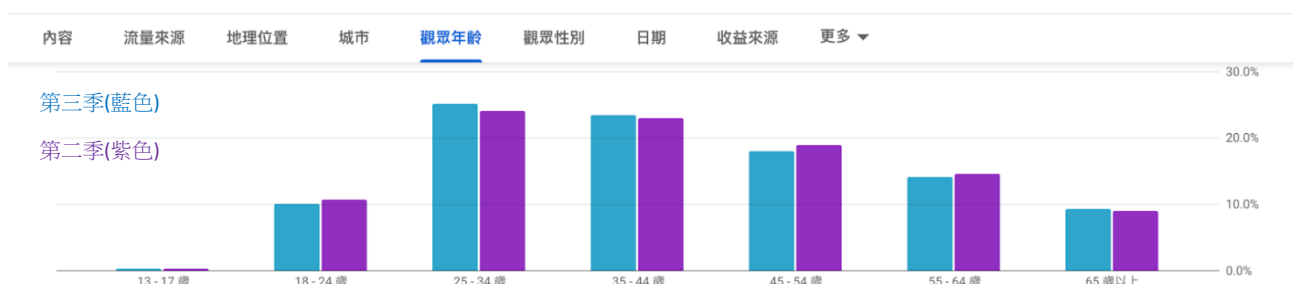
2023 年第三季累積觀看次數為 2,222,438 次，較前一季增加 18.12 %。有 3 集影音在第三季觀看次數達 10 萬以上，累積觀看次數在 5 萬以上至 10 萬間有 6 集，平均觀看影片長度為 5 分 35 秒，平均觀看百分比為 32.9 %，整體表現均優於上一季。

本季新增獨立特派員 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」至共更新 14 集，共帶來 2.3 萬收聽；而網路節目「特派員來開箱」每集平均點閱約 1,500 左右，均有成長空間。



第三季的追蹤訂閱數新增 6,625 個，較上一季增加 38.5%。以【台灣鮮乳世界貴，酪農面臨哪些挑戰？】994 個，【韓國交通政策大變革，大幅減少交通事故】472 個、【憂鬱症成現代文明病，與大腦科學有何關係】405 個為最多。

觀眾輪廓男性佔 72.2%，女性佔 27.7%。觀眾年齡層以 25 至 34 歲比例最高 (25.1%)，其次為 35 至 44 歲(23.4%)及 45 至 54 歲(18%)，年輕世代觀眾比例有逐漸升高。



觀察頻道表現，單則影片表現最佳前三名依序為【台灣鮮乳世界貴，酪農面臨哪些挑戰？| 鮮乳危機-生存戰 | 公視 #獨立特派員 第 809 集 20230712】(發布日至 9/30 止，累積觀看次數為 197,332 次)、第二名為上一季播出的專題【台灣本島最北疆，駐守孤島面臨哪些挑戰？| 來去彭佳嶼 看天氣 | 公視 #獨立特派員 第 804 集 20230607】，第三季觀看為 188,703 次，自發布日至 9/30 止累積觀看次數為 231,881 次、【韓國交通政策大變革，大幅減少交通事故 | 韓國告別行人地獄 台灣呢 | 公視 #獨立特派員 第 813 集 20230809】(發布日至 9/30 止，累積觀看次數為 105,109 次)。

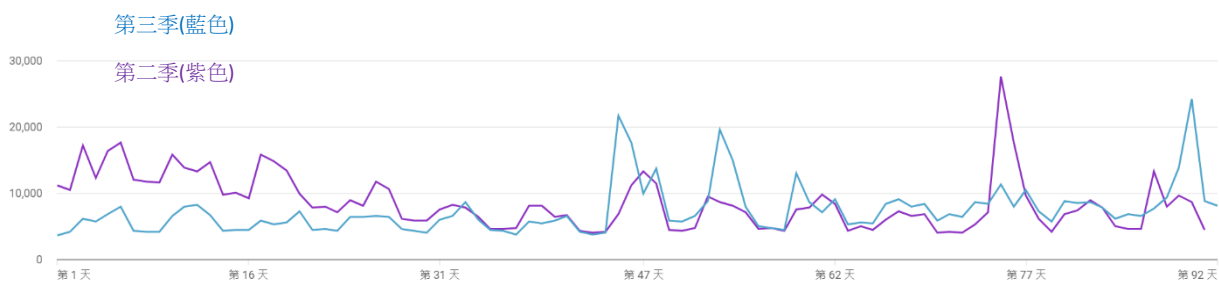
其餘熱門專題還有「台灣成為洗腎王國」、「物理治療師法」等專題。而居住議題從 2022 年底至 2023 年仍有顯著的長尾效應，有三個專題包辦本季點閱第八到十名，可以看出大眾對於這個議題的重視度。

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
1	台灣鮮乳世界貴，酪農面臨哪些挑戰？ 鮮乳危機-生存戰 公視 #獨立特派員 第 809 集 20230712	18:38	197,332	6:15(33.6%)	994
2	台灣本島最北疆，駐守孤島面臨哪些挑戰？ 來去彭佳嶼 看天氣 公視 #獨立特派員 第 804 集 20230607	17:13	188,703	5:59(34.8%)	336
3	韓國交通政策大變革，大幅減少交通事故 韓國告別行人地獄 台灣呢 公視 #獨立特派員 第 813 集 20230809	17:40	105,109	5:32(31.4%)	472
4	私校退場校地，改成社會住宅可行嗎？ 退場校地變社宅 行不行 公視 #獨立特派員 第 812 集 20230802	16:28	80,113	5:09(31.3%)	222
5	憂鬱症成現代文明病，與大腦科學有何關係 打開大腦黑盒子 公視 #獨立特派員 第 798 集 20230426	16:22	69,845	5:13(26.1%)	405
6	台灣成為洗腎王國，糖尿病危害國民健康 逆轉糖尿病之島 公視 #獨立特派員 第 790 集 20230301	17:03	57,143	5:01(28.1%)	322
7	物理治療師法，修法後帶來哪些改變？ 你所不知道的物理治療 公視 #獨立特派員 第 809 集 20230712	16:51	56,687	5:18(29.5%)	194
8	六分鐘了解，台灣房價未來狀況 公視 #獨立特派員 單元精華	06:04	52,690	5:21(50.2%)	134
9	全球資金退潮，台灣房價會跌嗎？ 房價跌不跌 公視 #獨立特派員 第 783 集 20230104	14:47	52,443	5:34(35.0%)	165
10	國外風行小房子運動，台灣微型住宅行得通？ 微型房屋的住宅解放 公視 #獨立特派員 第 763 集 20220817	15:39	39,766	7:13(38.8%)	106

(五) 有話好說 頻道表現分析

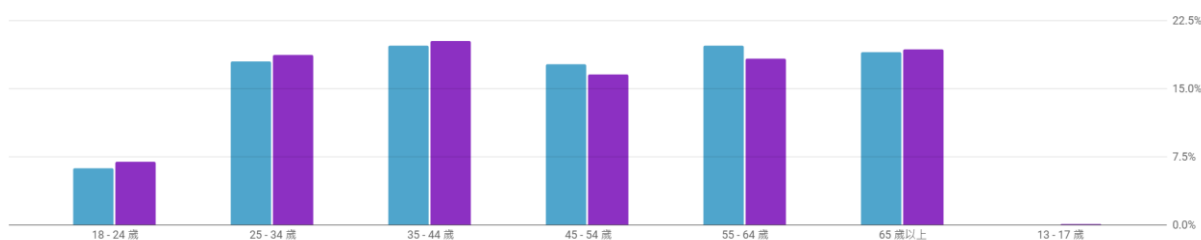
有話好說 YouTube 頻道自 2009 年創設，頻道影片類型為每週一到週四晚間 8 時播出的完整節目、節目精華短片、預告等內容。

2023 年第三季累積觀看次數為 683,164 次，較前一季 786,185 次下跌 18.67%，在第二季觀看次數達 1 萬以上的影音有 6 則。單集平均觀看影片長度為 10 分 05 秒，較前一季 10 分 35 秒下跌 5.0%，平均觀看百分比為 17.5%，較前一季 19.2% 下降 8.85%。



內容	觀看次數	內容	觀看次數
● 有話好說 PTSTalk	683,164	● 有話好說 PTSTalk 比較	786,185

觀眾輪廓明顯以男性 69.2% 居多，是女性 30.8% 的 2 倍，觀眾年齡層集中在 35-44 歲最多(19.8%)，其次為 55-64 歲(19.6%)，第三為 65 歲以上(18.9%)。觀看地區台灣觀眾群佔 77.6%，其次美國 4.9% 及香港 3.9%。



第三季最熱門的議題是選舉，觀察第三季新發布影片表現，單集影片表現最佳為 8 月 14 日【詐領助理費遭起訴！高虹安：政治考量？屢傳民代涉案制度問題？明知故犯？現實壓力？】和 9 月 28 日【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！】。第三名為「2024 總統大選！賴獨走？侯柯拉鋸戰？侯郭金門拚場！整合有望？各走各路？」累積觀看次數 15,762 次。

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
1	涉詐領助理費遭起訴！高虹安：政治考量？屢傳民代涉案！制度問題？明知故犯？現實壓力？(8/14)	57:00	29,615	10:00	59
2	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!(9/28)	57:00	21,216	7:37	26
3	2024 總統大選！賴獨走？侯柯拉鋸戰？侯郭金門拚場！整合有望？各走各路？(23023/8/23)	57:00	15,762	6:04	5
4	外資撤離？經濟疲軟？中國經濟雪上加霜？恒大、碧桂園、中植企接連燒！引爆金融危機？(8/15)	57:00	13,523	9:57	31

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
5	總統選戰倒數 143 天！賴民調續領先！八二三 65 週年！侯柯郭爭當在野共主？(8/23)	57:00	10,890	7:04	-1
6	國造武器再升級!軍方國防展秀肌肉!烏克蘭經驗!無人機攻防成趨勢?國防自主怎配合?(9/15)	57:00	10,443	11:14	45
7	選戰新變化！郭台銘宣布獨立參選！總統大選四腳督！非綠整合 下架綠？能量分散 綠得利？(8/16)	57:00	9,561	9:21	11
8	總統選戰倒數 108 天!賴民調領先有危機?藍白合作有望?侯柯怎麼整合?郭被邊緣化?(9/27)	57:00	9,401	7:03	7
9	倒數 149 天！郭獨立參選？正反民意相近！賴過境美！侯民調超車柯！柯遭偽造音檔（8/17）	57:00	8,223	8:10	11
10	29 年師資改革！從文憑到證照！下一步？流浪教師眾！代理教師荒！供需失衡(8/29)	57:00	7856	9:47	17

(六) 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印泰越三語新聞各 5 分鐘內容，並從 2023 年第二季起改版為每語 8 分鐘、每日直播。改版後第二季較前一季成長 70.2%，不過第三季累積觀看次數下跌至 1,091,159 次，平均觀看影片長度小幅成長至 4 分 24 秒，平均觀看百分比亦成長至 57.9%。

觀眾性別比例男性為 57.5%，女性有 42.5%。觀眾年齡層以 35 至 44 歲比例最高為 38.6%，其次為 25 至 34 歲(30.7%)。觀眾所在地熱門地區排名依序為台灣 78.4%、越南 13.2%、印尼 3.9%。

觀察頻道表現，單則影片表現最佳前三名依序為 8 月 7 日越南語新聞頭條「南投仁愛鄉依舊停班課 預計撤離 59 人」、8 月 3 日越南語新聞頭條「卡努暴風圈逼近 北北基宜蘭嶼停班停課」、7 月 17 日越南語新聞頭條「失聯鄧姓移工傷警事件 週一凌晨逮捕到案」。

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
1	8 月 07 日越南語新聞頭條「南投仁愛鄉依舊停班課 預計撤離 59 人」	8:00	16,030	4:37	65
2	8 月 03 日越南語新聞頭條「卡努暴風圈逼近 北北基宜蘭嶼停班停課」	8:00	14,910	4:13	62
3	7 月 17 日越南語新聞頭條「失聯鄧姓移工傷警事件 週一凌晨逮捕到案」	8:00	13,741	5:02	32
4	7 月 28 日越南語新聞頭條「杜蘇芮吹 14 級強陣	8:00	13,477	4:37	52

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
	風 金門.澎湖傳多處災情」				
5	8月04日越南語新聞頭條「台電工程車墜谷釀4死 2台人 2泰移工罹難」	8:00	13,368	4:34	24
6	7月31日越南語新聞頭條「卡努恐提前大北轉 不排除 8/1 發布海警」	8:00	12,423	4:32	34
7	7月27日越南語新聞頭條「颱風雖未直撲 外圍環流仍令花東.山區受創」	8:00	12,402	4:47	43
8	8月01日越南語新聞頭條「台鐵事故 印尼移工躲警闖軌道遭撞死」	8:00	12,337	4:46	36
9	8月10日越南語新聞頭條「時隔12年 台再出現"食腦變形蟲"死亡病例」	8:00	12,033	4:38	19
10	7月05日越南語新聞頭條「4越移工高美濕地海域落水 1自行上岸.3失聯」	8:00	11,948	5:02	23

(七) P#新聞實驗室 頻道表現分析

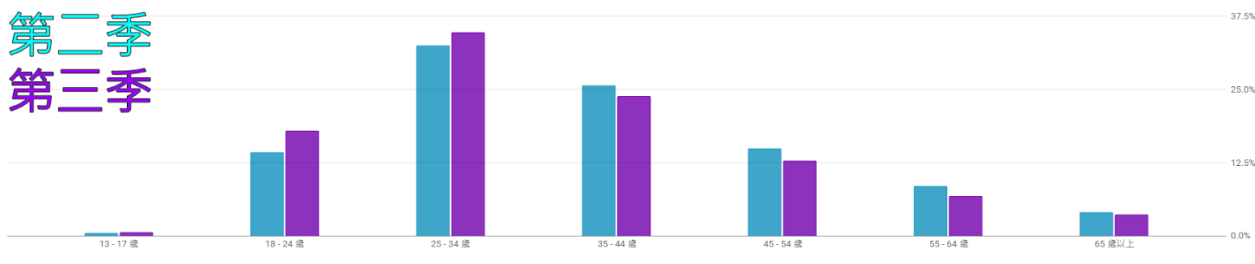
公視 P#新聞實驗室 YouTube 平台主帳號頻道自 2019 年創設，頻道影片類型包含關鍵字解釋型影音、熱門議題街訪、多元觀點特寫及新聞事件後續發展追蹤等內容。

2023 年第三季累積觀看次數為 2,801,701 次，較前一季成長 25%，不僅連續五季累積觀看次數達百萬次以上，第三季表現更續上一季，持續改寫開設頻道以來單季表現最佳的一季。綜觀頻道歷年單季表現，單季累積觀看次數前五名依序為：2023 年第三季 2,801,701 次、2023 年第二季 2,224,185 次、2019 年第二季 201,560,545 次、2019 年第四季 1,391,803 次、2022 第三季 1,331,424 次。



分析第三季有 6 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 5 集，1 萬以上的影音有 23 集。訂閱數新增 35,695 個，較前一季大幅成長 83%，主要來自於 YTber 錫蘭推薦記者真心話系列報導，帶動「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」導入 6,967 個訂閱。其次為第三季新片【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】帶來 5150 個訂閱數。

觀眾性別比例幾乎與前一季相近，男性佔 66.1%，但本季女性突破至 33.2%；年齡層分佈以 25 至 34 歲比例最高(33.2 %)，其次為 35 至 44 歲(25.6 %)，以及 45 至 54 歲(14.7 %)。值得注意的是，本季 18 至 24 歲的使用者年齡占比，與 45 至 54 歲區間皆為 14%。



觀察整體頻道表現，單則影片表現最佳前三名，以本季新片【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】居冠，帶入近 85 萬次的觀看，同為本季新片 8 月 23 日上架的【遠建上的外掛風景？頂加是怎麼生成的？誰住在頂加裡？ | 公視 P# 新聞實驗室】至 9 月 30 日止，累積次數為 297,275 次。

上一季 YTber 錫蘭推薦記者真心話系列報導依然持續發酵，【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】累積次數為 212,423 次，且帶來超過 6 千個訂閱數，亦為本季最高的新訂閱數影片。

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
1	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	7:28	848,902	2:45(36.8%)	5105
2	遠建上的外掛風景？頂加是怎麼生成的？誰住在頂加裡？ 公視 P#新聞實驗室	9:45	297,275	3:59(40.8%)	1334
3	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	7:37	212,423	2:31(33.1%)	6769
4	史上最大退休潮來襲！378 萬人即將退休？爸媽要退休，你還好嗎？中年實習生分享伴老真心話 公視 P# 新聞實驗室	7:15	185,041	2:29(34.7%)	643
5	「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	8:44	132,521	2:26(29.7%)	355
6	百萬年薪環遊世界 退休船員為何不願下一代跑船 公視 P#新聞實驗室	9:57	103,149	3:36(36.2%)	347
7	你是哪種人？單身太孤單還是保平安？獨老誰來顧？ 公視 P#新聞實驗室	7:27	84,730	3:21(45.1%)	499
8	VTuber 靠粉絲抖內比上班族還賺？揭露虛擬 YouTuber 勞動的血汗面 公視 P# 新聞實驗室	11:16	84,321	3:31(31.3%)	495
9	【#P 觀點】極簡主義 = 家裡空無一物？ 極簡主	8:03	73,300	3:27(42.9%)	299

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
	義者原來是這樣 公視 P# 新聞實驗室				
10	種豪宅比種田更賺? 宜蘭農地翻倍漲, 小農號召一坪地主對抗開發洪流 公視 P# 新聞實驗室	11:32	50,273	04:38(40.2%)	165

(八) 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。

2023 年第三季累積觀看次數為 204,794 次，使用者訂閱數新增 1,781 個。觀眾輪廓男性占 73.6%、女性 26.4%。觀眾年齡層以 45 至 54 歲比例最高(20.7%)，25 至 34 歲及 35 至 44 歲占比相近，約為 19%。

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】、【和平風暴 正版線上看】、【穿越和平 正版線上看】。若單以當週預告來看，單則影片表現最佳前三名分別為「藏傳佛教: 噤聲的秘密」、「走味的葡萄酒」短影音兩則。

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
1	泰北孤軍等待 50 年，一直未能反攻大陸; 他們生長在異域の後代該何去何從 【邊城啟示錄】全片線上看 李立劭	59:00	79,659	13:23(22.7%)	670
2	SARS 疫情來襲，和平醫院粗暴封院的原因與結果，五十位當事人的證言 新冠肺炎的前事之師 紀錄片【和平風暴】 正版線上看 紀錄觀點	57:00	15,686	11:28(19.9%)	65
3	SARS 風暴失控，和平醫院倉促封院 訪問當事人，還原事件始末 紀錄片【穿越和平】 正版線上看 紀錄觀點 #周經凱	1:00:46	11,386	10:26(17.6%)	42
4	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	58:00	7,985	9:15(15.2%)	58
5	當兵的回憶 等待補給的人生 南沙群島中唯一擁有天然淡水的島嶼 曾經的蓬萊仙境如今已被水泥建築佔據 【太平島】 正版線上看 柯金源	57:00	7,706	11:59(20.4%)	34
6	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	59:00	5,862	9:30(16.5%)	42
7	【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	1:04:00	4,195	12:23 (20.8%)	27

排序	影片標題	影片長度	觀看次數	平均觀看長度	新增訂閱數
8	【不能戳的秘密 I:政府病毒】 正版影片 台灣禽流感的防疫與破口 謊言比病毒更可怕 李惠仁	1:22:30	3,686	11:33 (17.9%)	67
9	紀錄觀點【剩女，真的?】(導演:周東彥)	55:00	3,655	9:19(16.9%)	19
10	蘇建和案 死刑或是無罪?誰來決定? 「我考試第一名的人，絕對不會判錯」 【島國殺人紀事】全片線上看 蔡崇隆	55:00	3,380	14:2 (25.7%)	22

肆、公視頻道第四季節目策略

公視頻道 2023 年第四季節目排檔規劃，重點放在「第 58 屆電視金鐘獎」、「中華民國 112 年國慶大會」、「2024 大選觀察站」、「臺北最 High 新年城-2024 跨年晚會」及多個新製節目將陸續上檔。第四季重點節目與新上檔節目安排說明如下：

一、第 58 屆電視金鐘獎

「2023 年第 58 屆電視金鐘獎」於 10 月 20、21 日兩天舉辦，公視 3 台當晚 17:00 播出「第 58 屆電視金鐘獎星光大道」，公視頻道 19:00 接力播出「第 58 屆電視金鐘獎頒獎典禮」。隔日公視 3 台安排頒獎典禮重播。



二、中華民國 112 年國慶大會

為慶祝中華民國 112 年國慶日，公視頻道於 10 月 10 日 9:00-12:00 直播「中華民國 112 年國慶大會」、公視新聞網 YT 頻道同步轉播。



三、2024 大選觀察站特別報導

公視頻道將於 10-12 月大選前倒數一百天，每週推出一集大選系列報導，聚焦重點議題，首度嘗試讓記者前進各縣市，以現場連線及深度採訪方式呈現，安排於晚間新聞時段播出。

四、綜合節目

《哈囉！你給問嗎？》是一個新形態討論政治的節目，每集邀請數位政治人物到節目中接受訪問，並與現場公民互動，以正向溝通、討論解決問題的方法，帶領觀眾一起來關心，

並參與公共事務，重建一個良性循環的政治環境。

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。

五、紀錄片

第四季紀錄觀點將推出多部國內外新製紀錄片。由洪淳修導演拍攝的《金門留念》是以金門為主題的紀錄片。一個因國共戰爭流離失所的金門男孩，一個對蔣經國又愛又恨的台灣軍官，一個追尋台灣夢的中國女孩，一座島，三個人，見證兩岸一甲子的歷史變遷。

由歌手李心潔擔任監製和執導的紀錄片。山頂小屋是位於吉隆坡城市中心一間以華德福教育為基礎教學的幼稚園，創辦人奧黛麗校長多年前有感小孩自殺事件提升而思考現代體制教育的問題。由於本身一直關注兒童議題，她決定從事兒童教育，希望自己可以給予孩子們一個有愛的學習環境。在片中奧黛麗校長與我們分享華德福教育理念與延伸出來的教學模式。我們也透過學校孩子的生活，感受到那份從自然，自由，溫和，沒有指令的玩樂中與不同年齡孩子一起探索和創造的學習過程。片中同時也從家長的角度，分享接受非主流教育的心態和接受提倡身心靈平衡發展的教育後，對自己和孩子有著怎樣的影響與啟發。

《九槍》是紀錄片導演蔡崇隆的作品。以非法移工為主題，記錄移工在台灣所面臨的多重現實處境。愛唱歌的越南青年阮國非，為早日還債而淪為「逃跑移工」，努力工作期待衣錦還鄉，不料，2017年某日，阮國非在偏僻河邊被舉報意圖竊車，遭警察連開九槍，延誤送醫後身亡。輿論一面支持警方執法，一連串謎團卻在事件後逐一浮現，為什麼一名菜鳥警察要對赤裸的移工連開九槍？在槍響之前，又是哪些力量，迫使他成為一個命如草芥的逃跑移工？殺死他的，真的只是那九發子彈嗎？

六、電視電影

第二季將安排播出多部新製電視電影。《公視人生劇展-暗潮》描述自閉症高中生永展在河邊溺斃，警方以意外死亡結案，證物中卻少了死者的相機，林母起疑，獨自調查起兒子死因。過程中，林母發現所有人都對她說謊，經一番調查後，仍找尋不到解答，最後，透過繼女莉薇的一段回憶才揭露真相。

《公視人生劇展-彈味中的嬰孩》故事描述透過婚姻仲介嫁來台灣的黎清清，為了爭取僅存的自由，瞞著丈夫偷偷裝了避孕器，以免成為傳宗接代的「孕母」。為了賺錢寄回越南，她在色情養生館從事半套服務，她的武術底子讓有受虐傾向的客人絡繹不絕，直到唐梅軍的出現，他從不做色情服務，只談天，兩人因此墜入愛河。丈夫白淳修，雖滿腦子要清清懷

孕，她卻刻意保持距離。只差十歲的繼女白家家與清清宛如好姐妹。清清深刻對淳修的孤獨感到同情，試著假裝愛他，真假的界線漸模糊，一家三口邁入暫時的幸福，一場意外降臨，卻讓背後所有的真假浮現。

七、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。第三季預計推出多個專題規劃，包括《我們的島》將製作「半島三十」紀錄片，及「日本空屋銀行與老屋再生」、「解密碳滙」系列報導。《獨立特派員》將規劃「大國崛起-印度人口將在 2023 年超越中國」及「碳交易-淨零排放的解決？」專題報導。

八、兒少節目

《柏靈頓：熊熊歷險記》改編自著名英國童書，描述柏靈頓小熊與一家人共同生活點滴，故事圍繞保有好奇心、和善待人以及參與家人生活展開。劇情溫馨、角色可愛，曾獲日間艾美獎傑出學齡前兒童動畫。

《藍色小精靈 3D 版第一季》改編自經典比利時漫畫和卡通，一群小精靈住在藍色小精靈村的蘑菇屋裡面，然而有個壞巫師名叫賈不妙，整天想方設法抓這些小精靈來提煉魔法靈藥，於是性格各異的藍色小精靈與邪惡的魔法師及他的壞貓大笨貓之間展開了一次又一次的機智較量。

新創兒少自製節目《敢動應援團》是以青少年為主角的運動紀實節目，每一集以一項運動為主題，介紹青少年在這項運動中的狂熱與投入。節目中也介紹該項運動的相關運動科學知識，並邀請一位運動明星與青少年選手傳授運動場上的獨門技術與生存之道。

《小孩酷斯拉》第二季延續第一季以第一人稱視角讓孩子發聲的精神，發掘世界各地 7-15 歲酷小孩故事，這些孩子的“酷”來自他們對自我價值的堅持，跨越現實考驗，相信自己有無限的可能。

九、藝術表演節目

公視表演廳轉播各類型藝術演出，第四季播出內容包括：朱宗慶打擊樂團結合劇場多元表演的《俠飛春光-晨鐘暮鼓蔣渭水》、優人神鼓《轉山》結合 5G 科技跨域，透過攝影機拍下金瓜石亙古劇場的壯闊岩壁、藏傳金剛舞的諸佛護法、蓮師化身，以異地共演方式，藉由 5G 網路傳輸技術傳送到劇院舞台上。

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年第三季樣本戶約 2059 個家庭戶、6561 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。

$$\text{個人收視率(\%)} = \frac{\text{收看某一個節目或頻道人口數(1000)}}{\text{母體人口數(1000)}} \times 100\%$$

- 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)。²