

The Nielsen logo, featuring the word "nielsen" in a lowercase, sans-serif font with a series of dots underneath.

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™

An abstract graphic in the top right corner consisting of a series of curved, overlapping lines in various colors (red, blue, green, yellow, purple) that converge towards the top right, with small colored dots at various points along the lines.

拿搖控器的人

尼爾森2015電視輕度、中度、重度觀眾收視分析



你是否曾守在電視機前等待宣布得獎人的那一刻，或曾推掉朋友的邀約只為了在家收看戲劇完結篇？電視做為大家獲取資訊與娛樂的重要媒介，我們每天花多少時間看電視？本文將描繪電視輕、中、重度觀眾¹的樣貌，聚焦其優勢與機會。

近三年輕、中度觀眾接觸率略有流失 重度觀眾在有線及其他頻道忠誠度增強

2015年1至9月台灣觀眾一天平均看電視3小時45分鐘【表一】，收視時間與過去二年相比並無太大變化，輕、中、重度觀眾也呈現相同的現象，各程度觀眾的黏著度雖然不同，但對電視媒體皆具穩定的依賴性。每日平均接觸表現方面，2015年1至9月整體觀眾接觸率較過去二年同期有所減少，除重度觀眾接觸表現持平外，輕、中度觀眾近年皆有小幅流失的現象，收視表現主要也受接觸率影響有所下滑。

表一、輕、中、重度觀眾近三年收視表現

Date: 2013/1-9月、2014/1-9月、2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559

Year/ Target	平均每分鐘收視率(%)				平均每日接觸率(%)				觀眾平均收視時間長度			
	整體	輕度	中度	重度	整體	輕度	中度	重度	整體	輕度	中度	重度
2013	11.78	4.13	9.66	21.28	76.0	52.6	81.8	93.3	3小時43分	1小時51分	2小時50分	5小時29分
2014	11.53	3.71	9.28	21.32	74.5	50.0	79.6	93.4	3小時43分	1小時46分	2小時48分	5小時29分
2015	11.48	3.65	9.15	21.34	73.5	48.0	78.8	93.2	3小時45分	1小時48分	2小時47分	5小時30分

註:各年度輕、中、重度觀眾皆為該年度1月至9月之收視者

Source: Nielsen電視收視調查

觀察輕、中、重度觀眾分別在無線頻道²、有線及其他頻道的黏著情形【圖一】，近三年整體觀眾在無線頻道的收視時間尚稱穩定，除中度觀眾2015年1至9月受白天收視時間減少影響，較往年同期下滑約5分鐘比較多之外，輕、重度觀眾收看無線頻道的時間變化不大。相對於無線頻道收視黏著度持平的情形，近三年有線及其他頻道整體的收視時間逐年增加，主要來自於重度觀眾的貢獻，相較2013年1至9月的重度觀眾，2015年同期的重度觀眾平均一天多看電視7分鐘，顯示此族群對有線及其他頻道愈趨忠誠。

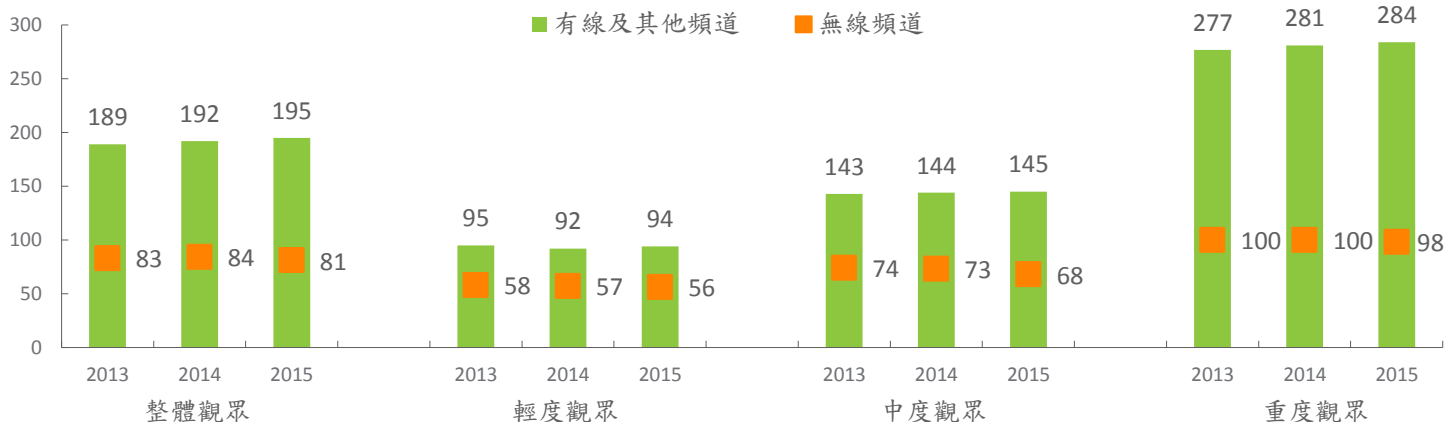
註1：輕、中、重度觀眾係依收視時間長度多寡，做三種等級區分

註2：無線頻道為台視、中視、華視、民視與公視

圖一、輕、中、重度觀眾無線有線頻道收視時間

Date: 2013/1-9月、2014/1-9月、2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559

收視分鐘數



註:各年度輕、中、重度觀眾皆為該年度1月至9月之收視者

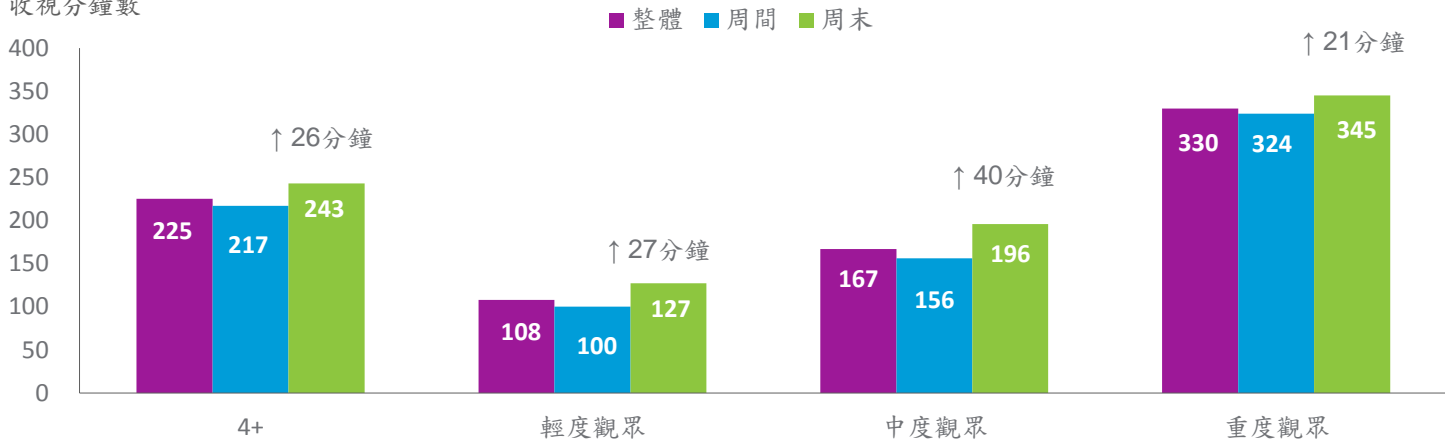
Source: Nielsen電視收視調查

接著從周間周末與全日各時段切入，分別觀察輕、中、重度觀眾的收視表現。整體而言，受生活型態影響，觀眾周末看電視的時間多出26分鐘【圖二】，輕度與重度觀眾亦呈相似表現，唯中度觀眾在周間與周末的收視時間差異最大，周末平均多於周間40分鐘，更為偏向假日型收視者。

圖二、輕、中、重度觀眾每日收視時間長度

Date: 2015/1-9月 周間/周末平均收視時間 Mon-Sun 0200-2559

收視分鐘數



註:標示為周末收視分鐘數-周間收視分鐘數

Source: Nielsen電視收視調查

在時段收視表現上【表二】，18:00-23:59是全天收視表現最佳的黃金時段，從各觀眾的TVR INDEX中可看出輕、中度觀眾的主要收視皆集中於此，而重度觀眾則在02:00-17:59非黃金時段的收視強度較整體觀眾同時段更為突出。觀眾各自具有不同的生活型態，收視表現自然也不盡相同，以下將從年齡、工作狀況等面向來描繪輕、中、重度觀眾的樣貌。

表二、輕、中、重度觀眾時段收視表現

Date: 2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559

時段 / Variable	整體觀眾 TVR	輕度觀眾INDEX	中度觀眾INDEX	重度觀眾INDEX
02:00 - 05:59	1.70	21	55	220
06:00 - 11:59	7.21	25	68	204
12:00 - 17:59	11.06	28	69	200
18:00 - 23:59	24.33	35	88	174
24:00 - 25:59	6.51	30	78	189
全天	11.48	31	79	187

Source: Nielsen 電視收視調查

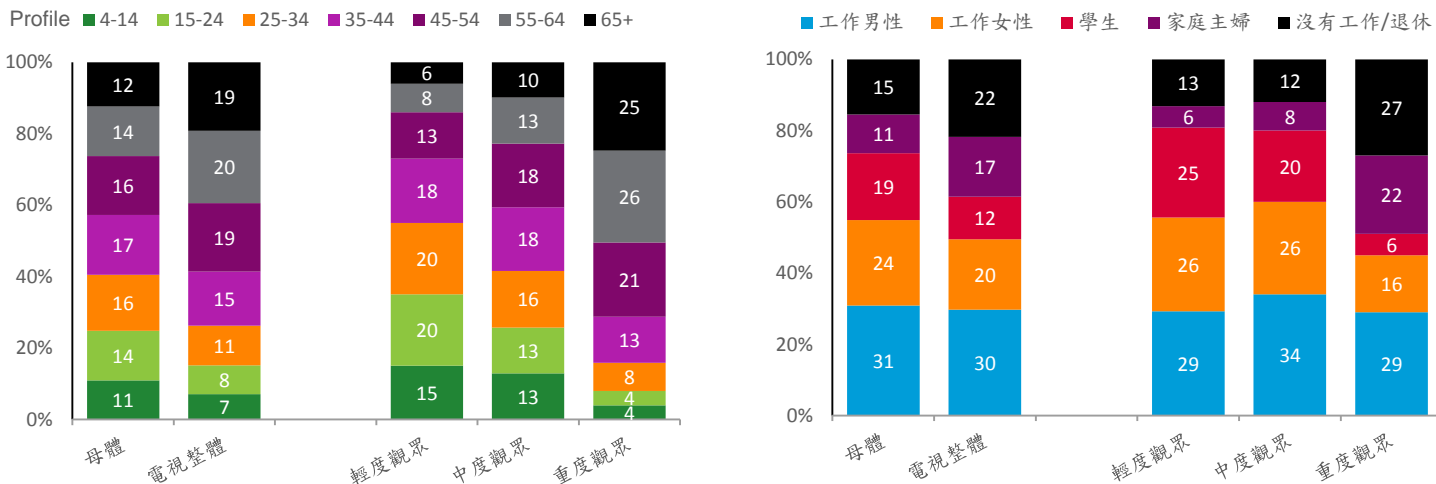
輕度觀眾單身年輕、中度觀眾工作者多、重度觀眾高齡化

從年齡分層來看【圖三】，輕度觀眾最為年輕，超過半數皆在35歲以下，55歲以上比例明顯低於電視整體；中度觀眾輪廓與台灣人口結構相似，以25-54歲為主；重度觀眾明顯為高齡結構，55歲以上佔比超過一半，其中65歲以上的比例高出電視整體甚多。

工作狀況方面，輕、中、重度觀眾皆以工作男性佔比最高，值得注意的是，輕度觀眾中有四分之一為學生，與工作女性比例相當；中度觀眾在工作男性的比例多於電視整體，重度觀眾中退休無業者的佔比次高，工作女性的佔比在各觀眾中相對較低。

圖三、輕、中、重度觀眾 年齡、工作狀況輪廓

Date: : 2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559



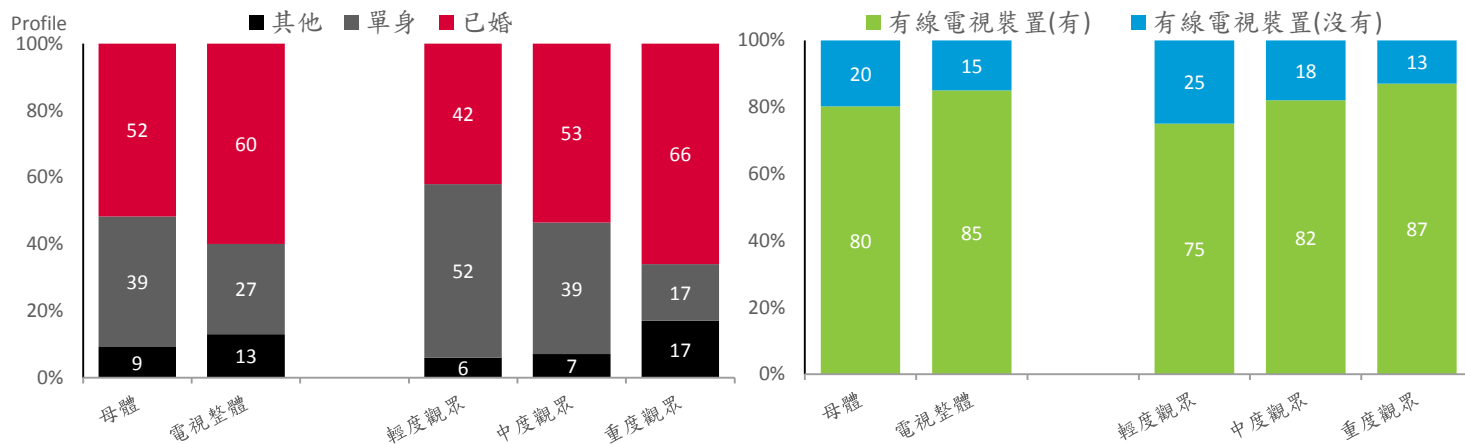
Source: Nielsen 電視收視調查

婚姻狀況分佈上，中度觀眾與台灣人口結構比例較為相似【圖四】，差異最大的是輕度與重度觀眾婚姻樣貌，輕度觀眾中單身者佔52%，反觀重度觀眾的已婚者佔66%，這現象可能與重度觀眾的年齡層較高，且已婚者可能付出較長時間在家陪伴家人有關，而輕度觀眾多為年輕人或學生族群【圖四】，外出參加交際活動或日間上課這樣的生活型態，可能在電視的收視時間較短。

有線電視裝置方面，有85%的電視觀眾家中有裝設有線電視，中度、重度觀眾的擁有比例與整體觀眾相似，而輕度觀眾中有四分之一家中未裝設有線電視，形成如此分佈的原因可能是多頻道的收視環境並不吸引他們，或是收看電視的動機較低所致。

圖四、輕、中、重度觀眾 婚姻、有線電視裝置輪廓

Date: : 2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559



Source: Nielsen 電視收視調查

除戲劇與新聞外 輕、中度觀眾喜愛兒童節目 重度觀眾關心投資理財

承前所述，輕、中、重度觀眾各有特質，究竟什麼樣的節目內容能夠吸引這些族群的眼球？

2015年1至9月整體與輕、中度觀眾收視表現最佳的節目類型為戲劇、新聞與兒童【表三】，其中兒童類型收視表現在學生佔比較高的輕度觀眾中，與戲劇和新聞則不分軒輊；重度觀眾因收視時間長在各節目類型皆有較佳的收視表現，除了戲劇、新聞類型，財經資訊分析也是重度觀眾相當關心的節目內容，這也呼應了先前描述的觀眾樣貌，投資理財等資訊對退休無業族群而言，是關心時事與休閒娛樂之外不可或缺的節目內容。

表三、各節目類型收視率

Date: : 2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559

觀眾/節目類型	各節目類型收視率									
	綜藝	新聞	戲劇	電影	兒童	社教資訊	體育	美食旅遊	財經資訊分析	其他節目
整體觀眾	0.11	★0.21	★0.22	0.11	★0.13	0.06	0.07	0.08	0.10	0.09
輕度觀眾	0.03	★0.06	★0.06	0.04	★0.06	0.02	0.02	0.02	0.01	0.04
中度觀眾	0.09	★0.16	★0.16	0.10	★0.13	0.04	0.06	0.06	0.05	0.08
重度觀眾	0.19	★0.41	★0.43	0.19	0.20	0.13	0.14	0.16	★0.23	0.15

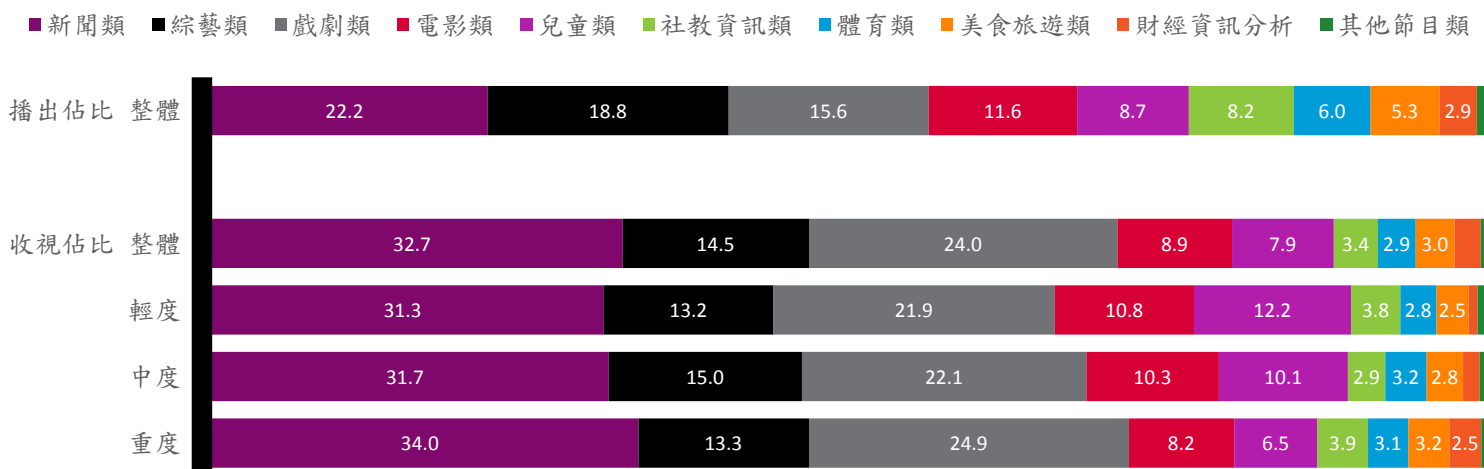
註:星號標示為該觀眾收視表現最佳前三名之節目類型

Source: Nielsen 電視收視調查

除了收視表現，輕、中、重度觀眾的收視佔比也分別顯現其收視特質【圖五】，2015年1至9月播出佔比最高的節目類型為新聞，綜藝與戲劇，同時佔據輕、中、重度觀眾收視佔比前三名，而從各觀眾收視佔比較整體觀眾高的節目類型中，我們發現輕、中、重度觀眾雖各有所好，其中亦不乏相似之處，電影及卡通是輕、中度觀眾都較偏愛的節目類型，中、重度觀眾則對體育類型較有興趣，而輕度與重度觀眾或許因為陪伴收視，社教資訊類型的佔比較整體觀眾多。

圖五、各節目類型播出時間與收視佔比

Date: : 2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559



Source: Nielsen 電視收視調查

特殊主題與熱血的內容易獲得輕度觀眾青睞

若從節目收視排行看來【表四】，輕度觀眾是一群較需新鮮感，會被特殊主題吸引的族群，其中金鐘、金曲等特別節目佔據了收視排行前四名，幕後花絮這類較有趣的節目內容也名列榜中，此外，偶像劇、熱血的〈KANO〉還有具冒險元素的〈航海王〉，都較吸引輕度收視者；和整體觀眾相比，大陸劇〈武媚娘傳奇〉與國語連續劇〈料理高校生〉比較能吸引中度觀眾的目光；重度觀眾則對閩南語戲劇與綜藝節目情有獨鍾，特別節目的收視表現亦佳但相形之下排名較為後面。

表四、輕、中、重度觀眾節目排行

Date: 2015/1-9月 所有頻道 Mon-Sun 0200-2559

TOP	整體觀眾		輕度觀眾		中度觀眾		重度觀眾	
	頻道	節目	頻道	節目	頻道	節目	頻道	節目
1	台視	第26屆金曲獎	台視	第26屆金曲獎	台視	第26屆金曲獎	民視	嫁妝
2	民視	嫁妝	台視	2015超級巨星紅白藝能大賞	民視	嫁妝	民視	綜藝大集合
3	民視	綜藝大集合	民視	民視第一發發發	民視	綜藝大集合	台視	第26屆金曲獎
4	民視	民視第一發發發	中視	第50屆電視金鐘獎	台視	2015超級巨星紅白藝能大賞	三立台灣	世間情
5	三立台灣	世間情	衛視西片	冰雪奇緣	民視	民視第一發發發	民視	明日之星SUPER STAR
6	台視	2015超級巨星紅白藝能大賞	民視	嫁妝	衛視電影	等一個人咖啡	民視	民視第一發發發
7	華視	華視天王豬哥秀	民視	綜藝大集合	華視	華視天王豬哥秀	華視	華視天王豬哥秀
8	民視	明日之星SUPER STAR	華視	華視天王豬哥秀	衛視西片	冰雪奇緣	三立台灣	超級紅人榜
9	三立台灣	甘味人生	台視	他看她的第2眼	三立台灣	世間情	三立台灣	甘味人生
10	中視	第50屆電視金鐘獎	衛視電影	KANO	中視	武媚娘傳奇	三立台灣	超級夜總會
11	中視	萬秀豬王	台視	航海王二十一	中視	第50屆電視金鐘獎	三立台灣	阿母
12	三立台灣	超級紅人榜	台視	航海王20	中視	綜藝玩很大	中視	萬秀豬王
13	衛視西片	冰雪奇緣	衛視電影	等一個人咖啡	三立台灣	甘味人生	三立台灣	戲說台灣
14	衛視電影	等一個人咖啡	三立台灣	甘味人生	中視	萬秀豬王	中視	第50屆電視金鐘獎
15	三立台灣	阿母	台視	2015超級巨星幕後花絮	三立都會	料理高校生	台視	2015超級巨星紅白藝能大賞

Source: Nielsen 電視收視調查

註1: 頒獎典禮、冠名、分段節目皆合併計算

註2: 橘色字體代表特別節目, 紫色代表未在整體排名前15之節目, 藍底代表同名並列

輕、中、重度觀眾選擇的網路影音內容略有不同

近年網路影音網站崛起, 使用網路觀看節目的比例逐年增加, 從媒體大調查的電視輕、中、重度觀眾³收看網路影音的節目內容中, 我們發現綜藝類⁴是各觀眾在網路與電視共同較喜愛的節目, 另外, 各類觀眾在網路收看外語電影、影集與韓劇比例較高【表五】, 或許與網路較能獲取最新的內容有關, 相較於12-65歲整體, 歌唱綜藝是輕度觀眾喜愛的影音節目; 中、重度觀眾在戲劇類的收看比例較整體高, 此外, 人文與科技新知也是中度觀眾青睞的網路影音內容。

註3: 觀眾輕、中、重度觀眾之定義: 將週間、周末平均收視時間皆二分為輕度、重度族群, 再以此四群做交叉組合

註4: 包含日本、韓國等非台灣的綜藝節目

表五、輕、中、重度觀眾 網路收看之節目類型排名

Base:12-65歲 網路影音網站或頻道上看的影片/節目內容 常瀏覽網路影音網站/頻道者

TOP	12-65歲	輕度觀眾	中度觀眾	重度觀眾
1	外語電影/影集	外語電影/影集	外語電影/影集	娛樂綜藝
2	娛樂綜藝	娛樂綜藝	韓劇	韓劇
3	韓劇	卡通/動漫	人文自然地理/科技新知	外語電影/影集
4	卡通/動漫	韓劇	娛樂綜藝	卡通/動漫
5	國語電影	歌唱綜藝	國語劇/港劇/大陸劇	國語劇/港劇/大陸劇

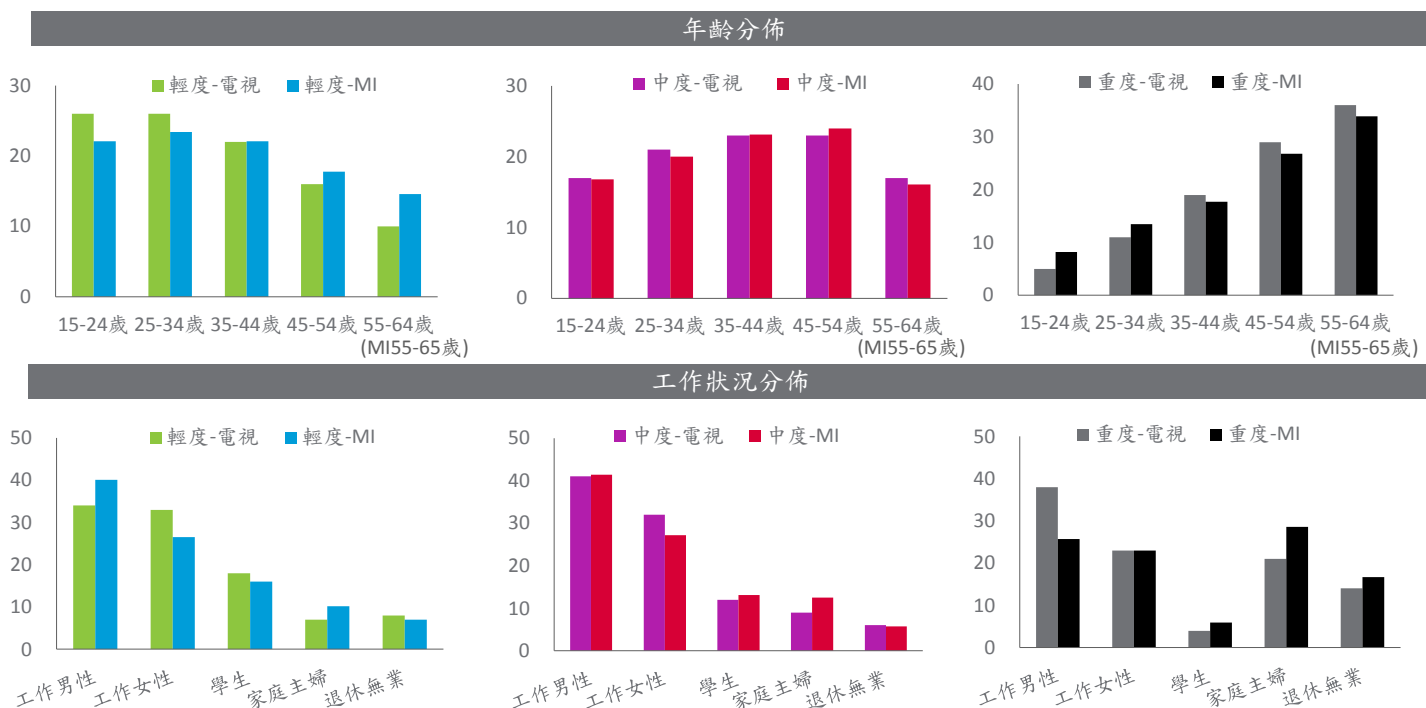
Source:尼爾森媒體大調查2015Q3

註:橘色字體代表未在整體排名前5之影音節目類型

由於與電視輕、中、重度觀眾的輪廓相似【圖六】，頻道業者可了解各觀眾在網路影音的收視喜好，針對頻道定位編排現有的節目資源，或參考目標觀眾在網路影音關心的內容，滿足他們對頻道現有節目以外的需求。

圖六、電視收視調查與媒體大調查觀眾輪廓

電視收視調查2015/1-9月 Target:15-64歲/媒體大調查2015Q3 年齡:15-65歲



Source:尼爾森電視收視調查、媒體大調查2015Q3

結語

2015年1至9月台灣觀眾平均一天花3個多小時看電視，對電視媒體的忠誠度穩定，輕度觀眾每天看電視的時間較短、收視集中於黃金時段、對特殊主題的節目興趣高；中度觀眾工作者多、集中於假日看電視；重度觀眾高齡化、對財經資訊節目較有需求。如能掌握輕、中、重度觀眾的多元樣貌，以及他們在各時段收視表現及節目喜好，或許有機會進一步提升其對電視的黏著度與收視表現。

附一、圖五節目類型分類表

綜藝節目	娛樂綜藝 競賽綜藝 資訊綜藝 歌唱音樂
戲劇節目	國語連續劇 閩南語連續劇 國台語單元劇 日劇 港劇 韓劇 大陸劇 其他戲劇 客語劇
電影節目	國片 外片 歐美影集
兒童節目	兒童節目 卡通影片 兒童音樂節目
新聞節目	新聞播報節目 新聞性質節目
體育節目	籃球 棒球 撞球 高爾夫球 其他球類、體育節目
社教資訊	知識資訊節目 社教資訊教學節目
美食旅遊節目	美食、旅遊節目
財經資訊	財經資訊分析
其他節目	傳統藝術節目及戲劇 其他節目 宗教節目 特別節目

Source: Nielsen電視收視調查