

# 宏將週報

- Media Drive Bulletin -

## Vol.2415

04.01 ~ 04.07



# Contents

- 媒體放大鏡 - 跟進Netflix！Disney+ 打擊寄生帳號
- 熱門話題 - 台式幽默！超強「諧教」無所不在
- 國際案例 - 麥當勞翻轉標誌！向動畫致敬
- 數位轉型 - 全聯推「生活百貨」新店型！
- 收視調查 - 2024/04/01-2024/04/07





PART ONE

# 媒體放大鏡

- Media News



## 1 跟進Netflix！Disney+ 打擊寄生帳號



【2024/04/06, ETtoday】

繼美國串流影音平台Netflix打擊寄生帳號，**迪士尼影音串流平台Disney+ 如今也將效法**，將於6月起在部分國家實施新措施打擊密碼共享，並在9月份擴大至所有訂戶。

雖然Disney串流媒體服務條款均明確禁止用戶使用他人用戶名稱或密碼登錄，但並未廣泛執行這項政策。Disney+為了提高訂閱數量和收入，制定防止用戶共享密碼的措施，艾格稱，Netflix是串流服務的黃金標準，若公司能達到Netflix取得的成就，那就太棒了。

**Netflix在2023年成為全球第一家打擊密碼共享的串流平台，訂閱數激增，至少增加10萬名新用戶，與過去60天平均統計數字相比，訂閱幅度增加100%以上。**

其實早在數月前，就有人料到Disney+會跟進Netflix的作法，藉此推動迪士尼串流平台獲利。今年2月的會議中，迪士尼財務長約翰斯頓 (Hugh Johnston) 就已經透露，可能**涉及不當共享的訂閱戶將在今年夏季看到要求註冊的提示**，用戶可支付額外費用增加家庭外部成員，但並未給出關於這項費用的任何細節。

## 2 2024年2月最賺錢的應用程式排行榜出爐

iOS App Store		Google Play		Combined Total	
1	TikTok+ \$165M	1	Disney+ \$25M	1	TikTok \$189M
2	YouTube \$111M	2	Google One \$24M	2	YouTube \$111M
3	Disney+ \$82M	3	TikTok+ \$24M	3	Disney+ \$107M
4	Tinder \$71M	4	Tinder Dating app. Meet People \$13M	4	Tinder \$85M
5	Max \$48M	5	Crunchyroll \$11M	5	Max \$58M
6	LinkedIn \$33M	6	Spotify+ \$10M	6	LinkedIn \$39M
7	Bumble \$32M	7	Max \$10M	7	Bumble \$39M
8	Hulu \$30M	8	Twitch \$9M	8	Hulu \$34M
9	腾讯视频 (Tencent Video) \$29M	9	Bumble Dating App \$7M	9	Peacock TV \$33M
10	Audible \$29M	10	Peacock TV \$7M	10	Audible \$33M

【2024/04/03, 電腦王】

根據資料，2024年2月份有數款APP脫穎而出，成為當月收入最高的應用程式，不出所料，**在合併收入排行榜中，TikTok 穩坐冠軍寶座，總收入達到 1.89 億美元**。雖然比起2024年1月份的收入略有下降，但仍位居榜首。

**YouTube 以 1.11 億美元的總收入緊追其後**，排名第二。與TikTok不同的是，YouTube的收入略有增加，但增幅並不足以撼動TikTok的地位。**Disney+ 在合併收入排行榜中排名第三**，但在Google Play Store的單一平台收入排名中則高居榜首。Disney+在這兩個平台的總收入為1.07億美元。與1月份相比，Disney+的收入在2月份也略有增加。

**Tinder 和 Max 也躋身於合併收入榜單前五名**。Tinder的總收入為8500萬美元，而Max的總收入為5800萬美元。值得一提的是，**Duolingo 在1月份的榜單上名列前茅，但在2月份跌出了前十名**。

2024年2月份十大最賺錢應用程式總共創造了7.28億美元的收入。**總體而言，與2024年1月份相比下降了約3%**。預計在2024年接下來的幾個月裡，收入將會上升。

### 3 「GPT商店」推出三個月，哪些應用最受歡迎？



【[2024/04/03, 天下雜誌](#)】

OpenAI今年一月推出了「GPT商店」，就像Apple商店一樣，開發人員可以在這裡訂製自己的GPT，像是設計刺青、閱讀法律文件，或是學習下棋遊戲規則的應用程式，激勵開發者和創作者為平台提供更多新鮮有趣的內容，讓用戶能持續享有新的體驗。

自從推出以來，根據分析機構SimilarWeb的新數據，最受歡迎的前五大類目是依序是「藝術與設計類」、「教育類」、「生產力類」、「寫作類」、「寫程式類」，這些應用程式的總瀏覽量至少有300萬次。

數個比較有名的是，例如線上圖像設計應用程式Canva，推出了自家的GPT。它讓用戶直接在ChatGPT中建立簡報、社群媒體貼文、Logo等等；AI研究助理新創Consensus也推出了GPT，讓用戶可以搜尋2億篇學術論文，並創建有準確引用的草稿。

這麼多的機器人工具，看似能為人們的生活帶來極大轉變，不過科技與財經媒體紛紛指出，最理想的時刻可能尚未到來。根據SametimeWeb數據顯示，2月份訂閱者創建的GPT僅佔ChatGPT網站桌電訪問量的1.5%。自商店開業以來，每週客流量也已趨於平穩。福布斯專欄作家，創業者馬克斯更抱怨Open AI沒有清楚的搜尋列和介紹頁面，用戶不知道哪些工具可以如何協助他們的業務。

### 4 Dcard 電商平台「GOODY 好物研究室」宣布熄燈！



【[2024/04/08, INSIDE](#)】

Dcard今(8)日於官網宣布，自有電商平台「GOODY 好物研究室」在4月26日15:00結束站上商品銷售，在這之前消費者仍可於好物研究室購物，在服務關閉前(4月27日至5月30日)，取貨、鑑賞期、退換貨、客服等服務皆不會受影響，5月31日整體電商服務終止，而好物研究室的入口也將於Dcard正式下架。

Dcard的好物研究室於2019年成立，打造全新的廣告與電商共存的零分潤商業模式，但公司評估「持續投資電商市場的增值潛力不大，亦難與集團產生綜效」，因此才決定停止電商事業，接下來將重新分配資源，聚焦在核心事業和其他新事業的發展。

Dcard為了感謝用戶對好物研究室的支持，並回饋任何在服務停止之後可能帶來的不便，撰寫評價文章從先前可獲得的30元優惠券，改為發放雙倍加碼共計60元的優惠券(滿299元即可折抵)，最晚也需於4月26日15:00前完成消費來進行折抵。



## 7 Z世代日本旅遊深度玩法大公開



【2024/04/04, T客邦】

春暖花開之際已有不少民眾前往日本賞櫻，在出發日本旅遊前，精心規劃旅遊行程是很重要的事！根據日本流行情報網站 Japaholic 公布的《日本旅遊調查大公開》發現，時下年輕族群在規劃行程時，除了參考 YouTube、Instagram，「小紅書」也是他們的人氣選擇之一，可知社群媒體在旅遊規劃中的角色越來越重要，也反映年輕族群喜歡追求豐富的旅行體驗。

- **Z世代愛用「小紅書」找接地氣旅日玩法**：現在年輕世代旅遊前更仰賴在小紅書找到更即時、更「網美」的行程資訊，只要搜尋關鍵字就可找到相關資訊。例如網路上有許多人分享日本美髮心得，有越來越多的人喜歡到日本做頭髮、美甲，享受日本精緻服務。
- **日本上網不用 WIFI 機，ESIM 卡成標配**：Japaholic 洞察到消費者在購買網路卡時，似乎有更傾向以 ESIM 取代 SIM 卡的趨勢，統計下來每個月 ESIM 購買大約佔 80-90% 的比例且逐月漸增，可知 ESIM 是旅日時更方便、快速的選擇。
- **日本獨特市場，尋找「小眾興趣」的天堂**：對於喜愛日本旅遊的人來說，在日本你可以輕鬆找到二手商品，從相機、樂器到動漫收藏品，這些對台灣旅客來說具有相當的吸引力！

## 8 孤獨世代的社交解方：交友軟體洞察

在現代社會，科技的快速發展深刻改變了人們的生活方式，尤其在社交領域，交友軟體打破了地域和時間的限制。Social Watch 透過《OpView 社群口碑資料庫》追蹤交友軟體話題的網路聲量，從社群數據的角度洞察社群上的交友軟體話題焦點，解析不同族群的需求。

- 交友軟體話題年度聲量趨勢：近一年交友軟體話題始終維持一定的討論熱度，其中網友的徵友條件、交友軟體照騙等議題受社群矚目。
- 交友軟體話題網友熱議焦點：交友軟體用戶的使用契機備受熱議，**討論區諸多交友軟體評測文章易成為民眾下載/使用前的參考依據**。
- 交友軟體話題關注族群差異：**上班族為話題主要關注者**，且交友時較注重現實層面考量；男性討論多圍繞配對攻略、不同交友軟體間的比較，女性則重視配對對象的話題契合度與互動感受。
- 交友軟體選擇要素：交友軟體用戶的普遍意圖成抉擇關鍵之一；附加功能**如互動遊戲、心理測驗等能提升使用樂趣**；詐騙比例高低亦影響用戶觀感及使用意願。
- 交友軟體話題意見領袖：**「丹妮婁姐」**中肯發言獲粉絲青睞；**Vtuber「李聽」**、**「Shippo尾巴」**實測異國交友軟體創造極佳互動。

Part 1   交友軟體話題 聲量趨勢剖析	<b>1-1 交友軟體話題年度聲量趨勢</b> 分析交友軟體話題相關討論的整體聲量趨勢，並深入探討熱門話題為何。
	<b>1-2 交友軟體話題網友熱議焦點</b> 透過斷詞了解在交友軟體相關討論之中，最受網友熱議的話題焦點有哪些，並歸類出討論面向。
	<b>1-3 交友軟體話題關注族群差異</b> 觀察話題關注族群之討論聲量，並比較族群間的討論內容異同與關注焦點。
Part 2   交友軟體 商機探索	<b>2-1 交友軟體選擇要素</b> 探索網友在選擇交友軟體時的考量與需求，以瞭解影響用戶決策的關鍵。
	<b>2-2 交友軟體話題意見領袖</b> 觀察帶動網友討論的人物頻道，尋找出話題的意見領袖。

【2024/04/08, Social Lab】





*PART TWO*

# 熱門話題

- Hot Topics



# 台式幽默！超強「諧教」無所不在

在網路貼文、留言、店家招牌諧音梗層出不窮，根據調查，超過五成的民眾認為品牌操作迷因，可使他們對品牌名稱更加印象深刻，以及網友有爆棚的分享慾，使諧音梗如病毒般擴散，近一年熱門諧音梗以2023年7月在FB社團-路上觀察學院，將一張抬著時鐘的男子雕像以諧音稱為「抬鐘人」（臺中人），當時帶起一波諧音熱潮，IKEA以「高熊人」、「媽煮人」等等跟風。近期又有哪些諧音梗受網友喜愛呢？本週宏將週報將帶您一起看看！



## IG爆紅〈都是weather你〉

近期IG洗腦歌曲大玩諧音梗，歌名使用「[都是weather你](#)」、「都是為了你」雙關元素，吸引241萬人次瀏覽並引發舞蹈挑戰。



## 不然咧？#不攔就點優步小黃

將民眾日常對話提及的「阿~不然咧？」，與不攔車就叫車的品牌訴求結合，並與網紅合作埋入「[不然](#)」字詞的創意短片。



## 李多慧跟KID〈週三幽會〉

近日Foofpanda新廣告KID與女神啦啦隊合作，以諧音梗「週三幽會」帶出會員週三優惠活動，粉絲紛紛表示廣告有中、太狠了！



## 品牌愚人節搭配諧音梗出擊

「清心」推出諧音飲品名為珍珠白，內容物為糖水珍珠，創意手法提升2-3成銷量；「王品」以諧音「芋」人節，再次炒熱加不加芋頭話題。





*PART THREE*

# 國際案例

- Case Share



## START

## 麥當勞翻轉標誌！向動畫致敬



自從1980年代，許多日本卡通、動漫、漫畫中都能發現麥當勞出現在劇情中，但許多漫畫家、工作室為了避免法律上的麻煩，他們將麥當勞的標誌反轉過來，從標誌性的M變成W。從那時開始似乎變成所有漫畫家的共識，W當勞席捲了整個動漫界。

在2024年2月，麥當勞與異世界的自己合作，在包裝上，將經典的牛皮紙袋上印上了與國際知名漫畫家Acky Bright合作所設計的一系列漫畫主題，搭配限定辣沾醬以及雞塊。

麥當勞在2月20日於Instagram上傳了15秒的動畫預告片，揭開了整個銷活動的序幕，隔天(2月21日)又分享了將品牌標誌反轉成W，以及將品牌名稱更改成WcDonald's的5秒短片。整個行銷活動由Wieden+Kennedy New York行銷公司發起，從2月26開始到3月18，橫跨了30個縣市。

除了跟Acky Bright合作系列漫畫，麥當勞還跟知名工作室Studio Pierrot(著名的作品像是火影忍者、死神)合作，推出4個30秒的系列動畫，此外還跟日本歌手Reol推出動漫主題曲，在YouTube、Spotify、Apple Music等各大平台上架。

麥當勞於每周一推出一集漫畫與動畫。只要透過限定紙袋上的行動條碼、麥當勞應用程式、YouTube，或是WcDonald's網站就可觀賞每週推出，由包括WcDonald's的常客Hashirune、員工搞笑王 Mr. Bev、WcDonald's自己的機甲 WcDizer 3000、和其他許多角色組成的完整陣容領銜主演的數碼漫畫。

另外麥當勞還在知名遊戲Fortnite中，建造了虛擬的WcDonald's，讓玩家可以跟漫畫與動畫的角色組隊一起遊玩。除了線上，麥當勞還在洛杉磯開設了實體的WcDonald's，讓消費者更沉浸在WcDonald's的世界。

[點擊了解更多詳情](#)



GOAL





*PART FOUR*

# 數位轉型

- Digital Transformation



## START

# 全聯推「生活百貨」新店型！



超市龍頭全聯福利中心在 2022 年 7 月併購大潤發，這一年多來，全聯一步步整合、串聯超市與量販專長，發揮雙品牌綜效。全聯總經理蔡篤昌、大潤發總經理陸晏德首度同台，推出「生活百貨」新型態全聯店型

## 借用鄰近大潤發的消費數據，挑選出3000多個「非食品」品項

觀察到許多超市都漸漸轉型成生鮮五金百貨大賣場，因此請大潤發的團隊調出「非食品類」的消費數據，發現**購買非食品類的客群集中在 30~59 歲**，其中又以**廚房餐具、居家收納、清潔用具及汽機車百貨為重點銷售類別**。這 3,000 多個品項就是根據這些數據，**結合 3 個面向挑選出來的：在地化、流通性與選擇性。**

## 生活用品貨架數提高5成，將從「大店舖」優先試行

過去單純販售乾貨，如今已有完整的生鮮蔬果、冷凍食品、零食飲料等食品，如今再把下個市場**瞄準消費者的「居家生活」**，**大幅提升生活用品比例**，滿足小家庭吃喝玩樂多元需求。加入這些品項，就可以**擴充來客的深度與廣度**，**涵蓋過去不會來全聯的人，或是讓已經會來全聯的人更常來。**

## 同樣跨足居家用品、五金品項，全聯跟寶雅策略差在哪？

寶雅客群比較年輕，購物體驗設計比較會著重遊逛性、熱鬧性，但**全聯客群是婆媽族群**，加入日常生活會用到的品項，**就是想讓消費者一站式購足，不必再跑其他點。**



GOAL





*PART FIVE*

# 收視調查

- Ratings



## 無線台及有線台TOP20

### 無線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.65
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.11
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.06
4	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.38
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.31
6	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.24
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
8	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.08
9	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.06
10	豬哥亮經典秀娘家好關鍵EX	FTV	娛樂綜藝	1.01
11	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.65
12	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.11
13	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.06
14	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.38
15	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.31
16	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	1.24
17	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
18	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.08
19	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.06
20	豬哥亮經典秀娘家好關鍵EX	FTV	娛樂綜藝	1.01

### 有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.01
2	天道萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.86
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.82
4	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	1.14
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.03
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.99
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.91
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.91
9	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.89
10	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.87
11	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.01
12	天道萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.86
13	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.82
14	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	1.14
15	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.03
16	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.99
17	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.91
18	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.91
19	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.89
20	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.87



## 無線 TOP10

### 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.73
2	綜藝新時代娘家美日潤水妍	FTV	娛樂綜藝	1.43
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.37
4	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.32
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.31
6	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.17
7	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.08
8	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.98
9	哲仁王后2200	CTV	韓劇	0.97
10	1800新蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96

### 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.76
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.73
3	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	1.13
4	航海王28	TTV	卡通影片	1.00
5	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	0.83
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.78
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
9	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.71
10	1800航海王28	TTV	卡通影片	0.69

### 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	2.32
2	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.88
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.83
4	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.61
5	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.61
6	航海王28	TTV	卡通影片	1.46
7	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.39
8	1800航海王28	TTV	卡通影片	1.16
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
10	華麗計程車行愛妮雅化妝品	CTS	閩南語連續劇	1.05

### 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	6.06
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	5.21
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.55
4	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	娛樂綜藝	2.30
5	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	2.03
6	豬哥亮經典秀娘家好關鍵EX	FTV	娛樂綜藝	1.86
7	追分成功真享購	TTV	閩南語連續劇	1.39
8	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	1.38
9	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	資訊綜藝	1.37
10	綜藝新時代娘家美日潤水妍	FTV	娛樂綜藝	1.35



## 有線 TOP10

### 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.15
2	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.75
3	主播凹鬥中	NTVN	新聞性質節目	0.74
4	娛樂壹級棒	NTVN	資訊綜藝	0.72
5	1400上山下海過一夜	SL2	美食、旅遊節目	0.59
6	新聞觀測站	FTVN	新聞性質節目	0.55
7	寶島神很大	SANLI	知識資訊節目	0.50
8	2000新聞思想啟	NTVN	新聞性質節目	0.48
9	1600我們一家人臺灣新住力	FTVN	新聞性質節目	0.46
10	商魂康生小型按摩器材專家	SANLI	閩南語連續劇	0.46

### 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.81
2	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	1.11
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.88
4	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.82
5	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.69
6	型男大主廚玖妍堂煥顏白玉	SL2	美食、旅遊節目	0.65
7	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	0.61
8	直中職35年台VS中	VLSPT	棒球	0.49
9	商魂康生小型按摩器材專家	SANLI	閩南語連續劇	0.48
10	在台灣的故事	SANLI	知識資訊節目	0.43

### 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.35
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.98
3	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	0.85
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.77
5	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.77
6	直中職35年台VS中	VLSPT	棒球	0.74
7	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	美食、旅遊節目	0.54
8	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	0.53
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.53
10	2000導讀台灣	SETN	新聞性質節目	0.53

### 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.33
2	天道萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.62
3	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.92
4	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.92
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.85
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.79
7	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	1.69
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.64
9	最前線報告	UBN	財經資訊分析	1.52
10	正午最前線	UBN	財經資訊分析	1.50



# 新聞類節目/頻道收視率

無線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTV/中視	0.82	0.39	0.44	0.49	1.36
TTV/台視	0.55	0.29	0.40	0.38	0.83
FTV/民視	0.32	0.13	0.10	0.11	0.59
CTS/華視	0.27	0.20	0.16	0.21	0.39
有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
TVBSN/TVBS新聞台	0.73	0.27	0.31	0.64	1.13
ET-N/東森新聞	0.66	0.34	0.27	0.47	1.08
SETN/三立新聞	0.53	0.17	0.14	0.32	0.95
FTVN/民視新聞	0.43	0.09	0.22	0.20	0.80
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.09	0.06	0.13	0.49
NTVN/壹新聞	0.24	0.10	0.11	0.21	0.37
CTS-N/華視新聞資訊台	0.23	0.11	0.12	0.18	0.36
UBN/非凡新聞	0.16	0.05	0.03	0.10	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.11	0.02	0.12	0.23
SET-F/三立財經台	0.09	0.04	0.04	0.06	0.15
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.02	0.02

100  
90  
80  
70  
60  
50  
40  
30  
20  
10  
0



100  
90  
80  
70  
60  
50  
40  
30  
20  
10  
0



# 類型節目收視率

## 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	3.11
2	天道萬士益冷氣	SANLI	1.86
3	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	1.14
4	追分成功真享購	TTV	0.92
5	長安諾2000	CTV	0.84
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.83
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.77
8	1300愛的榮耀萬士益冷氣	FTV	0.77
9	長安諾2100	CTV	0.74
10	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.73

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	1.03
2	驚爆新聞線2200	SETN	0.99
3	新台灣加油	SETN	0.91
4	少康戰情室	TVBS	0.91
5	非凡最前線	UBN	0.89
6	世界翻轉中	TVBSN	0.87
7	關鍵時刻	ET-N	0.84
8	台灣啟示錄	ET-N	0.77
9	最前線報告	UBN	0.74
10	新台派上線	SETN	0.74

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.65
2	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	2.06
3	愛妮雅超級紅人榜	SANLI	2.01
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.82
5	嗨營業中3大誠保險經紀人	TTV	1.38
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.31
7	我愛冰冰Show安美諾美白修	CTV	1.24
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.06
9	豬哥亮經典秀娘家好關鍵EX	FTV	1.01
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	1.00

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.08
2	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	0.65
3	詹姆士出走料理樂敦製藥	GTV-1	0.58
4	型男大主廚玫妍堂煥顏白玉	SL2	0.57
5	直中職35年台VS中	VLSPT	0.57
6	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.52
7	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.45
8	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.44
9	效廉出發吧	STV	0.40
10	咖啡控必看私房超搭美食	VLJP	0.37



以上內容如有任何建議  
或相關訂閱事宜，歡迎與我們聯繫

宏將廣告行銷策略部  
[MediaResearch@mediadrive.biz](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)  
02-2509-5557#120

