

# 宏將週報

- Media Drive Bulletin -

## Vol.2437

09.02 ~ 09.08



# Contents

- 宏將觀點 - 掘金 Threads！三大策略助力品牌逆襲
- 媒體放大鏡 - Threads 如何把握流量紅利佈局社群
- 熱門話題 - 娛樂類以周杰倫演唱會受關注
- 國際案例 - 麥當勞18周年 年度經典活動回歸
- 數位轉型 - 汪喵星球解密 AI 如何增粉 600%
- 收視調查 - 2024/09/02-2024/09/08

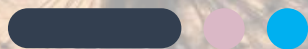




PART ONE

# 宏將觀點

- Insights



掘金 Threads !  
三大策略助力品牌逆襲

Threads 去年7月推出，5天達1億使用者，但隨後大量流失。

今年總統大選再次帶起熱潮，目前有350萬使用者，活躍程度受官方關注。

官方負責人直接點名台灣啦



exceptionally well in Taiwan of all places  
which has been fun to see

which has been fun to see  
exceptionally well in Taiwan of all places

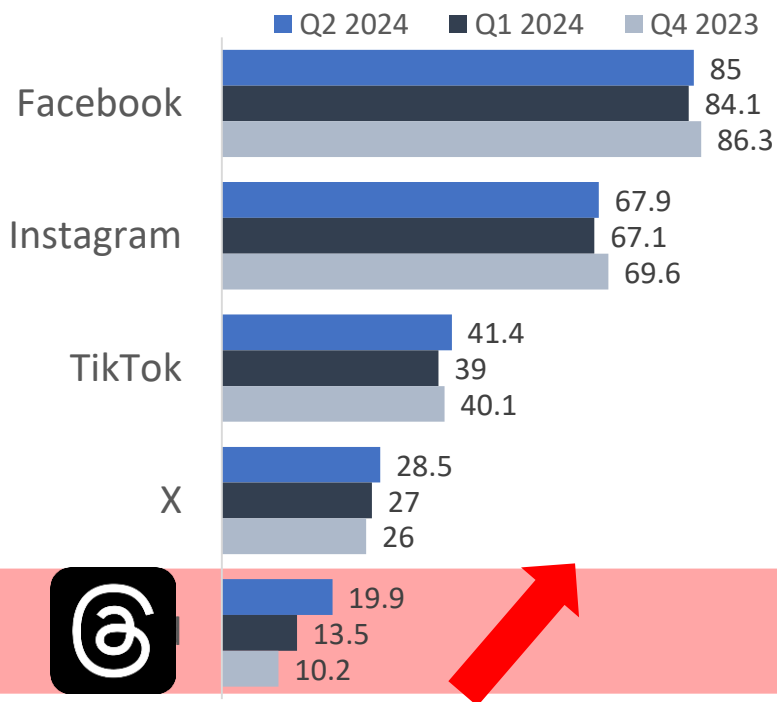
本期刊物，我們將揭開

**臺灣用戶熱愛Threads真正原因！**

**透過三大操作心法和實測成果，助品牌在行銷上突破重圍**

## 社群以Threads成長最快，主要TA 16-34歲

Threads 近半年用戶數增長 95%



- FB、IG 仍為社群霸主，使用率維持6成以上
- TikTok跟X緊追在後，X用戶集中在20-29歲

### Threads 用戶 16-34 歲

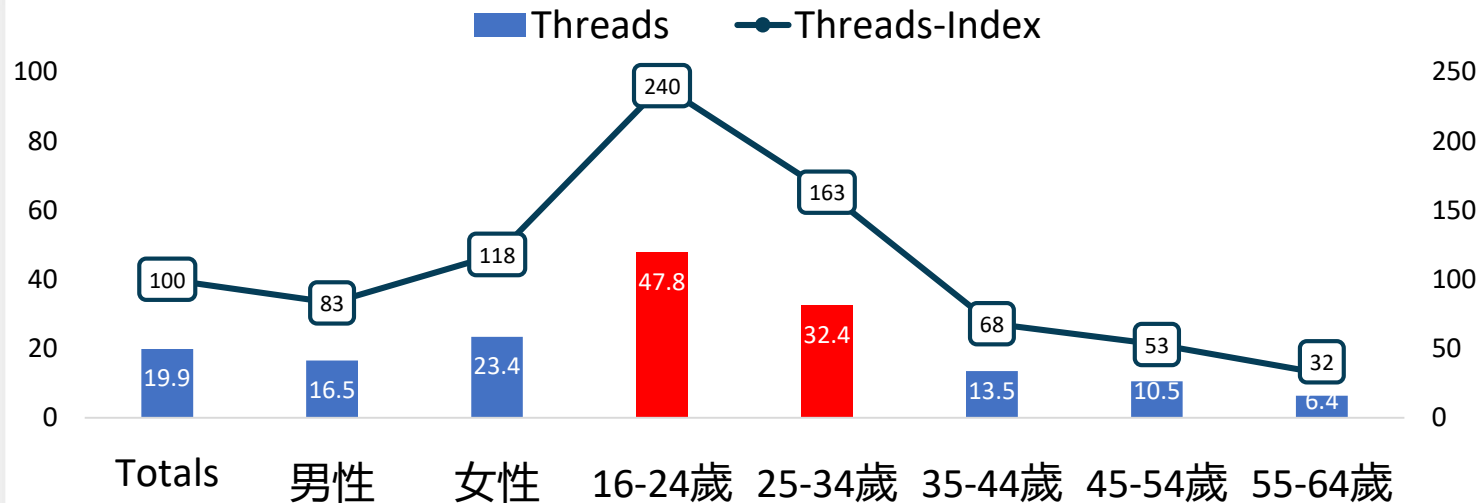


### 主因是好奇、跟潮流想用

67.1% 好奇嘗鮮、跟隨潮流  
31.3% 追蹤名人、親友  
27.4 FB/IG看到推薦串文

### 6成以上為潛水員，瀏覽貼文為主

65.0% 瀏覽串文 | 35.8% 按讚 | 32.3% 追蹤名人



# 用戶喜愛Threads是因為更真實、消息快、有新鮮感

沒事就滑一下 Threads ...

## 在這裡真實感很強！

不像FB、IG會過度包裝營造社會形象，大家都隨意輕鬆的發文，也能看到生活上的小苦惱，更貼近真實生活。



## 我的發言也受重視

通常藝人、網紅佔據社群話語權。在脆上素人也能爆紅，讓大家更踴躍發聲，使內容更有活力與互動感。



## 更快掌握新消息！

回歸純文字內容，降低發文與創作門檻。讓大家可以更快速的分享資訊，因此最新最火的消息Threads上都有~



## 發現興趣一樣的網友

發文容易被興趣同溫層所關注，更容易擴散破圈。除了原本追蹤的，更可能推播感興趣的潛在內容。



# Threads演算法大不同! 突破同溫層的推薦機制

## 推薦機制

有助於擴圈的演算法

FB、IG 推薦

Threads 熱門文

根據用戶過往感興趣主題或熱門貼文

Threads 會看到  
追蹤者的貼文

沒追蹤，可能感興趣主題

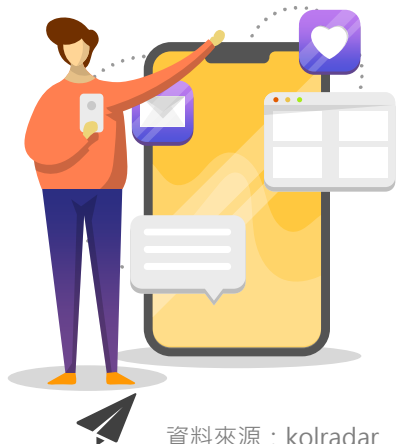
符合自身興趣、互動率高的貼文

朋友感興趣的主題

新追蹤帳號，Thread 推薦機制會重算

同溫層

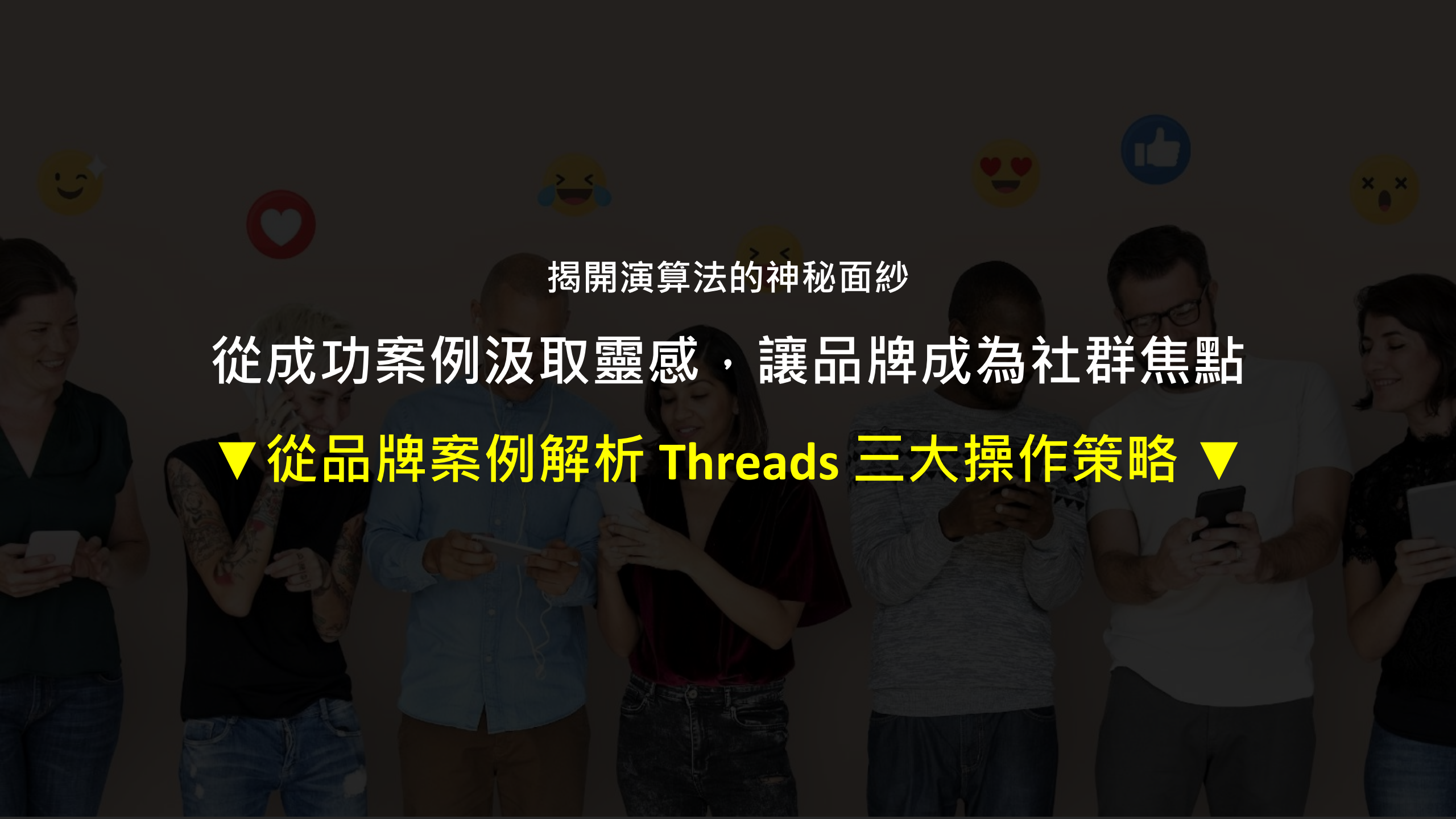
異溫層



Thread 上沒看到喜歡的內容？演算法需要優化

透過個人行為（停留時間、動作）來掌握用戶喜好與推播

1. 停留時長：看貼文內容及照片、看留言
2. 動作：按讚、留言、轉發、引用



揭開演算法的神秘面紗

從成功案例汲取靈感，讓品牌成為社群焦點

▼從品牌案例解析 Threads 三大操作策略 ▼

# 適合經營Threads的品牌類型

## 專業性 品牌

建立親切感  
拉近與消費者距離

金融保險、房地產、汽車等

## 老字號 品牌

渴望擴圈  
打動年輕消費群體

食品產業

## 新興 品牌

增加知名度、聲量  
有導流需求

新興品牌、網購/電商品牌

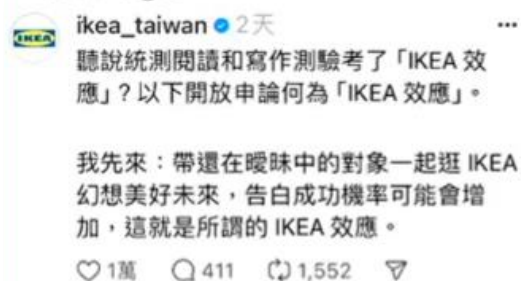
## 日常 品牌

接觸不同TA  
加強粉絲黏著度

食品、家電、保健、遊戲等

# Threads品牌案例- 結合時事快速出擊，話題性更強

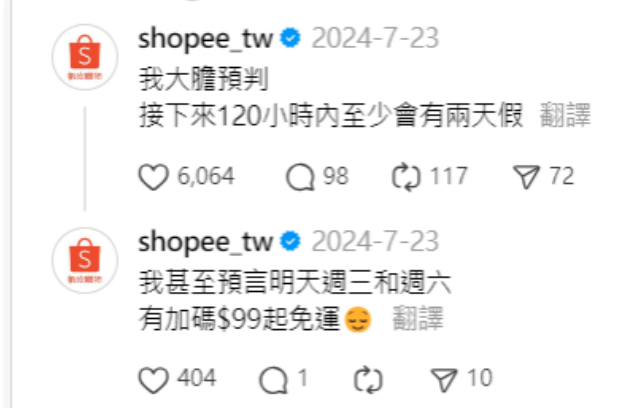
統測作文命題為「IKEA效應」  
品牌快速創建帳號與學生互動



對這隻好運鯊鯊按愛心的脆友，就能得到 IKEA  
的大考祝福加持 ❤️



強颱來襲，蝦皮幽默提及  
接下來的假日會放假



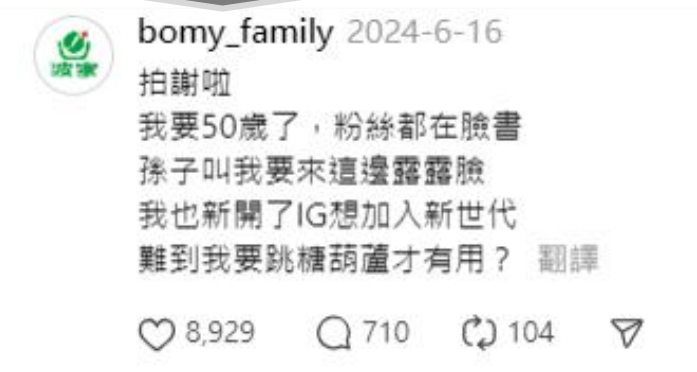
微軟系統全球當機，蝦皮以  
不能上班，就上蝦皮互動



網路出現「不是，哥們」二創  
迷因梗圖，蝦皮也跟風話題



老字號品牌波蜜以阿公自稱，  
提及熱門舞蹈燙燙葫蘆接觸年輕世代



# Threads品牌案例- 流量回歸品牌，以鮮明個性提升品牌辨識度

經典老品牌波蜜，以阿公自稱，表示想與孫子互動(年輕世代)

波蜜

bomy\_family

我才是正統波蜜！不要亂冒充啦！  
我是出生在台灣50年的果菜汁哩！！  
好運咒語：波蜜波蜜，好運都歸me

\*本帳號由老編不定期發廢文

2,714位粉絲 · bomy.com.tw

追蹤中

串文

已釘選



bomy\_family 2024-6-16

拍謝啦

我要50歲了，粉絲都在臉書

孫子叫我要來這邊露露臉

我也新開了IG想加入新世代

難到我要跳糖葫蘆才有用？ 翻譯

8,927 710 104

麥當勞讓網友投票選出小編名，建立粉絲忠誠與好感度

McDonald's Taiwan 麥當勞

mcdonaldstw

請叫我大麥客 aka. 麥粉後援會會長

5.4 萬位粉絲

追蹤中

串文

回覆



mcdonaldstw 2天

各位麥粉，吃薯條時你是哪一派呢

A. 脆薯派

B. 軟薯派

C. 笑薯派 翻譯

1,824 235 20 37



mcdonaldstw 2天

麥當勞粉絲叫麥粉，那我身為麥粉後援會會長

大家覺得應該要叫我什麼？

麥隊長

大麥粉

大麥客

9,452票 · 票選活動已結束

718 175 9 16

故宮南院置頂貼文提及「如果你看到這篇代表你的脆很有品味」，點出品牌特色

npm\_south

住嘉義，可以叫我故宮南院，週二到週日可以來我家看看展覽，週一你只能在庭園玩。

4.5 萬位粉絲 · facebook.com/npmSouth?mibextid=L

追蹤中

串文

回覆

已釘選



npm\_south 2024-3-31

如果你看到這篇串文，代表你的脆很有品味。 翻譯

3.0 萬 751 567



npm\_south 2024-4-20

天啊，這串22萬次瀏覽，真的嚇瘋。 翻譯

2,557 29 4



npm\_south 17小時

我再跟大家說一遍，學生來故宮不用錢。 翻譯

1.4 萬 236 379 438

八曜以爸要喝茶諧音梗出擊，同時設計品牌寵物-小雞叭叭加強粉絲互動

byotea

爸要喝茶，所以去八曜和茶  
曜頭的可愛寵物：小雞叭叭  
@88\_chicken\_byotea

5.9 萬位粉絲 · linktr.ee/hachiyotaiwan

小雞叭叭

88\_chicken\_byotea

我是官方「八曜和茶」的寵物-小雞叭叭  
我主人是 @8yotea

9,109位粉絲



88\_chicken\_byotea 2024-6-22

八曜爸爸幫我申請身份證了 翻譯



627 2

第一則串文

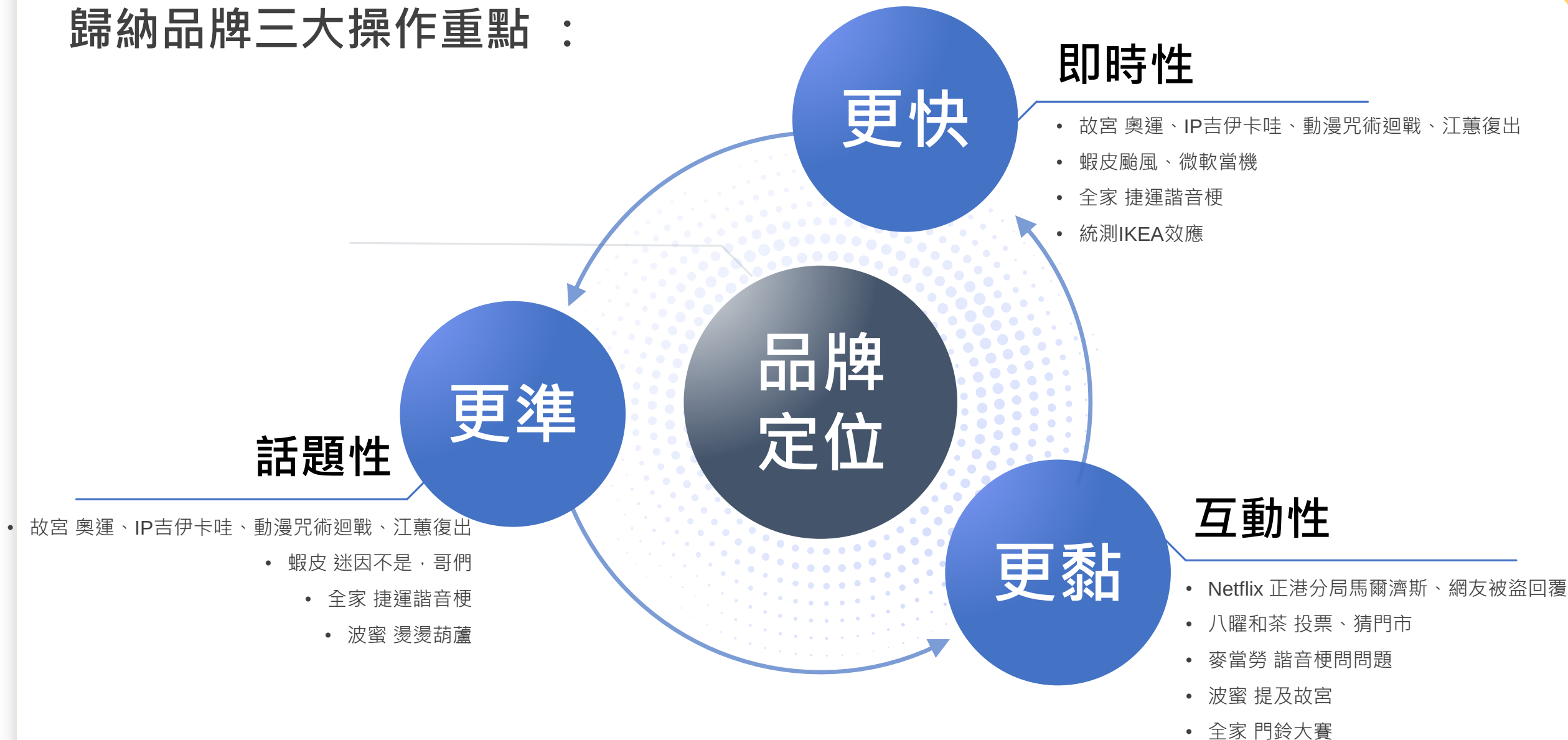
88\_chicken\_byotea 2024-1-15  
大家好我是八曜和茶官方的寵物我是小雞叭叭

因為主人被脆的禁言我只能幫他回覆了

@8yotea 翻譯

1,261 73 85

## 歸納品牌三大操作重點：



# 掌握話題即時出擊，持續性進攻才能創造大量曝光

## 即時性

更快

1. 更勤快/即時發文：越可能被推到用戶眼前
2. 24小時曝光期：前2、3小時瀏覽數會有快速增長，約一天後，觀看數就不太會再有大變動

## 話題性

品牌調性

更準

1. 聚焦地區型推廣機制(台灣)：蹭熱門話題或搭配Hashtag，更容易曝光出去  
如：總統大選、黃仁勳、奧運等等
2. 用話題帶內容：Threads社群平台是取樂需求，以話題搭配八大文體推廣  
如：金句文、感性文、宣告文、集氣文、分析文、懶人包文、廢文、不懂就問
3. 短文更佳：平台更適合短文，前5行要破題，創造出強力的驚喜、價值或反差



## 培養良好互動品質，以座標之力乘風破浪

### 互動性



更黏

#### 1. 頻繁發文

以互動性設計 (提問、創造簡單回文格式)  
分段式發文 (點進留言詳讀，增加停留時長)

#### 2. 海巡回文

運用座標之力，吸引大量粉絲關注



名人  
網紅



自家  
品牌



自家  
品牌



粉絲數多  
/熱門貼文



自家  
品牌



粉絲  
/素人貼文

品牌  
調性



# 持續關注未來動向，行銷機會隨時到來

我們將密切關注Threads平台廣告方案的最新發展，提供及時、有效的行銷策略，幫助品牌在新興社群媒體中脫穎而出，搶占數位行銷先機。



## 即將開放廣告進駐

根據 Digiday 於今年4月的報導，Threads 廣告的測試（Beta）可能很快到來！**若推出廣告，也包含 Facebook、Instagram 上所有展示位置的機會。**廣告佈局上，未來須以整個 Meta 生態圈角度規劃。



## 用戶將持續增長

Threads 的月活躍用戶數已達到1.5億，**兩個月有 15.38%的成長，Meta以最終目標 10 億用戶在衝刺。**Threads 用戶也持續趕上 X 的受眾，今年 Threads 已經擁有 X 60%受眾，明年預估會達到 70%。



## 文化影響力即將爆發

**明星名人陸續加入 Threads！** Mark Zuckerberg 在今年4月的財報電話會議上說明 Threads 的近況時，特別提到 **Taylor Swift 也加入平台了！**可以顯示 Meta 對於 Threads 的文化影響力有非常高的期待。



PART ONE

# 媒體放大鏡

- Media News



# 1 行銷人別錯過！Threads 如何把握流量紅利佈局社群？

## “93% 接受觀看廣告內容

消費者是否會介意內容為廣告

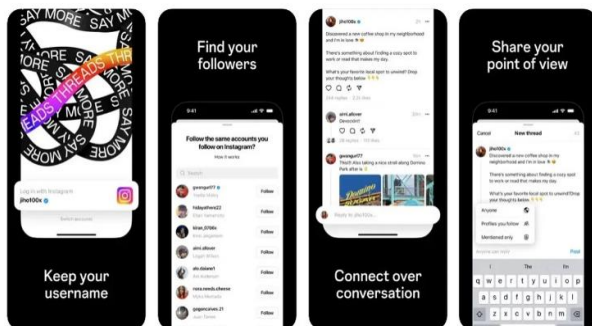


【[2024/09/03, INSIDE](#)】

隨著 Threads 社群平台在台灣的快速崛起，社群行銷迎來新契機。社群平台 Threads (用戶經常暱稱為「脆」) 在台灣快速崛起，正在創造龐大的流量紅利，對品牌與企業來說，將是社群行銷不可錯過的新機會。事實上，我們更有親身感受到 Threads 帶來的社群口碑威力。對想要搭乘 Threads 這波流量紅利的品牌來說，該如何進入這片全新的領域？有什麼觀念需要注意？又有哪些地雷必須避免？

- **Threads 經營上的地雷** | 「非真實的口碑 / 心得」、「留言請水軍灌水」、「沒有誠實揭露合作訊息」這三項。消費者並不排斥廣告，但會排斥虛假的廣告，也就是誇大、不實、尚未使用就推薦...等。虛假留言的操作照搬至 Threads 也會引起網友反感。沒有誠實揭露品牌合作，也是基於過往論壇的操作方式，Meta 並不會像是論壇站方一樣抓私下業配，沒有誠實揭露也是網友詬病的主因之一。
- **Threads 社群行銷的「兩要一不要」三原則** | 在 Threads 上的商業合作「要」誠實揭露，就像是 Instagram 與 YouTube 一樣，基本上不會有反彈。再來就是在 Threads 「不要」洗假口碑 / 留言，Threads 不是論壇，好的內容自然會擴散。最後就是「要」真實的創作，因為 Threads 是正名制，要起底非常簡單，為了保護品牌與創作者，請不要誇大、虛假、未使用過就說好...等。

# 2 告別平台限制！Threads超夯的「聯邦宇宙」是什麼？



【[2024/09/04, 數位時代](#)】

由Instagram母公司Meta所推出的社交平台Threads，短短七個小時內，就吸引千萬用戶使用。而Threads在今年一週年紀念日之際，每月活躍用戶已經超過1.75億。在Meta的規劃裡頭，Threads不只是我們現在看到只能發佈、看看廢文或政治文的平台。**Threads更使用名為「ActivityPub」的通訊協定，讓用戶可以透過跨平台互動，也就是所謂的「聯邦宇宙」(Fediverse)。**

ActivityPub主要功能是讓不同伺服器可以和彼此交流，以及用戶可以在各伺服器之間帶著自己的數據穿梭，這些數據包含他們所追蹤的人或粉絲名單等等。**用戶可以控制自己的數據、內容和受眾，並且到任何平台都能「隨身攜帶」。**用戶不必重新追蹤原本的好友或名人。而這樣的數據「可移動性」，就和我們所熟悉的Facebook、Twitter、Youtube大不相同。

Threads的出現，再搭配ActivityPub通訊協議，將改變人們使用社群的方式。而除了用戶之外，企業也正在Threads上看見新的行銷與廣告機會。此外，**雖然Threads目前沒有導入廣告，但以Meta的其他平台功能Reels或限時動態來看，可發現這些一開始無廣告的地方，都在慢慢導入這項功能**，如未來Threads開放託管廣告，則將為行銷人員帶來更多助益。

### 3 儘管串流平台夯！網曝3類型影片：一定要去電影院看



【2024/09/09, ETtoday新聞雲】

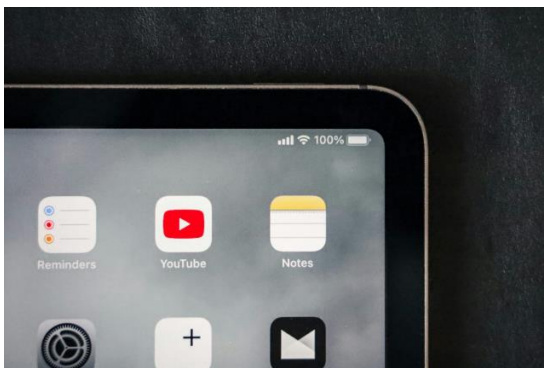
在數位科技日新月異的時代，觀影模式也隨之轉變，有網友在PTT發文，**串流平台發展越來越成熟，無論是主流或是非主流電影都能找到**，每月的訂閱費用相當於1張電影票的價格。

貼文曝光，網友直呼「以前沒有串流可以一年進場10次」、「現在是聊串流上了什麼新片，好看嗎」、「**用電腦看了快兩百部的電影，幾乎沒去過電影院**」、「現在看電影明顯是約會聚餐的附加活動」。

除此之外，還有人提到藍光光碟，「還好啦，實體藍光片絕對比戲院死更快」、「真正死的是藍光」。網友認為，雖然不常去，但電影院仍有存在的必要，**有3類型的影片一定會去影廳看**，「阿凡達這種聲光效果很強的大片才上戲院」、「特效爽片還是會去電影院看」、「**大片、動作片、特效片還是會進去看**」。

有網友點出，電影院無可取代的地方，「覺得電影院還是有優勢，**光音效臨場感這不是一般家庭劇院能夠完美呈現的**」、「會影響，但不會消失，戲院的聲光效果還有大家一起看電影的體驗，依然無可取代」、「看多了會發現，有些作品就是要在影院看才有最佳體驗」。

### 4 YouTube 推 AI 偵測工具！保護創作者的肖像和聲音



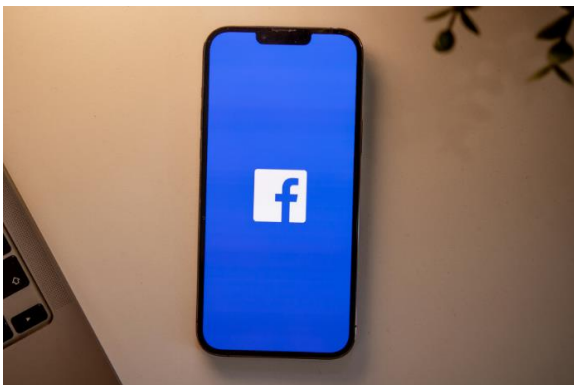
【2024/09/06, 科技報橘】

YouTube 於週四宣布推出一系列新的 AI 偵測工具，**以保護創作者，包含藝術家、演員、音樂家和運動員，防止他們的肖像（包括臉部和聲音）被複製並用於其他影片中**。這項新技術的核心之一是擴展現有的 Content ID 系統，該系統目前負責識別版權保護的素材。YouTube 表示，該系統將新增合成歌聲的識別技術，以識別模仿他人歌聲的 AI 內容，並開發其他技術來偵測 AI 模擬他人臉部的影片。

值得注意的是，**YouTube 目前也正在初步研究如何解決其內容被用來訓練 AI 模型的問題**。這問題已持續一段時間，創作者們抱怨包括 Apple、Nvidia、Anthropic、OpenAI 和 Google 等公司，未經許可或補償便利用他們的作品進行 AI 訓練。

**YouTube 並未具體說明 AI 音樂的補償機制，但透露明年年初將開始與合作夥伴測試合成歌聲識別技術**。另一個開發中的解決方案，則針對高知名度人物（如演員、音樂家、創作者和運動員等），讓他們能檢測並管理 YouTube 上以 AI 生成的肖像內容，這將有助於防止他們的形象被誤用來支持未曾同意的產品或服務，甚至可能被用來散播假訊息。YouTube 目前未透露該系統的測試時間，只表示正在積極開發中。YouTube 表示：「隨著 AI 的發展，我們相信它應該是增強人類創造力，而非取代。」

## 5 該怎麼提高 Facebook 互動率？



【[2024/09/06, 科技報橘](#)】

Facebook 流量紅利早已消逝，就連 Meta 都說自然流量正不斷因為平台內容競爭激烈而下降——根據 Statista 2023 年 11 月的統計資料，全球 Facebook 粉絲專頁的平均用戶互動率（engagement rate）已掉到 0.07%。**互動率愈高，粉專發布的內容就愈有可能在不下廣告的狀態下，被演算法推送至更多目標受眾眼前。**提升 Facebook 內容互動率的方法：

- **確保粉專和貼文都有明確的行動呼籲（CTA）** | 在粉專頁上加入「行動」按鈕，像是「來去逛逛」或「了解更多」，這對於首次造訪的粉絲來說格外重要，他們可能被導引至品牌官網，或 Messenger 私訊小編；按鈕設計會根據粉專行銷目的不同而有所差異。
- **定期更新粉專封面介紹、聯絡資料** | 它們能為潛在粉絲創造良好的第一印象，為日後的社群經營奠定成功基礎。
- **用 2 大重點跟上消費者趨勢** | 透過分享與粉絲切身相關的內容來增進互動，而「即時性」與「議題連結度」是跟風成功的兩項關鍵要素，不管是流行趨勢、節慶假期、迷因、熱門話題，**由於這些主題都有討論熱度，自然更容易被演算法推至用戶的動態消息上**，吸引更多自然觸及與互動。每年 Facebook 都會發布一份趨勢報告，讓品牌主知道平台上表現成效最好的主題是哪些。

## 6 快檢查IG！限時動態變黑了嗎？



Meta日前才因為宣布明（2025）年1月14日將關閉Facebook、Instagram和Messenger上所有第三方臉部濾鏡和AR效果，並停用創建濾鏡的Meta Spark平台，造成群眾譁然。**近日Instagram再傳新災情，許多用戶紛紛表示先前發布的限時動態畫面變黑、影片定格成圖片、解析度變低，甚至是主頁貼文消失**，讓他們備感錯愕，呼籲大家盡快備份，避免回憶消失。

許多人驚嚇表示「精選消失怎麼辦」、「典藏限動的影片真的都不會動了，那是我的回憶啊」、「Meta超級神經」、「好崩潰」。貼文底下還有民眾表示，限時動態以前就曾出現「一項技術問題影響了你的部分典藏限時動態」的提示，無預警刪除用戶的典藏限時，如今災情擴大，讓網友崩潰「要怎麼拜託Meta改回來」、「回憶精選都沒了」、「不要這樣對念舊的人」、「我要碎掉了」。

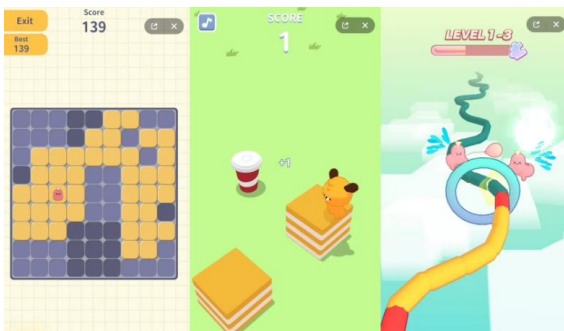
- **IG限時動態消失怎麼辦？備份步驟一次看**

**找出帳號管理中心，點選「下載資訊」→ 選取想要備份的帳號，確認備份範圍 → 下載到手機裝置，挑選想要的日期、畫質。**

下載的內容可以儲存在手機或轉移其他目的地，自行選取想要的日期範圍、通知媒介、格式、畫質，就能建立檔案。



## 7 Spotify、Dcard竟然有隱藏功能？



【[2024/09/08, 網路溫度計](#)】

線上音樂串流平台「Spotify」致力於提供多樣的音樂、Podcasts及節目服務，因為獨特的演算系統，能自動偵測用戶喜好，並依據閱聽習慣生成推薦播放清單，受到許多人的喜愛，服務範圍遍布全球81個國家、近6.01億位用戶。

- **在Spotify上竟然可以玩貪吃蛇遊戲** | 日前官方推出隱藏「播放清單吃吃樂」遊戲，以播放清單內的歌曲作為背景音樂，只要用手上下左右滑動即可控制方向，吃下目標專輯封面就可以拿分，遊戲進行時，音樂也會隨著專輯封面變換，吃下的專輯則會變成貪吃蛇的身體，吃越多越高分，規則簡單明瞭、易上手。
- **手機版用戶限定** | Spotify超酷隱藏功能曝光後，讓許多付費用戶又驚又喜，紛紛直呼「超好玩！」、「已購買，孩子愛玩」、「這超難！」、「這太可愛了」，不過需要注意的是，目前只有手機Premium用戶能使用這項功能，電腦版及免費用戶尚未開放。
- **Dcard也有隱藏遊戲** | 進入Dcard App，點選右下角選單後，在更多功能裡點擊「玩遊戲」，即可依照喜好選擇想玩的遊戲。Dcard貼心將遊戲細分成益智、動作、休閒和運動4大類，共9款遊戲，每一個的玩法、介面各有不同。

## 8 瞄準Y+Z世代五大樣貌 創造消費共感 掌握商機



【[2024/09/04, UDN聯合新聞網](#)】

當新世代成為全球最大的消費群體時，品牌如何才能抓住他們的心？這群出生在1995至2010年的年輕世代，年齡介於15到29歲，涵蓋Z世代和年輕的Y世代，他們歷經極端天氣、地緣政治、企業動盪，甚至挺過了全球疫情，和前幾個世代相比，生活的世界已大不相同。從全球產業研究報告可歸納出新世代五大樣貌，協助品牌及零售業者布局未來消費商機。

- **彈性斜槓世代** | 85%的Z世代更喜歡混合及遠端的工作模式，成為工作時看重的條件之一。因為彈性，新世代擁有斜槓及副業的比例愈來愈高，讓多重收入成為可能。對新世代來說，工作並不是生活的全部。他們更在意的，是工作與健康的平衡。
- **重視理財規劃** | 從Yahoo奇摩股市「2024投資理財行為大調查」中發現，56%的Z世代（18~24歲）有投資行為、善用投資App、理財網站、Podcast等工具，相比其他世代，他們也最敢投資高風險性的產品，如虛擬貨幣、衍生性金融商品等。
- **永續價值優先** | 73%的新世代對氣候極端轉變極其擔憂，積極減少對環境的影響。永續帶來另一個重要的消費現象，則是二手商品持續增長，若看未來十年的零售預測，全球二手商品的成長，將是整體零售的4.4倍。... [《詳情請看原文》](#)

*PART TWO*

# 熱門話題

- Hot Topics



## 十大熱門話題排行榜

### 娛樂類以周杰倫演唱會受關注

➡ 2024/9/02 - 2024/9/08



1  社會類  
魚漿夫婦

👤 總互動數 99,539

😊 27% 😞 27%

2  社會類  
地震

👤 總互動數 91,648

😊 41% 😞 14%

3  社會類  
國慶日主視覺

👤 總互動數 88,175

😊 29% 😞 19%

4  娛樂類  
周杰倫演唱會

👤 總互動數 39,445

😊 27% 😞 13%

5  娛樂類  
許光漢

👤 總互動數 38,266

😊 22% 😞 22%

6  社會類  
捷運

👤 總互動數 28,070

😊 49% 😞 10%

7  娛樂類  
四叉貓

👤 總互動數 27,768

😊 12% 😞 43%

8  社會類  
角頭鴨頭

👤 總互動數 24,761

😊 17% 😞 36%

9  社會類  
傅崐萁

👤 總互動數 16,670

😊 24% 😞 31%

10  體育類  
瓊瑋條約

👤 總互動數 13,383

😊 9% 😞 36%



*PART THREE*

# 國際案例

- Case Share



## START

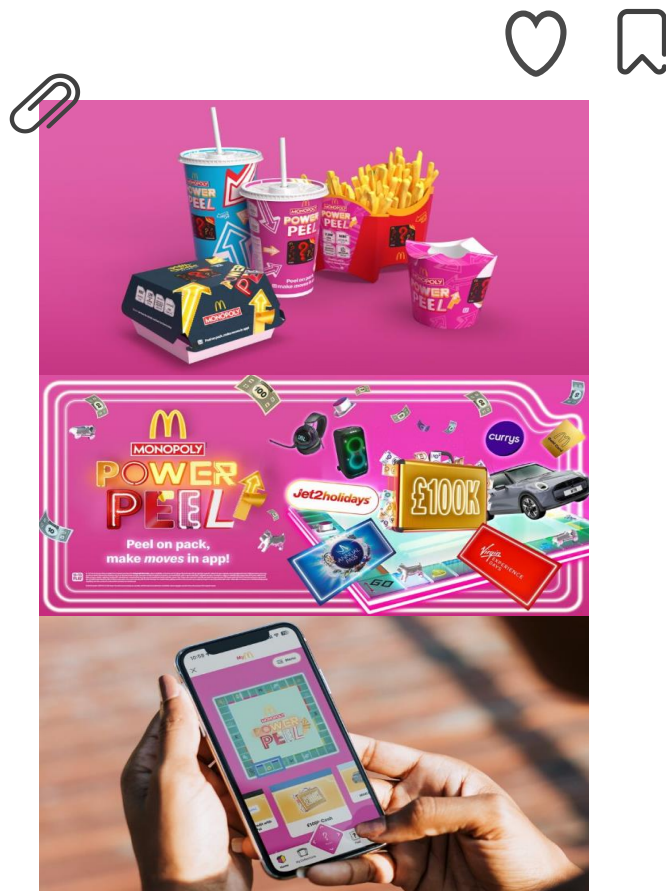
## 麥當勞18周年 年度經典活動回歸

麥當勞的2024年《MONOPOLY大富翁》活動於9月4日星期三回歸，持續六週，讓顧客再次享受他們最喜歡的遊戲體驗。麥當勞這次和全球行銷代理公司tms攜手合作，推出活力的新霓虹形象，超越過去兩年雙重撕貼的樂趣。讓顧客沉浸其中，並提供更多獲得勝利的方式，提升麥當勞《MONOPOLY大富翁》的樂趣。這次全新升級的促銷活動希望能激勵全國顧客，讓他們在追求更多價值提升體驗興趣。

「Mayfair Monday」是一項新的數位遊戲體驗，活動期間的每個星期一，將有一名幸運兒能夠贏得2萬英鎊的現金。在麥當勞應用程式中，玩家還能找到「大富翁獎勵」：當輸入30個代碼後，顧客將獲得1,500點MyMcDonald's Rewards點數，這些點數可兌換MyMcDonald's Rewards計劃中的獎勵。同時獎品也進行了全新升級，總共有超過7,000萬個獎品，包含新的合作品牌Jet2Holidays和Currys，提供價值2,000英鎊的旅遊和Hisense電視機。此外，還融入《MONOPOLY大富翁》的元素，提供顧客更多相關獎品。例如「免費停車」。

備受喜愛的「撕包裝貼紙」元素仍然保留，讓顧客有機會贏得即時獎勵。而遊戲的樂趣也延續到應用程式中，玩家可以掃描代碼，收集在麥當勞的應用程式中，完成組合後並贏得獎品。當顧客將代碼存入應用程式後，他們還額外獲得一次在應用程式中撕貼紙的機會，結合了實體和數位元素的遊戲體驗。

由Josh Cohen執導的主打影片展示了來自全國的顧客用手指撕開麥當勞包裝，釋放出粉色能量，贏得包括Mini汽車和現金等獎品。影片透過戶外廣告和社交媒體宣傳。

[點擊觀看影片](#)

GOAL





*PART FOUR*

# 數位轉型

- Digital Transformation



## START

# 汪喵星球解密 AI 如何增粉 600%



2022 年，擁有台灣寵食品牌「汪喵星球」的牧羊人集團年營收突破新台幣 10 億元，在全通路展開的時代，品牌不變的鐵三角即是 產品 體驗服務 和 數據，而 AI 最大的施力點就是幫助企業優化「體驗服務」。阮子銓說「客戶使用產品之外的時間，都是在體驗你的服務。」

## 創意行銷體驗：打造互動小遊戲，讓新品牌增粉 600%

牧羊人集團在 2021 年推出了新品牌 Hero MAMA，作為新品牌，Hero MAMA 自然面臨了知名度不足的問題。為了解決此痛點，牧羊人集團結合 **LINE 機器人和生成式 AI**，打造了一款互動遊戲，讓飼主可以透過和機器人互動，生成屬於自己的寵物畫像，更進一步模擬寵物在吃了不同食物之後，身形會出現什麼變化；接著，再利用 AI 繪圖軟體，根據生成的結果產出客製化的圖像。

這樣子的有趣遊戲，能讓在使用者主動參與的過程中，同時連結產品、帶入品牌理念，成功製造話題，達成了破圈、引流的目標。最後也帶來參與總人數超過 7,000 人，更使 Hero MAMA 的 LINE 好友成長了 600%。



## 優化工作流程：導入 AI 助理，效率提升 10 倍！

如許多傳統零售商，牧羊人集團過去面對了線下通路冗長的下單過程，訂單往往得層層傳遞，還得由員工一單一單手動輸入到系統，既耗費人力，效率也不高。後續他們引進 AI 功能，能自動辨識不同格式的訂單內容，並將資料直接輸入系統，不僅省下了超過 10 倍的溝通時間，其方便性也讓更多客戶願意改用此新方式直接下單。



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    | 2.90 |
| 2   | 愛的榮耀大同氣密窗      | FTV   | 閩南語連續劇  | 2.90 |
| 3   | 安美諾美白修護綜藝一級棒   | CTV   | 歌唱音樂    | 2.62 |
| 4   | 超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品 | FTV   | 娛樂綜藝    | 1.46 |
| 5   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠   | CTV   | 競賽綜藝    | 1.15 |
| 6   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大    | CTV   | 娛樂綜藝    | 1.01 |
| 7   | 新名偵探柯南         | CTS   | 卡通影片    | 1.00 |
| 8   | 豬哥亮經典秀娘家好攝定    | FTV   | 娛樂綜藝    | 0.95 |
| 9   | 天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔   | CTS   | 競賽綜藝    | 0.94 |
| 10  | 航海王29          | TTV   | 卡通影片    | 0.90 |
| 11  | 大陸尋奇三支雨傘標英才文   | CTV   | 美食、旅遊節目 | 0.87 |
| 12  | 綜藝新時代台塑石油95    | FTV   | 娛樂綜藝    | 0.82 |
| 13  | 1800新名偵探柯南     | CTS   | 卡通影片    | 0.80 |
| 14  | 嗨營業中4          | TTV   | 資訊綜藝    | 0.76 |
| 15  | 新哆啦A夢          | CTS   | 卡通影片    | 0.75 |
| 16  | 全民星攻略京都念慈菴     | CTV   | 競賽綜藝    | 0.74 |
| 17  | 1300愛的榮耀台灣柏釧   | FTV   | 閩南語連續劇  | 0.68 |
| 18  | 1300愛的榮耀大同氣密窗  | FTV   | 閩南語連續劇  | 0.66 |
| 19  | 醫學大聯盟宇澄生技      | FTV   | 競賽綜藝    | 0.65 |
| 20  | 台灣傳奇威瑪舒培       | FTV   | 國台語單元劇  | 0.63 |

有線台/全體

| No. | Program Name | Chan. | Type    | TVR  |
|-----|--------------|-------|---------|------|
| 1   | 超級紅人榜        | SANLI | 競賽綜藝    | 2.12 |
| 2   | 願望蘿琳亞塑身衣     | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.99 |
| 3   | 超級夜總會晶珂生物面膜  | SANLI | 娛樂綜藝    | 1.97 |
| 4   | 驚爆新聞線2200    | SETN  | 新聞性質節目  | 1.54 |
| 5   | 驚爆新聞線2100    | SETN  | 新聞性質節目  | 1.31 |
| 6   | 台灣最前線        | FTVN  | 新聞性質節目  | 1.31 |
| 7   | 新台灣加油        | SETN  | 新聞性質節目  | 1.30 |
| 8   | 關鍵時刻         | ET-N  | 新聞性質節目  | 1.25 |
| 9   | 台灣演義         | FTVN  | 新聞性質節目  | 1.13 |
| 10  | 新台派上線        | SETN  | 新聞性質節目  | 1.11 |
| 11  | 戲說台灣安美諾美白修護霜 | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.03 |
| 12  | 54陪審團1500    | SETN  | 新聞性質節目  | 1.02 |
| 13  | 少康戰情室        | TVBS  | 新聞性質節目  | 1.01 |
| 14  | 大愛劇你好我是誰2    | DaAi  | 國語連續劇   | 0.94 |
| 15  | 非凡最前線        | UBN   | 財經資訊分析  | 0.86 |
| 16  | 54陪審團        | SETN  | 新聞性質節目  | 0.86 |
| 17  | 天才衝衝衝台塑石油95  | ETTV  | 競賽綜藝    | 0.84 |
| 18  | 前進新台灣1500    | SETN  | 新聞性質節目  | 0.82 |
| 19  | 新聞面對面        | ERA-N | 新聞性質節目  | 0.80 |
| 20  | 花甲少年趣旅行      | ETTV  | 美食、旅遊節目 | 0.79 |



## 無線 TOP10

## 15-24歲

| No. | Program Name | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|--------------|-------|--------|------|
| 1   | 愛的榮耀大同氣密窗    | FTV   | 閩南語連續劇 | 1.67 |
| 2   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大  | CTV   | 娛樂綜藝   | 1.43 |
| 3   | 安美諾美白修護綜藝一級棒 | CTV   | 歌唱音樂   | 1.17 |
| 4   | 航海王29        | TTV   | 卡通影片   | 1.00 |
| 5   | 嗨營業中4        | TTV   | 資訊綜藝   | 0.91 |
| 6   | 新名偵探柯南       | CTS   | 卡通影片   | 0.84 |
| 7   | 綜藝大集合台塑石油95  | FTV   | 娛樂綜藝   | 0.80 |
| 8   | 綜藝新時代台塑石油95  | FTV   | 娛樂綜藝   | 0.78 |
| 9   | 1800新名偵探柯南   | CTS   | 卡通影片   | 0.75 |
| 10  | 烏龍派出所        | CTS   | 卡通影片   | 0.75 |

## 35-49歲

| No. | Program Name   | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|----------------|-------|--------|------|
| 1   | 愛的榮耀大同氣密窗      | FTV   | 閩南語連續劇 | 1.64 |
| 2   | 綜藝大集合台塑石油95    | FTV   | 娛樂綜藝   | 1.63 |
| 3   | 安美諾美白修護綜藝一級棒   | CTV   | 歌唱音樂   | 1.37 |
| 4   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠   | CTV   | 競賽綜藝   | 1.35 |
| 5   | 天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔   | CTS   | 競賽綜藝   | 1.31 |
| 6   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大    | CTV   | 娛樂綜藝   | 1.28 |
| 7   | 嗨營業中4          | TTV   | 資訊綜藝   | 1.14 |
| 8   | 新名偵探柯南         | CTS   | 卡通影片   | 0.92 |
| 9   | 航海王29          | TTV   | 卡通影片   | 0.86 |
| 10  | 超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品 | FTV   | 娛樂綜藝   | 0.81 |

## 25-34歲

| No. | Program Name | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|--------------|-------|--------|------|
| 1   | 安美諾美白修護綜藝一級棒 | CTV   | 歌唱音樂   | 1.42 |
| 2   | 愛的榮耀大同氣密窗    | FTV   | 閩南語連續劇 | 1.33 |
| 3   | 新名偵探柯南       | CTS   | 卡通影片   | 1.21 |
| 4   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠 | CTV   | 競賽綜藝   | 1.17 |
| 5   | 綜藝大集合台塑石油95  | FTV   | 娛樂綜藝   | 1.06 |
| 6   | 1800新名偵探柯南   | CTS   | 卡通影片   | 0.96 |
| 7   | 新哆啦A夢        | CTS   | 卡通影片   | 0.93 |
| 8   | 航海王29        | TTV   | 卡通影片   | 0.81 |
| 9   | 天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔 | CTS   | 競賽綜藝   | 0.75 |
| 10  | 牡丹花開常春微醺攢竹飲  | TTV   | 閩南語連續劇 | 0.68 |

## 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    | 5.15 |
| 2   | 愛的榮耀大同氣密窗      | FTV   | 閩南語連續劇  | 4.83 |
| 3   | 安美諾美白修護綜藝一級棒   | CTV   | 歌唱音樂    | 4.48 |
| 4   | 超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品 | FTV   | 娛樂綜藝    | 2.62 |
| 5   | 豬哥亮經典秀娘家好攝定    | FTV   | 娛樂綜藝    | 1.84 |
| 6   | 大陸尋奇三支雨傘標英才文   | CTV   | 美食、旅遊節目 | 1.63 |
| 7   | 全民星攻略京都念慈菴     | CTV   | 競賽綜藝    | 1.34 |
| 8   | 1300愛的榮耀大同氣密窗  | FTV   | 閩南語連續劇  | 1.33 |
| 9   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠   | CTV   | 競賽綜藝    | 1.25 |
| 10  | 綜藝新時代台塑石油95    | FTV   | 娛樂綜藝    | 1.21 |



## 有線 TOP10

## 15-24歲

| No. | Program Name    | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|-----------------|-------|--------|------|
| 1   | 願望蘿琳亞塑身衣        | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.87 |
| 2   | 天才衝衝衝台塑石油95     | ETTV  | 競賽綜藝   | 0.82 |
| 3   | 第一滴血4           | HLYWD | 外片     | 0.73 |
| 4   | 驚爆新聞線2200       | SETN  | 新聞性質節目 | 0.71 |
| 5   | 反恐特警組7          | AXN   | 歐美影集   | 0.60 |
| 6   | 超級夜總會晶珂生物面膜     | SANLI | 娛樂綜藝   | 0.56 |
| 7   | 驚爆新聞線2100       | SETN  | 新聞性質節目 | 0.54 |
| 8   | 幽靈醫生            | GTV-C | 韓劇     | 0.52 |
| 9   | 1900台灣第一等台塑石油95 | GTV-1 | 知識資訊節目 | 0.52 |
| 10  | 新台灣加油           | SETN  | 新聞性質節目 | 0.51 |

## 35-49歲

| No. | Program Name   | Chan. | Type    | TVR  |
|-----|----------------|-------|---------|------|
| 1   | 願望蘿琳亞塑身衣       | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.61 |
| 2   | 超級夜總會晶珂生物面膜    | SANLI | 娛樂綜藝    | 1.26 |
| 3   | 驚爆新聞線2200      | SETN  | 新聞性質節目  | 0.94 |
| 4   | 超級紅人榜          | SANLI | 競賽綜藝    | 0.90 |
| 5   | 大愛劇你好我是誰2      | DaAi  | 國語連續劇   | 0.89 |
| 6   | 新台灣加油          | SETN  | 新聞性質節目  | 0.87 |
| 7   | 新台派上線          | SETN  | 新聞性質節目  | 0.87 |
| 8   | 花甲少年趣旅行        | ETTV  | 美食、旅遊節目 | 0.80 |
| 9   | 關鍵時刻           | ET-N  | 新聞性質節目  | 0.69 |
| 10  | 直24亞洲U18青棒韓VS中 | VLSPT | 棒球      | 0.66 |

## 25-34歲

| No. | Program Name   | Chan. | Type    | TVR  |
|-----|----------------|-------|---------|------|
| 1   | 願望蘿琳亞塑身衣       | SANLI | 閩南語連續劇  | 1.67 |
| 2   | 超級紅人榜          | SANLI | 娛樂綜藝    | 0.93 |
| 3   | 花甲少年趣旅行        | ETTV  | 美食、旅遊節目 | 0.91 |
| 4   | 天才衝衝衝台塑石油95    | ETTV  | 娛樂綜藝    | 0.85 |
| 5   | 戲說台灣安美諾美白修護霜   | SANLI | 閩南語連續劇  | 0.61 |
| 6   | 超級夜總會晶珂生物面膜    | SANLI | 娛樂綜藝    | 0.59 |
| 7   | 型男大主廚          | SL2   | 美食、旅遊節目 | 0.59 |
| 8   | 最佳利益2水恩沛洗顏慕絲   | SL2   | 國語連續劇   | 0.58 |
| 9   | 關鍵時刻           | ET-N  | 新聞性質節目  | 0.54 |
| 10  | 直24亞洲U18青棒中VS日 | VLSPT | 棒球      | 0.54 |

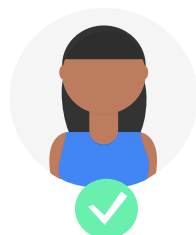
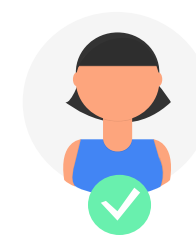
## 50歲以上

| No. | Program Name | Chan. | Type   | TVR  |
|-----|--------------|-------|--------|------|
| 1   | 超級紅人榜        | SANLI | 競賽綜藝   | 3.99 |
| 2   | 超級夜總會晶珂生物面膜  | SANLI | 娛樂綜藝   | 3.39 |
| 3   | 願望蘿琳亞塑身衣     | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.88 |
| 4   | 驚爆新聞線2200    | SETN  | 新聞性質節目 | 2.79 |
| 5   | 台灣最前線        | FTVN  | 新聞性質節目 | 2.51 |
| 6   | 驚爆新聞線2100    | SETN  | 新聞性質節目 | 2.43 |
| 7   | 關鍵時刻         | ET-N  | 新聞性質節目 | 2.27 |
| 8   | 新台灣加油        | SETN  | 新聞性質節目 | 2.25 |
| 9   | 台灣演義         | FTVN  | 新聞性質節目 | 2.08 |
| 10  | 少康戰情室        | TVBS  | 新聞性質節目 | 1.90 |



## 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        | 0.85 | 0.22   | 0.41   | 0.47   | 1.48  |
| TTV/台視        | 0.45 | 0.18   | 0.28   | 0.32   | 0.71  |
| FTV/民視        | 0.30 | 0.14   | 0.08   | 0.13   | 0.55  |
| CTS/華視        | 0.24 | 0.14   | 0.14   | 0.14   | 0.37  |
|               |      |        |        |        |       |
| 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 | 0.56 | 0.21   | 0.21   | 0.48   | 0.88  |
| ET-N/東森新聞     | 0.48 | 0.21   | 0.18   | 0.33   | 0.81  |
| SETN/三立新聞     | 0.44 | 0.09   | 0.07   | 0.27   | 0.80  |
| FTVN/民視新聞     | 0.37 | 0.08   | 0.14   | 0.16   | 0.70  |
| ERA-N/年代新聞台   | 0.25 | 0.04   | 0.06   | 0.13   | 0.47  |
| NTVN/壹新聞      | 0.21 | 0.10   | 0.04   | 0.16   | 0.34  |
| CTS-N/華視新聞資訊台 | 0.18 | 0.12   | 0.07   | 0.14   | 0.27  |
| UBN/非凡新聞      | 0.15 | 0.04   | 0.03   | 0.07   | 0.29  |
| EFNC/東森財經新聞台  | 0.15 | 0.03   | 0.03   | 0.10   | 0.27  |
| SET-F/三立財經台   | 0.07 | 0.02   | 0.02   | 0.05   | 0.11  |
| MNEWS/鏡新聞     | 0.01 | 0.00   | 0.00   | 0.01   | 0.01  |

100  
90  
80  
70  
60  
50  
40  
30  
20  
10  
0100  
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   | 愛的榮耀大同氣密窗      | FTV   | 2.90 |
| 2   | 願望蘿琳亞塑身衣       | SANLI | 1.99 |
| 3   | 戲說台灣安美諾美白修護霜   | SANLI | 1.03 |
| 4   | 大愛劇你好我是誰2      | DaAi  | 0.94 |
| 5   | 戲說台灣假日完整版安美諾   | SANLI | 0.78 |
| 6   | 1900戲說台灣精選集安美諾 | SANLI | 0.74 |
| 7   | 1300愛的榮耀台灣柏釧   | FTV   | 0.68 |
| 8   | 1300愛的榮耀大同氣密窗  | FTV   | 0.66 |
| 9   | 1230願望蘿琳亞塑身衣   | SANLI | 0.64 |
| 10  | 台灣傳奇威瑪舒培       | FTV   | 0.63 |

## 新聞類/全體

| No. | Program Name | Chan. | TVR  |
|-----|--------------|-------|------|
| 1   | 驚爆新聞線2200    | SETN  | 1.54 |
| 2   | 驚爆新聞線2100    | SETN  | 1.31 |
| 3   | 台灣最前線        | FTVN  | 1.31 |
| 4   | 新台灣加油        | SETN  | 1.30 |
| 5   | 關鍵時刻         | ET-N  | 1.25 |
| 6   | 台灣演義         | FTVN  | 1.13 |
| 7   | 新台派上線        | SETN  | 1.11 |
| 8   | 54陪審團1500    | SETN  | 1.02 |
| 9   | 少康戰情室        | TVBS  | 1.01 |
| 10  | 非凡最前線        | UBN   | 0.86 |

## 綜藝類/全體

| No. | Program Name   | Chan. | TVR  |
|-----|----------------|-------|------|
| 1   | 綜藝大集合台塑石油95    | FTV   | 2.90 |
| 2   | 安美諾美白修護綜藝一級棒   | CTV   | 2.62 |
| 3   | 超級紅人榜          | SANLI | 2.12 |
| 4   | 超級夜總會晶珂生物面膜    | SANLI | 1.97 |
| 5   | 超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品 | FTV   | 1.46 |
| 6   | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠   | CTV   | 1.15 |
| 7   | 晶珂生物面膜綜藝玩很大    | CTV   | 1.01 |
| 8   | 豬哥亮經典秀娘家好攝定    | FTV   | 0.95 |
| 9   | 天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔   | CTS   | 0.94 |
| 10  | 天才衝衝衝台塑石油95    | ETTV  | 0.84 |

## 其他類/全體

| No. | Program Name   | Chan. | TVR  |
|-----|----------------|-------|------|
| 1   | 大陸尋奇三支雨傘標英才文   | CTV   | 0.87 |
| 2   | 花甲少年趣旅行        | ETTV  | 0.79 |
| 3   | 直24亞洲U18青棒中VS日 | VLSPT | 0.67 |
| 4   | 型男大主廚          | SL2   | 0.64 |
| 5   | 花甲少年趣旅行福爾耳溫槍   | CTS   | 0.57 |
| 6   | 效廉出發吧好齡光白金蛋白   | STV   | 0.50 |
| 7   | 直中職35年統VS中     | VLMAX | 0.50 |
| 8   | 直99國民中職35年統VS中 | VLMAX | 0.49 |
| 9   | 直24亞洲U18青棒韓VS中 | VLSPT | 0.47 |
| 10  | 詹姆士出走料理        | GTV-1 | 0.40 |



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

