

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2443

10.14 ~ 10.20



Contents

- 媒體放大鏡 - 金鐘獎收視出爐 460萬人觀看！
- 熱門話題 - 金鐘話題熱，楊謹華、謝展榮受矚目
- 國際案例 - 《黑白大廚》超商與食品業合作解析
- 消費者洞察 - 2024年臺灣社群通訊行為調查
- 收視調查 - 2024/10/14-2024/10/20

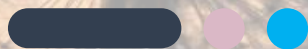




PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 金鐘獎收視出爐 460萬人觀看！



【[2024/10/21, ETtoday星光雲](#)】

「第59屆金鐘獎」節目類及戲劇類典禮于上周落幕，典禮由三立電視與公共電視同步轉播，**全國電視總收視人口數約460萬人次**。收視率方面，**10/18節目類典禮收視最高點落在浩子和亂彈阿翔頒發「綜藝節目主持人獎」及得獎者「超級夜總會」苗可麗、許效舜及澎恰恰發表感言時，收視高達2.82，10/19戲劇類高點則是許瑋寧獲得「迷你劇集女主角獎」時收視為4.10。**

今年金鐘典禮由**Sandy吳姍儒及姚淳耀獨挑大樑主持都獲得一致好評**，各自發揮了自己的特色，一位有大將之風、一位颱風沉穩，Sandy妙語如珠，是憑實力又幽默的金鐘主持人，**網友認為她不論氣場、口條、颱風、穩定度真的很優秀，是青出於藍而勝於藍。**而姚淳耀典禮開場影片獲好評，特別是與網紅鐘佳播同框演出《不夠善良的我們》中的角色，讓典禮充滿笑聲，**網友評價他主持沒有贅語，流暢又舒服，不論口條、應對能力、進行的節奏順暢度都蠻好**，以第一次主持大型典禮的表現是很得宜。

今年星光大道主持人同時肩負典禮現場廣告時間的串場主持工作，黃豪平搭配新秀木木(林葦妮)，黃豪平經驗豐富，穩定掌控訪問與時間，台風口條無需多言，網友留言表示黃豪平在與藝人互動環節上，看得出他創造許多精心安排的創意巧思，讓紅毯時光變得輕鬆有趣。

2 華納串流服務MAX臺灣要上線了！

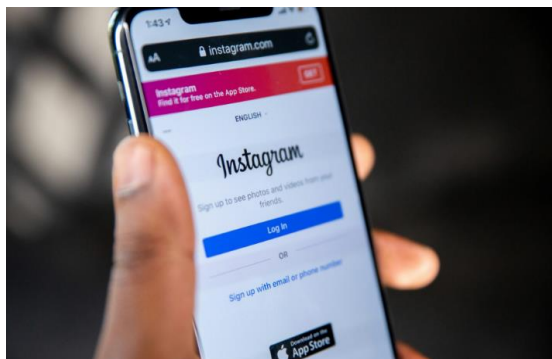


【[2024/10/15, 數位時代](#)】

華納兄弟探索集團 (Warner Bros. Discovery) 於10月15日宣佈，**旗下串流服務Max將於11月19日於印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、香港以及臺灣上線**。目前，Max在72個市場提供服務，亞太地區則是稍晚開放的區域。不過，在價格方面目前尚未透露，官方僅表示會有「標準方案」與「高級方案」，差別在於可同時觀看的裝置數量、解析度與下載次數，細部的價格將因不同地區略有不同。

- **華納Max兩種方案一次看** | 從美國狀況來看，Max的標準方案費用為每月16.99美元 (約為新臺幣546元)，最便宜的方案則是9.99美元 (約為新臺幣321元)。單月來看價格偏高，但如果以年約來看，標準方案一年為169.99美元，每月大概是新臺幣455元。
- **華納Max可看哪些電影？** | 華納兄弟探索集團表示，Max彙聚了許多膾炙人口的作品，包含院線大片、具文化影響力的節目、橫跨食物、家居、生活與紀錄片的領先真實故事，及家庭最愛的節目。一系列的獨家內容如《權力遊戲》、即將上線的《哈利波特》影集、《龍族前傳》、《繼承之戰》、《最後生還者》最新季等。如果喜歡過往作品的使用者，也有《六人行》、《欲望城市》等內容可以觀看。電影方面則有完整的《哈利波特》電影集數、《沙丘：第二部》、《芭比》、《水行俠失落王國》、《旺卡》等。

3 Instagram 推出全新個人檔案卡片！



【2024/10/16, 科技報橘】

Instagram 正式推出一項全新的「個人檔案卡片」功能，這是一種數位名片，專為使用者的個人檔案設計。這種全新的雙面個人檔案卡片旨在讓使用者更輕鬆地與他人分享自己的 Instagram 帳號，無需再單獨傳送帳號名稱，而是可以直接分享這張卡片。

Instagram 將此功能視為與新朋友連結的簡便方式。卡片的一面是一張可分享的「卡片」，其中提取了用戶 Instagram 檔案中的資訊，如個人簡介、頭像以及任何在檔案中顯示的連結或音樂。另一面則顯示了一個 QR 碼，該 QR 碼可直接連結至你的個人檔案。使用者還可以自訂個人檔案卡片的背景，選擇自己喜愛的圖片，以更好地表達自我。

這項功能將向全球所有用戶推廣，主要針對希望推廣自己並拓展人脈的人士。使用者可以在其他平臺分享自己的個人檔案卡片，以鼓勵他人查看並關注自己的帳號。Meta 在給 TechCrunch 的電子郵件中表示，推出此功能是因為越來越多的 Z 世代用戶將 Instagram 視為某種簡歷。該公司指出，最近的一項調查顯示，超過一半的 Z 世代希望成為網紅，因此社交平臺希望幫助他們更好地展示自己。

Instagram 表示，用戶可以輕鬆快捷地與潛在的合作夥伴或品牌分享個人檔案卡片。用於在 Instagram 群組或線上活動中。

4 IG限動瘋傳自拍對比「輪到你了」再掀回憶殺



【2024/10/17, 網路溫度計】

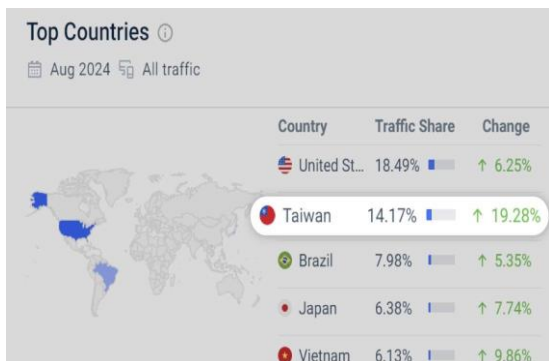
IG限時動態推出「輪到你了」功能，開放網友發揮創意，每每掀起社群熱門話題，像是「個人興趣滑動表」、「南港展覽館繞口令挑戰」、「雜誌風範本濾鏡」等，吸引不少人跟風蓋樓。最近，你是否發現有一股新流行在發酵？親朋好友們的IG限動開始興起「臉書大頭貼對比」，檢視過去與現在的自己產生什麼變化，吸引不少YouTuber、網紅和藝人響應，截至17日早上11時，已有逾20萬人次分享。

你敢翻出以前的大頭貼嗎？這波回顧讓人笑中帶淚。這次活動中，許多網友討論這些年最大的變化是「畫質」，網友留言「大家的共同點就是畫質很差」、「我只想問當年到底用什麼拍的，畫質那麼低」；另外，青春氛圍、髮型妝容、拍照姿勢與臉部表情成為熱門話題。也有人因為想參與跟風活動，才發現自己許久沒換臉書大頭貼，「不知道多久沒用臉書，我要怎麼進入頭貼的相簿還研究了一番」、「後來就很少用臉書了，原來已經這麼久沒換頭貼了」。

目前IG限動無法直接搜尋特定活動，如果你也想加入這股跟風蓋樓行列，除了看到朋友限動立即按下「輪到你了」按鈕來編輯轉傳，也可在IG搜尋欄打上「輪到你了」，來找到參加方法。這股風潮也蔓延到Threads，不像IG有範本，脆友們改以自行貼照片來對比。



5 Threads上線一周年 臺灣流量全球第二



【2024/10/16, 信傳媒】

Threads平臺推出剛滿一周年，母公司Meta表示，Threads 在全球的每月活躍人數已高達1.75億人口，**流量在臺灣更高達全球第二**，可看出臺灣人對Threads的喜愛。對於已經經營其他社群平臺的KOL、品牌來說，Threads的出現，能讓他們與粉絲有更密切的互動，促使越來越多KOL及KOC喜歡在 Threads 上發表觀點。Threads上充滿不少如同廢文的發文內容，卻能引起大大共鳴，許多熱議事件都從Threads發跡。目前平臺都還有許多流量紅利，提供了一個值得KOL、KOC、品牌深耕的社群新戰場。

- **政治、社會議題帶動平臺影響力：**2024上半年大選過後政治人物的發文與海巡風潮，引發一群新用戶轉向Threads。此外，在國會議案爭議引發的「青島行動」中，現場民調指出高達56.62% 群眾以Threads獲得現場活動資訊，超越其他網路社群與傳統新聞網站，相較十年前太陽花運動資訊管道大洗牌。
- **時事金句創造互動：**媒體小編選用重大新聞事件的採訪或網友「金句」創造流量，如黃仁勳來台演講創造AI熱潮、中捷砍人案長髮哥的動漫臺詞引用等，與網友互動，引發共鳴、討論與分享。

6 小紅書淨利年翻4倍！不甘只當Z世代的生活指南



北京美食推荐 望京排名第一的平价韩餐 饭阿姨 在望京 仙女 4810



王思聪打卡过n次的澳门米其林黑椒鸭，终于开到北京了！ 吃饱了再说 3497



【2024/10/18, 數位時代】

有中國版Instagram之稱的小紅書，今年第一季營收突破10億美元，同時獲利達到2億美元，與去年同期有著非常顯著的成長幅度。且**不光營收獲利成長快速，用戶數也在穩定成長**，去年小紅書的月活躍用戶數便達到3.12億人，是中國去年成長最快的大型社群平臺。

- **小紅書成Z世代「生活指南」** | 小紅書的用戶中有70%是1995年後出生的Z世代，並且70%為女性。小紅書的演算法能夠辨識使用者喜好的話題、性向，還能根據使用者分類及地理位置等資訊來辨識使用者可能感興趣的話題。也因此，**小紅書對用戶來說不只是分享生活的社群平臺，更是一個搜尋生活方式資訊的平臺**，截至2023年為止，有70%的活躍用戶都用過搜尋功能在小紅書上查找資訊。
- **近年衝刺商業化腳步，努力加強變現管道** | 小紅書最主要的營收來源是廣告，並且美妝內容廣告更是占了一半以上。但小紅書過去遭遇的一個問題在於，**消費者常常是到其他購物平臺購買商品，電商的營收起不來**。加上過於依賴廣告營收，也有影響使用體驗導致用戶出走的風險。不過根據《36氪》報導，小紅書從2023年開始大舉加速商業化的腳步，尤其是針對電商領域。例如當用戶搜尋各種美食探店分享時，尤其是茶飲咖啡類別，常常能看到優惠券的連結，還推出了多種團購商品，想從小紅書最強的生活領域切入商業機會。



7 萬聖節來臨！不可錯過的「節慶行銷力」大揭秘！

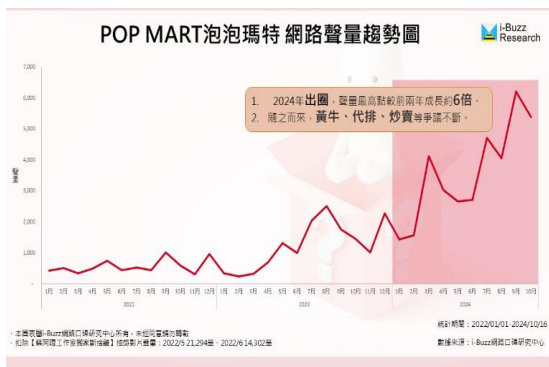


【2024/10/21, I-Buzz】

「萬聖節」這幾年在臺灣越來越流行，舉例而言，許多餐廳會玩起扮裝遊戲等活動，來慶祝萬聖節。如品牌想在十月行銷檔期中運用萬聖節相關的關鍵字，可以著重在「萬聖節變裝」、「萬聖節活動」等主題。**推出主題性派對、期間限定商品等，使消費者在節慶時刻產生共鳴，進而強化品牌價值，更能形成強烈的品牌記憶點。**

- **萬聖節營銷策略如何規劃？** | 第一步，需要先定義今年萬聖節行銷活動的目標客群，在確定目標客群後，進一步思考此行銷活動的目標並找出獨特賣點如聯名、特殊活動，更能在消費者心中留下深刻的印象。
- **萬聖節營銷策略** | 吸睛且能引發共鳴的社群發文內容，絕對是節慶行銷的關鍵部分。以黑色、橘色、紫色等作為萬聖節主色調，甚至可以搭配應景的裝飾物件來凸顯萬聖節的氛圍，**推出萬聖節限定商品，富有話題性且引起媒體報導**，立刻成為萬聖節設計包裝中的矚目焦點。如果品牌夠大、預算充裕的話，也可委託專業的行銷代理公司規劃活動，為品牌創造網路及社群聲量時更加事半功倍。品牌可以藉助創意，並善用社群媒體營造出獨特的消費者體驗，延伸話題並創造記憶點，有助於提高品牌的影響力。

8 大人也瘋買玩具-POP MART泡泡瑪特到底在紅甚麼？



【2024/10/16, I-Buzz】

泡泡瑪特已經在全球30個國家開了超過500間實體門市和2,300間機器人商店，全台目前已有8間官方門市以及近20間機器人商店，**新款公仔上市瘋搶的程度甚至可比明星演唱會搶票的盛況**。2024年迎來聲量爆炸性增長，甚至在10月還出現有宮廟讓泡泡瑪特穿上三太子服飾，進行迎神儀式，引發網友熱議；**隨著討論量的提升，也出現更多討論的爭議點**，如：隨著炒賣價越來越高，出現許多黃牛以及代排。

- **藝術與潮玩的巔峰聯名！泡泡瑪特X簽約藝術家引爆收藏熱潮** | 藉由品牌的影響力和知名度結合這些IP和其他知名IP，創造融合兩者元素的獨特藝術品，讓各種不同喜好的愛好者都會在泡泡瑪特的世界中找到自己喜歡的IP，進而去探索更多IP與泡泡瑪特的聯名商品，甚至是將這種喜愛投射到對於泡泡瑪特推出的這些角色上，實現更高的品牌忠誠度。
- **盲盒玩法讓人上癮！隱藏版是收藏家的終極目標** | 開盲盒時的未知緊張感，和類似拆禮物時給到的「情緒價值」，都是吸引這些人如此上頭的原因。泡泡瑪特一個IP的一個系列中會有12個基本款和一個隱藏版，隱藏版必須透過開盲盒的方式才有機會獲得，無法直接靠「端盒」買到全部的款式。因此有「集娃欲」的消費者不得不選擇抽盲盒的方式相信自己的手氣，才有辦法收齊全套。



PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



十大熱門話題排行榜

金鐘話題熱，楊謹華、謝展榮最受矚目

👉 2024/10/14-2024/10/20



娛樂類
上山下海
過一夜

👤 總互動數 54,516

😊 76% 😞 3%



娛樂類
西田敏行

👤 總互動數 53,616

😊 38% 😞 12%



科技類
台積電

👤 總互動數 45,056

😊 40% 😞 14%



娛樂類
貓

👤 總互動數 40,029

😊 37% 😞 11%



娛樂類
金鐘獎

👤 總互動數 38,387

😊 71% 😞 3%



娛樂類
林有慧

👤 總互動數 28,882

😊 48% 😞 14%



體育類
郭泓志

👤 總互動數 28,578

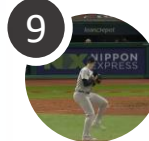
😊 18% 😞 21%



娛樂類
楊謹華

👤 總互動數 27,789

😊 52% 😞 9%



運動類
洋基

👤 總互動數 27,678

😊 28% 😞 24%



娛樂類
謝展榮

👤 總互動數 24,523

😊 49% 😞 8%





PART THREE

國際案例

- Case Share



START

《黑白大廚》 超商與食品業合作解析

韓國的連鎖超商兩大龍頭 CU、GS25 近期推出一系列主廚聯名新品，企圖搭上 Netflix 高人氣料理實境秀《黑白大廚：料理階級大戰》的熱潮，別出心裁的節目企劃在網路上激起各種參賽者資訊補充與話題，更帶起韓國國內再掀一波「自煮生活」流行——《黑白大廚》大結局後，餐廳饕客絡繹不絕，而超商則為消費者創造更日常實惠且多元的飲食選項。

- **20,000 份聯名提拉米蘇 20 分鐘完售** | BGF 零售集團旗下的 CU 超商與《黑白大廚》最終贏家權聖駿合作，推出他在節目上人氣最高的料理：栗子提拉米蘇。栗子提拉米蘇於販賣前兩天開放預購，結果不到20分鐘就全數賣出，初試啼聲就大受歡迎。
- **「現象級」實境秀，進一步帶動零售食材銷售** | 《黑白大廚：料理階級大戰》集數共有12集，由80位資歷較淺的黑湯匙廚師，對抗另外 20 位權威級名廚，今年 9 月 17 日開始，**連續兩周於 Netflix 串流平臺播放**，目前已成為該平臺全球觀看次數最高的非英語系影集。除了食品公司積極與參賽主廚商討聯名合作，搭上話題的還有超市食材銷售：蔬菜與肉品營業額，比起同期營收也成長，都成為超市的熱銷項目。
- **GS25 超商與 4 位參賽主廚聯名，推出鮮食料理** | 韓國另一家零售龍頭 GS Retail，則早在去年正式與 Netflix 簽訂智慧財產權（IP）合作，並於本月在自家超商 GS25 推出一系列主廚聯名鮮食，包含燉煮豬肉、法式吐司三明治、海鮮燉飯、麻辣香鍋、關東煮和牛肉烏龍面。
- **IP 合作成為零售市場有效驅動力** | IP 合作已成為大型連鎖超商的主要行銷手法之一，像是 7-Eleven 與日本三麗鷗、韓國專業足球聯盟「K League」，在首爾和釜山開設 FC 7-Eleven 快閃店。



GOAL



PART FOUR

消費者洞察

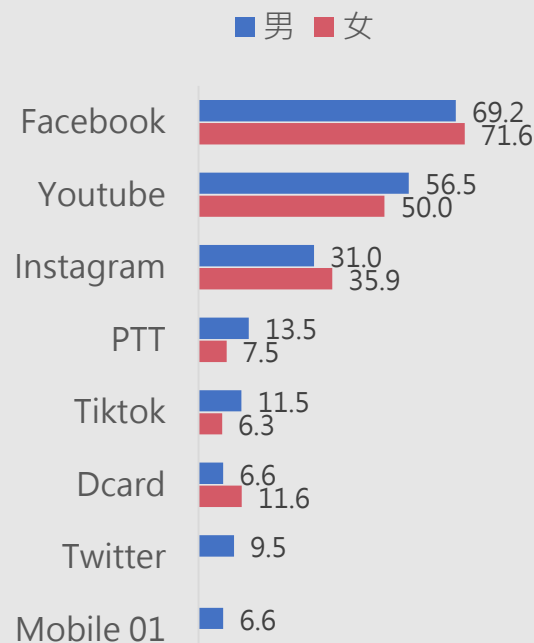
- Insight



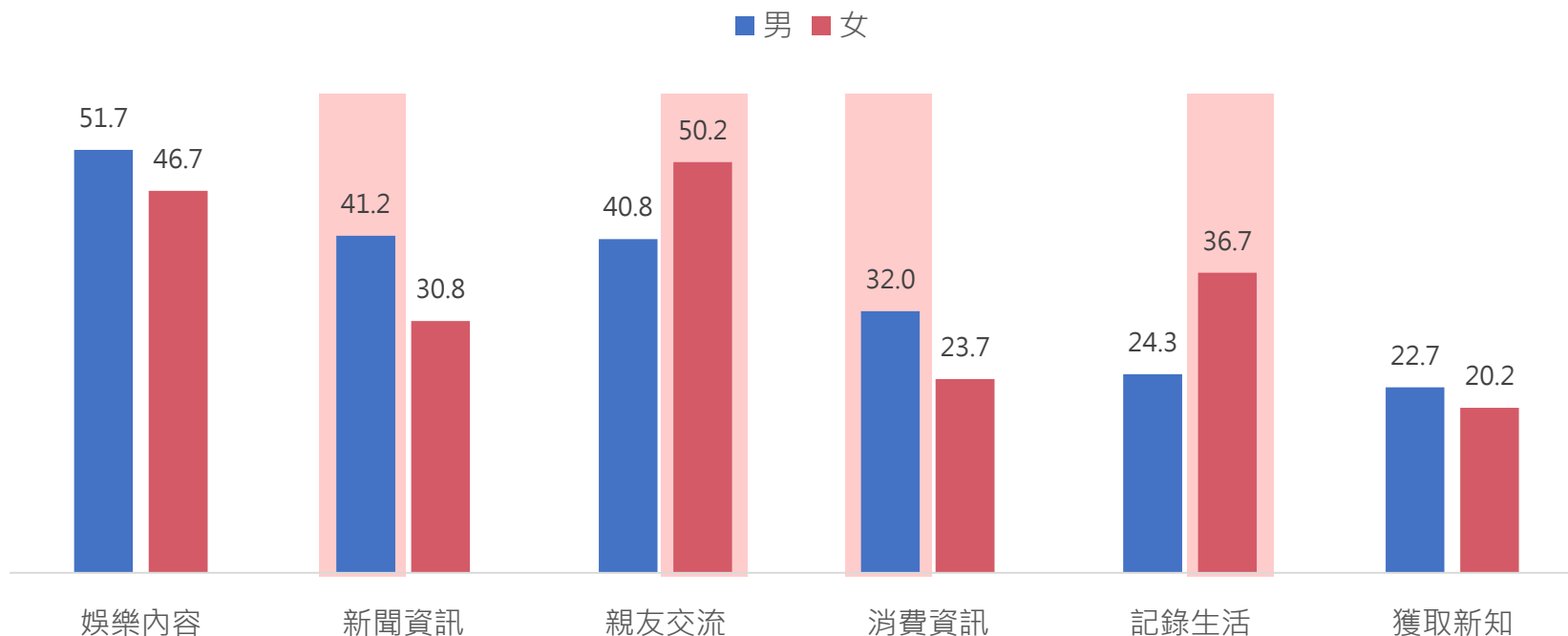
2024年臺灣社群通訊行為調查

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 於2024年臺灣社群通訊行為調查，在社群平臺使用上，男性主要偏好使用 YouTube、PTT 和 TikTok，而女性則更常使用 Instagram 和 Dcard。此外，男性使用社群平臺的主要原因是獲取資訊，如新聞和消費資訊；而女性則更注重交流互動和分享生活，男女在社群上使用偏好明顯不同。

較常使用社群平臺(複選)



使用社群原因(複選)





PART FOUR

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APP	FTV	娛樂綜藝	3.39
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.04
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.92
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.81
5	饑餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.39
6	豬哥亮經典秀雙醬咖哩	FTV	娛樂綜藝	1.11
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.02
8	航海王29	TTV	卡通影片	0.93
9	臺灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.91
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.89
11	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.87
12	天才衝衝沖愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.87
13	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.87
14	全民星攻略京都念慈庵	CTV	競賽綜藝	0.80
15	嗨營業中4	TTV	信息綜藝	0.77
16	醫學大聯盟IVENOR十時塑	FTV	競賽綜藝	0.71
17	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	0.67
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.62
19	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.60
20	姊妹亮起來蓓朵娜粉鑽瓶	FTV	信息綜藝	0.58

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜PP石墨烯	SANLI	三立臺灣	2.37
2	願望十全果醋	SANLI	三立臺灣	1.91
3	第59屆戲劇金鐘獎頒獎典禮	SL2	三立都會	1.76
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	三立臺灣	1.75
5	第59屆節目金鐘獎頒獎典禮	SL2	三立都會	1.21
6	臺灣演義	FTVN	民視新聞	1.13
7	直24CPBL臺灣大賽統VS中	VLSPT	緯來體育	1.10
8	驚爆新聞線2200	SETN	三立新聞	1.09
9	新臺灣加油	SETN	三立新聞	1.07
10	臺灣最前線	FTVN	民視新聞	1.06
11	戲說臺灣安美諾美白修護霜	SANLI	三立臺灣	0.98
12	驚爆新聞線2100	SETN	三立新聞	0.94
13	關鍵時刻	ET-N	東森新聞	0.92
14	非凡最前線	UBN	非凡新聞	0.86
15	新台派上線	SETN	三立新聞	0.84
16	少康戰情室	TVBS	TVBS	0.82
17	天才衝衝沖台塑石油APP	ETTV	東森綜合	0.78
18	臺灣啟示錄	ET-N	東森新聞	0.78
19	戲說臺灣假日完整版安美諾	SANLI	三立臺灣	0.75
20	第59屆戲劇類金鐘星光大道	SL2	三立都會	0.74



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	1.51
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.34
3	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.18
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.02
5	饑餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.01
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.99
7	嗨營業中4	TTV	信息綜藝	0.99
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.91
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.79
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.77

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.88
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.62
3	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.46
4	饑餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.41
5	航海王29	TTV	卡通影片	1.38
6	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.28
7	嗨營業中4	TTV	信息綜藝	1.05
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.86
9	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.81
10	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.80

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	饑餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.76
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.72
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.29
4	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.21
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.96
6	1300天才衝衝衝愛妮雅化妝	CTS	競賽綜藝	0.81
7	豬哥亮經典秀雙醬咖哩	FTV	娛樂綜藝	0.78
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.76
9	嗨營業中4	TTV	信息綜藝	0.74
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.60

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.62
2	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	5.29
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.35
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.13
5	豬哥亮經典秀雙醬咖哩	FTV	娛樂綜藝	2.02
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.82
7	臺灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	1.53
8	饑餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.50
9	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.44
10	全民星攻略京都念慈庵	CTV	競賽綜藝	1.44



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第59屆戲劇金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	1.07
2	天才衝衝沖台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.89
3	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	0.89
4	第59屆節目金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	0.71
5	阿姐萬歲	SANLI	信息綜藝	0.62
6	直24CPBL臺灣大賽統VS中	VLSPT	棒球	0.58
7	臺灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.58
8	天坑	ET-M	外片	0.54
9	超級紅人榜PP石墨烯	SANLI	競賽綜藝	0.54
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.45

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第59屆戲劇金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	2.26
2	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.49
3	第59屆節目金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	1.42
4	直24CPBL臺灣大賽統VS中	VLSPT	棒球	1.24
5	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.91
6	第59屆戲劇類金鐘星光大道	SL2	特別節目	0.86
7	臺灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.85
8	超級紅人榜PP石墨烯	SANLI	競賽綜藝	0.73
9	鬼滅之刃柱訓練篇	ET-M	卡通影片	0.72
10	戲說臺灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.69

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第59屆戲劇金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	1.33
2	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.29
3	第59屆節目金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	1.13
4	超級紅人榜PP石墨烯	SANLI	競賽綜藝	0.83
5	直24CPBL臺灣大賽統VS中	VLSPT	棒球	0.81
6	天才衝衝沖台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.74
7	臺灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.65
8	第59屆戲劇類金鐘星光大道	SL2	特別節目	0.58
9	戲說臺灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.58
10	我的婆婆怎麼那麼可愛2萬	SL2	閩南語連續劇	0.49

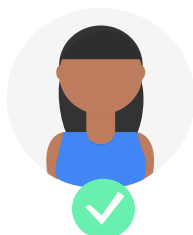
50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜PP石墨烯	SANLI	競賽綜藝	4.64
2	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	2.83
3	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	2.06
4	第59屆戲劇金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	1.95
5	臺灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.89
6	新臺灣加油	SETN	新聞性質節目	1.87
7	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.75
8	戲說臺灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.63
9	第59屆節目金鐘獎頒獎典禮	SL2	特別節目	1.40
10	直24CPBL臺灣大賽統VS中	VLSPT	棒球	1.33



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	0.78	0.37	0.33	0.44	1.35
TTV/台視	0.49	0.20	0.25	0.32	0.78
FTV/民視	0.36	0.09	0.14	0.16	0.66
CTS/華視	0.22	0.15	0.11	0.17	0.34
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	0.52	0.19	0.20	0.42	0.83
ET-N/東森新聞	0.44	0.14	0.14	0.34	0.74
SETN/三立新聞	0.44	0.13	0.12	0.26	0.79
FTVN/民視新聞	0.37	0.04	0.13	0.16	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.05	0.06	0.10	0.48
NTVN/壹新聞	0.18	0.06	0.05	0.13	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.03	0.03	0.12	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.04	0.03	0.09	0.25
UBN/非凡新聞	0.14	0.01	0.06	0.07	0.25
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.02	0.03	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02

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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	3.04
2	願望十全果醋	SANLI	1.91
3	戲說臺灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.98
4	臺灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.91
5	戲說臺灣假日完整版安美諾	SANLI	0.75
6	大愛劇在光裡的人	DaAi	0.72
7	1900戲說臺灣精選集安美諾	SANLI	0.71
8	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	0.67
9	芙蓉閣之戀	ET-D	0.64
10	1230願望十全果醋	SANLI	0.56

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	臺灣演義	FTVN	1.13
2	驚爆新聞線2200	SETN	1.09
3	新臺灣加油	SETN	1.07
4	臺灣最前線	FTVN	1.06
5	驚爆新聞線2100	SETN	0.94
6	關鍵時刻	ET-N	0.92
7	非凡最前線	UBN	0.86
8	新台派上線	SETN	0.84
9	少康戰情室	TVBS	0.82
10	臺灣啟示錄	ET-N	0.78

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.39
2	超級紅人榜PP石墨烯	SANLI	2.37
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	1.92
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.81
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.75
6	饑餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.39
7	豬哥亮經典秀雙醬咖哩	FTV	1.11
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	0.87
9	天才衝衝沖愛妮雅化妝品潔	CTS	0.87
10	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	0.87

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直24CPBL臺灣大賽統VS中	VLSPT	1.10
2	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.02
3	型男大主廚虎奶菇養氣飲	SL2	0.64
4	花甲少年趣旅行廣生堂花青	ETTV	0.62
5	直24MLB冠軍賽洋VS守	VLSPT	0.58
6	效廉出發吧愛妮雅化妝品潔	STV	0.47
7	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.41
8	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.41
9	直24CPBL臺灣大賽戰前報	VLSPT	0.39
10	LINKING368TAIWAN五姨婆	SANLI	0.36



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
02-2509-5557#120

