

# 宏將週報

- Media Drive Bulletin -

## Vol.2447

11.11 ~ 11.17



# Contents

- 媒體放大鏡 - 台灣串流平台的新挑戰與商機
- 熱門話題 - 話題聚焦世界棒球12強賽
- 國際視野 - 數位體驗揭秘，提升品牌魅力
- 收視調查 - 2024/11/11-2024/11/17
- 藝人動態 - 2024/10-2024/11





*PART ONE*

# 媒體放大鏡

- Media News



## 1 台灣串流平台的新挑戰與商機



【2024/11/12, 鏡周刊】

由於付費訂閱平台近年來開始調漲費用，知名網路趨勢觀察家葉郎發現**FAST(免費廣告支持電視)正快速崛起，僅需觀看廣告即可使用。而台灣市場仍有62.6%的消費者尚未認識FAST服務，顯示尚有很大的推廣空間。**白皮書的主筆人謝佩芳表示，台灣消費者偏好使用Netflix(付費使用率57%)、YouTube Premium(付費使用率26%)、Disney+等國際串流平台，反映出全球品牌在台灣CTV市場上的優勢地位，**這些平台提供豐富的內容和國際影響力，吸引了大量願意付費的訂閱者。**相對弱勢許多的本土平台，FAST或許是突圍的機會點！

從媒體代理商的角度看來，如果廣告機制設計得宜，台灣消費者的接受度是很高的。台灣有很多好的內容卻苦於沒有適合的平台播出，採用FAST的方式將創造更多的機會開拓海內外市場。SVOD付費隨選訂閱與AVOD廣告隨選觀看，**要根據不同的市場或目標族群來並行實施，方可創造更多曝光機會，推動單一OTT平台APP，並不利於海外市場。**台灣的遊戲IP也是強調「破圈」的重要性，自從日本以動漫遊戲成功席捲全世界後，許多亞洲國家也開始發展自己的IP。但好的內容需要長期的資源投入與商業規模支撐。以「排球少年」為例，2015年才在台灣無線電視台播出，加上OTT平台的持續推送，累積至2024年劇場版上檔才爆紅，並非一蹴可及。

## 2 Max如何挑戰台灣OTT榜首Netflix？



【2024/11/12, 數位時代】

華納兄弟探索集團旗下的串流服務Max將正式登台，帶著HBO原創、哈利波特系列、DC宇宙、卡通頻道、Discovery等台灣人也相當熟悉、喜愛的內容，每個台灣人平均付費使用1.57個串流平台，這個數字已經連續4年都維持在1.5左右，且都是由Netflix占據榜首。執行長大衛·扎斯拉夫(David Zaslav)強調「Max要做最頂級的串流」。華納兄弟宣布旗下Max、Discovery+等串流服務的全球用戶超過1.1億，對比上一季的數字成長了720萬，是Max推出以來幅度最大的季度成長。

- **看好台灣市場，「否則我們不會落地」** | 蒙泰羅表示「我不認為台灣是小市場，從GDP、經濟體或是串流的滲透率來看，還有很多的成長空間。」華納兄弟探索集團旗下的內容有許多是台灣人從小看到大的節目，確實讓Max被賦予高成長動能的期望。當然Max也期望能提供個人化、好用的體驗，也相信剛宣布的價格具有競爭力，特別是Netflix剛漲價。蒙泰羅仍非常強調Max的強項會是內容。
- **華納有望投入更多台劇製作** | 蒙泰羅表示所有Max製作的內容，基本上都會採用全球發行，所以美國、歐洲也都可以看到台灣產製的內容。也就是說，台灣的創作者有機會乘著Max這個平台躍上國際舞台。不過，目前台灣影視圈比較大的問題，是Netflix來台後拉高了內容的標準，同時也拉高了成本，讓投資台劇的效益有了很大的挑戰。



### 3 不只是看短影音！TikTok 跨足電商推網紅購物推薦功能



【2024/11/13, 科技報橋】

社群媒體 TikTok 以「短影音」為賣點，在全球已累積超過15億用戶。而在台灣也成為最常使用的社群媒體中第五名，使用時間排名更高居第一。TikTok掌握用戶零碎的時間、秒數不長的影片有趣豐富又包含許多模式，也逐漸成為Z世代最常使用的搜尋引擎。根據社群報告顯示，35%的TikTok用戶會在TikTok研究品牌和產品，78.2%會使用TikTok來觀看有趣或娛樂的短影音。

TikTok 正在推出與網紅推薦購物平台 LTK ( 前身為 LiketoKnow.it 和 RewardStyle ) 的整合功能。這項新功能讓創作者可以在評論區放置 LTK 商品連結，使消費者更容易找到並購買影片中出現的服飾和配件，同時也讓時尚創作者有更多機會透過分潤機制賺取佣金。

LTK 的應用介面類似 Pinterest 或 Instagram，創作者可以分享穿搭並直接連結到商品網站。這兩個平台都改變了線上購物方式，為消費者提供更多商品資訊。例如，消費者在選擇商品尺寸時，可以在這兩個平台搜尋特定商品和尺寸，找到身形相似的創作者示範穿搭，幫助做出購買決定。TikTok 和 LTK 的整合將使購物體驗更加流暢，同時強化 TikTok 作為購物平台的定位，不再僅是娛樂平台。目前這項功能僅在 TikTok 應用程式內提供，已有創作者在 Threads 平台表示收到計畫邀請。LTK 已確認此功能存在，但尚未提供更多細節。

### 4 迷因行銷互動率提高 30 倍！



【2024/11/12, 未來商務】

今年9月初「當Z世代撰寫行銷腳本」迷因影片在TikTok上爆紅。此類型影片通常由較年長的員工會朗讀Z世代員工撰寫的腳本，而腳本中充斥Z世代的網路用語和流行梗，例如 Slay ( 超讚 ) 等，藉此產生強烈的「反差萌」。迷因在短時間內吸引了數億觀看次數，呈現了不同世代在職場文化和溝通方式上的差異，也突顯了Z世代的創意和影響力。在廣告中使用可以在社群媒體上產生30%的互動率。

- **為何迷因行銷如此受歡迎？** | 迷因行銷透過Z世代熟悉的語言和幽默方式傳達品牌訊息，進而引起情感共鳴、提升品牌形象。優點在於它能以幽默、輕鬆的方式吸引消費者的注意，並促進品牌參與度與認同感。具有情感連結、幽默易懂、易於傳播等等優勢。
- **迷因行銷的雙面刃：品牌如何趨吉避凶？** | 品牌需要了解目標受眾的喜好，選擇與品牌形象相符的迷因，並以「接地氣」的方式親身參與到社群文化的對話之中。應注意保持品牌調性一致及保持敏捷和靈活性，才能抓住最佳宣傳時機引起他們共鳴。迷因行銷的成敗關鍵，在於品牌是否能找到迷因文化與品牌訊息之間的平衡點。當品牌能夠善用迷因的力量，就能以更貼近消費者生活的方式傳達品牌理念，創造大量自然傳散，進一步形成更強大的行銷效益。



## 5 Threads零廣告成歷史！明年將引進廣告投放



【2024/11/16, 網路溫度計】

隨著科技巨擘Meta旗下社群平台Threads用戶日漸穩固，每月活躍人數達到驚人的2.75億，Meta也進一步展現其擴展廣告收益的決心，宣布將由Instagram廣告部門主導，於2025年1月在Threads推出廣告功能，並讓部分廣告商搶先試行。對於任何快速增長的社群平台來說，廣告變現已是不可避免的趨勢。Threads的廣告功能測試啟動後，若能成功維持用戶體驗，將為Meta開拓出一個穩定的獲利管道，也會進一步改變全球社群媒體的競爭關係。

Meta明年1月將開放Threads廣告投放功能的消息發布後，引發部分網友不滿，「Meta真的完蛋了，IG刪濾鏡、Threads加廣告，用的人一定變更少」、「美好世界要沒了」，也有網友表示，喜歡Threads的原因無非就是無廣告干擾、介面乾淨，「玩脆就是不想看到廣告，結果脆還是淪陷了」、「愛用脆就是因為沒廣告滑起來很順」。另一派網友認為，社群軟體有廣告很正常，是無法避免的趨勢，但投放的廣告需要透過篩選，才不容易影響用戶體驗，「老實說，我不介意高素質的廣告，只是在Meta上看過太多詐騙廣告，回報後還回覆我說沒問題」、「我覺得廣告是必然的，他們也要賺錢，沒有廣告的話，很多服務都是要收費的，而且很容易消失」。

## 6 打敗Threads的社群軟體出現了？

**Retro. Ad-Free Social**  
Share photos worth remembering

打開

257則評分  
4.8  
★★★★★

年齡  
17+  
歲

排行榜  
#1  
社交

【2024/11/15, 網路溫度計】

又一款社群軟體橫空出世、引爆熱潮！由前IG團隊成員Nathan Sharp與Ryan Olson共同創立的全新照片日記式社群平台「Retro」近日攀上App Store社交免費App排行榜冠軍，試圖讓用戶回歸照片分享的初衷，與特定朋友分享近期的美好時光。

- **主打無廣告、純照片分享** | 好友人數限制在255個，並提供用戶自定義App圖標(16款)、日記更新提醒頻率調整等個性化功能，讓使用者夠重新體會分享生活的單純與美好。目前已在App Store、Google Play上架，吸引眾多用戶下載體驗。Retro還提供用戶一個寄送明信片特色功能！每個帳號可免費寄送2張實體明信片至指定地址，希望透過數位照片轉為實體明信片的模式將回憶永久保存。
- **輕鬆上傳美好時刻！Retro鼓勵人們活在當下** | Retro的設計讓使用者可以一鍵選取多張照片、影片，無需進行繁瑣的編輯、濾鏡處理或添加文字說明，只需幾秒鐘便能完成發布，鼓勵人們活在當下，簡單紀錄每一刻的生活並與他人共享。
- **介面乾淨又不需排版** | Retro登上App Store社交排行榜第1名後，許多網友紛紛大讚其介面設計簡潔、Logo前衛，「無廣告好酷、Logo也好酷」、「真的很好玩，瘋狂推坑親友」。還有用戶認為Retro比IG、Threads更勝一籌「軟體會定期幫你回顧日常點滴」。



## 7 心理測驗設計心法，3 關鍵引爆社群擴散！



【2024/11/13, 未來商務】

只要你活躍於網路社群，必定看過不只一位朋友分享自己的心理測驗結果圖，甚至自己也玩過許多檔心理測驗。心理測驗在零廣告預算的情況下，創造超過 400 萬人次進站的自然流量，展現心理測驗行銷的巨大潛力與社群媒體的崛起密不可分。如今，資訊傳播管道變得非常分散，品牌便開始有機會透過趣味性、互動性高的內容，創造出低預算、高曝光的自然傳散。如何打造高互動的三大關鍵？

- **簡化敘述，使用標籤和短句** | 觀察到使用者的耐心逐漸降低，因此盡量精簡測驗敘述，協助使用者快速掌握重點。舉例而言，「圈內人集合」心理測驗的結果頁面，幾乎皆使用一至十個字的標籤或短句，不僅閱讀快速，也更容易與使用者產生連結。
- **縮短時長，控制在 1-2 分鐘** | 由於使用者注意力短暫，若互動時間過長，容易讓使用者感到枯燥乏味；過短卻又可能無法完整呈現品牌訊息和創意內容。因此，會將測驗時間控制在一至兩分鐘之間。
- **清晰指引，引導使用者分享** | 注重明確的操作指引，引導使用者完成測驗並分享結果。例如，於結果頁面加入「長按儲存圖片」的提示，或是將分享按鈕整合，方便使用者快速儲存結果、分享至社群媒體。

## 8 棒球12強 / 近一週網路聲量逾13萬！



【2024/11/15, 網路溫度計】

第三屆世界棒球12強賽開打，賽前被日本媒體評比整體戰力排在12隊倒數第二的中華隊，靠著選手關鍵時刻投打有效發揮，在台北大巨蛋接連戰勝宿敵韓國、中南美洲勁旅多明尼加，奪下連勝朝前進東京繼續努力。哪些亮點球員值得關注，一起來看看吧！

- **中華隊主場出賽全民一起挺台灣 12強賽近一週討論聲量破13萬** | 本屆B組預賽13日開打，除日本、澳洲先在名古屋巨蛋完成首場賽事，於14日飛抵台灣繼續參賽，中華隊、韓國、古巴和多明尼加首戰都在台灣舉行，4隊在台灣訓練多日，11月10日透過官辦熱身賽進行最後調整，一日4場比賽讓球迷窺見各隊備戰進度，當日累積14,883筆網路聲量。中華隊13日晚間6時30分進行B組預賽首戰，對上宿敵韓國的關鍵戰役吸引34,528名觀眾進場挺台灣，終場以6比3奪下首勝，網路討論聲量隨著中華隊熱戰快速飆升，當日衝高到41,140筆。台灣好手連勝韓、多兩隊拿下2連勝，帶動網路討論熱度，單日聲量總計47,541筆成為近一週最高峰。
- **台灣致勝功臣全登「關鍵字」一覽中華隊2連勝亮點球員** | 包括「陳傑憲、陳晨威、黃子鵬、林昱珉、江坤宇、林立、林家正、李凱威、曾頌恩、潘傑楷」，以及「吳俊偉、林安可、陳冠宇、朱育賢、張奕、陳冠偉、林凱威、莊昕諺、郭俊麟、王志煊、邱智呈」等人。成為中華隊交手韓國、多明尼加致勝關鍵的球員全部入列，幾位重要時刻發揮戰力的選手也成為網友高度聚焦對象。





*PART TWO*

# 熱門話題

- Hot Topics



## 十大熱門話題排行榜 話題聚焦世界棒球12強賽 2024/11/11 - 2024/11/17



**1** **娛樂類**  
**李子柒**

👤 總互動數 114,882  
😊 48% 😞 14%

**2** **體育類**  
**韓國**

👤 總互動數 63,527  
😊 53% 😞 5%

**3** **餐飲類**  
**麥當勞**

👤 總互動數 55,304  
😊 24% 😞 13%

**4** **體育類**  
**郭台銘**

👤 總互動數 34,783  
😊 18% 😞 28%

**5** **體育類**  
**12強**

👤 總互動數 31,185  
😊 55% 😞 5%

**6** **醫學類**  
**田知學**

👤 總互動數 28,453  
😊 15% 😞 48%

**7** **體育類**  
**世界棒球**

👤 總互動數 23,010  
😊 62% 😞 8%

**8** **體育類**  
**戴培峰**

👤 總互動數 20,467  
😊 55% 😞 10%

**9** **娛樂類**  
**石英**

👤 總互動數 19,897  
😊 49% 😞 4%

**10** **體育類**  
**莊昕諺**

👤 總互動數 19,725  
😊 45% 😞 9%



*PART THREE*

# 國際視野

- MediaTrend

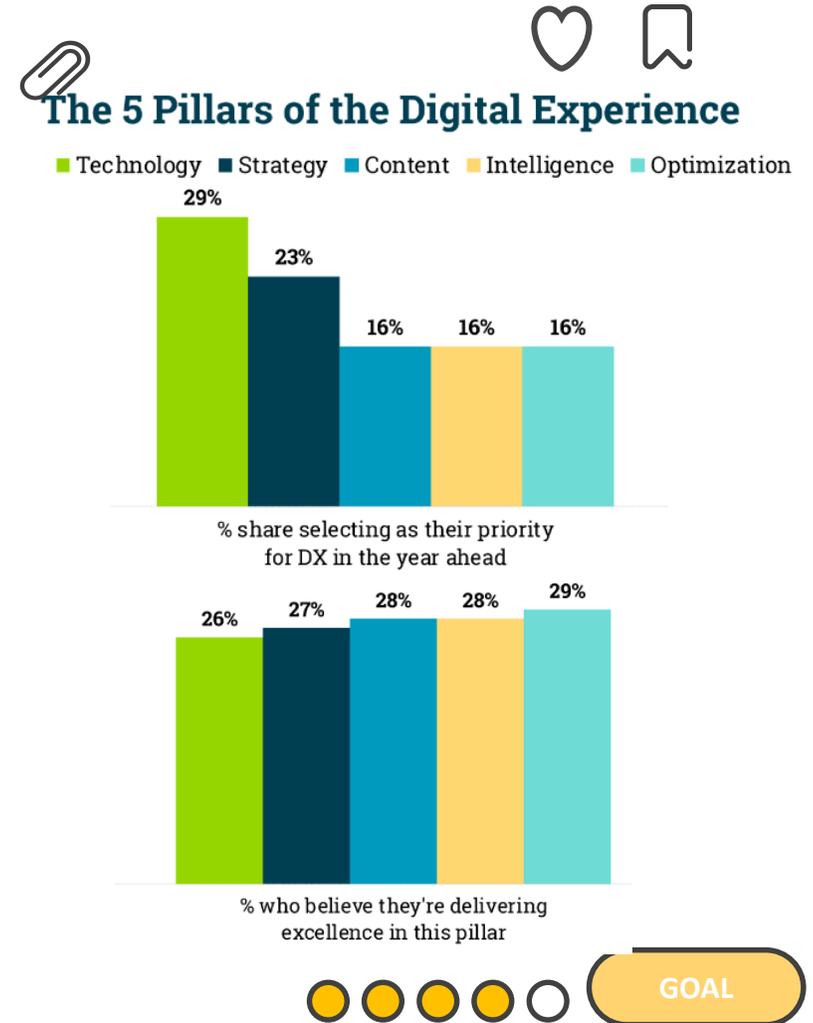


START

## 數位體驗揭秘，提升品牌魅力

專家一致認為，卓越的數位客戶體驗(CX)對於企業生存至關重要。但究竟是哪些因素推動了這個發展，而行銷人員又需要在哪些方面加強實力？Sitecore 的一份報告分析了打造卓越數位體驗的核心支柱。根據針對美國、英國和澳洲的 625 位頂尖行銷人員進行的調查，該研究探討了 15 個數位體驗 (DX) 驅動因素，並將其分為 5 大支柱。以下是按支柱分類的重點結果：

- 技術** | 技術效能是最重要的技術驅動因素，83% 的受訪者提到這一點，是 15 個驅動因素中最高的之一。  
**驅動技術選擇的首要因素是安全性，其次是速度和效能，以及客戶支持。** 現今被認為對數位體驗堆疊最重要的工具是客戶資料平台和分析工具。
- 策略** | 推動數位體驗計畫的前三大催化劑是數位轉型(49%)、營收和成長目標(47%)以及成本節省(46%)。  
 有效數位體驗策略的主要障礙是缺乏知識和缺乏投資，此外，專案的複雜性和技術不足也是關鍵挑戰。
- 內容** | 行銷人員在為組織的數位體驗開發內容時，最重要的因素是可擴展性和獨特性，其次是相關性。  
 SEO 優化的排名較低。預計明年對數位體驗交付最重要的渠道是社群媒體(54%)、電子郵件行銷(49%)和電子商務(48%)。
- 智能** | 行銷人員認為最重要的智能驅動因素是數據與分析，83% 的人認為這對數位體驗成功至關重要。  
 行銷人員認為**對組織數位體驗最有影響的 AI 案例是聊天機器人、獨特性和品牌智能。** 資料隱私問題和高昂的實施成本是 AI 實施的兩大障礙。
- 優化** | 數位體驗創新是 15 個驅動因素中卓越得分最高的，30% 表示在此領域表現卓越。行銷人員提到**數位體驗的前三大行銷 KPI 是社群媒體觸及率、客戶滿意度和客戶留存率。**





*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	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	2.99
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.67
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.93
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.87
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.13
6	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.09
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.97
9	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.92
10	豬哥亮經典秀蓓麗莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	0.84
11	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
12	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.76
13	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	國台語單元劇	0.75
14	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	0.74
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.71
16	2200我的成長台塑石油APP	FTV	資訊綜藝	0.67
17	姊妹亮起來娘家美日潤水妍	FTV	資訊綜藝	0.66
18	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	0.64
19	航海王25周年粉絲來信特別	TTV	卡通影片	0.64
20	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	0.63

### 有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球中VS澳	VLSPT	棒球	4.34
2	直24世界12強棒球日VS中	VLSPT	棒球	3.58
3	直24世界12強棒球中VS多	VLSPT	棒球	3.04
4	直12強看東森分組賽中VS澳	ET-N	棒球	2.80
5	直24世界12強棒球韓VS中	VLSPT	棒球	2.66
6	直12強看東森分組賽日VS中	ET-N	棒球	2.56
7	直24世界12強棒球韓VS日	VLSPT	棒球	2.30
8	直12強看東森分組賽中VS多	ET-N	棒球	2.04
9	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	1.86
10	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.85
11	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.68
12	直12強看東森分組賽韓VS中	ET-N	棒球	1.54
13	直12強看東森分組賽韓VS日	ET-N	棒球	1.33
14	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.02
15	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.01
16	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.99
17	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.95
18	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.92
19	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.89
20	2300聚焦新視界	ET-N	新聞性質節目	0.89



## 無線 TOP10

### 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.88
2	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.49
3	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.47
4	愛的榮耀安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.09
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.93
6	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.82
7	排球少年	CTS	卡通影片	0.79
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.75
9	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.74
10	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	國台語單元劇	0.73

### 25-34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	1.67
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.32
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.12
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.95
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.80
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.76
7	2200我的成長台塑石油APP	FTV	資訊綜藝	0.75
8	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.72
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.68
10	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	國台語單元劇	0.59

### 35-49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	1.58
2	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.50
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.49
4	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.45
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.13
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.10
7	航海王25周年粉絲來信特別	TTV	卡通影片	1.02
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
9	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.99
10	嗨營業中4	TTV	資訊綜藝	0.88

### 50歲以上

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	5.10
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	4.56
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.45
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.27
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.84
6	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	1.68
7	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.48
8	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	1.33
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.20
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.15



# 有線 TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球中VS澳	VLSPT	棒球	2.17
2	直12強看東森分組賽中VS澳	ET-N	棒球	1.98
3	直24世界12強棒球中VS多	VLSPT	棒球	1.97
4	直24世界12強棒球日VS中	VLSPT	棒球	1.69
5	直12強看東森分組賽韓VS中	ET-N	棒球	1.28
6	直24世界12強棒球韓VS日	VLSPT	棒球	1.17
7	直12強看東森分組賽中VS多	ET-N	棒球	1.14
8	直12強看東森分組賽韓VS日	ET-N	棒球	1.13
9	直12強看東森分組賽日VS中	ET-N	棒球	1.04
10	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	0.90

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球中VS澳	VLSPT	棒球	3.40
2	直24世界12強棒球日VS中	VLSPT	棒球	3.28
3	直24世界12強棒球中VS多	VLSPT	棒球	2.52
4	直24世界12強棒球韓VS日	VLSPT	棒球	2.15
5	直24世界12強棒球韓VS中	VLSPT	棒球	2.11
6	直12強看東森分組賽中VS多	ET-N	棒球	1.87
7	直12強看東森分組賽中VS澳	ET-N	棒球	1.66
8	直12強看東森分組賽日VS中	ET-N	棒球	1.58
9	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.36
10	直12強看東森分組賽韓VS中	ET-N	棒球	0.95

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球中VS澳	VLSPT	棒球	5.16
2	直24世界12強棒球日VS中	VLSPT	棒球	4.53
3	直24世界12強棒球中VS多	VLSPT	棒球	3.68
4	直24世界12強棒球韓VS中	VLSPT	棒球	3.62
5	直24世界12強棒球韓VS日	VLSPT	棒球	2.28
6	直12強看東森分組賽日VS中	ET-N	棒球	2.09
7	直12強看東森分組賽中VS澳	ET-N	棒球	1.76
8	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.41
9	直12強看東森分組賽中VS多	ET-N	棒球	1.35
10	直12強看東森分組賽韓VS中	ET-N	棒球	1.15

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直24世界12強棒球中VS澳	VLSPT	棒球	5.00
2	直12強看東森分組賽中VS澳	ET-N	棒球	4.39
3	直12強看東森分組賽日VS中	ET-N	棒球	3.87
4	直24世界12強棒球日VS中	VLSPT	棒球	3.86
5	直24世界12強棒球中VS多	VLSPT	棒球	3.51
6	直24世界12強棒球韓VS中	VLSPT	棒球	3.11
7	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.07
8	直12強看東森分組賽中VS多	ET-N	棒球	2.91
9	直24世界12強棒球韓VS日	VLSPT	棒球	2.85
10	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.70



# 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	0.76	0.32	0.40	0.38	1.29
TTV/台視	0.43	0.20	0.32	0.30	0.67
FTV/民視	0.33	0.04	0.10	0.14	0.63
CTS/華視	0.22	0.13	0.06	0.16	0.35
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	0.54	0.21	0.22	0.43	0.87
ET-N/東森新聞	0.51	0.20	0.21	0.33	0.86
SETN/三立新聞	0.42	0.11	0.12	0.23	0.77
FTVN/民視新聞	0.40	0.05	0.15	0.17	0.77
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.04	0.08	0.09	0.46
NTVN/壹新聞	0.18	0.06	0.06	0.13	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.04	0.06	0.12	0.26
UBN/非凡新聞	0.14	0.01	0.06	0.06	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.04	0.01	0.09	0.22
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.04	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	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	2.99
2	願望十全味噌	SANLI	1.85
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.99
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.85
5	台灣傳奇全鋒事業機場接送	FTV	0.75
6	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.73
7	第三次結婚	CTiE	0.65
8	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	0.64
9	大愛劇新四重奏	DaAi	0.63
10	1300愛的榮耀安美諾美白修	FTV	0.63

## 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.02
2	驚爆新聞線2200	SETN	1.01
3	新台派上線	SETN	0.95
4	台灣最前線	FTVN	0.92
5	關鍵時刻	ET-N	0.89
6	2300聚焦新視界	ET-N	0.89
7	非凡最前線	UBN	0.86
8	消失的國界	SETN	0.86
9	驚爆新聞線2100	SETN	0.74
10	54陪審團1500	SETN	0.74

## 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	2.67
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	1.93
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.87
4	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	1.86
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	1.68
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.13
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.09
8	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	0.92
9	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	0.84
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.76

## 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直24世界12強棒球中VS澳	VLSPT	4.34
2	直24世界12強棒球日VS中	VLSPT	3.58
3	直24世界12強棒球中VS多	VLSPT	3.04
4	直12強看東森分組賽中VS澳	ET-N	2.80
5	直24世界12強棒球韓VS中	VLSPT	2.66
6	直12強看東森分組賽日VS中	ET-N	2.56
7	直24世界12強棒球韓VS日	VLSPT	2.30
8	直12強看東森分組賽中VS多	ET-N	2.04
9	直12強看東森分組賽韓VS中	ET-N	1.54
10	直12強看東森分組賽韓VS日	ET-N	1.33





*PART FIVE*

# 藝人動態

- Dorian Idols



## 近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：中信兄弟在台中主場勇奪隊史第10座總冠軍，賽後全體隊職員、專屬啦啦隊Passion Sisters都到場中與球迷一同合影留念（圖 / 中央社記者趙世勳提供）

圖2：台中「封王遊行」，啦啦隊Passion Sisters崑崙（左起）、Julie、夏蕾一現身，象迷歡呼。（圖 / 記者趙容萱提供）

## 近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：岬岬（左起）、邊荷律(中間) 錄《飢餓遊戲》奮力闖關，邊荷律首登《飢餓遊戲》就餓到昏頭。（圖 / 中視提供）

圖2：昀二發行第一本寫真書《昀許曖昧：昀二 Yuner.22 寫真》，在博客來和誠品等網路書店一上架便出現缺貨情況，並舉辦了簽書記者會，吸引了近三百位粉絲前來支持。（圖 / NeoFashionGo & 華人世界時報 應瑋漢提供）



## 近期精彩動態：峇峇



圖1：峇峇在IG官宣自己將赴日，擔任秋田北部喜悅一日啦啦隊，許多日本網友表示期待。（圖 / 峇峇IG提供）

圖2：峇峇第三度參與封王遊行，途經洲際球場時聽到球迷高喊「快要到家」，令她相當感動。（圖 / 記者王真魚提供）

## 近期精彩動態：短今



圖1：短今拍攝最新一款寫真集的花絮短片，展現性感身材引起網友熱議，預計推出2025寫真桌曆。（圖 / 短今IG提供）

圖2：短今慶祝總冠軍賽首勝，與團員盈瑩拍攝舞蹈影片，辣翻大批粉絲。（圖 / 短今IG提供）

## 近期精彩動態：夏蕾/冼迪琦



圖1：奪下隊史第10座總冠軍，新生代啦啦隊成員夏蕾在場邊開心崩潰痛哭模樣也被拍下，引來超過10萬人朝聖（圖 / 夏蕾IG提供）

圖2：12強賽事冼迪琦受邀擔任「Premier 12 STARS」啦啦隊，挑戰南韓最難、最累舞蹈〈疾風街道〉片段在網路瘋傳，讓不少球迷跪了。（圖 / 冼迪琦IG提供）

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

