

# 宏將週報

## - Media Drive Bulletin -

Vol.2514  
03.31 ~ 04.06



Media Drive  
宏將傳媒

 <https://www.mediadrive.com.tw>

31 Mar, 2025

# WELCOME

## Contents



1

### 媒體放大鏡 Media News

2024年熱門串流作品擊敗魷魚遊戲是這部！

3

### 熱門話題 Hot Topics

Instagram 4月 #hashtag 排行榜

5

### 數位轉型 Digital Transformation

肯德基、Taco Bell 都在用 AI 個人化行銷

2

### 網紅觀察站 Influencer

2025/04 【投資類型】社群媒體帳號排行Top10

4

### 國際案例 Case Share

可口可樂重新推出「分享可樂」活動

6

### 收視調查 Ratings

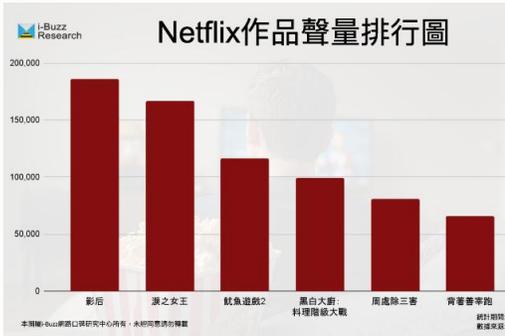
2025/03/31-2025/04/06



# 01

## 媒體放大鏡

## Media News



【2025/03/31, I-BUZZ】

## 2024年熱門串流作品擊敗魷魚遊戲是這部!

隨著影音串流平台OTT興起，觀眾觀影習慣逐漸改變。台灣有 49.9% 民眾願意付費訂閱OTT服務，顯示使用率持續攀升。根據國家通訊傳播委員會今年報告，台灣願意付費訂閱影音OTT服務的民眾較五年前成長30%，每日觀看串流影音時長達106分鐘。其中，Netflix為最多人訂閱的平台，佔44.8%，大幅領先其他競爭者。聲量趨勢圖也顯示，Netflix以壓倒性聲量穩居市場話題龍頭。

- **現象級作品是平台最重要的資本** | 2024年四月，Netflix韓劇《淚之女王》登上台灣排行榜首位多次，因顏值高、演技佳、劇情顛覆傳統韓劇設定，引發社群熱議。十月綜藝《黑白大廚》上線再掀高聲量，十一月調漲價格與台劇《影后》播出持續引發關注，年底《魷魚遊戲》續集上線更掀起討論熱潮。整體來看，Netflix的成功仍以優質作品為根基，可以發現它們多以戲劇類作為大宗。
- **綜觀Netflix 作品聲量 影后新聞討論度最高** | Netflix 討論熱度最高的台劇《影后》，新聞聲量相當於其餘四部總和，顯示台劇行銷仍以傳統媒體為主，如發布會與新聞稿。片頭曲(從未見過的海)由告五人製作，邀謝盈萱演出MV，傳唱度進一步擴大作品討論熱度。



【2025/04/01, 中央通訊社】

## YouTube擴大影片排序保護措施 避免青少年受影響

青少年使用社群平台和影音網站的時間越來越多，為提升青少年數位健康，YouTube今天公布全新家長指南，並針對青少年**推出額外的影片排序保護措施，更新各項產品功能**。陳容歆強調，讓青少年養成健康的內容消費習慣，需要平台、家長與青少年共同合作。

去年 YouTube 與兒少顧問委員會合作，辨識出青少年單獨觀看雖無害、但重複觀看恐致負面影響的影片類別，並制定初步保護措施，防範非肢體攻擊與體態比較等內容。目前**保護措施擴大，涵蓋更多高風險主題**，包括提供較不切實際或不良的財務建議，像是「快速致富」計畫；青少年犯罪行為、公開惡作劇、將青少年刻畫為惡劣形象，或鼓勵取笑他人等內容。

YouTube 也與美國心理學會 (APA) 合作發表**新家長指南，提供三大建議：重視影片品質、理解使用習慣、培養識別能力**，鼓勵青少年主動帶著目的搜尋資訊，培養批判思考，避免被動接收內容。同時提供「休息片刻」與「就寢提醒」工具，預設針對18歲以下用戶啟用，全螢幕提示他們停下觀看。休息提醒預設為每60分鐘，可調整；就寢提醒則會於指定時間出現，鼓勵休息。



### 十大台灣美食YouTuber

	網路聲量		網路聲量
1. 千千	17,789	6. 陪沈團	8,460
2. 詹姆士	14,964	7. 廚佛瑞德	5,363
3. 內內 Nene	13,528	8. 痛風老饕	4,758
4. 古娃娃	10,110	9. 蛇丸	4,559
5. 厭世甜點店	9,012	10. 那個女生 Kiki	4,541

【[2025/03/26, 網路溫度計](#)】

## 十大人氣美食YouTuber排名揭曉！

民以食為天！台灣身為「小吃王國」，對美食格外講究，無論是巷弄裡的無名小吃，或年輕人白手起家的質感餐廳，處處都是美食寶地。統計顯示，**全台與美食相關的YouTuber數量遠超其他類型兩倍**。在競爭激烈的美食YouTuber界，《網路溫度計DailyView》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》分析，盤點出人氣最高的十位台灣美食YouTuber，透過他們的鏡頭，一起發掘在地人最愛的隱藏美味！

- **NO.1 千千** | 「美食水水千千」是美食YouTuber的開國元老之一，擁有185萬訂閱數，成為第28位台灣百萬訂閱YouTuber。原本以大胃王著稱，近年轉型為美食開箱和探店影片，觀眾透過她的影片獲得紓壓和實用資訊。**千千的自然、不做作風格富有台灣味，增添親近感**。2018年創立美食品牌「水水灶咖」，推出的「千拌麵」廣受歡迎，也曾與全家便利商店合作推出聯名商品。
- **NO.2 詹姆士** | 「國民主廚」詹姆士近年進軍YouTube，憑藉《型男大主廚》等節目大增知名度。**他以幽默口才、親切形象及實用食譜迅速圈粉**。出身廚師世家的他，曾在法國研究西餐、在東京學習調理，並創立個人品牌，成為家喻戶曉的電視廚師。

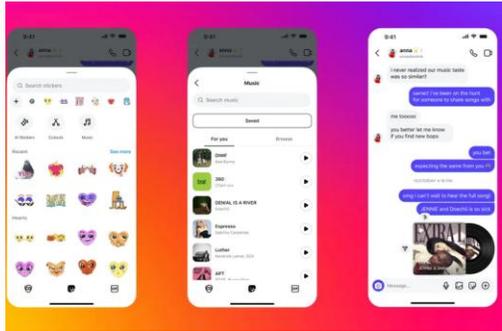


【[2025/03/31, 未來商務](#)】

## 社群神器大集合!品牌怎麼靠 AI 工具拚出轉換成效?

生成式 AI 興起後，社群行銷不再只是比貼文多寡與聲量大小，更講求即時趨勢掌握、快速內容製作、有效影響力串連，最終轉化為商業成果。一起看看，這些解方如何實際應用於第一線，為企業找出訊號、提升效率、拉近顧客關係，讓社群經營更具影響力與轉換力。

- **Qsearch-AI輔助社群營運的決策引擎** | 品牌追求數據洞察時，**關鍵不在資料量，而是能否快速找到「有用的訊號」**。在產品規劃與商機分析上，QSearch 運用 AI 語意理解深入剖析留言，提供內容再利用自動化解法，協助品牌將 KOL 體驗文分類上架，強化SEO並累積內容資產。從分類、語調到再製輸出，AI 協助行銷團隊以低成本持續創造價值。
- **Kolr-AI 驅動的網紅行銷決策平台** | 「行銷沒有對錯，只有轉換率好不好。」**過度集中同類型創作者易產生「業配感」，反之，跨圈層合作更具吸引力**。例如某美妝品牌與非美妝 KOL 合作，半年聲量突破 2,132 萬。奈米與微型創作者互動率高達 7.18%，為表現最佳族群。平台也可偵測買粉、粉絲結構，協助避開風險。Kolr 提供三步驟：觀察競品合作對象、關鍵字篩選、回測成效找出 MVP。



【2025/04/07, udn科技玩家】

## Instagram 4大「訊息」新功能 聊天自帶BGM

看到有趣的貼文想要立即分享給國外親友又怕打擾對方？Instagram 近期推出4項訊息新功能，讓大家不論是早鳥還是夜貓子，想傳訊的對象在哪個國家、時區，都可以不受時間地點傳訊表達心意、重要訊息不遺漏。

- **排程發送** | 長按發送鍵可設定訊息送出時間，**貼心避開對方休息時間**，如果打錯字也還有反悔機會，只要在訊息送出前，從聊天室底部查看排定的訊息，長按想收回的內容，就能隨時將它刪除。
- **訊息置頂** | 群組聊天室中可將**最多3則重要訊息釘選在上方**，**避免被洗版遺漏**，讓大家一眼看見聚會時間地點或提醒事項等資訊。
- **音樂貼圖** | 從貼圖中選擇「音樂」可分享歌曲，黑膠就會一邊旋轉一邊播放音樂，**讓日常聊天也帶有沉浸式BGM**。
- **訊息翻譯** | 新功能幫你解決語言隔閡，看到讀不懂的外語文字時，長按該則訊息並點選翻譯，文字下方就會跑出Instagram預設的偏好語言版本，**就像內建翻譯年糕，不再怕雞同鴨講**。



【2025/04/04, 琅琅悅讀】

## 古人也玩社群？Threads發廢文，還能LINE來LINE去！

近日新興社群平台 Threads 爆紅，操作簡單、鼓勵發廢文，吸引用戶互串交流。其實古人也曾社群成癮，**唐朝詩人間以「贈酬詩」互動，如同現代 LINE 聊天**，白居易、元稹、劉禹錫等詩人皆熱衷其中。

元和十二年，白居易與元稹分別被貶江州與通州，白居易寫〈夢微之〉詩寄思念：「你昨晚是不是想我了？不然怎麼會夢見你？」元稹則回詩：「夢見誰都行，就是夢不到你啊！」詩中流露兄弟情誼與分離惆悵。中唐「元白」詩友互動，既抒發心情又維繫友情，彷彿古代社群模式。白居易在〈與元九書〉中提及，自家詩作不僅成為朝廷選才範本，也被民間廣為傳唱，語氣帶著炫耀，顯示他對人氣高漲的得意。**中唐文人如同古代自媒體網紅，懂得用詩行銷自己，提升能見度，吸引更多「粉絲」，可見「社群經營」自古有之。**

從 Threads 熱潮到唐代詩人，我們看見了社群互動的本質從未改變——人們渴望分享、連結與被理解。只不過，現代人用推文與貼圖，古人則用詩與書信，穿越時空，都是一樣的社群心情。



【2025/04/07, I-BUZZ】

## 萌寵商機 + KOL行銷 = 買氣翻倍

全球寵物產業持續成長，台灣面臨少子化與超單身社會，越來越多人養毛小孩，貓狗飼養登記數已超過新生兒人口，112年全國飼養寵物戶數占28.3%。隨著寵物產業的發展，衍生出許多商機，如飼料、保健品、美容、保險等，寵物經濟正成為時代趨勢。

- **內容可愛吸睛、溫馨有趣，提升社群互動與擴散** | 寵物 KOL 以其療癒、趣味的內容，能夠迅速吸引觀眾目光。品牌可以透過這類 KOL，將產品行銷與可愛吸睛的內容結合。不論是開箱體驗、情境短片，或是寵物與飼主的溫馨日常。
- **高信任度與情感連結，強化品牌影響力** | 寵物社群擁有極高的黏著度，這背後來自於人們對寵物的情感投射——飼主將寵物擬人化，視為家庭的一員，並從中獲得情感慰藉。因此，當寵物 KOL 分享產品推薦時，粉絲也更容易產生信任與共鳴，進一步影響消費決策。
- **精準受眾，讓品牌觸及對的受眾** | 寵物 KOL 的粉絲多數也是寵物飼主，本身就是潛在消費者，透過寵物 KOL 的社群影響力，品牌能夠精準觸及對的受眾，透過寵物網紅的社群平台與飼主粉絲溝通，並藉由 KOL 的專業推薦，有效提升產品的轉換率。

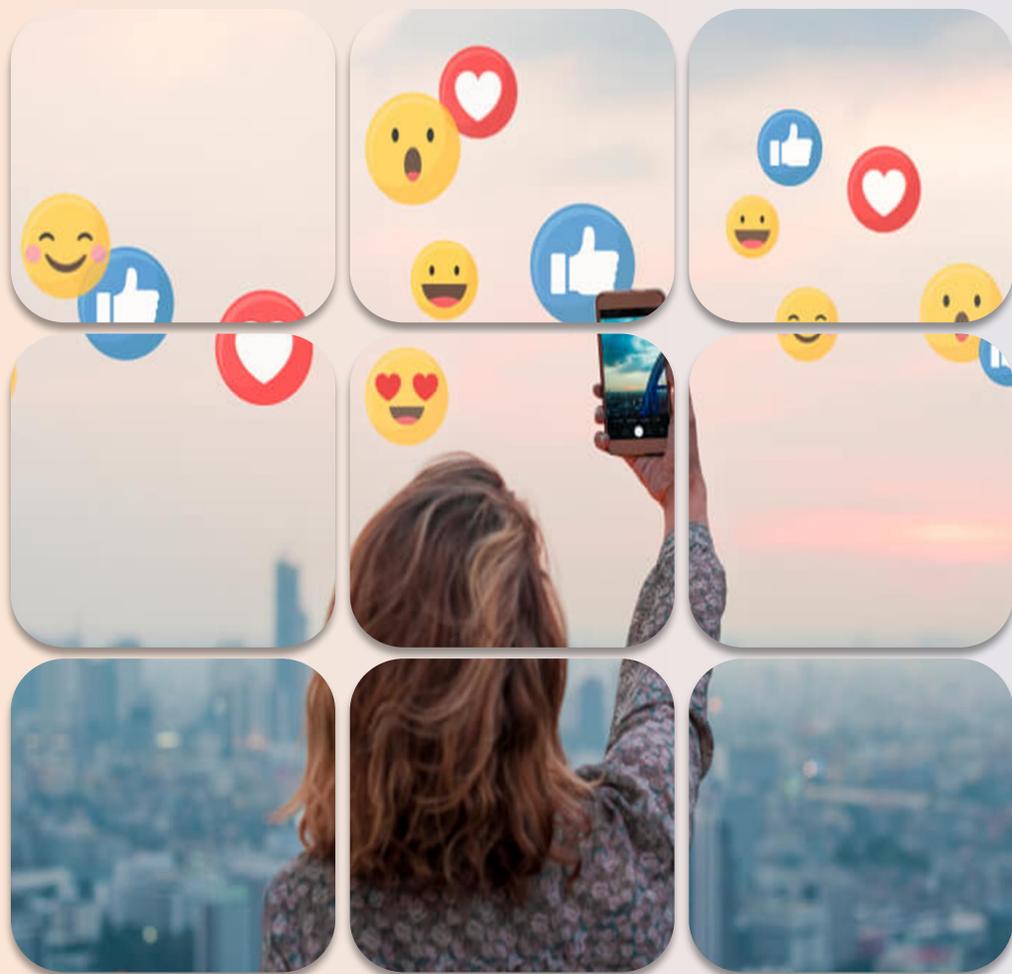
## 愚人節餐飲搶商機！盤點商家奇特商品

今天你被整了嗎！每到愚人節，身旁總有鬼點子多的朋友，或是趁唯一可以把「謊言合理化」的今天，偷偷表白。餐飲業也把握愚人節商機，推出奇特商品，竟把牛肉麵帶到飲料裡？還有長達60公分的蛋塔？愚人節到底怎麼來？

- **再睡五分鐘：牛肉麵奶蓋** | 真的不是愚人節整人企劃！YouTuber阿滴及滴妹打破手搖飲和中式餐點的框架，使用黃金比例調配的牛肉湯風味綿密厚奶蓋，頂部灑上乾燥蔥花更加提味，搭配上如麵條般Q彈、手工煮製10公分超長粉條，結合帶有焙火香氣的深焙烏龍，完美還原牛肉麵的鹹香濃郁，打破你的味蕾體驗！
- **COMEME：千層好長蛋塔** | 人氣可頌蛋塔品牌「COMEME」今年愚人節推出期間限定的「千層好長蛋塔」，長度相當於7顆蛋塔。
- **愚人節的由來** | 1564年法國國王查理九世將元旦從4月1日改為1月1日，許多人未能適應這一變化，仍在4月1日慶祝新年。其他人則半開玩笑地送“假新年禮物”，捉弄那些沒跟上新曆法的人，最終演變成今天的愚人節，專門用來整人和開玩笑。



【2025/04/01, 網路溫度計】



# 02

## 網紅觀察站 Influencer

## 【投資類型】社群媒體帳號排行TOP 10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">王亮尹</a> 195,948
 2	<a href="#">小雞投資</a> 176,284
 3	<a href="#">理白小姐</a> 147,031
 4	<a href="#">Angel Megan</a> 127,313
 5	<a href="#">上班不要看</a> 123,100
	<a href="#">薛小樂 · Simone希夢</a> 115,627
	<a href="#">HackBear 泰瑞</a> 94,302
	<a href="#">914理財日誌</a> 89,499
	<a href="#">亨利溫</a> 87,847
	<a href="#">Ryan爸爸理財誌</a> 68,089

Facebook 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">王董</a> 235,034
 2	<a href="#">十方富裕人生 (心靈 夢想 財富)</a> 221,926
 3	<a href="#">艾琳的日常 Erin's Diary</a> 184,008
 4	<a href="#">蕾咪 Rami</a> 116,037
 5	<a href="#">阿格力</a> 110,700
	<a href="#">艾蜜莉 - 自由之路</a> 108,168
	<a href="#">自由女神邱沁宜</a> 106,405
	<a href="#">上班不要看</a> 88,333
	<a href="#">Spark Liang 理財規劃師</a> 75,477
	<a href="#">JC 趨勢財經觀點</a> 71,414

Youtube 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">老高與小茉 Mr &amp; Mrs Gao</a> 1,639,305
 2	<a href="#">HackBear 泰瑞</a> 281,497
 3	<a href="#">小礦工挖挖礦小礦工挖挖礦</a> 180,726
 4	<a href="#">薑餅資</a> 126,468
 5	<a href="#">懶錢包 Lazy Wallet</a> 122,054
	<a href="#">上班不要看</a> 121,321
	<a href="#">郭哲榮分析師</a> 116,784
	<a href="#">邦妮區塊鏈</a> 101,292
	<a href="#">墨山貓</a> 100,872
	<a href="#">卡哇KAWA</a> 96,245



# 03

## 熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#taiwan
2	#ootd
3	#台北美食
4	#台中美食
5	#台中
6	#台灣
7	#台北
8	#taipei
9	#高雄
10	#高雄美食

## 4月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

**1**  **#taiwan**  
[派瑞 Perry Green](#)

 平均互動數 7萬  
 平均互動率 73.6%

**2**  **#ootd**  
[yitzenn](#)

 平均互動數 3萬  
 平均互動率 3.27%

**3**  **#台北美食**  
[阿華田的美食日記](#)

 平均互動數 3.7萬  
 平均互動率 13.4%

**4**  **#台中美食**  
[吃吃霞EatHa](#)

 平均互動數 6.5萬  
 平均互動率 16.9%

**5**  **#台中**  
[查壹茶](#)

 平均互動數 5.8萬  
 平均互動率 459%

**6**  **#台灣**  
[Ellery Icon aka...](#)

 平均互動數 3.3萬  
 平均互動率 10.5%

**7**  **#台北**  
[一抹甜食。抹茶控](#)

 平均互動數 3.3萬  
 平均互動率 16.6%

**8**  **#taipei**  
[安安旅途中](#)

 平均互動數 3.2萬  
 平均互動率 66.9%

**9**  **#高雄**  
[豪吃來吃](#)

 平均互動數 5.9萬  
 平均互動率 35.8%

**10**  **#高雄美食**  
[買在最低點](#)

 平均互動數 3.1萬  
 平均互動率 67.2%





# 04

## 國際案例

## Case Share

## 可口可樂重新推出「分享可樂」活動

可口可樂再次推出其經典的「分享可樂」活動，這次重點是強調分享性、客製化和數位體驗，目標是吸引喜歡數位互動的 Z 世代消費者。這次活動除了提供客製化的可樂瓶和罐子，還加入了 QR 碼驅動的數位平台，讓消費者可以進一步個性化他們的可樂產品，並創建和分享自己的視頻。

活動的其中一部分是「記憶製造者」數位體驗，鼓勵消費者創作並分享回憶影片，還有機會贏得前往夏威夷的旅行。此外，還有一個巡迴活動，會在全國的校園、體育賽事和音樂節等地方進行，讓消費者能夠親自體驗並個性化他們的可樂瓶。

這次的活動由 WPP Open X 創作，並會通過電視、網路視頻、社交媒體和戶外廣告進行宣傳。活動的最新影片創意，展示了三位年輕人透過數位圖標表達他們的情感，並在見面分享可樂後，這些圖標才消失。這支 45 秒的廣告背景音樂是《Sweet Disposition》，歌詞中描述的情感也與可口可樂品牌的「真實魔法」理念相呼應。

如果消費者找不到自己想要的名字，他們可以透過掃描 QR 碼，定制屬於自己的可樂瓶和罐子。這次活動不僅透過數位體驗來與消費者互動，也在實體場所如便利店和超市進行販售，提供更多元的參與方式。總結來說，這次的「分享可樂」活動不僅讓人們再次體驗可樂的樂趣，也把數位與現實生活結合，為品牌帶來更多的情感連結與消費者互動。

資料來源：[2025/03/26, marketingdive](https://www.marketingdive.com)





# 05

數位轉型

**Digital Transformation**

START

# 肯德基、Taco Bell 都在用 AI 個人化行銷



在數位轉型浪潮下，人工智慧 (AI) 已成為品牌行銷不可或缺的工具。《華爾街日報》報導，百勝集團 (Yum! Brands) 旗下的肯德基 (KFC) 與 Taco Bell 透過 AI 技術強化行銷策略，成功提升了消費者的購買意願，顯示 **AI 在品牌行銷中的應用正逐步改變傳統行銷模式**。

## 1. AI 驅動更個性化的行銷內容

AI 讓品牌能夠根據消費者的瀏覽記錄、購買行為與偏好，打造高度個人化的行銷內容。例如，Taco Bell 利用 AI 技術分析消費者在 **APP 上的點餐習慣**，並依據個人喜好推送專屬優惠，吸引消費者回購。提升消費者與品牌的互動率，進而提高銷售轉換率。

## 2. AI 強化數據分析與決策效率，提升品牌忠誠度

即時監測市場趨勢，並分析社群媒體評論、顧客反饋與銷售數據，以更快速的方式做出行銷決策。例如，肯德基運用 AI 分析門市與線上訂單的數據，確保促銷活動能夠精準觸及目標客群。

## 3. AI 預測市場需求，協助產品創新、市場推廣

不僅幫助企業制定行銷策略，還能預測市場需求，協助企業開發符合消費趨勢的產品。例如，Taco Bell 利用 AI **分析消費者對不同口味的偏好**，並根據數據開發新產品。當 AI 發現特定地區的顧客更偏好辛辣口味時，Taco Bell 便會針對該市場推出相應的限定產品，並透過 **AI 精準投放廣告**，提高新產品的曝光度。在市場推廣方面，肯德基也善用 AI 技術來提升廣告的精準度。例如，透過機器學習技術，AI 能夠**分析消費者觀看廣告後的行為反應**，調整廣告內容與投放時間，確保廣告能夠在最適合的時機呈現在潛在消費者面前。

隨著 AI 技術的不斷發展，未來行銷模式將更加智能化，為企業帶來更大的成長機會。



GOAL



# 06

## 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	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	3.04
2	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	2.85
3	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.64
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.43
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.77
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.12
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.01
9	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.88
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.80
11	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.76
12	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.76
13	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.75
14	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.74
15	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.66
16	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.64
17	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.63
18	1300好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	0.62
19	2000你好我是誰2	CTS	國語連續劇	0.61
20	1300好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	0.60

### 有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	2.23
2	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	2.04
3	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.89
4	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	1.88
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.11
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.09
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.96
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.94
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.92
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.90
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.89
12	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.88
13	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.85
14	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.82
15	54陪審團	SETN	新聞性質節目	0.82
16	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.81
17	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.79
18	火車來去狀元堂牛樟芝	SANLI	閩南語連續劇	0.75
19	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	0.73
20	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.73

# 無線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	1.77
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.49
3	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.41
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.04
5	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.90
6	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.84
7	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.80
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.73
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.70
10	醫學大聯盟蓓儷莎美學頭皮	FTV	競賽綜藝	0.67

## 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	1.62
2	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	1.36
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.36
4	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.30
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.04
6	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.77
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.74
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.62
9	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.61
10	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.59

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.12
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.84
3	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	1.76
4	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.35
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.23
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.16
7	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.08
8	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.93
9	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.78
10	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.78

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	5.14
2	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	4.45
3	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	4.34
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.10
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.15
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.77
7	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.73
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
9	1300好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	1.29
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.18

# 有線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大愛妮雅潔顏柔敏	SL2	娛樂綜藝	1.16
2	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	0.84
3	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	0.68
4	探索秘境無人島好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.64
5	日本秘境有房好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.63
6	2400夜市王盛好概念手竊飲	TVBSG	美食、旅遊節目	0.63
7	萌寵明星粗乃玩	TVBSG	美食、旅遊節目	0.61
8	猛毒最終章最後一舞	ET-WM	外片	0.59
9	靠這個人氣名店賺大錢	VLJP	資訊綜藝	0.56
10	1045食量驚人大胃王吃遍巨	VLJP	美食、旅遊節目	0.53

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	1.50
2	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.33
3	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	0.71
4	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.54
5	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	0.53
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.43
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.43
8	直24 25NBA勇VS湖	VLSPT	籃球	0.42
9	日本秘境有房好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.40
10	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.40

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	1.34
2	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.32
3	直24 25NBA勇VS湖	VLSPT	籃球	0.96
4	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.95
5	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	0.83
6	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	0.79
7	綜藝玩很大愛妮雅潔顏柔敏	SL2	娛樂綜藝	0.65
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.64
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.58
10	猛毒最終章最後一舞	ET-WM	外片	0.51

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	4.28
2	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	3.73
3	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.97
4	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	2.71
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.07
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.89
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.67
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.61
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.61
10	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.15

## 新聞類節目/頻道收視

無線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTV/中視	0.93	0.45	0.42	0.62	1.48
TTV/台視	0.46	0.27	0.33	0.34	0.66
FTV/民視	0.35	0.13	0.09	0.19	0.60
CTS/華視	0.25	0.20	0.12	0.19	0.36
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	0.58	0.18	0.24	0.47	0.91
ET-N/東森新聞	0.47	0.19	0.20	0.30	0.77
SETN/三立新聞	0.43	0.13	0.09	0.24	0.78
FTVN/民視新聞	0.39	0.06	0.16	0.18	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.28	0.04	0.08	0.15	0.50
NTVN/壹新聞	0.23	0.11	0.12	0.18	0.33
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.08	0.07	0.15	0.27
UBN/非凡新聞	0.17	0.02	0.08	0.11	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.17	0.08	0.08	0.14	0.25
SET-F/三立財經台	0.07	0.02	0.03	0.04	0.13
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02



## 類型節目收視率

### 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來格力空調	FTV	2.85
2	好運來萬士益冷氣	FTV	2.64
3	願望萬士益冷氣	SANLI	1.89
4	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	1.88
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.94
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.92
7	火車來去狀元堂牛樟芝	SANLI	0.75
8	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.73
9	墨雨雲間2100	CTV	0.66
10	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.63

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.11
2	台灣最前線	FTVN	1.09
3	新台派上線	SETN	0.96
4	話時代人物	SETN	0.90
5	少康戰情室	TVBS	0.89
6	驚爆新聞線2200	SETN	0.88
7	台灣演義	FTVN	0.85
8	驚爆新聞線2100	SETN	0.82
9	54陪審團	SETN	0.82
10	非凡最前線	UBN	0.81

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.04
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.43
3	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	2.23
4	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	2.04
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	1.77
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.42
7	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	0.88
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.80
9	嗨營業中5明星3缺1	TTV	0.76
10	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.76

### 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.01
2	直中職36年統VS中	VLSPT	0.79
3	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	0.73
4	直24 25NBA勇VS湖	VLSPT	0.71
5	型男大主廚SPI2RO雙藻錠	SL2	0.65
6	效廉出發吧台塑石油APP	STV	0.56
7	型男大主廚輝葉AI按摩椅	SL2	0.49
8	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.43
9	1700老闆好神一人食堂營業	VLJP	0.41
10	打破傳統料理新人王爭霸戰	VLJP	0.38

# Connect with us.

以上內容如有任何建議  
或相關訂閱事宜，歡迎與我們聯繫

## EMAIL

MediaResearch@mediadrive.biz

## SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

## CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部