



宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2516
04.14 ~ 04.20

WELCOME

Contents



1 媒體放大鏡 **Media News**

聯網電視與數位音訊：2025 品牌成長雙引擎

3 熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 4月 #hashtag 排行榜

5 消費者洞察 **Insight**

2025年網路購物消費調查：直播電商

2 網紅觀察站 **Influencer**

4月【3C家電】社群媒體帳號排行Top10

4 國際案例 **Case Share**

達美樂以「緊急披薩」活動帶動銷量

6 收視調查 **Ratings**

2025/04/14-2025/04/20



01

媒體放大鏡

Media News



【2025/04/16, INSIDE】

聯網電視與數位音訊：2025 品牌成長雙引擎

隨著消費者將更多時間投入影音與音訊，聯網電視和數位音訊成為2025年品牌行銷成長引擎。The Trade Desk 報告指出，台灣消費者有56%的數位使用在開放網路中，而不是封閉網路（如Fb、LINE等）。**台灣寬頻用戶中逾九成安裝聯網電視，六成以上用於觀看串流影音，其中52%為25-44歲的Y世代**，為品牌帶來行銷機會。而串流音訊快速成長，**台灣有八成使用音樂串流**，23%每日聆聽超過兩小時。消費行為變化，加上聯網電視與數位音訊的多重優勢，使其成為行銷重點。

台灣消費者選擇媒體時重視內容品質、多樣性與可信度。聯網電視與數位音訊可提供品牌安全環境，有效提升品牌好感，尤其在部分平台取消第三方查核的情況下更具價值。品牌可透過開放網路的全通路策略提升廣告成效。整合多平台資源進行投放，成功提升知名度與好感度。三通路重疊觸及者造訪率增423%、意願增140%，凸顯全通路策略的行銷成效。2024年是價值重估的起點，2025年聯網電視與數位音訊將成品牌成長的關鍵驅動力，成為行銷策略的重要一環。



網飛公司(NETFLIX INC) - 營業收入

● 單季收入 線 年增率(%)

年份	營業收入 (億)	年增率 (%)
2009	10	20
2010	20	100
2011	40	100
2012	60	50
2013	80	33
2014	100	25
2015	120	20
2016	140	17
2017	160	14
2018	180	12
2019	200	11
2020	220	10
2021	240	9
2022	260	8
2023	280	7
2024	300	7

資料來源: 優分析

【2025/04/18, 優分析】

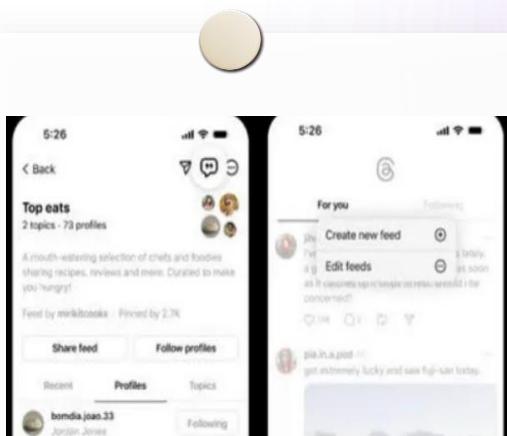
為什麼Netflix會是你最後才取消的訂閱？

Netflix公布2025年第一季財報，不僅超越市場預期，也再次展現在經濟不確定下的抗壓性。對關注「長期價值」的投資者來說，更關鍵的是，Netflix成功不僅靠訂閱收入，還包括廣告變現與全球用戶滲透能力。

- 廣告支援訂閱方案正在成長** | Netflix目前全球擁有超過3億用戶，訂閱與廣告帶來實質助力。2022年底推出的廣告支援訂閱方案，原為因應訂閱流失，如今成為長期增長動能。**用戶以「看更多廣告、付更少月費」為前提，目前在開放此方案的國家中，有55%新用戶選擇此低價方案，成效亮眼**。此方案不僅吸引在高通膨時代更重視價格的用戶，也為Netflix創造全新營收來源，預期全年廣告營收將近倍增。PP Foresight 分析師表示，Netflix已成為「最後會被取消的訂閱服務」。
- 全球串流市場：一場未完待續的長跑賽** | OTT平台成為驅動成長的火車頭。這類平台的年成長率高達22.7%。未來五年全球OTT市場的主要成長動能將來自亞太地區、中南美洲、中東與非洲。這代表Netflix若提供更多「在地化內容」，將能大幅提升市場的滲透率。



【2025/04/18, 數位時代】



【2025/04/17, 壹蘋新聞網】

Meta審查爭議掀台灣「FB難民潮」！

美國科技巨頭Meta針對台灣及香港等地區的熱門貼文進行審查，消息一出，紛紛選擇退出Meta旗下Facebook、Instagram、Threads等平台，跳槽到替代的其他社群平台。其中，「[Mastodon](#)」成為這波「FB難民潮」的接收站，約2萬名台灣用戶湧進。

- **Mastodon是什麼平台** | 中文意思為長毛象，是一個自由開源且去中心化的非營利微型部落格社群平台，用戶可以選擇自己喜歡的伺服器，並能跨伺服器與其他用戶交流，類似Gmail、Hotmail、Yahoo等電子郵件帳戶的運作模式，就像Gmail的用戶也能寄電子郵件給Hotmail用戶一樣，打破了傳統社群平台的限制，讓用戶能夠自由參與更多元的社群網路，拓展社交圈。
- **沒有演算法、廣告來亂！兼顧用戶隱私、資訊透明** | 每個伺服器可由個人或組織經營，自訂社群規則與管理政策，部分開放註冊，部分採邀請或審核制。允許任何人檢視、修改並建立自己的伺服器，促進社群貢獻與透明度。使用者可依時序查看貼文，自主掌控首頁動態，無演算法與廣告干擾。平台支援多元媒體貼文、投票、內容警告、自訂表情與無障礙設計，適合創作與播客分享。

Threads新功能一鍵搞定！追星、賞櫻都能分開看！

Meta旗下社群平台Threads宣布推出「[自訂動態消息](#)」與「[主題標籤](#)」兩大新功能，幫助使用者在資訊爆量的串文海中，快速鎖定個人關注焦點，不論是賞櫻、追星還是台股討論，都能更有系統地整理、分享與追蹤。

「[自訂動態消息](#)」是此次更新的核心亮點，用戶只要長按首頁的「[為你推薦](#)」或「[追蹤中](#)」分頁，即可建立個人化的動態分類。舉例來說，若近期關注日本各地櫻花盛況，只需新增「[日本賞櫻](#)」為新分類，並加入相關關鍵字與追蹤帳號，未來只要點進這個分類，就能看到所有與賞櫻主題相關的串文內容，省去反覆搜尋的麻煩，追話題更有效率。用戶還能選擇將這些客製化的分類設定公開，並透過串文形式與其他人分享追蹤清單，無論是K-pop愛豆、職棒啦啦隊，或是金融圈意見領袖，都能一鍵打包，與同好輕鬆共建話題社群。

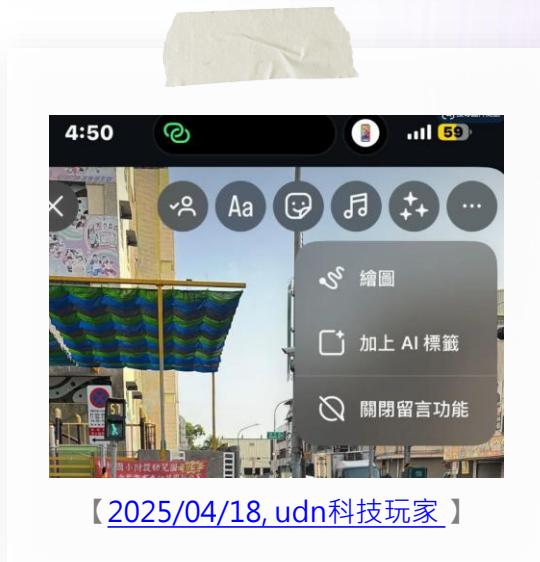
另一項新功能「[主題標籤](#)」則強化內容標註與串連功能，用戶發文時無需輸入「#」，只要點擊帳號旁的「[新增主題](#)」，即可自訂標籤或從熱門話題中選擇加入。多元主題快速聚合相似內容，也讓原本難以找到共鳴的討論圈變得觸手可及。



IG解鎖「強大新功能」排版有救了！

很多人都會用IG分享日常，過去IG貼文都是以正方形顯示，不過前段時間已經改成「長方形」了，進而影響到用戶的排版。如今，IG則推出「驚天動地新功能」，**網格的順序可以自己設定調整了！**

人氣社群經營者「電商人妻」在IG上，發文分享IG解鎖的「驚天動地新功能」，原來是IG可以自訂貼文順序了。[進入首頁的「編輯個人檔案」點按「編輯網格」，點按「編輯網格」後，只要按住貼文滑動，就可以調整順序和排版了](#)。她在文中寫道，官方近期開始測試「編輯網格」的新功能，這是她從經營社群開始，就一直在等待的功能，不過，此功能是「分批測試的」，如果還沒有拿到的話，就要再等看看了。過去要維持一致的版面風格，用戶常需刪除或隱藏舊貼文、設置貼文置頂或精心規劃連續發布的照片風格。如今，[這項新功能為版面設計帶來更多的彈性](#)。新功能曝光後，也引起網友討論，「我的可以耶」、「我需要這個」、「拿到了」、「終於！太好了」。也有網友許願，「比較想調限動精選順序」、「比較想要可以重新編輯新增照片」。



IG限動更新! 刪實用功能網友哀號 內行人1招救回

不少人常用Instagram分享照片，或是用限時動態快速分享故事，不過一名網友日前發現IG更新後默默在限動移除1項實用「儲存」功能，讓她一度以為「卡Bug」，引來不少網友實測，直呼真的沒了，不過還是有方法可以再次找回該功能。

一名網友在Threads分享照片表示，以往Instagram的限時動態在編輯完後，若不想發送出去，右上角有「儲存」功能可以直接存在手機相簿，不過日前IG更新後竟發現儲存功能消失，只能直接按「限時動態」發送出去，讓她以為自己「卡Bug」，卻釣出許多網友哀號「儲存」功能也消失了。有內行人表示，儲存功能還是可以找回來，只要到IG個人主頁的右上角點選「三」符號→典藏和下載→勾選「將限時動態儲存到影像膠卷」，就能將相片和影片自動儲存到手機的影像膠卷。

部分iOS版Instagram的限時動態確實沒有「儲存」鈕，但也有iOS版本的儲存鈕依舊存在，而Android版仍有儲存功能，而有網友表示，「在更新一次就可以了，我剛剛重新更新，又有儲存選項了。」目前尚未得知是否IG意外移除該功能導致。



[【2025/04/25, 網路溫度計】](#)



[【2025/04/14, 未來商務】](#)

穿球鞋的鯊魚爆紅成Z世代迷因新寵！

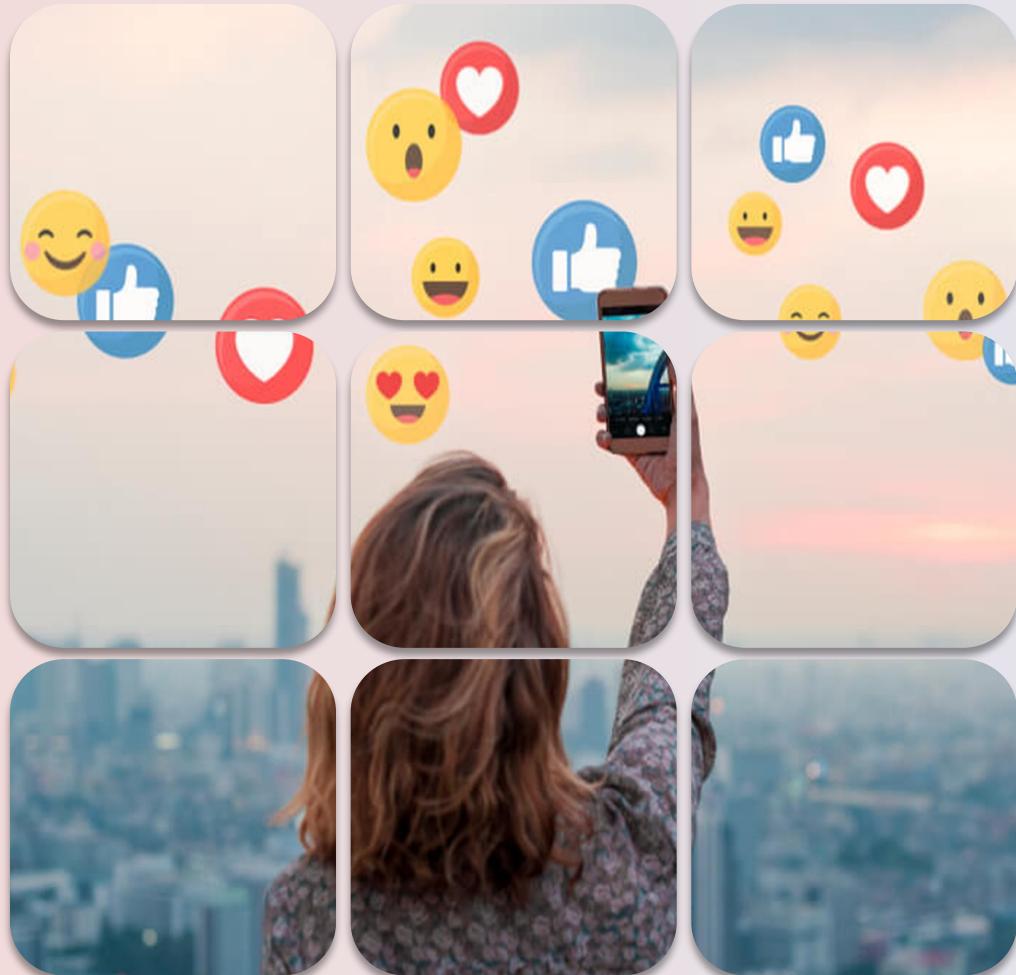
穿著球鞋的鯊魚？鱷魚變成轟炸機？沙漠中的仙人掌大象？你最近滑手機時，是否也被這些超現實、滿頭問號的AI圖轟炸過？這股以荒謬圖像與誇張義大利語音為特色的迷因風潮，今年年初在TikTok和Instagram竄紅，迅速洗版Z世代社群圈。

- 「**Tralalero Tralala**」從哪來？ | 當時TikTok用戶@eZburger401上傳了一支影片，內容是一隻穿著Nike球鞋的鯊魚，配上義大利語旁白「Tralalero Tralala」，荒謬程度直衝天際。雖然原始影片目前已遭刪除，但短短幾天內便被大量轉發、模仿，帶起仿效熱潮。
- 為什麼爆紅？ | 迷因圖之所以能迅速攻佔社群平台，關鍵就在於它們完美融合了AI生成技術、視覺衝擊力與純粹的荒謬幽默，恰恰打中了Z世代的「反邏輯」美學：不再執著於內容的深度，而是沉迷於「無厘頭到極致就是藝術」的表現方式。
- 「**Brainrot**」是什麼？ | 意指「精神或心智因長期沉迷於無意義內容而惡化」。若你每天都在滑抖音、看迷因、沉迷低刺激內容，你的大腦可能會因此而慢慢被「腐朽」。Z世代用行動重新定義「Brainrot」：成為擁抱荒謬、反擊過度理性的幽默方式。

打造完美IRL旅程！贏得粉絲黏著與社群擴散

在數位內容爆炸的時代，品牌如何抓住短暫注意力成為挑戰，因此越來越多品牌將行銷資源轉向IRL (In-Real-Life) 體驗活動。透過線下活動，不僅能建立情感連結，還能結合設計與社群策略，讓參與者成為數位傳播者，實現線上線下雙向影響。

- **比起預算，傳遞品牌價值更重要** | IRL體驗成功關鍵不在預算，而在於品牌能否傳遞價值與情感，建立真實連結。Netflix就是台灣市場的好例子，透過《魷魚遊戲 2》高雄沉浸式活動，成功引發共鳴與分享。成功活動常設計「拍照點」與「內容創造節點」。例如Stanley x Barbie 校園快閃店，透過打卡牆與挑戰任務，鼓勵學生分享，提升品牌擴散力。
- **創造分享動機，讓IRL在線上持續擴散** | 成功的IRL體驗要能在線上持續擴散。設計時應引導拍照錄影、提供話題與hashtag，結合KOL擴散，搭配優惠碼與連結，轉化為線上流量。IRL體驗比廣告更能激發用戶創作，關鍵在於創造「值得炫耀的參與感」。
- **掌握設計原則，打造完美IRL旅程** | 明確設定核心訊息與品牌角色，參與者感受是否與品牌價值一致，選擇適合的場域接觸目標族群。



02

網紅觀察站 Influencer



4月【3C家電】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1 李維夫人 Melody Liu	13,144,126
2 nexai.taiwan	1,896,377
3 Ru儒哥	1,076,460
4 LEAN	694,507
5 JJJason	537,031
金童	500,185
人生肥宅x尊	478,853
哈利	474,188
六指淵 Huber	463,253
沙漠	417,284

Facebook 口碑數量 TOP10

1 哈利	628,428
2 果妹	576,385
3 Johntool-工具王阿璋	237,326
4 我們倆	234,101
5 Men's Game 玩物誌	173,463
6 管麟KuanLin	172,521
7 Ru儒哥	155,835
8 六指淵 Huber	151,610
9 享受生活不無聊。規小孫	138,420
10 安于晴Charlene	124,803

Youtube 口碑數量 TOP10

1 人生肥宅x尊	762,561
2 Ru儒哥	638,161
3 Joeman	599,849
4 我們倆	506,119
5 壹加壹	347,970
6 六指淵 Huber	300,425
7 胡子Huзи	240,689
8 Huan	195,759
9 Benny	178,188
10 彼得森	176,460





03

熱門話題

Hot Topics



#hashtag排行榜

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

4月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10





04

國際案例

Case Share



達美樂以「緊急披薩」活動帶動銷量

2021年達美樂正處於疫情後的快速轉型期，而「緊急披薩」活動成為品牌歷年來最成功的行銷之一。

達美樂轉向以社群平台為核心的行銷戰略。招牌活動「緊急披薩」提供顧客在需要時免費兌換一份兩種配料的中型披薩。自2023年推出後，該活動持續進行多樣化版本，包含與 Netflix《魷魚遊戲》合作、以及在Twitch與Fortnite中推出聯名遊戲體驗。首波「緊急披薩」活動創下 50 億媒體曝光量，是達美樂史上最高紀錄，也強力帶動品牌會員計劃。其他知名行銷包含為《怪奇物語》設計的「心靈點餐」活動及應對小費疲乏、通膨壓力的多種創意提案。

在領導與策略面，達美樂在 2024 年 10 月提拔了原品牌長 Kate Trumbull 成為全球 CMO (行銷長)，想要讓全球的行銷溝通更一致。而代理商也協助品牌推出名為「Hungry for MORE」的策略，著重在打造好吃的食物、提升營運效率、創新的價值主張(如緊急披薩)及加盟商培訓計畫。

目前達美樂正積極建立會員制度、擴展第三方外送平台，以及開發新的電商系統，預計會在 2025 年正式上線。儘管去年第四季的同店銷售僅微幅成長0.4%，表現較平淡，可能是因外帶比重提高，外送變少，消費力較保守，但面對全球經濟放緩與消費者對價格更加敏感，達美樂將持續透過創新與社群佈局提升品牌關注度。



資料來源：[marketingdive 2025-04-07 / 2025-10-17](https://marketingdive.com/article/mcdonalds-emergency-pizza-campaign/)



05

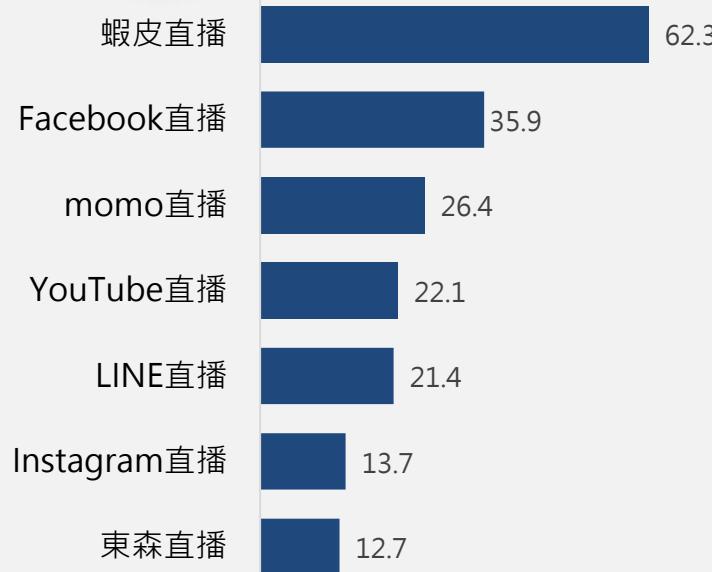
消費者洞察 Insight



2025年網路購物消費調查：直播電商

根據資策會產業情報研究所 (MIC)，2025年網路購物消費調查，7成看過直播電商，看過直播且有下單為31.2%。蝦皮為消費者主要觀看渠道，其次為Facebook跟MOMO直播；購買前三名為衣著、美妝、飾品，這些品類具強烈視覺效果，適合直播即時展示，易激發衝動購買；其次以醫療、清潔等生活用品穩居中段，在購買誘因調查，價格因素仍為影響消費者轉單的關鍵，而活動帶來的參與感及緊迫感能刺激消費者。

01 直播觀看渠道



02 購買產品類型



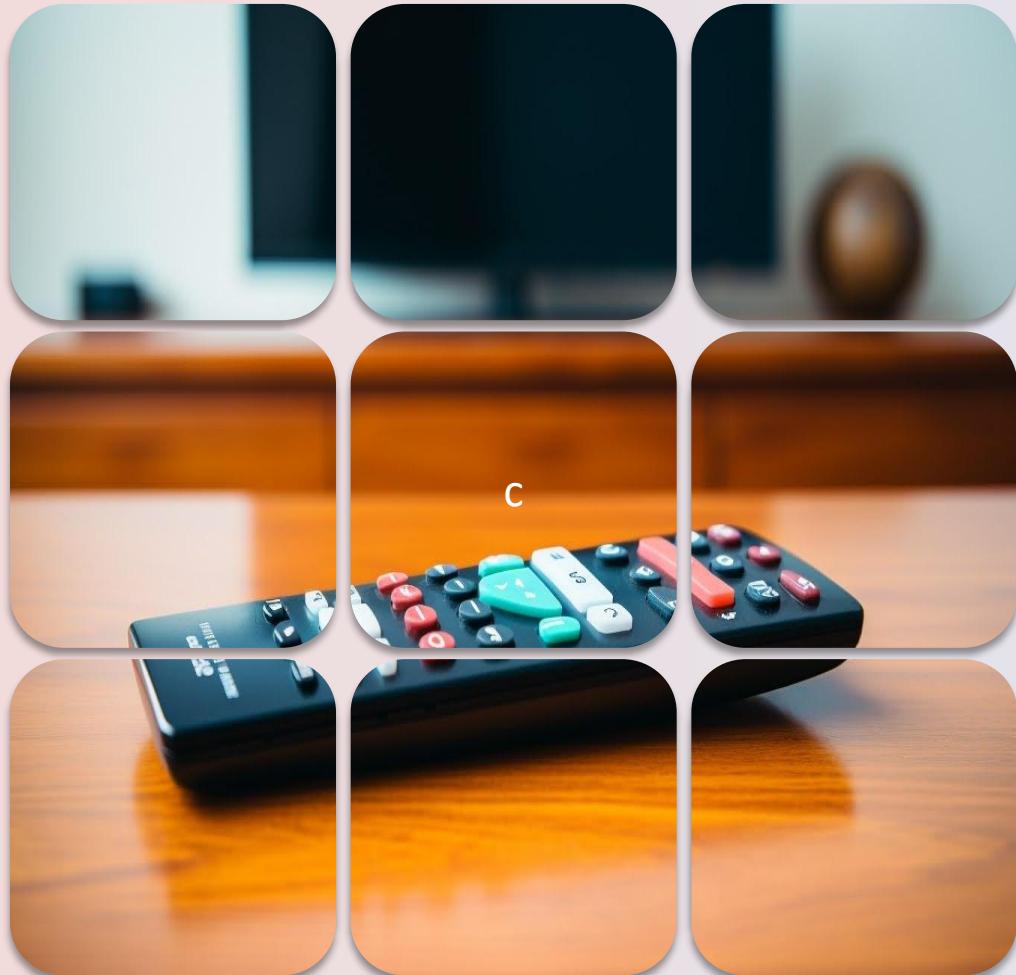
03 提升直播購買意願前三大因素

56.6% 價格因素 | 商品夠優惠

44.1% 活動因素 | 有限時、抽獎、遊戲

28.0% 品項因素 | 有獨家販售、限量品





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	2.78
2	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.77
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.26
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.11
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.30
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.09
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06
8	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.91
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.89
10	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.83
11	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.81
12	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.79
13	1300好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	0.68
14	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.67
15	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.65
16	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.64
17	1300天才衝衝衝愛妮雅化妝	CTS	競賽綜藝	0.64
18	姊妹亮起來伊絲碧媞逆齡肌	FTV	資訊綜藝	0.63
19	火車來去	CTS	閩南語連續劇	0.62
20	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.61

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	2.09
2	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	1.83
3	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	1.82
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.15
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.14
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.10
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.09
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.05
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.95
10	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.91
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.90
12	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.88
13	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.85
14	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.83
15	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.82
16	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.80
17	54陪審團	SETN	新聞性質節目	0.79
18	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.76
19	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.70
20	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	0.70

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.92
2	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.34
3	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.33
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.31
5	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.67
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.62
7	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.60
8	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.59
9	排球少年	CTS	卡通影片	0.59
10	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.59

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.80
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.77
3	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.56
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.29
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.12
6	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.06
7	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	1.01
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.97
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.68
10	火車來去	CTS	閩南語連續劇	0.68

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.04
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.86
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.84
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.83
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.82
6	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.80
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.79
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.72
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.72
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.65

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	4.66
2	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	4.64
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.85
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.82
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.87
6	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.56
7	1300好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.45
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.44
9	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	1.44
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.38

有線TOP10

15-24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	0.80
2	1900詹姆士出走料理台塑石	GTV-1	美食、旅遊節目	0.74
3	世界正美麗	GTV-1	知識資訊節目	0.65
4	1600創造營亞洲2	TVBSG	競賽綜藝	0.64
5	1730萌寵明星粗乃玩	TVBSG	美食、旅遊節目	0.64
6	1300食尚玩家天菜就醬吃	TVBSG	美食、旅遊節目	0.64
7	1400夜市王盛好概念手窈飲	TVBSG	美食、旅遊節目	0.64
8	1500夜市王盛好概念手窈飲	TVBSG	美食、旅遊節目	0.64
9	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.62
10	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.60

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	1.17
2	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	1.00
3	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.99
4	直中職36年台VS中	VLSPT	棒球	0.80
5	230057怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.79
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.77
7	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.76
8	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	0.69
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.68
10	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.65

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	1.27
2	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.79
3	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	0.68
4	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.56
5	火車來去狀元堂牛樟芝	SANLI	閩南語連續劇	0.55
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.53
7	直中職36年台VS中	VLSPT	棒球	0.52
8	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.51
9	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.44
10	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.43

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	4.09
2	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	3.26
3	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	2.78
4	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.20
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	2.04
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.01
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.92
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.81
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.40
10	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.20

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	0.96	0.50	0.39	0.66	1.52
TTV/台視	0.40	0.16	0.24	0.28	0.63
FTV/民視	0.34	0.11	0.09	0.18	0.59
CTS/華視	0.22	0.17	0.09	0.14	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	0.51	0.20	0.17	0.40	0.82
ET-N/東森新聞	0.43	0.21	0.13	0.29	0.70
SETN/三立新聞	0.39	0.09	0.07	0.26	0.68
FTVN/民視新聞	0.38	0.05	0.15	0.18	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.27	0.06	0.06	0.12	0.52
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.07	0.04	0.12	0.29
NTVN/壹新聞	0.16	0.07	0.04	0.13	0.26
UBN/非凡新聞	0.16	0.01	0.06	0.10	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.06	0.05	0.12	0.23
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.03	0.10
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	好運來萬士益冷氣	FTV	2.77
2	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	1.82
3	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.95
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.85
5	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.79
6	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.70
7	1300好運來萬士益冷氣	FTV	0.68
8	大愛劇九如一家人	DaAi	0.66
9	墨雨雲間2100	CTV	0.64
10	火車來去	CTS	0.62

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.15
2	台灣最前線	FTVN	1.14
3	驚爆新聞線2200	SETN	1.10
4	驚爆新聞線2100	SETN	1.09
5	新台灣加油	SETN	1.05
6	54陪審團1500	SETN	0.91
7	少康戰情室	TVBS	0.90
8	新台派上線	SETN	0.88
9	非凡最前線	UBN	0.83
10	世界翻轉中	TVBSN	0.80

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	2.78
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.26
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.11
4	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	2.09
5	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	1.83
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.30
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.91
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.89
9	嗨營業中5明星3缺1	TTV	0.83
10	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	0.81

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.09
2	直中職36年富VS中	VLSPT	0.82
3	直中職36年台VS中	VLSPT	0.60
4	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	0.59
5	型男大主廚輝葉AI按摩椅	SL2	0.54
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.51
7	直24 25NBA季後賽灰VS湖	VLSPT	0.50
8	效廉出發吧台塑石油APP	STV	0.49
9	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.45
10	直24 25NBA附加賽獨VS灰	VLSPT	0.45

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