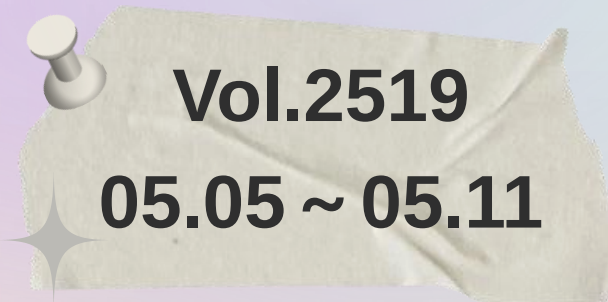




宏將週報

- Media Drive Bulletin -



WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

Netflix大升級！新功能亮點一次看

3

熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 5月 #hashtag排行榜

5

數位轉型 **Digital Transformation**

Levi's 轉型秘訣：如何克服數據挑戰並提升效率

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/05 【露營類型】社群媒體帳號排行Top10

4

國際視野 **Media Trend**

品質成為購買消費性商品關鍵因素

6

收視調查 **Ratings**

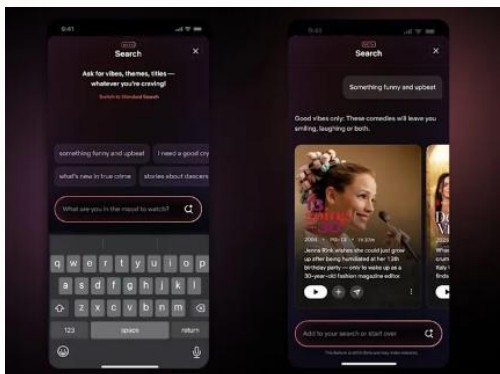
2025/05/05-2025/05/11



01

媒體放大鏡

Media News



【[2025/05/08, 數位時代](#)】

Netflix大升級！新功能亮點一次看

Netflix 近日宣布將推出全新的電視介面，並在手機 App 導入生成式 AI 技術，Netflix 產品長 Eunice Kim 與技術長 Elizabeth Stone 近日公布全新電視介面設計，強調更簡潔直觀，幫助用戶更輕鬆找到想看的內容。

- **全新電視介面，操作更直覺簡便** | 更新重點包括：片單資訊更顯眼，跟現有介面相比，**全新介面將把更多關鍵資訊置於顯眼位置，讓用戶在瀏覽片單時更好看見**。新增「艾美獎得主」或「電視節目排名第一」等標示，並提供更詳細的影片簡介；此外，原本隱藏在左側的「搜尋」與「我的片單」等選項，現已移至頁面頂端，提升操作便利性。
- **手機 App 新增 AI 搜尋、短影音也上陣** | AI 搜尋採用 ChatGPT 技術，**讓用戶能用更自然口語化的語言來搜尋影片**，例如「我想看輕鬆有趣的影片」，率先在 iOS 小規模測試。短影音功能則提供節目精華片段，**用戶可快速瀏覽、加入片單或分享**。Netflix 希望讓用戶能更快速、直觀地找到自己喜歡的內容。值得注意的是，Netflix 的競爭對手也開始在其平台中加入類似的 AI 搜尋功能。



【[2025/05/06, 數位時代](#)】

小資福音！YouTube Premium在台推出「雙人方案」

2025年5月6日，YouTube 正式在台灣推出全新的「雙人訂閱方案」，每月費用為 NT\$299。這項方案除了在台灣，同時也在香港、法國與印度等地區試行，旨在為用戶提供更具彈性的訂閱選擇。

- **雙人方案價格與定位** | YouTube Premium 近期在台灣的家庭方案漲幅超過 20%，讓許多使用者感到負擔增加。因此雙人方案的推出提供了更經濟實惠的選擇。重點是不需要湊齊多人分攤費用，從而減少了分帳的複雜性。
- **YouTube為何推出雙人方案？** | YouTube 推出雙人訂閱方案，並未全球同步上線，首波選在台灣、香港、法國與印度測試。根據發言人 Alex McQuiston 表示，是**為了提供更靈活且具價值的 Premium 訂閱方式，顯示 Google 正積極多元化其訂閱服務**。雙人方案包含 YouTube Premium 所有核心功能，如無廣告觀看、背景播放、影片離線下載，以及無廣告收聽、背景播放與音樂離線下載等。**此方案特別針對情侶、室友與小家庭設計，讓用戶可共同分享訂閱並分攤費用，提升整體使用彈性與吸引力。**



	Domain (100)	Traffic Share
1	google.com	36.38%
2	youtube.com	12.83%
3	facebook.com	5.17%
4	instagram.co...	2.76%
5	chatgpt.com	2.30%
6	x.com	1.94%

【[2025/05/10, 壹蘋新聞網](#)】

社群世代換主角！ChatGPT擊敗X 流量緊咬Instagram

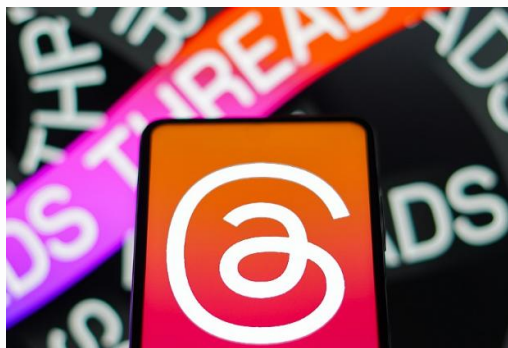
觀察每週流量分佈，**ChatGPT明顯在工作日(週一至週五)使用量最高，平均比週末高出約50%**。這種趨勢凸顯用戶已將ChatGPT視為日常工作、寫作、學習與研究的核心工具。從年初至今，ChatGPT流量快速增長。Similarweb指出，**今年2月起ChatGPT開始穩定超越X，與Instagram的差距已縮小至1,300萬次內**。雖然在行動裝置端Instagram仍具優勢，但在桌機與生產性應用領域，ChatGPT正急起直追，成長速度遠超社群平台。

根據Similarweb觀察，大多數ChatGPT使用者並不同時操作其他AI工具，展現出高忠誠度。相較之下，Claude與Perplexity用戶則較常多工具並用，例如86%的Claude用戶與74%的Perplexity用戶會交叉使用ChatGPT；反觀ChatGPT用戶中，僅有約4%曾經反過來使用Perplexity，足見其平台吸引力與穩定用戶基礎。ChatGPT的定位也隨著用戶行為悄悄改變：從新奇的聊天機器人，轉型為知識工作者與學生的核心生產力平台。**AI不再只是「有趣的技術」，而漸漸成為推動數位轉型的關鍵引擎。**

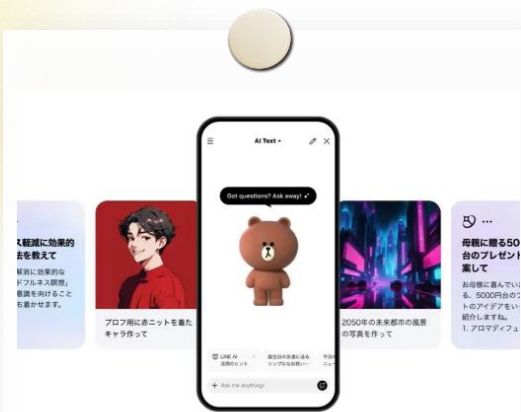
拋開寫作偶包！Threads發文必懂訣竅

Threads本質是介於對話與寫作間的短文字社群，在Threads更該講究的，是健談、流暢、真實。就像和朋友私訊聊天，想到什麼就聊什麼。如同輕鬆聊天室，不必拘謹，**內容著重自然表達，分享真實自我**，發文訣竅帶你一次掌握。

- **少修改、多發文** | Threads貼文是在讀者自己的動態牆上出現。代表這種看似「洗版」的連發，只有你在自己的空間才看得見，而所有讀者就像被隔音，動態牆只會出現演算法篩選過的內容，不會去顯示你的「連發」。它更像大家對話、聊天的場合。
- **把字寫短、寫碎、寫簡單** | 想吸引注意力，你的內容就要有效融入：寫短、寫淺、寫碎。先用短字詞、破碎段落，有效抓到讀者注意力，才能延伸。**瞄準「主軸、要點」引起讀者注意。**
- **連發短文，找目標** | 透過和社群對話，**用演算法搭配數據，迅速洞悉群眾的注意力趨向**。如果你的發文得到認同，讀者就會追蹤你。這樣你就知道哪些時事、話題能引發更多共鳴。找到目標之後把短文寫長，轉發其他平台。



【[2025/05/09, 數位時代](#)】



【[2025/05/07, 數位時代](#)】

LINE AI功能來了！聊天、圖片生成免費開放

LINE也有AI功能了！日本LINE Yahoo公司近期宣布，推出免費的「**LINE AI**」生成式AI功能，用戶不需要額外下載App，在**LINE 應用程式內即可啟動使用**。所有功能目前皆免費開放，但每人每日使用次數有限制。LINE AI有哪些功能？

- **AI文字對話** | 像和朋友聊天一樣，用戶可以直接向LINE AI提出各種問題，不論是資訊查詢、天氣、旅遊建議、知識問答，或單純閒聊，AI都能即時回應。**LINE AI的入口介面主要為日文，也支援如繁體中文、英文、韓文等多種語言**，直接輸入繁體中文提問，AI也會以繁體中文回應。LINE AI還可直接融入用戶的日常聊天、資訊查詢和分享交流中，不必在不同應用程式之間切換。
- **圖片資訊分析** | 可上傳產品、場景、品牌等相關照片，LINE AI將自動辨識圖片內容，提供產品名稱等詳細資訊。
- **AI圖像生成 (AI Canvas)** | 用戶可輸入文字描述及條件，由AI根據指令自動創作圖片。AI生成的文字、圖片除了下載自用，**還能直接一鍵分享給LINE好友、群組**。

2025年「Beta世代」正式誕生：什麼是Gen Beta?

隨著2025年的到來，我們即將迎來全新的Beta世代，這個新興世代，與目前已經活躍於社會的Z世代，有哪些明顯差異呢？

- **Beta世代的基本特徵** | **Beta世代將是第一個從出生起就完全沉浸在人工智慧環境中的「AI原生代」**，在科技無縫融入生活的世界中成長。他們將適應並自然使用自主交通、穿戴式健康科技與沉浸式虛擬環境，虛實之間界線模糊。
- **Beta世代與Z世代的關鍵差異** | **Z世代是首批數位原生代**，雖熟悉智慧型手機與社群媒體，但經歷過類比到數位的轉變，展現出多處理工能力；而Beta世代則是AI原生代，從出生起即生活在AI環境中，無需適應新技術，並以AI與人類共存為世界觀。價值觀上，Z世代重視多元、正義與環保，願為理念買單；Beta世代則將永續視為基本期望，氣候變遷成為核心議題。社交方面，**Z世代依賴社群媒體但易感孤獨，重視線上與線下互動**；Beta世代因父母對科技影響更警覺，**可能有更平衡的使用習慣**。消費上，Z世代追求真實與體驗；Beta世代則偏好極度個人化、數位與實體無縫整合的體驗，並將永續視為標準。



【[2025/05/12, 數位時代](#)】



【[2025/05/06, 未來商務](#)】

比折扣更高明！解析背後的「網綁定價」策略

你是否曾經只想買一個漢堡，走進餐廳看到「加 60 元升級成套餐」選項，讓你忍不住點了套餐？解析背後的「網綁定價」策略。

- **網綁定價策略** | 網綁定價策略是將多個商品或服務打包，以較單獨購買更優惠的價格銷售，具推廣新產品、加速庫存周轉與強化品牌忠誠度等效益。常見類型包括：純網綁，如Office 365，只能整套購買；混合網綁，如餐廳提供單點與套餐選擇，滿足不同需求；自定義網綁，如自由行套票或電信方案，讓消費者依需求選配，提升參與感並有助數據蒐集分析偏好。
- **消費者撿便宜、企業省成本** | 網綁定價不僅提升平均訂單價值與清理庫存，還能降低包裝與運營成本，並建立品牌定位與用戶忠誠度。企業可藉此推廣新產品。對消費者而言，**網綁提升感知價值、簡化決策流程，提升整體購物體驗，有效減輕選擇壓力。**
- **網綁經濟仍存在多種風險** | 網綁定價若未精算折扣，可能侵蝕利潤，提升銷量卻降低獲利；強制性網綁也易引發消費者反感，影響品牌形象。因此，網綁策略需精心設計，才能兼顧銷量與顧客滿意度，避免適得其反。



【[2025/05/09, YAHOO新聞](#)】

2025母親節行銷商機！三大策略助品牌精準觸及

整合行銷公司傑思·愛德威分析2025年母親節行銷趨勢，提出三大行銷策略，協助品牌在節慶商機中脫穎而出。透過數據驅動與創意策略，品牌可與媽媽建立深刻情感連結，打造難忘消費體驗。

- **母親節行銷新趨勢：情感、體驗與數位化並進** | 今年的母親節行銷聚焦三大趨勢：**情感共鳴、體驗優先與數位深化**。根據市場調查，**84.9%的媽媽喜歡觀看長影音內容**，如戲劇與綜藝節目，凸顯影音行銷的潛力；此外，媽媽對於社群媒體的黏著度高，**LINE、Facebook、YouTube的使用率均超過80%**，顯示社群媒體是品牌與媽媽互動的關鍵戰場。
- **三大行銷策略，助品牌搶佔母親節商機** | 母親節行銷應以情感為核心，**透過情感化影音內容觸動母愛共鳴**，提升品牌好感度；結合LINE等社群平台設計個人化互動活動，搭配即時回饋，提升參與與轉換率；並與母親族群信任的KOL合作，透過真實體驗、直播或短影音展示產品，增強信任與購買意願。整合數位工具與創意體驗，有助於建立品牌與媽媽族群的長期情感連結。



O2

網紅觀察站 Influencer

【露營類型】社群媒體帳號排行TOP 10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	雅尼克 Janik	691,482
2	sanyun_village	481,823
	Nancy Chen	200,837
	英雄日常Heroisme	191,837
3	komatsuii	186,110
	toyo_lab	152,141
4	宋學然	145,227
	小矮	144,403
5	TPK Photography	141,239
	妍甄Mika	136,575

Facebook 口碑數量 TOP10

1	寶智孔	345,088
	柴犬Nana和阿楞的一天	175,554
2	熱血史丹利大叔應援團	126,053
	劉宇珊	107,589
3	優尼太太	99,090
	烙野孩imyeahhi	96,609
4	鳥先生&鳥夫人	96,347
	憂娘駕駛	89,513
5	安苡愛	88,605
	AB Mom露營生活頻道	79,513

Youtube 口碑數量 TOP10

1	老婆大人	267,656
	英雄日常Heroisme	266,433
2	旅遊真台灣	242,367
	冠儀試車	150,936
3	那個釣魚頻道	142,146
	寶智孔	130,661
4	菜苔苔	120,559
	處女座媽媽的瑣碎日常	106,947
5	烙野孩imyeahhi	92,360
	Couple Kitchen	73,670



03

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#母親節
2	#reels
3	#ootd
4	#台灣
5	#taiwan
6	#川普
7	#搞笑
8	#shorts
9	#日本
10	#白沙屯媽祖

5月 #hashtag 互動最高內容TOP 10





04

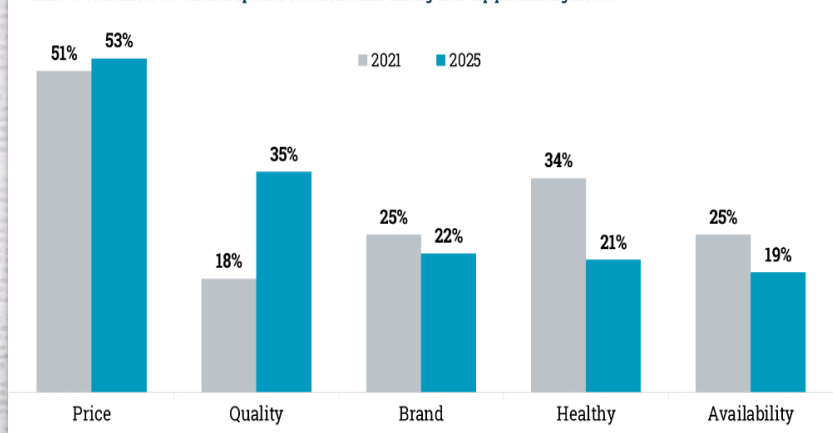
國際視野

Media Trend

品質成為購買消費性商品關鍵因素

Most Important Factors in CPG Purchase Decisions
"% share of consumers for whom a specific criterion ranks among their top purchasing factors"

marketing charts



品牌在消費性包裝商品（CPG）產業正面臨威脅。根據安永（EY）的一項調查結果，全球有三分之一的消費者表示，**品牌已不再是他們選購消費性商品時的重要因素**。價格仍然是消費者購買CPG商品時最看重的因素之一，有53%的受訪者認為價格是主要考量，比2021年的51%還高。

在美國，有65%的受訪者表示，為了價格更優惠，他們願意換品牌。不過，變化最大的是品質的重要性。將近35%的全球受訪者表示「產品品質」是他們購買時的重要考量之一，而2021年這比例僅有18%。

過去的研究也指出，**「產品品質」是消費者選擇品牌的關鍵原因之一**。在美國最近一項針對行銷長（CMO）的調查中，CPG產業的行銷長表示，未來12個月內，他們的顧客最重視的就是優質產品，甚至**超過了服務品質與低價格**。相對之下，「品牌」本身在消費者心中的影響力正在下降。全球有22%的受訪者將品牌列為主要購買考量之一，低於2021年的25%。

另外一個大幅下降的因素是「健康」。今年**全球僅21%的消費者將「健康」列為選購CPG商品時的首要因素之一**，遠低於2021年的34%。儘管消費者越來越重視產品品質，但他們對自有品牌（private label）商品的接受度依然很高。例如，有72%的美國消費者認為，超市自有品牌的產品與知名品牌一樣能滿足他們的需求。不過也有55%的美國消費者表示，在嘗試過自有品牌後，又會回頭購買品牌商品，其中有48%的人是因為覺得品牌的品質、口感或性能更好。



資料來源：[marketingcharts](https://marketingcharts.com) 2025-05-08



O5

數位轉型

Digital Transformation

Levi's 轉型秘訣：如何克服數據挑戰並提升效率



當前在 AI 浪潮席捲下，企業普遍意識到「以消費者為中心」的數據洞察能力，是推動精準決策與業務成長的關鍵。然而，如何有效處理資料、建立清晰的資料治理策略，仍是多數企業亟待解決的課題。以 Levi's 為例，過去以身為大型批發商和在百貨公司販售男性牛仔褲而聞名，正積極轉型為全通路零售商，並透過雲端資料平台的建置，克服資料分散、存取困難等挑戰，成功讓組織內部實現即時且一致的數據應用，展現數據治理對企業轉型與營運效率的深遠影響。

• 手握巨量資料資產，Levi's 優先處理哪些數據？

重點一：聚焦關鍵數據領域，從定價與消費者資料起步Levi's 擁有龐大的資料資產，但在數據轉型初期，選擇優先處理對業務影響最大的幾個領域，如「定價與折扣資料」及「消費者行為資料」。即便最初僅能進行基礎的價格彈性分析，已遠優於以往對第三方靜態資料的依賴。隨著資料量與品質提升，Levi's 的數據洞察也逐步深化，並成為跨品類開發的重要依據。

重點二：從小處著手、逐步拓展的轉型策略Levi's 在短短四年內完成數據轉型，關鍵在於「同步進行、分領域優化」的策略。從少數幾個資料領域開始，以7~8分完成度逐步拓展資料領域，不求一次到位，加速落實以消費者為中心的數據轉型。

• Levi's 數據策略解決 4 大資料痛點

1. 過去決策多靠經驗與直覺，缺乏即時資料支援，影響判斷品質。
2. 員工難以即時查詢與運用資料，資料團隊成為效率瓶頸。
3. 同一指標在不同地區定義不一，導致資料標準不一致。
4. 資料散落各系統，報表重複且難以建立統一分析架構。

• Levi's 的 AI 旅程進展到哪？

機器學習應用成熟：Levi's 已在價格優化、尺碼優化、顧客推薦等方面成功運用機器學習技術。生成式 AI 節省時間：目前生成式 AI 協助產品內容的初稿生成與翻譯，縮短商品上架時間，並確保符合品牌形象，但流程仍需人工參與。設計影響有限：目前 AI 尚無法捕捉牛仔布面料的細節，未來在設計上的應用仍處於探索階段，目標是讓設計師和各部門的協作更高效。





O6

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	3.13
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.95
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.23
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.16
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.52
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.23
7	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.04
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.96
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.94
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.90
11	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	0.83
12	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.82
13	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.80
14	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.79
15	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.78
16	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.71
17	醫學大聯盟蓓朵娜極光CC霜	FTV	競賽綜藝	0.69
18	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.66
19	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.64
20	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.59

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.40
2	願望IVENOR十時塑纖檸茶	SANLI	閩南語連續劇	1.90
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.76
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.21
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.10
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.09
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.06
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.04
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.91
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.90
11	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.89
12	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.88
13	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.86
14	台灣瘋媽祖	SETN	新聞性質節目	0.85
15	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
16	54陪審團	SETN	新聞性質節目	0.84
17	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.82
18	直24 25NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	籃球	0.81
19	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.81
20	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.75

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.53
2	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.25
3	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.13
4	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.05
5	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.04
6	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.01
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.93
8	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.64
10	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.61

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	2.08
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.07
3	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.83
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.31
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.31
6	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.12
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.07
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.04
9	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	1.01
10	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.99

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	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.13
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.01
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.98
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.95
6	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.93
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.84
8	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.76
9	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.70
10	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	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	5.24
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.74
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.89
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.47
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.96
6	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.58
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.56
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.45
9	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.45
10	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.43

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望IVENOR十時塑熾檸茶	SANLI	閩南語連續劇	0.97
2	2025火力全開台灣挑戰世界	VLJP	競賽綜藝	0.88
3	直中職36年台VS中	VLSPT	棒球	0.85
4	特映2025火力全開台好來	VLJP	競賽綜藝	0.70
5	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	美食、旅遊節目	0.69
6	全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.65
7	直24 25NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	籃球	0.65
8	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.64
9	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.61
10	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.61

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望IVENOR十時塑熾檸茶	SANLI	閩南語連續劇	1.30
2	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	1.18
3	直24 25NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	籃球	0.92
4	直中職36年台VS中	VLSPT	棒球	0.86
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.80
6	周處除三害	VLM	國片	0.79
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.75
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.73
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.72
10	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.67

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望IVENOR十時塑熾檸茶	SANLI	閩南語連續劇	1.43
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.23
3	直24 25NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	籃球	0.82
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.74
5	特映2025火力全開台好來	VLJP	競賽綜藝	0.64
6	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.61
7	打卡吧我的炫FOOD日記	EFNC	新聞性質節目	0.55
8	火車來去狀元堂牛樟芝	SANLI	閩南語連續劇	0.53
9	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.50
10	2025火力全開台灣挑戰世界	VLJP	競賽綜藝	0.49

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	4.48
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.31
3	願望IVENOR十時塑熾檸茶	SANLI	閩南語連續劇	2.74
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.06
5	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.76
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.70
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.64
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.60
9	54陪審團	SETN	新聞性質節目	1.54
10	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.32

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	0.50	0.45	0.58	1.51
TTV/台視	0.45	0.25	0.28	0.29	0.69
FTV/民視	0.34	0.09	0.13	0.13	0.62
CTS/華視	0.21	0.13	0.10	0.17	0.32
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	0.18	0.19	0.41	0.83
ET-N/東森新聞	0.48	0.23	0.19	0.31	0.78
SETN/三立新聞	0.42	0.14	0.07	0.24	0.75
FTVN/民視新聞	0.37	0.07	0.11	0.16	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.04	0.07	0.11	0.49
NTVN/壹新聞	0.19	0.15	0.06	0.14	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.18	0.05	0.05	0.12	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.04	0.08	0.12	0.26
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.06	0.10	0.26
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.03	0.04	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	2.95
2	願望IVENOR十時塑熾檸茶	SANLI	1.90
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.09
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.90
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.88
6	墨雨雲間2100	CTV	0.80
7	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.79
8	1300好運來大同氣密窗	FTV	0.71
9	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.59
10	火車來去狀元堂牛樟芝	SANLI	0.58

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.21
2	驚爆新聞線2200	SETN	1.10
3	台灣最前線	FTVN	1.06
4	新台派上線	SETN	1.04
5	驚爆新聞線2100	SETN	0.91
6	台灣演義	FTVN	0.89
7	54陪審團1500	SETN	0.86
8	台灣瘋媽祖	SETN	0.85
9	非凡最前線	UBN	0.85
10	54陪審團	SETN	0.84

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.13
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.40
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.23
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.16
5	超級夜總會	SANLI	1.76
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.52
7	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	1.04
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.94
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.90
10	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	0.83

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.23
2	直中職36年統VS中	VLSPT	0.82
3	直24 25NBA季後賽灰VS勇	VLSPT	0.81
4	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	0.74
5	直中職36年台VS中	VLSPT	0.71
6	直24 25NBA季後賽雷VS金	VLSPT	0.59
7	型男大主廚	SL2	0.58
8	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.58
9	效廉出發吧台塑石油APP	STV	0.45
10	直24 25NBA季後賽騎VS溜	VLSPT	0.41

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

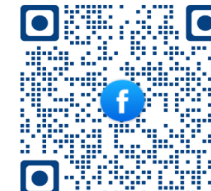
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部