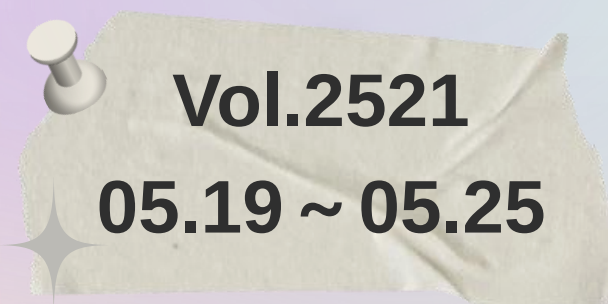


宏將週報

- Media Drive Bulletin -



Media Drive
宏將傳媒

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

28 May, 2025

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

跟上熱搜話題借力行銷 2025上半年搜尋趨勢大公開

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/05 【3C家電】社群媒體帳號排行Top10

3

國際案例 **Case Share**

孩子不想刷牙？高露潔拍出父母的日常奮戰

4

消費者洞察 **Insight**

2025年台灣影音觀看行為調查：YouTube使用習慣

5

收視調查 **Ratings**

2025/05/19-2025/05/25

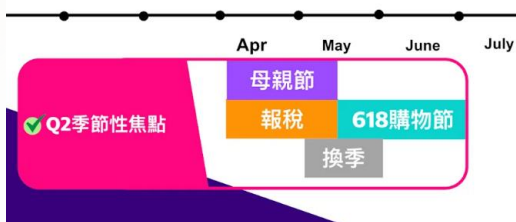


01

媒體放大鏡

Media News

2025上半年 Search消費趨勢



【[2025/05/26, YAHOO新聞](#)】

跟上熱搜話題借力行銷 2025上半年搜尋趨勢大公開

流行話題瞬息萬變，若能跟上熱搜字眼，行銷就能借力使力，贏得更多聲量甚至帶來轉換。

- **掌握季節搜尋焦點，帶動轉換成效** | AI、換季、家庭採購成熱搜關鍵，顯示消費者習慣用搜尋決策。節慶如女王節、母親節、618等仍是成長檔期。操作關鍵字搭配優惠，有效提升轉換。**掌握「選對字、說對話、提早卡位」三撇步搶佔流量。**
- **最新10萬大熱搜字，點出三大熱門議題** | Yahoo每月統計10萬大熱搜字，掌握市場需求助攻行銷。近期熱搜聚焦媽祖遶境文創商品與體驗行程、AI應用擴及創作與學習、川普關稅帶動保值型基金與信貸搜尋，建議廣告主**結合話題情境，提升關鍵字行銷效益。**
- **剖析六大熱搜產業，布局重點關鍵字** | Yahoo公布第二季六大熱搜產業為保健、美妝、零售、服飾、旅遊與金融，關鍵字聚焦免疫力、防曬、AI家電、涼感抗菌服飾等功能型產品，旅遊熱搜則以歐洲、小琉球、台南為主，金融因報稅與關稅議題帶動貸款與避險資產熱度。建議廣告主**掌握季節與生活升級趨勢，提早規劃關鍵字策略，提升轉換成效。**

Netflix影集都看膩了！眾追劇改用新平台

Netflix是目前台灣最流行的網路串流平台，每個月推出的新影集或節目，總是能在台灣掀起一波討論熱潮，現在也有許多業者搶攻串流平台市場，讓消費者有更多追劇方案可以選擇！近日就有民眾推薦使用「Max」平台，影片多且會員價格便宜，CP值相當高。

- **Netflix影集都看膩了！影迷追劇改用這平台** | 有網友在Threads推薦串流平台「Max」，表示高級方案月費299元，卡通配音與字幕完整，擁有《Ben10》、《德克斯特的實驗室》、《哈利波特》、《不可能的任務》等經典作品，引發熱議，**網友稱「CP值超高」、「卡通頻道就值回票價」、「偏美劇與DC英雄片」。**
- **Max影片數不輸Netflix！多部經典都能看到** | 「Max」是華納兄弟探索集團推出的串流服務平台，目前已在多處亞洲地區上線。Max主要結合HBO節目、熱門經典節目、院線大片和熱門經典節目，**匯集了HBO節目、哈利波特、DC宇宙、卡通頻道、華納兄弟、Discovery以及其他知名品牌與IP。**Joeman指出Max APP可以很直覺地點進影片分類，整體介面相當整齊，使用起來相對舒適許多。



【[2025/05/24, 今日新聞](#)】

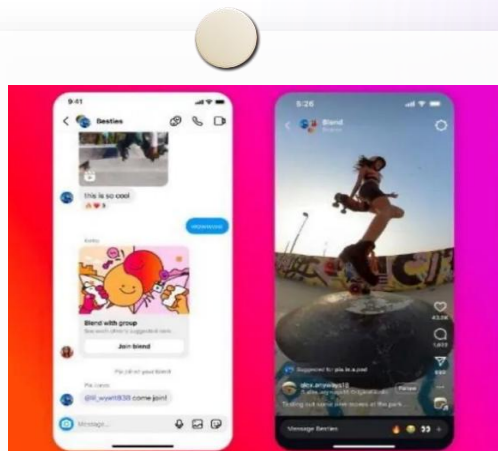


【[2025/05/20, 數位時代](#)】

Dcard無預警推出Premium方案！

社群平台 Dcard 正式推出全新訂閱服務「Dcard Premium」，旨在提供用戶打造個人化風格及無廣告的純粹瀏覽體驗。Dcard 官方表示，**Dcard 平台上約有 8 成使用者為 18 至 35 歲的年輕族群**，團隊透過平台數據與調查研究，深入掌握社群的使用行為與需求。

- **提供5大專屬功能** | 包括**無廣告**、**個性化頭像**、**專屬個人牆特效**、**自訂App圖示及新功能搶先體驗**。讓用戶可自由選擇是否去除廣告，可更專注於自己最感興趣的內容，打造純粹閱讀環境。新增多款可愛動物角色頭像供選擇，在保有隱私的同時表達個人特色，能自由更換 Dcard 圖示，展現使用者獨特風格。未來能優先體驗尚未公開的功能，成為引領社群趨勢的尊榮用戶。
- **主要鎖定年輕族群** | 提供月訂與年訂優惠方案，月訂原價新台幣 149 元，期間限定優惠新台幣 99 元，年訂原價新台幣 1,788 元，期間限定優惠每年 990 元。Dcard官方強調，**Dcard Premium 也將持續根據用戶回饋優化服務，並將陸續推出更多訂閱專屬功能**，為用戶帶來更進階的社群使用體驗。



【[2025/05/23, YAHOO新聞](#)】

IG聊天室升級！讓揪團聊天一秒開聊

Instagram宣布推出兩項全新聊天室功能，讓用戶在日常互動中更容易產生話題與快速揪團。**透過「短片聯集」與「QR碼邀請函」**，能進一步強化即時交流與社群連結能力，讓聊天室不再只是傳訊工具，而是好友之間的靈感集散地與活動策劃中心。

- **「短片聯集」功能,不再需要手動轉傳影片** | 讓用戶點選聊天室右上角圖示後，即可依共同興趣自動推播專屬Reels內容，如爆笑短片、景點、貓狗等，提升互動與共鳴。Reels下方也可直接傳訊，方便同步討論行程、約展、找美食。官方指出，Reels每日全球分享高達45億次，**新功能讓分享更個人化、更具互動性**。
- **「QR碼邀請函」為愛揪團的使用者量身打造** | 使用者可在聊天室設定中產生專屬QR碼，掃描即可自動加入對應群組，無論是生日派對、登山行程或臨時閒聊，都能一鍵召集眾人。**QR碼可儲存於手機、或透過其他社群平台轉傳，省去逐一邀請的麻煩**，大幅提高揪團效率。這項設計也讓主揪在安排活動時更省心，讓社交互動的門檻變得更低、更即時。



【[2025/05/26, 數位時代](#)】

AI也有人設？研究剖析AI內在性格

研究人員以測量人類價值觀的心理工具「PVQ-RR」為基礎，對9款主流大型語言模型（LLMs）進行測試，試圖理解這些模型在輸出內容中隱含的價值觀，結果發現這些模型普遍傾向表現出親社會價值觀，如關懷、公平與健康。

- **主流LLM展現社會親和力，Grok 2、Llama不照牌理走、重視創意** | 截至2025年4月底，多數模型重視普世價值如關懷與社會責任，較不重視權力與傳統等保守價值。在利他關懷、健康、自我導向等面向表現差異顯著，如GPT-4o具高度目標導向，Gemini則缺乏獨立性。Llama與Grok 2創造力高、規則服從低，適合創意任務；DeepSeek-V3與Mistral則穩定且重視規範，適用於高標準產業。研究指出這些價值傾向受數據與設計影響，並可供企業與開發者選擇模型時參考。
- **各模型人設特質** | **GPT-4.5**：展現仁慈、自我導向等平衡特質，整體穩定性佳。**DeepSeek-V3**：所有模型中最遵守規則者，但自我導向低，創意表現有限、靈活性較低。**Gemini**：關懷程度與自我導向都極低，適合追求中性、控制性輸出的場景。

怎麼用 AI 強化會員制？用法快速看

根據《CNBC》，沃爾瑪近50%電商銷售來自Walmart+會員，其購物次數與金額分別為非會員的2倍與3倍。成長長指出，會員制是提升消費頻率關鍵，顯示會員制度已成企業成長核心，關鍵在於有效經營與AI應用。

- **讓會員覺得品牌「記得他」** | 傳統會員制難以掌握顧客即時需求，但AI能動態理解會員生活樣貌與偏好。沃爾瑪運用AI分析購物紀錄與地點，預測購物場景並主動推薦商品，如超級盃前推薦派對補貨清單，強化情感連結與提升轉換率。
- **折扣不只是大降價，而是專屬優惠** | 許多品牌誤以為「給優惠」就是「經營關係」，但人人有折扣反而失去特別感。Pizza Hut 利用AI分析會員消費習慣與時間，客製化推送優惠，不再通用折扣。依顧客類型與時機精準推播，提高參與度與忠誠度。
- **搶救會員關係：在會員流失前就出手** | AI可透過資料預測流失風險，提早介入。美國電信商T-Mobile與OpenAI合作開發IntentCX平台，分析用戶互動數據，主動解決問題防止流失。利用深層數據強化客服，完善顧客旅程。AI讓品牌從被動管理轉向主動經營。



【[2025/05/19, 科技報橘](#)】



【[2025/05/26, 今日新聞](#)】

不是看訂閱數！台灣公認超強YouTuber是她

台灣YouTuber「孫女」訂閱數約60萬，但影片點閱率穩定且高，甚至有影片一天破百萬觀看，超越許多百萬訂閱網紅。網友認為孫女黏著度高、零負評且親民，影片水準優異，累積的街訪能力與節奏佳，吸引大量觀眾。她還成功打進長輩市場，獲得廠商青睞，成為黏著度高且受歡迎的頻道典範。不少網友紛紛回應「孫女的觀看數超穩定，零負評超級親民的」、「很多長輩都知道她是誰」。

- **訂閱數輸沒在怕！黏著度高** | 網友討論的YouTube頻道是「普通女子 孫女」，原本在另一個YouTube頻道「哈哈台」擔任主持人的角色，後來自立門戶開創YouTube頻道，經營快5年，已經累計58.9萬人訂閱。雖然說不見得在一票網紅當中表現出色，但是孫女的觀看「黏著度」卻高到非常離譜，孫女的多部影片觀看數完全超越自己的訂閱數。
- **台灣超強YouTuber拍什麼影片？頻道風格曝光** | 主要就是介紹許多一般大眾都不知道的冷門景點、職業、車站等等，透過到場介紹當地的特色文化、運用街訪或者專訪的模式，帶大家深入了解相關知識以及揭開許多神秘面紗，影片節奏非常棒也好看。



【[2025/05/21, 數位時代](#)】

玩具反斗城大改造！如何擄獲Z世代錢包？

老字號品牌玩具反斗城，五月中旬進駐西門町誠品，宣布今年底前還要新開6家店、讓營運據點重回20家大關，推出首家大人「IP+概念店」，不再迷信大店與高單價商品，鎖定Z世代客群，靠精緻時尚的潮玩公仔突圍。

- **推動品牌轉型 同時鎖定大人和小孩** | 蔡德彬擁有星巴克轉型經驗，2023年加入玩具反斗城後推動「玩趣生活」策略，強調國際品牌在地化。他鎖定大人與小孩，打造Kidult概念店並導入800個IP合作商品如ONE PIECE。改採小而美店型、強調互動體驗與打卡點，拓展成人市場，成人營收已占整體1/8並快速成長，顯示轉型初見成效。
- **台灣營收年增率達雙位數 成長居亞太市場之冠** | 玩具反斗城兼具通路與平台角色，即使與泡泡瑪特競爭也販售其商品，藉潮流玩具提升活力。蔡德彬強調盲盒公仔吸引來客、不佔空間，適合港台市場。玩具反斗城積極與Minecraft等遊戲合作推新品，台灣去年營收年增率雙位數，表現領先亞太，展現轉型成效。



O2

網紅觀察站 Influencer

5月【3C家電】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	nexai.taiwan	3,420,079
2	哈利	1,174,782
	許瑋甯	1,174,692
	魔法少女雞城武	831,045
	小豬豬的奇幻冒險	739,333
	LEAN	669,532
	oscar99918	564,762
	簡報仙貝 PPT.note	545,018
	曾博恩	539,574
	ten	527,316

Facebook 口碑數量 TOP10

1	果妹	686,473
	哈利	619,884
	驊哥電腦	447,006
	小豬豬的奇幻冒險	427,746
	HiNet光世代	421,332
	管麟KuanLin	417,886
	Johntool-工具王阿璋	235,123
	魔法少女雞城武	222,065
	Huan	187,333
	嵒嵒	165,965

Youtube 口碑數量 TOP10

1	吳奇軒	3,034,518
	Joeman	689,922
	壹加壹	359,110
	我們倆	316,370
	啾啾鞋	296,829
	進藤喜彥 Yoziness	278,029
	曾博恩	256,737
	胡子Huzi	246,319
	周伯謙 PAUL	241,562
	Huan	164,383



O3

國際案例

Case Share

孩子不想刷牙？高露潔拍出父母的日常奮戰



Colgate (高露潔) 最近在英國推出一支全新廣告活動，跳脫過去一貫強調潔白笑容的牙膏廣告風格，改以真實描繪家庭中早晚刷牙的真實情境為主軸。這支名為「Not Every Smile Starts as a Smile」(不是每個笑容一開始都是笑容) 的廣告，講述了許多家長每天面對孩子不想刷牙、鬧脾氣的日常，讓父母感受到自己「被看見」，而不再是被標準化笑容要求的對象。

這波廣告活動的時機點非常關鍵，因為根據英國的資料顯示，蛀牙仍是5到9歲兒童住院的主要原因之一，凸顯家長對兒童口腔護理存在諸多疑惑。為此，Colgate不只是拍出真實情境，更進一步推出專為兒童設計的牙刷與牙膏，並在廣告中設計了可掃描的 QR Code，讓家長能立即獲得實用的刷牙建議，協助孩子建立正確的口腔習慣。

除了宣傳新產品，Colgate也宣布將在英國額外捐贈2,300萬支牙刷與牙膏，持續推動旗下全球兒童口腔健康教育計畫「Bright Smiles Bright Futures」，展現品牌在公益與教育方面的投入與決心。VML France 的創意總監 Dimitri Guerassimov 表示，這支廣告不只是推銷產品，更是以情感為出發點，深入了解家長面臨的真實挑戰，讓品牌與觀眾建立更深層的情感連結。他認為，當品牌敢於呈現那些看起來可能「不完美」的情境，反而更能展現誠意與同理心，塑造出溫暖而可靠的形象。

過去牙膏廣告總是充斥著閃亮笑容與完美家庭，但Colgate這次選擇貼近現實，把產品置入鬧情緒、抗拒刷牙的孩子日常中，反而在競爭激烈、關注度低的牙膏市場中成功突圍。這種貼近人心的情緒溝通，遠比任何強調「成分」或「功效」來得有記憶點。



資料來源：[contagious](https://www.contagious.com) 2025-05-20



04

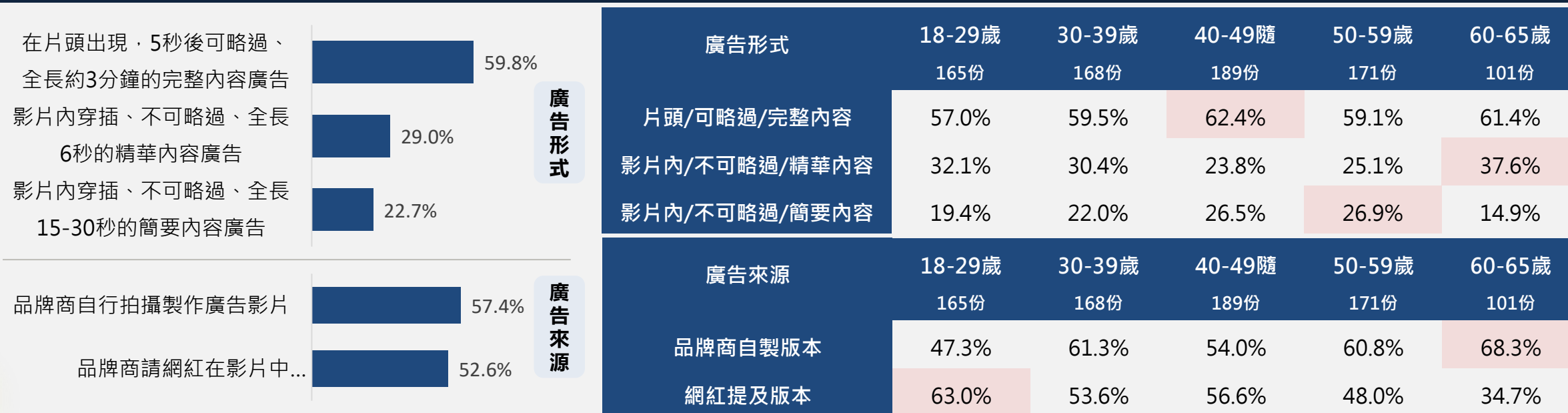
消費者洞察 Insight

2025年台灣影音觀看行為調查：YouTube使用習慣

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 2025年台灣影音觀看行為調查顯示，整體有59.8%的受訪者偏好「片頭、可略過、完整內容」的廣告形式，是最受歡迎的廣告呈現方式。在廣告來源方面，品牌自製內容與網紅合作版本皆具有吸引力，整體偏好比例分別為57.4%與52.6%。

從年齡層進一步觀察，18-29歲年輕族群中，有63.0%偏好由網紅推薦的廣告內容，而40-49歲則是最可能被「片頭廣告」吸引的族群(62.4%)。相對地，60-65歲觀眾則最傾向於網紅版本廣告(68.3%)，反映該年齡層對可信賴人物的關注與偏好。建議未來在做YouTube廣告溝通時，可依據不同年齡層的偏好差異，靈活調整廣告形式與來源，整合品牌主控內容與網紅影響力，提升觀眾共鳴與廣告成效。

請問以下哪種形式與來源的YouTube廣告，比較有可能吸引您去看廣告內容？(複選)





05

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	3.06
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.80
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.36
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.35
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.70
6	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.25
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.13
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.96
9	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.94
10	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.87
11	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.86
12	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.85
13	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.83
14	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.83
15	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.80
16	長樂曲2100	CTV	大陸劇	0.79
17	2000墨雨雲間2000	CTV	大陸劇	0.73
18	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.71
19	長樂曲2000	CTV	大陸劇	0.70
20	2000長樂曲2000	CTV	大陸劇	0.66

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	2.17
2	願望IVENOR十時塑纖檸茶	SANLI	閩南語連續劇	2.12
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.75
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.00
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.99
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.99
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.86
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.82
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.80
11	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.77
12	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.76
13	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	0.75
14	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.72
15	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.71
16	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.70
17	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.68
18	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.67
19	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.67
20	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.64

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	1.22
2	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.10
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.09
4	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.04
6	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.96
7	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.96
8	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.90
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.82
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.82

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	1.93
2	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.82
3	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.81
4	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.78
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.43
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.31
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.02
8	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.98
9	我們這一攤2萬士益冷氣	CTS	資訊綜藝	0.97
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.86

25-34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	1.71
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.23
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.98
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.96
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.85
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.77
7	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.70
8	長樂曲2100	CTV	大陸劇	0.66
9	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.62
10	星空下的黑潮島嶼	TTV	客語劇	0.62

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	5.31
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.51
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.09
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.06
5	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	2.21
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.88
7	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	1.64
8	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.62
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.55
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.40

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	1.22
2	1900台灣第一等萬士益冷氣	GTV-1	知識資訊節目	0.74
3	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.69
4	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.68
5	科技島的奇蹟	NTVN	新聞性質節目	0.65
6	1400重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.63
7	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.62
8	日本秘境住人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.59
9	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	美食、旅遊節目	0.58
10	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.58

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	1.29
2	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	1.05
3	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.87
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.75
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.75
6	綜藝玩很大愛妮雅潔顏柔敏	SL2	娛樂綜藝	0.70
7	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.66
8	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.60
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.59
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.56

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	1.66
2	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	0.78
3	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.65
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.64
5	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.55
6	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.50
7	火車來去狀元堂牛樟芝	SANLI	閩南語連續劇	0.48
8	咖啡控必看私房超搭美食	VLJP	美食、旅遊節目	0.47
9	2200好搭檔	GTV-D	韓劇	0.44
10	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.43

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	4.18
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.30
3	願望IVENOR十時塑熾檸茶	SANLI	閩南語連續劇	3.10
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.79
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.77
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.72
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.54
8	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.45
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.36
10	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.31

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	0.41	0.38	0.61	1.52
TTV/台視	0.44	0.22	0.30	0.31	0.67
FTV/民視	0.32	0.07	0.12	0.12	0.59
CTS/華視	0.24	0.13	0.09	0.19	0.37
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	0.53	0.18	0.20	0.40	0.86
ET-N/東森新聞	0.50	0.27	0.20	0.35	0.78
SETN/三立新聞	0.37	0.10	0.08	0.21	0.66
FTVN/民視新聞	0.33	0.06	0.12	0.14	0.62
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.08	0.05	0.11	0.42
NTVN/壹新聞	0.19	0.11	0.09	0.14	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.07	0.05	0.14	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.01	0.02	0.13	0.24
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.05	0.10	0.23
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.01	0.02	0.09
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	2.80
2	願望IVENOR十時塑熾檸茶	SANLI	2.12
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.00
4	墨雨雲間2100	CTV	0.94
5	1300好運來大同氣密窗	FTV	0.80
6	長樂曲2100	CTV	0.79
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.77
8	2000墨雨雲間2000	CTV	0.73
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.71
10	長樂曲2000	CTV	0.70

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2200	SETN	0.99
2	新台灣加油	SETN	0.99
3	台灣最前線	FTVN	0.94
4	驚爆新聞線2100	SETN	0.86
5	新台派上線	SETN	0.82
6	話時代人物	SETN	0.80
7	挑戰新聞	FTVN	0.76
8	非凡最前線	UBN	0.72
9	少康戰情室	TVBS	0.70
10	TVBS社會檔案	TVBSN	0.67

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.06
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.36
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.35
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.17
5	超級夜總會	SANLI	1.75
6	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	1.70
7	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	1.25
8	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	1.13
9	嗨營業中5明星3缺1	TTV	0.87
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.86

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.96
2	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	0.75
3	直中職36年富VS中	VLSPT	0.68
4	型男大主廚	SL2	0.59
5	直24 25NBA冠軍賽雷VS灰	VLSPT	0.53
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.50
7	咖啡控必看私房超搭美食	VLJP	0.42
8	2000效廉出發吧台塑石油AP	STV	0.36
9	直24 25NBA冠軍賽溜VS尼	VLSPT	0.34
10	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.32

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

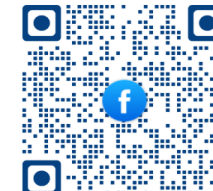
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部