宏將週報
- Media Drive Bulletin -

Vol.2523

06.02 ~ 06.08

Media Drive
宏 將 傳 媒

https://www.mediadrive.com.tw

11 Jun, 2025

WELCOME

Contents

1 媒體放大鏡 Media News

OTT助攻台劇出圈 音樂人搶搭夯劇順風車

2 網紅觀察站 Influencer

2025/06【籃球類型】社群媒體帳號排行Top10

3 熱門話題 Hot Topics

Instagram 6月 #hashtag排行榜

4 國際視野 Media Trend

用戶對 AI 更坦白，品牌研究更精準

5 數位轉型 Digital Transformation

從 Roblox 看年輕族群之創新行銷方式

6 收視調查 Ratings

2025/06/02-2025/06/08

01

媒體放大鏡

Media News

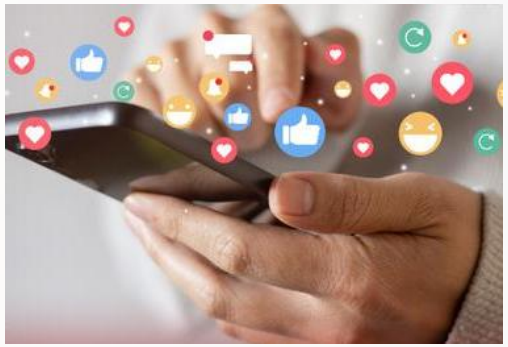
Media Drive
宏 將 傳 媒

【2025/06/03, 全球中央雜誌】

OTT助攻台劇出圈 音樂人搶搭夯劇順風車

OTT影音串流平台崛起，加上台劇類型多元，不只找回台灣觀眾的熱情，連帶整個華人圈及其他亞洲地區觀眾也被吸引。搭上這些戲劇的歌曲也像是多了雙翅膀，能夠被傳唱得更遠。像是電視劇《還珠格格》主題曲《當》的背景音樂；又或是改編自日本漫畫的台灣偶像劇鼻祖《流星花園》主題曲《流星雨》都是經典。

- **夯劇主題曲曝光度高 魔性洗腦攻占觀眾耳朵｜**歌曲結合影視能提升觸及率，像《華燈初上》助攻告五人《好不容易》爆紅、《周處除三害》帶動麋先生《壞蛋》熱度。經紀總監江季剛強調，**音樂與劇情搭配能讓觀眾不自覺愛上歌曲，達成一加一大於二的效果。**
- **台劇主動找樂團邀歌 老歌搭《影后》再度翻紅｜**江季剛分享，與《影后》《周處除三害》等劇合作，從被動等待到主動提案，甚至促成創作者面對面討論激發火花。Tizzy Bac除了經典曲《You’ll See》因劇再度被聽見，也創作《童話故事下集》主題曲《愛的多重宇宙》，透過與劇組深入交流，讓創作融入更大格局。**OTT平台興起也讓舊歌重獲新生，讓音樂在劇情中更具生命力。**

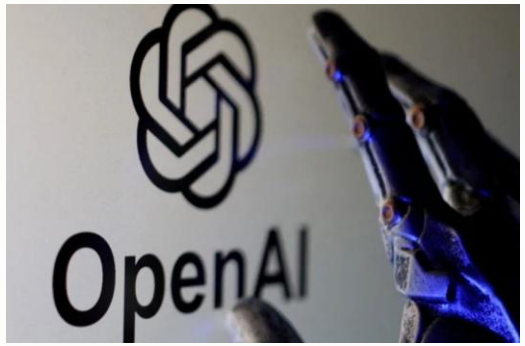


【2025/06/09, I-BUZZ】

社群媒體的萬人轉發不是靈感，而是套路!

社群媒體的快速傳播，讓「即時行銷」成為品牌搶佔聲量的關鍵戰場。QuickseeK 舉辦《輿情數據 x 即時行銷》講座，分享社群經營趨勢與技巧，解析品牌在即時行銷中的常見疑問。主題為《萬人轉發不是靈感，是套路！打造鄉民最愛的品牌小編》，強調透過策略性操作打造高流量內容，並分享實戰經驗與爆文秘訣。

- **跟風也有SOP！即時行銷的眉角與錯誤地雷｜**行銷是「動態的銷售行為」，**社群操作應善用跟風話題以提升互動**。發文時間差三天，流量可差五倍，證明即時行銷重在搶快。若無法及時跟風，第三天後不建議再發，否則易成無亮點內容。
- **爆文怎麼生？拆解高互動貼文的核心要素｜**即時行銷**應順應時事與熱門話題，避免爭議並強調原創**，像是中華隊奪冠或「山道猴子」案例皆成功搭上熱潮。講者提醒選題應與品牌受眾相符，**避免盲目跟風；操作老梗與諧音梗要具創意並迷因化**，才能突圍而出。節慶文需融入品牌特色與創意，否則效益恐下滑，若無創意又時間緊迫，可用贈獎提升互動。



【2025/06/05, 數位時代】

OpenAI付費企業用戶突破300萬 新增超好用開會功能

OpenAI於6月4日宣布，其**企業付費用戶已突破300萬，反映企業對其AI工具的高度需求**。這些用戶涵蓋ChatGPT Enterprise（企業版）、ChatGPT Team（團隊版）及ChatGPT Edu（教育版）等不同方案。營運長萊特凱普指出，ChatGPT作為消費者產品與企業解決方案雙線發展，形成良性循環。截至3月底，OpenAI每週活躍用戶數已達5億，並維持每週新增約九家企業客戶的穩定成長步調。

- **新增「connectors」（連接器）功能｜**讓用戶無需離開ChatGPT介面即可存取Google Drive、Dropbox、OneDrive等第三方平台資料；並推出深度研究連接器測試版，提升資料整合與應用效率。
- **新增「錄音模式」（record mode）｜可在會議中錄音、產出逐字稿，並整合內部文件資訊，進行有效內容追蹤與整理。**此功能也可透過Canvas工具轉換為文章或程式碼。目前錄音模式先開放給macOS的ChatGPT Teams用戶，後續將擴展至ChatGPT Plus、Pro、Enterprise及Edu版本。OpenAI透過功能創新與企業擴展，展現其在AI商業化發展上的領先地位與潛力。

【2025/06/02, 太報】

覺得「AI懂我」的不是Z世代？反倒是這族群

從Chat GPT 3.0問世迄今2年多過去，生成式AI已經陸續深入人們的生活，如今台灣民眾使用AI工具，以及對其有何看法？根據皮爾森數據公司進行的「生成式AI學習適應與衝擊調查」，不同於外界想像，**最認為生成式AI聰明、能理解意思的，反倒是30歲以上族群。**影響人們使用新科技與否的因素是什麼？簡言之就是：是否有用、好用。3成2民眾認為AI「很有用」、2成7覺得易於使用。

- **30歲後更覺得「AI懂我」？｜**對於知覺智能性，儘管整體仍是年輕者較高，然而30-39歲族群卻比18-29歲有更高比例屬於高知覺智能性，尤其在男性群體裡，18-29歲男性反倒是高知覺智能性比例最低的一群人。
- **年輕女性更挺AI？｜**18-29歲女性對生成式AI的知覺有用性與智能性均高於同齡男性，顯示**年輕女性對AI工具更具信心**。學者分析可能與數位教育改善性別落差、女性語言溝通能力較強，以及AI工具逐漸融入日常生活等因素有關。**而中年男性則展現「怕又愛用」的矛盾情緒**，靠AI「聊天即可」的易用性突破科技恐懼。此外，他人建議、社會形象、工作相關性與回應品質也影響使用意願。

【 2025/06/08, ETToday新聞雲 】

傳訊息「用LINE、IG」有什麼差異?

LINE、IG等APP都可以聊天，如果對一個人有好感，會用哪一個APP聯繫呢？近日有網友發文透露，她有看過好感對象用LINE，但是對方卻更傾向用IG聯繫她，因此她就想知道，大家覺得這兩個APP的差別？貼文曝光後，引起討論。

網友在Dcard發文，標題為「IG和LINE的差別」，她表示對某個對象有好感，但對方較常用IG傳影片或回限時動態，較少用LINE分享事情。雖然不論她用哪個APP，對方都回很快，但她認為LINE聊天較像「主動」分享，而IG則偏向「被動」互動，是因為看到什麼才想起她。她問過對方使用兩個APP的差異，對方說比較熟的人才會用LINE，她想知道大家看法。

貼文引發討論，**有網友認為IG比較好，可以分享更多東西，例如逛街看到適合對方的東西；也有人說通常喜歡的人會從IG轉到LINE，因為LINE較私人。**另有網友表示兩邊聊天可以分散沒話題的風險，但LINE聊更接近曖昧，LINE可以送禮物、貼圖，剛認識的人不會想加LINE，IG適合剛認識、沒太多話題的人，方便分享影片和看限時動態。

【2025/06/02, I-BUZZ 】

盤點網友最關注的情侶KOL 聲量好感度排行

相較於個人創作者，情侶 KOL 憑藉雙人互動的真實感與情感連結優勢，更容易吸引粉絲關注。若兩人個別就具有人氣，組合後的話題性更是加倍放大。不僅能延續原有的主題內容，還能自然延伸出情侶日常、感情經營、異國戀生活等熱門主題，激起網友強烈好奇心與代入感。透過網路聲量數據，分析情侶 KOL 在輿情中的好感度差異；探討他們在粉絲心中的影響力與品牌合作潛力。

- **NO.1 壹加壹｜**由情侶檔 Illy（一粒）和 Lean（令）組成，主要以輕鬆休閒風格分享情侶間兩人旅遊、品嘗美食料理與科技攝影的內容。社群媒體經營以 YouTube 頻道為主，從影片中**兩人真實的互動不難發現兩人彼此個性契合、相處默契絕佳，自然甜蜜的互動讓許多粉絲直呼是愛情的榜樣**！
- **NO.2 鐵牛＆婷婷｜**鐵牛＆婷婷已結婚七年多且育有一子，分享育兒日常和與老公的甜蜜互動，鐵牛 YouTube 頻道原經營遊戲電玩類內容，後多以家庭旅遊或兩人、親子間的互動日常為主要分享內容，**電玩宅男 vs 暖男奶爸的兩種形象反差格外新鮮有趣**。

【2025/06/03, 網路溫度計】

蝦皮618年中慶創意廣告爆紅 關鍵字戳中網友笑點

電商618年中大戰開打，蝦皮購物推出廣告，找來孫協志、姚淳耀、鍾佳播三人因外貌神似而合體。廣告以孫協志經典作《西街少年》為背景，重現帥氣騎單車送貨畫面，融入主題曲〈傳說〉歌詞及西門町「阿彌陀佛姐」彩蛋。**幽默懷舊元素引發網友青春回憶，影片24小時內突破近百萬觀看，創造跨世代話題。**

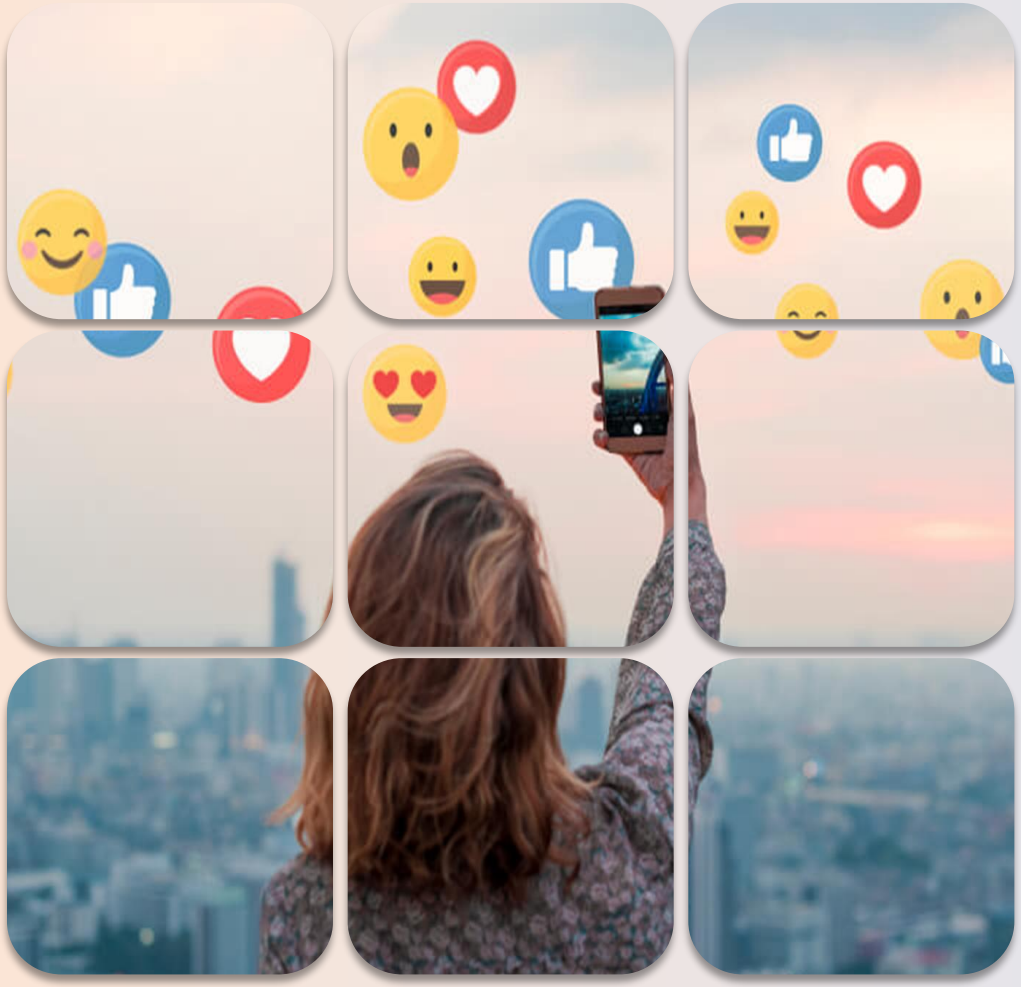
- **蝦皮神廣告引爆《西街少年》熱潮　網路聲量破2千筆｜**蝦皮廣告行銷迅速在社群發酵，小編在Threads大玩「蜘蛛人互指」迷因，分享**三人模仿影片引爆笑潮**。《KEYPO》數據顯示，6/1至6/3話題聲量達2,365筆，關鍵詞包括「笑死、撞臉、青春、懷舊」。網友熱烈回應「三個孫協志裡誰是真的」、「歡迎來到游亞魚宇宙」，甚至點名宋芸樺、夏于喬撞臉組合，蝦皮也幽默回「已提案」。
- **主打「今天訂，明天到」服務　蝦皮加碼6.6大順日免運優惠｜**蝦皮強調**「快速到貨」提升用戶體驗**。配合創意廣告，官網推出互動遊戲「誰是孫協志？！」參與即可領取優惠券，炒熱年中檔期。迎接「618全民年中慶」，打造高CP值購物盛宴。

【2025/06/04, 網路溫度計】

〈大展鴻圖〉是什麼梗？攬佬洗腦神曲席捲社群！

中國歌手攬佬的〈大展鴻圖〉引發大量翻唱、混剪和二創潮流，洗腦旋律在抖音、小紅書迅速擴散，成為近期話題最火的爆款神曲之一，也引發台灣網友熱烈討論。究竟是什麼讓這首歌如此特別？它又為何能在短時間內爆紅，一起來了解這首歌以及它背後的故事吧！

- **原唱攬佬是誰？獨特的「攬式孟菲斯」席捲而來｜**來自廣東惠州的攬佬SKAI ISYOURGOD，以融合孟菲斯說唱與東南沿海民俗文化的「攬式孟菲斯」音樂風格崛起。2024年專輯《八方來財》爆紅，歌曲〈大展鴻圖〉在Spotify累積超過600萬次收聽。儘管被戲稱為「抖音口水歌」，其歌詞實則蘊含深厚文化背景，描繪廣東富豪生活與地方信仰，展現強烈的在地色彩與個人記憶。
- **〈大展鴻圖〉為何爆紅？社群推波、歌詞魅力與文化融合｜爆紅關鍵在於其洗腦旋律與魔性歌詞、融合閩粵文化的「土潮」風格，以及短影音平台的強力助推，掀起翻唱與挑戰熱潮**。K-Pop粉絲更創意剪輯偶像影片與歌曲結合，增添幽默感與話題性。這些元素共同造就〈大展鴻圖〉迅速席捲社群，成為現象級流行。



02

網紅觀察站

Influencer

【籃球類型】社群媒體帳號排行TOP 10

Instagram 口碑數量 TOP10	
Eon	1,297,210
王亮尹	743,920
Natalia Manikhina	692,915
范淇詠	587,806
梓梓董梓甯	525,320
張安德	439,702
盧峻翔	398,151
柳昕	351,795
李恩菲x菲菲 Aviva	311,820
卓君澤	256,394

Facebook 口碑數量 TOP10	
梓梓董梓甯	535,975
體育大叔	362,385
連勝文	357,226
HBK	325,303
我只想寫寫體育	211,413
天堂鳥	117,609
李恩菲x菲菲 Aviva	115,081
汪沛璿HiJon	113,115
牙醫趙國翔醫師	108,753
王繁捷	93,568

Youtube 口碑數量 TOP10	
LCK-Carry	504,256
花式街頭籃球之王【小夫】	226,770
Jerry Bryant	218,001
我是RT	200,205
GM冠名播出	186,766
幾米 Jimmy	161,724
沙發人物誌	159,857
庫奇籃球的庫奇	125,539
GARY G腿講NBA故事	124,799
Hung Ku看籃球	116,421

資料來源：Kolr；趨勢分析-社群帳號排行(籃球)；最後更新日期：2025年6月

03

熱門話題

Hot Topics

5月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

#hashtag排行榜	
排名	Hashtag
1	#taiwan
2	#ootd
3	#台灣
4	#台中
5	#台中美食
6	#台北美食
7	#台南
8	#搞笑
9	#高雄
10	#端午節

1

#taiwan

我是路易

平均互動數 7.4萬

平均互動率 30%

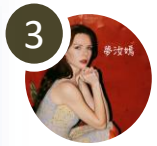
2

#ootd

醫生叔叔

平均互動數 3.3萬

平均互動率 26.4%

3 

#台灣

烏克蘭姐姐

平均互動數 6.4萬

平均互動率 89.2%

4

#台中

台中時事

平均互動數 2.1萬

平均互動率 12%

5

#台中美食

老咩吃美食

平均互動數 11.7

平均互動率 53.5%

6

#台北美食

大食女

平均互動數 4.5萬

平均互動率 10.3%

7

#台南

徐文良

平均互動數 2.5萬

平均互動率 31.3%

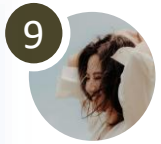
8

#搞笑

王惟漢Kevin

平均互動數 11萬

平均互動率 242%

9 

#高雄

Akiko Lin

平均互動數 2.2萬

平均互動率 35.3%

10

#端午節

柯基犬

平均互動數 13.6萬

平均互動率 25.1%

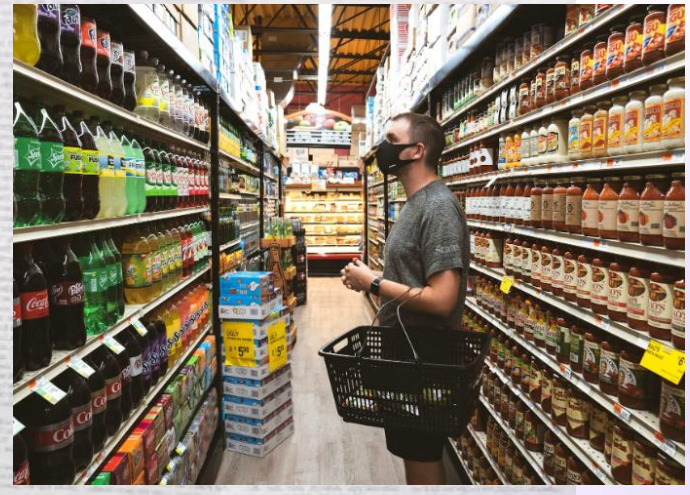
資料來源：Kolr；趨勢分析-hashtag排行；最後更新日期：2025年6月

04

國際視野

Media Trend

用戶對 AI 更坦白，品牌研究更精準



生成式 AI 正在重塑品牌進行市場研究的流程，從資料收集到分析與決策，**不僅速度更快、準確性更高，甚至讓受訪者更願意說出真實想法。**行銷策略與洞察公司 GBK Collective 的最新調查顯示，越來越多研究人員和品牌正積極擁抱 AI，因為它**不只提高效率，還能解鎖過去難以獲得的深層洞察**。

- **近半數市場研究人員已應用 AI |** 根據《哈佛商業評論》報導，GBK Collective 調查顯示，45% 市場研究人員已使用生成式 AI，另有 45% 計劃未來採用。儘管逾 70% 對資訊偏誤與資安風險有疑慮，但 **62% 的使用者用 AI 整理逐字稿、58% 分析資料、54% 撰寫報告，普遍認為 AI 有助聚焦高價值任務並提升準確性與工作品質。**
- **AI 不只提升速度，更帶來全新研究模式 |** 雀巢品牌（Nestlé）導入 AI 訪談平台 Outset.ai，讓市場研究流程大幅升級，旗下品牌如 Coffeemate、Stouffer’s 也已採用該平台進行新產品測試。AI 能自動呈現概念、提問並深度對談，快速產出量化與質化兼具的結果，資料量更是傳統方法的兩倍以上。雀巢已在 5 國、7 品牌、逾 100 專案應用該技術。**受訪者面對 AI 較無社交壓力，反更願意敞開心扉**，也讓研究人員不再需在調查規模與深度間取捨。
- **用 AI 打造「虛擬受訪者」，更早找出市場需求 |** AI 除了與真實使用者互動，也能創造「合成資料」預測市場反應。新創 Evidenza 與安永合作，運用生成式 AI 建立虛擬 CEO 並回答問卷，結果與真實回覆高達 95% 一致。企業未來可結合自家數據，訓練專屬模型進行 A/B 測試、文案驗證與情境模擬，快速取得大樣本結果。儘管人類創意無法取代，AI 已成解決資料過多、人力不足的關鍵工具，重新定義品牌與用戶溝通方式。

資料來源：20250603, 科技報橘

05

數位轉型

Digital Transformation

START

從 Roblox 看年輕族群之創新行銷方式

遊戲平台「Roblox」廣受年輕世代支持，除遊戲本身之外，已逐漸成為新興的社群平台，在銷售與廣告投放上的影響力也與日俱增。許多企業與品牌為欲先搶攻市場，紛紛積極在 3D 空間當中創造出與年輕族群之間的連結。本文從 RDC 2024 開發者大會中 Roblox 所做的發表，觀察企業與品牌連結年輕族群的創新行銷做法。

- **87% 使用者樂見影片廣告，Roblox 展現強勁成長潛力**

Roblox 是跨平台 3D 遊戲串流服務，被譽為遊戲界 YouTube。 2024年9月6日，在美國加州舉行的開發者大會「RDC 2024」中，Roblox 的 CEO暨共同創辦人 David Baszucki 上台發表主題演講，並列舉出多項統計數據。 2024年 Roblox 的每日活躍使用者數（Daily Active Users, DAU）達到 7,950 萬人，年增 21% %；其中亞洲地區的成長率超過 30%，日本成長率更高達 56%。13 歲以上用戶超過 58%，熱門遊戲超過25款DAU破百萬。創作者年營收達 8 億美元，成長 18%。公司目標是全球遊戲收入 10% 來自 Roblox，DAU 達3億。

- **以 AI 提供創作者開發上的支援輔助，持續優化創作環境**

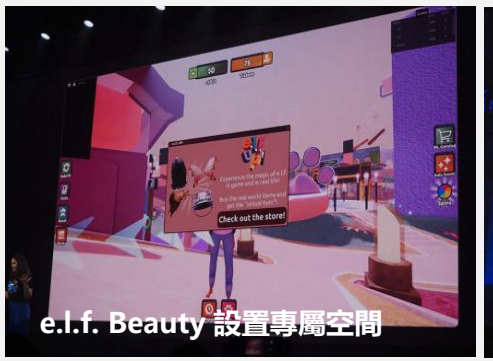
執行長 Baszucki 預測， Roblox 不僅是深入年輕族群的遊戲平台，更將從遊戲平台進化為集交流、購物、學習與娛樂於一體的日常工具。雖然未來有 8 成左右的使用者仍以玩遊戲為主，但也可望持續拓展其他用途。在社群方面，全新「Party」功能讓用戶能即時語音、文字互動，並與好友一鍵共遊，強化社交連結。未來 Roblox 將成為新型共享體驗平台，逐步取代傳統社群媒體，打造更豐富、更有參與感的虛擬生活生態。

- **Roblox 積極拓展虛擬購物版圖，將實體零售導入 3D 空間**

在購物體驗方面，Roblox 的目標是與實體商店整合，進而促進銷售業務成長。 Walmart 與 e.l.f. Beauty 已率先進駐，提供虛擬選購、實體配送的購物體驗。2024 年 8 月，Roblox 首度與 Fandango 合作，於平台上銷售電影《陰間大法師 2》的電影票，結合沉浸式遊戲與座位選購功能，並贈送角色虛擬道具，打造娛樂與消費合一的新模式。未來也將攜手 Shopify，開放品牌與創作者在平台販售商品，開啟虛實融合的電商新篇章。

Roblox 追加新功能「Party」

3D 虛擬空間銷售商品



e.l.f. Beauty 設置專屬空間

3D 空間銷售實體電影院的電影票

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	3.08
2	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	3.06
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.29
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.11
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.23
6	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.18
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.96
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.95
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.91
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.86
11	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.85
12	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.80
13	長樂曲2100	CTV	大陸劇	0.79
14	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.76
15	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.75
16	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	0.75
17	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.74
18	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.73
19	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.67
20	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.64

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.99
2	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	1.96
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.87
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.13
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.94
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.89
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.89
9	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.87
10	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.86
11	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.83
12	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.82
13	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.80
14	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.80
15	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.75
16	效廉出發吧台塑石油APP	STV	美食、旅遊節目	0.75
17	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.74
18	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.73
19	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.71
20	大愛劇生命的麥田	DaAi	國語連續劇	0.69

資料來源：Nielsen Arianna, 2025/06/02-2025/06/08

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.09
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.22
3	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.22
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.11
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
6	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	0.92
7	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.85
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77
9	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.74
10	長樂曲2100	CTV	大陸劇	0.74

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.09
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.04
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.03
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.91
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.84
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.77
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.76
8	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.75
10	長樂曲2100	CTV	大陸劇	0.70

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	2.02
2	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.93
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.51
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.46
5	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.36
6	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.27
7	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	1.16
8	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.10
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.81

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	5.19
2	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.99
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.65
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.58
5	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	2.07
6	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.58
7	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.57
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.48
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.35

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.02
2	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	0.99
3	排球少年2	VLM	卡通影片	0.82
4	2000排球少年	VLM	卡通影片	0.81
5	1900台灣第一等台塑石油AP	GTV-1	知識資訊節目	0.77
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.67
7	效廉出發吧台塑石油APP	STV	美食、旅遊節目	0.62
8	排球少年	VLM	卡通影片	0.57
9	捍衛任務3全面開戰	ET-WM	外片	0.56
10	直播下班後精選	GTV-1	資訊綜藝	0.53

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	1.39
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.54
3	哲仁王后	ET-D	韓劇	0.47
4	1830日本女生愛台灣	ONTV	美食、旅遊節目	0.47
5	捍衛任務3全面開戰	ET-WM	外片	0.46
6	阮三個2	SANLI	資訊綜藝	0.42
7	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.41
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.40
9	深圳科技突圍戰	TVBSN	新聞性質節目	0.40
10	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.37

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	1.30
2	效廉出發吧台塑石油APP	STV	美食、旅遊節目	1.12
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.86
4	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.67
5	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.64
6	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.62
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.59
8	食尚玩家天菜就醬吃	TVBSG	美食、旅遊節目	0.58
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.56
10	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.52

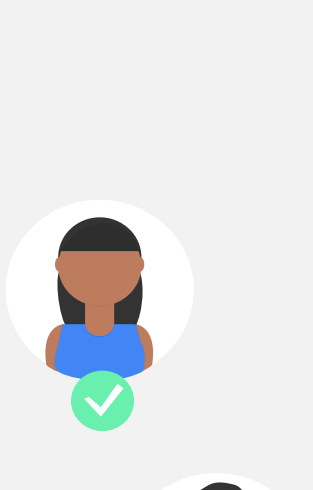
50歲以上

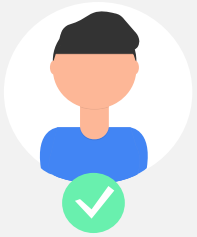
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.62
2	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	2.91
3	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.75
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.66
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.61
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.56
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.44
8	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.19
9	第54分局	SETN	新聞性質節目	1.13
10	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	1.08

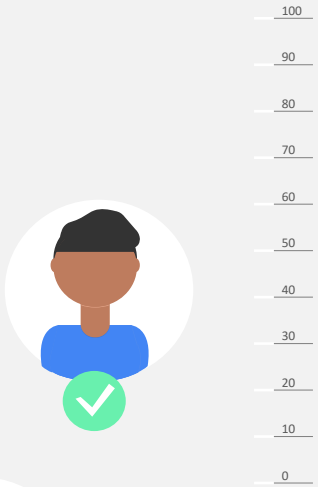
資料來源：Nielsen Arianna, 2025/06/02-2025/06/08

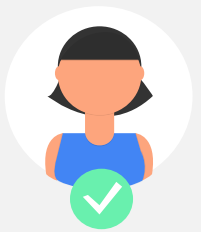
新聞類節目/頻道收視

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	0.45	0.22	0.24	0.32	0.69
FTV/民視	0.40	0.09	0.14	0.18	0.73
CTS/華視	0.24	0.10	0.10	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	0.22	0.21	0.40	0.83
ET-N/東森新聞	0.49	0.21	0.17	0.32	0.82
SETN/三立新聞	0.38	0.10	0.05	0.23	0.69
FTVN/民視新聞	0.36	0.05	0.14	0.16	0.67
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.06	0.06	0.10	0.45
NTVN/壹新聞	0.16	0.10	0.06	0.13	0.26
UBN/非凡新聞	0.13	0.01	0.05	0.09	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.13	0.07	0.05	0.09	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.02	0.03	0.08	0.22
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	0.01	0.02









類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	3.06
2	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	1.96
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.13
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.89
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.83
6	長樂曲2100	CTV	0.79
7	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	0.75
8	1300好運來大同氣密窗	FTV	0.74
9	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.73
10	大愛劇生命的麥田	DaAi	0.69

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.08
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.29
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.11
4	超級夜總會	SANLI	1.99
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	1.87
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.23
7	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	1.18
8	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.96
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.95
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.91

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣最前線	FTVN	0.94
2	新台灣加油	SETN	0.94
3	台灣演義	FTVN	0.89
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.86
5	驚爆新聞線2100	SETN	0.82
6	新台派上線	SETN	0.80
7	非凡最前線	UBN	0.80
8	少康戰情室	TVBS	0.75
9	54陪審團1500	SETN	0.74
10	第54分局	SETN	0.73

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.87
2	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.80
3	效廉出發吧台塑石油APP	STV	0.75
4	型男大主廚華菱冷氣	SL2	0.60
5	花甲少年趣旅行常春微酵攢	TTV	0.48
6	行門陣出國去福爾威創快篩	CTS	0.47
7	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.41
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.38
9	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.37
10	直24 25NBA總冠軍賽溜VS雷	VLSPT	0.33

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

Media Drive
宏 將 傳 媒