

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2428

07.01 ~ 07.07



Contents

- 宏將觀點 - 打破界限！揭開職棒背後的商機與趨勢
- 媒體放大鏡 - 2024台北電影節得獎名單 典禮亮點
- 熱門話題 - 真相只有一個！柯南迷出動！
- 國際案例 - 「玩具反斗城」宣傳片8成由AI製作
- 數位轉型 - AI引領房產新潮：精準推薦房源
- 收視調查 - 2024/07/01-2024/07/07





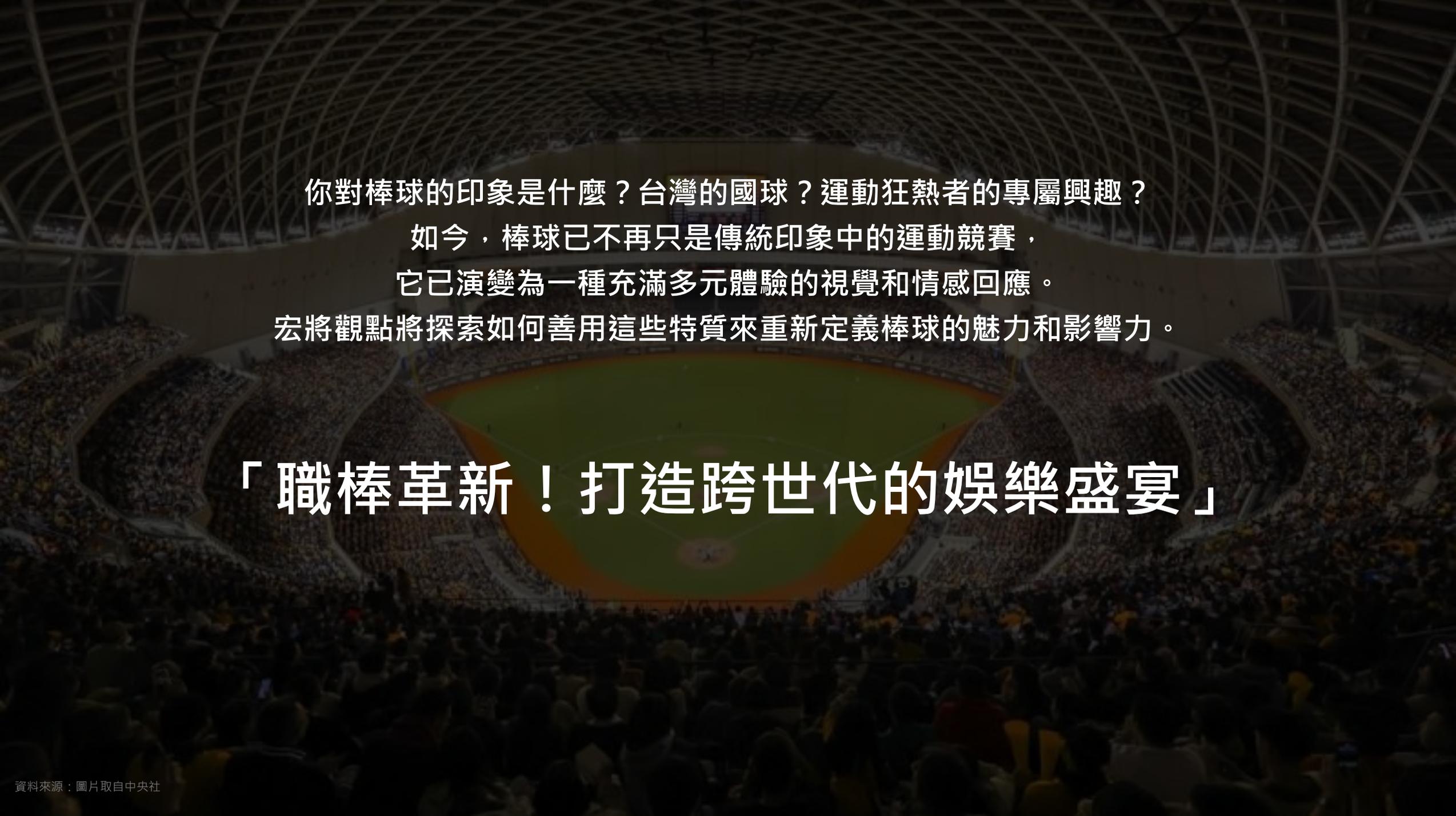
PART ONE

宏將觀點

- Insights



打破界限！
揭開職棒背後的商機與趨勢



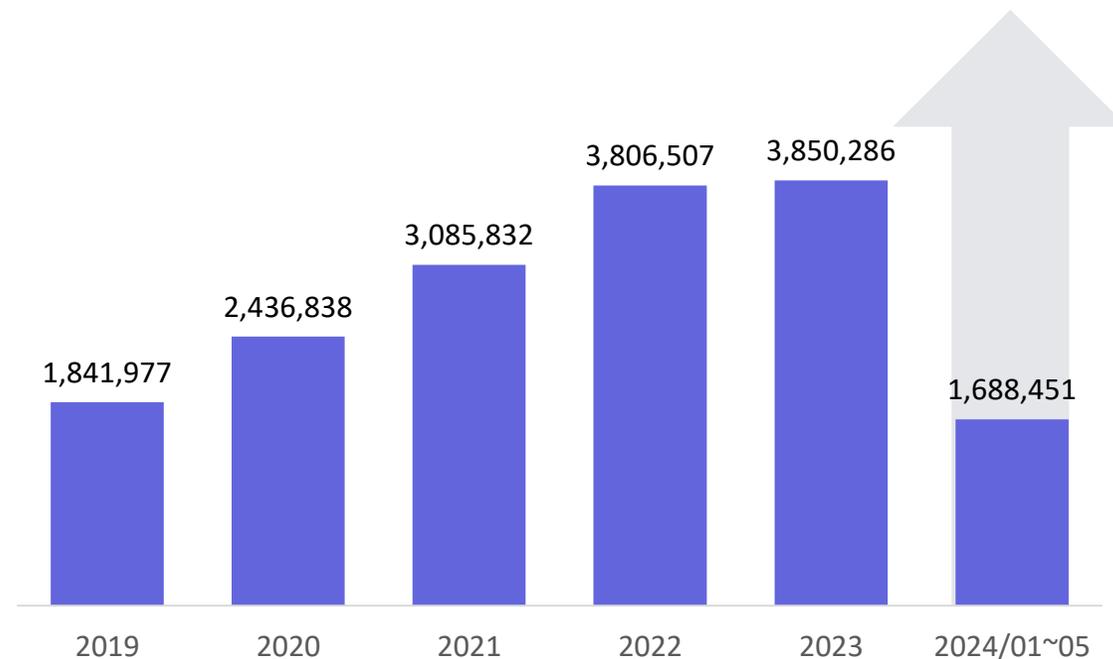
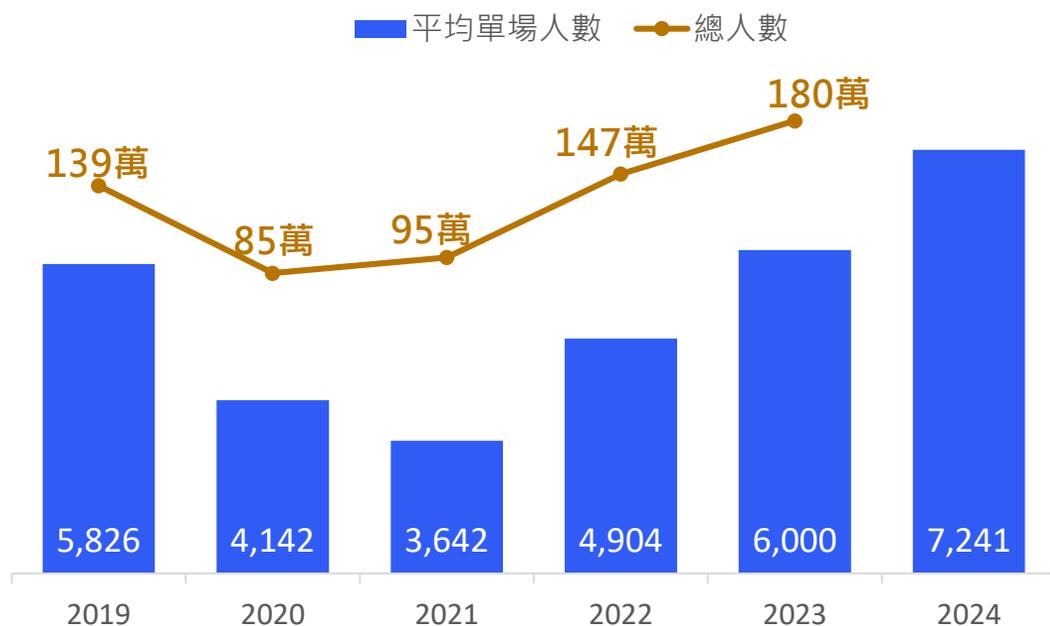
你對棒球的印象是什麼？台灣的國球？運動狂熱者的專屬興趣？
如今，棒球已不再只是傳統印象中的運動競賽，
它已演變為一種充滿多元體驗的視覺和情感回應。
宏將觀點將探索如何善用這些特質來重新定義棒球的魅力和影響力。

「職棒革新！打造跨世代的娛樂盛宴」

疫後棒球熱潮再現：觀眾數量創新高，討論度成長46%

近3年職棒觀眾人數持續成長，今年成長21%

輿情聲量逐年攀升，今年成長46%



- 2020-2021年受疫情影響採閉門比賽，2023年疫後回溫與職棒積極推廣，觀眾數創新高。
- 近日2024年上半賽季打完，每場平均人數較去年成長21%，預計今年總觀眾數有機會打破職棒紀錄。

- 近幾年職棒輿情也持續拉升，主要以球團粉專作為主，次要為媒體新聞、討論區等。
- 2024年中職開打的3-5月聲量較去年同期成長46%，推測今年討論度將持續增長。

成長潛力來源：新軍台鋼雄鷹、韓籍啦啦隊外援、大巨蛋開幕



01. 職棒賽事可看性高

相隔15年 職棒隊伍重回六隊榮景
對戰組合多元 本質球迷更關注

- 2021年解散20年的味全龍回歸，2023年奪冠，萬名龍迷上街遊行，天母商圈和合作品牌積極促銷。
- 2024年新軍台鋼雄鷹參與一軍賽季，日前在大巨蛋首戰吸引超過2萬人入場，網友表示支持新隊伍新氣象。



02. 啦啦隊外援崛起

啦啦隊與球員佔比為19比6
啦啦隊迷進場，帶來更多潛在客

- 統計李多慧出席場次入場人數比平時高出2千人，各隊掀起韓籍外援熱潮，目前共8名韓籍，中信兄弟有李丹妃、邊荷律2名。
- 啦啦隊員不僅止於賽事應援，也積極參與影視活動，有粉絲先認識啦啦隊，爾後關注且進場看球。



03. 台灣職棒環境變好

各大球場優化 促使球迷再次進場
大巨蛋啟用 吸引觀光球迷一睹風采

- 2023年編列3億元修繕球場環境，如新北市新莊棒球場、桃園國際棒球場與台中洲際棒球場等，以提升觀賽體驗。
- 2024年大巨蛋開幕，為台灣第一座室內場，6大球團輪替主場，每場人數破萬並持續創新高，吸引觀光球迷體驗。

職棒轉型：多元行銷與活動，運動競賽變身娛樂盛宴！



不只是職棒賽事與啦啦隊應援，
球團行銷活動更加多元，運動競賽逐漸轉型為娛樂活動。

活動擴增多元客群

A

主題日

C

演唱會

B

異業合作

D

延伸活動

球團深度粉絲經營

A

主場規劃

B

場域經營

C

會員經營

品牌合作加強球員 / 啦啦隊 / 地域性連結更能擊中球迷



地域性串聯

星宇航空 x 中信兄弟

星宇航空新增台中三航線，選擇與台中主場的中信兄弟合作舉辦主題日，其中又以PS女孩穿空姐服引起話題。



球團串聯

劍靈2 x 中信兄弟

劍靈2為韓國遊戲大廠，邀請韓國NC恐龍職棒隊與PS女孩一同應援，吸引粉絲瘋搶互動名額，同時以球員代言遊戲推廣。



啦啦隊串聯

波拉西亞戰記 x 中職

新遊戲為呼應「旅團」團戰玩法，集結中職5大職棒齊下25位啦啦隊跳應援舞推廣，操作特別惟影片質感不佳引負評。



球員串聯

品客 x 中信兄弟

品客與中信兄弟合作主題日，以球員猛登激似品客logo炒話題，當日猛登為先發投手，送出三振/勝投加碼抽品客。

網路輿情觀察：吸引球迷族群的熱門因素

賽事對戰組合變化

啦啦隊應援氣氛熱絡

現場活動趣味豐富

休閒娛樂新選擇

吸引他們入場看球的原因



學生族群

兄弟大巨蛋畢業季拍照搶到名額
我是踏過草皮紅土的球迷了！



上班族群

現場喊動的氛圍釋放職場壓力
住在高雄自然會為台鋼雄鷹加油



家庭族群

看小朋友用力的幫林立應援
就算球隊輸了，心情還是很愉悅



中年族群

身為老龍迷，今年大巨蛋開幕
睽違24年後首次進場

棒球行銷的新風貌，跟上賽事熱潮與行銷趨勢！

近幾年球團行銷方式也從原先單純售票、球星營造，到現在的多元主題日、異業合作、演唱會、球場體驗等，促使球迷人數成長，也吸引了更多品牌進入，建議品牌可趁勢搭載這波運動商機，以拓展潛在客群。

大巨蛋帶動熱潮 入場時機佳

- 大巨蛋觀眾人數持續突破，亦是品牌絕佳曝光的紅利期間。
- 針對有特定地區推廣需求，可搭配不同球團主場操作。
- 職棒輿情聲量持續成長，社群平台、討論區亦可加以運用，以增加活動長尾效應。

活動串聯應用 提升綜效

- 球場活動類型多元，主題日、異業合作、親子/公益活動，可依產品特性或創意發想置入，而美食攤位、特殊場域、會員卡/聯名卡皆能加以串聯。
- 品牌一次性的重點曝光與長期多賽事合作，皆能依商品需求搭配。

掌握賽事細節 堆疊球迷情緒價值

- 職棒行銷案例展現，積極與球團加強關聯性，能增加球迷好感與創造話題。
- 球員、啦啦隊、應援小物、週邊，或是大螢幕CAM互動，以及運用球隊APP設計任務等，皆能加深球迷對品牌印象度。



若您想了解豐富且詳盡的職棒報告，歡迎與我們聯繫



PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 2024台北電影節得獎名單 典禮亮點



【2024/07/07, ELLE】

【2024/07/08, Bella儂儂】

第26屆台北電影節頒獎典禮7月6日晚間在臺北市中山堂舉行，備受矚目的百萬首獎頒給最佳紀錄片《由島至島》，評審稱讚導演廖克發在一貫創作脈絡下，展現宏觀視角與企圖，勇於在龐雜的亞洲歷史中，梳理戰爭與人性的衝突，悲傷卻雋永。

最佳劇情長片頒給導演蕭雅全《老狐狸》，並抱回最佳導演、編劇、攝影及造型設計共五項大獎；阮經天以《周處除三害》通緝犯陳桂林一角登影帝寶座，評審認為他傾盡自身所有投入角色，展現細膩的情感層次。《周處除三害》飾演刑警陳灰的李李仁則獲最佳男配角。12歲林品彤憑《小曉》再奪下一城北影影后，創下該獎項最年輕得獎者紀錄，她片中詮釋具身心問題的角色，以獨特自然的表演，凸顯複雜的劇本情境。飾演林品彤母親的陳意涵獲頒最佳女配角，她2010年以《聽說》在北影封后，相隔14年又站上北影舞台。最佳新演員由11歲鄭又菲以《BIG》拿下，她哽咽謝謝魏德聖導演給予她一個好角色，「未來我會更努力演戲、拍出更好的作品。」

頒獎精彩亮點包含：范逸臣獻唱電影組曲帶領歌迷進入時光隧道；《老狐狸》獲五項大獎，演員槓龜成遺珠；林品彤又雙料獲得北影影后等等...《[詳情請看原文](#)》

2 2024年收視排行揭曉 台灣原創戲劇大熱門



【2024/07/04, 卡優新聞網】

網路串流影音正夯，電信業者旗下平台上架精采新劇及電影。中華電信公布Hami Video影劇館2024年上半年收視排行榜，點閱數為去(2023)年的2.55倍，其中戲劇類成長最多。前3名為商戰大戲《魂》、人氣台劇《我的婆婆怎麼那麼可愛2》及獨家韓劇《HIDE》。最近首播金馬影帝吳慷仁最新台劇《塑膠花》，榮登週末首播台劇收視第1名。

在電影排行榜部分，帶動上半年點閱次數較去年同期翻倍成長，電影類冠軍《破墓》更寫下Hami Video連續3週逾10萬不重複用戶收看紀錄；卡通動漫《鬼滅之刃 柱訓練篇》、《葬送的芙莉蓮》等屢屢創下高收視；綜合類前5名全由熱門台綜包辦。

台灣大哥大MyVideo發表2024年上半年收視排行，總觀影分鐘數超越4.3億。並且聯手Readmoo讀墨祭出《繁花》原著小說電子書限時優惠。台灣原創內容爆紅，戲劇館、節目館Top 3皆由台劇奪下，像是《不夠善良的我們》於戲劇館奪冠，《花甲少年趣旅行》稱霸節目館。而《名偵探柯南 黑鐵的魚影》、《鈴芽之旅》、《新次元！蠟筆小新電影超能力大決戰~飛吧！手卷壽司~》分別摘下電影館冠、亞、季軍。

3 加拿大新法上路！串流平台需分潤



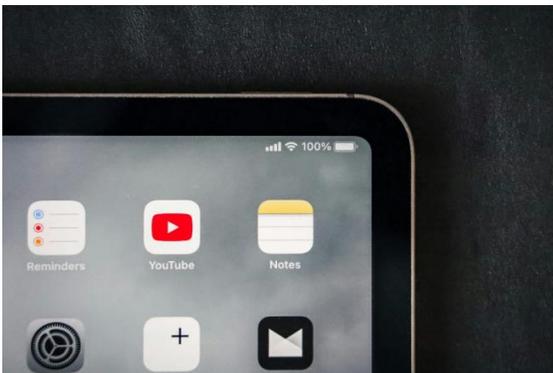
【[2024/07/05, 科技報橘](#)】

根據加拿大政府最新通過的《線上串流法案》，加拿大廣播電視和電信委員會（CRTC）將要求所有在加拿大年收入超過 1000 萬加幣（約新台幣 2.3 億元）Netflix、Disney+ 等線上串流平台，都必須向政府登記註冊，並繳納一定比例的營收，用於資助加拿大本地新聞和文化內容的製作。預計這項法規將在 2024-2025 播出年度生效，每年可為加拿大廣播系統帶來約 2 億加幣（約新台幣 46 億元）的額外收入。

然而，這項新法規也引發不少爭議。YouTube 等平台業者就提出警告，認為強制推廣加拿大本地內容，可能會影響平台演算法，進而衝擊加拿大創作者的全球收益。部分小型新聞媒體也擔心，新法規可能會讓大型媒體獲得更多資源，反而不利於小型媒體的發展。

儘管如此，支持新法規的團體認為，這種收益共享模式可以更公平地對待各種規模的媒體機構，為新聞產業注入更多資金活水，而且這些資金應該優先用於支持新聞工作者和內容製作，而非行政支出或高層管理費用。

4 打擊 AI 仿冒里程碑！Youtube 推新政策



【[2024/07/02, 科技報橘](#)】

YouTube 最近推出新政策。用戶現在可刪除自己臉部或聲音遭 AI 生成仿冒的內容。用戶可藉由 YouTube 的隱私投訴系統提出刪除請求。但 YouTube 強調，提出請求不保證內容一定會被刪除。平台會考慮多個因素，如：內容是否標明為 AI 生成；是否明確指向特定個人；是否屬於模仿、諷刺或有價值的創作等。對於公眾人物的 AI 仿冒內容，YouTube 會更謹慎處理，特別是涉及敏感行為（如犯罪、暴力或政治支持）的內容。考量到今年是選舉年，AI 生成的虛假資訊可能影響選情，這點又尤為重要。

值得注意的是，YouTube 並不反對使用 AI。平台本身也在開發 AI 工具，來進行評論摘要和影音問答功能。但 YouTube 強調，即使內容標明使用 AI，如違反社群準則，仍可能被刪除。對於創作者，收到隱私投訴不會立即受到懲罰。隱私投訴與違反社群準則是分開處理的。但如果創作者多次因隱私投訴被刪除內容，YouTube 可能採取進一步行動。



5 Threads誕生1週年 每月活躍數破1.75億人



【[2024/07/04, 中央社](#)】

【[2024/07/04, FTNN新聞網](#)】

Threads上線即將滿1週年，平台上持續聚集來自世界各地的社群即時交流，**目前全球每月活躍人數已突破1.75億人，在台灣也受到許多不同族群的青睞**。Threads在亞洲廣受歡迎，尤其印度、日本與台灣等社群非常活躍，與全球平均相比，台灣人在使用Threads時更常「引用」串文。此外，Threads上已有超過5000萬個被標註的主題，最熱門的5個主題，分別是攝影、閱讀、健身、藝術與TTPD。在美國，Threads透過Wakefield發起一項調查，**其中發現67%的Z世代最愛在Threads上關注娛樂相關消息，高度關注音樂60%、美食59%、與時尚42%，並且透過Threads上的標註的主題追蹤話題的最新進展**。調查指出，65%的Z世代與63%的千禧世代都喜愛Threads上的語音留言功能。

而如今Threads登場滿一周年，官方也推出限時「彩蛋」活動。**Threads即將迎來一歲生日，官方上線彩蛋活動，從3日開始每天會發布一款由 Threads 社群成員設計的 App icon，共計6款**，用戶可以在7月12日之前為Threads更換圖示，現在打開Threads並進入個人頁面，點擊右上角的生日蛋糕圖案，就能參加彩蛋活動和Threads一同慶祝生日囉！

6 Telegram 推虛擬代幣，創作者有錢賺！



【[2024/07/10, 科技報橘](#)】

Telegram 最近推出了名為 Stars 的新型數位代幣，未來將用於付費內容。頻道現在可以將 Stars 轉換為 Toncoin (Telegram 在 TON 區塊鏈上使用的加密貨幣)，或用於獲得廣告折扣。創作者現在可以發布需要用 Stars 解鎖的付費內容。頻道所有者可以通過 Fragment 平台將 Stars 轉換為 Toncoin，進而在各種交易所兌換為法定貨幣。

Telegram 的最新更新還增加了其他新功能，包含：底部、方便快捷存取資訊的迷你應用程式欄，**點擊後可查看相關公開動態的主題標籤，以及可查看同一地點的公開動態的位置標籤**。

為了讓活躍用戶數達 10 億，同時探索新的盈利模式，Telegram 今年添加了多項商業功能，如允許小型企業添加位置和營業時間資訊等。今年 4 月，該公司還推出了客製化起始頁、預設問候語和離開訊息，以及對企業聊天機器人的支援等功能。

7 YouTube 推出創新 AI 工具 輕鬆解決版權音樂問題



【[2024/07/08, 科技報橘](#)】

YouTube 於 7 月 4 日推出更新的「刪除歌曲」工具，在不影響影片中對話或音效的情況下，讓創作者可以輕鬆地移除影片中涉及版權的音樂。YouTube 執行長 Neal Mohan 在 X 平台上表示：「好消息，創作者們：我們更新的刪除歌曲工具可以幫助你輕鬆地移除影片中涉及版權的音樂，同時保留其他音頻完好無損。」YouTube 已經測試這個工具一段時間，由於之前的版本在移除版權音樂方面不夠精確，新工具使用了 AI 驅動的演算法，可以精確檢測並移除特定的版權音樂，且不影響影片中其他音頻。

在支援頁面上仍可見 YouTube 警語說明，有時演算法可能無法只移除音樂。YouTube 表示「如果歌曲難以移除，此編輯可能無效。如果此工具無法成功移除影片中的版權聲明，你可以嘗試其他編輯選項，例如把被聲明的片段設為靜音或剪掉被聲明的片段」。另外，創作者也可以選擇把被聲明片段設為靜音，以靜音處理可能包含版權素材的影片片段。一旦創作者成功編輯影片，YouTube 會移除內容 ID 聲明，這是用來識別影片中使用版權內容的系統。

8 AI 如何革新社群媒體行銷 提升效能的應用



【[2024/07/01, i-BUZZ](#)】

人可以借用人工智慧 (AI) 的力量優化社群媒體內容和活動，現在已有許多主流社群媒體平台整合這項技術，這代表行銷人可以用 AI 工具進行內容創作、社群媒體聆聽、品牌知名度提升、廣告定位和管理，以及網紅研究，讓數據導向的決策形塑社群媒體策略。讓我們更進一步了解 AI 在這些領域的應用。

1. **內容生成**：最有名的就屬 ChatGPT 了，行銷人只要對 ChatGPT 下指令，AI 就可以根據關鍵的要素創作出社群貼文、文章、旁白腳本、影片和圖像。其他像 Claude 強大的視理解解能力和 Jasper 新推出的指標套件也可能迎頭趕上。
2. **網紅行銷**：可以了解你的目標受眾在關注哪些網紅，還能評估網紅的參與度和內容風格，並監控績效、評估投資報酬率。
3. **個人化**：可以分析使用者行為和偏好，TikTok 是很好的例子，它的演算法在搜尋和推薦相關內容非常成功，讓它幾乎變成了搜尋引擎。

利用 AI 可以更加精準地分析數據、創作內容、識別目標受眾和追蹤行銷成效，隨著 AI 工具不斷發展和完善，未來在社群媒體行銷中的應用將更加廣泛和深入，為企業帶來更多的機會和挑戰。



PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



真相只有一個！柯南迷出動！

柯南是大小朋友共同喜愛的知名動漫，近期劇場版《100萬美元的五稜星》破日本柯南票房紀錄，上週末(28日)在台灣上映，關注度及討論度持續發酵，相關活動包含各大電影院每週特典週邊、全台百貨舉辦柯南見面會、舉辦紀念快閃店，以及8月推出密室逃脫。品牌操作包含85度C聯名蛋糕、車媒車款介紹、益智解謎手遊廣告素材應用等。其中，以日本spotify應用柯南變聲器更具創意。社群上則以「柯南（譬喻觀察細微）」及「真相只有一個」常被提及。本週宏將週報帶您一起看看還有哪些話題！

上半年電影館熱播冠軍為2023年推出的劇場版《黑鐵的魚影》



30 週年紀念展大排長龍

於6日起在信義新光A11展出，亮點為新系列手稿、解謎遊戲與限量週邊等，展出麻醉槍命中毛利小五郎55次引話題。



JINS讓你每日與柯南同框

先前日本麥當勞以小蘭髮型設計漢堡，JINS這次同樣以外型為切入點，推出8款聯名眼鏡，網友表示有趣、想換眼鏡。



全家與柯南聯手出擊

因應電影上映熱潮，全家以消費加價購推廣，包含紀念徽章、證件照、保溫瓶、壓克力牌，在超商社團掀起討論度。



柯南跳舞 看完難受一整天

先前電影《最後一頁》有柯南跳舞影片，近日在抖音、IG上再次被提及與翻拍，迷因舞蹈讓網友表示看了崩潰。





PART THREE

國際案例

- Case Share



START

「玩具反斗城」宣傳片8成由AI製作！



2024年法國坎城國際創意節上，玩具反斗城 (Toys R Us) 以一部66秒、AI創作的宣傳影片，展示了AI技術在影像中的未來可能性。而玩具反斗城所採用的AI產品，正是OpenAI開發的工具 Sora。玩具反斗城可能是目前少數用Sora產出宣傳影片的品牌之一，因為這款工具仍未對外開放，而與之合作的創意經紀公司Native Foreign則擁有Sora的早期使用權。

這部AI創作的短片，描述了玩具反斗城創辦人查爾斯·拉扎勒斯 (Charles Lazarus) 在夢中受到吉祥物長頸鹿Geoffrey的啟發，立志改變玩具商店的故事。該短片也引發了不同的反應，有人認為這就是未來電影的樣貌，而外媒《Engadget》則認為它看起來有些「詭異」。

玩具反斗城創意工作室行銷長金·米勒 (Kim Miller) 接受《CNN》採訪時表示，此靈感是在參加某個品牌故事工作坊時誕生的，她希望下一個企劃可以融合創辦人故事，並做些有趣且特別的事情。而在Native Foreign成為Sora的早期測試者後，其創意長尼克·克萊弗羅夫 (Nik Kleverov) 向米勒提出了合作建議。

玩具反斗城在2017年申請破產保護期間，就開始尋求新技術來吸引顧客，例如推出AR (擴增實境) 應用程式，讓用戶在店面中召喚出招牌長頸鹿吉祥物以及開啟小遊戲等。曾面臨財務危機的玩具反斗城，如今採用最新的AI影片生成技術製作宣傳短片，能否大幅吸引消費者不好說，但此舉確實為品牌行銷和推廣帶來了創新。隨著更多企業嘗試利用AI創作內容，更多的行銷變革必將持續發生。



[點擊觀看影片](#)



GOAL





PART FOUR

數位轉型

- Digital Transformation



START

AI引領房產新潮：精準推薦房源



與許多產業相同，不動產業界面臨人力不足問題日益嚴重，以日本為例，目前平均每個房仲門市只有 3.6 名員工，因此迫切需要改革過往工作方式來提高業務效率。現日本致力於數位轉型的房地產公司已經高達 54.2%，剩下的也有一半以上正在考慮中。現今不動產業的消費模式，跟過往相比有很大的轉變。過去消費者選擇不動產公司，可能會評估公司是否歷史悠久、地方性強、信譽良好等，但現在消費者更擅於自行搜尋物件，更加關注是否有與自己期待的物件相似的房型能多方比較，以及能否獲取周到的服務等，而公司網站上刊登的內容，包括照片數量和文字是否詳實紀錄，也將成為消費者會不會選用該不動產服務的關鍵。

自動馬賽克、做家具布置，AI 工具正被導入至不動產業

日本不動產公司「at home」開發了不少應用於不動產媒合的 AI 模型，例如自然語言處理旨在從圖像中讀取特徵，並將其轉為文字，以填補登記物件訊息時產生的遺漏。物件上架前，使用者還可利用圖像處理工具 Clipdrop，將房屋外觀圖像的天氣從陰天轉變為晴天等，更吸引消費者。

在空空如也的房間內擺入家具，可讓尋找住宅的消費者對房子有更多想像空間。透過生成式 AI，業者可以輕鬆生成圖像，而無需花費大量時間。藉由其產出符合房間風格的圖片，能更迎合並客製消費者的需求和趨勢。

此外，AI 還可以利用消費者的搜尋歷史、訪問頁面和停留時間等訊息，評估客戶從查詢到購買的流程，在適當的時間發送推播通知，提升轉換率。

AI 工具如何為不動產業務加值？

不動產業導入 AI 工具最大好處，是提高整體的業務效率。AI 能在短時間內完成先前由員工負責的機械性事務，AI 也能用來培訓人才，確保房仲在回答客戶問題時具一致性，即使是經驗較少的員工，也能保有一定服務品質。



Alex D'Alessio on Unsplash



GOAL





PART FIVE

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	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	3.01
2	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.79
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.04
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.83
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.43
6	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	1.14
7	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.09
8	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.02
9	追分成功起家常春微醺攢竹	TTV	閩南語連續劇	0.95
10	航海王29	TTV	卡通影片	0.93
11	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.88
12	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.79
13	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.78
14	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.78
15	1800名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.75
16	長風渡2100	CTV	大陸劇	0.74
17	1300愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊	FTV	閩南語連續劇	0.71
18	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.68
19	台灣傳奇萬士益冷氣	FTV	國台語單元劇	0.66
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	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	2.22
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.00
3	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.92
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.06
5	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	閩南語連續劇	1.04
6	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	閩南語連續劇	1.01
7	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.97
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.92
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.87
10	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.86
11	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.84
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.84
13	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.84
14	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.80
15	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.79
16	2200超級夜總會晶珂生物面	SANLI	娛樂綜藝	0.78
17	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.75
18	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.73
19	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.73
20	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	美食、旅遊節目	0.73



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.50
2	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.42
3	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.40
4	長風渡2100	CTV	大陸劇	1.15
5	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.89
6	1800名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.84
7	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	0.83
8	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.80
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.78
10	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.75

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.33
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.21
3	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.19
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.09
5	1800名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	1.04
6	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.96
7	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.93
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.86
9	航海王29	TTV	卡通影片	0.82
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.77

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.99
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.96
3	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.53
4	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.41
5	航海王29	TTV	卡通影片	1.32
6	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.26
7	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.96
8	我的意外室友	CTS	閩南語連續劇	0.75
9	追分成功起家常春微醺攆竹	TTV	閩南語連續劇	0.73
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.71

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	5.17
2	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.69
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.49
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.23
5	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	娛樂綜藝	2.03
6	綜藝新時代台塑石油95	FTV	娛樂綜藝	1.51
7	追分成功起家常春微醺攆竹	TTV	閩南語連續劇	1.42
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.39
9	1300愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.38
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.36



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	0.89
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.76
3	金曲星舞台	SETN	新聞性質節目	0.75
4	犯罪都市2	ET-M	外片	0.56
5	2300聚焦新視界	ET-N	新聞性質節目	0.56
6	2215天后出發吧	SANLI	美食、旅遊節目	0.53
7	2000棒球大聯盟	ET-M	卡通影片	0.50
8	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.48
9	1600跟拍到你家	VLJP	資訊綜藝	0.46
10	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	0.44

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.61
2	延禧攻略	GTV-1	大陸劇	0.79
3	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	0.73
4	型男大主廚萬士益冷氣	SL2	美食、旅遊節目	0.61
5	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.53
6	2215天后出發吧	SANLI	美食、旅遊節目	0.49
7	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	閩南語連續劇	0.46
8	寶島神很大PP石墨烯	SANLI	知識資訊節目	0.45
9	1300名偵探柯南黑鐵的魚影	MOMOK	外片	0.41
10	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.37

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	1.44
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	1.34
3	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	閩南語連續劇	0.93
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.85
5	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.67
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.61
7	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.59
8	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.55
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.48
10	神偷奶爸3	YOYO	外片	0.48

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	3.85
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.79
3	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	閩南語連續劇	2.80
4	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.82
5	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	閩南語連續劇	1.56
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.54
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.52
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.36
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.17
10	1230天道PP石墨烯塑崩律動	SANLI	閩南語連續劇	1.08



新聞類節目/頻道收視率

無線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTV/中視	0.85	0.29	0.46	0.47	1.42
TTV/台視	0.45	0.21	0.37	0.29	0.70
FTV/民視	0.29	0.14	0.08	0.10	0.55
CTS/華視	0.20	0.11	0.11	0.11	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	0.51	0.20	0.17	0.42	0.82
ET-N/東森新聞	0.43	0.17	0.17	0.32	0.70
SETN/三立新聞	0.37	0.12	0.07	0.21	0.68
FTVN/民視新聞	0.32	0.06	0.11	0.13	0.60
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.05	0.06	0.09	0.42
UBN/非凡新聞	0.17	0.01	0.08	0.09	0.31
NTVN/壹新聞	0.17	0.05	0.05	0.14	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.04	0.02	0.10	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.13	0.04	0.04	0.09	0.22
SET-F/三立財經台	0.06	0.02	0.02	0.03	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0



100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊園	FTV	2.79
2	天道PP石墨烯塑崩律動褲	SANLI	1.92
3	戲說台灣輝葉AI追夢椅	SANLI	1.04
4	戲說台灣假日完整版輝葉AI	SANLI	1.01
5	追分成功起家常春微醺攢竹	TTV	0.95
6	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.79
7	長風渡2100	CTV	0.74
8	1300愛的榮耀宜蘭赫蒂法莊	FTV	0.71
9	台灣傳奇萬士益冷氣	FTV	0.66
10	1230天道莊廣和堂轉大人萃	SANLI	0.64

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.06
2	非凡最前線	UBN	0.97
3	台灣最前線	FTVN	0.92
4	新台灣加油	SETN	0.87
5	正午最前線	UBN	0.86
6	最前線直擊	UBN	0.84
7	少康戰情室	TVBS	0.84
8	驚爆新聞線2200	SETN	0.84
9	最前線報告	UBN	0.80
10	新台派上線	SETN	0.75

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油95	FTV	3.01
2	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	2.22
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	2.04
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.00
5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	1.83
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.43
7	豬哥亮經典秀娘家好攝定	FTV	1.14
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.09
9	綜藝新時代台塑石油95	FTV	1.02
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品	CTS	0.79

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.78
2	花甲少年趣旅行蘿琳亞塑身	ETTV	0.73
3	型男大主廚萬士益冷氣	SL2	0.60
4	效廉出發吧造咖	STV	0.50
5	詹姆士出走料理台塑石油95	GTV-1	0.46
6	2215天后出發吧	SANLI	0.44
7	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.42
8	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.39
9	食尚玩家熱血48小時台塑石	TVBSG	0.37
10	1500花甲少年趣旅行蘿琳亞	ETTV	0.35



以上內容如有任何建議
或相關訂閱事宜，歡迎與我們聯繫

宏將廣告行銷策略部
MediaResearch@mediadrive.biz
02-2509-5557#120

