

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2451

12.09 ~ 12.15

Contents

- 媒體放大鏡 - 台灣 2024 年度搜尋排行榜揭曉
- 熱門話題 - 揭開聖誕驚喜，感受節日魔力
- 國際案例 - Oatly 重塑平安夜傳統習俗
- 收視調查 - 2024/12/09-2024/12/15
- 藝人動態 - 2024/11-2024/12





PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 台灣 2024 年度搜尋排行榜揭曉



【[2024/12/11, 網路溫度計](#)】

2024年即將結束，你知道台灣今年發生哪些重要大事嗎？Google公布台灣2024年度搜尋排行榜，其中「M3」榮登快速竄升「意思」關鍵字冠軍。此外，聯合報也公布今年台灣年度代表字為「貪」，引發網友熱烈關注。

- **天災、政經、娛樂成關注話題** | 由於今年地震規模大、餘震多，颱風災情較為嚴重，「地震」、「颱風」位居關鍵字前二名；適逢台灣與美國總統大選、政治人物相關調查，「柯文哲」、「美國總統大選」擠進關鍵字前五名；另外，台灣股市今年創下歷史新高、民眾受到高股息吸引，「00940」也登上關鍵字。從2024年十大快速竄升關鍵字也可以看到演唱會售票平台「拓元」搜尋激增，主要是因為天王周杰倫、天后張惠妹登上大巨蛋帶來搶票熱潮。除此之外，台灣選手在國際賽事多次奪牌，讓網友直呼是「台灣體育元年」，包含巴黎奧運奪得7面獎牌、世界棒球12強賽封王，「奧運」、「林郁婷」、「世界棒球12強賽」都成為年度熱門關鍵字。
- **「貪」成台灣2024年度代表字** | 由聯合報主辦的「台灣年度代表字大選」每年均邀請各界名人推薦代表字，今年從11月13日至12月8日開放民眾票選，最終57個候選字中，由台灣大哥大總經理林之晨所提的「貪」字，在75,926票中獲得8,736票當選台灣年度代表字。

2 2024 YouTube台灣榜單出爐！

熱門創作者	
排名	頻道名稱
1	The DoDo Men - 蘭蘭人
2	台灣地震監視
3	異色檔案
4	Ku's dream酷的夢-
5	有特色的帥哥
6	霸軒與小美 Baxuan & Mei
7	下面一位
8	跳躍
9	游庭皓的財經皓角
10	有感筆電 Dapter

【[2024/12/05, 壹蘋新聞網](#)】

隨著2024年即將進入尾聲，YouTube台灣公布了一年一度的熱門影片、音樂影片與創作者排行榜，這些榜單不僅回顧了過去一年台灣觀眾的影音偏好，也一窺影音生態的多樣性與創作者的無限可能。

- **熱門影片：時事、體育與生活瞬間的強烈共鳴** | 今年歌唱節目的精華片段再次成為點擊冠軍，彰顯娛樂內容的吸引力。此外，台灣總統大選及立委選舉的造勢活動與開票直播多次進榜，同時羽球男雙王齊麟與李洋在巴黎奧運摘金的賽事直播，更帶來一場熱血沸騰的全民狂歡。另一方面，創作者的生活紀錄與社會事件回應亦成為關注焦點。都展現出YouTube作為即時分享與討論平台的力量。
- **熱門音樂影片：本地創作與國際合作交織的音樂浪潮** | 台灣男子團體Energy的新專輯主打歌《星期五晚上》在社群平台引爆舞蹈挑戰風潮。同時，韓流音樂與國際巨星的合作作品如BLACKPINK Rosé與Bruno Mars的單曲《APT.》也強勢入榜。
- **熱門創作者：多元主題與創意形式的全面突破** | 生活探索頻道The DoDo Men榮登榜首，突顯輕鬆分享內容的受歡迎程度。而以異國文化碰撞視角分享日常的「Ku's dream酷的夢-」及遊戲實況主「有感筆電 Dapter」則連續兩年榜上有名，針對特定族群與話題的內容也吸引大量訂閱，例如財經頻道游庭皓的解析，以及地震相關資訊的即時更新，則成為特定時刻的重要資訊來源。

3 品牌都推出「年度回顧」這個行銷手法到底哪裡厲害？



【[2024/12/11, 科技報橘](#)】

前幾天，又是 Spotify 一年一度年度回顧釋出的日子，社群媒體就被大家的結果分享洗版。自從音樂串流平台 Spotify 於 2016 年推出年度回顧 (Wrapped) 以來，許多使用者養成了每年分享年度回顧的習慣，也成為品牌和用戶深度互動的絕佳機會。

- **個人化年度回顧的魅力：滿足分享欲、助益品牌和用戶互動** | 用戶之所以會主動分享個人年度回顧的成果，主要原因就是此舉可以滿足自己的「分享欲」，而且也可以藉此展現自己的品味和風格，呈現一種「身份標誌」。Spotify 的年度回顧就像是過去人們喜歡保存專輯，或者演唱會票根。「音樂可以連結到用戶的情感和故事，」她說，「它 (年度回顧) 像是一種數位記憶。」對品牌來說，製作年度回顧有許多助益，包含強化和用戶的互動、提升品牌忠誠度，以及與使用者建立情感連結等。
- **愈來愈多品牌搭上這波「個人化年度回顧」熱潮** | YouTube Music 同樣整理了用戶一年來的收聽偏好；社群論壇平台 Reddit 也推出 2024 年度回顧，用戶可以查看自己滑了多少頁面、最常互動的貼文和社群，以及個人化的 Reddit 角色卡；這種社群導向的年度回顧設計，使年度回顧活動更具特色，讓用戶可以更深入地了解自己所屬的社群文化和趨勢。

4 2025年改變零售規則的趨勢



【[2024/12/10, 科技報橘](#)】

零售業正屬最戲劇性轉型的領域。Forbes 稱 2025 年將成為科幻小說與購物現實分水嶺的一年，可以看到 AI 將提供近乎讀心術般的個人化購物體驗。本文將深入探討這些正在重新定義零售業的關鍵趨勢。

- **生成式客戶體驗(AI 個人化)** | AI 已經能夠根據消費者過去的購物記錄，為他們量身打造派對餐點建議。甚至可以為消費者冰箱裡的照片提供精緻的餐點計劃，這不僅是自動化，更像是在你購物商場裡放了個人專屬秘書。
- **供應鏈透明度，消費者更關注產品的製造過程和來源** | 2025 年消費者不只關心「多少錢」，更在意「這是如何製造的」。聰明的零售商正將他們的供應鏈透明度轉化為競爭優勢，讓他們的採購和永續發展實踐變得與價格標籤一樣清晰可見。
- **社群商務重塑零售格局，二手市場革命** | 社群商務正在重塑零售版圖。在 2025 年，TikTok Shop 和 Instagram Shopping 等平台已經成為零售生態系統中不可或缺的一部分。二手商品市場轉型，從 IKEA 到 ZARA 等大品牌都推出自己的轉售平台。

2025 年的零售格局正在被科技創新、消費者價值觀變化和商業模式演進等因素所塑造，可以說零售的未來不僅僅是銷售產品，更是消費者創造體驗、與他們彼此建立信任，並在任何地方與顧客相遇。

5 Threads變行銷新戰場，拆解串文後發現流量密碼

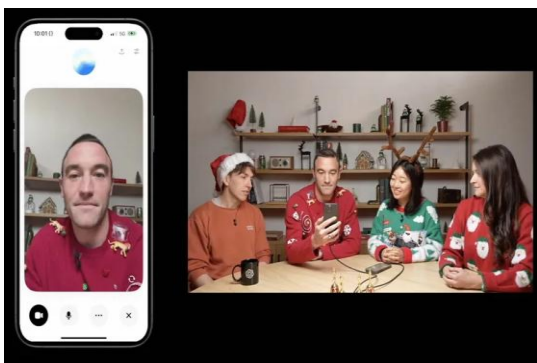


【[2024/12/11, 數位時代](#)】

Threads去年7月在台灣上線後，隨著總統大選躍升成台灣目前最火紅的社群平台。它採用「內容優先」的演算法，以文字為主、突破同溫層與任何人進行議題討論及交流，打破Facebook與Instagram舊有模式，品牌該如何設定行銷策略及操作模式？

- **拒絕文案、官腔，「真實」就是流量密碼** | 串文的「互動度」則是平台演算法的重點：**越多人對貼文按讚、留言、轉發或引用，該篇貼文就越能被自動曝光出去**。許多知名的品牌小編也開始在Threads上面大量與粉絲互動。包含蝦皮、故宮南院、八曜和茶、Netflix等，大範圍的在Threads上與網友互動。**在大眾心中的形象樣貌及親近感，在不需投入大量成本的前提下，達到大量的曝光。**
- **抓住「生活感」：用閒聊引出時事熱點** | 要在Threads上要「暴紅」。不僅要抓住時事熱點，更需有「生活感」才能造成廣大的迴響。進一步拆解這些串文，都是以「生活的小秘訣」切中消費者痛點。以具體情境、加上自己的真實分享引發共鳴、讓話題大量擴散。
- **關於Threads，品牌可以怎麼做？** | 以最自然、貼近粉絲生活的方式接觸目標群眾，是最能強化粉絲關係的溝通方式。它的爆紅也反映著人們想要回歸社群平台「分享生活」、「獲得共感」的單純樣貌。

6 ChatGPT能跟你「視訊聊天」了！

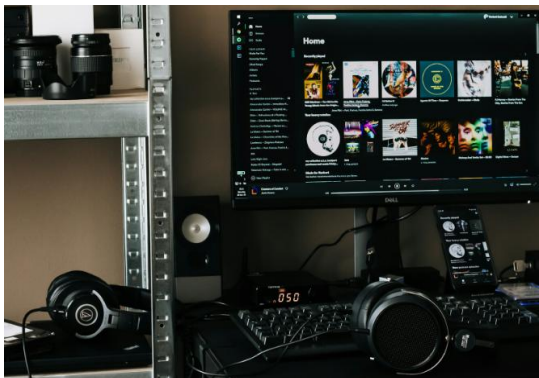


OpenAI近日針對聖誕節推出「聖誕倒數」系列影片，而在Day 6的倒數中，公布了ChatGPT新的「即時視訊功能」讓AI功能更上一層樓，近乎驚人的程度，**不僅可以即時分辨視訊影像中的人，還可以教學如何手沖咖啡**，甚至可以邀請他協助回覆手機螢幕中帶有文字及圖片的簡訊，除此之外也有「聖誕老人語音模式」彩蛋可以體驗。

「即時視訊功能」，使ChatGPT的功能更強大，也能更及時解決需求，預計在明年加入。在直播中，OpenAI的工作人員透過開啟了進階語音模式，並啟動左下角的新視訊標示，身邊的人一一向AI自我介紹，接著再考驗AI「穿著什麼樣衣服的人是誰」等問題，沒想到竟都對答如流，具有高度辨識人類的能力。接著還透過視訊，請ChatGPT教導自己手沖咖啡，確認手沖咖啡器具，一步一步進行教學並確認狀況，展現強大AI功能；接著還提供簡訊，包含分享手機螢幕，請AI看手機螢幕上的文字及相片，協助構思要如何撰寫回覆訊息，它都能有條理完成。為了因應聖誕節，**OpenAI也推出全體使用者都可以玩的「聖誕老人語音模式」**，讓你在聖誕佳節期間，與會發出「Ho Ho Ho」低沉嗓音的聖誕老人對話，感受濃濃節氣氛圍。

【[2024/12/14, udn科技玩家](#)】

7 全聯、唐吉軻德都靠「洗腦神曲」吸粉！



【[2024/12/13, 科技報橘](#)】

「全聯福利，全聯福利，福利熊，熊福利！」洗腦的歌詞和旋律，只要去過幾次全聯超市，一定就會記得這首歌。每個零售店面，幾乎都會播放「背景音樂」，而要播什麼音樂也大有學問，不但能營造空間氛圍及品牌形象，更能提升場域體驗，影響消費者行為，促進消費。

- **音樂影響心情和體驗，更能間接影響消費者的行為** | 比方說節奏稍快音樂，會加快人的運動節奏；節奏慢及柔和的音樂使人放鬆沉靜，如何善用音樂的魔力，對標店內的賣點、特色和企圖營造的氛圍，就成了零售商的功課。H&M 門市不允許播放 3 年前的流行歌，因為會顯得自家衣服也「過時」。台灣名廚江振誠的餐廳，也在店內音樂中下功夫，讓音樂搭配菜單：靠情緒和氛圍堆疊餐點，則搭配有歌詞的音樂。「客人用餐速度太快或太慢，也會透過改變音樂節奏調節，」江振誠說。
- **洗腦的品牌主題曲，一播再播深植人心** | 對量販店賣場、超市來說，播放主題廣告歌，有個非常重要的目的，就是讓顧客對品牌留下深刻印象，增添賣場的娛樂感。像是日本連鎖雜貨店「驚安之殿堂」唐吉軻德，其中一個特點就是店內無限輪迴播放店鋪主題曲《ドン・キホーテの歌》，不僅成功將公司印象透過歌曲植入消費者腦海之中，搭配其店內尋寶的購物體驗，就讓人想要一直待在店裡。

8 節慶音樂又來霸佔耳朵了！這樣排歌單人流大增



【[2024/12/11, 未來商務](#)】

每到年終歲末，商店就會播放應景的節慶音樂，像是聖誕節的《All I Want For Christmas Is You》、農曆年的《恭喜發財》等等。隨著各種節慶的到來，商店裡的背景音樂也扮演了不可或缺的角色，不僅是為了娛樂或慶祝節日，可以在無形中影響消費者的情緒和行為，業者稍微在音樂清單和策略上花點心思，或許會有意想不到的收穫。

- **節慶音樂聽不膩，重點是「比例」** | 過節期間，播放應景的音樂，是再自然不過的事。聖誕歌曲一播，客人就知道聖誕節快到了，這樣的背景音樂有助於影響購物者對周圍環境的感知，營造氛圍，從而影響購買決策；音樂會改變人們的情緒，令人心情愉悅的節慶歌曲，可以讓消費者在店裡停留更長時間、瀏覽更多商品。
- **背景音樂是一種品牌形象** | 線下場域的背景音樂，對於鞏固品牌形象也非常有幫助，消費者可以從背景音樂中感受到品牌的定位。比方說，人們往往會將高雅的古典西洋音樂，與歐洲貴族或上流社會連結起來，因此在精品店中就常聽到古典音樂，烘托出商品和品牌的價值。最經典的案例是無印良品（MUJI），它以播放清新自然輕音樂聞名，與其品牌整體簡約、自然的調性不謀而和，從商品到背景音樂，都貫徹品牌想要帶給消費者那種居家、簡單、舒適、溫馨的生活感。



PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



揭開聖誕驚喜，感受節日魔力

十二月，漸漸寒冷的空氣中早已瀰漫著濃濃的聖誕氣息。隨著聖誕節的腳步越來越近，許多人從月初開始便投入到精心的準備當中，期盼這個特別的節日能夠帶來更多歡樂與溫暖。無論是熱鬧的「交換禮物」，還是那些讓人樂此不疲的「聖誕拍照打卡景點」，又或者是每年都會循環播放的「洗腦聖誕歌」，這些元素早已成為聖誕節不可或缺的传统。本週，讓我們跟著宏將週報一起來看看，今年聖誕季節還有哪些有趣又充滿驚喜的活動，帶給你更多歡笑與溫馨！



超夯遊戲機助粉專節慶人氣

Big City遠東巨城購物中心[粉絲專頁](#)舉辦聖誕抽獎活動，抽出超夯遊戲機PS5作為獎品，吸引超過1.9萬則留言。



「炫耀耶誕祭」一起炫吧

桃園市議長[粉專](#)分享中原文創園區「炫耀耶誕祭」，DIY手作、市集等活動，打造創意滿滿的歡樂耶誕節。



POP MART聖誕快閃來啦

潮玩品牌POP MART泡泡瑪特推出台灣限定「草莓奶昔萌粒」，在西門町打造6大萌系打卡點，再掀搶購熱潮。



必拍中山站高質感聖誕樹

台北捷運中山迎來一年一度的聖誕晚會，「心中山線形公園」化身燈海樂園，讓民眾在燈飾中盡享節日氛圍。





PART THREE

國際案例

- CaseShare



START

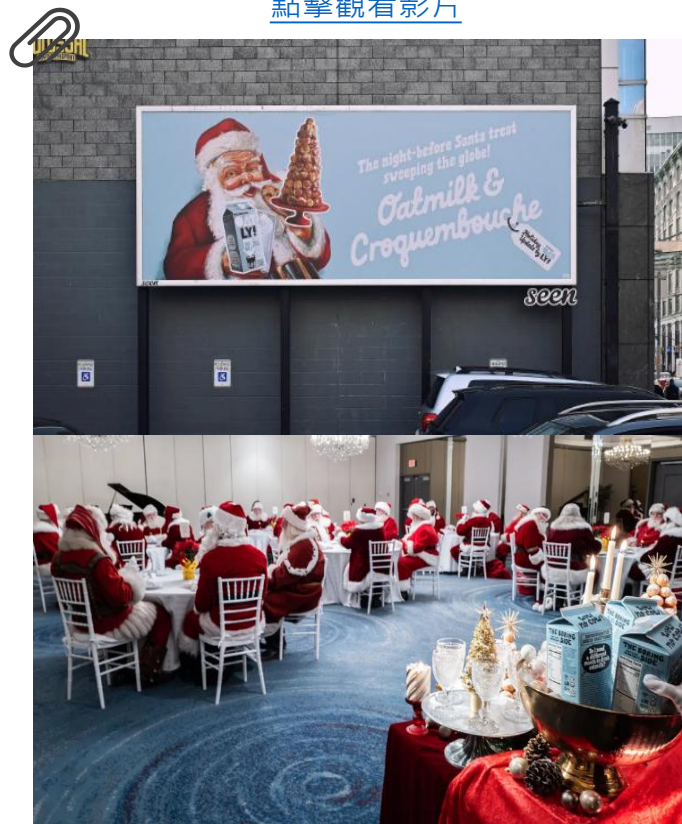
Oatly 重塑平安夜傳統習俗

瑞典品牌 Oatly 推出了一項節日行銷活動，鼓勵消費者在平安夜為聖誕老人準備燕麥奶和法式甜點「Croquembouche」取代傳統的牛奶和餅乾。根據 Marketing Dive 分享的細節，這次活動透過串流媒體、社群媒體、戶外廣告等多種管道進行推廣。

一支 60 秒的影片在社群媒體和電影院播放，記錄了品牌請 31 位專業聖誕老人進行口味測試的過程。在社群和串流媒體等平台上播放的 15 秒短片中，Oatly 以燕麥奶和 Croquembouche 取代傳統牛奶和餅乾的舊有影像與音效。這次節日行銷活動將在紐約、洛杉磯和芝加哥等地播放。

在這場行銷活動中，Oatly 看準了最具象徵性的傳統「聖誕老人平安夜享用牛奶和餅乾的習俗」，為了增加吸引力，這個瑞典植物奶品牌將燕麥奶搭配法式甜點 Croquembouche 做成一種錐形外觀類似聖誕樹的精緻法式甜點。活動的核心是一支 60 秒的影片，記錄了 31 位專業聖誕老人進行的口味測試。最終，除了 1 位聖誕老人外，其餘所有人都選擇了 Oatly 燕麥奶。影片字幕寫道「數據無庸置疑」，「96.774% 的聖誕老人更喜歡燕麥奶和 Croquembouche。」

該活動還推出了兩個廣告短片，延續品牌「Update Milk」平台的特色，並透過編輯過的舊畫面，以 Oatly 取代傳統牛奶。此外，活動也包含在主要城市的張貼廣告，及在紐約高人流地區播放的數位戶外廣告影片。Oatly 的這次行銷攻勢帶有挑釁性與過去的行銷活動相似，樂在與對手競爭。這種競爭性行銷近年來逐漸復甦，尤其是新興品牌試圖在價值議題上挑戰老牌競爭對手時，這種策略尤其明顯。

[點擊觀看影片](#)

GOAL





PART FOUR

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APP	FTV	娛樂綜藝	3.13
2	愛的榮耀宇澄生技膠原太美	FTV	閩南語連續劇	2.99
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.25
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.76
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.28
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.25
7	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	1.02
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.00
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95
10	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	0.88
11	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.85
12	老少女奇遇記2幕後特輯	TTV	其他節目	0.81
13	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	0.79
14	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	0.74
15	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.72
16	1300愛的榮耀宇澄生技膠原	FTV	閩南語連續劇	0.63
17	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.63
18	天下第一招常春微醺攢竹飲	TTV	閩南語連續劇	0.63
19	台灣傳奇炫城慈惠堂	FTV	國台語單元劇	0.62
20	航海王魚人島篇	TTV	卡通影片	0.62

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	2.25
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.03
3	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.87
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.17
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.16
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.10
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.07
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.07
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.97
10	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.95
11	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
12	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.94
13	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.92
14	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.87
15	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.82
16	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.80
17	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.76
18	詹姆士出走料理太平洋廚電	GTV-1	美食、旅遊節目	0.70
19	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.70
20	星漢燦爛	GTV-1	大陸劇	0.66



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀宇澄生技膠原太美	FTV	閩南語連續劇	0.86
2	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.75
3	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.71
4	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.67
5	夜市王愛妮雅化妝品	TTV	美食、旅遊節目	0.61
6	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.59
7	艾嘉食堂蘿琳亞塑身衣	CTS	資訊綜藝	0.57
8	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	0.56
9	1300天才衝衝衝愛妮雅化妝	CTS	競賽綜藝	0.55
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.55

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀宇澄生技膠原太美	FTV	閩南語連續劇	1.65
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.63
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.48
4	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.18
5	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	1.08
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.07
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
8	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	0.92
9	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.85
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	愛的榮耀宇澄生技膠原太美	FTV	閩南語連續劇	1.57
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.34
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.25
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.23
5	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	1.05
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.78
7	航海王魚人島篇	TTV	卡通影片	0.65
8	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.64
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.62
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.59

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.58
2	愛的榮耀宇澄生技膠原太美	FTV	閩南語連續劇	5.17
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.06
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.34
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	2.36
6	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	2.10
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.54
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.49
9	1300愛的榮耀宇澄生技膠原	FTV	閩南語連續劇	1.31
10	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	1.20



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.11
2	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.92
3	台灣第一等特輯	GTV-1	知識資訊節目	0.79
4	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	美食、旅遊節目	0.72
5	詹姆士出走料理太平洋廚電	GTV-1	美食、旅遊節目	0.66
6	銅板美食呷透透	ET-D	新聞性質節目	0.64
7	1300重案組	EFNC	新聞性質節目	0.59
8	1900台灣第一等	GTV-1	知識資訊節目	0.59
9	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.58
10	LINKING368TAIWANQQ充電椿	SANLI	美食、旅遊節目	0.53

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.36
2	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.90
3	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	0.85
4	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.74
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.73
6	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.73
7	詹姆士出走料理太平洋廚電	GTV-1	美食、旅遊節目	0.51
8	2000真假驗證中	VLJP	資訊綜藝	0.51
9	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.47
10	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.44

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.40
2	星漢燦爛	GTV-1	大陸劇	0.89
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.86
4	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	0.75
5	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.67
6	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.67
7	2000星漢燦爛	GTV-1	大陸劇	0.57
8	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.46
9	愛妮雅化妝品潔綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.45
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.44

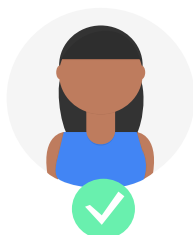
50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	競賽綜藝	4.36
2	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	2.71
3	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.66
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.64
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.37
6	天才衝衝衝造咖	ETTV	競賽綜藝	1.22
7	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	1.11
8	詹姆士出走料理太平洋廚電	GTV-1	美食、旅遊節目	1.08
9	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.07
10	型男大主廚PP石墨烯	SL2	美食、旅遊節目	1.02



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	0.78	0.33	0.39	0.44	1.33
TTV/台視	0.44	0.21	0.28	0.29	0.69
FTV/民視	0.37	0.06	0.08	0.19	0.69
CTS/華視	0.22	0.11	0.08	0.17	0.35
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	0.19	0.21	0.40	0.84
ET-N/東森新聞	0.51	0.23	0.22	0.40	0.82
SETN/三立新聞	0.41	0.11	0.11	0.22	0.75
FTVN/民視新聞	0.35	0.05	0.14	0.15	0.67
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.04	0.07	0.11	0.48
NTVN/壹新聞	0.19	0.10	0.07	0.15	0.31
UBN/非凡新聞	0.13	0.03	0.07	0.08	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.13	0.03	0.04	0.12	0.21
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.03	0.03	0.07	0.23
SET-F/三立財經台	0.07	0.02	0.02	0.03	0.12
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0100
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	愛的榮耀宇澄生技膠原太美	FTV	2.99
2	願望IVENOR十時塑	SANLI	1.87
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.07
4	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.94
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.82
6	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	0.79
7	星漢燦爛	GTV-1	0.66
8	1300愛的榮耀宇澄生技膠原	FTV	0.63
9	天下第一招常春微醺攢竹飲	TTV	0.63
10	台灣傳奇炫城慈惠堂	FTV	0.62

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2200	SETN	1.17
2	台灣演義	FTVN	1.16
3	新台灣加油	SETN	1.10
4	驚爆新聞線2100	SETN	1.07
5	話時代人物	SETN	0.97
6	台灣最前線	FTVN	0.94
7	新台派上線	SETN	0.92
8	少康戰情室	TVBS	0.87
9	關鍵時刻	ET-N	0.80
10	非凡最前線	UBN	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.13
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.25
3	超級紅人榜萬士益冷氣	SANLI	2.25
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.03
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.76
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.28
7	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	1.02
8	晶珂生物面膜綜藝玩很大	CTV	1.00
9	天才衝衝衝造咖	ETTV	0.95
10	老少女奇遇記2	TTV	0.88

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.25
2	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	0.74
3	詹姆士出走料理太平洋廚電	GTV-1	0.70
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.70
5	型男大主廚PP石墨烯	SL2	0.61
6	夜市王愛妮雅化妝品	TTV	0.46
7	1800夜市王	ONTV	0.39
8	效廉出發吧愛妮雅化妝品潔	STV	0.39
9	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.37
10	1900夜市王	ONTV	0.36



PART FIVE

藝人動態

- Dorian Idols



近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：新北中信特攻籃球隊（25日）於主場「新莊體育館」周邊進行宣傳車快閃活動，在中信特攻當家球星「亞喵」謝亞軒的帶領下，加上最具熱情活力的啦啦隊女孩 Passion Sisters 陪同，讓新莊的寒冷冬夜增添溫暖歡樂的氣息！（圖 / 中信特攻提供）

圖2：特攻當家球星謝亞軒帶領Passion Sisters掃街（圖 / 中信特攻提供）

近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：中信兄弟啦啦隊Passion Sisters成員晴兒與Julia現身台南直播現場應援！（圖/民進黨台南市黨部提供）

圖2：世界12強超級循環賽台灣隊對戰日本隊，大批民眾聚集在台南後火車站大遠百戶外廣場與東京同步應援。中信兄弟啦啦隊Passion Sisters成員晴兒與Julia為台灣奪得冠軍加油打氣。（圖/記者王姝琇攝）

近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：中信兄弟啦啦隊成員衣宸，擁有甜美臉蛋和超兇身材，因外貌激似退役女優三上悠亞，獲得高度關注。曾在台灣職籃新竹御頂攻城獅擔任「慕獅女孩」，也拍攝過多支廣告，如今正式踏上中職應援舞台，展現出驚人潛能，吸引大批球迷目光。（圖／翻攝自angeliatsi_17、髮香攝手Tim YT頻道）

圖2：中信兄弟啦啦隊成員「短今」胡馨儀先前宣布寫真桌曆出爐，因為她豐滿上圍看起來就要炸出來，給人一種比基尼太小件的錯覺。（圖／短今IG提供）

圖3：謝凱蒂參加中華隊奪冠遊行後，一度胃痙攣痛到要衝去掛急診。目前已經沒有大礙。吸引大批網友留言：「真的超級敬業」（圖／imkatyhsieh IG提供）



近期精彩動態：冼迪琦



圖1：中信兄弟啦啦隊香港籍隊員冼迪琦（小迪），擁有甜美的笑容和凹凸有致的好身材，過去曾是女子偶像團體「AKB48 Team TP」的成員之一，長相亮麗的她因此獲得「香港首席美少女」、「崑崙接班人」的封號。（圖/翻攝自IG@diccc0213）

圖2：冼迪琦28日透過IG分享去基隆踏青的美照，並寫下「基隆遊客」。照片曝光後，立即吸引超過1.6萬人大讚，粉絲們皆湧入留言區回應「陽光可愛」、「可愛小迪」、「甜美的笑容」、「小迪好可愛」（圖/翻攝自IG@diccc0213）



近期精彩動態：崙崙



圖1：中信兄弟啦啦隊人氣成員崙崙（吳函崙），近日PO出席內衣品牌活動的幕後照。貓耳辮造型加上吐舌俏皮表情，可愛程度爆表。（圖/崙崙IG提供）

圖2：崙崙除了在台灣擁有高人氣之外，過去出版的寫真集加上她也在日本雜誌亮相過，讓她在日本累積了一定的知名度。11月時宣布本月初要前往日本職籃秋田北部喜悅主場，擔任一日啦啦隊，還特別學了該隊的應援舞。（圖/崙崙IG提供）

圖3：崙崙綁起雙馬尾，身穿啦啦隊服和熱褲，露出一雙大長腿，還親民和球迷打招呼。（圖/崙崙IG提供）



近期精彩動態：崙崙



圖1：崙崙也到日本親自為中華健兒應援，更目睹了奪冠的光榮時刻。穿上有「最強」兩字的球衣，果然中華隊就拿下冠軍。（圖/崙崙IG提供）

圖2：抵達球場，崙崙就受到台、日球迷熱情歡迎，爭相合照。女孩們自費應援，左起Jessy、Wendy、崙崙、妮可、秀秀子。（圖/記者王真魚攝）

圖3：崙崙分享一組工作側拍照，誠意滿滿換上了2套分別為酒紅色和芥末黃的內在美，外衣配上純白男友襯衫，深邃誘人的線條明顯可見，加上甜美俏麗的短髮與招牌陽光笑顏，宛如鄰家女孩的清新又純欲的模樣，瞬間攻破粉絲們的心防。（圖/崙崙IG提供）



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

