

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2503

01.13 ~ 01.19



Contents

- 媒體放大鏡 - 《夜市王》決賽日開播聲量最高峰
- 熱門話題 - 蛇來趁大錢，萬事攏平安
- 國際視野 - 如何提升觀眾對電視廣告的注意力？
- 收視調查 - 2024/01/13-2024/01/19
- 藝人動態 - 2024/12-2025/01





PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1

《夜市王》決賽日開播聲量最高峰



【[2025/01/19, 網路溫度計](#)】

緯來電視網原創大型美食實境競賽綜藝節目《夜市王》冠軍出爐！花蓮東大門夜市和臺北南機場夜市（18）日經過6小時現場擺攤對決，18家參賽店家比拚營業額，最終東大門夜市大勝南機場夜市，奪下「台灣夜市王」的頭銜並贏得百萬獎金。競賽結果透過YouTube與電視雙平臺同步直播，吸引最高3萬3千人同時觀看。不僅衝高了網路聲量，還創造了話題性，讓節目位居台灣綜藝網路口碑榜第一名。

- **《夜市王》決賽日成開播聲量最高峰掀社群討論度** | 《夜市王》每逢有爭議內容都會讓節目聲量飆升，播出期間最高峰落在決賽日，累積聲量5,213筆，網路討論度再衝高，製作團隊整合線上與線下的呈現方式成為關鍵。決賽大膽採用線下實體競賽方式，由民眾現場消費決定勝負，讓高雄夢時代購物中心對面廣場昨日湧入破萬人次，排起的長長人龍更成為話題焦點，透過網路社群迅速擴散。
- **東大門8比1打敗南機場奪夜市王** | 熱度破表的《夜市王》總決賽，東大門夜市以9攤8勝1敗，總營業額1,727,780元的驚人成績，擊倒前9集用美味料理征服評審味蕾的南機場夜市1,084,004元營業額，奪下「夜市王」榮耀。根據統計，隨著節目播出後，花蓮東大門夜市的景氣回溫，業績保守估計成長五成；而南機場夜市的營業額成長2到3倍。

2

春節追劇強檔五大影音平臺一次獻映！



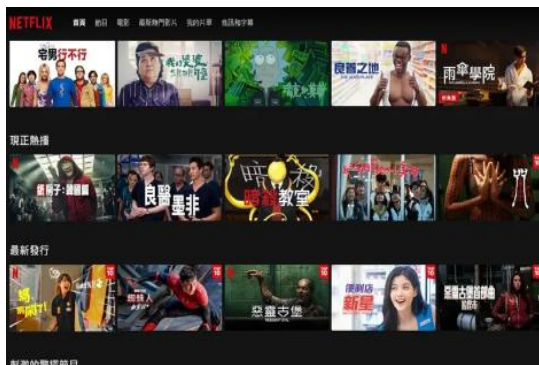
【[2025/01/16, 中央社](#)】

蛇年春節連假高達9天，Netflix、Disney+、MyVideo、Max和KKBOX等五大影音平臺，紛紛推出多項重磅內容，除了有獨家熱播也有經典動畫續集以及等票房佳作；除夕夜網路獨家直播全台最大型除夕賀歲節目。

- **除夕夜最強歌手卡司盡在《紅白》MyVideo除夕夜獨家直播** | 韓國女團Kep1er，首度以團體之姿登臺就在《紅白》舞臺，與全台觀眾一起開心迎新年。此外，啦啦隊女神李雅英也將登臺與觀眾一同互動玩遊戲迎新春。超強明星卡司如王心凌、羅志祥、頑童MJ116、艾薇等29組超人氣卡司也將輪番登場獻唱超夯新曲。
- **《魷魚遊戲》第二季創Netflix全球首周票房紀錄** | 由Netflix獨家播映《魷魚遊戲》第二季，在社群上掀起超高討論度；Netflix除了多部口碑影集，持續推出亞洲原創內容，近期的廚藝實境節目《黑白大廚》、女明星職人台劇《影后》均創造高收視與好口碑。
- **Max獨家播放熱門經典** | Max除了有HBO、哈利波特、DC 宇宙、卡通頻道、Max 原創系列等經典品牌內容之外，更不斷推出最新強檔。平臺更提供多部熱門經典，如《宅男行不行》、《權力遊戲》、《怪醫豪斯》、《超自然檔案》等，滿足不同觀眾的口味。



3 點浪漫劇卻變動作片？Netflix演算法分類「品味社群」



【[2025/01/14, 數位時代](#)】

Netflix 會把觀影偏好相近的用戶，分類進相同的「品味社群」裡。這樣的「品味社群」共有多達兩千多個。此外，Netflix也會幫影片做分組。Netflix的演算法一共可以識別七萬七千種次類別。每個次類別，都代表著一小群用戶會喜歡的片種。但通常，Netflix的用戶不會知道自己早已被演算法分組對待了，也不會曉得Netflix上有著那麼多、那麼細的影片分類，在Netflix的首頁上，用戶唯一能看到的，就是演算法系統認為最有可能吸引他們點進去看的一小撮影片而已。

Netflix演算法會依照個別用戶的喜好，更改每檔節目的縮圖。這項技術從2017年開始啟用，官方將之稱作「個人化的封面圖片」。而Netflix演算法正在做的事，就是盡可能誘導你點開影片，賭賭看你會不會把它看到完。由此可見，Netflix從頭到尾都在試圖操縱使用者的行為。儘管Netflix號稱會提供你符合個人品味的影片，但事實上光靠Netflix演算法，你根本無從培養個人品味。

所以說到底，Netflix 並不會真的替你找出最符合你偏好的影片，而是只會把廣受歡迎或者當下正好有播映權的影片推薦給你，並創造出一種符合你品味的幻覺。Netflix 的做法確實會使我們朝單一化的方向發展，但這樣的推薦系統仍舊對用戶的視野造成了限制。

4 Meta 揭 2025 社群趨勢關鍵



【[2025/01/15, 科技報橘](#)】

隨著消費者行為快速變遷，社群平臺已不再只是人際互動的工具，更成為品牌觸及目標客群的重要管道。根據 Meta，亞太地區是其全球最活躍的社群市場，且持續以高於全球平均的速度成長。面對這樣的趨勢，Meta分享了2025年社群趨勢關鍵，提供品牌掌握脈動。

- **AI 加持廣告創作，效果更勝一籌** | 生成式 AI 正在改變傳統廣告與內容創作的方式。Meta 指出，運用生成式 AI 功能的廣告素材表現更為出色——使用圖像生成功能的廣告，點擊率提升 11%、轉換率亦高出 7.6%。
- **消費者偏好透過訊息與品牌交流** | 越來越多人喜歡透過訊息與品牌進行互動，就像與朋友聊天一樣。Meta 指出，每週至少有三分之一的消費者在 Messenger、Instagram 和 WhatsApp 上與品牌對話，其中又以 Z 世代最為積極。
- **影片內容持續受歡迎，直播成為新寵** | 全球而言，Facebook 與 Instagram 的影片觀看量已佔總使用時間的 60%。
- **跨境購物需求增加，社群平臺成重要資訊來源** | 根據 Meta 調查，50% 的消費者表示曾在促銷期間進行跨境購物。其中，59% 會在 Meta 社群平臺上尋找商品資訊，而 41% 的人購買後會持續在平臺上互動，包含與社群討論使用心得與商品資訊。

5 2024台灣網路報告調查：44%民眾每天看TikTok



【[2025/01/19, 經濟日報](#)】

根據2024台灣網路報告，過去3個月有21.67%的台灣成年民眾使用過抖音/TikTok，其中約44.45%使用者每天使用抖音或TikTok。學者表示，成年人約有1/5用過TikTok，比例不低。調查顯示，民眾最常使用的社群媒體仍是臉書(Facebook)，占比44.44%，其次，Instagram以21.12%穩居最常使用的社群媒體第2名，第3名則為抖音/TikTok，占比為2.53%。

雖然社群媒體排名上跟2023年接近，但可以明顯看到「社群遷徙」的現象，臉書近3年使用比例逐漸向下，Instagram、抖音/TikTok則呈現持續成長，還有Threads等新興平臺異軍突起，顯示資訊流通市場被更多元的小眾平臺瓜分。以台灣使用狀況來看，最主要還是用臉書跟IG，抖音/TikTok比較偏向娛樂面跟短影音取向，但確實可以看到平臺上也有許多高流量網紅，值得後續關注。

調查也顯示，使用抖音或TikTok的使用者中，其中有44.45%每天使用抖音或TikTok，包括一天數次占35.06%，一天一次占9.39%，顯示使用者黏著度高。台灣抖音或TikTok使用者的男性使用TikTok的人口比率為25.39%，顯著高於女性的18.11%。年齡方面，抖音或TikTok使用率與年齡呈現反比，年齡層愈低則使用率愈高，以18到29歲年齡層民眾的抖音或TikTok使用率最高，為34.37%。

6 「TikTok難民」湧入小紅書！下載量單週暴增194%



小紅書

Inspire Lives

技術、資訊和國際網路 · Shanghai · 20,141 人關注

短影音平臺TikTok不賣就必須在美國下架的大限於19日到期，近百萬美國「TikTok難民」湧入中國社群小紅書國際版RedNote另尋新天地，不過他們必須接受中國嚴格監管與內容審查。分析認為這個現象恐怕只是暫時的。

據路透社報導，美國擬禁止TikTok的大限幾天前，RedNote本週在美國應用軟體下載排行榜飆升至榜首，湧入大量新用戶。一名接近該公司人士透露，光是這兩天，小紅書就吸引超過70萬名新用戶。美國調查公司Sensor Tower估計，本週RedNote在美國的下載量年增超過200%，較前一週成長194%。

小紅書仍是一款中國的應用程式，它與TikTok不同的是，TikTok分成了抖音和TikTok，前者服務於中國大陸，後者服務與國際市場；而小紅書則只有一款面向全球的中國應用，只是分成了中文版和包括英文在內的其他版本。

文章指出，所謂「TikTok難民」，已然成為了外國網友進駐小紅書收取流量的一個關鍵標籤 (tag)；小紅書的演算法推薦明顯也在向這波新湧入的國際用戶、向這個流量tag傾斜，這種迎合將來會帶來哪些結果暫且沒辦法下定論，但可以確信的是絕對不會全是正向。

【[2025/01/16, 數位時代](#)】



7 2025遊戲電玩KOL排行出爐！

AIE 2025遊戲電玩 KOL TOP20排行榜									
排名	KOL名稱	主要平台	頻道類型	訂閱數	影響力指數	近期互動率	近期內容分數	內容質量分數	內容熱度分數
1	Lobo 蘿葡	YouTube	遊戲電玩	536,914	4.9	4.8	5	4.8	5
2	歐制	YouTube	遊戲電玩	3,024,912	5	4.2	4.8	4.8	4.8
3	Gary 嘉輝	YouTube	遊戲電玩	808,607	5	4.8	4.8	4.8	4.8
4	Cheng 鄭才華	YouTube	遊戲電玩	1,696,580	5	5	5	5	5
5	TKO Liang	YouTube	遊戲電玩	545,484	4.8	4.8	4.8	4.8	4.8
6	Stanley 史丹利	YouTube	遊戲電玩	764,371	5	3.5	4.6	4.6	4.6
7	SMG Sirenia 海牛	YouTube	遊戲電玩	1,018,895	5	4.4	4.1	4.1	4.1
8	丁特 Dinter	YouTube	遊戲電玩	1,512,703	5	4.1	4.4	4.4	4.4
9	人生野也	YouTube	遊戲電玩	2,460,671	5	5	3.3	3.3	3.3
10	Dora 朵拉	YouTube	遊戲電玩	1,032,479	4.9	3.4	4.9	4.9	4.9
11	編輯 Yui	YouTube	遊戲電玩	3,325,441	5	4.5	3.6	3.6	3.6
12	小蝦 Yanko	YouTube	3C科技、遊戲電玩、旅遊	741,212	5	3.2	4.9	4.9	4.9
13	爆哥 Neal	YouTube	遊戲電玩	461,296	4.7	4	4.4	4.4	4.4
14	歐吉港 Ruroro	YouTube	遊戲電玩	382,068	4.4	4.3	4.6	4.6	4.6
15	當康保 R / 阿傑	YouTube	遊戲電玩	1,110,715	5	3.6	4.5	4.5	4.5
16	SHINN	YouTube	遊戲電玩	397,000	4.4	4.7	4.2	4.2	4.2
17	歐哥	YouTube	遊戲電玩	445,181	4.6	3.7	4.5	4.5	4.5
18	歐叔 歐叔	YouTube	遊戲電玩	3,408,915	5	5	2.9	2.9	2.9
19	Line 市面	YouTube	遊戲電玩	361,298	4.2	4.2	4.6	4.6	4.6
20	Kim 阿金	YouTube	遊戲電玩	751,183	4.9	4.5	3.4	3.4	3.4

【[2025/01/13, I-BUZZ](#)】

行動遊戲的日益普及，將在未來幾年支持電玩市場大幅成長。有鑑於未來的電玩市場廣大，本文將透過獨家AIE網紅評測數據庫，統整並剖析 2025 年度台灣遊戲電玩 KOL 排行，提供遊戲廠商想與 KOL 合作的最佳策略參考。

- **2025台灣遊戲KOL排行榜** | 觀察台灣遊戲KOL前20名可以發現，每一位都有經營YouTube及Facebook，且多數亦有經營Instagram。不過有趣的是，排名第一的「Lobo蘿葡」粉絲數並未特別突出，**挑選合作遊戲電玩KOL時，實際的互動表現、內容關聯等指標，是比粉絲數更為重要的依據**，才能獲得更好的行銷成效。
- **TOP 50遊戲KOL性別分佈及社群經營狀況** | 遊戲 KOL 已經並非男性的天下，有越來越多女性遊戲KOL受到關注。此外，不同性別在社群經營主力上也有差異，男性遊戲KOL在YouTube上的平均粉絲數最多，粉絲更偏好影片形式來獲取資訊；而女性遊戲KOL更傾向以圖文的形式分享遊戲體驗，FB和IG的粉絲基數都高出男性 KOL 許多。
- **TOP50遊戲KOL經營主題分析** | 有大约半數屬於單一領域分享，半數網紅則跨足時尚潮流、趣味搞笑、旅遊、時事討論等主題。

8 消費者購物前看評論！零售業者怎麼運用 AI



【[2025/01/17, 科技報橘](#)】

絕大多數的消費者在購物前，都會在網路上「爬文」找評論，相互比較、比價，最後才做出購物決策。研究表明，**超過 90% 的購物者會閱讀評價來判斷一家公司或產品是否值得他們掏錢買單**。良好的評論內容基本上就是一個店家「品質保證」的背書，即使是 0.1 顆星的分數提升，也對銷售有顯著的影響，評論不僅會影響消費者決策，更會影響到店家的利潤。

- **生成式 AI 幫助快速生成客製化、有溫度的回覆** | 在評論區，偶爾會看到有些品牌、店家，有心想要回覆消費者、與客人互動，但經常因為數量龐大，最後都只是複製貼上千篇一律的回覆內容。有了AI的幫忙，可以透過分析評論的內容和語氣，讓生成式 AI 產出相對應的回覆。此外，過去靠小編一個一個回覆，在效率上差強人意，藉由 AI 賦能，**可以大幅縮短回應的時間**。
- **用 AI 分析輿情、識別趨勢** | AI 也可以大量分析評論的內容，使其不只是驅動消費者前來的動力，也成為品牌端開創新商品、新話題的數據來源。透過 AI 輿情分析，分別推出各種行銷企劃，**在社群媒體上掀起話題，帶動品牌聲量**。
- **經營評論有助於 SEO，在未來 AI 搜尋也有利** | 在 Google 搜尋演算法的世界中，評論的角色舉足輕重，一個品牌若希望可以出現在搜尋結果的第一頁，評論分數會是一個秘密武器，Google搜尋會將近期有大量好評的品牌加權，讓消費者更容易搜尋到該品牌。



PART TWO

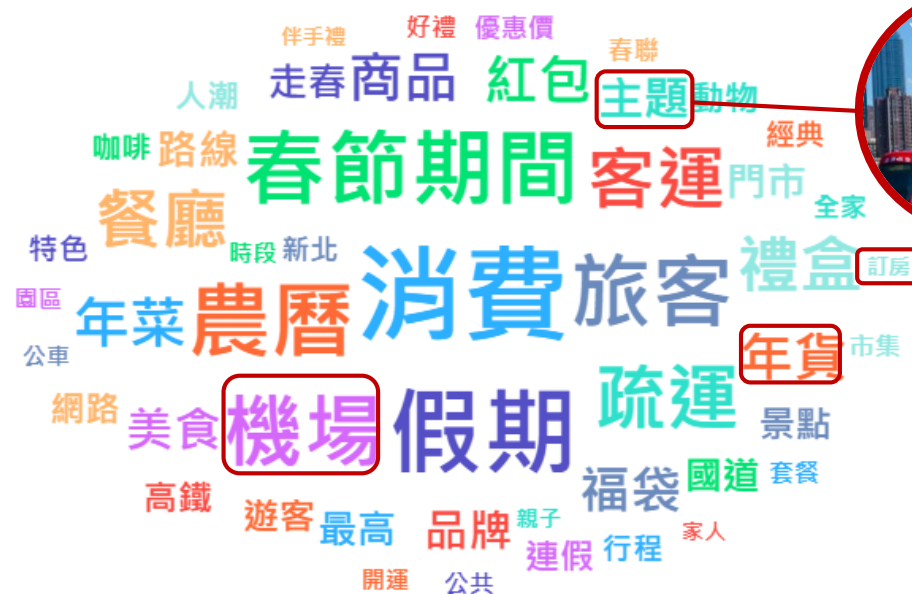
熱門話題

- Hot Topics



蛇來趁大錢，萬事攏平安

下週迎接蛇年春節假期，許多民眾已忙碌地準備年貨，也有不少人選擇出國滑雪度過假期。隨著春節的臨近，各式年節活動和話題也逐漸升溫。今年的蛇年更是充滿了富有趣味的諧音，如「蛇麼都有」、「有蛇有得」、「蛇來運轉」等。還有哪些有趣的春節活動、熱門話題及不同的慶祝方式呢？本週就跟隨宏將週報，一起探索並感受這股節慶的濃厚氛圍吧！



春節出國夯，花蓮訂房最淡

春節假期掀起國人出國旅遊熱潮，導致國內春節期間的訂房率相對低迷，網友開始比較國旅利弊與出國費用。

「紅色身影」穿梭在高雄

AirAsia亞洲航空在高雄推出主題輕軌列車，春節搭乘輕軌暢遊高雄，還能參與玩遊戲抽機票，掀起熱烈回響。

麥當勞春節全新聯名限定

麥當勞攜手美樂蒂推出粉嫩聯名產品，包括春節限定「金迎招財數來堡」，網友熱議期待與抵制聲浪並存。

網批最雷年貨大街是他？

Threads上有篇帖文「天津路年貨大街避雷」引發熱議，網友普遍對食品安全、商家誠信及消費體驗表達不滿。





PART THREE

國際視野

- MediaTrend



START

如何提升觀眾對電視廣告的注意力？



根據 Hub Entertainment Research 最近的研究報告，**觀眾對電視廣告的接受度依然很高**。在2024年12月的報告中，近三分之二(66%)的受訪者表示，如果能節省一些串流服務的費用，他們願意接受有廣告的版本，而非選擇價格更高的無廣告選項。這和2024年6月的數據相近，並且比前年同期(64%)和2022年12月(57%)明顯上升。

值得注意的是，約三分之二(66%)的受訪者認為直播電視中的廣告比隨選內容中的廣告更容易接受。在年齡層方面，年輕族群(16-34 歲：69%)的接受度高於年長族群(55-74 歲：61%)。

在直播電視廣告方面，**大多數觀眾(85%)都認同，廣告已經成為觀看直播的一部分，廣告也讓他們有稍作休息的機會(83%)**，除此之外，(75%)人認為像是**運動比賽或頒獎典禮等直播的廣告並不會困擾他們**，因為這是活動的一部分。

同時，大約七成(71%)的受訪者表示，他們在認為直播電視對專注度的要求比較低，因此更容易忽視廣告。然而，比起快速免費串流(FAST)/多頻道隨選平臺(25%)和廣告支援的隨選平臺(AVOD，27%)，觀眾更有可能在直播電視中關注大部分或所有廣告(32%)。

當被問及**什麼因素會讓他們更願意關注廣告時，觀眾最先提到的是能因為觀看廣告而獲得獎勵(50%)，其次是時間比較短的廣告時段(49%)、縮短廣告長度(47%)，以及單一廣告(46%)。**

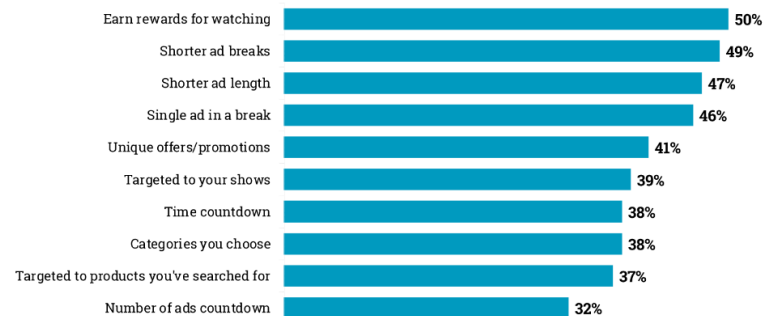
事實上，觀眾表示，如果廣告量適中，他們會更頻繁地注意廣告。Hub 的研究指出，「適中的廣告量」平均指每半小時少於11則廣告，每次時段少於90 秒。



Earning TV Viewers' Ad Attention

"Which would make you more likely to pay attention to an ad? [Top 10]"

marketing charts



Published on MarketingCharts.com in January 2025 | Data Source: Hub Entertainment Research

Based on a November 2024 survey of 3,000 US consumers ages 14-74 who watch at least one hour of TV per week



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	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	3.28
2	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.58
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.36
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.18
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.39
6	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.11
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.02
8	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	0.97
9	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	0.94
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.89
11	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.86
12	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.86
13	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	0.83
14	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.78
15	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.72
16	姊妹亮起來宇澄生技膠原太	FTV	資訊綜藝	0.63
17	老少女奇遇記2幕後特輯	TTV	其他節目	0.60
18	在光裏的人常春微醺攢竹飲	TTV	閩南語連續劇	0.60
19	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.58
20	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	0.57

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	2.16
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.07
3	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.94
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.15
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.14
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.10
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.09
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.07
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.90
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.84
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.83
12	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.82
13	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	0.80
14	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.80
15	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.79
16	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.78
17	台灣啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.75
18	星漢燦爛	GTV-1	大陸劇	0.74
19	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.71
20	2000新聞深一度	SETN	新聞性質節目	0.71



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.92
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.43
3	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.30
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.01
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.98
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.98
7	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.96
8	X又是星期一-2100	CTV	國語連續劇	0.86
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.82
10	1730烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.77

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	1.75
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.65
3	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.40
4	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.36
5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.24
6	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.23
7	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.11
8	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	1.06
9	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	0.86
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	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	1.20
2	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.14
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.11
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.10
5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.04
6	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	0.95
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.75
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.64
9	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.63
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.61

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	5.66
2	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.37
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.10
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.65
5	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	1.87
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.86
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	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	閩南語連續劇	1.29
10	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	1.20



有線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.29
2	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.21
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.20
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.77
5	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.73
6	星漢燦爛	GTV-1	大陸劇	0.70
7	2000新聞深一度	SETN	新聞性質節目	0.68
8	台灣啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.67
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.59
10	1300台灣第一等	GTV-1	知識資訊節目	0.59

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.47
2	星漢燦爛	GTV-1	大陸劇	1.10
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.88
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.65
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.61
6	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.57
7	台灣啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.55
8	2100鬼滅之刃刀匠村篇	ET-M	卡通影片	0.50
9	2215苦力德國EMMA床墊	SANLI	閩南語連續劇	0.50
10	2000星漢燦爛	GTV-1	大陸劇	0.49

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.23
2	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.13
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.84
4	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.80
5	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.77
6	台灣啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.73
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.71
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.67
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.67
10	2000燃油車鬥魂	ET-M	卡通影片	0.66

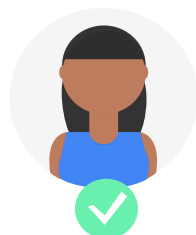
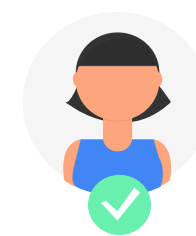
50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	3.92
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.48
3	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	2.86
4	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.09
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.98
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.92
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.85
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.49
9	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.37
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.30



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	0.87	0.48	0.43	0.47	1.45
TTV/台視	0.41	0.16	0.32	0.25	0.65
FTV/民視	0.35	0.11	0.09	0.17	0.62
CTS/華視	0.24	0.23	0.11	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	0.56	0.25	0.23	0.41	0.90
ET-N/東森新聞	0.48	0.28	0.18	0.32	0.79
SETN/三立新聞	0.43	0.17	0.12	0.25	0.74
FTVN/民視新聞	0.39	0.06	0.18	0.17	0.72
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.04	0.06	0.12	0.47
NTVN/壹新聞	0.18	0.09	0.05	0.13	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.03	0.05	0.11	0.24
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.02	0.04	0.09	0.21
UBN/非凡新聞	0.12	0.02	0.05	0.06	0.22
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.03	0.03	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	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	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	2.58
2	願望IVENOR十時塑	SANLI	1.94
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.07
4	阿榮與阿玉東湧熱水器	CTS	0.97
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.84
6	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.80
7	星漢燦爛	GTV-1	0.74
8	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.72
9	在光裏的人常春微醺攢竹飲	TTV	0.60
10	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	0.57

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.15
2	驚爆新聞線2200	SETN	1.14
3	台灣最前線	FTVN	1.10
4	驚爆新聞線2100	SETN	1.09
5	新台派上線	SETN	0.90
6	少康戰情室	TVBS	0.83
7	非凡最前線	UBN	0.82
8	關鍵時刻	ET-N	0.80
9	世界翻轉中	TVBSN	0.79
10	台灣演義	FTVN	0.78

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.28
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.36
3	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	2.18
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.16
5	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.07
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.39
7	綜藝玩很大	CTV	1.11
8	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	0.94
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.89
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	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	1.02
2	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.71
3	詹姆士出走料理太平洋廚電	GTV-1	0.63
4	型男大主廚PP石墨烯超導被	SL2	0.62
5	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	0.55
6	型男大主廚PP石墨烯	SL2	0.54
7	拾久茶屋夜市王	ONTV	0.48
8	花小錢吃遍在地美食	VLJP	0.47
9	效廉出發吧愛妮雅化妝品潔	STV	0.46
10	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.43



PART FIVE

藝人動態

- Dorian Idols



近期精彩動態：Passion Sisters



圖1：「竹山竹藝燈會暨跨年晚會」活動邀請中華職棒3大人氣啦啦隊團體及知名藝人齊聚，帶來青春洋溢的活力與精彩表演。（圖／竹山鎮公所提供）

圖2：新北中信特攻在主場推出「DEA Santa主題週」活動，賽前由啦啦隊Passion Sisters帶來全新舞臺劇「希望之火」開場表演，以「賣火柴的小女孩」故事為樣本，寓意點燃生命之火，燃起希望，PS女孩貴貴、君白分別擔任母親及女孩角色，貴貴更是因為過度投入角色本身而數度落淚。（圖／中信特攻提供）

圖3：有球場仙女稱號的中信兄弟啦啦隊君白，度登上T台，在臺北時裝週Daniel Wong設計師的大秀中走秀亮相。（圖／嘉樂娛樂工作室提供）

近期精彩動態：崙崙



圖1圖2：崙崙(8日)在instagram曬出一段影片，她感性地寫下：「感恩的心，2025開季見」，預告著今年依舊續留啦啦隊「Passion Sisters」。(圖/崙崙IG提供)

圖3：崙崙在instagram曬出一系列在棒球場應援的照片，寫下：「我例行賽的最後一次洲際，四連勝太快樂了」。(圖/崙崙IG提供)

圖4：外界好奇是否暗示即將引退？崙崙事後在instagram限動作出解釋：「那個...我只是少打了『今年』，為什麼要說成是我人生最後一場洲際例行呢？那麼希望我退出嗎？」文末還附上大哭的表情符號，看得出來內心相當無奈。(圖/崙崙IG提供)



近期精彩動態：崙崙



圖1：交通部觀光署26日宣佈金泉獎票選活動即日起開跑，並邀請中信啦啦隊成員崙崙擔任代言人。（圖/中央社記者餘曉涵攝）

圖2：中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」人氣成員崙崙（9）日登上臺積電尾牙，穿著招牌隊服嗨跳，還帶來有名的「三振舞」，讓台下員工嗨翻直喊：「謝謝公司！」（圖/崙崙IG提供）

近期精彩動態：邊荷律



圖1：韓籍女神邊荷律有一副天使臉孔，在球場邊應援舞姿搖曳又靈活，把眾多球迷蕩得心搖神馳，日前接下蛋捲廣告代言，俏皮吃相掀起熱議，而身為「吃貨」的她，身材始終保持纖細，透露自己有一套簡易瘦身妙招，與大家分享。（圖/趙世平攝）

圖2：邊荷律在廣告中不僅身穿啦啦隊應援服，更是大跳招牌應援曲〈炸裂〉，同時還以「倉鼠吃」來凸顯蛋捲的美味特點。乖姐透露「倉鼠吃」是粉絲給她的暱稱，因為她在吃東西時習慣將食物放在雙頰，看起來就像可愛的倉鼠。（圖/翻攝自邊荷律IG）



近期精彩動態：短今



圖1：中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」人氣成員短今，（23日）在Threads發文透露個人帳戶突多了3,900元，銀行致電跟她說是有人不小心誤轉，希望她能扣除15元手續費退還回去，讓她幽默稱：「謝謝提早到的聖誕禮物。」（圖/攝自短今IG）

圖2：，日前在球場工作時為了應景聖誕節，特地在裝扮上融入許多聖誕元素，擺出正在騎麋鹿模樣闖進觀眾席和粉絲互動。（圖/攝自短今IG）

圖3：短今說自己看中醫竟被醫師嫌「黑又髒」，她委屈吐真相，表示剛打完電波才氣色不佳，粉絲則護航短今，痛批醫師說話太難聽了吧。（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

