

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2506

02.03 ~ 02.09



Contents

- 媒體放大鏡 - 全台討論度最高三大燈會亮點一次看
- 熱門話題 - 甜蜜行銷! 盤點品牌浪漫新玩法
- 國際視野 - 行動應用程式收入大幅增長
- 數位轉型 - 麥當勞用LINE OA讓顧客黏著力滿分
- 收視調查 - 2025/02/03-2025/02/09





PART ONE

媒體放大鏡

- Media News



1 全台討論度最高三大燈會亮點一次看



【2025/02/11, 網路溫度計】

日前調查出網路聲量最高的「全台元宵燈會TOP 10」，其中討論度最高的幾個燈會在近日都有備受矚目的特色展品，在網路上引發關注。一起來看看這些各具特色的話題燈會吧！

- **Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園**(網路聲量：12,547筆) | 以日本人氣IP「吉伊卡哇」為主題，推出創意的「吉刻就圓」活動，讓萬顆紅白海灘球漂浮於港灣中，打造壯觀的紅白湯圓海港。現場更有滾球挑戰、123木頭人、打彈珠等活動，讓許多人都非常期待。
- **2025中台灣元宵燈會**(網路聲量：9,713筆) | 以「人首蛇身」的女媧作為主燈，結合燈光、音效、表演藝術及AR擴增實境展出。女媧奇葩的造型引發大量討論。在先前女媧主燈照片釋出後，「醜美」的造型就已經引發大量討論，近期更是吸引許多人前往朝聖。
- **2025台灣燈會在桃園**(網路聲量：8,927筆) | 今年第36屆台灣燈會移師桃園，此為睽違9年台灣燈再度於園舉行，以「光聚千塘串桃園」為主題。本屆燈會更和《寶可夢》聯名推出主題花燈，燈區也首度納入職棒球場，讓大家在12強奪冠後能夠踏入球場感受花燈與棒球結合的魅力。不只如此，台灣燈會更與人氣動漫《進擊的巨人》合作，展出「超大型巨人」充氣裝置，吸引大批粉絲前往打卡。

2 OTT TV影視音平台趨勢



【2025/02/07, 中時新聞網】

NCC近期發布「113年通訊傳播市場報告」顯示，16歲以上民眾住處主要收視來源，有線電視占比58.3%，其次為中華電信MOD 17.4%、OTT TV為16%、無線電視台7.5%，有線電視仍為國內影視音平台收視主流。

其中，OTT TV主流為Netflix、Disney+等跨國串流影音平台，電信三雄OTT TV用戶則緊跟在後急起直追，且訂閱戶正快速成長中。中華電信最新統計，2024年全年Hami Video影劇館+訂戶數較2023年成長35%、電視館年成長147%。MOD加上Hami Video訂閱數在去年巴黎奧運期間達到逾300萬用戶規模，若以MOD用戶約206~207萬來看，Hami Video估約有百萬訂閱用戶。

另外，電信三雄統計春節期間各OTT TV平台收視，中華電信Hami Video整體收視較去年春節同期成長50%，台韓豐富的影視內容亦帶動該平台用戶自主訂閱較去年同期成長2.3倍。台灣大哥大旗下影音串流平台MyVideo於春節期間全站觀看人次較平日增長超過5成，網路付費用戶數更成長3倍。MyVideo電影館於春節期間觀看人次，也較前一周增加超過6成。動漫館觀看人次則年增近3成。遠傳friDay影音今年春節期間免費會員黏著度呈現大幅躍升，電影觀看時長年增5成，韓綜與日劇的點擊年增雙雙近6成。



3 為什麼 Netflix 有時會下架你最喜歡的節目？



【[2025/02/05, 電腦王阿達](#)】

- 影音串流平台 Netflix 擁有龐大的內容庫，如果你是 Netflix 的愛用者，有時會發現自己最喜歡的節目或原本想要之後看的電影從平台上下架找不到了，這點其實不用太過驚訝，因為每個月調整一次內容庫已經成為 Netflix 的例行公事。以下盤點下架的主要原因：
- **授權協議已到期** | Netflix 以付費方式取得其他發行商版權內容的播放權利，串流平台和發行商之間的授權協議到期了。這些權利是所謂授權協定的一部分，用於規定 Netflix 可以在何處、何時於服務上播放特定內容。
 - **不值得花費授權成本** | 評估是否續約，授權內容的受歡迎程度和獲取成本及能否繼續為平台帶來新的訂閱用戶，很大程度地決定了 Netflix 是否續簽授權以將其保留在平台上。
 - **版權、爭議和法律問題** | 在個國家、地區上架的影片也必須遵守當地政府的法規，有時候，爭議和法律問題也可能是 Netflix 決定不再續簽某個節目授權或不再續簽下一季自家原創作品的原因之一。
 - **如何知道最喜歡的節目是否會下架** | 最明顯指標是，Netflix 在作品縮圖上顯示「即將下架」標籤，在影片介紹頁上也會顯示下架日期。

4 DeepSeek新玩法爆紅！拿來算命、預測奶茶爆款



【[2025/02/03, 科技玩客](#)】

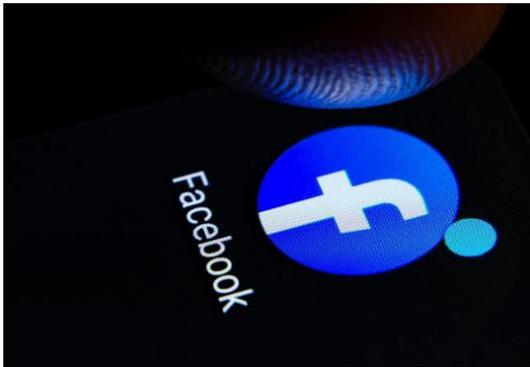
DeepSeek 近日爆紅，整個春節長假最熱話題莫過於此。寫詩、寫小說、問作業已經是大模型的基礎用法，在長假期間，這些大模型為**出遊制定攻略**、**出國當翻譯**，成為出行人士的必備神器。更多人熱衷於開發 DeepSeek 的新功能和玩法。

綜合媒體報導，有網友分享出國旅行的經歷，**全程使用大模型當導遊和翻譯**。該人士表示，「春節假期到歐洲度假，這次用了 DeepSeek 和 *豆包 (*一款多功能 AI 智能助手)，輕鬆搞定西班牙語的酒店信息、導覽地圖，翻譯外文菜單更是一絕，非常準確。」還有網友用兩個大模型制定出行安排，告訴大模型訴求。比如：出一個旅行日程，不太累，主要拍風景等，即可生成攻略。該人士表示，意料之外的是，DeepSeek 甚至會自動給每天的行程取了標題。

另外，越來越多人開發 DeepSeek 的新功能，**有人用它進行裝修設計、預判股市等**。一名飲料店店長向其詢問上海未來一周奶茶爆款，DeepSeek 分析數千篇小紅書筆記後給出結論：「桂花酒釀將逆襲，建議提前囤貨糯米」。店長實測準確率超 80% 表示：「比天氣預報還準」。平安基金基金經理看好應用端，認為**包括教育、醫療、金融等垂直領域都將借助低成本大模型實現效率躍升**，也會帶來很多機會。



5 台灣IG新制來了！6大保護機制一次看



【[2025/02/11, 數位時代](#)】

Meta於2月11日宣布，旗下社群平台Instagram將在本週針對台灣用戶開啟「青少年帳號」機制，所有13到17歲都會自動轉換成私密帳號，觀看內容和時間也被限制，部分功能調整需要家長帳號同意才可變動。包含以下功能調整：

1. **預設為不公開帳號** | 自動設為不公開，讓未追蹤他們的陌生人無法與他們互動，若想切換成公開帳號，則需獲得家長同意。
2. **訊息阻擋** | 只接收自己追蹤或聯繫過的帳號；家長帳號可看見青少年正在談話的對象，但不能觀看對話內容，保護青少年隱私。
3. **敏感內容** | 減少青少年在「探索」與「Reels」等頁面接觸到敏感內容，例如含有性暗示、涉及自殘、自殺與暴力等敏感內容。
4. **互動** | 只能被他們追蹤的人標註或提及，並自動開啟最嚴格的霸凌防治功能「隱藏字詞」。
5. **每日時間上限** | 每天使用時間達 60 分鐘後，會自動收到關閉應用程式的提醒。
6. **家長監護功能** | 設計兩種不同的「監護功能」，包含調整帳號保護措施、允許或拒絕青少年變更帳號設定等。

Instagram不是唯一啟動相關機制的平台，例如TikTok自2021年就在App Store中分級為12+，可直接避免13歲以下青少年使用。

6 開頭不狠，全文白忙！Threads實戰21心法

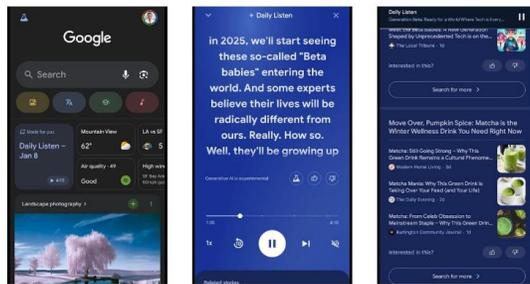


Photo Credit: Google

【[2025/02/09, 數位時代](#)】

在Threads上寫了12萬字，從0寫到10,000追蹤的21個觀察心得與趨勢分享：

仔細看系統提示，寫作洞察力會大幅提高 | 把通知切到「追蹤來源」的頁面，引起讀者「採取追蹤行動」的常常不是本文，是回覆讀者的超短留言、藏在深處的零碎對話！最出乎我意料的是「謝謝你的購買支持 🥰」這種一行文，是超多人追蹤的主要來源。

- **數據顯示：嘴巴上說的，往往和實際行動相反** | 大家都說：Threads膚淺、嘈雜、沒深度；還有人說，我要把這爛APP給刪了。但是，這些人實際上都花好多時間和力氣在Threads上面。因此寫好貼文，你最該觀察的是「讀者注意力趨向」而不是他們的宣告。
- **Threads上也有頂尖知識分子** | 別因為表層膚淺、破碎，就輕視這平台。你去看馬斯克的X就知道了，上面有一堆政商名流、頂級精英。我寫植牙文就看到牙醫師文；我追蹤一個整形醫師：就看到好多相關人士。是追蹤「垂直領域」權威的聖地，所以別輕視Threads。
- **Threads的變現、轉換模式還不穩定** | 身為內容創作者，能「轉換」的有：打開連結、訂閱Email、賣幾百元的書、賣幾千、上萬元的數位課程。Threads適合靠寫作建立「影響力」。至於變現更需要強大說服力。《[完整心得請參考原文...](#)》



7 博客來小編是誰？國際書展超狂行銷大公開



【[2025/02/10, 網路溫度計](#)】

2025年台北國際書展順利落幕，期間各家出版社為吸引讀者無不使出渾身解數，除了祭出優惠購書折扣，還在社群平台與網友互動，其中博客來小編「博小編」在Threads、IG上號召網友到書展互動，結果現場攤位宛如「博小編」的粉絲互動會，不少人駐足表示，「書展最大收穫就是看到小編」、「全網最好笑小編」。

- **博小編為布蘭妮自傳揮假刀熱舞** | 2021年博客來YouTube頻道開始出現「博小編開箱」系列影片，宣傳博客來各式商品以及活動，博小編以招牌黑框眼鏡加上口罩現身，不計形象搞笑演出引起不少網友關注，2023年小甜甜布蘭妮推出回憶錄，博小編為了宣傳布蘭妮自傳，貼出模仿布蘭妮「揮假菜刀熱舞」影片引關注。
- **書展惡搞宣傳！大塊文化「誠徵百萬讀者」** | 書展開幕前，大塊文化在臉書發布一則「2025開工第一徵」的貼文，內文寫著：「你沒看錯，徵求人數無上限！」讓人以為是徵才公告，點開留言才發現，原來是在「誠徵百萬名讀者」，幽默的手法成功引起關注。同時，發起「把大塊的書搬光光大賽」，該活動吸引超過1600名網友表示有興趣，近百位民眾表態參加，為書展增添不少話題與趣味。

8 「療癒經濟」Jellycat、吉伊卡哇崛起



【[2025/02/07, 網路溫度計](#)】

根據世界衛生組織 (WHO) 的資料顯示，台灣則有超過200萬人有憂鬱症傾向或症狀，種種的數據報告都顯示出憂鬱症的盛行率正以驚人的速度在持續攀升中，「療癒經濟」也因此逐漸興起。「**療癒經濟 (Healing Economy)**」是指通過各種療癒服務來滿足人們心理健康需求的經濟型態，它涵蓋了從音樂、冥想、繪畫、寵物陪伴、購物等多種形式，幫助他們在快節奏的日常中緩解壓力、恢復精力。

由日本漫畫家Nagano所創作的網漫吉伊卡哇，劇情更著重於小可愛們的成長故事，從事勞動工作的他們遭遇到許多挫折與不幸，讀者感受到角色們在殘酷世界保持純真與脆弱的形象，這也是該部作品能引起巨大共鳴的主要原因之一。

來自英國的玩具品牌「Jellycat」迅速竄紅，以其可愛又獨特的毛絨玩具而聞名，被稱為「世界上最柔軟的安撫玩具」，Jellycat的行銷模式主要是將玩偶擬人化，品牌會為每一款玩偶創造一份專屬的產品手冊，賦予牠們人格化的故事背景，具備「陪伴、柔軟、治癒」等要素的Jellycat切中這個時代的主流情緒。

療癒經濟的崛起不僅改變了市場趨勢，也讓整個社會更關注心理健康的重要性，也成為了一種新的經濟現象。





PART TWO

熱門話題

- Hot Topics



甜蜜行銷! 盤點品牌浪漫新玩法

情人節將至，浪漫氛圍悄然升溫，無論是精心挑選的約會餐廳，還是別出心裁的禮物，都是熱門話題。除了餐廳、飯店、鮮花和蛋糕禮品外，許多品牌也透過「標記情人、想對另一半說的話」等互動吸引關注。與此同時，單身族群則熱衷於「全台最靈驗的月老廟」、「跨年吃12顆葡萄能否脫單」等話題。本週，就跟著宏將週報一起看看品牌如何以創意迎接情人節吧！



TENGA攜手霞海城隍廟

與台北著名月老廟聯名，內含三款保幸福(幸福)及熱銷可可風味糖，創意聯名手法引熱議。



達美樂推可可火山披薩

情人節推出3D立體火山造型的濃郁可可搭配披薩，甜鹹交織的創意口味引起網友關注。



OTT以票選愛情劇為切角

除電影院推情人節新片之餘，friDay影音及愛奇藝以「票選好看經典愛情劇」，加強粉絲互動與關注作品。



GODIVA加LINE解鎖「密語」

抽獎貼文設計導line互動對話「挑選最常說的愛之密語」並贈優惠券，推廣情人節活動並衝會員數。



PART THREE

國際視野

- MediaTrend



START

行動應用程式收入大幅增長



2024 年全球行動應用程式營收大幅成長，消費者在應用程式購買 (IAP) 和訂閱上的總支出年增 13%，達到 1,500 億美元，其中美國貢獻了超過三分之一 (520 億美元)。

非遊戲類應用程式的購買表現尤其突出。去年，排除遊戲應用的消費總支出達到 692 億美元，較 2023 年的 555 億美元大幅增長 24.7%。因此，這類應用程式與遊戲應用的支出差距已大幅縮小。2024 年，遊戲應用的支出略超過 800 億美元，但年增率僅為 4%。

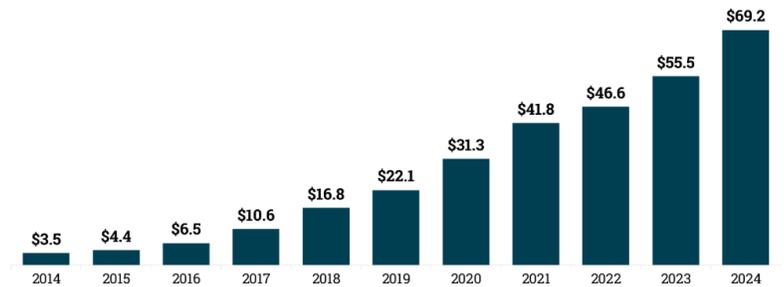
在去年額外增加的近 140 億美元非遊戲應用支出中，「娛樂」類別是最大推動力，其支出較 2023 年增加 44 億美元。「照片與影片」 (+19 億美元) 和「*生產力工具」 (+18 億美元) 應用的支出也有顯著成長。(*生產力工具如 ChatGPT)

在各種非遊戲行動應用領域中，「媒體與娛樂」類別下的「電影與電視串流」子類別在 2024 年擁有最高的購買支出，年增 31% 達到 119.81 億美元。緊隨其後的是「社交」類別下的「社群媒體」子類別，其購買支出增長 29% 至 117.59 億美元。這一子類別同時也是用戶花費時間最長的，消費者在社群媒體應用上的總時數接近 2.4 兆小時。

其中，TikTok 以總使用時間排名第一。其次為 WhatsApp Messenger 是使用時間最長的應用程式。儘管未進入使用時間前 10 大子類別，報告特別強調「人工智慧 (AI)」類別在 2024 年的下載量呈現爆發式成長。該類別在整體下載量增長方面排名第一，在購買收入增長和使用時間增長方面則分別排名第三。



Global Mobile In-App Purchase Revenue (\$B)
2014-2024, excluding mobile games



Published on MarketingCharts.com in January 2025 | Data Source: Sensor Tower

Based on Sensor Tower data



GOAL





PART FOUR

數位轉型

- Digital Transformation



START

麥當勞用LINE OA讓顧客黏著力滿分



剛過40歲生日的台灣麥當勞，不僅是第一個進入台灣的國際連鎖速食品牌，更受到跨世代消費者的喜愛，從學生、上班族、親子家庭到銀髮長者，各年齡層的人都喜歡到麥當勞用餐；而麥當勞之所以能吸引廣泛顧客群，除了美味餐點之外，其不斷創新的顧客溝通模式深化品牌認同，亦是關鍵之一。

• 3大策略揭秘：如何讓顧客每天都打開LINE

麥當勞對LINE官方帳號的定位是，成為顧客每天都想要使用的互動社群平台，而不是偶爾想起再點開看看有哪些新訊息的公告欄。

基於這個核心理念，麥當勞往下展開3大策略，**第一是整合行動點點卡**，讓顧客可以使用點點卡付款，或是將點點卡的點數兌換成飲品、甜點等商品。**第二是提供隨買店取服務**，顧客打開LINE OA就可以購買與使用電子商品券，近期更導入 LINE Pay 結帳機制，簡化支付流程，讓顧客可以更方便地完成交易，同時加快結帳速度。**第三為因應節慶或行銷活動去設計專屬的貼圖與遊戲**，持續吸引顧客在LINE平台上進行互動。

• 以互動為核心，達成顧客參與新高度

麥當勞從顧客角度出發的經營策略，使得LINE官方帳號上線至今一年多，即能達成亮眼成績，不只**好友數快速成長已超過350萬**，同時推升餐廳營運成長，包括**隨買店取的單月營業額成長幅度，比最初設定的目標高出20%**。

在顧客互動上，貼圖與遊戲亦成功提高顧客造訪率及參與度，例如，2024年初推出的麥當勞40週年專屬限定貼圖，上線才1個月，總下載數就達到137萬次，藉由此次貼圖活動增加的好友數超過百萬，留存率高達52%遠高於業界平均值，且在平台經營上，整體封鎖率也遠低於業界均值。又如，阿華田酷脆冰炫風上市時，特別**設計復古貪食蛇小遊戲**，該遊戲的LINE推播訊息寫下**點擊互動率達13%**的好成績，遠遠超過業界平均的2~5%，且總點擊互動次數達20萬次。



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	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	2.86
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.80
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.41
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.84
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.54
6	名偵探柯南灰原哀物語黑鐵	CTS	外片	1.34
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.09
8	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.07
9	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	0.95
10	豬哥亮經典秀蓓麗莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	0.88
11	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.87
12	1800名偵探柯南灰原哀物語	CTS	外片	0.82
13	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.72
14	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.72
15	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.67
16	雲襄傳2100	CTV	大陸劇	0.64
17	1300好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.63
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.63
19	姊妹亮起來歐可生技OK防霉	FTV	資訊綜藝	0.62
20	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	0.58

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.49
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.19
3	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.96
4	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.19
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.17
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.11
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.06
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.04
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.95
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.94
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.93
12	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.89
13	沈默的證人鑑識柯南錄	SETN	新聞性質節目	0.85
14	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.81
15	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.80
16	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.80
17	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.74
18	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.72
19	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.71
20	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.70



無線 TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	名偵探柯南灰原哀物語黑鐵	CTS	外片	1.89
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.67
3	1800名偵探柯南灰原哀物語	CTS	外片	1.35
4	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.09
5	姊妹亮起來歐可生技OK防霉	FTV	資訊綜藝	0.99
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.92
7	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.91
8	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	0.89
9	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.88
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.84

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	1.52
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.23
3	名偵探柯南灰原哀物語黑鐵	CTS	外片	1.17
4	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.13
5	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	1.09
6	1800名偵探柯南灰原哀物語	CTS	外片	0.85
7	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.80
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.79
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.67
10	老少女奇遇記2	TTV	資訊綜藝	0.61

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	1.89
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.69
3	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.58
4	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.47
5	名偵探柯南灰原哀物語黑鐵	CTS	外片	1.36
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.33
7	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	1.17
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.99
9	1800名偵探柯南灰原哀物語	CTS	外片	0.80
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.74

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	4.88
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	4.63
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.99
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.43
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.89
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.62
7	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	娛樂綜藝	1.52
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.44
9	名偵探柯南灰原哀物語黑鐵	CTS	外片	1.29
10	1300好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.28



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	1.20
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.04
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.82
4	台灣第一等精選	GTV-1	知識資訊節目	0.73
5	食尚玩家呷PLAY IVENOR+	TVBSG	美食、旅遊節目	0.73
6	新聞高峰會	CTS-N	新聞性質節目	0.69
7	2000尋找台灣感動力	UBN	知識資訊節目	0.68
8	沈默的證人鑑識柯南錄	SETN	新聞性質節目	0.62
9	立刻就想吃老闆現做垂涎美	VLJP	美食、旅遊節目	0.61
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	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	1.11
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.05
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	0.72
4	小龍添財衝衝衝找到了旅行	ETTV	特別節目	0.70
5	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.60
6	功夫	ET-M	國片	0.58
7	卿卿日常	GTV-1	大陸劇	0.58
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.52
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.50
10	天才衝衝衝找到了旅行社	ETTV	競賽綜藝	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	1.32
2	願望IVENOR十時塑	SANLI	閩南語連續劇	1.27
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.98
4	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.74
5	沈默的證人鑑識柯南錄	SETN	新聞性質節目	0.74
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.73
7	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.67
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.64
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.62
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.62

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.47
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	2.97
4	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	2.10
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.08
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.06
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.88
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.72
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.64
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.59



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	0.96	0.50	0.49	0.53	1.57
TTV/台視	0.48	0.24	0.31	0.36	0.69
FTV/民視	0.41	0.14	0.13	0.20	0.70
CTS/華視	0.26	0.26	0.15	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	0.65	0.30	0.24	0.48	1.01
ET-N/東森新聞	0.53	0.27	0.19	0.35	0.87
SETN/三立新聞	0.44	0.16	0.10	0.28	0.77
FTVN/民視新聞	0.41	0.11	0.13	0.20	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.28	0.06	0.10	0.12	0.51
NTVN/壹新聞	0.21	0.13	0.06	0.15	0.33
CTS-N/華視新聞資訊台	0.18	0.13	0.06	0.14	0.29
UBN/非凡新聞	0.15	0.03	0.07	0.07	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.03	0.04	0.10	0.22
SET-F/三立財經台	0.07	0.02	0.02	0.04	0.12
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.01	0.00	0.01	0.02

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	好運來台塑石油APP	FTV	2.86
2	願望IVENOR十時塑	SANLI	1.96
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.04
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.95
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.81
6	雲襄傳2100	CTV	0.64
7	1300好運來台塑石油APP	FTV	0.63
8	夫婦的世界	GTV-D	0.60
9	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	0.55
10	2000雲襄傳2000	CTV	0.54

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	1.19
2	新台灣加油	SETN	1.17
3	台灣最前線	FTVN	1.11
4	驚爆新聞線2200	SETN	1.06
5	新台派上線	SETN	0.94
6	少康戰情室	TVBS	0.93
7	非凡最前線	UBN	0.89
8	沈默的證人鑑識柯南錄	SETN	0.85
9	話時代人物	SETN	0.80
10	台灣演義	FTVN	0.74

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	2.80
2	超級紅人榜	SANLI	2.49
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.41
4	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.19
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.84
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.54
7	綜藝玩很大	CTV	1.07
8	豬哥亮經典秀蓓儷莎美學頭	FTV	0.88
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.87
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.72

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.09
2	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	0.95
3	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.72
4	效廉出發吧愛妮雅化妝品潔	STV	0.56
5	型男大主廚	SL2	0.56
6	立刻就想吃老闆現做垂涎美	VLJP	0.53
7	非凡大探索	UBN	0.46
8	詹姆士出走料理新春特輯	GTV-1	0.45
9	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.40
10	2200美食按個讚	UBN	0.38



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

