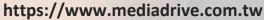


宏將通報 - Media Drive Bulletin -

Vol.2510 03.03 ~ 03.09







WELCOME



🚄 媒體放大鏡 Media News

YouTube 走向訂閱、Netflix 進軍廣告,串流產業洗牌?

A 熱門話題 Hot Topics

Facebook 3月 #hashtag排行榜

數位轉型 Digital Transformation

東京地鐵導入 AI,以 70% 準確度提升客服效率

網紅觀察站 Influencer

2025/03 【親子類型】社群媒體帳號排行Top10

國際案例 Case Share

日本Uniqlo為何宣布退出臉書?使用率低於10%

上 收視調查 Ratings

2025/03/03-2025/03/09



媒體放大鏡 Media News







【2025/03/07, 科技新報】

【2025/03/10, 未來商務】

YouTube 走向訂閱、Netflix 進軍廣告,串流產業開始洗牌?

近年來各大串流平台百家爭鳴,Netflix不但在訂閱戶方面長期稱干,廣告布局更呈現顯著成長。而Netflix在全球超過3億付費用戶依 舊穩居串流龍頭寶座·Netflix繼在傳統串流領域長期占有領先優勢後·是否能與串流的隱形霸主 YouTube 相比?

- 體育與現場直播:Netflix 尋找新成長點 | Netflix 近年已從單純影音內容平台,逐步延伸至現場直播與體育賽事。重大體育與音樂盛 事顯然成為拉抬關鍵。Netflix預計在未來還會嘗試更多體育或喜劇的現場直播,並從這些即時、大型事件中增加廣告收入來源。
- YouTube的威脅:串流時代的多重競逐 | YouTube的使用族群多樣且與社群使用有深度連結,能同時達到直播、短片、長片的複合 式效應。從廣告模式來看,YouTube也透過 YouTube Premium吸引那些願意付費消除廣告、並且想在手機離線收看影片的消費者。
- 串流產業前景:誰能笑到最後? | 畢竟YouTube早已是全球最龐大的線上影片社群,任何模式上的微調都可能帶來巨量廣告曝光。假 若Netflix無法在提升廣告曝光精準度與收視量上碾壓 YouTube,未來在廣告市場的市占競爭或許仍將膠著。

影音 Podcast 為何大受歡迎?

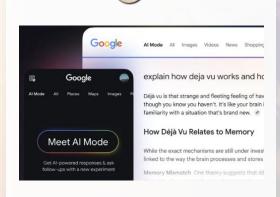
Podcast產業正朝著「影音化」的趨勢發展,影音Podcast特別受到年輕族群和新進Podcast聽眾的青睞。以18至34歲的年輕族群為 主。影音Podcast之所以受到愈來愈多聽眾的青睞,主要有以下幾個關鍵原因:

- 提升節目互動性與沉浸感 | 傳統Podcast主要依賴聲音來傳遞資訊,而影音 Podcast 則透過畫面強化主持人與來賓的互動,展現表情、 **肢體語言,使內容更加生動**。這種「可視化」的優勢,讓訪談類或脫口秀類節目更具吸引力,觀眾的參與度也大幅提升。
- 多元收聽模式滿足不同需求 | 影音Podcast不僅僅是一種「可觀看的 Podcast」,更提供了不同的收聽模式。例如:通勤時僅收聽音 訊、在家時觀看影片、或一邊工作一邊以背景模式播放,這種靈活性讓影音Podcast在市場上更具優勢。
- YouTube強勢推動其成長 | 32%的聽眾在過去6個月內發掘的新Podcast是透過YouTube接觸的,遠高於其他平台。與此同時, YouTube也提供了創作者更有利的變現機制,例如廣告收益分潤、會員訂閱等,吸引更多 Podcast 創作者投入影音內容製作。





【2025/03/07, 今日新聞】



【 2025/03/06, 科技報橘 】

Threads爆一堆人刪除APP了! 「公認最大敗筆」曝

Meta公司旗下的社群平台「Threads」在去年6月開始在台灣爆紅,全球使用人數目前已經超過3億人。不過才被廣泛使用不到一年, 最近爆出許多人陸續退坑,回歸IG、Dcard等論壇,許多人都點出Threads最大敗筆就是「偏激沒邏輯的言論太多」。

- 爆紅不到1年就跌落神壇?Threads最大敗筆被點出 | Threads即便在妳的追蹤人數不多時,仍然可以透過演算法將你的貼文往外推給 其他用戶看,因此導致有些人本來只是想發給親朋好友看,卻被網友惡意批評,甚至變成人身攻擊,讓用戶感到不堪其擾。不少網友 紛紛回應「同溫層社群,發個日常照片也會飄出去被人身攻擊」、「一堆盜用文章跟詐騙也很多,還是乖乖看IG跟Dcard就好。」
- Threads創立話題度蔓延快! | 如果說到Threads最大的特色,就是其演算法非常厲害,當有熱門議題正在社群發酵時,Threads幾 **乎可以整面洗版任何關於相關消息的訊息**,例如去年的巴黎奧運、周杰倫演唱會、張惠妹演唱會、12強棒球賽等,基本上只要打開 Threads就會全面洗版給用戶得知所有相關資訊。同時Threads也造就許多人人氣飆升。

Google 搜尋大變革! 推全新「AI 模式」

面對Perplexity和OpenAI紛紛端出AI搜尋服務競爭,Google搜尋也迎來重大變革,在去年推出 AI 摘要(AI Overviews)之後,3/5又 宣布推出全新實驗功能「AI 模式(AI Mode)」。透過 AI 模式,使用者可以看到更完整的 AI 摘要,包含資料引用的網頁連結,而過去 Google 呈現搜尋結果的「10 組藍色超連結」經典形式,則將徹底消除。

- Google 搜尋也能推理!「AI 模式」如何運作? | 使用者透過AI模式,不只可以存取網路內容,還能利用即時資訊來源,例如知識圖 譜、有關現實世界的資訊,以及數十億種產品的購物資料。在AI模式,用戶可以一次在搜尋欄价提出多個問題,甚至追問。同時, Google也強調AI模式具備更嚴格的事實驗證機制,確保提供的資訊來源可靠。
- 誰可以使用 AI 模式? | AI模式開放給 Google One AI Premium 訂閱用戶,可透過 Search Labs 來開啟這項功能。由於「AI 模式」 仍處於實驗階段·Google 表示將持續優化使用者體驗並擴展功能;Google 目前已向 100 多個國家的用戶推出 AI 摘要,包含台灣。



【 2025/03/04, 科技報橘 】

快速到貨+訂閱制創造下個電商戰場

電商市場又有全新變化,包含統一、富邦、PChome、全聯、酷澎和蝦皮在內,台灣 6 大零售業者近來動作頻頻,不只是股權交易與 併購合資、更想透過「會員訂閱制」和「快速到貨」搶奪先機,佔領下一個電商領域的大戰場。

- 提**高議價籌碼,訂閱制效果待觀察 |** 以往消費者都會卡在免運門檻而取消購物,電商因此抓住痛點,消除消費者對運費門檻的焦慮, 並希望藉此增加新會員數量,提高未來跟供應商的議價籌碼,並目提升平台的商品數量和供應能力,但未來施行效果如何仍有待觀察。
- 攻入南台灣,大型倉儲成趨勢 | 然而跟運費息息相關的另一項電商元素,即是貨品運輸背後所需要的物流,尤其是跟消費者體驗最為 貼近的「快速到貨」。富邦媒旗下的momo為拉開跟對手之間的差距,將「快」視為物流戰略的主要目標,透過建置主倉、衛星倉打 造「短鏈物流」,亦投入近150億元布局北、中、南各地的大型物流中心。
- **生鮮物流成最大後盾** | 以「全電商」品牌期待繼續拓展業務,仍是超市業龍頭的全聯,在生鮮配送具備優勢,是不可小覷的勢力。



(2025/03/10, I-BUZZ)

本土品牌如何用社群行銷翻轉賽局?

本期 FANS FEED 精選 Facebook 粉專粉絲數前 12 名的台灣人氣咖啡品牌, 並探討成功吸引消費者關注的社群行銷關鍵。

- **星巴克社群規模居冠,本土品牌透過在地連結突圍 |** 以「粉絲數」與「平均互動數」分析其社群規模及互動表現。星巴克在兩項指標 上均位居第一、尤其是粉絲數遠高於其他品牌,反映出其成功的粉絲經營能力。
- 客美多善用互動性內容致勝,打造社群影響力 | 客美多雖然粉絲數和發文數都不多,在發文影響力中卻特別突出,主要歸因於其精準 的行銷策略與內容經營方式,如經常透過高質感圖片、短影片或幽默有趣的貼文來吸引關注。
- 85度C、客美多透過多元社群策略提升競爭力 | 85度C以節慶活動為主軸,並搭配折扣優惠、商品聯名、影響者行銷及產品推廣,提 升品牌吸引力。星巴克則除了以節慶活動為主,還銹過小編互動、品牌拓展及影響者行銷來強化社群經營。而客美多則著重於商品聯 名、小編互動、品牌拓展,提升顧客參與度與品牌聲量。



【2025/03/09, 數位時代】

揭示「情感行銷」威力!回購率大漲八成

在資訊爆炸的時代,消費者每天接觸無數品牌資訊,如何讓品牌在競爭激烈的市場中脫穎而出?答案或許不僅是產品品質或價格,還 有品牌在情感行銷下的功夫。根據研究,帶來高度愉悅情緒的 YouTube 廣告,能夠提高消費者認為品牌「值得支付更高價格」的意願。

- 96%消費者認為,高品質的廣告影片必須具備情感元素 | 品牌若想透過影片行銷吸引消費者,不僅要確保畫面清晰、剪輯流暢,更要 能觸動觀眾的心。此外,YouTube研究顯示,35歲以上的觀眾更重視故事性與可信度,而年輕觀眾則偏好創意與個人化內容。
- 55% 消費者選擇讓自己產生「歸屬感」的內容 | 品牌要讓消費者「成為社群的一部分」,消費者不只是購買產品,他們更希望透過 品牌找到「同溫層」。品牌可以透過社群互動、多元包容、用戶生成內容創造品牌忠誠度。
- 90% 消費者更容易記住「幽默」的廣告 | 能夠讓消費者笑出來的內容更容易被記住。品牌可以透過幽默有趣的行銷方式,例如:跨 界聯名、緊跟迷因來創造話題與流行趨勢結合。幽默行銷不僅能提升品牌曝光度,更能讓消費者在潛移默化中對品牌產生記憶點。

拆解Jellycat行銷術:情緒價值打下療癒經濟!

你也有關注Jellycat這個品牌嗎?是否也曾被Jellycat的玩具給療癒過呢?近期,Jellycat的成功背後,**運用著非常聰明的「情緒行銷策** 略工、擅長將玩具從單純的毛絨物品轉變為年輕人心中的療癒角色。本篇文章、將深入解析一步步成為療癒經濟的代表!

- 顏值行銷創造 | 品牌透過招聘年輕、混血特徵明顯的帥哥店員,在店內形成高顏值的吸引點,迅速成為社交媒體上的話題焦點。這種 策略不僅吸引女性消費者,更吸引了不少社群用戶前來打卡,順利藉此讓品牌知名度迅速擴散,快速成為年輕一代的「心頭好」。
- 營造沉浸式購物體驗 | Jellycat為顧客營造出一種「玩偶儀式」的購物體驗,店員們以情境化的表演,帶領顧客一步步完成「照顧」 玩偶的過程,讓每位顧客感受到這些玩偶不僅僅是商品,更像是生活中的「情感寄託」。
- 為商品創造出獨特的稀缺性與限定感 │ 這種「錯過即失去」的行銷方式,讓消費者無法抗拒地想要即刻擁有,無形中強化了購物的即 時性和成就感。透過巧妙的供需平衡,精準抓住了消費者的購買衝動,使玩偶不再只是玩偶,而是變成「值得收藏」的紀念品。



網紅觀察站

Influencer







【親子類型】社群媒體帳號排行TOP 10

233,246



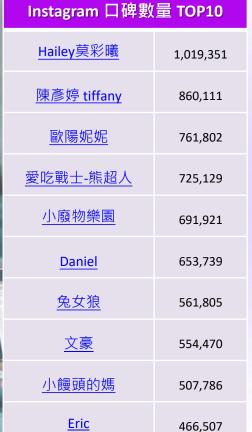








Med a Drive 宏 將 傳 媒













Facebook 山坪数里	IOPIU
<u>Nacho</u>	802,898
陳彥婷 tiffany	698,508
王宏哲教育、育兒寶典	684,847
<u>邵瑞峰</u>	506,691
<u>莎白</u>	317,476
Hailey莫彩曦	300,098
孫可芳 小豆 (Bean)	259,199
趙小僑	250,420
漢娜在翻譯	246,119

Facebook 口硬數量 TOP10











Youtube 口碑數量 TOP10			
<u>Hailey莫彩曦</u>	999,138		
<u>莎白</u>	614,373		
대만 아내tv:我的老婆大人	163,004		
<u>李佳穎</u>	157,488		
<u>Eric Lu</u>	145,563		
Christina Huang 奶黃	139,665		
趙小僑	134,568		
<u>兔女狼</u>	130,701		
<u>Daniel</u>	128,581		
思思老師	116,670		



資料來源: Kolr; 趨勢分析-社群帳號排行(親子); 最後更新日期: 2025年3月

【邪仔甩內褲】-JOY YEE



熱門話題

Hot Topics

#hashtag排行榜

排名	Hashtag		
1	#中華隊		
2	#wbc資格賽		
3	#wbcq		
4	#shorts		
5	#wbc		
6	#方大同		
7	#川普		
8	#棒球		
9	#經典賽		
10	#台灣		
Med a Drive	All and a second		

3月 #hashtag 互動最高内容TOP 10



#中華隊

東森新聞

(*) 平均互動數 1.5萬

◆ 平均互動率 0.22%



#wbc資格賽

TSNA

(学) 平均互動數 321

→ 平均互動率 0.21%



#wbcq

Travis 崔維斯

₩ 平均互動數 1.2萬

→ 平均互動率 40.3%



#shorts

中時新聞網

₩ 平均互動數 3.6萬

→ 平均互動率 1.55%



#wbc

張育成

(学) 平均互動數 2萬

→ 平均互動率 11.8%



#方大同

ETtoday星光雲

(学) 平均互動數 2萬

→ 平均互動率 0.52%



#川普

自由時報

()** 平均互動數 3,899

◆平均互動率 0.23%



#棒球

4Gamers

平均互動數 1.5萬

◆ 平均互動率 6.01%



#經典賽

劉傑中

平均互動數 5.2萬

→ 平均互動率 71.0%



#台灣

安德鏡頭下的世界

()** 平均互動數 **1**萬

→ 平均互動率 5.1%



資料來源:Kolr;趨勢分析-hashtag排行;最後更新日期:2025年3月



國際案例

Case Share



國際案例 Case Share

日本Uniqlo為何宣布退出臉書?使用率低於10%

UNIQLO日本於2025/2/26宣布,自3/1起停止更新其官方臉書帳號,結束長達14年的經營,背後有何原因?

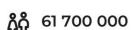
- **空有118萬人追蹤!臉書互動「超冰冷」** | 在2025年2月僅發布9篇貼文,單篇最高互動數僅約300次讚數,且幾乎 未獲實質留言回覆,顯見互動率低迷。相較之下,停更公告貼文卻獲得超過1,700次按讚與47則留言,凸顯常態性 內容已無法有效觸及目標受眾。此現象反映**臉書演算法調整導致有機觸及率下降,亦即企業需支付更高廣告成本** 才能維持相同曝光效果。
- IG、X、TikTok,才是Z世代主力 | 比較UNIQLO日本各大社群平台表現,X(原Twitter)帳號單篇貼文可獲得逾百次 轉發,TikTok影片更有機會創造數十萬觀看次數。反觀,臉書內容多數僅能觸及既有追蹤者的2-5%。在日本幾乎 每2人就有1人有FB帳號,而25至34歲年齡層的人是最大的使用者群體,約佔總數23.5%。根據CyberAgent次世 代生活研究所2024年調查,日本高達86.3%的Z世代使用YouTube,與26-60歲群體的84.3%使用率相差無幾, 顯示影音內容已成為跨世代共通語言。
- 在即時互動平台選擇上,世代差異開始顯現 | Instagram(74%)、X(70.8%)與TikTok(54.8%)構成Z世代三大主力平 台,相較於26-60歲群體在這三項平台的平均使用率僅近50%,落差近30個百分點。其中,臉書僅為Z世代使用第 11名,僅9.5%,就連非Z世代也只有20.4%。值得注意的是,據「SHIBUYA109 lab」調查,2年內Facebook在日 本Z世代的滲透率僅6.2%,此現象可能源於平台生命週期差異,當Facebook於2008年進入日本市場時,Z世代最 年長者僅11歲。反觀,Instagram於2013年日文版上線,與TikTok於2017年進軍日本,正逢Z世代社群使用的崛 起階段。



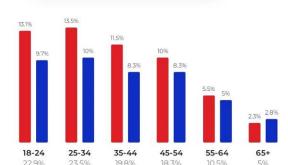
來源: 2025/03/03, 數位時代



Facebook users in Japan February 2025













數位轉型

Digital Transformation





START

東京地鐵導入AI, 以70%準確度提升客服效率





東京地下鐵(Tokyo Metro)全線 180 站、平均每天超過 650 萬人搭乘,這樣一個龐大的鐵路系統,每年收到約 25 萬件乘客的訊息,為此,東京地下鐵近期決定在站內導入 牛成式 AI,協助處理大小事。牛成式 AI 如何提升乘客體驗?

• 用 70% 準確度,快速解決顧客問題

在導入生成式 AI 之前,東京地下鐵有引入線上聊天機器人,但每年僅能完成 1.2 萬件諮詢,且未能成功解決消費者痛點。在建 横生成式 AI 的過程,東京地下鐵採取的是 RAG 技術。它能從事先登錄的公司內部文件資訊等生成相應的回答,而員工後續新增 更新內部文件資訊時,系統也會自動進行內部文件資訊的結構化處理。**在遺失物處理上**,東京地下鐵锈渦生成式 AI **橫建了一個 能夠根據遺失物的特徵,以對話形式輸入所需資訊的聊天機器人。**如此,必要的資訊可以一次性收集到价,避免反覆溝通。

• 台北、桃園、高雄捷運 也都開始使用 AI 技術

台北捷運目前也有設置 AI 智慧客服,每月超過 10 萬人次使用,其中設有「一般事件通報」功能,舉例來說,當車廂內有旅客 打翻飲料時,只需在對話框輸入「有人打翻飲料」,就能觸發對話,並快速涌報清潔人員處理。

捷運中山站也在測試 AI 站務員「小捷」,它能與旅客進行對話,回答捷運或該站相關問題,還擁有人物動書與語音,並支援 中、英、日、韓4國語言,讓國內外旅客都能輕鬆與它對談。

桃園捷運則在旅客數較少的 A20 興南站,導入虛擬智慧站務人員「霏霏」,能查詢時刻表、票價、路網圖 景點、天氣資訊、車站資訊、乘車須知等,達到精簡人力的目的

高雄捷運生態園區 9 月時則在測試全新機器人,除能自行移動外,還設有大型螢幕看板於站內穿梭,能回覆旅客包含常見 OA、 周邊景點等問題,未來主要用於站內白天泖賓、夜間巡檢的工作。















06 收視調查 **Ratings**



無線台及有線台TOP20

無線台/全體

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Туре	TVR	
1	好運來TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	3.04	
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.98	
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.62	
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.96	
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.25	
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.14	
7	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.14	
8	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.11	
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	0.89	
11	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.89	
12	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.78	
13	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.76	
14	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.69	
15	1300好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.65	
16	1300好運來TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	0.65	
17	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	0.65	
18	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.64	
19	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.62	
20	寧安如夢2100	CTV	大陸劇	0.59	

No.	Program Name	Chan.	Туре	TVR
1	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	2.28
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.03
3	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.78
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.22
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.20
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.16
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.00
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.95
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.94
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.94
11	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.92
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.89
13	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.88
14	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	0.86
15	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.79
16	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.78
17	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.76
18	前進新台灣1500	SETN	新聞性質節目	0.70
19	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.69
20	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.68

宏 將 傳 媒 資料來源: Nielsen Arianna, 2025/03/03-2025/03/09

90 80__

70__

50

_40__ 30___ _20___ 10 0___

100

80

0___

無線TOP10

15-24歲

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.54
2	好運來TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	1.36
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.27
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.11
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.99
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.89
7	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	0.82
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.73
9	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.68
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.68

35-49歳

Program Name	Chan.	Type	TVR
綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.07
好運來TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	1.71
綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.64
安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.59
飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.57
超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.19
名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.02
天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.88
全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	美食、旅遊節目	0.69
1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.65
	綜藝大集合安美諾美白修護 好運來TCL變頻空調 綜藝玩很大 安美諾美白修護綜藝一級棒 飢餓遊戲 超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品 名偵探柯南 天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔 全明星出發吧HYBRID SWIFT	綜藝大集合安美諾美白修護 FTV 好運來TCL變頻空調 FTV 綜藝玩很大 CTV 安美諾美白修護綜藝一級棒 CTV 飢餓遊戲 CTV 超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品 FTV 名偵探柯南 CTS 天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔 CTS 全明星出發吧HYBRID SWIFT TTV	綜藝大集合安美諾美白修護 FTV 娛樂綜藝 好運來TCL變頻空調 FTV 閩南語連續劇 綜藝玩很大 CTV 娛樂綜藝 安美諾美白修護綜藝一級棒 CTV 歌唱音樂 飢餓遊戲 CTV 競賽綜藝 超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品 FTV 娛樂綜藝 名偵探柯南 CTS 卡通影片 天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔 CTS 競賽綜藝 全明星出發吧HYBRID SWIFT TTV 美食、旅遊節目

No.	Program Name	Chan.	Туре	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.30
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.22
3	好運來TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	1.14
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.11
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.10
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.04
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.89
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.75
9	2000飄洋過海來愛你常春微	TTV	國語連續劇	0.73
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.68

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Туре	TVR
1 3	好運來TCL變頻空調	FTV	閩南語連續劇	5.11
2 #	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	4.86
3 5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.36
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.28
5	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	2.02
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.86
7 1	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.49
8 f	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.39
9 #	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.32
10	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	1.21

宏 將 傳 媒 **2** 資料來源: Nielsen Arianna, 2025/03/03-2025/03/09

100 90 80__ 70__

50

_40__ 30___ _20___ 10 _0___

有線TOP10

15-24歳

2 E	2/	노노
25-	-54	· 灰

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.80
2	WIN WIN跨界大贏家好能攝M	ASIA	資訊綜藝	0.80
3	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.78
4	0900住宅改造王	ONTV	資訊綜藝	0.64
5	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	0.57
6	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.57
7	我們這一攤2萬士益冷氣	SL2	資訊綜藝	0.52
8	2100現正分手中	GTV-C	韓劇	0.52
9	2100全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.51
10	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.50

_	_	_	_	
7	г		\mathbf{a}	
-<	_	_/I	.4	
. 1	. 1	-4	,	ITEY.

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.30
2	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.18
3	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.69
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.67
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.67
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.66
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.66
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.63
9	1400重案組	EFNC	新聞性質節目	0.58
10	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.57

No.	Program Name	Chan.	Туре	TVR
1	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.52
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	1.50
3	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	1.01
4	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.73
5	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.63
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.58
7	綜藝玩很大逆水寒	SL2	娛樂綜藝	0.57
8	2100全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.56
9	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.51
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.43

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	3.88
2	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	娛樂綜藝	3.74
3	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.67
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.08
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.02
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.75
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.74
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.67
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.67
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.46





新聞類節目/頻道收視

_100	
90	
_80	
_70	
_60	
50	
_40	
_30	
_20	
_10	
0	

無線台新聞	全體	15-24歳	25-34歳	35-49歳	50歲以上
CTV/中視	0.93	0.47	0.44	0.54	1.51
TTV/台視	0.51	0.32	0.40	0.38	0.73
FTV/民視	0.40	0.09	0.11	0.25	0.67
CTS/華視	0.25	0.24	0.12	0.17	0.37
有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歳	35-49歳	50歲以上
TVBSN/TVBS新聞台	0.53	0.17	0.19	0.43	0.85
ET-N/東森新聞	0.45	0.19	0.21	0.30	0.72
SETN/三立新聞	0.39	0.08	0.09	0.21	0.72
FTVN/民視新聞	0.39	0.05	0.16	0.19	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.03	0.08	0.13	0.47
NTVN/壹新聞	0.20	0.08	0.06	0.18	0.30
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.09	0.11	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.02	0.05	0.10	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.06	0.05	0.12	0.22
SET-F/三立財經台	0.06	0.03	0.02	0.03	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.00	0.02







80

類型節目收視率

戲劇類/到	已體
-------	----

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來TCL變頻空調	FTV	3.04
2	願望萬士益冷氣	SANLI	1.78
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.00
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.88
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.78
6	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.69
7	1300好運來台塑石油APP	FTV	0.65
8	1300好運來TCL變頻空調	FTV	0.65
9	幽靈醫生	GTV-D	0.63
10	寧安如夢2100	CTV	0.59

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.22
2	新台灣加油	SETN	1.20
3	台灣最前線	FTVN	1.16
4	新台派上線	SETN	0.95
5	驚爆新聞線2100	SETN	0.94
6	非凡最前線	UBN	0.94
7	驚爆新聞線2200	SETN	0.92
8	少康戰情室	TVBS	0.89
9	最前線報告	UBN	0.79
10	話時代人物	SETN	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	2.98
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.62
3	超級夜總會晶珂生物面膜	SANLI	2.28
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.03
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	1.96
6	飢餓遊戲	CTV	1.25
7	綜藝玩很大	CTV	1.14
8	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	1.11
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.91
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.89

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.14
2	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	0.86
3	全明星出發吧HYBRID SWIFT	TTV	0.65
4	型男大主廚SPI2RO雙藻錠	SL2	0.61
5	效廉出發吧愛妮雅化妝品潔	STV	0.45
6	詹姆士出走料理太平洋廚電	GTV-1	0.45
7	直24 25NBA湖VS塞	VLSPT	0.40
8	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.38
9	直24 25NBA太VS金	VLSPT	0.38
10	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.34

100

80

70__

50

30 20 10



Connect with us.

以上内容如有任何建議 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

