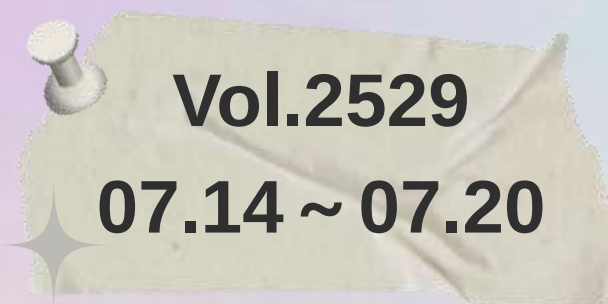




宏將週報

- Media Drive Bulletin -



Media Drive
宏將傳媒

 <https://www.mediadrive.com.tw>

23 Jul, 2025

WELCOME

Contents



1

宏將觀點 **Insights**

獨立與新興新聞媒體解析

2

媒體放大鏡 **Media News**

Netflix首部AI電影來了！

3

網紅觀察站 **Influencer**

【貓相關類型】社群媒體帳號排行Top10

4

熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 7月 #hashtag排行榜

7

收視調查 **Ratings**

2025/07/14-2025/07/20

5

國際視野 **Media Trend**

Podcast廣告高轉換：每2人就有1人聽完立刻行動

6

消費者洞察 **Insight**

2025年台灣數位遊戲行為調查



01

宏將觀點 Insights

影響力新藍海：品牌不可忽視的新興媒體

獨立與新興新聞媒體解析





獨立與新興新聞媒體雖不敵傳統巨頭的流量，
卻能憑敏捷的議題設定與高互動社群，

在演算法驅動下...

迅速引爆討論、形塑輿論焦點

它們透過會員訂閱、深度報導與跨平台敘事累積信任，
更有機會替品牌

觸及「精準且高黏著受眾」

對廣告主而言，掌握這股「小而強」的社群力量，
已是媒體策略中不可忽視的關鍵。

不容小覷中小型媒體的社群影響力

觀察社群貼文影響力排行可見，除 BBC News、東森、聯合報系、VOGUE、ETtoday 等大型媒體外，榜單多由專精主題且追蹤數小於60萬的中小型媒體佔據。儘管粉絲規模有限，這些媒體仍能激發高度互動與擴散。

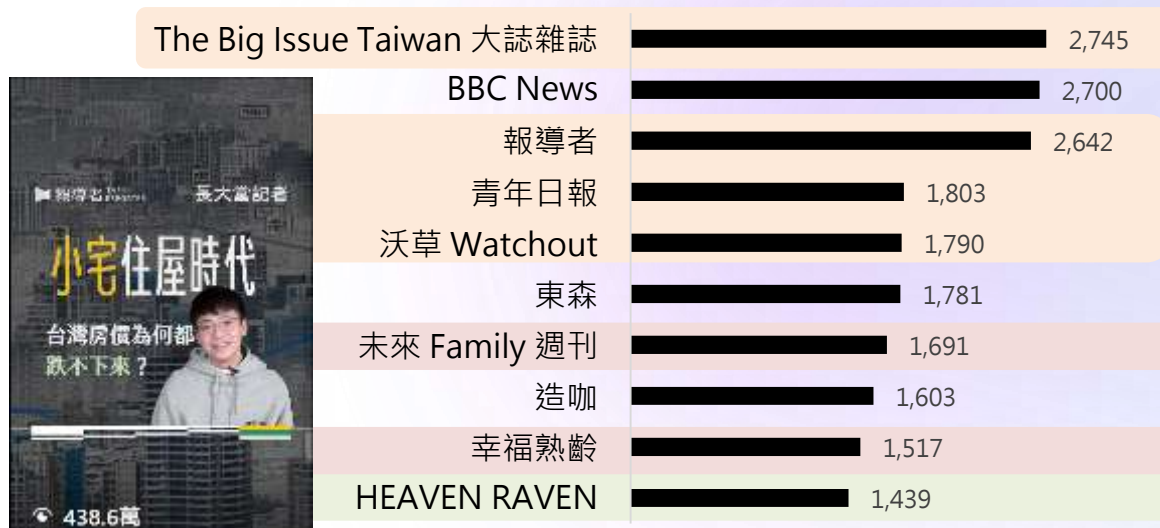
社會議題

熟齡/親子

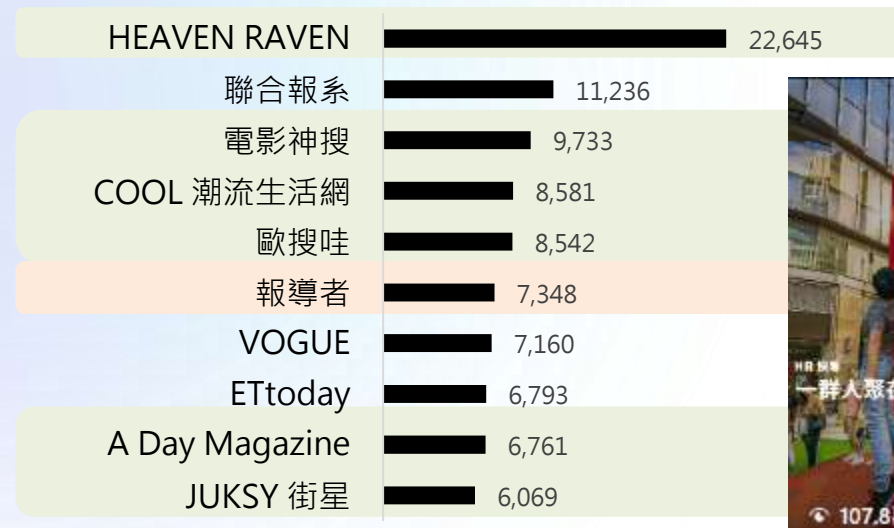
潮流文化



Facebook發文平均影響力 前十大媒體



Instagram發文平均影響力 前十大媒體



社會議題、熟齡/親子類型媒體在FB上有較大社群渲染力；IG則是潮流文化媒體

高互動來自精準匹配：議題 × 社群平台受眾

為什麼 FB 與 IG 在高影響力議題上表現不同？從媒體的角度觀察，中小型媒體多聚焦特定議題並鎖定明確受眾。
當該受眾正是平台主要使用者，貼文互動與擴散將有高機率會順勢放大。

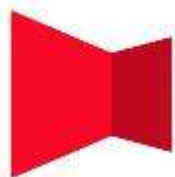


Facebook | 35-64 歲為主



Instagram | 16-34 歲為主

影響力
上榜媒體



報導者

秉持深度、開放、非營利，
致力於公共領域調查報導

25-44歲全體



未來 Family 週刊

遠見·天下文化成立，
聚焦親子養育議題

30-44歲女；0-18 歲孩童父母



幸福熟齡

今周刊成立，精準鎖定
熟齡自我療癒、健康、理財

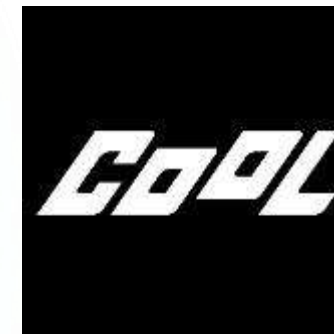
45+歲 熟齡族與照顧者



HEAVEN RAVEN

聚焦國際時尚與人物故事

18-34 歲女性為主



COOL潮流生活網

街頭潮流與球鞋文化族群，
重視流行「第一手」資訊

18-34 歲男性為主

媒體議題

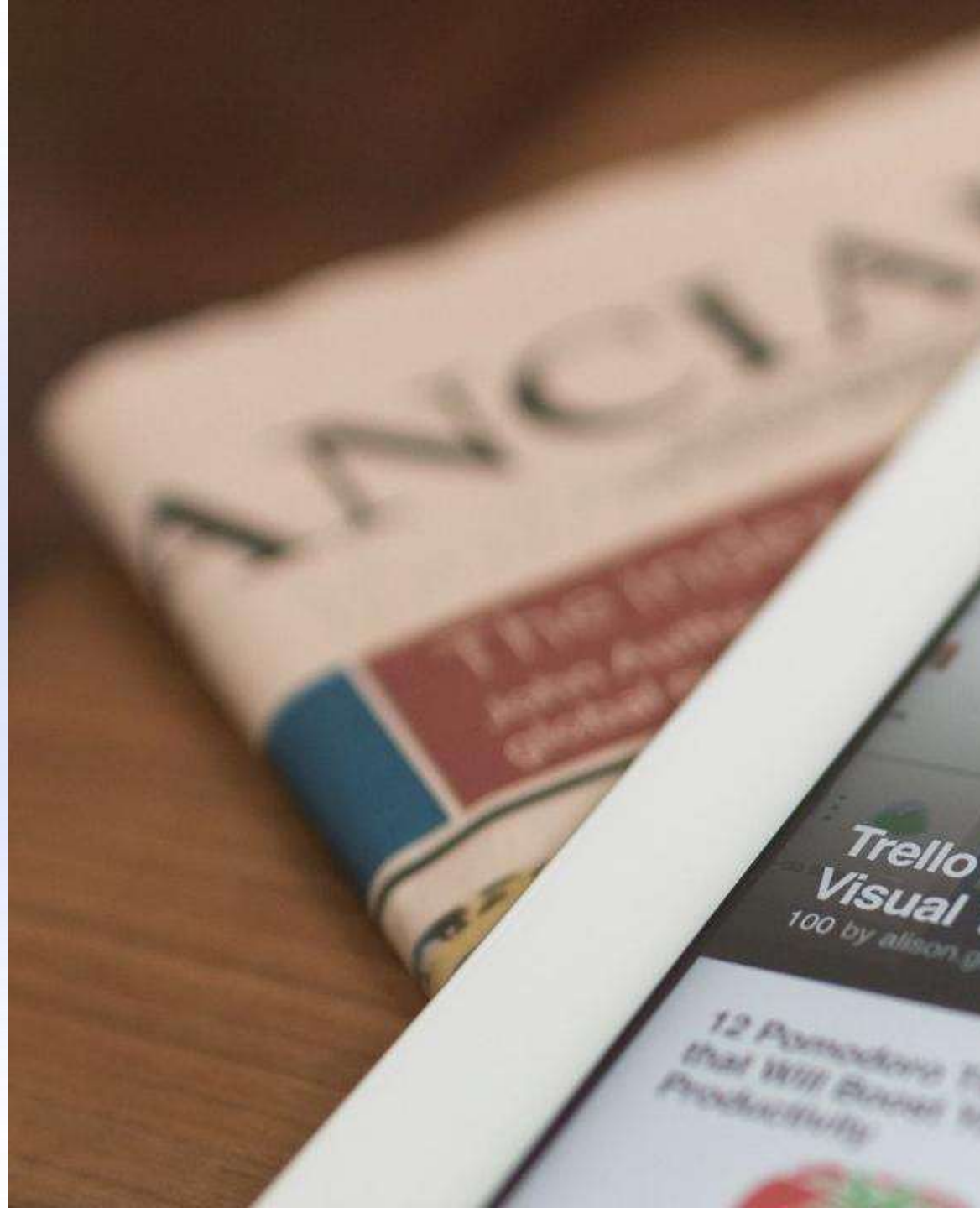
媒體族群

能否觸發互動，取決於議題與平台受眾的匹配度
平台主要使用者越關心，貼文互動就越高

與新興新聞媒體合作時，不能只看流量與社群互動量，
更應審視媒體對議題的理解深度、資訊傳播的真實性，以及與粉絲的互動品質。

若媒體平台受大眾信任，品牌能借勢打造正面形象；若
資訊準確度不足，情緒留言快速累積，反而稀釋聲量、
傷害公信力。

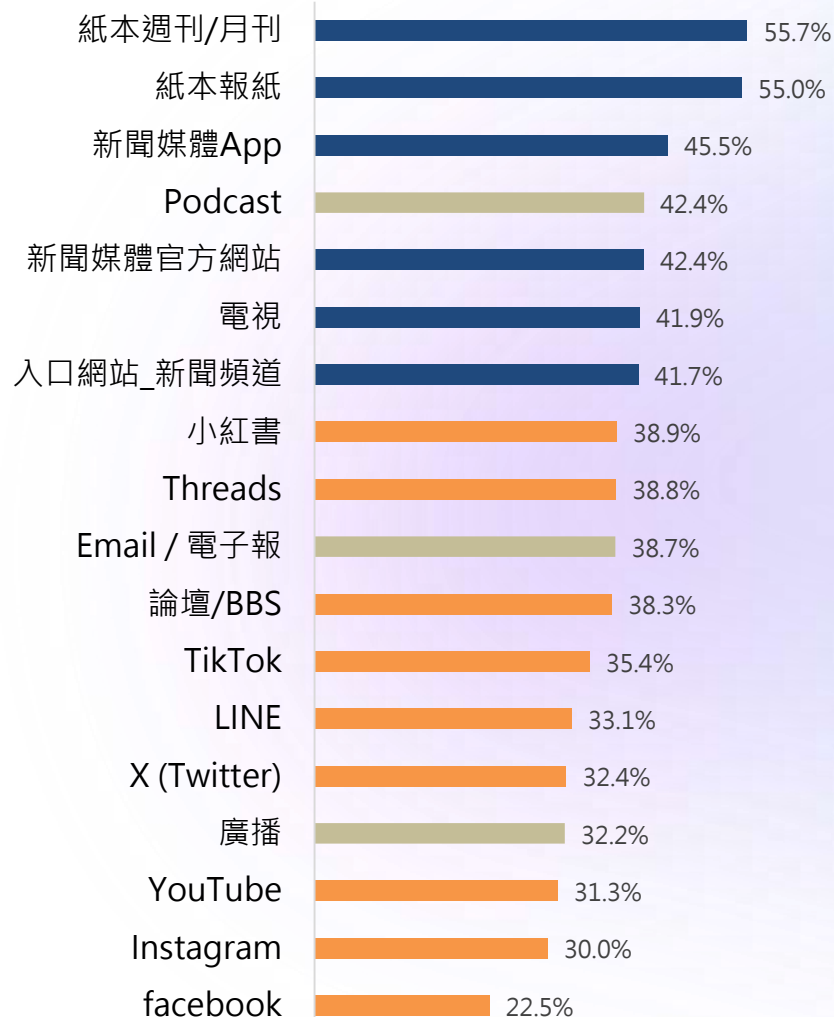
選擇受眾高度信賴的媒體平台，才能借力使力以正面形
象放大聲量，避免低互動品質影響聲譽。



民眾對各媒體平台的資訊管道信任度

多為傳統媒體或新聞

多為使用者生成內容的社群媒體



傳統媒體公信力仍居首 社群平台緊追在後

調查顯示，資訊管道的信任度呈現「傳統高、社群低」的分化現象。

紙本週刊 / 月刊、報紙、新聞、電視媒體等名列前茅，顯示**擁有編審機制與品牌歷史的實體媒體仍被視為可信任的資訊把關者**。

反觀，以使用者生成內容為主的 Instagram、YouTube 信任度僅約 30%，Facebook 更跌至 22.5%，說明**假訊息與詐騙氾濫已大幅稀釋社群平台公信力**。

值得注意的是，Podcast 信任度高於傳統廣播。推測與「聽眾主動訂閱、長時間對談、人性化主持、低廣告干擾」四因素有關。

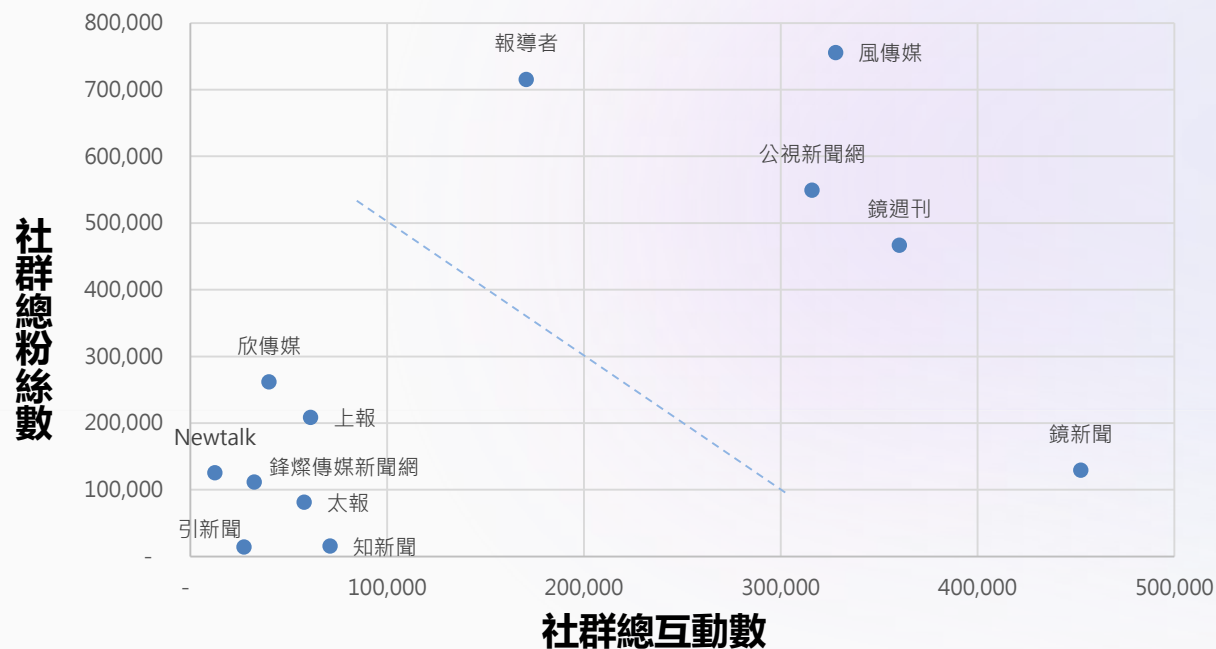
這樣的信任斷層，帶來雙重挑戰：

- **可信度——如何借助高公信媒體，為品牌背書？**
- **擴散力——又要同時善用社群，撬動討論？**

新興新聞媒體社群影響力呈兩極

據調查顯示在新興新聞媒體中，鏡新聞(鏡電視)、鏡週刊、風傳媒等的社群影響力相對突出，可善加利用；相較之下，雖然欣傳媒、上報、太報等媒體的原生社群互動較弱，但仍能透過 LINE Today、Yahoo 新聞等平台轉載內容放大曝光、提升能見度。

新興新聞媒體社群帳號表現



把握與新藍海合作的三大挑選原則

對品牌廣告主而言，若有深度議題需取得權威背書與深度說服，仍宜優先布局具編審與內容質量的傳統或專業數位媒體；
欲衝社群聲量時，則應挑選議題契合的平台，以在「曝光量」與「信任度」間取得平衡。



議題連結精準度

- 確認媒體**長期深耕的主題**是否與品牌訊息同頻。
- 專注單一垂直領域的媒體，其受眾已被教育，置入較自然，完讀率與共鳴度高。



高信賴品質

- 挑選有編審流程且較少假新聞紀錄或負面評論的媒體，也能透過第三方信任評分來做篩選。
- **高信賴基礎降低品牌安全風險**，提升受眾對內容與CTA轉換的接受度。



高互動聲量

- 評估貼文觀看數或互動量而非單看粉絲量。**高按讚、留言、分享能獲演算法青睞**，少預算也能破圈。
- 加入投票、Tag 號召朋友、分享UGC等，提高互動率，拉長品牌曝光曲線。



02

媒體放大鏡

Media News



【[2025/07/21, 數位時代](#)】

Netflix首部AI電影來了！

Netflix再次把AI帶進影視產業，這次不是實驗，而是真槍實彈地把生成式 AI 用在正式作品裡。阿根廷改編自經典科幻漫畫的影集《深空永航》(The Eternaut)已成為Netflix首部在最終成片中採用全AI生成畫面的作品，其中包括一段大樓倒塌的災難場景。

薩蘭多斯表示，這場畫面若用傳統視覺特效製作，成本恐怕難以負擔，AI不僅解決了預算問題，還讓製程效率大幅提升。他在財報會議中強調：「這段特效用AI完成的速度，是傳統流程的10倍！」。對於成果，薩蘭多斯給予高度評價：「創作者滿意，我們滿意，最重要的是觀眾也很滿意。」他更認為，AI 已幫助影視創作打開更多敘事可能，令人期待未來的應用。

其實，Netflix對AI技術早有佈局。薩蘭多斯提到，墨西哥導演羅德里哥·普里埃托的新作《佩德羅·巴拉莫》同樣使用 AI 技術進行角色年輕化，大幅節省成本。不過，AI在好萊塢依然爭議不斷。視覺特效正是AI衝擊最大的領域之一，隨著觀眾對爆破場面、超英電影需求不減，製作成本也水漲船高。而從Netflix這次示範來看，未來不只暑期大片，AI恐怕將徹底重塑影視產業的製作模式。

YouTube Premium Lite 台灣正式上線

YouTube 宣布在台灣推出全新「Premium Lite」訂閱方案，讓用戶每月只要 119 元就能享受多數影片去除大部分廣告的影片瀏覽體驗，成為台灣用戶的新選擇。官方表示，Premium Lite 方案即日起在台啟動，預計未來幾週內將擴大到全台用戶。

- **低價享受無廣告，手機、筆電、電視皆支援** | YouTube Premium Lite 主打平價且去除大部分廣告，特別適合平常愛看遊戲、烹飪、學習、搞笑等內容、但不需要其他進階功能的觀眾。這項新方案適用於手機、筆電和電視等多種裝置。
- **想要完整體驗？YouTube Premium 提供更多進階功能** | 官方也提醒，如果想要在 YouTube 及 YouTube Music 平台聽音樂時無廣告、支援離線下載和背景播放，還是需要升級至原本的 YouTube Premium 全功能方案。
- **YouTube 強調用戶彈性，預計擴展更多地區** | YouTube 表示，這次在台灣推出 Premium Lite，是希望滿足不同用戶對無廣告體驗的需求，同時持續創造更多收益機會給創作者。未來還將把這項方案推展到更多國家和地區，並持續優化訂閱服務內容。



【[2025/07/20, YAHOO新聞](#)】



【[2025/07/18, YAHOO運動](#)】

Threads首推明星賽「熱門主題」功能 CPBL球來就答

2025中華職棒明星對抗賽於19日開打，為期兩天的賽事預計吸引8萬人次到場，不僅是棒球世界一大盛事，也將帶動社群平台上一波熱門話題！Threads 首次聯手中華職棒，在明星賽期間，**推出期間限定的「熱門主題」功能**，讓球迷朋友能夠在Threads上隨時看到最新動態，更可即時加入最新賽況或場邊花絮的對話討論。

2025球季開賽後，中華職棒也常在社群上與球迷互動，熱情回應球迷的「敲碗」或「許願」，中華職棒的Threads帳號上最「夯」的串文都幾乎被明星賽話題攻佔，瀏覽量與互動數最高的串文，恰巧正是明星賽的宣傳影片，**創下27.4 萬的瀏覽量與 1.6 萬次的互動數**。

Threads專為中職推出期間限定的「熱門主題」功能，是台灣體壇運動賽事的第一次。只要在Threads按下搜尋，就會自動跳出「熱門主題：CPBL球來就答」等中職明星賽相關的熱門串文，讓球迷輕鬆一覽明星賽賽況！**到場的球迷可以即時分享官方鏡頭沒捕捉到的漏網資訊，沒搶到票的球迷也能一手掌握最新狀況**。明星賽在新的期間限定功能加持下，期待讓更多人認識並愛上台灣棒球！



【[2025/07/15, ETtoday新聞雲](#)】

Threads剛過2歲生日！連結點擊慘兮兮

Threads才剛推出2周年慶生彩蛋，月活躍用戶已突破3.5億，然而，光鮮數據背後卻潛藏隱憂，**Threads在導流至其他網站的表現上不盡理想，用戶點擊連結的意願低落**，這恐讓仰賴外部網站維生的創作者、出版商等，對使用該平台的吸引力大打折扣，成為平台未來發展的一大絆腳石。Threads 用戶懷疑含連結貼文被降權，負責人莫斯里表示非刻意，而是用戶互動少所致。雖Meta近期調整策略，強調優質連結、開放個人檔案多連結與分析功能，盼擴大影響力，但成效仍有限。

除此之外，出版商作為Threads上最常發布連結的用戶之一，似乎也未從Threads獲得顯著的流量。哈伯曼表示，Threads對連結的矛盾態度，可能反映了該平台仍面臨的更大的定位困境。她強調，Threads需要有一個明確的目標，「而現在，它看起來更像一個工作上的意見箱，人們只是在抱怨和傾倒負面情緒。」在線上搜尋體驗日漸變差、**AI 迅速取代許多搜尋並侵蝕網站搜尋流量的時代**，Threads這類平台是否能有效為網站導流，已成為一個日益緊迫的問題。



【[2025/07/14, I-BUZZ](#)】

精準打中Z世代年輕市場不只要爆紅，更要爆單！

短影音爆紅不等於轉換，品牌真正挑戰在於從關注走向信任、促成行動。Z世代重視價值與認同，習慣以 KOL 推薦為購買依據。品牌若想打動年輕族群，需走進他們的語言與社群場域，打造吸引、認識、信任到行動的精準旅程。

- **短影音能爆紅 更該爆單** | 短影音雖能快速「爆紅」，但品牌更需思考如何將熱度轉為「爆單」。成功行銷關鍵在於三步驟轉換：**先用吸睛影片引流，再透過圖文深化產品認知，最後搭配再行銷手法引導購買，才能實現有效轉換。**
- **四大曝光渠道 引爆聲量與轉換新解方** | KOL/KOC 以短影音真實演繹產品，拉近與受眾距離；COOL 官網圖文強化品牌專業形象；官方社群提升互動與分享力；官網與 APP 廣告搭配電子報推播，精準導流，打造全方位傳播效益。
- **五大接觸節點，精準引導消費者旅程** | 在滑動迅速、推薦主導的環境中，Z世代需重複曝光才能引發行動。五大接觸節點包括：**短影音吸睛引起興趣、社群貼文強化記憶、官網圖文深化認知、電子報廣告精準推播，最終引導點擊轉換，完整引導消費旅程。**

不只好吃還要好玩 社群行銷術與人氣聯名話題大解析

台灣人因歷史和環境的因素，對於日式料理接受度很高。以日式壽司來說，迴轉壽司進入台灣市場十餘年，但爭鮮、藏壽司、壽司郎這三大經典品牌已然成為台灣人對迴轉壽司的代名詞。究竟各品牌是靠著哪些經營策略？

- **話題力決勝社群戰場** | 藏壽司在社群經營上表現亮眼，TOP50熱門話題中以「新品推出」類型貼文最吸睛，顯示**持續創新是吸引粉絲關注的關鍵**。而「**聯名合作**」更成為**引爆聲量的重要策略**，藏壽司透過IP合作，搭配趣味互動與贈獎活動，成功提升粉絲參與度與討論熱度，並藉由萬博會話題延伸宣傳效益，展現聯名新品在社群戰場上的吸睛魔力與轉換潛力。
- **聯名系列活動打造消費新體驗** | 聯名活動已從單一商品進化為全方位消費體驗，結合限定佈置、餐點、扭蛋與滿額贈，打造品牌與IP的沉浸式小宇宙。藏壽司與三麗鷗聯名，從佈置到贈品誘發粉絲回訪；壽司郎攜手貓貓蟲咖波，以主題餐點與門市打卡創造話題；而爭鮮則另闢蹊徑，與雙月食品結合推出台味壽司，憑獨特風味吸引嘗鮮，**三品牌各展奇招搶攻聯名話題高地。**



【[2025/07/14, I-BUZZ](#)】



【2025/07/08, Cheers快樂工作人】

2025上半年新書暢銷榜背後的社會現象？

台灣瘋AI、半導體，不只炒熱股市與職場，也延燒至閱讀市場。博客來揭曉2025上半年新書暢銷榜，前十名有四本聚焦張忠謀與黃仁勳，反映出讀者對科技巨頭與領導思維的高度渴望。更值得注意的是，**受惠於IP跨域，漫畫已連四年雙位數成長，穩坐類型成長冠軍。**

- **全台瘋AI、半導體：張忠謀與黃仁勳巨人思維當道** | 2025年上半年商業書籍熱潮強勁，以人物傳記為主軸大放異彩。張忠謀《自傳全集》奪冠與季軍，深入揭示晶圓代工與台灣經濟發展；黃仁勳《黃仁勳傳》、《輝達之道》則展現他在AI領域的影響力與管理風格。這波商業傳記熱潮不再侷限於投資或經營技巧，而是**透過領袖故事，切入科技變革、組織管理與時代精神，引發廣泛共鳴。**
- **IP跨域成最大推手，傳統出版社也搶進漫畫戰局** | 2025年上半年漫畫表現亮眼，TOP100中有30本入榜。人氣作《膽大黨18》、《SPY×FAMILY 14》擠進前十，《排球少年》更憑劇場版掀起銷售熱潮。《鬼滅之刃》、《咒術迴戰》等IP**靠串流與社群討論帶動跨齡讀者擴增**，各出版社也拓展至BL、女性向與療癒系題材，連春天出版等文學出版社也跨足漫畫市場，展現漫畫產業驚人潛力。



【2025/07/18, 網路溫度計】

《戀與深空》線下活動 台北信義區百位「新娘」排隊

紅遍亞洲的3D戀愛手遊《戀與深空》在台北新光三越A8設置線下造景主題區，吸引大量玩家打卡。**主辦舉辦合影活動，不少女性玩家穿婚紗盛裝出席，現場聚集眾多「新娘」排隊，場面壯觀。**一些脆友不解此現象發問，卻引發網友不滿，脆友則貼合照聲援女性玩家。

- **沉浸式戀愛體驗爆紅 《戀與深空》掀起虛擬戀愛熱潮** | 《戀與深空》長期穩居「熱門手遊」口碑榜前十，結合戀愛模擬與劇情探索，主打沉浸式戀愛體驗，讓玩家在未來世界中與多位男主角互動發展感情。**透過塑造完美男主與動人故事，滿足虛擬戀愛需求，深受玩家喜愛。**遊戲上線首月即創下6億人民幣收入，並成功推動IP周邊與品牌聯名，展現戀愛遊戲市場的強勁成長潛力。
- **虛擬戀愛實體化 上海BW展會Coser互動引轟動** | 《戀與深空》於7月初上海BW2025展會引發熱潮，該展由中國Bilibili主辦，設有遊戲试玩、手辦展示及同人創作等互動展區。主題活動包括Cosplay大賽與聲優見面會。最受矚目的是coser區，**coser們高度還原遊戲角色，與玩家進行合照、公主抱、摸臉等多樣互動，宛如虛擬人物現身，讓玩家驚喜心動。**



O3

網紅觀察站 Influencer

7月【貓相關類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	貓貓蟲	2,553,081
2	喵喵日常	756,947
3	知名網黑龍哥	742,678
4	Wei蝦米	711,806
5	面白牙醫 -黃偉家	563,992
6	Migi 咪吉	554,554
7	好味小姐	546,337
8	Arthur Yan	502,312
9	快樂的馬鈴薯	387,121
10	and Them 他們幾隻	351,810

Facebook 口碑數量 TOP10

1	貓貓蟲	1,245,910
2	Neneko 貓日	429,633
3	Pigx3	367,498
4	蔡偉傑	267,713
5	柯基犬のCoffee Time	193,357
6	好味小姐	183,508
7	MOTODAILY	171,211
8	凱西.陳	151,257
9	Paula-hsu-art	128,568
10	邵庭	114,686

Youtube 口碑數量 TOP10

1	貓貓蟲	9,495,912
2	白雨旋小雨	1,946,683
3	牛奶是只猫	474,149
4	好味小姐	232,297
5	mie- days	225,867
6	我是龐德	164,881
7	JS塔羅諮詢	100,556
8	摸摸	90,409
9	里昂聊游戏	74,209
10	獨生子的日常	65,527



資料來源：Kolr；趨勢分析-社群帳號排行(貓)；最後更新日期：2025年7月



04

熱門話題

Hot Topics



#hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#taiwan
2	#ootd
3	#台北美食
4	#台中
5	#台灣
6	#台中美食
7	#台北
8	#搞笑
9	#taipei
10	#日常

7月 #hashtag 互動最高內容TOP 10



#taiwan
[Alex艾尼](#)

平均互動數 4.9萬
平均互動率 16.3%



#ootd
[醫生叔叔](#)

平均互動數 2.2萬
平均互動率 11.4%



#台北美食
[4foodie](#)

平均互動數 5.7萬
平均互動率 8.05%



#台中
[拉宸媽](#)

平均互動數 4.4萬
平均互動率 99.1%



#台灣
[喬喬](#)

平均互動數 4.6萬
平均互動率 46%



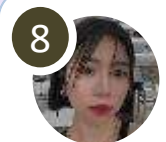
#台中美食
[吃吃霞EatHa](#)

平均互動數 8.7萬
平均互動率 21.6%



#台北
[相信音樂](#)

平均互動數 2.5萬
平均互動率 31.3%



#搞笑
[Poncast](#)

平均互動數 26萬
平均互動率 211%



#taipei
[好日子不打烊](#)

平均互動數 13.6萬
平均互動率 355%



#日常
[TIN](#)

平均互動數 8.1萬
平均互動率 1,318%





05

國際視野

Media Trend

Podcast 廣告高轉換：每2人就有1人聽完立刻行動

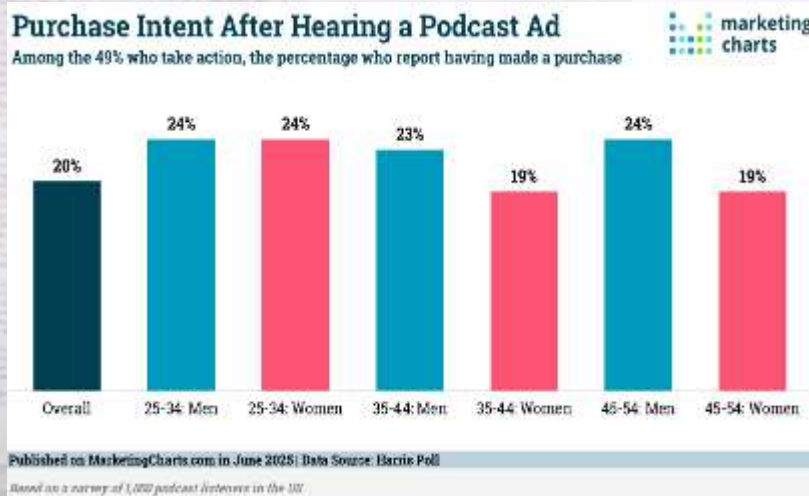
當聽眾聽到Podcast廣告時，大約有一半（49%）的人會被吸引而採取行動，而這些人當中約有五分之一（20%），也就是整體約十分之一，會直接購買商品，這是根據Harris Poll調查的結果。

在因Podcast廣告而購買商品的聽眾中，**年齡介於25到34歲的族群影響力最大**。這個年齡層中，不論男女，有24%的人在聽到廣告後會購買。Podcast在美國年輕人中非常受歡迎，**聽眾多為年輕且收入較高的人群**。有趣的是，35到44歲以及45到54歲年齡層的女性在採取行動後購買商品的意願下降到19%，但男性在這兩個年齡層的購買率仍維持在23%和24%，相當穩定。

此外，在採取行動的聽眾中，約有四分之一（23%）會訪問品牌的網站或社群頁面，而大約六分之一（16%）會向他人推薦該商品或服務。信任感在其中扮演重要角色，**超過三分之一（35%）的聽眾表示，他們認為Podcast上的廣告比廣播、社群媒體、電視或網站上的廣告更值得信賴**。

另外，有68%的Podcast聽眾表示他們很可能會相信Podcast主持人的推薦，而有三分之二的人認為主持人親自朗讀的廣告更有效，36%的人甚至偏好這種廣告形式。這種喜好已經存在好幾年了。市場行銷人員也注意到Podcast廣告的良好反應，去年美國Podcast廣告花費大幅成長超過26%，可能是因為大家認為這個媒介還沒被充分利用。這些數據來自對美國1000位Podcast聽眾的調查。

資料來源：[marketingcharts](https://marketingcharts.com) 2025-07-10





O6

消費者洞察 Insight

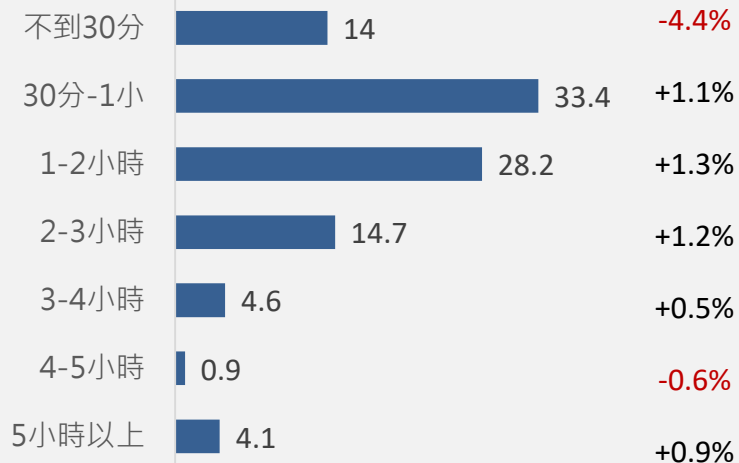
2025年台灣數位遊戲行為調查

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 2025年台灣數位遊戲行為調查，玩家每日遊玩時間以「30分鐘以上、不滿1小時」比例最高，占33.4%；其次為「1小時以上、不滿2小時」，占28.2%。玩家主要集中在手遊類型為主佔8成以上，整體除商用遊戲機台比重較2023年略為衰退外，電腦、主機、網頁遊戲等皆呈現成長。在資訊來源上，YouTube以36.9%居冠，其次為親友推薦 (31.8%)，Facebook則為23.2%。

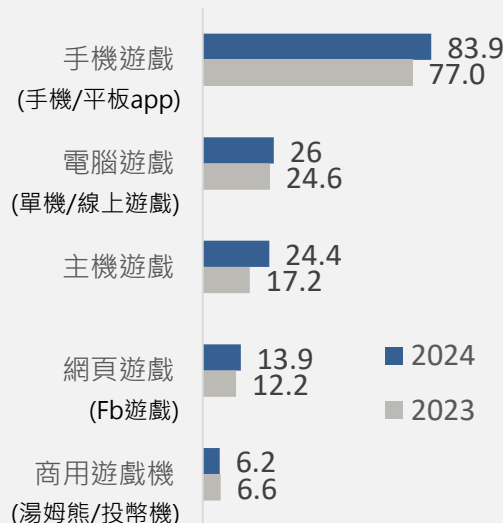
了解玩家遊玩時間、遊戲類型、遊戲資訊來源

每天遊玩時長

2024 vs 2023



近一年最常遊玩類型

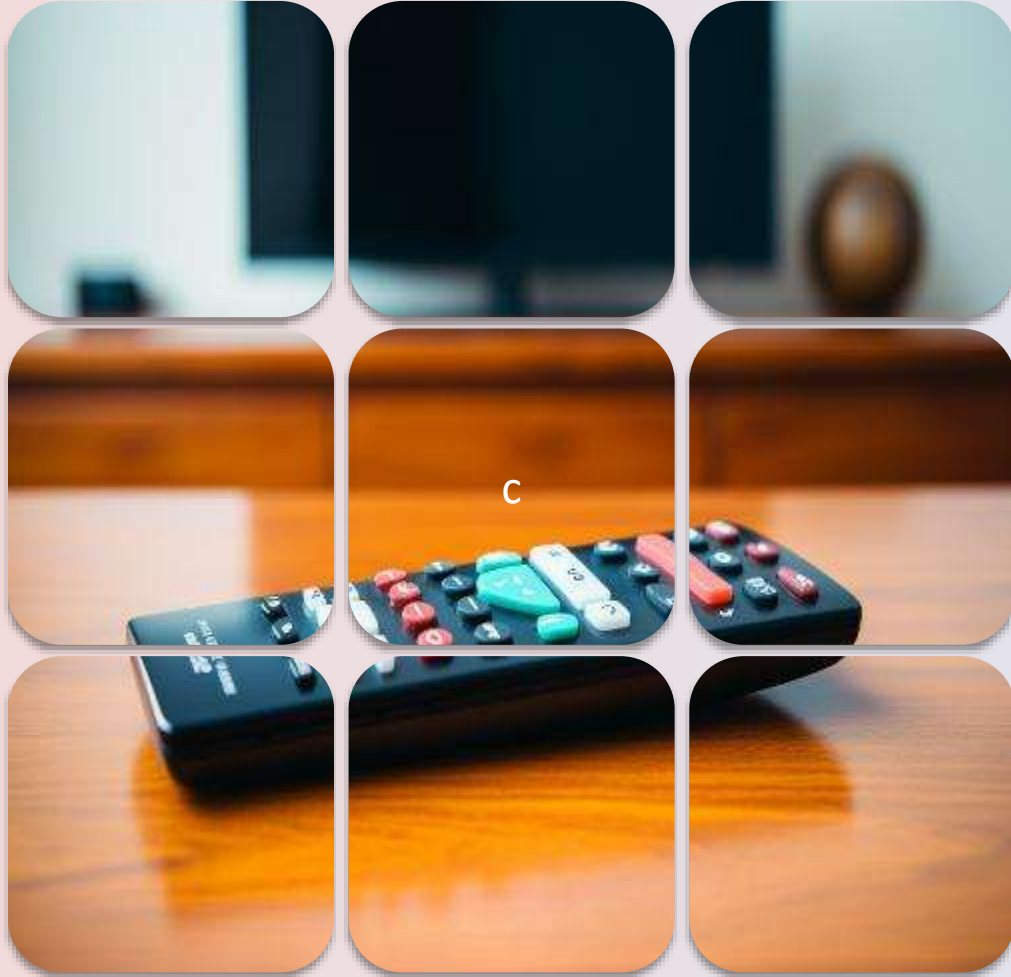


資訊來源偏好



女性比例高於男性

男性比例高於女性



07

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	3.05
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	3.02
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.42
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.14
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.27
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.03
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.98
8	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.89
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.89
10	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.88
11	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	0.85
12	嗨營業中特別篇明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.85
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.77
14	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	0.73
15	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.68
16	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.65
17	醫學大聯盟娘家舒芙淨私密	FTV	競賽綜藝	0.63
18	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.63
19	航海王29	TTV	卡通影片	0.60
20	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.58

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	2.17
2	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.93
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.92
4	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.84
5	直25中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	1.17
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.08
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.07
8	新台派上線新竹開講	SETN	新聞性質節目	1.06
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.02
10	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.99
11	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.97
12	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.94
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.93
14	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.93
15	直25中職明星對抗明VS中	VLSPT	棒球	0.91
16	新台派上線台北開講	SETN	新聞性質節目	0.88
17	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.85
18	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.84
19	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.81
20	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.78

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.97
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.34
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.10
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.97
5	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.95
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.94
7	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.91
8	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.90
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.84
10	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.83

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.03
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.96
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.60
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.36
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.28
6	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.25
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.21
8	嗨營業中特別篇明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.95
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.85
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.84

25-34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	1.31
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.27
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.01
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
5	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.92
6	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.75
7	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.72
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.68
10	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	0.59

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	5.00
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.83
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.00
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.73
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.56
6	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	1.54
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.39
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.38
9	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	1.33
10	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.32

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.39
2	直25中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	1.18
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.05
4	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	1.04
5	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.80
6	直25中職明星對抗明VS中	VLSPT	棒球	0.77
7	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.76
8	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.74
9	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	美食、旅遊節目	0.73
10	直25中職明星賽戰技挑戰賽	VLSPT	棒球	0.62

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直25中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	1.68
2	直25中職明星對抗明VS中	VLSPT	棒球	1.49
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.44
4	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.42
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.94
6	新台派上線新竹開講	SETN	新聞性質節目	0.80
7	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.78
8	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.71
9	鬼滅之刃刀匠村敵襲篇	ET-M	卡通影片	0.69
10	直25中職明星賽戰技挑戰賽	VLSPT	棒球	0.68

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	1.23
2	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	1.15
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.09
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	1.09
5	直25中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	0.93
6	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.92
7	效廉出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.73
8	1800天才衝衝衝台塑石油AP	ETTV	競賽綜藝	0.60
9	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.59
10	直25中職明星賽賽後演唱會	VLSPT	棒球	0.48

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	4.13
2	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.81
3	願望十全果醋	SANLI	閩南語連續劇	2.74
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.85
5	新台派上線新竹開講	SETN	新聞性質節目	1.78
6	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.35
7	直25中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	1.16
8	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	1.10
9	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.09
10	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	1.09

新聞類節目/頻道收視

無線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTV/中視	0.95	0.42	0.41	0.60	1.50
TTV/台視	0.51	0.31	0.30	0.36	0.76
FTV/民視	0.39	0.22	0.18	0.19	0.66
CTS/華視	0.20	0.16	0.09	0.16	0.29
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	0.57	0.26	0.22	0.41	0.92
ET-N/東森新聞	0.51	0.26	0.22	0.32	0.83
SETN/三立新聞	0.39	0.12	0.07	0.25	0.69
FTVN/民視新聞	0.38	0.08	0.15	0.18	0.70
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.06	0.06	0.11	0.48
NTVN/壹新聞	0.17	0.10	0.06	0.15	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.17	0.12	0.04	0.14	0.26
UBN/非凡新聞	0.14	0.02	0.05	0.07	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.03	0.01	0.06	0.23
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.02	0.03	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	3.02
2	願望十全果醋	SANLI	1.93
3	願望十全味噌	SANLI	1.92
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.99
5	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.88
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.81
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.74
8	寶島西米樂	TTV	0.73
9	1300好運來大同氣密窗	FTV	0.68
10	阿榮與阿玉	SANLI	0.67

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	1.08
2	台灣演義	FTVN	1.07
3	新台派上線新竹開講	SETN	1.06
4	新台灣加油	SETN	1.02
5	驚爆新聞線2200	SETN	0.97
6	台灣最前線	FTVN	0.93
7	新台派上線台北開講	SETN	0.88
8	少康戰情室	TVBS	0.85
9	話時代人物	SETN	0.84
10	新台派上線	SETN	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	3.05
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.42
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.17
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.14
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.84
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.27
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.98
8	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	0.93
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.89
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.89

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直25中職明星對抗中VS明	VLSPT	1.17
2	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.03
3	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.94
4	直25中職明星對抗明VS中	VLSPT	0.91
5	效廉出發吧	STV	0.61
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.61
7	型男大主廚輝葉AI按摩椅	SL2	0.56
8	花甲少年趣旅行常春微醺攢	TTV	0.52
9	直25中職明星賽戰技挑戰賽	VLSPT	0.49
10	直25中職明星賽賽後演唱會	VLSPT	0.38

Connect with us.

以上內容如有任何建議
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