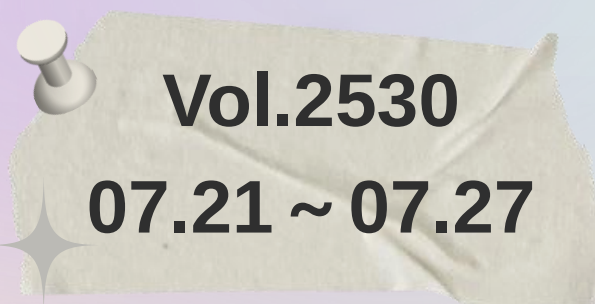


宏將週報

- Media Drive Bulletin -



Media Drive
宏將傳媒

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

30 July, 2025

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

台灣OTT如何進攻聲量王Netflix？

3

熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 7月 #hashtag 排行榜

5

消費者洞察 **Insight**

2025年網路購物消費調查：網購管道與網購意向

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/07 【狗相關類型】社群媒體帳號排行Top10

4

國際視野 **Media Trend**

哪些商品資訊對銷售轉換影響大？

6

收視調查 **Ratings**

2025/07/21-2025/07/27



01

媒體放大鏡

Media News



【2025/07/24, 網路溫度計】

台灣OTT如何進攻聲量王Netflix?

觀眾們這幾年不斷在改變的收視習慣趨勢：從手機、平板又逐漸變到智慧電視，根據資策會今年公布，在2024年第四季所做的調查報告顯示，**72%的台灣網友會收看串流服務**，僅次於社群媒體平台（包含YouTube）的76%，有60%家戶已配置智慧電視（包含連網電視、電視盒等），平均每人擁有1.6台連網電視，顯示手機和電視兩端並行。

根據《KEYPO大數據關鍵引擎》輿情分析軟體所調查近三年多十大付費串流平台的網路聲量，Netflix暫居聲量寶座，而且是大幅領先。此外，**台灣少數有出海同時經營海外市場的OTT平台Catchplay+**，今年動作頻頻，首先最大動作就是五月起在平台上增加20多個直播電視頻道，讓本來就有幾個頻道直播的平台，增加一個稱之為Catchplay TV的服務，正式也成為線上多頻道服務商（vMVPD），**可以看電視頻道的節目，包括BBC、NHK等國外頻道，還有國內的博斯體育台、多家新聞台與戲劇台**；投資發行話題台劇《我們與惡的距離II》、《親密之海》，讓這些劇本來就可以在自家印尼、新加坡等海外頻道上架，說服全球華語族群嘗試台灣影視作品。

「你好，我吃一點」征服日韓脆友掀美食外交

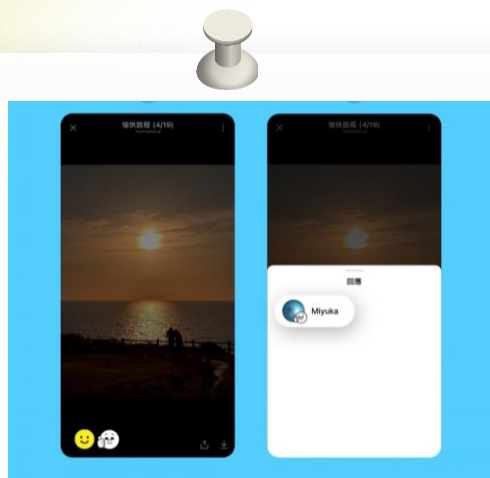
近期湧Threads，你是不是也被可愛貓咪和那句「您好，我吃一點」洗版了？這是一場可愛又爆笑的「美食梗圖大戰」！這波「我吃一點」貓咪梗圖旋風，起因於許多**日韓遊客喜歡在Threads上分享他們在台灣的各種美食和美景**。充滿「台灣感性（#대만감성）」的貼文吸引了台灣網友的注意，大家紛紛用一張張「你好，我吃一點」的貓咪梗圖「洗版」留言區。

這場美食梗圖戰，最精彩的莫過於一位韓國朋友的「神級反擊」。當他分享九份老街旅遊照時，直接放上一張用中文寫著「你好，把你筷子收回去」的貓咪反擊梗圖！這神來一筆的操作，讓台灣網友瞬間「崩潰」又爆笑，留言區更是瞬間炸鍋，「雖然這次沒食物吃但我還是要吃一口」、「超好笑，為什麼他在用中文梗圖攻擊回來」截至7月28日，這則貼文已突破百萬瀏覽、超過四萬點讚。

此外，連國立故宮博物院南部院區的小編也跟上這波潮流，在Threads上分享了精緻的魚蝦蟹書畫作品，配文正是那句萬用的「您好我吃一點」。



【2025/07/28, 網路溫度計】



【[2025/07/23, 3C科技](#)】

LINE新功能+1！相簿照片可用表情回應了 1動作解鎖

LINE又釋出全新互動功能！除了先前在聊天室中針對訊息使用表情回應，現在相簿中的每一張照片也能加入表情互動。只要將LINE更新至15.9.0(含)以上版本，即可擁有這項新功能。使用方式相當直覺，點開相簿中的任一照片，就能看到表情按鈕，點選即可送出回應，操作方式與聊天室中的表情回覆一致。不過，目前相簿表情回應僅限6款預設饅頭人貼圖。

LINE也加入一些貼心功能，例如點擊已有表情回應的照片中，能從回覆列表直接查看有哪些好友進行回應。在相簿首頁，也新增「最多回應」選項來排序照片，方便快速瀏覽人氣照片。當有人對你上傳的圖片送出表情回應，系統除了會在LINE的提醒列表進行通知，還會在手機鎖定畫面上同步顯示，確保不漏接任何互動。

LINE表示，此功能仍在逐步釋出中。若你尚未開通功能，仍有可能收到好友對照片的表情回應通知，但點擊後無法看到具體內容。官方提醒用戶耐心等待全面釋出。



【[2025/07/25, INSIDE](#)】

Google 推出 AI 試穿功能！上傳照片就能試服飾產品

Google 正在持續投資虛擬試穿領域，上個月公司才推出了一款實驗性應用程式「Doppl」，可透過 AI 來視覺化呈現不同穿搭在使用者身上的樣子。使用者只需要在產品列表或服飾產品結果上點擊並選擇「試穿」(try it on)圖示，接著再上傳一張自己的全身照，就能看到自己穿上這件衣服可能的樣子，也可加以儲存穿搭造型並與朋友分享。此功能優先在美國地區推出，讓使用者可以透過搜尋、Google 購物以及 Google 圖像上的產品結果，來試穿 Shopping Graph 中的服飾商品。

Google 發言人解釋，雖然新的試穿功能和 Doppl 都是由相同的生成式 AI 技術驅動，但 Doppl 這款應用程式是專為購物者設計，且 Doppl 還可以創造 AI 生成的影片，讓使用者實際了解穿搭在現實生活中的效果。另外，Google 也在美國地區推出新的價格提醒功能，使用者可以為產品設定提醒，並指定偏好的尺寸、顏色，以及願意支付的價格，當有符合條件的優惠時，Google 便會主動通知。



【[2025/07/24, 產業研究資料庫](#)】

音樂動畫片《KPop Demon Hunters》橫空出世

2025年6月20日Netflix全球上架動畫音樂片《Kpop獵魔女團》，兩週內就以超過3,300萬觀看流量榮登Netflix全球觀看排行榜榜首，並在93個國家/地區躋身排行榜前十名。

《Kpop獵魔女團》故事中有兩支虛構偶像團體，一方是代表正義的Kpop女團Huntr/x，另一個則是其反派邪惡對手Kpop男團Saja Boys——其原形是韓國神話中的死神，這兩團在動畫片中演唱的歌曲也進入Billboard全球音樂排行榜，排名甚至超越了防彈少年團（BTS）和Blackpink等韓國流行音樂巨頭。這兩支虛擬偶像團體在串流平台也取得極大成功，分別為美國Spotify流量排行榜的第一名與第二名。

Kang表示，為了電影中的音樂能真正引起Kpop粉絲的共鳴，並真正沉浸在Kpop氛圍中，本片音樂製作密切與韓國唱片公司與Kpop頂級音樂人合作。除了同時在影視與音樂串流平台創下紀錄性的流量，《Kpop獵魔女團》也在社群媒體病毒式瘋傳，出現各種表情包、舞蹈模仿、二創，各種周邊商品也大賣，形成一個史詩級的全球流行文化現象。

2025 消費者搜尋需求掌握銷售先機

根據「2025 年消費者搜尋洞察報告」，消費者展現出截然不同的行為樣貌：渴望療癒、重視體驗，更願意為自己的快樂與健康投資。透過分析，發現消費者的四大關鍵行為軸線與搜尋熱區分別是：謹慎樂觀、擁抱快樂行動主義、真實質感連結和Kidults Lifestyles。

- **謹慎樂觀：日常消費謹慎，但更願意投資自己的身心健康** | 連結身體健康、自我療癒與恢復的關鍵字快速成長，例如：**空中瑜伽、美容儀、高價保健食品如燕窩蜂膠**，對應消費者重視氣氛、情緒的感受，還可以在文案中帶入感受度等文字描述，更有機會打動人心。
- **真實質感連結：渴望回到真實互動 尋求感官豐富性** | 連結真實參與、與人連結的實體體驗相關關鍵字快速成長，例如**展覽、音樂節、寧靜旅遊**。在品牌活動規劃上，可以與旅遊或生活消費媒體合作深度的策展式溝通，或是結合五感與體驗的設計的品牌場景打造，建立真實質感連結。《[更多內容請參考原始貼文...](#)》

謹慎樂觀

面對多種外部和個人壓力，消費者正在投資自己的健康並更掌控自己的生活，主要關注讓他們感覺更好、提升日常愉悅感商品與服務。

High-Growth Consumer Keywords

14x

空中瑜伽

189%

美容儀

223%

高價保健食品
(燕窩、蜂膠)

連結身體健康、自我療癒與恢復的關鍵字快速成長。

【[2025/07/25, INSIDE](#)】



【[2025/07/21, 數位時代](#)】

如何在Threads用寫作變現？實戰7大心法整理

如何在烏煙瘴氣的 Threads 裡，靠寫作榨出商業價值？過往很多人問我：Threads 怎麼經營、如何變現？我是學員數超過 2,000 人的「影響力寫作」線上課講師，也是數位寫作暢銷書的作者Jemmy。

- **負面行銷：逆向思考、借力使力** | 如果真的在 Threads 出現惡評，與其避談，不如善加利用。這在銷售文案還有個專門術語，叫做「缺點揭露法 (Damage Admission)」。每個產品都有缺點，每個消費者都知道這點，如果敢先承認，你就贏了。比如「JK 先生怎麼講出這種 SEO 的錯誤資訊？」這種「吃瓜系」文案最吸睛了，而來圍觀的人裡，肯定有不在意這些事，又有感興趣的人。
- **挑數字好看的貼文截圖，當作認證標章** | 寫文案不知道配什麼圖？直接把內容寫在 Threads，截圖下來當「字卡」。我有超過 10 篇臉書貼文、廣告，就是搭配破千瀏覽的「串文」截圖。就算路人只是螢幕滑到，他還沒讀貼文，也會看到圖卡文字。這也反應人類有跟隨人群傾向，當你看到有人互動，你潛意識會相信這篇「有料」。《[更多心法請參考原始貼文...](#)》



【[2025/07/23, 數位時代](#)】

家樂福 App 創新手遊《家有超市》領風潮

促銷、折扣、集點換購早已成為零售標配，顧客對優惠不再陌生，卻也因此變得難以被打動。面對這樣的挑戰，家樂福選擇從「參與體驗」的角度出發，重新思考與顧客的互動方式。為此，家樂福祭出「好選品 + 遊戲化」雙軸策略，背後藏著哪些零售經營新思維？

- **好選品勾住人心，遊戲機制拉長互動** | 家樂福將集點機制結合遊戲化，透過合成商品和解鎖寶箱來完成各項任務，累積的鑽石可用來兌換優惠券或參加扭蛋抽獎活動。遊戲場景中有南僑讚岐、桂冠、好萊牙膏等品牌元素，讓品牌在虛擬環境中入駐。
- **從集點到體驗，《家有超市》提升顧客黏著力** | 從每日簽到到完成任務換回實體回饋，會員不再只是集點兌換的使用者，而是每天願意開啟 App 的參與者，以 Menastyl 鍋具換購結合《家有超市》為例，活動期間即成功吸引近 9 萬人參與，總登入超過 146 萬次。
- **從集點升級到數位串聯，家樂福 App 打造全方位會員體驗** | 與消費者之間互動的橋樑，整合即時優惠、多元支付與個人化推薦模組，提升使用便利性，也有機會為後續 O2O、OMO 的行銷活動提供更穩定的數據洞察。



O2

網紅觀察站 Influencer

7月【狗相關類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	油土伯歐薩斯	2,432,747
	朱李聯姻日常	1,168,977
2	趙宜莉	892,448
	yu.shan	797,711
3	胡宇威 Geo Fans Club	744,361
	搜嘎 Soka	684,265
4	六指淵 Huber	580,059
	花花公子	414,116
5	jiayitsui	379,542
	瑟七七	377,785

Facebook 口碑數量 TOP10

1	視網膜Retina	1,276,135
	米可白	778,278
2	徐文良	666,977
	可布魯	381,474
3	我家阿邁	342,732
	阿尼森	250,907
4	柴犬Nana和阿楞的一天	234,539
	胡宇威 Geo Fans Club	233,960
5	新潟越後老姬	233,732
	包子	231,003

Youtube 口碑數量 TOP10

1	我叫元小旦	650,471
	柴犬Nana和阿楞的一天	242,309
2	六指淵 Huber	220,232
	星座狗聯盟	177,009
3	社長Kuma	142,260
	歐立德	126,559
4	JS塔羅諮詢	110,349
	卡特Kart	107,875
5	黃欣元Alvin	99,115
	熊爸估狗	85,040



03

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#gd
2	#颱風
3	#台灣
4	#reels
5	#ootd
6	#演唱會
7	#日本
8	#搞笑
9	#川普
10	#高雄

7月 #hashtag 互動最高內容TOP 10





O4

國際視野

Media Trend

哪些商品資訊對銷售轉換影響大？

根據 Syndigo 的研究，消費者在網路購物時，會希望能看到商品的基本資訊與功能，如果沒有足夠的資訊，他們可能就不買了。這份報告調查了超過 8,500 位消費者，發現有 54% 的受訪者表示，如果商品頁面上有清楚描述產品的基本功能和用途，他們更願意下單。其次，像是重量、材質、數量、容量、尺寸和成分這類的基本資訊，也有 49% 的人覺得很重要，這些都是消費者認為必要的資訊。

現在的消費者越來越在意資訊完整度。報告指出，有將近一半（46%）的消費者認為，跟六個月前相比，如果商品資訊不足，他們現在比較不會下單購買。而**商品本體和包裝的清晰圖片（35%）、能夠 360 度觀看商品各個角度（35%）、或是介紹產品特色、教學或使用案例的影片（35%），也會增加購買意願。**

其他調查重點如下：

- 7成消費者覺得，購買前能查到商品產地或來源很重要
- 4成消費者在過去半年中，因為找不到商品足夠的資訊，而放棄在網路或實體店購買
- 3成消費者買到的商品，跟他們在網路上看到的資訊有落差，因此感到失望
- 2成消費者在過去六個月內，有遇過實體店看到的商品，跟網路上看到的不一樣（例如型號、包裝或尺寸不同）
- 3成消費者退貨原因是因為實際收到的商品，與他們在購買前查到的資訊不符，而整體樣本的平均退貨率為 21%





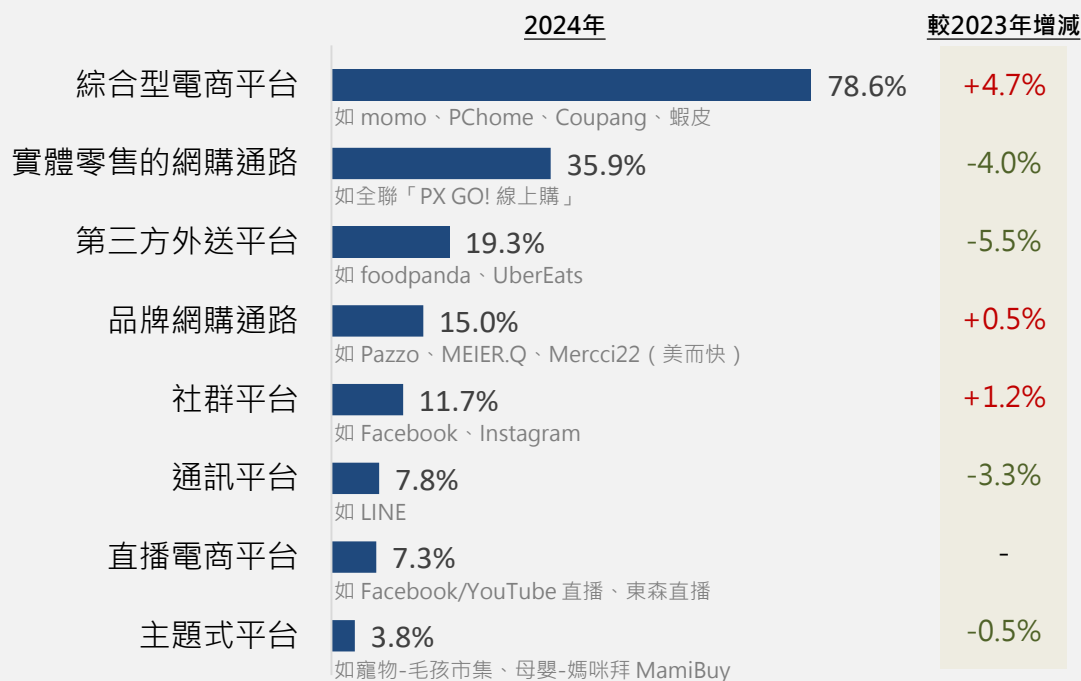
O5

消費者洞察 Insight

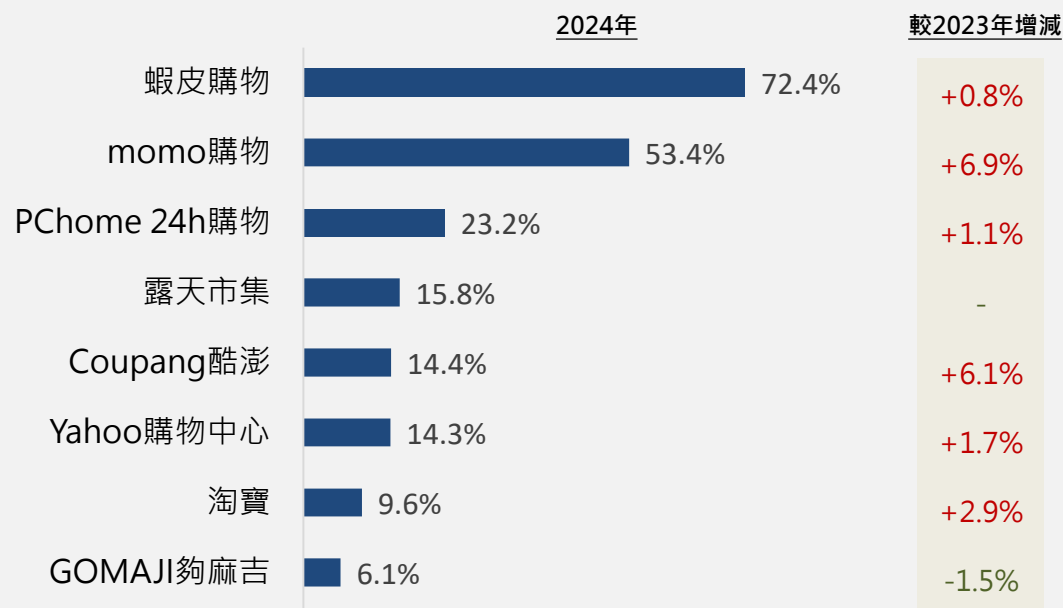
2025年網路購物消費調查：網購管道與網購意向

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 2025年網路購物消費調查，6成5消費者最常購的平台數量為1-3個，「綜合型電商平台」仍最常被選擇，且使用率持續提升，而實體零售延伸的網購通路 與外送平台使用下滑；在電商平台的偏好中，「蝦皮購物」佔比最高 (72.4%)，而「momo購物」也顯著提升 (+6.9%)，值得關注的是，新興平台Coupang酷澎，雖起步較晚，但成長幅度不容小覷 (+6.1%)，已成功進入前五大電商，與 PChome、Yahoo 並列主戰場。

近一年較常在哪些類型平台網購 (複選，最多3項)



近一年較常使用哪些電商平台App消費 (複選，最多3項)





O6

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	3.09
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.92
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.36
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.25
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
6	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.02
7	嗨營業中特別篇明星3缺1	TTV	資訊綜藝	1.00
8	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	0.93
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.92
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.90
11	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.90
12	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	0.85
13	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.77
14	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.76
15	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
16	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	國台語單元劇	0.71
17	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.67
18	醫學大聯盟娘家舒芙淨私密	FTV	競賽綜藝	0.66
19	姊妹亮起來輝葉AI追夢椅	FTV	資訊綜藝	0.60
20	2000祕書俱樂部阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	0.59

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	2.10
2	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.94
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.74
4	TVBS戰情室決戰大罷免開票	TVBS	新聞性質節目	1.53
5	直U12世界盃預賽A日本中華	ET-N	棒球	1.21
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.19
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.10
8	決戰大罷免前進新台灣1500	SETN	新聞性質節目	1.10
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.02
10	直U12世界盃預賽A古巴中華	ET-N	棒球	1.02
11	決戰大罷免驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.02
12	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	1.01
13	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.99
14	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.94
15	不同意罷免選前之夜	TVBS	新聞性質節目	0.92
16	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.90
17	直U12世界盃預賽A中華澳洲	ET-N	棒球	0.89
18	決戰大罷免前進新台灣1400	SETN	新聞性質節目	0.88
19	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.87
20	決戰大罷免新台派上線2000	SETN	新聞性質節目	0.85

無線TOP10

15-24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	1.86
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.58
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.90
4	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.90
5	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.87
6	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.79
7	祕書俱樂部阿鈣八合一強效	CTV	國語連續劇	0.78
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.70
9	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.63
10	嗨營業中特別篇明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.63

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	2.23
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.78
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.71
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.59
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.32
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.20
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.18
8	嗨營業中特別篇明星3缺1	TTV	資訊綜藝	1.11
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.11
10	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	0.63

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	1.40
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.12
3	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.96
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.91
5	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.82
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.78
7	嗨營業中特別篇明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.78
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.70
9	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.57
10	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	0.53

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	4.86
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.75
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.20
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.69
5	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	1.70
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.64
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.56
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.49
9	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.37
10	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	1.29

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.10
2	直U12世界盃預賽A日本中華	ET-N	棒球	1.02
3	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.98
4	直U12世界盃預賽A古巴中華	ET-N	棒球	0.81
5	決戰大罷免驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.79
6	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.79
7	決戰大罷免前進新台灣1500	SETN	新聞性質節目	0.66
8	決戰大罷免前進新台灣1400	SETN	新聞性質節目	0.63
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.62
10	效廉出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.61

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.40
2	直25U12少棒日VS中	VLSPT	棒球	1.03
3	TVBS戰情室決戰大罷免開票	TVBS	新聞性質節目	0.96
4	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.90
5	決戰大罷免驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.88
6	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.79
7	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.78
8	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.78
9	天才衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.77
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.77

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直U12世界盃預賽A日本中華	ET-N	棒球	1.11
2	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.10
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.76
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.73
5	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.70
6	直U12世界盃預賽A古巴中華	ET-N	棒球	0.60
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.60
8	直U12世界盃預賽A中華澳洲	ET-N	棒球	0.55
9	孤單又燦爛的神鬼怪	ET-D	韓劇	0.54
10	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.54

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	3.93
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.18
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.82
4	TVBS戰情室決戰大罷免開票	TVBS	新聞性質節目	2.68
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.06
6	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.94
7	決戰大罷免前進新台灣1500	SETN	新聞性質節目	1.85
8	直U12世界盃預賽A日本中華	ET-N	棒球	1.76
9	不同意罷免選前之夜	TVBS	新聞性質節目	1.72
10	決戰大罷免驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.64

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	1.03	0.53	0.52	0.71	1.59
TTV/台視	0.46	0.23	0.22	0.30	0.73
FTV/民視	0.36	0.13	0.16	0.14	0.65
CTS/華視	0.22	0.13	0.06	0.19	0.33
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	0.26	0.22	0.46	1.06
ET-N/東森新聞	0.50	0.22	0.22	0.30	0.82
SETN/三立新聞	0.45	0.16	0.09	0.30	0.78
FTVN/民視新聞	0.40	0.07	0.15	0.17	0.76
ERA-N/年代新聞台	0.27	0.04	0.08	0.11	0.51
NTVN/壹新聞	0.19	0.12	0.06	0.15	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.06	0.05	0.12	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.06	0.05	0.09	0.27
UBN/非凡新聞	0.13	0.02	0.04	0.07	0.25
SET-F/三立財經台	0.05	0.03	0.02	0.03	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	0.03

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	2.92
2	願望十全味噌	SANLI	1.94
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.99
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.90
5	寶島西米樂	TTV	0.85
6	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.77
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.73
8	台灣傳奇安美諾美白修護霜	FTV	0.71
9	1300好運來大同氣密窗	FTV	0.67
10	2000祕書俱樂部阿鈣八合一	CTV	0.59

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	TVBS戰情室決戰大罷免開票	TVBS	1.53
2	新台灣加油	SETN	1.19
3	新台派上線	SETN	1.10
4	決戰大罷免前進新台灣1500	SETN	1.10
5	台灣最前線	FTVN	1.02
6	決戰大罷免驚爆新聞線2200	SETN	1.02
7	TVBS社會檔案	TVBSN	1.01
8	少康戰情室	TVBS	0.94
9	不同意罷免選前之夜	TVBS	0.92
10	決戰大罷免前進新台灣1400	SETN	0.88

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.09
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.36
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.25
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.10
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.74
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.42
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	1.02
8	嗨營業中特別篇明星3缺1	TTV	1.00
9	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	0.93
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.92

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直U12世界盃預賽A日本中華	ET-N	1.21
2	直U12世界盃預賽A古巴中華	ET-N	1.02
3	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.90
4	直U12世界盃預賽A中華澳洲	ET-N	0.89
5	直25U12少棒日VS中	VLSPT	0.83
6	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.61
7	型男大主廚輝葉AI按摩椅	SL2	0.59
8	花甲少年趣旅行常春微醺攢	TTV	0.54
9	直25U12少棒古VS中	VLSPT	0.50
10	效廉出發吧	STV	0.50

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

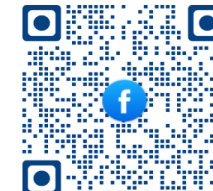
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部