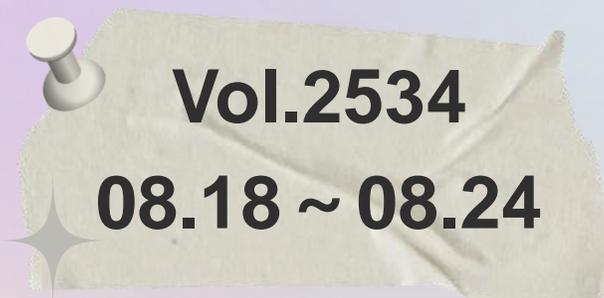


# 宏將週報

## - Media Drive Bulletin -

 Vol.2534  
08.18 ~ 08.24



Media Drive  
宏將傳媒

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

27 Aug, 2025

# WELCOME

## Contents



1

### 宏將觀點 Insights

Threads 突圍時刻 —— 全域滲透驅動品牌擴張

2

### 媒體放大鏡 Media News

Netflix為何插旗運動轉播？廣告變現新賽局

3

### 網紅觀察站 Influencer

【彩妝類型】社群媒體帳號排行Top10

4

### 熱門話題 Hot Topics

Facebook 8月 #hashtag 排行榜

7

### 收視調查 Ratings

2025/08/18-2025/08/24

5

### 國際視野 Media Trend

2025上半年趨勢揭曉 串流音樂成長放緩

6

### 數位廣告速報 Digital Ads

Google Ads、Meta最新趨勢



# 01

## 宏將觀點

## Insights

Threads 突圍時刻 ——

# 全域滲透驅動品牌擴張

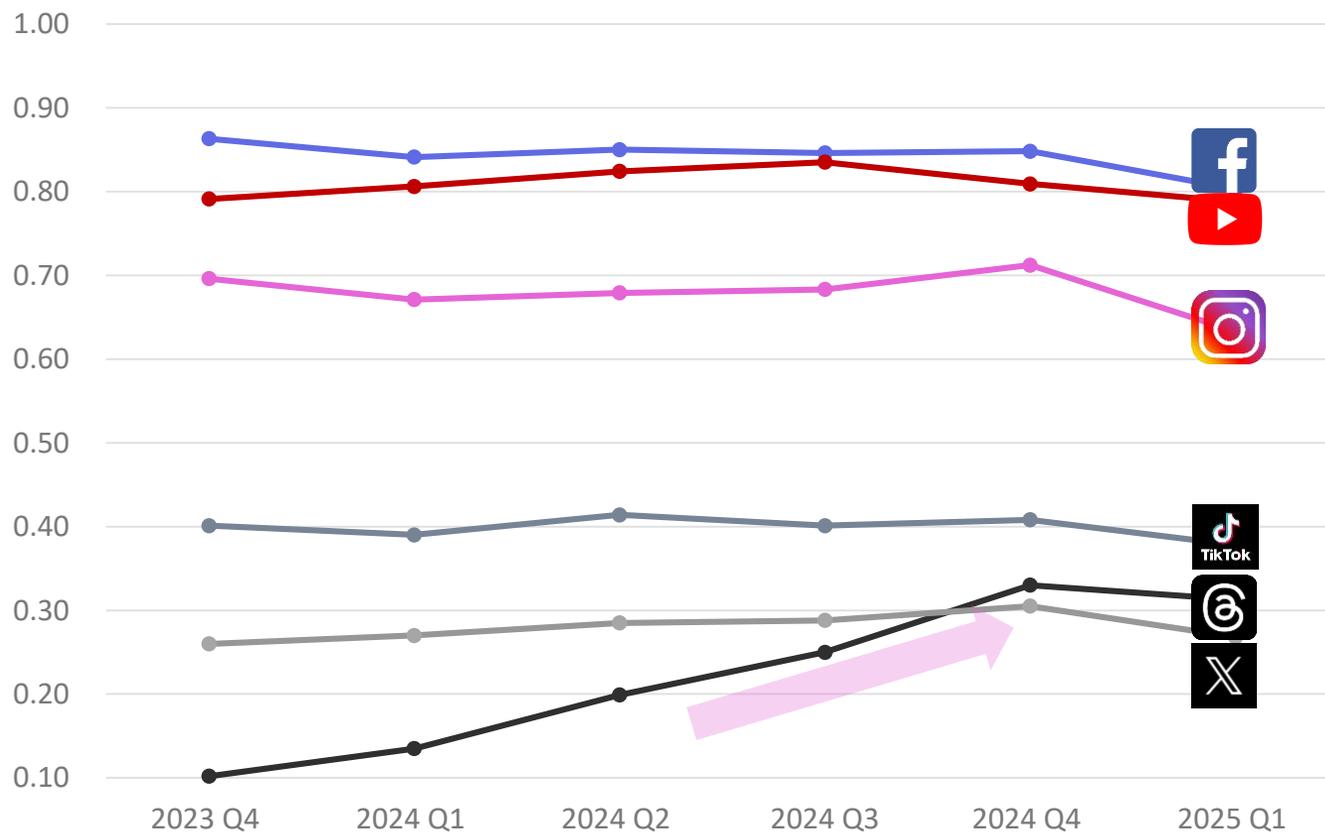
MARKETING STRATEGY

# Threads 強勢上位！ 流量、用戶、話題全面洗牌

- 台灣成為 **全世界流量第一名** (佔比22.0%)
- 台灣有2,900萬用戶，躍升 **台灣前五大社群**
- Threads 使用率成長明顯，日發文量與 Facebook成黃金交叉
- Threads 正在超越 Dcard, **獲取即時資訊和話題管道正在改變**

# 唯一逆勢成長的社群新勢力：Threads

台灣社群使用概況



Fb 與 YT 維持高滲透率，多數社群持平或略有下滑

唯有 Threads 成長曲線突出，爆發期後趨於穩定

2025 年使用率超越 X，躍升台灣前5大社群平台

# Threads 廣告先機：品牌先行，搶佔紅利期



01

## 廣告開放資訊

開放時間：2025/5/19

投遞版位：Threads 動態消息

03

## 投放規則與限制

### 版位設定

手動版位：須同時勾選 IG 動態消息，無法單獨投放

自動版位：系統有機會自動投遞至 Threads

### 操作限制

廣告不可使用現有貼文或加強推廣

沒有 Threads 個人檔案，可使用 Instagram 帳號刊登

廣告目的僅能導向網站，不能導向 App 或即時體驗

02

## 廣告設定

廣告目標：

品牌認知 (CPM)

流量 (CPC)

銷售 (轉換)

素材格式：

單一圖像 (JPG、PNG)

影片 (MP4、MOV、GIF)

長寬比皆支援1.91:1 至 9:16

04

## META 官方動態

### 曝光量控管

嚴格控制 Threads 廣告曝光比例，實測約 15-20%

### 用戶體驗導向

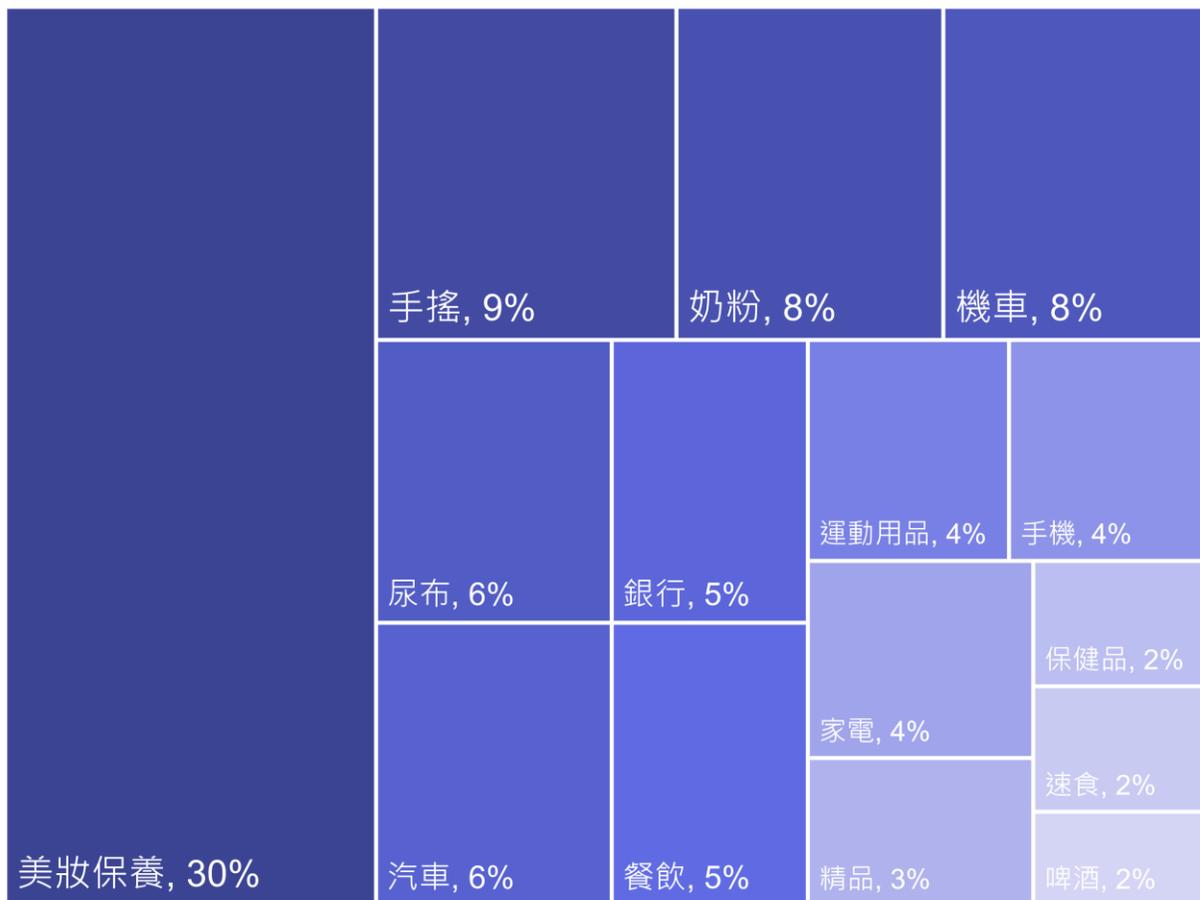
廣告顯示於用戶互動時間最多的位置

提供略過、檢舉、隱藏、查閱原因等反饋選項

Threads 廣告戰場尚處藍海，低競爭、高關注 —— 正是品牌搶先試水、建立領先優勢時機

# Threads 討論焦點：從親子到美妝、日常消費全面擴散

Threads 前15名類別占比



除親子族群外，Threads 上仍聚集多元產業與用戶討論：

## ■ 美妝保養(30%)壓倒性領先

用戶為高互動族群，愛分享體驗、開箱、心得

## ■ 日常消費高頻場景

包含手搖(9%)、餐飲(5%)、速食(2%)、啤酒(2%)

對應「即時分享」場景，常見 隨手拍、簡易評論、價格/新品討論

## ■ 交通與生活機能

包含機車 (8%)、汽車 (6%)、銀行 (5%)、家電 (4%)、手機 (4%)

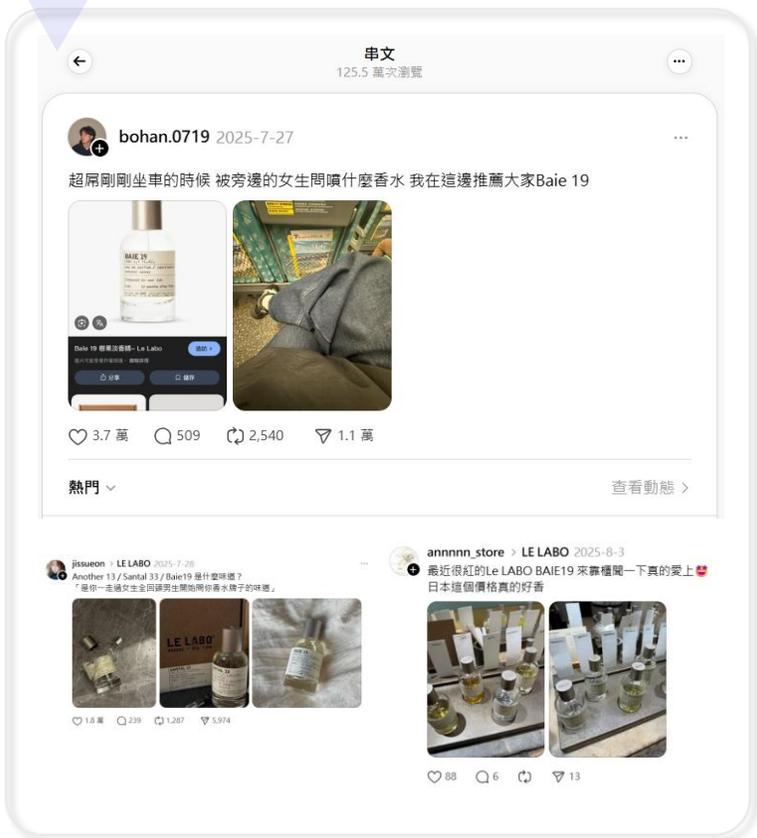
討論內容偏向功能導向、評測比較、實用需求



# Threads 品牌實例：操作不限熱議產業，關鍵在於抓準脆友口味

## 香氛品牌 LELABO

素人以「被搭訕竟然是因為詢問香水品牌」為話題，使品牌獲取大量曝光與搜尋



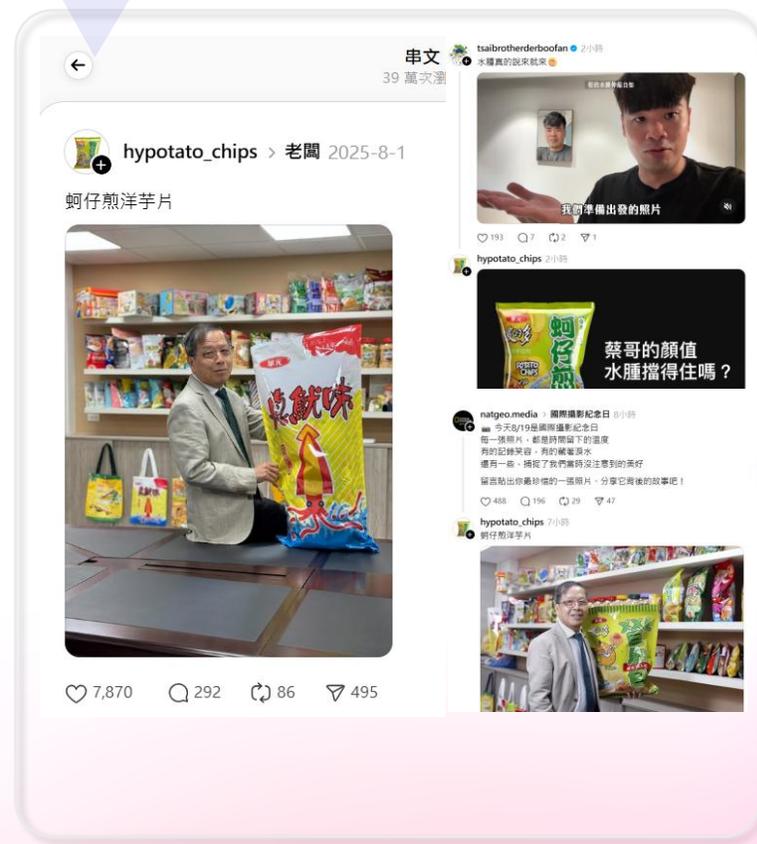
## 日用品品牌 高露潔

KOC分享牙膏美白比較文，知名網紅阿翰留言真心推，引起網紅/素人迅速擴散



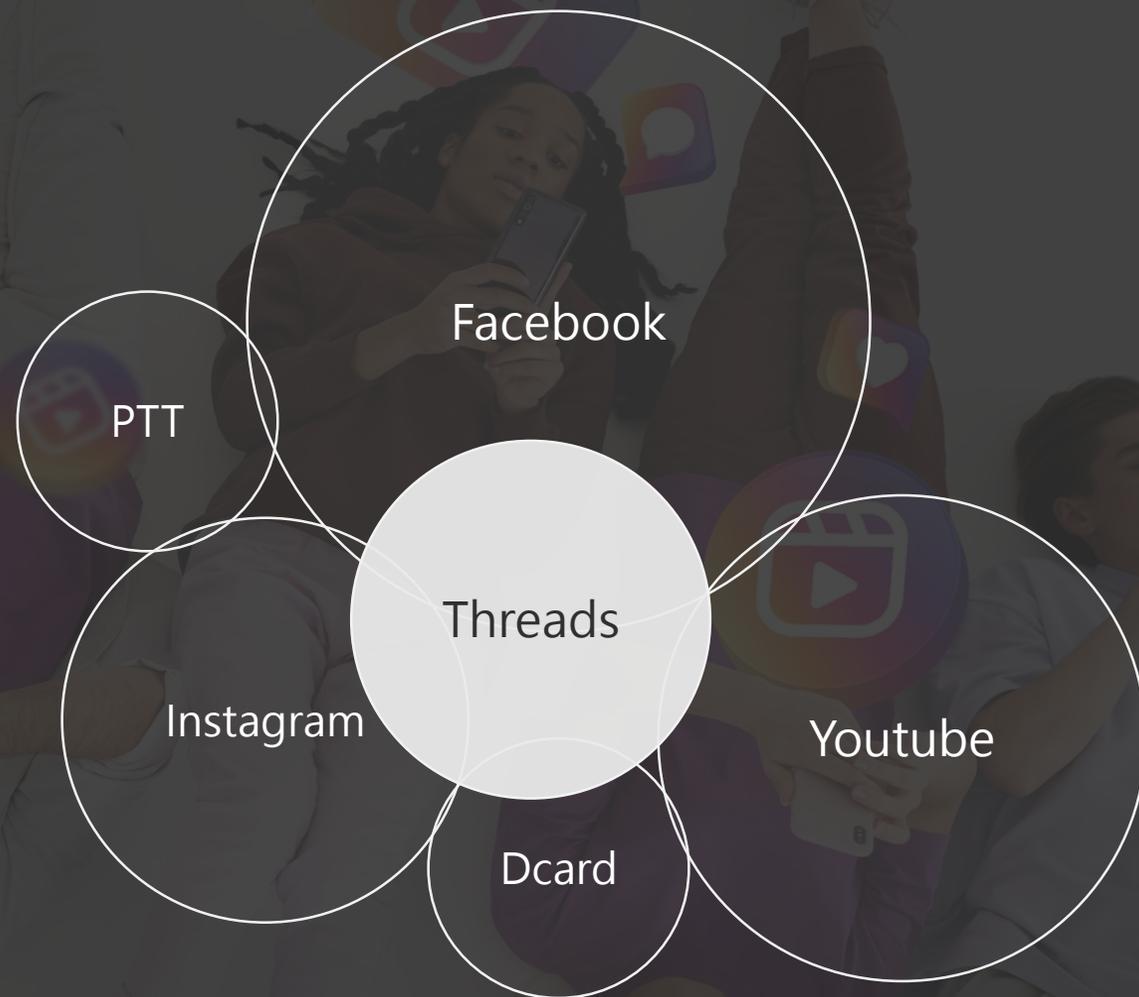
## 零食品牌 華元食品

小編海巡四處留言「蚵仔煎洋芋片」以迷因行為快速爆紅漲粉



# 近2年 Threads 崛起之勢，儼然撼動社群勢力版圖

現在，  
品牌不再觀望，更需轉變視角  
以更完整的**跨社群平台佈局** ▶





Threads 強勢上線！全球淨透驅動品牌擴張

Threads 強勢上線！全球淨透，用戶、話題全向沈浸



Threads 全球淨透：行業獨立性分析

- 全球淨透率
- 行業獨立性
- 品牌擴張

Threads 全球淨透：品牌先行，全球先行

Threads 全球淨透：品牌先行，全球先行

Threads 用戶增長：全球淨透，全球先行

Threads 用戶增長：全球淨透，全球先行

以上為專題精華摘錄  
完整報告歡迎來信洽詢或聯繫窗口

Threads 全球淨透：品牌先行，全球先行

Threads 全球淨透：品牌先行，全球先行

Threads 全球淨透：品牌先行，全球先行

Threads 全球淨透：品牌先行，全球先行



# 02

## 媒體放大鏡

## Media News

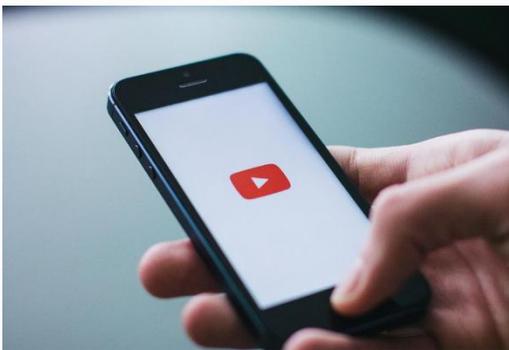


【[2025/08/19, TNL NEWS LENS](#)】

## Netflix為何插旗運動轉播？廣告變現新賽局

隨著串流平台訂戶增長趨緩，廣告收入是平台獲利的新成長動能，串流平台已加入競逐運動賽事轉播權的行列，全球串流平台龍頭Netflix是絕佳寫照。近50%新訂戶選擇廣告方案。為拓展廣告商服務加入運動賽事轉播，顯示**體育賽事成為廣告變現新賽局的重要布局**。

- **轉播破碎化與粉絲經營的拉鋸戰** | 串流平台加入運動轉播戰局，使熱門賽事權利分散、轉播破碎化，觀眾若非特定平台訂戶可能無法完整觀看，短期增加聯盟收益，但長期可能削弱粉絲培養。ESPN跳脫高額MLB合約凸顯利潤考量，而Netflix透過IP授權內容如《極速求生》吸引目標觀眾，**降低轉播成本，建立品牌與粉絲情感連結**，顯示轉播收益與粉絲經營間的拉鋸戰。
- **用互動與沉浸式體驗爭奪未來觀眾** | 調查顯示，**年輕觀眾偏好透過串流收看運動**，雖每週觀看時間略低，但**關注運動員社群與賽事精華**。DAZN與TikTok合作，推出幕後花絮與創作者原生內容；ESPN與Beyond Sports利用即時動畫將經典角色融入比賽，如《Dunk the Halls》與《The Simpsons Funday Football》，透過**互動與沉浸式體驗**吸引年輕觀眾與家庭觀眾。



【[2025/08/24, 風傳媒](#)】

## YouTube宣布新規定！沒注意恐被停權

許多人會透過YouTube此平台聽音樂、觀看各類型影片，也有不少創作者上傳影片來累積點閱率並獲取收益，民眾可申辦YouTube Premium直接觀賞影片，跳過廣告機制，不過，不少用戶透過VPN連線至價格較低的國家（如印度、土耳其）來申辦YouTube Premium，以節省費用，對此，**YouTube即將全面封鎖「跨區訂閱」，將於9月26日正式上路**。「跨區會員」將正式走入歷史。

YouTube近日已向全球Premium會員發出通知，**新規明確增列「地理區域限制」，要求Premium服務僅能在「最初註冊」的國家或地區使用**，並需搭配當地發行的信用卡或扣帳卡付款，適用於YouTube Premium、YouTube Music Premium及YouTube Premium Lite。官網指出，Premium服務使用與存取範圍僅限當初訂閱時所在的國家或地域，若主要在該國家以外的位置使用或存取Premium服務，或試圖對訂閱時所在的國家做出不實陳述，即**違反Premium服務條款，將導致Premium服務存取權遭到終止**，若移居到其他國家，必須在當地重新訂閱，才能繼續存取Premium服務。以台灣用戶為例，若長期居住美國，9月26日後將被迫以美國方案重新付費。

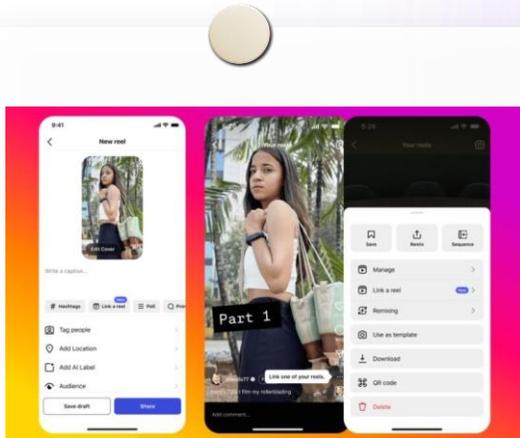


【[2025/08/25, I-BUZZ](#)】

## Facebook演算法大改革 原創內容重回舞台中心

在社群媒體資訊爆炸的時代，Facebook面臨非原創內容氾濫，導致創意作品被掩蓋、創作者價值受損。為了重建生態，Meta宣布全面打擊假帳號、垃圾互動與盜用內容，並透過演算法改革與嚴格營利規範，讓原創內容重回舞台中心。

- **Facebook半年內下架千萬假帳號，動態重新聚焦原創** | 光是2025年上半年，就停用了大約50萬個假互動的帳號，並移除了1,000萬個冒充知名創作者的帳號。隨著全新的排序邏輯與執法工具上線，Facebook正在重新定義自己的平台定位，讓真正的原創內容站上舞台，確保「創新」而非「模仿」的內容能獲得應有的曝光。
- **演算法降權：重建動態消息生態** | 推動這場改變的是Facebook全新改版的排序演算法。當系統偵測到重複的影片或文字時，這些內容會自動被降權，不再佔據動態消息的版面。這些重複內容不會整個消失，免得連有心的二創也被誤傷，重複的內容還是看得到，但會被放在不顯眼的位置，把版面留給真正的原創內容。



【[2025/08/22, TN科技島](#)】

## 影音創作者福音！IG Reels影片開放串聯功能

Meta旗下的社群平台Instagram，已開始允許創作者能將多支Reels短影片串聯成一個系列。這項新功能與其競爭對手TikTok已有的功能類似，能讓觀眾更輕鬆地追蹤與觀看相關的內容，從而提升平台上的觀看體驗。

過去，當創作者想透過多支短片講述一個完整故事，總得請觀眾「稍後回來觀看第二部分」或「留意更新」，而觀眾也必須花費時間滑動或搜尋才能找到系列影片。現在，透過這項新功能，創作者可以將相關的Reels影片連結在一起，讓觀眾能輕鬆地按順序觀看。

創作者在新增字幕時，或是在已發布的Reels影片中點擊更多選項的選單，就能將影片串聯起來。當影片被連結成系列後，觀眾將會在Reels影片的左下角看到一個新的按鈕，點擊後即可無縫跳轉到系列的下一支影片。Instagram表示，這項新功能是許多創作者高度期待的，它將使內容敘事變得更加豐富，同時也能讓觀眾保持更長的參與度，這有助於增加總體觀看時長。儘管這項新功能並非是巨大的變革，但它對於創作者和觀眾而言都是一個受歡迎的進步，因為它讓使用者在平台上尋找和追蹤內容變得更加便利。



【 [2025/08/25, I-BUZZ](#) 】

## AI網紅 vs 真人網紅 優勢比較與品牌行銷

隨著 AI 網紅逐漸走入主流，許多品牌開始思考：應該選擇與虛擬角色合作，還是繼續依賴真人網紅？其實，兩者各有優勢，相比真人網紅，AI 網紅的強項在於可控性、品牌一致性與長期成本效益，而真人網紅的優勢則在於真實感與情感連結。品牌該如何選擇？

- **AI KOL未來趨勢與品牌應用建議** | AI 網紅正從話題性走向成熟應用，品牌可先以短期、小規模合作試水溫，利用新鮮感測試市場並降低風險。同時，真人與 AI 網紅可互補發揮，前者提供真實體驗，後者營造創意情境，讓品牌故事更完整。企業亦需持續監測互動率、留言與轉換數據，及時優化 AI 網紅的人設與內容，以確保投資效益最大化。
- **AI網紅崛起，為品牌開啟更多元選擇** | AI 網紅是一種新興行銷工具，不是為了取代真人，而是擴張品牌行銷邊界。在低風險、高掌控度下，能協助品牌探索更具創意與全球化的策略。真人網紅依然不可或缺，他們的真實體驗與人際連結是建立信任的核心；AI 網紅則帶來多元選擇，讓行銷不再受限人力與時間，更靈活回應市場需求。



【 [2025/08/25, 網路溫度計](#) 】

## 迷客夏粉專被狗盜用？一整排約克夏笑翻網友

手搖飲品品牌迷客夏(Milksha)的臉書粉絲專頁近日「大變身」。原本的綠牛Logo突然換成小狗剪影，封面圖更被一整排的約克夏犬霸佔。有人第一反應是：「是不是被盜帳號了？」網友紛紛留言：「牛牛變狗狗了耶！」甚至還有人打趣：「被狗盜用了嗎？」

- **粉專沒被盜用啦！原來是為了「國際狗狗日」暖身** | 8/21迷客夏官方粉專悄悄換上新頭貼和封面圖，原本的綠牛Logo，瞬間化身成「小狗剪影」；而封面更是一排排約克夏犬，探頭從Milksha飲料杯裡冒出來。事後才揭曉，這其實是迷客夏為迎接8/26國際狗狗日的創意行銷。品牌宣布自8/22-8/26，只要帶著自家毛孩到門市消費，就能獲得10元折價券一張，每店限量200張，送完為止。
- **誰能算「狗狗」？品牌幽默注解** | 迷客夏在公告裡也不忘加點幽默，特別強調這次活動「狗狗本尊才算數」。只要真的毛孩到場，無論是約克夏、米克斯、柴犬、黃金獵犬還是貴賓犬，都能替主人爭取到折扣。至於「單身狗、加班狗、屬狗、家裡的犬子」這些玩笑式的身份，就別想套用在活動上；布丁狗、公仔、娃娃、照片或模型，也都一律排除在外。



【[2025/08/24, INSIDE](#)】

## 蔡依林 9 點半睡覺話題延燒！

天后蔡依林一句話，讓全台灣掀起早睡熱潮！原來在她最新的 Podcast 節目中，無意間透露自己晚上 9 點半就寢的習慣，沒想到這個看似平凡的生活細節，竟然在網路上引起轟動，不僅登上熱搜榜，還有粉絲專門架設網站致敬。

- **意外爆紅的睡覺時間** | 「我現在都 9 點半睡覺！」蔡依林在節目中這樣說道。這段分享讓同場的吳青峰都心動了，他說看到 Jolin 保持這麼好的狀態，讓他第一次認真考慮要不要提早到 10 點睡覺。節目一播出，「蔡依林 9 點半睡覺」立刻在各大社群平台炸鍋。Threads、PTT、Dcard 上到處都是網友的「實測心得」，大家紛紛挑戰這個看似簡單卻超困難的任務。「蔡依林標準時間」能夠掀起全國討論，其實反映了公眾人物正面影響力的威力。這場由天后無心引發的「早睡革命」，最終想傳達的是一種生活態度。
- **jolinsleeptime0930.online 網站掀起另一波討論潮** | 主打就是「蔡依林標準時間」概念。從虛擬討論變成實體網站的過程，讓網友覺得有趣，像發現了隱藏彩蛋一樣。網站的創建時機抓得超準，正好卡在話題最熱的時候出現，展現了創作者對網路趨勢的敏銳度。

## 電子書比較好？一票人曝偏愛實體書

隨著科技不斷進步，閱讀方式也搭上 3C 風潮，不少人透過手機、平板，甚至電子書來觀看文章。有一名女網友在 PTT 發文表示日前逛書局時看到一本書很想買，但因為前幾天花錢花太兇，想買書也沒錢，只好忍下來。她好奇想問，現在 3C 產品發達，還會有人想去實體書店，買實體書來看嗎？貼文引起熱議，一票人還是願意買實體書來看。

貼文一出，**喜歡實體書的人還是占多數**，原因不外乎喜歡書本的感覺，以及有些是電子書找不到的「喜歡的書會買」、「會的，很愛買實體書」、「偶爾才會買書來看，所以選擇紙本」、「實體書店繼續存活」、「喜歡印刷品的味道」、「實體書是一種情懷」、「工具書會買，要翻方便」、「還是很多書沒有出電子版，想記住內容的也會買實體」、「還是會買實體書，但都是去網路買」。

不過也有少數網友看法不同，「不會，現在都看電子書比較多」、「電子書+1，買閱讀器沒有藍光比較不會乾眼和疲倦」、「不會，(書)好佔空間」、「電子書還是比較方便，加上 AI 可以重點摘要，用 notebooklm 轉成 podcast、做筆記、心智圖更方便」。



【[2025/08/22, 聯合新聞網](#)】



# 03

## 網紅觀察站 Influencer

## 8月【彩妝類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10		
1	<a href="#">許瑋甯</a>	3,522,605
	<a href="#">Ariel</a>	2,109,813
2	<a href="#">林郁欣</a>	1,147,192
	<a href="#">李怡蓁</a>	952,978
3	<a href="#">Gingle 王淨</a>	884,672
	<a href="#">林襄 Mizuki</a>	830,974
4	<a href="#">伍肆154</a>	803,169
	<a href="#">魔法少女雞城武</a>	716,884
5	<a href="#">柯佳嬿</a>	699,799
	<a href="#">U娜 Yoona</a>	681,562

Facebook 口碑數量 TOP10		
1	<a href="#">雞排妹li鄭家純</a>	515,934
	<a href="#">這群人</a>	460,161
2	<a href="#">林襄 Mizuki</a>	383,728
	<a href="#">炎亞綸</a>	377,431
3	<a href="#">查理</a>	372,351
	<a href="#">林玟誼</a>	343,529
4	<a href="#">姚采辰</a>	303,980
	<a href="#">于卉喬</a>	296,122
5	<a href="#">呂芷蓁</a>	264,615
	<a href="#">陳泱瑾</a>	237,678

Youtube 口碑數量 TOP10		
1	<a href="#">美姬</a>	6,500,265
	<a href="#">這群人</a>	562,781
2	<a href="#">Dr. Grace</a>	347,055
	<a href="#">什麼意思</a>	210,474
3	<a href="#">有環嘿啲 요정</a>	175,172
	<a href="#">Catie</a>	174,268
4	<a href="#">Peachi</a>	170,898
	<a href="#">Meg 今天穿什麼</a>	151,261
5	<a href="#">My Daisy Life</a>	143,881
	<a href="#">Mindy</a>	128,229





# 04

## 熱門話題 Hot Topics

## 8月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

### f #hashtag 排行榜

排名	Hashtag
1	#shorts
2	#颱風
3	#父親節快樂
4	#台灣
5	#楊柳颱風
6	#父親節
7	#川普
8	#鬼滅之刃
9	#taiwan
10	#搞笑

1  #shorts  
阿啞 Kai

📶 平均互動數 1.3萬  
📈 平均互動率 82.7%

2  #颱風  
TVBS 新聞

📶 平均互動數 3.1萬  
📈 平均互動率 0.85%

3  #父親節快樂  
楊昇達

📶 平均互動數 13.9萬  
📈 平均互動率 73.2%

4  #台灣  
大豐大哥大

📶 平均互動數 2.8萬  
📈 平均互動率 23%

5  #楊柳颱風  
TVBS 新聞

📶 平均互動數 1.5萬  
📈 平均互動率 0.42%

6  #父親節  
林逸欣

📶 平均互動數 6.6萬  
📈 平均互動率 6.2%

7  #川普  
東森新聞

📶 平均互動數 2,262  
📈 平均互動率 0.03%

8  #鬼滅之刃  
TVBS 新聞

📶 平均互動數 1.5萬  
📈 平均互動率 0.41%

9  #Taiwan  
幸福布二家

📶 平均互動數 8,467  
📈 平均互動率 6.48%

10  #搞笑  
東森新聞

📶 平均互動數 1.1萬  
📈 平均互動率 0.17%



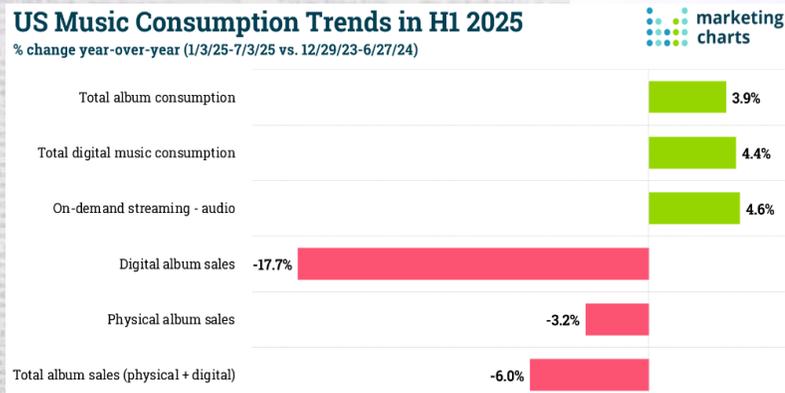


# 05

## 國際視野

## Media Trend

## 2025上半年趨勢揭曉 串流音樂成長放緩



Published on MarketingCharts.com in July 2025 | Data Source: Luminate  
 Total album consumption = albums + track equivalent albums + on-demand audio streaming equivalent albums  
 Total digital music consumption = digital albums + track equivalent albums + on-demand audio streaming equivalent albums



根據Luminate 最新報告，全球和美國的串流音樂消費持續成長，但成長速度正在放緩。2025 年上半年，美國串流音樂使用量年增 5%，低於 2024 年上半年的 8%；而全球串流則成長了 10%，同樣低於去年的 15%。

數據顯示，全球串流播放量上半年達到 2.5 兆次（成長 10.3%），美國則接近 7 億次（成長 4.6%）。美國上半年約佔全球串流媒體播放量 27.9%，比去年同期更低，而成長最快的類型是搖滾、拉丁和鄉村音樂。

- **音樂消費成長放慢，專輯銷售持續下跌** | 美國整體專輯消費再次上升，年增 3.9%（低於 2024 年上半年的 7.4%）；整體數位音樂消費則成長 4.4%（去年同期為 7.5%）。然而，**數位專輯銷售再次下滑**，本年度上半年驟減 17.7% 至 680 萬張；實體專輯銷售也下跌 3.2%。
- **搖滾專輯最熱賣，R&B/Hip-Hop 主導串流市場** | 在音樂類型的表現上，**搖滾依舊是專輯銷售的領先者**。它在美國總專輯銷售中佔了 43.5%，在實體專輯銷售中則更高，達到 45.7%。另一方面，**R&B/Hip-Hop 在串流領域位居第一**。它在美國隨選串流中佔了 24.7%，同時也在音訊串流（24.6%）和影音串流（26.4%）方面領先所有其他音樂類型。

資料來源：[marketingcharts 2025-08-19](https://marketingcharts.com)



# 06

## 數位廣告速報 Digital Ads

🎯 廣告主必看：

# Google Ads、Meta最新趨勢 →

在數位行銷瞬息萬變的環境中，Google Ads、Meta 廣告等平台幾乎月月推陳出新。面對龐雜且零散的資訊，若無法快速吸收，就可能錯失市場先機。

本篇精選 2025年 4 - 5 月的關鍵產品更新，將複雜資訊濃縮成一手重點。無論你是剛起步的行銷新手，還是經驗老道的投手，都能迅速掌握趨勢脈動，為後續策略布局提供即時參考。



如果您有想了解廣告行銷報告或是廣告代操需求服務，歡迎與我們聯繫

Google Ads 主要更新



### Demand Gen 擴展至 GDN

新增支援 GDN 圖片版位，  
觸及全球 90% 網路使用者

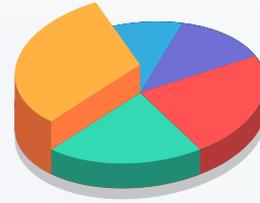
> 自動擴展至 GDN 投放，  
提升能見度與轉換機會。



### 需求開發廣告 管道控制

可手動選管道或交由系統自動  
優化多媒體廣告等平台

> 自訂曝光版位，延伸社  
群影響力，提供各管道成  
效數據



### Brand Report 品牌報表上線

聚焦觸及與展示頻率，  
快速掌握不同客層表現

> 品牌報表整合多項分析  
工具，簡化數據流程，聚  
焦 KPI 提升 ROI。



### 搜尋廣告底部 版位競價規則

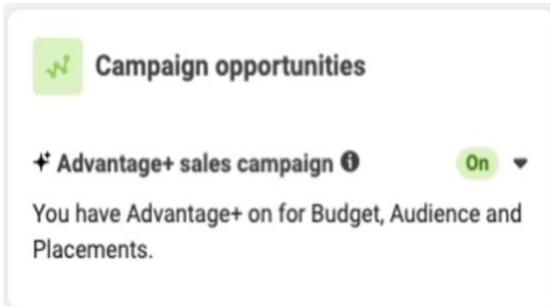
頂端廣告可同時競價底端版位，  
提升搜尋曝光與轉換率。

> 建議廣告主同步優化關  
鍵字、文案與到達頁，提  
升搜尋意圖相關性。



Meta 廣告更新

1



**全新高效速成  
簡化行銷活動**

- Meta 正在全面優化行銷活動設定，讓廣告主**更輕鬆運用 AI，提升投放效率**，但部分特殊廣告類別功能功能受限。

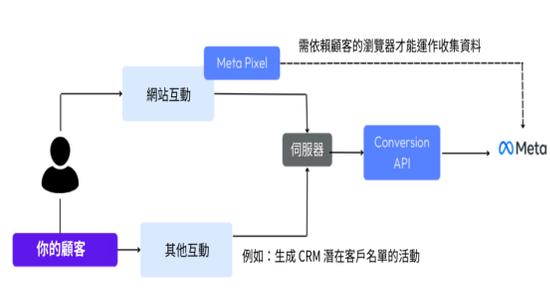
2



**機會分數  
(Opportunity Score)**

- 為了協助廣告主更清楚掌握行銷活動的最佳化狀況，Meta 推出了全新的**機會分數指標**，需注意低分並非成效不佳，僅有代表仍有優化空間。

3



**系統串接更新  
(Conversions API)**

- Meta 於 2025 年 5 月停用離線轉換 API，盡快改用**轉換Conversions API**上傳事件至資料集。

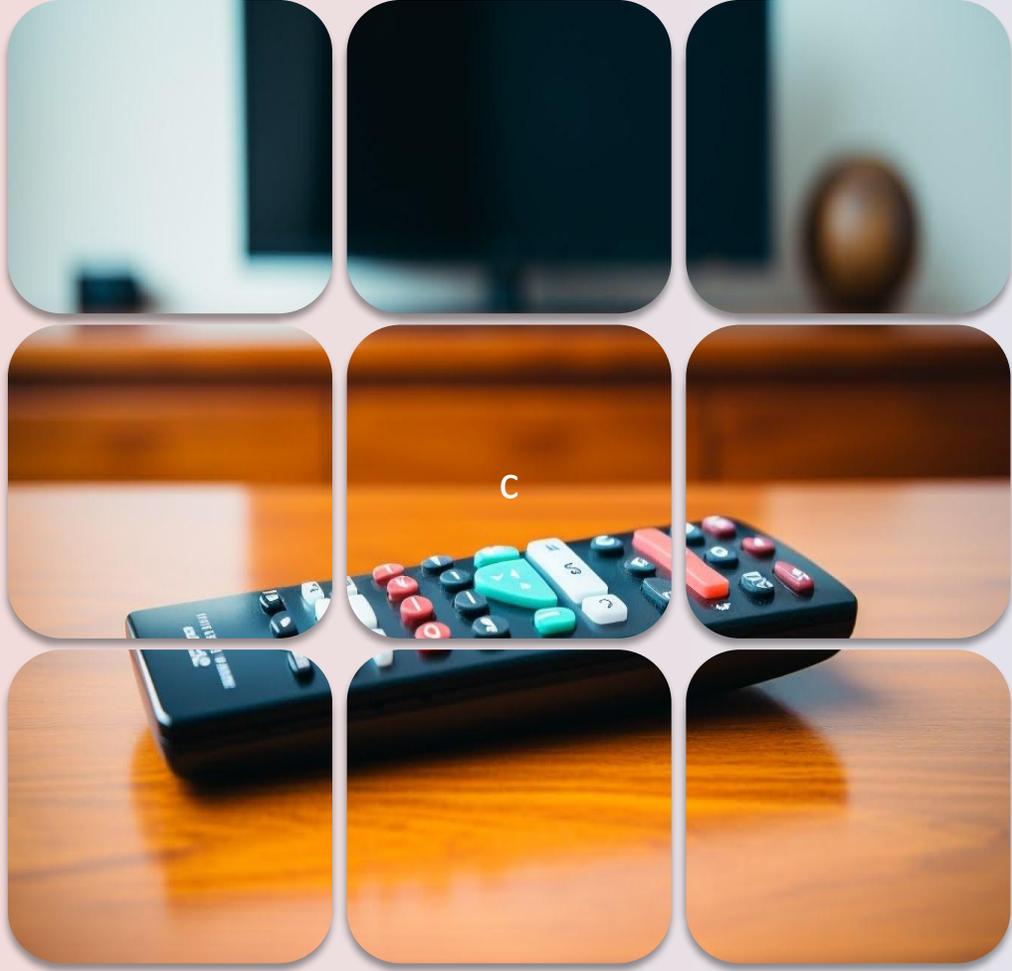
4



**新廣告版位**

- **Threads 廣告**：支援單一圖像素材，無 hashtag，目前不支援獨立投放，需與 Instagram 同步開啟。
- **Facebook 直播合作廣告**：2025/5/7 上線，品牌可與創作者合作，初期版位含動態消息、Reels。





# 07

## 收視調查 Ratings

# 無線台及有線台TOP20

無線台/全體

有線台/全體

100  
90  
80  
70  
60  
50  
40  
30  
20  
10  
0

100  
90  
80  
70  
60  
50  
40  
30  
20  
10  
0

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	3.25
2	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	2.97
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.44
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.19
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.23
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.09
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.04
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.93
9	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.88
10	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.87
11	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.85
12	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.83
13	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
14	1300好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.73
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.72
16	醫學大聯盟馬光醫療網	FTV	競賽綜藝	0.64
17	零日攻擊娘家葉黃素	FTV	國台語單元劇	0.58
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.50
19	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.49
20	姊妹亮起來第一名店	FTV	資訊綜藝	0.48

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.26
2	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.16
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.74
4	直U15亞洲盃冠軍中華日本	ET-N	棒球	1.58
5	直25亞U15青少棒T VS J	VLSPT	棒球	1.50
6	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.49
7	TVBS戰情室決戰二次罷免核	TVBS	新聞性質節目	1.05
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.03
9	直U15亞洲盃中華日本	ET-N	棒球	1.00
10	直25亞U15青少棒中VS日	VLSPT	棒球	0.97
11	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.96
12	直25亞U15青少棒菲VS中	VLSPT	棒球	0.95
13	大愛劇我們六個	DaAi	國語連續劇	0.94
14	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.91
15	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.87
16	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.84
17	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.83
18	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.82
19	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.79
20	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.79

# 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	1.59
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.52
3	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.28
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.24
5	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.06
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.93
7	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.88
8	我和我的鋼四壁阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	0.82
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.81
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.67

## 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	1.35
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.34
3	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.16
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.12
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.02
6	花甲少年趣旅行常春微醺攢	TTV	美食、旅遊節目	0.74
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.70
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.69
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.69
10	九條好漢在一班愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.58

## 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	1.96
2	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.64
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
4	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.28
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.20
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.19
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.01
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
9	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.70
10	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.66

## 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	5.23
2	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	5.02
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.96
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.94
5	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	2.16
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.49
7	1300好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.47
8	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	1.32
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.32
10	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.24

# 有線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直25亞U15青少棒T VS J	VLSPT	棒球	1.34
2	直25亞U15青少棒菲VS中	VLSPT	棒球	1.34
3	直25亞U15青少棒中VS日	VLSPT	棒球	1.18
4	直U15亞洲盃中華日本	ET-N	棒球	0.97
5	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.86
6	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.85
7	綁架之日	GTV-D	韓劇	0.77
8	1315百味人生宜蘭赫蒂法莊	SANLI	閩南語連續劇	0.77
9	直U15亞洲盃冠軍中華日本	ET-N	棒球	0.72
10	直U15亞洲盃預賽A中華巴基	ET-N	棒球	0.71

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.70
2	直25亞U15青少棒T VS J	VLSPT	棒球	1.36
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.24
4	直中職36年台VS中	VLSPT	棒球	0.81
5	直25亞U15青少棒中VS日	VLSPT	棒球	0.79
6	效廉出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.77
7	綜藝玩很大宜蘭赫蒂法莊園	SL2	娛樂綜藝	0.76
8	直U15亞洲盃冠軍中華日本	ET-N	棒球	0.74
9	大愛劇我們六個	DaAi	國語連續劇	0.73
10	直25亞U15青少棒菲VS中	VLSPT	棒球	0.71

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.38
2	直U15亞洲盃冠軍中華日本	ET-N	棒球	1.33
3	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.19
4	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	1.02
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.73
6	直U15亞洲盃菲律中華	ET-N	棒球	0.64
7	直U15亞洲盃中華日本	ET-N	棒球	0.61
8	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.61
9	直25亞U15青少棒T VS J	VLSPT	棒球	0.59
10	大愛劇我們六個	DaAi	國語連續劇	0.59

## 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	4.45
2	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	3.14
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	2.91
4	直U15亞洲盃冠軍中華日本	ET-N	棒球	2.56
5	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.55
6	直25亞U15青少棒T VS J	VLSPT	棒球	2.02
7	TVBS戰情室決戰二次罷免核	TVBS	新聞性質節目	1.87
8	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.71
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.62
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.59

## 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	0.91	0.43	0.39	0.65	1.39
TTV/台視	0.47	0.30	0.26	0.31	0.71
FTV/民視	0.39	0.13	0.17	0.17	0.68
CTS/華視	0.21	0.10	0.11	0.18	0.31
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	0.61	0.23	0.18	0.45	1.00
ET-N/東森新聞	0.52	0.21	0.19	0.32	0.87
SETN/三立新聞	0.36	0.13	0.07	0.18	0.65
FTVN/民視新聞	0.35	0.09	0.14	0.17	0.64
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.03	0.05	0.09	0.41
NTVN/壹新聞	0.17	0.06	0.05	0.13	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.17	0.05	0.04	0.11	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.17	0.09	0.05	0.08	0.29
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.04	0.09	0.28
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.01	0.03	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.00	0.02



## 類型節目收視率

### 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來紅螞蟻	FTV	2.97
2	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	2.16
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.74
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.03
5	大愛劇我們六個	DaAi	0.94
6	寶島西米樂傳承	TTV	0.88
7	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.87
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.83
9	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	0.82
10	1230百味人生宜蘭赫蒂法莊	SANLI	0.74

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	TVBS戰情室決戰二次罷免核	TVBS	1.05
2	少康戰情室	TVBS	0.96
3	TVBS戰情室	TVBS	0.91
4	話時代人物	SETN	0.84
5	非凡最前線	UBN	0.79
6	驚爆新聞線2100	SETN	0.79
7	新台灣加油	SETN	0.75
8	驚爆新聞線2200	SETN	0.74
9	台灣最前線	FTVN	0.72
10	最前線新聞	UBN	0.67

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.25
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.44
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.26
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.19
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.49
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.23
7	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	1.09
8	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	1.04
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.85
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.83

### 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直U15亞洲盃冠軍中華日本	ET-N	1.58
2	直25亞U15青少棒T VS J	VLSPT	1.50
3	直U15亞洲盃中華日本	ET-N	1.00
4	直25亞U15青少棒中VS日	VLSPT	0.97
5	直25亞U15青少棒菲VS中	VLSPT	0.95
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.93
7	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	0.87
8	直U15亞洲盃菲律賓中華	ET-N	0.79
9	直U15亞洲盃預賽A中華巴基	ET-N	0.76
10	效廉出發吧	STV	0.71

# 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