

# 宏將週報

## - Media Drive Bulletin -

 Vol.2536  
09.01 ~ 09.07



Media Drive  
宏將傳媒

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

10 Sep, 2025

# WELCOME

## Contents



1

### 媒體放大鏡 **Media News**

台灣網路新聞自律聯盟成立！ETtoday等23媒體加入

3

### 熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 9月 #hashtag 排行榜

5

### 數位轉型 **Digital Transformation**

Levi's 用 AI 和數據翻轉百年品牌 DNA

2

### 網紅觀察站 **Influencer**

2025/09 【棒球類型】社群媒體帳號排行Top10

4

### 國際案例 **Case Share**

Uber Eats攜手知名導演奪下艾美獎「最佳廣告」

6

### 收視調查 **Ratings**

2025/09/01-2025/09/07



# 01

## 媒體放大鏡

## Media News



【2025/09/01, Ettoday新聞雲】

## 台灣網路新聞自律聯盟成立！ETtoday等23媒體加入

「台灣網路新聞自律聯盟」於9月1日記者節成立，共有23家媒體加入。隨著新聞愈依賴平台與演算法，為點閱率導向，聳動標題、真假混雜、未查證報導層出不窮，傳統監管機制已難涵蓋，加上收入與人力緊縮，使新聞專業與受眾信任逐漸流失。

聯盟以「**自律守護公共討論，讓好新聞被看見**」為宗旨，結合內部治理、公民監督，建立制度化自律原則、透明申訴與更正機制，**並透過跨界合作提升新聞品質與公信力**。《ETtoday新聞雲》總編輯林姣純表示，新聞價值不該由點閱率定義，而應肩負社會使命；**聯盟成立象徵專業與價值的重建**。《客新聞》台長莊勝鴻指出，自律是重建信任的重要一步，並已針對兒少、性平、犯罪被害人等報導擬定規範。公廣集團董事長胡元輝強調，自律是提升品質與品牌的重要途徑，因此率先響應。

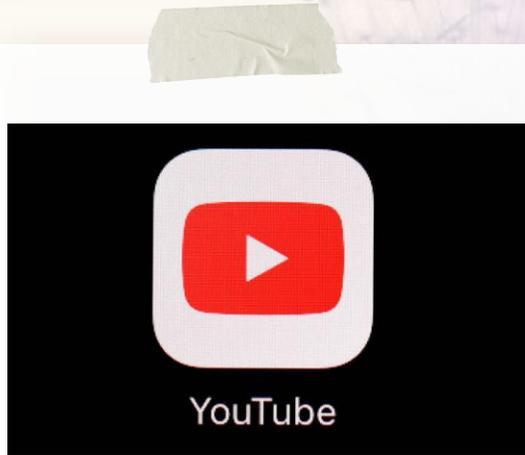
現有成員包含主流新聞網、公廣體系、原民與客家媒體、財經與新興媒體等23家。**聯盟並宣布啟動申訴系統，讓民眾可簡便提報疑慮**，由專家集體審議並公開處理結果，藉此促進媒體快速更正，建立問責文化，重建民眾信任。

## YouTube開始查水表！假家庭用戶小心被停權

找幾個朋友一起分擔YouTube Premium家庭方案的費用，是一種聰明又省錢的做法。以台灣版本來說，每月479元最多可6人共享，每人只要不到80元，CP值爆表。但這種「不是一家人也硬湊團」的方式，可能要走到盡頭了，因為YouTube現在開始要認真查水表了。

最近有用戶回報收到YouTube寄來的警告信，主旨為「您的YouTube Premium家庭會員資格將被暫停」，**信中指出，所有家庭方案成員必須與管理員住在同一個家庭地址**。YouTube系統偵測到用戶帳號所在地與管理者不同，並給出14天的限期來修正地址，**若在期限內沒有確認或更新地址，YouTube將關閉用戶Premium功能的權限**。如今情勢明顯改變，YouTube正逐步加強審查與執行該規定。

現在YouTube已開始定期「電子簽到」，每30天確認一次使用者是否仍與管理員住在同一地址。若查核未過或地址不符，就有可能收到警告通知。近來有Reddit用戶分享自己在收到通知14天後，Premium權限真的被取消。這波YouTube的動作，讓人聯想到Netflix先前全面掃蕩「寄生帳號」的時候，不排除未來YouTube會查得更嚴、查到更多國家，屆時大家可能都得乖乖用自己的帳號訂閱了。



【2025/09/04, 自由時報】



【2025/09/05, Udn科技玩家】

## KKBOX迎20周年推全新追星平台，開啟音樂串流新時代

迎接20週年，KKBOX母公司KKCompany 9月4日宣布推出全新追星平台「FANKLUB」，以五大亮點功能打造「一站式完整追星體驗」，從單純聆聽音樂，進一步進化為粉絲與藝人間雙向互動的新場域，藉此開啟音樂串流2.0的全新篇章。

KKBOX調查發現，台灣有三成以上粉絲願意投入超過一成收入支持偶像，更有年輕族群展現強大行動力，讓「粉絲經濟」成為音樂產業不可忽視的驅動力。自Beta版本在8月推出以來，FANKLUB已經累積逾5千名用戶參與互動。後續平台還將在今年底前加入私訊 (DM) 功能，並且於明年上半年開放商城、影音直播與限定音樂直播，預期一年內使用人數突破10萬，吸引逾萬名升級成為超級粉絲。

呼應這股趨勢，FANKLUB聚焦「限定、優先、親密」三大體驗需求，推出幾項亮點服務：

- **藝人專屬限定內容解鎖**：包含貼文、聲音與影像直播，升級為「超級粉絲」可解鎖更多獨家內容與專屬應援符號。
- **演唱會與活動門票搶先購**：超級粉絲可享專屬優先購票通道，滿足粉絲最迫切的現場參與需求。

## 「戳一下」成Z世代新寵，Facebook再戰青春？

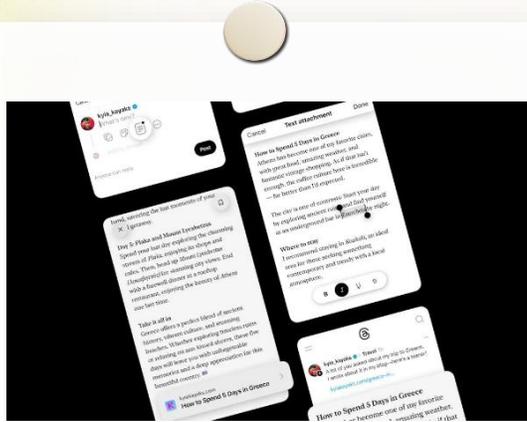
Facebook最近重新推出了原有的經典功能「戳一下」，旨在吸引年輕用戶的注意。這一功能出現在Facebook的早期階段，讓用戶可以用虛擬的方式提醒朋友。儘管「戳一下」在過去幾年中逐漸被冷落，但最近在年輕用戶中卻出現了使用量的回升，這促使Facebook將其變得更加突出。Meta希望透過此功能，創造類似的互動機制。

這並不是Facebook首次嘗試復興戳一下功能。早在2024年3月，Facebook就表示已經簡化了用戶透過搜尋找到頁面的流程，並使戳朋友變得更加方便。這些小改變在隨後的一個月內導致使用量激增了13倍，其中超過半數來自18至29歲的年輕族群。

雖然受歡迎程度可能永遠無法與連續互動功能相提並論，但其加入顯然表明Meta希望提升Facebook的用戶參與度。儘管Facebook目前仍是Meta業務的主要收入來源，但該公司長期以來一直受到批評，因為未能吸引年輕用戶，特別是在美國。為了重新吸引年輕市場，Facebook曾推出過多項舉措，包括2022年關閉的Facebook Campus和最近針對Z世代的重新設計。



【2025/09/05, 科技新報】



【 [2025/09/05, INSIDE](#) 】

## Threads推出文字附件功能，可以發10000字長文了

Meta正式宣布Threads推出全新文字附件功能，讓使用者在單一貼文中附加高達一萬字元的長文內容了！**這項功能從測試版本到正式上線只有一週時間**，推出時機可說相當微妙。**Threads自2023年推出以來已累積超過4億月活躍使用者**，但仍落後於X所稱6億使用者。這次引入長文功能，看起來**Threads想瞄準那些重視深度內容的發文者，試圖把他們從X或其他平台拉更多人進來。**

X在2023年將長文功能設為付費會員專屬，允許付費訂閱者發表最多25,000字元的內容，但相較之下，**Threads選擇將這項功能免費提供給所有使用者使用，無疑是對特別針對X的付費模式。**文字附件功能的編輯器提供粗體、斜體、底線、刪除線等格式選項，甚至可以添加表情符號，發文後的長文內容在行動裝置上會以全螢幕模式呈現，方便讀者滾動閱讀；在桌面版threads.com網站上則會在專用視窗中顯示。Meta特別強調，如果創作者在文字附件中連結到Threads以外的內容，該連結將會在附件中顯眼呈現，方便讀者點擊瀏覽。不過文字附件功能暫時只支援純文字，無法嵌入圖片、影片或即時連結，而且這些長文內容也不會被Google等搜尋引擎索引到。

## 「我們來接你了！」上車舞席捲台灣Threads

「XX哥哥/姐姐，我們來接你了呀～」最近在Threads上，你是否也被這段整齊劃一的「上車舞」和魔性口號洗腦了呢？而這股名為「上車舞」的新風潮，**以其洗腦的節奏與趣味互動在抖音爆紅**，在台灣網友的大力分享下，迅速席捲台灣社群。上車舞為何在台灣爆紅？

- **魔性口音與敬業態度** | 「上車舞」的動作簡單、口號洗腦，成為了一種人人皆可參與的「魔性迷因」。女直播主們長時間在直播間內喊話跳舞，卻沒有表現出疲態，依然用高昂聲調、可愛口音和穩定節奏回饋消費者，敬業態度備受稱讚。
- **素人及品牌跟風** | 這股熱潮不僅吸引了素人爭相模仿，更成為品牌與年輕世代對話的最佳素材。企業小編們紛紛加入翻跳行列，風潮從抖音跨越到Threads，再從個人擴散到品牌，證明了只要**迷因的門檻夠低、共鳴性夠強，就能在短時間內形成爆炸性的社群影響力。**
- **付費就能換取情緒價值** | 台灣網友不只停留在Threads上的圍觀，更一窩蜂跑到抖音去付費互動。這種從被動的「圍觀者」轉變為能影響直播內容的「參與者」的體驗，更是大大**滿足了他們的社群認同感，從中更獲取了情緒價值和參與體驗。**



【 [2025/09/08, 網路溫度計](#) 】



【2025/09/08, I-BUZZ】

## 2025 美食 KOL 排行榜：誰在左右「吃什麼」的話題？

許多小吃店和餐廳因美食 KOL 的一支影片或貼文而爆紅，讓隱藏美食瞬間成為排隊名店。從夜市小吃、超商新品到高端餐廳，美食 KOL 已經不只是「吃給你看」，而是把食記變成娛樂化的內容，帶動粉絲共鳴與參與。KOL 的圖文攻略到沉浸式短影音，他們不只是帶動店家爆紅、排隊人潮，更是餐飲產業中不可忽視的流量引擎。AsiaKOL 透過 AIE 網紅評測數據庫，帶你一覽誰在帶動下一波美食風潮。

- 「夜市小吃/在地美食」 | FB 內容互動表現 KOL 排名由「我是馬可」拔得頭籌，其他美食 KOL 如千千、魔鬼甄與天使嘉的專業走訪影片同樣掀起高度討論。IG 內容互動表現 KOL 排名由「吃吃霞」奪冠。
- 「超商/超市美食」 | FB 內容互動表現由時常和超商聯名合作的「千千」奪冠。IG 榜單則由「大食女」拿下第一。超商的產品推陳出新的速度很快，超商限定趣味小物、聯名美食時常是美食網紅搶先開箱的商品。
- 「餐廳美食」 | FB 內容的 KOL 互動排名由 我是馬可 奪冠。IG 互動排名則由 4foodie 奪冠。關鍵在整體的「氛圍感」體驗。

Rank	Exhibition Type	Online Volume
1.	科技展	167,708
2.	動漫 IP 展	143,613
3.	書展	70,473
4.	觀光旅遊展	34,913
5.	餐飲食品展	24,858
6.	時尚服飾展	22,405
7.	親子體驗展	21,444
8.	藝文展覽	18,507
9.	裝置藝術展	14,816
10.	環保永續展	12,798

【2025/09/06, 網路溫度計】

## 動漫展 VS. 科技展 誰才是網路聲量王？

近年來，隨著展覽內容不斷推陳出新，網友的目光焦點也隨之轉移。到底是憑藉粉絲號召力的動漫 IP 展穩坐聲量冠軍？還是結合名人效應與高科技互動的科技展強勢突圍勇奪第一？

- **No.1 科技展** | 毫無懸念，本次調查的眾多展覽類型中，科技展以 167,708 筆聲量勇奪排行榜冠軍。其**聚焦於與生活息息相關的人工智慧，全面展現出科技對未來社會的深遠影響**。以台北國際電腦展 (COMPUTEX) 為例，作為全球最具影響力的科技盛會之一，每年皆吸引來自世界各地的科技巨擘與新創公司共襄盛舉。
- **No.2 動漫 IP 展** | 動漫 IP 展是最能展現粉絲力量與角色魅力的展覽之一，這類展覽不僅是動漫迷的年度盛會，也是推動動漫產業發展與交流的重要舞台。現場除了各種官方授權的周邊商品、動漫主題裝置外，更常邀請知名聲優或漫畫家舉辦見面會，讓**粉絲能近距離感受作品與角色的魅力**。展場內人潮絡繹不絕，各大動漫品牌與代理商無不祭出周邊商品與限定福袋，吸引粉絲爭相搶購。



# 02

## 網紅觀察站 Influencer

## 【棒球類型】社群媒體帳號排行TOP 10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 <a href="#">健人蓋伊</a>	1,156,920
 <a href="#">佩宸Peichen</a>	873,970
<a href="#">宋晟睿</a>	483,066
<a href="#">詹子賢</a>	435,728
 <a href="#">Tsung-Che Cheng</a>	425,860
<a href="#">柳昕</a>	414,104
 <a href="#">李恩菲x菲菲 Aviva</a>	395,082
<a href="#">陳晨威</a>	365,869
<a href="#">何美 Homei</a>	343,122
 <a href="#">小映 Kaitlyn</a>	341,796

Facebook 口碑數量 TOP10	
 <a href="#">A RAY</a>	775,609
<a href="#">蔡其昌</a>	659,176
 <a href="#">Lyle Lin</a>	564,238
<a href="#">Molly 翎熹</a>	524,294
 <a href="#">體育大叔</a>	517,750
<a href="#">短今Sammie</a>	324,141
 <a href="#">台南Josh</a>	298,331
<a href="#">陳偉殷</a>	284,726
<a href="#">蕭敬騰Jam Hsiao</a>	259,360
 <a href="#">高捷</a>	252,199

Youtube 口碑數量 TOP10	
 <a href="#">小哥的棒球夾克</a>	846,532
<a href="#">KT story</a>	794,673
 <a href="#">棒球master</a>	719,267
<a href="#">小哥的棒球夾克(中職)</a>	691,982
 <a href="#">阿啞 Kai</a>	487,174
<a href="#">健人蓋伊</a>	481,548
 <a href="#">啾啾鞋</a>	435,799
<a href="#">小林Lin's life</a>	424,989
<a href="#">英雄日常Heroisme</a>	300,199
 <a href="#">怪談盲盒</a>	287,693



# 03

## 熱門話題 Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#台北美食
2	#taiwan
3	#台中美食
4	#台中
5	#搞笑
6	#美食
7	#台灣
8	#高雄
9	#高雄美食
10	#台南

## 9月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

**1**  **#台北美食**  
**三原慧悟**

📶 平均互動數 3,371  
📈 平均互動率 0.82%

**2**  **#taiwan**  
**Eden Lin**

📶 平均互動數 6萬  
📈 平均互動率 141%

**3**  **#台中美食**  
**有特色的帥哥**

📶 平均互動數 2,180  
📈 平均互動率 1.33%

**4**  **#台中**  
**自由時報**

📶 平均互動數 5,106  
📈 平均互動率 0.3%

**5**  **#搞笑**  
**噪咖EBCbuzz**

📶 平均互動數 1.4萬  
📈 平均互動率 0.33%

**6**  **#美食**  
**型男主廚-吳秉承**

📶 平均互動數 3.5萬  
📈 平均互動率 8.07%

**7**  **#台灣**  
**吳鳳Rifat**

📶 平均互動數 1.4萬  
📈 平均互動率 2.24%

**8**  **#高雄**  
**A.k潘尼懷斯**

📶 平均互動數 4,417  
📈 平均互動率 3.83%

**9**  **#高雄美食**  
**Howeat豪吃來吃**

📶 平均互動數 5,981  
📈 平均互動率 3.05%

**10**  **#台南**  
**TVBS新聞**

📶 平均互動數 4,562  
📈 平均互動率 0.13%



# 04

## 國際案例

## Case Share

## Uber Eats攜手知名導演奪下艾美獎「最佳廣告」

知名演員布萊恩·考克斯 ( Brian Cox ) 主演的Uber Eats廣告，在美國「創意藝術艾美獎」頒獎典禮上，獲得「最佳廣告」大獎。這支廣告由創意公司 Special US 製作，故事設定為考克斯重返大學校園。他出現在各種典型的大學生活場景裡。

這支廣告同時也是「Uber One for Students」的首支宣傳影片。方案自 2024 年 5 月推出，每月只要 4.99 美元，就能享有免外送費、訂餐最高9折、搭乘Uber回饋6%、專屬會員優惠等多種好康。Uber美加區行銷主管 Georgie Jeffreys表示：「我們希望透過這次廣告，展現Uber One會員對學生有多大的幫助。」

Uber 過去常邀請大咖明星代言，包括貝克漢夫妻、珍妮佛·安妮斯頓、大衛·史威默、亞瑟小子和馬修·麥康納等。這次與布萊恩·考克斯合作，再次成功引起話題。「創意藝術艾美獎」是一個為期兩天的頒獎活動，專門表彰 2024 年 6 月到 2025 年 5 月間，在美國黃金時段電視節目中最傑出的藝術與技術成就。除了Uber Eats和布萊恩·考克斯外，本屆得獎名單還包括《週六夜現場》( SNL )、《每日秀》、茱莉安·尼可遜、布萊恩·克蘭斯頓、肯德里克·拉馬，以及前美國總統歐巴馬等。

這次得獎，也讓Uber和Special US成功打破過去由Apple和Nike長年壟斷「最佳廣告」獎的局面。這支由導演David Shane掌鏡的廣告名稱是《Brian Cox Goes to College》，內容還安排每週一天學生能享受免費食物的特別亮點。布萊恩·考克斯雖然以戲劇實力聞名，但他近年也在廣告界闖出一片天，常以「超級脾氣壞」的形象亮相，為品牌帶來幽默又鮮明的效果。對來自紐西蘭起家的Special來說，這是另一場重大勝利——這間公司曾在2022年超級盃廣告中，替Uber Eats打造請葛妮絲·派特洛「咬蠟燭」的話題影片，如今已成為全球知名的創意團隊。





# 05

數位轉型

**Digital Transformation**

START

## Levi's 用 AI 和數據翻轉百年品牌 DNA



在時尚產業持續追求「快速反應、深度個人化」的當下，擁有 172 年歷史的 Levi's，善用 AI 與資料科技，在短短四年間，建構出一套橫跨設計、生產、行銷與零售的「消費者中心」資料平台。平台整合了來自全球市場與門市的即時數據，解決過去數據分散、標準不一、查詢緩慢與分析門檻高等四大痛點，讓這個老牌牛仔褲品牌，能用科技與直覺並行，走進下一個世代。

- 跨越 50,000 個據點、110 國資料整合，AI 架構重塑決策流程

這場轉型始於 2020 年 Levi's 與 Google 雲端的合作，Levi's 將遍佈全球的交易與瀏覽資料，包括會員計畫、零售夥伴銷售等，全部彙整進統一的生態系統，並透過每日執行的機器學習演算法預測購買趨勢。

- 流行趨勢不再靠猜，資料驅動創造新價值

這樣的資料驅動，進一步支援了 Levi's 從傳統批發業務，轉向直面消費者的全通路策略。透過結合商品銷售數據與消費者輪廓，團隊不僅能看出哪款牛仔褲賣得好，更能分析是哪些族群在購買、同時購買哪些品類、是從線上還是線下通路進來，進一步挖掘出潛力品項與「衣櫃佔有率」成長空間。

舉例來說，當疫情後寬鬆版型的牛仔褲在全球迅速竄紅，Levi's 從資料中看見，不論年齡、性別，消費者對「baggy fit」的接受度都同步上升。「我們原本以為是 Z 世代的風潮，但資料告訴我們，這股趨勢跨越了性別與年齡層，男性、年長客群都在跟進。」戈旺斯指出。這項洞察，成為設計團隊與行銷團隊的共同語言，推動了歐洲市場主打的「Live Loose」行銷活動，同時協助零售端預測訂貨需求，避免斷貨或庫存過剩。

- 從行銷素材生成到門市服務，AI 實踐深化全通路體驗

目前 Levi's 在機器學習上的應用已相當成熟，涵蓋價格優化、尺寸推薦、客戶推薦系統等，也延伸到門市端。Levi's 近來開始導入生成式 AI 工具給予第一線銷售人員，讓他們能快速查詢各種丹寧材質與款式特色，加強顧客體驗與推薦精準度。



圖片來源 | Eduardo Pastor on Unsplash



GOAL



# 06

## 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	3.33
2	好運來	FTV	閩南語連續劇	2.98
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.60
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.53
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.23
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.06
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.05
8	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.01
9	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.93
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.92
11	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.84
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.79
13	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.77
14	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
15	1300好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.63
16	1300好運來	FTV	閩南語連續劇	0.62
17	姊妹亮起來找到了旅行社	FTV	資訊綜藝	0.60
18	2100寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.57
19	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.56
20	航海王29	TTV	卡通影片	0.56

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.14
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.82
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.75
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.16
5	直25U18棒球巴VS中	VLSPT	棒球	1.10
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.04
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.00
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.95
9	直25U18棒球中VS美	VLSPT	棒球	0.86
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.82
11	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.81
12	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.80
13	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.79
14	美中軍武大對決	TVBSN	新聞性質節目	0.78
15	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.77
16	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.76
17	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.75
18	直25U18棒球中VS中	VLSPT	棒球	0.74
19	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	0.71
20	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.71

# 無線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.80
2	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.28
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.21
4	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.19
5	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.14
6	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.14
7	好運來	FTV	閩南語連續劇	1.04
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85
9	九條好漢在一班愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.77
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.76

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.92
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.51
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.33
4	好運來	FTV	閩南語連續劇	1.10
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.97
6	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.83
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.69
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.67
10	假日九條好漢在一班愛妮雅	TTV	資訊綜藝	0.61

## 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	1.86
2	好運來	FTV	閩南語連續劇	1.77
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.69
4	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.47
5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.38
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.34
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.09
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.86
9	最強的身體福爾威創快篩	TTV	競賽綜藝	0.72
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.64

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	5.45
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	5.02
3	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	4.25
4	好運來	FTV	閩南語連續劇	4.15
5	1700我們這一家	TTV	卡通影片	1.78
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.75
7	假日九條好漢在一班愛妮雅	TTV	資訊綜藝	1.63
8	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.43
9	美國職棒看華視道奇VS金鶯	CTS	棒球	1.43
10	美麗人生壯志高飛真享購	TTV	閩南語連續劇	1.22

# 有線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第54分局	SETN	新聞性質節目	1.00
2	直25U18棒球中VS美	VLSPT	棒球	0.85
3	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.84
4	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.83
5	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.81
6	直25U18棒球中VS中	VLSPT	棒球	0.79
7	直25U18棒球巴VS中	VLSPT	棒球	0.67
8	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.66
9	無所畏懼	TVBSG	大陸劇	0.63
10	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.58

## 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	1.27
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.91
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.73
4	直25U18棒球巴VS中	VLSPT	棒球	0.72
5	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.66
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.62
7	愛妮雅化妝品絲綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.61
8	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.59
9	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.47
10	直25U18棒球中VS美	VLSPT	棒球	0.45

## 35-49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	1.23
2	直林智勝引退儀式	VLMAX	棒球	1.20
3	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	1.12
4	直25U18棒球巴VS中	VLSPT	棒球	1.07
5	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.85
6	直25U18棒球中VS美	VLSPT	棒球	0.81
7	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.77
8	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.66
9	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.62
10	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.62

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	3.98
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.55
3	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.13
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.52
5	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.48
6	直25U18棒球巴VS中	VLSPT	棒球	1.46
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.40
8	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.33
9	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.19
10	直25U18棒球中VS美	VLSPT	棒球	1.16

## 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	0.92	0.44	0.39	0.59	1.47
TTV/台視	0.49	0.18	0.29	0.30	0.78
FTV/民視	0.40	0.09	0.16	0.21	0.71
CTS/華視	0.22	0.10	0.11	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	0.56	0.17	0.21	0.41	0.93
ET-N/東森新聞	0.47	0.21	0.18	0.32	0.78
SETN/三立新聞	0.35	0.11	0.06	0.20	0.63
FTVN/民視新聞	0.32	0.06	0.16	0.13	0.59
ERA-N/年代新聞台	0.20	0.04	0.04	0.10	0.37
NTVN/壹新聞	0.16	0.10	0.03	0.14	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.05	0.05	0.11	0.24
UBN/非凡新聞	0.14	0.03	0.06	0.09	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.02	0.04	0.07	0.20
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.02	0.02	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.01	0.01	0.00	0.03



## 類型節目收視率

### 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來	FTV	2.98
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.75
3	寶島西米樂傳承	TTV	1.05
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.04
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.95
6	慶餘年22000	CTiE	0.71
7	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	0.70
8	1300好運來紅螞蟻	FTV	0.63
9	1300好運來	FTV	0.62
10	2100寶島西米樂傳承	TTV	0.57

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.16
2	少康戰情室	TVBS	1.00
3	驚爆新聞線2100	SETN	0.82
4	非凡最前線	UBN	0.81
5	驚爆新聞線2200	SETN	0.79
6	美中軍武大對決	TVBSN	0.78
7	第54分局	SETN	0.77
8	新台灣加油	SETN	0.76
9	最前線新聞	UBN	0.71
10	話時代人物	SETN	0.69

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.33
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.60
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.53
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.14
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.82
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.23
7	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	1.01
8	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.93
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.84
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.79

### 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直25U18棒球巴VS中	VLSPT	1.10
2	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.06
3	直25U18棒球中VS美	VLSPT	0.86
4	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	0.80
5	直中職36年富VS中	VLSPT	0.75
6	直25U18棒球中VS中	VLSPT	0.74
7	直林智勝引退儀式	VLMAX	0.59
8	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.59
9	型男大主廚	SL2	0.57
10	效年出發吧台中就醬玩	STV	0.54

# 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