

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

 Vol.2538
09.15 ~ 09.21



Media Drive
宏將傳媒

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

24 Sep, 2025

WELCOME EVENTS

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

2天觀看衝破177萬次！《中文怪物》紅什麼？

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/09 【親子旅遊】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 9月 #hashtag 排行榜

4

國際視野 **Media Trend**

花錢高手就在這一代：X世代

7

收視調查 **Ratings**

2025/09/15-2025/09/21

5

消費者洞察 **Insight**

2025年台灣影音觀看行為調查

6

數位廣告速報 **Digital Ads**

四大平台最新行銷趨勢



01

媒體放大鏡

Media News



【2025/09/22, 數位時代】

2天觀看衝破177萬次！《中文怪物》紅什麼？

台灣的YouTube界迎來了一顆震撼彈。YouTuber酷的夢主導企劃、豪擲新台幣500萬製作的實境遊戲生存節目《中文怪物》，不僅觀看次數在2天內衝破177萬，其製作品質與節目設計更被觀眾譽為「Netflix等級」，成功地為台灣網路原生內容樹立了全新標竿。

- **關鍵一：網路原生節目擺脫傳統框架，貼近社群語境** | 《中文怪物》的成功核心在於徹底的網路原生屬性，節目以節奏明快、資訊密度高結合各國YouTuber、KOL的即時梗點輸出，呈現真實鮮活的人際互動與情感流露，內容再以短影音帶動多平台病毒式擴散。
- **關鍵二：延續頻道火熱追加的「中文挑戰」企劃，引爆累積的粉絲能量** | 節目透過綜藝化升級與IP延伸，結合淘汰賽制、獎金與策略博弈，營造出超越單集影片的戲劇張力。熟悉的參賽者與既有粉絲情感，帶來「熟悉的陌生感」，成為快速引爆口碑的關鍵。
- **關鍵三：致敬Netflix生存遊戲，以跨國際視野打造台灣內容新高度** | 節目斥資500萬台幣打造電影級質感，賽制借鑑國際實境秀，融合策略、推理與人性抉擇等競爭元素；同時以外國人挑戰中文展現文化軟實力，凸顯台灣數位內容的國際潛力。

長輩超愛看的YouTube頻道 有16.9萬粉絲 全是AI造假片

許多長輩使用電腦，幾乎都是上YouTube看影片，但有不少頻道利用此舉，利用AI製作長輩喜愛的題材，讓許多人上當。日前就有網友發現，一個擁有近17萬訂閱的YouTube頻道長輩超愛看，但一看內容驚覺根本全是AI生成，引起討論。

原PO在Threads發文表示，這個名為「智慧之泉」的YouTube頻道實在很詭異，影片內容全是AI製造的假訪談，把裡面的人名拿去Google，卻根本查無此人，但偏偏點閱率又很高，家裡長輩非常愛看，甚至認真筆記，沒發現裡面都是AI假人，健康內容也很讓人懷疑是否為真，直呼實在很不對勁。他更找到，其中一部影片「降低血糖的低熱量米飯製作方法」已遭事實查核中心認定不實。

許多網友也紛紛留言：「這種頻道超多的，防不勝防，全都是用AI生成的，跟長輩說還會生氣說他自己看得懂會判斷」、「這種都在養流量，時機成熟就會變成帶風向或是行銷照片了」、「我們家也都在看...跟她說她才發現不是真人」、「每隔一段時間就偷偷去點別再推薦此頻道，但YT還是會一直透過演算法推類似的」、「我都會定期清長輩的yt瀏覽」、「這1、2年來這種頻道特別多」。



【2025/09/19, 中時新聞網】

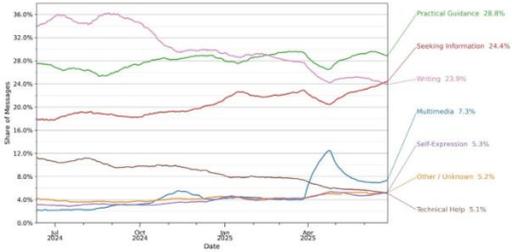


Figure 7: Share of consumer ChatGPT messages broken down by high level conversation topic, according to the mapping in Table 3. Values are averaged over a 28 day lagging window. Shares are calculated from a sample of approximately 1.1 million sampled conversations from May 15, 2024 through June 26, 2025. Observations are reweighted to reflect total message volumes on a given day. Sampling details available in Section 4.

【[2025/09/20, 未來商務](#)】

ChatGPT 使用習慣揭密！是職場利器，還是日常助手？

ChatGPT自2022年底推出至2025年7月，已累積超過7億週活躍用戶，約占全球成年人口10%；ChatGPT每日處理訊息量已達26億則，遠超2024年同期的4.51億則。不僅反映了技術本身的吸引力，也說明用戶對AI工具的需求已從小眾快速擴展到主流社會。

- **洞察一：「非工作」用途才是主流 | 非工作用途占比自 53% 增至 73%。** 雖然工作用途持續成長，但生活、學習、娛樂等場景的成長速度更快。這代表ChatGPT已不僅是「職場生產力工具」，而是滲透到日常，成為消費者日常決策、學習、創意發想的重要助手。
- **洞察二：實用指引、查資訊、寫作才是使用大宗 | 根據OpenAI內部自動化分類，ChatGPT的三大主要用途為【實用指引/教學/創意】、【查詢資料/事實/比較】、【寫作/編修/翻譯/摘要】，三者合計占所有訊息量近八成。**
- **洞察三：用戶多元化，性別、年齡與地區差距縮小 |** ChatGPT 剛推出時，活躍用戶以男性為主。但最新報告顯示，用戶在性別、年齡與地區上的差距持續縮小，女性與年長用戶的比例提升。在年齡分布上，18-25歲用戶貢獻了約46%的訊息量，是絕對主力用戶。



【[2025/09/22, UDN科技玩家](#)】

Google探索功能納入社群貼文與YouTube Shorts

Google宣布，旗下資訊推薦平台「Google探索」將不再只能顯示來自網站的新聞與文章，接下來還會加入來自Instagram、X等社群平台貼文內容，另外也能擷取YouTube Shorts短影片，讓使用者在單一資訊流中就能瀏覽更多元的內容資訊。

- **打造更完整的內容瀏覽體驗 | 這次更新讓Google探索功能變得更像個人化的多媒體資訊中心，**除了文字內容，也能快速看到熱門影片、社群動態，甚至是短影片內容，減少使用者必須在不同平台間切換瀏覽的情況。可以直接在資訊流內瀏覽短片、檢視社群貼文，並且可點擊創作者名稱進入專屬頁面預覽更多內容，再決定是否追蹤該創作者頻道。**Google同步推出新的追蹤功能**，使用者能直接在Google探索中追蹤特定創作者、媒體或頻道，未來將可更頻繁地在資訊流看到追蹤對象的貼文或影片
- **讓Google探索功能更貼近日常習慣 |** 隨著社群與短影片成為日常資訊來源，Google 改版不僅呼應使用趨勢，也與 YouTube Shorts 成長策略相輔相成。對創作者而言，Google 探索將成為觸及新觀眾的重要管道。



每個社群平台都有自己的特色，也有不同的優勢與受眾

Facebook
 受眾：千禧世代、Z世代、千禧世代
 用途：品牌知名度、轉播行銷活動、B2B、B2C、再行銷活動

Instagram
 受眾：千禧世代、Z世代
 用途：品牌知名度、以視覺為主的平台、B2C、網紅行銷

Twitter
 受眾：49歲以下族群
 用途：品牌知名度、再行銷活動、政治、新聞、B2B、B2C、以行動裝置為主的行銷活動

Pinterest
 受眾：千禧世代、Z世代
 用途：以女性為主、品牌知名度、電商購物、網站導流、再行銷活動、旅遊、美食、B2C、網紅行銷

LinkedIn
 受眾：B2B、專業人士
 用途：品牌知名度、人才招募、B2B

【 [2025/09/22, I-BUZZ](#) 】

2025年社群跨平台經營的黃金法則

你是否曾經覺得自己浪費太多時間，重複把同樣的內容貼到不同社群平台？如今跨平台貼文確實是節省時間、擴大觸及的有效方式，但若只是單純「複製貼上」，不僅容易失去受眾的注意力，甚至可能讓粉絲反感。想要真正把跨平台經營發揮到最大效益，**關鍵在於如何針對不同平台「微調內容」**，保留一致性的品牌訊息，同時展現各自的魅力。

- **認識跨平台貼文** | 對創作者或社群小編而言，同時經營多平台往往耗時。透過跨平台貼文，可以一次發布相同或微調內容，同步觸及不同平台受眾，同時需要針對不同平台稍微調整溝通方式及創意內容，避免單調「一文多發」。
- **2025年跨平台貼文的最佳做法** | 在發布多平台內容前，建議需依照各平台規格製作圖片或影片，保持專業感；文字簡短精煉，提高互動與分享率；發文時段依粉絲活躍時間排程，避免同時發佈；標題要清楚有力，抓住注意力；挑選平台適用的熱門標籤，掌握話題趨勢；最後加入行動呼籲 (CTA)，引導受眾點擊優惠或登入頁以提升轉換。

一則貼文的壽命有多長？臉書只剩81分鐘可活

社群平台上的內容琳瑯滿目，你發出的一則貼文，壽命能有多長？科技作家Scott Graffius在部落格中分享了各個主流社群網站平台的文章「半衰期」，而台灣人最常使用的Facebook，一則貼文半衰期僅僅只有81分鐘。

- **社群「半衰期」是什麼？** | 半衰期指的是指一則社群貼文從發布開始，累積到「一半總互動量」(如按讚、分享、留言)所需的時間。互動量包括所有用戶對該貼文的行為，例如點讚、留言、分享、轉發、評論等。
- **從社群平台半衰期，可以看出什麼？** | 社群平台的「半衰期」反映內容的可見度與互動壽命。FB貼文約81分鐘、IG約19小時，適合即時新聞與視覺創作，但因演算法推新快，互動集中發布初期。YouTube與Podcast分別約9.7天與6.7天，屬於深度內容，依靠搜尋與訂閱可長期累積流量。部落格近2年最長，靠SEO與常青內容持續吸引讀者。TikTok與Snapchat幾乎「即時消逝」，互動瞬間完成。整體看來，**越即時的平台越依賴話題熱度與演算法；越長壽的內容則重在品質、搜尋與長期經營策略。**





【[2025/09/18, JUksY](#)】

「Telegram」APP 下載數超越 LINE!

台灣人對 LINE 的依賴不用多說，無論是閒聊哈拉，還是工作交辦，大家幾乎都離不開 LINE。不過最近卻有網友發現居然有一款通訊軟體衝出來，把 LINE 擠下寶座，直接登上通訊類 APP 下載排行榜冠軍！消息一出，立刻掀起兩派網友熱烈討論！

有網友在 PTT 上分享驚人發現，指出在 **Google Play 商店的「熱門免費通訊類」排行榜裡，Telegram 竟然超車 LINE**，直接拿下台灣最愛用通訊軟體的頭銜！原 PO 還補充，過去 Telegram 一直被 LINE 壓著打，現在終於在下載榜上逆轉勝。他更大讚 Telegram 功能強大，不僅能設定存檔時間、訊息自動保存，還能用網頁版登入，「反觀 LINE 的 Chrome 版快 GG 了」。消息一出，Telegram 粉立刻熱烈響應，大喊「TG 功能扁打 LINE」、「我 Telegram 有七個帳號」、「文字搜尋只要輸入時加空格，其實就很好找」。但也有人提出另一派意見，認為「老人都用 LINE，不得不用」、「要說服公司和長輩改用才難」、「而且詐騙集團超愛 TG」，讓討論瞬間變得超兩極！



【[2025/09/17, 今周刊](#)】

Spotify免費用戶升級，聽歌不再靠運氣!

音樂串流平台 Spotify 日前才宣布將為付費用戶推出無損音質功能，沒想到緊接著又在台灣時間 9/16 公布，將對免費用戶進行全面升級。此次更新包含三項過去僅限付費用戶使用的功能：「隨選即播」、「搜尋即播」以及「分享播放」，堪稱是免費用戶的大勝利。

- **Spotify 付費用戶升級，3大亮點功能一次看** | 隨選即播可直接點選想聽歌曲，不再受限隨機播放與每小時 6 次跳過；搜尋即播輸入歌曲或歌手即可立即播放，不必只隨機聽專輯曲目；分享播放可在社群如 Instagram 一鍵收聽朋友或藝人分享的音樂。此外，daylist 動態歌單依日期節日更新，Discover Weekly 與 Release Radar 持續提供個人化推薦與最新作品，讓免費用戶操作更直覺。
- **免費用戶升級後與付費用戶有何差異？** | 消息一出，讓不少 Spotify 付費會員炸鍋，免費和付費用戶還有什麼差異？Spotify 調整免費用戶功能：每日隨選播放時間有限，達上限後每小時只能有限次數跳過；Premium 用戶無此限制。無損音質、AI 播放清單等仍為付費專屬，新功能如 Messages 和個人化 daylist 則都可用。**免費用戶功能更新實際為部分解禁，目的是提升使用參與度與廣告收益。**



02

網紅觀察站 Influencer

9月【親子旅遊】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	巨人 Giant	1,071,699
2	Joanne	793,292
3	鷹式一家	676,916
4	史蛋紋繡師	668,327
5	KID	554,040
6	文豪	487,742
7	小亨堡	313,228
8	兩隻小熊甯甯&晴晴	293,765
9	詹芷萱	238,708
10	中川秀美	233,011

Facebook 口碑數量 TOP10

1	I'm哺哺媽咪-哺媽育兒生活	628,605
2	QQmei	548,245
3	鷹式一家	343,830
4	日本人妻嫁台灣	294,499
5	宜蘭Y欣的美食日誌	293,921
6	雙胞胎DoRe+Fa弟 =三寶奴爸奴媽	287,431
7	貝哥	265,943
8	小腹婆大世界	260,055
9	KID	221,805
10	兩隻小熊甯甯&晴晴	209,042

Youtube 口碑數量 TOP10

1	Dudu Xiaokanai	1,185,154
2	李庭冰	962,892
3	波波星球泡泡哥哥	823,266
4	鷹式一家	499,092
5	Su Xin	308,289
6	恩恩老師EanTV	233,866
7	我是Haven	233,228
8	野人七號部落	184,415
9	菜苔苔與菜生生	175,228
10	安主Andrew	122,982





03

熱門話題 Hot Topics

9月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

f #hashtag 排行榜

排名	Hashtag
1	#江祖平
2	#shorts
3	#陳漢典
4	#lulu
5	#fblifestyle
6	#台灣
7	#林智勝
8	#reels
9	#高雄
10	#搞笑

1  #江祖平
TVBS 新聞

📶 平均互動數 1.6萬
📈 平均互動率 0.44%

2  #shorts
中時新聞網娛樂

📶 平均互動數 1.8萬
📈 平均互動率 4.89%

3  #陳漢典
陶晶瑩

📶 平均互動數 8.4萬
📈 平均互動率 6.73%

4  #lulu
壹蘋新聞網

📶 平均互動數 6270
📈 平均互動率 0.91%

5  #fblifestyle
台灣達人秀

📶 平均互動數 2.1萬
📈 平均互動率 0.55%

6  #台灣
ForeignerIn Taiwan

📶 平均互動數 3.4萬
📈 平均互動率 14.7%

7  #林智勝
緯來體育台

📶 平均互動數 3.5萬
📈 平均互動率 6.41%

8  #reels
即新聞

📶 平均互動數 4.2萬
📈 平均互動率 1.49%

9  #高雄
豪吃來吃

📶 平均互動數 3.1萬
📈 平均互動率 15.2%

10  #搞笑
下面一位

📶 平均互動數 2.8萬
📈 平均互動率 16.6%



04

國際視野

Media Trend

花錢高手就在這一代：X世代

忽視 X 世代，行銷上可能就錯過最重要的金主！根據 NIQ 與 World Data Lab 的報告，1965–1980 年出生的 X 世代，從 2021 到 2033 年將是全球消費力最強的一群人，正值收入與支出的巔峰期。換句話說，如果品牌策略中沒有考慮到他們，就等於錯失了當下最賺錢的客群。

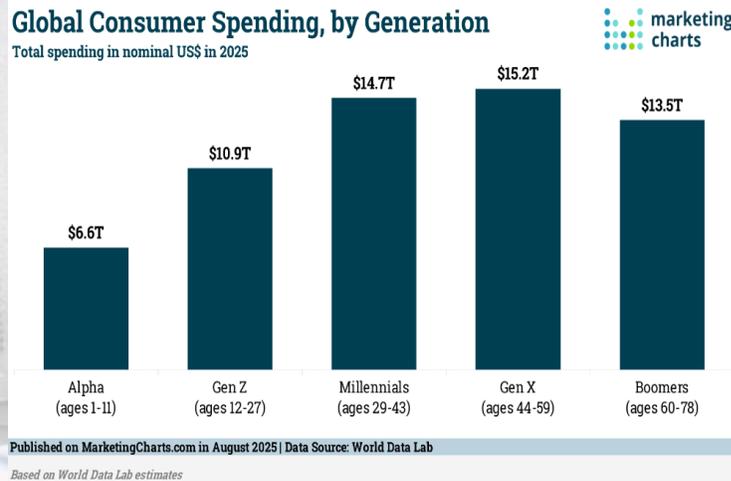
根據報告分析，2025 年全球 X 世代的總消費預估高達 152 億美元，如果把他們當作一個國家，其消費力將位居世界第二，超越千禧世代 147 億美元，也超越資產最雄厚的嬰兒潮世代的 135 億美元。雖然 X 世代在美國的總資產僅有嬰兒潮世代的一半，人口也少於千禧與 Z 世代，但在全球「每日消費 120 美元以上」的高消費族群中，他們仍占 27%，同時也是上中產階級中最大的群體（23%）。不過專家預估，他們的優勢將在 2030 年達到頂點，之後年輕世代將迎頭趕上。

X 世代的消費力來自事業巔峰的收入，同時又承擔著照顧孩子與年邁父母的支出。區域上，美國、中國與大多數歐洲國家仍是 X 世代最具影響力的市場；但在中低收入國家，由於壽命較短，年輕世代的花費已經超越 X 世代。

在美國，明年 X 世代的總支出將正式超越嬰兒潮世代，成為最大消費族群。2025–2030 年，他們消費成長最快的領域包括：長者與受照顧者服務（年增 10.4%）、樂器及室內休閒用品（10.1%）、以及戶外休閒用品（8.8%）。總結來說，X 世代的消費力預計將在 2033 年達到最高峰。他們的花錢態度介於千禧世代與嬰兒潮世代之間：比千禧族略保守，但又比嬰兒潮族更願意嘗試新產品。對品牌而言，現在正是鎖定 X 世代的黃金時刻，再晚就可能錯失最佳機會。



資料來源：[marketingcharts](https://marketingcharts.com) 2025-09-17





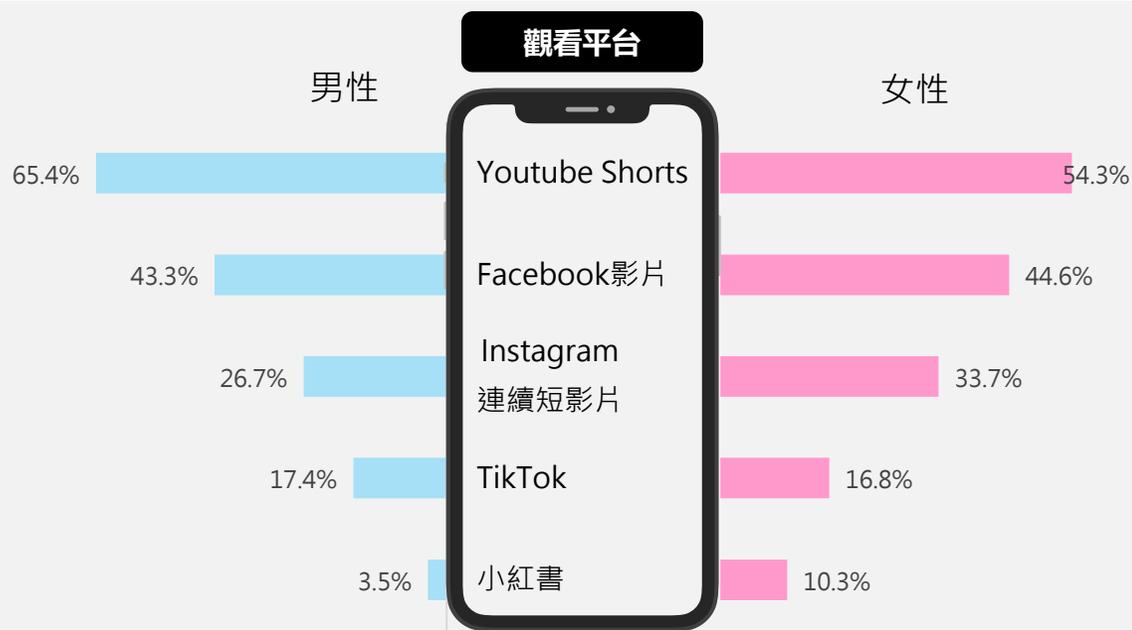
05

消費者洞察 Insight

2025年台灣影音觀看行為調查：直式短影音觀看習慣與影響

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 2025 年台灣影音觀看行為調查顯示，直式短影音用戶主要以 YouTube 為主要使用平台(59.6%)，其次為 Facebook(44.0%) 與 Instagram(30.0%)。進一步分析性別差異，**男性用戶傾向使用 YouTube Shorts(65%)**，而**女性用戶則對 Instagram(34%)及小紅書的偏好明顯高於男性**。直式短影音用戶中，18-29 歲族群近6成使用 Instagram與小紅書(12%)；40-49 歲族群則多使用 YouTube(63%) 與 Facebook(52.0%)；60-65 歲族群對 TikTok(25%) 的使用比例相對較高，顯示其在高齡族群中具一定滲透力。

請問您最近一年主要使用哪些平台觀看「直式短影音」？（可複選，至多2項）



年齡	18-29歲	30-39歲	40-49隨	50-59歲	60-65歲
觀看平台	160份	157份	171份	159份	88份
Youtube Shorts	56.2%	60.5%	62.6%	59.7%	60.2%
Facebook影片	24.2%	46.5%	51.5%	50.9%	47.7%
Instagram 連續短影片	56.9%	42.0%	17.5%	17.6%	8.0%
TikTok	15.6%	12.7%	14.0%	22.0%	25.0%
小紅書	11.9%	3.2%	5.3%	8.8%	4.5%



06

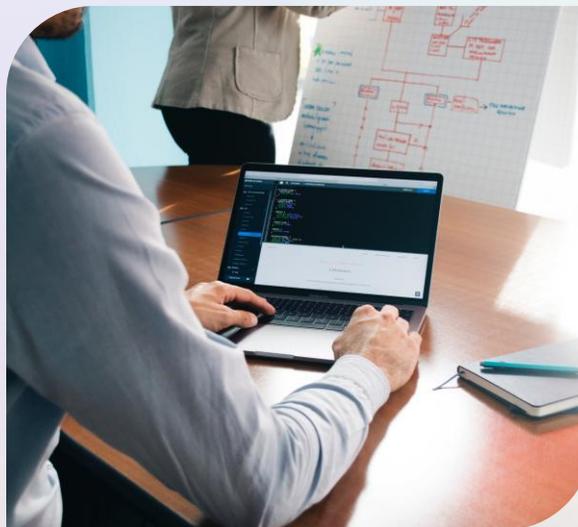
數位廣告速報 Digital Ads

 廣告主必看：

四大平台最新行銷趨勢 →

隨著數位行銷環境持續快速演變，各大媒體平臺每月皆推出多項更新與功能優化。對行銷人員而言，掌握這些變化不僅有助於提升廣告投放效率，也能在市場競爭中保持領先優勢。

本報告精選整理 2025 年 7 月 各主要平臺的重要產品更新，期望協助行銷人員在策略規劃與執行上更加精準，並協助廣告主創造更高效益與價值。



如果您有想瞭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



管道成效報表功能 強化行銷決策依據

PMax 廣告可拆解各管道表現
並提供活動層級的成效摘要

> 更清晰掌握不同媒體管道
投資效益，優化資源配置。



Asset Studio 整合型創意素材平台

整合多款生成式 AI 工具，
降低素材製作成本

> 快速生成、管理、預覽與
套用素材，擴大應用於各
廣告版位。



Google Retail Connect 零售協作廣告

品牌投放結合平台數據，
直接導流至第三方電商平台

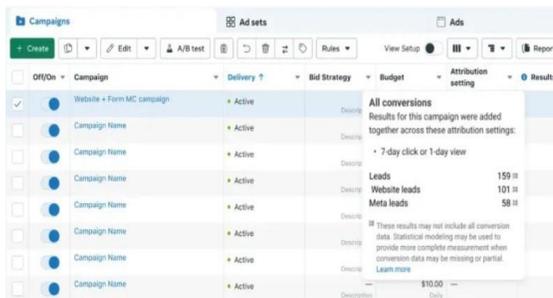
> 縮短消費者消費路徑，
提升購物轉換率與 ROI。

備註：目前GRC僅支援PChome與蝦皮平台



● ● ● Meta、TikTok、LineLAP最新趨勢

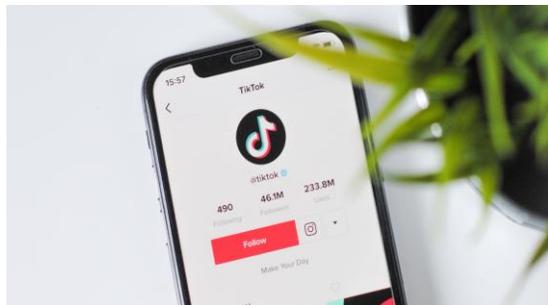
1



**名單型廣告轉換位置
「網站和即時表單」**

- **Meta名單型廣告**新增「目的地最佳化」，可依使用者習慣自動導向網站或即時表單。官方數據顯示，開啟後CPL成本可降低14%–24%。

2



**Spark Ads 投廣
Non-Spark Ads 功能將移除**

- 為確保廣告曝光一致性，同時避免前台貼文過度擁擠。**TikTok**自7/28起，逐步取消“強導流 Non-Spark Ads”，所有新廣告必須綁定企業帳號。

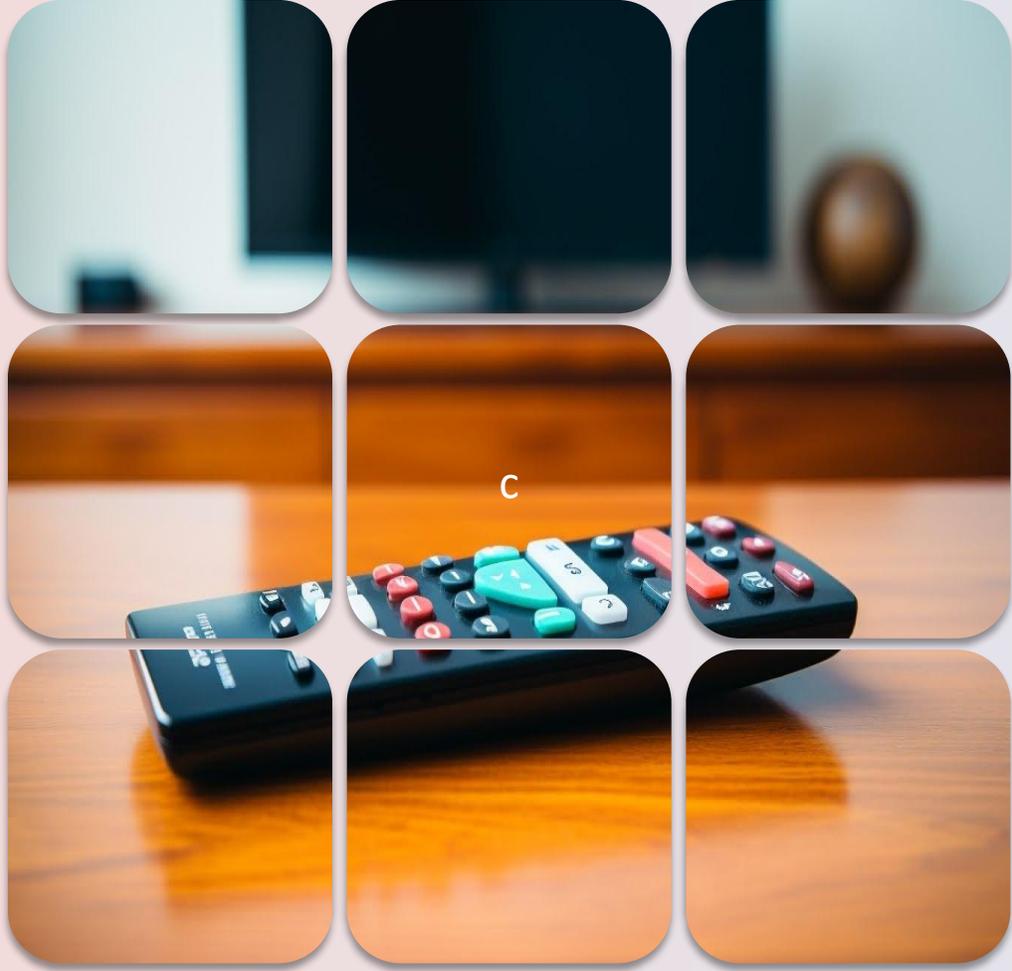
3



**LINE LAP 廣告帳號
KYC 驗證上線**

- **LINE LAP**因應打詐專法，既有廣告帳號及新建立廣告帳號皆需填入「出資者名稱」和「所在地區」，既有廣告帳號也需要開始進行身份驗證(KYC)。





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	3.40
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	2.77
3	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.56
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.53
5	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.57
6	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.10
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.08
8	阿鈺八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.07
9	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.03
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.99
11	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
12	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.90
13	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.84
14	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.66
15	1300好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.63
16	2100寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.59
17	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.57
18	最強的身體福爾威創快節	TTV	競賽綜藝	0.56
19	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.55
20	航海王29	TTV	卡通影片	0.51

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.24
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	2.01
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.71
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.09
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.01
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.95
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.86
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.81
10	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.76
11	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.74
12	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.73
13	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.73
14	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.71
15	大愛劇日日好食光	DaAi	國語連續劇	0.70
16	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.68
17	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.68
18	直中職36年味VS中	VLSPT	棒球	0.67
19	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.66
20	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.65

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	1.52
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.44
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.20
4	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.94
5	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.78
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.77
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77
8	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.71
9	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.68
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.66

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	1.46
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.14
3	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.03
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.01
5	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.00
6	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.90
7	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.84
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.82
9	2100寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.77
10	美麗人生壯志高飛真享購	TTV	閩南語連續劇	0.76

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	1.99
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.83
3	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.61
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.49
5	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.39
6	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.38
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.22
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	1.01
9	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.74
10	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.68

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	5.61
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	4.72
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.30
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.30
5	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.83
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.75
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.68
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.63
9	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.59
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.33

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.08
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.82
3	非凡大探索	UBN	美食、旅遊節目	0.78
4	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.75
5	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	美食、旅遊節目	0.72
6	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.70
7	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.64
8	1400重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.60
9	2100福爾耳溫槍爆食姐妹吃	ONTV	美食、旅遊節目	0.60
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	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	1.54
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.00
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.91
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.85
5	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.47
6	愛妮雅化妝品絲綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.47
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.44
8	直中職36年味VS中	VLSPT	棒球	0.43
9	1700進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.41
10	無所畏懼之永不放棄	TVBSG	大陸劇	0.41

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	1.37
2	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	1.11
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.96
4	直中職36年味VS中	VLSPT	棒球	0.90
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.88
6	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.82
7	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.49
8	大胃女王帶路吃好料	VLJP	美食、旅遊節目	0.48
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.44
10	非凡大探索	UBN	美食、旅遊節目	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	4.04
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.53
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.36
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.09
5	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.35
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.33
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.28
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.24
9	台灣亮起來	SETN	新聞性質節目	1.20
10	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	1.15

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	0.96	0.31	0.46	0.62	1.56
TTV/台視	0.47	0.20	0.35	0.35	0.68
FTV/民視	0.39	0.12	0.16	0.20	0.68
CTS/華視	0.21	0.07	0.13	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	0.58	0.17	0.19	0.42	0.96
ET-N/東森新聞	0.49	0.18	0.14	0.35	0.83
SETN/三立新聞	0.36	0.11	0.07	0.21	0.66
FTVN/民視新聞	0.35	0.06	0.16	0.16	0.64
ERA-N/年代新聞台	0.20	0.02	0.06	0.09	0.38
NTVN/壹新聞	0.18	0.10	0.05	0.16	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.17	0.08	0.08	0.12	0.26
UBN/非凡新聞	0.15	0.04	0.07	0.09	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.08	0.07	0.08	0.21
SET-F/三立財經台	0.04	0.01	0.02	0.02	0.08
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來台塑石油APP	FTV	2.77
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.71
3	寶島西米樂傳承	TTV	1.10
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.01
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.86
6	大愛劇日日好食光	DaAi	0.70
7	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	0.68
8	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.66
9	1300好運來台塑石油APP	FTV	0.63
10	慶餘年22000	CTiE	0.63

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.09
2	少康戰情室	TVBS	0.95
3	非凡最前線	UBN	0.85
4	新台灣加油	SETN	0.73
5	話時代人物	SETN	0.73
6	驚爆新聞線2200	SETN	0.71
7	驚爆新聞線2100	SETN	0.68
8	第54分局	SETN	0.66
9	挑戰新聞	FTVN	0.65
10	台灣亮起來	SETN	0.64

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.40
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.56
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	2.24
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	2.01
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.57
7	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	1.07
8	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	1.03
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.99
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.90

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.08
2	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.76
3	直中職36年統VS中	VLSPT	0.74
4	直中職36年味VS中	VLSPT	0.67
5	型男大主廚	SL2	0.57
6	大胃女王帶路吃好料	VLJP	0.52
7	直25MLB巨VS道	VLSPT	0.50
8	效年出發吧	STV	0.44
9	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	0.43
10	非凡大探索	UBN	0.39

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