

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

 Vol.2543
10.20 ~ 10.26



Media Drive
宏將傳媒

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

29 Oct, 2025

WELCOME

Contents



1

宏將觀點 Insights

第60屆金鐘獎：節目與戲劇類收視與話題觀察

2

媒體放大鏡 Media News

AI新聞摘要錯誤率達45%！恐引發年輕世代信任危機

3

網紅觀察站 Influencer

【節慶類型】社群媒體帳號排行Top10

4

熱門話題 Hot Topics

Instagram 10月 #hashtag排行榜

7

收視調查 Ratings

2025/10/20-2025/10/26

5

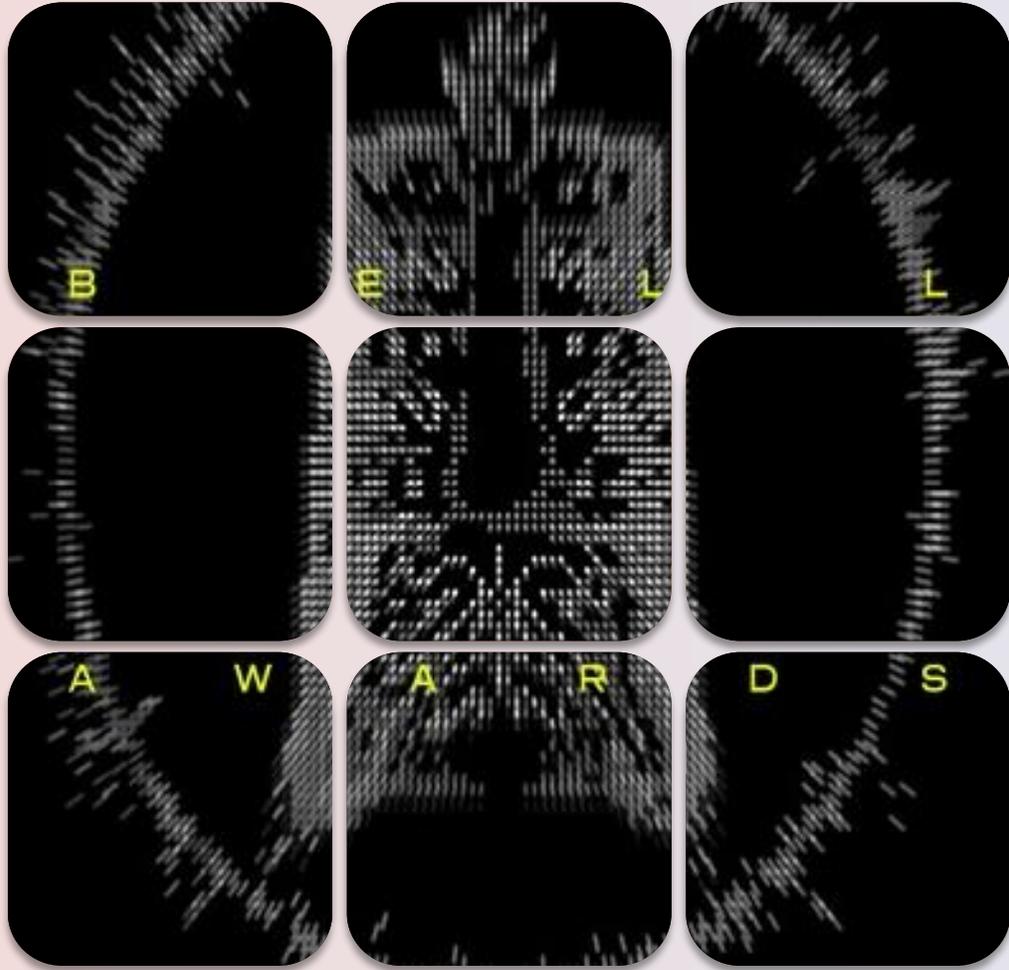
國際案例 Case Share

快樂兒童餐不快樂、「買餐送贈品」變公關危機！

6

數位廣告速報 Digital Ads

Google Ads、Meta最新趨勢



01

宏將觀點 Insights

GOLDEN
BELL
AWARDS

60

第六〇屆
金鐘獎
頒獎典禮

金鐘
60



G O L D E N

B E L L

A

第60屆金鐘獎

節目與戲劇類 收視與話題觀察

宏將傳媒 行銷策略部

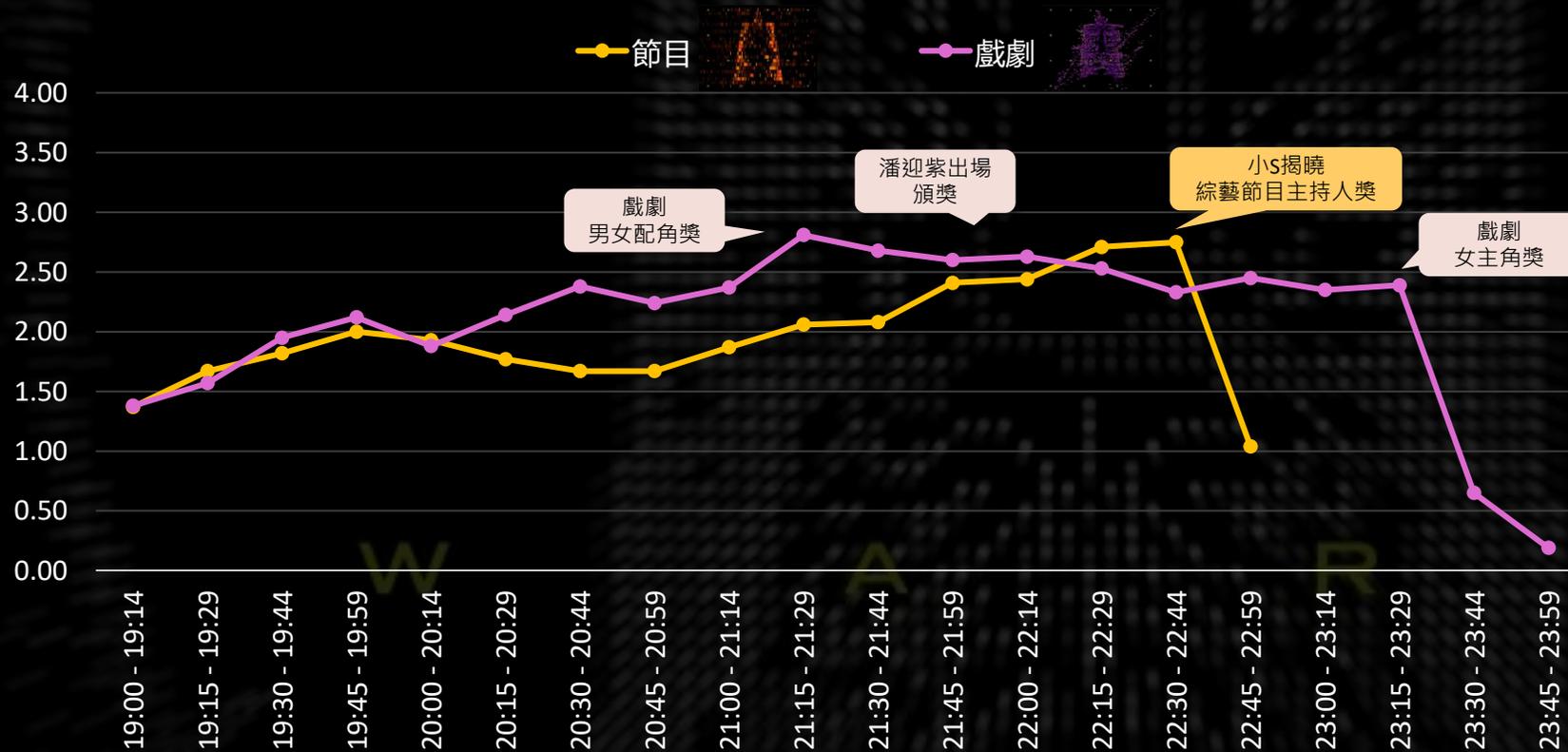
2 0 2 5

金鐘60 | 節目&戲劇類 | 電視收視高峰觀察

典禮收視高峰集中在重點頒獎時段



金鐘60 電視分段收視率



第60屆金鐘獎頒獎典禮節目類與戲劇類，分別於10/17與10/18舉行。

從收視曲線觀察，收視高峰集中於節目亮點與獎項揭曉時段。戲劇類表現較為平均，於女主角頒獎、男女配角頒獎及潘迎紫出場等片段達高點；節目類則在「綜藝節目主持人獎」揭曉時達最大收視峰值，顯示觀眾對人氣主持人與感性時刻的高度關注。

金鐘60 | 節目&戲劇類 | 總收視紀錄

總收視累積近 1,400 萬，締造影視頒獎典禮「觸及廣度」的新里程碑

播出資訊

《第60屆節目類/戲劇類金鐘獎頒獎典禮》

- 官方網路頻道：金鐘60官網、金鐘官方YouTube
- 國內電視直播：三立都會台、公共電視台(主頻)
- 海外直播：三立國際台、新加坡StarHub、馬來西亞Unifi TV
- 廣播調頻：好事989電台
- 數位直播：三立新聞網直播室、三立新聞網YouTube、三立電視YouTube、Vidol YouTube、文化部FB、LINE TODAY、公視+、公視點點愛YouTube(手語版)
- 影音平台直播：三立MOD戲劇台(戲劇類)、三立MOD綜合台(節目類)、LINE TV、中華電信Hami Video

多平台成功擴大觸及，放大金鐘獎觀看規模

- 全國電視總收視人口數約 505.5 萬人次
- 網路平台總觀看量約 871 萬次



節目類典禮：

累積觀看次數 101 萬次；直播在線超過 10 萬人



戲劇類典禮：

累積觀看次數 136 萬次；直播在線近 17 萬人

相較第59屆金馬獎，成長 13.6%

*第59屆金鐘獎-累積總觀看數
電視：460萬人次；網路751萬次

金鐘60 | 節目&戲劇類 | 網路熱議來源

經典橋段多平台傳散，帶動聲量擴散

熱門網站TOP5

1		Facebook粉絲專頁	149,262則
2		YouTube	20,286則
3		Instagram	19,468則
4		Threads	18,316則
5		PTT	16,877則

熱門頻道TOP5

1		PTT>Golden-Award	13,915則
2		Threads>關鍵字搜尋	12,734則
3		FB粉絲專頁>ETtoday星光雲	10,654則
4		FB粉絲專頁>三立新聞	6,074則
5		FB粉絲專頁>東森新聞	5,504則

Facebook | 核心聲量傳散

新聞與媒體粉絲專頁為核心，透過大量的畫面片段報導，奠定初始聲量與大眾討論基礎

YouTube × IG | 視覺串連與情緒共鳴

媒體或網友藉由短影音傳散畫面精華與經典橋段，帶動情緒分享，加速話題發酵。

PTT × Threads | 深度討論

網友會隨頒獎進程，即時在線上與其他網友討論得獎人選、穿著打扮、與談話題等面向。

金鐘60 | 戲劇類 | 網路熱門話題 影后與女主角頒獎引爆話題

戲劇類 討論文字雲



戲劇金鐘精彩亮點不斷！宏將影業投資的《影后》橫掃五獎稱霸
關鍵字，連炳發成首位越南影帝，潘迎紫、江淑娜驚喜回歸！

亮點一 | 串流稱霸！《影后》橫掃5獎成最大贏家



《影后》橫掃五獎，包括最佳戲劇節目與導演、女主角、女配角，創下純串流作品首度奪劇集大獎紀錄，象徵台劇正式邁入串流時代。

亮點二 | 楊謹華終結魔咒奪后冠 告白謝盈萱掀高潮

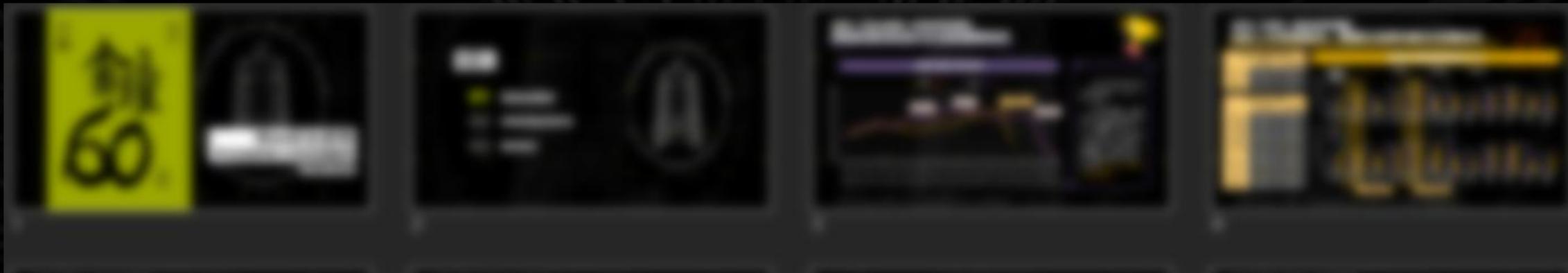


入圍多年，楊謹華憑《影后》終奪戲劇節目女主角獎，感性致詞並感謝搭檔謝盈萱。評審表示競爭激烈，她以成熟演技僅以一票險勝曾沛慈，終於圓夢。

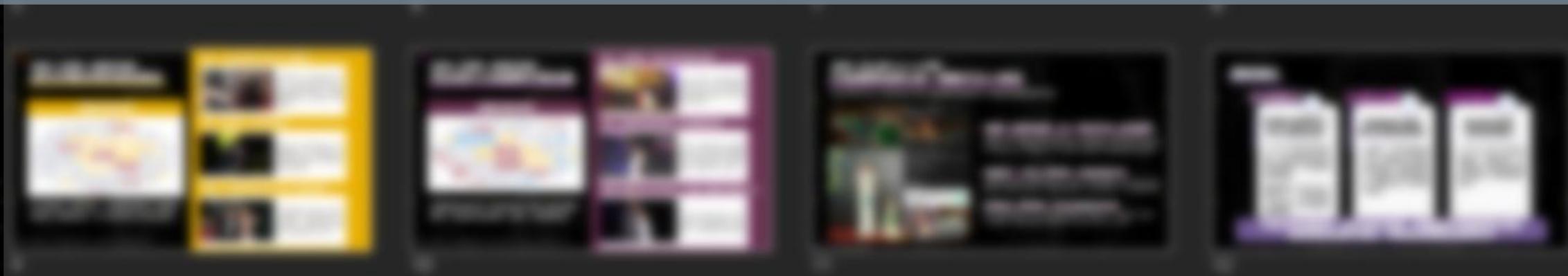
亮點三 | 戲劇女主角「死亡之組」！柯佳嬿、楊謹華上演世紀女女吻



兩人第三度爭后並同台頒獎，以互虧方式營造火花，最後更突然親吻，引爆全場尖叫，成為典禮最受討論的高潮話題。



以上為專題精華摘錄
完整報告歡迎來信洽詢或聯繫窗口





02

媒體放大鏡

Media News

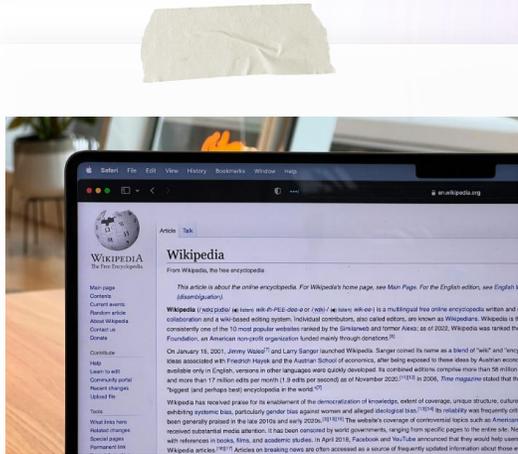


【2025/10/27, 數位時代】

AI新聞摘要錯誤率達45%! 恐引發年輕世代信任危機

歐洲廣播聯盟、英國廣播公司近期公布一項研究《AI 助理在新聞中的使用與認知》。調查顯示，ChatGPT、Copilot、Gemini 或 Perplexity等AI助理生成的新聞摘要錯誤率高達45%，其中 Gemini 錯誤率達 76% 表現最差。調查顯示，25歲以下族群中有15%就使用AI助理看新聞。高錯誤率不僅威脅到新聞內容的準確性，更可能動搖民眾對新聞媒體乃至民主參與的信任。

- **4大AI錯誤類型，「事實錯誤」最損信任感** | 高達84%的英國成年人表示，事實錯誤（如日期、數字不準確）對他們對AI摘要的信任產生重大影響，因為準確性是用戶對新聞內容最基本的底線。當AI助理自行加入原始報導中沒有的觀點時，模糊了報導與評論的界線，有73%的人會因此對其信任大打折扣。任何一個小錯誤，都會在用戶心中留下負面印象。
- **AI 錯誤回應闖禍，媒體恐背連坐黑鍋** | 當AI發生錯誤時，閱聽人不僅會責怪AI服務提供者，也會將矛頭指向新聞提供者。AI助理的失誤，可能連帶對新聞媒體的信譽造成負面影響，即使錯誤並非新聞機構所致。



【2025/10/17, 科技報橘】

每月少 11 億次點擊！維基百科流量崩跌

維基媒體基金會產品高級總監Marshall Miller表示，愈來愈多使用者透過生成式AI聊天機器人與AI摘要獲取資訊，而不再實際點擊維基百科。基金會自2025年4月更新機器人偵測系統以來，發現頁面瀏覽量明顯下降，與去年同期相比減少約8%。

- **全球維基百科每月點擊量** | 根據DataReportal發布的《Digital 2025》報告指出，全球維基百科流量持續下降，與整體網路趨勢一致。在2022年3月至2025年3月期間，維基百科總造訪量下降23%，相當於每月減少超過11億次點擊。
- **ChatGPT 改變取得資訊的習慣** | 研究比較ChatGPT推出前後維基百科的瀏覽趨勢，並發現那些內容與ChatGPT回答高度重疊的項目，在維基百科上的流量明顯下滑。這樣的結果也顯示使用者更傾向對AI提問以快速獲取答案，而非閱讀原始內容。
- **AI 正在掏空開放知識生態** | AI雖仰賴維基百科這一類開放平台提供訓練資料，卻同時吸走流量與注意力。面對這樣的危機，維基媒體基金會正推動「歸屬框架」，要求AI廠商標註出處、維持資訊可追溯性，以確保維基百科可以繼續作為人類共享知識的重要基石。



【[2025/10/23, 數位時代](#)】

LINE打AI落地戰！導入AI代理升級服務體驗

LINE在10月22日的年度大會中宣布，過去LINE在內部大量使用AI功能，未來則會在所有服務導入「AI代理化」。LINE台灣技術長陳鴻嘉表示，最終的概念，就是「讓每一個LINE用戶都擁有個人的AI代理」。

- **2大AI功能搶先上線，LINE端出什麼菜？** | 過去，自動對話大多採用關鍵字觸發的方式，但導入大型語言模型後，就能採用語意理解，能根據消費者的提問即時生成自然回覆，顯著提升互動品質。針對台灣市場，LINE也提供了零售、餐飲、美業與一般服務業等產業模板，並支援多種語氣風格設定，如「專業可靠」或「溫暖親切」，協助品牌打造符合自身調性的對話體驗。
- **AI代理巨頭也在做，LINE的優勢是？** | 為了讓每一個人都擁有個人AI代理，陳鴻嘉表示，LINE採用多層架構，承接用戶的任務轉交給LINE生態系中的「領域代理」，再由領域代理分派給「功能性代理」處理具體操作。這種多層次的代理協作，能讓用戶的需求任務在LINE生態系中拆解，交給LINE龐大的內容數據與服務，也就是數以萬計的「功能代理」支援運作，達成一站式完成的體驗。



【[2025/10/28, 風傳媒](#)】

Threads推發文新功能！幽靈貼文限時24小時

Meta旗下的Threads平台近日宣布正式推出全新功能「幽靈貼文」(Ghost Post)。這項新功能允許使用者發佈限時24小時的貼文，並在時間過後自動從主頁消失，轉為封存狀態。這一創新功能旨在減少使用者在公開發表上的壓力，鼓勵更隨性、短暫的內容分享。

- **如何發布幽靈貼文？** | 使用者在Threads發佈界面上，只需點擊新增的「幽靈」圖標，即可設定該則貼文為限時發布。發布後，該貼文會顯示為具有虛線圍繞的對話氣泡，以區分一般貼文與幽靈貼文的不同，這種設計讓使用者能夠清楚辨識限時內容。與一般貼文不同，幽靈貼文的留言不會公開顯示在時間軸上，而是會直接發送到發布者的私人收件匣。對於使用者而言，這減少對公開反應的壓力，並提供了一個更隱私的互動空間。
- **24小時後自動消失** | 幽靈貼文發布24小時後會自動從時間軸上消失，但不會完全丟失。貼文會進入已封存區域，發布者仍可在該區域查看過去的貼文記錄，用戶可通過設置選單進入封存區來查詢過往的幽靈貼文。



【2025/10/22, 網路溫度計】

網路口碑之星最年輕得主！李多慧網路聲量50萬筆

台灣與韓國的距離，僅僅是兩個半小時的飛行時間，但跨越文化、語言和外國人的身份隔閡，遠比想像中需要更大的勇氣。韓籍啦啦隊員李多慧的影響力在網路社群上迅速發酵，近一年累積超過50萬筆聲量，成為一股不可忽視的「多慧熱潮」。

- **從點擊到心動：聲量暴漲的秘密** | 李多慧透過共同主持實境節目《女孩好野》第一季，成功讓其YouTube討論聲量狂增742%；用還不夠流利的中文，努力地上山下海，展現最真實的笑與汗水，持續以正向形象與粉絲建立情感連結，帶動整體網路互動力提升59.2%。
- **從真實到成長：最動人的「流量密碼」** | 對於如何維持熱度，她透露並不會刻意追求「話題性」，而是專注於「在當下的每個工作與挑戰中全力以赴」，多慧分享「成長本身就是最自然的『熱度』」。
- **從球場到大銀幕** | 從2019年在韓國職棒出道到跨海來台，李多慧將自己定位為不斷挑戰的學習者。包括了她首次騎機車環島、挑戰綜藝節目。「演員」，是李多慧為自己設定的下一個遠方。「過程雖然辛苦，但請大家多多期待2026年的《辛亥隧道》！」

海巡界最幽默的小編！親曝爆紅破圈秘訣

《網路溫度計 DailyView》於近日舉辦「2025第八屆網路口碑之星」頒獎典禮，今年首次頒發「年度最具網路好評影響力社群小編」，由全家便利商店獲此殊榮。以幽默互動與即時話題操作，掀起一波波社群熱潮，成功凝聚年輕世代共鳴，每次出手都讓品牌討論度迅速擴散，成為零售業社群行銷典範。

- **有梗、有趣又懂粉** | 從「祝隔壁同事生日快樂」的跨品牌互動，到「餐盒凹槽用途」的神回覆，全家小編總能用幽默巧思抓住網友笑點與共鳴，引發高度話題與媒體轉載，帶動網路互動力年增44.8%，更讓Threads上的聲量成長高達58.5倍。
- **全家小編暖心告白 盼成為大家生活中最熟悉的朋友** | 小編大方分享「現在的社群喜歡快速的跟風生活時事，也可能是一件日常小事被注意到，也不會放棄諧音梗的」。迅速掌握時事話題脈動的關鍵在於公司高彈性的協作模式。此外，喜歡與網友互動的全家小編，更時常化身「海巡王」，現身於各大品牌或網友留言區，也讓這句「全家就是你家」成了生活裡最真實親切的的存在。



【2025/10/24, 網路溫度計】



03

網紅觀察站 Influencer

10月【節慶】社群媒體帳號排行Top10

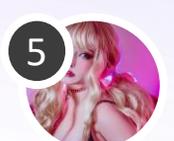
Instagram 口碑數量 TOP10

1	Ru儒哥	1,587,196
	4yo	1,516,644
2	Elly 許曦文	1,325,657
	Lucas and Kibo	933,843
3	莊怡婷 (易娜)	717,411
	Mizzie Tham 米斯	595,649
4	豪帥	498,954
	朵朵St	481,793
5	鄭靖霖呦!	469,491
	Dzingai Giulio	445,163



Facebook 口碑數量 TOP10

1	完美剪裁PERFECT CUT	6,788,483
	一樓閩爸	964,716
2	JeannieHsieh謝金燕	773,605
	湯鎮瑋老師	491,854
3	芥川Aku	383,323
	Molly 翎熹	339,549
4	Angela Chong 張安琪	323,735
	Joanna沐沐	313,103
5	Miss Median 中尺碼美衣	291,951
	H.L Shop	284,289



Youtube 口碑數量 TOP10

1	Ru儒哥	949,248
	Lucas and Kibo	829,538
2	尼克&ASHLY	395,602
	超級蘋果人	341,124
3	ズズZuzu	142,799
	子葉 ZY	139,070
4	安安台北小日常	118,156
	許茹芸 Valen Hsu	110,479
5	台北青工廠	104,084
	貓與香菜	102,493





04

熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#taiwan
2	#ootd
3	#台北美食
4	#台灣
5	#台中美食
6	#金鐘60
7	#台中
8	#台北
9	#高雄
10	#高雄美食

10月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1  **#taiwan**
林倩
平均互動數 5.5萬
平均互動率 17.1%

2  **#ootd**
爺爺の穿搭日誌
平均互動數 2.3萬
平均互動率 13.2%

3  **#台北美食**
無法停止的嘴
平均互動數 7.5萬
平均互動率 31.7%

4  **#台灣**
吳于瑄
平均互動數 3.3萬
平均互動率 46.8%

5  **#台中美食**
Orly' s 食研廚房
平均互動數 4.8萬
平均互動率 164%

6  **#金鐘60**
台視新聞
平均互動數 13.8萬
平均互動率 252%

7  **#台中**
無法停止的嘴
平均互動數 2.1萬
平均互動率 8.89%

8  **#台北**
樂冠廷 阿樂
平均互動數 3.2萬
平均互動率 3.26%

9  **#高雄**
艾瑪斯艾吃日記
平均互動數 4.7萬
平均互動率 31%

10  **#高雄美食**
阿仁
平均互動數 7.5萬
平均互動率 111%



05

國際案例

Case Share

快樂兒童餐不快樂、「買餐送贈品」變公關危機！

日本麥當勞在今年8月9日至11日舉辦購買快樂兒童餐送寶可夢卡牌活動，一套贈品包含1張皮卡丘原創插畫卡，還會再隨機附贈5款隨機卡牌之一，且6款卡牌均印有麥當勞標誌。活動一開跑便引發搶購熱潮，社群上湧現大量開箱照片與影片，不少店家甚至在第二天就貼出「贈品已發完」的告示。一場行銷活動，為何演變成公關危機？「買餐送贈品」這項策略是品牌的雙贏妙招，還是一場隱藏的災難？

- 快樂兒童餐不快樂、聯名贈品變主角** | 轉賣族透過反覆排隊、跨店購買等方式規避「每人最多購買五套」的限制規定。直到事件失控後，麥當勞才緊急將上限縮減為每人最多購買三套。快樂兒童餐的最低價格僅510日圓，對轉賣族而言，每張卡牌的「取得成本」僅約255日圓。與此同時，為了卡牌而被大量購買的餐點卻被棄置，讓這場行銷活動蒙上了食物浪費與轉賣亂象的陰影。
- 問題的根源：贈品早已不是「兒童玩具」** | 快樂兒童餐宗旨是為了讓孩子因新玩具而期待用餐。近年因與知名IP聯名，反吸引大量具有消費能力的成年人搶購，早已偏離初衷。有不少聲音認為，如果真正以兒童為對象，理應限定「帶孩童顧客」購買。不過，隨著少子化，不可能這樣設計商模，麥當勞顯然早已將目標族群擴及成人。雖然玩具在一天內售罄，從短期銷售角度看似成功，但社群上的批評卻讓麥當勞品牌形象再度受損。未設好轉賣門檻，導致商品大量湧入二手平台，顯示對策形同虛設。也有許多網友早已預測「悲劇將重演」，結果果然成真。
- 解方何在？吉野家、任天堂的聰明對策** | 吉野家今年採「積分制」，每消費450日圓可累積1點，集滿2點才能兌換手環，等於將成本提高至900日圓。同時，贈品改為半年後寄送。對轉賣族而言，延後寄送意味著無法即時變現，也難以預估半年後的市場熱度，因而降低搶購意願。這項「時間差」設計，成為有效抑制轉賣的手段。任天堂則以語言和區域隔絕海外轉賣。同時採取「抽選制」分批供貨，降低消費者被迫轉向黃牛市場的可能。





06

數位廣告速報 Digital Ads

 廣告主必看：

兩大平台最新行銷趨勢 →

隨著數位行銷環境不斷推陳出新，各大媒體平台持續推出多項功能優化與技術升級。對行銷人員而言，掌握最新變化不僅能提升廣告投放效能，也有助於在瞬息萬變的市場中搶佔先機。

本報告精選整理 2025 年 8 月 各主要平台的重要產品更新，協助行銷人員掌握趨勢重點，優化策略規劃與執行，並為廣告主創造更高成效與價值。



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



Brand Guidelines 品牌宣傳指南上線

PMax 廣告可透過 Google AI 自動辨識品牌元素，確保素材一致性。

- > 維持品牌形象一致，更清晰強化視覺辨識與信任感。



Ads in AI Overviews AI 摘要廣告啟用

搜尋結果出現 AI 摘要時，符合條件的搜尋、購物或 PMax 廣告可同步顯示。

- > 搶占高互動搜尋版位，提升觸及與轉換效率。



Optimization Recommendations 最佳化投放建議

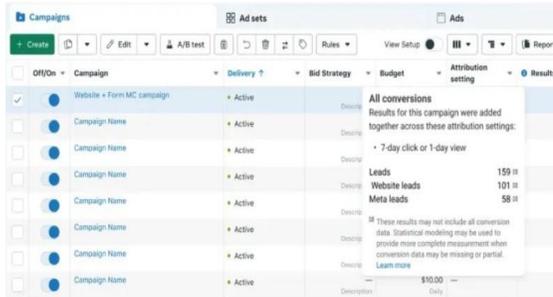
建議採用 AI 輔助解決方案，並定期更新產品資訊與素材，確保廣告精準匹配與投放效率。

- > 運用 AI 強化自動化能力，持續提升投放成效與 ROI。



Meta最新趨勢：直播影音廣告解決方案

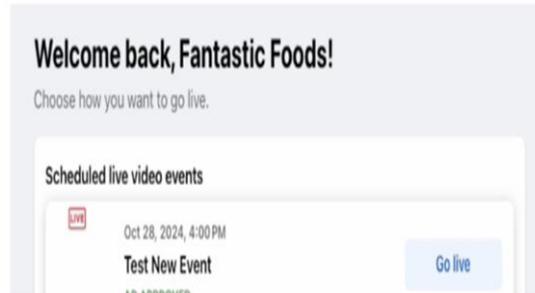
1



廣告刊登資格機制

- 若**廣告帳號**受刊登限制，將無法建立直播影片廣告；可至企業支援中心查看資格。若從粉絲專頁建立，**須具驗證標章或符合花費與合規條件**。

2

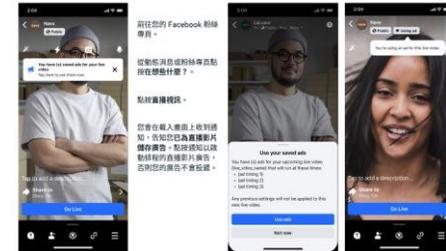


建立方式與工具

- **粉絲專頁**則需具備驗證標章，或於近6個月內有廣告花費紀錄且違規率低；若兩個月內仍有花費並曾投放直播廣告，仍可持續使用。

3

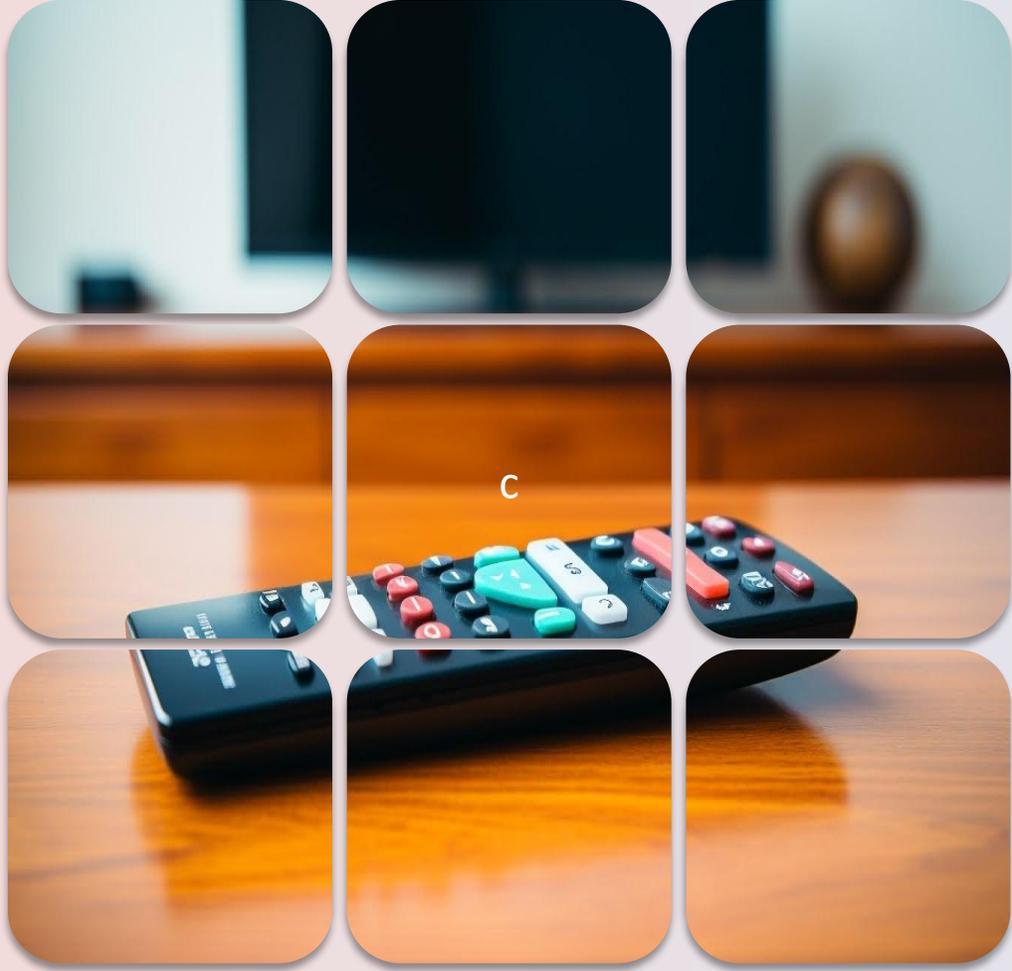
如果透過行動裝置開始直播，請按照以下步驟操作：



廣告政策與內容審核

- Meta 會審核廣告與粉絲專頁資格；若違反廣告準則或直播政策，將無法刊登直播影片廣告。





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	3.03
2	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	2.98
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.36
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.30
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.28
6	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.15
7	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.09
8	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.06
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.01
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.96
11	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.90
12	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.85
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.75
14	1300好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	0.67
15	姊妹亮起來娘家明適保EX	FTV	資訊綜藝	0.65
16	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.62
17	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.62
18	航海王29	TTV	卡通影片	0.59
19	醫學大聯盟	FTV	競賽綜藝	0.59
20	1800綜藝新時代發現台灣台	FTV	娛樂綜藝	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	2.19
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.77
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.55
4	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	1.35
5	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.98
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.87
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.86
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
9	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.85
10	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.85
11	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.83
12	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.82
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.82
14	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.70
15	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.70
16	大愛劇接住流星的人	DaAi	國語連續劇	0.69
17	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	棒球	0.68
18	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.67
19	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.65
20	無所畏懼之永不放棄	TVBSG	大陸劇	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	1.94
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.88
3	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	1.65
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.37
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.31
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.16
7	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.03
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.96
9	航海王29	TTV	卡通影片	0.93
10	星廚之戰福爾六合一	CTS	美食、旅遊節目	0.81

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	5.05
2	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	5.04
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.18
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.76
5	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.90
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.86
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.51
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.39
9	1300好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	1.34
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.26

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	1.94
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.88
3	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	1.65
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.37
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.31
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.16
7	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.03
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.96
9	航海王29	TTV	卡通影片	0.93
10	星廚之戰福爾六合一	CTS	美食、旅遊節目	0.81

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	5.05
2	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	5.04
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.18
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.76
5	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.90
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.86
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.51
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.39
9	1300好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	1.34
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.26

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.10
2	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	1.06
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.88
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.82
5	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.79
6	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.69
7	大愛劇接住流星的人	DaAi	國語連續劇	0.64
8	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.63
9	230057怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.62
10	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.61

25-34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	4.28
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.29
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.17
4	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	2.00
5	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.80
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.63
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.62
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.61
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.51
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.50

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.10
2	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	1.06
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.88
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.82
5	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.79
6	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.69
7	大愛劇接住流星的人	DaAi	國語連續劇	0.64
8	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.63
9	230057怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.62
10	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.61

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	4.28
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.29
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.17
4	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	2.00
5	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.80
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.63
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.62
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.61
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.51
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.50

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	0.43	0.43	0.42	0.59	1.50
TTV/台視	0.28	0.28	0.27	0.31	0.72
CTS/華視	0.10	0.10	0.11	0.15	0.29
FTV/民視	0.08	0.08	0.18	0.21	0.73
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	0.66	0.23	0.22	0.48	1.08
ET-N/東森新聞	0.53	0.22	0.20	0.38	0.88
SETN/三立新聞	0.41	0.09	0.09	0.24	0.74
FTVN/民視新聞	0.39	0.06	0.18	0.18	0.71
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.04	0.06	0.11	0.47
CTS-N/華視新聞資訊台	0.18	0.10	0.09	0.12	0.28
NTVN/壹新聞	0.17	0.05	0.07	0.15	0.27
UBN/非凡新聞	0.16	0.04	0.05	0.07	0.30
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.06	0.06	0.06	0.23
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.02	0.04	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.02	0.00	0.03



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來補體素優蛋白EX	FTV	2.98
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.55
3	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	1.35
4	寶島西米樂傳承	TTV	1.06
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.83
6	大愛劇接住流星的人	DaAi	0.69
7	1300好運來補體素優蛋白EX	FTV	0.67
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.65
9	無所畏懼之永不放棄	TVBSG	0.65
10	大愛劇銀髮心樂園博士阿嬤	DaAi	0.62

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	0.98
2	話時代人物	SETN	0.87
3	少康戰情室	TVBS	0.86
4	非凡最前線	UBN	0.85
5	TVBS社會檔案	TVBSN	0.85
6	驚爆新聞線2200	SETN	0.85
7	新台灣加油	SETN	0.82
8	台灣最前線	FTVN	0.82
9	新台派上線	SETN	0.70
10	54陪審團1500	SETN	0.70

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.03
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.36
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.30
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.19
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.77
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.28
7	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	1.09
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.96
9	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	0.90
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.85

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.15
2	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	0.68
3	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.67
4	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.62
5	直25 26NBA金VS勇	VLSPT	0.59
6	星廚之戰福爾六合一	CTS	0.51
7	型男大主廚	SL2	0.51
8	愛玩客之移動廚房	SANLI	0.40
9	直MLB世界大賽道奇VS藍鳥	ET-WM	0.39
10	直25MLB冠軍賽水VS藍	VLSPT	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**