

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2546
11.10 ~ 11.16



Media Drive
宏 將 傳 媒

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

19 Nov, 2025

WELCOME

Contents



1 媒體放大鏡 Media News

近兩年十大國片討論度揭曉 網友最愛的是哪部？

3 熱門話題 Hot Topics

11月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5 收視調查 Ratings

2025/11/10-2025/11/16

2 網紅觀察站 Influencer

2025/11 【親子類型】社群媒體帳號排行Top10

4 國際案例 Case Share

必勝客以幽默廣告與互動體驗推動節日促銷



01

媒體放大鏡 Media News



近兩年十大國片討論度揭曉 網友最愛的是哪部？

近年國片市場話題不斷，不僅票房表現亮眼，更是掀起社群洗版熱潮，網路討論度一波接一波。這股熱潮背後，不僅反映出台灣觀眾對本土電影支持度的提升，也展現國片在題材與敘事手法上的不斷突破。究竟哪一部作品能脫穎而出、榮登人氣榜首呢？

- **No.1 角頭 - 大橋頭、角頭：鬥陣欸** | 這個以黑幫題材為核心的電影系列，自首部《角頭》上映以來，已推出五部作品，該系列以幫派間的權力鬥爭與兄弟情義為主線，描繪出街頭世界的愛恨情仇與利益衝突。**不僅在劇情規模與動作場面上全面升級，也加入更多年輕世代演員與新勢力角色，讓整個「角頭宇宙」更加完整多元。**兩部作品上映票房雙雙突破新台幣一億元。
- **No.2 看不見的國家** | 影片以細膩的敘事視角，聚焦前總統蔡英文在任八年間的政治歷程，描繪她如何在美國與中國這兩大地緣政治巨頭之間，如履薄冰地平衡國家的希望與夢想。**利用短短85分鐘的片長，道盡了台灣在近代史上的重要歷程。**該片自上映以來，口碑與票房雙雙亮眼，台灣上映僅10天便累積突破1,800萬元，成功擠進台灣影史紀錄片票房第八名，成為年度最具影響力的紀錄片之一。



職棒不只拚戰績、吉祥物！話題全壘打招式一次看

2024年大巨蛋點燈開打，不只是老球迷回流，新世代也湧進場。這波熱潮不只點燃棒球魂，也讓中職球團看見前所未有的市場潛力。行銷策略開始**從過去單一式的應援方式，轉向更講究「沉浸式體驗」的現場氛圍打造**，他們以什麼行銷策略，打造更多元的棒球文化？

- **中信兄弟不只打贏比賽 更玩轉流行文化助攻聲量** | 為了吸引更多不同族群走進球場，中信兄弟不再只靠棒球說話，而是靠Kpop擄獲新粉絲的心。SUPER JUNIOR D&E東海甚至在返韓後於IG曬出戴著中信兄弟球帽的照片，讓不少韓國與台灣粉絲感到驚喜，成功將「看球」文化帶進「韓流」。中信球團表示：我們希望**「看中信兄弟的比賽」不僅是一場賽事，而是一種完整的休閒娛樂體驗**，也持續強化主場娛樂氛圍營造。品牌總聲量一年內暴漲40.4%，榮獲2025網路口碑之星「觀光休閒」職業賽事的策略卓越獎。
- **話題全壘打招式大公開** | 中信兄弟2025年導入Trajekt智慧發球機系統，本來看起來超生硬的議題，球團反其道而行，用綜藝的拍法來場「王建民投手教練 vs 平野惠一總教練」的機器對決，整支影片熱血又搞笑，引起不少球迷討論。



【 2025/11/17, 今日新聞 】



【 2025/11/15, techritual 】

愛奇藝、Disney+輸它！台灣最強串流平台曝

台灣最強串流平台出爐！根據資策會公布「台灣影音觀看行為調查」，已經有高達75%用戶有付費訂閱習慣，其中冠軍由Netflix奪下，用戶比率超過50%以上，好戲不間斷討論度又高，Netflix成為台灣最強影音串流平台。

- **Netflix奪冠「吃台灣用戶訂閱數一半」** | 資策會在今年公布「台灣影音觀看行為調查」，顯示社群媒體平台是民眾觀看影音最普遍的管道，佔比75%；而使用線上串流平台以及看電視都是72%，比例也不低，其中串流影音平台以及社群比例都大幅度增加，53%增加觀看線上串流、48%增加觀看社群影音，顯見網路社群以及串流平台依舊有崛起趨勢。
- **線上串流平台Netflix奪雙冠軍** | 討論聲量突破56萬則，遙遙領先第二名的「愛奇藝」10萬則聲量。從節目、影集、動漫到電影類型豐富，搭配獨有的製作內容，在全球用戶已經超過3億，今年來講推出動畫電影《Kpop 獵魔女團》最為轟動，紅遍各個國家，接下來又即將推出《怪奇物語：第五季》、《殭屍校園：第二季》續集等，同樣都是全球超熱門影集，讓劇迷都相當期待。

Google Play 搜尋功能升級，精確顯示影視內容

在不斷演變的串流服務市場中，尋找合適的平台來觀看喜愛的電影和電視節目往往讓人感到困難。內容到底在哪個應用程式上可以找到？為了緩解這種困擾，Google宣布對其Google Play商店的搜尋功能進行重大升級，旨在簡化用戶尋找特定標題的過程。

- **新功能引入了「在哪裡觀看」的卡片** | 將為用戶提供詳細信息，告訴他們在哪裡可以找到特定的電影或電視節目。例如，如果用戶搜尋「The Last of Us」，結果將顯示 HBO Max、YouTube TV 和 Prime Video 等選項，還會提供快速安裝選項，方便那些尚未在設備上安裝相關應用程式的用戶。這種**精簡的方式旨在使尋找內容的過程更加直接**。
- **Google彌補了用戶和眾多串流選項之間的鴻溝** | 新的搜尋結果不僅突顯了特定標題的可用性，還可能成為類似 JustWatch 等現有服務的替代選擇，幫助用戶追蹤自己喜愛的內容在哪裡可以串流，使其成為任何希望探索觀看選擇，而不必在多個應用程式之間反覆切換的用戶的寶貴工具。Google 不僅增強了 Play 商店的功能，還使自己在串流生態系統中佔據了重要地位。



【2025/11/11, udn科技玩家】

YouTube推全新粉絲贊助功能 禮物超在地

YouTube 11/10宣布，正式在台灣市場推出其全新的粉絲贊助功能「寶石」與「禮物」。此功能繼去年在美國率先推出後，**台灣成為全球第二個上線的市場**，將讓觀眾在觀看「直式直播」(Vertical Live Streams)時，能以更具互動性的動畫特效表達支持，同時也為創作者提供新的營利機會。

YouTube表示之所以選擇台灣作為第二個導入市場，是觀察到台灣蓬勃發展的「粉絲文化」正持續推動創作者經濟。根據YouTube內部數據，台灣有超過5500個頻道透過粉絲贊助功能獲得收入，年增長達15%；而以粉絲贊助為主要收入來源的頻道數量，年增長更超過20%。為呼應在地文化，**YouTube特地為台灣市場設計了24款獨家的在地化「禮物」**，包含極具代表性的「珍珠奶茶」、「牛肉麵」、「鳳梨酥」，以及網路熱門的「水豚歡呼」、「比愛心」等。這些在地化禮物將與「柯基犬」、「神秘禮物」等26款全球同步的禮物一同提供。啟用後，此功能將自動套用至創作者所有的「直式直播」中(觀眾需透過YouTube行動應用程式購買與傳送)。



【2025/11/11, INSIDE】

流量下滑 8%！維基百科發聲：請改走付費高速公路

全球知名的線上知識庫維基百科11日正式**向AI開發商喊話，要求他們透過付費的Wikimedia Enterprise Platform服務來「負責任地」取用資料，以遏止AI機器人大規模的「網頁爬蟲」行為**。此舉旨在為維基百科確保一個永續的營運模式，應對嚴重的流量下滑危機。

維基百科的營運組織在一篇部落格文章中，明確呼籲AI業者在內容產出時，必須清楚標註其來源歸屬，並改用其付費產品Wikimedia Enterprise Platform來大規模存取資料。此「自由選擇加入」的付費服務，能讓企業在不「嚴重消耗維基百科伺服器」的前提下，取得所需資訊，同時實質上支持這個非營利組織的運作。

Wikimedia Foundation透露，雖然尚未揚言提告，但他們發現**有AI機器人偽裝成人類，對網站進行大規模的資料爬取**。令人憂心的是，「真人瀏覽量」卻較去年同期下降了8%。有鑑於此，維基百科訂下規範：生成式AI在引用資料時，應當註明來源歸屬，以感謝為內容付出的廣大人類志工。該組織強調，若造訪人次減少，不僅投入的志工會變少，支持其非營利工作的個人捐款人也將隨之縮減。



GPT-5.1

Flagship model

【2025/11/13, 科技報橘】

GPT-5.1登場！ 3大升級讓ChatGPT更暖、更多人設

OpenAI近日正式推出GPT-5.1，將讓ChatGPT更智慧、對話更愉快。此次更新，主要圍繞在語氣與互動風格的變革、人格預設與自訂風格功能的擴充，以及任務導向的模式分化三大面向。**推向更個性化、多樣化的方向。**

- 亮點一：語氣與互動風格「更像人」** | OpenAI指出，從測試回饋發現，模型在語氣上已經變得更加活潑且具娛樂性，讓使用者感受到一種更貼近人類的回覆方式，而不僅是單純的知識型回答，這也與GPT-5中常見的「超然」措辭形成鮮明對比。
- 亮點二：擴充個性預設與自訂風格功能** | OpenAI認為「一體適用」的時代已經過去，因此新的GPT-5.1特別擴大ChatGPT的語氣和個性控制，將AI助理從「單一角色」，升級為能夠匹配使用者個人需求的「多樣人設」。
- 亮點三：Instant與Thinking的任務導向分工** | Instant模式就像一位快速反應的助理，優先考慮速度與對話流暢度，適用於日常問答、集思廣益或文章摘要等場景。Thinking模式則更深思熟慮的助理，特別針對複雜任務、數學、邏輯、多步驟規劃或分析。

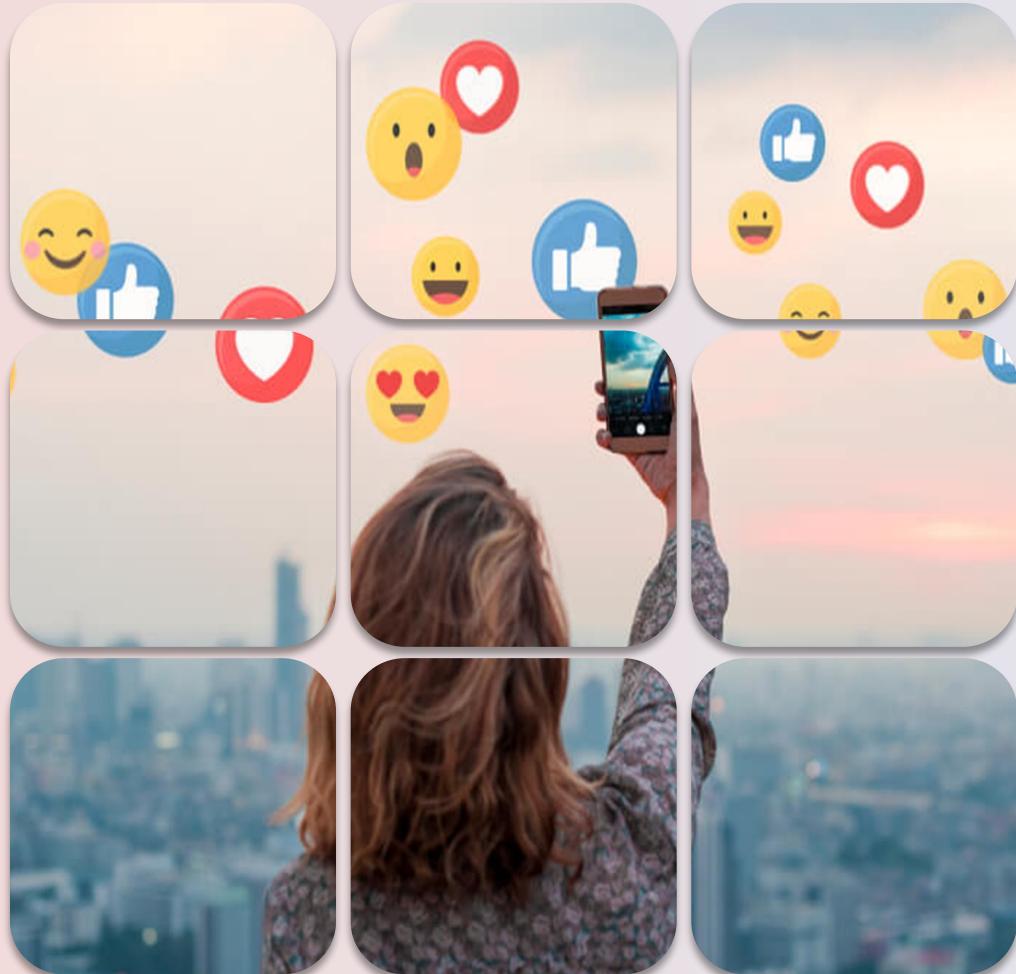


【2025/11/13, 未來商務】

為什麼台灣年輕人這麼會用AI？85%早已將AI融入日常！

Zoom委託獨立研究機構Kantar的最新研究指出，台灣「AI原生世代」（18至24歲）在AI使用普及度與技術成熟度上均領先亞太地區。調查顯示，**85%的台灣年輕受訪者已在生活中使用AI工具**，高於亞太平均水準；另有83%認為AI技能是維持職場競爭力的核心條件，反映出台灣勞動力在AI應用上的高度敏捷與前瞻性。

- 年輕世代期待AI+真人的混合客服體驗** | 72%受訪者希望企業提供AI聊天機器人以快速解決問題，但同時有66%表示應保留升級至真人客服的選項；55%認為AI難以處理複雜需求，47%則覺得AI回應過於制式或缺乏實質幫助。這說明，**即使在AI普及的時代，真實的人際互動仍是客戶體驗中不可或缺的元素**。與此同時，AI原生世代對人際交流的期待亦明顯高於年長族群。
- 近六成台灣AI原生世代重視職場中AI的隱私與安全問題** | 台灣年輕世代具高資安意識，59%表示在職場中關注AI的隱私與安全議題，比例位居亞太區前三。Zoom亦已在地資料中心強化安全承諾，推動安全且高效的AI協作體驗。



02

網紅觀察站

Influencer



【親子類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10



湘荷妹妹	2,724,712
杰司 · 難搞	1,220,201
陳彥婷 Tiffany	879,557
濱樺 Ben 김도해	825,564
好味小姐脆脆	775,633
鷹式一家	610,964
酷洛妮-目前是個嬰兒	593,411
りゅなな	565,731
謝羽妍	561,554
I'm Jonas	507,270

Facebook 口碑數量 TOP10



Nico品筠&Kim京輝 【那對夫妻】	1,049,663
胖老闆餅乾拍賣中心	873,473
米可白	804,342
洪小鈴	784,641
陳彥婷 tiffany	709,063
邵瑞峰	676,730
王宏哲教養、育兒寶典	675,519
莎莎直播粉絲團	441,873
艾倫老爹	325,906
鷹式一家	290,124

Youtube 口碑數量 TOP10



寶寶巴士-中文兒歌童謡	1,332,961
Dudu Xiaokanai	1,129,366
木星人	999,940
りゅなりさ	944,850
Cute baby	655,693
鷹式一家 Eaglsh Family	503,862
啾啾鞋	424,177
恩恩老師EanTV	267,709
法國Anna	239,856
碰碰狐 鯊魚寶寶	230,419





03

熱門話題

Hot Topics



#hashtag排行榜

排名

Hashtag

1 #萬聖節

2 #雙11

3 #halloween

4 #台灣

5 #高雄

6 #日本

7 #美食

8 #fbifestyle

9 #搞笑

10 #台北美食



宏將傳媒

11月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

#萬聖節
即新聞 平均互動數 1.9萬
 平均互動率 0.65%#雙11
楊桃美食網 平均互動數 9,569
 平均互動率 0.24%#halloween
林佑星 平均互動數 1.1萬
 平均互動率 6.48%#台灣
赫絲藝術美甲 平均互動數 3.7萬
 平均互動率 136%#高雄
大豐大哥大 平均互動數 1.6萬
 平均互動率 8.1%#日本
Keyboard桑日本
旅遊達人吳建盤 平均互動數 1萬
 平均互動率 8.01%#美食
大豐大哥大 平均互動數 1.5萬
 平均互動率 7.76%#fblifestyle
Ky料理分享 平均互動數 2.1萬
 平均互動率 7.64%#搞笑
黃導爆爆 平均互動數 1.3萬
 平均互動率 29.1%#台北美食
無法停止的嘴 平均互動數 4,726
 平均互動率 7.37%



04

國際案例

Case Share



必勝客以幽默廣告與互動體驗推動節日促銷

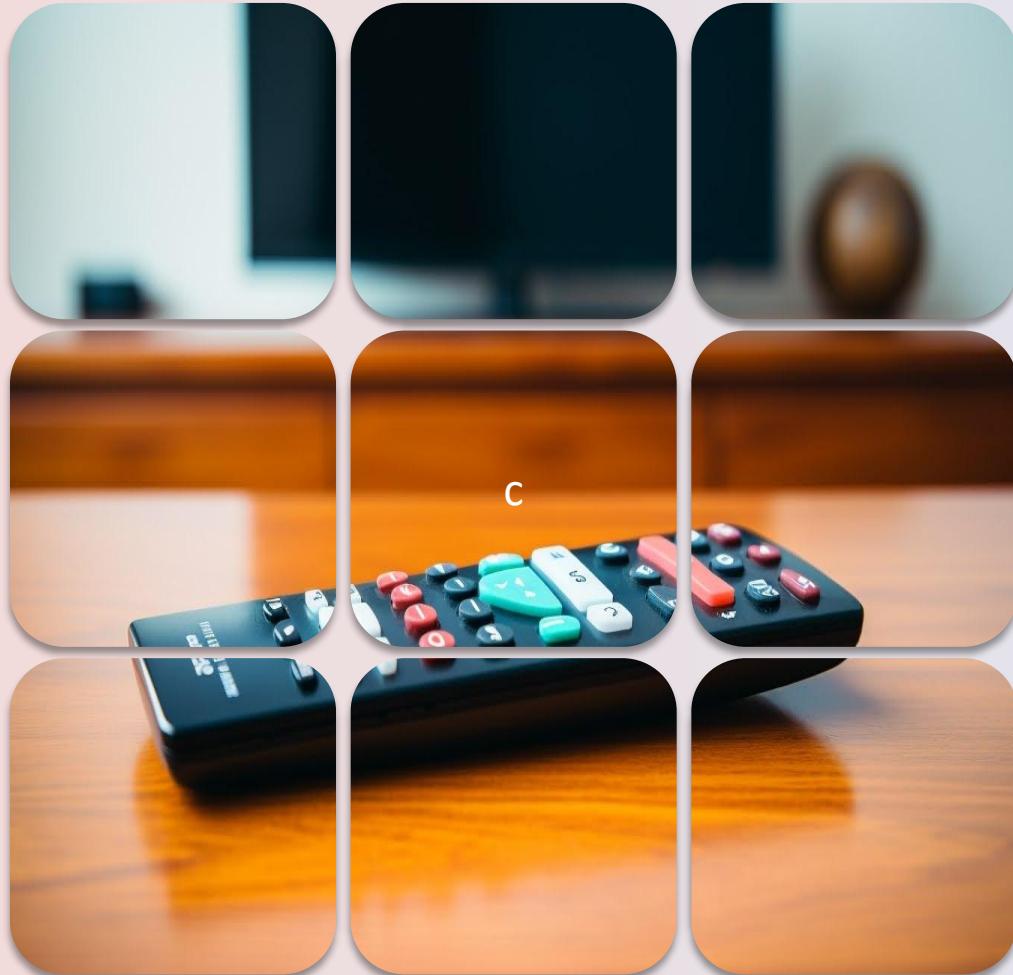
Pizza Hut 推出以節慶為主題的行銷活動，邀請四分衛 Josh Allen 代言，主打回歸的 Triple Treat Box。這款限定餐盒約 20 美元，包含兩個中型披薩、麵包棒與甜點，並搭配節慶包裝。掃描餐盒還能玩交換禮物遊戲，有機會抽到優惠碼與禮品卡，增加互動與驚喜感。



- 幽默風格的節慶廣告** | 活動推出多支短片，以輕鬆搞笑的節慶情境吸引觀眾。Josh Allen 穿著節慶毛衣亮相介紹餐盒，另一支廣告則演出爸爸帶馴鹿到派對、造成混亂的趣味劇情，讓品牌的「高 CP 值」訊息更易被記住。
- 跨界合作強化話題熱度** | Pizza Hut 與節慶毛衣品牌 Tipsy Elves 推出聯名商品，並與 Bucketlisters 合作快閃活動，邀請創作者拍攝節慶內容。同時也攜手 iHeartRadio Jingle Ball，推出 Triple Treat Fan Pass，讓消費者有機會參加全美的節慶活動，提高曝光度。
- 呼應市場對「高 CP 值」的需求** | 在物價上漲的環境下，餐飲市場普遍以超值組合作為吸引策略。Pizza Hut 以 Triple Treat Box 直接回應消費者對「划算又方便」的需求，鎖定節慶聚會、家庭用餐等情境。
- 品牌面臨的挑戰與調整** | 雖然活動豐富，但 Pizza Hut 在美國已連續七季同店銷售下滑。母公司 Yum Brands 正重新檢視策略，希望藉由品牌力與大規模布局，在競爭激烈的披薩市場重新建立領導地位。這次節慶行銷就是品牌試圖重新提升關注度的重要一步。



資料來源：[marketingdive 2025-11-13](https://marketingdive.com/article/pizza-hut-triple-treat-box-marketing-strategy/)



05

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	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	3.03
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.93
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.56
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.95
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.40
6	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.26
7	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	娛樂綜藝	1.08
8	寶島西米樂傳承莊廣和堂轉	TTV	閩南語連續劇	0.96
9	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.95
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94
11	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.89
12	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.88
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.83
14	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.78
15	醫學大聯盟娘家明適保EX	FTV	競賽綜藝	0.71
16	醫學大聯盟	FTV	競賽綜藝	0.68
17	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.65
18	1300好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	0.62
19	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.59
20	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.56

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	2.37
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.81
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.59
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.31
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.91
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.91
7	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.87
8	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.84
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.83
10	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.82
11	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.77
12	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.76
13	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.73
14	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.69
15	大愛劇接住流星的人	DaAi	國語連續劇	0.69
16	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.69
17	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.68
18	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.66
19	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.66
20	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.66

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	1.48
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.39
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.28
4	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.24
5	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	1.17
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.92
7	最強的身體福爾威創快節	TTV	競賽綜藝	0.68
8	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.68
9	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.67
10	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.61

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	1.94
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.91
3	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.78
4	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.23
5	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.22
6	天才衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	1.20
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.10
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.88
9	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.77
10	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.17
2	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	1.15
3	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.11
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.89
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
6	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.76
7	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	0.64
8	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.61
9	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.56
10	醫學大聯盟	FTV	競賽綜藝	0.55

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	5.04
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	4.79
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.36
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.56
5	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	2.11
6	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	娛樂綜藝	1.82
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.50
8	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.46
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.42
10	寶島西米樂傳承莊廣和堂轉	TTV	閩南語連續劇	1.38

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	1.27
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.94
3	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.64
4	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.59
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.56
6	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.51
7	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.45
8	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.44
9	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.44
10	綜藝大熱門台塑石油APP	SL2	資訊綜藝	0.43

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	1.10
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.82
3	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.73
4	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.72
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.69
6	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.64
7	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.62
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.56
9	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.52
10	食尚玩家天菜就醬吃	TVBSG	美食、旅遊節目	0.50

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	1.45
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.16
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.72
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.66
5	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.60
6	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.52
7	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.46
8	舊金山美容院享食尚甘好	TVBSG	國語連續劇	0.46
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.45
10	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.41

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	4.26
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.29
3	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.40
4	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.24
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.69
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.64
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.47
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.33
9	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	1.18
10	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	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	0.93	0.34	0.44	0.62	1.50
TTV/台視	0.48	0.23	0.24	0.38	0.72
FTV/民視	0.44	0.14	0.21	0.20	0.79
CTS/華視	0.19	0.07	0.12	0.17	0.29
<hr/>					
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	0.73	0.24	0.29	0.56	1.18
ET-N/東森新聞	0.62	0.25	0.27	0.48	0.98
SETN/三立新聞	0.46	0.13	0.09	0.25	0.83
FTVN/民視新聞	0.45	0.06	0.19	0.20	0.83
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.06	0.04	0.15	0.49
NTVN/壹新聞	0.21	0.04	0.13	0.17	0.31
CTS-N/華視新聞資訊台	0.19	0.12	0.08	0.16	0.29
UBN/非凡新聞	0.16	0.03	0.07	0.09	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.06	0.06	0.10	0.25
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.04	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.01	0.04

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	3.03
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.59
3	寶島西米樂傳承莊廣和堂轉	TTV	0.96
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.83
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.77
6	大愛劇接住流星的人	DaAi	0.69
7	1300好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	0.62
8	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.59
9	舊金山美容院享食尚甘甘好	TVBSG	0.50
10	墨雨雲間2000	CTIE	0.50

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.31
2	台灣最前線	FTVN	0.91
3	新台灣加油	SETN	0.91
4	非凡最前線	UBN	0.87
5	少康戰情室	TVBS	0.82
6	驚爆新聞線2200	SETN	0.76
7	驚爆新聞線2100	SETN	0.73
8	重返時間線	EFNC	0.69
9	最前線報告	UBN	0.69
10	最前線直擊	UBN	0.68

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	2.93
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	2.56
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.37
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	1.95
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.81
6	飢餓遊戲	CTV	1.40
7	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	1.08
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.95
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.89
10	綜藝玩很大	CTV	0.88

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.26
2	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.84
3	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.58
4	型男大主廚好菇道	SL2	0.51
5	非凡大探索	UBN	0.44
6	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	0.36
7	愛玩客之移動廚房	SANLI	0.34
8	食尚玩家天菜就醬吃	TVBSG	0.33
9	直25 26NBA勇VS馬	VLSPT	0.30
10	直25 26NBA湖VS公	VLSPT	0.29

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