

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

 Vol.2551
12.15 ~ 12.21



Media Drive
宏將傳媒

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

24 Dec, 2025

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

AI 內容監管升級 · YouTube 重手封殺誤導內容

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/12 【彩妝】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 12月 #hashtag排行榜

4

國際視野 **MediaTrend**

從手機到大螢幕：Instagram 啟動 TV 版 Reels 佈局

5

消費者洞察 **Insight**

2025年線上廣告觀看偏好內容調查

6

收視調查 **Ratings**

2025/12/15-2025/12/21



01

媒體放大鏡

Media News



【[2025/12/22, 科技新報](#)】

AI 內容監管升級，YouTube 重手封殺誤導內容

YouTube近日宣布永禁兩個大型頻道Screen Culture和KH Studio，**因上傳AI假電影預告受譴責，誤導觀眾並違反平台垃圾信件和誤導性數據政策**。迪士尼等多家影業公司施壓YouTube，最近迪士尼還告知Google停止侵權。

兩個頻道訂閱數共約200萬，觀看次數超過10億。YouTube表示，頻道因多次違反垃圾信件和誤導性後設資料規則遭終止，現在點進頁面會看到YouTube移除通知。頻道以官方影片與AI影音合成拼接，做出超真實的預告片，如(芭比2)及(驚奇4超人)等假預告。

這事件引發觀眾擔憂，**因假AI預告片的搜尋結果通常比官方資訊更靠前，誤導觀眾相信不存在或未宣布的事情是真的，削弱人們對YouTube搜尋結果和推薦系統的信任**。影視公司也對生成式AI模型大規模侵犯版權表示擔憂，迪士尼停止侵權通知和要求轉移廣告收入請求，顯示施壓平台負起法律和財務責任也不斷增長。**YouTube表示支持AI創新，但對誤導性內容有劃出界限，並改善檢測工具**。批評者指出，檢測被操縱媒體的技術挑戰仍在，且資源密集。YouTube執法行動可能會影響其他平台(如TikTok、Instagram)。

當串流買下好萊塢，對台灣不是「追劇更方便」而已

「Netflix要收購華納兄弟」這句話在台灣流傳得很快，但它的危險在於太簡化。對台灣而言，它的影響不只是「訂閱漲不漲」。更核心的問題是：當全球最強勢的平台之一，進一步把頂級內容工業的上游與片庫整合進來，台灣的影視產業、電信通路、乃至文化政策工具箱，會不會被迫在更不利的結構裡重新定位？

- **第一重影響：台灣觀眾可能面對更高的「平台定價力」** | 當 HBO/華納的內容庫與Netflix更緊密結合，**觀眾的替代選擇會變少，平台的漲價空間就會變大**。而Netflix以「要對抗 YouTube」作為規模正當化，也凸顯其戰略已從「訂戶競爭」轉向「注意力總量」的壟斷式競賽。台灣市場規模更小、價格彈性更低，**一旦上游內容與平台綁定，消費者的選擇權其實更脆弱**。
- **第二重影響：本土OTT與電信系平台將被迫重算片庫，甚至走向整併** | 台灣OTT長期仰賴「國際片庫+少量自製」維持訂閱吸引力，一旦這些內容更偏向Netflix的獨佔或優先，本土平台就會面臨兩難：提高採購預算與Netflix競價；改以本土內容與利基品類求生。



【[2025/12/16, YAHOO新聞](#)】



【[2025/12/19, udn科技玩家](#)】

臉書測試新政策「貼連結分享需付費解鎖」

相關消息指稱，Meta正悄悄地在Facebook平台測試一項極具爭議的新政策：將「分享連結」變成付費功能。如果依賴Facebook導流的網紅、部落客或團購主沒有付費訂閱藍勾勾認證，未來每個月可能只能在貼文中附上最多2次的外部連結。

- **沒付錢？一個月只能導流2次** | 部分使用Facebook「專業模式」的創作者近期收到通知，被告知若沒付費訂閱藍勾勾認證，每月將限制只能發佈2則帶有連結的自然貼文。只要超過2次，Facebook就會擋下貼文內容。
- **官方證實：測試「連結」是否有價** | Meta發言人隨後證實這項測試的存在，強調目前只是一個「有限度的測試」，對象主要針對使用專業模式的創作者與頁面，一般的新聞媒體出版商暫時不在限制範圍內。
- **從「演算法降觸及」變成「付費牆擋路」** | 這顯示Meta對於「流量外溢」的容忍度已經降到了冰點。經營粉專的人都知道，Facebook的演算法極度不喜歡外部連結，只要貼文帶有連結，觸及率通常會被砍到見骨。現在Meta打算直接用「硬性規定」來限制使用者。

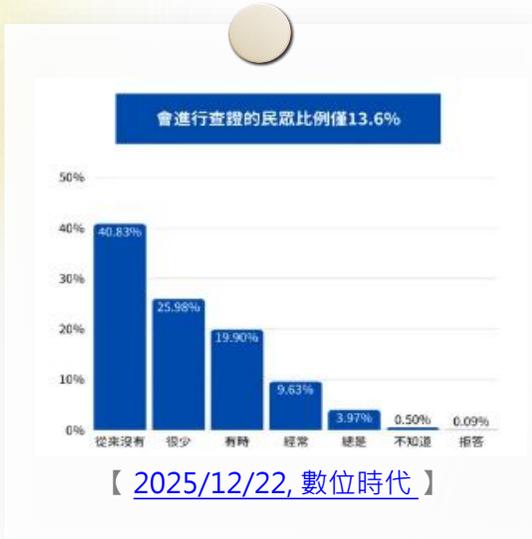


【[2025/12/19, INSIDE](#)】

ChatGPT變App商城！能直接與外部服務進行串接

OpenAI宣布在ChatGPT平台內推出全新的「應用程式目錄」，讓使用者可以直接將ChatGPT與外部服務(如 Spotify、Dropbox、Apple Music 等)進行串接，實現「一邊聊天、一邊辦事」的場景，也意味 ChatGPT 向「超級 App」邁出關鍵一步。

- **從「對話」到「行動」：動口就能訂餐、做簡報** | 這次推出的應用程式目錄將分為功能、生活及生產力三大類別。過去使用 ChatGPT 可能還需要自行複製貼上資料，現在透過「應用程式」的功能，即可讓 AI 直接讀取或操作外部服務的數據。
- **開放生態圈：開發者也能上架 App** | 除了官方合作夥伴，OpenAI 也正式向第三方開發者敞開大門。鼓勵開發者打造具備「原生聊天體驗」的應用程式。OpenAI 也透露未來將研究內部的收益機制，代表 ChatGPT 有機會發展成類似蘋果 App Store 的龐大經濟規模。
- **分析觀點：Agent 時代的「App Store 時刻」？** | AI 從單純的「生成內容」進化為能執行任務的「代理人」。未來的 App 可能不再需要複雜的圖形介面，只要把後端 API 寫好，讓 ChatGPT 充當你的前端，或許就是下一個流量紅利所在。



《台灣網路報告》：逾6成民眾對假訊息「憑直覺不查證」

根據財團法人台灣網路資訊中心的《2025年台灣網路報告》，針對年滿 18 歲以上民眾，採用隨機抽樣。報告調查了台灣民眾整體網路使用概況，包括連網方式、頻率，以及社群媒體、AI等新興科技應用的影響，以下為本文整理亮點：

- **亮點一：社群版圖洗牌！Threads 爆發成長躍升第三名** | 台灣社群版圖呈現顯著的碎片化與分眾化趨勢，雖然 Facebook 以 51.38% 的佔比穩居民眾「最常使用社群平台」首位，但相較去年已趨於停滯；居次的 Instagram 佔比則下滑至 21.07%，成長動能面臨挑戰。年度最大亮點為 Threads，以 4.57% 的使用佔比爆發性成長至第三名，一舉超越 TikTok (抖音) 與 PTT。
- **亮點二：6成民眾自認能辨真偽，僅1成實際查證** | 資訊來源的零碎化卻導致了「假性賦能」現象，雖有近6成民眾自認有能力辨別假訊息，以及65.8% 的人已強烈感受到認知作戰的威脅，但有高達 65.91% 的上網民眾「從不或很少」主動查核資訊。這項落差顯示人們對假訊息的防禦力仍停留在「高度自信、低度行動」階段，往往仍習慣「憑感覺」判斷，而非使用事實查核工具。



71%消費者期待品牌更懂我！AI + 多模態搜尋改寫搜尋行為

Google 台灣客戶解決方案副總經理李卓勳在「2025 MarTech for Impact 行銷科技高峰會」上，以AI 重塑的內容共生策略與搜尋體驗為主題，點出關鍵字已不再是唯一的入口，取而代之的是「多模態」的搜尋體驗。當 AI 滲透大眾生活，帶來哪三大轉變？

- **轉變一、「眼見」即「所尋」，搜尋不再只是打字** | 這樣的轉變在年輕世代中尤為明顯。消費者的需求觸發點變得更加直覺且隨機，對於行銷人員而言，若僅依靠文字關鍵字來了解消費者，將難以捕捉到這些發生在相機鏡頭裡的潛在商機。
- **轉變二、71%消費者期待「即時」且「懂我」的回應** | AI 更深刻影響了消費者的決策歷程，他們在搜尋、滑社群平台、觀看串流影音與下單購買之間無縫跳轉，平均每個購物歷程涉及超過 9 個資訊接觸點。這種複雜的行為模式背後，隱藏著消費者對品牌更高的期待。
- **轉變三、25%年輕族群以「較長且口語化」的語句進行搜尋** | 相比過去僅輸入「海灘褲」這樣的破碎關鍵字；如今使用者更傾向直接像在問朋友一樣詢問搜尋引擎。對品牌而言，不能再只死守單一關鍵字，必須思考如何精準回答消費者「具體問題」的優質內容。



02

網紅觀察站 Influencer

12月【彩妝類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
1	郁欣Ivy 1,352,913 livia 1,101,572 Ivan Chang 996,793 翊婷 903,257 AnN HsU 許瑋甯 774,111 柯佳嫻 701,235 黃琳媛Ally 688,614 愛麗 Ellie 658,664 上腫 634,954 曾敬驊 614,859

Facebook 口碑數量 TOP10	
1	張鈞甯Ning Chang 520,298 阿荷的直播殿堂 519,536 何美 Homei 448,212 我是查理 I'm Charlene 436,575 小草Grass 日々は楽しさ 349,209 日本購物血拼中毒者 319,702 曾之喬 308,265 曾智希 Simba 269,230 愛麗絲氛圍插畫 268,991 柯佳嫻 Alice Ko 241,264

Youtube 口碑數量 TOP10	
1	Daisy 889,444 用影像說故事 Lima 497,023 愛麗絲氛圍插畫 489,050 郁欣IVY 384,558 Dr. Grace 252,071 丹妮婁姐星球 197,728 itsPeachi 195,928 Hello Catie 191,632 日本人娜娜 なな 185,558 0元💰不用錢 175,373





03

熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#聖誕節
2	#taiwam
3	#台北美食
4	#搞笑
5	#fyp
6	#台中美食
7	#台中
8	#dance
9	#ootd
10	#日本

12月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1  **#聖誕節**
尼克妹
平均互動數 4.1萬
平均互動率 49.3%

2  **#taiwan**
奶肌哥哥
平均互動數 8.1萬
平均互動率 186%

3  **#台北美食**
大食女
平均互動數 3.3萬
平均互動率 6.94%

4  **#搞笑**
王惟漢Kevin
平均互動數 25.8萬
平均互動率 86.3%

5  **#fyp**
過癮萬事屋
平均互動數 9.1萬
平均互動率 96%

6  **#台中美食**
大食女
平均互動數 6萬
平均互動率 12.7%

7  **#台中**
Min
平均互動數 2.9萬
平均互動率 17.8%

8  **#dance**
Anita
平均互動數 13.5萬
平均互動率 33.3%

9  **#ootd**
Barbie Lee
平均互動數 20萬
平均互動率 105%

10  **#日本**
陳柏帆
平均互動數 22.3萬
平均互動率 2,694%



04

國際案例

Case Share

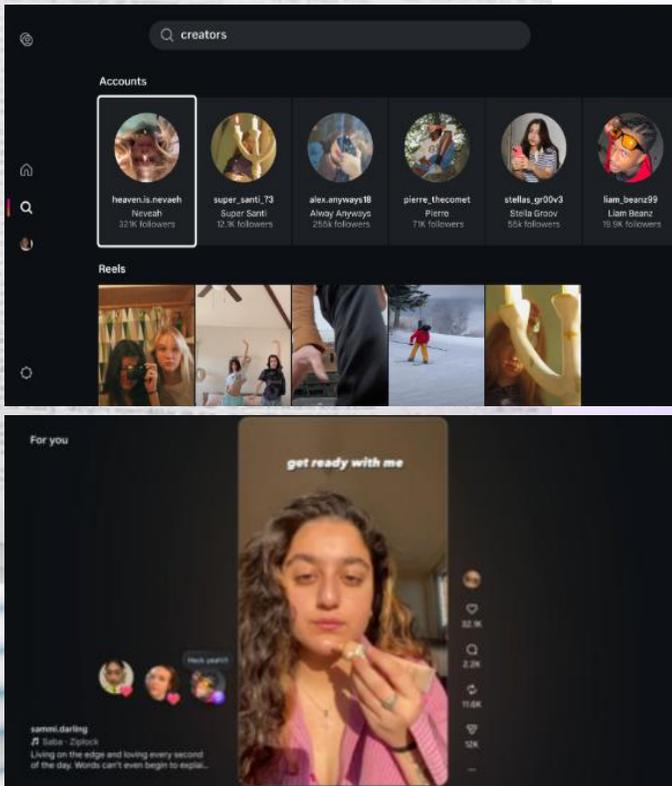
從手機到大螢幕：Instagram 啟動TV版Reels佈局

隨著短影音成為主流，Instagram正式把 Reels 從手機帶進客廳，首次進軍電視平台。Meta希望透過大螢幕觀看體驗，延長用戶停留時間，也搶占更多家庭娛樂時段，讓原本屬於滑手機行為，變成朋友聚在一起觀看的社交活動。Instagram推出「Instagram for TV」測試版，讓用戶可直接在智慧電視上觀看Reels。此App目前僅支援美國市場，並率先登上Amazon Fire TV系列裝置，未來將逐步擴展至更多電視平台與地區。

- **真的有人想在電視上滑IG嗎？** | 面對外界質疑，Instagram表示內部回饋需求明確。官方指出，許多用戶早已有「和朋友一起看Reels」的使用情境，**電視反而更適合分享與討論，也讓短影音不再只是個人行為。**
- **不是IGTV捲土重來** | Instagram強調，TV版App與過去的IGTV並不相同。IGTV主打長影音並已在2022年結束，而現在的重心完全放在Reels，目標是**搶攻大螢幕的短影音觀看時間，與TikTok、YouTube等平台競爭。**
- **為電視重新設計的觀看體驗** | Instagram for TV會依使用者興趣推薦內容，並將Reels依搞笑、運動、音樂、生活風格等分類整理，支援連續自動播放、搜尋功能，以及最多五個帳號同時使用，甚至可建立專屬的電視觀看帳號。
- **廣告暫時缺席，但未來可期** | 目前TV版 App尚未加入廣告，但Instagram表示，未來不排除導入變現模式，隨著使用習慣成熟，電視可能成為Reels新的關鍵戰場。



資料來源：[variety 2025-12-16](https://www.variety.com/2025/12/16/instagram-tv-reels/)





05

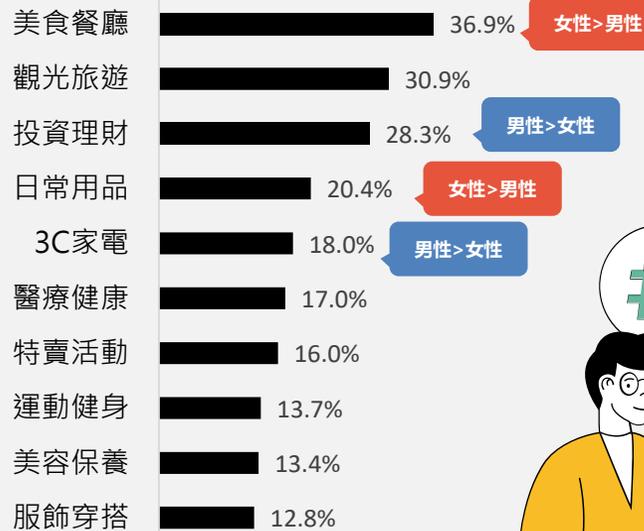
消費者洞察 Insight

2025年線上廣告觀看偏好內容調查

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 最新《2025年線上廣告觀看偏好內容調查》，在社群平台與通訊軟體中，消費者最常接觸的線上廣告類型為「美食餐廳」(36.9%)，其次為觀光旅遊(30.9%)與投資理財(28.3%)，日常用品(20.4%)與3C家電(18.0%)相對較低。

進一步觀察族群差異，女性較常觀看「美食餐廳」與「日常用品」，男性則以「投資理財」為主；18-24歲偏好日常用品，45-54歲較關注3C家電，而55-65歲在美食、旅遊、投資理財與醫療健康的觀看比重皆較高，且旅遊與投資理財隨年齡上升而增加。

請問您通常會在社群平台或通訊軟體上觀看哪些「內容類型」的線上廣告？
(複選，至多5項)



依年齡檢視	18-25歲	26-35歲	36-45歲	46-55歲	56-65歲
	114份	210份	241份	244份	259份
美食餐廳	24.6%	31.9%	31.1%	38.9%	49.8%
觀光旅遊	16.7%	23.8%	30.7%	34.0%	40.2%
投資理財	21.9%	24.3%	29.5%	29.9%	31.7%
日常用品	25.4%	22.4%	18.3%	21.3%	17.8%
3C家電	16.7%	19.0%	14.5%	20.1%	18.9%
醫療健康	11.4%	11.9%	9.5%	20.5%	27.4%



06

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PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	3.33
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	3.17
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.59
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.07
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.31
6	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	閩南語連續劇	1.03
7	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.02
8	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.01
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
10	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.93
11	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.91
12	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.90
13	豬哥亮經典秀PP石墨烯超導	FTV	娛樂綜藝	0.86
14	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.84
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.84
16	醫學大聯盟宇澄創業Y秘緹	FTV	競賽綜藝	0.69
17	航海王30	TTV	卡通影片	0.64
18	1300好運來PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	0.64
19	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.62
20	姊妹亮起來TCL變頻空調	FTV	資訊綜藝	0.60

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	2.24
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.72
3	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.38
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.99
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.95
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.94
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.85
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.83
9	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.83
10	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.80
11	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.79
12	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.70
13	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.67
14	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.66
15	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.65
16	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.64
17	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.64
18	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.64
19	真相對話錄	NTVN	新聞性質節目	0.64
20	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.64

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.18
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.79
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.35
4	好運來PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	1.25
5	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.16
6	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.92
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.89
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.80
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.70
10	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.65

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	1.36
2	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	1.23
3	好運來PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	1.12
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.09
5	航海王30	TTV	卡通影片	1.05
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.96
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.90
8	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	閩南語連續劇	0.87
9	花甲少年趣旅行佳倍優	TTV	美食、旅遊節目	0.70
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.67

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	2.22
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.87
3	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.84
4	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.35
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.22
6	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.04
7	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	1.03
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.02
9	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	閩南語連續劇	0.97
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	5.46
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	5.22
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.08
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.48
5	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.89
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.82
7	豬哥亮經典秀PP石墨烯超導	FTV	娛樂綜藝	1.62
8	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.38
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.37
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.36

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	0.90
2	急先鋒	LSTM	國片	0.87
3	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.70
4	2000我的婆婆2ONE BOY智能	SL2	閩南語連續劇	0.62
5	綜藝大熱門	SL2	資訊綜藝	0.59
6	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	美食、旅遊節目	0.57
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.54
8	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.49
9	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.46
10	NEWS金探號	UBN	新聞性質節目	0.46

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.00
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.75
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.61
4	型男大主廚PP石墨烯超導被	SL2	美食、旅遊節目	0.55
5	真相對話錄	NTVN	新聞性質節目	0.47
6	監所男子囚生記佳倍優2100	GTV-D	國語連續劇	0.40
7	2000我的婆婆2ONE BOY智能	SL2	閩南語連續劇	0.38
8	1900請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.38
9	1100趨勢造夢者	EFNC	新聞性質節目	0.37
10	移居世界秘境日本人好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.37

35-49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	1.12
2	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	0.96
3	前進海港跟拍豪華郵輪造船	VLJP	資訊綜藝	0.72
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.62
5	食尚玩家2天1夜go	TVBSG	美食、旅遊節目	0.60
6	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.59
7	真相對話錄	NTVN	新聞性質節目	0.58
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.57
9	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.57
10	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.57

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	4.07
2	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.01
3	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.75
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.69
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.57
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.42
7	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.11
8	TVBS文茜的世界周報	TVBS	新聞性質節目	1.11
9	台灣亮起來	SETN	新聞性質節目	1.03
10	大愛劇新何處是我家	DaAi	閩南語連續劇	1.02

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	0.82	0.33	0.36	0.59	1.32
TTV/台視	0.46	0.23	0.25	0.31	0.71
FTV/民視	0.41	0.15	0.19	0.22	0.71
CTS/華視	0.17	0.08	0.09	0.13	0.27
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	0.60	0.19	0.26	0.44	0.97
ET-N/東森新聞	0.50	0.19	0.18	0.36	0.81
SETN/三立新聞	0.37	0.10	0.11	0.20	0.68
FTVN/民視新聞	0.35	0.06	0.13	0.16	0.65
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.04	0.04	0.10	0.39
NTVN/壹新聞	0.17	0.03	0.09	0.18	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.11	0.06	0.14	0.23
UBN/非凡新聞	0.15	0.02	0.06	0.07	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.04	0.04	0.11	0.22
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.03	0.03	0.08
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.00	0.01	0.03



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來PP石墨烯超導被	FTV	3.33
2	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	1.38
3	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	1.03
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.94
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.70
6	1300好運來PP石墨烯超導被	FTV	0.64
7	大愛劇新何處是我家	DaAi	0.61
8	1900親家安美諾美白修護霜	SANLI	0.56
9	YES SIR新兵日記之安美諾	FTV	0.55
10	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.55

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2200	SETN	0.99
2	台灣演義	FTVN	0.95
3	驚爆新聞線2100	SETN	0.85
4	台灣最前線	FTVN	0.83
5	非凡最前線	UBN	0.83
6	少康戰情室	TVBS	0.80
7	新台灣加油	SETN	0.79
8	新台派上線	SETN	0.67
9	話時代人物	SETN	0.66
10	錢線百分百	UBN	0.65

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.17
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	2.59
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.24
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.07
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.72
6	飢餓遊戲	CTV	1.31
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.01
8	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	0.93
9	綜藝玩很大	CTV	0.91
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.90

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.02
2	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.57
3	型男大主廚PP石墨烯超導被	SL2	0.54
4	非凡大探索	UBN	0.41
5	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.36
6	花甲少年趣旅行佳倍優	TTV	0.36
7	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.34
8	神之路愛妮雅化妝品	ETTV	0.32
9	詹姆士出走料理佳倍優	GTV-1	0.31
10	大胃女王吃遍巨大美食	VLJP	0.31

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