

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

 Vol.2552
12.22 ~ 12.28



Media Drive
宏將傳媒

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

31 Dec, 2025

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

年度社群梗揭曉！今年你有「從從容容游刃有餘」嗎？

3

熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 12月 #hashtag排行榜

5

數位廣告速報 **Digital Ads**

兩大平台最新行銷趨勢

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/12 【露營】社群媒體帳號排行Top10

4

國際視野 **Media Trend**

回顧 2025 · 數位健康行銷正在改變什麼？

6

收視調查 **Ratings**

2025/12/22-2025/12/28



01

媒體放大鏡

Media News



【2025/12/28, 網路溫度計】

年度社群梗揭曉！今年你有「從從容容游刃有餘」嗎？

回顧2025年，社群迷因的更迭速度簡直比翻書還快！但是！網路世界瞬息萬變，究竟上半年的王者能否守住江山？還是會被後起之秀超車？究竟誰才是2025年最強的「社群爆紅迷因」？來都來了，一起來從從容容游刃有餘地揭曉吧！

- **No.1 來都來了** | 「來都來了」再度拿下2025年度迷因冠軍。這句原本平凡的勸世語，因震驚全網的中國「南京紅姐事件」而染上了極度荒謬與黑色的色彩。這句充滿無奈、荒誕卻又極致真實的人性金句，瞬間引爆網路。隨後被廣泛應用，成為當代人面對「不想做但不得不做」時的自我解嘲，從品牌行銷到日常瑣事無所不在，持續創造討論聲量。
- **No.2 從從容容游刃有餘** | 「本來應該從從容容、游刃有餘，現在是匆匆忙忙、連滾帶爬！」這句充滿節奏感的怒吼，讓王世堅意外變身2025年爆紅迷因的焦點人物。經由音樂博主「王搏」改編為電音單曲〈沒出息〉後，魔性旋律瞬間在兩岸社群病毒式傳播。其強烈的反差感成為網友自嘲生活崩壞的萬用金句，從職場打氣到崩潰自嘲，應用場景無所不包。



【2025/12/24, 網路溫度計】

盤點2025年度話題台劇 TOP10！

2025年的台劇題材呈現出高度多元的樣貌，無論是犯罪醫療、家庭寫實、時代職人，還是婚姻與政治題材，都在今年輪流成為話題焦點，讓整體台劇市場顯得格外熱鬧。本次整理，將帶你回顧2025年哪些台劇在討論中持續被提起，成為年度話題焦點。

- **No.1 《零日攻擊》** | 《零日攻擊》拿下2025年話題台劇榜冠軍，關鍵在於它正面觸及政治與國安議題，這也是過去台劇較少深入描寫的題材。從選舉操作、兩岸關係，到認知作戰與政府決策，政治相關的聲量約占整體討論的39.5%，不少觀眾在追劇時，討論焦點不只停留在角色或劇情，而是延伸到選舉操作、媒體角色與政府決策的現實對照，引發不同立場的解讀與討論。
- **No.2 《忘了我記得》** | 自2025年5月23日在Netflix上線後，連續兩週占據排行榜第一名，該劇在全球最大的網路電影資料庫獲得8.1分評價，被視為近年評分表現相當突出的台劇。秦漢詮釋失智父親從日常失誤到逐漸退化的過程，被認為細節真實、節奏克制，與謝盈萱之間的父女對手戲，也讓不少觀眾在觀看時反覆對照自身經驗，「催淚、掙扎、長照」因此成為最常被提及的觀後關鍵字之一。

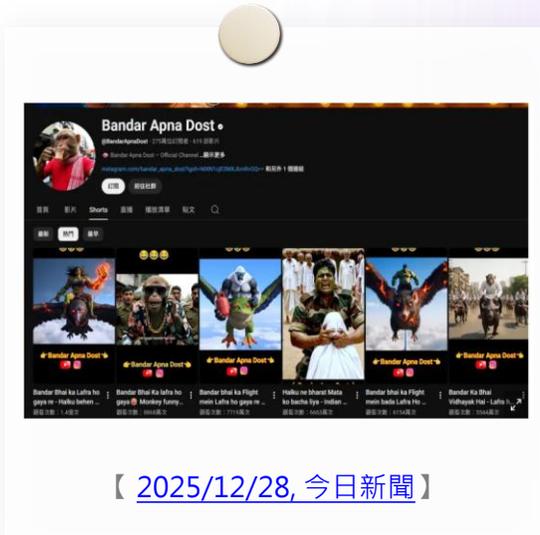


YouTube也懂諧音眼！用中文能找英、韓、日文歌

YouTube上有許多國外音樂人的MV，不過有時我們會忘記想聽的歌的確切名稱，讓搜尋變得困難。不過近日有網友發現，Youtube也懂「諧音眼」，可以輕鬆地用中文的諧音來找到想聽的歌。

有網友在Threads發文，表示自己發現「**原來YouTube是可以中文搜尋英文歌的**」，並PO出自己用「哇嘎哇嘎 欵欵」成功搜出夏奇拉的《Waka Waka》的畫面。這讓許多網友前往實測，發現真的可以。更有網友發現，這招不但適用於英文，韓文、日文甚至台語通通可以，用「搜打怕」可以找到Saja Boys的《Soda Pop》，而「龍柱回桃」可以找到茄子蛋的《浪子回頭》。

此外，只要打「你說」，就會跳出《夢醒時分》的MV，讓網友留言「演算法甚至知道伍佰老師只唱這兩個字」。至於為什麼可以這樣找，**網友認為可能是「很多人都這樣搜，演算法自然就知道了」**，或是因為有相關留言，所以演算法可以抓到相關的數據，「感覺就是哪個人去下面留言，然後演算法就用那個搜」。



AI廢片攻占YouTube了！台灣人超愛看

AI展現強大的競爭力！2025年AI製作的影片已攻占YouTube。光是全球就有278個頻道靠著發布AI影片擠進各國百大榜單；這些頻道總計訂閱者高達2.21億人次、影片累積630億次觀看，創造高額的廣告收入，而**台灣更是喜愛觀看「AI廢片」的國家之一**。

- **YouTube已遭AI攻陷！無厘頭影片被演算法眷顧** | YouTube全球約有21%至33%的流量已被AI影片占據。這些無厘頭的怪誕影片，劇情通常不合邏輯、畫面又相當誇張，卻深受演算法眷顧，成為YT的新寵兒。Kapwing團隊分析了各國前100名熱門YouTube頻道，並特別挖出只生產「低品質AI影片」的頻道，發現這些「創作者」光靠AI濫製的影片，就賺進1.17億美元的廣告收益。Kapwing官方分析，目前YouTube的Shorts演算法對於AI廢片似乎沒有特別審核。
- **台灣人也超愛看AI廢片！兩項關鍵數據曝光** | 在台灣，共有281萬人次訂閱了AI廢片頻道，這項數據在全球排名第20名。至於觀看數據部分，台灣的名次更為靠前，以1.2億次觀看數排在全球第17名，超越日本、菲律賓等國。





避免濫用標籤！IG發文最多用5個Hashtag

不少網友在社群平台發文都會附上Hashtag主題標籤，期盼讓內容可以拓展出去，不過也造成主題標籤濫用問題，如今Instagram推出新的限制措施，未來將限制只能使用少量Hashtag主題標籤，用戶將不再能無限制地加入大量標籤，而且加入太多可能還會遭懲罰降低內容能見度。**貼文與Reels短影音最多只能使用5個Hashtag。**

- **Hashtag應與內容相關** | 像是用戶若是美妝創作者KOL，應使用與美妝相關的Hashtag，才能幫助對美妝內容有興趣的用戶找到你。
- **不塞不相關或空泛的Hashtag** | 像是#reels或#explore等較為空泛或不相關的詞，**這類標籤實際上不僅無法幫助內容出現在「探索」頁面，反而還可能對內容表現造成負面影響。**先前IG用戶長期抱怨貼文充斥大量與內容無關的標籤，容易造成誤導與反感。Hashtag的改動也影響不少創作者，創作者需更謹慎挑選真正相關的Hashtag，用戶則有望在動態牆上看到更貼近興趣的內容，日前該功能開始分階段推出，預計未來幾天內全球多數用戶都將陸續套用新規則。

Meta鎖定台灣共刪除780萬則詐騙廣告！

Meta宣布，透過在台與數位發展部、內政部及刑事警察局聯手合作，成功移除多達780萬則鎖定台灣用戶的詐騙廣告。根據刑事局「165打詐儀錶板」的數據顯示，這波科技執法的成效顯著，自2024年8月以來，假投資詐騙案件與財損金額雙雙下降超過7成。

- **Meta表示顯著成效，主要歸功於長期執行的三大打詐戰略** | 其中包括首創的「**廣告主驗證**」，全面強制鎖定台灣投放廣告帳號的身分，提升詐騙集團濫用廣告系統的門檻；針對假冒知名人士的誘餌廣告，**導入名人臉部辨識技術**，在民眾檢舉前就能自動識別並移除冒用名人肖像的有害內容；以及**運用AI自動化偵測詐騙訊號**，從源頭阻斷詐騙網絡。
- **廣告這條路難走，詐騙集團轉攻「私訊」** | Meta特別示警，隨著跨境詐騙廣告被大量封鎖，詐騙集團正大幅轉向使用非廣告管道。眼看聖誕節與跨年將至，詐騙集團開始利用「冒充熟人」的方式，透過Messenger或私訊聯繫，誘導民眾提供個資或點擊釣魚連結。
- **分析觀點：這是一場永無止盡的「貓捉老鼠」** | 當「廣撒網」的廣告效益變差，詐騙集團就會轉向更精準、更隱密的「點對點」詐騙。



【 2025/12/24, udn科技玩家 】



【2025/12/26, 自由時報】

還不承認被短影音洗腦？台灣民眾使用率已超越社群媒體

根據財團法人台灣網路資訊中心公布的2025年度《台灣網路報告》調查顯示，短影音已深度融入台灣民眾的日常生活，不僅成為重要的資訊與娛樂來源，也逐漸浮現時間失控與過度使用等潛在風險。過去三個月內，有高達78.46%的台灣民眾曾透過TikTok、Instagram Reels、Facebook 連續短片，或YouTube Shorts等平台觀看短影音內容，其中**將近六成的民眾幾乎「每天」都會接觸短影音**。

進一步細分觀看頻率，「一天數次」的使用者比例最高，達49.98%，顯示短影音已成為多數人高度頻繁的日常行為。調查顯示，在性別方面，男性(79.06%)與女性(77.89%)的觀看比例差距並不顯著。年齡則呈現明顯差異，短影音觀看率與年齡呈反比，**年紀愈輕，使用率愈高**，且各年齡層差距在統計上達顯著水準，**18至29歲族群的觀看率高達96.73%，30至39歲也達93.86%**。此外，56.38%的使用者坦言，經常在「不自覺的情況下」就開始滑短影音，顯示短影音使用已對過半族群形成某種自動化習慣，不需刻意思考便會開啟，這樣的行為模式也可能進一步加劇時間管理的困難。仍有36.22%的民眾坦言，確實曾因觀看短影音而影響原本應完成的事務。

從「Z世代」到「嬰兒潮世代」消費行為大不同！

在數位科技快速發展的時代，不同世代的成長背景與生活經驗，形塑出截然不同的消費行為與價值取向。從Z世代的社群導向，到X世代與嬰兒潮世代的務實理性，世代差異正深刻影響市場走向，也成為品牌經營不可忽視的關鍵。

- **Z世代以短影音與社群平台作為主要資訊來源** | 網紅與同儕推薦影響力大，同時也活躍於社群電商與二手交易平台，並逐漸重視永續與環保消費。若是自己信任的KOL推薦產品，往往會提高購買意願，反之，過度強調曝光、製作質感不佳的廣告，反而容易引發反感。
- **X世代的消費邏輯更偏向務實與理性** | 選購耐用品時，會**特別重視品牌與口碑**，即便價格偏高，只要品質可靠，仍願意多花一些預算；日常飲食則以滿足基本需求為主。X世代在消費上講求實用，更重視生活品質，包括旅遊與生活用品，都希望在能力範圍內善待自己。
- **Y世代強調「體驗勝於擁有」** | 偏好將支出投入**旅遊、美食與藝文活動**，並**高度仰賴網路評價與社群口碑**。訂閱制與共享經濟的核心消費族群正是Y世代，他們樂於接受Netflix、Spotify、Uber等新型商業模式，並將消費重心放在能留下美好記憶的體驗型活動上。

Z世代

- 數位原生代
- 訊息來源：短影音平台
- 影響決策：微網紅、同儕推薦
- 消費特性：社群電商、二手交易平台
- 注重永續理念

Y世代 (千禧世代)

- 強調「體驗勝於擁有」
- 網路評價、社群口碑
- 訂閱經濟、共享經濟推動者

【2025/12/25, TVBS新聞網】



02

網紅觀察站 Influencer

12月【露營類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	陳晨威	688,653
	別鬧了兄弟	587,964
2	山思雲想 Sanyum village	263,965
	ABBI要命小郭	243,763
3	魚乾	232,034
	叢林開始Glamping	162,858
4	A-Che阿哲	161,295
	宋寧	152,829
5	康康 Jia Cheng	123,528
	Cody	122,223

Facebook 口碑數量 TOP10

1	潘慧如 Ada Pan	103,710
	旅遊真台灣 Lena&Patrick	102,086
2	憂娘駕駛	85,798
	Andy老爹	83,432
3	胡釋安 安安	71,149
	Charming度假去	65,389
4	老婆大人露營車泊	58,857
	王少偉·愛	54,663
5	CJay Tech	45,393
	Alan Channel 阿倫	42,618

Youtube 口碑數量 TOP10

1	魚乾	253,775
	憂娘駕駛Outdoor	236,877
2	旅遊真台灣 Lena & Patrick	180,291
	老婆大人	151,323
3	頭城小夫妻	98,665
	AB Mom露營生活	92,486
4	頸鹿	76,301
	阿倫頻道	63,501
5	COMEONBRO 別鬧了兄弟	62,925
	sasayui vlog	59,465





03

熱門話題 Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#聖誕節
2	#日本
3	#冬至
4	#高雄
5	#台灣
6	#fblifestyle
7	#台中
8	#ai
9	#台南
10	#搞笑

12月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

<p>1  #聖誕節 東森新聞</p> <p>📶 平均互動數 3.4萬 📈 平均互動率 0.49%</p>	<p>2  #日本 三原慧悟</p> <p>📶 平均互動數 2.3萬 📈 平均互動率 5.41%</p>	<p>3  #冬至 瑄瑄大雜燴</p> <p>📶 平均互動數 2.8萬 📈 平均互動率 20.2%</p>	
<p>4  #高雄 大豐大哥大</p> <p>📶 平均互動數 1.8萬 📈 平均互動率 8.67%</p>	<p>5  #台灣 外國人在台灣</p> <p>📶 平均互動數 2.9萬 📈 平均互動率 11.8%</p>	<p>6  #fblifestyle 陳柏韋</p> <p>📶 平均互動數 2.9萬 📈 平均互動率 99.6%</p>	<p>7  #台中 凡走過旅行攝影</p> <p>📶 平均互動數 1.6萬 📈 平均互動率 28.4%</p>
<p>8  #ai 陳柏韋</p> <p>📶 平均互動數 4,753 📈 平均互動率 16.3%</p>	<p>9  #台南 徐文良</p> <p>📶 平均互動數 3.1萬 📈 平均互動率 3.03%</p>	<p>10  #搞笑 東森新聞</p> <p>📶 平均互動數 6.2萬 📈 平均互動率 0.9%</p>	



04

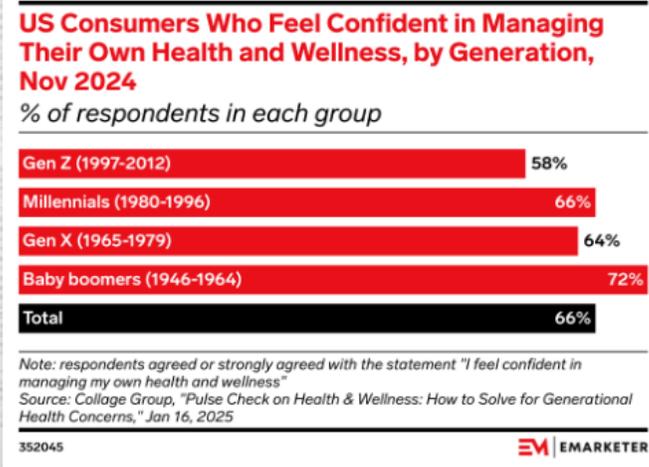
國際視野

Media Trend

回顧 2025，數位健康行銷正在改變什麼？

隨著 2025 年接近尾聲，《Digital Health Briefing》回顧年度關鍵議題，從 Z 世代的健康焦慮、AI 搜尋版圖的變化，到 TikTok 的信任挑戰，這些趨勢正同步牽動醫療與行銷策略的轉向，以下將逐一解析：

- NO1 最受關注議題：Z 世代渴望更多工具來管理健康與身心狀態** | Z 世代高度重視健康與身心狀態，但僅 58% 認為自己具備足夠工具與能力實際管理，比例低於其他世代。Z 世代雖然很在意健康，但在實際行動上常常卡關，成為醫療機構、品牌與保險業者的重要介入機會。行銷溝通應聚焦社群平台，提供可信賴的健康資訊，並結合具公信力影響者。同時透過手機或電子郵件提醒，協助看診與日常健康行為，有助提升參與度。
- NO2 最受關注議題：Google 搜尋中的 AI Overviews 拉低醫療內容點擊率** | 2024 年 5-12 月間，Google 醫療相關搜尋點擊率下滑 34.5%，顯示搜尋行為正快速改變。此變化與 AI Overviews 置頂呈現高度相關，使用者在搜尋頁即獲得答案，降低點擊網站意願。醫療與製藥品牌需強化即時、具實證與數據支撐的內容，以提升在 AI 摘要中的曝光。短期內搜尋廣告仍具策略價值，但品牌需持續觀察 AI 對搜尋與轉換路徑的影響。
- NO3 最受關注議題：TikTok 在健康資訊上的信任度最高，但整體仍偏低** | 整體而言，社群平台上的健康資訊信任度仍偏低，不到一成使用者表示高度信任。相較其他平台，TikTok 的信任度相對最高，但多數仍屬「部分信任」，顯示信任仍有限。在錯誤資訊與商業置入並存的情境下，醫療品牌需更有策略地經營信任關係。特別是在 TikTok，可透過可信醫師或真實認同產品的影響者，建立具說服力的健康溝通。



資料來源：[emarketer 2025/12/26](https://www.emarketer.com/newsroom/stories/2025/12/26/digital-health-briefing-2025)



05

數位廣告速報 Digital Ads

🎯 廣告主必看：

兩大平台最新行銷趨勢 →

隨著數位行銷環境持續快速演進，各大媒體平台在年底持續推出多項功能更新與優化，反映廣告生態正加速朝向 AI 應用與精準投放發展。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，也能在高度競爭的市場中保持策略彈性與優勢。

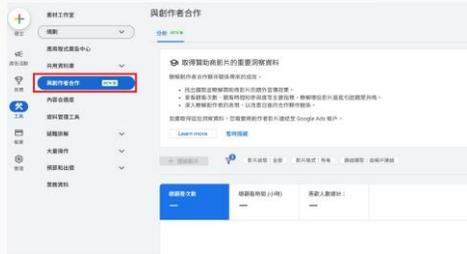
本期精選整理 2025 年 12 月 各主要平台的重要更新，協助行銷人員在年度收尾與來年布局上更加精準，並持續為廣告主創造更高效益與長期價值。



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



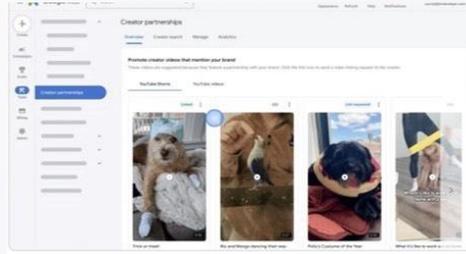
Google Ads 主要更新



創作者合作夥伴中心 Creator Partnership Hub

創作者影片連結至 Google Ads，協助評估創作者合作成效

> 協助廣告主評估創作者合作帶來的實際成效（觀看、互動、趨勢影響）。



Overview 總覽 (即將上線)

自動找出品牌相關創作者影片，啟用合作夥伴廣告與受眾區隔

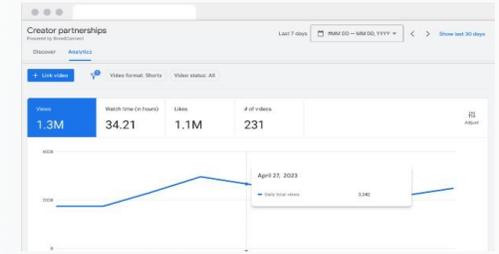
> 快速掌握品牌相關創作者內容全貌，放大合作影響力。



Creator Search (稍晚上線)

可於 Google Ads 內依受眾與成效條件搜尋並聯繫創作者

> 提升創作者媒合效率，精準鎖定合適合作人選。



Analytics 數據分析 (首發功能)

查看創作者影片的自然流量表現，並將高成效影片用於廣告放送

> 以數據驗證合作成效，優化 YouTube 創作者廣告策略。

註：創作者必須接受連結要求，他們的影片才會顯示在「數據分析」分頁中



Meta 廣告更新

1



行銷訊息成為廣告版位

- 新增「行銷訊息」廣告版位，支援 Messenger、WhatsApp、IG Direct，向**針對曾與品牌互動的用戶發送相關訊息，進行再行銷與關係經營。**

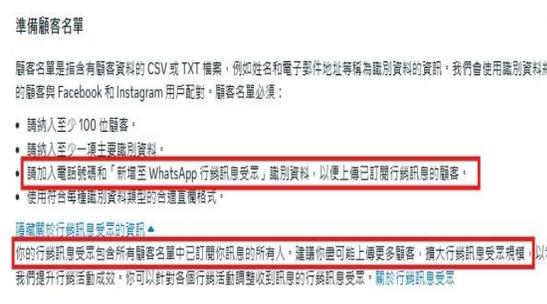
2



與高效速成 + 及投放設定整合

- 支援「銷售」與「流量」兩種類型，**使用高效速成 + 時將自動啟用**；可設定轉換至網站或 App，並選擇點擊、轉換或轉換價值最大化。

3



投放門檻與控管機制

- 需具備 WhatsApp 商業帳號，**僅投放給已訂閱行銷訊息的用戶**；可上傳 CRM 名單建立受眾，且每 3 天僅能對同一號碼發送 1 則訊息。

4



FB 個人檔案動態消息廣告

- Facebook 個人檔案動態消息廣告**更****新動態消息納入高效速成 + 版位**，僅顯示於符合資格的公開帳號，並自動套用品牌安全設定。





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	3.46
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	3.12
3	豆腐媽媽PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	2.77
4	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.41
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.36
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.25
7	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.22
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.16
9	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.15
10	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	閩南語連續劇	1.10
11	豬哥亮經典秀PP石墨烯超導	FTV	娛樂綜藝	0.95
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.91
13	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.89
14	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.87
15	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.82
16	航海王30	TTV	卡通影片	0.81
17	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.77
18	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.73
19	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.69
20	醫學大聯盟宇澄創業Y秘緹	FTV	競賽綜藝	0.63

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	2.40
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.83
3	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.47
4	百味人生	SANLI	閩南語連續劇	1.43
5	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.98
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.96
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.84
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.84
9	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.83
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.82
11	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.79
12	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.77
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.70
14	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.68
15	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.66
16	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.65
17	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.63
18	大愛劇新何處是我家	DaAi	閩南語連續劇	0.62
19	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.62
20	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.60

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	1.84
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.44
3	好運來PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	1.36
4	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.33
5	豆腐媽媽PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	1.12
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.91
7	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.91
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.83
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.79
10	航海王30	TTV	卡通影片	0.65

25-34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	1.35
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.15
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.02
4	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	閩南語連續劇	0.97
5	豆腐媽媽PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	0.79
6	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.71
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.71
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.68
9	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.65
10	最強的身體福爾威創快篩	TTV	競賽綜藝	0.62

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	2.23
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.97
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.74
4	豆腐媽媽PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	1.64
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.52
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.52
7	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	1.40
8	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	1.14
9	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.13
10	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.07

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	5.76
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	5.15
3	豆腐媽媽PP石墨烯超導被	FTV	閩南語連續劇	4.67
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.14
5	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.82
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	2.02
7	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.96
8	豬哥亮經典秀PP石墨烯超導	FTV	娛樂綜藝	1.58
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.50
10	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	閩南語連續劇	1.38

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	1.05
2	百味人生	SANLI	閩南語連續劇	0.88
3	2200幸福房屋事件簿	SL2	國語連續劇	0.86
4	新聞觀測站	FTVN	新聞性質節目	0.76
5	2300幸福房屋事件簿	SL2	國語連續劇	0.76
6	新聞高峰會	CTS-N	新聞性質節目	0.63
7	行運超人	VLM	國片	0.62
8	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.61
9	1415移居世界秘境日本人好	VLJP	資訊綜藝	0.54
10	2000我的婆婆2ONE BOY智能	SL2	閩南語連續劇	0.54

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	1.15
2	百味人生	SANLI	閩南語連續劇	0.97
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.67
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.53
5	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.48
6	型男大主廚PP石墨烯超導被	SL2	美食、旅遊節目	0.47
7	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.39
8	2000我的婆婆2ONE BOY智能	SL2	閩南語連續劇	0.37
9	1230超級夜總會利保肝專賣	SANLI	娛樂綜藝	0.37
10	全面攻佔2倫敦救援	HLYWD	外片	0.35

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生	SANLI	閩南語連續劇	1.10
2	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	1.03
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.90
4	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.82
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.61
6	灰姑娘遊戲	GTV-D	韓劇	0.59
7	神奇柑仔店	YOYO	卡通影片	0.59
8	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.57
9	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.52
10	來去家住一晚	VLJP	資訊綜藝	0.47

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	4.48
2	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	閩南語連續劇	2.03
3	百味人生	SANLI	閩南語連續劇	1.97
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.52
5	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.44
6	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	1.06
7	型男大主廚PP石墨烯超導被	SL2	美食、旅遊節目	0.90
8	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.87
9	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.83
10	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	0.82

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	0.89	0.33	0.36	0.63	1.45
TTV/台視	0.47	0.24	0.28	0.34	0.71
FTV/民視	0.42	0.16	0.21	0.21	0.72
CTS/華視	0.17	0.11	0.12	0.15	0.24
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	0.63	0.20	0.25	0.50	1.02
ET-N/東森新聞	0.47	0.20	0.19	0.34	0.77
SETN/三立新聞	0.41	0.06	0.11	0.25	0.75
FTVN/民視新聞	0.37	0.08	0.15	0.18	0.68
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.04	0.06	0.13	0.39
NTVN/壹新聞	0.18	0.04	0.07	0.15	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.17	0.09	0.06	0.13	0.25
UBN/非凡新聞	0.14	0.03	0.05	0.09	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.04	0.03	0.08	0.23
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.02	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	3.46
2	豆腐媽媽PP石墨烯超導被	FTV	2.77
3	百味人生ONEBOY智能衝鋒衣	SANLI	1.47
4	百味人生	SANLI	1.43
5	寶島西米樂守護樂敦製藥	TTV	1.10
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.84
7	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.77
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.65
9	大愛劇新何處是我家	DaAi	0.62
10	1900親家安美諾美白修護霜	SANLI	0.59

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	世界翻轉中	TVBSN	0.98
2	台灣演義	FTVN	0.96
3	少康戰情室	TVBS	0.84
4	非凡最前線	UBN	0.83
5	新台灣加油	SETN	0.82
6	驚爆新聞線2100	SETN	0.79
7	話時代人物	SETN	0.77
8	台灣最前線	FTVN	0.70
9	驚爆新聞線2200	SETN	0.68
10	新台派上線	SETN	0.66

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.12
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	2.41
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.40
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.36
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.83
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.25
7	飢餓遊戲	CTV	1.15
8	豬哥亮經典秀PP石墨烯超導	FTV	0.95
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.91
10	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	0.89

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.22
2	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.62
3	型男大主廚PP石墨烯超導被	SL2	0.60
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.48
5	詹姆士出走料理佳倍優	GTV-1	0.42
6	2200非凡大探索	UBN	0.40
7	花甲少年趣旅行佳倍優	TTV	0.37
8	1900食尚玩家2天1夜go	TVBSG	0.35
9	驚奇旅明星	CTV	0.33
10	食尚玩家天菜就醬吃	TVBSG	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**