# 宏將週報

## - Media Drive Bulletin -

Vol.2601

12.29 ~ 01.04

Media Drive
宏 將 傳 媒

https://www.mediadrive.com.tw

7 Jan, 2026

# WELCOME

## Contents

1 媒體放大鏡 Media News

台東跨年為何封神？那魯灣改編歌是什麼？

2 網紅觀察站 Influencer

2026/01【棒球】社群媒體帳號排行Top10

3 熱門話題 Hot Topics

Instagram 1月 #hashtag排行榜

4 國際案例 Case Share

Monzo運用戶外廣告說「我的理財故事」

5 收視調查 Ratings

2025/12/29-2026/01/04

6 網路觀察 Network

Nov 2025

# 01

## 媒體放大鏡

## Media News

【2026/01/02, 網路溫度計】

# 台東跨年為何封神？那魯灣改編歌是什麼?

跨年夜結束後，有哪些現場畫面、臨場互動，或意想不到的橋段讓你念念不忘呢？從網路熱門關鍵字來看，**「超強卡司」、「2大天后」「阿妹」、「台東」等詞彙反覆被提起，討論焦點多半圍繞在台東跨年晚會**，網友談的重點集中在演出陣容與現場表現。

台東跨年近三日網路聲量總計26,434筆，成為今年「跨年好評」討論度最高的場次。2026台東跨年晚會全程透過YouTube直播進行，現場觀眾加上YouTube直播累積觀看人次，整體觸及規模突破40萬，在**倒數前後、張惠妹與A-Lin同台時，直播同時在線人數一度衝上約27萬，成為當晚聲量最高峰，網友一面倒留言「根本演唱會等級」**。這場跨年未設主持人，總導演即為張惠妹本人。倒數前，阿妹與A-Lin臨時充當「倒數主持人」，台上聊天聊到剩200秒才想到要請縣長饒慶鈴上台，**自然互動反而成為網友熱議橋段。**

名場面也大量被截圖與轉傳，包括A-Lin即興改編《娜魯灣情歌》，唱出「那魯one、那魯two、那魯three、那魯seven eleven」，以及張惠妹全場穩住舞台節奏的臨場反應。網友也大讚台東跨年「這演唱組合真的免費嗎」、「今年最好看的跨年是台東吧」。

【2026/01/02, 今日新聞】

# 台北跨年晚會收視出爐！最高點2.62！

2026台北跨年晚會由中視、中天綜合台共同播出，2日收視率出爐，往年常勝軍的安心亞難得滑鐵盧，**收視最高點被蔡健雅、韋禮安合唱〈拋物線〉搶走，收視來到2.62**，另外，影視歌三棲全能歌后李千娜演唱〈望月想愛人〉時，收視也有2.49，相當吸睛。

台北跨年晚會收視榮登全台跨年之冠，中視平均收視1.78、中天綜合台0.65，**兩個頻道所累積的不重複觀看人次就超過530萬，6小時的跨年晚會收視最高點落在101煙火秀，收視飆升至4.13**。

台北跨年晚會全程也在網路直播，臺北市政府YouTube頻道，直播時所累積的觀看次數1天就超過332萬，最多同時在線觀看人數也有26萬，另外中視新聞YouTube頻道，直播觀看次數達245萬，中時新聞網YouTube頻道直播觀看次數111萬。而台北旅遊網臉書、中視新聞臉書兩平台直播也有近10萬觸及，同步在LINE TODAY的總觀看人次超過122萬，**整個2026臺北跨年晚會，電視頻道的收視人數，加上YouTube頻道、FB、LINE TODAY等新媒體平台，總觸及人數突破1350萬人次。**

【2026/01/03, 銘報 】

# 從台劇經營到串流戰場 本土OTT平台的挑戰

國際串流平台陸續進軍台灣，帶動OTT影音市場快速擴張，也加劇本土平台的經營壓力。高製作成本、長期虧損與市場競爭白熱化，使本土OTT面臨許多困境。**在產業結構轉變之下，平台結盟與內容策略，成為台灣影視產業尋求突圍的重要方向。**

隨著國際OTT平台陸續進駐台灣，最先感受到衝擊的，正是站在產業第一線的影視從業人員。國際平台所提供的製作預算，往往是本土平台的三到四倍，意味著對作品品質有更高的要求與明確的製作標準，相較之下，若與本土平台合作，製作方未必能負擔同樣規模的支出，稍有不慎，便可能面臨虧損風險。**在資金壓力與國際平台競爭的雙重擠壓下，OTT產業的經營現實逐漸浮上檯面。**

放眼亞洲影視市場，主流趨勢並不僅限於台劇或華語戲劇。近年來，低成本、高回收的泰國 BL(Boy’ s Love )戲劇迅速崛起，成功打開國際市場，也為多元內容帶來新的變數。在串流時代的結構轉變下，**影視產業的未來不再是平台或片商的單向競逐，而是雙方如何建立合作關係、共同承擔風險與創造價值。**未來若能透過 OTT 平台們與片商的協力共創，台灣影視產業才能在國際競爭中持續前行。

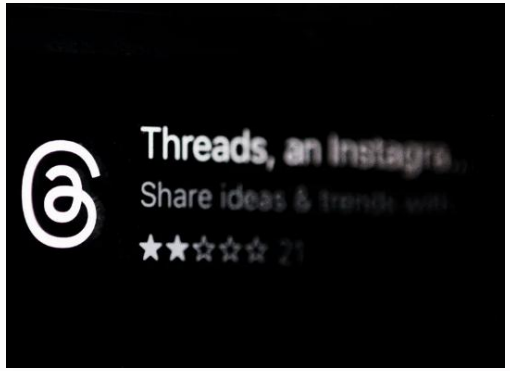
【2025/12/31, udn科技玩家】

# 狂訂串流平台看片「完全不知看什麼」！ 釣出眾人點頭認同

隨著愈來愈多的串流平台上線，也有不少人訂閱各式各樣的頻道。串流平台增多，觀眾卻感到可看內容減少，難以集中注意力。**短影音影響使得長影片不易吸引**，許多人開始思考是否該退訂服務，甚至重拾閱讀書籍。

一名網友在臉書社團「一個他媽的社團」表示，打開Mod後到Netflix轉一圈、再換到Disney+和YouTube滑個幾下，驚訝「幾小時過去了，完全不知道要看什麼」，發現自己訂閱的串流平台愈來愈多，「想看的內容卻愈來愈少」，直呼「不知道為什麼真的很難10分鐘不轉台。」意外引來不少人點頭認同留言。

網友表示以為只有自己有這症狀，「真的會不知道要看什麼」，更提到是受到短影音影響，**「超過8分鐘的影片 也愈來愈容易看不完」，且影劇內容愈來愈刺激、影片也愈弄愈短，習慣了以後「容易麻痺無感和注意力不集中」，「可能不是好看的內容變少，而是胃口被養大了。」**還有網友說「今年倒是買了很多書，想好好重回書本的懷抱了。」認為看書永遠不無聊。




【2025/12/31, 風傳媒】

# Threads隱藏版功能曝光！演算法很厲害

社交媒體 Threads 在台灣的影響力究竟有多大？重症醫師陳志金近期的一段親身經歷，讓許多網友驚嘆該平台簡直成了「全台灣最大的互助群組」。這場尋物記不僅僅是關於一個小物件的失而復得，更展現了數位社群與現實命運交織的奇妙瞬間。

- **從倖存者偏差到社群「顯化能力」實測 | Threads 頻頻上演「尋寶奇蹟」**，像是有人在埃及撿到學生證能火速找到主人，或是在韓國飯店遺忘的手錶順利尋回，甚至還有人在機場號召台灣同鄉幫忙喝掉帶不走的一打香蕉牛奶。
- **Threads 8萬網友共同見證的尋物啟事 |** 事情起因於26 日清晨，陳醫師搭乘Uber前往醫院參加重要會議，他背包上的一盞警示燈不慎滑落至座椅下方。這盞燈雖然不值錢，卻是太太特別挑選的心意。**他在 Threads 發文許願後，短短時間便吸引超過 8 萬人次瀏覽及 2000 多個讚，更有不少熱心網友在留言區傳授如何透過系統聯繫司機。**最戲劇化的發展發生在幾天後的年末早晨再次預約叫車，出現在眼前的竟是當天同一位司機。他事後也打趣地想，若司機大哥也有在使用 Threads，這場重逢或許會發生得更快。

【 2026/01/04, udn科技玩家】

# 逾4成民眾看過TikTok 16至25歲族群增幅最大

根據NCC「114年通訊傳播市場報告」，**超過8成民眾觀看過線上共享創作影音平台內容**，其中，觀看抖音TikTok的比例逐年上升，在各年齡層中，16至25歲族群成長幅度最大，調查內容包含線上共享創作影音平台內容觀賞狀況、社群媒體或即時通訊帳號使用情形等。

民眾對於線上共享影音平台依賴性高，其中有看過YouTube的比例歷年皆超過9成5，觀看抖音TikTok的比例逐年成長，從108年的18.7%，大幅升至114年的47.5%；觀看小紅書的比例，也自113年的17.0%，提升至114年的20.6%。

至於114年民眾擁有的社群媒體或即時通訊帳號，報告顯示，前10大排名依序為LINE(98.2%)、Facebook(82.4%)、YouTube(68.6%)、Instagram(47.8%)、TikTok(23.8%)、小紅書(17.5%)、WeChat(14.2%)、Threads(14.0%)、Twitter(8.7%)、WhatsApp(7.2%)。

觀察各年齡層變化，報告指出，16至25歲族群在Facebook、Instagram、TikTok及小紅書擁有帳號的比例均最高，分別為93.9%、85.9%、45.7%及35.1%，**隨著年齡層愈高，比例隨之遞減，由此可知，兒少對於社群媒體或即時通訊的依賴性逐步攀升。**

【 2026/01/05, 科技報橘 】

# AI時代的信任原則：未來要標記的不再是AI，而是真人

對社群平台而言，AI 影像的普及不只影響內容型態，更是一場侵蝕核心信任機制的結構性挑戰。當圖像與影片可以被 AI 大量、低成本生成，「眼見為憑」的概念也正在鬆動：在 AI 成為常態的世界裡，什麼才算得上「真實」？

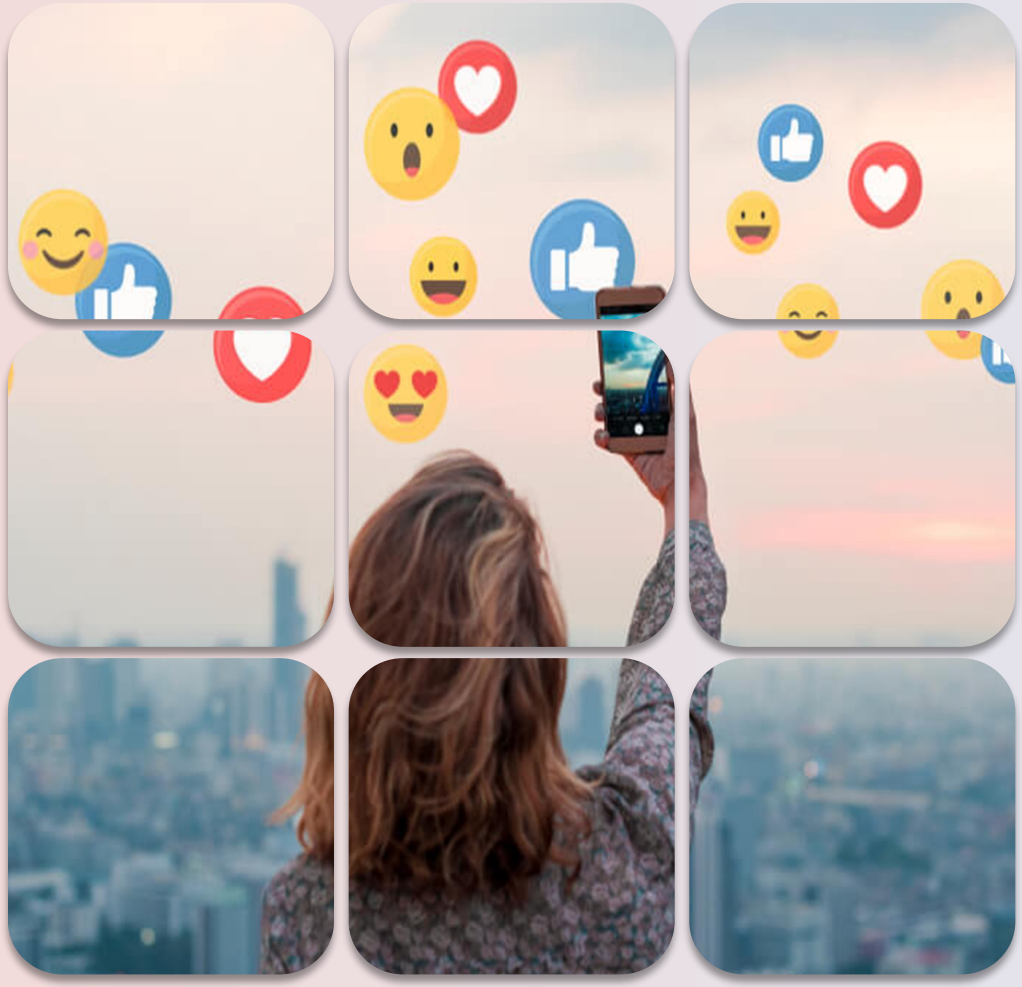
- **影像信任的心理轉折：從眼見為憑到預設懷疑 |** 隨著 AI 生成的影像在視覺上愈來愈難與現實區分，如今只要擁有正確的工具，幾乎任何人都能輕易觸及。在這樣的環境下，大眾將不再只關注影像呈現了什麼，而是會更加在意**「是誰在分享內容」以及「分享的動機為何」。社群平台將愈來愈難有效辨識並標記「假內容」**，如果繼續把資源投注在辨識 AI 生成影像，終將陷入永無止盡的消耗戰。
- **精緻網格退場，真實感成稀缺資源 |** Adam Mosseri 指出，如今用戶分享日常生活的主要場域，已轉移到私訊。這些內容往往不是精心構圖的照片，而是模糊、手震的畫面或影片，或是不加修飾的生活片段。**在AI能以極低成本大量生成完美影像的背景下，這類「不好看、但真實」的內容反而更能傳遞情緒與連結**，讓精緻與討喜不再自動等同於「高價值」。

【2025/12,30, 網路溫度計】

# Tamagotchi電子寵物為何又成話題?

你還記得曾經掛在書包上的電子雞嗎？最近這款老玩具再度出現在社群與市場討論中，從偶像聯名到服飾品牌開賣，日本萬代公司推出的Tamagotchi以不同形式重新被提起，也再次引發關注。

- **Tamagotchi是什麼？為何能紅這麼多年 |** Tamagotchi是一種掌上型電子玩具，玩家必須像養寵物一樣，定期餵食、清理、陪玩，才能讓角色順利成長；這種「要負責任照顧」的設計，也讓它被視為最早期的電子寵物之一。近年**隨著復古潮流再次受到關注。隨著科技進步，官方也不斷替玩法加入新元素**，像是2004年推出內建紅外線通訊功能的版本，讓玩家之間可以互動交流，之後更陸續發展出不同機型與遊玩方式。官方除了持續推出新機型，也明顯**加強與偶像IP的聯名合作，重新接觸年輕族群**，不再只停留在懷舊定位。
- **BLACKPINK聯名電子雞爆紅 成員背景與社群討論成關鍵 |** 成員過往與電子雞相關的曝出畫面，也在聯名款開賣後再次被粉絲關注。這些過往細節，讓不少粉絲覺得，這次**聯名更像是把成員的日常興趣直接延伸成商品，而不是單純掛名合作。**



# 02

## 網紅觀察站

## Influencer

# 【棒球】社群媒體帳號排行Top10

| | Instagram 口碑數量 TOP10 | |
|---|---|---|
| 1 | 나는야 이다콩 | 843,377 |
| 2 | 籃籃 | 776,111 |
| 3 | 陳晨威 | 695,359 |
| 4 | 陳傑憲 | 588,779 |
| 5 | 藤浪 晋太郎 | 393,724 |
| | 宋晟睿 | 388,967 |
| | 柳昕 | 318,233 |
| | 馬傑森 | 301,061 |
| | 王彥程 | 300,187 |
| | 王柏融 | 278,886 |

| | Facebook 口碑數量 TOP10 | |
|---|---|---|
| 1 | 籃籃 Lanlan | 1,143,877 |
| 2 | 體育大叔 | 405,657 |
| 3 | Lyle Lin 林家正 | 355,368 |
| 4 | 台南Josh | 336,814 |
| 5 | 巫苡萱 Ava Wu | 292,117 |
| | 杜芬疏失博士的邪惡企業 | 272,478 |
| | 陳傑憲 | 250,663 |
| | 陳偉殷 | 248,382 |
| | 陳伊 | 241,852 |
| | 胡智爲 | 236,620 |

| | Youtube 口碑數量 TOP10 | |
|---|---|---|
| 1 | 棒球Master | 776,822 |
| 2 | 小哥的棒球夾克(中職) | 636,716 |
| 3 | 小哥的棒球夾克 | 603,015 |
| 4 | 賴ki / laiki | 556,242 |
| 5 | 台南Josh | 254,181 |
| | 怪談盲盒 | 181,422 |
| | 郭董懂不懂 | 151,201 |
| | 沙發人物誌 | 142,325 |
| | 生啤C五度 | 122,744 |
| | 史丹利視角的體育世界 | 114,364 |

資料來源：Kolr；趨勢分析-社群帳號排行(棒球)；最後更新日期：2026年1月

# 03

## 熱門話題

## Hot Topics

# 1月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

## #hashtag排行榜

| 排名 | Hashtag |
|---|---|
| 1 | #聖誕節 |
| 2 | #merrychristmas |
| 3 | #christmas |
| 4 | #聖誕快樂 |
| 5 | #搞笑 |
| 6 | #fyp |
| 7 | #聖誕節快樂 |
| 8 | #dance |
| 9 | #台中 |
| 10 | #台北美食 |

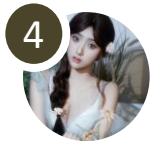
1

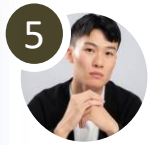
#聖誕節
曼蒂莊
平均互動數 11.7萬
平均互動率 755%

2

#merry christmas
Joanne Lin
平均互動數 2.7萬
平均互動率 5.15%

3
#Christmas
9gag
平均互動數 6.4萬
平均互動率 0.12%

4

#聖誕快樂
可愛又迷人的反派角色18+1
平均互動數 21.3萬
平均互動率 387%

5

#搞笑
王惟漢Kevin
平均互動數 8.1萬
平均互動率 26.4%

6

#fyp
曼蒂莊
平均互動數 9.6萬
平均互動率 622%

7

#聖誕節快樂
Abby
平均互動數 17.9萬
平均互動率 76%

8

#dance
林郁欣
平均互動數 18.6萬
平均互動率 30.2%

9

#台中
余孟耘
平均互動數 3.1萬
平均互動率 33.6%

10

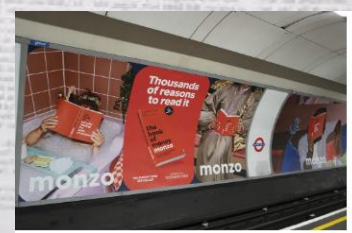
#台北美食
沒有營養的生活智慧王
平均互動數 5.2萬
平均互動率 50.8%

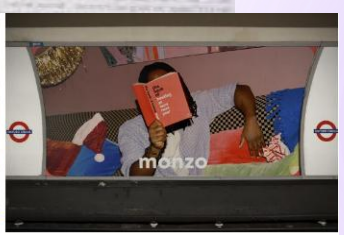
資料來源：Kolr；趨勢分析-hashtag排行；最後更新日期：2026/01/02

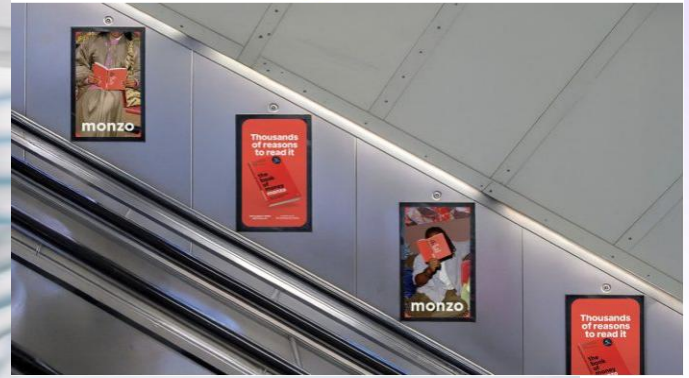
# 04

## 國際案例

## Case Share




# Monzo運用戶外廣告說「我的理財故事」

Monzo銀行將暢銷理財書《The Book of Money》搬上倫敦街頭，延續先前「Book Nook」沉浸式體驗的成功，**以高度個人化的戶外廣告，在聖誕與新年交界的關鍵時刻，再次拉近大眾與理財之間的距離。**

- **Monzo 戶外廣告在做什麼？｜**倫敦交通據點全面包場這波為期兩週的 OOH 戶外廣告，由 BBH 操刀，涵蓋牛津圓環地鐵站月台包場、數位手扶梯看板、車廂內廣告與遍佈城市的 DOOH。檔期鎖定聖誕送禮季，同時呼應「新年理財規劃」的心理狀態。
- **延續「Book Nook」概念 一本書有無數種版本｜**過去在蘇活區推出的「Book Nook」快閃活動，主打高度個人化體驗，一本書可生成 800 種不同封面，對應每個人的理財目標。這次戶外廣告也延續同樣概念，每個畫面都有不同書名，對應不同人生階段與動機。
- **從夢想假期到搬出去住 對應真實生活情境｜**廣告內容聚焦「存錢旅行」、「創業」、「搬離原生家庭」、「讓聖誕更特別」等日常目標，**貼近大眾真實需求，讓理財不再抽象，而是和生活選擇直接連結。**
- **視覺風格大膽 打破金融品牌既定印象｜**整組作品由攝影師 Sophie Green 拍攝，採用高閃光、飽和色彩與強烈圖像感，搭配品牌標誌性的珊瑚色書本，營造出年輕、現代、毫不說教的理財形象。
- **為什麼是這本書？｜**Monzo 的研究指出，88% 年輕人對金錢管理缺乏信心，主因是早期缺乏實用的財務教育。《The Book of Money》因此被定位為「沒有術語、人人都看得懂」的理財入門書，也成功登上《星期日泰晤士報》暢銷榜。

資料來源：marcommnews 2025-12-17

# 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 | 綜藝大集合台塑石油APP | FTV | 娛樂綜藝 | 3.32 |
| 2 | 豆腐媽媽台塑石油APP | FTV | 閩南語連續劇 | 2.74 |
| 3 | 豆腐媽媽PP石墨烯超導被 | FTV | 閩南語連續劇 | 2.65 |
| 4 | 東湧熱水器綜藝一級棒 | CTV | 歌唱音樂 | 2.58 |
| 5 | 超級冰冰SHOW安美諾美白修 | FTV | 娛樂綜藝 | 2.46 |
| 6 | 臺北最HIGH101煙火 | CTV | 特別節目 | 2.44 |
| 7 | 臺北最HIGH歌王歌后 | CTV | 特別節目 | 1.95 |
| 8 | 臺北最HIGH星魅力 | CTV | 特別節目 | 1.65 |
| 9 | 臺北最HIGH偶像新年頌 | CTV | 特別節目 | 1.25 |
| 10 | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠 | CTV | 競賽綜藝 | 1.24 |
| 11 | 豬哥亮經典秀PP石墨烯超導 | FTV | 娛樂綜藝 | 1.16 |
| 12 | 寶島西米樂守護美源花果香 | TTV | 閩南語連續劇 | 1.16 |
| 13 | 週末最強大萬士益冷氣 | CTS | 娛樂綜藝 | 1.13 |
| 14 | 名偵探柯南 | CTS | 卡通影片 | 1.13 |
| 15 | 天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化 | CTS | 競賽綜藝 | 1.11 |
| 16 | 大陸尋奇三支雨傘標英才文 | CTV | 美食、旅遊節目 | 1.05 |
| 17 | 1800全民星攻略京都念慈菴 | CTV | 競賽綜藝 | 0.97 |
| 18 | 全民星攻略京都念慈菴 | CTV | 競賽綜藝 | 0.96 |
| 19 | 嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝 | TTV | 資訊綜藝 | 0.86 |
| 20 | 2026台中最強跨年夜 | TTV | 特別節目 | 0.86 |

## 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 | 2.28 |
| 2 | 超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 1.86 |
| 3 | 百味人生ONEBOY智能衝鋒衣 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.49 |
| 4 | 百味人生PP石墨烯超導被 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.49 |
| 5 | 台灣演義 | FTVN | 新聞性質節目 | 1.10 |
| 6 | 前進地球之肺亞馬遜雨林 | TVBSN | 新聞性質節目 | 0.98 |
| 7 | 非凡最前線 | UBN | 財經資訊分析 | 0.92 |
| 8 | 戲說台灣安美諾美白修護霜 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.84 |
| 9 | 少康戰情室 | TVBS | 新聞性質節目 | 0.83 |
| 10 | 戲說台灣假日完整版 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.80 |
| 11 | 戲說台灣 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.77 |
| 12 | 台灣最前線 | FTVN | 新聞性質節目 | 0.76 |
| 13 | 話時代人物 | SETN | 新聞性質節目 | 0.76 |
| 14 | 新台灣加油 | SETN | 新聞性質節目 | 0.76 |
| 15 | 驚爆新聞線2200 | SETN | 新聞性質節目 | 0.74 |
| 16 | 最前線報告 | UBN | 財經資訊分析 | 0.74 |
| 17 | 驚爆新聞線2100 | SETN | 新聞性質節目 | 0.72 |
| 18 | 新台派上線 | SETN | 新聞性質節目 | 0.70 |
| 19 | 最前線新聞 | UBN | 財經資訊分析 | 0.70 |
| 20 | 正午最前線 | UBN | 財經資訊分析 | 0.66 |



資料來源：Nielsen Arianna, 2025/12/29 - 2026/01/04

# 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 | 2.29 |
| 2 | 臺北最HIGH101煙火 | CTV | 特別節目 | 1.86 |
| 3 | 臺北最HIGH星魅力 | CTV | 特別節目 | 1.52 |
| 4 | 臺北最HIGH偶像新年頌 | CTV | 特別節目 | 1.41 |
| 5 | 名偵探柯南 | CTS | 卡通影片 | 1.32 |
| 6 | 臺北最HIGH歌王歌后 | CTV | 特別節目 | 1.31 |
| 7 | 綜藝大集合台塑石油APP | FTV | 娛樂綜藝 | 1.28 |
| 8 | 豆腐媽媽PP石墨烯超導被 | FTV | 閩南語連續劇 | 1.24 |
| 9 | 1830蠟筆小新 | TTV | 卡通影片 | 1.21 |
| 10 | 嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝 | TTV | 資訊綜藝 | 1.11 |

## 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 | 1.79 |
| 2 | 綜藝大集合台塑石油APP | FTV | 娛樂綜藝 | 1.69 |
| 3 | 臺北最HIGH歌王歌后 | CTV | 特別節目 | 1.66 |
| 4 | 臺北最HIGH101煙火 | CTV | 特別節目 | 1.47 |
| 5 | 臺北最HIGH星魅力 | CTV | 特別節目 | 1.11 |
| 6 | 監所男子囚生記絲瓜露愛妮 | TTV | 國語連續劇 | 1.07 |
| 7 | 超級冰冰SHOW安美諾美白修 | FTV | 娛樂綜藝 | 1.00 |
| 8 | 寶島西米樂守護美源花果香 | TTV | 閩南語連續劇 | 0.99 |
| 9 | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠 | CTV | 競賽綜藝 | 0.98 |
| 10 | 嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝 | TTV | 資訊綜藝 | 0.91 |

## 35-49歲

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 臺北最HIGH101煙火 | CTV | 特別節目 | 2.56 |
| 2 | 臺北最HIGH歌王歌后 | CTV | 特別節目 | 2.09 |
| 3 | 臺北最HIGH星魅力 | CTV | 特別節目 | 1.90 |
| 4 | 綜藝大集合台塑石油APP | FTV | 娛樂綜藝 | 1.74 |
| 5 | 臺北最HIGH偶像新年頌 | CTV | 特別節目 | 1.74 |
| 6 | 豆腐媽媽PP石墨烯超導被 | FTV | 閩南語連續劇 | 1.71 |
| 7 | 豆腐媽媽台塑石油APP | FTV | 閩南語連續劇 | 1.70 |
| 8 | 名偵探柯南 | CTS | 卡通影片 | 1.58 |
| 9 | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠 | CTV | 競賽綜藝 | 1.56 |
| 10 | 東湧熱水器綜藝一級棒 | CTV | 歌唱音樂 | 1.52 |

## 50歲以上

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 綜藝大集合台塑石油APP | FTV | 娛樂綜藝 | 5.40 |
| 2 | 豆腐媽媽台塑石油APP | FTV | 閩南語連續劇 | 4.50 |
| 3 | 豆腐媽媽PP石墨烯超導被 | FTV | 閩南語連續劇 | 4.38 |
| 4 | 超級冰冰SHOW安美諾美白修 | FTV | 娛樂綜藝 | 4.22 |
| 5 | 東湧熱水器綜藝一級棒 | CTV | 歌唱音樂 | 3.87 |
| 6 | 臺北最HIGH101煙火 | CTV | 特別節目 | 2.78 |
| 7 | 臺北最HIGH歌王歌后 | CTV | 特別節目 | 2.09 |
| 8 | 豬哥亮經典秀PP石墨烯超導 | FTV | 娛樂綜藝 | 1.87 |
| 9 | 週末最強大萬士益冷氣 | CTS | 娛樂綜藝 | 1.85 |
| 10 | 臺北最HIGH星魅力 | CTV | 特別節目 | 1.74 |



資料來源：Nielsen Arianna, 2025/12/29 - 2026/01/04

# 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 | 1.18 |
| 2 | 百味人生PP石墨烯超導被 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.99 |
| 3 | 食尚玩家瘋狂總部 | TVBSG | 美食、旅遊節目 | 0.82 |
| 4 | 超級紅人榜安美諾美白修護 | SANLI | 競賽綜藝 | 0.72 |
| 5 | 詹姆士出走料理特輯 | GTV-1 | 美食、旅遊節目 | 0.58 |
| 6 | 台灣第一等精選 | GTV-1 | 知識資訊節目 | 0.57 |
| 7 | 1900請問今晚住誰家 | STV | 資訊綜藝 | 0.56 |
| 8 | 超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 0.56 |
| 9 | 綜藝一級棒 | CTiE | 歌唱音樂 | 0.56 |
| 10 | 2000監所男子囚生記佳倍優 | GTV-D | 國語連續劇 | 0.54 |

## 25-34歲

| No. | Program Name | Chan. | Type | TVR |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 1.56 |
| 2 | 百味人生ONEBOY智能衝鋒衣 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.33 |
| 3 | 百味人生PP石墨烯超導被 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.18 |
| 4 | 花甲少年趣旅行蝦皮購物 | ETTV | 美食、旅遊節目 | 0.69 |
| 5 | 超級紅人榜安美諾美白修護 | SANLI | 競賽綜藝 | 0.65 |
| 6 | 台灣演義 | FTVN | 新聞性質節目 | 0.65 |
| 7 | 型男大主廚 | SL2 | 美食、旅遊節目 | 0.54 |
| 8 | 型男大主廚PP石墨烯超導被 | SL2 | 美食、旅遊節目 | 0.49 |
| 9 | 效年出發吧 | ET-D | 美食、旅遊節目 | 0.44 |
| 10 | 1900請問今晚住誰家 | STV | 資訊綜藝 | 0.42 |

## 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 | 1.03 |
| 2 | 2026臺北最HIGH新年城跨年 | CTiV | 特別節目 | 1.03 |
| 3 | 百味人生ONEBOY智能衝鋒衣 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.98 |
| 4 | 百味人生PP石墨烯超導被 | SANLI | 閩南語連續劇 | 0.98 |
| 5 | 綜藝玩很大ONEBOY衝鋒衣 | SL2 | 娛樂綜藝 | 0.75 |
| 6 | 超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 0.73 |
| 7 | 效年出發吧找到了旅行社 | STV | 美食、旅遊節目 | 0.66 |
| 8 | 台灣演義 | FTVN | 新聞性質節目 | 0.56 |
| 9 | 花甲少年趣旅行蝦皮購物 | ETTV | 美食、旅遊節目 | 0.51 |
| 10 | 鬼滅之刃柱訓練篇 | ET-M | 卡通影片 | 0.51 |

## 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 | 4.09 |
| 2 | 超級夜總會 | SANLI | 娛樂綜藝 | 3.14 |
| 3 | 百味人生PP石墨烯超導被 | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.09 |
| 4 | 百味人生ONEBOY智能衝鋒衣 | SANLI | 閩南語連續劇 | 2.04 |
| 5 | 台灣演義 | FTVN | 新聞性質節目 | 1.89 |
| 6 | 戲說台灣假日完整版 | SANLI | 閩南語連續劇 | 1.35 |
| 7 | 話時代人物 | SETN | 新聞性質節目 | 1.32 |
| 8 | 台灣亮起來 | SETN | 新聞性質節目 | 1.11 |
| 9 | 型男大主廚PP石墨烯超導被 | SL2 | 美食、旅遊節目 | 1.00 |
| 10 | 第54分局 | SETN | 新聞性質節目 | 0.92 |



資料來源：Nielsen Arianna, 2025/12/29 - 2026/01/04

# 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 | 0.90 | 0.38 | 0.41 | 0.64 | 1.40 |
| TTV/台視 | 0.44 | 0.26 | 0.28 | 0.31 | 0.65 |
| FTV/民視 | 0.43 | 0.17 | 0.25 | 0.21 | 0.73 |
| CTS/華視 | 0.19 | 0.08 | 0.14 | 0.13 | 0.29 |

| 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 | 0.61 | 0.17 | 0.23 | 0.46 | 0.98 |
| ET-N/東森新聞 | 0.50 | 0.17 | 0.24 | 0.36 | 0.80 |
| SETN/三立新聞 | 0.43 | 0.06 | 0.11 | 0.24 | 0.78 |
| FTVN/民視新聞 | 0.37 | 0.09 | 0.15 | 0.19 | 0.67 |
| ERA-N/年代新聞台 | 0.24 | 0.04 | 0.06 | 0.12 | 0.45 |
| NTVN/壹新聞 | 0.19 | 0.08 | 0.10 | 0.17 | 0.27 |
| CTS-N/華視新聞資訊台 | 0.17 | 0.11 | 0.07 | 0.13 | 0.25 |
| UBN/非凡新聞 | 0.15 | 0.03 | 0.05 | 0.09 | 0.26 |
| EFNC/東森財經新聞台 | 0.13 | 0.04 | 0.04 | 0.09 | 0.21 |
| SET-F/三立財經台 | 0.06 | 0.02 | 0.04 | 0.04 | 0.10 |
| MNEWS/鏡新聞 | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.03 |



資料來源：Nielsen Arianna, 2025/12/29 - 2026/01/04

# 類型節目收視率

## 戲劇類/全體

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 豆腐媽媽台塑石油APP | FTV | 2.74 |
| 2 | 豆腐媽媽PP石墨烯超導被 | FTV | 2.65 |
| 3 | 百味人生ONEBOY智能衝鋒衣 | SANLI | 1.49 |
| 4 | 百味人生PP石墨烯超導被 | SANLI | 1.49 |
| 5 | 寶島西米樂守護美源花果香 | TTV | 1.16 |
| 6 | 戲說台灣安美諾美白修護霜 | SANLI | 0.84 |
| 7 | 戲說台灣假日完整版 | SANLI | 0.80 |
| 8 | 戲說台灣 | SANLI | 0.77 |
| 9 | 我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞 | FTV | 0.73 |
| 10 | 阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品 | FTV | 0.70 |

## 綜藝類/全體

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 綜藝大集合台塑石油APP | FTV | 3.32 |
| 2 | 東湧熱水器綜藝一級棒 | CTV | 2.58 |
| 3 | 超級冰冰SHOW安美諾美白修 | FTV | 2.46 |
| 4 | 超級紅人榜安美諾美白修護 | SANLI | 2.28 |
| 5 | 超級夜總會 | SANLI | 1.86 |
| 6 | 飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠 | CTV | 1.24 |
| 7 | 豬哥亮經典秀PP石墨烯超導 | FTV | 1.16 |
| 8 | 週末最強大萬士益冷氣 | CTS | 1.13 |
| 9 | 天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化 | CTS | 1.11 |
| 10 | 1800全民星攻略京都念慈菴 | CTV | 0.97 |

## 新聞類/全體

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 台灣演義 | FTVN | 1.10 |
| 2 | 前進地球之肺亞馬遜雨林 | TVBSN | 0.98 |
| 3 | 非凡最前線 | UBN | 0.92 |
| 4 | 少康戰情室 | TVBS | 0.83 |
| 5 | 台灣最前線 | FTVN | 0.76 |
| 6 | 話時代人物 | SETN | 0.76 |
| 7 | 新台灣加油 | SETN | 0.76 |
| 8 | 驚爆新聞線2200 | SETN | 0.74 |
| 9 | 最前線報告 | UBN | 0.74 |
| 10 | 驚爆新聞線2100 | SETN | 0.72 |

## 其他類/全體

| No. | Program Name | Chan. | TVR |
|---|---|---|---|
| 1 | 大陸尋奇三支雨傘標英才文 | CTV | 1.05 |
| 2 | 花甲少年趣旅行蝦皮購物 | ETTV | 0.63 |
| 3 | 型男大主廚PP石墨烯超導被 | SL2 | 0.61 |
| 4 | 效年出發吧找到了旅行社 | STV | 0.58 |
| 5 | 型男大主廚 | SL2 | 0.46 |
| 6 | 食尚玩家瘋狂總部 | TVBSG | 0.40 |
| 7 | 食尚玩家熱血48小時 | TVBSG | 0.38 |
| 8 | 老闆真有趣人氣爆棚店 | VLJP | 0.37 |
| 9 | 神之路愛妮雅化妝品 | STV | 0.34 |
| 10 | 花甲少年趣旅行佳倍優 | TTV | 0.34 |



資料來源：Nielsen Arianna, 2025/12/29 - 2026/01/04

# 06

## 網路觀察

## Network

# 15-24歲網路使用者

| | Media | 獨立訪問者總數(000) | 到達率% | 平均每日訪問者人數(000) | 總分鐘數（百萬） | 流覽頁面總數（百萬） | 訪問總次數(000) | 每次訪問的平均分鐘數 | 每位訪問者的平均訪問次數 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Microsoft Sites | 1,797 | 96 | 326 | 55 | 73 | 19,867 | 3 | 11 |
| 2 | Alphabet | 1,751 | 93 | 645 | 275 | 245 | 52,500 | 5 | 30 |
| 3 | LINE Corporation | 1,046 | 56 | 235 | 1 | 2 | 1,150 | 1 | 1 |
| 4 | Facebook | 891 | 47 | 170 | 19 | 19 | 8,840 | 2 | 10 |
| 5 | Yahoo | 860 | 46 | 165 | 18 | 36 | 8,431 | 2 | 10 |
| 6 | OpenAI | 661 | 35 | 108 | 54 | 25 | 6,462 | 8 | 10 |
| 7 | Dcard | 567 | 30 | 39 | 9 | 10 | 1,356 | 6 | 2 |
| 8 | UDN Group | 449 | 24 | 24 | 1 | 2 | 797 | 1 | 2 |
| 9 | Overwolf | 442 | 24 | 105 | 4 | 6 | 3,123 | 1 | 7 |
| 10 | Wikimedia Foundation Sites | 440 | 23 | 38 | 3 | 3 | 1,519 | 2 | 3 |
| 11 | Spotify | 410 | 22 | 73 | 0 | 0 | 357 | 0 | 1 |
| 12 | CANVA.COM | 403 | 21 | 56 | 68 | 50 | 3,723 | 18 | 9 |
| 13 | TRUEACHIEVEMENTS.COM | 397 | 21 | 127 | 14 | 10 | 7,875 | 2 | 20 |
| 14 | Oneup Network Corporation | 361 | 19 | 37 | 2 | 5 | 1,708 | 1 | 5 |
| 15 | PIXNET Digital Media Corporation | 317 | 17 | 25 | 0 | 2 | 758 | 0 | 2 |
| 16 | BILIBILI.COM | 316 | 17 | 77 | 46 | 21 | 4,620 | 10 | 15 |
| 17 | Amazon | 304 | 16 | 292 | 3 | 18 | 18,008 | 0 | 59 |
| 18 | CW Group | 293 | 16 | 9 | 0 | 1 | 270 | 1 | 1 |
| 19 | Cite Media Holding Group | 276 | 15 | 15 | 0 | 1 | 482 | 1 | 2 |
| 20 | ETtoday & EMI Group | 275 | 15 | 9 | 0 | 0 | 273 | 0 | 1 |

* With the release of November 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.



資料來源：comScore, November 2025

# 25-34歲網路使用者

| | Media | 獨立訪問者總數(000) | 到達率% | 平均每日訪問者人數(000) | 總分鐘數（百萬） | 流覽頁面總數（百萬） | 訪問總次數(000) | 每次訪問的平均分鐘數 | 每位訪問者的平均訪問次數 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Microsoft Sites | 2,373 | 98 | 366 | 48 | 79 | 19,538 | 2 | 8 |
| 2 | Alphabet | 2,228 | 92 | 769 | 273 | 311 | 62,252 | 4 | 28 |
| 3 | LINE Corporation | 1,386 | 57 | 348 | 1 | 2 | 1,201 | 1 | 1 |
| 4 | Yahoo | 1,309 | 54 | 297 | 35 | 48 | 13,978 | 2 | 11 |
| 5 | Facebook | 1,138 | 47 | 212 | 29 | 30 | 12,019 | 2 | 11 |
| 6 | Dcard | 702 | 29 | 53 | 8 | 11 | 2,144 | 4 | 3 |
| 7 | UDN Group | 673 | 28 | 43 | 1 | 2 | 1,495 | 0 | 2 |
| 8 | ETtoday & EMI Group | 606 | 25 | 25 | 1 | 7 | 957 | 1 | 2 |
| 9 | PIXNET Digital Media Corporation | 584 | 24 | 46 | 0 | 2 | 1,522 | 0 | 3 |
| 10 | OpenAI | 551 | 23 | 90 | 58 | 19 | 5,382 | 11 | 10 |
| 11 | Oneup Network Corporation | 502 | 21 | 82 | 4 | 11 | 3,982 | 1 | 8 |
| 12 | Amazon | 445 | 18 | 513 | 8 | 44 | 32,611 | 0 | 73 |
| 13 | Want Media Group | 439 | 18 | 9 | 0 | 1 | 71 | 6 | 0 |
| 14 | TVBS Media Inc. | 432 | 18 | 22 | 0 | 2 | 703 | 1 | 2 |
| 15 | Wikimedia Foundation Sites | 424 | 18 | 39 | 3 | 3 | 1,609 | 2 | 4 |
| 16 | Shopee Pte Ltd | 399 | 17 | 46 | 4 | 10 | 2,134 | 2 | 5 |
| 17 | Cite Media Holding Group | 393 | 16 | 18 | 0 | 1 | 505 | 0 | 1 |
| 18 | BILIBILI.COM | 376 | 16 | 65 | 22 | 22 | 3,725 | 6 | 10 |
| 19 | Liberty Times Group | 341 | 14 | 23 | 0 | 1 | 788 | 0 | 2 |
| 20 | Sanlih Media Group | 336 | 14 | 10 | 0 | 0 | 296 | 0 | 1 |

* With the release of November 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.



資料來源：comScore, November 2025

# 35-44歲網路使用者

| | Media | 獨立訪問者總數(000) | 到達率% | 平均每日訪問者人數(000) | 總分鐘數（百萬） | 流覽頁面總數（百萬） | 訪問總次數(000) | 每次訪問的平均分鐘數 | 每位訪問者的平均訪問次數 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Microsoft Sites | 2,503 | 100 | 475 | 123 | 144 | 30,703 | 4 | 12 |
| 2 | Alphabet | 2,236 | 89 | 760 | 244 | 268 | 57,113 | 4 | 26 |
| 3 | Yahoo | 1,625 | 65 | 417 | 57 | 100 | 24,417 | 2 | 15 |
| 4 | LINE Corporation | 1,420 | 57 | 325 | 1 | 2 | 1,048 | 1 | 1 |
| 5 | Facebook | 1,055 | 42 | 235 | 46 | 41 | 14,043 | 3 | 13 |
| 6 | UDN Group | 832 | 33 | 61 | 1 | 3 | 2,146 | 0 | 3 |
| 7 | Want Media Group | 728 | 29 | 21 | 5 | 13 | 324 | 17 | 0 |
| 8 | ETtoday & EMI Group | 631 | 25 | 22 | 0 | 1 | 703 | 0 | 1 |
| 9 | Dcard | 575 | 23 | 32 | 6 | 4 | 1,264 | 5 | 2 |
| 10 | PIXNET Digital Media Corporation | 551 | 22 | 42 | 0 | 2 | 1,482 | 0 | 3 |
| 11 | Liberty Times Group | 550 | 22 | 49 | 1 | 3 | 1,638 | 0 | 3 |
| 12 | Shopee Pte Ltd | 506 | 20 | 57 | 7 | 9 | 2,598 | 3 | 5 |
| 13 | TVBS Media Inc. | 495 | 20 | 36 | 0 | 2 | 1,231 | 0 | 2 |
| 14 | OpenAI | 461 | 18 | 71 | 43 | 15 | 4,280 | 10 | 9 |
| 15 | NOWnews | 411 | 16 | 26 | 0 | 1 | 769 | 0 | 2 |
| 16 | Mirror Media | 409 | 16 | 29 | 1 | 2 | 1,140 | 1 | 3 |
| 17 | Sanlih Media Group | 395 | 16 | 28 | 4 | 10 | 1,092 | 4 | 3 |
| 18 | Cite Media Holding Group | 382 | 15 | 17 | 2 | 3 | 832 | 2 | 2 |
| 19 | Wikimedia Foundation Sites | 377 | 15 | 29 | 2 | 2 | 1,137 | 2 | 3 |
| 20 | Oneup Network Corporation | 319 | 13 | 43 | 1 | 5 | 1,772 | 1 | 6 |

* With the release of November 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.



資料來源：comScore, November 2025

# 45-54歲網路使用者

| | Media | 獨立訪問者總數(000) | 到達率% | 平均每日訪問者人數(000) | 總分鐘數（百萬） | 流覽頁面總數（百萬） | 訪問總次數(000) | 每次訪問的平均分鐘數 | 每位訪問者的平均訪問次數 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Microsoft Sites | 1,972 | 98 | 412 | 86 | 143 | 27,189 | 3 | 14 |
| 2 | Alphabet | 1,872 | 93 | 670 | 225 | 242 | 52,666 | 4 | 28 |
| 3 | Yahoo | 1,464 | 72 | 525 | 71 | 121 | 30,359 | 2 | 21 |
| 4 | LINE Corporation | 1,071 | 53 | 343 | 2 | 3 | 1,449 | 1 | 1 |
| 5 | Facebook | 999 | 49 | 217 | 38 | 58 | 12,896 | 3 | 13 |
| 6 | UDN Group | 849 | 42 | 88 | 2 | 9 | 3,357 | 1 | 4 |
| 7 | Want Media Group | 706 | 35 | 34 | 6 | 12 | 470 | 13 | 1 |
| 8 | ETtoday & EMI Group | 547 | 27 | 35 | 3 | 22 | 1,515 | 2 | 3 |
| 9 | PIXNET Digital Media Corporation | 545 | 27 | 50 | 0 | 2 | 1,622 | 0 | 3 |
| 10 | Liberty Times Group | 511 | 25 | 50 | 1 | 3 | 1,592 | 0 | 3 |
| 11 | Shopee Pte Ltd | 481 | 24 | 63 | 4 | 10 | 3,209 | 1 | 7 |
| 12 | TVBS Media Inc. | 464 | 23 | 38 | 1 | 2 | 1,377 | 0 | 3 |
| 13 | Sanlih Media Group | 415 | 21 | 20 | 0 | 2 | 650 | 0 | 2 |
| 14 | Dcard | 397 | 20 | 22 | 2 | 3 | 788 | 2 | 2 |
| 15 | Wikimedia Foundation Sites | 394 | 20 | 42 | 4 | 3 | 1,558 | 3 | 4 |
| 16 | OpenAI | 391 | 19 | 59 | 31 | 14 | 3,582 | 9 | 9 |
| 17 | Fubon Multimedia Technology | 346 | 17 | 38 | 14 | 31 | 1,776 | 8 | 5 |
| 18 | Mirror Media | 310 | 15 | 18 | 0 | 2 | 569 | 1 | 2 |
| 19 | NOWnews | 306 | 15 | 23 | 0 | 1 | 734 | 0 | 2 |
| 20 | Storm Media Group | 275 | 14 | 10 | 0 | 1 | 310 | 1 | 1 |

* With the release of November 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] **Verizon Media**. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.



資料來源：comScore, November 2025

# 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**

Media Drive
宏 將 傳 媒