



# 宏將週報

Vol.2606 02.02 ~ 02.08

# Media Drive Bulletin

- 中嘉集團宣布推出全新影音平台「挖趣tv」，主打「免費、經典、在地」三大核心，打破傳統付費門檻與設備限制...

經典再現  
回到守著電視的那些年

免費看



Presented by:

宏將傳媒行銷策略部

Email:

[MediaResearch@mediadrive.biz](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

# WELCOME

## Contents



1

### 媒體放大鏡 **Media News**

中嘉推「挖趣tv」跨足OTT轉型布局

3

### 熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 02月 #hashtag排行榜

5

### 數位轉型 **Digital Transformation**

三商家購智慧零售2.0 導入AI導購、RMN與減碳設計

2

### 網紅觀察站 **Influencer**

2026/02【台灣旅遊】社群媒體帳號排行Top10

4

### 國際視野 **Media Trend**

消費購物旅程往多元及AI發展

6

### 收視調查 **Ratings**

2026/02/02-2026/02/08



# 01

## 媒體放大鏡

## Media News



【2026/02/02, udn科技玩家】

## 中嘉推「挖趣tv」 跨足OTT轉型布局

中嘉集團宣布推出全新影音平台「挖趣tv」。該平台採用FAST TV (免費廣告支持串流電視) 模式，主打「免費、經典、在地」三大核心，打破傳統付費門檻與設備限制，讓一般民眾透過網頁或APP即可收看。

- **核心優勢與策略定位** | 中嘉集團總經理陳佐銘表示，此舉是基於25年經營經驗的策略性轉型。相較於純訂閱制，FAST TV能觸及更多觀眾、延長內容生命週期。中嘉利用高速光纖網路與數據分析能力，致力於本土內容的數位轉型與文化傳承，成為連結基礎建設與內容產業的橋樑。
- **內容亮點與市場反應經典復刻** | 匯聚1980至2000年代代表作，如《包青天》、《煙雨濛濛》及《費玉清時間》等。試營運期間，臉書粉專影片瀏覽數已突破200萬次。將持續引進戲劇、綜藝與卡通，並擴展至新聞與生活領域，實踐文化資產活化。中嘉強調，此轉型不僅是應對市場競爭，更是推動數位轉型與多角化經營，為本土影音內容建立更穩定的營運模式。



【2026/02/07, 風傳媒】

## YouTube營收破600億美元！力壓Netflix穩居串流霸主

Google母公司Alphabet於財報會議揭露，YouTube 2025年創造超過600億美元營收，遠超Netflix的450億美元。這是該平台併入Google近20年來，首度單獨公開年度數據，象徵其在串流市場的領導地位，其中兩大核心動能為以下兩點

- **訂閱制與短影音付費會員激增** | YouTube Premium帶動付費人數衝破3.25億。
- **Shorts狂潮持續** | 對標TikTok的短影音功能，日均觀看次數突破2,000億次，成為成長重要引擎。

AI帶來的隱憂與市場競爭儘管業績斐然，AI崛起卻引發創作者生存危機。全球知名創作者MrBeast擔憂，Google的「AI摘要」功能會減少用戶點擊原始影片的動力。目前歐盟已展開調查，Google則承諾將尋求內容所有者的雙贏方案。此外，YouTube與Netflix的競爭日趨激烈。分析師指出兩者界線正在模糊，Netflix近期更積極與知名YouTuber簽約，試圖強化內容吸引力。



【2026/02/02, TechNews】

【2026/02/05, TechNews】

## YouTube 營運方針：打擊違規漏洞與清理 AI 內容

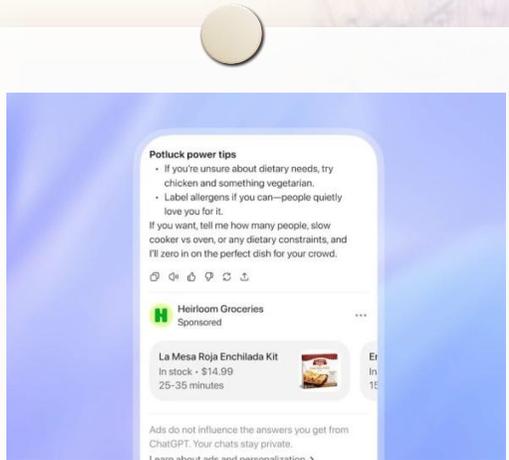
YouTube 近期展現維護平台生態的強硬立場，從用戶體驗與內容品質同步整頓，致力於在技術創新與高品質影音環境間取得平衡。

- **打擊第三方瀏覽器漏洞** | 維護訂閱價值YouTube Premium 提供無廣告、離線下載及背景播放等功能。過去部分用戶利用 Brave、Vivaldi 或 Edge 等第三方手機瀏覽器繞過付費機制，免費使用背景播放。Google 近期正式修補此漏洞，發言人表示此舉是為確保各平台體驗一致。這是繼打擊廣告攔截器後，**Google 再次調整機制以防止繞過付費**，藉此鼓勵更多用戶訂閱 Premium 方案。
- **大規模清理 AI 低品質內容** | 守護平台信譽為維護形象，YouTube 展開大規模清理行動，**刪除多個合計擁有 3,500 萬訂閱及 47 億觀看次數的高知名度 AI 頻道**。執行長 Neal Mohan 強調，降低低品質 AI 內容是優先事項，以免損害平台信譽。儘管如此，YouTube 仍積極開發 AI 創作工具，如 AI 短片與音樂創作功能，並推出相關法案與選項，防止肖像遭未經授權使用。

## ChatGPT 展開廣告測試，ChatGPT Go 用戶先行

OpenAI 正式在美國展開廣告測試，廣告將以標示「贊助」( sponsored ) 的連結形式出現在對話底部。此測試對象為免費版及 ChatGPT Go 的成人使用者，付費訂閱用戶 ( Plus / Pro / Business / Enterprise ) 則不受影響。

- **廣告投放機制與隱私保護原則** | 測試期間，系統透過比對使用者的對話主題、紀錄與互動決定顯示內容，例如研究食譜時可能出現外送廣告。OpenAI 強調廣告不會影響回答內容，答案仍根據對使用者最有幫助的原則進行最佳化，且視覺上與自然生成的答案有明顯區隔。隱私方面，廣告主無法取得對話內容、記憶或個人資訊，僅能收到總瀏覽量或點擊量等整體資訊。此外，系統不會在未滿 18 歲或涉及身心健康、政治等敏感主題中顯示廣告。
- **使用者選擇權與競爭對手動向** | 免費版使用者可以選擇不顯示廣告，但每日免費對話數會減少，或可選擇月付 20 美元訂閱方案來避免干擾。**這項測試在 AI 聊天機器人中屬首次出現**，競爭對手 Google 與 Anthropic 暫不跟進。



【2026/02/10, TechNews】



【[2026/02/05, 數位時代](#)】

## Spotify 靠情緒行銷搶占螢幕外商機

Spotify 透過年度總結 ( Wrapped ) 展現其對用戶數據的深度洞察，將串流服務轉化為融入生活的感性陪伴。在廣告注意力驟降的時代，品牌需透過「串流智能」捕捉用戶真實的情緒標籤，取代傳統的被動曝光，在螢幕熄滅後開啟更深層的人性共鳴。

- **將播放數據轉化為文化洞察** | Spotify Wrapped 將播放數據轉化為生活故事，細膩勾勒用戶的生活脈動。隨著**社群廣告注意力從 2024 年的 43% 驟降至 31%**，傳統被動曝光失效，品牌必須爭奪「主動注意力」。透過「串流智能」技術，平台能感應用戶在運動、通勤、居家等不同節奏中的心情，將聆聽行為轉譯為文化愛好與情緒標籤，讓廣告訊息轉化為貼合用戶當下需求的陪伴。
- **掌握對的時間與文化受眾** | 行銷心法首重「對的時間」，讓廣告成為生活的配樂。如 Ecovacs 鎖定節慶放鬆時刻創造高完播率。其次是從人口統計轉向「文化受眾」，依據聆聽內容而非單純的年齡性別定義用戶，精準對接品味與價值觀。最後，利用用戶最真實、放鬆的時刻建立共鳴，如 Foodpanda 透過 ASMR 廣告觸發心理共鳴，在用戶放下社交偽裝時，為品牌建立有意義的連結入口。

## Spotify功能3大升級！斷網也能看歌詞、顯示位置更明顯

Spotify 針對歌詞功能推出三項全球性的重大更新，旨在提升用戶對音樂內容的理解與互動深度。這些改動優化了歌詞的顯示介面與翻譯便利性，並特別針對付費會員提供更彈性的離線功能，讓每天高達數億次的歌詞瀏覽體驗變得更加直覺且無國界限制。

- **Premium 會員專屬的離線歌詞功能** | 推出的離線歌詞功能，讓 Premium 用戶在下載歌曲進行離線收聽時，歌詞也會自動一併儲存，確保在無網路環境下歌詞依然觸手可及。這項功能解決了離線狀態下無法查看歌詞的問題，目前正陸續向全球的付費訂閱用戶推出。
- **預覽介面優化讓歌詞更顯眼** | 歌詞預覽功能設計讓歌詞直接顯示在專輯封面或歌曲短片下方。這種新設計能讓用戶在歌曲播放時更容易與歌詞互動，也有助於聽眾重溫發掘的好歌。
- **歌詞翻譯功能升級並推向全球** | 原先僅限於部分市場的歌詞翻譯功能，現已正式擴展至全球市場。不論是免費或 Premium 用戶，只要輕觸歌詞卡片上的翻譯圖示，即可在原文歌詞下方查看根據裝置語言顯示的翻譯內容，讓聽眾能更輕鬆地理解不同語言的音樂作品。



【[2026/02/05, 科技玩家](#)】



【2026/02/04, 風傳媒】

## 台北又有新百貨公司！力拼4月前開幕

遠東 SOGO 大巨蛋「SOGO Garden City」即將拼湊完成，B 區百貨商場預計於 2026 年第一季正式開幕，將帶動東區復甦。

- **大巨蛋營運到位帶動東區復甦** | B 區百貨將於 2026 年 4 月前營運，董事長黃晴雯強調，**透過生活廊帶串連忠孝復興至大巨蛋一帶，將帶動商圈復甦**，目標讓東區重返繁榮。SOGO 預期全區營運後，2026 年單店業績達 76 億元，隔年更有望突破百億大關。
- **強化妝品區與發展夜經濟模式** | B 區主打「停留經濟」，配置**全台最完整的化妝品區、親子遊憩與運動休閒設施**。動線設計強化與**大巨蛋賽事、演唱會的連結，發展獨特的「夜經濟」生活圈**。此外，受惠於 AI 產業熱潮與台股上漲，零售業預期將迎來亮眼成長。
- **新春福袋活動為百貨開幕暖身** | SOGO 台北店於農曆正月初一至初三推出總值突破 126 萬元的福袋活動。獎項包含價值 66 萬元的巴黎雙人來回機票及日本機票等，旨在 4 月大巨蛋 B 區正式開幕前，先行帶動忠孝與復興兩館的消費熱度與買氣。



【2026/02/05, 網路溫度計】

## 貓奴注意！全家熱貓 + 毛茸茸主題店、7-11 結帳有貓叫

因應全台貓隻登記數首度超越犬隻，「貓系生活」已成為主流社會現象。2月22日「日本貓之日」源於日文「2-2-2」發音與貓叫聲相似的諧音趣味；為迎接此節日，超商雙雄紛紛推出聯名企劃。

- **全家推熱貓吊飾與抽獎打造陪伴商機** | 全家便利商店響應節慶將**熱狗變身為「熱貓」**，推出**限時加價購造型吊飾**，並舉辦單筆滿額抽獎，大獎包含價值約15萬元的「黃金熱貓」。除了**推出貓尾巴捲蛋糕等系列甜點**外，更打造毛茸茸主題店，並於App舉辦集章活動，讓消費者能**兌換寵物周邊或主子專屬制服**。此外，店內設置「**浪愛回家**」認養資訊，並結合公益積分活動，支持流浪動物協會。
- **貓福珊迪聯名與超商多元周邊體驗** | 7-ELEVEN 則聯手日本插畫「mofusand 貓福珊迪」，推出逾10款涵蓋烘焙、飲品與寵物用品的聯名商品。限時三天購買指定品項，結帳時收銀機會驚喜發出喵叫聲；現萃茶亦推出五款開運杯與專屬杯塞。

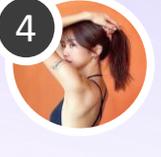


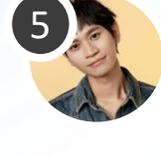
# 02

## 網紅觀察站 Influencer

## 【台灣旅遊】社群媒體帳號排行TOP 10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">Yin</a> 1,770,036
 2	<a href="#">ainslife</a> 931,258
 3	<a href="#">ya_travelart</a> 917,431
 4	<a href="#">Andy老師</a> 902,527
 5	<a href="#">品子</a> 848,236
 6	<a href="#">Hailey莫彩曦</a> 798,687
7	<a href="#">SarahHsiao</a> 665,437
8	<a href="#">麗莎</a> 551,536
9	<a href="#">許悅</a> 529,063
10	<a href="#">Eric Chen</a> 510,735

Facebook 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">鄭欣妍</a> 975,397
 2	<a href="#">Justin Caleb Cooper 賈斯汀</a> 771,276
 3	<a href="#">jonathan201001</a> 693,633
 4	<a href="#">慈妹</a> 523,138
 5	<a href="#">Hailey莫彩曦</a> 500,819
 6	<a href="#">旅行愷文</a> 483,274
7	<a href="#">Andy老師</a> 471,316
8	<a href="#">雷育承 LeiYuCheng</a> 465,608
9	<a href="#">Alex 艾尼</a> 423,030
10	<a href="#">三原慧悟</a> 370,024

Youtube 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">雷育承 LeiYuCheng</a> 991,042
 2	<a href="#">Hailey莫彩曦</a> 909,013
 3	<a href="#">白雨旋小雨</a> 537,682
 4	<a href="#">Goldfish Brain</a> 526,304
 5	<a href="#">Andy老師</a> 411,237
 6	<a href="#">MaoMao TV</a> 293,438
7	<a href="#">魚仔水水</a> 267,877
8	<a href="#">SanjiNoir 黑侍樂讀</a> 212,024
9	<a href="#">老張微旅行</a> 189,928
10	<a href="#">冠冠</a> 173,699





# 03

## 熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#搞笑
2	#alexhonnold
3	#fyp
4	#陽光女子合唱團
5	#台北美食
6	#reels
7	#情侶
8	#台中美食
9	#taiwan
10	#taipei101

## 2月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

**1**  #搞笑  
[王惟漢Kevin](#)

 平均互動數 15.5萬  
 平均互動率 45.6%

**2**  #alexhonnold  
[s.yin.h](#)

 平均互動數 31.4萬  
 平均互動率 416%

**3**  #fyp  
[meowed](#)

 平均互動數 8萬  
 平均互動率 1.62%

**4**  #陽光女子合唱團  
[xinya\\_an](#)

 平均互動數 13.2萬  
 平均互動率 21.4%

**5**  #台北美食  
[0101.tw](#)

 平均互動數 8萬  
 平均互動率 934%

**6**  #reels  
[9gag](#)

 平均互動數 14.3萬  
 平均互動率 0.27%

**7**  #情侶  
[snoopy8155](#)

 平均互動數 19.6萬  
 平均互動率 86.6%

**8**  #台中美食  
[yk\\_yuan](#)

 平均互動數 1.9萬  
 平均互動率 3.68%

**9**  #taiwan  
[ygt1016](#)

 平均互動數 5.8萬  
 平均互動率 5.84%

**10**  #taipei101  
[raymond.hou](#)

 平均互動數 27.8萬  
 平均互動率 105%



# 04

## 國際視野

## Media Trend

## 消費購物旅程往多元及AI發展

雖然電商平台的使用者仍最傾向從該平台開始其購物流程，但根據 ChannelEngine 的最新報告顯示，隨著購物路徑變得更加碎片化，這種集中趨勢較去年已明顯減弱。

這份針對美國、英國、法國、德國及荷蘭共 4,500 名電商平台消費者的調查指出，**37% 的人在打算網購時會優先前往電商平台搜尋**，23% 優先使用搜尋引擎，11% 前往品牌官網，而 9% 則先從社群媒體開始。

值得注意的是，在電商平台開始購物路徑的比例從去年的 47% 下降至今年的 37%，分析師指出：「**消費者的注意力正日益分散到搜尋、社群以及新興的 AI 驅動頻道上。**」事實上，平台消費者並未受限於單一電商站點：平均而言，他們在下單前會瀏覽 3 個電商平台，且過半數 (53%) 的受訪者表示，總是在或經常在多個平台間針對同一商品進行比價。報告強調，這對品牌而言意味著「一致性」與「透明度」至關重要。

儘管消費者認為更低的價格與更快的物流是選擇電商平台的核心因素，但**最終購買決策深受「用戶星級評分」與「經過驗證的買家評論」影響**。數據顯示，有六成的消費者表示對於沒有評價的商品會猶豫是否購買。研究結果反映出電商平台用戶更希望能夠「自主評估商品」。他們拒絕在平台上購買商品的首要原因是「難以評估產品質感」，第二大原因則是「對真實性 (是否為正品) 的疑慮」。

最後，**僅不到五分之一 (17%) 的受訪者表示，比起造訪電商平台或品牌官網，他們更願意直接透過人工智慧 (AI) 助手購買商品**。近期的研究亦證實，儘管零售業主管認為 AI 購物時代即將來臨，但**消費者目前尚未準備好將購買權交託給 AI 助手**。





# 05

數位轉型

**Digital Transformation**

START

## 三商家購智慧零售2.0 導入AI導購、RMN與減碳設計



三商家購(旗下知名有美廉社)·攜手元太科技與雲創通訊·於心樸市集安居概念店發表發表「智慧零售體驗店2.0」成果。整合彩色電子紙看板、電子價卡、感測器與後台AI系統·提升實體門市的互動與營運效能·讓門市空間能更聰明地與消費者溝通·在對的時間傳遞對的內容·創造最大商業價值。元太科技則透過零售場域中最頻繁接觸的貨架標籤與廣告看板·落實其智慧且綠色的願景。

- **電子紙看板即時更新並精準投放資訊** | 門市入口設置75吋全彩電子紙看板取代紙本POP·透過後台一鍵操作即可即時更新·有效解決資訊更新耗時與人力負擔問題。結合零售媒體網路 (RMN) 應用·看板可依時段或促銷策略彈性投放內容·從單純的資訊展示工具升級為高曝光、高轉換的媒體版位·協助品牌精準觸及消費者並提升門市導流效益。
- **AI數據分析帶動商品轉換與導購效率** | 系統透過電子紙看板、重量感應器與後台AI數據分析·能即時提供餐酒搭配建議與跨品類推薦·提升商品溝通效率並帶動實際購買。同時·電子紙看板成為全新的數位導購版位·供應商可藉由即時內容推播·強化商品曝光度與銷售連動效果。此外·結帳區透過電子紙輪播品牌理念·將交易流程轉化為深化品牌溝通的關鍵節點。
- **深化智慧整合應用並推動產業永續發展** | 三商家購未來將持續與元太科技、雲創通訊合作·深化電子紙與智慧零售的整合·並逐步導入旗下各品牌通路。透過將科技真正融入日常營運·三商家購期盼建立具擴散性的智慧零售示範模式·推動台灣零售產業朝向數位化與永續經營方向升級發展。



GOAL



# 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	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.43
2	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	3.30
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.72
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.35
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.32
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.14
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.06
8	豬哥亮經典秀TCL變頻空調	FTV	娛樂綜藝	1.01
9	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.98
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
11	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.93
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.87
13	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.80
14	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.73
15	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.69
16	1300豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	0.64
17	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.61
18	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.58
19	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.57
20	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.57

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	2.67
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.88
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.34
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.98
5	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.91
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.88
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.87
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.87
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.82
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.80
11	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.78
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.78
13	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.78
14	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.77
15	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.77
16	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.77
17	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.75
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.74
19	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.71
20	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.71

# 無線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.69
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.25
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.18
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.98
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.92
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.91
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.76
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.65
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.60
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.59

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.03
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.99
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.41
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.14
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.18
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.88
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.38
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.68
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.73
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.32

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.06
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.91
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.18
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.50
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.81
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.95
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.80
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.23
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.41
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.84

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	5.24
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.30
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.80
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.33
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.51
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.28
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.47
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.57
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.63

# 有線TOP10

## 15-24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	0.95
2	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.85
3	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.81
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.73
5	寶島神很大PP塑崩打卡褲	SANLI	知識資訊節目	0.72
6	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.61
7	新聞觀測站	FTVN	新聞性質節目	0.61
8	趨勢造夢者	EFNC	新聞性質節目	0.48
9	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.43
10	1900台灣第一等杏輝活芯升	GTV-1	知識資訊節目	0.40

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	1.21
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.01
3	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.93
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.84
5	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.67
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.54
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.50
8	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.46
9	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.43
10	1800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	1.51
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.13
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.99
4	灰姑娘遊戲	GTV-D	韓劇	0.67
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.64
6	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.63
7	神之路	STV	美食、旅遊節目	0.61
8	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.59
9	一起打卡吧	EFNC	新聞性質節目	0.56
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.53

## 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	4.64
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.37
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.91
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.47
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.39
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.38
7	1000消失的國界	SETN	新聞性質節目	1.29
8	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.22
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.20
10	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	1.17

## 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	0.38	0.33	0.64	1.41
FTV/民視	0.41	0.23	0.16	0.20	0.69
TTV/台視	0.40	0.17	0.27	0.29	0.61
CTS/華視	0.21	0.09	0.13	0.16	0.30
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	0.54	0.17	0.20	0.41	0.85
ET-N/東森新聞	0.46	0.19	0.20	0.31	0.75
SETN/三立新聞	0.38	0.08	0.10	0.21	0.68
FTVN/民視新聞	0.35	0.08	0.13	0.15	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.04	0.04	0.10	0.38
UBN/非凡新聞	0.18	0.03	0.04	0.13	0.29
NTVN/壹新聞	0.17	0.03	0.06	0.17	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.05	0.05	0.13	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.02	0.05	0.09	0.25
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.01	0.03	0.08
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.00	0.03



## 類型節目收視率

### 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	3.30
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.34
3	寶島西米樂守護	TTV	0.98
4	戲說台灣	SANLI	0.87
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.87
6	1300豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	0.64
7	灰姑娘遊戲	GTV-D	0.62
8	大愛劇芳草碧連天	DaAi	0.62
9	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.57
10	1900親家安美諾美白修護霜	SANLI	0.56

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2200	SETN	0.98
2	非凡最前線	UBN	0.91
3	話時代人物	SETN	0.88
4	驚爆新聞線2100	SETN	0.82
5	新台灣加油	SETN	0.80
6	世界翻轉中	TVBSN	0.78
7	少康戰情室	TVBS	0.78
8	正午最前線	UBN	0.78
9	錢線百分百	UBN	0.77
10	最前線新聞	UBN	0.77

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.43
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	2.72
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.67
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.35
5	超級夜總會	SANLI	1.88
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.32
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.06
8	豬哥亮經典秀TCL變頻空調	FTV	1.01
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.93
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.87

### 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.14
2	型男大主廚	SL2	0.56
3	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.48
4	神之路	STV	0.44
5	非凡大探索	UBN	0.43
6	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.41
7	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.39
8	美食按個讚	UBN	0.39
9	1300美食按個讚	UBN	0.35
10	詹姆士出走料理佳倍優	GTV-1	0.35

# 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