宏將週報

- Media Drive Bulletin -

Vol.2610

03.02 ~ 03.08

Media Drive
宏 將 傳 媒

https://www.mediadrive.com.tw

11 Mar, 2026

WELCOME

Contents

1 媒體放大鏡 **Media News**

台韓戰收視爆表！MOD比上屆升四成

2 網紅觀察站 **Influencer**

2026/03【棒球】社群媒體帳號排行Top10

3 熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 03月 #hashtag排行榜

4 國際視野 **Media Trend**

AI購物代理的接受度：從幾歲開始下降？

5 數位轉型 **Digital Transformation**

因應零點擊趨勢下的電商與購物模式變革

6 收視調查 **Ratings**

2026/03/02-2026/03/08

01

媒體放大鏡

Media News

【2026/03/09, YAHOO新聞】

台韓戰收視爆表！ MOD比上屆升四成

經典賽全民嗨起來！8日中華隊對韓國經典賽吸引全台球迷關注，負責台灣區轉播總代理的愛爾達轉播平台OTT與MOD收視再創佳績。根據愛爾達提供的資料，**MOD最高收視率達6.06%**，平均收視率較上一屆WBC四天比賽成長約 40%。值得注意的是，目前WBC賽事仍在預賽階段，尚未有冠軍加乘效應，但平均收視率已超越上屆12強賽事，顯示台灣球迷對國際賽事關注度高。

愛爾達媒體平台(Facebook + YouTube)在3/5至3/8預賽期間，**內容曝光次數超過3.3億次，其中 4,500 萬人次持續收看**，顯示觀眾黏著度高。**YouTube免費直播「主播台視角直播」最高瞬間在線人數達10.3萬人次，創下全國單場觀看規模新高**。

對比平日中職賽事，這次台韓戰吸引了大量**「一日球迷」**加入觀賽，除了基礎職棒球迷之外，還帶動新觀眾群體進入平台。愛爾達指出，這種短期熱潮與國際賽事的稀缺性有高度關聯，也顯示 OTT 平台在國際賽事中具備強大吸引力。WBC經典賽C組賽事來到最終之戰，全台球迷都在關注，WBC中華隊終於首度在經典賽舞台擊敗韓國，全台球迷感動歡呼。

【 2026/03/09, YAHOO新聞 】

OTT串流媒體觀眾行為 年輕族群「一日球迷」占比最高

隨著中華隊對韓國經典賽吸引全台目光，愛爾達進一步分析OTT觀眾行為，發現**觀眾以年輕族群和手機平台使用者為主**，顯示國際賽事對年輕觀眾的強大吸引力，也為後續MLB、F1與世足賽的觀賽熱度奠定基礎。

愛爾達指出，台韓戰的觀眾結構可分為兩大群體：**一部分是例行性職棒球迷**，這些基礎觀眾平時也會觀看中職賽事；**另一部分則是大量「一日球迷」**，主要受到國際賽事吸引而加入觀賽。這些**新加入的觀眾多透過手機或平板觀看，年齡層偏年輕**。

此外愛爾達表示，社群互動也十分活躍，Facebook 與 YouTube 的留言、分享、討論量明顯增加，球迷不僅觀看比賽，也積極參與討論與互動。**YouTube 訂閱人數在賽會期間突破 100 萬人次，顯示觀眾對平台內容認同度高，訂閱情況持續踴躍**。

愛爾達指出，台韓戰比賽受關注，也帶動 OTT 與新媒體整體流量成長，凸顯國際賽事對台灣觀眾的號召力與數位觀賽的持續趨勢。愛爾達 OTT 正逐步成為年輕球迷追國際賽的首選平台，也為其他大型賽事的數位轉播提供示範模式。

【2026/03/09, 網路溫度計】

WBC聲量破57萬！從憾敗日澳到首勝南韓的熱血淚水

2026年世界棒球經典賽WBC，在全台球迷的吶喊聲中，中華隊在C組預賽暫告一段落，《網路溫度計DailyView》根據輿情分析軟體《KEYPO大數據關鍵引擎》觀察，「WBC」近一週**網路總聲量高達574,762筆，討論高點精準落在3月5日開賽首日，以及3月8日中華隊絕殺南韓、舉國沸騰的神聖時刻。**這場四天三夜的旅程，不僅是球技的較量，更可說是全台球迷的情緒雲霄飛車。從首戰的緊繃遺憾不敵澳洲的壓力、慘敗日本的震撼，到完封捷克的紀錄粉碎14:0的重生，最後在東京巨蛋絕殺宿敵南韓。這群由古林睿煬、陳傑憲、張育成與費仔領軍的中華隊，已經用汗水告訴世界，「好想贏韓國」不再是遺憾，而是一個跨越世代的完成式。

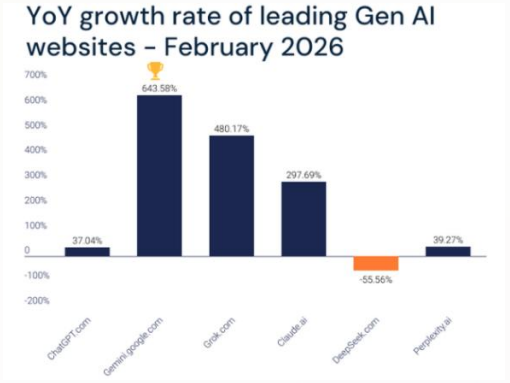
曾於2013年經典賽流下男兒淚、哽咽喊出「好想贏韓國」的體育主播徐展元，見證歷史時刻後第一時間發文高喊：「真的好爽贏韓國！」。**這一勝不僅打破了經典賽對戰4連敗的魔咒，更彌補了台灣球迷心中長達13年的遺憾。**連日本媒體也稱讚台灣展現了戲劇性的頑強鬥志。網友留言：「看到陳傑憲手受傷還是奮不顧身的撲壘差點哭了」、「不要只在他們贏球的時候才愛他們，恭喜中華隊。」

【2026/03/08, ETtoday新聞雲】

東京巨蛋氣氛狂熱！台韓球迷拚聲量，啦啦隊熱舞成嬌點

第6屆世界棒球經典賽WBCC組預賽於8日迎來最高潮！根據日本媒體報導，比賽尚未正式開打，東京巨蛋就已經湧入超滿員的觀眾，現場球迷的應援聲量早就衝上最高點，瀰漫著一股令人窒息卻又熱血沸騰的狂熱氣氛。

- **最香大戰！台韓啦啦隊正面交鋒｜**除了場內球員們的神仙打架，**場外的「嬌」點對決同樣是關注重頭戲。**中華隊應援團佔據一壘側，而韓國隊則鎮守三壘側。**兩國最具代表性的「啦啦隊文化」**在東京巨蛋正面交鋒，**讓這場高壓的生死戰多了一抹色彩**，雙方互拚聲勢，完全不讓對手專美於前。
- **韓國啦啦隊登舞台！整齊劃一力抗台式應援｜**日媒特別點出韓國啦啦隊的陣仗。在前一役對決地主日本隊時，韓國啦啦隊5名成員原本是在左外野最前排帶動氣氛；但到了這場關鍵的台韓大戰，她們直接登上了三壘側的特設舞台！5名啦啦隊員展現出整齊劃一的舞蹈動作與充滿活力的應援，全力為韓國隊吶喊。不過，坐在一壘側的台灣應援團也不是省油的燈，準備用招牌的台式應援震撼全場。

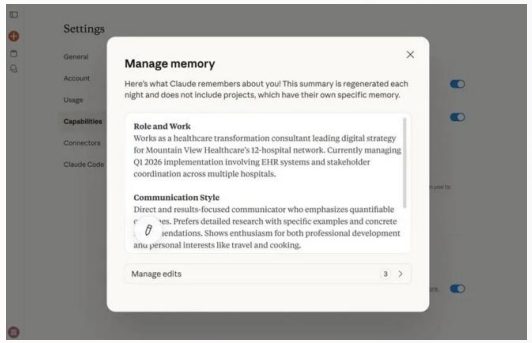


【 2026/03/10, 自由時報 】

全球成長最快 AI 工具排名揭曉!

AI工具已經成為民眾日常不可或缺的好幫手，從一開始ChatGPT遙遙領先，到現在Gemini、Claude逐漸成為強大敵手，替AI戰局添增諸多變化。SimilarWeb統計過去一年的網站流量，列出成長最多的6大AI工具排行榜，Gemini毫無疑問地領先，而過去曾被視為中國版 ChatGPT 的 DeepSeek 反倒面臨衰退危機。

SimilarWeb透過統計2026年2月與2025年2月，各大AI工具的「網站」流量，發現**Gemini一舉成長了多達643.58%，遙遙領先其他競爭者，其次是 X 平台的Grok與Claude，成長率分別有480%和297%同樣十分驚人。**反倒是知名度最高的ChatGPT僅有37%。另外Perplexity同樣面臨成長停滯，年增率為39.27%。表現最慘的是 DeepSeek，雖然在 2025 年後爆紅，但聲勢未能持續看漲，後續不僅市占率被Grok狙擊，更呈現55.56%的流量負成長。若以總流量來看，**ChatGPT 雖然成長率較低，但主因是本來的基數就很高，流量市占率依舊達到64.5% 稱霸市場的局面**，只是對比前一年86.7%明顯下滑不少，而Gemini則是從一年前的5.7%大增至21.5%。



【2026/03/07, udn科技玩家 】

Claude推出「記憶搬家」神器 一鍵打包ChatGPT歷史紀錄

Anthropic稍早宣布為旗下AI助理Claude 推出全新的「記憶匯入」(Memory Import)工具。這項新功能讓使用者能透過一段特定的提示詞，將過去在ChatGPT、Gemini或Copilot等競爭對手平台上累積的個人偏好與對話上下文，無痛「搬」到Claude中。

- **打破「生態系綁架」：三步驟無痛轉移記憶｜**過去使用者若想更換主力AI助理，最大的痛點就是必須「從零開始」重新建立對話默契。Anthropic這次推出的「記憶匯入」功能，讓**使用者不僅無需懂程式碼，也不需要等待其他平台開放API匯出介面**，只需複製官方提供的一段「記憶萃取提示詞」，再將這段提示詞貼到ChatGPT或Gemini中，即可強迫舊的AI系統吐出所有關於你的指令偏好。
- **分析觀點｜**OpenAI過去一直不提供完整的記憶資料匯出功能，正是為了綁住這些重度用戶。而Anthropic透過「自然語言提示詞」來**逆向榨取ChatGPT記憶的做法，巧妙地繞過技術壁壘。**這不僅徹底瓦解了對手的護城河，更在「#QuitGPT」的公關危機中，成功將自己塑造成堅守道德底線的「反體制英雄」。

【2026/03/08, udn科技玩家】

提升用戶黏著度！YouTube重啟「私訊」功能

經常使用YouTube看影片、想分享給親友，未來可能不需要再辛苦複製連結、切換到LINE或Messenger了！**YouTube近期正大幅擴展其「內建私訊功能」，讓使用者能直接在平台上與好友私下分享影片。**這項曾被移除的經典功能如今正式宣告「復活」，並已向全球30多個國家全面推送。YouTube已更新其官方支援頁面，大幅擴大了應用程式內建傳訊功能的適用範圍。事實上，YouTube多年前曾推出過內建訊息系統，但後來遭到移除，讓許多用戶幾乎忘了它的存在。

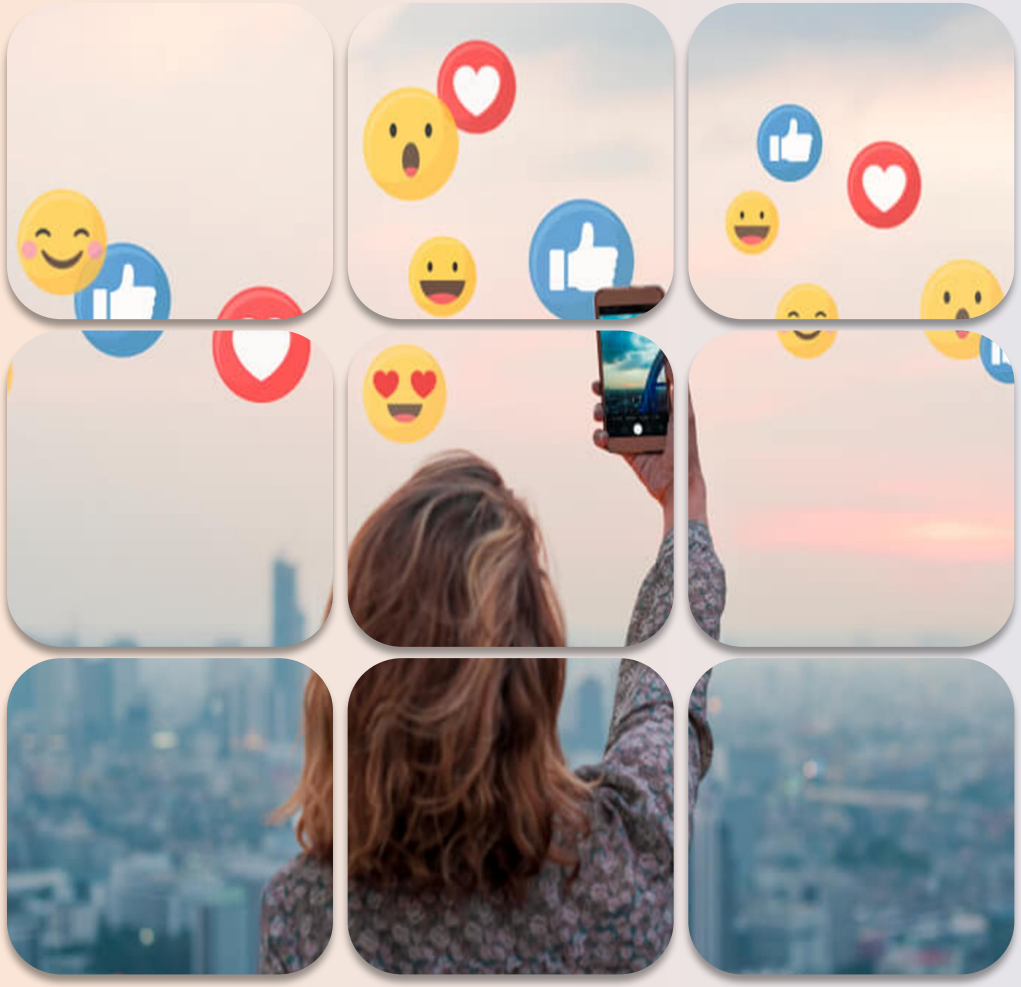
這項**私訊功能的最大亮點，在於提升用戶分享影音的便利性**。未來，使用者若看到有趣的影片，**不需再透過「複製連結」並跳轉至其他通訊軟體**，而是可以直接在YouTube的內建訊息介面中，私下傳送給好友或聯絡人，實現無縫接軌的影音社交體驗。隨著各大社群平台競爭白熱化，YouTube過去一年來不斷嘗試推出新工具，此次大規模重啟並擴展私訊功能，正是其為了提升用戶黏著度與平台互動率的重要戰略之一。目前位在支援地區的用戶，將會陸續在YouTube應用程式中看到這項新功能。

【2026/03/06, 自由時報】

外送不香了？Uber Eats常用率快追上foodpanda

外送服務「退燒」了嗎？根據資策會產業情報研究所(MIC)針對台灣市場發布「外送大調查」，數據顯示，**2025年曾使用外送服務的消費者比例較過去減少近5%**，除了反映出台灣外送市場的成長動能已逐漸趨緩，整體發展進入高原期，再加上外送費用提升，以及餐點單價普遍墊高，也讓不少民眾在點外送時變得更加謹慎。**近兩年都有近7成消費者表示，是因為「外送費用過高」而停用，顯示「價格」依然是影響民眾使用意願的關鍵。**

外界也更關注外送平台是否上調費用，一旦相關成本轉嫁到消費端，恐怕會讓部分消費者更加卻步。另一方面，調查也揭露，台灣兩大外送龍頭foodpanda、Uber Eats的競爭更呈現勢均力敵的局面，兩者「常用比重」的差距持續縮小，從2023年16%縮減至2024年7.5%，2025年再進一步縮減至1.3%。**Uber Eats追上foodpanda的主因在於，成功吸引18至25歲年輕族群與北部外送消費者**，推估與其優惠機制以及合作餐廳兩方面更受到青睞。



02

網紅觀察站

Influencer

Media Drive
宏 將 傳 媒

【棒球類型】社群媒體帳號排行TOP 10

	Instagram 口碑數量 TOP10	
1	籃籃	927,037
2	李洋	903,286
3	陳傑憲 (Hsien)	640,787
4	「餅總」林岳平	309,694
5	曹佑寧	287,210
	陳冠宇	286,418
	吳念庭	273,177
	台南Josh	251,113
	宋晟睿	230,640
	林安可	188,577

	Facebook 口碑數量 TOP10	
1	李洋 Lee Yang	1,550,311
2	籃籃 Lanlan	1,182,229
3	蔡其昌	556,771
4	體育大叔	488,161
5	CPBL 中華職棒	382,545
	台南Josh	301,893
	陳偉殷	240,832
	卓君澤	238,268
	杜芬疏失博士的邪惡企業	230,050
	Fubon Angels	222,483

	Youtube 口碑數量 TOP10	
1	棒球Master	958,453
2	(中職)小哥的棒球夾克	636,716
3	小哥的棒球夾克	603,015
4	阿嘟 Kai	397,842
5	台南Josh	371,907
	Shuai甩甩	352,113
	白鴿運動天地	257,664
	KC的體育視界	170,438
	史丹利視角的體育世界	129,572
	棒球 ACtion	125,663

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03月

03

熱門話題

Hot Topics

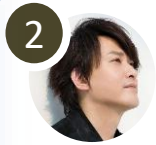
#hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#新年快樂
2	#開工大吉
3	#過年
4	#元宵節
5	#台灣
6	#開工
7	#日本
8	#wbc
9	#teamtaiwan
10	#高雄

3月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1

#新年快樂
江啟臣
平均互動數 1.8萬
平均互動率 4.62%

2

#開工大吉
王識賢
平均互動數 1.1萬
平均互動率 10.7%

3
#過年
東森新聞
平均互動數 2.6萬
平均互動率 0.38%

4

#元宵節
凡．追風景
平均互動數 1.8萬
平均互動率 22.1%

5

#台灣
大豐大哥大
平均互動數 6.5萬
平均互動率 27%

6

#開工
玉兔
平均互動數 2.2萬
平均互動率 6.81%

7
#日本
東森新聞
平均互動數 1.2萬
平均互動率 0.18%

8

#wbc
籃靖玟（籃籃）
平均互動數 9,276
平均互動率 3.27%

9

#teamtaiwan
賈永婕
平均互動數 4.1萬
平均互動率 4.55%

10

#高雄
大豐大哥大
平均互動數 2.1萬
平均互動率 8.82%

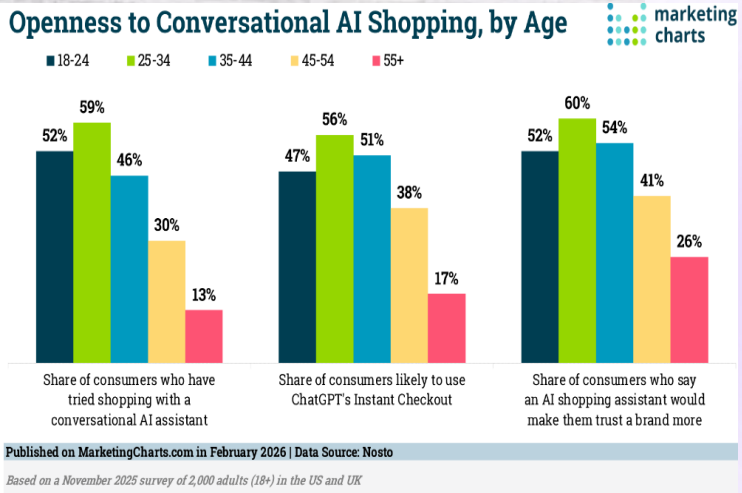
資料來源：Kolr；趨勢分析-hashtag排行；最後更新日期：2026年03月

04

國際視野

Media Trend

AI購物代理的接受度：從幾歲開始下降?



零售業高層正準備迎接人工智慧（AI）可能帶來的購物模式重大變化。不過，他們認為「由 AI 代理人自動幫消費者購物」的模式要真正普及，可能還需要幾年的時間。**年輕消費者對這類 AI 購物工具其實已經相當開放**。調查顯示，大約 48% 的受訪者表示，如果自己喜歡的零售品牌今年推出 AI 購物代理，他們願意嘗試使用。此外，約有66%的消費者表示，他們已經嘗試過，或願意使用對話式 AI 購物助手，顯示 AI 在購物體驗中的應用正逐漸被消費者接受。

- **年輕族群接受度更高｜**從科技採用的歷史來看，年輕族群通常比年長族群更願意嘗試新技術，因此這項調查出現類似結果並不令人意外。不過，比較值得注意的是，**消費者對 AI 購物工具的接受度大約從 45 歲開始明顯下降**。調查顯示，18 至 24 歲族群中有 52% 表示曾使用過對話式 AI 購物助手，而 25 至 34 歲族群的比例更高，達到 59%。在 35 至 44 歲的族群中，使用比例略降至 46%，但到了 45 至 54 歲時，比例明顯下降至 30%。至於 55 歲以上族群，只有 13% 表示願意或曾經嘗試使用這類工具，顯示**年齡越高，對 AI 購物助手的接受度越低**。
- **AI 結帳功能的接受度｜**調查也詢問受訪者是否願意使用 ChatGPT 的「Instant Checkout（即時結帳）」功能。結果顯示，在較年輕的族群中，接近一半甚至超過一半的人表示有可能會使用這項功能。然而，隨著年齡增加，使用意願也逐漸降低。在 45 至 54 歲的受訪者中，只有 38% 表示可能會使用，而在 55 歲以上族群中，比例更降至 17%。這同樣顯示出**不同年齡層對 AI 技術接受程度的明顯差距**。
- **信任度的差異｜**研究還發現，消費者對 AI 購物助手的信任感也存在明顯的年齡差異。在較年輕的受訪者中，多數人表示如果品牌提供 AI 購物助手，反而會讓他們更信任該品牌。但在 **45 至 54 歲族群**中，情況卻剛好相反，**更多人認為 AI 購物助手並不會增加他們對品牌的信任**。這說明不同世代對 AI 技術的態度仍然存在一定落差。

資料來源：marketingcharts 2026-03-05

05

數位轉型

Digital Transformation

START

因應零點擊趨勢下的電商與購物模式變革

在生成式 AI 崛起下，市場行銷的樣貌從根本發生改變。在 AI 提示回答，導致網頁流量減少的「零點擊（zero click）」，正成為電商和市場行銷關注的焦點。在此情況下，應如何建立與消費者的接觸點，並進一步連結成為商機？本文從零點擊發展現況切入， 並例舉 Amazon 和樂天的做法，作為廠商布局 AI 時代行銷策略的參考。

◆ 「Chappy 購物」是否成為日常？

生成式 AI 正逐漸改變電子商務模式。OpenAI 推出的 Instant Checkout，讓消費者可在 ChatGPT 中直接獲得商品推薦並完成購買，AI 不再只是搜尋工具，而可能成為新的購物入口。Shopify 表示，來自 ChatGPT 等 AI 服務的流量已較年初成長 7 倍。對習慣直覺決策的年輕族群而言，「因為 AI 建議而購買」的消費模式，未來可能逐漸成為日常。

◆ 購買後的「持續」、「圈粉」也由 AI 包辦

隨著對話式 AI 的購物體驗逐漸普及，電商平台與服務業者也開始打造專屬 AI，例如樂天市場推出 AI 聊天功能、Tabelog 計畫導入對話式 AI。透過整合商品資訊、評論與使用者行為數據，AI 不僅能協助推薦商品，也有機會在購買後持續互動、強化品牌關係，推動分享與推薦等後續行為。

◆ Amazon、樂天推動「AI 商務」

對話式 AI 正逐漸改變電子商務模式。OpenAI 推出的 ChatGPT、Google 的 Gemini，不僅成為新的資訊搜尋入口，也開始深入購物流程。例如 ChatGPT 推出 Instant Checkout，讓消費者可在對話中直接完成購買；Walmart 將這類模式稱為「代理式商務」。Google 亦在搜尋中加入 AI 模式，提供商品推薦與虛擬試穿等功能，顯示 AI 正逐步重塑電商的消費體驗。

◆ Amazon、樂天導入對話式 AI 提升轉換

面對 AI 平台崛起，電商平台也開始導入專屬對話式 AI。樂天市場於 2025 年在 App 中全面推出 AI 聊天功能，透過使用者的瀏覽與購買資料，以對話方式推薦商品。Amazon 也導入 AI 助手 Rufus，可依據使用者興趣提出相關商品建議。Amazon 表示，使用 Rufus 的消費者購買完成率比未使用者高出 60%，顯示對話式 AI 已開始對電商轉換率產生實際影響。

圖一. Instant Checkout 的應用案例

圖二. 樂天市場在 2025 年導入對話式 AI 功能

GOAL

資料來源：MIC_因應零點擊下的電商變革, 2026.02

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	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	3.26
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.62
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.25
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.99
5	WBC棒球經典賽日本VS中華	TTV	棒球	1.41
6	重WBC經典賽澳洲VS日本	TTV	棒球	1.40
7	WBC棒球經典賽中華VS南韓	TTV	棒球	1.29
8	WBC棒球經典賽南韓VS日本	TTV	棒球	1.26
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.19
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.10
11	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.05
12	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	閩南語連續劇	0.88
13	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.88
14	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.86
15	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.84
16	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	0.78
17	WBC棒球經典賽中華VS捷克	TTV	棒球	0.75
18	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
19	醫學大聯盟宇澄創業Y秘緹	FTV	競賽綜藝	0.66
20	WBC棒球經典賽賽事精華	TTV	棒球	0.65

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC澳VS日	VLSPT	棒球	4.11
2	直26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	3.88
3	直WBC預賽C組中華VS韓國	ET-N	棒球	3.71
4	直26WBC韓VS日	VLSPT	棒球	3.49
5	直26WBC日VS中	VLSPT	棒球	2.88
6	直WBC預賽C組日本VS中華	ET-N	棒球	2.71
7	直WBC預賽C組韓國VS日本	ET-N	棒球	2.62
8	直WBC預賽C組中華VS捷克	ET-N	棒球	2.26
9	直26WBC中VS捷	VLSPT	棒球	2.18
10	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.97
11	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.55
12	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.40
13	直WBC預賽C組中華VS澳洲	ET-N	棒球	1.24
14	26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	1.16
15	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.02
16	直26WBC中VS澳	VLSPT	棒球	1.00
17	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.90
18	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.89
19	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.86
20	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.85

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/03/02-2026/03/08

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.50
2	WBC棒球經典賽中華VS南韓	TTV	棒球	1.18
3	WBC棒球經典賽日本VS中華	TTV	棒球	1.16
4	重WBC經典賽澳洲VS日本	TTV	棒球	1.11
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06
6	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.05
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.91
8	WBC棒球經典賽南韓VS日本	TTV	棒球	0.87
9	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.77
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.75

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	WBC棒球經典賽日本VS中華	TTV	棒球	1.30
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.11
3	重WBC經典賽澳洲VS日本	TTV	棒球	1.07
4	WBC棒球經典賽南韓VS日本	TTV	棒球	1.03
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.90
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.80
7	2100寶島西米樂守護萬士益	TTV	閩南語連續劇	0.80
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.79
9	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.71
10	WBC棒球經典賽中華VS南韓	TTV	棒球	0.68

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	~~2.08~~
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	~~1.98~~
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	~~1.68~~
4	WBC棒球經典賽日本VS中華	TTV	棒球	~~1.39~~
5	WBC棒球經典賽中華VS南韓	TTV	棒球	~~1.28~~
6	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	~~1.25~~
7	重WBC經典賽澳洲VS日本	TTV	棒球	~~1.23~~
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	~~1.20~~
9	WBC棒球經典賽南韓VS日本	TTV	棒球	~~1.11~~
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	~~1.07~~

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	5.28
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	4.43
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.72
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.35
5	重WBC經典賽澳洲VS日本	TTV	棒球	1.85
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.78
7	WBC棒球經典賽日本VS中華	TTV	棒球	1.70
8	WBC棒球經典賽南韓VS日本	TTV	棒球	1.69
9	WBC棒球經典賽中華VS南韓	TTV	棒球	1.59
10	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.45

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/03/02-2026/03/08

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	3.21
2	直26WBC韓VS日	VLSPT	棒球	2.19
3	直26WBC澳VS日	VLSPT	棒球	2.00
4	直WBC預賽C組日本VS中華	ET-N	棒球	1.99
5	直26WBC日VS中	VLSPT	棒球	1.92
6	直26WBC中VS捷	VLSPT	棒球	1.64
7	直WBC預賽C組韓國VS日本	ET-N	棒球	1.44
8	直WBC預賽C組中華VS韓國	ET-N	棒球	1.41
9	直WBC預賽C組中華VS捷克	ET-N	棒球	1.15
10	直WBC預賽C組澳洲VS日本	ET-WM	棒球	0.99

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直WBC預賽C組中華VS韓國	ET-N	棒球	2.90
2	直26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	2.84
3	直26WBC韓VS日	VLSPT	棒球	2.61
4	直26WBC澳VS日	VLSPT	棒球	2.46
5	直WBC預賽C組中華VS捷克	ET-N	棒球	2.17
6	直WBC預賽C組韓國VS日本	ET-N	棒球	1.93
7	直WBC預賽C組日本VS中華	ET-N	棒球	1.82
8	直26WBC日VS中	VLSPT	棒球	1.77
9	直26WBC中VS捷	VLSPT	棒球	1.47
10	26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	1.07

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC澳VS日	VLSPT	棒球	4.54
2	直26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	4.45
3	直26WBC韓VS日	VLSPT	棒球	4.31
4	直26WBC日VS中	VLSPT	棒球	3.85
5	直WBC預賽C組中華VS韓國	ET-N	棒球	3.34
6	直26WBC中VS捷	VLSPT	棒球	2.58
7	直WBC預賽C組韓國VS日本	ET-N	棒球	2.01
8	直WBC預賽C組日本VS中華	ET-N	棒球	2.01
9	直WBC預賽C組中華VS捷克	ET-N	棒球	1.50
10	26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	1.29

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC澳VS日	VLSPT	棒球	4.92
2	直WBC預賽C組中華VS韓國	ET-N	棒球	4.85
3	直26WBC中VS韓	VLSPT	棒球	4.14
4	直26WBC韓VS日	VLSPT	棒球	3.85
5	直WBC預賽C組日本VS中華	ET-N	棒球	3.77
6	直WBC預賽C組韓國VS日本	ET-N	棒球	3.71
7	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	3.44
8	直WBC預賽C組中華VS捷克	ET-N	棒球	3.09
9	直26WBC日VS中	VLSPT	棒球	2.94
10	直26WBC中VS捷	VLSPT	棒球	2.30

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/03/02-2026/03/08

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	0.87	0.32	0.32	0.57	1.42
FTV/民視	0.39	0.12	0.10	0.22	0.66
TTV/台視	0.31	0.11	0.14	0.20	0.50
CTS/華視	0.18	0.08	0.10	0.14	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	0.53	0.16	0.21	0.36	0.86
ET-N/東森新聞	0.51	0.22	0.23	0.36	0.81
FTVN/民視新聞	0.36	0.03	0.11	0.15	0.67
SETN/三立新聞	0.32	0.05	0.08	0.17	0.58
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.05	0.05	0.10	0.38
UBN/非凡新聞	0.19	0.03	0.06	0.10	0.34
NTVN/壹新聞	0.17	0.02	0.10	0.14	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.17	0.07	0.09	0.14	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.04	0.05	0.09	0.25
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.03	0.04	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.00	0.03

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/03/02-2026/03/08

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	3.26
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.40
3	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	0.88
4	戲說台灣	SANLI	0.81
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.74
6	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.62
7	1300豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	0.62
8	1300豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	0.61
9	1900親家安美諾美白修護霜	SANLI	0.61
10	勇敢無雙龍秀晶	ET-D	0.57

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	2.62
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.25
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	1.99
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	1.97
5	超級夜總會	SANLI	1.55
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.19
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.05
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.88
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.86
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.84

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	1.02
2	海峽拼經濟	ET-N	0.90
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.89
4	新台派上線	SETN	0.86
5	少康戰情室	TVBS	0.85
6	台灣最前線	FTVN	0.85
7	最前線新聞	UBN	0.82
8	最前線報告	UBN	0.81
9	錢線百分百	UBN	0.79
10	正午最前線	UBN	0.75

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直26WBC澳VS日	VLSPT	4.11
2	直26WBC中VS韓	VLSPT	3.88
3	直WBC預賽C組中華VS韓國	ET-N	3.71
4	直26WBC韓VS日	VLSPT	3.49
5	直26WBC日VS中	VLSPT	2.88
6	直WBC預賽C組日本VS中華	ET-N	2.71
7	直WBC預賽C組韓國VS日本	ET-N	2.62
8	直WBC預賽C組中華VS捷克	ET-N	2.26
9	直26WBC中VS捷	VLSPT	2.18
10	WBC棒球經典賽日本VS中華	TTV	1.41

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/03/02-2026/03/08

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