



宏將週報

Vol.2614 03.30 ~ 04.05

Media Drive Bulletin

- 睽違20年贏韓國，台灣棒球關注度全面升溫，本報告將系統性解析WBC對台灣棒球關注與消費行為的影響...



Presented by:

宏將傳媒行銷策略部

Email:

MediaResearch@mediadrive.biz

WELCOME TO EVENTS

Contents



1

宏將觀點 Insights

戰力全開！WBC傳播全解析

2

媒體放大鏡 Media News

Threads新功能「趨勢話題」全台開測！

3

網紅觀察站 Influencer

2026/04【電影】社群媒體帳號排行Top10

4

熱門話題 Hot Topics

Facebook 04月 #hashtag排行榜

7

收視調查 Ratings

2026/03/30-2026/04/05

5

國際視野 Media Trend

一睜眼就滑手機！美國研究揭露：起床47秒就解鎖

6

數位轉型 Digital Transformation

FedEx打造3種層級，讓AI轉型一次做到位



01

宏將觀點

Insights

戰力全開！ WBC 傳播全解析

2026 經典賽轉播表現與受眾洞察



2026 WBC經典賽

再次寫下台灣棒球新篇章

睽違20年贏韓國，台灣棒球關注度全面升溫

本報告將從媒體收視、數位討論與現場參與三大面向，系統性解析WBC對台灣棒球關注與消費行為的影響：

電視轉播 收視再突破

本屆達成有線、無線全面覆蓋，在東森、緯來與台視三台聯播下，針對中華隊出賽場次，多場破 2 甚至衝向 4，而台韓大戰為本屆高峰，全頻道累計1,053萬不重複收視人數。

數位平台 OTT 成為觀賽常態

中華隊出賽MOD收視率，相較上屆成長40%，中韓大戰則創下最高收視率6.06的亮眼成績，累計250萬部重複收視人數；Hami Video全站流量較上屆賽事成長18.2%。

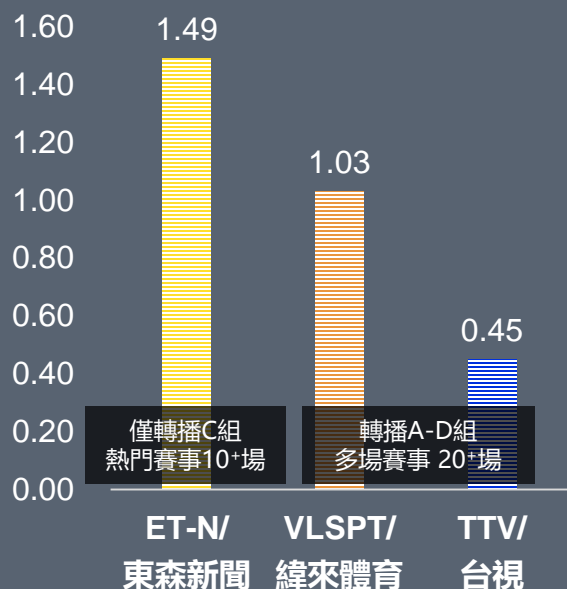
現場觀賽 「台式應援」奇蹟

中華隊在東京巨蛋 4 場比賽，累計吸引 16 萬人進場，且絕大多數為遠征的台灣球迷。這股強勁的海外動員力與高消費力，將客場直接轉化為震撼全球的「台灣主場」。

東森鎖定中華賽事；緯來體育及台視場次更全面

本次 WBC 賽事直播主要由東森新聞、緯來體育與台視擔綱轉播主力。數據顯示，東森新聞以平均 TVR 1.49 居冠，緯來體育 (1.03) 及台視 (0.45) 次之。

WBC 各頻道直播收視表現



東森新聞集中轉播 C 組中華隊及熱門強權賽事，成功匯聚大眾流量；其餘非核心場次由東森洋片分流 (平均 TVR 0.1)。



緯來體育在熱門場次收視表現較東森及台視強勁，也因承接多場凌晨及低流量之非中華隊賽事 (TVR 多低於 0.1)，導致整體平均遭稀釋。



台視多擔任分流轉播角色，直播場次最多，收視表現相對平穩。

WBC 新媒體轉播表現與數位影響力

Hami Video 流量成長 18.2% 帶動跨螢觀賽熱潮；愛爾達社群曝光突破 3.3 億次達成高度數位覆蓋

中華電信 Hami Video & MOD 表現



Hami Video 電視運動館

訂閱數日均量為開賽前一週的 **4.3 倍**
總訂閱數為上屆的 **1.8 倍**



MOD LIVE 節目最高收視

較上屆收視最佳的中華對荷蘭
賽事成長近 **5 成**



互動功能「熱點回看」點閱成長

獨家功能深受球迷喜愛，
帶動全站流量較上屆成長 **18.2%**

愛爾達體育台與新媒體影響力



MOD 收視穩健增長

中華隊 出賽期間平均收視率 **1.08**
成長約 **40%** (上屆為 0.78)



社群與直播互動加乘

內容曝光超過 **3.3 億次**
免費直播最高同時上線人數達 **10.3 萬人**

愛爾達轉播中華隊個別場次表現 (平均/最高TVR)



WBC 廣告創意與社群討論觀察

經典品牌與新興產業交織；多樣化廣告形式提升品牌記憶點

除了緊盯戰況之餘，WBC 賽事期間的廣告同樣成為社群討論焦點，從轉播到短影音皆持續擴散話題。

從過去令人印象深刻的經典品牌，如五洲製藥、Pinky、益可膚、紅牌油漆、SUZUKI 等，到近年更多元產業積極進場，包含博弈遊戲、金融投資、食品飲料等類別皆高度曝光。

廣告形式也不再僅止於 Logo 露出，進出口卡、轉播贊助、關鍵時刻轉場、精華片段插卡等多元操作，大幅提升品牌記憶點與情境連結。



Cusco Cusco 台中商銀是贊助多少錢一個打數一次廣告
3週 讚 回覆

winniescript 2026-3-17
WBC 經典賽期間
雖然這廣告沒有包你發播這麼多次
但我也被這個9m88優伊優伊優伊優伊瓦特洗到

nelsonlutw 2026-3-8
棒球經典賽，竟然引來國泰世華、元大、永豐、台新，一堆金控進場贊助！台灣今時今日實在是要躍入已開發國家行列了

455010_ 2026-3-8
台視你怎麼進廣告的
我以為吉田正尚全壘打出了一台汽車

liu_j_000 WBC2026 2026-3-17
看WBC經典賽期間
廣告一直包你發
太洗腦了

**WBC洗腦廣告！啦啦隊太香
老球迷淚憶：以前只有羅時豐**

SuperSg：有拉，剛看到一個三國群英賺M
Vram：賭博手遊 投資 保健品，TA很準啊

shiou0114 中華隊加油 2026-2-26
好喜歡台灣啤酒 這次幫中華隊應援廣告，中華隊加油
影片出自YT 台灣廣告

最近看 WBC 一直看到 009816 的廣告
這檔真的神，上市一個月規模就破 700 億

消費者不只看廣告，也更挑廣告

「哪些形式」能在高密度曝光中留下印象？



1



2



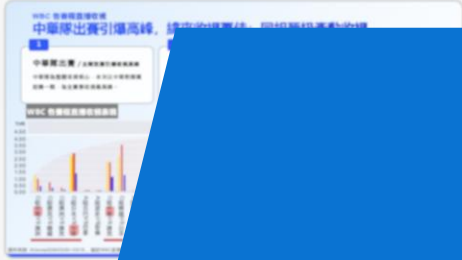
3



4



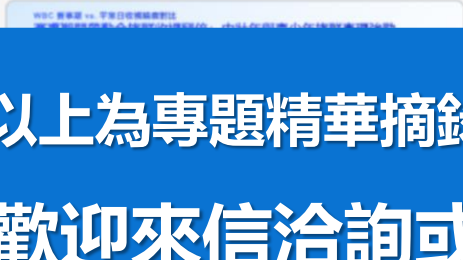
5



6



12



13



14



15

以上為專題精華摘錄
完整報告歡迎來信洽詢或聯繫窗口



11



12



13



14



15



02

媒體放大鏡

Media News



【2026/04/01, 自由時報】

Threads新功能「趨勢話題」 全台開測!

社群平台Threads宣布在台啟動「趨勢話題」功能測試，進一步強化即時討論與社群互動體驗。透過這項新功能，**用戶可更快速掌握全台最受關注的熱門議題，並在話題發酵的第一時間加入、分享觀點**，讓社群連結更加緊密，也為平台帶來更即時、多元的交流動能。

「趨勢話題」將整合於搜尋介面中。用戶只需點擊主畫面右上角的「搜尋」，即可瀏覽全台前五大熱門話題清單；此外，當動態牆上的串文被標示「超夯」標籤時，即代表該內容正處於高討論熱度，點擊後即可進入對應的趨勢話題頁面，延伸探索相關內容並參與討論。**整體設計以降低資訊門檻為核心，讓用戶不錯過任何即時焦點。**

在技術層面，這項功能背後仰賴AI機器學習系統，透過分析串文數量、互動參與人數等多項指標，即時辨識平台上的熱門議題。同時，系統也會自動生成重點摘要，可快速掌握討論脈絡與關鍵觀點，提升資訊吸收效率。隨著「趨勢話題」功能上線測試，平台將進一步串聯社群與創作者，**讓「當下正在發生的事」快速轉化為全民參與的對話現場**，持續擴大其在即時社群市場的影響力。



【2026/04/04, T客邦】

YouTube遭AI垃圾影片淹沒! 演算法成幫兇

AI普及讓YouTube面臨前所未有的內容災難。平台雖然鼓勵創作者使用AI工具提升效率，但同時也對大量粗製濫造的AI垃圾影片感到頭痛。要在鼓勵科技創新與維護影片品質之間取得平衡，已經成了YouTube管理層目前最棘手的核心任務。

- **演算法催促更新，AI淪為內容農場量產工具** | 過去一支影片從發想、腳本到剪輯，創作者得耗費大量時間與精力，現在靠著AI，幾分鐘就能批次量產。**內容審核的真正難點不僅在於辨識低品質內容，更在於應對其指數級暴增的龐大數量。**這種生產方式的轉變，讓原本還在控制範圍內的平庸影片問題，在數量上被無限放大，大幅增加了平台的審查與治理難度。
- **底層邏輯衝突，推薦機制面臨考驗** | 這個現象也暴露出平台底層推薦機制與內容治理目標的潛在衝突。長期以來，**影音平台的演算法機制都傾向鼓勵高頻率更新與高產出的創作者，而AI技術恰好為內容農場等機構提供了批次製造影片的理想工具。**因此，儘管平台在戰略層面不斷強調要遏制低劣內容，但在底層的流量推播機制上，仍面臨如何避免變相鼓勵批次生成內容的系統性難題。



【[2026/04/05, 今日新聞](#)】

IG要推付費會員制了！6大功能一次看

手機軟體付費訂閱制浪潮開始了！繼通訊軟體霸主 LINE 的「LINE Premium」引發熱烈討論後，深受年輕世代喜愛的社群平台 Instagram 也正悄悄籌備全新的會員訂閱方案。據科技外媒揭露，Meta 目前已在部分國家測試名為「Instagram Plus」的付費服務，不僅有超強大的「無痕看限時動態」功能，超佛心的「銅板價」月費更成為一大亮點。

- **IG 訂閱制亮點曝光：6 大新功能一次看** | 這次 IG 會員制新功能，幾乎全數聚焦在 IG 最核心的「限時動態 (Story)」功能新增上。若未來付費訂閱，用戶將可解鎖限時動態無痕瀏覽、建立多個專屬群組發布不同的限時動態、限時動態延長時長至 48 小時、限時動態置頂在追蹤者的清單最前端、超級喜歡的視覺特效，還能精準掌握「誰重複看了多少次」你的限時動態。
- **Meta 證實 IG 會員制測試中！方案費用超佛「菲律賓」只要 35 元** | Meta 強調，該訂閱服務目前仍處於前期測試階段，最終是否會正式在全球推出，仍有待官方進一步評估與公布。



【[2026/04/03, 數位時代](#)】

LINE也訂閱制、Meta也訂閱制！他們想的不只是讓你付錢

曾經免費的服務，如今都要錢了！從追劇、聽音樂到傳訊息，訂閱制正快速侵入生活核心，現在連 LINE 也走向收費，「萬物皆可訂閱」正加速成形；當訂閱制從娛樂走進通訊工具，民眾的錢包與使用習慣，已悄悄被改變。

- **訂閱制誰最成功？影音平台已跑在最前面** | 2024 年有七成民眾使用付費訂閱制，其中影音串流平台占最多，其次是美食外送平台。31 至 50 歲的中生代使用訂閱服務比例達七成，除了影音串流平台外，更有 33% 訂閱外送平台服務，顯示中生代更願意為「便利性」付費。而 30 歲以下族群當中有近五成訂閱影音平台、35% 使用音樂串流，但外送訂閱比例僅 24%，顯示年輕族群更偏向將訂閱用於娛樂消費。AI 工具也逐步進入訂閱市場，顯示訂閱經濟正從娛樂延伸至日常生活與工作場景。
- **訂閱制隱憂，用戶會不會開始反感？** | 各種訂閱看似金額不高，但隨著「小額訂閱」逐步累積，用戶開始感受到每月固定支出壓力，「訂閱疲勞」現象逐漸浮現。面對琳瑯滿目不斷調漲的月費，用戶不再盲目買單，而是更精打細算，重新檢視哪些服務真正值得續訂。



【[2026/04/01, 商傳媒](#)】

台語版Netflix來了！信吉衛視PLUS免費上線

台語電視迷注意了！深耕台灣本土文化數十年的信吉電視台，這次跨出歷史性的一大步全新數位影音平台「信吉衛視PLUS」，**主打不收月費、不綁裝置**，無論是手機、平板還是電腦，只要一機在手，隨時隨地都能盡情收看信吉，讓精彩節目走進您的日常生活。

- **經典節目數位重現,台語迷的珍藏寶庫** | 平台內容可說是台語迷的夢幻寶庫。多年來廣受觀眾喜愛的經典節目，都將以全新數位面貌重新與觀眾見面。除了懷舊經典，信吉衛視PLUS也將**結合談話節目、短影音、台灣文化專題、廣播內容與即時直播**，打造一個專屬台語觀眾的多元影音平台。從歌廳秀到生活話題、從懷舊經典到文化傳承，一站整合，讓台語的豐富樣貌得以完整呈現。
- **介面貼心為長輩考量,讓熟齡族群也能輕鬆上手** | 面對台灣高齡社會的來臨，平台在介面設計上特別優化了**大字體顯示、高對比視覺，以及直覺式單擊操作**等功能，目標就是要**解決熟齡族群「不會用、不敢用」**的問題。讓長輩打開手機或平板就能輕鬆收看熟悉的台語節目，不只是一種便利，更是讓台語文化在數位時代繼續傳承的關鍵一步。



【[2026/04/01, 科技報橘](#)】

廣告主放手才是贏家？拆解參與式行銷大局

在AI與Z世代交織的時代，品牌的角色已從內容的唯一生產者，轉型為創意的基礎設施。過去，品牌的核心任務是控制訊息與敘事一致性；但如今取而代之的是，品牌開始透過AI技術降低創作門檻，將自身的經典資產轉化為可被調用的素材庫。

- **AI讓「二創」成為官方策略** | 飲料品牌巨頭可口可樂正是將品牌資產「平台化」的典型案例。可口可樂透過AI建立可即時互動的聖誕老人模型，用戶不再只是觀看廣告，而是能透過對話生成專屬內容，例如以個人回憶打造的雪花球。這種體驗**讓品牌從訊息傳遞者，轉變為創作工具提供者**，使用者在「玩」的過程中，**自發性產出帶有品牌語彙的內容**。這種以AI驅動的使用者生成內容模式(UGC)，品牌不再需要親自生產每一則內容，而是設計一套生成機制，讓內容自然在用戶之間擴散。
- **UGC潛力無窮，影視產業甚至把UGC創作者變正職** | 傳統預告片強調敘事完整性，但粉絲創作更像是情緒放大器，透過音樂、剪接與片段拼貼，快速抓住觀眾注意力。對Z世代而言，這種內容不只是宣傳素材，而是可參與、可再創作的文化單位。



2026年實體玩具重回社群擁抱與跨世代共生的現象

最近的社群上發現一個有趣的現象正在發酵：那些被視為「上一代童年回憶」的實體玩具，在從小在數位科技環境下長大的Z世代手中重新翻紅。寶可夢卡牌、戰鬥陀螺、迷你四驅車、電子雞，這些曾經風靡一時的玩具，如今再度成為社群平台上的熱議焦點。

- **為什麼這些玩具能橫跨 20 年再度翻紅？** | 關鍵在於「人長大了，口袋也深了」。當年的小玩家現在成了有消費力的Z世代，他們願意為當初的遺憾或熱愛買單；加上這群人開始升格當爸媽，自然會帶著孩子接觸自己最熟悉的遊戲。這種「大人玩情懷、小孩玩新鮮」的雙向驅動，讓這些經典玩具成功在2026年的大眾視野中強勢回歸。
- **技術圈vs.社交圈：截然不同的社群擴散邏輯** | 兩者的討論都高度集中Facebook的玩家交流社團、論壇及Threads，這兩項玩具的受眾都有一定的社群黏著度，玩家們習慣在固定的平台上交流資訊、分享心得。戰鬥陀螺走的是「深度專業化」路線，而寶可夢卡牌則是「廣度社交化」路線，兩者雖然在主要討論平台上相似，卻各自滿足了不同層次的需求。



為什麼「打工度假」討論再度升溫？Threads成關鍵節點

最近在Threads與各大社群平台上，「打工度假」的討論熱度明顯升溫。分析顯示，該話題已從單純的語言學習與留學諮詢，轉向更深層的生活型態轉換與情緒壓力釋放。以下從四大觀察為我們揭示為什麼打工度假的討論再度升溫。

- **為什麼「打工度假」在年中與年底特別熱？** | 6月正值畢業季與轉職潮，為面臨「下一步」的關鍵時刻。而10月的高峰，則更偏向「年底反思」與「來年規劃」，不少人會在這個時間點重新檢視工作與生活狀態，進而萌生出國的念頭。
- **不同網站內容差異在哪？Threads成為影響動機的關鍵節點** | 數據顯示討論主要集中在Threads(69%)與論壇(19%)。Threads為主的社群平台，內容偏即時、情緒性高，多是提問、猶豫或個人經驗分享，例如該不該去、實際工作辛苦嗎等。這類內容雖然不一定完整，但互動快、擴散強，通常是使用者「開始動念」的第一站。其次是論壇（如Dcard、PTT），內容相對完整，常見長篇經驗文、優缺點分析或攻略整理。使用者多半已經有初步想法，來這裡做更理性的比較與確認，屬於決策深化階段。



03

網紅觀察站 Influencer

4月【電影】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 1	Jen Hannah 2,590,635
 2	何曼希 Manxi 1,367,587
	陳意涵 1,017,972
	曾敬驊 713,393
 3	林柏宏 698,034
	黃奇斌 Ng KiPin 683,283
 4	NIKECHEN 377,379
	陽靚 Zin Yang 372,807
 5	無尊 301,486
	飽妮 290,039

Facebook 口碑數量 TOP10	
 1	李千娜 871,218
	陳意涵 YiHan Chen 548,314
 2	寇世勳 Johnny Kou 547,743
	孫淑媚 483,346
 3	只能喝酒的圖書館 413,000
	林志玲Chiling Lin 331,530
 4	舒淇 Shu Qi 326,280
	電影神搜 317,114
 5	田中千繪Tanaka Chie 314,134
	那些電影教我的事 264,406

Youtube 口碑數量 TOP10	
 1	迪士尼影業 959,588
	超粒方 413,288
 2	武俠不止 259,802
	MarvelTW 250,280
 3	二十世紀影業 224,155
	安樂影片 222,257
 4	派拉蒙影片 官方頻道 192,288
	四號倉庫 185,991
 5	環球影片 官方頻道 182,415
	飽妮 168,594



04

熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#台灣
2	#twice
3	#日本
4	#ai
5	#逐玉
6	#搞笑
7	#高雄
8	#bts
9	#shorts
10	#fblifestyle

04月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1  **#台灣**
[烙賽瑞奇](#)
平均互動數 1.2萬
平均互動率 10.9%

2  **#twice**
[嘻小瓜](#)
平均互動數 1.1萬
平均互動率 2.9%

3  **#日本**
[東森新聞](#)
平均互動數 6,965
平均互動率 0.1%

4  **#ai**
[山柏玩Ai](#)
平均互動數 6,265
平均互動率 13.1%

5  **#逐玉**
[絕代雙Q](#)
平均互動數 2.7萬
平均互動率 22.8%

6  **#搞笑**
[噪咖EBCbuzz](#)
平均互動數 2.6萬
平均互動率 0.59%

7  **#高雄**
[謝金燕官方](#)
平均互動數 2.8萬
平均互動率 6.19%

8  **#bts**
[台灣達人秀](#)
平均互動數 2,068
平均互動率 0.05%

9  **#shorts**
[小姐不熙娣](#)
平均互動數 1.3萬
平均互動率 1.67%

10  **#fblifestyle**
[PanSci](#)
平均互動數 1.5萬
平均互動率 2.47%



05

國際視野

Media Trend

一睜眼就滑手機！美國最新研究揭露：起床47秒就解鎖

現代人對智慧型手機的依賴程度究竟有多深？最新研究報告揭露了一個令人扎心的真相：**美國使用者平均在起床後僅 47 秒就會解鎖手機**。這種行為已經從單純的習慣，演變成近乎條件反射的直覺動作。

- **一睜眼就滑手機：31% 使用者優先順位高於家人** | 有 20% 的受訪者坦言，自己常常在其中一隻眼睛還沒完全睜開時，就已經下意識地開始滑動螢幕。數據顯示，每日平均螢幕使用時數普遍維持在 4 到 6 小時以上。若從全球範圍來看，平均每日螢幕時間已達 5 小時 37 分鐘，部分國家甚至突破 7 小時大關。
- **自律難敵演算法：Instagram、YouTube 最常被封鎖** | 有趣的是，**使用者並非對這種成癮現象毫無覺察**。報告顯示，全球最常被使用者主動封鎖的 App 前三名依序為 Instagram、YouTube 與 TikTok。即便使用者有著清晰的自知之明，整體的螢幕使用時數並未因此下降。這顯示單純依靠自律，顯然難以對抗演算法的精準推播。此外，**硬體設備的更新也在推波助瀾**。隨著手機執行速度更快、螢幕更亮、互動過程更順暢，即便維持原有的 App 不變，使用者也傾向在手機上停留更久。
- **手機入侵零碎時間：五大高頻率使用情境** | 研究進一步發現，手機最常入侵的並非純粹的娛樂時段，而是生活中的零碎時間。**手機使用最頻繁的五大情境依序為：休息時間、睡前、起床後、等待時以及通勤途中**。需要特別說明的是，這份研究的樣本僅來自 iPhone 使用者，並未涵蓋 Android 陣營。且受訪者多為對螢幕管理感興趣的群體，因此結果建議視為行為趨勢的參考，而非普適性的定論。



資料來源：[T客邦 2026-03-29](#)



06

數位轉型

Digital Transformation

START

FedEx打造「經理、審查、工作代理」3種層級，讓AI轉型一次做到位

美國物流巨頭FedEx近幾個月做出了一項大膽決定，他們正在推動一項全面性的AI素養計畫，試圖讓從倉儲人員、司機到企業內部職能團隊，全球超過50萬員工都具備運用AI的能力，徹底轉型為一間擁抱AI的公司。根據《CNBC》報導，FedEx在去年12月初與顧問公司埃森哲共同推出了這項計畫，希望在提升員工的AI能力、工作效率之餘，藉此激發員工的創新精神。FedEx推行AI素養培訓計畫的此刻，也面臨著整個大環境的動盪，從全球關稅、戰爭到各種政策的轉變。FedEx近期關閉了全球多個據點，並裁掉上千名員工。

- **FedEx如何提升全球50萬員工的AI素養** | 為了讓全公司逾40萬員工提升AI能力，不同於多數企業將AI資源集中於工程或資料團隊，FedEx採取更全面的策略，為不同職位設計客製化課程，並透過與埃森哲合作的AI培訓平台LearnVantage提供個人化的互動式培訓內容，以強化AI技術的運用能力。員工可以在上班時間、下班後或其他任何方便的時間參加課程，並且所有的教材及內容都會與時俱進，每季甚至每月更新。FedEx也試圖透過內部社群、黑客松等方式，讓員工自行探索AI應用場景，將創新從上而下的策略，轉變為由下而上的實驗文化。
- **FedEx發展3個層級的代理架構** | 而FedEx全面提升員工AI素養的背後，是一個更大的AI布局。他們正計畫打造一支「AI代理」大軍與人類員工並肩作戰。他們建立了一套可拓展的AI代理體系，將AI視為數位員工，直接參與日常營運。這些代理已開始應用於軟體開發、報關流程等領域，未來將進一步擴展至網路規劃與行銷管理。在部分應用中，FedEx甚至設計出層級化的代理架構，包括負責決策的「經理代理」(manager agent)、負責監督的「審查代理」(audit agent)，以及執行任務的「工作代理」worker agent，像是一個團隊般分工合作達成任務。這種設計也代表著，FedEx不再只是將AI視作一種工具，更要建立一套可管理、可問責的AI勞動力系統。



GOAL



07

收視調查 Ratings

無線台及有線台TOP20

無線台/全體

有線台/全體

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	3.33
2	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	3.04
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.84
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.64
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.33
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.33
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.08
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.02
9	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	閩南語連續劇	0.92
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.87
11	豬哥亮經典秀萬士益冷氣	FTV	娛樂綜藝	0.84
12	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.80
13	慶餘年22100	CTV	大陸劇	0.80
14	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.79
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.77
16	慶餘年22000	CTV	大陸劇	0.75
17	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.71
18	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.70
19	醫學大聯盟宇澄創業Y秘緹	FTV	競賽綜藝	0.67
20	姊妹亮起來宇澄創業Y秘緹	FTV	資訊綜藝	0.66

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.11
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.01
3	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.54
4	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.34
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.06
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.02
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.97
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.92
9	戲說台灣大同空調	SANLI	閩南語連續劇	0.91
10	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	0.90
11	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.81
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.81
13	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.77
14	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.76
15	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.75
16	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.74
17	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.74
18	戲說台灣假日完整版大同空	SANLI	閩南語連續劇	0.72
19	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.71
20	一起打卡吧	EFNC	新聞性質節目	0.71

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	1.94
2	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.14
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.88
4	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.81
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.79
6	豬哥亮經典秀萬士益冷氣	FTV	娛樂綜藝	0.70
7	慶餘年22100	CTV	大陸劇	0.67
8	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.64
9	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	閩南語連續劇	0.61
10	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.53

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.86
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.42
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.22
4	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.06
5	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	0.92
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.81
7	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	閩南語連續劇	0.73
8	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.71
9	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.64
10	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.61

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	1.86
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.77
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.73
4	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.59
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.32
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.10
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.07
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.82
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.77
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.75

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	5.30
2	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	5.18
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	4.64
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.43
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.04
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.81
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.49
8	豬哥亮經典秀萬士益冷氣	FTV	娛樂綜藝	1.44
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.43
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.31

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.08
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.79
3	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.71
4	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.64
5	2100人浮於愛金鼎冷氣	GTV-D	國語連續劇	0.60
6	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	0.57
7	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.57
8	哲仁王后	STV	韓劇	0.52
9	直中職37年統VS中	VLSPT	棒球	0.50
10	阿榮與阿玉找到了旅行社	SANLI	閩南語連續劇	0.50

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.02
2	直中職37年統VS中	VLSPT	棒球	0.80
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	0.69
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.68
5	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.66
6	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.65
7	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.58
8	2200愛玩客之移找到了旅行	SANLI	美食、旅遊節目	0.57
9	戲說台灣大同空調	SANLI	閩南語連續劇	0.56
10	蠟筆小新幽靈忍者珍風傳	YOYO	外片	0.54

35-49歲

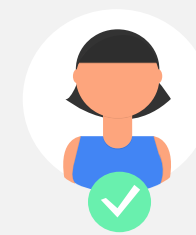
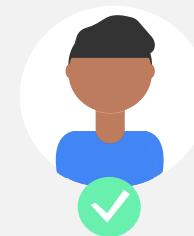
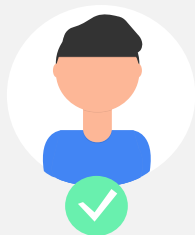
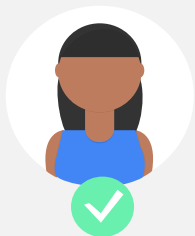
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.15
2	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.14
3	直中職37味VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.90
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.88
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.85
6	一起打卡吧	EFNC	新聞性質節目	0.80
7	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.79
8	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.73
9	直中職37年統VS中	VLSPT	棒球	0.70
10	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.70

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	3.77
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.69
3	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.20
4	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.01
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.86
6	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.69
7	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	1.62
8	戲說台灣大同空調	SANLI	閩南語連續劇	1.51
9	戲說台灣假日完整版大同空	SANLI	閩南語連續劇	1.28
10	54陪審團	SETN	新聞性質節目	1.22

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	0.94	0.40	0.39	0.68	1.49
TTV/台視	0.42	0.17	0.27	0.31	0.64
FTV/民視	0.41	0.17	0.10	0.24	0.70
CTS/華視	0.19	0.07	0.15	0.14	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	0.19	0.20	0.41	0.86
ET-N/東森新聞	0.45	0.19	0.20	0.30	0.73
FTVN/民視新聞	0.39	0.05	0.16	0.17	0.71
SETN/三立新聞	0.36	0.09	0.11	0.17	0.65
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.03	0.03	0.14	0.43
NTVN/壹新聞	0.18	0.03	0.09	0.15	0.28
UBN/非凡新聞	0.17	0.02	0.05	0.10	0.31
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.04	0.06	0.10	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.04	0.06	0.14	0.25
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.03	0.04	0.12
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.01	0.04



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	3.33
2	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	3.04
3	百味人生萬士益冷氣	SANLI	1.54
4	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.34
5	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	0.92
6	戲說台灣大同空調	SANLI	0.91
7	寶島西米樂守護	TTV	0.87
8	戲說台灣	SANLI	0.81
9	慶餘年22100	CTV	0.80
10	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.79

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.06
2	台灣最前線	FTVN	1.02
3	新台派上線	SETN	0.97
4	非凡最前線	UBN	0.92
5	台灣向前行	FTVN	0.90
6	少康戰情室	TVBS	0.81
7	驚爆新聞線2200	SETN	0.77
8	最前線報告	UBN	0.76
9	最前線直擊	UBN	0.75
10	正午最前線	UBN	0.74

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	2.84
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.64
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.33
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.11
5	超級夜總會	SANLI	2.01
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.33
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	1.02
8	豬哥亮經典秀萬士益冷氣	FTV	0.84
9	天才衝衝衝	CTS	0.80
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.77

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.08
2	直中職37年統VS中	VLSPT	0.66
3	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	0.59
4	直中職37味VS中遠雄人壽	VLSPT	0.55
5	型男大主廚大同空調	SL2	0.54
6	效年出發吧台塑石油APP	STV	0.51
7	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.51
8	2200愛玩客之移找到了旅行	SANLI	0.46
9	美食按個讚	UBN	0.42
10	大胃王吃遍巨大美食	VLJP	0.38

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

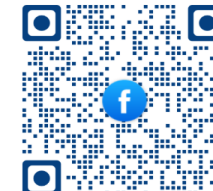
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部