

GOLDEN
BELL
AWARDS

60

第六〇屆
金鐘獎
頒獎典禮

金鐘
60



G O L D E N

B E L L

A

第60屆金鐘獎

節目與戲劇類 收視與話題觀察

宏將傳媒 行銷策略部

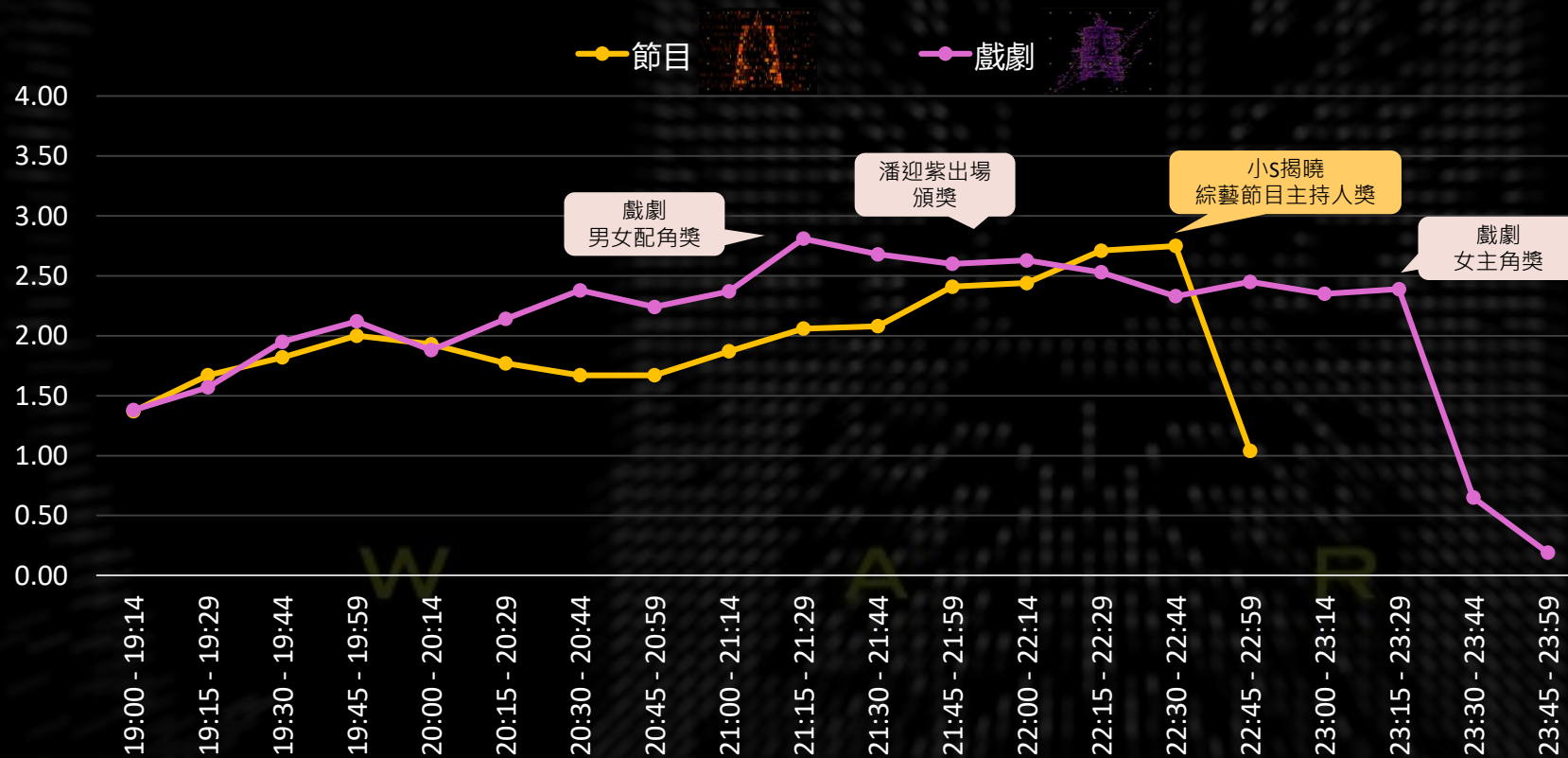
2 0 2 5

金鐘60 | 節目&戲劇類 | 電視收視高峰觀察

典禮收視高峰集中在重點頒獎時段



金鐘60 電視分段收視率



第60屆金鐘獎頒獎典禮節目類與戲劇類，分別於10/17與10/18舉行。

從收視曲線觀察，收視高峰集中於節目亮點與獎項揭曉時段。戲劇類表現較為平均，於女主角頒獎、男女配角頒獎及潘迎紫出場等片段達高點；節目類則在「綜藝節目主持人獎」揭曉時達最大收視峰值，顯示觀眾對人氣主持人與感性時刻的高度關注。

金鐘60 | 節目&戲劇類 | 總收視紀錄

總收視累積近 1,400 萬，締造影視頒獎典禮「觸及廣度」的新里程碑

播出資訊

《第60屆節目類/戲劇類金鐘獎頒獎典禮》

- 官方網路頻道：金鐘60官網、金鐘官方YouTube
- 國內電視直播：三立都會台、公共電視台(主頻)
- 海外直播：三立國際台、新加坡StarHub、馬來西亞Unifi TV
- 廣播調頻：好事989電台
- 數位直播：三立新聞網直播室、三立新聞網YouTube、三立電視YouTube、Vidol YouTube、文化部FB、LINE TODAY、公視+、公視點點愛YouTube(手語版)
- 影音平台直播：三立MOD戲劇台(戲劇類)、三立MOD綜合台(節目類)、LINE TV、中華電信Hami Video

多平台成功擴大觸及，放大金鐘獎觀看規模

- 全國電視總收視人口數約 505.5 萬人次
- 網路平台總觀看量約 871 萬次



節目類典禮：

累積觀看次數 101 萬次；直播在線超過 10 萬人



戲劇類典禮：

累積觀看次數 136 萬次；直播在線近 17 萬人






相較第59屆金馬獎，成長 13.6%

*第59屆金鐘獎-累積總觀看數
電視: 460萬人次；網路751萬次

金鐘60 | 節目&戲劇類 | 網路熱議來源

經典橋段多平台傳散，帶動聲量擴散

熱門網站TOP5

1		Facebook粉絲專頁	149,262則
2		YouTube	20,286則
3		Instagram	19,468則
4		Threads	18,316則
5		PTT	16,877則

熱門頻道TOP5

1		PTT>Golden-Award	13,915則
2		Threads>關鍵字搜尋	12,734則
3		FB粉絲專頁>ETtoday星光雲	10,654則
4		FB粉絲專頁>三立新聞	6,074則
5		FB粉絲專頁>東森新聞	5,504則

Facebook | 核心聲量傳散

新聞與媒體粉絲專頁為核心，透過大量的畫面片段報導，奠定初始聲量與大眾討論基礎

YouTube × IG | 視覺串連與情緒共鳴

媒體或網友藉由短影音傳散畫面精華與經典橋段，帶動情緒分享，加速話題發酵。

PTT × Threads | 深度討論

網友會隨頒獎進程，即時在線上與其他網友討論得獎人選、穿著打扮、與談話題等面向。

金鐘60 | 戲劇類 | 網路熱門話題 影后與女主角頒獎引爆話題

戲劇類 討論文字雲



戲劇金鐘精彩亮點不斷！宏將影業投資的《影后》橫掃五獎稱霸
關鍵字，連炳發成首位越南影帝，潘迎紫、江淑娜驚喜回歸！

亮點一 | 串流稱霸！《影后》橫掃5獎成最大贏家



《影后》橫掃五獎，包括最佳戲劇節目與導演、女主角、女配角，創下純串流作品首度奪劇集大獎紀錄，象徵台劇正式邁入串流時代。

亮點二 | 楊謹華終結魔咒奪后冠 告白謝盈萱掀高潮



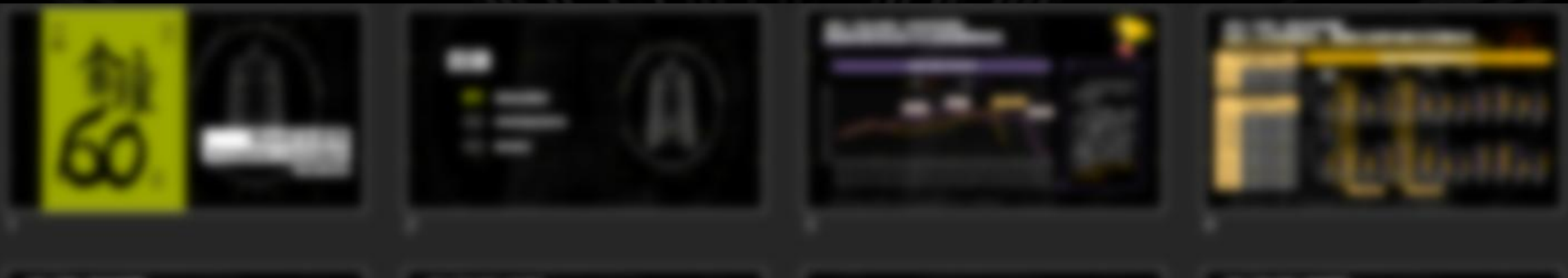
入圍多年，楊謹華憑《影后》終奪戲劇節目女主角獎，感性致詞並感謝搭檔謝盈萱。評審表示競爭激烈，她以成熟演技僅以一票險勝曾沛慈，終於圓夢。

亮點三 | 戲劇女主角「死亡之組」！柯佳嬿、楊謹華上演世紀女女吻



兩人第三度爭后並同台頒獎，以互虧方式營造火花，最後更突然親吻，引爆全場尖叫，成為典禮最受討論的高潮話題。

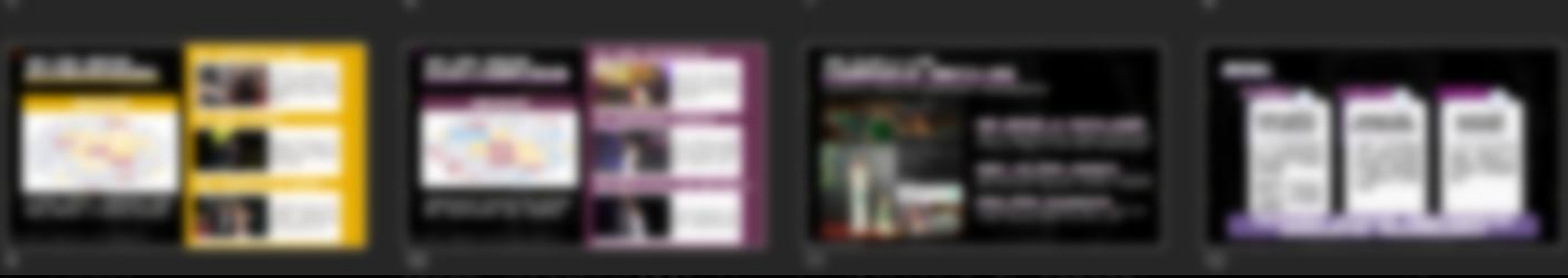
B



L

以上為專題精華摘錄
完整報告歡迎來信洽詢或聯繫窗口

A



S