

Unleash Creativity IQIYI WORLD

納退Pro 专业级影视制作平台



宏將週報

Vol.2617 04.20 ~ 04.26

Media Drive Bulletin

- AI技術逐步介入內容生產流程，影視產業競爭正從內容轉向生產模式...

iQIYI 爱奇艺



Presented by:

宏將傳媒行銷策略部

Email:

MediaResearch@mediadrive.biz

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

AI 進入影視佈局 · 愛奇藝重構內容生產線

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/04【投資】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 04月 #hashtag排行榜

4

國際視野 **Media Trend**

年輕人變老派？「祖母風」熱潮背後的原因

5

數位廣告速報 **Digital Ads**

三大平台數位廣告更新重點

6

收視調查 **Ratings**

2026/04/20-2026/04/26



01

媒體放大鏡

Media News



【[2026/04/22, 科技橘報](#)】

AI 進入影視佈局，愛奇藝重構內容生產線

愛奇藝宣布預期在未來 5 年內，AI 將生成該平台大部分的電影與影視節目內容。同時，公司計畫把原有的影音 App 與網站改造成更像社群媒體的平台，主要用於承載 AI 生成內容。這項舉動被外界視為愛奇藝自 2010 年成立以來，規模最大的一次企業重整與轉型。

- **AI 進入核心生產線** | 為推動轉型，愛奇藝推出「Nadou Pro」工具，涵蓋從劇本、分鏡到剪輯的完整製作流程，顯示 AI 正從輔助工具走向核心生產力。同時平台開放 IP 資料庫與虛擬資產，並提供分潤機制吸引創作者加入，試圖建立新的內容生態。
- **市場壓力與轉型風險** | 此波布局亦反映市場現實壓力，隨短影音平台崛起與製作成本攀升，愛奇藝營收出現下滑，AI 被視為降低成本、提升產能的關鍵解方，也成為對抗內容消費碎片化的重要策略。
- **授權與創作者衝突浮現** | 然而，AI 藝人資料庫引發的授權爭議，凸顯產業在制度與倫理上的不確定性。當 AI 逐步介入影視製作，如何在創作者權益、授權機制與商業模式之間取得平衡，將成為轉型能否落地的關鍵。

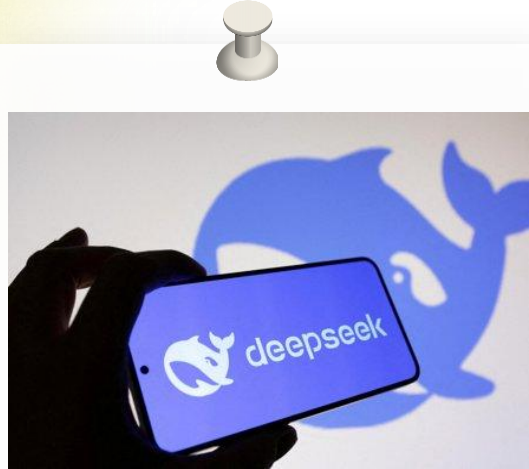


【[2026/04/26, 經理人](#)】

會員成長遇瓶頸，Netflix轉向直播尋找突破

從台北101徒手攀登、東京巨蛋WBC賽事到首爾演唱會，Netflix透過一場接一場的直播表演，不再只是「隨時暫停、之後再看」的串流平台，而是開始進入傳統電視的直播戰場。

- **會員成長遇瓶頸，直播成為突破口** | Netflix早在2023年開始嘗試直播，從單口喜劇到WWE、MLB等體育賽事，逐步擴大布局。背後關鍵，在於訂閱制成長出現停滯，直播能有效吸引新用戶，同時創造「同一時間大量觀看」的場景，提升廣告價值。
- **技術與體驗創造差異** | Netflix憑藉既有的影像分析、頻寬預測與動態調整技術，確保直播流暢度；同時透過多機位、慢動作與特寫鏡頭，打造更具沉浸感的觀看體驗，讓賽事更像紀錄片，也帶動「Netflix美學」的討論。
- **攻守並進的內容策略** | 直播屬於「攻擊型內容」負責帶進新用戶；經典影集與長青內容則為「防守型內容」，培養固定觀看習慣、降低退訂風險，形成拉新與留存並行的內容組合。



【2026/04/25, 經濟日報】

DeepSeek-V4 預覽版上線 養龍蝦風潮下可做些什麼事?

大陸 AI 新創公司深度求索 (DeepSeek) 全新系列模型 V4 預覽版於 4 月 24 日上線並同步開源。此次升級核心在於大幅增強 Agent 能力，正面回應當前「養龍蝦 (OpenClaw) 」熱潮中門檻高、成本高，以及一般用戶「養了不知道幹嘛」等痛點。

- **用 V4 給「龍蝦」換上「最強大腦」** | V4 支援百萬字超長上下文，在 Agent 能力、世界知識與推理性能上均有所提升。過去「龍蝦」表現不穩，多與模型能力不足有關，而 V4 的升級，有望提升整體任務執行品質。
- **成本下降，提高可用性** | 過去「養龍蝦」成本高，讓一般用戶望之卻步。相較之下，V4 在 token 價格上更具性價比，使長文本處理與複雜任務執行更為可行，進一步降低使用門檻。
- **從「玩蝦」走向實際應用** | 不少使用者跟風部署「龍蝦」後，最終淪為「電子寵物」。隨著開源與雲端服務發展，「一鍵部署」逐漸普及，AI Agent 應用從體驗導向，延伸至內容生成、資料處理與自動化任務，逐步轉向具備生產力的使用模式。

ChatGPT Images 2.0 推出，圖像生成能力再升級

OpenAI 推出 AI 驅動圖像生成的最新版本 ChatGPT Images 2.0，具備全新的思考能力，可搜尋網路資訊，協助它從單一提示詞產生多張圖像，ChatGPT Images 2.0 即日起向所有 ChatGPT 和 Codex 用戶開放使用。

此次升級在**圖像精緻度、指令理解與細節呈現上均有所提升，並導入「思考能力」**，可在生成圖像前進行推理與規劃，甚至結合網路搜尋與上傳檔案，讓輸出結果更貼近需求。在功能上，ChatGPT Images 2.0 **支援一次生成最多 8 張圖像，並能在角色、物件與風格上維持一致，適用於漫畫、社群視覺與場景設計等應用**。同時，系統支援最高 2K 解析度與多種長寬比，並強化多語文字生成能力，包括中文、日文與韓文等語系，進一步提升實用性。

整體來看，隨著 Google、微軟等競品持續推出圖像生成工具，OpenAI 透過 ChatGPT Images 2.0 持續強化生成品質與功能整合。圖像生成技術也正從單純「產出圖片」，轉向「理解內容後再生成」的階段。



【2026/04/22, 科技新報】



【[2026/04/26, 工商時報](#)】

IG不香了？年輕族群社群互動從公開展演轉向私密連結

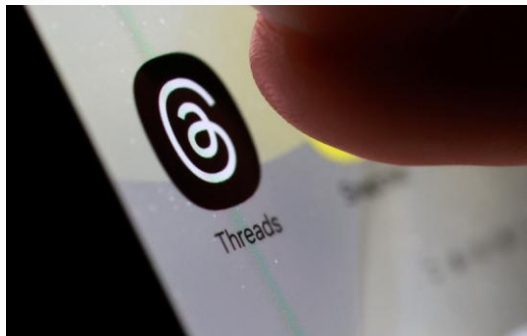
近年 Y、Z 世代出現數位排毒現象，不僅降低社群使用時間，也逐漸減少公開發文。Meta 指出，一般用戶在 Feed 上的發文量明顯下降，分享行為正轉向限時動態、私訊與群組聊天，「私密社交」成為主要趨勢。在主流平台持續娛樂化與商業化的同時，社群互動的方式也正在發生改變。

- **當河道被娛樂內容佔據，為什麼朋友不再發文？** | 當公開發文從單純記錄生活，轉變為需要承受評價與按讚數的「展演場域」，使用者發文壓力隨之提高。相較之下，私訊與小圈層分享更低調、即時且具安全感，使得互動逐漸從公開場域轉向熟人之間的私密交流
- **為真朋友而生的社群崛起，如何找回互動的真實** | 在此背景下，市場開始出現以「真實互動」為核心的社群形式，試圖弱化演算法與曝光機制帶來的壓力，讓分享回歸生活本身。這類平台多強調小規模、熟人導向的交流關係，反映出使用者正在重新選擇「與誰分享、在哪裡分享」，從追求被看見，轉向重視連結與信任。

台灣「近億人」愛用Threads？數據揭密網軍亂象

由 Meta 推出的文字導向社群 Threads，自 2023 年上線以來全球用戶已突破 4.5 億，台灣更是其中最活躍的市場之一。不過近期市場研究機構 Resourcera 發布的《2026 年各國 Threads 用戶統計》報告顯示，**台灣以 IP 位址計算的活躍用戶數高達約 9486 萬，遠高於實際人口，引發市場關注**。報告指出截至 2026 年，台灣用戶佔 Threads 總用戶數約 21%，為全球參與度最高市場，甚至高於美國。此外，台灣桌機登入比例達 55.48%，高於行動裝置的 44.52%，與多數國家使用行為明顯不同，顯示平台流量可能存在非典型使用情形。

網友們紛紛驚呼「所以網軍、假帳號、詐騙、小粉紅就佔了不知幾千萬了.....」、「看來台灣真的很多假帳號」、「台灣2300萬人卻有9000萬個帳號，平均每個人有四個帳號，笑死」、「使用電腦玩Threads的比例這麼高，就知道有多少是網軍了」。Threads 在台灣的高活躍度，除了反映用戶參與熱度，也凸顯帳號結構與流量品質的潛在問題。**隨著社群影響力持續擴大，如何辨識真實互動與異常流量，將成為平台治理與品牌投放的重要課題。**



【[2026/04/20, 自由時報](#)】



【2026/04/22, 網路溫度計】

Y、Z世代必逛五大展覽類型揭曉

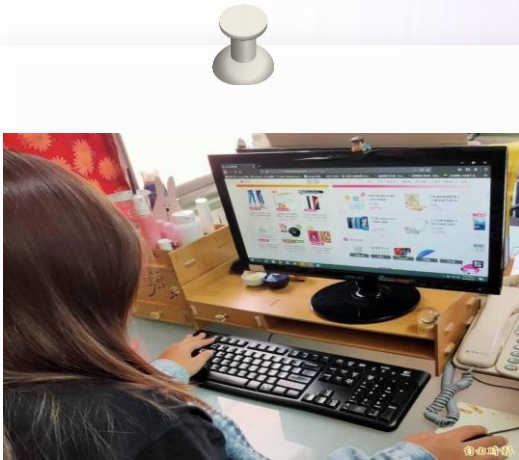
對Y、Z世代而言，「逛展覽」早就不只是打發時間，而是集拍照打卡、沉浸互動與社群話題於一身的生活儀式。《網路溫度計 DailyView》透過輿情分析軟體盤點「Y、Z世代潮流必逛五大展覽類型」，沉浸式展覽、動漫與原創IP展、藝術文化展位居前三名。

- **療癒共鳴**：《台灣怪可愛：星期一的布魯斯特展》 | 台北101觀景台攜手原創IP「星期一的布魯斯」，在高空打造結合捷運車廂與辦公室場景的沉浸式展覽，並設置1:1大型角色與互動體驗。布魯斯厭世又帶點可愛的形象，貼近Y、Z世代通勤與職場日常，引發強烈情緒共鳴。整體結合IP角色、高空景觀與拍照互動，讓展覽從「觀看」轉為具情境感的參與體驗。
- **極致秘境**：《蕨蘭之美》年度特展 | 過去僅限特定人士造訪的101樓，轉化為結合植物、花藝與城市景觀的沉浸式空間，吸引年輕族群關注。展覽透過趨勢色與自然元素營造靜謐氛圍，提供不同於熱鬧打卡的另一種療癒體驗。相較IP導向展覽，此類型更強調空間美學與感官放鬆，回應Y、Z世代對「質感體驗」的需求。

先放購物車再說？購物車背後的消費心理轉變

民眾網購時，除了直接購買，也有不少會先放購物車再考慮。根據東方線上消費者研究集團調查發現，調查顯示，69.2%的消費者曾「將商品加入購物車但未立即結帳」，尤其女性占比顯著比男性高，47.6%的女性表示每次如此與經常如此。至於先將商品加入購物車的原因，主要是「單純喜歡，先存起來避免之後找不到」（62.6%），其次為「想確認加上運費、手續費或折扣後的最終價格」（57.3%），以及「集中管理後再決策」（56.5%）。同時也出現世代差異：30歲以上族群偏向理性比較價格與條件，年輕族群則更傾向預算控管與情境式消費。

在轉單時間上，放入購物車後的3至7天為關鍵期，57.6%的消費者會在7天內完成結帳，其中約7天為轉換高峰。整體來看，促成購買的主要因素仍是「確認真的需要」（76.1%），高於優惠券或折扣等促銷誘因。整體而言，購物車角色正從「暫存工具」轉變為「決策場域」，消費者在其中進行需求確認與價格評估，顯示購買行為更趨審慎與理性。



【2026/04/23, 自由時報】



02

網紅觀察站 Influencer

4月【投資】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
	文甄 388,216
	達達dada 339,456
	hjc_yt 315,976
	蔡易昇 Eason 314,257
	Tina的理財生活 250,543
	上班不要看 219,839
	Alvin Lo艾爾文區塊鏈 207,832
	Amanda Lin 204,841
	想退休の莎莉 184,469
	我是陪你成長的大孃 167,724

Facebook 口碑數量 TOP10	
	巴逆逆-小廢廢的吃土日記 392,540
	李兆華 210,836
	上班不要看 190,617
	簡立凱 181,935
	蕭碧燕 147,917
	Mandy姐 146,747
	十方富裕人生 140,225
	樂活分享人生 131,570
	郝旭烈 Caesar 130,562
	綠角財經筆記 120,003

Youtube 口碑數量 TOP10	
	復華投信 210,312
	懶錢包 Lazy Wallet 201,710
	柴鼠兄弟 200,287
	郭哲榮分析師 193,995
	李健明分析師 142,210
	林鈺凱分析師 126,017
	MOMOTV綜合台 121,869
	老虎證券HK 121,310
	劉佩綺 Hami Liu 112,422
	股添樂 股市新觀點 108,918



03

熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#搞笑
2	#鄧紫棋
3	#fyp
4	#reels
5	#bts
6	#日本
7	#日常
8	#台中
9	#台北美食
10	#白沙屯媽祖

04月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1  **#搞笑**
[藁藁姐](#)
平均互動數 26.6萬
平均互動率 1,345%

2  **#鄧紫棋**
[孫佳琪](#)
平均互動數 12.7萬
平均互動率 66.6%

3  **#fyp**
[范卉欣](#)
平均互動數 17.2萬
平均互動率 545%

4  **#reels**
[9GAG](#)
平均互動數 25.8萬
平均互動率 0.48%

5  **#bts**
[9GAG](#)
平均互動數 39.9萬
平均互動率 0.75%

6  **#日本**
[噪咖EBCbuzz](#)
平均互動數 7.6萬
平均互動率 19.2%

7  **#日常**
[搜嘎Soka](#)
平均互動數 2.4萬
平均互動率 11%

8  **#台中**
[twoboysfoods](#)
平均互動數 3萬
平均互動率 9.32%

9  **#台北美食**
[Only's 食研廚房](#)
平均互動數 4.7萬
平均互動率 68.1%

10  **#白沙屯媽祖**
[噪咖EBCbuzz](#)
平均互動數 7.6萬
平均互動率 19.2%



04

國際視野

Media Trend

年輕人變老派？「祖母風」熱潮背後的原因

曾經，年輕人的周末夜晚總是與震耳欲聾的夜店音樂和五光十色的派對劃上等號；然而，Z 世代正在改寫這個刻板印象。從針織、烘焙、觀鳥到園藝，這些過去被視為專屬於爺爺奶奶的「老派消遣」，如今備受 20 多歲年輕人追捧，這股熱潮被年輕人戲稱為「祖母風」（Grannycore）。

- **比起泡夜店，Z 世代更沉迷於觀鳥、花藝、拼圖** | 蓋洛普調查顯示，66% 的 18~34 歲族群認為休閒活動「極度重要」，較 2001 年大幅提升；在資訊爆炸下，年輕人開始遠離螢幕，轉向需耐心的活動改善心理健康。Eventbrite 數據指出烘焙與賓果參與度上升，英國花藝課程兩年內成長近 4 倍、美國拼圖比賽成長 2.5 倍。在眾多復古興趣中，「觀鳥」意外成為熱門趨勢，2022 年參與人數達 9630 萬，其中 18~24 歲族群約 1500 萬。
- **Z 世代對郵輪旅遊的熱情，跟爺爺奶奶有得拼** | 更有趣的是，年輕人也開始熱衷於傳統長輩喜愛的旅遊方式。據國際郵輪協會統計，**Z 世代與千禧世代對郵輪旅遊的熱情，已與退休族群不相上下**，反映出對「長輩型旅遊」的重新接受。
- **渴望體驗未曾經歷的時代，年輕人為何「假性懷舊」？** | 從心理層面來看，這股現象與「假性懷舊」（Anemoia）有關，年輕人對未曾經歷的過去產生嚮往。同時，在「爆米花腦」的數位環境下，這類慢節奏、非數位的活動，**有助於提升專注力與心理狀態，也讓「延遲滿足」重新成為被追求的價值。**



資料來源：[經理人 2026-04-22](#)





05

數位廣告速報 Digital Ads

🎯 廣告主必看：

三大平台數位廣告更新重點 →

隨著數位行銷環境持續演進，各大媒體平台近期更新逐步聚焦於影音轉換場景、AI 操作效率與內容信任機制，反映廣告生態正從單純觸及，走向轉換導向與策略深化。

本期精選整理 2026 年 4 月 各主要平台的重要更新，涵蓋 YouTube 購物轉換、AI 廣告工具應用與內容透明化發展，協助行銷人於投放策略與操作效率上持續優化，並為廣告主創造更具實質性的成效與價值。



如果您有想瞭解廣告行銷報告或是廣告代操需求服務，歡迎與我們聯繫

Google Ads、TikTok、LineLAP最新趨勢



Google Ads YouTube 購物廣告帶動轉換轉型

- 消費者購物前高度依賴影片，YouTube 成為關鍵決策場域，品牌從追求觸及轉向結合內容與銷售，強化轉換導向。

> 影音內容成為影響購物決策的核心轉換入口。



Google Ads 大螢幕 (CTV) 強化互動與轉換

- YouTube 購物廣告延伸至 CTV，大螢幕結合互動功能，突破單向曝光限制，顯示家庭場域具高度轉換潛力。

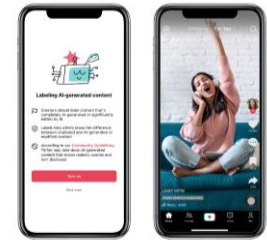
> 從行動延伸到客廳，放大影音廣告的轉換潛力。



LINE LAP LINE 廣告智慧助手上線

- LINE 推出廣告智慧助手，整合設定、素材生成與數據分析，透過 AI 自動產出投放配置與洞察建議，提升操作效率。

> AI協助操作，提升效率與決策速度。



TikTok AI內容透明化政策

- TikTok 導入 AI 內容標示機制，針對高擬真內容要求揭露，平衡創作彈性與資訊透明，建立平台信任基礎。

> AI創作走向透明與信任。





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	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	2.93
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.85
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.81
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.58
5	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.50
6	豬哥亮經典秀萬士益冷氣	FTV	娛樂綜藝	1.12
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.98
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.93
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.89
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.89
11	寶島西米樂守護克寧UC II	TTV	閩南語連續劇	0.86
12	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
13	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.83
14	2000藏海傳2000	CTV	大陸劇	0.82
15	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.81
16	藏海傳2000	CTV	大陸劇	0.78
17	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.75
18	你好我是誰TCL變頻空調	FTV	國語連續劇	0.67
19	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.63
20	飛龍在天紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.61

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.83
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.76
3	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.63
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.98
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.98
6	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.95
7	戲說台灣大同空調	SANLI	閩南語連續劇	0.94
8	戲說台灣假日完整版大同空	SANLI	閩南語連續劇	0.90
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.85
10	直中職37年富VS中	VLSPT	棒球	0.84
11	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.84
12	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.81
13	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.81
14	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	0.80
15	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.80
16	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.77
17	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.77
18	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.75
19	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.74
20	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.73

無線TOP10

15-24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	0.98
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.93
3	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.90
4	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.89
5	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	0.86
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.84
7	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.82
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.78
9	藏海傳2000	CTV	大陸劇	0.71
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.67

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.36
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.27
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.22
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.16
5	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.04
6	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.85
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76
8	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.74
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.73
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.73

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.92
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.85
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.59
4	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	1.48
5	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.47
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.44
7	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.06
8	航海王30	TTV	卡通影片	0.95
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
10	寶島西米樂守護克寧UC II	TTV	閩南語連續劇	0.70

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	閩南語連續劇	4.98
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	4.80
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.49
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.28
5	豬哥亮經典秀萬士益冷氣	FTV	娛樂綜藝	1.81
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.69
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.67
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.54
9	藏海傳2100	CTV	大陸劇	1.26
10	2000藏海傳2000	CTV	大陸劇	1.26

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	0.97
2	2100小姐不熙娣	ETTV	資訊綜藝	0.47
3	詹姆士出走料理好菇道	GTV-1	美食、旅遊節目	0.44
4	許我耀眼	CTiE	大陸劇	0.42
5	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.42
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.42
7	2000人浮於愛金鼎冷氣	GTV-D	國語連續劇	0.40
8	1900請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.39
9	1900台灣第一等萬士益冷氣	GTV-1	知識資訊節目	0.39
10	1230人文講堂	DaAi	知識資訊節目	0.38

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	1.34
2	戲說台灣大同空調	SANLI	閩南語連續劇	0.79
3	直中職37年富VS中	VLSPT	棒球	0.76
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.75
5	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.69
6	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.68
7	型男大主廚大同空調	SL2	美食、旅遊節目	0.49
8	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.47
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.45
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.43

35-49歲

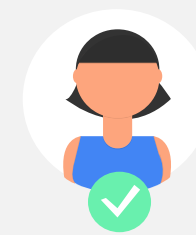
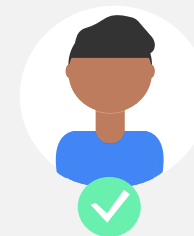
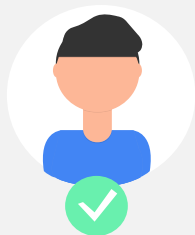
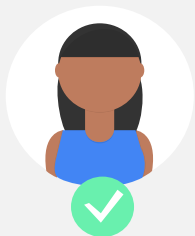
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.19
2	直中職37年富VS中	VLSPT	棒球	1.14
3	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.97
4	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.77
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.72
6	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.71
7	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.62
8	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.60
9	戲說台灣大同空調	SANLI	閩南語連續劇	0.56
10	型男大主廚大同空調	SL2	美食、旅遊節目	0.52

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.27
2	百味人生萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.33
3	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.77
4	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	1.71
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.65
6	戲說台灣大同空調	SANLI	閩南語連續劇	1.52
7	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.31
8	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	1.12
9	54陪審團	SETN	新聞性質節目	1.07
10	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	1.02

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	0.95	0.45	0.42	0.65	1.51
TTV/台視	0.45	0.13	0.26	0.35	0.70
FTV/民視	0.39	0.19	0.12	0.21	0.66
CTS/華視	0.20	0.08	0.16	0.14	0.32
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	0.52	0.15	0.21	0.36	0.86
ET-N/東森新聞	0.42	0.17	0.19	0.28	0.66
FTVN/民視新聞	0.38	0.07	0.10	0.15	0.71
SETN/三立新聞	0.33	0.05	0.13	0.18	0.58
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.05	0.06	0.10	0.40
UBN/非凡新聞	0.19	0.03	0.06	0.10	0.34
NTVN/壹新聞	0.17	0.02	0.07	0.14	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.05	0.05	0.10	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.13	0.03	0.06	0.09	0.22
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.02	0.04	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.00	0.01	0.04



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽傑昇通信	FTV	2.93
2	百味人生萬士益冷氣	SANLI	1.63
3	戲說台灣大同空調	SANLI	0.94
4	戲說台灣假日完整版大同空	SANLI	0.90
5	寶島西米樂守護克寧UC II	TTV	0.86
6	藏海傳2100	CTV	0.83
7	2000藏海傳2000	CTV	0.82
8	藏海傳2000	CTV	0.78
9	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.75
10	1900親家安美諾美白修護霜	SANLI	0.67

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	0.98
2	台灣最前線	FTVN	0.98
3	非凡最前線	UBN	0.95
4	新台派上線	SETN	0.85
5	最前線新聞	UBN	0.84
6	話時代人物	SETN	0.81
7	正午最前線	UBN	0.81
8	台灣向前行	FTVN	0.80
9	最前線報告	UBN	0.80
10	少康戰情室	TVBS	0.77

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	2.85
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.81
3	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.58
4	超級夜總會	SANLI	1.83
5	超級紅人榜	SANLI	1.76
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.50
7	豬哥亮經典秀萬士益冷氣	FTV	1.12
8	天才衝衝衝	CTS	0.93
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.89
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	0.89

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.98
2	直中職37年富VS中	VLSPT	0.84
3	型男大主廚大同空調	SL2	0.60
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.59
5	效年出發吧台塑石油APP	STV	0.51
6	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.48
7	靠黑鮪魚賺大錢	VLJP	0.48
8	直25 26NBA季後賽馬VS拓	VLSPT	0.39
9	直25 26NBA季後賽湖VS火	VLSPT	0.38
10	愛玩客之移找到了旅行社	SANLI	0.37

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

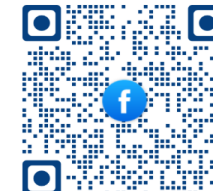
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部