



宏將週報

Vol.2619 05.04 ~ 05.10

Media Drive Bulletin

- 隨著數位資訊接觸日益普及，新聞消費行為正加速轉向線上平台，也讓數位媒體成為資訊傳播的重要戰場....



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**

台灣新聞媒體平台SEO流量行銷排名

3

熱門話題 **Hot Topics**

05月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

數位轉型 **Digital Transformation**

當AI開始接管電商購物：Shopify如何全面轉型？

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/05 【彩妝】社群媒體帳號排行Top10

4

國際案例 **Case Share**

借勢世界盃商機·阿根廷品牌帶動換電視熱潮

6

收視調查 **Ratings**

2026/05/04-2026/05/10



01

媒體放大鏡

Media News



【[2026/05/06, YAHOO新聞](#)】

台灣新聞媒體平台SEO流量行銷排名

隨著廣告市場競爭者持續上升，社群媒體廣告、Google關鍵字廣告等模式已面臨飽和。相較一般廣告，新聞內容的信任度更高，能以較低的廣告抗拒感，讓讀者主動閱讀，提升品牌影響力，當新聞內容被Google索引，亦能獲得曝光累積流量。台灣新聞媒體流量排名：

- **Yahoo奇摩新聞** | 依據牛津大學路透新聞學研究所發布的《2025數位新聞報告》，Yahoo奇摩新聞已連續9年蟬聯「台灣網路媒體類使用率」第1名，其App常年穩居台灣雙平台新聞類別下載榜前列，擁有龐大的日活躍用戶數。
- **udn聯合新聞網** | 根據跨螢網路測量資料Comscore2025-2026年的數據，其在新聞資訊類別的月均不重複觸及人數 (UV) 常年穩居千萬以上，代表全台灣超過半數的上網人口每月都會造訪閱讀。
- **自由時報電子報** | 根據牛津大學《2025年數位新聞報告》，自由時報在台灣網路媒體的「每週觸及率」常年穩居前段班。社群上，其也擁有龐大且高忠誠度的讀者群，新聞貼文的即時討論度與分享數極高。

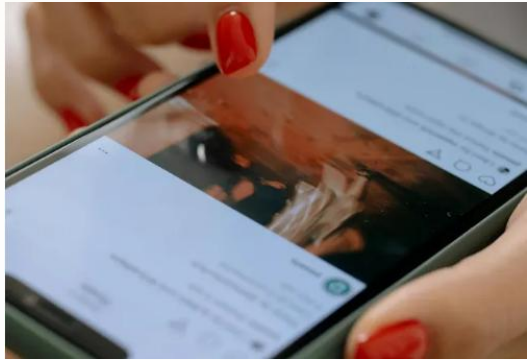


【[2026/05/04, YAHOO新聞](#)】

全球第一！台灣 Threads 用戶佔全球 21.08%

21.08%不是某家公司財報的成長率，也不是哪個排行榜的及格分，而是台灣用戶在Threads全球流量裡佔的比例。全世界每滑出5篇串文，就有1篇是從台灣的鍵盤上敲出來的。可是台灣人口呢？佔全球連0.5%都不到，為什麼Threads在台灣會變成現在這個樣子？

- **5組數字看懂台灣Threads有多猛 | 台灣佔Threads全球流量的比例，目前是世界第一。** 每月活躍用戶數350萬，台灣用戶每天花在Threads上的時間，是美國用戶的22倍。平均每一則串文的互動數，比Facebook高出62%。在多數社群平台互動逐漸下降的情況下，幾乎可以說是逆勢成長，Threads全球每日活躍用戶已經來到1.43億。台灣人不是在用 Threads，而是幾乎把它當成日常空間在使用。
- **為什麼是台灣？為何把Threads當客廳 |** 梗圖和吐槽幾乎已經變成台灣網路文化的一部分，大家早就習慣用短句接梗。Threads這種以文字為主、篇幅短、節奏快的形式，剛好完全貼合這種表達方式。「許願池」或「異常值」這類迷因，在Threads上特別容易擴散。這些內容介於日常與共感之間，讀者不只會看，還會補一句，甚至轉發出去，讓整個討論自然延伸。



【[2026/05/08, 造咖](#)】

Meta出手了！臉書、IG搜尋「這些內容」恐違規

當社群平台越來越像「第二生活圈」，家長最擔心的問題也跟著浮現「孩子到底看到了什麼？」meta 7日宣布，IG正式推出全新「青少年適齡內容分級機制」。此外，Meta也同步升級AI年齡辨識系統，透過影像特徵推估年齡，加強揪出未滿13歲的違規帳號。

- **不只看貼文，連搜尋、留言、私訊都會被限制** | 未來會全方位降低不適齡內容曝光。原本就已封鎖的「自傷」、「飲食失調」等敏感搜尋字詞，如今連「酒精」、「血腥」等成人內容也會進一步限制。甚至即使關鍵字故意拼錯，AI系統仍能辨識並維持防護效果。另外，若某些帳號經常發布不符合青少年規範的內容，這些帳號也不能主動接觸青少年使用者。
- **AI新增視覺分析技術，疑似未滿13歲恐停權** | Meta這次最受關注的，莫過於年齡辨識系統的大升級。Meta這次最受關注的，莫過於年齡辨識系統的大升級。新增「視覺分析 (Visual Analysis)」技術。AI會透過影像中的整體視覺特徵推估帳號持有者年齡。若系統判定帳號疑似未滿13歲，平台將先暫停使用權限；若後續無法提供有效年齡證明，帳號甚至可能遭到永久刪除。

IG突爆鎖帳號嚴重災情！一堆人遭停權

近來Meta旗下網路社群IG突然爆發大規模鎖帳號災情，不少用戶突然之間帳號被停權不得使用，連資料都還沒有備份整組帳號就消失。然而這也**不只影響到用戶本身，有不少明星的追蹤數也因此急劇下滑**。

有不少網友在社群平台「Threads」貼文指出「Meta到底在搞什麼？經營數年的IG帳號就這樣突然被鎖起來停權....有人知道怎麼拯救回來嗎？」、「Meta真的不要這樣整用戶，去年無緣無故被停權帳號，才剛艱辛拿回經營10年的帳號，粉絲數昨天突然10分鐘掉5000人，對我們這種從不買粉絲的人來說，到底想怎麼樣？」

貼文曝光後，不少苦主都表示：「我也經營10年的帳號突然被停權了...可是我沒那麼幸運拿回，持續申訴中」、「最近好多人帳號突然被消失....」、「這真的是一波大規模災情，**感覺就是用AI在偵測砍幽靈帳號，結果砍到正常用戶**」、「**應該是在清理假帳號、垃圾帳號，結果用AI偵測弄錯人**」、「好慘，身邊已經兩個朋友的帳號被封鎖了，目前都申訴中還沒恢復」。

你還有 180 天的時間可提出申訴，否則我們將永久停用你的帳號

停權日期：2026年5月6日

這有什麼影響

你的帳號目前不會對其他 Instagram 用戶顯示，你也無法使用該帳號。

你可以採取的行動

你還有 180 天的時間可對我們的處置提出申訴。我們可能須要向你蒐集一些資訊，以協助我們再次審查你的帳號。

【[2026/05/08, 今日新聞](#)】



【[2026/05/11, udn科技玩家](#)】

以社群找尋真實解答？ Google AI搜尋將突顯「第一手」資訊

在充斥著SEO內容的時代，真實的「人味」正成為搜尋引擎急欲抓牢的稀缺資源。為了提升AI搜尋的實用性，Google宣布將針對其搜尋引擎進行更新。**未來AI生成的回答中將整合凸顯來自Reddit、社群媒體平台，以及專家部落格的「第一手經驗」。**

- **導入動態區塊，讓論壇「專家建議」走到幕前** | 未來的AI搜尋結果中將出現一個專門用來顯示來自公開網路討論、社群媒體與第一手來源的觀點預覽。系統不僅會擷取論壇上的引言，還會提供更豐富的上下文資訊。包含創作者的帳號，讓使用者在點擊進入網頁前，就能一眼判斷該資訊的可信度。Google會直接在AI回答的文字段落中加入來源連結，方便使用者隨時查證。
- **深度文章推薦與「付費訂閱」內容整合** | 除了社群論壇的評論，Google也試圖照顧深度閱讀的需求。在AI回答的末端，推薦與該主題相關的深度探討文章，鼓勵使用者進行更廣泛的探索。若使用者有將「付費訂閱」連結至自己的Google帳戶，AI搜尋結果也將優先凸顯來自這些媒體來源，進一步提升資訊的個人化價值。



【[2026/05/04, udn科技玩家](#)】

粉絲破百萬觸及卻不到 8%？告別無效經營

在當今的社群媒體環境中，企業面臨一個嚴峻挑戰：即使擁有超過 100 萬的追隨者，實際的內容觸及率卻低於 8%。此現象引發了對企業社群媒體策略的重新思考，促使專家們提出將社群媒體視為資產的投資觀點。根據最新的數據，Instagram 和 X 等平台的觸及率普遍在 5% 到 8% 之間，**這主要是由於演算法的變更，導致非追隨者的內容擴散受到限制。**

許多大型品牌的有機觸及率甚至低至3%到7%。雖然廣告投放可以改善這個情況，但單純依賴追隨者的策略已經顯得不夠有效。專家指出，**演算法的優先級變化、競爭的增加以及使用者的疲勞感都是影響觸及率的主要因素。**

為了將社群媒體從成本中心轉變為資產，企業需要採用以投資回報為基礎的策略。包括將關鍵績效指標從單純的追隨者數量轉向更具意義的指標，如每行動成本和顧客終身價值。例如，一家不動產投資公司透過針對競爭對手的廣告投放，成功將CPA降低至原來的六分之一，顯著提高其投資回報。此外，企業還應該利用工具和社群媒體分析工具來評估當前的觸及率，並根據數據調整其廣告投資策略。



【2026/05/07, 經理人】

不拼酒的 Z 世代來了！年輕人如何顛覆烈酒市場？

當前全球烈酒市場正面臨劇烈的「海嘯式」衝擊。顯示這不僅是短期景氣波動所造成的衰退，而更可能反映出市場需求正在出現結構性的轉變。對這群年輕消費者而言，他們並非「拒絕酒精」，而是重新定義了飲酒的意義。

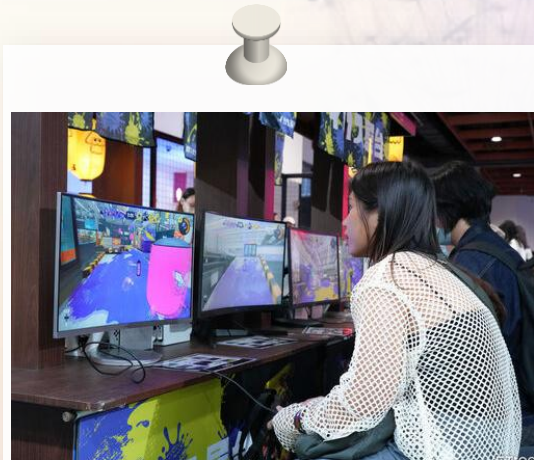
- **台灣市場的副作用憂慮與風味偏好** | 過敏、宿醉、水腫、肥胖與脹氣為討論量最高的前五名。現今消費者更在意飲酒後對身體狀態的影響，並積極交流各類緩解不適的方法，反映出「體感優先」的飲酒思維正在逐步成形。網友對「甜味/妹酒」的討論聲量明顯高於「鮮味、煙燻等風味」。意味著「微醺而不負擔」的飲酒邏輯下，甜味產品成為銜接「想參與社交」與「不想承受負擔」之間的解方。
- **飲酒邏輯改變** | 從追求熱鬧與社交認同，轉向重視個人感受、身體負擔與整體體驗，使飲酒行為從「量的競逐」轉為「質的選擇」。過往以 Shot、拼酒為核心的社交模式，正逐漸被更彈性、低壓力的飲酒體驗所取代。隨著飲酒被視為一種「日常放鬆」而非「特殊場合行為」，餐飲搭配、日常微醺場景，亦將成為提升消費頻率的重要機會。

6成玩家不買原價新作！Z世代消費大改變

隨著遊戲市場作品數量爆炸成長，加上玩家遊玩習慣逐漸改變，如今願意在發售第一時間「原價購入」遊戲的玩家，似乎正在快速減少，根據最新調查指出，高達 62% 的重度玩家如今已不再購買原價新作，反映整體市場消費模式正在出現巨大轉變。

不同世代對「原價購買遊戲」的態度差異相當明顯，其中，30-44歲的千禧世代仍有38%會購買原價遊戲；14-29歲的Z世代則有42%；但46-61歲的X世代僅 20%表示仍願意原價購買新作。報告也指出不同世代玩家之間，遊戲習慣正逐漸出現明顯分歧，例如在「發現新遊戲」的方式上 X 世代最依賴 Google 搜尋；千禧世代則有高達 85% 偏好透過 YouTube 接觸新遊戲；至於 Z 世代則最重視社群媒體。

調查中也提到 X 世代對 AI 的信任度最低，他們比其他世代低機率使用 AI 搜尋資訊，也低機率認為 AI 摘要內容能與真人品質相當。X 世代成長於「半夜排隊買遊戲、全價購入主機作品」的年代，更傾向徹底挖掘一款遊戲的全部內容，但 Z 世代則不同，他認為現在年輕玩家生活在「平台型遊戲」時代，社群與交流也成為遊戲體驗的重要核心，因此他們更在意自己是否能成為社群裡「最了解遊戲的人」。



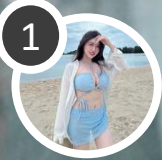
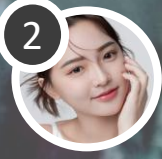


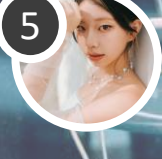

【2026/05/10, ETtoday新聞雲】



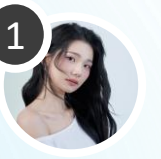

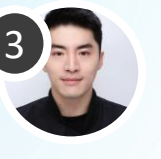
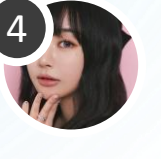


02

網紅觀察站 Influencer

【彩妝類型】社群媒體帳號排行TOP 10

Instagram 口碑數量 TOP10	
	2,021,259
	1,558,652
	1,540,608
	1,530,509
	1,335,863
	1,225,439
	1,154,895
	1,104,331
	929,799
	929,431

Facebook 口碑數量 TOP10	
	1,130,125
	523,515
	427,566
	356,257
	315,388
	273,280
	209,945
	204,067
	199,004
	189,821

Youtube 口碑數量 TOP10	
	1,224,776
	461,256
	279,455
	270,813
	247,083
	223,461
	222,033
	212,550
	198,809
	184,413



03

熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#搞笑
2	#fyp
3	#母親節
4	#台北美食
5	#台中美食
6	#reels
7	#日常
8	#台中
9	#日本
10	#情侶

5月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1  **#搞笑**
[王惟漢Kevin](#)
 📶 平均互動數 14.2萬
 📈 平均互動率 33.6%

2  **#fyp**
[魔法少女雞城武](#)
 📶 平均互動數 8.6萬
 📈 平均互動率 20.9%

3  **#母親節**
[EVA Hsu](#)
 📶 平均互動數 6.8萬
 📈 平均互動率 11.5%

4  **#台北美食**
[煦那皮](#)
 📶 平均互動數 2.7萬
 📈 平均互動率 28.8%

5  **#台中美食**
[Lily二寶沒吃飽](#)
 📶 平均互動數 3.4萬
 📈 平均互動率 13.4%

6  **#reels**
[9GAG](#)
 📶 平均互動數 17萬
 📈 平均互動率 0.32%

7  **#日常**
[醫生叔叔Eason](#)
 📶 平均互動數 19.3萬
 📈 平均互動率 66%

8  **#台中**
[鳥屎](#)
 📶 平均互動數 2.7萬
 📈 平均互動率 11.8%

9  **#日本**
[Eden的環球旅行](#)
 📶 平均互動數 6.5萬
 📈 平均互動率 25.3%

10  **#情侶**
[Mita](#)
 📶 平均互動數 6.7萬
 📈 平均互動率 49.5%



04

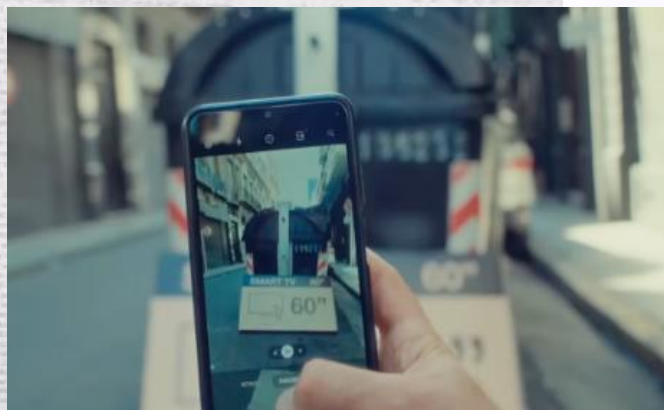
國際案例

Case Share

借勢世界盃商機，阿根廷品牌帶動換電視熱潮

2026 年世界盃前夕，阿根廷零售商 Cetrogar 洞察到足球在當地不只是運動，更是一種全民情緒與競爭象徵。在世界盃年份，電視銷量本就大幅成長，成為高度可預測的消費循環。品牌順勢推出《The Size of Your Envy》活動，為自有品牌 Quantic 創造差異化切入點，在市場升溫前就提前佈局。

- **把羨慕變成行動** | 活動靈感來自一個日常卻真實的瞬間，透過窗戶看到鄰居家更大的電視螢幕。那種比較心理往往無聲卻強烈。消費者只需拍下電視紙箱，透過 WhatsApp 傳送照片，AI 即會辨識尺寸並回傳更大尺寸 Quantic 電視的專屬折扣。品牌將抽象的羨慕情緒轉化為具體可執行的升級步驟，讓「想換更大」不再只是念頭，而是一個立即可回應的行動。
- **讓折扣看起來不像折扣** | 價格促銷雖有效，卻容易帶來廉價印象與價格戰風險。本次活動並未直接強調降價，而是把折扣藏在一段互動體驗之後。消費者必須主動參與、等待回覆，優惠因此成為完成任務後的回饋，而非隨手可得的讓利。折扣不再只是價格訊號，而是參與感與趣味性的延伸，使升級決定更具正當性與成就感。
- **在決策定型前搶先佈局** | 在阿根廷，世界盃年份電視銷量可成長約 50%。消費者選擇時往往偏好更大尺寸，因為尺寸象徵品質與地位，同時也傾向選擇熟悉品牌。Quantic 並非市場主動指名品牌，因此無法單靠品牌力競爭。透過這次活動，品牌在消費者「注意到更大螢幕」的那一刻提前進場，把升級重新定義為追求更大、更震撼的觀賽體驗，而非單純追求低價。



資料來源：[contagious 2026-05-05](https://contagious.com/2026-05-05)



05

數位轉型

Digital Transformation

START

當AI開始接管電商購物：Shopify如何全面轉型？



當生成式AI問世時，Shopify看見傳統電商被徹底顛覆的巨大危機，未來消費者可能不再是透過搜尋引擎一頁頁瀏覽商品，甚至是交由AI來探索，他們為商家打造的精美網站將毫無用武之地。為了不讓平台及電商商家被淘汰，Shopify開始透過AI改革公司內部營運及產品服務。

◆ Shopify打造AI文化，AI成員工基本能力

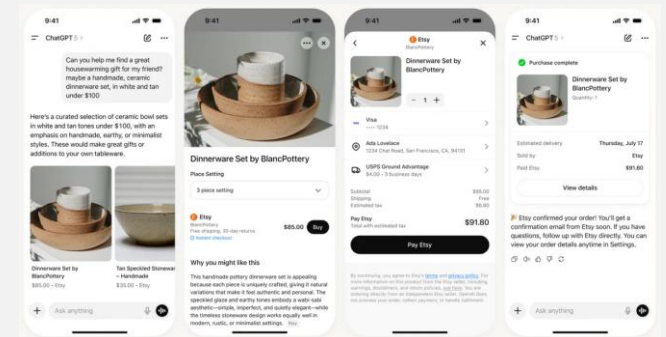
2025年Shopify執行長托比·路特克 (Tobi Lütke) 一封內部備忘錄，被視為公司加速擁抱AI的關鍵。他強調，AI不再是選配工具，而是未來工作的基本能力，並要求員工優先透過AI完成任務。除了取消Cursor等AI工具預算上限、設立「Token消耗排行榜」鼓勵使用，也積極聘僱具「AI原住民」特質的實習生，以開放、好奇的初學者心態，加速AI應用與內部轉型。

◆ 用AI魔法搶攻AI商機！啟動AI購物代理轉型，重塑商品被看見方式

在服務與產品上，Shopify也積極導入AI技術，陸續推出AI工具輔助商家銷售產品。持續將AI導入商家經營，推出可自動生成SEO商品描述與行銷內容的Shopify Magic，以及能監測轉換率、主動提供優化建議的Sidekick。此外，也與OpenAI合作推出聊天機器人內直接結帳功能 (Instant Checkout)。最新則積極布局「AI購物代理」，未來消費者可透過AI依個人偏好推薦商品，品牌是否被看見，未來可能不再只靠搜尋排名，而更仰賴資料串接與數據能力。

◆ AI提升購物效率，品牌差異化面臨新挑戰

儘管Shopify積極導入AI並帶動營收成長，市場仍擔憂AI浪潮可能使多數軟體服務被取代，也反映在近半年股價表現上。面對外界質疑，Shopify選擇以積極擁抱AI作為回應，其表現也顯示仍具備在AI浪潮中持續發展的能力。關鍵在於，當AI開始替消費者做選擇，Shopify能否在支援AI代理的同時，持續維繫品牌價值與差異化，讓品牌仍保有「被選擇的理由」。



Shopify與OpenAI在2025年推出了Instant Checkout功能





06

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	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.16
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.15
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.34
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.33
5	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.29
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.13
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
8	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.01
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.93
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.90
11	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.87
12	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.82
13	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.79
14	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.78
15	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.68
16	飛龍在天起動生物科技龜鹿	FTV	閩南語連續劇	0.65
17	醫學大聯盟萬士益冷氣	FTV	競賽綜藝	0.64
18	2000藏海傳2000	CTV	大陸劇	0.61
19	1300豆腐媽媽安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	0.60
20	唱歌給你聽阿鈣八合一強效	CTV	歌唱音樂	0.57

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.01
2	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	1.70
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.60
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.02
5	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.01
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.88
7	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.87
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.86
9	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.86
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.85
11	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.85
12	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.82
13	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.80
14	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	0.78
15	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.76
16	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.75
17	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.74
18	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.71
19	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.71
20	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.70

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.60
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.31
3	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.21
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.07
5	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	0.99
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.97
7	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	0.90
8	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.86
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.66
10	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.65

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.62
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.30
3	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.23
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.20
5	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.02
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.87
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.83
8	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.76
9	真料理兩鍋論樂敦製藥	TTV	美食、旅遊節目	0.74
10	你好我是誰TCL變頻空調	FTV	國語連續劇	0.65

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.68
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.66
3	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.66
4	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.44
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.22
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.22
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.21
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.21
9	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
10	航海王30	TTV	卡通影片	0.68

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	5.26
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.21
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.83
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.71
5	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.96
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.57
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.52
8	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.48
9	藏海傳2100	CTV	大陸劇	1.30
10	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	1.14

有線TOP10

15-24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	0.87
2	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.58
3	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.54
4	直中職37台VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.51
5	台灣1001個故事	ET-N	新聞性質節目	0.51
6	世界忙什麼	ERA-N	新聞性質節目	0.50
7	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.50
8	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.49
9	直中職37年台VS中	VLSPT	棒球	0.48
10	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	0.42

25-34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	1.45
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.05
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.89
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.71
5	我的野生鄰居	CTS-N	新聞性質節目	0.62
6	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.59
7	直中職37年台VS中	VLSPT	棒球	0.57
8	你給我的喜歡	TVBSG	大陸劇	0.57
9	型男大主廚輝葉垂直律動椅	SL2	美食、旅遊節目	0.56
10	2000最佳利益2	SL2	國語連續劇	0.44

35-49歲

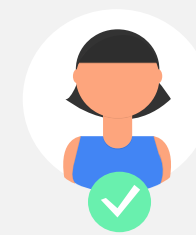
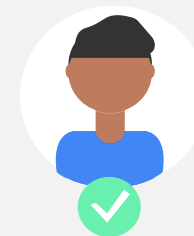
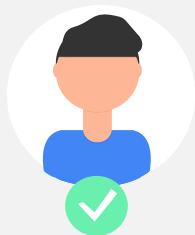
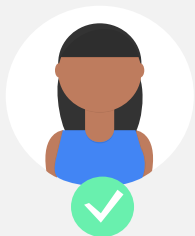
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.18
2	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.92
3	直中職37台VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.80
4	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	0.79
5	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.77
6	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.75
7	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.72
8	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.68
9	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.66
10	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.66

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	3.65
2	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	3.13
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.22
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.59
5	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.51
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.29
7	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.12
8	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.95
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.94
10	關我什麼事	SETN	新聞性質節目	0.92

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	0.41	0.51	0.56	1.49
TTV/台視	0.42	0.12	0.29	0.29	0.64
FTV/民視	0.42	0.17	0.09	0.22	0.72
CTS/華視	0.19	0.06	0.17	0.14	0.29
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	0.47	0.11	0.21	0.35	0.77
ET-N/東森新聞	0.43	0.19	0.20	0.28	0.69
FTVN/民視新聞	0.36	0.06	0.11	0.14	0.67
SETN/三立新聞	0.33	0.09	0.06	0.19	0.59
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.04	0.05	0.09	0.41
UBN/非凡新聞	0.19	0.02	0.07	0.14	0.33
NTVN/壹新聞	0.17	0.03	0.10	0.12	0.27
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.01	0.03	0.12	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.05	0.05	0.10	0.22
SET-F/三立財經台	0.05	0.00	0.03	0.04	0.09
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	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	3.16
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.60
3	戲說台灣	SANLI	1.02
4	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.88
5	寶島西米樂守護	TTV	0.82
6	藏海傳2100	CTV	0.79
7	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.78
8	飛龍在天起動生物科技龜鹿	FTV	0.65
9	2000藏海傳2000	CTV	0.61
10	1300豆腐媽媽安美諾美白修	FTV	0.60

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.15
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.34
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.33
4	超級紅人榜	SANLI	2.01
5	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	1.70
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.29
7	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	1.13
8	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	1.01
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.90
10	天才衝衝衝	CTS	0.87

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	1.01
2	錢線百分百	UBN	0.87
3	台灣最前線	FTVN	0.86
4	正午最前線	UBN	0.86
5	新台派上線	SETN	0.85
6	最前線新聞	UBN	0.85
7	最前線報告	UBN	0.82
8	驚爆新聞線2200	SETN	0.80
9	台灣向前行	FTVN	0.78
10	最前線直擊	UBN	0.76

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.93
2	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.74
3	直中職37年中VS味	VLSPT	0.66
4	直中職37台VS中遠雄人壽	VLSPT	0.64
5	型男大主廚輝葉垂直律動椅	SL2	0.57
6	效年出發吧台塑石油APP	STV	0.54
7	直中職37年台VS中	VLSPT	0.53
8	直25 26NBA季後賽馬VS灰	VLSPT	0.41
9	直25 26NBA季後賽雷VS湖	VLSPT	0.40
10	來者必吃當地人最愛的連鎖	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

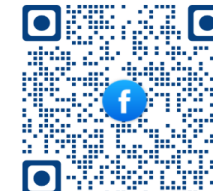
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部