



宏將週報

Vol.2623 06.01 ~ 06.07

Media Drive Bulletin

- 從流行內容到廣告媒體，短劇正快速跨越商業化臨界點，成為品牌布局全通路的新流量入口....



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**

短劇廣告進場，廣告主準備好了嗎？

3

熱門話題 **Hot Topics**

06月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

數位轉型 **Digital Transformation**

AI造浪席卷跨境電商！亞馬遜揭三大消費趨勢

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/06 【流行音樂】社群媒體帳號排行Top10

4

國際視野 **Media Trend**

世界盃熱潮來襲，品牌如何搶得先機？

6

收視調查 **Ratings**

2026/06/01-2026/06/07



01

媒體放大鏡

Media News

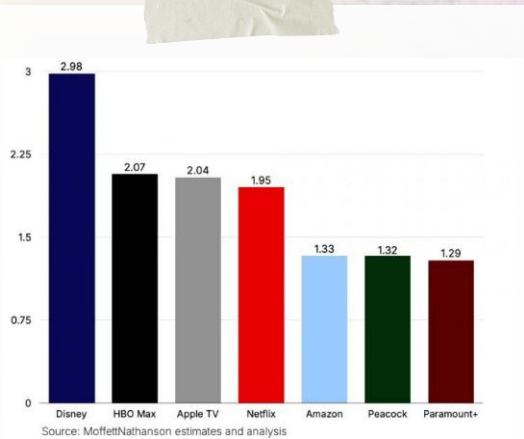


【[2026/05/29, INSIDE](#)】

短劇廣告進場，廣告主準備好了嗎？

Netflix 花了將近十年，才讓廣告主相信串流平台值得認真對待。短劇平台不打算走同一條路。今年 4 月，廣告技術公司 The Trade Desk 宣布成為直式短劇平台 DramaBox 的全球首家需求方平台合作夥伴，透過程序化技術，將短劇正式納入廣告主的全通路投放框架。

- **注意力不是一塊，是一道光譜 | 短劇與聯網電視(CTV)的關係**，不是搶同一批觀眾，而是**分別服務用戶在不同時刻的不同需求**。CTV 提供的是長時段、沉浸式的體驗，用戶在固定地點、留出完整時間觀看；短劇則是「非連續、短時段」的行動情境，填補的是通勤、等候、休息空檔這類碎片化時間。兩端各有其特性，廣告主真正需要的是橫跨整道光譜的覆蓋。
- **廣告主在觀望，還沒到規模化 | 目前短劇的核心受眾以行動端高頻內容消費者為主**，涵蓋Gen Z到年輕千禧世代，並持續向更廣的年齡層擴展。但用戶結構的完整輪廓、跨市場行為差異，以及短劇廣告在品牌認知與轉換效果上的量化數據，都仍在累積之中。短劇平台目前正在摸索廣告載入量與用戶體驗之間的平衡，最佳實踐尚未成形。



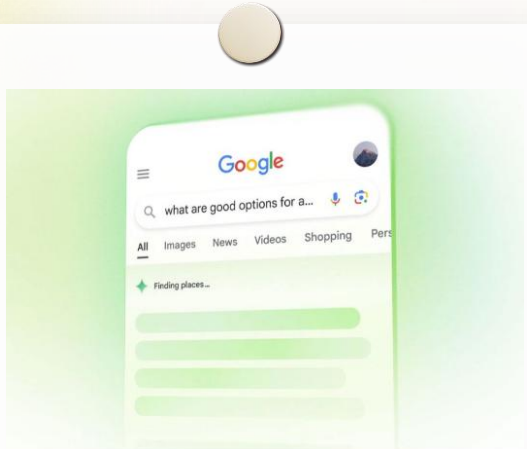
【[2026/06/06, 自由時報](#)】

Netflix不是第一！串流平台「品質排行榜」出爐

現代人追劇、看電影，越來越依賴串流平台。不過，如果要比拚內容品質，全球用戶數最多的Netflix未必是贏家。最新公布的首份排行榜中，**Netflix僅排名第四，甚至被Apple TV+超車**。過去許多串流平台習慣以觀看時數作為衡量成功與否的重要指標，但市調機構MoffettNathanson認為，看得久不代表內容品質一定更好，因此打造這套全新的「品質指數」，希望從不同角度評估各家平台的競爭力。這項評比**主要依據五大指標**，包括**黃金時段收視表現、內容需求度、IP與系列作品規模、口碑與聲望，以及體育賽事與直播內容**。

首份排行榜結果顯示，**Disney旗下串流平台以明顯優勢奪下冠軍**，主要受惠於龐大的內容庫、漫威與星際大戰等知名IP，以及體育直播內容的加分效果。第二名則由HBO Max拿下，Apple TV+緊追在後，兩者分數相當接近。至於全球用戶數最多的Netflix則排名第四。

Apple TV+雖然作品數量遠不及主要競爭對手，但憑藉高口碑原創作品，加上近年在艾美獎、金球獎等亮眼表現，成功在品質指數中取得高分，甚至超越Netflix。這份排名也反映出，在串流平台競爭日益激烈的今天，內容數量不一定等於內容品質。



【2026/06/05, T客邦】

AI摘要害流量下滑？Google宣布允許網站拒絕被AI引用

隨著Google持續將生成式AI深度整合進搜尋服務，網站流量受到衝擊的爭議也持續升溫。Google日前宣布，將推出新的控制功能，讓網站經營者可以自行決定是否允許內容出現在AI搜尋功能中，包括AI Overviews、AI Mode，以及Discover中的AI摘要功能。

- **出版商流量下滑壓力浮現，Google推出回應措施** | 批評者認為，AI摘要直接在搜尋頁面提供答案，可能減少使用者點擊原始網站的意願。對此，Google再次反駁相關說法。根據官方數據，目前AI Overviews每月活躍用戶已超過25億人。Google認為，生成式AI不僅沒有削弱網站價值，反而讓使用者提出更多以往不會搜尋的新問題，為品牌、媒體與內容創作者帶來新的曝光機會。
- **Google強調AI搜尋仍會導流網站** | Google也同步宣布多項調整措施。例如加入網站預覽功能，並推出新功能，讓使用者可以指定偏好的網站來源，使其在AI搜尋結果中獲得更高的曝光度。Google也更新了網站經營者指南，建議網站提供更具獨特性與原創性的內容，同時改善頁面體驗、內容架構以及圖片與影音品質，以提升在AI搜尋中的能見度。

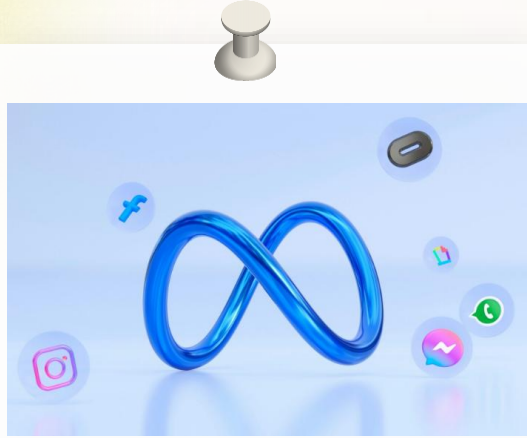


【2026/06/05, 民報】

AI取代父母？35%年輕人情緒低落先找AI

當社群媒體與人工智慧(AI)深度融入日常生活，年輕世代面臨的焦慮樣貌也悄悄改變。104人力銀行發布《滯世代焦慮》調查報告指出，AI除了成為年輕人擔憂被取代的因素之一，也躍升為第二大情緒求助管道，使用比例甚至超越父母長輩與專業協助。

- **3成憂被AI取代，理工族群焦慮感最高** | AI成為滯世代的重要焦慮來源之一。調查指出，32.3%的受訪者高度擔憂自己未來在職場中的價值被AI取代，甚至產生「再怎麼努力也沒用」的無力感。其中，以理工學群的焦慮程度最高，成為最擔心AI衝擊的族群；其次則是餐旅生活相關學群。調查也發現，對AI越感到焦慮的人，越容易產生「躺平」心態。認為自己「非常可能被AI取代」。
- **AI成第二大情緒求助對象，超越父母與專業協助** | 值得關注的是，AI不僅帶來焦慮，也正在改變年輕人的情緒支持模式。調查顯示，當面臨壓力或情緒低落時，51.4%的受訪者會向朋友或伴侶傾訴，排名第一；而「與AI聊天」則以35.1%的比例躍升第二名，超越向父母或長輩求助的22.4%。更令人擔憂的是，有30.3%的受訪者表示情緒低落時選擇獨自消化，等同每3人就有1人陷入「情緒孤島」。



【2026/06/07, EC電子商務時報】

Instagram Plus登場，Meta向訂閱經濟再跨一步

長期仰賴廣告收入的Meta，正積極開拓新的獲利模式。近日正式推出付費訂閱服務「Instagram Plus」，並陸續向全球使用者開放。Instagram Plus主打進階功能與個人化體驗，讓使用者透過每月訂閱費用，獲得更多社群互動與內容管理工具，也象徵**社群平台正式邁向「免費+付費增值」的新階段**。Meta表示，主要鎖定重度使用者、創作者及希望提升個人品牌經營效率的族群。

事實上，社群平台近年紛紛嘗試訂閱制服務。顯示平台正試圖降低對廣告收入的依賴。市場分析認為，Instagram Plus不僅能增加營收來源，也能透過進階數據與客製化功能，提高創作者與高活躍使用者的黏著度。不過，也有不少網友質疑，過去免費提供的社群服務是否將逐步被「功能分級」，甚至擔心未來更多實用功能被納入付費牆內。隨著社群平台競爭日益激烈，**Meta顯然希望透過訂閱制打造更穩定的商業模式**。未來甚至規劃結合AI服務推出更高階的訂閱產品。對使用者而言，Instagram Plus是否值得付費，取決於對功能需求的高低；但對Meta來說，這場從「廣告經濟」走向「訂閱經濟」的轉型，才是真正值得關注的長期戰略。

不只在Threads陪聊！Meta AI將化身「超級店員」

最近台灣的Threads上流行一種玩法：在貼文裡tag官方的Meta AI，丟出各種腦洞大開的問題，看它一本正經地回覆，成了社群上的集體娛樂。但Meta顯然不只想讓它陪網友玩。6月3日，**Meta正式宣布推出 Meta Business Agent**，把AI代理推向全球商家，也就是一個可以替店家接待客人的AI員工：顧客來問商品、預約、訂單，或只是想確認營業時間，它都能先處理一輪。

- **從聊天玩具，到幫店家接生意** | Meta CEO在6月3日活動的講稿中，把這套產品說成是「給每一家企業、無論規模大小」的代理。Meta已經花了近兩年，在印度、墨西哥等市場測試。Meta官方也表示，**目前已有超過100萬家企業在使用Meta Business Agent**。對商家來說，Business Agent不只是回覆顧客。未來還想讓它協助市場研究、產品洞察、行事曆管理、競爭情報等日常營運工作。
- **免費玩是一回事，商家版要開始收錢** | 這次公告的核心，是**Meta想替AI找到更明確的商業模式**。商家現在可以免費啟用，但未來幾個月會透過付費訂閱方案提供；大型企業則會依token用量付費。Meta正在把消費者、創作者、企業與Meta AI的不同訂閱測試。



【2026/06/05, 數位時代】



【2026/06/01, I-BUZZ】

2026熟齡KOL形成新的社群趨勢

「跨世代」的眼球移轉，正催生了社群上蓄勢待發的熟齡/輕熟齡 KOL 浪潮。他們不僅在熟齡圈建立起高黏著度的粉絲圈，更成功打破世代同溫層，在數位時代裡開創出不容小覷的「全齡影響力」。連習慣精緻社群內容的年輕一代，也開始將目光投向這群銀髮創作者。

- **熟齡/輕熟齡 KOL 為何受到品牌關注？** | 相較於部分強調娛樂性或流量導向的內容，許多熟齡/輕熟齡網紅更容易透過真實生活情境、家庭互動與長時間累積的人生經驗，建立觀眾的信任感與情感連結。尤其在消費者越來越重視內容真實性與使用體驗分享的情況下，熟齡/輕熟齡創作者所具備的真實感、生活感與家庭氛圍，也讓他們逐漸成為品牌經營信任溝通的重要合作對象。
- **熟齡/輕熟齡內容的崛起，正在重新定義社群影響力** | 熟齡/輕熟齡內容開始透過 Facebook、YouTube、Instagram 與短影音平台，持續擴大影響力。與此同時，熟齡/輕熟齡網紅的影響力，也逐漸從內容觀看延伸到品牌合作與商業價值。尤其在高齡化社會發展，以及跨世代觀看習慣逐漸形成下，熟齡/輕熟齡市場正成為品牌值得關注的新趨勢。

人氣最高啦啦隊員排名「冠軍是她」：舞蹈實力天花板

近年台灣職棒、職籃掀起強烈的「大韓流時代」，外籍啦啦隊女神們紛紛登台發展。近日便有熱心網友統整出2026年中最具指標性的「在台韓援啦啦隊網路人氣排行榜」，詳細羅列出40位韓籍女神的IG追蹤人數。以下為最新人氣排行指標：

- **TOP1：李多慧** | 作為開啟在台韓援「大韓流時代」的開路先鋒，李多慧憑藉教科書級的精湛舞技與極具渲染力的陽光笑容，在全台迅速引爆現象級狂潮。她不僅在社群上狂吸超過兩百萬粉絲、人氣高居斷層第一，更成功跨界廣告代言與電視主持，將啦啦隊應援文化提升至全新高度，是當之無愧的啦啦隊天花板。許多網友紛紛表示，「多慧跳舞真的沒話說，中職啦啦隊天花板」。
- **TOP2：李珠珉** | 李珠珉因在場上跳起節奏洗腦的「三振舞」而在台韓兩地爆紅。白皙精緻的洋娃娃五官與高冷氣質，被網友封為「美到像AI的啦啦隊女神」。以反差的呆萌個性和親民魅力擄獲大批台灣粉絲，在社群掀起極高討論度，是近年最具代表性的現象級啦啦隊新星。許多網友們說，「她跳三振舞那個補妝的表情真的很神，冷酷中帶點正」、「美到像AI... 怎麼可以長得這麼完美啊」。

排名	啦啦隊成員	IG追蹤人數
1	李多慧	202.83萬
2	李珠珉	131.03萬
3	李雅英	115.98萬
4	安芝儀	77.63萬
5	河智媛	61.35萬
6	金賢鈴	61.21萬
7	金海莉	54.94萬
8	邊荷律	54.44萬
9	趙炳燮	41.57萬
10	徐賢淑	40.37萬

【2026/06/05, 新新聞】



02

網紅觀察站 Influencer

【流行音樂】社群媒體帳號排行TOP 10

Instagram 口碑數量 TOP10		
1	Jay Chou 周杰倫	2,977,968
	JJ Lin	1,981,140
2	Leehom (王力宏)	1,757,344
	JOLIN 蔡依林	1,358,510
3	艾薇	1,346,366
	JY	1,234,721
4	栗子	1,205,396
	黃宣YELLOW	1,165,044
5	派偉俊 Patrick Brasca	1,094,145
	Jerry Yan 言承旭	1,033,188



Facebook 口碑數量 TOP10		
1	JasonChenMusic	2,389,303
	蔡依林 Jolin Tsai	1,312,610
2	孫淑媚	1,045,031
	林逸欣 Shara	985,380
3	五月天 阿信	980,959
	CelloKoko 柯容軒	876,316
4	崔瑾璦 Tristan H.	847,346
	周杰倫 Jay Chou	841,118
5	王心凌 Cyndi Wang	840,660
	林俊傑 JJ Lin	807,408



Youtube 口碑數量 TOP10		
	周杰倫 Jay Chou	3,836,605
	Bebefinn 兒歌	2,314,363
	Ella陳嘉樺官方專屬頻道	1,719,275
	AuZTIN 吳昱廷	1,686,079
	Karencici	1,384,392
	A-Lin官方專屬頻道	905,730
	木星人MuSingxer	848,170
	Showmain邱小明	804,596
	艾薇Ivy	735,735
	寰亞音樂	627,681





03

熱門話題

Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#搞笑
2	#fyp
3	#dance
4	#台北美食
5	#日常
6	#reels
7	#台中美食
8	#ootd
9	#台中
10	#高雄美食

6月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1  **#搞笑**
[噪咖EBCbuzz](#)

 平均互動數 14.8萬
 平均互動率 36.6%

2  **#fyp**
[范淇詠](#)

 平均互動數 8.5萬
 平均互動率 77.7%

3  **#dance**
[DEF 戴夫](#)

 平均互動數 7.9萬
 平均互動率 166%

4  **#台北美食**
[跟著味亭吃起來](#)

 平均互動數 2.6萬
 平均互動率 5.07%

5  **#日常**
[王惟漢Kevin](#)

 平均互動數 10.6萬
 平均互動率 25.2%

6  **#reels**
[LOLO樓樓](#)

 平均互動數 5.1萬
 平均互動率 24.9%

7  **#台中美食**
[吃嘴狸貓](#)

 平均互動數 2.5萬
 平均互動率 41.2%

8  **#ootd**
[悅悅欲試](#)

 平均互動數 2.5萬
 平均互動率 71.1%

9  **#台中**
[祐祐](#)

 平均互動數 1.4萬
 平均互動率 83.7%

10  **#高雄美食**
[吃得保寶飽](#)

 平均互動數 9.3萬
 平均互動率 35.1%



04

國際視野

Media Trend

世界盃熱潮來襲，品牌如何搶得先機？

身為少數仍能讓觀眾「準時守在螢幕前收看」的內容形式之一，體育賽事已逐漸成為品牌創造真正文化相關性的重要場域。由於比賽結果充滿不確定性，品牌過去多聚焦於賽前期待與熱血氛圍，但真正能留下深刻記憶與情感連結的，往往是比賽結束後的體驗與討論。

- **賽後經濟：比賽結束才是情緒開始** | 前 Copa90 負責人 James Kirkham 將此稱為「賽後經濟 (Aftermath Economy)」。從群組聊天、社群貼文到精華內容分享，球迷透過回顧與討論重新賦予賽事意義。相較於賽前與賽中的高競爭曝光，賽後更容易累積真實且持久的情感連結。
- **新世代球迷行為正在改變** | 隨著短影音與社群平台普及，越來越多年輕球迷並非透過完整觀看比賽參與足球文化，而是透過精華片段、社群評論、迷因內容與朋友分享理解賽事。許多人醒來後看到的，不一定是進球本身，而是圍繞進球產生的討論與情緒反應。對品牌而言，未來競爭的不只是觀看時刻，而是隔天早晨被重新分享與解讀的機會。
- **足球已成為文化平台** | 足球的影響力已超越運動本身，與音樂、時尚、遊戲及流行文化深度結合。對品牌而言，足球不只是曝光媒介，更是一個能夠串連不同文化圈層的內容平台。
- **中小品牌的切入策略** | 即使沒有大型贊助預算，品牌仍可透過創作者合作、內容策展或社群互動參與足球文化。重點不只是出現在比賽當下，而是在球迷分享與回味情緒的過程中建立連結。

未來的運動行銷不只是搶佔開賽前的關注，更重要的是**掌握賽後情緒與文化延伸場景**。品牌若能陪伴球迷回味與分享感動，將比單純爭奪曝光更具價值，更容易建立長期且深刻的品牌記憶。



資料來源：[contagious 2026-05-29](https://contagious.com/2026-05-29)





05

數位轉型

Digital Transformation

START

AI造浪席捲跨境電商！亞馬遜揭三大消費趨勢



台灣有無數「隱形冠軍」和世界級的製造實力，在各大產業中閃閃發光。但面對全球供應鏈重組、消費習慣碎片化，以及近年生成式AI的爆發性成長，台灣企業該如何將優質的硬實力，轉化為知名的品牌力？2026亞馬遜全球開店博覽會，為中小企業提供突圍的關鍵解方。

◆ 代理式AI崛起，重塑購物旅程、企業營運模式

亞馬遜指出，**跨境電商正從流量競爭轉向數據與智能驅動**，而具備自主分析與執行能力的「代理式AI (Agentic AI) 」正快速改變消費者購物方式。以 Rufus AI 為例，可根據消費者意圖主動推薦商品，帶動轉換率提升逾六成；AI 購物助理 Interests 則能依個人偏好持續推薦商品與優惠資訊。另一方面，亞馬遜也將AI導入賣家經營，應用於商機發掘、內容生成與廣告優化等工作，目前已有90萬名賣家使用相關工具，顯示AI正同步影響消費決策與企業營運模式。

◆ 球三大消費趨勢，帶動台灣品牌出海機會

亞馬遜指出，**高科技體驗、價值創新與安全信任**已成為全球消費市場的重要趨勢，也與台灣企業在技術、創新與品質上的優勢高度契合。從AI消費電子、居家健身到寵物用品市場，台灣品牌透過技術創新、產品價值與品牌信任成功拓展海外市場。亞馬遜認為，企業若能結合AI工具與品牌力，以數據驅動決策，將有機會掌握全球市場成長商機。

➢ 案例一 | WONDER CORE：從小型健身器材到AI健康服務，以價值創新打造差異化競爭力。

➢ 案例二 | Lady N：以安全認證與優質體驗建立消費者信任，帶動口碑與高回購率。

◆ AI降低出海門檻，數據驅動決策成關鍵

與會專家指出，AI能協助企業分析市場、提升營運效率與加速內容產製，但品牌仍需建立清晰定位與消費者洞察，才能發揮工具價值。隨著跨境電商逐步邁入系統化AI營運階段，企業也應善用數據洞察消費者需求，將電商平台視為市場研究與決策工具，而非單純銷售通路。專家認為，AI正持續降低企業拓展海外市場的門檻，若能結合AI工具、數據能力與全球化思維，將更有機會加速布局國際市場。

WONDER CORE

全球銷售千萬台，200+ 項專利，2009 年成立即以全球市場為目標，產品轉型智能健身結合專屬 APP。

亞馬遜日本站健身器材品類排名第一，Prime Day 銷售翻倍增長，疫情後消費者維持居家鍛煉習慣，品牌長期經營累積忠實客群，業績持續穩定成長。

2025年創下亞馬遜日本站 健身器材品類	WONDER CORE 產品專利超過
排名No.1	200項

EXCLUSIVE FITNESS APP

PROFESSIONAL PRODUCTION TEAM & HOLLYWOOD STANDARD PRODUCTION

案例一. 居家健身品牌WONDER CORE: 以AI個人化體驗創造價值

超凝小姐 Lady N

專注於研發高品質的天然豆腐貓砂。他們突破傳統，首次使用經國際安全香氣協會認證的安全香氣，讓貓砂不僅天然健康，還散發著怡人的香氣，打破了市場對有香味貓砂的刻板印象。

60%回購率 遠超品牌平均 25% 口碑驅動成長	10倍銷售成長 2024年即創下 Prime Day亮麗成績
---------------------------------------	---

案例二. 台灣寵物品牌Lady N: 以安全信任建立品牌口碑





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	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	3.21
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.94
3	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.47
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.43
5	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.27
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.03
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.93
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.89
9	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	0.86
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.85
11	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.85
12	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.83
13	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.81
14	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.76
15	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.72
16	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.70
17	飛龍在天TCL智慧空調	FTV	閩南語連續劇	0.69
18	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.68
19	你好我是誰TCL變頻空調	FTV	國語連續劇	0.63
20	1300豆腐媽媽宏潤生技銀杏	FTV	閩南語連續劇	0.61

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.42
2	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	2.08
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.53
4	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.06
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.97
6	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.93
7	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.89
8	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.87
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.87
10	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.86
11	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.42
12	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	2.08
13	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.53
14	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.06
15	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.97
16	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.93
17	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.89
18	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.87
19	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.87
20	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.86

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	1.04
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
3	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.83
4	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	0.82
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.72
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	0.67
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.67
8	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.64
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.59
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.59

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.47
2	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.36
3	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	1.34
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.20
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.91
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
8	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.68
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.68
10	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.62

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	1.77
2	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.59
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.49
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.35
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.33
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.03
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.00
8	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.86
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.74
10	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.72

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	5.34
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.04
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.19
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.01
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.64
6	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.48
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.44
8	藏海傳2100	CTV	大陸劇	1.33
9	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.31
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.26

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.21
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.80
3	直25 26TPBL籃球福VS新	VLSPT	籃球	0.78
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.61
5	直24F1世界一級方程式賽車	VLSPT	其他球類、體育節目	0.53
6	寶島神很大PP石墨烯	SANLI	知識資訊節目	0.52
7	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.49
8	世界第一等精選	GTV-C	知識資訊節目	0.49
9	直25 26NBA總冠軍賽尼VS馬	VLSPT	籃球	0.46
10	2000台灣百味PPLS	TOP	美食、旅遊節目	0.45

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.28
2	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	1.19
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.89
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.82
5	當和平被摧毀	CTS-N	新聞性質節目	0.61
6	效年出發吧台塑石油APP	STV	美食、旅遊節目	0.59
7	1900請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.57
8	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.54
9	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.53
10	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.50

35-49歲

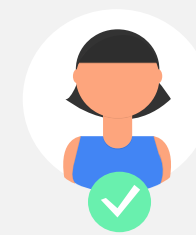
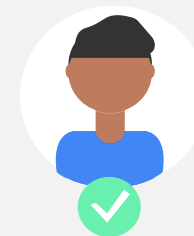
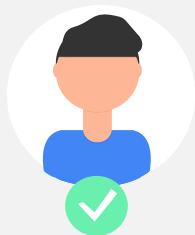
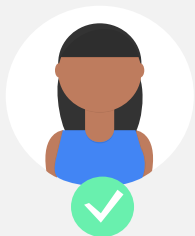
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.28
2	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.18
3	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	0.95
4	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.77
5	直中職37樂VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.74
6	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.73
7	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.65
8	效年出發吧台塑石油APP	STV	美食、旅遊節目	0.64
9	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.64
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.63

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.20
2	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	娛樂綜藝	3.53
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.02
4	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.48
5	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.48
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.44
7	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.36
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.36
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.28
10	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.25

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	0.98	0.60	0.48	0.64	1.53
FTV/民視	0.40	0.13	0.09	0.22	0.70
TTV/台視	0.40	0.16	0.20	0.27	0.62
CTS/華視	0.20	0.05	0.16	0.17	0.28
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	0.14	0.21	0.37	0.84
ET-N/東森新聞	0.42	0.16	0.19	0.30	0.68
FTVN/民視新聞	0.37	0.07	0.13	0.17	0.67
SETN/三立新聞	0.36	0.08	0.16	0.19	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.03	0.06	0.09	0.39
UBN/非凡新聞	0.20	0.05	0.06	0.12	0.36
NTVN/壹新聞	0.17	0.03	0.08	0.14	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.04	0.04	0.14	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.06	0.05	0.10	0.23
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.05	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.01	0.03



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	3.21
2	百味人生華菱冷氣	SANLI	1.53
3	戲說台灣	SANLI	0.97
4	藏海傳2100	CTV	0.85
5	寶島西米樂守護	TTV	0.76
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.74
7	飛龍在天TCL智慧空調	FTV	0.69
8	1900親家安美諾美白修護霜	SANLI	0.68
9	你好我是誰TCL變頻空調	FTV	0.63
10	1300豆腐媽媽宏潤生技銀杏	FTV	0.61

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	2.94
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.47
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.43
4	超級紅人榜	SANLI	2.42
5	超級夜總會甘味人生30X黑	SANLI	2.08
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.27
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.89
8	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	0.86
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.85
10	週末最強大萬士益冷氣	CTS	0.83

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	1.06
2	正午最前線	UBN	0.93
3	最前線新聞	UBN	0.89
4	世界翻轉中	TVBSN	0.87
5	台灣最前線	FTVN	0.87
6	最前線報告	UBN	0.86
7	台灣演義	FTVN	0.86
8	最前線直擊	UBN	0.85
9	新台派上線	SETN	0.82
10	錢線百分百	UBN	0.82

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.03
2	效年出發吧台塑石油APP	STV	0.68
3	直25 26NBA總冠軍賽尼VS馬	VLSPT	0.59
4	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	0.59
5	型男大主廚	SL2	0.54
6	直中職37樂VS中遠雄人壽	VLSPT	0.54
7	1900食尚玩家	TVBSG	0.39
8	非凡大探索	UBN	0.38
9	花小錢吃遍在地美食	VLJP	0.36
10	2000花甲少年趣旅行	ETTV	0.36

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

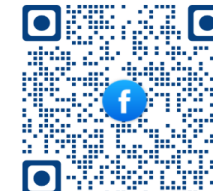
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部