



# 宏將週報

Vol.2625 06.15 ~ 06.21

# Media Drive Bulletin

- 金曲即將在本週登場，歌后與樂團入圍者話題持續發酵，社群討論也提前帶動頒獎前熱度...



Presented by:

宏將傳媒行銷策略部

Email:

[MediaResearch@mediadrive.biz](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

# WELCOME

## Contents



1

### 媒體放大鏡 **Media News**

2026金曲37歌后人氣榜！話題大對決

3

### 熱門話題 **Hot Topics**

06月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

### 數位廣告速報 **Digital Ads**

四大平台最新行銷趨勢

2

### 網紅觀察站 **Influencer**

2026/06 【食譜】社群媒體帳號排行Top10

4

### 國際視野 **MediaTrend**

2026世足賽見證AI世界盃實力！史上最大AI應用場景

6

### 收視調查 **Ratings**

2026/06/15-2026/06/21



# 01

## 媒體放大鏡

## Media News

金曲37 | 最佳華語女歌手入圍TOP 6

排名	歌手	網路聲量
1.	JOLIN 蔡依林	6,194
2.	單依純	1,579
3.	洪佩瑜	1,338
4.	彭佳慧	1,008
5.	陳嫻靜	905
6.	劉艾立	534

【[2026/06/21, 網路溫度計](#)】

## 2026金曲37歌后人氣榜！話題大對決

第37屆金曲獎頒獎典禮即將於2026年6月27日晚間7時在台北小巨蛋隆重登場！自入圍名單正式揭曉後，社群與媒體討論度便徹底沸騰。本屆歌后戰局亮點十足。究竟在評審團揭曉最終答案前，誰才是網友心中的人氣王者？

- **No.1 JOLIN 蔡依林** | 華語流行天后JOLIN 蔡依林憑藉時隔6年推出的專輯《Pleasure》，在**第37屆金曲獎狂掃9項大獎提名**，成為**本屆入圍最大贏家**！更創下金曲獎37年來第一人紀錄：連續四張專輯皆同時入圍「最佳華語專輯」與「年度歌曲」。
- **No.2 單依純** | 中國大陸新生代天后單依純，憑藉第二張專輯《純妹妹》成為第37屆金曲獎超級黑馬。由於中國歌手身分，加上金曲獎當天單依純因個人演唱會行程預計缺席典禮，且前段時間深陷與李榮浩的版權風波，讓**網路上掀起兩派討論，迅速累積聲量**。
- **No.3 洪佩瑜** | 在第37屆金曲獎強勢入圍最佳華語女歌手、最佳華語專輯與年度專輯等3項大獎。曾以神曲〈踮起腳尖愛〉走紅的她，此作將深耕多年的現代舞經驗融入音樂，提倡「讓律動先於思考」，**猶如穿越日常困境的儀式，傳達出靈魂重生突破的軌跡**。

金曲37 | 最佳樂團入圍人氣TOP 5

排名	樂團	網路聲量
1.	告五人	1,300
2.	icyball 冰球樂團	657
3.	甜約翰 Sweet John	624
4.	Tizzy Bac	538
5.	落日飛車	503

【[2026/06/20, 網路溫度計](#)】

## 2026金曲37最佳樂團人氣聲量榜揭曉！

2026年華語樂壇的重頭戲來了！第37屆金曲獎有多達22,616件作品熱烈角逐，最終僅有167件順利拿到決賽門票。除了歌王歌后之爭，最受樂迷期待的莫過於風格鮮明的樂團、演唱組合，以及一生僅有一次機會的最佳新人獎。究竟誰是今年的網路話題焦點？

- **No.1 告五人** | 從宜蘭一路唱進大型場館，**告五人的歌幾乎承包了不少人的失戀、告白與深夜歌單**。〈披星戴月的想你〉、〈愛人錯過〉、〈帶我去找夜生活〉等歌曲，不只旋律容易留下印象，犬青與雲安交錯的聲線，也讓那些說不出口的感情多了一個出口。
- **No.2 icyball 冰球樂團** | icyball冰球樂團以復古放克、City Pop與R&B曲風受到注意，作品經常圍繞成年人的愛情拉扯，**輕快節奏裡藏著失戀、錯過與欲言又止**。除了專輯與金曲入圍帶來關注，近期網路聲量高點之一也與演唱會失言風波有關。
- **No.3 甜約翰 Sweet John** | 甜約翰Sweet John擅長**以男女雙主唱、清亮吉他與細膩編曲**，描繪關係裡難以明說的情緒。甜約翰的歌曲通常不走強烈宣洩路線，而是用溫柔、節制的方式，陪著聽眾慢慢整理心情。



【2026/06/19, 數位時代】

## 緯來引進《Shark Tank》，傳統電視台搶攻國際 IP？

2025年底，緯來電視網宣布攜手Sony Pictures Television，把《Shark Tank Taiwan》的實境秀帶進台灣。在節目正式登場前，《創業小聚》訪問了緯來電視網數位財經製作人張涵青，為什麼緯來要做《Shark Tank Taiwan》？

- **為什麼是《Shark Tank》？** | 節目最大的魅力在於其**節奏明快**，把在商言商的殘酷現實赤裸裸地搬上螢幕。讓節目在**沒有腳本的情況下仍然充滿戲劇張力**。對緯來財經而言，這個國際 IP 的節目形式**不只是具備「娛樂性」**，有機會突破同溫層，建立更廣泛的大眾影響力，**更兼具商業教育的實質意義**。而對整個緯來電視網而言，《Shark Tank Taiwan》更是一次轉型的火花。
- **打破部門藩籬！緯來年輕化的轉型決心** | 傳統電視台的轉型並非一蹴可幾，首要面對的就是大眾收視習慣轉向短影音與串流平台的挑戰。緯來電視網也希望可以年輕化，而《夜市王》這檔節目成功打響了緯來電視網轉型、支持年輕製作團隊的名氣。接著，結合緯來體育強項與綜藝元素的《宇宙啦啦隊》接力登場，**透過跨台協作與選秀的模式，讓更多人看見了新一代的活力**。



【2026/06/18, 數位時代】

## 《鐵拳教育》為什麼紅？踩中亞洲教育的「集體情緒痛點」

2026年6月由Netflix獨家上線的韓國原創劇集《鐵拳教育》在社群引爆討論，一部講述「教權保護局」督導進入校園、以非常手段懲治惡霸學生的非典型校園劇，為何能跨越國界，成為全亞洲乃至全球的現象級神劇？這背後折射出的是一場亞洲當代的集體宣洩。

- **紓壓復仇劇的當代變形** | 當代人在高壓的現實生活中，對體制、權貴與漫長的司法程序早已失去耐心。這類劇集的核心吸引力，就在於將「正義的遲到」縮短為「現世的報應」。滿足了觀眾在**1到2集內就要看到惡人伏法的「即時降壓」爽感**。
- **精準踩中亞洲教育現場的「集體情緒痛點」** | 「教權崩潰」與「少年法治失靈」，近年來，南韓與台灣的校園都陷入相似的困境。當體制缺乏相應的配套管教權時，校園逐漸淪為無法可管的真空地帶。單元案件更大量影射了真實社會案件。
- **Netflix採取10集一次全數釋出的策略** | 對於《鐵拳教育》這種單元劇步調極快、每集皆有高潮且懸念不斷的「高成癮性」內容，**一次全釋放的「一次看完」觀影模式能將情緒張力拉到最滿**。在社群演算法的推波助瀾下，讓本劇在短短幾天內便強勢攻佔排行榜。





【[2026/06/22, udn科技玩家](#)】

## Meta在搞？台灣外交部Threads帳號也被停權

Meta 旗下平台Threads、Instagram 和Facebook 日前在台灣爆發大規模帳號停權事件，不管是政治人物、網紅、一般用戶都受到影響，雖然Meta事後發表聲明致歉，但台灣外交部的Threads帳號竟在21日也被停權，讓網紅徐小花直呼「祖克柏造反啦」。

台灣外交部的Threads帳號為@mofa\_taiwan，從21日開始無端遭到停權，且至隔日仍未恢復，上頭顯示「連結失效或頁面不存在」，直到早上10點58分才恢復帳號，**Meta莫名停權帳號的動作也讓不少人傻眼**，表示「認知作戰平台」、「祖克柏慘了」、「政府再繼續軟弱啊」，網紅徐小花更表示「祖克柏造反啦」。

而Meta先前發出聲明表示，已修復系統中的一項錯誤，而該錯誤「**導致此次受影響的帳號被不當觸發年齡驗證流程**。我們已找出問題並完成修復，絕大多數受影響的帳號，現已恢復正常使用。對於此項錯誤可能造成的不便，Meta 深感抱歉。」正是因為Meta一項年齡驗證系統，意外把不少用戶的帳號當成「未滿13歲」而慘遭限制使用。



【[2026/06/17, udn科技玩家](#)】

## Threads月活躍用戶破5億 負責人曝在台灣走紅的原因

臉書母公司Meta 16日宣布，旗下社群平台Threads 每月用戶已達5億人。彭博資訊報導，Threads負責人海斯 ( Connor Hayes ) 受訪時指出，該平台每日活躍用戶也比一年前多，但拒絕提供詳細數據。然而，根據外部估計，Threads用戶正在減少，與官方說法相反。

Threads之所以能穩定成長，很大程度要**歸功於與Instagram等Meta旗下其他熱門平台的連結**。用戶在瀏覽其他平台時，經常會在動態中看到Threads貼文，點擊後便會被導向其應用程式。海斯說，有愈來愈多人開始主動造訪Threads，而不只是偶然點擊進去。

祖克柏在2023年推出Threads，主打純文字分享，每篇貼文上限為500字。當時正值馬斯克收購Twitter不久之後，祖克柏押注，Twitter的忠實用戶，有可能受到全新平台的吸引。海斯指出，以台灣為例，**讓Threads迅速走紅的關鍵事件是一場選舉**。而在韓國，Threads人氣也持續攀升，**用戶停留在該平台的總時數，較一年前增加逾80%**。這股熱潮也吸引了韓流天團BTS在上周末正式成為Threads用戶，其帳號在短短幾天內便累積了逾420萬名追蹤者。

**3大特色!!**

- 1 免下載 連線即開映**  
簡單步驟、輕鬆享受
- 2 支援多語言 (中、英、日)**  
可依習慣自由選擇字幕語言
- 3 使用自有裝置 輕鬆又便利**  
個人裝置 (手機、平板) 就是專屬劇場

【2026/06/18, udn科技玩家】

## 廉航有影音系統了！虎航推「虎萊塢」飛機上看片

搭廉價航空出國雖然機票價格低廉，不過有時最痛苦的事就是無法在飛機上看片導致「沒事做」！台灣虎6月25日凌晨起推出「虎萊塢」平台，透過自己的手機或平板登入後，如同飛機上的影音系統一樣可以隨選隨播看到飽，不過官方提到，僅有2方案才能免費觀看影音服務，但即起至2026年10月24日可免費使用。

- **是免費還是需要付費？** | 虎航表示，從2026年10月25日起，依票價方案提供免費或付費的方式使用，購票時若選擇tigersmart或tigerpro組合方案，出發前會免費獲得一組兌換序號；非購買組合票價的旅客，可向組員購買虎萊塢序號，每趟航程為99元。不過「虎萊塢」6月25日凌晨起至2026年10月24日止，虎航提供「虎萊塢」免費體驗使用。
- **「虎萊塢」影音服務需注意什麼？可以重複使用嗎？** | 虎萊塢序號僅限同一裝置，輸入並啟用後不能更換裝置、不能同時登入其他裝置，也不能取消。另外需注意的是，想使用虎萊塢影音平台，請依組員指示於航機升至1萬英尺以上再使用。

## 電商大餅衝6,716億 網路書店霸主為何逆勢失速？

根據經濟部統計處資料，博客來2025年零售業網路銷售額達6,716億元，年增2.8%；路銷售額也達104億元，換句話說，電商大餅仍在成長，閱讀與文教商品也持續往線上移動，但博客來卻沒吃到這波成長紅利。

- **momo殺進書市，價格戰改寫網路書店規則** | momo大舉跨足網路書店，靠平台流量、會員經濟與折扣戰搶市，打破博客來長期領先局面。對momo來說，圖書是提高會員黏著度、帶動搜尋與回購的品類；但對博客來而言，圖書既是招牌，也是獲利核心，一旦被迫跟進折扣，毛利自然受到侵蝕。**momo加入後，網路書店遊戲規則明顯改變。當大型電商把圖書納入促銷品類，價格成為最直接的競爭武器；博客來若跟著打折，獲利被壓縮，若不跟，流量又可能被搶走。**
- **市場還在長，博客來卻先掉隊** | 博客來曾靠網路書店先行優勢與7-ELEVEN取貨、金流網絡長年穩定獲利，但當電商競爭進入會員經濟、演算法推薦與內容服務階段，這個優勢並未被放大。博客來的困局已不只是賣書問題，而是集團電商能力的一場壓力測試。





# 02

## 網紅觀察站 Influencer

## 6月【食譜】社群媒體帳號排行Top10

### Instagram 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">美女臻Janie</a>	1,981,221
	<a href="#">Lee / 李君</a>	761,460
2	<a href="#">辣妹廚房</a>	757,509
	<a href="#">小艾Emily</a>	643,299
3	<a href="#">念念的家常食譜</a>	636,918
	<a href="#">便當調色盤</a>	601,380
4	<a href="#">芋圓</a>	586,127
	<a href="#">傑克夫妻兩個娃</a>	547,749
5	<a href="#">莉恩zinc</a>	539,204
	<a href="#">Han</a>	528,851

### Facebook 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">肥大叔</a>	1,172,539
	<a href="#">懶人料理全媽</a>	1,100,420
2	<a href="#">肥丁手工坊</a>	1,079,888
	<a href="#">夢幻廚房在我家</a>	943,621
3	<a href="#">于美人</a>	874,190
	<a href="#">楊桃美食網</a>	805,090
4	<a href="#">小田太太の玩樂廚房</a>	771,907
	<a href="#">閒妻良母之良媽</a>	752,283
5	<a href="#">蘿潔塔的廚房</a>	671,640
	<a href="#">培仁蔬食工作室</a>	505,964

### Youtube 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">二米炊烟ErmiChuiyan</a>	400,916
	<a href="#">我是拌飯人</a>	393,295
2	<a href="#">老外爸爸</a>	372,476
	<a href="#">食科院長</a>	274,588
3	<a href="#">小曹老師-jasper料理教室</a>	256,472
	<a href="#">乾杯與小菜的日常</a>	251,927
4	<a href="#">黃媽媽陳小姐</a>	219,473
	<a href="#">Chef Chouchou阿辰師</a>	198,772
5	<a href="#">育子燒家庭</a>	193,236
	<a href="#">瑄瑄大雜燴Hsuan TV</a>	180,520



# 03

## 熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

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

## 06月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

**1**  **#搞笑**  
[王惟漢Kevin](#)  
 📶 平均互動數 19.2萬  
 📈 平均互動率 43%

**2**  **#fyp**  
[群群 卓立群](#)  
 📶 平均互動數 68.3萬  
 📈 平均互動率 441%

**3**  **#台北美食**  
[13 食空旅行](#)  
 📶 平均互動數 3.7萬  
 📈 平均互動率 44.2%

**4**  **#台中美食**  
[Astrid 各式美食](#)  
 📶 平均互動數 6.8萬  
 📈 平均互動率 83.3%

**5**  **#日本**  
[莊酷炫](#)  
 📶 平均互動數 5.2萬  
 📈 平均互動率 11.4%

**6**  **#日常**  
[Elizabeth 娘娘](#)  
 📶 平均互動數 5.5萬  
 📈 平均互動率 43.7%

**7**  **#台中**  
[源仔生活旅遊札記](#)  
 📶 平均互動數 1.9萬  
 📈 平均互動率 11.5%

**8**  **#韓國**  
[東森新聞](#)  
 📶 平均互動數 21.9萬  
 📈 平均互動率 30.4%

**9**  **#reels**  
[Hsin Yu . 心宇](#)  
 📶 平均互動數 9.1萬  
 📈 平均互動率 278%

**10**  **#高雄**  
[HahaTai哈哈台](#)  
 📶 平均互動數 3.3萬  
 📈 平均互動率 9.61%



# 04

## 國際視野

## Media Trend



# 2026世足賽見證「AI世界盃」實力！史上最大AI應用場景

2026世足賽被冠上「AI世界盃」名號，從球員3D建模打造虛擬分身、聯網足球蒐集即時數據，到AI輔助裁判精準判決與賽場風險監控，幾乎每個環節都可見AI應用。FIFA也藉此全面測試AI在跨國體育賽事中的可能，不只提升判決透明度與觀賽體驗，也讓球員表現分析、現場調度與後續訓練有了更完整的數據基礎。

- 球員分身發展商機 提供訓練、戰略深度模擬** | 這次世足賽中，每位球員都已完成3D掃描建模，成為球隊訓練與戰略決策的重要基礎。未來這套技術更可延伸發展成球員虛擬分身，不只用於戰術模擬、訓練調整，還能在轉播中進行虛擬重播，甚至模擬不同踢法、跑位或決策是否可能改寫進球結果。**球員分身也因此不再只是比賽輔助工具，而是結合訓練、內容轉播與互動體驗的全新商業應用。**
- 科技執法全面導入 自動辨識讓越位判決更準確** | IFA持續把科技執法全面導入賽事，從VAR到全新的SAOT系統，目標都是用科學降低人為誤判、提升裁判公正性與透明度。如今透過AI影像辨識，系統能快速追蹤球員與足球位置，自動判定疑似越位情況並通知VAR，**大幅提升判決準確度與效率。**
- 嚴密防護賽場安全 無人機控管到機器狗巡邏** | 川普政府以最高規格部署球賽維安系統，透過安全監控中心整合球場內外巨量資訊，打造從空中到地面的防護網。除了全面防範無人機威脅，地面也**導入具AI功能的機器狗與巡邏機器人，強化賽場周邊安全**。16個賽場更透過數位孿生系統，即時監測人群流動、裝置訊號與潛在安全風險，形成更嚴密的賽事防護機制。

資料來源：[今周刊 2026-06-17](#)

## 自動判越位、防觀眾暴動...新科技讓比賽更精彩 ——2026世足賽主要AI系統應用

AI系統應用／承辦廠商	功能描述
 <b>聯網足球</b> Connected ball Adidas與德國廠商 Kinexon	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲官方名稱 Trionda，意指「三重浪」，象徵本屆3個主辦國</li> <li>▲每顆足球由4片面皮組成，內建500HZ（每秒傳訊500次）的無線聯網晶片組，使用前必須充電</li> <li>▲可與大會VAR影像輔助裁判系統聯網，確保裁判無失誤，並供轉播、球隊決策系統使用</li> </ul>
 <b>半自動越位判定系統</b> Semi-automated offside technology / SAOT FIFA與聯想（Lenovo）	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲建立1,248位參賽球員3D立體影像分身</li> <li>▲可整合球場即時攝影系統、官方聯網足球、球員分身</li> <li>▲可第一時間判讀是否有越位等情況，將過往需要數分鐘的裁判等待時間，縮短至零時差</li> </ul>
 <b>球隊決策生成式AI系統</b> Football AI Pro 聯想（Lenovo）AI Factory	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲將比賽巨量數據，一路推演到可以使用的傳球、傳中、推進、壓迫等具體戰術分析與建議</li> <li>▲每場球賽結束後，將比賽資訊經過系統解析，提供給48個參賽團隊，每項分析都能追溯到底層數據</li> <li>▲教練團可依據資料，在隨後的比賽現場進行敵情分析、球賽攻略、球員調度等決策</li> <li>▲球員在賽後立即收到個人化的賽後表現報告</li> </ul>
 <b>裁判隨身數位相機</b> Referee View + Body cams FIFA與聯想（Lenovo）	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲104場賽事中，所有裁判都配戴聯網隨身數位相機</li> <li>▲可將裁判視角的影像，自動調整為可轉播的影像</li> </ul>
 <b>生物辨識與安全系統</b> Biometric entry & security 16個球場各自發包	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲全數安裝於16個賽事場地，可偵測可疑人士，及群眾暴動預警</li> <li>▲FIFA有權拒絕出售門票給不良紀錄球迷，系統能輔助偵測</li> </ul>





# 05

## 數位廣告速報 Digital Ads

 廣告主必看：

# 四大平台數位廣告更新重點 →

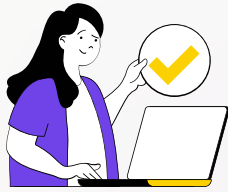
近期各大數位平台持續強化 AI 應用、受眾管理與廣告版位布局，從素材生成、受眾探索到原生廣告情境，協助廣告主更有效提升內容產製效率與投放精準度。

本期精選整理 2026 年 6 月各主要平台的重要更新，聚焦 AI 素材工具、受眾優化機制與新版位應用等方向，協助行銷人掌握最新操作趨勢，持續優化廣告成效與媒體運用策略。



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

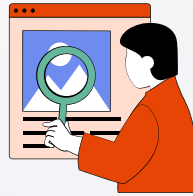
## Google Ads 主要更新



### 生成圖像與圖片轉影片 降低影音素材製作門檻

透過提示詞快速生成圖片素材，並將靜態圖片轉換為 5-10 秒影片廣告。

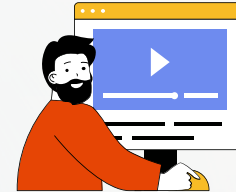
- > 協助廣告主快速產製多元素材。



### 影片強化功能升級 提升跨版位素材應用效率

Google AI 可自動調整影片比例，生成適合不同螢幕版位的影片版本。

- > 讓既有影片更符合多元投放場景。



### 短影音版本自動生成 加速影片素材再利用

Gemini 可自動擷取影片重點片段，製作較短版本的影片素材。

- > 保留核心訊息並提升素材使用彈性。



● ● ● 其他平台廣告更新

1 Meta



**AI受眾探索工具  
自然語言設定受眾**

- 廣告主可直接描述理想客群，**AI將自動找出相關興趣與行為標籤**，減少手動搜尋時間，提升受眾設定效率。

2 Meta

類別	標籤	說明
符合資格條件的潛在顧客	符合資格條件的潛在顧客	符合資格條件的潛在顧客
	不符合資格條件的潛在顧客	不符合資格條件的潛在顧客
	互動的廣告受眾	目前正在使用您應用程式的用戶
顧客	應用程式用戶	目前正在使用您應用程式的用戶
	試用用戶	開始試用您產品的用戶
	其他積極互動的用戶	已表露興趣但尚未成為顧客的用戶
顧客	高價值	您認為對您的商家具有高價值的顧客
	低價值	對您商家具有低或負面價值的顧客
	有風險	顯露不感興趣或流失跡象的顧客
	不感興趣	最近未購物或已停止訂閱的顧客
顧客	顧客	現有顧客
其他	其他 1、2、3	不屬於上述類別的廣告受眾

**廣告受眾標籤擴充  
強化自訂受眾管理**

- 自訂**受眾標籤數量由 5 個提升至 10 個**，並新增 3 個「其他」標籤，協助廣告主更彈性分類與管理受眾。

3 LINE LAP



**LINE社群新增版位  
拓展社群曝光場景**

- LINE社群官方帳號上方置頂處新增 LAP 廣告版位，**支援圖片與DPA素材**，擴大品牌在社群情境中的觸及機會。

4 Dcard



**文章留言廣告新版型  
切入高停留留言情境**

- 文章留言廣告融入 Dcard 留言區，搭配頭像與 CTA 按鈕，**降低廣告干擾感，提升原生互動與點擊機會**。





# 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	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.13
2	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	3.06
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.90
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.20
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.98
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.30
7	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.92
8	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.88
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.82
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.81
11	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.80
12	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.79
13	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.78
14	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	0.78
15	週末最強大精華版萬士益冷	CTS	娛樂綜藝	0.71
16	飛龍在天TCL智慧空調	FTV	閩南語連續劇	0.71
17	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.69
18	你好我是誰TCL變頻空調	FTV	國語連續劇	0.66
19	無憂渡2100	CTV	大陸劇	0.56
20	1300豆腐媽媽宏潤生技銀杏	FTV	閩南語連續劇	0.56

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.20
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.08
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.56
4	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.09
5	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.93
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.92
7	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.90
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.88
9	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.88
10	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.87
11	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.86
12	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.85
13	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.83
14	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	0.82
15	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	0.80
16	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.76
17	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.68
18	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.67
19	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.67
20	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.66

# 無線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	1.35
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.00
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.90
4	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	0.72
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.66
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.61
7	1800名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.56
8	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.55
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.53
10	週末最強大精華版萬士益冷	CTS	娛樂綜藝	0.52

## 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	1.83
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.73
3	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.26
4	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	1.21
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.04
6	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.00
7	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.82
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.73
9	航海王30	TTV	卡通影片	0.70
10	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.69

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.93
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.74
3	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	1.72
4	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.44
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.39
6	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	1.15
7	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.10
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.03
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.73
10	1800名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.68

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.16
2	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	5.14
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.42
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.64
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	3.08
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.63
7	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.41
8	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	1.37
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.26
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.20

# 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	詹姆士出走料理好菇道	GTV-1	美食、旅遊節目	0.73
3	來去農家住一晚	VLJP	資訊綜藝	0.65
4	瘋狂設計趣味住宅好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.64
5	直中職37富VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.53
6	華視新聞雜誌	CTS-N	新聞性質節目	0.52
7	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.49
8	直中職37年富VS中	VLSPT	棒球	0.48
9	2100全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.47
10	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.46

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.32
2	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.08
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.96
4	直中職37富VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.93
5	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.73
6	世界正美麗特輯	GTV-1	知識資訊節目	0.56
7	來去農家住一晚	VLJP	資訊綜藝	0.53
8	1500360行向前衝	UBN	知識資訊節目	0.53
9	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.49
10	直中職37年富VS味	VLSPT	棒球	0.48

## 35-49歲

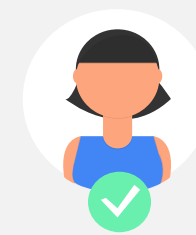
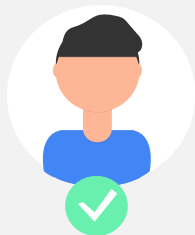
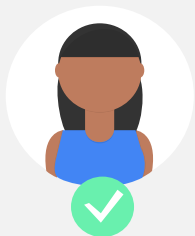
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.26
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.91
3	直中職37年富VS中	VLSPT	棒球	0.89
4	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.77
5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.71
6	效年出發吧台塑石油APP	STV	美食、旅遊節目	0.65
7	直中職37富VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.60
8	直中職37年富VS味	VLSPT	棒球	0.58
9	瘋狂設計趣味住宅好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.58
10	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.57

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.07
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.56
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.10
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.71
5	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.55
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.46
7	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	1.37
8	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.98
9	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.91
10	台灣新思路	SETN	新聞性質節目	0.87

## 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	0.93	0.65	0.41	0.62	1.44
TTV/台視	0.44	0.17	0.23	0.32	0.68
FTV/民視	0.41	0.10	0.16	0.23	0.69
CTS/華視	0.19	0.13	0.13	0.16	0.26
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	0.25	0.36	0.83
ET-N/東森新聞	0.47	0.20	0.22	0.30	0.76
SETN/三立新聞	0.38	0.05	0.13	0.20	0.68
FTVN/民視新聞	0.34	0.06	0.08	0.15	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.05	0.08	0.10	0.42
UBN/非凡新聞	0.21	0.06	0.08	0.08	0.38
NTVN/壹新聞	0.17	0.03	0.09	0.14	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.04	0.05	0.11	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.05	0.05	0.09	0.25
SET-F/三立財經台	0.07	0.02	0.02	0.04	0.11
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	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	3.06
2	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	1.98
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	1.56
4	戲說台灣	SANLI	0.88
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.85
6	寶島西米樂守護	TTV	0.79
7	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.78
8	飛龍在天TCL智慧空調	FTV	0.71
9	你好我是誰TCL變頻空調	FTV	0.66
10	拜託老鷹5兄弟	GTV-D	0.60

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.13
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.90
3	超級紅人榜	SANLI	2.20
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.20
5	超級夜總會	SANLI	2.08
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.30
7	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	0.88
8	天才衝衝衝	CTS	0.81
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.80
10	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	0.78

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	1.09
2	最前線報告	UBN	0.93
3	台灣演義	FTVN	0.92
4	錢線百分百	UBN	0.90
5	正午最前線	UBN	0.88
6	最前線直擊	UBN	0.87
7	最前線新聞	UBN	0.86
8	台灣最前線	FTVN	0.83
9	台灣ON AIR	SETN	0.82
10	理財達人秀	EFNC	0.80

### 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.82
2	直中職37富VS中遠雄人壽	VLSPT	0.65
3	直中職37年富VS中	VLSPT	0.63
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.62
5	型男大主廚	SL2	0.59
6	效年出發吧台塑石油APP	STV	0.59
7	直FIFA小組賽墨西VS南韓	TTV	0.46
8	詹姆士出走料理好菇道	GTV-1	0.45
9	直26MLB金VS道	VLMAX	0.40
10	直中職37年富VS味	VLSPT	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

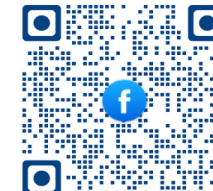
MediaResearch@mediadrive.biz

## SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

## CALL US

02-2509-5557#120



 **MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部**