

《金曲37收視觀察》

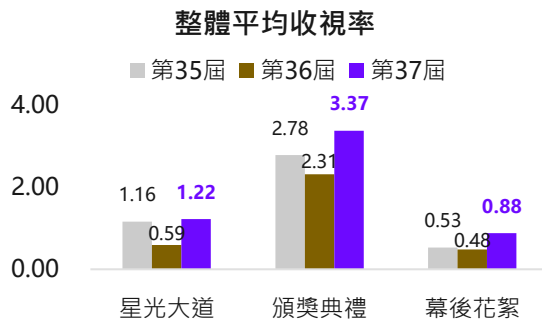
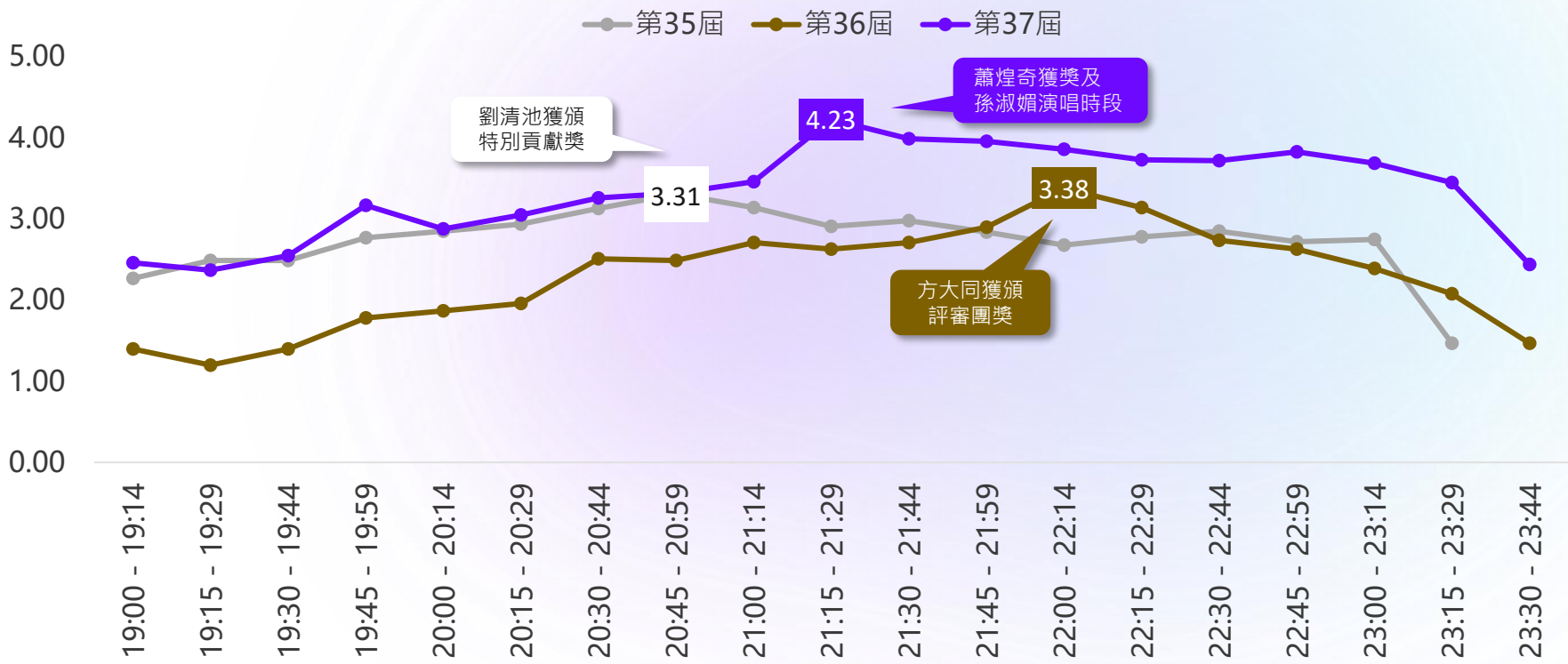
宏將傳媒 行銷策略部

The 37th
Golden Melody Awards

第37屆金曲獎・由文化部影視及流行音樂產業局主辦。頒獎典禮於2026年6月27日在台北小巨蛋舉行。

第37屆金曲獎從紅毯到典禮皆表現亮眼

近三年金曲獎電視分段收視率 臺灣電視台《台視主頻》



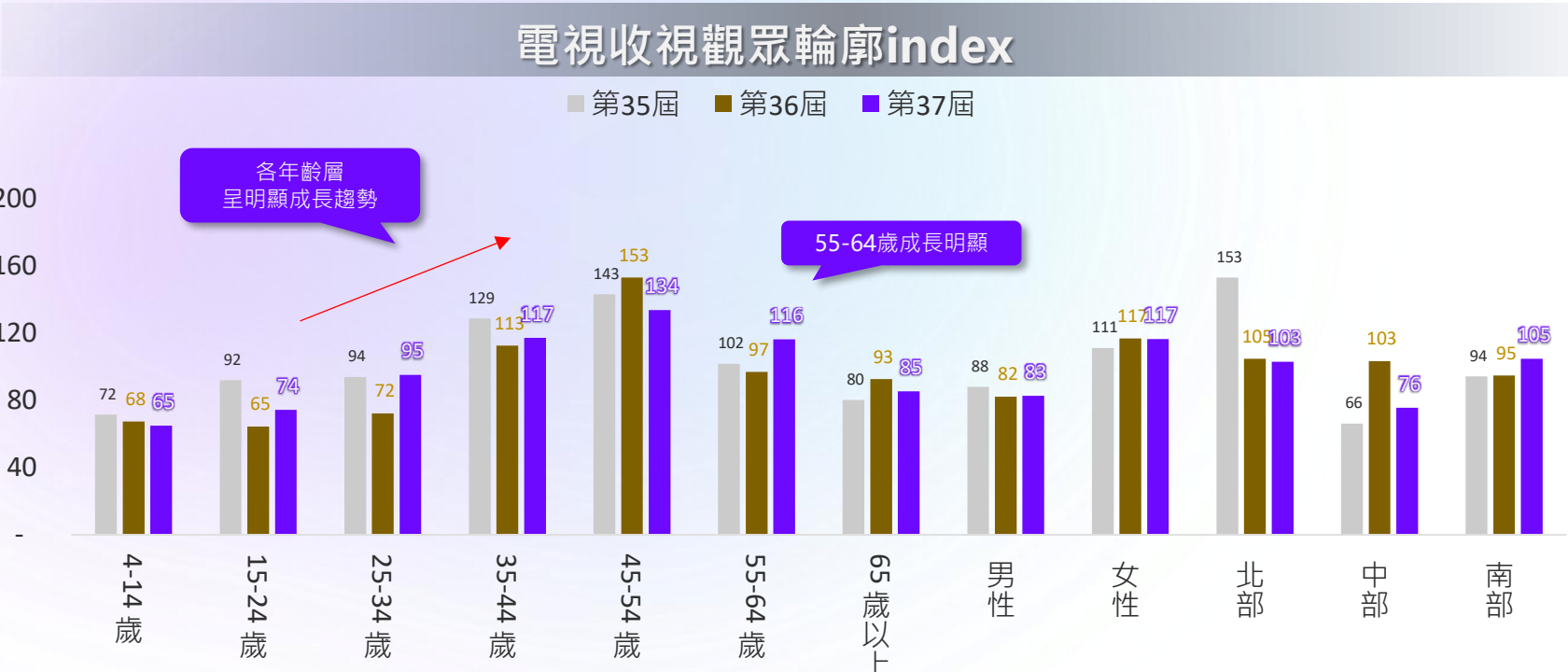
第37屆金曲獎於 6/27 圓滿落幕，本屆典禮**電視整體平均收視達 3.37，拿下當日全國第一**，整體表現優於前兩屆。

頒獎橋段最高點落在**蕭煌奇獲頒最佳台語專輯獎時，吸引 92.7 萬人收看**；表演節目最高點則為**孫淑媚演唱組曲，吸引 92.9 萬人收看**，顯示頒獎互動與表演內容皆有效帶動收視高峰。

本屆金曲成功橫跨五到八年級的收視族群

進一步觀察電視收視族群輪廓，本屆**各年齡層平均收視率皆達 2 以上**，顯示金曲獎具備跨世代收視基礎；其中**45-54歲收視率達4.51**，為各年齡層最高，35-44歲與55-64歲亦表現亮眼，反映中壯年族群仍是主要收視支撐。若從收視Index來看，15-44歲族群較前屆提升，也顯示本屆話題進一步帶動較年輕與青壯年觀眾關注。

第37屆金曲獎平均收視	
全體	3.37
4-14歲	2.19
15-24歲	2.51
25-34歲	3.21
35-44歲	3.95
45-54歲	4.51
55-64歲	3.92
65+	2.88
男性	2.79
女性	3.93
北部	3.47
中部	2.55
南部	3.53



網路直播擴大觸及，總觀看人次突破1,670萬

YouTube 官方頻道與 LINE TODAY 為金曲獎近年固定全程直播平台，本屆線上觀看延續成長。截至 6 月 29 日，金曲獎官方 YouTube 相關平台含台視頻道，**頒獎典禮累積觀看人次突破 231 萬、總點擊數突破 1,190 萬**，雙創近年新高。

LINE TODAY、LINE MUSIC 平台直播觀看次數達 480 萬次，帶動新媒體總觀看次數約 850 萬次；若加計電視頻道收視，**全平台觀看合計突破 1,670 萬次**，展現金曲獎跨平台、跨螢幕影響力。



@GMA 金曲獎YT頻道

•13萬位訂閱者•1100 部影片
累積觀看人次突破231萬，
總點擊數突破1,190萬次



@金曲獎37 LINE TODAY

•3.5萬位訂閱者
LINE TODAY、LINE MUSIC
平台直播總觀看次數達480萬次

YT熱門片段

頒獎片段 Top 3

1. 蔡依林《Pleasure》獲年度專輯獎 (點擊率91萬次)
2. A-Lin 《幸福在歌唱》獲年度歌曲獎 (點擊率87萬次)
3. 張震嶽《浪人的...》 (點擊率72萬次)

表演節目 Top 3

1. 田馥甄Hebe (點擊率80萬次)
2. A-Lin (點擊率72萬次)
3. 莫文蔚Karen Mok X The Masters (點擊率47萬次)



資料來源：新聞報導綜合整理，數據累積截至2026/06/29

本屆金曲成功橫跨五到八年級的收視族群

金曲輿情聲量



進一步分析網路熱度，頒獎典禮當天討論聲量達到高峰，單日累計逾5萬則。

從熱門網站來看，聲量主要集中於 Facebook 粉絲專頁，觀察其來源多來自新聞媒體粉專報導累積，顯示媒體粉專仍是金曲話題擴散的重要管道；熱門頻道則以 Threads 討論表現突出，代表本屆話題在即時社群中具高度集中發酵效果。

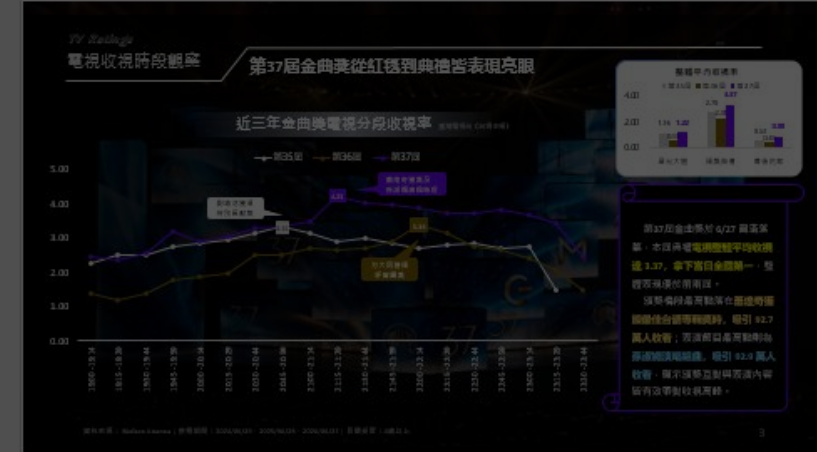
整體來看，金曲獎網路聲量呈現 Facebook 媒體粉專多點擴散、Threads 集中發酵、PTT 延伸交流的傳播樣貌。

熱門網站 TOP5

-  Facebook粉絲團 89,861則
-  Threads 16,208則
-  PTT 13,337則
-  YouTube 10,785則
-  Instagram 3,846則

熱門頻道 TOP5

-  Threads>關鍵字搜尋 13,483則
-  PTT>Golden-Award 10,198則
-  FB粉絲團>ICRT 6,726則
-  FB粉絲團>ET星光雲 3,896則
-  FB粉絲團>綜藝一級棒 3,414則



以上為專題精華摘錄

完整報告歡迎來信洽詢或聯繫窗口

