



宏將週報

Media Drive Bulletin

Vol.2629 07.13 ~ 07.19

- 《鬼滅之刃》、《鏈鋸人》等人氣IP帶動觀影熱潮，特殊影廳、限定特典與影人互動成為吸客關鍵，也讓電影市場迎來爆發式成長...



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**

2025-2026年台灣電影市場翻紅關鍵

3

熱門話題 **Hot Topics**

07月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

消費者洞察 **Insight**

2026年網路購物消費調查：寵物消費

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/07 【彩妝】社群媒體帳號排行Top10

4

國際視野 **MediaTrend**

日本輕度玩家創新高・實體遊戲逆勢回暖

6

收視調查 **Ratings**

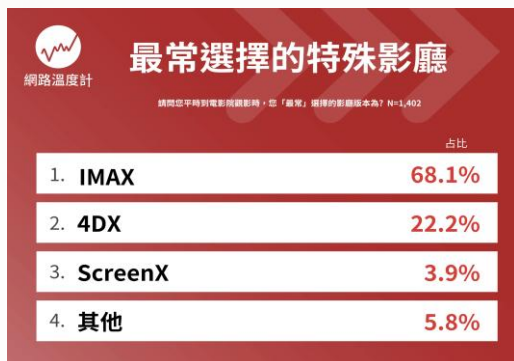
2026/07/13-2026/07/19



01

媒體放大鏡

Media News



【[2026/07/17, 網路溫度計](#)】

2025-2026年台灣電影市場翻紅關鍵

現在走進電影院，影迷追求的已經不只是「看電影」，而是追求全方位的「沉浸式體驗」與「特典收藏樂趣」！《網路溫度計 DailyView》透過輿情分析軟體《KEYPO大數據關鍵引擎》，一舉揭密台灣電影市場的社群熱度與消費行為。

- **雙引擎點火！國片與動畫聯手讓2026台灣戲院有感復甦** | 2025年下半年由《鬼滅之刃》、《鏈鋸人》等人氣動漫IP領軍，帶動全台戲院買氣回溫；這股熱潮並未在跨年後降溫，反而延續到2026年，台灣今年上半年由國片《陽光女子合唱團》領跑，帶動整體票房達到42.4億元，相比去年同期的29.4億元，**成長幅度來到44.22%**，**市佔率一舉衝上58.14%**，**較前一年同期大幅提升**。
- **從「看電影」到「體驗電影」，特典、IMAX等成錢包失守關鍵** | 電影院的價值定位，從單純的放映場所，進化為「粉絲情感的實體展演空間」。近年來各大影城陸續加碼投入「特典經濟」與「特殊影廳體驗」：**限量海報、周邊小卡、立牌打卡點**成為粉絲必收藏。IMAX、4DX等熱門場次一位難求，也讓觀眾為了不同的感官體驗，願意針對同一部電影重複進場。

體育賽事掀短影音流量爭奪戰，Z世代習慣碎片化收視

世足賽跟NBA熱度持續升溫，收視紀錄屢創新高。包含TikTok與YouTube在內的社群影音平台，正一舉躍升為新世代關注體育賽事的核心管道。**串流及短影音巨頭加快佈局，重塑全球體育內容的商業獲利模式**。

- **每日滑手機超百分鐘！Z世代習慣碎片化收視** | Z世代與Alpha世代平均每天在Roblox上停留168分鐘，高於TikTok的120分鐘、與YouTube的71分鐘。觀察年輕世代並未失去對球賽的熱情，而是更習慣透過遊戲、社群與短影音平台接觸賽事內容。
- **借力前十分鐘免費看！串流巨頭搶攻流量變現** | TikTok與FIFA合作後，全球轉播商可發布更多世界盃相關內容，**並提供每場比賽前十分鐘免費直播**。觀眾看完後，可直接跳轉至付費串流平台繼續收看完整賽事。金斯托布引述研究指出，看過相關影片的TikTok運動迷中，**約有42%會繼續收看世界盃**。透過「**免費試看 + 付費導流**」，TikTok不只累積賽事熱度，也成為串聯內容曝光與訂閱轉換的重要入口。



【[2026/07/20, TVBS新聞網](#)】



【[2026/07/19, 自由時報](#)】

YouTube廣告遭控變本加厲！網抱怨「逼人付費」

YouTube雖然提供免費觀看，但也一直積極鼓勵用戶付費訂閱Premium會員，藉此享受無廣告體驗，免費用戶與YouTube之間的「廣告攻防戰」從未停止。如今，YouTube又被不少網友抱怨，疑似進一步提高廣告數量與播放頻率，再度考驗免費用戶的耐心。

- **網友抱怨廣告變多又變頻繁** | 最近一週Reddit等社群平台陸續出現大量抱怨，**不少國外用戶反映YouTube的廣告變得更多、也更頻繁**。有網友指出，在桌面版YouTube觀看影片時，**一次廣告時段會連播3支廣告**。除了每次廣告時段的廣告數增加，更讓人受不了的是插播頻率也明顯提高。有網友抱怨：「影片播放約3分鐘，就會出現至少20秒、無法略過的廣告，疑似逼用戶付費升級。」
- **想躲廣告有替代方案** | 截至目前為止，YouTube尚未針對用戶質疑廣告變本加厲一事做出回應，**外界認為不排除是官方又再進行測試新機制**。不過，如果想減少廣告干擾，其實有一些替代方案可選擇，例如主打隱私保護的DuckDuckGo瀏覽器，近期便大力宣傳其內建YouTube廣告阻擋功能，希望吸引用戶使用。

當消費者問ChatGPT，你的品牌會出現嗎？

根據Gartner預測，品牌來自自然搜尋的網站流量將下降50%以上，但ChatGPT導流轉換率達15.9%，遠高於同站自然搜尋的1.76%。要讓AI看得見你、讀得懂你、有信心推薦你。GEO動作怎麼做，才能讓AI推薦你？

- **讓 AI「看得懂」你的品牌和產品，商品資料整理得乾淨完整** | AI需要知道你是誰、做什麼、解決誰的問題、和競品有什麼不同。整理品牌最常被問的10個FAQ放上官網，產品描述加入使用情境與適用對象，並在權威媒體、協會官網、維基百科等平台發布品牌資料，讓AI從多個可信來源認識你。**目標不是讓搜尋引擎排名，而是讓AI在消費者問問題時有信心推薦你**。BrightLocal調查顯示，81%的消費者期待商家在一週內回覆評論。持續累積真實、近期的評價，並公開回應正負意見，有助於建立可供消費者與AI驗證的品牌口碑。
- **在自己的地盤建一個 AI 購物顧問** | 在官網、App或LINE OA部署品牌專屬AI助理，並連結商品及經顧客授權的會員資料，可提供即時問答與個人化推薦。跨境電商的隨機實地實驗顯示，**生成式AI售前助理能減少資訊落差，在特定情境下帶動轉換與銷售成長**。

① 讓 AI「看得懂」你的品牌和產品

現在的問題	你可以怎麼做？	預期效果
官網文案是寫給人看的，AI 讀不懂結構與語意，消費者根本問不到你。	1. 整理「最常被問的 10 個FAQ」並放上官網 2. 產品描述加入使用情境、對象、與競品比較語言 3. 在權威媒體、協會官網、維基百科發布品牌資料 (GEO 優化) 4. 每季更新一次品牌知識庫，確保 AI 讀到最新資訊	AI 引導訪客轉換率達 15.9% (ChatGPT)，一般廣告僅 1-3% Gartner：2028 年前傳統 SEO 流量將下降 50%

來源：Oribound GEO Statistics 2021 | <https://www.oribound.ai/blog/generative-engine-optimization-statistics> | Gartner AI Search Prediction 2023 | <https://www.gartner.com/en/newsroom/>

【[2026/07/14, 數位時代](#)】



4月被鎖了一個帳號我按了申訴之後被永久停權……
所以我又開了一個帳號來經營
今天又被鎖了……
到底怎麼辦😭😭😭
好認真在經營自己的事業結果都被搞沒了😭😭😭

【[2026/07/16, 自由時報](#)】

Threads又爆無預警停權！一堆人收永久停用

Meta旗下社群平台Threads上個月才在台灣爆發大規模停權風波。沒想到才過一個月，Threads又再度傳出無預警停權災情。16、17日最近兩天，不少Threads網友陸續哀號，表示自己的**帳號突然遭到停權，就連文化部官方帳號也未能倖免**。

不少網友第一時間提出申訴，沒想到等來的卻是「永久停權」通知。不過，事情很快出現轉折，不少遭停權的帳號現已陸續恢復正常，文化部官方帳號也重新復活發文：「報平安，我們回來了！」網友紛紛吐槽「根本在洗三溫暖」。不過，仍有部分用戶帳號尚未恢復。

截至目前為止，Meta尚未針對這波停權事件對外說明。不過，回顧上個月的大規模停權風波，Meta當時坦承，是因年齡驗證系統發生技術錯誤，導致部分帳號遭到誤判，也就是AI審查系統出現問題，這次不排除也是AI惹禍。不過，從不少帳號在短時間內陸續恢復來看，這次處理速度明顯比上次更快。值得注意的是，Meta旗下Facebook、Instagram與Threads等**平台皆已導入AI審查機制，因此不時傳出AI誤判，導致帳號遭停權或封鎖**。若之後遇到類似情況，先不用太過緊張，可依照系統指示提出申訴，再耐心等待官方處理。



【[2026/07/15, udn科技玩家](#)】

沒LINE時代怎麼聯絡？00後問「即時通」掀回憶殺

你有用過即時通嗎？一名Dcard網友發文詢問並表示自己身為00後的年輕人，目前沒聽過身邊有人會用即時通，因此好奇這是不是1998年以前出生的人才會用的通訊軟體。貼文一出，瞬間勾起無數網友的青春回憶。

參與討論的網友年齡層相當廣泛，「1999用過，沒多久大家都去FB臉書了」、「家裡長輩有用過通常就會用過，我是2000年的」，有網友詳細分析，這一切的**轉折點都在社群巨頭興起之後，「臉書出現後無名小站整個被打到趴掉**，再加上msn、即時通、Skype 這些軟體沒跟上智慧手機的時代」、「即時通和無名小站，差不多都是在2009年、2010年前後受Facebook 竄起而開始沒落」。

面對如今日漸飽和的社群現況，**也有網友不客氣直言「下個被淘汰掉我覺得會是臉書，高齡使用者嚴重，廣告、廢文又太多，介面整個有夠亂」**。也有人感慨，「即使通其實很好用，放到現在也不輸給LINE，如果可以回歸跟喚醒當初訊息資料還真想用。」。即時通是1990年代末至2000年代風靡全台的電腦通訊軟體，擁有許多經典功能，至今仍是許多人心目中的回憶。





【2026/07/17, I-BUZZ】

父親節行銷如何用「短影音」與「熟齡網紅」引爆情感共鳴？

父親節是下半年第一個重要的節慶送禮檔期，許多品牌已開始準備搶攻父親節商機。然而，隨著消費習慣的改變，消費者在挑選父親節禮物時，不僅在意產品本身是否實用，也**更加重視禮物所承載的情感價值與送禮背後的意義**。

- **父親節的情感表達正在社群擴散** | 社群媒體的普及使消費者對於品牌訊息的接受方式也產生改變。比起不斷強調產品功能與規格的宣傳內容，真實故事與個人經驗分享更容易引起共鳴。越來越多創作者會在短影音平台分享與父親相處的日常、聚餐、旅行、父親節禮物開箱等種種平凡而溫暖的互動片段。當**這些真實內容持續被分享與討論**，**社群平台漸漸開始成為消費者的重要決策參考來源**。
- **熟齡KOL：最能引發同齡受眾共鳴** | 熟齡KOL擁有與中高齡族群相近的人生經歷與生活需求，因此更容易引發同齡受眾的認同與共鳴。相較於年輕創作者從子女角度出發，更能直接從「父親」的角色切入，讓品牌更有效傳遞健康照護、生活品質與休閒享受等。過去品牌常陷入「由子女視角挑禮物」的盲點，但**熟齡KOL能直接以「父親/母親本人口吻」說出真實喜好，成為子女最精準的避雷參考**。



【2026/07/17, 數位時代】

台灣最新零售版圖揭曉：實體通路穩守、電商持續擴張

未來流通研究所彙整2025年台灣零售市場數據發現，大型企業持續透過併購、供應鏈整合、會員經營與物流布局擴大市佔，也讓多數零售業別朝集中化發展。

- **超商與超市市場集中度最高** | 統一超商與全家合計市佔突破7成，**競爭已從展店延伸至會員與跨業生態系**。全聯整合大潤發後市佔達41.7%，與好市多、康達盛通合計掌握84.1%市場，**競爭逐漸轉向大型集團間的資源整合**。
- **百貨競爭由展店轉向商場體驗** | 新光三越雖受台中店停業影響，仍維持市場領先；三井不動產則透過OUTLET與LaLaport布局，市佔提升至8.3%。**隨新商場持續開幕，餐飲、娛樂與一站式消費體驗，將成為重新分配百貨版圖的重要因素**。
- **其他零售業態走向分化** | 3C家電市場仍相對分散，品牌授權與體驗型通路逐漸增加；美妝藥局則朝寶雅、大樹、康是美等大型連鎖集中。家具家飾市場中，特力屋維持領先，無印良品與宜得利則靠生活風格與商品差異化持續擴大影響力。



02

網紅觀察站 Influencer

7月【彩妝】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	Anlei	1,281,484
	livia	1,247,809
	Lily Hsu	1,186,957
	蛞蝓 SHUANNi	1,179,805
	Hungyi Lu 小美	867,671
	李采潔	803,798
	愛麗 Ellie	743,391
	黑木太太	734,029
	JAMIE	712,557
	Anita	708,423

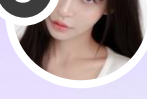
1



2



3



4



5



Facebook 口碑數量 TOP10

嘿！有一個	2,725,156
Hi, this is Daisy	639,868
林襄 Mizuki	570,798
張鈞甯 Ning Chang	433,677
黑木太太	223,982
愛莉莎莎 Alisasa	210,926
MKM 彩妝學院	206,863
蕭芷渲 Iris	186,922
篠崎泫 Hsyan	130,849
Elena C.	120,529

1



2



3



4



5



Youtube 口碑數量 TOP10

小喵meow	574,071
愛莉莎莎 Alisasa	315,229
黑木太太賴床中	281,101
Hello Catie	226,704
めめろん	220,511
heyitsmindy	167,314
蘿倫 Lauren	153,660
篠崎泫	145,364
Daisy	144,118
4M8ER	130,728



03

熱門話題

Hot Topics



#hashtag排行榜

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

07月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1
#搞笑
Joyce 玖壹肆
平均互動數 40.4萬
平均互動率 1,474%

2
#端午節
吃吃霞EatHa
平均互動數 2.8萬
平均互動率 6.34%

3
#fyp
戴愷賢
平均互動數 9.1萬
平均互動率 979%

4
#日常
今天生活Jinday
平均互動數 21.2萬
平均互動率 383%

5
#台中美食
阿齊
平均互動數 5.8萬
平均互動率 30.7%

6
#台北美食
吃得保寶飽
平均互動數 3.8萬
平均互動率 13.7%

7
#reels
黃群哲 亮亮
平均互動數 13萬
平均互動率 106%

8
#台中
源仔生活旅遊札記
平均互動數 5.5萬
平均互動率 33.5%

9
#ai
Elena C.
平均互動數 25.9萬
平均互動率 136%

10
#日本
瑋弟WD
平均互動數 9.3萬
平均互動率 71.9%





04

國際視野

Media Trend

輕度玩家創新高，實體遊戲逆勢回暖

根據 Cross Marketing 近期公布的《2026 年遊戲市場調查報告》，日本玩家整體遊玩頻率與娛樂支出皆較前一年略有下降，但 Nintendo 旗下作品仍維持高度影響力。這份針對日本 1,200 名、橫跨不同年齡層玩家所進行的調查顯示，**每週遊玩不到一次的「輕度玩家」占比升至 49%，創下近六年新高**。這不只代表玩家投入遊戲的時間逐漸減少，也反映遊戲在日常娛樂中的比重正在改變，消費者可能將更多時間與預算分散至影音、社群及其他娛樂選擇。

從熱門作品來看，《瑪利歐賽車世界》與長期受到女性玩家喜愛的《集合啦！動物森友會》仍位居人氣前段，顯示 Nintendo 旗下經典 IP 即使推出一段時間，仍具備持續吸引玩家與帶動回流的能力。不同年齡層的遊戲偏好也呈現明顯差異，**年輕族群仍較偏好節奏快速、操作感較強的動作類遊戲，30 至 40 歲玩家則對 RPG 類型展現較高興趣與黏著度**。即使整體市場環境與玩家投入程度出現變化，各世代對遊戲類型的偏好仍相對穩定，也讓經典類型持續保有一定市場空間。

值得關注的是，玩家獲取遊戲的通路選擇也出現新的變化。調查發現，市場逐漸分為**重視收藏價值的實體版玩家**以及**偏好便利性與即時取得的數位版玩家**。過去幾年持續下滑的純實體版購買比例，在 2026 年出現明顯回升，顯示盒裝、收藏與實體擁有感仍具吸引力；純數位下載玩家則穩定維持在約 20%，反映數位購買已成為固定習慣。相較之下，同時購買實體與數位版本的玩家持續減少，顯示玩家的購買選擇正變得更加明確，也反映收藏價值與使用便利性，仍是影響購買決策的重要因素。



＜圖1＞コンシューマーゲームのプレイ頻度（単一回答）



＜圖2＞この1年間のコンシューマーゲームのプレイ時間・支出金額の変化（単一回答）



資料來源：[ludens 2026-07-14](https://www.ludens.co.jp/2026-07-14)



05

消費者洞察 Insight

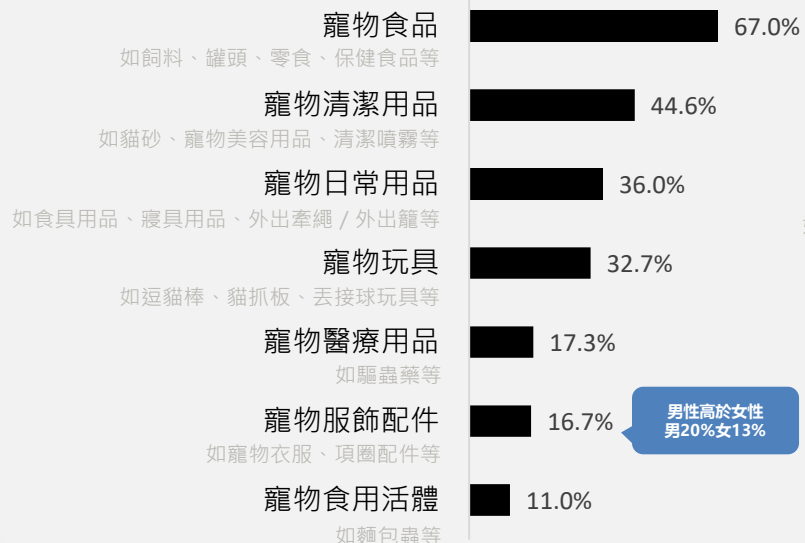
2026年網路購物消費調查：寵物消費

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 最新公布的《2026年網路購物消費調查：寵物消費》，寵物食品是消費者最常網購的商品類型占比達67.0%；其次為寵物清潔用品44.6%與寵物日常用品36.0%，顯示日常消耗性商品仍是寵物網購的主要需求。不同性別的購買偏好也略有差異，男性較常網購寵物服飾與配件占比為19.9%。通路選擇方面，62.5%的消費者最傾向在綜合型電商平台購買寵物商品，其次為實體寵物門市經營的線上平台28.0%，以及實體零售業者的網購通路22.3%。在購買頻率上，42%的消費者平均每月網購寵物商品1至2次，顯示寵物相關消費已逐漸成為固定且具規律性的日常支出。



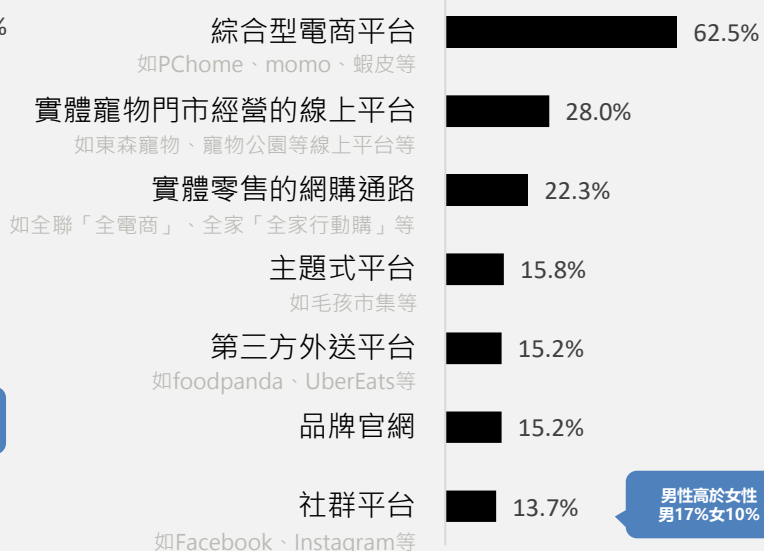
67% 最常網購的商品類型為寵物食品

過去一年曾網購哪些類型的寵物商品？（複選）

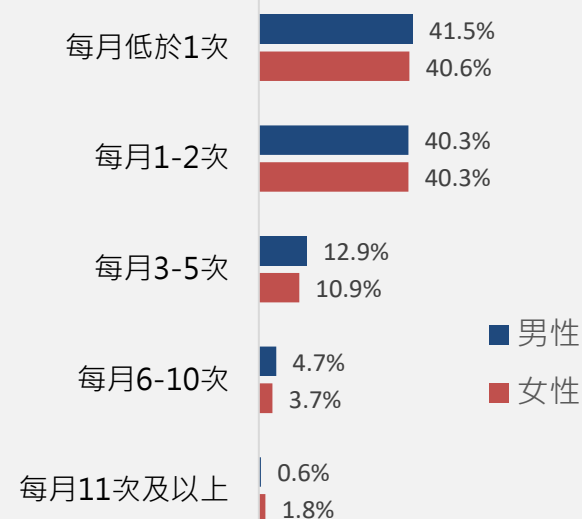


63% 最常在綜合型電商平台網購寵物商品

比較傾向在哪些類型的平台網購寵物商品？（複選）



平均每月網購寵物商品的頻率？（複選）





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	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	3.13
2	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	3.07
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.54
4	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.51
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.86
6	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.17
7	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.15
8	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.99
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.91
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.90
11	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.88
12	寶島西米樂守護中華電信	TTV	閩南語連續劇	0.85
13	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.83
14	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.83
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.80
16	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.78
17	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.74
18	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.70
19	無憂渡2100	CTV	大陸劇	0.70
20	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.66

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	2.56
2	超級夜總會武泰建設塭仔圳	SANLI	娛樂綜藝	1.94
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.66
4	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.92
5	直中職明星對抗明VS中	VLSPT	棒球	0.86
6	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.85
7	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.81
8	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.81
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.81
10	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.81
11	直中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	0.81
12	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.80
13	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	閩南語連續劇	0.79
14	戲說台灣假日完整版輝葉垂	SANLI	閩南語連續劇	0.78
15	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.77
16	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.77
17	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.73
18	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	0.72
19	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.71
20	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	0.70

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.35
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.08
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.02
4	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.98
5	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.95
6	無憂渡2100	CTV	大陸劇	0.84
7	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.80
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	0.77
9	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.65
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.63

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	2.12
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.66
3	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.25
4	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.24
5	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.18
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.18
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.11
8	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.96
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.91
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.91

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	1.87
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.43
3	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.29
4	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.28
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.08
6	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.01
7	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.99
8	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	國語連續劇	0.77
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
10	寶島西米樂守護中華電信	TTV	閩南語連續劇	0.74

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	5.17
2	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	4.78
3	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.32
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.19
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	2.83
6	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.70
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.48
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.45
9	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.40
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.28

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	1.36
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.12
3	直中職明星對抗明VS中	VLSPT	棒球	1.04
4	台灣新思路	SETN	新聞性質節目	0.53
5	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.52
6	直中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	0.49
7	真相對話錄	NTVN	新聞性質節目	0.46
8	直中職37年味VS中	VLSPT	棒球	0.45
9	1500神之路環球水泥	STV	美食、旅遊節目	0.43
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.40

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	1.37
2	直中職明星對抗明VS中	VLSPT	棒球	1.26
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.16
4	直中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	1.15
5	超級夜總會武泰建設塭仔圳	SANLI	娛樂綜藝	0.82
6	直中職37年味VS中	VLSPT	棒球	0.72
7	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.63
8	直中職明星賽賽後演唱會	VLSPT	棒球	0.61
9	鬼滅之刃柱訓練開幕篇	ET-M	卡通影片	0.59
10	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.52

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	1.28
2	超級夜總會武泰建設塭仔圳	SANLI	娛樂綜藝	0.69
3	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	0.68
4	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.63
5	型男大主廚華菱冷氣	SL2	美食、旅遊節目	0.63
6	寶島神很大PP石墨烯	SANLI	知識資訊節目	0.60
7	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.59
8	真相對話錄	NTVN	新聞性質節目	0.58
9	1400台灣真善美	UBN	知識資訊節目	0.48
10	直中職明星對抗中VS明	VLSPT	棒球	0.39

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	4.32
2	超級夜總會武泰建設塭仔圳	SANLI	娛樂綜藝	3.54
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.32
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.57
5	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.42
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.33
7	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	1.17
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.15
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.04
10	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.00

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	1.00	0.70	0.44	0.71	1.53
TTV/台視	0.41	0.17	0.22	0.26	0.61
FTV/民視	0.38	0.16	0.13	0.18	0.65
CTS/華視	0.18	0.06	0.14	0.13	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	0.54	0.18	0.22	0.38	0.88
ET-N/東森新聞	0.54	0.26	0.29	0.34	0.86
SETN/三立新聞	0.38	0.06	0.11	0.21	0.68
FTVN/民視新聞	0.36	0.04	0.11	0.14	0.68
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.03	0.08	0.10	0.37
UBN/非凡新聞	0.19	0.04	0.08	0.10	0.32
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.03	0.06	0.12	0.27
NTVN/壹新聞	0.16	0.04	0.09	0.13	0.24
EFNC/東森財經新聞台	0.11	0.02	0.02	0.07	0.20
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.04	0.03	0.10
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	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	3.13
2	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	1.86
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.66
4	寶島西米樂守護中華電信	TTV	0.85
5	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	0.79
6	戲說台灣假日完整版輝葉垂	SANLI	0.78
7	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.74
8	無憂渡2100	CTV	0.70
9	飛龍在天民視四季線上	FTV	0.65
10	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	0.65

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	0.92
2	TVBS社會檔案	TVBSN	0.85
3	話時代人物	SETN	0.81
4	最前線新聞	UBN	0.81
5	台灣演義	FTVN	0.81
6	錢線百分百	UBN	0.81
7	正午最前線	UBN	0.80
8	最前線報告	UBN	0.77
9	最前線直擊	UBN	0.77
10	驚爆新聞線2200	SETN	0.73

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	3.07
2	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	2.56
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.54
4	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	2.51
5	超級夜總會武泰建設塭仔圳	SANLI	1.94
6	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	1.17
7	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.15
8	週末最強大萬士益冷氣	CTS	0.99
9	天才衝衝衝	CTS	0.91
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	0.83

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.88
2	直中職明星對抗明VS中	VLSPT	0.86
3	直中職明星對抗中VS明	VLSPT	0.81
4	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.62
5	型男大主廚華菱冷氣	SL2	0.59
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.52
7	直中職37年味VS中	VLSPT	0.46
8	FIFA世界盃季軍法國英格	ET-N	0.43
9	效年出發吧	STV	0.40
10	直FIFA世界盃4強英格阿根	ET-N	0.39

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