



宏將週報

Vol.2630 07.20 ~ 07.26

Media Drive Bulletin

- 當全球球迷同時為世界盃沸騰，這場賽事也成為電視與社群平台共同爭奪的流量高峰...



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**

世足賽熱度夯! 愛爾達MOD總收視率較上屆成長逾8成

3

熱門話題 **Hot Topics**

07月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

數位廣告速報 **Digital Ads**

三大平台最新行銷趨勢

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/07 【節慶】社群媒體帳號排行Top10

4

國際案例 **Case Study**

可口可樂全球改版：「讓可口可樂更像可口可樂」

6

收視調查 **Ratings**

2026/07/20-2026/07/26



01

媒體放大鏡

Media News



【2026/07/22, 中央通訊社】



【2026/07/20, 自由時報】

世足賽熱度夯！愛爾達MOD總收視率較上屆成長逾8成

2026 FIFA世界盃於20日落幕，愛爾達公布賽會期間收視成果，**MOD總收視率較上屆成長超過80%**。無論上午直播、深夜焦點賽事或晚間重播，皆維持穩定表現，顯示北美主辦帶來的時差，未明顯影響台灣觀眾的觀賽意願。

OTT平台ELTA.tv同樣寫下歷屆最佳成績，付費訂閱戶數較上屆成長超過80%；Facebook、Instagram及YouTube等社群平台的世界盃相關內容，**總觀看次數也突破8億**。愛爾達觀察，除了傳統足球強權持續吸引球迷，多場賽事也帶動不同觀眾關注，台灣足球收視正逐漸從大型賽會熱潮，延伸為較穩定的觀賽習慣。

世界盃落幕後，ELTA.tv將持續布局全球獨家頂級運動內容，深化長期會員經營策略。足球方面，除持續帶來英格蘭超級足球聯賽、歐洲冠軍聯賽、義大利甲級聯賽、德國甲級聯賽等旗艦足球賽事外，也已取得2028 UEFA EURO歐洲國家盃台灣轉播總代理，要讓世界級足球熱潮延續。

世界盃點燃Meta流量！WhatsApp訊息量刷新歷史新高

2026年美加墨世界盃於20日落幕，西班牙在冠軍戰擊敗阿根廷奪冠。這場全球規模最大的體育盛會，不僅在球場上高潮迭起，更成為Meta旗下社群平台歷史上最重要的里程碑之一，從賽事討論度、球迷互動到球員影響力，帶動WhatsApp、Instagram、Threads及Facebook等平台創下多項歷史新高。

WhatsApp在阿根廷對埃及的16強賽期間，每秒訊息傳送量突破2,900萬則，寫下平台歷史新高。Instagram方面，賽事首月所有參賽球員合計新增2.136億名追蹤者，總追蹤數由32.6億人成長至34.7億人。其中，維德角門將Vozinha因賽事表現迅速累積人氣，追蹤數從約3.7萬人增加至逾2,800萬人，成為本屆最受矚目的黑馬球員之一。

Threads帶有世界盃相關標籤的貼文累計創造15億次曝光，足球內容平均每日觸及約1,500萬人；Facebook自開賽以來，也累計出現超過8,000萬則提及世界盃的貼文。Meta表示，本屆賽事再次展現大型體育盛會帶動即時互動、球員聲量與跨平台社群參與的影響力。

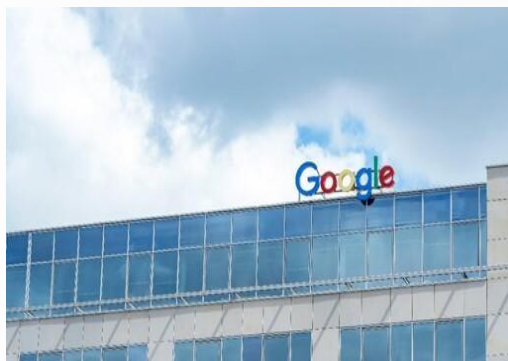


【[2026/07/24, 自由時報](#)】

ChatGPT壓力大了，Gemini活躍用戶數衝至9.5億！

近年AI聊天工具快速普及，不少人每天打開手機，習慣遇到問題就先問AI。Google在最新2026年第二季財報中公布，旗下**Gemini App**每月活躍用戶已達**9.5億人**。OpenAI ChatGPT日前則突破10億大關，目前看來，兩者差距正在快速縮小。

- **ChatGPT市占率跌破50%** | 根據Sensor Tower最新數據，ChatGPT在AI助理市場的占有率已跌破50%，而Gemini的市占率則提升至接近28%，也顯示雙方競爭正持續升溫。
- **Google生態系有助擴張** | Gemini快速擴張主要在於Google生態系與Android龐大用戶基礎，這也是許多獨立AI服務難以複製的優勢。另外，Gemini在iPhone上的普及速度也相當快，加上蘋果以Google的AI模型重建新版Siri，也進一步推升Gemini的影響力。
- **Gemini Spark擴大開放** | 除了用戶持續成長，Google也加快布局AI代理。旗下Gemini Spark可協助自動完成複雜工作流程，近期已從美國AI Ultra用戶，擴大開放至美國AI Pro及全球更多AI Ultra用戶。



【[2026/07/22, Pchome新聞](#)】

Google新增AI廣告標籤，用戶一眼辨識廣告是否AI生成

隨著企業愈來愈廣泛使用生成式AI製作廣告，Google宣布在「我的廣告中心」新增「這則廣告如何製作」專區，**讓使用者查詢廣告是否透過生成式AI建立或修改**。使用者可在Google搜尋、YouTube及Discover中的廣告，點選三點選單或資訊圖示進入查看。

AI已協助廣告主簡化廣告製作流程，企業能以較低成本製作更多元的廣告內容，並透過更多創意形式接觸消費者，達成過去較難實現的行銷效果。不過，若廣告中的產品場景並非真實拍攝，而是由AI生成，也可能造成消費者誤解，進一步影響購買意願。

Google表示，只要廣告主使用其生成式AI工具製作廣告，相關資訊便會顯示於「我的廣告中心」；若素材是在其他平台製作，**則由廣告主自行申報是否使用AI**。目前這項揭露仍仰賴廣告主主動申報，Google不會主動查核標示是否正確，但廣告主仍須遵守所在地法規。這也是Google持續強化AI內容透明度的措施之一，今年5月推出的SynthID隱形浮水印技術，也可協助辨識AI生成內容。



【[2026/07/22, 科技橘報](#)】

Google AI搜尋崛起，網站流量走向「Google Zero」？

隨著 AI 技術快速發展，Google 自 2025 年起陸續將 AI Mode 與 Gemini 整合進搜尋引擎，讓使用者不必點進外部網站，也能直接取得完整答案。便利性提升的同時，也讓外界擔心，Google 正逐步築起一道由 AI 主導的流量圍牆。

- **把 ChatGPT 塞進搜尋框：Google 正在利用既有入口守住 AI 使用者** | Google將AI Mode與Gemini直接整合進搜尋，讓使用者在熟悉的介面中取得對話式答案，甚至交由AI代理執行更複雜的搜尋任務。加上Chrome、Android與Gmail等龐大生態系，Google正透過既有入口降低用戶轉向ChatGPT等獨立AI平台的需求。
- **使用者留在 Google、AI 爬蟲進入網站：開放網路迎來「Google Zero」** | 當AI直接整理並呈現外部網站內容，使用者不必點進原始來源，也讓網站流量、廣告收入與能見度同步受到影響。研究顯示，約75%的AI Mode搜尋未產生外部點擊，出版商與網站經營者因而擔心，搜尋流量正逐步被Google攔截。



【[2026/07/21, 科技橘報](#)】

AI搜尋時代，SEO不再只追求流量與點擊

過去一年，AI爬蟲在網站上的活動成長5.4倍。消費者愈來愈常先詢問AI，再由AI搜尋、整理與比較網站內容，最後決定是否推薦品牌。這也讓AI不只是新的搜尋入口，更成為品牌內容的第一位讀者與判斷者，進一步改變過去以排名、流量與點擊為核心的SEO衡量方式。

- **AI 搜尋打破傳統 SEO 衡量邏輯** | 生成式AI沒有固定排名，消費者搜尋旅程也從可追蹤的關鍵字，轉為難以觀察的對話過程，因此排名、流量與點擊已難完整反映品牌在AI搜尋中的能見度。
- **SEO 指標轉向 AI 能見度與信任度** | 傳統的關鍵字排名、反向連結、網域權重與收錄頁數，可轉化為品牌「出現率」、「引用佔比」、「情緒與信任訊號」及「模型覆蓋度」，觀察品牌是否被不同AI平台找到、理解與推薦。
- **網站能否被 AI 讀懂成為新關鍵** | 品牌應透過日誌檔掌握AI爬蟲的抓取情況，並優化網站技術架構與結構化資料。未來網站是否被AI讀懂與推薦，將比單純追求點擊更重要。



【2026/07/26, 3C科技】

Facebook宣布大改版 打開App直接播全螢幕影片

Facebook再度醞釀改版，未來將進一步向 TikTok、YouTube 等影音平台靠攏。Facebook 負責人 Tom Alison 表示，今年稍晚將測試全新的使用介面，用戶開啟 App 後，會直接進入全螢幕影片頁面；若不習慣，也可隨時切換回以動態消息為主的介面。**新介面主要鎖定偏好影音內容的用戶，將率先在影音使用較活躍的市場展開測試**，再評估是否於明年擴大至美國等地。外界認為，此次改版與平台面臨用戶流失及競爭升溫有關，數據指出2026年第一季旗下所有平台合計流失約2,000萬名用戶。雖然 Facebook 仍是全球大型社群平台之一，但 YouTube 持續追趕，TikTok 也快速成長，進一步加大平台轉型壓力。

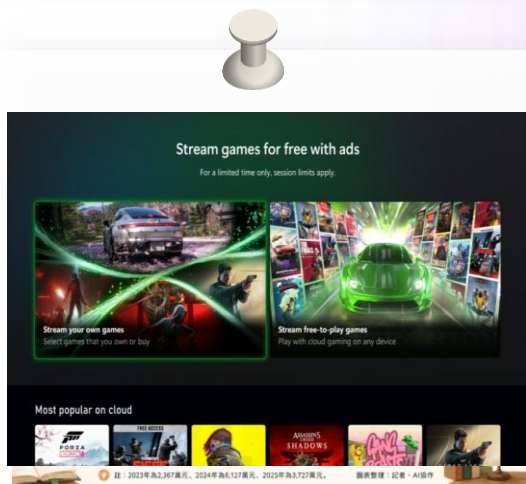
Facebook近來也積極將不同功能強化成獨立App，進一步細分不同用戶的使用需求。像是先前推出專為Facebook社團打造的Forum App，提供更集中的社群交流空間；最近又推出鎖定Marketplace賣家的Seller App，整合管理商品刊登、銷售成效，以及與買家收發訊息等功能。顯示**Facebook正透過更明確的分眾策略，抓緊不同族群的使用習慣，進一步提升平台黏著度**。

Xbox雲遊戲推免費廣告版 搶攻非訂閱玩家市場

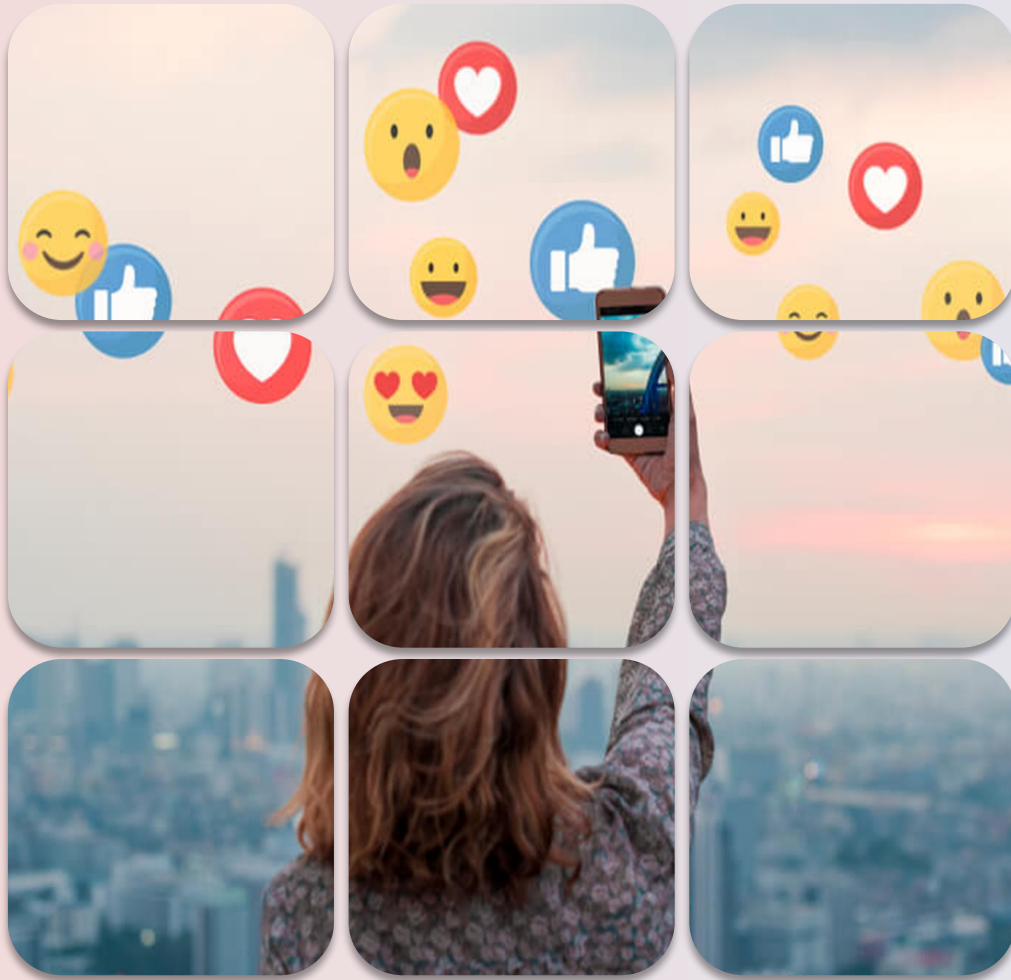
微軟宣佈將啟動 Xbox 雲端遊戲測試，讓 Xbox Insider 在不訂閱 Game Pass 的情況下，觀看廣告後免費串流自己已擁有的部分遊戲。測試僅限自願參與的 Insider 會員，且為期有限，目的是讓更多玩家以較低門檻接觸 Xbox 遊戲。

這項免費雲端串流服務僅適用於玩家已購買、且支援雲端遊玩的數位遊戲，以及部分免費遊玩作品，並非所有 Xbox 雲端遊戲庫內容都能使用。**每次遊玩最長一小時，廣告只會在進入遊戲前播放；若想繼續遊玩，需再觀看一輪廣告，才能開始下一段時段**。

微軟強調，這次測試是為了觀察玩家如何使用這項功能，並依回饋持續調整。公司也表示，廣告會維持與微軟自家內容相同的品質標準，並依不同平台呈現符合預期的廣告形式。對於已訂閱付費雲端遊戲方案的玩家，則不需要觀看廣告。這項測試被視為微軟擴大 Xbox 雲端遊戲可近性的最新一步，也正值公司再次調漲 Xbox 主機價格之際。外界認為，這代表微軟正嘗試以觀看廣告換取免費遊玩的模式，為沒有主機或不想付費訂閱的玩家，提供另一條進入雲端遊戲的路徑。



【2026/07/25, linetoday】



02

網紅觀察站 Influencer

7月【節慶】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	cadcady_	1,310,112
2	水星人	1,103,668
3	藍愛子Aiko officia	1,047,719
4	焦曉凡	945,398
5	廖苡任	766,922
6	hao0603	564,803
7	VIVIENNELEE	517,397
8	萬忠諺	475,639
9	Xavier	392,673
10	丘涵 小丘	361,842

Facebook 口碑數量 TOP10

1	蔡其昌	564,999
2	guapa	554,562
3	炎亞綸	249,350
4	林志穎 Jimmy Lin	244,197
5	Melody	208,106
6	焦曉凡	165,344
7	陈薇薇	156,422
8	莊智淵	152,115
9	哈遠儀	135,234
10	高捷	133,982

Youtube 口碑數量 TOP10

1	微疼	443,787
2	丘涵 小丘	109,489
3	炎亞綸	53,264
4	郭柏傑 Jeffery Guo	45,377
5	Melody	20,308
6	莫文蔚 Karen Mok	17,240
7	Mr. water	11,175
8	台東的那個五謙	10,732
9	班尼 Benny	6,082
10	DIRA DIVO	5,618



03

熱門話題

Hot Topics

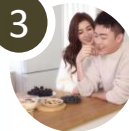
f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#颱風
2	#巴威颱風
3	#搞笑
4	#台灣
5	#高雄
6	#台中
7	#巴威
8	#日本
9	#台中美食
10	#ai

07月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

- 1  #颱風
[關鍵時刻](#)

平均互動數 4.8萬
平均互動率 2.42%
- 2  #巴威颱風
[蔣萬安](#)

平均互動數 2.5萬
平均互動率 4.48%
- 3  #搞笑
[壹壹練笑威](#)

平均互動數 3.2萬
平均互動率 11.2%
- 4  #台灣
[大豐大哥大](#)

平均互動數 2.6萬
平均互動率 9.48%
- 5  #高雄
[大豐大哥大](#)

平均互動數 2.4萬
平均互動率 8.77%
- 6  #台中
[Eat Ing 新北](#)

平均互動數 2.8萬
平均互動率 25.4%
- 7  #巴威
[東森新聞](#)

平均互動數 3.6萬
平均互動率 0.52%
- 8  #日本
[何紫妍/荳荳](#)

平均互動數 1.1萬
平均互動率 3.65%
- 9  #台中美食
[吃吃霞EatHa](#)

平均互動數 7,796
平均互動率 6.83%
- 10  #ai
[吳申梅 GIGI WU](#)

平均互動數 4,633
平均互動率 0.94%





04

國際案例

Case Share



宏將傳媒

可口可樂全球改版：「讓可口可樂更像可口可樂」

可口可樂近期宣布推出近年最大規模的全球視覺識別更新，將陸續導入超過 200 個市場，應用範圍涵蓋產品包裝、零售空間、販售設備及數位介面。新版識別先於拉丁美洲、歐洲、中東及亞洲上線，北美市場則預計於 2027 年跟進。

這次更新以「讓可口可樂更像可口可樂」為核心概念，並未大幅改變原有形象，而是進一步放大消費者熟悉的品牌元素，包括紅白配色、Spencerian 經典手寫字體、Dynamic Ribbon 動感飄帶，以及 Arden Square 方框，讓品牌在不同市場與接觸點上呈現得更一致，也更容易辨識。包裝設計方面，罐身上的 Coca-Cola 字樣重新改為直向排列，取代使用近十年的橫向版本；多入組包裝也同步換新，不再以加長字樣橫跨盒面，而是改用橫放的可樂罐作為主要視覺。Coca-Cola Zero Sugar 則在統一的設計系統中保留自身特色。新版罐身採用黑色動感飄帶，塑膠瓶改為黑色瓶蓋，Zero Sugar 字樣也由黑色改為白色並放大呈現，提升產品辨識度。不同風味產品則會將水果或口味圖像融入品牌標誌中，並於下方標示口味名稱；Diet Coke 此次不在更新範圍內。

新的品牌識別由多個設計團隊共同完成，可口可樂全球設計副總裁 Rapha Abreu 表示，這次更新並非重新發明品牌，而是進一步強化那些能讓消費者一眼認出可口可樂的特色，在延續品牌歷史的同時，也建立更一致的全球形象。為了讓新設計順利導入各地市場，可口可樂也建立 Brand Center，供內部設計、行銷團隊及合作代理商使用，並與 Adobe 合作導入 AI 輔助的 Design Intelligence 工具，協助不同市場維持一致的品牌呈現。這次改版也反映成熟品牌近年的更新方向，相較於徹底翻新，品牌更傾向從既有資產出發，重新整理並放大消費者熟悉的元素，在降低認知落差的同時，延續長期累積的品牌記憶。



資料來源：[famouscampaigns](https://www.famouscampaigns.com)；[qz.com](https://www.qz.com)



05

數位廣告速報 Digital Ads

 廣告主必看：

三大平台數位廣告更新重點 ——>

從轉換衡量、出價策略到 AI 素材生成，各大數位平台正進一步簡化廣告操作流程，協助廣告主兼顧投放效率、新客開發與內容產製。

本期精選整理 2026 年 7 月各主要平台的重要更新，涵蓋瀏覽後轉換、訊息廣告、出價控制及 AI 廣告工具，協助行銷人掌握最新功能，持續優化投放策略與廣告成效。



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

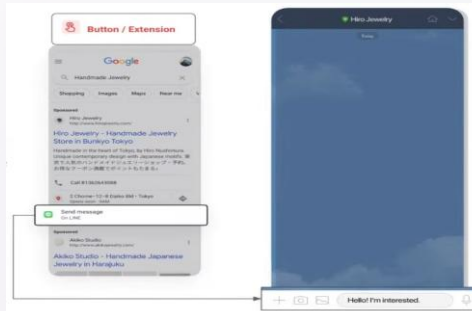
Google Ads 主要更新



瀏覽後轉換最佳化出價 納入曝光後轉換訊號

系統納入瀏覽後轉換訊號，更完整評估 YouTube、Demand Gen 等曝光型廣告成效。

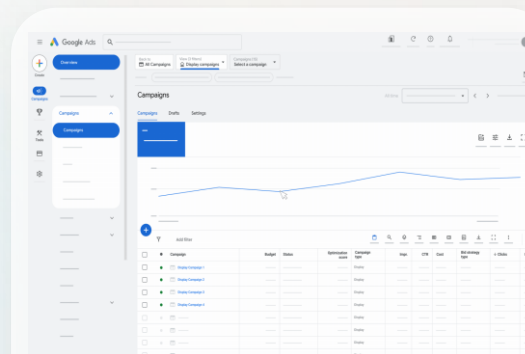
> 補足曝光價值，提升轉換判斷完整度。



Message Ads 訊息廣告 直接串接官方 LINE 諮詢

搜尋廣告新增訊息入口，可直接連結官方 LINE，適合提供即時諮詢與報價服務。

> 縮短諮詢路徑，增加互動與轉換機會。



多媒體聯播網整合 廣告內容逐步移轉

Google 預計 2027 年完成整合多媒體聯播網與 Demand Gen，今年年下半年起可陸續遷移。

> 提前規劃廣告架構，因應平台整合。

Meta、LINE LAP廣告更新

1 Meta



**出價指引與控制項強化
平衡成本控制與轉換規模**

- 針對已有穩定轉換資料的帳戶，**適度放寬 CPA 或 ROAS 目標**，有助提升投遞與轉換機會。

2 Meta



**新客招攬生命週期策略
提升新客開發效率**

- 銷售活動可加強辨識並排除既有顧客，**搭配最長兩年的購買受眾排除**，協助開發更多新客。

3 LINE LAP



**廣告創建助手
快速完成活動設定**

- 輸入廣告目標與 Landing Page，系統**可自動推薦受眾、預算、出價及廣告群組設定**，並保留手動調整彈性。

4 LINE LAP



**素材生成助手
快速擴充廣告素材**

- 系統可擷取 Landing Page 商品圖片、生成文案、AI圖片，並支援智慧裁切及手動編輯。



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	3.10
2	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	2.92
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.68
4	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.07
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.86
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.30
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.08
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.03
9	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.95
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.95
11	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.93
12	寶島西米樂守護中華電信	TTV	閩南語連續劇	0.92
13	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.80
14	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.79
15	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.79
16	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.75
17	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	國語連續劇	0.73
18	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	閩南語連續劇	0.63
19	無憂渡2100	CTV	大陸劇	0.63
20	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.63

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	2.31
2	超級夜總會武泰建設塭仔圳	SANLI	娛樂綜藝	1.79
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.69
4	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.06
5	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	1.00
6	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	閩南語連續劇	0.90
7	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.88
8	戲說台灣假日完整版輝葉垂	SANLI	閩南語連續劇	0.86
9	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.84
10	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.83
11	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.83
12	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.81
13	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.79
14	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.79
15	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.77
16	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.76
17	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.76
18	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	0.75
19	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.74
20	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.69

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.56
2	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.21
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.21
4	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.19
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.17
6	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.11
7	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.99
8	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	0.81
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.66
10	無憂渡2100	CTV	大陸劇	0.64

35-49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	1.65
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.62
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.54
4	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	1.40
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.24
6	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.16
7	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.13
8	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.09
9	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.05
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.03

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	1.59
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.53
3	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.15
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.12
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.88
6	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	國語連續劇	0.88
7	寶島西米樂守護中華電信	TTV	閩南語連續劇	0.79
8	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	0.77
9	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.72
10	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.68

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	5.01
2	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	4.98
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.39
4	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.41
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	2.74
6	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.75
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.62
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.61
9	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.45
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.37

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	1.26
2	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	1.10
3	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	1.04
4	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.73
5	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.69
6	1900台灣第一等台塑石油AP	GTV-1	知識資訊節目	0.69
7	直26F1世界一級方程式賽車	VLSPT	其他球類、體育節目	0.62
8	直26F1世界一級方程式賽車	VLMAX	其他球類、體育節目	0.57
9	寶島神很大PP石墨烯	SANLI	知識資訊節目	0.49
10	1200蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.46

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	1.23
2	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	0.94
3	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	0.94
4	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.81
5	直中職37台VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.62
6	直FIFA世界盃冠軍西班牙阿根	ET-N	其他球類、體育節目	0.58
7	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	閩南語連續劇	0.56
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.48
9	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.46
10	AI改變世界世界因AI改變	TVBSN	新聞性質節目	0.44

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	1.19
2	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	0.76
3	型男大主廚華菱冷氣	SL2	美食、旅遊節目	0.76
4	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	閩南語連續劇	0.69
5	藏海傳2000	CTiE	大陸劇	0.63
6	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	競賽綜藝	0.57
7	直中職37台VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.56
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.53
9	請世界吃桌蘿琳亞塑身衣	ONTV	資訊綜藝	0.41
10	阿叔	SL2	閩南語連續劇	0.41

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	4.17
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.33
3	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	閩南語連續劇	1.41
4	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.41
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.41
6	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	1.32
7	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.18
8	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	1.12
9	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	1.07
10	直FIFA世界盃冠軍西班牙阿根	ET-N	其他球類、體育節目	0.99

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	0.99	0.64	0.48	0.69	1.53
FTV/民視	0.40	0.21	0.11	0.19	0.69
TTV/台視	0.32	0.15	0.18	0.22	0.48
CTS/華視	0.19	0.06	0.17	0.13	0.30
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	0.55	0.17	0.24	0.40	0.88
ET-N/東森新聞	0.46	0.23	0.21	0.31	0.74
SETN/三立新聞	0.41	0.08	0.10	0.27	0.70
FTVN/民視新聞	0.34	0.03	0.13	0.13	0.64
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.05	0.07	0.09	0.39
UBN/非凡新聞	0.18	0.05	0.10	0.08	0.33
NTVN/壹新聞	0.16	0.05	0.05	0.13	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.05	0.07	0.11	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.03	0.06	0.09	0.23
SET-F/三立財經台	0.07	0.02	0.04	0.03	0.11
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	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	3.10
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	1.69
4	寶島西米樂守護中華電信	TTV	0.92
5	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	0.90
6	戲說台灣假日完整版輝葉垂	SANLI	0.86
7	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.79
8	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	0.73
9	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	0.63
10	無憂渡2100	CTV	0.63

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	1.06
2	最前線報告	UBN	0.88
3	最前線直擊	UBN	0.84
4	台灣演義	FTVN	0.83
5	驚爆新聞線2100	SETN	0.83
6	正午最前線	UBN	0.81
7	錢線百分百	UBN	0.79
8	最前線新聞	UBN	0.79
9	TVBS戰情室	TVBS	0.76
10	驚爆新聞線2200	SETN	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	2.92
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.68
3	超級紅人榜武泰建設塭仔圳	SANLI	2.31
4	台東博覽會綜藝一級棒	CTV	2.07
5	超級夜總會武泰建設塭仔圳	SANLI	1.79
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.30
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.08
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	1.03
9	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	1.00
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.95

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.95
2	直FIFA世界盃冠軍西班牙根	ET-N	0.66
3	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.62
4	型男大主廚華菱冷氣	SL2	0.57
5	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	0.57
6	效年出發吧	STV	0.57
7	直中職37台VS中遠雄人壽	VLSPT	0.52
8	花小錢吃遍在地美食	VLJP	0.46
9	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.38
10	直FIFA世界盃冠軍西班牙根	ET-WM	0.32

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