



宏將週報

Vol.2634 08.17 ~ 08.23

Media Drive Bulletin

- 台灣觀眾仍愛看台劇、台綜，但面對全球內容同場競爭，如何讓「台灣味」跨越文化門檻成為關鍵。



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

台劇、台綜觀看量承壓！台製內容走向全球競爭

2

網紅觀察站 Influencer

2026/08【保養】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 Hot Topics

08月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

4

國際案例 Case Share

世界盃時差變商機！百威打造早餐酒吧

5

消費者洞察 Insight

2026年台灣影音觀看行為調查：直式短影音

6

收視調查 Ratings

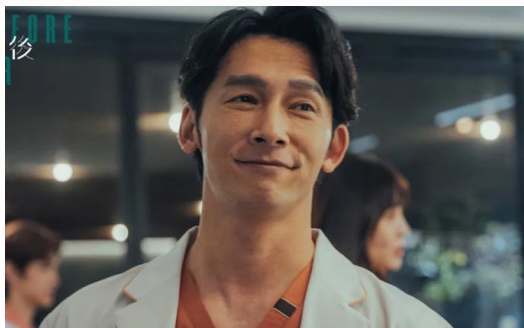
2026/08/17-2026/08/23



01

媒體放大鏡

Media News



【2026/08/21, 風傳媒】

台劇、台綜觀看量承壓！台製內容走向全球競爭

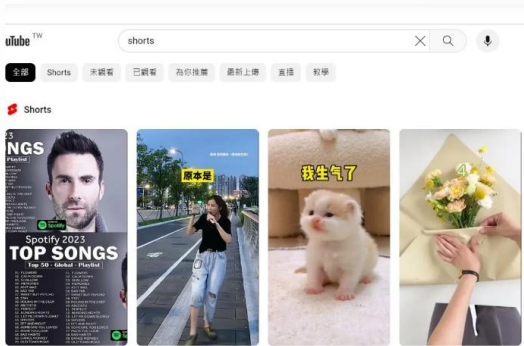
把台劇搬上串流平台，不代表就能自動換到更多觀眾。資策會產業情報研究所（MIC）調查顯示，台製電影、台劇及台綜仍具有一定觀看基礎，但進一步觀察觀看數量變化，僅台製電影增加觀看的比例高於減少，台劇、台綜及實境節目則呈現衰退。

- **電影轉向線上串流，台劇、台綜仍依賴電視頻道** | 觀看台製電影的網友中，以線上串流平台為主要觀看管道者最多，占42%；台劇主要觀看管道仍是電視頻道，占38.8%，台綜及實境節目更達43.4%。顯示**台製電影的觀看行為已逐漸轉向線上串流**，但**台劇、台綜及實境節目仍較依賴電視頻道**，單純增加串流通路，未必能補足觀眾流失。
- **台灣影視須跨越文化門檻，不能只靠本土符號** | 隨著國際串流影音平台普及，台灣觀眾能接觸的內容更加多元，台製作品已不再只與本地節目競爭，而是與全球內容共同爭奪觀看時間。**台灣特色仍可成為作品差異化的重要元素**，但如何將在地題材轉化為不同文化觀眾都能理解、產生共鳴的故事，將成為台製內容突破本地市場的重要關鍵。

短影音不只搶時間，也正在縮短消費決策！

資策會產業情報研究所（MIC）發布調查顯示，70.5%受訪網友會觀看短影音，其中31.2%較前一年增加觀看頻率。隨著Shorts、Reels融入日常媒體使用，短影音的影響也從娛樂觀看延伸至內容探索、品牌認知與消費決策。

- **短影音排擠其他內容，年輕族群觀看更碎片化** | 50.8%短影音用戶因此減少觀看其他內容，47.9%認為已養成碎片化觀看習慣；其中18-25歲比例更達62.8%。短影音讓使用者逐漸適應更短、更快且容易切換的形式，也**進一步影響其他影音、新聞與知識內容觀看時間**。
- **平台使用習慣比內容更關鍵，Shorts以68.1%居冠** | YouTube Shorts以68.1%使用率居冠，其次為Facebook Reels 58.4%、Instagram Reels 43%。**51.3%用戶選擇「在習慣的社群平台觀看」**，高於新奇有趣內容48.9%，顯示短影音使用高度依循既有平台習慣。
- **短影音從曝光入口進一步影響消費決策** | 64.3%曾透過短影音認識新作品、56.7%認識新人物、51.7%認識新品牌，另有40.1%認為短影音縮短整體購買決策過程；18-25歲更達46.5%，顯示短影音的角色已從內容探索逐漸延伸至品牌認知與消費轉換。



【2026/08/21, 風傳媒】



【2026/08/21, 風傳媒】

台灣串流市場成長趨緩！Netflix訂閱比重升至56%

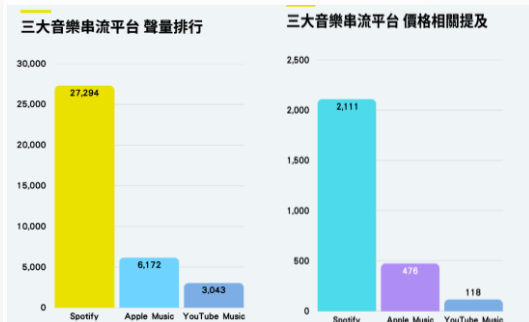
台灣串流影音市場用戶規模逐漸趨穩，但既有用戶的觀看與付費持續深化。MIC發布「臺灣影音觀看行為調查」指出，38.4%網友幾乎每天觀看線上串流內容，較前一年增加觀看。換言之，**整體使用人口雖未明顯擴張，既有用戶的觀看頻率仍持續增加**。

- **Netflix訂閱比重增加，訂閱戶也花得更多** | Netflix訂閱比重由51.4%升至56%，穩居市場首位；排名第二的Disney+微降至22.4%，愛奇藝、Hami Video與friDay影音則呈成長。同時，串流訂閱戶月均支出由323元增至355元，每月花費500元以上者也增至22.1%，反映影音付費習慣持續深化。
- **逾六成訂戶曾退訂，熱門內容播完就走成常態** | 值得注意的是，**訂閱支出增加並不代表用戶忠誠度同步提高**。調查顯示，高達64.4%串流訂閱戶曾退訂，前五大原因依序為「很少看或沒時間看」、「價格太貴」、「生活費排擠訂閱預算」、「想看的內容不多或已經看完」，以及「免費平台內容已經足夠」。隨著觀看需求深化，用戶最終可能擴大訂閱組合，進而帶動整體支出成長。

音樂串流競爭加劇，平台如何搶占收聽時間？

從通勤、工作到運動，串流音樂早已融入日常生活。當消費者越來越習慣透過訂閱制收聽音樂，市場競爭也逐漸從「有沒有想聽的歌」，延伸到推薦準不準、操作順不順、音質好不好，以及每個月的訂閱費值不值得。使用者選擇各平台的理由與情境其實相當不同。

- **Spotify聲量大幅領先，歌單分享讓音樂成為社群話題** | Spotify以27,294則討論明顯領先Apple Music與YouTube Music，熱門內容也不只集中在訂閱或功能比較，許多互動來自趣味歌單、特殊音樂企劃與熱門歌曲分享。當「聽歌」進一步延伸到「分享」，**也讓Spotify更容易透過使用者主動擴散，持續創造社群話題**。
- **網友最在意價格，平台開始比「方案值不值得」** | 價格仍是使用者選擇音樂平台的重要考量，但競爭已不只比較月費高低。Apple Music以音質與Apple生態系整合建立優勢；YouTube Premium則將影音與音樂綁在同一方案，對原本就大量使用YouTube的族群更具吸引力。當曲庫差異逐漸縮小，平台也開始透過推薦體驗、裝置整合與方案組合拉開差距。



【2026/08/18, I-BUZZ】



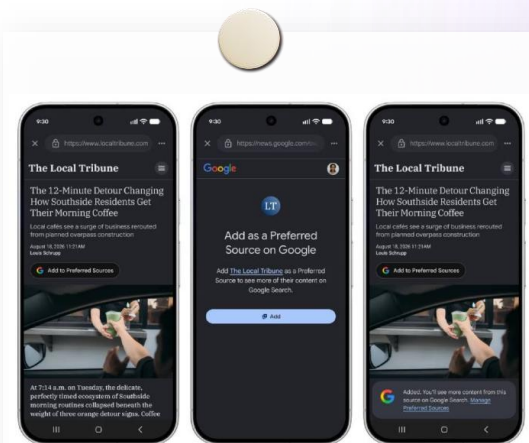
【2026/08/21, 聯合新聞網】

Meta推中小企業AI新功能，整合社群數據與廣告優化

社群平台Meta推出專為中小企業打造的Meta AI新功能，將AI助理深度串接Facebook、Instagram社群數據、廣告系統及Google Workspace辦公工具，協助資源有限的中小企業加速營運與行銷轉型。在全球數位廣告市場競爭加劇、隱私政策限縮第三方數據追蹤的背景下，科技大廠紛紛加速AI與生態系的整合，透過AI自動化與數據分析工具來提升工作效率。

Meta AI新功能可在網頁版、行動App及桌面版App中使用。中小企業行銷人員可選擇將Meta AI與不同平台的資訊串接，讓Meta AI更完整掌握情境脈絡，進一步提供更精準、貼近需求的分析與建議。除了能分析自然觸及內容與受眾互動數據之外，還能比較同類品牌的公開內容與互動表現、檢視廣告成效並給予調整建議，甚至可將分析結果轉化為企業所需的簡報、文件與試算表，或設定為每週定期任務。

Meta表示，中小企業經營者往往面臨時間與資源有限的挑戰，Meta拓展Meta AI的企業應用，旨在讓中小企業也能運用過去只有大型團隊才能使用的工具，未來幾個月將提供更深度的工具整合。



【2026/08/21, Tech News】

Google 推「偏好來源」按鍵，助媒體降低 AI 流量衝擊

Google 全新推出互動式「Preferred Sources」偏好來源按鍵，供媒體出版業者嵌入自身網站。當讀者點擊這個按鍵，便會將網站加入成為 Google 搜尋上的偏好來源，進而在焦條新聞、AI 摘要、AI 模式看到自己喜愛和信賴的內容來源。

現今 AI 搜尋結果漸漸取代傳統搜尋，讀者較少點擊網站連結，勢必讓媒體出版業者痛失流量，對營運和收入帶來影響。藉由「Preferred Sources」的設計能讓網站成為讀者首選來源。Google 曾表示，這些讀者的點擊可能性是過往的 2 倍，有助於吸引流量。除此之外，探索和新聞功能同步進化，也讓讀者比較能掌控內容主題和來源。探索會顯示讀者感興趣的內容，讀者可在 Google App 以自然對話方式描述自己想探索多看（或少看）哪些主題或來源，系統也會追問，進一步調整探索呈現出來的內容。

現在，Google 讓讀者對其推薦的內容擁有更多掌控權。考量到過往只要一次隨機的搜尋或點擊一篇爭議報導，就讓推薦內容偏離原先軌道，能夠選擇自己看到的、聽到的內容，以及這些內容的來源出處，確實會比較實用。



【2026/08/21, INSIDE】

打錯字不用再收回！LINE 推「編輯訊息」功能

在 LINE 上打錯字、日期寫錯，或想微調語氣時，過去只能先「收回」再重新輸入，難免留下一行尷尬的「已收回訊息」。這個困擾終於有解。LINE 宣布新功能「**編輯訊息**」即日起在 **LINE Labs** 開放免費試用，讓使用者可以在指定時限內，直接修改送出的文字訊息。

- **一對一與群組 15 分鐘內可改，Keep 筆記給到 6 天** | 一對一與群組聊天室可在訊息送出後15分鐘內編輯，Keep筆記則放寬至6天。功能**僅適用文字訊息**，照片、影片、語音、貼圖及檔案皆無法編輯，目前LINE社群與官方帳號聊天室也不支援。
- **啟用要更新版本，先到 LINE Labs 手動開啟** | 想試用的人得先更新版本。手機版 LINE 需更新至 26.12.0 以上，接著到「主頁」的「設定」進入 LINE Labs，開啟「訊息編輯」即可免費使用。即時通訊服務常藉此先讓部分用戶嘗鮮，再視回饋決定是否正式推出。
- **免費試用後，將轉為LINE Premium專屬功能** | 目前「編輯訊息」可透過LINE Labs免費體驗，但LINE已確認，試用結束後將納入LINE Premium會員專屬功能。從先開放體驗、再轉入付費訂閱，也能看出LINE持續透過實用功能增加Premium方案吸引力。



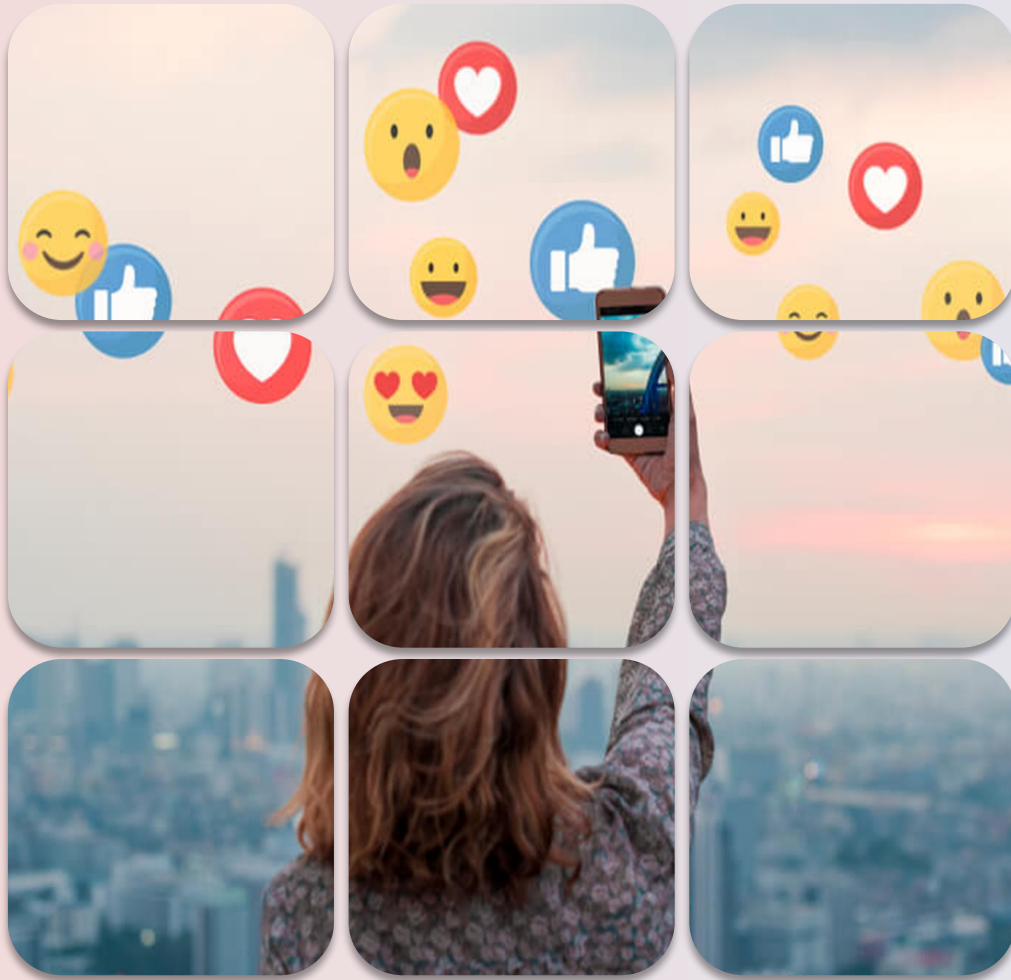
【2026/08/19, udn科技玩家】

小紅書台灣被禁「詐騙件數降80%」！

內政部2025年依《詐欺犯罪危害防制條例》，對中國APP「小紅書」進行網際網路停止解析或限制接取之命令，即為小紅書遭封鎖1年處置。如今封鎖屆期將至，內政部長表示，**小紅書被封鎖後，詐騙金額下降了55%、詐騙件數更下降80%**，成效相當明顯。

為何小紅書遭到封鎖，而Meta詐騙事件層出不窮卻沒事？刑事局警官先前提到，**Meta和小紅書的差別，在於有沒有納管及配合**，Meta的詐騙事件確實相多過其他平台，但Meta有設立法律代表人、接受台灣法律監管，也會配合執法機關下架詐騙網頁，若警方需要調取涉詐帳號資料，Meta也會提供，因此沒有被封殺。但小紅書未配合台灣法律納管，無法依法調取資料，加上15項資安標準全都不合格，因此內政部在2025年12月初宣布將對「小紅書」APP發布網際網路停止解析或限制接取之命令，暫定期間一年。

如今封鎖一年期限將至，內政部先前多次表達小紅書應要有法律代理人來台說明如何處理詐騙案件，寄出2次雙掛號信到小紅書上海辦公室，但對方未理會，如今**內政部也會再次寄掛號信，若未再收到回應，很有可能再封鎖1年**，也歡迎小紅書以書面方式到台灣討論。



02

網紅觀察站 Influencer

8月【保養】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	Dee	5,099,148
2	이다혜	2,852,297
	愛里	1,693,224
	Daisy	1,658,739
3	Nini Chen	1,567,959
	YuLing張綾	1,427,820
4	Ru.儒妹	1,053,044
	陳彥婷 tiffany	979,550
5	KR 婉蓁	958,636
	阿聲 JJC	854,715

Facebook 口碑數量 TOP10

1	菜菜子	3,831,874
	Dee	3,560,792
	嘿！有一個	2,863,241
	陳庭妮 Annie Chen	1,375,330
	Ruby林心如	1,329,239
	李多慧 LeeDahye	1,188,032
	Hi, this is Daisy	1,129,586
	Donna奶妹	1,125,367
	保養天后跨境直播	948,732
	77老大	920,888

Youtube 口碑數量 TOP10

1	Ru儒妹	880,243
	EGA.channel	784,776
2	Dr. Grace	627,896
	이다혜 李多慧	604,868
	77老大	327,898
	Daisy	325,176
	阿翰po影片	287,523
	Hello Catie	286,922
	Pitanium	200,163
	咪蕾 미래	184,197



03

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#父親節快樂
2	#父親節
3	#高雄
4	#台灣
5	#搞笑
6	#台中
7	#日本
8	#台中美食
9	#親子
10	#中秋禮盒

08月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1

#父親節快樂
[林志玲Chiling Lin](#)
平均互動數 7.6萬
平均互動率 12.9%

2

#父親節
[亮哲。遊。藝](#)
平均互動數 3.4萬
平均互動率 10.4%

3

#高雄
[大豐大哥大](#)
平均互動數 2.6萬
平均互動率 9.14%

4

#台灣
[凡。追風景的小日子](#)
平均互動數 2.4萬
平均互動率 14.9%

5

#搞笑
[Miss布丁](#)
平均互動數 10.3萬
平均互動率 8.91%

6

#台中
[統包先生](#)
平均互動數 1.3萬
平均互動率 5.1%

7

#日本
[Howeat豪吃來吃](#)
平均互動數 2.4萬
平均互動率 8.14%

8

#台中美食
[Eat Ing](#)
平均互動數 5,052則
平均互動率 4.32%

9

#親子
[三小仙女語兩家](#)
平均互動數 1萬
平均互動率 32.6%

10

#中秋禮盒
[鮮乳坊](#)
[鮮乳坊](#)
平均互動數 5,005則
平均互動率 4.07%





04

國際案例

Case Share

世界盃時差變商機！百威打造早餐酒吧

在2026年世界盃期間，百威中國攜手Fred & Farid Shanghai推出「BUDWEISER BREAKFAST BAR百威世界盃早餐吧」，針對中國市場特有的早晨觀賽情境，將原本屬於夜晚的足球酒吧體驗搬到早餐時段，打造全新的世界盃消費場景。

- **中國球迷的早晨觀賽新常態** | 由於許多世界盃賽事在中國時間的早晨進行，球迷無法像過去一樣，晚上相約酒吧與朋友共同觀賽，許多人只能在通勤或吃早餐時透過手機獨自觀看。這也讓原本期待藉世界盃帶動來客數的酒吧業者，面臨難以創造夜間觀賽人潮的挑戰；同時，尚未形成主流消費習慣的無酒精啤酒，也需要新的消費情境來吸引消費者。
- **將足球酒吧搬進早餐時光** | 基於這項洞察，百威與 Fred & Farid Shanghai 將指定合作酒吧改造成「BUDWEISER BREAKFAST BAR」，把經典的夜間足球酒吧體驗帶進早晨。透過大螢幕直播、早餐搭配、球迷聚會及 Budweiser Zero 百威零酒精啤酒，讓球迷能在上班前與朋友一起觀賽、歡呼與舉杯。
- **啤酒 × 早餐，打造全新消費情境** | 活動以 Budweiser Zero 為核心，推出多款早晨觀賽搭配，包括法式可頌、煎餅果子、包子及咖啡特調，將足球賽事的啤酒儀式感自然融入中國消費者的早餐日常。截至目前，Breakfast Bar 體驗已於超過 11,000 個活動場次推出。
- **創造球迷、酒吧與品牌的三贏** | 透過 BUDWEISER BREAKFAST BAR，百威不僅重新打造中國球迷共享世界盃的歡聚氛圍，也為合作酒吧開創新的早晨消費時段，同時為仍在發展中的無酒精啤酒市場，建立更自然、高頻且具社交性的消費入口。





05

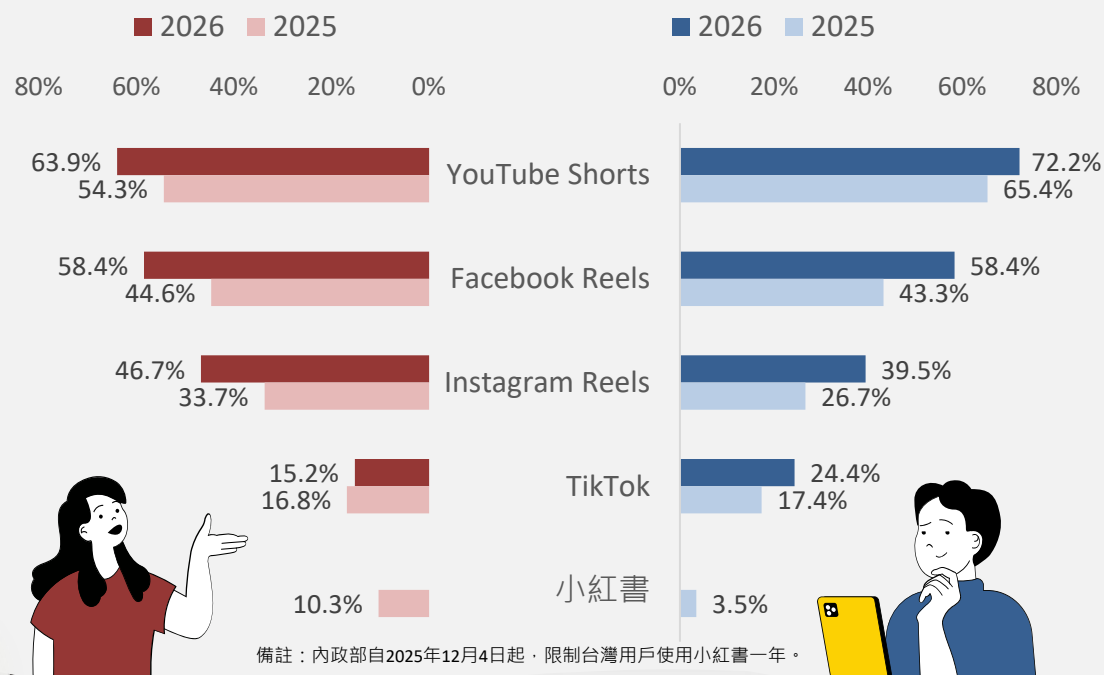
消費者洞察 Insight

2026年台灣影音觀看行為調查：直式短影音

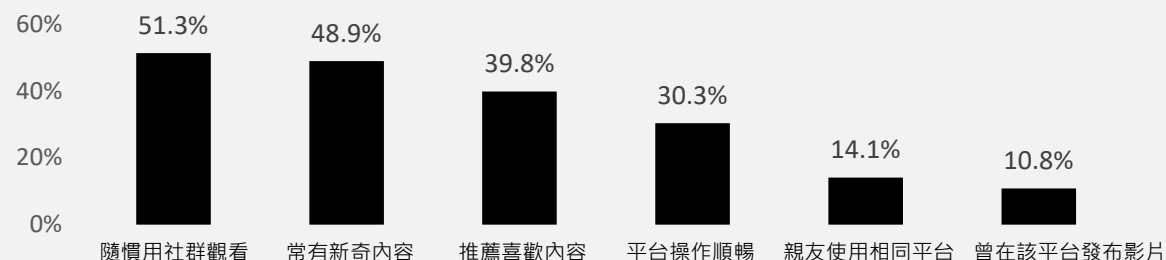
根據MIC資策會產業情報研究所《2026年台灣影音觀看行為調查：直式短影音》，68.1%受訪者以YouTube觀看短影音，其次為Facebook Reels 58.4%、Instagram Reels 43.0%。其中，YouTube在男性與36–45歲使用較高，Instagram Reels則以18–25歲最突出。

不同年齡選擇平台的原因也有所差異。18–25歲較容易因平台常有新奇內容（54.7%）、推薦喜歡內容（50.0%）及操作順暢（41.9%）而觀看；26–35歲較受親友使用相同平台影響（19.9%）；36–45歲則最明顯依循既有社群使用習慣（56.4%），顯示年輕族群較重視內容與體驗，中壯年族群則更依賴原有平台習慣。

請問您過去一年曾使用哪些平台觀看「短影音」？



請問您因為哪些因素選擇短影音觀看平台？



依年齡檢視	18–25歲	26–35歲	36–45歲	46–55歲	56–65歲
	86份	156份	172份	176份	163份
隨慣用社群觀看	46.5%	46.8%	56.4%	50.0%	54.0%
常有新奇內容	54.7%	45.5%	46.5%	47.2%	53.4%
推薦喜歡內容	50.0%	41.7%	41.3%	34.1%	37.4%
平台操作順暢	41.9%	34.0%	27.9%	26.1%	27.6%
親友使用相同平台	12.8%	19.9%	15.7%	13.1%	8.6%
曾在該平台發布影片	17.4%	14.1%	11.6%	6.8%	7.4%



O6

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PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	3.18
2	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	2.97
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.42
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.11
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.74
6	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.48
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.33
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.26
9	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.14
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.98
11	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	0.95
12	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	國語連續劇	0.86
13	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.86
14	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.76
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.75
16	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.71
17	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.69
18	1300豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	0.61
19	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	國語連續劇	0.59
20	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	閩南語連續劇	0.56

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.47
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.85
3	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.53
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.07
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.04
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.92
7	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.91
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.89
9	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	0.86
10	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	0.84
11	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.84
12	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.81
13	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.79
14	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.75
15	台灣新思路	SETN	新聞性質節目	0.75
16	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.75
17	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.75
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.74
19	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.72
20	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.70

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.31
2	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.21
3	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.90
4	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.89
5	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.85
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.84
7	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.83
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.69
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.69
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.68

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	2.19
2	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.69
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.46
4	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.37
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.24
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.19
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.00
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.98
9	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.89
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.87

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.51
2	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.35
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.20
4	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.10
5	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	0.99
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.86
7	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.83
8	航海王30	TTV	卡通影片	0.78
9	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.75
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.74

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	5.22
2	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	4.74
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.12
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.58
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	2.54
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	2.13
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	2.03
8	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.89
9	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.62
10	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	國語連續劇	1.45

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	0.95
2	寶島神很大PP石墨烯	SANLI	知識資訊節目	0.70
3	直26F1世界一級方程式賽車	VLSPT	體育節目	0.67
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.66
5	台灣新思路	SETN	新聞性質節目	0.52
6	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.48
7	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.48
8	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.45
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.45
10	1600金屬潛艇	CARTN	卡通影片	0.38

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.10
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.01
3	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.97
4	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.78
5	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.68
6	效年出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.62
7	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.54
8	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.50
9	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.49
10	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.46

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.06
2	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.93
3	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.80
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.79
5	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.71
6	阿姐萬歲	SANLI	資訊綜藝	0.66
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.66
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.64
9	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.49
10	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.49

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.41
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.50
3	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	2.17
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.81
5	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.30
6	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.26
7	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.21
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.20
9	台灣新思路	SETN	新聞性質節目	1.19
10	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	1.13

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	1.01	0.63	0.59	0.62	1.56
FTV/民視	0.36	0.10	0.12	0.15	0.64
TTV/台視	0.33	0.18	0.19	0.22	0.50
CTS/華視	0.20	0.08	0.16	0.14	0.29
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	0.59	0.23	0.23	0.43	0.94
ET-N/東森新聞	0.50	0.21	0.29	0.34	0.79
SETN/三立新聞	0.42	0.08	0.09	0.24	0.75
FTVN/民視新聞	0.39	0.04	0.08	0.17	0.74
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.04	0.07	0.11	0.44
NTVN/壹新聞	0.19	0.04	0.07	0.15	0.31
CTS-N/華視新聞資訊台	0.18	0.04	0.08	0.12	0.28
UBN/非凡新聞	0.17	0.04	0.07	0.08	0.29
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.02	0.02	0.09	0.20
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.03	0.02	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PP石墨烯	FTV	3.18
2	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	1.74
3	針線緣飲后	SANLI	1.53
4	寶島西米樂守護	TTV	0.98
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.89
6	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.86
7	戲說台灣	SANLI	0.75
8	1300豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	0.61
9	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	0.59
10	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	0.56

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	話時代人物	SETN	1.07
2	台灣演義	FTVN	1.04
3	台灣最前線	FTVN	0.92
4	非凡最前線	UBN	0.91
5	台灣ON AIR	SETN	0.84
6	TVBS社會檔案	TVBSN	0.84
7	驚爆新聞線2200	SETN	0.81
8	驚爆新聞線2100	SETN	0.79
9	最前線新聞	UBN	0.75
10	台灣新思路	SETN	0.75

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	2.97
2	超級紅人榜	SANLI	2.47
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.42
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	2.11
5	超級夜總會	SANLI	1.85
6	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化妝	CTS	1.48
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.33
8	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.14
9	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	0.95
10	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	0.86

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.26
2	型男大主廚	SL2	0.67
3	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.59
4	直中職37年中VS味	VLSPT	0.58
5	效年出發吧	STV	0.45
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.44
7	直26MLB海VS道	VLSPT	0.42
8	效年出發吧	ETTV	0.36
9	直中職37年味VS富	VLSPT	0.34
10	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.33

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

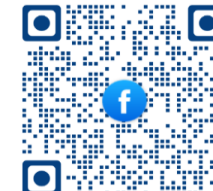
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部