



宏將週報

Vol.2638 09.14 ~ 09.20

Media Drive Bulletin

- 一年一度的金鐘獎又要來了！入圍名單率先揭曉，哪些作品與演員成為本屆話題焦點？

主題海報
Series Posters



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

金鐘61入圍名單揭曉！3天社群聲量破2.3萬

2

網紅觀察站 Influencer

2026/09【飼養：貓類型】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 Hot Topics

09月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

4

國際視野 Media Trend

內容行銷面臨搜尋引流的困境

5

消費者洞察 Insight

2026年台灣影音觀看行為調查：直式短影音2

6

收視調查 Ratings

2026/09/14-2026/09/20



01

媒體放大鏡

Media News



金鐘61入圍名單揭曉！3天社群聲量破2.3萬

新舊世代正面碰撞，誰能在甲子之後稱霸台灣影視？第61屆金鐘獎入圍名單於9月15日公布，本屆以「一世代」為精神。名單一公布隨即在全網掀起超高討論熱度！究竟本屆大獎落誰家？一起盤點金鐘61的精彩亮點、網友熱議遺珠與完整典禮懶人包！

- **戲劇金鐘亮點：《與惡II》、《忘了我記得》13項並列領跑** | 相隔6年回歸的《我們與惡的距離II》與劉若英執導的《忘了我記得》各拿下13項提名，並列本屆入圍總數冠軍；《監所男子囚生記》則以11項提名成為黑馬。
- **網友熱議：李沐成最大遺珠、監所男星群戲獲讚** | 不少劇迷感嘆「這屆遺珠真的特別多」，其中《如果我不曾見過太陽》入圍獎項不如預期，未入圍女主角的李沐更被網友點名是最大缺憾；也有許多粉絲為入圍視帝的曾敬驊集氣，直言該角色的心理消耗極大。
- **串流內容投資開花，台灣大、Netflix作品入圍多項** | 串流與電信投資在本屆展現驚人實力。MyVideo出品8部作品豪取22項提名；Netflix旗下的《回魂計》、《忘了我記得》亦包辦多項大獎提名，顯見台創內容與國際串流平台合作已邁入新里程。

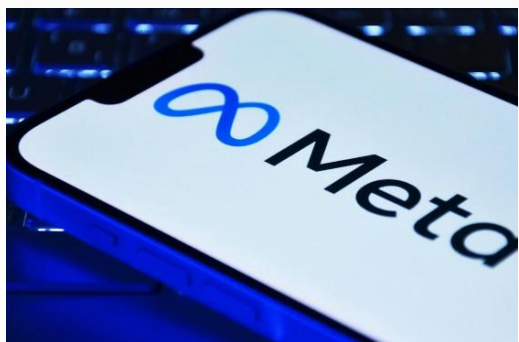
金鐘入圍藏台劇轉折！社會議題成創作主流

第61屆金鐘獎戲劇類入圍名單揭曉，把整份名單攤開來看，可以發現台劇愈來愈擅長處理社會議題，卻也愈來愈少出現能形成市場現象的愛情劇。過去台劇最熟悉的純愛、都會愛情公式，取而代之的是家庭創傷、精神疾病、司法監所、地方文化與邊緣人生。

- **愛情退位、社會議題上位，「議題」會不會也成為另一種框架？** | 《我們與惡的距離II》延續社會事件與制度反思，《零日攻擊》直面台海戰爭焦慮，《監所男子囚生記》把鏡頭帶進監所世界，《忘了我記得》則觸及老化、記憶與失去。從戰爭、犯罪、精神疾病到家庭與身分認同，台劇近年持續透過不同題材回應台灣社會議題與集體情緒。
- **愛情題材需求仍在，台劇面臨韓劇、陸劇競爭** | 台灣過去曾以偶像愛情劇打開亞洲市場，但近年能形成跨市場話題的愛情作品相對減少，部分需求轉向韓劇、陸劇。未來台劇的課題不只在尋找更具議題性的題材，也在於如何將台灣特有的社會經驗、文化與情感融入愛情、職場、家庭及懸疑等不同類型，兼具在地辨識度與跨市場共鳴。



【2026/09/15, TVBS新聞網】



【2026/09/17, INSIDE】

Meta One訂閱服務登台！AI、創作工具一次整合

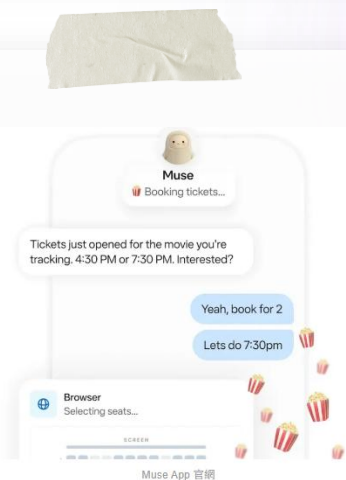
你會想訂嗎？Meta 於 9 月 16 日在台灣推出訂閱服務 Meta One，**提供更高的 AI 使用額度與進階創作工具**，並為個人、創作者與商家分別設計方案。首波在 Instagram、Facebook、WhatsApp 與 Meta AI 上線超過 50 項功能，全球累計訂閱與試用人數突破 1,500 萬。

- **個人方案分層，AI 用量是重點** | 這次進一步推出整合式訂閱組合，核心方案與高級方案將各項功能整合在單一方案中，並提供更高的運算額度。**訂閱者可生成更多AI圖像與影片**，使用Muse模型及Instagram Restyle等內建工具，讓AI從單一功能逐漸整合進日常社群使用。
- **創作者與商家，工具直接進工作流** | Meta One 把專業工具與 AI 直接放進既有的使用環境，不必另開帳號或下載 App。**新功能包括可整合官網、實體地點與顧客評價的進階個人檔案**，Reels 上更醒目的追蹤按鍵，以及自動向互動過的用戶發出追蹤邀請。商家端的 Meta Business Agent 提供更高的回覆額度，能全天候即時回應顧客訊息。Meta 並預告將推出 Edits Plus，提供更多雲端空間與 Edits 助理額度，協助分析 Instagram 數據、發想創意。這代表創作者經濟的日常經營，**能把更多環節交給 AI 分擔**。

「一般人的AI助理」來了？下載超車ChatGPT、Gemini

Meta Muse 上線的速度快，登頂的速度更快。Meta 於 9 月 8 日在美國正式推出個人 AI 助理 Muse，這款可以幫使用者訂票、規劃行程、自動填寫申請表格的 AI 代理，在短短不到兩週內就拿下美國 App Store **免費 App 排行第一名**，同時把 ChatGPT 和 Gemini 擠出榜首。

- **上線 11 天登頂，下載破 8.3 萬次** | 不同於以對話問答為主的傳統AI聊天應用，**Muse定位為能主動代替使用者執行任務的AI代理**，包括購物、預約、預訂電影票或課程，以及代填許可申請表格。從「回答問題」進一步走向「動手完成」，也讓產品差異化更加明確。
- **Meta 主打安全與隱私架構** | Muse Secure VM架構讓個人資料不會在不同用戶之間流通，使用者也可以選擇不讓對話紀錄用於訓練 Meta的AI模型。Meta台灣市場9月16日剛推出訂閱服務Meta One，但完整的Muse代理功能目前尚未在台灣上線。
- **爆紅之後，長期留存才是考驗** | Muse快速登頂，**反映使用者對「能夠代為執行任務」的AI代理具有需求**。不過，新產品推出初期的高下載量能否轉化為長期使用仍待觀察；隨著Google等業者持續布局AI代理，Muse後續的使用黏著度與功能差異化將成為觀察重點。



【2026/09/21, INSIDE】



【2026/09/21, 風傳媒】

只是看個短影音，為何就是停不下來？

起初，TikTok只能看到一些搞笑的舞蹈影片，現在它已經是風靡全球的電商平台。TikTok以最新技術與演算法重新定義社群媒體，短短十年間，從娛樂工具一路發展成影響全球網路生態的平台，也改變人們接收內容與資訊的方式。

- **演算法衝擊：告別「社交圖譜」** | 所謂「社交圖譜」用戶只能看到自己主動關注的人或頁面所發布的內容。TikTok則改以演算法分析使用者的觀看行為，只要瀏覽兩、三個同類型短影音，即使沒有按讚，也能快速掌握偏好甚至情緒，接著持續推送相似內容。**讓每位使用者都得到高度個人化的資訊流，也成為短影音讓人「停不下來」的關鍵。**
- **誰在看TikTok, 為什麼看？** | 對Z世代與Alpha世代而言，TikTok已不只是娛樂平台，更逐漸成為了解世界的入口。從找餐廳、掌握服裝時尚，到解決日常問題，**TikTok被愈來愈多年輕人當成搜尋工具，也逐漸成為獲取新聞與資訊的管道**，進一步改變年輕世代原本以Google搜尋為主的資訊取得習慣。

Threads家長監護台灣上線！可管使用時間與內容

Meta宣布Threads家長監護功能正式在台灣上線，進一步擴大旗下「青少年帳號」的家庭管理工具。家長與監護人可透過Meta「家庭中心」啟用相關功能，查看青少年使用Threads的時間、設定每日使用上限與睡眠模式，同時管理部分隱私及內容偏好設定。

- **青少年帳號加入家長監護，可限制每日使用時間** | 啟用Threads家長監護功能後，家長可以查看青少年使用Threads的時間，以及該週平均每日使用時數，也能直接**設定每日使用時間上限**，或針對特定日期與時段限制使用；家長也可進一步**調整睡眠模式**，限制或封鎖青少年夜間使用Threads，通知預設會進入靜音狀態，並開啟自動回覆功能，希望**降低夜間持續收到通知所帶來的干擾**。
- **可管理標註、隱私與敏感內容設定** | 家長可以管理哪些帳號能在貼文中標註青少年，**也能管理或核准部分隱私設定及敏感內容偏好**。這些功能是在Threads既有「青少年帳號」保護措施上進一步延伸，部分內容也會預設受到限制；未滿16歲青少年若希望調整為較寬鬆設定，則須經家長或監護人同意。



【2026/09/17, YAHOO新聞】

洗碗機話題討論 熱門關聯詞分析



【2026/09/17, I-BUZZ】

洗碗機躍升家庭新寵？「婚姻救星」看家務解放新趨勢

過去常被視為新家裝潢「高階選配」的洗碗機，近年逐漸從非必要家電走向日常家庭需求。從社群討論來看，消費者關注的不只是洗淨力與容量，也延伸至「釋放餐後自由時間」與「改善家務分工」，顯示洗碗機的價值正從產品功能，進一步連結家庭生活效率。

- **「獨立式、空間格局與安裝」成選購首要考量** | 台灣許多家庭受限於既有廚房格局與水槽空間，是否能順利安裝成為購買洗碗機的重要門檻。討論中「獨立式」受到較多關注，也反映消費者除了功能，更在意能否降低安裝限制；加入「下班後的自由」、「免改櫃安裝」等情境訴求，也更能回應目標族群的實際痛點。
- **晉升現代「婚姻三機」，家電價值從功能走向家務分工** | 過去網路熱議的「婚姻三機」主要是為了減少伴侶間的家務衝突，如今討論則進一步聚焦婚後的實際使用效益。許多網友將洗碗機視為「解放雙手、改善生活品質」的家電，從過去對廚後油膩水槽的抗拒，轉變為「刮除菜渣、放進碗籃、一鍵清洗烘乾」的流程，也讓洗碗機逐漸與家庭分工、生活效率產生連結。

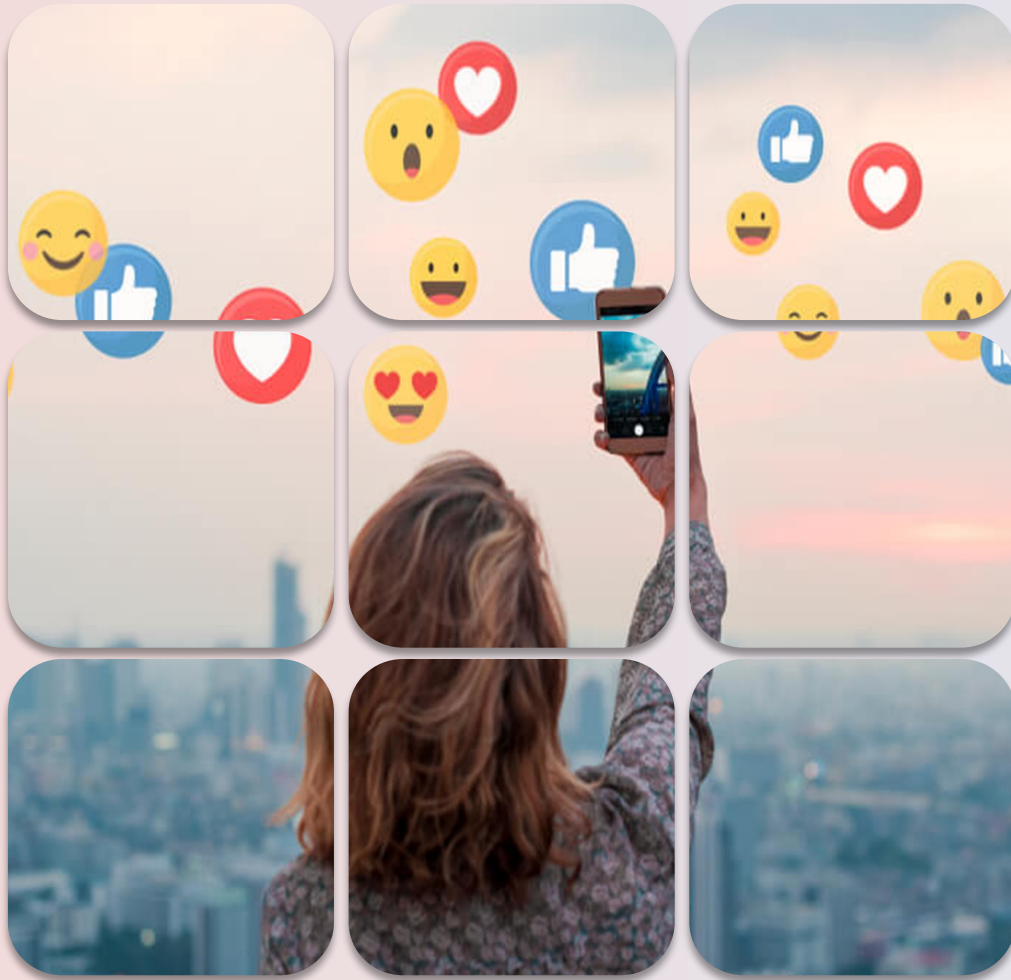
熱議IP大調查！人氣話題到跨界商機一次看

隨著IP市場持續發展，不同類型IP累積話題的方式也有所差異，相關討論更延伸至商品、活動、品牌合作等多元面向。究竟哪些作品與角色受到網友關注？不同類型IP又如何將人氣進一步轉化為跨界合作商機？

- **遊戲 / 數位作品型** | 玩家除了針對角色劇情與任務內容交流外，亦會分享玩法攻略、對戰經驗等資訊，顯示**遊戲 IP 的話題與實際遊玩體驗密切相關**。「寶可夢」聲量大幅領先其他 IP，除了遊戲作品本身之外，其內容版圖橫跨動畫、卡牌及實體活動等多元領域。
- **動漫 / 漫畫作品型** | **「作品劇情與角色」仍為主要核心**，網友除交流劇情內容，對角色性格、情節發展分享看法，「鬼滅之刃」、「葬送的芙莉蓮」各自以鮮明的世界觀與故事設定累積人氣。動漫作品常搭配限定特典、角色周邊等贈品，吸引粉絲觀影與收藏。
- **角色品牌型** | 療癒、日常、經典等描述角色特色的詞彙亦伴隨出現，顯示**IP 本身的形象與魅力也是粉絲關注焦點**。「三麗鷗」聲量位居第一，其旗下眾多高辨識度角色，使品牌能以多元角色陣容持續創造話題。透過品牌聯名、限定周邊等形式，吸引粉絲關注。

遊戲 / 數位作品型	動漫 / 漫畫作品型	角色品牌型
1 寶可夢 459,154則	1 鬼滅之刃 223,564則	1 三麗鷗 233,496則
2 皮克敏 159,954則	2 航海王 171,308則	2 吉伊卡哇 112,831則
3 原神 130,703則	3 鏈鋸人 124,547則	3 SNOOPY 75,272則
4 崩壞：星穹鐵道 129,986則	4 蠟筆小新 106,654則	4 小熊維尼 15,191則
5 戀與深空 129,190則	5 葬送的芙莉蓮 85,759則	5 Moomin 15,116則

【2026/09/15, Social Lab】



02

網紅觀察站 Influencer

9月【飼養：貓類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	小一家貓咪日常	3,919,162
	乳牛貓強強跟乳牛貓鼻鼻	2,871,593
2	小貓雞！！	2,374,936
	阿金	1,497,833
3	社長 aka 啊Blue	1,181,309
	麻吉太郎	1,057,632
4	孽子Dio	916,188
	猩野元他們家	751,321
5	燙燙TangTang	745,946
	竹竹	712,277

Facebook 口碑數量 TOP10

1	麻吉太郎	669,033
	米可白	587,120
2	美術老師是隻貓	405,744
	芒果柚柚妹妹	369,742
3	豆漿	369,429
	Neneko 貓日	252,240
4	奔跑吧肥祥	229,156
	黃阿瑪的後宮生活	224,683
5	tima&小虎&うまい&太郎	129,518
	後宮爭寵傳	116,158

Youtube 口碑數量 TOP10

1	牛奶是只貓	413,400
	麻吉太郎	384,983
2	一隻鈍鈍少爺	376,577
	豆漿	371,085
3	獨生子的日常	335,454
	矮腳菠蘿包	238,117
4	柴鼠兄弟	133,452
	黃阿瑪的後宮生活	132,896
5	一隻魚蛋仔	107,551
	一隻黑珠珠	92,901



03

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#日本
2	#搞笑
3	#台中
4	#台灣
5	#台北美食
6	#中秋節
7	#台中美食
8	#早春晴朗
9	#iphoneduo
10	#shorts

09月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1

#日本

[阿華田的美食日記](#)

平均互動數 5.6萬

平均互動率 68.6%

2

#搞笑

[噪咖EBCbuzz](#)

平均互動數 2萬

平均互動率 0.44%

3

#台中

[追風景的小日子](#)

平均互動數 1.1萬

平均互動率 6.89%

4

#台灣

[大豐大哥大](#)

平均互動數 2.9萬

平均互動率 9.72%

5

#台北美食

[Su Tin蘇托托](#)

平均互動數 5,312則

平均互動率 3.19%

6

#中秋節

[遠傳電信](#)

平均互動數 6,271則

平均互動率 1.12%

7

#台中美食

[兩個豬女孩旅遊食記](#)

平均互動數 2,809則

平均互動率 9.04%

8

#早春晴朗

[絕代雙Q](#)

平均互動數 5.8萬

平均互動率 46.5%

9

#iphoneduo

[菜喳](#)

平均互動數 5,612則

平均互動率 1.34%

10

#shorts

[娛樂百分百](#)

平均互動數 1.7萬

平均互動率 1.24%





04

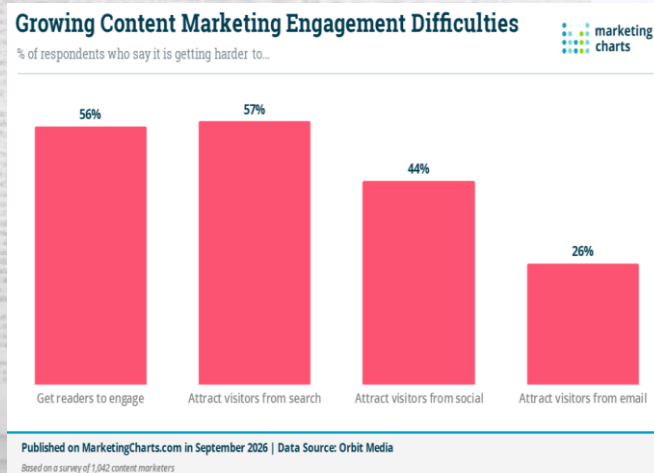
國際視野

Media Trend

內容行銷面臨搜尋引流的困境

根據 Orbit Media 最新調查，57%的內容行銷人員表示，從搜尋引擎吸引網站訪客變得越來越困難，比例較去年**下降63%**。搜尋流量取得難度持續受到關注，其中Google推出AI摘要（AI Overviews）可能是影響因素之一。目前超過三分之一的Google搜尋結果會出現AI摘要，而相關數據也顯示，**AI生成的搜尋摘要可能降低使用者進一步點擊網站的意願**，使內容品牌獲取自然流量面臨新的挑戰。

- **社群與Email導流成效同步受到挑戰** | 除了搜尋之外，社群媒體與Email也面臨流量取得壓力。目前44%的內容行銷人員認為，從社群媒體吸引訪客變得更加困難，雖然這項比例較去年下降，但仍是重要的流量來源。Email則呈現不同趨勢，今年有26%的受訪者認為**Email導流越來越困難**，較幾年前不到20%的比例明顯增加，顯示品牌過去依賴的數位導流管道，也開始面臨成效下滑問題。
- **內容行銷成效下降，可能與策略做法改變有關** | 分析認為，內容行銷成效下降不一定代表內容本身失去效果，也可能與品牌逐漸減少採用高成效內容策略有關。近年客座文章的使用率下降29%，原創研究內容減少24%，網紅合作也下降22%；而這些做法過去都與較佳的內容行銷成果相關。**當品牌減少這類內容投入，也可能間接影響整體內容策略的表現。**
- **部落格成效評估出現明顯變化** | 部落格的調查結果也反映出內容成效越來越難衡量。今年首次出現「不知道部落格是否帶來成效」的受訪者比例（18.9%）高於認為部落格能帶來強勁成效的比例（13.9%）。在這項持續超過10年的調查中，這是首次出現這樣的結果，也顯示品牌**除了面臨流量取得困難之外，對內容是否真正產生效益的判斷也變得更加不明確。**





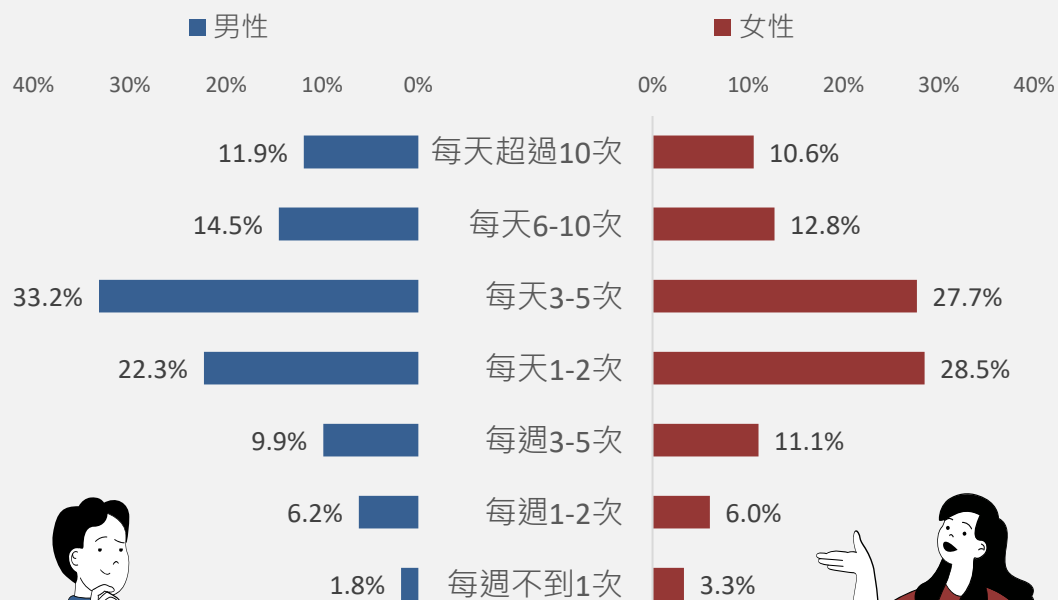
05

消費者洞察 Insight

2026年台灣影音觀看行為調查：直式短影音2

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》¹，短影音已成為高頻影音內容，男性每日觀看3-5次比例（33.2%）最高，女性則以每日1-2次（28.5%）為主；男性在每日3次以上的觀看比例皆高於女性。短影音也成為消費者認識新事物的重要入口，其中男性因觀看短影音而認識新人物、新作品及新品牌的比例皆高於女性；在進一步追蹤官方社群帳號方面，男性於新人物與新品牌的比例也相對較高。

請問通常您觀看「短影音」的頻率？



過去一年，是否曾因為觀看「短影音」而認識新人物 / 新作品 / 新品牌？

觀看短影音引發新認知	認識新人物		認識新作品		認識新品牌	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
因此認識	60.0%	53.3%	64.4%	64.1%	54.5%	48.6%
且留下印象	43.1%	39.1%	44.2%	41.0%	35.1%	31.0%
並追蹤其官方社群帳號	22.9%	17.1%	21.6%	21.7%	19.5%	13.9%
並進一步觀看 / 搜尋相關作品內容	14.3%	11.7%	17.7%	14.7%	14.5%	12.5%
並曾付費購買其相關周邊商品	2.3%	1.4%	3.4%	2.1%	2.1%	2.7%

更多男性因觀看短影音而認識新人物、新作品、新品牌



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PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	2.98
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.97
3	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	2.78
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.17
5	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.89
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.27
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.07
8	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.06
9	豬哥亮經典秀貴族世家	FTV	娛樂綜藝	1.00
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.98
11	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.87
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.85
13	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.82
14	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.74
15	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.73
16	飛龍在天紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.67
17	航海王30	TTV	卡通影片	0.64
18	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	國語連續劇	0.63
19	1300豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.59
20	姊妹亮起來找到了旅行社	FTV	資訊綜藝	0.57

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.61
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.75
3	針線緣補體素銘100	SANLI	閩南語連續劇	1.55
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.43
5	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.07
6	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	1.05
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.97
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.96
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.94
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.87
11	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.86
12	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.86
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
14	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.82
15	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.81
16	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.76
17	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.75
18	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.74
19	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.73
20	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.70

無線TOP10

15-24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	1.00
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.82
3	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.79
4	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.72
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.64
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.58
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.58
8	航海王30	TTV	卡通影片	0.53
9	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.48
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.47

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.83
2	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	1.75
3	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.69
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.37
5	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.32
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.24
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.95
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.87
9	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.77
10	航海王30	TTV	卡通影片	0.70

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.99
2	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	1.83
3	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.61
4	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.10
5	航海王30	TTV	卡通影片	1.10
6	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.94
7	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.92
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.90
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.84
10	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	國語連續劇	0.81

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	4.87
2	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	4.82
3	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	4.46
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.74
5	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.11
6	豬哥亮經典秀貴族世家	FTV	娛樂綜藝	1.69
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.63
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.60
9	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.43
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	1.37

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	針線緣補體素銘100	SANLI	閩南語連續劇	1.01
2	直中職37味VS中遠雄人壽	VLMAX	棒球	0.68
3	人生無限好公司魅后御齡姬	STV	資訊綜藝	0.67
4	直亞運桌球女團預中華北韓	ET-N	體育節目	0.51
5	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.47
6	全球GPT	ET-N	新聞性質節目	0.47
7	直亞運女排球八強日本中華	ET-N	體育節目	0.42
8	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.41
9	1900詹姆士出走料理台塑石	GTV-1	美食、旅遊節目	0.40
10	請世界吃桌	SL2	資訊綜藝	0.38

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.27
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.08
3	針線緣補體素銘100	SANLI	閩南語連續劇	1.03
4	直中職37味VS中遠雄人壽	VLMAX	棒球	0.99
5	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.89
6	直中職37味VS中遠雄人壽	VLSPT	棒球	0.86
7	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.64
8	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.62
9	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.60
10	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.59

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.10
2	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.80
3	針線緣補體素銘100	SANLI	閩南語連續劇	0.79
4	2000效年出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.57
5	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.54
6	1900請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.54
7	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.52
8	1800請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.51
9	台灣健兒拚榮耀	TVBSN	體育節目	0.51
10	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.46

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.57
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.03
3	針線緣補體素銘100	SANLI	閩南語連續劇	2.31
4	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	1.94
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.73
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.64
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.49
8	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.21
9	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	1.16
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.08

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	0.91	0.54	0.36	0.64	1.40
FTV/民視	0.39	0.08	0.16	0.22	0.68
TTV/台視	0.31	0.10	0.21	0.22	0.47
CTS/華視	0.15	0.02	0.16	0.10	0.23
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	0.23	0.38	0.82
ET-N/東森新聞	0.40	0.13	0.17	0.27	0.66
SETN/三立新聞	0.39	0.07	0.10	0.21	0.70
FTVN/民視新聞	0.34	0.02	0.06	0.14	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.04	0.07	0.11	0.42
UBN/非凡新聞	0.17	0.03	0.08	0.09	0.30
NTVN/壹新聞	0.16	0.03	0.05	0.14	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.02	0.05	0.10	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.11	0.02	0.03	0.08	0.19
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	2.98
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	2.97
3	針線緣補體素銘100	SANLI	1.55
4	寶島西米樂守護	TTV	0.98
5	戲說台灣	SANLI	0.87
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.86
7	飛龍在天紅螞蟻	FTV	0.67
8	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.63
9	1300豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	0.59
10	1300豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	0.54

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.43
2	挑戰新聞	FTVN	1.07
3	台灣ON AIR	SETN	1.05
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.97
5	驚爆新聞線2100	SETN	0.96
6	台灣最前線	FTVN	0.94
7	新台派上線	SETN	0.86
8	非凡最前線	UBN	0.85
9	正午最前線	UBN	0.82
10	TVBS娛樂頭條	TVBSN	0.81

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	2.78
2	超級紅人榜	SANLI	2.61
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.17
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	1.89
5	超級夜總會	SANLI	1.75
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.27
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.06
8	豬哥亮經典秀貴族世家	FTV	1.00
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.87
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.85

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.07
2	直亞運女排球八強日本中華	ET-N	0.58
3	型男大主廚	SL2	0.58
4	直中職37統VS中遠雄人壽	VLSPT	0.56
5	直中職37味VS中遠雄人壽	VLMAX	0.56
6	台灣健兒拚榮耀	TVBSN	0.56
7	直亞運桌球團體預賽	ET-N	0.53
8	開火開伙佳倍優	TTV	0.52
9	直中職37味VS中遠雄人壽	VLSPT	0.51
10	2000效年出發吧	STV	0.49

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

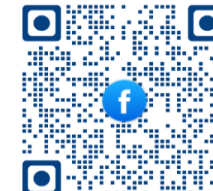
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部