宏將週報

Vol.2644 10.26 ~ 11.01

Media Drive Bulletin

- 第61屆金鐘獎雖因颱風延期舉行，兩場典禮仍吸引關注：其中戲劇類收視相對平穩，節目類則在後半段頒獎時逐漸升溫...

Presented by: 宏將傳媒行銷策略部

Email: MediaResearch@mediadrive.biz

WELCOME

Contents



1 宏將觀點 Insights

第61屆金鐘獎_收視與話題觀察

2 媒體放大鏡 Media News

Google擴大AI搜尋廣告，贊助內容融入搜尋體驗

3 網紅觀察站 Influencer

2026/10【保養】社群媒體帳號排行Top10

4 熱門話題 Hot Topics

Facebook 10月 #hashtag排行榜

7 網路觀察 Network

Sep 2026

5 國際視野 Media Trend

從童年回憶到粉絲經濟，日本卡通IP授權成新商機

6 收視調查 Ratings

2026/10/26-2026/11/01



01

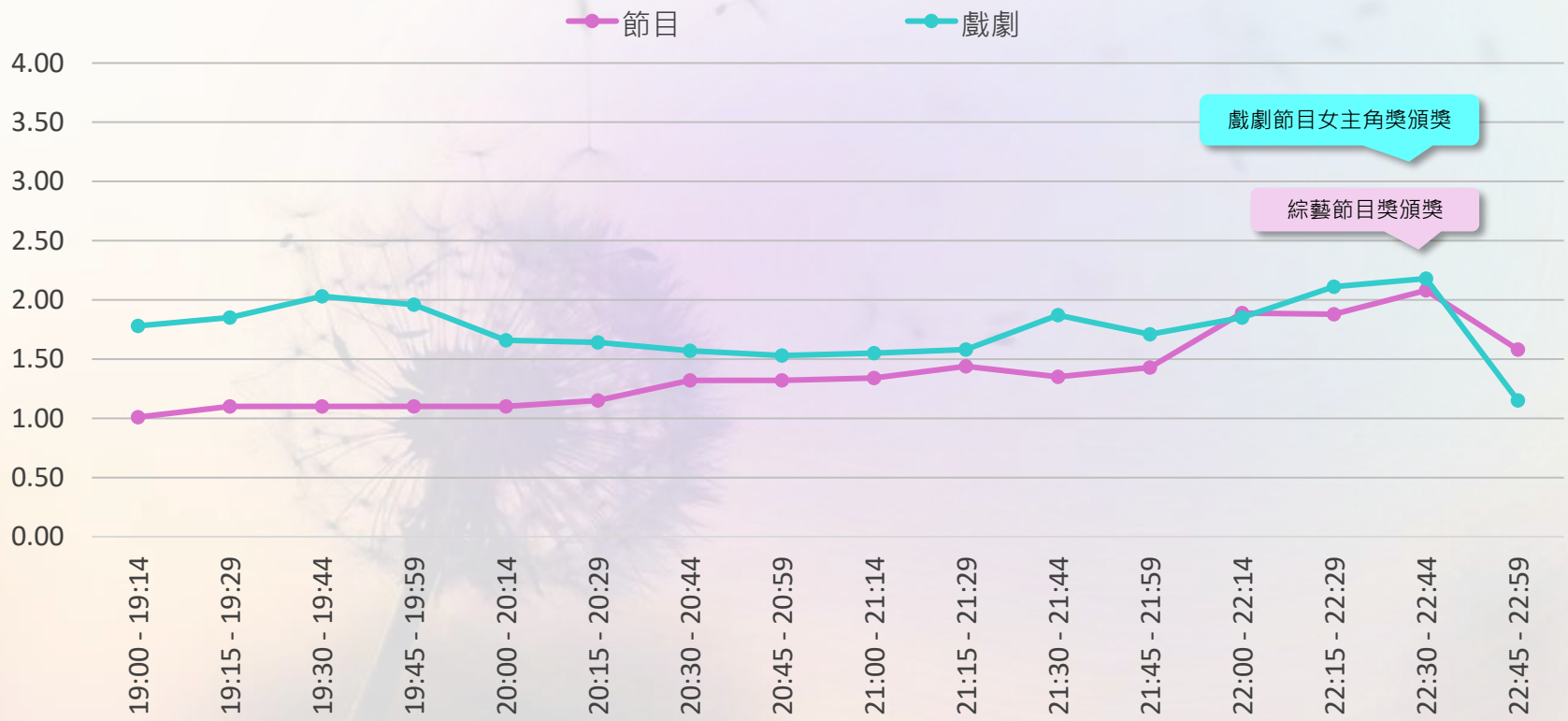
宏將觀點

Insights

金鐘61 / 電視收視高峰觀察

颱風延遲典禮舉辦，重點頒獎時段仍表現亮眼

金鐘61 電視分段收視率



第61屆金鐘獎節目類及戲劇類頒獎典禮原定10/23(五)、10/24(六)舉辦，首度因颱風影響而延期，最終延至10/25(日)、10/26(一)舉行。

從收視觀察可發現戲劇類典禮分段收視平穩，最高峰落在楊貴媚獲頒「戲劇節目女主角獎」時段；而前一天的節目類典禮則以後半段頒獎時段的收視較佳，最高峰則落在「綜藝節目獎」由「周末最強大」獲獎時段。

資料來源：Nielsen Arianna；搜尋期間：2026/10/25、2026/10/26；目標受眾：4歲以上

金鐘61 / 電視與網路收視觀察

總收視累積破兩千萬，新媒體網路直播較去年大幅提升

完整轉播平台清單

- ✓ 電視轉播： 三立都會台、公共電視台主頻
- ✓ 官方網路直播： 金鐘61官方網站、金鐘官方YouTube頻道
- ✓ 其他網路直播： 三立新聞網直播室、三立新聞網YouTube頻道、三立電視YouTube頻道、Vidol YouTube頻道、文化部Facebook、LINE TODAY
- ✓ 無障礙直播： 公視點點愛YouTube頻道（手語版）
- ✓ 中華電信MOD： 節目類由三立MOD綜合台轉播，戲劇類由三立MOD戲劇台轉播
- ✓ 影音串流平台： LINE TV、Hami Video
- ✓ 海外轉播： 三立國際台、新加坡STARHUB、馬來西亞UNIFI TV
- ✓ 廣播轉播： 好事989電台

整體轉播收視表現

電視累積接觸人口

近365萬人

三立都會+公視 首播+重播累積不重複觸及

跨平台網路總觀看量

近1,900萬次

相較去年的871萬次，成長近2.2倍

金鐘官方YouTube頻道表現

指標	10/25 節目類	10/26 戲劇類
累積觀看	**120萬次**	**117萬次**
最高同時在線	**9.8萬人**	**6.3萬人**

Media Drive 宏將傳媒

資料來源：媒體新聞綜合整理；報導期間：2026/10/25-2026/10/27；註：電視累積接觸人口為尼爾森收視調查Reach & Frequency分析，統計三立及公視轉播頻道之首播與重播累積不重複觸及人口，非平均收視人口

金鐘61 / 網路討論熱門頻道

話題集中於Threads、PTT熱議，FB新聞粉專為宣傳核心頻道

熱門網站TOP5

1	Facebook粉絲團	103,863則
2	Instagram	30,747則
3	Threads	26,676則
4	YouTube	14,311則
5	PTT	8,213則

熱門頻道TOP5

1	Threads>關鍵字搜尋	21,449則
2	PTT>Golden-Award	6,604則
3	FB粉絲團>ETtoday星光雲	5,650則
4	FB粉絲團>噓!星聞	3,968則
5	FB粉絲團>TVBS新聞	3,264則

- **Facebook ｜媒體新聞報導**

  媒體新聞、節目及藝人行銷的核心頻道，透過大量的圖文發表來分享資訊及粉絲互動。

- **IG x YouTube ｜影音行銷宣傳**

  透過短影音的發表來加強宣傳力道，相較於圖文更能提升粉絲的感受與共鳴。

- **Threads x PTT ｜即時話題討論**

  過往的PTT直播至今仍維持流量，同時網友也偏好在Threads分享精華片段及發表個人感想。

資料來源：OpView輿情分析系統；搜尋期間：2026/09/01-2026/10/31



1



2



3



4

以上為專題精華摘錄

完整報告歡迎來信洽詢或聯繫窗口



9



10



11



12



02

媒體放大鏡

Media News



【2026/10/29, ETtoday新聞雲】

Google擴大AI搜尋廣告，贊助內容融入搜尋體驗

Google 宣布將 AI 搜尋中的廣告擴大至國際市場，**未來使用者透過 AI 搜尋商品時，除了生成式回答，也可能在搜尋體驗中看到贊助商品與推薦內容**。此次擴張涵蓋 AI 摘要與 AI 模式等功能，Google 也同步推進美國市場的多輪對話廣告，讓廣告進一步融入 AI 搜尋流程。

- **AI 搜尋答案開始整合廣告｜**隨著 AI 搜尋逐漸從傳統關鍵字查詢，轉向能理解上下文、處理複雜問題的互動模式，Google 也開始調整廣告的呈現方式。**使用者不必只透過傳統搜尋結果中的廣告連結接觸商品資訊，贊助內容也能出現在 AI 搜尋體驗中**。
- **AI 模式查詢長度是傳統搜尋的 3 倍｜**全球 AI 搜尋中，每 5 次就有 1 次涉及語音、圖片或文件等輸入方式；Google 每月視覺搜尋量也已超過 500 億次。這些使用情境讓 Google 有機會將廣告帶入更具互動性的搜尋流程，系統可在相關情境中呈現贊助商品或推薦內容。
- **贊助商品點閱率已接近自然搜尋｜**受訪者認為這些廣告與搜尋內容具有相關性。這些初步結果提供 Google 擴大廣告布局的依據，但目前公布的資訊尚不足以判斷不同國際市場的實際成效，也無法據此確認所有使用者都會看到相同的廣告形式。

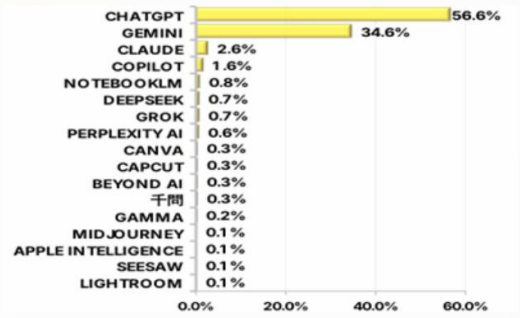


【2026/10/23, EC電子商務時報】

AI 改變消費路徑，從探索到購物全面走向對話

面對消費者以 AI 探索、以對話購物等動態變化，Meta 鼓勵品牌更加速擁抱 AI，並以整體視角經營消費者可以觸及的各個探索的接觸點，並運用 AI 以更多元、高品質的創意與顧客建立連結，藉此在 AI 驅動的商業新局中佈局關鍵戰略、掌握先機。

- **鉅變一：從搜尋到探索｜42% 的購物人士會利用 AI 尋找購物靈感**，而透過 AI 發現產品的人士當中，有 68% 有意購買該產品。
- **鉅變二：從點擊到對話｜75% 的人偏好透過訊息與企業溝通，70% 認為獲得 AI 代理的回覆有幫助**。台灣有 44% 中小企業主曾使用或有興趣使用 AI 顧客回覆功能，從售前諮詢延伸至售後服務，帶動更即時、個人化的連結。
- **鉅變三：從精準定位到創意｜**隨著 AI 逐步接手受眾找尋工作，並以廣告活動成效及當前趨勢作為創意決策的依據。
- **鉅變四：從提高效率到追求成長｜**Meta 持續推出全新工具，讓外部 AI 代理協助管理廣告的 Meta Ads AI 連接器，以及進駐廣告管理員、即時解答成效問題的「Meta AI 商業助理」，協助品牌在合適的時間，**以合適的內容接觸合適的受眾，將 AI 效率轉化為實質增長**。



【2026/10/29, 台灣財經】

消費者使用生成式AI行為調查，逾5成民眾曾使用

MoneyDJ新聞中心發佈公平交易委員會於29日發布「消費者使用生成式AI工具之行為問卷調查」。調查結果指出，我國生成式AI工具整體使用率約50.5%，使用者中近4成(39.8%)已付費訂閱。

- **整體使用情形｜消費者不再只使用單一 AI**，以整體受訪者而言，**最常使用之生成式AI工具**前三名依序為**「ChatGPT」(87.9%)、「Gemini」(67.8%)及「Claude」(8.9%)**；若僅計算最主要使用工具，ChatGPT(56.6%)與Gemini(34.6%)合計已逾9成。**使用動機以「獲取或學習知識」(56.5%)與「工作處理」(55%)為主**，選擇特定品牌之主因則為「服務/功能符合個人需求」(47.2%)，其次為「最早接觸的生成式AI工具，已習慣使用」(25.1%)。
- **付費使用情形｜**以付費訂閱者而言，多數消費者選擇接受漲價，繼續使用原付費AI工具，受訪者曾使用付費版本之比例約(39.8%)，其中以「自己支付」(69.7%)為主。逾7成受訪者於品質下降時轉換至其他免費工具。**未付費之主要原因為「免費額度已足夠」**(89.5%)。



【2026/10/27, udn科技玩家】

IG挑戰YT！推橫向長影片，手機看片Hold得住嗎?

你習慣Instagram 的直式短影音格式嗎？官方現在要挑戰你的視覺，**加碼推出名為「Features 」的橫向影片格式，支援最長90分鐘的橫向影片**，要挑戰影音平台霸主YouTube ，但是否可以用手機在IG平台上長時間觀看影片，恐怕又面臨另一項挑戰。

Instagram**主要鎖定Podcast 創作者、喜劇演員以及其他長篇內容創作者**，並允許他們透過平台上的Reels短影音，引導觀眾觀看完整影片，而Reels通常長度約在3分鐘以下。透過Features新功能 ，IG似乎希望把這股趨勢進一步放大，讓這些短片成為導向完整節目的入口，像是脫口秀表演或是影音Podcast的短片片段，可以讓用戶先看到完整節目或單集中的部分內容。

不過以往IG給人印象就是短影音的專屬平台，先前也推出過長篇影音平台IGTV ，但最終沒有真正獲得市場青睞，官方逐步將它淘汰，並把重心轉向Reels。Instagram產品副總裁Tessa Lyons表示，針對IG的Features完整長影片 ，**未來會出現在Explore探索頁，以及APP內其他位置的推薦內容中，要再次挑戰YouTube長影音市場**。



【2026/10/29, 鏡新聞】

LINE推出全新功能，「通話終於能錄音了」！

通訊軟體LINE正式推出「通話錄製」全新功能，支援使用者將語音或視訊通話的過程進行錄音、錄影並儲存存檔。目前該項功能已在台灣、日本及泰國等三地開放測試，只要將LINE應用程式升級至最新版本，並完成事前設定，即可在通話時錄下對話紀錄。

- **台日泰限定開放，支援一對一通話且錄製時雙方皆知情｜**這項新功能**僅限於智慧型手機等裝置上使用**，電腦版不在支援範圍內。為了保障通話雙方的隱私權益，當**使用者按下開始錄製鍵時，系統便會向雙方同步播放語音提示導覽**，顯示對方正在錄製通話的警示畫面。
- **錄音最長可達1小時，錄製檔案自動傳送至Keep筆記保存｜**視訊通話的錄影長度依據所選的畫質解析度不同，上限分別為20分鐘或50分鐘。使用者也能在通話設定中開啟僅在Wi-Fi連線或非計量付費網路時自動傳檔，避免消耗過多行動數據流量。
- **手動開啟步驟曝光，查閱與刪除檔案完整掌控｜**想搶先體驗該功能的民眾，必須先點入LINE主頁的設定選單，在「LINE Labs」分頁中手動將通話錄製功能開啟，隨後即可前往通話設定選單中自訂檔案傳輸相關規範。

聊天辦公都靠它！十大熱門通訊軟體

		網路聲量
1.	LINE	209,036
2.	WeChat	40,380
3.	WhatsApp	39,632
4.	Telegram	38,431
5.	Discord	18,773
6.	Facebook Messenger	1,968
7.	Slack	1,011
8.	Microsoft Teams	874
9.	Zoom Workplace	666
10.	Snapchat	608

【2026/10/28, 網路溫度計】

2026十大熱門通訊軟體App，聊天、辦公都靠它

每天打開手機，除了查看LINE訊息，還有多少通訊軟體是你經常使用的？從大家熟悉的LINE、WhatsApp、Telegram，到遊戲玩家愛用的Discord，以及上班族常見的Slack、Microsoft Teams，各款通訊工具都有不同特色。究竟哪款通訊軟體討論度最高？

- **No.1 LINE｜**LINE早已融入許多台灣人的日常。**LINE在台灣的滲透率高達93%，使用者平均每天開啟14次**；LINE官方於2026年3月也指出，全台已有約2,200萬用戶。除了聊天及視訊通話，官方帳號、記事本、相簿等功能，也讓LINE成為親友聯繫與工作交流的重要工具。
- **No.2 WeChat｜**微信及WeChat合併月活躍帳戶數達14.39億，年增2%。龐大的使用規模，也讓微信成為中國大陸重要的社交通訊與生活服務平台。**對經常往返中國大陸，或需要與當地親友、工作夥伴聯繫的台灣使用者而言，微信是不少人會接觸的通訊工具**。
- **No.3 WhatsApp｜**其一大特色是**個人訊息與通話採用端對端加密**，讓通訊內容受到保護。對經常需要跨國聯繫的使用者而言，透過網路就能傳送訊息、撥打電話，不必完全依賴傳統國際電話。網友分享：「我喜歡WhatsApp的簡潔」、「WhatsApp國外比較多人用」。



【 2026/10/27, 換日線 】

串流平台都聽得到，為何花錢買CD的人還變多了?

近年來，黑膠唱片持續受到關注，CD 等實體音樂媒介也重新出現在市場討論中，甚至是Z 世代的社群貼文裡。當音樂早已能透過Spotify、KKBOX等平台隨時取得，為什麼人們仍願意花錢購買、收藏實體媒介？「實體收藏」究竟有什麼無法被串流取代的意義？

- **為什麼串流音樂盛行，CD 與黑膠唱片仍有市場？|** 他們嚮往的，是**一種放慢步調的聽音樂方式**。買下喜歡的專輯，反覆閱讀歌詞與內頁文字，讓人有機會停下來細細品味一張作品；相較於在串流平台上隨時切換歌曲，**能更深入地認識創作者想傳達的想法**。
- **買 CD 有什麼好處？從完整聽專輯到閱讀歌詞本 |** 平常聽音樂，會直接點開熟悉的歌曲，或跟著推薦清單播放。但買下一張實體專輯後，從第一首歌開始一路聽到最後一首。有時候，原本只是為了某首主打歌買下專輯，聽完才發現，真正打動自己的反而是另一首歌。
- **實體唱片為何讓人著迷？儀式感、個人品味與回憶 |** 為了找到喜歡的作品，花上好一段時間在二手市場中尋找。買回家後，再打開音響、依照當下的心情挑選專輯，把 CD 放進播放器。這些**看似繁複的步驟，反而能暫時放下手邊的事情，專心享受音樂**。



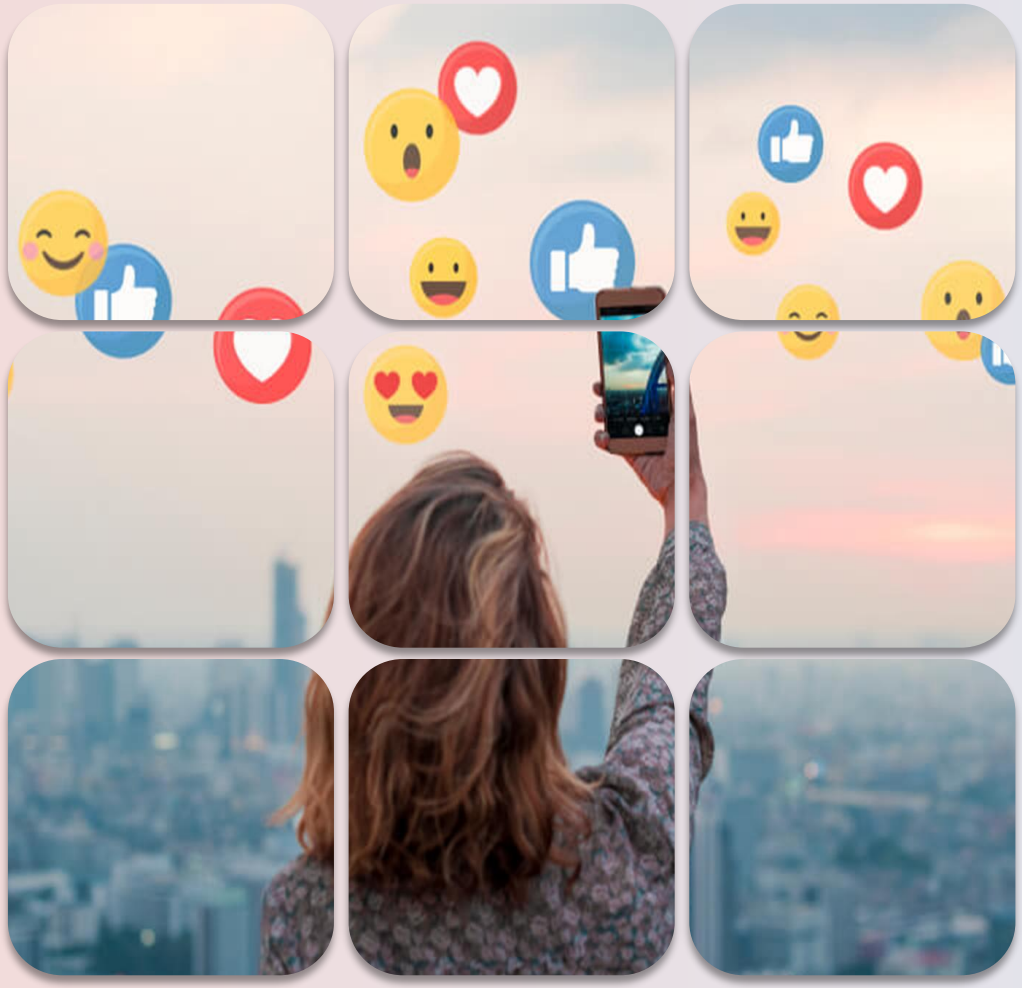
【2026/11/02, 工商時報 】

Z世代買什麼，網路社群說了算?

作為「數位原住民」的Z世代，高度依賴網路社群、但也極易受到網路社群的影響。若其行銷策略僅止於單次話題，則容易陷入「高熱度、低回購」的瓶頸，網路社群已成為影響Z世代的主要資訊來源，並反映在其展現出「喜新厭舊」和「串聯抵制」的消費行為上。

調查即顯示，**有高達5成的Z世代消費者，會透過社群媒體發掘新品牌與新產品**。Z世代熱中嘗試社群討論度高的熱門新品，但若無法延續話題性，其二次購買及後續回購率也偏低。**隨著話題性降低，Z世代的回購率低於整體消費13%**。透過社群上的廣泛傳播，在Z世代的嚐鮮消費滲透率是1.8倍，但回購率卻低於10%。

不過，也有成功透過與消費者互動、吸引消費者上網拍照、發文，或有KOL、網紅在節目中分享使用產品後的相關正向回饋。儘管社群聲量有助於拉抬Z世代的消費動能，不過**一旦發生消費或如涉及食安、其他公共事務或社會議題等爭議時，網路社群也會立即出現集體抵制效應**。例如先前爆發電子支付遭盜刷等負面事件，在網路社群上擴散、發酵後，該賣場通路在Z世代的消費滲透率就下滑7～12。

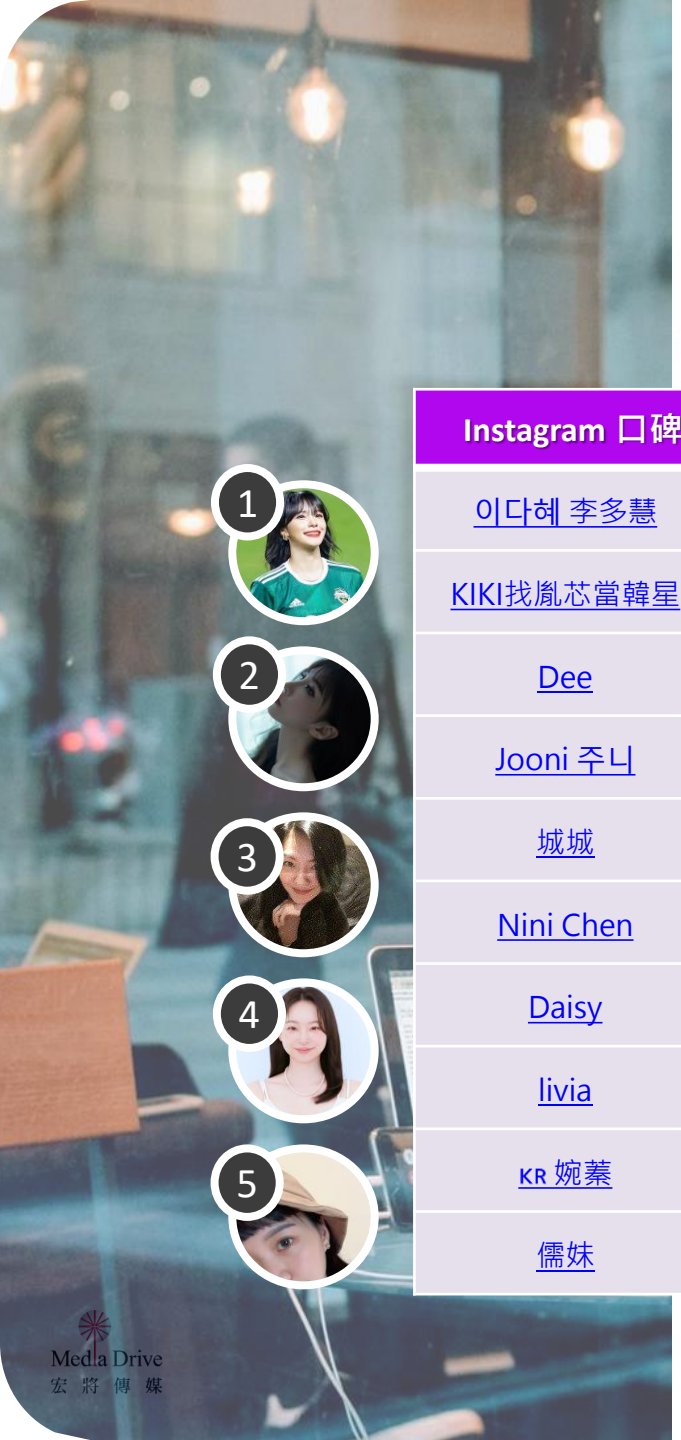


O3

網紅觀察站

Influencer

10月【保養】社群媒體帳號排行Top10



	Instagram 口碑數量 TOP10	
1	이다혜 李多慧	2,967,457
2	KIKI找胤芯當韓星	2,745,424
3	Dee	2,727,577
4	Jooni 주니	2,014,870
5	城城	1,521,009
6	Nini Chen	1,460,083
7	Daisy	1,376,960
8	livia	1,322,731
9	KR 婉蓁	1,299,572
10	儒妹	1,169,790

	Facebook 口碑數量 TOP10	
1	小S 徐熙娣	2,154,650
2	Hi, this is Daisy	1,322,083
3	保養天后跨境直播	1,307,975
4	MR丸丸	1,174,587
5	MY管管	1,077,932
6	阿翰po影片	1,000,433
7	Ruby林心如	729,102
8	俐蓁Alice	722,238
9	蔡黃汝	628,108
10	MIUSTAR	512,497

	Youtube 口碑數量 TOP10	
1	L'Oréal Paris Taiwan	4,234,922
2	이다혜 李多慧	1,413,489
3	윤도이 尹到怡	1,240,127
4	見習網美小吳	1,009,971
5	王思佳的王美頻道	835,466
6	倫倫 LunLun	753,975
7	韓勾ㄟ金針菇	745,814
8	EGA.channel	716,363
9	BeautYuhan	617,616
10	日本姐姐るんず潤子	614,563

資料來源：Kolr；趨勢分析-社群帳號排行(保養類型)；最後更新日期：2026年10月



04

熱門話題

Hot Topics

10月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

#hashtag排行榜	
排名	Hashtag
1	#金鐘61
2	#颱風
3	#日本
4	#台灣
5	#萬聖節
6	#金鐘獎
7	#搞笑
8	#台北美食
9	#特斯拉
10	#沈玉琳

1 #金鐘61
娛樂百分百
平均互動數 4.4萬
平均互動率 3.16%

2 #颱風
台視新聞
平均互動數 3.8萬
平均互動率 4.72%

3 #日本
可樂旅遊
平均互動數 7,339則
平均互動率 0.88%

4 #台灣
大豐大哥大
平均互動數 3.2萬
平均互動率 10.4%

5 #萬聖節
賈永婕
平均互動數 1.4萬
平均互動率 1.45%

6 #金鐘獎
ETtoday星光雲
平均互動數 1.7萬
平均互動率 0.4%

7 #搞笑
哇洗嘉明
平均互動數 1.2萬
平均互動率 23.4%

8 #台北美食
Orly’ s 食研廚房
平均互動數 2萬
平均互動率 18.7%

9 #特斯拉
聯合新聞網
平均互動數 1.5萬
平均互動率 0.4%

10 #沈玉琳
11點熱吵店
平均互動數 4.1萬
平均互動率 5.23%

資料來源：Kolr；趨勢分析-hashtag排行；最後更新日期：2026年10月



05

國際視野

Media Trend

從童年回憶到粉絲經濟，日本卡通IP授權成新商機



還記得童年時陪伴我們成長的《寶可夢》、《哆啦A夢》嗎？這些台灣觀眾耳熟能詳的日本卡通角色，在東南亞同樣擁有廣大的粉絲群。如今，**日本IP的商業版圖從動畫播放與串流訂閱，延伸至商品授權、品牌聯名、遊戲合作與實體零售，成為橫跨娛樂與消費市場的生意**。

- **東南亞為何成為日本IP的成長市場？**｜消費者對日本流行文化的選擇，反映對「現代生活方式與文化形式」的追求。年輕世代對日本流行文化的接受，可能受到生活風格、娛樂需求與世代經驗影響。根據電通發布的研究，**泰國有59%的受訪者至少每週觀看動漫，印尼為56%**。顯示東南亞的動漫市場具備活躍的觀眾群與持續擴張的角色授權需求。角色授權市場的成長，揭開日本流行文化在東南亞地區的商業潛力。
- **從授權合作到實體門市，日本企業如何布局？**｜透過近100家被授權商與主要零售業者推廣姆明商品，並藉由動畫播映與發行提升品牌知名度。社群平台逐漸成為角色 IP 進入跨國授權市場的起點。**角色最初在社群媒體上受到關注，隨後逐步拓展商品化與海外授權業務，並規劃在日本與韓國以外的亞洲市場**。
- **粉絲熱度如何轉化為消費？**｜限量公仔、餐飲聯名與主題展覽，企業透過不同價位的商品與體驗，觸及有不同消費需求的粉絲。**限量商品滿足收藏需求，日常用品延伸角色的使用情境，主題活動則讓粉絲有機會親身參與品牌體驗**。泰國有31%的動漫觀眾在過去一年花費超過200美元購買動漫商品，印尼也有23%的受訪者達到同樣的消費水準，商品消費反映粉絲經濟的變現潛力。文策院提到，**Netflix、Disney+、YouTube等串流平台為東南亞觀眾欣賞作品的重要來源**。平台提供內容接觸管道，粉絲透過網路進行內容分享、社群互動與觀點交流，持續擴大角色IP的觸及範圍。為品牌合作、商品推廣與活動經營創造更多機會，作為商品開發與行銷規劃的參考。

資料來源： TNL關鍵評論 2026-10-31



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	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	3.04
2	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	2.94
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.04
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.01
5	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.34
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.31
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.04
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	0.94
9	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.90
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.89
11	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.81
13	飛龍在天紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.79
14	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.76
15	醫學大聯盟飲后	FTV	競賽綜藝	0.72
16	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.65
17	姊妹亮起來娘家好關鍵3合1	FTV	資訊綜藝	0.64
18	1300豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.59
19	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.55
20	新手上路成功匹克球	FTV	國語連續劇	0.54

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.96
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.89
3	2026台北市長候選人電視辯	SETN	新聞性質節目	1.78
4	第61屆戲劇類金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	1.74
5	超級夜總會江泳錡	SANLI	娛樂綜藝	1.66
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.55
7	針線緣宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.54
8	2026台北市長候選人電視辯	TVBSN	新聞性質節目	1.46
9	2026台北市長電視辯論會	FTVN	新聞性質節目	1.46
10	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.36
11	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	1.22
12	2026高雄市長選舉辯論會	FTVN	新聞性質節目	1.19
13	54陪審團	SETN	新聞性質節目	1.19
14	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.17
15	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.07
16	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	1.02
17	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
18	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.85
19	直中職37台灣中VS味遠雄	VLSPT	棒球	0.84
20	全民公敵你與詐騙的距離	TVBSN	新聞性質節目	0.81

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/10/26-2026/11/01

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.06
2	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.82
3	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.82
4	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.78
5	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	0.77
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.61
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.52
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.51
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.51
10	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.50

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	1.64
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.52
3	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.95
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.90
5	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.85
6	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.83
7	醫學大聯盟飲后	FTV	競賽綜藝	0.83
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.75
9	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.75
10	新手上路成功匹克球	FTV	國語連續劇	0.74

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	2.01
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.85
3	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.64
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.36
5	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.14
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.00
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.93
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.86
9	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	0.81
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.72

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	5.03
2	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	4.61
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.53
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.27
5	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	2.09
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.65
7	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.44
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.43
9	飛龍在天紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.37
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.27

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第61屆戲劇類金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	1.13
2	針線緣宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.99
3	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.75
4	直中職37台灣中VS味遠雄	VLSPT	棒球	0.70
5	1700大胃女王吃遍巨大美食	ONTV	美食、旅遊節目	0.70
6	河口湖殺妻詐保特別報導	ET-N	新聞性質節目	0.65
7	日本女生愛台灣	ONTV	美食、旅遊節目	0.65
8	1500我的婆婆怎麼那麼可愛	ET-D	閩南語連續劇	0.60
9	第61屆戲劇類金鐘獎星光大	SL2	特別節目	0.57
10	1830夜市王之OH夜市	ONTV	美食、旅遊節目	0.49

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第61屆戲劇類金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	1.29
2	針線緣宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.95
3	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.78
4	全民公敵你與詐騙的距離	TVBSN	新聞性質節目	0.76
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.67
6	2000愛妮雅化妝品金唱歌給	CTiV	歌唱音樂	0.56
7	愛妮雅化妝品金唱歌給你聽	CTiV	歌唱音樂	0.54
8	第61屆戲劇類金鐘獎星光大	SL2	特別節目	0.45
9	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.44
10	2026高雄市長選舉辯論會	FTVN	新聞性質節目	0.43

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第61屆戲劇類金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	2.36
2	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.42
3	2026台北市長候選人電視辯	TVBSN	新聞性質節目	1.30
4	直中職37台灣中VS味遠雄	VLSPT	棒球	1.27
5	針線緣宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.12
6	第61屆戲劇類金鐘獎星光大	SL2	特別節目	1.00
7	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.92
8	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	0.69
9	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.65
10	2026高雄市長選舉辯論會	FTVN	新聞性質節目	0.64

50歲以上

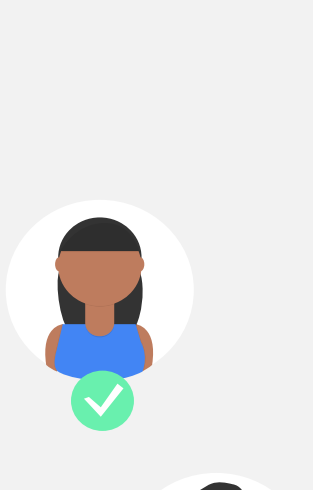
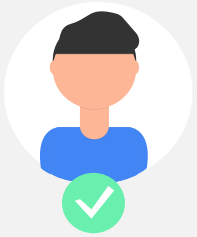
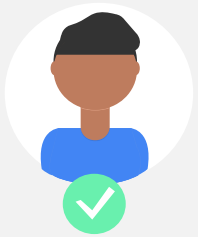
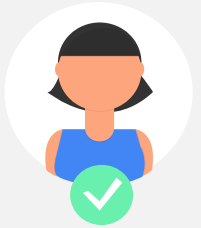
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	3.70
2	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	3.22
3	針線緣宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.28
4	2026台北市長候選人電視辯	TVBSN	新聞性質節目	2.24
5	2026高雄市長選舉辯論會	FTVN	新聞性質節目	2.06
6	第61屆戲劇類金鐘獎頒獎典	SL2	特別節目	1.80
7	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.36
8	全民公敵你與詐騙的距離	TVBSN	新聞性質節目	1.29
9	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.22
10	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	1.12

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/10/26-2026/11/01

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	0.45	0.47	0.56	1.46
FTV/民視	0.39	0.12	0.18	0.19	0.66
TTV/台視	0.29	0.06	0.17	0.20	0.45
CTS/華視	0.16	0.05	0.16	0.11	0.23

有線新聞台	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
SETN/三立新聞	0.55	0.06	0.14	0.34	0.99
TVBSN/TVBS新聞台	0.54	0.20	0.23	0.37	0.87
FTVN/民視新聞	0.47	0.05	0.17	0.18	0.87
ET-N/東森新聞	0.41	0.15	0.19	0.29	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.04	0.06	0.12	0.42
NTVN/壹新聞	0.17	0.03	0.07	0.14	0.28
UBN/非凡新聞	0.17	0.04	0.04	0.11	0.30
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.03	0.04	0.11	0.24
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.05	0.02	0.08	0.22
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.03	0.02	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.03	0.00	0.03	0.01	0.05

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	3.04
2	針線緣宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.54
3	寶島西米樂守護	TTV	0.90
4	戲說台灣	SANLI	0.85
5	飛龍在天紅螞蟻	FTV	0.79
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.68
7	1300豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	0.59
8	新手上路成功匹克球	FTV	0.54
9	你好我是誰2金艷逆齡霜愛	FTV	0.53
10	阿鈣八合一強效早點回家20	CTV	0.52

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	2.94
2	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	2.04
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.01
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	1.89
5	超級夜總會江泳錡	SANLI	1.66
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.34
7	飢餓遊戲	CTV	1.31
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	0.94
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	0.89
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.81

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2100	SETN	1.96
2	2026台北市長候選人電視辯	SETN	1.78
3	驚爆新聞線2200	SETN	1.55
4	2026台北市長候選人電視辯	TVBSN	1.46
5	2026台北市長電視辯論會	FTVN	1.46
6	挑戰新聞	FTVN	1.36
7	台灣ON AIR	SETN	1.22
8	2026高雄市長選舉辯論會	FTVN	1.19
9	54陪審團	SETN	1.19
10	台灣最前線	FTVN	1.17

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.04
2	直中職37台灣中VS味遠雄	VLSPT	0.84
3	型男大主廚	SL2	0.54
4	花甲少年之半熟朋友莊廣和	ETTV	0.48
5	效年出發吧	STV	0.39
6	開火開伙佳倍優	TTV	0.39
7	直NBA湖VS勇	VLSPT	0.34
8	2200非凡大探索	UBN	0.33
9	1500非凡大探索	UBN	0.32
10	省錢高手帶路挖掘在地隱藏	VLJP	0.29



07

網路觀察

Network

9月網站流量總排行 Top20

	MEDIA	每月訪問量	獨立訪客	年度變化	排除重疊受眾	桌面端%	移動端%	持續訪問時間	訪問頁面數
1	google.com	945,970,271	26,938,643	4.79%	19,990,863	41.9%	58.1%	00:10:32	9.59
2	youtube.com	400,059,631	15,713,814	-1.34%	10,837,219	84.7%	15.3%	00:20:38	11.47
3	facebook.com	189,870,073	14,666,798	-1.66%	10,175,418	63.4%	36.6%	00:09:34	9.77
4	yahoo.com	136,538,498	12,257,886	-3.78%	8,528,281	53.5%	46.5%	00:05:57	5.59
5	instagram.com	92,981,139	16,590,827	18.68%	12,977,830	54.5%	45.5%	00:06:28	11.09
6	gamer.com.tw	86,167,282	9,152,638	1.96%	6,665,556	54.5%	45.5%	00:06:03	5.33
7	threads.com	75,098,323	10,142,371	55.84%	7,920,669	58.3%	41.7%	00:07:42	8.98
8	chatgpt.com	49,346,811	4,017,999	8.02%	3,184,972	88.8%	11.2%	00:06:27	3.67
9	shopee.tw	47,722,817	8,299,689	-8.47%	6,107,912	68.4%	31.6%	00:07:48	9.11
10	gemini.google.com	45,547,533	3,177,417	208.73%	2,711,963	90.9%	9.1%	00:05:31	3.52
11	wikipedia.org	45,094,789	8,228,738	-6.67%	5,912,035	45.8%	54.2%	00:03:05	3.14
12	news.yahoo.com	43,773,872	6,660,297	-6.37%	4,795,155	75.8%	24.2%	00:03:49	2.37
13	bilibili.com	43,741,988	4,636,447	18.61%	3,461,308	85.2%	14.8%	00:14:33	10.65
14	ptt.cc	41,615,633	6,348,906	0.13%	4,634,378	48.3%	51.7%	00:07:23	9.53
15	udn.com	37,810,899	6,387,798	-10.36%	4,620,033	31.6%	68.4%	00:03:08	2.38
16	dcard.tw	36,677,898	10,029,271	-4.07%	8,126,724	32.0%	68.0%	00:04:19	3.66
17	line.me	36,156,939	8,665,655	-5.70%	6,451,430	37.4%	62.6%	00:01:15	2.55
18	x.com	34,266,148	4,338,261	9.67%	3,707,056	67.3%	32.7%	00:09:14	11.78
19	cwa.gov.tw	33,911,785	4,955,951	-3.33%	3,661,624	27.7%	72.3%	00:01:52	2.20
20	twitch.tv	31,831,424	1,085,401	-3.09%	788,592	96.0%	4.0%	00:09:23	4.89

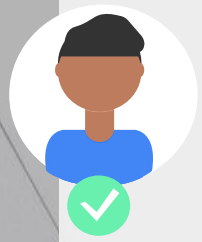


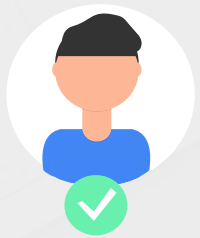
資料來源： SimilarWeb, September 2026

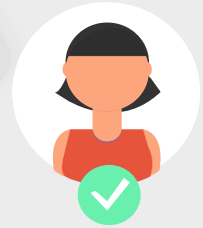
性別流量來源 Top20

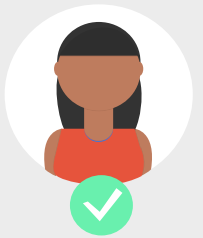
每月访问量	男性TOP20
google.com	492,978,790
youtube.com	213,025,885
facebook.com	98,869,958
yahoo.com	65,783,080
gamer.com.tw	49,603,525
instagram.com	47,294,684
threads.com	46,687,858
chatgpt.com	28,075,045
shopee.tw	26,495,359
bilibili.com	24,539,293
ptt.cc	22,635,447
twitch.tv	22,632,044
wikipedia.org	22,519,434
news.yahoo.com	21,675,656
x.com	21,570,668
gemini.google.com	20,040,896
dcard.tw	18,961,745
udn.com	17,141,846
line.me	16,888,599
ettoday.net	16,705,605

每月访问量	女性TOP20
google.com	412,489,877
youtube.com	163,773,864
facebook.com	76,487,404
yahoo.com	48,277,764
instagram.com	38,172,640
threads.com	33,658,091
chatgpt.com	27,051,488
gamer.com.tw	24,633,312
shopee.tw	18,641,735
gemini.google.com	16,870,328
wikipedia.org	16,251,625
bilibili.com	15,891,817
line.me	15,551,413
news.yahoo.com	15,478,193
dcard.tw	13,857,389
udn.com	12,244,541
ptt.cc	11,578,354
momoshop.com.tw	11,485,699
netflix.com	10,686,521
x.com	10,552,409









各年齡層特色網站觀察

18-24

No.	Domain	
1	google.com	154,232,887
2	youtube.com	70,554,750
3	facebook.com	24,696,093
4	gamer.com.tw	21,314,561
5	instagram.com	14,016,377
6	threads.com	13,134,212
7	bilibili.com	12,653,684
8	yahoo.com	11,348,203
9	twitch.tv	11,063,414
10	x.com	9,771,392

25-34

No.	Domain	
1	google.com	259,805,821
2	youtube.com	111,392,224
3	facebook.com	46,327,913
4	yahoo.com	28,502,550
5	instagram.com	23,951,050
6	gamer.com.tw	23,545,856
7	threads.com	22,764,996
8	chatgpt.com	16,981,082
9	bilibili.com	14,441,975
10	shopee.tw	12,108,453

35-44

No.	Domain	
1	google.com	221,980,172
2	youtube.com	93,417,179
3	facebook.com	44,002,474
4	yahoo.com	30,168,769
5	instagram.com	21,065,395
6	threads.com	19,253,618
7	gamer.com.tw	15,753,575
8	chatgpt.com	13,614,167
9	shopee.tw	11,086,472
10	news.yahoo.com	9,815,635

45-54

No.	Domain	
1	google.com	134,170,550
2	youtube.com	51,843,071
3	facebook.com	27,659,045
4	yahoo.com	18,958,597
5	instagram.com	12,876,527
6	threads.com	11,753,551
7	chatgpt.com	8,266,719
8	shopee.tw	7,482,261
9	gamer.com.tw	7,263,049
10	news.yahoo.com	6,018,214

55-64

No.	Domain	
1	google.com	84,407,046
2	youtube.com	32,651,309
3	facebook.com	21,432,763
4	yahoo.com	16,514,947
5	instagram.com	8,801,118
6	threads.com	8,785,980
7	news.yahoo.com	5,726,001
8	shopee.tw	5,309,488
9	chatgpt.com	4,866,853
10	udn.com	4,731,957

65以上

No.	Domain	
1	google.com	50,872,190
2	youtube.com	16,941,217
3	facebook.com	11,239,074
4	yahoo.com	8,567,779
5	instagram.com	4,756,857
6	threads.com	4,653,592
7	shopee.tw	2,967,908
8	news.yahoo.com	2,895,266
9	chatgpt.com	2,663,579
10	line.me	2,559,959

100 90 80 70 60 50 40 30 20 10 0

資料來源： SimilarWeb, September 2026



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

Media Drive
宏 將 傳 媒