

宏將週報

Vol.2645 11.02 ~ 11.08

Media Drive Bulletin

- 台灣影視如何接軌國際？Netflix攜手文化部推動影視製作升級，讓台灣影視團隊有更多機會與國際產業接軌...

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

Netflix與文策院推動影視升級，聚焦三大製作關鍵

2 網紅觀察站 Influencer

2026/11【母嬰】社群媒體帳號排行Top10

3 熱門話題 Hot Topics

11月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

4 國際視野 Media Trend

社群情境喜劇崛起，短篇影集吸引百萬觀看

5 數位轉型 Digital Transformation

從咖啡連鎖到餐飲平台，路易莎砸億元布局AI轉型

6 收視調查 Ratings

2026/11/02-2026/11/08



01

媒體放大鏡

Media News



【2026/11/05, cnews】

Netflix與文策院推動影視升級，聚焦三大製作關鍵

台灣原創影視作品在國際間累積能見度，製作規模提升、創作題材也越來越廣。Netflix與文化內容策進院舉辦為期兩天的製作創新峰會，從前沿科技、預算管理及安全管理三大面向，借鏡國際經驗，探討台灣影視產業邁向下一階段的關鍵能力。

- **AI應用與資源規劃｜包括音源分離、降噪與口音調整以及如何運用 AI 輔助開拍前的分鏡、場景設計及燈光安排**，讓導演、攝影、美術，不同部門能更早溝通、構思作品的呈現方式。峰會也了邀請國際專家以實作教學，與台灣影視工作者分享專業預算管理工具與流程。
- **安全環境｜**以實務分享和小組討論，探討從前期規劃、拍攝排程到現場執行，及早辨識風險、將安全考量融入製作流程，把關影視工作者的身體安全以及心理健康，為創作打下最穩固的基礎。

Netflix表示，從**AI應用、資源規劃到安全環境，三者相互支撐，是台灣影視產業提升競爭力的重要基礎**。除了製作創新峰會，也持續透過不同形式的專業培訓，支持台灣影視工作者累積製作經驗、拓展專業技能與國際視野。



【 2026/11/06, 三立新聞網】

經典台劇掀考古熱潮，昔日名場面再成社群話題

近期隨著「上古許光漢」林煒意外翻紅，**經典台劇《我永遠愛你》的浮誇劇情再度掀起討論，也意外帶動網友一波台劇考古潮**。2004年播出的偶像劇《紫禁之巔》也被挖出經典片段，誇張畫面讓網友看傻，影片重新曝光後，短短時間已吸引超過200萬人次觀看。

《紫禁之巔》是2004年以街舞為主題的偶像劇，當時Gino在劇中飾演個性冷酷的「天蠍」，為了加入舞團「黑豹」，接受首領「把子」提出的膽量考驗，必須站在車水馬龍的十字路口中央跳舞。沒想到天蠍真的豁出去，直接在車流中大跳街舞，畫面中車輛不斷從身旁呼嘯而過，稍有不慎恐怕就會發生意外，如今重新回顧，讓不少觀眾直冒冷汗。

該片段再度被網友分享到Threads，**短短不到一天就累積超過200萬次觀看、4.8萬人按讚**，網友紛紛留言：「笑死，現在才知道原來這當初真的沒申請路權」、「所以喇叭聲是真的嗎哈哈哈」、「開始笑不出來了」、「古時候是真不把人命當人命」。事實上，《紫禁之巔》劇中「要打去練舞室打」、雨中Battle等名場面，也**早已成為網路迷因**，至今仍不時被網友翻出來討論。

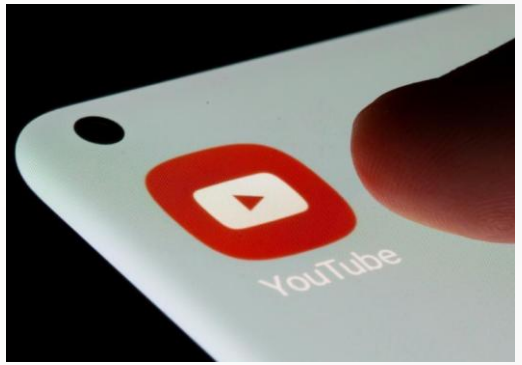


【2026/11/07, 自由時報】

YouTube要搶臉書、IG飯碗？新功能社群味超濃

YouTube不只看影片，未來還可能變身社群平台！外媒發現，YouTube疑似正在開發名為「Tamba」的全新服務，除了私訊、群聊，還可能支援好友互相追蹤、發文等功能。

- **YouTube神秘新服務曝光｜**Tamba上不僅發現專屬Logo，還找到多達38個介面圖示，包括聊天、相機、愛心、貼圖及麥克風等，整體設計風格與現有YouTube明顯不同，反而**更接近Instagram等社群App**。Tamba可能具備相當完整的社群功能，**包括追蹤好友、發送追蹤請求、私人訊息、群組聊天、發文，以及語音回覆等**。事實上，YouTube近年持續強化社群功能，2025年重新復活私訊功能，讓用戶可以直接在App內分享影片。此外，YouTube日前也預告將加入群聊功能，顯示官方正積極強化平台內的社交互動體驗。
- **Google尚未公布未知數仍很多｜**至於Tamba究竟會如何發展，現階段仍充滿未知數，無法得知跟YouTube現有社群功能的關係連結，是未來會整合進YouTube，或是打造獨立的社群App。Google尚未正式公布Tamba，沒有確切的推出時間，不排除最後取消開發的可能性。



【2026/11/07, 自由時報】

YouTube大改版惹怒用戶！用了10年功能被移走

YouTube最近啟動手機版App介面大改版，將原本位於底部的「訂閱內容」分頁移至首頁上方，引發大批網友不滿，直呼「真的愈改愈改用」，甚至有人抱怨，**只是想查看訂閱頻道的影片，卻因為不習慣新介面，一直誤開相機**。這次是YouTube手機版近10年來規模最大的介面調整，原本底部導覽列縮減為4個，移除「訂閱內容」的獨立入口，讓Shorts短影音及上傳功能在視覺上變得更加突出。

- **訂閱分頁被移走，網友抱怨操作不便｜**「訂閱內容」被整合至首頁上方，**操作上變得不直覺**，過去直接點選底部按鈕就能進入，現在還要多一個「滑一下」的動作，才能查看已訂閱頻道的最新影片。另外，新版「訂閱內容」頁面也取消原本方便找影片的篩選功能，**無法再透過「今天」、「未觀看」等選項，快速找到想看的內容**。雖然看起來只是換個位置，卻打亂許多人長年養成的使用習慣。
- **不想適應新版？有一招替代方式｜**長按手機桌面上的YouTube App圖示，透過「訂閱內容」快捷選項，就能直接開啟訂閱影片頁面，省去先進入首頁再切換的步驟，不過，實際使用仍須視手機機型而定。



【2026/11/05, INSIDE】

ChatGPT 生圖支援 GIF 了！Images 2.6生成快 50%

OpenAI 推出 Images 2.6，ChatGPT 能把一句提示詞直接做成 GIF，參考圖也可以存起來重複使用。官方稱**生成速度快 50%，每週生成量達 40 億張**。本文依官方公告、開發者社群公告與系統卡，拆解兩款 API 模型怎麼分工，以及 GIF 審核仍會漏網的地方。

- **支援GIF動畫生成，拓展社群創意應用｜**使用者可透過文字提示或圖片生成GIF，並調整播放速度、編輯個別畫格，應用於品牌吉祥物動畫、社群迷因及影片前期的動態分鏡測試。此外，參考圖也能儲存並重複使用，不必每次重新上傳，有助於延續角色與品牌視覺的一致性。
- **圖像生成效率提升，強化廣告素材製作｜**新版生成速度據官方宣稱提升50%，其中**Flare模型在低畫質設定下最快6秒即可出圖，適合快速製作及修改素材**；**Sunburst則著重細節品質與多輪編輯的一致性**。API也新增SVG輸出與圖片標註功能，讓AI進一步應用於海報、產品圖及廣告素材的製作流程。



【2026/11/06, 科技報橘】

AI讓網紅篩選更精準，品牌合作仍需人類洞察

當網紅行銷逐漸成為品牌媒體策略的核心，如何精準找到能與目標受眾產生共鳴的創作者，成為行銷團隊面臨的新挑戰。AI 網紅搜尋平台與社群聆聽工具，正協助品牌擴大搜尋範圍、分析受眾特徵並精確評估成效，減少人工篩選的負擔。

- **超級細緻的條件設定與社群聆聽，精準鎖定利基受眾｜**Goodwipes採用網紅搜尋工具Modash，**大幅縮減手動搜尋時間，專注於審視內容契合度**；並搭配社群聆聽工具Nectar挖掘原本未被納入目標受眾名單，例如產後媽媽。同時，AI工具也進一步提升成果評估的精細度，量化估算「Earned Media Value, EMV」，讓團隊能提供更具體且數據化的成效報告，呈現網紅行銷的實質商業價值。
- **最成功的策略通常採用「人機協作模式」｜**由 AI 負責高效撒網與數據過濾，再由人類評估其內容調性與真實文化共鳴。AI 網紅行銷的終極目標，是將數據篩選、社群觀察與人際互動整合進同一個工作流程。工具能提升效率、優化成效評估並累積歷史數據，但**品牌能否找到真正理解產品、深受社群信任且具備故事感染力的創作者，終究取決於團隊的洞察與決策**。



【2026/11/05, 聯合新聞網】

從社群成癮到數位排毒，Z世代重新找回生活主導權

從小生活在有社群媒體、智慧型手機的世界的Z世代，驚覺到生活已經被這些平台奪去。如今，看準Z世代憤怒的「數位排毒」產業正蓬勃發展，熱門「戒斷」應用每個月能從年輕人賺到上百美元的「排毒費」。

- **科技巨頭的白老鼠？｜近60%的Z世代受訪者承認自己有社群媒體成癮問題**；而調查也指出，三分之一的Z世代表示他們已經主動刪除了一些應用程式。除了仰賴戒斷App，也有Z世代選擇更極端的做法：直接換掉手機。將自己的智慧型手機換成了幾乎沒有智慧功能的Light Phone。施羅赫批評，「我們這一代人成了大型科技公司的試驗品，他們利用我們的痛苦和對這些App的依賴來牟利。」
- **轉向線下社交，或學習與螢幕共處｜**看準了Z世代渴望遠離演算法的痛點，一些全新的App開始將焦點轉向線下實體活動。例如，**推廣酒吧快閃、慢跑和音樂會聚會的App**，「Pie：我們的用戶正在積極建立人脈並拓展社交圈」。與其被動地被演算法餵食短影音，不如**將時間轉向主動的數位活動**。當你將「被動的滑手機」轉換為「有目的的創造與學習」，螢幕也有望成為提升生活品質的工具。



【2026/11/03, 壹蘋新聞網】

雙11僅15%消費者高度期待，最想買的不是3C

雙11優惠一波接一波，消費者卻不一定急著掏錢！最新調查顯示，僅15%消費者高度期待雙11，逾四成認為平時平台促銷就很多，不會特別期待這個年度購物節。至於購物清單，**最熱門的也不是3C產品，而是日常用得到的民生消耗品**。

- **折扣夠低仍會買！20多歲逾七成先比價｜**消費者還在觀望，優惠是否有感才是關鍵。即使已有心儀商品，也未必直接結帳。60.6%消費者已有感興趣的商品，但**仍會多方比價**，僅11.5%已有明確購買計畫。其中，**20多歲消費者的比價比例更達70.9%**，顯示年輕族群面對購物節，仍會仔細比較價格。促銷也可能讓原本沒有的需求突然冒出來。
- **近六成預算不變，雙11採購以民生補貨為主｜**預算方面，59.8%消費者預計與去年持平，多數人仍傾向守住既有預算，尋找更划算的購物選擇。採購品類**以民生消耗品最熱門，占45.7%，其次為食品飲料35.7%，3C數位／影音娛樂則以31.3%排名第三**。其中，20多歲族群偏好食品飲料，30多歲則有較高的美妝保養需求，反映雙11也是集中採買日常所需的補貨時機。



02

網紅觀察站

Influencer

【母嬰】社群媒體帳號排行TOP 10



	Instagram 口碑數量 TOP10	
1	漢娜在翻譯	1,317,571
2	焦凡凡	1,030,587
3	晞晞 x 蕎蕎	1,004,811
4	恭禧	829,620
5	呂彥青	759,117
6	詹の快樂小詹	753,232
7	Butterfly愷樂	577,202
8	琪媽Anna	559,580
9	莎白 Elizabeth	491,635
10	人千人千	491,626

	Facebook 口碑數量 TOP10	
1	王齊麟/Wang Chi Lin	790,214
2	漢娜在翻譯	514,610
3	鄭家純	490,426
4	劉品言	373,381
5	波痞到底是在幹嘛？	363,612
6	香蕉 王俊傑	313,772
7	莎白 Elizabeth	311,249
8	一起趣蕉游	271,329
9	熊熊 Bear Genie	253,415
10	江坤宇	220,185

	Youtube 口碑數量 TOP10	
1	莎白Elizabeth	676,532
2	りゅなりさ	673,010
3	瑄瑄 & G先生	409,366
4	崇崇Daniel	373,954
5	我是Mana	324,705
6	李好哩賀	267,160
7	Jo裡給給	185,171
8	妹比睿弟一起玩	121,737
9	香蕉 王俊傑	113,260
10	豬豬隊友	105,527

資料來源：Kolr；趨勢分析-社群帳號排行(母嬰)；最後更新日期：2026年11月



03

熱門話題

Hot Topics

11月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

#hashtag排行榜	
排名	Hashtag
1	#萬聖節
2	#中秋節
3	#搞笑
4	#fyp
5	#金鐘61
6	#颱風
7	#台北美食
8	#日常
9	#reels
10	#日本

1 **#萬聖節**
阿金の寶藏鋪
平均互動數 19.9萬
平均互動率 4,211%

2 **#halloween**
Lulu 盧虹妤
平均互動數 17.9萬
平均互動率 3,466%

3 **#搞笑**
噪咖EBCbuzz
平均互動數 19.7萬
平均互動率 36.8%

4 **#fyp**
Voki Nokan
平均互動數 9萬
平均互動率 45.2%

5 **#金鐘61**
台視新聞
平均互動數 9.7萬
平均互動率 56.1%

6 **#颱風**
醫生叔叔 Eason
平均互動數 33.2萬
平均互動率 103%

7 **#台北美食**
貪食鯊
平均互動數 20萬
平均互動率 60.9%

8 **#日常**
牛排
平均互動數 7.2萬
平均互動率 18.5%

9 **#reels**
9GAG
平均互動數 11.2萬
平均互動率 0.22%

10 **#日本**
東森新聞
平均互動數 7.1萬
平均互動率 8.85%

資料來源：Kolr；趨勢分析-hashtag排行；最後更新日期：2026年11月

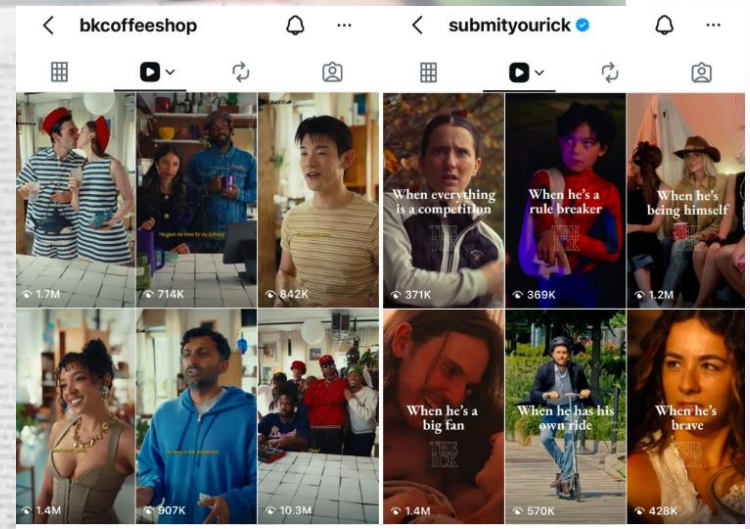


04

國際視野

Media Trend

社群情境喜劇崛起，短篇影集吸引百萬觀看



節目	創作者	Instagram 追蹤者
Chit	Jay Renshaw	190 萬
The Ick	American Picture Company 和 Alex Berry	70 萬
Brooklyn Coffee Shop	Pooja Tripathi	69.1 萬
Eavesdropping	Nicolas Alayo、Christian Sullivan 和 Kaleigh Bleu Howland	47.1 萬
Roomies	Bilt	20 萬
Near Death	Jon Stahl	14.2 萬
Secondhand Exchange	Jourdain Fisher 和 Max Manticof	13.2 萬
Flirting!	Jonah Feingold	9.4 萬
Time Travel Department	Elliott Walker	9.2 萬
Gen Z Therapist	Mutuals Media	1.4 萬

Instagram 正成為短篇情境喜劇的新舞台，創作者將電視情境喜劇的角色設定與幽默互動，重新轉化為適合社群平台的直式短影音。隨著《Secondhand Exchange》、《Brooklyn Coffee Shop》、《The Ick》等節目累積數百萬觀看，短篇劇本式內容快速興起，也開始受到品牌與串流平台關注。不過，相較於無劇本內容，這類節目需要更多製作規劃與成本，如何建立穩定的商業模式，仍是創作者面臨的挑戰。

- **社群情境喜劇的製作，短篇影集正在崛起｜**製作人 Jon Stahl 推出的《Near Death》，在約一個月內於 **Instagram 和 Facebook 累積超過 1,000 萬次觀看**。這類節目通常採用可重複的製作模式，由固定主角在相似情境中經歷不同故事，方便批量拍攝，也讓觀眾不必從第一集開始，就能隨時加入觀看。根據 Stahl 統計，**Instagram 上 34 部劇本式短篇節目自 2023 年以來已累積超過 14 億次觀看**。
- **社群短劇成為影視產業的新試播模式｜**隨著社群短劇累積觀看與忠實觀眾，創作者開始希望向製片公司證明作品的市場潛力。串流平台 Tubi 已與 TikTok 合作推出創作者影集，Netflix 也在 10 月推出由網路短篇喜劇發展而來的《Minimum Wage》。社群平台不再只是作品曝光的管道，也逐漸成為影視內容測試觀眾反應的新舞台。
- **喜劇是創作者的事業，品牌合作成為重要收入來源｜**短篇情境喜劇雖然在 Instagram 等平台獲得大量觀看，但短影音的變現收入仍低於長篇內容。**部分創作者透過 Patreon、Substack 提供付費內容，或販售周邊商品，但多數節目仍仰賴品牌合作**。除了贊助既有節目，Bilt、Banana Republic 等品牌也開始製作自己的短篇情境喜劇，將品牌內容融入系列故事。

資料來源： businessinsider 2026-11-06



05

數位轉型

Digital Transformation

START

從咖啡連鎖到餐飲平台，路易莎砸億元布局AI轉型

台灣連鎖咖啡品牌路易莎積極拓展多品牌餐飲事業，並宣布投入近億元建置AI餐飲大平台，預計2027年6月完成系統整合。除了提升旗下門市與中央工廠的營運效率，未來也規劃將系統、原料及物流資源開放給中小型餐飲業者，從經營自有品牌逐步朝餐飲平台發展。





◆ 投入近億元建置AI餐飲平台，整合營運資源

路易莎目前擁有近600家門市及十座中央工廠，隨著旗下餐飲品牌與營運規模擴大，計畫透過AI Agent整合各品牌、門市與後勤系統，串聯資訊流、物流及營運管理，讓餐飲經營逐步從仰賴人力與經驗，轉向數據化、智慧化管理。

◆ 導入AI預測訂貨需求，串接中央工廠與智慧倉儲

路易莎規劃透過TQG Forecast門市訂貨決策系統，運用AI預測各門市商品需求，並串接中央工廠的生產備料、智慧倉儲及物流配送。未來希望逐步實現自動叫貨與庫存管理，減少人工作業負擔，提升整體供應鏈效率。

◆ 開放平台支援中小型餐飲業者，擴大合作版圖

除了服務旗下品牌，路易莎也計畫將AI餐飲平台開放給中小型餐飲業者，提供系統、原料與物流等資源，降低業者自行建置ERP及供應鏈的成本。對具有發展潛力的品牌，也不排除透過持股20%至30%的方式進行策略合作，協助擴大經營規模。

◆ 持續拓展多元餐飲品牌，尋找下一階段成長機會

路易莎近年持續發展多品牌餐飲布局，除了既有咖啡門市，也積極嘗試不同餐飲業態，並與新北捷運合作推出「NuMove續行」，首店進駐台北大學站。透過多元品牌經營與既有供應鏈資源，路易莎希望進一步擴大餐飲市場布局。

◆ 從門市經營走向平台服務，觀察品牌轉型新方向

觀察路易莎本次布局，AI不只是協助門市提升營運效率的工具，更被納入未來餐飲平台的發展規劃。從自有品牌經營延伸至對外提供系統與供應鏈服務，也反映品牌嘗試運用既有資源發展新的商業模式。至於平台能否帶動實際營運成效，仍有待後續觀察。

GOAL

資料來源：經濟日報_產業熱點2026/10_咖啡市場終會飽和 路易莎跨足多品牌餐飲 再用 AI 平台拚下一個成長曲線



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	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	3.06
2	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	2.63
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.07
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.92
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.55
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.30
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.25
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.06
9	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.95
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.87
11	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.84
12	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.83
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.82
14	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.78
15	飛龍在天安美諾外泌體抗老	FTV	閩南語連續劇	0.77
16	醫學大聯盟飲后	FTV	競賽綜藝	0.63
17	你好我是誰2金艷逆齡霜愛	FTV	國語連續劇	0.62
18	姊妹亮起來安美諾外泌體抗	FTV	資訊綜藝	0.61
19	1300豆腐媽媽安美諾美白修	FTV	閩南語連續劇	0.60
20	1300豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.50

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.24
2	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.57
3	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	娛樂綜藝	1.50
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.45
5	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.32
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.31
7	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	1.17
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.01
9	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	1.01
10	台灣ON AIR雲林開講	SETN	新聞性質節目	0.88
11	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.86
12	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
13	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.83
14	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.82
15	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.81
16	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.77
17	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.77
18	54陪審團	SETN	新聞性質節目	0.72
19	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.71
20	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.71

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/11/02-2026/11/08

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.95
2	蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.73
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.71
4	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.70
5	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	0.70
6	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.66
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.66
8	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	0.65
9	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.61
10	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.95

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.53
2	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	1.36
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.28
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.01
5	姊妹亮起來安美諾外泌體抗	FTV	資訊綜藝	0.87
6	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	0.79
7	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.78
8	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.75
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.72
10	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.70

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	2.18
2	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.80
3	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	1.41
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.31
5	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.12
6	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.99
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.87
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.86
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.85
10	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.84

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	5.05
2	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	4.42
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.38
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.31
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	2.08
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.94
7	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.70
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.61
9	飛龍在天安美諾外泌體抗老	FTV	閩南語連續劇	1.40
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.32

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.06
2	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.42
3	四喜	TVBSG	大陸劇	0.41
4	我的婆婆怎麼那麼可愛2	ET-D	閩南語連續劇	0.39
5	寶傑點兵	EFNC	新聞性質節目	0.34
6	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	0.34
7	1400重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.34
8	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.32
9	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	0.32
10	MMA前線狂熱K POP	TVBSN	新聞性質節目	0.31

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	娛樂綜藝	1.08
2	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.95
3	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.80
4	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.67
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.66
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.62
7	MMA前線狂熱K POP	TVBSN	新聞性質節目	0.53
8	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.52
9	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	0.50
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.48

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.07
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.04
3	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.95
4	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.93
5	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	0.85
6	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.69
7	真相對話錄	NTVN	新聞性質節目	0.64
8	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	娛樂綜藝	0.63
9	MMA前線狂熱K POP	TVBSN	新聞性質節目	0.63
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.62

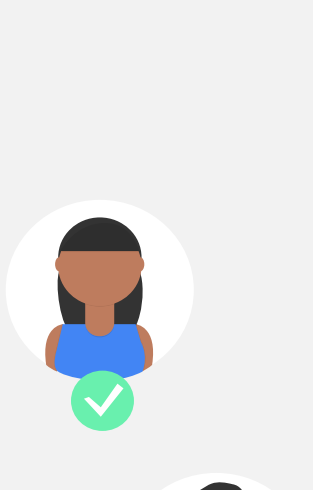
50歲以上

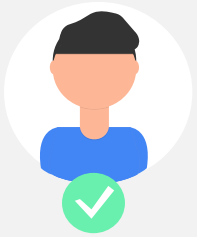
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	4.12
2	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	娛樂綜藝	2.66
3	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	2.47
4	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	2.35
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.35
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	2.25
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.69
8	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.55
9	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	1.52
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.35

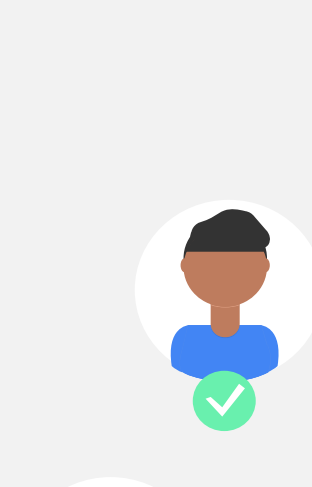
資料來源：Nielsen Arianna, 2026/11/02-2026/11/08

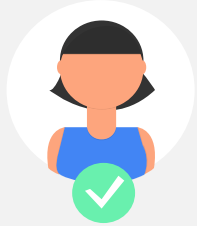
新聞類節目/頻道收視

無線台新聞	全體	15-24歲	25-34歲	35-49歲	50歲以上
CTV/中視	0.92	0.39	0.47	0.64	1.43
FTV/民視	0.36	0.13	0.13	0.16	0.64
TTV/台視	0.30	0.10	0.18	0.20	0.46
CTS/華視	0.15	0.03	0.13	0.11	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	0.17	0.23	0.38	0.83
SETN/三立新聞	0.50	0.08	0.09	0.26	0.91
FTVN/民視新聞	0.45	0.07	0.15	0.18	0.85
ET-N/東森新聞	0.39	0.15	0.17	0.26	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.06	0.07	0.13	0.47
UBN/非凡新聞	0.18	0.02	0.06	0.09	0.33
NTVN/壹新聞	0.17	0.03	0.07	0.12	0.28
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.03	0.05	0.10	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.04	0.03	0.08	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	0.02	0.01	0.04









資料來源：Nielsen Arianna, 2026/11/02-2026/11/08

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	3.06
2	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	1.57
3	寶島西米樂守護	TTV	0.95
4	戲說台灣	SANLI	0.86
5	飛龍在天安美諾外泌體抗老	FTV	0.77
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.71
7	逐玉	VLD	0.63
8	你好我是誰2金艷逆齡霜愛	FTV	0.62
9	1300豆腐媽媽安美諾美白修	FTV	0.60
10	1300豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	0.50

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	2.63
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.24
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	2.07
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	1.92
5	飢餓遊戲	CTV	1.55
6	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	1.50
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.30
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	1.06
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.84
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	0.83

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	驚爆新聞線2200	SETN	1.45
2	驚爆新聞線2100	SETN	1.32
3	台灣最前線	FTVN	1.31
4	台灣ON AIR	SETN	1.17
5	新台派上線	SETN	1.01
6	新聞面對面	ERA-N	1.01
7	台灣ON AIR雲林開講	SETN	0.88
8	非凡最前線	UBN	0.85
9	最前線新聞	UBN	0.83
10	挑戰新聞	FTVN	0.82

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.25
2	型男大主廚	SL2	0.46
3	效年出發吧愛妮雅化妝品	STV	0.42
4	開火開伙佳倍優	TTV	0.39
5	詹姆士出走料理金艷逆齡霜	GTV-1	0.33
6	花甲少年之半熟朋友莊廣和	ETTV	0.28
7	直亞洲職棒爭霸熱味VS中	VLSPT	0.27
8	直NBA魔VS勇	VLMAX	0.27
9	直中職頒獎典禮	VLSPT	0.27
10	非凡大探索	UBN	0.26



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