

宏將週報

Vol.2647 11.16 ~ 11.22

Media Drive Bulletin

- 第63屆金馬獎收視出爐！幕後電影工作者成為全場收視焦點，官方社群平台更於15小時內累積超過730萬次觀看與觸及...

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

金馬63收視排名出爐，帥調光師吸51萬人朝聖！

2 網紅觀察站 Influencer

2026/11【台灣旅遊】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

ChatGPT推薦品牌後，僅8.8%造訪由AI直接導流

5 數位廣告速報 Digital Ads

三大平台數位廣告更新重點

6 收視調查 Ratings

2026/11/16-2026/11/22



01

媒體放大鏡

Media News



2026/11/23, 壹蘋新聞網

金馬63收視排名出爐，帥調光師吸51萬人朝聖！

第63屆金馬獎頒獎典禮於11月22日落幕，廣受各界好評。當晚台上得獎者的真情流露、頒獎嘉賓的妙語如珠和表演嘉賓的精彩演出，都讓收看節目的觀眾和網友印象深刻，**典禮全體平均收視1.79，有效平均收視1.41，總收視人口1,382,000**。

另外，**MyVideo及LINETODAY網路新媒體收看高達3,189,916人次**。總計當晚全台超過500萬人次觀賞金馬盛會。今年典禮在金馬官方平台FB、IG、Threads，15小時即累積超過730萬次的觀看與觸及數，**展現極高的社群關注度** 。

年度台灣傑出電影工作者頒發給**知名調光師周佳聖，他上台分享多年來投入電影工作的心路歷程，該時段收視衝上全場最高2.44，吸引51萬人觀看**；最佳原著劇本由《善男信女》獲得，導演兼編劇楊雨全與編劇火車上台分享創作歷程與得獎心情，收視達2.36，位居全場第二；終身成就獎則由虞戡平獲得，由馬志翔、鄭人碩擔任引言頒獎，回顧其電影生涯與重要貢獻，收視達2.31，拿下全場第三高。從節目內容、典禮流程到星光大道主持表現，《第63屆金馬獎》皆展現亮眼水準，為影迷帶來一場精彩的電影盛宴。



2026/11/23, 網路溫度計

金馬63名場面回顧，國際影人與電影情懷交織

今年金馬獎由香港演員柯煒林首度擔任主持人，帶領觀眾走進金馬之夜。獎項方面，劉冠廷憑《雙囍》首度奪下最佳男主角，袁澧林以《第四幕》拿下最佳女主角；以首部自編自導劇情長片《女孩》入圍的舒淇，也獲得最佳新導演肯定。從影帝、影后出爐，到得獎者的感性致詞與典禮上的驚喜橋段，都成為今年金馬獎的討論焦點。

- **柯煒林首度主持！舒淇重溫《千禧曼波》經典畫面落淚｜**柯煒林特別準備向舒淇致意的橋段，回顧侯孝賢於2000年拍攝《千禧曼波》時，舒淇走過基隆陸橋的經典畫面。相隔26年，舒淇以導演身分帶著《女孩》重返當年的拍攝場景，從鏡頭前的演員轉變為掌鏡的創作者。**當典禮播放昔日影像，台下的舒淇忍不住紅了眼眶，也讓這段跨越26年的電影回憶成為當晚感性時刻**。
- **李安、奉俊昊同台！Zendaya、Jason Momoa現身｜李安與《寄生上流》導演奉俊昊兩位國際名導同框成為典禮焦點**。此外，張震頒發最佳改編劇本獎時，曾與他合作《沙丘》的Zendaya、Jason Momoa也透過預錄影片現身助陣，讓影迷相當驚喜。



2026/11/21．今日新聞

胡瓜另起爐灶！《新下面一位》上線2天突破21萬訂閱

綜藝天王胡瓜透露經營近3年、累積約60萬訂閱的YouTube頻道《下面一位》，因與合夥人拆夥無法繼續使用。改開《新下面一位》從零開始。沒想到**新頻道上線短短2天，截至11月21日已突破近21萬訂閱，超過原頻道拆夥前訂閱數的三分之一**。

- **告別60萬訂閱頻道，胡瓜揭合作終止始末｜**胡瓜在新頻道首支影片中找來女兒小禎、兒子胡釋安開家庭會議，說明自己為何得放下經營多年的《下面一位》。他透露，過去將行政及帳務交由合作夥伴處理，自己則專注於節目製作及邀請來賓。雙方終止合作後，由於原頻道登記在對方公司名下，團隊無法自行上架影片，最終決定結算合作，獨資經營新頻道。
- **首日達18萬、2天破21萬，節目製作規模不縮水｜**《新下面一位》於19日公開首支影片，隔天訂閱數就衝到18萬，如今再突破21萬。以舊頻道拆夥前約60萬訂閱計算，新頻道才上線2天，訂閱規模就已達到原本的約35%。胡瓜先前在餐敘上說，打算給自己1年時間衝刺，也**承諾新頻道雖由他獨資，團隊和製作預算都不縮水，接下來仍會維持每週更新**。

2026/11/18．XFastest News

YouTube觀看次數計算方式調整，電視多人共看也納入統計

YouTube自11月16日起調整影片觀看次數的計算方式，將透過電視共同觀看影片的估算人數納入公開觀看數。過去即使多人同時透過同一台電視觀看影片，系統仍只計算一次播放；新制度則將額外觀眾納入統計，使觀看數更能反映實際觀看規模。

- **一台電視多人觀看，不再只算一次｜**YouTube將共同觀看（Co-views）納入公開觀看數，透過模型估算同一台電視前的額外觀眾。例如影片在電視上播放1,000次，若模型推估每次平均有1.1人觀看，公開觀看數便可能增加至約1,100次。
- **觀看數可能增加，廣告收入不一定同步成長｜創作者收益仍依據符合條件的有效觀看、觀看時間及相關營利規則計算**，不會因額外估算一名電視觀眾，就自動增加一次可營利觀看。因此，部分頻道的公開觀看數可能增加，但廣告收入未必等比例成長。
- **每天超過10億小時，電視成為YouTube重要平台｜**YouTube希望藉由Co-views，使公開觀看數更接近傳統電視產業衡量觀眾規模的方式。對於經營長影音、Podcast、娛樂節目、音樂及家庭娛樂內容的創作者而言，這項變更可能帶來較明顯的數據差異。

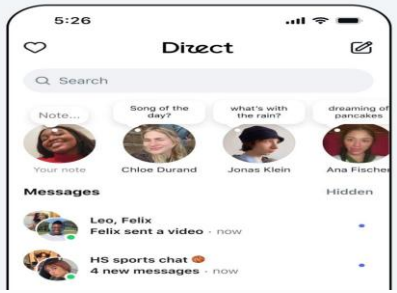


2026/11/19．Mashdigi

Disney+登台五週年，韓語與華語內容成台灣市場觀看主力

自2021年11月正式進軍台灣市場以來，Disney+於11/19迎來登台五週年里程碑，回顧這五年轉變，Disney+在台灣早已跳脫初期高度仰賴好萊塢六大品牌片庫的單一印象。最新官方數據顯示，**韓語及華語內容目前已佔台灣Disney+總觀看時數近六成**。

- **亞太原創成收視主力，觀看時數佔近60%｜**現象級韓劇《MOVING 異能》至今仍穩坐台灣Disney+累積觀看量最高的在地原創影集寶座；而今年11月3日剛上線的話題韓劇《再婚皇后》，更在開播短短三天內創下Disney+在地原創影集有史以來最高的全球首播觀看紀錄。
- **漫威院線與串流內容長尾連動｜**《奇異博士2：失控多重宇宙》為截至目前台灣累積觀看時數最高的電影；同時**每逢漫威新作於院線上映，平台內關聯舊作的點閱熱度便會同步拉升**，形成穩定的「進戲院前複習、散場後補完」循環。
- **電競與韓流直播拓展即時娛樂情境｜**在非戲劇類內容上，《KeSPA Grand Finals》電競總決賽奪下台灣平台觀看次數最高的運動類節目，而《第40屆金唱片獎》則創下首播當日觀看次數最高的直播節目紀錄。



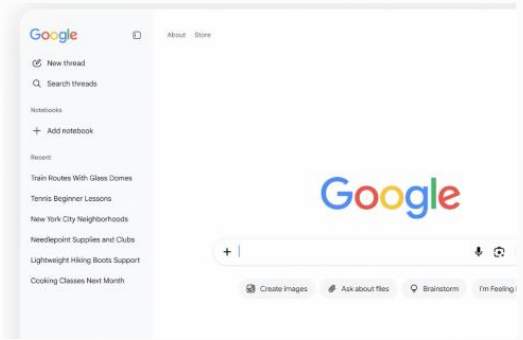
2026/11/17．自由電子報3C科技

Instagram小盒子獨立成通訊App，有望挑戰LINE地位?

宣布將 Instagram 俗稱「小盒子」的聊天功能獨立出來，將製作成名為「Direct」的通訊 App，目前已率先在泰國、土耳其試行，並且用戶即使沒有 Instagram 帳號，也能透過手機號碼或電子郵件註冊，未來是否能挑戰 LINE 在台灣的通訊霸主地位有待觀察。

根據 Meta 官方公告，**Direct 主打一對一聊天與群組通訊**，整體的操作介面直接沿用 Instagram「小盒子」設計，若本就有 Instagram 帳號，就能直接登入使用，能同步過去的對話紀錄與好友名單，若沒有 Instagram 帳號，也能透過手機號碼或電子郵件註冊。另外 Direct 還加入結合 Instagram 的多項設計，包括**直接在聊天室與朋友繪畫互動、分享自製貼圖或是傳送語音包特效**，還能替語音回覆加入群眾笑聲、水底音效等特殊效果，使用者可以自行更換聊天室背景，並透過 Instagram 內建便利貼（Notes）功能與好友分享近況。

Direct 內建安全保護機制，**只有聯絡人和新增的好友才能透過 App 與使用者對話或是拉進群組**，用戶可以隨時檢舉、封鎖或移除聯絡人；家長也可以透過管理功能查看孩子在與誰聊天、設定使用時間限制，且帳號需要年滿 13 歲才能申請。



2026/11/20．自由電子報3C科技

Google搜尋首頁改版！整合AI對話紀錄與快捷功能

Google搜尋首頁迎來大改版！這次不只調整介面，還把AI聊天功能直接搬上首頁，新增可收合的左側邊欄，讓用戶能快速找回過去的AI搜尋紀錄，隨時接著提問，不必每次都從頭開始。目前新介面已開始向全球桌面版用戶陸續推出。

- **Google搜尋首頁多了左側欄，AI對話隨時接著聊｜**點開側邊欄後，就能看到「開啟新對話」、「搜尋對話紀錄」、「新增筆記本」及「最近的對話」等功能。其中，**「最近的對話」會列出過去使用AI模式的搜尋紀錄，點擊後就能接續提問**。此外，用戶**也能透過關鍵字搜尋過去的對話，快速找回需要的資訊**，或新增筆記本，集中整理特定主題的資料。
- **搜尋框新增AI快捷功能｜**原本的「Google搜尋」按鈕被3項AI快捷功能取代，包括「建立圖片」、「詢問檔案」及「腦力激盪」，讓用戶**一打開首頁，就能快速生成圖片**、針對檔案內容提問，或請AI幫忙發想點子。如今越來越多人使用Google搜尋，不再只是問完一個問題就結束，而是會接著追問、深入了解更多資訊。這次將AI搜尋紀錄整合到首頁，也讓Google搜尋越來越像AI聊天機器人。



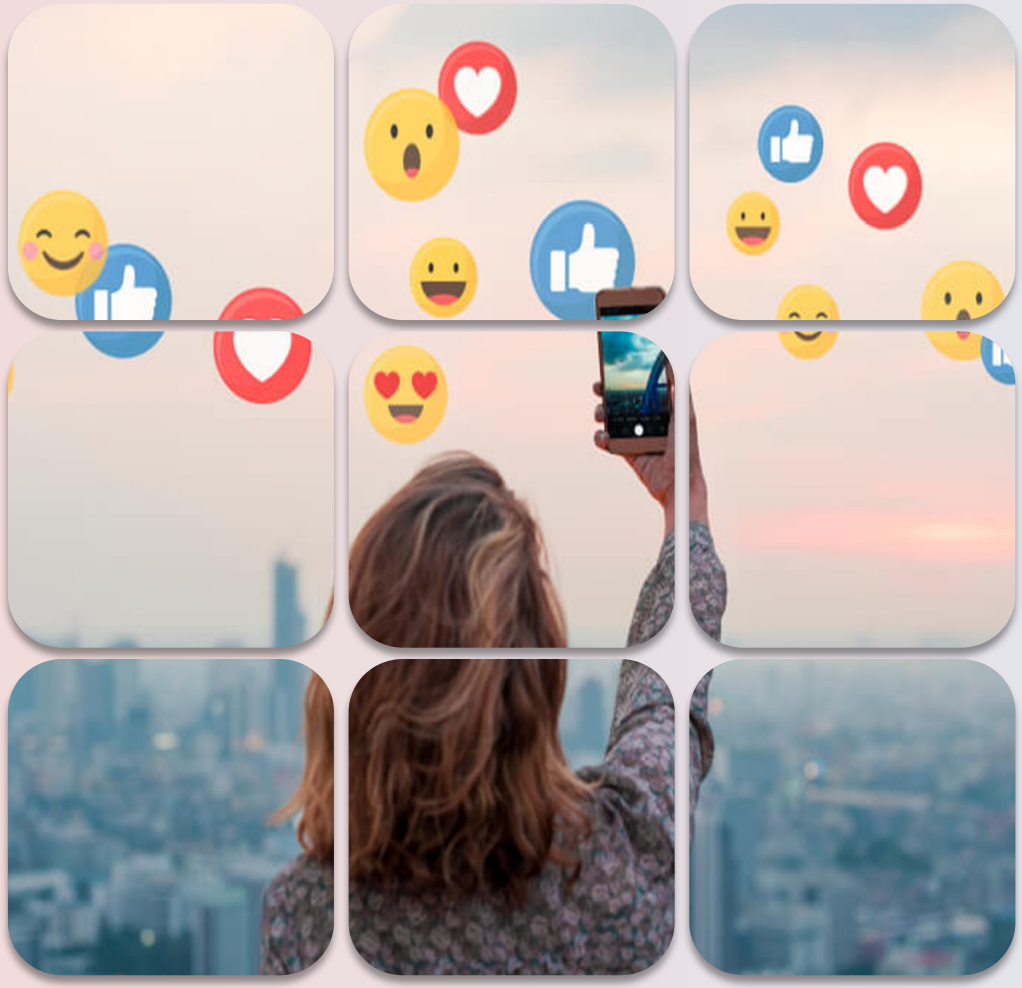
2026/11/16．經濟日報

台灣數位消費習慣轉變，外送、遊戲與電子書付費比例齊升

隨著數位科技與人工智慧（AI）快速發展，數位服務已成為驅動經濟成長及改變民眾生活的重要力量。數位產業署委託台灣野村總研，針對18歲以上民眾使用15項日常數位服務的情形進行調查，並比較近兩年的調查結果。

調查發現，民眾對已訂閱數位服務的持續付費意願明顯提升，付費者的超額價值較去年增加，達統計顯著水準。其中，**食品外送、數位遊戲平台、電子書及AI工具等4項訂閱型服務的付費比例皆顯著上升**，反映民眾對數位服務的需求及付費接受度逐步提高。

食品外送使用率由去年的47%升至52%，付費訂閱比例由42%增至53%；數位遊戲平台使用率由26%升至35%，付費訂閱比例由39%增至49%；電子書使用率由14%升至17%，付費訂閱比例由38%增至57%。AI工具使用率則由去年的49%提升至61%，付費訂閱比例由21%增至35%，顯示**AI工具的使用普及度與付費接受度同步提升**。行動支付方面，民眾願意負擔的手續費比例也由2.05%提高至3.75%，反映民眾對**數位服務的價值認同有所提升**。



02

網紅觀察站

Influencer

11月【台灣旅遊】社群媒體帳號排行Top10

	Instagram 口碑數量 TOP10	
1	樂冠廷 阿樂	1,106,359
2	智明Jimmy.psd	856,178
3	可播兄弟KO BROS	779,880
4	見習網美小吳	718,100
5	368陳彥宇	575,143
6	Alex 艾尼	563,681
7	Eric	552,784
8	漢斯旅行日常	521,466
9	ANDY王崇睿	509,164
10	葳wei的胃256G	495,431

	Facebook 口碑數量 TOP10	
1	Alex 艾尼	925,764
2	凡。追風景的小日子	627,342
3	崔璀璨 Tristan H.	594,200
4	大豐大哥大	534,513
5	智明愛吃愛旅行	411,508
6	肯吉老王 影像生活	374,640
7	雙胞胎DoRe+Fa弟	346,958
8	可播兄弟	341,023
9	普通女子 孫女	288,690
10	圖佳	285,061

	Youtube 口碑數量 TOP10	
1	尹到怡 윤도이	1,702,897
2	Joeman	1,209,965
3	見習網美小吳	1,110,391
4	普通女子 孫女	988,894
5	The DoDo Men - 嘟嘟人	819,799
6	一輪的運動日常	776,892
7	ANDY王崇睿	721,783
8	憂娘駕駛	711,841
9	烙賽瑞奇	685,896
10	哇係黑龍	670,093

資料來源：Kolr；趨勢分析-社群帳號排行(台灣旅遊)；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	#fyp
2	#搞笑
3	#日常
4	#besite
5	#韓國
6	#日本
7	#loveoptions
8	#台北美食
9	#dance
10	#雙11

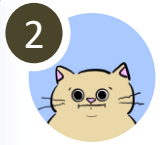
1 

#fyp

黃金獵犬Santa

平均互動數 7.8萬

平均互動率 620%

2 

#搞笑

嚕來嚕肥

平均互動數 16.4萬

平均互動率 807%

3 

#日常

王惟漢Kevin

平均互動數 6.4萬

平均互動率 12.9%

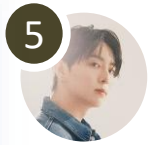
4 

#besite

李多慧

平均互動數 27.6萬

平均互動率 13.1%

5 

#韓國

瑋弟WD

平均互動數 7.2萬

平均互動率 51.4%

6 

#日本

小豬豬的奇幻冒險

平均互動數 4.1萬

平均互動率 2.81%

7 

#loveoptions

竹竹

平均互動數 10.7萬

平均互動率 92.6%

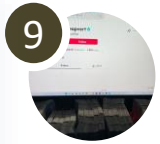
8 

#台北美食

范淇詠

平均互動數 5.9萬

平均互動率 40.9%

9 

#dance

謝佳錡

平均互動數 6.1萬

平均互動率 124%

10 IKEA

#雙11

IKEA

平均互動數 2.9萬

平均互動率 9.51%

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

ChatGPT推薦品牌後，僅8.8%造訪由AI直接導流



美國互動廣告局（IAB）於美國時間 11/12 發布《AI 時代歸因藍圖》，指出 AI 已開始影響消費決策，但這些影響未必會出現在流量報表中。IAB 引用 Similarweb 數據發現，收到 ChatGPT 品牌推薦的美國桌機用戶，7 天內造訪該品牌網站的流量，**僅 8.8% 是直接從 AI 點擊進站，過半仍來自搜尋**。這也凸顯 AI 時代的「歸因」難題：**AI 可能影響消費者選擇，卻不一定留下最後一個點擊**。如何衡量 AI 的實際影響，也將進一步影響品牌未來的廣告預算配置。

- **AI 介入購買旅程，傳統歸因面臨新挑戰｜**IAB 人工智慧副總裁 Caroline Giegerich 指出，隨著 AI 介入消費者從產生興趣、研究比較到完成交易的過程，傳統歸因依賴的點擊與引薦正在減少。部分受到 AI 影響的消費者，最後可能透過搜尋或直接造訪完成購買，讓**品牌難以看見 AI 真正帶來的影響，也可能導致後續行銷預算投向錯誤的管道**。
- **AI 沒有創造問題，而是讓「看不見的影響」更明顯｜**IAB 也指出，歸因無法完整呈現消費者的購買旅程並不是新問題，訊號流失、封閉平台與線下行為早已存在。但 AI 讓這個問題更加明顯。**過去消費者可能在不同網站搜尋、比較產品，如今這些過程可能直接在一段 AI 對話中完成，卻不一定留下可追蹤的點擊**。
- **被 ChatGPT 推薦後，為什麼多數人還是從搜尋進站？｜**Similarweb 的數據來自 2025 年 7–12 月，涵蓋金融、旅遊與美妝三個產業。結果顯示，收到品牌推薦的用戶，7 天內造訪該品牌的機率是未被推薦競品的 2.5 倍。但在這些造訪中，55.9% 仍來自搜尋，只有 8.8% 是直接從 AI 點擊進站；未收到推薦的用戶，搜尋流量占比則為 40.4%。這也說明，**AI 推薦可能已經影響消費者，但最終網站流量仍可能被歸因至搜尋等其他管道**。

資料來源：科技報橘 2026-11-18



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 ⟶

AI 正從投放工具延伸至素材製作與搜尋行為本身：從 AI 素材生成、多模態搜尋到對話式廣告，平台持續降低品牌溝通門檻，同時也更重視資料使用規範。

本期整理 Google Ads、Meta 與 LINE LAP 於 9 月的重點更新，涵蓋 AI 素材、搜尋趨勢、廣告目標調整、資料合規與新廣告形式，協助行銷人及早因應。





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

文案 圖片 影片

AI 素材生成

Asset Studio 素材工作室
AI 協助製作與管理素材

依商品資訊與文字指令生成文案、圖片與影片，並規劃整合 Adobe、Canva 等工具。

> 降低素材製作門檻，加快多版本產出。

A / B

素材版本成效比較

素材 A/B 測試
以成效找出最佳溝通方式

比較不同素材版本的實際成效，協助廣告主找出更適合目標受眾的溝通方式。

> 從製作到測試，一站完成素材優化。

1 / 6

AI Mode 搜尋含多模態資訊

AI 多模態搜尋興起
不再只用文字找商品

AI Mode 約每 6 次搜尋有 1 次結合圖片、影音或語音，搜尋字數約為傳統搜尋的 3 倍。

> 消費者以完整情境描述需求，單靠關鍵字難以涵蓋。

+36%

電商案例轉換率提升

善用 AI Max 與 PMax
捕捉未被發掘的搜尋需求

AI Max 搭配文字自訂與網址擴展，可望提升 7% 轉換價值；電商案例轉換率 +36%。

> 建議導入 AI Max / PMax，擴大潛在商機。

資料來源：數位馬克町 2026年9月數位廣告更新；宏將行銷策略部綜合整理

Meta 廣告更新

1	2	3	4
2026 Q4 停用「粉絲專頁按讚數」目標	**FB + IG** 同步觸及潛在追蹤者	**敏感資訊** 健康・財務・事件參數	**定期檢查** 受眾・轉換・Pixel / CAPI
停用粉專按讚廣告 2026 Q4 起生效	**改投「個人檔案瀏覽」 搭配追蹤累積粉絲**	**自訂受眾與轉換檢查 留意潛在違規風險**	**定期檢查資料設定 依通知內容逐項調整**
• Facebook 互動由「按讚」轉向「追蹤」，Q4 起無法再以「粉絲專頁按讚數」建立新廣告活動。	• 既有活動可續刊、報告最長保留 2 年；新活動建議改用「互動」目標下的個人檔案瀏覽 + 追蹤。	• 健康、財務困境等敏感資訊，或命名、網址規則、事件參數含敏感內容，可能觸發違規提醒。	• 潛在違規提醒不等於已判定違規；建議定期檢查受眾、轉換與事件資料，依系統指出項目調整。

資料來源：數位馬克町 2026年9月數位廣告更新；宏將行銷策略部綜合整理

LINE LAP 廣告更新

1	2	3	4
NEW LINE TODAY 2026/6 改版	**圖片 + 影音** 大圖版位．隨內容滑動	**Q4** Chat Ads 預計推出	**4 大產業** 金融．房產．教育．高單價
LINE TODAY 全新介面 視覺更簡潔、圖片更突出	**新版廣告呈現形式 融入內容閱讀情境**	**Chat Ads 對話式廣告 免加好友即可對話**	**適合長決策流程產業 諮詢型服務優先評估**
• LINE TODAY 於 2026 年 6 月改版，版面更簡潔並強化圖片呈現，讓內容更容易被注意。	• 支援圖片與影音素材並以大圖呈現；廣告隨頁面滑動，非固定或覆蓋式，自然融入閱讀過程。	• 預計 2026 Q4 推出，消費者不必先加官方帳號好友即可對話，品牌可依廣告規劃對話腳本。	• 適用金融保險、房地產、教育課程與高單價商品；實際上線時間與操作方式以官方公告為準。

資料來源：數位馬克町 2026年9月數位廣告更新；宏將行銷策略部綜合整理



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	2.81
2	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	2.52
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.21
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.20
5	頒獎典禮第63屆金馬獎	TTV	特別節目	1.79
6	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.36
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.19
8	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	0.99
9	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.93
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.85
11	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.82
12	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.81
13	星光大道第63屆金馬獎	TTV	特別節目	0.78
14	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.77
15	飛龍在天安美諾外泌體抗老	FTV	閩南語連續劇	0.76
16	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.72
17	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.71
18	你好我是誰2金艷逆齡霜愛	FTV	國語連續劇	0.65
19	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.63
20	醫學大聯盟飲后	FTV	競賽綜藝	0.62

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	2.31
2	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	娛樂綜藝	1.49
3	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.48
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	1.33
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.21
7	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	1.17
8	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.11
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.00
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.89
11	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	0.87
12	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.85
13	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.84
14	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.83
15	54陪審團	SETN	新聞性質節目	0.80
16	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.78
17	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.77
18	逐玉	VLD	大陸劇	0.73
19	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.73
20	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	0.73

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	1.14
2	頒獎典禮第63屆金馬獎	TTV	特別節目	0.91
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.80
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.72
5	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.70
6	星光大道第63屆金馬獎	TTV	特別節目	0.66
7	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	0.62
8	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.62
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.56
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.45

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.37
2	頒獎典禮第63屆金馬獎	TTV	特別節目	1.30
3	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.24
4	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	1.14
5	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.05
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.76
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.72
8	你好我是誰2金艷逆齡霜愛	FTV	國語連續劇	0.71
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.69
10	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.64

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	頒獎典禮第63屆金馬獎	TTV	特別節目	2.18
2	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.79
3	豆腐媽媽安美諾美白修護霜	FTV	閩南語連續劇	1.75
4	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.71
5	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	1.63
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.04
7	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	1.01
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.97
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94
10	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.90

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	4.62
2	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	娛樂綜藝	4.14
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.91
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.21
5	頒獎典禮第63屆金馬獎	TTV	特別節目	2.19
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.88
7	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	娛樂綜藝	1.60
8	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.49
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.35
10	飛龍在天安美諾外泌體抗老	FTV	閩南語連續劇	1.34

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	0.78
2	直26F1世界一級方程式賽車	VLMAX	體育節目	0.59
3	詹姆士出走料理金艷逆齡霜	GTV-1	美食、旅遊節目	0.51
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.46
5	1900日本女生愛台灣	ONTV	美食、旅遊節目	0.44
6	來去古文明家住一晚	VLJP	資訊綜藝	0.43
7	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.38
8	直115高中籃球松VS光	VLSPT	籃球	0.37
9	直115高中籃球高VS東	VLSPT	籃球	0.36
10	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.35

25-34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	0.68
2	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.55
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.48
4	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.48
5	逐玉	VLD	大陸劇	0.47
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.45
7	花甲少年之半熟朋友莊廣和	ETTV	美食、旅遊節目	0.43
8	1800請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.42
9	2000愛妮雅化妝品金唱歌給	CTiV	歌唱音樂	0.41
10	詹姆士出走料理金艷逆齡霜	GTV-1	美食、旅遊節目	0.39

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	0.95
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.95
3	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	娛樂綜藝	0.87
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.80
5	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.72
6	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	0.69
7	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	0.62
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.59
9	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.59
10	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.54

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	4.41
2	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	娛樂綜藝	2.60
3	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	2.60
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	2.17
6	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	2.08
7	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	1.96
8	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.66
9	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.21
10	逐玉	VLD	大陸劇	1.20

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	0.38	0.57	0.56	1.43
FTV/民視	0.36	0.10	0.15	0.18	0.63
TTV/台視	0.27	0.09	0.12	0.20	0.43
CTS/華視	0.16	0.05	0.09	0.14	0.25

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	0.52	0.06	0.12	0.30	0.94
TVBSN/TVBS新聞台	0.52	0.20	0.19	0.39	0.83
FTVN/民視新聞	0.47	0.07	0.15	0.20	0.88
ET-N/東森新聞	0.40	0.13	0.17	0.29	0.64
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.03	0.05	0.15	0.39
UBN/非凡新聞	0.18	0.02	0.07	0.11	0.33
NTVN/壹新聞	0.16	0.03	0.04	0.13	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.03	0.06	0.11	0.22
EFNC/東森財經新聞台	0.10	0.02	0.02	0.08	0.18
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.03	0.03	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.00	0.01	0.04

資料來源：Nielsen Arianna, 2026/11/16-2026/11/22

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	2.81
2	針線緣安美諾美白修護霜	SANLI	1.48
3	寶島西米樂守護	TTV	0.93
4	飛龍在天安美諾外泌體抗老	FTV	0.76
5	逐玉	VLD	0.73
6	戲說台灣	SANLI	0.71
7	你好我是誰2金艷逆齡霜愛	FTV	0.65
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.59
9	1300豆腐媽媽安美諾美白修	FTV	0.53
10	樓上樓下	SANLI	0.43

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合雞湯大叔X龍鳳	FTV	2.52
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.31
3	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	2.21
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.20
5	超級夜總會安美諾美白修護	SANLI	1.49
6	飢餓遊戲	CTV	1.36
7	豬哥亮經典秀馬光醫療網	FTV	0.99
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.85
9	週末最強大萬士益冷氣	CTS	0.81
10	天才衝衝衝	CTS	0.77

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	1.33
3	台灣最前線	FTVN	1.21
4	台灣ON AIR	SETN	1.17
5	挑戰新聞	FTVN	1.11
6	新台派上線	SETN	1.00
7	非凡最前線	UBN	0.89
8	台灣向前行	FTVN	0.87
9	最前線新聞	UBN	0.85
10	少康戰情室	TVBS	0.84

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.19
2	型男大主廚	SL2	0.53
3	詹姆士出走料理金艷逆齡霜	GTV-1	0.50
4	非凡大探索	UBN	0.41
5	花甲少年之半熟朋友莊廣和	ETTV	0.40
6	開火開伙	TVBSG	0.38
7	美食按個讚	UBN	0.32
8	食在雲南2	VLMAX	0.28
9	1300美食按個讚	UBN	0.25
10	1900日本女生愛台灣	ONTV	0.25



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