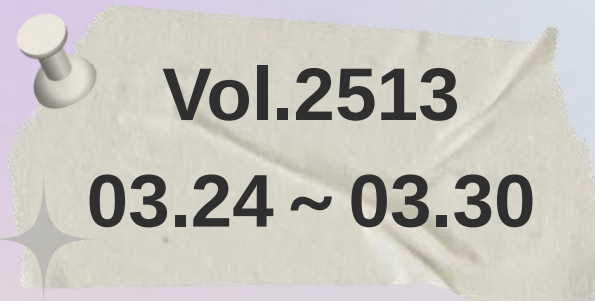


宏將週報

- Media Drive Bulletin -



WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

YouTube新功能曝光！免費版用戶也能跳過廣告？

3

熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 4月 #hashtag 排行榜

5

收視調查 **Ratings**

2025/03/24-2025/03/30

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/04 【Podcast】社群媒體帳號排行Top10

4

國際案例 **Case Share**

「你的食物，你的權利」：百事可樂 AI 餐飲體驗

6

網路觀察 **Network**

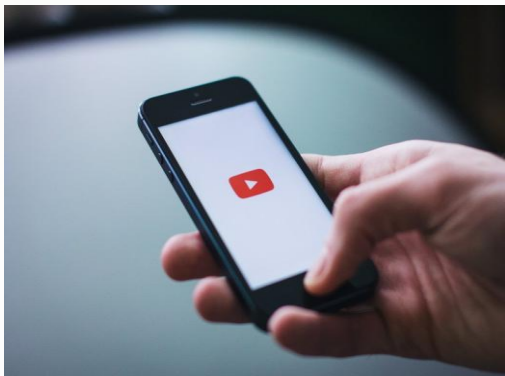
February 2025



01

媒體放大鏡

Media News



【[2025/03/29, 風傳媒](#)】

YouTube新功能曝光！免費版用戶也能跳過廣告？

為了吸引更多用戶升級為Premium訂閱會員，YouTube近期推出新功能，讓Premium會員每月可以將最多10部無廣告影片分享給朋友，無論對方是否訂閱，都能享受無廣告的影片內容。只要這些朋友位於支持 YouTube Premium 的地區，他們就能享受到無廣告的影片觀看體驗，這也讓非訂閱用戶體驗到 Premium 會員所擁有的獨特權益。

YouTube Premium 用戶只需透過分享功能，將影片鏈接發送給朋友，對方即可觀看完整影片，而不會受到廣告干擾。根據官方說明，絕大多數 YouTube 影片都支持這項無廣告分享功能，但音樂影片、YouTube 原創內容、Shorts、直播、電影以及節目等則不包括在內。這項新功能目前仍處於測試階段，僅在阿根廷、巴西、加拿大、墨西哥、土耳其和英國等部分地區的 Premium 會員中開放。這些地區的 Premium 訂閱者可以透過點擊影片頁面上的「Share」按鈕，再選擇「Share free」（無廣告分享），來檢查自己是否擁有這項分享權限，使用者還能看到自己當月剩餘的無廣告分享額度。

好萊塢敲警鐘！50歲以上看YouTube人數大增

根據尼爾森（Nielsen）在各大經銷商測量所有串流、無線及有線觀看的「媒體經銷商指數」，YouTube打敗Netflix、迪士尼，奪下2月美國電視收視冠軍，市占達成空前的11.6%，部分原因是年長觀眾的增加。65歲以上的YouTube觀看人數，在過去兩年裡增加近一倍（96%），統計數據顯示該年齡層的觀眾占比（15.4%）與2-11歲孩童（16.9%）相當；而50-64歲的觀眾則增加了62%。情報機構EMarketer估算，18-44歲占YouTube用戶數的42.1%，而45歲及以上的占37.4%。

整體而言，YouTube在電視觀看的占比穩定成長，過去兩年來增加53%。尼爾森的媒體經銷商指數排除了較小的YouTube電視（有線電視的競爭對手）以及透過電腦和手機的觀看人數，意味可能低估使用該平台的人數。YouTube使用人數的攀升，尤其是年輕觀眾，廣電公司與串流業者注意到這點，日益尋求把YouTube人才引入他們的電影及節目的方法，以及把完整的電視集數和電影上傳至Youtube。

YouTube TV

【[2025/03/26, 經濟日報](#)】



【 [2025/03/28, 數位時代](#) 】

大潤發要改名「大全聯」了，全聯新形象拚綜效

在併購台灣大潤發兩年多後，全聯福利中心於3月28日宣布，大潤發將升級「大全聯」拚綜效，繼2024年集團營業額衝破2,100億元，預計今年含大潤發在內的整體業績可望達2,200億元；全聯總店數也將從現在超過1,200間門市，拓展至超過1,250家店。

- **大潤發升級「大全聯」拚綜效** | 全聯併購大潤發後，整合資源提升綜效，去年起團隊合併辦公，加強內部協作。根據《自由時報》報導，今年第3季全台20家大潤發量販店將全面改名為「大全聯」，大潤發品牌正式走入歷史。**全聯強調將持續以「便宜」為核心，推動品牌成長與競爭力。**
- **全聯擴大「PX服務圈」影響力，衝刺電支、電商** | 除大潤發升級「大全聯」，全聯積極發展電子支付與會員服務。全支付會員達530萬、PX Pay破千萬，目標打造超級APP。**跨境支付拓展至韓國，成為首家進軍當地的台灣電支業者**，並以台灣電支第一為目標，推動集團成長。

吃喝都在網路買，參考真實試吃口碑為趨勢

網路科技改變了現代人的購物模式，多數人購物前習慣先在社群裏爬文看看眾人意見、甚至直接提問，也習慣使用電商通路或品牌所提供的電子優惠券來決定何時買東西。由於電商網路已成日常，根據國外研究指出「**八成以上消費者買東西之前會先上網爬文，再下決定**」**消費者愈來愈在意東西是否真的好用好吃**，多半會綜合多種管道的資訊，才做出最後的購物抉擇，而評鑑網站、網友推薦、網路意見領袖（KOL）推薦是消費者最常參考的對象。

今日的社群媒體幾乎已經成為現代人社交的主要方式，有許多可以看評比或相互請益、交流的臉書社團，社友們除了分享在momo愛買愛逛的好物，點數怎麼用，共同話題聊不完，還會自動集結開箱，簡單分享多款台灣與泰國的海苔評比，讓好奇的人問得到、看得到內容物，主要是覺得多數人應該很多口味都沒吃過，而且電商平台賣食品零食都只放外包裝的照片，沒有拍內容物，社群裏可以看到真的開箱與試吃。**這股風潮也讓許多消費者愈來愈擅長在網路上分享逼真感受，體貼彼此的「視吃」，讓購買決策更輕鬆。**



【 [2025/03/21, PCHome新聞](#) 】



【[2025/03/20, 科技報橘](#)】

品牌怎麼用「情感行銷」抓住消費者？

在注意力競爭激烈的時代，品牌如何在短短幾秒鐘內吸引消費者注意並留下深刻印象？市場研究公司 eMarketer 根據 Google 與 Ipsos 共製調查指出，帶來愉悅情緒的行銷內容能夠顯著提升消費者的參與度，以 YouTube 廣告來說，讓人感受到愉悅的廣告甚至提高 40% 的支付意願。此外，Oracle 研究指出，**90% 受訪消費者更容易記住具有幽默元素的廣告**，顯示出情感行銷在品牌行銷中的影響力。

- **秘訣 1：幽默行銷，讓品牌變得更親近** | 「幽默」是情感行銷中最受歡迎的策略之一，能降低消費者心理防備並使品牌更親切。eMarketer 指出，幽默廣告不僅提高記憶度，還能讓品牌脫穎而出。以迷因行銷為例，品牌如漢堡王 (Burger King) 透過在 X (前 Twitter) 上發布幽默貼文與消費者互動，成功塑造年輕、風趣的品牌形象。
- **秘訣 2：讓消費者有「歸屬感」，多芬與 Nike 的成功案例** | 另一常見的情感行銷手法是透過「歸屬感」建立品牌忠誠度。多芬曾推出「真實美麗」(Real Beauty) 行銷活動鼓勵女性接受自我，提升品牌的社會責任形象，也成為女性消費者心目中的首選品牌之一。

全方位智慧生活！3C 話題網路聲量調查

在全球數位化與智能化的浪潮中，3C 產品已成為現代生活中不可或缺的一部分，從手機、平板、電腦到智慧穿戴設備等，這些產品對學習、工作、娛樂等多個層面都帶來了極大的便利。而消費者對於 3C 產品選購、使用體驗及技術創新等話題的關注與交流，也在社群討論區中形成了多元口碑，不僅成為其他民眾選擇產品的重要依據，也能幫助業者更直接地了解消費者的需求與偏好。

- **年度關注話題「消費糾紛」激起話題討論** | 近一年 Dcard 3C 看板聲量近 13 萬則，8 月「電腦組裝糾紛」引發對零件報價透明度的討論，9 月蘋果新品發表掀熱潮，10 月則因相機預購糾紛引爆關注。**Z 世代選購 3C，不僅重視性能，更在意商家信譽與交易公平性。**
- **手機仍為關注核心，品牌與性能最受討論** | 手機話題聚焦品牌選擇、拍攝與遊戲性能，筆電則依文書、遊戲、程式開發等需求區分，重視顯卡、散熱與續航。**選購標準從性能比較轉向實際使用體驗，品牌若能精準對應需求，將更能影響消費決策。**
- **時事政策、新品發布會成焦點** | 6 月手機殼抄襲判決引發對品牌創新與智慧財產權的關注，蘋果秋季發表會掀起產品與市場影響討論。



【[2025/03/24, 社群實驗室](#)】



【 2025/03/28, 網路溫度計 】

「吉卜力風」AI圖！ChatGPT恐惹著作版權惹議

近日ChatGPT-4o全面優化了生圖功能，不僅能產出多樣畫風，還能製作出自己的貼圖表情包，圖片更加細緻逼真之外，原來無法產出中文字的BUG也被修復。在短短的兩天內，社群上就充斥著使用ChatGPT生成的各種AI圖，其中以許多人喜愛的日本動畫工作室「吉卜力風」最受歡迎，用戶將現有的圖像和圖片上傳到ChatGPT，再要求聊天機器人以吉卜力風格重新詮釋，社群上看到各種「吉卜力化」的知名電影場景、美國總統、甚至連OpenAI的CEO Sam Altman都將自己的大頭照改成了吉卜力風格。

然而，這也引發了關於圖像生成式AI相關的版權爭議，根據Neal&McDevitt律師事務所的智慧財產權律師Evan Brown的說法，這些圖像生成式AI目前在法律上確實是處於灰色地帶，「風格」並未受到版權的明確保護，這意味著用戶就算只是透過AI來生成「看起來」像吉卜力電影的圖像，似乎並未違法。不過Brown接著表示，OpenAI很可能是使用了吉卜力電影中的數百萬個影格來訓練其模型，從而實現了這種相似性，而這種情況是否適用於「合理使用」(Fair Use)的保護，目前還有多起訴訟，正待裁決。

無名小站現蹤Threads復活？盤點網路時代的眼淚

7、8年級生的共同回憶「無名小站」在社群軟體Threads復活了？一個名為「無名小站」的帳號自嘲發文：「什麼時候才會有人發現我？復活了。」並發佈懷舊內容，復古回歸引發網友熱議，留言如「又一個用名字蹭流量的」、「這是文藝復興時代嗎？」

- **無名小站** | 無名小站成立於1999年，最初為台灣學術網路的電子佈告欄，2003年起增設相簿、部落格等服務，吸引大量用戶。2005年脫離學術網路，成立「無名小站股份有限公司」，並開始商業化。2006年與Yahoo!奇摩合併，成為旗下社交網路之一。隨著社群媒體興起，影響力逐漸減弱，最終於2013年終止服務。
- **Internet Explorer (IE)** | 是微軟於1995年推出的網路瀏覽器，曾是最多人使用的瀏覽器，並以藍色「e」圖示廣為人知。隨著Chrome和Firefox崛起，IE逐漸被淘汰。微軟在2015年推出Edge瀏覽器接棒，IE於2022年正式退役。雖然IE已退役，仍有不少人對其消失感到不捨，一些相關帳號繼續分享舊時代話題，吸引大量回憶粉絲。

無名小站.cc
wretch_1999 (threads.net)

★●●●歡迎蒞臨無名小站●●●★
▼喜歡請留言簽名▼
☆相簿正在讀取中...請耐心等待☆
♪累積拜訪人數: 0000520 ♪
(系統當機中，正在請求延升版)

5,660位粉絲

追蹤

串文

回覆

☆ 已訂閱

wretch_1999 1天

♪ 背景音樂: 5566 - 我難過 ♪

【 2025/03/27, 網路溫度計 】

無名小站
WRETCH



O2

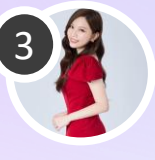
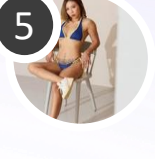
網紅觀察站 Influencer

【Podcast】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

	Lillian Chiu	1,309,558
	欽你這週要幹嘛	883,235
	好味小姐阿斷啦	665,716
	Ian Lee	483,217
	唐綺陽	477,475
	Peggy Chen	475,018
	好味小姐腦波弱	454,262
	The DoDo Men	393,870
	吳姍儒	387,741
	茫day不錄	371,007

Facebook 口碑數量 TOP10

	唐綺陽	776,989
	呱吉	714,163
	蔡尚樺	524,926
	那些電影教我的事	463,936
	Karan健身趣	410,219
	叢慧芸	234,689
	吳姍儒	215,303
	劉宸希	198,840
	Bowie	198,617
	海獅說	168,971

Youtube 口碑數量 TOP10

	The DoDo Men	480,707
	好味小姐腦波弱	424,846
	百靈果News	371,911
	欽你這週要幹嘛	327,144
	鼻妹的廢話亂畫	289,027
	台北愛樂	266,864
	唐綺陽	226,240
	旺福軍方專頁	191,031
	面白大丈夫	182,951
	Psyman 塞門	174,768



O3

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#taiwan
2	#ootd
3	#台北美食
4	#台中
5	#台中美食
6	#台灣
7	#taipei
8	#台北
9	#台南
10	#高雄

4月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

1

#taiwan
[hi.shao](#)

 平均互動數 5.2萬
 平均互動率 76%

2

#ootd
[yitzenn](#)

 平均互動數 2.4萬
 平均互動率 2.58%

3

#台北美食
[4foodie](#)

 平均互動數 8.8萬
 平均互動率 12.7%

4

#台中
[ET SPEED](#)

 平均互動數 5萬
 平均互動率 487%

5

#台中美食
[彤TONG](#)

 平均互動數 6.6萬
 平均互動率 71.9%

6

#台灣
[烏克蘭姐姐](#)

 平均互動數 4.8萬
 平均互動率 124%

7

#taipei
[曾敬驊](#)

 平均互動數 2.3萬
 平均互動率 4.98%

8

#台北
[生活美食日記](#)

 平均互動數 3.4萬
 平均互動率 14.7%

9

#台南
[小豬豬的奇幻冒險](#)

 平均互動數 3.8萬
 平均互動率 2.24%

10

#高雄
[HahaTai哈哈台](#)

 平均互動數 3.7萬
 平均互動率 13.5%

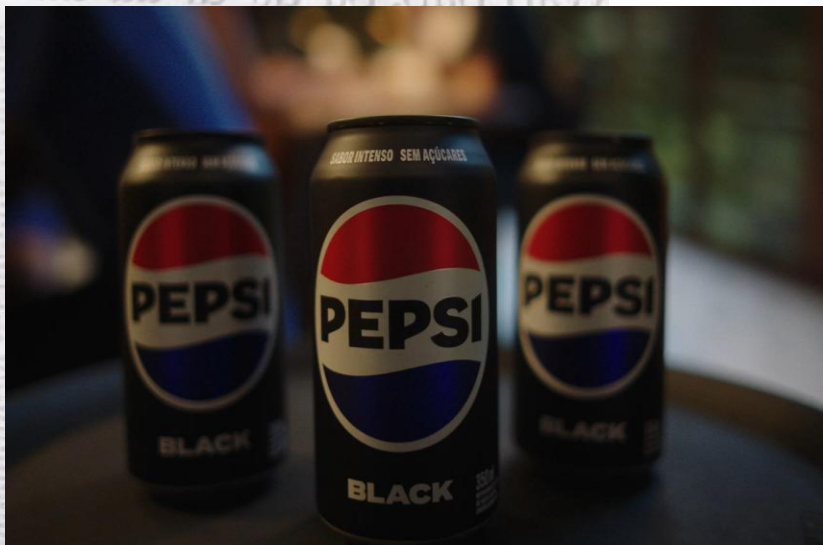




O4

國際案例

Case Share



「你的食物，你的權利」：百事可樂 AI 餐飲體驗

你是否曾經想過，在你最愛的餐廳，創造一道屬於自己的獨特料理會是什麼感覺？想像一下，點一份帕馬森起司牧羊人派（Parmegiana Shepherd's Pie）或是一個純素版的巴西海鮮燉菜三明治（Vegan Moqueca Sandwich），這些創意十足的料理聽起來如何？這正是百事可樂（PEPSI®）全新行銷活動「Your Bites, Your Rights」（你的食物，你的權利）的核心理念。百事可樂運用人工智慧（AI）將各種食材混搭創新，設計出全新料理，並將這些創意美食帶入位於聖保羅的Pirajá，一家以里約風格為特色的酒吧餐廳。**這項創新舉措，讓顧客能夠體驗由AI結合經典與創新的全新料理概念。**

這項專案由AMPFY創意團隊精心打造，根據每位顧客的個人口味量身訂製，鼓勵消費者發揮創意，探索更多美食的無限可能。**與百事可樂全球品牌定位「Better with」（更美好的搭配）相契合，這次活動邀請消費者大膽嘗試，發現全新的餐飲體驗。**為了實現這一概念，餐廳的傳統菜單被替換成一台平板電腦，顧客只需透過簡單的語音指令選擇並組合食材，AI便會生成對應的料理圖片。接著，廚師將根據這些AI創造的圖像，挑戰自己將它們變成真實食品，端上餐桌。巴西百事可樂（PepsiCo Brazil）飲料行銷負責人Diego Bastian表示，**這項計畫展示了科技如何創造沉浸式體驗，並讓品牌與消費者的互動超越數位世界，帶來更真實的餐飲體驗。**他指出：「『Your Bites, Your Rights』活動將百事可樂的反叛精神帶到餐桌上，展現了品牌作為充滿個性選擇的一面。從AI創造的圖片所帶來的驚喜，到品嚐全新料理的刺激，這項活動重新定義了品牌體驗。」



資料來源:[2025/03/28, marcommnews](https://www.marcommnews.com/2025/03/28/)



05

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	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	3.33
2	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	2.77
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.43
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	2.02
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.44
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.31
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.08
8	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.01
9	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.89
10	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.89
11	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.84
12	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.81
13	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.81
14	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.77
15	墨雨雲間2000	CTV	大陸劇	0.77
16	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.69
17	寧安如夢2100	CTV	大陸劇	0.67
18	飄洋過海來愛你常春微醺	TTV	國語連續劇	0.64
19	1300好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	0.62
20	2000飄洋過海來愛你常春微	TTV	國語連續劇	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	2.20
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.03
3	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.93
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.20
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.12
6	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.11
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.09
8	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.06
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.98
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.96
11	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.93
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.91
13	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.91
14	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.90
15	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.84
16	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.83
17	住不起的世代	TVBSN	新聞性質節目	0.83
18	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.80
19	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	0.78
20	54陪審團	SETN	新聞性質節目	0.77

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.12
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.84
3	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	1.31
4	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.15
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	1.04
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.03
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.01
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85
9	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.79
10	寧安如夢2100	CTV	大陸劇	0.78

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.08
2	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.92
3	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	1.62
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.41
5	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.13
6	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.10
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.05
8	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.89
9	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.89
10	墨雨雲間2000	CTV	大陸劇	0.76

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.24
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.22
3	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	1.04
4	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.02
5	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.85
6	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.77
7	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	0.65
8	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.65
9	2000飄洋過海來愛你常春微	TTV	國語連續劇	0.52
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.51

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	5.37
2	好運來格力空調	FTV	閩南語連續劇	4.58
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.05
4	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	娛樂綜藝	3.55
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	2.07
6	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.86
7	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.48
8	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.43
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.39
10	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	1.24

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	住不起的世代	TVBSN	新聞性質節目	1.02
2	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	0.95
3	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.73
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.64
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.61
6	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	0.61
7	絕地戰警生死與共	ET-WM	外片	0.59
8	繼承者們	ET-D	韓劇	0.56
9	新聞觀測站	FTVN	新聞性質節目	0.55
10	鬼滅之刃遊郭決戰篇	ET-M	卡通影片	0.49

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.29
2	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	1.07
3	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	1.03
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.01
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.00
6	住不起的世代	TVBSN	新聞性質節目	0.81
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.78
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.64
9	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.64
10	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.63

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.51
2	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.93
3	直中職36年統VS中	VLSPT	棒球	0.78
4	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	美食、旅遊節目	0.62
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.61
6	趨勢造夢者	EFNC	新聞性質節目	0.51
7	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.50
8	直中職36年富VS中	VLSPT	棒球	0.44
9	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.38
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.36

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	4.08
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.66
3	願望萬士益冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.87
4	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	2.17
5	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	2.09
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.00
7	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.97
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.76
9	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.68
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.66

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	0.96	0.57	0.37	0.61	1.54
TTV/台視	0.47	0.21	0.41	0.31	0.71
FTV/民視	0.36	0.08	0.11	0.22	0.62
CTS/華視	0.23	0.16	0.13	0.16	0.34
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	0.55	0.18	0.21	0.43	0.89
ET-N/東森新聞	0.51	0.25	0.23	0.33	0.82
SETN/三立新聞	0.41	0.14	0.08	0.22	0.75
FTVN/民視新聞	0.39	0.05	0.18	0.17	0.73
ERA-N/年代新聞台	0.26	0.04	0.08	0.13	0.49
NTVN/壹新聞	0.22	0.10	0.08	0.17	0.34
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.04	0.08	0.13	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.06	0.07	0.10	0.25
UBN/非凡新聞	0.14	0.01	0.07	0.08	0.25
SET-F/三立財經台	0.06	0.02	0.02	0.03	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.01	0.02

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來格力空調	FTV	2.77
2	願望萬士益冷氣	SANLI	1.93
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.09
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.93
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.91
6	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.81
7	墨雨雲間2000	CTV	0.77
8	墨雨雲間2100	CTV	0.69
9	寧安如夢2100	CTV	0.67
10	飄洋過海來愛你常春微醺攢	TTV	0.64

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.20
2	台灣演義	FTVN	1.12
3	台灣最前線	FTVN	1.11
4	驚爆新聞線2200	SETN	1.06
5	驚爆新聞線2100	SETN	0.98
6	新台派上線	SETN	0.96
7	少康戰情室	TVBS	0.91
8	54陪審團1500	SETN	0.84
9	住不起的世代	TVBSN	0.83
10	非凡最前線	UBN	0.80

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.33
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.43
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.20
4	超級夜總會	SANLI	2.03
5	超級冰冰SHOW愛妮雅化妝品	FTV	2.02
6	飢餓遊戲	CTV	1.44
7	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	1.01
8	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.89
9	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	0.89
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	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	1.31
2	直中職36年統VS中	VLSPT	0.90
3	直中職36年富VS中	VLSPT	0.83
4	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	0.78
5	效廉出發吧台塑石油APP	STV	0.73
6	型男大主廚SPI2RO雙藻錠	SL2	0.60
7	直25合金中職熱身中VS統	VLSPT	0.44
8	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.43
9	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.38
10	花甲少年趣旅行群益投信	STV	0.36



O6

網路觀察

Network

15-24歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數 (百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Alphabet	1,763	94	651	261	290	52,512	5	30
2 Microsoft Sites	1,747	93	342	75	90	21,034	4	12
3 LINE Corporation	982	52	211	1	1	515	1	1
4 Yahoo	932	50	245	13	44	12,137	1	13
5 Facebook	903	48	178	21	18	8,804	2	10
6 Dcard	475	25	39	5	8	1,427	3	3
7 Wikimedia Foundation Sites	457	24	39	2	3	1,369	2	3
8 Oneup Network Corporation	456	24	69	3	7	3,191	1	7
9 UDN Group	448	24	32	1	3	990	1	2
10 Want Media Group	425	23	11	16	4	428	38	1
11 BILIBILI.COM	415	22	72	25	23	4,260	6	10
12 OpenAI	406	22	63	12	9	3,107	4	8
13 Spotify	384	20	71	1	1	731	1	2
14 PIXNET Digital Media Corporation	356	19	37	0	2	1,101	0	3
15 Netflix Inc.	351	19	46	3	3	1,636	2	5
16 ETtoday & EMI Group	298	16	27	1	2	778	1	3
17 Amazon	283	15	381	15	33	26,687	1	94
18 CANVA.COM	272	14	28	19	22	1,322	14	5
19 Shopee Pte Ltd	267	14	32	6	5	1,749	3	7
20 Valve Corporation	261	14	18	1	1	507	2	2

* With the release of February 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

25-34歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數 (百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Microsoft Sites	2,303	95	421	58	79	21,249	3	9
2 Alphabet	2,229	92	887	391	476	73,216	5	33
3 LINE Corporation	1,422	59	413	3	3	1,163	3	1
4 Yahoo	1,421	59	407	25	77	21,492	1	15
5 Facebook	1,228	51	268	44	49	15,080	3	12
6 UDN Group	871	36	81	1	3	2,524	1	3
7 Dcard	802	33	58	24	16	2,408	10	3
8 PIXNET Digital Media Corporation	781	32	80	1	3	2,426	0	3
9 ETtoday & EMI Group	735	30	112	6	17	3,960	1	5
10 Oneup Network Corporation	631	26	124	8	19	5,656	1	9
11 Want Media Group	561	23	17	1	3	779	2	1
12 Wikimedia Foundation Sites	529	22	47	5	4	1,674	3	3
13 Shopee Pte Ltd	515	21	68	13	16	2,798	5	5
14 Liberty Times Group	477	20	39	0	2	1,162	0	2
15 TVBS Media Inc.	466	19	37	1	3	1,216	1	3
16 Amazon	442	18	426	15	35	23,749	1	54
17 OpenAI	396	16	68	15	13	3,208	5	8
18 BILIBILI.COM	393	16	75	49	36	4,380	11	11
19 PTT.CC	370	15	37	4	6	1,507	3	4
20 Cite Media Holding Group	364	15	23	0	1	690	1	2

* With the release of February 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

35-44歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數 (百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Microsoft Sites	2,315	92	429	64	90	24,333	3	11
2 Alphabet	2,190	88	743	274	288	50,924	5	23
3 Yahoo	1,663	66	473	25	98	24,807	1	15
4 LINE Corporation	1,324	53	352	8	6	1,707	5	1
5 Facebook	1,014	41	216	23	24	11,094	2	11
6 PIXNET Digital Media Corporation	734	29	81	1	4	2,658	0	4
7 ETtoday & EMI Group	697	28	82	1	4	2,546	0	4
8 Want Media Group	680	27	24	16	26	1,055	15	2
9 UDN Group	677	27	74	1	5	2,875	0	4
10 Dcard	482	19	34	5	7	1,182	4	2
11 TVBS Media Inc.	475	19	39	1	3	1,213	0	3
12 Liberty Times Group	473	19	37	1	4	1,138	1	2
13 Wikimedia Foundation Sites	467	19	39	2	3	1,340	2	3
14 Shopee Pte Ltd	466	19	56	10	9	2,336	4	5
15 NOWnews	419	17	22	0	1	675	0	2
16 CW Group	325	13	11	0	1	389	1	1
17 Cite Media Holding Group	324	13	20	0	1	621	1	2
18 Oneup Network Corporation	317	13	54	2	7	2,258	1	7
19 Sanlih Media Group	304	12	33	1	2	1,049	1	3
20 Netflix Inc.	283	11	52	3	2	1,808	2	6

* With the release of February 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

45-54歲網路使用者

Media	獨立訪問者 總數(000)	到達率%	平均每日訪 問者人數 (000)	總分鐘數 (百萬)	流覽頁面總 數(百萬)	訪問總次數 (000)	每次訪問的 平均分鐘數	每位訪問者 的平均訪問 次數
1 Microsoft Sites	1,897	94	481	75	122	27,764	3	15
2 Alphabet	1,810	90	730	281	293	60,223	5	33
3 Yahoo	1,595	79	700	78	239	41,453	2	26
4 LINE Corporation	1,066	53	370	5	4	1,486	3	1
5 Facebook	994	49	244	36	34	13,701	3	14
6 UDN Group	983	49	126	3	10	4,318	1	4
7 Want Media Group	825	41	43	38	15	1,835	21	2
8 ETtoday & EMI Group	742	37	114	2	8	3,880	1	5
9 PIXNET Digital Media Corporation	588	29	73	1	3	2,313	0	4
10 Shopee Pte Ltd	586	29	92	16	13	4,184	4	7
11 TVBS Media Inc.	541	27	51	1	4	1,659	1	3
12 Dcard	529	26	39	8	9	1,505	5	3
13 NOWnews	494	24	39	1	2	1,327	0	3
14 CW Group	483	24	19	1	2	677	2	1
15 Wikimedia Foundation Sites	462	23	38	2	2	1,237	2	3
16 Liberty Times Group	437	22	46	1	4	1,557	1	4
17 Cite Media Holding Group	433	21	26	1	2	786	2	2
18 Sanlih Media Group	431	21	80	1	7	2,762	0	6
19 TEMU.COM	425	21	74	4	8	3,442	1	8
20 Fubon Multimedia Technology	422	21	46	10	14	1,935	5	5

* With the release of February 2025 data,
[P] Oath changed its name to [P] Verizon Media. [P] Verizon Media is formerly known as [P] Oath.

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

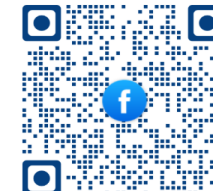
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部