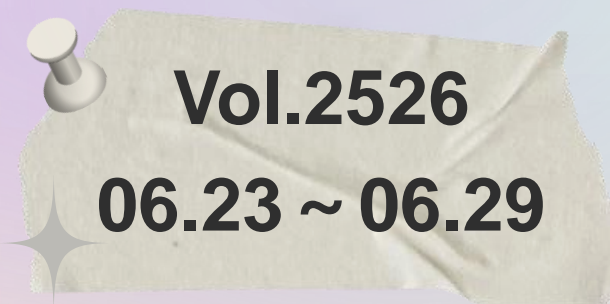




# 宏將週報

## - Media Drive Bulletin -



Vol.2526

06.23 ~ 06.29



Media Drive  
宏將傳媒

 <https://www.mediadrive.com.tw>

2 JUL, 2025

# WELCOME

## Contents



1

### 媒體放大鏡 Media News

【金曲36】全球收視破千萬人次觀看！

3

### 熱門話題 Hot Topics

Facebook 6月 #hashtag 排行榜

5

### 收視調查 Ratings

2025/06/23-2025/06/29

2

### 網紅觀察站 Influencer

2025/7【精品】社群媒體帳號排行Top10

4

### 國際案例 Case Share

可口可樂首創AR自動販賣機，顛覆買飲料的體驗！

6

### 網路觀察 Network

May 2025



# 01

## 媒體放大鏡

## Media News



【[2025/06/30, 立報](#)】

## 【金曲36】全球收視破千萬人次觀看！

第36屆金曲獎頒獎典禮吸引全球超過千萬人次觀看。無論是電視直播還是網路平台，影響力再次證明其作為華語音樂界最受矚目盛典的地位。**電視轉播的整體平均收視達2.31，有效平均收視2.1，其中「35至49歲女性」分眾收視高達3.93，成為典禮的主要觀眾群。**

全球YouTube官方頻道直播總點擊數截至6月30日已突破500萬次，加上LINE TODAY與LINE MUSIC的350萬次觀看，新媒體總觀看次數達850萬次，再結合電視收視數據，全球總觀看人數超過千萬。金曲官方社群平台的互動同樣熱烈，Facebook與Instagram觸及量達1600萬次，微博話題總量更突破1億，其中方大同的相關話題量達867萬次，成為典禮後的熱議焦點。

**典禮最高收視瞬間落在方大同獲頒「評審團獎」的橋段，吸引77萬2千人收看，收視高達3.57。**由方大同信託基金會顧問成員代為領獎的感人致詞，讓這段畫面成為全場關注的核心時刻。次高收視為李權哲與王若琳頒發「最佳編曲人獎」，吸引72萬4千人收看，收視達3.35；第三高收視則是海大富獲頒「最佳單曲製作人獎」，共69萬8千人收看，收視為3.23。



【[2025/06/29, 網路溫度計](#)】

## 【金曲36】熱門話題一次看

2025年6月28日晚間，華語樂壇年度盛事「第三十六屆金曲獎頒獎典禮」在台北小巨蛋圓滿落幕。本屆紅毯由黃偉晉及楊乃文擔任主持人，典禮中不僅獎落各家，多個表演橋段與得獎感言更引爆社群話題，成為樂迷關注焦點。

- **魏如萱《珍珠刑》封后 獻唱致敬大S、方大同逼哭網友** | 魏如萱再奪「最佳華語女歌手獎」，典禮上致詞與演出成為淚點。她翻唱方大同〈愛愛愛〉與ASOS〈十分鐘的戀愛〉，**情感濃烈感動全場，網友大讚催淚、懷念方大同與大S。**
- **呂士軒雙料奪歌王專輯獎 QR Code秒發單曲掀話題** | 呂士軒以《好聲豪氣》奪下金曲獎「最佳華語男歌手」與「最佳華語專輯」，登台秀出QR Code宣傳新歌〈輸了要剃光頭〉獲讚創新。頒獎時張清芳催促走快點，引發網友對其失禮行為的議論。
- **Energy〈星期五晚上〉奪年度歌曲 掀起社群熱論** | Energy以〈星期五晚上〉奪下金曲獎「年度歌曲」，掀起「16蹲」全民熱潮成流行文化符號。雖受肯定傳唱度高、現象級表現實至名歸，但也引發網友兩極討論，質疑評選標準過於偏重流量。



【2025/06/26, ETToday新聞雲】

## 本土OTT第1槍！愛爾達下半年月租漲近2成

運動迷注意！賽事轉播平台龍頭愛爾達科技董事長陳怡君向外宣布，今年下半年起將調高旗下OTT「ELTA.tv」平均月費，由**現行166元起調高至199元，漲幅近兩成，開下國內OTT TV業者漲價第一槍。**

陳怡君強調這不只是價格的變化，而是升級國際三大賽事內容與觀看體驗的起點。每天只要多花1元，就能完整享受WBC經典戰役、FIFA世界對決與亞運榮耀瞬間，一起站上全球體育的第一排。**愛爾達維持「淡季不淡、旺季很旺」經營策略，歸功於運動轉播收視熱潮。**愛爾達引進美國職棒MLB台灣區轉播總代理，收視再創新高，主打十大運動賽事效果受好評，並持續投資更多運動科技轉播。

愛爾達宣布取得2026年世界棒球經典賽、FIFA世界盃、愛知-名古屋亞運三大賽事轉播總代理。自2010年深耕足球轉播，累積數萬小時經驗，並將結合AI與娛樂科技，提供沉浸式觀賽體驗。愛爾達將持續攜手中華電信推廣國內外賽事，**結合AI與OTT趨勢，提升營運效率，並以300萬粉絲基礎擴展電商商機**，打造「內容、社群、電商」的生態系，實踐全年無淡季的賽事策略，強化長期營運布局。



【2025/06/24, 壹蘋新聞網】

## Threads推出每週秘訣 + 5連結檔案 助攻社群經營

Meta旗下社群平台Threads宣布兩項全新功能，協助用戶打造更具個人特色的數位名片。隨著Threads 持續強化個人化功能，也意味著社群經營正從單向發表走向數據導引、自我展演的整合體驗。

- **新增「每週秘訣」功能** | 內建於Threads的「洞察報告」，每週會依照使用狀況給出簡單實用的小提醒，例如「每週發文2至5次有助粉絲數成長」，幫助用戶掌握最佳貼文節奏。搭配互動數據、熱門貼文與粉絲輪廓分析，**用戶可以更清楚哪些主題最吸睛，哪些受眾最常互動，進一步優化內容方向。**無論是生活分享、旅行紀錄或迷因冷笑話，都能靠數據找出共鳴點。
- **更新針對個人檔案功能升級** | 從原本僅能加入一則外部連結，擴充至最多五則。用戶可依需求新增個人網站、履歷、攝影作品、Podcast頻道，甚至推薦書單、音樂播放清單等多元連結，並可自由排序與管理。**對於經營多重身分的斜槓族群與創作者而言，這項升級大幅提升展示彈性**，也讓 Threads 個人檔案搖身一變成為結合生活、創作與興趣的全方位數位名片。



【2025/06/27, 經理人】

## 台灣人瘋跨境購物！流量最高的平台竟不是淘寶？

DHL報告指出，全球約60%消費者曾透過網購購買海外商品，跨境B2C電商成國際貿易重要引擎。台灣進口小型包裹10年間成長269.5%，反映跨境消費力強勁。熱門購買品類以服飾、3C為主，蝦皮、樂天、Pinkoi等平台憑在地化與資源整合優勢，持續壯大。

- **台灣流量最高的跨境電商：酷澎、淘寶、亞馬遜** | 台灣成為多家海外電商平台在亞洲的核心流量來源，南韓Coupang居冠，月流量達478萬人次，其次為淘寶、美亞、日亞與iHerb，顯示**跨境直購模式快速普及，並對本土電商形成競爭壓力**。未來流通研究所將首繪「跨境電商台灣流量產業地圖」，提供市場觀測依據。
- **酷澎火箭配送流量急起直追！Pinkoi 站穩獨特定位** | 台灣本土及在台營運的電商平台如蝦皮、Pinkoi、網家、酷澎等，憑藉在地化與跨境整合優勢深耕市場。蝦皮月流量高達6030萬，Pinkoi跨境銷售佔比30%，比比昂拓展便利商店通路，露天與eBay合作拓展商品選擇，**酷澎導入火箭跨境服務助韓貨出口年增26倍，展現強勁成長動能**。

## 好市多推外送服務，直攻「即時零售」新戰場！

Uber Eats於6月24日正式官宣外界期待已久，與台灣好市多的外送合作，引發零售業界熱議。好市多攜手Uber推外送服務至台、日、韓等地，配合美國總部電商戰略，帶動連六季雙位數成長，最新一季電商年增率達14.8%。

- **靠三招拚出電商雙位數成長，好市多母公司早已備戰** | 美國好市多推電商三箭：**Uber外送、自有物流「Costco Logistics」、廠商直送「Costco Next」**，帶動電商業績成長。台灣好市多攜手Uber Eats提供非會員也能下訂的外送服務，擴展新客群，採專員配送與外送員自取兩種模式，市場視為重要嘗試。
- **即時零售壓境，酷澎、momo誰搶得下半場主導權？** | 對台灣電商而言，即時零售成為必做課題，因**實體超市與超商已積極布局外送**，未來將與純電商市場展開激烈競爭。資深電商創業家李忠儒指出，本土兩大電商momo與PChome業績持續下滑，今年前五個月營收與淨利均呈衰退。各大業者將紛紛切入外送市場尋求新成長動能。



【2025/06/24, 數位時代】



【2025/06/25, 網路溫度計】

## LINE WEBTOON 引爆全球韓漫新潮流

LINE WEBTOON為韓國Naver集團開發的數位漫畫平台，自2014年進軍台灣後，迅速成為最具代表性的漫畫平台之一，韓漫以強烈的視覺風格與節奏明快的敘事，描寫年輕人生活中的情感與壓力，深受全球Z世代的喜愛，更穩固韓國網漫在台灣地區的主流地位。

- **NO.1 《全知讀者視角》** | 《全知讀者視角》自2018年連載以來累積超過2億點擊，2024年漫畫版在韓國十大人氣榜排名第二，評分9.9分。故事融合奇幻與生存元素，講述一位上班族發現世界依小說劇情改變，展開拯救之旅，**探討命運與自我認同等主題**。高人氣促成真人電影製作，卡司包括李敏鎬、金智秀等，投資300億韓元，預計成為年度話題作。
- **NO.2 《極權教師》** | 《極權教師》講述在禁止體罰且學生權利過度放大的教育體制下，校園秩序崩壞。前特種部隊成員羅火進受命用暴力整頓校園亂象。**漫畫以寫實風格探討霸凌、教育失衡等社會議題**，劇情因涉及體罰與種族歧視引發爭議，部分內容源自韓國真實事件，促使社會反思青少年問題及「以暴制暴」的教育風險。



【2025/06/24, 網路溫度計】

## 丹丹漢堡真的印度化了！網笑瘋：丹丹懂玩

南部知名速食連鎖丹丹漢堡，日前臉書粉專慘遭印度人盜用，還在臉書開直播狂刷存在感，讓官方社群瞬間變成迷因現場，笑果十足。丹丹漢堡選擇以幽默迎擊，將危機巧妙轉化為行銷亮點，除了將吉祥物「丹丹鳥」改成印度版外，推出限時快閃活動，瞬間引爆話題。

- **「嘟嘟嚕丹丹」行銷超有梗 限時快閃活動只到7/10** | 丹丹漢堡在粉專上以印度文發文，宣布推出「嘟嘟嚕丹丹」限時快閃活動。單點5入或9入無骨雞塊或是義式紅醬波浪薯，就加贈香濃咖哩醬1包，文中不忘hashtag「#這不就來嘞」、「#嘟嘟嚕丹丹」、「#沒有恆河只有愛河」、「#輕度中度印度」等自嘲話語，笑翻不少網友。
- **丹丹掀起印度化之亂 活動、惡搞迷因樣樣來** | 丹丹印度化之亂持續延燒，不只各大分店接連響應快閃活動，就連網友們也接力比創意，掀起一波惡搞風潮。有網友自製丹丹漢堡的迷因梗圖，吸引網友朝聖留言。**從帳號被駭的荒謬事件，到引爆全台網友話題浪潮，丹丹漢堡意外抓住流量密碼，成功為品牌創造出新一波聲量高峰。**




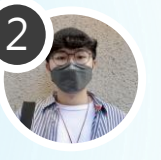
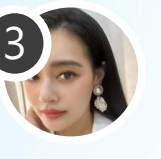


# 02

## 網紅觀察站 Influencer

## 【精品】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">Ryan Yeh</a> 13,837,563
 2	<a href="#">家寧</a> 1,055,062
 3	<a href="#">雞排妹</a> 鄭家純 377,649
 4	<a href="#">王宇君</a> 376,221
 5	<a href="#">范成章</a> 374,701
	<a href="#">從零學習的無印生活</a> 329,554
	<a href="#">武打超模·張艾立</a> 328,938
	<a href="#">蹦蹦</a> 299,411
	<a href="#">Bolin Chen · 陳柏霖</a> 233,877
	<a href="#">詹懷雲</a> 215,071

Facebook 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">雨神2266</a> 646,894
 2	<a href="#">家寧</a> 593,077
 3	<a href="#">雞排妹</a> 鄭家純 310,850
 4	<a href="#">Ruby</a> 林心如 277,479
 5	<a href="#">郭靜純</a> 享受生活&你純聊天 166,904
	<a href="#">chingshin1987</a> 133,203
	<a href="#">Mr. 布雷蕭</a> 122,112
	<a href="#">林葦茹</a> 118,409
	<a href="#">妍甄Mika</a> 82,189
	<a href="#">王思佳</a> 72,439

Youtube 口碑數量 TOP10	
 1	<a href="#">蹦蹦</a> 1,086,742
 2	<a href="#">質男日著</a> WearLife 83,618
 3	<a href="#">王思佳</a> 59,193
 4	<a href="#">piecesofc</a> 58,133
 5	<a href="#">OTK 雙螺旋宅特工</a> 38,434
	<a href="#">JunJun Square</a> 31,333
	<a href="#">布萊恩的世界</a> 30,751
	<a href="#">小馬XiaoMa</a> 潮流開箱 24,945
	<a href="#">BACK TO BRITISH</a> Tramy 崔咪 24,515
	<a href="#">唐葳</a> 21,383



# 03

## 熱門話題 Hot Topics


f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#搞笑
2	#伊朗
3	#館長
4	#以色列
5	#reels
6	#高雄
7	#ootd
8	#川普
9	#台中
10	#台灣

## 6月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10


1  **#搞笑**  
**黃導爆爆**  
平均互動數 3.5萬  
平均互動率 95.2%

2  **#伊朗**  
**高鈞鈞**  
平均互動數 1.4萬  
平均互動率 10.3%

3  **#館長**  
**阿兜仔不教美語**  
平均互動數 1.8萬  
平均互動率 7.86%

4  **#以色列**  
**東森新聞**  
平均互動數 1.4萬  
平均互動率 10.3%

5  **#reels**  
**即新聞**  
平均互動數 2.2萬  
平均互動率 0.81%

6  **#高雄**  
**柯志恩**  
平均互動數 2.1萬  
平均互動率 11.3%

7  **#ootd**  
**林逸欣**  
平均互動數 5,664  
平均互動率 0.55%

8  **#川普**  
**東森新聞**  
平均互動數 7,281  
平均互動率 0.11%

9  **#台中**  
**TVBS 新聞**  
平均互動數 7,843  
平均互動率 0.22%

10  **#台灣**  
**外國人在台灣**  
平均互動數 16萬  
平均互動率 72.8%



# 04

## 國際案例

## Case Share

## 可口可樂首創AR自動販賣機，顛覆買飲料的體驗！

**目標** | 奧運是世界各地的人們聚集的大舞台，也帶來了數百種語言、不同國籍和各種能力的人。為了讓大家有更多心靈連結的美好時刻，**可口可樂和 Snapchat想讓陌生人之間也能產生神奇的互動。所以設計了全球第一台AR自動販賣機**，並在奧運選手村和可口可樂國際美食節中正式推出。

**策略與執行** | 這個計畫的核心呼應了可口可樂「世界相聚就是魔法」的活動理念。這項功能適合各種身高和肢體障礙者，照顧到身心障礙者，讓所有運動員和參與者都能感受到歡樂與連結。並經過多次嚴格測試。這**不只是方便使用，更是讓大家能一起共享歡慶的美好時刻**。這台機器提供三種特別的體驗：魔法擁抱拍照亭、多人體感遊戲，以及客製化商品販售。設計了不依賴語言的符號、圖示和動態反饋，讓每個人都能輕鬆使用。

**創新** | 團隊結合可口可樂現有的販賣機硬體，加入Snapchat的Camera Kit技術，打造出用手勢操作的AR鏡子介面。AR技術和販賣機能即時溝通同步運作。使用者在玩遊戲時，AR會追蹤他們的動作，並同時監控販賣機內的飲料和限定商品庫存。參加者需要在兩種不同的AR體驗中合作，才能獲得可口可樂或客製化禮物。**大家互動的時間越長，能獲得的獎品就越多，讓簡單買可樂變成一段充滿共享快樂的美好體驗。**

**成果** | 在奧運和美食節現場，使用者平均花 2.5 分鐘一起玩這台機器。活動累積超過 170 萬次曝光，讓這項活動的影響力超越了賽事本身。這個專案不只是科技創新，更創造了一個全球共享的空間，讓大家能透過一瓶可樂、一個擁抱或一個微笑，感受到彼此的溫暖與連結。

資料來源：[shortyawards, 2025/06](https://shortyawards.com/2025/06/)





# 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	3.36
2	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	2.98
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.44
4	第36屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	2.31
5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.25
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.54
7	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.19
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.91
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.89
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.84
11	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.84
12	長樂曲2100	CTV	大陸劇	0.83
13	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.83
14	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.79
15	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	0.78
16	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.66
17	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	0.65
18	2000長樂曲2000	CTV	大陸劇	0.61
19	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.61
20	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.60

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	2.14
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.12
3	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	2.09
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.18
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.06
6	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.99
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.89
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.88
9	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.82
10	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.81
11	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.80
12	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.79
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.76
14	島國震撼日本防災攻略	TVBSN	新聞性質節目	0.73
15	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.70
16	大愛劇第一名磨	DaAi	國語連續劇	0.70
17	直中職36年台VS中	VLSPT	棒球	0.68
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.64
19	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.63
20	前進新台灣1500	SETN	新聞性質節目	0.63

# 無線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第36屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	1.87
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.72
3	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.64
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.63
5	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.50
6	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.03
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.98
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.86
9	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.79
10	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.73

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第36屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	1.67
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.34
3	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.33
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.24
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.23
6	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.01
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.90
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.80
9	長樂曲2100	CTV	大陸劇	0.79
10	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.75

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第36屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	3.03
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.96
3	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.95
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.58
5	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.42
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.36
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.94
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.80
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.72
10	第36屆金曲獎星光大道	TTV	特別節目	0.64

## 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	5.47
2	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	4.77
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.09
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.72
5	第36屆金曲獎頒獎典禮	TTV	特別節目	2.38
6	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	2.01
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.82
8	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	閩南語連續劇	1.57
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.50
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.29

# 有線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	1.32
2	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.98
3	2100全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.78
4	直24 25NBA總冠軍賽溜VS雷	VLSPT	籃球	0.70
5	雙子殺手	AXN	外片	0.62
6	1900詹姆士出走料理台塑石	GTV-1	美食、旅遊節目	0.57
7	2200重案組	EFNC	新聞性質節目	0.56
8	直24 25TPBL籃球高VS新	VLSPT	籃球	0.56
9	假面飯店	LSTM	外片	0.54
10	1230蠟筆小新	GTV-C	卡通影片	0.53

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	1.35
2	直24 25NBA總冠軍賽溜VS雷	VLSPT	籃球	1.09
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.75
4	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.51
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.44
6	好搭檔	GTV-D	韓劇	0.44
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.44
8	島國震撼日本防災攻略	TVBSN	新聞性質節目	0.40
9	寶島神很大十全果醋	SANLI	知識資訊節目	0.39
10	1400重案組	EFNC	新聞性質節目	0.35

## 35-49歲

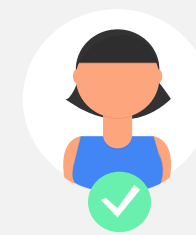
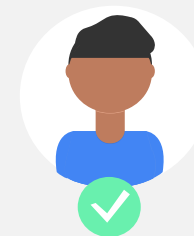
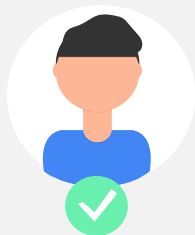
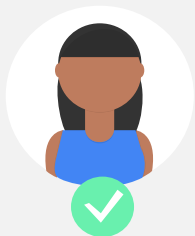
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	1.42
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.17
3	直中職36年台VS中	VLSPT	棒球	1.00
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.73
5	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.70
6	2200重案組	EFNC	新聞性質節目	0.65
7	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.63
8	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.58
9	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.57
10	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.55

## 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	4.15
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.75
3	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	閩南語連續劇	3.06
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.21
5	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.54
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.45
7	島國震撼日本防災攻略	TVBSN	新聞性質節目	1.19
8	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.11
9	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.99
10	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.94

## 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	0.51	0.41	0.62	1.40
TTV/台視	0.42	0.22	0.28	0.24	0.66
FTV/民視	0.37	0.12	0.19	0.18	0.65
CTS/華視	0.22	0.19	0.12	0.16	0.33
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	0.48	0.15	0.18	0.36	0.78
ET-N/東森新聞	0.46	0.19	0.15	0.30	0.76
SETN/三立新聞	0.37	0.12	0.06	0.20	0.68
FTVN/民視新聞	0.36	0.06	0.17	0.15	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.05	0.04	0.09	0.44
NTVN/壹新聞	0.16	0.05	0.05	0.14	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.04	0.04	0.10	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.04	0.05	0.14	0.21
UBN/非凡新聞	0.13	0.02	0.07	0.08	0.22
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.02	0.03	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.01	0.00	0.02



## 類型節目收視率

### 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	2.98
2	願望PP石墨烯塑崩打卡褲	SANLI	2.09
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.06
4	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.84
5	長樂曲2100	CTV	0.83
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.82
7	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.80
8	1300好運來宜蘭赫蒂法莊園	FTV	0.78
9	大愛劇第一名磨	DaAi	0.70
10	寶島西米樂	TTV	0.65

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.18
2	新台灣加油	SETN	0.99
3	新台派上線	SETN	0.89
4	台灣最前線	FTVN	0.88
5	少康戰情室	TVBS	0.81
6	非凡最前線	UBN	0.76
7	島國震撼日本防災攻略	TVBSN	0.73
8	驚爆新聞線2200	SETN	0.70
9	最前線報告	UBN	0.64
10	54陪審團1500	SETN	0.63

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.36
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.44
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.25
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.14
5	超級夜總會	SANLI	2.12
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.54
7	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	1.19
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.91
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.84
10	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.79

### 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.83
2	直中職36年台VS中	VLSPT	0.68
3	直24 25NBA總冠軍賽溜VS雷	VLSPT	0.58
4	型男大主廚華菱冷氣	SL2	0.53
5	效廉出發吧	STV	0.48
6	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.48
7	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.44
8	花甲少年趣旅行常春微醺攪	TTV	0.41
9	食尚玩家2天1夜go	TVBSG	0.35
10	直25MLB道VS皇	VLSPT	0.32



# 06

## 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 Microsoft Sites	1,855	99	365	73	83	23,076	3	12
2 Alphabet	1,798	96	666	286	287	55,976	5	31
3 LINE Corporation	1,057	56	219	1	1	495	2	0
4 Yahoo	973	52	202	24	35	11,699	2	12
5 Facebook	874	46	156	20	16	8,440	2	10
6 OpenAI	699	37	107	31	17	5,662	6	8
7 UDN Group	516	27	31	0	2	973	0	2
8 PIXNET Digital Media Corporation	475	25	40	0	2	1,291	0	3
9 Dcard	473	25	28	2	6	1,254	2	3
10 Wikimedia Foundation Sites	459	24	38	3	3	1,537	2	3
11 CANVA.COM	454	24	54	32	27	2,983	11	7
12 Oneup Network Corporation	416	22	45	2	4	2,063	1	5
13 Spotify	403	21	67	1	1	424	2	1
14 Want Media Group	385	20	6	6	2	268	23	1
15 HOTCOOL.TW	378	20	22	1	1	895	1	2
16 BILIBILI.COM	357	19	67	47	27	4,369	11	12
17 Overwolf	333	18	77	1	5	1,339	1	4
18 DISCORD.COM	296	16	41	19	10	2,124	9	7
19 Valve Corporation	272	14	16	1	2	481	2	2
20 Bytedance Inc.	267	14	23	1	2	991	1	4

\* With the release of May 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	2,412	100	441	59	89	25,434	2	11
2 Alphabet	2,291	95	830	352	451	71,160	5	31
3 Yahoo	1,485	62	311	28	49	16,034	2	11
4 LINE Corporation	1,442	60	378	3	4	1,741	2	1
5 Facebook	1,199	50	228	43	48	14,584	3	12
6 UDN Group	852	35	52	1	3	1,752	1	2
7 Dcard	816	34	56	19	12	2,570	8	3
8 PIXNET Digital Media Corporation	782	32	75	1	3	2,429	0	3
9 Oneup Network Corporation	587	24	99	7	14	5,009	1	9
10 OpenAI	579	24	102	33	22	5,873	6	10
11 Want Media Group	563	23	8	0	1	274	1	0
12 ETtoday & EMI Group	558	23	72	8	13	2,546	3	5
13 Wikimedia Foundation Sites	530	22	51	8	7	2,241	3	4
14 TVBS Media Inc.	528	22	33	0	2	1,150	0	2
15 Shopee Pte Ltd	499	21	48	6	14	2,170	3	4
16 Hearst	425	18	23	0	1	769	0	2
17 HOTCOOL.TW	419	17	26	1	2	1,040	1	2
18 Cite Media Holding Group	412	17	23	1	1	773	1	2
19 THREADS.COM	391	16	48	7	6	2,776	3	7
20 Amazon	384	16	396	17	43	25,136	1	65

\* With the release of May 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	2,503	100	543	147	182	37,621	4	15
2 Alphabet	2,272	91	775	312	344	61,958	5	27
3 Yahoo	1,644	66	410	43	81	22,898	2	14
4 LINE Corporation	1,328	53	338	2	3	1,132	2	1
5 Facebook	982	39	195	26	27	10,604	2	11
6 UDN Group	888	35	53	1	4	1,998	1	2
7 Want Media Group	748	30	20	31	37	884	35	1
8 PIXNET Digital Media Corporation	700	28	53	1	2	1,688	0	2
9 ETtoday & EMI Group	640	26	60	1	2	1,950	0	3
10 HOTCOOL.TW	535	21	36	2	4	1,380	2	3
11 Shopee Pte Ltd	534	21	54	3	7	2,259	1	4
12 Wikimedia Foundation Sites	505	20	34	2	2	1,281	2	3
13 Liberty Times Group	451	18	38	1	4	1,437	1	3
14 TVBS Media Inc.	448	18	23	0	2	794	0	2
15 Dcard	422	17	23	2	4	788	2	2
16 OpenAI	387	15	49	8	8	2,183	4	6
17 Cite Media Holding Group	371	15	16	0	1	512	1	1
18 Hearst	369	15	22	0	1	698	0	2
19 CW Group	312	12	10	0	1	364	1	1
20 Oneup Network Corporation	308	12	48	3	7	2,323	1	8

\* With the release of May 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	1,976	98	470	88	123	29,880	3	15
2 Alphabet	1,833	91	665	280	307	57,420	5	31
3 Yahoo	1,532	76	515	88	146	30,786	3	20
4 LINE Corporation	1,030	51	304	2	4	1,353	2	1
5 Facebook	974	48	205	42	40	12,715	3	13
6 UDN Group	843	42	74	2	8	3,073	1	4
7 Want Media Group	754	37	18	7	4	849	8	1
8 PIXNET Digital Media Corporation	713	35	72	1	3	2,359	0	3
9 ETtoday & EMI Group	678	34	104	3	8	3,905	1	6
10 Dcard	615	30	35	11	8	1,392	8	2
11 HOTCOOL.TW	528	26	42	1	2	1,715	1	3
12 TVBS Media Inc.	499	25	27	0	2	928	0	2
13 Shopee Pte Ltd	479	24	53	3	9	2,584	1	5
14 Liberty Times Group	456	23	42	1	2	1,500	0	3
15 Wikimedia Foundation Sites	442	22	37	3	2	1,352	2	3
16 Sanlih Media Group	405	20	29	0	2	961	0	2
17 CW Group	371	18	14	1	1	448	1	1
18 OpenAI	371	18	48	13	9	2,453	5	7
19 Cite Media Holding Group	370	18	20	0	1	688	1	2
20 NOWnews	349	17	22	0	1	726	0	2

\* With the release of May 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

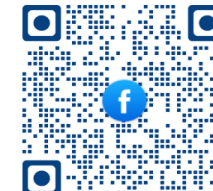
MediaResearch@mediadrive.biz

## SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

## CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部