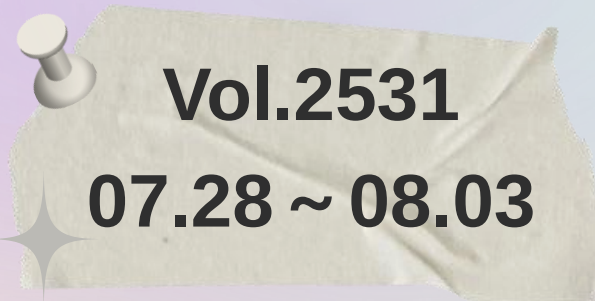




宏將週報

- Media Drive Bulletin -



WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

台灣人最愛這味！Netflix電影收視解析

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/8【電影】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 8月 #hashtag排行榜

4

國際案例 **Case Share**

Jet2 Holiday是什麼梗？反差幽默掀全球熱潮

5

收視調查 **Ratings**

2025/07/28-2025/08/03

6

網路觀察 **Network**

June 2025



01

媒體放大鏡

Media News



【[2025/07/30, 數位時代](#)】

台灣人最愛這味！Netflix電影收視解析

2025上半年，Netflix播放鍵被按下超過百億次，顯示其在全球注意力市場中的壟斷地位。2025上半年，Netflix台灣電影市場由恐怖靈異與在地江湖動作兩大「辣口」類型主宰流量，包括《咒》、《角頭》等強勢類型與長銷IP。本文依據Netflix官方榜單，系統分析影集Top 30與電影Top 40的觀看數據、製作國別與題材趨勢，並聚焦華語市場，探討台灣原創劇集在區域市場的崛起。

- **恐怖靈異與在地江湖動作兩大類型強勢主導市場** | 《咒》《愛的噩夢》等片展現恐怖題材的穩定吸引力與跨市場傳播力；《角頭：大橋頭》則證明**江湖IP的爆發力**。長銷型作品如《咒》《鬼家人》累積觀看次數驚人，顯示**優質IP具備串流時代的長尾價值**。此外，類型融合如《鬼才之道》展現恐怖+喜劇潛力，青春愛情與驚悚片亦開出穩健成績，反映市場多元與創新活力。
- **影視共通風向趨向「辣口」：不止是大尺度，更是創作的膽識** | 作品需具備情感衝擊力，**創作者勇於挑戰人性灰色地帶和社會禁忌，並建立獨特視覺風格**。對台灣創作者而言，「辣口」是高風險高回報的路，唯有堅持此精神，台灣影視才能在國際舞台被看見與追隨。



【[2025/07/30, 數位時代](#)】

Netflix最夯華語劇你追了沒？

2025上半年Netflix華語劇播放量，現代甜寵與古裝偶像劇仍主宰流量，台劇則憑藉在地題材成功突圍，而在這宏觀的全球視野下，將聚焦於其中最活躍、也最富挑戰的戰場之一：華語內容市場。剖析現代愛情與古裝偶像劇如何持續主宰流量。

- **台灣原創劇集的突出表現** | 《童話故事下集》以 190 萬次觀看、攻佔 3 地周榜的成績，位居第四，展現了其深刻描繪婚姻關係的題材引發了跨區域的共鳴。《忘了我記得》100萬次與非獨家的《#死了一個娛樂女記者之後》也以50萬次成功上榜，前者溫情動人，後者則以獨特的懸疑題材，穩固了在台灣市場的收視基本盤，**顯示出台劇在精緻類型化敘事上的成功**。
- **中堅力量與長青IP的價值** | **愛情劇仍是華語劇流量的火車頭**，而優質的在地原創內容與生命力強韌的長青IP，則是構成整個華語內容生態系不可或缺的關鍵角色。「類型化」的深度與廣度，特別是**大IP、謀殺、動作、實案改編、懸疑、喜劇**，將是**至關重要的策略**。台劇除了一直以來偏好經營的「小確幸」敘事策略外，還是需要邁向更「大格局」內容，這是台劇持續發展的必經之路。



【[2025/07/30, 科技報橘](#)】

揭開 YouTube 「新電視之王」 成功之道

在開創了消費者於電腦、手機上，欣賞影音內容的潮流之後，現在的 YouTube 已經取代了傳統好萊塢影視業者，成為新一代的「電視之王」。該調查亦顯示，美國消費者透過電視觀看YouTube的時間，已經全面超越了電腦和手機。

- **從網路企業，化身媒體巨頭** | 隨著YouTube從電腦網頁端，一路發展到手機、平板，接著進入消費者家中的電視，更逐漸發展為媒體巨頭。去年YouTube營收位居全球第二位，僅次於迪士尼；同時，YouTube的內容推薦演算法，也對全球流行文化產生巨大影響。
- **大量運用演算法，效法Netflix操作體驗** | YouTube表示，**未來電視端App將上線一項「節目」(Shows) 的功能，可自動排定播放創作者頻道的下一集節目**，跳脫過往的演算法推薦模式，並允許觀眾從上次跳出的地方繼續觀看，朝類似 Netflix 的操作體驗靠攏。
- **無畏短影音風潮，YouTube 反其道而行** | YouTube觀眾欣賞長影音內容，即**超過15分鐘影片的時間，相較於兩年前出現大幅增加**，其中絕大部分使用者的裝置來自電視，而非過往的手機、平板。YouTube創作者亦開始製作長影音內容，既希望滿足觀眾需求。



【[2025/07/29, TNL關鍵評論](#)】

2025上半年影音Podcast成主流、AI助攻內容生產

台灣本土Podcast託管平台Firstory 29日發布2025年中報告指出，Podcast已逐漸從「純聲音媒介」轉變為結合影音、AI、社群經營的多元內容平台。影音Podcast (Video Podcast) 強勢崛起，佔整體Podcast市場約30%。YouTube成流量霸主，有高達七成用戶表示習慣透過YouTube觀看Podcast內容，遠高於Spotify的1.2億用戶數。

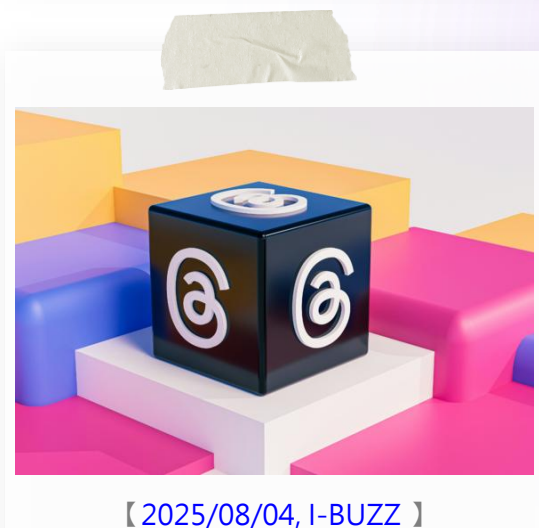
- **台灣收聽人口持續成長** | **35到44歲族群收聽比例最高**，成長幅度達2.6%。女性聽眾在所有年齡層均多於男性，顯示Podcast對女性使用者更具吸引力。地理分布上，六都加上新竹與彰化地區占據全台近九成五收聽量，**其中以台北市為最主要使用者集中區**，達68%。
- **AI工具正在改變Podcast製作** | 創作者因應內容需求提升，Firstory推出AI自動化工具，支援逐字稿產出、語音轉換、翻譯與SEO強化等功能。研究顯示，**現今的Podcast聽眾不再滿足於單向接收內容，而是渴望與創作者有更深層的互動**。愈來愈多Podcast節目推出會員訂閱系統，幫助創作者建立穩定收入來源與專屬社群。



AI搜尋促成「流量大斷崖」 Google如何改寫搜尋行規？

Google推出AI搜尋直接提供答案，改變網路生態。數據顯示AI公司大量抓取內容卻極少導流，從過去2:1變成6萬:1。網路資訊傳播的方式正在改寫。這樣的改變或許更方便，但對寫文章、拍影片、經營商店、傳遞知識的人而言，卻可能是一場災難。

- **Google真的受到AI影響了嗎？** | 「搜尋引擎」的定義正在被AI重寫。從ChatGPT問世開始，使用者對資訊的期待就已經不再是「去哪裡找答案」，而是想要「直接拿到答案」。Google搜尋的商業模型都建立在「連結」與「點擊」之上，但在AI驅動的世界裡，這套模型開始受到質疑。這也是為什麼Google選擇主動出手，推出AI Overviews和AI Mode。它不是真的樂於摧毀藍色連結，而是別無選擇。**與其坐等被跳過，不如自己把答案直接給出去，然後想辦法讓廣告留在答案裡。**
- **最慘狀況：被AI爬了6萬次，他才給你1個讀者** | 10年前，Google每看網站2次，就會幫網站帶來一個讀者，算是互利共生。到了6個月前，Google已經變成看6次才帶來1個讀者。**AI大量從網站抓資料來訓練、使用，卻愈來愈難像過去一樣給網站流量。**



Threads兩週年行銷全攻略 「輕社群」戰場最新趨勢

Threads不再只是備胎選項，而逐漸成為品牌打造社群親和力的新管道。從熱潮到穩定成長，在2023年一上線即創下單日破千萬下載的紀錄。無演算法焦慮、無過多政治論戰，更適合品牌以輕鬆語氣進行日常互動。**18-34歲為主力族群**。與其說Threads是X（前Twitter）的取代者，更精確的定位是「有質感、低壓力的文字社群」，**Threads鼓勵「真實觀點」，貼近人心的內容風格。**

- **走心觀點更受歡迎，打開互動新模式** | 這些貼文往往不追求華麗的包裝，而是**更注重真誠表達、觀點獨到，甚至帶點即興感**。相較於Instagram以視覺為主的高度美編內容，Threads的氛圍更像是X與IG的混合體，鼓勵用戶以輕量、真實的方式說話。
- **品牌為什麼要進駐Threads？** | 在社群平台競爭激烈的當下，Meta旗下的Threads正值內容紅利期，競爭壓力小、互動率高，**品牌能搶先卡位累積影響力**。此平台適合以走心、有觀點的內容傳遞品牌價值與文化，無須過度包裝，更顯真誠。與Instagram深度整合的特性，也便於導流與經營副頻道，打造主副頻互補的溝通策略，是品牌現階段不可忽視的新舞台。



【[2025/07/31, JUKSY](#)】

ChatGPT「我的詛咒是什麼？」爆紅！

向 ChatGPT 詢問「我的詛咒是什麼？」的風潮近期席捲各大社群平台，從 Threads、Instagram到TikTok無所不在。這個看似突兀的問句，竟能引發ChatGPT以詩意且富有共鳴的語言回應，讓**眾多用戶紛紛留言「太準了吧」、「像被讀心」**。

起初是一位電商從業者在 Threads 上分享了自己向 ChatGPT 提問後得到的回應：「你的詛咒是：永遠比別人早懂，卻總是晚一步被懂」。簡短幾句，卻精準戳中無數人的內心，引起大量網友轉發與討論。大家紛紛貼出自己收到的詩意回應，例如「你總是在深夜想太多，卻笑著度過白天」、「你總在最後一刻才被理解，但那時你已經沉默了」，每一句都像說出了沒能說出口的心情。

一些網友收到的回答顯得幽默許多，比如「你的詛咒是孤單時特別想吃鹹酥雞」、「你的襪子永遠只剩一隻」、「你總是比主管還懂事，但永遠輪不到你升職」等等，讓人忍不住笑出來又微微點頭。AI成了某種可以窺探內心的對話夥伴，儘管它只是演算法生成的文字，卻意外**成為這世代的情緒出口**。心理學家認為，這現象**反映出當代人對「被看見」與「被理解」的渴望。人們得到一種情緒上的陪伴。**

甜甜圈排隊潮：GooDonut圈粉，I'm Donut卻惹爭議？

日本知名甜甜圈名店 I'm donut 今年7月插旗台灣，首家門市未開先轟動，吸引大批粉絲關注。然而，開幕首日卻因現場排隊混亂、購買體驗不佳，引發民怨狂潮，品牌回應未能有效止血，反遭批評火上加油，導致正面聲量瞬間被負評淹沒，形象從爆紅急轉為炎上。

- **成功對照組：GooDonut如何把排隊變「圈」粉？** | GooDonut事前未邀KOL宣傳，卻憑**清楚排隊規則與限購機制**贏得好評，**阿Ken更親赴現場向民眾致歉與感謝，展現誠意**。相較之下，I'm donut 雖高聲量但因排隊亂象與應對失當，導致負評壓過正評。根據社群數據，GooDonut 好感度為 I'm donut 四倍，顯示高聲量不等於好評價，負面行銷恐損品牌長遠形象。
- **社群經營的底層邏輯：不是話題，而是尊重與預期管理** | 此次事件凸顯**社群操作不僅是炒熱聲量，更需重視現場體驗與情緒回應**。開幕前大量KOL開箱雖帶來期待，卻因現場管理不善導致反效果。**消費者在意的是被尊重與預期管理，而非單純排隊時間**。品牌若缺乏配套與溝通能力，聲量再高也難以承接。唯有從流程細節著手，才能穩固品牌信任，經得起熱度考驗。



【[2025/07/28, I-BUZZ](#)】



O2

網紅觀察站 Influencer

【電影】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	李李	1,590,727
2	晚安星球 WAN-AN	760,301
3	KJ	742,573
4	人生肥宅x尊	680,531
5	FUFU	670,987
6	柯震東	595,224
7	六指淵 Huber	586,103
8	Eddie Peng	547,761
9	曾向鎮	466,566
10	瑋弟WD	454,118

Facebook 口碑數量 TOP10

1	蕭煌奇 Ricky Hsiao	783,697
2	田中千繪 Tanaka Chie	531,119
3	阿Ken	462,332
4	吳慷仁 Kang Ren Wu	399,700
5	謝承均	368,322
6	林柏宏	354,359
7	人生肥宅x尊	334,730
8	那些電影教我的事	321,798
9	張鈞甯 Ning Chang	314,906
10	電影裡的那些故事	299,314

Youtube 口碑數量 TOP10

1	人生肥宅x尊	1,193,285
2	文昭思緒飛揚	816,009
3	陳洋蔥	761,260
4	Allen Tsai	649,757
5	蕭煌奇 Ricky Hsiao	505,470
6	經典華語老電影	432,447
7	武俠不止	401,874
8	角頭 GATAO MOVIE	288,584
9	孟德四舅	281,819
10	超粒方	233,664



資料來源：Kolr；趨勢分析-社群帳號排行(電影)；最後更新日期：2025年8月



03

熱門話題

Hot Topics

 #hashtag排行榜

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

8月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

1



#taiwan
[派瑞](#)

平均互動數 3.7萬
平均互動率 36.2%

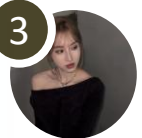
2



#ootd
[掠奪](#)

平均互動數 9.4萬
平均互動率 180%

3



#台灣
[婉蓁](#)

平均互動數 7.4萬
平均互動率 45.8%

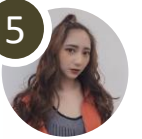
4



#台北美食
[大食女](#)

平均互動數 5.5萬
平均互動率 12.1%

5



#台中
[軟軟tiffany](#)

平均互動數 8.4萬
平均互動率 1,164%

6



#台中美食
[玉玉食旅](#)

平均互動數 3.6萬
平均互動率 19.9%

7



#台北
[小豬豬的奇幻冒險](#)

平均互動數 3.2萬
平均互動率 1.92%

8



#搞笑
[Uj李李](#)

平均互動數 8.3萬
平均互動率 281%

9



#taipei
[好日子不打烊](#)

平均互動數 2.3萬
平均互動率 59.4%

10



#台南
[斐棋 fei chi](#)

平均互動數 3.1萬
平均互動率 15.4%





O4

國際案例

Case Share

Jet2 Holiday是什麼梗？反差幽默掀全球熱潮

近期在短影音平台上，你是不是也頻頻刷到那句魔性的「Darling hold my hand」，並伴隨著英國廉航Jet2的魔性廣告詞呢？這段旋律與旁白，可說是近期最火紅的背景音樂之一。究竟「Jet2 Holiday」這個梗是怎麼來的？它為何瞬間爆紅並席捲全球社群呢？

- Jet2廣告曲爆紅！魔性旋律與旁白成迷因** | Jet2是英國廉價航空，九年前起使用Jess Glynne的〈Hold My Hand〉作為廣告配樂，營造手牽手度假的歡樂氛圍。2024年旅遊促銷廣告延續此曲，加入配音員Zoe Lister充滿朝氣的旁白，其中「**Nothing beats a Jet2 holiday!**」這段語氣高昂又直白的台詞，**搭配省錢訴求成為迷因，迅速在網路爆紅。**
- 荒謬反差意外掀起社群狂潮** | Jet2廣告於2024年11月，一段TikTok影片被推爆：影片中男子被駱駝追逐，搭配Jet2樂觀旁白形成強烈反差，引發迷因熱潮。這支「駱駝追逐」影片至今已累計超過380萬個讚，成功引爆「Jet2 holidays」迷因熱潮。相關音檔在TikTok上使用量已逼近200萬支影片，**這股洗腦的熱潮也迅速蔓延到Instagram、Facebook、Threads等各大社群平台，成為全球網友創作的素材。**網友狂讚廣告片段洗腦、荒謬有趣，甚至K-pop偶像如RIIZE的Anton與aespa的Giselle也參與模仿，Google搜尋亦出現專屬效果，顯示其全球爆紅影響力。
- 迷因爆紅效應 原唱與配音員夢幻合體回應熱潮** | 「Jet2 holidays」迷因爆紅，**不僅讓Jet2廣告受到空前關注，也帶動原唱Jess Glynne人氣飆升**，她在音樂節演出〈Hold My Hand〉時，觀眾齊喊廣告旁白掀起高潮。Jess更與配音員Zoe Lister在英國電台合體重現廣告片段，掀起網友熱烈迴響，被讚為「英國歷史時刻」，展現迷因超強影響力。



資料來源：[網路溫度計 2025-07-30](#)





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	3.32
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.92
3	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	2.58
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.26
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.17
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.33
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.30
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.14
9	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	1.01
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.88
11	九條好漢在一班愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.87
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.83
13	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.82
14	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.81
15	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.75
16	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
17	1300好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	0.71
18	1300綜藝大集合安美諾美白	FTV	娛樂綜藝	0.67
19	祕書俱樂部阿鈣八合一強效	CTV	國語連續劇	0.61
20	航海王29	TTV	卡通影片	0.61

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.21
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.21
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	2.08
4	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.78
5	直U12世界盃中華美國	ET-N	棒球	1.21
6	直U12世界盃中華多明	ET-N	棒球	1.12
7	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.09
8	直U12世界盃中華韓國	ET-N	棒球	1.06
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.02
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.90
11	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.90
12	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.88
13	直25U12少棒中VS韓	VLSPT	棒球	0.87
14	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.86
15	直U12世界盃預賽A中華德國	ET-N	棒球	0.84
16	大通膨時代	TVBSN	新聞性質節目	0.84
17	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.82
18	直25U12少棒中VS美	VLSPT	棒球	0.77
19	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.77
20	直25U12少棒中VS多	VLSPT	棒球	0.76

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.27
2	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.03
3	祕書俱樂部阿鈺八合一強效	CTV	國語連續劇	1.02
4	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.01
5	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.00
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	0.97
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.79
8	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.67
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.65

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	2.02
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.88
3	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.46
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.18
5	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.14
6	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.11
7	九條好漢在一班愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	1.11
8	航海王29	TTV	卡通影片	0.99
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.97
10	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.86

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.63
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.36
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.29
4	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.24
5	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.14
6	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.02
7	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.92
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.77
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.74
10	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	0.69

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	5.73
2	好運來大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	4.63
3	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	4.45
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.86
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.85
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	2.25
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.72
8	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.51
9	寶島西米樂	TTV	閩南語連續劇	1.49
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.45

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.43
2	大通膨時代	TVBSN	新聞性質節目	1.25
3	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.13
4	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	1.08
5	直25U12少棒中VS多	VLSPT	棒球	0.99
6	直U12世界盃中華多明	ET-N	棒球	0.98
7	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.92
8	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.89
9	直25U12少棒中VS德	VLSPT	棒球	0.85
10	直25U12少棒中VS美	VLSPT	棒球	0.82

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.58
2	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.40
3	直HOTELS中職36年樂VS中	VLMAX	棒球	1.28
4	直25U12少棒中VS韓	VLSPT	棒球	1.04
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.98
6	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.84
7	直HOTELS中職36年台VS中	VLSPT	棒球	0.81
8	直U12世界盃中華韓國	ET-N	棒球	0.80
9	直中職36年樂VS中	VLMAX	棒球	0.79
10	直25U12少棒中VS多	VLSPT	棒球	0.76

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.93
2	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	1.33
3	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	1.26
4	直U12世界盃中華美國	ET-N	棒球	0.98
5	直U12世界盃中華多明	ET-N	棒球	0.90
6	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.65
7	直25U12少棒中VS韓	VLSPT	棒球	0.60
8	2315願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.56
9	直U12世界盃中華韓國	ET-N	棒球	0.52
10	大通膨時代	TVBSN	新聞性質節目	0.48

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	4.26
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.19
3	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	3.13
4	願望十全味噌	SANLI	閩南語連續劇	3.09
5	直U12世界盃中華美國	ET-N	棒球	1.93
6	直U12世界盃中華多明	ET-N	棒球	1.65
7	直U12世界盃中華韓國	ET-N	棒球	1.64
8	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.62
9	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.31
10	直U12世界盃預賽A墨西中華	ET-N	棒球	1.27

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	1.01	0.42	0.53	0.66	1.56
TTV/台視	0.49	0.23	0.22	0.34	0.76
FTV/民視	0.41	0.18	0.21	0.16	0.71
CTS/華視	0.23	0.11	0.08	0.17	0.36
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	0.69	0.26	0.24	0.50	1.12
ET-N/東森新聞	0.54	0.17	0.22	0.31	0.94
FTVN/民視新聞	0.40	0.07	0.17	0.20	0.72
SETN/三立新聞	0.38	0.12	0.05	0.23	0.69
ERA-N/年代新聞台	0.25	0.05	0.04	0.11	0.47
NTVN/壹新聞	0.22	0.10	0.09	0.16	0.34
CTS-N/華視新聞資訊台	0.21	0.12	0.09	0.14	0.34
EFNC/東森財經新聞台	0.17	0.06	0.11	0.10	0.27
UBN/非凡新聞	0.13	0.04	0.04	0.08	0.23
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.02	0.03	0.09
MNEWS/鏡新聞	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來大同氣密窗	FTV	2.92
2	好運來紅螞蟻	FTV	2.58
3	願望宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	2.21
4	願望十全味噌	SANLI	2.08
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.02
6	寶島西米樂	TTV	1.01
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.90
8	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.75
9	1300好運來大同氣密窗	FTV	0.71
10	真的出現了	GTV-D	0.66

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.09
2	台灣演義	FTVN	0.90
3	話時代人物	SETN	0.88
4	台灣最前線	FTVN	0.86
5	大通膨時代	TVBSN	0.84
6	驚爆新聞線2200	SETN	0.82
7	非凡最前線	UBN	0.77
8	台灣亮起來	SETN	0.73
9	新台灣加油	SETN	0.71
10	最前線新聞	UBN	0.69

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.32
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.26
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.21
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.17
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.78
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	1.33
7	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	1.30
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.88
9	九條好漢在一班愛妮雅化妝	TTV	0.87
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.83

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直U12世界盃中華美國	ET-N	1.21
2	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.14
3	直U12世界盃中華多明	ET-N	1.12
4	直U12世界盃中華韓國	ET-N	1.06
5	直25U12少棒中VS韓	VLSPT	0.87
6	直U12世界盃預賽A中華德國	ET-N	0.84
7	直25U12少棒中VS美	VLSPT	0.77
8	直25U12少棒中VS多	VLSPT	0.76
9	直U12世界盃預賽A墨西中華	ET-N	0.72
10	直中職36年樂VS中	VLMAX	0.66



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 Microsoft Sites	1,840	98	376	84	82	22,673	4	12
2 Alphabet	1,806	96	618	260	276	52,100	5	29
3 Yahoo	1,070	57	200	17	28	10,293	2	10
4 LINE Corporation	1,010	54	202	1	1	536	1	1
5 Facebook	895	48	168	25	20	8,998	3	10
6 OpenAI	635	34	89	34	17	5,030	7	8
7 Dcard	521	28	27	3	5	1,022	3	2
8 PIXNET Digital Media Corporation	453	24	37	0	2	1,272	0	3
9 Wikimedia Foundation Sites	431	23	32	2	2	1,117	2	3
10 UDN Group	429	23	21	0	1	660	1	2
11 Oneup Network Corporation	374	20	42	2	4	1,798	1	5
12 CANVA.COM	370	20	44	31	21	2,664	12	7
13 DISCORD.COM	366	19	52	28	13	2,507	11	7
14 BILIBILI.COM	355	19	59	40	25	4,197	10	12
15 Spotify	315	17	66	0	1	406	1	1
16 ETtoday & EMI Group	283	15	19	0	1	606	0	2
17 Want Media Group	274	15	4	1	1	172	6	1
18 Overwolf	274	15	58	3	3	1,194	2	4
19 Bytedance Inc.	259	14	21	2	3	1,141	1	4
20 Valve Corporation	244	13	17	1	2	544	2	2

* With the release of June 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	478	62	99	26,465	2	11
2 Alphabet	2,271	94	826	369	446	71,455	5	31
3 Yahoo	1,511	63	338	21	40	16,220	1	11
4 LINE Corporation	1,393	58	369	2	3	1,493	1	1
5 Facebook	1,168	48	249	56	52	17,504	3	15
6 UDN Group	826	34	53	1	3	1,835	1	2
7 PIXNET Digital Media Corporation	747	31	65	1	3	2,154	0	3
8 Dcard	739	31	61	24	14	2,863	8	4
9 ETtoday & EMI Group	722	30	73	8	14	2,565	3	4
10 Oneup Network Corporation	603	25	94	5	13	4,727	1	8
11 OpenAI	587	24	109	35	20	5,944	6	10
12 Want Media Group	568	24	11	10	14	554	17	1
13 Liberty Times Group	529	22	38	1	2	1,176	1	2
14 Wikimedia Foundation Sites	517	21	49	5	4	2,033	2	4
15 Amazon	437	18	394	19	47	23,407	1	54
16 Shopee Pte Ltd	434	18	54	7	15	2,722	2	6
17 Cite Media Holding Group	420	17	22	1	1	685	1	2
18 TVBS Media Inc.	370	15	22	0	1	731	0	2
19 Netflix Inc.	350	15	49	3	3	1,807	2	5
20 NOWnews	338	14	18	0	1	544	1	2

* With the release of June 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	2,497	100	560	113	141	33,910	3	14
2 Alphabet	2,199	88	786	308	354	63,070	5	29
3 Yahoo	1,840	74	453	43	82	24,214	2	13
4 LINE Corporation	1,348	54	349	2	3	1,144	2	1
5 Facebook	1,075	43	239	35	34	13,166	3	12
6 UDN Group	865	35	53	1	4	2,201	0	3
7 Want Media Group	833	33	21	11	6	1,109	10	1
8 PIXNET Digital Media Corporation	669	27	49	1	2	1,520	0	2
9 Dcard	584	23	30	2	4	1,001	2	2
10 Shopee Pte Ltd	537	21	62	8	13	2,890	3	5
11 ETtoday & EMI Group	530	21	49	1	2	1,567	0	3
12 Liberty Times Group	488	19	51	1	3	1,743	0	4
13 TVBS Media Inc.	485	19	21	0	1	708	0	1
14 Wikimedia Foundation Sites	450	18	34	2	2	1,216	1	3
15 OpenAI	438	18	74	32	24	4,409	7	10
16 NOWnews	381	15	25	0	1	822	0	2
17 NAT.GOV.TW	338	13	30	8	15	1,260	6	4
18 Sanlih Media Group	327	13	22	6	11	884	7	3
19 Oneup Network Corporation	316	13	56	3	8	2,619	1	8
20 Cite Media Holding Group	302	12	12	0	1	415	1	1

* With the release of June 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	1,985	98	511	99	143	33,368	3	17
2 Alphabet	1,812	90	660	347	340	58,344	6	32
3 Yahoo	1,652	82	600	93	155	34,489	3	21
4 Facebook	1,009	50	232	39	38	14,589	3	14
5 LINE Corporation	981	49	332	2	3	1,556	1	2
6 UDN Group	853	42	80	3	8	3,130	1	4
7 Want Media Group	777	38	20	5	4	829	6	1
8 PIXNET Digital Media Corporation	685	34	65	1	3	2,129	0	3
9 TVBS Media Inc.	644	32	36	0	2	1,147	0	2
10 ETtoday & EMI Group	581	29	75	2	4	2,469	1	4
11 Dcard	509	25	33	15	7	1,402	11	3
12 Sanlih Media Group	496	25	28	0	2	943	0	2
13 Liberty Times Group	484	24	65	1	4	2,131	1	4
14 NOWnews	464	23	28	0	1	891	1	2
15 Shopee Pte Ltd	444	22	60	3	9	3,031	1	7
16 Wikimedia Foundation Sites	378	19	34	2	2	1,179	2	3
17 Cite Media Holding Group	370	18	18	0	1	583	1	2
18 CW Group	352	17	13	0	1	410	1	1
19 OpenAI	327	16	53	21	12	2,962	7	9
20 NAT.GOV.TW	293	14	22	6	8	936	6	3

* With the release of June 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

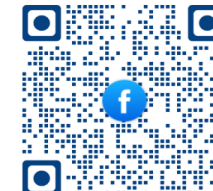
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部