

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

 Vol.2535
08.25 ~ 08.31



Media Drive
宏將傳媒

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

2 Sep, 2025

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

Netflix原創電影《KPOP獵魔女團》突破 2 億觀看

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/9【穿搭】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 **Hot Topics**

Instagram 9月 #hashtag排行榜

4

國際視野 **Media Trend**

青少年的社群媒體網路使用習慣

5

收視調查 **Ratings**

2025/08/25-2025/08/31

6

網路觀察 **Network**

July 2025



01

媒體放大鏡

Media News



【2025/08/28, 商周】

Netflix原創電影《KPOP獵魔女團》突破 2 億觀看

當好萊塢沉迷於續集與改編，《Kpop獵魔女團》卻以全新故事闖出一條新路。從社群洗版、成為Netflix史上觀看次數最多原創電影，再到票房奪冠，以十週內2億3600萬觀看次數，成為Netflix史上觀看次數最高的原創電影，並掀起話題。它如何做到全球觀眾上癮？

- **《Kpop獵魔女團》的文化獨特性** | 製作團隊確保內容盡可能真實，從故事細節、韓國文化元素到音樂皆遵守此原則。該片歌曲琅琅上口，令人身體會情不自禁跟著搖擺、哼唱，而影片快節奏的特性，也吸引在TikTok時代成長的孩子觀看。
- **連家長也「入坑」，家庭用戶反覆觀看** | 該片顛覆過去串流電影缺乏足夠宣傳、熱度難以持久的魔咒，反而受益於家庭用戶重複觀看，連續九週觀看次數都達到2500萬次，成為2025年成績最好的電影原聲帶。加上Netflix推出院線「歡唱版」電影，更延長生命週期。
- **被索尼放棄的動畫片，能改寫好萊塢投資邏輯？** | 索尼原創企劃《Kpop獵魔女團》因擔心院線票房風險，將發行權賣給Netflix，僅獲約2000萬美元，且無額外版稅，雖然Netflix承擔了逾1億美元製作成本，影片卻爆紅，索尼無法分得後續收益。



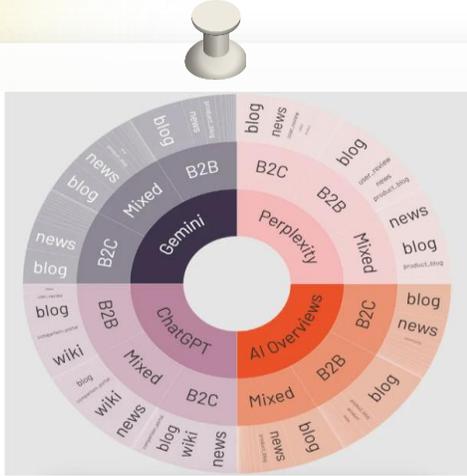
【2025/08/26, ETtoday運動雲】

Netflix拿下2026年WBC日本獨家轉播！

世界棒球經典賽(WBC)將首度登上Netflix！大聯盟MLB26日宣布，與Netflix簽署獨家合作協議，2026年第6屆WBC日本地區所有47場比賽，將由Netflix獨家直播與隨選重播。2026年WBC將於3月5、6日開幕，20支球隊分組在東京、聖胡安、休士頓、邁阿密開打。

2023年經典賽，日本由無線電視與Prime Video共同轉播。決賽日本對美國一戰，在平日早晨竟繳出關東地區42.4%的超高平均收視率，7場日本隊比賽場場破40%，全日本約有75%人口透過不同管道收看，掀起全民狂熱。然而，WBC轉播權費用逐屆飆升，據傳2023年的權利金已達2017年的近3倍、約30億日圓。賽後便傳出無線電視恐難再負擔的聲音。2026年權利金更是水漲船高，最終由資金雄厚、長期深耕原創影視的Netflix拿下日本地區獨家轉播權。

MLB副主席Noah Garden表示，此舉展現WBC全球熱度持續攀升，Netflix已在全球多場體育直播中展現成功，這次合作將讓日本球迷以更貼近生活的方式享受賽事。Netflix日本區副總裁坂本嘉田則說，將提供球迷「隨時、隨地、用任何裝置」觀賽的全新體驗。



【2025/08/28, 數位時代】

AI搜尋引用偏好大揭露！品牌如何提高能見度？

自2025年5月Google上線AI摘要後，生成式AI極大幅度地改變了搜尋引擎的運行方式，品牌該如何操作，才能在AI搜尋的浪潮中佔有一席之地？外媒Search Engine Land報導了一份關鍵調查，揭露了四大主流AI模型背後截然不同的引用「品味」。

- **UGC引用差異：Google擁抱社群，ChatGPT堅守權威** | 不同AI引擎對UGC（用戶生成內容）的引用差異顯著。Google AI Overviews引用約4% UGC，Reddit為最常見來源，Gemini約2%；Perplexity約1%，依主題選擇高品質社群內容，並偏重專業評測網站。相較之下，ChatGPT高度依賴權威來源，UGC佔比不到0.5%，幾乎排除論壇與社群，主要引用維基百科與主流新聞媒體。
- **提升AI能見度的SEO建議** | 應對AI搜尋浪潮，**品牌需多方位打造線上權威**：一是爭取第三方高信譽媒體與評論網站的正面報導；二是維護準確、豐富的Wikipedia頁面與Google知識面板；三是積極在Reddit、Quora等社群提供有價值互動；四是在自有網站發布全面、數據驅動的比較內容；五是持續優化SEO，透過高品質內容與權威連結提升被搜尋機會。

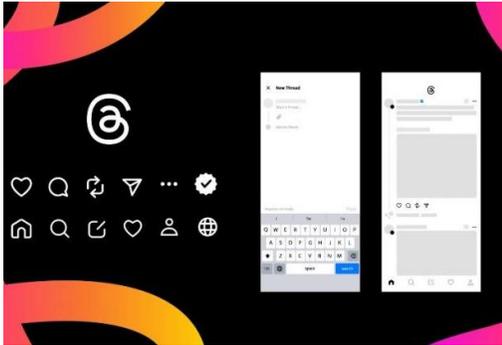


【2025/08/28, 未來商務】

AI廣告明星上場！是產業紅利還是隱憂？

社群平台上，網紅與素人替品牌曝光，但生成式AI進步將改變廣告生態：AI分身成本低、速度快、無檔期與拍攝限制，可大量生產多版本內容、客製化不同受眾，並自動翻譯多國語言，降低跨市場成本，使品牌訊息幾乎零成本觸及全球。

- **TikTok 推出生成虛擬網紅功能** | 只需上傳圖片與文字提示即可生成具「人味」的銷售影片。TikTok新功能模擬真人網紅互動感，無縫嵌入社群廣告生態。此舉讓平台以少量虛擬分身大量製作內容，降低合作成本，加速廣告自動化與AI依賴。
- **H&M 計畫用模特兒的「數位分身」做廣告** | H&M與模特兒及經紀公司合作打造30位「數位分身」，用於社群與電商素材。AI模特兒可快速生成多種風格與搭配，降低拍攝成本。策略強調真人授權，素材標註AI製作，確保透明度，兼顧創意效率與人本品牌核心。
- **生產效率工具 v.s 犧牲真人模特兒** | AI分身提升創作效率與成本優勢，但引發勞工權益與審美爭議。Model Alliance擔心取代模特兒及產業工作者，且可能加劇年齡歧視與外貌焦慮。支持者認為AI是擴充創意工具。



【 [2025/09/01, I-BUZZ](#) 】

Threads 爆紅小編經營全解析

Threads 推出滿兩週年後，品牌經營熱潮持續升溫，越來越多品牌小編將這個新平台視為必爭之地。本篇文章將精選 Netflix、八曜和茶、家樂福、蝦皮四個品牌案例。「真實」就是流量密碼。品牌小編的人物性格，就是讓品牌走進消費者的日常中，拉近彼此距離。

- **Threads人氣四大品牌小編：粉絲與互動數據觀察** | Netflix依靠龐大粉絲基數與影劇、時事梗結合，持續維持高互動與轉發聲量；八曜和茶雖粉絲數不算最多，但憑藉獨特魔性文案、積極回覆與高頻互動，貼文往往「破圈」傳播，成為業界典範；蝦皮則透過蹭熱度與優惠活動，近三個月互動量明顯攀升，展現擴張力道；家樂福則以生活日常幽默貼近大眾，穩固品牌「鄰居感」。
- **小編人設與經營風格剖析** | Netflix以影劇梗與時事迷因，塑造「影劇狂粉」人設並引發劇迷共鳴；八曜和茶靠厭世吐槽，展現文青式幽默，貼近社畜心聲；蝦皮則是促銷綁定玩梗，藉時事與懷舊迷因創造破圈聲量；家樂福則以生活日常切入，用平凡商品結合趣味觀察，成為「鄰居式陪伴」品牌。**成功秘訣在於：懂用梗、善於換位思考**，將品牌特色化為人設，進而拉近與消費者的情感距離。

掌握短影音趨勢 2025市場的新機遇

隨著數位媒體的迅速演變，短影音已崛起為行銷領域的關鍵工具。根據最新的市場調查顯示，短影音行銷不僅提升品牌的曝光度，也重新定義消費者的互動模式。少年懂行銷表示，短影音能夠快速捕捉觀眾的注意力，並促進互動與分享。因此，品牌紛紛將重心轉向短影音策略，順應社交媒體對快速內容的需求。眾多品牌透過開箱影片、知識性教學和社群廣告等形式，成功吸引了大量觀眾。

- **2025年短影音行銷的趨勢洞察** | 品牌預告片和精彩花絮的製作愈加普遍，KOL成為許多品牌行銷的首選策略，藉由他們的影響力來吸引潛在客戶。短影音行銷策略需要針對不同的平台特性量身定做，各平台各有優勢，適合不同的受眾群體。例如，TikTok因其高互動性和流行趨勢，成為吸引Z世代的熱土；而Facebook Reels則更適合接觸年齡層較高的用戶，善用社團功能來達到精準曝光。
- **短影音的成功製作秘訣** | 從品牌風格的塑造、受眾的定位到腳本的撰寫，每個環節都至關重要。前五秒的吸引力、音樂的選擇以及片頭的設計，都是影響觀眾觀看體驗的關鍵元素。定期進行數據分析與觀眾互動回饋，也有助於優化內容與提升市場競爭力。



【 [2025/08/26, 商傳媒](#) 】



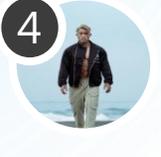
02

網紅觀察站 Influencer

【穿搭】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 1 王安蕾	3,533,210
 2 Leiro Lai	3,165,650
 3 KIRE	2,235,373
 4 Ru儒哥	1,801,015
 5 Livia	1,341,791
林郁欣	1,204,983
粿醬家	1,128,524
Ivan	937,495
采婕 Una	933,179
腫瞳瞳童ㄤㄤ	875,306

Facebook 口碑數量 TOP10	
 1 菁菁直播	1,351,787
 2 泰妃糖直播	1,337,439
 3 Feina boutique	990,097
 4 林薇 Vivi Lin	986,589
 5 Canna 美人蕉	791,956
Roma指尖秀	787,915
白色時尚/white vogue	726,005
雅芬童裝韓國女裝百貨飾品 美妝直播	694,145
宥凱 Yu Kai	677,266
周曉涵	676,209

Youtube 口碑數量 TOP10	
 1 美姬	6,859,664
 2 李侑真	3,930,959
 3 Ru儒哥	1,297,657
 4 Lin Ching Chieh	538,079
 5 豆漿	516,140
謝孟航	435,051
老外爸爸 Lao Wai Ba Ba	378,510
曾博恩	356,106
韓勾八金針菇	340,708
老辣妹	308,540





03

熱門話題

Hot Topics

 #hashtag排行榜

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

9月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

1  **#taiwan**
SUFULAY
平均互動數 3.8萬
平均互動率 29.7%

2 **脆**  **#台灣**
隨便脆
平均互動數 2.3萬
平均互動率 21.5%

3  **#ootd**
醫生叔叔
平均互動數 2.4萬
平均互動率 10.5%

4  **#台北美食**
Jie小潔
平均互動數 5.5萬
平均互動率 397%

5  **#台中**
樂冠廷 阿樂
平均互動數 7.1萬
平均互動率 7.43%

6  **#台北**
許家豪
平均互動數 1.1萬
平均互動率 55.1%

7  **#台中美食**
CC美食天地
平均互動數 7.7萬
平均互動率 181%

8  **#高雄**
小豬豬的奇幻冒險
平均互動數 3.1萬
平均互動率 1.86%

9  **#taipei**
raymond 瑞門
平均互動數 54.1萬
平均互動率 217%

10  **#搞笑**
王惟漢Kevin
平均互動數 16萬
平均互動率 91.8%



04

國際視野

Media Trend

青少年的社群媒體網路使用習慣

美國青少年使用社群媒體進入新階段。2024年調查顯示，多數人每天瀏覽YouTube與TikTok，但對其影響看法矛盾：一方面帶來連結與創造力，另一方面卻損及睡眠、學業與心理健康。研究也揭示青少年與家長觀點的落差。皮尤研究中心針對13至17歲的美國青少年詢問了使用社群媒體的經驗，以及他們對社群媒體如何影響其生活的看法。

- 青少年平台偏好及使用強度** | 青少年最常使用的社群平台以 **YouTube** 為主，高達九成使用，73%每天造訪，近四分之一幾乎無時無刻都在上線。TikTok 也相當普及，超過半數每天使用，16%幾乎隨時在線；Instagram 與 Snapchat 緊追在後，約半數每天使用。相較之下，Facebook 與 X(Twitter) 使用率在過去十年大幅下降，僅兩成青少年每天瀏覽。整體而言，約三分之一青少年幾乎隨時使用至少一個平台，顯示線上社群已成其生活核心。
- 青少年對社群媒體的正負面感受與差異** | 多數青少年認為社群媒體帶來正面影響，約四分之三感覺與朋友更緊密，63%認為能展現創意。然而也存在負面影響，39%對平台上的紛爭感到不堪。有一部分青少年表示，使用社群媒體對其睡眠、工作生產力、成績和心理健康弊大於利，有四成青少年中表示，使用社群媒體降低了他們的工作生產力，45%的人則認為影響了他們的睡眠時數。約五分之一的人表示，社群媒體降低了他們的成績和損害心理健康。
- 青少年在社群媒體上的心理健康資訊依賴與使用調整** | 約三分之一青少年透過社群媒體獲取心理健康資訊，其中六成以上認為這是重要的來源。少女(40%)比少年(28%)更常從中獲取相關資訊；另一方面，44%青少年已減少社群媒體使用，比例較2023年上升，但仍有過半數(55%)未減少。減少智慧型手機使用的情況與此趨勢相似，顯示社群媒體在青少年生活中既是重要資源，也是反思使用的對象。



資料來源：[TNL 2025-09-01](https://www.pewresearch.org/2024/09/01/teens-social-media-usage/)





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	3.10
2	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	2.91
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.77
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.35
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.27
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.10
7	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.09
8	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.04
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.99
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.93
11	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.93
12	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.90
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.75
14	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.71
15	航海王29	TTV	卡通影片	0.69
16	1300好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.69
17	最強的身體福爾威創快篩	TTV	競賽綜藝	0.64
18	零日攻擊娘家葉黃素	FTV	國台語單元劇	0.60
19	姊妹亮起來第一名店	FTV	資訊綜藝	0.58
20	1800綜藝新時代發現台灣台	FTV	娛樂綜藝	0.55

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	2.34
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.72
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.60
4	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	1.07
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.03
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.89
7	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.83
8	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.83
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.79
10	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.73
11	國民大會	TVBS	資訊綜藝	0.72
12	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.70
13	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.69
14	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.68
15	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.66
16	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	0.66
17	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.65
18	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.65
19	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.64
20	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.64

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	1.59
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.41
3	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.24
4	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.07
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.04
6	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.89
7	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.73
8	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.69
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.67
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.64

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.58
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.38
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.15
4	航海王29	TTV	卡通影片	1.09
5	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.98
6	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.90
7	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.89
8	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.78
9	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.77
10	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.75

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	1.88
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.79
3	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.56
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.38
5	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.13
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.11
7	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.10
8	最強的身體福爾威創快節	TTV	競賽綜藝	0.92
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81
10	航海王29	TTV	卡通影片	0.79

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	4.98
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	4.97
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.74
4	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.05
5	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.92
6	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	娛樂綜藝	1.79
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.50
8	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	1.42
9	1300好運來紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.42
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.37

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.97
2	偶然成為家人	ET-D	韓劇	0.74
3	西遊降魔篇	ET-M	國片	0.70
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.67
5	1400重案組	EFNC	新聞性質節目	0.66
6	殭屍先生	ET-M	國片	0.65
7	2000灌籃高手	ET-M	卡通影片	0.61
8	1600極地玩家勇闖北極最前	NTVN	新聞性質節目	0.61
9	直中職36年樂VS中	VLSPT	棒球	0.59
10	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.55

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.48
2	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.57
3	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.48
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.43
5	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.43
6	西遊降魔篇	ET-M	國片	0.39
7	功夫	ET-M	國片	0.38
8	新我們這一家	YOYO	卡通影片	0.36
9	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.34
10	直中職36年樂VS中	VLSPT	棒球	0.33

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.23
2	直遠雄人壽中職36中VS味	VLSPT	棒球	0.98
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.93
4	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.82
5	直中職36年樂VS中	VLSPT	棒球	0.73
6	天才衝衝衝台塑石油APP	ETTV	競賽綜藝	0.63
7	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	美食、旅遊節目	0.63
8	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.53
9	直中職36年統VS味	VLMAX	棒球	0.47
10	天才醫生耀漢	ET-D	韓劇	0.43

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	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.44
3	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.34
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.30
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.29
6	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	1.16
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.16
8	第54分局	SETN	新聞性質節目	1.01
9	1230百味人生宜蘭赫蒂法莊	SANLI	閩南語連續劇	1.00
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.96

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	0.94	0.44	0.41	0.65	1.48
TTV/台視	0.48	0.25	0.34	0.31	0.72
FTV/民視	0.38	0.14	0.16	0.16	0.69
CTS/華視	0.21	0.08	0.13	0.17	0.32
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	0.22	0.43	0.88
ET-N/東森新聞	0.46	0.16	0.17	0.31	0.77
FTVN/民視新聞	0.33	0.08	0.14	0.14	0.60
SETN/三立新聞	0.32	0.13	0.06	0.16	0.58
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.03	0.04	0.11	0.40
EFNC/東森財經新聞台	0.16	0.03	0.09	0.09	0.27
NTVN/壹新聞	0.15	0.07	0.03	0.13	0.24
UBN/非凡新聞	0.14	0.04	0.06	0.09	0.25
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.06	0.04	0.10	0.24
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.02	0.02	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	好運來紅螞蟻	FTV	2.91
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.72
3	寶島西米樂傳承	TTV	1.04
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.03
5	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.90
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.89
7	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	0.83
8	1300好運來紅螞蟻	FTV	0.69
9	慶餘年22000	CTiE	0.66
10	零日攻擊娘家葉黃素	FTV	0.60

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.10
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.77
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.35
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.34
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.60
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.27
7	豬哥亮經典秀大同氣密窗	FTV	1.09
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.99
9	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	0.93
10	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.93

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	1.07
2	非凡最前線	UBN	0.83
3	話時代人物	SETN	0.79
4	驚爆新聞線2200	SETN	0.73
5	台灣最前線	FTVN	0.70
6	最前線新聞	UBN	0.68
7	錢線百分百	UBN	0.66
8	正午最前線	UBN	0.65
9	TVBS戰情室	TVBS	0.65
10	台灣演義	FTVN	0.64

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.10
2	花甲少年趣旅行台中我來了	ETTV	0.69
3	直遠雄人壽中職36中VS味	VLSPT	0.64
4	直中職36年樂VS中	VLSPT	0.62
5	直中職36年中VS味	VLSPT	0.53
6	型男大主廚	SL2	0.51
7	效廉出發吧	STV	0.49
8	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.41
9	2000效廉出發吧	STV	0.38
10	老闆超大方狂送好料不手軟	VLJP	0.37



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	1,806	96	331	69	81	21,911	3	12
2 Alphabet	1,700	90	642	340	280	56,872	6	33
3 LINE Corporation	926	49	176	1	2	724	2	1
4 Yahoo	918	49	198	18	31	10,677	2	12
5 Facebook	911	48	188	26	20	10,090	3	11
6 Dcard	641	34	40	4	6	1,544	3	2
7 Oneup Network Corporation	461	25	58	4	8	2,837	1	6
8 BILIBILI.COM	456	24	82	89	41	8,526	10	19
9 OpenAI	442	24	64	16	11	3,219	5	7
10 PIXNET Digital Media Corporation	381	20	34	1	2	1,079	1	3
11 UDN Group	378	20	20	0	1	658	1	2
12 DISCORD.COM	357	19	49	36	13	2,983	12	8
13 Spotify	353	19	71	1	1	654	1	2
14 Wikimedia Foundation Sites	342	18	27	1	2	1,048	1	3
15 Overwolf	331	18	61	2	6	759	2	2
16 Bytedance Inc.	299	16	26	2	2	1,052	1	4
17 Netflix Inc.	284	15	35	3	2	1,393	2	5
18 ROBLOX.COM	270	14	93	438	189	8,884	49	33
19 Valve Corporation	261	14	17	2	2	566	3	2
20 Amazon	249	13	207	8	16	11,737	1	47

* With the release of July 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	466	77	94	25,573	3	11
2 Alphabet	2,226	92	849	359	424	76,675	5	34
3 Yahoo	1,467	61	310	25	44	15,974	2	11
4 LINE Corporation	1,292	54	355	3	5	1,711	2	1
5 Facebook	1,276	53	280	47	51	18,827	2	15
6 UDN Group	860	36	47	1	2	1,698	1	2
7 ETtoday & EMI Group	785	33	89	1	6	3,123	0	4
8 PIXNET Digital Media Corporation	766	32	70	1	3	2,381	0	3
9 Dcard	751	31	60	13	14	2,709	5	4
10 Oneup Network Corporation	598	25	102	7	14	5,359	1	9
11 Want Media Group	590	24	14	10	18	823	12	1
12 OpenAI	569	24	91	38	19	5,439	7	10
13 TVBS Media Inc.	466	19	23	1	3	798	2	2
14 Wikimedia Foundation Sites	466	19	43	3	4	1,764	2	4
15 Liberty Times Group	462	19	29	1	3	959	1	2
16 Netflix Inc.	455	19	56	3	3	2,017	2	4
17 Shopee Pte Ltd	448	19	46	7	15	2,390	3	5
18 Amazon	411	17	454	25	53	33,273	1	81
19 BILIBILI.COM	410	17	75	58	38	7,149	8	17
20 Hearst	389	16	24	0	1	821	0	2

* With the release of July 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	2,496	100	576	176	174	41,367	4	17
2 Alphabet	2,228	89	811	315	335	69,392	5	31
3 Yahoo	1,693	68	468	50	88	26,082	2	15
4 LINE Corporation	1,378	55	376	1	2	1,153	1	1
5 Facebook	1,101	44	245	44	40	14,908	3	14
6 UDN Group	909	36	57	1	4	2,276	0	3
7 PIXNET Digital Media Corporation	626	25	55	1	2	1,871	0	3
8 ETtoday & EMI Group	619	25	70	1	3	2,389	0	4
9 Liberty Times Group	598	24	51	1	4	1,936	0	3
10 Want Media Group	574	23	20	17	6	1,246	14	2
11 Dcard	574	23	30	2	4	1,049	2	2
12 Wikimedia Foundation Sites	465	19	40	2	3	1,544	2	3
13 Shopee Pte Ltd	451	18	56	7	10	2,638	3	6
14 TVBS Media Inc.	424	17	16	0	2	553	1	1
15 OpenAI	417	17	60	26	17	3,741	7	9
16 Oneup Network Corporation	371	15	59	4	9	2,904	1	8
17 NOWnews	365	15	19	0	1	639	0	2
18 Sanlih Media Group	341	14	21	8	10	816	9	2
19 Cite Media Holding Group	321	13	15	0	1	466	0	1
20 CW Group	312	12	11	1	1	351	1	1

* With the release of July 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	1,981	98	487	106	155	34,790	3	18
2 Alphabet	1,840	91	676	303	284	59,975	5	33
3 Yahoo	1,493	74	565	65	139	32,167	2	22
4 Facebook	987	49	208	36	42	12,802	3	13
5 LINE Corporation	941	47	328	2	2	1,380	1	1
6 UDN Group	905	45	76	3	9	3,182	1	4
7 ETtoday & EMI Group	633	31	96	6	9	3,555	2	6
8 Want Media Group	616	30	20	10	6	895	11	1
9 TVBS Media Inc.	567	28	27	1	2	898	1	2
10 Liberty Times Group	543	27	51	1	5	2,125	1	4
11 Dcard	513	25	38	8	6	1,592	5	3
12 PIXNET Digital Media Corporation	500	25	51	1	3	1,889	0	4
13 Shopee Pte Ltd	471	23	51	2	8	2,553	1	5
14 Sanlih Media Group	458	23	26	0	2	893	0	2
15 Cite Media Holding Group	343	17	22	0	1	717	1	2
16 Fubon Multimedia Technology	339	17	35	8	19	1,538	5	5
17 Wikimedia Foundation Sites	313	15	27	1	2	946	1	3
18 CNA.COM.TW	306	15	30	1	1	973	1	3
19 NOWnews	293	14	18	1	1	844	1	3
20 OpenAI	291	14	44	17	8	2,665	6	9

* With the release of July 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