

宏將週報

- Media Drive Bulletin -

 Vol.2539
09.22 ~ 09.28



Media Drive
宏將傳媒

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

1 Oct, 2025

WELCOME

Content



1

媒體放大鏡 **Media News**

YouTube 20週年里程碑 · 台灣觸及率達 96%

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/9【甜點】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**

廣告更有效 · 但更干擾？遊戲內廣告投放的兩難

5

收視調查 **Ratings**

2025/09/22-2025/09/28

6

網路觀察 **Network**

Aug 2025



01

媒體放大鏡

Media News



【2025/09/26, T客邦】

YouTube 20週年里程碑，台灣觸及率達 96%

YouTube在台灣深耕多年，不僅是影音平台，更推動文化共鳴，深受信賴，影響未來文化發展。今年 YouTube 迎來全球 20 週年，根據統計，目前在台灣有超過 1800 萬人透過 YouTube 觀看影音，觸及 96% 的上網人口。特別是 Z 世代觀眾更為明顯。

- **YouTube 2025 三大趨勢「深、浸、匯」** | 「深」強調在專業中建立信任，87% 的 Z 世代認同 YouTube 幫助他們深入探索關心的議題，而 81% 的觀眾認為平台上的創作者能提供可信建議，甚至影響他們的消費決策；「浸」展現沉浸式體驗需求上升，台灣觀看總時長年增逾10%，2020 年到 2023 年在聯網電視上的觀看時數成長了三倍，有 81% 的 Z 世代更偏好創作者的內容；「匯」象徵文化匯流，不僅反映了社會，也讓多元文化在此交會。如「白沙屯媽祖網路電視台」將傳統宗教儀式、金曲獎等頒獎典等。
- **YouTube對台灣未來展望** | 不只是影音平台，也像是文化記憶的保存庫。從早期創作者到今日千萬訂閱的國際新星，從職棒球隊的比賽到新興 VTuber 的內容，都能在同一平台並存。YouTube 將持續與台灣的觀眾與創作者一起前行下一階段的文化樣貌。

這次是真的！YouTube禁「假家人」揪團共享

有不少人為了省錢，會揪親朋好友一起訂閱YouTube Premium家庭方案。該方案最多可讓6人共用，每月479元，平均每人每月只要約80元，相當划算。不過，最近卻傳出壞消息，YouTube似乎準備開始嚴抓「非同住者共享」。對此，官方也正式作出回應。

本月初開始，有一些國外網友陸續收到來自YouTube的停權警告信，信件主旨為：「你的YouTube Premium家庭會員資格將被暫停」。內容則寫道：「你可能與你的家庭管理員不在同一家庭，你的會員資格將在14天內被暫停。一旦暫停，你仍會保留在家庭群組中，以及可觀看YouTube，但會出現廣告，不再享有Premium的權益。」

事實上，YouTube Premium家庭方案早就明確規範，每個家庭成員都必須與管理員住在同一地址，系統也會每30天以電子方式查核位置，只是過去一直沒有嚴格執行。對此，YouTube也首度公開表示，「我們的Premium家庭方案政策沒有改變，而且我們將繼續執行。」儘管目前台灣方面，暫時還沒有傳出有用戶被開鋤的情形，但恐怕只能「且用且珍惜」，並提前做好心理準備。



【2025/09/27, 自由時報】



【2025/09/25, 數位時代】

IG月活用戶數破30億，全力衝刺短影音對決TikTok

全球社群巨頭Instagram每月活躍用戶數正式衝破 30 億大關，母公司Meta也同步宣布重大策略，將重點從傳統的照片動態消息轉向以短影音Reels和私訊為中心的兩大核心功能。App的成長幾乎來自於私訊、Reels 和演算法推薦的內容。

- **劍指TikTok！Instagram強攻影音市場** | Instagram 負責人莫塞里將TikTok視為「最關注」的頭號對手，並規劃了一系列重大功能更新。其中最引人注目的是，從今年10月開始，Instagram 將在印度和南韓等市場進行測試，讓用戶在開啟App時，預設直接進入 Reels 頁面，而非傳統的照片動態消息。如果這項測試獲得正面回饋，未來可能會推廣到其他市場。此外，Instagram 近期發布了首個專門為 iPad 設計的App，同樣採用了預設開啟 Reels 的設計，凸顯其全面擁抱短影音的決心。
- **想看什麼自己來！未來將賦予用戶演算法控制權** | Instagram 也開始著重於用戶在 Reels上的內容體驗，允許用戶主動選擇他們希望在 Reels 中更常看到的主題 (Topics)。用戶可以在設定中輸入他們的興趣愛好，讓推薦內容更精準。

扁影音是什麼？IG超寬影片橫空出世成流量密碼

你也注意到了嗎？最近IG版面上突然開始出現一種「又寬又扁」的新型態影片，而這種扁影音格式正快速席捲社群，甚至被不少創作者視為2025下半年最熱門的影音新趨勢。扁影音打破常規，不僅帶來強烈的視覺衝擊，也讓內容編排與敘事方式出現更多可能性。

- **扁影音為何爆紅？連《獵魔女團》都搶搭這股熱潮** | 扁影音兼具「稀缺感」與「新奇感」，在一片充斥直式短影音的版面中脫穎而出，以突兀卻吸睛的畫面迫使人們多停留幾秒；另一方面，平台演算法對新型態內容往往特別青睞，讓這種影片更容易被推送與分享。憑藉這股優勢與潛力，扁影音不只迅速抓住創作者的目光，也讓更多品牌將其視為展現創意、提升互動率的關鍵利器。
- **扁影音5120×1080成影片最新流行比例** | 扁影音製作方式其實與一般影片無異，不過值得注意的是，影片比例過寬會破壞整體版面的美感，另外選擇一張專屬的封面上傳更能讓版面保持一致性。不過，這款扁影音也在網路上引發正反兩面的意見，網友表示「那個扁影音不能放大...對我這種老人真不友善的」；另一派網友則認為「玩一玩還挺有趣的耶，會想停下來看看」。

「扁影音」近一週網路熱門關鍵字

分析時間：2025/9/19-2025/9/25



【2025/09/29, 網路溫度計】



【 [2025/09/24, Udn科技玩家](#) 】

FB、Threads搜尋功能大壞死，網友曝隱藏解法

搜尋原是社群平台的基本功能，方便用戶快速找到貼文或討論，但近期不少人發現，**Meta旗下的Facebook與Threads搜尋幾乎失效，連找到自己發過的文都變得困難**。有網友在Threada上發文抱怨：「不只 Facebook 的搜尋被拿掉，Threads 也全爛掉」，直呼以前還能找到資訊，現在輸入關鍵字卻「完全沒用」。其他人也跟進吐槽：「貼文不能搜尋真的傻眼」、「FB搜尋有夠爛，按最新根本不是最新」、「Threads搜尋出來的文章根本沒包含關鍵字」。

部分使用者分享小技巧，例如在Facebook個人頁面點右上「三個點」再按放大鏡，仍能搜尋自己的貼文；Threads則是在貼文右方點「兩個點」也能跳出放大鏡。還有人提醒，**「動態消息其實還能搜尋內容」**，算是替苦惱的網友找到暫時解法。

更多人乾脆放棄平台搜尋，轉用Google搭配 site:facebook.com 查詢，直言「Google 搜尋都比內建精準」。批評Meta近來改版愈改愈糟，「只能搜到短影音和廣告」、「連自己加入的社團都查不到」，**感嘆「Meta 系列搜尋真的越來越難用」**。

Threads詐騙內容激增，Meta仍為主要目標

數位發展部公布《網路詐騙通報查詢網》最新統計（9/14~9/20），共接獲13,148件疑似詐騙訊息，審查後確認6,930件為詐騙，較上週下降8.16%，並已依法通報Meta、Google、LINE、TikTok等平臺下架。值得關注的是，自9月15日起納管的**Threads，本週即接獲1,492件通報**，其中1,245件確認為詐騙並下架，**顯示新興社群同樣淪為詐騙溫床**。

依平臺占比觀察，**Meta仍居首位，達83.16%**，但件數較上週減少17.9%；LINE占2.01%，Google占0.03%，TikTok為0.75%（52件）。詐騙網站占比13.87%，較上週暴增174.29%，反映詐騙手法快速轉移。

在詐欺廣告態樣方面，本週前三大類型依序為「身分冒充」、「產品服務詐騙」，以及「意外之財」。詐騙內容多以「超低價知名手機新品」、「公司內部福利機」、「限量優惠貨源」等話術誘使民眾加LINE，最終詐財。截至9月20日，《網路詐騙通報查詢網》建置近一年以來，累計受理通報32.49萬件，其中17.21萬件確認為詐騙並下架，顯示跨部會防詐作戰已逐步發揮成效。



【 [2025/09/26, 聯合新聞網](#) 】



【[2025/09/22, 網路溫度計](#)】

「卡比寶寶吃水餃」是什麼梗？《中文怪物》爆紅！

《中文怪物》酷的夢YTB最新節目引發熱潮！耗資500萬、籌備一年的高規格製作，不僅邀請了100位熱愛台灣的外國人參與挑戰，更在首集上線兩天後，便累積逾180萬的觀看數！首集聲調挑戰衝上聲量新高，「卡比寶寶吃水餃」為何成為社群焦點？

- **連台灣人都不會唸？這點再引爆網路爭議** | 在節目的「聲調大挑戰」中，有一道考題意外引發了巨大的迴響。參賽者需要選出「卡比寶寶吃水餃」的正確聲調，許多外國參賽者瞬間愣住，而螢幕前的台灣觀眾也忍不住驚呼，**因為這個看似簡單的題目，竟是一道連台灣人也可能唸錯的「陷阱題」**。
- **「卡比寶寶吃水餃」迷因起源「鵝肉麵」** | 這個梗並非原創於節目，而是來自另一位YouTuber「CFABC 鵝肉」在2020年發布的影片。該影片幽默地探討了中文語法中的一個常見現象：當兩個連續的三聲相連時，第一個三聲會自動變成二聲，例如「你好」。然而「鵝肉麵」在影片中故意反其道而行，以開玩笑的方式堅持「三聲在一起都念作三聲」，在當時後就掀起一波討論。



2025十大熱門AI工具

	網路聲量
1. ChatGPT	677,231
2. Gemini	106,838
3. Copilot	54,287
4. Grok	47,785
5. Claude	31,632
6. Perplexity	28,532
7. Midjourney	25,240
8. NotebookLM	12,127
9. Kling	11,134
10. Canva AI	10,097

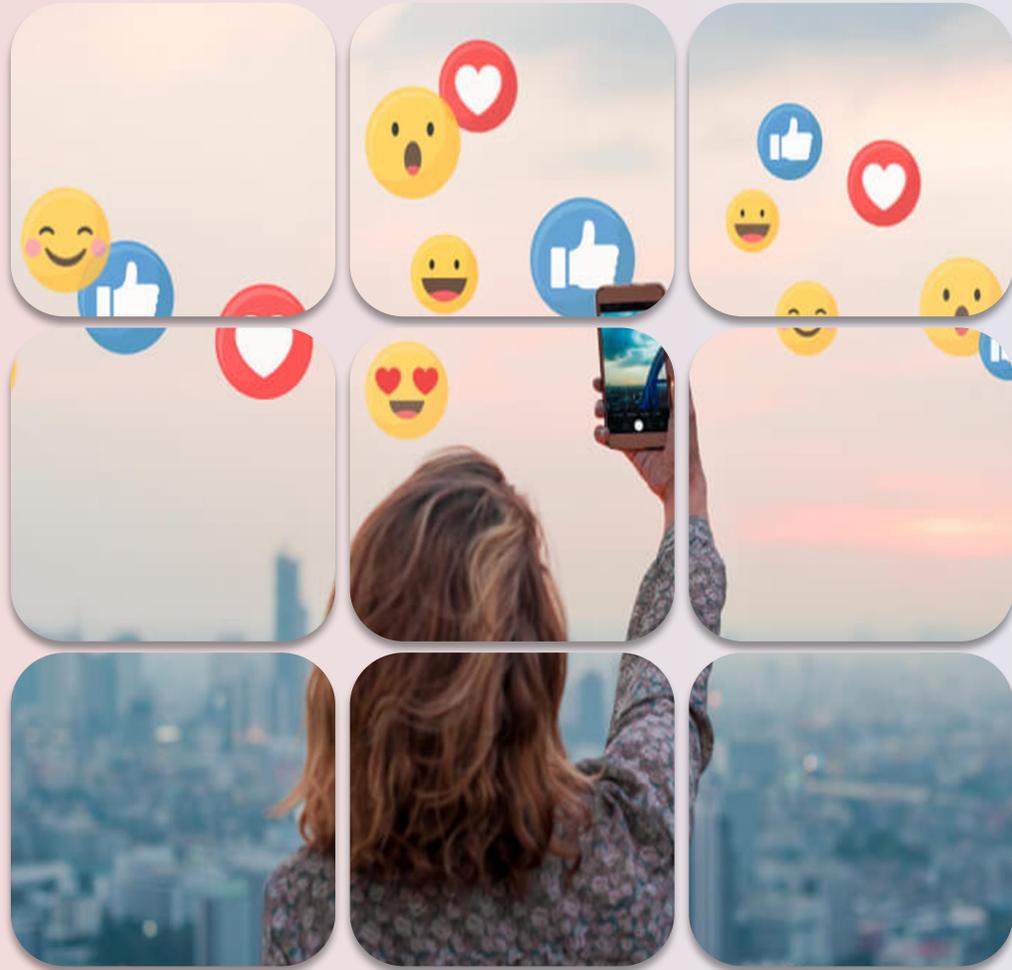
【[2025/09/28, 網路溫度計](#)】

2025十大AI工具排行出爐 第一名破67萬成聲量王

自ChatGPT前幾年橫空出世以來，**生成式 AI的熱潮迅速席捲全球，帶動各式人工智慧如雨後春筍般湧現**。從自動生成文字、整理資料，到協助繪圖、影音製作，AI不僅是提升效率的利器，更是激發創意的強大夥伴。究竟哪些是2025年網友心中的最強AI工具，馬上揭曉！

- **No.1 ChatGPT** | ChatGPT自2022年推出以來持續領先全球AI，能快速生成高品質回應，應用涵蓋內容創作、學習與程式輔助，提升工作與生活效率。《KEYPO大數據》顯示其聲量在2025年4月3日達高峰，**因「吉卜力風」生成圖片掀熱潮**，用戶上傳照片即可生成宮崎駿風格人像，單日聲量飆至17,150筆，**近一年累積達677,231筆，是第二名Gemini的六倍**。
- **No.2 Gemini** | Google AI 助理「Gemini」為Bard前身，2024年2月更名。對學生可協助筆記、翻譯、知識問答；媒體工作者可用於撰稿、生成社群文案、優化簡報並生成影像；日常也能提供生活規劃與複雜問題解決。**憑藉精準理解與創意效率，Gemini成為工作與生活的強力助手**。《KEYPO》數據顯示其2025年聲量達106,838筆、排名第二。



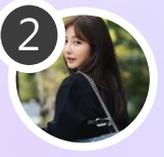


02

網紅觀察站 Influencer

【甜點】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 1	Jen Hannah 1,092,360
	美食星球 1,062,795
 2	張譯 EddyChang 659,093
	Nu 657,531
 3	糰子 612,271
	JULIA LIN 559,599
 4	于塔 485,323
	搞神馬 478,575
 5	古娃娃 442,966
	Lee / 李君 438,537

Facebook 口碑數量 TOP10	
 1	麥當勞 5,182,206
	曾莞婷 964,085
 2	夢 749,341
	豆花妹 蔡黃汝 527,004
 3	板橋Eden x 食旅 454,619
	好餓廚房 409,514
 4	張譯 Eddy 366,265
	吳鳳 335,209
 5	宜蘭Y欣的美食日誌 273,809
	大口吃·大口玩台南 233,794

Youtube 口碑數量 TOP10	
 1	麥當勞官方頻道 794,751
	張譯 Eddy 329,576
 2	阿辰師 269,350
	搞神馬 256,591
 3	內內Nene 237,586
	元智 232,000
 4	厭世甜點店 216,814
	千千進食中 208,297
 5	Jupiter CC 181,297
	烙野孩imyeahhi 146,183





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	#台北
7	#台中美食
8	#搞笑
9	#語錄
10	#高雄

9月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

1  **#taiwan**
Bgirl Ü7
 平均互動數 10.9萬
 平均互動率 342%

2  **#ootd**
醫生叔叔
 平均互動數 4.6萬
 平均互動率 19.4%

3  **#台灣**
韓勾入金針菇
 平均互動數 7.6萬
 平均互動率 9.29%

4  **#台北美食**
大食女
 平均互動數 4.1萬
 平均互動率 8.95%

5  **#台中**
Nini 妮妮
 平均互動數 3.1萬
 平均互動率 5.48%

6  **#台北**
EVEN
 平均互動數 3.8萬
 平均互動率 498%

7  **#台中美食**
無法停止的嘴
 平均互動數 5.2萬
 平均互動率 22.4%

8  **#搞笑**
我的爸爸是條龍
 平均互動數 31萬
 平均互動率 23.9%

9  **#語錄**
溫阿秉
 平均互動數 5.9萬
 平均互動率 170%

10  **#高雄**
小豬豬的奇幻冒險
 平均互動數 3.4萬
 平均互動率 2.1%



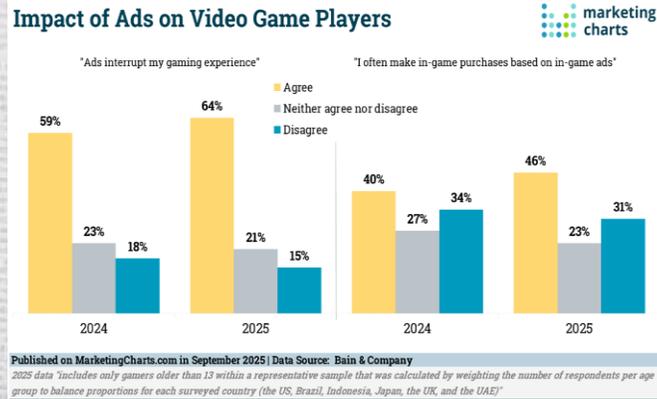


04

國際視野

Media Trend

廣告更有效，但更干擾？遊戲內廣告投放的兩難



美國的「整合式電玩遊戲廣告」(Integrated Video Game Advertising) 雖然目前市場規模不大，但隨著遊戲產業的持續成長與普及，這個市場正穩定擴張。近年來，遊戲早已不再只是青少年的娛樂，從手機遊戲到家用主機，**全球玩家的年齡層與族群都越來越多元**，也因此吸引了品牌商希望藉由遊戲的高人氣來接觸潛在客群。Bain & Company 最新發布的一份研究報告就揭露了玩家對於遊戲內廣告的最新看法，結果呈現出「喜憂參半」的現象。

- 壞消息：**越來越多玩家認為廣告具有干擾性，影響整體遊戲體驗**。2025 年在美國、巴西、印尼、日本、英國與阿聯酋六個國家，共 5,000 名 13 歲以上玩家的問卷結果中，**有 64% 的玩家認為廣告會中斷或打擾遊戲**，比起 2024 年的 59% 還要高。這代表，雖然品牌投入更多遊戲內廣告，但玩家對「被打斷」的排斥感也增加。
- 好消息：**儘管存在這種摩擦，廣告對廣告主的效益卻在提升**。相反的，調查發現 **46% 的受訪玩家表示，曾因遊戲內廣告而進行遊戲內購買或相關消費**，這個比例比去年的 40% 再度上升。換句話說，**雖然玩家抱怨廣告干擾，但廣告帶來的實際購買行為卻變得更強**。對品牌而言，這證明遊戲內廣告依然是觸及消費者、帶來收益的有效工具。

Bain 的分析師總結指出，品牌必須在「增加廣告收益」與「維持玩家遊戲品質」之間取得平衡。過度的廣告會讓玩家反感，但缺乏廣告又可能錯失龐大的商機，這正是各大遊戲公司和廣告主需要仔細拿捏的挑戰。**多數玩家雖然認為廣告煩人，但也普遍承認這些廣告往往具有吸引力與相關性**。尤其是具備互動性、並能提供額外遊戲獎勵的廣告，被認為是體驗最好的方式，例如完成一個簡單的廣告任務即可獲得虛擬貨幣或特殊道具。這類設計不僅減少干擾感，還能讓玩家覺得「看廣告是值得的」。

資料來源：[marketingcharts](https://marketingcharts.com) 2025-09-23



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	2.96
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	2.82
3	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.40
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.23
5	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.22
6	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.01
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.91
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.84
9	阿鈺八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.82
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.75
11	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.73
12	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	0.69
13	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.64
14	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.63
15	姊妹亮起來找到了旅行社	FTV	資訊綜藝	0.60
16	1300好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.59
17	九條好漢在一班愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.53
18	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.53
19	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.53
20	最強的身體福爾威創快篩	TTV	競賽綜藝	0.52

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	1.99
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.71
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.63
4	直25亞洲棒球香VS中	VLSPT	棒球	1.25
5	直25亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	1.16
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.98
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.91
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.87
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.86
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.82
11	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.81
12	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.80
13	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.79
14	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	0.76
15	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.75
16	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.74
17	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.71
18	洄瀾色變堰塞湖之禍	SETN	新聞性質節目	0.71
19	TVBS社會檔案	TVBSN	新聞性質節目	0.69
20	大愛劇日日好食光	DaAi	國語連續劇	0.68

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.26
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.22
3	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.09
4	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.98
5	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.95
6	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.93
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.91
8	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.89
9	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.87
10	我和我的鋼四壁阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	0.77

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.42
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.22
3	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.06
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.94
5	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.93
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.87
7	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.78
8	美麗人生壯志高飛真享購	TTV	閩南語連續劇	0.77
9	航海王29	TTV	卡通影片	0.68
10	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.62

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	1.94
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.59
3	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.46
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.29
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.18
6	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.97
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.86
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.73
9	航海王29	TTV	卡通影片	0.65
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.62

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	4.87
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	4.79
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.11
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.75
5	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.46
6	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.40
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.35
8	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.26
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.24
10	1300好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.18

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直25亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	1.24
2	直25亞洲棒球香VS中	VLSPT	棒球	1.12
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.97
4	星空下的黑潮島嶼	SL2	客語劇	0.69
5	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.65
6	直25亞洲棒球中VS中	VLSPT	棒球	0.59
7	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	美食、旅遊節目	0.56
8	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	0.54
9	2300鬼滅之刃無限列車篇	ET-M	卡通影片	0.54
10	台灣啟示錄	ET-N	新聞性質節目	0.53

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	1.25
2	直25亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	0.91
3	直25亞洲棒球香VS中	VLSPT	棒球	0.89
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.88
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.86
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.67
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.62
8	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.62
9	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.61
10	直25亞洲棒球日VS中	VLSPT	棒球	0.54

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	1.19
2	直25亞洲棒球香VS中	VLSPT	棒球	1.11
3	直25亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	1.05
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.93
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.93
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.84
7	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.72
8	直25亞洲棒球日VS中	VLSPT	棒球	0.69
9	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	美食、旅遊節目	0.56
10	寶貝老闆家大業大	YOYO	外片	0.53

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.03
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.27
3	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.67
4	直25亞洲棒球香VS中	VLSPT	棒球	1.66
5	直25亞洲棒球中VS日	VLSPT	棒球	1.48
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.44
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.40
8	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	1.21
9	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.19
10	洄瀾色變堰塞湖之禍	SETN	新聞性質節目	1.14

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	0.93	0.35	0.43	0.58	1.51
TTV/台視	0.51	0.24	0.32	0.36	0.78
FTV/民視	0.37	0.08	0.15	0.20	0.66
CTS/華視	0.10	0.01	0.01	0.06	0.18
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	0.65	0.21	0.25	0.46	1.07
ET-N/東森新聞	0.54	0.18	0.20	0.35	0.91
SETN/三立新聞	0.41	0.16	0.13	0.21	0.74
FTVN/民視新聞	0.39	0.07	0.17	0.16	0.72
ERA-N/年代新聞台	0.24	0.04	0.07	0.11	0.45
NTVN/壹新聞	0.20	0.07	0.08	0.18	0.31
CTS-N/華視新聞資訊台	0.20	0.07	0.09	0.15	0.31
UBN/非凡新聞	0.13	0.02	0.05	0.07	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.05	0.06	0.09	0.20
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.02	0.02	0.09
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	好運來台塑石油APP	FTV	2.82
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.63
3	寶島西米樂傳承	TTV	1.01
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.98
5	慶餘年22000	CTiE	0.76
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.74
7	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	0.71
8	大愛劇日日好食光	DaAi	0.68
9	1300好運來台塑石油APP	FTV	0.59
10	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.53

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	2.96
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.40
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.23
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	1.99
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.71
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.22
7	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.91
8	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	0.82
9	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.75
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.73

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	0.91
2	少康戰情室	TVBS	0.87
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.86
4	新台灣加油	SETN	0.82
5	台灣最前線	FTVN	0.80
6	非凡最前線	UBN	0.79
7	驚爆新聞線2100	SETN	0.75
8	洄瀾色變堰塞湖之禍	SETN	0.71
9	TVBS社會檔案	TVBSN	0.69
10	新台派上線	SETN	0.68

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直25亞洲棒球香VS中	VLSPT	1.25
2	直25亞洲棒球中VS日	VLSPT	1.16
3	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.84
4	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.81
5	直25亞洲棒球日VS中	VLSPT	0.67
6	直25亞洲棒球中VS中	VLSPT	0.64
7	直25亞洲棒球韓VS日	VLSPT	0.54
8	亞錦棒球看華視中華VS日本	CTS	0.51
9	型男大主廚	SL2	0.51
10	直25亞洲棒球韓VS中	VLSPT	0.50



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	1,774	94	372	56	72	21,337	3	12
2 Alphabet	1,716	91	633	341	269	53,874	6	31
3 LINE Corporation	1,010	54	174	1	2	786	2	1
4 Facebook	904	48	167	19	16	8,355	2	9
5 Yahoo	752	40	168	14	26	8,835	2	12
6 Dcard	549	29	37	10	10	1,679	6	3
7 OpenAI	543	29	65	24	13	3,647	7	7
8 PIXNET Digital Media Corporation	441	23	26	0	1	867	0	2
9 Overwolf	430	23	87	3	4	1,778	2	4
10 Oneup Network Corporation	430	23	51	4	8	2,266	2	5
11 BILIBILI.COM	418	22	72	49	29	5,201	9	12
12 Spotify	372	20	71	1	1	664	1	2
13 Wikimedia Foundation Sites	338	18	25	1	2	983	1	3
14 DISCORD.COM	309	16	53	108	28	3,604	30	12
15 Amazon	309	16	270	6	18	14,256	0	46
16 Shopee Pte Ltd	280	15	24	7	8	1,330	5	5
17 CANVA.COM	280	15	27	20	16	1,515	13	5
18 Network N Media	275	15	86	10	9	6,567	1	24
19 Bytedance Inc.	267	14	30	4	5	1,430	3	5
20 Valve Corporation	255	14	14	1	1	430	3	2

* With the release of August 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	503	61	89	26,976	2	11
2 Alphabet	2,204	91	832	333	416	75,671	4	34
3 LINE Corporation	1,356	56	318	2	3	1,365	2	1
4 Yahoo	1,269	53	317	22	45	16,393	1	13
5 Facebook	1,244	52	275	44	45	18,117	2	15
6 Dcard	778	32	59	23	26	2,982	8	4
7 UDN Group	648	27	44	1	3	1,542	1	2
8 PIXNET Digital Media Corporation	638	26	50	0	2	1,730	0	3
9 Oneup Network Corporation	631	26	107	10	16	5,565	2	9
10 Want Media Group	612	25	11	7	3	525	14	1
11 OpenAI	527	22	103	68	29	7,434	9	14
12 Shopee Pte Ltd	522	22	48	7	15	2,501	3	5
13 ETtoday & EMI Group	482	20	46	8	19	1,891	4	4
14 Amazon	439	18	488	29	61	36,222	1	83
15 Wikimedia Foundation Sites	439	18	38	2	3	1,514	1	3
16 BILIBILI.COM	420	17	65	32	31	4,091	8	10
17 Liberty Times Group	401	17	25	2	3	901	2	2
18 TVBS Media Inc.	366	15	17	1	2	606	1	2
19 DISCORD.COM	364	15	54	55	22	2,780	20	8
20 Hearst	362	15	23	0	1	831	0	2

* With the release of August 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	2,466	99	585	124	136	37,967	3	15
2 Alphabet	2,225	89	794	325	365	65,471	5	29
3 Yahoo	1,564	63	452	67	108	26,883	3	17
4 LINE Corporation	1,328	53	335	1	2	1,055	1	1
5 Facebook	1,135	45	243	38	35	14,020	3	12
6 UDN Group	915	37	62	2	7	2,480	1	3
7 Want Media Group	798	32	17	6	2	747	8	1
8 PIXNET Digital Media Corporation	753	30	58	0	3	1,985	0	3
9 Dcard	635	25	32	5	6	1,349	4	2
10 ETtoday & EMI Group	600	24	53	1	3	1,756	0	3
11 Liberty Times Group	577	23	44	1	3	1,538	0	3
12 Shopee Pte Ltd	528	21	53	6	9	2,398	3	5
13 TVBS Media Inc.	500	20	23	1	2	709	1	1
14 Wikimedia Foundation Sites	438	17	37	2	3	1,461	1	3
15 OpenAI	430	17	69	33	19	4,517	7	10
16 Sanlih Media Group	426	17	21	1	10	920	1	2
17 Oneup Network Corporation	412	16	55	3	7	2,779	1	7
18 NOWnews	352	14	20	0	1	649	1	2
19 Bytedance Inc.	311	12	33	3	3	1,420	2	5
20 TEMU.COM	285	11	50	3	6	2,332	1	8

* With the release of August 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	1,990	99	526	126	160	35,824	4	18
2 Alphabet	1,841	91	674	292	281	58,940	5	32
3 Yahoo	1,362	67	521	67	130	31,313	2	23
4 LINE Corporation	973	48	327	2	3	1,422	1	1
5 Facebook	961	48	222	38	39	13,531	3	14
6 UDN Group	815	40	83	3	10	3,586	1	4
7 Want Media Group	649	32	25	11	10	1,295	8	2
8 ETtoday & EMI Group	540	27	63	1	4	2,239	1	4
9 PIXNET Digital Media Corporation	537	27	54	0	3	1,834	0	3
10 Dcard	515	25	35	12	8	1,559	7	3
11 Liberty Times Group	459	23	53	2	6	2,421	1	5
12 Shopee Pte Ltd	453	22	59	3	8	2,883	1	6
13 Sanlih Media Group	401	20	20	0	2	692	1	2
14 TVBS Media Inc.	381	19	27	1	3	980	1	3
15 NOWnews	368	18	23	3	2	1,012	3	3
16 Wikimedia Foundation Sites	326	16	31	1	2	1,158	1	4
17 Mirror Media	320	16	19	1	2	626	1	2
18 Cite Media Holding Group	315	16	24	1	1	829	1	3
19 CW Group	308	15	11	1	2	464	1	2
20 Hearst	292	14	20	0	1	656	0	2

* With the release of August 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