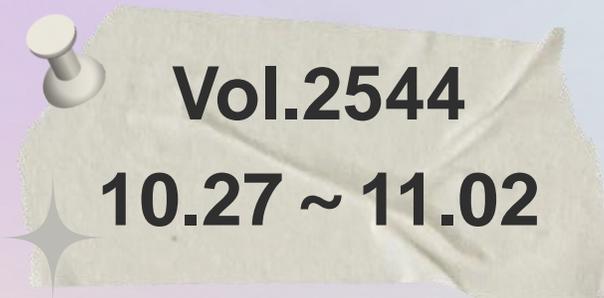




宏將週報

- Media Drive Bulletin -



Vol.2544

10.27 ~ 11.02



Media Drive
宏將傳媒

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

5 Nov, 2025

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

YouTube吸大螢幕觀眾增電視5大功能

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/11【彩妝】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 10月 #hashtag排行榜

4

國際案例 **Case Share**

世界大賽前兩戰吸3360萬人 創2016年以來新高

5

收視調查 **Ratings**

2025/10/27-2025/11/02

6

網路觀察 **Network**

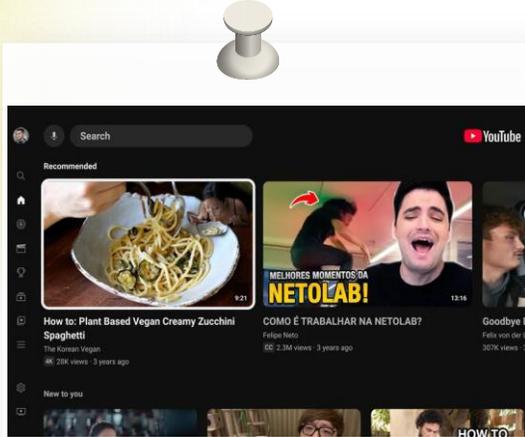
Sep 2025



01

媒體放大鏡

Media News



【[2025/10/29, udn科技玩家](#)】

YouTube吸大螢幕觀眾增電視5大功能

客廳已經逐漸成為創作者的「新黃金時段」，據統計，台灣有登入YouTube帳號的觀眾平均每天花費超過3小時在電視螢幕上觀看YouTube，因此官方新增5大功能，讓創作者的內容延伸至家中客廳的電視上，除此之外還能進行購物，加強電視大螢幕的觀影體驗。

- **AI畫質提升 縮圖檔案放寬至50MB** | YouTube推出全新AI功能，能自動為影片產生更高的解析度，將SD標準畫質提升至HD高畫質，目標是將來支援高達4K的解析度，並能讓創作者選擇是否退出這些強化畫質的功能。官方也開放YouTube影片縮圖的檔案大小從2MB擴大至50MB，可讓創作者的影片產生更好的4K解析度縮圖。影片品質提升下，增加更好的觀看體驗。
- **電視沉浸式觀看體驗** | 觀眾將能在首頁上透過沉浸式的預覽，查看並快速瀏覽喜愛的YouTube頻道，進而發掘更多內容、提高參與度。
- **新增電視購物QR code+情境搜尋功能** | 據調查，觀眾去年在YouTube上觀看了350億小時與購物相關的影片。未來將可以直接用QR code立即打開產品頁面。在電視上也更新「情境搜尋」的功能，讓用戶從創作者頻道搜尋時，影片會優先顯示在結果上方。

KKTV突喊年底關台！整合LINE TV「日劇還在」

OTT串流媒體平台競爭激烈，如今卻有串流平台正式喊卡！KKTV 3日在臉書粉絲團公告，**KKTV將與LINE TV整合，於2026年1月1日起停止更新**，KKTV也有做出雙平台帳號整合服務，方便用戶轉移至LINE TV。

而KKTV首重日劇和動畫內容，官方提到，日本作品和熟悉的功能，「將整合到LINE TV，並持續進化。」還喊話「現在跟播中的日劇，也會在KKTV播到完結，請大家放心。」**未來LINE TV也會重點經營日本內容，包含日劇、動畫、大河劇、晨間劇都會持續更新。**

而《科技玩家》發現，先前就在LINE在10月22日的LINE CONVERGE 2025記者會「預告」，LINE TV將全面升級，除了新增「離線觀看」與「雙字幕」功能，還有全新多人共享方案，包含雙人、4人等不同選擇，也會強化平台內容，預計今年第4季起增添更多日劇、動畫與綜藝等內容。**整合後LINE TV全平台影視內容將超過6000部，除了持續投資台劇與原創內容，也將引進海外優質內容**，特別是拓展日本、韓國的內容合作，除了擴充片庫數量，還積極與日本、韓國合作夥伴探索多元合作模式。



【[2025/11/03, udn科技玩家](#)】



贊助廣告

Trip.com
<https://tw.trip.com> | 航班預訂, 機票比價

特價機票及航班優惠

24小時全天候金服務 —— 一直致力為超過 3 億會員提供非常優惠的價格, 讓您節省更多錢, 環遊世界為會員享獨家優惠。提供120萬間酒店及連接5,000多個城市的航班任您擇, 無論是度假、商務或公司...

便宜機票, 早鳥優惠 >

機票優惠 >

亞洲廉價機票網絡 >

贊助廣告

Cathay Pacific
<https://flights.cathaypacific.com> | flying-with-us, from-hk

於秋日假期肆意享樂 | 盡情到訪秋天必遊勝景 | 24小時免費取消
 秋日小旅行, 出走陌生城市, 漫步如畫街道發掘隱世秘景, 立即預訂。透過我們透明的...
 飛往東京、飛往名古屋、飛往大阪、飛往香港、立即預訂航班 飛往臺灣

[【2025/11/01, 未來商務】](#)

Google 廣告「改一字」, 流量規則全變了!

你可能沒注意到, Google 最近悄悄換了一個字: 搜尋結果頁的「Ads」(廣告)變成了「Sponsored」(贊助)。對使用者來說, 這只是小小的介面更新; 但對所有依賴流量的品牌, 這是一個再明顯不過的訊號: **平台正在重新定義「可見度」的規則**。Google 這個全球最大的廣告平台, 正在提醒所有行銷人: 「你花錢買來的流量, 規則我說了算。」

- **平台重寫規則** | 從「Ads」變成「Sponsored」, 再到「一鍵隱藏廣告」, 這一連串動作的核心, 是**Google想把使用者體驗放在最前面**。但對品牌經營者來說, 這也意味著流量來源的不確定性升高。相較之下, SEO 是少數能自己掌控的資產。你經營的內容、累積的權威性, 是任何平台都拿不走的數位護城河。廣告讓你短期可見, 內容才讓你長期被信任。
- **AI 搜尋的零點擊衝擊** | 傳統搜尋會列出多個網頁連結, **AI 搜尋則直接給出整理後的答案, 並附上參考來源**。使用者看完 AI 摘要後, 不需要再點進網頁。這對仰賴自然流量的品牌與內容團隊來說, 是前所未有的挑戰。




[【2025/10/29, 科技報橘】](#)

你的品牌會「說話」嗎? AI 語音成新世代行銷武器

生成式 AI (Generative AI) 技術的成熟, 「AI 生成語音」也開始應用在商業上, 尤其在廣告、客服、品牌形象塑造等領域獲得迅速發展。一方面企業希望以聲音建立更「人性化」的互動體驗, 另一方面也看中語音內容的大規模、多語言、低成本製作潛力。

- **降低成本, 多語種也不是問題** | AI生成語音讓企業能以更低成本、更高效率建立語音內容。傳統錄音流程需要邀請配音員反覆修正達到理想效果, 耗時數週, 如今**AI語音能在短短幾分鐘內就生成高品質音訊**。同時, 透過AI生成語音技術, 可**自動生成多國語言與區域口音的版本, 無須重複錄音**, 便能快速推出多市場版本的廣告; **品牌亦可針對地區特性調整語氣與文化語彙**, 使訊息更具親和力。
- **AI 語音的倫理與信任課題** | AI生成語音的市場潛力固然大, 也伴隨著倫理與法律挑戰。除了語音真實度與情感表達能力外, **授權、隱私與濫用風險皆是企業導入時必須正視的要點**。AI生成語音僅需 3 秒錄音即可產出相似度高達 85% 的音訊, 因此一旦被濫用, 後果極為嚴重。同時, 若語音風格與品牌定位不符, 可能削弱消費者的信任感。





OpenAI 宣布 Sora App 正式登台!

OpenAI (30日)正式在台灣推出Sora App，讓台灣成為亞洲最早能體驗 OpenAI 新一代AI影音創作技術的市場之一，同步推出的地區還包括泰國與越南。支援繁體中文，免費下載、無需邀請碼，但未來可能因 GPU 運算資源進行調整。

- **Sora App 是什麼？** | OpenAI的AI模型Sora 2能透過簡單的文字描述生成逼真、高品質的影片，使用者只要描述想看到的場景、角色、動作，Sora就能將它們呈現在螢幕上。Sora除了影片具有可控性、角色一致性，以及 Cameo(客串)等差異化功能，還有這是「以社群為導向、專注於創作」的應用程式，人們可以透過Cameo和Remix(混搭)功能進行創作、分享、評論並和其他人的內容互動。
- **Sora App有哪些版權保護措施？** | OpenAI已開發ChatGPT多年，擁有多種強大的安全防護系統，而用戶在使用Cameo功能時，會有更嚴格的防護措施，防止生成裸露、暴力和極端主義內容；針對青少年也設置了防止滾動上癮的限制、家長控制功能等。為了能讓使用者分辨AI生成內容，所有Sora生成的影片都包含可見與不可見的來源標記，也就是浮水印。



IG最新功能爆紅！聊天室塗鴉、批改朋友訊息

Instagram近期再度升級聊天室功能，這次一次新增兩項超可愛新玩法！兩大功能讓對話更有趣、更具互動感，無論是隨手畫圖表達心情，或用動態貼圖增添反應，都能讓聊天氛圍瞬間升溫，引發年輕網友沈迷讚爆。

- **IG聊天室「塗鴉功能」登場** | 聊天室變身創意畫布，用戶能和好友即時揮灑想像、畫出搞笑迷因或添加節慶元素，如在對話中畫上骷髏頭、南瓜臉，就能創造萬聖節專屬互動樂趣。
- **不只塗鴉！IG訊息可直接回覆貼圖與GIF** | 用戶只要長按想回覆的訊息，點選「新增貼圖」，底部就會出現貼圖庫，包含多種可愛素材，還能使用自己去背過的貼圖，或從GIPHY將表情或貼圖直接拖曳到訊息上，讓回覆不再只是文字，也能充滿情緒與趣味。
- **IG新功能被讚爆！年輕網友上癮了** | 功能推出後，不少Threads網友紛紛大讚，「這是IG更新後最好用的東西」、「IG塗鴉新功能 = 批改朋友傳的reels」、「我笑到不行」。也有人迷上在朋友傳送的訊息貼上「閱」等貼圖，各種神奇的玩法在網路上引起一波風潮。



博客來靠「三不策略」正面聲量年增22%

2025年被譽為「電子書閱讀器元年」，其中以線上購書通路起家的博客來適逢30週年，推出自家首款電子書閱讀器「BooksPad」，從網路書店跨界硬體，宣告進軍閱讀新時代！博客來正面聲量年增22.1%，品牌從線上延伸至線下，成功引發網友討論。

- **載體轉換不麻煩！博客來整合內容與數位體驗** | 從紙本書、電子書、有聲書，到閱讀器與百貨選物，打造全方位知識電商平台。**BooksPad將博客來從單純的內容通路，轉化為數位體驗的開拓者。**這種「從賣書到創造體驗」的轉變，才是品牌定位最強化的關鍵。
- **每日書單不煩惱！博客來靠AI窺見你的渴望** | 博客來靠著30年來累積的會員大數據以及人工智慧加持，為每位讀者打造專屬的閱讀旅程。**結合華文市場最大電子書寶庫與質感閱讀器**，讓每本好書都有最完美的歸宿，隨時隨地都能翻開靈感新頁。
- **讀書路上不孤單！博客來透過社群凝聚眾人** | 2024年舉辦《優秀書評人大賞》，讓好書在社群上引發關注、激起討論，讓愛書人有**感連結、主動分享**。每月還請來文化名人當「閱讀大使」，像是蔡康永、張曼娟等，讓閱讀從書櫃走進生活日常。

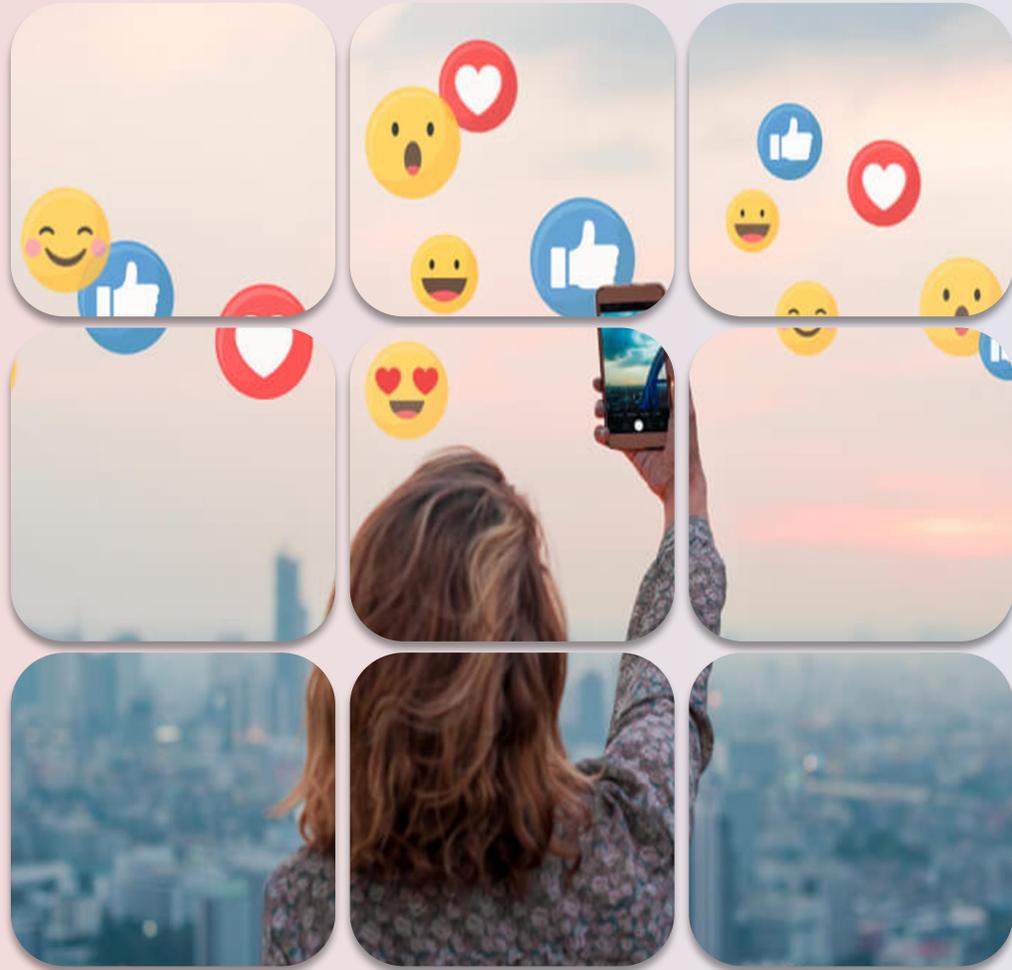
全聯無預警推出新功能！婆媽狂讚：有科技超市感

全聯福利中心因時常祭出促銷折扣，深受不少台灣人喜愛。一名網友分享，近期在全聯採買時，發現**貨架上出現「電子價卡」**，讓他**驚呼「全聯的價牌會動了！」**。貼文一出後，引起廣大網友熱議。

這名網友在社群平台「Threads」貼出一段影片，可以發現全聯的蔬菜區、甜點區，牌價卡已更新成動態螢幕，蔬菜區的牌價卡，會顯示「我生產的，我負責」、「農友訂價，公道安心」、「許可標章，透明溯源」、「直採直送，最快3小時到貨」的顯示文字；甜點區則是有五彩繽紛的背景，搭配電子價格，相當時髦。

貼文一出後，**不少網友都表示「有科技超市的感覺，店員也省事換標籤」**、「哇塞！這麼活潑！」、「好酷喔」、「是電子價卡耶！」、「突然好像發現什麼新大陸」、「拜託超商也換一換」。**不過，也有部分網友持相反意見，指出「把價格標示清楚，不要價牌跟結帳是2種價格，這才是消費者想要的」**、「一些錢花在增設自助結帳不好嗎？」。





02

網紅觀察站 Influencer

【彩妝】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	許光漢	8,711,768
	AnN HsU 許瑋甯	3,805,263
2	衣衣	2,255,552
	郁欣Ivy	1,405,314
3	Anlei	1,326,817
	黃河豚	1,248,395
4	見習網美小吳	1,057,848
	柯佳嫻	974,903
5	Jen Hannah	964,607
	胡漢典	945,539

Facebook 口碑數量 TOP10

1	MR丸丸	1,446,468
	Coco日韓精品服飾	855,855
2	周渝民	736,113
	鄭家純	560,845
3	林襄 Mizuki	518,112
	雨神2266	483,392
4	愛麗絲氛圍插畫	374,892
	姚采辰 Ines	371,019
5	Miya人妻妹紙	318,051
	日本購物血拼中毒者	317,743

Youtube 口碑數量 TOP10

1	Daisy	1,930,798
	L'Oréal Paris Taiwan	753,819
2	郁欣IVY	740,455
	見習網美小吳	694,804
3	愛麗絲氛圍插畫	540,979
	SK-II Hong Kong	462,526
4	黑木太太賴床中	393,072
	Dr. Grace	304,133
5	日本人娜娜	277,065
	有環嘿啲	204,020





03

熱門話題 Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#金鐘60
2	#blackpink
3	#台北美食
4	#台灣
5	#金鐘獎
6	#台中美食
7	#高雄
8	#台中
9	#萬聖節
10	#taiwan

10月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

1 #金鐘60
ETtoday星光雲

📶 平均互動數 8.4萬
📈 平均互動率 2.04%

2 #blackpink
Lea x 蕾雅

📶 平均互動數 3.6萬
📈 平均互動率 426%

3 #台北美食
有特色的帥哥

📶 平均互動數 1.7萬
📈 平均互動率 9.82%

4 #台灣
我不是歪國人

📶 平均互動數 2.3萬
📈 平均互動率 19.5%

5 #金鐘獎
失敗要趁早

📶 平均互動數 3.9萬
📈 平均互動率 104%

6 #台中美食
無法停止的嘴

📶 平均互動數 8,120
📈 平均互動率 13.9%

7 #高雄
噪咖EBCbuzz

📶 平均互動數 2.4萬
📈 平均互動率 0.55%

8 #台中
冬冬生活美食日記

📶 平均互動數 1.6萬
📈 平均互動率 24.9%

9 #萬聖節
潘若迪

📶 平均互動數 4.3萬
📈 平均互動率 5.09%

10 #taiwan
我不是歪國人

📶 平均互動數 1.7萬
📈 平均互動率 14.7%



04

國際案例

Case Share

世界大賽前兩戰吸3360萬人 創2016年以來新高

根據美國職棒大聯盟 (MLB) 最新訊息，洛杉磯道奇球星大谷翔平 (Shohei Ohtani) 在今年世界大賽神級表現，在美、日、加三地掀起一股前所未有的「全球級」棒球狂潮！據官方統計，這兩場系列戰合計吸引平均3360萬人收看，不僅比去年同期大幅成長27%，更一舉超越過去紀錄，成為自2016年世界大賽第7戰以來最高收視紀錄。

- 美日加三地共同見證歷史：收視數字堪比奧運盛會** | 這波收視熱潮究竟有多驚人？系列戰前兩場在加拿大多倫多的羅傑士中心 (Rogers Centre) 舉行，大聯盟官方指出，單單美加合計的平均觀眾數就達到1980萬人，創下2016年以來的新高。這當然和這位「二刀流」巨星的出場脫不了關係，特別是在他的家鄉日本，更是引發了巨大的話題效應。根據《USA Today》資深記者Bob Nightengale的詳細報導，三個主要收視地區的數據分別為美國：平均收視人數高達1260萬人；日本：平均收視人數達到1070萬人；加拿大：收看觀眾更高達700萬名，這個數字已經相當於全國人口的六分之一以上。如果將這些數字放到全球體育賽事的收視版圖中來看，3360萬人的數據已經達到奧運金牌戰，或是足球世界盃八強賽的等級，充分顯示出世界棒球的注目度正在因為大谷翔平而急速攀升。
- 「這不只是棒球賽」：大谷開轟引爆社群擴散** | 大谷翔平的個人魅力和頂尖實力，讓他成為全球體育的頂級流量保證。特別是在日本，NHK與多家民營電視台的轉播時段，都創下了今年體育節目的收視新高。分析普遍認為，世界大賽首戰他一棒擊出全壘打的那個瞬間，引發的社群爆炸性擴散和轉播話題，是全球觀眾蜂擁轉台收看的關鍵。「這已經不只是洛杉磯道奇與多倫多藍鳥的對決了，這是一場全球級的體育盛會。」美媒指出，大谷翔平在球場上的每一次揮棒、每一次投球，都牽動著世界各地無數球迷的心跳，他的存在，讓世界大賽真正成為了「全世界的大賽」。



資料來源：[今日新聞 2025-10-29](#)



05

收視調查 Ratings

無線台及有線台TOP20

無線台/全體

有線台/全體

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	3.00
2	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	2.96
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.37
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.17
5	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.33
6	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.27
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.01
8	美國職棒看華視道奇VS藍鳥	CTS	棒球	1.00
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.95
10	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.89
11	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.86
12	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.85
13	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	娛樂綜藝	0.83
14	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.83
15	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.75
16	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.63
17	1300好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	0.62
18	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.59
19	醫學大聯盟娘家明適保EX	FTV	競賽綜藝	0.59
20	姊妹亮起來娘家明適保EX	FTV	資訊綜藝	0.58

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.33
2	直遠雄人壽25CPBL樂VS中	VLSPT	棒球	1.80
3	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.72
4	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	1.65
5	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.51
6	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	棒球	1.24
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.91
8	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.90
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.86
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.83
11	直MLB世界大賽道奇VS藍鳥	ET-WM	棒球	0.79
12	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.78
13	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.77
14	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.76
15	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.74
16	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.70
17	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.70
18	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.68
19	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.67
20	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.65

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.33
2	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	1.30
3	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.94
4	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.93
5	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.91
6	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.87
7	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.70
8	美國職棒看華視道奇VS藍鳥	CTS	棒球	0.66
9	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.60
10	最強的身體福爾威創快節	TTV	競賽綜藝	0.55

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	1.24
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.01
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.98
4	航海王29	TTV	卡通影片	0.97
5	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.96
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.96
7	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	0.80
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.75
9	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75
10	最強的身體福爾威創快節	TTV	競賽綜藝	0.71

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	1.93
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.77
3	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	1.76
4	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.21
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.19
6	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	1.18
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.16
8	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.93
9	美國職棒看華視道奇VS藍鳥	CTS	棒球	0.92
10	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.90

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	好運來補體素優蛋白EX	FTV	閩南語連續劇	4.97
2	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	4.85
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.23
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.91
5	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	2.24
6	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	娛樂綜藝	1.59
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.55
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.44
9	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.42
10	美國職棒看華視道奇VS藍鳥	CTS	棒球	1.39

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	1.10
2	直遠雄入壽25CPBL樂VS中	VLSPT	棒球	0.96
3	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	棒球	0.88
4	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	0.75
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.64
6	1900台灣第一等台塑石油AP	GTV-1	知識資訊節目	0.63
7	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	美食、旅遊節目	0.58
8	1900請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.57
9	2200一字千金	ONTV	競賽綜藝	0.56
10	神之路愛妮雅化妝品	ETTV	美食、旅遊節目	0.55

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直遠雄入壽25CPBL樂VS中	VLSPT	棒球	2.25
2	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	1.06
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.04
4	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	棒球	1.02
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.87
6	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.81
7	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.61
8	直25CPBL台灣大賽戰前報	VLSPT	棒球	0.61
9	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.58
10	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.56

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	2.01
2	直遠雄入壽25CPBL樂VS中	VLSPT	棒球	1.62
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.50
4	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	棒球	1.04
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.79
6	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.78
7	效年出發吧找到了旅行社	STV	美食、旅遊節目	0.73
8	1900請問今晚住誰家	STV	資訊綜藝	0.55
9	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.50
10	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.44

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	4.34
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.20
3	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	閩南語連續劇	2.22
4	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.11
5	直遠雄入壽25CPBL樂VS中	VLSPT	棒球	1.96
6	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	棒球	1.63
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.53
8	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.46
9	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.43
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.32

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	0.39	0.39	0.42	0.57	1.42
TTV/台視	0.16	0.16	0.27	0.27	0.68
FTV/民視	0.12	0.12	0.19	0.19	0.68
CTS/華視	0.08	0.08	0.14	0.15	0.29
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	0.56	0.20	0.19	0.41	0.93
ET-N/東森新聞	0.46	0.18	0.19	0.34	0.75
SETN/三立新聞	0.37	0.08	0.11	0.19	0.67
FTVN/民視新聞	0.35	0.05	0.16	0.15	0.65
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.05	0.05	0.09	0.45
NTVN/壹新聞	0.15	0.04	0.05	0.11	0.25
UBN/非凡新聞	0.15	0.01	0.05	0.09	0.27
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.05	0.05	0.13	0.23
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.01	0.02	0.08	0.25
SET-F/三立財經台	0.05	0.01	0.01	0.03	0.08
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.01	0.01	0.01	0.03



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來補體素優蛋白EX	FTV	2.96
2	百味人生本草萃滴精五轉系	SANLI	1.65
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.51
4	寶島西米樂傳承	TTV	1.01
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.91
6	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.75
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.74
8	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	0.65
9	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.63
10	1300好運來補體素優蛋白EX	FTV	0.62

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	0.90
2	新台灣加油	SETN	0.86
3	話時代人物	SETN	0.83
4	非凡最前線	UBN	0.78
5	驚爆新聞線2200	SETN	0.77
6	台灣最前線	FTVN	0.70
7	台灣演義	FTVN	0.70
8	新台派上線	SETN	0.68
9	錢線百分百	UBN	0.67
10	驚爆新聞線2100	SETN	0.65

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.00
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.37
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.33
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.17
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.72
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.33
7	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	0.89
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.86
9	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	0.85
10	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	0.83

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直遠雄人壽25CPBL樂VS中	VLSPT	1.80
2	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.27
3	直25MLB世界大賽道VS藍	VLMAX	1.24
4	美國職棒看華視道奇VS藍鳥	CTS	1.00
5	直MLB世界大賽道奇VS藍鳥	ET-WM	0.79
6	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.76
7	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	0.58
8	直25MLB世界大賽藍VS道	VLMAX	0.56
9	型男大主廚	SL2	0.52
10	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.52



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	1,838	98	355	65	69	20,467	3	11
2 Alphabet	1,712	91	645	327	284	54,118	6	32
3 LINE Corporation	1,009	54	235	1	2	907	1	1
4 Facebook	910	48	171	20	17	8,692	2	10
5 Yahoo	831	44	164	15	29	8,656	2	10
6 Dcard	696	37	40	4	6	1,575	3	2
7 OpenAI	618	33	106	46	20	6,201	7	10
8 PIXNET Digital Media Corporation	427	23	38	0	2	1,378	0	3
9 Spotify	392	21	64	1	1	564	1	1
10 Wikimedia Foundation Sites	372	20	36	2	2	1,400	1	4
11 Overwolf	372	20	114	5	5	3,005	2	8
12 Oneup Network Corporation	359	19	50	3	8	2,231	2	6
13 UDN Group	334	18	23	1	1	707	1	2
14 CANVA.COM	329	17	44	40	31	2,855	14	9
15 BILIBILI.COM	328	17	64	41	20	4,321	10	13
16 DISCORD.COM	288	15	43	32	11	2,094	15	7
17 Amazon	277	15	312	9	29	18,484	1	67
18 Valve Corporation	252	13	14	1	1	377	2	1
19 ETtoday & EMI Group	244	13	6	0	0	192	0	1
20 Cite Media Holding Group	244	13	14	0	1	415	1	2

* With the release of September 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	2,375	98	440	46	73	22,612	2	10
2 Alphabet	2,181	90	785	289	362	66,116	4	30
3 Yahoo	1,321	55	294	22	42	14,498	2	11
4 LINE Corporation	1,270	53	298	2	3	1,290	1	1
5 Facebook	1,091	45	243	44	42	15,540	3	14
6 UDN Group	679	28	48	1	2	1,572	0	2
7 Dcard	670	28	50	8	15	2,223	3	3
8 ETtoday & EMI Group	541	22	24	3	11	903	4	2
9 PIXNET Digital Media Corporation	528	22	42	0	2	1,381	0	3
10 Oneup Network Corporation	519	22	96	6	11	4,536	1	9
11 OpenAI	507	21	94	65	19	5,418	12	11
12 Want Media Group	459	19	9	3	2	359	7	1
13 Wikimedia Foundation Sites	455	19	39	2	3	1,411	2	3
14 Amazon	406	17	399	15	48	27,370	1	67
15 Liberty Times Group	393	16	29	0	1	938	0	2
16 Shopee Pte Ltd	393	16	49	7	14	2,261	3	6
17 Cite Media Holding Group	392	16	21	0	1	722	1	2
18 BILIBILI.COM	368	15	59	23	20	3,607	6	10
19 Bytedance Inc.	345	14	38	3	4	1,625	2	5
20 Hearst	332	14	21	0	1	681	0	2

* With the release of September 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	603	167	157	42,631	4	17
2 Alphabet	2,216	89	790	288	331	62,213	5	28
3 Yahoo	1,560	62	411	59	94	24,811	2	16
4 LINE Corporation	1,276	51	347	1	2	1,248	1	1
5 Facebook	1,091	44	235	32	33	12,643	3	12
6 UDN Group	864	35	67	1	4	2,308	0	3
7 PIXNET Digital Media Corporation	764	31	48	0	3	1,672	0	2
8 Want Media Group	636	25	25	17	30	1,407	12	2
9 Dcard	594	24	26	3	4	1,067	3	2
10 ETtoday & EMI Group	578	23	21	0	2	673	0	1
11 Liberty Times Group	538	21	48	1	4	1,585	0	3
12 OpenAI	529	21	81	102	29	7,886	13	15
13 Shopee Pte Ltd	482	19	56	6	10	2,568	2	5
14 TVBS Media Inc.	446	18	23	1	2	784	1	2
15 Sanlih Media Group	406	16	24	1	11	1,051	1	3
16 Wikimedia Foundation Sites	401	16	32	1	2	1,159	1	3
17 NOWnews	386	15	24	0	1	727	0	2
18 Oneup Network Corporation	337	13	51	2	6	2,261	1	7
19 Bytedance Inc.	322	13	26	2	2	1,167	2	4
20 Storm Media Group	290	12	10	0	1	299	0	1

* With the release of September 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	1,977	98	530	104	140	32,556	3	16
2 Alphabet	1,779	88	674	263	266	55,278	5	31
3 Yahoo	1,444	71	542	74	134	31,263	2	22
4 LINE Corporation	1,012	50	340	2	2	1,252	1	1
5 Facebook	894	44	212	39	38	12,522	3	14
6 UDN Group	773	38	78	3	8	3,143	1	4
7 Want Media Group	737	37	29	29	43	1,605	18	2
8 ETtoday & EMI Group	658	33	35	3	18	1,323	2	2
9 PIXNET Digital Media Corporation	538	27	48	0	2	1,606	0	3
10 Liberty Times Group	535	26	55	1	4	1,925	1	4
11 Dcard	464	23	34	2	5	1,447	2	3
12 Shopee Pte Ltd	436	22	60	3	10	3,056	1	7
13 Sanlih Media Group	432	21	16	0	1	504	1	1
14 TVBS Media Inc.	432	21	29	1	2	976	1	2
15 Wikimedia Foundation Sites	402	20	37	2	2	1,358	1	3
16 CW Group	358	18	14	0	1	496	1	1
17 OpenAI	348	17	51	23	11	2,876	8	8
18 Mirror Media	343	17	19	0	1	577	1	2
19 Fubon Multimedia Technology	305	15	34	9	12	1,391	6	5
20 NOWnews	284	14	17	4	1	769	6	3

* With the release of September 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