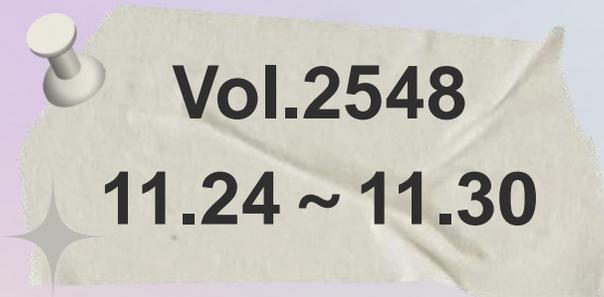




宏將週報

- Media Drive Bulletin -



Vol.2548

11.24 ~ 11.30



Media Drive
宏將傳媒

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

3 Dec, 2025

WELCOME

Events



1

媒體放大鏡 **Media News**

近半年網路熱議：哪些訂閱最受討論？

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/12【流行音樂】社群媒體帳號排行Top10

3

熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 11月 #hashtag排行榜

4

國際案例 **Case Share**

讓外送袋 IP 化 · DoorDash 用角色打開更多場景

5

收視調查 **Ratings**

2025/11/24-2025/11/30

6

網路觀察 **Network**

Oct 2025



01

媒體放大鏡

Media News



【2025/11/27, 社群實驗室】

近半年網路熱議：哪些訂閱最受討論？

越來越多人的生活離不開訂閱制服務，從娛樂、工作到各式需求，每個月固定的扣款早已成為常態。《Social Lab社群實驗室》追蹤近半年內「訂閱花費項目」相關話題的網路聲量，帶您了解網友熱議的訂閱項目有哪些。

- **TOP 1 影劇串流平台** | 從Netflix、Disney+到HBO Max，滿足了分眾化時代下的多元觀影需求。喜歡歐美劇集的網友表示「入坑HBO 絕對不會後悔」，影集與實境節目「保證看不完」；也有動畫迷大推「動畫瘋」，經典作品與各式新番都能一口氣追齊。
- **TOP 2 外送平台** | 許多民眾訂閱「外送平台」服務，希望為生活增加便利性。像是工作忙碌、臨時不便外出時，外送服務確實能派上用場，讓人少跑一趟、省下不少時間與精力。
- **TOP 3 AI工具** | 從工作產出到日常瑣事都能提供協助。有網友分享「工作、飲食、運動、日常都離不開它了」。挑選AI工具時更重視功能與語言表現，例如Claude的寫作潤飾功能；偏好邏輯清晰的用戶則選擇 Gemini，說明不同的AI工具各有其亮點。



【2025/11/25, 今日新聞】

好萊塢壟斷終結！亞洲作品成新主流

過去好萊塢掌控了全球影視娛樂產業，不過隨著串流平台興起，觀眾的觀影習慣也隨之改變，影視內容更出現變化，亞洲內容和亞洲創作者驅動的新時代。這場變革的關鍵不在於運氣或病毒式傳播，而在於能否從一開始就建立起一套可預測的、全球化的架構。

- **好萊塢壟斷終結：96%觀眾收看國際內容** | 當一個故事帶著文化誠信的方式講述時，世界各地的觀眾都會產生共鳴，因為它具有普世的共鳴力。包括《媽的多重宇宙》、《怒嗆人生》和《Kpop獵魔女團》等成功案例，並不是因為它們是亞洲的作品而獲勝。它們之所以成功，是因為創作者主導、基礎設施支持他們，而全球觀眾已經習慣接受他們的作品。
- **「文化特異性」是吸引力** | 講著Max Michael分享，消費者才是傳播者。過去被視為障礙的文化特異性，現在已轉變為吸引力 (The hook)。年輕觀眾渴望「窗戶」而非「鏡子」，他們能瞬間察覺故事是否被稀釋。
- **直式微短劇與 AI：兩大新興驅動力** | 直式微短劇這個新媒介融合優質故事敘事，製作成本低廉，且短片能帶來長片2.5倍的參與度。





【[2025/11/24, 數位時代](#)】

誰是下一個中文怪物？不是拍什麼，而是「敢不敢做大」？

YouTube已經從通勤時的消遣，正式登堂入室，成為客廳娛樂的主角。觀眾的眼球正明顯向更精緻、更具結構性的內容移動。數據顯示，在台灣，觀眾平均每天花在電視上看YouTube的時間長達3小時。這種觀影習慣的改變，直接推升了對於內容品質的要求。

- **是什麼造就中文怪物的？從3個人的小討論，變68人大型團隊** | 《中文怪物》被譽為台灣YouTube製作天花板的大型企劃，其靈感其實源自於一個簡單的日常觀察：**台灣人對字幕的依賴**。酷坦言，他們並未依賴傳統的製作公司，而是由經紀人、企劃與他3人組成的核心小組親自操刀。他不忘笑著說：「整個內容、流程都是我們設計，我們3個人可以做，大家應該也都可以做。」
- **IP化的豪賭！酷：希望台灣也可以突破框架** | 酷回憶，籌備初期，當他們向贊助商提案時，因為缺乏前例，幾乎無人敢投資。但他決定「豁出去」，即便預期虧損百萬也要執行。《中文怪物》更確立了「IP化」的重要性。當萬聖節有觀眾穿上節目中的制服，甚至《中文怪物》的名氣在特定時刻超越了「酷」本人時，這就代表一個成功的IP誕生了。



【[2025/12/01, I-BUZZ](#)】

Threads時代的輿論新生態：如何在3小時內做出正確判斷？

隨著社群媒體風向瞬息萬變，品牌危機往往來得又快又突然。傳統的危機預警已不再是萬靈丹，因為我們無法掌控誰會爆料，也無法預測利害關係人何時失言。真正的關鍵，在於讓品牌建立「韌性策略」的專業認知，並在平時累積韌性資本。

- **短影音時代的輿論擴散：從24小時變成3小時** | 如今，Instagram、YouTube等短影音平台讓議題擴散時間大幅縮短至12小時，原因在於**現在大家不看長文，只看短影音，而且影片更具情緒感染力**。甚至一則Threads貼文如果是講八卦，台灣人通常興趣高昂，可能在短短3小時內就掀起全網討論，變成熱門搜尋議題或新聞素材，因此品牌根本沒有喘息空間。
- **從數據到決策：即時反應的新戰場** | 現今經營社群的挑戰不再只限於「知道發生了什麼」，而是「**能否即時做出正確判斷**」。搜集來的數據資料必須轉化為行動，否則即便擁有最完整的監測系統，也可能在危機爆發時錯失關鍵的回應黃金時刻。「從資料到決策的關鍵，是臨時差反應力，因為現在的危機不會等人。」



【2025/11/28, 數位時代】

Meta AI台灣陸續上線！IG、FB、Messenger都能呼叫AI

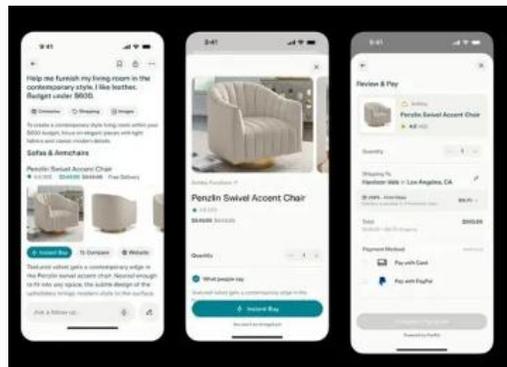
Meta 正式宣布，旗下智慧助理「Meta AI」陸續在台灣與日本上線。與其他平台需要額外下載應用程式或開啟特定網頁不同，Meta 整合 Facebook、Instagram、Messenger 與 WhatsApp，讓用戶可以直接在社群軟體使用。

- **Meta AI 是什麼？ | Meta AI 的亮點在於「無縫整合」。**台灣與日本的用戶無需安裝任何新的 App，只要開啟手機裡的APP，在應用程式的聊天視窗中，點擊介面中的「Meta AI」圖示，或者在群組對話框中輸入「@Meta AI」，即可開始使用。若用戶不想使用手機 App，Meta 也同步開放了網頁版「Meta.AI」供電腦端使用。
- **Meta AI 3 大核心功能：生圖、寫程式、辨識照片 |** 這款 AI 助理具備強大的多模態能力。**無論是尋求生活建議、規畫旅遊行程、提供課業輔助，甚至是協助編寫與編輯程式碼，Meta AI 都能提供即時的協助。**在對話中，用戶也可以要求 AI 生成創意圖片或 GIF 動態圖，且 Meta AI 支援影像分析功能，用戶可以點擊相機圖示拍攝照片，或從圖庫上傳相片，接著詢問 AI 相關問題。

AI購物助手來了！Perplexity、OpenAI都想搶的商機

歐美購物季即將到來，OpenAI、Perplexity 都因應歐美感恩節購物季的到來，推出 AI 購物助手功能。先是 Perplexity 早一步在上週宣佈 AI personal shopper，而這週 OpenAI 也不落人後宣佈導入購物研究功能，瞄準即將在購物季大肆採購的消費者。

- **Perplexity、OpenAI 瞄準購物季，相繼推 AI 購物助手 |** AI personal shopper 能將產品以「商品卡片」的形式呈現，提供規格、價格、評價等必要資訊，幫助用戶快速瀏覽，比較不同選擇。AI 具備記憶功能，能夠搜尋用戶的購物紀錄，挑選可能符合偏好的產品，而非廠商推銷、想要你購買的產品。用戶可以依照預算、在意的功能、購買對象來客製化購物需求。
- **業界人士不看好，點出 AI 購物助手「終究只是包裝 Google 搜尋結果」 |** 許多業界人士認為，OpenAI 及 Perplexity 的作法，可能無法真正滿足消費者的需求。儘管 Perplexity、OpenAI 都在推出功能時強調了個人化，聲稱能夠依照對話內容挑選商品，而非單純顯示商家極力推銷的商品清單，這種程度的個人化在挑選手機或 3C 產品可能已經足夠，但對於部份領域如時裝、家居用品來說或許尚不完備。



【2025/11/27, 數位時代】



【2025/11/23, 網路溫度計】

韓援強襲！2025中職話題啦啦隊員TOP 10大洗牌

中職啦啦隊掀起的「韓風」持續發威，在日本棒球術語用以形容擁有三位頂尖先發投手的「三本柱」一詞，2025年卻被球迷當作隊上幾位人氣頂尖的韓籍啦啦隊成員。她們創造的現象是：即便球隊戰績不佳，票房和聲量卻居高不下！2025年啦啦隊女神換誰當？

- **No.1 李珠珉-富邦悍將** | 「AI女神」李珠珉首次進榜就封后！憑藉「三振舞」影片爆紅，2025年來台初期便吸引大量球迷關注。李珠珉過去曾效力於韓職起亞虎啦啦隊，巧合的是，正是「台灣第一位韓援」李多慧曾經待過的隊伍。兩人因此被視為前後輩，也讓李珠珉被封為「李多慧的接班人」。
- **No.2 李多慧-味全龍** | 去年榜單冠軍，2025年依然人氣爆棚！李多慧來台灣發展兩年多，IG將近200萬粉絲、YouTube訂閱數也正式突破百萬，她11月19日在社群上激動地哭著曬出這份成績單，並感謝台灣球迷：「該怎麼回報你們的這份愛呢？」憑藉著在網路上的高人氣，熱衷公益活動，用真誠贏得口碑，讓李多慧拿下2025第八屆網路口碑之星的年度最具網路領袖價值啦啦隊員。

普發一萬引爆消費潮，品牌在社群上卻悄然無聲？

從「還沒拿到就先花兩萬」到「普發不是一萬，是十萬」，「普發一萬」成為近月最具爆發力的全民話題，兩行字就能衝高互動。隨著本月進入登記與發放階段，加上雙11檔期，網友開始在社群上討論一萬元怎麼花，許多品牌發揮創意跟上話題紛紛用「一萬元情境」幽默跟上熱度，使其成為最容易切入的時事話題之一。

以蝦皮 Threads 小編釋出的「普發一萬用來繳車貸」貼文為例，衝出 4.6 萬讚、92 萬瀏覽，留言區更引發網友曬車貸金額串聯，展現強大共鳴效果。

值得注意的是，「普發一萬」不是短線爆紅迷因，而是從去年累積至今、伴隨實際發放而全面擴散的長線型話題。因此品牌不必搶第一篇，而是應透過持續觀察、蒐集素材，掌握網友語彙與討論方向。這種長線熱門議題的關鍵在於「看得多、看得廣」。當素材累積充足，品牌切入時視角會更完整、創意更扎實，也更能製作出貼近品牌語氣、真正引起共鳴的內容。



【2025/11/25, I-BUZZ】



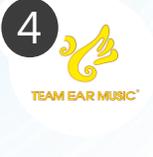
02

網紅觀察站 Influencer

【流行音樂】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
 1	陳漢典 1,571,906
 2	JOLIN CAI 蔡依林 1,540,361
 3	婁峻碩 SHOU 1,450,308
 4	栗子 1,306,468
 5	Lulu 1,134,277
	蘇喬非 916,097
	陳華 863,440
	艾薇 819,851
	黃奇斌 Ng KiPin 814,181
	邱勝翊 王子 753,667

Facebook 口碑數量 TOP10	
 1	顏正國 2,547,988
 2	陳漢典 1,726,582
 3	雷翔 Dragon 1,274,823
 4	劉玉婷 Jöann 1,251,169
 5	Lulu 黃路梓茵 1,186,332
	蔡依林 Jolin Tsai 1,136,512
	五月天 阿信 866,306
	王子 邱勝翊 707,547
	小尾巴 683,412
	鐘綺 Bell 678,965

Youtube 口碑數量 TOP10	
 1	婁峻碩SHOU 3,737,148
 2	羅志祥官方專屬頻道 1,537,015
 3	潘瑋柏官方頻道Will Pan 1,149,812
 4	添翼音樂 TEAM EAR MUSIC 977,831
 5	楊丞琳官方專屬頻道 806,803
	相信音樂BinMusic 646,788
	李千那 634,128
	小林Lin's life 591,289
	小尾巴 573,974
	吳青峰 558,827





03

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#台灣
2	#高雄
3	#日本
4	#twice
5	#台中
6	#taiwan
7	#fblifestyle
8	#親子
9	#台中美食
10	#搞笑

11月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

1  **#台灣**
[大豐大哥大](#)

📶 平均互動數 2.8萬
📈 平均互動率 13.8%

2  **#高雄**
[噪咖EBCbuzz](#)

📶 平均互動數 1.9萬
📈 平均互動率 0.43%

3  **#日本**
[自由時報](#)

📶 平均互動數 3萬
📈 平均互動率 1.69%

4  **#twice**
[嘻小瓜](#)

📶 平均互動數 1.5萬
📈 平均互動率 4.17%

5  **#台中**
[ETtoday旅遊雲](#)

📶 平均互動數 1.1萬
📈 平均互動率 1.25%

6  **#taiwan**
[Justin Caleb Cooper](#)
賈斯汀

📶 平均互動數 3.8萬
📈 平均互動率 41.1%

7  **#fblifestyle**
[瑄瑄大雜燴](#)
[Hsuan TV](#)

📶 平均互動數 3.2萬
📈 平均互動率 26.2%

8  **#親子**
[東森新聞](#)

📶 平均互動數 8,820
📈 平均互動率 0.13%

9  **#台中美食**
[無法停止的嘴](#)

📶 平均互動數 5,440
📈 平均互動率 8.15%

10  **#搞笑**
[下面一位](#)

📶 平均互動數 3.9萬
📈 平均互動率 21%



04

國際案例

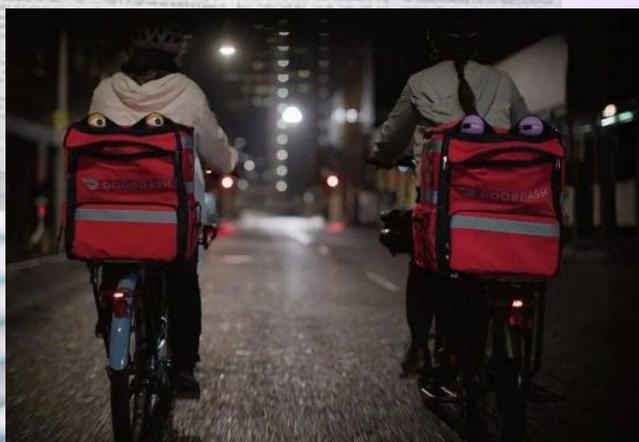
Case Share

讓外送袋 IP 化，DoorDash 用角色打開更多場景

2025年10月，DoorDash（美國的本地商品訂購和配送平台）在澳洲推出一系列全新廣告，強調平台不只外送餐點，也能配送更多日常用品。

該廣告由DoorDash與DDB悉尼合作打造，廣告的主角是兩個健談的電子動畫外賣員包，它們會跟隨司機一起騎行，閒聊各種話題，從金槍魚三明治到驗孕棒，生活上的各種鎖事無所不談，成功帶出輕鬆有趣的品牌氛圍。廣告中，紙袋角色不只會說話，還被賦予各種性格，例如毒舌、興奮、好奇等，使品牌語調更活潑、年輕。**DoorDash 希望透過這些有趣的紙袋吉祥物，引發社群分享、加深品牌印象，並讓消費者感受到品牌的幽默與親和力。**

- **行銷觀察 1 | 延伸全球概念，定位「生活入口」。** DoorDash 以全球品牌概念 Your Door to More 為主軸，擴大品牌定位，從外送餐點走向「取得生活所需的一切」。整個活動包含 13 支影片，陸續於電視、社群、YouTube 等平台曝光，未來還會加入新的內容，把「外送袋」培養成品牌長期使用的固定角色。
- **行銷觀察 2 | 擬人化角色打造品牌辨識度。** 外送市場高度同質化，角色比名人更能累積記憶資產。DoorDash 用「外送袋」建立固定語氣、性格與視覺風格，與 Uber Eats 的明星策略區隔。研究（Ipsos 2020）證明，固定角色能大幅提升注意力、情感連結與長期品牌記憶。
- **行銷觀察 3 | 從功能服務升級為情感品牌。** 「外送袋」的幽默語氣與鮮明個性，使 DoorDash 在所有媒體上呈現一致又有趣的品牌形象，讓原本功能性的外送服務變得更有溫度、更具好感。隨著配送品類擴張，該角色也可持續陪伴品牌成長。



資料來源：[contagious 2025-10-28](https://www.contagious.com/2025/10/28/door-dash-delivery-bags)



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	3.16
2	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	3.06
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.66
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.54
5	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.31
6	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.08
7	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.05
8	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	娛樂綜藝	1.04
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.00
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94
11	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.88
12	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.86
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.84
14	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.77
15	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.70
16	醫學大聯盟娘家明適保EX	FTV	競賽綜藝	0.65
17	姊妹亮起來娘家明適保EX	FTV	資訊綜藝	0.64
18	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.61
19	最強的身體福爾威創快篩	TTV	競賽綜藝	0.60
20	1300好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	0.59

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.28
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	2.09
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.43
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.88
5	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.86
6	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.85
7	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.85
8	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.85
9	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.81
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.81
11	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.81
12	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.71
13	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.68
14	自給自足鄉間生活好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.65
15	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.65
16	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.63
17	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.63
18	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.62
19	墨雨雲間2000	CTiE	大陸劇	0.62
20	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.61

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	1.52
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.21
3	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.17
4	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.98
5	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	0.88
6	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.83
7	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	0.79
8	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.75
9	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	0.68
10	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.67

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	1.43
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.34
3	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.17
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.00
5	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	0.97
6	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.92
7	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.78
8	航海王30	TTV	卡通影片	0.77
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.76
10	飢餓遊戲	CTV	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	1.89
2	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	1.87
3	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.82
4	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.68
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.35
6	綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.29
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.06
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.98
9	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.96
10	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	0.90

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	5.21
2	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	閩南語連續劇	5.11
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.39
4	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.14
5	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	娛樂綜藝	1.94
6	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	美食、旅遊節目	1.83
7	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.49
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.45
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.41
10	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	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	0.82
2	何百芮的地獄毒白	GTV-D	國語連續劇	0.66
3	監所男子囚生記佳倍優	GTV-D	國語連續劇	0.65
4	2100監所男子囚生記佳倍優	GTV-D	國語連續劇	0.63
5	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.59
6	詹姆士出走料理特輯	GTV-1	美食、旅遊節目	0.58
7	台灣第一等精選	GTV-1	知識資訊節目	0.55
8	1700綜藝新時代	GTV-1	娛樂綜藝	0.54
9	國民英雄	ET-M	外片	0.51
10	自給自足鄉間生活好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.49

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.69
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.11
3	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.78
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.74
5	1230銅板美食呷透透	EFNC	新聞性質節目	0.61
6	驚奇旅明星蓓朵娜極光CC霜	ETTV	美食、旅遊節目	0.43
7	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.39
8	2000我的婆婆2ONE BOY智能	SL2	閩南語連續劇	0.39
9	折腰	GTV-D	大陸劇	0.38
10	角頭2王者再起	VLM	國片	0.38

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	1.09
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.02
3	自給自足鄉間生活好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.83
4	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.80
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.77
6	1230銅板美食呷透透	EFNC	新聞性質節目	0.62
7	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.62
8	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.59
9	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.59
10	一起打卡吧	EFNC	新聞性質節目	0.58

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	4.46
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.55
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.03
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.57
5	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.52
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.48
7	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.47
8	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.39
9	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.93
10	台灣亮起來	SETN	新聞性質節目	0.92

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	0.83	0.40	0.28	0.56	1.38
TTV/台視	0.45	0.16	0.27	0.29	0.71
FTV/民視	0.37	0.13	0.14	0.21	0.65
CTS/華視	0.17	0.05	0.13	0.14	0.25
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	0.60	0.17	0.22	0.45	1.00
ET-N/東森新聞	0.46	0.18	0.14	0.33	0.78
SETN/三立新聞	0.37	0.09	0.09	0.21	0.68
FTVN/民視新聞	0.33	0.06	0.12	0.15	0.62
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.04	0.05	0.10	0.40
NTVN/壹新聞	0.16	0.03	0.07	0.16	0.25
UBN/非凡新聞	0.16	0.02	0.07	0.09	0.28
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.05	0.06	0.12	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.14	0.04	0.04	0.12	0.23
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.04	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.00	0.00	0.03



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	3.06
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.43
3	寶島西米樂傳承	TTV	1.08
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.85
5	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.81
6	墨雨雲間2000	CTiE	0.62
7	1300好運來宇澄創業Y秘緹	FTV	0.59
8	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.52
9	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.48
10	2100寶島西米樂傳承	TTV	0.48

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	話時代人物	SETN	0.88
2	驚爆新聞線2200	SETN	0.86
3	少康戰情室	TVBS	0.85
4	驚爆新聞線2100	SETN	0.85
5	非凡最前線	UBN	0.81
6	新台灣加油	SETN	0.81
7	台灣最前線	FTVN	0.71
8	台灣演義	FTVN	0.63
9	最前線直擊	UBN	0.63
10	最前線報告	UBN	0.62

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.16
2	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	2.66
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.54
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.28
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	2.09
6	飢餓遊戲	CTV	1.31
7	豬哥亮經典秀PP石墨烯	FTV	1.04
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	1.00
9	綜藝玩很大	CTV	0.88
10	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	0.86

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇旺旺友聯產險	CTV	1.05
2	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.68
3	型男大主廚好菇道	SL2	0.53
4	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.44
5	非凡大探索	UBN	0.41
6	花甲少年趣旅行佳倍優	TTV	0.38
7	驚奇旅明星蓓朵娜極光CC霜	ETTV	0.35
8	神之路愛妮雅化妝品	STV	0.35
9	美食按個讚	UBN	0.33
10	老闆真有趣人氣爆棚店	VLJP	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	1,832	97	348	67	83	20,829	3	11
2 Alphabet	1,723	92	621	284	257	52,569	5	31
3 LINE Corporation	969	52	213	1	2	1,016	1	1
4 Facebook	888	47	141	14	14	7,208	2	8
5 Yahoo	852	45	165	18	36	9,093	2	11
6 OpenAI	702	37	104	49	18	5,781	9	8
7 Dcard	571	30	36	9	8	1,568	6	3
8 CANVA.COM	410	22	52	31	29	3,198	10	8
9 Overwolf	375	20	73	3	5	2,068	1	6
10 PIXNET Digital Media Corporation	370	20	35	0	1	1,112	0	3
11 Oneup Network Corporation	370	20	43	4	8	2,062	2	6
12 BILIBILI.COM	362	19	62	26	17	3,639	7	10
13 Wikimedia Foundation Sites	355	19	34	3	2	1,342	2	4
14 TRUEACHIEVEMENTS.COM	354	19	97	12	8	6,155	2	17
15 Spotify	346	18	66	0	1	460	1	1
16 Amazon	333	18	377	12	31	24,068	0	72
17 UDN Group	331	18	16	0	1	584	1	2
18 Valve Corporation	329	18	16	1	1	413	3	1
19 TENCENT Inc.	270	14	21	1	2	1,181	1	4
20 Want Media Group	265	14	5	0	1	148	1	1

* With the release of October 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	2,399	99	441	51	79	23,740	2	10
2 Alphabet	2,237	93	746	278	332	64,365	4	29
3 LINE Corporation	1,413	59	315	1	3	1,291	1	1
4 Yahoo	1,246	52	290	24	42	14,191	2	11
5 Facebook	1,093	45	216	35	37	13,693	3	13
6 Dcard	782	32	52	12	10	2,378	5	3
7 UDN Group	717	30	35	0	2	1,167	0	2
8 ETtoday & EMI Group	655	27	20	2	8	713	3	1
9 OpenAI	614	25	98	160	38	7,663	21	12
10 PIXNET Digital Media Corporation	607	25	44	0	2	1,468	0	2
11 Oneup Network Corporation	520	22	95	6	12	4,555	1	9
12 Wikimedia Foundation Sites	503	21	40	2	3	1,554	2	3
13 Amazon	420	17	562	12	45	34,643	0	82
14 Want Media Group	416	17	8	1	1	279	5	1
15 Shopee Pte Ltd	406	17	39	5	10	1,864	3	5
16 TVBS Media Inc.	396	16	17	0	1	575	1	1
17 Cite Media Holding Group	387	16	15	0	0	456	0	1
18 BILIBILI.COM	373	15	68	29	27	3,995	7	11
19 Netflix Inc.	335	14	44	3	2	1,586	2	5
20 TRUEACHIEVEMENTS.COM	310	13	74	13	7	5,189	2	17

* With the release of October 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	2,494	100	548	116	130	34,678	3	14
2 Alphabet	2,269	91	777	270	296	61,527	4	27
3 Yahoo	1,514	60	395	68	119	25,486	3	17
4 LINE Corporation	1,270	51	329	1	2	1,014	1	1
5 Facebook	1,129	45	235	42	40	14,664	3	13
6 UDN Group	937	37	65	2	5	2,346	1	3
7 Want Media Group	733	29	20	20	29	1,024	20	1
8 ETtoday & EMI Group	686	27	22	0	2	754	1	1
9 PIXNET Digital Media Corporation	672	27	50	0	2	1,677	0	2
10 Dcard	649	26	33	1	4	1,197	1	2
11 Shopee Pte Ltd	557	22	61	7	11	2,892	3	5
12 TVBS Media Inc.	530	21	26	0	2	864	0	2
13 Liberty Times Group	513	21	49	0	3	1,659	0	3
14 OpenAI	496	20	65	45	14	3,949	11	8
15 Wikimedia Foundation Sites	447	18	35	3	2	1,347	2	3
16 Sanlih Media Group	425	17	30	7	11	1,365	5	3
17 Cite Media Holding Group	414	17	16	2	3	662	3	2
18 CW Group	349	14	12	0	1	407	1	1
19 Oneup Network Corporation	341	14	48	2	7	2,266	1	7
20 NOWnews	340	14	17	0	1	581	0	2

* With the release of October 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	1,989	98	507	97	130	31,288	3	16
2 Alphabet	1,821	90	623	218	232	50,702	4	28
3 Yahoo	1,442	71	488	68	113	29,206	2	20
4 LINE Corporation	1,005	50	305	2	3	1,447	1	1
5 Facebook	944	47	198	46	38	12,263	4	13
6 UDN Group	796	39	71	3	8	2,920	1	4
7 Want Media Group	553	27	27	26	47	1,482	17	3
8 ETtoday & EMI Group	550	27	29	3	21	1,242	2	2
9 PIXNET Digital Media Corporation	511	25	44	0	2	1,522	0	3
10 Liberty Times Group	469	23	45	0	3	1,526	0	3
11 Shopee Pte Ltd	467	23	64	4	9	3,272	1	7
12 Dcard	452	22	28	3	4	1,116	3	2
13 TVBS Media Inc.	445	22	31	1	2	1,157	0	3
14 NOWnews	411	20	30	2	2	1,122	2	3
15 Wikimedia Foundation Sites	410	20	35	3	2	1,345	2	3
16 Sanlih Media Group	382	19	22	0	2	723	1	2
17 OpenAI	359	18	51	26	11	2,943	9	8
18 Cite Media Holding Group	333	16	12	0	2	402	1	1
19 CW Group	288	14	12	0	1	372	1	1
20 Fubon Multimedia Technology	281	14	36	10	22	1,719	6	6

* With the release of October 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