



宏將週報

Vol.2631 07.27 ~ 08.02

Media Drive Bulletin

- 百貨商圈正迎來新一波轉型，購物中心持續擴張，商場定位也從零售消費延伸至生活體驗...



Presented by:

宏將傳媒行銷策略部

Email:

MediaResearch@mediadrive.biz

WELCOME

Contents



1

宏將觀點 **Insights**

百貨商圈再定義 走向複合式生活場域

2

媒體放大鏡 **Media News**

年輕人不說「Google 一下」，改口「search it up」

3

網紅觀察站 **Influencer**

2026/08 【棒球】社群媒體帳號排行Top10

4

熱門話題 **Hot Topics**

08月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

國際視野 **Media Trend**

Gemini AI 驅動成長，Google 廣告業務持續擴張

6

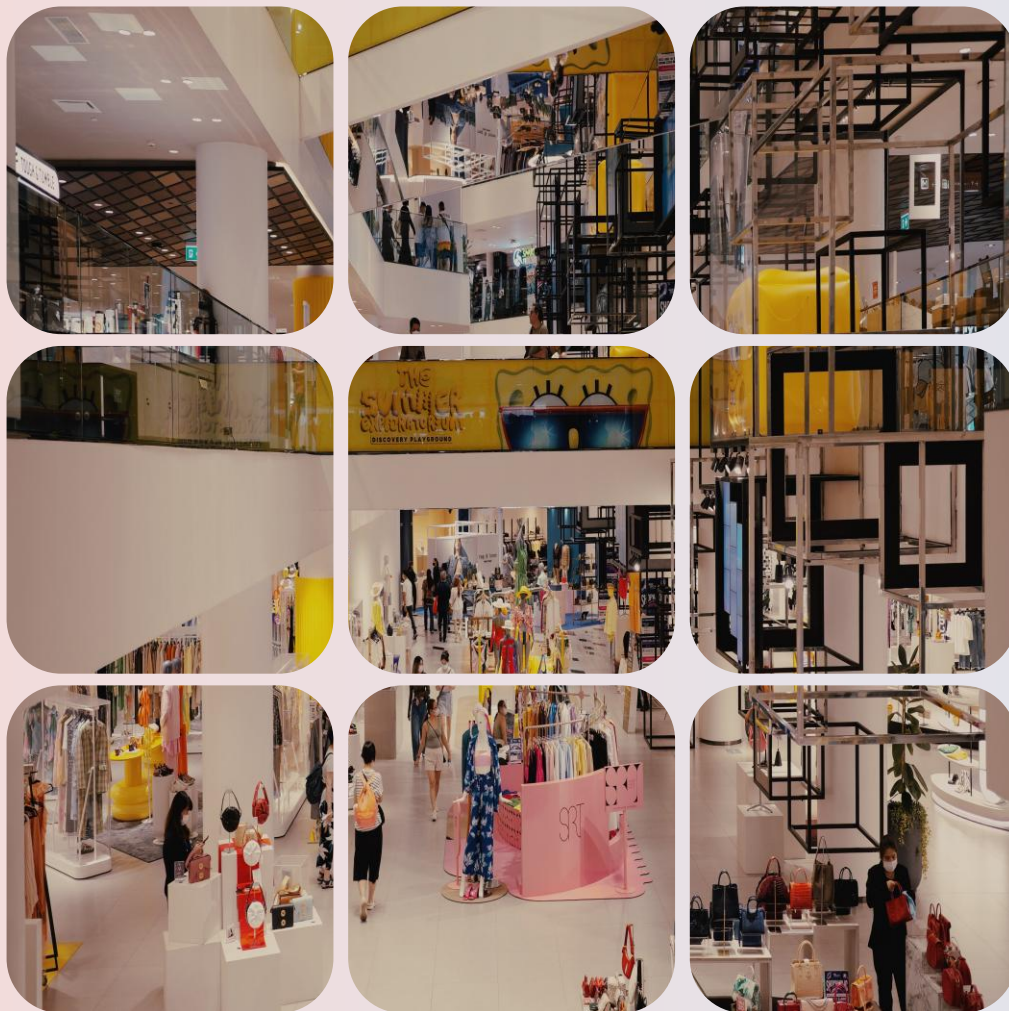
收視調查 **Ratings**

2026/07/27-2026/08/02

7

網路觀察 **Network**

Jun 2026



01

宏將觀點 Insights

百貨商圈再定義 走向複合式生活場域

Presented by: 宏將傳媒 行銷策略部





現在的百貨商圈，已經不只是單純的購物目的地。

對民眾來說，它可能是用餐聚會的據點、週末親子活動的去處，
也可能是探索品牌、風格與生活靈感的場域。

因此，觀察百貨商圈不能只看營收與人流，
也要理解消費者為何而來、在什麼情境下停留。

接下來，將先從百貨營收、商場業態與區域開發切入，
觀察百貨商圈變化；再進一步檢視商場經營面向，
彙整 2026 年百貨零售市場可能的發展走向。

購物中心為百貨商圈的高成長業種

- 購物中心成長：主要受惠於品牌改裝、餐飲占比提升，以及家庭型消費需求增加，顯示購物中心已逐漸成為家庭休閒與消費的重要場域。
- 百貨表現偏弱：主要受到 2025 年精品市場景氣不佳、化妝品類業績明顯下滑，以及消費者生活型態轉變等因素影響。

2025年排名	商場名稱	業種	2025業績 (含稅)	2025年成長率
1	台北101購物中心	精品購物中心	240	1.27%
2	台中大遠百	百貨	223.7	7.03%
3	漢神巨蛋	百貨	185	3.82%
4	SOGO復興	百貨	181.6	-4.72%
5	巨城	一般購物中心	180.4	4.28%
6	新光三越台南西門店	百貨	178	-0.17%
7	夢時代	一般購物中心	174	9.43%
8	新光三越台中中港店	百貨	132.4	-48.74%
9	板橋大遠百	百貨	128	-0.08%
10	華泰名品Outlet	Outlet購物中心	125	0.81%
11	SOGO忠孝	百貨	123	0.00%
12	漢神	百貨	114	-5.00%
13	南紡	一般購物中心	109	3.81%
—	BELLAVITA寶麗廣場	精品購物中心	2024、2023年營收皆超過100億,2025年年未揭露明確數字 —	

單店總業績 Top 3

1

TAIPEI 101

2

Top City大遠百
台中

3

漢神巨蛋

YOY成長 Top 3

1

夢時代
DREAM MALL

2

Top City大遠百
台中

3

Big City
遠東巨城購物中心

- 台中大遠百：因新光三越台中店爆炸案影響，部分業績流至台中大遠百
- 漢神巨蛋：業績從去年第6名來到第3名，主要因為品牌持續優化，同時受惠於高雄演唱會經濟，高雄巨蛋演唱會增加，帶動業績收益。

百貨與商場加速複合化 北部串連區域人流、南部強化休閒社交

北部地區 | 台北市穩坐全台零售戰略核心

北部展店重點多圍繞交通、娛樂、購物中心與生活場景整合，顯示商圈競爭正由單點百貨，轉向區域型複合生活樞紐。



【大巨蛋遠東 Garden City】
賽事展演人流 × 餐飲娛樂連動



【南港 LaLaport】
寬敞休憩空間 × 時間消費



【統一時代 Dream Plaza】
書店咖啡 × 夜間經濟



【CITYLINK 三重店】
日系生活品牌 × 社區機能補足

南部地區 | 潮流地標與海洋休閒的異軍突起

南部新興商場則更強調潮流地標、海洋休閒與社區生活機能，反映百貨商圈正在因城市條件而發展出不同場域角色。



【新光三越台南小北門店】
導入首發品牌 × 年輕社交據點



【高雄 Focus 13】
港灣景觀 × 咖啡社交



【高雄鼓山新濱町海洋廚房】
舊場域活化 × 海景餐飲



【誠品生活台南】
書店選品 × 藝術文化觀光商場

隨著百貨商圈複合化 消費者造訪目的也更加多元

當百貨與購物中心整合購物、餐飲、娛樂、展演、社交與生活服務，
消費者進入商圈的理由也不再只有購物，而是延伸為採買、歡聚、逛街與順路補給等不同任務

採買



為了明確需求進入商圈，可能是購買精品、保養品、服飾、禮品，或完成具儀式感的犒賞型消費。

歡聚



將商圈作為與朋友、家人、伴侶或社群共度時間的場域，包含吃飯、看電影、展演活動與節慶聚會。

逛街



沒有明確購買目標，但願意在商圈中逛逛、看展、拍照、發現新品牌，尋找風格靈感與生活提案。

順路

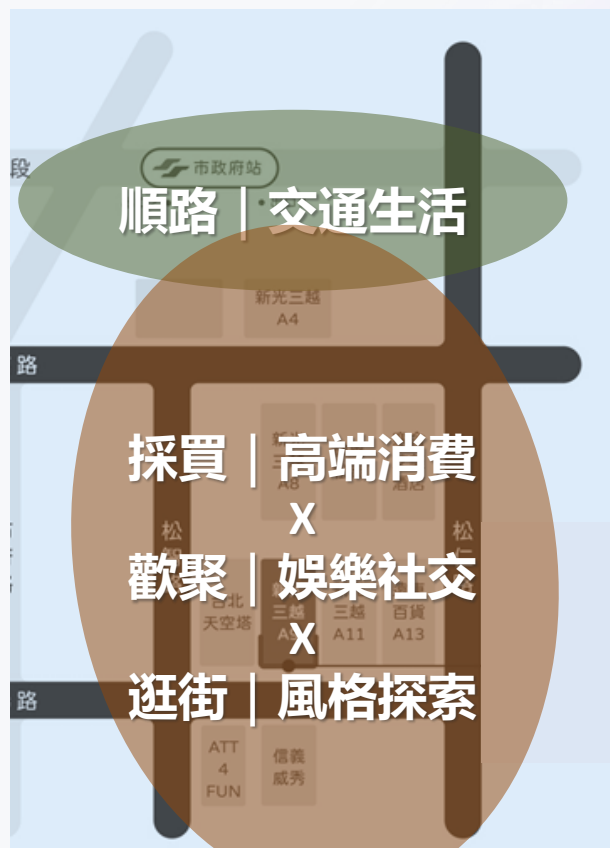


利用通勤、辦事、轉乘或日常移動空檔進入商圈，完成吃飯、買飲料、取貨、採買日用品等即時需求。

經典複合式商圈 | 信義商圈 | 全台百貨密度最高、精品品牌最集中的頂級商圈

同一商圈可承載多種造訪情境

以信義商圈為例，消費者可能因採買、歡聚、逛街或順路而來；同一商圈也能同時承載高端消費、娛樂社交、風格探索與交通生活等不同情境。



接著將拆解百貨商圈中常見的場域角色，觀察不同場域如何承載消費、社交、探索與生活需求，並對應適合的品牌行銷切入方式

以上為專題精華摘錄
完整報告歡迎來信洽詢或聯繫窗口



02

媒體放大鏡

Media News



【[2026/08/01, 科技新報](#)】

年輕人不說「Google 一下」，改口「search it up」

過去，「Google一下」幾乎成了人們遇到問題時的標準回應，但這個根深蒂固的說法正在被新世代悄悄改寫。年輕人獲取資訊的方式，已從傳統的網頁搜尋，轉向聊天機器人、語音助理與短影音平台等多元管道。

- **AI時代改變搜尋習慣** | 報導指出，成長於Siri、ChatGPT與Gemini時代的孩子，遇到疑問時未必會先打開傳統搜尋引擎，而是**傾向直接向 AI 聊天機器人提問，或在TikTok等應用程式中尋找解答**。「search it up」之所以能逐漸取代「Google it」，正因為它不綁定任何特定平台，單純只是要求對方去尋找答案。AI改變的不只搜尋方式，偏向AI風格的詞彙，也正逐漸滲入一般大眾的日常對話中。
- **科技持續重塑下一代的語言與思考** | 研究發現，在家中習慣使用Siri長大的孩子，會把對人說話的方式，變得像對助理下指令一樣簡短直接，例如直接說「Hey, do X」。如今，這同一代人又進一步把「Google it」換成了「search it up」。這項現象不僅顯示**AI改變了人類獲取資訊的入口**，更證明了科技正以潛移默化的方式，**重塑著下一代的語言習慣與思考模式**。



【[2026/08/01, 全球中央](#)】

聊天太累不聊也無妨，Z世代樂享「軟社交」

社群媒體近來冒出一種年輕Z世代稱之為「軟社交」的人際相處方式。這股潮流強調捨棄吵雜的酒吧和昂貴的晚餐，改以咖啡館、手作課或安靜的讀書會作為聚會方式。傳統的社交環境往往充滿潛在壓力，例如必須不斷尋找話題、避免冷場，甚至表現得幽默或娛樂性。**高達65%的Z世代受訪者表示，當特定活動成為聚會焦點時，社交壓力自然隨之降溫。**

- **不在乎被貼上不合群標籤，盼以低壓活動建立連結** | Z世代是真正的數位原生代，與過去高度依賴實體聚會維繫感情的X世代截然不同。許多Z世代在疫情爆發時正值青春期發育階段，人際互動被限制在螢幕中。他們**傾向尋求更有目的性、更舒適且低壓力的相處方式**。**對於年輕世代來說，「社交」已不再是聚會的主角** | 多達58%的受訪者直言「社交有點重要，但不希望它成為重點」；45%的人偏好能掌控互動的時機與方式；更有41%的人希望可以選擇只在旁觀察，不必強迫閒聊。這種**過去可能被貼上「不合群」標籤的態度，如今正是社會對社交的最新定義**。數據進一步指出，低壓力活動的成長情勢驚人，大眾顯然更渴望透過有創意、低壓力的活動建立連結。



【[2026/07/24, I-BUZZ](#)】

2026年Instagram演算法大變局，「觸及率」為何不再有效？

過去，品牌只要穩定發布內容、累積粉絲數，並關注按讚數、瀏覽量等指標，就有機會透過演算法獲得更多觸及率。如今的Instagram，首頁、Reels、探索頁、搜尋與限時動態都有各自的推薦機制，也鼓勵不同類型的互動行為。

- **新指標的崛起** | 如今觀看時長與留存率等反映使用者行為意圖的指標，成為評估內容成效的重要依據。相較於單純追求按讚數，分享數、收藏數等，互動指標更能反映內容是否真正滿足使用者需求，也更符合Instagram現今重視內容品質與互動深度的推薦邏輯。
- **內容策略的轉變** | 輪播貼文在近年表現持續亮眼，因為能延長使用者停留時間，鼓勵逐頁瀏覽，進而提升收藏與分享的機會。成效愈來愈仰賴觀看時長與留存率，短影音必須在前幾秒快速傳達亮點，才能吸引使用者持續觀看。至於靜態圖片，已逐漸不及短影音。
- **創意趨勢** | 相較於直接介紹產品，使用者更容易被真實、有溫度且富有故事性的內容吸引。此外，以感官體驗為核心的內容形式也持續受到歡迎。像是產品質感特寫、令人療癒的開箱或展示畫面，都有助於快速吸引使用者停留，提高內容觀看與互動機會。

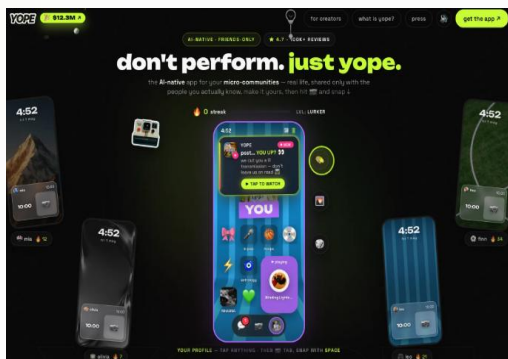


【[2026/07/31, 新新聞](#)】

Threads當惡意比善意更有流量，社群是否把我們推向對立？

一名Threads使用者在「遺失物招領」標籤下發文，說自己撿到一台MacBook，後來想想還是拿去估價賣掉了，結尾附上「嘻嘻，意外之財」。這則貼文得到高互動與分享。同一名使用者發了另一則貼文，說明筆電已經送交文德站詢問處。那則貼文卻得到低互動與分享。兩則貼文的按讚數差距接近7倍，分享數差距接近18倍。

- **研究指向同一個結構** | 台灣使用者歸納出的觀察，與近年的研究方向高度一致。每增加一個負面詞彙，標題點擊率提高約2.3%。研究來自不同資料來源，卻指向相同現象：容易引發強烈情緒、衝突或對立的內容，更容易獲得使用者互動，也更可能被平台持續放大。
- **被獎勵的是表演，不是行為** | 當「表演出惡意」的報酬高於「陳述善行」，理性的內容生產者會學會表演惡意。一旦這種表演成為預設語法，代價會落在第三方身上。閱聽人無法從敘事語氣分辨誰是真的；長期暴露在演出來的惡意裡，對社會現實的估計會被拉偏。演算法雖然沒有親自製造衝突，卻建立了一套明確的獎勵機制，也許我們早已在不知不覺間，被社群媒體訓練成更偏激、更對立的人。



【2026/07/28, Meet創業小聚】

IG殺手出現！新一代社群平台Yope圈粉1,400萬年輕人

主攻 Z 世代用戶的社群平台 Yope，上線至今不到 2 年，目前已經累積遍布全球 182 個國家、超過 1,400 萬名的用戶數。被譽為「新一代 Instagram」的 Yope，究竟有什麼魅力？

- **讓社群回歸「交流」的本質，而非媒體** | 現今的社群平台，早已從人與人交流的工具，逐漸轉變為追求流量、注意力與廣告收益的媒體平台，也因此讓愈來愈多年輕人感到孤獨、憂鬱。因此 Yope 以「微型社群」為核心概念，著手打造給新世代一個新的社群網絡：沒有演算法、沒有廣告，也沒有公開的動態牆，**讓社群回到與親近朋友交流的本質**。
- **席捲 Z 世代的 AI 原生平台** | 作為一款 AI 原生平台，Yope 並非只是把 AI 當作附加功能，而是將 AI 深度整合到產品設計與整體使用體驗中。例如，Yope 不同於傳統社群依時間排序的相簿設計，而是以近似拼貼、不規則交錯的方式呈現不同社群的「照片牆」，且 AI 也會自動整理群組中的照片與互動內容，生成專屬的回憶短片，讓用戶擁有更隨性、又具個人風格的視覺體驗。



【2026/07/30, ETtoday新聞雲】

寧可看廣告甚至棄用！僅不到三成網友願意買YouTube會員

YouTube 廣告越來越多，但你願意花錢購買 Premium 會員來換取耳目一新的清淨嗎？外媒《AndroidAuthority》近期一份調查發現，僅有三成網友願意為了去除廣告訂閱 YouTube Premium，更多人寧可忍耐，甚至乾脆直接不看。

《AndroidAuthority》號召網友進行投票，共收到超過 4,000 份回覆。其中有 38% 網友直言「使用廣告攔截器」；22% 選擇「乖乖觀看廣告」；11% 則是乾脆「不用 YouTube」；**僅 29% 的用戶願意透過「支付 YouTube Premium 會員」費用來去除廣告**。就有網友直言：「YouTube 越是限制，就越讓人不想看廣告。」但也有人支持使用者付費原則，認為如果覺得會員太貴，就不該抱怨廣告過多。

雖然廣告是 YouTube 維持免費服務的重要收入來源，但過於頻繁地播放確實破壞了使用體驗。近日就有大量網友反映，**YouTube 廣告出現的頻率似乎大幅增加**，甚至每三到四分鐘就會出現一次，讓人無法順暢觀看影片；還有網友發現，許多廣告皆要求強制觀看 20 秒以上且無法跳過，最長甚至出現過 9 分 36 秒的廣告。



【[2026/08/02, udn科技玩家](#)】

上線不到24小時就急下架！Google Earth導入AI引發災難

Google在7月30日才剛高調宣布，將Nano Banana AI影像生成工具整合進Google Earth之中；沒想到，這項新功能僅存活不到一天，就遭官方緊急撤回。原因無他：因為這項工具輕而易舉地成為製造「假衛星空照圖」與散播錯誤資訊的完美溫床。

- **「捏造」真實世界太容易，媒體實測戳破安全網** | 利用Google Earth內建的這套AI工具，輕易地製造出具備高度誤導性的衛星圖像。實測中，隨手就能生成了一張「洛杉磯市區出現巨大爆炸彈坑」的逼真衛星圖，憑空「畫」出了一大群抗議民眾。
- **浮水印防線的盲點：完全不懂「假新聞」的傳播邏輯** | Google最初的態度顯得有些輕描淡寫。官方聲明強調，所有由Nano Banana生成的圖像都會嵌入「SynthID 數位浮水印」，並且設有阻擋有害主題的安全機制。不過，Google這種將「查證責任」完全推給使用者的說詞，立刻遭到猛烈抨擊。事實上，當一張駭人聽聞的災難衛星圖在社群媒體上被瘋傳時，極少數的群眾會冷靜地停下來，把圖片存檔並丟進Google Lens去驗證浮水印。**多數人在未經驗證的情況下，就已經將其視為真實，並且隨手進行轉發。**



【[2026/07/27, 104職場力](#)】

Facebook Verified免費真人驗證標章登場！

Meta推出全新免費Facebook Verified真人驗證標章，透過短影片自拍即可完成真人身分確認，無須月費！本文除了說明Facebook Verified目的、資格條件及認證流程外，也解釋其與付費版Meta Verified的差異，來看職場人運用這項新標章的好處吧！

- **Meta為何推出Facebook Verified？** | 現在生成式AI的技術發展太快了，網路上出現不少亂象，比如生成假照片、影片，還有自動化AI帳號的創建門檻大幅降低，導致接案招募詐騙、社團假賣家等現象層出不窮。**為了重塑平台的信任度**，Meta正式推出專為個人帳號設計的免費真人驗證服務，讓使用者在**進行商業合作、社團交流或二次交易**時，能第一時間**辨識對方是否為「真實的人類」**。
- **這項新功能對職場人有什麼影響？** | 認證Facebook Verified標章後，在臉書接案社團提案或私訊雇主時，至少能建立「我是真人」的基本信任感。有了這個認證標章，不僅能讓粉絲與合作廠商秒辨真偽，更能避免自己的專業形象被假帳號拖累。在FB職場社團找兼職、外包或轉職機會時，可優先選擇已標示「Verified」的發包者，降低遭遇求職詐騙的風險。



O3

網紅觀察站 Influencer

8月【棒球類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	群群 卓立群	2,953,724
2	馬傑森	1,855,916
3	Rio 壹比零	1,291,104
4	Jamie潔米	978,538
5	王彥程	951,375
6	李洋	884,860
7	林襄 Mizuki	869,869
8	籃籃	725,838
9	陳晨威	624,890
10	易磊	588,342

Facebook 口碑數量 TOP10

1	敏迪選讀	3,169,444
2	李洋	821,018
3	籃籃 Lanlan	776,399
4	笑眼女孩-檸檬	709,997
5	林襄 Mizuki	615,316
6	江坤宇	612,230
7	蔡其昌	564,999
8	體育大叔	554,892
9	Molly 翎熹	409,125
10	林穎樂	404,705

Youtube 口碑數量 TOP10

1	棒球master	630,781
2	李承翰	548,461
3	阿嘯 Kai	332,782
4	白鴿運動天地	305,371
5	台南Josh	285,322
6	朱chuop	269,647
7	挖系桑米西	248,413
8	sdf3O228	216,299
9	沙發人物誌	214,345
10	小牛講正經	191,260



04

熱門話題

Hot Topics

#hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#搞笑
2	#fyp
3	#reels
4	#台北美食
5	#dance
6	#日常
7	#台中美食
8	#taiwan
9	#ootd
10	#台中

08月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1

#搞笑

[1萱](#)

平均互動數 9萬

平均互動率 1417%

2

#fyp

[DEF 戴夫](#)

平均互動數 20.3萬

平均互動率 394%

3

#reels

[9GAG](#)

平均互動數 18.1萬

平均互動率 0.35%

4

#台北美食

[范淇詠](#)

平均互動數 3.5萬

平均互動率 25.9%

5

#dance

[藍•oo•](#)

平均互動數 3.2萬

平均互動率 659%

6

#日常

[黃朵拉 Dora](#)

平均互動數 5萬

平均互動率 153%

7

#台中美食

[阿綦 真Der](#)

平均互動數 4.6萬

平均互動率 189%

8

#taiwan

[Evan](#)

平均互動數 5.4萬

平均互動率 17.6%

9

#ootd

[LC](#)

平均互動數 1.8萬

平均互動率 39.2%

10

#台中

[yosmallga](#)

平均互動數 2萬

平均互動率 164%





05

國際視野

Media Trend

Gemini AI 驅動成長，Google 廣告業務持續擴張

Google 母公司 Alphabet 公布第二季 (Q2) 財報，受惠於 Gemini AI 持續整合至搜尋、廣告與 YouTube 等核心業務，帶動整體營運表現優於市場預期。第二季廣告收入達 816 億美元，年增 14%；總營收則來到 1,198 億美元，年增 24%，顯示 AI 已逐漸成為 Google 最重要的成長動力。

- Gemini AI 提升搜尋與廣告效益** | Google 表示，Gemini AI 能更準確理解使用者搜尋意圖，提供更符合需求的搜尋結果，同時也提升廣告投放精準度，讓廣告主更容易接觸到目標受眾。第二季搜尋及相關業務收入達 633 億美元，年增近 17%。此外，AI 也讓購物廣告的投放效果提升約 20%，進一步提高廣告成效與投資報酬率。市場分析師認為，這份財報也證明 AI 並非取代搜尋，而是讓搜尋服務變得更有價值。
- YouTube 擴大商業布局，AI 強化品牌曝光** | YouTube 第二季廣告收入達 110 億美元，較去年同期成長約 13%，其中世界盃足球賽帶來龐大觀看流量，全球超過 17 億名觀眾透過 YouTube 收看相關內容。Google 也利用 AI 推出智慧贊助功能，依照品牌需求自動推薦合適影片，提高廣告曝光效率，同時持續發展可購物廣告，讓使用者未來能直接透過智慧電視完成購物，進一步拓展影音與電商結合的商業模式。
- AI 帶動成長，也推高投資成本AI** | 雖然持續推升 Google 的廣告收入與商業價值，但也帶來更高的基礎建設成本。Google 已將今年資本支出預估上調至 1,950 億至 2,050 億美元，並預期 2027 年仍將持續增加投資，主要用於資料中心、AI 晶片與雲端基礎建設。從最新財報可看出，Gemini AI 已成為 Google 未來成長的重要核心，公司也將持續透過 AI 強化搜尋、廣告與 YouTube 等主要業務，維持市場競爭優勢。



資料來源：[marketingdive 2026-07-23](https://www.marketingdive.com/news/google-q2-2024-earnings-report/)



06

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	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	3.09
2	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	2.84
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.40
4	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.36
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.87
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.45
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.36
8	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.02
9	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.93
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.84
11	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.84
12	寶島西米樂守護中華電信	TTV	閩南語連續劇	0.79
13	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.78
14	樓上樓下2000	CTV	國語連續劇	0.77
15	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.75
16	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.71
17	無憂渡2100	CTV	大陸劇	0.69
18	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.69
19	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	閩南語連續劇	0.59
20	2000樓上樓下2000	CTV	國語連續劇	0.58

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.33
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.61
3	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.55
4	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.94
5	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	閩南語連續劇	0.88
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.87
7	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.86
8	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.83
9	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.80
10	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.77
11	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.77
12	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.76
13	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.74
14	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	0.74
15	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.72
16	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.69
17	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.69
18	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.68
19	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.67
20	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	0.67

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.33
2	無憂渡2100	CTV	大陸劇	1.20
3	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.97
4	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	0.90
5	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	0.90
6	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.88
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.86
8	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.79
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.77
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.68

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.98
2	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	1.82
3	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.57
4	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.36
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.24
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.04
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.84
8	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.81
9	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.80
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.71

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	1.38
2	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	1.24
3	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.22
4	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.03
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.97
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	0.89
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.82
8	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.67
9	樓上樓下2000	CTV	國語連續劇	0.64
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.64

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	閩南語連續劇	5.12
2	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	娛樂綜藝	4.55
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.17
4	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.00
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	2.81
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	2.08
7	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.80
8	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.51
9	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.44
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.29

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.24
2	台灣新思路	SETN	新聞性質節目	1.10
3	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.89
4	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	0.60
5	銀髮白之歌相信	DaAi	國台語單元劇	0.55
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.52
7	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.50
8	1200天兵公園追憶錄影帶	CARTN	卡通影片	0.44
9	消失的國界	SETN	新聞性質節目	0.43
10	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.40

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.06
2	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.88
3	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.74
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.63
5	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.59
6	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.53
7	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.52
8	一步一腳印發現新台灣	TVBSN	知識資訊節目	0.49
9	神之路環球水泥	STV	美食、旅遊節目	0.48
10	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.44

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	1.18
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	0.94
3	藏海傳2000	CTiE	大陸劇	0.72
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.50
5	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	0.48
6	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	0.46
7	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.43
8	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.34
9	2500藏海傳	CTiE	大陸劇	0.34
10	1900藏海傳	CTiE	大陸劇	0.34

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.48
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	2.37
3	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.44
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.33
5	世界翻轉中	TVBSN	新聞性質節目	1.26
6	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.20
7	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	1.19
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.15
9	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.04
10	請世界吃桌華菱冷氣	SANLI	資訊綜藝	0.90

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	1.02	0.66	0.46	0.72	1.55
FTV/民視	0.39	0.14	0.15	0.16	0.69
TTV/台視	0.31	0.19	0.16	0.21	0.48
CTS/華視	0.20	0.09	0.16	0.10	0.31
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	0.53	0.14	0.22	0.39	0.85
ET-N/東森新聞	0.44	0.22	0.20	0.27	0.72
SETN/三立新聞	0.39	0.07	0.09	0.25	0.67
FTVN/民視新聞	0.34	0.03	0.11	0.15	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.03	0.05	0.10	0.41
UBN/非凡新聞	0.20	0.05	0.09	0.09	0.35
CTS-N/華視新聞資訊台	0.17	0.05	0.06	0.12	0.28
NTVN/壹新聞	0.16	0.04	0.09	0.13	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.13	0.03	0.08	0.10	0.20
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.04	0.03	0.13
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.01	0.05

類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽大同氣密窗	FTV	3.09
2	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	1.87
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.61
4	戲說台灣輝葉垂直律動椅	SANLI	0.88
5	寶島西米樂守護中華電信	TTV	0.79
6	樓上樓下2000	CTV	0.77
7	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.71
8	無憂渡2100	CTV	0.69
9	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.67
10	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	0.59

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	非凡最前線	UBN	0.94
2	台灣演義	FTVN	0.87
3	世界翻轉中	TVBSN	0.86
4	錢線百分百	UBN	0.83
5	台灣最前線	FTVN	0.80
6	台灣大代誌	EFNC	0.77
7	最前線新聞	UBN	0.77
8	最前線報告	UBN	0.76
9	正午最前線	UBN	0.74
10	台灣ON AIR	SETN	0.74

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合龍鳳香菜豬肉水	FTV	2.84
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.40
3	綜藝一級棒	CTV	2.36
4	超級紅人榜	SANLI	2.33
5	超級夜總會	SANLI	1.55
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.45
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.36
8	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	1.02
9	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.93
10	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.78

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.84
2	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.59
3	型男大主廚華菱冷氣	SL2	0.55
4	直中職37年中VS味	VLSPT	0.45
5	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.39
6	效年出發吧	STV	0.39
7	神之路環球水泥	STV	0.37
8	花甲少年趣旅行	TTV	0.35
9	醬汁神店燉牛肉燒肉乾拌麵	VLJP	0.34
10	直中職37年味VS富	VLSPT	0.32



07

網路觀察

Network

6月網站流量總排行 Top20

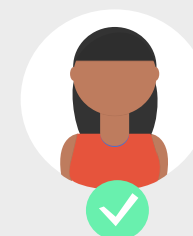
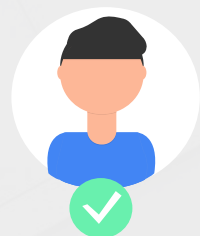
	MEDIA	每月訪問量	獨立訪客	年度變化	排除重疊受眾	桌面端%	移動端%	持續訪問時間	訪問頁面數
1	google.com	918,941,514	26,369,037	4.53%	19,389,180	42.0%	58.0%	00:10:46	9.62
2	youtube.com	376,321,189	15,222,195	-2.20%	10,499,081	84.6%	15.4%	00:20:58	11.86
3	facebook.com	180,632,746	14,069,007	-2.34%	9,764,272	63.6%	36.4%	00:09:38	9.71
4	yahoo.com	128,422,777	11,569,978	-1.46%	8,052,263	53.7%	46.3%	00:06:02	5.73
5	instagram.com	88,033,247	15,751,556	17.72%	12,320,671	54.7%	45.3%	00:06:31	11.21
6	gamer.com.tw	74,448,141	8,139,513	-1.86%	5,897,456	54.1%	45.9%	00:06:12	5.39
7	threads.com	66,010,172	9,536,012	56.31%	7,462,782	58.8%	41.2%	00:07:27	8.93
8	gemini.google.com	50,821,064	3,468,001	254.02%	2,911,440	92.4%	7.6%	00:05:54	3.64
9	shopee.tw	45,488,971	8,128,327	-8.49%	5,989,868	68.4%	31.6%	00:07:38	9.21
10	chatgpt.com	45,067,841	3,815,661	-0.37%	3,033,717	88.8%	11.2%	00:06:12	3.39
11	wikipedia.org	43,643,505	7,987,194	-7.04%	5,741,519	46.0%	54.0%	00:03:03	3.16
12	bilibili.com	40,235,448	4,300,508	13.28%	3,208,772	86.3%	13.7%	00:15:01	10.88
13	ptt.cc	39,474,707	6,182,914	1.35%	4,519,435	48.0%	52.0%	00:07:13	9.22
14	news.yahoo.com	38,850,014	6,129,311	-3.29%	4,423,455	74.9%	25.1%	00:03:32	2.29
15	dcard.tw	37,730,061	10,280,409	2.53%	8,331,044	32.4%	67.6%	00:04:34	3.84
16	udn.com	35,577,360	6,044,482	-8.58%	4,374,592	31.5%	68.5%	00:03:13	2.43
17	line.me	33,957,193	8,201,119	-8.51%	6,114,008	37.4%	62.6%	00:01:18	2.61
18	x.com	32,093,182	4,023,912	3.88%	3,435,263	68.5%	31.5%	00:09:53	12.06
19	cwa.gov.tw	31,142,399	3,560,244	4.36%	2,539,221	26.4%	73.6%	00:02:52	2.28
20	momoshop.com.tw	29,494,181	7,376,956	10.28%	5,507,083	42.9%	57.1%	00:04:44	5.44



性別流量來源 Top20

每月访问量	男性TOP20
google.com	501,808,728
youtube.com	211,084,783
facebook.com	101,423,096
yahoo.com	74,081,263
gamer.com.tw	49,573,213
instagram.com	48,243,640
threads.com	37,769,043
gemini.google.com	27,413,571
shopee.tw	26,650,907
wikipedia.org	25,704,565
ptt.cc	24,659,552
bilibili.com	23,586,034
news.yahoo.com	23,462,249
chatgpt.com	22,670,030
dcard.tw	22,436,801
jable.tv	22,071,341
x.com	21,460,246
udn.com	21,021,244
wantgoo.com	18,384,724
cwa.gov.tw	17,936,349

每月访问量	女性TOP20
google.com	417,132,786
youtube.com	165,236,405
facebook.com	79,209,650
yahoo.com	54,341,514
instagram.com	39,789,608
threads.com	28,241,129
gamer.com.tw	24,874,928
gemini.google.com	23,407,493
chatgpt.com	22,397,811
shopee.tw	18,838,064
wikipedia.org	17,938,940
news.yahoo.com	16,773,199
dcard.tw	16,413,213
line.me	16,067,211
bilibili.com	15,888,673
udn.com	14,556,116
ptt.cc	13,070,509
momoshop.com.tw	12,348,351
netflix.com	11,745,798
xbanxia.cc	11,711,954



各年齡層特色網站觀察

18-24

No.	Domain	
1	google.com	155,488,565
2	youtube.com	68,421,883
3	facebook.com	25,077,850
4	gamer.com.tw	21,031,497
5	instagram.com	14,233,575
6	yahoo.com	12,744,183
7	bilibili.com	12,106,201
8	threads.com	10,418,099
9	x.com	9,556,689
10	wikipedia.org	7,454,920

45-54

No.	Domain	
1	google.com	136,440,289
2	youtube.com	53,535,345
3	facebook.com	29,081,443
4	yahoo.com	21,473,457
5	instagram.com	13,575,550
6	threads.com	9,911,890
7	gemini.google.com	8,154,374
8	shopee.tw	7,635,659
9	gamer.com.tw	7,605,292
10	chatgpt.com	6,995,090

25-34

No.	Domain	
1	google.com	264,116,769
2	youtube.com	108,745,645
3	facebook.com	46,071,744
4	yahoo.com	31,434,045
5	instagram.com	23,883,422
6	gamer.com.tw	23,092,434
7	threads.com	18,043,526
8	gemini.google.com	14,661,993
9	bilibili.com	14,287,025
10	chatgpt.com	13,690,190

55-64

No.	Domain	
1	google.com	85,624,105
2	youtube.com	34,176,833
3	facebook.com	22,740,633
4	yahoo.com	18,773,287
5	instagram.com	9,350,661
6	threads.com	7,561,160
7	news.yahoo.com	6,304,941
8	udn.com	5,768,708
9	shopee.tw	5,604,364
10	gemini.google.com	4,982,659

35-44

No.	Domain	
1	google.com	228,742,163
2	youtube.com	93,433,173
3	facebook.com	45,154,803
4	yahoo.com	33,621,919
5	instagram.com	21,702,988
6	gamer.com.tw	15,955,681
7	threads.com	15,861,625
8	gemini.google.com	12,836,682
9	chatgpt.com	11,116,933
10	shopee.tw	11,073,579

65以上

No.	Domain	
1	google.com	48,529,622
2	youtube.com	18,008,311
3	facebook.com	12,506,273
4	yahoo.com	10,375,886
5	instagram.com	5,287,052
6	threads.com	4,213,872
7	news.yahoo.com	3,422,584
8	shopee.tw	3,389,038
9	udn.com	3,081,213
10	line.me	2,980,832



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