2026 年 11 月版

2026 Threads 演算法完整解讀

十項排序預測、追蹤者優先、Dear Algo、連結與分潤，一份講清楚。

系統卡十項預測 | 追蹤者優先 | Dear Algo／Your Algo | 格式數據 | 連結 | 廣告與分潤 | 台灣現況 | 迷思破解

明淳說 · gretashares

給經營 Threads 的品牌與創作者

SUMMARY

一頁看懂：7 個重點

時間不夠的話，先讀這頁。後面每一頁都是這 7 點的細節和出處。

01 官方只公開「預測什麼」，不公開權重

Meta 透明度中心的 Threads 系統卡列了 10 項預測：按讚、回覆、點進去、看多久等，一半和「點進去之後繼續讀」有關。各項的權重從沒公布過。

02 三年的主線是把控制權交給使用者

時間序 Following（2023）、自訂動態（2024）、社群（2025）、用文字調動態的 Dear Algo 和私下選主題的 Your Algo（2026）。使用者能決定自己看什麼，品牌能控制的反而變少。

03 2024 年 11 月起改成追蹤者優先

官方說要多推追蹤帳號的內容，非追蹤者的觸及會下降。這是 Threads 和 Facebook 方向相反的地方：FB 持續加重推薦。

04 格式不是勝負關鍵

第三方 Buffer 的數據裡，影片互動率最高、連結最低；但校正帳號差異後，格式只解釋 0.16% 的互動變異。內容本身比格式重要。

05 貼連結不會被刻意降權，但導不了多少流量

官方說連結排序 2025 年已修正。真正的限制在讀者很少點出去：出版商網站的導流裡，Threads 不到 0.1%。

06 Threads 不付錢給創作者

沒有分潤、訂閱、打賞；創作者獎金只在美國邀請制測試過，台灣沒有開放證據。台灣能用的是 2025 年 4 月首波開放的廣告版位。

07 「回覆權重最高」「黃金一小時」查不到官方出處

我自己的後台把「按讚率」排在「回覆率」前面。多數流傳的技巧都停在「未證實」。

HISTORY

演算法簡史：每次改版都在加「自選」入口

「預設演算法動態、另給一個時間序選項」的架構，從 2023 年 7 月到今天沒變。變的是使用者可以調整的地方越來越多。

2023.07 ● **上線，只有演算法動態**

7 月 5 日在 100 國上線，帳號沿用 IG、可一鍵匯入追蹤名單，5 天破 1 億註冊。7 月 25 日加入只看追蹤帳號、依時間排序的 Following。

2023.12 ○ **主題標籤，一則限 1 個**

Mosseri 說要「多談社群，少做互動操弄」。

2024.02 ○ **預設不主動推薦政治內容**

2025 年 1 月撤回，改成使用者自選「較少／標準／較多」。

2024.11 ● **自訂動態＋排序改成追蹤者優先**

11 月 20 日開放自訂動態；11 月 21 日官方說要「重新平衡排序，優先顯示你追蹤的人」。Mosseri 直接說非追蹤者觸及會下降、追蹤者觸及會上升。

台灣媒體稱「素人爆紅時代結束」

2025.03 ○ **透明度中心系統卡更新**

目前唯一的官方排序說明，最後更新 2025-03-07。

2025.05–06 ○ **帳號狀態上線、連結排序修正**

可以查貼文是否被降觸及並申訴；官方說連結貼文「已經運作得好很多」。

2025.10 ○ **社群（Communities）全球測試**

官方說正在做社群內和 For You 的排序。

2026.02 ● **Dear Algo：用文字告訴演算法**

公開發文說想多看或少看什麼，效果維持 3 天。比 Facebook 的同類功能早 8 個月。

2026.06 ● **Your Algo＋繁中在地社群**

私下選主題，效期 1／3／7 天；社群結束測試，日韓台首波在地社群，首次納入繁中。同月宣布月活 5 億。

之後到 2026-11 沒有新的官方排序變更公告

HOW IT WORKS

現在的演算法怎麼運作

預設的「為你推薦」由 AI 預測你會不會按讚、點進去、回覆、看多久來排序。官方說明只有一張系統卡，放在透明度中心的 Instagram 分類底下。

1

收集庫存

追蹤帳號的貼文，加上部分公開內容，先經過品質與誠信過濾

2

讀取訊號

你的互動與觀看時間、你對作者的互動率、貼文回覆帶來的互動、裝置與國家等，時間窗 1 小時到 84 天

3

依預測價值排序

模型和訊號頻繁變動，Meta 明說不公開權重

系統卡列出的 10 項預測

和「點進去繼續讀」有關	其他
點作者主頁後再點另一則	按讚
點貼文後再點另一則	回覆
點擊貼文	滑過（負向）
點作者主頁	瀏覽貼文的時間
點進去後按讚、在貼文頁停留的時間	—

來源：Meta Transparency Center，Threads 系統卡（2025-03-07 更新）。

沒有任何影音項目

IG 的系統卡有「開聲音」「全螢幕看 Reel」，Threads 沒有。這張卡看重的是文字被點開、被讀下去。

回覆既是目標也是訊號

這是「回覆很重要」唯一的官方依據。Meta 2024 年也說回覆占 Threads 瀏覽量將近一半。但 Mosseri 同時承認「不是所有回覆都是好的」，在處理互動誘餌。

IG 互動還算不算，無法確認

2024 年 2 月版系統卡列過「在 IG 瀏覽作者主頁的次數」，2025 年 3 月版沒有這條。

搜尋、趨勢、社群、回覆排序

都沒有系統卡，排序訊號查不到。只知道搜尋有排序（Mosseri：不排序會被機器人淹沒）。

CONTROL

使用者能調的、官方會降的

Threads 的特色是讓使用者自己調動態。對品牌來說，這代表「被看到」越來越取決於讀者的選擇，而不只是演算法。

入口	上線	怎麼運作
為你推薦（For You）	2023.07	預設動態，推薦＋追蹤混合，依 10 項預測排序
追蹤中（Following）	2023.07	只有追蹤帳號、時間倒序、沒有推薦
自訂動態	2024.11	使用者自己組帳號或主題，內部排序查不到
社群	2025.10	主題社群，冠軍徽章給被廣泛追蹤、固定發文、持續有回覆的成員
Dear Algo	2026.02	公開發文告訴 AI 想多看／少看什麼，效期 3 天
Your Algo	2026.06	私下選主題，效期 1／3／7 天
政治內容設定	2025.01	較少／標準／較多，和 IG 共用設定，預設標準

另外還有取消追蹤、隱藏（限制類似內容）、靜音、檢舉。Dear Algo 和 Your Algo 只改「自己看到什麼」，不能拿來提升自己貼文的觸及。官方首波是美國等英語市場，台灣是否開放未證實。

官方明確會降推薦的

- ✕ 違反推薦準則的內容
- ✕ 未追蹤帳號的政治內容（依使用者設定）
- ✕ 互動誘餌（官方說在處理，界線沒公開）

> **觸及驟降先查帳號狀態**
>
> 2025 年 5 月起，可以在設定裡查貼文是否被降觸及並申訴。「查不到的影子封鎖」這個說法已經過時。

和 IG、FB 不一樣的地方

- **沒有原創規則公告**：IG（2024、2026）和 FB（2025）都有明文的非原創降權，Threads 沒有對應公告。
- **互動誘餌準則只寫 Facebook**：Meta 的內容發布準則頁標明適用 FB。
- **LLM 判斷品質未知**：IG 推薦卡 2026 年加入「以 LLM 評估資訊量」，Threads 卡沒跟著更新。

沒有公告不代表搬運沒風險，同一家公司的規則方向很一致。

FORMATS

內容格式：影片互動率最高，但格式不是重點

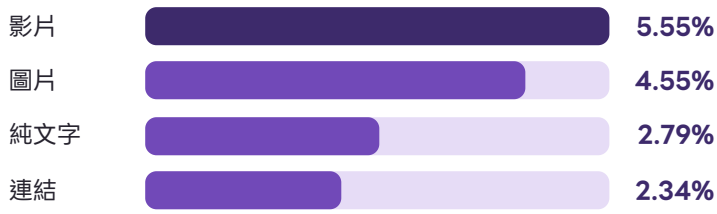
官方從沒說影片會被加推。格式數據幾乎只有 Buffer 一家，樣本是用 Buffer 排程的帳號，偏品牌、偏英語系。Socialinsider、Hootsuite 等都沒有 Threads 專屬研究。

0.16%

校正帳號基準後，「格式」能解釋的互動變異只有這麼多。三種格式都用過的帳號中，影片贏圖片的只有 48.1%。

Buffer 資料科學家個人分析，約 185 萬則／2.5 萬帳號，2025 全年。

中位數互動率（互動 ÷ 觸及）



來源：Buffer 2026 格式報告，總樣本 5,200 萬則以上（Threads 子樣本數未揭露），2025 全年。

三個讀法

① 結論一年內翻轉

Buffer 2025 年 10 月的版本是「圖片最好」，比純文字多 60%；2026 版變成影片最好。單一來源的格式排名，看看就好。

② 好的文字可以贏差的影片

Buffer 自己也這樣說。與其糾結格式，不如把一則貼文的開頭和觀點寫清楚。

③ 回覆留言有用

帳號自己回覆留言，互動 +42%，約三分之二帳號受益（Buffer 2026，Threads 部分 12.8 萬則）。

④ 很多格式沒有數據

輪播、投票、GIF、引用、長文附件，目前沒有任何成效數據。

官方規格

- 主文 500 字、影片最長 5 分鐘、輪播最多 20 張
- 2025 年 9 月起可附最多 10,000 字的長文附件，附件裡的外連會顯眼呈現
- 主題標籤一則 1 個；有沒有加標籤，同關鍵字貼文都會出現在同一個搜尋結果

LINKS & TIMING

連結、發文時間與頻率

Threads 對連結的官方立場和 Facebook 正好相反：沒有額度、沒有付費解鎖，官方說不刻意降權。問題在別的地方。

連結：不降權，但讀者不點

Mosseri，2024 年 11 月

演算法「其實沒有降權連結貼文」，但「我們不太看重連結點擊，大家也不太對連結按讚留言」。

Social Media Today 轉述

→

Meta，2025 年 6 月初

「連結已經運作得好很多，超過一個月了。」

同時開放個人檔案 5 條連結，並提供點擊數據

導流量很小

Chartbeat 約 3,000 個出版商網站的資料：Threads 占導流不到 0.1%，Facebook 是 2–3%。

互動率低不等於被懲罰

連結貼文互動率最低（2.34%），比較像讀者點出去就不回來。連結貼文的觸及有沒有比較低，Buffer 沒公布，無法判斷。

發文時間：三組數據互相打架

來源	結論
Meta 官方（2024-10）	週末多發可以提高互動
Buffer（250 萬則）	週四 9:00 最好、週六最差、晚上 18–23 點每天都差
QSearch 台灣（2025 全年 3,600 萬則）	週四晚上 8、9 點最好，週末較低、週日最低

Buffer 以英語系帳號為主。台灣受眾優先參考 QSearch，再用自己後台的「最活躍的時間」對照。我的後台顯示觀眾最活躍在週二到週四晚上 8–11 點，和 QSearch 方向一致。

頻率：官方沒有上限

Meta 建議每週 2–5 篇

並說頻率越高，每篇平均曝光也越高。「一天發超過幾篇會被限流」查不到任何官方依據。

MONETIZATION

分潤與付費：Threads 不付錢給創作者

Threads 沒有訂閱、打賞、內建聯盟行銷。Meta 財務長 2026 年說 Threads 不會是今年營收成長的主要來源。

項目	現況	台灣
創作者獎金	2024 年 4 月美國邀請制測試，最高每月約 5,000 美元。何時結束兩說，Meta 沒公告	沒有開放證據
廣告版位	2025 年 1 月美、日測試；4 月台灣首波開放；2026 年 1 月對全球投放，初期量低	可用
加強推廣	查不到官方公告，只能在廣告管理員另建廣告	—
訂閱、禮物、打賞、聯盟、購物標記	查不到任何官方功能	—
Meta Verified 徽章	2023 年試辦列過「提升能見度」，很快移除；Threads 沿用 IG 徽章，2026 年併入 Meta One	可用

Meta Verified 台灣 App 版當時約每月 455 元，隨時可能調整，以官方公告為準。

付費能不能買到觸及？

Facebook 的 Meta One 進階方案寫著「有機會在動態消息中主打」，但**沒有官方文件說這項適用 Threads**。「Featured Profiles」之類的說法只見於第三方。

變現之後演算法有沒有變，也查不到。2024 年 11 月的追蹤者優先，官方給的理由是回應創作者抱怨和 Bluesky 競爭，和變現無關。

給投廣告的人

投 Advantage+ 或手動版位時，Threads 預設是勾選的，預算可能被自動分過去。回後台確認版位分配，再決定要不要保留。

對品牌的意思

Threads 的價值在對話和曝光，不在平台分潤。收入要靠導回自己的產品、電子報或服務。

官方給的是工具，不是錢

個人檔案 5 條連結＋點擊數據

2025 年起開放，洞察報告可以看到每條連結被點了幾次。導流的主要出口在這裡，不在貼文本身。

Podcast 推廣工具

2026 年 9 月推出，含粉絲／非粉絲的觀看洞察。有 Podcast 的品牌可以拿來推單集。

TAIWAN

台灣現況：首波市場，數字要挑著用

台灣常被說是 Threads 全球最活躍的市場之一，但網路上流傳的數字很多算錯或查不到方法。

說法	怎麼看
廣告觸及 665 萬人，占成人 33.5%	**最可靠**。DataReportal《Digital 2026: Taiwan》，2025 年底數字；廣告觸及不等於月活
以成人觸及率計，台灣、香港全球最高	We Are Social；以絕對人數計是印度最多
台灣占全球流量 21%、全球第一	各家標不同出處，原始方法**查不到**
台灣 9,486 萬個帳號	**錯誤**。拿 21% 乘全球月活算出來的，事實查核中心已證實算錯，原網站已撤下
台灣是第二大市場（10%）	另一篇報導的說法，和「第一」互相矛盾

Meta 官方只說台灣是「活躍度最高之一」。Threads 負責人 Connor Hayes 說，一場關鍵選舉讓 Threads 在台灣快速擴散。

台灣能用哪些功能

功能	台灣狀態	說明
廣告版位	可用	2025-04-24 首波
社群＋繁中在地標籤	可用	2026-06 日韓台首波
Meta Verified 徽章	可用	2023-07 起
趨勢話題	據報導測試中	媒體說 2026-04 起，未附 Meta 原文
Dear Algo／Your Algo	未證實	官方首波是英語市場
創作者獎金	不可用	沒有開放證據

互動高、留言少

QSearch：台灣 Threads 每則平均互動約 178，高於 FB 的約 110，但留言數比 FB 少，多半是按愛心。

品牌要注意的風險

政治討論多、已有冒充台灣人的假帳號研究。同溫層和對立風險比 FB、IG 高，品牌發言要更小心。

2024 年 11 月之後台灣帳號觸及掉多少，沒有量化數據；國內社群工具商的 Threads 觸及研究也沒找到。

MY INSIGHTS

我的帳號後台看到什麼

2026 年 11 月 8 日，用網頁版洞察報告讀取 @gretashares。單一帳號、單一期間，只能當參考，不能外推。



單篇貼文洞察報告。「影響瀏覽次數的因素」副標寫「觸及率依內容對觸及人數的重要性順序排列」。

按讚率排第一，回覆率第二

介面順序是按讚率 > 回覆率 > 分享率 > 引用率 > 轉發率。這是 Meta 自己的介面，和坊間「回覆權重最高」的說法相反。但它只是介面上的相對排序，不等於完整的權重揭露。

觀眾 98.6% 是非粉絲

過去 90 天的觀眾裡，追蹤者只占 1.4%。和「追蹤者優先」不衝突：官方講的是追蹤者看到你的比例變高，不是觀眾裡追蹤者占多數。

首頁推薦是唯一主要入口

兩篇貼文的瀏覽來源：首頁 88–98%，搜尋 0%，Instagram 0%。「IG 會幫 Threads 導流」在這個帳號上看不到。

爆文和一般文差在哪

	爆文（純文字故事）	一般文（附圖教學）
瀏覽次數	約為一般文的 80 倍	基準
按讚率	1%	1%
看完去看主頁的比例	約 5%	約 1%
看主頁後追蹤的比例	約 2.6%	0%

兩篇按讚率一樣，差距不在比率，在被推了多少次。純文字爆文對上附圖一般文，和「格式只解釋 0.16%」的方向一致（兩篇樣本，不能當證據）。另外，過去 30 天沒發新貼文，舊文仍持續被推。

THREADS vs FACEBOOK

Threads 和 Facebook 差在哪

同一家公司，方向卻很不一樣。Facebook 越來越付費化、規則化，Threads 目前幾乎沒有這些層級。

面向	Threads	Facebook
預設動態	為你推薦（推薦＋追蹤），另有時間序 Following	推薦為主的「首頁」，另有時間序「動態」分頁
追蹤 vs 推薦	2024-11 起**往追蹤者回調**，比例未公布	持續**往推薦加重**：美國 Feed 觀看約 36.6–39.0% 來自推薦
排序目標	10 項預測，偏重點進去、看下去、回覆，沒有影音項目	數千訊號；影片全算 Reels，重觀看時間
連結	官方說不降權、已修正；個人檔案 5 條連結	免費粉專每月 2 則含連結貼文
原創規則	沒有 Threads 專屬公告	2025-07 起非原創同時影響觸及與營利
創作者分潤	沒有（獎金限美國邀請制）	內容營利，台灣邀請制
付費能見度	沒有官方說法	Meta One 進階「有機會在動態消息中主打」
使用者調動態	Dear Algo（2026-02）、Your Algo（2026-06）	Your algorithm（2026-10）
介面用語	檢視次數／瀏覽次數、瀏覽人數、非粉絲用戶	瀏覽次數、瀏覽者、來自非追蹤者
我的後台非追蹤者占比	觀眾 98.6%（90 天）	瀏覽次數 61.7%（28 天）

Threads 像新功能的試驗場

用文字調演算法，Threads 先做，Facebook 晚 8 個月才跟上。

官方方向不等於你的帳號

官方說 Threads 回調追蹤者、FB 加重推薦，但我的後台反而是 Threads 非粉絲比例遠高於 FB。要看自己的數據。

Threads 帳號層叫「檢視次數」、單篇叫「瀏覽次數」，同一個介面兩種用字，做報表時要統一。

MYTHS

迷思破解：常見說法查證

未證實 只有經驗談或官方沒明講 錯誤 和官方說法或功能設計矛盾、或已過時 已證實 有 Meta 或高層官方說法

常見說法	查證結果	判定
貼連結會被砍觸及	Mosseri 說不刻意降權，2025-06 已修正；但「導不了多少流量」有數據。	錯誤
回覆對分發很重要	回覆是系統卡的預測目標，官方說回覆占近半瀏覽量。	已證實
回覆權重最高、黃金一小時	官方從沒公布權重或時間窗；我的後台介面把回覆率排在按讚率之後。	未證實
一天發超過幾篇會限流	官方反而建議每週 2–5 篇，頻率越高每篇曝光越高。	未證實
一次加很多標籤更好	功能上一則只能加 1 個。加標籤能不能衝觸及，系統卡沒提。	錯誤
Threads 有查不到的影子封鎖	2025-05 起有帳號狀態可查、可申訴。	錯誤
IG 粉絲多，Threads 先推給 IG 粉絲	IG 大號起步快，比較可能是一鍵匯入追蹤名單。IG 互動是否還是訊號，現況無法確認。	未證實
粉絲已經看不到我的貼文	2024-11 起追蹤者優先，Following 一定看得到；實際比例沒有數據。	錯誤
編輯貼文、刪文重發會影響觸及	兩個方向都沒有 Threads 的官方說法或證據。	未證實
政治內容預設被隱藏	2025-01 改回推薦，預設「標準」。	錯誤
搬運、轉貼帳號會被降推薦	IG、FB 有明文；Threads 沒有專屬公告。	未證實
求互動文（「大家覺得呢？」）會被加推或被罰	Meta 鼓勵引發對話，也說在處理誘餌，沒有公開界線。	未證實
訂 Meta Verified 會增加觸及	2023 年已移除觸及福利；Threads 沒有官方說法。	未證實
AI 生成內容會被降觸及	AI 標籤是揭露用；IG 限制的是未標示的 AI 人物帳號。	未證實
內文關鍵字能被搜到	關鍵字搜尋是正式功能。堆關鍵字能不能提升推薦則未證實。	已證實

「未證實」不代表一定錯，只是沒有官方依據。對團隊講 Threads 時，經驗法則要標明是經驗觀察。

CHECKLIST

Threads 自我檢查清單

印出來，一項一項打勾。打不了勾的，就是下個月要調整的地方。

內容

- [ ] 每則貼文開頭就切入重點
  系統卡看重「點進去、讀下去」，鋪陳太長會被滑過
- [ ] 帳號主題能用一句話說清楚，不常離題
- [ ] 有回覆讀者留言的習慣
  第三方數據：帳號自己回覆，互動 +42%
- [ ] 引發討論，但不寫「同意請留言」這類誘餌
- [ ] 不為了格式糾結，純文字寫得好一樣能被推
- [ ] 每週穩定發 2–5 篇

導流與廣告

- [ ] 不期待 Threads 帶大量站外流量，目標設在曝光與對話
- [ ] 個人檔案放好最多 5 條連結，並定期看點擊數
- [ ] 投 Meta 廣告時，確認 Threads 版位有沒有被預設勾選

數據與帳號

- [ ] 觸及驟降時，先查「帳號狀態」再猜演算法
- [ ] 看「非粉絲用戶」比例和「影響瀏覽次數的因素」排序
  不同貼文的因素排序可能不同，多看幾篇
- [ ] 發文時間用自己後台的「最活躍的時間」決定，不照搬國外數據
- [ ] 報表統一用語：帳號層「檢視次數」、單篇「瀏覽次數」
- [ ] 品牌發言避開政治與對立話題，預備好留言處理原則

SOURCES

主要資料來源

以 Meta 官方文件為主，查證時間 2026 年 11 月。官方頁面可能隨時更新，以最新版本為準。

排序與功能

Meta Transparency Center：Threads 系統卡
transparency.meta.com/features/explaining-ranking/ig-threads-feed/

Meta Newsroom 2023-07：Introducing Threads
about.fb.com/news/2023/07/introducing-threads-…

TechCrunch 2024-11-21：追蹤者優先
techcrunch.com/2024/11/21/threads-adjusts-its-algorithm-…

Meta Newsroom 2026-02：Dear Algo
about.fb.com/news/2026/02/threads-dear-algo/

Meta Newsroom 2026-06：Your Algo、5 億月活
about.fb.com/news/2026/06/meta-launching-new-features-…

Meta Transparency：政治內容做法
transparency.meta.com/features/approach-to-political-content/

Social Media Today 2025-06：連結排序已修正
socialmediatoday.com/news/meta-says-link-posts-ranked-…

格式與發文時間

Buffer：Best content format on social media
buffer.com/resources/data-best-content-format-social-media/

Buffer：State of social media engagement
buffer.com/resources/state-of-social-media-engagement/

QSearch：2026 台灣 Threads 數據
qsearch.cc/blog/2026/03/threads-stats-2026-taiwan/

Engadget：Threads 導流數據（Chartbeat）
engadget.com/social-media/threads-users-still-barely-click-links-…

分潤與廣告

TechCrunch 2024-04-29：Threads 創作者獎金
techcrunch.com/2024/04/29/meta-confirms-launch-of-a-bonus-…

中央社 2025-04-24：台灣首波開放 Threads 廣告
cna.com.tw/news/ait/202504240119.aspx

Meta for Business：Ads on Threads one year in
facebook.com/business/news/ads-on-threads-one-year-in

數位時代：Meta Verified 台灣上線
bnext.com.tw/article/86667/meta-verified-taiwan-…

台灣現況

DataReportal：Digital 2026: Taiwan
datareportal.com/reports/digital-2026-taiwan

新頭殼／事實查核中心 2026-05-06：台灣帳號數算錯
newtalk.tw/news/view/2026-05-06/1033636

TechNews 2026-06-17：繁中在地社群
technews.tw/2026/06/17/new-features-to-celebrate-…

沃草：Threads 冒充台灣人假帳號研究
watchout.tw/reports/kDAGN2ejloTNqw5BHlxe

帳號狀態

Techloy 2025-05：Threads 降觸及通知
techloy.com/threads-will-now-alert-users-…

ABOUT

明淳說 · gretashares

蔡明淳｜企業顧問 · 講師｜AI 應用 × 行銷 × 業務開發 × 表達力

官網

gretatsai.com

想持續收到這類整理？訂閱電子報

greta.work/fb-sub

免費訂閱，隨時可以取消。

本文件內容整理自 Meta 與 Threads 官方文件、媒體報導、第三方研究與作者帳號後台實測，截至 2026 年 11 月。平台規則與價格可能隨時調整，以官方公告為準。