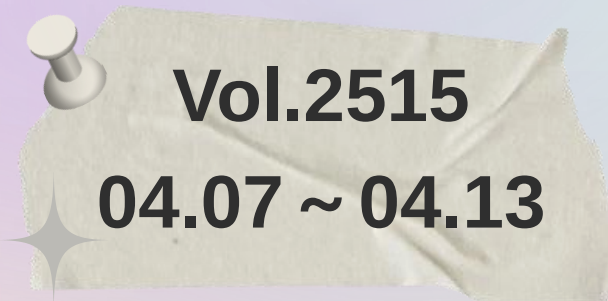




宏將週報

- Media Drive Bulletin -



WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

中視晚間新聞第一季收視率全台第一

3

熱門話題 **Hot Topics**

Facebook 4月 #hashtag 排行榜

5

收視調查 **Ratings**

2025/04/07-2025/04/13

2

網紅觀察站 **Influencer**

2025/04 【親子類型】社群媒體帳號排行Top10

4

國際案例 **Case Share**

假戲真做：KFC 讓假遊戲廣告成真

6

藝人動態 **Dorian Idols**

2025/03-2025/04



01

媒體放大鏡

Media News



【[2025/04/14, 中時新聞網](#)】

中視晚間新聞第一季收視率全台第一

中視晚間新聞2025年第一季收視勇奪全台第一，根據尼爾森收視調查，**4歲以上平均收視達2.04，遙遙領先其他新聞台。4月10日更創下2.61的亮眼成績，25-49歲分眾收視也達1.76，不僅榮登當日所有頻道節目25-49歲收視冠軍，更刷新今年新高。**中視新聞長期以來收視表現亮眼，晚間7點的《全球報導》近兩年穩坐全台年平均收視第一。四月份每日主頻加新聞台收看人次皆突破百萬，三月份整體也**吸引超過532萬人收看**，顯示中視新聞在觀眾心中具高度公信力與專業形象。

對於收視佳績，中視當家主播哈遠儀表示：「這是全體中視人共同努力的成果，也代表觀眾對我們的信任。」她除晚間播報外，平日下午四點也主持YouTube節目《庶民大頭家》，頻道訂閱數突破18萬，節目短影音多次登上發燒影片榜。哈遠儀感謝觀眾用實際流量回饋，並承諾繼續堅持「說真話、報真相」的原則回應信任。面對近期股市震盪，中視新聞堅持媒體責任，不跟風、不浮誇，報導內容從各行各業的民生角度切入，提供觀眾客觀、全面的時勢解析。即便相較其他媒體人力較少，中視仍追求報導內容的精緻化與深度。

Podcast 成串流新戰場！Spotify能否吸引創作者？

Spotify將重心轉向影音內容，並推出創作者分潤計畫，試圖與 YouTube 競爭。在這場影音 Podcast 競爭中，Spotify能否撼動 YouTube 的領導地位？創作者又該如何選擇最適合的平台？

- **Spotify 積極投入影音，創作者反應兩極** | Spotify 推動 Podcast 轉向影音模式，吸引更多觀眾，但並非所有創作者都能輕易跟上。**高品質影片製作需要增加時間與成本負擔**。對大型節目而言或許可行，對獨立創作者卻是挑戰。此外，如何兼顧影音與音訊受眾也很困難。有些節目過於強調視覺效果，反而讓只聽音訊的觀眾無法完整體驗。**儘管如此，許多創作者仍看好影音帶來的成長潛力。**
- **影音 Podcast 崛起，Spotify、YouTube 互有優勢** | Spotify與 YouTube都提供創作者受眾數據儀表板，不過在收益分配上略有差異：導致創作者在Spotify上的收益稍低。雖然 Spotify 積極推動影音 Podcast，但 YouTube 仍憑藉先發優勢與強大推薦機制占據領先地位。**對創作者而言，跨平台經營有助於提升曝光與收益，但影音內容製作門檻較高，需依自身資源與策略選擇方向。**



【[2025/04/09, 未來商務](#)】



【 [2025/04/14, I-BUZZ](#) 】



【 [2025/04/08, 科技新報](#) 】

2025台灣社群媒體與網路使用最新報告

在數位化持續推進的 2025 年，台灣網路與社群生態快速變化，**網路普及率已突破 95%**。DataReportal 最新發布《Digital 2025 : Taiwan》報告，深入剖析全台網路使用現況與社群平台趨勢，為品牌與行銷人員提供精準策略依據，掌握市場脈動。

- **2025年台灣網路使用現況** | 截至 2025 年 1 月，台灣網路使用人數達 2,210 萬，普及率達 95.3%。Kepios 分析顯示，較去年同期成長 7.1 萬人，成長率 0.3%，普及率增加 0.8%。然而，**全台仍有約 109 萬人未上網，約占總人口的 4.7%**。
- **2025年台灣社群媒體數據** | 截至2025年1月，台灣社群媒體活躍帳號達1,840萬，占總人口 79.4%。換個角度來看，這個數字相當於 2025 年初台灣總人口的79.4%。不過相較2024年初，使用人數減少80萬，降幅4.2%。其中，18歲以上使用者約1,710萬，占該年齡層85.8%，性別分布則為女性49.7%、男性 50.3%。至於**台灣網路用戶最常使用的社群平台中，以通訊軟體 LINE 居冠，其次為 Facebook、Instagram、Messenger、TikTok 位居第五。**

社群媒體下個十年：多元平台與 AI 的新秩序

社群媒體經歷了超過十年的蓬勃發展，從傳統的大型聚合平台，轉向去中心化或強調用戶自主的新型應用。這場變革正影響傳統媒體、公關及廣告市場。儘管短影音佔據了大量手機使用時間，社群用戶年齡增長，成為重要消費族群，使得社群媒體依然保有一席之地。

- **社群媒體的新面貌** | 社群媒體市場正經歷洗牌，**X和Facebook面臨用戶流失**。X在英國的每日活躍用戶自2024年1月起下降近 25%。Bluesky藉由去中心化架構和 AT Protocol，提供高度客製化體驗，吸引了大量 X 用戶。這些新興平台反映用戶對傳統社群媒體的不滿，並顯示AI技術對社交體驗的影響。然而，它們仍面臨資源、用戶安全及內容審核等挑戰，難以與X或Facebook競爭。
- **新技術如何重塑社群媒體** | 廣告領域，AI 影響極為顯著。消費者每天平均花 6 小時娛樂，而社群媒體平台如YouTube和Meta憑藉先進的AI工具，搶下大量廣告支出。這些平台能精準鎖定目標族群，並提供即時成效回饋。當然，**廣告型態的變化也讓傳統電視與電影產業感受到壓力，尤其是年輕世代對短影音的偏好越來越明顯——短影音的喜好也受到推薦演算法的影響。**



【[2025/04/07, LINE TODAY](#)】

YouTube Premium新功能！

雖然近期 YouTube Premium 家庭方案漲價，但Premium其實也推出令人驚喜的新功能！**現在訂閱Premium的用戶每月可將 10 部喜愛的影片，以無廣告的形式分享給親朋好友。**這項功能讓你能輕鬆與沒有訂閱Premium的用戶，一起享受無干擾的觀影體驗，無論是想分享最新的音樂MV，或是值得一看的深度訪談，都能輕鬆分享。還不知道怎麼操作？快來看看分享方式吧！

目前YouTube Premium用戶每月可將最多10部影片，以無廣告的形式分享給親朋好友屬實驗性功能，僅在阿根廷、巴西、加拿大、墨西哥、土耳其和英國的一小部分YouTube Premium會員中進行測試。這項功能未來可能會擴展至更多國家，但目前台灣並未包含在內。大多數影片都可以無廣告分享，但音樂內容（官方/高級音樂影片、Art Tracks、用戶生成的歌曲內容）、YouTube Originals、Shorts、直播、電影及節目則不包括在內。每個分享連結最多可以被觀看10次，且限於創建後的30天內無廣告播放。若已分享滿10部影片，則需要等到下個月才能再分享更多。**分享對象需位於可使用 YouTube Premium 的國家或地區。**

Z世代全攻略：價值觀、消費決策與社群使用

隨著Z世代（約出生於1997至2012年間）逐漸成為消費市場的主力，他們的價值觀、社群使用習慣與溝通偏好，也深刻改變了品牌與消費者之間的互動方式。品牌若想在數位時代脫穎而出，理解Z世代的行為模式不再是選修，而是必修課。

- **Z世代消費習慣與價值觀** | Z世代雖然年輕，但影響力驚人，**不僅擁有越來越強的消費能力，也深度影響著家庭與社群的購買決策。**在購買決策上，他們關注的不只是商品功能，更重視品牌的「立場」與「態度」，環保永續、社會議題、多元包容等價值觀，都是Z世代選擇品牌時的重要考量。此外，他們也對新品牌展現出高度開放與好奇，只要能展現誠意與價值認同，就有機會贏得他們的青睞。
- **Z世代社群使用行為** | 社群平台已成為Z世代生活的一部分，他們在哪裡、看什麼、參與什麼樣的對話，將**直接影響品牌的行銷效果。**
- **如何與Z世代溝通** | Z世代不像過去的消費者，**他們不看廣告，卻會主動「搜尋」品牌。**他們以社群平台作為搜尋引擎，透過網紅分享、使用心得與短影音了解產品資訊，做出購買決策。這也讓網紅行銷成為不只是品牌曝光的手段，更是品牌溝通與建立信任的橋樑。



新時代消費主力—Z世代

AsiaROL

【[2025/04/14, I-BUZZ](#)】

2024 五星飯店 聲量排行榜 TOP10

台北圓山大飯店 聲量居冠；台北喜來登大飯店 聲量年成長率達69.4%最多

- 台北喜來登大飯店2024年聲量成長率69.4%幅度最高，其次則是台北漢來大飯店的38.9%，第三是台北寒舍艾美酒店19.9%。
- 台北圓山大飯店2024年聲量成長率下滑51%，仍穩居2024年聲量最高五星飯店品牌，2023年主因「百年金慶典」事件引發熱議，2024年最熱門話題為「世界唯一宜蘭五星飯店玩冰雕」。



【2025/04/13, 立報】

五星飯店網路聲量飆升 品牌聯名策略奏效

奢華旅遊逐漸成為全球高端旅客的熱門趨勢，**台灣五星飯店在2024年的網路聲量年成長率達9.6%，展現奢華旅宿市場的穩定成長力道**。台北喜來登大飯店以高達69.4%的聲量年增率位居榜首，成為旅宿品牌行銷的成功案例。其推出的期間限定甜點活動，有效提升品牌討論度，也反映出消費者對五星級飯店的期待，**已從單純的「吃得好」升級為「有感體驗」**。

台北圓山大飯店仍穩居年度聲量最高的品牌地位；台北漢來大飯店透過「島語自助餐廳」話題創下38.9%成長；台北寒舍艾美酒店則靠「探索廚房」與松葉蟹吃到飽等活動提升19.9%的聲量。這些例子皆展現出**「期間限定」、「美食聯名」與「高話題感」已成為提升五星飯店品牌聲量與消費者關注度的關鍵策略**。值得注意的是，五星飯店的網路聲量主要來自26至35歲的單身女性，佔比高達70.7%，多數從事品牌行銷、美妝或時尚產業，對於高質感的美食、奢華體驗具有高度消費意願。社群媒體在她們的旅遊決策中扮演關鍵角色，KOL推薦、短影音開箱與品牌聯名體驗不僅提升討論度，更能有效轉化為實際住宿行為，成為高端旅宿品牌不可忽視的重要推力。

犀動智能「小美犀」 AI音箱成飯店新寵！

「可以幫我查一下飯店早餐的用餐時間嗎？」「您好，早餐的用餐時間是早上6點到10點。」回答問題的並不是飯店櫃檯，而是智慧音箱「小美犀」，這個場景在全球210家飯店的2萬間客房內都可以實踐，包含日本西武王子飯店和度假村、全球知名品牌千禧國際酒店集團、台灣天成飯店集團與凱撒飯店連鎖集團。

- **NLP模型打底，小美犀理解、應答像真人** | 2019年犀動智能運用Google的BERT模型打造智慧音箱「小美犀」，**能針對預設問題進行自然語言回應，提升對答真實感**。隨著技術進步促成第二項產品「Aiello-One」的誕生。這套一站式旅宿SaaS管理平台能理解房客需求後，自動派單指派房務處理補毛巾、送餐等工作，大幅提升作業效率，並可用於營運分析。
- **派AI「對號入座」，3環節接招房客大小事** | 現階段AI服務競爭重點不再是模型本身，而是誰能讓AI採取正確行動。AI回應房客需求需掌握三大關鍵：**選擇合適模型、有依據的內容產出，以及與雲端系統的串接**。



【2025/04/11, 數位時代】



O2

網紅觀察站 Influencer

【親子類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	陳彥婷 tiffany	931,539
2	Hailey莫彩曦	816,838
3	上善若Water	768,022
4	蔡昕濤	696,580
5	好味小姐脆脆	695,161
6	兔女狼	652,757
7	xixi_junjun16	540,203
8	文豪?	517,390
9	Daniel	492,569
10	怡岑	487,135

Facebook 口碑數量 TOP10

1	Nacho	919,872
2	王宏哲教養、育兒寶典	888,559
3	陳彥婷 tiffany	706,718
4	邵瑞峰	464,626
5	莎白	354,302
6	Chantail 香頭寶寶	307,652
7	Oops!! Wu	296,917
8	Hailey莫彩曦	285,366
9	Mom & Dad	282,874
10	趙小僑	270,862

Youtube 口碑數量 TOP10

1	Hailey莫彩曦	982,060
2	莎白	534,519
3	阿城_超瞎三人組	269,224
4	대만 아내tv:我的老婆大人	188,358
5	Daniel	152,941
6	兔女狼	149,743
7	趙小僑	149,436
8	Eric Lu	143,330
9	恩恩老師	130,356
10	文森說書	102,520



03

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#川普
2	#金秀賢
3	#緬甸
4	#苦盡柑來遇見你
5	#關稅
6	#ootd
7	#地震
8	#台灣
9	#泰國
10	#taiwan

4月 #hashtag 互動最高內容 TOP 10

1  #川普 TVBS 新聞  平均互動數 4.8萬  平均互動率 1.37%	2  #金秀賢 噓！星聞  平均互動數 1.1萬  平均互動率 0.37%	3  #緬甸 TVBS 新聞  平均互動數 3.2萬  平均互動率 1,350%	
4  #苦盡柑來遇見你 霸比凱莉  平均互動數 2.5萬  平均互動率 14.4%	5  #關稅 TVBS 新聞  平均互動數 3.6萬  平均互動率 1,115%	6  #ootd 丘涵 小丘  平均互動數 3,772數  平均互動率 5.17%	7  #地震 TVBS 新聞  平均互動數 3.6萬  平均互動率 106%
8  #台灣 大豐大哥大  平均互動數 9,986數  平均互動率 13.7%	9  #泰國 吳鳳  平均互動數 5.4萬  平均互動率 8.45%	10  #taiwan 花露露  平均互動數 7,645數  平均互動率 3.61%	





O4

國際案例

Case Share

假戲真做：KFC 讓假遊戲廣告成真

多年來，許多手機遊戲公司慣用誇張、誤導的廣告手法，宣傳遊戲畫面精彩又真實，實際下載後卻與廣告內容毫無關聯。為了吸引中東地區的玩家，KFC 阿拉伯聯合大公國在 2025 年 3 月乾脆反其道而行，將這些「假遊戲」變成真遊戲，推出四款免費遊玩的手機遊戲，名為《KFC 原創假遊戲 (KFC Original Fake Games) 》，實現那些點擊誘因廣告經常許諾卻未能兌現的樂趣與驚喜。

這四款遊戲名稱十分直白、搞笑，靈感來自網路上最常見的「假廣告風格」遊戲，如：《有巨大別針的那個》、《滾桶子的那個》、《國王被困住的那個》以及《奇怪網球的那個》。雖然是四款不同遊戲，但都收錄在一個免費下載的應用程式中，可於 Apple App Store 和 Google Play 上下載。例如，在《有巨大別針的那個》中，玩家需要拔掉關卡中的別針，讓炸雞與肉汁、或生雞胸肉與熱油結合，最終掉進由卡通版桑德斯上校 (KFC 創辦人形象) 高舉的「超值全家餐」桶中。

每款遊戲的遊玩時間大約在 5 至 15 分鐘之間，並設有全球排行榜，鼓勵玩家爭取高分、持續參與。這波創意行銷由杜拜的 TBWA\RAAD 廣告公司與 Eterna Software 製作公司共同打造。推廣策略則是透過網路程式化廣告進行，廣告風格仿照那些常見的假遊戲影片，並在玩家看完這類廣告後馬上跳出：「下載你剛才看到的那款假遊戲吧！」來吸引點擊。同時，KFC 也邀請沙烏地阿拉伯的知名遊戲網紅 Meshael 試玩並分享遊戲體驗。成果方面，KFC 表示遊戲上線後短短一週多，下載數就比品牌原本預期高出 300%。此外，根據 KFC 的最新調查，他們已成為遊戲族群心中排名第一的速食品牌。





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	3.06
2	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	2.70
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.22
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.82
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.23
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.21
7	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.20
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.15
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.92
10	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.88
11	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.88
12	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	0.87
13	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.74
14	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	0.71
15	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.69
16	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	閩南語連續劇	0.65
17	姊妹亮起來伊絲碧媧逆齡肌	FTV	資訊綜藝	0.64
18	1300好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	0.61
19	2000墨雨雲間2000	CTV	大陸劇	0.55
20	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.55

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	2.38
2	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	1.83
3	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	娛樂綜藝	1.71
4	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.09
5	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.06
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.02
7	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.02
8	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.01
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.00
10	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	1.00
11	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.98
12	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.97
13	54陪審團1500	SETN	新聞性質節目	0.97
14	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.94
15	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.89
16	直中職36年味VS中	VLSPT	棒球	0.82
17	54陪審團	SETN	新聞性質節目	0.82
18	關稅危機未完待續	SETN	新聞性質節目	0.75
19	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.74
20	TVBS娛樂頭條	TVBSN	新聞性質節目	0.74

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	名偵探柯南	CTS	卡通影片	2.18
2	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.46
3	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.34
4	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.18
5	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	1.02
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.98
7	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.92
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.82
9	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.71
10	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.64

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	1.92
2	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.54
3	天才衝衝衝愛妮雅化妝品潔	CTS	競賽綜藝	1.26
4	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.22
5	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.21
6	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.18
7	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.05
8	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.96
9	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.93
10	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.91

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	1.44
2	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.20
3	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.01
4	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81
5	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	0.75
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.70
7	嗨營業中5明星3缺1	TTV	資訊綜藝	0.68
8	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.63
9	新哆啦A夢	CTS	卡通影片	0.54
10	墨雨雲間2100	CTV	大陸劇	0.53

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	5.11
2	好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	4.46
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.83
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.17
5	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.09
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.81
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.44
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.42
9	1300好運來萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.25
10	綜藝新時代台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.20

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	趨勢造夢者	EFNC	新聞性質節目	0.83
2	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	0.82
3	台灣第一等特輯	GTV-1	知識資訊節目	0.77
4	1900詹姆士出走料理台塑石	GTV-1	美食、旅遊節目	0.68
5	2100全民星攻略	ETTV	競賽綜藝	0.68
6	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.60
7	進擊的台灣	EFNC	新聞性質節目	0.60
8	台灣1001個故事	EFNC	新聞性質節目	0.55
9	角頭浪流連	VLM	國片	0.53
10	直中職36年味VS中	VLSPT	棒球	0.48

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	1.29
2	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	1.02
3	直中職36年味VS中	VLSPT	棒球	0.93
4	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.83
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.74
6	現代啟示錄	EFNC	新聞性質節目	0.68
7	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.64
8	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.64
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.63
10	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.59

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	1.27
2	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	0.72
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.64
4	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.52
5	直中職36年味VS中	VLSPT	棒球	0.44
6	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.43
7	型男大主廚輝葉AI按摩椅	SL2	美食、旅遊節目	0.36
8	趨勢造夢者	EFNC	新聞性質節目	0.34
9	1700日本秘境有房好吃驚	VLJP	資訊綜藝	0.33
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.32

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	競賽綜藝	4.43
2	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	閩南語連續劇	2.74
3	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	1.96
4	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.67
5	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.66
6	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	1.57
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.57
8	關鍵時刻	ET-N	新聞性質節目	1.14
9	新聞面對面	ERA-N	新聞性質節目	1.00
10	國民大會	TVBS	資訊綜藝	1.00

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	0.96	0.51	0.40	0.62	1.55
TTV/台視	0.46	0.16	0.32	0.33	0.70
FTV/民視	0.37	0.10	0.09	0.21	0.62
CTS/華視	0.22	0.17	0.10	0.18	0.33
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	0.58	0.20	0.21	0.47	0.92
ET-N/東森新聞	0.47	0.21	0.18	0.32	0.77
SETN/三立新聞	0.41	0.09	0.07	0.26	0.74
FTVN/民視新聞	0.36	0.05	0.15	0.15	0.68
ERA-N/年代新聞台	0.27	0.04	0.07	0.12	0.51
EFNC/東森財經新聞台	0.22	0.07	0.09	0.14	0.36
NTVN/壹新聞	0.19	0.07	0.07	0.15	0.32
UBN/非凡新聞	0.19	0.03	0.07	0.11	0.33
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.05	0.05	0.13	0.24
SET-F/三立財經台	0.06	0.01	0.02	0.04	0.11
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	好運來萬士益冷氣	FTV	2.70
2	願望莊廣和堂轉大人萃滴精	SANLI	1.83
3	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	1.02
4	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	1.00
5	1900戲說台灣精選集安美諾	SANLI	0.72
6	墨雨雲間2100	CTV	0.69
7	苦力好日籽台灣苦茶籽油	FTV	0.65
8	大愛劇九如一家人	DaAi	0.63
9	1300好運來萬士益冷氣	FTV	0.61
10	火車來去狀元堂牛樟芝	SANLI	0.58

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	新台灣加油	SETN	1.09
2	台灣最前線	FTVN	1.06
3	驚爆新聞線2100	SETN	1.02
4	非凡最前線	UBN	1.01
5	驚爆新聞線2200	SETN	1.00
6	話時代人物	SETN	0.98
7	少康戰情室	TVBS	0.97
8	54陪審團1500	SETN	0.97
9	新台派上線	SETN	0.94
10	台灣演義	FTVN	0.89

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.06
2	超級紅人榜PP石墨烯白沙屯	SANLI	2.38
3	安美諾美白修護綜藝一級棒	CTV	2.22
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	1.82
5	超級夜總會PP石墨烯白沙屯	SANLI	1.71
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.21
7	豬哥亮經典秀安美諾美白修	FTV	1.20
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.92
9	嗨營業中5明星3缺1	TTV	0.88
10	愛妮雅化妝品潔綜藝玩很大	CTV	0.88

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.15
2	直中職36年味VS中	VLSPT	0.82
3	花甲少年趣旅行群益投信	ETTV	0.60
4	型男大主廚輝葉AI按摩椅	SL2	0.59
5	直25MLB小VS道	VLSPT	0.52
6	效廉出發吧台塑石油APP	STV	0.51
7	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.49
8	花甲少年趣旅行福爾耳溫槍	CTS	0.48
9	米其林大廚推速食漢堡媲美	VLJP	0.38
10	非凡大探索	UBN	0.37



06

藝人動態

Dorian Idols



中信兄弟今（17）日在典空間活動會場舉行啦啦隊「2025 全新陣容發佈會」，中信兄弟啦啦隊Passion Sisters展開春訓。（圖 / 翻攝自Instagram / passion_sisters_official）



2025年中信兄弟啦啦隊全新陣容，33位包含貴貴、凱蒂、崙崙、短今、希希、小安、白白、晴兒、波波、昀二、盈瑩、妮可、林可、Julia、君白、曼容、小迪、沛婕、汶汶、夏蕾、Wendy、怡琪、少鹽和兩位韓籍成員超級隊長李丹妃、韓國甜心邊荷律。（圖 / 威傳媒記者）



中信兄弟啦啦隊『2025 全新陣容發佈會』，年度新進團員左起璇璇、維尼、莎莎、桃子、衣宸、瑄、芊芊、牛奶全數轉正。（圖 / 記者李毓康攝）

Passion Sisters
IDOLS



啦啦隊女神Wendy (林宛璇) 擁有媲美模特的絕佳身形，近期她因分享被偷拍的經驗，呼籲女生勇敢做出行動，以免成為一輩子的陰影。(圖 / 翻攝 Wendy IG)



中信兄弟啦啦隊舉辦2025賽季全新陣容記者會，並宣布由妮可(左)接任隊長，此次是她第2次接任隊長一職。「選美皇后」曼容(右)接下PS女孩副隊長一職。(圖 / 記者張一竺攝)



邊荷律 (右) 和李丹妃 (左) 為中信兄弟啦啦隊Passion Sisters高人氣韓籍成員。邊荷律和李丹妃已經來台第2年，她們都已經更加適應當地。(圖 / 記者吳翊縈拍攝)

Passion Sisters
IDOLS



菊池桃子現場跳彩帶舞，演出高超體操技巧。談到為何中信兄弟啦啦隊是她的夢想團隊時表示：「當時親眼見到台灣啦啦隊在我面前表演，深受震撼，從那一刻起，我便夢想能夠加入中信兄弟啦啦隊。」
(圖 / 記者李毓康攝)



2025年中信兄弟啦啦隊Passion Sisters陣容正式揭曉！不少球迷及粉絲們最期待的全新外籍成員，就是外傳許久的「一字馬女王」菊池桃子。菊池桃子正式加盟中信兄弟。(圖 / 宏將多利安、中信兄弟提供)



中信兄弟啦啦隊Passion Sisters網羅前日職讀賣巨人隊啦啦隊隊長菊池桃子驚喜登場，以「一字馬」聞名的菊池桃子，擁有深厚的體操實力，成為全場「嬌」點。(記者王藝菘攝)

菊池桃子

IDOLS



擁有9年資歷的PS人氣成員崙崙受訪時，也大方回應關於年齡的討論，她高EQ回應：「啦啦隊其實也是表演者，不管在哪個領域，表演者的年齡都會增長，重要的是適當給予尊重。」

(圖 / 記者李毓康攝)



中信兄弟「Passion Sisters」啦啦隊女神崙崙，以應援曲「炸裂陳子豪」打開知名度，在日本也累積超高人氣，IG上粉絲已經突破97萬人。(1日)她一連公開內衣辣照，引發粉絲歪樓笑說：「最後一張最經典」。(圖 / 翻攝自崙崙IG)



崙崙正專注地將手伸進一包洋芋片中，嘴角微微上揚，似乎正準備抓取下一片美味，自然不造作的一面讓粉絲笑回：「最真實」、「最後一張最經典」、「是我們認識的那個看到食物睜大眼的崙！」(圖 / 翻攝自崙崙IG)

崙
崙

IDOLS



邊荷律先前在社群平台threads上傳一段影片，只見她坐在飛機上，盯著窗外不斷敲打腿上的抱枕，大眼睛看起來十分渴望什麼，她也在文中寫下：「好希望一搭上飛機就有飛機餐！只有我這樣想嗎？」（圖 / 邊荷律IG）



邊荷律談到續留兄弟啦啦隊的心情時表示：「這是在台灣的第二年，去年因為不熟悉中文，也還在適應環境，感覺有點辛苦。但現在我已經能夠適應台灣，也能在沒有翻譯的情況下，和隊友們多多聊天。」（圖 / 記者李毓康攝）



Passion Sisters日前在YouTube頻道上架兒童節特輯，曬出隊員們的兒時照，讓女孩們猜猜相片中的人物是誰，邊荷律的照片非常可愛，她綁著雙馬尾造型，眉頭皺成一團，一副苦瓜臉表情。（圖 / 翻攝自Passion Sisters YouTube）

邊荷律

IDOLS

邊荷律



乖姐開直播回應爭議，還原當天邊荷律會比「倒讚」事發過程，有一位交好的攝影大哥坐在台下吸引邊荷律目光，當下她沒有任何情緒，而且2人私下本就有過交集，所以打趣回比倒讚，儼然成為與球迷之間的打鬧方式。

(圖 / 翻攝自baseballgameday IG)



中信兄弟Passion Sisters韓籍成員邊荷律近來遭球迷比倒讚開玩笑生波。乖姐認為，「跟粉絲間並不是同事關係，很容易從玩笑變成一種霸凌人的方式」、「不只荷律...所有表演者都應該得到尊重」、「玩笑開過頭就不好笑了，要有分寸」。(翻攝邊荷律IG)



來台1年多的邊荷律，中文變得越來越好，在記者會上也嘗試用中文受訪發表感想，獲得現場觀眾掌聲。向來活潑開朗的她，在記者會結束後threads上難過發聲，「我今天中文說得很不順，好傷心」，還附上難過流淚的表情貼圖。(圖 / YT@中時娛樂網)

IDOLS



中信兄弟啦啦隊人氣成員冼迪琦，擁有「岷岷接班人」的封號，目前IG擁有超過34萬粉絲追蹤的冼迪琦，近日宣布推出第二彈寫真集，並在IG曬出一系列火辣寫真照，冼迪琦甜美可愛的外型，與魔鬼身材呈現極大反差。（圖 / IG冼迪琦）



來自香港的冼迪琦（小迪）中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」PS女孩其中一員，她2024年加入團隊至今1年，小迪推出人生第二本寫真《刻在心迪》，讓粉絲看到不同風格的她。（圖 / 時報出版提供）



小迪透露靠健身與嚴格飲食控制維持體態，包括吃雞胸肉、水煮青菜、高蛋白飲品等，每次健身後還會跑步幫助代謝。她坦言過去曾嘗試斷食減肥法，但效果不長久，最後仍認為「慢慢控制飲食才是王道。」（圖 / 時報出版提供）

冼迪琦

IDOLS

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

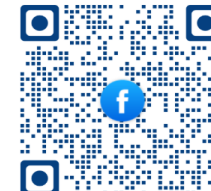
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部