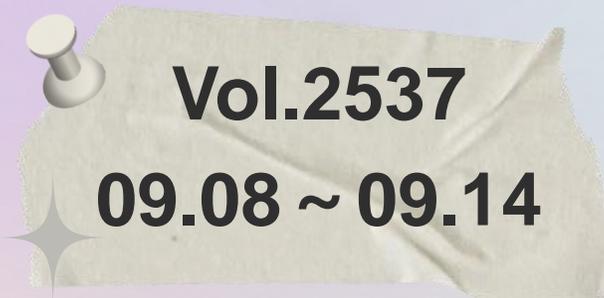




# 宏將週報

## - Media Drive Bulletin -

 Vol.2537  
09.08 ~ 09.14



Media Drive  
宏將傳媒

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

17 Sep, 2025

# WELCOME

## Contents



1

### 媒體放大鏡 **Media News**

YouTube 2025熱什麼？三大趨勢一次看

2

### 網紅觀察站 **Influencer**

2025/09 【戲劇類型】社群媒體帳號排行Top10

3

### 熱門話題 **Hot Topics**

9月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

4

### 國際案例 **Case Share**

幫寶適以「情感敘事」打造品牌新精神

5

### 收視調查 **Ratings**

2025/09/08-2025/09/14

6

### 藝人動態 **Dorian Idols**

2025/08-2025/09



# 01

## 媒體放大鏡

## Media News



【2025/09/11, 網路溫度計】

## YouTube 2025熱什麼？三大趨勢一次看

YouTube全球20週年，始終以「賦予每個人向世界發聲」為理念。94% Z世代認為內容與自身相關，超越其他平台。2025 Brandcast 盛會由HOOK、陳容歆、蔡秉諺剖析影音趨勢「深、浸、匯」，展現YouTube引領文化潮流。

- **趨勢一「深」：在專業中建立信任** | 分眾創作者快速崛起，以專業知識建立高黏著社群，如「弱電通」解網路疑難、「台南Josh」棒球指南、「初日醫學」健康資訊。87% Z世代透過YouTube深入探索關注話題，81%認為內容值得信賴並影響消費決策。
- **趨勢二「浸」：不只觀看，更要身歷其境** | 2025年6月YouTube整體觀看時長較去年成長逾10%。台灣聯網電視觀看時數自2020至2023年增超3倍，觀眾追求客廳共享的沉浸體驗。硬體進步推動內容精緻化，81% Z世代更愛創作者內容。
- **趨勢三「匯」：在碰撞中創造新火花** | 次文化突破界線，Eric Duan《山道猴子的一生》從小眾動畫躍升社群現象。台灣創作者奇軒以極限武術Tricking成為首位千萬訂閱者，登上全球舞台。台灣頻道海外觀看時數超過40%，展現內容跨國影響力的新火花。



【2025/09/10, 聯合新聞網】

## 台劇多元議題難掀熱潮？網分析「變成套路了」

現在台灣人喜歡看韓劇，欣賞劇中的帥哥美女，以及緊湊的戲劇情節，對比下來，台劇則有不同風味。日前有位網友評論「近幾年的台劇特質」，指出台劇現在加入很多政治和多元性別的議題。對此，許多網友給出不同看法。

原PO在PTT發文表示，近年台劇有一種特質，表面上在講「家庭、情感、職場、情慾跟婚姻」，貼近一般人的生活，但總會牽扯到「民主、時代、多元性別」這類敏感的議題。原PO表示，他發現台劇在政治、多元性別的議題，很多都變成「套路化產出」。他分析，「如果你只看一部台劇，會覺得比以前八點檔創新很多，但如果看了很多部台劇，就會發現怎麼每部都這樣？」，認為題材千篇一律。

文章曝光後，許多網友回應「現在每部都要加同性戀題材」、「很久沒看台劇了，原來現在都是這種的」、「年紀大了看這種戲劇，有種『干我屁事』的感覺」、「我覺得劇情都差不多」、「韓劇的想像力真的比台劇豐富」、「台劇還是要以前的比較好看」；也有人推薦好看的台劇，「《星空下的黑潮島嶼》蠻好看的啊」、「其實之前那部《聽海湧》也是很棒，台灣還是有很棒的戲劇」。





【2025/09/12, 網路溫度計】

## 「老公剛死你就要約我」脆瘋傳！街頭沉浸式行銷網嚇傻

街頭上演的情侶爭吵，竟然是精心設計的行銷巧思！近日在台北市街頭，一對男女突然爆發激烈衝突，女方情緒高漲怒吼出「老公剛死你就要約我」，震碎三觀的對話瞬間吸引周遭民眾側目。影片曝光後迅速在Threads發酵，**短時間內突破12萬人按讚、14萬次分享**。

- **素人男女街頭吵架爆紅 網驚呆「還以為在看國片」** | 一對疑似婚外情的素人男女站在街頭爆發激烈爭執，不只女方狗血台詞連發，一來一往的狗血對話讓發文者直呼「吃飯吃到一半被我遇到情侶吵架，但越聽越好聽」。影片曝光後，也引發網友二次創作，不少人紛紛後製配上中英文字幕，將這段街頭爭吵營造成「愛情版國片」的氛圍，笑翻眾人，留言區堪稱比貼文還要精彩。
- **街頭沉浸式行銷帶動聲量 韓劇《暴風圈》直竄口碑No.4** | 這場情侶爭吵的沉浸式行銷成功在網路上引起話題，也為韓劇《暴風圈》鋪陳話題熱度。該劇於9月10日正式在Disney+上架，由全智賢與姜棟元兩大韓星領銜主演。劇情圍繞徐聞柱（全智賢飾），在丈夫遭遇暗殺後，她決定參選總統，誓言揭開幕後主謀的真相。



【2025/09/09, 科技新報】

## Netflix 獨攬 WBC 轉播權，是日本體育未來趨勢還是警鐘？

Netflix 投下震撼彈，宣布拿下2026年世界棒球經典賽(WBC)的日本市場獨家串流轉播權，直播全部47場賽事。Netflix 這次直接將權利「整碗端走」，形成單一串流平台獨占局面。此舉**不僅改變觀眾收視路徑，更揭示WBC這類資產的內容價值**。

- **日本為何成為串流巨頭的完美獵場？** | Netflix之所以如此輕易在日本市場執行「贏者全拿」策略，原因在日本「沒有任何特定的法律或法規，保障指定體育賽事的免費播出」。體育轉播權市場完全由權利方與媒體公司商業合約主導，形成高度自由化、價高者得的開放市場。日本以外許多市場，Netflix即使想獨攬WBC轉播權，也會立迫使必須尋找免費電視台合作夥伴，削弱獨占策略吸引力。
- **從客廳到街頭的連鎖效應** | 過去觀眾可從免費無線電視或既有有線電視方案輕鬆收看WBC。如今所有賽事都鎖進Netflix「訂閱牆」內，觀賽門檻從電視變成「付費訂閱特定服務」。其次，**高人氣即時體育賽事獨家播映，是催生盜版產業鏈的主要原因之一**。當免費合法觀賽管道消失，大量不願或無法付費的觀眾，就不可避免流向非法盜版直播，形成難以根除的灰色產業。



【2025/09/16, 科技新報】

## ChatGPT 用戶暴增至 8 億，Google 搜尋霸主受到挑戰

隨著人工智慧大型語言模型(LLMs)的崛起，傳統搜尋引擎面臨前所未有的挑戰。越來越多的用戶開始轉向ChatGPT，來滿足他們的日常查詢需求。**ChatGPT的每週活躍用戶數已從今年2月的4億增至超過8億，顯示受歡迎程度的急劇上升。**

今年8月，Google仍掌握全球搜尋引擎市場約89%的份額，但其在通用資訊搜索中的占比從年初的73%降至約66.9%，反映用戶在部分場景轉向ChatGPT等LLM工具。**使用LLMs的原因在於它們能夠減少用戶的認知負擔，讓用戶能夠更輕鬆地處理資訊。**

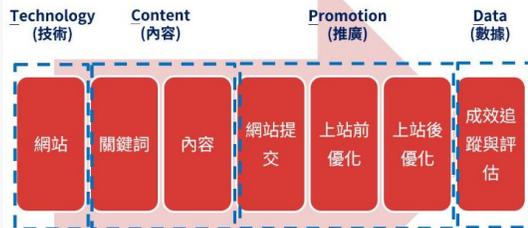
LLMs使用量激增，Google否認影響搜尋引擎，但蘋果高層透露Safari上的Google搜尋次數20年來首度下降。**Li教授認為搜尋不會被取代，而是形成混合模式：**LLMs的使用將主要集中在某些任務上，而傳統搜尋則用於交易和驗證等其他用途。

隨著LLMs的興起，企業也不得不調整其行銷策略。LLMs對官方網站、新聞稿和知名媒體的信任度高於社群媒體的推文，這對於產品搜尋的影響尤為重要。使用AI搜尋產品的消費者更有可能進行購買，這顯示出LLMs在商業轉化中的潛力。

## 搞懂「SEO+AIO」在 AI 時代脫穎而出

看著多年經營的網站流量下滑，對Google的「AI摘要」感到一陣焦慮？Google AI摘要 (AI Overviews)直接給出了答案，使用者減少了點擊網站，過去的自然流量法則正在動搖。這是否意味著SEO已死？

- **核心戰略：為何你必須同時擁抱SEO與AIO？** | AI摘要觸發率僅約15%，85%搜尋流量仍仰賴傳統SEO，高轉換的品牌與交易查詢更需要穩固布局，同時SEO也是進入AI摘要的前提。其次，AIO則是主動出擊的新策略，能搶佔持續成長的AI流量入口，並將重心從單純排名轉向品牌曝光與權威建立。**提前優化AI摘要，才能在未來AI搜尋浪潮中保持領先並累積影響力。**
- **連啓佑的「SEO × AIO 雙軌整合流程」** | 協助品牌無痛升級：先網站健檢優化架構與速度；再制定含「問題式」的關鍵字策略；產出同時滿足人與AI的高品質內容；主動提交網站至Google、ChatGPT、Perplexity等平台；持續經營品牌聲量與外部連結；針對不同流量優化到達頁體驗；最後以全新指標追蹤排名、流量與AI回覆曝光率，全面提升能見度與轉換。



【2025/09/09, 墨新聞】



## LINE驚見「AI自動回覆」新功能! 台灣、日本用戶傻眼

LINE是台灣人最常使用的通訊軟體，許多人都透過LINE進行日常或工作上的交流。9日卻突然有用戶分享LINE的新功能，竟是**可以使用「AI回覆」來回話，且AI還模仿人類的聊天語氣**，讓一票人看了崩潰直呼：「到時候都不知道對面是不是真人了！」

貼文曝光後，網友們紛紛傻眼直呼，「連聊天都不用自己想回覆了」、「溝通軟體也要AI? 生命都不是你的生命了」、「商業帳號還可以理解，不太懂為什麼需要這種功能」。不過也有人認為AI回覆功能其實蠻實用，「挺好，以後連傳個訊息都不用動腦了」、「騎車開車的時候感覺很好用」、「應該可以拯救不太擅長文聊的人」。

不只台灣，許多日本網友也陸續發現LINE的AI回覆功能，同樣在社群引發討論熱潮，「LINE回覆現在用AI太搞笑了」、「用AI跟對方聊天感覺實在太邪門了」。目前LINE的AI回覆功能似乎尚未全面上線，僅有部分用戶搶先試用，使用的是Google與OpenAI的生成式AI服務。且使用該功能前也要勾選同意書，勾選同意書後才可使用AI回覆功能。



## 2025網路人氣IP聯名成流量密碼?

台灣民眾對日本美食的熱情不減，餐飲品牌在台灣市場競爭激烈。在如此飽和的環境中，光靠美味已不足以吸引消費者，品牌還需要想方設法創造話題、搶佔目光。近年來，許多品牌深諳此道，透過跨界合作走出新路，成功提升討論度，維持口碑聲量。

- **壽司郎、藏壽司把握聯名效應 | 壽司郎與藏壽司透過積極投入熱門IP聯名維持高討論度。**壽司郎今年攜手「排球少年」、「貓貓蟲咖啡」等超夯IP，成功吸引大量粉絲；藏壽司則擅長卡通、動漫合作，今年6月與三麗鷗聯名掀起熱潮。兩品牌將人氣角色融入餐點、周邊與門市裝潢，**不僅活化品牌形象，也為消費者打造獨特用餐理由，拓展顧客群**，並在競爭激烈的迴轉壽司市場持續保持話題熱度。
- **拉麵店也加入跨界IP聯名 |**近年來在強調湯頭與麵條的拉麵市場，IP聯名也成為創造差異化與吸引新客的重要策略。麵匡匡今年6月與熱門手遊「明日方舟」聯名合作，**推出限量餐點和虛實好禮，精準鎖定手遊玩家，創造出驚人的「粉絲經濟」**。一風堂也積極擁抱IP聯名策略，與「全明星街球派對」、「怪獸8號」等熱門IP合作，帶來了多元新客群的同時，也讓品牌形象更加年輕化與潮流化。



# 02

## 網紅觀察站 Influencer

## 【戲劇類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">喬子齊</a>	2,784,882
	<a href="#">蜜糖米可</a>	1,402,906
2	<a href="#">Lulu黃路梓茵</a>	906,950
	<a href="#">壹比零</a>	833,725
3	<a href="#">泰格與雪兒</a>	687,268
	<a href="#">俞莉羅</a>	647,940
4	<a href="#">布萊克薛薛</a>	558,602
	<a href="#">思語紅</a>	459,900
5	<a href="#">蒼蒼</a>	411,114
	<a href="#">BIG DUB</a>	405,576

Facebook 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">Lulu 黃路梓茵</a>	2,124,786
	<a href="#">Cheap</a>	645,386
2	<a href="#">周渝民</a>	640,916
	<a href="#">那些電影教我的事</a>	567,616
3	<a href="#">張絡扉</a>	515,081
	<a href="#">方文琳</a>	469,847
4	<a href="#">高捷</a>	404,083
	<a href="#">孫淑媚</a>	369,905
5	<a href="#">中華電信</a>	359,095
	<a href="#">莎莉夫人</a>	343,424

Youtube 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">文昭思緒飛揚</a>	1,061,643
	<a href="#">中華電信</a>	972,756
2	<a href="#">玖壹壹</a>	811,924
	<a href="#">Cheap</a>	670,693
3	<a href="#">百靈果News</a>	548,761
	<a href="#">泰格與雪兒</a>	530,561
4	<a href="#">面白大丈夫</a>	282,620
	<a href="#">挖系桑米西</a>	273,021
5	<a href="#">布萊克薛薛</a>	267,530
	<a href="#">DenQ來了</a>	244,864





# 03

## 熱門話題 Hot Topics

## 9月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

### #hashtag 排行榜

排名	Hashtag
1	#taiwan
2	#台北美食
3	#ootd
4	#台中
5	#台中美食
6	#台灣
7	#taipei
8	#台北
9	#台南
10	#七夕

1  #taiwan  
[yu.food](#)  
平均互動數 5.2萬  
平均互動率 194%

2  #台北美食  
[老咩吃美食](#)  
平均互動數 5萬  
平均互動率 22.2%

3  #ootd  
[醫生叔叔](#)  
平均互動數 3.1萬  
平均互動率 13.4%

4  #台中  
[嘟嘟人](#)  
平均互動數 5.5萬  
平均互動率 10.1%

5  #台中美食  
[CC美食天地](#)  
平均互動數 4.8萬  
平均互動率 109%

6  #台灣  
[RinRin台灣](#)  
平均互動數 4.3萬  
平均互動率 140%

7  #taipei  
[小豬豬的奇幻冒險](#)  
平均互動數 2.8萬  
平均互動率 1.71%

8  #台北  
[樂冠廷 阿樂](#)  
平均互動數 5.9萬  
平均互動率 6.14%

9  #台南  
[書維](#)  
平均互動數 1.1萬  
平均互動率 6.32%

10  #七夕  
[鷹式一家](#)  
平均互動數 6萬  
平均互動率 15%





# 04

## 國際案例

## Case Share

## 幫寶適以「情感敘事」打造品牌新精神

P&G 旗下尿布品牌 Pampers 推出全新廣告與品牌理念，主題為「Behind Every Baby (在每個寶寶背後)」，並在 9 月 7 日 NFL 開幕週末首播一支 60 秒的感人廣告，正式揭開新行銷活動的序幕。為了擴大影響力，Pampers 除了電視廣告，也搭配網紅與內容創作者合作，包括 Reality 節目《Love is Blind》的夫妻檔 (Lauren Speed-Hamilton 與 Cameron Hamilton) 參與，進行社群活動與育兒類的實用影片分享。

- **廣告亮點** | 影片以經典歌曲《Stand By Me》改編版為背景，呈現寶寶從出生、安穩入睡到第一次站起來學步的過程。透過這段成長旅程，傳達 Pampers 陪伴寶寶每一刻的角色，而不只是單純的尿布產品。
- **社群合作** | 與多位網紅及內容創作者合作，包括 Netflix 節目《盲婚試愛》的明星情侶 Lauren Speed-Hamilton 與 Cameron Hamilton。內容會融合娛樂與育兒技巧，鎖定即將成為爸媽的千禧世代與年輕爸媽。
- **社群活動** | 9 月 9 日發起「全世界最大出生公告」活動，邀請家長在 TikTok 上傳新生兒照片，有機會贏得一整年的尿布，將抽出 100 個幸運家庭。Pampers 也在賓州與俄亥俄州兩家醫院舉辦新生兒拍照體驗，為活動暖身。
- **品牌方向** | Pampers 想跳脫傳統「產品功能導向」的廣告，改以電影感、情感豐富的手法，凸顯品牌超過 60 年的尿布研發經驗與舒適度優勢，同時抓住 NFL 開幕季這個全家人收看電視的好時機。

Pampers 的這波行銷不只賣尿布，更要傳遞「我們陪伴每個寶寶成長」的情感，強調「情感鏈結」與「品牌故事」，目的在與父母族群建立更深層的共鳴，而不是只強調產品功能。透過社群媒體與網紅合作，是 P&G 等傳統快消品牌越來越仰賴的策略，以觸及千禧世代與 Z 世代年輕父母。



資料來源：[marketingdive 2025-09-08](https://www.marketingdive.com/news/pampers-behind-every-baby-campaign/)





# 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	3.13
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	2.83
3	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.49
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	2.35
5	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.41
6	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	1.33
7	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.04
8	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.04
9	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.94
10	阿鈺八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.94
11	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.89
12	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.78
13	最強的身體福爾威創快節	TTV	競賽綜藝	0.76
14	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.73
15	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	閩南語連續劇	0.71
16	1300好運來	FTV	閩南語連續劇	0.71
17	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.69
18	1300好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.64
19	航海王29	TTV	卡通影片	0.60
20	醫學大聯盟大同氣密窗	FTV	競賽綜藝	0.59

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.41
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	1.71
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.64
4	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.99
5	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.96
6	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.90
7	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.85
8	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.78
9	新台灣加油	SETN	新聞性質節目	0.72
10	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	閩南語連續劇	0.72
11	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	閩南語連續劇	0.72
12	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.70
13	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.69
14	直25U18棒球中VS德	VLSPT	棒球	0.69
15	TVBS戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.68
16	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.67
17	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.67
18	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.66
19	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	0.66
20	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.63

# 無線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.99
2	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.11
3	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	娛樂綜藝	1.05
4	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.93
5	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.84
6	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.77
7	我和我的鋼四壁阿鈣八合一	CTV	國語連續劇	0.72
8	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.71
9	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.67
10	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.67

## 25-34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	1.40
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.39
3	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	0.97
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.94
5	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.88
6	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	0.87
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	0.85
8	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.81
9	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.80
10	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.76

## 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	1.87
2	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.87
3	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	1.65
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.47
5	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.32
6	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.23
7	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.13
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.91
9	最強的身體福爾威創快篩	TTV	競賽綜藝	0.83
10	1800新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.75

## 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	5.34
2	好運來台塑石油APP	FTV	閩南語連續劇	4.91
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.16
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.12
5	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	娛樂綜藝	2.41
6	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.77
7	寶島西米樂傳承	TTV	閩南語連續劇	1.46
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.43
9	1300好運來	FTV	閩南語連續劇	1.41
10	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.36

# 有線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	第54分局	SETN	新聞性質節目	1.10
2	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.65
3	婉君	VLD	國語連續劇	0.61
4	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.58
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.55
6	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.53
7	效年出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.52
8	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.50
9	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	美食、旅遊節目	0.50
10	寶島神很大十全果醋	SANLI	知識資訊節目	0.49

## 25-34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	1.24
2	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.81
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.65
4	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.61
5	1800天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.46
6	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.45
7	2000灌籃高手	ET-M	卡通影片	0.41
8	1200效年出發吧台中就醬玩	STV	美食、旅遊節目	0.40
9	無所畏懼之永不放棄	TVBSG	大陸劇	0.40
10	直U18世界盃循環中華韓國	ET-N	棒球	0.35

## 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	1.29
2	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.94
3	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	0.92
4	綜藝玩很大	SL2	娛樂綜藝	0.81
5	1900打卡吧我的炫FOOD日記	EFNC	新聞性質節目	0.68
6	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	0.64
7	效年出發吧	STV	美食、旅遊節目	0.64
8	直25U18棒球中VS韓	VLSPT	棒球	0.57
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.52
10	直25U18棒球中VS德	VLSPT	棒球	0.50

## 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	4.58
2	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	娛樂綜藝	3.21
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	2.37
4	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.29
5	直25U18棒球中VS德	VLSPT	棒球	1.16
6	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	美食、旅遊節目	1.14
7	慶餘年22000	CTiE	大陸劇	1.09
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.08
9	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.98
10	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.98

## 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	0.93	0.40	0.50	0.66	1.43
TTV/台視	0.45	0.18	0.31	0.29	0.70
FTV/民視	0.38	0.08	0.13	0.18	0.69
CTS/華視	0.22	0.09	0.11	0.18	0.34
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	0.16	0.17	0.40	0.87
ET-N/東森新聞	0.50	0.19	0.21	0.32	0.84
SETN/三立新聞	0.36	0.07	0.08	0.21	0.65
FTVN/民視新聞	0.32	0.05	0.13	0.12	0.60
ERA-N/年代新聞台	0.21	0.02	0.05	0.11	0.40
UBN/非凡新聞	0.16	0.04	0.05	0.11	0.27
NTVN/壹新聞	0.15	0.04	0.05	0.13	0.24
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.08	0.05	0.11	0.24
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.02	0.03	0.08	0.21
SET-F/三立財經台	0.05	0.02	0.01	0.02	0.09
TVBSN/TVBS新聞台	0.53	0.16	0.17	0.40	0.87



## 類型節目收視率

### 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	好運來台塑石油APP	FTV	2.83
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.64
3	寶島西米樂傳承	TTV	1.04
4	戲說台灣安美諾美白修護霜	SANLI	0.96
5	天知道安美諾美白修護霜	SANLI	0.72
6	戲說台灣假日完整版安美諾	SANLI	0.72
7	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.71
8	1300好運來	FTV	0.71
9	慶餘年22000	CTiE	0.66
10	1300好運來台塑石油APP	FTV	0.64

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	少康戰情室	TVBS	0.99
2	非凡最前線	UBN	0.85
3	驚爆新聞線2100	SETN	0.78
4	新台灣加油	SETN	0.72
5	最前線報告	UBN	0.70
6	第54分局	SETN	0.69
7	TVBS戰情室	TVBS	0.68
8	台灣最前線	FTVN	0.67
9	最前線新聞	UBN	0.67
10	新台派上線	SETN	0.66

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合安美諾美白修護	FTV	3.13
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.49
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.41
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.35
5	超級夜總會利保肝專賣店	SANLI	1.71
6	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.41
7	豬哥亮經典秀宏星製藥	FTV	1.33
8	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	1.04
9	阿鈣八合一強效綜藝玩很大	CTV	0.94
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	花甲少年趣旅行蝦皮購物	ETTV	0.90
2	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.89
3	直25U18棒球中VS德	VLSPT	0.69
4	直U18世界盃循環中華韓國	ET-N	0.59
5	直25U18棒球中VS韓	VLSPT	0.59
6	詹姆士出走料理可果美野菜	GTV-1	0.59
7	效年出發吧	STV	0.57
8	型男大主廚	SL2	0.55
9	大胃女王帶路吃好料	VLJP	0.53
10	直25U18棒球巴VS日	VLSPT	0.50



# 06

## 藝人動態

### Dorian Idols



中信兄弟1日在大巨蛋對上樂天桃猿，最後逆轉以7比5奪下系列賽首勝。途中，導播捕捉到一名外型亮麗的正妹，立刻引來主持人稱讚「漂亮的女球迷」。然而球迷一眼就認出，該名正妹是隸屬中信兄弟啦啦隊的成員夏蕾。

(圖 / 翻攝自abby28920 IG)



中華職棒6隊應援團及啦啦隊女孩，在賽事期間於舞台上熱力應援，成員Gary，稍早在Instagram貼出一段影片，只見斷棒直接迎面飛來，差點直接擊中Passion Sisters 成員瑄，畫面險象環生。提醒所有人看球賽都要留意四周狀況，保護好自己。(圖 / 翻攝自ru.\_\_.15 IG)



中信兄弟靠先發投手李博登好投，加上打線力挺，以7:1大勝樂天桃猿，球隊也一如往常圍繞一圈，仰頭慶祝。啦啦隊Passion Sisters也在場邊模仿球隊獲勝慶祝動作，不料卻悲劇了，還好球場地質較軟沒又大礙。(圖 / 記者林正堃攝)

# Passion Sisters IDOLS



短今 (胡馨儀) 是中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」的人氣成員，平時會透過社群記錄日常的她，22日在Threads發文分享一早搭計程車「看錯車牌號碼了」的糗事，同時也尷尬直呼：「絕對是史上最丟臉的經驗。」

(圖 / 翻攝自短今 IG)



中信兄弟與讀賣巨人，將首度攜手舉辦聯名主題日！活動將於9月6日至7日在臺中洲際棒球場熱血登場，有讀賣巨人啦啦隊 VENUS 與超人氣吉祥物 GIABBIT 現身，邀請球迷一同感受東京巨蛋的熱情氛圍！（圖 / 中信兄弟提供）



中信兄弟Passion Sisters成員盈瑩22日在大巨蛋開場舞表演後空翻時，落地不穩以致臉部著地，引起不少球迷關心，對此PS女孩經紀人乖姐盧怡榕表示盈瑩沒事，請大家放心。

(圖 / 翻攝自盈瑩IG)

# Passion Sisters IDOLS



《飢餓遊戲》13日前往澎湖出外景，崙崙因為缺席，遭到網友抨擊。對此，除了崙崙親上火線解釋是因為颱風天班機停飛，《飢餓遊戲》小編也幫忙緩頰，「希望大家能夠理解，也希望大家繼續支持飢餓遊戲、愛崙崙喔。」（圖 / 翻攝自崙崙IG）



《飢餓遊戲》製作人之一的「主謀」廖述穎，透過節目官方社群表示，崙崙在去年身體就開始出現不適的狀況，加上工作行程滿檔。主持人和電視台都完全知情，希望網友手下留情評論。（圖 / 翻攝自崙崙IG）



崙崙26日在IG說明，Passion Sisters大巨蛋應援，說明因近期工作與開場舞團練撞期，怕有人誤會她是「薪水小偷」，崙崙補充道，啦啦隊若是單純應援，就只有領半薪，強調自己沒有享受特別待遇。（圖 / 翻攝自鏡周刊）

崙  
崙

IDOLS



中信兄弟啦啦隊人氣成員啾啾 ( Julia ) 平時會透過社群記錄應援日常，10日她就PO一系列比基尼自拍照，火辣畫面曝光後，立刻掀起網友暴動。她把招牌長髮高盤起來，髮間還點綴著髮夾裝飾，完美展現清新自然的夏日氣息。

( 圖 / 翻攝自Julia IG )



中信兄弟隊今天與樂天桃猿隊在台北大巨蛋交手，5局中場Passion Sisters的Julia登台表演，緋聞男友陳晨威在場邊看得目不轉睛，最後甚至拿起毛巾應援，上面寫著「是有的！」兩人在今年中職明星賽更有許多場上的甜蜜互動，大放「粉紅泡泡」。( 圖/擷取自CPBL TV )



台泰混血的啾啾身高169公分，是中信兄弟啦啦隊Passion Sisters的長腿女神，原先藝名為Julia林尹樂，粉絲唸久後就出現啾啾這個綽號。曾在2022年短暫離開啦啦隊，隔年才又回歸中信兄弟。( 圖 / 翻攝自啾啾IG )

啾啾

IDOLS



次世代 MMORPG14日在台舉辦盛大事前預約記者會，宣布台港澳預約正式啟動。遊戲代言人邊荷律也以啦啦隊造型閃亮登場，並贈送象徵好運與遊戲大賣的「旺來」給遊戲公司，給予滿滿的應援與祝福。

(圖 / 翻攝記者李毓康攝)



邊荷律13日透過Threads發文分享午餐，桌上擺著超商買來的三明治和香蕉牛奶，不見以往的外送美食。她解釋：「因為颱風，叫外送很危險，所以午餐就隨便在便利商店解決吧！」令粉絲直呼「太善良了」。(圖 / 翻攝yuling34 IG)



中職中信兄弟啦啦隊2025 Passion Sisters icash2.0卡片13日開賣，短短8秒就全部售光，尤其這次採取盲卡的方式販售，邊荷律親簽的卡片，更在網路上拍賣狂飆，22000元售出，相當驚人。

(圖 / 擷取自tsna網站)

邊荷律

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**