



# 宏將週報

Vol.2607-08 02.09 ~ 02.22

## Media Drive Bulletin

- 農曆過年最具代表性的現象之一，莫過於《後宮甄嬛傳》連續五年的話題洗版...



Presented by:

宏將傳媒行銷策略部

Email:

[MediaResearch@mediadrive.biz](mailto:MediaResearch@mediadrive.biz)

# WELCOME EVENTS

## Contents



### 1 媒體放大鏡 Media News

《甄嬛傳》馬拉松為何年年春節洗版？

### 2 網紅觀察站 Influencer

2026/02 【親子類型】社群媒體帳號排行Top10

### 3 熱門話題 Hot Topics

02月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

### 4 國際案例 Case Share

從價格戰到情感連結：速食品牌的價值行銷升級

### 5 消費者洞察 Insight

2025年台灣數位遊戲行為調查

### 6 收視調查 Ratings

2026/02/09-2026/02/22

### 7 藝人動態 Dorian Idols

2026/01-2026/02



# 01

## 媒體放大鏡

## Media News



【[2026/02/12, 換日線](#)】

## 《甄嬛傳》馬拉松為何年年春節洗版？

農曆過年，除了圍爐、拜年、走春以外，還多了一個新選項——和上萬名網友一起擠進YouTube直播追《後宮甄嬛傳》，同步觀看、同步討論。後宮甄嬛傳為中國2011年的古裝宮廷劇，角色鮮明、情節狗血張力十足，當年首播即掀起一陣旋風，至今仍是不敗經典。這部劇在當代社會的生命力，已不再僅來自「劇本」本身的精彩，而更多源於「觀影形式」的轉變。近年來，台灣不少電影院陸續嘗試轉型，發展出多元的觀影模式。無論是VR演唱會、海外表演同步直播、室內跨年活動，或紀錄片《冠軍之路》推出的應援場次，邀請觀眾攜帶應援小物、齊聲喊出口號，都讓原本安靜的影廳，轉化為情緒可以公開共享的場域。劇中經典的「滴血驗親」橋段，曾吸引7.8萬人同時在線；「皇上駕崩」的關鍵瞬間，更創下8.3萬人同場見證的紀錄。

甄嬛傳馬拉松最令人津津樂道之處，在於網友將劇情與社會時事結合，創造出大量會心一笑的梗與二創語言。另外，亦與遊戲產業合作，今年像是《傳說對決》、《逆水寒》等，規劃節目露出及粉絲專頁整合推廣活動，打造多元曝光布局。



## CTV 連網電視成影音廣告新藍海

台灣CTV連網電視普及，觀眾重返大螢幕。隨著台灣收視行為持續演變，CTV連網電視已逐漸成為家庭娛樂的主要入口。其中智慧電視占比過半，顯示觀眾的影音注意力正從個人載具，重新聚合回到客廳的大螢幕。

- **LG Channels 登台，FAST 原生頻道重塑家庭收視的場景** | LG Channels近期在台推出LG智慧電視的原生FAST ( Free Ad-supported Streaming TV ) 頻道，提供免費且多元的串流頻道內容。原生App的設計，使LG Channels能自然融入使用者的日常觀影流程，開機後即進入連續播放的頻道體驗。FAST頻道逐步進入家庭的日常使用，帶動消費者養成「打開電視就能看、免費且不中斷」的收視習慣。LG Channels 的登台，成為推動台灣 FAST 頻道發展的重要轉捩點，也讓 FAST 在數位影音廣告布局策略中掀起新的關注焦點。
- **一站式影音廣告操作成關鍵** | 透過LiAD一站式影音廣告整合，品牌得以同時布局大螢幕與個人載具，建立一致且可衡量的溝通路徑。CTV 連網電視與 FAST 頻道正持續改變影音與廣告運作模式，市場也逐步走向以跨載具整合為主的影音生態。



【[2026/02/09, INSIDE](#)】





【 [2026/02/12, 數位時代](#) 】

## 誰說電影院没人去？威秀業績逆風成長20%

在一片產業寒冬中，卻有台灣戲院業者逆勢成長。威秀影城在戲院產業低迷中逆勢成長，2025年業績增長20%以上，甚至站回疫情前表現。作為台灣影院老大哥，威秀靠什麼吸引粉絲回流，讓同業爭相效仿？

- **發行獨家特典、打造特別場次，讓粉絲為稀缺性買單** | 攤開2025年票房前十大電影，動畫片就包辦了四部，由於這類動畫、**動漫片本身核心受眾就熟悉特典文化**（購買限量商品、門票時附贈的周邊，例如買電影票附贈的限量海報）。因此帶動不少鐵粉即便早已看過電影，**往後數週仍會為每周特典而持續回流**。透過舉辦具備「稀缺性」的特別場活動，也能帶動影城在粉絲社群間的傳播口碑。
- **跨足周邊開發市場，深耕分眾市場的粉絲經濟** | 15年來，威秀將這類基本盤小眾的節目類型持續養大，威秀影城的造節對象不限於動漫電影，舉凡各種賣座大片：好萊塢動作片、科幻鉅片，威秀都會想辦法與片商合作，開發獨家宣傳素材。不只賣座電影、動畫片，近年就連獨立藝術片、國片的發行片商也漸漸看懂打造特典、周邊商品等「寵粉工具」的重要性。



【 [2026/02/23, 網路溫度計](#) 】

## 《雙囍》上映一週好口碑爆發！為何打中台灣人的心？

在台灣，婚禮從來不只是兩個人的事。提親、算時辰、宴客桌數，背後都是長輩的期待與人情壓力。賀歲新片《雙囍》正是從這樣的文化切入。電影2月17日大年初一上映，至2月23日開工日已滿一週，在過年檔期選擇眾多的情況下，社群討論熱度卻逐漸拉開。

- **上映一週口碑正面占比高達58%** | 討論內容多圍繞劇情設定的壓力感與荒謬感並存，以及對婚禮與家庭文化的共鳴。不少網友直接給出高評價「雙囍是近幾年最好看關於家庭題材的電影～討好型人格療癒哭～有笑有淚。」
- **精準打中台灣家庭的真實焦慮** | 核心設定看似荒謬，卻讓不少觀眾能夠秒懂。電影把這些大家熟悉卻不太會說出口的壓力，轉化成一場幾乎失控的任務。高庭生在兩場婚宴之間奔跑，不只是換場地，而是在不同家庭價值與角色期待中來回切換。推動了聲量累積。
- **演技成為全片最大亮點** | 不少觀眾形容，電影裡充滿「滿滿的亞洲式恐怖要素，生硬的傳統、來自大家庭的人情壓力、情緒勒索，過程中讓人喘不過氣」，直指那種熟悉又難以逃離的家庭壓力。而在這樣的壓迫結構裡，劉冠廷的表演成為撐起情緒的關鍵。



【[2026/02/18, 數位時代](#)】

## YT、臉書、Spotify這些「後.com時代」滿20歲了

人們對網路似乎不再如此狂熱的年代，一群如今定義網路世界的科技公司，從灰燼中悄悄萌芽。儘管這些年來，這些平台面臨不少負面聲浪，但它們沒有因此倒下，反而順利在近年甚至今年迎接20歲生日。

- **Facebook**：從校園社交工具，到擁30億用戶社群帝國 | 如今20多歲的Facebook已改名為Meta，試圖跳脫原先的品牌包袱，將自己定義為更大的科技集團。Meta旗下平台仍坐擁高達30億活躍用戶。這幾年更全面押注AI技術，2025年資本支出高達700億美元。
- **YouTube**：從草根自拍影片網站，變全球最大影音內容庫 | 擁有超過27億活躍用戶，每天都有上億部影片被上傳。這些年YouTube也擴大服務範疇，延伸出YouTube Music、YouTube TV、YouTube Premium等眾多類型的新產品與服務，加強平台變現能力。
- **Spotify**：打破盜版危機的音樂產業救世主 | 20年來Spotify持續壯大，活躍用戶數超過7億人，付費訂閱用戶數也逼近3億，並將服務拓展至Podcast等有聲書等其他聲音經濟。

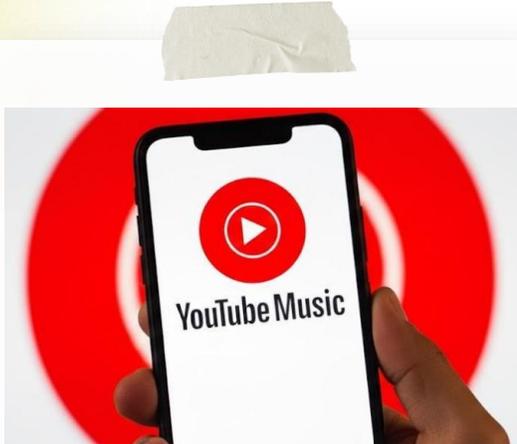


【[2026/02/12, udn科技玩家](#)】

## Spotify用戶數衝破7.5億人！付費訂閱成長10%

根據Spotify 2025年第四季財報結果，其全球每月活躍用戶數正式突破7.51億人，創下歷史新高。不僅比去年同期成長11%，也比上一季的7.13億人有顯著增長。除了免費用戶，Spotify的Premium付費訂閱用戶已經成長達2.9億人，年增率同樣達到10%。

- **歐洲人最愛買單，AI被視為成長引擎** | 在付費訂閱用戶的分布上，歐洲依然是Spotify的大本營，佔據全球Premium用戶總人數的36%，其次則是北美市場，佔比為25%。Spotify將這波成長歸功於幾個關鍵因素，其中AI的角色越來越吃重。事實上，Spotify在2025年底曾宣佈將清理平台上的「AI垃圾」，轉而推動「以藝術家為優先」的AI音樂產品，試圖在AI與創作者權益之間取得平衡。
- **年度回顧 Wrapped 依舊無敵** | 另一個推動用戶黏著度的功臣，當然是每年年底洗版社群的Spotify Wrapped (年度回顧)。官方數據指出，去年12月總計吸引超過3億名用戶參與互動，並且在全球56種語言中創造6.3億次的分享紀錄，證明「個人化數據」加上「社交炫耀心理」，依然是Spotify最強大的行銷護城河。



【[2026/02/10, 自由時報](#)】

## YouTube Music歌詞改付費解鎖網炸鍋!

近日有外媒報導指出，YouTube Music已開始把原本免費提供的「歌詞」功能納入Premium訂閱牆，目前正向全球用戶廣泛推出，引起網友反彈。對此，Google正式出面回應說明。

最近有大批YouTube Music用戶回報，在免費帳號下，無法再像過去一樣無限制瀏覽歌詞。在新機制下，想在YouTube Music中無限制瀏覽完整歌詞，必須訂閱YouTube Premium或YouTube Music Premium才能解鎖。依外媒說法，YouTube Music免費用戶現在僅擁有5次完整歌詞的瀏覽額度，用完就會受到限制，但並未說明是否會定期重置次數。額度用盡後，歌詞頁面只會顯示前幾行，其餘內容則會被模糊處理，除非付費升級。

Google回應表示，「我們正在對一小部分使用廣告版本的用戶進行實驗，這可能會影響他們重複存取歌詞功能的能力。我們經常在YouTube Music上進行各種實驗，以幫助我們在功能改進方面做出更好的決策。全球大多數用戶的歌詞功能不會有任何改變。」



【[2026/02/09, I-BUZZ](#)】

## 2025運動休閒網紅 品牌合作趨勢與行銷策略

疫情後國人健康意識明顯提升，運動人口已突破八成、規律運動比例創下新高，顯示運動已不再是短期風潮，而是正式融入大眾生活。隨著世代觀念轉變，「如何運動、怎麼吃、如何維持體態」成為社群平台上的高需求內容，帶動運動休閒KOL影響力快速成長。

- **專業運動員或退役運動員** | 多半具備比賽經歷與成績的選手。這類創作者的影響力並非來自刻意經營的人設，而是源於真實的運動生涯與專業實力。其內容通常展現高度訓練強度與紀律與自我要求，粉絲多半認同其精神與成就，也因此**在品牌合作上具備極高的信任背書價值**。將運動精神與生活態度結合，降低粉絲對專業運動的距離感。**從東京奧運、巴黎奧運到棒球12強賽奪冠等大型運動賽事，全民運動與健康議題持續被推向社群焦點**，也同步放大了運動相關內容的長期影響力。
- **啦啦隊、舞蹈或表演藝術背景** | 這類創作者擅長以自身表演與訓練經驗，將動作轉化為更具節奏感與視覺吸引力的內容呈現，特別受到年輕族群與女性粉絲青睞。他們能成功將運動變得好看、也更容易被分享的內容形式，**在社群平台上的擴散效果尤為突出**。



# 02

## 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	<a href="#">湘荷妹妹</a>	2,943,317
	<a href="#">陳彥婷 Tiffany</a>	1,060,398
2	<a href="#">Sandra Hsu</a>	892,494
	<a href="#">酷洛妮</a>	706,609
3	<a href="#">陳妮絲 chen chi</a>	615,938
	<a href="#">茶寶媽 千玲</a>	613,466
4	<a href="#">Chen Chi Shan</a>	602,378
	<a href="#">漢娜在翻譯</a>	559,465
5	<a href="#">好味小姐脆脆</a>	551,794
	<a href="#">歐陽妮妮</a>	519,133

Facebook 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">那對夫妻</a>	1,186,990
	<a href="#">陳彥婷 Tiffany</a>	915,910
2	<a href="#">王宏哲教養、育兒寶典</a>	633,345
	<a href="#">趙孟姿</a>	459,057
3	<a href="#">Nico品筠</a>	402,560
	<a href="#">莎白 Elizabeth</a>	373,394
4	<a href="#">洪詩</a>	283,185
	<a href="#">漢娜在翻譯</a>	247,923
5	<a href="#">漸覺 Lung</a>	240,318
	<a href="#">K &amp; C 凱勒與夏綠妹</a>	239,575

Youtube 口碑數量 TOP10

1	<a href="#">贾叔叔剧场</a>	4,293,434
	<a href="#">りゅなりさ</a>	2,737,605
2	<a href="#">莎白Elizabeth</a>	637,237
	<a href="#">陳彥婷Tiffany</a>	537,551
3	<a href="#">鷹式一家 English Family</a>	375,797
	<a href="#">苏馨呀</a>	344,510
4	<a href="#">啾啾鞋</a>	316,846
	<a href="#">嘟嘟是姐控</a>	287,427
5	<a href="#">一只肉橙</a>	201,169
	<a href="#">多米和爸爸</a>	198,881



# 03

## 熱門話題 Hot Topics

## 2月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

### f #hashtag 排行榜

排名	Hashtag
1	#新年快樂
2	#過年
3	#情人節快樂
4	#情人節
5	#馬年
6	#高雄
7	#春節
8	#除夕
9	#台灣
10	#新年

1  #新年快樂  
老王

📶 平均互動數 1.4萬  
📈 平均互動率 0.98%

2  #過年  
百縫夫妻的直播人生

📶 平均互動數 3萬  
📈 平均互動率 97.6%

3  #情人節快樂  
小姐不熙娣

📶 平均互動數 4.8萬  
📈 平均互動率 6.2%

4  #情人節  
長笛Annie

📶 平均互動數 7,470  
📈 平均互動率 2.6%

5  #馬年  
林逸欣

📶 平均互動數 1.9萬  
📈 平均互動率 1.67%

6  #高雄  
大豐大哥大

📶 平均互動數 4.1萬  
📈 平均互動率 17.7%

7  #春節  
大豐大哥大

📶 平均互動數 2.1萬  
📈 平均互動率 9.13%

8  #除夕  
徐文良

📶 平均互動數 1.3萬  
📈 平均互動率 1.26%

9  #台灣  
韓國女婿阿燦

📶 平均互動數 2.5萬  
📈 平均互動率 83.9%

10  #新年  
超級夜總會

📶 平均互動數 1萬  
📈 平均互動率 1.87%



# 04

## 國際案例

## Case Share

## 從價格戰到情感連結：速食品牌的價值行銷升級

近幾年，在經濟壓力與消費不安情緒影響下，速食品牌持續圍繞「高CP值」展開競爭。然而，當降價壓縮原本就不寬裕的利潤空間，同時休閒餐飲品牌也以高價值感吸引精打細算的消費者時，速食品牌若想帶動銷售與來客數成長，勢必要超越單純的價格戰。從各大速食品牌近期財報與行銷策略中，可以看出這種「多面向價值經營」已逐步成形。

- 麥當勞：價值、行銷與創新三位一體** | 麥當勞在2025年第四季與全年皆繳出成長表現，顯示其多元行銷策略已逐步發酵。雖然品牌推出超值餐平台強化價格吸引力，但高層強調未來成功**不只仰賴低價，而是結合價格優勢、突破性行銷與菜單創新三大面向同步推進**。透過與《Minecraft電影》及「鬼靈精」等文化IP合作，麥當勞成功創造全球話題並帶動銷售，同時以Monopoly數位活動深化會員經營，創下高參與紀錄並擴大活躍用戶規模。整體而言，**麥當勞正以整合式策略，將價值、文化與產品力結合，強化品牌在競爭市場中的領先地位。**
- 漢堡王：品牌重振與消費者互動並進** | 漢堡王在美國市場**持續推動品牌轉型計畫，透過行銷投資、營運優化與門市翻新提升整體競爭力**。2025年第四季與全年銷售呈現成長，並在多個季度表現優於漢堡類速食同業。品牌透過與《海綿寶寶電影》聯名合作，成功帶動兒童餐銷售與顧客互動，同時以「\$5 Duos」與「\$7 Trios」等固定價值平台穩定吸引消費者。近年更強調產品創新與消費者參與。**漢堡王以價格、創新與品牌互動並行的方式，持續為成長奠定基礎。**
- 溫蒂漢堡：品牌重塑與數位行銷轉型並行** | 相較競爭對手的成長表現，溫蒂漢堡在2025年面臨銷售下滑壓力，第四季與全年業績皆呈現負成長。溫蒂完成全面消費者分群研究，並依據洞察優化產品、溝通方式與品牌價值傳達，**未來將在核心產品、創新菜單與價值方案之間取得平衡。同時加碼數位、社群與串流媒體投放，強化文化相關內容與精準溝通**，期望透過更具持續性的行銷節奏，逐步帶動來客數與品牌動能回升。



資料來源：[marketingdive](https://www.marketingdive.com) 2026-02-18





# 05

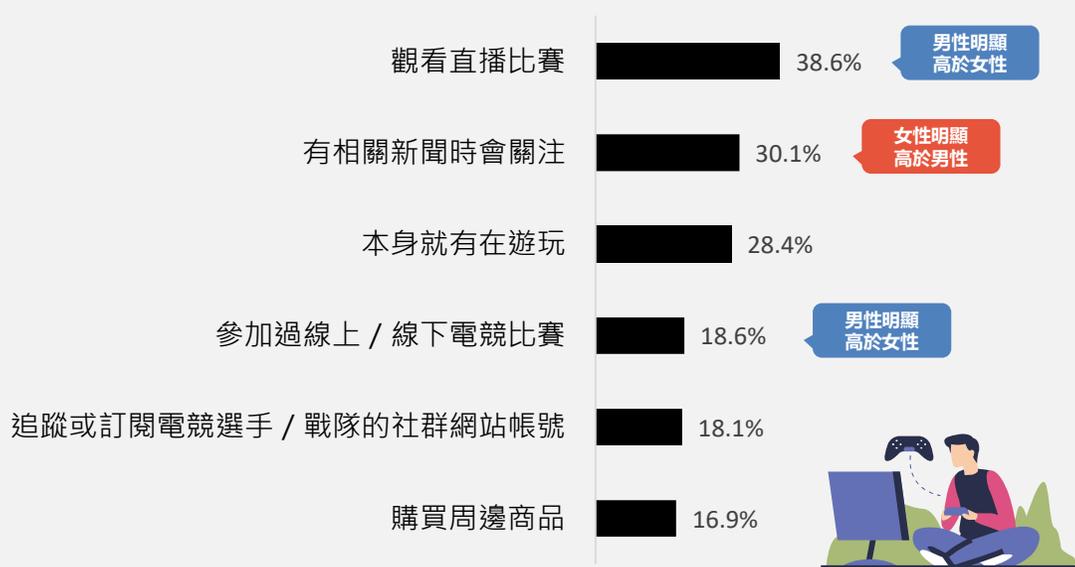
## 消費者洞察 Insight

## 2025年台灣數位遊戲行為調查 — 電競遊戲

根據資策會產業情報研究所 (MIC) 最新《2025年台灣數位遊戲行為調查》，在電競遊戲參與形式中，以觀看直播比賽佔38.6%最高，其次為關注相關新聞 (30.1%) 及本身有在遊玩 (28.4%)。

進一步觀察族群差異，男性在觀看直播及比賽參加較活躍，女生會更關注相關新聞。若以行為分佈觀測，25-34歲族群在觀看直播、本身遊玩及參加比賽等核心活動最為活躍；18-24歲年輕群體則在購買周邊與追蹤社群等項目表現突出；而45-54歲族群則以關注相關新聞佔比最高，顯現不同年齡層的參與差異。

請問您是否曾以任何形式參與電競遊戲？ (複選)



依年齡檢視 (參與度占比)	18-24歲	25-34歲	35-44歲	45-54歲	55-65歲
觀看直播比賽	17.1%	27.4%	26.0%	12.0%	17.6%
觀看直播比賽	35.8%	40.9%	39.5%	36.1%	39.3%
有相關新聞時會關注	20.8%	24.7%	29.2%	47.0%	34.9%
本身就有的在遊玩	23.8%	29.9%	28.3%	25.8%	27.9%
參加過線上 / 線下電競比賽	20.7%	26.9%	13.3%	22.2%	8.5%
追蹤或訂閱電競選手 / 戰隊的社群網站帳號	34.9%	23.2%	14.1%	6.9%	6.1%
購買周邊商品	20.8%	16.5%	15.1%	9.3%	17.4%



# 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	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.44
2	民視第一發發發宇澄創業Y	FTV	特別節目	3.40
3	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	3.05
4	紅白一馬當先滿貫大亨	TTV	特別節目	2.74
5	紅白馬運亨通金好運	TTV	特別節目	2.67
6	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.66
7	紅白馬年納福滿貫大亨	TTV	特別節目	2.43
8	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.35
9	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.30
10	東湧馬力全開圍爐慶團圓	CTV	特別節目	2.23
11	東湧馬力全開賀歲旺旺來	CTV	特別節目	2.19
12	紅白藝能大賞金好運	TTV	特別節目	2.06
13	東湧馬力全開紅白歌合戰	CTV	特別節目	1.82
14	東湧馬力全開招財迎好年	CTV	特別節目	1.63
15	紅白馬力十足金好運	TTV	特別節目	1.54
16	民視第一發發發萬士益冷氣	FTV	特別節目	1.38
17	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.33
18	神馬攏賀添財衝衝絲瓜露	CTS	特別節目	1.22
19	民視第一發發發獨家包你發	FTV	特別節目	1.16
20	飢餓遊戲	CTV	競賽綜藝	1.06

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	2.08
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.65
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.20
4	2100住不起的世代	TVBSN	新聞性質節目	0.99
5	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.98
6	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.88
7	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.84
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.83
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.82
10	戲說台灣	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	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.80
13	百味人生幕後卡好笑宜蘭赫	SANLI	其他節目	0.79
14	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.79
15	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.77
16	第54分局	SETN	新聞性質節目	0.76
17	2100低薪困境解方	TVBSN	新聞性質節目	0.74
18	0900台灣記憶美味	TVBSN	新聞性質節目	0.72
19	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.72
20	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.72

# 無線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	紅白一馬當先滿貫大亨	TTV	特別節目	2.82
2	紅白馬運亨通金好運	TTV	特別節目	2.73
3	紅白藝能大賞金好運	TTV	特別節目	2.68
4	紅白馬年納福滿貫大亨	TTV	特別節目	2.66
5	紅白馬力十足金好運	TTV	特別節目	2.09
6	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.63
7	紅白馬到成功滿貫大亨	TTV	特別節目	1.51
8	嗨營業中絲瓜露愛妮雅化妝	TTV	資訊綜藝	1.32
9	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.25
10	名偵探柯南灰原哀物語黑鐵	CTS	外片	1.11

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	民視第一發發發字澄創業Y	FTV	特別節目	2.97
2	紅白馬運亨通金好運	TTV	特別節目	2.94
3	紅白一馬當先滿貫大亨	TTV	特別節目	2.21
4	紅白馬年納福滿貫大亨	TTV	特別節目	2.03
5	紅白藝能大賞金好運	TTV	特別節目	1.80
6	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.66
7	紅白藝能大賞搶先看	TTV	特別節目	1.63
8	東湧馬力全開賀歲旺旺來	CTV	特別節目	1.60
9	神馬攏賀添財衝衝衝絲瓜露	CTS	特別節目	1.60
10	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.56

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	紅白一馬當先滿貫大亨	TTV	特別節目	3.03
2	紅白馬運亨通金好運	TTV	特別節目	2.89
3	民視第一發發發字澄創業Y	FTV	特別節目	2.82
4	紅白馬年納福滿貫大亨	TTV	特別節目	2.78
5	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.20
6	紅白藝能大賞金好運	TTV	特別節目	2.12
7	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	1.80
8	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.69
9	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.56
10	紅白馬力十足金好運	TTV	特別節目	1.56

## 50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.42
2	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	閩南語連續劇	5.03
3	民視第一發發發字澄創業Y	FTV	特別節目	4.75
4	東湧熱水器綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.33
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.84
6	綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.77
7	東湧馬力全開圍爐慶團圓	CTV	特別節目	3.54
8	東湧馬力全開賀歲旺旺來	CTV	特別節目	3.40
9	東湧馬力全開紅白歌合戰	CTV	特別節目	2.87
10	紅白一馬當先滿貫大亨	TTV	特別節目	2.85

# 有線TOP10

## 15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	2100住不起的世代	TVBSN	新聞性質節目	1.27
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.86
3	2100大通膨時代	TVBSN	新聞性質節目	0.69
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.54
5	除夕加碼火焰挑戰者奪1000	VLJP	競賽綜藝	0.51
6	神馬攏賀添財衝衝衝找到了	ETTV	特別節目	0.51
7	世界高手飆唱日本動漫歌曲	VLJP	競賽綜藝	0.50
8	1100詹姆士出走料理新春特	GTV-1	美食、旅遊節目	0.49
9	寶島神很大廟不可言	SETN	新聞性質節目	0.49
10	1130蠟筆小新3分鐘百變大	YOYO	外片	0.46

## 25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.99
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.91
3	神馬攏賀添財衝衝衝找到了	ETTV	特別節目	0.74
4	全民星攻略開運馬上魅后魅	ETTV	競賽綜藝	0.69
5	蠟筆小新我的宇宙公主	YOYO	外片	0.67
6	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.66
7	2100低薪困境解方	TVBSN	新聞性質節目	0.64
8	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.60
9	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.56
10	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.56

## 35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	1.19
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.98
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	0.92
4	2100住不起的世代	TVBSN	新聞性質節目	0.88
5	暴走少女外科醫	VLJP	日劇	0.70
6	2100低薪困境解方	TVBSN	新聞性質節目	0.63
7	神馬攏賀添財衝衝衝找到了	ETTV	特別節目	0.61
8	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	美食、旅遊節目	0.56
9	天才衝衝衝	ETTV	競賽綜藝	0.56
10	星光搜秘鏡	ET-N	新聞性質節目	0.55

## 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	3.55
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	2.74
3	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	閩南語連續劇	1.63
4	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.41
5	2100住不起的世代	TVBSN	新聞性質節目	1.32
6	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.16
7	深圳科技突围戰	TVBS	新聞性質節目	1.12
8	2100大通膨時代	TVBSN	新聞性質節目	1.08
9	2100低薪困境解方	TVBSN	新聞性質節目	1.05
10	2100高齡社會困局	TVBSN	新聞性質節目	0.89

## 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	0.85	0.43	0.46	0.54	1.33
TTV/台視	0.51	0.22	0.37	0.41	0.73
FTV/民視	0.39	0.16	0.11	0.21	0.68
CTS/華視	0.21	0.04	0.18	0.15	0.32
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	0.62	0.25	0.26	0.47	0.96
ET-N/東森新聞	0.51	0.21	0.25	0.34	0.82
SETN/三立新聞	0.44	0.13	0.12	0.28	0.75
FTVN/民視新聞	0.36	0.08	0.14	0.18	0.64
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.04	0.08	0.12	0.40
EFNC/東森財經新聞台	0.19	0.09	0.10	0.14	0.30
NTVN/壹新聞	0.19	0.03	0.10	0.18	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.18	0.11	0.07	0.15	0.27
UBN/非凡新聞	0.18	0.04	0.09	0.15	0.27
SET-F/三立財經台	0.07	0.02	0.02	0.05	0.11
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.01	0.01	0.04



## 類型節目收視率

### 戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	3.05
2	百味人生宜蘭赫蒂法莊園	SANLI	1.20
3	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.87
4	寶島西米樂守護	TTV	0.86
5	戲說台灣	SANLI	0.81
6	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.80
7	大愛劇芳草碧連天	DaAi	0.67
8	1300豆腐媽媽萬士益冷氣	FTV	0.60
9	灰姑娘遊戲	GTV-D	0.56
10	我的婆婆怎麼那麼可蘿琳亞	FTV	0.56

### 綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.44
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	2.35
4	綜藝一級棒	CTV	2.30
5	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.08
6	超級夜總會	SANLI	1.65
7	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	1.33
8	飢餓遊戲	CTV	1.06
9	豬哥亮經典秀TCL變頻空調	FTV	1.02
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	1.00

### 新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	2100住不起的世代	TVBSN	0.99
2	非凡最前線	UBN	0.98
3	最前線新聞	UBN	0.88
4	正午最前線	UBN	0.84
5	台灣最前線	FTVN	0.83
6	驚爆新聞線2200	SETN	0.82
7	新台灣加油	SETN	0.81
8	最前線報告	UBN	0.79
9	話時代人物	SETN	0.77
10	第54分局	SETN	0.76

### 其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.69
2	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.60
3	型男大主廚一馬當先好運來	SL2	0.57
4	型男大主廚	SL2	0.57
5	神之路	STV	0.42
6	2000效年出發吧	STV	0.42
7	日本人來台大挑戰臭豆腐釣	VLJP	0.42
8	2000花甲少年趣旅行	ETTV	0.40
9	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.39
10	美食按個讚	UBN	0.37



# 07

## 藝人動態

### Dorian Idols



2026年開春最熱血的路跑活動「Run with the Brothers」31日下午在台北市大佳河濱公園隆重登場，吸引近兩千名中信兄弟球迷熱情參與。不僅親自為球迷加油打氣、掛上完賽獎牌，更與幸運中獎的球迷上台互動遊戲。

(圖 / 名衍行銷提供)



台中市葳格國際學校2月1日舉行「燃動未來—葳格金牌日」尾牙運動會，活動由中信兄弟啦啦隊Passion Sisters熱舞開場，陣容包括韓籍成員JJUBI (朴善珠)、金渡兒，前日本女團TPE48成員冼迪琦 (小迪)，以及世界選美皇后曼

容。(圖 / 記者楊文琳攝)



被譽為「山豬公主」的韓籍啦啦隊女神「朴善珠」日前與大批閨蜜和隊友們開心歡慶28歲生日，好人緣的她展現出超強人脈，並特邀金渡兒、邊荷律合體賣萌，甜喊：「黃色公主們♡」，甜美可愛的畫面，引來大批網友們獻上祝福。

(圖 / 朴善珠IG)

# Passion Sisters IDOLS



啦啦隊女神君白來到Yahoo汽車節目《去哪都Car以》，與Range Rover Evoque浪漫邂逅北海岸。君白也在節目中大方分享自己的感情觀，從男生倒車時耍帥聊起，到「關門太大力會不會扣分」這種細節都成為話題。

(圖 / Yahoo汽車機車提供)



新北中信特攻24日、25日將在新莊體育館舉行「新北DeaDea攏」主題週，特務們化身特派員，邀你來「特攻基地」來一場新北之旅。此外，中信特攻啦啦隊Passion Sisters李丹妃首度來到特攻主場應援，攜手金渡兒帶來特別演出！

(圖 / 中信特攻提供)



韓籍啦啦隊女神「朴善珠」( JJUBI )

去年7月與金渡兒一起加盟台灣 Passion Sisters，深受台韓球迷們喜愛，IG吸引近15萬名粉絲們關注。原文網址：朴善珠歡度28歲生日！與金渡兒、邊荷律合體賣萌，甜喊：「黃色公主們！」(圖 / 朴善珠IG)

# Passion Sisters IDOLS



中信兄弟啦啦隊 Passion Sisters 韓籍成員邊荷律 ( 변하율 )，接連遭逢家庭重大變故，父親驟逝、母親病倒，為此她「暫別台灣」，還曾PO文坦言「需要再難過一下」，消息曝光後引發球迷與粉絲不捨關心。(圖 / 翻攝自浪LIVE)



韓國啦啦隊成員邊荷律，以甜美外型與活力十足的應援舞姿聞名，在去年受邀加盟中華職棒中信兄弟 Passion Sisters 啦啦隊，迅速在台灣球迷間累積超高人氣。因亮麗的外型與活力在台收穫大批粉絲。(圖 / 翻攝自邊荷律IG)



中信兄弟啦啦隊 Passion Sisters 韓籍女神邊荷律日前經歷喪父之痛，緊急返韓奔喪。24日好友李丹妃首度為中信特攻應援，賽前談及邊荷律近況時，情緒一度失控哽咽，心疼她真的很堅強，也非常了不起。」(圖 / 記者陳昱慈攝)

# 邊荷律 & 李丹妃

IDOLS



嵒嵒最後一集主持外景，製作單位精心幫她企劃「畢業旅行」，節目重回宜蘭烏石港，這也是當初嵒嵒第一次加入主持的初始地，有著特別意義，而其他主持人孫協志、王仁甫、許孟哲和蔡黃汝，則是帶著複雜的情緒錄製這一集，節目中四人甚至不捨落淚。(圖 / 電視台提供)



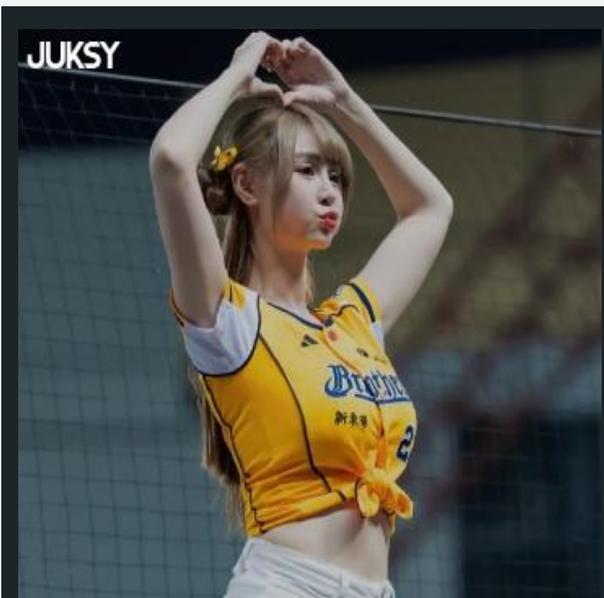
2026世界棒球經典賽 (WBC) 倒數計時，中華隊官方應援啦啦隊「CT Amaze」27日舉行成軍見面會，首度全員合體亮相。嵒嵒受訪時表示，今年的心情依舊充滿興奮與期待，「最重要的還是給球員最大的支援，不管結果是什麼。」(圖 / 官方提供)



中華隊官方應援啦啦隊CT Amaze成軍見面會27日登場，36位成員全員到齊，中信兄弟Passion Sisters成員嵒嵒、短今受訪表示，面對12強奪冠後外界期待升高，選擇不預設結果，兩人都已經定好機票跟住宿，準備前往東京應援。(圖 / 挺悍行銷提供)

嵒  
嵒

IDOLS



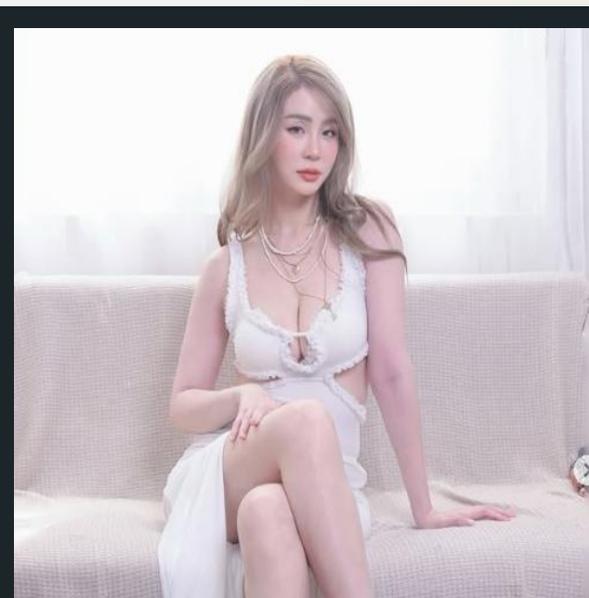
中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」的人氣女神短今（胡馨儀），近日在社群平台發布了一組震撼粉絲的棚拍辣照。一向以幽默活潑、內藏諧星魂著稱的她，這次特別宣告要挑戰「成熟不諧的星」。

（圖 / 翻攝自JUKSY）



中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」人氣成員短今，擁有甜美外貌與火辣身材，加上直率個性與親民形象，吸引大批粉絲支持，甜美娃娃臉與火辣身材形成強烈反差，被粉絲封為「極品大隻馬」。

（圖 / 翻攝自短今IG）



本名胡馨儀的短今，憑藉深厚的舞蹈功力與親民的性格累積超高人氣。雖然她曾笑稱自己的氣質女神形象「只能維持三秒鐘」，但這次的「成熟不諧的星」系列照片，確實展現出如同藝名由來—

（圖 / 翻攝自短今IG）

短今

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