




宏將週報

- Media Drive Bulletin -

 Vol.2611
03.09 ~ 03.15



Media Drive
宏將傳媒

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

18 Mar, 2026

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

YouTube廣告更難躲！電視版推30秒「不可跳過廣告」

3

熱門話題 **Hot Topics**

03月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

收視調查 **Ratings**

2026/03/09-2026/03/15

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/03【食譜類型】社群媒體帳號排行Top10

4

國際視野 **Media Trend**

串流時代的反潮流：年輕人奪回內容主導權

6

藝人動態 **Dorian Idols**

2026/02-2026/03



01

媒體放大鏡

Media News



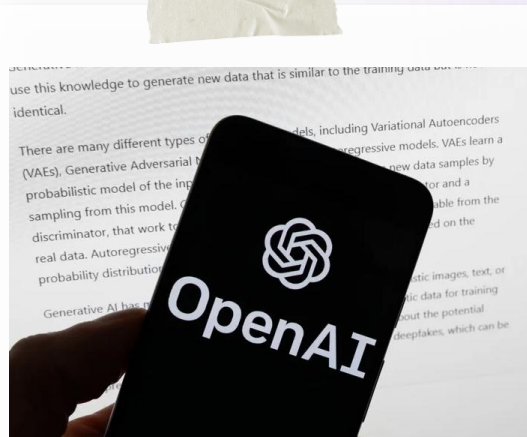
【[2026/03/12, udn科技玩家](#)】

YouTube廣告更難躲！ 電視版推30秒「不可跳過廣告」

YouTube是台灣人常用的線上影片平台，但它也因為強硬的廣告政策飽受用戶詬病。近年來，YouTube不但在影片片頭增加了不可跳過的廣告，讓觀看體驗被迫中斷，還加大打擊用戶使用廣告攔截器的行為，進一步引發不少討論。而根據Google的最新消息，**現在電視版YouTube也要推出30秒不可跳過的廣告了。**

Google表示，他們現在專門為聯網電視（CTV），也就是**電視版YouTube設計了不可跳過廣告格式，同時導入Google AI進行優化**，能自動將客戶投放的廣告調整為6秒串場廣告（Bumpers）、15秒標準廣告以及僅限電視版YouTube的30秒不可跳過廣告。目前這種不可跳過的廣告格式已於全球Google Ads及Display & Video 360全面上線，並逐步應用於更多裝置。

這意味著以後用戶在電視上觀看YouTube時，最長要忍受30秒的不可跳過的廣告，觀看體驗可能因此受到影響。如果不想看廣告，就只能訂閱YouTube Premium。目前台灣最便宜的方案是YouTube Premium Lite，每個月119元就能享受無廣告體驗。

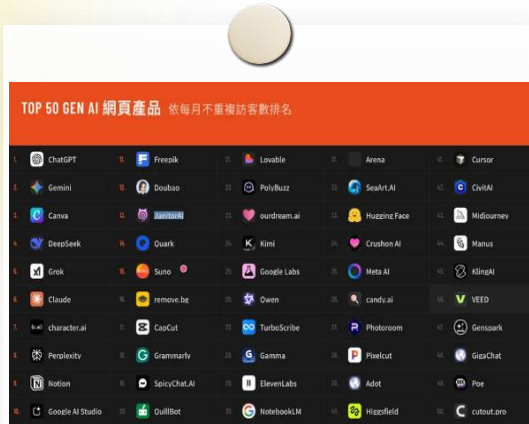


【[2026/03/16, udn科技玩家](#)】

ChatGPT廣告功能「暫時不會在全球推出」！

ChatGPT 在上月於美國推出ChatGPT廣告，日前有國外網友發現，在ChatGPT更新後的隱私政策中提到「廣告」，被猜測ChatGPT廣告將擴大到全球市場，甚至包括美國以外的使用者，對此OpenAI證實，**目前ChatGPT廣告仍僅限於美國地區。**

- **ChatGPT廣告是什麼？怎麼運作？** | OpenAI於美國正式推出ChatGPT廣告功能，目前仍在當地逐步擴大測試與開放範圍。ChatGPT廣告只會出現在回答內容的下方、**僅顯示給美國地區登入帳號的Free與Go方案用戶使用，18歲以下用戶不會看到廣告**；ChatGPT的廣告也不會影響ChatGPT回答內容，意味著廣告系統與聊天模型是完全分開運作的，廣告商無法影響或改變ChatGPT的回答內容。
- **ChatGPT廣告和Google廣告相同嗎？** | ChatGPT廣告與Google的傳統廣告不同，ChatGPT廣告更具個人化特性，可能會根據使用者的查詢內容顯示相關廣告，因此也引發部分隱私疑慮。OpenAI表示，公司正在採取循序漸進的策略，**希望先從實際使用情況中獲得經驗，再考慮是否擴展到全球市場。**至於ChatGPT廣告何時會在全球推出，OpenAI目前並未提供任何進一步的時間表。



【 2026/03/10, 數位時代 】

2026百大AI排行榜！誰能打造App生態，誰就是贏家！

ChatGPT 週活躍用戶達 9 億，但真正的戰場不在流量，而在誰先讓使用者把行事曆、信箱、CRM 全部接上去，轉換成本一旦形成，後來者幾乎無路可入。ChatGPT和Claude走向截然不同的平台策略，終點不是誰比較聰明，而是誰先成為「帶著你上網的那個 AI」。

ChatGPT 的付費訂閱規模仍是 Claude 的 8 倍、Gemini 的 4 倍，但 Claude 的付費訂閱用戶年增超過 200%。更值得注意的數字是：大約 20% 的 ChatGPT 每週網頁用戶，在同一週也使用 Gemini。不管是 ChatGPT 還是 Claude，現在大宗使用場景其實都是「生產力工具」，但 ChatGPT 幾乎在所有類別上都比 Claude 用得多，特別是在工作、生意和生活相關的輕量場景。

兩邊在「生產力」「商務」「健康與生活」「教育」都有一定使用量，但 ChatGPT 在旅遊、購物、娛樂、飲食、生活風格這些「更像一般消費者日常」的類別有明顯優勢；Claude 則在開發工具、金融、科學與醫療這些偏專業、偏工作場景上較為接近。真正的鎖定，不會發生在聊天視窗裡，而是發生在 Excel 的儲存格、Outlook 的草稿框、以及你每天早上開機後第一個啟動的工具裡。



【 2026/03/14, 未來商務 】

Google 市佔跌至 84.9%! 被 AI 引用才是新 SEO?

市場競爭的規則每隔幾年就會重寫一次。這一次是AI工具正在取代Google，成為消費者認識品牌的第一個入口。Google台灣市佔從 90% 滑落至 84.9%。消費者認識品牌、比較選項並促成購買的過程，過去發生在Google。但現在越來越多人直接在 ChatGPT、Perplexity、Gemini等 AI 工具中進行發問。

- AI工具正在成為新的品類默認推薦者 | Google第一頁可以透過廣告購買，但AI的推薦名單，只能靠品牌本身的知識厚度和可信度去爭取。早一步被 AI 認識的品牌，將在這場競爭中享有先行者優勢，而且這份信任一旦建立，後進者很難用預算追上。
- 被AI引用，是2026年最難買到的競爭壁壘 | AI工具在生成答案時，會交叉比對多個來源，合成一個它認為「最可信」的品牌圖像。這個圖像越清晰，品牌被引用的機率就越高；越模糊就越容易被AI忽略。AI對品牌的理解，不是來自廣告，主要來自於品牌方提供的內容品質和跨平台資訊的一致性。



【[2026/03/10, udn科技玩家](#)】

IG限動悄悄推出新功能 全網大讚：社群人福音

現在不少人習慣在社群平台分享生活，尤其會透過限時動態記錄日常。對此，一名網友發現Instagram推出新功能，**限時動態可以排程發布**，讓她直呼超方便。貼文一出後，引起廣大網友熱議。

未來如果需要固定時間發布內容，**可以先設定好時間，系統就會自動發布，不用再守在手機前等時間到**，直呼「是創作者跟社群人的福音」。貼文一出後，不少網友都大讚，紛紛表示「從此告別限動鬧鐘焦慮，讓創作者的心血可以更從容地被世界看見」、「社群人的福音，不用在非上班時間發文了」、「歐買尬！這是一個很偉大的發明」、「終於不用在下班時間上班了」、「想說晚點發結果最後堆太多沒有發的P人福音」、「終於不用再存草稿了」、「昨天才在想為什麼限時沒有排定時間但訊息可以！」。

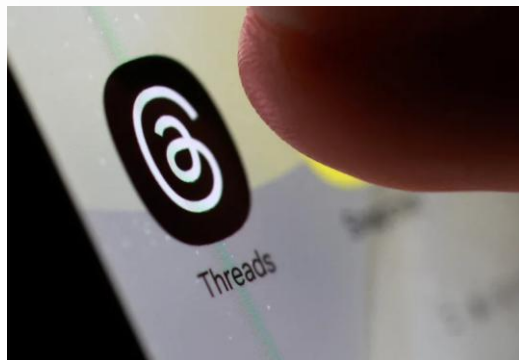
不過，留言區也有部分網友點出，**目前並非每個帳號都能使用**，表示「更新了還是沒有」、「請問有人測試雙平台都有嗎？剛剛拿公務手機更新APP了，但點了沒看見這功能」，顯示新功能似乎還在逐步開放。

台人聊天超忙！三個平台同時聊天像「精神分裂」

近期有網友指出，台灣人在使用社群媒體時，常在LINE、IG和Threads之間切換，導致聊天內容混亂。此現象引發許多人共鳴，並解釋各平台的功能影響了使用習慣。每個人習慣的使用方式也不同，網友發現，**台灣人在聊天時似乎很愛在不同的社群媒體中切換**。

原PO在Threads發文，表示身邊的朋友有時剛剛才在LINE聊天，下一秒卻跑到IG或是Threads傳訊息，而且聊天的內容都不一樣。文章引來許多網友留言，表示有這種朋友，甚至可能自己就會這樣做，「而且每個話題都不一樣，好像精神分裂一樣」、「是我，我還可以只已讀一邊另一邊不讀不回」、「根本我跟我朋友」、「有，一邊LINE、一邊IG，最後自己都不知道哪裡講過什麼」。

也有網友解釋，**這其實是和各個社群媒體不同的功能分類有關，LINE傾向純文字的談話；IG因為可以轉發短影音Reels和許多圖片**，會以內容分享為主；**Threads則因為有許多「天才網友」**，可以分享很多好笑的內容，「Threads分享好笑的，IG分享美食，LINE聊正經的」。



【[2026/03/14, udn科技玩家](#)】



【2026/03/15, 網路溫度計】

台灣打詐成果如何？封鎖小紅書後詐騙降73%

詐騙手法持續翻新，從熱門賽事延伸的「棒球詐騙」，到利用AI生成內容的假網站，都讓不少民眾提高警覺。另一方面，政府與科技公司也開始透過不同方式對抗詐騙。例如台灣限制小紅書存取後，相關詐騙案件數量出現明顯下降。近期有哪些新的詐騙套路？

- **WBC熱潮也被詐騙集團盯上？** | 2026年世界棒球經典賽WBC帶動球迷關注，不少人為了搶門票，開始在社群平台尋找購票資訊。**最常見的就是假黃牛票詐騙**，詐騙者會在Threads或臉書社團貼出訊息，引導球迷私訊交易，等到匯款後卻直接失聯。
- **封鎖小紅書後詐騙下降73%** | 小紅書因資安未通過且近兩年涉及詐騙案件達 1706 件，被封鎖一年；措施實施後，相關詐騙案件月平均數下降約 73%，顯示**透過限制資訊擴散管道，可有效降低詐騙觸及**，打詐策略正從「宣導防範」轉向「源頭控管」。
- **AI詐騙升級？研究揭「AutoBait」利用假網站吸引用戶** | 詐騙手法也開始結合人工智慧，一個被稱為「AutoBait」的詐騙行動正在網路上運作。研究發現，相關網路中存在大量以AI生成內容的網站，**透過聳動標題與快速產出的文章吸引用戶點擊**。



【2026/03/16, 未來商務】

Z世代消費力高！不愛買車買房、卻願為體驗花錢

Z世代正成為全球消費市場的重要力量。NielsenIQ與World Data Lab則預估，到了2030年，Z世代的消費力將達12兆美元，成為品牌不可忽視的核心客群。然而，對許多品牌而言，這群崛起中的消費者卻是最難理解的一代。

- **在不確定中長大！Z世代消費更務實、重視體驗** | 成長於智慧型手機與社群媒體普及的時代。面對生活成本上升與經濟不確定性，**Z世代的消費態度普遍更務實**，他們學會在不同平台比價、控制支出，也**更習慣在社群平台中尋找他人經驗與評價**。對Z世代而言買車、買房不再是優先選項。Z世代正在把消費轉向更多即時可兌現的體驗活動，如快閃旅遊、演唱會旅遊等。
- **從「價格敏感」到「價值敏感」，社群、口碑成消費決策主因** | Z世代習慣比價，有超過4成的人願意購買平價替代品。如果品牌無法說明「為什麼你值得更貴」，Z世代很快就會轉向別的選擇。**他們不只在意折扣，也在意產品內涵與社會價值**。當品牌不再被無條件信任，消費者自然會尋找新的資訊來源來驗證產品與品牌價值，這也讓社群媒體逐漸成為Z世代最重要的消費決策入口。



02

網紅觀察站 Influencer

【食譜類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10	
1	醬枋枋 2,535,356
	SHI施 892,206
2	茶寶媽 千珩 672,060
	小艾Emily 629,495
3	艾莉絲的食光日記 622,421
	えこころの米粉日和 556,892
4	Jia Xin' s homecafe 481,865
	不脹氣食旅 443,821
5	我是妤 416,852
	便當調色盤 405,666

Facebook 口碑數量 TOP10	
1	好餓廚房 901,920
	CiCi Li 730,170
2	楊桃美食網 691,691
	培仁蔬食MAMA 673,327
3	瑄瑄大雜燴 608,717
	肥丁手工坊 542,131
4	郁吃郁開心 532,450
	阿慶師 479,399
5	我是拌飯人 457,118
	野菜鹿鹿Veggie Deer 368,549

Youtube 口碑數量 TOP10	
1	好餓廚房 522,670
	あおいの給食室 324,882
2	我是拌飯人 319,443
	阿慶師 279,835
3	巧兒灶咖 224,506
	詹姆士官方專屬頻道 224,324
4	培仁蔬食MAMA 186,088
	豫魯小學堂 142,215
5	斑愛馬媽 141,898
	美食作家王剛 132,483



03

熱門話題 Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#wbc
2	#搞笑
3	#teamtiwan
4	#日本
5	#fyp
6	#reels
7	#hyrox
8	#台中
9	#台中美食
10	#元宵節

3月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1  **#wbc**
薩摩耶 [samoyed](#)

 平均互動數 23.2萬
 平均互動率 1,050%

2  **#搞笑**
吳翊陽

 平均互動數 11.7萬
 平均互動率 126%

3  **#teamtaiwan**
陳傑憲

 平均互動數 14.9萬
 平均互動率 32.2%

4  **#日本**
余孟耘

 平均互動數 4.7萬
 平均互動率 48.6%

5  **#fyp**
danny

 平均互動數 18.2萬
 平均互動率 33.7%

6  **#reels**
妙 Meow

 平均互動數 10.3萬
 平均互動率 59.7%

7  **#hyrox**
艾薇

 平均互動數 2.4萬
 平均互動率 4.8%

8  **#台中**
源仔生活旅遊札記

 平均互動數 16.2萬
 平均互動率 106%

9  **#台中美食**
玫吃貨日常

 平均互動數 3.1萬
 平均互動率 8.2%

10  **#元宵節**
凱開

 平均互動數 5.3萬
 平均互動率 23.3%



04

國際案例

Case Share

串流時代的反潮流：年輕人奪回內容主導權

今年許多年輕人正面臨所謂的「訂閱疲勞」，這種情況在 Z 世代中特別明顯。根據 24 歲社群媒體經理 James Dutton 的描述，早上醒來時，手機上不斷跳出的銀行通知讓他感到焦慮。每月高達 120 美元（約台幣 3,833 元）的訂閱費用，讓他開始質疑數位媒體的價值。許多**美國年輕人開始對這種以訂閱模式產生反感，轉而追求實體媒體的魅力。**

隨著疫情期間串流媒體服務興起，這些服務曾吸引大量用戶，但到了今年熱潮已逐漸減退。數據顯示，主要**串流平台的訂閱增長率已從 2024 年的 12% 降至 7%**。Z 世代對無法真正擁有的數位內容逐漸感到厭倦，近期調查也顯示，有 37% 的用戶已取消一個或多個串流服務。

對許多美國人而言，訂閱的普遍存在**象徵著現代社會對「擁有權」的挑戰**。即使購買數位版電影或節目，用戶實際上也只是獲得可被撤銷的觀看許可，而非真正擁有內容。38 歲醫療 IT 工作者魯迪·羅德里格斯（Rudy Rodriguez）表示，**與其支付近 300 美元的高級訂閱費用，他更願意花 100 美元購買整套《歡樂單身派對》（Seinfeld）DVD**，因為這樣才真正屬於他。

隨著訂閱數量減少，**實體娛樂商品的興趣反而上升**。根據美國唱片協會數據，2024 年黑膠唱片銷售額增長 7%，達 14 億美元，已連續第 18 年成長。Z 世代不僅追求懷舊物品，也在尋找已停產的復古商品，如老式遊戲機和 iPod。

在洛杉磯一間歷史悠久的電影院中，非營利影音租賃店 Vidiots 吸引大量年輕顧客，租客年齡已從 2013 年的 50 歲以上下降至 20 多歲。這裡的年輕人不再依賴演算法推薦，而是**享受在實體店尋找電影的過程與社交儀式**。對這一代人而言，將光碟放入播放器、享受不被打擾的觀影體驗，成為一種反叛。這一現象不僅是對數位媒體的反思，也是對擁有權與實體存在的重新認識。





05

收視調查 Ratings

無線台及有線台TOP20

無線台/全體

有線台/全體

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.24
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	3.16
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.54
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.26
5	直WBC經典賽南韓VS澳洲	TTV	棒球	1.77
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.19
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.04
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.02
9	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	0.98
10	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.96
11	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	閩南語連續劇	0.88
12	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.85
13	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化妝品	CTS	競賽綜藝	0.84
14	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.79
15	醫學大聯盟宇澄創業Y秘緹	FTV	競賽綜藝	0.77
16	姊妹亮起來萬士益冷氣	FTV	資訊綜藝	0.70
17	直WBC精華委內VS日本	TTV	棒球	0.69
18	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.69
19	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.62
20	直WBC經典賽捷克VS日本	TTV	棒球	0.60

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC韓VS澳	VLSPT	棒球	4.01
2	直WBC預賽C組韓國VS澳洲	ET-N	棒球	2.60
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	2.09
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.71
5	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.46
6	直26WBC委VS日	VLSPT	棒球	1.33
7	直26WBC捷VS日	VLSPT	棒球	1.19
8	直WBC八強賽委內VS日本	ET-N	棒球	1.11
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.02
10	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.99
11	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.88
12	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.86
13	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.86
14	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.86
15	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.85
16	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.81
17	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.81
18	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.81
19	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.80
20	少康戰情室	TVBS	新聞性質節目	0.75

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直WBC經典賽南韓VS澳洲	TTV	棒球	1.54
2	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.40
3	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.23
4	名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.23
5	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.13
6	1800名偵探柯南	CTS	卡通影片	1.07
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	0.73
8	葬送的芙莉蓮2	TTV	卡通影片	0.63
9	慶餘年2100	CTV	大陸劇	0.58
10	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.49

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.62
2	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.25
3	直WBC經典賽南韓VS澳洲	TTV	棒球	1.15
4	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	0.88
5	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	0.79
6	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	閩南語連續劇	0.77
7	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	閩南語連續劇	0.71
8	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.69
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.63
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	0.60

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	2.09
2	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	1.97
3	直WBC經典賽南韓VS澳洲	TTV	棒球	1.60
4	飢餓遊戲阿鈺八合一強效錠	CTV	競賽綜藝	1.43
5	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.42
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.38
7	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.36
8	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	競賽綜藝	1.01
9	名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.87
10	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	閩南語連續劇	0.71

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	閩南語連續劇	5.19
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.08
3	阿鈺八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.19
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.85
5	直WBC經典賽南韓VS澳洲	TTV	棒球	2.20
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.82
7	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	娛樂綜藝	1.73
8	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.56
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.38
10	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	1.35

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC韓VS澳	VLSPT	棒球	3.25
2	直WBC預賽C組韓國VS澳洲	ET-N	棒球	1.50
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.13
4	直26WBC委VS日	VLSPT	棒球	0.59
5	內行必吃最夯開胃下飯料理	VLJP	美食、旅遊節目	0.55
6	直WBC八強賽委內VS日本	ET-N	棒球	0.54
7	2000新聞高峰會	CTS-N	新聞性質節目	0.53
8	台灣真善美	UBN	知識資訊節目	0.53
9	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.52
10	一起打卡吧	EFNC	新聞性質節目	0.47

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC韓VS澳	VLSPT	棒球	2.76
2	直WBC預賽C組韓國VS澳洲	ET-N	棒球	1.57
3	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.25
4	直26WBC委VS日	VLSPT	棒球	0.92
5	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.89
6	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.83
7	直WBC八強賽委內VS日本	ET-N	棒球	0.78
8	直26WBC捷VS日	VLSPT	棒球	0.73
9	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.70
10	直WBC預賽C組捷克VS日本	ET-WM	棒球	0.52

35-49歲

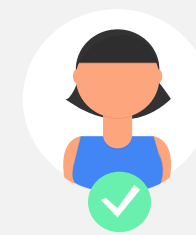
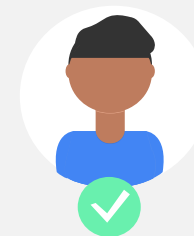
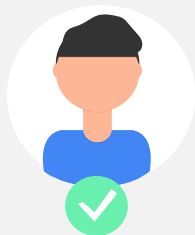
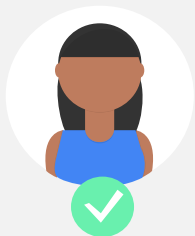
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC韓VS澳	VLSPT	棒球	5.22
2	直WBC預賽C組韓國VS澳洲	ET-N	棒球	1.80
3	直26WBC捷VS日	VLSPT	棒球	1.45
4	直26WBC委VS日	VLSPT	棒球	1.23
5	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.15
6	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	0.97
7	直WBC八強賽委內VS日本	ET-N	棒球	0.84
8	食尚玩家2天1夜go	TVBSG	美食、旅遊節目	0.82
9	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.66
10	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.53

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	直26WBC韓VS澳	VLSPT	棒球	4.14
2	直WBC預賽C組韓國VS澳洲	ET-N	棒球	3.83
3	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	競賽綜藝	3.79
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.10
5	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	閩南語連續劇	1.98
6	直26WBC委VS日	VLSPT	棒球	1.77
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.67
8	正午最前線	UBN	財經資訊分析	1.65
9	直WBC八強賽委內VS日本	ET-N	棒球	1.61
10	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	1.51

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	0.91	0.37	0.35	0.61	1.48
TTV/台視	0.46	0.17	0.17	0.31	0.75
FTV/民視	0.41	0.11	0.09	0.26	0.71
CTS/華視	0.19	0.09	0.08	0.16	0.29
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	0.13	0.20	0.40	0.85
ET-N/東森新聞	0.46	0.17	0.19	0.31	0.74
SETN/三立新聞	0.34	0.07	0.09	0.18	0.62
FTVN/民視新聞	0.34	0.04	0.11	0.15	0.63
ERA-N/年代新聞台	0.20	0.03	0.05	0.10	0.37
UBN/非凡新聞	0.20	0.05	0.05	0.13	0.33
NTVN/壹新聞	0.17	0.04	0.10	0.14	0.26
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.05	0.05	0.12	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.14	0.03	0.03	0.09	0.24
SET-F/三立財經台	0.05	0.00	0.03	0.04	0.09
TVBSN/TVBS新聞台	0.53	0.13	0.20	0.40	0.85



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	3.16
2	百味人生莊廣和堂轉大人萃	SANLI	1.46
3	寶島西米樂守護萬士益冷氣	TTV	0.88
4	戲說台灣	SANLI	0.86
5	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.85
6	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.69
7	飛龍在天紅螞蟻	FTV	0.60
8	1900親家安美諾美白修護霜	SANLI	0.59
9	1300豆腐媽媽紅螞蟻	FTV	0.57
10	大愛劇同學早安	DaAi	0.49

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.02
2	非凡最前線	UBN	0.99
3	驚爆新聞線2200	SETN	0.88
4	最前線新聞	UBN	0.86
5	最前線報告	UBN	0.86
6	正午最前線	UBN	0.81
7	台灣最前線	FTVN	0.81
8	新台派上線	SETN	0.81
9	最前線直擊	UBN	0.80
10	少康戰情室	TVBS	0.75

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.24
2	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.54
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.26
4	超級紅人榜安美諾美白修護	SANLI	2.09
5	超級夜總會	SANLI	1.71
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.19
7	飢餓遊戲阿鈣八合一強效錠	CTV	1.04
8	豬哥亮經典秀嘉一香活菌豬	FTV	0.98
9	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	0.85
10	天才衝衝衝絲瓜露愛妮雅化	CTS	0.84

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	直26WBC韓VS澳	VLSPT	4.01
2	直WBC預賽C組韓國VS澳洲	ET-N	2.60
3	直WBC經典賽南韓VS澳洲	TTV	1.77
4	直26WBC委VS日	VLSPT	1.33
5	直26WBC捷VS日	VLSPT	1.19
6	直WBC八強賽委內VS日本	ET-N	1.11
7	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.02
8	直WBC精華委內VS日本	TTV	0.69
9	直WBC經典賽捷克VS日本	TTV	0.60
10	效年出發吧找到了旅行社	STV	0.58



06

藝人動態

Dorian Idols



8日台灣隊迎戰韓國隊，彰化基督教醫院同步舉辦院內直播觀賽活動，在培訓中心架設大螢幕，吸引大批醫護與行政同仁到場觀賽。現場提供披薩、炸雞與各式飲料點心，大家揮舞加油棒高喊「TEAM TAIWAN」，讓醫院瞬間化身熱血棒球應援場。(圖 / 記者鄧富珍攝)



中國信託銀行特別參加台北市政府體育局於6日起連續三天在台北市南港區的中國信託金融隊園區舉辦「我們在一起 中信直播黨」，號召與中信兄弟超人氣啦啦隊姐妹齊聲為中華隊吶喊，力拼晉級複賽，前進美國隊。(圖 / 中國信託提供)



世界棒球經典賽中華隊8日面臨背水一戰，彰化基督教醫院耗資百萬元舉辦直播活動，邀請中信兄弟啦啦隊Passion Sisters成員林可、波波、曼容到場帶動應援，由章魚哥(林駿杰)主持直播活動。看著中華隊拿下勝利，直呼「好紓壓、超過癮！」(圖 / 彰基提供)

Passion Sisters IDOLS



去年成員盈瑩、Julia（啾啾）、小安、白白因生涯規劃宣告離隊，日前宣布與陳晨威結婚並懷孕的Julia透過影片，感謝參與PS女孩帶來的這段美好棒球時光，白白則轉為全職擔任舞台總監，持續以編舞實力，為PS女孩打造舞台魅力。

（圖 / 中央通訊社提供）



中信兄弟啦啦隊Passion Sisters開季全新32人陣容11日正式亮相。除了日本職棒讀賣巨人隊前啦啦隊隊長菊池桃子續留外，今年球團也網羅兩位前女團成員珮含與容容加入PS行列，將與隊員們一同為中信兄弟新賽季應援。

（圖 / 記者孫睿瑜攝）



YouTuber「陳土豆」，創作歌曲〈Ms. Potato〉在兩岸社群迅速走紅。而同樣精準掌握流量密碼的還有中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」包括衣宸、小迪、短今、瑄、昀二與林可合體翻跳这支洗腦又活潑的舞蹈，可愛魅力爆表。

（圖 / FTNN新聞網提供）

Passion Sisters IDOLS



中信兄弟啦啦隊成員希希前陣子狀況不佳，讓不少粉絲相當擔心。她深夜吐露心聲，坦言自己這三個月度過一段身心俱疲的日子，外界紛紛關心究竟發生什麼事，但希希僅低調表示：「這次讓我任性一下吧。(圖 / 希希IG)」



311東日本大地震15週年，出身宮城縣仙台市的中信兄弟啦啦隊日籍成員菊池桃子回憶，當時接收到來自台灣及世界各地幫助，現在希望能帶給台灣元氣與能量，「很想要報恩」。(圖 / 中央通訊社提供)



近期啦啦隊在社群討論度最高的人物之一韓籍成員金渡兒(김도아)。她日前登上韓國男性雜誌，釋出一系列性感照，大膽火辣的造型讓粉絲們大為驚喜，照片曝光後迅速引起台韓兩地網友瘋傳。(圖 / COOLWEB提供)

Passion Sisters IDOLS



啦啦隊女神「嵯峨」近來與代言內衣品牌風光續約，該品牌 2026 年初陸續推出華麗新品，再度邀請到「嵯峨」親自示範，「嵯峨」完美勝任 5 種截然不同的風格，引發外界火熱關注。原文網址：[嵯峨辣秀完美比例！豐胸、纖腰、渾圓曲線超犯規！](#)

(圖 / moderngirl_tw@IG)



嵯峨在日本的人氣本就超高，27日被網友發現默默赴日拍龍角散廣告，短短15秒影片曝光約20小時後，就吸引180萬人點閱，可見嵯峨在日本的人氣有多旺，讓粉絲大讚她是「台灣之光」。(圖 / 【公式】龍角散チャンネルYouTube)



嵯峨參與中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」11日舉行2026年全新陣容發布會，日前在「台日大戰」棒球賽結束後，日本報紙竟出現嵯峨的廣告版面大過大聯盟球星大谷翔平的奇觀，引發熱烈討論。嵯峨今日受訪時對此表示驚訝又感動。(圖 / 記者郭懿慧攝)

嵯峨

IDOLS



Passion Sisters人氣成員崙崙10日晚間在限時動態分享球團上半季主題日活動，並喊話粉絲「準備好你們的荷包」，由於背景音樂選用韓國女團aespa夯歌〈Rich Man〉，引來球迷瘋猜是韓籍女團aespa將受邀演出。崙崙急忙在否認，笑說自己也不知道嘉賓是誰。(圖 / 趙世平攝)



崙崙26日登上台日棒球國際交流賽，雖然比賽已經結束，但社群平台流傳各種崙崙應援時的畫面，不管哪個角度看都零死角，也讓崙崙的名氣再暴漲一波。她也能完美駕馭，根本是零死角女神，有粉絲就說崙崙是看不膩的美。(圖 / _liang_photo@threads)



隨著台灣棒球實力在世界舞台發光發熱，獨具特色的「台式應援」也成為全球焦點，甚至引發日本媒體報導。對此，崙崙感性表示，看到台灣的啦啦隊文化與棒球體系日益完善並獲得國際認可，讓她感到非常驕傲，直呼「我覺得很酷」。(圖 / 記者郭懿慧攝)

崙
崙

IDOLS



中信兄弟啦啦隊韓籍成員邊荷律今年1月爸爸過世，隨後媽媽、外公接連生病，談到憂鬱近況哽咽：「在韓國想到很多事情覺得很憂鬱，來到台灣不同的環境跟語言，會讓我覺得來到台灣工作是一件很療癒的事情。」(圖 / 記者邱曾其攝影)



3月4日「韓國甜心」邊荷律在生日當天宣布推出首本影像紀實書《荷止微甜》，並同步開放預購以來，短短一週內就在社群上掀起強烈旋風。預購期間，湧入大量粉絲爭相收藏，再次展現邊邊跨海而來的驚人魅力！(圖 / 尖端出版)



中信兄弟啦啦隊Passion Sisters韓籍女神邊荷律，25日她與其他啦啦隊成員一起現身，還跟粉絲一起拍合照，不料竟有3名男粉買一條應援毛巾3個人用，露出超無奈表情，粉絲看到後笑瘋表示：「自己體會」。(圖 / 邊荷律IG)

邊荷律

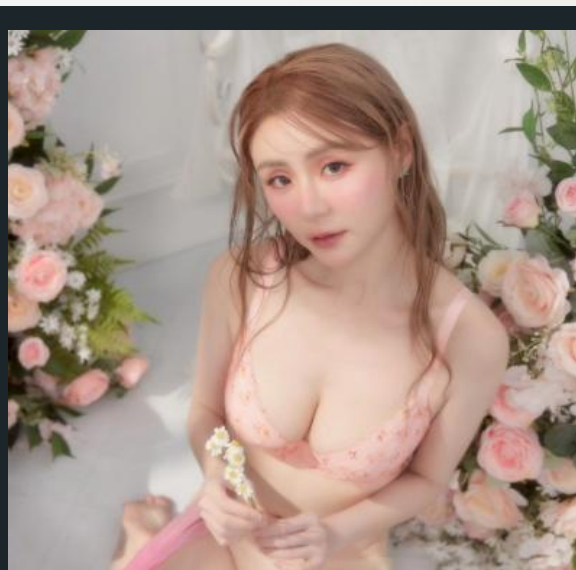
IDOLS



短今是中信兄弟啦啦隊一員，不時會和粉絲分享生活點滴。然而，她1日卻突然曬出一張近距離的自拍照，並崩潰地透露自己遭遇了一場令人哭笑不得的突發狀況！「我今天吃飯…竟然把我的門牙吃掉了」。可以明顯看到她上排的一顆門牙似乎有一個缺角。(圖 / 翻攝自短今IG)



中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」的成員短今，家裡是開餐廳的，因此每年過年休假都會回家幫忙洗碗，去年她笑稱「洗了9小時的碗」，讓她隔天要去按摩，今年則洗碗時間變成10小時，不過很感謝有粉絲特地來捧場。(圖 / 翻攝自短今IG)



人氣啦啦隊女神「短今」，今年白色情人節，「短今」以內衣品牌好友身分風光續約代言，在繁花簇擁之下脫衣放送E級傲人上圍，以浪漫仙氣與夢幻少女感驚豔全網，完成從「大隻馬」到「春日花仙子」的唯美蛻變。(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

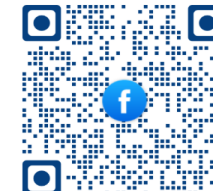
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部