



宏將週報

Vol.2624 06.08 ~ 06.14

Media Drive Bulletin

- 世足賽開踢帶動全球觀賽熱潮，也讓AI生成的假內容開始搭上流量順風車...



Presented by:

宏將傳媒行銷策略部

Email:

MediaResearch@mediadrive.biz

WELCOME

Contents



1

媒體放大鏡 **Media News**

「世足賽開幕」竟是AI假影片 142萬人上當

3

熱門話題 **Hot Topics**

06月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

收視調查 **Ratings**

2026/06/08-2026/06/14

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/06【保養類型】社群媒體帳號排行Top10

4

國際視野 **Media Trend**

Podcast 廣告被跳過，但依然能帶來行銷成效

6

藝人動態 **Dorian Idols**

2026/05-2026/06



01

媒體放大鏡

Media News



【2026/06/12, 中時新聞】

「世足賽開幕」竟是AI假影片 142萬人上當

2026美加墨世足賽在台灣時間12日登場，不少民眾在網路上收看最新現場直播，不過YouTube上卻有一個頻道製作「世足賽開幕」的AI假影片，該頻道甚至開了長達12小時的直播，重複播放相同的AI影片，累積獲得142萬次觀看。

YouTube頻道「Focus Lab」於11日進行直播，標題為「LIVE: FIFA WORLD CUP OPENING CEREMONY 2026」2026世足賽開幕儀式，但實際內容其實是AI製作的假影片，不只畫面相當逼真，連主持人說話的口型也都對得上。這段直播影片的內容，其實是同一個影片不斷重播，但在網路上已吸引逾142萬人朝聖觀看。該頻道還提供剪輯過的「精華版」，同樣吸引逾百萬人次點閱。

PTT八卦板網友傻眼指出，用AI做世足賽的假影片，甚至還有大象在足球場裡面走動的畫面，「這是誰想到的？全世界有二十幾萬人在看欸！黃仁勳，這就是你要的世界嗎？有沒有假的世界杯的八卦？笑死」。其他人也說「賺到一堆流量，真的是鬼才」、「笑死這麼多人上當喔」、「12小時的直播，太猛了吧」、「看直播的都沒人覺得怪嗎？」。

AI賣房廣告引反感？不是科技問題，是誠信正在被消耗

近年來，生成式AI快速進入房地產市場，從物件圖片、室內渲染到銷售文案，越來越多業者開始用AI製作賣房廣告。畫面更漂亮、製作更快速，看起來像是行銷升級，但市場卻出現一個反常現象，消費者反而越來越不買單。

- **過度美化，正在透支信任** | 現在很多AI廣告，把老屋修得像新成屋，小坪數放大成豪宅格局，甚至連採光都能「重新設計」。當消費者實際看屋，發現與廣告落差過大，產生的不是驚喜，而是懷疑。這不是行銷加分，而是在扣分。
- **效率提升的同時，專業感卻在流失** | AI讓製作廣告變得更容易，但也讓「偷懶感」被放大。現在市場上出現大量制式文案與風格雷同的圖片，缺乏在地資訊、缺乏物件細節，讓人感覺業者並沒有真正理解這間房子。消費者要的不是效率，而是專業與判斷力。
- **問題不是AI，而是用AI「掩蓋問題」** | AI生成的空間，看起來像樣品屋，卻不像「生活」。消費者在畫面中找不到自己的影子，自然也無法產生情感連結。當廣告失去真實感，購買動機反而下降。如果AI是用來掩蓋屋況、製造假象、取代專業，那反感只是時間問題。

為什麼消費者開始厭惡房產業者用AI製作賣房廣告？

5大原因一次看懂！信任崩了，比沒成交更可怕！

消費者已經變聰明了
資訊透明時代，AI包裝很容易被識破！

以前是資訊不對稱，現在是「信任不對稱」！

關鍵總結

消費者討厭這種AI用法：
❌ 用AI「掩蓋問題」
❌ 用AI「製造假象」
❌ 用AI「取代專業」

正確使用AI，反而加分！
✅ 用AI做「空拍並清楚標註」
✅ 用AI輔助「數據分析與行情說明」
✅ 用AI提升「資訊透明度」

真實透明才是成交的關鍵！

賣厝阿明 買房大小事 都有阿明的知識 按讚分享给需要的朋友！

【2026/06/09, YAHOO新聞】



【[2026/06/10, 科技新報](#)】

Meta 將站外行為資料導入內容推薦與 AI 個人化

Meta正在調整Facebook與Instagram的個人化機制，將其他企業分享給它的站外活動資料，納入動態消息與Meta AI回應的推薦系統。預計自今年7月起逐步上線，Meta強調，**這次更新並未蒐集新資料，而是運用企業原本就會傳送給平台的資訊來提升使用者體驗。**

Meta先前就已利用站外活動來投放廣告，例如遊戲使用紀錄與其他網站上的購物行為，不同的是，這次擴大的範圍不只限於廣告，也包括Facebook與Instagram上的內容推薦，以及Meta AI的回應個人化。Meta發言人Emil Vazquez表示，過去公司主要使用各應用程式內的互動資料，例如按讚、瀏覽與追蹤，來調整使用者看到的內容；而2025年起，**Meta也已開始利用與AI助理的對話來個人化廣告。**

配合這次更新，Meta也把控制站外資料使用的設定整併為單一選項。若使用者不希望Meta利用其他企業分享的資料來個人化廣告、動態消息或AI回應，只需要關閉「來自其他企業的活動」設定即可。Meta表示，這項調整將在全球推行，但在上線初期會排除部分地區，包括歐洲地區、英國、巴西、泰國、南非、土耳其、韓國、厄瓜多、奈及利亞與肯亞。

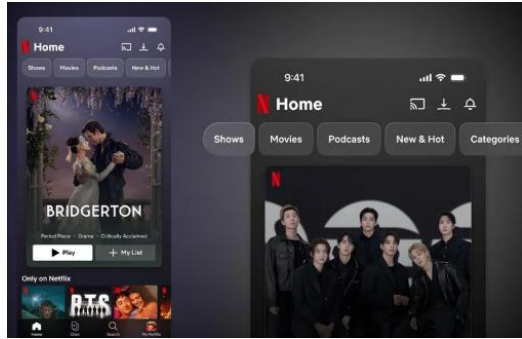
AI改變的不只是科技！Z世代最在意的面向

生成式 AI 逐漸成為日常生活的一部分，消費者對品牌的期待也不再只是產品功能或技術規格本身。Yahoo 日前舉辦「Yahoo Innovation Series：媒體互動進化論」論壇，聚焦 AI 時代下的品牌經營新課題，「有感創新」正成為影響消費者品牌選擇的重要關鍵，尤其對於 Z 世代而言，品牌價值已從單純創新產品，進一步延伸至文化認同、信任感、便利體驗與情感連結等層面。

- **創新成為品牌風格與價值觀象徵** | 對 Z 世代而言，創新不只是功能升級，更代表品牌所展現的個性與價值觀，面對通膨與經濟壓力，仍有 **43% 的 Z 世代消費者願意為具有獨特性的品牌支付更高價格**，顯示文化認同與潮流感正逐漸成為品牌競爭力的重要來源。
- **安全創新：信任感成為品牌資產** | 在 AI 快速普及的環境下，錯誤資訊、深偽內容與資訊安全議題受到高度關注。「**值得信任**」也成為 Z 世代最重視的品牌特質之一。品牌除了持續投入創新之外，更需要透過資訊透明、隱私保護與安全機制建立長期信任關係。
- **人性溫度：科技愈進步，情感連結愈重要** | 消費者對真實互動的需求沒有降低，高達 **40%** 的營收成長來自於人性化的個人連結。



【[2026/06/13, T客邦](#)】

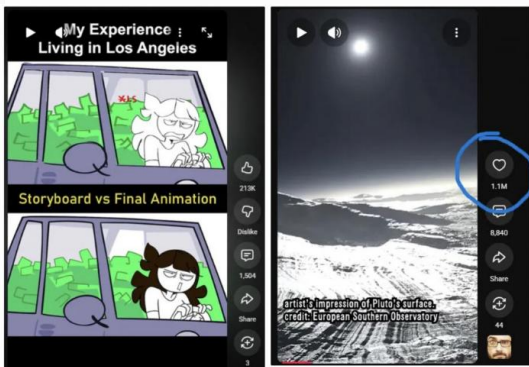


【2026/06/12, 數位時代】

Netflix連你等車的3分鐘也想搶！

Netflix於6月10日舉辦亞太區產品與技術創新發表會，宣布正式將戰線延伸至短影音、直播和遊戲，搶佔大眾的碎片化時間。在影音串流群雄割據的亞洲，這位坐擁5,754萬訂閱用戶的串流龍頭，要用什麼策略守住江山？

- **全面進軍直播：用「與世界一同狂歡」鎖住觀眾** | Netflix不再局限在預錄好的影集中，而是積極進攻現場直播。不論是世界棒球經典賽WBC，還是台北101的現場直播活動，Netflix正逐步將原本只有傳統電視才能做到的「群體收視體驗」納入串流版圖。
- **搶攻碎片時間：短影音重塑手機娛樂體驗** | Netflix宣布，行動裝置介面將迎來重大更新，有別於傳統橫向瀏覽模式，新版將導入專為手機設計的直式「片段」功能，在直式影片牆提供短暫的預覽片段，讓用戶能夠更快發掘想看的內容。
- **從看到玩：遊戲是拉高訂閱價值的最後一塊拼圖** | Netflix已推出逾100款手遊，主打零廣告、零課金，更將遊戲體驗從手機螢幕搬上電視，讓全家人在同一個空間裡看影集也能一起玩遊戲，當一份訂閱是整個家庭的娛樂入口，觀眾取消訂閱的理由自然也就少了一個。



【2026/06/10, 自由時報】

YouTube用戶習慣恐要改了！官方測試倒讚鈕消失

YouTube似乎正在測試Shorts短影音的新介面。根據外媒報導，部分國外用戶發現，原本熟悉的拇指「按讚」按鈕被改成「愛心」，而「倒讚」按鈕甚至直接從畫面上消失，引發不少討論。這項變動目前看來仍屬於小規模測試，尚未全面開放。

- **Shorts按讚按鈕改成愛心** | 過去幾天已有不少國外用戶發現這項變化，社群平台也出現大量討論，按讚的拇指圖示改為愛心，意味YouTube沿用多年的經典設計可能出現重大改變。事實上，部分用戶早在一個月前就已看到相關介面，近期有擴大測試範圍的跡象。
- **部分用戶連倒讚按鈕都不見** | 引發熱議的是，部分用戶還表示，除了按讚圖示改成愛心之外，倒讚按鈕還直接從畫面中消失。然而，一些用戶指出，倒讚按鈕被悄悄移至右上角的三點選單內，**相關變動首先僅出現在YouTube Shorts**。
- **擴大推送情境式按讚動畫功能** | 當用戶按下按讚鍵時，系統會根據影片主題顯示不同動畫效果，例如狗掌印、貓掌印、車輪、燈泡等特殊圖示，增添互動趣味。這項功能已測試數個月，如今正逐步開放給更多用戶。



【2026/06/13, udn科技玩家】

4款神APP一天不用算勇者！萬人超聖：不點開世界會崩毀

現代人幾乎手機不離身，一名網友發起一項「挑戰」，在社群平台「Threads」分享一張截圖，畫面中依序出現YouTube、ChatGPT、Threads及Instagram等4款熱門APP，認為如果有人能夠一整天都不打開這4大APP，值得佩服。貼文一出後，吸引上萬網友來朝聖。

紛紛表示「不可能！這是我的工作」、「如果四個每天都有點開30次，可以榮登強者嗎」、「我賭在座各種今貼文一出後，引起上萬網友共鳴，天都打開過Threads」、「我沒ChatGPT，我是四分之一個勇者」、「沒點開證券APP，算不算勇者？」。

此外，也有網友回應「可以不開YouTube、Instagram、Threads，但真的不能不開ChatGPT欸」、「脆不行，一天不上脆，世界會崩毀」、「光是脆一天滑好幾個小時了」、「除了YouTube，其實其他三個我都有辦法一天不用」。

社群軟體有多重要？12日晚間Facebook、Instagram出現當機癱瘓，許多人突然莫名被登出帳號之後就再也登入不了，因事發突然，讓網友們紛紛哀號「以為網路壞掉」、「我是不是被鎖帳號了？」，彷彿世界末日降臨。

戰鬥陀螺聲量飆破38萬筆，超懷舊玩具TOP 10你玩過幾個？

還記得下課衝去操場尬陀螺、拿著卡牌找同學決鬥，或是守著電子雞深怕牠餓肚子的日子嗎？隨著懷舊風潮席捲社群，不少經典玩具再度成為網友熱議焦點。網路討論度最高的十大懷舊玩具，究竟哪些玩具成功勾起大家的童年回憶？冠軍是哪一款玩具，你猜到了嗎？

- **No.1 戰鬥陀螺** | 受到動畫《戰鬥陀螺》帶動，「3、2、1，GO SHOOT！」成為許多人的共同記憶。近年隨著新系列推出及國際賽事發展，戰鬥陀螺再度掀起收藏、改裝與競技熱潮，不少家長甚至帶著孩子一起參與對戰，展現跨世代魅力。
- **No.2 遊戲王卡牌** | 透過「全球限量編號卡」與「超框包」的推出，遊戲王成功將產品從「玩具」升級為「收藏資產」。這種策略精準擊中了高淨值收藏家與投資客的心理，讓「開包」變成了一種高風險、高回報的博弈行為，進而在社群媒體上引發極大的開箱流量。
- **No.3 寶可夢卡牌** | 寶可夢卡牌近年不僅是收藏品，更成為熱門競技遊戲。從早期交換卡片、收集稀有角色，到如今全球賽事蓬勃發展，始終擁有穩定人氣。隨著30週年紀念引發收藏家的高度關注。討論焦點不僅在於新卡牌的戰鬥強度，更在於收藏價值。



【2026/06/12, 網路溫度計】



02

網紅觀察站 Influencer

6月【保養類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	Dee	4,923,432
	Anlei	2,715,851
2	Ru.儒妹	1,730,908
	林喬安	1,405,901
3	陳彥婷 Tiffany	1,153,477
	多莉Dolly wu	1,051,720
4	李孟純	941,360
	Ada	916,289
5	YuLing張綾	898,958
	Mizzie Tham 米斯	845,672

Facebook 口碑數量 TOP10

1	小S 徐熙娣	2,480,498
	崔璀璨 Tristan H.	1,225,636
2	哈娜小姐姐	1,146,284
	小蠻腰蝶里	1,011,342
3	Hi, this is Daisy	765,130
	柒柒花媽	720,354
4	笑眼女孩-檸檬	562,693
	保養天后跨境直播	555,820
5	陳彥婷 Tiffany	542,641
	藥師菜菜子	423,151

Youtube 口碑數量 TOP10

1	L'Oréal Paris Taiwan	1,236,045
	りゅなりさ	1,029,876
2	EGA.channel	991,887
	Ru儒妹	494,071
3	愛莉莎莎 Alisasa	302,390
	Tristan H. 崔璀璨	251,539
4	丹妮婁姐星球	233,959
	馬梓豪 Marco	221,014
5	It's Jane	220,332
	Kimi紀卜心	220,174





03

熱門話題

Hot Topics

f #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#黃仁勳
2	#台灣
3	#ai
4	#搞笑
5	#高雄
6	#台中美食
7	#台股
8	#computex
9	#韓國
10	#美食

06月 #hashtag 互動最高內容TOP 10





04

國際視野

Media Trend

Podcast 廣告被跳過，依然能帶來行銷成效

YouGov《2026 美國 Podcast 廣告報告》指出，即使 Podcast 廣告經常被聽眾跳過，仍能有效影響消費者行為。相較於廣播和音樂串流平台，Podcast 更能帶動品牌關注、網站流量與購買意願，展現不錯的廣告效果。

- **Podcast 聽眾對廣告反應更積極** | 研究顯示，**60% 的 Podcast 聽眾曾在接觸廣告後採取行動**，高於音樂串流平台（54%）和廣播（53%）。代表 Podcast 聽眾對廣告內容的接受度與互動意願相對較高。
- **廣告能帶動實際行動** | Podcast 廣告不只是增加品牌曝光，**也能促使聽眾進一步行動**。研究發現，30% 曾造訪品牌官網、30% 曾搜尋品牌或產品資訊，另有 16% 因廣告而完成購買。
- **跳過廣告，不代表沒看到效果** | 即使是平常習慣跳過廣告的聽眾，仍有 55% 曾因廣告而採取行動，其中 14% 最後完成購買。顯示**即便廣告沒有被完整聽完，品牌訊息仍可能留下印象並影響後續決策**。
- **Podcast 廣告較不容易引起反感** | 只有 25% 的受訪者認為 Podcast 廣告令人反感，低於網站廣告（50%）和影音平台廣告（46%）。相較其他數位廣告形式，Podcast 廣告對使用體驗的干擾較低。
- **Podcast 影音化趨勢升溫，廣告效果依舊出色** | 有 40% 的 Podcast 聽眾偏好影音形式，高於偏好純音訊的 28%。不過，不論是聽音訊還是看影音 Podcast，廣告效果都相當接近。偏好純音訊 Podcast 的受眾中，有 65% 曾因廣告採取行動；偏好影音 Podcast 的受眾則為 60%。顯示**影音 Podcast 的成長，並未削弱廣告效果，反而讓品牌有更多機會接觸不同族群**。Podcast 廣告的關鍵不在於聽眾是否把廣告完整聽完，而是在於是否成功影響後續行動。從品牌搜尋、網站造訪到實際購買，Podcast 依然是能有效帶動成果的重要廣告管道。





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	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	3.31
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	3.08
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.47
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.46
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	2.37
6	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.25
7	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.18
8	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.11
9	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.95
10	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	0.94
11	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.92
12	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.84
13	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.79
14	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.74
15	2000藏海傳2000	CTV	大陸劇	0.74
16	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.73
17	航海王30	TTV	卡通影片	0.72
18	飛龍在天TCL智慧空調	FTV	閩南語連續劇	0.72
19	綜藝新時代發現台灣台塑石	FTV	娛樂綜藝	0.72
20	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	0.69

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.70
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.74
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.52
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.16
5	直25 26NBA總冠軍賽尼VS馬	VLSPT	籃球	1.12
6	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	1.04
7	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.93
8	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.92
9	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.92
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.92
11	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.91
12	新台派上線	SETN	新聞性質節目	0.86
13	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.86
14	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.83
15	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.77
16	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.76
17	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.76
18	理財達人秀	EFNC	新聞性質節目	0.74
19	台灣向前行	FTVN	新聞性質節目	0.70
20	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.69

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	1.39
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.17
3	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	1.14
4	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.04
5	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	1.03
6	蠟筆小新	TTV	卡通影片	1.02
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.96
8	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.81
9	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.80
10	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.73

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	1.46
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.38
3	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.27
4	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.22
5	航海王30	TTV	卡通影片	1.12
6	大陸尋奇三支兩傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.90
7	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	0.88
8	你好我是誰TCL變頻空調	FTV	國語連續劇	0.86
9	1800航海王30	TTV	卡通影片	0.82
10	藏海傳2100	CTV	大陸劇	0.81

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	1.92
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	1.87
3	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.70
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.56
5	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.38
6	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.19
7	名偵探柯南VS怪盜基德	CTS	外片	1.12
8	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.09
9	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	1.04
10	航海王30	TTV	卡通影片	0.89

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	閩南語連續劇	5.38
2	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	娛樂綜藝	5.07
3	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	4.01
4	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	3.95
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	3.58
6	大陸尋奇三支兩傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.91
7	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.78
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	1.54
9	藏海傳2100	CTV	大陸劇	1.48
10	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.42

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.31
2	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.21
3	詹姆士出走料理好菇道	GTV-1	美食、旅遊節目	0.84
4	直25 26NBA總冠軍賽尼VS馬	VLSPT	籃球	0.76
5	直26F1世界一級方程式賽車	VLSPT	體育節目	0.73
6	超次元英雄卡邦無限	YOYO	日劇	0.54
7	直25 26NBA總冠軍賽馬VS尼	VLSPT	籃球	0.52
8	1700菜鳥老聞來上工	ONTV	美食、旅遊節目	0.51
9	57怪奇物語	EFNC	新聞性質節目	0.48
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.46

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.20
2	直25 26NBA總冠軍賽尼VS馬	VLSPT	籃球	0.97
3	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.92
4	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.72
5	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.69
6	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.65
7	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.61
8	阿榮與阿玉	SANLI	閩南語連續劇	0.58
9	直中職37年樂VS中	VLSPT	棒球	0.57
10	綜藝一級棒	CTiE	歌唱音樂	0.57

35-49歲

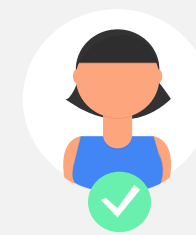
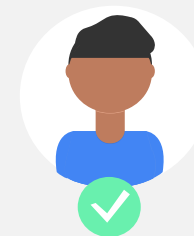
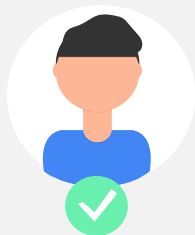
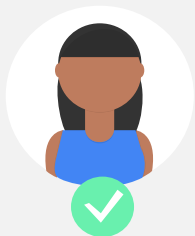
No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	1.53
2	直25 26NBA總冠軍賽尼VS馬	VLSPT	籃球	1.43
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	1.16
4	直中職37年樂VS中	VLSPT	棒球	0.87
5	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.73
6	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.60
7	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.58
8	直中職37年中VS味	VLSPT	棒球	0.57
9	直25 26NBA總冠軍賽馬VS尼	VLSPT	籃球	0.57
10	詹姆士出走料理好菇道	GTV-1	美食、旅遊節目	0.53

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.50
2	百味人生華菱冷氣	SANLI	閩南語連續劇	2.08
3	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	1.89
4	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.88
5	正午最前線	UBN	財經資訊分析	1.85
6	新台派上線	SETN	新聞性質節目	1.53
7	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.50
8	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.46
9	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.43
10	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	1.41

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	1.02	0.53	0.53	0.66	1.61
FTV/民視	0.44	0.16	0.13	0.29	0.73
TTV/台視	0.42	0.19	0.18	0.33	0.63
CTS/華視	0.19	0.06	0.13	0.16	0.28
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	0.54	0.18	0.26	0.41	0.85
ET-N/東森新聞	0.50	0.20	0.21	0.31	0.82
FTVN/民視新聞	0.39	0.08	0.10	0.15	0.72
SETN/三立新聞	0.37	0.07	0.13	0.20	0.67
ERA-N/年代新聞台	0.22	0.04	0.06	0.10	0.41
UBN/非凡新聞	0.21	0.07	0.07	0.10	0.37
NTVN/壹新聞	0.19	0.03	0.10	0.15	0.31
CTS-N/華視新聞資訊台	0.16	0.05	0.06	0.12	0.26
EFNC/東森財經新聞台	0.15	0.08	0.02	0.08	0.26
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.02	0.06	0.10
MNEWS/鏡新聞	0.02	0.00	0.02	0.01	0.04



類型節目收視率

戲劇類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	豆腐媽媽宏潤生技銀杏果黃	FTV	3.31
2	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	2.37
3	百味人生華菱冷氣	SANLI	1.52
4	藏海傳2100	CTV	0.92
5	戲說台灣	SANLI	0.92
6	寶島西米樂守護	TTV	0.84
7	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.77
8	2000藏海傳2000	CTV	0.74
9	飛龍在天TCL智慧空調	FTV	0.72
10	阿叔絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.63

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	話時代人物	SETN	1.16
2	非凡最前線	UBN	1.04
3	正午最前線	UBN	0.93
4	最前線新聞	UBN	0.92
5	最前線報告	UBN	0.92
6	最前線直擊	UBN	0.91
7	新台派上線	SETN	0.86
8	錢線百分百	UBN	0.86
9	台灣最前線	FTVN	0.83
10	驚爆新聞線2200	SETN	0.76

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合台塑石油APP	FTV	3.08
2	超級紅人榜	SANLI	2.70
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.47
4	阿鈣八合一強效綜藝一級棒	CTV	2.46
5	超級夜總會	SANLI	1.74
6	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	1.18
7	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.11
8	全民星攻略京都念慈菴	CTV	0.95
9	天才衝衝衝	CTS	0.79
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	0.74

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	1.25
2	直25 26NBA總冠軍賽尼VS馬	VLSPT	1.12
3	直中職37年樂VS中	VLSPT	0.68
4	型男大主廚	SL2	0.63
5	效年出發吧台塑石油APP	STV	0.59
6	詹姆士出走料理好菇道	GTV-1	0.58
7	直FIFA世界盃D組美國巴拉	ET-N	0.58
8	直中職37年中VS味	VLSPT	0.52
9	直25 26NBA總冠軍賽馬VS尼	VLSPT	0.51
10	2000花甲少年趣旅行	ETTV	0.38



06

藝人動態

Dorian Idols



中華職棒由中信兄弟迎戰味全龍，中信兄弟啦啦隊 Passion Sisters 以江南大叔騎馬舞為比賽開場。中信兄弟與味全分別派出德保拉、梅賽錫洋投對戰，兩洋投表現精彩，壓制住雙方打擊火力，仍以0:0持續激戰。

(圖 / 記者陳正興 / 攝影)



台灣職業籃球大聯盟公布2025-26賽季「TPBL年度啦啦隊」得主，由新北中信特攻專屬啦啦隊 Passion Sisters 憑藉整齊畫一的演出與完整舞台呈現，拿下本季年度啦啦隊。Passion Sisters 以90.45分排名第一，展現穩定且全面的舞台實力。(圖 / TPBL提供)



兄弟啦啦隊大巨蛋開場演出，中華職棒中信兄弟隊23日在台北大巨蛋擔綱主場交手味全龍隊，賽前由兄弟專屬啦啦隊 Passion Sisters 帶來開場演出，演繹韓國歌手江南大叔PSY多首歌曲。

(圖 / 中央社記者趙世勳攝)

Passion Sisters IDOLS



「你好，我的怪盜老闆」改編自韓國原作，在保留原作浪漫、奇幻與神祕氛圍的基礎上，全面進行華語在地化的改編。峇峇飾演何曼希的好閨蜜，角色是個對數字過目不忘的甜點達人，她笑說，早在開拍前就啟動烘焙特訓，自信能端出美味甜點。(圖 / 七十六號原子提供)



中信兄弟啦啦隊Passion Sisters成員「貴貴」日前受邀至中國文化大學新聞學系「體育新聞實務」課程演講。分享其從模特兒起步，跨足啦啦隊、攝影公司經營及餐飲品牌創辦的豐富「斜槓人生」。勉勵新聞學子當人生是張空白畫紙。(圖 / 文大新聞系提供)



中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」成員短今(胡馨儀)，29日分享一段逗趣經歷，收到詐騙集團私訊借錢，沒想到她隨口一句反擊，竟讓對方瞬間從「賊」變成了「粉絲」。這場戲劇性的互動公開後，迅速在網路上引發熱議。(圖 / 翻攝自短今IG)

Passion Sisters 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

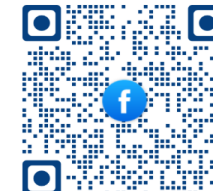
MediaResearch@mediadrive.biz

SOCIAL MEDIA

@mediadrive.com.tw

CALL US

02-2509-5557#120



 MEDIADRIVE 宏將廣告行銷策略部