



宏將週報

Vol.2633 08.10 ~ 08.16

Media Drive Bulletin

- 當台灣辦桌端上實境秀舞台，傳統文化也能成為吸睛又吸流量的內容題材...



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**

辦桌實境秀走向國際！實境秀掀破億流量

3

熱門話題 **Hot Topics**

08月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

5

收視調查 **Ratings**

2026/08/10-2026/08/16

2

網紅觀察站 **Influencer**

2026/08【戲劇類型】社群媒體帳號排行Top10

4

國際案例 **Case Share**

萵苣1萬顆23天賣光光！味之素IP行銷奏效

6

藝人動態 **Dorian Idols**

2026/07-2026/08



01

媒體放大鏡

Media News

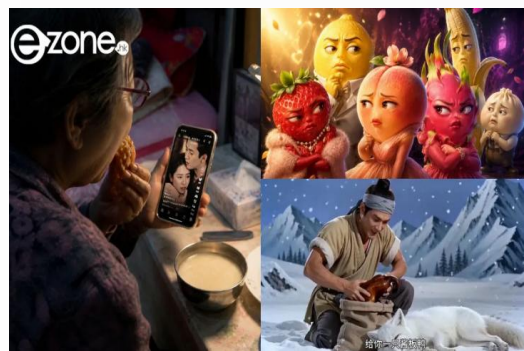


【[2026/08/14, 今周刊](#)】

辦桌實境秀走向國際！實境秀掀破億流量

一檔將台灣辦桌文化搬到世界地標的實境秀，如何成為老字號電視台轉型的最強武器？由三立電視、文策院、緯來電視與華視共同出品，麗群影視製作的《請世界吃桌》，不僅**首播收視開出紅盤**，更在**社群平台掀起驚人聲量**。

- **叫好也要叫座，高成本影視IP如何加值商業潛力** | 《請世界吃桌》之所以能在業界引發關注，關鍵在於其突破了傳統思維，展現出強韌的跨界商務模式。例如節目衍生的線下實體「辦桌」不僅席次秒殺，更跨出影視同溫層，吸引眾多企業與公部門主動尋求合作。這場從螢幕延伸至餐桌的熱潮，為台灣影視IP如何落地成為複合式行銷工具，提供了一次極具參考價值的實戰範例。
- **提早八個月開打的社群流量戰** | 節目不僅需要能扛起傳統電視收視率的主持人（如浩子），也需要能自帶網路社群流量的KOL（如千千）。更關鍵的是**社群超前部署**。在海外拍攝期間，行銷團隊便已預先規劃好數十支短影音的拍攝配額並且在社群發送。觀眾在節目開播前於Instagram或YouTube上看到爆紅的「紐約時報廣場預告」或「洗碗花絮」，都是在企劃初期就規劃好的社群素材。



【[2026/08/15, ezone](#)】

「低質 AI 影片」全球爆發！長輩明知虛構仍沉迷

AI 短劇正全面攻陷銀髮族生活圈。近期無論是網路上爆紅的「雪山救狐狸」、水果八點檔，還是專為銀髮族量身打造的AI 短劇，均吸納了龐大觀看量。近日亦有網民在社交平台上發文抱怨，指家中長輩已淪陷於AI 劇中，更坦言根本為甚麼不明白AI 短劇有甚麼魔力？

- **AI短劇抓住長輩的情緒需求** | 這類短劇常以「小人物翻身」、「豪門恩怨」、「婚姻背叛」與「家庭團圓」為題材，搭配密集衝突與劇情反轉，即使人物、配音仍有明顯AI 痕跡，仍能透過高強度情緒刺激吸引觀眾持續觀看。專家認為，**除了即時刺激，劇情中的親情、團圓等元素，也容易與長輩的生活經驗與情感需求產生連結**。
- **AI內容大量湧入，也帶來「腦腐」疑慮** | 隨著低成本AI 內容大量生產，短影音不只數量增加，也進一步搶占使用者注意力。專家提醒，長期習慣快速、密集且缺乏深度的內容刺激，可能縮短專注時間，影響處理複雜資訊與批判思考的能力。從媒體趨勢來看，**AI短影音的影響已不再只集中於年輕族群，而開始跨越世代，進入銀髮族的日常媒體使用情境**。

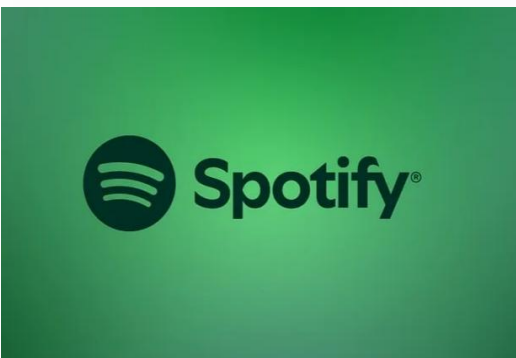


【[2026/08/05, 數位時代](#)】

AI讓行銷更簡單，為何做出成效反而更難？

一家連續十年營收 700 萬元的健身業者，如何在一年內將業績推升成長整整 5 倍？答案可能和多數人想的不一樣。這家健身品牌不是一開始就加碼投放廣告，而是先從調整組織架構與薪酬制度著手，透過明確分工改善團隊運作，進而建立「全員銷售」文化。

- **AI 讓行銷變簡單，為何行銷公司反而更難做出成效？** | 當 AI 逐步降低文案、素材與分析的執行成本，單純提供「做內容、下廣告、做報表」的服務，差異化將快速縮小。此時真正考驗的，反而是**行銷人的理解力和判斷力：能否看懂消費者真正需要什麼？**能否找出限制企業營收成長的關鍵環節？「先找問題、再選工具」的服務模式，在生成式 AI 工具普及後，也成為拉開行銷成效差距的關鍵。
- **AI 拆解營收黑洞，讓數據為企業成長導航** | 從檢視行銷活動成效、拆解顧客旅程中的問題節點，再延伸至年度營運規劃，AI讓企業不只知道「過去發生了什麼」，更能判斷「下一步該怎麼走」。除了素材吸引力與點擊率，也能持續追蹤到站、詢問、成交、新客占比與首購成本，找出真正影響營收的環節。



【[2026/08/11, udn科技玩家](#)】

動搖Podcast商業模式？Spotify測試一鍵跳過廣告按鈕

串流音訊服務業者Spotify上週悄悄調整其播放介面，為部分Premium付費訂閱用戶加入一個全新的「跳過」（Skip）按鈕。這個按鈕能讓聽眾極度精準且有效地跳過Podcast 節目中「沒人想聽」的片段，其中包含業配廣告、節目宣傳與串場冗言內容。

- **「一鍵跳過」引爆創作者怒火** | 許多Podcast高度仰賴主持人口播與自行銷售廣告獲利，一旦聽眾能直接略過，可能降低品牌曝光與廣告價值。Spotify則表示，目前功能仍處於早期測試，且僅開放部分Premium用戶，數據顯示跳過不感興趣的內容，反而可能延長Podcast整體收聽時間。
- **Spotify的盤算：安撫聽眾與建立「雙軌制」廣告帝國** | 官方宣稱，這個「跳過」按鈕，能讓聽眾在Podcast上停留的時間更長，進而提升收聽率。同時也強調這項功能目前僅部分Premium付費訂閱用戶能在App看見。從商業戰略的角度來看，這項功能凸顯Spotify正在推動的「雙軌制」。透過Spotify官方系統購買的廣告「無法被跳過」，而創作者自行拉來的業配與廣告將可被聽眾輕鬆略過。



【[2026/08/13, udn科技玩家](#)】

Facebook貼連結也要收費？Meta測試每月限2則

未來在Facebook上貼連結恐怕也要收費了。近日有網友在Threads上分享自己在Facebook上分享連結遭到限制，引起網友熱議。網友於Threads上發文，表示分享連結對於創作者而言，是實現導流、變現的重要方式，Meta限制貼文連結數量的做法讓他覺得自己從「在平台上創作」變成「在平台上『租攤位』」。

- **Facebook貼連結也可能成為付費功能** | Meta 要求商家和創作者訂閱 Meta One會員，否則每月在貼文或留言中加入連結的數量可能受到限制。免費用戶每月僅能發布2篇含連結內容，即使訂閱基本方案同樣維持2篇；進階版增至8篇、專家版20篇，頂級版則不限次數。
- **Meta官方怎麼說？** | Meta 表示，Meta One 訂閱方案目前仍處於測試階段，尚未開放所有地區，因此不同用戶看到的訂閱選項可能有所不同。官方也證實正在測試限制部分用戶於貼文中加入連結的功能，實際方案與適用範圍仍有待後續公布。

IG退流行了？他驚覺「越來越少打開」網曝背後關鍵

社群平台使用習慣悄悄改變，IG 是否也開始退流行了？一名網友分享，過去沒事時總會習慣打開IG滑動態，如今卻發現自己越來越常使用Threads，甚至開始懷疑IG是否正在步上Facebook後塵，逐漸成為「時代的眼淚」？貼文曝光後引發熱議。

貼文一出後，不少網友都表示「我還是喜歡滑IG，因為有時候脆根本就吵架專區」、「影片和字會各自有它的用戶，Threads只不過是把文字的愛用者搶回來而已」、「IG紀錄生活，都是真實認識的好朋友；Threads專門發瘋亂講話，追蹤都是不認識的，取向不同」、「Threads有個好處，發生重大大事的時候，第一消息都在Threads看到」。

事實上，現在市面上有許多不同的社群媒體，包括LINE、Threads、IG、FB，每個人習慣的使用方式也不同。一名網友發現，台灣人在聊天時似乎很愛在不同的社群媒體中切換，而且聊天的內容都不一樣。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」。



【[2026/08/11, udn科技玩家](#)】



【[2026/08/17, 科技報橘](#)】

365天解法，當球隊開始用AI經營球迷

比賽結束後，球場人潮散去，球迷回到日常生活，球隊若沒有其他接觸管道，原本累積的關注與消費動能也可能隨之下降。如何延長賽事之外的互動時間，讓球迷在沒有比賽的日子仍願意關注、消費與參與，正成為球團數位轉型的重要課題。

- **AI 與個人化預測，改變統一的大眾推播** | CYBERBIZ透過 AI 強化智慧客服，先輔助客服人員進行建議回覆，累積對話後走向自動化，未來更能**透過自然語言理解球迷需求，主動推薦商品，省去球迷在海量商品中搜尋的成本**。金州勇士隊則已將個人化推播落實在 App 體驗中。如果系統掌握某位球迷特別喜愛特定球星，App 介面便會依據其偏好調整呈現內容。
- **重塑實體場域，從「看比賽的球場」到「主題娛樂生態圈」** | 隨著未來導入人臉辨識與 IoT 影像辨識技術，當會員踏入球場時，系統便能提供**客製化引導**。例如帶小孩的家庭會收到吉祥物劇場或正在進行的餐飲優惠推播，**讓實體場域體驗更加個人化**。當官方商城、App、會員資料、AI與實體場域彼此連結，球隊便能把一場比賽延伸成全年持續發生的會員關係。

台灣人氣最高啦啦隊員TOP10

隨著中華職棒 2026 上半季賽事熱血告一段落，場邊最具話題性與感染力的「啦啦隊女神」人氣爭霸戰也正式劃下句點！投票平台 votersnet 近日公布「2026 中華職棒全體啦啦隊人氣排行榜」上半季最終票選結果。其中前三名依序為李珠珉、李多慧、邊荷律。

- **TOP1：李珠珉** | 擁有白皙精緻的洋娃娃五官與高冷氣質，被網友封為「美到像AI的啦啦隊女神」。她因在場上跳起節奏洗腦的「三振舞」而在台韓兩地迅速爆紅，更憑藉**反差的呆萌個性與親切互動**擷獲大批台灣球迷的心。
- **TOP2：李多慧** | 爆發力舞技與極具渲染力的陽光笑容，在全台迅速引爆現象級狂潮。她在**場邊親和力十足的互動**與賽場精彩應援，多次成為鏡頭焦點並帶動球迷在社群上自發擴散，討論熱度居高不下。更成功**跨界廣告代言與電視主持**。
- **TOP3：邊荷律** | 擁有一雙會說話的大眼睛與彷彿會呼吸的軟萌雙頰，她將韓國啦啦隊隊長等級的**紮實舞功**帶進台灣，配合**天然呆的反應、極具渲染力的笑容與豐富的表情包**，迅速融化了無數象迷的心，憑藉可愛呆萌的獨特個性深受廣大球迷喜愛。

2026 中華職棒全體啦啦隊人氣排行榜

排名	應援女神
1	李珠珉
2	李多慧
3	邊荷律
4	李雅英
5	崧崧

【[2026/08/11, 新新聞](#)】



02

網紅觀察站 Influencer

8月【戲劇類型】社群媒體帳號排行Top10

Instagram 口碑數量 TOP10

1	Dee	5,341,984
	許軒	5,089,672
2	오디오디	2,886,637
	Benz Hui 許紹雄	2,867,508
3	李多慧	1,828,200
	聖結石Saint	1,672,334
4	樓下的史蓋	1,581,914
	景遇	404,731
5	春風	970,162
	妙 Meow	951,020

Facebook 口碑數量 TOP10

1	小S 徐熙娣	3,688,001
	陳漢典	1,662,259
2	賈永婕的跑跳人生	1,324,071
	李多慧 LeeDahye	1,280,160
3	曲家瑞	1,185,714
	曾莞婷	984,143
4	盧俊陞直播粉絲團	902,071
	劉品言 Esther LIU	838,989
5	A-Lin 920	784,424
	藍葦華	765,363

Youtube 口碑數量 TOP10

1	老高與小茉 Mr & Mrs Gao	3,339,731
	MarvelTW	1,930,204
2	中華電信	1,925,565
	木星人MuSingxer	1,221,866
3	A-Lin官方專屬頻道	1,082,716
	鼻妹Bimay	1,080,723
4	有特色的帥哥	770,859
	Lulu黃路梓茵	611,884
5	驚奇玩起來	594,884
	又離題了	588,052



03

熱門話題

Hot Topics

 #hashtag排行榜

排名	Hashtag
1	#搞笑
2	#fyp
3	#日常
4	#台灣美食
5	#台中美食
6	#reels
7	#taiwan
8	#ootd
9	#高雄
10	#台中

08月 #hashtag 互動最高內容TOP 10

1

#搞笑

[王惟漢Kevin](#)

平均互動數 27.8萬

平均互動率 58.5%

2

#fyp

[過癮萬事屋](#)

平均互動數 11.2萬

平均互動率 60.4%

3

#日常

[陳思帆](#)

平均互動數 8.6萬

平均互動率 388%

4

#台灣美食

[阿齊](#)

平均互動數 5.4萬

平均互動率 28%

5

#台中美食

[源仔生活旅遊札記](#)

平均互動數 5.4萬

平均互動率 32.9%

6

#reels

[阿丹](#)

平均互動數 13萬

平均互動率 129%

7

#taiwan

[Weelian 吳羿璉](#)

平均互動數 5.1萬

平均互動率 64%

8

#ootd

[Suzy 秀智](#)

平均互動數 3.5萬

平均互動率 45.1%

9

#高雄

[阿冠熊愛吃](#)

平均互動數 4.8萬

平均互動率 49.7%

10

#台中

[凱](#)

平均互動數 2萬

平均互動率 8.79%





04

國際案例

Case Share

萵苣1萬顆23天賣光光！味之素IP行銷奏效

每到夏季，日本不少家庭因高溫保存不易，加上料理方式較為單一，容易發生萵苣吃不完而遭丟棄的情況。為提升消費者購買與烹調意願，日本味之素宣布與JA全農長野合作，推出限量1萬顆的「藤原龍也買ってくレタス（買顆萵苣吧）」企畫，將演員藤原龍也的臉印製在包覆整顆萵苣的透明薄膜上，搭配食譜推廣，鼓勵消費者利用Cook Do®蠔油料理萵苣，擴大調味料使用情境，同時減少夏季萵苣浪費。

- 從沙拉走向熱炒 味之素希望改變萵苣料理方式** | 公司調查264名20～50多歲、每週至少下廚3次且有7～18歲子女的消費者後發現，**65.6%受訪者曾因吃不完而丟棄萵苣**，78.4%主要將萵苣作為沙拉等生食料理，**許多人表示不知道除了生吃之外還有哪些料理方式**。因此，味之素選擇結合JA全農長野，**希望透過話題包裝提高萵苣購買與食用意願**，同時讓消費者認識適合以蠔油快炒、拌炒等方式料理萵苣，**延伸食用情境**。讓品牌行銷、農產品銷售與食物浪費議題形成跨產業合作。
- 「買ってくレタス」雙關語，讓萵苣變成藤原龍也的頭髮** | 原本日文「買ってくれます（會買下來嗎）」中的「くれます」，刻意改寫為「くレタス」，將「レタス（萵苣）」融入句尾，因此可理解為「買顆萵苣吧」的趣味雙關。綠色葉片便成為藤原龍也濃密的頭髮，形成**極具辨識度的視覺效果**，也**吸引不少日本網友分享**。
- 從保存報紙到商品包裝 2023年創意再進化** | 2026年的企畫則將這項創意從廣告延伸至零售現場，直接應用於超市販售的萵苣包裝，**不僅創造話題，也將品牌溝通、產品銷售與食物浪費議題整合為一次完整的行銷活動**。相較於傳統促銷，味之素此次透過明星IP、趣味包裝、料理食譜及數位導流，重新設計消費者的料理情境，讓推廣蠔油、提升萵苣消費與減少食物浪費形成相互連結，也展現日本食品企業近年逐漸從「賣產品」轉向「經營飲食情境」的行銷策略。





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PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	3.13
2	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	3.01
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	2.57
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	2.02
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.72
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.20
7	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.16
8	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.13
9	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	1.02
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.01
11	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	國語連續劇	0.89
12	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	0.87
13	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.86
14	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.81
15	全民星攻略京都念慈菴	CTV	競賽綜藝	0.71
16	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.69
17	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	國語連續劇	0.68
18	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	閩南語連續劇	0.67
19	嗨營業中JIMNY	TTV	資訊綜藝	0.66
20	1300豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	0.58

有線台/全體

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	2.38
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.95
3	百味人生飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.86
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	1.48
5	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.45
6	非凡最前線	UBN	財經資訊分析	0.97
7	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.89
8	戲說台灣	SANLI	閩南語連續劇	0.87
9	台灣ON AIR	SETN	新聞性質節目	0.84
10	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	0.83
11	最前線新聞	UBN	財經資訊分析	0.82
12	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	0.82
13	戲說台灣假日完整版	SANLI	閩南語連續劇	0.82
14	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	0.80
15	最前線報告	UBN	財經資訊分析	0.80
16	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	0.79
17	正午最前線	UBN	財經資訊分析	0.78
18	最前線直擊	UBN	財經資訊分析	0.77
19	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.67
20	挑戰新聞	FTVN	新聞性質節目	0.67

無線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	1.27
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.17
3	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.12
4	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.88
5	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	0.84
6	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	0.79
7	1830蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.74
8	1800蠟筆小新	TTV	卡通影片	0.72
9	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.66
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.63

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	1.72
2	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.61
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.45
4	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	1.43
5	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.27
6	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.25
7	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.03
8	天才衝衝衝	CTS	競賽綜藝	1.01
9	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	0.88
10	福爾血糖機綜藝玩很大	CTV	娛樂綜藝	0.86

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	1.49
2	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	1.41
3	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	1.35
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	1.05
5	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	國語連續劇	1.01
6	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	1.00
7	寶島西米樂守護	TTV	閩南語連續劇	0.92
8	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	競賽綜藝	0.86
9	烏龍派出所	CTS	卡通影片	0.85
10	新名偵探柯南	CTS	卡通影片	0.77

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	豆腐媽媽PP石墨烯	FTV	閩南語連續劇	5.21
2	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	娛樂綜藝	4.86
3	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	娛樂綜藝	4.08
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	歌唱音樂	3.47
5	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	閩南語連續劇	2.53
6	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	娛樂綜藝	1.83
7	週末最強大萬士益冷氣	CTS	娛樂綜藝	1.71
8	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	美食、旅遊節目	1.46
9	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	國語連續劇	1.45
10	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	資訊綜藝	1.40

有線TOP10

15-24歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.16
2	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	0.83
3	海峽拼經濟	ET-N	新聞性質節目	0.71
4	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.63
5	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.59
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	美食、旅遊節目	0.59
7	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.54
8	雞不可失	ET-M	外片	0.53
9	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.52
10	夜校女生	ET-M	國片	0.46

35-49歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.28
2	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	0.97
3	直中職37年中VS富	VLSPT	棒球	0.88
4	直中職37年台VS中	VLSPT	棒球	0.82
5	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	0.77
6	重案組	EFNC	新聞性質節目	0.75
7	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.74
8	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.66
9	重返時間線	EFNC	新聞性質節目	0.59
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.55

25-34歲

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	百味人生飲后	SANLI	閩南語連續劇	1.34
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	1.24
3	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	0.99
4	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	0.87
5	型男大主廚	SL2	美食、旅遊節目	0.76
6	台灣大代誌	EFNC	新聞性質節目	0.65
7	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	0.63
8	直中職37年台VS中	VLSPT	棒球	0.60
9	直中職37年中VS富	VLSPT	棒球	0.52
10	話時代人物	SETN	新聞性質節目	0.51

50歲以上

No.	Program Name	Chan.	Type	TVR
1	超級紅人榜	SANLI	競賽綜藝	4.46
2	超級夜總會	SANLI	娛樂綜藝	3.37
3	百味人生飲后	SANLI	閩南語連續劇	2.77
4	台灣演義	FTVN	新聞性質節目	2.66
5	針線緣飲后	SANLI	閩南語連續劇	2.13
6	驚爆新聞線2200	SETN	新聞性質節目	1.61
7	台灣最前線	FTVN	新聞性質節目	1.56
8	話時代人物	SETN	新聞性質節目	1.44
9	驚爆新聞線2100	SETN	新聞性質節目	1.39
10	錢線百分百	UBN	財經資訊分析	1.36

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	0.94	0.45	0.42	0.63	1.51
FTV/民視	0.41	0.14	0.15	0.22	0.70
TTV/台視	0.34	0.20	0.21	0.24	0.50
CTS/華視	0.20	0.07	0.23	0.12	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	0.54	0.21	0.22	0.40	0.84
ET-N/東森新聞	0.46	0.20	0.21	0.27	0.75
SETN/三立新聞	0.39	0.07	0.10	0.24	0.68
FTVN/民視新聞	0.34	0.04	0.08	0.13	0.66
ERA-N/年代新聞台	0.23	0.04	0.06	0.11	0.42
UBN/非凡新聞	0.19	0.05	0.06	0.11	0.33
NTVN/壹新聞	0.18	0.04	0.09	0.14	0.29
CTS-N/華視新聞資訊台	0.15	0.02	0.05	0.11	0.25
EFNC/東森財經新聞台	0.12	0.03	0.01	0.08	0.21
SET-F/三立財經台	0.07	0.01	0.03	0.03	0.12
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PP石墨烯	FTV	3.13
2	百味人生飲后	SANLI	1.86
3	阿松與阿暖起動生物科技龜	FTV	1.72
4	針線緣飲后	SANLI	1.45
5	寶島西米樂守護	TTV	1.02
6	神之鄉絲瓜露愛妮雅化妝品	FTV	0.89
7	戲說台灣	SANLI	0.87
8	戲說台灣假日完整版	SANLI	0.82
9	你好我是誰TCLAI變頻空調	FTV	0.68
10	飛龍在天TCLAI變頻空調	FTV	0.67

新聞類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	台灣演義	FTVN	1.48
2	非凡最前線	UBN	0.97
3	話時代人物	SETN	0.89
4	台灣ON AIR	SETN	0.84
5	台灣最前線	FTVN	0.83
6	最前線新聞	UBN	0.82
7	驚爆新聞線2200	SETN	0.82
8	錢線百分百	UBN	0.80
9	最前線報告	UBN	0.80
10	驚爆新聞線2100	SETN	0.79

綜藝類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	綜藝大集合布諾坊極凍鮮莓	FTV	3.01
2	超級冰冰SHOW安美諾美白修	FTV	2.57
3	超級紅人榜	SANLI	2.38
4	宜蘭赫蒂法莊園綜藝一級棒	CTV	2.02
5	超級夜總會	SANLI	1.95
6	週末最強大萬士益冷氣	CTS	1.20
7	飢餓遊戲絲瓜露愛妮雅化妝	CTV	1.16
8	豬哥亮經典秀第一名店	FTV	1.13
9	請世界吃桌絲瓜露愛妮雅化	CTS	1.01
10	天才衝衝衝	CTS	0.86

其他類/全體

No.	Program Name	Chan.	TVR
1	大陸尋奇三支雨傘標英才文	CTV	0.87
2	型男大主廚	SL2	0.65
3	直中職37年中VS富	VLSPT	0.64
4	直中職37年台VS中	VLSPT	0.62
5	忍一下才有口福限量排隊美	VLJP	0.44
6	詹姆士出走料理台塑石油AP	GTV-1	0.43
7	花甲少年趣旅行莊廣和堂轉	ETTV	0.38
8	花甲少年趣旅行	TTV	0.37
9	效年出發吧	STV	0.37
10	直26MLB釀VS道	VLSPT	0.35



06

藝人動態

Dorian Idols



中國信託銀行持續推動年輕世代理財教育，今年再度攜手多家基金公司，共同舉辦「2026財富全壘打」系列活動，活動邀請人氣啦啦隊 Passion Sisters 化身應援大使，以專屬金句詮釋定期定額的理財精神，透過線上互動票選。

(圖 / cmoney提供)



中信兄弟隊於25、26日在台中洲際棒球場迎戰統一獅隊，賽前特別企劃「BROS STREET RUNWAY」，由 Passion Sisters 女孩、飛行嘉賓李丹妃共同演繹AAPE×兄弟聯名系列服飾，展現街頭潮流與棒球文化交織的全新樣貌。

(圖 / 中信兄弟隊提供)



全台第一大健身連鎖品牌World Gym世界健身俱樂部年度盛事。活動由陽光型男terry江振愷主持，邀請啦啦隊女孩JJUBI 朴善珠和穎樂，擔任客座評審，兩位女孩都是首次擔任健身賽事評審，與健美協會國家級裁判林竑勝，選出健身實力派。

Passion Sisters
IDOLS



啦啦隊女神冼迪琦7日擔任中場表演嘉賓，獻唱其最新歌曲《最耀眼的你》，「小迪」坦言能夠在啟德主場館表演是其里程碑之一，而球迷的歡呼聲令她能夠更自在地表演。「小迪」於賽前一日在草地邊綵排，直到晚上才正式踩入中圈表演。(圖 / 翻攝自小迪IG)



台灣新生代啦啦隊女孩成員的夏蕾。以穩定的舞蹈實力與自然不造作的魅力，逐漸在球場與社群之間建立屬於自己的風格，推出首本個人寫真書《心動蕾達：夏蕾寫真》。以最真實、最貼近自己的模樣，完整留下此刻的人生樣貌。(圖 / 時報出版提供)



迎接盛夏暑假，台北迎來三大超人氣快閃店！帶動全球 Y2K 復古風潮的日本經典療癒玩偶 Monchhichi 歡慶 50 週年，首度登台舉辦快閃店，不僅開賣「台灣獨家限定 77 號棒球款」，更邀請人氣應援女神崑崙擔任一日店長。(圖 / 創新聞提供)

Passion Sisters
IDOLS

邊荷律



中視招牌綜藝《飢餓遊戲》15日赴苗栗後龍外景，宣布2位新血邊荷律、林莎加入主持群，邊荷律有別於球場的從容，談吐格外緊張，私下就很愛吃的她被王仁甫笑虧「被騙來的」，她則透露事前做足準備，為了口腹之慾會更賣力玩遊戲，贏得獎勵。(圖 / 中視提供)



中信兄弟啦啦隊「Passion Sisters」韓籍成員邊荷律，日前她經歷父親驟逝的變故，引起許多球迷關心，30日她在Threads發文，透露父親生前珍藏的一筆錢，溫馨故事曝光後，引發大批網友熱議。感性喊：這輩子都會待在我身邊。(圖 / 翻攝自邊荷律IG)



韓籍啦啦隊女神邊荷律，近期與台灣知名豬腳品牌五燈獎展開限定合作，推出專屬收藏小卡活動。不只到店用餐可以收藏，就連透過momo賞星鮮購買五燈獎人氣調理包，也能獲得限量邊荷律小卡，讓美食與偶像魅力一次滿足。(圖 / 賞星鮮提供)

IDOLS



7月14日，是源於韓國的「銀色情人節」，而擁有「仁川女神」之稱，中信啦啦隊 Passion Sisters 一員的女神 金渡兒，也選在這個充滿浪漫意義的日子，將準備已久的心意正式送給粉絲，宣布推出個人首本實體影像紀實書籍《想與你一起渡過》。(圖 / 尖端出版提供)



中信兄弟啦啦隊 Passion Sisters 韓籍人氣「仁川女神」金渡兒以性感甜美兼具的「好媳婦」形象，在性感與可愛風格之間自由切換。深受台韓兩地粉絲喜愛，不僅透露一路以來異鄉打拚的想法，更分享首度登上大巨蛋與剛得知父親罹癌的心情。(圖 / 譚兆青攝)



來自韓國仁川的金渡兒，自2018年展開啦啦隊生涯後，活躍於排球、足球、棒球及籃球等不同運動領域，憑藉甜美外型、火辣身材與充滿感染力的應援魅力，在台韓兩地累積高人氣。首度跨足出版個人影像作品，希望透過鏡頭留下現階段最真實的自己。(圖 / 尖端提供)

金渡兒

IDOLS

衣宸



職棒中信兄弟啦啦隊 Passion Sisters 新生代成員「衣宸」，曾在 18 歲時獲得伊林璀璨之星「花漾少男少女組」亞軍，現年 24 歲的她一出場就擄獲球場觀眾們的目光，清純秀氣的外型捎來戀愛氣息，被媒體譽為「新一代初戀女神」。(圖 / 翻攝自衣宸IG)



中信兄弟啦啦隊PS新生代女神衣宸憑著清純容貌、文靜氣質快速圈粉，今年夏季難得曬出泳裝辣照秀出窈窕身材，暑假更將重返高雄老家舉辦見面會，與粉絲近距離同樂。衣宸挺過北漂低潮躍升人氣新星，高雄見面會 8/8 登場！(圖 / 翻攝自衣宸IG)



盛夏 7 月初，啦啦隊女神「衣宸」參與中信兄弟啦啦隊 Passion Sisters 夏日企劃，她以台灣經典藍白拖搭配濕身細肩帶泳裝，盡顯窈窕曲線。到了涼水季「衣宸」辣曬小蠻腰，難得小露性感，搭配俏麗馬尾令人眼睛一亮，再度擄獲全網焦點。(圖 / 翻攝自衣宸IG)

IDOLS

短今

IDOLS



東森全新實境節目《人生無限好公司》於8月2日起，每週日晚間8時正式開播，由沈玉琳領軍，攜手潘若迪、馬力歐組成「熱血大叔」團隊，再加入短今、艾融擔任特助，一同踏上完成人生清單的旅程，把「以後再說」化為「現在就做」。(圖 / 東森綜合台提供)



EASY SHOP今年攜手品牌好友短今展開「全台熱情巡迴寵粉見面會」，迎接盛夏高溫，短今最推薦EASY SHOP「小微風」系列，以全新「會呼吸的檸檬小風扇罩杯」打造輕盈透氣的穿著體驗，即使長時間穿著也能保持乾爽舒適。(圖 / 台灣民眾電子報提供)



短今最近在節目《人生無限好公司》有感而發地說，前陣子面對雙親接連受傷的突發狀況後，讓向來孝順的她相當心疼之外，也因此對人生有了全新體悟。感性地說，之前總想著等到賺夠錢，「以後帶他們出去玩。」(圖 / @ceo.of.my.life.inc IG)

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