



創市際雙週刊 第二四九期

發刊日：2024年07月15日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – H1 2024 小結：各社群 Top 5 互動 / 觀看貼文

IX Survey 市調解析

12 市調解析 – 社群服務篇

ARO / MMX 觀察

H1 2024 小結：各社群 Top 5 互動 / 觀看貼文

前言

創市際透過 Comscore Social by Shareablee 的 Content Pulse 報告，觀察 2024 年上半年* 各社群平台上的互動數 (Facebook, Instagram, X) 或影音觀看數 (YouTube, TikTok) 前五高的貼文。

透過 Content Pulse 中的觀察您可了解：

1. 各社群貼文的基礎表現，包含互動 (Total Actions – 由 Like/Reaction, Comment, Share/Repost 組成) 以及觀看數
2. 品牌是否在 Facebook 或 Instagram 上有做貼文推廣 (Promoted) 或牽手貼文 (Sponsored)
3. 透過貼文發布日期，了解品牌可以聚集群眾的效果
4. 得知哪些特定貼文類型容易或取社群網友眼球
5. 透過觀看數與互動數了解貼文是否用來作為廣告影片使用



H1 2024 Facebook 互動數 Top 5 貼文

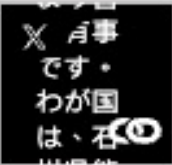
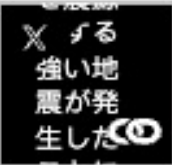
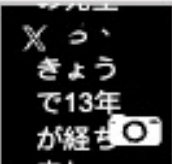
Brand	貼文連結	總互動數	追蹤數	讚/回應	留言	分享	貼文發布時間	貼文推廣	品牌類別名稱
 SETN (TW) 三立新聞網	Link	518,578	2,396,299	485,995	4,728	27,855	2024-02-16 11:30:23		TW** Media & Entertainment – TV Networks
 Tsai Ing-wen (TW) 蔡英...	Link	264,129	3,181,606	235,016	22,344	6,769	2024-05-19 20:30:14	Yes	TW - Influencers - Politicians
 Lai Chin-Te (TW) 賴清德	Link	223,736	942,078	202,143	11,083	10,510	2024-01-02 21:00:58	Yes	TW - Influencers - Politicians
 Tsai Ing-wen (TW) 蔡英...	Link	202,303	3,181,606	194,417	5,983	1,903	2024-06-02 15:59:53	Yes	TW - Influencers - Politicians
 Tsai Ing-wen (TW) 蔡英...	Link	163,727	3,181,606	157,367	5,167	1,193	2024-05-27 18:30:05	Yes	TW - Influencers - Politicians

資料來源：Comscore Social by Shareablee, Content Pulse, H1 2024

觀察 2024 上半年監測的台灣社群帳號，Facebook 互動最高的貼文來自「SETN (TW) 三立新聞網」，有超過 1,340 萬次影音瀏覽，也有逾 51 萬次的互動。其餘四則互動數最高的 FB 貼文來自前總統蔡英文與現任總統賴清德，小英總統的三篇貼文分別在卸任前一天與卸任後發布，賴總統的影音貼文發布時間在 1 月初，可知為競選影片之一。從上方資料中也可以看到，這四則貼文都進行了貼文推廣 (Promoted)，但也都收到了相當良好的成效。



H1 2024 X 互動數 Top 5 貼文

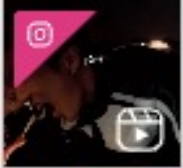
Brand	Post	貼文連結	總互動數	追蹤數	打心	留言	轉發	貼文類型	貼文發布時間	品牌類別名稱
 Tsai Ing-wen (TW) 蔡英...		Link	201,141	2,432,420	166,893	4,193	34,248	link	2024-01-05 12:05:15	TW - Influencers - Politicians
 Tsai Ing-wen (TW) 蔡英...		Link	141,851	2,432,420	117,827	2,652	24,024	link	2024-01-01 18:09:48	TW - Influencers - Politicians
 Tsai Ing-wen (TW) 蔡英...		Link	81,799	2,432,420	68,860	1,008	12,939	photo	2024-03-11 13:46:01	TW - Influencers - Politicians
 Neneko (TW) 肉肉-Nenek...		Link	60,867	185,209	53,714	156	7,153	video	2024-06-15 21:25:26	TW - Influencers - Entertainers
 Neneko (TW) 肉肉-Nenek...		Link	59,602	185,209	55,728	112	3,874	photo	2024-06-29 21:37:59	TW - Influencers - Entertainers

資料來源：Comscore Social by Shareablee, Content Pulse, H1 2024

X 在台灣相對於 FB、IG 而言是相對較少網友使用的社群平台，但在歐美日等地是相當主流的消息來源，因此近年在台灣也有許多政治人物、新聞媒體與內容創作者在 X 上發聲。2024 上半年在 X 上互動數最高的五則貼文來自於蔡英文前總統以及知名 coser ネネコ。小英總統的三則 X 貼文都是面對日本網友、以日文撰寫的內容，因此受到廣大日本群眾的轉發；ネネコの兩則貼文則是 coser 相關內容，在貼文下可看到中文、英文、韓文、日文的回應，顯示在社群上的廣大未知可能。



H1 2024 Instagram 互動數 Top 5 貼文

Brand	Post	貼文連結	總互動數	追蹤數	讚	留言	貼文類型	貼文發布時間	品牌類別名稱
 Ariel Tsai (TW) 蔡佩軒		Link	602,876	290,034	602,298	578	reel	2024-02-14 14:50:01	TW - Influencers - Music
 Jay Chou (TW) 周杰倫		Link	387,212	9,118,963	383,238	3,974	carousel	2024-05-11 23:38:42	TW - Influencers - Music
 SHOU (TW) 婁峻碩		Link	379,811	784,084	377,775	2,036	reel	2024-01-01 18:02:43	TW - Influencers - Music
 DE JuN (TW)		Link	365,026	223,622	364,201	825	reel	2024-06-24 20:12:30	TW - Influencers - Tech and Gaming
 Gourmet food & touri...		Link	343,667	1,296,261	342,748	919	reel	2024-05-17 18:42:07	TW - influencers - Travel

資料來源：Comscore Social by Shareablee, Content Pulse, H1 2024

Instagram 上的高互動貼文，以能得到大量互動的 Reels 為主，透過短影音迅速傳遞訊息是現階段的網友更容易消化的形式。互動數 Top 5 的貼文中有四則屬於 Reels，唯獨「Jay Chou (TW) 周杰倫」以廣大的粉絲基礎，儘管貼文是相片圖輯的形式仍可以收穫非常高的互動。而 Top 5 貼文中唯一一個不是以個人網路影響者 (Influencer) 形式呈現的是「Gourmet food & tourism (TW) 食飽去旅行」，反映出台灣人愛吃美食、喜歡看美食的特性。



H1 2024 YouTube 影音觀看數 Top 5 貼文

Brand	Post	影片連結	總觀看數	訂閱數	留言	讚	貼文發布時間	品牌類別名稱
 Mentholatum (TW) 曼秀雷敦		Link	26,085,872	2,080	0	2	2024-02-06 18:39:47	TW*** Consumer Goods - Health & Beauty – Bath, Body, Skin & Beauty
 SET Showbiz (TW) 完全娛樂		Link	15,684,118	3,120,000	576	42,577	2024-02-03 19:10:56	TW** Media & Entertainment - TV Shows
 SHOPEE (TW) 蝦皮購物		Link	11,245,553	84,400	12	192	2024-04-19 12:00:35	TW** Retail - Online Retail
 ONE BOY HOME (TW)		Link	10,091,179	11,200	1	50	2024-04-02 10:00:01	TW**** Retail - Apparel & Accessories - Apparel - Mass
 Namewee (TW) 黃明志		Link	9,932,147	3,620,000	24,282	241,196	2024-01-26 19:40:19	TW - Influencers - Music

資料來源：Comscore Social by Shareablee, Content Pulse, H1 2024

總觀看數最高的單支 YouTube 影片來自於「Mentholatum (TW) 曼秀雷敦」，但從其互動數來看可得知影片應該是上傳作為廣告使用，第四高的「ONE BOY HOME (TW)」涼感衣影片也同樣是作為廣告使用的素材影片。較特別的「Namewee (TW) 黃明志」在一月底上傳的賀年歌曲影片，濃濃中國風的歌曲與影片但卻充滿諷刺意味，這種衝撞與話題性，也是長期以來黃明志在其作品中想要表達的立場。



H1 2024 TikTok 影音觀看數 Top 5 貼文

Brand	Post	貼文連結	總觀看數	總互動數	讚	留言	轉發	貼文發布時間	品牌類別名稱
		Link	5,100,000	298,328	5,830	287,300	5,198	2024-04-30 14:44:10	TW - Influencers - Beauty & Style
		Link	4,800,000	1,617	6	1,575	36	2024-01-27 12:00:00	TW** Retail - Pharmacies & Convenience Stores
		Link	4,600,000	9,971	166	8,403	1,402	2024-06-18 18:22:30	TW - Influencers - General
		Link	4,600,000	4,012	15	3,959	38	2024-01-13 01:16:17	TW - influencers - General Lifestyle
		Link	4,400,000	548,139	4,639	512,800	30,700	2024-06-10 16:29:31	TW - Influencers - Entertainers

資料來源：Comscore Social by Shareablee, Content Pulse, H1 2024

2024 上半年最高觀看數最高的五支 TikTok 影片分別來自於「Blueningwin (TW) 藍甯熊」、「FamilyMart (TW) 全家便利商店」、「77boss (TW) 77老大」、「nuriamaa (TW) 努力」、「Neneko (TW) 肉肉-Neneko」，TikTok 的平台特性與其獨特的演算法，能迅速讓新一代社群網友沈迷在其中。

Ranking	 Total Actions	 Total Actions	 Total Actions	 Views	 Video Views
#1	王定宇 700 萬	蔡英文 96.6 萬	蔡英文 430 萬	黃國昌 2,700 萬	羅智強 2,060 萬
#2	賴清德 510 萬	賴清德 61.8 萬	蕭美琴 95.4 萬	苗博雅 1,300 萬	謝龍介 570 萬
#3	羅智強 400 萬	洪申翰 42.2 萬	黃國昌 82.1 萬	謝龍介 770 萬	徐巧芯 240 萬
#4	蔡英文 390 萬	沈伯洋 21.5 萬	黃捷 66.1 萬	羅智強 760 萬	張嘉郡 150 萬
#5	陳其邁 300 萬	沈慧虹 8.7 萬	陳其邁 64.8 萬	徐巧芯 330 萬	侯漢廷 140 萬

資料來源：Comscore Social by Shareablee, PowerRankings, TW – Influencers - Politicians H1 2024

最後，我們同樣觀察 2024 上半年，政治人物在各平台的貼文綜合表現，目前系統中監測約 182 位台灣政治人物社群帳號。請特別留意，若 Facebook 粉絲頁與 Instagram 非屬商業帳號，依平台限制 Comscore 無法取得其數據。

關於 Comscore Social by Shareablee

創立於 2013 年，現今 Shareablee 已成為社群用戶情報、社群媒體產業基準值，與可應用社群數據方面的領先權威。其在全球超過 55 個市場，採用一致性的社群數據監控了超過 100 萬家企業帳號以及超過 900 萬名網路意見領袖資料，時至今日，Shareablee 已是全球最大型的跨裝置社群數據提供者，並廣為品牌與代理商所愛用。Shareablee 於 2021 年底加入 Comscore，並於 2022 年在全球推出結合 Comscore MMX Multi-Platform 數據與 Shareablee 社群資料的 Comscore Total Digital。

Methodology

Shareablee 透過 Partner API，每日從 Facebook、Instagram、YouTube、X (前 Twitter)、Twitch、TikTok，直接取得社群媒體上的用戶參與數據（包含按讚、留言、分享、轉推等）。資料搜集範圍涵蓋全球超過 55 個市場，每日分析超過 1,500 萬資料，產出 300 個產業類別數據，協助廣告主與代理商更透析認識社群用戶。

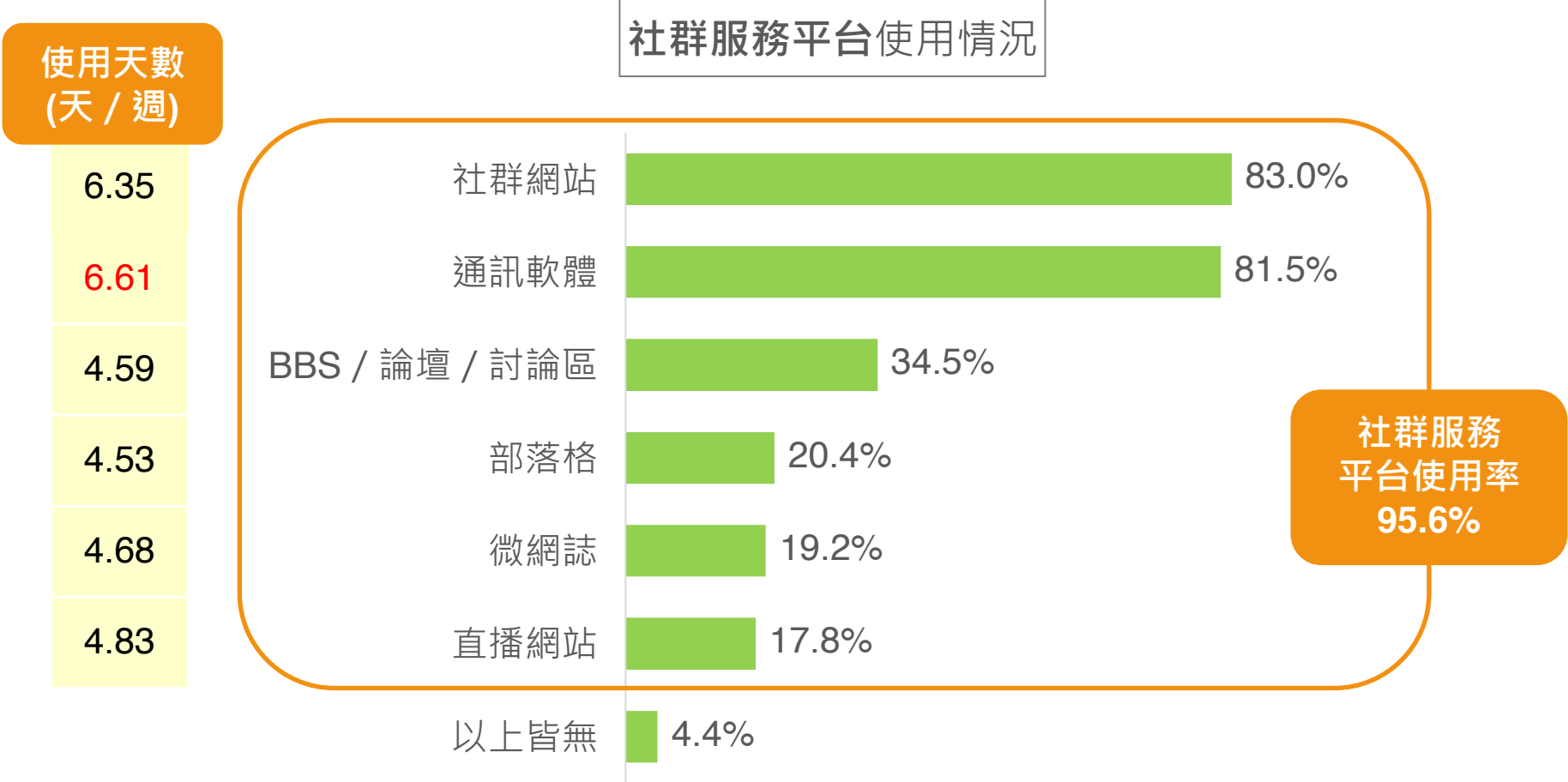
IX 市調解析

社群服務篇

社群服務篇

數位時代，人們透過社群服務平台記錄自己的生活、分享日常的點滴、進行各種人際互動與溝通，為了解民眾使用各社群服務的行為與習慣，創市際於 2024 年 6 月 19 日至 27 日，針對 15-64 歲 的網友進行「社群服務篇」的調查，總計回收了 1,403 份問卷。

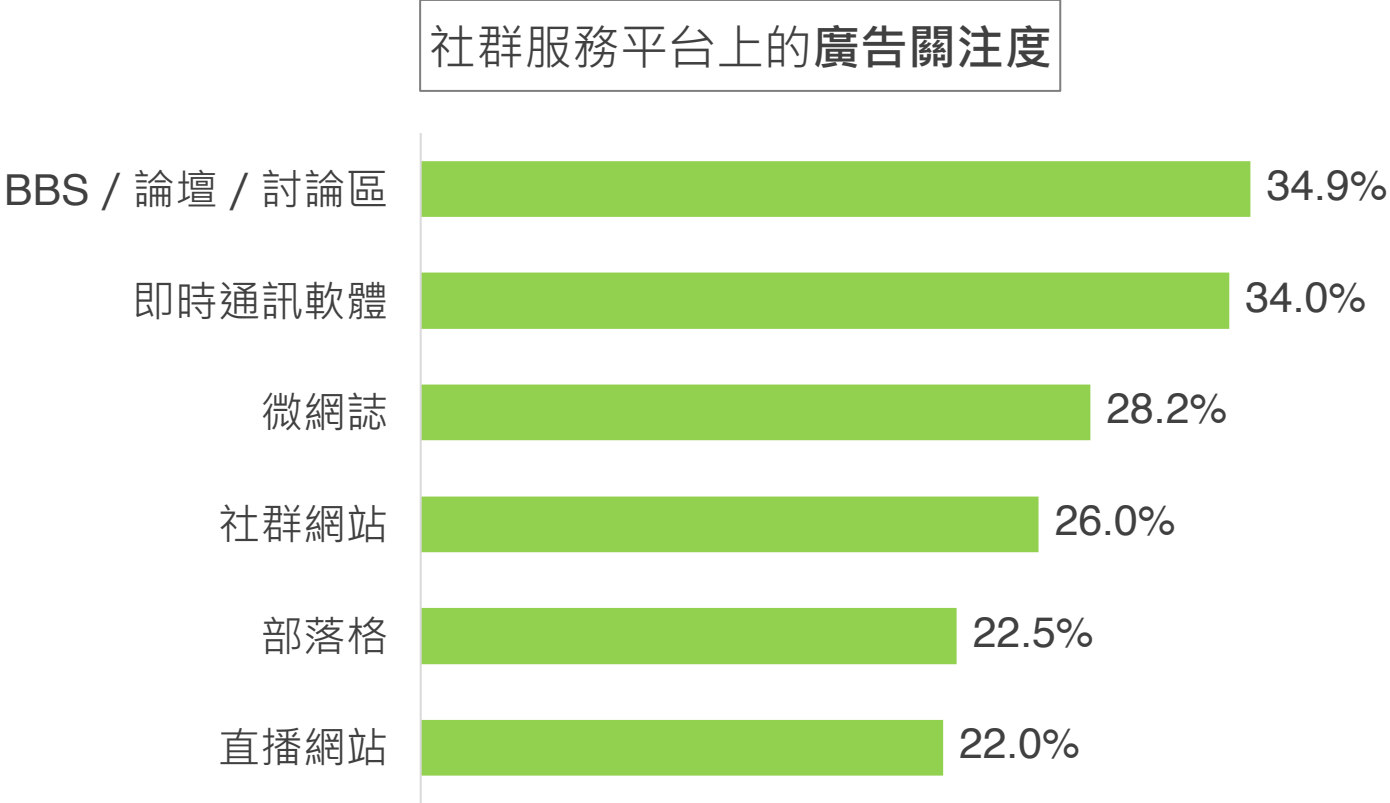
社群服務平台使用率達九成五以上



Base：全體受訪者 N=1,403
資料來源：創市際市場研究顧問 June 2024

依調查數據顯示，2024 年社群服務平台使用率為 95.6%，其中以「社群網站」(83%)和「即時通訊軟體」(81.5%)最多人使用；而每週的使用頻率則以「即時通訊軟體」(6.61天)居冠，幾乎天天都有使用。

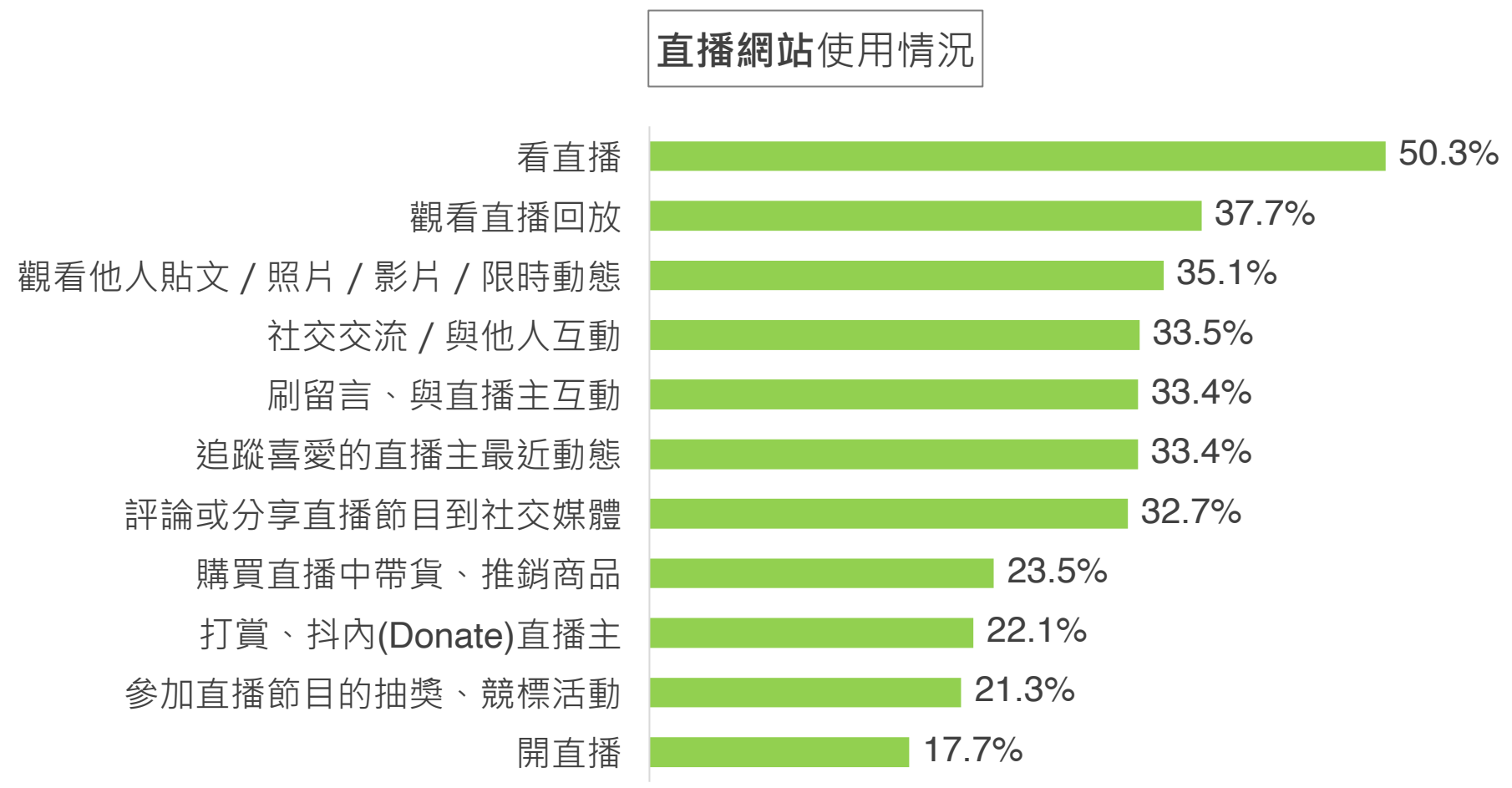
BBS / 論壇 / 討論區與通訊軟體的廣告較吸睛



Base：使用各類社群服務的受訪者
資料來源：創市際市場研究顧問 June 2024

消費者在各類社群服務上被廣告吸引的比例，以「**BBS / 論壇 / 討論區**」(34.9%)和「**即時通訊軟體**」(34.0%)位居前列，其次是「**微網誌**」(28.2%)。

約兩成看直播觀眾願意購買商品、抖內直播主



Base：有使用網路直播網站的受訪者 N=250
資料來源：創市際市場研究顧問 June 2024

調查有使用**直播網站**群眾的網站使用情形，獲知主要活動為「看直播」(50.3%)，接著則有「觀看直播回放」(37.7%)、「觀看他人貼文 / 照片 / 影片 / 限時動態」(35.1%)等活動。比較特別的是，有 23.5%受訪者表示會「購買直播中帶貨、推銷商品」，22.1%者則會「打賞、抖內直播主」。

小結

- ▶ 社群服務平台整體使用率：95.6%
 - 使用率 Top 3：「社群網站」(83%)、「即時通訊軟體」(81.5%)、「BBS / 論壇 / 討論區」(34.5%)
- ▶ 社群服務平台上廣告關注度 Top 3：「BBS/論壇/討論區」(34.9%)、「通訊軟體」(34%)、「微網誌」(28.2%)
- ▶ 直播網站活動 Top 3：「看直播」(50.3%)、「觀看直播回放」(37.7%)、「觀看他人貼文 / 照片 / 影片 / 限時動態」(35.1%)

研究設計

研究方法：
線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：
樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對
15-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：
2024/06/19 ~ 2024/06/27

有效樣本數：N=1,403

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.66%，
再依照2023年12月台灣地區上網人口之性別、
年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	717	51.1%
	女性	686	48.9%
年齡	15-19歲	98	7.0%
	20-24歲	119	8.5%
	25-29歲	146	10.4%
	30-34歲	147	10.5%
	35-39歲	153	10.9%
	40-44歲	184	13.1%
	45-49歲	180	12.8%
	50-54歲	157	11.2%
	55-64歲	218	15.6%
居住地	北部	657	46.8%
	中部	369	26.3%
	南部	377	26.9%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m marcom@ixresearch.com