



創市際雙週刊
第二六四期

發刊日：2025年03月17日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 新聞媒體網站&社群觀察篇

IX Survey 市調解析

11 市調解析 – 新聞篇

ARO / MMIX 觀察

新聞媒體網站&社群觀察篇

前言

秀才不出門，能知天下事。過去我們透過報紙得知國內外大事，而今，只需動動手指便能在網路上瀏覽新聞內容、觀賞新聞影片。創市際本次透過 Comscore 數位與社群資料庫，觀察台灣新聞資訊類媒體的接觸狀況。

透過這篇觀察您可得知：

- 主流網路新聞媒體的滲透率、月瀏覽量與月瀏覽時長
- 主流網路新聞媒體的網友性別、年齡分佈
- 新興新聞媒體的社群互動狀況

透過 Comscore MMX Multi-Platform 跨平台流量資料庫，觀察台灣主要新聞媒體在 2025 年 1 月份的接觸狀況，全台 15 歲以上網友幾乎全都看過新聞資訊類內容，Yahoo 奇摩新聞憑藉平台優勢，以新聞聚合的方式穩坐新聞資訊類接觸人數第一名。新聞資訊類網友年齡分佈以除 55 歲以上網友，其次便以 35-44 歲網友、45-54 歲、25-34 歲較多，詳細比例分佈請參考下表。

Media	媒體名稱	監測內容組成	到達率 %	月總瀏覽量 (萬次)	月總造訪時間 (萬分鐘)	男女網友 % 佔比		15-17 (%)	18-24 (%)	25-34 (%)	35-44 (%)	45-54 (%)	55+ (%)	
News/Information / 整體新聞資訊類^{註1}			99.9	289,405	377,415	M : 50.3	F : 49.7	3.3	10.5	17.9	21.3	19.4	27.6	
[M]	Yahoo News Network	Yahoo 奇摩新聞 ^{註2}	網頁 + Mobile App	93.9	94,770	94,873	50.5	49.5	2.6	9.8	18.3	22.7	18.7	28.0
[C]	TVBS News	TVBS 新聞網	網頁 + Mobile App + YouTube	87.8	14,985	33,703	51.1	48.9	3.0	9.9	19.0	22.4	19.9	25.8
[M]	UDN.COM	聯合新聞網	網頁 + Mobile App + YouTube	82.2	19,524	21,178	48.5	51.5	2.6	10.7	20.2	24.7	23.4	18.5
[M]	ETODAY.NET	ETtoday 新聞雲	網頁 + Mobile App + YouTube	77.3	23,223	28,322	48.8	51.2	2.9	10.8	22.5	24.5	23.7	15.6
[M]	LTN.COM.TW	自由時報電子報	網頁	59.6	11,673	10,876	48.7	51.3	1.1	10.5	21.1	26.1	24.1	17.2
[M]	SETN.COM	三立新聞網	網頁 + Mobile App + YouTube	58.9	10,527	31,850	48.2	51.8	3.0	10.2	21.5	24.9	26.1	14.3
[M]	NOWNEWS.COM	NOWnews今日新聞	網頁 + Mobile App	56.3	4,336	4,971	42.5	57.5	3.7	10.5	22.9	24.1	29.3	9.5
[E]	CHINATIMES.COM	中時新聞網 ^{註3}	網頁 + Mobile App + YouTube	55.1	9,663	17,150	48.8	51.2	2.8	9.2	19.7	25.5	22.7	20.3
[M]	STORM.MG	風傳媒	網頁 + Mobile App	45.9	5,786	6,575	44.3	55.7	3.5	10.9	20.4	28.5	23.0	13.7
[M]	EBC.NET.TW	東森新聞	網頁 + Mobile App + YouTube	44.1	8,016	30,757	46.4	53.6	3.0	10.3	22.5	25.6	21.9	16.7
[P]	FTVNEWS.COM.TW	民視新聞網	網頁	26.8	1,591	1,344	46.9	53.1	3.8	12.0	23.5	22.1	25.9	12.7

註1：本次觀察使用 News / Information 大類別，並手動篩選新聞媒體網站，為自定義媒體清單。註2：應 Yahoo 要求，對外溝通 Yahoo 奇摩新聞時應選擇 Yahoo News Network。註3：中時新聞網因將財經頻道「旺得富理財頻道」流量另行區分，為求完整呈現中時新聞網完整流量，選用 [E] CHINATIMES.COM 進行觀察。

Comscore 資料庫身為全台媒體代理商愛用的第三方流量數據資料庫，新聞媒體也競相希望自己的數位流量能在 **Comscore** 系統中完整被追蹤、報告，因此從監測內容組成欄位中可看見，表格中所有新聞資訊類媒體都接受 **Comscore** 網頁追蹤，半數的新聞媒體同時亦進行了行動應用程式監測，也有多家媒體額外進行設定，將其 **YouTube** 頻道的 **PC** 流量加入到原始媒體數據下，以利觀察者透過簡單的數據，迅速得知媒體的數位影響力。

Media	媒體名稱	監測內容組成	到達率 %	月總瀏覽量 (萬次)	月總造訪時間 (萬分鐘)	男女網友 % 佔比		15-17 (%)	18-24 (%)	25-34 (%)	35-44 (%)	45-54 (%)	55+ (%)	
News/Information / 整體新聞資訊類			99.9	289,405	377,415	M : 50.3	F : 49.7	3.3	10.5	17.9	21.3	19.4	27.6	
[P]	NEXTAPPLE.COM	壹蘋新聞網	網頁	22.5	3,093	2,185	54.8	45.2	3.0	8.4	16.8	22.4	21.1	28.3
[M]	CTWANT.COM	CTWANT	網頁	21.3	1,870	1,081	46.2	53.8	3.8	10.0	20.1	24.6	20.2	21.3
[C]	CTINEWS.COM	中天新聞網	網頁 + Mobile App + YouTube	20.8	6,217	17,511	55.2	44.8	1.6	10.8	20.7	21.5	25.5	19.8
[P]	CNA.COM.TW	中央社	網頁	19.9	1,242	1,181	48.3	51.7	3.6	12.5	20.4	24.1	25.2	14.3
[C]	MSN News	MSN新聞	網頁	17.9	8,917	3,652	50.6	49.4	1.2	7.5	16.3	28.0	22.6	24.3
[M]	MIRRORMEDIA.MG	鏡週刊	網頁	17.2	1,169	948	51.0	49.0	2.5	8.2	16.7	21.1	24.1	27.4
[P]	UPMEDIA.MG	上報	網頁	13.4	679	713	46.4	53.6	3.7	13.5	25.0	29.8	18.4	9.7
[M]	EPOCHTIMES.COM	大紀元新聞網	網頁	8.1	377	367	47.1	52.9	1.0	9.4	18.1	26.7	27.2	17.6
[P]	FTNN.COM.TW	FTNN新聞網	網頁	6.4	720	439	51.6	48.4	2.6	8.0	14.0	20.2	26.4	28.8
[C]	THENEWSLENS.COM	關鍵評論網	網頁	6.2	185	145	46.4	53.6	3.7	12.0	21.0	31.3	19.4	12.6

本次創市際另外使用了 Comscore Social by Shareablee，觀察新興新聞媒體的社群帳號表現，觀察媒體在 2025 年 1 月份的社群貼文 / 影片，在 1 月份時所獲得的互動（按讚、留言、分享的總和），依總互動數排序，詳細數據請參考下方表格。較特別的是在 FB（Facebook 粉絲團）相關指標中的不重複觸及人數（Unique Engaged Audience），意指實際可在社群上觸及的人數，藉由這個指標可知道貼文是否具擴散性，並且能觸及到粉絲以外的群眾。

	總互動數 (CP) ^{註1}	總粉絲數 (CP)	粉絲數 (FB) ^{註2}	不重複 觸及人數 (FB)	影片觀看數 (FB)	瀏覽數 (YT) ^{註3}	影片數 (YT)	訂閱人數 (YT)	監測平台 ^{註4}
mnews (TW) 鏡新聞	452,436	129,378	126,638	311,090	5,025,584	24,574,608	2,901	457,000	  
Mirror Media (TW) 鏡週刊	360,263	466,739	427,462	245,553	1,845,253	2,129,018	229	554,000	  
Storm Media (TW) 風傳媒	327,904	755,896	706,337	126,253	130,285	33,316,913	417	2,070,000	   
PTS News Network (TW) 公視新聞網	315,853	549,401	452,773	156,758	122,977	5,477,517	1,366	399,000	   
Reporter (TW) 報導者	170,731	715,347	449,410	43,640	37,208	46,611	5	104,000	   
Knews (TW) 知新聞	70,952	15,488	6,359	48,067	10,305	12,026	82	440	  
UP Media (TW) 上報	61,101	208,643	205,290	42,032		30,351	14	15,300	   
TaiSound (TW) 太報	57,761	81,606	81,606	39,836	3,006	71,222	76	55,100	 
Xinmedia (TW) 欣傳媒	39,935	261,986	253,001	27,540		0	0	7,490	  
FTNN (TW) 鋒燦傳媒新聞網	32,522	111,694	108,168	17,049	149,482	987,238	274	15,000	  

註1：CP + Cross-Platform，意指 Facebook + Instagram + X，不包含 YouTube 及 TikTok。註2：FB = Facebook 粉絲頁。註3：YT = YouTube 頻道。註4：監測平台指的是目前 Comscore Social 中已收錄該媒體哪些社群平台帳號，FB&IG 均需要在後台設置為商業帳號方能追蹤，若您知道某個媒體的社群平台未被 Comscore 追蹤，歡迎與我們聯繫。

2024 年的一連串線下活動，網友透過 X 平台快速傳遞資訊並且串聯，也讓台灣社會知道 X 的另一個樣貌，逐漸地媒體也會在 Meta 與 YouTube 之外，再新增一個 X 帳號。但實際觀察數據，多數媒體並未花費太多心思經營 X，在 Threads 爆紅後，原本 X 的流量紅利似乎又逐漸淡去。面對台灣網友對於 Threads 的熱愛，Comscore 亦預計在今年加入 Threads 為觀察平台之一。

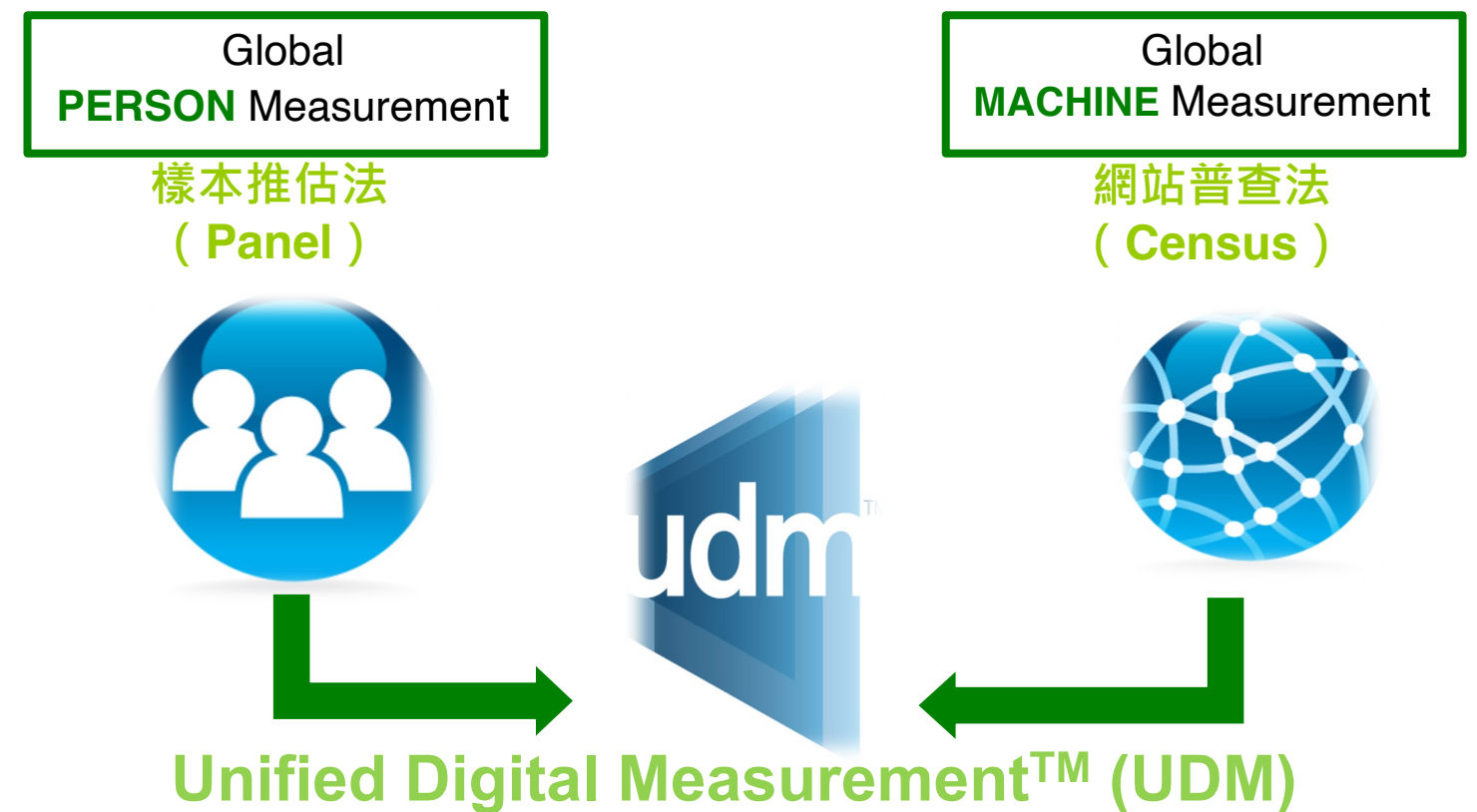
	總互動數 (CP)	總粉絲數 (CP)	粉絲數 (FB)	不重複 觸及人數 (FB)	影片觀看數 (FB)	瀏覽數 (YT)	影片數 (YT)	訂閱人數 (YT)	監測平台
IN NEWS (TW) 引新聞	27,305	14,233	14,173	18,831	n/a	102	1	2,280	  
Newtalk (TW)	12,415	125,552	107,449	8,313	2,022	8,179	25	14,200	   
Taro News (TW) 芋傳媒	8,657	29,823	29,407	5,971	n/a	0	0	553	  
RW News (TW) 菱傳媒	5,761	13,175	12,987	3,971	466	103,503	22	2,580	  
Taipei Times (TW)	2,018	5,418	n/a	n/a	n/a	0	0	169	 
CM Media (TW) 信傳媒	1,943	52,414	51,148	1,336	n/a	5,763	4	2,970	   
Peopo News (TW) PeoPo公民新聞	1,333	80,229	76,117	920	1,147	1,611	20	3,610	  
YiMedia (TW) 壹傳媒	309	102,533	102,487	214	n/a	3,507	24	34,700	   
Virgo Media (TW) 銳傳媒	120	348	328	83	n/a	0	0	4	   
Speak Up! (TW) 大聲傳媒	22	671	671	16	37	n/a	n/a	n/a	

Methodology

Comscore 採用先進的 Unified Digital Measurement™(UDM) 技術取得網站流量數據，數據來源包含台灣超過 6 萬名不重複使用者的整體網路使用行為，以及眾多網站在網頁安裝追蹤程式碼取得網頁稽核數據，輔以 IAB 提供的 International Spiders and Bots List 進行非人為流量的資料清整，多方數據交互加權校正，可減少誤差且反映各網站最真實的流量。

MMX Multi-Platform

MMX Multi-Platform 資料來自於 MMX、Video Metrix 與 Mobile Metrix，並以同源樣本的方式計算出網友跨屏使用的情況；唯台灣目前未有行動裝置上的觀察樣本，因此仰賴各行動網站主與行動應用程式開發商在網頁上安裝 Comscore 追蹤碼或在 App 中加入 Comscore SDK，數據方能在系統中呈現，行動數據完整性亦與網站主是否網頁或各裝置中加裝追蹤碼相關。



* 參與 Comscore 流量稽核(UDM) 的網域，其媒體名稱前依 unified 程度加註 (U) 或 (u)，分別代表全站稽核或部份網頁稽核。

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、Twitter、Twitch、Tik-Tok，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 萬頁資料，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

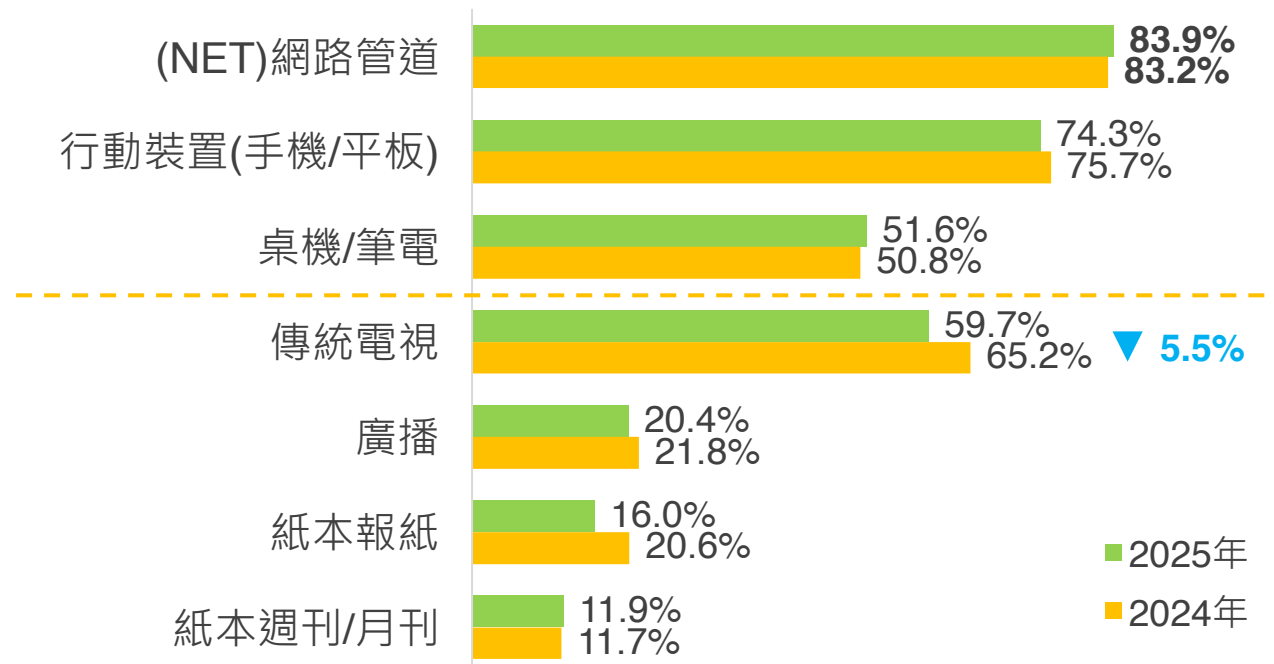
新聞篇

新聞篇

隨著新聞資訊及獲取方式日益多元化，民眾對新聞內容的品質與可信度也相對有更高的期待。為深入了解民眾對獲知新聞的偏好及對新聞媒體環境的看法，創市際在 2025 年 2 月 20 日至 26 日，針對 15-64 歲 的網友進行了一項「新聞篇」的調查，總計回收了 1,228 份問卷。

網路管道為獲知新聞資訊的主流

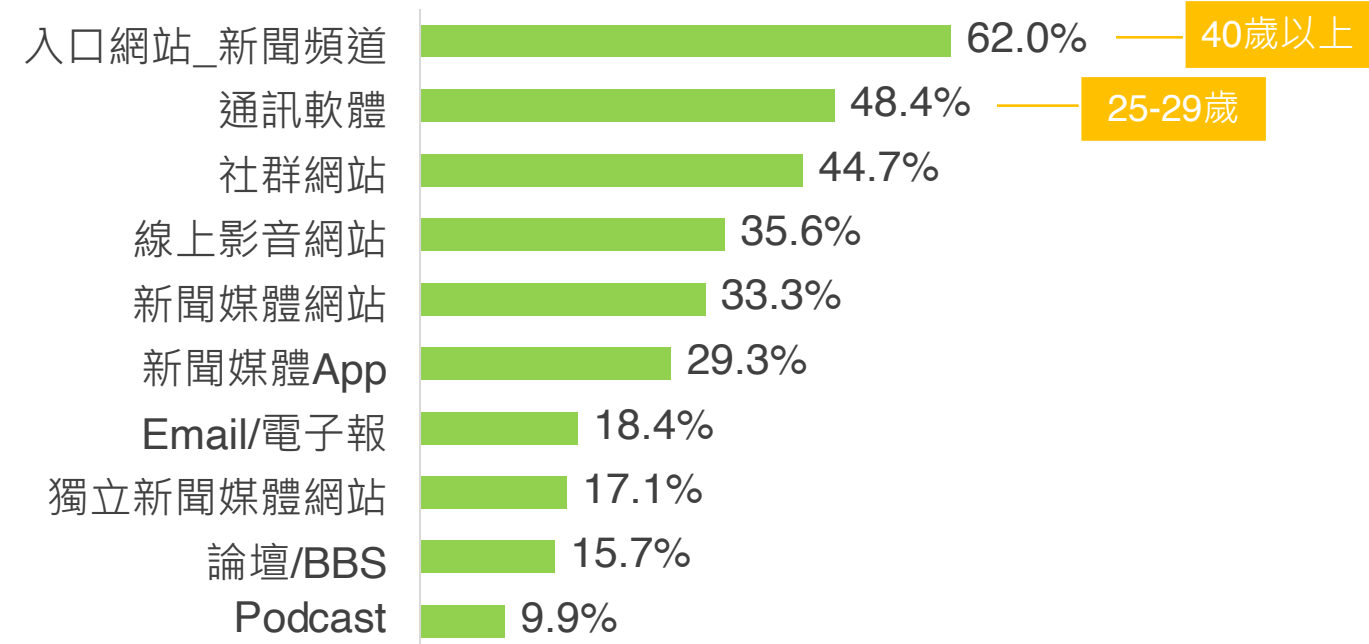
近一週獲知新聞資訊管道



BASE：全體受訪者 N=1,228

資料來源：創市際市場研究顧問 Feb. 2025

近一週獲知新聞資訊的網路管道



BASE：有透過網路管道看新聞的受訪者 N=1,030

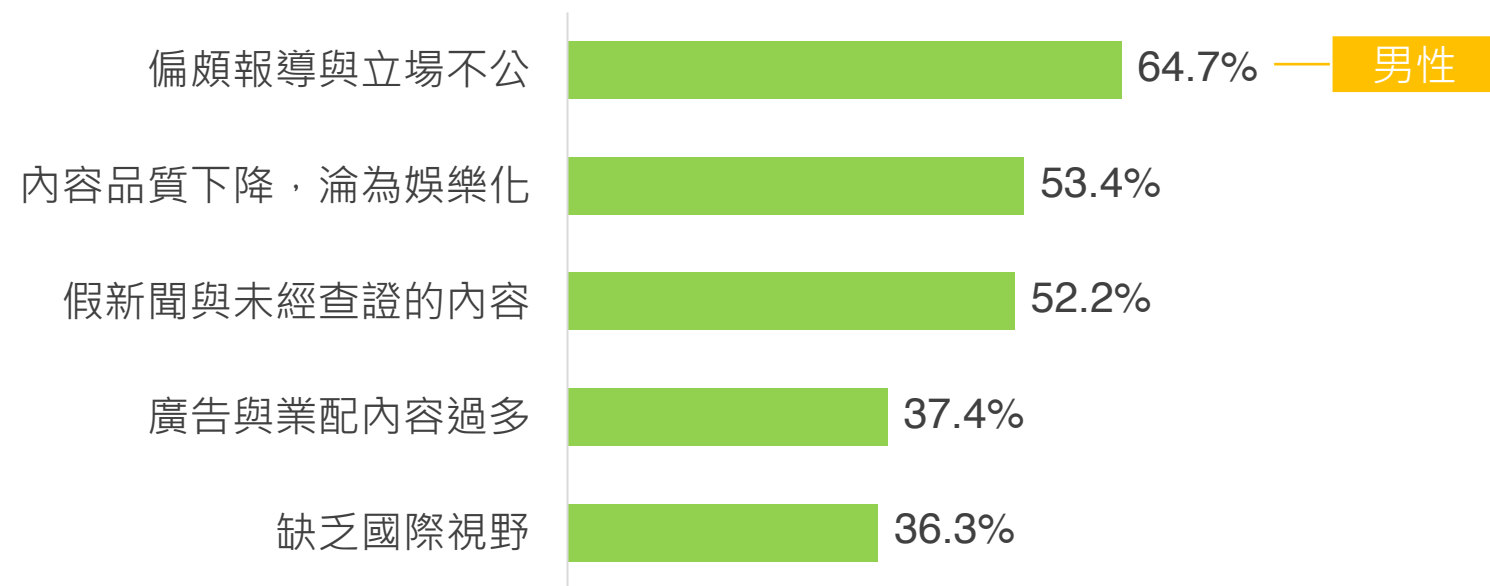
資料來源：創市際市場研究顧問 Feb. 2025

近兩年的調查結果顯示，近一週有超過八成民眾有透過「網路管道」獲取新聞資訊，其中又以由行動裝置獲知者人數較多。而在今年由「傳統電視」獲取新聞的比例則下降到六成左右。

進一步分析網路管道，發現由「入口網站_新聞頻道」獲知新聞者占大宗，特別是年齡在 40 歲以上 族群；其次則是「通訊軟體」或「社群網站」。

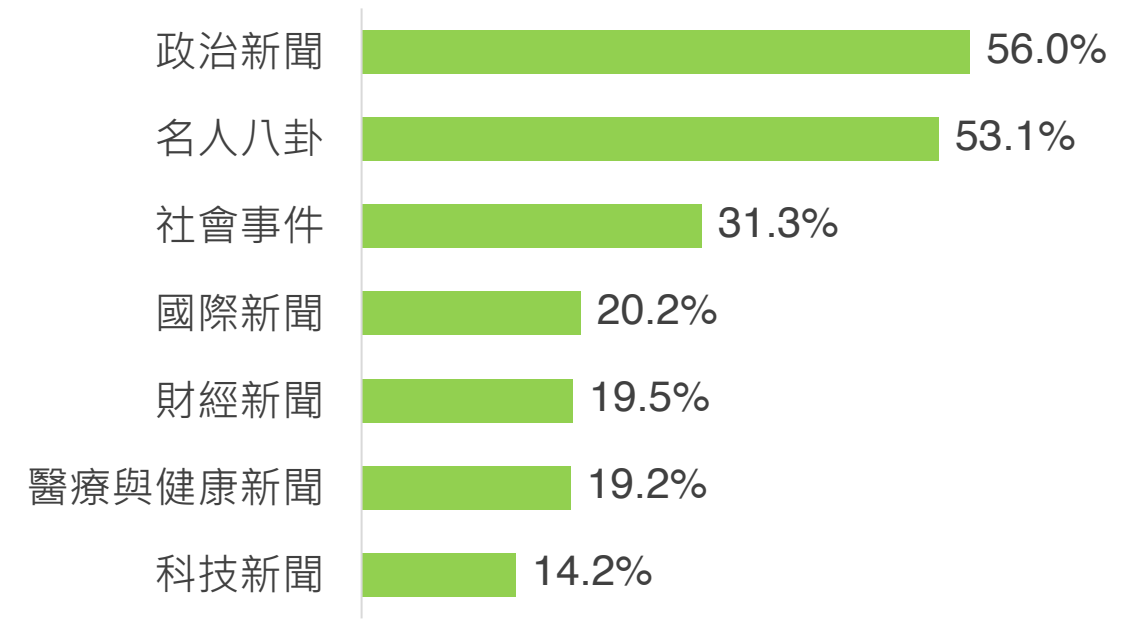
超過五成民眾點出台灣媒體問題：偏頗、娛樂化及假新聞

台灣媒體環境的主要問題



BASE：一週內有關注新聞的受訪者 N=1,146
資料來源：創市際市場研究顧問 Feb. 2025

最常涉及假新聞的類型



BASE：一週內有關注新聞的受訪者 N=1,146
資料來源：創市際市場研究顧問 Feb. 2025

調查顯示，超過六成民眾認為台灣媒體環境主要問題是「偏頗報導與立場不公」(64.7%)，此以男性人數居多；其次問題為「內容品質下降，淪為娛樂化」(53.4%)及「假新聞與未查證內容」(52.2%)。

進一步探究最常有假新聞的類型，以「政治新聞」(56%)與「名人八卦」(53.1%)類最易涉及不實報導或內容。

小結

- ▶ 超過八成民眾有透過**網路管道**獲知新聞資訊。
 - 獲知**網路新聞**管道 Top 3：入口網站_新聞頻道(62%)、通訊軟體(48.4%)、社群網站(44.7%)。
- ▶ 台灣新聞媒體問題 Top 3：
 - 偏頗報導與立場不公(64.7%)、內容品質下降、娛樂化(53.4%)、假新聞與未經查證的內容(52.2%)。
- ▶ 最常涉及假新聞類型 Top 2：
 - 政治新聞(56%)、名人八卦(53.1%)。

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：

2025/02/20 ~ 2025/02/26

有效樣本數：N=1,228

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.65%，再依照行政院主計處2024年12月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	614	50.0%
	女性	614	50.0%
年齡	15-19歲	77	6.3%
	20-24歲	95	7.7%
	25-29歲	115	9.3%
	30-34歲	122	9.9%
	35-39歲	121	9.9%
	40-44歲	149	12.1%
	45-49歲	148	12.1%
	50-54歲	133	10.8%
	55-59歲	176	14.4%
	60-64歲	92	7.5%
居住地	北部	562	45.7%
	中部	320	26.1%
	南部	347	28.2%



- ▶ 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