



創市際雙週刊
第二七二期

發刊日：2025年07月15日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – Social Incremental 101 社群增量數據

IX Survey 市調解析

23 市調解析 – 社群服務篇

Social Incremental 101

社群增量數據

前言

Comscore 自 May 2025 資料月份起，在台灣推出 Social Incremental 社群增量數據。媒體可透過授權 (Authenticate) 社群平台 (Facebook, Instagram, X) 數據給 Comscore，經過處理後，最終在跨平台流量資料庫 MMX Multi-Platform 中可看到「數位+社群」的整體流量，由於數據係以數位人口為主，觀察加入社群流量之後的增幅，因此稱為「社群增量數據」。

本次創市際雙週刊將詳細說明 Social Incremental、媒體該如何授權社群數據，以及用戶該怎麼在 MMX Multi-Platform 中取得數據並且解讀。

什麼是 Social Incremental 社群增量數據

“跨網路流量與社群流量去重複後的數位觸及率”

在當今的數位環境中，消費者的注意力分散於多個螢幕與應用程式之間。同一個人可能同時在串流平台觀看節目、瀏覽社群媒體，並且一邊在網站上購物……我相信你也曾經這麼做過。

因此，產業需要一個能夠捕捉跨平台數位行為的數據衡量解決方案。

Comscore 推出的 Social Incremental，運用機器學習與人工智慧技術，去除社群與網路活動的重複計算，讓您能夠準確衡量品牌在所有數位接觸點的整體表現。

什麼是 Social Incremental 社群增量數據

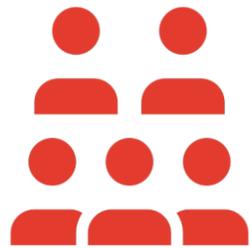
“跨網路流量與社群流量去重複後的數位觸及率”

- 前所未有，實際將數位流量與社群流量做出去重複數據
- 加總 **Facebook**、**Instagram**、**X** 的社群流量。加入的社群帳號越多，可能增加的數字越大
- 所有 MMX Multi-Platform 客戶都可查看
- 媒體自行決定是否參與，門檻相對較高，只開放給有興趣、希望完整呈現數據，說出更多故事的媒體

Social Incremental 可以告訴你什麼



FB, IG, X 三個社群平台綜合後的不重複使用者。請注意，Comscore 不會分別計算單一社群平台的社群增量數據



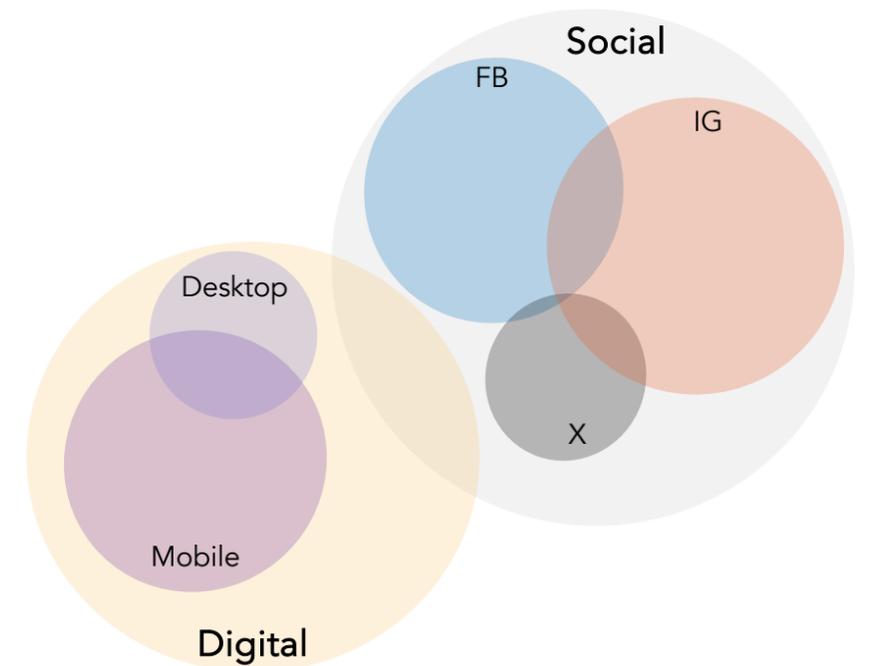
三個社群平台不重複使用者的整體基本人口統計數據（性別、年齡）



瀏覽頁數 / 曝光數（即將推出）

數位與社群的重疊觸及率意味著什麼？

“綜合社群網友 + 數位網友 - 重複網友 = 整體數位人口”



案例說明：BuzzFeed

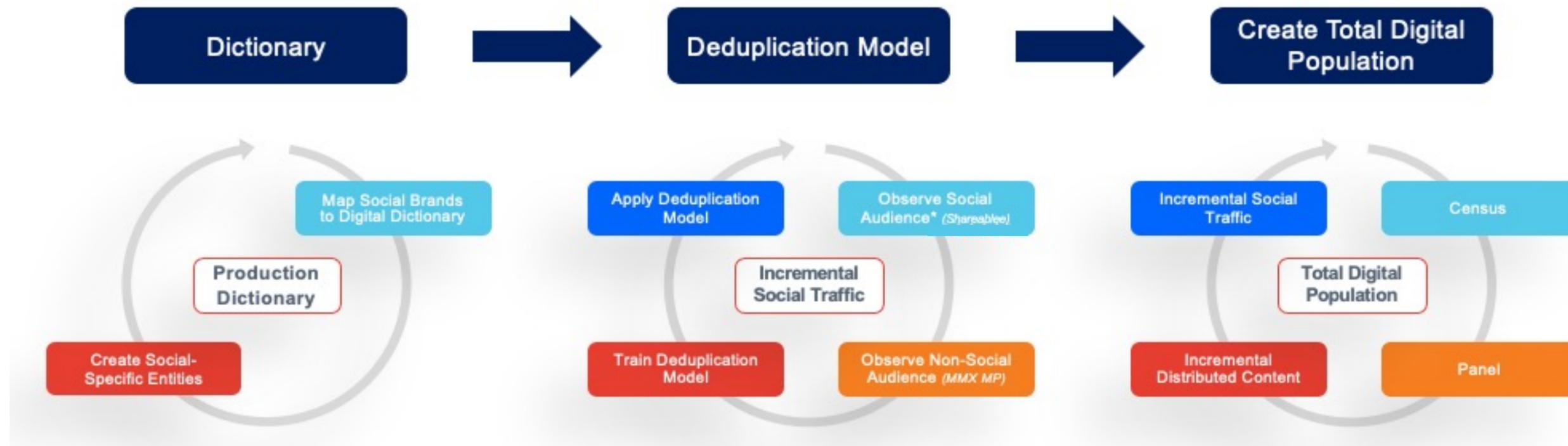
- 綜合社群網友 (Facebook + Instagram + X) = 123 MM 不重複社群人口
- 數位網友 (網站 + 行動應用程式) = 45 MM 不重複數位人口
- 重複造訪網友 (造訪過社群，也造訪過數位內容的網友) = 5 MM
- $123 + 45 - 5 = 163$ MM 整體數位人口
- 除了人口數以外，社群增量數據也提供基本人口統計數據 (Demographics)

Social Incremental 方法論

“Comscore 社群增量數據為業界首創，有效結合社群媒體表現以及數位媒體數據”

得出品牌在整個數位範疇中的整體影響力

但這是怎麼運作的？我們可透過下圖及後續說明來了解魔法是怎麼發生的



Social Incremental 方法論

Step 1



媒體授權 Facebook、Instagram、X 數據給 Comscore

- 授權範圍包含涵蓋率、曝光數、影音觀看數，以及總互動數等

Step 2



計算 Facebook、Instagram、X 各自的不重複社群人口數

- Comscore 每個月透過各個社群平台的 Partner API，獲得至少被社群帳號曝光過一次的訪客數
- 確認各社群的訪客數後，Comscore 對於同一個社群平台內，被兩個以上社群帳號觸及過的不重複訪客進行去重複

什麼是 Social Incremental 社群增量數據

Step 3



計算跨社群平台的不重複社群人口

- 透過獨家開發的社群去重模型計算不同社群平台上的不重複訪客
- 例如，用戶 123 在 FB 與 IG 上都看過 BuzzFeed 的內容，在社群訪客數上只能計算成 1 人
- 完成以上步驟後，Comscore 便能計算出社群綜合不重複訪客數

Step 4



計算社群與數位的不重複人口數

- 當不重複社群人口也計算完，Comscore 進一步加入數位人口數據來計算整體數位不重複人口
- 例如，用戶 123 造訪了 BUZZFEED.COM，也與 BuzzFeed FB 粉絲頁互動，在計算整體接觸數字時，該用戶只會被計算成 1 人
- 完成這步驟後，Comscore 便能計算出整體數位不重複人口

Step 5



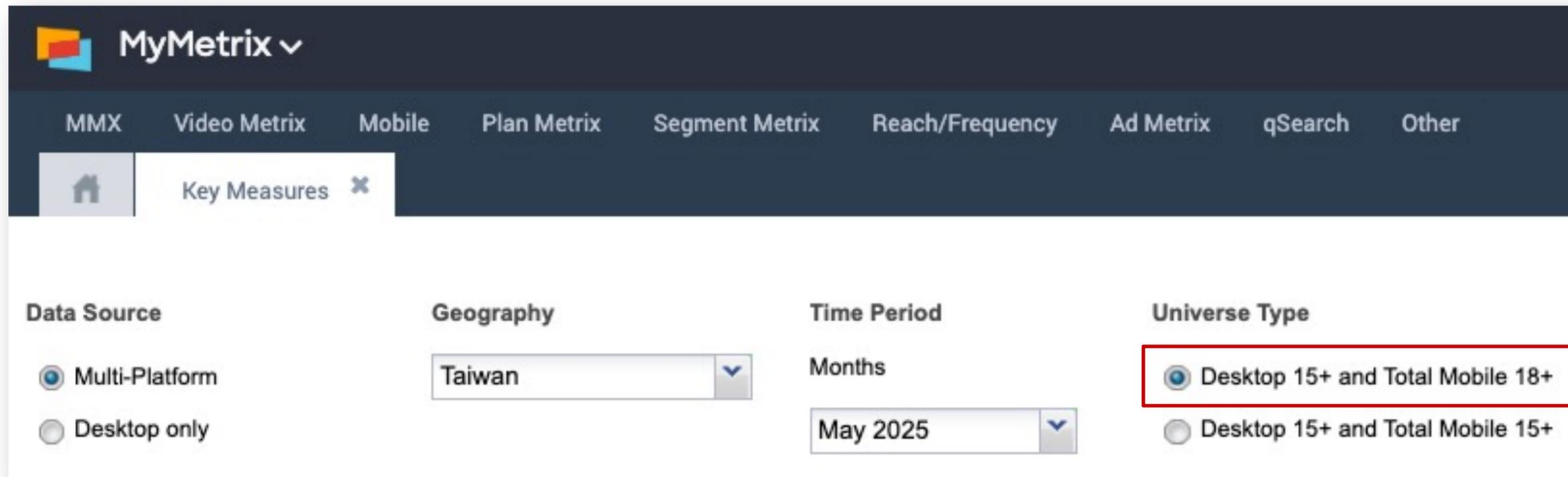
所有計算過的不重複數據整合進 MMX Multi-Platform

- 計算過的社群不重複人口數據，以及社群增量數據都會放入 MMX MP 介面中，所有 MMX MP 客戶皆可查詢

Comscore 用戶如何取得 Social Incremental 數據

“Social Incremental 數據僅提供 MMX Multi-Platform 用戶查詢”

設定方式：Universe Type – 設定為 Desktop 15+ and Mobile 18+



The screenshot shows the MyMetrix interface with the following settings:

- Data Source:** Multi-Platform, Desktop only
- Geography:** Taiwan
- Time Period:** Months, May 2025
- Universe Type:** Desktop 15+ and Total Mobile 18+, Desktop 15+ and Total Mobile 15+

Comscore 用戶如何取得 Social Incremental 數據

“Social Incremental 數據僅提供 MMX Multi-Platform 用戶查詢”

Measure buckets :

- Total Digital Population (更改定義)
- Social (新增)
- Desktop and Mobile (新增)

新增指標 :

- Social Total UV
- Social-Only UV

| TOTAL DIGITAL POPULATION | SOCIAL | DESKTOP AND MOBILE |
|--|--|--|
| Person and Impression based metrics | | |
| Clear All | Clear All | Clear All |
| Total Unique Visitors/Viewers (000) | Total Unique Visitors/Viewers (000) | Total Unique Visitors/Viewers (000) |
| % Reach | % Reach | % Reach |
| % Composition UV | % Composition UV | % Composition UV |
| Composition Index UV | Composition Index UV | Composition Index UV |
| Category Composition Index UV | | Category Composition Index UV |
| Social-Only UV (000) | | Total Views (MM) |
| | | Total Visits (000) |
| | | Average Views per Visit |
| | | Desktop-Only UV (000) |
| | | Mobile-Only UV (000) |

Comscore 用戶如何取得 Social Incremental 數據

“Social Incremental 數據僅提供 MMX Multi-Platform 用戶查詢”

圖示 ⊙ 表示 TDP 數據已包含 Social

Digital 流量為 1,620.3 萬人，Social 流量為 1,267.7 萬人
 整合數位與社群並且去重複後，整體數位人口為 1,632.6 萬人

| | Media | | Total Unique Visitors/Viewers (000) | | |
|---|-------|---------------------------------|-------------------------------------|--------|--------------------|
| | | | Total Digital Population | Social | Desktop and Mobile |
| | + | Total Internet : Total Audience | 17,182 | 13,041 | 17,182 |
| | | Top 100 Properties | N/A | N/A | N/A |
| 1 | + P | Yahoo | 16,326 | 12,677 | 16,203 |
| 2 | + P | TVBS Media Inc. | 14,943 | N/A | 14,943 |
| 3 | + P | UDN Group | 14,415 | N/A | 14,415 |
| 4 | + P | ETtoday & EMI Group | 13,509 | N/A | 13,509 |
| 5 | + P | Want Media Group | 13,493 | N/A | 13,493 |

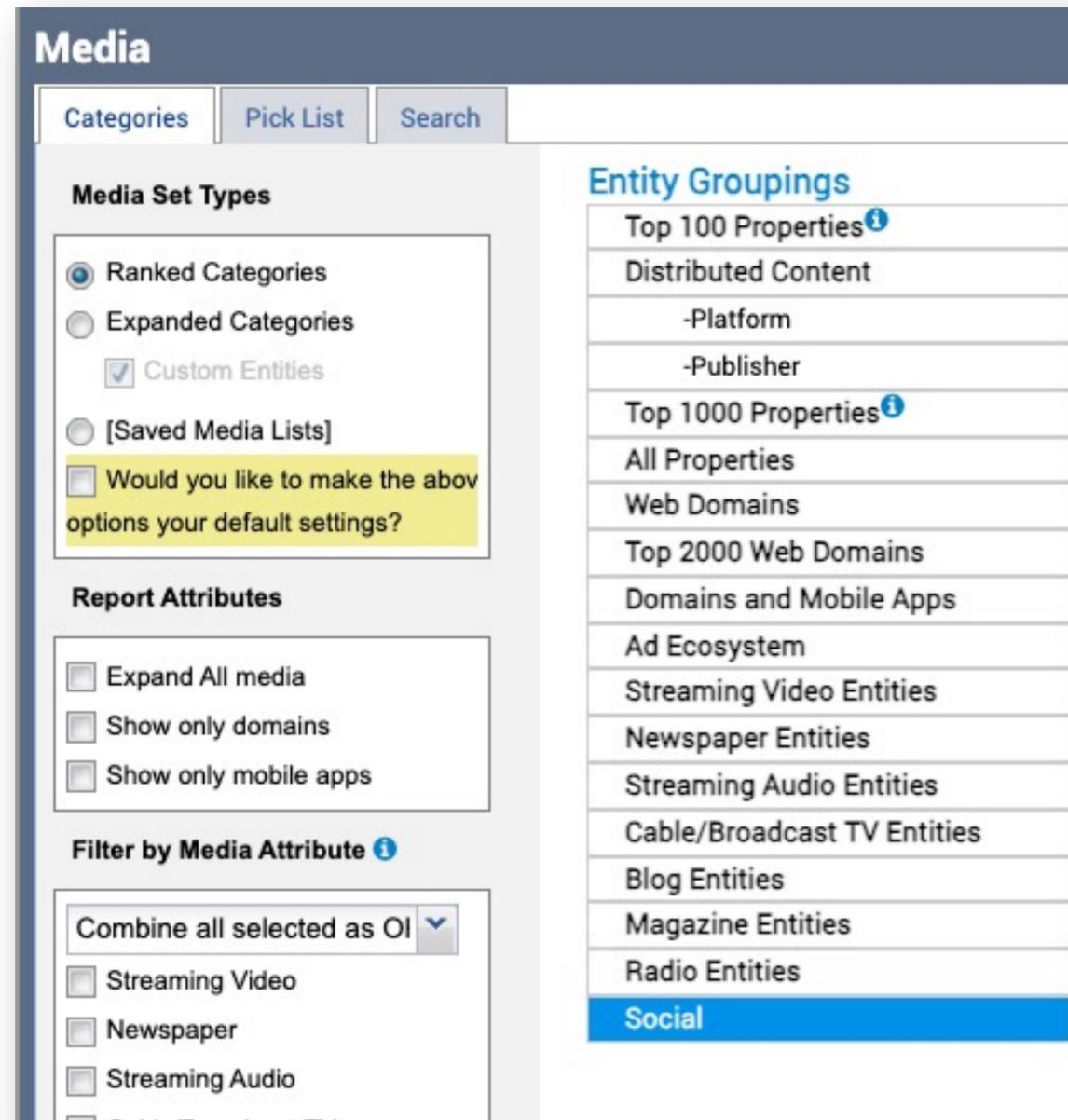
Comscore 用戶如何取得 Social Incremental 數據

“Social Incremental 數據僅提供 MMX Multi-Platform 用戶查詢”

Media 選擇新增 Social 選項

包含所有進行 Social Traffic Sharing 之媒體

- 已將社群平台數據認證給 Comscore，且
- 付費採購 Social Traffic Sharing



媒體如何將社群數據認證給 Comscore

Comscore Social 可從 Partner API 取得媒體社群資料，但 Comscore 仍需要媒體認證部分 private metrics 後才得以計算 Social Incremental

媒體可透過以下連結，將其社群資料認證給 Comscore Social (Shareablee)

- <https://core.comscore.com/social-auth/fb/>
- <https://core.comscore.com/social-auth/ig>
- <https://core.comscore.com/social-auth/tw/>

認證完須主動告知 Comscore Client Success 代表，並進行後續 CFD-Social mapping 事宜

媒體可取得最多兩個資料月份之社群增量數據，以決定是否付費進行 Social traffic sharing 並公開數據

媒體亦可於任意時間「解除」授權社群數據給 Comscore

媒體如何將社群數據認證給 Comscore

Facebook / Instagram (請確認已開啟雙重驗證)

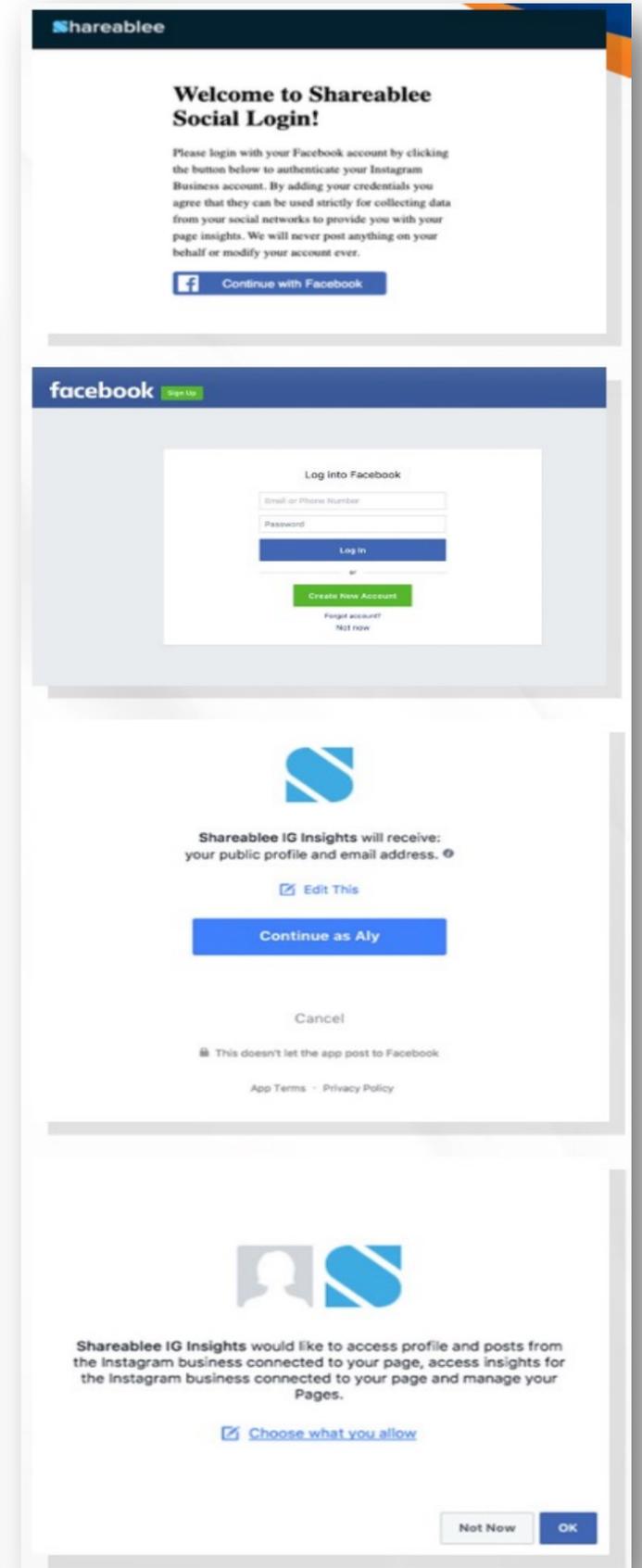
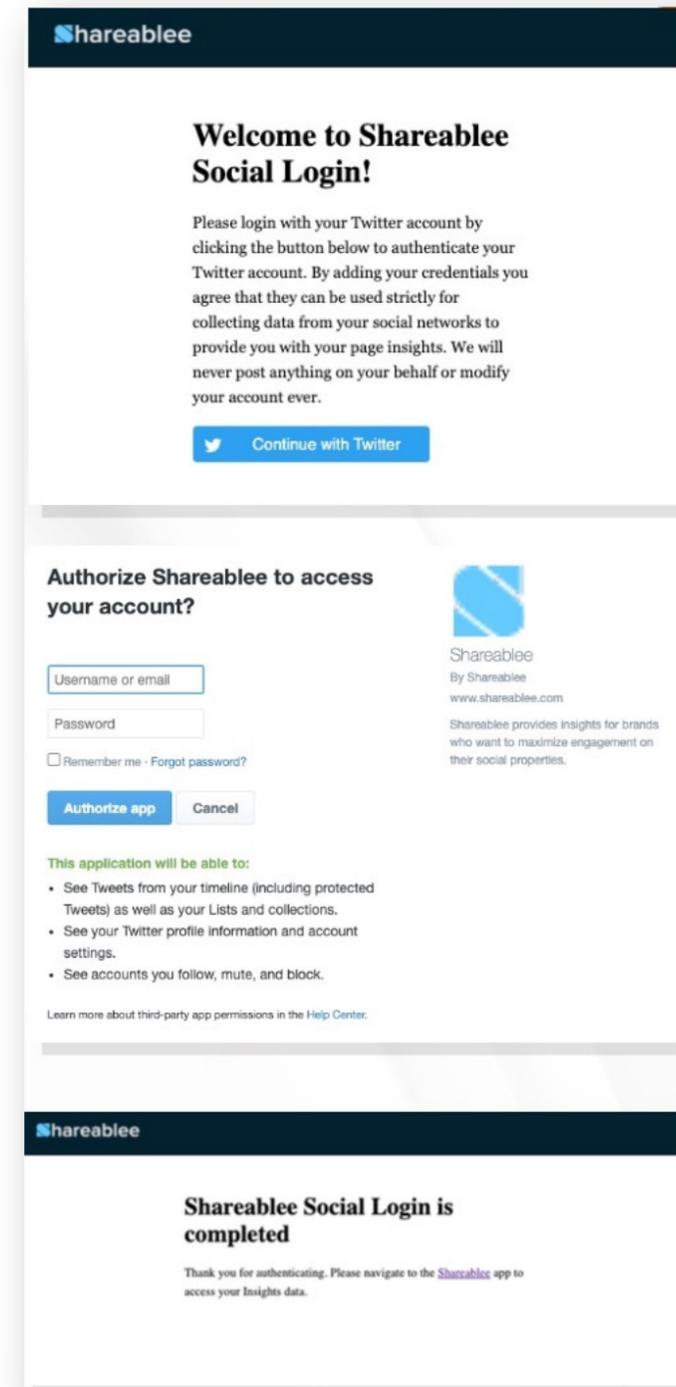
- <https://core.comscore.com/social-auth/fb/>
- <https://core.comscore.com/social-auth/ig/>

點選 Continue with Facebook → 以管理員帳號登入
→ 點選 Continue with → 選取欲授權社群 → 按 OK

X (former Twitter)

- <https://core.comscore.com/social-auth/tw/>

點選 Continue with Twitter → 登入帳號
→ 點選 Authorize App



媒體授權社群帳號之後會提供哪些數據給 Comscore

Comscore 將取得下列數據 (實際名稱或因社群平台更新規範略有出入)

| Facebook | Instagram | Twitter (X) |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Post Impressions ● Post Reach ● Page Stories ● Page Engaged Users ● Page Unlikes ● Reels Views ● Organic 10s Views ● Organic 30s Views ● Page Video Views ● Page Clicked Views ● Viral Impressions ● Reels Avg. Duration ● Paid Impressions ● Paid Reach ● Paid Page Views ● Paid 10s Views ● Reels Shares | <ul style="list-style-type: none"> ● Story Impressions ● Story Reach ● Tap Forward ● Tap Backward ● Enters / Exits ● Video Views ● Reels Plays ● Reels Saved ● Reels Reach ● Reels Impressions ● Page Impressions ● Replies ● Website Clicks ● Profile Views | <ul style="list-style-type: none"> ● Engagements ● Impressions ● Media Views |

Social Incremental 的用途為何？

過去需要從多個平台分別提取數據，才能了解數位受眾的全貌。如今 Comscore 能在同一平台上提供去重後的社群與數位觸及數據，幫您節省時間、金錢與人力。善用我們獨家的 AI 機器學習演算法，獲得最值得信賴且最精確的數位與社群觸及成果。

Media Planners

只需一個數位去重數據進行決策，大幅節省您為與廣告主、代理商及品牌開會所需的準備時間。透過精確的受眾資訊與全方位的網路及社群觸及洞察，讓您能為客戶規劃出更聰明、更有效的行銷策略。

Analysts

以更細緻且真實的數據故事，完整呈現您的社群與數位全貌。只需在同一平台取得一個整合性的數字，即可節省數位報告的時間與流程。

Media Sales

使用像 Comscore 這樣值得信賴的第三方數據來源，讓您在進行業務推廣時，能夠引用一個涵蓋社群與數位觸及的更大整合數據。

Social Incremental FAQ

Social Incremental 中包含了哪些社群平台的數據？

目前 Social Incremental 僅包含 Facebook、Instagram、X 的數據，未來將逐步拓展到其他社群平台 (如 TikTok)。

哪些人可以查詢 Social Incremental 數據？

Comscore MMX Multi-Platform 的客戶，將母體數設定為 Desktop 15+ & Mobile 18+，即可在介面上查詢 Social Incremental 數據，無需另外付費。

沒有對應網站的社群帳號也能做 mapping 嗎？

可以，媒體可以指定任意已經授權的社群帳號到既有的 Comscore 媒體中，亦即一個 Comscore 媒體可以和多個社群帳號綁定。但是 FB 粉絲頁與 IG 帳號僅限商業帳號才能進行授權及綁定。

我付費進行了 Social traffic sharing 設定，在 MMX Multi-Platform 上出現社群增量數據，只有台灣的 Comscore 用戶看得到我的資料嗎？

只要付費進行社群增量數據設定，所有 Comscore 支援 Social Incremental 的市場都能看到您的資料，Yahoo 就是一個最佳的例子，但前提是對應各地媒體的社群都要做好授權與 mapping。

Social Incremental 是把我授權的社群平台中，全球的網友都加進來嗎？

不是，Comscore 會針對社群網友預先做地理區劃分，例如在台灣的 MMX Multi-Platform 報告中，只會加入台灣的社群網友數據。

Social Incremental FAQ

社群增量數據是否也有數據揭露門檻 (Minimum Reporting Standard, MRS) ?

有，社群總和人數需要超過報告市場整體數位人口的 0.01%，以台灣來說的話，社群觸及人口需要超過 1,700 人

如果有些媒體有社群增量數據，有些媒體沒有，這樣排名是否基準不一？

Comscore 希望提供更完整的數據，讓媒體做出更豐富的分析與詮釋，不過用戶仍然可以使用“Desktop and Mobile”這個資料欄位來排序觀察，這個資料欄位的數據不包含 Social 流量。

我該怎麼知道媒體有沒有社群增量數據呢？

最簡單的方法是看媒體名稱後面的圖示是否有  符號，另外你也能從 Media 選項中直接選擇“Social”類別，直接觀察所有帶 Social 流量的媒體。

Social Incremental 有哪些觀察指標？

目前 Comscore 只提供跟人數相關的指標，但未來會逐步推出曝光數 (Impressions)、影音觀看數 (Video Views) 等等的指標，但沒有預計時程。

媒體需要在何時完成社群帳號授權呢？

資料授權完成後，Comscore 可以取得回溯 30 天的數據，因此若是在每個月 30 日前完成授權的媒體，都有機會取得授權月份當月的 private data。

Social Incremental FAQ

有哪些市場支援 Comscore Social Incremental ?

除了台灣之外，美國、加拿大、法國、義大利、西班牙、英國、阿根廷、巴西、墨西哥、印度、印尼、馬來西亞、秘魯、哥倫比亞、智利、澳洲、德國、愛爾蘭都支援 Social Incremental。

社群帳號資料授權給 Comscore 安全嗎？

我們的方法論符合所有歐美隱私法規 (如 GDPR、CCPA 等)，僅分析匯總層級數據，不涉及個人層級或認證用戶資訊，確保數據安全及隱私。

Social Incremental 的人數為什麼比直接將社群品牌的粉絲數加總，或者是 Comscore Social 中的 Unique Engaged Audience (UEA) 來得多？

Social Incremental 的 UV 定義為在單月份中被某個社群品牌的任何社群內容觸及過兩次以上的用戶，若是品牌正好有些貼文爆紅，觸及到很多非粉絲，人數就有可能高過社群粉絲總數；而 UEA 的定義更加嚴格，必須是要與社群內容互動過 (按讚、留言、分享) 才算是一個互動粉絲。

Comscore 是否能提供授權社群平台的「個別」社群人數？

不行，Social Incremental 雖然在計算過程中是依社群平台各自計算，但是最終我們想呈現的是社群的整體影響力，因此僅報告三個平台綜合數據。

該怎麼樣多了解 Social Incremental 呢？

歡迎與創市際聯繫，來信請寄 webber.sun@ixresearch.com

IX 市調解析

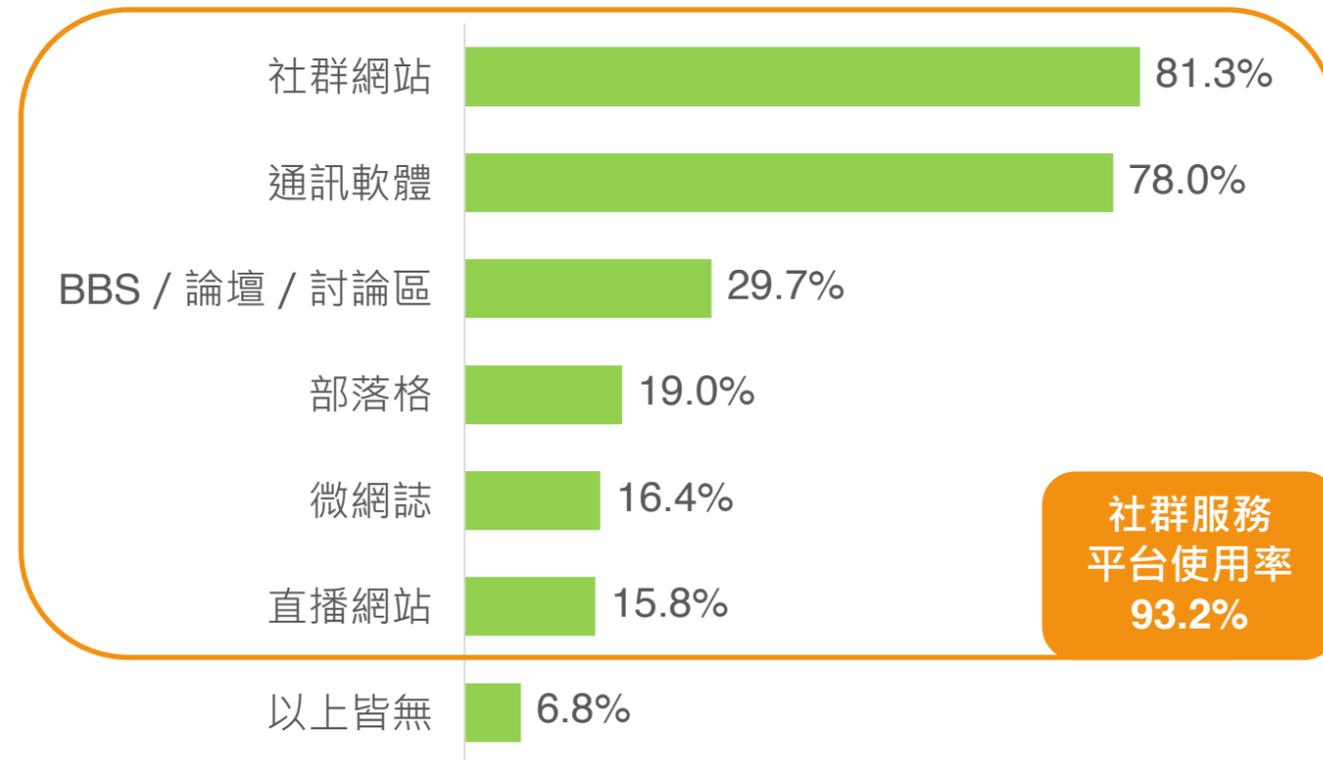
社群服務篇

社群服務篇

當代生活與社群服務平台密不可分，無論是生活紀錄、資訊分享，或是人際互動與溝通，皆仰賴這類工具進行。為深入了解民眾在各類社群服務上的使用行為與習慣，創市際於 2025 年 6 月 13 日至 19 日，針對 15-64 歲 的網友進行了「社群服務篇」的調查，總計回收了 1,324 份問卷。

社群網站 / 通訊軟體使用率高

社群服務平台使用情況

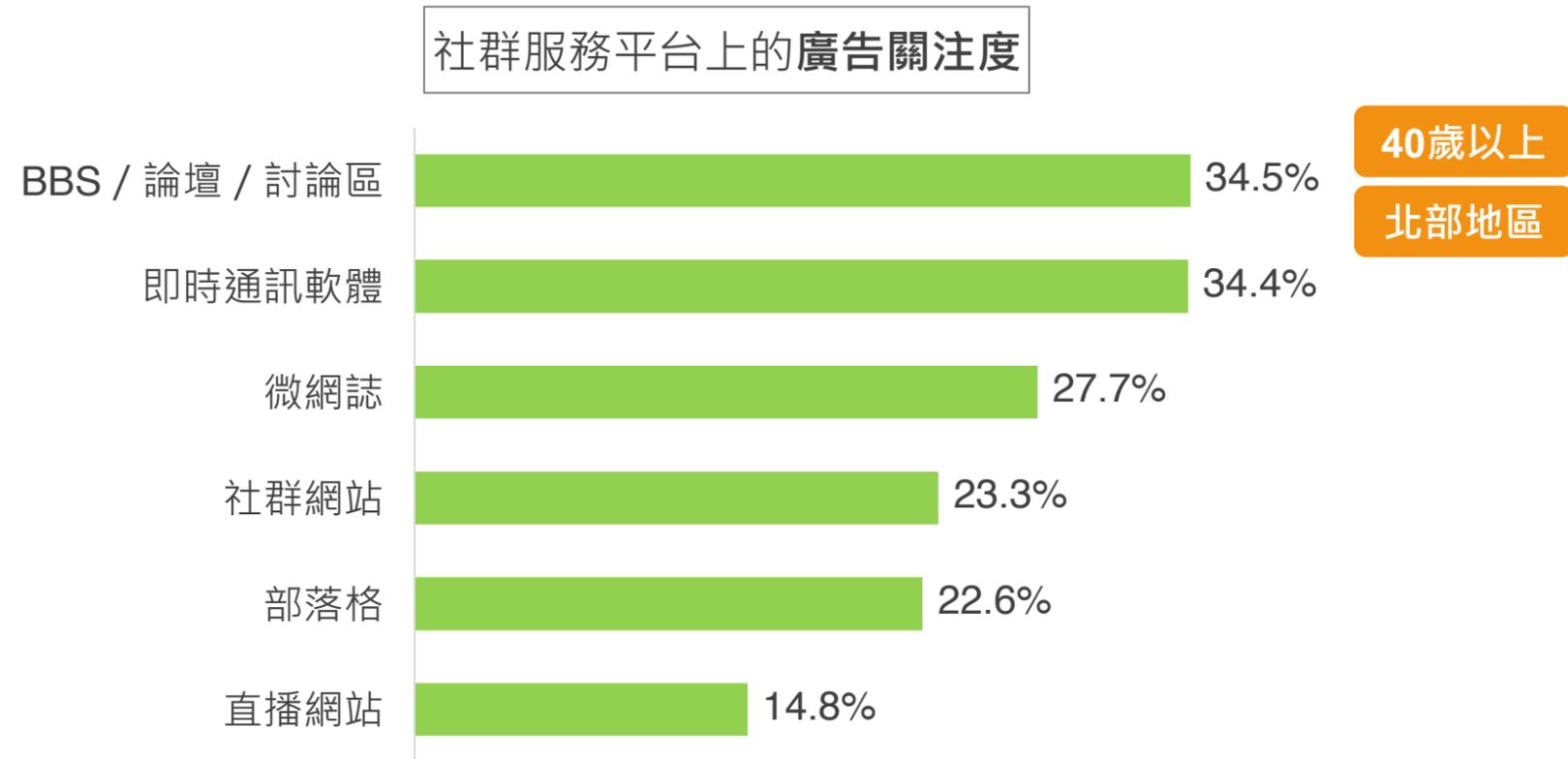


Base：全體受訪者 N=1,324

資料來源：創市際市場研究顧問 June 2025

根據 2025 年調查數據，社群服務平台的整體使用率為 93.2%。其中，「社群網站」使用率為 81.3%、「即時通訊軟體」為 78.0%，使用人數最多。其次為「BBS / 論壇 / 討論區」(29.7%)與「部落格」(19.0%)。

論壇與通訊軟體廣告吸引力高於其他社群服務

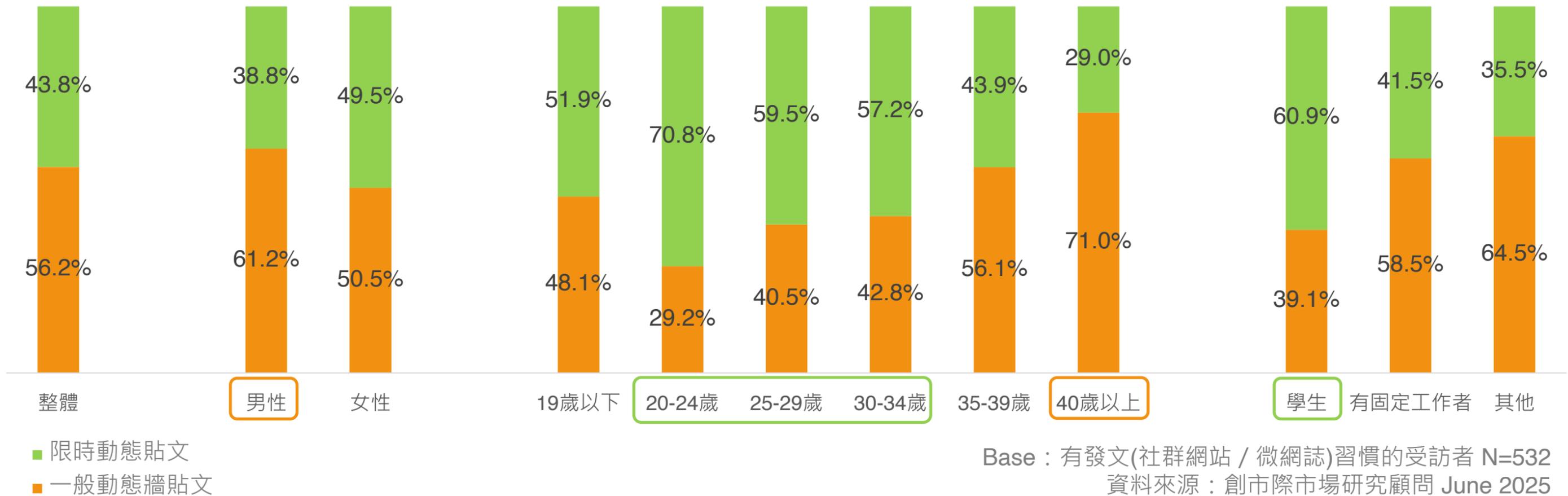


Base：使用各類社群服務的受訪者
資料來源：創市際市場研究顧問 June 2025

消費者在各類社群服務上被廣告吸引的比例中，以「BBS / 論壇 / 討論區」(34.5%)與「即時通訊軟體」(34.4%)為最高，其次為「微網誌」(27.7%)。其中，「BBS / 論壇 / 討論區」在 40 歲以上及北部地區族群中尤為顯著。

發文偏好呈現差異，限時動態受年輕族群青睞

社群網站 / 微網誌發文習慣



調查顯示，民眾在社群網站 / 微網誌的發文類型中，「一般貼文」與「限時動態」的使用比例約為 56% 比 44%。進一步分析發現，男性與 40 歲以上 族群較偏好「一般動態牆貼文」；而 20 至 34 歲 及 學生 族群則傾向使用「限時動態貼文」更多。

小結

- ▶ 社群服務平台整體使用率：93.2%
 - 使用率 Top 3：「社群網站」(81.3%)、「即時通訊軟體」(78.0%)、「BBS / 論壇 / 討論區」(29.7%)
- ▶ 社群服務平台上廣告關注度 Top 3：「BBS/論壇/討論區」(34.5%)、「通訊軟體」(34.4%)、「微網誌」(27.7%)
- ▶ 社群網站 / 微網誌發文習慣：一般動態牆貼文 56.2%、限時動態貼文 43.8%

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：

2025/06/13 ~ 2025/06/19

有效樣本數：N=1,324

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.66%，再依照2024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 | 675 | 51.0% |
| | 女性 | 649 | 49.0% |
| 年齡 | 15-19歲 | 91 | 6.8% |
| | 20-24歲 | 110 | 8.3% |
| | 25-29歲 | 133 | 10.0% |
| | 30-34歲 | 143 | 10.8% |
| | 35-39歲 | 142 | 10.7% |
| | 40-44歲 | 171 | 12.9% |
| | 45-49歲 | 171 | 12.9% |
| | 50-54歲 | 121 | 9.1% |
| | 55-64歲 | 244 | 18.4% |
| 居住地 | 北部 | 611 | 46.1% |
| | 中部 | 341 | 25.8% |
| | 南部 | 372 | 28.1% |



- ▶ 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