



# 創市際雙週刊 第二九五期

發刊日：2026年07月15日

## ARO / MMX 觀察

### 3 ARO / MMX 觀察 – 社群增量數據暨社群貼文觀察

## IX Survey 市調解析

### 11 市調解析 – 社群服務篇

# ARO / MMX 觀察

社群增量數據暨社群貼文觀察

## 前言

長久以來，產業能透過 Comscore MyMetrix 得知媒體的數位流量，Comscore Social 也讓訂閱戶知道媒體社群帳號的表現；2025 年，Comscore 推出社群增量數據\*，讓媒體得以選擇在 Comscore MyMetrix 中揭露其社群帳號整合流量\*\*，並且進一步與數位流量去重複計算。

本期創市際雙週刊透過 Comscore MyMetrix Digital，觀察數個媒體在加入社群不重複人數後的表現；另外也觀察四個時尚媒體 Instagram 帳號的發文策略。

\* 社群增量數據 Social Incremental 為付費設定，媒體需將其 FB、IG、X 社群流量預先授權給 Comscore 進行存取與運算。

\*\* 社群增量數據中的 Total Social 綜合了媒體授權 Comscore 存取的 FB、IG、X 數據，Comscore 預先算出個社群平台 UEA (Unique Engagement Audience) 後，進一步計算各社群平台綜合、且去重複的整體社群人數。TikTok 人數亦會在近期內加入到 Social Incremental 的觀察範疇中。

所有 MMX MP 用戶都可觀察到 Social 相關數據。以 [M] UDN.COM 為例，2026 年 5 月有 1,126.1 萬個不重複使用者瀏覽過其內容，而預先綁定到 [M] UDN.COM 的社群帳號，經計算可以觸及 1,294.8 萬個不重複使用者，加總並且經過人數去重複後，聯合新聞網的數位影響力來到了 1,419.7 萬人。

最後一欄的 Social-Only UV 則表示，這裡列出的人數是只能在社群網站上溝通到的，亦即在網站內容外，還可以透過自家內容影響到的人數。從這個數字我們也可以看到，Yahoo Sports 以及 VOGUE 台灣的社群影響力都遠遠超過網站可以實際溝通到的人數。

| Entity                          | Total Unique Visitors/Viewers (000) |        |                    | Social-Only UV (000)     |  |
|---------------------------------|-------------------------------------|--------|--------------------|--------------------------|--|
|                                 | Total Digital Population            | Social | Desktop And Mobile | Total Digital Population |  |
| Total Internet: Total Audience  | 17,224                              | 12,960 | 17,224             | 0                        |  |
| > [M] Yahoo News Network        | 15,340                              | 8,907  | 14,417             | 923                      |  |
| > [M] UDN.COM                   | 14,197                              | 12,948 | 11,261             | 2,937                    |  |
| > [M] SETN.COM                  | 13,874                              | 12,433 | 8,677              | 5,197                    |  |
| > [M] Yahoo Sports              | 13,107                              | 12,960 | 3,144              | 9,963                    |  |
| ✓ [M] Conde Nast Digital Taiwan | 11,519                              | 11,264 | 2,162              | 9,357                    |  |
| [C] VOGUE.COM.TW                | 11,056                              | 10,843 | 1,566              | 9,490                    |  |
| [C] GQ.COM.TW                   | 2,992                               | 2,599  | 842                | 2,151                    |  |
| > [C] Yahoo Finance Network     | 10,038                              | 2,814  | 8,954              | 1,084                    |  |

資料來源：Comscore MMX MP, Key Measures, Desktop 15+ & Mobile 18+, Selected Media, Ranked by Total UVs (Total Digital Population), May 2026.

創市際透過 Comscore Social 觀察 2026 年 6 月數據，美麗佳人發布了最多 IG 內容，431 則貼文獲得了 498 萬次互動，當中多頁圖文 (Carousel) 佔了 70%，有 301 篇、Reel 佔了 29%，有 126 篇、單頁圖文則是有 4 篇，佔比為 1%。

| <br>Instagram Only | Total Post | Media Type |      |       | Total Actions | Comments | Likes     | Reel Views |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------|-------|---------------|----------|-----------|------------|
|                                                                                                     |            | Carousel   | Reel | Image |               |          |           |            |
| ELLE (TW)                                                                                           | 348        | 262        | 86   | 0     | 5,477,113     | 85,231   | 5,391,882 | 16,515,353 |
| VOGUE (TW)                                                                                          | 275        | 183        | 83   | 9     | 3,866,588     | 37,861   | 3,828,727 | 16,523,874 |
| Marie Claire (TW) 美麗佳人                                                                              | 431        | 301        | 126  | 4     | 4,981,614     | 34,215   | 4,947,399 | 14,640,586 |
| Bella Taiwan (TW) 儂儂                                                                                | 238        | 165        | 57   | 16    | 588,476       | 10,439   | 578,099   | N/A        |

資料來源：Comscore Social, Content Pulse, Ranked by Actions (IG), Selected Media, Instagram, June 2026.

進一步將貼文內容完整匯出，分析各刊 IG 完整貼文內容時，明顯發現有幾種不同的發文策略。分析各刊 IG 完整貼文內容時，明顯發現無論是在內容主題、貼文策略、社群扮演的角色來說，四刊都各有過人之處或是不可取代的地方。創市際也將我們看到的資訊做了簡單的歸類與觀察：

| Property               | Media Type | Link to post            | Content of Post                     | Audience  | Total Actions | Comments | Likes   | Reel Views | Date Published (UTC) |
|------------------------|------------|-------------------------|-------------------------------------|-----------|---------------|----------|---------|------------|----------------------|
| ELLE (TW)              | carousel   | https://www.instagram.c | #ELLE封面大人物 ft.#LenaMiu @lalinalena  | 867,977   | 306,133       | 20,489   | 285,644 | 0          | 2026-06-01T12:21:20Z |
| ELLE (TW)              | reel       | https://www.instagram.c | #ELLE封面大人物 ft. #LenaMiu @lalinalena | 867,977   | 270,855       | 10,372   | 260,483 | 2,636,310  | 2026-06-02T11:46:39Z |
| VOGUE (TW)             | reel       | https://www.instagram.c | #VogueFashionWeek 游刃有餘的巨星氣勢         | 1,199,748 | 139,983       | 1,215    | 138,768 | 593,924    | 2026-06-24T01:58:55Z |
| VOGUE (TW)             | image      | https://www.instagram.c | #VogueCover 2025年，Freen創立個人經        | 1,199,748 | 64,254        | 1,171    | 63,083  | 0          | 2026-06-02T04:20:02Z |
| Marie Claire (TW) 美麗佳人 | carousel   | https://www.instagram.c | #MC時裝週 巴黎男裝週準備開始💖 王                 | 967,635   | 9,213         | 1,435    | 7,778   | 0          | 2026-06-22T04:20:25Z |
| Marie Claire (TW) 美麗佳人 | reel       | https://www.instagram.c | #MC娛樂 CORTIS 雙金髮混血James、M           | 967,635   | 79,703        | 1,403    | 78,300  | 297,028    | 2026-06-24T03:18:28Z |
| Bella Taiwan (TW) 儂儂   | image      | https://www.instagram.c | #Bella新奇編好聊的人這些話不會說出口！              | 256,208   | 2,490         | 922      | 1,568   | 0          | 2026-06-02T13:30:01Z |
| Bella Taiwan (TW) 儂儂   | carousel   | https://www.instagram.c | #儂儂旅社坐落於台南安平四草大道旁，全                 | 256,208   | 3,048         | 549      | 2,499   | 0          | 2026-06-11T11:00:02Z |

|                           | 內容主題                             | 流量密碼                     | 經營特色                                                    | IG角色 | 啟發                                    |
|---------------------------|----------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------|------|---------------------------------------|
| ELLE (TW)                 | 國際時裝週、名人穿搭、美妝新品、音樂娛樂、展覽藝術、熱門社會議題 | 韓流明星、精品、頒獎典禮、秀場花絮、Reels  | <b>**Reels 占比高**</b><br>搶第一時間快訊<br>國際趨勢同步快速<br>矩陣帳號建立分眾 | 流量入口 | <b>跟 ELLE 學分眾</b><br>粉絲 → 分眾帳號 → 商業變現 |
| VOGUE (TW)                | 封面人物故事、產業解析、設計師觀點、文化藝術議題、秀場專業解讀  | 封面人物、時裝週解析、名人專訪、社會文化觀點   | <b>**Carousel 運用成熟**</b><br>第一張吸睛 → 第二張開始<br>講故事 → 導流官網 | 預告平台 | <b>跟 VOGUE 學導流</b><br>粉絲 → 官網 → 廣告收入  |
| Marie Claire (TW)<br>美麗佳人 | 美妝時尚、女性成長、女力議題、情感與生活             | 女性成長、名人語錄、愛自己、情感內容、保養技巧  | <b>**情感共鳴**</b><br>透過女性價值觀、生活風格、<br>情感議題建立社群認同          | 品牌社群 | <b>跟美佳學建立情感</b><br>粉絲 → 認同 → 品牌忠誠     |
| Bella Taiwan (TW)<br>儂儂   | K-POP、心理學、星座、職場、旅遊、話題人物          | 心理測驗、職場共鳴、感情議題、熱門韓星、爆紅事件 | <b>**Call to Action**</b><br>幾乎每篇都在推進互動                 | 互動引擎 | <b>跟儂儂學互動</b><br>粉絲 → 留言 → 演算法擴散      |

另一項 Comscore Social 提供的有趣功能，便是提供獨家的社群網友人物誌 (Social User Persona) 資訊。人物誌資料綜合了媒體的 FB、IG、X 社群網友在社群媒體中的行為，經過 Comscore 提取、歸納各種傾向行為後計算出關聯度積分 (Affinity Score)，再對比整體社群網友而算出傾向值 (Index)。

右方表格中列出了 Q2 2026 四個媒體各自 Top 15 的社群網友人物誌，我們也不難從資料中發現，女性時尚媒體的社群網友，或許吸引到的族群比我們想像的更加多元。

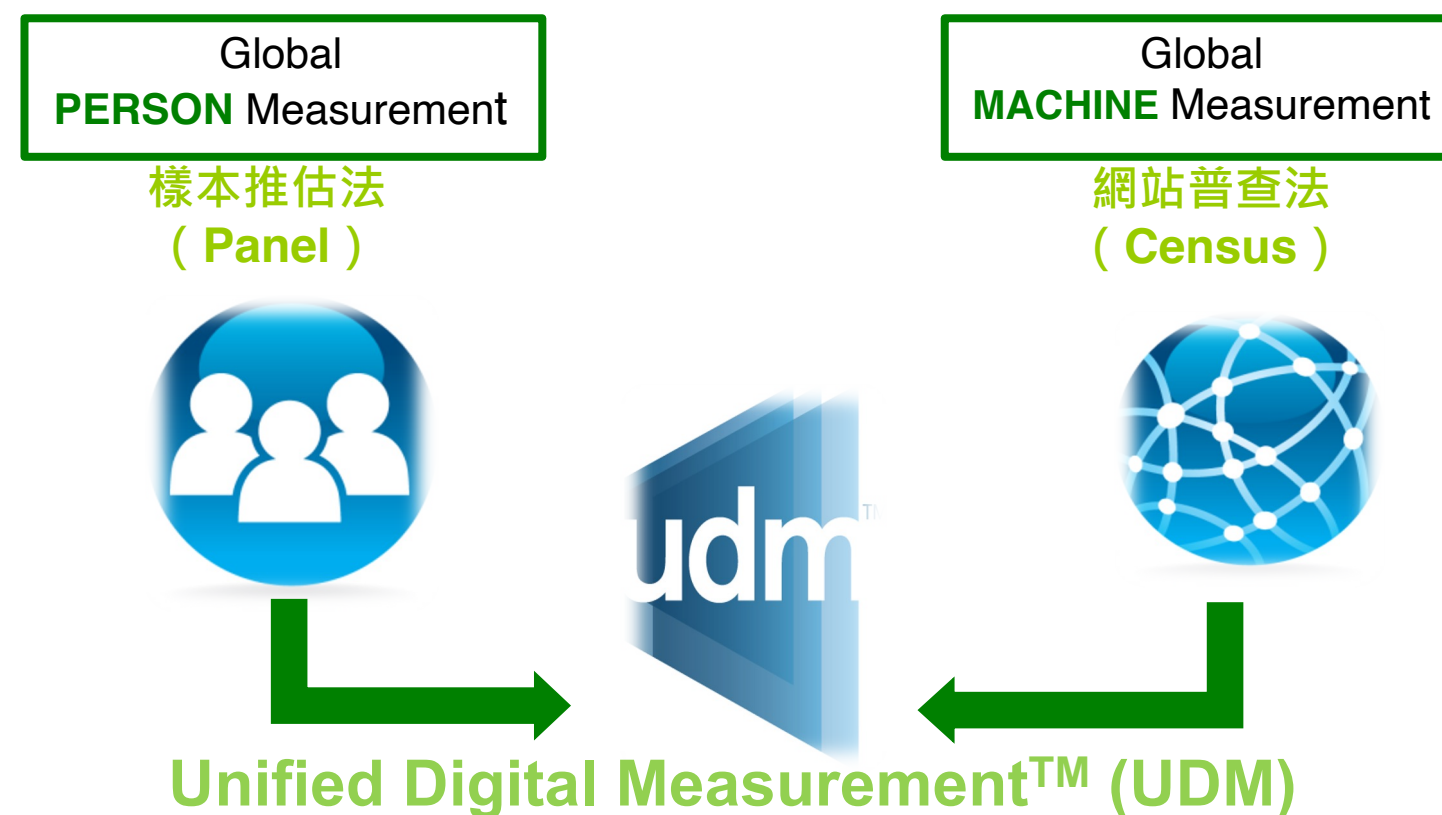
| ELLE   | Index | VOGUE  | Index | MC     | Index | Bella   | Index |
|--------|-------|--------|-------|--------|-------|---------|-------|
| 享樂消費族  | 138.3 | 科技魔人   | 118.9 | 動物愛好者  | 127.6 | 咖啡癮     | 151.3 |
| 時尚達人   | 126.4 | 電競迷    | 118.8 | 書蟲     | 126.2 | 工業實業家   | 133.5 |
| 球鞋狂熱   | 120.1 | 賽車迷    | 118.8 | 享樂消費族  | 122.6 | 廚藝高手    | 121.5 |
| 科技魔人   | 119.3 | 音樂愛好者  | 118.3 | 育兒家庭   | 121.2 | 動物愛好者   | 121.4 |
| 音樂愛好者  | 119.1 | 動漫迷    | 118.2 | 球鞋狂熱   | 119.6 | 品牌忠誠族   | 120.7 |
| 烈酒控    | 118.3 | 球鞋狂熱   | 118.1 | 音樂愛好者  | 119.3 | 科技達人    | 120.3 |
| 書蟲     | 116.4 | 享樂消費族  | 116.3 | 廚藝高手   | 117.7 | 求職者     | 119.7 |
| 電競迷    | 116.1 | 書蟲     | 115.3 | 科技魔人   | 117.2 | 烈酒控     | 118.3 |
| 吃貨     | 115.5 | 流行文化愛好 | 113.9 | 就愛看喜劇  | 117.0 | 療癒系食物愛好 | 117.5 |
| 育兒家庭   | 115.2 | 脫口秀愛好者 | 112.1 | 動漫迷    | 116.9 | 時尚達人    | 115.4 |
| 精明投資族  | 115.1 | 動物愛好者  | 110.4 | 流行文化愛好 | 115.0 | 音樂愛好者   | 114.4 |
| 賽車迷    | 115.0 | 吃貨     | 110.2 | 時尚達人   | 114.1 | 書蟲      | 114.3 |
| 流行文化愛好 | 113.7 | 烈酒控    | 108.4 | 遊戲休閒玩家 | 113.9 | 保險研究家   | 112.5 |
| 品牌忠誠族  | 111.2 | 精明投資族  | 108.2 | 精明投資族  | 113.7 | 育兒家庭    | 109.2 |
| 籃球迷    | 111.2 | 品牌忠誠族  | 106.8 | 賽車迷    | 112.9 | 職涯成長者   | 108.5 |

# 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、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

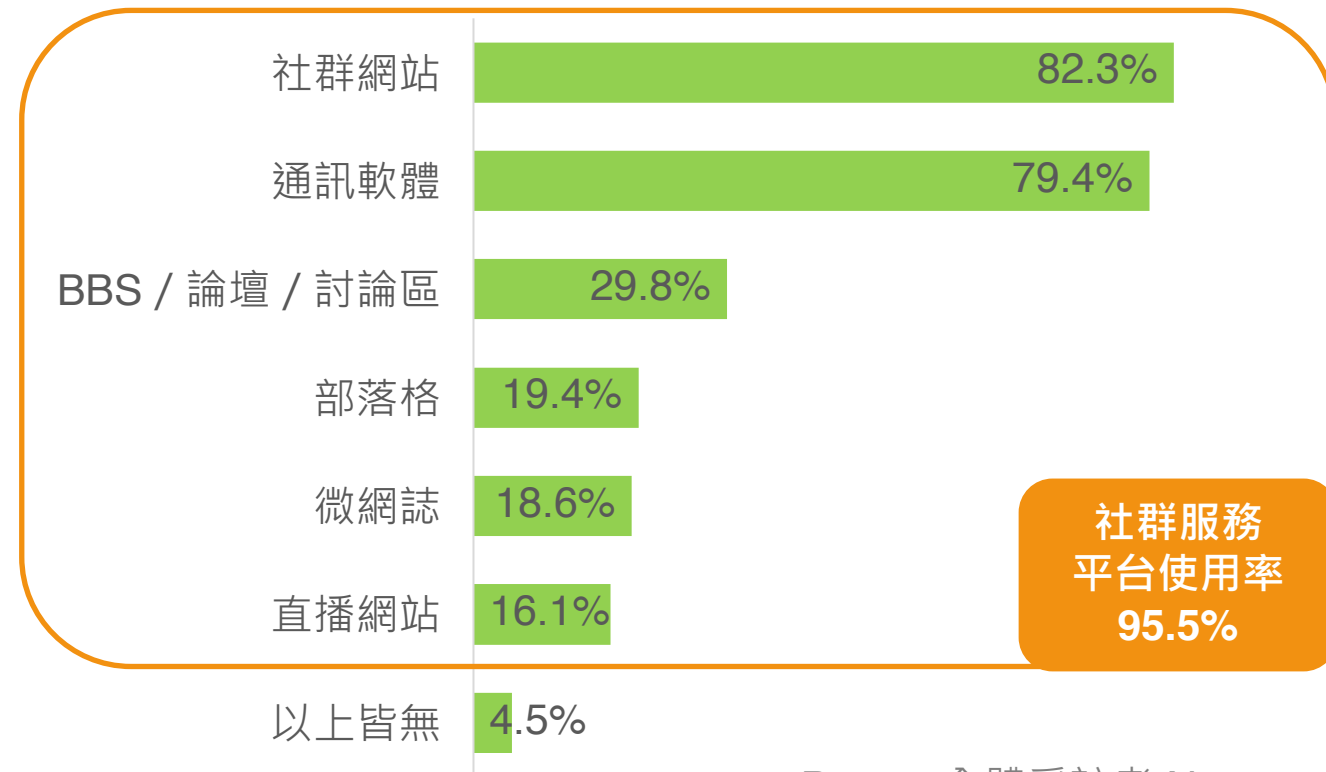
## 社群服務篇

## 社群服務篇

社群生態已走向多平台並進，同時伴隨著短影音浪潮的來襲，民眾的數位日常已由單一社交延伸至通訊、影音娛樂與資訊獲取等多重場景。為掌握大眾在現今社群服務中的實態與習慣，創市際於 2026 年 6 月 16 日至 24 日，針對 15-64 歲 的網友進行「社群服務篇」的調查，總計回收了 1,070 份問卷。

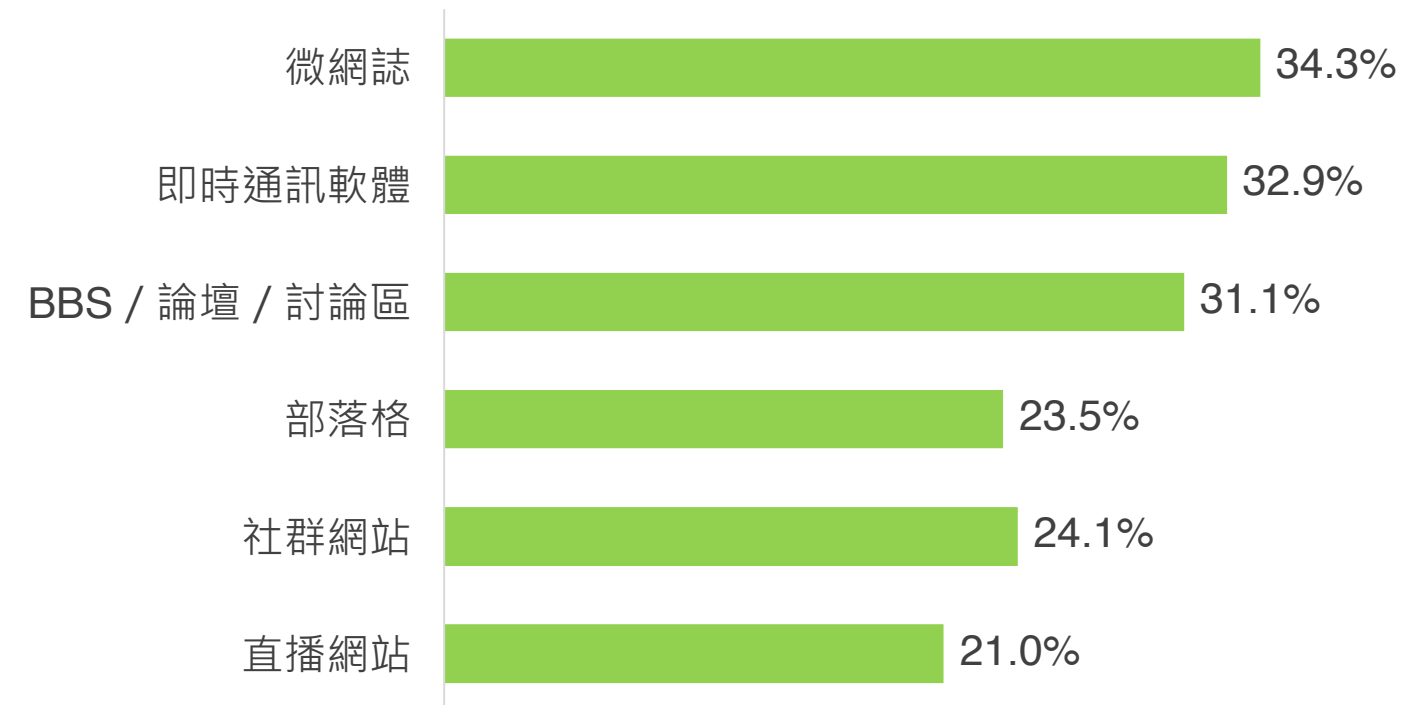
## 社群網站與通訊軟體使用率最高 / 微網誌上的廣告最吸睛

社群服務平台使用情況



Base：全體受訪者 N=1,070  
資料來源：創市際市場研究顧問 June 2026

社群服務平台上的廣告關注度

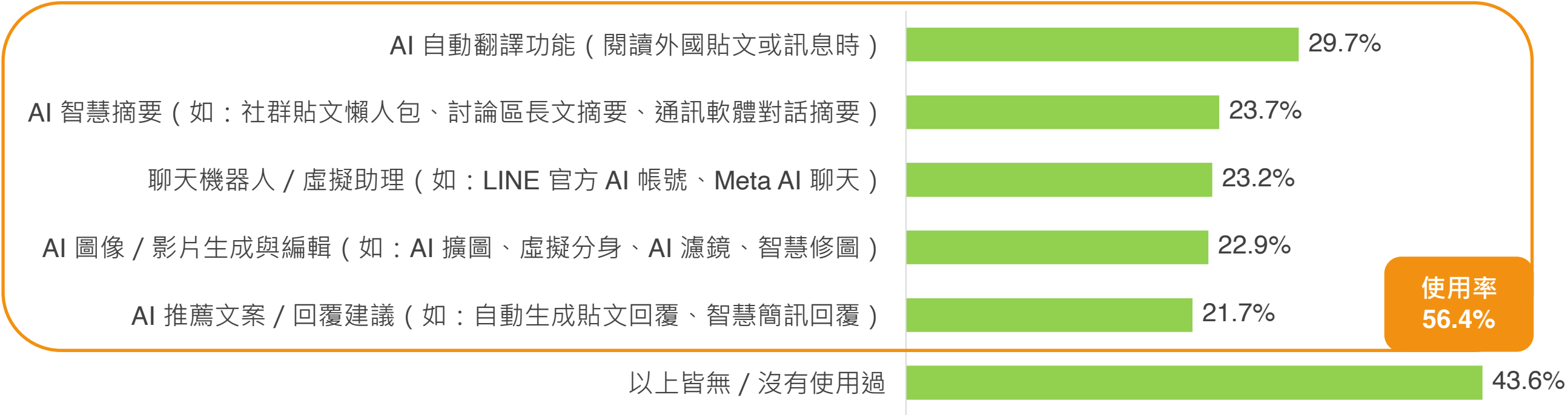


Base：使用各類社群服務的受訪者  
資料來源：創市際市場研究顧問 June 2026

根據調查數據顯示，社群服務平台**整體使用率**高達 95.5%。在各類型服務中，以「社群網站」(82.3%)和「通訊軟體」(79.4%)為市場兩大主流。而對於不同社群服務平台上的**廣告關注度**，則以「微網誌」(34.3%)上的廣告獲得較高關注，其次是「即時通訊軟體」(32.9%)與「BBS / 論壇 / 討論區」(31.1%)。

AI 功能使用率達五成以上，以自動翻譯功能使用率居首

AI 相關功能使用情形



Base：有使用社群服務的受訪者 N=1,022  
資料來源：創市際市場研究顧問 June 2026

由數據結果來看，受訪者在社群服務平台上 AI 相關功能的使用率為 56.4%。在各功能中使用率最高的是「AI 自動翻譯功能」(29.7%)，其次為「AI 智慧摘要」(23.7%)與「聊天機器人 / 虛擬助理」(23.2%)功能。

# 小結

- ▶ 社群服務平台整體使用率：95.5%
- ▶ 社群服務平台上廣告關注度 Top 3：「微網誌」(34.3%)、「通訊軟體」(32.9%)、「BBS / 論壇 / 討論區」(31.1%)
- ▶ 社群服務平台上 AI 相關功能的整體使用率：56.4%
  - 使用率 Top 3：「AI 自動翻譯」(29.7%)、「AI 智慧摘要」(23.7%)、「聊天機器人 / 虛擬助理」(23.2%)

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：  
2026/06/16 ~ 2026/06/24

有效樣本數：N=1,070

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負3%，  
再依照2026年2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     | 541 | 50.6% |
|     | 女性     | 529 | 49.4% |
| 年齡  | 15-19歲 | 70  | 6.5%  |
|     | 20-24歲 | 81  | 7.5%  |
|     | 25-29歲 | 108 | 10.1% |
|     | 30-34歲 | 114 | 10.6% |
|     | 35-39歲 | 115 | 10.7% |
|     | 40-44歲 | 135 | 12.6% |
|     | 45-49歲 | 140 | 13.1% |
|     | 50-54歲 | 123 | 11.5% |
|     | 55-64歲 | 185 | 17.3% |
| 居住地 | 北部     | 507 | 47.4% |
|     | 中部     | 277 | 25.9% |
|     | 南部     | 286 | 26.7% |



- ▶ 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](mailto:marcom@ixresearch.com)