

。 2021年 第一季

媒體影響力 洞察報告

研究方法

為瞭解電視、報紙、雜誌、網路四大類媒體於網路社群上的影響力表現，
故本報告將針對上述媒體的社群頻道進行分析，
以粉絲追蹤數、按讚數、留言數、分享數、觀看次數等指標評估，
找出最具影響力之媒體，作為後續傳播溝通操作的參考依據。

時間範圍：2021/01~2021/03

資料來源：Facebook、YouTube (粉絲數、訂閱數統計至 2020/12/31)

洞察與策略

加乘效應

媒體平台「轉入與轉出」現象普遍，共享新聞資源，加乘傳播效應

分眾媒介

受眾接受資訊管道破碎化，市場分眾趨勢下，必須整合媒介工具精準溝通

創作趨勢

受眾閱聽媒介與行為改變，促使媒體在創作的形式與內容上，皆持續朝影音化、直播化發展

關注議題

公共議題、國際化題材易引發共鳴，透過閱聽人自主分享，擴大傳播效益與影響力

經營成效

「互動」是媒體經營成效關鍵指標，藉由精準設定議題，搭配靈活的社群策略力助品牌突圍

報告大綱

Part 1 傳播行銷洞察與策略

媒介加乘效益	... p.6
閱聽受眾分析	... p.7
媒體創作內容趨勢	... p.8
關注內容剖析	... p.9
媒體成效關鍵指標	... p.10

Part 2 電視媒體影響力

社群影響力綜合分析	... p.12
YouTube 頻道影響力分析	... p.13
Facebook 頻道影響力分析	... p.14

Part 3 報紙媒體影響力

Facebook 社群影響力分析	... p.16
Facebook 頻道影響力分析	... p.17

Part 4 雜誌媒體影響力

Facebook 社群影響力分析	... p.19
Facebook 頻道影響力分析	... p.20

Part 5 網路媒體影響力

Facebook 社群影響力分析	... p.22
Facebook 頻道影響力分析	... p.23



01

傳播行銷 洞察與策略

媒體平台「轉入、轉出」現象普遍 加乘後傳播效益應納入評估



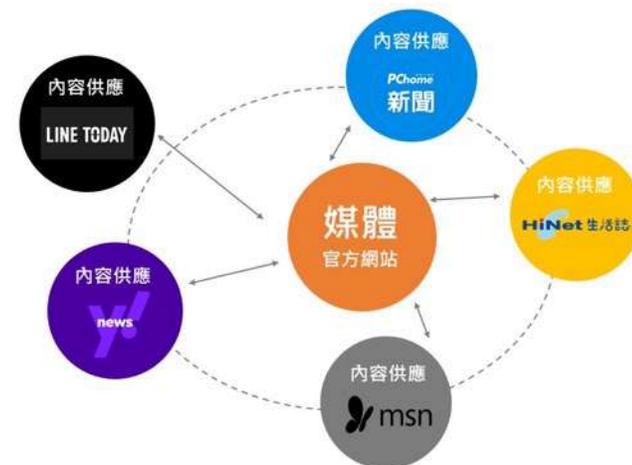
媒介延伸觀點

- 依據現今民眾的閱聽習慣，接受新聞資源的管道多以媒體社群平台為主，同時隨著智慧型手機普及，聚焦行動裝置的新聞入口同樣也在新聞議題擴散中扮演要角。
- 從媒體組織的角度來看，各家媒體之間實際為「競合關係」，彼此都爭取閱聽人的眼球、廣告主投放預算，但在內容方面卻存在合作的可能性。像是LINE TODAY、Yahoo新聞、PChome新聞，三者均無編制內的記者，平台內容仰賴合作夥伴供稿。由單一媒體撰稿，再轉至其他媒體平台，此現象於業界相當普遍，也為媒體傳播評估提供另一項評估指標。



傳播策略思維

- 針對媒體產業常見的轉入、轉出模式，公關人員在判斷媒體的數位影響力時，更應該釐各自的傳播路徑，單篇報導是否轉載至其他新聞平台，以獲得加乘效果。



媒體「轉入、轉出」現象
提升傳播路徑研究的重要性

受眾接受資訊管道破碎化 整合媒介工具精準溝通分眾市場成顯學



媒介延伸觀點

- 在社群環境中，受眾接受資訊的時間與方式相較以往更加破碎，但接受資訊來源、獲取資訊卻更主動，加上廣告科技讓受眾的數位足跡可以被記錄，傳播媒介分眾化的趨勢也更為顯著。
- 從不同形式的媒體，如報紙、電視、雜誌、網路新聞，演變成依內容不同區分成各子網站、頁面等「分眾化」現象。電視、報紙與網路媒體的社群媒體皆有分眾趨勢，而其中以ETtoday最為明顯，例如新聞雲、星光雲、房產雲等多種主題，以觸及不同族群，累積粉絲黏著度與頻道影響力。



傳播策略思維

- 在現今消費族群不斷細分的情況下，品牌溝通也勢必走向分眾化，藉由受眾的深入洞察，設計打動該族群的訊息。
- 以今年2月正式營運的宜蘭全新旅宿品牌「了了礁溪」為例，在完整盤點品牌的溝通資源後，定調「居、食、藝、遊」四大主軸，並依序進行分眾傳播：
 1. 從獨特的建築外觀出發，並安排負責操作的自然洋行曾志偉設計師受訪，成功爭取設計類媒體報導。
 2. 首波操作便引發市場熱烈迴響，再透過深度採訪邀約，創造旅遊美食媒體的曝光聲量，揭曉了了各特色房型，同步也溝通其特殊的一泊二食餐飲概念。
 3. 由於議題精準設定，後續更如預期獲得許多網路意見領袖自主開箱分享，成為時下最具話題性的旅宿空間。



(圖片來源：了了礁溪)

「夠吸睛才是王道」 媒體內容創作兩大趨勢：影音化、直播化



媒介延伸觀點

- 影音內容平台在台掀起熱潮，根據國內調研機構的一項調查指出，台灣有超過9成的民眾每月至少造訪一次 YouTube，每日使用的人數更高達7成，顯示影音內容平台已成為台灣民眾接受資訊的重要管道之一。
- 2020年12月，中天新聞52台頻道下架，轉戰 YouTube 發展，短時間內即吸引多達 200 萬粉絲訂閱，成為電視媒體全面擁有數位平台的新里程碑。今年5月，蘋果日報紙本停刊、全面朝向數位發展，更強化旗下蘋果新聞網的影音內容，積極搶佔閱聽人的眼球。



傳播策略思維

- 台灣媒體近半年異動頻頻，各家媒體經營策略轉向的背後，實為民眾媒介行為與偏好轉變，且拜傳播科技之賜，吸引閱聽人的注意力難度亦持續提升，多數媒體在內容創作的形式上，更加影音化、直播化。

因此，品牌在擬定中長期的媒體溝通策略時，必須將這兩大內容趨勢納入評估，以發揮傳播之綜效。



(圖片來源：中天電視YouTube頻道、蘋果新聞網)

公共議題、國際化題材易引發共鳴 透過閱聽人自主分享來借力使力



媒介延伸觀點

- 關注公共議題、提供國際視野的媒體，例如：公視、報導者、聯合報系願景工程、轉角國際，藉由優質、深度報導內容，獲得廣大粉絲迴響，針對這類題材一般民眾也更有願意自主分享，甚至於同溫層中引發共鳴。

對於媒體本身而言，此現象有助於強化其內容創造的傳播效果，且擴大自身影響力。



傳播策略思維

- 擴大社會參與、善盡企業社會責任，是現今企業都必須積極面對的重要議題。

企業一方面需掌握各類公共議題所對應的媒體以及其中的影響力順序；一方面也應透過議題的精準設定，爭取媒體曝光，於後續創造目標受眾的自發性傳散與互動，從而建立良好的溝通環境。



(圖片來源：報導者、聯合報)

「互動」是媒體經營成效關鍵指標，精準社群策略力助品牌突圍



媒介延伸觀點

- 媒體經營模式社群化，也因此除了網路點閱率之外，往往將「社群互動率」納入成效指標，藉此找出易吸引粉絲關注的議題。

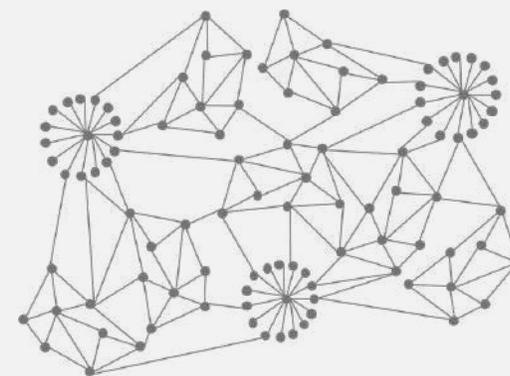
又以流行時尚、商管雜誌媒體特別重視文章的互動表現，一則能夠創造高互動率的新聞內容，儘管已失去時效性，仍有機會於這兩類媒體的臉書粉絲專頁獲得重複轉發。



傳播策略思維

- 數位時代下的媒體溝通，更應將重視社群互動效果，有鑑於媒介環境複雜性提升，品牌在規劃行銷活動時，必須清楚掌握所屬產業中的關鍵媒體，搭配議題的精準設定，才能有效的與目標客群溝通。

同時，面對各大社群平台演算機制不斷改變，更需具備即時因應的能力，並發展能夠突圍的社群策略。



社群媒體傳播方式複雜化，
媒體經營也愈來愈重視
「互動」效果

02

電視媒體影響力

十一家電視媒體季度影響力評估

1-1 社群影響力綜合分析

1-2 YouTube 頻道影響力分析

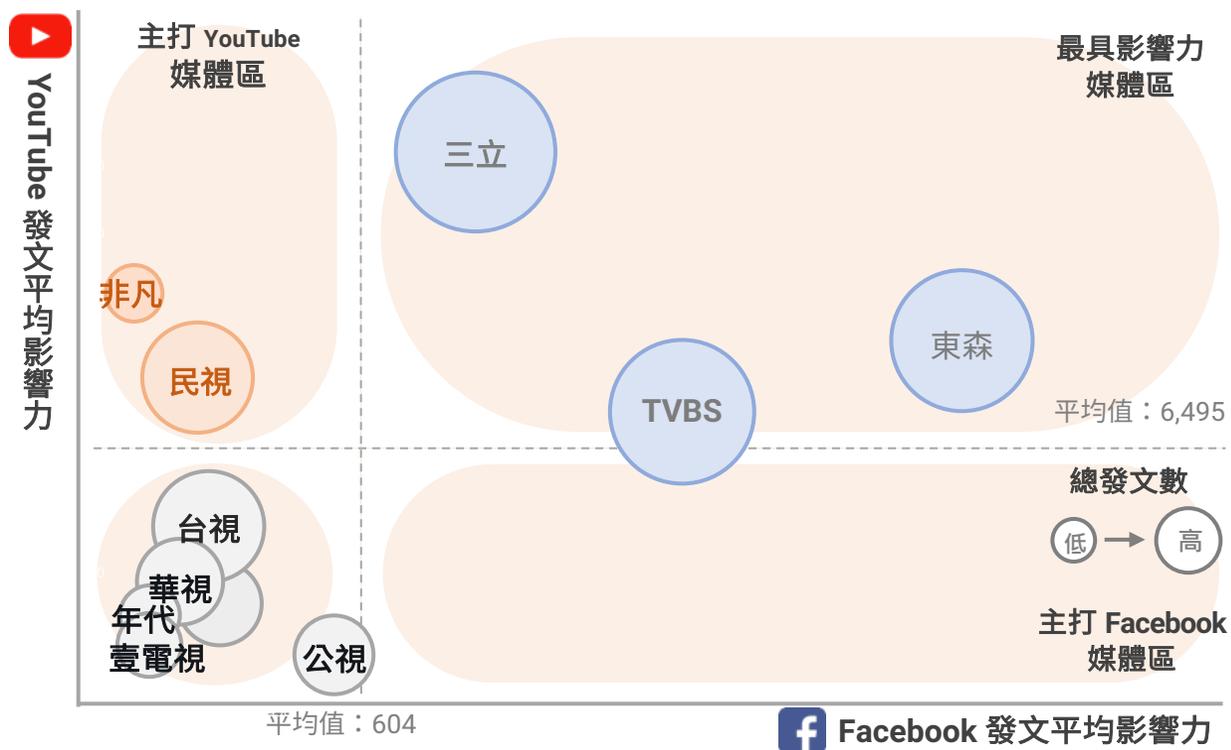
1-3 Facebook 頻道影響力分析

【電視媒體】社群影響力綜合分析

東森、三立、TVBS 為本季最具影響力之電視媒體

- 本季最具影響力的電視媒體為東森、三立及 TVBS，且東森在 Facebook 的影響力由去年的第 2 名攀升至第 1 名，成為在 Facebook 最具影響力的電視媒體；而三立則在去年及本季皆為 Youtube 最具影響力的電視媒體，同時也是總發文數最多的電視媒體。

電視媒體社群影響力綜合分析圖



▶ 排名	媒體名稱	發文平均影響力	f 排名	媒體名稱	發文平均影響力
1	三立	15,963	1	東森	2,366
2	非凡	11,793	2	TVBS	1,578
3	東森	10,397	3	三立	997
4	民視	9,308	4	公視	599
5	TVBS	8,298	5	中視	277
6	台視	4,915	6	台視	246
7	華視	3,285	7	民視	215
8	中視	2,642	8	華視	166
9	年代	2,298	9	年代	81
10	壹電視	1,420	10	壹電視	79
11	公視	1,128	11	非凡	37

註 1：YouTube 發文平均影響力
= 總觀看次數 / 總發文數；

註 2：Facebook 發文平均影響力
= [(總按讚數x1) + (總留言數x6) + (總分享數x13)] / 總發文數，
其權重指標參考自 BlitzMetrics 的研究。

【電視媒體】 YouTube 頻道影響力分析

影視類頻道平均影響力較高，新聞類頻道為電視媒體經營重點

- 進一步分析最具影響力媒體區、主打 YouTube 媒體區的新聞媒體所經營之 YouTube 頻道後，發現前三名的三立台劇、三立華劇及民視戲劇館均為影視類頻道，雖然這三個頻道的總發文數不多，卻創造出較高的觀看數及留言數，顯示出影視類頻道較能夠吸引網友互動。
- 而排名第 4 至第 8 的頻道均為民視、三立、非凡經營的綜合新聞頻道，和其他類型頻道相比，綜合新聞頻道有較高的總發文數，由此可以看出上述三家電視媒體將 Youtube 經營重心放在綜合新聞頻道。

排名	媒體名稱	經營之頻道	總發文數 (P)	總觀看次數 (W)	總留言數 (C)	發文平均影響力 (W/P)
1	三立	三立台劇	308	23,133,719	18,193	75,109
2	民視	民視戲劇館	1,568	101,921,636	62,314	65,001
3	三立	三立華劇	367	19,646,289	15,046	53,532
4	民視	民視新聞節目頻道	777	18,659,461	86,355	24,015
5	三立	setn 三立新聞網	4,331	82,970,134	99,630	19,157
6	非凡	USTV 非凡電視台	2,291	30,892,847	38,022	13,484
7	三立	三立iNEWS	3,510	44,770,909	192,286	12,755
8	三立	三立新聞台 CH54	5,672	56,501,761	184,351	9,962
9	民視	民視綜藝娛樂	891	6,553,176	8,018	7,355
10	非凡	非凡商業台	618	3,413,788	7,037	5,524
11	民視	民視直播	26	128,820	95	4,955

【電視媒體】 Facebook 頻道影響力分析

東森經營的多元頻道使其成為FB影響力最高的電視媒體

- 接著分析在最具影響力媒體區的新聞媒體所經營之 Facebook 頻道後，可以觀察出有 5 個頻道與電影、娛樂主題相關，分別為三立台劇、三立華劇、三立藝能中心、東森娛樂、東森電影洋片粉絲團等，由此得知相關主題頻道在 Facebook 有較頻繁的曝光機會。
- 而東森上榜之頻道主題多元，包含新聞、影視娛樂、汽車以及財經等，該分眾化經營方式提高東森在 Facebook 上的曝光度，也使東森成為 Facebook 發文平均影響力最高的電視媒體。

排名	媒體名稱	經營之頻道	總發文數 (P)	總按讚數 (L)	總留言數 (C)	總分享數 (S)	影響力加權值(W)	發文平均影響力 (W/P)
1	東森	東森新聞	11,713	14,073,591	1,598,736	895,212	35,303,763	3,014
2	三立	三立台劇	576	669,685	66,837	39,585	1,585,312	2,752
3	三立	三立華劇	906	1,415,272	43,683	61,348	2,474,894	2,732
4	三立	三立藝能中心	98	151,110	4,369	1,048	190,948	1,948
5	東森	東森娛樂	3,609	2,534,455	131,590	205,267	5,992,466	1,660
6	TVBS	TVBS 新聞	10,513	6,650,816	900,219	349,216	16,591,938	1,578
7	東森	東森電影洋片粉絲團	186	25,733	12,383	11,971	255,654	1,374
8	三立	三立新聞	15,023	7,296,445	831,397	312,794	16,351,149	1,088
9	東森	東森愛玩車	64	11,518	721	880	27,284	426
10	東森	東森財經	2,315	227,910	38,211	21,227	733,127	317
11	三立	三立iNEWS	4,973	375,177	43,777	21,149	912,776	184

03

報紙媒體影響力

六家報紙媒體季度影響力評估

2-1 Facebook 社群影響力分析

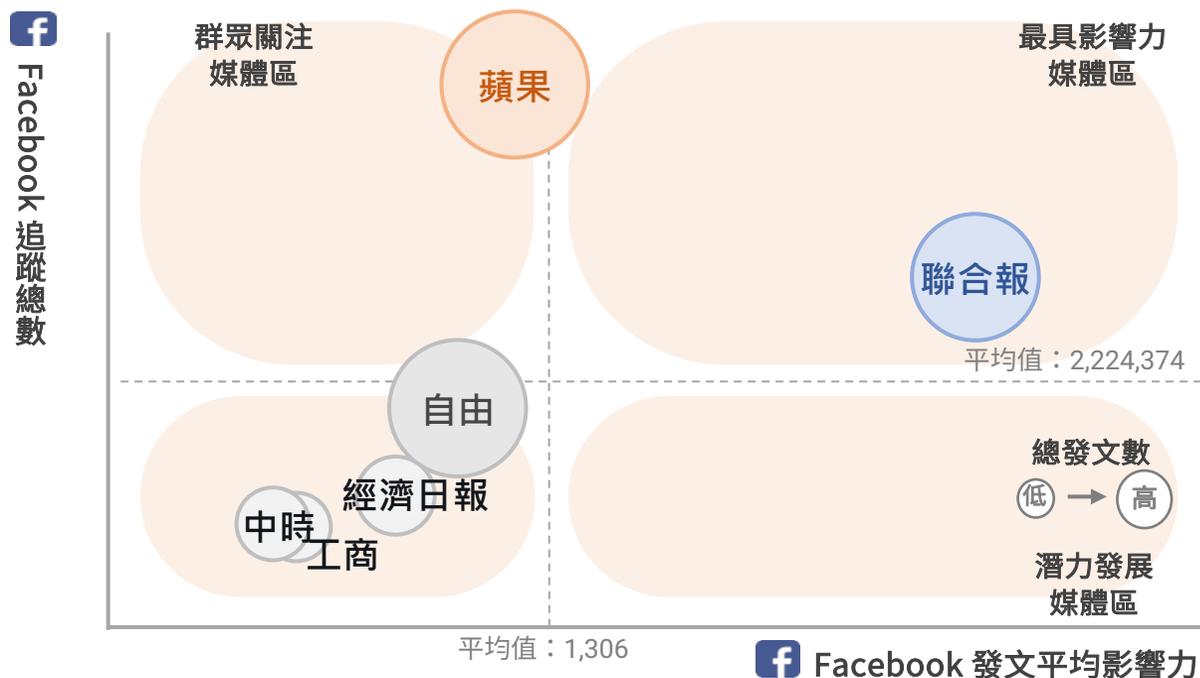
2-2 Facebook 頻道影響力分析

【報紙媒體】Facebook 社群影響力分析

聯合報為 Facebook 社群影響力最高之報紙媒體

- 聯合報在去年及本季皆位於最具影響力的媒體區，是 Facebook 發文平均影響力最高的報紙媒體。
- 蘋果則移動至群眾關注媒體區，是受到最多網友追蹤的報紙媒體；若能促進網友與其文章的互動，將可增加蘋果的社群影響力。
- 另外，自由為總發文數排名第二的報紙媒體，雖然現階段自由的粉絲總數以及發文平均影響力皆低於平均值，但未來若能夠提高文章和粉絲的互動性以及挖掘願意關注其社群頻道的網友，或許能夠提升在 Facebook 的影響力。

報紙媒體 Facebook 社群影響力分析圖



排名	媒體名稱	頻道追蹤總數	排名	媒體名稱	發文平均影響力
1	蘋果	6,649,136	1	聯合報	2,875
2	聯合報	3,822,034	2	蘋果	1,140
3	自由	1,899,272	3	自由	924
4	經濟日報	617,577	4	經濟日報	690
5	中時	201,867	5	工商	317
6	工商	156,356	6	中時	228

註 1：Facebook 粉絲總數為該報紙媒體相關 Facebook 粉絲團追蹤人數加總。

註 2：Facebook 發文平均影響力 = $[(\text{總按讚數} \times 1) + (\text{總留言數} \times 6) + (\text{總分享數} \times 13)] / \text{總發文數}$ ，其 Facebook 權重指標參考自 BlitzMetrics 的研究。

【報紙媒體】Facebook 頻道影響力分析

udn.com 聯合新聞網的發文平均影響力遠高於其他頻道

- 進一步分析由本季表現較突出的聯合報、蘋果、自由所經營的 Facebook 頻道後，可發現僅有 udn.com 聯合新聞網的發文平均影響力超過 4 千，其餘頻道皆未超過 2 千，可見此頻道之影響力非常大；同時，自由也是因此頻道而成為最具影響力的報紙媒體。
- 另外，本季排名前五的頻道與去年相同，仍以綜合新聞頻道為主，惟蘋果新聞網由第 4 名攀升至第 2 名，顯示目前仍是綜合型的新聞頻道文章較能吸引網友互動。

排名	媒體名稱	經營之頻道	總發文數(P)	總按讚數(L)	總留言數(C)	總分享數(S)	影響力加權值(W)	發文平均影響力(W/P)
1	聯合報	udn.com 聯合新聞網	7,459	12,175,595	1,606,066	995,358	34,751,645	4,659
2	蘋果	蘋果新聞網	8,756	7,486,018	1,140,308	175,588	16,610,510	1,897
3	自由	自由時報	7,599	5,892,749	668,866	276,871	13,505,268	1,777
4	聯合報	聯合報	4,545	2,167,600	317,570	110,674	5,511,782	1,213
5	蘋果	蘋果日報即時新聞	3,672	1,218,174	194,577	29,519	2,769,383	754
6	蘋果	娛樂蘋果派	2,959	920,140	58,473	42,211	1,819,721	615
7	聯合報	聯合報系願景工程	80	6,758	261	1,685	30,229	378
8	蘋果	蘋果地產王	155	19,407	1,874	1,134	45,393	293
9	蘋果	蘋果愛逗陣行	73	6,447	540	856	20,815	285
10	聯合報	鳴人堂	394	55,737	1,980	3,222	109,503	278
11	自由	自由時報體育頻道	5,071	1,070,521	30,768	7,445	1,351,914	267
12	聯合報	民意論壇：聯合報。世界日報。udn tv	1,002	52,783	3,268	8,741	186,024	186
13	自由	自由時報汽車頻道	1,033	77,241	6,337	5,025	180,588	175
14	聯合報	聯合大社會	676	49,728	6,182	1,811	110,363	163
15	自由	自由時報評論網	460	20,668	5,280	880	63,788	139

04

雜誌媒體影響力

三十九家媒體季度影響力評估

3-1 Facebook 社群影響力分析

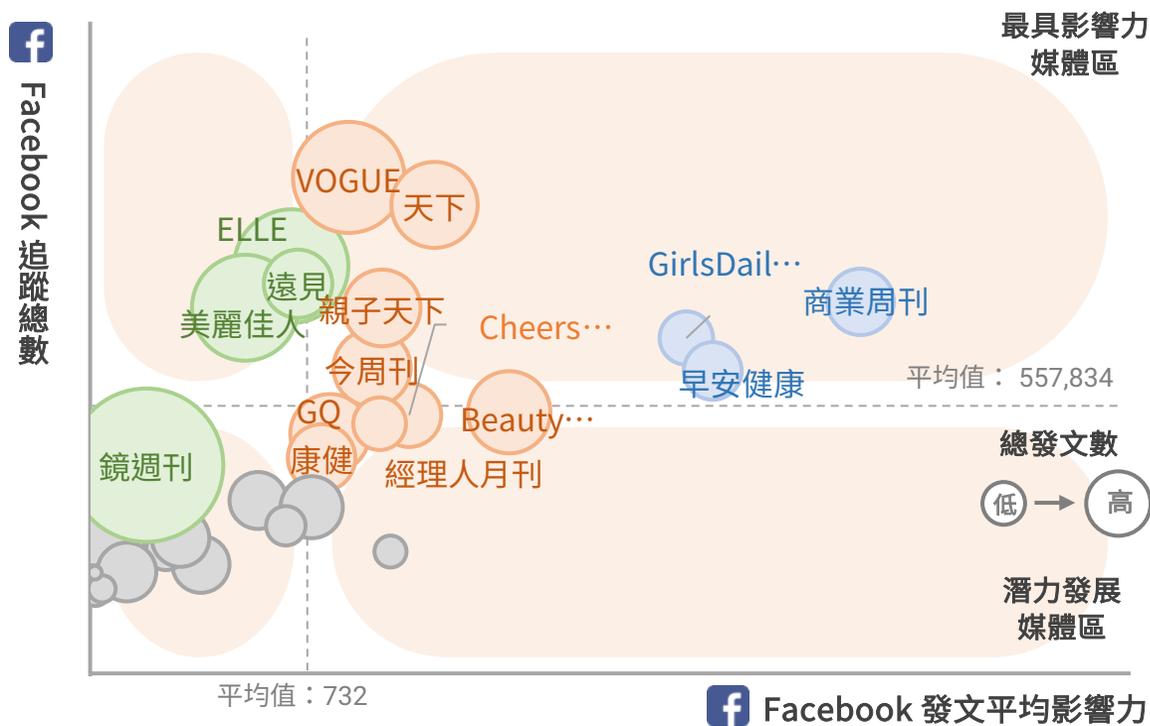
3-2 Facebook 頻道影響力分析

【雜誌媒體】Facebook 社群影響力分析

時尚、商業及健康主題雜誌的社群頻道有較高的影響力

- 針對雜誌媒體進行分析後發現，位於最具影響力媒體區的雜誌媒體包含時尚、商業及健康等類型，如GirlsDaily 台灣女生日常、商業周刊及早安健康等。
- 而鏡週刊、ELLE、遠見、美麗佳人等媒體則位於群眾關注媒體區，此三頻道目前已累積大量粉絲追蹤，若能在發文時提高與網友的互動次數，將提升頻道的整體影響力。

雜誌媒體 Facebook 社群影響力分析圖



排名	媒體名稱	頻道追蹤總數	排名	媒體名稱	發文平均影響力
1	VOGUE	1,927,543	1	商業周刊	2,769
2	天下	1,801,750	2	早安健康	2,236
3	ELLE	1,521,655	3	台灣女生日常	2,141
4	遠見	1,441,359	4	Beauty大美人	1,502
5	商業周刊	1,358,736	5	快樂工作人	1,142
6	美麗佳人	1,331,799	6	天下	1,233
7	親子天下	1,330,958	7	Shopping Design	1,074
8	台灣女生日常	1,193,209	8	親子天下	1,044
9	今周刊	1,056,836	9	經理人月刊	1,035
10	早安健康	1,042,958	10	今周刊	1,008

註 1：Facebook 粉絲總數為

該雜誌媒體相關 Facebook 粉絲團追蹤人數加總。

註 2：Facebook 發文平均影響力

= [(總按讚數x1) + (總留言數x6) + (總分享數x13)] / 總發文數，其Facebook 權重指標參考自 BlitzMetrics 的研究。

【雜誌媒體】Facebook 頻道影響力分析

網友樂於分享商業、健康知識相關主題的貼文

- 針對發文影響力進一步分析後，可以發現最有競爭力的雜誌為商業周刊、早安健康以及台灣女生日常，同時，也只有這三個頻道的發文平均影響力超過 2 千。
- 另外，排名第 1、2 名的商業周刊及早安健康也是平均分享數最高的兩個雜誌媒體，每則貼文分別平均獲 167、141 次分享，顯示出商業、健康知識議題的貼文易被網友轉發。

排名	媒體名稱	經營之頻道	總發文數(P)	總按讚數(L)	總留言數(C)	總分享數(S)	影響力加權值(W)	發文平均影響力(W/P)
1	商業周刊	商業周刊	1,548	1,485,719	76,671	258,877	5,311,146	3,431
2	早安健康	早安健康	1,470	534,600	10,787	206,734	3,286,864	2,236
3	台灣女生日常	台灣女生日常	1,267	930,744	106,790	87,771	2,712,507	2,141
4	親子天下	親子天下	1,511	556,468	47,317	129,052	2,518,046	1,666
5	Beauty大美人	Beauty美人圈	2,905	1,261,683	107,255	189,106	4,363,591	1,502
6	天下	天下雜誌	2,854	1,203,727	50,434	173,106	3,756,709	1,316
7	快樂工作人	快樂工作人	1,780	424,926	15,793	116,392	2,032,780	1,142
8	經理人月刊	經理人月刊	1,233	135,512	5,725	85,112	1,276,318	1,035
9	今周刊	今周刊	2,556	799,362	55,326	111,170	2,576,528	1,008
10	VOGUE	VOGUE Taiwan	5,208	1,658,254	78,571	207,218	4,823,514	926
11	遠見	遠見雜誌	2,032	516,012	57,005	49,836	1,505,910	741
12	ELLE	ELLE Taiwan	5,471	1,366,368	96,155	152,100	3,920,598	717
13	天下文化	天下文化	713	153,456	1,899	25,570	497,260	697
14	天下	天下雜誌video	231	32,466	644	8,122	141,916	614
15	美麗佳人	美麗佳人	4,757	1,064,650	54,311	94,413	2,617,885	550

05

網路媒體影響力

十五家媒體季度影響力評估

4-1 Facebook 社群影響力分析

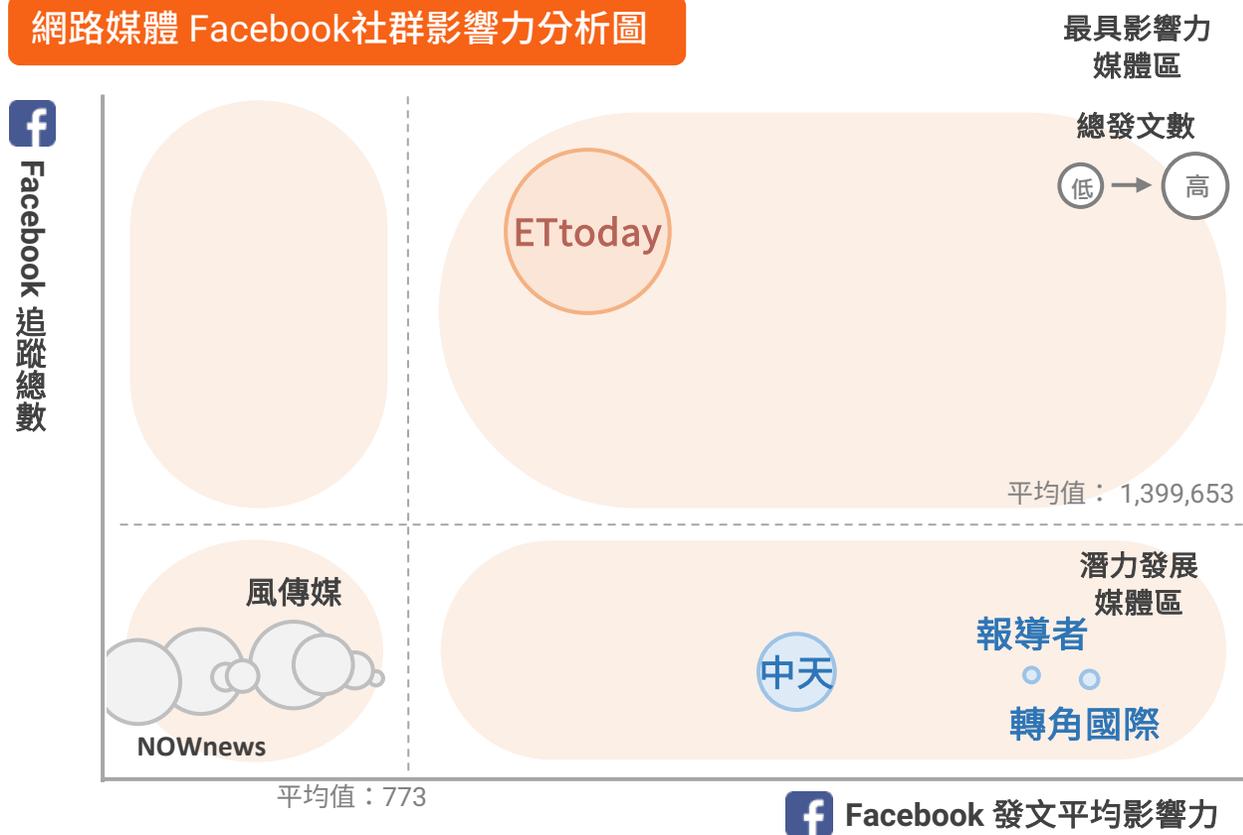
4-2 Facebook 頻道影響力分析

【網路媒體】Facebook 社群影響力分析

ETtoday 擁最多粉絲追蹤及大量發文，網路媒體中最具影響力

- ETtoday 位於最具影響力媒體區，是總發文數最多、粉絲總數最多之網路媒體。
- 而轉角國際、報導者及中天則位於潛力發展媒體區，雖然這三個頻道的粉絲總數較少，但若提升網友的關注度、促使更多網友願意關注該頻道，將有助於提升其 Facebook 的影響力。

網路媒體 Facebook 社群影響力分析圖



排名	媒體名稱	頻道追蹤總數	排名	媒體名稱	發文平均影響力
1	ETtoday	16,256,823	1	轉角國際	2,551
2	關鍵評論網	729,703	2	報導者	2,400
3	風傳媒	717,939	3	中天	1,790
4	科技新報	523,102	4	ETtoday	1,247
5	NOWnews	482,911	5	地球圖輯隊	697
6	中天	470,610	6	科技新報	642
7	報導者	357,089	7	關鍵評論網	560
8	端傳媒	319,895	8	風傳媒	483
9	鉅亨網	281,828	9	端傳媒	350
10	地球圖輯隊	239,702	10	鉅亨網	306
11	上報	230,483	11	NOWnews	242
12	轉角國際	199,403	12	LINE TODAY	180
13	新頭殼	107,036	13	新頭殼	79

註 1：Facebook 粉絲總數為

該網路媒體相關 Facebook 粉絲團追蹤人數加總。

註 2：Facebook 發文平均影響力

= [(總按讚數x1) + (總留言數x6) + (總分享數x13)] / 總發文數，其 Facebook 權重指標參考自 BlitzMetrics 的研究。

【網路媒體】Facebook 頻道影響力分析

ETtoday 的分眾經營模式成功累積社群影響力

- 接著分析在最具影響力媒體區、潛力發展媒體區的媒體所經營之 Facebook 頻道影響力後，可以發現由 ETtoday 所經營的頻道數量最多，並以新聞雲及寵物雲的影響力最大。
- 另外，雖然轉角國際 udn Global 及報導者 The Reporter 的發文數不多，但這兩個頻道平均每篇貼文獲得的分享數最多，由此得知網友十分願意分享專題報導類型的貼文。

排名	媒體名稱	經營之頻道	總發文數(P)	總按讚數(L)	總留言數(C)	總分享數(S)	影響力加權值(W)	發文平均影響力(W/P)
1	ETtoday	ETtoday新聞雲	12,578	15,328,257	1,973,920	464,817	33,214,398	2,641
2	轉角國際	轉角國際 udn Global	207	184,609	6,008	23,648	528,081	2,551
3	ETtoday	ETtoday寵物雲	5,521	9,918,745	237,958	191,205	13,832,158	2,505
4	ETtoday	ETtoday星光雲	7,317	9,882,953	557,586	348,785	17,762,674	2,428
5	報導者	報導者 The Reporter	164	147,632	3,501	17,311	393,681	2,400
6	ETtoday	ETtoday旅遊雲	1,528	1,336,089	127,472	118,384	3,639,913	2,382
7	中天	中天新聞52家族	5,070	4,932,595	406,487	172,652	9,615,993	1,897
8	ETtoday	播吧	1,144	629,914	30,330	75,976	1,799,582	1,573
9	ETtoday	ETtoday看電影	1,940	417,519	42,124	42,254	1,219,565	629
10	ETtoday	ETtoday分享雲	7,560	1,630,712	171,347	68,182	3,545,160	469
11	ETtoday	ETtoday房產雲	1,765	208,757	23,159	21,660	629,291	357
12	ETtoday	ETtoday餓勢力	1,240	93,857	12,511	11,505	318,488	257
13	中天	中天經典戲劇院	351	18,465	4,042	3,580	89,257	254
14	ETtoday	ETtoday運動雲	4,802	906,842	23,891	7,519	1,147,935	239
15	ETtoday	ETtoday筋斗雲	3,249	341,785	57,890	5,781	764,278	235

小結



電視媒體影響力

- 東森、三立、TVBS 為本季最具影響力之電視媒體，其中東森分眾化經營頻道的方式，使其成為Facebook影響力最高的電視媒體。
- 影視類頻道平均影響力較高，新聞類頻道為電視媒體經營重點。



報紙媒體影響力

- 聯合報為 Facebook 社群影響力最高之報紙媒體，而udn.com 聯合新聞網的發文平均影響力遠高於其他頻道。
- 觀察報紙媒體，目前仍是綜合型的新聞頻道文章較能吸引網友互動。



雜誌媒體影響力

- 雜誌媒體中，以時尚、商業及健康主題雜誌的社群頻道有較高的影響力。
- 網友樂於分享商業、健康知識相關主題的貼文。



網路媒體影響力

- ETtoday擁最多粉絲追蹤及大量發文，其分眾經營模式也成功累積社群影響力，因此ETtoday成為網路媒體中最具影響力的代表。
- 觀察網路媒體方面，發現網友十分願意分享專題報導類型的貼文。



意藍資訊股份有限公司

意藍供應台灣規模最大的社群資料觀測平台
具備專業數據分析團隊
洞察最即時的消費者關鍵情報

國內首屈一指的智能數據分析公司，專精於搜尋、自動語意、網路社群分析等尖端軟體技術之研究開發，志在結合數據分析技術與互聯網之發展，成為全球頂尖軟體技術研發公司。公司成立以來，持續投入核心技術的研發，並取得六十多項海內外專利技術。

公司現有產品/服務領域包括上述之網路社群分析平台及搜尋引擎平台，市占率穩居國內第一，主要客戶包括高科技、電信、金融、零售等產業之龍頭企業，擁有極高之市場覆蓋。

更多社群觀察資訊，請至

- [OpView 社群口碑資料庫](#)
- [OpView Social Watch 電子報](#)
- [Social Lab 社群研究室](#)

聯絡資訊：sales@eland.com.tw



利眾公關顧問股份有限公司
One For All Public Relations Consultants.



藍色趨勢溝通整合顧問股份有限公司
Athene Communication Consultants.

利眾公關顧問集團 (包含旗下藍色趨勢數位行銷)

利眾團隊具備大數據解讀與分析能力
洞悉網路社群聲量、熱門話題
提供最完整的數位傳播顧問服務

成立於2012年，以合夥人制度提供專業公關人員完整的生涯發展路徑，並從而匯聚多元且完備的溝通 顧問諮詢能力。

利眾跨越不同垂直產業並串連客戶產業價值鏈各面向溝通資源，以最完整的企業形象、行銷、議題管理與傳播環境分析能力，搭配兼具創意、縝密執行力、目的性思考與效益評估導向的品質管理，提供最能協助客戶達成溝通與管理目標的顧問與服務。

更多公關、行銷精彩案例，請至

- [利眾公關顧問集團官網 / 公關精彩案例](#)
- [藍色趨勢數位行銷官網 / 數位行銷精彩案例](#)

聯絡資訊：daisy@oneforall.com.tw

附錄



利眾公關顧問股份有限公司
One For All Public Relations Consultants.

附錄 1

媒體觀測清單

電視媒體	報紙媒體	雜誌媒體		網路媒體	
壹電視	聯合報	天下	BAZAAR	小日子享生活誌	上報
台視新聞	中國時報	遠見	媽媽寶寶	Stuff史塔夫科技	風傳媒
中天新聞	工商時報	康健	漂亮家居	BEAUTY 大美人	報導者
中視新聞	經濟日報	財訊	行遍天下	周刊王、時報週刊	鉅亨網
公視新聞	自由時報	儂儂	商業周刊	電腦家庭 PC Home	新頭殼
非凡電視	蘋果日報	GQ	數位時代	Cheers 快樂工作人	科技新報
三立新聞		ELLE	親子天下	Shopping Design	中天新聞
年代新聞		今周刊	美麗佳人	Traveler Luxe 旅人誌	ETtoday
華視新聞		鏡週刊	天下文化	GirlStyle 台灣女生日常	NOWnews
東森新聞		早安健康	經理人月刊		關鍵評論網
民視新聞		La Vie	men's uno		LINE TODAY
TVBS 新聞		InStyle	ef 東京衣芙		地球圖擊隊 DQ
		VOGUE	WE PEOPLE		轉角國際 udn Global
		Esquire	汽車購買指南		端傳媒 Initium Media
		Prestige	Taiwan Tatler		全球之聲 Global Voices

附錄 2

電視媒體 YouTube 頻道清單

媒體名稱	經營之頻道	媒體名稱	經營之頻道
台視	TTV NEWS 台視新聞台	TVBS	TVBS 優選頻道
台視	TTV LIVE 台視直播	年代	年代新聞CH50
中視	中視新聞	華視	中華電視公司
公視	公視台語台	華視	華視綜藝頻道
公視	公視新聞網	華視	華視戲劇頻道
公視	公視 PTS 台灣	華視	華視直播頻道
壹電視	壹電視twnexttv	東森	東森新聞 CH51
非凡	USTV 非凡電視台	東森	57 東森財經新聞台
非凡	非凡商業台	東森	噪咖EBCbuzz
三立	三立新聞台 CH54	東森	東森創作
三立	setn 三立新聞網	民視	民視新聞頻道 FTVNEWS
三立	三立iNEWS	民視	民視戲劇館
三立	三立華劇	民視	民視新聞節目頻道
三立	三立台劇	民視	民視綜藝娛樂 Formosa TV Entertainments
TVBS	TVBS NEWS	民視	民視直播 FTVN Live 53
TVBS	TVBS新聞網		
TVBS	TVBS經典頻道		
TVBS	TVBS劇在一起		

附錄 3

電視媒體 Facebook 頻道清單

媒體名稱	經營之頻道	媒體名稱	經營之頻道	媒體名稱	經營之頻道
台視	台視新聞台	公視	公視表演廳	華視	華視-中華電視公司
台視	台視動畫專區	公視	世界公視大展精選 Best of INPUT	東森	東森娛樂
中天	中天新聞52家族	壹電視	壹電視 Next TV	東森	東森財經
中天	中天經典戲劇院	非凡	非凡商業周刊	東森	東森愛玩車
中視	中視新聞	非凡	非凡電視台	東森	東森電影洋片粉絲團
中視	中視戲劇	三立	三立iNEWS	東森	東森新聞
中視	中視綜藝	三立	三立台劇		
公視	PNN 公視新聞網	三立	三立新聞		
公視	公視粉絲團	三立	三立藝能中心		
公視	公視影集粉絲團	三立	三立華劇		
公視	公視台語新聞	三立	三立華劇		
公視	公視影音網	TVBS	TVBS 新聞		
公視	公視體育	年代	年代新聞		
公視	公視人生劇展／學生劇展	華視	華視新聞雜誌		

附錄 4

報紙媒體 Facebook 頻道清單

媒體名稱	經營之頻道	媒體名稱	經營之頻道
自由	自由時報	蘋果	蘋果搖錢樹
自由	自由時報A好康	蘋果	蘋果新聞網
自由	自由時報 3C 科技	聯合報	聯合報系願景工程
自由	自由時報體育頻道	聯合報	鳴人堂
自由	自由時報食譜自由配頻道	聯合報	聯合報
自由	自由時報評論網	聯合報	聯合大社會
自由	自由時報 istyle 時尚頻道	聯合報	民意論壇：聯合報。世界日報。udn tv
自由	自由時報汽車頻道	聯合報	udn.com 聯合新聞網
自由	自由時報地產天下	中時	中時生活
蘋果	蘋果即時新聞	中時	中時體育
蘋果	蘋果地產王	中時	中時娛樂
蘋果	蘋果動未條	中時	中時旺車網
蘋果	蘋果陪審團	中時	中時電子報campus
蘋果	蘋果國際	中時	中時電子報Fashion
蘋果	娛樂蘋果派	工商	工商時報
蘋果	運動蘋果派	經濟日報	經濟日報
蘋果	蘋果愛逗陣行		

附錄 5

雜誌媒體 Facebook 頻道清單

媒體刊物名稱	經營之相關頻道
商業周刊	商業周刊 (商周.com)
商業周刊	商周讀書會
商業周刊	商周學院
商業周刊	商周出版
今周刊	今周刊
鏡週刊	鏡週刊
鏡週刊	鏡娛樂
鏡週刊	鏡食旅
鏡週刊	鏡文化
鏡週刊	鏡文學
鏡週刊	鏡人物
鏡週刊	鏡漫遊
鏡週刊	鏡好聽
天下文化	天下文化
天下	天下雜誌教育基金會
天下	天下雜誌video
天下	天下雜誌
遠見	遠見雜誌
康健	康健雜誌
Prestige	Prestige Taiwan

媒體刊物名稱	經營之相關頻道
時報周刊、週刊王	CTWant
財訊	財訊
VOGUE	VOGUE Taiwan
VOGUE	VOGUE Beauty 美人會
VOGUE	VOGUE Angels 時尚媽咪
VOGUE	VOGUEme
ELLE	ELLE Taiwan
美麗佳人	美麗佳人 Marie Claire Taiwan
經理人月刊	經理人月刊MANAGERtoday
BEAUTY 大美人	Beauty美人圈
GQ	GQ Taiwan
men's uno	men's uno TW
BAZAAR	Harper's BAZAAR Taiwan
數位時代	數位時代
儂儂	Bella.tw儂儂
GirlStyle 女生日常	GirlStyle 台灣女生日常
小日子享生活誌	小日子
InStyle	InStyle Taiwan
La Vie	La Vie 設計美學站
Taiwan Tatler	Tatler Taiwan

媒體刊物名稱	經營之相關頻道
Esquire	Esquire 君子雜誌
WE PEOPLE	WE PEOPLE
親子天下	親子天下·育兒好物
親子天下	親子天下嚴選
親子天下	親子天下·悅讀
親子天下	親子天下
親子天下	親子天下·寶寶生活
Cheers 快樂工作人	Cheers：快樂工作人
行遍天下	行遍天下旅遊新聞網
Shopping Design	Shopping Design
早安健康	早安健康
Stuff史塔夫科技	Stuff Taiwan史塔夫科技
媽媽寶寶	媽媽寶寶-懷孕、生產、育兒
漂亮家居	漂亮家居好生活
電腦家庭 PC Home	PC home雜誌
汽車購買指南	汽車購買指南
Traveler Luxe 旅人誌	TRAVELER luxe 旅人誌
ef東京衣芙	東京衣芙ef

註：因 ViVi 唯妳時尚的授權合約到期，中文版雜誌僅發行至 2020 年 6 月號，故本報告自 2021 年第一季起將不再分析 ViVi 唯妳時尚。

附錄 6

網路媒體 Facebook 頻道清單

媒體名稱	經營之頻道	媒體名稱	經營之頻道
NOWnews	NOWnews 今日新聞	ETtoday	ETtoday姊妹雲
風傳媒	風傳媒	ETtoday	ETtoday星光雲
關鍵評論網	The News Lens 關鍵評論網	ETtoday	ETtoday科技雲
關鍵評論網	The News Lens Video 關鍵評論網影音	ETtoday	ETtoday美女雲
關鍵評論網	The News Lens 關鍵評論網 藝文	ETtoday	ETtoday旅遊雲
上報	上報	ETtoday	ETtoday筋斗雲
上報	上報生活圈	ETtoday	ETtoday運動雲
報導者	報導者 The Reporter	ETtoday	ETtoday餓勢力
鉅亨網	cnYES鉅亨網財經新聞	ETtoday	ETtoday寵物雲
新頭殼	新頭殼newtalk	ETtoday	ETtoday看電影
LINE TODAY	LINE TODAY	ETtoday	ETtoday健康雲
科技新報	Technews 科技新報	ETtoday	ETtoday車雲
轉角國際 udn Global	轉角國際 udn Global	ETtoday	ETtoday好棒棒
地球圖輯隊 DQ	地球圖輯隊 情報總部	ETtoday	ETtoday房產雲
端傳媒 Initium Media	Initium Media 端傳媒	ETtoday	ETtoday新聞雲
全球之聲 Global Voices	全球之聲	ETtoday	播吧
ETtoday	ETtoday遊戲雲	中天	中天新聞52家族
ETtoday	ETtoday東森寵物雲商店	中天	中天經典戲劇院
ETtoday	ETtoday分享雲		

註：因中天的有線電視及衛星電視已於 2020/12/12 零時起停播，並轉型為網路電視，故本報告自 2021 年第一季起將中天移至網路媒體類別中。