



01

宏將觀點 Insights

影響力新藍海：品牌不可忽視的新興媒體

獨立與新興新聞媒體解析





獨立與新興新聞媒體雖不敵傳統巨頭的流量，
卻能憑敏捷的議題設定與高互動社群，

在演算法驅動下...

迅速引爆討論、形塑輿論焦點

它們透過會員訂閱、深度報導與跨平台敘事累積信任，
更有機會替品牌

觸及「精準且高黏著受眾」

對廣告主而言，掌握這股「小而強」的社群力量，
已是媒體策略中不可忽視的關鍵。

不容小覷中小型媒體的社群影響力

觀察社群貼文影響力排行可見，除 BBC News、東森、聯合報系、VOGUE、ETtoday 等大型媒體外，榜單多由專精主題且追蹤數小於60萬的中小型媒體佔據。儘管粉絲規模有限，這些媒體仍能激發高度互動與擴散。

社會議題 熟齡/親子 潮流文化

Facebook 發文平均影響力 前十大媒體



Instagram 發文平均影響力 前十大媒體



社會議題、熟齡/親子類型媒體在FB上有較大社群渲染力；IG則是潮流文化媒體

高互動來自精準匹配：議題 × 社群平台受眾

為什麼 FB 與 IG 在高影響力議題上表現不同？從媒體的角度觀察，中小型媒體多聚焦特定議題並鎖定明確受眾。
當該受眾正是平台主要使用者，貼文互動與擴散將有高機率會順勢放大。



Facebook | 35-64 歲為主

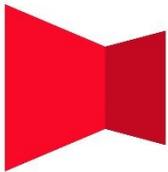


Instagram | 16-34 歲為主

影響力
上榜媒體

媒體議題

媒體族群



報導者

秉持深度、開放、非營利，
致力於公共領域調查報導

25-44歲全體



未來 Family 週刊

遠見·天下文化成立，
聚焦親子養育議題

30-44歲女；0-18 歲孩童父母



幸福熟齡

今周刊成立，精準鎖定
熟齡自我療癒、健康、理財

45+歲 熟齡族與照顧者



HEAVEN RAVEN

聚焦國際時尚與人物故事

18-34 歲女性為主



COOL潮流生活網

街頭潮流與球鞋文化族群，
重視流行「第一手」資訊

18-34 歲男性為主

能否觸發互動，取決於議題與平台受眾的匹配度
平台主要使用者越關心，貼文互動就越高

與新興新聞媒體合作時，不能只看流量與社群互動量，更應審視媒體對議題的理解深度、資訊傳播的真實性，以及與粉絲的互動品質。

若媒體平台受大眾信任，品牌能借勢打造正面形象；若資訊準確度不足，情緒留言快速累積，反而稀釋聲量、傷害公信力。

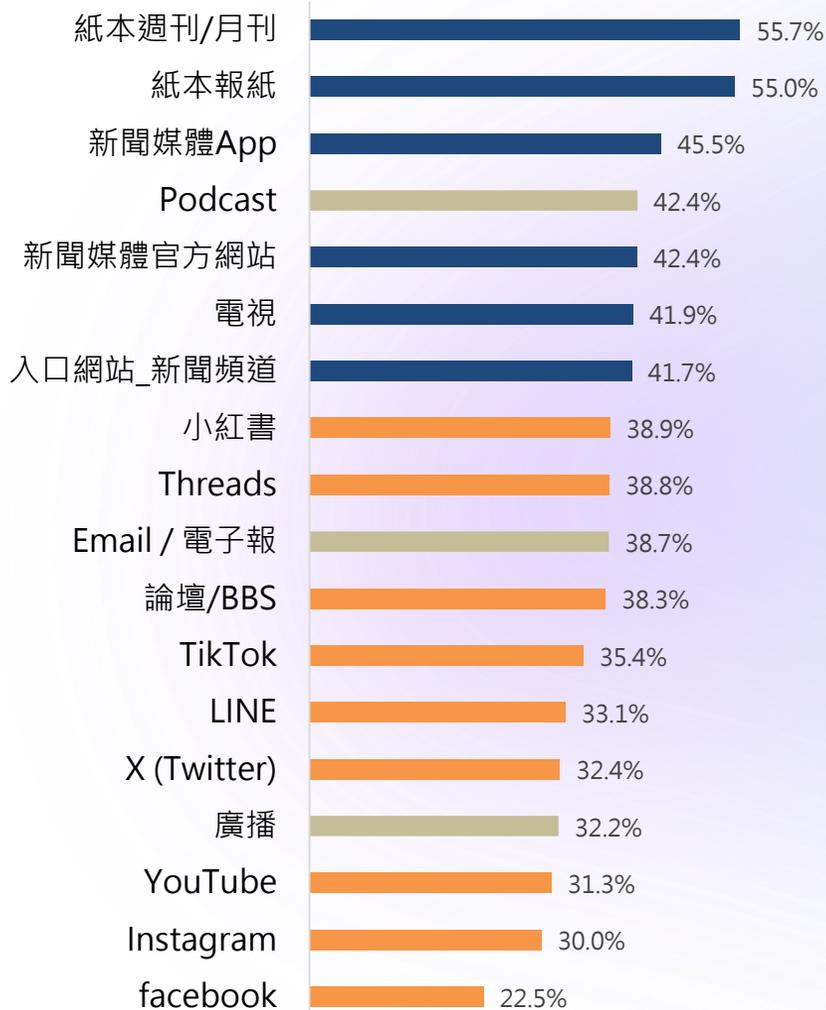
選擇受眾高度信賴的媒體平台，才能借力使力以正面形象放大聲量，避免低互動品質影響聲譽。



民眾對各媒體平台的資訊管道信任度

多為傳統媒體或新聞

多為使用者生成內容的社群媒體



傳統媒體公信力仍居首 社群平台緊追在後

調查顯示，資訊管道的信任度呈現「傳統高、社群低」的分化現象。

紙本週刊 / 月刊、報紙、新聞、電視媒體等名列前茅，顯示**擁有編審機制與品牌歷史的實體媒體仍被視為可信任的資訊把關者**。

反觀，以使用者生成內容為主的 Instagram、YouTube 信任度僅約 30%，Facebook 更跌至 22.5%，說明**假訊息與詐騙氾濫已大幅稀釋社群平台公信力**。

值得注意的是，Podcast 信任度高於傳統廣播。推測與「聽眾主動訂閱、長時間對談、人性化主持、低廣告干擾」四因素有關。

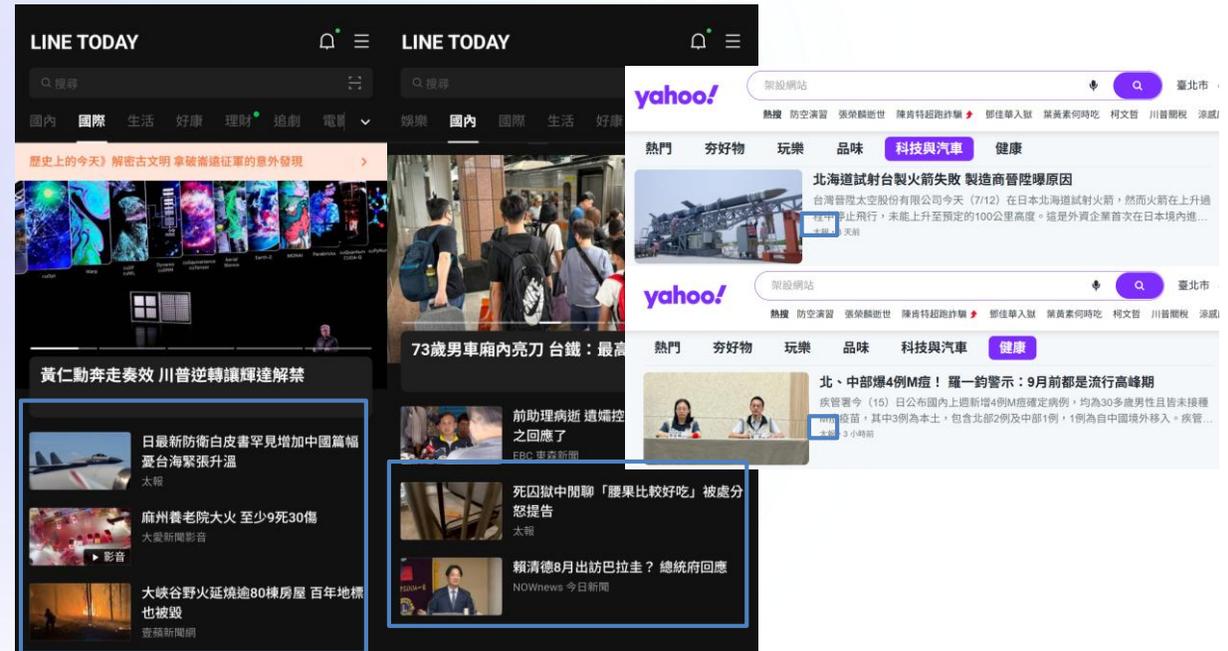
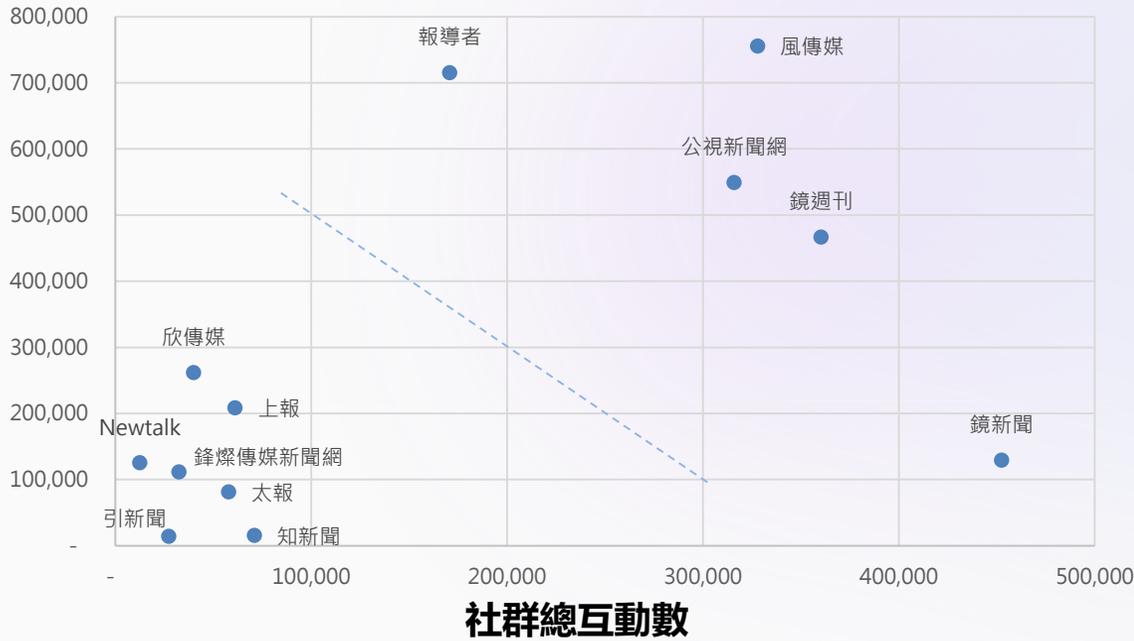
- 這樣的信任斷層，帶來雙重挑戰：**
- **可信度——如何借助高公信媒體，為品牌背書？**
 - **擴散力——又要同時善用社群，撬動討論？**

新興新聞媒體社群影響力呈兩極

據調查顯示在新興新聞媒體中，鏡新聞(鏡電視)、鏡週刊、風傳媒等的社群影響力相對突出，可善加利用；相較之下，雖然欣傳媒、上報、太報等媒體的原生社群互動較弱，但仍能透過 LINE Today、Yahoo 新聞等平台轉載內容放大曝光、提升能見度。

新興新聞媒體社群帳號表現

社群總粉絲數



把握與新藍海合作的三大挑選原則

對品牌廣告主而言，若有深度議題需取得權威背書與深度說服，仍宜優先布局具編審與內容質量的傳統或專業數位媒體；欲衝社群聲量時，則應挑選議題契合的平台，以在「曝光量」與「信任度」間取得平衡。



議題連結精準度

- 確認媒體**長期深耕的主題**是否與品牌訊息同頻。
- 專注單一垂直領域的媒體，其受眾已被教育，置入較自然，完讀率與共鳴度高。



高信賴品質

- 挑選有編審流程且較少假新聞紀錄或負面評論的媒體，也能透過第三方信任評分來做篩選。
- **高信賴基礎降低品牌安全風險**，提升受眾對內容與CTA轉換的接受度。



高互動聲量

- 評估貼文觀看數或互動量而非單看粉絲量。**高按讚、留言、分享能獲演算法青睞**，少預算也能破圈。
- 加入投票、Tag 號召朋友、分享UGC等，提高互動率，拉長品牌曝光曲線。