

本期焦點



追劇熱潮來襲 解析知名追劇平台之社群口碑

- 透過社群資料解密聲量組成與發文熱點
- 深度了解網友對於線上影音串流平台的熱議話題
- 剖析4大追劇平台之社群口碑



OpView放大鏡

熱議文章大公開 (新聞 / Dcard / 批踢踢 / Mobile 01 / Facebook)



「在家追劇」夯 戲劇帶動線上影音串流平台話題

資料時間：2020/01/01 – 2020/03/31 | 資料來源：討論區、社群網站、新聞

近年來線上影音串流服務【註1】崛起，大幅度取代有線電視，許多影音串流品牌紛紛推出原創影集或電影吸引民眾付費訂閱，本期Social Watch將透過聲量分析帶您掌握OTT的話題大本營與社群討論時間熱點，並進一步為您解析引起網友熱議的話題與戲劇類型；探究OTT服務平台，各家業者在戲劇、綜藝、電影等影音內容上各有不同偏重之處，惟整體仍是以「戲劇」方面較受到社群的關注與討論，因此，最後將針對四大熱門「追劇平台」【註2】之社群口碑進行分析，更深入了解消費者對於追劇平台的體驗回饋。

本主題大綱【註2】

Part 1 . OTT整體

聲量組成
與發文熱點

討論聲量來源占比

行銷貼文與網友討論時間熱點

Part 2 . OTT整體

OTT社群
討論重點

網友討論熱議話題排行

討論內容文本分析 (文字雲)

Part 3 . 四大品牌

追劇平台網
路口碑解析

影音平台 聲量x好感度 散布圖

4大追劇平台口碑分析

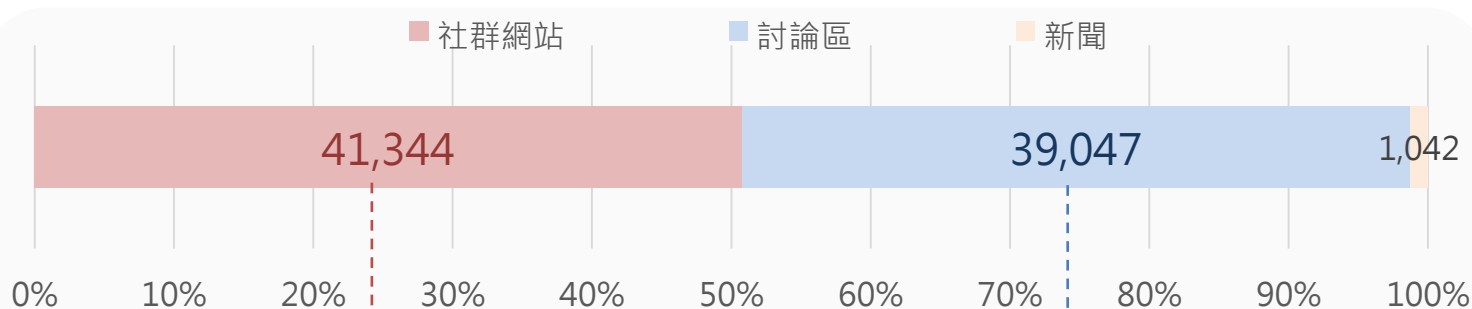
【註1】線上影音串流服務 (Over-The-Top Media Services，簡稱OTT) 是一種透過網際網路直接向用戶提供串流影音的傳播軟體服務。

【註2】OTT整體係指線上影音串流平台與服務之相關討論；四大品牌則是取2020年1~3月聲量排序前四大品牌—Netflix、愛奇藝、KKTV、LINE TV。



話題討論集中PTT頻道 16~18點可考慮投放行銷資源

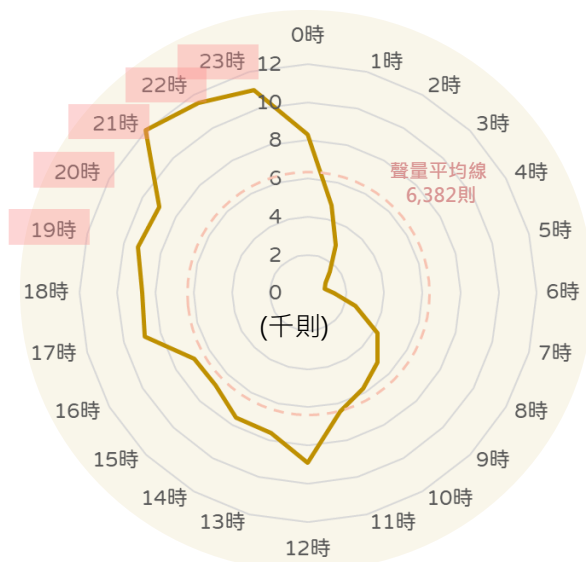
▼ OTT社群討論聲量來源占比圖



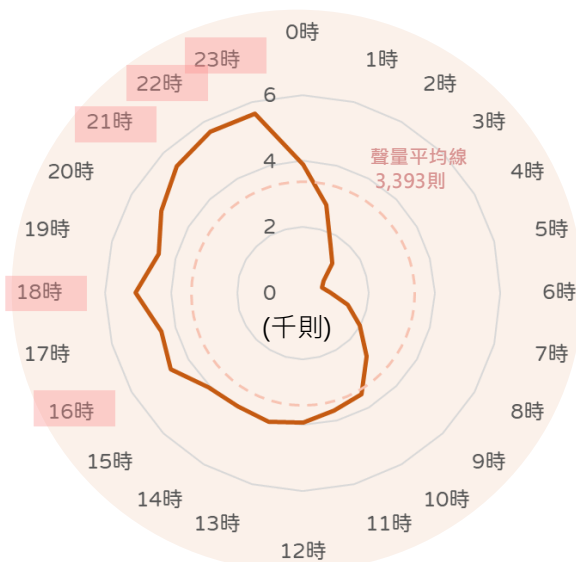
來源	聲量
Facebook	28,548
YouTube	9,086
Plurk	1,187

來源	聲量
PTT	32,160
Mobile01	2,396
Dcard	1,934

首先，從聲量來源占比來了解OTT的話題大本營，從上圖可以發現來自社群網站的聲量略較討論區高，當中周杰倫Facebook粉絲專頁以宣傳綜藝節目《周遊記》成功獲得關注與討論，從帶動話題討論的能力上亦可看出明星的社群影響力。在討論區部分，聲量則主要集中於PTT頻道，尤其是省錢版（Lifeismoney）、八卦版（Gossiping）及歐美劇討論版（Easeries）等，其中，省錢版中以方案比價、共分方案等為網友主要的討論，有關影劇資訊與劇情討論則分散在八卦版及歐美劇討論版。接著，比較下方「官方貼文」與「社群討論」時間雷達圖，並標記各自前五熱門的發文時間點（標色處），兩相對照發現追劇平台行銷業者除了既有投放時段外，可另在16~18點行銷宣傳，此期間亦為網友發文的熱門時段，有較為活躍的社群討論。



▲ OTT官方行銷貼文則數時間雷達圖



▲ OTT社群討論則數時間雷達圖

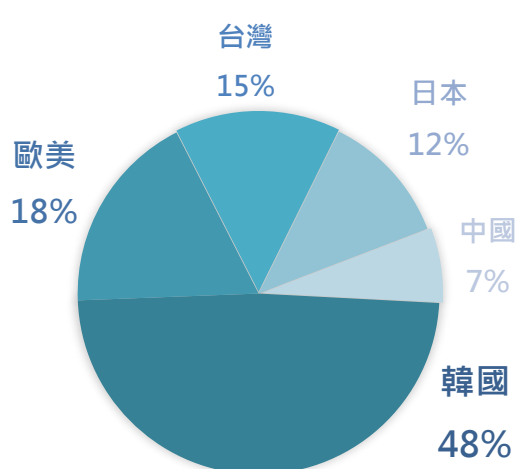


韓流魅力不減 OTT平台評比及劇情討論受熱議

文章標題	聲量	文章類型
【Joeman】追劇平台要怎麼選？	1,891	平台比較
Netflix人氣電視劇《KingDom》→《李屍朝鮮》	1,038	韓劇討論
周遊記3/21起Netflix播映! 讓周杰倫帶著你環遊世界!	572	台灣綜藝討論
台灣上映後獲得大量好評，Netflix也會在這月底上線！	514	歐美劇討論
周遊記J-Style Trip 3/21(六)晚間10點Netflix上架...	472	台灣綜藝討論
[閒聊]台灣愛奇藝已上架《錦衣之下》	436	陸劇討論
[綜合] Netflix高級會員12個月-網路	360	平台方案
1/23 Netflix~彼岸之嫁來嘍! 6集一次上線!!!	349	台劇討論
[閒聊]為了愛的迫降訂Netflix?	314	韓劇討論
[閒聊] netflix有什麼療癒的片子嗎？	291	影劇討論

▲ OTT社群討論之熱門文章排行榜

透過將熱門文章分類，來了解網友在OTT話題中關注什麼面向，從上表可看出以各類劇情為討論大宗，而「平台比較」文章則較能引起網友踴躍回覆，尚未訂閱平台的網友表示這類影片「超實用的！很有參考價值」、「才剛在想要買哪個」，而已訂閱的網友則會在回文中分享其使用心得以供其他網友參考。將討論文本切分為各國類型，發現相較於他國影劇，近半討論聲量來自於韓國影劇，也顯示韓流仍未衰退。透過文字雲了解網友的熱議關鍵字，則可以發現網友不僅著重討論劇類（如「韓劇」、「美劇」、「日劇」），劇本、拍攝等製作方面也是一大討論重點（如「演員」、「故事」、「導演」、「角色」），有網友提到「衝著邱澤就看！」、「主角黑化是劇情主軸沒錯，但還是要看編劇的下筆方式」，可見一部影集從演員卡司的挑選、劇情節奏的鋪排等製作細節，皆是受到網路社群所關注的。



▲ 追劇平台之各國影劇綜藝討論聲量占比圓餅圖

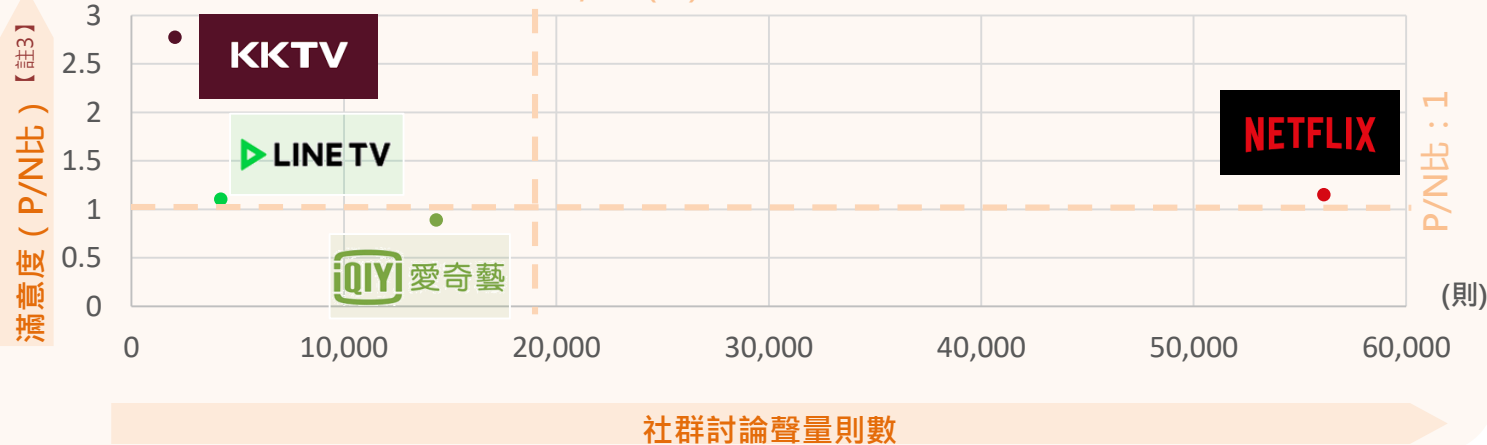
有關OTT社群討論詞頻數文字雲▲



剖析網友對於影音串流平台的體驗口碑

▼ 各影音串流平台之社群討論度x滿意度二維散布圖

平均聲量則數：19,188(則)



【註3】意藍資訊使用文字語意分析技術，自動判讀文章情緒所獲得的正面（P）與負面（N）之文章比值（P/N比）。

接著，本期的Social Watch鎖定目前網路聲量較高的四個追劇平台作為研究對象，並透過上方的二維散布圖來看各平台在網路社群的口碑定位。其中以Netflix最具市場佔率之競爭優勢，而以KKTV有著最高的滿意度，而愛奇藝則因為其陸資身分、簡體中文字幕等問題引起部分網友不滿，接下來將透過維度分析，更深入了解網友對於各平台的服務討論。



【註】顏色越深代表聲量越高，而聲量高低的比較基礎是以單一平台的4個維度做排序比較，因此不能用以比較跨平台之聲量。

▲ 各影音串流平台之維度分析【註4】滿意度x聲量圖表

綜觀所有維度來看，「方案費率」是大部分網友較著重的討論焦點，然而以各平台來看，最深得網友滿意的服務面向皆不盡相同。下頁將進一步剖析網友的討論內容，以協助各追劇平台業者了解消費者的體驗評價，掌握自身優勢的同時，也思考面對負面評價的應對措施。

【註4】此處所指的維度分析係將文本內容透過不同關鍵字（維度）去切分討論內容，此處的維度包括「方案費率」、「觀影品質」、「操作性」及「裝置共用」。以下簡述各維度內容：

- 方案費率：與費用相關的內容，如家庭方案、試用期、費率等。
- 觀影品質：舉凡畫質、字幕翻譯等視覺性體驗即包含於此維度。
- 操作性：追劇平台APP、網站之功能是否易操作、有評級機制，抑或是其他輔助使用者追劇之功能。
- 裝置共用：係包含追劇平台在跨裝置的使用上是否彈性、便利等相關討論。

在各平台中，Netflix擁有最具優勢的討論度，而針對其討論內容進行維度分析後發現，Netflix以「方案費率」的滿意度最低，原因在於官方取消了免費試用期，以及調降台灣流量等事件造成網友不滿，也有網友提到Netflix日後可能會改變付費方案的施行（僅限家庭成員可分享方案），上述討論皆是在「方案費率」上較容易引起負面聲量的面向。

社群討論度僅次於Netflix的愛奇藝，則是由於簡體中文字幕使得網友對於「觀影品質」出現反彈聲浪，如有網友表示「叫愛奇藝台灣站結果一堆劇都是簡體字」、「愛奇藝翻的還比Netflix差，愛奇藝有的還直接簡字就播了」，另外，也有網友提到愛奇藝的畫面時常不順暢，而造成觀影體驗不佳，因此建議愛奇藝可著重平台服務流暢度與字幕翻譯方面的調整，以提升網友好感度。

就KKTV來說，其「觀影品質」十分受到網友肯定，原因在於其平台放送許多畫質與翻譯品質兼具的日本動漫，而廣受喜愛追番的動漫迷所讚賞，另外，在「方案費率」方面，除了其與銀行合作之優惠訊息受到關注，也會吸引網友討論、分享平台使用心得。

LINE TV則因其「完整觀劇可獲得點數回饋」之機制，能實質獲得點數回饋(LINE Points)的賣點十分吸引網友，因此這項獨步於其他平台的點數回饋機制獲得許多討論，在「方案費率」上大多網友持正面評價，惟有部分網友反應「點數漏發」的問題，引起不同經驗之分享。

綜合上述，追劇平台業者除了針對各自的優弱勢項目做調整外，針對最容易引起話題的「方案費率」，可嘗試透過不同的行銷方案組合吸引消費者、帶動討論。

最後，將透過各平台「官方行銷貼文」、「社群討論」之文字雲，對照兩者差異之處，藉以了解官方的行銷重點與社群討論是否有落差？業者的宣傳是否有成功傳播至消費者的討論社群中？

NETFLIX

韓國戲劇較特色歐美劇更能成功引起討論

比對下方兩個文字雲，可發現官方行銷和社群討論的重點都著重在韓劇的部分，也顯見在這方面官方所做的行銷宣傳確實有達到其社群傳播之成效。另外，從官方行銷的文字雲中可發現如《怪奇物語》、《紙房子》等字詞，皆為Netflix獨家製作的歐美劇，然而在社群討論中卻較少被提及，整體來說，除了既有在韓劇上的宣傳，Netflix亦可考慮增加在歐美影劇與動畫片上的推廣。



▲ Netflix官方行銷貼文詞頻數文字雲

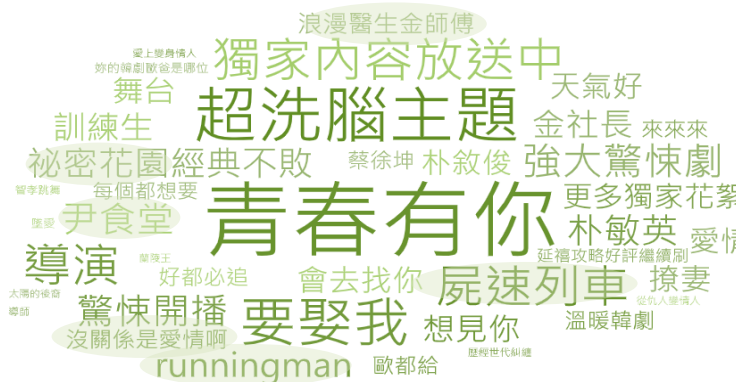


▲ 有關Netflix社群討論之詞頻數文字雲

愛奇藝

官方主推陸綜韓劇 台劇廣受網友討論

就官方行銷文字雲來看，可以發現官方主打的是陸綜，並以《青春有你》為主，其次則是《Running Man》、《屍速列車》、《浪漫醫生金師傅》等韓國影劇綜藝；然而就社群討論的文字雲來看，則可看出台劇如《墜愛》、《想見你》才是網友的熱門討論，兩相對照可發現官方行銷的重點與社群討論有所出入，官方著重推廣陸劇與韓國影劇，然而消費者則聚焦本土戲劇的討論，建議官方可多著墨宣傳較能引起網友話題的台劇。



▲ 愛奇藝官方行銷貼文詞頻數文字雲

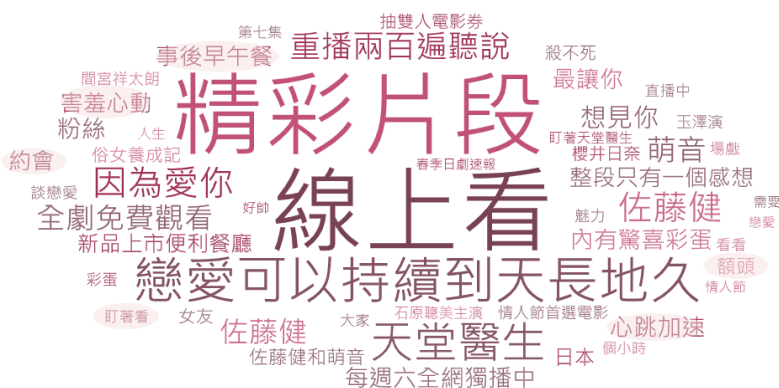


▲ 有關愛奇藝社群討論之詞頻數文字雲

KKTV

動漫追番受矚 KKTv透過主角互動行銷日劇

KKTV官方貼文則著重強調主角間的互動，除了影劇片段剪輯，文字中也常運用生動、有畫面的詞彙，如「佐藤健和萌音用額頭談戀愛」、「萌音和佐藤健初次約會就要一起過夜拉！」來宣傳日劇，而從在社群討論中亦出現如《戀愛可以持續到天長地久》和《型男主廚三星夢》等日劇名稱，因此官方以角色間的互動作為宣傳賣點確實吸引了網友的目光，也成功帶起討論。另外，「動畫」、「新番」等動漫相關詞彙，也是KKTV有別其他追劇平台的特色關鍵字，並可從討論中可發現KKTV是許多動漫迷心中十分推薦的追番平台。



▲ KKTV官方行銷貼文詞頻數文字雲

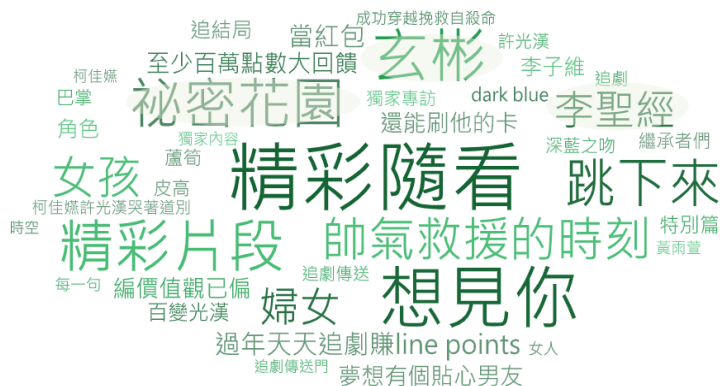


▲ 有關KKTV社群討論之詞頻數文字雲

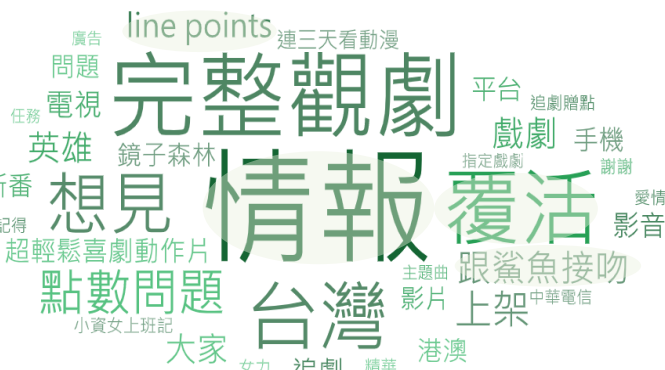
LINE TV

官方著重宣傳韓劇 台劇實為社群討論核心

比較下方兩個文字雲，可以發現LINE TV官方除了台劇《想見你》之外，多主打韓劇（「玄彬」、「李聖經」、「祕密花園」），而實際上《覆活》、《跟鯊魚接吻》等台劇才是網友針對該平台主要討論的影劇類型，因此建議官方可多增加在本土戲劇上的宣傳。社群討論文字雲中的「情報」一詞皆源於PTT的內容，如有網友表示「剛收到Line TV 25點」、「今天LINE TV的25點是話題劇TOP6的樣子」，大部分網友都在針對點數回饋機制進行討論。



▲ LINE TV官方行銷貼文詞頻數文字雲



▲有關LINE TV社群討論之詞頻數文字雲

綜合前面所述，本期Social Watch發現：



Part 1：OTT整體聲量組成與發文熱點

PTT是網友討論有關追劇平台與劇情的集中地，因此可多探查此處之討論風向，以做好負評之危機管理；討論時間則以16~18點、21~23點為較為活躍，建議行銷資源可多投放於此區段。

Part 2：OTT整體社群討論重點

網友不僅重視劇種（如韓劇、日劇），其實也相當關注如演員、導演、劇本等影劇製作相關內容，因此也可多宣傳選角、劇情特色等來帶動話題。

Part 3：四大追劇平台網路口碑解析

在平台口碑部分，可以發現方案費率是網友最為關心的討論內容，尤其關注該平台是否有免費試用期（或部分觀影免費）。彙整追劇平台討論中網友相對關注，同時也較容易引起負面評價的面向如下：無試用期、影片翻譯品質不佳、影片畫質不夠高、串流速度不夠快等，建議業者可多關注這幾個較容易引起用戶抱怨的項目。

彙整四大平台的行銷貼文特色與社群討論焦點：

- Netflix：官方行銷成功搭上韓流，進一步帶動網路社群話題，另可考慮加強歐美獨家影劇與動畫系列之宣傳。
- 愛奇藝：官方除了可透過多方管道行銷陸綜與韓國綜藝影劇外，亦可以台劇帶動話題。
- KKTV：官方透過角色間的互動行銷獲得成功，另可多加宣傳平台既有之動漫。
- LINE TV：點數回饋機制吸睛，可進一步排除「點數漏發」問題以避免負評，在推廣上可多著墨宣傳台劇。



OpView放大鏡 觀測期間| 2020.05.04-05.10

網友熱議文章大公開

Social Lab收錄每周各類熱議討論文章前十名，欲看[上周熱門排行榜請點我](#)。

新聞頻道 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	3,954	LINE TODAY > 國內	殺警案判無罪酸恐龍法官？司法院怒了
2	3,802	yahoo新聞 > 政治	承認思慮不周 蘇揆兩度道歉 紓困之亂認錯後誰扛責
3	1,964	LINE TODAY > 生活	計程車司機紓困 林佳龍：每人6萬補貼
4	1,900	LINE TODAY > 國內	擴大紓困「兩種人」可領1萬元！154萬人來登記就發
5	1,851	LINE TODAY > 國內	「支持清廉好市長」 楊秋興舉例嗆韓國瑜：快提告
6	1,785	LINE TODAY > 國內	「停止罷韓」2連敗 最高行政法院駁回抗告理由曝光
7	1,670	LINE TODAY > 國內	里民逼走基地台 里長崩潰：誰去抗議
8	1,532	LINE TODAY > 國際	兩岸條例刪「國家統一」 國台辦大爆走
9	1,527	LINE TODAY > 國內	罷韓團體「洗地板」 高壓水槍噴出「666投票罷」
10	1,474	LINE TODAY > 國內	全台陷紓困之亂 民眾怒：早知就不投蔡英文

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,620	心情	南一中素質？
2	1,639	心情	我是應思聰的弟弟，有些話想對社會大眾說
3	2,449	感情	深入分析告訴你 為何交女友要交棉花糖女孩
4	1,335	追星	BP確定跟隨TWICE腳步回歸
5	1,289	穿搭	147和177你選哪個？
6	1,195	感情	男友坦承劈腿
7	1,122	美妝	Cara和小米怎麼了
8	1,019	時事	因為韓國瑜！高雄鄉親目睹這一幕大驚：變了。
9	995	穿搭	166高嗎？175哭倒在這裡[穿搭分享][圖多字少]
10	882	有趣	老爸是計程車司機的好處

PTT批踢踢 聲量探索排行榜(排除閒聊文、贈獎文、直播文)

排行	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,559	Gossiping	[問卦]收租月薪12萬算低嗎?
2	1,523	Gossiping	[新聞]畫面曝！翁狂問怎搭電梯？送貨員出拳
3	1,467	Gossiping	Re: [新聞]磐石艦4人陽性 346人全數明日上午再度採
4	1,410	Gossiping	[新聞] 9千多件沒審還送「空白件」衛福部證實：僅新北如此
5	1,334	Gossiping	[新聞]殺鐵警判無罪酸「恐龍法官」司法院怒：言詞羞辱
6	1,272	Gossiping	[爆卦]慟!基地台被抗議 業者直接關訊號啦!
7	1,224	Gossiping	[新聞]不能玩寶可夢..斷訊後和美居民哀鴻遍野
8	1,221	Gossiping	[新聞]想運動一下！男獨游3小時 跨海抵基隆嶼
9	1,197	Gossiping	[新聞]「政府剛幫你虧2萬3992元」葉元之做圖狂
10	1,161	Gossiping	[新聞]要女性影印下體當「收入來源」民進黨噏

Mobile01 聲量探索排行榜(排除贈獎文、閒聊文)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	223	新聞與時事(生活娛樂)	罷免韓國瑜，搶救國民黨
2	220	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	今年初的車禍，剛開完調解，調解不成，想拜託
3	219	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	林佳龍：計程車是防疫英雄 每名運將可領6萬補助
4	213	智慧型手機綜合 (智慧型與傳統手機)	想買Cp值最高的手機當禮物
5	203	Mazda (小惡魔的動力研究室)	CX-9 v.s XC90 v.s Q7，誰優？
6	179	新聞與時事(生活娛樂)	再說一次，不是蔡好，是韓太廢!!
7	179	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	納智捷Luxgen MBU也許能一砲而紅
8	178	小米手機 (Android)	已更新隱私設定：網路資安專家指出，小米仍有資安疑慮？
9	161	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	北市交通違規檢舉魔人年破萬件 交通部擬設檢舉天花板
10	153	投資與理財(生活娛樂)	這次紓困，算不算失敗？

Facebook粉絲團 聲量探索排行榜(排除贈獎文)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	7,969	蘇貞昌	政府紓困再擴大，更照顧農漁民和弱勢勞工，排富後發放...
2	6,563	韓國瑜	我們需要的是合作，不是對決！所有關於媒體報導...
3	5,807	范范 范瑋琪	擦乾眼淚、走出懊悔，給自己一個重新開始的機會吧！
4	5,792	ETtoday新聞雲	有這麼貼心的兒子，媽媽好幸福耶 (#嘴邊肉) ...
5	5,602	東森新聞	民眾瘋搶萬元紓困金！怒嗆：根本申請不到...
6	5,226	王鴻薇	罷韓過不過現場算一掛！#殺台鐵警案怎麼看？...
7	5,159	蔡英文 Tsai Ing-wen	過去一年以來，蘇貞昌院長擔任閣揆，成績有目共睹...
8	4,977	蔡英文 Tsai Ing-wen	今天早上我將在總統府召開記者會，針對接下來執政團隊...
9	4,716	udn.com 聯合新聞網	廖姓警員坦承因對方很不尊重女性，情緒失控下...
10	4,504	TVBS 新聞	申請程序複雜惹民怨！！.#2020台灣新局

Facebook活動文 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	31,452	富發牌	回本倉刷鞋子囉♥□♥□♥□
2	23,482	天藍小舖 SkyBlue	看直播抽未上市新品♥母親節禮物最後一波✓500元免運費...
3	20,742	早安健康	#人人必備懶人包這幾天#紓困方案搞得大家...
4	17,341	富發牌	重開
5	15,717	生活市集	上次沒領到貼圖的！這次又有免費的可以領啦～...

閒聊文：①特定頻道週期性發起之聊天性文章。②主文發文日期於觀測期前14天，網友仍持續回帖之長期性討論文章。
直播文：提供直播連結或相關資訊，並於該主文下討論影片內容。
贈獎文：發文者要求回覆文章、按讚、分享等，並提供特定回饋，誘發網友大量留言之文章

YouTube大熱門(排除贈獎文)

Social Lab收錄每周前十名YouTube熱門影片排行榜，欲看[更多熱門影片請點我](#)。



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】老高談24個比利 多重人格分裂的原因



【鍾明軒】鍾明軒霸氣回應酸民留言 並感謝有酸民讓自己更茁壯



【黃阿瑪的後宮生活】黃阿瑪家族再添一員！
網友最愛還是命名小花



【Ku's dream酷的夢-】台灣在幫世界 酷希
望世界也可以幫台灣



【阿神】阿神玩麥塊！白氏家族生存完結篇