

### 本期焦點



## 宵夜最佳良伴 泡麵網路聲量 X 網紅效益分析

- ▶ 居家防疫好夥伴，泡麵話題大解密
- ▶ 網友對這味滿意度最高！泡麵口味好感度分析
- ▶ 業配影片有效嗎？網紅行銷效益剖析

### OpView放大鏡

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



## 研究說明

---

- 資料時間與來源
- 研究方法

## PART1 泡麵話題趨勢與聲量分析

---

- 從聲量趨勢帶你看泡麵的社群夯話題
- 從網站來源占比看網友討論聚集地
- 文字雲帶你看泡麵話題焦點
- 從聲量及好感度排名看泡麵口味

## PART2 YouTube熱門話題和網紅行銷效益

---

- YouTube熱門文章帶你看吸睛內容題材
- 網紅合作行銷手法與效益分析

## 結論

---

# 宵夜最佳良伴 泡麵網路聲量 X 網紅效益分析

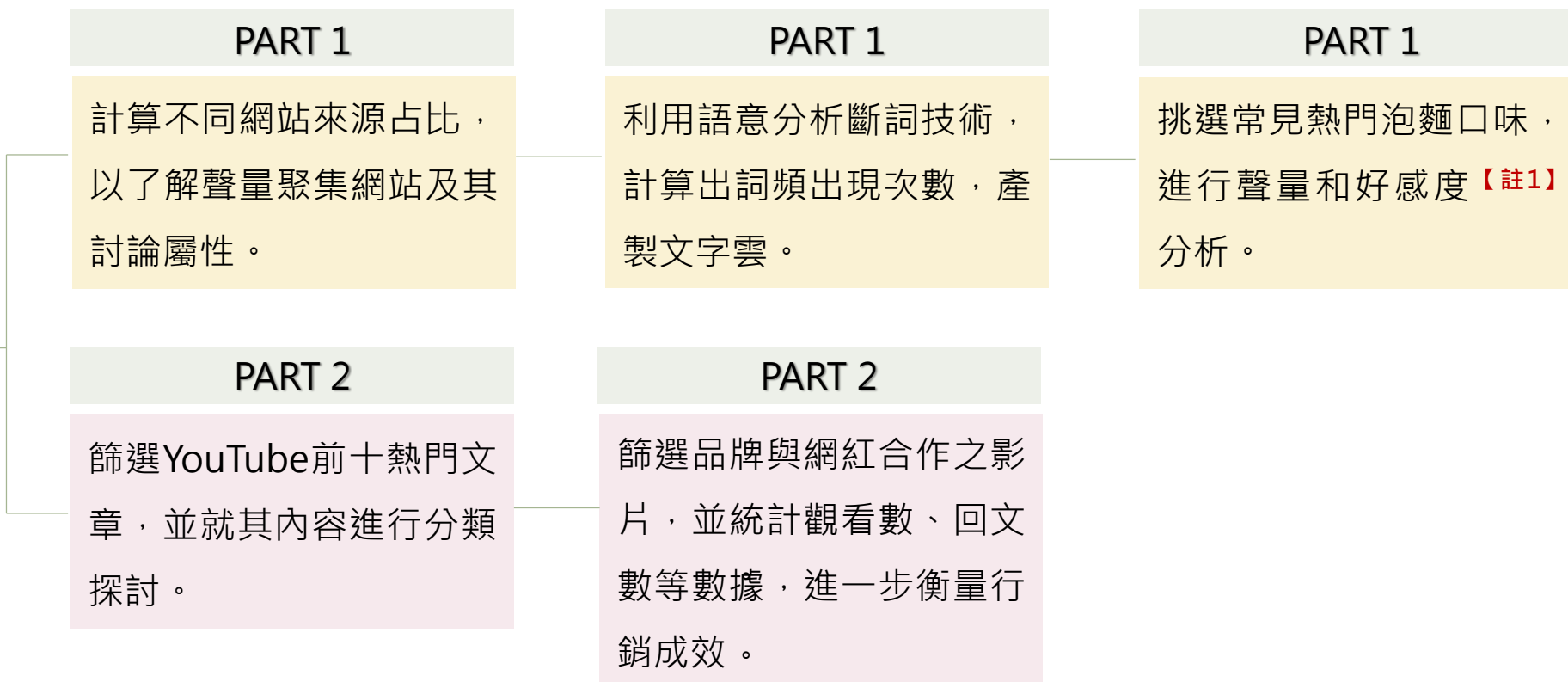
## 主題目錄



# 研究說明

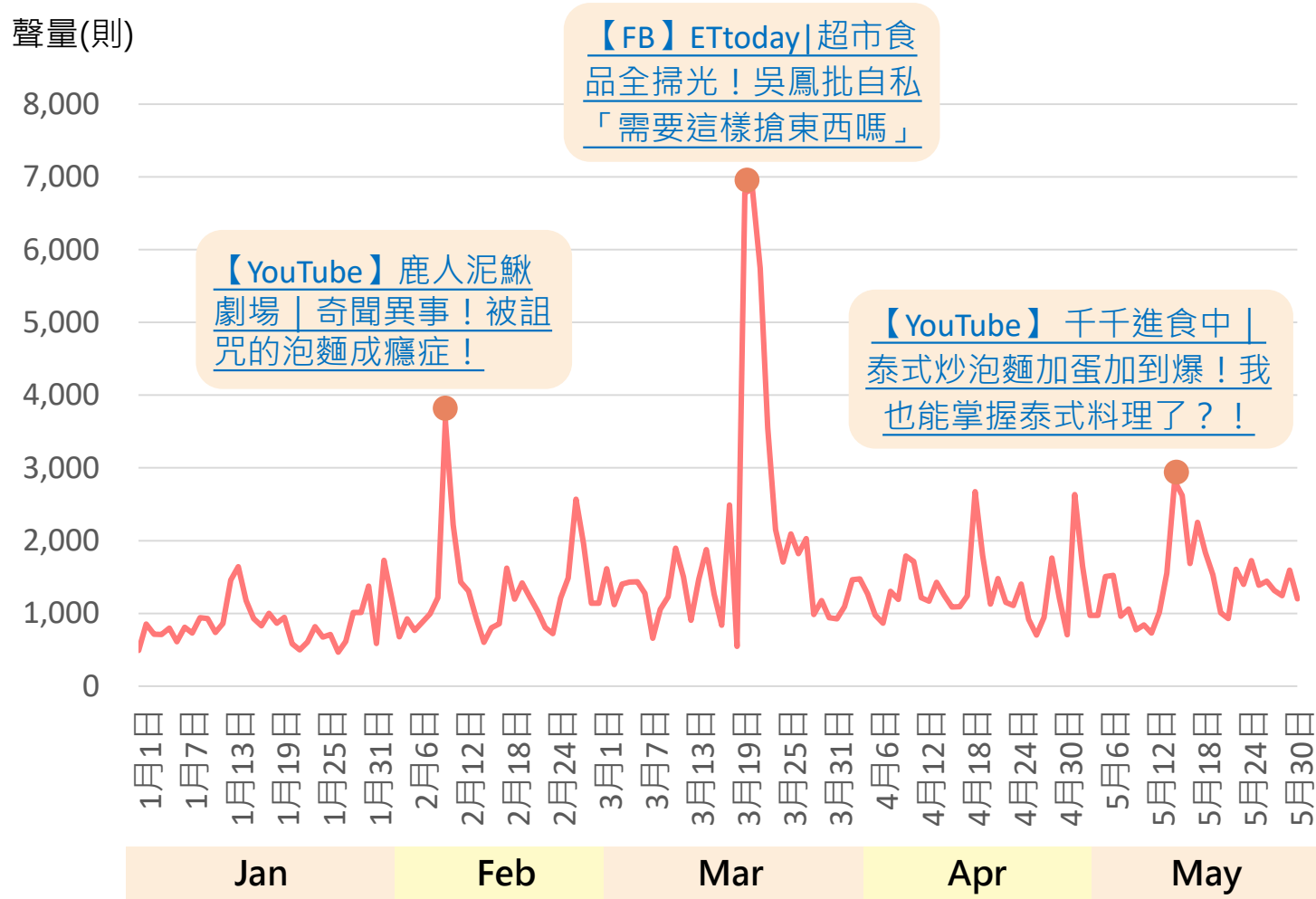
- ▶ 資料時間：2020.1.1-2020.5.31
- ▶ 資料來源：社群網站、討論區、新聞回文(排除抽獎文)
- ▶ 研究方法：

設定「泡麵」之關鍵字詞組，框定相關研究文本。



【註1】好感度係指P/N比，為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文章 ( P ) 與負面文章 ( N ) 之比值。

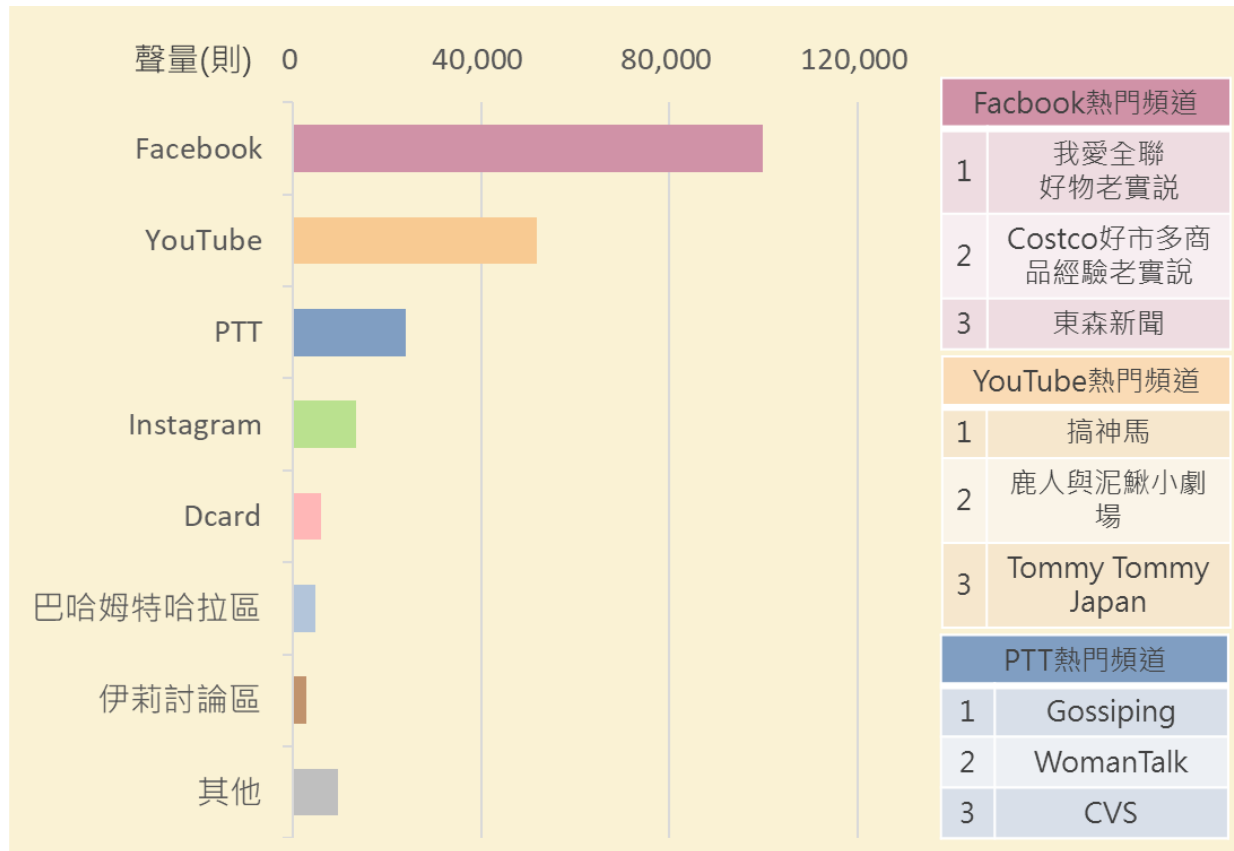
# 囤糧缺貨新聞多 YouTube趣味影片引共鳴



- 首先，從趨勢圖來看整體泡麵討論走勢，左圖中可發現泡麵整體聲量起伏較大，進一步探究其高峰點，發現討論話題皆是來自社群網站；其中今年三月因國際疫情緊張，大眾恐慌封城，進而引發囤貨潮，民眾搶搬糧食乾貨、超市泡麵缺貨等新聞消息紛紛傳出，使泡麵聲量在三月達到高峰。
- 以YouTube來說，則是以趣味的內容較能引起討論，如網紅「鹿人」以泡麵成癮症為主題的影片，引發愛吃泡麵的網友們共鳴，紛紛留言表示：「我也是超級泡麵人」。

# 零售商品討論社團活躍 鄉民熱議地雷泡麵

接下來透過網站來源佔比來看網友討論最活躍的場域，由圖可見，前三名的來源網站占總體聲量超過8成，因此進一步就Facebook、YouTube、PTT三者探討其網站頻道的內容屬性。



▲ 泡麵討論來源網站排行暨熱門頻道

- Facebook中以零售通路商品討論的公開社團最為活躍，如「我愛全聯好物老實說」、「Costco好市多商品經驗老實說」，社團內的發文多為求推薦，如「全聯泡麵你最愛哪款？」或是單一品項的心得分享。其餘聲量則多來自新聞或娛樂性官方粉絲團，內容多以疫情新聞轉貼或是泡麵相關新奇話題為主，如「連泡麵也買不起！網路熱搜Gucci泡麵」。
- YouTube的內容形式包括開箱、盲測、創意料理等，影片風格較為活潑且內容題材多元，往往單部熱門影片就能在短時間內累積大量的聲量。
- PTT討論則集中在八卦版，網友除了就許多經典泡麵如滿漢大餐、統一肉燥麵等進行討論外，也常問卦「哪家泡麵最難吃？」，討論地雷泡麵品項。

# 網友分享各式創意吃法 浮誇新品超吸睛

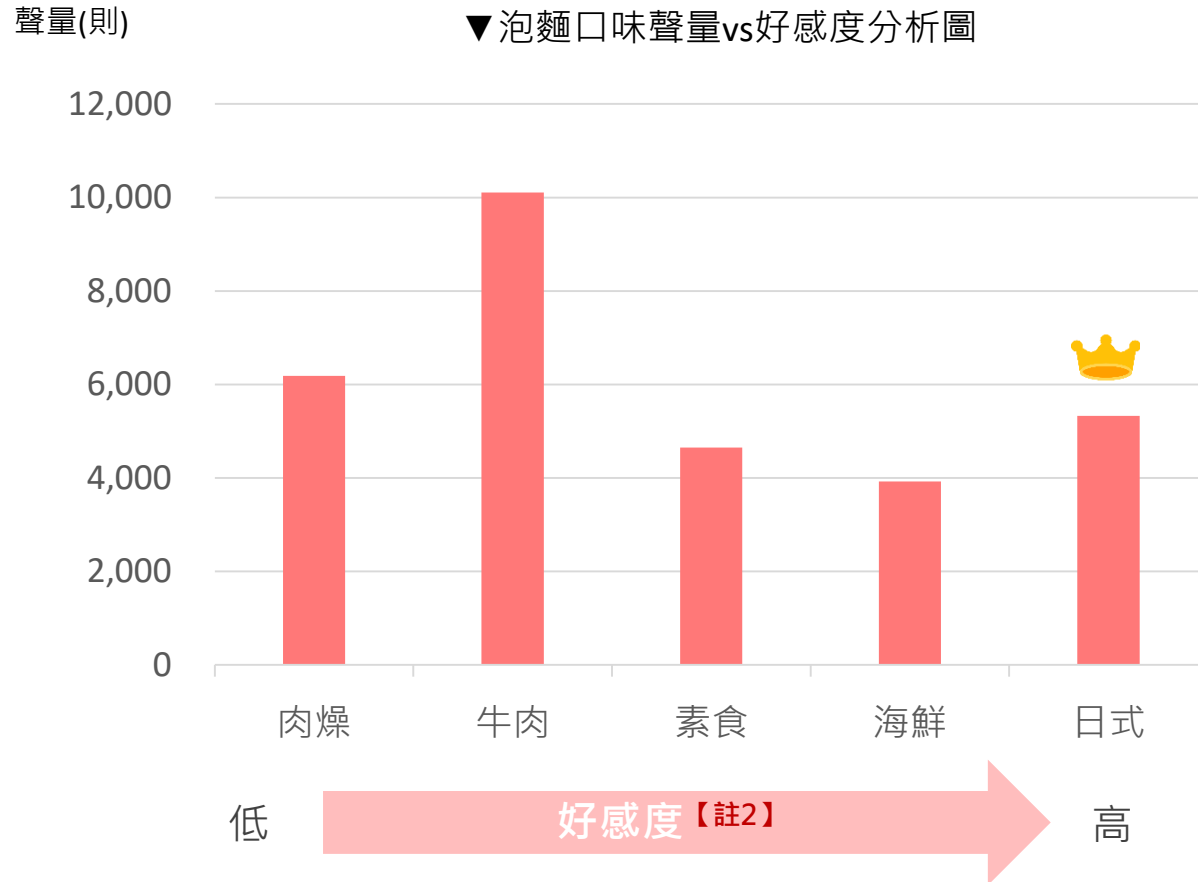


■ 口味      ■ 特殊吃法      ■ 新品

▲ 泡麵話題文字雲

- 進一步從文字雲來看泡麵話題熱議關鍵字，除泡麵品牌和特定品項之外，主要可將泡麵的討論分為三大類，分別是「口味」、「特殊吃法」、「新品」。
- 在口味部分，以**牛肉**、**肉燥**等台式口味為較常被提及，而如**泰式**、**韓式**等異國泡麵品項也有不少討論聲量，較特別的是，**素食**口味的泡麵在近期格外受到關注。
- 在特殊吃法部分，主打不開火的「統一麵**懶人微波**吃法」以Hashtag快速擴散話題，此外，也有將泡麵加入如**起司**、**雞蛋**等食材的美味吃法，甚至有網友推薦可搭配**飯糰**一同享用的創新吃法。
- 在新品部分，除了味味一品在去年底上市的酒香高粱**蒜頭**雞麵受到關注以外，味丹所推出的新品主打吃的到整隻**雞腿**和**秋刀魚**，在**好市多**上市後也爆紅，網友表示：「想試試秋刀魚款，感覺很新奇」、「台灣的泡麵真的是越來越狂！」。

# 日式好感度奪冠 牛肉口味最受關注



【註2】此處好感度係以單一口味之好感度數值高低作排列，好感度較低並不代表不滿意(P/N比<1)，僅代表此口味在眾多口味中的好感度「相對」其他口味低。

接著從討論文本歸納出網友近期最常討論的五種泡麵口味進行維度分析。

- 日式口味是消費者好感度最高的口味，由於拉麵道的麵體和湯頭很受網友推崇，如「豚骨真的很香濃」、「拉麵道的麵條很耐煮」。此外，搭配飯糰的創新吃法也是品牌好感度高的原因之一。
- 牛肉口味是討論聲量最高，卻也是好感度相對較低的口味，觀察網友留言內容發現，牛肉口味的價格和肉塊質量是造成負評的關鍵，網友抱怨「越賣越貴，肉片變肉碎」、「現在的牛肉吃起來很柴」，食材品質與過往相比有所落差是好感度較低的原因。

# 網友愛看外國人開箱 泡麵堪稱台灣之光

由於YouTube風格活潑且內容題材多元，往往能在短時間內累積大量迴響，接下來將透過YouTube十大泡麵熱門影片，來分析網友偏好的內容主題。

- 透過回文數來了解較能引發網友互動的影片類型，當中以泡麵開箱為佔比最多的類別，其中又以**外國人的開箱**最能吸引網友注意。網友除了好奇外國人對台灣泡麵的評價，也喜歡留言推薦泡麵的吃法，如「一定要拌開才好吃」或是自豪台灣泡麵的美味，如「有肉料理包的泡麵真的贏了很多外國人的心！」
- 大胃王和料理教學也是泡麵話題常見題材。大胃王不只是單純的吃播，而是結合料理教學或遊戲，增加內容多元性；料理教學類型影片中則以實測創意吃法最為吸睛。

排名	標題	頻道	回文數	觀看數	分類
1	<a href="#">日本哥哥初體驗!台灣泡麵好吃到不想停!?</a> ...	TommyTommy Japan	2,861	120萬	泡麵開箱 (外國人)
2	<a href="#">【實測】爆紅泡麵茶碗蒸！網路食譜會成功嗎？</a>	搞神馬	2,031	63萬	料理教學
3	<a href="#">台灣網友票選No.1！吃台酒「三大泡麵」好吃到直接泡飯吃？！...</a>	韓勾ㄟ金針菇 찜편꾸	1,747	70萬	泡麵開箱 (外國人)
4	<a href="#">泰式炒泡麵加蛋加到爆！</a>	千千進食中	1,457	113萬	料理教學 大胃王
5	<a href="#">100分鐘泡麵限時大胃王挑戰賽！九個人能吃到破百碗嗎？</a>	張家夫妻滑起來	1,289	40萬	大胃王
6	<a href="#">椒媽自創焗烤炒泡麵！平價又美味...</a>	林胡椒	980	46萬	料理教學
7	<a href="#">台法大PK 法國爸媽第一次吃台灣泡麵以為在餐廳買的</a>	Bonjour Louis! 我是路易	910	66萬	泡麵開箱 (外國人)
8	<a href="#">【還瘋搶食物？】用泡麵做炒飯 糧食量300%</a>	搞神馬	909	65萬	料理教學
9	<a href="#">英國泡麵vs台灣泡麵誰贏了？</a>	Amy英國奶奶	905	27萬	泡麵開箱 (外國人)
10	<a href="#">花五天時間製作20倍巨大泡麵【巨大食物】</a>	許伯&簡芝 一倉鼠人	741	47萬	料理教學







▲ YouTube十大泡麵相關熱門影片排行榜【註3】

【註3】影片範圍係以「泡麵品項」相關內容為主，僅就現象與習慣等無關泡麵品項討論者，不在此排行榜之探討範圍內；此排行榜係以回文數進行排序。



# 網紅合力創造高觀看 大胃王內容人人愛







本文進一步篩選出觀測期間由泡麵品牌業者與網紅的合作影片，並整理成效數據，以探討網紅的社群行銷效益。

頻道	訂閱數	影片	合作品牌	觀看數 <sup>【註4】</sup>	回文數	留言率	觀看率	按讚率	內容類型	合作類型
 張家夫妻滑起來	31.7萬	<a href="#">100分鐘泡麵限時大胃王挑戰賽！九個人能吃到破百碗嗎？</a>	雙響泡	40萬	1,289	0.32%	127%	1.3%	大胃王	產品宣傳
 Fred吃上癮	54.6萬	<a href="#">下麵可能更好吃濃厚精燉大骨白湯</a>	拉麵道	42萬	735	0.17%	78%	1.6%	開箱	產品宣傳
 HOOK	55.3萬	<a href="#">造了一台拉麵車，用現做拉麵決勝負！</a>	拉麵道	26萬	538	0.20%	48%	3.3%	盲測	產品宣傳
 見習網美小吳	73.2萬	<a href="#">最浪漫告白招數大評比，你會中幾招？這招竟然超瞎？</a>	來一客	43萬	373	0.08%	59%	2.8%	故事分享	品牌形象
 特盛吃貨艾嘉 Abby Big Eater	6.82萬	<a href="#">【泡麵新吃法】把拉麵道吃的超澎湃的，5分鐘就能輕鬆上桌</a>	拉麵道	51萬	201	0.39%	76%	1.4%	大胃王	產品宣傳
 林宣XuanLin	14.4萬	<a href="#">那些旅居國外的日子，想念台灣的小故事</a>	台灣菸酒	0.7萬	71	0.98%	5%	3.8%	故事分享	品牌形象

【註4】YouTube訂閱數、觀看、按讚次數等數據，係於2020/06/12擷取。另各項指標計算方式說明如下，觀看率係以觀看數除以訂閱數，代表創作者內容的擴散程度；留言率是以回文數除以觀看數，代表創作內容引發觀看者的互動程度；按讚率則是以按讚數除以觀看數，用以評估創作內容受到喜好程度。

- 「張家夫妻滑起來」的影片觀看率高達127%，代表其影片有效擴散至本身訂閱粉絲以外的族群。影片內容是以大胃王遊戲的方式，邀請5位網紅來賓參與，因而能夠吸引到其他網紅的忠實粉絲觀看，促成相對高的觀看率和留言率。
- 「特盛吃貨艾嘉」同為大胃王類型的影片擁有76%不錯的觀看率，可推論大胃王類型的內容本身有一定的吸睛程

# 故事引發觀眾共鳴 促成高互動參與

頻道	訂閱數	影片	合作品牌	觀看數 <sup>【註4】</sup>	回文數	留言率	觀看率	按讚率	內容類型	合作類型
 張家夫妻滑起來	31.7萬	<a href="#">100分鐘泡麵限時大胃王挑戰賽！九個人能吃到破百碗嗎？</a>	雙響泡	40萬	1,289	0.32%	127%	1.3%	大胃王	產品宣傳
 Fred吃上癮	54.6萬	<a href="#">下麵可能更好吃濃厚精燉大骨白湯</a>	拉麵道	42萬	735	0.17%	78%	1.6%	開箱	產品宣傳
 HOOK	55.3萬	<a href="#">造了一台拉麵車，用現做拉麵決勝負！</a>	拉麵道	26萬	538	0.20%	48%	3.3%	盲測	產品宣傳
 見習網美小吳	73.2萬	<a href="#">最浪漫告白招數大評比，你會中幾招？這招竟然超瞎？</a>	來一客	43萬	373	0.08%	59%	2.8%	故事分享	品牌形象
 特盛吃貨艾嘉 Abby Big Eater	6.82萬	<a href="#">【泡麵新吃法】把拉麵道吃的超澎湃的，5分鐘就能輕鬆上桌</a>	拉麵道	51萬	201	0.39%	76%	1.4%	大胃王	產品宣傳
 林宣XuanLin	14.4萬	<a href="#">那些旅居國外的日子，想念台灣的小故事</a>	台灣菸酒	0.7萬	71	0.98%	5%	3.8%	故事分享	品牌形象

【註4】YouTube訂閱數、觀看、按讚次數等數據，係於2020/06/12擷取。另各項指標計算方式說明如下，觀看率係以觀看數除以訂閱數，代表創作者內容的擴散程度；留言率是以回文數除以觀看數，代表創作內容引發觀看者的互動程度；按讚率則是以按讚數除以觀看數，用以評估創作內容受到喜好程度。

- 網紅「林宣XuanLin」的觀看率最低，但是留言率和讚率卻表現優異，形成反差。觀察其頻道，林宣的影片觀看數高的影片多為國內外旅遊影片的紀錄，因而此種談話性、單純分享故事的影片可能較無法吸引其原有觀眾，然而觀眾卻有極佳的互動率，有可能是忠實粉絲的參與，又或是此種深度的內容分享較能引發觀眾共鳴，像是有網友留言「有出國去體驗過，才能體會台灣的好」回應林宣在影片中的觀點。

# 行銷策略分析：合作影片類型

藉由上述觀察影片的內容和行銷目的，泡麵品牌與網紅合作的影片主要可歸納出兩種行銷模式。



產品宣傳

1. **產品宣傳**：產品宣傳的合作影片內容主要在**強調產品本身的特性**，如新口味、麵體等，目的在吸引消費者實際購買，然而為避免過重的商業感，網紅多會以有趣或自身擅長的內容形式包裝，以吸引觀看，如網紅「Fred」便是藉由湯頭料理教學帶出產品的特色。因而此類合作影片通常**觀看率較高**，且由於強調泡麵美味的內容比重較高，也較容易引起網友對於泡麵本身的相關留言，像是「這款真的很好吃」、「馬上出門買一碗」。



品牌形象

2. **品牌形象**：品牌形象的合作影片多**利用故事傳達品牌理念**、精神，藉此和正式品牌廣告的內容做呼應，擁有明確的品牌定位，目的在提升消費者對品牌的好感度。由於故事型合作影片較易**引發消費者共鳴**，因此通常消費者的**互動率較高**，即留言率或按讚率較高，然而此類影片留言通常與泡麵產品本身較無關，多是觀眾自我經驗的分享，著重在觀眾的參與感和與品牌之間的互動。

# 網紅業配宣傳產品 提升粉絲購買意願

進一步分析產品宣傳類型的合作影片，觀察其內容的形式以及網友與網紅的互動，以檢視此類業配影片的成效。



▲ 截圖自《[張家夫妻滑起來頻道](#)》

在頻道「張家夫妻滑起來」的影片中，網紅以大胃王遊戲的方式，推薦雙響泡新品，在影片中除了來賓之間娛樂性的互動外，也會**融入產品的介紹**，像是特寫泡麵的湯頭和麵條，網紅和來賓之間也邊聊天邊分享試吃的心得，自然的帶出產品的特色，同時多人的試吃和評論使得評論更具可信度和說服力，因而**提升網友對商品的好感度**，像是有網友表示：「我真的會想買」、「再給雙響砲一次機會」、「這個業配讓我都想去買了」可見導購成效。

網紅「HOOK」的影片則是透過盲測評比自己煮的拉麵對比拉麵道的泡麵，提高評論的可信度，同時利用最終拉麵道勝出的結果，推薦產品。影片最後他也示範泡麵搭配飯糰的特殊吃法，成功行銷產品，如有網友留言「看完之後直接去大賣場買一箱搬回家XDD」，也有許多網友留下好評，如「最喜歡把雞肉飯飯糰直接加到拉麵道裡面泡著吃」、「拉麵道的泡麵真的很好吃，從高中就吃到現在」等**觀眾真實留言對於產品的行銷有加乘的效果**。



▲ 截圖《[HOOK](#)》頻道

# 品牌不賣產品改說故事 粉絲互動率高

在品牌形象類型的影片則主要觀察影片與品牌形象之間的關聯性以及網友互動的內容。



▲ 截圖自《[林宣XuanLin](#)》頻道

網紅「林宣Xuan Lin」的影片從台灣菸酒的官方廣告出發，以「有種鄉愁叫台酒」作為品牌概念，募集觀眾旅居國外的故事做分享，除了產品本身特色的介紹外，也藉由故事傳達台酒泡麵是台灣人的**家鄉味的品牌形象**，網友積極的留言互動也是藉由影片提升網友和**品牌互動**的證明。



▲ 截圖自《[見習網美小吳](#)》頻道

網紅「見習網美小吳」同樣也是從來一客官方廣告《空氣鳳梨式的愛情》出發，廣告中的經典台詞「嘿鳳梨」音同粵語的「喜歡妳」，營造出的曖昧氛圍，正是**品牌想傳遞的意象**。而合作影片則採用分享故事的方法，內容則圍繞在各種告白方式，呼應浪漫的愛情主題，最後也推薦網友去觀看官方廣告，而留言則熱烈討論影片提到的故事或**分享自身經驗**。

# 小結

## PART1 話題趨勢與聲量分析

- 話題趨勢：泡麵熱門話題多來自於社群網站；疫情緊張而引發的囤貨潮與缺貨消息大量傳播，使泡麵聲量在三月達到高峰，另外，YouTube則是以趣味話題較能引發網友討論。
- 熱議關鍵字：除了泡麵的品牌及特定品項外，其餘討論可主要歸納為泡麵的「口味」、「特殊吃法」、「新品」三大類。
- 網站來源：Facebook以零售通路商品討論社團最為活躍，PPT鄉民除經典泡麵外，不時會討論地雷泡麵品項。
- 熱門口味：日式口味好感度最高，由於品牌拉麵道的商品很受網友推崇，而牛肉口味雖有最高的聲量，好感度卻相對低，原因在有部分網友認為食材品質與過往相比有所落差。

## PART2 熱門話題與行銷效益

- YouTube內容題材多元，往往單部熱門影片就能快速累積大量的聲量；熱門影片又以外國人開箱台灣泡麵最容易吸引網友觀看。
- 合作影片的內容中，兩部大胃王影片具有較高的觀看率，可推論大胃王類型的內容本身就有一定的吸睛程度；另一方面，故事型的內容觀看率雖低，但是在互動指標的表現優異，代表深度的內容分享較能引發觀眾共鳴。
- 產品宣傳型合作影片，目的在吸引觀眾購買商品，因此內容多直接介紹產品特色，雖然商業色彩明顯，然而搭配網紅娛樂性內容，如大胃王遊戲或吃播，通常有較高的觀看率。
- 品牌形象型的合作影片，目的在提升觀眾對品牌的好感度，影片多以故事分享而非商品作為主要內容，也因此較易引發網友共鳴，通常具有較高的互動率。



觀測期間：2020.07.06-07.12



# 網友熱議文章大公開

OpView放大鏡



# 新聞 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,598	LINE TODAY > 國內	<a href="#">新台幣是否「去蔣化」？促轉會：須嚴肅評估相關處置</a>
2	1,803	yahoo新聞 > 健康	<a href="#">中研院專家直言 差點以為台灣防疫很成功！本土疫情冬天一定捲土重來</a>
3	1,743	LINE TODAY > 國內	<a href="#">不當市長後韓國瑜靠一支股票 資產1個月增1800萬元</a>
4	1,587	LINE TODAY > 生活	<a href="#">「中醫」改「台醫」？近8成民眾反對</a>
5	1,555	LINE TODAY > 國際	<a href="#">【維吾爾翻版】「滅母語、蒙族文化堪憂」中國內蒙古取消母語教學</a>
6	1,077	LINE TODAY > 鄉民	<a href="#">連假國5塞車解方「通行費漲10倍」網酸：變有錢人高速公路？</a>
7	1,049	LINE TODAY > 國內	<a href="#">【2020政治獻金】蔡英文收5.6億虧2千萬 韓國瑜收4.5億賺3千萬</a>
8	1,039	yahoo新聞 > 各家	<a href="#">加碼通行費防塞宜蘭人喊不公平！民眾罵翻國5變有錢人專用道</a>
9	971	LINE TODAY > 國內	<a href="#">【管很寬！】港版國安法要求台灣配合涉港調查竟還祭罰款及刑責</a>
10	958	LINE TODAY > 國內	<a href="#">遭陳柏惟控黑衣人國民黨團全身黑批躲鍵盤後是「臭俗辣」</a>





# Dcard 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	3,305	時事	<a href="#">女生為何不用當兵？</a>
2	1,863	追星	<a href="#">Jennie最新划水動圖</a>
3	1,712	心情	<a href="#">惡劣至極！網紅惡整Uber eats害人多跑1000公里</a>
4	1,016	感情	<a href="#">約炮...？</a>
5	1,014	有趣	<a href="#">國小生的徵女友文？缺男友快看</a>
6	984	感情	<a href="#">為何長的不好看都有女友？</a>
7	923	感情	<a href="#">半夜肚子劇烈疼痛 男友反應讓我很難過</a>
8	792	感情	<a href="#">網路交友刷新人生驚悚事件</a>
9	781	親子	<a href="#">四歲小孩摸我胸部</a>
10	724	心情	<a href="#">因為摔車看清朋友</a>



# PTT 聲量探索排行榜 ( 排除閒聊文、贈獎文、直播文 )

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,535	Gossiping	<a href="#">[新聞]三倍券有效？柯文哲：若有效他們以前罵</a>
2	1,529	AllTogether	<a href="#">[大心]我單身三十年，我在三十一歲結婚了</a>
3	1,521	Gossiping	<a href="#">[新聞]獨／政院擬立法 約聘人員任滿三年可擔任</a>
4	1,517	Gossiping	<a href="#">[新聞]台灣國旗官網消失了！德外交部稱「一中</a>
5	1,489	Gossiping	<a href="#">[新聞]旅行社湧倒閉潮 林佳龍：市場剛好洗牌、</a>
6	1,480	Gossiping	<a href="#">[爆卦]新北市跳樓的最後訊息</a>
7	1,423	Gossiping	<a href="#">Re: [問卦]「性侵一年多」怪怪的？</a>
8	1,405	Gossiping	<a href="#">[新聞]柯查1280月票徐巧芯酸：開吃到飽還怪人</a>
9	1,389	Gossiping	<a href="#">[爆卦]南韓宣布課徵囤房稅</a>
10	1,386	Gossiping	<a href="#">[新聞]北捷1280元月票搭破萬「何方神聖」曝</a>



# 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	612	新聞與時事(生活娛樂)	<a href="#">日本統治台灣50年幹了些什麼</a>
2	250	軍事迷基地(生活娛樂)	<a href="#">【登陸台灣困難】：從海軍陸戰隊操演悲劇，看中共「武統台灣」鬧劇</a>
3	239	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	<a href="#">國5塞車有解方！運輸學會建議：通行費應提高為10倍</a>
4	236	Canon單眼相機 (可換鏡頭數位相機)	<a href="#">Canon EOS R5 / R6正式發表！最高八級防手震/ 8K Raw / 20fps...</a>
5	231	媽媽寶寶親子(女性流行)	<a href="#">為何老人可以那麼討人厭？</a>
6	219	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	<a href="#">這樣開車如何?又要說我該讓嗎？</a>
7	217	Sony / SE (Android)	<a href="#">Sony Xperia 1 II / iPhone 11 Pro Max相機測試各方面比一比</a>
8	203	Toyota (小惡魔的動力研究室)	<a href="#">【正式發表】Toyota Corolla Cross終於現身！全新級距休旅衝擊亞洲</a>
9	190	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	<a href="#">四輪大爺是不是覺得旁邊只要是機車都可以硬切過來</a>
10	189	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	<a href="#">身為Altis車主，遇到頑固的朋友，只能笑笑面對！</a>



# 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	8,221	韓國瑜	<a href="#">關於這次國民黨派出李眉蓁議員參加高雄市長補選，有媒體報導指稱...</a>
2	6,899	ETtoday星光雲	<a href="#">平常壓力到底有多大！！如果服務生剛好進來怎麼辦...</a>
3	6,113	爆料公社	<a href="#">六歲的小妹妹遠從花蓮搭車到西螺，跟著媽祖走到北港，...</a>
4	5,776	ETtoday星光雲	<a href="#">「愛上我的賽～拉出來～拉出來～～」#吃屎哥和#法拉利姐準備一個月...</a>
5	5,770	王宏哲教養、育兒寶典	<a href="#">#都要人家一直提醒的孩子要用對方法</a>
6	5,747	Yahoo奇摩	<a href="#">拉出來那一瞬間好像在變魔術一樣</a>
7	5,711	486先生的粉絲團	<a href="#">如果今天就總統選舉，你會投票給柯文哲嗎？</a>
8	5,616	三立新聞	<a href="#">看了好感動 希望小妹妹可以早日恢復健康，能夠快樂平安的長大！</a>
9	5,555	Garena 傳說對決	<a href="#">目前發現ios客戶端 有部分app遇到無法開啟程式(閃退)的技術問題...</a>
10	5,196	即新聞	<a href="#">這行為真的不優！叫熊貓外送！桃園女同一招「爽吃11天霸王餐」</a>



# 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	49,781	富發牌	<a href="#">想楠哥哥了嗎？</a>
2	48,641	TR Box寶藏屋： 傘的專家、居的職人	<a href="#">比悲傷更悲傷的故事 告別711~~~~加班繼續清空他</a>
3	40,225	神魔之塔 Tower of Savors	<a href="#">神魔之塔Tower of Savors派獎活動又來囉！各位只要在此貼文留...</a>
4	37,997	黃琮寧醫師健康講堂	<a href="#">「天氣38°C，心情溫度破100°C！」在這大熱天裡，我想很多父母...</a>
5	13,668	小三美日平價美妝	<a href="#">免費占卜#你最喜歡哪一雙眼睛測你在心上人眼中是個什麼樣的人...</a>

# YouTube大熱門 (排除贈獎文)



【大蛇丸】大蛇丸大啖帝王蟹 直呼好吃到上天堂



【老高與小茉】百年難題 破解費馬定理的歷史



【波特王】回復小粉紅留言 大酸網評員是薪水小偷



【娛樂百分百】高水準鬥智 李岳筆記超認真



【微疼】微疼分享網友經驗 考前衝刺班驚見鬼

欲了解更多  
請與我們聯繫

聯絡電話：02-2755-1533

業務信箱：sales@eland.com.tw

立即聯繫

OpView Insight  
免費體驗



立即體驗