

本期焦點



數位化餐飲消費模式 兩大外送平台聲量剖析

- ▶ 品牌做了這件事 大幅翻轉社群聲量
- ▶ Uber Eats代言人與foodpanda網紅行銷成效分析
- ▶ 兩大外送平台社群印象與爭議面向分析

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

資料來源與研究方法

Part1 兩大外送平台聲量與行銷效益分析

- 1-1 從兩大外送平台網路聲量看品牌曝光度
- 1-2 從兩大平台熱門話題探討品牌行銷方式異同
- 1-3 解析foodpanda與網紅合作的行銷效益
- 1-4 Uber Eats代言人行銷成效分析

Part2 兩大外送平台之品牌形象

- 2-1 foodpanda社群印象與外送爭議解析
- 2-2 Uber Eats社群印象與外送爭議解析

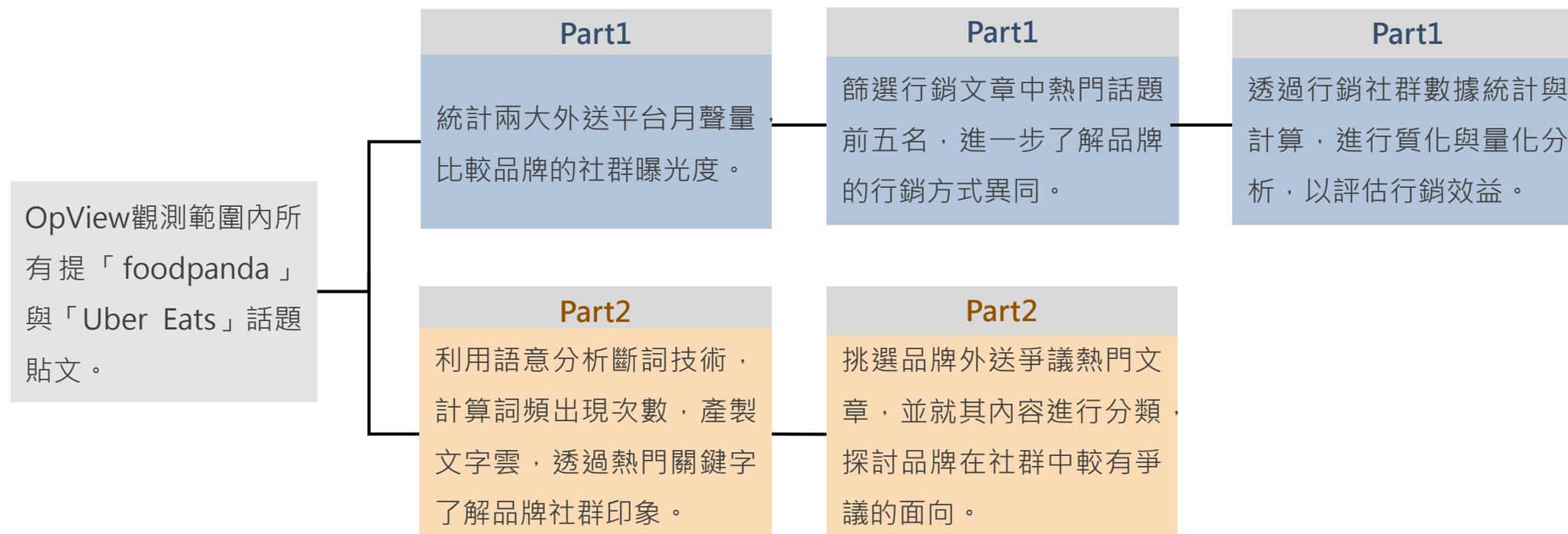
結論

數位化餐飲消費模式 X 兩大外送平台聲量剖析

主題目錄

研究說明

- ▶ 資料時間：2020.01.01~2020.06.30
- ▶ 資料來源：討論區、社群網站、新聞回文(排除抽獎文)
- ▶ 研究方法：





疫情影響餐飲消費模式 台灣兩大外送平台比一比

疫情影響餐飲消費模式

根據經濟部統計處調查今年1、2月餐館業及飲料店業有外送或宅配者，營收年增5.2%，無外送或宅配者，營收年減8.0%，顯示外送或宅配服務的確有助減緩疫情衝擊。疫情也帶來生活習慣的改變，大眾的消費模式由傳統餐飲擴散到數位化新通路，平台規模並未因疫情趨緩而消停，外送平台市場可說深具潛力。

台灣兩大外送平台

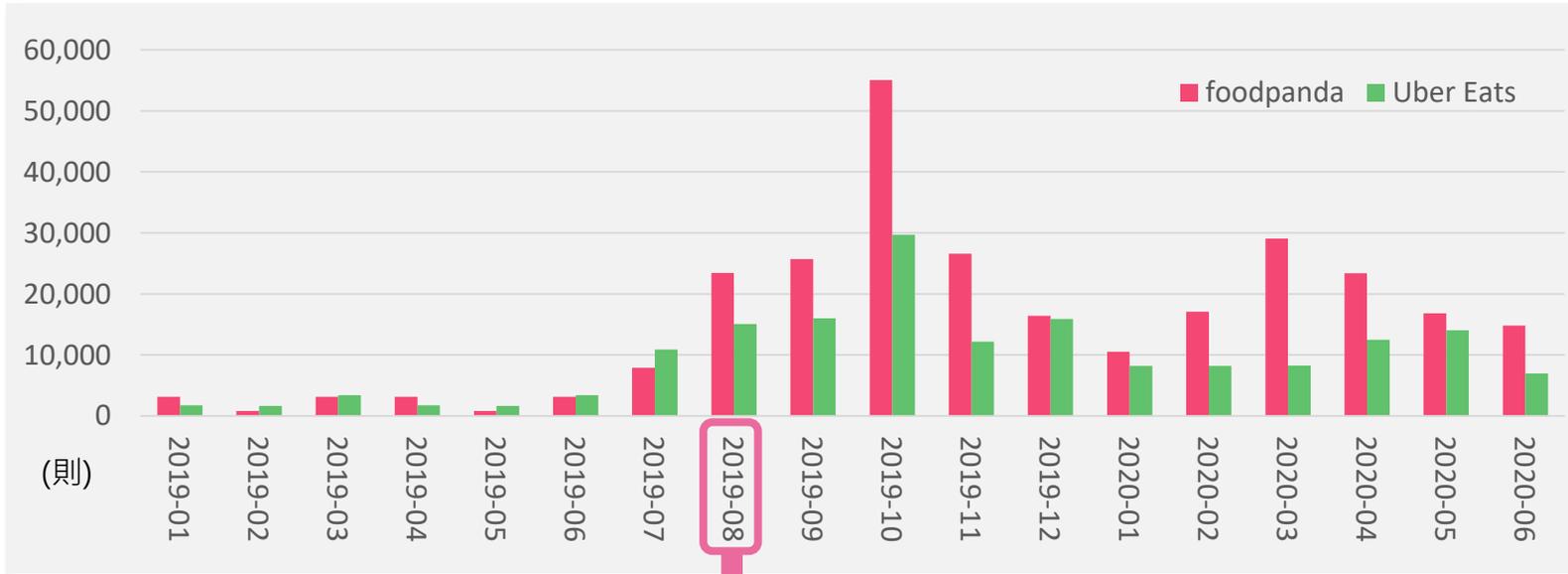
foodpanda和Uber Eats為目前台灣市佔率與網路聲量最高的兩大外送平台，foodpanda主打的是商家選擇多、有不定時的優惠，Uber Eats的特色是運費由距離計算，兩大外送平台的比較如左表。

	foodpanda 	Uber Eats 
合作店家	5 萬家	超過1萬5千家
外送運費範圍	30 元	25 – 60 元
目前免運門檻	80 元	無
付款方式	線上刷卡 / 貨到付款	線上刷卡 / 貨到付款
取餐方式	外送 / 自取	外送 / 自取
客服服務	官網/APP即時客服	官網/APP留言
外送範圍	全台+澎湖+金門	全台+澎湖
國外交易手續費	無	有
收據	實體發票	email 電子發票

▲ 兩大外送平台比較一覽表



foodpanda與網紅合作業配 大幅翻轉社群討論聲量



▲ 兩大外送平台月聲量長條圖

排名	來源頻道	標題	總回文數
1	二師兄	宅在家裡懶得出門吃飯是基本素養...就得仰賴@foodpanda...	4,080
2	張家夫妻滑起來	挑戰一週餐餐叫外賣！終於不用欸你過來一下了feat.foodpanda	1,122
3	Julia 咪妃	【咪妃】做外送員真的就能年收百萬嗎?! ft.foodpanda	970

▲ foodpanda在2019年8月期間熱門話題前三名

首先，將透過兩大平台的月聲量變化來看品牌在社群上的討論度，到2019年8月前兩大外送品牌的聲量旗鼓相當，自2019年8月後foodpanda的網路聲量便大幅超過Uber Eats，而是什麼原因使foodpanda的曝光度大幅提升呢？透過進一步探討foodpanda於2019年8月的熱門話題可發現，8月後foodpanda陸續與許多網紅合作，因此大幅的提升了網路聲量，累積品牌社群知名度。



foodpanda網紅業配多 Uber Eats代言人迴響高

排名	來源頻道	標題	總回文數
1	HOOK	YouTuber缺什麼？一週外送挑戰！ HOOK ft. foodpanda	645
2	喬瑟夫	為什麼成功的永遠是別人 foodpanda X喬瑟夫ChillSeph	616
3	台客劇場	最環保的外送員！FT foodpanda	544
4	foodpanda	半夜肚子餓可是不想出門？找foodpanda就對囉！	476
5	foodpanda	沒！有！錯！全台天天免費外送～安心在家享受美食...	380

▲ foodpanda熱門行銷文章排行

排名	來源頻道	標題	總回文數
1	Uber Eats	Uber Eats品牌活動【今晚，我想來點...】第二彈 ...	832
2	蔡依林 Jolin Tsai	有一條鱷魚在笑請小心被吞食#ubereats...	771
3	Jolin's Fans Club & 依林520	【今晚，我想來點...絕妙混搭】Uber Eats全新代言...	641
4	路路Lulu	大胃王制霸王品旗下17個品牌！一口氣點了8000元...	449
5	蔡依林	有一條鱷魚在笑請小心被吞食#ubereats #真正的舞	447

▲ Uber Eats熱門行銷文章排行

了解兩平台聲量趨勢後，我們將進一步從2020上半年兩平台熱門行銷文，探討兩平台行銷方式的異同。foodpanda雖然整體的聲量較高，但由左表的熱門行銷文排行可觀察出，其聲量較分散在各合作網紅的頻道，而Uber Eats聲量較集中在排名前幾名的文章中，且多來自代言人拍攝的廣告。

藉由兩者的熱門話題比較可觀察出品牌行銷策略的差異，後續將根據兩平台各自的行銷模式——「foodpanda多元化網紅合作策略」以及「Uber Eats兩組代言人聲量比較」做行銷效益的分析。



合作網紅喬瑟夫、HOOK 成功提升平台曝光度

網紅頻道	Facebook 單支合作行銷影片數據						YouTube 單支合作行銷影片數據				
	FB 粉絲數	觀看次數/ 觀看率	留言數/ 留言率	分享數/ 分享率	讚數/ 讚率	貼文連結	YouTube 訂閱數	觀看次數/ 觀看率	留言次數/ 留言率	讚數/ 讚率	貼文連結
 HOOK	129k	213k	87	129	6k	點此	580k	631k	705	18k	點此
		165%	0.04%	0.06%	2.82%			108.79%	0.11%	2.85%	
 喬瑟夫 ChillSeph	64k	931k	494	455	6k	點此	225k	255k	692	8k	點此
		1454%	0.05%	0.05%	0.64%			113%	0.27%	3.14%	
 台客劇場 TKstory	440k	--	10	15	986	點此	654k	277k	692	7k	點此
			0.002%	0.003%	0.22%			42.35%	0.25%	2.53%	
 요정엔정 有璟妍精	4k	--	2	0	118	點此	157k	97k	86	1k	點此
			0.05%	0%	2.95%			61.78%	0.09%	1.03%	

▲ foodpanda與網紅合作行銷之社群數據一覽表

上表列出觀測期間foodpanda所合作的網紅，藉由社群數據【註1】比較評估行銷效益的成果，其中「喬瑟夫 ChillSeph」的整體綜合表現最佳，此次合作影片在臉書的觀看率為原粉絲基數的14倍，話題擴散效果十足，且在YouTube的留言率與讚率的數據表現高，代表與觀眾的互動性高；當中YouTube觀看次數最高的「HOOK」，除了利基於有大量的粉絲數之外，從觀看率的角度來看，話題亦擴及非粉絲族群，在成效數據的表現上相對優異。

有趣的是，「台客劇場 TKstory」為此段時間訂閱數與粉絲數最高的網紅，影片以親自擔任外送員為記錄題材未能獲得網友青睞，觀看率未及粉絲數的一半，反倒是網紅外送時為求環保而不跟店家拿塑膠袋引起留言討論，有網友認為「不用塑膠袋會造成外送員取餐送餐、還有客人拿餐都很麻煩」，也有另一派支持環保減塑的聲音，然而整體討論較未聚焦在外送平台本身的服務上。



網紅業配搭時事梗 搞笑短劇最吸睛

藉由數據了解合作影片行銷成果後，進一步挑選當中成效較佳的網紅影片進行分析：

為什麼成功的永遠是別人 | 喬瑟夫 ChillSeph



圖片截至《[喬瑟夫 ChillSeph](#)》

在「喬瑟夫 ChillSeph」發布的合作影片，以成功人士要省時又省錢的時間管理分享對白，來行銷平台有效率且一站搞定所有東西的特色，從對話劇情中突然穿插業配的搞笑短劇，帶有幽默的介紹方式，有網友表示「但不得不說這個業配蠻成功的，對我來說很燒」、「由此可知foodpanda運送時間比挑衣服的時間還快，真有效率」，影片在品牌曝光度以及行銷外送服務上可說是相當成功。

YouTuber缺什麼？一週外送挑戰！ | HOOK ft. foodpanda



圖片截至《[HOOK](#)》

「HOOK」在影片中訪問了七種類型的需求，包含養貓狗、吃素、健身、遠距離幫爸媽買生活用品等，影片以生活化的方式呈現外送的方便性，並實際利用平台訂購外送生鮮雜貨、日常用品、3C產品等商品來加深閱聽者對foodpanda商品多元性的映像，網友也留下好評「笑死媽媽也太會業配了吧哈哈哈哈哈」、「我真的覺得HOOK是非常盡責的業配主播XDDD滿滿的foodpanda!!有空我會買買看的」。

綜合以上分析，本身頻道粉絲數、訂閱數高的網紅不一定會有最好的行銷成效，有故事性的內容更能讓觀眾願意觀賞完影片，而以有趣的方式穿插品牌的服務，使觀眾不會有強烈被業配的感覺，更能提升網友使用外送平台的意願。

蔡依林、林美秀搞笑合體 引發網友熱議

Uber Eats代言人廣告貼文	Uber Eats官方臉書粉絲團單隻廣告影片數據					藝人單篇代言貼文數據						
	官方FB 粉絲數	觀看次數 /觀看率	留言數 /留言率	分享數 /分享率	讚數 /讚率	頻道	訂閱數	觀看次數 /觀看率	留言數 /留言率	分享數 /分享率	讚數 /讚率	貼文 連結
蔡依林、林美秀 今晚，我想來點...	2,868k	8,283k	1k	660	14k	f 蔡依林	1,785k	319k	795	715	47k	點此
		288%	0.01%	0.01%	0.17%			17.87%	0.25%	0.22%	14.73%	
跟著美秀姐一起回到80年代！	2,868k	6,563k	205	147	3k	Instagram 蔡依林	4,082k	--	1,126	--	190k	點此
		228%	0.003%	0.002%	0.05%			--	--	4.65%		
Uber Eats 雙代言人 · 重磅登場！	2,868k	1,812k	427	423	3k	Instagram 蕭敬騰	1,240k	573k	779	--	--	點此
		63.18%	0.02%	0.02%	0.17%			14.04%	0.14%	--		
「裝備哥」老蕭無人能敵！	2,868k	2,110k	135	109	536	Instagram 盧廣仲	334k	160k	367	--	--	點此
		73.57%	0.006%	0.005%	0.03%			12.90%	0.23%	13k	3.89%	

▲ Uber Eats官方Facebook廣告行銷之社群數據一覽表

▲ Uber Eats代言人個人社群宣傳之數據一覽表

上表列出Uber Eats兩組代言人觀看次數最高的兩則廣告數據，由官方廣告代言人宣傳的差異性與代言人本身的分享成效兩個面向分析效益，首先比較兩組代言人在「Uber Eats」官方Facebook行銷效益的表現上，「蔡依林與林美秀」合體的兩支廣告觀看數皆為原代言人「蕭敬騰與盧廣仲」的三倍以上，且從觀看率可得知較能觸及到原粉絲數外的群眾，話題擴散效果佳，顯現「蔡依林與林美秀」的代言曝光度相對優異的。

接著，從代言人自身在Facebook與Instagram宣傳的數據可發現，代言人「蔡依林」由於本身社群粉絲基數高，且影片與貼文內容亦深得粉絲喜愛，紛紛按讚、分享，帶動品牌曝光，為Uber Eats獲得極佳的行銷效益。

從整體數據來看，明星貼文所帶來的互動效果較佳，而官方粉專則有較佳的觀看率，在廣告上的曝光效果較佳。

「今晚我想來點...」成為Uber Eats代表性台詞



「蔡依林與林美秀」合體的兩支廣告以練瑜伽、跳舞時叫外送的方式呈現，意外的組合搭配有趣的廣告內容，獲得網友的好評，如「我蠻喜歡這一組的廣告自然多了哈哈」、「坦白說我還是頭一次看到jolin搞笑，連林美秀也露出堅介的表情」，達到代言人1+1>2的行銷效益成功為Uber Eats品牌打響名聲。相較於新代言人，自去年底起代言的蕭敬騰與盧廣仲，兩人合體的火花較小，且只有單純叫外送而未推廣平台特色，有網友表示「超尷尬，也不知道到底要表達什麼」。



綜合以上分析，在經營廣告行銷上，「今晚我想來點...」已成為民眾對於Uber Eats的一大記憶點，可持續使用這句能加強品牌印象的廣告詞，且建議廣告的內容可增加相較於其他外送平台品牌的服務特色，如外送員整體服務較佳的優勢，以提升消費者使用平台的意願。



foodpanda平價美食深受喜愛 聯手餐飲業者引熱議

第二部分將透過觀察熱議關鍵字，進一步了解網友對於品牌的社群印象。

foodpanda最夯餐點出爐 小吃飲料通通有

從左方文字雲可看出輕食飲品類詞頻出現次數多，如「咖啡」、「飲品」、「蛋糕」，其次為平價小吃類型的餐點，如「便當」、「咖哩」、「滷味」，整體餐點類型以下午茶小點與較有飽足感的中式料理最受到網友關注，建議平台可瞄準上班族客群推出平日中午套餐或下午茶優惠。

foodpanda與連鎖餐飲業者連鎖 搶攻外送版圖

連鎖品牌合作中以「麥當勞」、「千葉火鍋」、「家樂福」三家最受矚目，「麥當勞」與foodpanda強推優惠活動提升消費者的購物意願，成功引起網友熱議，而「家樂福」不論是熟食、生鮮食品與日常用品皆能使用foodpanda外送的服務，讓網友直呼方便，從關注度高的合作品牌中可觀察出，除了品牌合作優惠折扣能引起迴響之外，涵蓋多品類、可一站購足的外送選擇也相當受到消費者青睞。

#靠北熊貓發文多 消費者不滿留言

從文字雲可觀察到foodpanda詞頻數【註2】中以「靠北熊貓」的提及次數最多，消費者不滿意的服務為何呢？下段將更進一步剖析爭議類型。



▲ foodpanda話題文字雲

【註2】此處詞頻數是以相關關鍵字被提及次數多寡來定義。



熊貓爭議多 外送員出包頻惹議

排名	爭議類型	來源頻道	標題	總回文數
1	外送員爭議	WomenTalk	Re: [閒聊] foodpanda的食物被A走了	1,064
2	外送員爭議	靠北熊貓	#靠北熊貓14119真心覺得你們這些外送仔真的有夠他媽的貪心我剛剛點餐，...	618
3	費用爭議	美食	奉勸大家叫foodpanda不要刷卡	572
4	外送員爭議	美食	不用給foodpanda機會	492
5	外送員爭議	靠北熊貓	#靠北熊貓13662現在外送的素質越來越爛叫了一單新莊的滷味我看他到了...	446

▲ foodpanda爭議文章熱門話題排行

接續前頁所述，網友常在Facebook「靠北熊貓」中吐露失望的消費經驗，聲量佔近四分之一的品牌話題，相當值得業者關注。上表依聲量排序列出爭議型文章前五名，可歸納出「外送員爭議」為最主要的爭議，爭議內容包含外送員態度不佳、外送員未將食物完整的送到消費者手中、不願將餐點送上樓等問題而引起消費者的不滿。

綜上所述，以foodpanda目前的營運模式可能造成每位外送員的素質不一，建議平台一方面可制定明確的懲處或評分機制來提升整體外送的服務品質，另一方面，也可加強客服的效率即時應對消費者的各種狀況，並藉由社群聆聽了解消費者的需求，提升品牌的好感度。



Uber Eats 客服效率差 刷卡付費方式問題多

排名	爭議類型	來源頻道	標題	總回文數
1	費用爭議	Gossiping	[問卦] ubereats被盜刷四千元，帳號回不來	292
2	費用爭議	Lifeismoney	Re: [討論] UberEats優饗方案	212
3	品質爭議	Gossiping	[問卦] 點uber eats差點吃到蟑螂怎麼辦？	207
4	品質爭議	宜蘭知識+	昨天用Uber eat訂了清心四杯飲料，其中一杯頂級可可加粉園...	170
5	費用爭議	高嘉瑜	Uber eat的app陷阱讓很多消費者莫名被扣款120元/月，甚至若不主動取消...	170

▲ Uber Eats 爭議文章熱門話題排行

從爭議熱門文章來看，Uber Eats 多為「費用」與「品質」的面向，其中以「費用爭議」的抱怨居多，當中除了盜刷、信用卡無法刪除的問題之外，先前Uber Eats推出的優饗方案【註3】因「未主動取消訂閱則系統會自動續訂扣款」以及「無法即時取消訂閱」也引發網友熱議，表示「自動續約扣款超無言，我是信用卡被扣款才知道這回事」，另外，網友也反應「外送的客服根本形同虛設」；「品質爭議」則與食品衛生的討論最多，雖然大多網友認為屬於店家衛生問題，但此類安全疑慮仍會影響外送平台品牌形象，因此建議外送平台能針對食品衛生篩選合作的店家。

另一方面，觀察消費者討論，外送員整體素質較佳是網友選擇Uber Eats原因之一，若能提升在平台刷卡的安全性與退費制度的完整性，並確保客服能即時回覆消費者的問題，便能有效提升消費者使用意願與品牌好感度。

【註3】優饗方案為Uber Eats推出「月付 120 元，當月可不必再支付外送費」的優惠方案，但若消費者未主動取消訂閱，系統將自動續訂、扣款。

本期重點整理



foodpanda



Uber Eats



行銷效益

行銷策略	與多位網紅合作，業配影片聲量高	兩組代言人搭配洗腦台詞進行廣告宣傳
行銷效益	內容以有趣或生活化影片，數據成果較佳	代言人演技自然、廣告內容搞笑的廣告最吸引閱聽人的注目



消費者回饋

餐飲類型	輕食飲品、平價小吃、中式料理常被提及	受關注餐點類型多元，異國料理西式、中式討論度高
合作業者	平價連鎖餐飲品牌熱門，搭配優惠折扣吸引消費者	與高檔餐飲業合作反應最佳
爭議類型	外送員相關爭議多	費用爭議最多，其次為品質爭議

在數位化服務的趨勢之下，大眾除了更依賴外送平台服務之外，也常在社群上分享消費體驗，一方面品牌可以透過各種社群指標衡量行銷成效，評估品牌最佳的策略，而另一方面，透過社群聆聽【註4】了解消費者對於品牌的社群印象與觀感，更是品牌形象管理中十分重要的一環，從消費者體驗回饋出發，讓服務更貼近顧客需求！

【註4】社群聆聽(Social Listening)是一種非介入式的網路輿情文本分析技術(Verhoef, Kooge & Walk, 2016)，針對網路社群上之網友留言進行蒐集、分析，相較傳統市調方式更易獲得較自然的資料。

【註1】行銷成效評估計算方式

- 觀看率 = $\frac{\text{觀看次數}}{\text{FB粉絲數 or IG粉絲數 or YouTube訂閱數}}$ ，曝光度的衡量指標，次數越高代表觸及潛在消費者的機會越大。
- 留言率 = $\frac{\text{留言數}}{\text{觀看數}}$ ，代表創作內容引發閱聽者的互動程度。
- 分享率 = $\frac{\text{分享數}}{\text{觀看數}}$ ，代表創作內容引發閱聽者主動宣傳擴散程度。
- 讚率 = $\frac{\text{讚數}}{\text{觀看數}}$ ，用以評估創作內容受到認同、喜好程度。

- FB粉絲數、YouTube訂閱數，以及觀看、留言、分享次數等數據，係於2020/07/13擷取。
- 若在Facebook、Instagram上僅分享YouTube影片連結或文字貼文，則無觀看數據。
- Instagram無分享次數數值，而影片形式貼文無愛心數值(讚數)可統計。



觀測期間：2020.08.03-08.09



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	1,991	yahoo新聞 > 財經	民進黨執政 蘇震清暴增近7000萬
2	1,868	yahoo新聞 > 政治	蘇嘉全辭總統府秘書長 蔡總統下午2：30開記者會回應
3	1,438	yahoo新聞 > 慢性病	工程師確診僅匡列密切接觸者 防疫專家：再不普篩疫情恐失控！
4	1,102	yahoo新聞 > 各家新聞	蘇震清涉貪遭羈押 蔡英文重話：花8年甩貪腐標籤 無自覺2024艱難
5	972	yahoo新聞 > 政治	陳其邁存款只有13萬？柯文哲：我佛慈悲阿彌陀佛
6	940	yahoo新聞 > 政治	美衛生部長預告近日將訪台 中國外交部、國台辦：不可能得逞
7	929	yahoo新聞 > 政治	花8年甩貪標籤 蔡重話提醒同志
8	792	yahoo新聞 > 各家新聞	彰化萬人驗抗體！證實「曾染新冠」台灣恐藏隱形確診
9	770	yahoo新聞 > 各家新聞	新冠肺炎疫情升溫 陳時中宣布7大場所戴口罩
10	704	yahoo新聞 > 各家新聞	徐永明昔怒嗆國民黨「不是要貪污犯關到死嗎？」 網友朝聖團簽到



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	4,405	感情	女友肚子大到想分手
2	3,250	心情	公車門夾傷事件說明
3	2,485	有趣	真！！人間月老 (七月完結篇又是長文...)
4	2,209	汽機車	警察你辛苦了 但我覺得你也有錯
5	1,755	感情	做了一個情侶之間算錢的小工具
6	1,639	居家生活	#What's In your Room?! 分享外宿心酸史 房子可以租~
7	1,604	心情	靜宜女大生是否應該道歉?
8	1,103	考試	全國前3%! 2學生「棄台大讀亞洲大學」可賺360萬
9	1,074	感情	前男友拿菜刀砍傷我 還問我要不要換更利的刀子
10	1,044	感情	與大叔交往的優缺點



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	1,585	Gossiping	[新聞]要加500元油表跳1039元！駕駛拒付嗆
2	1,509	Gossiping	[爆卦]機車在路口玩大富翁？
3	1,488	Gossiping	[爆卦]黃郁芬、林穎孟退黨
4	1,487	Boy-Girl	[討論]被直接詢問薪資，該如何回應？
5	1,485	Gossiping	[新聞]美部長免隔離！陳時中：和他一樣重要就
6	1,483	KoreaStar	[新聞]珉娥再PO「鮮血直流」割腕照！點名
7	1,483	Gossiping	[爆卦]早餐店玉瑄屋老闆護違停
8	1,456	HatePolitics	[討論]身為綠粉，我不希望時力解散
9	1,454	Boy-Girl	[討論]第一次見面吃飯的AA制 實際測驗
10	1,434	marriage	[心情]這樣算情緒勒索嗎



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	410	新聞與時事(生活娛樂)	小明不准回台，外國人可以來台就醫，楊志良表示看不起陳時中
2	373	SAMSUNG(Android)	三星Galaxy Note20發表Ultra 大螢幕在生產力跟錄影上升級
3	318	閒聊與趣味(生活娛樂)	人的一ance就如黃粱一夢
4	256	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	警察騎車鳴笛闖紅燈被撞死之我見，警方為主要肇責！
5	250	動力研究室綜合區 (小惡魔的動力研究室)	RAV4 / Kuga / Forester / Sportage / Tiguan集體評比四驅型SUV
6	244	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	為什麼華人做不出日、德汽機車的品質？
7	241	機車活動區 (小惡魔的機車同好會)	台灣機車路權促進會「待轉大富翁」塔城鄭州場尖峰時段開轉！
8	216	汽車消費經驗分享 (小惡魔的動力研究室)	5000公里換機油？！是否一切都是騙局！！
9	207	空間設計與裝潢(居家房事)	[開箱]新北新婚夫婦Dream house裝潢心得
10	207	Ford (小惡魔的動力研究室)	開車遊四方Vol.7 -我把Ford Kuga開去澎湖了！



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	13,346	韓國瑜	大家好！最近持續收到各路好友的關心與問候，非常感念大家～...
2	5,769	東森新聞	這樣的處罰會不會太母湯？不聽話遭娃車丟包！...
3	5,622	好想去喔	桃園全台最美水族館搶先看✦超萌企鵝陪你喝咖啡「Xpark八景島水...
4	5,515	Klook	奧地利通往天堂的階梯～精選30必訪台灣步道...
5	5,397	中時新聞網	吃到三更半夜也不怕xDDD 高雄美食地圖#台中...
6	5,374	打馬悍將粉絲團	玉珍又有新言論了 新聞連結：https://newtalk.tw/news/...
7	5,064	加藤軍台灣粉絲團 2.0	常釣魚的朋友好像蠻值得一刺的！？出處不明煩請幫補
8	4,830	【爆廢公社公開版】	到底是哪家駕訓班教你們下大雨要打雙黃燈勒
9	4,170	蔡英文 Tsai Ing-wen	升官發財請走別路！一直以來，重要的法案，執政團隊無論在立院...
10	4,098	聯合新聞網	陳其邁自稱存款13萬，你相信嗎？#陳其邁#存款#民進黨陳其邁存...



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	16,090	海巡署長室 Coast Guard	你的櫃子還少一件衣服嗎？今天不只要教大家海巡的「夏日穿搭」...
2	14,997	大樹藥局官方粉絲團	粉絲許願成功！彩色口罩#分色分區開賣囉 加碼80盒，『哈密橘』...
3	8,407	神魔之塔 Tower of Saviors	【Madhead勤送禮之送你一抽】 Madhead勤送禮又回來囉！...
4	8,292	親子天下	【#獨家限時索取：2020全台243家實驗學校最完整名單】 留言#...
5	8,237	生活市集	爸爸節快到了～還沒想好要買什麼給老爸？沒關係！肉編都幫你...

YouTube大熱門 (排除贈獎文)

1



這些回憶永遠永遠都會放在我們心底

【JAM 狠愛演】天下無不散的宴席

「狠愛演」宣布解散



【蛋事超有事】穿越時空
認識貞子的各種可能



【波特王 Potter King】
抖音淪為資訊戰武器?!



【志祺七七 X 圖文不符】李
眉蓁親上前線 表達高雄願景



【cheap世紀帝國】口罩
糾葛 美國人的戴與不戴

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