Opview Social Watch VOL. 115

發行日期：2020/10/29

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 | 電子報訂閱

本期焦點

網路輿情爭霸戰 分析師公開商機挖掘術

- 年度輿情趨勢白皮書大公開 網路平台聲量重點剖析
- 三大社群熱門內容分類大揭密 掌握社群平台差異
- 挖掘新品商機：洞悉潛在市場、消費者需求與競品狀況

OpView放大鏡

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

新冠肺炎的爆發及蔓延，使2020成為充滿挑戰與不確定性的一年，多數產業受邊境管制影響，國際交流不如以往便利，企業更被迫加速數位轉型，如何在與消費者接觸機會降低的情況下，快速且精準的掌握市場需求、挖掘商機，是多數產業極力追求的目標。意藍資訊在本月舉辦的發表會以「社群下個興起產業？年度輿情趨勢與進階應用」為題，分享如何利用《OpView社群口碑資料庫》協助品牌應用社群聆聽的方式，更即時掌握市場需求變化、貼近消費者心聲。

本期Social Watch節錄十月發表會內容，第一部分的台灣社群輿情趨勢白皮書，公布台灣重點產業的聲量成長率，由此觀察2020各產業的網路關注度，接下來挑選網路討論最集中且活躍的重點平台，由熱門平台聲量占比與成長率一窺整體討論狀況，並進一步分析各大社群平台的討論內容，以了解不同平台網友關注與討論的話題重點，也能為品牌在平台資源分配與行銷內容上，提供有力的參考依據。

在掌握社群趨勢後，第二部分將透過新品開發的實例應用，帶領您了解如何透過社群聲量探索市場需求，挖掘網路討論聲量及熱議關鍵字，找出網友關注的面向與消費者潛在需求，並進一步概覽競品社群狀況以衡量市場定位。

【資料時間】

2020.01.01-2020.09.31；2019.01.01-2019.09.31

【資料來源】

社群網站、討論區、新聞、部落格、問答網站、評論

主題大綱

Part 1.台灣社群輿情趨勢白皮書
- 1-1 2020前三季產業聲量成長排行榜
- 1-2 五大熱門平台聲量分布及成長率
- 1-3 社群平台內容分類剖析

Part 2.從聲量看商機-以新品開發為例
- 2-1挖掘消費者潛在需求
- 2-2掌握熱門討論面向
- 2-3 探索市場領導品牌

趨勢白皮書 01 產業跨年度比較 前三季網路聲量成長排行

居家相關產業漲幅多 防疫政策衝擊餐飲、觀光

觀察兩個年度的同時期產業聲量成長率排行，可看出網友關注的產業移轉動向，是各產業在數位市場中的重要指標之一。從下表各產業的聲量消長，可發現截至今年第三季，部分產業如3C家電、房地產業等皆在疫情之下逆勢成長，下方將接續剖析今年變動性較大的產業。

成長排名	產業	聲量成長率	成長排名	產業	聲量成長率
1	3C家電產業	▲30%	10	化妝及保養品、美容美髮	▼1%
2	房地產業	▲29%	11	精品服飾產業	▼2%
3	生技醫療產業	▲20%	12	汽機車產業	▼3%
4	電玩遊戲產業	▲13%	13	影視娛樂產業	▼5%
5	母嬰產業	▲11%	14	電信產業	▼5%
6	金融產業	▲9%	15	菸酒產業	▼6%
7	快速消費品/日常生活用品	▲5%	16	觀光旅遊產業	▼10%
8	電商產業	▲4%	17	零售產業	▼14%
9	行動支付產業	▲1%	18	餐飲產業	▼23%

▲ 2020 前三季各產業聲量同期成長率排行

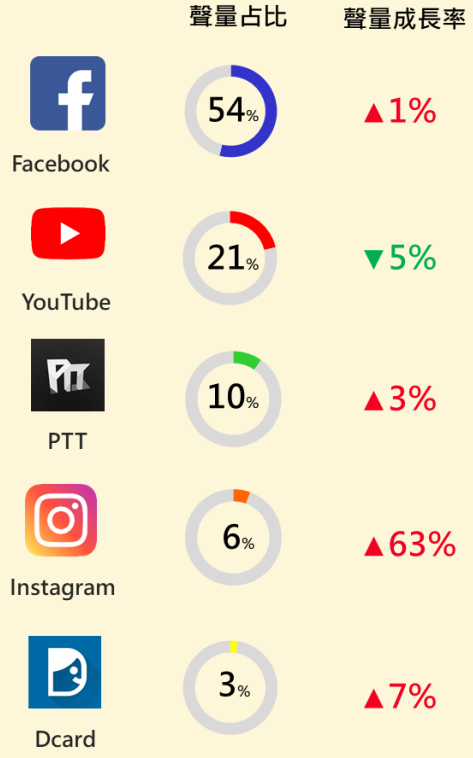
排行榜前五的3C家電業及電玩遊戲產業大幅成長，顯示受疫情影響而崛起的宅經濟影響力道強勁，民眾日常生活的範圍侷限，加上居家防疫的觀念宣導加強，自然把注意力轉向居家用品及居家休閒；與之相對的餐飲、觀光等產業，關注度較去年同期大幅下跌，由於在防疫政策之下，民眾避免較多接觸、群聚的實體活動，特別是用餐多半是於密閉空間活動，影響更甚。

而房地產業及生技醫療產業，在今年的討論聲量異軍突起。房地產產業資料庫指出，房地產討論聲量跟房市升溫有著一定程度的正相關，具客觀參考性。自今年五月開始，受惠於降息的利多，房地產業討論聲量開始上升，上半年已成長9%；而截至Q3成長率再上升20%，成長強度之大，值得關注。

下一節將為您揭露平台占比及平台熱門主題差異，讓您在疫情逐漸受到控制的Q4，作為突破前三季聲量表現的參考依據。

趨勢白皮書 02 數據看潛力平台 五大平台聲量占比、成長比率

五大平台占九成聲量 FB為社群聲量龍頭 IG成長潛力大



【註1】數量統計係以OpView收錄資料為主

▲ 2020五大平台聲量占比及成長率【註1】

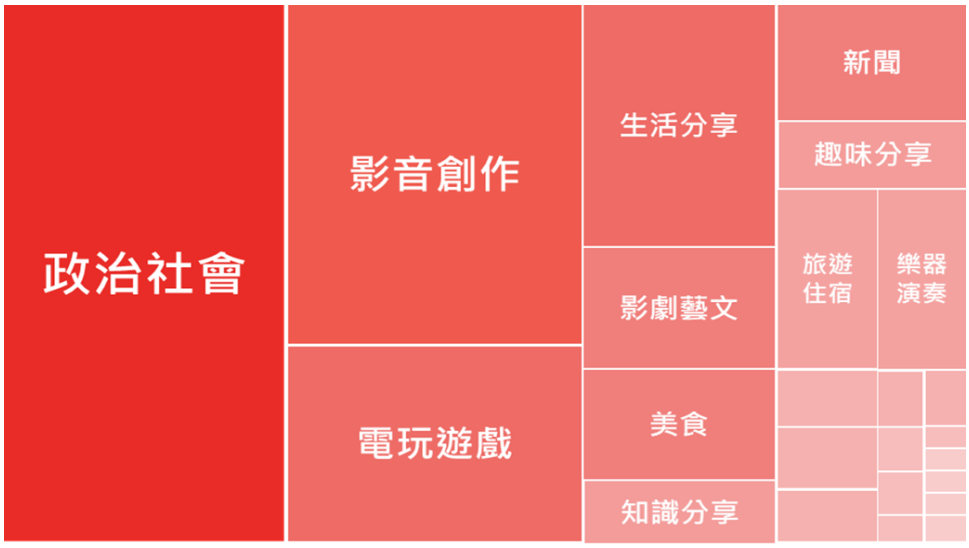
進一步從五大熱門平台的聲量占比了解討論分布，並從聲量成長率觀察各平台的社群成長動力，可為Q4或明年宣傳管道與行銷資源布局的參考。五大熱門平台包含Facebook、YouTube、Instagram三大社群平台及PTT、Dcard兩大討論區，總計超過台灣9成聲量，為最具代表性的觀測重點網站。Facebook討論聲量超過半數，是經營社群、蒐集網友意見不可忽視的管道之首。另外值得討論的是，Instagram雖只佔整體討論聲量的6%，但與去年同期相比，成長高達63%，快速及高度的成長效率，顯示Instagram是當前值得關注，並投入挖掘更多潛在商機的媒介平台。

趨勢白皮書 03 社群平台內容分類剖析 頻道內容標籤組成大公開

FB消費話題多 YT影音創作討論度高 IG生活分享居冠

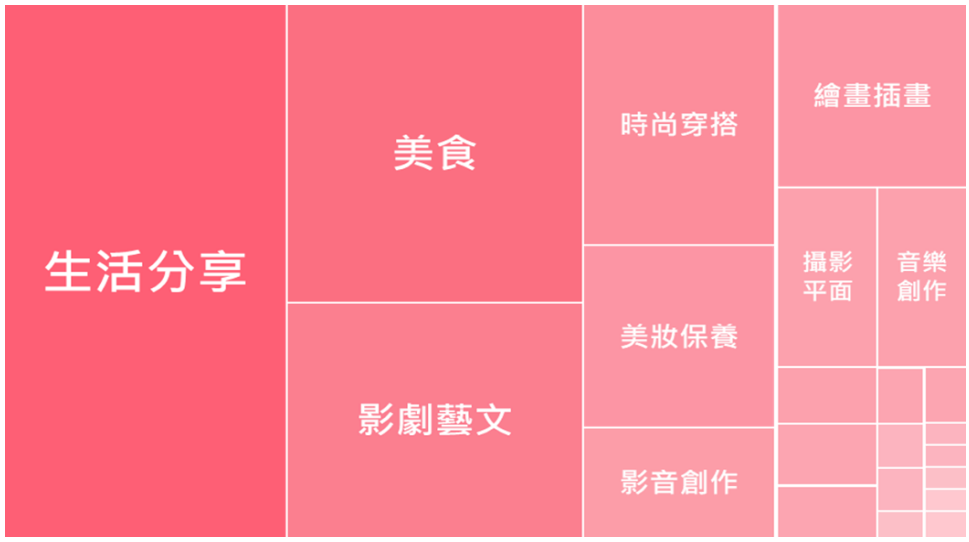
▲2020Facebook內容分類聲量占比

接下來將透過分析三大社群平台分別引起最多用戶討論的熱門OpView頻道內容標籤，提供品牌行銷靈感。首先看到聲量佔比最高的Facebook，左圖為2020討論主題聲量占比，圖中區塊越大代表聲量越高。從左圖可發現，Facebook最多內容的標籤類別為新聞、政治社會，由於Facebook可一站兼具資訊接收與社群分享，因此越來越多人習慣從社群平台接收新聞資訊、討論社會時事與政治議題。另一方面，Facebook的社團功能可集中消費資訊及購買經驗分享，因此也成為民眾消費話題的重點討論平台之一。



▲2020年YouTube內容分類聲量占比

而YouTube最多人討論的內容類別則為政治社會，不論是政論節目開設的網路頻道，或素人點評政經的影片內容，往往都引發大量迴響。除此之外，網紅投入影音創作為近年風潮，舉凡搞笑、知識類的頻道都各有受眾，而電玩遊戲也是十分受到關注的主題，不少民眾常在YouTube收看實況主轉播電玩、討論遊戲話題。另一方面，YouTube在生活分享方面，則是有許多以生活紀實的影片(Vlog)，無論是日常點滴或旅程紀錄，寫實的內容都相當受到歡迎。



▲2020 Instagram內容分類聲量占比

主打照片即時分享的Instagram，成功吸引許多網友分享自己的生活，也成為不少網紅崛起的基地；除此之外，Instagram能方便的標示地點及文字標籤，讓民眾快速查找同類型圖文與相關資訊，也成為許多民眾蒐羅美食評價的重要平台。

聲量看商機 01 挖掘消費者潛在需求

網友熱議字探索　討論面向及關注程度一把抓

前一章的白皮書為您解析各產業排名、網路聲量占比分布及社群管道熱門內容特性，本章將進一步透過新品開發操作的案例分享，探討消費者潛在需求以及市場競爭狀況。

隨著近年來健身風潮崛起，低熱量、高營養的健康食品也受到許多關注，其中即食雞胸肉能在健身完後迅速補充蛋白質，相當受到健身族群的喜愛。在眾多廠商競爭下，如何脫穎而出成功滿足消費者的需求？在何處販售以及何種口味最能吸引消費者進行採購？以下將從《OpView社群口碑資料庫》觀測即食雞胸肉相關的口碑資料，分析網友對即食雞胸肉的關注面向，了解社群網路中的討論焦點，方能更精準的制定有效的行銷策略。

▲《即食雞胸肉》詞頻文字雲

運動健身	蛋白質、健身、減脂 、熱量、體重、風格路跑
品牌	卜蜂、大成、台灣G霸、台畜、野人舒食
口味	咖哩、香草、麻辣、迷迭香、胡桃木、川辣、青蔥
通路	超商、全聯、全家、7-11 、生活市集、好市多/costco
料理搭配	沙拉、鮭魚、生菜、蔬菜、披薩

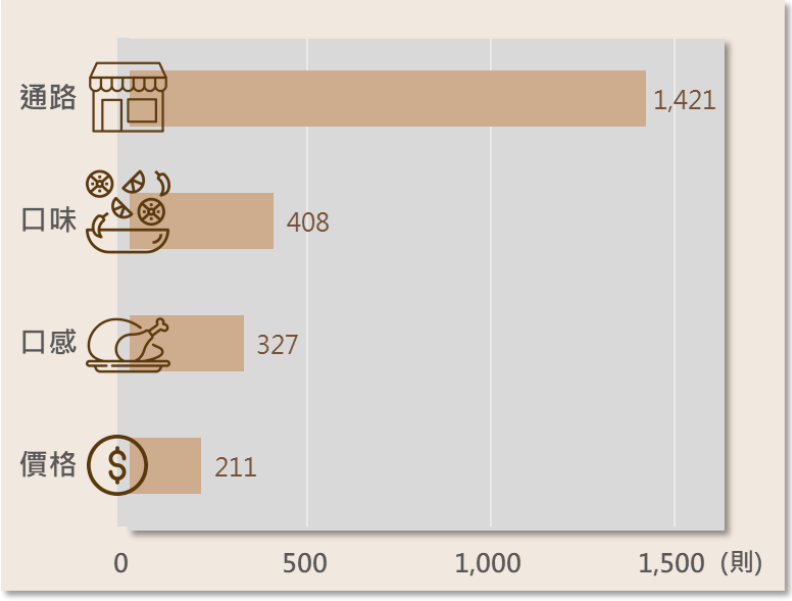
▲《即食雞胸肉》討論面向分類

從左上圖文字雲可了解網友在即食雞胸肉討論中，提及次數較高的相關詞彙，將熱議關鍵詞歸納統整後，可分為「運動健身」、「品牌」、「口味」、「通路」、「料理搭配」五大討論面向，如右上表所示。其中運動健身面向中的「**蛋白質**」、「**健身**」、「**減脂**」受到網友熱議，表示對即食雞胸肉感興趣的客群，主要選擇因素之一即為對健康的重視，且一定比例的潛在顧客有健身運動的喜好，因此建議在廣告行銷上加強其與運動健康的連結，可以更加吸引潛在客群。

另外，「品牌」、「口味」、「通路」皆是消費者選擇即食雞胸肉的重要因素，因此在下面小節中將更深入的探討消費者的討論面向，藉由觀察其聲量以及討論內容，奠基於口碑數據，給予更具精準的社群觀察。

聲量看商機 02 掌握熱門討論面向

網友熱議面向剖析　通路、口味 引關注



▲《即食雞胸肉》消費者購買因素討論聲量長條圖

究竟消費者最常討論什麼樣的雞胸肉話題？左圖歸納即食雞胸肉文本，整理出消費者最常討論的四個面向—通路、口味、口感及價格，透過分析口碑話題解構消費者的購買行為與喜好。從圖中可得知通路的聲量高出其他因素近三倍，代表在何處可購買到即食雞胸肉是消費者的重要考量，而雞胸肉的口味也是網友所關注話題。接著透過各面向的詞頻文字雲與討論文本，進一步分析網友對不同面向的話題焦點。

▲《即食雞胸肉》- 通路 詞頻文字雲

▲《即食雞胸肉》- 口味 詞頻文字雲

在通路文字雲中，可看出「**超商**」、「**全聯**」、「**全家**」因分店數多、購買便利，以方便性優勢吸引到廣大的顧客，另外從「**便當**」、「**午餐**」、「**料理**」等關鍵字，可發現由於超商食品選項多，對外食族來說，可一站解決多種需求，因此成為即食雞胸肉討論度最高的通路，建議業者可多增加超商作為販售商品的通路。

聲量位居第二的口味面向也吸引了不少討論，依據上方文字雲可了解網友對多元口味的討論焦點，由於各品牌即食雞胸肉皆有「**原味**」，因此整體來說原味的討論最為熱烈，而其他多元口味中則是以「**咖哩**」、「**香草**」反響最佳。

▲《即食雞胸肉》- 口感 詞頻文字雲

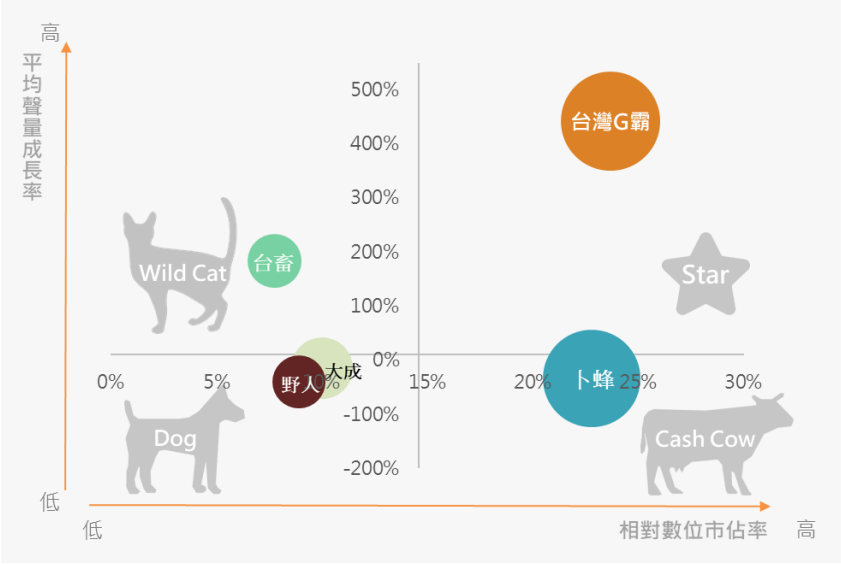
▲《即食雞胸肉》- 價位 詞頻文字雲

觀察口感面向的討論，可發現肉質「軟嫩」或「乾柴」是網友對於雞胸肉相當關注的重點。除此之外，網友在此面向也會討論「舒肥」等料理方式，或與不同冷熱食材搭配的飲食菜單。

在價格的討論面向上，網友除了討論價格「貴」或「便宜」之外，從「折扣」、「CP值」、「生活市集」等關鍵字，亦可看出優惠訊息相當受關注，如特定通路的折扣。

聲量看商機 03 探索市場領導品牌

品牌社群競爭力大公開 G霸為社群明星 野人聲量下跌



▲《即食雞胸肉》品牌社群競爭力矩陣TM【註2】

最後，我們透過社群競爭力矩陣，由數位市佔率與平均聲量成長率來衡量各雞胸肉品牌的數位市場定位。

台灣G霸在兩個指標上皆高居第一，屬於數位社群明星，在雞胸肉話題中的討論度最高，具持續發展的競爭優勢；而台畜雖然市占率偏低，不過平均聲量兩倍速成長中，顯示其已稍能創造話題聲量，可望搶攻更多數位市占率；聲量呈現負成長的卜蜂目前相對市占率位居第二，如能多帶動社群話題，可望達成更高的數位市佔成就；最後在瘦狗區的大成及野人舒食兩個品牌，在市占率及成長率較低落的情況下，唯有創造話題，拉高品牌的討論聲量，在社群發揮上才能更有競爭力。

【註2】相對數位市占率：實質心占率（特定產業實質討論中，提到特定品牌的聲量數占比）x 品牌正評聲量數 /（品牌正評聲量數+品牌負評聲量數）之正規化指標

本期重點整理

Part 1 、台灣社群輿情趨勢白皮書

- ✓ 疫情影響各產業討論聲量，宅經濟持續發威，相關居家用品及娛樂等產業較去年同期倍受關注；防疫政策衝擊餐飲、觀光等產業。
- ✓ Facebook、YouTube、PTT、Instagram、Dcard囊括9成網友聲量；Facebook佔總聲量5成以上，是最重要的觀測來源，但也不能忽略剩下4成分布在其他重點網站的聲量來源。
- ✓ Instagram聲量占比不高，但與去年同期相比漲幅達六成，深具成長潛力。
- ✓ Youtuber當道，舉凡不同風格網紅分享影音創作，與生活紀實影片皆為熱門內容；遊戲直播受歡迎，電玩遊戲主題聲量高。
- ✓ Instagram吸引最多生活分享的內容，用戶能運用地點及文字標籤快速搜尋文章，為民眾在美食話題上討論與參考的重點平台。

Part 2、從聲量看商機-以新品開發為例

- ✓ 以探勘新品–即時雞胸肉為例，利用文字雲探討網友共同提及率高的字詞，並歸納出五大主要討論面向。
- ✓ 在即食雞胸肉話題中，消費者關注「通路」、「口味」、「口感」及「價格」四大面向，其中「通路」話題的討論度最高。
- ✓ 利用文字雲以及文本內容觀察網友對於通路以及口味的偏好，可發現便利超商為主要通路，而原味為討論度最高的口味。
- ✓ 透過社群競爭力矩陣了解市場競爭狀況，台灣G霸為數位社群明星；台畜聲量兩倍成長，具社群競爭潛力。

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 ｜ 電子報訂閱

產業資料庫全新上線！

房地產接軌社群大數據 精準掌握市場口碑

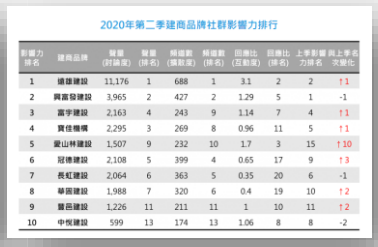
√ 2020最新房地產口碑報告下載

√ 知名建商社群影響力排行榜公開

√ 房地產網路聲量趨勢即刻掌握

- 《OpView社群口碑資料庫》「房地產產業資料庫」+「房地產產業專區」全新上線，解析房地產網路聲量趨勢與建商社群影響力排名！
- 網路評價影響力發酵！當交易量不再是唯一指標，從社群口碑的角度，了解購屋族群正在討論的話題、關注的地區，以及對建商與建案的評價。
- 提供2020最新房地產聲量分析報告下載，爬梳8萬個以上社群及新聞頻道，由社群數據指標與消費者網路口碑，剖析房地產產業的社群關注焦點。

進入房地產專區，了解更多資訊！



2020年第二季建商品牌社群影響力排行

影響力排名	建商品牌	聲量(討論度)	聲量(排名)	頻道數(廣散度)	頻道數(排名)	回應比(互動度)	回應比(排名)	上季影響力排名	與上季名次變化
1	遠雄建設	11,176	1	688	1	3.1	2	2	↑1
2	興富發建設	3,965	2	427	2	1.29	5	1	-1
3	富宇建設	2,163	4	243	9	1.14	7	4	↑1
4	寶佳機構	2,295	3	269	8	0.96	11	5	↑1
5	愛山林建設	1,507	9	232	10	1.7	3	15	↑10
6	冠德建設	2,108	5	399	4	0.65	17	9	↑3
7	長虹建設	2,064	6	363	5	0.35	20	6	-1
8	華固建設	1,988	7	320	6	0.4	19	10	↑2
9	寶邑建設	1,226	11	211	11	1	10	11	↑2
10	中悅建設	599	13	174	13	1.06	8	8	-2

房地產接軌社群大數據：
更精準、更即時的抓住潛在商機

- 洞悉購屋族群的關注焦點
- 掌握建商品牌的口碑評價
- 尋找潛在的話題與機會點

免費體驗房地產產業資料庫

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 | 電子報訂閱

OpView放大鏡 觀測期間| 2020.10.19-2020.10.25
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	1,629	LINE TODAY > 國內	瞎扯我方「先挑釁」 中國駐斐濟使館：台方人員挑起...
2	1,472	LINE TODAY > 國內	兩岸若開戰嚴德發：第一時間可動員45萬兵力
3	1,431	LINE TODAY > 國內	換市長的好處！ 超大咖球后任高雄觀光大使網酸：反...
4	1,310	LINE TODAY > 國內	反紅媒力量再現! 館長:政治人物看看近17萬人民群起...
5	1,303	LINE TODAY > 國內	欺人太甚！ 我駐斐濟外館遭中方人員硬闖施暴 1人住院
6	1,291	yahoo新聞 > 政治	外交部證實並譴責中國外交官闖入駐斐濟代表處國慶...
7	1,279	LINE TODAY > 國內	「若中共登陸，美國出兵也沒用」 沈富雄：台灣不如...
8	1,258	LINE TODAY > 國內	嚴德發：總統動員令 下達第一時間防衛主力達45萬人
9	1,232	LINE TODAY > 國內	國軍欲丟「投誠泡麵」招降 共軍國防部親喊：快回家...
10	1,216	LINE TODAY > 國內	利齒土狗「追90公尺」 台南女童死巷中飼主喊冤噴...

Dcard　聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,368	追星	韓資深造型師發長文披露某女星耍大牌...
2	1,239	感情	說女友跟狗一樣被分手....
3	1,122	感情	我就是那個跟狗一樣的前女友！！！
4	1,002	感情	男友跟異性單獨過夜帶保險套
5	793	感情	女友沒內涵
6	732	追星	Red Velvet Irene道歉全文+SM官方說明
7	723	閒聊	對不起。
8	715	心情	莫名其妙自以為全世界都圍著她轉的網紅？
9	699	女孩	只有中、南部人會這樣吃嗎QQ
10	695	追星	全昭旻的Instagram充滿惡意評論

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 | 電子報訂閱

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	1,775	KoreaStar	[新聞] SM\Irene，與造型師見面道歉...
2	1,646	KoreaStar	[新聞] Red Velvet兩成員登熱搜
3	1,535	C_Chat	[閒聊] Stadia創意總監：實況主應付錢給遊戲公司
4	1,530	Gossiping	[爆卦]不禮貌鄉民團正式開戰草屯分局
5	1,517	Gossiping	[問卦]祝性侵敗類田勝傑被天罰，全家死光光
6	1,514	Gossiping	Re: [問卦]高速公路內側車道要開多少？
7	1,492	Boy-Girl	Re: [求助] 35歲以後要怎麼倒追男生？！
8	1,484	KoreaStar	[新聞] Irene致歉止不住 韓網怒火：道歉短到沒誠意
9	1,479	marriage	Re: [求助]面對老公不平衡的心 到底該怎麼做
10	1,479	KoreaStar	[新聞] Irene飆罵造型師 二度發長文還原事發現場

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	1,132	兩岸新聞	我是大陆人，你们有什么想问的？
2	330	媽媽寶寶親子(女性流行)	被老公在街上吼~我很生氣!
3	287	新聞與時事(生活娛樂)	回應ohmoto_tw《新發現！蔡英文的博士論文口試日期...
4	287	新聞與時事(生活娛樂)	國共擴大慶祝\光復節\?別忘了是美國\光復\台灣.
5	247	iPhone(蘋果電腦)	【iPhone12取消附贈充電頭做環保？】圖文解說帶你看...
6	240	iPhone(蘋果電腦)	看到iPhone 12什麼年代的還在用20瓦快充，其他廠牌...
7	215	新聞與時事(生活娛樂)	老共最近的所作所為就是沒有九二共識的表現 國民黨還...
8	212	Mazda(小惡魔的動力研究室)	Mazda 3換車道失控?!
9	209	行動通訊綜合討論區(智慧型與傳統手機)	小6女偷帶手機到校分享網路訊號給同學 生意做很大
10	197	LUXGEN(小惡魔的動力研究室)	看到CVT的災情，還好納智捷車系都採用手自排變速箱

新增回文數：於觀測期間內所新增之回文留言數。

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	13,500	韓國瑜	中天一關門，臺灣民主也會關門 沒有唱反調的媒體，是個 ...
2	9,858	ETtoday新聞雲	提醒一下你那個愛喝酒的朋友...(山東小妞)宿醉頭痛1周！
3	7,263	大口吃，大口玩台南	台南 一大盆生魚片一片5元‼#20片只要100元！綜合生魚片...
4	6,799	蘋果新聞網	我們都很不忍心了，身為父母的，一定更不忍心看這樣的...
5	6,381	噪咖	不管怎麼樣，畫面都先留白1/3就對了XDDDD 這絕對要 ...
6	6,381	女人我最大	#栗子也太可愛了吧！！好想捏捏牠的肥臉臉~~~ฅ●ω●ฅ–
7	5,913	Bugcat Capoo	千萬別自己剪頭髮
8	5,423	古天樂 Louis Koo	感謝有你 多謝各位古迷對我的生日祝福，你們的說話我都...
9	5,374	東森新聞	#魅力無編：看完有人想養豬嗎XD韓妞與胖豬同睡！慘遭搶...
10	5,196	韓國瑜	農曆九月九日，是大家所熟知的九九重陽節，而九九唸...

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	42,541	神魔之塔 Tower of Saviors	神魔之塔Tower of Saviors派獎活動又來囉！ 各位只要...
2	9,642	Pairs – 派愛族	完整測出關於你的6件事 https://bit.ly/2GPS9UZ
3	8,331	悠遊卡 EasyCard	寶可夢造型悠遊卡-3D精靈球#開賣預購中回饋網友~...
4	7,147	小三美日平價美妝	準! #肚子餓你會想吃哪種宵夜? 馬上測出你怎麼樣會...
5	6,941	小三美日平價美妝	超準！#你覺得哪個背影最吸引你❓ 【馬上知道什麼...

閒聊文：❶特定頻道週期性發起之聊天性文章。❷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

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 ｜ 電子報訂閱

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】終於找到了，引發抑鬱的病毒基因

【少康戰情室】 外交部:斐濟要求我\淡化處理\憂破壞兩國情誼選擇吞忍?少康戰情室

【放火】我被仙人跳？我的回應。

【少康戰情室】 扯!陸駐斐濟人員闖我國慶酒會還動粗戰狼外交耍流氓?少康戰情室

【志祺七七 X 圖文不符】真實世界的故事，比電影《無聲》還可怕？帶你了解台灣史上最嚴重...