

本期焦點

OpView放大鏡 面子保衛戰：保養品網路聲量與使用口碑分析

- 最新年度保養聲量趨勢觀測，四大美妝品類較高下
- 年度保養熱詞大公開，戴口罩悶出油肌話題
- 使用前後口碑分析，掌握網友保養熱議需求



OpView放大鏡

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

資料時間：

2019/01/01 ~ 2019/10/31、
2020/01/01 ~ 2020/10/31

資料來源：

社群網站、討論區、部落格、
問答網站、新聞

美妝產業的數位轉型早已不是新聞，加上今年初疫情爆發後，受蓬勃發展的電商經濟刺激，在行銷手法上時常推陳出新。消費者在資訊轟炸的現在，逐漸養成購買前查找口碑評價、使用後分享心得的消費習性。線上討論區的美妝保養版成為彙整網友話題聲量的專區，更是品牌觀測消費者心聲的重點管道之一。

本期Social Watch將帶您概覽今年度美妝產業的整體網路聲量趨勢，並進一步由保養人氣熱詞與保養品類的討論聲量，剖析網友今年度的保養關注焦點。接下來聚焦觀察討論區的保養話題內容，找到其討論保養話題時的重點頻道，並透過觀察網友們在保養品使用前後的討論，進一步挖掘消費者的保養需求，協助品牌蒐集消費者對保養品的期待與評價。

主題大綱

Part 1 2020年度美妝產業網路聲量趨勢

- 1-1 四大美妝品類聲量趨勢
- 1-2 年度成長熱詞排行榜
- 1-3 保養產品網路聲量分析

Part 2 消費者使用前後需求分析

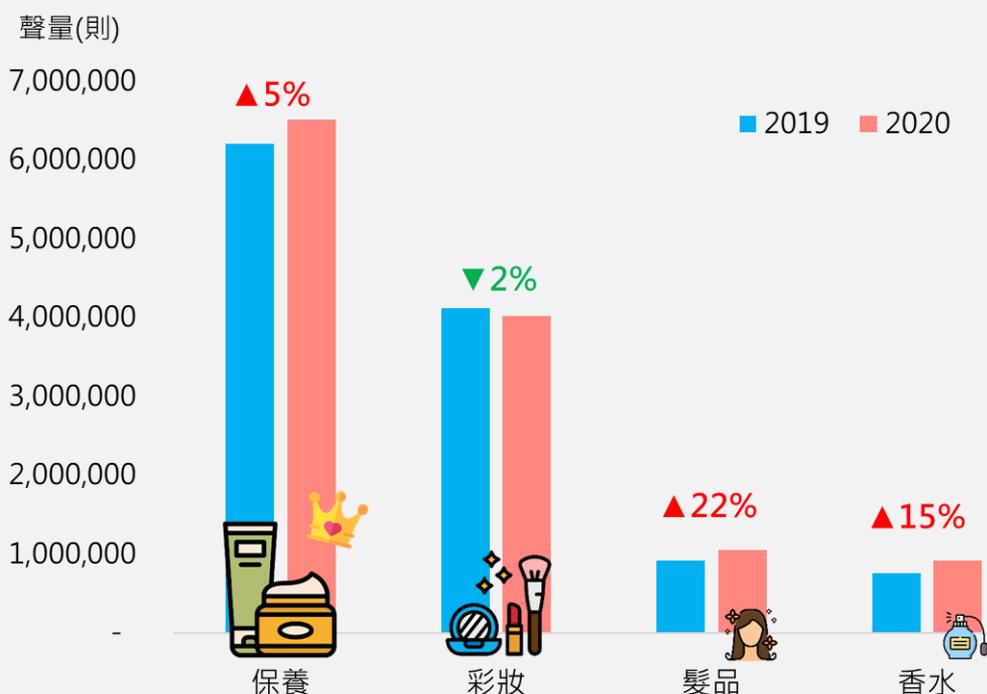
- 2-1 使用前後聲量占比及熱門頻道
- 2-2 網友使用前 熱議需求
- 2-3 網友使用後 熱議重點



Part 1.1

美妝產業逆勢成長 保養居冠 彩妝微跌

2020年全球經濟多受疫情影響，數位轉型成敗被視為各產業的致勝關鍵。而從社群討論聲量的角度來觀察，發現與去年相比，台灣美妝產業【註1】四大品類中，保養、髮品及香水的討論聲勢皆呈上升趨勢，唯彩妝品類的網路聲量略為下滑。



▲ 2019、2020美妝產業網路聲量趨勢比較圖

口罩政策的落實使彩妝品使用機會降低，討論聲量下滑；然而因長期戴口罩所帶來的肌膚困擾增加，因而帶動保養品類的聲量成長。髮品及香水产品類討論聲量也明顯比去年上升許多，品牌利用上半年民眾宅在家的期間，積極進行直播優惠活動，成功引發熱烈迴響，在疫情下逆勢帶動聲量成長。

整體而言，美妝產業的整體網路聲量仍維持上升趨勢，當中以髮品類的成長幅度最多，而保養品類則是居美妝產業中的聲量之冠，因此後續將進一步探討保養品類。

【註1】美妝產業類係涵蓋保養、彩妝、髮品及香水四大品類。



Part 1.2

口罩悶出油肌困擾 潔顏、清爽需求增加

名次	年度熱詞	聲量成長率	名次	年度熱詞	聲量成長率
1	毛孔粗大	▲3,098%	11	SPF50	▲323%
2	困擾	▲2,184%	12	油膩	▲301%
3	安心	▲660%	13	防曬	▲153%
4	雙頰	▲614%	14	代買	▲148%
5	口罩	▲604%	15	資生堂	▲124%
6	理膚寶水	▲435%	16	清爽	▲113%
7	油肌	▲433%	17	毛孔	▲110%
8	靈芝	▲388%	18	乾燥	▲95%
9	油光	▲387%	19	彈潤	▲94%
10	潔顏	▲345%	20	暗沉	▲81%

▲2020年年度保養熱詞上升排行榜【註2】

接下來將透過保養熱詞成長排行榜，一探網友今年關注度提升最多的議題。排行榜中近半數為肌膚困擾用詞，不少留言提到戴「口罩」悶住「雙頰」導致出油問題更為嚴重，如「毛孔粗大」、「油肌」、「油光」、「油膩」等肌膚「困擾」，以及肌膚出油後延伸的「暗沉」問題，都上榜成為成長最多的熱詞；與之相對的「清爽」、「潔顏」需求討論也隨之上升；觀察上榜的相關產品，如「理膚寶水」的「安心」系列及品木宣言「靈芝」水，也因主打對抗「油肌」、敏感肌，進入成長熱詞前10名，反映今年網友的保養需求，以對抗油肌相關的肌膚困擾為主。另一方面，品牌也為迎合當前大眾需求，常舉辦抗痘、舒緩功效的相關產品抽獎，運用肌膚「困擾」關鍵字吸引粉絲留言互動，推波助瀾之下帶動這些字詞的討論聲量。

雖然今年「油肌」相關話題聲量成長不少，不過談論「乾燥」困擾及「彈潤」需求等討論聲量也成長近一倍，顯示油性肌膚雖為今年網友需求重點，乾性肌膚的需求也不容忽視。有趣的是，今年「代買」的討論度比去年更熱，其中不少文章是以「代買」機場免稅店-昇恆昌為主，成了疫情下的另類商機。

【註2】綠色關鍵字為困擾相關熱詞，橘色則為需求熱詞。



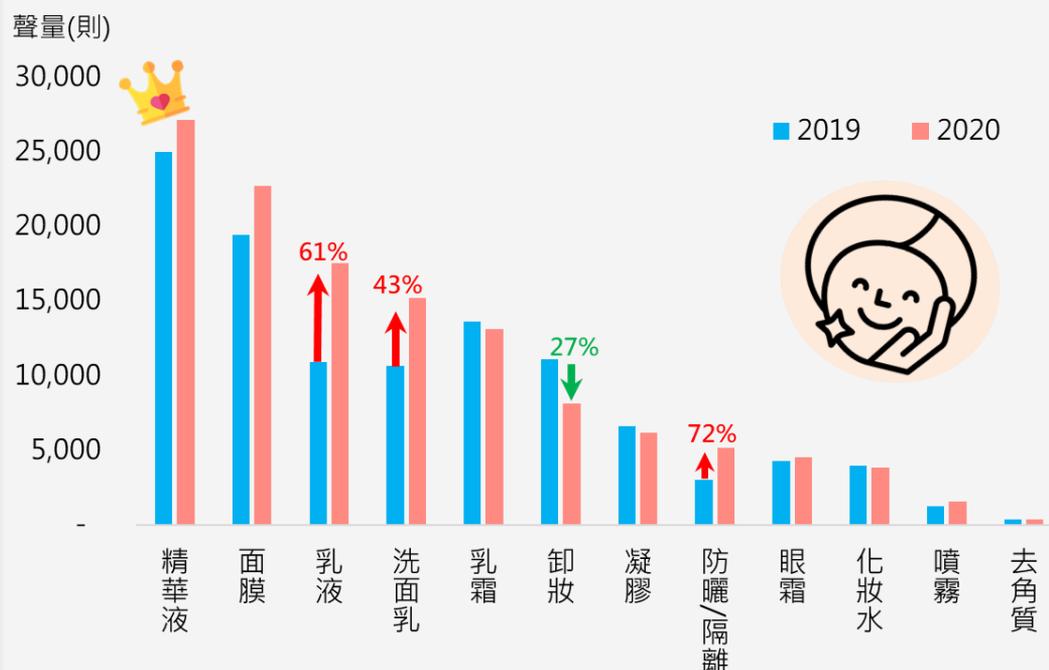
Part 1.3

精華液蟬連榜首 防曬隔離產品受矚目

了解保養品類成長熱詞後，接下來透過12大保養產品在2020年的漲跌幅，了解消費者今年的保養產品需求。2019年與2020年的第一、第二名皆為精華液、面膜兩個產品，且兩種產品在2020年的討論聲量都比去年更上一層樓，許多網友在提到精華液及面膜產品的同時，皆提到口罩引起的肌膚困擾，從而帶動這兩項產品的保養需求。

而從年度成長率的角度來看，防曬/隔離類產品聲量成長幅度最大，年年夏季越發炎熱，加上紫外線會造成皮膚老化與疾病的觀念更為普及，防曬/隔離類產品討論聲量隨之大增，防曬相關的抽獎、團購、請益及分享文章，都頗受歡迎。乳液產品今年的討論聲量也最大，其討論熱度也上升六成，其中又以美白及保濕的乳液需求為多，各種美白乳液效果比較的文章，受到許多網友熱烈回響，顯示美白產品在台灣有一定市場，也因此嬌生停賣美白乳液時，話題也成為網友熱議的重點之一。

呼應成長熱詞「潔顏」，洗面乳的討論聲量也順勢上升，當中又以抗痘、抗粉刺的洗面乳的討論聲量最高；而卸妝品類則受化妝需求減少影響，討論聲量下降。



資料時間：
2020/01/01 ~ 2020/10/31
資料來源：
討論區(排除抽獎、代購文及
回文文章)

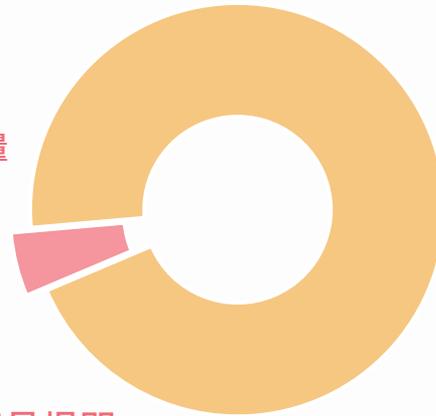


Part 2.1

用前請益膚況產品 用後分享心得評比

為深入了解網友心聲，接下來將去除抽獎、代購文章，根據討論區文章主文，分析消費者在保養品使用前後的討論內容差異，提供品牌多元面向的消費者需求分析。

使用前討論聲量
5%



使用後討論聲量
95%



針對特定產品提問

請問這卸妝水有人有使用過嗎，
可以分享好不好用嗎？

試用心得

這次抽到的是DR.WU的潤透
光美白系列三件組...



根據膚況提問

肌膚容易敏感和乾癢，想詢問
適合乾敏肌的保養品。

購後心得分享

睡前擦隔天肌膚狀況真的都蠻
亮，也不會乾！



同性質產品比較

每個產品都有正負評價有點不
知道該怎麼辦，想請益大家.....

多家產品評比

[心得]碧兒泉、資生堂、蘭蔻
、雅詩四精華比較

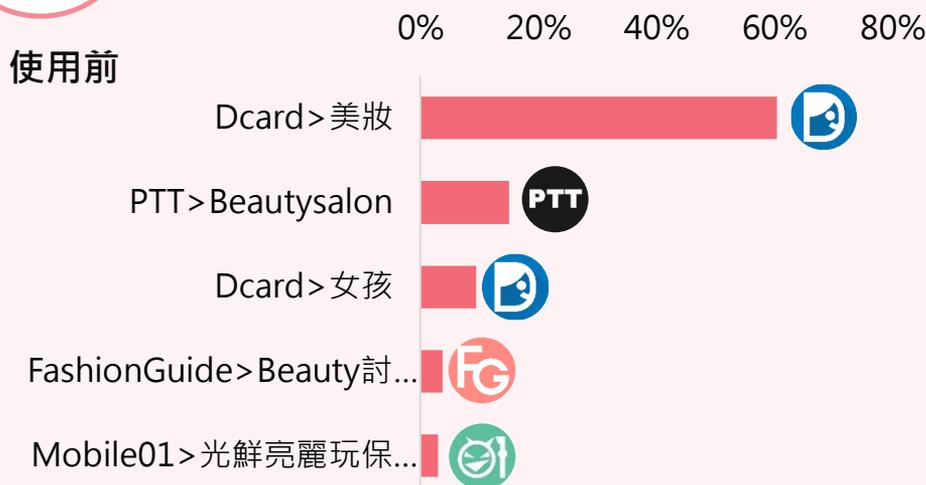
▲ 使用前後 網友發文聲量占比與貼文示例

從消費者使用前後的發文聲量佔比可看出，使用後討論聲量明顯高於使用前，網友在使用前的討論多為根據自身膚況或特定產品發問，觀察網友使用前的發文有助品牌了解消費者需求；而使用後的文章除了網友針對自己購買商品的使用心得外，也有不少試用分享，可作為品牌檢視產品是否符合消費者需求的指標。

接下來將透過觀察網友使用前後的熱門發文頻道，了解網友討論使用需求的重要來源，並將進一步分析使用前後消費者關注的重點異同，更進一步掌握消費者需求狀況。

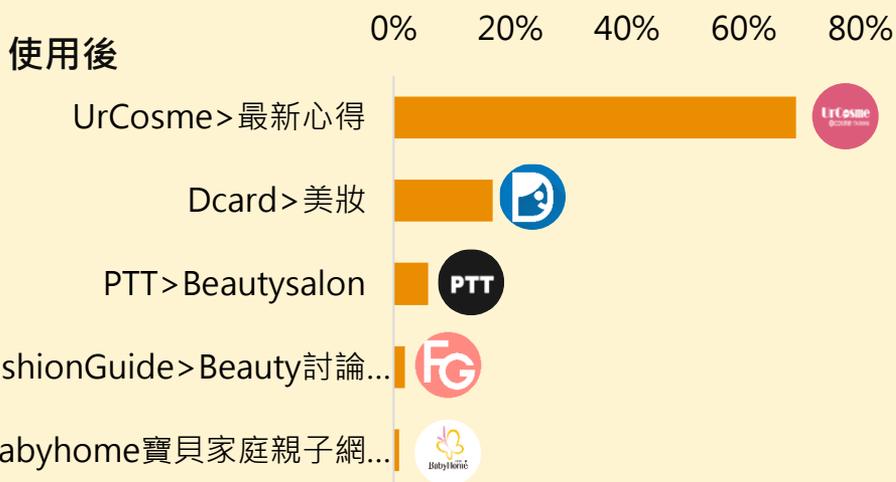


Dcard新手請益多 UrCosme試用換心得



▲ 使用前 熱門發文頻道分布占比

觀察使用前的前五名網友發文來源中，有兩個頻道來自Dcard討論區，身為全台最大的學生討論平台，Dcard的討論內容中多有保養新手的請益文，與學生族群保養經驗相對較少有關；而Dcard上榜的版別亦有美妝版及女孩版，因美妝版規定文章中須有美妝保養相關重點，因此不少單純想請益保養商品的網友進而轉往女孩版發文。其他討論區的使用前討論，則多以產品比較及評價請益為主。



▲ 使用後 熱門發文頻道分布占比

UrCosme最新心得版成為使用後最熱門的討論來源網站，由於其會員制度提供付費會員更多試用產品的機會，並換取會員的回饋心得，因此吸引多位網友長期發表；而PTT討論版因嚴禁任何廣告宣傳文章，雖在使用前後皆是討論聲量前五名的頻道，但在使用後的討論不及前兩大討論來源網站。

了解網友在使用前後的發文佔比差異及熱門來源頻道後，接下來將探討網友在使用前後的熱門保養需求面向。



Part 2.2

使用前請益：痘痘、保濕、過敏需求熱

長時間戴口罩，讓許多網友抱怨「痘痘、粉刺」及「過敏」困擾增加。在使用前的討論文章中，不只有網友請益特定抗痘保養品的評價，

排名	需求排行	聲量占比
1	痘痘/粉刺	22%
2	保濕	18%
3	過敏	12%
4	出油	8%
5	美白	7%

▲使用前 熱議需求排行

其他類型產品是否會致痘也是網友關注的重點，反映「痘痘/粉刺」是今年網友最在意的肌膚問題。而位列第二的「保濕」除了需求本身的討論外，許多網友在針對其他類型產品發文時，也常提及「保濕」，這與「保濕」能使肌膚達到油水平衡，是護膚打底的根本有關，由此可看出多數網友皆視「保濕」為基本需求。



Part 2.3

使用後分享：保濕夯 複方產品受矚目

使用後最多人關注的三大護膚需求與使用前相同，唯「保濕」討論的發文占比超越「痘痘/粉刺」成為熱議冠軍。觀察網友發文內容發現，

排名	需求排行	聲量占比
1	保濕	29%
2	過敏	12%
3	痘痘/粉刺	11%
4	出油	10%
5	美白	8%

▲使用後 熱議需求排行

即使網友在評價抗痘、「美白」等不同功效的產品時，也會連帶討論產品的「保濕」效果，除潤濕為多數網友的基本保養需求外，更可見消費者對於能夠「保濕」同時兼顧多種功效的複方商品有所關注；另一方面，也有許多網友會比較多家「保濕」產品功效，願意一再嘗試不同產品，只為找到適合自己的最佳「保濕」解方，反映消費者對「保濕」需求的重視。

綜合以上，總結本期 Social Watch 保養市場之重點：



保養年度聲量趨勢

- 奠基於多年數位轉型經驗，美妝產業熱度在疫情衝擊下整體仍呈現上升趨勢。
- 常戴口罩帶來的肌膚問題，使不少網友抱怨肌膚困擾增加，「毛孔粗大」、「油肌」相關話題熱度上升；「潔顏」、「清爽」等需求也受到不少關注。
- 今年最夯的保養產品是精華液、面膜。防曬觀念漸受重視，防曬/隔離產品今年的討論聲量成長七成；乳液及洗面乳也成為今年的熱門保養品需求。



消費者需求分析

- 網友在保養品使用後的分享、開箱等發文，大幅超越使用前的發文數。
- 網友在使用前最常在Dcard美妝版發文，其中多為保養新手的提問文章。
- 使用後最多文章分享的平台則為UrCosme，其提供付費會員試用換取心得的行銷方式，吸引許多會員長期分享心得。
- 不論是使用前後，「痘痘」、「保濕」、「過敏」三大需求皆是網友最關心的議題；總結以上，如何抗痘及產品是否致痘，是使用前最多網友討論的重點；使用後則以保濕話題最受關注。

想知道不同族群在產品使用前後的討論情形與關注重點嗎？想進一步了解有子女、上班族及學生等族群潛在保養需求，歡迎下載完整簡報，查看進階的[分析內容](#)。

保養產業年度趨勢 暨 消費者需求報告



2020最新保養使用口碑分析報告



年度保養產業熱門話題討論趨勢



族群差異剖析 五大族群關注面向

- OpView社群口碑資料庫爬梳8萬個以上社群平台、討論區及新聞頻道，用量化數據統計、質化文本分析，帶您解析保養產業的口碑趨勢發展！
- 電商崛起，美妝產業也在幾年前搭上熱潮。今年靠著數位轉型的加持，美妝保養產業受疫情影響小，社群討論聲量不減反增。挖掘網路聲量，貼近消費者需求，分析不同族群使用前後的熱門話題差異，更精準的抓住消費者的眼光及荷包。

點我下載完整簡報
《[保養品市場網路聲量分析報告](#)》

報告大綱

Part. 1

2020美妝產業網路聲量趨勢

Part. 2

使用前後消費者需求分析

Part. 3

保養品市場消費族群話題剖析





OpView放大鏡 觀測期間| 2020.11.02-11.08

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	1,509	Gossiping	[新聞]蘇貞昌笑問「你去屏東看哪家豬農？」蔣萬
2	1,504	Gossiping	[新聞]信功打臉蘇貞昌 馬上被查水表？屏東消防
3	1,499	Gossiping	[新聞] 2小時丟了22根菸蒂被盯上 遭連開22張罰
4	1,497	marriage	Re: [閒聊]每次紀念日都會吵架...無奈
5	1,448	Gossiping	Re: [問卦] UBEREATS外送員報警告我侵占放飲料的...
6	1,437	Gossiping	[新聞]女同事譏笑「沒擔當」 高雄男7秒猛刺8刀致
7	1,419	Gossiping	[新聞]傻眼！議員爆4萬月租明倫社宅沒冷氣住
8	1,367	Gossiping	[爆卦]這些年金融弊案共犯結構寶佳與金融幫
9	1,347	Gossiping	[新聞]快訊 / 28歲媽打疫苗過世！夫悲痛發文
10	1,257	Gossiping	[新聞]民間主動幫政府解套全國進口商將宣布不進萊豬

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	948	感情	只交一任會很可惜嗎
2	919	感情	發現女友每晚都在做某件事..
3	910	心情	弟弟車禍意外死亡，卻找不出真相。
4	824	心情	是要多斜！
5	800	apple	哀鳳表情詢問
6	738	心情	開過世的人玩笑？自以為很好笑嗎？
7	671	感情	男友因為那個女生長的漂亮...就開門讓她進來
8	638	閒聊	現在高中生也太好命了吧！！
9	630	感情	跟女友淡了女友不給分
10	610	感情	想找傳統美德的女友怎麼那麼難？

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	1,509	Gossiping	[新聞]蘇貞昌笑問「你去屏東看哪家豬農?」...
2	1,504	Gossiping	[新聞]信功打臉蘇貞昌 馬上被查水表?...
3	1,499	Gossiping	[新聞] 2小時丟了22根菸蒂被盯上 遭連開22張...
4	1,497	marriage	Re: [閒聊]每次紀念日都會吵架...無奈
5	1,448	Gossiping	Re: [問卦]UBEREATS外送員報警 告我侵占...
6	1,437	Gossiping	[新聞]女同事譏笑「沒擔當」 高雄男7秒猛刺8刀...
7	1,419	Gossiping	[新聞]傻眼！議員爆4萬月租明倫社宅沒冷氣...
8	1,367	Gossiping	[爆卦]這些年金融弊案共犯結構 寶佳與金融幫
9	1,347	Gossiping	[新聞]快訊 / 28歲媽打疫苗過世！夫悲痛發文
10	1,257	Gossiping	[新聞]民間主動幫政府解套 全國進口商將宣布不進萊豬

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	266	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	檢舉魔人真討厭
2	258	桃園縣 (居家房事 北部地區)	老公看屋總有很多打槍理由~是不想離開家裡嗎~?
3	250	國際新聞	這裡有人相信拜登完全沒有作弊選上總統嗎?
4	236	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	檢舉魔人照外流！超討厭檢舉魔人，看到拳頭都硬了...
5	232	新聞與時事(生活娛樂)	台中空氣變好了
6	220	動力研究室綜合區 (小惡魔的動力研究室)	【國內新訊】台灣汽車市場2020年11月銷售報告...
7	216	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	我要詛咒你檢舉魔人 (取暖文，正義魔人勿進)
8	198	Ford (小惡魔的動力研究室)	2017 KUGA半新車引擎進水，暴怒
9	197	電動機車 (小惡魔的機車同好會)	emoving也加入換電聯盟了...
10	194	iPhone(蘋果電腦)	iphone安全性問題...莫名被盜刷了11筆款項

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	14,925	羅智強	蘇貞昌抹黑信功在先 屏縣府緊查水表在後...
2	12,641	羅智強	別讓三立看衰反萊豬民意 羅智強要罷免吳思瑤...
3	10,952	韓國瑜	【人民血淚的聲音，你聽見了嗎？】關於今晚有民眾...
4	9,564	飆捍	市場調查 1.自點店2.吃到飽店 各位喜歡哪一種火鍋店...
5	8,394	關鍵時刻	#我愛一條柴：等等，這櫥櫃也太爽了吧XD???...
6	7,887	ETtoday新聞雲	各位30公分有興趣嗎(#小李) ●快下載新聞雲App...
7	8,029	ETtoday新聞雲	我要找生日有很多2的捧由出去玩！！(#妮塔)...
8	9,771	五月天 阿信	西裝華服都只是光鮮造型 龍蝦美酒都只是廣告道具...
9	7,159	五月天 阿信	誰想和我一起吃一碗麵？(但是大部分都會被我吃掉☺)
10	7,045	黑貓老師	大家取過最差恥的網路ID是啥？-黑貓推特報#6...

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	31,604	神魔之塔 Tower of Saviors	神魔之塔Tower of Saviors派獎活動又來囉！...
2	10,310	小三美日平價美妝	【行為心理測驗】測你是哪種人！當你指甲邊緣脫皮時...
3	7,800	勞工保險局	#文末有禮 雪花隨風飄~銀葵送禮物~小葵的禮物...
4	7,519	STAYREAL	總裁主理人A大大生日快樂🎉幫大家爭取生日當日...
5	6,842	486先生	週六也5點起床 早安啊，今天簽到絕對不會破千人...

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](#)。



【莫彩曦Hailey】聞風喪膽 外國人不敢入口的台灣小吃



【少康戰情室】
香港學子遭判入獄 港中台微妙關係



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】
人類異常癖好 原來是心理疾病！



【Bit King比特王出任務】陳以信質詢萊豬進口
蘇貞昌稱「信功挺萊豬」?



【蛋事超有事】假設系列 蛋哥的平行宇宙