

本期焦點



聲音市場大解密：從社群數據分析Podcast產業

- 比較聽Podcast和看YouTube的聲量趨勢與關注焦點
- 深入了解Podcast社群討論熱點、熱門來源



OpView放大鏡

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

你跟上Podcast熱潮了嗎？2020年堪稱是「Podcast元年」，各類型的Podcast頻道如雨後春筍般出現，作為急速成長的聲音媒體，吸引了不少廣告主關注新興聲音市場的商業潛力，再者Podcast具有聽眾通常對主持人信任度高、聽眾習慣在通勤收聽的優勢，使得Podcast有較高的廣告完聽率，不過在Podcast投資最大的困難在於收聽管道多、缺少如YouTube的觀看數、留言數等整合且可紀錄的行銷成效數據，讓投資人不易追蹤受眾，根據調查^[註1]顯示有49.2%的聽眾是藉由社群媒體的管道開始接觸Podcast，代表Podcast聽眾與社群平台間的相關程度高，因此本分析將從社群大數據的角度切入來探討Podcast產業。

Podcast又有「用聽的YouTube」之稱，常被與同是熱門的影像、聲音媒體創作平台YouTube共同比較，在受眾有限的時間之中，掀起一波閱聽平台爭奪賽。因此本期Social Watch首先將透過網路聲量分析「聽Podcast」和「看YouTube」討論趨勢，觀察兩大媒體平台的閱聽行為、需求與討論焦點，並進一步剖析鎖定潛力平台Podcast的相關討論，研究分析Podcast產業2020年的聲量趨勢、熱點以及重點頻道，協助讀者了解Podcast聽眾的真實想法。

主題大綱

聽Podcast vs 看YouTube 行為分析

Part1

1-1 比較「聽Podcast」與「看YouTube」行為之聲量趨勢

1-2 比較「聽Podcast」與「看YouTube」行為之討論焦點

Podcast 整體聲量分析

Part2

2-1 分析Podcast整體聲量趨勢

2-2 解析Podcast相關討論熱點

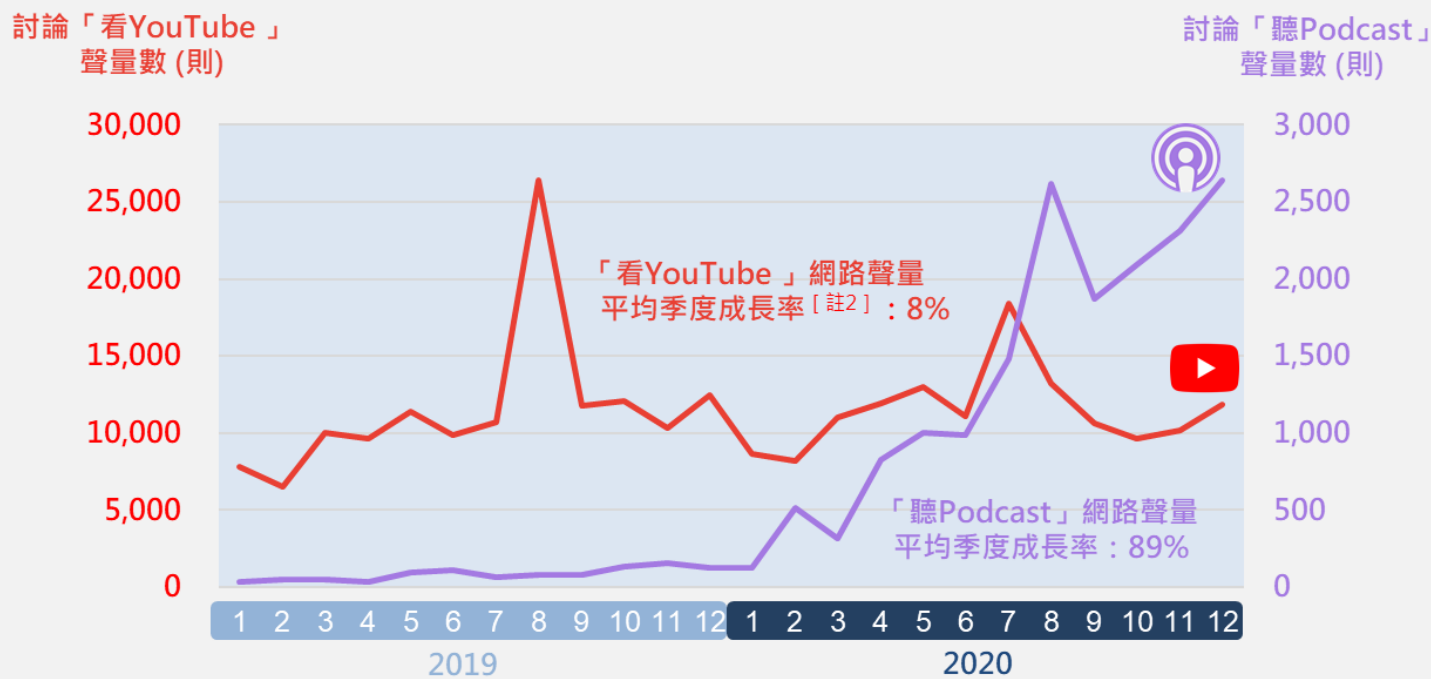
2-3 探討Podcast社群討論之熱門來源

資料時間：2019/01/01 –12/31；2020/01/01 –12/31

資料來源：討論區、社群網站、新聞回文(排除抽獎文)

1-1 | 比較「聽Podcast」與「看YouTube」行為之聲量趨勢

Podcast vs YouTube 平台的閱聽時間爭奪賽



▲ 聽Podcast vs 看YouTube 2019至2020年聲量月趨勢

你更喜歡看YouTube還是聽Podcast？從網路聲量的角度來看2019至2020年的平均季度聲量成長率，可發現Podcast的成長遠大於YouTube，Podcast未來的發展可說是深具潛力。

至2019年YouTube已有成熟的產業營運模式，平台上的創作影片蓬勃發展，其中網友提出「現在還想看YouTube嗎？」的文章引發熱烈迴響，多聚焦在「看YouTube的目的」以及「廣告」兩大因素的探討，多數網友認為YouTube內容多元，可選擇有興趣的影片觀賞，適合學習新知、消磨時間，不過仍有部分網友認為YouTube已過時、久了會膩或影片內容大同小異的觀點，僅將YouTube當作聽音樂的平台來使用，此外2019年11月YouTube推出的YouTube Premium服務，引起未購買服務的使用者抱怨廣告的頻率和長度增加，再加上美國已實行、台灣預計從2021年中開始的新廣告政策^[註3]，使得創作者與閱聽者萌生轉換平台的想法，如何在盈利和使用者的體驗間達到平衡，是YouTube長期發展的一大考驗。

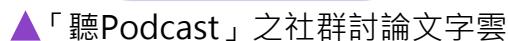
由上方月聲量趨勢圖可觀察到2019年大眾對Podcast沒有太多的討論，以「有聽Podcast嗎？」、「聽什麼Podcast」相關討論居多，由於當時Podcast本身的頻道數不多，網友討論的熱門頻道重複率高，此時的Podcast在台灣市場處於導入期的階段。2020年Podcast相關討論呈倍數成長，越來越多各領域的創作者發現這塊市場並投入內容，讓更多網友們關注到這個已存在多時的「新媒體」，並透過社群平台的分享快速擴散，顯示Podcast產業的竄起以及未來在商業廣告上的發展，皆是相當值得各平台的創作者與廣告商關注的。而是什麼原因讓Podcast在媒體的洪流中異軍突起？造成Podcast與YouTube聲量成長率落差極大的因素為何？接著，將透過文字雲來剖析閱聽人的需求與關注話題。

[註2] 平均季度成長率係計算2019至2020年每季度成長率之平均值。

[註3] YouTuber的所有影片均會插入廣告，若不是合作夥伴計劃的創作者，則無法分紅。



Podcast的熱門節目類型則以「電影」、「故事」、「新聞」受到最多討論，出現的「考試」、「英文」字眼顯示不少聽眾將Podcast作為學習的工具，由於Podcast可離線下載收聽的特性，受網路和硬體設備限制小，因此聽眾在考量上更著重在頻道本身的「主持人」的「聲音」、「麥克風」的品質。另外觀察Podcast爆紅討論因素可發現，由於「疫情」增加了待在家中的時間，再加上活動陸續停辦，公眾人物和群眾實體互動率減少，Podcast作為比影像的平台進入門檻低且更為靈活的陪伴型媒體，恰好補足了需求的缺口，而在硬體方面受到藍芽「耳機」普及化的影響下，大幅提升了聆聽Podcast的方便性。



研究2020年YouTube觀看行為的熱議關鍵字可發現，節目內容以「**新聞**」、「**政治**」相關最受到矚目，在觀看考量上除了節目類型與個人「**興趣**」相符程度外，受到YouTube影片無法下載的限制，加上使用者受影片畫質影響程度大，使得「**網路**」以及「**手機**」、「**電腦**」等硬體設備共提率提高。

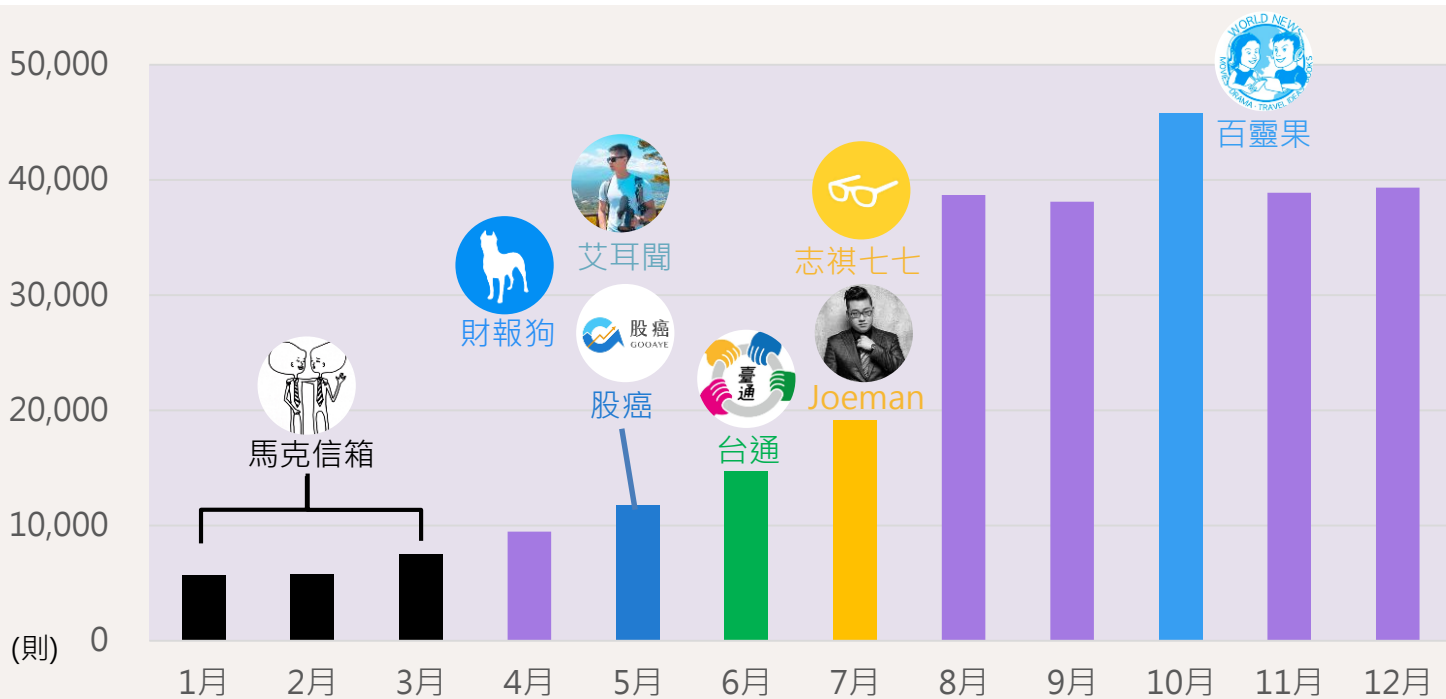
▲「看YouTube」之社群討論文字雲

接著，比較YouTube和Podcast共提「廣告」詞彙的文本內容，發現YouTube廣告較容易使閱聽人產生過度行銷的反感，甚至成為使用者轉移平台的原因，如有網友表示「我聽Podcast是因為YouTuber廣告太誇張了」，而對於兩平台未來的走向，不少網友擔心Podcast會YouTube化，會像YouTube一樣增加了廣告推銷卻限制了言論自由(黃標審查)。也有網友認為Podcast以口播業配的模式，透過生活分享的切角來介紹商品，增加娛樂性的同時，只佔用耳朵的廣告形式也大幅提升聽眾的接受度，如「畢竟Podcast在背景時也能收聽，一邊聽、一邊看看產品還滿愜意的。」。隨著Podcast經過成長期邁向成熟期的階段，許多廣告主開始關注這個聽眾信任度高、廣告完聽率佳的平台。將下來將透過分析Podcast在網路社群上的聲量趨勢、與聽眾討論的時間點與網站，帶您觀察Podcast討論的社群概況。



2-1 | Podcast整體聲量趨勢分析

網紅觀察提升Podcast熱度 百靈果KK Show社群迴響佳



▲ Podcast 2020年聲量月趨勢 [註4]

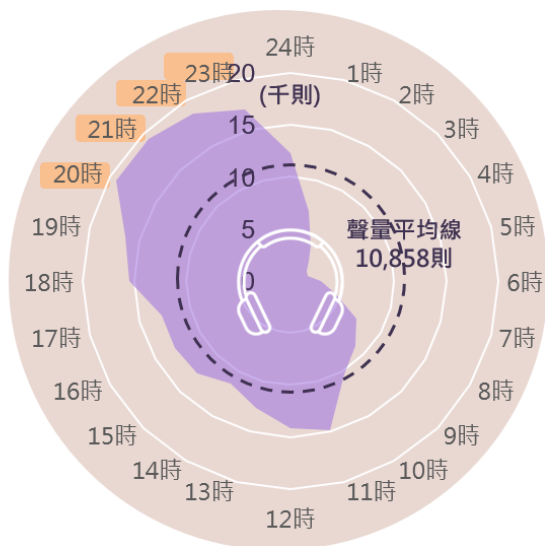
從Podcast與YouTube比較分析可發現Podcast聲量成長快速，產業發展值得關注，因此將更深入的研究Podcast在社群數據上的表現。首先，綜觀2020年整體Podcast討論趨勢與內容，可發現1月至3月期間主要話題為「馬克信箱」，以及對Podcast初認識的相關討論，如「大家會聽Podcast嗎？」、「台灣流行Podcast嗎？」等，至五月開始多元化的頻道漸漸有曝光，其中財金類型的頻道股癌、財報狗討論最熱烈，另外呱吉與百靈果的訪談合作、YouTuber艾爾文設立的「艾耳聞」Podcast頻道，皆讓原有的觀眾認識到Podcast平台。「台灣通勤第一品牌」(以下簡稱台通)節目自四月底上線，兩位主持人詼諧分享日常、聊時事的風格，迅速吸引大批聽眾，除了經營自身的節目外，主持人勤上其他Podcast頻道，加上與不同領域的名人跨界合作，成功大幅增加了節目的社群曝光，可說是爆紅速度最快的頻道，在2020上半年有許多頻道百花齊放，作為下半年聲量爆發的奠基。

由上圖可發現8月聲量為7月的2倍，而究竟什麼樣的話題帶起網友討論？進一步觀察聲量7月至8月的熱門話題，有製作網路分析單元「YouTube觀察日記」的志祺七七與「網紅觀察室」的Joeman皆有注意到Podcast產業升溫的趨勢，分別剖析Podcast的市場現況與未來挑戰，帶起網友們、網紅同業對Podcast的熱議，其中Podcast「可以邊做別的事邊聽」的特點，讓網友紛紛留言表示自己常在上班、通勤時間聽，在影音疲乏的時代成為爆紅的主因之一。夾帶著高熱度Podcast的聲量在2020下半年持續發酵，其中以百靈果的KK Show引起廣大的迴響，由於節目邀請的嘉賓們涵蓋不同政治立場、不同領域的專家學者以及曾在國外生活過的台灣人等，常吸引眾多網友分享自己的觀點。

[註4] Part1聲量僅收錄收聽Podcast行為相關討論，Part2聲量為Podcast整體產業及頻道聲量相關討論。

2-2 | Podcast討論熱點解析

21-24、18-21時段收聽率和討論度最為活躍



▲ Podcast討論則數雷達圖

了解Podcast聲量的趨勢走向後，接著將更進一步探討討論最活躍的時段，根據調查^[註1]，收聽前三名的時段為21-24時、18-21時、9-12時，而從聲量的角度來看熱門討論的時段，前三分別是21-24時、18-21時、24-6時，表示聽眾的收聽率和熱門討論皆落在下班至午夜前的時段，其中討論比例大於收聽的時段為24-6時，代表有不少網友晚間收聽完節目後，在社群平台分享心得，因此有較為活躍的社群討論。

2-3 | Podcast社群討論來源

鮮蝦挺！Podcast三本柱攻佔熱門社群頻道

Podcast為無法即時雙向溝通的媒介，且流量分散在各個平台，對於廣告主來說在審視行銷成效上較為困難，不少Podcaster藉由經營社群平台提升與粉絲互動的頻率，因此本節將透過分析聲量來源，來探討Podcast的節目熱度如何移轉到Podcaster經營的社群？而又是哪些頻道的聲量表現最佳？

Podcast節目	討論Podcast之熱門社群頻道	聲量數
股癌 	 股癌 Gooaye	25,214
馬克信箱 	 上班可以聽 LWW	15,804
台灣通勤第一品牌 	 台灣通勤第一品牌	11,862
百靈果 	 百靈果News	9,445
艾耳聞 	 Alvinist / 艾爾文的生活紀錄	7,467
百靈果 	 國際狗語日報 X 百靈果News	7,339
好味小姐開束縛我還你原形 	 好味小姐腦波弱	4,558
好味小姐開束縛我還你原形 	 好味小姐 Lady Flavor	3,636
馬克信箱 	 青春點點點	3,298

▲ Podcast移轉經營社群之列表(節錄)

由上方的Podcast熱門社群頻道排行榜，可發現Podcaster所經營互動的社群平台中，以Facebook引起的社群迴響最佳，進一步探究文本內容可觀察，在Podcaster分享最新的節目連結文下，常有粉絲爭相留言給予回饋，補足了Podcast平台本身互動性的不易。此外，同時將節目上傳到YouTube的馬克信箱與百靈果，讓更多使用不同平台的受眾接觸到Podcast節目，增加了頻道的曝光度。

而常佔據Podcast即時排行榜的「三本柱」股癌、百靈果、台通，在社群表現上也相當亮眼，其中聲量最高的股癌，由於常在Facebook分享最新市場走向與國際大事，成功吸引不少關注股市的粉絲回覆看法。整體來說，經營社群平台可提升粉絲與創作者間的真實感與親切感，若能有效利用與聽眾的溝通管道，可以更有機會讓節目推廣至不同的群眾。

本期重點整理

聽Podcast vs 看YouTube行為分析



聲量趨勢

- 「聽Podcast」市場潛力：平均季度聲量成長率遠遠大於「看YouTube」
- Podcast崛起過程：2019年導入期、2020年討論快速擴散



討論內容

- YouTube觀看行為熱議關鍵字：
節目內容-新聞、政治
觀看考量-興趣、網路、手機、電腦
- Podcast收聽行為熱議關鍵字：
節目內容-電影、故事、新聞
觀看考量-聲音、主持人、麥克風
爆紅因素-疫情、耳機
- YouTube和Podcast經常共提「廣告」模式

Podcast 整體聲量分析

趨勢分析

- 2020上半年節目百花齊放：財金類型關注度高、台通爆紅
- 2020下半年掀起Podcast熱潮：網紅產業觀察影片、百靈果KK Show

討論熱點

21-24時、18-21時、24-6時為最活躍的討論時段

Podcast移轉經營之社群

- Facebook引起的社群迴響最佳
- 股癌Facebook聲量最高：常分享股市走向、國際大事，吸引粉絲留下觀點。

Part3 Podcast節目與曝光成效分析：將會分析收聽管道的討論度、統計網路聲量前十名的Podcast頻道，並剖析熱門頻道的聽眾族群組成，歡迎下載完整簡報，查看進階的分析內容。

下載
報告

OpView放大鏡 觀測期間| 2021.02.15-2021.02.21
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	3,535	LINE TODAY > 生活	「500萬劑BNT疫苗」被打壓攔截！
2	3,110	LINE TODAY > 國內	韓國瑜更新社群 無預警「宣布復出」：不忘初衷
3	2,665	LINE TODAY > 國內	整天吵著要中國疫苗 她一句話嗆爆這些人
4	1,973	LINE TODAY > 國際	4中國武裝海警船首闖入釣魚台海域
5	1,836	yahoo新聞 > 中部離島	有苦難言！陳時中證實台灣買BNT疫苗受中國打壓
6	1,835	LINE TODAY > 國際	台灣買500萬劑BNT疫苗遭中國介入？國台辦說話了
7	1,740	LINE TODAY > 國內	德國BNT「將供疫苗給台灣」莊人祥：希望說到做到
8	1,563	LINE TODAY > 國內	蔡英文817萬票再受質疑 中選會批：製造社會對立
9	1,461	LINE TODAY > 生活	靈堂下跪也沒用輾狗男 驚傳遭公司開除：明天不用來
10	1,308	yahoo新聞 > 中港澳	習近平、拜登除夕這通電話 港媒警告：台灣搞不清楚

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,223	感情	我好像害死我外甥....
2	1,695	感情	我覺得我很正但單身23年是為什麼很認真
3	1,428	心情	大年初三我報警了...
4	1,379	心情	媽媽叫我放棄繼承
5	1,345	心情	前任擅自丟我東西
6	1,139	有趣	刮刮樂真的假的？
7	1,134	閒聊	這個表情符號是Android才有的嗎
8	1,105	心情	這輩子乾脆不要開車了.....
9	964	心情	我會叫你去跳樓
10	944	感情	男朋友只有一顆睪丸

PTT批踢踢 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	1,482	Gossiping	[新聞]北部2房當嫁妝！清大女友「真實身分」曝
2	1,480	Gossiping	Re: [問卦]怎麼樣拒絕承接家裡的事業
3	1,479	Boy-Girl	[求助]女友最近的行為讓我很困擾
4	1,475	Gossiping	[問卦]怎麼樣拒絕承接家裡的事業
5	1,460	Gossiping	[問卦]家裡鬧翻了啦該怎麼辦？
6	1,362	Gossiping	[爆卦]台灣去年交通事故死亡人數多達2968人！
7	1,352	lol	[電競] 2021 PCS Spring W1D1
8	1,335	Gossiping	[新聞]趙少康批找總公司買疫苗是偷雞摸狗陳時
9	1,292	marriage	[求助]是否需要為了孩子的童年回憶花錢養車？
10	1,282	Gossiping	[爆卦]拜登：不會為台港發聲對抗中國

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	462	居家_空間設計與裝潢	【開箱】我的台中首購女子小宅！
2	309	汽車_汽機車七嘴八舌	大貨車內線超車，有辦法檢舉嗎？
3	246	手機_Android_Asus	放棄難用的華碩Zenfone max pro2原生系統
4	236	汽車_汽機車七嘴八舌	>西濱嚴重車禍！21輛車連環撞「擠到變形」
5	224	汽車_韓國車系_KIA	社會新鮮人小車開箱，最後選擇小改款Picanto
6	209	汽車_汽機車七嘴八舌	人不如狗
7	183	時事_台灣新聞	趙少康批找總公司買疫苗是偷雞摸狗
8	166	汽車_汽機車七嘴八舌	是否應該規定檢舉違規 如果對方申訴成功 檢舉人必須賠..
9	160	時事_國際新聞	天大的笑話，新疆維族人口近40年翻了2倍，竟然被说..？
10	160	汽車_台灣車系_LUXGEN	月薪29000該選哪一款？

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	17,402	趙小僑 官方粉絲專頁	致所有一路以來關心我的朋友們謝謝你們，很開心...
2	10,051	韓國瑜	【被置之死地的台灣民主】春節剛過，百工百業回到崗位...
3	9,324	噓！星聞	#噓短片鼠薯火很大🔥🔥🔥鼠薯看起來有像Doctor嗎？...
4	7,374	趙小僑 官方粉絲專頁	經歷過一次人工失敗、二次試管失敗後，老天爺終於眷顧...
5	6,457	台灣達人秀	你手機裡最近期的迷因圖是什麼？
6	5,623	東森新聞	有人想插隊大家會怎麼辦？白目車狂叭硬插隊！...
7	5,350	孫協志Tony Sun	以下開放祝福！☺
8	5,349	GirlStyle台灣女生日常	這創意日本人能超越日本人！！#GirlsPick女生選物...
9	5,026	韓國瑜	【謝謝一直都在，公益代替謝票】知道大家一直都在...
10	4,979	台灣達人秀	用一句話形容你住的縣市👉

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	141,185	神魔之塔 Tower of Savors	神魔之塔Tower of Savors派獎活動又來囉！...
2	22,563	勞工保險局	#文末有禮元宵猜燈謎，你能猜對幾題？...
3	10,121	專業清算師	留10000個👉👉可以嗎？
4	6,741	緯來日本台	嗯哼，如圖。 #詳情請洽留言處#開春首發...
5	6,303	肥大叔	肥大叔來幫您們補財庫~收到的請打右~初四迎財神發喔！

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

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】如何實現反重力技術？未來AI將與人類大戰？](#)



[【韓國瑜官方頻道】開設頻道新單元，關心庶民生活](#)



[【蔡阿嘎】吳宗憲與網紅蔡阿嘎的台語大考驗，究竟鹿死誰手？](#)



[【啾啾鞋】成為統神端火鍋影片的專家！啾啾鞋釣魚成功](#)



[【阿啾小劇場】阿啾和哆啦A夢重要的情感連結 感人登場](#)