

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



沉醉在麥芽酒鄉：威士忌網路聲量分析

- ▶ 把酒言歡！威士忌話題有哪些關注面向？
- ▶ 品牌多元、競爭激烈，焦點威士忌品牌口碑評比

OpView放大鏡

- ▶ 熱門話題調查局 (熱議微波食品 / 人氣ETF討論 / 防疫裝備宣導關鍵人物)
- ▶ 熱議文章大公開 (新聞 / Dcard / PTT / Mobile 01 / Facebook / YouTube)



研究說明

資料來源與研究方法

Part1 威士忌聲量概覽

1-1 威士忌話題聲量趨勢

1-2 話題聲量來源

Part2 威士忌關注面向剖析

2-1 威士忌話題關注焦點

2-2 關注族群剖析

Part3 威士忌品牌表現分析

3-1 威士忌品牌聲量與好感度表現

重點整理

沉醉在麥芽酒鄉： 威士忌網路聲量分析

主題目錄

前言

「如果我們的語言是威士忌，應該就不必這麼辛苦了。」村上春樹當年造訪威士忌聖地艾雷島，透過這句話道出對威士忌的深深迷戀，可見這杯琥珀色液體的魔力。而在威士忌市場當中，台灣人熱愛威士忌的形象早已深植在各國大廠心中，在國際市場上雖然只是一個小島，每年卻貢獻著上百億的營業額而佔有舉足輕重的地位。

在台灣這個密度高、競爭力強的市場，威士忌品牌無不在社群上使出渾身解數吸引眾人目光，然而消費者究竟關注什麼、在意什麼，唯有正確掌握才能脫穎而出。因此本報告旨在使用《OpView社群口碑資料庫》追蹤威士忌市場網路聲量，描繪客戶樣貌與關注焦點，提供最真實的聲音讓品牌作為參考。





研究說明

- ▶ 資料時間：2020.11.15~2021.05.15
- ▶ 資料來源：討論區、社群網站、部落格、新聞

[OpView](#) 觀測範圍內設定「威士忌」之關鍵詞組，框定相關研究文本

Part1

威士忌聲量概覽

Part2

威士忌關注面向剖析

Part3

威士忌品牌表現分析

1-1 威士忌話題聲量趨勢

觀測近半年來威士忌話題聲量趨勢，並呈現高點之熱門討論與文章類別，用以探討近半年話題之網友關注焦點。

1-2 話題聲量來源

了解聲量集中之熱門網站與頻道，觀察威士忌消費者在相關話題的討論熱點與討論狀況。

2-1 威士忌話題關注焦點

利用詞頻計算並呈現威士忌相關討論熱詞，並從中歸納、了解潛在客群關注面向。

2-2 關注族群剖析

了解話題主要關注族群，並針對相對族群(男性/女性)觀察不同族群之討論量與關注焦點之差異。

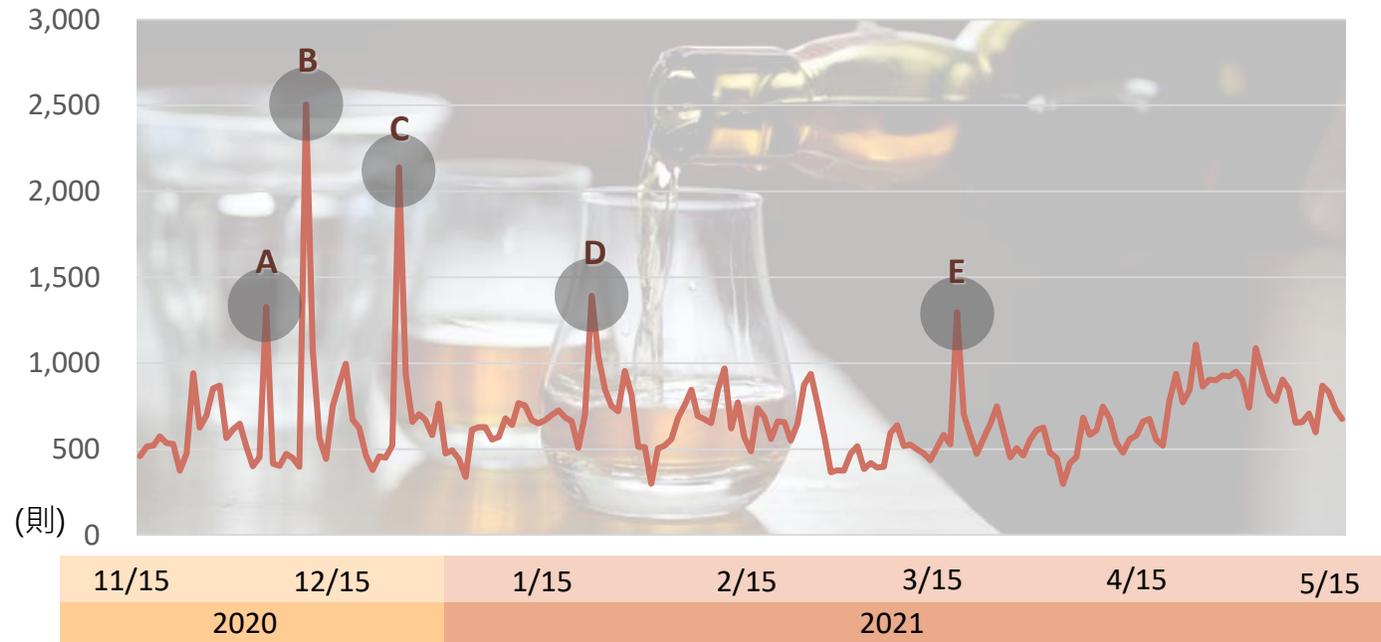
3-1 威士忌品牌聲量與好感度表現

比較品牌間聲量以及好感度，並針對聲量、好感度前兩名品牌分析討論文本，了解品牌社群表現。



威士忌話題聲量穩定 酒類認證推廣文章創造高峰

觀測威士忌自2020年11月中以來，半年共累計12多萬則的話題討論，可以發現五個聲量高點，而節選高點當日最熱門話題，除了威士忌KOL發表新書的推廣活動、政府舉辦抽獎推廣酒類認證政策、品牌粉專舉辦留言抽獎活動、以及網紅提及威士忌品牌分別造成的網友迴響之外，近半年來的討論分布平均，每天百則以上的聲量表現十分穩定。



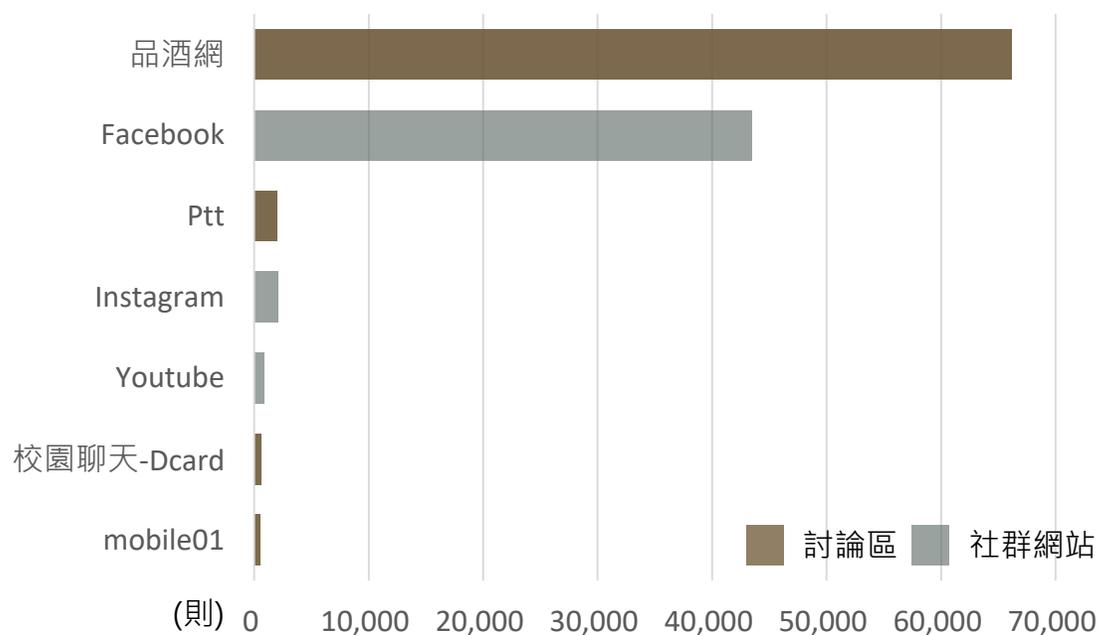
日期	標題	回文數	文章類型
A 12/04	亞洲頂尖威士忌達人-林一峰Steven LIN的酒香書寫！...	934	新書推廣
B 12/10	【優質酒類認證(威士忌)大挑戰#1】這麼快就到...	1,952	政策推廣
C 12/24	【優質酒類認證(威士忌)大挑戰#2】祝各位聖誕節...	1,473	政策推廣
D 01/22	【仕高利達12年，玩味體驗】活動贈獎文 仕高利達...	439	品牌抽獎
E 03/18	簡單的慶祝~豐富的生活? 本來要送你45瓶百富的...	663	網紅提及

▲ 近半年威士忌相關討論聲量趨勢圖與高點貼文





話題討論聚集於品酒網 網友關注品牌粉專



▲ 網站與前三大聲量網站之頻道聲量排行

#	頻道名稱	聲量
1	威士忌	64,791
2	樣品酒	1,240
3	中式烈酒	113

品酒網

#	頻道名稱	聲量
1	Jonnie Walker	7,150
2	財政部國庫署 財政我最庫	6,355
3	The Macallan	3,155

Facebook

#	頻道名稱	聲量
1	Wine	1,265
2	Gossiping	427
3	Hate	29

Ptt

從來源網站角度了解威士忌相關討論聚集地，在前七名的網站中，可以發現聲量大多集中在討論區與社群網站，當中尤以品酒網聚集過半的聲量，可見在威士忌話題網友形成了緊密的社群討論圈，匯集了大部分真正有深入研究的網友，而非聚集在其他話題中常見的熱門討論區Ptt、或是使用者偏向年輕族群的Dcard。而在社群網站中，以Facebook為聲量聚集地，除了政府推廣酒類認證政策吸引網友留言抽獎，在威士忌市場中網友十分關注品牌粉專，品牌每每推出限量新品、行銷活動都會在粉專宣傳，並成功引起社群迴響。最後在Ptt主要以新手尋求品牌推薦的請益文為主，消費者有送禮需求或新手入坑時經常會在Wine板開展討論文串，其他網友也樂於參與、分享個人心得。





威咖鍾愛討論單桶原酒 飲用場合以聚餐聲量最多



接著針對討論文本斷詞，用以了解網友在參與威士忌相關話題時的內容焦點，並根據詞彙性質歸納面向。觀察話題熱詞文字雲，可以發現品牌、年份是威士忌討論的兩大主軸，而對於酒本身的風味、飲用情境以及品牌的外觀設計也有諸多討論，可見在威士忌話題中無論是味覺、視覺上「享受」的特性。

首先在「風味」面向，原酒為陳年後直接從橡木桶取出的威士忌，是最受討論的品項，而經過泥煤烘烤而在飲用時能帶來濃厚煙薰體驗的威士忌由於風味特殊，也經常被提及；而在製程中，從詞頻發現網友偏愛討論的橡木桶為雪莉桶，而波本桶相較之則較少聲量，此外純粹的單桶^{註1}陳年威士忌更受到威咖^{註2}們的鍾愛。

在「飲用情境」分類中，聚餐場合擁最多聲量，也有許多網友提及品飲威士忌是一種豐富生活的展現，經常討論搭配什麼美食；另外也有不少討論是購入單純收藏、投資，分享及預測品牌酒款升值的可能性。

最後的「設計」面向，則以年節送禮的禮盒包裝受到討論，而特殊設計的藝術包裝在視覺上也能引起網友的正向評論。

面向	關鍵字詞
風味與製程	原酒、雪莉桶、風味、香氣、泥煤、口感、單桶、味道、橡木桶、雙桶、尾韻、調和、煙燻、波本桶
飲用情境	聚餐、調酒、品飲、生活、搭配、收藏、酒吧
外觀設計	禮盒、設計、藝術

▲ 威士忌相關討論熱詞文字雲及歸納面向

【註1】威士忌陳年後直接從木桶抽出裝瓶，若是經過過桶則稱為雙桶。

【註2】威士忌界網路用語，威咖、威粉意謂愛好品飲威士忌的人士。

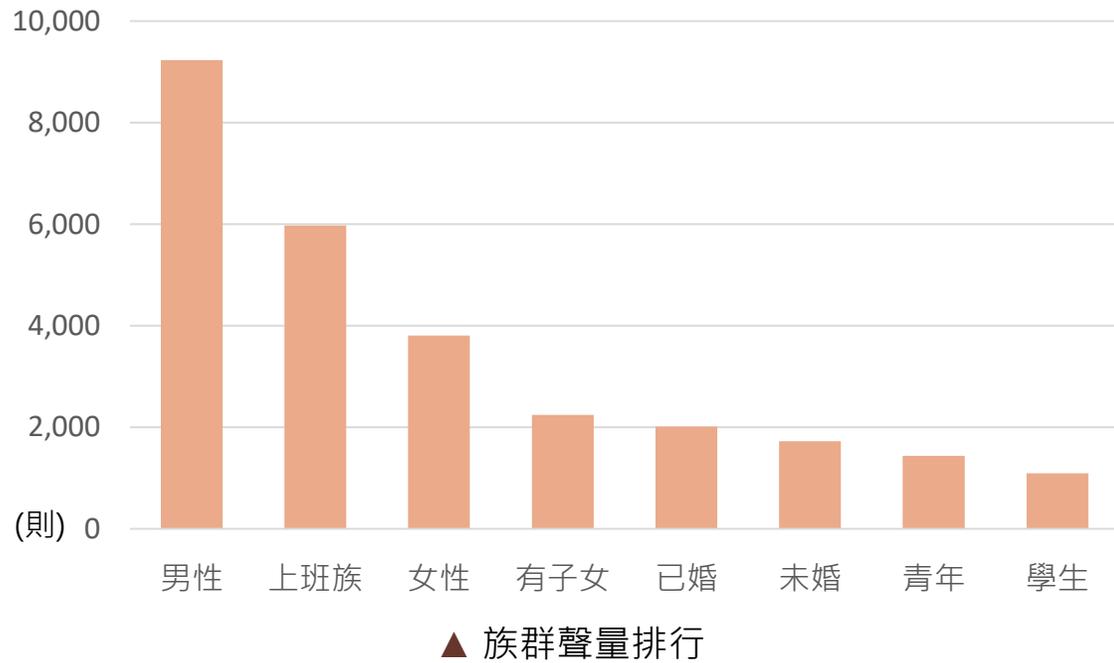
飲酒過量有害身體健康



未滿18歲禁止飲酒



男性關注威士忌特質 女性注重品飲情境且好果香



▶ 男性專屬討論熱詞



▶ 女性專屬討論熱詞



進一步剖析威士忌話題的關注族群與關注內容差異，聲量前三位的族群分別為男性、上班族以及女性，可以了解到在威士忌市場中的討論聲量仍是以男性為主要來源，接著從前三大族群中挑選出男性、女性，分別觀察討論內容相異詞。首先觀察男性總體詞彙，可以發現男性偏向著重在酒品本身的飲用經驗，如單桶、雙桶等等針對橡木桶的討論，也有較多對於小樣的需求，希望在購入酒款前能試飲，此外針對尾韻、氣味等等實質體驗也相較於女性間更常被提及。而女性則是偏向參與威士忌周邊討論而非限定在酒品本身，對於威士忌調酒、梅酒威士忌等等特殊口味與飲用方式更加關注，同時從女性熱詞中也能觀察到偏好討論含有果香的威士忌。





麥卡倫高居聲量冠軍 約翰走路好感度居首位



▲ 品牌聲量與好感度二維散布圖

接著從品牌的角度觀察，展列來自帝亞吉歐、保樂力加、格蘭父子、LVMH等知名集團之威士忌品牌，觀測近六個月討論量，並呈現出當中聲量前十名品牌之好感度。

首先從聲量角度觀測，麥卡倫貴為「威士忌中的勞斯萊斯」，成為各品牌間最受討論的寵兒；而從品牌好感度排名觀察，則是以約翰走路為首，噶瑪蘭緊跟其後。值得注意的是，威士忌各品牌好感度皆大於1，表示正面聲量相較負面聲量多，實際觀察文本，也可以發現網友在威士忌話題中討論較理性，而沒有太多情緒字眼。

接下來將進一步分別剖析聲量及好感度前兩名品牌之討論，從文本了解消費者間的真實聲音。

【註3】好感度：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。此處好感度係以單一品項之各個購買因素好感度數值高低作排列，好感度較低不代表不滿意(P/N比<1)，僅代表品牌在該品項中的好感度「相對」其他品牌低。

飲酒過量有害身體健康



未滿18歲禁止飲酒



3-1 | 威士忌品牌聲量與好感度表現 聲量前2名品牌

麥卡倫較受收藏家青睞 威士忌新手偏好百富

接著透過觀察聲量前2名的品牌文本，進一步了解消費者對其熱議焦點。



Macallan麥卡倫討論文本摘錄

麥卡倫讓好酒聚會增色不少！

Macallan12年真的是一款很好喝的酒。比起18年，我比較喜歡12年，更順更好喝。

再次證明名字有麥卡倫的都好貴

AERA喝經驗吧，缺點是這價位來說沒啥特色，不用買價格炒上去的

麥卡倫於粉絲團經營【日日餐餐·麥卡倫】系列活動貼文，在網友間推廣佐酒意識，建立「台灣人的餐桌酒」形象，成為一種品味象徵，在社群網站上也成功獲得迴響；而在品酒網等等討論區聲量主題大多偏向收藏，較少實質飲用分享，對於偏高的價格、易買到假酒、買來單純投資用有著諸多討論。

Balvenie百富討論文本摘錄



百富12、菲迪15真的新手神器

好喝就好，誰管他叫啥

百富的酒通常很容易失酒，這樣幫膜後酒氣散不出來時間一長很容易黑頭和整瓶發霉...

以前聽長輩講百富還以為是什麼國產酒，結果原來是高級的蘇格蘭威士忌balvenie，為什麼不翻好聽一點...

許多留言表示百富喝起來十分順口，在新手入坑威士忌尋求品牌推薦時，因符合台灣人口味而經常被提及，此外因為品牌名稱吉利，讓百富在長輩送禮請益文章中成為常勝軍，社群形象良好；然而有聲量表示百富的酒款容易失酒註4、收藏時也偶爾會遇到變質的情況，消費者若要長期保存，在包裝上往往得自己調整。

【註4】代表酒類在開封前因為環境(溫差)因素、保存不當甚至是包裝設計而蒸發、變少，可能影響酒的味道及收藏價值。





3-1 | 威士忌品牌聲量與好感度表現 好感度前2名品牌

約翰走路藍牌討論熱度高 噶瑪蘭珍藏版吸引消費者

最後觀察好感度前2名的品牌文本摘錄，用以了解消費者熱議焦點。

約翰走路是帝亞吉歐集團出產的調和威士忌霸主，品牌在調和威士忌間廣受討論，當中又以高等級的藍牌聲量最多，此外品牌與許多KOL合作行銷，在社群上都有不錯的迴響成效；負面討論聲量則大多是抱怨藍牌價格過高、限量酒品以及杯子難以購買，但實際針對酒款的抱怨著墨不多。



Kavalan噶瑪蘭

這一家的威士忌很有名~喝起來非常順口！

去酒廠可以調自己版本的威士忌真的很有趣，可以去玩看看！

幾乎每個人都遇過這種失酒問題，看到這木塞真的會生氣，還有木塞分解掉進酒裡的...

蒸發掉不如自己喝掉，於是拆開那層鋁箔...怎麼蓋子跟著轉起來...一瓶定價3500的酒...

Jonnie Walker約翰走路



對調和威士忌沒有歧視的話，約翰走路真的猛

藍牌真的是同級產品最與時俱進的，每款特別版的包裝設計都很耐看迷人...

如果喝過藍牌25年...你就會覺得黑牌都不好喝。約翰走路建議喝綠牌以上等級才不那麼辣

只有羊跟猴年珍藏版瓶子吸引我買，其他玻璃瓶噴漆真的很失望，所以我只收藏那2瓶

金車噶瑪蘭擁在地品牌優勢，在宜蘭設有觀光酒廠，許多KOL到酒廠參觀並拍攝影片放上社群，為品牌增加曝光、吸引許多留言迴響，是品牌一大優勢，此外珍藏版威士忌的原酒系列也受到不少稱讚，網友紛紛表示包裝精美、值得收藏；然而也有不少留言反應噶瑪蘭失酒情況，在包裝設計面向上是為改進的切入點。總體觀察，可以發現噶瑪蘭威士忌消費者相較主觀口感評論，負面討論更常聚焦在包裝與價格。



本期重點整理

Part 1 威士忌聲量概覽

聲量趨勢：威士忌話題討論成熟穩定，KOL相關文章、抽獎文帶來聲量高峰。

網路聲量來源：聚集在討論區與社群網站，討論區以品酒網匯集話題過半聲量、網友積極參與品牌Facebook粉絲團社群話題。



Part 2 威士忌關注面向剖析



話題關注焦點：除品牌、年份，威士忌相關話題面向更包括酒桶風味、飲用情境、外觀設計等等視覺、味覺上的雙重享受，當中威咖鍾愛單桶原酒，並且飲用場合以聚餐提及聲量最多。

關注族群：以男性、上班族及女性為三大討論族群。當中比對男性、女性專屬討論熱詞可以發現，男性討論包含較多針對酒品本身特質討論；女性則較關注威士忌周邊話題如調酒、特殊口味。

Part 3 威士忌品牌表現分析

品牌聲量與好感度表現：聲量表現首位為威士忌中的勞斯萊斯-麥卡倫，品牌在Facebook粉專上經營台灣人餐桌的佐酒意識，然討論區文本缺少飲用方面之實質分享；好感度表現最佳的 brand 則為調和威士忌約翰走路，除了諸多對於藍牌系列的盛讚，與KOL合作行銷也吸引正面討論聲量。



【大數據開講Bar】

06/03、06/09 免費線上開講

LIVE

Opview
社群口碑資料庫

企業經營到行銷策略必修 社群數據實戰課

關鍵三學分：

- ★ 企業聲譽管理
- ★ 永續商機挖掘
- ★ 電商網紅策略

立即報名，索取連結



2019-2020年 租車產業商機與挑戰 年度報告



租車產業網路聲量剖析與話題探索



品牌心佔率與網友口碑分析



《OpView社群口碑資料庫》藉由分析2019至2020年租車產業聲量，了解消費者租車考量因素，並描繪潛在客戶的樣貌與需求；此外也針對品牌做心佔率與好評面向分析，幫助企業快速了解消費者對於品牌、產品的想法，提供最真實的消費者心聲讓品牌作為參考。

點我下載完整簡報
《2019-2020年 租車產業商機與挑戰》



Social Lab網路新聲量 熱門話題調查局

觀測期間 | 2021.05.17-05.23

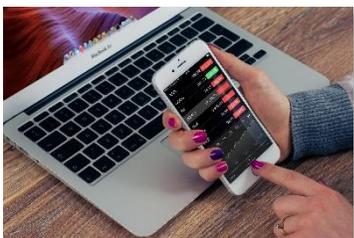
Social Lab每週追蹤特定主題，把網友想法一次說給你聽！

感謝各大媒體引用《Social Lab社群實驗室》透過
《OpView社群口碑資料庫》剖析之獨家主題文章！



超商微波食品百百種，網友口袋名單看這裡！

近年來各大超商也不斷推陳出新，從便當、咖哩到義大利麵、水餃、抓餅應有盡有，滿足民眾的味蕾，甚至還有不少微波食品與知名餐廳品牌的合作聯名，看了不禁讓人食指大動.....[繼續閱讀](#)



全民瘋投資，這6檔ETF網路討論最熱烈！

股市起起伏伏，但近來買股有年輕化的趨勢，買賣股票更被說是「全民運動」之一。然而，因為上班族較無暇盯盤，年輕的新手投資者也還不太了解股市的運作，因此擁有多投資標的、較能達到風險分散效果的「ETF」便成為民眾的投資首選.....[繼續閱讀](#)



團結齊抗疫！宣導防疫最有聲量力度的十位人物！

中央流行疫情指揮中心於5月19日宣布，因應目前國內COVID-19本土疫情持續嚴峻，提升全國疫情警戒至第三級，因此民眾應盡量避免外出，外出時需配戴口罩並多利用酒精消毒，落實防疫新生活，攜帶好防疫裝備是保護自己，同時也是守護身邊家人的安全.....[繼續閱讀](#)



前往Social Lab



觀測期間：2021.05.17-05.23



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	6,023	LINE TODAY > 生活	台電又故障！一週內兩次停電蘇貞昌：政院深表歉意
2	3,432	yahoo新聞 > 焦點	緊急停電通知！台電興達電廠1號機升載速度慢部分地區停電
3	3,427	LINE TODAY > 娛樂	「校正回歸」吵翻天！律師曝真相火大嗆爆了
4	3,238	LINE TODAY > 生活	新增321例本土、2例境外移入！另400例「校正回歸」上週個案
5	3,131	LINE TODAY > 國內	不忍了！防守不會贏、柯文哲：美國沒賣任何一劑疫苗給台灣
6	2,983	LINE TODAY > 理財	恐又要停電！10:00用電量狂飆近90%台電疾呼節約用電
7	2,934	yahoo新聞 > 焦點	震撼！廣播節目月底停播周玉蔻怒嗆電台紅媒：被國台辦指揮
8	2,627	LINE TODAY > 國內	新冠三級戰》上海復星願提供BNT疫苗陳時中：都在放話無正式訊息
9	2,535	yahoo新聞 > 首頁-各家新聞	憂青少年打球群聚成破口鄭文燦下令：拆358座籃框
10	2,368	LINE TODAY > 生活	3天前發現通報數有異陳時中曝「校正回歸」始末



看新聞其他時期排行榜



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	2,667	武漢肺炎	0522 / 單日增321例本土！400例校正回歸，2例死亡
2	2,342	戲劇綜藝	全明星運動會第二季Ep.13討論
3	2,323	時事	今年讓我決定永遠不投民進黨
4	1,647	追星	Gfriend不續約
5	1,393	時事	台灣真的像一個笨蛋考生
6	1,285	心情	跟高的男生交往過就回不去了
7	1,158	朝陽科大	確診
8	1,155	時事	#即時更新受災區台電宣布「緊急停電」
9	1,021	心情	其實早就覺得本土會爆發
10	1,018	時事	大膽預測明天絕對破400



看Dcard其他時期排行榜



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	3,824	lol	[電競] 2021 Mid-Season Invitational Semis D1
2	2,686	TW_Entertain	[實況] 全明星運動會202100523 (三十四)
3	2,646	DigiCurrency	[閒聊] 加密貨幣行情閒聊區-風雨生信心?
4	2,341	nCoV2019	[新聞] 指揮中心公布新增321例本土、2例境外移入個案，另有400例校...
5	2,308	Gossiping	[爆卦] 本土+321境外+2
6	2,175	Gossiping	[爆卦] 急診現況
7	2,004	Gossiping	[新聞] 馬辦：馬英九不是先知缺電是蔡政府裝睡
8	1,999	Japandrama	[情報] 新垣結衣と星野源が結婚
9	1,898	Gossiping	[爆卦] 壁如支援和平醫院急診
10	1,889	Gossiping	Re: [新聞] 今進40萬疫苗柯文哲開轟:美國沒有責任



看PTT其他時期排行榜



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	495	閒聊_投資與理財	政府防疫一直搞錯方向
2	286	時事_台灣新聞	疫情都這麼嚴重了，還不快強制推動行動支付？
3	286	時事_台灣新聞	當初有買BNT的疫苗就好了.....
4	240	時事_台灣新聞	既然大家不要核電，求求別再卡天然氣發電廠建設...
5	236	閒聊_閒聊與趣味	震驚！疫情嚴峻05/23單日新增287例本土！累計3158例本土連續9天破百
6	214	生活_健康與養生	疫情已經那麼嚴重了，為什麼不封城？
7	190	居家_北部房產_台北市	台灣人,從住來看,知道自己有多悲哀嗎? (全國都一樣)
8	188	閒聊_閒聊與趣味	校正回歸??蓋牌??政府又在表演...
9	185	居家_中部房產_台中市	今天中火幾乎全開，台中的空氣品質.....
10	177	女性_魔女悄悄話	男友犯錯後事後不理...



看Mobile01其他時期排行榜



Facebook 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	26,097	蔡英文 Tsai Ing-wen	對於今晚部分地區臨時暫停供電，我感到非常抱歉...
2	18,862	韓國瑜	小編：請接龍#校正回歸
3	12,792	ETtoday新聞雲	阿姨，你的信心是哪來的！！ (#豬頭皮天...真的覺得警察好可憐)
4	12,074	高嘉瑜	內湖人好欺負嗎？為何北北區第一輪停電名單幾乎9成都在內湖？！...
5	11,854	東森新聞	#魅力無編：確定這樣真的有在反省？中和方唐鏡現身！還原真相...
6	9,950	鄭麗文	原來指揮中心每天都在公佈假消息！難怪陳時中說台灣絕對不會升...
7	9,207	ETtoday寵物雲	宅了一周，私藏不少毛孩照片吧☺秀秀手機裡最新毛孩照~
8	9,064	衛生福利部	#指揮中心快訊#疫情說明記者會#直播■5/22 COVID-19說明記...
9	9,009	賴士葆	原來指揮中心每天都在頒布假數字，「有政府會做事」，要改成...
10	8,995	柯文哲	#說文解字#校正回歸今天很多人都在問「校正回歸」是什麼？...



看Facebook其他時期排行榜



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	12,086	女人我最大	【#心理測驗👁️】你平常畫星星，都從哪一筆開始？...
2	12,077	Muse木棉花	下載安裝【#臺灣社交距離App】抽史萊姆懶人墊！！...
3	9,199	肥大叔	現在待在家的人喊右👉
4	7,965	Big City 遠東巨城購物中心	防疫當前，小米要送自動感應洗手機給你綿。請tag你的2位好朋友...
5	7,964	噪咖	你們覺得哪些星座是寵妻狂魔？#老婆永遠是對的



看Facebook其他時期排行榜

YouTube大熱門 (排除贈獎文)

1

中央流行疫情指揮中心
Central Epidemic Command Center

5/20 公布 295 例(本土 286 例、境外 9 例)

境外移入：9 例；自菲律賓(6 例)、印尼、美國、南非

本土病例：286 例

- 系統發病日：發病日/採檢日 5/1-5/19
- 年齡性別：未滿 5 歲至 90 多歲(如右表)
- 居住縣市：

新北市 157 例最多(以中和區 40 例為多)，其次為臺北市 87(以萬華區 40 例為多)例、桃園市 17 例、宜蘭縣 8 例、彰化縣 6 例、基隆市 5 例、高雄市及臺中市各 2 例、新竹市及雲林縣各 1 例。

● 自去年起累計 2,825 例確診，分別為 1,103 例境外移入、1,669 例

年齡	男	女
0-9 歲	6	6
10-19 歲	3	5
20-39 歲	27	19
40-59 歲	45	54
60 歲以上	80	47
總計	155	131

完整版
2021.05.20

本土+286增1死!10天1577例雙北
確診最多疫情未到終點?

【少康戰情室】台灣防疫模範生破功，社區感染爆發，院內感染挑戰醫療體系？



看YouTube其他時期排行榜

2

TAIPEI Taipei City Government

台今進40萬支疫苗
柯文哲不忍了開轟
「美國沒賣任何一支給台灣」

【中時電子報】柯文哲疫苗才是疫情法，可美國至今仍沒賣台灣疫苗

神為何必須存在



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】19世紀最偉大的啃老族是？

3

中華人民共和國 PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

三天內自首

跑去抓小粉紅
中國公安不抓我

【攝徒日記Fun TV】中國護照能把你從任何地方接回家



汐止婦無罩鬧銀行
員警吼：給我戴上

【三立新聞網SETN】婦人不戴口罩不聽勸阻，慘遭開罰15000元

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

<https://www.opview.com.tw/contactus>

OpView Insight
免費體驗

<https://go.opview.com.tw/>