

本期焦點

# 從KOL到COOL 探索高含金量網紅的密技

- 網紅大時代：以資料分析精確框定高含金量網紅
- 受眾剖析：了解目標族群周邊關注內容

OpView放大鏡

- ▶ 熱議文章大公開 (新聞 / Dcard / 批踢踢 / Mobile 01 / Facebook / YouTube)
- ▶ 熱門時事調查局 (五倍券 / 中元普渡 / 懷舊零食、玩具)

根據Influencer Marketing Hub在2021年2月所發布的網紅行銷報告<sup>[1]</sup>，品牌預期投入到網紅行銷的預算在2021年來到了138億美元，而在5年前(2017年)時甚至僅有30億美元，可見網紅行銷在近幾年十分受到品牌青睞。網紅背後的大批粉絲成為他們所握有的強力資源，品牌為接觸更多受眾，紛紛運用網紅特有的影響力及粉絲黏著度，在潛在消費者間種下話題種子。然而網紅經濟崛起之下，從大、中、小、到微型網紅都有，該如何從眾多選擇中找出能夠為品牌加分的合作對象，便成了令品牌們深思的課題。因此本期Social Watch旨在使用《OpView社群口碑資料庫》，透過實例，拆解數據探索合作網紅的過程，從網紅框定到量化的表現評估，並進一步由「網紅含金量」公式具體估算合作成本與效益，最後延伸探索目標受眾所關注的其他內容，帶領品牌從社群大數據視角出發，具體化整個網紅探索流程。

主題大綱

Part 1 品牌之網紅合作對象探索

- 1-1 從TEARS模型理論發展網紅探索原則
- 1-2 如何框定YouTube網紅-以線上遊戲產業為例
- 1-3 如何評估YouTube網紅表現
- 1-4 如何解析網紅含金量

Part 2 目標受眾延伸分析

- 2-1 目標受眾關注內容剖析
- 2-2 網紅合作潛在發展方向

資料來源：社群網站

資料期間：2021/04/01-2021/06/30

## Part 1 品牌之網紅合作對象探索



### 1-1 從TEARS模型理論發展網紅探索原則

#### TEARS模型網紅篩選大原則 並以社群指標衡量網紅互動成效

對於品牌行銷人員而言，從眾多網紅中找到目標受眾所關注、又具公信力的對象，並且以指標來衡量合作適合度並不容易。因此最直接的方式，便是從網紅與粉絲互動的「社群平台」管道觀察，以社群指標衡量互動成效。接下來將透過社群大數據分析模組，結合知名學者Shimp所提出的TEARS模型理論，探知品牌在進行網紅行銷時，可以依循的原則與步驟。

TEARS理論羅列品牌在尋找合作網紅時可以遵循的原則，包括網紅的粉絲是否與品牌目標受眾重疊，粉絲是否信賴、甚至崇拜網紅，以及網紅本身在產業領域當中耕耘成功與否。

我們將理論結合《OpView社群口碑資料庫》實務上能應用的功能，包括透過**關鍵字設定**，篩選出提及特定內容的網友，並以**自訂族群**框定出該組受眾，最後觀察網友與網紅的**互動率**、**好感度**等社群表現，作為成效評估的參考。

#### TEARS模型原則

##### Trustworthiness 可信賴

粉絲信任網紅發文內容。若粉絲認為網紅是出於個人利益(業配感重)而分享產品，則信賴度降低。

#### 操作建議

用 **關鍵字設定** 搜尋具特定經驗、受網友信賴的網紅

##### Expertise 領域專家

網紅具備合作品牌所屬產業之背景知識或技能，並能夠令粉絲信服。

用 **屬性標籤**、**內容標籤** 篩選領域裡的專家

##### Attractiveness 具吸引力

網紅的外在、內在特質能夠吸引粉絲，甚至形成說服力。

用 **互動率**、**粉絲成長率** 觀察網紅是否具吸引力

##### Respect 崇拜

粉絲對於網紅有所崇拜，並能進一步擴散其影響力到合作品牌之形象建構。

用 **正負情緒比** 了解網紅評價，觀察是否備受崇拜

##### Similarity 族群相似

網紅、其粉絲族群及品牌鎖定的目標族群整體具有一致性，相似度高則對粉絲來說更有可信度。

用 **自訂族群** 框定出相似族群



## 1-2 如何框定YouTube網紅-以線上遊戲產業為例

### 以目標族群出發精確框定受眾 具體化探索流程

根據OpView發布的《2021年第一季媒體影響力洞察報告》<sup>[2]</sup>，台灣閱聽人接收資訊之內容與平台有「影音化」的趨勢，因此本次選定以內容創作為主的YouTube作為觀測焦點平台，並以線上遊戲產業為例，了解品牌在挑選合作對象時，能夠如何利用社群大數據做出更精確的選擇。

挑選網紅時因為目的不同而有許多方法，本次以「目標族群」為出發點，透過將品牌目標觸及的族群轉換為實體網友群體，分析實際在參與品牌相關討論的網友們，藉以了解品牌在做網紅行銷時能夠發展的方向。

#### ✂ 定義目標族群

設定目標族群可能關注的關鍵字

首先以目標族群關注的內容為出發點，收集目標族群經常提及或有興趣的關鍵字。以線上遊戲產業為例，可設定「手遊實況」、「線上遊戲推薦」等等。

#### 🔍 搜尋目標族群

搜索YouTube相關文章已觸及目標族群

觀測YouTube平台上提及關鍵字的相關文章，搜尋出一批參與相關話題討論的真實網友，藉此將目標族群具體化。

#### 📌 確定目標族群

Similarity 族群相似

鎖定參與話題之網友為具體目標族群

將參與相關文章討論之網友名單自定義為目標族群(自訂族群)。從目標族群為出發點搜索、框定，能確保分析之受眾符合TEARS模型當中的**族群相似**原則。

#### 🗨️ 觀測關注頻道

Expertise 領域專家

追蹤鎖定網友之關注頻道

剖析目標族群所關注的YouTube頻道類型與組成，並從中篩選出「電玩遊戲」人物相關頻道，正式框定出一批在線上遊戲領域內有影響力的YouTuber，找出**領域專家**。

#### 🏷️ 挑選網紅

Trustworthiness 可信賴

依社群指標篩選合適網紅

最後可以「業配」相關關鍵字搜索，從中挑選出具有業配經驗的網紅，或是依照粉絲數、互動率等等社群經營成效指標篩選出頻道影響力高的YouTuber。

▲ 以目標族群出發之尋找網紅步驟流程圖

此外，基於大部分民眾對於「業配感」重的廣告或人物會產生排斥心理，在挑選時可以朝業配發文頻率相對低的網紅框定，提升單篇文章可信度。

按照尋找網紅流程，我們在層層篩選之後從YouTube平台框定出以下9位網紅名單，當中根據mediakix<sup>[3]</sup>定義，以訂閱數為分水嶺，大致分類為100萬以上的大型網紅、及5萬到50萬的小型網紅。接著將透過社群指標數據評估網紅的成效表現。

| 大型網紅                  |   | 小型網紅                   |  |
|-----------------------|---|------------------------|--|
| No.1<br>266萬<br>(訂閱數) |  阿神  | No.4<br>40.7萬<br>(訂閱數) |  RHUNG                    |
| No.2<br>106萬<br>(訂閱數) |  巧克力 | No.5<br>34.2萬<br>(訂閱數) | 阿紅<br>RedKai<br>雜物所  |
| No.3<br>106萬<br>(訂閱數) |  舞秋風 | No.6<br>23.7萬<br>(訂閱數) | Lice<br>Wang   |
|                       |   | No.7<br>16.5萬<br>(訂閱數) |  Handsome<br>Doge<br>帥狗 |
|                       |   | No.8<br>13.7萬<br>(訂閱數) |  豬血湯                    |
|                       |   | No.9<br>11.1萬<br>(訂閱數) |  聶寶                     |

▲ 框定範圍內之YouTuber (訂閱數據統計至2021/6)



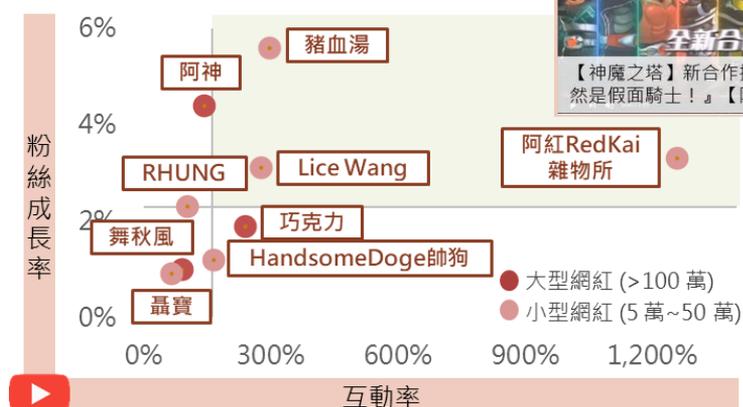
### 1-3 如何評估YouTube網紅表現

小網紅有較高粉絲互動率 大網紅業配成效佳

為瞭解TEARS模型中具吸引力的網紅，接著透過「互動率」及「粉絲成長率」註1兩項社群指標，評估這9位網紅的整體表現。當中互動率是從網紅發文能吸引的留言、分享等等網友的回應，了解粉絲與網紅的互動頻率；而粉絲成長率則是網紅規模成長的幅度，能藉以了解網紅的潛力。

評估指標1：  
粉絲成長率 vs 互動率

#### Attractiveness 具吸引力



互動率與粉絲成長率一維圖

可以觀察到在表現最好的第一象限以三個小型網紅為主，是由於粉絲基數少 (在5萬到50萬個)，互動率或黏著度相對較高，加上有空間展現成長潛力。

【註1】 互動率=(總影片數+影片總留言數+影片總觀看次數)/頻道粉絲數 \*100%，表示粉絲與貼文的互動頻率；粉絲成長率=(當日粉絲數-前三個月粉絲數)/前三個月粉絲數 \*100%，表示時間區間內粉絲數成長幅度。以中位數劃分四個象限。

而小型網紅中「阿紅RedKai雜物所」以電玩資訊分享受到不少粉絲關注，如曝光神魔之塔與假面騎士合作的消息便吸引不少網友，也是品牌成功在小型網紅管道曝光的範例。

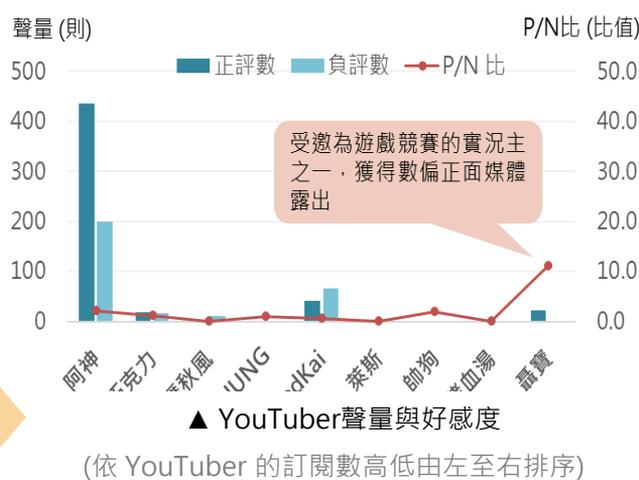
評估指標2：  
平均觀看次數 vs  
平均留言則數



為進一步觀測業配文章表現，接著交叉比對網紅之影片「平均觀看次數」及「平均留言則數」註2。表現上位圈的第一象限，以訂閱數高的大型網紅占優勢，由於大型網紅只要有部分粉絲願意互動，就能帶來不錯的成效，品牌若尋求高曝光度，大型YouTuber會是最有效率的選擇。

而剖析各YouTuber，以阿神的業配表現遠遠超過其他網紅。舉其伺服器的業配為例，阿神以Minecraft企劃與網友一同玩遊戲創造互動，吸引大量粉絲共襄盛舉，甚至有粉絲在影片上架後留言：「為了這部片我等了好久，裡面有我！」，成功創造話題達成品牌曝光。

評估指標3：  
好感度



「好開心是阿神XD 他真的是我最佩服的日更YouTuber惹XD」 😊

「阿神先天優勢就是聲音，加上足夠努力已經是台灣頂尖YouTuber，結果露臉再爆漲一波...」

「阿神有一部分的视频封面有点偷懒，我经常在西班牙的YouTuber的视频中看到同一个背景」 😞

「阿神很吵」

▲ 阿神正反面討論文本摘錄

最後觀察YouTuber之好感度表現，以了解在曝光之外，目標受眾對於網紅的偏好。當中以阿神的討論量最為顯著，從文本可以歸納出網友崇拜的理由包括「聲音」、「顏值」以及過去堅持了11年每日一更的「努力」特質。對於品牌來說，同時也可運用網紅的既有形象來架構品牌形象，相輔相成。

【註2】平均留言數=影片總留言數/影片數，表示平均一則影片可以獲得多少留言；平均觀看次數=影片總觀看次數/影片數，表示平均一則影片可以獲得多少觀看數。以中位數劃分四個象限。



## 1-4 如何解析網紅含金量

從社群指標設計含金量公式 估算業配投入預算及預期成效

為計算品牌具體要投入多少行銷預算才能獲得一定的效益，接下來將根據社群指標、網紅價碼<sup>[4]</sup>等資訊，以公式估算「網紅含金量」。



業配成效



價碼估算



1,000



網紅含金量<sup>註3</sup>

### ▲ 網紅含金量公式

此公式估算品牌每花新台幣1千元與某網紅合作，便能從該網紅的貼文中獲得多少網友的參與以及互動，可以協助品牌從社群的角度找出「CP值」最高的合作對象。接著將公式套用到前面框定出的9位YouTuber，估算與網紅合作效益，並呈現出前五位。

|   | 類型 | YouTube 訂閱數 | 粉絲 成長率 | 互動率     | 業配影片 比例 | 業配成效    | P/N比 | 含金量   |
|---|----|-------------|--------|---------|---------|---------|------|-------|
|  1 | 大型 | 266 萬       | 4.4%   | 140.2%  | 1/16    | 725,234 | 2.2  | 6,044 |
|  2 | 小型 | 23.7 萬      | 3.1%   | 273.7%  | 2/17    | 89,097  | 0.0  | 1,485 |
|  3 | 大型 | 106 萬       | 1.0%   | 87.1%   | 1/25    | 55,019  | 0.0  | 458   |
|  4 | 小型 | 40.7 萬      | 2.3%   | 98.9%   | 1/22    | 23,371  | 1.0  | 390   |
|  5 | 小型 | 34.2 萬      | 3.3%   | 1256.6% | 1/122   | 15,544  | 0.6  | 259   |

備註：業配影片比例為業配影片數／影片總數。依照含金量高低由上至下，由左至右排序。

▲ YouTuber含金量統計表

觀察名單，當中以大型網紅「阿神」表現最佳，平均每投入1千元，便能獲得約6,044次網友的互動，此外前五名中也有不少小型網紅，可見從社群角度觀測，小型網紅也能發揮不小的價值。

### 【註3】

- 業配成效 = 平均一篇業配文可獲得的觀看次數+分享數。
- 含金量代表花費新台幣1千元能吸引到多少次網友的參與；將業配成效與價碼估算互換即可計算千次成本。

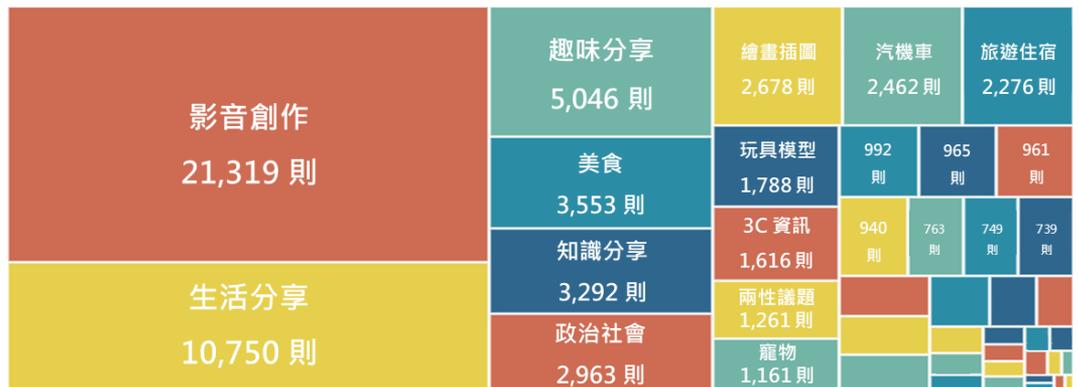
## Part 2 目標受眾延伸分析



### 2-1 目標受眾關注內容剖析

#### 電玩遊戲關注者也跟生活分享、美食類型 YouTuber 互動

最後為了更了解關注「電玩遊戲」的受眾網友，我們透過頻道屬性標籤，統計「電玩遊戲」受眾同時也關注哪些其他類型的內容，藉以得知他們除了線上遊戲，還會對哪一類型的YouTuber有興趣。



▲受眾其他屬性關注內容矩陣式樹狀圖

從內容屬性觀察，可以發現「生活分享」、「美食」等等主題也能吸引受眾的互動。從電玩遊戲框定出的受眾出發，我們可以藉著剖析其他關注內容找到潛在曝光機會，了解對於特定觀眾來說，什麼樣的元素能成功吸引他們，無論是針對屬性設計宣傳內容，或是與不同專業的網紅跨領域合作，都具有參考價值。



### 2-2 網紅合作潛在發展方向

#### 搭配其他類型YouTuber 拍攝feat影片觸及更多粉絲

網紅間的合作因為風格碰撞、粉絲交集等等因素，往往能成功創造話題，而這個現象對於品牌來說，也是十分有效率的曝光、增加觸及的方式。如 YouTuber「八婆」影片創作內容多元，包括開箱、閒聊、生活分享等等，而最近與電玩遊戲實況主「阿神」的合作企劃



訂閱數 22.0 萬 | 回應數 304 則 | 觀看數 98,064 次  
(數據統計至2021/6)



▲跨領域YouTuber合作影片示例

影片，就運用雙方的頻道性質，成功獲得曝光效益，也是品牌在未來若要發展網紅行銷可以參考的方式。

## 小結

### Part 1 品牌之網紅合作對象探索



- **從TEARS模型理論發展網紅探索原則：**  
TEARS理論羅列品牌在尋找合作網紅時可以遵循的原則，包括網紅的粉絲是否與品牌目標受眾重疊，粉絲是否信賴、甚至崇拜網紅，以及網紅本身在產業領域當中耕耘成功與否。
- **YouTube網紅框定：**  
透過設定目標族群可能關注的關鍵字，藉以搜尋出特定群體所關注的頻道，進而從中挑選出備受目標族群關注的YouTuber。
- **YouTube網紅表現評估：**  
可以依找尋合作對象的目的，而採用不同社群指標來衡量網紅對目標族群的影響力，如本次使用的互動率、好感度等等。
- **網紅含金量解析：**  
透過含金量公式，從數據角度具體估算出業配所需投入之預算，以及預期能夠回收的成效。

### Part 2 目標受眾延伸分析



- **目標受眾關注內容剖析：**  
觀察目標受眾所關注的其他內容，了解潛在曝光機會。如線上遊戲關注者也跟生活分享、美食類型 YouTuber 互動。
- **網紅合作潛在發展方向：**  
不同網紅間的合作能創造話題，許多YouTuber選擇與其他類型頻道合作，拍攝feat影片觸及更多粉絲。

本期《Social Watch洞察報告》參考資料列如下：

[1] Geysler, W. (2021)。 [The State of Influencer Marketing 2021: Benchmark Report](#)

[2] OpView (2021)。 [產業聲量報告》2021年第一季媒體影響力洞察報告](#)

[3] mediakix (2019)。 [5 TOP BRANDS JOINING THE MICRO-INFLUENCER REVOLUTION](#)

[4] TransBiz (2016)。 [網紅該花多少錢請？口碑行銷的行情指南](#)，將文章中美元換算成新台幣並取價碼範圍的中間值做估算。採用此篇公開文章的數據資料僅是作為一個估算的基準，並不全然反映當下網紅的實際價碼。



Social Lab網路新聲量 觀測期間| 2021.08.16-08.22

## 熱門話題調查局

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！



### 五倍券發放民眾怎麼看？從網路討論看話題的輿情重點

- 五倍券將普發且限期使用「五倍券App」擬推出引熱議.....[繼續閱讀](#)



### 中元普渡供品大集合 網友熱議「禁忌水果」一次看

- 網傳零食「乖乖」要拜綠色、普渡選「旺旺」各有解釋
- 中元普渡水果·網友避開「招你來」.....[繼續閱讀](#)



### 好想回到小時候！最讓網友懷念的懷舊玩具、零食

- 7、8年級生共同回憶「紙娃娃」電子寵物跨世代聯名再掀話題
- 好懷念柑仔店古早味 奧運國手鄭怡靜最愛「這味」.....[繼續閱讀](#)



## 知識補給站

### 5分鐘認識網路輿情

### 輿情分析3大觀測重點與工具簡介

網路輿情的定義 x 輿情基本觀測要點 x 輿情觀測工具

[快速了解 >](#)



OpView放大鏡 觀測期間| 2021.08.16-08.22

# 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

看新聞其他時期排行榜

| 排名 | 新增回文數 | 來源頻道            | 標題  |
|----|-------|-----------------|---|
| 1  | 2,673 | LINE TODAY > 生活 | <a href="#">蘇貞昌定調！五倍券全民免收1千還有「數位加碼」</a>     |
| 2  | 2,315 | yahoo新聞 > 社會地方  | <a href="#">喵星人偷渡面臨安樂死！海巡破獲走私250隻品種貓...</a> |
| 3  | 2,008 | yahoo新聞 > 國際    | <a href="#">駁美不可靠說拜登表態：台灣若遭入侵美國會回應</a>      |
| 4  | 1,735 | yahoo新聞 > 政治    | <a href="#">振興五倍券拍板蔡英文下令全黨捍衛政策路線</a>        |
| 5  | 1,733 | yahoo新聞 > 政治    | <a href="#">百隻走私貓安樂死挨轟！陳吉仲深夜急回...</a>       |
| 6  | 1,661 | LINE TODAY > 生活 | <a href="#">運安會：太魯閣號沒誤點6分鐘就不會出事</a>         |
| 7  | 1,659 | LINE TODAY > 生活 | <a href="#">高端61.4萬劑完成檢驗封緘這數據比AZ高3.4倍</a>   |
| 8  | 1,647 | yahoo新聞 > 生活    | <a href="#">採購疫苗海削牟利?陳時中:連邊都沾不到談什麼利益</a>    |
| 9  | 1,602 | LINE TODAY > 生活 | <a href="#">安全帽裝行車紀錄器違法！交通部：不符國家安全標準</a>    |
| 10 | 1,432 | LINE TODAY > 國內 | <a href="#">154隻走私貓已全數安樂死漁船、船長執照將撤銷</a>     |

## Dcard 聲量探索排行榜

看Dcard其他時期排行榜

| 排名 | 新增回文數 | 來源頻道     | 標題   |
|----|-------|----------|--|
| 1  | 1,599 | 親子       | <a href="#">這已經是虐嬰了吧？</a>                  |
| 2  | 1,403 | 追星       | <a href="#">#集中討論GIRLS PLANET 999 EP.3</a> |
| 3  | 1,316 | 感情       | <a href="#">真的不要去跟約過炮的人交往</a>              |
| 4  | 1,284 | 追星       | <a href="#">Bobby是人父了！？</a>                |
| 5  | 1,089 | 工作       | <a href="#">待業真的很丟臉是我會想自殺</a>              |
| 6  | 1,059 | 心情       | <a href="#">被家人知道我存款很多怎麼辦？</a>             |
| 7  | 940   | 心情       | <a href="#">半夜一點被男友媽趕出去</a>                |
| 8  | 935   | 感情       | <a href="#">男友出軌綠我三個月</a>                  |
| 9  | 856   | YouTuber | <a href="#">愛莉莎莎脫口罩喝完水可以趕緊戴上口罩不要在那拍照嗎</a>  |
| 10 | 852   | 心情       | <a href="#">有關江網美法務團隊的回覆</a>               |

## PTT批踢踢 聲量探索排行榜(排除閒聊文、贈獎文、直播文)

 [看PTT其他時期排行榜](#)

| 排行 | 新增回文數 | 來源頻道         | 標題   |
|----|-------|--------------|--|
| 1  | 2,503 | TW_Entertain | <a href="#">[實況]全明星運動會20210822 (三十七)</a>             |
| 2  | 2,101 | Gossiping    | <a href="#">[新聞]阿富汗變天聽到替代役林飛帆這句話陸戰</a>               |
| 3  | 1,899 | Gossiping    | <a href="#">[新聞] 154隻走私貓已全數安樂死防檢局：傳染病</a>            |
| 4  | 1,883 | Gossiping    | <a href="#">[新聞]丁怡銘不起訴原因曝 地檢證實皇家傳承</a>               |
| 5  | 1,869 | Gossiping    | <a href="#">[新聞]打高端被狂酸「當白老鼠」 20歲女不忍了</a>             |
| 6  | 1,859 | Gossiping    | <a href="#">[新聞] 250喵星人將1針安樂死 動保悲搶命：願</a>            |
| 7  | 1,832 | Gossiping    | <a href="#">Re: [問卦]館長是不是噓到你們這些館黑了?</a>              |
| 8  | 1,829 | Gossiping    | <a href="#">Re: [新聞]網紅拍片揭日本防疫現況! Tommy: 日本人已經...</a> |
| 9  | 1,803 | Gossiping    | <a href="#">Re: [問卦]房價真的是成家的障礙!</a>                  |
| 10 | 1,721 | Gossiping    | <a href="#">[新聞]南鐵強拆最後一戶! 肉身死守黃家</a>                 |

## Mobile01 聲量探索排行榜(排除贈獎文、閒聊文)

 [看Mobile01其他時期排行榜](#)

| 排名 | 新增回文數 | 來源頻道       | 標題   |
|----|-------|------------|--|
| 1  | 198   | 時事_台灣新聞    | <a href="#">民進黨從沒打過仗，靠什麼保衛台灣?</a>          |
| 2  | 168   | 居家_空間設計與裝潢 | <a href="#">【開箱】簡約風2人1貓給貓大人及女主人最溫馨健康的家</a> |
| 3  | 166   | 機車_電動機車    | <a href="#">電動車的缺點?</a>                    |
| 4  | 166   | 時事_國際新聞    | <a href="#">塔利班為何能成功??為何能一統江山??</a>        |
| 5  | 147   | 生活_動物與寵物   | <a href="#">走私動物有分銷毀跟送動物園圈養兩種方式</a>        |
| 6  | 143   | 影音_小惡魔電視台  | <a href="#">斯卡羅沒人開版嗎? 曾存在於臺灣本島瑯嶠地區的政權</a>  |
| 7  | 138   | 閒聊_投資與理財   | <a href="#">昨天認賠的都哭了</a>                   |
| 8  | 134   | 時事_國際新聞    | <a href="#">美國撤出阿富汗倒霉的會是中國</a>             |
| 9  | 131   | 時事_兩岸新聞    | <a href="#">共軍第一個核彈會打哪里~會是台積電嗎</a>         |
| 10 | 130   | 時事_台灣新聞    | <a href="#">呂秋遠:阿富汗不是台灣的前車之鑑，國民黨才是...</a>  |

## Facebook粉絲團 聲量探索排行榜(排除贈獎文)

 看Facebook其他時期排行榜

| 排名 | 新增回文數  | 來源頻道                     | 標題   |
|----|--------|--------------------------|--|
| 1  | 22,359 | TEEPR 亮新聞                | <a href="#">姓簡可以取什麼好名字？</a>                    |
| 2  | 17,128 | 蔡英文 Tsai Ing-wen         | <a href="#">對於今天在防疫規範下，不得不將走私動物安樂死的結果...</a>   |
| 3  | 16,176 | 女人我最大                    | <a href="#">如果能重新選擇，你想結婚or不結婚？</a>             |
| 4  | 13,736 | 噪咖                       | <a href="#">今晚中了17.5億，你會怎麼用？</a>               |
| 5  | 13,133 | 柯文哲                      | <a href="#">不能善待動物，不算是進步的國家 今天是#國際流浪動物日...</a> |
| 6  | 12,188 | 朱立倫                      | <a href="#">民進黨說，今日的阿富汗亂局讓人想起1949的國民黨...</a>   |
| 7  | 9,370  | ETtoday旅遊雲               | <a href="#">名字與+0任一字同音!免費玩花蓮遠雄海洋公園馬拉灣僅499</a>  |
| 8  | 8,979  | TVBS 新聞                  | <a href="#">收到電費帳單了😞大家居家的這兩個月電費多少錢呢</a>        |
| 9  | 8,680  | JUKSY 街星                 | <a href="#">說出一個比鑽石更硬的東西</a>                   |
| 10 | 7,536  | 美麗佳人 Marie Claire Taiwan | <a href="#">一首歌代表你的青春？</a>                     |

## Facebook活動文 聲量探索排行榜

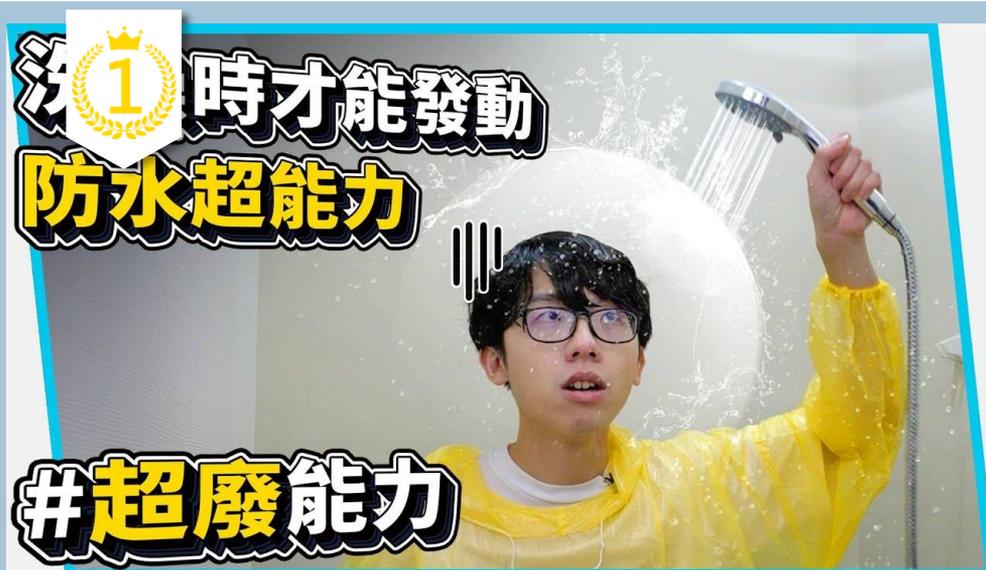
 看Facebook其他時期排行榜

| 排名 | 新增回文數   | 來源頻道                  | 標題   |
|----|---------|-----------------------|--|
| 1  | 116,004 | PTT01 娛樂新聞            | <a href="#">第一眼看到什麼數字？ (👉至FB收件匣查看答案👈)</a>            |
| 2  | 32,650  | 神魔之塔 Tower of Saviors | <a href="#">神魔之塔Tower of Saviors派獎活動又來了！各位召喚師...</a> |
| 3  | 7,917   | Big City遠東巨城購物中心      | <a href="#">防疫小廚娘廚藝養成計劃，王美裝備再一發...</a>               |
| 4  | 7,710   | 女人我最大                 | <a href="#">【#心理測驗】曖昧對象請妳喝飲料，妳會拿哪一杯?...</a>          |
| 5  | 7,039   | 蝦皮購物 (Shopee)         | <a href="#">#文末ㄟ 4萬萬沒想到，真的沒想到...</a>                 |

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](#)。



[【六指淵 Huber】](#) 網友敲碗的超廢能力第二彈來啦！



[【波特王 Potter King】](#) 中國藝人在日本神社拍照也被出征？中國為何這麼仇日？



[【攝徒日記Fun TV】](#) 翻牆要罰4000塊？詆毀祖國會發生什麼事？



[【Bit King比特王出任務】](#) 張亞中參選國民黨黨主席！左右開轟江啟臣、朱立倫



[【果然很豆】](#) 張哲瀚星路全毀 知名代表作《琅琊榜》恐下架