

本期焦點



快步調中的美味配方 速食品牌社群口碑分析

- ▶ 速食文化風潮：剖析速食產業話題討論概況
- ▶ 六大焦點速食品牌社群印象評比

OpView放大鏡

- ▶ 熱門話題調查局 (BNT施打 / 校園染疫 / 瑜珈熱門用品輿情觀察)
- ▶ 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 速食產業話題聲量分析

1-1 總體速食產業聲量趨勢

1-2 速食話題聲量來源

1-3 速食話題熱議焦點

Part2 速食品牌社群口碑剖析

2-1 焦點品牌評比

2-2 品牌社群口碑印象

2-3 品牌間潛在競爭關係

結論

快步調中的美味配方 速食品牌社群口碑分析

主題目錄

前言



經濟部統計處在2021年7月的[統計數據](#)顯示，今年(2021年)5月中因應疫情升溫實施三級警戒，禁止內用措施衝擊了不少餐飲業者，然而當中西式速食型餐館由於客群偏向外帶，加上推出大量外帶優惠，營業額反而逆勢提升，年成長率達5.4%。

現代人生活步調快速，講求方便的速食因而成為不少民眾偏好的選項，尤其疫情間仰賴外送或是外帶，速食的特性也非常適合疫情新生活。在這樣的趨勢下，大品牌如何拉攏、更貼近消費者，而小品牌又該如何吸引大眾目光，便成為致勝關鍵。

本報告旨在使用《OpView社群口碑資料庫》追蹤速食產業的網路聲量，解析速食產業的聲量概況以及重點品牌的社群口碑，從非介入性的角度觀察，提供最真實的聲音讓業者作為參考。



研究說明

- ▶ 資料時間：2021.03.10~2021.09.10
- ▶ 資料來源：社群、討論區、評論、新聞、新聞回文

OpView 觀測範圍內設定「速食」之關鍵詞組，框定相關研究文本

Part1

速食產業話題聲量分析

Part2

速食品牌社群口碑剖析

1-1 總體速食產業聲量趨勢

觀察速食話題討論聲量趨勢，並呈現高點之熱門討論。

1-2 速食話題聲量來源

統計聲量來源，了解網友最常於何處討論話題，並進一步分析主要來源網站的討論類型。

1-3 速食話題熱議焦點

剖析網友討論文本，利用斷詞技術計算關鍵字出現頻率，並產製文字雲，觀察網友經常提及熱詞、歸納關注面向。

2-1 焦點品牌評比

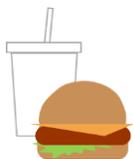
分析速食品牌的聲量以及好感度，了解品牌的市場優勢。

2-2 品牌社群口碑印象

從表現上位圈中挑選出四個品牌，以分析品牌表現，藉以了解品牌核心行銷競爭力。

2-3 品牌間潛在競爭關係

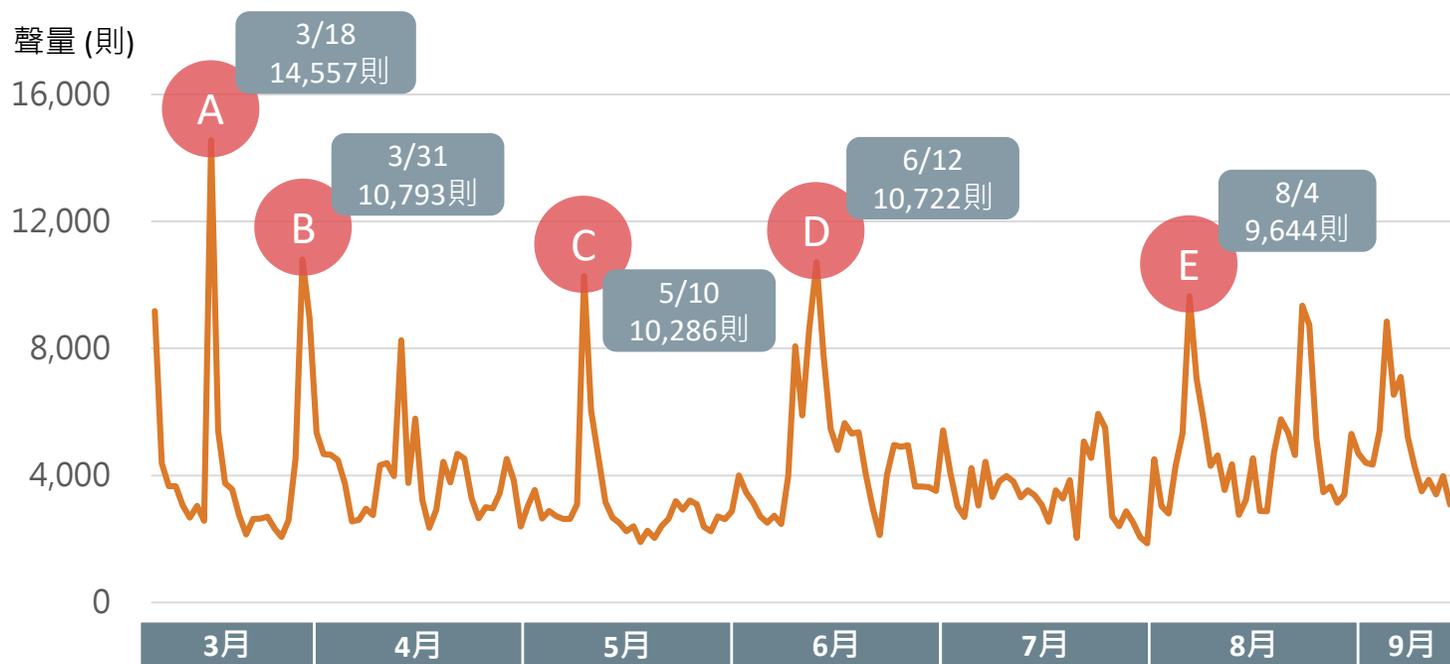
透過分析品牌共同提及聲量與占比，藉以推估品牌間的潛在競爭關係，並將共提率高的品牌兩相比較，進行更深入的分析。



速食產業社群討論熱度高 創意貼文吸引大量關注

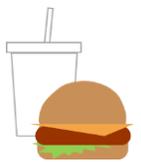
綜觀自2021年3月以來共計76萬多則的速食產業聲量，除了5月中至6月初疫情升溫狀況成為民眾討論焦點，讓速食話題討論量略受影響之外，其餘時間討論高點分布平均，並無特別的討論淡、旺季，可見速食產業持續維持一定的社群熱度。

當中我們針對趨勢高點當日文章進行剖析，可以發現以肯德基、麥當勞兩大速食品牌龍頭的新品宣傳類型貼文受到大量消費者的關注，其中又以麥當勞的「亂碼」創意行銷貼文，吸引廣大網友一起參與解謎，成為當中單篇最多網友參與的話題。

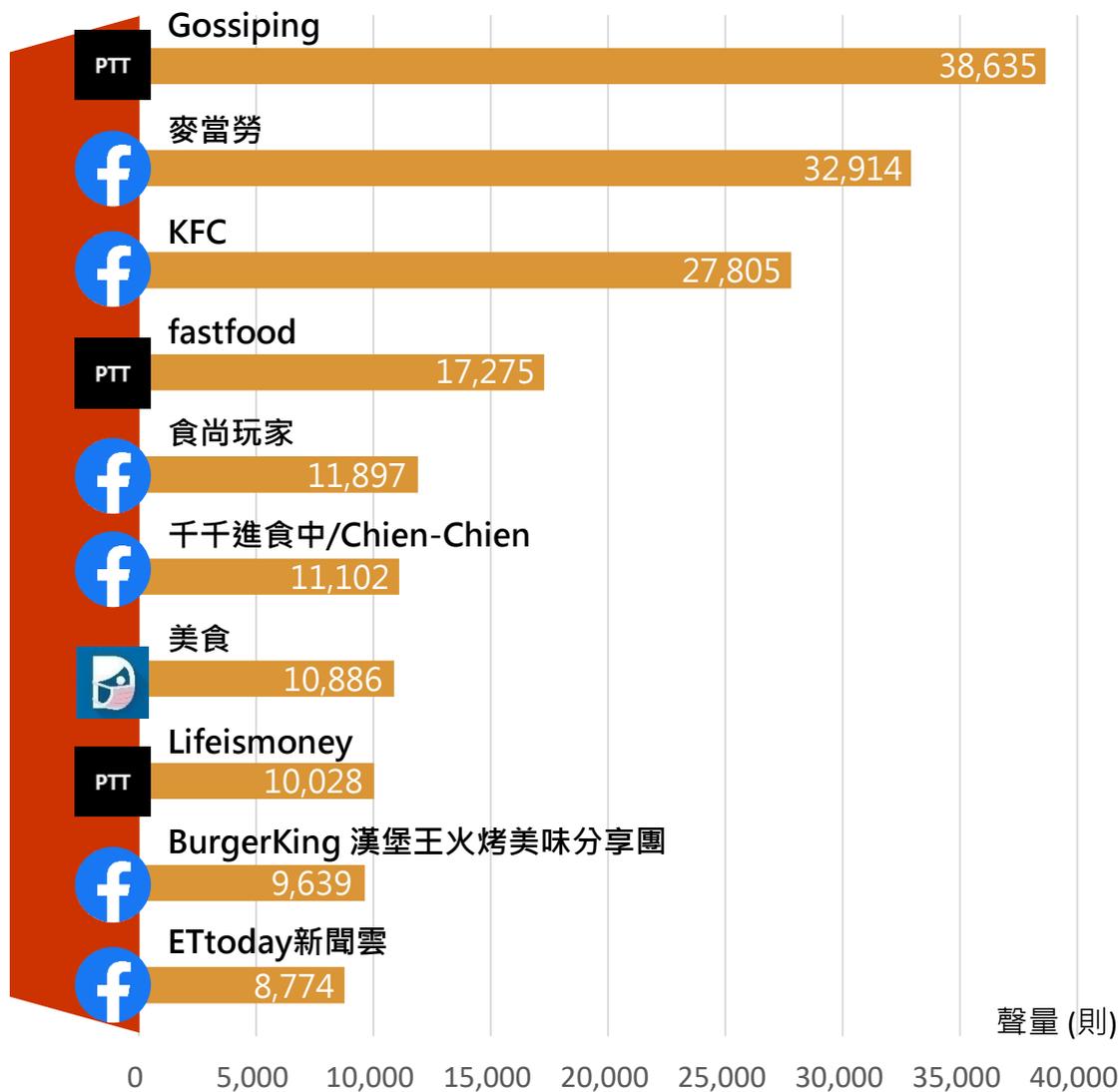


#	話題分類	熱門話題	聲量數
A	線上銷售狀況	[情報] 肯德基 的蝦皮商城6個蛋撻35元	3,011
B	新品宣傳	# 麥當勞 #新品#雙倍OREO冰炫風 等加倍的冰炫風等很久啦?	4,477
C	新品宣傳	銻悽荆鐳婚稽鑲夙曆整○焯躲€憂潤閭撻... (麥當勞 新品宣傳)	6,819
D	聯名新品	麥當勞 與BTS聯名款紙袋、紙盒和紙杯，在網路上的價格...	1,754
E	聯名新品	肯德基 的新品好好吃? 青花椒香麻脆雞肯爺爺炸雞和青花驕...	3,234

▲ 速食產業聲量趨勢圖與高峰當日熱門話題



Ptt多為熱門經典品項討論 FB新品資訊帶動話題關注度

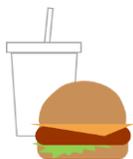


▲ 速食產業聲量趨勢圖與高峰熱門話題

接著觀察速食相關討論之熱門聲量來源頻道，在前10名中以討論區和社群網站為主。

Ptt討論區以Gossiping板為網友聚集地，大量網友發起速食相關[問卦]，其中最熱門的文章「早晨的麥當勞484就是個悲劇」呈現出自動點餐機上線，導致不熟悉的民眾排隊塞車的狀況，轉型期間的陣痛期引起大量共鳴；此外網友也會互相討論對速食品牌的想法，包括「麥當勞的本體是啥？」、「漢堡王的優勢是什麼？」，吸引諸多對於品牌熱門品項的口碑討論。

而在社群網站中Facebook熱門頻道則涵蓋許多品牌，當中麥當勞的官方粉專搶搭奧運「全民挺小戴」推出優惠活動，加上獨樹一格的行銷貼文，以創意、搭時事成功吸引網友眼球；而肯德基與青花驕麻辣鍋的期間限定聯名商品，其宣傳貼文也成功吸引到粉絲，紛紛表示「應該是歷年最強」，成功帶動社群品牌討論熱度。



期間限定、聯名套餐引話題 防疫措施、環境消毒受重視



接下來，針對速食產業的討論文本斷詞，用以了解網友對於速食相關話題的內容焦點。從左方文字雲中可以看到「產品」面向最常被提及，在速食店販售的品項中，以「漢堡」、「炸雞」、「薯條」商品獲得消費者最多的關注，另外被網友喻為雞塊餐靈魂的「糖醋醬」、「期間限定」推出的特色餐點，以及與「防彈少年團」等明星「聯名」的套餐，也都受到熱議。

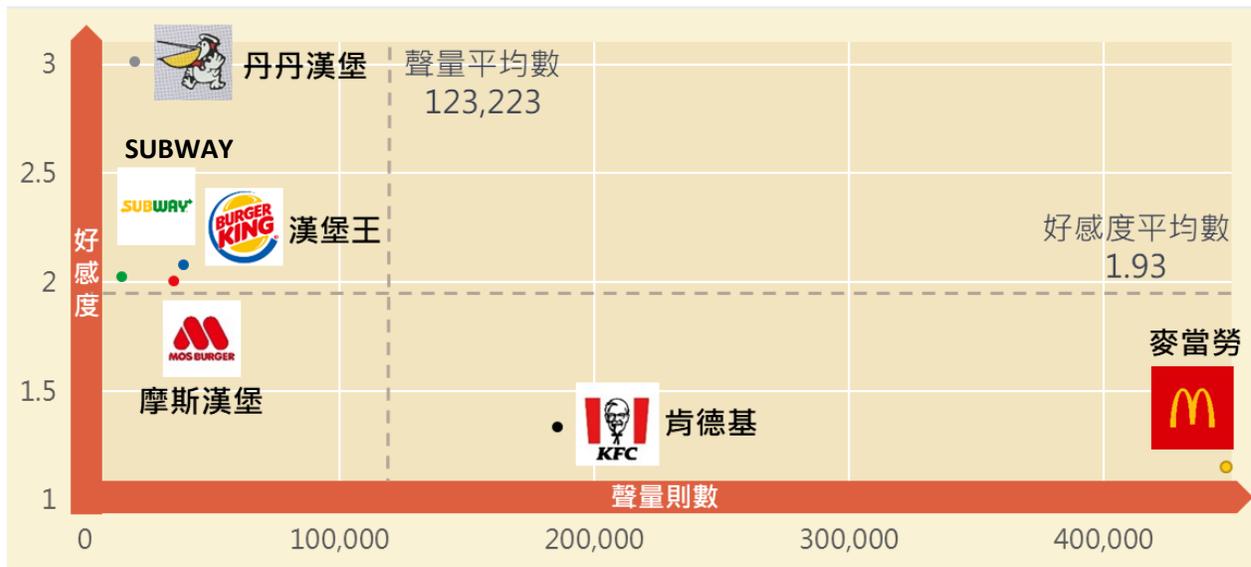
而在門市服務方面，如「店員」態度、出餐與等待的「時間」以及線上「點餐」的便利性，都是社群中常見的網友討論焦點，比如就有網友抱怨「規定進去點餐一定要用點餐機，但因為要換app優惠或儲值卡，還是要到櫃檯結帳，其實有點多此一舉」。最後，受到疫情影響，民眾也較以往更關心「餐廳」的「防疫」措施與環境衛生，例如點餐機面板是否隨時消毒等。

面向	關鍵字詞
產品	漢堡、炸雞、薯條、bts、套餐、薯餅、聯名、期間限定、雞塊、蛋塔...
服務	店員、app、點餐、員工、服務、時間
環境	餐廳、防疫、旗艦專櫃

▲ 速食產業熱議焦點文字雲



麥當勞新品、聯名吸引社群關注 丹丹漢堡高CP值獲好評



▲速食品牌聲量與好感度二維分布圖

分析速食產業的整體網路聲量後，進一步聚焦品牌層面，探討在競爭激烈的速食市場下，哪一家品牌獲得網友們最多的討論、最高的評價？篩選出六大熱門速食品牌並繪製二維分佈圖，可發現在眾多速食品牌中，**麥當勞**的討論度大幅領先其他品牌，當中官方臉書粉絲團以「亂碼文」行銷新品，新奇的宣傳方式吸引不少其他臉書粉專留言解讀內容，新品資訊成功擴散；而麥當勞在6月與知名韓團BTS

合作推出的期間限定套餐也引發粉絲廣大的社群迴響，周邊話題如轉售、改造限定包裝也吸引不少網友參與。此外，社群上不時會出現網友對於停賣品項的討論，例如奶昔、焦糖奶茶都受到不少網友表示期待品項回歸，可見麥當勞無論在官方行銷或商品討論上，皆有成功得到不錯的社群迴響。

聲量位居第二的**肯德基**，透過與千千、大蛇丸等網紅合作，以吃播影片的形式，帶起品牌的相關討論，如有網友表示「看千千吃東西很療癒」、「這集業配真的很有感覺，晚上看根本受不了呀」，顯示在商品推廣的成效佳；另一方面，與青花驕麻辣鍋聯名的炸雞抽獎文在社群上的迴響較其他品項為高，可見口味的變化可提升網友的參與度。而**丹丹漢堡**雖然討論聲量相對少，但其味道和高CP值的表現，讓網友們在每家分店的地點評論中留下不少好評，如「好吃便宜超划算」、「西式速食與台式速食的組合，料豐飽足！」。



漢堡王、摩斯產品選擇受青睞 業者更新店面設計獲好評

接著根據話題焦點文字雲歸納出的網友關注面向，以產品、環境、服務三大切角將品牌各面向底下的項目依好感度排序，藉此了解社群的印象表現。

整體而言，消費者在產品面向的滿意度高於服務面向，當中像是漢堡王、摩斯漢堡在**產品選擇**的表現佳，其中摩斯漢堡除了推出新品咖啡，也與知名日本酒品牌獺祭合作，首次推出「甜的米漢堡」，讓不少網友感到耳目一新；而丹丹漢堡則在**價格**上受到喜愛，不少留言提到丹丹「好幾年漲幅不大的價格真的很甘心」，在網友內心留下高CP值的印象；另外由於SUBWAY可以自由選擇生菜與醬料，客製化的服務也在**餐點風味**上獲得高滿意度。而在環境面向，許多在台深耕的業者積極更新店面以帶給消費者全新感受，不少網友表示重新裝潢後「空間感變大、變乾淨」，在**店面設計**都有不錯的好感度。而最後的服務面向中，丹丹漢堡以**服務效率**獲得網友好評，提到「就算大排長龍，上菜速度依舊快速」，在各分店都有不錯的評論表現。另外近期有不少業者導入自動點餐機，卻因民眾仍不習慣使用而在討論區出現負面評價；另一方面「出餐效率不佳」及「給錯餐點」也是常見的抱怨話題，因此服務面向在各品牌的好感度排名普遍較低落。

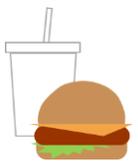


▲速食品牌關注面向之維度分析圖^{註2}

【註1】環境面向係針對速食餐廳實體店外場評比。

【註2】各面向內容依照好感度高低排列，然高低比較基礎是以單一品牌做相對排序，因此不能用於比較跨品牌之好感度。

而最後的服務面向中，丹丹漢堡以**服務效率**獲得網友好評，提到「就算大排長龍，上菜速度依舊快速」，在各分店都有不錯的評論表現。另外近期有不少業者導入自動點餐機，卻因民眾仍不習慣使用而在討論區出現負面評價；另一方面「出餐效率不佳」及「給錯餐點」也是常見的抱怨話題，因此服務面向在各品牌的好感度排名普遍較低落。

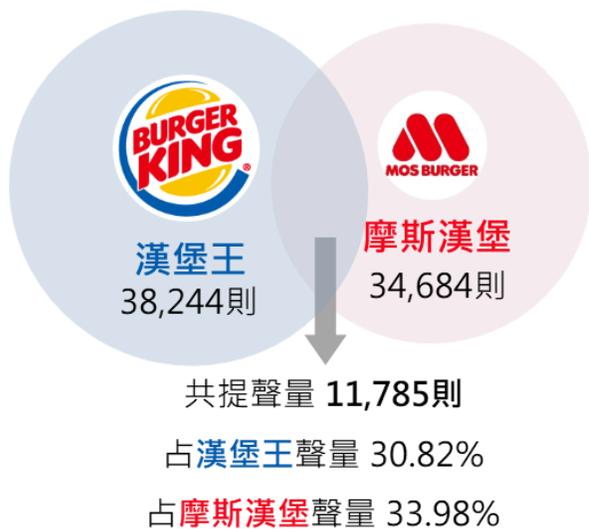


價格vs精緻度 速食品牌間競爭激烈

網友常共提比較多家速食品牌，評比在食材、口感、服務等方面的心得，因此接下來將速食品牌兩相比較，透過計算兩者的共同提及率，了解哪些品牌最常被互相評比，並計算共提次數占各自總聲量的占比，藉以推估品牌間的潛在競爭關係。透過右表的共提率，發現最常被網友比較的品牌分別是：漢堡王與摩斯漢堡、麥當勞與肯德基、肯德基與摩斯，因次將接續針對這三組品牌進行更深入的解析。

共提率	麥當勞	肯德基	漢堡王	摩斯漢堡	SUBWAY	丹丹漢堡
麥當勞	-	-	-	-	-	-
肯德基	6.61%	-	-	-	-	-
漢堡王	3.33%	5.61%	-	-	-	-
摩斯漢堡	3.36%	6.02%	19.27%	-	-	-
SUBWAY	0.51%	0.75%	2.24%	2.28%	-	-
丹丹漢堡	0.55%	1.03%	3.03%	3.09%	1.92%	-

▲速食產業競品共提率註3

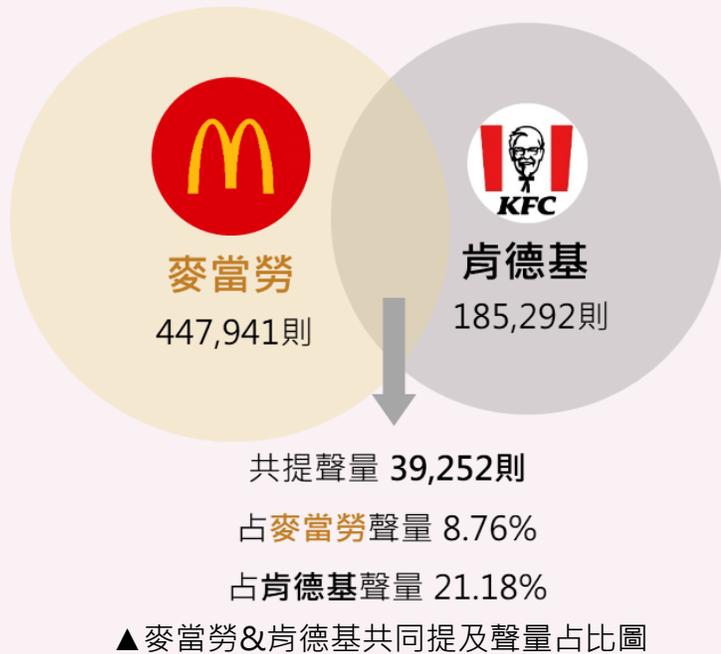


▲漢堡王&摩斯漢堡共同提及聲量占比圖註4

品牌間以**漢堡王**和**摩斯漢堡**共同提及率最高，與漢堡王被共提的文章占摩斯總聲量的33.98%，可見對於摩斯的潛在競爭影響較大。漢堡王和摩斯在口味上各有支持者，漢堡王在華堡、牛肉漢堡兩品項上獲得不少網友喜愛，摩斯則是在雞塊、紅茶提及次數高，例如「摩斯雞塊檸檬紅茶專賣店...漢堡王雙倍生洋蔥辣華堡專賣店」；另外，網友認為漢堡王價格和份量上具有優勢，而摩斯則是品項較為精緻，紛紛提到「吃份量的漢堡王，吃份量小低卡路里的摩斯」、「摩斯走精緻的，漢堡王近期走便宜路線不同吧」，建議兩品牌可依據不同受眾，規劃相對應的行銷策略。

【註3】共提率 = 共同提及聲量 / (兩品牌聲量加總-共同提及聲量)

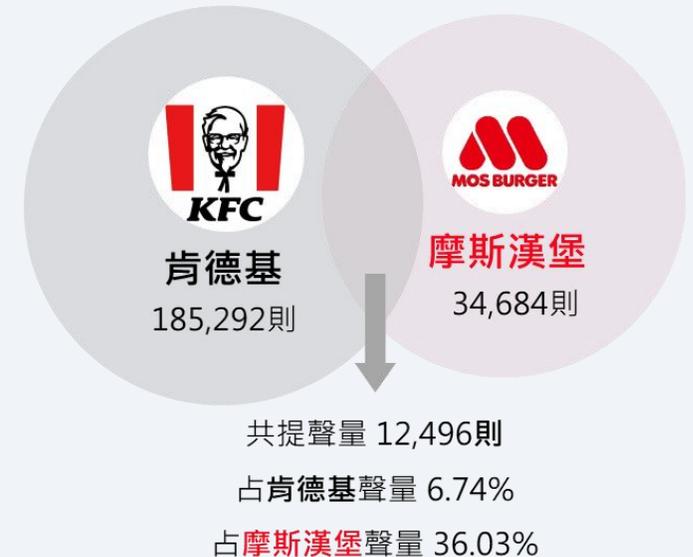
【註4】共同提及聲量佔比 = 共同提及聲量 / 品牌聲量



接下來觀察麥當勞與肯德基兩品牌，兩者的共提聲量則數最高，麥當勞對肯德基的潛在競品威脅大，其中麥當勞的薯條、肯德基的蛋塔受到最多網友的喜愛，而網友對兩品牌的炸雞則有不同看法，例如「麥當勞炸雞比肯德基好吃」、「這兩家炸雞硬要比我會投肯德基」；另一方面，有網友表示「KFC速度真的比不上麥當勞」、「麥當勞外帶品質沒差太多，肯德基外帶尤其薯條悶過變難吃」，兩品牌在出餐速度和外帶品質方面也有不少討論，建議業者可針對消費者在意的服務多加強。

最後，觀察肯德基和摩斯漢堡的共提討論內容，可發現兩品牌在多個販售品項皆經常被共同提及比較，例如「不沾醬雞塊排名：摩斯>肯德基」、「後來覺得肯德基紅茶比摩斯好喝」，此外，不少網友認為兩家皆屬於速度較慢的速食品牌，在app提前訂餐與機台點餐的服務也有不少討論，如「摩斯的點餐app做得還不錯吧，肯德基那台點餐機才真的難用」，建議業者可著重優化購餐流程，藉此增加顧客的消費意願。

▼肯德基&摩斯漢堡共同提及聲量占比圖



本期重點整理

Part1 速食產業話題聲量分析

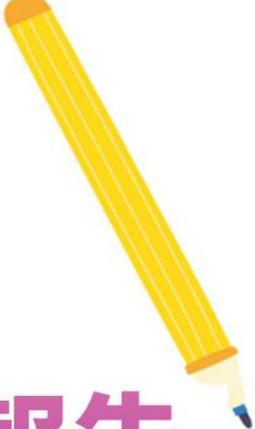
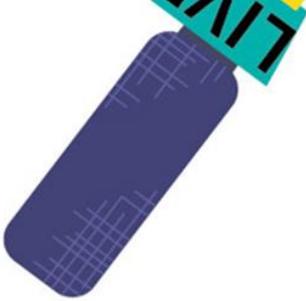
- **總體速食產業聲量趨勢**：速食話題近半年來在社群上討論量維持一定熱度，速食龍頭品牌的新品行銷貼文受到大量網友關注。
- **網路聲量來源剖析**：聲量多聚集於**討論區**及**社群網站**，當中Ptt多熱門經典品項討論，Facebook則以新品資訊及搭時事的行銷貼文吸引網友關注。
- **速食話題熱議焦點**：話題可歸類為**產品**、**服務**、**環境**三面向。產品面向中以期間限定及聯名套餐最容易引起話題，另外在疫情影響下環境消毒與防疫措施備受重視。



Part2 速食品牌社群口碑剖析



- **焦點品牌評析**：麥當勞新品、聯名產品吸引大量關注，在官方行銷與商品討論都獲得不錯的社群迴響；另外丹丹漢堡雖然聲量較低，但以高CP值獲得絕佳好感度。
- **品牌社群印象**：速食品牌推出許多期間限定聯名及新產品，消費者對於**產品面向**好感度普遍較高；然討論區經常出現出餐效率不佳、給錯餐點等等抱怨話題，導致**服務面向**在各品牌的好感度較低。
- **品牌間潛在競爭關係**：品牌間**價格**、**精緻度**易受到網友比較，另建議品牌可針對不同受眾規劃對應行銷策略，並針對消費者在意的服務及購餐體驗流程做優化。



2021上半年媒體影響力洞察報告

Facebook · YouTube · Instagram 媒體影響力分析

超過300家媒體影響力評估 X 傳播行銷策略洞察



Opview
社群口碑資料庫



利眾公關顧問股份有限公司
One For All Public Relations Consultants.

立即下載





Social Lab網路新聲量 熱門話題調查局

觀測期間 | 2021.09.13-09.19

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！



BNT陸續抵台，學生族群優先開打引討論

- 校園接種疫苗SOP公佈，施打措施與優先序討論不斷
- 學生先打降低校園群聚，家長憂疫苗副作用.....[繼續閱讀](#)



開學至今校內確診連環爆 網友最憂心這件事！

- 該不該「實體上課」？校園防疫速度引討論
- 學生憂開學引群聚感染 父母心疼小孩「被戳鼻子」.....[繼續閱讀](#)



美味米飯輕鬆煮，熱議電子鍋品牌一次看

- 運動也要穿得美美的！亮色「瑜珈服」最受歡迎
- 基本「下犬式」改善骨盆前傾引熱議 經典「拜日式」做對有夠難！.....[繼續閱讀](#)



前往Social Lab



觀測期間：2021.09.13-09.19



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	3,736	yahoo新聞 > 熱門新聞	莫德納混打高端試驗惹議 李秉穎：理論可行降低心肌炎風險
2	2,068	yahoo新聞 > 首頁-各家新聞	陳時中新金句話「不然台灣無法走在最前面」引爆網公憤：這人瘋了
3	2,037	yahoo新聞 > 政治	政治人物客串掀波...罰藍演戲沒罰綠 NCC挨批雙標
4	1,998	yahoo新聞 > 焦點	莫德納等不到第二劑？最快10月底有望「混打高端」
5	1,707	yahoo新聞 > 健康	未來兩年採購疫苗達8000多萬劑 陳時中：夠打到第四劑
6	1,700	yahoo新聞 > 首頁-各家新聞	影 / 「先到先卡位？」陳時中曝官員打滿2劑莫德納原因
7	1,594	yahoo新聞 > 健康	快新聞 / 遭轟疫苗政策反覆、阻擋BNT進來陳時中鄭重聲明
8	1,557	yahoo新聞 > 中港澳	中國駐美大使遭爆閉門會議粗魯要美國「閉嘴」
9	1,400	yahoo新聞 > 首頁-各家新聞	又有疫苗要來了！民進黨團：108萬劑莫德納及64萬劑AZ 2天內將抵台
10	1,300	LINE TODAY > 理財	「混打高端」最快10月底有譜！可解145萬名「莫德納孤兒」困境？



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	2,694	心情	九月生日真的很可悲
2	1,519	追星	#集中討論GIRLS PLANET 999 EP.7 📺 📺
3	1,511	感情	不小心讓女友懷孕……
4	1,493	追星	影帝龍劭華過世RIP
5	1,366	戲劇綜藝	#台劇天之驕女第289集討論區
6	1,361	apple	#iPhone可以等14了
7	1,058	感情	女友叫我不要那麼噁心
8	1,009	感情	情侶間AA可以A到什麼程度?
9	1,001	女孩	幹妹妹在燒
10	931	閒聊	姓氏的困擾



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	3,340	Gossiping	[新聞]公務員請4年育嬰假！竟入袋百萬為打疫苗復職「夠自私」
2	2,163	Gossiping	[新聞]陸國台辦：使用簡體字、聽大陸歌成台灣青
3	2,089	Gossiping	[新聞]台灣今年生育率恐全球倒數第一
4	2,064	Gossiping	[新聞]柯文哲嗆聲花敬群：中央還沒蓋完第一戶
5	1,900	DMM_GAMES	[閒聊][霧車] 09/16一周年！！
6	1,820	Gossiping	[新聞]四叉貓驗高端抗體引跟風 驚！「私驗」違
7	1,752	nCoV2019	[新聞]苦等第二劑 陳時中：莫德納一到貨先從...
8	1,715	Gossiping	[爆卦]黃國昌：遭受兩邊輪流攻擊已經成為日常
9	1,709	Gossiping	[爆卦]呂律師希望大家不要再講塔綠班
10	1,693	Gossiping	[新聞]死800多人柯嗆就是跟陳時中有關



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	391	居家_空間設計與裝潢	【開箱文】被設計師擔誤的魔術師，把我的小家變大了!
2	271	居家_空間設計與裝潢	【開箱】北歐風小資裝潢40萬+淘寶部分家具採買，低預算依舊可以...
3	178	蘋果_iPhone	外觀沒變就是沒升級？iPhone 13內在仍有「大」翻新Pro系列更是
4	158	居家_房地產資訊	大陸在打房，台灣卻放任炒房讓年輕人買不起，誰做的對？
5	150	時事_台灣新聞	3+11是假議題，真正造成台灣800條人命的原因在這!!!!
6	150	汽車_德國車系_Skoda	【採訪】全車系高規格標配，Skoda第四代Octavia 99.9萬元起正式上市！
7	147	居家_空間設計與裝潢	【開箱】有機能才有形，現代歐美風格宅
8	138	蘋果_iPhone	賈伯斯如果看到iPhone 13應該會氣到活起來吧？
9	134	時事_兩岸新聞	又中標了這次換福建
10	133	汽車_德國車系_Volkswagen	太古高雄賣我的試乘車有發生被借料的情形



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	25,857	海巡署長室 Coast Guard	我們身邊，總是有個什麼都要管的朋友。
2	19,081	噪咖	最希望復活的麥當勞餐點？
3	13,030	東森新聞	會想要被這些大貓貓包圍嗎><巨大緬因貓撒嬌萌討摸！
4	8,501	達人秀寵物	好奇大家的毛孩都叫什麼名字呢？
5	7,126	東森娛樂	才剛暴紅就瞬間GG了！花美系網紅奶音裝可愛！遭陸封殺哽咽道歉...
6	7,086	即新聞	為什麼不好好配合呢...？影片授權：YT / Dukoff血汗臺鐵...
7	6,808	羅智強	這次黨主席的紛擾互砍，相信所有支持者和我一樣，都搖頭嘆息！...
8	6,721	ETtoday新聞雲	你有領到嗎？主計總處：7月平均薪資4萬5115元
9	6,187	娛樂星聞	最想要哪個停播的綜藝節目復活？
10	6,074	韓國瑜	遠望藍天湖景心繫家鄉社稷 期許內心如湖平靜、如天開闊#芝加哥天際線



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	73,336	Big City遠東巨城購物中心	各位兄day新iPhone上線囉，那我們就來一支吧。9月20日前...
2	39,406	神魔之塔 Tower of Saviors	神魔之塔Tower of Saviors派獎活動又來了！各位召喚師只要在此...
3	14,350	蝦皮購物 (Shopee)	#文末ㄟㄣ #蝦皮918月中狂購節剛剛發現贈品櫃裡...竟然還有一副...
4	8,844	呂昇達老師的烘焙市集 Professional Bread/Pastry Making	慶祝粉絲專頁人數追蹤超過240,000就。很。Pro慶祝活動
5	8,631	PTT01 娛樂新聞	你喝哪一杯？ (至FB收件匣查看答案)



看Facebook其他時期排行榜

YouTube大熱門 (排除贈獎文)



【蒼藍鴿的醫學天地】高端疫苗打不打？敏感問題一次回答！



【六指淵 Huber】超廢能力又來了！身體擁有蟻人的縮小能力長這樣



【Leonard】習近平最想刪掉的影片！打臉小粉紅流氓邏輯



【波特王 Potter King】毛澤東支持台獨？張鈞甯遭中共出征



【老高與小菜】貴族階級顛覆想像 普通人成為貴族只能靠「這招」



看YouTube其他時期排行榜

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/>