



發行日期: 2022/01/13

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

2021年度事件聲量回顧與潛在趨勢展望

- ▶ 社群年度話題聲量趨勢:從社群數據探索消費者需求
- ▶ 男女年度討論有別:從話題討論焦點見微知著
- ▶ 電商節慶行銷:造就高聲量討論的發文關鍵

OpView放大鏡

- **熱門話題調查局** (物價上漲/離婚原因調查/秋冬肌膚困擾)
- ▶ 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 從全來源綜覽年度話題聲量

- 1-1 年度全來源聲量分布概況
- 1-2 年度產業聲量探索
- 1-3 年度熱議代表事件

Part2 洞察男女族群年度話題焦點

- 2-1 男女族群關注產業討論聲量
- 2-2 男女族群熱議焦點文字雲

Part3 年度案例剖析 - 節慶行銷

3-1 電商產業聲量與節慶行銷關鍵要素

結論

2021年度事件聲量回顧 與潛在趨勢展望

主題目錄



前言

回顧2021年,是個稍有天災與人禍的一年。在台灣民眾以為Covid-19要走向趨緩的時候,五月本土疫情爆發、病毒不斷變種造成突破性感染,台灣曾一度蒙上低迷的緊張氛圍;七八月全台受到東奧國手屢創佳績的鼓舞,引來一股熱絡的運動討論風潮;台股也歷經狂瀉雪崩後又在年底創新高。充滿動盪的2021年,在全民戒慎防疫的氛圍下,大幅改變的不只是民眾的生活習慣與消費模式,多數產業的數位化轉型也被迫瞬間到位,台灣至今仍在復甦,力求打破疫情限制。



本報告旨在使用《OpView社群口碑資料庫》蒐集2021的年度話題聲量,以公開的社群大數據資料,除了彙整年度十大代表事件的話題討論聲量,更深入解讀台灣男女族群關注的討論內容與熱議焦點,了解後疫情時代下的趨勢發展。





研究說明

▶ 資料時間:2021.01.01~2021.12.24

資料來源:全來源(社群網站、討論區、新聞、部落格、評論、問答網站)

OpView 觀測範圍內全來源網路社群之相關研究文本

Part 1

從全來源綜覽年度話題聲量

Part 2

洞察男女族群年度話題焦點

Part 3

年度案例剖析 - 節慶行銷

1-1 年度全來源聲量分布概況

了解台灣網友最常聚集於哪些網站做討論。

1-2 年度產業聲量探索

觀察台灣網友全年度最關注的產業與話題面向。

1-3 年度熱議代表事件

羅列全年度最受社群熱議之十大話題事件。

2-1 男女族群關注產業討論聲量

洞察不同族群關注之重點產業與潛力產業討論聲量。

2-2 男女族群熱議焦點文字雲

探索不同族群熱議之頻道內容話題焦點為何。

3-1 電商產業聲量與節慶行銷關鍵要素 了解全年度討論執度是真之節日為何,並歸納其

了解全年度討論熱度最高之節日為何,並歸納其引發網友關注之關鍵要素。

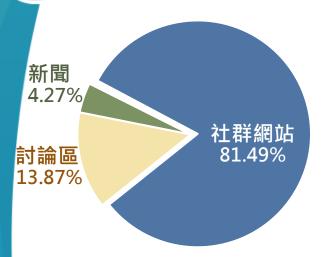






FB帶貨抽獎匯聚高聲量、討論區掀股市討論熱浪

副論信



社	群	網	站
---	---	---	---

	網站	聲量占比
1	Facebook	76.50%
2	YouTube	19.46%
3	Instagram	3.59%
4	Plurk	0.47%
5	Twitter	0.02%

_ <u> </u>	ונווום ני	<u>00</u>	
		網站	聲量占比
	1	Ptt	67.41%
	2	Dcard	22.61%
	3	巴哈姆特哈拉區	4.24%
	4	mobile01	2.24%
	5	伊莉討論區	0.73%

新聞

		網站	聲量占比
	1	LINE TODAY	29.85%
П	2	yahoo新聞	23.64%
	3	CMoney 追訊	9.78%
Н	4	聯合新聞網	2.97%
	5	中時新聞網	2.45%

▲來源聲量占比圓餅圖

▲三大來源之網站聲量占比排行【註1】

綜觀2021年的來源討論聲量,可發現聲量占比最高的三大來源—社群網站、討論區、新聞。進一步探究來源討論內容,「本土疫情升溫」、「東京奧運熱」、「股市投資風潮」等時事話題也在三大來源中有所發酵。而來源聲量占比超過八成的社群網站,其聲量大量來自於Facebook,其「即時互動」的社群使用特性,也讓不少人物、品牌紛紛藉由Facebook創造自身聲量,或發起直播抽獎等導購活動,用以提升粉絲受眾對品牌的熟悉度。

相較於社群網站的品牌互動,位居第二大來源的**討論區**伴隨其「資訊討論」的平台定位,常見網友的請益與交流,其中Ptt 以遊戲動漫等看板討論熱度較高,Stock板更受到航運、鋼鐵等股市影響,多有與金融股市等投資相關話題;而Dcard除了 美妝、感情等版面受到關注,其官方帳號「贊助活動小天使」發起的商業抽獎活動也得到許多學生用戶的迴響。



1-2 | 年度產業聲量探索

電商聲量逆勢成長居龍頭,餐飲觀光求轉型突破

排名	產業	聲量則數
1	電商網購	16,883,125
2	連鎖餐飲	9,516,585
3	觀光旅遊	8,766,387
4	民生快消品	8,616,911
5	3C電子與家電	8,147,411
6	影視娛樂	7,724,862
7	金融保險	7,546,475
8	美妝保養、美容美髮	6,452,809
9	服飾精品	5,653,045
10	房市裝潢	5,608,017

▲產業討論聲量排名

接著統計各產業的討論聲量,藉以了解台灣網友近一年來關注的產業有哪些。從聲量排名中,可發現受疫情直接影響的第一線產業較多受到網友討論,其中「電商網購」卻是少數受惠於疫情的產業,其產業聲量更可謂一支獨秀。電商網購業者除了利用粉絲團舉辦抽獎活動,更以時事梗圖置入產品資訊,維持相當程度的消費討論熱度。且當實體消費活動因疫情而受限的同時,許多消費類或通路零售產業也轉往線上發展,使得電商產業的討論聲量逆勢乘風而起。

而「連鎖餐飲」、「觀光旅遊」等部分無法全面數位化的產業,更傳出不少老字號品牌難敵疫情衝擊,最終關門歇業的消息,引來不少民眾的惋惜討論。但也有業者積極轉型、在疫情限制下力求突破,發展出如「冷凍包」、「防疫便當外帶自取優惠」、「線上免費觀展」等策略,成功引發關注。此外,在振興券發放後,餐飲與觀光業者趁勢推出「放大五倍券」等優惠活動,在疫情趨緩後,其復甦的買氣也帶動產業的討論聲量。



1-3 | 年度熱議代表事件

疫情疫苗居榜前二!東奧掀討論,民生建設亦受矚

排名	類別	事件	聲量則數
1	健康	疫情爆發與微解封生活	49,637,519
2	健康	疫苗施打接種政策	33,334,146
3	運動	東奧中華隊國手佳績	10,309,209
4	政治	四大公投案	9,246,539
5	政治	民代罷免案	4,250,347
6	政治	振興券發放	3,491,666
7	財經	半導體護國神山	3,247,256
8	民生	513台電大停電	2,405,113
9	民生	56年來最嚴重乾旱	1,832,189
10	科技	Podcast	1,647,218

▲熱議代表事件聲量排名

蒐整2021年度十大熱議話題事件,以疫情延伸之話題最多。當本土疫情突發,升降級的防疫政策大幅影響了民眾的生活習慣,而後疫苗從短缺到搶打等各階段的接種政策,皆受到大眾關注。

而中華隊於東奧屢創佳績的賽事,更將眾人的目光從疫情轉到選手身上, 一夕間湧現許多討論,不少品牌也跟進賽事內容,以社群文案共同為選 手加油,也帶起了東奧的話題熱潮。

在民生話題方面,513大停電與上半年的乾旱缺水危機,引發大眾對國內建設與經濟發展的討論,甚而從四大公投案延伸之能源政策等話題,也可見網友對民生基礎建設的熱議。

另外,在全球晶片荒的局勢下,台積電與各大晶圓代工廠在國際供應鏈中異軍突起,更讓網友表示「半導體的研發就是台灣的真正命脈」、「台積電可以說是台灣最穩健的公司」等,可見民眾對國內半導體產業生態系的信心。值得注意的是,科技類事件「Podcast」也擠進十大榜單,意味聲音市場的討論度不衰,是一可持續吸引受眾關注的社群媒體。



2-1 | 男女族群關注產業討論聲量 【註2】

疫苗吹起生醫討論,男性瘋投資、女性跨境消費熱

	男性族群 2021熱議產業排行		
排名	產業	聲量則數	
1	電商網購	979,136	
2	房市裝潢	576,075	
3	金融保險	489,865	
4	連鎖餐飲	443,122	
5	3C電子與家電	439,290	
	男性族群 高聲量	成長產業	
排名	產業	聲量成長率	
1	生技醫療	▲ 63.80%	
2	房市裝潢	▲ 57.82%	

	女性族群 2021熱議產業排行		
排名	產業	聲量則數	
1	電商網購	2,306,457	
2	連鎖餐飲	636,249	
3	3C電子與家電	601,777	
4	房市裝潢	567,652	
5	民生快消品 552,852		
	女性族群 高聲量	成長產業	
排名	產業	聲量成長率	
1	服飾精品	▲ 351.09%	
2	生技醫療	▲ 284.67%	

▲男女族群熱議產業聲量排行與高聲量成長產業排行

接著從族群的角度出發,進一步探索男女族群實質的產業關注話題。

在熱議產業排行中,可知男性較多關注房市台股等氣勢如虹的產業投資話題;女性則偏重討論家庭消費類產業,如3C家電、民生快消品等產業。

另方面,高聲量成長的產業也多與疫情話題相關,如舉凡疫苗的進出口、藥物研發,或快篩試劑等生技醫療產業的相關消息,每每都能吸引男女族群的話題討論,進而帶動產業的聲量成長。而在「不能出國購物」的情況下,女性「跨境網購」的討論熱度增加,且不少精品代購業者透過粉絲團舉辦「送鑽石」、「抽名牌包」等活動,也帶動服飾精品業的高聲量討論。



年末時事新聞吸引大眾目光,聖誕送禮氛圍重

接著從男女族群的熱議內容類型中,進一步探究男女族群的實質討論內容焦點。

新聞類

從新聞類內容熱議文字雲,可發現2021年末爆發的「王力宏離婚」新聞事件讓男女族群皆有所關注, 且從女性的熱議文字雲中,「女人」、「小孩」、「媽媽」等詞組反映出女性尤其關注自己所扮演的 社會角色等議題;而男性則著重於「政治」、「疫 情」、「民生時事」等話題。

生活分享類

從生活分享類內容熱議文字雲,可發現「聖誕節」因是繼本土疫情回降、防疫規定漸放寬後的首個慶祝節日,從「聖誕老公公」、「聖誕快樂」、「禮物」等字詞,可看出網友對節日的期待,尤以女性族群相較熱衷討論聖誕氛圍;男性則以「送禮給女方」等相關話題為多。



▲男女族群**新聞類**內容熱議文字雲

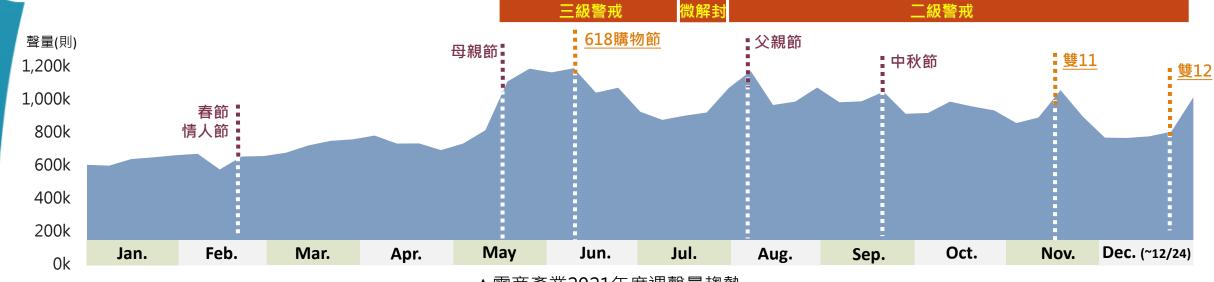
▲男女族群**生活分享類**內容熱議文字雲



3-1|電商產業聲量與節慶行銷關鍵要素

零接觸消費當紅,

「節慶+疫情」催生618電商聲量



▲電商產業2021年度週聲量趨勢

回顧近一年最受關注的「電商網購」產業聲量趨勢,可發現在五月中台灣本土疫情爆發、民眾減少外出購物次數後,電商產業的討論聲量隨即躍升,並維持將近30日的聲量高峰,有不少民眾表示「在家購物慾大噴發」、「在家網購超紓壓」等顯見疫情加速了「零接觸」、「宅經濟」的發展。而相關討論也反映在「618購物節」的聲量當中,不少網友趁著購物節的促銷活動,購入家電、民生必需品等,也讓「618購物節」成為年度最高之電商產業聲量高峰。

但不論是傳統的國定節日,抑或由電商主導的購物節,只要跟「節」有關,電商產業便會出現一聲量高峰,且節慶聲量大多不受先前的宣傳影響,仍可維持一定的討論熱度,如在節慶前後常見「期待後面(節日)的優惠,拜託不要讓我失望」「早就放一堆寶寶衣服在購物車等了」等文本,表示電商近乎「月月過節」的行銷策略仍舊可吸引消費者的關注,也有助於維持消費者對「電商節慶」的活動期待。

(G)

3-1|電商產業聲量與節慶行銷關鍵要素

連續留言創下高回應,抽獎辦法愈簡單愈好

觀察最能引起網友迴響的前50則電商熱門節慶貼文,可發現電商品牌除了利用「@好友」的抽獎操作來維持品牌的人氣熱度,在2021年還可歸納出兩種較明顯可為品牌提升聲量的策略要素。首先,電商品牌會利用「連續留言3-5則不中斷」的抽獎模式,使得貼文的回應數大增;此外,電商品牌也結合時事大玩「數字密碼」,如以「振興券中籤邊緣人」、「手機對號」等方式加碼活動抽獎,或吸引網友「留言訂單編號」,邊買邊抽、增加品牌購物買氣。

0 1 連續留言不中斷 引發回應數:257,398



43 . 58 . 62 . 63 . 66 . 68 . 74 . 77 . 80 . 83 .

整體而言,兩種策略除了活動文案的包裝, 其新穎的抽獎辦法也成功帶動品牌在購物 節慶的聲量。

而再進一步了解、比對消費者在這些活動中的行為模式,能發現當抽獎辦法愈簡單,民眾的參與熱度愈高。此外,「抽什麼」也會影響民眾參與抽獎的動機,如在「購物回饋金」與「獎品」的選擇上,實體「獎品」往往較能引發的社群迴響,尤其以「3C產品」的抽獎也較可以獲到民眾的關注。

本期重點整理

Part1 從全來源綜覽年度話題聲量

- **年度全來源聲量分布概況:**社群網站匯聚超過八成討論聲量,FB即時互動的社群模式仍受到多數用戶的使用與關注。
- **年度產業聲量探索:**各產業受疫情影響大,多數企業加速數位化的發展進程,電商產業聲量逆勢成長。
- **年度熱議代表事件:**疫情話題最引網友關注,四大公投與513大停電延伸出民生建設與經濟發展等話題,同樣受到矚目。

Part2 洞察男女族群年度話題焦點

- **男女族群關注產業討論聲量:**生醫產業因疫情變化而有高聲量成長。男性對金融股市產業多有 討論,女性則多關注精品代購、網購等消費類產業。
- **男女族群熱議焦點文字雲:**年末發生的藝人離婚新聞轉移男女對疫情變化的討論關注;聖誕過節氛圍為2021年末增添生活的歡樂趣味。

Part3 年度案例剖析 - 節慶行銷

■ **電商產業聲量與節慶行銷關鍵要素:**自五月中疫情三級警戒後,電商產業聲勢大漲 連動618購物節之討論聲量。另外,在電商社群文案日新月異之下,當抽獎辦法愈 簡單,愈容易吸引網友參與,且「3C產品」的抽獎活動較能引發關注。





Social Lab網路新聲量 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!



















什麼都在漲!盤點 TOP 8 物價上漲超有感商品

• 民怨房價漲幅太強買不起 便當一次漲10元.....繼續閱讀



要不要離婚?小孩的養育問題成一大考慮點

• 離婚會讓小孩受影響?網傳再婚更容易被貼標籤.....繼續閱讀



肌膚乾燥脫皮好困擾? 秋冬肌膚保養妙方來了!

- 秋冬肌膚「乾燥脫皮」,油水不平衡「痘痘粉刺」困擾也好多!
- 「看皮膚科」從根本解決肌膚問題、保養從調整作息開始......繼續閱讀





觀測期間:2022.01.03-01.09

② 網友熱議文章大公開

OpView放大鏡





⑥ 新聞 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	3,169	LINE TODAY > 新頭殼	陳揮文問:蔡總統執政五年你過得好嗎 結果大翻車
2	2,214	LINE TODAY > 自由電子報	歷經2年爭取全國第一個同志雙親收養家庭
3	1,915	LINE TODAY > 國內	【義氣相挺立陶宛】立陶宛遭中國惡意擋關 台灣相挺2萬瓶酒
4	1,251	LINE TODAY > 上報	立陶宛總統稱允台灣設代表處是個錯誤 外交部:力挺決心不變
5	1,084	CMoney 追訊 > 熱門爆料	井底之蛙在長榮(2603)的討論
6	1,075	LINE TODAY > 生活	花蓮規模6.0地牛翻身!雙北、宜蘭4級劇烈搖晃
7	1,059	CMoney 追訊 > 熱門爆料	井底之蛙在長榮(2603)的討論
8	1,044	LINE TODAY > 生活	桃機大篩檢 鄭文燦預告:9千人不可能0確診
9	963	yahoo新聞 > 焦點	餐飲猛漲價 元凶抓到了!「5類食材」漲幅最高惹禍
10	865	LINE TODAY > 國際	<u>日媒:中國武統台灣進入最後階段</u>







O 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	2,258	感情	沒說早安就要分手了欸
2	1,793	心情	大家好,我是木子的室友。
3	1,326	心情	面試被強暴,此文不能沈
4	1,295	心情	後續,以及公開媒體人報導此案件
5	1,156	女孩	想問160的女生大約幾公斤!
6	965	感情	男友跟學妹去跨年
7	903	心情	木子走了?
8	824	彩虹	月老答應了!
9	757	感情	老公跟同事上床
10	756	結婚	薪水存摺給女友管?







OPTT 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	2,389	Gossiping	[新聞]點千元不算?低消一杯飲料沒喝不行
2	2,051	Gossiping	[新聞]室友還原木子詐死始末 指控台大違約
3	2,003	HatePolitics	[討論]澄清一些3Q相關的事情
4	1,910	Gossiping	[新聞] NET又封館!提供80萬愛心提貨券
5	1,874	Gossiping	[問卦]沒人發現一堆鄉民把養小孩費用吹很高嗎!
6	1,818	sportlottery	[閒聊]今天網球場中連發到打持續發威
7	1,768	Gossiping	[新聞]柯P轟小英多次「跟顏家父子合體」
8	1,656	Gossiping	[問卦] YouTuber是不是完全被對岸屌打
9	1,483	Gossiping	[協尋] 5千台幣幫找一罐神秘豆瓣醬
10	1,373	Gossiping	[新聞]違停貨車「倒退」沒注意 婦攔公車遭輾斃





(G)

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	128	居家_南部房產_高雄市	高雄輕軌怎麼不蓋成捷運呢
2	125	居家_北部房產_新北市	<u>後悔買淡水、心情跟天氣一樣冷</u>
3	123	汽車_德國車系_Audi	<u>撞到後保桿價錢</u>
4	116	機車_電動機車_電動機車綜合	[YT三年狗肉車友分享心得]我放棄Gogoro了!原因是這個
5	114	汽車_汽機車七嘴八舌	長期佔用超車道其實不違規
6	113	居家_房地產資訊	年輕人買不起房子?關鍵在所得
7	113	時事_台灣新聞	拜登談台灣「它」是獨立的、自己做決定
8	107	親子_婚姻感情	<u>婆媳問題</u>
9	93	汽車_汽機車七嘴八舌	禮讓提升車禍死亡卻增 專家會診:道路設計殺人
10	89	汽車_汽車消費經驗分享	CR-V和森林人選車比較



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	6,607	李李仁	今天是我生日益⊜!謝謝已經祝福我以及即將祝福我的朋友
2	6,345	ETtoday美女雲	哥表演的不是車技,是蠻力!(#瑪姬麻吉)影片授權
3	5,181	爆料公社	朱冠瑋發表於爆廢公社公開版 來說說看,猜猜看
4	3,572	加藤軍台灣粉絲團 2.0	哪一台車可以鎮住這兩台車強大的氣場
5	3,334	蔡英文 Tsai Ing-wen	<u>今天我與林昶佐Freddy Lim委員,再次來到萬華廣照宮</u>
6	3,274	自由時報	你在路上巧遇過最大咖的名人是?
7	3,083	飆捍	整天忙選舉選舉選舉 疫情嚴重才在那邊裝媽的
8	3,082	ETtoday新聞雲	王力宏爆「想開直播毀掉李靚蕾」!工作人員爆:她太偏激
9	2,878	三立新聞	#小草西:柯媽寬恒在你旁邊阿XDD【一刀未剪】柯文哲媽媽
10	2,820	東森新聞	#暈暈編:恭喜!要一直幸福下去喔<3#同婚#收養子女





⑥ Facebook活動文 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	·····································
1	37,694	新假期 JetSo	【#好生活百科】原來Netflix都可以有咁多功能!勁方便!
2	26,000	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
3	7,157	蝦皮購物 (Shopee)	#文末彳爿蝦皮呀蝦皮~真的好便宜~新年不容易,蝦編來送禮
4	6,410	小三美日	塔羅占卜【來測你的2022全年運勢】默念題目後再選
5	2,572	momo購物網	暖心結合兩大知名品牌#一樓有驚喜大掃除與做年菜輕鬆





YouTube大熱門(排除贈獎文)



【J-Bao賤葆】讓晨晨落淚的一封信

網友直呼:太感動了

看YouTube其他時期排行榜



【老高與小業】2022的精彩預言? 網友只想再多聽一點!



【眾新聞】「眾新聞中國組」宣告解散 網友群起祝福



【 胃酸人**위산** 型】韓國人真的討厭中 國嗎?箇中緣由是什麼呢?



【攝徒日記Fun TV】共產黨對小 粉紅的意義 社會動盪面清零?



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/

