



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



- 市場聲量剖析:疫情前後消費者偏好如何轉變?

- 受眾觀察實戰:直擊彩妝保養受眾聲量聚集地與關注焦點!

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 (火場迷思破解 / 《精神衛生法》修法網友看法 / 振興券煩惱話題)

從對疫情恐慌,到走向病毒共存,消費者的行為轉變,推動品牌行銷方向也必須與時俱進,制定符合大眾需求的新策略,而當線上購物與數位轉型成為市場趨勢後,善用社群聆聽工具以更全面地掌握客群的期待與痛點,便顯得格外重要。

本期Social Watch摘錄《OpView大數據開講Bar》的部分內容,第一部分先從近期最大的行銷活動檔期出發,探索2021與2022兩年度母親節檔期精品市場的聲量消長情形,並深入分析四大精品品類網友關注焦點的變化。而第二部分則以討論度最高的彩妝保養興趣族群為例,帶大家以實戰方式深度探索市場潛在商機,觀察受眾多關注哪些社群頻道,以及透過族群的其他關注商品品類,深入挖掘市場潛在商機。

本期主題大綱



Part 1 母親節檔期下精品市場消費者行為洞察

→

1-1 熱門精品品類社群聲量消長

-

1-2 精品市場年度社群熱詞變化

-

1-3 精品市場消費通路聲量剖析

Part 2 客群來源與關注話題調查暨實例說明



2-1 彩妝保養興趣族群聲量來源



2-2 彩妝保養興趣族群商機探索

觀測來源:社群網站、討論區、新聞、評論、部落格、問答網站(排除純直播購物頻道)

觀測期間:2021/04/01~2021/05/15、2022/04/01~2022/05/15



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

Part 1 母親節檔期下精品市場消費者行為洞察



1-1 熱門精品品類社群聲量消長

四大精品品類討論度增 專櫃彩妝保養品類聲量飆升364.9%



▲四大精品品類 2021與2022年母親節檔期聲量直條圖

首先從四大精品熱門品類進行分析,兩年度的同期比較,於彩妝保養、精品包、精品錶、精品配飾類別 的討論皆較去年成長,顯示網友對精品關注熱度提升。其中又是以專櫃彩妝保養成長更為明顯,主要為 彩妝品牌與Dcard合作,如碧兒泉、植村秀等品牌有舉辦抽獎活動,整體累積破百萬聲量,帶動專櫃彩 妝保養此品類之討論度,聲量成長364.9%。



1-2 精品市場年度社群熱詞變化

彩妝保養更著重「抗老功效」 精品配飾「線上通路」引熱議



2021年

品牌

保養品

彩妝

功效

通路

2022年

▲專櫃彩妝保養類別 2021與2022年母親節討論代表詞文字雲

為「保養」類產品,其中又以「精華、乳霜」及「抗老、緊緻」等具「抗老功效之保養品」受到更高的 關注;而於「通路」面向,今年針對「蝦皮、momo」等線上通路的討論則更為熱絡。

接著我們從母親節檔期 切入,去看這四個品類 的熱詞討論變化,觀察 民眾關注重點有無差異 。從左圖文字雲中可發 現專櫃彩妝保養類別 2021年的討論焦點多 與「彩妝」相關,而相 較之下,今年受到疫情 影響,大眾外出頻率減

少,社群討論焦點則轉



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



▲精品配飾類別 2021與2022年母親節討論代表詞文字雲

再來看到精品配飾類別的熱詞變化、觀察2021年網路上大眾對於精品配飾的討論,多以「活動」受到關注,如「大甲媽」與「真愛密碼」飾品品牌的聯名合作,便引起社群熱烈回響,而今年有關「通路」之代表詞則有明顯增加,如「SOGO、百貨公司、大遠百、線上」等。另外因名人吳淡如直播帶貨所引起的風潮,民眾也更加關注「珠寶、珍珠、戒指、鑽戒」等產品。



2021年 2022年

▲精品包類別 2021與2022年母親節討論代表詞文字雲

而從上圖精品包類別討論的代表詞文字雲中,可發現兩年度的熱詞討論差異並不大,以「品牌」、「包款」為主要討論面向,其中品牌部分,今年又以「TUMI」備受熱論,因品牌配合活動檔期舉辦抽獎活動,獲得網友熱烈響應,帶動品牌於社群上的關注度。再從精品包的「風格」面向上來看,則可發現2021年消費者更喜愛具「潮流感」的「小包」,如「皮夾、零錢包、手袋」,而今年消費者對於「務實」性高的「托特包、後背包」討論度提升,購買「通路」上,亦多從「實體百貨」轉往「線上」。



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



2021年 2022年

▲精品錶類別 2021與2022年母親節討論代表詞文字雲

最後看到精品錶類別的討論,從兩年度的熱詞變化中,「品牌」面向上今年的「citizen、天梭、星辰」 等品牌聲量增加,而精品錶之系列款式如「櫻花、浪漫」等與母親節應景的風格討論度亦有所提升;另 方面,從「共提」面向來看,精品錶常與「3C、家電、保養品、美妝」等商品共同被提及,進一步觀 察此類商品之共通特點則可發現,這些商品在個人或生活「質感」上多有提升效果,疫情下消費者更注 重自身的牛活品質,也帶動相關話題成為熱議焦點之一。



1-3 精品市場消費通路聲量剖析

「電商通路」獲高聲量 品牌活動引粉絲矚目

通路/品類	專櫃彩妝保養	精品配飾	精品包
電商通路聲量占比	20.9%	16.0%	46.2%
熱門聲量來源頻道	momo購物網 🔐 Shopee蝦皮購物	momo購物網 😛 Shopee蝦皮購物	PChome 24h購物 Shopee蝦皮購物

實體百貨聲量占比	12.1%	9.8%	15.0%	
熱門聲量來源頻道	新光三越 台北信義新天地	SOGO 百貨新竹店	義大世界購物廣場	
/// J4=////////	遠東百貨 遠百信義 A13	統一時代百貨台北店	日曜天地OUTLET	

▲專櫃彩妝保養、精品包、精品配飾 通路討論占比呈現

而從前兩段中可發現,在比較熱門的精品類別中,又以專櫃彩妝保養、精品配飾、精品包三大品類的「 消費通路」討論,於疫情升溫前後有較明顯的差異,因此我們進一步從通路角度看此三大品類的聲量變 化,藉此剖析消費者購買行為之轉變。從各品類的通路聲量佔比,可發現三大品類皆以電商通路較受熱 議。而電商通路中,又以momo、PChome、Shopee討論較多,今年也有不少品牌使用品牌日/週的 主題活動來吸引粉絲關注,再加上與線上通路momo購物網合作,多能獲得社群上的熱烈迴響,也可 發現疫情嚴峻之下,線上通路能帶起更多討論聲量。



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

Part 2 客群來源與關注話題調查暨實例說明



2-1 彩妝保養興趣族群聲量來源

品牌、人物類頻道為重點媒介 momo購物網成聲量大宗

接著我們以精品品類中討論度最高的彩妝保養類別為例,針對彩妝保養品類的族群進行分析,了解該族群多聚集於哪些來源頻道、關注什麼樣的話題,提供品牌作為行銷策略的參考,挖掘更多商機可能性。

首先我們觀察彩妝保養關注者多出現於哪些頻道來源,將頻道分為品牌、人物、地點、媒體四大類型後,從右圖中可見以品牌、人物類型為主要討論媒介,且今年品牌的聲量占比更是成長超過一成,成為疫情下彩妝保養興趣族群的聲量聚集地大宗,如momo購物網常與品牌合作,推出的品牌折扣活動、直播等,每每都能創造話題。



▲彩妝保養興趣族群 聲量來源頻道屬性標籤占比

			■ 秋水床食夹燃床件 其里水/冰次足角に/示戦口に				
排名	頻道	聲量	主文數	聲量占比	回文數	回應比	頻道分類
1	FB> momo購物網	7,844	8	19.1%	7,836	980	品牌
2	FB> 蔡君茹 * 六月	2,537	1	6.2%	2,536	2,536	人物
3	FB> Dr.cink 達特聖克	2,472	1	6.0%	2,471	2,471	品牌
4	FB> Kimy.Hu	2,225	1	5.4%	2,225	2,225	人物
5	FB> 見習網美 小吳	2,156	1	5.3%	2,155	2,155	人物
6	FB> SHISEIDO 資生堂國際櫃	1,918	34	4.7%	1,884	55	品牌
7	FB> LaLa徐佳瑩	1,313	1	3.2%	1,313	1,313	人物
8	校園聊天-Dcard > 美妝	1,217	347	3.0%	870	2	論壇
9	FB> 新光三越 台北信義新天地	809	49	2.0%	760	16	地點
10	FB> 美麗佳人 Marie Claire Taiwan	688	33	1.7%	655	20	媒體

▲彩妝保養興趣族群 Top10頻道聲量占比註1與回應比註2

而若是品牌渴望找到與受眾的有效溝通管道、合作KOL,又該如何下手呢?首先從聲量角度出發,觀察彩妝保養興趣族群關注的頻道,而從上圖中可以發現前十名頻道的聲量累積占比達56.6%,聚集一半以上的討論聲量,其中又以momo購物網粉絲團為聲量冠軍,占比高達19.1%;而從回應比指標則可看出哪個頻道更能帶起討論聲量,其中人物的回應比則以「蔡君茹*六月、kimmy.Hu、見習網美小吳」為前三名,也因此在美妝保養族群,如果需要合作,可以透過這族群較常關注的頻道、重視人物作為行銷參考。

- 【註1】聲量占比系以該頻道聲量/總聲量計算,數值越高表示該頻道受彩妝保養興趣族群的關注程度愈高。
- 【註2】回應比系以回文數/主文數計算,數值越高表示該頻道回覆占比越高、頻道與粉絲的互動越頻繁。





業務合作聯繫: 02-2755-1533 OpView體驗申請 | 電子報訂閱





2-2 彩妝保養興趣族群商機探索

包類商品受高度矚目 鞋類以「運動品牌」款式受熱論

排名	品類	彩妝族群關注品類的程度 ^{註3}
NO.1	他 包包	5.66%
NO.2	L 鞋子	3.22%
NO.3	3c用品	2.95%

【註3】此處彩妝族群關注品類的程度, 係指該族群關注某個品類的討論聲量, 占某個品類的總聲量占比,數值愈高代 表關注程度愈高。

▲彩妝保養興趣族群 其他關注品類Top3

了解了受眾族群關注的頻道來源後,接著還可以探索該族群有無其他感興趣的商品,來作商機挖掘,或作為行銷話題方向。如上圖顯示,彩妝保養興趣族群對於「包包」類商品的關注度高,且多以素色包款為主,其中又包含局/斜背包、零錢包/短夾等多元款式,而對於第二名「鞋子」類商品的討論則多以運動品牌的款式為主。從中我們可以瞭解消費者所關注的商品,進而推出更適合受眾的行銷活動,比如透過組合方式宣傳、商品組合享折扣優惠,增加買單的機會,並藉此提高品牌於社群上的曝光度。

小結

Part 1 母親節檔期下 精品市場消費者 行為洞察

Part 2 客群來源 與關注話題調查 暨實例說明

■ 熱門精品品類社群聲量消長:

觀察2021與2022母親節檔期,精品社群討論聲量,整體皆成上升趨勢,其中又以專櫃彩妝保養品的聲量成長幅度最高,達364.9%。

精品市場年度社群熱詞變化:

藉由網友對於各品類的討論熱詞變化,分析疫情影響之下,消費者購買行為的轉變,而網友普遍對於「線上通路」話題關注度有所提升。

精品市場消費通路聲量剖析:

觀察市場消費者對於各品類「消費通路」的討論,可見除了精品錶外,其餘品類民眾皆對「電商通路」有著更高討論度。

■ 彩妝保養興趣族群聲量來源:

針對彩妝保養興趣族群的聲量來源頻道進行剖析,以掌握有效的受眾溝通管 道,發現頻道的屬性仍以品牌、人物為主,且又以社群網站為大宗。

彩妝保養興趣族群商機探索:

挖掘彩妝保養興趣族群關注的其他商品品類,藉此挖掘市場商機,其中最受該族群矚目的品類便屬「包包」類商品。



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



Social Lab網路新聲量 觀測期間 2022.06.13-06.19

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!



梭哈買房vs終身租房?萬年話題引網友激辯

• 名下有房心裡真的比較踏實?租屋派更在意「自由」…… 繼續閱讀



假日就帶孩子到這裡放風!全台熱門親子公園一次看

- 生態動物主題公園好吸睛 兩層樓高溜滑梯在這裡
- 「溜滑梯」、「盪鞦韆」百玩不膩大童最愛這些設施......繼續閱讀



鹹酥雞攤必點什麼?網友點名「這道」是不敗經典

- 鹹酥雞搭九層塔、蒜頭超對味「甜不辣」高CP是不敗經典
- 內行人激推鹹酥雞配啤酒「珍奶配鹹酥雞」堪稱下午茶經典組合......繼續閱讀

美妝產業網路輿情分析X自動鑑識技術

我違規了嗎? 揭露網路宣傳常見誤區

07/20 網路疑慮用詞分析報告發表會



了解詳情>











業務合作聯繫: 02-2755-1533 OpView體驗申請 | 電子報訂閱





OpView放大鏡 觀測期間 2022.06.13-06.19

網友熱議文章大公開

新聞頻道 聲量探索排行榜

看新聞其他時期排行榜

41.4.1.1.	-0///		73
排名	新增 回文數	來源頻道	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
1	2,510	yahoo新聞 > 焦點	國台辦稱台灣水產品驗出新冠病毒陽性
2	2,484	LINE TODAY > 國內	中國出招稱台灣白帶魚「新冠陽性」!
3	2,160	yahoo新聞 > 政治	指揮中心淪陷!薛瑞元、王必勝、莊人祥快篩陽性
4	2,059	LINE TODAY > CTWANT	竟是發生在台灣!彰化家貧3兄弟餓到皮包骨昏迷
5	2,051	LINE TODAY > 娛樂	批「台北不如上海」遭出征網紅首發聲:來我主號罵
6	1,841	yahoo新聞 > 政治	禁銷石斑魚學者:大陸長期讓利我國被慣壞
7	1,759	yahoo新聞 > 熱門新聞	終於回應EUA爭議吳秀梅:不是應該譴責違法廠商?
8	1,759	LINE TODAY > 自由電子報	陳時中確診引酸言 醫師看不下去:政治凌駕道德良知
9	1,740	LINE TODAY > 自由電子報	陳時中曝病況:發燒3天已退燒咳起來骨頭會痛
10	1,708	yahoo新聞 > 生活	<u>指揮中心官員接連確診羅一鈞曝最新病況</u>

Dcard 聲量探索排行榜

<u>──</u>看Dcard其他時期排行榜

排名	新增 回文數	來源頻道	標題
1	2,003	感情	割雙眼皮失去一個男朋友
2	1,527	心情	條件好的醫學系男生是不是很早就被訂走了啊?
3	1,319	心情	陳時中若重症,你們笑的出來嗎?
4	1,211	感情	女友說沒房沒安全感==
5	1,101	感情	我竟然因為剪短髮被分手?
6	1,098	NBA	#討論NBA總冠軍賽G6勇士vs.塞爾提克賽事討論區
7	1,040	心情	在北車被偷拍裙底(有圖+影)
8	1,008	心情	我是外送員,我有話想說。
9	954	閒聊	我的工作是職業美人魚□ □♀□
10	936	新生季	來展示自己的學校吧~





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

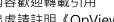
排行	新增 回文數	來源頻道	標題
1	2,981	lol	[電競] 2022 LCK Summer W1D5
2	2,402	Gossiping	Re: [新聞]公開處刑現場!北市府kuloda上班PTT帶風
3	2,247	Gossiping	[新聞]柯文哲怒了!痛批苗博雅「極盡訕笑羞辱
4	2,063	TW_Entertain	[實況]原子少年EP8平行宇宙的另一個我
5	1,828	Gossiping	Re: [爆卦]苗博雅說他沒羞辱任何人!!
6	1,664	KoreaStar	Re: [新聞] BTS: 感到迷惘厭倦!「無法享受創作9年」
7	1,540	KoreaStar	[新聞] BTS宣布「暫時中斷團體活動」集中SOLO!
8	1,429	Gossiping	[新聞]罰單開太多被調職!台中警又「開一整條
9	1,397	NBA	[花邊] Curry FMVP
10	1,396	NBA	Re: [情報]美媒列出LBJ和咖哩的榮譽差距

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	306	居家_房地產資訊	過程哥到底會不會被吉呢,來猜猜看喔~
2	273	居家_空間設計與裝潢	【開箱】我們的奶茶色現代簡約之家
3	172	機車_電動機車_電動 機車綜合	電動機車入坑猶豫中!求分享必買理由
4	152	汽車_韓國車系 _Hyundai	<u>被汽車業務詐騙了</u>
5	149	汽車_韓國車系_KIA	KIA森納美不實公司。賣媒體試駕車未告知
6	108	汽車_動力研究室	嘉偉哥都說話了・你各位車廠別白白被嗆啊
7	107	時事_台灣新聞	自己原地踏步卻怪別人比你努力-兩岸綠化
8	102	時事_台灣新聞	反霸凌狠招!鄧振中盼砍4成晶片供應,中國不敢回嘴!
9	101	汽車_日本車系 _Toyota	下單bz4x的3000多張訂單多少是被626公里續航拐到??
10	95	汽車_美國車系_Ford	<u>福特阿福特終究還是讓我遇到了</u>

新增回文數:於觀測期間內所新增之回文留言數。



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



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	47,742	蘋果即時新聞	社區來了個暴走保全 甩棍尖刀襲住戶!他縫40針躺病床
2	19,430	達人秀新聞	我重播了10次有夠好笑 會飛的蟑螂太鬼啦 (字 FB En
3	13,076	ETtoday寵物雲	分享手機裡最新的毛孩照~自家的、偶遇的都可以
4	11,171	TEEPR 亮新聞	如果你前任掉進水裡,以你的專業可以為他做什麼?
5	8,789	苗博雅 MiaoPoya	掀開公務機關內的積弊,揭露市長不願面對的真
6	8,061	中時新聞網	#問問想開棺材店要取什麼名字?
7	7,493	蔡英文 Tsai Ing-wen	吃石斑,挺台灣!面對中國再次違反國際規範,片面暫停
8	7,478	媽媽經	如果老公掉進水裡以妳的專業可以為他做什麼?
9	7,349	戴資穎/ Tai Tzu Ying	【EAST VENTURES Indonesia Open 2022 Date
10	7,123	ETtoday新聞雲	難怪今天高雄的天氣特別熱、空氣特別香 路人暴動了!

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	15,889	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…
2	15,116	蝦皮購物 (Shopee)	#文末彳ㄐ#蝦皮618倒數2天▶學長編偽直男照大放送!重點 是他還
3	12,570	Big City遠東巨城購物中心	出外野餐or耍廢在家·馬歇爾喇叭讓你潮到出水。成為巨城 粉絲·分享訊息&邀三位
4	8,560	開心水族箱	#開水好康炎炎夏日·水族箱來為魚友送涼爽啦!~留yan說 說你最近在魚缸中的有趣
5	7,878	小三美日	塔羅占卜【#近期做的夢想傳遞給你的消息?】選最有感覺的 選項(勿以喜好做選擇)

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



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

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。



【喝吧! 金湯力】嫌「台北落伍」網紅金湯力近期首度發片網友:祝早日回歸上海



真相只會越辯越明

【波特王 Potter King】前東家爭議續燒 波特 王坦言處低潮期:感謝網友明理支持



海龜湯兩週年 殺人小精靈



【霸軒】「海龜湯」系列兩週年! 考驗情侶天 馬行空的想像力挑戰!



【徐海莉 Hailey】環島「必分手景點」大揭秘 網紅:真的不要亂嘗試!



【攝徒日記Fun TV】稱「台北不如上海」引熱 議 八炯起底網紅「大外宣」背景