Opview Social Watch VOL. 159

發行日期：2022/08/25

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

快商務零售新趨勢：生鮮外送網路聲量剖析

- 外送買菜最在乎這點！生鮮外送話題與品類聲量趨勢分析
- 哪個品牌備受熱議？生鮮外送品牌口碑表現剖析

OpView放大鏡

- **熱門話題調查局** (柬埔寨詐騙話題 / 斷捨離物品排行 / 罐頭口味調查)
- **熱議文章大公開** (新聞 / Dcard / PTT / Mobile 01 / Facebook / YouTube)

快商務零售新趨勢：
生鮮外送網路聲量剖析

主題目錄

研究說明

資料來源與研究方法

Part1生鮮外送聲量概覽與話題剖析

1-1 生鮮外送話題聲量趨勢

1-2 生鮮外送話題來源分析

1-3 熱門品類聲量佔比排行

1-4 熱門品類焦點調查

Part2 生鮮外送品牌聲量洞察

2-1 生鮮外送品牌口碑分析

2-2 品牌潛在競爭關係

結論

Opview Social Watch

前言

根據「未來流通研究所」的報告指出，2021年台灣實體零售的網路銷售額達1,219億元，年增率約36.5%，顯現消費者逐漸習慣以網路購買日用品的趨勢。支撐零售網路銷售的關鍵在於「生鮮電商」，也是平時沒空買菜的上班族取得新鮮食材的重要管道。

在疫情影響下，市場對於外送服務的需求大為增加，消費者的心態也更加求「快」，生鮮電商產業亦受此影響，發展出新一代的「生鮮外送」服務。過去，消費者下單後通常要等待1-2天才能取得產品，如今透過外送平台，消費者僅需1小時便能拿到剛購買的食材。比起傳統的生鮮電商，生鮮外送的效率不僅大為提升，更被業界視為後疫情時代零售產業的新商機。為瞭解消費者對於生鮮外送的看法，本次報告將藉由《OpView社群口碑資料庫》追蹤生鮮外送主題的網路聲量，觀測民眾對於相關話題的討論聲量趨勢與來源，並調查熱門品類聲量佔比與焦點調查，最後以六大生鮮外送品牌為例，進一步針對品牌口碑與潛在競爭關係加以分析。

Opview Social Watch

研究說明

- 資料時間：2021/08/01-2022/07/31
- 資料來源：討論區、社群網站、部落格、新聞（排除重複留言之抽獎文）

OpView 於觀測範圍內設定「生鮮外送【註1】」之關鍵詞組，框定相關研究文本

Part 1

生鮮外送聲量概覽與話題剖析

1-1 生鮮外送話題聲量趨勢

瞭解生鮮外送的社群聲量變化趨勢，以瞭解消費者關注面向。

1-2 生鮮外送話題來源分析

瞭解生鮮外送相關話題的主要聲量來源，並分析各熱門頻道話題重點。

1-3 熱門品類聲量佔比排行

剖析生鮮外送話題中各類商品的聲量佔比，以推判消費者購物偏好。

1-4 熱門品類焦點調查

分析熱門品類的文字雲，根據詞頻瞭解消費者針對該品類的常見看法，並分析消費者採用生鮮電商購買該品類的因素。

Part 2

生鮮外送品牌聲量洞察

2-1 生鮮外送品牌口碑分析

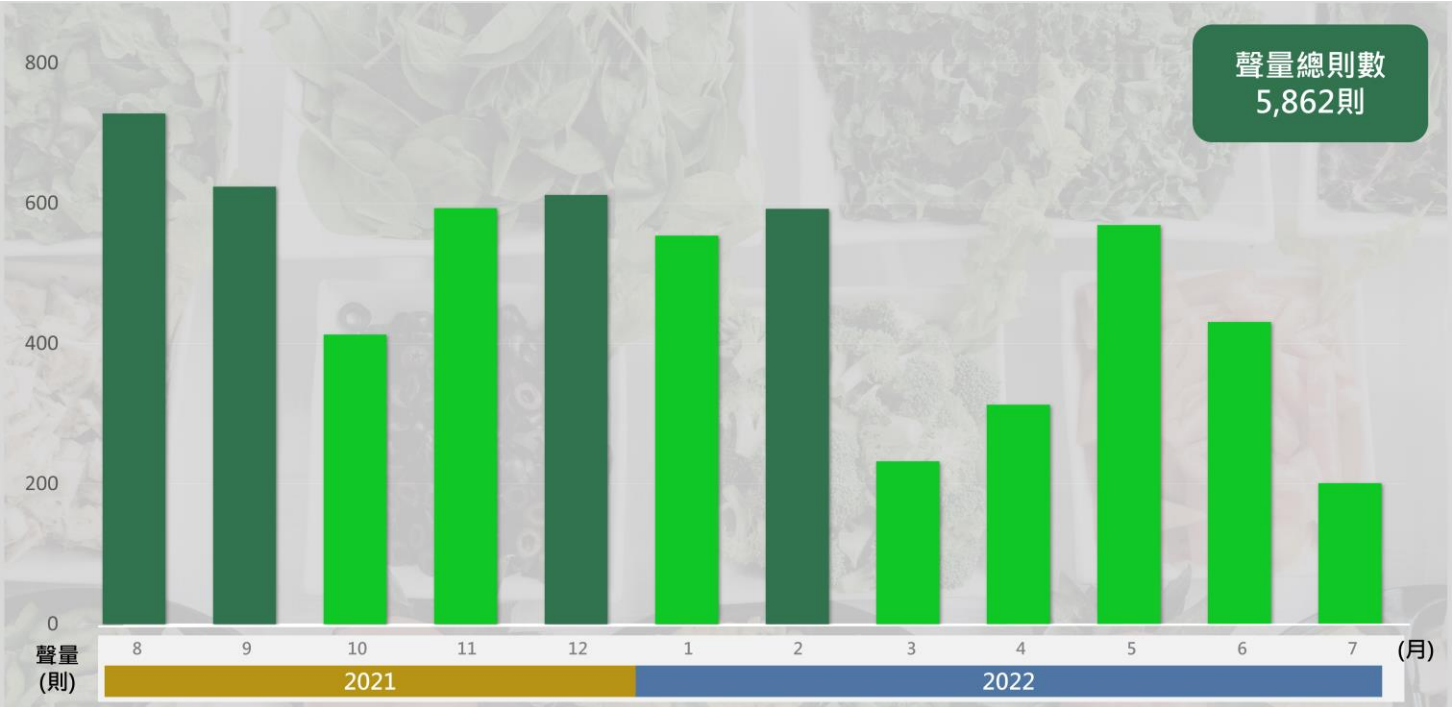
藉由聲量及好感度排序，比較各大生鮮電商品牌之聲量與口碑。

2-2 品牌潛在競爭關係

分析各熱門品牌之共提率，以推估品牌之間的潛在競爭關係，並進一步分析消費者共同提及之面向。

【註1】生鮮外送：消費者透過網路購買生鮮類產品，如新鮮果蔬等，並在下單後約一小時內收貨之服務型態，送貨形式多採用機車配送。

消費者偏好評比平台　「費用」能不能回本是關鍵



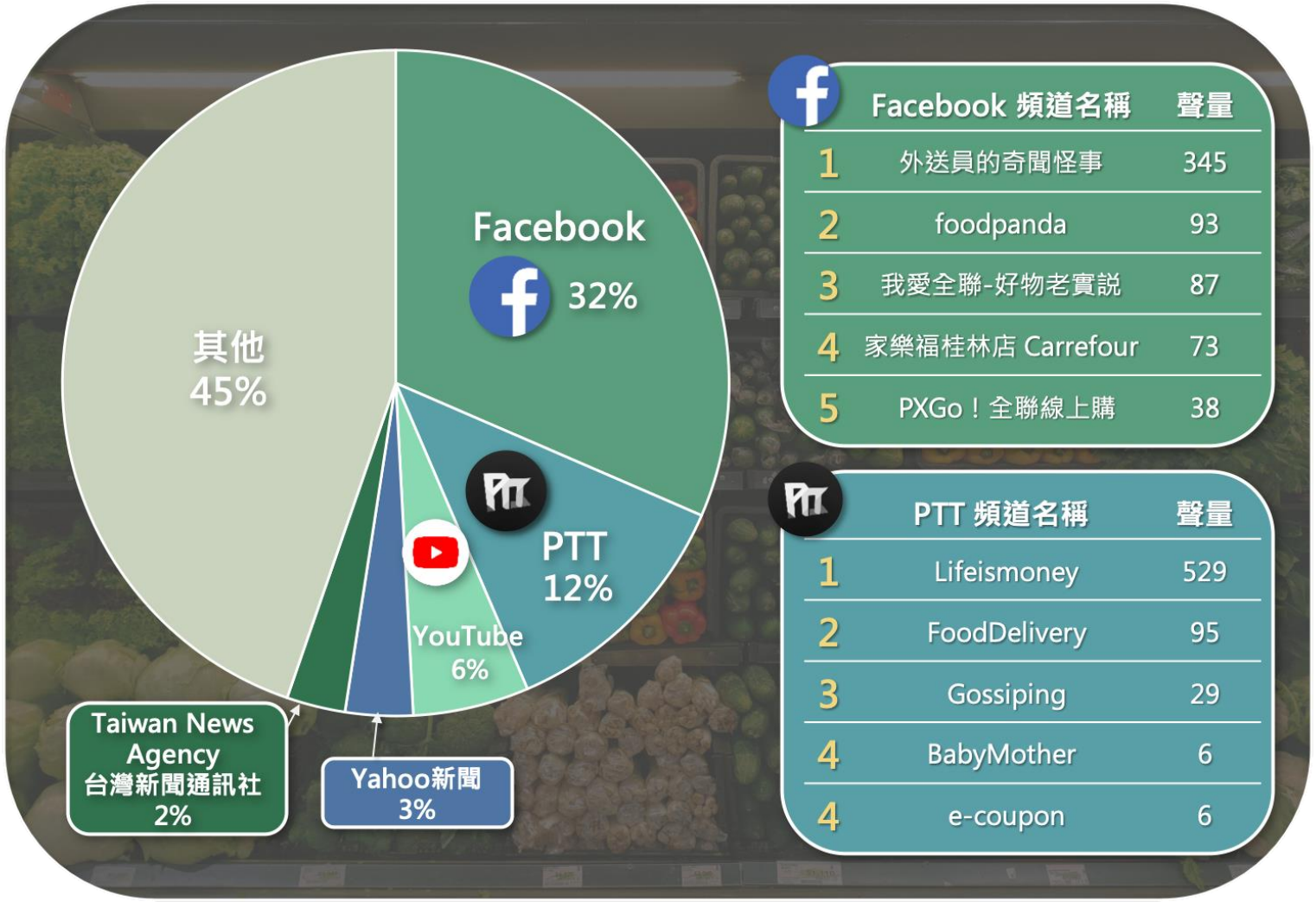
年/月份	熱門話題	話題分類	聲量
2021/8	外送生鮮熊貓超市還是家樂福划算?	平台請益	178
2021/9	某次訂foodpanda的生鮮外送，買了一桶2公升沙拉油跟醬油，有買...	心得分享	208
2022/12	昨天在林口訂生鮮雜貨，那個熊貓司機讓我很傻眼，我是外送員，也是...	平品請益	36
2022/2	疫情怕出門! 超商.超市成立生鮮即時外送大搶「自煮商機」	新聞	76

▲生鮮外送話題 月聲量趨勢圖與高峰熱門話題

觀測近一年的生鮮外送話題趨勢， 平均每月有488則聲量，可看出消費者對生鮮外送始終維持著一定的討論度，接著挑選其中聲量最高的熱門主題進行分析。從左圖話題可知，網友針對生鮮外送的社群討論較常圍繞在「費用」，其一如各外送平台的會員訂閱費，其二如平台上架店家的商品價格、優惠幅度等差異，如2021年8月份的熱門話題為網友發問是否該訂閱生鮮外送會員，透過繳交單筆費用以獲取一年份免運費福利，引發許多網友回應，有不少人指出「搭配優惠券很快就能回本」、「越常買越划算」。綜上所述，可知服務費用是消費者選擇平台的主要考量因素之一。

臉書社團成消費者參考來源　文章真實性影響決策

檢視生鮮外送相關話題的聲量來源，可發現其中依次以Facebook、PTT所佔比重最高。Facebook上榜熱門頻道包含外送員社團、品牌官方帳號與消費者社團等，而外送員社團的貼文內容以工作見聞為主，也有部分消費者分享使用服務時遭遇外送員的經歷，進而引發關注。PTT則以省錢版（Lifeismoney）與外送版（FoodDelivery）的聲量最突出，常見內容除了品牌優惠資訊，亦包含消費者針對各外送平台的使用心得、C/P值與價格評比貼文。相較於官方帳號的廣宣內容，此類頻道更加貼近消費者生活經驗，且多採正反並陳、真實性較高，在消費者挑選生鮮外送平台的決策階段被視為重要參考來源。



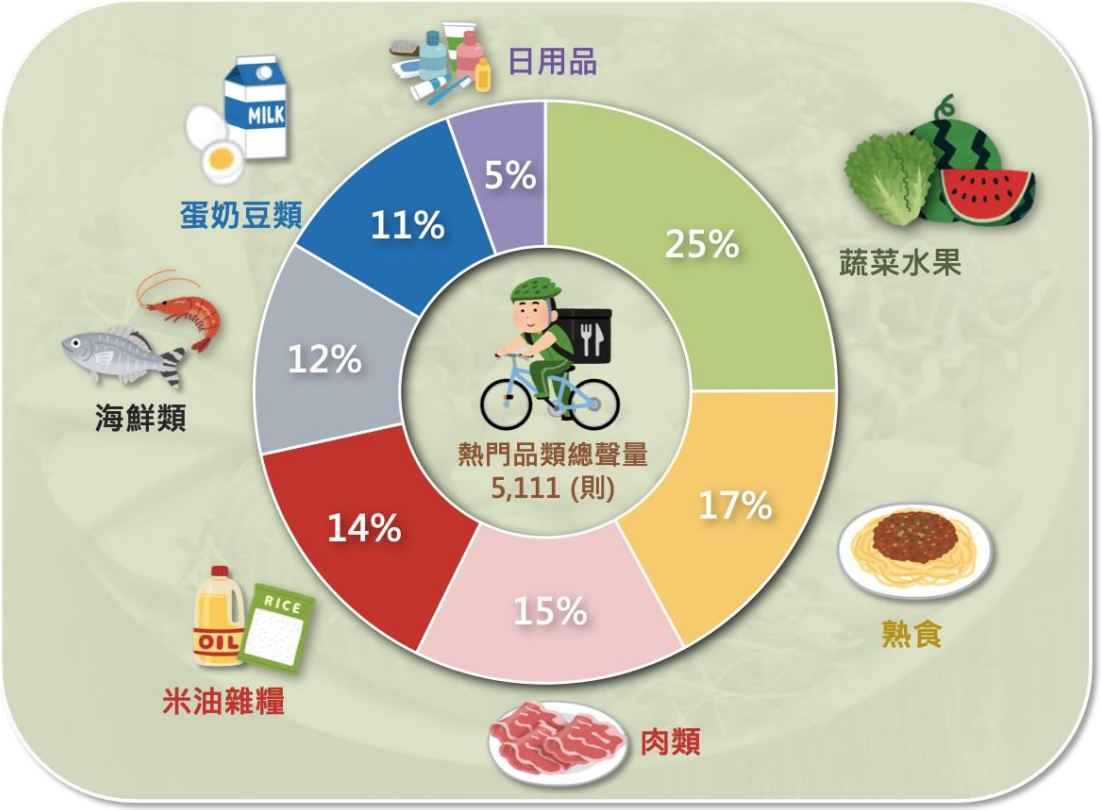
	Facebook 頻道名稱	聲量
1	外送員的奇聞怪事	345
2	foodpanda	93
3	我愛全聯-好物老實說	87
4	家樂福桂林店 Carrefour	73
5	PXGo！全聯線上購	38

	PTT 頻道名稱	聲量
1	Lifeismoney	529
2	FoodDelivery	95
3	Gossiping	29
4	BabyMother	6
4	e-coupon	6

▲生鮮外送話題 來源網站聲量占比圖、前兩大聲量網站頻道聲量排行

便利性、價格、新鮮度　為生鮮品項熱門選購考量

瞭解生鮮外送話題的聲量趨勢與來源後，接著進一步分析相關討論中各類商品的聲量佔比，藉此得知民眾使用生鮮外送的消費習慣與商品相關考量面向。右圖顯示蔬菜水果、肉類與熟食分別是聲量佔比最高前三名，而細究相關熱門文章，可發現無論是哪一種品類，「便利性」、「價格」與「新鮮度」三面向皆屬於網友經常提及的生鮮外送選購考量。如蔬菜水果類的相關文本中，即有網友表示自己常透過平台購買蓮藕、奇異果等蔬果，由於價格與實體量販店接近，值得長期購買。而熟食品類的消費者則主要是基於便利性考量，如網友提到自己習慣使用生鮮外送服務後，便時常購買雞塊、薯條等冷凍食品自行微波作為宵夜，不但比外食更方便且更便宜。



▲生鮮外送 熱門品類聲量佔比圖

肉類相關文本則有網友分享自身過節烤肉經歷，當家中庫存不足時，可以隨時從平台下訂大量牛肉，過程不但方便、省時，且肉質的新鮮度均能獲得保障。然而也有網友分享自己在平台買到不新鮮的海鮮產品之負面經歷，引發社群迴響。由於生鮮商品新鮮度的判斷基準較主觀，消費者下單時難以確認個別商品狀態，須到收貨階段才能親眼看到由揀貨員挑選的商品外觀，此類認知落差可能會對消費者後續使用生鮮外送的意向造成影響。

送水果「時效性」成關鍵　「甜不辣」列最夯熟食

延續熱門品類聲量佔比剖析，並進一步透過文字雲檢視品類詞頻【註2】。先以聲量佔比最高的「蔬菜水果」品類文字雲為例，可以發現關於水果的討論次數普遍高於蔬菜。由於水果普遍不容久放，且較易遭遇凍傷、過熟等意外情形，生鮮外送足以在1小時送抵商品的時效優勢因而獲得消費者信賴，且透過外送購買水果也能顧及上班族平時飲食容易不均衡的需求，輕便可食的特性更使其成為外送熱銷品項。而細究水果相關詞頻，又以各零售通路妥善包裝處理，外觀品質穩定的「草莓」、「蘋果」等商品種類最常受網友討論。

▲ 蔬菜水果品類熱詞文字雲

▲ 熟食品類熱詞文字雲

聲量佔比位居第二名的「熟食」也有不少討論，綜觀熟食品類，可發現微波食品「甜不辣」最常被提及。由於許多上班族疫情期間必須在家工作，加熱即可食用的熟食能夠輕鬆滿足民眾日常主食和宵夜所需，因而成為消費者生鮮外送的重點品類。

【註2】詞頻：此處詞頻數是以相關關鍵字被提及次數多寡來定義。

外送平台網友評價多正面　foodpanda聲量奪冠

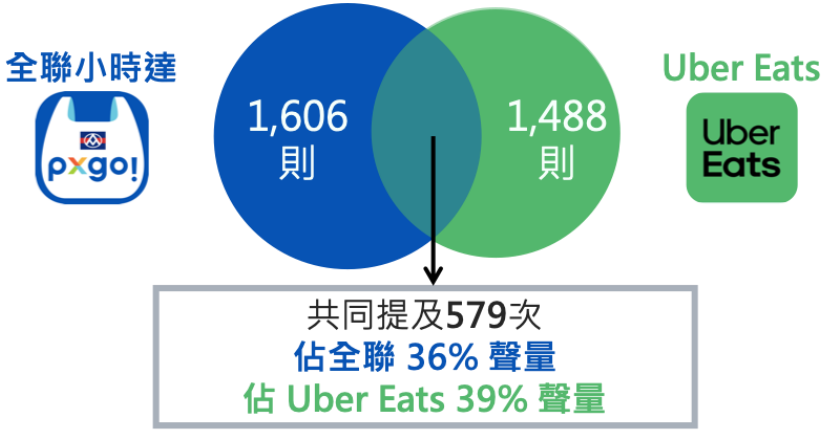
▼生鮮外送品牌 聲量與好感度【註3】二維分布圖

本段落將剖析生鮮外送平台的相關討論，展列市面上最常見、網友討論度最高的六大生鮮外送品牌，並依照聲量與好感度進行二維分析。從圖中可以發現foodpanda是擁有最高聲量的品牌，其透過藝人網紅的宣傳貼文大量曝光，吸引網友關注，涉及折扣優惠碼的官方貼文也成功在社群中傳播，引發高度討論。聲量表現第二名則是由全聯小時達奪下，全聯小時達是由全聯推出的自營生鮮外送平台服務，官方藉由大量商品折扣資訊和多樣化商品宣傳文，吸引消費者迴響，因而創造優秀的聲量表現。

好感度方面，可以發現foodomo的聲量雖然相對低，但因為平台時常發放7-ELEVEN商品折扣，如咖啡、鮮食等熱門品項的限定優惠，因此好感度表現較為突出。值得留意的是，各大生鮮外送平台的好感度表現皆不俗，皆是以正面聲量居多，可見網友對於生鮮外送平台的意見反饋仍普遍傾向正面。

【註3】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（P）與負面（N）文章數，並進一步計算正規化好感度（P-N/P+N比），其數值會介於-1~1之間，當數值大於0，代表民眾對此品牌之滿意度較高，數值小於0時，則反之。

foodpanda優惠引注目　Uber Eats服務獲肯定

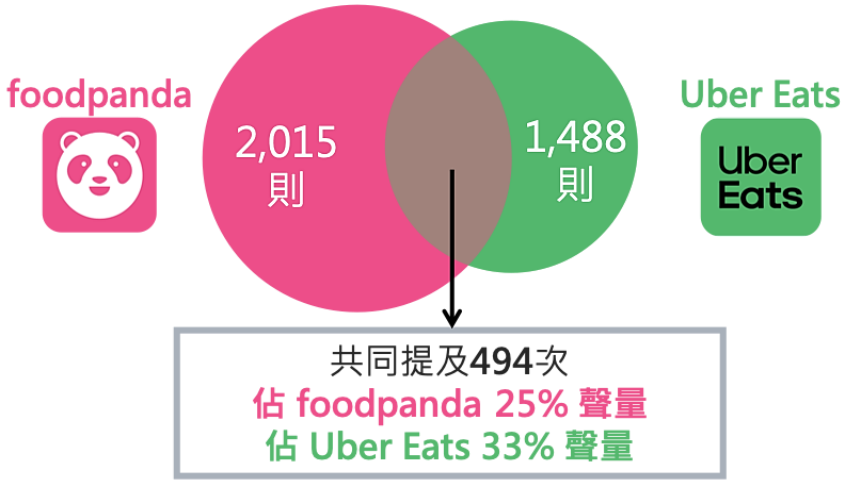


▲ 全聯小時達 x Uber Eats 共提次數文氏圖

瞭解各生鮮外送品牌的聲量表現與好感度之後，本段落將進一步採取品牌聲量數據兩相比較，分析各品牌的共同提及次數，藉以推估品牌潛在競爭關係。

首先從最常被共提的「全聯小時達」與「Uber Eats」來看，由於全聯在2021年初推出自營平台「全聯小時達」，而後也與Uber Eats合作提供外送服務，也因此兩個平台在消費經驗討論中，價格與優惠、配送效率與外送服務品質皆時常被網友共同提及比較。

在foodpanda、Uber Eats方面，約有1/4~1/3的社群討論會比較兩者，由於兩品牌提供服務皆橫跨生鮮與餐飲兩方面，因而常被共同評比。foodpanda在優惠方面較獲消費者青睞，由於其自營生鮮雜貨店「熊貓超市」常發放專屬折扣，且運費普遍較低而獲得好評，如網友表示「Uber Eats 運費比較高，熊貓超市便宜多了」，然而Uber Eats在服務品質方面較易獲得好評，如網友表示「我還是願意多花點錢用 UE，因為客服品質比較穩定」，顯示Uber Eats服務備受肯定，可見兩品牌各有獨特優點，也有各自累積的擁護者。



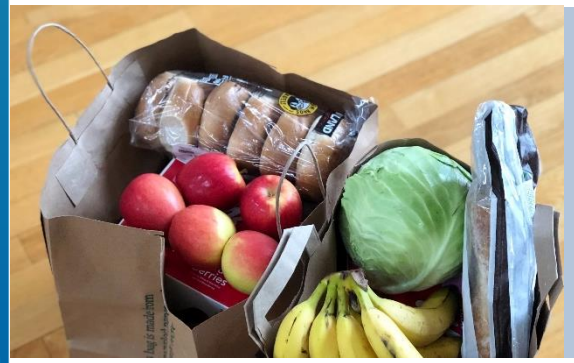
▲ foodpanda x Uber Eats 共提次數文氏圖

本期重點整理

Part1 生鮮外送聲量概覽與話題剖析

- **聲量趨勢剖析**：分析網友針對生鮮外送話題的關注焦點，可以發現「價格」是影響消費者是否採用生鮮外送服務的一大考量因素。
- **聲量來源剖析**：探究生鮮外送話題的聲量來源，可發現Facebook是聲量最高的網站，除了官方帳號釋出的優惠資訊，消費者在社團中發布的消費心得與C/P值評比也是熱門關注內容。
- **熱門品類聲量佔比**：蔬果、肉類與熟食是網友最常提及的生鮮外送品類，而外送平台的便利性、商品價格與新鮮程度是決定消費者是否透過外送平台選購生鮮的關鍵。
- **熱門品類焦點觀察**：網友時常提及透過生鮮外送平台購買水果的經驗，原因除了外觀與品質相較其他品項穩定，日前傳統市場開放外送服務也使蔬果品類更易獲得消費者青睞。

Part2 生鮮外送品牌聲量洞察



- **品牌口碑剖析**：foodpanda在生鮮外送方面的聲量表現居冠，全聯小時達與Uber Eats緊隨其後，且後兩家品牌在消費者相關討論中佔有一定的好感度。
- **共同提及面向**：Uber Eats較常與其他競品被網友共同提及，其服務品質與客服獲得消費者肯定，而foodpanda則以熊貓超市的優惠折扣等亮點擄獲消費者的心。

觀測期間 | 2022.08.15-08.21

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！

柬埔寨高薪職缺藏陷阱！ 這4類詐騙手法不可不知

- 網紅吹哨引柬埔寨詐騙議題受關注 刑事局公布近九月赴柬失聯人數
- 詐騙慣用字眼要注意 「高薪高福利」、「旅遊包機票」別相信.....繼續閱讀

好捨不得丟！網熱議最難斷捨離的物品是它

- 網友公認流行衣物最難斷捨離　電子產品、家具、照片信件具回憶.....繼續閱讀

想吃美食免開伙！饕客最愛的罐頭口味是它

- 「鮪魚」、「鯖魚」營養又健康 「這一味」太猛烈不要輕易嘗試！
- 「愛之味」聯名商品大獲好評 「麻油雙菇」網推似餐廳現煮.....繼續閱讀

前往Social Lab

觀測期間：2022.08.15-08.21

網友熱議文章大公開

OpView放大鏡

Opview Social Watch

新聞 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,671	LINE TODAY > 自由電子報	賴品妤嗆辣開砲：我的學歷關你屁事！
2	2,271	LINE TODAY > 生活	《數位中介法》引反彈急喊卡NCC發3點聲明：沒強推
3	2,126	yahoo新聞 > 國際	美國會團訪台解放軍「嚴正震懾」：15日台灣周邊軍演
4	1,941	yahoo新聞 > 政治	挺18歲公民權蔡英文下令全黨動員催同意票
5	1,872	yahoo新聞 > 政治	柬埔寨求職詐騙蘇貞昌籲：政府正盡力營救莫以此作秀
6	1,836	yahoo新聞 > 焦點	北京再公布台獨分子名單顧立雄蕭美琴柯建銘等7人列名
7	1,802	yahoo新聞 > 焦點	疫苗採購列「絕對機密」封存30年藍轟黑箱
8	1,782	LINE TODAY > 國際	「涼粉西施」裸背擺攤遭扯衣性騷...兒護母反被撂人圍毆
9	1,757	yahoo新聞 > 焦點	「只有120人失聯」惹議蘇貞昌震怒下令重辦涉案返國民眾
10	1,746	LINE TODAY > 自由電子報	蘇貞昌定調「數位中介法」立法踩煞車爭論過大要多溝通

看新聞其他時期排行榜

Opview Social Watch

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	1,565	感情	有機會和憂鬱症正妹交往，該衝嗎？
2	1,219	感情	第一次交男友...他這麼肉麻是正常的嗎😅
3	895	工作	讀大學有什麼用？
4	802	閒聊	講白點，做中國人到底哪裡不好？
5	751	追星	#新聞藝人艾成蘆洲捷運站共構大樓墜樓！ 當場死亡
6	679	新生季	上大學登大人🏋️‍♀️找高中朋友一起玩任務抽iPad 🎁
7	602	心情	穿這樣被罵很騷
8	599	感情	男友一直說我乳暈很大
9	587	心情	我的媽媽不承認我是她的孩子
10	506	考試	妹妹堅持想念私立大學

看Dcard其他時期排行榜

Opview Social Watch

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	2,151	marriage	[求助]婆媳問題是不是該離婚了
2	1,947	sex	[心得]包養實錄-台南大學妹
3	1,897	Gossiping	[新聞]數位中介法爭議多PTT:跟逼我們關站並無不
4	1,828	Gossiping	[問卦]當年投給DPP的，484該道歉
5	1,814	Gossiping	[公告]本文違反數位中介法已被刪除水桶
6	1,788	ManUtd	Re: [討論] ETH的第一個夏天
7	1,713	Gossiping	[新聞]黃國昌曬論文又引學歷大戰　賴品妤「被燒
8	1,692	Gossiping	[爆卦] Bump的祖墳快被挖爆了!記者快來抄
9	1,690	Gossiping	Re: [新聞]數位中介法蘇揆急踩煞車
10	1,686	Gossiping	Re: [新聞]在野轟疫苗合約封存30年　陳時中：沒採

看PTT其他時期排行榜

Opview Social Watch

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	317	汽車_汽機車七嘴八舌	請問在台灣，是不是普遍都看不起中國車？
2	296	時事_台灣新聞	俄烏戰爭,只會給台灣人信心,而不是恐懼.
3	255	時事_國際新聞	中國真正的要完了，美禁EDA出口，中國芯夢碎。
4	246	居家_空間設計與裝潢	【開箱】台中去蕪存菁留下理性色澤-人生第一次裝潢分享...
5	201	影音_高畫質視界	TCL 85吋Q10G自購加代運心得
6	181	居家_空間設計與裝潢	【開箱文】小坪數也有大享受/有限預算結合了質感+收納+空間
7	141	時事_兩岸新聞	兩岸之間的最大差異是什麼
8	136	閒聊_軍事迷基地	共軍如果登陸台南或高雄美軍會怎麼做？
9	129	時事_台灣新聞	化療到底是治療還是自殺?
10	125	汽車_日本車系_Toyota	86訂價真是共盤阿

看Mobile01其他時期排行榜

Facebook活動文 聲量探索排行榜

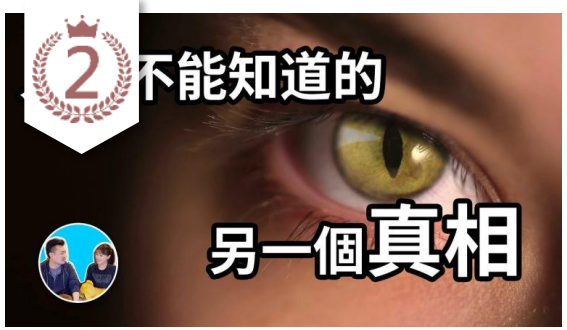
排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	17,412	ETtoday新聞雲	快訊 / 余苑綺抗癌8年病逝！享年39歲
2	12,589	媽媽經	研究：心情煩躁時「看伴侶的臉」可舒壓
3	11,306	蔡英文 Tsai Ing-wen	前陣子，面對中國在台灣領海外的騷擾挑釁，我們海軍展現堅定...
4	9,680	爆料公社	曾封心在爆怨公社發表看到有人發文害怕壁虎的文章我覺得蠻可愛...
5	8,781	陳志強 JOHN	一早起床才發現...我們結婚了♡ @simba.1220

看Facebook其他時期排行榜

Opview Social Watch

YouTube大熱門（排除贈獎文）

【好棒Bump】網紅營救柬埔寨受困者引爭議 網友：你是台灣之光



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】老高45分鐘揭秘外星文明

【從台灣看見世界的故事】上海IKEA有密接足跡急封鎖

【中時新聞網】柯文哲簡舒培質詢火力全開 論文案話題續燒不斷

【攝徒日記Fun TV】中國女Coser穿和服遭捕 牆內反日聲浪不減反增

看YouTube其他時期排行榜

Opview Social Watch

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/

Opview Social Watch