



本期焦點

芳香四溢心情好：香水香氛市場話題聲量調查

- ▶ 香水香氛市場熱門話題有哪些？這類型產品最受熱議
- ▶ 香水香調如何選？各族群關注焦點要素分析

OpView放大鏡

- ▶ 熱門話題調查局 (地震急救包話題 / 中風前兆症狀 / 責任制vs工時制討論)
- ▶ 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香水香氛話題聲量概覽

1-1 香水香氛話題聲量趨勢

1-2 香水香氛討論聚集地觀測

1-3 香水香氛產品評價探索

Part2 熱門商品-香水 話題洞察

2-1 香水香調熱度排行調查

2-2 熱議族群討論分析

2-3 族群焦點熱詞剖析

結論

芳香四溢心情好 香水香氛市場話題聲量調查

主題目錄

前言

香水的歷史悠久，在人們的生活中扮演著重要的角色，舉凡交際、約會等重要場合，都是不可或缺的元素之一。而隨著時代的演進，香水的香調、樣式也越來越多，除了常見的花香、木質調外，近年來也有如美食調這樣的獨特香調出現，不斷推陳出新的香水產品，也使得相關討論保持熱度。

另外，近年來人們越趨重視起生活品質，開始會在家中擺上擴香、洗衣時加入芳香豆，時刻保持香氣瀰漫的舒適氛圍，因此香氛產品也成為網友的另一熱門關注焦點。因此本次報告將透過《OpView社群口碑資料庫》追蹤香水香氛市場網路聲量，分享民眾對於香水香氛產品的看法，並分析熱門香水香調討論，與各族群的熱議焦點，提供最真實的社群口碑趨勢讓品牌作為參考。





研究說明

- ▶ 資料時間：2022/04/01~2022/09/20
- ▶ 資料來源：討論區、社群網站、部落格、新聞、地點評論 (排除重複留言之抽獎文)

OpView 於觀測範圍內設定「香水香氛市場」之關鍵詞組，框定相關研究文本

Part 1

香水香氛話題聲量概覽

1-1 香水香氛話題聲量趨勢

分析香水香氛話題討論的聲量趨勢，並由熱門討論探討最容易引起迴響的話題為何。

1-2 香水香氛討論聚集地觀測

觀察討論熱門網站排行，藉以了解相關討論聚集地的話題類型與重點。

1-3 香水香氛產品評價探索

進一步分析3種香水香氛類型產品聲量與好感度，剖析消費者的口碑回饋。

Part 2

熱門香水商品話題洞察

2-1 香水香調熱度排行調查

分析香水常見香調，了解消費者對於各香水香調的討論內容為何。

2-2 熱議族群討論分析

將男女性分為上班族、學生、已婚、未婚族群，探討各族群對香水話題的關注程度。

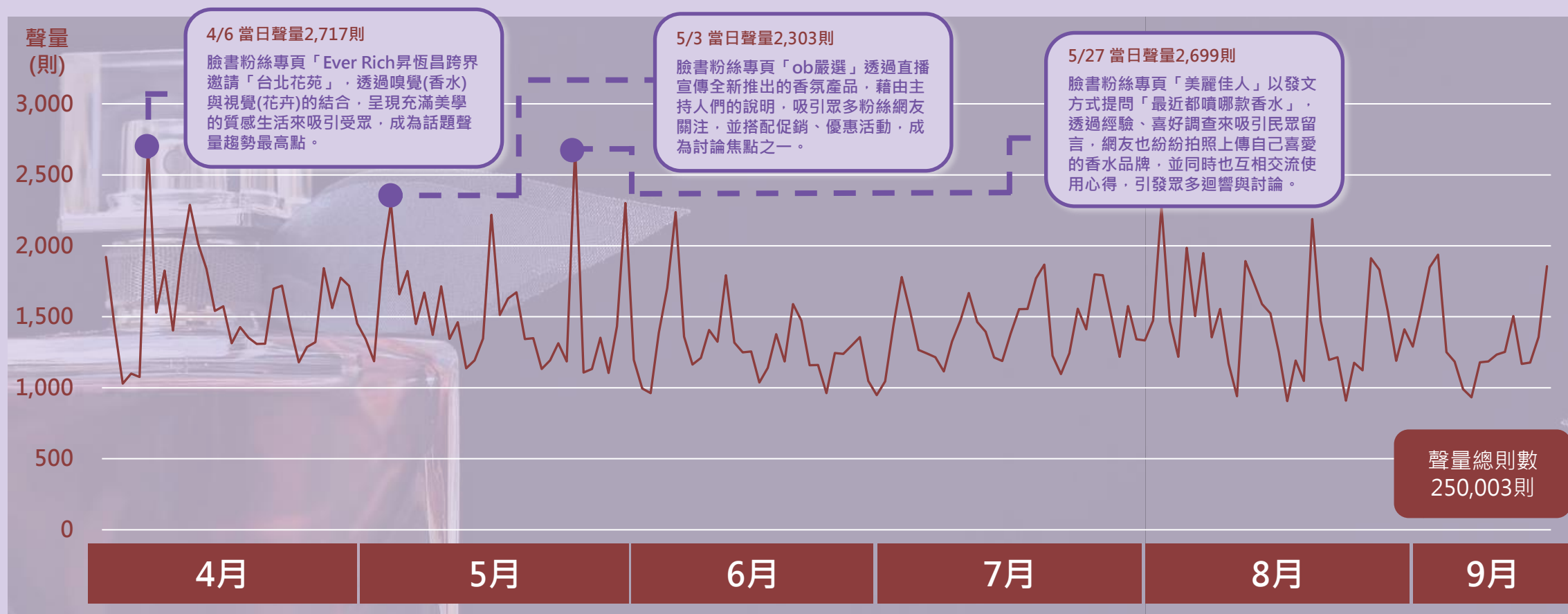
2-3 族群焦點熱詞剖析

針對熱議族群，進一步剖析關於香水話題討論熱詞，了解各自的關注焦點。



臉書直播成聲量趨勢焦點 即時性互動問答帶動討論熱度

在聲量趨勢高點前3名的日期當中，全部皆是來自Facebook臉書粉絲團的討論，而在4月6日、5月3日兩天聲量最高的討論則都是直播的形式，而觀眾也會在直播期間與主持人互動如「想聽這款的講解」，透過線上問答，即時回覆觀眾需求，並給予回應，創造討論熱度。另外在5月27日時，一篇標題為「最近都噴哪款香水」的文章引發眾多迴響，網友紛紛貼出自己照片，並分享使用心得。從各趨勢高點文章中能發現，在香水香氛產品的討論中，直播、經驗問答是能快速累積社群話題熱度的方式。





Dcard請益文章眾多 成疫情下難靠櫃聞香的資訊聚集地

接著從頻道的角度進行分析，可以發現Dcard的香氛、美妝板有著許多關於香水香氛話題的討論聲量，在香氛板中有著許多請益文章，如「大家的療癒香水是哪一支呢？」、「想問各位男生平常都去哪裡實體店買香水」等標題文章，皆獲得許多回覆與討論，紛紛透過留言，來分享彼此的資訊。而美妝板相比香氛板，討論內容更多樣，除了分享實際使用的心得外，還有許多人會針對香水香氛產品的優惠活動做討論。

再觀察Facebook的頻道討論，則是多以直播的形式介紹產品，生動詳盡的解說與不定期的優惠活動搭配，吸引許多因疫情無法出門或無暇逛街的民眾，藉此來了解相關資訊。其中粉絲專頁「陳沂」更是利用自身知名度與聲量，分享精油香氛產品，帶動買氣與討論熱度。

透過分析可以了解到，在前10名的頻道之中，將近一半的頻道是非官方的性質，多由自發討論或經驗分享組成。近一步探討能發現，因為疫情的緣故，許多網友提到較少出門前往賣場，實際靠櫃試聞香水，所以會利用網路社群，透過請益、或其餘網友自發性的經驗分享，來獲取相關的香水產品資訊，以此作為日後購買時的參考。

1. Dcard > 香氛 聲量：6,522則

2. Facebook > 美麗佳人 聲量：3,195則

3. Facebook > 康是美 聲量：2,980則

4. PTT > Perfume 聲量：2,958則

5. Dcard > 美妝 聲量：2,870則

6. PTT > Perfume Shop 聲量：2,734則

7. Facebook > 86小舖 聲量：2,342則

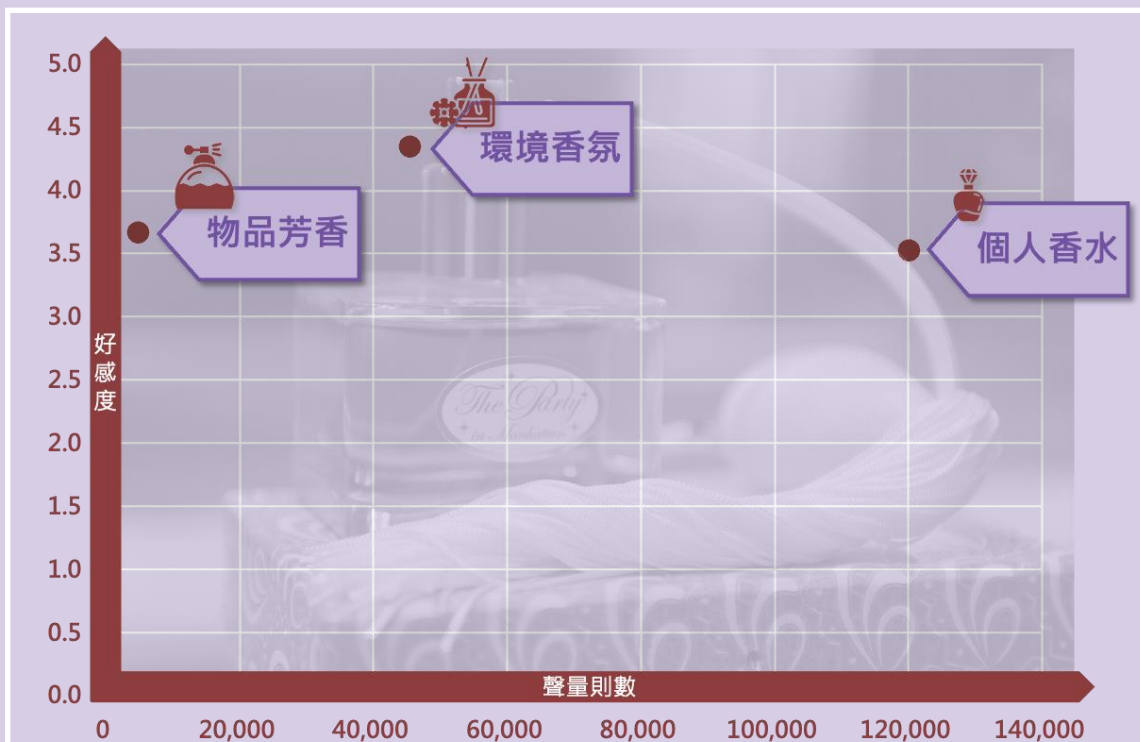
8. Facebook > 陳沂 聲量：2,259則

9. YouTube > 香水有毒 聲量：2,203則

10. PTT > Gossiping 聲量：2,064則



入門款個人香水討論熱度高 環境香氛因疫情備受熱議



▲ 香水香氛品項類別 聲量與好感度【註1】二維分布圖

品項類別	常見熱議商品
個人香水 	古龍水、香膏、糝香
環境香氛 	擴香、薰香蠟燭
物品芳香 	芳香豆、香氛袋

再進一步將香水、香氛產品依據用途分為三個類別，分別是「個人香水」、「環境芳香」、「物品芳香」，以聲量角度進行分析，能發現個人香水類型的產品是社群的熱議焦點，其中不乏許多請益類型文章，其中又以「入門款式請益」、「人生第一支香水」等文章最受討論，

能看到對於許多剛使用香水的網友，希望能透過社群的分享來得到建議，網友也會就自己經驗給予相關回應，如「現在是夏天，清淡花香味不錯」、「建議可先買試管瓶的」等，提到可以先從小體積包裝的香水開始入手，發言也獲得廣大迴響。

另外，以好感度的面向分析，發現網友環境香氛有眾多好感，其中許多人分享「香氛蠟燭點著，家裡都香香的」，直言在居家防疫期間，因在家時間變多，便會透過相關產品來提升生活的品質。

最後，有網友提到「洗衣放香氛豆，穿起來一整天心情都好」，直言使用如芳香豆、香氛袋等物品芳香類的產品在衣物上，整天清香的感受，會使得心情大好，因而獲得眾多好評。

【註1】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）之文章比值（P/N比），數值越高代表好感度越高。



香調需求隨季節變化轉換 網議草本清新調如沐浴後潔淨感

從上段的分析可以知道，在整個香水香氛話題中，個人香水類型的商品，是最受熱議的品項，因此接下來將更進一步的探討香水香調的聲量排行，藉由網友的討論，剖析各香調各自的特色及受網友喜愛的原因。

「木質調」氣味的香水有著最多的討論聲量，其中有男性網友發文請益「木質香水推薦」，網友也紛紛回覆自己喜愛使用的品牌，如

「推Diptyque有款馥郁香的」，除此之外，也有女性網友以自身角度出發提到「喜歡後調有煙草味的，非常適合冷冷天氣，是很安心的味道」，也藉機分享女性會喜愛的味道，讓男性網友在選擇時，也有旁人對氣味的接受度的參考依據。

而在春夏時節，如柑橘、薰衣草等「花香調」的香水十分受到大眾歡迎，許多網友紛紛提到，隨著季節改變，會想買個符合時節的香水氣味，在相對應季節時，對不同香調的香水有著更高的關注度。

從網友的聲量討論可以看出，如木質調、花香調的香水香調，都是偏向溫和、清香的香水類型，如網友就提到「草本、綠茶這樣清新調聞起來有種剛洗完澡出來，淡淡的潔淨感」，直言是很舒服、不刺鼻的味道。透過本段的分析，發現網友對於中性、清新香調的香水關注度更高。





上班族族群討論熱度高 網看重香水給人第一印象

接著探討男女性在「上班族」、「學生」、「已婚」、「未婚」4個各不同的族群中對於香水的討論內容。

其中上班族族群討論度最高，當中又以「女性」有著最高的討論聲量。其中有許多關於第一印象的討論，如有提到因職場需求，除了衣著打扮要得體外，還會需要噴上淡淡的香水，給人良好的第一印象。

而在「學生」族群中，男性的討論高於女性，可以看到當中很多關於「體味」的話題，網友就說到會透過噴香水、或抹香膏的形式來常保身體的清香。

從上述族群的討論中能歸納出，無論是液態香水或固體香膏，對於各族群來說，其實已經被當成一種形象的延伸，是個人展現第一印象的重要元素。因此對於品牌而言，可以將香水與人格特質做更多結合與聯想，在這方面的行銷手段下更多功夫，增加品牌曝光與銷售。

聲量
(則)

3,000

2,500

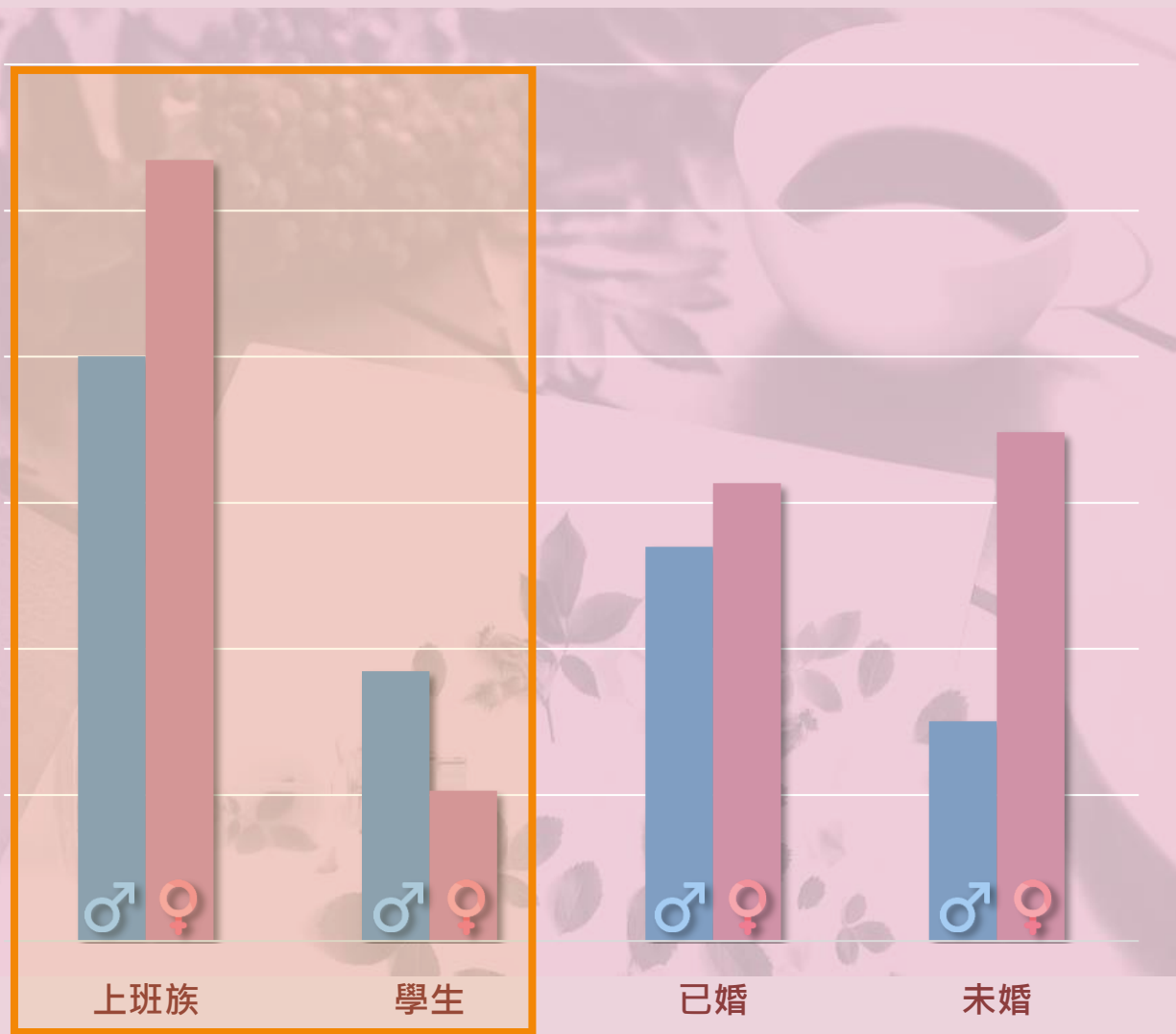
2,000

1,500

1,000

500

0



▲上班族、學生、已婚、未婚族群之男女性 香水話題討論聲量柱狀圖



職場知性氣質首選「鐵觀音」 學生熱議青春氣息香調

最後，將以討論聲量最高的上班族族群與相對應的學生族群示例，再進一步針對潛在需求熱詞作分析。先從上班族族群的熱議詞彙來看，許多人提到有面見客戶、應酬交際等需求，屬於嚴肅、端莊的場合，因此相關熱詞多是「古龍水」、「淡香水」等濃度偏向濃度較低的香水類型，且像是「鐵觀音」、「青蘞」等香調更時常被提及，如有網友說「青蘞有種知性氣質感」，很適合在職場場合使用。

而與上班族族群不同的是，學生族群在討論香水話題時，更多集中在所散發的氣味的面向上，如女性學生常提到「橘子」、「檸檬」等果香味道，紛紛說到如「夏天噴檸檬味的，好清爽的感覺」，而男性學生族群中，如「體味」、「除臭劑」等是相對熱議的詞彙，網友皆以自身運動後或夏天悶熱的環境為例，請益何種香水適合掩蓋體味，當中「香膏」被多次提及，如「有先是先天體味重的 這種只能用香膏去蓋」，直言是更為直接且有效的作法。

歸納總結上班族與學生，關於香水的焦點熱詞討論，學生族群希望展現青春活力感，對於花果香調性的氣味討論更熱絡，而相對於上班族來說，則更多討論木質、森林調性的香調，因為在職場上要展現成熟穩重的氣場。因此對於品牌而言，可由此分析作為依據，透過更精準的市場區隔，將產品資訊傳遞給有相關需求的目標客群。

上班族 			
男性		女性	
1	古龍水	1	香氛
2	擴香儀	2	香氣
3	鐵觀音	3	擴香
4	香粉	4	淡香精
5	青蘞	5	淡香水

學生 			
男性		女性	
1	熏香	1	香水
2	香膏	2	味道
3	體味	3	橘子
4	檜木	4	檸檬
5	除臭劑	5	薰衣草

本期重點整理

Part1 香水香氛話題聲量概覽

- **香水香氛話題聲量趨勢：**在各高點趨勢上，最常見的是直播形式的即時銷售文章。另外問答形式的文章，也藉由與網友互動性增加的方式，讓產品曝光度連帶提升。
- **香水香氛討論聚集地觀測：**前10名頻道中近一半頻道內為非官方發起的討論文章，且討論多集中在香味感受與使用心得分享，網友對於彼此資訊交換分享熱絡。
- **香水香氛產品評價探索：**「個人香水」類型產品有眾多請益類型文章，聲量討論最高。而「環境香氛」產品則是因疫情之下，居家時間增多而獲得關注與好感。



Part2 熱門商品-香水 話題洞察



- **香水香調熱度排行調查：**中性「木質調」成為熱議焦點，「花香調」、「清新調」因柔和、舒適氣味感受而備受網友好感。
- **熱議族群討論分析：**「上班族」族群討論集中在，香水對個人第一印象的展現效果，「學生」族群則多是以體味角度，討論何種香水商品能消除體味並提升氣質。
- **族群焦點熱詞剖析：**上班族族群因職場需求，對「木質」、「森林」香調討論熱絡。學生族群則欲展現青春風格，集中討論熱詞多為「檸檬」、「橘子」等果香調氣味。



Social Lab網路新聲量 熱門話題調查局

觀測期間 | 2022.09.19-09.23

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！



地震來了不驚慌！網友家中的緊急避難包清單大公開

- 口味多元的「防災食物」是網友最愛「手電筒」求救訊號很很實用買[繼續閱讀](#)



你有這些症狀嗎？網議6大「中風前兆」千萬別輕忽

- 「頭痛暈眩」不要忍 把握黃金治療時間3小時[繼續閱讀](#)



喜歡彈性工時或準時下班？責任制vs打卡制網友意見揭曉

- 「責任制」賦予員工內心成就感？卻可能成為無薪加班主因[繼續閱讀](#)



前往Social Lab



觀測期間：2022.09.19-09.23



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	3,760	yahoo新聞 > 政治	消防署作業疏失蔡總統對未與花東縣長連線致歉
2	3,313	LINE TODAY > 國際	國台辦：統一後實行一國兩制財政收入將盡用於改善民生
3	2,439	LINE TODAY > 國內	自豪台大第一名畢業！高虹安諷中華大學夜間部今早鞠躬道歉了
4	2,432	yahoo新聞 > 中港澳	中國大陸若武力犯台拜登：美國會出兵防衛
5	1,854	yahoo新聞 > 政治	日本不認高端疫苗陳時中扯中、俄疫苗也不行
6	1,698	yahoo新聞 > 北台灣	桃園羽球場天花板震塌原因出爐鄭文燦：工程固定強度不足
7	1,656	yahoo新聞 > 娛樂	張淑娟控極大侮辱嗆告！周玉蔻火速回應「歡迎」再酸這句
8	1,635	yahoo新聞 > 焦點	高虹安哭了！專訪直播「突淚崩離開節目現場」：我不是林智堅
9	1,617	LINE TODAY > 生活	台疫苗採購比國際多70億？！莊人祥痛斥：莫須有的指控
10	1,602	LINE TODAY > 生活	赴日自由行、打高端得先自費PCR？王必勝證實：日本現未列高端



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	1,288	感情	男友忘記掛電話，讓我聽到噁心事實
2	1,256	閒聊	拿iphone的人其實大多都是社會底層
3	1,216	感情	籌備婚禮和男友吵架...男友說不想結了
4	1,121	閒聊	讀書讀到腦子壞掉了嗎？
5	1,024	閒聊	腳太細有點自卑...
6	974	感情	得知女友有被渣男玩過
7	911	心情	因為蛋糕，我分手了。
8	815	心情	男友很窮但對我很好
9	762	感情	交往九年已經辦婚禮下個月登記卻發現老公....
10	716	心情	穿的少就是要給男人看？



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	2,016	Gossiping	[爆卦]桃園八德運動中心牆壁一踢就破！
2	2,010	Gossiping	[新聞]四叉貓揭高虹安大二就補習周玉蔻：學霸
3	2,006	Gossiping	Re: [問卦]台灣人去日本體力484都會變好？
4	1,952	Gossiping	[問卦]目前還沒確診的都打啥疫苗？
5	1,895	Gossiping	[新聞]大家互相來扣帽子！陳時中：投給蔣萬安
6	1,803	Gossiping	[問卦]幹你娘現在台灣已經開始是非不分了嗎？
7	1,760	Gossiping	[新聞]高虹安哭了！專訪當場淚崩 離開節目現場：我不是林智堅
8	1,738	Gossiping	[新聞]地理老師暈倒！黃珊珊拋河岸再生「讓台北
9	1,737	Gossiping	[新聞]總統唸完稿「起身走人」！台東交觀處長痛
10	1,698	Gossiping	[新聞]高虹安論文涉抄沈慧虹：沒迅速道歉就是在硬拗



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	300	時事_台灣新聞	【高虹安論文抄襲】剽竊資策會2公費研究案,高虹安博論捲抄襲醜聞
2	202	居家_清掃家電	【開箱實測】不用先掃後拖了，一機全搞定！Panasonic MC-A13G
3	172	汽車_日本車系_Suzuki	Suzuki S-Cross大改款試駕 多了輕油電與四驅，撐得起百萬身價嗎？
4	155	蘋果_Apple Watch	Apple Watch Ultra初步體驗 雖為極端而生、骨子倒是可人！
5	149	手機_Android_Asus	ASUS ROG Phone 6D Ultimate 天璣9000+ 佐散熱閥冷卻新境界
6	140	電腦_顯示設備_顯示卡	4090定價出來了，1599鎊
7	138	汽車_德國車系_Mercedes Benz	我朋友月薪28000，能買賓士嗎
8	135	生活_遙控與模型	LEGO 2022 Bricktober「冒險騎士」開箱 每年只送不賣的限定逸品！
9	130	居家_房地產資訊	魯空死不認錯-窮是自找的
10	127	汽車_德國車系_Mercedes Benz	[請益]我條件可否入主賓士



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	12,210	中天快點TV	阿伯牽車流暢走位闖紅燈神技驚呆網：這要練多久？ 天編推播
2	11,247	ETtoday新聞雲	高虹安：我師大榜首、台大第一名畢業！不像什麼中華大學夜間部
3	9,446	ETtoday新聞雲	#最新快訊蔣孝嚴「晶華醜聞」周玉蔻曝光女主角
4	8,327	高虹安	「林智堅的碩士論文，你們相信民進黨？還是台灣大學與中華大學？」
5	7,678	TVBS 新聞	喊話蔣萬安比對DNA周玉蔻：若是蔣家孫子我下跪一百次



看Facebook其他時期排行榜

YouTube大熱門 (排除贈獎文)

1

烏鴉詐騙的證據

【勾起你心中的惡】勾惡再度回擊烏鴉 網友表示：「比鄉土劇還要刺激」



看YouTube其他時期排行榜



【烏鴉DoKa TV】烏鴉拆穿勾惡假象 狠批對方就是個罪犯



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】神秘外星人真的存在？老高談宇宙的起源



【東南美娛樂】原住民歌手神曲 直白歌詞打動無數網友心靈



【賴鴻麟】開掛事件燒不停 本人親自回應：「我這人就無恥」

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/>