

本期焦點

年度社群數據白皮書：2022年網路口碑與應用趨勢調查

- 年度聲量洞察：聲量版圖分析 X 焦點產業聲量排行探索
- 數據應用趨勢：評論應用解析 X 受眾輪廓剖析

OpView放大鏡

▶ 熱門話題調查局 (防癌食物排行 / 立冬進補食物排行 / 助眠食物排行)

▶ 熱議文章大公開 (新聞 / Dcard / PTT / Mobile 01 / Facebook)

新冠肺炎爆發後，大大改變人們的生活樣態，過往出門到商場、百貨消費的模式，也連帶從實體移轉到線上，不過隨著疫苗覆蓋率的提升，人們過去所熟悉的實體購物也逐漸恢復，然而在疫情的影響下，小至民眾的生活模式、消費決策，大至市場與產業的變動，都帶動了近2年的網路聲量版圖頻繁且快速的變動，也因此如何跟上趨勢、即時掌握話題，並透過數據更了解受眾需求，也成為當代企業品牌的重要課題。

本期Social Watch摘錄 [《2022OpView數據年會》](#) 的部分內容，將為您解析近2年的網路口碑趨勢，並揭示最新的社群焦點產業，在眾多外部因素影響的2年間，究竟聲量重鎮與產業版圖有何變動？接下來將進一步為您解析。同時，也將透過實例示範如何透過數據幫助企業進行社群洞察，來做為行銷規劃與決策的重要參考。

主題大綱

Part 1 2022年網路口碑現況調查

- 1-1 年度網路口碑聲量趨勢觀察
- 1-2 年度網路口碑聲量來源洞察
- 1-3 焦點產業關注度異動剖析

Part 2 網路口碑數據應用與實例解析

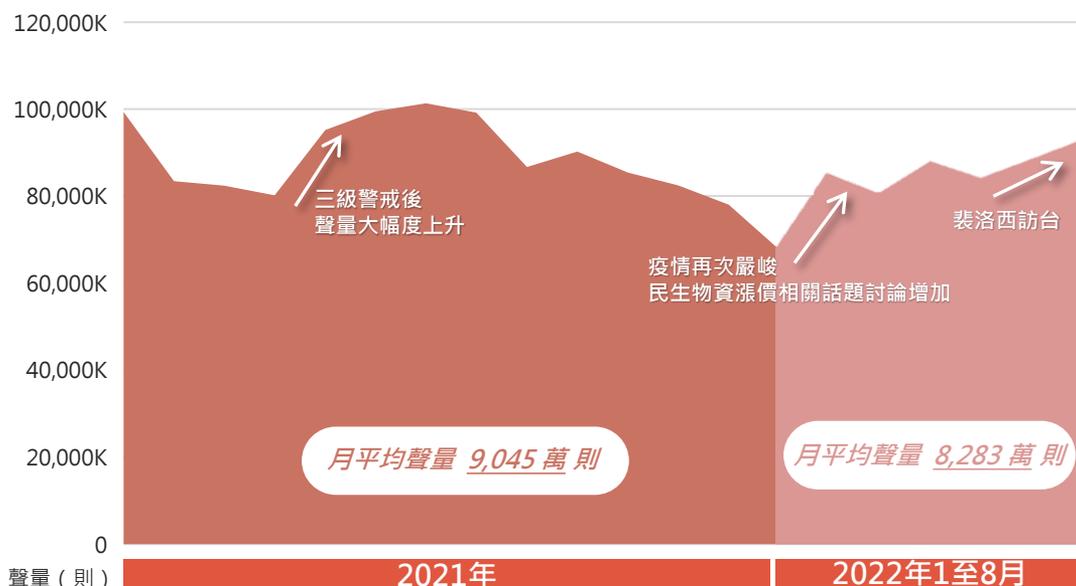
- 2-1 零售百貨業之地點評論應用趨勢
- 2-2 零售百貨業目標受眾輪廓分析

資料來源:討論區、社群網站、新聞、評論、部落格、問答網站
資料時間:2021/01/01 – 2022/08/31



1-1 年度網路口碑聲量趨勢觀察

企業品牌藉疫情開拓線上市場 裴洛西訪台帶動政治話題聲量



▲近2年社群口碑聲量趨勢圖

首先，綜覽社群口碑聲量的趨勢變化，從月平均聲量來看，今年的網路聲量較去年略降。2021年因為新冠肺炎的影響，全台灣升為三級警戒，使得許多產業投注大量資源在線上作推播互動，因此讓2021年中時的社群討論聲

量來到高峰，而隨著疫苗供應穩定、警戒級數降級之後，實體活動逐漸恢復，令網路討論聲量在2022年初有所減緩。不過在2022年4月起本土疫情再度嚴峻，加上民生物資漲價等話題帶動之下，使得整體討論聲量再度攀升。另外裴洛西訪台也帶動民眾對於台海局勢的關注，將社群口碑聲量趨勢推升至另一小高峰。



1-2 年度網路口碑聲量來源洞察

討論區、評論互動熱度上升 部落格討論聲量下降

接著剖析2022年當中5大來源的聲量變化，來了解各來源中聲量成長多寡，先以總聲量則數的角度觀察，其中社群網站依然是討論聲量重鎮，其次則是討論區。再進一步從聲量成長率的角度去探究，評論、討論區的聲量都較前期增加，隨著評論資料源對民眾的參考價值提升，商家也投注了更多資源來經營評論，因此聲量大幅成長；而歸納討論區的文本則發現，因裴洛西訪台與年底將到來的九合一選舉，帶動政治、軍事類的討論，另外Dcard贊助活動小天使結合抽獎的策略，也使討論區中消費類的话题大幅上升。最後，觀察右表還可發現部落格在各指標降幅最多，無論主動寫文分享或回應交流上，都可看出部落格大不如前。

	2022年聲量(則)	聲量成長率	主文成長率	回文成長率
社群網站	521,921K	▼4.8%	▲1.5%	▼4.9%
討論區	104,974K	▲1.6%	▲6.9%	▲1.3%
新聞	32,278K	▼0.1%	▲0.9%	▼0.8%
評論	2,782K	▲24.6%	▲21.5%	▲45.5%
部落格	223K	▼45.1%	▼45.1%	▼44.8%

▲近2年同期【註1】5大來源聲量成長率

【註1】：本段提及之聲量數據變化分析比較皆以2022年1月至8月聲量對比2021年同期1月至8月，後續章節亦同。

接下來，挑選出重點熱門來源網站作進一步分析，以探索各自的聲量變化狀況，來了解具潛力的網站為何？首先，從聲量漲幅前6的網站列表中，可以發現前3名皆是評論來源，不僅是網友給予商家、商品的回饋也愈加熱烈，企業、品牌端在回文溝通上也較過往更有所加強，而其中又以Google Play商店、App Store等手機App商店的評論來源為最具話題成長動力的管道。若從聲量降幅的角度來看，整體聲量衰退最多的來源網站則是「Meteor」

，整體降幅近5成之多。另外，在去年十分火紅的「Podcsat」則逐漸退燒，整體聲量降幅達3成。



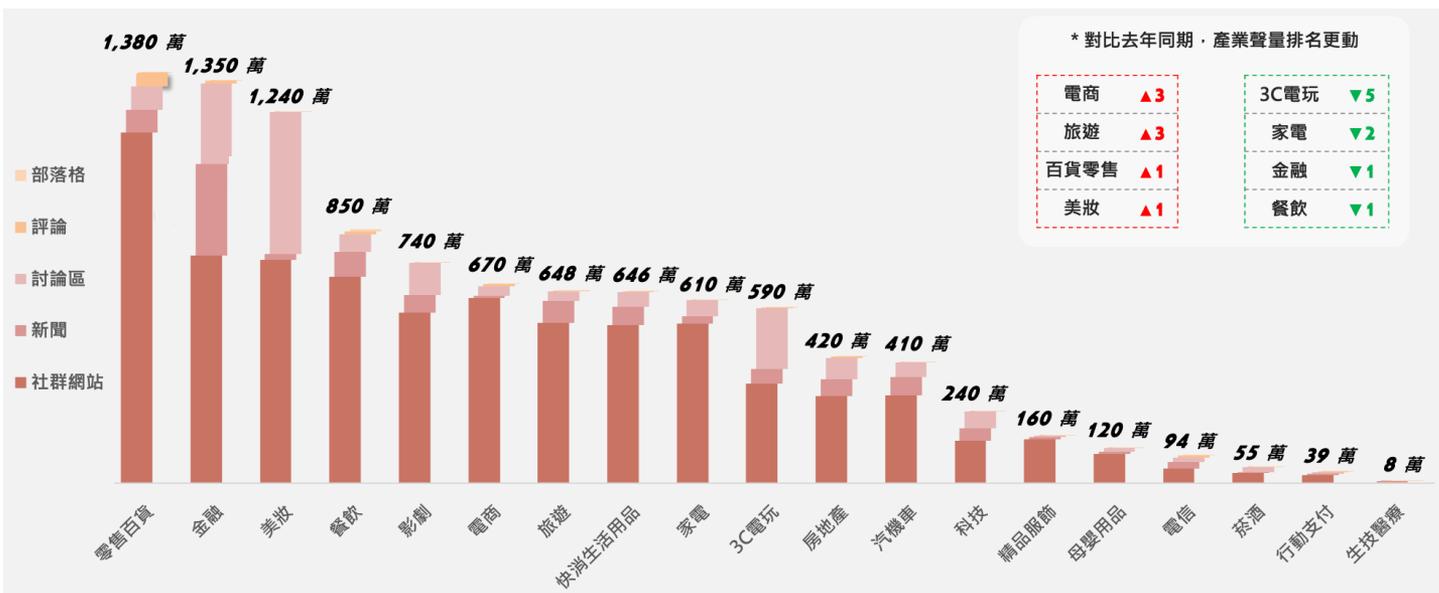
▲近2年同期聲量變動幅度前6網站聲量變化



1-3 焦點產業關注度異動剖析

零售百貨、金融、美妝為三大新焦點產業 零售百貨之評論聲量居冠

接著我們歸納了19大焦點產業，並透過觀察2022年的產業聲量與各產業的聲量來源佔比，來追蹤各產業的討論度，以及在不同管道中受到關注的狀況。從下表來看，最新的三大社群焦點產業分別是零售百貨業、金融業與美妝業，而再進一步觀察到兩個重點，其一是零售百貨業因年中慶而在社群平台上加強直播抽獎活動，使其成為社群網站討論聲量佔比之冠，另外在評論方面的聲量大幅超越其他產業；其二則是因為Dcard的抽獎推播，使得美妝產業在討論區中聲量佔比領先其他產業。因此，藉由產業的角度去分析聲量來源佔比，能發現到社群網站、討論區仍是各產業經營與交流話題的主力管道。



▲2022年19大焦點產業社群口碑聲量佔比長條圖



2-1 零售百貨業之地點評論應用趨勢

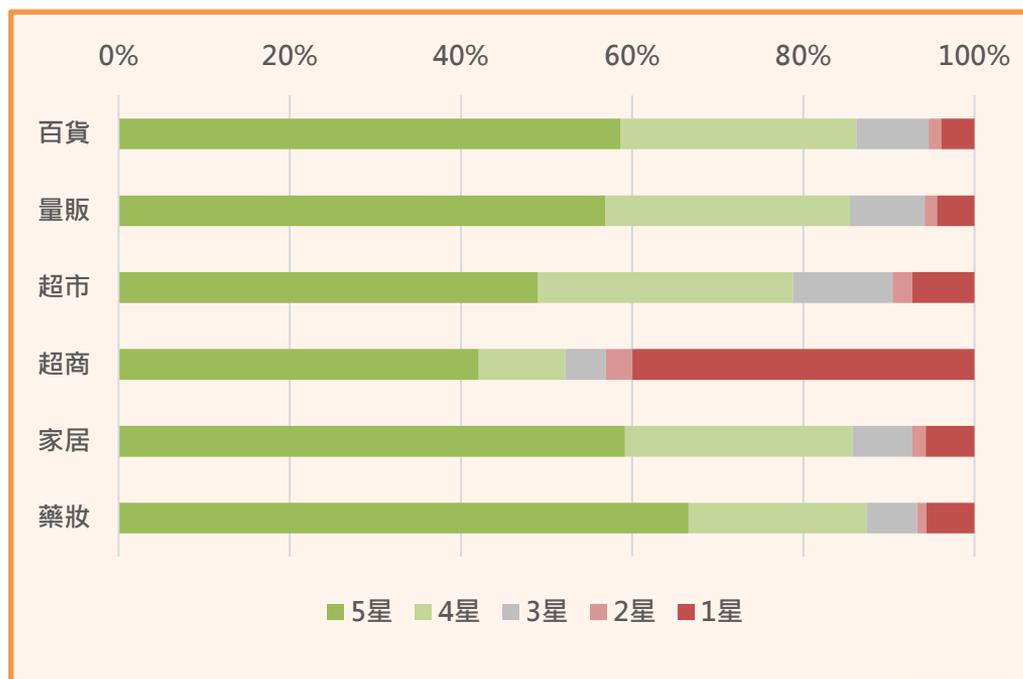
美食餐飲成百貨通路好評來源 超商通路缺乏統一作業流程招負評

在了解完近2年的社群聲量趨勢與聲量來源分佈後，可知評論是近期最具聲量成長潛力的來源，而百貨零售業則是討論度最高的產業，因此本段將首先聚焦在百貨零售產業，並以當中聲量成長率最高的評論為例示範如何挖掘數據背後的意義。

進一步細分零售百貨產業中的6大通路【註2】，並彙整1-5星的星等評級【註3】，來看網友對於各通路間的正負評內容的具體討論。首先可觀察到，百貨的地點評論在整體零售百貨產業通路中正評比例最高，探究其討論可發現，民眾時常留言關於「美食餐飲」的回饋，並給予諸多正面評價。而再從負評比例最高的超商通路來看，可以觀察網友留言內容，如包裹取貨流程、對咖啡商品味道不滿意等面向討論，都是招致負評的重要因素，另外還有店員

的個人行為，如臭臉、玩手機等，也是引來網友留下負評的重點。

相比於討論區或社群網站單篇文章的形式，地點評論的資料更具可持續累積的性質，因此在經營上須更費心耕耘，另一方面，作為旗下多家分店、分公司、品牌的集團品牌，更需要能夠快速掌握評價與決策的機動性，也因此更凸顯了社群聆聽工具的重要性。



▲ 全台零售百貨業6大通路地點評論正負評星等比例圖



【註3】：本節1-5星評級係參照地點評論之同等評分標準，並將1-2星歸類為負評，3-5星歸類為正評。



2-2 零售百貨業目標受眾輪廓分析

以量販、藥妝品牌為例 主動掌握目標受眾需求

從地點評論的案例中，可以掌握消費者在消費後的感受與回饋，並以此為根據將商品、或服務項目作改善與變化，以更加符合消費者的需求。而除了能從評論、回饋去洞察消費者需求外，也可以主動觀察品牌關注者的興趣，透過受眾輪廓分析來了解目標群客群的興趣與習性。以下將針對零售百貨業中量販、藥妝品牌的例子作示範，提供給企業、品牌制定更具體的銷售方針。

首先，以右圖為例，若想進一步描繪受眾的輪廓，可以從這些消費者常發言、關注的FB社團進行潛在興趣探索，如大潤發品牌關注者對於「料理烹飪」、「旅遊住宿」面向的頻道有高度討論；寶雅品牌關注者則對於「生活分享」、「親子教育」頻道有較多討論。因此品牌可以透過這些管道與受眾互動，或作為文案內容設計、制定促銷活動的參考，更精準的貼合消費者需求。

大潤發 關注者較常發言關注之FB社團

#	頻道	聲量	作者數	最熱話題
1	Facebook公開社團 > 我愛全聯-好物老實說	2,448	466	全聯買的絲瓜但為什麼變這樣且完全無法吃像在吃刷青絲瓜一樣
2	Facebook公開社團 > Costco好市多 商品經驗老實說	2,149	484	懶人包連結 https://www.daybuy.tw/costco-38569
3	Facebook公開社團 > 2022虎寶寶媽媽🐯Baby Tiger	2,128	134	帆船媽快速出清👉0-5歲男寶、孕婦👉用品封面不只封面👉👉👉都只有...
4	Facebook公開社團 > 男神女神來上菜-料理分享	1,448	20	對於GM食譜有些人或許會有些疑惑是否影響健康流失肌肉現在就來說說自己的...
5	Facebook公開社團 > 好想住飯店👉好康.踩雷不藏私	1,189	308	真的是相當的抱歉了.下次我看到貼點我一定不會寫出來.可是餐點真的好難吃第一次...

寶雅 關注者較常發言關注之FB社團

#	頻道	聲量	作者數	最熱話題
1	Facebook公開社團 > 我愛全聯-好物老實說	2,812	666	既蝸牛🐌之後.這著實讓我驚聲尖叫(以後撥開青菜有陰影)#有機蔬菜
2	Facebook公開社團 > 愛逛寶雅POYA👉好物分享	1,590	432	大家都用哪個牌子的棉襪
3	Facebook公開社團 > 爆廢公社	1,565	249	眼前有一碗白麵只有一樣東西可以加你會加什麼?
4	Facebook公開社團 > 小一聯盟	683	311	今天一到全聯補洗衣精兒子就突然大喊是柯南耶~一點量我們家一直有在回購.沒想到這...
5	Facebook公開社團 > 快樂媽咪孕兒經	673	198	我買了幫寶達超薄系列尿布.經常左右邊側漏了就讓我很懊惱.因為還有一百多片!更糟的...

▲通路品牌關注者較常發言關注之FB社團示例

另外，也能以品牌關注者時常提及、討論的詞彙去分析，如左圖中大潤發品牌關注者常提到「精油」、「香氛」；寶雅品牌關注者則提到「保濕」、「洗髮精」等熱詞。因此品牌便可根據討論焦點來了解消費者需求，並進一步做為產品促銷、產品推廣與行銷規劃的方向參考。

大潤發關注者

寶雅關注者



▲通路品牌關注者熱議詞彙示例

【註2】6大通路維度內容說明

通路別	定義說明	品牌示例
百貨	商場、百貨公司、outlet	遠東百貨、三井
量販	連鎖量販店、賣場	Costco、大潤發
超市	超市、零售商	全聯、楓康、美廉社
超商	便利商店	7-11、Familymart
家居	居家零售業	IKEA、無印良品
藥妝	美妝、藥妝店	松本清、寶雅



小結

綜觀近2年間的社群口碑現況，可以發現疫情對生活、消費模式都造成極大的影響，也促成許多產業拓展線上經營版圖，從社群聲量中來窺見整體趨勢的變動。而後即使疫情趨緩，從社群數據來看，民眾有較過往更依賴、參考線上評論的趨勢，當評論成為口碑與形象的新興參考管道時，企業品牌也就必須更進一步擴大經營既有的網路口碑版圖。也因此如何快速掌握大量評價，優化商品與服務，即時處理負評避免公關議題，並透過社群數據描繪客群，掌握受眾興趣與需求來進行精準行銷遂變得十分重要，也讓社群聆聽工具成為企業品牌不可或缺的重要幫手。

若您有任何想觀測或探索的議題，都歡迎試用[OpView社群口碑資料庫](#)。

Part1 2022年網路口碑現況調查

- **年度網路口碑聲量趨勢觀察**：觀察近2年間的社群聲量變化，因為去年度疫情爆發，而使許多企業品牌轉戰網路社群管道，增加整體聲量討論。而今年裴洛西訪台，引發網友關注台海情勢，讓網路聲量出現一波小高峰。
- **年度網路口碑聲量來源洞察**：評論之聲量成長率大幅上升，其中店家更積極透過回文收集網友回饋並給予回應，引發整體聲量成長率之提升。
- **焦點產業關注度異動剖析**：零售百貨產業因年中慶活動吸引諸多熱議與討論，美妝業則透過抽獎活動，提升網友在社群的互動與關注度。



Part2 網路口碑數據應用與實例解析



- **零售百貨業之地點評論應用趨勢**：以零售百貨業為例，透過地點評論的星等評級來作示範，可以發現百貨通路的正評多來自於對美食餐飲面向的好感；網友針對超商通路負評則是基於店員個人行為、作業流程不一展開討論。
- **零售百貨業目標受眾輪廓分析**：藉由目標族群經常關注的社團、熱詞等角度作歸納來描繪受眾輪廓，可以發現大潤發品牌關注者常關注料理、旅遊類型頻道，寶雅品牌關注者則常關注生活、親子類型頻道。

您還沒體驗過OpView嗎？
OpView可帶您即時分析品牌市場競爭力

OpView Insight 試用帳號升級囉！

可自訂觀測品牌/議題

掌握近一年聲量趨勢

一頁式瀏覽各項分析結果

立即申請試用



Social Lab網路新聲量 觀測期間| 2022.10.31-11.04

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！



立冬進補這樣吃！網友熱議7大「暖身食物」排名出爐

- 「白蘿蔔」平衡進補不上火 「鹽烤橘子」止咳化痰又好吃.....[繼續閱讀](#)



癌症與「吃」有關！10大防癌食物清單看這裡

- 「豆類」含豐富膳食纖維 「這些食物」有益女性健康.....[繼續閱讀](#)



對抗失眠可以這樣吃！網友熱議的8大助眠食物一次看

- 網推一杯溫「牛奶」更好入睡 「香蕉」可促進褪黑激素.....[繼續閱讀](#)

公共議題網路民意資料庫

針對地方選舉、政府施政等議題，剖析網路民意，快速了解輿情動向！

縣市政府施政議題排行榜

縣市首長候選人即時榜



OpView放大鏡 觀測期間| 2022.10.31-11.04

網友熱議文章大公開

Social Lab收錄每周各類熱議討論文章前十名，欲看[上周熱門排行榜請點我](#)。

新聞頻道 聲量探索排行榜

[看新聞其他時期排行榜](#)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	4,682	LINE TODAY > 生活	快訊 / 專家會議14人全體同意「高端疫苗具有保護力」
2	2,602	yahoo新聞 > 健康	高端保住EUA！食藥署深夜公布專家會議14：0
3	2,503	yahoo新聞 > 政治	官逼民反救國團上街遊行呂秀蓮：不做烏克蘭第二
4	2,437	yahoo新聞 > 焦點	兩岸若開戰台灣勝算有多少？邱國正：有絕對的勝算
5	2,286	yahoo新聞 > 北台灣	藍控蘇揆小女兒藉白手套拿2千萬桃園標案政院回應了
6	2,151	yahoo新聞 > 亞澳	天理不容！台版柬埔寨中壢再囚32人虐死3人裝包棄屍
7	2,021	yahoo新聞 > 社會地方	論文抄襲侵害著作權案法官要余正煌2周內提供
8	1,967	yahoo新聞 > 焦點	「沒打高端在不爽什麼」惹議陳時中：讓每個人有選擇
9	1,872	LINE TODAY > 國內	正式提訴訟！恩恩爸數度哽咽轟新北市府「一路折磨我」
10	1,709	LINE TODAY > 生活	指揮中心：高端重症死亡保護力逾9成近mRNA疫苗

Dcard 聲量探索排行榜

[看Dcard其他時期排行榜](#)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,875	感情	男友沒考上頂大，想分手了
2	1,594	美食	今天抽一位贈送星巴克#星巴克新品
3	1,515	感情	男友經濟狀況不佳，該等嗎
4	1,208	閒聊	line的家庭群組名
5	1,033	心情	長得漂亮但腳超臭
6	997	App	IG停權
7	696	感情	我都骨折了男友卻只想著打X
8	696	女孩	女生食量這樣算大??
9	654	感情	男友媽突然咬了我一口
10	643	心情	原來你對我的關心是別有目的，我噁心到想吐

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	5,940	lol	[電競] 2022 World Championship -冠軍賽(8點)
2	4,539	Gossiping	[爆卦] LIVE – 2022台北市長電視辯論會
3	3,371	lol	[電競] 2022 World Championship -四強賽Day2
4	3,063	TW_Entertain	[實況]全明星運動會20221106(S4-EP16)
5	2,340	Gossiping	[新聞]獨家 / 買炸物忘帶40元！店家「無視道歉」
6	1,987	Japandrama	[情報]平野紫耀、岸優太、神宮寺勇太が来年5
7	1,977	NBA	[情報] KI能繼續打球的條件
8	1,680	Gossiping	[新聞]詐團囚35人警救出32人3人遭凌虐身亡棄屍
9	1,386	Gossiping	Re: [新聞] 2024牽動中國對台政策學者：若國民黨執政
10	1,377	Gossiping	[新聞]炸物店開吉了！為40元報警抓唐寶寶

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	1,399	影音_行動影音	ikko Breezy ITG01骨傳導耳機 用料有誠意
2	715	筆電_MSI	MSI CreatorPro X17測試報告 以龍魂為本打造的旗艦筆電
3	603	手機_Android_Google	具體來說安卓 (Pixel) 可以做到什麼是iPhone做不到的
4	565	手機_Android_Google	【PK】Pixel 7 Pro與iPhone 14 Pro Max宿命的拍攝對決
5	419	機車_電動機車	代PO · Gogoro是台爛車 · 差點摔死
6	296	居家_空間設計與裝潢	[分享]新家裝潢的二三事
7	237	相機_影像器材周邊	Wandrd Roam Sling 9L斜背攝影包 機能滿點還能擴充
8	230	影音_行動影音	Nothing Ear (Stick) 試聽報告 延續全透機殼強化配戴
9	216	汽車_德國車系	福斯商旅T7 Multivan試駕 不當商旅 · 轉性豪華七座MPV
10	210	汽車_消費經驗分享	比起名車 · 為什麼很多有錢人更常開二手Toyota · Honda ?

新增回文數：於觀測期間內所新增之回文留言數。

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	18,633	爆料公社	此時該怎麼辦？
2	13,286	萬年東海模型玩具	終極密碼1~2000
3	12,766	跑跑卡丁車官方粉絲團	《跑跑卡丁車結束營運公告》-親愛的跑跑卡丁車玩家您好
4	12,200	鄭家純	今天在日本完成結婚登記了。
5	11,581	東森新聞	牙買加閃電：是火藥味！柯文哲8分鐘金句連發槓阿中！

閒聊文：①特定頻道週期性發起之聊天性文章。②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

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](#)。



【重讀教條】烏惡戰爭再登發燒！重讀教條：有問題直播碰面講開



【攝徒日記Fun TV】台志願軍戰死烏克蘭 攝徒日記駁斥酸民造謠謾罵



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】NASA發現飛船形天體「奧萊萊」 網友：期待更多宇宙奧秘



【Hello Catie】新創自媒體產業的口碑行銷「業配」模式越來越荒謬



【Bit King比特王出任務】黃國昌痛哭飆罵蔡政府 網友讚：毛嘉慶一針見血