

本期焦點



網紅行銷工作坊 用AI數據促進與消費者的對話

- 網紅行銷趨勢：社群屬性頻道排名 X 熱門網紅類別洞察
- 網紅評估實戰：社群評估指標解密 X 實際案例操作

OpView放大鏡



熱門話題調查局 (過敏改善方式 / 求職選擇條件 / WFH網友看法)



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

網

紅行銷成為近幾年品牌行銷的一大趨勢，透過網紅本身的知名度與影響力，於社群討論區上拉近與消費者的距離，然而想做網紅行銷該如何起步？又有哪些指標可以作為評估參考呢？「行銷快速戰」時代來臨，從2021年起全球便走入了疫後新常態，消費者行為與習慣快速翻轉，如何透過AI數據即時掌握市場的變化脈動，並根據行銷需求挖掘最適合的合作對象，利用社群聆聽工具搶佔社群趨勢先機，對於企業及品牌方來說更是關鍵。

本期Social Watch摘錄《2022OpView數據年會》的部分內容，以2022年最受關注的焦點產業—零售百貨業為例，以數據分析拆解網紅行銷趨勢，並透過多個實例與行銷情境，示範如何運用AI數據與社群指標來評估網紅效益，加速行銷策略擬定，拉近與消費者的距離，借力使力輕鬆擴大品牌影響力！



本主題大綱

Part 1

網紅行銷
社群趨勢概覽

1-1 網紅行銷趨勢洞察

1-2 零售通路熱門網紅案例

Part 2

網紅評估
指標暨實例說明

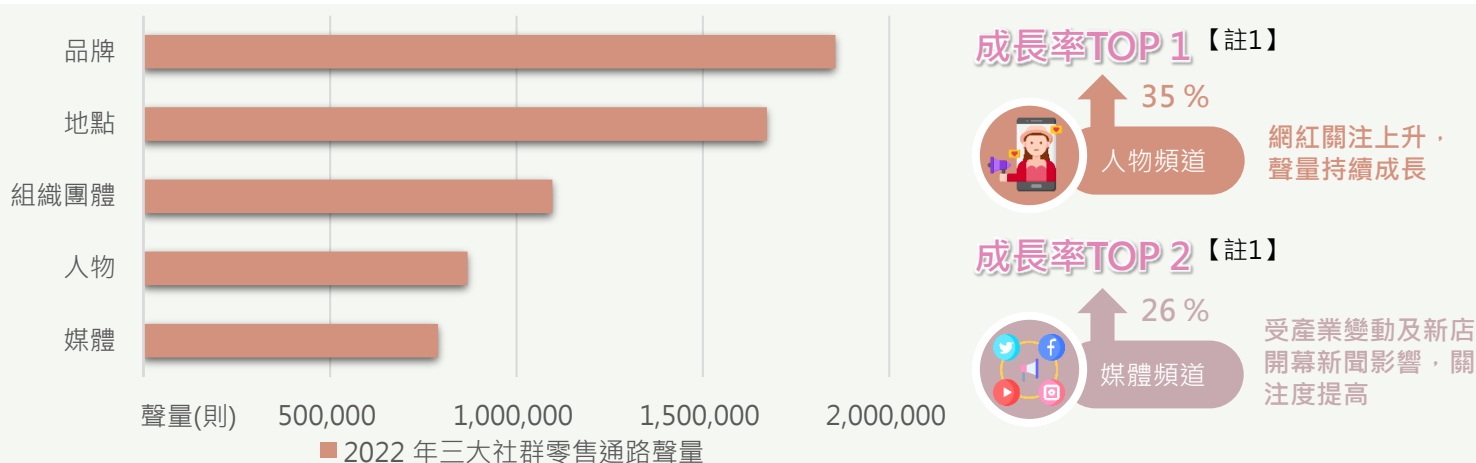
2-1 產業熱門網紅探索

2-2 行銷活動高效網紅

PART1、網紅行銷社群趨勢概覽

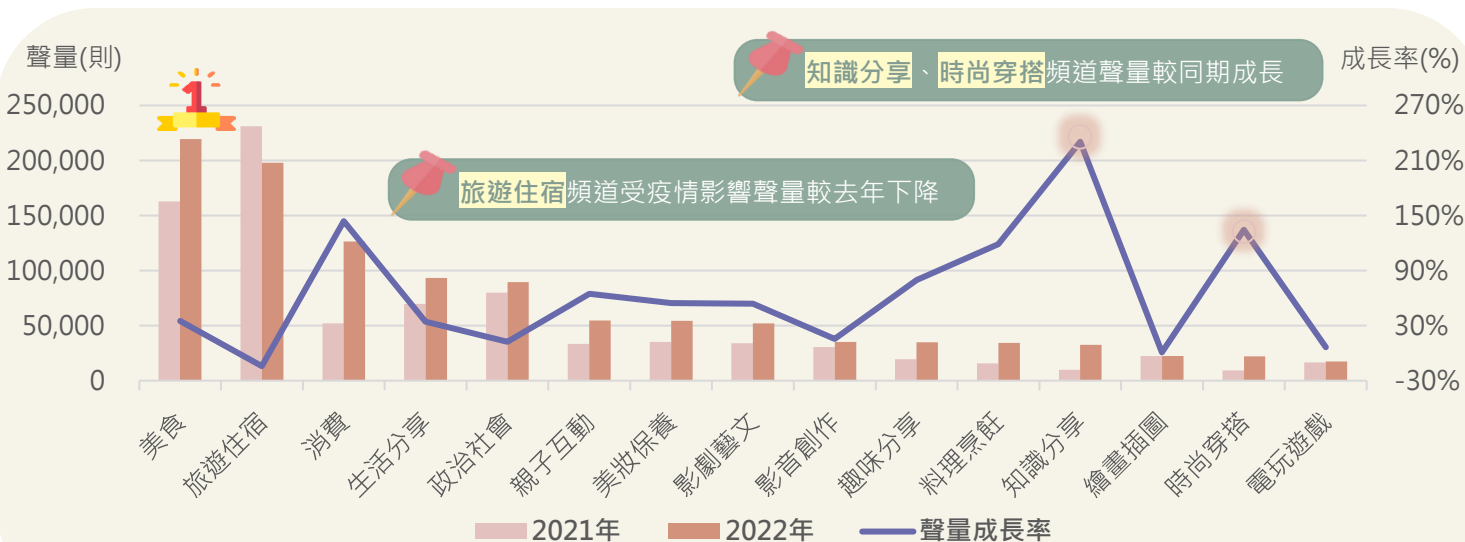
1-1 網紅行銷趨勢洞察

社群討論人物頻道聲量較去年上升 網紅聲量以美食頻道為大宗



▲ 2022 年各屬性【註2】頻道聲量排名與成長率排名

首先，以三大社群平台Facebook、Instagram、YouTube來統計零售通路各屬性頻道的聲量，其中以「品牌」頻道於社群宣傳聲量最大，而再與去年同期進行比較，成長的類別為「人物」、「媒體」頻道，「媒體」頻道成長 26%，受產業變動及通路新門市新聞影響，整體關注度提高，而「人物」頻道成長最多，呈現 35%的上升，整體網紅對零售通路產業社群影響力上升，聲量持續成長。



▲ 2022 年各類別【註3】網紅聲量排名

進一步往下挖掘受到矚目、具成長潛力的網紅類型。使用OpView站台功能中的頻道內容標籤，計算各類別網紅在2022年1月到8月的聲量，其中以「美食」、「旅遊住宿」頻道引起較多的關注，而與2021年同期相比，前15名除了「旅遊住宿」頻道受疫情影響下降外，其餘討論熱度皆呈上升趨勢，而成長幅度最大為「知識分享」型網紅，「時尚穿搭」型網紅排名第二。受到疫情影響，以上兩類型的網紅在今年都以更為日常的題材關注零售通路，不論是開箱、試吃或是自煮，都能為通路商達到高曝光的效果。

【註1】：同期比較以 2021/01 - 2021/08 與 2022/01 - 2022/08 相比。

【註2】：以 OpView 頻道屬性標籤統計，計算三大社群平台各屬性標籤的聲量。

【註3】：以 OpView 頻道內容標籤統計，計算三大社群平台各內容標籤的聲量。

超商、超市、量販		百貨	
聲量數	同期成長	聲量數	同期成長
 378,397	11%	94,621	68%
 134,323	62%	30,777	11%
 134,628	4%	12,893	151%

▲人物頻道聲量於三大社群平台的消長

接著我們觀察人物頻道聲量於三大社群平台，Facebook、Instagram、YouTube的聲量消長，其中零售通路類型，在超商、超市、量販以Instagram人物頻道聲量成長最多，百貨則以YouTube人物頻道聲量成長最多，故接下來便將以Instagram與YouTube兩大社群為例，探索兩平台中，零售通路產業的熱門網紅。



1-2 零售通路熱門網紅案例

IG網紅聯名系列商品關注度高 YouTuber逛街購物題材吸引觀看



▲Instagram超商超市量販網紅 TOP10

首先觀察超商、超市、量販同期聲量成長最多的Instagram網紅，並依照網紅發文引發的總討論數做排名並取前十名，不過因為「高粉絲數不代表有高互動」，因此除了粉絲數之外，也會加入互動的指標來觀察，如以OpView站台功能中的「貼文互動成效」作為參考指標。從期間引發討論數之前十名網紅來看，並從三社群指標的角度出發：總討論數、貼文互動成效、粉絲數，X軸代表粉絲數、Y軸代表貼文互動成效，圈圈大小則代表該網紅期間發文引發的討論數。首先看到貼文互動成效、總討論數指標，「榆兒的美食日記」表現均最好，顯示其與粉絲互動密切，常能於社群中成功製造話題、吸引網友留言互動；而再看到擁有最多粉絲數的「Foody 吃貨」，可發現在其抽獎活動貼文當中，又以聯名商品引發的留言數最多，整體社群參與度高。



▲YouTube百貨網紅 TOP10

接著，以零售通路中的百貨為例，觀察同期聲量成長最多的YouTube網紅，並同樣依照發文所引發的總討論數做排名取前十名，再加入互動的指標做觀察。YouTube百貨網紅中，可看到「眾量級 CROWD」、「黃氏兄弟」的粉絲數最高，而在總討論數及貼文互動成效兩指標上，則以「尼克&ASHLY」表現最好，其以百貨公司逛街、刷卡購物影片，因能貼近大眾生活而受到網友熱議與矚目，另外「吃貨豪豪」、「千千進食中」，則是以大胃王美食街吃到飽、大胃王一日店員等系列備受粉絲喜愛。

PART2、網紅評估指標暨實例說明



選取查詢工具

為什麼選用 頻道影響力 模組？

1. 社群大擴展，資料大升級 **20萬頻道**
2. 拉長觀測期間，**六個月數據**一把抓
3. 新增指標更能彈性運用
4. 新增頻道標籤排名，挑選更精準
5. 單次顯示最多 **500 筆**，查詢更便利



設定查詢條件

主題開啟

- 期間： ☒ 最多可選取半年
- 來源： ☒ 三大社群平台
- 篩選條件： ☒ 粉絲數、主文數、平均被回應數...等等
- 頻道屬性標籤： ☒ 人物、品牌、媒體...等 9 種標籤
- 頻道內容標籤： ☒ 美食、旅遊、美妝...等 57 種標籤



檢視查詢結果

- ✓ 頻道屬性標籤占比前五名
- ✓ 頻道內容標籤占比前五名
- ✓ 顯示符合查詢的網紅

並依據不同情境排序

粉絲數▼

- 粉絲成長率
- 總主文數
- 總互動數
- 貼文互動成效
- 總體貼文互動率
- 平均被回應數
- 平均按讚數...

了解網紅行銷趨勢後，若是品牌想要更進一步的依照不同行銷活動情境，篩選出最高效的合作網紅名單，又該如何運用社群輿情分析工具完成任務呢？使用OpView頻道影響力功能，只要設定好查詢條件，並選擇想觀察的主題、期間、來源，設定篩選條件如粉絲數、主文數、平均被回應數...等等，另外還可以鎖定特定頻道屬性、內容標籤，讓查詢更精準，而查詢結果顯示符合條件的網紅，也能再依照不同情境，選擇不同的指標做排序。接下來本段便將以兩個不同的行銷情境為例，拆解網紅評估指標與步驟，帶您了解如何運用AI數據快速找到最合適的合作對象！

2-1 產業熱門網紅探索

以零售通路節慶行銷檔期為例 尋找YouTube合作網紅

行銷需要快狠準，一但確認了行銷活動方向，後續合作對象的挑選更是至關重要，而接下來便直接帶大家從實際的行銷情境中入手，並使用OpView頻道影響力功能做查詢，透過AI數據快速蒐集網紅名單及相關數據表現。

Boss

想要以影片置入方式宣傳雙十一的大活動，希望與訂閱數超過 50 萬的 YouTuber 合作，以及近半年相關發文數需要 2 篇以上！

查詢條件

主題 ☒ 零售通路 期間 2022/03/01 - 2022/08/31 來源 ☐ Facebook ☐ Instagram ☒ YouTube 篩選條件 頻道屬性標籤 人物

粉絲數 500000 - ∞ (單位:萬) 主文數 ☒ 自訂 2 篇以上

如上圖情境，並以零售通路的行銷活動為例，配合品牌雙11節慶行銷檔期，需要找到一批訂閱數超過50萬的YouTuber，且近半年相關發文數需為2篇以上，這時便可以自OpView站台「查詢條件」進行設定，主題鎖定零售通路，並設定近半年為查詢期間，來源選擇YouTube，接著再進一步篩選粉絲數、主文數等條件，最後鎖定「人物」頻道，便可檢視查詢結果。參考下圖中的結果顯示，內容標籤占比排名除「影音創作」外，則以「美食」、「美妝保養」頻道占比較高，另外也可依「貼文互動成效」指標排序，進一步查看熱門網紅發文成效，快速查詢網紅資訊與多項數據表現。

查詢結果

本次查詢屬性標籤占比前五名：1 人物 100%

本次查詢內容標籤占比前五名：1 影音創作 35.71% 2 美食 17.86% 3 美妝保養 10.71% 4 玩具模型 10.71% 5 知識分享 10.71%

排序：貼文互動成效 查詢內容下載 場域

貼文互動成效加權：總被回應數 * 2 + 總觀看數 * 1 / 總主文數

顯示筆數 100 筆

貼文互動成效 = (總被回應數 * 2 + 總按讚數 * 1) / 主文數，可依需求情境自行調整加權。





2-2 行銷高效網紅

以抽獎活動為應用情境 尋找Instagram高互動網紅

Boss



需要 Instagram 近期有舉辦抽獎活動、粉絲成長幅度較大的一批潛力網紅，追蹤數 50 萬以下，搭配食品分享相關商品，來宣傳檔期活動！

查詢條件

主題	期間	來源	篩選條件	進階搜尋
☒ 抽獎文	☒ 2022/03/01 2022/08/31	☐ Facebook ☒ Instagram ☐ YouTube	粉絲數 0 - 100 (單位: 萬)	頻道屬性標籤 人物 頻道內容標 ☒ 標籤聯集 ☐ 標籤交集 美食, 料理烹飪



觀察社群上也有不少品牌會以舉辦「抽獎活動」的形式，吸引消費者目光外，更藉此增加流量、粉絲人數以及品牌曝光度，而若是想要讓行銷活動的成效發揮最大化，選擇「對」的合作夥伴便至關重要。想要找到高效合作網紅，除了參考「粉絲數」和「按讚數」之外，還需確認對方受眾是否符合品牌目標客群，或是從網紅與其粉絲間的互動成效作為評估參考。

如上圖情境，假設本次有一食品相關品牌，欲於Instagram上舉辦抽獎活動，希望能找到一批成長潛力大、追蹤數 50 萬以下的網紅名單來合作宣傳檔期活動，首先便可於查詢條件中設定與「抽獎文」相關的主題關鍵字，並選擇觀測期間、來源、粉絲數，最後再鎖定「人物」頻道，搭配「美食」相關標籤，便可查詢出近期有舉辦抽獎的一批「美食」頻道網紅。



最後根據查詢結果，可再依「粉絲數成長率」指標進行排序，觀察各網紅的互動指標進行比對挑選，如以「查詢期間主文的總回應數 + 總按讚數 + 總分享數」作為參考依據，觀察網紅發文之內容帶動互動力。

社群媒體產業變化快速，其中網紅行銷更已成為品牌數位行銷策略不可或缺的一部分，善用各式社群指標以及社群聆聽工具，方能協助品牌主於這波網紅浪潮中成功脫穎而出，根據行銷目標精準制定策略方向，使網紅行銷效益最大化！

小結 網紅合作評估三大重點回顧



1. 網紅行銷仍是趨勢

- ✓ 零售通路網紅關注度持續上升
- ✓ 以「美食」、「旅遊住宿」類型網紅關注度高，「知識分享」、「時尚穿搭」網紅 2022 年對零售通路主題有了更多討論熱度



2. 零售通路熱門網紅案例

- ✓ 短影音搭配互動式貼文、聯名系列商品關注度高
- ✓ 逛街購物題材、大胃王系列影片吸引觀看



3. OpView 挑網紅！頻道影響力！

- ✓ 社群大擴展，資料大升級 **20萬頻道**
- ✓ 拉長觀測期間，六個月數據一把抓
- ✓ 多項指標依情境選擇，以數據找出合適網紅人選

最後，總結本期重點，就零售通路而言，整體網友對於網紅的關注度持續上升，其中又以「美食」、「旅遊住宿」等類型網紅最受矚目，而「知識分享」、「時尚穿搭」網紅於2022年對零售通路主題也有了更多討論熱度。

再觀察社群上的熱門發文案例，Instagram以短影音搭配互動式貼文、聯名系列商品備受網友熱議，YouTube則是以逛街購物題材、大胃王系列等影片成功吸引觀看。若是想要高效合作挑選網紅，便可使用OpView頻道影響力功能，讓AI大數據進行篩選，加速行銷目標的達成，放大品牌影響力，於行銷戰場中搶得先機。



Social Lab網路新聲量 熱門話題調查局

觀測期間| 2022.11.14-11.20

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！



換季鼻涕擤不完？五大改善過敏方式一次告訴你！

- 網推「藥物」舒緩最有效 保持「室內清潔」不可少！.....[繼續閱讀](#)



薪水多少？要加班嗎？網揭「這些」條件影響職場選擇

- 錢最重要！待遇好不好直接影響職場 選擇大公司還是小公司看個人.....[繼續閱讀](#)



WFH幻想逐漸破滅？「居家辦公」輿情調查：網友負面聲量增近5%

- WFH省下通勤時間 卻可能反而更累？.....[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



OpView放大鏡 觀測期間| 2022.11.14-11.20

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

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2498	yahoo新聞 > 熱門新聞	談仇恨值來源薛瑞元：陳時中擋幾十億財路
2	2126	yahoo新聞 > 政治	美學者狠批台灣廢核簡直是瘋狂
3	1924	LINE TODAY > 國內	蔡英文喊這句吸選票！他猛轟太離譜：狐狸尾巴露出來
4	1811	LINE TODAY > CTWANT	台美簽署「157億軍售」國台辦發言人：這錢用來發展經濟不更好嗎？
5	1675	LINE TODAY > 國內	林冠年將「吹哨者們」證據交北機站！高虹安回應
6	1643	yahoo新聞 > 政治	遭詐團狠棄屍！單親媽生前悲喊「兒子對不起我愛你」惹淚
7	1625	LINE TODAY > 國內	「13頁密帳」低薪高報、詐公款？高虹安親上火線：沒有違法
8	1566	yahoo新聞 > 健康	薛瑞元：陳時中擋掉疫苗騙子上億元利益而...
9	1523	yahoo新聞 > 大台北	恩恩爸臉書貼文喊心死侯友宜：理解家屬的心情
10	1522	yahoo新聞 > 焦點	經濟部砸20億參加大阪世博「沒有台灣」

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	1,287	結婚	我好像不愛我老婆了
2	1,213	心情	我看到女友上吊
3	1,087	感情	男友叫我破麻...
4	1,017	感情	男友騙我開福特...
5	967	感情	為什麼女生寧可單身，也不願找個男生在一起？
6	934	感情	從一句話看出男友的大男人主義
7	929	結婚	發現姐姐外遇，該告訴姐夫嗎
8	925	心情	常常被說像國高中生
9	900	親子	#討論我偏心我的小女兒，覺得大女兒很煩
10	899	感情	男友這樣對我讓我感到很心寒

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	3,048	Gossiping	[爆卦] 高端疫苗採購價格1081
2	2,496	TW_Entertain	[實況] 全明星運動會20221120(S4-EP18)
3	2,170	KoreaStar	[情報] [官方] TWICE、IVE、LE SSERAFIM登紅白
4	2,082	Gossiping	[新聞] 獨 / 魂斷台版柬埔寨！媽遺體遭棄荒野
5	2,045	Gossiping	[新聞] 經費增6倍新竹小學蓋6年未完工
6	1,880	Gossiping	[爆卦] 林智堅：新竹產矽所以有了半導體產業！
7	1,542	Gossiping	[爆卦] 蔡英文英系就是黃承國黑金集團！
8	1,478	Teacher	Fw: [新聞] 經費增6倍新竹小學蓋6年未完工
9	1,349	Gossiping	[新聞] 快訊 / 台南雙屍命案身分確認了 夫妻「
10	1,329	Gossiping	Re: [新聞] 新竹一小學預算從2億元一路追加到超過16

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	3,192	手機_Android_Google	Pixel Watch試用：盡情享用手腕上的Google體驗
2	1,243	筆電_Acer	Acer Predator Helios 300 SpatialLabs Edition
3	952	筆電_Asus	ASUS Vivobook Pro 16X OLED測試報告
4	554	筆電_LG	LG gram 16Z90Q-E RTX 2050獨立顯卡升級輕薄筆電效能
5	493	影音_行動影音	EDIFIER MP100 Plus、MP230 一手掌握動感與復古音符
6	339	汽車_美國車系_Tesla	特斯拉失控狂飆時速198公里失事致2死3傷
7	317	汽車_美國車系_Tesla	特斯拉Model Y失控撞人2死3傷算誰的錯？
8	300	影音_行動影音	鐵三角ATH-CKS30TW試聽報告 在小巧機身內盡享澎湃...
9	254	影音_高畫質視界	BENQS940(55吋) 荒腔走板的品質與推卸責任
10	249	居家_生活家電	Panasonic瞬熱式洗淨便座 不只纖薄美型，5大好評升級...

新增回文數：於觀測期間內所新增之回文留言數。

Facebook 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	12,600	東森娛樂	主人受傷慘變癩咖！二哈+薩摩耶1挑鬻舉動惹...
2	8,274	BBC News	Alcohol will not be sold at the World ...
3	7,628	爆料公社	卓詠祥在爆廢公社分想阿姨這頭髮厲害了求髮型師大名！
4	7,572	早安健康	糖尿病名醫的「蛋白質減肥法」比168斷食簡單！
5	7,274	The Wall Street Journal	Republicans won the majority of seats in...

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](#)。



【BBC News 中文】習近平參加G20峰會 批特魯多不應洩漏閉門會議內容



【勾起你心中的惡】台灣槍擊案頻傳 網質疑政策是否與利益掛鉤



【寒國人】雙標的民主政治？中批加拿大洩漏閉門會議內容



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】老高談「阿米」系列書籍 網友：應該被寫進教科書裡



【館長惡名昭彰】高虹安與館長會談 網讚：口條邏輯清晰的候選人