

本期焦點

年度社群新局勢！板塊變動與產業聲量大解密

- 從聲量變化到來源剖析，揭開年度社群板塊大洗牌

- 從挑選到應用，AI 行銷 KOL 案例實戰全揭曉

OpView放大鏡

► 熱門話題調查局 (熱門自行車道 / 樂齡休閒活動 / 演唱會場地排行)

► 熱議文章大公開 (新聞 / Dcard / PTT / Mobile01 / Facebook / YouTube / Instagram)

社群生態在近兩年快速演變，不同平台逐漸展現出差異化的定位與優勢，各個平台分別適合運用哪種行銷策略，品牌又能夠如何運用 AI 工具輔助，達成精準又高效的行銷策略？

本期 Social Watch 摘錄《[2025 意藍 AI 數據年會](#)》的部分內容，將為您解析近 2 年的社群網路聲量發展趨勢，並揭示最新的 AI Agent 行銷應用實例，提供行銷規劃與決策的重要參考。

主題大綱



Part 1 年度社群板塊變遷

► 1-1 網路聲量變化概覽

► 1-2 整體聲量來源洞察

Part 2 產業聲量變化趨勢

► 2-1 各產業聲量分布概覽

► 2-2 醫美產業聲量來源解析

附錄 AI 應用案例_以KOL合作為例



1-1 網路聲量變化概覽

年初美烏會談等議題掀熱議，七月大罷免帶起二次聲量高峰



▲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，近年社群聲量呈現明顯的「事件驅動」特性。2024 年第二季因食安、國會法案等政治議題帶動聲量，第三季大眾則轉為關注奧運與颱風天災。進入 2025 年，年初的美烏會談、中配議題以及 7 月的罷免事件，分別推升社群聲量至兩波高點，顯示整體聲量趨勢多受到重大時事牽動。可見品牌若想把握聲量高峰進行曝光，除了長期經營之外更需要靈活回應時事，才能有效放大影響力。



1-2 整體聲量來源洞察

社群網站仍為聲量大宗 部落格聲量大幅衰退、長文載體式微

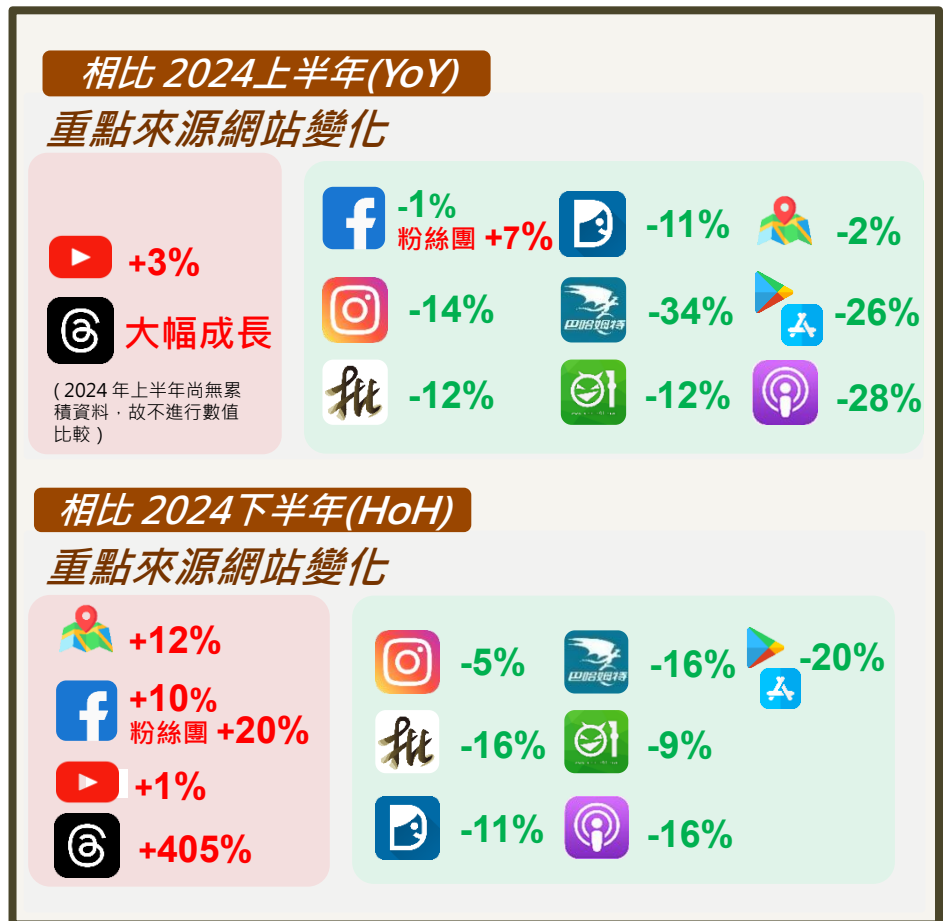
▼ 2025 上半年聲量數與同期聲量變化^{【註1】}

來源	2025上半年 聲量數	聲量 成長率	主文 成長率	回文 成長率
社群網站	4億 4,876萬	+ 13.5%	+ 22.7%	+12.9%
討論區	5,315萬	-11.7%	-3.2%	-12.2%
新聞	2,850萬	+ 5.1%	+ 30.0%	-9.7%
評論	203萬	-7.1%	-5.3%	-12.9%
部落格	27萬	-14.9%	-15.2%	-9.6%

接著剖析聲量來源的變化，以了解各平台在討論熱度與互動變化。以聲量的角度觀察，社群網站仍是最大聲量來源，且成長幅度達 13.5%；聲量同樣呈現上漲趨勢的還有新聞來源，且其主文更大幅增加 30%，顯示媒體在討論上的影響力仍不可忽視；相對之下，部落

格的聲量衰退最多達 14.9%，可看出網友互動模式正逐步遠離長文載體。

【註1】：本段提及之聲量數據變化分析比較皆以2025年1月至6月聲量對比2024年同期1月至6月。



▲ 來源網站聲量變化【註2】

接著，我們進一步針對重點來源網站進行聲量變化觀察，自2025年起，Threads 聲量迅速竄升，成為增幅最大的新興平台，可以發現消費者的討論與互動場域正快速移動。而Facebook 粉絲團於今年下半年重新回溫，聲量逆勢上升20%。同時，Google 地點評論因店家積極回覆帶動聲量增加12%，突顯互動參與對聲量的直接影響。相對之下，Google Play、App Store 等評論資料源，以及巴哈姆特、Dcard、PTT 等傳統討論區聲量皆出現雙位數下滑，顯示網友互動重心正由傳統論壇轉向新興平台。整體而言，社群來源的變化不僅反映平台更替，更揭示消費者行為的轉向。對品牌而言，唯有持續追蹤不同平台的互動模式，並根據各來源特性調整行銷策略，才能有效掌握消費者脈動，才能抓住新興場域帶來的機會。

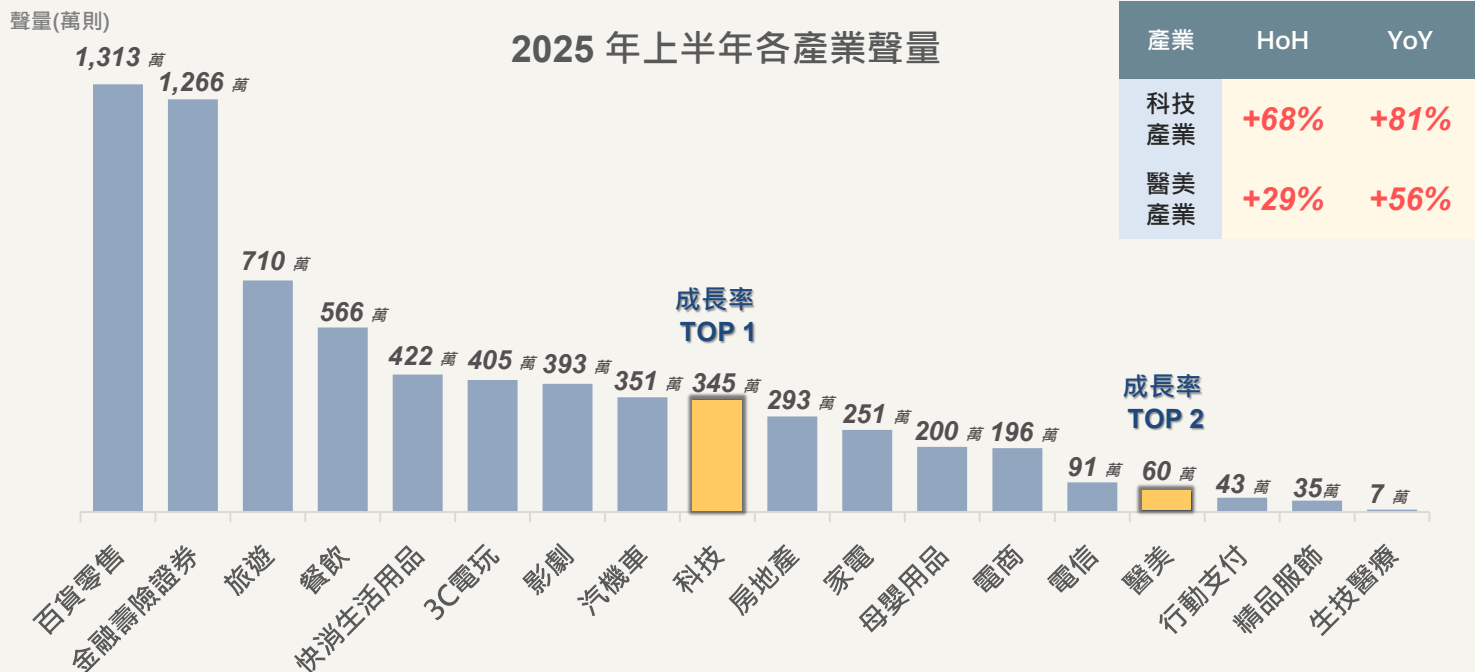
【註2】：本段提及之 HoH 為以 2025 年 1 至 6 月聲量對比 2024 年 7 至 12 月聲量，YoY 則是以 2025 年 1 至 6 月聲量對比去年同期 2024 年 1 至 6 月聲量。後續章節亦同。



2-1 各產業聲量分布概覽

百貨零售成最受關注產業，科技業聲量成長率奪冠

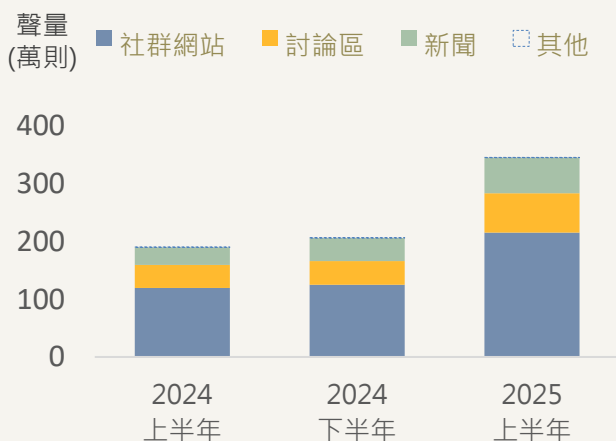
在接下來的章節中，我們將從產業別的角度一覽整體聲量分布的變化。在 2025 年上半年，百貨零售產業以及金融壽險證券產業皆以突破 1,000 萬的聲量數，分別位居第一及第二。不過在聲量成長率方面，成長率前二高的產業則是科技產業與醫美產業。



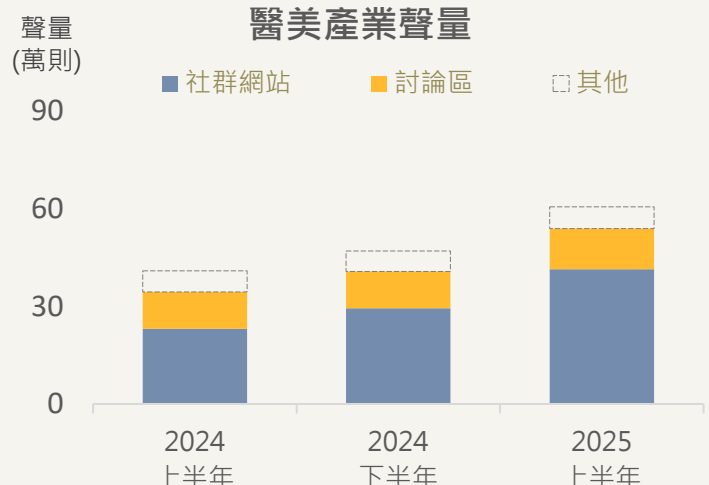
▲ 2025 年上半年各產業聲量統計

進一步觀察科技與醫美產業的聲量來源，可以發現科技產業聲量來源以社群網站為重鎮，討論多圍繞民眾對台積電赴美設廠的意見與立場比較，討論區則延伸出更多對產業前景的辯論。另一方面，醫美產業也以社群網站的聲量為大宗，從中我們可觀察到部分醫師開始同步經營新興社群平台如 Threads，以擴大觸及與影響力；而在討論區中，具請益與經驗交流性質的社團聲量亦持續提升，顯示醫美市場中各種需求關注度的上升。

科技產業聲量

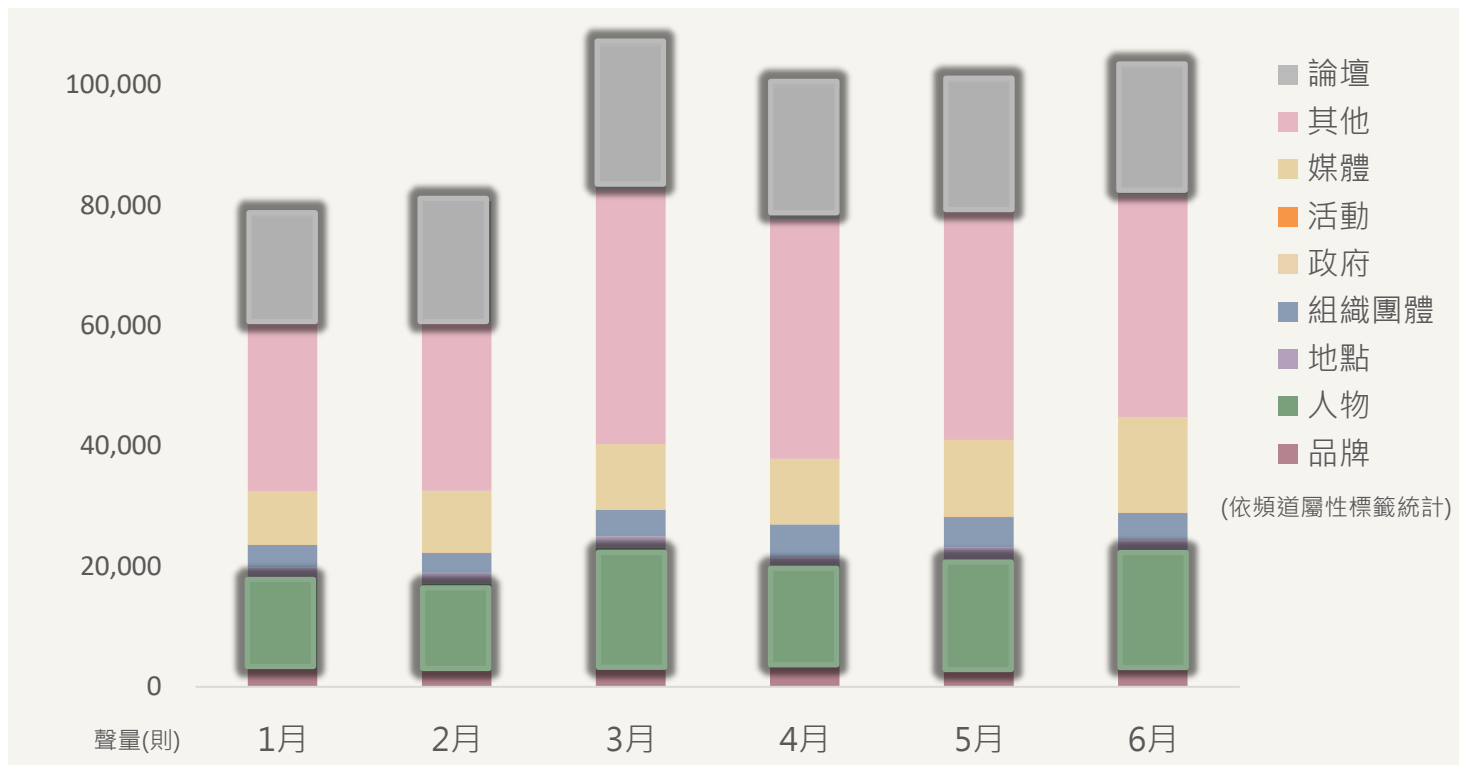


醫美產業聲量



2-2 醫美產業聲量來源解析

論壇、人物頻道聲量占比較高，KOL 合作、療程心得成網友熱議話題



▲ 2025 年上半年醫美產業聲量來源

接著使用屬性標籤針對醫美產業的聲量來源做分析，從上圖中可發現，2025 年上半年以論壇、人物頻道聲量占比較高，其中論壇屬性又以 Dcard 與 PTT 為核心，合計聲量占比近九成，討論內容多聚焦於醫美經驗分享及術前術後比較，因其具備高度真實性與參考價值，能有效帶動網友交流，亦成為品牌進行口碑行銷的重要場域。至於人物類型頻道則以 Instagram 與 Facebook 為主，分別占近 39% 和 35%。進一步觀察，發現聲量多來自與醫美品牌合作的 KOL 透過短影音形式於社群分享醫美施作心得及療程紀錄，吸引大量網友留言詢問，顯示與 KOL 合作已成為醫美產業的行銷策略趨勢。另外，其他類型頻道的討論面向較多元，包含療程痛感排行分享與醫師推薦內容，進一步擴展了醫美話題的討論深度與廣度。

論壇



Dcard

60%



PTT

29.4%

其他

醫美討論綜合內容

(以 Threads 素人討論為大宗)

人物



Instagram 38.7%



Facebook 35.2%



Threads 14.5%



YouTube 9.6%



附錄 AI 應用案例_以 KOL 合作為例

AI Agent 推薦合適的 KOL 清單，四大面向評估風險助決策

看完上述醫美產業的案例，若品牌想透過 AI 助力 KOL 合作行銷策略，可以使用哪個工具，以及應該透過哪些標準判斷人選是否合適呢？

品牌可以使用 OpView 最新推出的 AI Agent 功能，不僅準確度高，只需使用口語文字輸入即可操作，對初學者來說也很好上手。品牌可以透過 AI Agent 找出合適的 KOL，而 AI Agent 在提供推薦人選時也會一併附上推薦理由，提供更多的判斷資訊。在使用 AI Agent 功能時，使用者設定好主題、觀測時間與來源後，系統便會依設定產出總聲量，並將文章歸納成主要的討論面向。

AI Agent GPT Beta
AI 自動理解問題，查詢網站資料並提供回答。
AI生成內容僅供參考，當次查詢內容僅保留至對話結束。 查詢次數統計

我想要為醫美領域尋找合適的 KOL，請協助分析 Instagram、Facebook、Threads 與 YouTube 各 3 位具影響力的意見領袖，並從中推薦各個網站各 1 位最適合作的人選並說明理由。

針對在醫美領域尋找合適的意見領袖合作，我們可以根據 Instagram、Facebook、Threads 與 YouTube 平台的聲量與影響力進行分析和推薦。

Instagram

1. 林麗(@95_mizuki) - 以舞蹈和生活分享為主，平均按讚數約為17885。
2. Sunny Wang(@sunnyboyyy) - 專注於時尚穿搭和生活分享，平均按讚數為24112。
3. 安希 Anxi(@anxi061) - 主要從事攝影平面、影音創作，擁有較受歡迎的觀眾群，平均按讚數未知但有一定的回應數。

推薦合作人選：Sunny Wang，他不僅擁有高按讚數，內容也涉及醫美範疇，特色是權威性和影響力兼具，適合傳達高端醫美產品的形象。

Facebook

1. 真雪碧無雙 ss - 生活分享，專注於個人醫美經驗的分享，平均按讚數 262。
2. 小圓臉 Cynthia - 時尚穿搭與消費分享，強調使用消脂針后的變化，平均按讚數404。
3. Aries 艾瑞絲 - 生活分享，內容多元且主打術後生活的影響，平均按讚數6568。

推薦合作人選：Aries 艾瑞絲，因其高按讚數和術後分享能讓她觀眾群更加信賴醫美相關內容，尤其是術後護理和生活影響層面。

Threads

1. 蕾拉 Lyla - 以生活分享為主，與醫美的合作體驗導致高互動。

主題趨勢調查 PR 危機建議 KOL 合作分析 行銷彙整

請輸入您了解的具體議題，與符合議題特定關鍵字詞，將協助 AI 更精準判斷與回應

送出

▲ AI Agent 問答示意圖

接著，使用者可以選擇自行發問或透過系統預設按鈕進行問答。上圖是以自行發問的方式，請 AI Agent 分別提供不同社群網站各 3 位 KOL 作為參考清單，並根據判斷標準各推薦最合適的合作人選。透過此種方式，品牌便可以一次綜覽不同人選的合作效益分析，加速行銷決策效率。

除此之外，使用者也可以請 AI Agent 進一步針對回答中的 KOL 名單提供判斷指標，例如透過主題內容貼文平均按讚數與平均留言數等，藉由各項數據幫助品牌方能夠更精準找出合適的 KOL 合作人選，制定更精準的行銷合作策略。



以具體而細緻的美容產品體驗著稱，能夠提供精緻且專業的內容，適合於傳達醫美產品需要更深入的溝通和說服效果。



粉絲數：**1,837K**
醫美主題平均按讚數：**17,885**
醫美主題平均留言數：**166**

林襄



粉絲數：**1,393K**
醫美主題平均按讚數：**-**
醫美主題平均留言數：**52**

安希 Anxi



粉絲數：**1,669K**
醫美主題平均按讚數：**24,112**
醫美主題平均留言數：**266**

Sunny Wang 王陽明

擁有高按讚數，內容也涉及醫美範疇，特色是權威性和影響力兼具，適合傳達高端醫美產品的形象。



粉絲數：**918K**
醫美主題平均按讚數：**13,008**
醫美主題平均留言數：**15**

一隻阿圓 I am CIRCLE



粉絲數：**783K**
醫美主題平均按讚數：**176,539**
醫美主題平均留言數：**100**

尼克&ASHLY



粉絲數：**764K**
醫美主題平均按讚數：**283,278**
醫美主題平均留言數：**101**

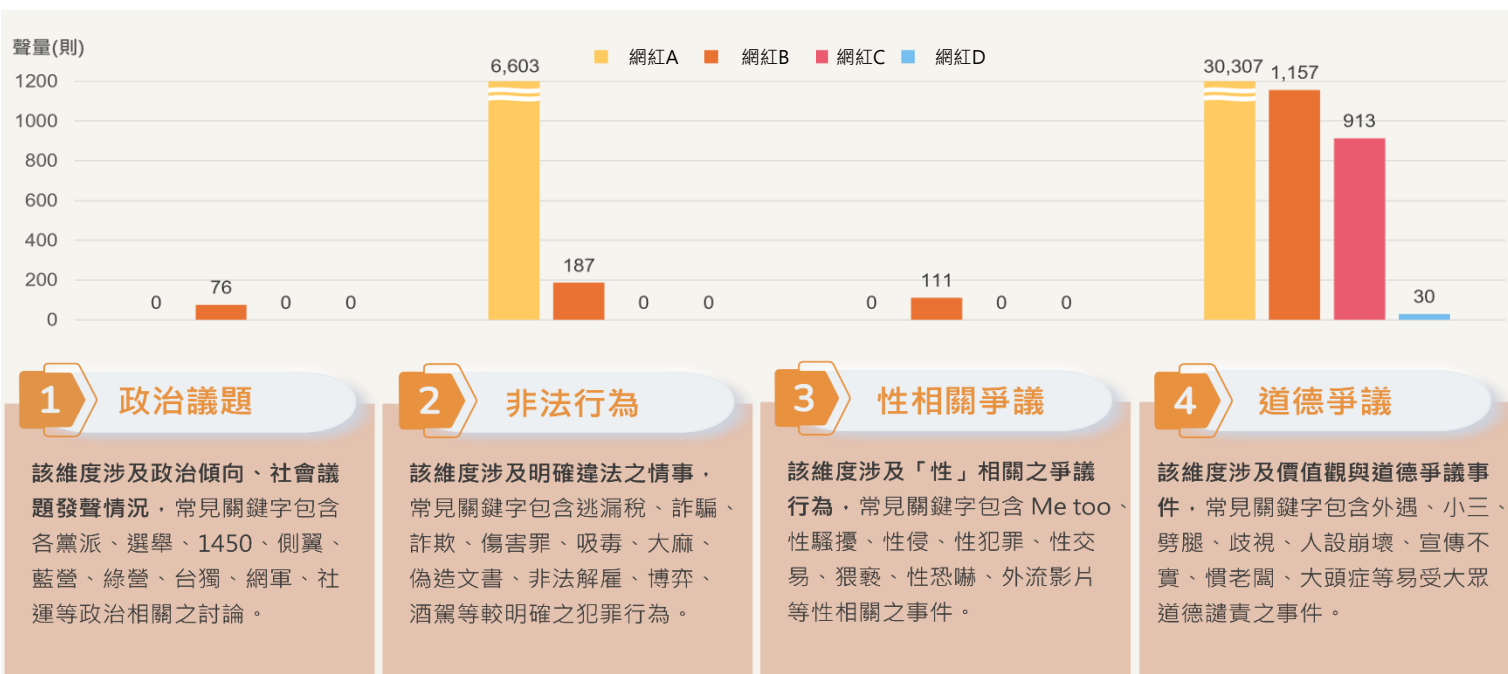
嘎嫂二伯&蔡波能's Daily

▲ KOL 合作效益判斷指標與評估

以醫美產業為例，在 Instagram 與 YouTube 兩個社群網站，AI Agent 結合數據與 KOL 的形象特色各提出了三個 KOL 候選人。其中，Instagram 的合作推薦人選為「Sunny Wang 王陽明」，藉由具權威性與影響力的特色，不僅能為品牌帶來高互動成效外，亦能有效傳遞高端醫美品牌形象；YouTube 則以擅長用真實體驗帶出產品細節「尼克&ASHLY」為首選，兼具專業與親和力的內容，能深化醫美品牌與受眾之間的信任與共鳴。

在 KOL 合作策略中，除了關注影響力與互動率，風險評估也逐漸成為不可或缺的一環。品牌可以藉由 OpView 平台，針對 KOL 的公開言論、社群互動與媒體報導進行聲量監測，並從中辨識潛在爭議。下圖中我們分別根據政治議題、非法行為、性相關爭議以及道德爭議對四位 KOL 進行聲量分析，藉此了解他們在這四大議題上的討論聲量。

透過以下四大面向，品牌可以更全面評估合作的適配性，不僅有助於預防公關危機，也能協助行銷團隊確保品牌形象與合作對象的價值觀一致，為品牌加分。



▲ KOL 形象風險評估四大面向 示意圖

小結

【Part1】與去年下半年相比，社群網站、地點評論聲量呈現上升趨勢，討論區聲量則逐步下滑。其中，Threads 聲量快速躍升，已成為社群網站中的第二大聲量來源，僅次於 Facebook 粉絲團。

【Part2】科技與醫美產業為聲量成長率最高的兩大產業，科技業主要因政治相關議題帶動聲量大幅增加，而醫美產業則受益於網友醫美經驗分享、醫師跨平台經營與 KOL 合作推廣，使聲量顯著成長。

【附錄】AI Agent 可協助品牌鎖定具影響力的 KOL，並提供相關數據與推薦理由，幫助企業更精準地規劃行銷策略。



Social Lab網路新聲量 熱門話題調查局

觀測期間| 2025.09.29-10.05

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！



騎一趟就愛上！網友熱議全台十大自行車道路線

- 全球十大最美「南投日月潭」 北部必騎「八里左岸」超愜意.....[繼續閱讀](#)



樂齡族動起來！網推8種休閒娛樂 老年生活精彩不打烊

- 「重訓」預防骨質疏鬆、增強肌力 「歌唱」互動認識新朋友.....[繼續閱讀](#)



演唱會辦在哪最嗨？網友熱議全台Top8演唱會場地排名

- 北部「雙巨蛋」霸榜 「高雄世運」綠建築場地大.....[繼續閱讀](#)

意藍 AI Search 新品發布會： AI 智能數據 啟動企業未來

11/5 (三) 14:00-16:00 華南銀行國際會議中心



OpView放大鏡 觀測期間| 2025.09.29-10.05

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

	新增回文	來源頻道	標題
1	1,656	Yahoo新聞 > 政治	台美關稅談判有別日韓鄭麗君：以「台灣模式」...
2	1,507	Yahoo新聞 > 焦點	對台貿易協議聚焦晶片製造美商務部長提「五五分」
3	1,097	Yahoo新聞 > 熱門新聞	花蓮災情傳崑崙劍指中央張惇涵曝9/21劉世芳...
4	957	LINE TODAY > 國際	電信詐騙集團台灣籍頭目柬埔寨落網姓名、長相...
5	845	Yahoo新聞 > 政治	晶片五五分學者憂掏空台灣
6	834	Yahoo新聞 > 生活	災後11天終於到部落！徐榛蔚被災民嗆翻「將帥...
7	815	LINE TODAY > 國內	快訊 / 苗栗男剛出獄「手綁尖刀」隨機砍2女1男...
8	762	LINE TODAY > 國內	陳柏惟扯「國軍恐偷災民錢」顧立雄回應了
9	725	Yahoo新聞 > 焦點	證實有意選台北市長吳怡農：台灣社會需要翻過...
10	681	LINE TODAY > 鏡週刊	白飯車被卡！義煮團控害少做1萬個便當傳崑崙9點...

Facebook粉絲團 聲量探索排行榜 (排除贈獎文、直播文)



看Facebook其他時期排行榜

排名	新增回文	來源頻道	標題
1	6,682	從從唐從聖	如果我是捷運上的那個男生一定也會對那個沒禮貌的...
2	6,399	udn走跳世界	阿嬤，明明就很多空位，幹嘛為難人啦！台北捷運9月...
3	6,315	高雄美食地圖	🔥副連長生日快樂辛苦了一整天國軍弟兄們辛苦了！...
4	6,081	啟德機械起重工程-股公司	今天9月29日大家晚安，真是他**的超扯、超扯、超...
5	6,038	冬星娛樂 Dong Xin	青島滋事哥豪捐100元助花蓮！高調嗆聲吊車大王...

PTT批踢踢 聲量探索排行榜 (排除贈獎文、閒聊文)

 看PTT其他時期排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,824	Monkeys	[情報]今日桃園主場先發〔樂天集團日DAY1〕
2	2,426	Gossiping	[問卦] Cheap:笑死輝達總部卡關宇宙大笑話
3	2,057	Lions	[轉播]五上喵2:1爪
4	1,931	Monkeys	[情報]今日澄清湖客場先發
5	1,776	lol	[電競] 2025 LCP升降賽Day 3
6	1,647	elephants	[轉播]十局下兄弟5：3悍將
7	1,547	lol	[閒聊] [推投]神預測-調查支持隊伍
8	1,474	HatePolitics	[討論]緬懷以前八卦？看看現在的八卦吧
9	1,430	HatePolitics	Re: [討論]黃國昌:我確定王義川會闖紅燈才派狗仔跟拍
10	1,388	Stock	Re: [新聞]輝達北士科總部若「胎死腹中」...解約金

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	349	時事_兩岸新聞	旅居中國數個月的所見所聞。
2	321	時事_台灣新聞	一場大陸人與台灣人的交流對談
3	219	汽車_動力研究室	TNCAP 2025年第三季評等結果公佈 Town Ace為零...
4	197	閒聊_創業夢想家	LAUT x iPhone 17全系列保護殼圖賞 美型透明也可以...
5	196	電腦_其他電腦 綜合討論	孩子想買電競筆電，該讓步嗎？
6	188	汽車_汽機車七嘴八舌	屏科大校園自撞分隔島減速丘，同學送醫不治
7	169	汽車_日本車系_Toyota	撞擊安全0顆星，我們等和泰怎麼解釋這個破記錄
8	160	時事_台灣新聞	唐從聖「列10點談北捷踹人案」心疼白髮婦被踹飛：我...
9	157	汽車_汽機車七嘴八舌	苗栗市隨機砍小孩，被行車記錄器拍下
10	138	汽車_汽機車七嘴八舌	M5電動車起火，造成9輛汽車和1輛卡車化為焦殼

Dcard 聲量探索排行榜 (排除贈獎文)

 看Dcard其他時期排行榜

排名	新增回文	來源頻道	標題
1	1,299	閒聊	老人爭博愛座被踢
2	582	閒聊	只有我覺得捷運踢人的那個男的有夠可悲嗎？
3	562	感情	跟老婆變成開放式關係但心好痛
4	537	感情	為什麼長期單身的男生不多去認識異性朋友？
5	499	心情	我做的事終究還是被全公司知道了。
6	495	感情	知道男友家破產後你們還會結婚嗎
7	495	心情	媽媽過世了，原定的出國計畫該怎麼辦
8	492	感情	傻子才跟婚前買房的人結婚
9	486	閒聊	一日花蓮志工說真很無奈
10	378	心情	北捷阿婆逼讓座被踹飛了

Instagram 聲量探索排行榜 (排除贈獎文)

 看Instagram其他時期排行榜

排名	新增回文	來源頻道	標題
1	174	松鼠 (@hxy_0817)	每一次的決定，都有它存在的意義🔥對我來說，能夠...
2	141	Garena 傳說對決 (@moba.garena.tw)	🔥全星裝備重磅登場🔥【星展傳說對決聯名卡】正式...
3	122	S怎麼那麼愛吃 (@hhs_foodie)	老闆娘並不會跳舞，這是蛇草三步做兩步😂？👉 #福昇...
4	120	Netflix Taiwan (@netflixtw)	POV：你是尹浩宇的Fan💖 #回魂計10月9日獨家上線#...
5	110	緯來新聞網 (@vl_news)	孫德榮放棄飛北京替于朦朧討公道了！

新增回文：於觀測期間內所新增之回文留言數。

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收錄每周前五名YouTube熱門影片排行榜，欲看[更多熱門影片請點我](#)。



【DIY教學】北捷老婦逼讓座 民眾拒起身直踹回去



【攝徒日記Fun TV】八炯回應「發電機」指控 喊告童仲彥、王鴻薇！



【Ku's dream酷的夢】《中文怪物》組隊聽力考驗 連台灣人都聽不懂！？



【柯文哲】柯文哲開箱館長月餅 粉絲心疼：好憔悴



【204檔案】深夜連線于朦朧亡魂 討真相追問「兇手是誰」