

本期焦點



5大家居品牌網路口碑分析(上)

- 引爆話題！聯名商品夯 寵物結合家居最吸睛
- 擴展觸及族群 網紅、特色自媒體合作聲量高

OpView放大鏡



熱議文章大公開 (新聞 / Dcard/ 批踢踢 / Mobile 01 / Facebook)



解析家居品牌社群口碑及網路聲量

資料時間：2019/01/01 ~ 07/31 | 資料範圍：社群網站、討論區、部落格、新聞

本份報告之聲量統計以「純家居」相關文本為計，因此排除同一品牌下有關食物、衣物、文具、化妝品等討論。

美好的居家生活從打造舒適的環境開始，不論房屋大小或族群的差異，皆希望能在降低購置家居用品成本的前提下，仍兼具居住空間的舒適感與設計感，也因此主打平價、簡約設計的家居品牌大受歡迎。

本期Social Watch將選定IKEA宜家家居、NITORI宜得利、HOLA特力和樂、WorkingHouse生活工場、MUJI無印良品等品牌作為分析對象，並使用《OpView社群口碑資料庫》帶您深度剖析家居品牌在網路社群的口碑及印象為何？哪種類型的貼文能引起網友討論、關注？常見的抽獎活動對口碑行銷的效果如何？

本專題大綱

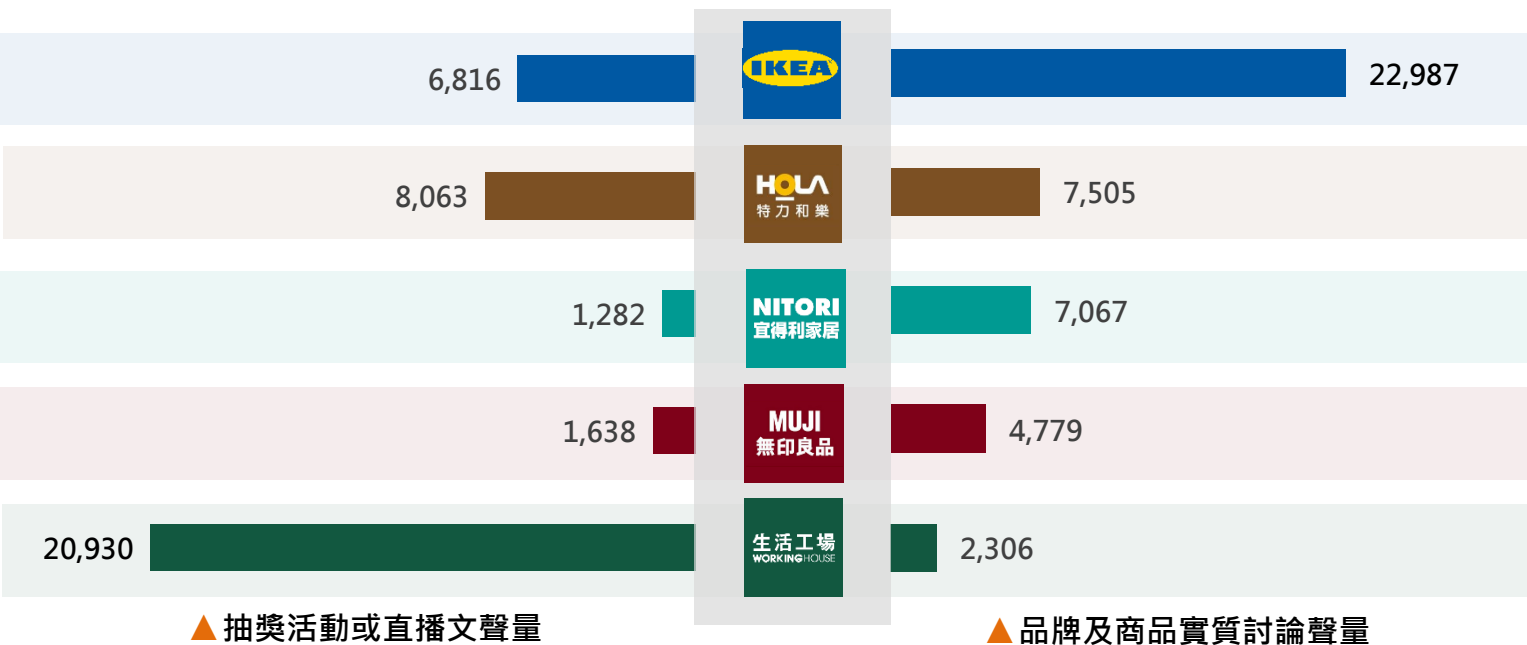
上期內容 下期內容





整體聲量：抽獎直播 vs 實質討論

抽獎能創造聲量 卻不易塑造品牌風格



▲ 抽獎活動或直播文聲量

▲ 品牌及商品實質討論聲量

什麼樣的內容最吸睛？我們將網路聲量區分為兩種類型分析，其一為品牌及商品實質討論聲量，屬於網友對該品牌自發性的討論；另一種是抽獎活動或直播文聲量，為品牌商為引起討論熱度而主動去做的行銷活動。

從上圖可發現，生活工場聲量大多來自品牌活動，然而這些以促進討論熱度為目的的活動，卻沒有成功帶起品牌的實質討論，其實質討論聲量敬陪末座；相反地，IKEA在網路社群自主討論聲量高居他牌之上，顯見目前購買家居用品的聯想品牌以IKEA為主。HOLA在抽獎活動聲量及商品討論聲量上較為平均，而無印良品則因家居產品僅為該品牌經營的支線之一，因此在排除食物、衣物、文具、化妝品等相關討論後，該品牌在家居方面的討論並無其他純家居品牌來的亮眼。

排名	IKEA	HOLA	NITORI	無印良品	生活工場
1	抽獎	抽獎	網紅	宣傳	抽獎
2	抽獎	宣傳	抽獎	抽獎	抽獎
3	抽獎	宣傳	抽獎	宣傳	抽獎
4	宣傳	抽獎	網紅	抽獎	抽獎
5	宣傳	網紅	宣傳	宣傳	抽獎
6	宣傳	抽獎	宣傳	宣傳	抽獎
7	討論	抽獎	網紅	網紅	抽獎
8	宣傳	抽獎	討論	討論	抽獎
9	宣傳	抽獎	宣傳	討論	抽獎
10	宣傳	抽獎	網紅	討論	抽獎

▲ 各品牌TOP 10熱門文章類型

品牌熱門文章類型

從各品牌的熱門文章類型來看(文章詳情請[參閱附錄](#))，企業挑選商品進行介紹的宣傳文占比越多，代表越專注在自身經營的產品及風格，越能獲得粉絲的認同，整體而言外國品牌(IKEA、MUJI)較鮮明成熟，國內品牌則以HOLA表現較好，生活工場則一面性仰賴贈獎活動維持品牌印象；NITORI宣傳布局多元，自身操作與網紅合作皆有斬獲，亦能引起網友自主討論。



內容分析：抽獎 vs 非抽獎 熱門文章排行

聯名商品夯 寵物網紅引話題

排名	品牌	頻道來源	文章標題	回文數
1	IKEA	FB粉絲團 > IKEA	【👀 看開箱👉抽限量地毯👈】	5,602
2	HOLA	FB粉絲團 > 台茂購物中心	6F HOLA Petite這次維尼系列太可愛	3,494
3	生活工場	FB粉絲團 > 台茂購物中心	西瓜抱枕太促咪 生活工場消暑西瓜祭	2,708
4	生活工場	FB粉絲團 > Workinghouse	愛媽咪獻好禮・留言週週抽餐券	1,652
5	生活工場	FB粉絲團 > 台茂購物中心	生活工場年中慶 #全面商品8折起	1,310

▲抽獎活動文章熱門排行

▲ IKEA Off-White聯名地毯
(取自IKEA臉書粉專)

抽獎活動文章排行中，冠亞軍 (IKEA跟HOLA) 皆為聯名商品抽獎貼文，其中IKEA將旗下的鯊魚抱枕與各式的地毯製成情境照，可愛、有趣的一系列照片引發網友熱烈回響；而HOLA與小熊維尼聯名的居家小物也獲大量回應。

排名	品牌	頻道來源	文章標題	回文數
1	無印良品	FB粉絲團 > 無印良品生活研究所	【懶骨頭沙發本體-#週末限定2999元】	1,975
2	HOLA	FB粉絲團 > Beauty美人圈	HOLA特力和樂小編逛完直接破產	1,633
3	NITORI	FB粉絲團 > 柴犬Nana和阿楞的一天	奈奈：「北極熊陪我睡覺」房間床單換色	1,256
4	HOLA	FB粉絲團 > GirlStyle 台灣女生日常	維尼鬆餅太可愛！HOLA推超萌「小熊維尼」	1,162
5	NITORI	FB粉絲團 > 柴犬Nana和阿楞的一天	奈奈請恐龍君教消暑祕方	387

▲非抽獎活動文章熱門排行

非抽獎文排行中，第1名的無印良品將懶骨頭沙發透過影片傳達出其慵懶放鬆、舒適的商品特色，加之限期特價，引發網友購物欲。第2、4名則是HOLA與玩具總動員、小熊維尼的聯名商品，高知名度卡通加上高粉絲數的女性粉絲團合作宣傳，讓這些可愛的商品被大量分享。

另外NITORI特別與「柴犬Nana和阿楞的一天」合作，網紅阿楞將消暑商品形象與寵物Nana巧妙結合，成功創造討論話題。



行銷配置：聲量來源與頻道分析

不只挹注自有頻道 網紅、異業合作加乘擴散力道

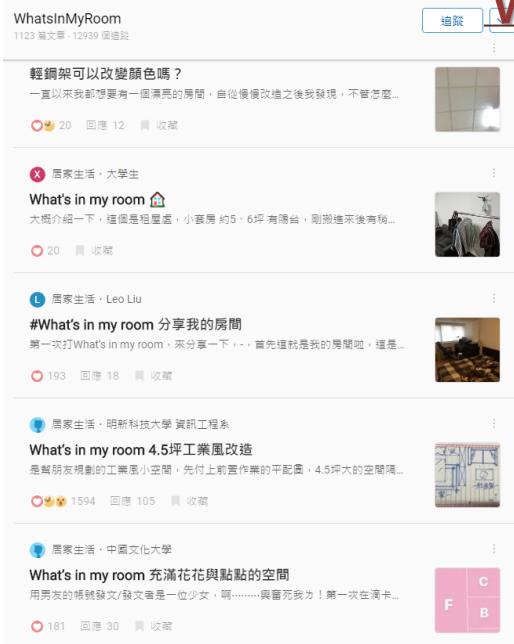
註： 臉書粉絲團 | 臉書社團 | Dcard | PTT | 紅字表示 官方經營之粉絲團

IKEA	HOLA	NITORI	無印良品	生活工場
頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)
Gossiping 5.6	Beauty美人圈 21.8	柴犬Nana和阿楞的一天 23.6	無印良品生活研究所 39.4	生活工場 29.8
IKEA 4.6	GirlStyle台灣女生日常 20.2	宜得利家居 8.1	博客來 16.9	遠東巨城購物中心 22.2
蘋果花愛家居 3.6	HOLA特力和樂 16.5	Gossiping 5.1	台茂購物中心 6.3	大江國際購物中心 4.3
居家生活 3.5	蘋果花愛家居 3.6	貓貓最可愛我超愛 3.1	e-shopping 3.8	台東大小事 2.8
裝潢DIY研究室 3.1	我可是生活家 2.8	Lifeismoney 2.9	LivingGoods 2.4	居家生活 1.7

▲各品牌聲量(含抽獎文)占比前5名頻道排行榜

接著從前5大聲量分布推估各品牌的行銷著力點。無印良品官方粉絲團佔其品牌聲量近4成，討論來源集中，該粉絲團在宣傳行銷時，往往能吸引許多網友留言回應；另外，生活工場不論是官方或其他百貨商場的粉絲專頁，皆藉由直播或抽獎活動而創造高聲量，整體將近五成的聲量占比。

IKEA的聲量分布是其中較為特殊的，聲量前5名頻道之佔比皆不到10%，可見有關IKEA的品牌聲量是廣布在許多頻道之間。HOLA前2名頻道之聲量佔比達4成，將宣傳配置分散到更具有知名度的合作夥伴，透過時尚美妝之自媒體「Beauty美人團」、「台灣女生日常」宣傳授權商品，成功引起話題與分享。



What's in my room

Dcard居家生活版熱門標籤

#WhatsinMyRoom，讓學子們分享最得意的家居布置，並進而提到品牌或商品資訊。

奴才控制不住的愛

貓控粉絲頁上的一則自主分享玩偶資訊，迎合眾網友口味，意外獲大量轉發。



高知名 隨口掛嘴邊

IKEA挾其高知名度，讓鄉民隨口捻來就是一掛，網路聲量廣佈於各來源。

標題	[問卦] 彈簧床買德泰還是IKEA
標題	[問卦] ikea的傢俱真的是垃圾?
標題	[問卦] ikea的傢俱質感很好,CP值很高?
標題	[問卦] ikea的填充玩偶哪隻比較可愛



行銷效益：兩大社群平台量化數據比較

官方社群行銷力 從觀看率看宣傳廣度

	Facebook官方粉絲團					YouTube官方頻道				
	[註1] 粉絲數	非抽獎文 回應比 則數		抽獎文 回應比 則數		[註1] 頻道 訂閱數	[註2] 平均觀看次數 、影片發佈數		[註1、2] 單支影片 最高留言數	[註3] 觀看率
	28,277,342	13.78	144則	3,036	2則	62,855	766,955	20部	29	1,220 %
	1,259,104	49.33	82則	841	1則	7,442	708	49部	1	9.5 %
	400,875	21.25	146則	587.67	9則	1,630	343,551	10部	89	2,107 %
	240,116	0.45	440則	360.64	11則	267	1,124	26部	0	420 %
	140,028	2.31	166則	635.5	2則	1,928	257,074	8部	3 [註4]	13,333 %

▲ 各品牌Facebook/YouTube數據一覽表

[註1]：粉絲數、頻道訂閱數、單支影片最高留言數，數據擷取於2019/8/22。

[註2]：YouTube平均觀看次數、單支影片最高留言數是統計在2019/01/01~07/31期間內發佈影片而得。

[註3]：觀看率的算法是將平均觀看次數除以頻道訂閱數，以此推算其影片是否能成功擴及到非訂閱族群。

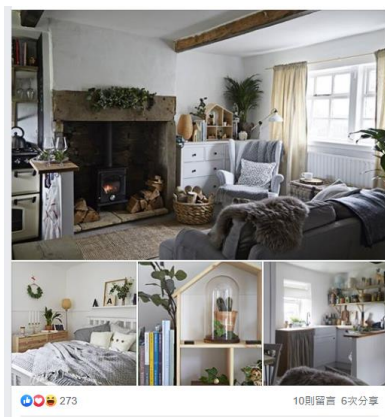
[註4]：部分影片未開放留言，因而僅就開放留言之影片作為分析對象。

接著從兩大社群平台Facebook與YouTube切入分析官方行銷成效。就FB抽獎文來說，因臉書對抽獎文的政策改變，因此則數普遍較少，其中IKEA僅2則，但是當中互動性最佳者。

而以非抽獎文章來說，MUJI表現最佳，從販促型懶骨頭限期特惠成功吸客，到選品如特定族群需求的公仔展示盒、強調自然環保的材質等，且常使用開箱影片，實際呈現商品的使用情境，讓有興趣的人進而提問互動；而HOLA與IKEA皆擅長利用臉書的多種組圖方式，搭配商品配色或是陳列方式，讓貼文視覺呈現出設計感、豐富度，平均回應皆有兩位數；另外，HOLA憑授



▲ HOLA著重強調商品本身
(示意圖片截取於HOLA特力和樂)



▲ IKEA貼文風格營造空間美學
(示意圖片截取於IKEA)

權卡通商品獲得高人氣，且呈現上強調「商品」本身，因此會加入商品與生活之間的連結或是逗趣的時事梗，而IKEA則擅長營造空間美學，由許多商品構建成一個優美的房間。

至於YouTube，HOLA除了與木曜四合作，還有與家人之間的情境片亦引起網友共鳴，回應數最高且觀看率佳；而IKEA的影片取材日常生活，故事貼近你我、網友反應佳。

NITORI內容多為產品介紹，造成留言數低，但卻擁有最高的觀看率，原因之一可能是NITORI透過YouTube投放廣告。無印良品的影片數量多且同時用於臉書上，其影片在臉書上搭配文字效果良好，但在YouTube上，用戶大多期待看到有趣且具故事性的影片，故其商品介紹的短片成效較差。

最後歸納本期重點：

- 贈獎文可在短期行銷活動中衝高聲量，只是品牌仍須建立自身的內容風格，才能長期在商品推廣上吸引喜好者跟隨。
- 聯名商品的話題性最高。寵物結合居家用品，有逗趣、療癒的效果，宣傳性佳。貼近生活的元素能引起民眾共鳴。
- 無印良品與生活工場相似，主要討論來源集中於自有粉絲團，其次為合作通路商之宣傳；HOLA與以女性群眾為主的時尚美妝粉絲團合作宣傳，大大擴展觸及度；IKEA聲量散布最廣，網友自發討論意願高。

下期Social Watch將帶您更深入探討不同家居類型產品的討論度與好感度，並從業配合作角度切入，了解網紅的合作是否對於品牌社群經營有所助益！

附錄：5大品牌 熱門文章排行榜



IKEA 熱門文章排行榜

排名	類型	頻道來源	文章標題	回文數
1	抽獎	FB粉絲團 > IKEA	【看開箱↗抽限量地毯↗】	5,602
2	抽獎	FB粉絲團 > IKEA	【徵求你家消失的空間！】	468
3	抽獎	校園聊天-Dcard > 感情	IKEA搶救床伴大作戰 賣室友的時候到了！	432
4	宣傳	FB粉絲團 > VOGUE Taiwan	IKEA X大眼仔Darcel系列太可愛	362
5	宣傳	FB粉絲團 > 即新聞	下訂單前一定要看清楚啊~!!	243
6	宣傳	FB粉絲團 > 廣告裁判	[IKEA墊高沙發，卻不是為了更好坐]	236
7	討論	Ptt > Gossiping	[問卦] IKEA的傢俱真的是垃圾？	220
8	宣傳	FB粉絲團 > ELLE Taiwan	Off-White地毯要開賣了	209
9	宣傳	FB粉絲團 > IKEA	[2019 Art Event限量地毯開賣倒數！]	206
10	宣傳	FB粉絲團 > PTT Gossiping	XDD對得很工整	187



HOLA 熱門文章排行榜

排名	類型	頻道來源	文章標題	回文數
1	抽獎	FB粉絲團 > 台茂購物中心	6F HOLA Petite這次維尼系列太可愛	3,493
2	宣傳	FB粉絲團 > Beauty美人圈	HOLA特力和樂小編逛完直接破產	1,632
3	宣傳	FB粉絲團 > GirlStyle	維尼鬆餅太可愛！HOLA推超萌「小熊維尼」	1,161
4	抽獎	FB粉絲團 > 遠東百貨MegaCity	內有抽獎 7F HOLA夏日展售會 滿滿的玩具總動員	722
5	網紅	FB粉絲團 > 木曜4超玩	木曜居家改造王！特別企劃	688
6	抽獎	FB粉絲團 > 大江國際購物中心	誰准HOLA這麼可愛！！！！彈頭先生跟火腿	626
7	抽獎	FB粉絲團 > 遠東百貨MegaCity	內有抽獎 7F HOLA夏日展售會	556
8	抽獎	FB粉絲團 > HOLA 特力和樂	【父親節禮物 準備好了沒】#留言抽獎	474
9	抽獎	FB粉絲團 > 大江國際購物中心	誰可以好好控制一下HOLA老闆~	439
10	抽獎	FB粉絲團 > 遠東百貨板橋中山店	#13F #HOLA #內有抽獎#送玩具總動員	397



無印良品 熱門文章排行榜

排名	類型	頻道來源	文章標題	回文數
1	宣傳	FB粉絲團 > MUJI 無印良品生活研究所	【懶骨頭沙發本體-#週末限定2999元】週末	1,974
2	抽獎	FB粉絲團 > 博客來	#下面找小編有驚喜 5/23 MUJI無印良品結帳	1,155
3	宣傳	FB粉絲團 > 台茂購物中心	MUJI無印良品懶骨頭沙發 特價2990元	432
4	抽獎	FB粉絲團 > edora park瀚星百貨	#新櫃登場 猜猜看！ #文末ㄟ又獎哦	368
5	宣傳	FB粉絲團 > MUJI 無印良品生活研究所	【懶骨頭沙發本體-#週末限定2999元】	279
6	宣傳	FB粉絲團 > MUJI 無印良品生活研究所	家裡需要擺一顆舒適的懶骨頭沙發	142
7	網紅	YouTube 頻道 > Ryuuu TV	老婆一言不合就買了三大袋的無印良品！	108
8	討論	Ptt > e-shopping	[問題]無印良品的床包被套品質都很差嗎？	92
9	討論	Ptt > e-shopping	[問題]無印良品超音波香氛噴霧	82
10	討論	Ptt > e-shopping	Re: [問題]無印良品的床包被套品質都很差嗎？	64



生活工場 熱門文章排行榜

排名	類型	頻道來源	文章標題	回文數
1	抽獎	FB粉絲團 > 台茂購物中心	西瓜抱枕太促咪 生活工場消暑西瓜祭	2,707
2	抽獎	FB粉絲團 > Workinghouse 生活工場	愛媽咪獻好禮・留言週週抽餐券	1,651
3	抽獎	FB粉絲團 > 台茂購物中心	生活工場年中慶#全面商品8折起	1,309
4	抽獎	FB粉絲團 > momo購物網	momoX生活工場開幕慶#留言抽	1,147
5	抽獎	FB粉絲團 > 漢神巨蛋購物廣場	今夏最消暑的西瓜甜涼抱枕	992
6	抽獎	FB粉絲團 > 大魯閣新時代購物中心	西瓜紅了・荷包就扁了~~	878
7	抽獎	FB粉絲團 > 南紡購物中心	#我是抽獎文#涼涼西瓜來囉天氣真的很熱	835
8	抽獎	FB粉絲團 > 新光三越 台南西門店	#留言就有機會得到西瓜抱枕生活工場消暑西瓜祭	800
9	抽獎	FB粉絲團 > momo購物網	momo獨家【生活工場】品牌日#留言抽	799
10	抽獎	FB粉絲團 > 新光三越 台中中港店	小西瓜 來抽獎 #生活工場消暑西瓜祭夏天來了	711

NITORI
宜得利家居
熱門文章排行榜

排名	類型	頻道來源	文章標題	回文數
1	網紅	FB粉絲團 > 柴犬Nana和阿楞的一天	奈奈：「北極熊陪我睡覺」	1,255
2	抽獎	FB粉絲團 > 宜得利家居	\端午猜謎「粽」大獎囉！ /	756
3	抽獎	FB粉絲團 > 宜得利家居	喜歡的抽起來~送七月半簽名QQ抱枕	514
4	網紅	FB粉絲團 > 柴犬Nana和阿楞的一天	奈奈請恐龍君教消暑祕方	386
5	宣傳	FB粉絲團 > 貓貓最可愛我超愛！	宜得利「黑貓抱枕」爆紅！	215
6	宣傳	FB粉絲團 > niusnews 妞新聞	抱枕~貓咪~傻傻分不清楚~	159
7	網紅	YouTube 頻道 > MaoMao TV	TOP3! 宜得利買了後悔的商品 好物vs雷貨	155
8	討論	Ptt > Gossiping	[問卦] Nitori宜得利家具	128
9	宣傳	FB粉絲團 > ETtoday姊妹雲	先求男友飛日本搬一支回來了！	107
10	網紅	YouTube 頻道 > Lo-Fi House	我們在宜得利花十萬買了什麼？	106

近期活動

A banner for a social listening platform. It features a blue background with a large target icon on the left. Three stylized figures are shown running towards the target, carrying a long pole. The text on the right reads '網路聲量分析的第一品牌' and '24小時社群情報不漏接'. Below this, a dark blue box contains the text '社群觀測 X 數據分析 X 視覺圖表 X 雲端平台 X 輕鬆上手'. At the bottom right, there is a yellow button with the text '即刻申請 | 免費試用'.

網路聲量分析的第一品牌
24小時社群情報不漏接

社群觀測 X 數據分析 X 視覺圖表 X 雲端平台 X 輕鬆上手

即刻申請 | 免費試用

免費試用! 全台最大社群觀測平台

填寫表單立即開通，體驗帳號可觀測9大主題，包含政治人物、電信品牌與空汙議題，24小時不間斷爬文，獲取最即時的聲量資訊！

[※若需觀測自訂主題亦可另洽](#)

A banner for a big data analysis conference. It features a dark blue background with a hand reaching up towards a cluster of glowing blue cubes. The text on the right reads '社群影響力變革大揭密' and '讓資料價值倍增的數據煉金術！'. Below this, a dark blue box contains the text '年度精彩分享，教您用數據加持行銷決策力'. At the bottom right, there is a yellow button with the text '免費報名'.

社群影響力變革大揭密
讓資料價值倍增的
數據煉金術！

年度精彩分享，教您用數據加持行銷決策力

免費報名

大數據，大解密 | 社群大數據分析應用發表會

10/3(四)盛大舉辦！不藏私分享意藍近十年的產業經驗，利用不同工具與進階分析思維，幫助企業淬鍊「大數據」成「黃金」，讓決策更科學、更有效率！



OpView放大鏡 觀測期間| 2019.09.02-09.08

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

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	5,280	LINE TODAY > 國內	新頭殼 韓國瑜：支持台獨請投蔡英文「不要你的選票」
2	2,726	LINE TODAY > 國際	新頭殼 盼台灣友人持續支持 黃之鋒：香港白色恐怖
3	2,434	LINE TODAY > 國內	三立新聞網 日學者打臉韓國瑜！臉書被鬧到關閉
4	2,286	LINE TODAY > 國內	上報 紐約大都會台灣日 蔡英文登花旗球場主看板
5	2,260	LINE TODAY > 生活	三立新聞網 綠營28歲鮮肉將任台船子公司董事
6	2,184	LINE TODAY > 生活	CTWant 父母雙亡女學生勞動換餐 班導：最後才能盛
7	2,076	LINE TODAY > 國內	鏡週刊 黃之鋒來台 三大訴求「今天台灣，明天香港」
8	2,027	LINE TODAY > 國內	上報 高鐵撿到裝有300萬現金 皮箱失主竟是陳明文
9	1,742	LINE TODAY > 國內	NOWnews 怒了！遭指博士論文造假！蔡英文告
10	1,693	yahoo新聞 > 亞澳	日學者澄清沒遲到 高市府聲明稿致歉 韓國瑜事前不知

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,342	時事	為什麼台灣人很討厭這些自以為是的香港人
2	2,054	心情	我就是讀糞系，怎樣
3	1,706	感情	如果結婚是我自己的事情，不如就分開吧～
4	1,534	心情	柯文哲臉書退讚跌落200萬了
5	1,200	美食	(有圖)沒想到台北有這麼特別的#土耳其咖啡店
6	1,033	時事	一下子說人家雞，一下子說賣淫
7	977	有趣	你是狠角色嗎？
8	776	心情	陳沂真的是夠了==
9	740	心情	大學裡的貧富差距...
10	726	感情	我哥和我女友在房間打砲...

PTT批踢踢 聲量探索排行榜(排除閒聊文、贈獎文、直播文)

排行	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,087	Gossiping	Re: [新聞]郭台銘真要選總統 柯文哲：請來說服柯粉
2	1,657	Baseball	[先發] CPBL例行賽#203 兄弟 vs 桃猿 @ 桃園
3	1,588	Baseball	[先發] CPBL例行賽#209 統一 vs 兄弟 @ 洲際
4	1,585	elephants	[轉播] 0908 K歌之王
5	1,585	Baseball	[LIVE] NPB 歐力士 VS 火腿 @札幌蛋 王柏融先發
6	1,563	Gossiping	[新聞]黃之鋒興沖沖來台求援 民進黨太極回應
7	1,561	Gossiping	[新聞]快訊》柯文哲：小英是比較不會考試的韓國
8	1,543	Gossiping	[新聞]韓國瑜：支持台獨請投蔡英文「我不要你的選票」
9	1,525	KoreaStar	[閒聊]具惠善更新IG關於下酒菜
10	1,522	Gossiping	[新聞]「學姊」黃瀞瑩確定參選台北市立委關渡

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	895	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	為什麼定速110不能開內線道？
2	350	軍事迷基地(生活娛樂)	武統機率是越來越渺茫惹
3	336	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	定速110能不能行駛內側車道？懶的再解釋。
4	301	LEXUS (小惡魔的動力研究室)	Lexus NX300 nx300試車千萬要小心
5	272	新聞與時事(生活娛樂)	說到做到！狂被抹黑偽造論文...蔡英文正式提告
6	257	新聞與時事(生活娛樂)	法律無罪推定，以實質影響力來定罪，認證阿扁不是貪污
7	230	新聞與時事(生活娛樂)	驚！TVBS民調韓國瑜遙遙領先蔡郭柯！
8	213	閒聊與趣味(生活娛樂)	9/3軍人節要不要來報梯數
9	207	Gogoro	Gogoro 38座中油換電站停止合約 睿能已經快玩完了
10	204	兩性與感情(生活娛樂)	closed

新增回文數：於觀測期間內所新增之回文留言數。

Facebook粉絲團 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	29,698	立場新聞	【立場直播】太子站現場 立場新聞》直播專頁：https:...
2	29,398	立場新聞	坑口站*《立場新聞》直播專頁：https://live....
3	19,476	韓國瑜	日本學者沒遲到，是我為了謹慎尊重提早到...
4	17,799	龍應台	花園的地上有一顆雞蛋 官方武力鎮壓的憂慮，在每個人的...
5	13,912	韓國瑜	《黑韓無極限公平正義是底線》第三集 3小時雨量破百毫米
6	13,237	ETtoday新聞雲	CP值也太高！沒有要讓人瘦下來的意思呀XD 288元吃到飽！
7	12,079	熱血時報	【觀塘道現場】警方截停九巴
8	11,488	東森新聞	電子菸齡3年！25歲女突呼吸困難醫：肺充滿XX
9	10,331	眼球中央電視臺	警告：請斟酌觀看。香港反送中衝突升級催淚彈辣椒水...
10	9,364	台視新聞台	【#TTV完整公開】韓國瑜新北造勢晚會獨唱「浪子回頭」...

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	40,255	富發牌	請追蹤楠哥哥花好月圓！跟著牛郎楠哥一起月初購物
2	39,458	富發牌	寢具工廠廠拍～一年只有一次 錯過再等一年 請追蹤楠哥哥...
3	33,125	星座好朋友	「十二星座9月運勢分析」
4	24,981	神魔之塔	Ryan ws派獎直播開始了！快來一起看妍希微電影第三集吧...
5	24,826	派愛	輸入出生年月日！3秒測出你這10天會發生什麼事情？

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](#)。



【李子柒 Liziqi】遵循古法從農田到餐桌 秋生夏長的玉米料理DIY



【今日中國】中國知名媒體人激辯香港問題 網友「沒有和解的可能」



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】推翻進化論？從不同觀點看人類智慧的起源與變革



【眼球中央電視台】831香港地鐵襲擊事件影片全整理！反送中衝突不斷升級



【周錫瑋】周錫瑋臉書怒直播「誰敢佈局換瑜就是助英當選」