

本期焦點



影音社群興起 百萬粉絲創造網紅經濟

- 維持爆紅熱度的兩種方式：不間斷型 / 精雕細琢型
- 不會錯的內容元素：好笑、可愛、祝福



OpView放大鏡

熱議文章大公開 (新聞 / 批踢踢 / Mobile 01 / Facebook / 品牌話題)

《Youtuber網紅經濟》網路口碑調查

觀測期間：2016.12.01~2017.03.23

分析範圍：YouTube(含Like數、留言數與留言內容)

本期焦點

影音社群興起 百萬粉絲創造網紅經濟

影音社群平台YouTube、Facebook近年都推出了「素人/大眾直播」的功能，其餘大型直播平台如LIVEhouse.in也宣布將切入「企業/品牌」直播的市場，所著眼的是台灣影音社群環境所潛藏的網紅經濟與商業機會。影音社群提供更深入的溝通互動形式，讓企業/品牌更加積極與消費者接觸。這期的《OpView社群口碑資料庫》電子報，即以Youtube為例，為您剖析Youtuber興起背後，影音社群所創造的網紅經濟，並思考品牌如何經營影音社群平台。

檢索條件與個案選擇考量

排除演藝人員後，參考[Youtube指數](#)，鎖定近三年頻道訂閱數、影片觀看次數「近期均有大幅成長」者，藉此觀察其成功原因。最後挑選四組，其中兩組為訂閱數已破百萬的「TGOP 這群人」、「阿神」，作為研究「長紅」的個案；以粉絲訂閱數相對較少，但在近三個月來大幅增加的「安啾咪」、「菜渣」作為研究「竄紅」的個案。



TGOP 這群人

訂閱數	發布量	觀看次數	創立日期
1460518	121	260.6 M	7-Jun-08



阿神Kouki

訂閱數	發布量	觀看次數	創立日期
1030470	2.7K	268.1 M	11-May-09



菜渣

訂閱數	發布量	觀看次數	創立日期
844492	264	163.9 M	3-Jul-07



安啾咪

訂閱數	發布量	觀看次數	創立日期
719023	101	60.3 M	15-Oct-11

▲本期談論的Youtuber個案

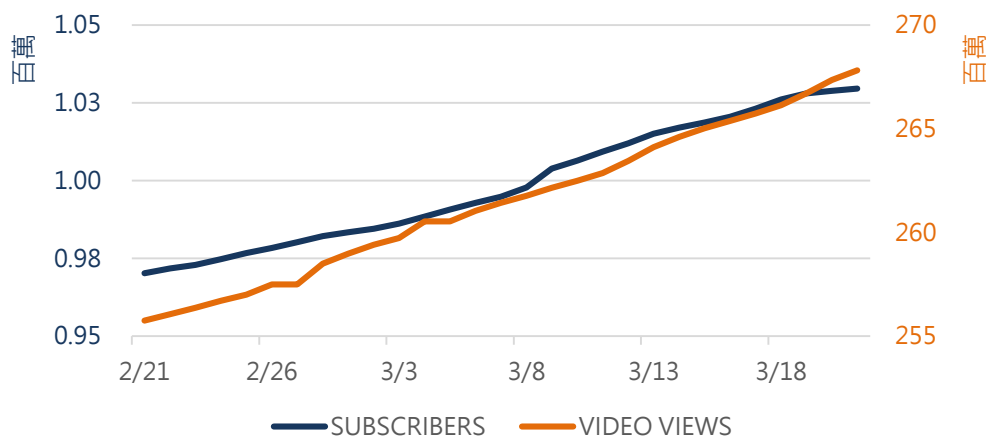
(資料來源：[SOCIALBLADE](#)，數據結算至3/23)

維持長紅熱度 不間斷產出型

「阿神」是一名台灣遊戲類的YouTuber，也是台灣第一位單人頻道訂閱數超過一百萬的YouTuber。

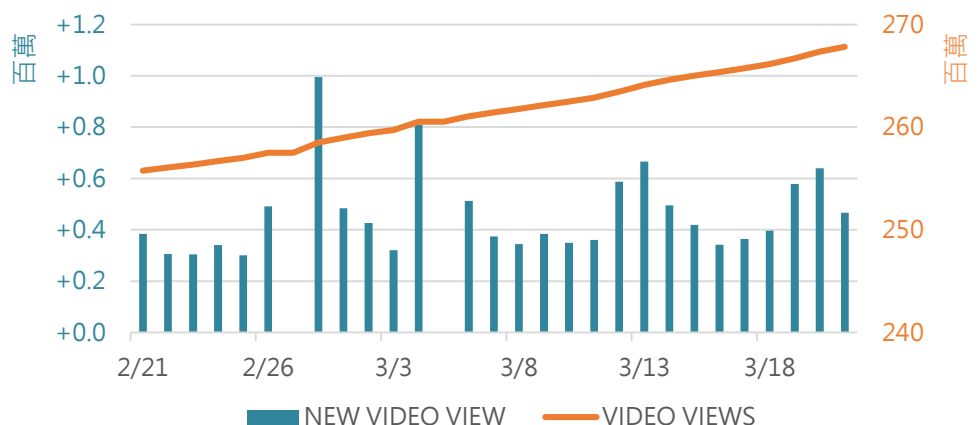
「阿神」近一個月以來共發布15部影片，頻道訂閱數與影片觀看數持續且穩定的增加，採取的是「不間斷產出」的頻道經營方式。

[註1]資料來源：[SOCIALBLADE](#)



▲「阿神」近一個月以來頻道訂閱數與影片觀看數[註1]

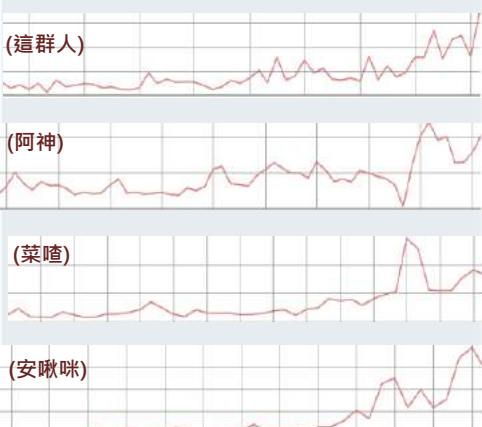
對新粉絲而言，互動的順序會是「先看到影片、再進一步訂閱頻道」。因此，影片的觀看次數是最即時反應頻道熱門度的指標。從下圖可以發現，「阿神」平均每2~3天就會發布新影片，帶來顯而易見的穩定觀看流量。



▲「阿神」近一個月以來影片觀看數與成長數[註1]

檢索條件與個案選擇考量(續)

為確保個案之間的時間序列、趨勢、比較指標具一致性，我們有以下的個案選擇考量：1. 近三年頻道影片觀看次數皆有起伏、近期有大幅成長；2. 統一以「留言」作為互動指標。

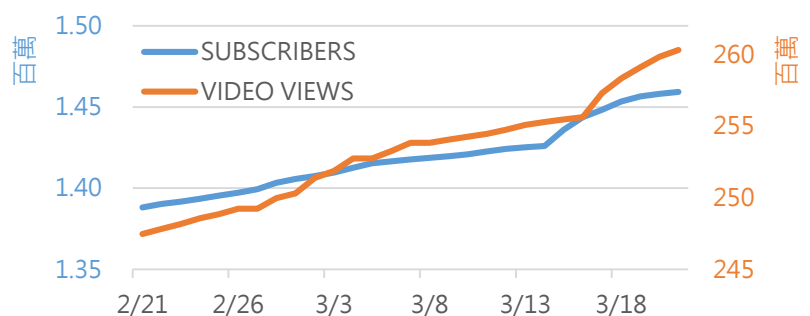


▲四位YouTuber自2014年至2017年的頻道影片觀看次數成長趨勢皆有起伏、近期都有大幅成長。

維持長紅熱度 精雕細琢型.....

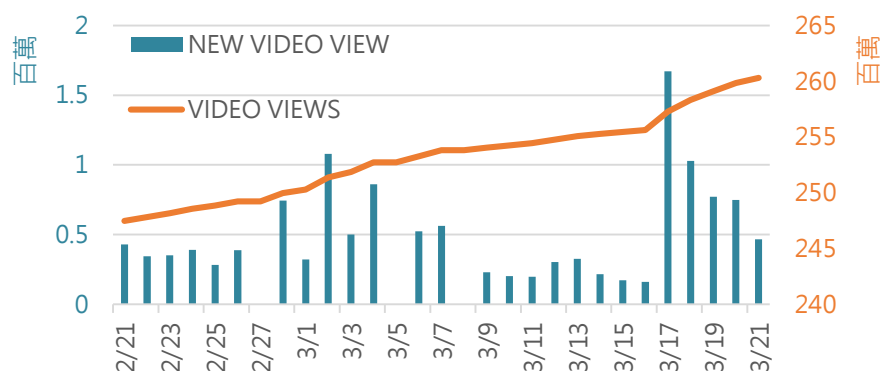
[註2]「TGOP 這群人」為7人所組成的Youtuber團體

比起「不間斷產出」的頻道經營方式，採取另一種「精雕細琢型」的模式且獲得巨大成功的YouTuber，首推粉絲訂閱數達145萬、台灣Youtuber團體的「TGOP 這群人」[註2]。儘管近一個月來他們只發布2部影片，但從下圖可以發現，這2部影片所帶來的互動效益，不能被簡單忽視。



▲「這群人」近一個月以來頻道訂閱數與影片觀看數

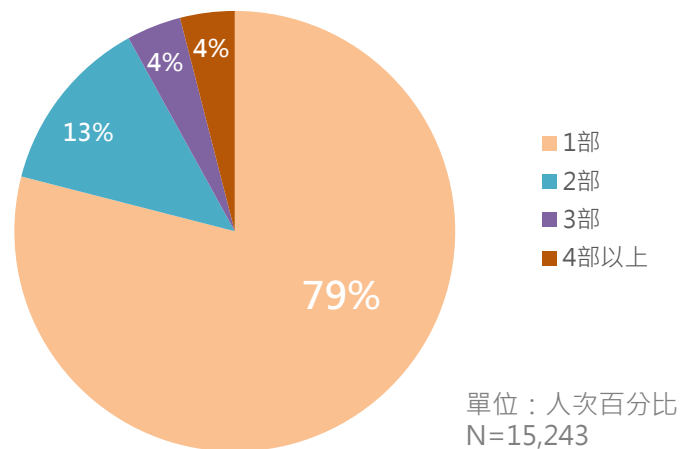
兩部影片《這群人TGOP/超瞎翻唱2之情歌寶典》、《這群人TGOP/看嬰兒的各種狀態》的發布時間分別是2017年的2月28日與3月15日，從下圖「這群人」近一個月以來影片觀看數與成長數可以發現，這種不發則已、一發驚人的影音社群頻道經營方式，受到頻道推薦方式、用戶使用習慣等「遊戲規則」所影響，用戶觀看次數的高低峰十分明顯，熱潮大約在3日後開始下降。



▲「這群人」近一個月以來影片觀看數與成長數

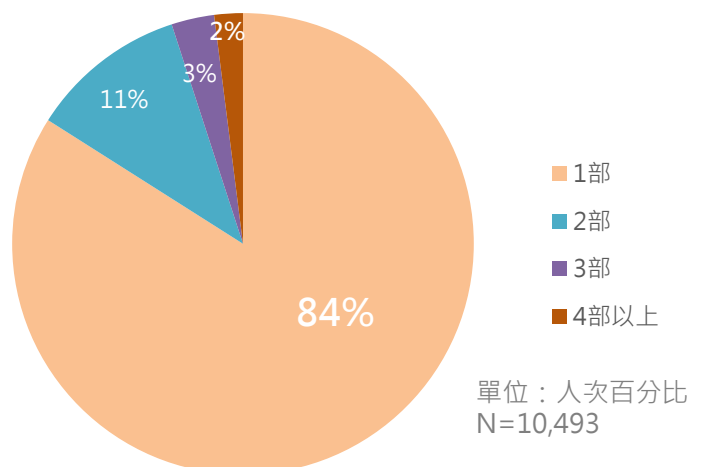
短期竄紅法則 設法留下散客、提升社群黏著

影音社群的爆紅現象可從與粉絲之間的互動熱絡度，也就是所謂的「鐵粉比例」瞧見端倪。同樣起家於遊戲類實況的「菜喳」(訂閱數達84萬)，近三個月以來共發布31支影片，粉絲中近八成僅跟「菜喳」互動1次，「低互動性」的比例十分高。



▲ 在「菜喳」頻道留言的粉絲比例
(與幾部影片互動, 粉絲比例%)

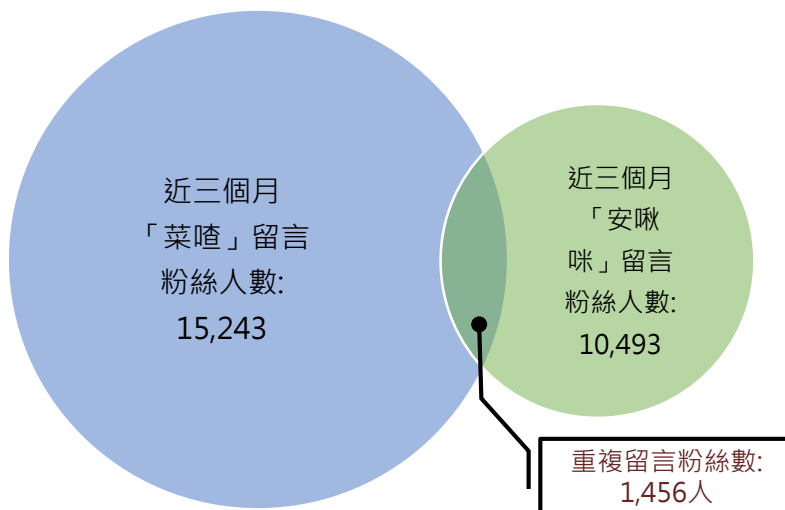
同樣的情形也出現在YouTuber「安啾咪」身上(訂閱數達71萬，近三個月以來共發布17支影片)。「菜喳」與「安啾咪」在鐵粉比例低的環境中，是如何持續提升社群互動的？



▲ 在「安啾咪」頻道留言的粉絲比例
(與幾部影片互動, 粉絲比例%)

熟悉平台規則 稍後觀看(即將播放)的推薦邏輯

在YouTuber中有三種粉絲互動方式：Like/DisLike、分享和留言。其中，留言這種互動方式呈現粉絲的觀影意見和評價，最能顯示粉絲對YouTuber的黏著度。以「留言」作為指標，「菜喳」與「安啾咪」的粉絲重疊數約有1,456人，占比雖然不高，但這群粉絲如橋梁般串聯起YouTuber 粉絲網絡。



▲「菜喳」與「安啾咪」的粉絲重疊程度
(指標：留言 / 單位：人次)

根據YouTube的推薦規則，當影片名稱中出現其他YouTuber的名稱時，雙方會被相互認定為「稍後觀看(即將播放)」的目標而自動推薦給粉絲。因應此推薦規則，YouTuber們也樂於互相合作以提升雙方粉絲數。

【嗑開箱】來養些自己畫的魚餵自己畫的食物吧!!《手繪水族箱》Feat. Lucy
【嗑桌遊】在這裡比起老大我更愛老二!!《老二哲學》Feat.瓜瓜魚乾阿晉羅伊胖茲
【嗑開箱】聖誕節交換禮物沒收過這麼小的卡片Feat.黑羽、魚乾、小M、凱洛
【嗑桌遊】來!!懲罰愛放屁的人去洗澡...疑?!《誰是放屁王》Feat.阿謙、愛倫
【嗑桌遊】限時聯想!!這群阿呆根本..砰!!!《妙傳爆趣》Feat.滴妹魚乾羅伊阿晉
【嗑科學】心"電"感應是真的嗎?!當兩人同時被電會不會心靈相通!? Feat.技罔
Youtuber的天堂地獄交換禮物! feat.尊/放火/法蘭克/鬼鬼/頑game |安啾(>▽<)♡

▲「菜喳」與「安啾咪」的合作影片策略
(影片標題 Feat.合作YouTuber名稱)

經典內容元素 好笑的、可愛的、祝福的

觀察前述具有「串聯YouTuber粉絲網絡」性質的粉絲，他們活躍在以遊戲、生活內容為主的YouTube頻道，所討論、留言的內容反映了影音社群平台內容的經典元素：「好笑、可愛、祝福」。



▲遊戲類YouTube頻道粉絲的留言內容

(分析單位：關鍵字上下文／關鍵句，粉絲人數N=1,456)

分析發現，「內容／聲音／畫面好笑」、「影片角色／YouTuber本身裝扮可愛」、「相互期許／給予祝福的陪伴感」，是遊戲、生活領域YouTube頻道粉絲最常出現、帶有正面情緒的留言內容。

這些與「好笑、可愛、祝福」有關的留言，呈現出社群影音平台中受歡迎影片的共有性質，也透露出企業／品牌以影像內容發展商業機會時相對安全的「經典內容元素」。



行銷洞見

借鏡YouTuber，企業／品牌如何掌握影音社群？

根據[comScore](#)、[TWNIC](#) 2016年的調查顯示，在YouTube中活躍的粉絲的年齡層主要介於15-24 歲、25-34歲。換句話說，「阿神」、「這群人」這些擁有百萬粉絲的YouTuber，擁有許多與「年輕」消費者接觸的潛在機會，加上本次分析，為我們帶來什麼啟示？

● **平台優勢+經典配方 積極創造議題內容、累積數位資產**
[Live.me](#)產品總監蔡昌傑提出，品牌想擴張影響力，應該盡可能使用所有渠道。我們發現人氣Youtuber「菜喳」、「安啾咪」身處粉絲大多為「低互動性」的環境下，以「好笑、可愛且帶有陪伴感」的影音內容來留下散客、提升互動；以及因應YouTube平台推薦規則而生的「跨頻道合作」方式，不斷積極創造內容，朝著累積社群口碑與數位資產的方向而努力。

● **多產 VS 求精 緊盯互動率培養鐵粉 實現品牌轉換變現**
不論是積極多產，藉以維持粉絲的黏著，或是求精不求多，以期內容能夠驚艷大眾，進而被分享而大量曝光，最終目的都是要提升與粉絲的互動。[MeMe](#)直播內容總監麻生汶就曾指出，直播最重要的是互動，而不是滔滔不絕、不在意觀眾。堅貞的鐵粉追隨，其後帶來的是龐大的商機。[資策會](#)2017年的調查指出，網紅對網購的宣傳力有持續上升的趨勢；[LIVEhouse.in](#) 社群經理呂茗毅也認為，直播相較於一般單向的廣告方式，「Call-to-Action」的效率高出十倍以上。影音社群平台能實現更多品牌數位資產的轉換與變現，換句話說，培養出「鐵粉」與找出「分眾」後，影音社群所創造的網紅經濟將不再是遙不可及。

外部統計資料方法與樣本說明

[comScore](#) 2016年的調查主題為「影音網站調查與台灣影音相關網站使用概況」，調查方法為「流量追蹤」法，分析透過PC造訪影音多媒體類別網站的使用者概況，樣本數為6萬餘台裝置；[TWNIC](#) 2016年的調查主題為「2016年台灣寬頻網路使用調查」，調查方法為電話訪問，有效樣本數為3,155人，在95%信心水準下，總抽樣誤差在正負1.7%之內；[資策會](#)2017年的調查主題為「台灣消費者網購行為調查」，調查方法為電話訪問，有效樣本數為1,068人，在95%信心水準下，總抽樣誤差在正負3.0%之內。



OpView放大鏡 觀測期間| 2017.03.06~2017.03.19

網友熱議文章大公開

針對不同網路平台進行聲量探索，由OpView自動計算出超過1600個新聞頻道中，網友熱議的前10大社會話題；並挑選台灣網友集中的社群平台如批踢踢、Mobile01與臉書粉絲團各別探索，再加上台灣熱門品牌的網友關注話題，讓您快速掌握網民最夯的討論動向。

新聞頻道 聲量探索排行榜

鑒於媒體逐漸傾向於官方網站內嵌Facebook留言功能，將官網留言與臉書留言整合，故於此排行榜露出之文章，將不再重複於後方Facebook排行榜露出，並擴大節選前15名民眾熱議之新聞話題。

排行	新增 回文數	來源頻道	標題
1	3,701	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	劣！宅配人員遲到遭夫妻毆打 逼下跪道歉
2	3,311	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	菸酒稅法修正案初審過關 每包香菸將漲價20元
3	3,154	東森新聞 > 社會	宅配員送貨遲到竟遭客人圍毆 逼下跪10分鐘！
4	2,890	壹週刊 > 美食·旅遊 (即時新聞)	【揭密】遲到遭訂貨夫妻辱踹跪下 送貨員為大一學生
5	2,468	ETtoday新聞雲 > 社會新聞	沒引渡協議！台女南韓涉詐騙...服刑完才能回台 最高判無期徒刑
6	2,320	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	訂兩百個麵包棄單的是她：要把我逼上絕路嗎
7	2,237	ETtoday新聞雲 > 社會新聞	「誰叫你送貨遲到！」宅配員遭客羞辱...跪趴地痛哭10分鐘討饒
8	2,154	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	不爽愛媽餵流浪狗 男子噴漆「餵一次毒一次」
9	2,138	ETtoday新聞雲 > 旅遊新聞	超犯規！桃園車輪餅「大顆草莓配巧克力餅皮」限量供應
10	2,093	壹週刊 > 美食·旅遊 (即時新聞)	女兒助攻成網紅 「那對夫妻」被爆4罪狀
11	1,855	東森新聞 > 娛樂	被爆眼裡只有錢！「那對夫妻」遭指控「4大罪狀」
12	1,823	ETtoday新聞雲 > 社會新聞	「可以上我但別傷害朋友」她苦求仍遭肛交硬上5次...友不想告
13	1,759	ETtoday新聞雲 > 健康新聞	常喝咖啡害妳「長不大」？想變「波霸」要多吃8種食物
14	1,675	東森新聞 > 大選	色看護100元誘騙4歲女童脫褲猥褻 法官：沒掙扎不算性侵
15	1,672	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	【小模命案】證實不在場兇手女友獲釋

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	1,784	e-shopping	[閒聊]我這樣算是奧客嗎？
2	1,511	Gossiping	Re: [新聞]慘遭4星國男蹂躪肛交 她隱忍性侵苦求：別傷害我朋友！
3	1,491	Gossiping	[爆卦]勞動部轉彎了
4	1,487	WomenTalk	[問題]女朋友要我幫她寫個小程式該怎麼辦??
5	1,479	Gossiping	[爆卦]我爸土地被政府登記給他人
6	1,248	Gossiping	[問卦]為什麼台灣的法律系 反對死刑是主流?
7	1,125	lol	[實況] AHQ e-Sports FB今晚抓戰犯
8	1,117	Tech_Job	Re: [心得]南u製程工作心得
9	1,102	China-Drama	[新聞]《射雕英雄傳》新聞一則
10	1,051	BabyMother	[抒發]婆媳關係讓我好累

Mobile01 聲量探索排行榜(排除閒聊文、直播文、贈獎文)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	725	閒聊與趣味(生活娛樂)	男生的身高只有174點5會不會很矮
2	516	料理與食譜(生活娛樂)	這樣吃最划算飯店自助餐廳吃到飽攻略大公開！
3	485	高雄市 (居家房事 南部地區)	【土地重複登記】我爸土地被政府登記給他人(1060318更新)
4	484	職場甘苦談(生活娛樂)	大陸薪資成長幅度不是你能想像的
5	362	動力研究室綜合區 (小惡魔的動力研究室)	常聽到歐洲車底盤穩,怎麼感受?
6	273	棒壘球(運動健身)	林智勝9下，為何不短打？
7	270	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	連署:解決高速公路內側佔用問題, 將「路權」與「速限」兩者分開規定
8	267	LG(Android)	LG官方對V10過熱死當的報導回應
9	258	房地產綜合(居家房事)	憑什麼要去買你們炒的房？
10	253	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	阿嬤到底錯在哪??

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	27,872	颱風大肆虐	鳥取縣的貓咪烤地瓜
2	26,675	ETtoday新聞雲	看到草莓跟煉乳我就不行了~~~ (#小陳)
3	22,924	東森新聞	女開車講電話 逆向遭撞反罵「怎麼逆向」 #小皮編：「有台車逆向」 是你逆向啊大姊...
4	17,914	東森新聞	白目柴第2彈！北爛+3級 爆氣柴凍未條開大招
5	16,681	派愛族 - 來自日本最受歡迎的婚姻媒合服務	近三個月你會跟誰穩定交往中呢？
6	16,170	楊桃美食網	不失敗手工芋圓 一分鐘學會
7	15,417	颱風大肆虐	蜘蛛人的民族舞蹈
8	14,093	加藤軍台灣粉絲團 2.0	曾幾何時我小時候也夢想當一個忍者 但我長大就放棄了 ...
9	13,103	ETtoday美女雲	咬得越大力，代表越愛你喔 ♥ (#安琪)
10	12,984	ETtoday新聞雲	中華與南韓之戰開打中～太精彩戰成平手啦!!! (#中村)

Facebook粉絲團 聲量探索排行榜(贈獎文)

排名	新增 回文數	來源頻道	標題
1	32,216	卡提諾狂新聞	【狂抽猛送】第五集「台灣運彩 買運彩 看WBC 抽現金 做愛心」
2	27,766	柴犬Nana和阿楞的一天	四十萬達成！🎮 互動式有獎徵打直播♥
3	16,923	蝦皮拍賣 (Shopee)	這是抽獎文！-----忙了一整個早上，...
4	14,758	林進 飛醺卑鄙 fashion baby	林進粉絲團突破140萬大關 感謝各位一路上支持我的進寶
5	10,184	Uniqlo Taiwan	■ 贈獎活動 ■ 3/24(五)新店盛大開幕！回答問題抽限量好禮

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

欲了解更詳細的排行榜訊息，請至官網查閱 [請點我](#)

品牌話題排行榜(排除贈獎文)

透過OpView探索台灣百大^[註]與各領域知名品牌在網路頻道上的討論聲量，並即時產出前十大排行榜，讓您隨時了解品牌輿論風向。

LG 官方回應V10過熱死當的報導，令網友更加不滿

LG針對這段期間V10過熱問題發出聲明稿，引來各方網友撻伐。總結網友針對本次聲明的不滿：(1)目前雖是LG的使用者，使用狀況都還不錯，但是因為看到LG的態度，表示未來不會購買LG、(2)購買LG的網友紛紛述說自身使用遭遇、(3)許多網友不滿LG在聲明稿中「手機具有產品生命週期」的說詞、(4)認為無異於三星，韓國公司已經不列為手機購買的考慮範圍。



排名	品牌	新增回文數	來源頻道	標題
1	遠東油脂	483	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	過期乳瑪琳重製販賣遠東油脂勒令回收900噸
2	LG 樂金	267	mobile01 > LG(Android)	LG官方對V10過熱死當的報導回應
3	Nintendo 任天堂	233	巴哈姆特新聞網 > GNN新聞網	Nintendo Switch日本上市前3天賣出33萬台《薩爾達傳說》購入比例近6成-巴哈姆特
4	Adidas 愛迪達	224	JUKSY 線上流行雜誌 > 球鞋	今夏復古潮流大熱！adidas Originals 推出 Superstar 80s...
5	Toyota	205	mobile01 > Toyota	【採訪】Toyota C-HR標配七氣囊、循跡系統，正式售價公布上市
6	HONDA 本田	170	小老婆汽機車網 > 特殊車種研究室	4000公里換機油分享-- HONDA LEAD 125
7	LUXGEN 納智捷	147	mobile01 > LUXGEN	請教一下LUXGEN渦輪增壓引擎用那種合成機油比較好呢??
8	永豐餘	133	蘋果日報 > 即時新聞總覽	【衛生紙省著擦】永豐餘調出廠價五月花、得意、柔情漲5~8%
9	Uber 優步	125	蘋果日報 > 即時新聞總覽	UBER欠稅5千萬今遭查封1千萬存款及辦公設備
10	BMW	102	mobile01 > BMW (小惡魔的動力研究室)	人生的小小進階-BMW 2 AT 220i M Sport購車紀實

[註]參考《商業周刊》[百大品牌列表請點我](#)

若某事件廣泛於各大頻道露出，為不重複提供相似資訊，品牌話題排行榜僅收錄該事件相關文章之聲量最高者。