



內容歡迎轉載引用 出處請註明《OpView社群口碑資料庫》

業務合作聯繫:02-2755-1533

訂閱電子報請點我

本期焦點

- 2018社群大數據分析應用發表會
 - -社群輿情趨勢 三大平台剖析
 - -社群足跡探索在美妝產業實際應用
 - ◆ OpView放大鏡 熱議文章大公開 (新聞 / Dcard/ 批踢踢 / Mobile 01 / Facebook / 品牌話題)



▲楊立偉博士簡報

2018社群大數據分析應用發表會獨家發布台灣整體社群輿情白皮書

社群媒體在這幾年已與我們的網路生活環環相扣,社群大數據的價值也越來越不容小覷,為此,意藍資訊於4月17日、5月17日舉辦兩場社群大數據分析應用發表會,獨家發布台灣整體社群輿情白皮書,展示社群媒體用戶行為在2015至2017年間的變化,以及2017年度爆紅話題排行榜與網紅數據分析,並邀請台大商研所兼任教授楊立偉博士分析台灣整體社群輿情趨勢。

本期電子報節錄楊博士演講內容,帶領讀者了解社群平台的成長趨勢、分析媒體發文類型,並以美妝產業為案例,探討贈獎活動文的效益與鄉民社群網絡足跡。

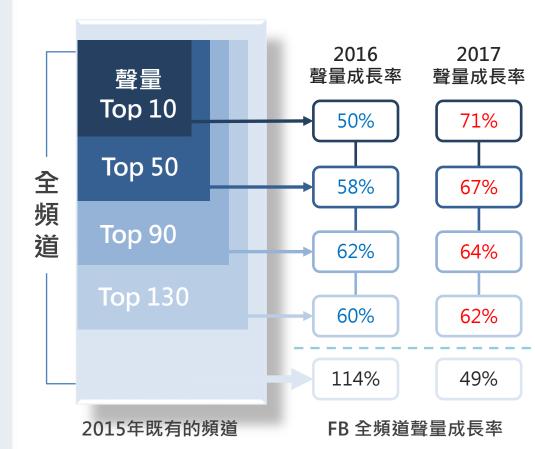
OPUIEW 社群輿情趨勢分析

台灣主要的三大網路社群媒體分別為Facebook、PTT、討論區,楊博士此次介紹過去三年內(2015-2017年)這三大社群媒體的變化趨勢,這個主題也與目前各大企業的行銷、經營、公關團隊息息相關,掌握社群脈動才能掌握市場商機。



Facebook 聲量成長集中化

Facebook近年一直持續爆炸性的成長,但在2017年聲量成長趨緩,且聲量有集中化的趨勢,成長率開始集中於前面聲量較高的重點頻道,若現在才開始投入臉書粉絲團經營或原本就屬於聲量較少的粉絲團,楊博士預估在今年或明年就可能會發現其曝光度與觸及率會越來越小。



▲ Facebook 聲量成長率分析

而自2015年成立迄今頻道中,聲量佔比最高的三大FB粉絲團,依序為東森新聞、ETtoday新聞雲、蘋果日報 台灣,我們進而針對這三大粉絲團的發文性質做進一步的分析,臉書常見的發文類型有文字、圖片、連結、影片四種類型[註一],而在這三大粉絲團中,連結型最為常用,可以把流量帶回落地頁或是官網,為蘋果日報及 ETtoday 主要的發文類型,而東森新聞主要發文類型則為影片型。在成效部分,東森新聞的回文成長趨勢最為明顯,尤其在2017有大幅度的成長,顯見影片型的貼文得到最多的回應。

- 成長率低於 總頻道成長率

- 成長率高於 總頻道成長率

[註一]:粉絲團發文類型 比例

文字型主文: 3.2% 圖片型主文: 4.1% 連結型主文: 63.6% 影片型主文: 29.1%



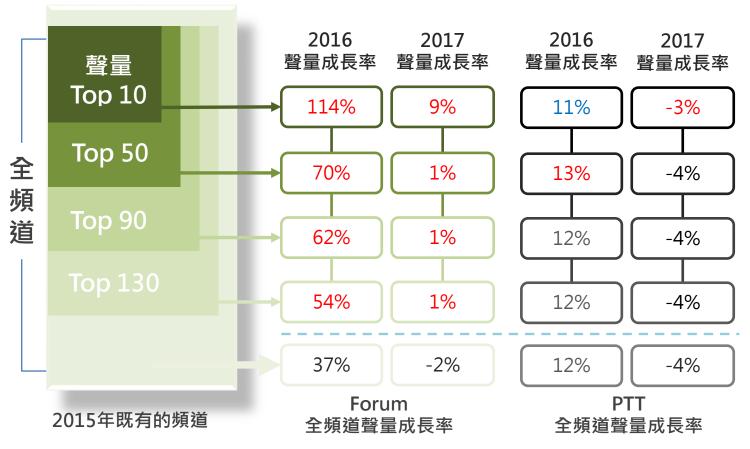


- 成長率低於 總頻道成長率
- 成長率高於總頻道成長率

PTT & Forum PTT衰退? D卡逆勢而上!

PTT與討論區全頻道聲量在2017年皆呈現負成長趨勢,但在細節上有些微不同之處。PTT在臉書活躍之前一直是台灣主要的社群平台,但近年的聲量成長明顯趨緩,令人產生「PTT不再流行」、「PTT高齡化」的質疑,此外PTT聲量成長率皆相差不多,故聲量衰退或成長並無集中於特定頻道。

PTT主要聲量來源一直集中在八卦板,八卦板佔據整體PTT來源 近三成的聲量,且仍持續上升,其他板面則普遍在5%以下。



▲ Forum/PTT聲量成長率分析

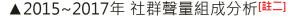
討論區也不可避免的隨著臉書流行,成長率越來越低,但值得一提的是重點頻道聲量仍呈現正成長,尤其是Top 10的頻道。

近年討論區更竄出一匹黑馬 - Dcard,其感情、心情板穩居討論區前三頻道,伊莉討論區的吹水聊天室則自2015年之後逐年下降,跌落熱門討論區板面王座,由Dcard感情板取而代之。

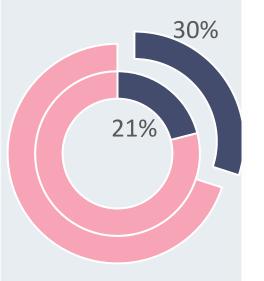


成長40%
7.5%
10.7%
12.0%
28.3%
49.5%
61.0%
73.3%

[註二]:比例數字為該年 聲量組成比例,圖形大小 同實際總聲量則數比例。



綜合三大類社群聲量的成長趨勢,從圖表可知臉書無疑還是維持 火箭般的成長性,應以臉書做為活動操作的第一選擇;但仍可以 多元嘗試新興的討論區板面,像Dcard這類的討論區目前正處於 百花齊放的狀態,是未來的行銷潛力所在。臉書的聲量集中化、 新興討論區的竄起都是時下值得關注的社群趨勢。



■ 實質討論 ■ 抽獎活動

內圈:2016年 外圈:2017年

▲美妝產業聲量類型分析



在美妝產業中,網路聲量有七成以上是來自業者舉辦的抽獎活動貼文,藉獎品吸引,要求網友留言分享並Tag好友,以增加觸及率與曝光度,餘下的三成貼文我們則統稱為實質討論。儘管抽獎活動文為多數聲量來源,但聲量佔比呈現下降的趨勢。企業多會認為抽獎行銷能順勢帶起品牌的知名度,依據這個邏輯,一個抽獎活動熱烈的美妝品牌理應會連帶地聚集起高度的實質討論聲量,而且實質討論會針對品牌、產品做評析,然而這套假設是否成立呢?





抽獎文並非特效藥 品牌和話題經營更重要

2017 年 專櫃品牌名稱	實質討論聲量排名	實質討論聲量	抽獎活動 聲量排名	抽獎活動 聲量	實質討論 (%)	抽獎活動 (%)
YSL - 聖羅蘭	1	42,860	2	22,879	65%	35%
LANEIGE - 蘭芝	2	13,778	3	17,756	44%	56%
shu uemura - 植村秀	3	12,041	1	28,433	30%	70%
suqqu	4	7,367	10	3,680	67%	33%
PONY EFFECT	5	5,937	5	11,211	35%	65%
HR - 赫蓮娜	6	5,568	19	2,171	72%	28%
THREE	7	4,841	27	1,250	79%	21%
TOM FORD	8	4,428	17	2,687	62%	38%
ADDICTION - 奧可玹	9	4,132	18	2,329	64%	36%
ANNA SUI - 安娜蘇	10	3,029	33	771	80%	20%
2017 年專櫃美妝的 實質討論 與 抽獎活動 聲量比例 >					41%	59%

▲2017年 美妝聲量類型分析

上表呈現出2017年實質討論聲量最高的前十大品牌,同時附上 其在舉辦抽獎活動上的成效,與兩者之間的比例。榜上只有**蘭** 芝、植村秀、PONY EFFECT是成功的透過超過50%的抽獎活動 比例拉抬實質討論聲量,其餘品牌則並未在網路抽獎活動上投 注過多的心力,像是THREE、安娜蘇甚至在抽獎活動聲量排名 未進入前20名。

並不是說抽獎活動完全無效,實質聲量榜上前五名的抽獎活動聲量在全部美妝頻道中都有一定規模,尤其YSL和SUQQU的實質討論聲量占比仍超過抽獎聲量許多,然而六到十名卻顯示抽獎活動聲量與實質討論聲量並無絕對關係。我們會建議品牌專注於打造產品差異化行銷,增加本身話題性,以提升自身實質討論的聲量,抽獎文並非網路聲量的特效藥。



實質討論者社群足跡應用



▲2017年美妝熱門頻道 聲量類型比較

由於PTT - MakeUp板為美妝話題實質討論最高頻道,幾乎無抽獎文,這裡分析於MakeUp板發言過的作者,同時也會留言的其他 Ptt 頻道,並進一步分析此族群之喜好。從下表可以得知因性質相近的關係,美保板共同作者數最高,其次依序為女板、合購、網購,顯見美妝版發文者偏好美妝購物,其餘看板也皆為PTT熱門頻道,但以家庭生活與娛樂取向居多,我們因而可深入瞭解此族群對於美妝產品之外的喜好。

和MakeUp板 TOP 10	共同 作者數	
BeautySalon	美妝購物	1,779
WomenTalk	生活與家庭	1,465
e-shopping	美妝購物	1,320
Gossiping	即時焦點	1,180
Buytogether	美妝購物	1,072
Boy-Girl	生活與家庭	713
movie	影視娛樂	687
Japan_Travel	旅遊觀光	588
Lifeismoney	生活與家庭	548
StupidClown	生活與家庭	475

▲2017年 PTT MakeUp 板美妝族群常發言的PTT看板





[註三]: 資料來源為2017 年於 MakeUp 板發文的 作者(2,495 名)在 2018 年1月至3月期間於 Ptt 團購板討論的內容。



▲美妝板X合購板 關鍵字文字雲[註三]

進一步再以Buytogether - 合購板為例,當我們針對美妝與合購板的共同作者的發言內容進行關鍵字分析時,即可得知美妝族群所關注的其他商品,發掘消費者其它可能未被滿足的需求,像是在這次分析中,衣飾、圍巾、羊皮、短靴、鉚釘即為今年第一季美妝族群最關注的五大商品,美妝業者即可將此作為行銷素材參考,同時這項功能也可用來供企業主預測未來商機趨勢。



結語

現在總體社群聲量仍維持著大幅的成長,聲量成長率也呈現集中化的趨勢,但網路上仍有一些新竄出的黑馬,其討論主軸和族群代表著社會現象的變遷。 《OpView社群口碑資料庫》將定期收錄最新竄起的粉絲團、討論頻道,提供最真實、即時的聲量資料。

而在社群足跡的分析上,除了本期所舉的美妝產業,還可延伸應用至汽車、金融或是其他消費性商品,社群足跡的應用,能幫助企業找到消費者其他隱性需求,了解市場最新脈動。OpView收錄台灣超過2萬的熱門頻道,並透過AI自動學習數百種興趣及消費意圖,以標籤網友族群身分,若您有任何研究或行銷需求,歡迎與我們聯繫。







OpView放大鏡 觀測期間 2018.05.07~2018.05.20

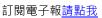
網友熱議文章大公開

新聞頻道 聲量探索排行榜

		4 主	
排名	新增 回文數	來源頻道	標題
1	2,201	yahoo新聞 > 政治	馬英九被訴洩密案 二審逆轉改判4月徒刑
2	1,981	LINE TODAY > 國內	挺深澳電廠?陳菊:如果我們都不要發電廠 電從哪
3	1,837	LINE TODAY > 生活	2歲女兒總統府內滿場跑挨批 蘇祈麟妻發文致歉
4	1,594	yahoo新聞 > 旅遊	陸客不來飯店 19年首遇全館損龜
5	1,471	LINE TODAY > 國內	「薪資凍漲原因是外勞拉低平均」施俊吉:排除外勞
6	1,403	LINE TODAY > 生活	樹菊嬤遭批鬥 網轟酸民:不配當人
7	1,325	LINE TODAY > 生活	日月潭旅館常爆滿19年首遇「全空房」!陸客不來
8	1,139	yahoo新聞 > 政治	柯媽媽:若民進黨提名 以後互不相欠
9	1,110	yahoo新聞 > 社會	馬英九二審遭判4月北檢邢泰釗辦公室傳出歡呼3秒鐘
10	1,059	yahoo新聞 > 生活綜合	<u>這國家怎麼了?商旅促銷價嚇壞網友</u>

Dcard 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	4,718	西斯	#圖被弄痛
2	1,834	西斯	<u>喜歡刺激</u>
3	1,667	西斯	#圖天氣熱,我也悶壞了。
4	1,558	心情	<u>老師,你可以去妓院上班。</u>
5	1,542	心情	一場病改變了我往後的日子
6	1,165	心情	重生後的第295天
7	1,104	西斯	#圖翻滾時喜歡講什麼?
8	1,083	時事	#新聞華視改革拒絕垃圾新聞
9	1,074	心情	<u>身為白子想告訴媽媽的事</u>
10	1,058	西斯	#圖大叔,今天有空陪我走走嗎?





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	1,837	Gossiping	[FB]柯文哲市長懶人包
2	1,703	NBA	[討論]不覺得KD加入勇士把比賽搞得很難看嗎?
3	1,512	WomenTalk	[問題]道德瑕疵
4	1,496	KoreaStar	[新聞] 《Produce 48》6月15日首播主題曲今日公
5	1,481	Tech_Job	Fw: [新聞]大鬆綁!外勞工作6年以上可永久居留
6	1,475	Gossiping	[新聞]禁12歲以下!深藍咖啡館遭家長「1星怒洗
7	1,427	Gossiping	Re: [新聞]兩岸一家親說不出口?柯P:低估這個社會扭曲
8	1,401	Gossiping	[新聞] 2014推倒藍綠高牆 柯文哲: 2018帶領台灣
9	1,349	Gossiping	Re: [FB]柯文哲:為什麼我們要做公辦都更?
10	1,318	BabyMother	[寶寶]只剩爸爸的母親節

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	531	重型機車(250cc以上) (小惡魔的機車同好會)	重機違規「滿紙紅字」上國道有變數
2	363	新聞與時事(生活娛樂)	[幫忙追蹤&置頂]疑似綠營黨工的名單
3	315	棒壘球(運動健身)	還我大巨蛋我要吹冷氣看棒球
4	288	投資與理財(生活娛樂)	本國勞工實質薪資有58931元·數字魔術但是"是真的!!
5	274	重型機車(250cc以上) (小惡魔的機車同好會)	支持上國道的重機騎士,假設你有小孩,你也會支持他騎重機上國道嗎?
6	261	投資與理財(生活娛樂)	核五蓋在台北市,就近提供大老闆新鮮電力
7	260	新聞與時事(生活娛樂)	為何臺灣人不願承認自己是中國人?
8	258	行動通訊綜合討論區 (智慧型與傳統手機)	中華電信母親節特選方案_299 / 499犀利通信方案
9	251	Suzuki (小惡魔的動力研究室)	Euro-NCAP對於Suzuki Vitara有無自動煞停(AEB)的回覆
10	245	投資與理財(生活娛樂)	國巨有沒有機會挑戰當年禾伸堂的999被動元件天價?

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	43,058	加藤軍台灣粉絲團 2.0	標籤可以駕馭這件衣服的朋友
2	24,984	東森新聞	#這邊編:單身狗大福音!快告訴妳的好姊妹一起租個歐巴~ 影片授權: U
3	21,673	VS MEDIA	朋友聚會、臨時被分手想買醉都非常方便!只要走進便利商店 絕對讓你200元就搞定
4	15,887	小三美日平價美妝	馬路很危險!不要放朋友出來亂跑~快叫你朋友回家XD#該 回家吃飯囉#別在危
5	15,739	馬丁垃圾話	I can see dead people. 垃圾話也有IG
6	13,969	ETtoday新聞雲	WOW·我剛好最近生日內~(#Didilie)乾杯周年慶壽星用餐 就可以免
7	13,370	Dcard	<u>原來姊姊們都這麼幸福R~</u>
8	10,393	周杰倫 Jay Chou	周杰倫最新單曲「不愛我就拉倒」憂鬱型男的走心旋律 用英 式搖滾宣洩情傷
9	9,791	食尚玩家	只要\$369!海鮮碳烤吃到飽 完整內容馬上看 ▶https://youtu.be/
10	8,324	台灣達人秀	#TTshow 達人秀插畫 ─天一飲料螞蟻舔尿尿 這種天氣最 適合一天一

跨平台贈獎文 聲量探索排行榜(來源:討論區、社群網站)

排名	新增 回文數	來源頻道	標題
1	88,470	Fb粉絲團 > 王宏哲 教養、育兒寶典	你家孩子很沒時間觀念嗎?該做的事都不先做嗎?都不能自律嗎?別急,我設計的「時間
2	69,352	Fb粉絲團 > Mark語錄	生日占卜!看你喜歡的人幾歲才會出現~ >> https://lihi.cc/
3	64,370		【心理測驗】你有注意過自己的腳型嗎?測過都說準!測看看你的天賦是什麼?甲
4	53,137	Fb粉絲團 > 玉如阿姨內衣	【免費來回機票送給你】底下留言『迪士尼我來了』玉如阿姨 立馬傳送★`登機通道
5	52,150	Fb粉絲團 > 樂活	【メーヤー,答案跟我一樣的就送你要北極熊鑰匙圈一個唷】你好,我是住在動物園裡

閒聊文:❶特定頻道週期性發起之聊天性文章。❷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



內容歡迎轉載引用 出處請註明《OpView社群口碑資料庫》 業務合作聯繫:02-2755-1533

訂閱電子報請點我

品牌話題排行榜(排除贈獎文)

透過OpView探索台灣百大

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。

星巴克芒果新口味迎夏 Paul & Joe限量聯名引起話題

星巴克5月14日推出夏季限定芒果吉利星冰樂,並連續兩周三和五下午時段,星冰樂買一送一的活動,同時與法國時尚品牌Paul & Joe限量聯名的商品也將開賣。星巴克每每推出期間限定口味都能引爆話題,粉絲號召力強大。其實不僅如此,每次發布新款杯子、隨行卡、杯套都經常登上熱門話題,利用城市限定、限量聯名的設計款,配合飢餓行銷的方式,讓消費者又愛又恨、不得不買。因此,即使星巴克沒有過多的平面或電視廣告,透過社群互動、消費者購買後的自主打卡分享,一樣能引領潮流。

排名	品牌	新增 回文數	來源頻道	標題
1	星巴克	2,904	Fb粉絲團 > ETtoday新聞雲	中華電信排不夠嗎?星巴克爽逸來襲XDD / 下 載
2	統一	2,488	Fb粉絲團 > Kidsplay·親子就醬玩	暑假躲在室內吹冷氣怎麼行#統一馬武督全新綠野仙蹤密境超好玩綠野滑
3	麥當勞	1,643	Fb粉絲團 > 遠東百貨 Top City台中大遠百	麥當勞萌獸又一發♥小編想獲得大象大家想獲得 什麼?#大象老虎斑馬長頸
4	屈臣氏	1,636	Fb粉絲團 > Goris' Sky	早安!快來對你家附近屈臣氏有沒有中獎 聽話! 那些還在找代購買一支500、60
5	SOGO	1,502	Fb粉絲團 > SOGO 百貨	<u>蜜粉還可以用在頭皮上 瞬間乾爽不油膩又可以不</u> 洗頭了(喂~~
6	星巴克	1,428	Fb粉絲團 > VOGUE Taiwan	「星巴克X Paul & Joe」2018限量聯名系列,商品本尊真的太可愛,小雛
7	福斯影片	1,346	Fb粉絲團 > 福斯影片 20th Century Fox	來唷!暖男#死侍#萊恩雷諾斯給台灣粉絲的母親 節祝福! #他沒有忘記我們
8	SOGO	1,340	Fb粉絲團 > SOGO 百貨	#Kitty控快看這邊 Furla聯萌Hello Kitty♥♥
9	中華電信	1,245	Fb粉絲團 > 蘋果日報 台灣	有必要這樣嗎?!【#火線話題】中華電信掀 499之亂
10	中華電信	1,103	Fb粉絲團 > 爆料公社	方文寺在爆廢公社發文94要499!民眾以肉身擋 中華電信門市關門··不回