

本期焦點



最貼近女性的話題：內在美網路口碑調查

-傳統vs.新數位品牌內衣討論差異

-從聲量來源與集中度看品牌行銷

OpView放大鏡



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

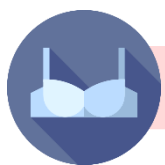
資料時間：

2018/8/18-2019/2/18

資料範圍：社群網站、討論區、
部落格(排除部分罐頭回覆或與
內衣無關之回文、活動抽獎文)

最貼近女性的話題：內在美網路輿情調查

每天長時間穿著、最貼近身體的內衣，對女性來說不只是為了美觀、防走光，更重要的是支撐胸部的形狀與重量，也因此女性在「內在美」的話題討論度不曾減少。《OpView社群口碑資料庫》觀測2018年8月18日至2019年2月18日，來自熱門社群網站、討論區、部落格的網路口碑，排除抽獎文、與內衣討論無關之回文後，探索內衣市場的競爭狀況與消費者購買考量的因素。



市場破碎 傳統大牌網路聲量低

首先進行維度分析，可以發現在近六個月的內衣討論中，提到品牌名稱的討論數僅占20%。

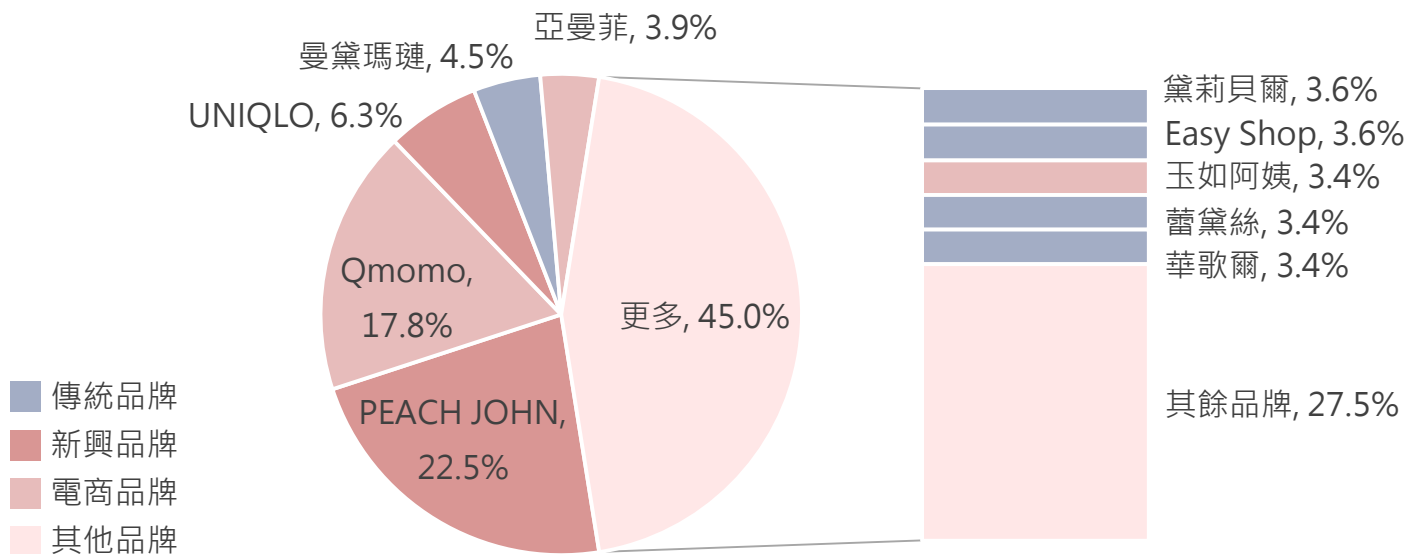
除了越來越多網路內衣品牌興起，許多快時尚、運動等複合性流行品牌加入競爭行列，讓市場趨向破碎化；在競爭激烈下，如何提升心占率，品牌還有許多努力空間。

接著，我們統計超過三十個內衣品牌網路聲量，找出熱門討論的十大品牌，以2017年才登台的日本人氣品牌PEACH JOHN聲量最高，占有提及品牌討論的22%，其次是台灣本土網路品牌

提及品牌討論, 20%

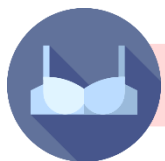
內衣總討論聲量
22,603則

▲內衣討論聲量概況



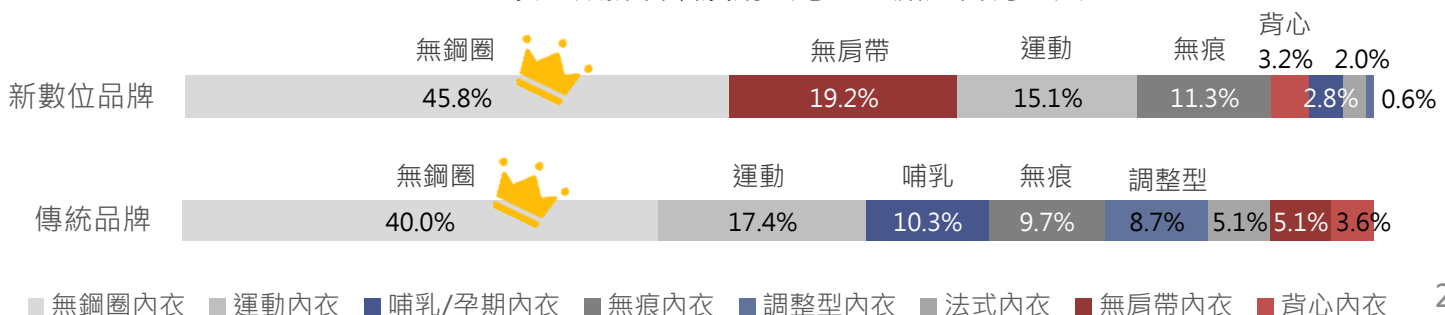
▲內衣討論提及之各品牌討論占比

Qmomo，占品牌討論的18%，再來是日本平價快時尚品牌UNIQLO，其討論聲量大約為第二名的三分之一。前三名之後的品牌聲量差距極小，除了顯示業內競爭激烈之外，國內傳統內衣界三雄華歌爾、黛安芬、奧黛莉聲量皆不高，於此段期間，黛安芬的排名還擠不進前十，僅有同集團子品牌蕾黛絲上榜。



傳統vs新數位品牌內衣討論差異

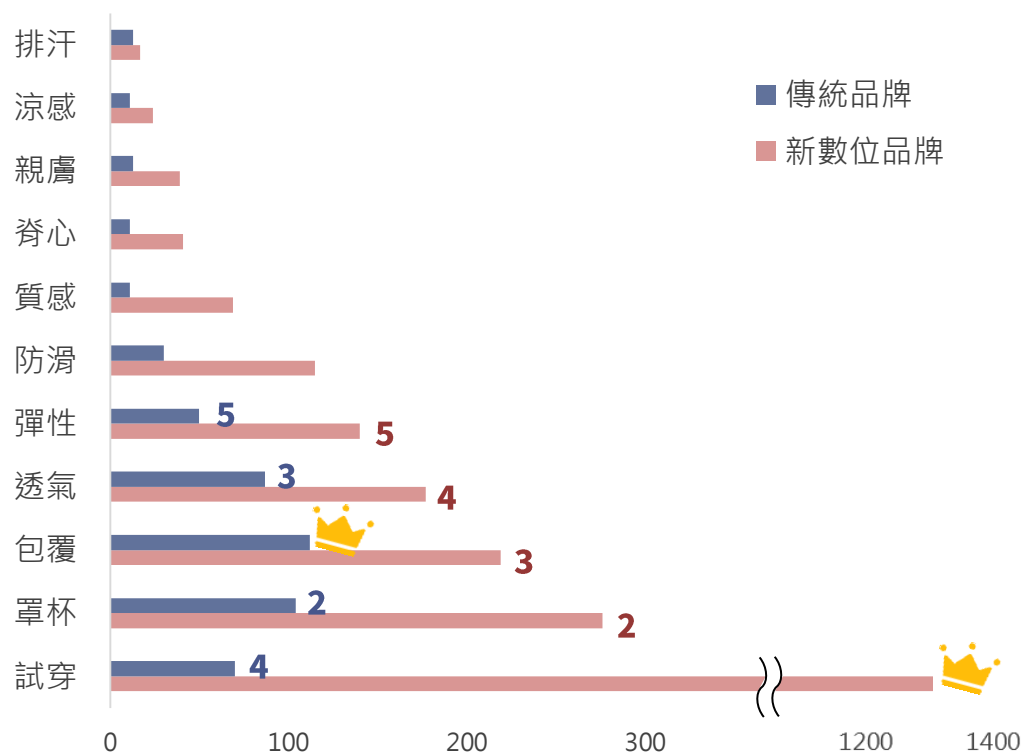
相對於傳統從門市、專櫃等實體店發跡的廠商，新數位品牌則是從網路起家 and 近期新興的廠商，包含Qmomo、亞曼菲、玉如阿姨以及最早通過郵購販售、去年正式在台灣展店的PEACH JOHN，而從成衣業跨界的UNIQLO也算是新加入內衣市場的品牌。將前述品牌分為傳統品牌與新數位品牌，各取五名的品牌聲量計算，進一步探討在網友討論傳統品牌與新數位品牌時，同時提及的內衣種類排名以及購買考量重點是否有差異。



▲傳統與新數位品牌討論提及之內衣種類差異

首先，以舒適為特色的無鋼圈或軟鋼圈內衣為近期討論最熱門的種類，在兩類品牌占比皆超過四成，網友表示「自從穿過無鋼圈就再也無法忍受有鋼圈的內衣，舒適度真的差很多，也比較健康」。而運動內衣及無痕內衣不論在哪兩類品牌中，討論度皆在前五名。運動內衣強調材質透氣排汗，在運動時支撐胸部，無痕內衣則通常外觀簡約，強調自然無痕跡，顯示現代女性對內在美更加重視舒適度，並且依運動或舒適自然的需求搭配為目前趨勢。

再來，無肩帶內衣和背心內衣在新數位品牌的討論較多，分別排名第二和第五，而哺乳及孕期內衣、調整型內衣則是傳統品牌討論較多的種類，分別排名第三、五。比較兩類品牌，發現在無肩帶內衣、哺乳及孕期內衣、調整型內衣這三種的討論占比落差最多。進一步歸納可知，新數位品牌在無肩帶內衣領域成為霸主，為滿足年輕族群穿搭的需求，紛紛推出無肩帶內衣吸引網友來比較防滑、包覆、舒適度等特色；傳統品牌則在大尺碼領域較多人推薦，調整型通常是大胸女孩為避免外擴、副乳或駝背而穿來矯正胸型，哺乳或孕期婦女也會因為漲乳而特別討論大尺寸、舒適無壓迫感的款式。



▲傳統與新數位品牌討論提及之內衣選購因素

另外，在內衣選購的因素，儘管聲量前五名大同小異，仍可明顯地看到新數位品牌在試穿的討論上壓倒性的最多，其次很多人會詢問罩杯挑選、包覆效果。除了會有網友分享心得和網紅試穿引起討論，原本網購大多不提供貼身內衣褲試穿，現在內衣電商品牌也主打在家試穿、可退換貨。其中玉如阿姨還有七間實體門市可試穿，而Qmomo和亞曼菲則提供試穿間，亞曼菲更有網購「支付一件最低金額作為押金，一次試穿三件」的服務。

傳統品牌則在包覆效果、罩杯齊全、透氣程度上取勝，大多為網友主動自發的推薦，例如消除副乳就有網友說：「推薦OOO的摩奇X系列，包覆性超好又集中，超愛」另一方面，傳統品牌原本就有店面可以試穿，聲量雖較少，不過網友也提到除了試穿以外，櫃姐還可以指導正確穿法：「我一直以為是我買太大胸部才會一直跑掉，原來是我買太小.....真的要去專櫃給專業的看看」。



從聲量來源與集中度看品牌行銷

目前女性內衣挑選以舒適為重，且會根據當天活動行程或穿著服飾搭配，而新數位品牌大多為了改善線上「無法直接看見商品」的缺點，開始拓展線下據點以提升體驗，以「試穿」吸引消費者。新數位品牌較以往更注重客戶體驗與分享，欲了解這些內衣電商或新興品牌在聲量上與傳統品牌拉開差距的原因，我們依序列出聲量前五的品牌討論熱門來源頻道探討行銷手法。

PEACH JOHN THE STORE		討論聲量來源頻道	累積聲量
1	Youtube 頻道 > 沛莉 Peri Beauty Vlog		465則
2	Youtube 頻道 > Meg Lu		461則
3	Dcard > 女孩		21則
4	Ptt > e-shopping		12則
5	Dcard > 穿搭		6則
前五來源佔該品牌討論聲量比例			96.7%

[註1]：本分析報告原始資料已排除部分罐頭回覆或與內衣無關之回文、活動抽獎文，這兩支影片因吸引網友表達自己的需求或留下對商品評價，屬於實質討論故仍保留。與內衣無關之回文指通常網紅、名人在分享或開直播介紹內衣時，雖引起迴響，但同時產生大量如打招呼的「早安」、「今天好美」或貼圖，以及直播時閒聊其他話題等，為了解網友真實想法，故排除此類雜訊。

Qmomo前五名討論聲量來源頻道

較特別的是PEACH JOHN去年分別與兩名Youtuber合作，拍攝影片試穿多件內衣並從留言觀眾中抽獎，分別用9款實穿評比與加入豐胸按摩教學的方式吸引網友進行實質討論，而非罐頭式留言抽獎，因此保留這兩串討論並未排除**[註1]**。其餘討論則來自Dcard女孩板、Ptt網購板、Dcard穿搭板，此前五名頻道涵蓋超過96%的PEACH JOHN相關討論，聲量相當集中。

Qmomo 討論聲量來源頻道		累積聲量
1	facebook粉絲團 > Qmomo	625則
2	Dcard > 女孩	70則
3	Ptt > e-shopping	34則
4	facebook粉絲團 > 拐拐 許萌希	14則
5	Ptt > underwear	14則
前五來源佔該品牌討論聲量		95.7%

Qmomo相關討論則大量集中在其品牌facebook粉絲團，該粉絲團小編非常積極與粉絲在留言中互動，主要是討論商品設計及尺寸選擇，粉絲團中約有三成聲量來自小編回文。剩下討論來自Dcard女孩板、Ptt網購板和內衣板的心得分享，以及Qmomo代言人拐拐的粉絲團留言，前五大來源的聲量也占品牌討論的95%。

UNIQLO前五名討論聲量來源頻道

UNIQLO 討論聲量來源頻道		累積聲量
1	Dcard > 女孩	48則
2	Plurk搜尋	43則
3	Ptt > e-shopping	20則
4	Ptt > BabyMother	16則
5	facebook粉絲團 > Uniqlo Taiwan	13則
前五來源佔該品牌討論聲量		50.2%

UNIQLO大部分聲量為網友自發討論或推薦，分散在Dcard女孩板、Plurk、Ptt網購板和母嬰板，第五名才是品牌粉絲團，不過前五大來源僅占品牌討論的五成左右，顯示UNIQLO並未刻意經營其內衣市場的網路聲量，以及其商品特別受到媽媽族群關注。

 Mode Marie 曼黛瑪璉	討論聲量來源頻道	累積聲量
1	Dcard > 女孩	51則
2	facebook粉絲團 > OMimi·曼黛瑪璉·瑪登瑪朵粉絲團	22則
3	Ptt > WomenTalk	15則
4	Ptt > underwear	13則
5	facebook粉絲團 > 美食好芃友	12則
前五來源佔該品牌討論聲量		56.5%

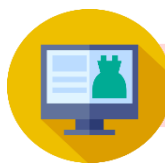
曼黛瑪璉的情況與UNIQLO相似，相關心得、推薦散佈在Dcard、Ptt，品牌粉絲團雖然在第二名，但聲量不高、來源並不集中。facebook粉絲團偶爾有些特賣會資訊或名人出席活動的分享，不過因已排除與內衣討論無關之回文，故聲量較低。

 AIMYFE	討論聲量來源頻道	累積聲量
1	facebook粉絲團 > Aimyfe 亞曼菲	122則
2	facebook粉絲團 > 茱茱 Mozaiyang Studio	29則
3	facebook粉絲團 > Nikkie寧寧愛美遊樂園	5則
4	Ptt > underwear	2則
5	Instagram > Princess Doughnut 公主	2則
前五來源佔該品牌討論聲量		92.0%

亞曼菲的聲量以品牌粉絲團為主，與粉絲互動緊密、甚至常有外國人用英文詢問購買方式或價格、尺寸，也有超過三成聲量是小編回覆留言，亞曼菲的討論非常集中於官方社群管道，其次才是 6 與網紅合作的分享貼文。

曼黛瑪璉前五名討論聲量來源頻道

亞曼菲前五名討論聲量來源頻道



FB小編、網紅/名人影響力探討

由前述分析得知，高聲量的新數位品牌各有不同做法，有的依靠品牌社群與粉絲建立良好關係，給予產品購買建議，主動蒐集消費者反饋，或鼓勵粉絲分享實穿照，讓消費者相信商品的效果，不只是靠模特兒好身材或修圖達成的；也有的品牌藉由網紅本身影響力推廣，尤其找Youtuber介紹多款產品差異的方式，提供消費者挑選標準，比起其他發文類型能吸引更多針對商品或品牌的實質討論。

進一步觀察內衣品牌粉絲團、網紅/名人社群的熱門頻道經營成效，可分析不同頻道的口碑概況。在品牌Facebook粉絲團中，雖然粉絲團主文與小編回文不能算是網友自主的實質討論，然而小編回覆越多的粉絲團，其回應比也較高，代表粉絲更願意主動留言，確實能有效增加品牌話題。而前兩名的Qmomo和依夢內衣皆透過此方式，遙遙領先其他粉絲團。

品牌粉絲團	聲量(則)	占總內衣討論聲量	粉絲團主文(則)	粉絲回文(則)	小編回文(則)	粉絲回應比(回文/主文)
facebook粉絲團 > Qmomo	2,315	10.2%	606	849	860	140.1%
facebook粉絲團 > 依夢內衣	813	3.6%	357	254	202	71.1%
facebook粉絲團 > Catworld小舖	344	1.5%	270	32	42	11.9%
facebook粉絲團 > Aimyfe 亞曼菲	284	1.3%	96	98	90	102.1%
facebook粉絲團 > ♡° · 粉紅拉拉 · ♡°日系內衣	268	1.2%	226	26	16	11.5%
網紅/名人社群	聲量(則)	占總內衣討論聲量	發文類型	相關主文(則)	回文(則)	回應比(回文/主文)
facebook粉絲團 > 宋達民和洪百榕愛的粉園	508	2.2%	直播開團	4	504	12600%
Youtube 頻道 > 沛莉 Peri Beauty Vlog	475	2.1%	影片實穿	1	474	47400%
Youtube 頻道 > Meg Lu	464	2.1%	影片實穿	2	462	23100%
facebook粉絲團 > Tigerdog/老虎狗	131	0.6%	網紅推薦	1	130	13000%
facebook粉絲團 > 小貓 · dear Rui Gallery	126	0.6%	直播推薦	1	125	12500%

從網紅或名人社群的回應比來看，創造社群話題效果佳，尤其又以影片或直播中有實穿的上榜居多。前藝人洪百榕的粉絲團經常直播開團販賣各種商品，但直播時總會有些純粹來聊天的粉絲，話題不完全與內衣有關。因此相較於兩位Youtuber的影片，以直播為主的洪百榕和網紅小貓Rui粉絲團回應比皆較低，效果和網紅老虎狗分享穿搭照差不多。



過去我們多以顧客導向做數位行銷、著重市占率，而新型態的數位品牌從體驗切入，關心網友討論的東西、鼓勵分享，在每個接觸點影響客戶對品牌的認知，讓目標客戶從傳統購買者（Buyer）變成使用者（User），藉此提高客戶認知的品牌價值與忠誠度，增加自發推薦機率，也願意付出更多溢價。品牌不僅需要靠網紅創造話題聲勢，用社群與消費者一對一溝通，更要深入了解不同族群、受眾的需求，走入消費者的生活，透過廣泛地觀測各討論區的熱門話題與討論面向，聆聽網友真實想法。OpView收錄台灣超過3萬的熱門頻道，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| 2019.02.18~2019.02.24
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	3,260	yahoo新聞 > 生活	2個月全變了！韓國瑜惹怒水果盤商爆氣嗆「腦袋進水」
2	3,177	LINE TODAY > 生活	嘉中考題「President Tsai-englishit」爆羞辱蔡英文...
3	2,829	LINE TODAY > 國內	韓國瑜深夜直播談施政...重砲「全台灣都欠高雄人！」
4	2,813	LINE TODAY > 國內	蔡英文接受《CNN》專訪表態2020競選連任
5	2,443	yahoo新聞 > 政治	回應228和平柱被踹斷！政大蔣介石騎馬銅像遭人鋸...
6	1,788	yahoo新聞 > 政治	前瞻計畫要重寫韓國瑜怒嗆蘇貞昌：什麼意思？
7	1,761	巴哈姆特新聞網 > GNN新聞網	赤燭《還願》埋梗小熊維尼風波延燒發行商宣布終止...
8	1,601	yahoo新聞 > 美洲	民主台灣援獨裁尼國1億美元
9	1,562	LINE TODAY > 國內	老公診間性侵孕婦醫師娘：他是好爸爸請給活路
10	1,535	LINE TODAY > 國內	【同婚專法出爐】保障同婚與平等權同性伴侶婚後不...

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	5,113	時事	圖慎入) 台灣人到底多欠虐
2	2,389	感情	男友的前任生病了，我想分手。
3	1,337	工作	關於網路上一堆年薪百萬
4	1,278	工作	抱歉下個月你不用來了！？
5	1,141	心情	同性戀同學的情緒勒索
6	1,084	感情	相差11歲的感情。
7	1,058	西斯	#圖櫻桃色的我
8	938	星座	雙魚季來了啦
9	863	追星	JJ後台超硬？
10	861	西斯	#圖又是我假裝讀書的那個 (？

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	2,003	Gossiping	[新聞]蔡英文：兩岸若開打我承受第一波之後
2	1,978	Gossiping	[爆卦]小魏限時
3	1,679	Gossiping	[爆卦]和平協議的真相竟是...
4	1,604	PuzzleDragon	[0219]稀寵.升技.肥金/七龍.大天狗.惡夢丸.赫爾.以諾.白鯨...
5	1,574	Gossiping	[爆卦]美官方智庫：台灣人的失敗主義才是可能輸
6	1,537	TWICE	[公告] A-1解釋&水桶
7	1,528	Gossiping	[爆卦]我是石沐凡，我有話想說
8	1,526	Gossiping	[新聞]又失言？柯P：對不運動抽菸喝酒者健保費應提高
9	1,514	Gossiping	Re: [問卦]韓國瑜上任至此到底做了什麼？
10	1,509	WomenTalk	[問題]我媽發現我做了，大爆炸

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	346	Sony單眼相機 (可換鏡頭數位相機)	當初因為全幅無反只有SONY而買的，若到了今日，你還是選SONY嗎？
2	330	新聞與時事(生活娛樂)	年改的錯?月領5萬變拮据...教師老了不敢退新的進不來
3	289	新聞與時事(生活娛樂)	DCARD最熱門話題:「和平協議」絕對不能簽
4	276	Gogoro	謝謝gogoro謝謝大家
5	275	兩性與感情(生活娛樂)	曾經你和另一伴有過什麼感動??
6	265	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	遏止酒駕，鞭刑死刑沒用的
7	264	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	汽車右轉提早關門,對騎士安全與否的討論
8	259	兩性與感情(生活娛樂)	另一半跟朋友約要事先通知???? (完
9	236	房地產綜合(居家房事)	不是很認同柯文哲的說法
10	231	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	酒駕+無照+超速，為什麼還要上路換現金？

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	19,776	爆料公社	黃靜宜在爆笑公社分享國內腦力激盪#為啥我的是跳這個？...
2	11,705	韓國瑜	各位好朋友大家晚上好，今天我到義大分享我的人生經歷，...
3	10,719	爆料公社	Lai jian cyuan於爆廢公社發表我眼睛很乾可能是觸怒一點...
4	10,575	東森新聞	救護車最常來的麵店！挑戰3口狂奔藥局倒地下場超慘有人...
5	10,241	【爆笑公社】	做的到嗎？#謝謝大家陪我玩
6	9,809	中國國民黨 KMT	《兩岸和平協議》誰可以簽？該怎麼簽？有想過這些問題嗎...
7	9,627	ETtoday新聞雲	玩到最後....會不會沒椅子啊.... 影片授權：網友...
8	9,579	蘇貞昌	走向一個相互尊重，彼此友善的國家。大家都知道，人類...
9	9,117	即新聞	哈哈笑死我XD超厲害~~ 影片授權：網友Wang Yao...
10	8,688	ETtoday新聞雲	#最新蔡英文確定參選2020

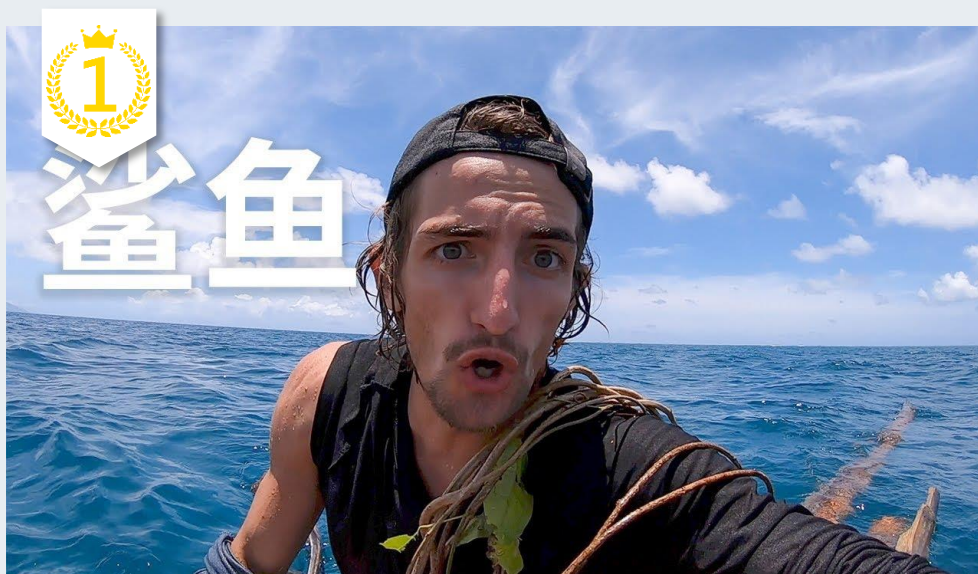
Facebook活動文 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	41,840	小三美日平價美妝	從嘴唇看你是享福命還是吃苦命？選一個唇形和你最相符的
2	33,122	蝦皮購物 (Shopee)	【蝦皮鬧元宵燈謎猜一波】#猜燈謎有驚喜 動 動 你 的...
3	24,992	小三美日平價美妝	第一直覺下你會選擇哪個字呢？測10年後你的富貴運勢！#...
4	21,084	小三美日平價美妝	選一個你想養的特殊動物！測出你具有哪種類型的富貴命！...
5	17,989	親子王國 Baby-Kingdom.com	以為自己有樓有交稅，就有份撿\$4000？留言「CASH」，...

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](#)。



[【信誓蛋蛋】造竹筏穿越鯊魚海域 究竟能不能成功？](#)



[【小白】Minecraft糖果世界看起來都好好吃！](#)



[【本本】心愛寵物去世 告別鴨子小棉花](#)



[【Vlog心聲】挺臺留學生 母遭國安局問話失蹤](#)



[【KUAIZERO】中國文明和蘇美人的起源相同！？](#)