

## 本期焦點



## 超商福袋搶購熱 YouTube成幕後推手

- 超商品牌聲量探索
- YouTube新戰場趨勢剖析



## OpView放大鏡

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

## 資料時間：



2019/01/02-2019/01/30



2019/01/02-2019/01/30



2018/12/18-2019/01/15



2019/01/15-2019/02/12

資料範圍：社群網站、討論區、  
部落格(排除部分罐頭回覆或與主  
題無關之回文)

B

[2019年金豬年福袋四大金喜【金喜4】](#)

D

[【留言抽小萊豬年限定福袋🐷】](#)

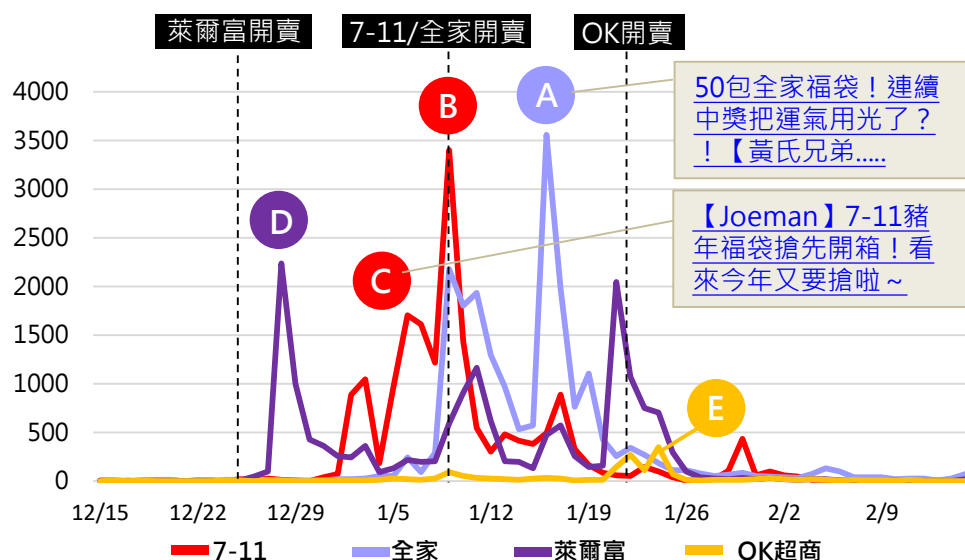
E

[【Kiki】全台限量一萬個！OK超商福袋買9個會中大獎嗎？](#)

## 超商福袋熱潮 網路聲量解析

每臨節慶檔期，通路為搶攻人潮話題，總會推出應景的特別企畫商品，不同於上期的速食業季節新品，《OpView社群口碑資料庫》針對過年檔期，回顧四大便利商店的福袋特企宣傳效益，針對媒體公關與社群傳播效果，分析品牌的操作模式。

從發售日期來看，萊爾富為最先起跑的超商品牌，7-11和全家與去年相同，皆為同日發售，而OK則延後迴避，形成龍頭競爭、其他業者錯落的販售期。



▲ 超商品牌日聲量圖

(觀測時間2018.12.15~2019.02.15資料範圍包含廣告文)

## 四大超商販售時間表

|  | 2018福袋   | 2019福袋   |
|--|----------|----------|
|  | 18/01/31 | 19/01/09 |
|  | 18/01/31 | 19/01/09 |
|  | 18/01/16 | 18/12/25 |
|  | 18/01/31 | 19/01/22 |

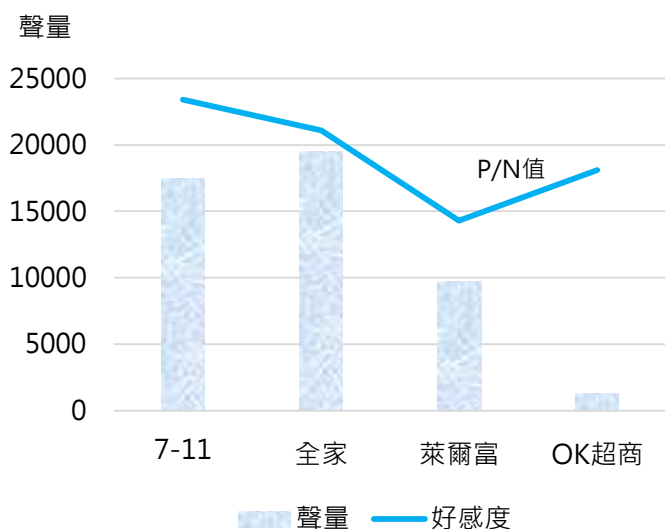
觀察日聲量圖，7-11最為積極，開賣前與YouTuber「Joeman」合作<sup>C</sup>，搶先製造話題熱度；萊爾富著重於店頭行銷，開賣後幾日才正式宣傳。全家與OK皆於發售當日加強曝光，引起第一次高峰，全家借助YouTuber開箱促成本次觀測期的最高峰<sup>A</sup>，顯見超商福袋搶購潮中網紅創作者們功不可沒！

## 超商福袋資訊比一比

### 超商品牌 福袋資訊



|      |                                      |                                                |                                       |                          |
|------|--------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| 據點數  | 5336                                 | 3357                                           | 1290                                  | 920                      |
| 售價   | 199元/299元                            | 199元                                           | 100元                                  | 100元                     |
| 數量   | 15萬個/5萬個                             | 70萬個                                           | 55萬個                                  | 1萬個                      |
| 頭獎   | <a href="#">Nissan Kicks 休旅車(1名)</a> | <a href="#">Mercedes-Benz A-Class A180(2名)</a> | <a href="#">BMW 3 Series 318i(1名)</a> | <a href="#">杜拜 6日雙人遊</a> |
| 其他特色 | 與Hello Kitty 聯名推出                    | 隨袋贈隱藏版集點小物                                     | 貳、參獎 同樣是汽車                            | 數量少 抽中大獎機會高              |



▲ 超商品牌總聲量與P/N值比較圖

P/N值

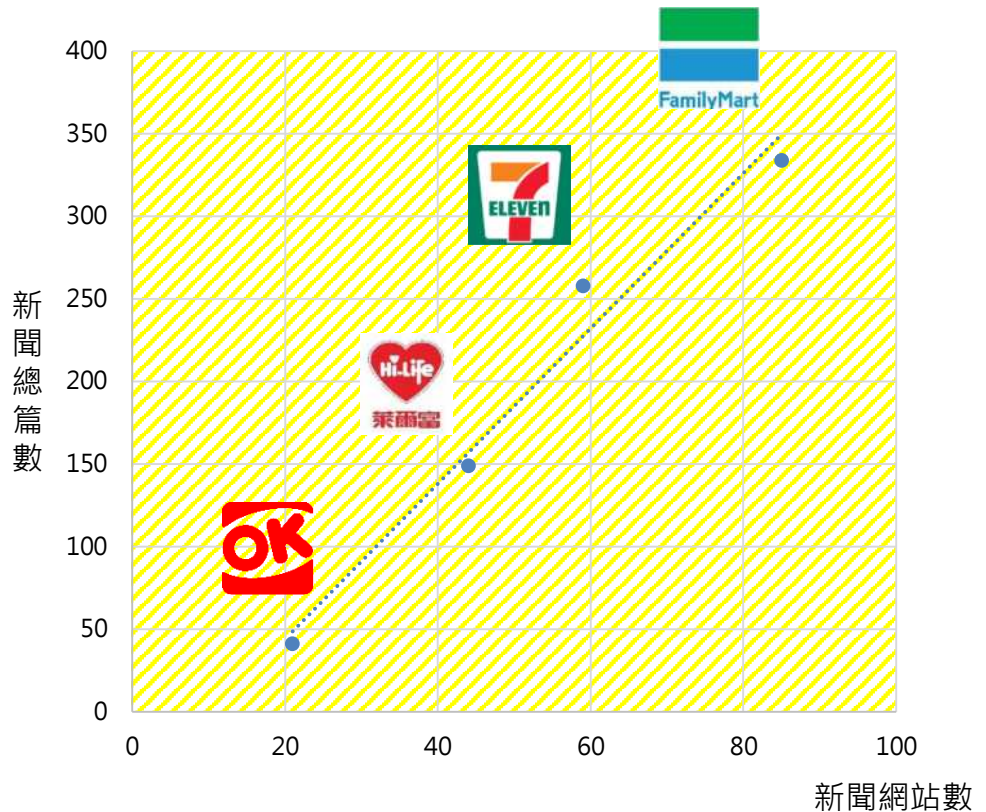
從左圖來看，超商福袋的整體正評皆大於負評，顯示此活動廣受民眾喜愛。從聲量來看，全家供應量最充足，聲量為同業之首，惟滿意度<sup>[註1]</sup>卻位居第二，究其原因，全家將售價從去年的99元調整至與7-11同價位，在網路上引起兩極反應。

7-11則延續去年與「Hello Kitty」授權合作，不同價位分別附有聯名消費袋或是束口袋，具高度話題，同時因採預購制，也出現店長是否

讓熟客預約福袋的討論。萊爾富開出瓶裝水，引起網友以「天災救難包」形容之，由於頭獎到參獎皆是汽車，也有「要抽萊爾富就是抽那三台車」以及汽車被哪個縣市抽走的討論。OK只發行1萬份的福袋，討論聲量未若其他品牌，但因福袋內容物豐富，出現「撇開7-11，我也是最喜歡OK的，真的有誠意多了。」等評價，P/N值與7-11、全家相去不遠。

[註1]意藍資訊使用文字語意分析技術，自動判讀文章情緒所獲得的正面文章與負面文章比值(P/N值)。

## 新聞媒體助威全家高曝光 LINE TODAY獲最多回應



▲ 超商福袋資訊新聞網站數與新聞總篇數二維圖

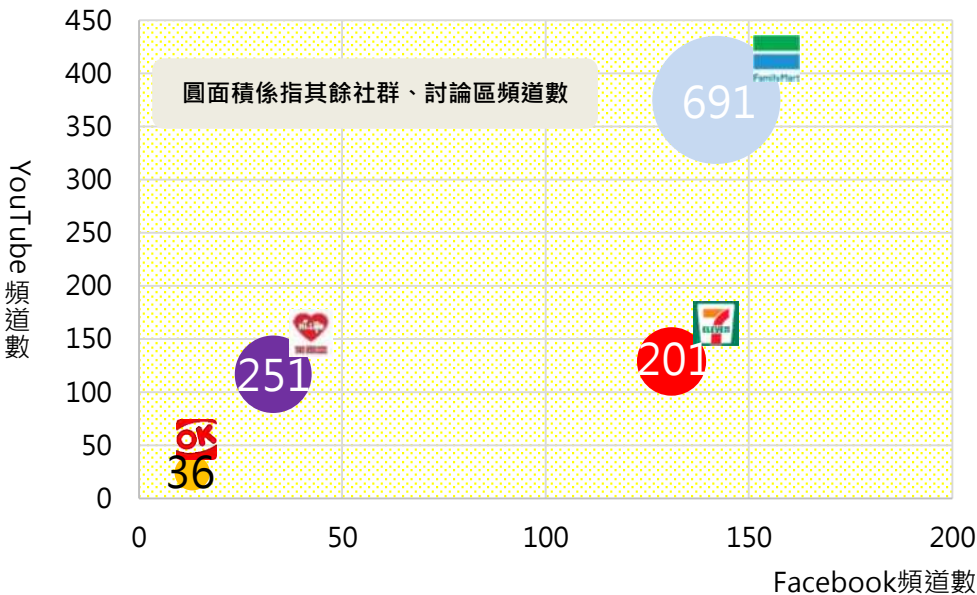
接著我們將討論聲量區分媒體宣傳與社群效益兩大面向探討，首先研究福袋資訊在新聞網站擴散的幅度，品牌為獲取新聞媒體的曝光篇幅，盡可能讓品牌文宣散布在更多的新聞網站。由上圖可見，新聞篇幅與新聞網站數大致呈正比關係，其中以全家的行銷文宣獲得媒體青睞最廣為流傳，7-11則以單個媒體平均為其曝光4.4篇文章占最多。而各品牌主要露出的媒體網站互有差異，並無集中特定媒體的趨勢。

進一步探究關於福袋新聞，網友與何種新聞頻道互動較高？觀測指出LINE TODAY、yahoo新聞、蘋果日報、聯合新聞網是網友看完新聞文章常回應的最大宗新聞頻道。除追求媒體曝光數字外，若欲藉由媒體頻道聆聽網友聲音，這些頻道適宜作為品牌的觀測重點。

社群頻道討論集中 網友偏好影音平台

| 超商<br>品牌 |  |  |  |  |                 |                 |                         |                 |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------------------|-----------------|
| 排名       | 頻道                                                                                | 聲量<br>占比<br>(%)                                                                   | 頻道                                                                                  | 聲量<br>占比<br>(%)                                                                     | 頻道              | 聲量<br>占比<br>(%) | 頻道                      | 聲量<br>占比<br>(%) |
| 1        | Facebook<br>粉絲團                                                                   | 65.96%                                                                            | YouTube<br>頻道                                                                       | 59.21%                                                                              | Facebook<br>粉絲團 | 57.43%          | YouTube<br>頻道           | 47.88%          |
| 2        | YouTube<br>頻道                                                                     | 24.33%                                                                            | Ptt                                                                                 | 19.17%                                                                              | YouTube<br>頻道   | 26.27%          | Ptt                     | 31.06%          |
| 3        | Ptt                                                                               | 3.84%                                                                             | Facebook<br>粉絲團                                                                     | 10.43%                                                                              | Ptt             | 9.37%           | Facebook<br>粉絲團         | 10.58%          |
| 4        | Dcard                                                                             | 3.06%                                                                             | Instagram                                                                           | 4.05%                                                                               | Instagram       | 2.36%           | BabyHome<br>寶貝家庭<br>親子網 | 2.82%           |
| 5        | Instagram                                                                         | 0.68%                                                                             | Dcard                                                                               | 3.05%                                                                               | Plurk搜尋         | 1.43%           | Instagram               | 1.72%           |

▲ 福袋商品聲量網站排行



▲ 擴散頻道數之廣度分布圖

觀察網站排行，發現前5名網站聲量均占品牌總聲量94%以上，聲量高度集中。除了7-11、萊爾富為福袋製作臉書宣傳貼文導致聲量過度集中於粉絲團外，YouTube聲量均占其他超商品牌總聲量約一半，在頻道的廣度上也勝過Facebook，顯見影音效果更能激起網友討論商品的興致，行銷戰場從Facebook轉移至YouTube。進一步觀察擴散頻道數之廣度分布圖，討論品牌的眾社群頻道數，全家仍是最大贏家，在YouTube頻道擴及數(y軸)、其他社群數(圓面積)，萊爾富與超商龍頭7-11數據差異極小，追其原因，萊爾富三大獎皆是車子，有更強烈的誘因吸引創作者、網友開箱發文。另OK超商討論頻道數較低迷，推測是福袋數量發行數僅1萬份，導致部分頻道主買不到無法開箱進行討論。

## 哪些YouTuber在福袋影片上嶄露頭角

| 品牌   | 名次 | 聲量   | 標題                                                              | 好感度[註2] | Youtuber                 | 訂閱數  |
|------|----|------|-----------------------------------------------------------------|---------|--------------------------|------|
| 7-11 | 1  | 1319 | <a href="#">【Joeman】7-11豬年福袋搶先開箱！</a>                           | 24.3    | Joeman                   | 149萬 |
|      | 2  | 649  | <a href="#">[chu日常]三大超商福袋大揭露</a>                                | 2.3     | Chu                      | 20萬  |
|      | 3  | 462  | <a href="#">【Kiki】超搶手的7-11福袋開箱！</a>                             | 12.8    | 那個女生Kiki                 | 42萬  |
| 全家   | 1  | 3091 | <a href="#">50包全家福袋！連續中獎把運氣用光了</a>                              | 51.0    | 黃氏兄弟                     | 102萬 |
|      | 2  | 1168 | <a href="#">本本的爛貨拍檔   全家福袋開箱</a>                                | 17.9    | 本本                       | 37萬  |
|      | 3  | 720  | <a href="#">【Kiki】全家跟萊爾富福袋開箱！</a>                               | 3.6     | 那個女生Kiki                 | 42萬  |
| 萊爾富  | 1  | 720  | <a href="#">【Kiki】全家跟萊爾富福袋開箱！</a>                               | 3.6     | 那個女生Kiki                 | 42萬  |
|      | 2  | 523  | <a href="#">挑戰買萊爾富福袋50個！買了50個肯定能中大獎的BMW才對！！</a>                 | 27.6    | 三原JAPAN<br>Sanyuan_JAPAN | 107萬 |
|      | 3  | 293  | <a href="#">【直播】2019豬年全家福袋VS萊爾富福袋共20份會中大獎嗎？[NyoNyoTV妞妞TV玩具]</a> | 11.5    | NyoNyoTV<br>妞妞TV         | 74萬  |
| OK   | 1  | 339  | <a href="#">【Kiki】全台限量一萬個！OK超商福袋....</a>                        | 12.6    | 那個女生Kiki                 | 42萬  |
|      | 2  | 105  | <a href="#">OK超商2019福袋炒冰OK mart luckybag.....</a>               | 5.2     | 可樂農莊<br>ColaFarm         | 8萬   |
|      | 3  | 13   | <a href="#">[便利商店福袋]我中獎了！OK福袋抽頭獎杜拜....</a>                      | 1.4     | 紙大象男孩 元元                 | --   |



▲ Joeman福袋開箱影片截圖



▲ 黃氏兄弟福袋開箱影片截圖



▲ NyoNyoTV福袋開箱影片截圖



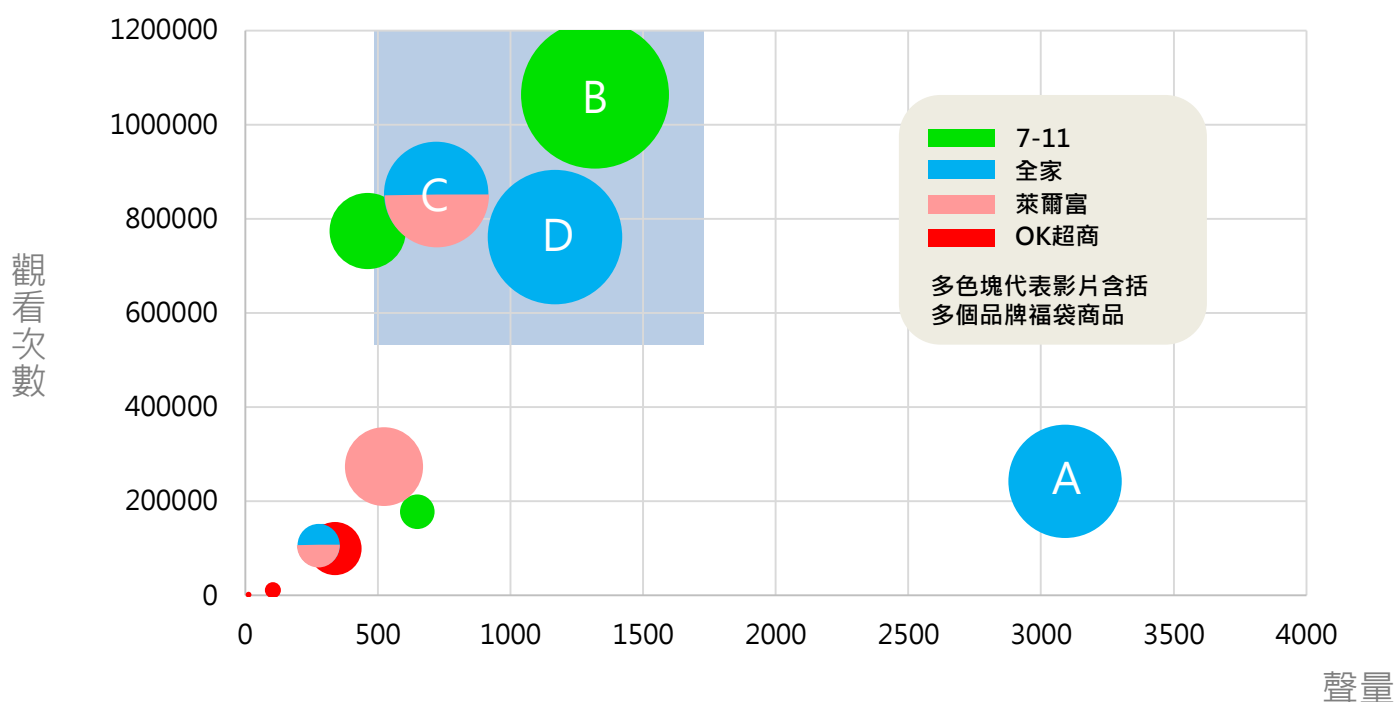
▲ 那個女生Kiki福袋開箱影片截圖

了解YouTube的興起後，再將各品牌聲量累計的前三名影片列出，Joeman、三原與黃氏兄弟為榜內破百萬訂閱的YouTuber，也因其龐大的訂閱基數，在聲量及好感度的表現俱佳。Joeman的影片以深度訪談、開箱和旅遊為主，也因為去年拍攝的7-11福袋影片獲得百萬餘次的點閱率，今年與7-11合作獲得福袋搶先開箱拍攝影片的機會。黃氏兄弟則長於日常生活分享、實測、都市傳說類影片，近兩年皆有拍攝50包福袋開箱影片，藉數量吸引觀眾點閱，也是榜內福袋開箱數量最多的創作者。

榜內最年輕的YouTuber 非「NyoNyoTV」莫屬，影片風格主打國中小等低年齡層有興趣的小物開箱，也在本次採直播方式開箱福袋獲得一定的聲量，吸引網友留言支持。最後則是在四品牌皆嶄露頭角的「那個女生 Kiki」。Kiki拍攝三支影片分別開箱每個品牌的福袋內容物，其題材多以隱藏版美食與開箱系列為主，風格率真，容易激起網友討論，不管是搜尋哪個品牌的開箱影片，皆可以發現該創作者的蹤跡。值得注意的是，由於其中一支影片開頭以「天啊！不會吧！我竟然中了！」等試圖吸引網友繼續往下觀看的詞彙，讓網友後續有受瞞騙之感，網友好感度則明顯低落許多。

[註2] 好感度係指影片於Youtube頻道上獲得之like與dislike的比值。





▲ 超商福袋影片聲量(x軸)、觀看次數(y軸)、like(圓形面積)三軸分析圖

再進一步分析前頁的11篇熱門影片，以圓餅的顏色來看Youtuber們在品牌主題上的選擇，複合式品牌比較僅2篇，推測單一品牌的開箱的比較品項，可以考慮開發具品牌特色的福袋內容，吸引創作者願意為品牌拍攝獨立影片，將宣傳效益做廣。

我們觀察上圖以了解影片的影響力，除了聲量再加入觀看次數與喜好指標。黃氏兄弟影片所引起的聲量最多(A)，同時平均每18個觀看次數便能有效轉換成1個實質留言或是like，其號召力相當驚人。Joeman影片(B)獲17,000餘個like，為觀測範圍內按讚數最多的影片，帶來的影響力同樣不容小覷。排除黃氏兄弟的極值影片，我們觀察高觀看次數、具一定聲量的淺藍色塊區域，與Joeman數據相近的影片則有Kiki(C)、本本(D)，而兩者的訂閱數約40萬上下，訂閱數雖不及百萬級YouTuber，但就該商品議題而言，觀眾更願意與其互動，同樣是值得品牌關注、考慮的合作對象。

綜上所述，就福袋討論議題而言，Youtube儼然取代Facebook成為品牌行銷的重點沙場，越多的頻道主願意為其開箱，品牌便能爭取更多群眾的關注，帶動商品業績的成長。商品特色、大獎內容、商品數量，同樣影響YouTuber拍攝的意願。YouTuber的特色、群眾數據表現互有差異，品牌如何權衡，挑選適合的合作夥伴，在影音平台拓展品牌影響力，也是行銷端須審慎思量的問題。



OpView放大鏡 觀測期間|2019.04.15~04.21

## 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<br>回文數 | 來源頻道            | 標題                                         |
|----|-----------|-----------------|--------------------------------------------|
| 1  | 3,791     | LINE TODAY > 國內 | <a href="#">嗶沒軍法像太監穿西裝惹毛蔡英文 韓：總統沒當過兵</a>   |
| 2  | 2,886     | LINE TODAY > 國內 | <a href="#">郭董不爽她回答問題沒看人 蕭美琴道歉：不是故意冒犯</a>  |
| 3  | 2,658     | LINE TODAY > 國內 | <a href="#">被起底嗶廢死！郭台銘：一周內就槍決</a>          |
| 4  | 2,564     | LINE TODAY > 國內 | <a href="#">郭董明確表態了！初選勝出就角逐2020總統</a>      |
| 5  | 2,207     | LINE TODAY > 理財 | <a href="#">參拜慈惠宮全程台語致詞 郭台銘：媽祖託夢要我來做事</a>  |
| 6  | 2,109     | yahoo新聞 > 娛樂    | <a href="#">扁恢復快？醫解釋：「100減1答不出」只好了政治這塊</a> |
| 7  | 1,904     | yahoo新聞 > 政治    | <a href="#">蔡總統以三軍統帥要求收回發言 韓嗶：蔡沒當過兵咧！</a>  |
| 8  | 1,809     | LINE TODAY > 國內 | <a href="#">郭董設計網路投票罵人 小英嗶：不懂民主價值</a>      |
| 9  | 1,772     | yahoo新聞 > 政治    | <a href="#">領國民黨榮譽狀郭台銘：願意參加初選不接受徵召</a>     |
| 10 | 1,765     | LINE TODAY > 國內 | <a href="#">韓國瑜稱沒軍法「太監穿西裝」蔡英文怒：把話收回去</a>   |

### Dcard 聲量探索排行榜

| 排名 | 新增<br>回文數 | 來源頻道 | 標題                                 |
|----|-----------|------|------------------------------------|
| 1  | 2,563     | 時事   | <a href="#">館長爆氣，幹爆國民黨</a>         |
| 2  | 1,577     | 考試   | <a href="#">大學科系排名</a>             |
| 3  | 1,089     | 時事   | <a href="#">商人無祖國郭董選總統</a>         |
| 4  | 965       | 美食   | <a href="#">鄰居媽媽嚴重口氣告訴我.....</a>   |
| 5  | 805       | 考試   | <a href="#">給想要往上唸好學校的人</a>        |
| 6  | 793       | 時事   | <a href="#">韓國瑜：全國都該做中天電視台的後盾！</a> |
| 7  | 782       | 追星   | <a href="#">辜莞允散播閨蜜裸照</a>          |
| 8  | 781       | 心情   | <a href="#">宿舍半夜鎖門有錯嗎？</a>         |
| 9  | 771       | 感情   | <a href="#">四年情，終敗於，四月寂</a>        |
| 10 | 756       | 感情   | <a href="#">男人都這樣失去女朋友</a>         |

## 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  | 1,857 | Gossiping  | <a href="#">Re: [新聞]好市多懷疑顧客行竊,不讓離開竟撲倒男客</a> |
| 2  | 1,804 | Gossiping  | <a href="#">[新聞]「我一個禮拜就槍決·哪那麼囉嗦」郭董</a>      |
| 3  | 1,712 | KoreaStar  | <a href="#">[閒聊]本週(4月3週)奇怪的人氣歌謠排名計算規則</a>   |
| 4  | 1,679 | Gossiping  | <a href="#">[新聞]韓國瑜：上海、深圳可先實施民主</a>         |
| 5  | 1,662 | Gossiping  | <a href="#">[爆卦]郭台銘確定選2020總統</a>            |
| 6  | 1,581 | Gossiping  | <a href="#">[臉書]柯文哲</a>                     |
| 7  | 1,556 | Gossiping  | <a href="#">[臉書]蔡英文Tsai Ing-wen</a>         |
| 8  | 1,534 | Movie      | <a href="#">東森洋片台21:00復仇者聯盟：無限之戰</a>        |
| 9  | 1,534 | Gossiping  | <a href="#">[爆卦]立院提案讓中國製品以台灣製出口</a>         |
| 10 | 1,534 | IdolMaster | <a href="#">[閒聊]置底閒聊文1080415~1080421</a>    |

## 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  | 850   | 新聞與時事(生活娛樂)             | <a href="#">團結很難嗎？韓市長！</a>                    |
| 2  | 564   | VOLVO<br>(小惡魔的動力研究室)    | <a href="#">雷神之鎚凸鎚？疑似操控或機件故障？暴衝噴飛</a>         |
| 3  | 469   | 動研室七嘴八舌區<br>(小惡魔的動力研究室) | <a href="#">我被Uber司機攻擊了！</a>                  |
| 4  | 281   | 兩性與感情(生活娛樂)             | <a href="#">又是獅子座 (道德感重請勿入)</a>               |
| 5  | 279   | 新聞與時事(生活娛樂)             | <a href="#">論郭台銘的「民主不能當飯吃」</a>                |
| 6  | 229   | 新聞與時事(生活娛樂)             | <a href="#">0420美麗島電子報最新民調</a>                |
| 7  | 214   | 新聞與時事(生活娛樂)             | <a href="#">郭台銘選總統的起手式犯了兵家大忌</a>              |
| 8  | 179   | 行動通訊綜合討論區<br>(智慧型與傳統手機) | <a href="#">未經轉型正義的中華電信,何來公平自由市場?</a>         |
| 9  | 177   | Huawei(Android)         | <a href="#">[討論]如何看待評測機構聲稱P30 Pro拍攝月亮是PS的</a> |
| 10 | 177   | 動研室七嘴八舌區<br>(小惡魔的動力研究室) | <a href="#">VOLVO富豪車禍爛成廢鐵駕駛受困</a>             |

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  | 21,270 | 蔡英文 Tsai Ing-wen | <a href="#">韓市長必須把「國軍是太監」這句話收回去。批評我，我都可以承受，但是打擊國軍士氣的...</a> |
| 2  | 16,585 | 郭台銘              | <a href="#">我在2014年針對太陽花學運曾說：「民主對GDP沒幫助，不能無限上綱把各種運動當...</a> |
| 3  | 14,863 | 韓國瑜              | <a href="#">【美國行之感】今天美國行圓滿結束，一路上我收穫了滿滿的震撼。而其中最讓我...</a>     |
| 4  | 13,496 | ETtoday星光雲       | <a href="#">《#玩命關頭：特別行動》預告出爐!!!原來車子不是用來在地上開的，是用來在空中...</a>  |
| 5  | 12,584 | 郭台銘              | <a href="#">這陣子以來，許多網友拿著「民主不能當飯吃」來質疑我，蔡英文總統，也拿著網友的一句...</a> |
| 6  | 11,179 | VOGUE Taiwan     | <a href="#">是的，7-ELEVEN全店集點活動又要來了，這次主題是「迪士尼夢幻露營」...</a>     |
| 7  | 11,586 | Yahoo!奇摩新聞       | <a href="#">順手調查，郭台銘和韓國瑜，各位想選哪一位當總統呢？1.郭台銘2.韓國瑜3...</a>     |
| 8  | 8,277  | ETtoday新聞雲       | <a href="#">#玩命關頭來了!!!(#條紋馬)環球影片粉絲專頁●快加小ET好友，最...</a>       |
| 9  | 7,992  | 東森新聞             | <a href="#">阿娘喂！10直播主關濾鏡美肌浮誇骷髏臉現形#等你收編：三分天註定，七分靠濾鏡...</a>   |
| 10 | 7,928  | H.H先生            | <a href="#">情侶睡前也是蠻忙的</a>                                   |

## Facebook贈獎文 聲量探索排行榜

| 排名 | 新增回文數  | 來源頻道        | 標題                                                                                       |
|----|--------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 36,410 | 富發牌         | <a href="#">楠哥哥夜會小三 請追蹤楠哥哥</a>                                                           |
| 2  | 36,152 | 富發牌         | <a href="#">楠哥哥今天會小三 請追蹤楠哥哥</a>                                                          |
| 3  | 32,487 | 蕎蕎_小妃姬.     | <a href="#">要填UID的可以填了~別忘記分享給自己朋友一起拿獎勵♥☐神魔之塔...</a>                                      |
| 4  | 30,864 | 新假期JetSo    | <a href="#">唔想做運動但係又想減肥？原來用啱方法嘅話，行路都可以令你一個月減5KG！留言...</a>                                |
| 5  | 27,999 | Pairs – 派愛族 | <a href="#">哪個女生最歡迎？測你在男人心中形象！ <a href="https://bit.ly/2...">https://bit.ly/2...</a></a> |

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](#)。



[【少康戰情室】2020大選 名嘴如何看兩黨內部初選](#)



[【USTV 非凡電視台】完整還原研討會影音畫面！網友一齊評理](#)



[【少康戰情室】郭台銘v.s.韓國瑜！名嘴激烈討論國民黨強強對決](#)



[【小白】Minecraft加入新模組會發生什麼有趣的事？](#)



[【阿兜仔不教美語】黑素斯堅定立場 不畏「五毛」嗆聲](#)