

本期焦點



1+1>2?! 從知名網紅組團看合作效益

- 樂團成立前後之YouTube指標差異
- 七月半與個人頻道粉絲重疊率
- 七月半成團後表現



OpView放大鏡

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

七月半團員個人頻道：

[HowFun](#)[蔡阿嘎](#)[RJ廉傑克曼](#)[蔡哥](#)[馬叔叔 Uncle Ma](#)[註1]成團經過請見[影片](#)

網紅浪潮勢不可擋，網絡無邊無際的幅員，容納許多年輕素人一展自身風采的成名希冀。而為了經營名氣，網紅之間互相客串、合作早已不稀奇，但若加深關係、甚至成立團體與公司，是否又能對團體成員有益呢？

本期Social Watch即挑選成立於2017年底的知名YouTuber團體《[七月半SevenFat](#)》為例，以成團日2017年10月29日做為分水嶺[註1]，探討成團前後個人頻道數據變化、並觀察成員之間的粉絲流動，了解網紅串聯效益是否能增加個人的品牌知名度。

七月半
成立歷史

組團

· 首次演出
· FB粉絲團成立YouTube
頻道啟動成立
公司

2017年 10月 12月 2018年 2月 5月

HowHow

以搞笑型業配影片廣為人知，妻子為歌手鄧福如

蔡阿嘎

從無名小站時代一路活躍至今的元老級網紅

阿傑

《上班不要看》成員，善繪圖，團體裡的顏值擔當

蔡哥

《上班不要看》成員，擅長將諧音梗融入影片中

馬叔叔

以吉他教學、翻唱聞名的音樂型網紅

團體成員中以網路走紅的時序，蔡阿嘎、馬叔叔起家最早，皆曾經歷無名小站部落客的光輝歲月，為團體中的長青代表；後輩中則以Howhow爬升最快，在學生時代即嘗試剪輯各種影片，但使其爆紅的契機為風格鮮明的業配廣告，透過超展開的劇情與品牌媒體的傳播，人氣短時間內快速累積。蔡哥與阿傑皆為另一知名YouTuber團體《[上班不要看](#)》成員，透過此團體的知名度亦累積了個人影響力。

成員	YouTube		臉書 粉絲	IG追蹤
	個人頻道 訂閱數	個人頻道 影片數量		
蔡阿嘎	2,167,032	613	1,765,691	120萬
HowHow	1,148,368	564	497,636	40.8萬
馬叔叔	511,422	485	412,297	12.8萬
蔡哥	201,573	254	46,890	12.7萬
阿傑	196,914	131	76,839	19.6萬
七月半	172,872	419	68,606	8.9萬

統計至2019/08/05

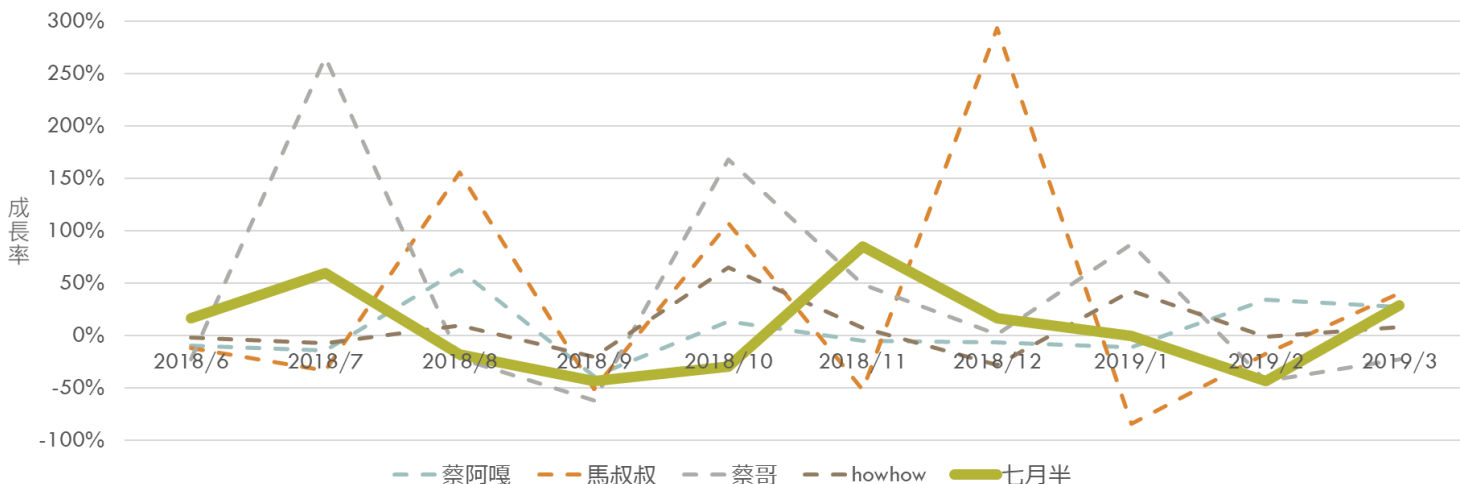
高
知名度
低

樂團成立前後之YouTube指標差異



首先就月平均觀看次數成長率來看，原本知名度較高的成員如蔡阿嘎、HOW HOW，成長率變動幅度並不大，而馬叔叔、蔡哥的成長率波動較明顯；且當所有成員個人頻道成長率下降時，團體也下降，如2018/9；個人頻道成長率上升時，團體會延遲上升，如2018/10。

接下來進一步分析訂閱數前三的「蔡阿嘎」、「HowHow」與「馬叔叔」成團前後其他YouTube數據變化，研究強強之間的結合，是否能創造1+1>2的團體影響力。



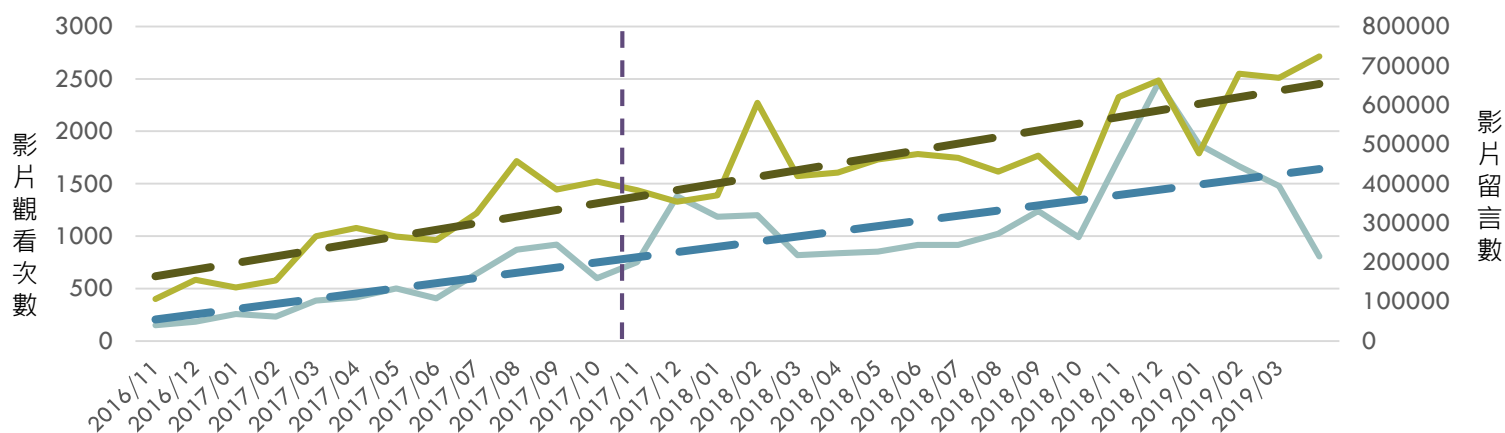
▲ 《蔡阿嘎/HowHow/馬叔叔/蔡哥》月平均觀看次數成長率趨勢圖
(因資料範圍不同，故圖表未包含阿傑的成長率)



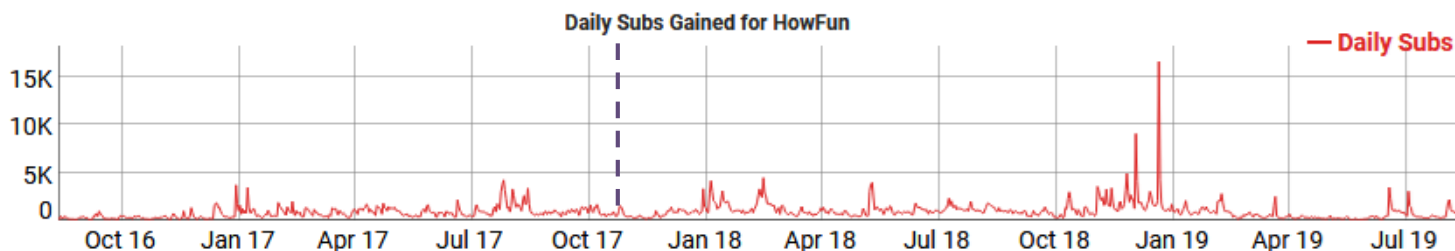
HowHow	平均每則 影片觀看次數	平均每則 影片留言數	平均每月 發布影片數	訂閱人數
七月半成立前 2016/10/17- 2017/10/28	285,153次	510則	9則	48.9萬 (17/10/28)
七月半成立後 2017/10/29 – 2019/3/31	502,478次 ↑76%	1,290則 2.5x	10則	108萬 (19/3/1) ↑120%

從下圖可發現HowHow觀看次數與影片留言的成長幅度高，其廣接業配合作，影片風格適切地將廣告元素與無理搞笑梗融合，非但不令網友厭惡，反而加深印象，透過廣告方的加乘曝光，不斷累積網友辨識度，特別是2017年搭上世大運話題，不斷露出於全台，知名大增，訂閱人數翻倍增加、觀看次數成長率也是團員中的佼佼者，另HowHow在七月半的成團過程中亦為主要媒合聯繫者，擔任該團團長。

— 平均觀看次數 — 平均留言數 - - 觀看次數線性趨勢線 - - 留言次數線性趨勢線



▲ 《HowFun》影片留言/觀看次數月趨勢圖



▲ 《HowFun》日訂閱新增數^[註2]

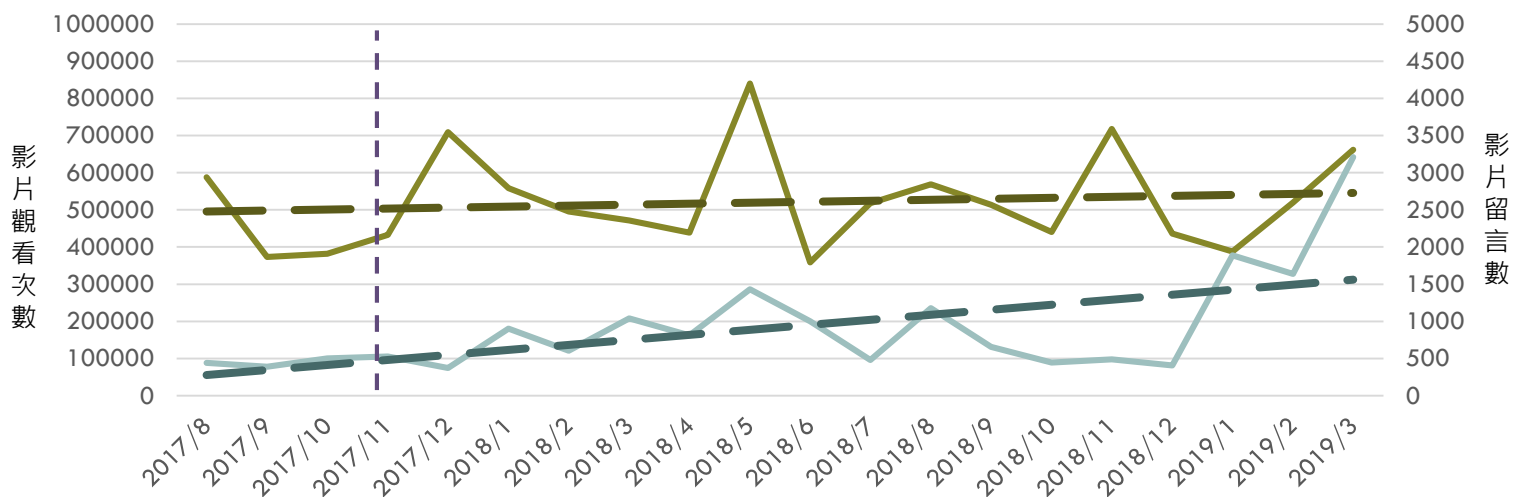
[註2]參考資料：[SocialBlade](#)，後頁之日訂閱新增數參考來源亦同。



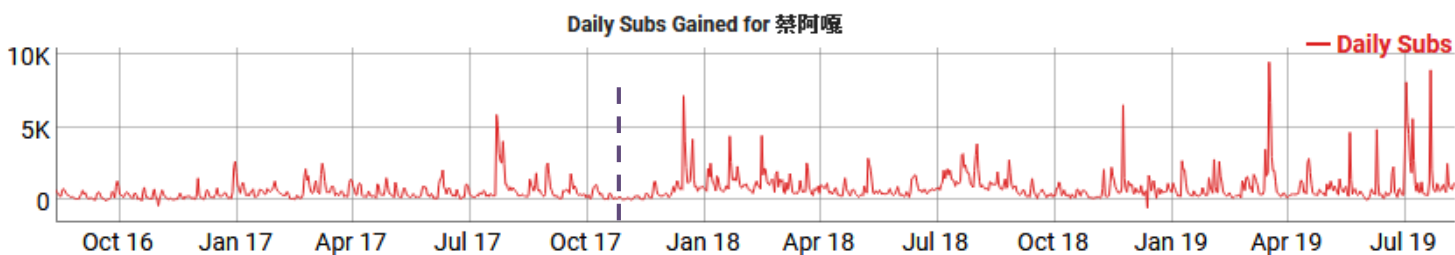
蔡阿嘎	平均每則 影片觀看次數	平均每則 影片留言數	平均每月 發布影片數	訂閱人數
七月半成立前 2017/08/01- 2017/10/28	515,363次	447則	4則	155萬 (17/10/28)
七月半成立後 2017/10/29 – 2019/3/31	525,553次 ↑ 2%	1,136則 2.5x	6則	199萬 (19/3/1) ↑ 28%

蔡阿嘎作為長居台灣訂閱數前5大YouTuber之一，創下不少紀錄。從下頁圖表可明顯看出，其訂閱數量體大，成長速度相對穩定，個人頻道^[註3]在觀看次數與訂閱數無明顯攀升，但討論互動次數顯著增加，主要原因為團體成立後，蔡阿嘎增加更多和其他YouTuber合作的影片，且部分影片為留言贈禮物的活動，吸引網友留言。

— 平均觀看次數 — 平均留言數 - - 觀看次數線性趨勢線 - - 留言次數線性趨勢線



▲ 《蔡阿嘎》影片留言/觀看次數月趨勢圖



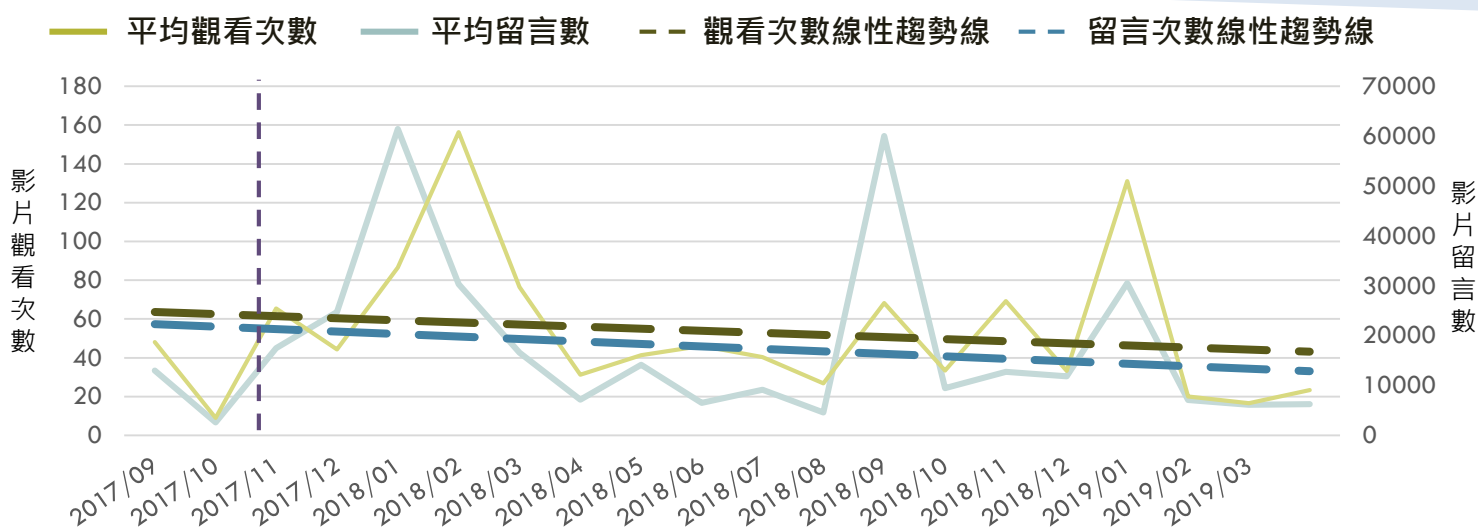
▲ 《蔡阿嘎》日訂閱新增數

[註3]此指蔡阿嘎YouTube主站頻道，[請點我](#)。蔡阿嘎另有經營其他頻道：[蔡阿嘎Life](#)、[蔡桃貴 蔡阿嘎二伯's Family](#)，其中《蔡阿嘎Life》訂閱數亦破100萬。

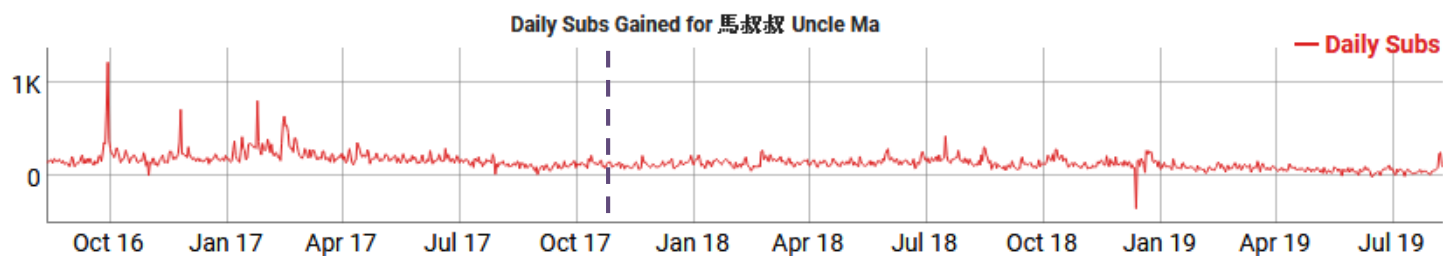


馬叔叔	平均每則 影片觀看次數	平均每則 影片留言數	平均每月 發布影片數	訂閱人數
七月半成立前 2017/08/01- 2017/10/28	8,482次 ↑122%	15則 3.1x	12則	43.2萬 (17/10/28)
七月半成立後 2017/10/29 – 2019/3/31	18,859次	47則	5則	50萬 (19/3/1) ↑16%

馬叔叔以吉他教學在2011年代崛起，內容風格與其他團員較為不同，以音樂教學、翻唱為主。雖兩時期相比在觀看次數大幅成長，但若將快一年的數據以迴歸分析預測未來趨勢，則呈下降走勢。推測七月半其他成員內容偏向搞笑無厘頭，與馬叔叔所擅長的專業領域有落差，粉絲吸引與流動門檻較高，且初期同時營運不同頻道可能會造成時間排擠。



▲ 《馬叔叔 Uncle Ma》影片留言/觀看次數月趨勢圖



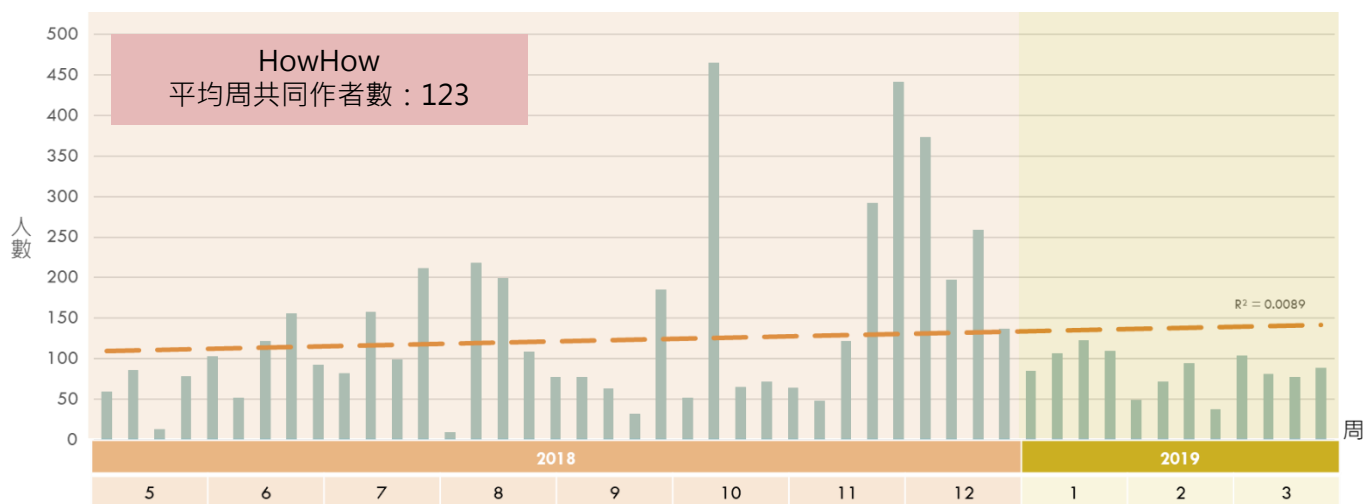
▲ 《馬叔叔 Uncle Ma》日訂閱新增數

個人頻道的影片觀看次數成長率和團體頻道的成長率會互相影響，但團體成立後，並非所有成員的個人頻道影片觀看次數和留言數皆會受惠，七月半雖然為樂團，但多數成員各有擅長且自成一格的娛樂搞笑手法，其實整風格與傳統樂團差異頗大，與此相異者所得益的團體加乘將會降低。

七月半與個人頻道粉絲重疊率^[註4]

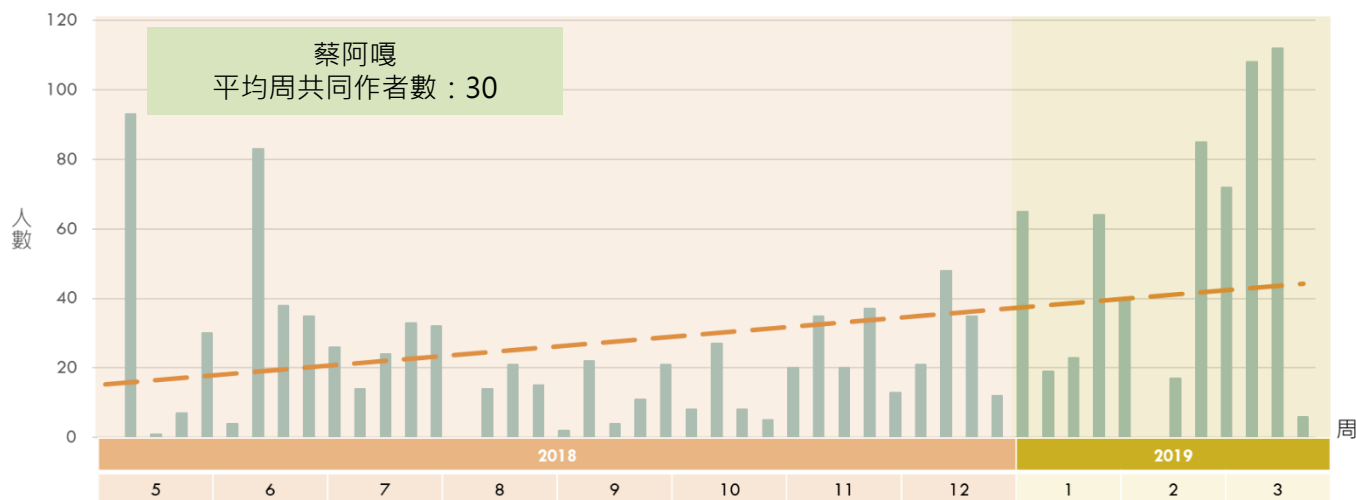
[註4] 以週為單位，計算某成員個人頻道的留言者和團體頻道的留言者之重疊人數

團體活動最明顯的效益來自於可以接觸到彼此的支持者，進而吸引更多的訂閱者，透過七月半於各個人頻道上的共同留言帳號數，可以了解是否有擴散的現象。其中HowHow與七月半的共同粉絲最多，高峰落於2018年10月的影片：「[HowHow無預警擺攤 結果根本沒人理](#)」，此影片有留言抽照片的活動，而與此同時七月半也正舉辦自製JUMP漫畫抽獎活動，促進雙邊的訂閱者流動。



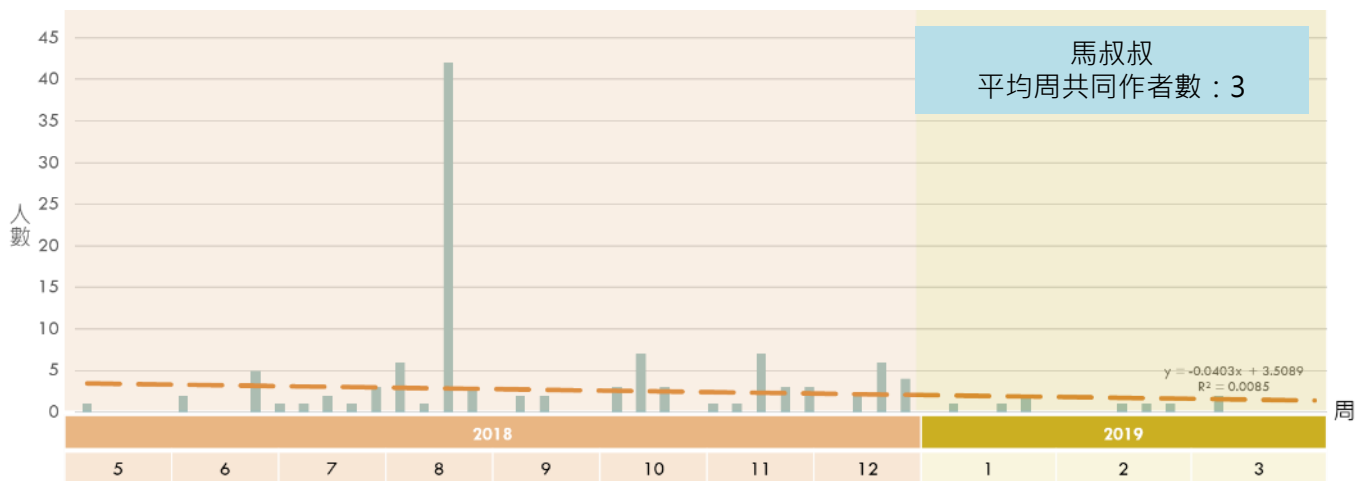
▲ 《HowHow》每周共同作者數趨勢圖

蔡阿嘎知名度雖然最高，但在共同作者數上低於HowHow與蔡哥，不過隨著時間，作者數量上升趨勢明顯，其高峰位於2019年第12週(03/18 - 03/24)，蔡阿嘎發佈了7支影片，其中三支影片是和其他 YouTuber HowHow、阿滴、阿傑、千千、理科太太合作拍攝。



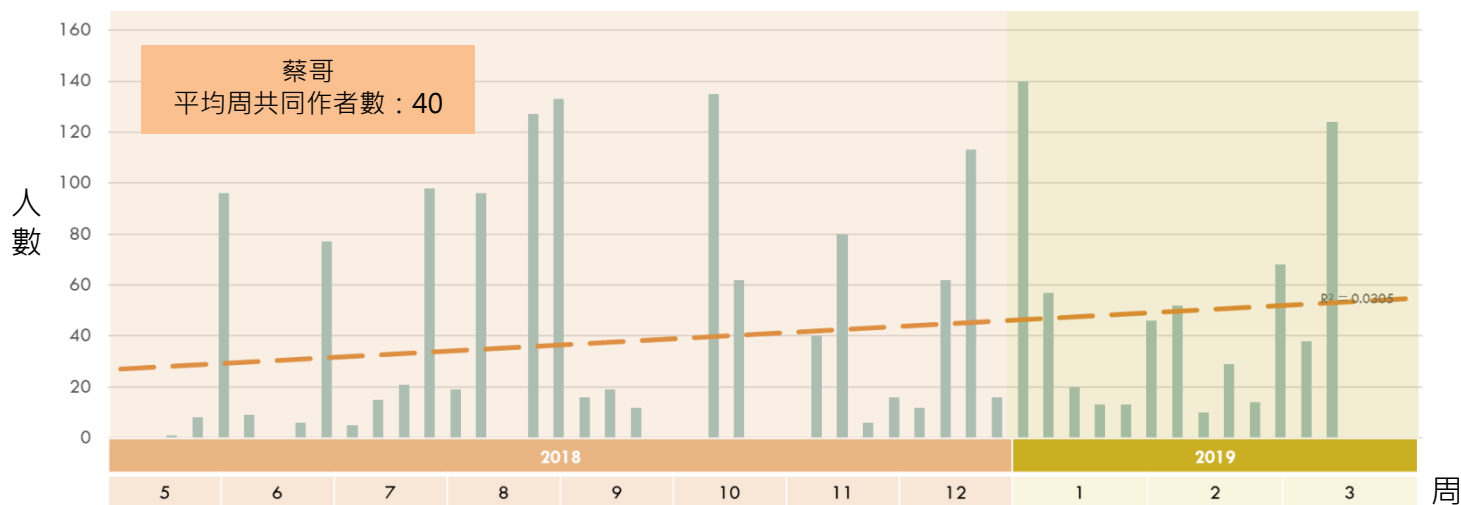
▲ 《蔡阿嘎》每周共同作者數趨勢圖

馬叔叔個人和團體頻道留言的共同作者的數量普遍偏低，且數量漸減，推測原因為馬叔叔的個人頻道多以吉他教學為主，和團體頻道吸引的網友類型差異較大，高峰位於2018年第33週，馬叔叔於該週發佈了2支吉他教學影片：「[李玉剛 - 剛好遇見你](#)」，七月半的對應的主題是莫名其妙的創作週。

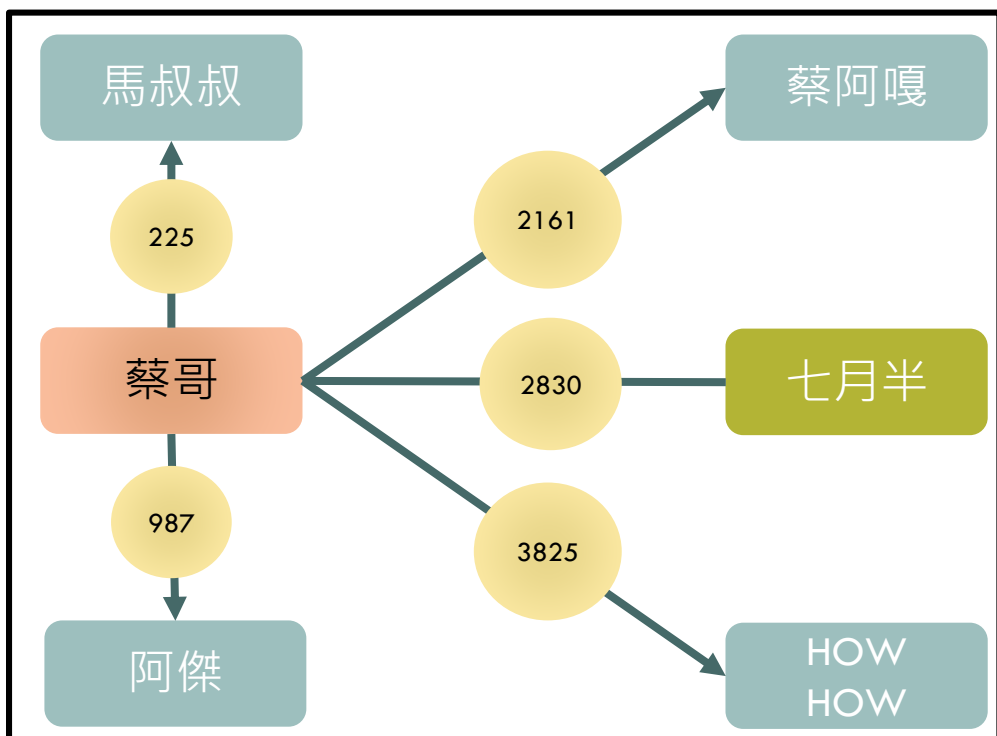


▲ 《馬叔叔》每周共同作者數趨勢圖

蔡哥個人和團體頻道留言的共同作者的數量為上升趨勢。特別是蔡哥的知名度雖非頂尖，但透過團體合作，有更多的機會出現在大眾面前，每周平均共同作者數居第二，藉由和其他知名娛樂風格的YouTuber合作，取得不俗的觀眾好感。由趨勢圖來看，主要有三個高峰，最多共同作者的一週是2019年第1週，受YouTuber頑game邀請拍攝了「[參加第四屆暗黑火鍋大會比武道大會還崩潰](#)」，七月半的對應的主題是準備紅白藝能大賞的練習影片。

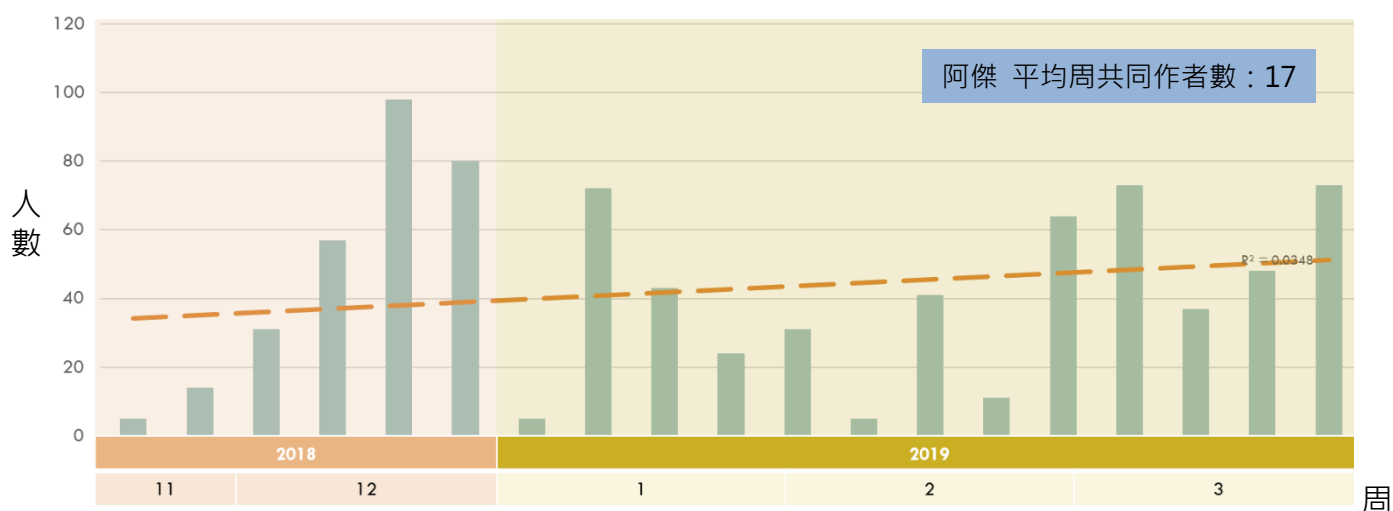


▲ 《蔡哥》每周共同作者數趨勢圖



▲ 《蔡哥》與其他成員的共同作者數（資料期間：2018/11~2019/3）

針對表現突出的蔡哥，進一步觀測其與另外四個成員的共同作者數，發現蔡哥和HowHow重疊最多，其次為蔡阿嘎，和團體頻道也有2,830位共同作者。整體而言和大部分成員以及團體頻道皆有1000名以上的共同作者。



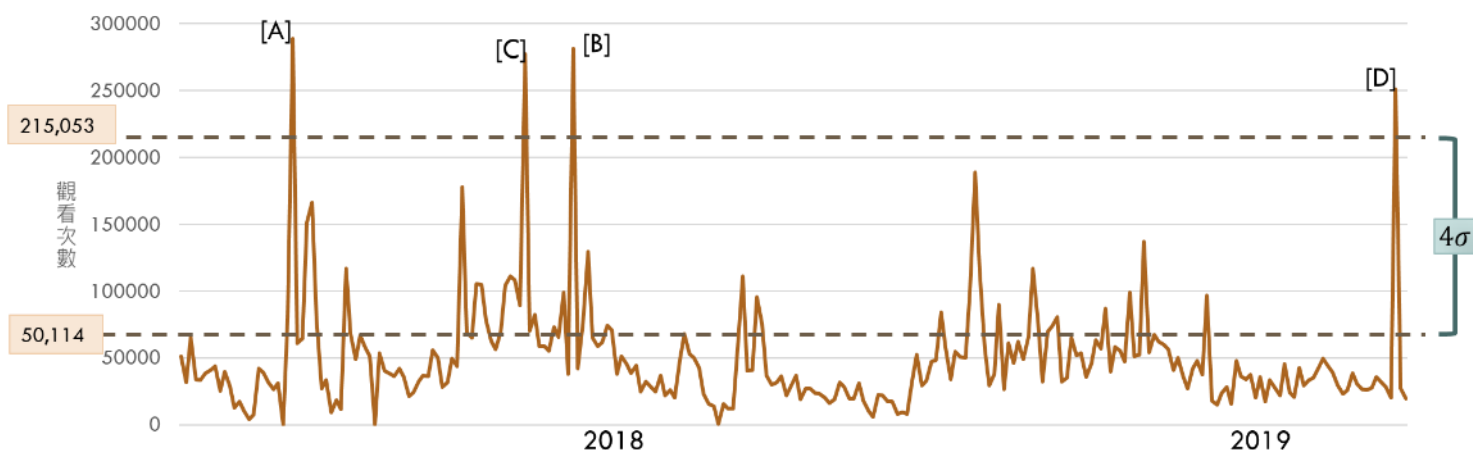
▲ 《阿傑》每周共同作者數趨勢圖

而同為新興網紅的阿傑，共同作者數亦為上升趨勢，最多的一週是2018年第51週，影片為開箱電腦主機的影片：「[RJ 最強電腦原來長這樣子啊 收到學妹學姊都來我家開趴](#)」，七月半的對應的主題是憋笑大賽。

七月半成團後表現(2018/5~2019/3)

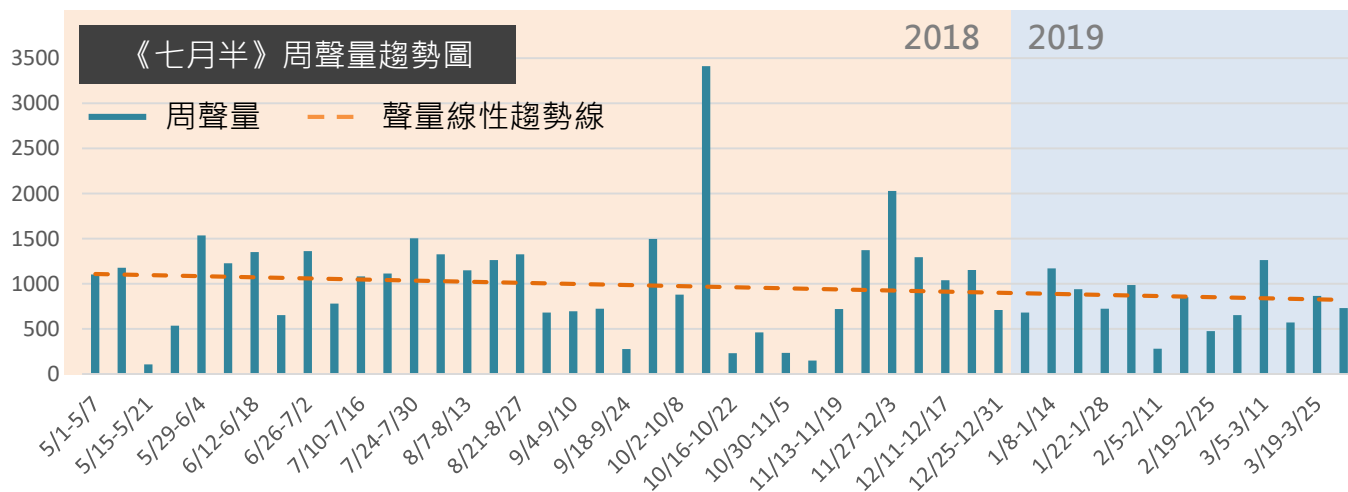


從2018年5月成立公司後，七月半陸續接演歌唱活動，期間除了樂團歌曲外，仍依團員各自專長與創意發佈許多娛樂類型影片，以觀看次數來說，平均超過5萬人次，但依照影片內容數據起伏劇烈，較多人觀看的影片分別為5/29「[我跟她是這樣認識的嘿嘿 HowHowの音樂愛情故事QA創作週](#)」^[A]、8/9「[蔡阿嘎打給過世的爸爸 真情告白！](#)」^[B]、7/27「[給蔡桃貴的歌，蔡阿嘎創作周結尾！](#)」^[C]、3/27「[How馬誰先懷孕？有請桃貴大師占卜！](#)」^[D]，高峰主要集中在2018年，其中三部影片由蔡阿嘎拍攝，而觀看次數最高的則由HowHow製作。



▲ 《七月半》觀看次數日趨勢圖

若以聲量來看，七月半 YouTube 頻道的影片留言次數起伏相對較小，且有逐漸下跌的傾向。聲量高峰出現在蔡阿嘎拍攝的影片(3,000則以上)，因為該部影片可抽全球只有一本的七月半簽名漫畫，吸引許多粉絲留言參與。另根據下頁的熱門影片聲量排行，亦可發現2018年下半年為七月半樂團的活躍月份，2019年未有影片上榜前10大熱門影片。可說「團體」建立加強了成員之間的互動與合作，對「個人」知名的確有幫助，然而在團體頻道經營上，則有疲弱現象。



名次	標題	回文數	入鏡人	影片日期 (y/m/d)
1	【七月半】#41實體漫畫印出來啦，全球限量一本！ 蔡阿嘎主委加碼送！	2,977	蔡阿嘎	18/10/11
2	【七月半】德國VS南韓#留言#抽獎	1,102	馬叔叔	18/06/27
3	七月半#19我蔡阿嘎啦！路邊撿到保險套！	875	蔡阿嘎	18/05/10
4	【七月半】誰跟你在這邊Lucy·Go~Go~ GoGoGo一三四啊呼才是王者。	790	HowHow	18/12/06
5	【七月半】直播周，沒夾到娃娃不關直播！	742	蔡阿嘎/ 馬叔叔	18/06/07
6	【七月半】#24阿不然台北下課都吃什麼	721	阿傑	18/06/11
7	【七月半】運命の時間！下星期三值日生是誰？！	622	HowHow	18/11/27
8	【七月半】#30給蔡桃貴的歌，蔡阿嘎創作周結尾！	570	蔡阿嘎	18/07/27
9	【七月半】How哥數學秋季班正式招生中	539	HowHow	18/09/25
10	【七月半】#48叛徒!帶給我們的12月運勢分析	515	蔡哥	18/11/30

▲ 《七月半》累積聲量之熱門影片排行榜(資料期間：2018年5月至2019年6月)

網紅之間的合作拉抬已是現在擴散知名度的常見方式，而團體的成立要比一般邀約合作更為緊密，個人成員皆可受惠，其中對訂閱數相對較低的新興網紅幫助最大，可藉由合作對象產生共同粉絲進而再觸及更多人。除此之外，對所有成員而言，退一步仍能保有自己的個人風格經營，進一步則能藉由團體的話題性取得資源，由線上延申至線下(實體演唱會)，由網紅踏入傳統演藝圈(參加電視節目)，但也必須考量其他成本(例如：時間、創意耗損、風格差異等)是否會影響自身的長期經營。

而品牌商也可藉由網紅之間的合作，將團體或合作對象作為跳板，觀測合作表現並分析相關數據，尋找訂閱數低，但在合作中可獲得較高共同粉絲的中低知名度網紅，進而發掘CP高的潛力網紅；如前例所舉的蔡哥為後起之秀，除每周的重疊數為成長走勢，且頗受其他熱門網紅的訂閱者喜愛，藉由共同作者的分析，品牌可找出相似網紅類型的廣告合作名單，降低業配成本並提高觸及率。若您對網紅分析有興趣，也歡迎閱讀[《Social Watch Vol.29：影音社群興起 百萬粉絲創造『網紅經濟』》](#)。

PeopleView Segments for Shopping 消費購物人群受眾清單



PeopleView精選推出週年慶購物人群

本目標受眾資料 包含下列消費興趣：



保養品/化妝品、3C產品、精品、家電
、流行服飾、百貨公司

欲了解詳細資料包內容，歡迎與我們聯繫

零售市場瞬息萬變，隨著環境更加競爭激烈，在您的客人猶疑不定時，您準備好抓住他們了嗎？

PeopleView為The Trade Desk 台灣第三方資料合作夥伴，協助精準瞄準消費客群，為即將到來的周年慶、雙11布局廣告策略。

Contact Us
→ Click me



OpView放大鏡 觀測期間| 2019.08.05-08.11

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	3,455	LINE TODAY > 國內	TVBS 不給「韓」面子防災士領證馬尾女拒握手
2	2,851	LINE TODAY > 生活	東森新聞 12家登陸飲料店全跪！網列表：還有誰能喝
3	2,612	LINE TODAY > 國際	中國廣播公司 路透：中共付費台媒收買台灣人心
4	2,581	LINE TODAY > 國內	新頭殼 香港「一芳」水果茶秒變「共芳」台抵制
5	2,202	LINE TODAY > 國內	東森新聞 討800元遭拒！逆子當街性侵身障母 她淚原諒
6	1,966	LINE TODAY > 國內	鏡週刊 高雄山區暴雨撤離千人韓國瑜南投拚選舉挨批
7	1,951	LINE TODAY > 國內	荒誕謠言流竄 陳菊為捍衛民主提告：找回社會是非公道
8	1,584	LINE TODAY > 國內	中時電子報 中華統促黨總裁「白狼」張安樂 2020力挺韓
9	1,565	yahoo新聞 > 生活	賺到颱風假？彭啟明：馬政府要求前一晚公布種下惡果
10	1,508	LINE TODAY > 國內	三立新聞網 陸客禁令升級！9月起小三通全面停航

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	3,223	美食	無法再喝舔共的飲料店了...
2	2,456	心情	#微黑特阿滴英文實習生
3	2,281	追星	姜丹尼爾和志效戀愛中??
4	1,530	美食	(黑特)一芳從此不要喝了
5	1,512	感情	人會同時喜歡兩個人嗎?
6	1,498	感情	我被男友罵公主卻被男友爸爸罵不懂事
7	1,274	追星	姜丹尼爾，我好像沒有辦法陪你走下去了
8	1,250	時事	蔡英文的保證=shit
9	1,250	感情	今早跟女友分手了
10	1,247	感情	因為身材才跟我在一起

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	1,697	Gossiping	[新聞]柯文哲重砲批：蔡英文旁邊的每一個都貪污
2	1,640	Gossiping	[新聞]北市府紀律佳？柯P任內收賄168人
3	1,509	Gossiping	[爆卦]博恩辭職啦
4	1,504	Gossiping	[新聞]被指身邊的人都貪汙蔡英文親回要柯文哲
5	1,493	Gossiping	Re: [新聞]博恩消遣鄭南榕玩笑開過頭？ 製作公
6	1,477	marriage	[求助]到底該不該結婚
7	1,468	Gossiping	Re: [問卦]為何台灣人會自動忽視香港人的訴求？
8	1,442	Gossiping	Fw: [討論]外國網紅吃旺旺仙貝被覺青出征要道歉
9	1,418	Boy-Girl	[求助]女友坦承出軌，但我卻原諒了
10	1,409	Gossiping	[爆卦]臉書上的民進黨貪污懶人包被瘋狂檢舉

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	376	惡魔島(生活娛樂)	改版囉！Mobile01新風貌登場六大新功能告訴你
2	146	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	加油站汽車道白牌機車加油理所當然!
3	120	閒聊與趣味(生活娛樂)	01新介面好不習慣
4	117	其他應用軟體(電腦軟體)	mobile01的新版面，超難用
5	61	新聞與時事(生活娛樂)	十年前，朋友鼎力相助....(更新照片)
6	41	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	電動自行車速限25公里，並且需戴安全帽才能上路
7	40	iPhone(蘋果電腦)	iphone哪裡好？
8	35	居家房事消費經驗分享 (居家房事)	掏寶海運家具，宇x國際集運慘痛經驗分享。
9	34	新聞與時事(生活娛樂)	廢注音之爭：學國際音標更有助於國際接軌？
10	33	軍事迷基地(生活娛樂)	金灿荣超強硬喊話：解放軍可在幾個小時內，摧毀...

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	43,076	Stand News 立場新聞	【深水埗警署·直播2】浸大學生會會長方仲賢在深水埗鴨寮街桂林街交界購買觀星...
2	32,788	Stand News 立場新聞	【立場直播】行政長官林鄭月娥、政務司司長張建宗、財政司司長陳茂波，在政府總部會見...
3	17,503	Now News – 新聞	深水埗現場情況警方交代浸大學生會會長被捕
4	16,871	Now News – 新聞	行政長官林鄭月娥見傳媒
5	11,748	靠北女友	#Kaobei女友90454女友的媽媽難得北上來看女友，女友說她跟媽媽說我要...
6	8,979	韓國瑜	又到一年屬於天下有情人的七夕，今年終於能好好以愛河之名，邀請各位好朋友一起參加今...
7	8,948	吳敦義 Wu, Den-Yih	【我無怨無悔的責任】每個月借貸三千萬維持黨的營運，我無怨無悔。在各方明槍暗...
8	7,056	Stand up, Brian ! 博恩站起來！	大家好，很抱歉沒有即時做任何說明
9	4,362	一芳水果茶	限時狂歡 第一屆台中珍奶節活動正式落幕
10	701	Yahoo!奇摩新聞	利奇馬颱風來勢洶洶，今晚到明天新竹以北影響最劇烈

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	79,805	富發牌	記得追蹤楠哥哥
2	62,341	富發牌	七夕情人節來點不一樣的跟著楠哥哥得腳步看牛郎織女到盡頭 請追蹤...
3	35,669	富發牌	代班還遲到 中秋要備貨的別考慮了 請追蹤楠哥哥...
4	29,660	TR Box寶藏屋：傘的專家、居的職人	成功是百分之一的機運，加百分之九十九的努力 我們一起朝成功的道路前進
5	19,382	TR Box寶藏屋：傘的專家、居的職人	只要你肯奮鬥沒有什麼是絕對不可能

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](#)。



【BBC News 中文】網推中立訪談 對近日香港逃犯條例進行理性討論



【少康戰情室】再禁參加金馬獎 金雞獎改期撞金馬中國電影皆缺席



【少康戰情室】從旅遊到影視業 中國政治限縮的影響將越來越大



【黃氏兄弟】親眼看百萬訂閱獎牌被摔壞 弟弟爆哭：我也很辛苦



【在不瘋狂就等死】遭無理粉絲騷擾 就算是公眾人物也需要私人空間