

本期焦點



超商新零售時代 五大連鎖超商聲量分析

- ▶ 關注面向大拆解，剖析超商服務之社群口碑
- ▶ 鎖定品牌消費客群，看懂目標市場樣貌
- ▶ 台灣五大連鎖超商熱議重點與爭議面向分析

OpView放大鏡

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



研究說明

資料來源與研究方法

Part1 便利超商網路討論聲量

- 1-1 從全台超商網路討論聲量看超商的經營趨勢
- 1-2 消費者關注之超商服務面向剖析
- 1-3 消費者支付習慣與重點需求剖析

Part2 五大連鎖超商服務口碑解密

- 2-1 品牌聲量與好感度解析
- 2-2 品牌聲量來源與頻道特性分析
- 2-3 品牌討論客群剖析
- 2-4 網友正負回饋之評析

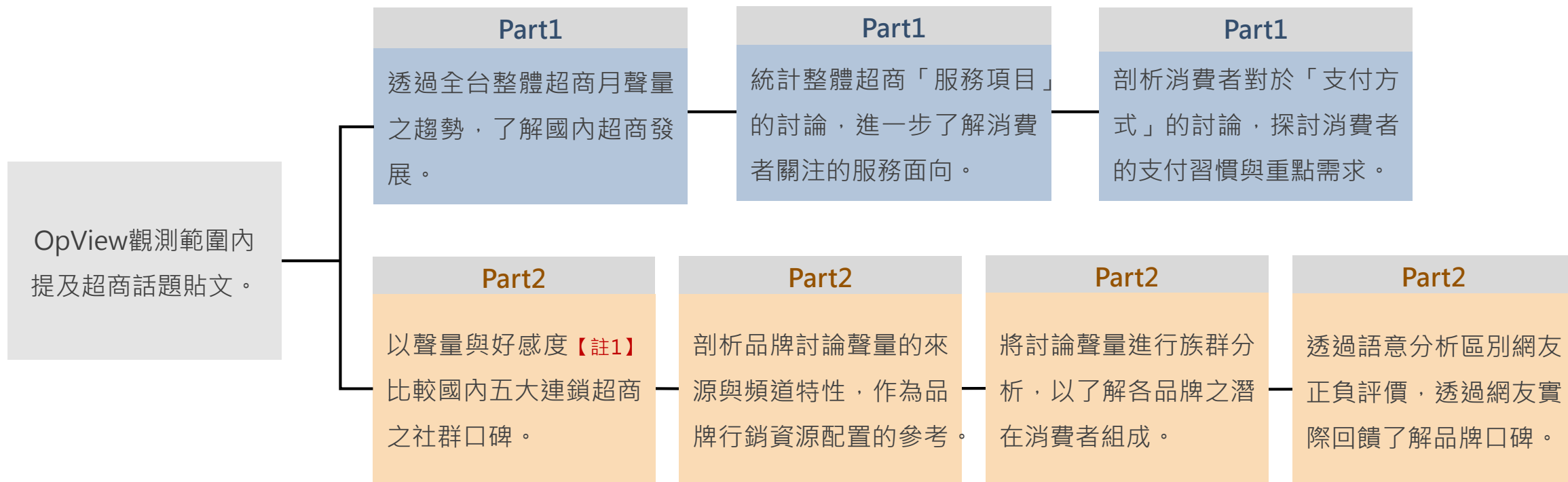
結論

超商新零售時代 X 五大連鎖超商聲量分析

主題目錄

研究說明

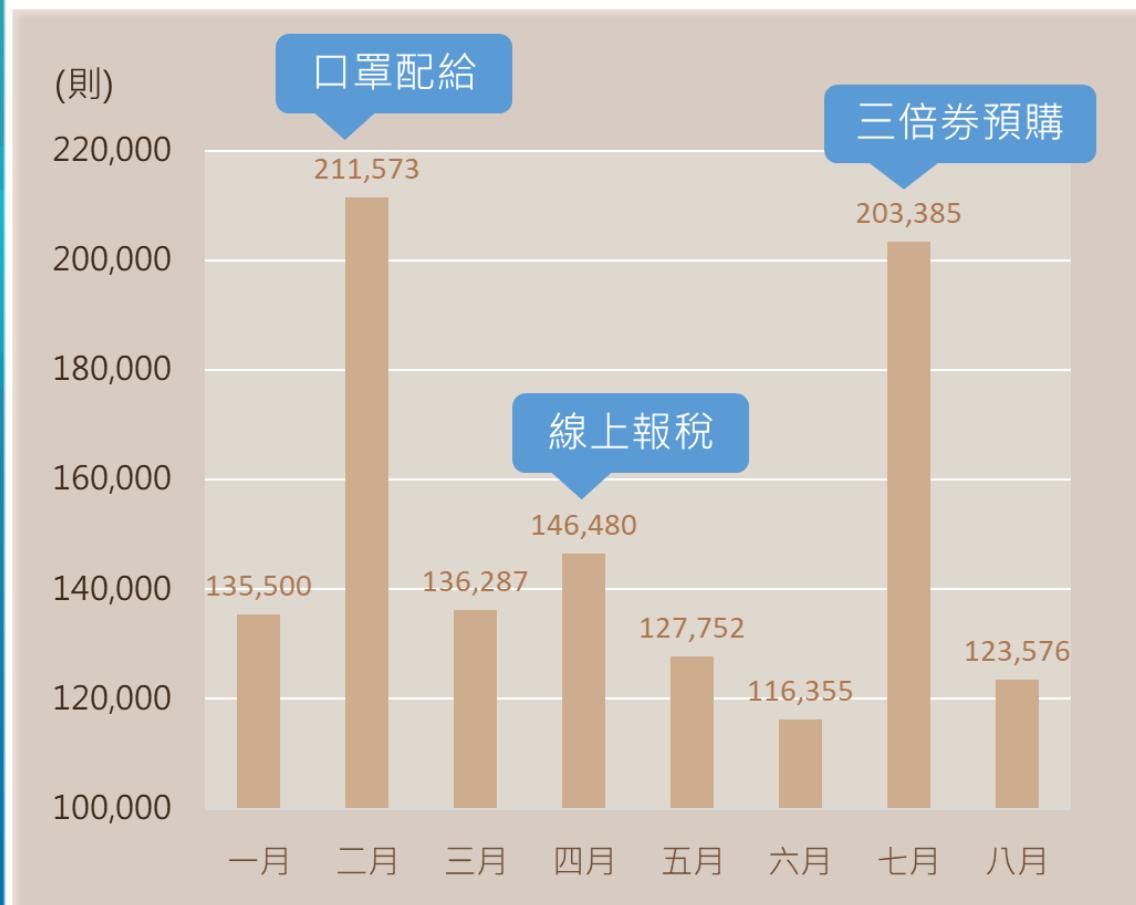
- ▶ 資料時間：2020.01.01~2020.08.31
- ▶ 資料來源：討論區、社群網站、地點評論、新聞（排除抽獎文）
- ▶ 研究方法：



【註1】好感度係指P/N比，為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（P）與負面文章（N）之比值。



配合政府政策成重要合作管道 帶動超商討論聲量



▲ 超商整體聲量月趨勢圖

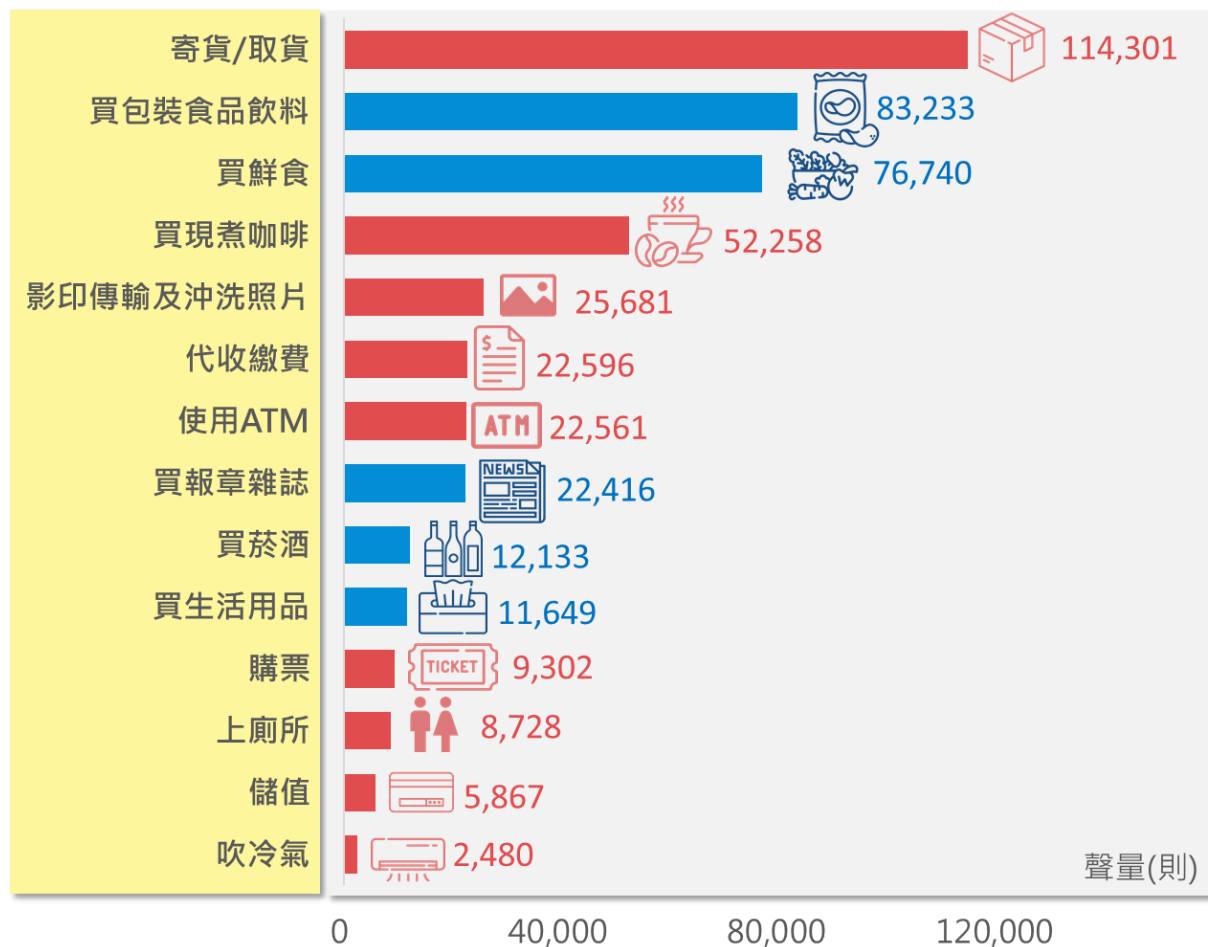
首先，先了解截至今年八月底超商業的網路討論分布狀況。從右圖中可以發現三個高峰點，分別是二月、四月與七月，究其原因，皆與政府為因應新冠肺炎所頒布的政策有關。

- 口罩配給：二月份正值疫情爆發初期，國內掀起口罩的搶購亂象，在口罩統一管制的情況下，國內的超商門市成為物流渠道之一，因此陸續出現「搶購（超商）口罩總落空」、「我附近的超商都沒有（口罩）」等討論。
- 線上報稅：為了分散報稅人潮，今年首度開放民眾至超商繳稅，在兩萬稅額以下的民眾可在超商完成繳稅，「超商列印查詢碼輕鬆報稅」等政策宣傳暨抽獎活動，成功引發民眾關注。
- 三倍券預購：政府為紓困國內經濟發行的振興三倍券，超商據點同樣扮演物流配送角色，但也重演二月份購買口罩時的混亂場景，在網路上出現「大家不用搶著領（三倍券）啊！（超商）店員是無辜的」等聲音。



超商多元服務引客來店 包裹寄貨 / 取貨最夯

■ 民生通貨販售
■ 超商其他服務



▲ 超商整體服務聲量維度長條圖

超商提供的服務越發多元，除了販售各式冷熱食、日常用品等，一站整合多元便利的複合式服務，更是超商之間比拚的賽點。接下來，我們進一步分析最受網友關注的超商服務面向為何。

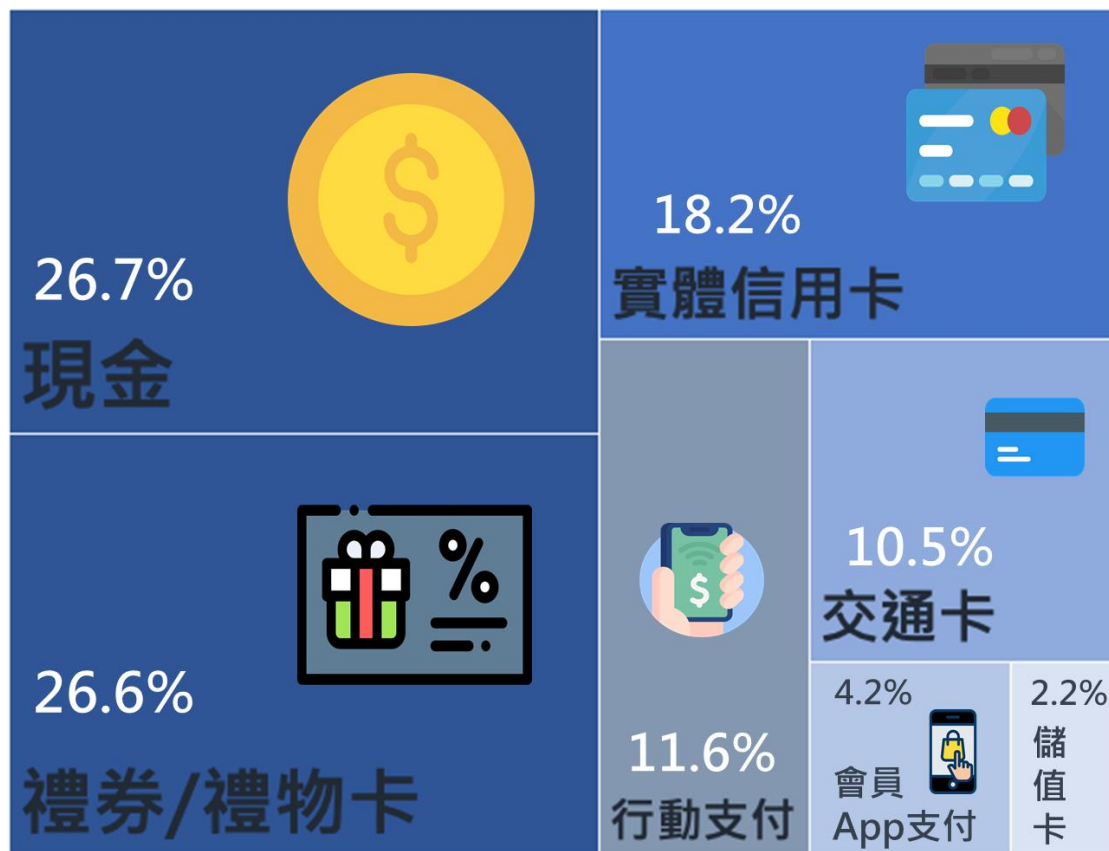
- 奠基於超商高密度分布，區位的方便性使得超商逐漸成為最受民眾青睞的物流據點之一，加上部分電商推出超商取貨優惠，使得超商提供的「寄貨 / 取貨」服務受到高度討論。
- 值得關注的是，網友對於超商提供的服務討論度高於民生通貨的販售，顯示超商多元服務越來越受到民眾關注。整體而言，網友在「民生通貨販售」方面，以購買食物的相關討論較多，在「超商其他服務」方面，除了寄貨 / 取貨之外，部分民眾認為超商咖啡可以寄杯，且取貨十分方便，因此購買現煮咖啡也相當受到歡迎。



超商多元支付方式 回饋多寡、方便性成選擇關鍵

除了重視超商的販售品項、服務的擴張，超商是否有跟上新興的金融支付服務也將影響民眾的消費選擇考量之一。

接著將從左圖觀察民眾對超商支付方式的討論情況。

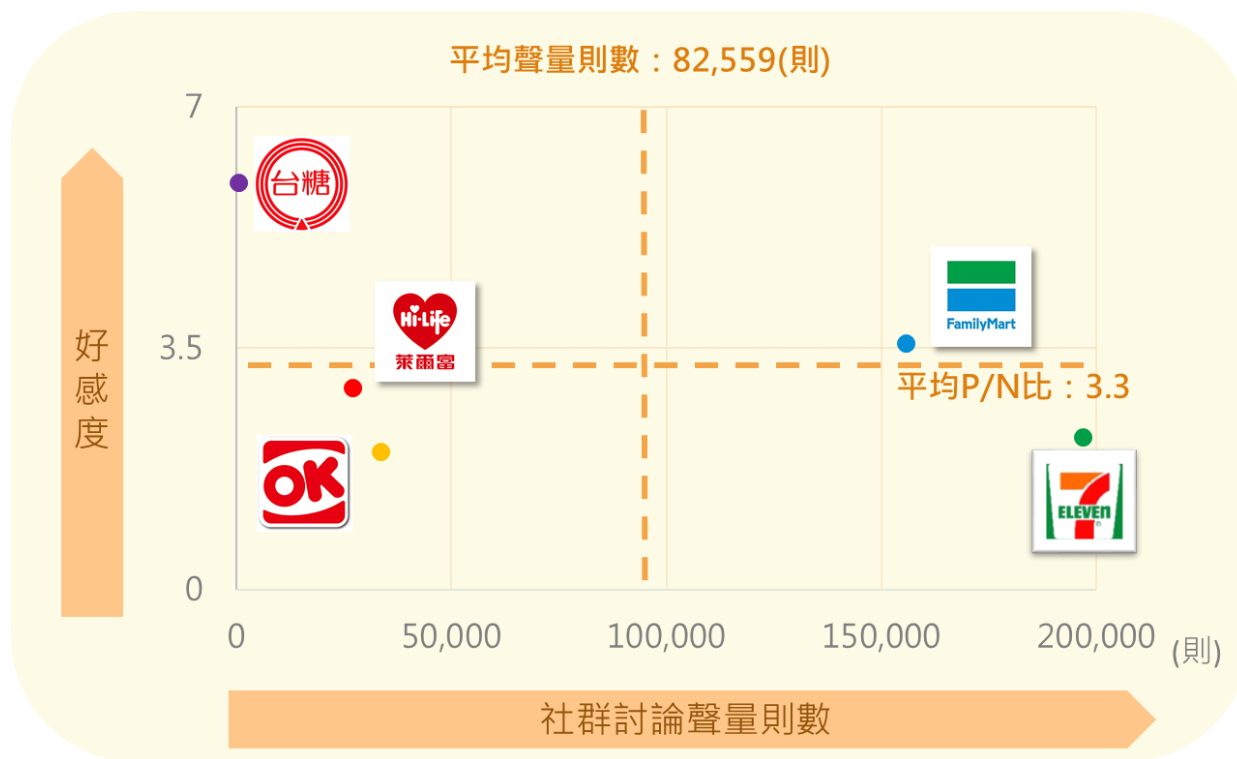


▲ 超商支付方式聲量占比圖

- 為響應農遊券、藝Fun券等振興券，超商也推出「來店領券享優惠」活動，使得現金與禮券的討論占比相當。
- 實體信用卡與第三方行動支付網路討論多圍繞帳單繳費與消費回饋，如「全家可以用信用卡繳公托的錢」、「拿玉山Ubear信用卡去超商消費還有回饋嗎」等，可見刷卡的合作通路與支付方式的彈性亦是消費者選擇消費通路的考量。
- 前段提到「寄/取貨」為消費者最在意的超商服務功能，但透過文本分析發現，此服務目前尚處現金支付階段，未來超商可考慮拓展與支付平台的合作，增加支付方式的多元性，讓消費者支付更便捷。
- 整體來說，支付的多元與便捷性，以及與信用卡、電子支付業者的合作優惠、回饋是消費者關注的重點。



7-11居超商產業聲量龍頭 台糖蜜鄰好感度最佳



▲ 超商品牌 聲量 x 好感度 二維散布圖

根據公平交易委員會在今年(2020)八月公布的產業調查，截至去年底，全台超商據點創14年來最大增幅。在超商總數逐年增加、門市服務愈趨多元的趨勢下，超商已然是消費者生活中不可或缺的角色。因此第二部份，我們挑選台灣主要的五大連鎖超商——統一超商（以下簡稱7-ELEVEN）、FamilyMart全家（以下簡稱全家）、萊爾富、來來超商（以下簡稱OK超商），及台糖蜜鄰超市，一覽民眾的消費口碑。

從左圖可看到超商產業中，以7-ELEVEN在社群中最受到網友的關注，然而因其食品漲價、app操作不順暢等評價，造成好感度略低；而聲量則數最少的台糖蜜鄰超市卻有略高的好感度，因此後續將進一步分析原因。



消費者傾吐經驗引迴響 靠北專頁累積大量負面口碑

註： 臉書粉絲團 | 臉書社團 | PTT | YouTube

7-ELEVEN	全家	萊爾富	OK超商	台糖蜜鄰超市
頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)	頻道 / 聲量占比(%)
<u>靠北7-11</u> 10.70	7-11全家各超商新品資訊共享 5.13	<u>靠北萊爾富</u> 6.72	OK超商 7.47	Gossiping 11.50
7-11全家各超商新品資訊共享 7.41	<u>靠北全家</u> 4.22	CVS 3.04	Baby Home 好康優惠 5.98	台糖粉絲團 3.48
早安健康 2.42	韓國瑜 3.65	ETtoday新聞雲 2.95	ETtoday新聞雲 2.09	CMoney 追訊 財經 3.21
GirlStyle 台灣女生日常 1.69	udnSTYLE 1.96	古娃娃 WawaKu 2.00	Beauty美人圈 1.18	pchome 新聞 財經 2.67
爆廢公社公開版 1.18	CVS 1.58	Gossiping 1.31	Gossiping 0.94	iBeta 愛北大 2.67

▲ 超商品牌聲量占比前 5 名頻道排行榜

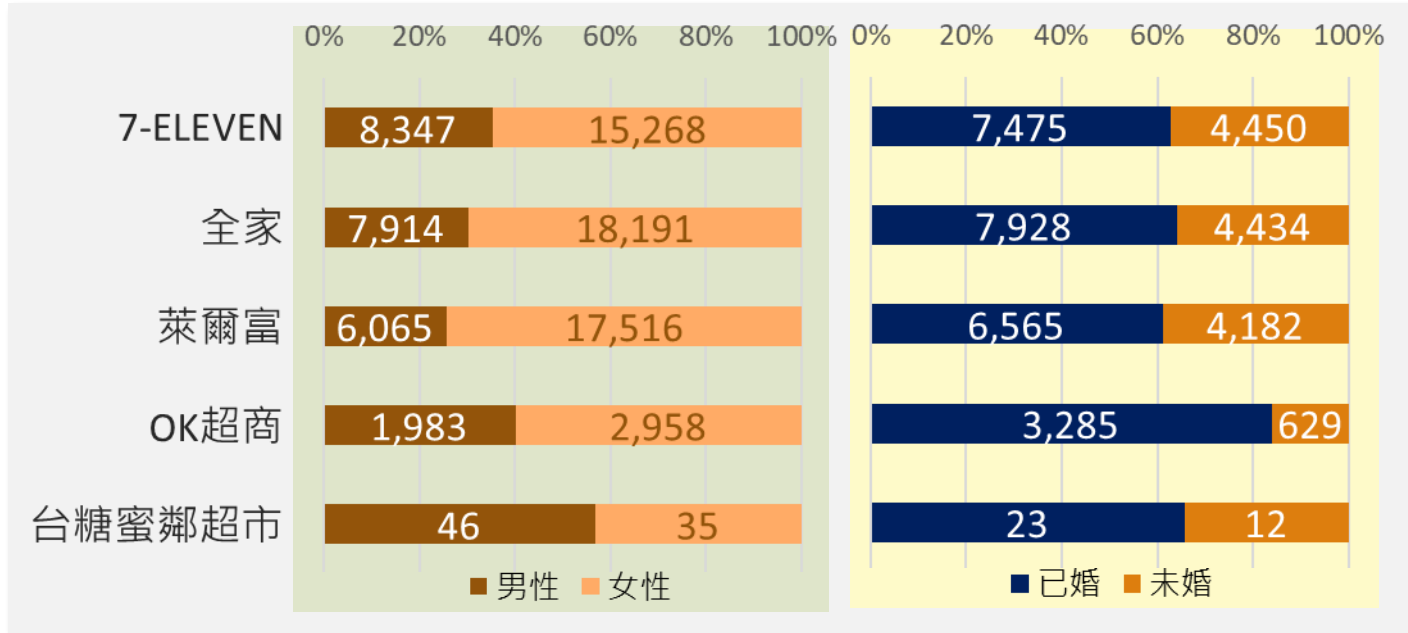
接著從各品牌前 5 大頻道進一步分析各超商品牌的聲量分布與頻道特性。

- 7-ELEVEN、全家，以及萊爾富前 5 名的頻道來源皆有「靠北」系列專頁上榜，以7-ELEVEN為例，其聲量甚至占近一成的品牌聲量，網友常貼文分享負面經驗，引發其他網友共鳴與討論，使聲量大量累積，負面口碑的影響力值得品牌關注。
- 由於四月初高雄市農業局與全家合作推出金鑽鳳梨，前高雄市長韓國瑜分享的相關宣傳貼文帶來了大量網友迴響，因而上榜。
- 台糖蜜鄰超市在PTT八卦版上因一篇「台糖蜜鄰便利超市是怎樣活下來的」討論文引起網友間極大迴響；同時也因其推出的「自製防疫酒精」而獲得好評討論與關注。



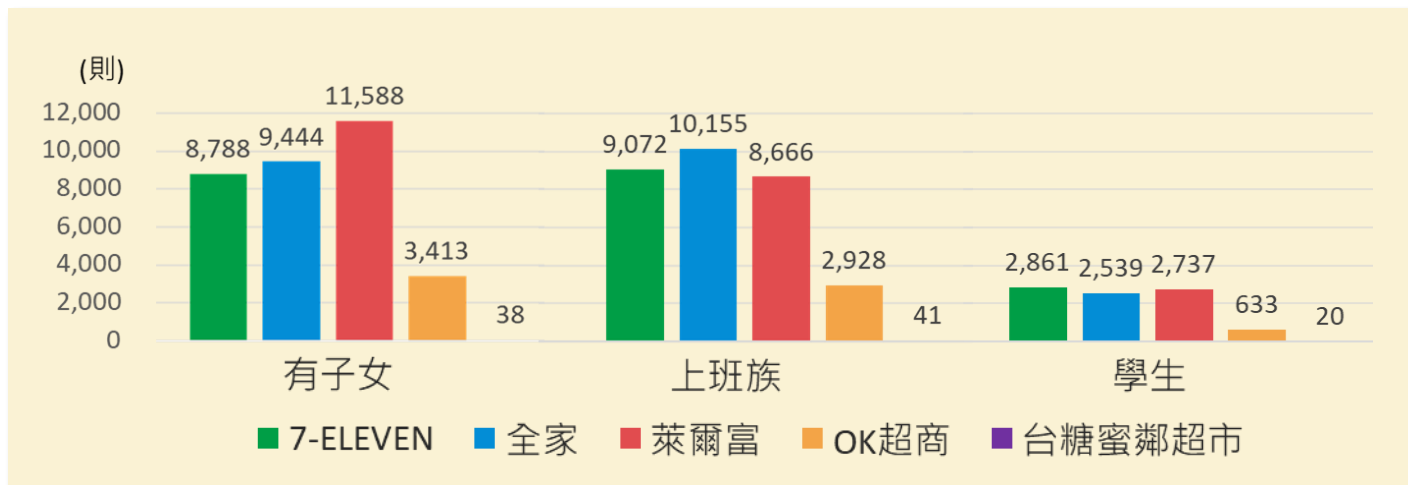
三大超商關注族群以女性為主 可搶攻媽媽市場

▼ 超商客群聲量占比圖



同時除了頻道的聲量分布，超商討論的網友組成也是超商業者在制定行銷策略時不可或缺的分析指標，因為從客群分析中，我們可以更了解消費市場的型態，從而幫助我們制定更進一步的目標族群與市場定位。整體來看，超商關注族群以女性多於男性，其中又以全家、萊爾富的女性聲量占比最高，且兩性聲量差異高達2.5倍，另一方面，有子女族群的占比也相對高，因此可考慮推出以「媽媽」為目標族群的商品或相關優惠。

另外，進一步觀察其他族群分布，關注度以已婚族群高於未婚者、上班族高於學生，且多與超商販賣的咖啡討論話題有關，因此各家超商業者也可於平日針對上班族多推出咖啡活動優惠，搶攻上班族的咖啡市場。





7-ELEVEN餐飲評價高 網友期待新型優惠活動



- 樂：禮拜一要去朝聖（史奴比超萌聯名限定門市）了
- 食：覺得小7的**黑糖珍珠鮮奶很好喝XD**
- 食：**熱壓吐司**看起來很厲害餛～
- 食：我愛**溫泉蛋**，這個好好吃

● 正面評價：66,349 則

- 食：7-11三明治打開來看還不是完整的一片，縮水縮的超誇張，**食物一直漲**，但配菜一直少。
- 活動：7-11**累積點數**的方法真的很**麻煩**
- 活動：7-11則是一直**沒有**特別的（活動）**新意**
- 活動：7-11要在七月改openpoint點數沒辦法一元一點了，如果icash結帳支付5%**折扣活動結束後**，應該**不會進去7-11**
- 裝置系統：小七的**APP不好下載**

● 負面評價：30,037 則

接續深入文本分析，解析消費者對各家超商品牌的正負面實質討論內容，以便業者更具體地了解消費者口碑。

- 7-ELEVEN的好感度偏低，但我們發現7-ELEVEN的餐飲普遍受到網友的好評，有多種餐飲品項被提及，惟不斷漲價受到網友批評。
- 另一方面，7-ELEVEN點數集點的複雜性與活動項目的重複性，常引起網友的不滿，認為了無新意，活動企劃方面猶待加強。
- 此外，近年越來越多超商搭配會員APP提升民眾的消費便利性。但有網友反應7-ELEVEN的裝置APP不好下載、不好使用，建議可加強APP介面的直觀性，提升消費者使用的意願。



全家冰淇淋口味掀風潮 服務、環境不佳降低好感度

 FamilyMart

- **食**：全家的**霜淇淋**每每令人期待仙人掌冰好吃
- **食**：(**冰棒**) 芋頭尬仙草！！這組合很可以
- **活動**：因為全家較願**讓利促銷**，咖啡豆也有改善
- **活動**：我比較愛全家，**活動多優惠多咖啡好喝**
- **裝置系統**：全家的**app好用**，集點，支付，跨店取寄杯等等都很方便

● 正面評價：63,251 則

- **服務**：買微波食品回家打開要吃才發現麵裡面還是冰的QQ
- **服務**：請問在全家店到店客服信箱發問，真的會有人回信嗎？
- **環境**：為什麼一家便利商店可以經營的比柑仔店還多蒼蠅？

● 負面評價：17,707 則

- 藉由全家相關討論文本可觀察出，正向評價主要來自較特別的餐飲類相關討論，特別是全家與食品業者聯名推出的夏日冰品口味屢屢得到網友的期待。另外，全家APP不定時有咖啡特價，且全家APP介面在各大超商APP中最受大眾喜愛，吸引網友透過APP搶購，其中單品咖啡的口味與包裝更是佳評如潮。
- 負面討論則多來自店面服務與環境整潔。在店面環境與服務方面，有對環境太吵雜、門口煙味以及店員服務態度不佳等批評，甚至有網友發出「全家的客服信箱回覆速度慢」等牢騷，建議全家可加強用餐環境品質與服務人員服務態度，提升大眾對品牌好感度。



萊爾富服務與環境受好評 餐飲食品、物流效率待加強



- **活動**：萊爾富（優惠方案）哇！看起來還不錯喔！有朋友們會衝嗎？
 - **服務**：店員親切~雲端超商超讚！
 - **服務**：雲端超商萊爾富兌換，結帳可以直接選載具很好
- 正面評價：8,109 則

- **食**：萊爾富不推港式饗宴奶油多士吐司...奉勸大家不要來萊爾富買這種吐司
 - **食**：萊爾富銀耳香菇雞湯這真的有點....，我不愛這味道，**不會再喝第二次**
 - **服務**：為什麼萊爾富**物流**可以這麼**慢**
 - **裝置系統**：身為一個零售業，還是四大超商其中之一，系統真是爛到可以
- 負面評價：2,772 則

- 觀察文本，發現萊爾富的好評主要來自店內服務與環境，其他超商皆有店員服務態度不佳的反應，而萊爾富店員是多數網友認為服務表現最佳的，且雲端超商所提供便利性獲得網友高度讚賞。
- 而萊爾富的食品、飲品等特殊的餐飲口味，普遍得到網友的負面回饋，建議萊爾富可針對消費者口味改良餐點，對於飲品則可提升咖啡濃度、改良港式奶茶茶包來增加顧客的消費意願。而萊爾富「寄 / 取貨」的物流功能也因發配時程拉得過長，引發網友的不滿。



OK隱藏版特色美食受歡迎 分店較少不好找



- 食：兩種炸雞跟蛋塔很推，咖啡不錯
- 食：OK超商的蛋塔真的比肯德基好吃，和這內餡一樣都是比較厚實的！
- 食：炭火燒肉炒麵麵條好吃不軟爛
- 食：OK超商買的兩個關東煮，吃了真的超飽，之後打算買多一點

● 正面評價：7,970 則

- 食：御飯糰的話都平平吧/手卷是都不好吃...
- 服務：就算想買啥也得先找到OK...
- 服務：50元以下的東西絕對不要買，你會後悔

● 負面評價：3,995 則

- 進一步歸納網友討論內容，可發現OK超商食品評價依據產品項目而有所不同，「歐巴炸雞、炭火炒麵與蛋塔」等隱藏版美食是網友給予正評的商品，而御飯糰、炸物、水餃等，則是消費者回饋較差的品項。
- 由於OK超商門市較少，因此也有網友提到，手邊就算有超商禮券卻不知該如何消費的情況，建議業者可適度增加超商門市以便較能滿足消費需求。另外，有網友指出OK超商商品的品質問題，價格低廉卻品質堪憂，因此建議業者也應注意店內商品的狀況。



蜜鄰自家品牌商品受歡迎 網友評價品牌存在感低



- **食**：尋找好喝的（蜜鄰）蜜香紅茶
- **服務**：台糖出的保特瓶裝酒精在他們的門市（蜜鄰）每天都有鋪貨挺好買到的
- **服務**：每天下午2點開賣。95%酒精一瓶62元。一人限一瓶。天天都買的到。不用排隊

● 正面評價：112 則

- 台糖蜜鄰啊這麼沒存在感

● 負面評價：19 則

- 台糖蜜鄰超市聲量較低，正面的聲量多來自販賣自製防疫酒精，以及其販售的蜜香紅茶也得到較多迴響，由此可知，台糖蜜鄰的正面評價皆歸功於其自製商品。
- 由於台糖蜜鄰通路較少，因此有部分網友表示該品牌較沒存在感、部分地區無店面。總體來說，台糖蜜鄰的商品數、分店數量不及前四大便利超商，但尚可利用自製產品的優勢提供民眾四大超商未提供商品，搶攻不同市場，並藉此做出市場區隔。

小結

Part1 便利超商網路討論聲量

- **網路討論聲量**：超商配合政府政策成為重要的合作管道，並帶動整體超商的討論聲量。
- **消費者服務關注面向**：超商提供的多元服務聲量高於民生通貨的討論。而網友在「民生通貨販售」方面，以購買食物的相關討論較多，在「超商其他服務」方面，除了寄貨 / 取貨之外，也相當關注超商現煮咖啡的服務。
- **消費者支付方式**：整體來說，支付的多元與便捷性，以及與信用卡、電子支付業者的合作優惠、回饋是消費者關注的重點。

Part2 五大連鎖超商服務口碑

- **品牌聲量與好感度**：7-11居超商產業聲量龍頭，好感度相比其他超商略低，而全家與台糖蜜鄰好感度則略高於產業平均值。
- **品牌聲量來源頻道**：消費者在其自主發起之網路資訊平台分享自身經驗易引迴響，「靠北」系列專頁累積大量負面口碑。
- **超商討論客群之剖析**：以「女性 > 男性」、「已婚 > 未婚」且以「有子女」族群為多，品牌可鎖定目標族群推出特殊優惠活動。
- **網友正負回饋之評析**：整體而言，消費者最常針對超商食品作評論，另外，服務、環境、物流效率、商店便捷性也是消費者常討論的面向，業者可根據消費者的回饋做調整與應對。



觀測期間：2020.08.31- 09.06



網友熱議文章大公開

OpView放大鏡



新聞 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	3,680	yahoo新聞 > 各家	「有人拿刀槍逼你買嗎」張雅琴談瘦肉精美豬 挨批幼稚園邏輯！
2	3,163	yahoo新聞 > 各家	瘦肉精美豬不同調 陳時中：食安政策應由中央統一 別為小事扯台灣後腿
3	2,887	yahoo新聞 > 各家	吃多少美豬才會生病？陳時中打包票：吃一輩子都不會怎樣
4	2,812	LINE TODAY > 理財	〈美牛豬解禁〉開放進口換了什麼？陳時中：一個台灣在國際上的地位
5	2,096	yahoo新聞 > 健康	「全豬」開放！陳時中一席話輿論炸鍋
6	1,930	LINE TODAY > 國內	快訊 / 新版護照封面曝光 中國消失了
7	1,891	LINE TODAY > 國內	【全代會狂語錄】黨產遭凍怎解？藍黨代表：爭取故宮收入歸國民黨
8	1,830	LINE TODAY > 國際	中國出手！砍捷克鋼琴商700萬訂單
9	1,810	LINE TODAY > 國內	喊拒吃萊克多巴胺美豬 陳時中：想吃還不一定吃到
10	1,797	LINE TODAY > 生活	瘦肉精美豬引爭議 陳時中：吃好幾輩子都不會超標



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	1,992	新生季	聯合真的有這麼不堪嗎？
2	1,491	時事	超後悔投蔡英文
3	1,366	時事	身為Taiwan人覺得有夠可悲
4	1,244	時事	超後悔投蔡英文2
5	1,164	心情	真的快被女友氣死
6	1,049	感情	跟大叔交往超幸福
7	1,035	追星	#黑特 #黃偉晉
8	1,007	影劇	拒看花木蘭的原因
9	968	感情	情侶之間有一定要做愛嗎？
10	896	時事	高雄走了草包 來了一個腦包？



PTT 聲量探索排行榜 (排除閒聊文、贈獎文、直播文)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,881	Gossiping	Re: [新聞]國一女「見網友失聯」！母親淚崩：拜託快
2	1,727	Gossiping	[爆卦]新護照上China不見了
3	1,528	Gossiping	[新聞]「故宮寶物收入應歸國民黨」 黨代表：決
4	1,506	Gossiping	[爆卦]黃偉哲重用郭再欽 為農產運銷公司官股代表
5	1,504	Tainan	Fw: [爆卦]黃偉哲重用郭再欽 為農產運銷公司官股代表
6	1,493	TW_Entertain	[實況] DD52 EP13終局之戰 鑽石王牌的誕生
7	1,487	Gossiping	[爆卦]秒刪上百郭再欽留言 黃偉哲臉書強力維穩
8	1,487	Gossiping	[新聞]彰化代課教師上PTT 幫「拐少女」嫌犯護航
9	1,486	Gossiping	[爆卦]重金屬超標十倍 南市府表示沒問題可復耕
10	1,483	Gossiping	[問卦]一個韓國網友去台灣旅遊後的感受



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	401	新聞與時事(生活娛樂)	從統計數據來看 美牛美豬開放爭議
2	306	兩性與感情(生活娛樂)	相親男是來約x的嗎？
3	246	Toyota (小惡魔的動力研究室)	【國內新訊】Toyota Corolla Cross 77.9萬元起展開預售...
4	241	新聞與時事(生活娛樂)	美國豬 美國人也一直吃又不會怎樣的
5	216	軍事迷基地(生活娛樂)	是把台灣人當笨蛋？愚民新聞？廣西落彈？
6	212	新聞與時事(生活娛樂)	本人只想知道黑心口罩的效能如何？
7	181	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	撞到BMW後保桿!!
8	155	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	新莊22歲警騎重機上班撞上違規左轉轎車 360度空翻落地骨折
9	152	顯示卡(顯示設備)	加量不加價 這次老黃良心發現了？ 3080只要700美金！
10	146	新聞與時事(生活娛樂)	不明白一堆人幫加利說話的意圖



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	11,068	蔡英文 Tsai Ing-wen	新版護照公布！凸顯台灣，讓世界看見TAIWAN！外交部詳細說...
2	11,010	輕檔車俱樂部	歡迎來到印度GP站的現場...
3	9,920	東森新聞	#貓貓編：老闆激動地保證他絕對不是黑心...防護力99.8%！
4	9,444	韓國瑜	今天是九三軍人節，對所有國軍姊妹弟兄來說，是個無比重要的日子。
5	8,730	蔡英文 Tsai Ing-wen	中國製口罩冒充MIT，政府絕對查辦到底，確保防疫沒有破口！昨天有藥師...
6	7,305	王宏哲教養、育兒寶典	#我們尊重孩子 也要教他尊重大人 你有沒有發現孩子常對大人態度不好！
7	7,101	蘇貞昌	#新版護照封面長這樣！持我國的護照去148個國家/地區，都能享有免簽...
8	7,031	東森新聞	#瑪姬編：拜託養牠就要照顧牠一輩子...特斯拉駕駛狠棄老拉拉！癡心汪苦...
9	7,017	爆料公社	王詒湘在爆廢公社發表 此刻的你會怎麼做...她就這樣跟著朋友騎20分鐘怕撥...
10	6,134	聯合報	#直擊加利工廠老闆親自現身說明，不想讓我的員工無法休息！！！！



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	38,455	神魔之塔 Tower of Savors	神魔之塔Tower of Savors派獎活動又來囉！各位只要在此貼文留...
2	29,611	Halo-Mavis國際連線	「公開分享+留言關鍵字：壓軸澳洲墨鏡搶起來」 #今天送澳洲墨...
3	24,983	女人我最大	【#心測時間】小編幫你看手相 同事測完都尖叫了 大拇指的比例...
4	20,450	NVIDIA GeForce Taiwan	新發佈GeForce RTX 30系列顯卡來一起慶祝吧！加入終極致勝抽獎...
5	12,475	TCPB 局長室	☆臺中伯仔抽獎活動☆眾所期待的警察泰迪熊來報到囉～！...

YouTube大熱門 (排除贈獎文)

1



【TVBS NEWS】加利老闆澄清公司絕對不是黑心，混充口罩是安全的

2



【老高與小茉 Mr & Mrs Gao】以老高視角說明電影星際效應與理論根據



【反正我很閒】業配的行為藝術

3



【木曜4超玩】一日憲兵，憲兵的榮耀及使命



習近平強調"5不答應" 半導體擺脫對美依賴?

【三立iNEWS】習近平強調五個絕不答應 回應中美緊張關係

欲了解更多
請與我們聯繫

聯絡電話：02-2755-1533

業務信箱：sales@eland.com.tw

立即聯繫

OpView Insight
免費體驗



立即體驗