



創市際雙週刊  
第一四六期

發刊日：2019年12月16日

# IX 市調解析

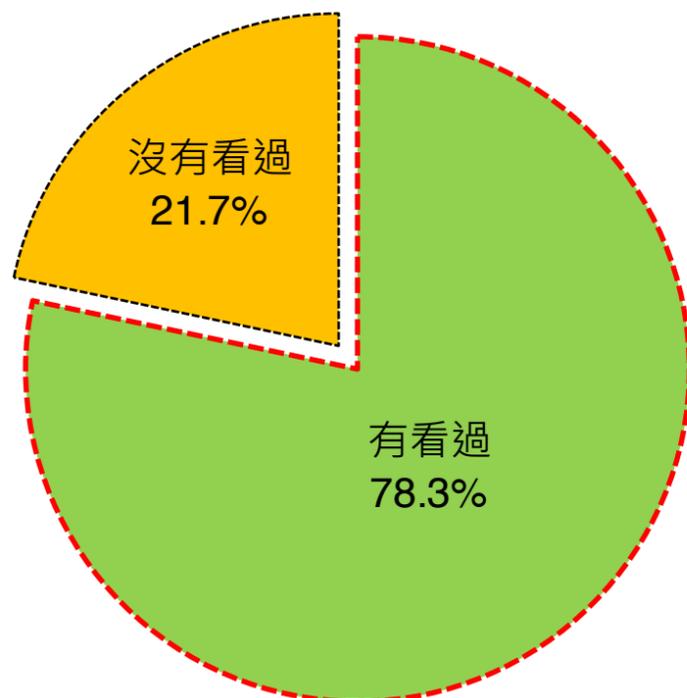
網紅篇

## 網紅篇

素人網紅正夯，隨著這股風潮帶動了網紅經濟，除了傳統的業配置入外，網紅業配也是廠商投放廣告的新選擇。創市際市場研究顧問為瞭解網友對網紅生態的想法，於 2019 年 11 月 20 日至 26 日，針對 15-64 歲的網友進行了一項「網紅篇」的調查，總計回收了 1,526 份問卷。

## 接觸網紅最大平台：影音平台

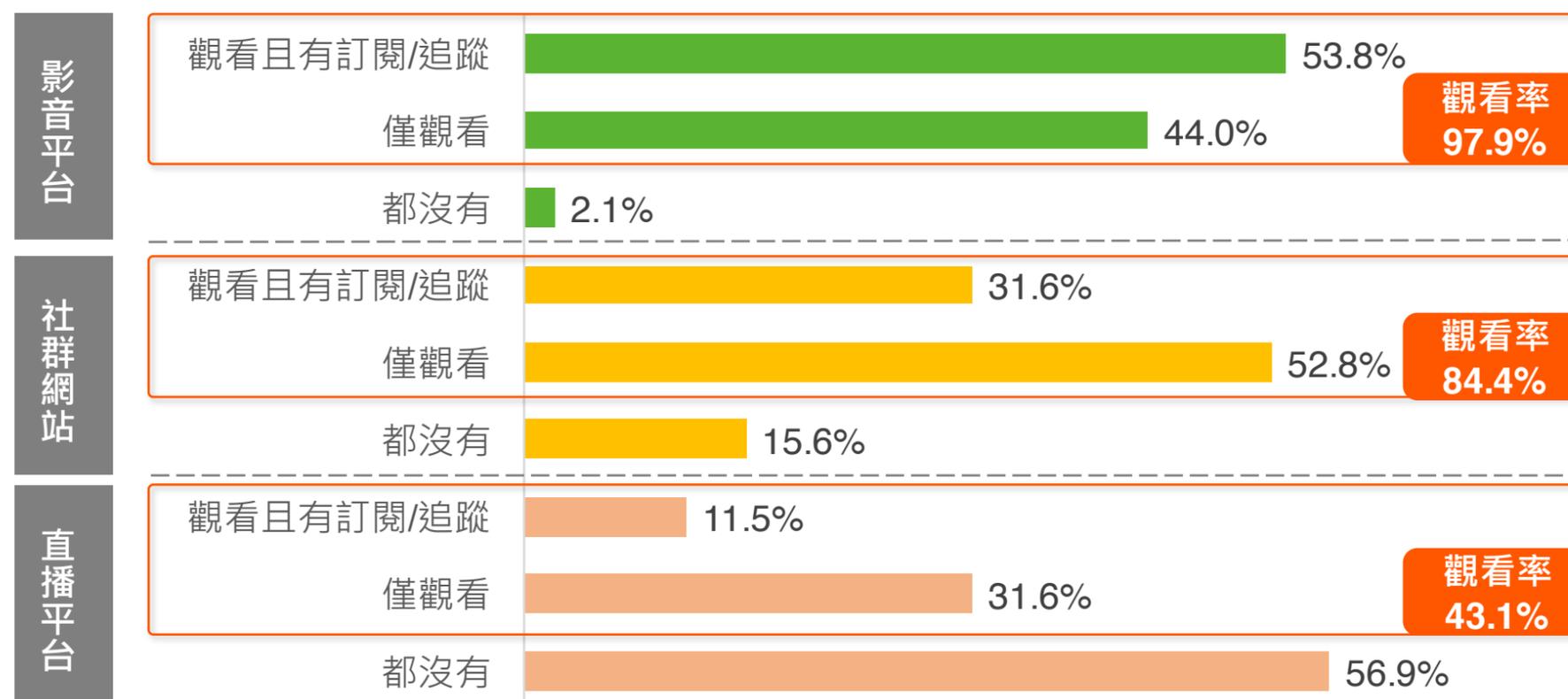
觀看網路創作者(網紅)影片經驗



Base：全體受訪者 N=1,526

資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2019

各平台觀看網路創作者(網紅)影片情形



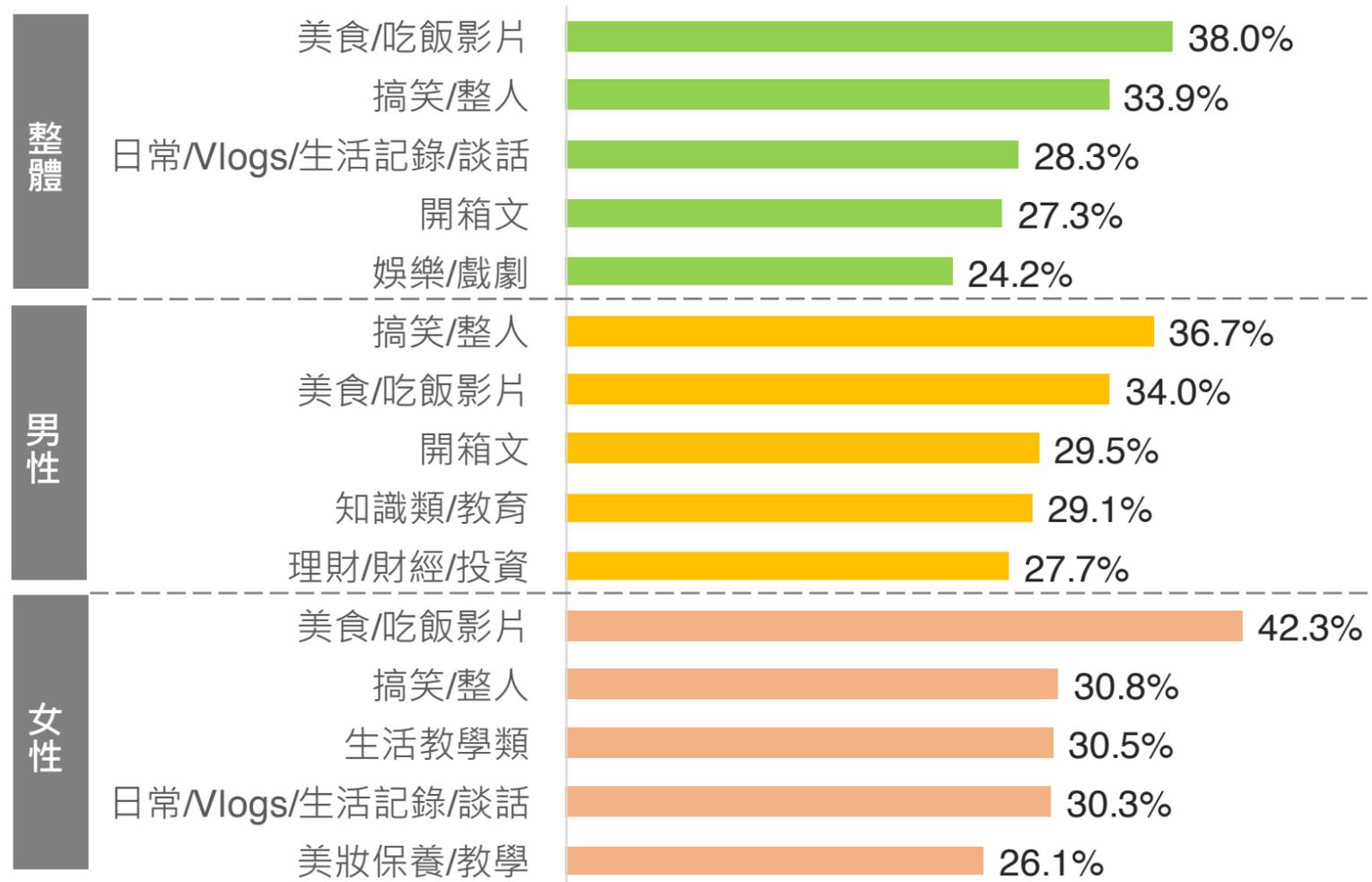
影音平台包括 YouTube、bilibili 等  
 社群網站包括 Facebook、Instagram 等  
 直播平台包括 17直播、Twitch 等

Base：有觀看網路創作者影片的受訪者 N=1,195  
 資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2019

由調查結果顯示，近八成(78.3%)的網友曾看過網路創作者(以下簡稱：網紅)影片。進一步詢問曾觀看過網紅影片者發現，曾在「影音平台」觀看過者達 97.9%，當中又有 53.8% 的網友會訂閱/追蹤網紅頻道；而曾在「社群網站」上看過網紅影片者有 84.4%，其中有訂閱/追蹤網紅帳號者為 31.6%。

## 網友最愛看：美食/吃飯、搞笑/整人影片

喜愛網路創作者(網紅)影片類型 Top5



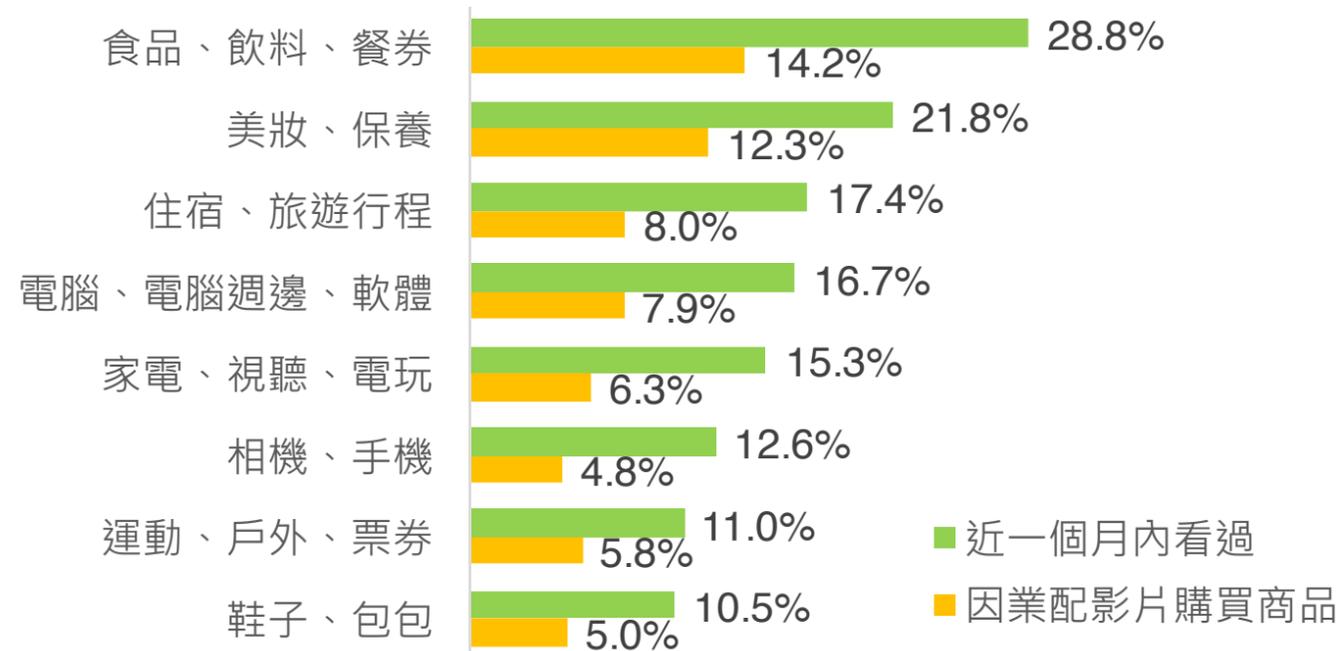
Base：有觀看網路創作者影片的受訪者 N=1,195  
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2019

調查網友偏好的網紅影片類型，整體來說，「美食/吃飯影片」(38.0%)最受觀迎，其次是「搞笑/整人」(33.9%)影片和「日常/Vlogs/生活紀錄/談話」(28.3%)等相關內容的影片較受到網友青睞。

深入探討不同性別的喜好，男性網友較愛看「搞笑/整人」影片，而排名第二的是「美食/吃飯影片」影片；相對於男性，女性網友則較偏愛「美食/吃飯影片」。

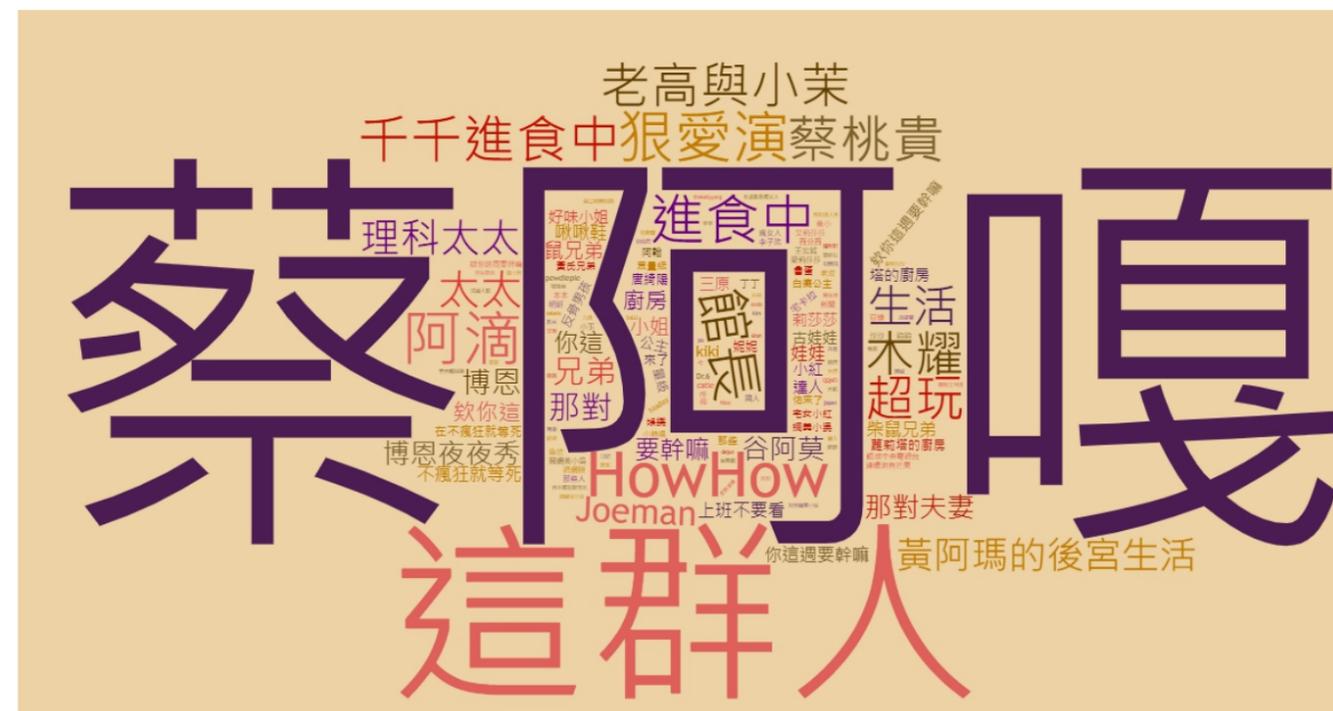
## 最”紅”的網路創作者：蔡阿嘎、這群人

網路創作者(網紅)影片類型業配情形



Base：有觀看網路創作者影片的受訪者 N=1,195  
 有看過網路創作者業配的受訪者 N=853  
 資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2019

最喜歡的網路創作者(網紅)



Base：有觀看網路創作者影片的受訪者 N=1,195  
 資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2019

詢問對網紅業配影片的印象，有兩成以上網友在近一個月內曾看過「食品、飲料、餐券」(28.8%)和「美妝、保養」(21.8%)類商品的業配影片，且後續的購買率也相對較高。而最受網友喜愛的網紅是「蔡阿嘎」，緊追在後的則有「這群人」，其他如「館長」、「狠愛演」、「老高與小茉」、「千千進食中」、「HowHow」、「阿滴」、「蔡桃貴」、「黃阿瑪的後宮生活」等也各擁有一定比例的追隨者。

## ▶ 小結

- ▶ 78.3%網友曾觀看過網路創作者(網紅)影片；其中曾在「影音平台」觀看過者達 97.9%。
- ▶ 網友偏好網紅影片類型：「美食/吃飯影片」、「搞笑/整人」影片、「日常/Vlogs/生活紀錄/談話」。
- ▶ 近一個月較常看到的網紅業配商品類型：「食品、飲料、餐券」、「美妝、保養」、「住宿/旅遊行程」。
- ▶ 最喜歡的網路創作者(網紅)：「蔡阿嘎」、「這群人」、「館長」、「狠愛演」、「老高與小菜」、「千千進食中」、「HowHow」、「阿滴」、「蔡桃貴」、「黃阿瑪的後宮生活」等。

## 研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對15-64歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2019/11/20 ~ 2019/11/26

有效樣本數：N=1,526

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.51%，再依照2019年06月台灣地區網路使用人口之性別、年齡及居住地人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	771	50.5%
	女性	755	49.5%
年齡	15-19歲	124	8.2%
	20-24歲	156	10.2%
	25-29歲	159	10.4%
	30-34歲	165	10.8%
	35-39歲	200	13.1%
	40-44歲	190	12.4%
	45-49歲	168	11.0%
	50-54歲	174	11.4%
居住地	55-64歲	190	12.4%
	北部	717	47.0%
	中部	401	26.3%
	南部	408	26.7%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m [marcom@ixresearch.com](mailto:marcom@ixresearch.com)