

唇彩商品社群討論趨勢分析

觀測概述：

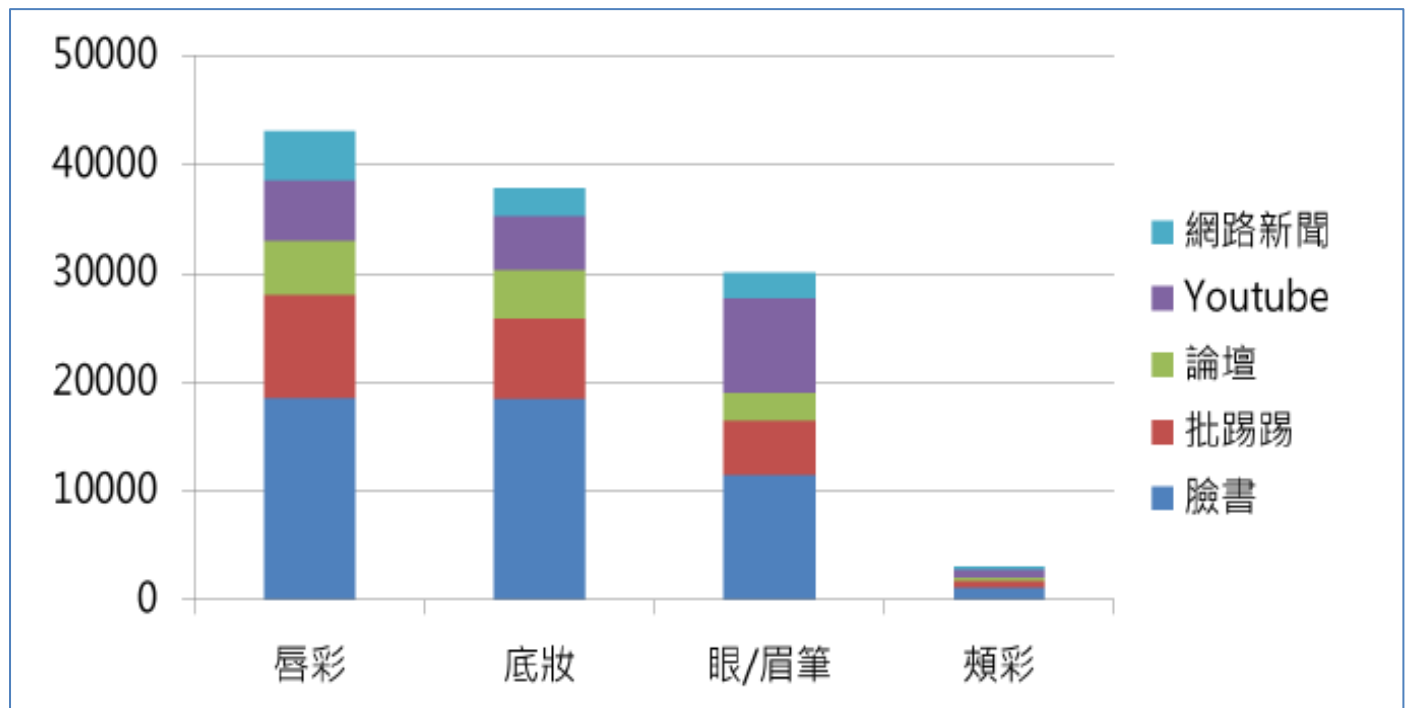
報告說明：	本分析報告使用【RMBS 社群觀測平台】，針對指定議題進行文本分析
資料時間：	2020/4/1~2020/4/30
資料範圍：	網站、論壇、批踢踢、臉書、youtube

口紅效應?唇彩商品社群瘋討論

口紅效應 (Lipstick Effect) 是指一種經濟現象，當經濟不景氣時，口紅銷量反而直線上升。這個經濟學名詞的背景，首度出現在 1930 年代的美國經濟大恐慌時期，人們收入下降，消費不起高級商品，如房子、轎車或出國旅行。但人們仍有強烈的消費慾望，因此消費者會轉而購買「廉價且非必備」的商品，因此消費門檻低，但又能滿足消費慾望的口紅，銷量反而上升。

今年經濟受疫情重創，從下方圖表中可以發現，彩妝類別中聲量最高的就是唇彩，口紅效益似乎正在發生，接下來我們將深入分析唇彩商品的社群概況。

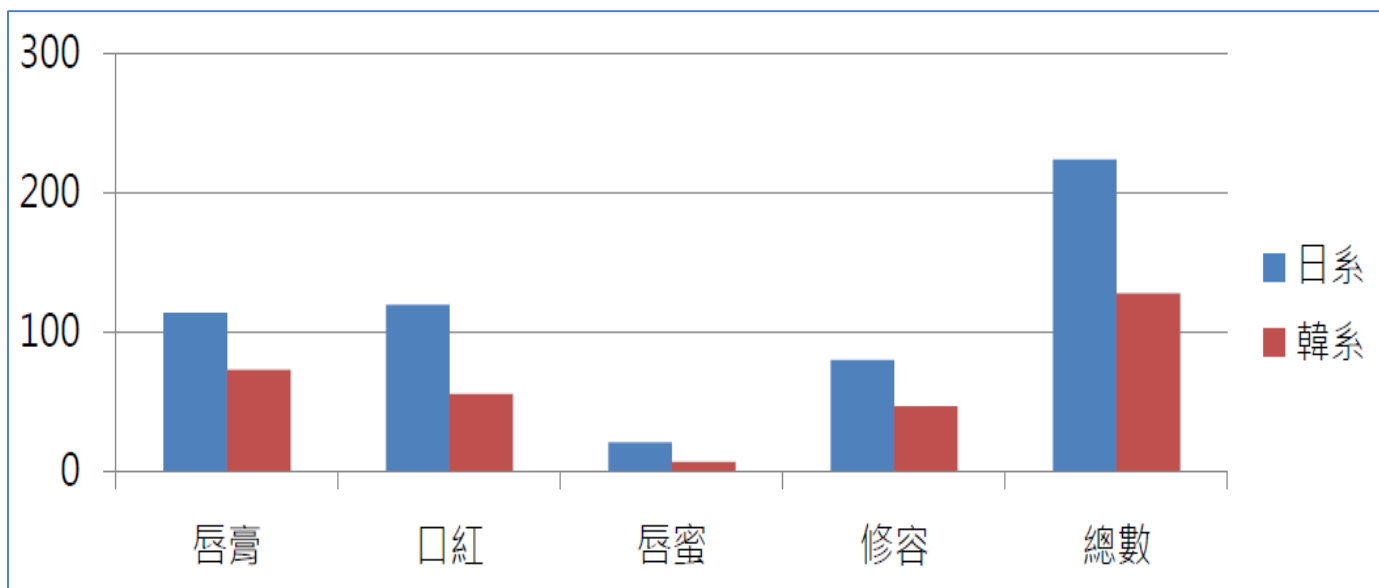
2020 年 4 月美妝產業社群討論聲量



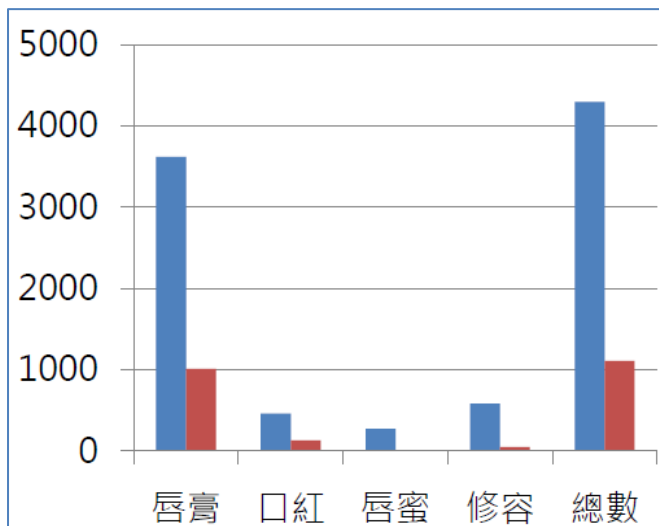
日系討論度高於韓系

日系與韓系兩大主流風格都有各自的擁護者，從本月的討論量中可以發現日系的討論文章數約為韓系的兩倍，按讚數更是有 3 倍之差，而回文數則受到抽獎文的影響導致韓系較高，扣除後約剩 224，與日系相比也是 3 倍之差。最多人討論日、韓風格的品類為唇膏，韓系則易受韓劇影響，掀起討論例如：韓素希帶火小三「偷心唇色」！2020 韓國熱賣唇膏色號推薦，奶油杏色、蜜桃奶茶甜感爆棚。

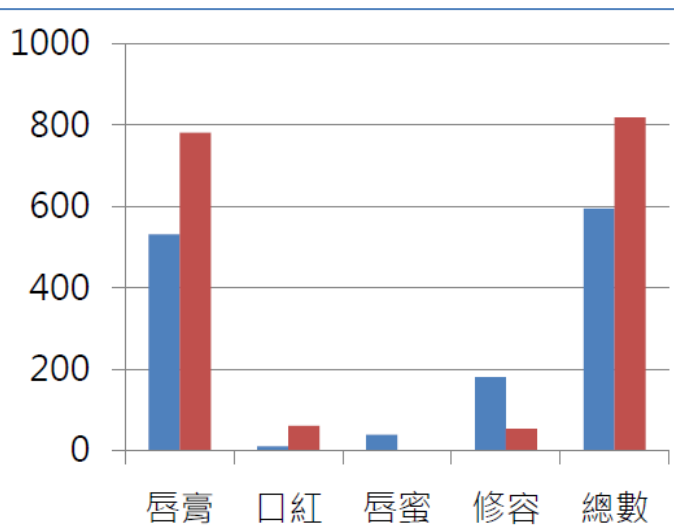
討論文章數



按讚數



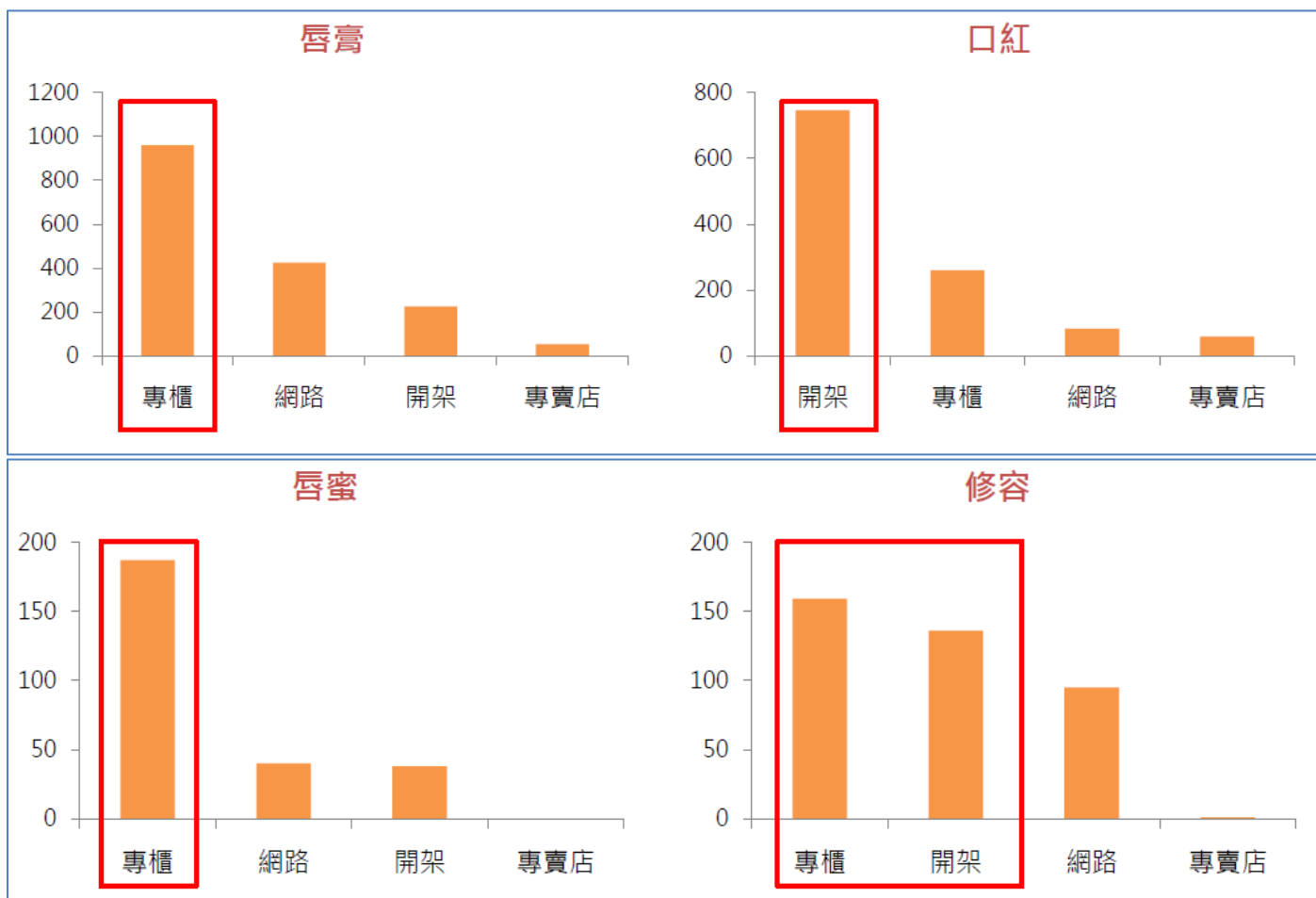
回文數



口紅愛開架，其他選專櫃

接著將唇彩主要分為四大項，唇膏、口紅、唇蜜及修容，通路也分為四大項，分別為專櫃、網路、開架及專賣店，從下方四張圖可以看出各商品在各通路的討論狀況，唇膏跟唇蜜多聚焦於專櫃與網路的討論，而口紅則是以開架為主，修容則是專櫃跟開架並行。

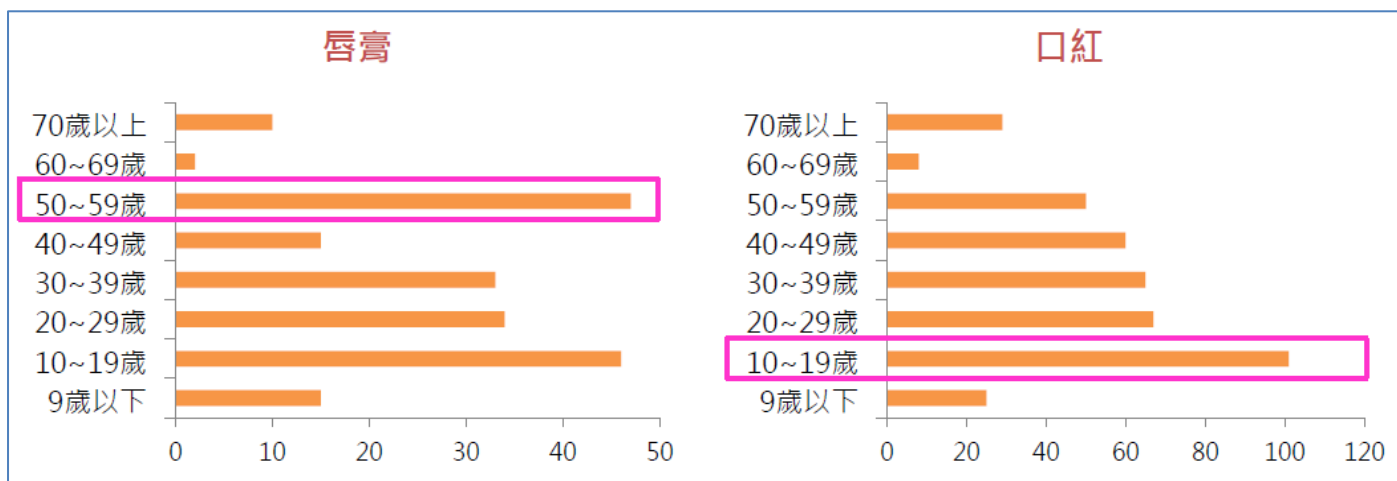
唇彩項目通路討論概況

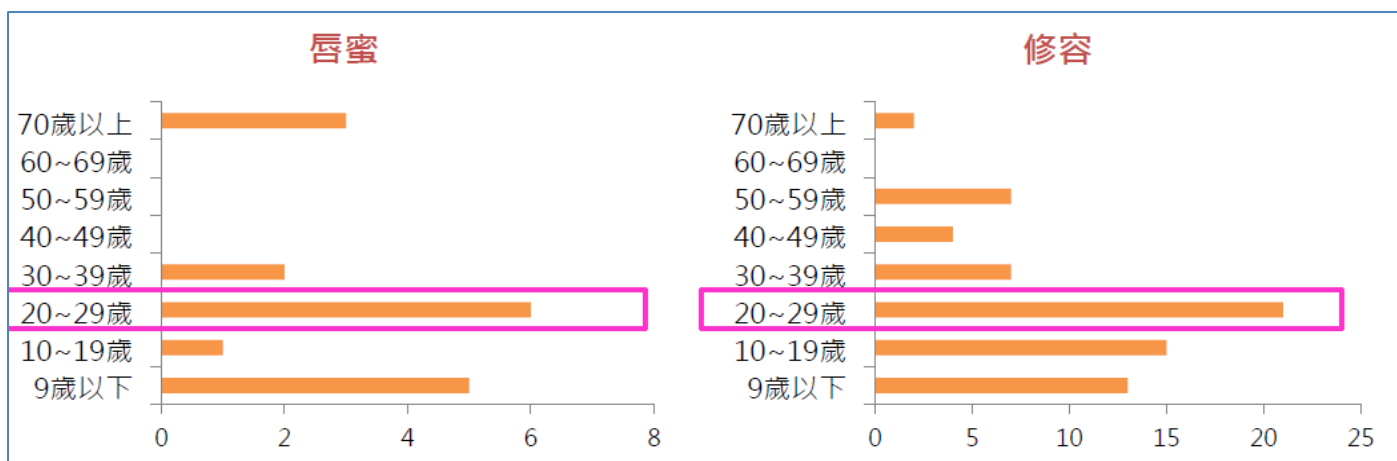


消費主力年輕化，10~30 歲社群討論熱度高

口紅、唇蜜及修容討論年齡層落在 10 至 30 歲，尤其口紅以 10 至 19 歲為主，反映了這世代的美妝有年輕化的趨勢，許多國高中生已會在社群在討論相關議題，成為新一代的消費主力。唇膏則更受中年女性的青睞，最多討論的年齡層落在 50 至 59 歲，主要受火紅韓劇《夫婦的世界》影響，讓許多網友好奇年過 50 的女主是如何保養而引發討論。

唇彩項目年齡討論概況





KOL 為社群討論核心，曾之喬帶起四月討論量

我們統計出各品類討論聲量最高的五個粉專，發現主要以 KOL 為主，表示在美妝產品還是以 KOL 為主要討論發起核心，如：曾之喬、野蠻王妃、小潔等，其次則為專業美妝頻道，如：美人時尚話題網、美麗佳人等。

唇彩項目臉書概況

項目	Facebook 粉專名稱	討論聲量
唇膏	VOGUE Taiwan	17,884
	【LOOKin】美人時髦話題網	13,186
	曾之喬	11,070
	美麗佳人 Marie Claire Taiwan	10,871
	PopUlzzang 波波妝漂亮	10,817
口紅	野蠻王妃(yifenko)	6,233
	udn.com 聯合新聞網	4,613
	小潔_Mina	3,128
	ELLE Taiwan	2,966
	聯合報	2,881
唇蜜	曾之喬	11,070
	PopUlzzang 波波妝漂亮	4,303
	【LOOKin】美人時髦話題網	2,037
	丹妮婁姐星球	1,127
	美麗佳人 Marie Claire Taiwan	1,072
修容	屈臣氏 Watsons Taiwan	3,771
	王盈喬 Ciao.W	1,822
	佳麗寶 Kanebo Taiwan	1,593
	半生不熟蘋果誌	1,367
	雷艾美 Emmie Ries	1,287

Dcard 討論聲量高，開箱分享文最熱門

論壇方面則以 Dcard 與 Line Today 為主，其中以 Dcard 佔比最高，約有八成聲量都來自 Dcard，其中開箱文、分享文都容易引起網友討論，如:#純開箱#母檔收貨記(二)、#圖 #分享 買到賺到~美哭我的唇膏。

唇彩項目論壇概況

項目	論壇名稱	討論聲量
唇膏	Dcard	14,820
	LINE Today	2,719
	UrCosme	102
	Meteor	74
	FashionGuide 討論區	59
口紅	Dcard	7,705
	LINE Today	3,188
	Mobile01	158
	Meteor	113
	UrCosme	36
唇蜜	Dcard	672
	LINE Today	21
	UrCosme	13
	痞客邦	2
	Mobile01	1
修容	Dcard	2,420
	LINE Today	295
	Mobile01	80
	Meteor	35
	UrCosme	10

從美妝版偷偷觀察市場偏好

批踢踢上美妝版(MakeUp)、美容市場版(BeautyMarket)、美保版(BeautySalon)、代買版(HelpBuy)都有美妝討論，其中美妝版討論聲量最高，美妝版有許多閒聊的貼文，網友會詢問各種款式或喜好，是收集市場偏好的一個重要來源，如:[閒聊] 喜歡的化妝品味道、[閒聊] 大家的 Cezanne 愛用品。

唇彩項目批踢踢概況

項目	批踢踢板塊名稱	討論聲量
唇膏	MakeUp	4,920
	BeautySalon	1,023
	HelpBuy	636
	BeautyMarket	492
	Brand	304
口紅	Gossiping	1,789
	MakeUp	1,592
	Stock	765
	KoreaDrama	611
	HatePolitics	415
唇蜜	BeautyMarket	617
	MakeUp	255
	C_Chat	162
	HelpBuy	118
	BeautySalon	66
修容	MakeUp	1,034
	Gossiping	229
	WomenTalk	229
	HelpBuy	111
	BuyTogether	107

綜論

本期將唇彩分為四大類，整體討論聲量主要來自臉書與批踢踢，從文字雲可以歸納出四大熱門 PO 文，分別為產品、通路、優惠及效果。

四月份以日系討論較熱門，韓系風格則容易受當紅韓劇影響，須留意相關影視動向。在通路方面口紅以開架討論度高，其他則是專櫃為主。

接著根據年齡分析，發現唇彩的討論族群非常年輕，10-30 歲佔比高，最後從社群平台分析中可以發現，唇彩還是以 KOL 為討論核心，批踢踢則有許多網友會在上面討論款式、風格，是收集市場偏好的好地方，應該多加善用。