

社群大數據在公共治理的應用

意藍資訊 蕭玉中Vic
2021.05.05

Agenda

- 01-社群對公共治理的重要性
- 02-社群大數據原理及方法
- 03-應用案例分享

01.

社群對公共治理的重要性

社群分析應用於公共領域

- 2008、2012 美國總統接連使用社群分析，準確預測選舉結果，開啟 Public Opinion 輿情分析及民意探索的新方法
- 美國政府自2009年起運用社群數據，警示犯罪及恐怖活動，並聆聽社群意見，鼓勵大眾參與討論各項

AUGUST 15, 2012



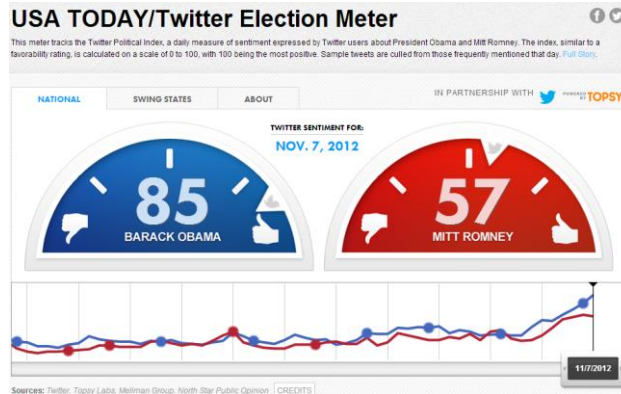
How the Presidential Candidates Use the Web and Social Media

Obama Leads but Neither Candidate Engages in Much Dialogue with Voters

If presidential campaigns are in part contests over which candidate masters changing communications technology, Barack Obama on the eve of the conventions holds a substantial lead over challenger Mitt Romney.

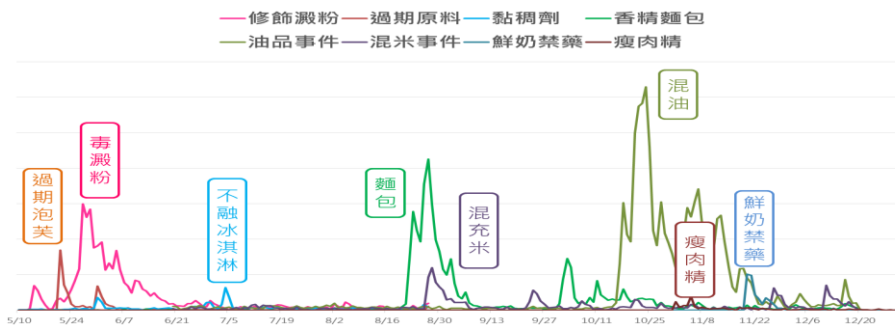


New index determines enthusiasm levels for President Obama and Mitt Romney based on an average 2 million tweets a week that mention the candidates.



台灣2013~2014年藉由網路串連， 風起雲湧的社會運動

- 苗栗大埔土地徵收事件
- 洪仲丘事件
- 食安事件，引發拒買活動
- 318佔領立法院



2013年食安事件



2014年食安事件

社群的影響力飛速成長

□ 鄉民聲音成主流，超越傳統媒體

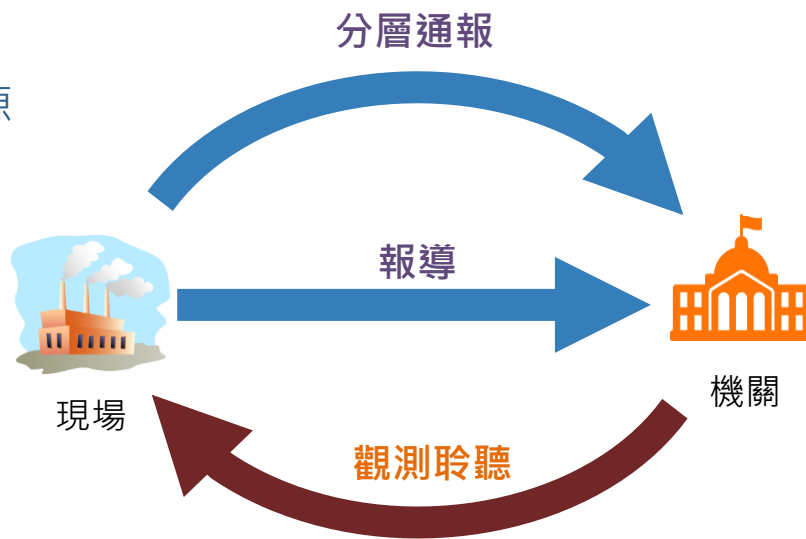
- 9成以上 民眾以網路/手機為主要訊息來源

□ 社群擴散的速度更快，層面更廣

- 以分鐘計算，與傳統媒體交互影響

□ 民眾在網路上更容易表達意見

- 傳統溝通/調查管道收集意見量反而變少



公部門已快速擁抱社群-去年 facebook 高成長領域

- 臉書前 500 大頻道以媒體、網紅與品牌佔最多；但政府類型頻道有較高成長
- 2019年 161萬則回應 → 2020年 430萬則回應 (年增2.67倍)

發文量最多	
1	衛生福利部
2	樂遊桃園
3	行政院農業委員會
4	疾病管制署 - 1922防疫達人
5	北區國稅局
6	文化部
7	苗栗好青年-勞工及青年服務讚
8	高雄一百
9	中區國稅局 稅務e吉棒
10	國民健康署

發文量進步最多	
1	高雄一百
2	參山國家風景區粉絲專頁
3	勞工保險局
4	Taipei Zoo 臺北市立動物園
5	南投縣政府
6	疾病管制署 - 1922防疫達人
7	國民健康署
8	新北消防發爾麵
9	花東縱谷國家風景區管理處
10	內政部

回應比最高	
1	海巡署長室 Coast Guard
2	北區國稅局
3	國道公路警察局
4	財政部國庫署 · 財政我最庫
5	TCPB 局長室
6	勞工保險局
7	國防部發言人
8	金管會
9	內政部
10	外交部

* 從超過380個政府組織之粉絲團中，總聲量連續二季都在前50名者，進行比較分析

* 指單則貼文有多少回應；第1名平均為1326，第10名平均為106

02.

社群大數據原理及方法

大量、即時取得調查內容

- ◆ 社群大數據可傾聽民眾直接的聲音，全面了解大眾看法

	社群大數據	傳統調查
原理	非介入式的內容分析法 智慧語意技術，大數據下直接觀察母體 兼具有傳播特性 (螺旋上升)	設計問卷後抽樣調查 存在抽樣及干擾誤差
準確性	高	高 *
時效性	資料速度快、時效高，可連續追蹤比較	低
資料量	龐大	1068份樣本
觀點形成	意見可深入分析	量化成選項
應用領域	廣，有數據內容即可	廣

社群大數據處理流程 + 人工智慧技術

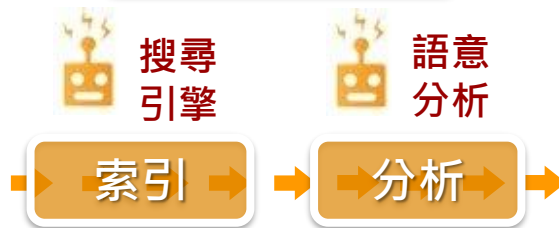
Listening

Analyzing

Engaging



- 自動摘要分析
- 熱門議題分析
- 競爭風暴圖
- 意見觀點分析
- 正負情緒分析
- 關鍵字詞擷取
- 時間趨勢與分布

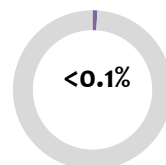
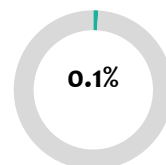
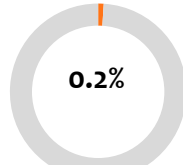
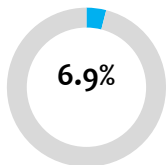
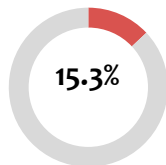
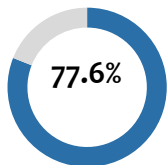


匯整多樣性的社群管道

涵蓋超過97,000個頻道，每日輿情資料收錄300萬筆

*下表僅列出部分網站

社群網站	討論區	新聞網站	評論	部落格	問答網站
45,000+	10,000+	5,000+	33,000+	1,000+	269+
Facebook Instagram Youtube TikTok Plurk Twitter	Ptt 校園聊天- Dcard Mobile01 伊莉討論區 巴哈姆特哈拉區	Line Today NOWnews 風傳媒 東森新聞 TVBS新聞 中央社	Google地點評論 Yelp App Store Google Play Store Apple Podcast	痞客邦 Medium Blogger UDN Blog	Yahoo! 奇摩知 識+



台灣社群輿情聲量分布(2020年)

成熟的語意技術處理複雜的文本資料

可判斷文章內容的人事時
地物等個人資訊

姓名	楊鉸堤
組織名	家樂福
地址(點)	台北市忠孝東路四段
銀行帳戶	086537325682
身分證號	E122714698
車牌	3208-AB
EMAIL	andy86@gmail.com
日期	2015年5月12日
金額	新台幣300元

透過機器學習，判斷特殊
領域語意內容

犯罪用詞：

事件(刑)	行車不慎、毆打、踹開、 詐騙、遭竊、攻擊、催討
物品(刑)	海洛英、古柯鹼、空彈殼、 狗鍊、金飾、壓制器

災害用詞：

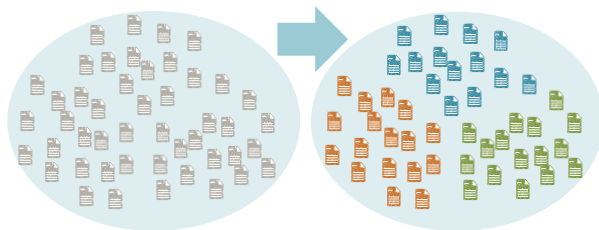
災害類	落石、餘震、狂搖等
水災類	大雨、淹水、大浪等
風災類	大風、吹倒、焚風等
交通類	停駛、封閉、誤點等

自動將口碑內容進行分類
及分群

文本自動分類(可自行訓練)：



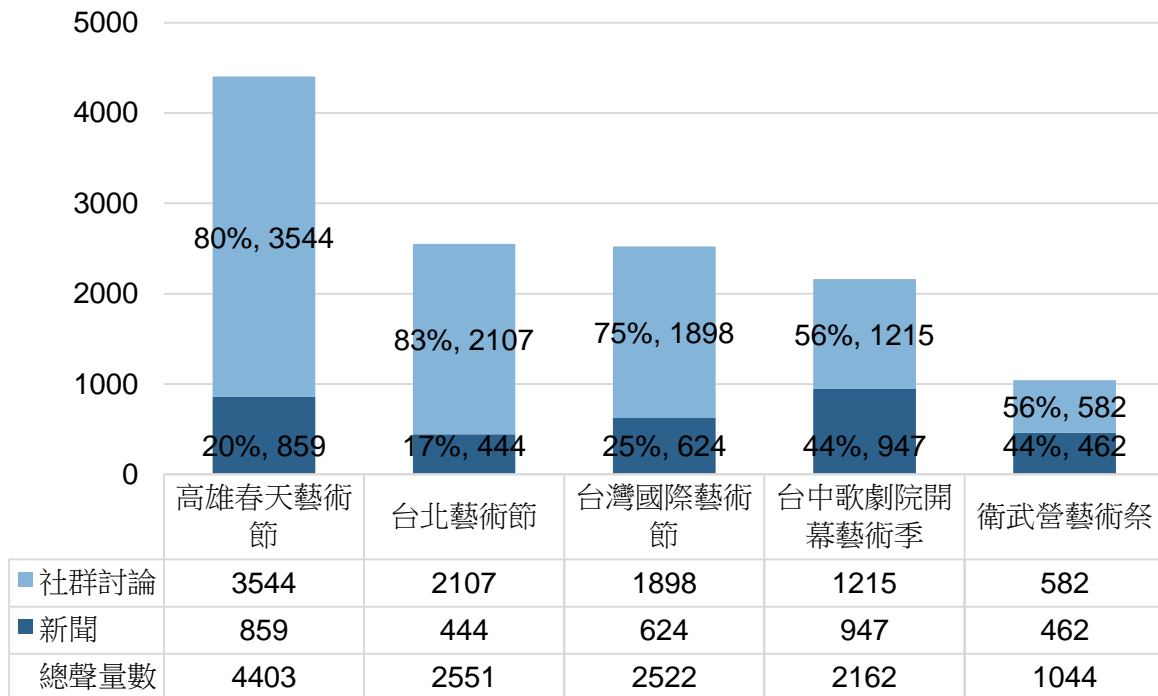
文本自動分群：



社群大數據在公部門的應用

政策/活動行銷成效分析

聲量數

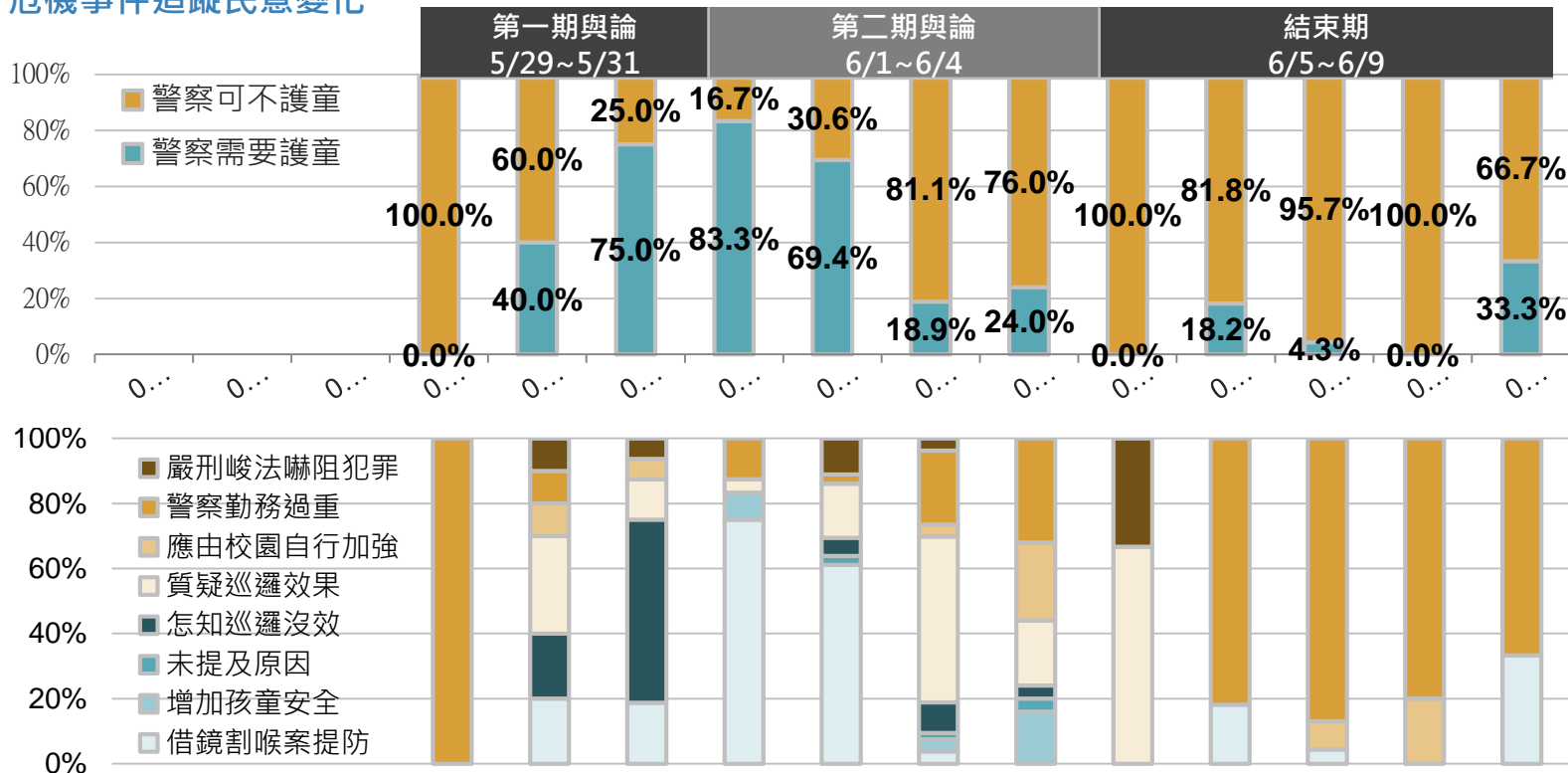


春天藝術節與台北藝術節社群討論佔比高，台中歌劇院開幕藝術季則在新聞投放上較多

- 春天藝術節總聲量居冠，台中歌劇院開幕藝術季和衛武營藝術祭的新聞比例最高，而**台北藝術節則是社群討論比例最高**。
- 台中歌劇院開幕藝術季的相關新聞除了節目宣傳外，亦有試營運、捐贈文化部的相關報導；衛武營藝術祭新聞內容大部分是節目宣傳，其中較為熱門的活動宣傳則是音樂劇《新社員》。

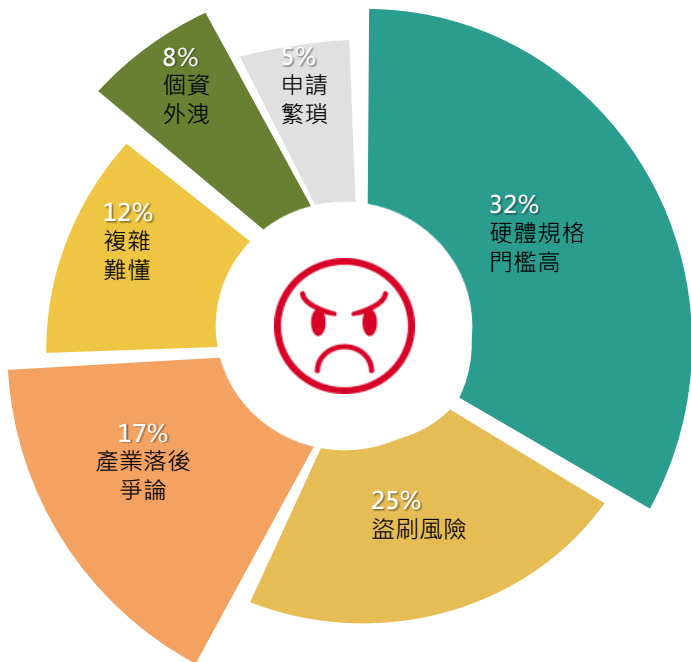
社群大數據在公部門的應用

危機事件追蹤民意變化



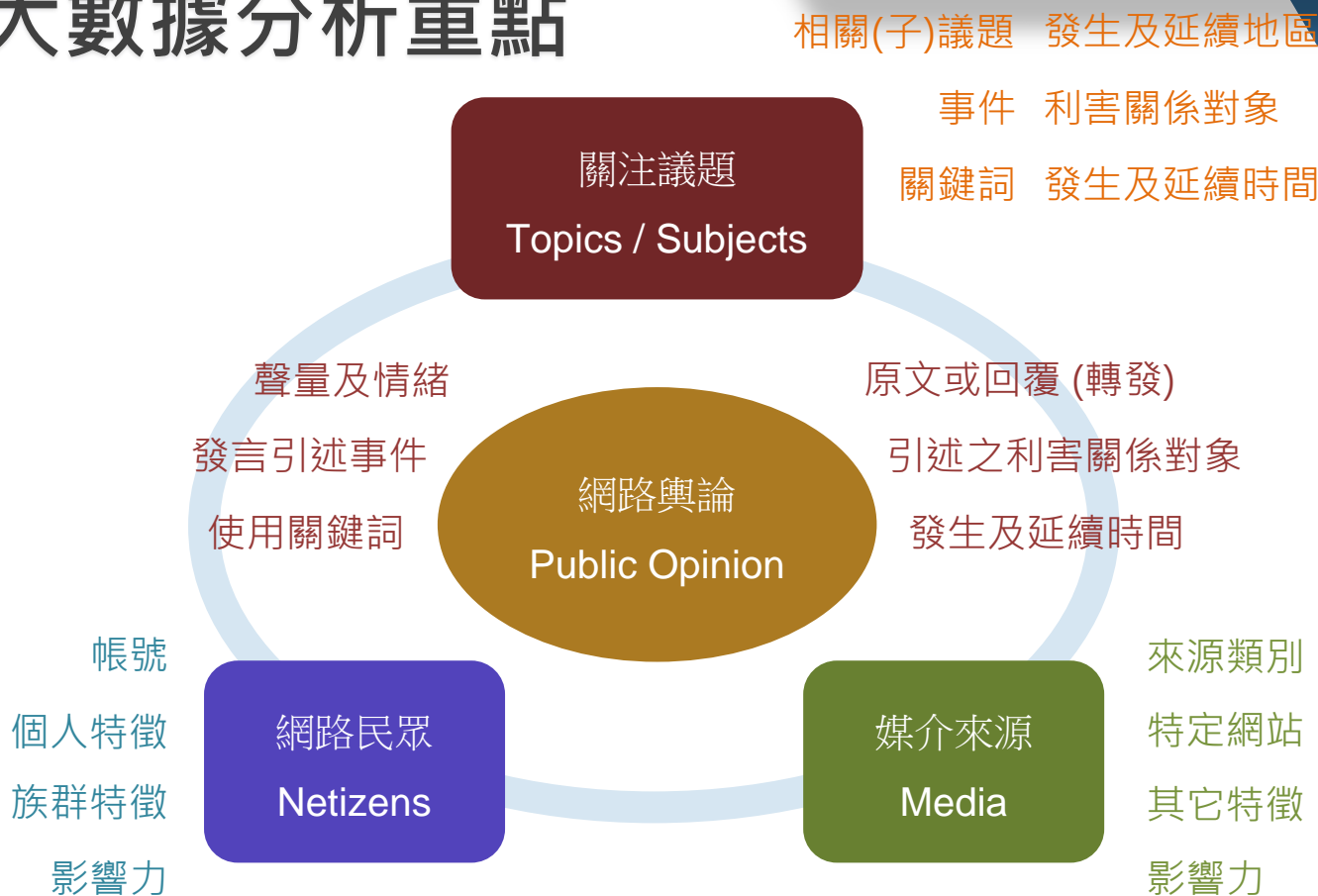
社群大數據在公部門的應用

政策推動民眾意見蒐集及研究



	一類別	網友節錄
1	硬體規格	「換sim卡的...有些人會嫌麻煩不想弄,抑或是像我用iOS系統為主,根本也不支援NFC.App綁定式的...」
2	盜刷風險	「被盜刷總是很麻煩,所以我從不在手機設定信用卡,也不開放電信的小額支付,避免人在家中坐,禍從天上來」
3	產業落後爭論	「當初第三方支付設立時,台灣以不符合金管會規定禁止.結果現在日本、中國都在使用,台灣發現自己落後時已來不急了」
4	複雜難懂	「講這麼久了還是讓人搞不懂,是要換新手機、Sim卡?還是信用卡?」
5	個資保護	「不太能理解為何非得要能手機支付才叫進步?晶片身分證跟健保卡大家都吵隱私,綁定一堆個資的手機支付反而大家都轉彎歌功頌德起來,這是什麼情形?」
6	申請繁瑣	「都西元2016年了,還搞得臨櫃辦理是怎樣0分。卡片都得重新辦理就算了,卡片餘額還得去退費然後怎樣的,就算真的是閒到有那美國時間,也是懶得去弄一大堆有的沒的啦。」

社群大數據分析重點



社群輿情八大分析指標

■ 透過多重指標，全面掌握輿情趨勢及影響脈絡

量化指標	代表意義
聲量	關注度
正負評比	好感度
頻道數	廣度
回應比	擴散動能

質化指標	代表意義
作者	意見領袖
議題	擴散議題
關鍵字	內容重點
族群	族群樣貌

03.

應用案例分享

議題事件分析

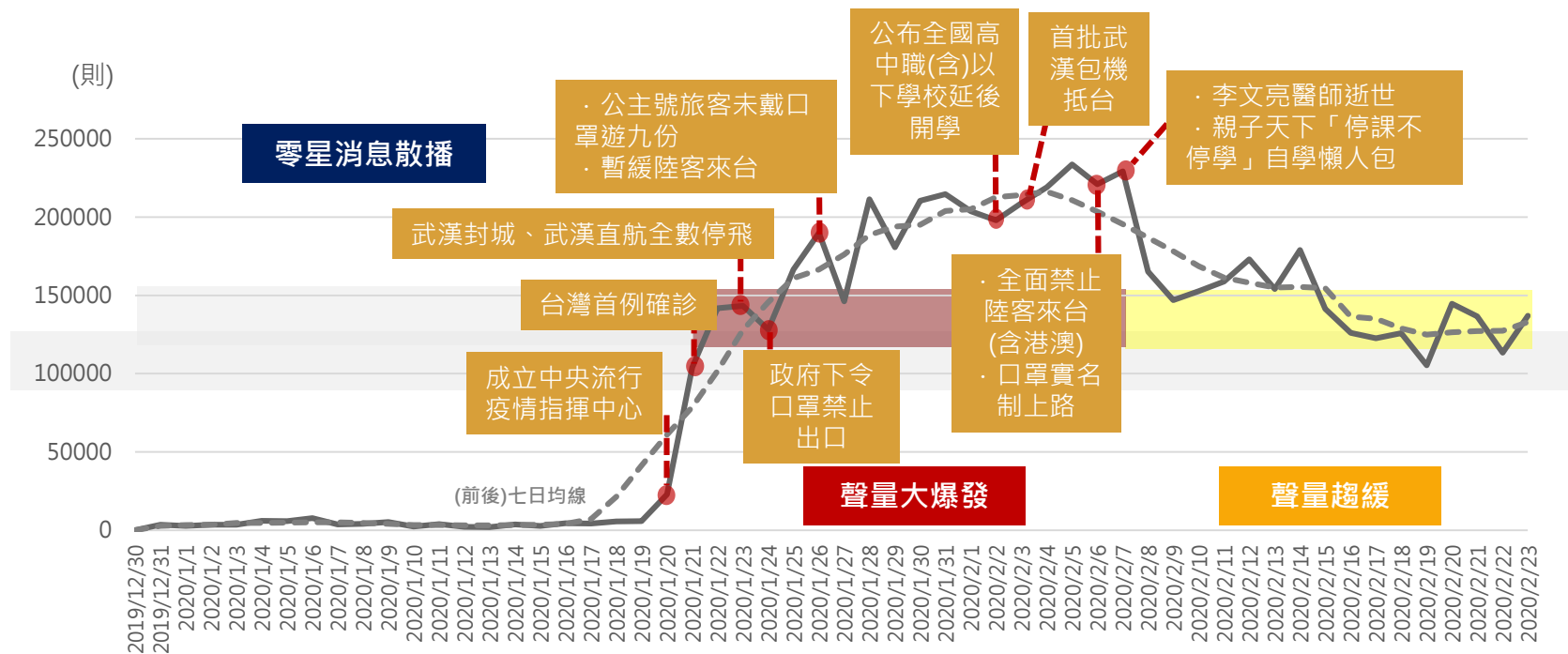
新型冠狀病毒 開學議題分析

分析時間：2020 年 2 月 1 日至 2020 年 2 月 18 日

分析來源：新聞、社群網站、討論區、部落格、問答網站、地圖評論



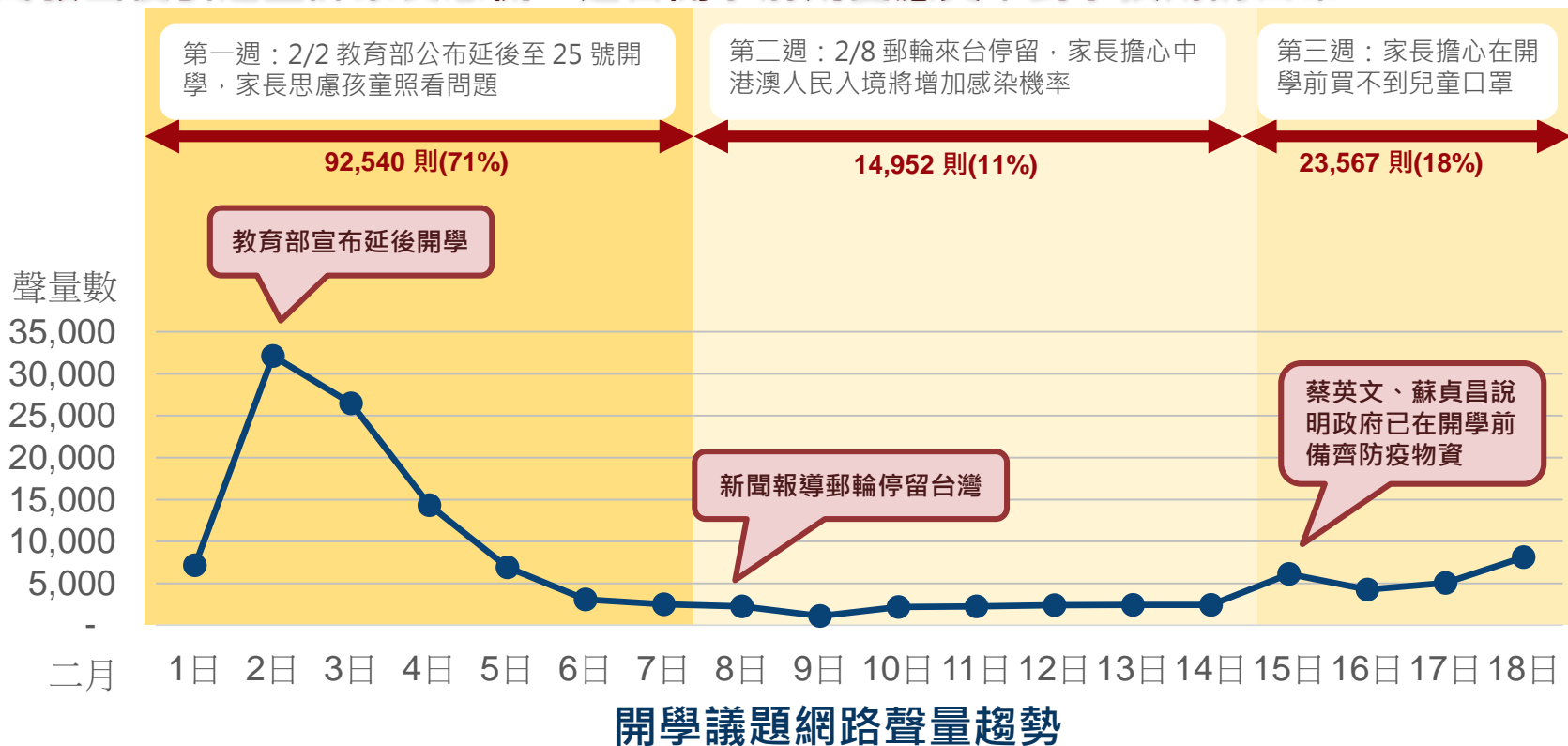
新冠肺炎聲量分析



▲ 新冠肺炎疫情消息聲量走勢圖

討論開學議題的時間走勢

宣布延後開學使家長討論起「孩童無人照看」問題，郵輪停靠台灣的新聞發出後引起些許家長恐慌，近日開學前則憂慮買不到小孩用的口罩



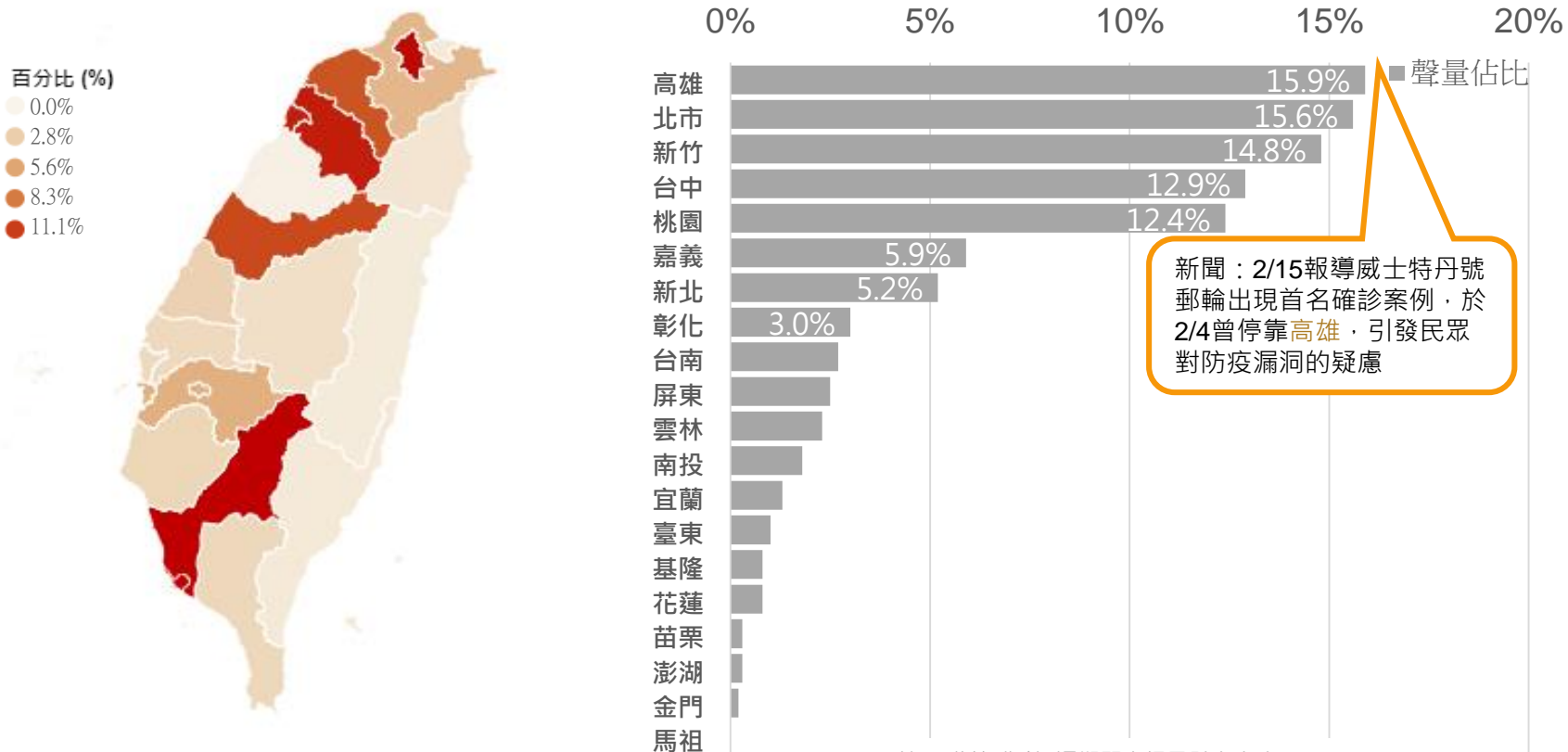
即將開學之際，民眾的討論有哪些面向？

群聚感染風險，家長希望向孩童宣導正確衛生習慣、加強消毒工作，並監督營養午餐

家長的期望與建議	排名	面向	聲量	占比	家長的疑慮與疑惑
一個類似勤洗手但比勤洗手更重要的事:勤剪指甲...建議教育部在2/25日開學，通令全國所有中小學，老師每天檢查小朋友指甲有沒有剪	1	戴口罩	9,261	51.1 %	14天的潛伏期過後，大家都安全一點，萬一孩子又傳給其他孩子，然後又帶菌回家，再家庭群聚感染，再由不同的孩子帶去班上
• 一切都只在意學校方面，各大小的安親班卻要自己想辦法買酒精漂白水	2	勤洗手	683	3.8 %	• 看到一群家長，呼籲再延後開學 • 真是擔心！是否需要再延後
• 學校都供應營養午餐也很怕衛生問題 • 把關營養午餐供餐單位疫情防治準備 • 一包餅乾好幾個人一起吃 怕開學後疫情擴散快速	3	害怕群聚感染	524	2.9 %	• 系統不知道稱不稱的住全校遠距教學 • 首例死亡出現！2/25開學，是否跟教育部討論是否真的適合開學？考慮線上教學？
• 小孩抵抗力比較差，校園要加強消毒 • 所以學校不需消毒就算準備好了？	4	缺酒精	442	2.4 %	學生上學須要搭校車，屬於密閉空間，到時候會不會有傳染的可能
• 希望學校正確宣導新冠肺炎 • 可否透過目前「防疫大作戰」影片加強宣導[校園篇]	5	希望再延後開學	430	2.4 %	中、港、澳學生回來上課先隔離14天，這幾天會有人進來，各校有為交換生做好隔離兩週的動作，而且切實檢查嗎？這沒有做好，又是一個防疫漏洞
	6	飲食衛生	376	2.1 %	• 原來如此，我也誤會以為開學學校會發 • 我也被誤導了，以為每個學生都會發放口罩
	7	消毒	191	1.1 %	
	8	線上教學	171	0.9 %	
	9	交通防疫安全	118	0.7 %	
	10	防疫漏洞	89	0.5 %	
	11	宣導	55	0.3 %	
	12	資訊正確性	29	0.2 %	

即將開學之際，[全台]各縣市討論熱度

網友討論時提及之縣市，高雄最多，其次較集中於北部，中部則是台中較多



註：[佔比]為第3週期間有提及縣市之資料，(該縣市聲量/總提及縣市總聲量)

台北市輿情討論內容

網友除了口罩討論外，也擔心防疫漏洞以及遠端教學缺乏具體可行、配套等問題

標題	內容摘要	來源網站
鴻海也跳下來做口罩啦~而小朋友們也即將開學了·需要口罩的補好補滿R	有3個港人留假資料且被要求自主隔離居家檢疫卻還在四處趴趴走·雖然已被北市警方抓到並各罰7萬元·但治亂世用重典...	FB 粉絲團 > 信傳媒
【阿北談時事】疫情到什麼時候? 柯文哲: 專業意見是六個月	你要不要打聽一下北市府到目前為止因應疫情所作的政策?? Ok,我相信你也沒興趣·至少光是今天就公佈了補助800萬協助弱勢學童在延後開學期間的餐費·讓同學不會餓肚子·...這就是柯市長培養的市政團隊·確確實實在幫助這個國家·幫助弱勢·	Youtube > eTV行動傳媒
【#Live】中小學開學後防疫措施教育部出面說明	...台北市的公立小學健康中心都有準備·平常孩子在學校打噴涕咳嗽或有發燒馬上請小朋友做防護措施	FB 粉絲團 > 中時電子報
再過十天·各級學校將會陸續開學·同學們整理書包的同時·政府的防疫物資也準備好了!	剛剛經過台北車站大廳·一如往常·席地坐滿了印尼籍幫傭·感覺這可能是防疫工作的最大漏洞·過年到現在·幾乎是在醫院過的·看見病房一半以上的看護都是印尼裔的·	FB 粉絲團 > 蔡英文
【口罩產能升、配送增!】口罩產能穩定提升·高中(含)以下學校也即將開學	中山堂那邊的飯店都客滿 警察必須去清查防疫	FB 粉絲團 > 蘇巧慧
遠距教學!!	其實學校也是無辜·誰希望發生疫情呢?但既然發生了·就要盡力想方設法·這種公告·是好意·這一點相信沒人會懷疑·但如果只有這種公告·而缺乏具體可行、可推廣的配套·原本的好意就會變質為推卸責任、轉嫁壓力...	Dcard > 政治大學
武漢肺炎疫情持續·也讓國人同胞購買口罩的需求大大提升·從過年到現在·感謝口罩製造	...外面也買不到·網路甚至哄抬到一個口罩10到20元不等(甚至更高...)·2月底後小朋友陸續要開學了·請問政府我該怎麼辦???	FB 粉絲團 > 經濟部
【2/25高中以下學校開學指揮中心說明LIVE】2/25高中已下學校開學	我在台北北投大人和小孩都有買到口罩·出去走走·也隨便買到酒精~要走出去~	FB 粉絲團 > TVBS 新聞

03.


應用案例分享

政策回饋意見蒐集及分析



禁用塑膠吸管政策 民眾意向分析報告

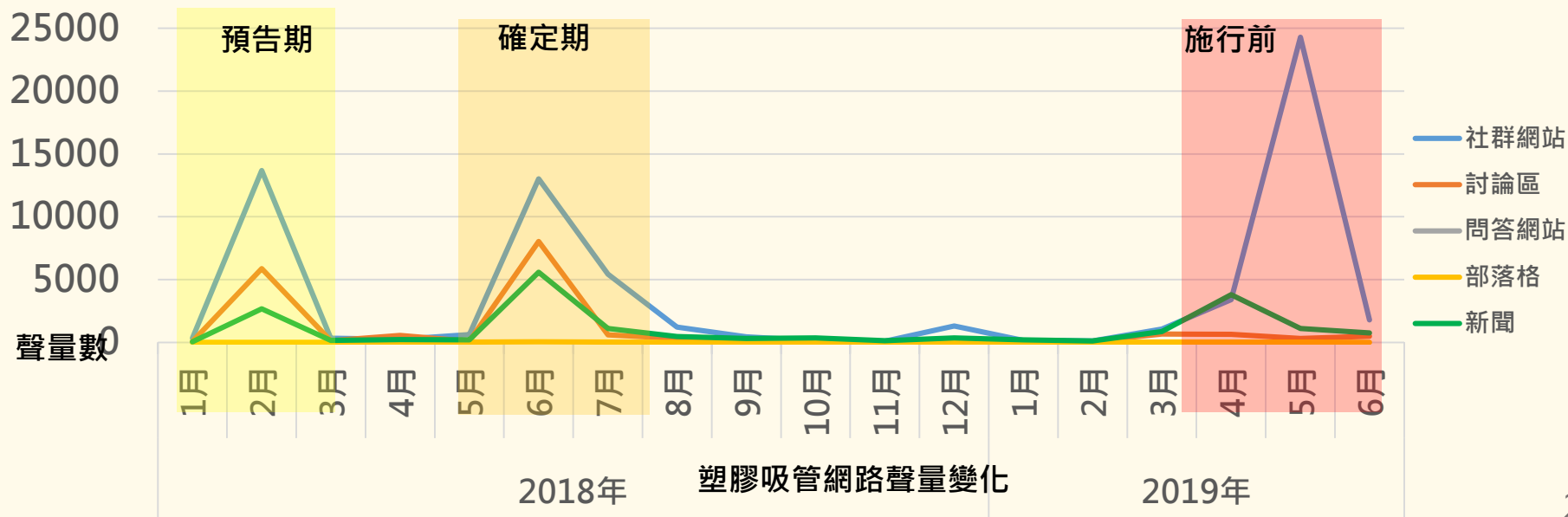
關鍵字：塑膠吸管；資料來源：全來源；
觀測時間：2018.1.1-2019.6.17



政策推動三階段

從禁用塑膠吸管政策預告到施行前，有三波討論高峰

為了能夠更加了解禁用塑膠吸管議題在不同時期的討論情形，以2018年元月手搖飲料店不再提供免費塑膠袋開始觀察，而第一波的聲量高峰發生於政府2018年二月預告將禁用塑膠吸管時。2018年六月政府宣布將於隔年7月開始施行禁用塑膠吸管政策，是為第二波聲量高峰。2019年四月開始各店家開始推出相關因應策略，相關討論進一步帶動聲量第三波高峰。

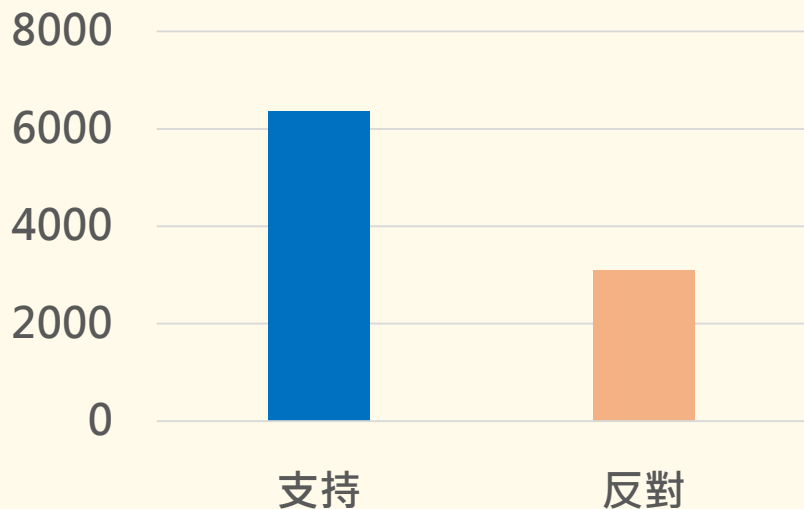


禁用政策支持立場

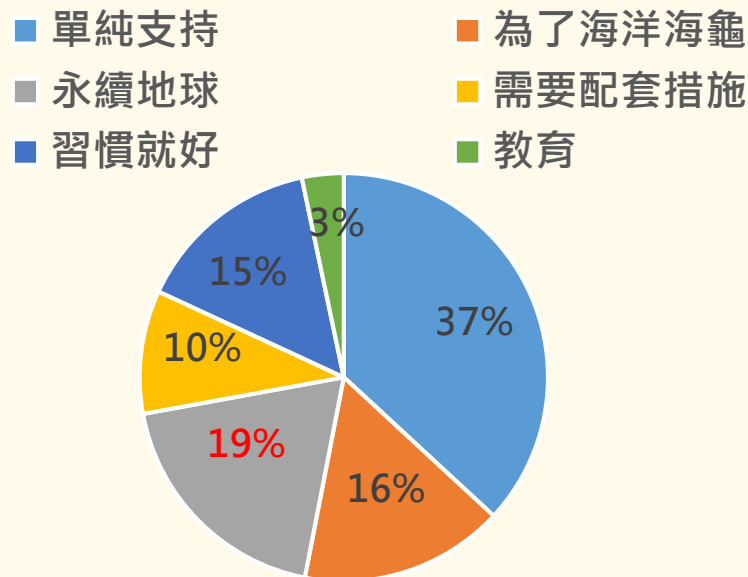
若目的是為了地球永續以及海洋生態，只要改變一下習慣，是願意支持的

在選取關於政策討論相關的非新聞主文的話題後，將話題依據正反立場分類得到下列圖表。整體來看，正面立場的聲量約為反對立場的2倍，其中支持立場的佔比中，以單純表達支持的比例最高，佔37%，第二高則為永續地球相關言論，佔19%。另外有10%雖然認同政策，但是認為需要有更多的配套措施。

正反立場



正面立場

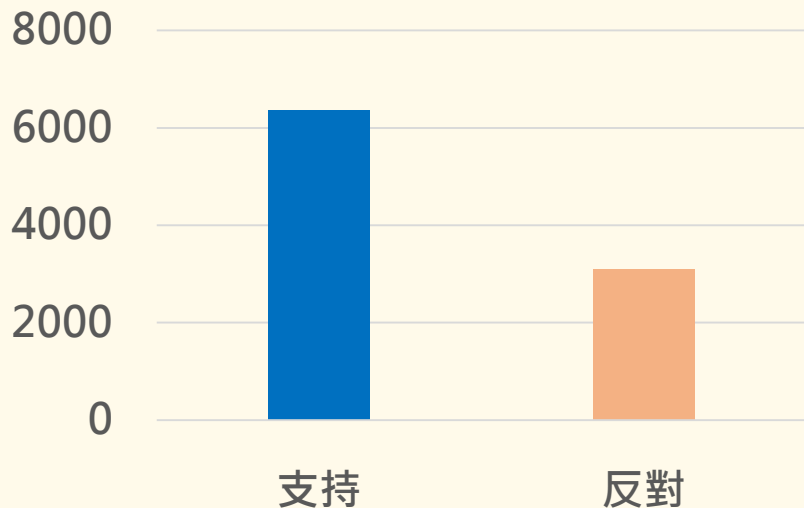


禁用政策反對立場

反對方認為禁用塑膠吸管無法達到有效減塑的目標，是治標不治本的作法

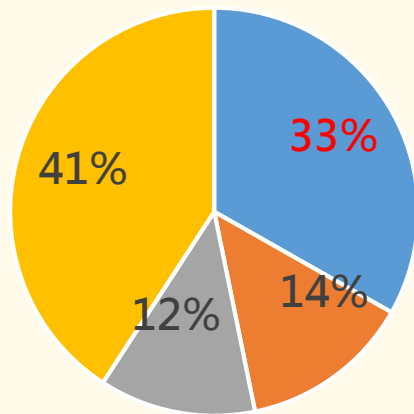
反面意見中可以發現，除了單純謾罵政策的反對方佔41%外，反對方大都對於政策方向不佳，治標不治本的禁用政策表達不滿，認為禁用塑膠吸管對於環境保護影響不是最重大的，禁用塑膠吸管對環境保護效果不彰外，還是一個擾民的政策。也有14%的人認為該政策有圖利製造環保吸管廠商的疑慮。

正反立場



反面立場

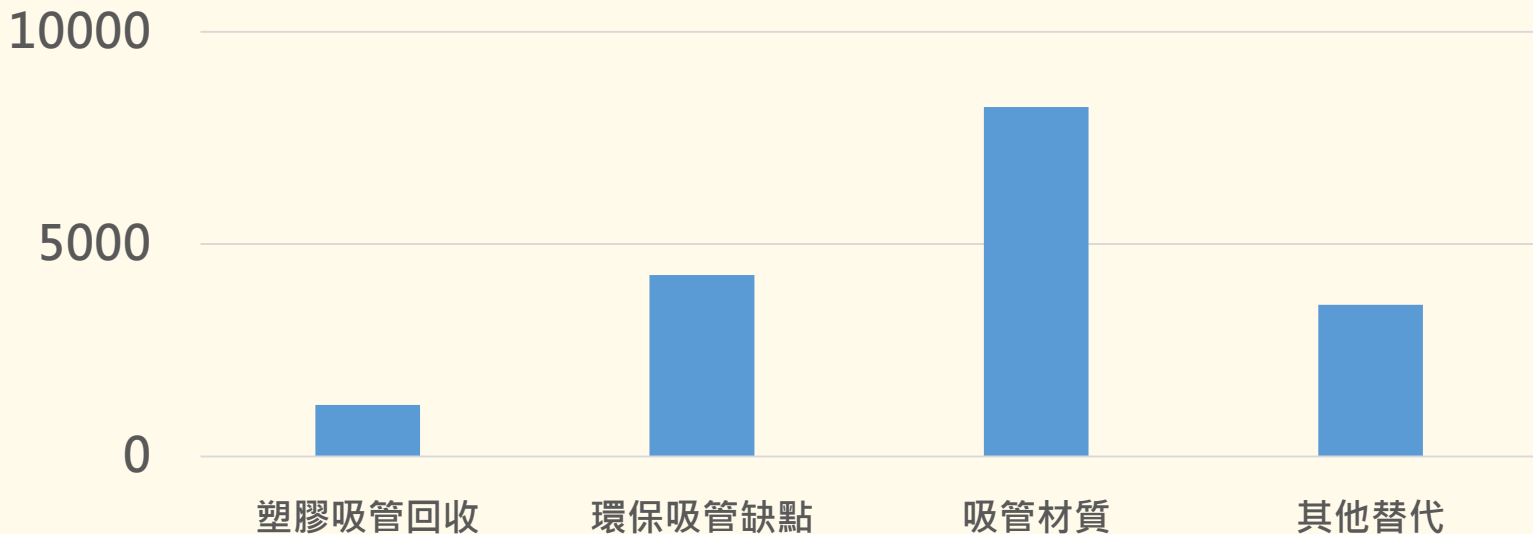
- 政策方向不佳
- 圖利廠商
- 漲價
- 單純反對



禁用政策其他討論

以談論吸管材質的話題最高，其次是環保吸管相關的缺點，塑膠吸管回收利用議題也有被討論。

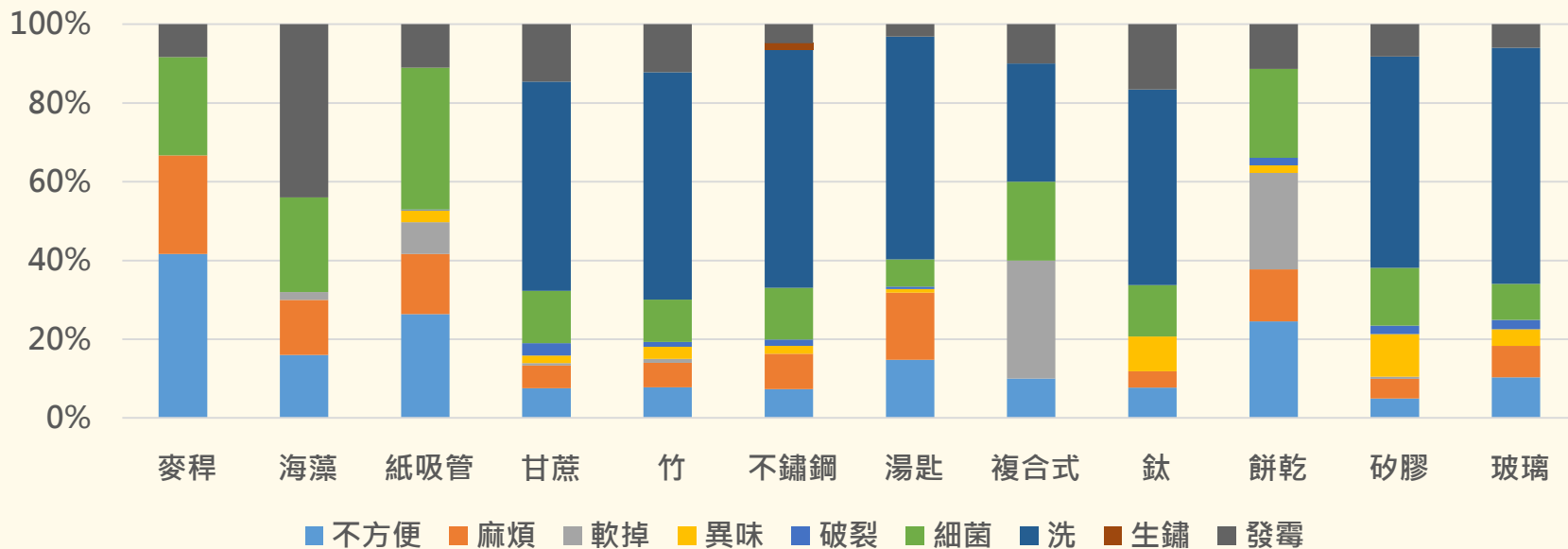
除了對禁用吸管政策的支持反對立場外，關於相關替代方案也普遍被網友討論，其中替代吸管的材質被提及最多，再來則是環保吸管衍生的缺點討論，其次還有其他不用店家吸管的替代方案，如自備吸管、不封膜、撕開封膜引用、就口喝等。最後，塑膠吸管的可否回收，以及回收率的問題也有被討論。



不同吸管的問題

不鏽鋼、玻璃、竹子吸管等重複使用吸管，清洗、攜帶、細菌是問題。

在此我們針對吸管材質討論度最高的不鏽鋼吸管來看，其最主要的問題為清洗不便的問題，並且擔心造成細菌孳生的問題。湯匙則與清洗、攜帶麻煩不方便有關。玻璃吸管主要也是清洗問題，然後是攜帶不方便的抱怨。紙吸管部分，則網友擔心存放問題導致細菌孳生、以及在使用上會軟掉等不方便的現象。竹子吸管也存在清洗的問題，並且相當擔心發霉的問題。綜觀聲量前幾名吸管的問題，最主要還是清洗、攜帶、還有器具維護整潔的問題。



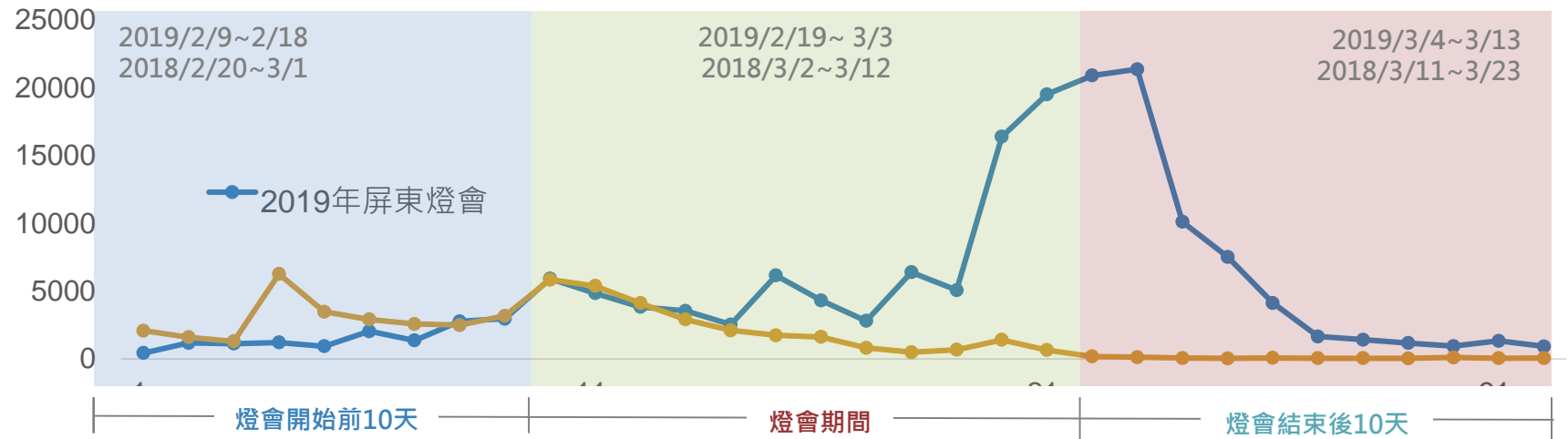
03.

應用案例分享

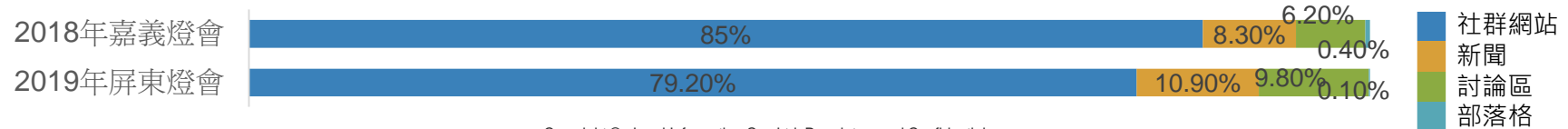
活動成效分析

2019屏東燈會活動前中後期聲量趨勢概覽

屏東燈會後期聲量、擴散等數據皆高於嘉義燈會，且於結束後延燒較長時間

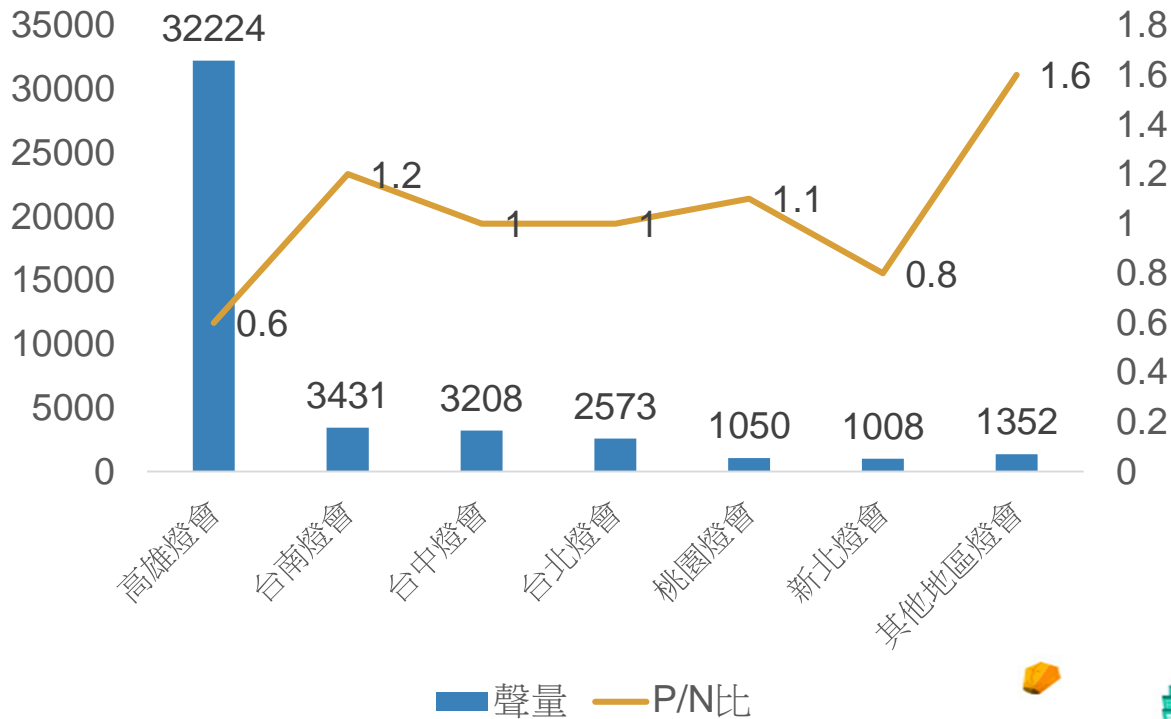
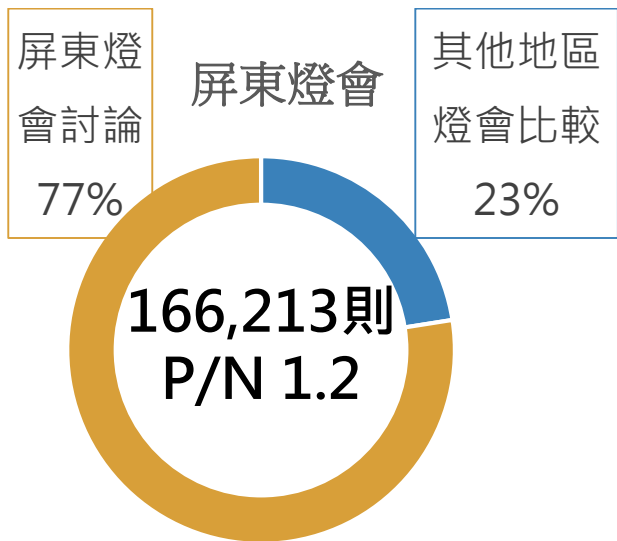


	燈會開始前10天				燈會期間				燈會結束後10天			
	總聲量數	頻道擴散	作者數	S/N比	總聲量數	頻道擴散	作者數	S/N比	總聲量數	頻道擴散	作者數	S/N比
2019年屏東燈會	28,730	1,110	8,312	7.27	87,690	1,250	28,355	19.51	49,105	994	19,812	17.59
2018年嘉義燈會	31,821	988	3,584	16.55	21,346	923	3,092	14.24	1,446	286	423	3.53



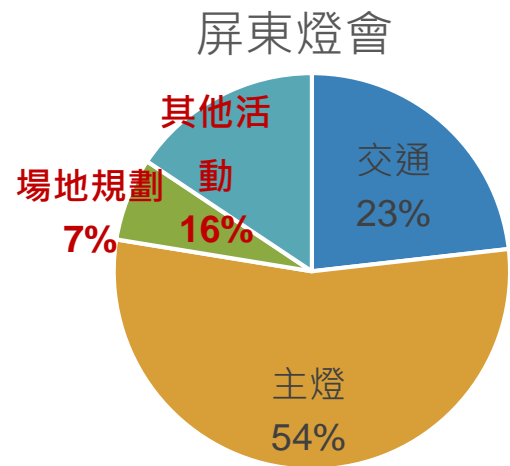
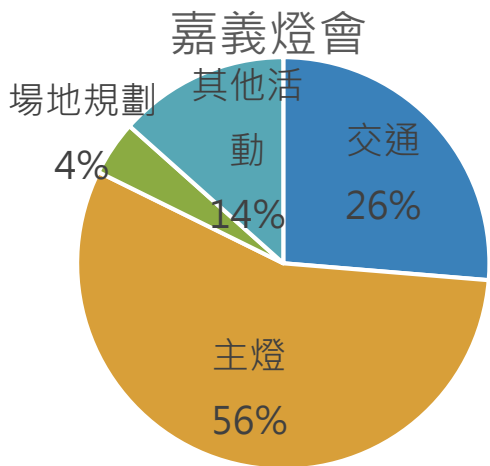
其他燈節聲量佔比及好感度分析

屏東燈會較常與高雄、台南、台北一同提及，其中以高雄好感較低、台南較高



2019屏東燈會網友討論面向佔比及討論趨勢

屏東燈會初期以景點美食較受民眾關注，後期轉變為交通、活動及場地規劃

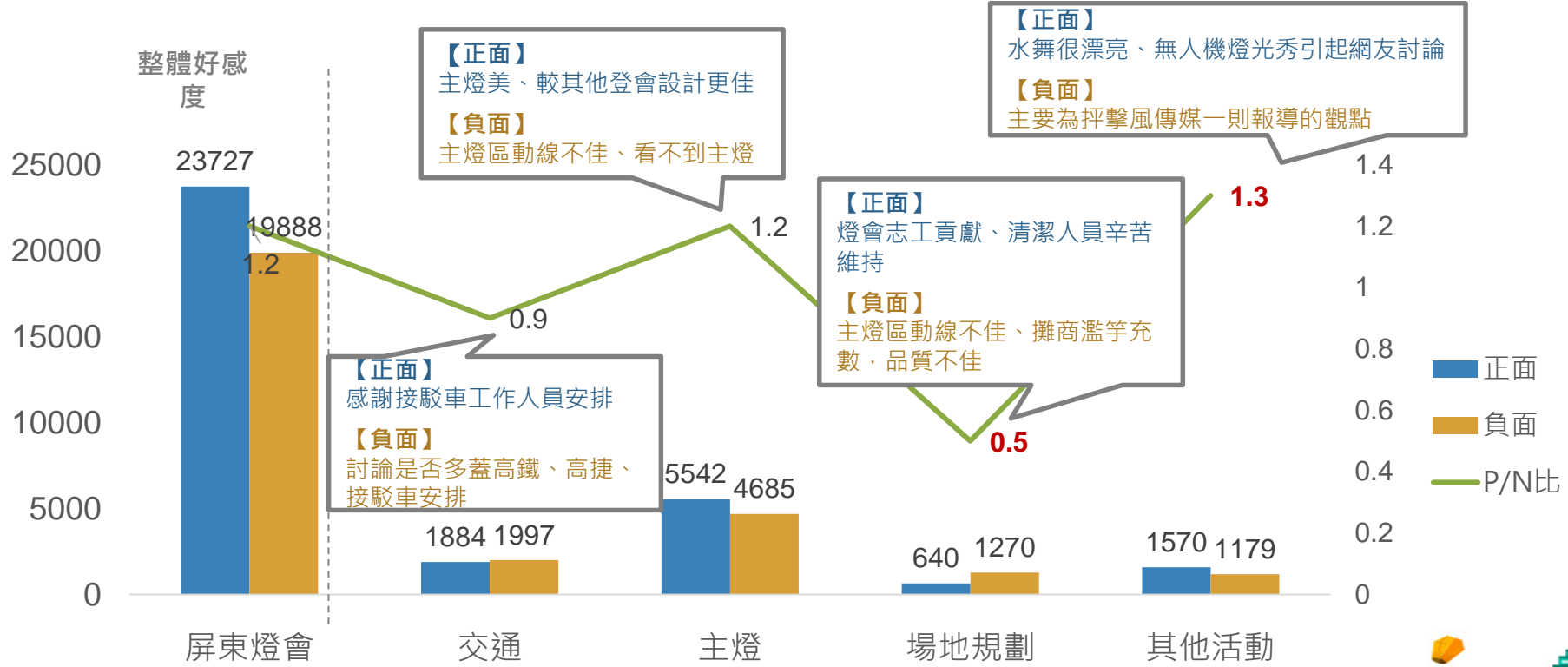


占比排名	活動開始前 (2019/2/9~2/18)	活動期間 (2019/2/19~3/3)	活動結束後 (2019/3/4~3/13)
1	灣燈	人潮	遊客
2	景點	接駁車	無人機
3	美食	遊客	月津



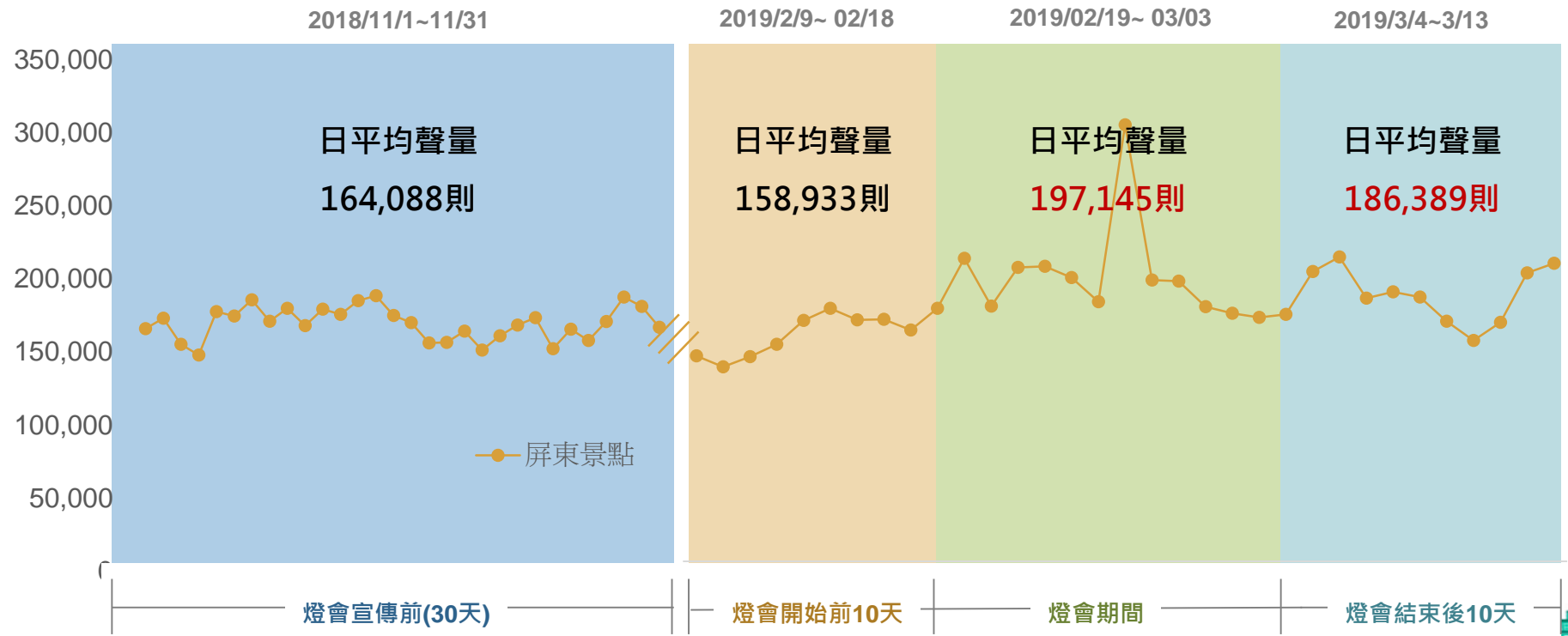
2019屏東燈會網友討論面向好感度分析

屏東燈會整體好感度為1.2，負面較高之面向主要為交通及場地規劃



2019屏東燈會活動前中後期-屏東旅遊聲量趨勢概覽

燈會期間屏東旅遊日平均聲量較宣傳前高20%，成功帶動屏東旅遊討論



03.

應用案例分享

進階應用

防治及因應假訊息危害 -以關西機場颱風事件為例

■ 防治假訊息危害的策略與目標



識假

- 該優先處理哪個假訊息？



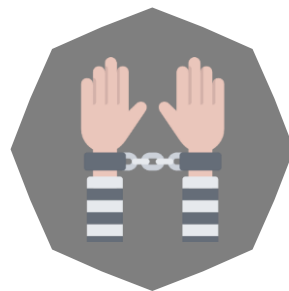
破假

- 假訊息從何時開始散佈？
- 假訊息來自哪裡？



抑假

- 要針對什麼內容進行回應？
- 我們的回應是否有效果？



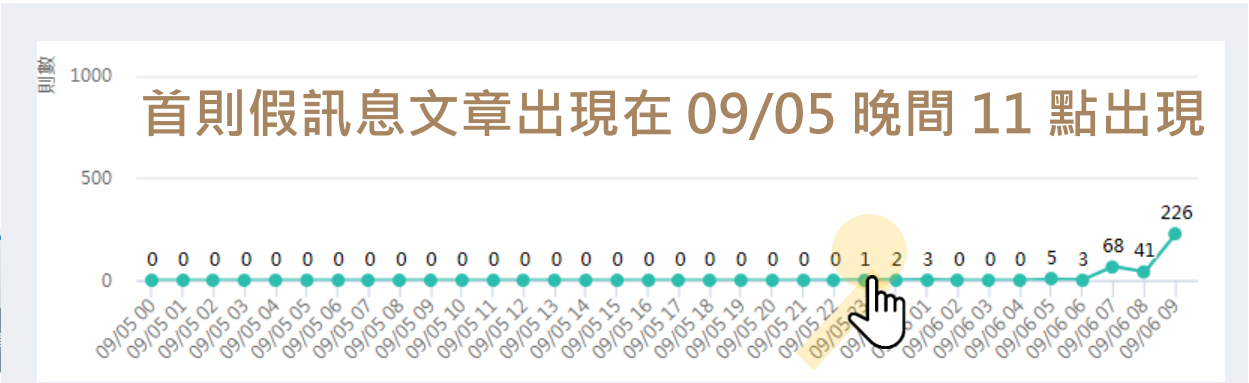
懲假

- 誰是散佈假訊息的源頭？



破假：假訊息最開始發生的時間點為何？

源頭來自 mobile01 的新聞與時事(生活娛樂)，引起超過兩萬五千次點閱觀看



點選圖示，查詢假訊息來自何處

文章列表

排序 **日期** 相關度 熱門度 正評

編輯

1. 淹成這樣，沒想到，中國領事館來接人了！台灣同胞問.....

[主文] 日本大阪 **關西機場** 被淹成孤島後，上演了一出 **中國** 故事。受颱風“飛燕”影響，日本大阪關西國際機場自昨天（9月4日）下午3時起關閉，近3000名旅客被困，其中 **中國** 旅客750餘人。日方派出輪渡和 **巴士** 運送旅客，但運力有限，機場仍有大批旅客滯留。一位被困遊客告訴觀察者網，昨夜機場大面積停電，少數地方有一點點燈光。機場發放了基本的礦泉水、餅乾、可以鋪在地上的紙箱。但就在今天下午，微博朋友圈陸續傳來消息：**中國** 領事館...

共 49 則回文 皇民末日 2018-09-05 23:55:00 共 25,674 次點閱 共 0 次分享 情緒：😐 中立

mobile01 > 新聞與時事(生活娛樂) 討論串檢視 加入文章追蹤 加入作者追蹤 移除



懲假：有哪些網友需要特別注意？

網友 GuRuGuRu 分享自己撤離的過程 引起大量網友關注

關鍵領袖

編輯作者

統計274位作者



批踢踢實業坊 > 精華區^{beta} Japan_Travel 聯絡資訊 關於我們

作者 GuRuGuRu (GuRuGuRu) 看板 Japan_Travel
 標題 Re: [新聞] 中使館派車接關西機場陸客，要台灣人自稱
 時間 Thu Sep 6 10:41:22 2018

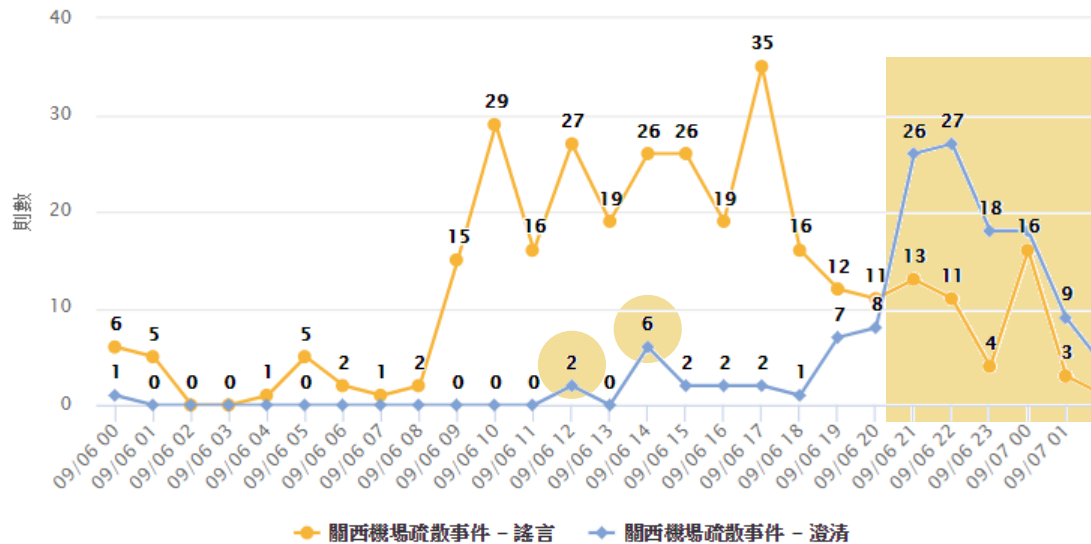
我推文有提到
 我是針對這篇文章 而非任何機關
 在事情發生當下真的很慌並且身心俱疲
 我其實是希望辦事處能給一點方向
 我當然清楚找住宿交通是自己的事情
 但我第一次來日本自助就遇到這種事
 理所當然是想徵詢駐日辦事處的建議
 後續我也是靠自己找到住宿及交通
 單純只是希望在這種時候 與其發垃圾文
 不如真正做些有實質幫助的事情
 這篇文也提供給日後要出國旅遊的國人
 一個...方向和經驗分享

雖然是垃圾新聞，但我還是想回覆。
 手機回文版面會很亂請別介意
 我是昨天搭乘中使館的巴士回到大阪市區的台灣人
 從一開始在機場時
 完全沒有任何人告知我們有分所謂中國人的車
 或是外國人的車什麼
 我們也就傻傻的看到公告說第一航廈一樓有車會接駁我們搭高速船到神戶
 我們也就收拾行李到一樓去排隊

關謠後，謠言是否有被控制住？

自 6 號下午兩點發布首則官方澄清文， 澄清後四小時假訊息文章數減少

聲量統計-折線圖



以主文的趨勢圖探討謠言是否仍繼續延燒，以及澄清文是否有被廣泛擴散。

- 6 日上午 12 點開始有兩位網友認為自認中國人可上車的新聞真實性不高，但僅有 12 則及 39 則回應，未獲得其他網友關注。
- 首則官方澄清文發布於 6 日下午 2 點，分別來自六間新聞媒體，但文章發出後的三個小時內，平均每小時仍有約 27 則假訊息散佈，關謠效果不顯著。
- 直至 6 日晚間 9 點開始，大量新聞報導駐日代表謝長廷 FB 的貼文後，澄清訊息開始超越假訊息文章數。

結合網路輿情預測市場價格變動

案例：以農產跌價預測為例

目標：抑止農產失衡跌價，因此透過網路輿情資料與高麗菜售價資料之整合，達到農產跌價預測，期望能達到協助相關業務單位，提前預防產銷失衡之決策依據。



影響對象

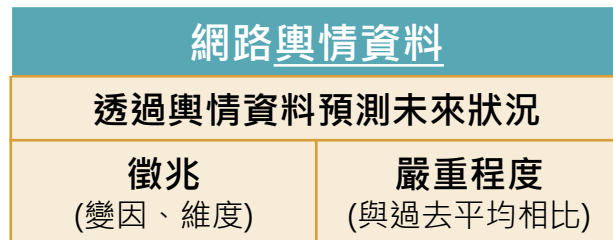
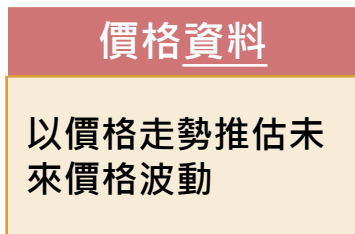
餐飲食品

原物料價格成本

生鮮通路

生鮮價格(成本/售價)

分析架構：



傳統時序模型7日預測準確率 只有 51%

利用輿情維度變因進行預估，準確度可達 85%(高麗菜)

價格時序模型：

預測	實際值(菜價)與預測值之誤差 (例如：實際值10誤差35%，表示預測值介於6.5~13.5之間)	
	誤差±15%內 符合天數佔比	誤差±25%內 符合天數佔比
未來 7日	51%	72%
未來15日	43%	65%
未來30日	30%	54%
未來60日	20%	37%

輿情變因預估(未來7日)：

警示日均價(元/公斤)	低於年均價率(小於n%)	變因3個以上之準確率	變因7個以上之準確率	變因10個以上之準確率
小於 14.0 元	-5%	85%	89%	100%
小於 13.3 元	-10%	85%	89%	100%
小於 11.8 元	-20%	80%	89%	100%
小於 10.3 元	-30%	65%	89%	100%
小於 8.8 元	-40%	65%	89%	100%
小於 7.4 元	-50%	65%	89%	100%
小於 5.9 元	-60%	10%	0%	0%
小於 4.4 元	-70%	5%	0%	0%
警示通知總次數：		20	9	3

時序模型採用ARIMA(AutoRegressive Integrated Moving Average)差分整合移動平均自迴歸模型演算法

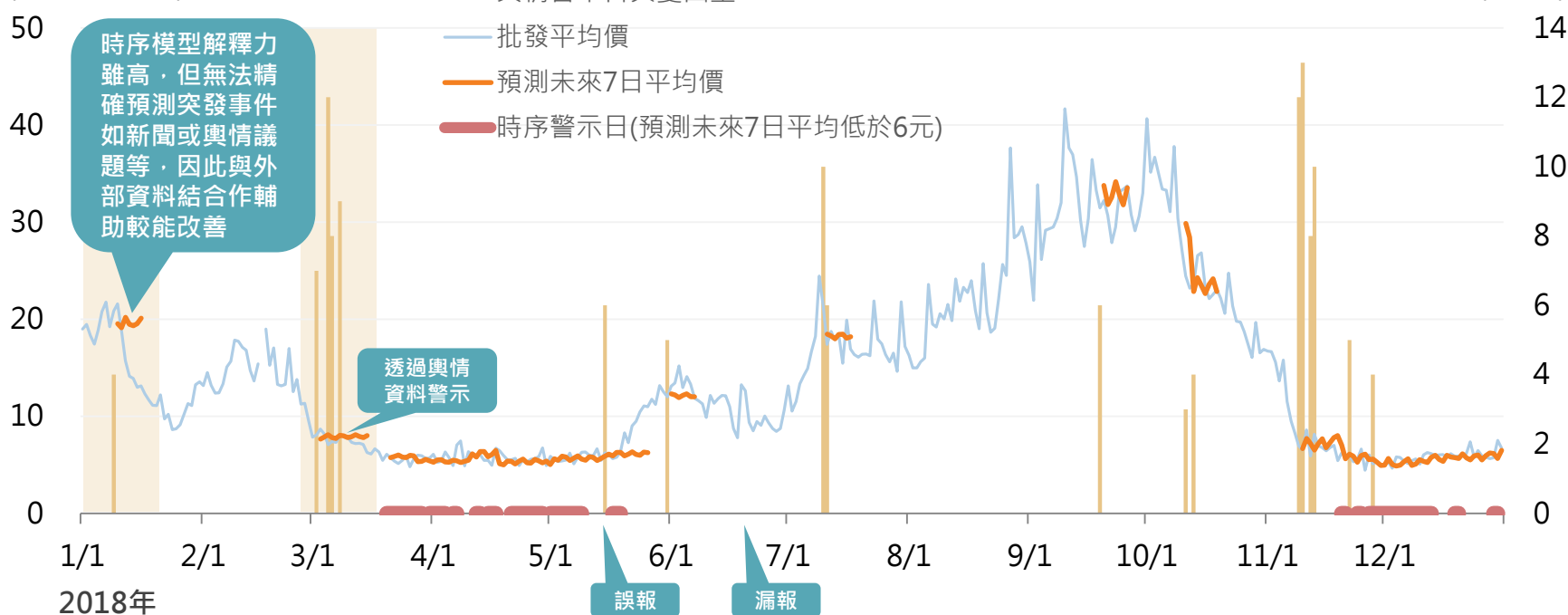
輿情定義跌價警示日，採用投票法 (Majority Voting)：依據當日有3個以上，多個高度討論變因以及主變因，判定為跌價警示日。

輿情 + 菜價(內部)資料之整合 預測菜價跌價之準確率達 96%

菜價波動預警

輿情與菜價資料之整合預測跌價警示日，輿情模型與菜價時序模型其一警示通報92次，88次符合警示標準(當日往後推7日之平均價，低於年均價率10%)，警示未來7日內可能跌價之準確率達96%，結合外部資料達到雙通報較能大幅提升預測準確率。

(平均價 元/公斤)



【資料治理怎麼做】災防科技中心讓全民變成政府災情蒐集器，掌握未知災情再早一步

政府災害應變也結合社群輿情救災，即時掌握全臺救災情資，來縮短災情通報時間，讓指揮官可以迅速調度各單位人力支援救災

文/ 余至浩 | 2017-10-09 發表

讚 4.5萬

按讚加入iThome粉絲團

讚 181

分享

G+



資料來源：iThome

OpView for Disaster Reduction

社群災害通報

災害情資相關**213**網站來源全納入，
當日資料20分鐘後可供查詢



本團隊收錄超過20,000個網站頻道，涵蓋全台最新災情相關網站

社群災害分析模組開發

災情描述詞語意分析模組

透過語意技術結合機器學習應用建立水災災情辨識模型

自動擷取災害描述內提及之主體/情況/程度



更迅速掌握災情現況

發文時間	標題	內文
2016-07-08 23:00:25	【中颱】尼伯特2300	【中颱】尼伯特2300整點特報】東森新聞為台東 加油9號4縣市 停班課 北北基 桃宜脫離警戒區#請分享鎖定東森新聞小編已經為您整理了今天 台東 相關的災情除了 台東 其他地區的 颱風 災情也都有掌握囉~ ● 台東 災情全紀錄 颱風 摧毀 知本溫泉 區民眾度過驚魂夜http://bit.ly/29GsYDa 強風 暴雨 重創 台東 加 台東 中華路 上滿目瘡痍http://bit.ly/29rQJ2s尼伯特登陸 台東 驚魂夜招牌看板 橫騎馬路http://bit.ly/29tjNoI 台東 災情慘重 狂風 豪雨 家園全毀 http://bit.ly/29Dbp4u不敵17級 強風< span class="label-event">狂吹19噸重石斗車脫軌 翻覆 http://bit.ly/29tjSc1直擊! 台東 超大風 兩車車棚架全 吹 翻 http://bit.ly/29Dbu8s尼伯特挾 強風 暴雨 台東 招牌 電桿都被 吹倒 http://bit.ly/29tjKsW滿目瘡痍! 台東市 區招牌 玻璃 掉 滿地 http://bit.ly/29DbuVV尼伯特有多強? 1支影片帶你看各地災情 http://bit.ly/29tjGd1尼伯特 狂風 暴雨 侵襲 台東 便利商店損失慘 http://bit.ly/29DbGnZ尼伯特挾 狂風 豪雨 台東 8噸大貨車 翻覆 http://bit.ly/29tjOc8 颱風 摧殘 台東 旅館招牌 吹落 騎路中 http://bit.ly/29DbJA4尼伯特凌晨太麻里登陸 台東 一夜 狂風 暴雨 http://bit.ly/29tjVEM尼伯特襲台! 台東 滿目瘡痍招牌四散http://bit.ly/29tjil2 尼伯特 颱風 侵台! 台東 超商一個「慘」 http://bit.ly/29tjQRx

- 排除雜訊(無價值資訊)
- 判斷災害類型
- 區分災害程度
- 辨別地理資訊

此功能除建立模型外亦提供標準API · 以利其他分析應用服務使用

社群災害分析使用者操作模組

災害關鍵字詞觀測/災情聲量趨勢分析/社群關鍵領袖分析

災害關鍵字詞觀測

關鍵字探索 時間區間: 2016/02/07 主題: 地震

資料來源: 討論區、社群網站、facebook、新聞

篩選: 依情緒類型 排除: 已選擇 22 來源頻道

期一	06:00:00-06:59:59	期二	07:00:00-07:59:59		
1	永康	2351.0	1	主義	1455.0
2	強震	2110.0	2	大地震	1172.0
3	南台	1417.0	3	南台	1028.0
4	大地震	1371.0	4	綠冠	935.0
5	建物	1168.0	5	台灣	918.0
6	斷層	1156.0	6	建物	908.0
7	綠冠	1102.0	7	規模	892.0
8	規模	1099.0	8	強震	810.0
9	多處	984.0	9	多處	806.0
10	台灣	931.0	10	永康區	761.0
11	大樓倒	913.0	11	安田	532.0
12	安田	701.0	12	震後	518.0
13	震後	683.0	13	斷層	510.0
14	震度	655.0	14	大樓倒	495.0

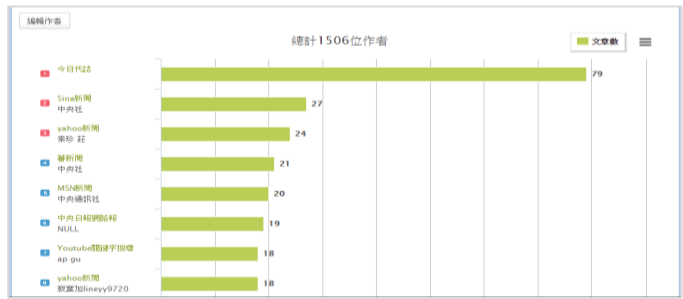
自動運算每小時呈列最熱門之前20關鍵字詞

災情聲量趨勢分析



多觀測主題，每小時即時聲量觀測與分析

社群關鍵領袖分析



每小時各來源頻道之熱門關鍵領袖分析

更多分析案例請參考

- 社群實驗室：<https://www.social-lab.cc/>
- 電子報：https://www.opview.com.tw/social_watch

也歡迎加入意藍團隊，
實際參與!!



Social lab
觀察社群 用大數據說話

首頁 社群大數據洞察 熱門事件排行榜 熱門事件排行榜 YOUTUBE大熱門 分析報告

保養品通路客群分析：專櫃/開架/直銷

十月 14, 2019 女性話題 社群媒體

本分析報告使用《PeopleView人羣資料庫》，針對指定人羣進行輪廓描繪。

OpView社群口碑資料庫

全面觀測
圖表分析
深入探索
即時預警

訂閱電子報

訂閱電子報，一手掌握社群情報

姓名



Opview
社群口碑資料庫

OpView Social Watch 電子報_VOL42 (2017.10.12) 》全民瘋路跑!路跑網路口碑大調查 下載

OpView Social Watch 電子報_VOL41 (2017.09.21) 》2017年女性生理用品產業口碑研究報告 下載

OpView Social Watch 電子報_VOL40 (2017.09.07) 》2017年第二季國產汽車網路口碑分析 下載

OpView Social Watch 電子報_VOL39 (2017.08.28) 》全台第一 輿情風險資料庫上線/2017年最新FB熱門打卡景點 下載

OpView Social Watch 電子報_VOL38 (2017.08.15) 》食品零售通路商機翻轉 Part 2 下載

OpView Social Watch 電子報_VOL37 (2017.07.26) 》食品零售通路商機翻轉 Part 1 下載

OpView Social Watch 電子報_VOL36 (2017.07.07) 》中華大數據－第三方數據在零售業的創新應用 下載

謝謝聆聽

若需進一步資訊歡迎與我們連絡
vic@eland.com.tw