



XX股份有限公司 Youtube分析報告

本次透過不同的分析分析，比對出有價值的各類文字成長趨勢，以及更新時段、日、時，歸納出操作上的統計數值，並將分析結果應用於成長計劃中。

報告人：Rex Li

日期：2025/02/27

分析項目

分析目的

深入瞭解XX頻道影片的內容趨勢、受眾喜好與演算法策略，並提出優化建議，了解頻道是否有持續推升的價值所在。

影響演算關鍵

包含主題與所有交互數據，觀看時間以及推送相關的時序統整

各因素關聯程度

包含主題與所有交互數據，觀看時間以及推送相關的時序統整

關鍵字趨勢用語

蒐集近七萬字的標題用語進行分析後，整合與分類有價值的字詞，取出特殊的字詞與原因

更新時序分析

更新頻率會影響算法推送曝光的機會，也讓觀眾養成固定收看的習慣

分析範疇

涵蓋XX頻道歷年影片數據，包括觀看次數、互動率、搜尋關鍵字、標籤和發佈時序等。

歷年走勢與代表含意

包含主題與所有交互數據，觀看時間以及推送相關的時序統整

各頻道趨勢總攬與比較

進行模型計算與加權後，計算五大趨勢評分，以及各頻道表現比較

Tag用語趨勢拆解

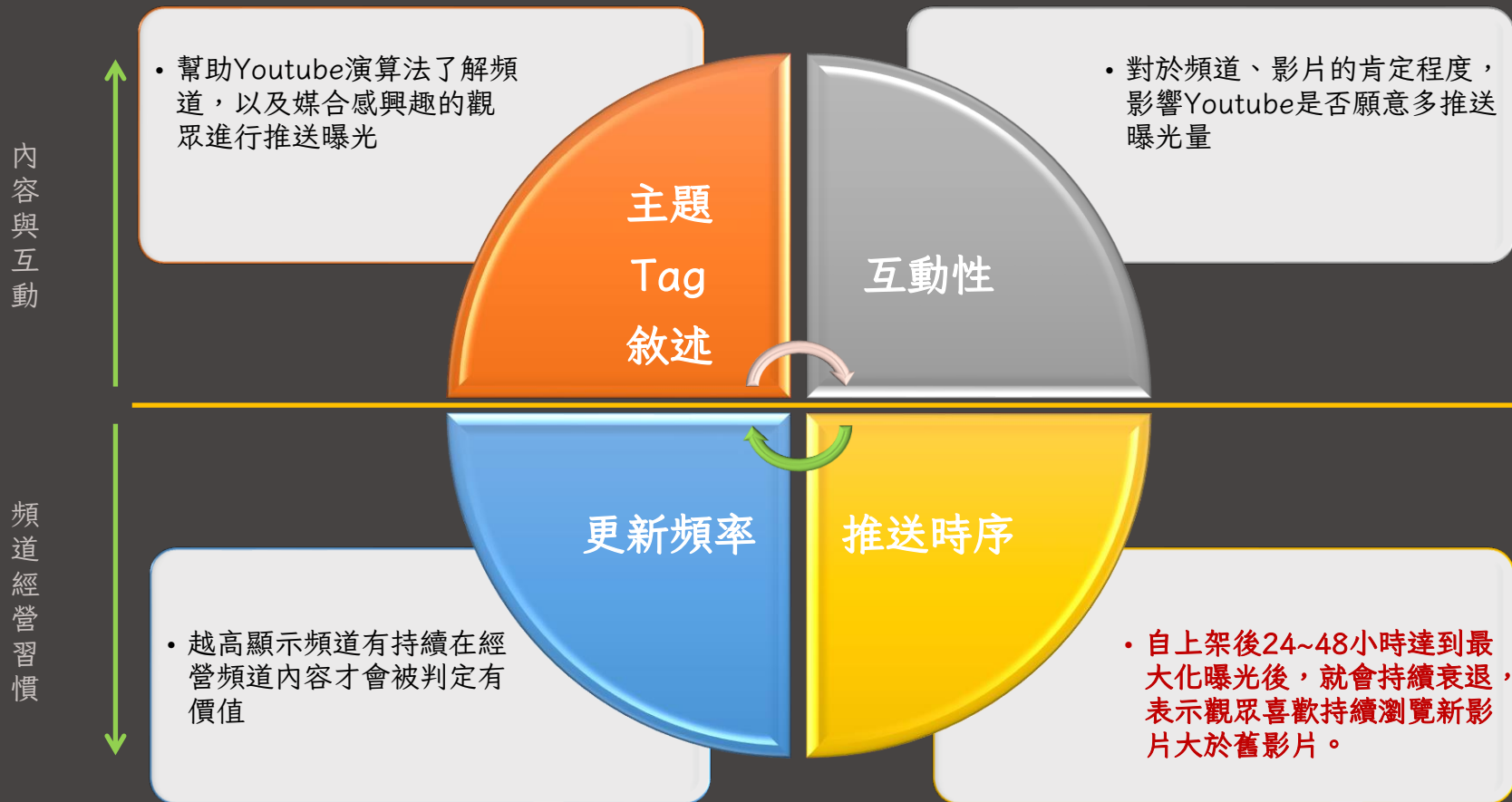
整理取出200組高趨勢組合慈，以及特殊的詞彙組

1. 分析目的與資訊量

透過不同的分析方式，比對出有價值性的頻道操作方式(標題、Tag、敘述、縮圖)，對於混亂的出片時序、更新時段與日期，歸納出可操作的統計數值，**了解XX本身頻道對於Youtube演算法是否還有可持續推升的價值，運用末端的分析資訊整合至成長計畫中，實現成長計畫本質**，對於其他無法以數據進行的部分不在衡量範圍內(主持人聲線、長相、個人魅力等)

項目/任務	資訊量
頻道數	26個
影片數、敘述、標題、縮圖	2,901部影片
標題字組	68,571 (提取7,703組字詞)
敘述量	504,383
Tag量	124,258
留言評論	31,566則
影片喜愛	2,901筆
數據總量	52,236筆

2. 影響演算法的基本因素



3. XX頻道歷年走勢

XX頻道自2015/2月開始第一支影片瀏覽量最高，到2018年後僅有一支影片瀏覽量有破萬，其餘都維持低閱覽的趨勢，頻道已有十年的歷史，年影片產出量僅6.3/年，低瀏覽數、低更新頻率、高頻道年資，對於演算推送曝光來說並沒有有利的著眼點。

1

2015/2

最高瀏覽數為
97,380

2

2018/1

次高瀏覽數
62,040

3

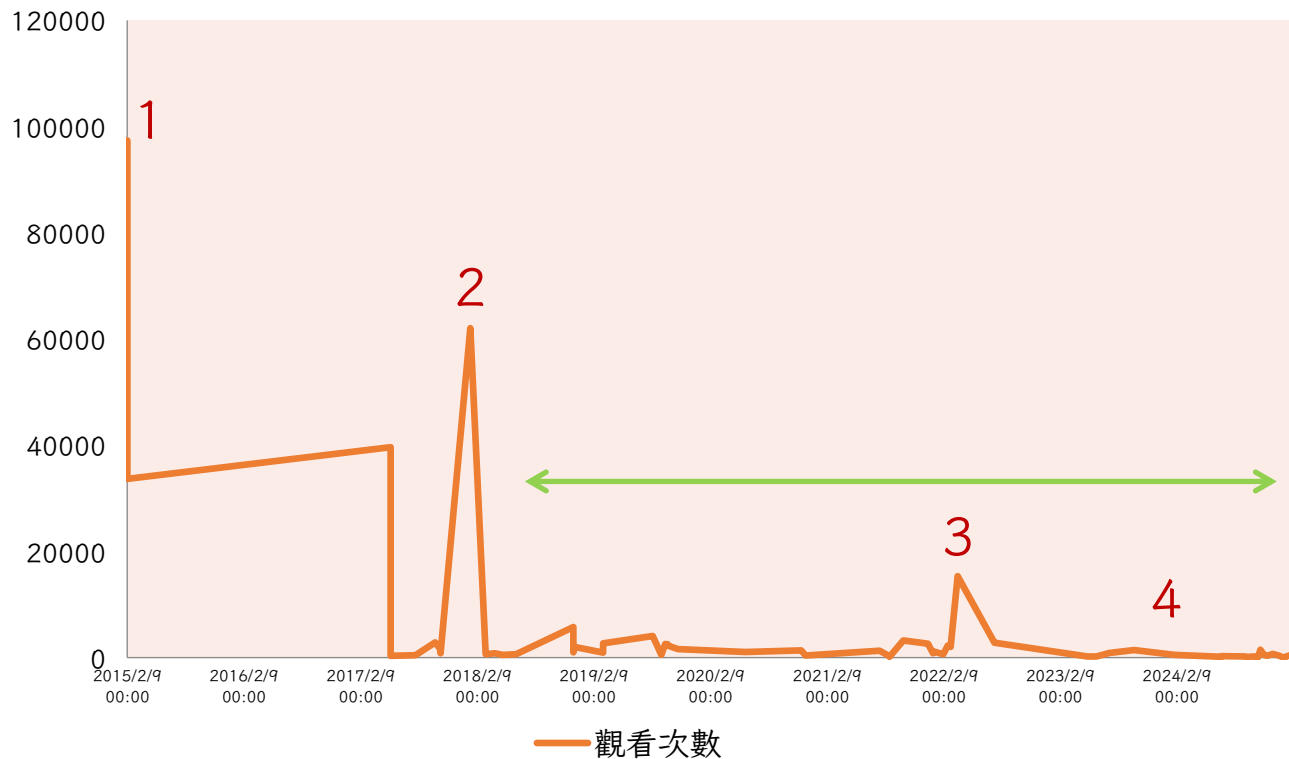
2022/03

次最接近目前時間
軸瀏覽量15,358

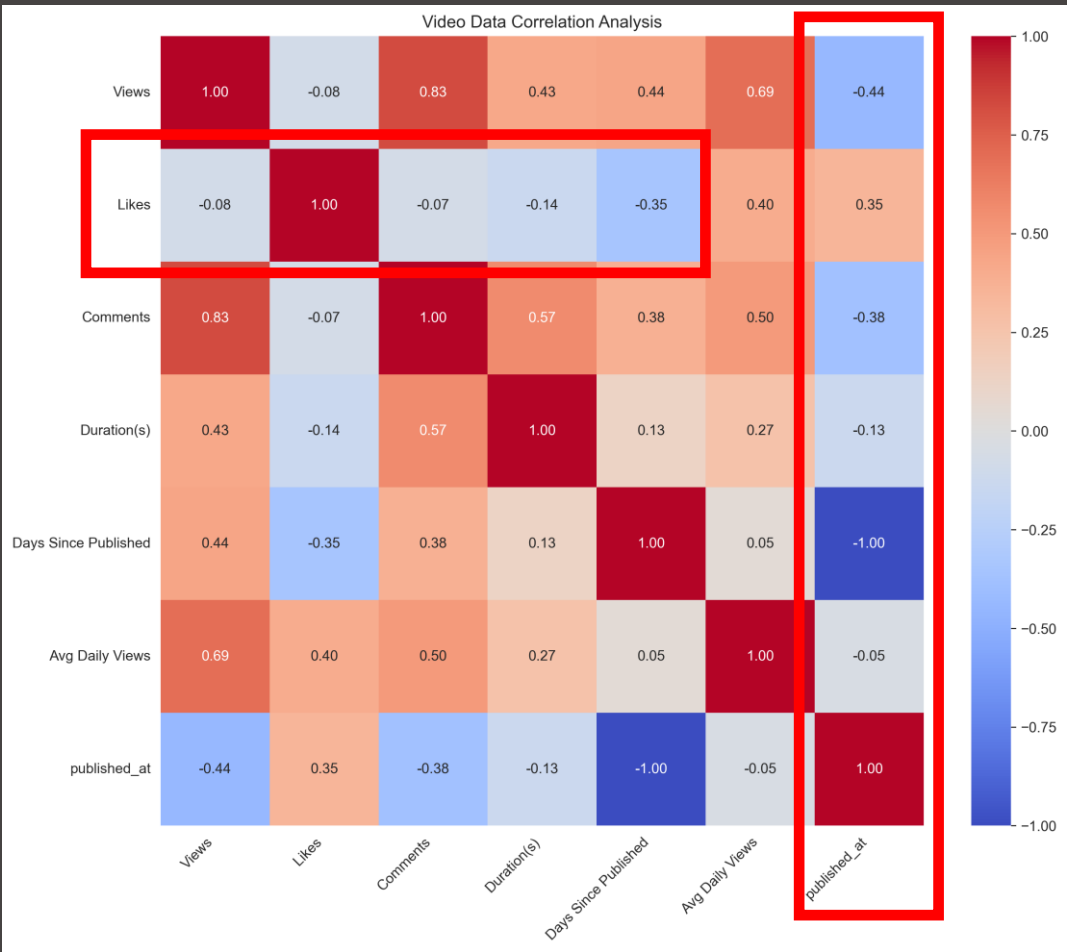
4

目前

維持500以內的
平均瀏覽數



4. XX各因素關聯程度



影片推送時間為負相關

顯示推送的時間沒有符合大多數人的瀏覽時間軸，影片推出後沒有有效的幫助瀏覽數增長

瀏覽量與喜愛數成反比

XX頻道內的影片，並沒有符合大部分觀眾的喜好，觀眾互動與分享的意願不高，會影響演算法推送的頻率

5各頻道的趨勢評估依據

透過統計計算、機器學習與指數加權平均後，計算出穩定度、表現情況、互動率、更新趨勢、潛力評分等五大重點評估頻道最終表現

穩定度

頻道上架影片後，瀏覽數都能維持穩定，不會有瀏覽率起伏過大的問題，表示群眾對於品牌、頻道有一定程度的支持與了解

表現情況

近三個月頻道的在整體的穩定程度，顯示在經歷寒冷季節、年節、轉換年份以及特殊時事時頻道都能維持好的表現

互動肯定

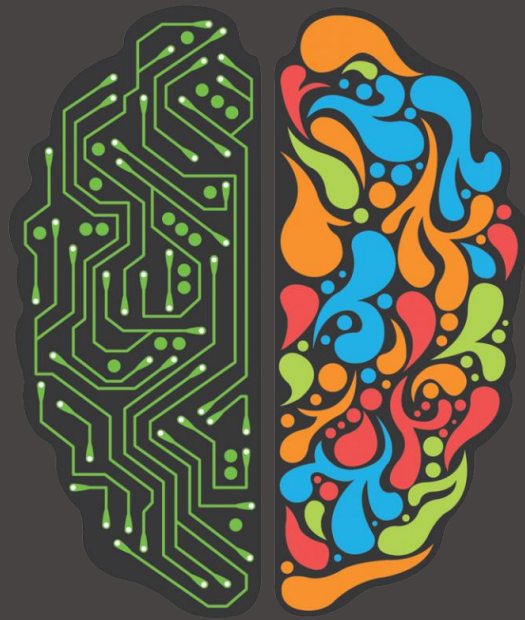
影片中所有觀眾的評論、喜愛、點讚等交互數據，表示對於頻道、影片的肯定程度

更新趨勢

用來表示從建立頻道以來，整體的更新表現，越高顯示頻道有持續在經營頻道內容

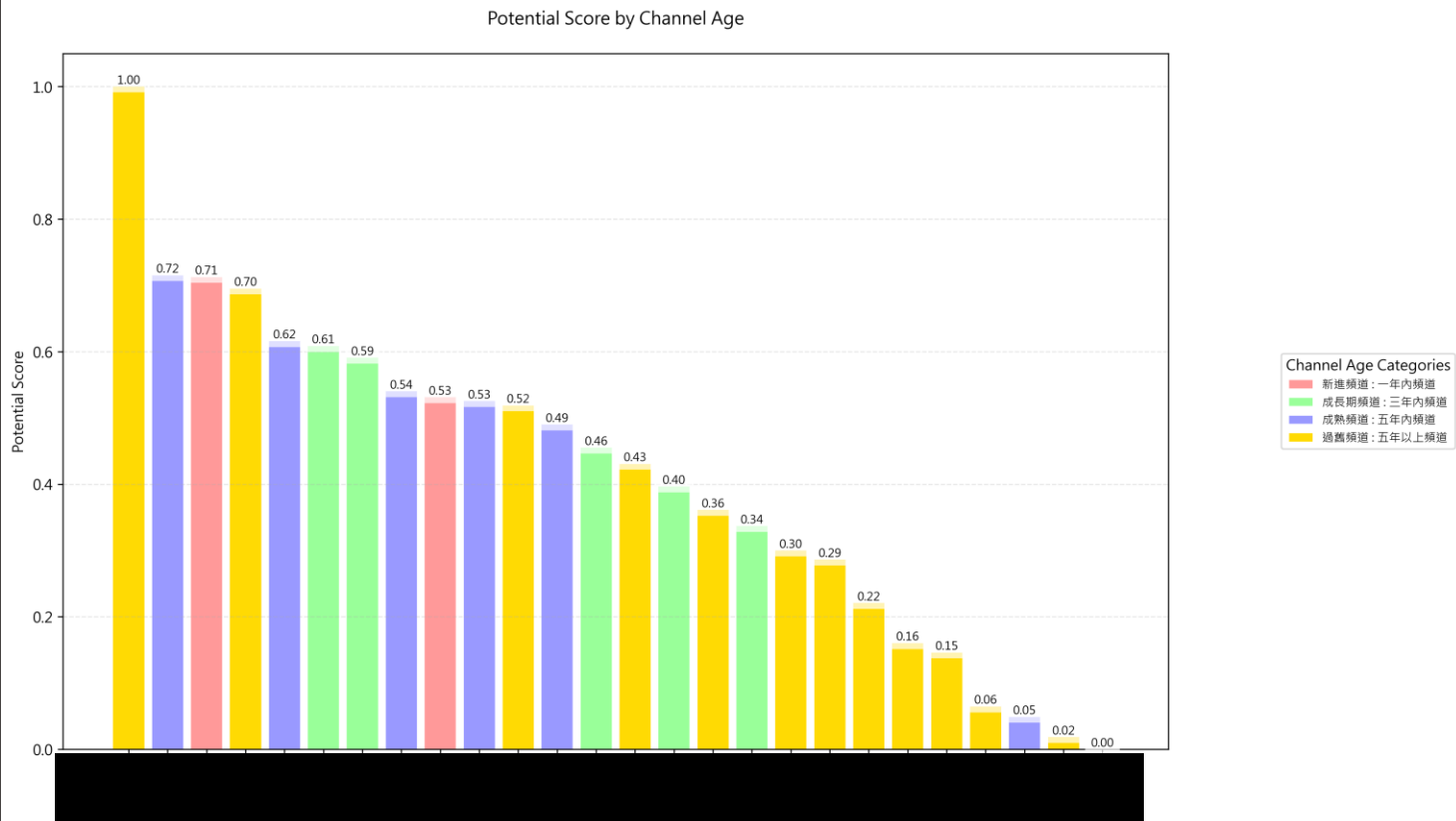
潛力分數

從穩定度到更新頻率進行指數加權平均(EWMA)與對數(Log)的計算總合，顯示頻道是否具有經營潛力，還是需要另闢頻道重新經營的模型主要衡量指標



6.四個比較衡量頻道趨勢

頻道成立時間與潛力對比 :從潛力與頻道年資的對比圖可以看到潛力分數維持0.5以上且頻道年資超過五年的僅有單程旅行社(十年)/龍巖(十一年)/福田(7年)，年分過久且沒有持續的頻道，在推升的過程遠比其他新頻道來的辛苦。



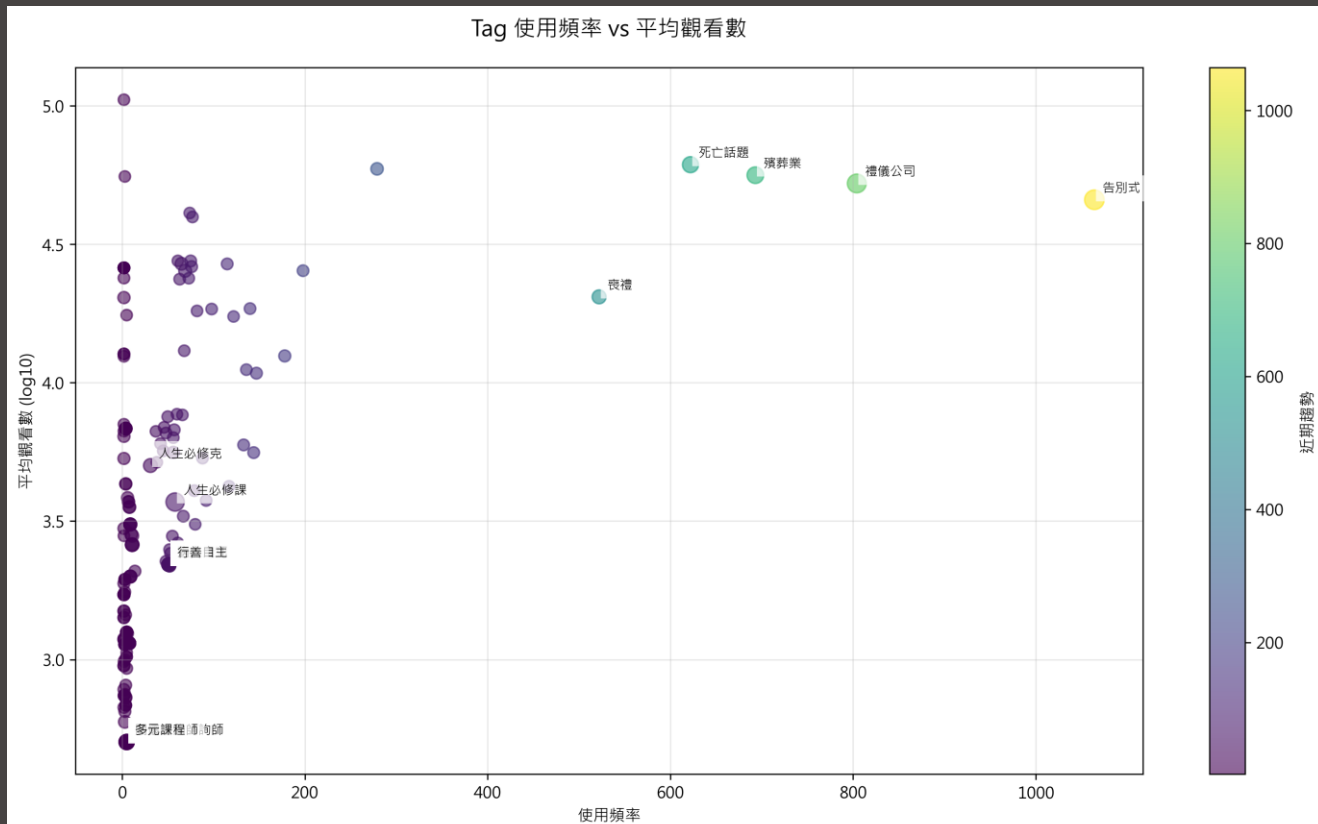
7.標題趨勢用語

標題用字用語眾多，字詞除了讓觀眾了解影片主軸外，也使演算機制了解應推送的觀眾群，蒐集的標題字數接近七萬字，所以在初期依照不同敘述類型進行以下分類後，再**整合觀看、頻道覆蓋度、出現次數、進行後續的分析計算作業與計算各詞句潛力，共整理7703組，取出最具潛力兩百組關鍵用詞。**

大分類	中分類	通常用詞(沒有全部列出)
情感色彩	正面	溫暖、安心、美好...
	負面	痛苦、禁忌、困難..
	中性	解析、事情、過程..
資訊性	實用資訊	流程、方法、建議..
	故事回憶	情感、回憶、分享..
	概括性質	整體、通常、一般
生命死亡	生前規劃	準備、契約、保險..
	臨終喪禮	禮儀、靈堂、祭拜..
	追思紀念	追思、緬懷、紀念..
文化宗教	傳統習俗	錫如、民俗、風俗..
	宗教信仰	佛教、道教、基督教..
	現代觀念	環保、創新、科技..
受眾性質	家庭	父母、親人、家人..
	專業人士	禮儀師、法師、律師...

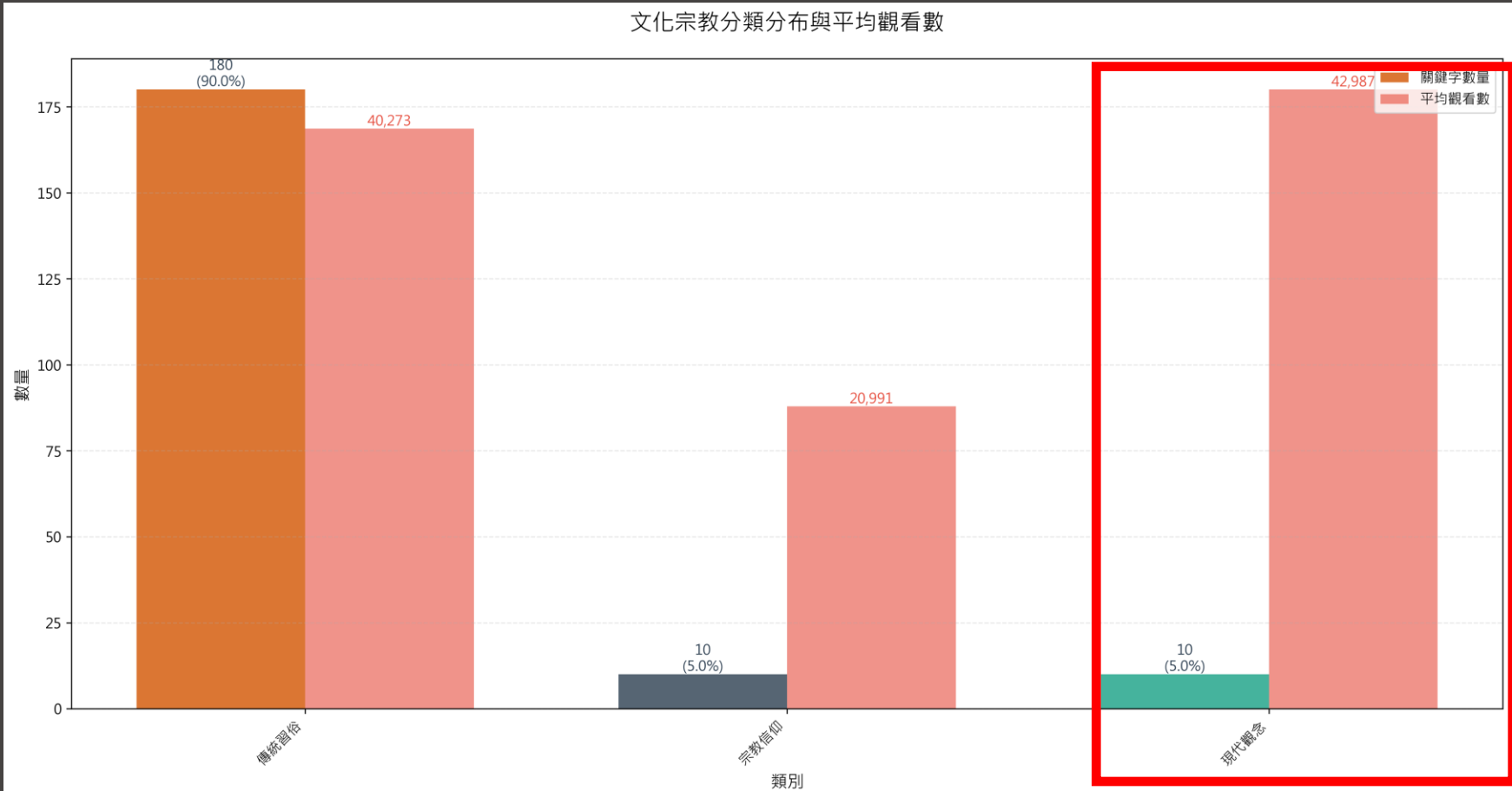
7. 標題趨勢用語

標題用字用語眾多，字詞除了讓觀眾了解影片主軸外，也使的演算機制了解應推送的觀眾群，蒐集的標題字數接近七萬字，所以在初期依照不同敘述類型進行以下分類後，再整合觀看、頻道覆蓋度、出現次數、進行後續的分析計算作業與計算各詞句潛力，共整理7703組，取出最具潛力兩百組關鍵用詞。



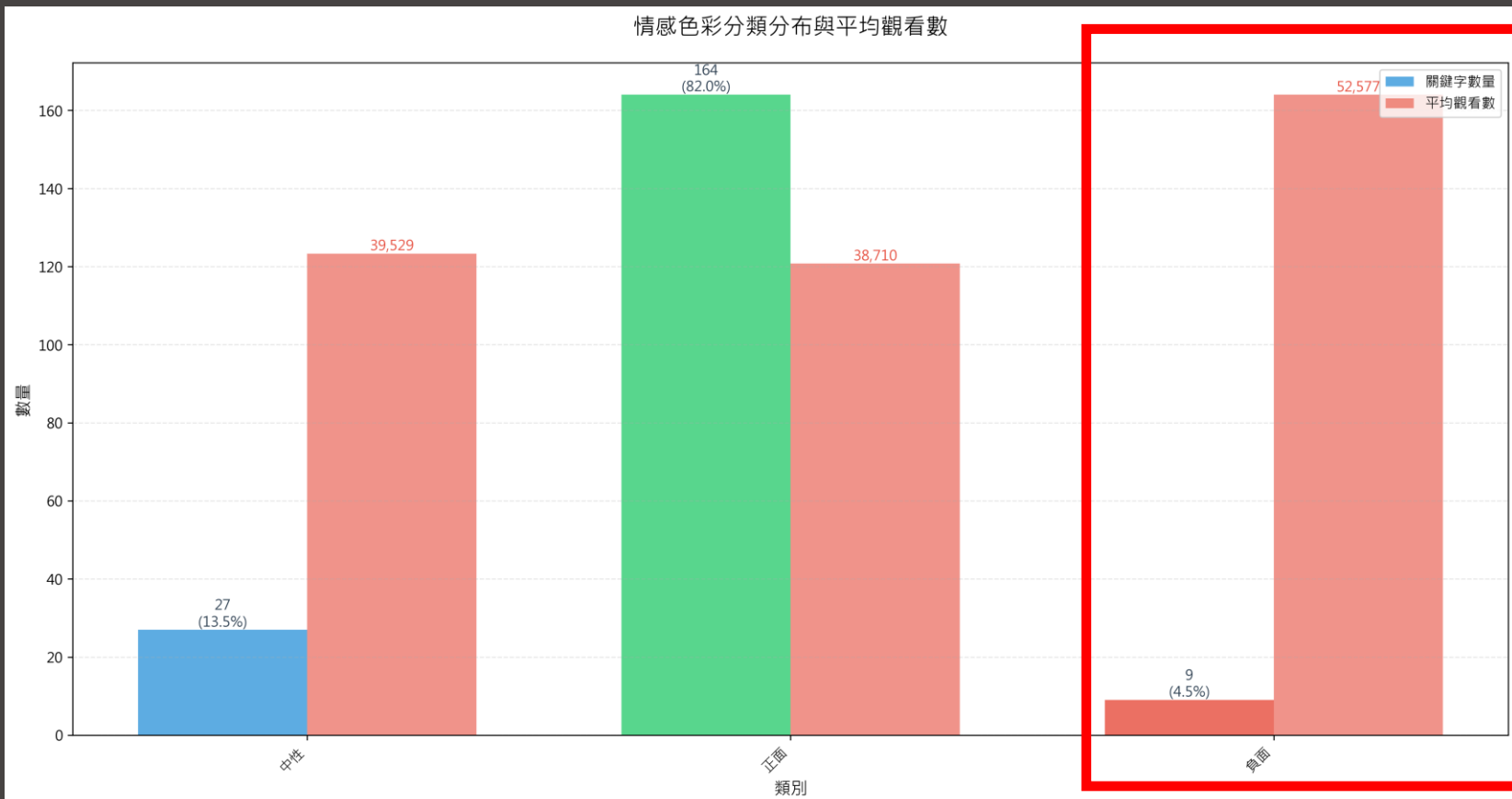
7.標題趨勢用語

文化宗教：大部分頻道傾向傳統習俗介紹，現代用語雖然使用較少，但平均觀看數超過傳統用語的總和



7.標題趨勢用語

情感用字：82%都是採用正面積極的標題用語，但平均的觀看數反而不及負面(痛苦、禁忌、悲傷..)，中性(解析、解釋、方式..)的用詞，**偏負面中性的標題用詞可能更能引起觀眾的好奇心進而收看頻道內容**



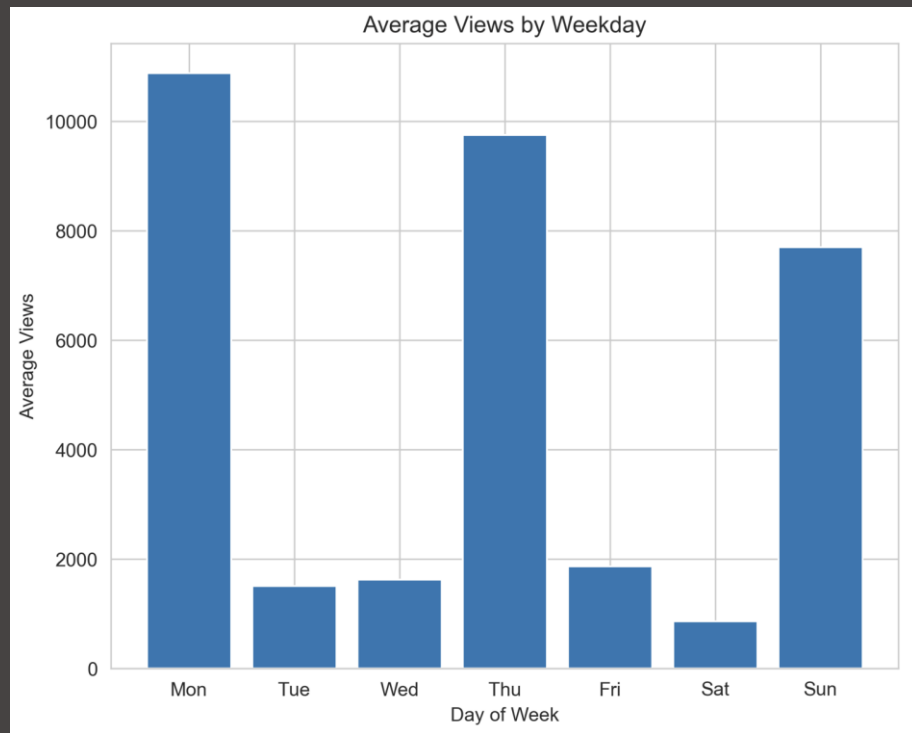
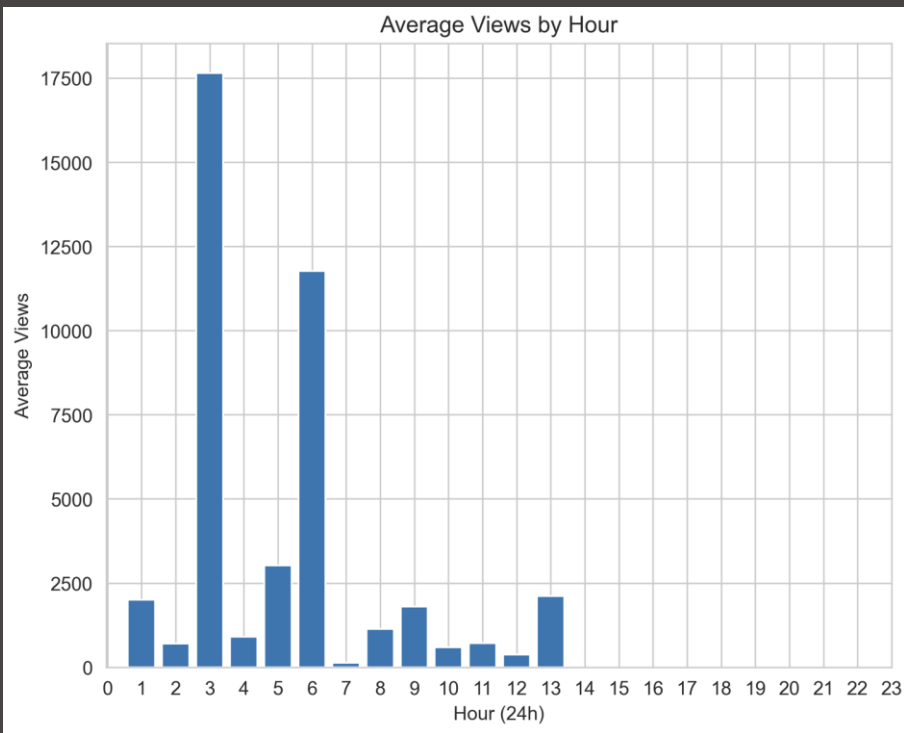
8.標籤用語

彙整所有Tag後，依據使用頻率進行字詞的拆解，計算各詞彙的趨勢語平均觀看後整理製表，發現一個特殊詞彙，**“終活計畫”**，源自於日本，遠見雜誌也有報導日本目前終活計畫的意義與方式，行銷人員可以思考如何真正應用在行銷層面上。

使用率區間	標籤數量	最低使用次數	最高使用次數	平均使用次數	平均觀看數	平均近期趨勢	平均綜合分數	代表性標籤
低頻使用	54	2	3	2	10354	123.91	2115.64	治喪期 鬼門 跨年 一站式服務 合爐誰要到
中低頻使用	46	4	5	4	2051	125.94	4117.88	多元課程 長齡關懷諮詢師 長齡證照 終活計畫 關懷諮詢師
中高頻使用	54	6	51	24	2756	47.77	5013.22	人生必修克 遺體修復 臥床 生離死別 生老病死
高頻使用	46	52	1064	168	18592	4.22	5049.9	告別式 禮儀公司 人生必修課 殯葬業 死亡話題

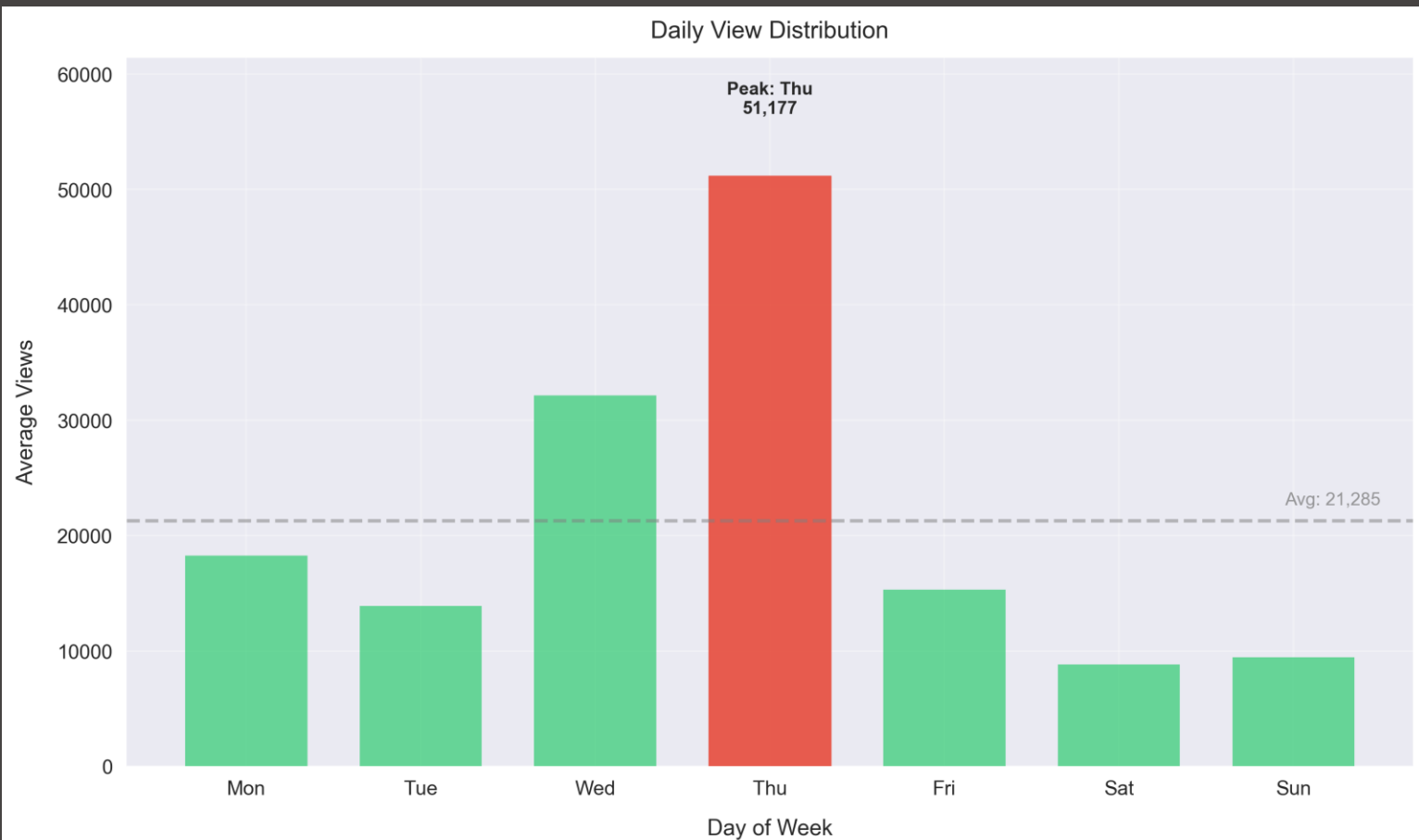
9. 影片發布時序

不同的時序、日，以及發佈頻率，除了讓有訂閱的觀眾養成習慣收看內容外，也能獲得更多演算推送曝光的機會，目前XX的瀏覽數集中在凌晨三點或早上六點，周一、四、日的瀏覽較高，十年來的更新頻率6.3/年，平均兩個月一部影片，計算所有頻道十一年的綜合時序後，有以下更新要點



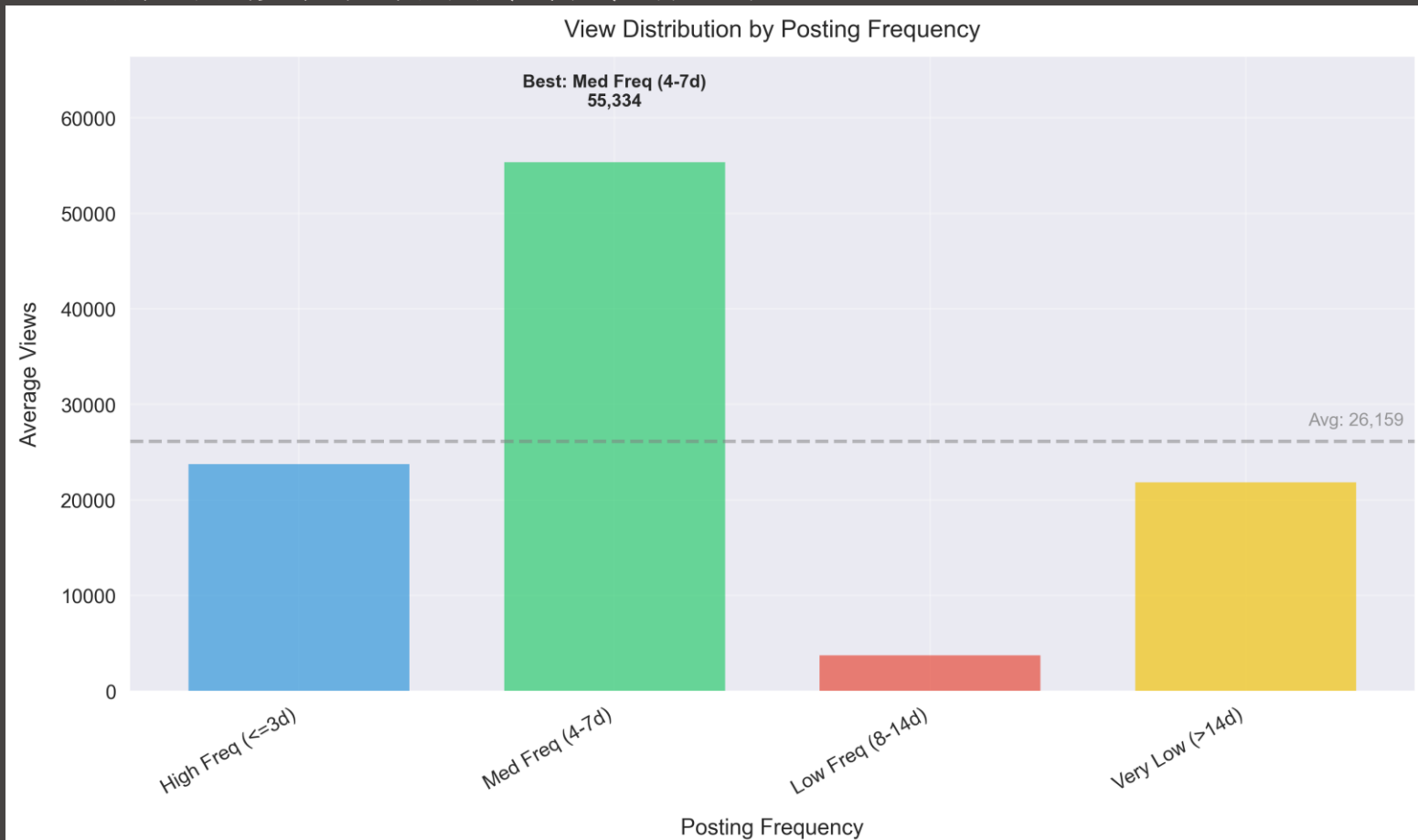
9. 影片發布時序

日別：週三、四所獲得的瀏覽數最高



9. 影片發布時序

頻率：4~7天更新一次瀏覽最好，其餘頻率都在平均值之下



9. 影片發布時序

時段：每日00:00、05:00、10:00這三個時段發布後所獲得之成效最佳

