

健康服務力排行榜說明

1. 指標組成說明

「健康服務力指標」是一個衡量健康相關品牌在產業中口碑影響力的綜合指標。以 OpView 社群口碑資料庫為基礎，觀測國內各大論壇、部落格、社群媒體所產生的網路口碑，綜合計算各大品牌受網友們討論的熱烈程度、正負面觀感、討論分布廣度、話題參與度程度...等，用以衡量各品牌於產業中的影響力表現。

「健康服務力指標」由四個子指標以各 25% 的權重所組成，適用於同產業中各品牌間的比較。其公式為：

$$\text{健康服務力指標} = \text{關注度指標} \times 25\% + \text{好感度指標} \times 25\% + \text{擴散度指標} \times 25\% + \text{參與度指標} \times 25\%$$

指標 1：關注度指標（佔 25%）

以各品牌所引起的口碑聲量多寡作為衡量品牌在社群中受到關注的程度。

本指標的計算上，以網友提及該品牌的次數(總聲量數)，作為衡量品牌熱門程度的判斷。

指標 2：好感度指標（佔 25%）

透過 AI 自動判別品牌相關討論之正負面情緒，衡量消費者對品牌的好感度。

意藍運用 AI 結合語意分析專利技術，辨識文章情緒，並根據正面與負面聲量進一步計算出品牌好感度，以衡量消費者對於品牌的社群觀感。

指標 3：擴散度指標（佔 25%）

透過觀察聲量來源頻道數量，了解品牌受到討論的分布廣度。

本擴散度指標用以探討品牌相關話題在各頻道的分佈情形，可衡量品牌話題的討論廣度，擴散度指標越高代表品牌話題的討論越廣泛，同時，亦代表話題擴及較多族群，影響的區域較大。

指標 4：參與度指標（佔 25%）

藉由統計品牌討論的回應比例，評估網友對於品牌話題的參與程度。

參與度指標是透過網友的回應比，衡量民眾對品牌話題參與討論的程度，參與度指標越高代表網友對品牌話題的討論越踴躍。

2. 如何選出 159 個觀察品牌？

- (1) OpView 研究團隊經過大量的資料蒐集與研究後，彙整出與健康相關的 19 大產業，作為統計分析的產業別。
- (2) 經過多次篩選、整併後，以「平均月聲量大於 100 則或具產業代表性」為原則，最終挑選出橫跨 19 個健康相關產業，共 159 個觀察品牌。

本次計畫所涵蓋之產業如下：

- 醫學中心等級之醫療院所，與北北基、桃竹苗、雲嘉南、中彰投、高屏與宜花東六大區之區域/地區等級醫療院所。
- 健康相關產業，涵蓋健檢/健康管理中心、醫療用品通路、藥妝通路、傳直銷、健身、保健器材、保險(壽險)、眼鏡、spa 會館、有機飲食通路、健康管理科技(智慧手環)、運動休閒。

※本排行榜所列之醫療院所名單與分級係根據衛福部所公布之「[105 至 108 年醫院評鑑及教學醫院評鑑合格名單](#)」；其中醫學中心採不分區比較，區域/地區等級醫療院所係依照鄰近地理區位分為北北基、桃竹苗、雲嘉南、中彰投、高屏與宜花東六大區進行排行比較。

OpView 專業團隊將會持續更新觀測名單，也歡迎讀者來信提名！

3. 如何觀察各品牌的健康服務力變化？

從 12 月份起，早安健康雜誌將與 OpView 研究團隊合作，持續觀測 159 個健康相關品牌的「健康服務力指標」排名，並定期更新下列排行榜，展示各產業中表現較佳的品牌：

- (1) 「健康服務力指標」週排行榜：透過 OpView 口碑資料庫，每週滾動式更新最近 30 日的「健康服務力指標」排名，供品牌掌握國內第一手健康產業網路口碑的動態變化，並持續追蹤其健康服務力。
- (2) 「健康服務力指標」月排行榜：每月定期更新近兩個月的「健康服務力指標」排名，針對影響力排名變動較大或表現較突出的品牌，將進一步評析其影響力變化原因。
- (3) OpView 透過觀察每個區間的品牌表現，汰除當期社群好感度表現相對低落的品牌後，針對該產業其餘品牌進行健康服務力的排名，每次排行榜固定展示當期表現較好之 112 個品牌；各產業排行榜所展示之品牌數係根據產業規模大小有所差異，列表如下：

產業名稱	排行榜 最多展示名次
醫療院所(宜花東地區/區域醫院)	3
健檢/健康管理中心	3
spa 會館	3
有機飲食通路	3
醫療院所(雲嘉南地區/區域醫院)	3
醫療用品通路	3
健身	3
醫療院所(高屏地區/區域醫院)	5
保健器材	5
眼鏡	5
健康管理科技(智慧手環)	5
醫療院所(桃竹苗地區/區域醫院)	7
傳直銷	7
通路-藥妝	7
醫療院所(中彰投地區/區域醫院)	10
運動休閒	10
醫療院所(北北基地區/區域醫院)	10
保險(壽險)	10
醫療院所(醫學中心)	10

4. 調查的資料來源有哪些？

OpView 口碑資料庫的調查範圍，涵蓋國內知名的討論區、部落格、新聞網站、社群媒體、地點評論...等 8 萬個以上的資料來源。