

Profile



圖片來源：www.eland.com.tw

關於意藍科技 (eLand Technologies)

成立於 1999 年，提供大型企業用的搜尋引擎和語意分析產品，專門處理巨量資料與加值運用，有超過上千家國內外企業採用。3 年前更結合雲端科技，轉型提供巨量化的網路搜尋／語意分析租賃服務，將非結構化資料有效轉化為可統計分析的結構化資訊，推廣至中小型企業主將各式內外部資料做出交叉加值應用，大幅提高資料的價值。

意藍科技

透過語意分析，為客戶挖掘資料寶藏

意藍科技運用社群大數據的分析技術，觀測台灣九成以上的社群網站、討論區、部落格、BBS、粉絲團等，以內容觀察和自動語意技術，分析網友正負情緒及口碑評價，挖掘出對客戶最有價值的資訊。

大數據應用浪潮席捲而來，尤其因應新世代的使用習慣改變，如透過智慧型手機將生活大小事分享在 Facebook、BBS、Line 等，從而使得每天產出大量的內容文本、產品資訊、客戶紀錄等非結構化資料，如何從這些巨量資料中挖掘對企業有用的資訊，進而創造商機，就成為企業在市場中取得先機的關鍵。

意藍科技便是一家專注於網路蒐集與分析非結構性的中文語意巨量數據分析 (Big Data Analytics) 企業。「不只是繁體中文，包括簡體中文，甚至未來還會跨足至日文、韓文的多國語言分析市場。」意藍科技董事總經理楊立偉指出，目前的資料來源主要有 3 種類型，一是透過企業本身所累積出來的大量資料，二是透過感應器

(Sensor) 所蒐集而來的數據，最後一種也是最複雜的就是透過社群或網路互動所產生的資料。

資料類型可分為結構性與非結構性 (Unstructured Data)，網路上的結構性資料包括各式各樣的瀏覽紀錄，例如透過 cookies 可以知道電腦或手機帳號看過哪些網站、購買過哪些商品等；但有超過八成的網路訊息，卻是以文字為主的非結構性資料，像是網友在 PTT 寫了什麼資料、在哪個討論區留言、用了哪些正面或負面的情緒字眼或評價等。而意藍科技的核心技術，便是處理這些非結構性資訊其背後的意義，換句話說，透過語意分析及搜尋技術，能夠快速整合大量異質性資料，找出重要的關鍵內容。

自動摘要及情緒分析，掌握重要回饋意見

以繁體中文來說，光是台灣地區，每天產出超過 60 億字，如何在最短時間內從中辨識字元切割與斷詞、快速建立關鍵詞索引，分析出客戶需要的資料，就成為意藍最大的優勢。楊立偉強調，目前意藍的技術，從下指令到資料處理、到分析完成，只要 45 分鐘，斷詞測驗的精準度更可做到 99.7%。

除了速度快跟精準外，意藍更發展出高端的自動語意分析技術，採用以特徵詞為基礎的設計，可自動學習分析文件資料中的關鍵詞，包括不存



掌握網路口碑，除了能評估產品的市場喜好，也能隨時掌握企業、品牌在網路上的影響力，建立與民眾溝通的橋樑，達到行銷的目的。(圖片來源：www.opview.com.tw)

在系統詞典中的未知新詞，如人名、地址、翻譯名詞、電話、帳號、自訂詞庫等，進而計算出文件的特徵值、摘要等，做為關聯分析、自動分類、自動群集的基礎，並可判斷文意內容的情緒分析及口碑評價。

「這是因為在資訊量爆炸的時代，光是關鍵字已無法滿足顧客搜尋的需求，透過自動語意分析技術，可以將重要字詞潤飾成摘要方式陳列，一分鐘即可看完全天台灣發生的新聞重點。」楊立偉指出，例如今年初意藍便以社群大數據的分析技術觀測去年 12 月到今年 2 月間與信用卡相關的有效討論，範圍涵蓋台灣九成以上的社群網站、討論區、部落格、BBS、粉絲團等，以內容觀察和自動語意技術，逐篇分析網友正負情緒並進行統計排名，結果發現某家銀行因為信用卡優惠「縮水」而使得網友對其好感度降低，以及「行動支付」為民眾關心的焦點，引導銀行針對網友所重視的行動支付易用性、刷卡流程簡化、發票自動歸戶或兌現，重新設計流程，強化網友的黏著度。

語意分析

在資訊爆炸的時代，光是「關鍵字」已無法滿足顧客搜尋的需求，透過自動語意分析技術，可快速找到對企業有用的資訊。

透過雲端協作方式，取得更大發展空間

成立於 1999 年的意藍，靠著中文語意分析技術，獲得台積電等上千家企業採用，並和 IBM 等國際大廠跨業合作。「但技術 (軟體) 不像硬體會折舊或耗損，軟體太好反而無法為公司創造更多利潤。」楊立偉笑著說，因此在 3 年前，意藍從原本的軟體製造商轉型為雲端服務商，將所有的分析資料轉至雲端伺服器上運作，並發展出「OpView 社群口碑資料分析平台」。

OpView 社群口碑資料分析平台上除了擁有超過 5000 個網站頻道，涵蓋所有兩岸的新聞網站、論壇、社群媒體等具代表性的網站，包括 Facebook、Plurk、PTT、Yahoo、新浪微博等完整資訊，而透過先進的語意分析、內容分析等技術，OpView 能夠自動分析口碑情緒，立即了解網路社群對於產品、品牌的正 / 負面態度，並且透過特徵詞萃取和相關計算，分析出關鍵主題和相關議題，讓企業可直接透過網路對語意分析引擎下指令，取得所需的分析報告；收費方式也由一次買斷調整為按月依抓取資料的多寡計費，因此獲得不少中小企業的青睞。

「以雲端租用的經營模式，在國外早已行之多年，意藍只是沿用此種商業模式再加以改良，一方面保有公司的技術核心，但源源不絕的資料及更寬廣的應用層面，才是意藍未來要努力的方向。」楊立偉也不諱言，過去賣軟體產品時，雖

網路口碑

因應民眾消費行為的改變，網路口碑分析不僅能夠了解到客戶的心聲，且有非常高的準確性，是企業進行精準行銷最佳參考。

然每次交易金額很大，但 3 年才會汰舊換新，反而改為雲端租賃方式，市場更大，因此意藍目前的營業比重，軟體引擎與雲端服務各約 5：5，預計明年會達到 3：7，且雲端服務客群還會再增加；目前意藍正規劃於 2016 年下半年到 2017 年下半年掛牌上市，成為台灣第一家軟體分析上市公司。

資料匯流、分析，了解消費者購買行為

透過大數據分析可以為企業帶來很多應用面向，這也是意藍之所以會受到眾多企業青睞的原因。楊立偉分析，例如做市場調查、產品研發、客戶服務、市場趨勢分析等，舉例來說，前陣子兩大便利商店在研發冰淇淋口味時，便是透過意藍的語意分析查詢，得知網友們喜歡的冰淇淋口味或是曾經吃過哪些印象深刻的口味，進而推出新產品，果然獲得市場的熱烈回響。

除此之外，透過數據分析還可做出預警 / 預測，例如意藍曾與刑事警察局資訊中心合作，將累積多年的刑案資訊（包含多種來源與多種資料格式）進行資料整備、匯入、分析，並導入知識工程的成熟技術，讓分析結果準確率達 95% 以上。又如今年中秋節，意藍針對廠商推出的膠原蛋白進行資料蒐集與分析，得知網友在今年上半年在有提及品牌的討論中，排序前十大品牌依序為明治膠原蛋白、白蘭氏、美之選、DHC、資生堂、睿鼎、三得利、天之膠原、Asahi 及 Costco。除了第一名（明治）外，其他品牌間討



意藍科技董事總經理楊立偉指出，意藍從軟體製造商轉型為雲端服務商，推出「OpView 社群口碑資料分析平台」，讓企業可直接透過網路對語意分析引擎下指令，取得所需的分析報告。

論總則數差距小且各有擁護者，同時消費者在購買前會先上網發問及搜尋產品相關知識。

楊立偉強調，「現在民眾習慣在網路上做足功課才會進行消費，連帶使得食衣住行育樂各產業都會受到影響，網路口碑分析不僅能夠了解到客戶的心聲，且有非常高的準確性，對企業來說，是進行精準行銷最好的參考。」

跨足大陸及日韓市場，讓資料庫更完備

隨著科技的發展，未來資料的形式只會更多元化，且資料來源不再是單一資訊，例如超商業者除了要觀察消費者購買行為，還需跟天氣資料及內部資料做整合，甚至能夠預測個人化的購買行為；另一方面，由於資料量越來越大、種類越來越多、速度也被要求越來越快，大數據產業鏈更

形完整。

全球趨勢已將大數據定義為「未來的新石油」，帶動產業商機不可限量。意藍也計劃將觸角延伸至中國大陸及日文、韓文市場。楊立偉指出，「大陸市場主要針對 90 個主要城市的餐飲及旅遊議題做搜尋及建構，光是這部分每天就要處理 4 至 6 億的簡單中文字分析，包括大陸誠品及 85 度 C 都是意藍的客戶；至於日文及韓文市場，則是採取技術合作或代工方式，透過當地業者打入市場後，再做調整。」

意藍也積極擴展應用層面，除了非結構性資料的搜集及分析外，也開始建立結構性資料的數據資料庫。「有了社群、廣告資料，再結合銷售數據，拼出企業及消費者的完整樣貌，如此才能主動創造需求，為企業帶來更大商機。」楊立偉強調。（撰文 / 李寶怡）

關鍵祕技

運用巨量資料創新價值 意藍科技這麼做

① 透過語意分析及搜尋技術，整合網路上大量的內容文本、產品資訊、客戶紀錄等非結構化資料，進而判斷文意內容的情緒分析及口碑評價，從中挖掘對企業有用的資訊。

② 將分析資料轉至雲端運作，推出「OpView 社群口碑資料分析平台」，讓企業可直接透過網路對語意分析引擎下指令，取得所需的分析報告。