



創市際雙週刊
第二二七期

發刊日：2023年07月31日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 飯店社群行銷案例觀察

IX Survey 市調解析

10 市調解析 – 旅遊篇

ARO / MMIX 觀察

飯店社群行銷案例觀察

前言

經濟不景氣、全球通膨，加上疫情的影響，原本固定每年出國度假的遊客，有部分轉往 staycation（宅度假）這種比較經濟的旅遊方式：留在所在城市或所在國家，找個飯店好好享受與在家截然不同的居住體驗。

在各國紛紛開放天空的時期，還是有相當多人保留了宅度假的習慣。本期雙週刊，創市際以 Comscore Social by Shareablee 資料，觀察「太魯閣晶英酒店」與「高雄洲際酒店」在過去一年來在 Facebook 粉絲頁上的特殊行銷活動與貼文效益。

InterContinental Kaohsiung (TW) 高雄洲際酒店

高雄洲際酒店（後簡稱為高雄洲際）位於亞洲新灣區，是高雄新興的水岸開發與商業區，飯店於 2021 年第 4 季啟用，至今迎來第三年。在台灣開放國境後，眾多國內外藝人紛紛選擇高雄舉行演唱會，也連帶帶動高雄市觀光發展，BLACKPINK 來台舉辦演唱會時，即是下榻於高雄洲際。

Brand	Post	Total Actions	% Total Actions	Comments	Reactions / Likes	Shares / Retweets	Total Video Views
InterContinental Kao...	> 171	102,885	100	25,915	54,687	22,283	95,393

觀察高雄洲際自 2022 年 6 月至 2023 年 6 月的 Facebook 粉絲頁貼文表現，13 個月以來共有 171 則貼文，帶來逾 10 萬次互動。當中互動數最高的是 2022 年 10 月發出的「星級密探召集令」。「星級密探召集令」係高雄洲際慶祝其開幕一週年，加上推廣觀光所進行的免費一泊二食體驗活動，參加者必須在留言處 tag 兩位好友，並將貼文公開轉發到自己的 Facebook 頁面上，方能獲得抽獎資格。最後單篇貼文帶來了超過 2 萬次留言、近 2 萬次轉發，貼文瀏覽數約 1,546 萬次，觸及近 4.5 萬不重複網友。



InterContinental Kaohsiung (TW) 高雄洲際酒店

CP 67.1k Total Actions 7 Total Content		f 67.1k Total Actions 7 Posts				
Brand	Post	Content	Total Actions	% Promoted on	% Sponsored on	Published (UTC)
InterContinental Kao...		星級密探召集令 迎開幕週年，招募百位神秘客免費體驗一泊二食，歡迎報名體驗星級密探生活，入住暢饗主題餐酒晚	62,483		No	Sunday, 23 Oct 2022 at 06:01:37
InterContinental Kao...		星級密探召集令 從旅行風格看出密探屬性 身為一位神秘客，從容幽默也是必要的特質之一！跟我們分享您是哪種類型的密	2,270		No	Tuesday, 25 Oct 2022 at 04:31:06
InterContinental Kao...		星級密探召集令 來自神秘組織首領的邀請 報名體驗免費一泊二食，抽獎召集百位神秘客，同時，為回饋粉絲朋友們的熱烈	950		No	Friday, 28 Oct 2022 at 05:30:00
InterContinental Kao...		星級密探召集令 得獎名單公布 感謝廣大支持者的踴躍參與，本次活動以網頁程式系統自動審核及演算，隨機抽出一百位星	914		No	Monday, 07 Nov 2022 at 10:26:32
InterContinental Kao...		星級密探專屬 線上說明會 恭喜《星級密探召集令》活動的100組獲選人，相信大家已經收到實體邀請函，歡迎攜邀卡抵	280		No	Friday, 18 Nov 2022 at 03:50:28

在觀察期間內共有 7 篇「星級密探召集令」系列貼文，總互動數 67,114 次，並且所有貼文都未下廣告，全為自然流量（左圖黃底色處）。

2023 年 5 月時，高雄洲際為了其新開幕的星馬料理餐廳又進行一次美食「星」探募集活動，追蹤雖成效不如「星級密探召集令」，但付費推廣後的貼文仍收到 7,000+ 次互動，和平時貼文的互動相比已提高數十倍。

Brand	Post	Content	Total Actions	Promoted on
InterContinental Kao...		強力號召美食「星」探 難忘東南亞道地街頭美食？熱愛濃郁辛辣香料、酸辣清爽、沁涼香甜的南洋口感？被朋友圈公認「探店達人」？夢想成為美食部落客？高雄洲際酒店全新南洋風「HAWKER	8,187	
InterContinental Kao...		美食「星」探 招募倒數5天 高雄洲際酒店全新南洋風HAWKER「好客」餐廳即將盛大開幕，開幕派對活動亮點分享！免費暢享星馬道地美饌：星洲麥片蝦、海南雞飯、沙嗲烤串、海鮮叻沙麵、#	7,395	Yes
InterContinental Kao...		美食星探招募結果公告 感謝每位熱情參與的支持者，您的鼓勵是我們持續舉辦活動的最大動力，也在此公佈招募結果，每位獲選者可攜一位同行，參與 #HAWKER好客餐廳 2023/6/1(四) 18:00 開幕派	335	
InterContinental Kao...		好客餐廳 道地南洋街頭美食 好客美食星探暢享開幕派對試吃亮點搶先看！炎炎夏日，道地東南亞的濃郁風味讓人一品開胃！星洲麥片蝦球 請選新鮮台灣虎蝦以料酒、香油、鹽及蛋白、蘇打粉醃	289	
InterContinental Kao...			168	

Silks Place Taroko (TW) 太魯閣晶英酒店

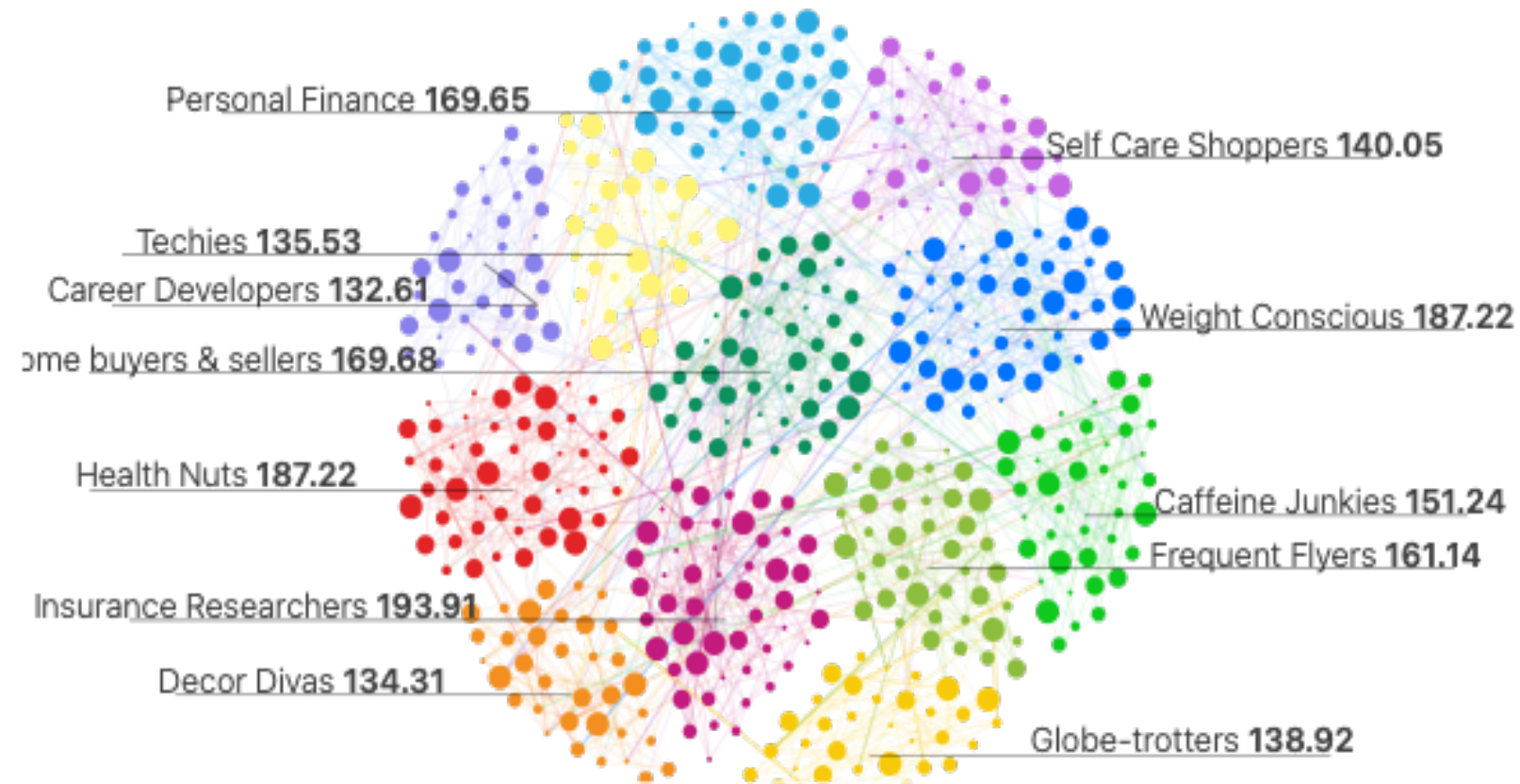
Brand	Post	Total Actions	% Total Actions	Comments	Reactions / Likes	Reactions / Likes	Shares / Retweets	Total Video Views
Silks Place Taroko (...)	> 576	317,813	100	4,953	310,254	310,254	2,606	52,345

太魯閣晶英酒店（後簡稱為太魯閣晶英）位於太魯閣國家公園內。前身為天祥招待所，係當時為推廣太魯閣觀光所設置之中繼招待所，後於 1991 年由晶華國際酒店集團改建為天祥晶華度假酒店，又於 2009 年改裝成太魯閣晶英酒店。在 Facebook 飯店社團中有全台最難預訂飯店的稱號。

太魯閣晶英自 2022 年 6 月至 2023 年 6 月的 Facebook 粉絲頁貼文表現，13 個月以來共有 576 則貼文，帶來近 32 萬次互動。由於品牌經營已久，並且訂 / 住房率向來沒有太大問題，因此粉絲頁貼文多以分享飯店週邊美景為主，每則貼文互動數也相對穩定，無論有無付費推廣貼文，對於互動數都沒有太大的幫助。

Brand	Post	Content	Total Actions
Silks Place Taroko (...)	> 576		317,813
Silks Place Taroko (...)		超級月亮！新城海邊 7 月的超級月亮看起來將比平均滿月時大 7%，亮 16%，很開心，今晚能和你一起看月亮。無論你在	1,876
Silks Place Taroko (...)		因為發自內心喜歡，眼裡的世界就會變成喜歡的樣子。謝謝自己生長的土地，疫情減緩之後，希望讓更多人發現「台	1,814
Silks Place Taroko (...)		曬月亮！太魯閣牌樓！晚霞海 中橫公路上，出太魯閣前遇見的超級月亮 真希望你也在這兒 ❤️ The biggest super moon of the	1,809

Silks Place Taroko (TW) 太魯閣晶英酒店



觀察太魯閣晶英 Facebook 粉絲頁網友的人物誌 (Persona)，2023 年第 2 季資料顯示，傾向前 10 高的分別為 Insurance Researchers、Health Nuts、Weight Conscious、Home buyers & sellers、Personal Finance、Frequent Flyers、Caffeine Junkies、Self Care Shoppers、Globe-trotters、Techies。與其他飯店網友人物誌不同之處在於，太魯閣晶英的網友人物誌更傾向身心靈的健康與平衡，並且有財務自由人士的傾象。

關於 Comscore Social (Shareablee)

創立於 2013 年，現今 Shareablee 已成為社群用戶情報、社群媒體產業基準值，與可應用社群數據方面的領先權威。其在全球超過 55 個市場，採用一致性的社群數據監控了超過 100 萬家企業帳號以及超過 900 萬名網路意見領袖資料，時至今日，Shareablee 已是全球最大型的跨裝置社群數據提供者，並廣為品牌與代理商所愛用。Shareablee 於 2021 年底加入 Comscore，並於 2022 年在全球推出結合 Comscore MMX Multi-Platform 數據與 Shareablee 社群資料的 Comscore Total Digital。

Methodology

Comscore Social (Shareablee) 透過 API，每日從 Facebook、Instagram、YouTube、Twitter、Twitch、Tik-Tok，直接取得社群媒體上的用戶參與數據（包含按讚、留言、分享、轉推等）。資料搜集範圍涵蓋全球超過 55 個市場，每日分析超過 1,500 萬頁資料，產出 300 個產業類別數據，協助廣告主與代理商更透析認識社群用戶。

IX 市調解析

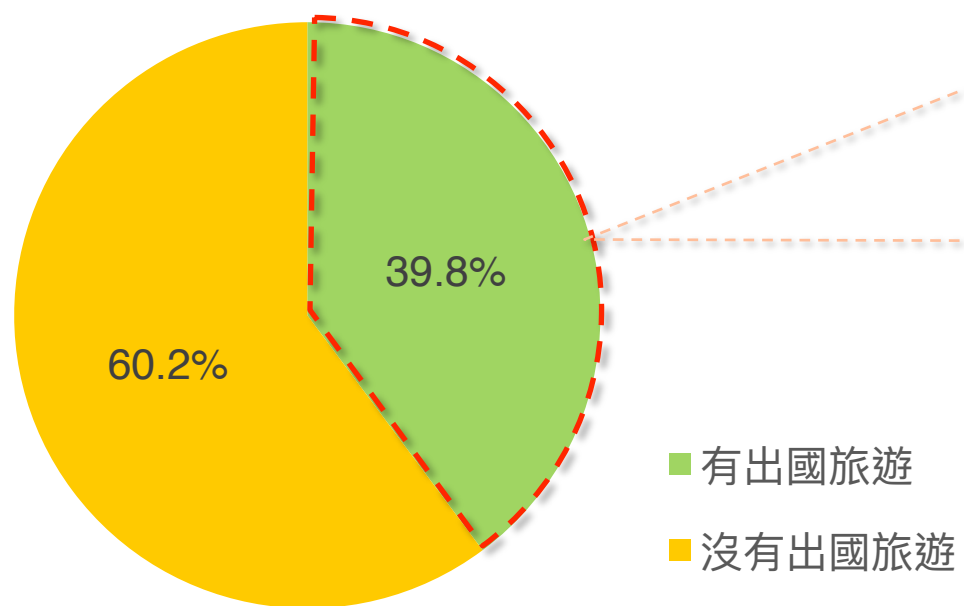
旅遊篇

旅遊篇

疫後旅遊熱度復甦，民眾強勁的旅遊需求，帶動觀光旅遊業的商機，為了解民眾在解封後的旅遊計畫，創市際於 2023 年 6 月 30 日至 7 月 7 日，針對 15-64 歲 的網友進行了一項「旅遊篇」的調查，總計回收了 1,532 份問卷。

出國旅遊率近四成，仍以東北亞(日/韓)最受歡迎

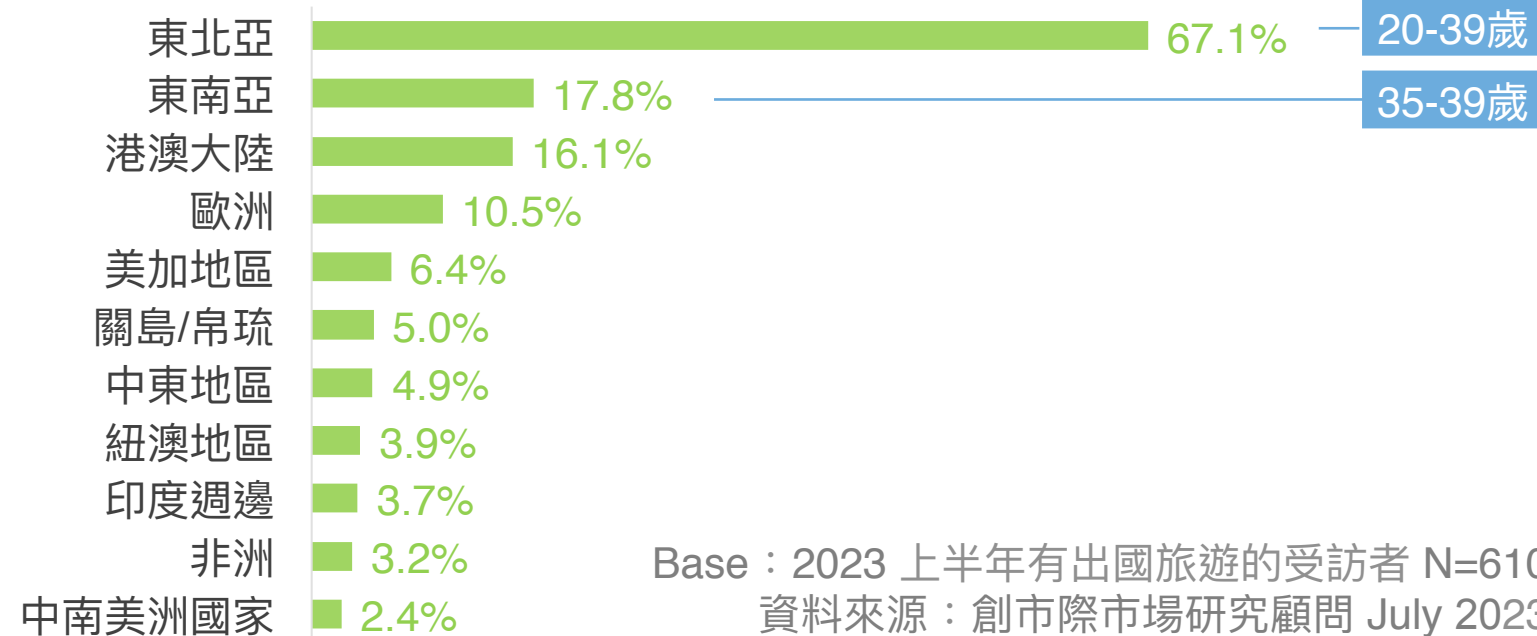
2023 上半年出國旅遊情形



Base：全體受訪者 N=1,532

資料來源：創市際市場研究顧問 July 2023

2023 上半年出國旅遊國家



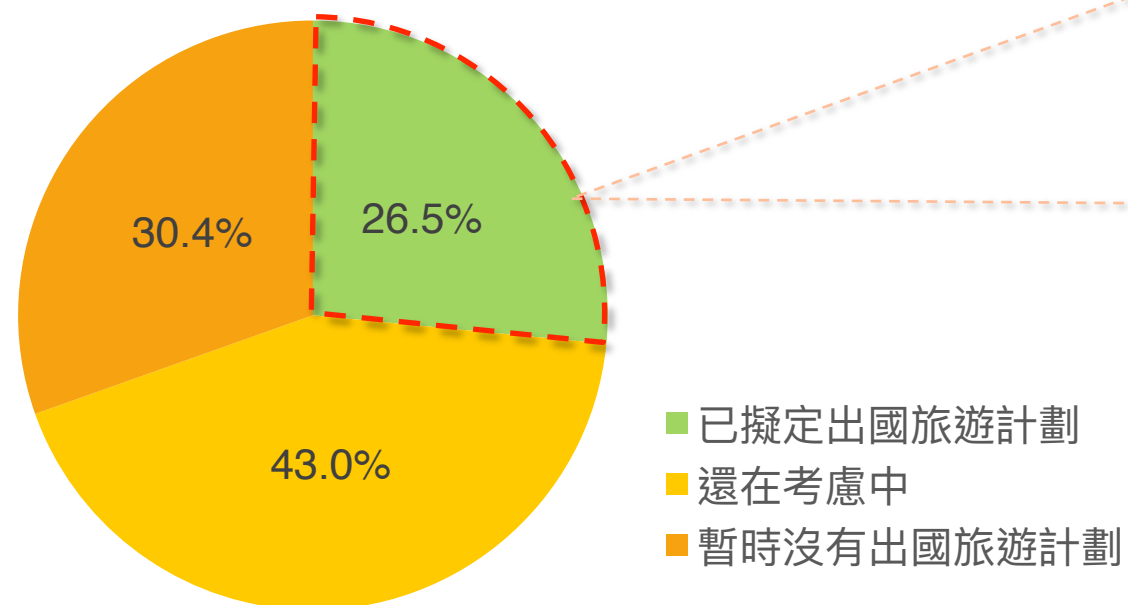
Base：2023 上半年有出國旅遊的受訪者 N=610

資料來源：創市際市場研究顧問 July 2023

調查顯示，2023 上半年約有四成(39.8%)的受訪者有出國旅遊，旅遊目的地以「東北亞(日本/韓國)」(67.1%)為最熱門旅遊國家，其中以 20-39 歲以上者 比例較顯著；其次國家則是「東南亞(泰國/馬來西亞/新加坡/印尼/越南/菲律賓/柬埔寨)」(17.8%)、「港澳大陸(香港/澳門/中國)」(16.1%)，而排名第三的是「歐洲」(10.5%)。

三成民眾在今年下半年有出國旅遊計畫

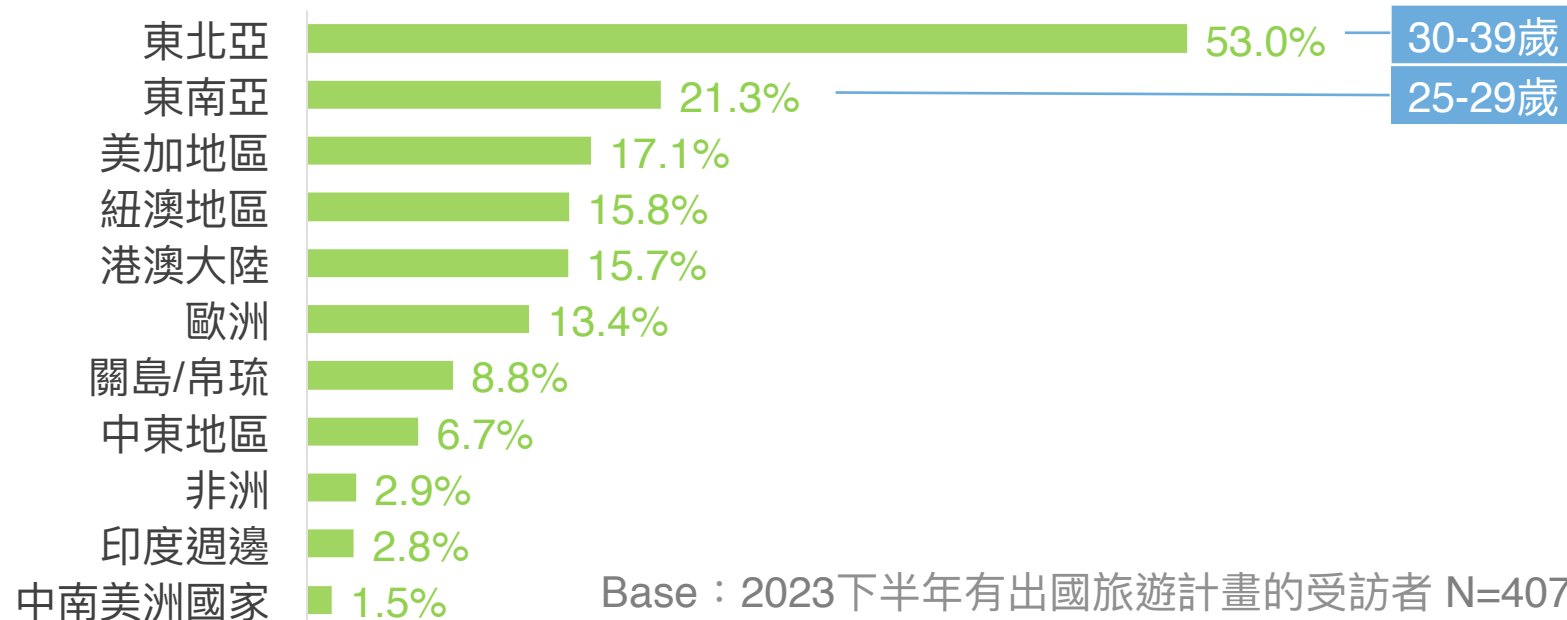
2023 下半年出國旅遊情形



Base：全體受訪者 N=1,532

資料來源：創市際市場研究顧問 July 2023

2023 下半年預計前往旅遊國家



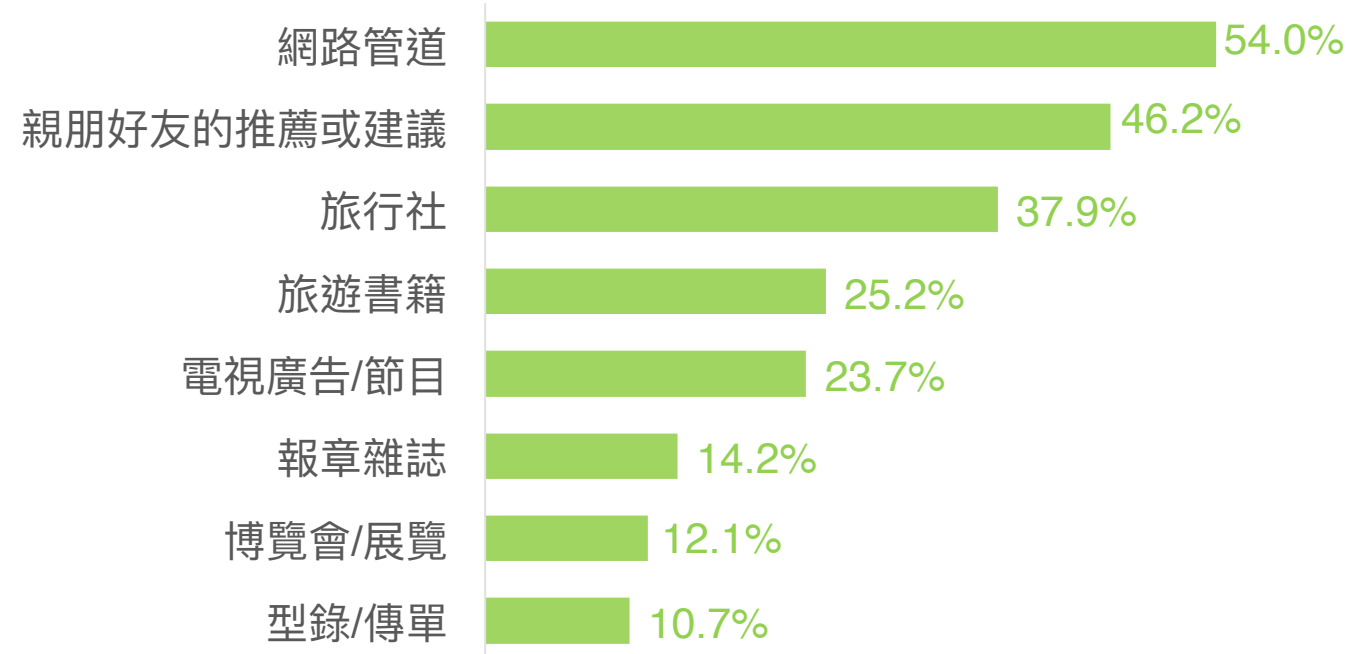
Base：2023下半年有出國旅遊計畫的受訪者 N=407

資料來源：創市際市場研究顧問 July 2023

持續追問 2023 下半年出國旅遊情形，獲知已有 26.5% 的受訪者為「已擬定出國旅遊計畫」的，而預計前往旅遊的國家仍以「東北亞(日本/韓國)」地區最受歡迎，其次是「東南亞(泰國/馬來西亞/新加坡/印尼/越南/菲律賓/柬埔寨)」(21.3%)，另其他如「美加地區(美國/加拿大/夏威夷)」(17.1%)、「紐澳地區(紐西蘭/澳洲)」(15.8%)、「港澳大陸(香港/澳門/中國)」(15.7%)、「歐洲」(13.4%)等也都有一成以上的比例。

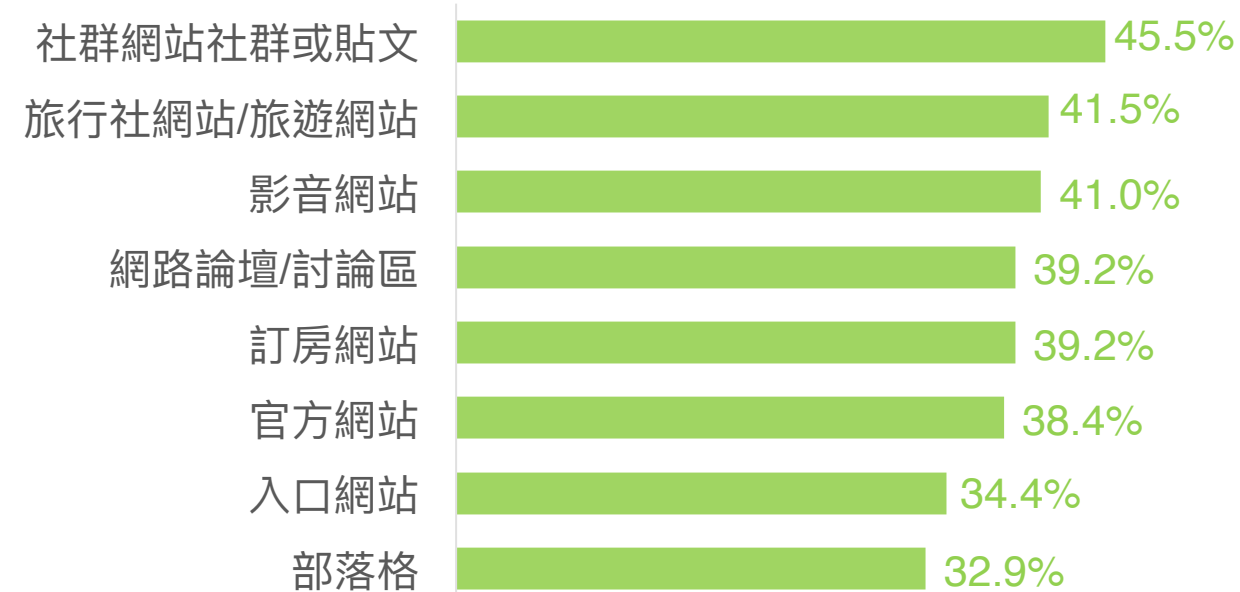
旅遊資訊主要參考來源：網路管道

旅遊資訊參考管道



Base：全體受訪者 N=1,532
資料來源：創市際市場研究顧問 July 2023

旅遊資訊參考管道-網路管道



Base：參考網路管道規劃旅程的受訪者 N=828
資料來源：創市際市場研究顧問 July 2023

至於旅遊資訊的參考來源，多數是來自「網路管道」(54%)，其次則為「親朋好友的推薦或建議」(46.2%)，至於詢問「實體旅行社」者約占37.9%。深入了解網路管道的內容，發現民眾會瀏覽的有「社群網站社群或貼文」(45.5%)、「旅行社網站/旅遊網站」(41.5%)、「影音網站」(41%)、「網路論壇/討論區」(39.2%)、「訂房網站」(39%)、「官方網站(觀光局/各景點網站)」(38.4%)等。

小結

- ▶ 2023 上半年出國旅遊率：39.8%
旅遊國家 Top 3：「東北亞」(67.1%) > 「東南亞」(17.8%) > 「港澳大陸」(16.1%) > 「歐洲」(10.5%)
- ▶ 2023 下半年出國旅遊情形：
「已擬定出國旅遊計畫」(26.5%)，「考慮中」(43.0%)，「暫時未有出國旅遊計畫」(30.4%)
- ▶ 旅遊參考資訊管道 Top 3：
「網路管道」(54.0%)、「親朋好友的推薦或建議」(46.2%)、「實體旅行社」(37.9%)
 - 網路管道資訊來源內容：「社群網站社群或貼文」、「旅行社網站/旅遊網站」、「影音網站」、「網路論壇/討論區」、「訂房網站」、「官方網站(觀光局/各景點網站)」等。

研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對 15-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2023/06/30～2023/07/07

有效樣本數； N=1,532

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.51%，再依照行政院主計處2022年12月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	766	50.0%
	女性	766	50.0%
年齡	15-19歲	99	6.5%
	20-24歲	126	8.2%
	25-29歲	149	9.7%
	30-34歲	149	9.7%
	35-39歲	157	10.2%
	40-44歲	189	12.3%
	45-49歲	171	11.2%
	50-54歲	166	10.8%
	55-59歲	167	10.9%
	60-64歲	161	10.5%
居住地	北部	705	46.0%
	中部	405	26.4%
	南部	423	27.6%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m marcom@ixresearch.com