高雄市政府新聞局

高雄市政府官方國際社群媒體貼文統計分析

撰寫人：新聞服務科陳柏翰

中華民國 115 年 8 月

一、 前言

國際社群媒體X於全球估計逾5億用戶，有許多具輿論影響力的忠實使用者，尤其歐美、日本民眾對Twitter的黏著度非常高，因此，X可視為國際人士認識高雄的直接管道。新聞局成立X社群官方帳號，是全國首個獲得官方藍勾認證的城市，經常運用X呼應國際時事，如發布城市形象影片、與國際城市締結姊妹市或國際城市活動(日光海島生活節、法國生活節、台日大港水果季等)，獲國內外網友轉發分享，證明X扮演城市行銷及國民外交上的重要角色。

考量年輕世代在數位媒體接觸率以網路最高，且隨著智慧型手機普及，中、老年使用社群網站的頻率亦攀升，故善用X發布貼文成為國際行銷重要的方式之一。

二、 統計目的

新聞局成立X社群官方帳號，發布英、日、韓及東南語系語言之貼文，以美照搭配文字呈現，將高雄宜居、友善投資及安心旅遊的環境對外宣傳，以提升高雄國際知名度。透過分析Twitter推文資訊之相關數據成效，俾利做為未來執行國際行銷政策推行之參考，以持續擴大高雄國際能見度及網路聲量。

三、 分析內容

新聞局於104年成立Twitter(現已改名X)官方帳號「KaohisungCity」，是全臺首個官方正式認證的城市帳號，114年全年度貼文成效計有191則貼文，廣告投放達4,421,758次曝光、230,573次點擊。綜覽六個直轄市設立之X帳號，高雄貼文使用語言最為多元，語系涵蓋英、日為主，並輔以其他語言（韓文、東南亞語系）拓展受眾。在貼文內容部分，高雄除介紹轄內美食、景點等資訊，也配合時事議題強化活動素材的呈現，以增加社群互動率，並適時透過轉推貼文，增加與其他帳號的交流。

（一）每月貼文語系統計：

在貼文語系方面，114 年推文以英文為主，其次為日文，每月發布貼文數量約在 15-18 則之間，詳如下表所示：

	貼文語系統計表						
月份	英文	日文	韓文	越南文	印尼文	泰文	合計
1 月	6	5	3	0	1	1	16
2 月	5	5	3	1	1	0	15
3 月	6	4	3	0	1	1	15
4 月	6	4	3	1	1	0	15
5 月	5	6	3	0	1	1	16
6 月	6	7	3	1	1	0	18
7 月	5	5	3	0	1	1	15
8 月	6	5	3	1	1	0	16
9 月	7	5	3	1	0	1	17
10 月	6	4	3	1	1	0	15
11 月	8	3	3	0	1	1	16
12 月	8	4	3	1	0	1	17

（二）每月熱門貼文分析

1. 1 月份最佳貼文為 1/13「太驚喜了！全臺網友敲碗成功！吉伊卡哇（Chiikawa）燈籠登場」的日文推文，推廣前共獲得 184 萬次曝光，配合冬日遊樂園主題，以全球人氣動畫角色吉伊卡哇打造全臺最具人氣話題的小提燈，引起廣泛討論，本推文更獲吉伊卡哇官方帳號轉推，吸引許多粉絲關注，提升高雄的城市能見度；第二名為 1/26「真的來啦.′.′三隻小可愛都來高雄玩啦ღ」的英文推文，推廣前共獲 18 萬次曝光；第三名則是 1/21「與美麗的高雄海景共眠 ⋙」的日文推文，獲 20,580 次曝光，介紹全台首座由歷史建築改建的倉庫旅宿，房間窗外就可以看到高雄港景。

貼文	日期	曝光次數 ↓	喜歡的內容	回覆	轉發
 サプライズ！台湾中のファンの熱望が実現！ 2025年高雄ランタンフェスティバルの小型ランタンの主役は「ちいかわ（Chiikawa）」に決定！ 紙彫刻デザイナーが精巧なペーパークラフトランタンの技術で、台湾で最も話題の小型手持ちランタンを作り上げました。 https://t.co/miQI2IGq8F	2025年1月13日	184萬	14,588	20	3,005
 The worldwide popular Chiikawa has come to Kaohsiung! The super fun #2025KaohsiungWonderland has just started and will last 23 days. Don't miss the amazing Nighttime #LightShow, happening each evening. Come and visit this wonderful wonderland! https://t.co/1l0C1l7GlV	2025年1月26日	18萬	3,889	10	1,081
 美しい高雄の海景とともに眠る 台湾初の歴史的建築を利用した倉庫型宿泊施設！ 自然の海景と歴史的建築が織りなす空間で、旅のひとときをゆったりと楽しみ、高雄の海洋の美しさを体験しましょう。 P 棧貳沐居KW2 HOSTEL 高雄市鼓山区蓬萊路17号 2階 https://t.co/9U1vhSI5SF	2025年1月21日	20,580	145	0	18

2. 2 月曝光度最高之貼文為 2/15「小可愛吉將告別高雄」的日文推文，獲得 19 萬次曝光，介紹吉伊卡哇的特別活動；第二名為 2/10「史上最萌的出遊派對」的日文推文，共獲得 27,457 次曝光，推文搭配吉伊卡哇的可愛形象，引起粉絲關注；第三名則是 2/21「陪伴高雄人 24 年的老朋友滿血回歸」的日文推文，共獲得

12,390 次曝光，展現蛇年燈會的精彩亮點，結合高雄燈會文化與濃厚新春氛圍，吸引國內外受眾的關注。

貼文	日期	曝光次數↓	喜歡的內容	回覆	轉發
 さようなら、ちいかわ！ 高雄ウィンター遊楽園のフィナーレ特別イベント大公開！ ちいかわ&ハチワレ&うさぎの3匹が17号埠頭で夢の共演！ 最後のチャンスをお見逃しなく、かわいい姿を写真に収めて記念に残そう！ https://t.co/AHqNmjZ7A7	2025年2月15日	19萬	3,445	4	694
 史上最高にかわいいお出かけパーティー！🎉 この冬、20万人以上が参加した大人気イベントが、ついにカウントダウン！✨ ちいかわがハチワレ、うさぎと一緒に高雄愛河湾をお散歩。美しい港の風景の中で、3匹のかわいい仲間たちと楽しい時間を過ごしませんか？❤️ お見逃しなく！ https://t.co/GwqQZIjKrs	2025年2月10日	27,457	962	2	246
 高雄の人々に24年間寄り添ってきた旧友が、ついに完全復活！ 2001年の巳年ランタンフェスティバルの主灯「龍耀龍翔」が、2025年に愛河のほとりで再び輝きを放ちます。期間限定のライトアップショーを開催し、皆さんとともに高雄の進化と変化を見届けましょう！ https://t.co/eP1olV092Y	2025年2月21日	12,390	185	2	39

3. 3 月曝光度最高之貼文為 3/17「最美漫畫書店就在高雄.′.′」的日文推文，獲得 11,678 次曝光，本篇推文介紹高雄的特色漫畫書店，吸引日語受眾的高度關注，成功提升高雄作為文化旅遊目的地的形象；第二名為 3/5「🐲DragonandTigerPagodas｜蓮池潭龍虎塔」的英文推文，共獲得 3,779 次曝光，介紹高雄著名地標——龍虎塔文化特色，吸引對建築與宗教文化有興趣的國際觀眾；第三名則是 3/8「國際婦女節快樂❤️‍🩹」的英文推文，共獲得 3,110 次曝光，結合國際婦女節與高雄流行音樂中心燈光活動，響應#GoRedForWomen 運動，提升健康意識，同時展現城市對女性議題的關注，成功引起廣泛討論。

貼文	日期	曝光次數 ↓	喜歡的內容	回覆	轉發
 高雄にある最も美しい漫画書店！ ここには10万冊以上の漫画が揃い、子供の頃の名作から新感覚の作品まで楽しめます。 店内では飲食も提供しており、明るく開放的な空間で心ゆくまで漫画の世界に浸れます。 📍BOOKING https://t.co/hdbLHoLD3a https://t.co/gCWNDEpk83	2025年3月17日	11,678	226	2	48
 0:37 The Dragon and Tiger Pagodas are designed with the concept of entering by the Dragon's mouth and exiting through the Tiger's, which is believed to ward off misfortune, dispel calamities, and bring good luck. https://t.co/OEZcKL0ruE	2025年3月5日	3,779	192	2	44
 ❤️Happy International Women's Day! The Kaohsiung Music Center has been illuminated in red in support of Taiwan's #GoRedForWomen campaign, which seeks to boost women's cardiovascular health awareness and educate the public on gender disparities in heart disease. https://t.co/CryadRTQkt	2025年3月8日	3,110	135	2	20

4. 4 月曝光度最高之貼文為 4/16「花旗木滿開綻放」韓文推文，獲得 4.8K 次曝光，推文以粉嫩花海與溫泉露營為主題，成功吸引韓語受眾對春遊高雄的高度關注；第二名為 4/14「台灣 style 下午茶最對味😋」的日文推文，共獲得 2.7K 次曝光，介紹道地小吃傳遞高雄的庶民美食文化，吸引日語觀眾的目光；第三名則是 4/3「#兒童節連假就是要來高雄ღ」的英文推文，共獲得 2.6K 次曝光，以衛武營兒童藝術節為亮點，突顯高雄親子友善城市的形象。

日期	曝光次數	喜歡的內容	回覆	轉發
Kaohsiung City · Apr 16, 2025  꽃피는 봄이 왔습니다! 분홍빛 꽃바다에서 캠핑과 온천을 즐기며, 낭만적인 분위기에 푹 빠져보세요....	4.8K	904	3	93
Kaohsiung City · Apr 14, 2025  台湾スタイルのアフタヌーンティー、もう試してみた？ カリッと焼いた「黒輪片(さつま揚げ)」、...	2.7K	91	1	19
Kaohsiung City · Apr 3, 2025  Celebrate Children's Day in Kaohsiung! Enjoy the #KaohsiungXLEGO event, its LEGO fun, and a wide range of other ...	2.6K	66	1	14

5. 5 月曝光度最高之貼文為 5/1「來一趟#綠園道之旅吧」日文推文，獲得 3.6K 次曝光，推文以影片介紹綠園道之人行道、自行

車道與公園綠地規劃，成功獲得喜愛輕鬆步調生活的日語受眾關注;其次則為 5/4「跟著 Mana 一起感受高雄的歷史與魅力！」的日文推文，以及 5/2「秘境級公路休憩站就在高雄.′.′」的日文推文皆獲得 2.8K 次曝光，貼文善加運用「秘境」和「美景」傳達南橫公路新禮觀觀景台特色，對嚮往探尋秘密、限定景點的日語受眾而言具有十足的吸引力。



6. 6 月曝光度最高之貼文為 6/25「高雄的城市藝術脈動」日文推文，獲得 3.4K 次曝光，以影片素材介紹高雄捷運沿線各站裝置藝術，並搭配國際雜誌報導內容，成功獲得許多日語受眾關注；其次則為 6/30「都市叢林中的浪漫曲線！」的日文推文獲得 2.6K 次曝光，呈現衛武營國家藝術中心之建築特色；第三為 6/8「我們在#西子灣向大海致敬🌊」的英文推文獲得 2.3K 次曝光。以「世界海洋日」為主軸，得到國際受眾之共鳴。



7. 7 月曝光度最高之貼文為 7/15「大義公園的打卡熱點《椅子樂譜》即將在 7 月底與我們溫柔道別」日文推文，獲得 4.1K 次曝

光，推文引發受眾回憶造訪高雄之美好旅程，以及對往日時光之嚮往；其次則為為 7/13「MagicalChiikawa 魔法吉伊卡哇快閃店」的日文推文獲得 3.7K 次曝光，本篇介紹在臺日兩國具有超人氣之動漫角色展覽；第三為 7/24「一起嗨翻高雄的天空吧！」的韓文推文獲得 2.6K 次曝光。內容主題為「旗津風箏節」，以吸睛的大型風箏加上旗津海洋魅力，建構出高雄獨特夏日海洋節慶的熱情意象。



8. 8 月曝光度最高之貼文為 8/20「跟著KR#國民男友@bogummy 的步伐」韓文推文，獲得高達 60K 次曝光，以朴寶劍曾造訪之特色景點，加上營造浪漫氛圍文字內容進行發文，成功搭上熱潮獲得關注，推文更被朴寶劍本人帳號轉發；其次則為為 8/18「＜鬼滅之刃✕高雄輕軌＞熱血開跑‼️」日文推文獲得 35K 次曝光，適逢鬼滅之刃最新電影版上映，並與高雄輕軌合作限定車廂塗裝，推文吸引許多粉絲熱烈討論並於社群間轉發；第三為 8/5「挖酷挖酷#夏戀高捷動漫季沸騰中🔥」的日文推文獲得 2.2K 次曝光，對日本觀光客或日文使用者友善，提升粉絲認同感。

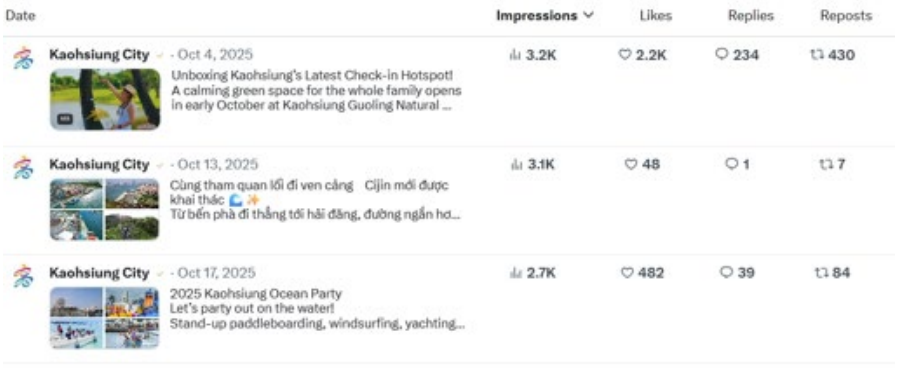


9. 9 月曝光度最高之貼文為 9/6「“妖”你進入台灣怪談世界！」日文推文，獲得 2.1K 次曝光，由於怪談是臺灣、日本都相當熟悉的話題，加上台灣在地的獨特文化跟神秘感，使該文在本月主題中獲得較多的關注；其次則為 9/13「這次，與你一起在高雄留下星星的足跡」英文推文獲得 1.7K 次曝光，藉著〈小王子〉作品的知名度，結合英國領事館的山海景緻，打造出夢幻浪漫的童話畫面；第三為 9/16「來甲仙療〝芋〞一下！」的日文推文獲得 1.6K 次曝光。，呈現甲仙街道上各種可愛的吉祥物玩偶擺設及藝術裝置造景，可愛活潑的風格讓社群受眾更容易理解甲仙特色並增加造訪動機。

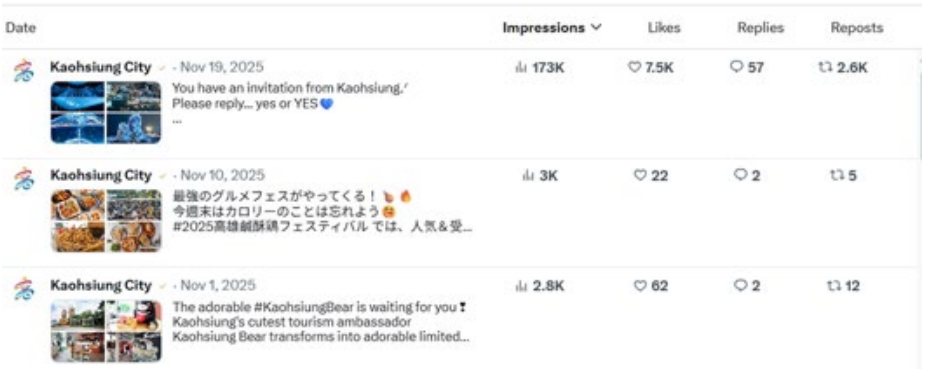


10. 10 月曝光度最高之貼文為 10/4「一起開箱高雄最新打卡熱點！」英文推文，獲得 3.2K 次曝光，果嶺自然公園透過網紅實地體驗影片激起民眾更多的期待和好奇心，讓該貼文成功取得相當多的關注；次高則為 10/13「來#旗津港濱新步道流連忘返看美景！」越南文推文獲得 3.1K 次曝光，介紹連接旗津知名景點高雄燈塔

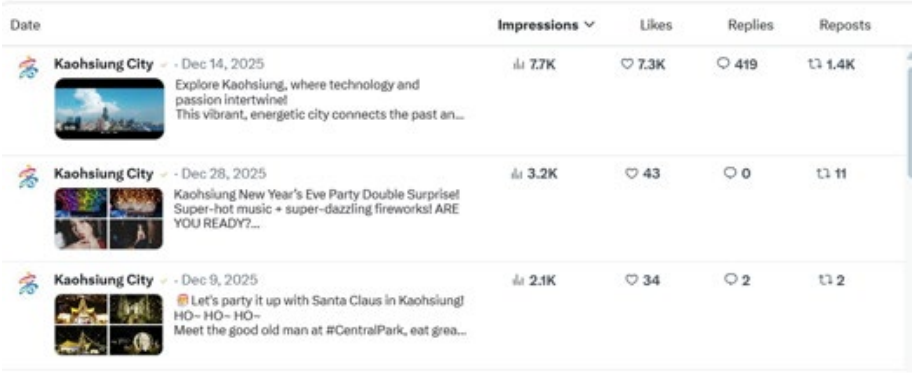
至渡輪口新落成景觀步道，贏得熱愛旗津風光及散步行程的受眾觀看；第三是 10/17「高雄連派對都搬到海上啦！」英文推文獲得 2.7K 次曝光。該文以「高雄海洋派對」為主題，介紹活動豐富多彩的各類水上運動競賽，以及周邊海洋相關元素之體驗、課程，新奇有趣內容得到嚮往戶外活動之受眾喜歡。



11. 11 月曝光度最高之貼文為 11/19「您有一則來自高雄的邀請—♡請回覆…YESORYES?！」英文推文，曝光數高達約 17 萬 3,000 次，市府以城市知名地標燈光秀應援國際天團 TWICE 演唱會，各地標在燈光照映下的優美姿態，加上 TWICE 強大人氣的加乘效果，使該推文取得十分耀眼的曝光數；次高則為 11/10「最難抗拒的美食慶典來囉！」日推文獲得約 3K 次曝光，受到熱愛台式小吃的受眾關注；第三是 11/1「雄古錐的#高雄熊在這邊等你❣️」英文推文有約 2.8K 次曝光。以高雄觀光大使「高雄熊」首間實體店鋪為主題，展示豐富的高雄熊玩偶、聯名產品與限定商品，有效吸引國際受眾目光。

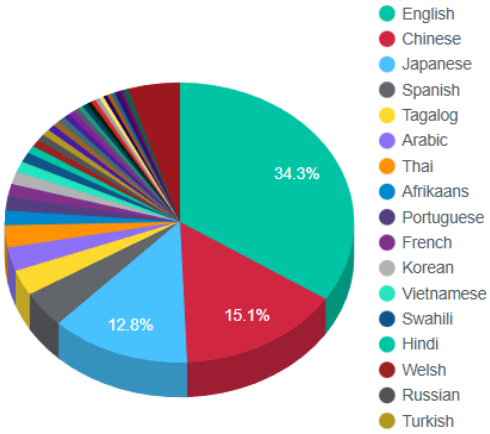


12. 12 月曝光度最高之貼文為 12/14「探索科技與熱情交織的高雄！✨」英文推文，曝光數達 7.7K 次，運用科幻片風格拍攝城市宣傳影片，讓觀眾帶入 AI 仿生人視角，此種電影敘事方式使受眾更能投入其中，也讓發文得到良好的曝光數；次高則為 12/28「雄嗨趴跨年雙彩蛋！超火熱音 x 超炫煙火 AREYOUREADY!」英文推文獲得 3.2K 次曝光，在鄰近跨年前夕宣傳活動最大兩項亮點—韓國女星權恩妃，以及長達 240 秒的繁星花火秀，更加激發民眾期盼已久的熱情，亦呈現高雄跨年活動受到的高度關注；第三是 12/9「🎅鎮民集結！跟聖誕老公公嗨翻高雄啦」英文推文有 2.1K 次曝光。高雄聖誕生活節以高達 26 公尺的「永恆星冠聖誕樹」廣為知名，加上噴雪造景、聖誕市集與知名藝人演出而受到國內外的熱烈響應。

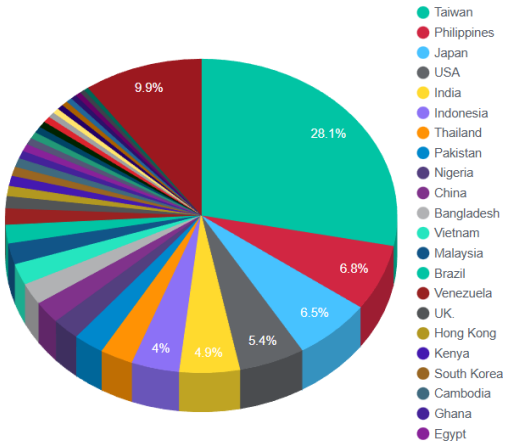


（三）追蹤者族群分析

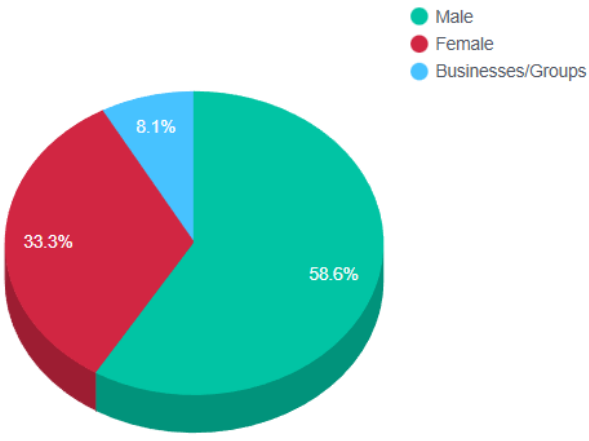
114 年度新聞局 X 官方帳號追蹤者使用語言，英文用語粉絲佔多數。34.3%粉絲主要語言為英文，其次是中文 15.1%、日文 12.8%。



國家方面，第一名為台灣，其次菲律賓、日本及美國。



追隨者性別比：男性 58.6%，女性 33.3%。



四、　結論及建議

從上述分析資料來看，115 年度使用者在互動、留言及參與率上，使用日語貼文均能獲得不錯的效果，包括一月份的「吉伊卡哇（Chiikawa）燈籠登場」、二月「小可愛吉將告別高雄」、三月「最美漫畫書店就在高雄」、四月「台灣 style 下午茶最對味」、五月「來一趟#綠園道之旅」、六月「高雄的城市藝術脈動」、七月「大義公園的打卡熱點」、八月「鬼滅之刃✕高雄輕軌」、九月「“妖”你進入台灣怪談世界」、十一月「最難抗拒的美食慶典」等。

除主題性選擇外，分析結果亦發現妥善運用 hashtag 功能，可以有效引發目標群眾興趣，與國外社群平台熱門主題標籤連結呼應，以加強貼文能見度與參與度，後續亦將於貼文適時搭配 hashtag 功能，接軌國際時事議題。

而在其他語系貼文方面，茲因網路普及率、社交媒體滲透率等有所差異，未來也會將各國社會環境、網路媒體使用習慣等影響因素納入考量，並依據網友反饋意見調整貼文主題規劃。