

# 市場處臉書粉絲專頁客群性別分析

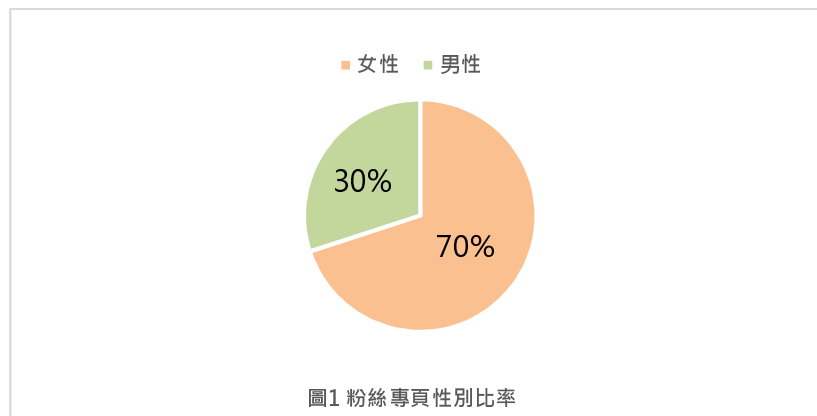
新北市政府市場處

現代人工作繁忙，上班期間不方便至早市買菜，下班直接至便利商店、超級市場或網路商城購入，加上疫後消費習慣的逐漸轉變，傳統市場之營運面臨極大的考驗。為了協助本市公有市場永續經營，同時擴大消費客群並建立特色品牌，新北市政府市場處近年積極推動市場改造與改建，從硬體面逐步提升市場購物環境，軟體面部分則提供輔導市場攤商、協辦行銷活動、多元支付設置及網路購物等協助，建立多元消費環境與購物體驗。考量現今社群媒體與智慧型手機逐漸普及，網路行銷宣傳成為強力有效的行銷工具，爰市場處建立 Facebook 粉絲專頁「來新北逛菜市」，希望透過網路社群傳播之便利性與即時性，加強推廣傳統市場好滋味，延續濃濃的人情味，同時鼓勵不同性別、年齡層的客群進入傳統市場消費購物。

## 一、性別統計分析

### (一) 粉絲專頁客群性別比率分析

依據新北市政府市場處「來新北逛菜市」臉書粉絲專頁後台分析數據顯示，截至 112 年 6 月 15 日止，本粉絲專頁追蹤人數約 37,448 人，女性客群比率占約 70%，顯示本專頁客群以女性為主，男性客群瀏覽本專頁之意願偏低。



資料來源：「來新北逛菜市」臉書粉絲專頁後台數據

### (二) 粉絲專頁性別與年齡分佈比率交叉分析

依據新北市政府市場處「來新北逛菜市」臉書粉絲專頁後台分析數據顯示，本粉絲專頁客群中 25~34 歲女性占 13.6%、35~44 歲女性占 28%、45~54 歲女性占 16.6%，合計將近 60%，顯示本粉絲專頁內容主要需求客群以 25~54 歲之女性為主，可能與臺灣傳統市場消費習慣相關。如何提高本處粉絲專頁各性

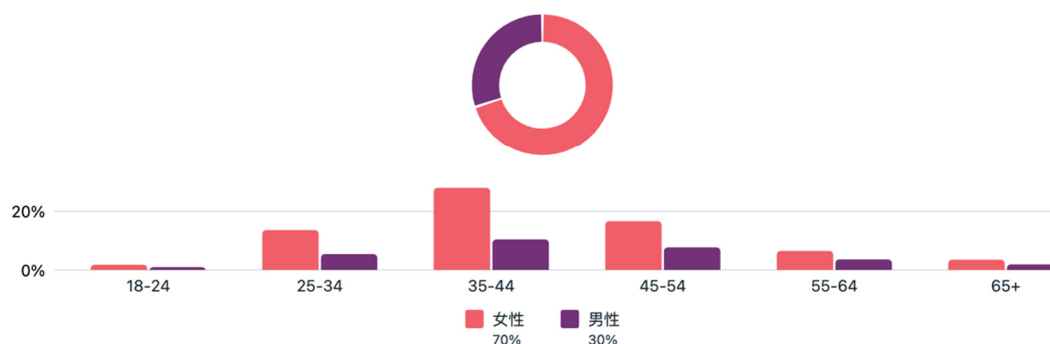
別感興趣之議題與使用習慣，為本處應努力之課題。

表 1 粉絲專頁性別與年齡分佈比率

	男性	女性
18-24 歲	1%	1.8%
25-34 歲	5.4%	13.6%
35-44 歲	10.4%	28%
45-54 歲	7.7%	16.6%
55-64 歲	3.6%	6.5%
65 歲以上	1.9%	3.5%
合計	30%	70%

圖 2 粉絲專頁性別與年齡分佈圖

年齡和性別 ①



資料來源：「來新北逛菜市」臉書粉絲專頁後台數據

## 二、促進性別平等之規劃及目標

### (一) 增加男性客群感興趣或日常相關之議題貼文

製作傳統市場「買菜購物新手包」、「快速挑好料」、「下班補貨不驚慌」等輕鬆有趣且容易上手的教學貼文，主打「人人可買菜、日日可下廚」的精神，提升男性親近傳統市場之意願與認知。

### (二) 增加創意互動與話題貼文

透過創意與互動式的貼文，製造有趣話題引發討論，吸引男性客群留言進行良性互動，如「只會微波加熱？不如做道菜為家人感情加溫！」、「說說傳統市場的3大好處！」、「誰挑的食材 CP 值最高？市場達人就是你！」等等，透

過雙向討論互動的過程，提升男性親近傳統市場之意願與認知，逐步改善多數人對傳統市場的既定印象。

### **(三) 方案選定**

考量 Facebook 粉絲專頁經營應以多元與創新為主，擬採 2 方案併行，多方嘗試各種日常生活議題與互動式貼文，逐步累積並提高各年齡層之男性客群瀏覽比率，更可測試未來臉書粉絲專頁經營走向，期能改變多數人對於傳統市場消費客群之既定印象。

### **(四) 計畫類型與預決算數**

本案臉書管理與貼文之執行係納入「112 年新北市傳統市場行銷計畫」之各類活動與行銷議題併同製作，後續僅需調整貼文議題與製作方向，無另案編列預算執行。

### **(五) 評估與監督**

新北市政府經濟發展局「112 年新北市傳統市場行銷計畫」由新北市政府市場處執行，計畫執行期程為一年，將於 112 年 12 月份執行完成。