



致：教育／港聞版 編輯／採訪主任

2026 年 9 月 8 日

恒生大學研究揭示社交媒體廣告語境影響消費者對奢侈品牌認知

香港恒生大學市場學學者的研究指出，奢侈品牌廣告在社交媒體上所處的語境，能顯著影響消費者對品牌的認知，尤其當消費者對品牌不熟悉時，效果更為突出。該研究於 2026 年 6 月在國際學術期刊《全球營銷雜誌》（*Journal of Global Marketing*）發表，為奢侈品牌如何在當今數碼市場中鞏固定位提供嶄新見解。

受其在奢侈時裝營銷行業逾 15 年經驗中所遇到的一個問題所啟發，負責項目的恒生大學市場學系講師劉書琦博士，針對 850 名美國女性消費者進行了這項研究。她們均是社交平台 Instagram 的活躍用戶，且最少擁有兩件單價超過 250 美元的時裝。其中 66.4%受訪者具備大學或研究院學歷，64.5%為非拉丁裔白人，44.6%年齡介乎 18 至 29 歲，30 至 49 歲的則佔 42.7%。

參與者首先瀏覽一個模擬的 Instagram 動態消息（feed），其中包含一則贊助的奢侈時尚品牌廣告。本實驗比較了兩種廣告置入情境：一種是將廣告置於與奢侈品相關的內容中，另一種則是置於無關內容之中。實驗採用著名奢侈品牌路易威登（Louis Vuitton）代表高品牌熟悉度，並以虛構品牌「Vitus Legrand」代表低品牌熟悉度。隨後，參與者需填寫問卷，以評估資訊處理流暢度（processing fluency）及對品牌奢華感的感知。

研究結果顯示，將廣告置於與奢侈品相關的內容中，能顯著提升受訪者對品牌奢華感的感知。研究亦證實，品牌熟悉度是驅動奢華感知最強的因素：無論周遭內容為何，消費者對熟悉品牌的奢華感知皆保持一致；相反地，消費者對不熟悉品牌的評價則高度依賴情境線索，以此來傳遞其尊貴感、專屬感及真實性。劉博士表示：「品牌熟悉度克服了社交媒體環境固有的困難與限制。」她坦言，這項發現超出了她原先的預期。



研究亦挑戰了廣告必須淺顯易懂的傳統假設。結果顯示，資訊處理流暢度與品牌奢華感知呈負相關，意味著抽象的故事敘述、富藝術感的視覺元素，以及具象徵意義的敘事方式，均有助強化品牌的專屬感。劉博士解釋：「讓廣告較難以理解，反而能提升品牌的感知價值，因為這能強化奢侈品牌所蘊含的神秘感與專屬感。」

研究建議，已建立知名度的成熟奢侈品牌可於 Instagram 等主流社交媒體平台投放廣告，而不會明顯削弱其尊貴形象；至於新興品牌，則應優先選擇以奢侈品為主導的內容環境，以建立信譽並加強消費者對其專屬感的認知。劉博士補充：「對新興奢侈品牌而言，透過與知名奢侈品牌建立聯繫來塑造尊貴形象，比單靠社交媒體廣告更為有效。至於成熟品牌，則應善用創意及抽象的宣傳策略，以維持其神秘感與專屬感。」

展望未來，劉博士建議奢侈品牌集團可建立專屬數碼平台，將新興品牌與知名品牌並列展示，讓新品牌受惠於知名奢侈品牌所帶來的「光環效應」（halo effect）。

是次研究闡明廣告語境、品牌熟悉度與認知處理三者之間的互動關係，不但加深學界對社交媒體奢侈品牌營銷的理解，亦為希望建立尊貴形象的品牌提供實務指引，以應對日益競爭激烈的數碼市場環境。

—完—



香港恒生大學
THE HANG SENG UNIVERSITY
OF HONG KONG

圖片：



圖片說明：恒生大學研究發現，奢侈品廣告在社交媒體上呈現的語境，能顯著影響消費者對品牌的奢侈品感知。

圖片下載：[連結](#)

香港恒生大學簡介

香港恒生大學是一所以博雅教育為主導的非牟利私立大學，設有六個學院，包括商學院、傳播學院、決策科學學院、人文社會科學學院、翻譯及外語學院和跨學科學院，全日制本科生和研究學生逾 7,000 人。恒生大學採用獨特的「博雅+專業」教育模式，致力培育青年成為具明辨思維、創新能力、人文關懷、道德價值和社會責任的人才。

恒生大學矢志成為區內具領導地位的私立大學，以本科教育為主，配合優秀的師資、獲獎的綠化校園與設施、創新的學位課程、結合生活與學習的住宿書院系統、互動小班教學、緊密師生關係、獲研究資助局資助的具影響的研究，以及優質的學生發展／支援服務。

恒生大學獲得多項國際認可。在 AppliedHE 公布的 2026 年「全亞洲私立大學排名」中，恒生大學位列兩岸四地第七。此外，大學在國際學術平台 Research.com 的 2026 年頂尖大學和頂尖科學家排名中，社會科學與人文領域在中國頂尖大學中排名第 24 位、商業與管理領域及經濟與金融領域排名第 23。決策科學學院環球供應鏈管理理學碩士課程，於 QS 國際貿易碩士課程排名 2025 中位列世界第 84 位，而在香港及兩岸四地分別排名第四位及第七位。商學院於 2023 年獲國際商學院促進協會（AACSB）頒授國際專業認證，成為全球頂尖 6% 的商學院。恒生大學亦在英國泰晤士高等教育「大學影響力排名 2021」位列「優質教育」及「良好工作和經濟增長」全球首 200 名。