

# 萬聖節行銷大比拼！

## 台灣 50 個品牌花招百出，誰最吸睛？

觀察期間：2024 年 10 月 1 日至 2024 年 10 月 25 日

### 一、前言

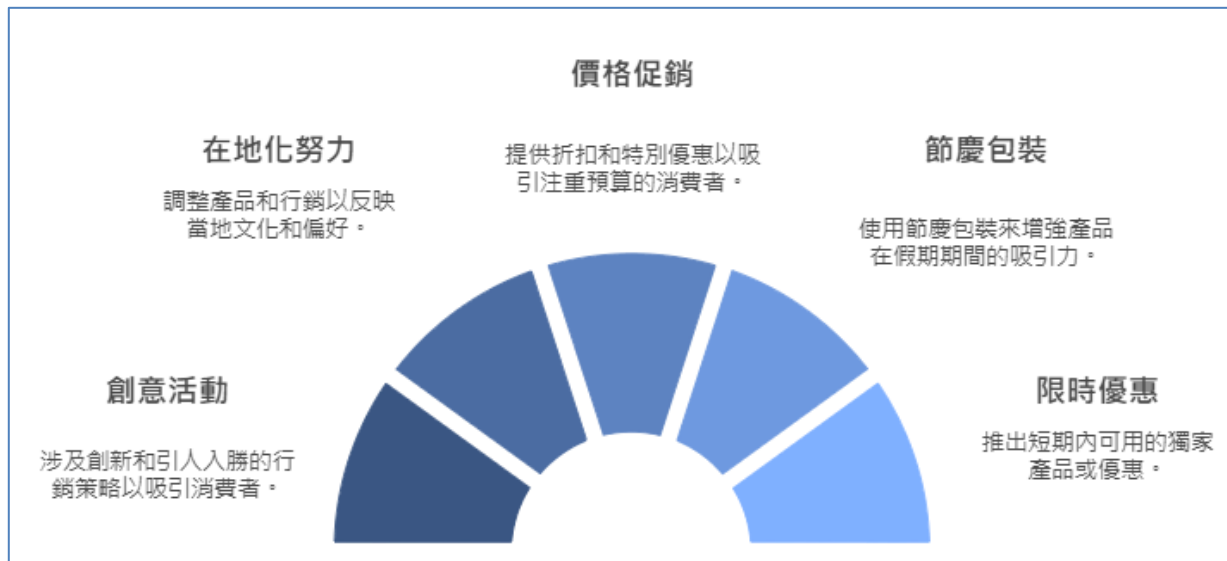
萬聖節已成為全球性的節慶活動，而台灣近年來也越來越重視這個節日。各大品牌看準商機，紛紛推出各種創意活動，從產品、包裝到主題活動，無不卯足全力吸引消費者目光，炒熱節慶氛圍。以下整理了 50 個品牌在台灣推出的萬聖節活動，包含餐飲、飯店、美妝、服飾、通路平台等產業，並提供簡要評價，希望提供行銷企劃人員更多靈感與參考。

### 二、品牌活動觀察

#### A. 餐飲美食:

今年餐飲業萬聖節活動呈現兩極化發展：

萬聖節行銷策略



- **頭部品牌大玩創意與話題操作:** 麥當勞深諳社群操作之道，以「#麥當勞搖搖薯條」成功喚起消費者懷舊情懷，並結合「敲碗」風潮，精準引爆話題。肯德基則主打在地化策略，推出「#肯德基鐵蛋蛋撻」等結合台灣特色的產品，並與知名 IP 如《名偵探柯南》合作，成功擴展客群。必勝客則持續以大膽創意的口味，如「#必勝客香菜肉羹披薩」，挑戰消費者味蕾極限，製造話題與討論。
- **中小型品牌聚焦價格與節慶包裝:** 拿坡里、Mister Donut 等品牌則以價格優惠和節慶主題包裝吸引消費者，策略相對保守，缺乏創意和話題性。

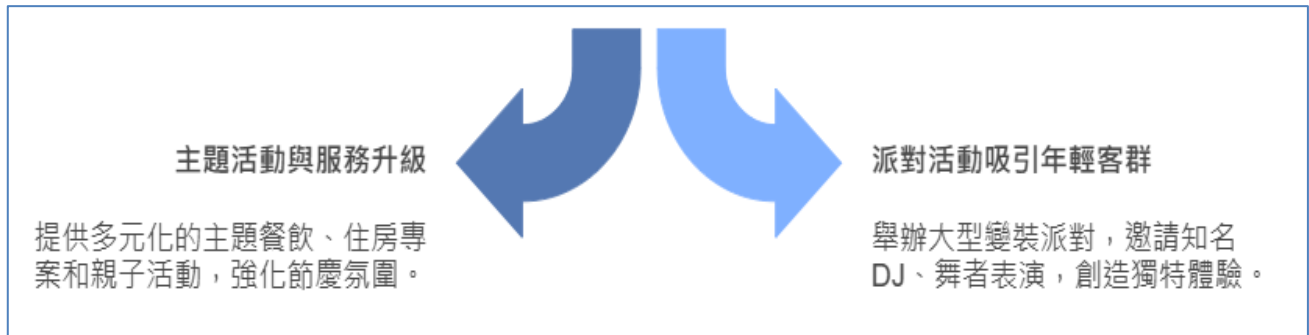
- 必勝客 (#必勝客鬼手魷魚搗蛋比薩):** 推出「鬼手魷魚搗蛋比薩」，結合魷魚、皮蛋、豬血糕等暗黑系食材，視覺效果驚悚吸睛，挑戰消費者味蕾。
  - 評價: 產品創意十足，話題性高，結合萬聖節氛圍，成功吸引消費者目光。
- 肯德基 (#肯德基南瓜桶餐):** 推出期間限定「川麻湘辣紙包雞」，並搭配萬聖節限定的南瓜造型炸雞桶，充滿童趣。另有「怪奇甜薯 QQ 球」限時上市。
  - 評價: 結合節慶推出限定包裝及產品，吸睛度高，也符合親子客群的喜好。
- 拿坡里披薩:** 推出萬聖節限定優惠，包含 6 塊炸雞下殺 199 元和炸雞腿桶買一送一。
  - 評價: 直接的價格優惠，吸引力強，但缺乏節慶特色。
- Mister Donut (#貓貓蟲咖波萬聖節甜甜圈):** 與貓貓蟲咖波聯名推出萬聖節限定甜甜圈，包含造型甜甜圈和周邊商品，並推出 icashpay 滿額贈活動。
  - 評價: 可愛的聯名造型，吸引年輕族群和親子客群，結合滿額贈活動，增加消費誘因。
- COLD STONE (#COLD STONE 萬聖節):** 推出萬聖節限定冰淇淋口味和造型蛋糕，例如酷洛米蛋糕捲。
  - 評價: 產品設計可愛，吸引年輕族群，但口味和造型較缺乏萬聖節特色。
- 達美樂 (#達美樂辣魔黑珍珠披薩):** 推出萬聖節限定「辣魔黑珍珠披薩」，以黑糖珍珠和鬼椒紅醬打造獨特口味，並推出外帶買大送大優惠，也同步推出「辣魔黑雞翅」。
  - 評價: 口味大膽創新，話題性十足，但接受度可能因人而異。
- 麥當勞 (#麥當勞萬聖驚喜派對):** 推出萬聖節限定包裝及「萬聖鷄塊分享盒」；另外也與 foodpanda 合作推出期間限定「麥當勞驚喜派對」，輸入優惠碼享指定商品買一送一優惠。
  - 評價: 結合多樣優惠活動，並與外送平台合作，觸及更多消費者。
- 摩斯漢堡 (#MOS 摩力萬聖節):** 推出焦糖布丁新甜點，並搭配萬聖節限定優惠組合，另有「萬聖小鬼鬧摩斯」活動，指定時間內，小朋友穿著萬聖節裝扮至門市，並大喊「Trick or Treat」，即可獲得萬聖節糖果乙份。
  - 評價: 新產品結合節慶優惠，並推出討糖活動，增加親子互動。
- 21 風味館:** 推出「奶香塔餅玉米濃湯買一送一」萬聖節限定優惠。
  - 評價: 簡單直接的優惠活動，吸引既有顧客。
- SUBWAY:** 推出「不給潛艇堡就搗蛋」活動，於指定時間，穿著萬聖節裝扮至門市購買指定潛艇堡，即可享有優惠折扣。
  - 評價: 結合節慶推出變裝優惠，吸引消費者參與。
- 漢堡王:** 推出「萬聖節鬼怪華堡」，以黑色漢堡麵包搭配特殊醬料，打造獨特口味。
  - 評價: 產品設計吸睛，符合萬聖節主題。

12. **頂呱呱:** 推出「萬聖節呱呱包套餐」，內含呱呱包、地瓜薯條、飲品，並贈送萬聖節造型貼紙。
  - 評價: 套餐組合搭配節慶贈品，提升產品吸引力。
13. **金色三麥:** 推出萬聖節主題佈置及餐點，營造節慶氛圍。
  - 評價: 簡單直接，提升用餐體驗。
14. **添好運:** 推出萬聖節驚喜包抽獎活動，獎項為限量的流沙包造型悠遊卡。
  - 評價: 結合節慶與品牌特色，獎項具有收藏價值，吸引消費者參與。
15. **這一鍋 (#這一鍋孟婆湯):** 推出萬聖節限定「孟婆湯」，並推出火鍋燒肉套餐 5 折、萬聖節甜點免費吃等優惠。同集團品牌「燒肉同話」、「這一小鍋」、「北村豆腐家」也推出不同的萬聖節限定優惠。
  - 評價: 結合節慶推出限定湯底，並提供多項優惠，吸引消費者嘗鮮，同時集團聯合活動更具聲勢。
16. **丸龜製麵 (#丸龜製麵萬聖節):** 推出萬聖節變裝活動，變裝者可享中碗烏龍麵買一送一優惠，另與日本超人氣插畫家卡娜赫拉合作推出萬聖節限定聯名杯。
  - 評價: 簡單直接的變裝優惠，提升消費者參與度，聯名活動更添話題性。
17. **85 度 C (#85 度 C 搞怪萬聖節):** 推出萬聖節限定蛋糕、麵包、飲料等商品，例如南瓜造型蛋糕，以及萬聖節造型馬克杯。
  - 評價: 產品符合節慶氛圍，但缺乏創意。
18. **春水堂:** 推出「萬聖節珍奶派對」，凡購買珍珠奶茶系列飲品，即可享有第二杯半價優惠。
  - 評價: 簡單直接的優惠活動，吸引消費者購買。
19. **CoCo 都可:** 推出「萬聖節驚嚇價」，指定飲品享有優惠折扣。
  - 評價: 簡單直接的優惠活動，吸引消費者購買，但缺乏節慶特色。
20. **迷客夏:** 推出「萬聖節南瓜鮮奶」，以南瓜、鮮奶、黑糖打造濃郁香甜的節慶飲品。
  - 評價: 結合節慶推出限定飲品，吸引消費者嘗鮮。
21. **定食 8 (#定食 8 萬聖節):** 與人氣 YTR「床編故事」合作，推出期間限定「炸蝦小雞汁」玩偶套餐，並推出萬聖節限定餐點「大眼刈包」。
  - 評價: 合作推出聯名周邊，並結合節慶開發新產品，吸引消費者目光。
22. **點點心 (#點點心萬聖鬼怪派對):** 推出萬聖節限定主題餐點，包含「焦糖魔鬼豬豬包」、「木乃伊蘿蔔酥餅」、「幽靈三兄弟」等，並推出「萬聖豬仔扭蛋」活動，消費滿額即可參加。
  - 評價: 餐點設計結合節慶元素，並推出扭蛋活動，提升用餐趣味。

## B.飯店住宿:

飯店業著重於提升顧客體驗，營造節慶氛圍：

### 如何提升萬聖節期間的顧客體驗



- **主題活動與服務升級:** 多數飯店以主題餐飲、住房專案和親子活動為主，例如「萬聖節主題自助餐」、「萬聖節親子住房專案」等，強化節慶氛圍，提供高品質服務，提升顧客滿意度。
  - **派對活動吸引年輕客群:** 部分飯店則鎖定年輕客群，舉辦大型變裝派對，邀請知名 DJ、舞者表演，並提供限定調酒和餐點，創造獨特體驗。
1. **台北晶華酒店:** 以「搞怪」為主題，推出「晶華萬聖城」活動，包含「幽靈與惡魔」萬聖節下午茶、「萬聖節親子住房專案」、「萬聖節變裝派對」等。
    - 評價: 活動多元豐富，涵蓋餐飲、住宿、娛樂等面向，滿足不同客群需求。
  2. **台北君悅酒店:** 推「萬聖節限定住房專案」，包含主題客房佈置、萬聖節驚喜禮包等。
    - 評價: 提升住宿體驗，增加節慶氛圍。
  3. **台北 W 飯店:** 舉辦「萬聖節變裝派對」，邀請知名 DJ、舞者表演，並提供限定調酒和餐點。
    - 評價: 活動熱鬧非凡，適合年輕族群狂歡。
  4. **台南大億麗緻酒店:** 推「萬聖節搞怪小點心手作課程」，讓親子一起動手製作應景甜點。
    - 評價: 結合親子互動，寓教於樂。
  5. **台北美福大飯店:** 推出「萬聖節主題自助餐」，提供多款造型精緻的萬聖節料理。
    - 評價: 餐點設計用心，提升用餐體驗。
  6. **新竹國賓大飯店:** 推「萬聖節主題下午茶」，以南瓜、幽靈等元素設計甜點，並提供變裝優惠。
    - 評價: 結合下午茶與節慶主題，吸引特定客群。
  7. **高雄漢來大飯店:** 推「萬聖節驚魂夜」主題活動，含變裝派對、恐怖遊戲、驚悚電影欣賞等。
    - 評價: 活動內容豐富，適合年輕族群。
  8. **宜蘭蘭城晶英酒店:** 推「蘭城晶英萬聖遊樂園」活動，包含變裝遊行、親子遊戲等。
    - 評價: 活動適合親子同樂，創造難忘回憶。

9. **花蓮理想大地渡假飯店:** 推出「萬聖節主題住房專案」, 包含主題客房佈置、萬聖節糖果禮包、萬聖節 DIY 活動等。
- 評價: 結合住宿與節慶活動, 提升度假體驗。

### C.美妝保養:

美妝保養產業活動相對保守, 缺乏大型活動:



- **美妝聚焦限定產品:** 美妝品牌以推出萬聖節限定彩妝和香水為主, 例如「吸血鬼唇膏」、「小黑貓香水」等, 以黑暗系風格和特殊設計包裝吸引消費者。
  - **保養著重組合優惠:** 保養品牌則推出節慶限定優惠組合和贈品, 例如「萬聖節驚喜福袋」等, 刺激產品銷售。
1. **戀愛魔鏡:** 推出萬聖節限定銀河魔法妝容產品, 包含超現實激長睫毛膏及星耀甜心眼影, 並提供限定色號及抽獎活動。
    - 評價: 結合節慶主題推出限定產品, 並提供抽獎活動, 提升產品吸引力。
  2. **媚比琳:** 推出萬聖節限定彩妝組合, 含眼影盤、眼線液、睫毛膏等, 並提供線上線下彩妝教學。
    - 評價: 產品組合實用, 彩妝教學提升消費者使用技巧。
  3. **heme:** 推出萬聖節限定眼影盤, 以暗黑色色調為主, 打造神秘魅惑的妝容。
    - 評價: 產品設計符合節慶氛圍, 價格親民。
  4. **1028:** 推出萬聖節限定「小惡魔眼線液」, 以特殊筆尖設計, 輕鬆勾勒出各種搞怪眼線。
    - 評價: 產品設計獨特, 符合萬聖節主題。
  5. **巴黎萊雅:** 推出萬聖節限定「吸血鬼唇膏」, 以暗紅色調為主, 打造性感魅惑的唇妝。
    - 評價: 產品顏色符合節慶氛圍, 但缺乏創意。
  6. **蘭蔻:** 推出萬聖節限定「小黑貓香水」, 以神秘的黑色瓶身搭配花香調, 展現女性魅力。
    - 評價: 產品設計精緻, 但與萬聖節連結性較弱。

7. **Kiehl's**: 推出「萬聖節驚喜福袋」，內含多款明星商品，並贈送萬聖節造型購物袋。

- 評價: 福袋組合實用，贈品提升購買意願。

#### D.時尚服飾:

服飾產業活動設計較為單一，缺乏突破性創意：

萬聖節服飾銷售提升策略



- **節慶元素應用於設計**: 服飾品牌多以南瓜、幽靈、蝙蝠等元素設計萬聖節限定服飾和鞋款，吸引不同年齡層的消費者。
  - **運動品牌結合限量策略**: 運動品牌則推出萬聖節主題限定鞋款，並結合線上線下抽籤活動，提升產品稀缺性和收藏價值。
1. **GU**: 推限定服飾系列，包含 T 恤、帽 T、連帽外套等，以南瓜、幽靈、蝙蝠等元素設計圖案。
    - 評價: 產品設計簡約，價格親民。
  2. **UNIQLO**: 推限定 UT 系列，與迪士尼、漫威等品牌聯名，含多款卡通人物主題 T 恤。
    - 評價: 聯名合作提升產品吸引力，適合親子客群。
  3. **H&M**: 推限定童裝系列，包含南瓜裝、蜘蛛人裝、巫婆裝等，並提供多種尺寸選擇。
    - 評價: 產品選擇豐富，價格親民，滿足不同年齡層的需求。
  4. **ZARA**: 推限定女裝系列，以暗黑系風格為主，包含黑色蕾絲洋裝、皮革外套、尖頭高跟鞋等。
    - 評價: 產品設計時尚，適合年輕女性。
  5. **adidas**: 推限定鞋款，以橘黑色調為主，搭配蜘蛛網、蝙蝠等圖案。例如 Dame 9 萬聖節配色。
    - 評價: 產品設計結合節慶元素，吸引運動愛好者。
  6. **NIKE**: 推限定鞋款，例如 Air Force 1 "Skeleton"，以夜光材質打造骷髏圖案，並推出線上線下抽籤活動。
    - 評價: 產品設計獨特，限量發售提升收藏價值。

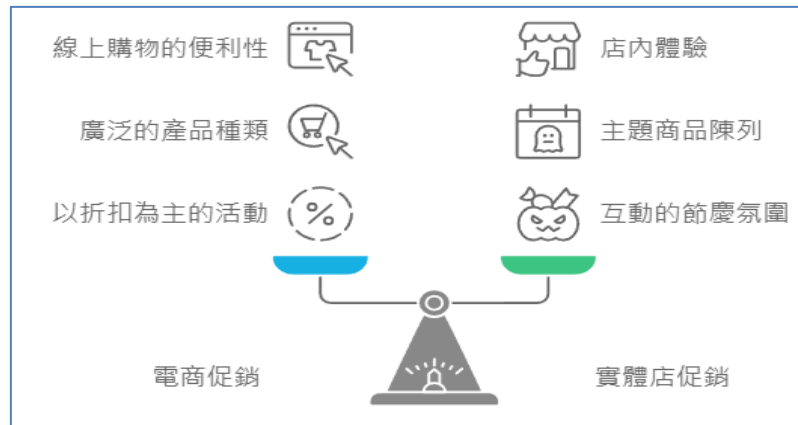


7. **FILA:** 推限定服飾和鞋款，以橘黑色調為主，搭配卡通人物圖案，並推線上線下優惠活動。
- 評價: 產品設計結合節慶元素，適合年輕族群。

## E. 通路平台:

電商平台和實體通路以促銷活動為主，缺乏互動創意：

電商平台和實體通路的萬聖節促銷策略



- **電商平台主打優惠促銷:** 電商平台以「萬聖節狂歡慶」、「萬聖節驚嚇折扣」等主題，推出各類商品優惠、限時搶購、滿額贈禮等，吸引消費者線上購物。
  - **實體通路營造節慶氛圍:** 實體通路則以主題佈置、商品陳列和互動遊戲，營造節慶氛圍，吸引顧客到店消費。
1. **PChome 24h 購物:** 推出「萬聖節狂歡慶」活動，含各類商品優惠、限時搶購、滿額贈禮等。
    - 評價: 活動規模大，商品種類豐富，滿足消費者多樣需求。
  2. **momo 購物網:** 推出「萬聖節驚嚇折扣」活動，含美妝保養、服飾鞋包、居家生活等優惠。
    - 評價: 活動商品種類豐富，價格優惠。
  3. **蝦皮購物:** 推出「萬聖節狂歡購」活動，包含限時秒殺、品牌優惠券、免運活動等。
    - 評價: 活動優惠豐富，結合多種促銷方式，提升消費者購買意願。
  4. **Yahoo 奇摩購物中心:** 出「萬聖節搞怪市集」活動，含萬聖節主題商品、變裝道具等。
    - 評價: 活動主題鮮明，商品種類符合節慶需求。
  5. **博客來:** 推出「萬聖節書展」活動，精選萬聖節主題書籍，並提供優惠折扣。
    - 評價: 活動適合親子客群，推廣閱讀習慣。

## 三、總結

從上述品牌活動可以看出，萬聖節已成為台灣市場不可忽視的商機。品牌透過創意行銷，不僅能提升產品銷售，更能加深消費者對品牌的印象，建立良好互動關係。想要在競爭激烈的市場中脫穎而出，品牌需要不斷推陳出新，結合節慶元素與自身特色，才能打造出真正吸引消費者的活動。