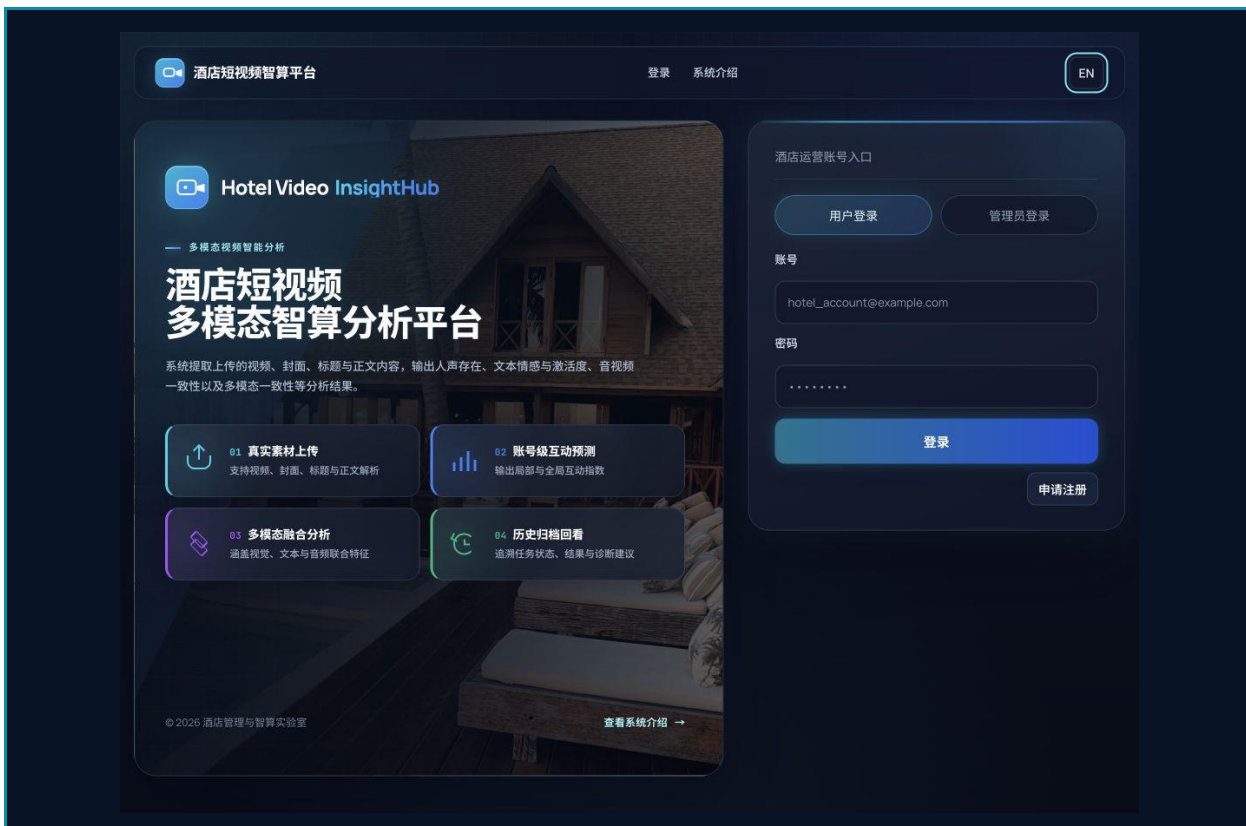


Hotel Video InsightHub

網站使用者手冊

從素材上傳、互動預測到多模態診斷的完整操作指南

適用於酒店內容、品牌及社交媒體團隊；同時涵蓋一般使用者與管理員角色。



目前版本的首頁與登入介面（畫面文字以實際部署版本為準）

版本	v1.1
日期	2026 年 8 月 3 日
適用範圍	網站前端、預測流程、分析報告與管理頁面

開始使用

先看這一頁

30 秒操作路徑

登入 → 上傳 MP4 與內容資料 → 等待系統自動完成分析 → 先讀本帳戶 / 全域分數方向 → 再讀 AI 診斷與 P0-P2 行動 → 修改素材後重新提交比較。

01	02	03	04
準備素材	提交分析	閱讀證據	修改再測

角色與可用頁面

角色	主要頁面	權限重點
一般使用者 (USER)	首頁、系統介紹、資料上傳、歷史記錄、個人中心	建立自己的分析任務，查看自己的歷史及報告。
管理員 (ADMIN)	首頁、系統介紹、資料上傳、歷史記錄、管理後台	除分析功能外，可查看 / 刪除使用者與提交記錄，並查看統計摘要。

本手冊如何使用

- 第一次使用：依序閱讀第 1-7 節，完成一次上傳與結果解讀。
- 只想快速看結果：直接閱讀「4. 讀懂分數快照」及「5. 讀懂 AI 診斷」。
- 準備修改影片：使用「7. 行動計畫與底層指標」及「10. 把洞察變成下一版素材」。
- 遇到錯誤或權限問題：查看「11. 帳戶、管理後台與疑難排解」。

配套教學影片

專案的 video-guide/ 資料夾另附中文與英文操作影片及 SRT 字幕。影片適合快速示範；本手冊提供更完整的欄位定義、結果解讀與使用邊界。

1 | 存取平台

登入並進入工作台

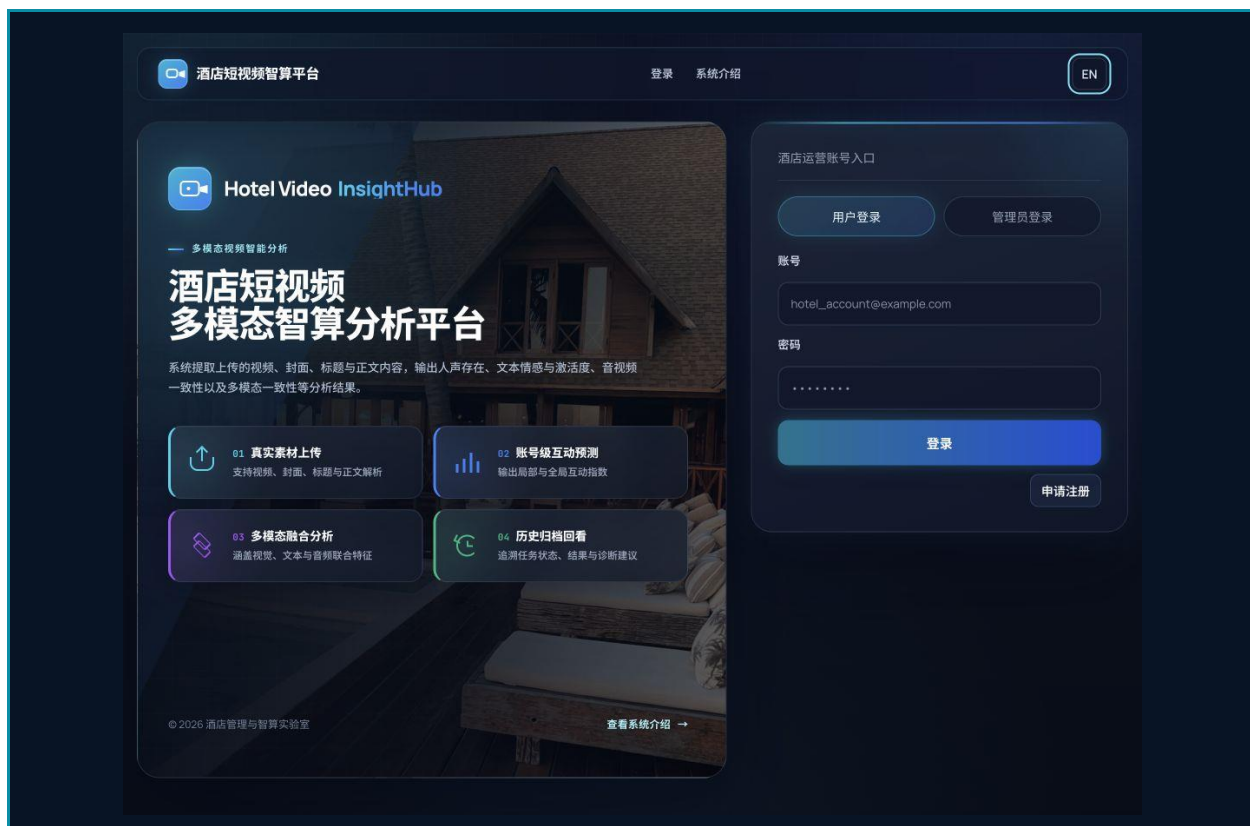


圖 1 首頁提供使用者／管理員登入入口及中英文切換

1. 選擇「使用者登入」或「管理員登入」。這個選項只決定登入後的落點；實際權限仍由帳戶角色決定。
2. 輸入管理員或機構發出的帳戶與密碼，按「登入」。成功後選擇「前往工作台」。
3. 右上角按「EN」或「中文」切換介面語言。按鈕顯示的是可切換的目標語言。

申請存取權

目前版本的「申請存取權」會開啟示範帳戶表單，要求電郵、酒店名稱、員工編號、密碼、確認密碼及 5 位驗證碼。正式環境是否允許自行註冊，應以系統管理員政策為準。

語言與 AI 文字

Qwen 診斷會根據提交時標題與文字內容的主要語言，自動使用中文或英文輸出；只有當標題與文字內容未能提供足夠的語言判斷依據時，系統才會參考標籤。切換介面語言不會重新翻譯已產生的診斷。右上角的語言按鈕只切換網站介面文字。

2 | 建立分析任務

準備並上傳素材



圖 2 資料上傳頁上半部：影片、封面、標題與文字內容

提交前檢查

項目	要求	實務建議
影片	必填；MP4	使用實際準備發佈的剪輯版本，避免以代理檔或無聲草稿代替。
封面圖	選填；JPG / PNG	建議盡可能上傳實際候選封面。若未提供封面，可用的預覽畫面取決於目前的部署設定，且未必與發佈平台上的實際封面一致。
標題	必填；中文或英文	寫出實際發佈標題；避免用與畫面不符的測試字句。
文字內容	選填	貼上貼文內文或影片描述，讓文字—音訊 / 影片一致性更有意義。

資料責任

只上傳獲授權使用的影片、圖片及文案。不要在標題、內文或帳戶欄位加入住客姓名、聯絡資料、房號或其他不必要的個人資料。

2 | 建立分析任務

填妥內容與帳戶背景

標題

輸入中英文視頻標題

文本內容

輸入視頻描述...

標籤

標籤 1

標籤 2

標籤 3

+

酒店粉絲數

酒店訂閱數

酒店讚好與收藏數

酒店所在省份 / 地區

選擇省份或地區

提交

圖 3 資料上傳頁下半部：標籤、帳戶資料及酒店地區

欄位	如何填寫	為何有用
標籤	填入與內容直接相關的主題；空白欄位會被忽略。	用於檢查標題、標籤及視覺語義是否一致。
帳戶粉絲數	非負整數；以提交當下的可見數值為準。	提供來源規模與社會認同背景。
帳戶關注數	非負整數；依介面名稱填寫。	補充帳戶活動背景；不是訂閱數。
累計讚好與收藏	非負整數；填帳戶累計值，而非單一貼文值。	研究中屬來源受歡迎程度的可觀察提示。
省份 / 地區	必填；從下拉選單選擇。	為部署版本的比較與統計提供地區上下文。

4. 確認影片、標題及地區已填妥。
5. 按「提交」。畫面會依序準備提交資料、上傳影片及已提供的封面圖，然後建立分析任務。
6. 提交成功後會自動進入預測狀態頁；不必重複按提交。

輸入品質比欄位多寡更重要

帳戶數值、標籤或內文若未知，可以留空；不要用估算值填滿欄位。錯誤背景資料會讓比較基準與診斷失真。

3 | 追蹤任務

等待分析並從歷史記錄重新開啟

PENDING	PROCESSING	COMPLETED	FAILED
等候處理	分析中	已完成	失敗

預測頁每隔約 2 秒更新狀態。任務完成後會自動跳到分析報告；頁面上的兩張分數卡可能只短暫出現，因此不需要停留或手動截取預測頁。

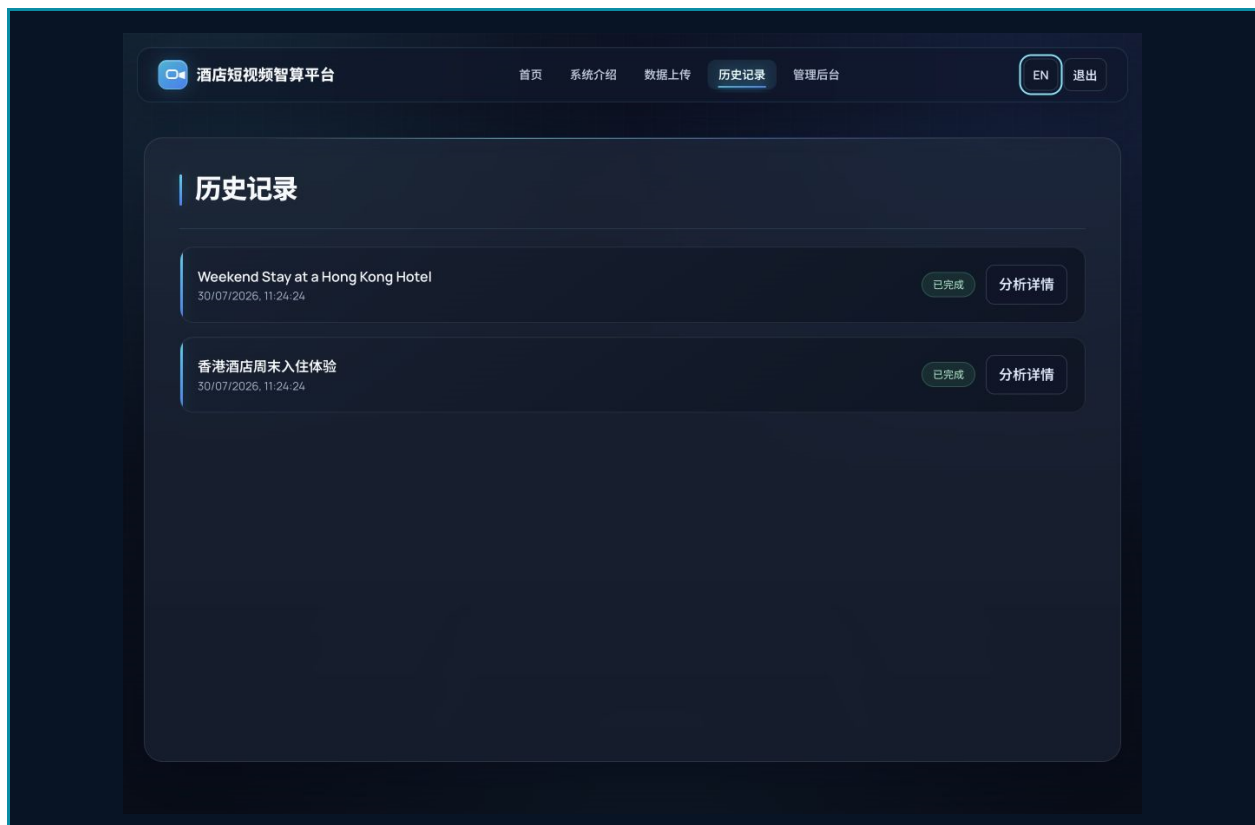


圖 4 歷史記錄按最新提交排序；只有已完成任務可開啟分析

歷史記錄的正確用法

- 每位一般使用者只看到自己的提交；管理員另有全站提交管理。
- 狀態為「已完成」時按「分析」重新開啟報告。
- 狀態為「處理中 / 等候中」時稍候並重新整理；不要建立多個相同任務。
- 狀態為「失敗」時先檢查 MP4、標題與地區，再回到資料上傳重新提交。

4 | 結果解讀

先讀分數快照



圖 5 分析報告頂部：任務資料、本帳戶 / 全域分數及主要快照

畫面項目	手冊用語	解讀方式
本地範圍	本帳戶範圍	相對於系統配置的帳戶歷史基準。預覽版以 Hotel IC ON 歷史資料示範；正式環境應向管理員確認基準。
全局範圍	全域範圍	相對於系統配置的跨帳戶高端酒店社交媒體基準，用來觀察更廣泛的競爭力。
一致性	標題—影片一致性	快照只引用這一項，不是所有一致性指標的平均值；完整六項請到「底層指標」。
封面圖像品質分	封面品質	反映目前封面技術與視覺特徵；不是點擊率，也不等於封面一定有效。

分數代表方向，不代表流量

0–100 是目前網站的相對預測 / 特徵顯示尺度。它不是預測觀看次數、預算回報、訂房量或平台保證曝光，也不應被當作單一內容的統計信賴區間。

4 | 結果解讀

把兩個分數放在一起看

系統未規定一個適用所有帳戶的「及格線」。請以相同部署、相近內容類型及近期版本做相對比較，再用下表決定下一步。

相對組合	可能訊號	建議下一步
本帳戶較高 + 全域較高	既符合帳戶既有受眾，也具較廣泛競爭力。	保留核心承諾，優先做封面、開場或節奏的小幅 A/B 變體。
本帳戶較高 + 全域較低	較過往內容有改善，但跨帳戶差異化可能不足。	強化酒店獨特賣點、可辨識場景與封面焦點。
本帳戶較低 + 全域較高	題材有市場潛力，但與本帳戶語氣或受眾慣性不完全一致。	保留題材，調整標題、敘事語氣、人物或發佈脈絡。
本帳戶較低 + 全域較低	內容承諾、視覺吸引力或跨模態一致性可能同時偏弱。	先處理 P0 核心問題，再提交修訂版比較，不要只微調標籤。

建議閱讀順序

01	02	03	04	05
分數方向	核心問題	維度證據	P0-P2 行動	底層指標

- 先確認任務標題、檔名、標籤及狀態，避免讀錯版本。
- 看兩個分數的相對方向，不以單次絕對值作結論。
- 把 AI 文字視為可檢驗假設，再回到底層指標找證據。
- 修改後使用同一組帳戶背景欄位重新提交，才有可比性。

本地預覽報告

visual-preview-cn / visual-preview-en 等固定報告只用於介面與版面審閱，不代表正式伺服器推論結果。

讀懂 AI 診斷



圖 6 AI 診斷包含摘要、核心問題、受眾洞察、優勢與風險

模組	回答的問題	怎樣使用
摘要	這個版本整體傳達了甚麼？	用一句話確認系統理解是否符合素材意圖。
核心問題	最值得先修正的阻力是甚麼？	把它視為第一個可驗證假設，對照 PO 與底層指標。
受眾洞察	內容可能吸引誰、為甚麼？	用作創意定位提示，不應當作真實人口統計或個人屬性。
優勢 / 風險	哪些元素值得保留，哪些可能拖累？	保留優勢後再修弱項，避免整體重做造成不可比。
預期回報 / 提升	修改可能帶來甚麼方向？	只作情境估算；不是因果驗證、保證 ROI 或承諾提升幅度。

模組	回答的問題	怎樣使用
未顯示 Qwen 診斷文字不等於任務失敗 當 Qwen 診斷服務未啟用、暫時不可用、請求逾時，或返回內容未通過格式驗證時，基礎分析任務仍可能正常完成。報告可能改為顯示系統本地推導的回退診斷。請根據任務狀態及「底層指標」判斷結果；如問題持續，請聯絡系統管理員。		

6 | 結果解讀

用三個維度定位問題



圖 7 維度分析、受眾輪廓及主要平台建議

維度	主要證據	常見修改
視覺與美學	影片美學、封面品質、封面美學、構圖與畫面吸引力。	改封面焦點、光線、清晰度、人物 / 空間比例及開場鏡頭。
敘事與一致性	標題—影片、內文—影片、標題—標籤及跨模態一致性。	讓標題承諾直接對應畫面；刪除無關標籤；重排鏡頭以支持同一主題。
情感與沉浸感	文字 / 音訊情緒與喚醒度、人聲、文字—音訊及影片—音訊一致性。	調整旁白、環境聲、音樂強度、節奏與情緒方向。

維度	主要證據	常見修改
受眾與平台是策略假設 「受眾輪廓」與「主要平台」來自內容特徵的推導，並非實際受眾調查、平台投放測試或個人層級追蹤。發佈前仍要配合品牌策略、媒體數據及地區法規。		

7 | 執行建議

按 P0 → P1 → P2 修改，再用指標驗證



圖 8 行動計畫與底層指標頁籤

優先級	含義	執行原則
P0	最可能阻礙理解或互動的核心問題	先完成；一次只改 1-2 個核心變數，保留可比較性。
P1	會放大效果的第二層優化	在 P0 穩定後調整標題、節奏、聲音或封面變體。
P2	增量修飾與長尾優化	最後處理標籤、細節文案、平台適配及測試版本。

底層指標的四種尺度

頁籤	顯示方式	注意
內容品質	前四項顯示一位小數；人聲 Yes / No；人臉 Likely / Unknown	前四項不是畫面標示的百分比；宜在同版本與同部署內比較。

頁籤	顯示方式	注意
情緒訊號	百分比 (%)	情緒方向 / 喚醒度是模型信號，不是住客感受調查。
一致性	百分比 (%)	高一致不保證高互動；內容仍需有清晰價值與差異化。
東方美學	0.00–1.00	不可直接與 0–100 分數相加或比較。

8 | 指標字典

底層指標怎樣看

指標組	指標	可回答的問題
內容品質	影片美學 / 封面品質 / 封面美學	畫面與封面是否具備相對清晰、吸引及可用的視覺特徵？
內容品質	文字可讀性	標題 / 內文是否容易理解，而非內容真偽或品牌合規判斷？
內容品質	人聲	是否偵測到可辨識的人類語音；不代表旁白表現、語意或音質。
內容品質	人臉	是否在上傳的封面圖片中偵測到人臉；Unknown 表示輸入或分析不足以作出可靠判斷。
情緒訊號	標題 / 內文 / 音訊情緒	不同模態的情緒方向是否一致或衝突？
情緒訊號	文字 / 音訊喚醒度	內容能量與刺激程度是否配合品牌目的？
一致性	標題—標籤 / 標題—封面 / 標題—影片	預覽承諾是否與內容證據相符？
一致性	內文—音訊 / 內文—影片 / 影片—音訊	觀看期間的文字、畫面及聲音是否共同支持同一體驗？
東方美學	豐富、和諧、適配、現代、東方、西方	內容的視覺風格信號如何分佈；只作創意比較，不是文化價值判定。

存在不等於品質

人聲 / 人臉只回答「是否可能出現」，不回答「是否自然、可信、好聽或適合品牌」。同樣，高一致性只代表訊息較協調，不代表內容一定新穎或有說服力。

快照與底層指標不一致時

- 先確認快照使用的是哪一項：目前「一致性」快照就是標題—影片一致性。
- 查看原始上傳是否有內文、封面及音訊；缺少模態會改變可解讀範圍。
- 以底層頁籤的具體項目作修改依據，不要只追求把所有數字提高。

9 | 研究解讀

「互動」不只是一種行為

網站目前以本帳戶 / 全域綜合分數呈現方向；研究稿中的 VMNNA 則把讚好、分享、收藏及留言分開預測。以下解讀可幫助設定創作目的，但不要把研究中的特徵重要性直接當成單一報告的因果解釋。

互動結果	行為意義	研究中較敏感的提示	內容決策啟示
讚好	低成本認同	帳戶累計讚好 / 收藏（來源社會認同）	維持品牌辨識及可信度；勿把高粉絲量當成內容品質。
分享	傳播給他人	封面圖像品質	先讓封面焦點、價值及場景一眼可辨。
收藏	保留以後使用	封面圖像品質	突出可規劃、可比較或具實用價值的體驗資訊。
留言	較高投入的社交互動	人物出現	如目標是對話，可加入自然的人物、服務互動或提問。

研究依據：主稿第 27 頁表 5；這些行為標籤源自文獻，並非直接量度的心理構念。

內容類型與模態配置

內容類型	研究中的高互動路徑	可測試的創作方向
周邊環境 / 公共空間 / 餐飲	較常呈現文字 + 音訊 + 視覺的協同	圍繞一個體驗承諾，讓畫面、音樂 / 環境聲及文字共同敘事。
客房 / 浴室	視覺信號更突出	優先展示空間佈局、材質、尺度、清晰度及可辨識細節。

案例不是規則

附錄案例顯示：對齊的文字與畫面仍可能被嘈雜聲音拖累；餐飲影片也可能因輕快、穩定而協調的音樂獲得較好路徑。這些是局部解釋，不應變成所有酒店內容的固定配方。

研究依據：主稿第 27 - 29 頁表 6；附錄 J，第 25 頁。

10 | 把洞察變成素材

用可比較的方式修改與重測

01	02	03	04	05	06
定義目標	鎖定 P0	改 1-2 項	同條件重測	比較證據	發佈驗證

1. 先選主要目標：獲得認同、促進分享、增加收藏，或引發留言。不同目標不必追求同一組特徵。
2. 把 AI 核心問題與一項底層指標配對，例如「標題承諾斷裂」對應標題—影片一致性。
3. 只改一至兩個可控變數，例如封面 + 標題，或音樂 + 開場節奏；保留其餘內容。
4. 使用相同的帳戶粉絲、關注及累計互動背景重新提交，並清楚命名版本。
5. 比較本帳戶 / 全域方向、P0 是否改變，以及相關底層指標；不要只看總分。
6. 實際發佈後，以曝光、完播、平台互動及業務結果驗證；再把真實結果納入團隊決策。

最小比較紀錄

版本	改了甚麼	本帳戶 / 全域	核心問題	實際平台結果
A 原版	基線	___ / ___	_____	_____
B 修訂	_____	___ / ___	_____	_____
C 修訂	_____	___ / ___	_____	_____

管理判斷仍是最後一關

模型適合做發佈前稽核、方案比較與問題定位；品牌調性、合規、可拍攝性、媒體預算及住客體驗真實性仍須由團隊判斷。

11 | 帳戶與支援

個人中心、管理後台與疑難排解

頁面	可做甚麼	注意
個人中心 (USER)	查看帳戶、角色、提交總數、完成 / 處理 / 失敗數及最近提交。	「工作階段時間」不是安全稽核登入時間；管理員會被導向管理後台。
管理後台 (ADMIN)	查看 / 刪除使用者與提交；查看總數、地區及活動摘要（視部署資料而定）。	刪除提交會連同上傳檔案移除；確認後未必有成功提示，操作前核對對象。

常見問題

情況	先檢查	處理方法
無法登入	帳戶 / 密碼、角色、網絡	重新輸入；角色不能由登入卡切換。如仍失敗，聯絡管理員。
提交按鈕失敗	MP4、標題、地區	補齊必填資料；重新選檔後再提交。
長時間處理中	是否仍有同一任務、服務狀態	稍候並重新整理歷史記錄；避免重複任務，必要時聯絡管理員。
歷史記錄為空	登入帳戶是否正確	一般使用者只看到自己的任務；確認沒有切換帳戶。
報告無 Qwen 診斷文字	任務是否為 COMPLETED、診斷來源	先查看「底層指標」。當 Qwen 服務不可用或輸出未通過格式驗證時，基礎任務仍可能完成，並顯示本地回退診斷；如問題持續，請聯絡系統管理員。
人臉為 Unknown	素材清晰度與分析完整性	請檢查人物或人臉是否過小、模糊、被遮擋，或未出現在相關畫面中；必要時重新提交較清晰的素材或聯絡系統管理員。
沒有管理頁 / 個人頁	帳戶角色	ADMIN 進管理後台；USER 進個人中心。

12 | 負責任使用

這些結果代表甚麼，也不代表甚麼

可以用來	不可以用來
比較同一帳戶、相近題材的素材版本。	保證觀看、互動、訂房或營收。
找出封面、標題、文字、音訊及視覺協同的弱點。	證明某個特徵「造成」互動上升或下降。
建立發佈前檢查與創意討論的共同語言。	推斷個別觀看者的身份、旅遊階段、訂房意圖或心理狀態。
協助決定先做哪一項內容修改。	取代品牌、法務、媒體投放與實際平台成效判斷。

研究範圍與限制

- 研究主樣本為 4,045 則中國內地及香港高端酒店的 RedNote 公開短影片；外部穩健性資料為 2,340 則美國酒店品牌 Facebook 公開影片。平台、文化及時間不同時，提示權重可能改變。

- 曝光量、推薦演算法、付費推廣及投放預算會影響實際互動；研究資料沒有完整 impressions，因此結果不是「在相同曝光下」的因果互動率。
- 封面品質、情緒、可讀性、人物出現及來源人氣等是計算代理指標；它們提升可解釋性，但尚未成為因果驗證的管理規則。
- MAE、MSE、RMSE 是研究評估模型誤差的統計量，不是網站單一報告的信心分數。研究中的高 / 低互動中位數分組亦不是網站通用門檻。
- 正式部署應定期使用本平台、帳戶及活動的近期資料重新檢查與校準。

研究依據與追溯

本手冊採用使用者提供的 R2 主稿與附錄：〈Decoding customer engagement with hotel short videos: an interpretable multimodal neural network approach with fine-grained user attention〉。操作說明以 2026-08-03 網站程式與本地預覽畫面為準；研究解讀主要參考主稿第 21–32 頁、表 5–6，以及附錄 C、E–J（第 10–25 頁）。

最後原則

把分數當成導航，把底層指標當成證據，把實際平台成效當成驗證。最好的使用方式不是追求單一高分，而是建立可重複、可比較、可學習的內容迭代流程。