

# 2020 新北歡樂耶誕城

## 活動效益分析

問卷調查與經濟效益分析調查報告書

新北市政府觀光旅遊局  
中華民國 110 年 2 月

## 目錄

壹、歡樂耶誕城活動背景.....	3
貳、計畫動機與目的.....	4
參、計畫調查內容說明.....	5
一、遊客人次估算.....	5
二、遊客問卷調查.....	6
肆、問卷調查結果分析.....	7
一、問卷回收狀況說明.....	7
二、受訪者基本資料.....	7
三、遊客滿意度分析.....	12
四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析.....	21
伍、交叉分析.....	33
陸、觀光活動經濟效益分析.....	37
柒、結論與建議.....	39
2020 新北歡樂耶誕城整體分析結果.....	40

# 壹、歡樂耶誕城活動背景

2020 新北歡樂耶誕城自 109 年 11 月 13 日宣布點亮連續十年驚艷全球的耶誕主燈秀，以及市民廣場燈區「市民經典童話世界」、站前廣場燈區「站前夢幻莊園」和萬坪公園燈區「迪士尼公主的童話森林」以及 109 年延伸加碼的府中商圈「府中美學藝術特區」，並啟動一連串精彩的耶誕城系列活動。

109 年「新北歡樂耶誕城」首次和台灣華特迪士尼公司合作，以「迪士尼經典童話」為主題，邀請民眾來新北歡樂耶誕城體驗充滿迪士尼風味的耶誕佳節。109 年再度締下創舉，全臺唯一迪士尼主題光雕秀，將迪士尼經典童話活靈活現地呈現在百萬市民眼前，並重新賦予市府大樓及主燈主秀新生命，首度結合大樓周邊燈飾、新北市府大樓以及廣場大耶誕樹，運用雷射、電腦燈、投影機，打造開城以來第一次「整座廣場連動」的沉浸式 360 度環繞光雕秀，表演面積超過 3 萬平方公尺，再度刷新紀錄，創耶誕城創辦以來第一大，顛覆民眾對視覺空間概念的想像。

109 年適逢新北耶誕城舉辦第十年，推出四大之最，包含『活動時間最長』、『最豐富迪士尼經典童話合作』、『燈區範圍有史以來最大、最廣』、以及『藝術裝置歷來最多』等四大特色，配合『國旅 2.0』開跑，新北市要透過耶誕城結合周邊商圈，帶給所有到訪的市民朋友及外地旅客，最夢幻、難忘的耶誕回憶。新北市誠摯地邀請大家，一起來新北耶誕城，一圓心中的童話夢。

且以「全臺最大面積光雕秀」聞名全球的新北歡樂耶誕城，109 年再度突破自我，首次讓大樓牆面的光雕投影與廣場燈具進行連動展演，總計大樓投影面積達 5,500 平方公尺，廣場連動範圍近 2 萬 8,000 平方公尺。在主燈秀上使用 33 台高端投影機，透過 3 萬流明照亮新北市府大樓，另使用 6 盞雷射燈及 18 支光束燈點亮耶誕主燈，並進行環狀投射，成功地讓迪士尼童話的角色活靈活現地躍上新北地標，帶領觀眾回顧童話故事中耳熟能詳的經典橋段。

為了首創的連動沉浸式的燈光秀，團隊在市民廣場架設了超過 100 盞各式 LED 燈、雷射燈及絢彩光束燈，照亮市府大樓牆面、廣場的 2 樓迴廊以及貨櫃市集，讓置身廣場中的觀眾擁有 360 度的視聽覺饗宴。

## 貳、計畫動機與目的

為期 48 天的「新北歡樂耶誕城」，10 年走來最具指標性的展演就是 3D 光雕秀，109 年迪士尼特別為了新北歡樂耶誕城，全新編曲，並打造開城以來第一次「整座廣場連動」的沉浸式 360 度環繞 3D 光雕秀，總面積超過 3 萬平方公尺。開城當天湧入超過 13 萬 6,000 人次參與，成為新北歡樂耶誕城辦理 10 周年以來，開城當日最多人次造訪的一年。

其中討論聲量最高的「巨星耶誕演唱會」兩日超過 16 組藝人輪番上陣，電視收視觀眾達 133 萬，現場更吸引超過 45 萬人次湧入，平均單日突破 22 萬人次，為 10 年來最多。新加坡當地滲透率最高的數位媒體平臺「mothership」就以「地表最大戶外慶典 (Largest gathering on earth)」為題報導。同時，演唱會首日，YouTube 在線觀看人數逼近 3 萬 5,000 人，是 108 年的兩倍；演唱會第二天，在線觀看人數更高達 4 萬 3,529 人。新北歡樂耶誕城周邊飯店逆勢成長，商圈經濟效益成長五成，109 年因 COVID-19 影響國人出國觀光，新北歡樂耶誕城搭上冬季國旅必去景點熱潮，周邊飯店業者在疫情期間的住房率，從原本的三成提升到八成以上，例假日更有九成，甚至滿房的狀態。而包括府中商圈的夜市攤商在內，生意也提升了五成以上。

為調查「2020 新北歡樂耶誕城」所帶動的整體效益，透過問卷調查所得結果進一步評估分析政府政策產生之正、反面影響，例如：透過瞭解民眾對於新北歡樂耶誕城活動的場地佈置、交通安排等，提供市府做為研擬未來歡樂耶誕城活動辦理的重要參考。

# 參、計畫調查內容說明

## 一、遊客人數估算

2020 新北歡樂耶誕城，自 109 年 11 月 13 日的開城秀揭開序幕，至 12 月 30 日下句點，8 天的精彩活動，累積達到 666 萬 7,000 人次的紀錄，創下歷年紀錄，以歷年承辦經驗的傳承與各團隊的努力，使更多人感染到新北歡樂耶誕城的歡樂氣氛，更使參訪此次活動遊客人數增加，且呈現穩定的成長。109 年的遊客人數估算，依照活動區域之地理位置及主活動會場的配置，延伸到縣民大道、站前路、新站路、新府路、中山路、文化路、民權路及府中商圈，2020 新北歡樂耶誕城區域配置圖如圖 3-1 及 3-2 所示。

圖 3-1：2020 新北歡樂耶誕城 主場地配置

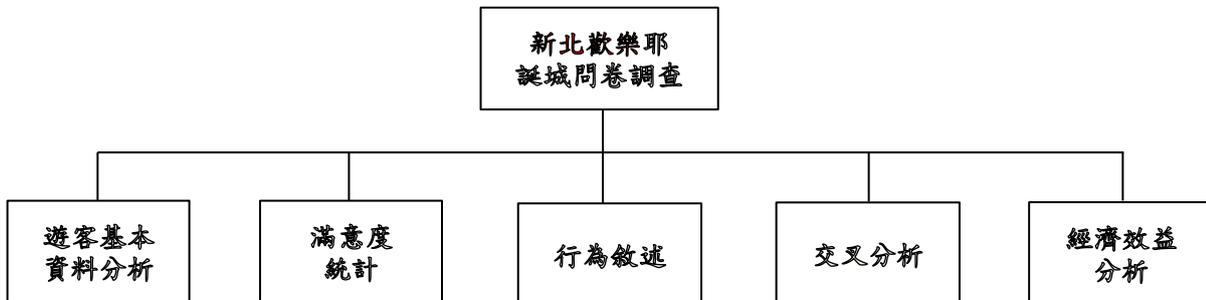


圖 3-2：2020 新北歡樂耶誕城 府中燈區場地配置



## 二、遊客問卷調查

本次效益評估分析包含五大部分：第一、遊客基本資料分析；第二、本次活動滿意度調查；第三、參與本次活動的遊客行為敘述；第四、遊客的基本資料與其他重要題項的交叉分析；第五、估算本次活動帶來的經濟效益。分析架構如圖 3-3 所示：



### (一) 調查對象

以現場參與歡樂耶誕城活動的遊客為對象。為落實調查的信度與效度，本研究調查樣本的分配原則主要依據「到訪時間」及「到訪地區」等兩大原則分配。

### (二) 調查方式

以新北歡樂耶誕城現場各分區為主要調查地點，採「分層抽樣」方式進行調查，問卷調查以人員面對面實地調查為主，安排 X 位問卷工作訪員，分成 X 組，可協助遊客處理填寫問卷時發生的狀況。

### (三) 調查期間

自 109 年 11 月 13 日起，至 109 年 12 月 30 日，於「2020 新北歡樂耶誕城」活動期間發放問卷。

### (四) 樣本數估計

本次調查共發放 2,000 份問卷，扣除無效問卷 0 份，實際回收有效問卷為 2,000 份。

## 肆、問卷調查結果分析

### 一、問卷回收狀況說明

2020 新北歡樂耶誕城遊客問卷調查回收統計如表 4-1 所示。共發放 2,000 份問卷，扣除無效問卷 0 份，共計回收 2,000 份有效問卷；有效問卷回收率為 100%，惟因民眾填答時偶有遺漏，故每題之有效樣本數稍有不同，但不影響各題分析。

表 4-1 2020 新北歡樂耶誕城問卷回收樣本表

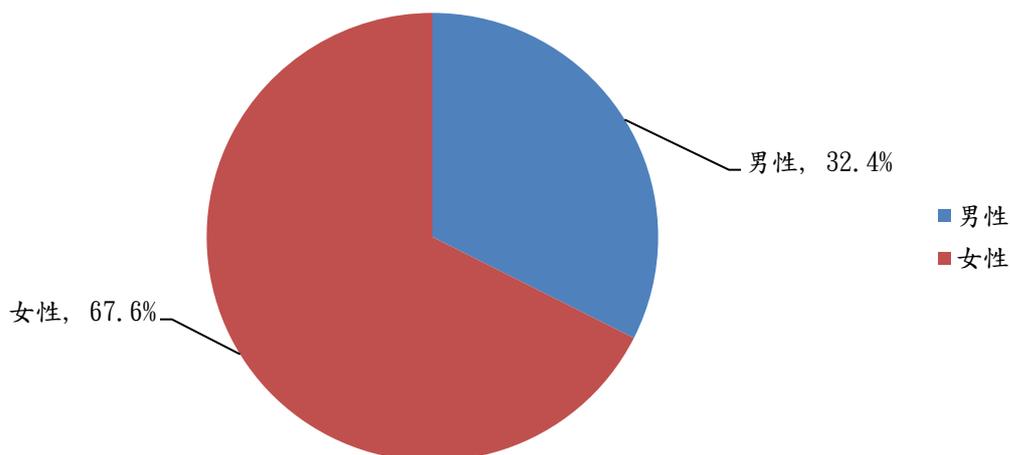
發放樣本數	2,000
回收有效樣本數	2,000
有效率	100%

### 二、受訪者基本資料

#### (一)、受訪者性別分析

受訪遊客中，男性佔 32.4%，女性為 67.6%。如圖 4-1。

圖 4-1 受訪者性別比例

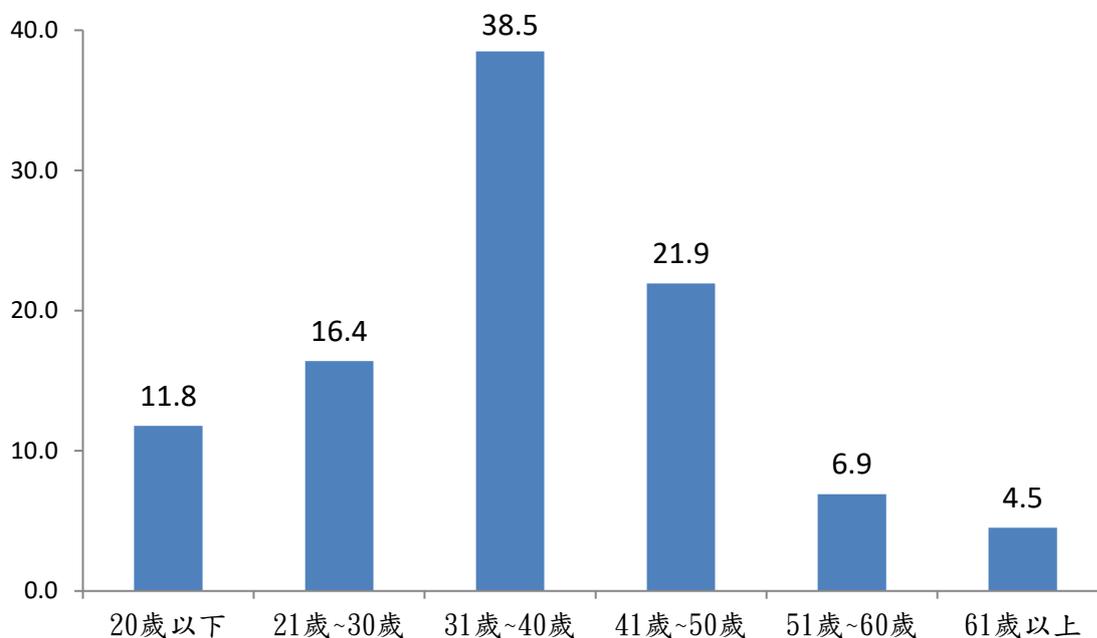


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

## (二)、受訪者年齡分析

受訪遊客以 31-40 歲的比例最高，佔 38.5%，其次為 41-50 歲，為 21.9%，21-30 歲的比例為 16.4%，20 歲以下為 11.8%，51-60 歲及 61 歲以上年齡層比例則在一成以下，如圖 4-2 所示。

圖 4-2 受訪者年齡比例

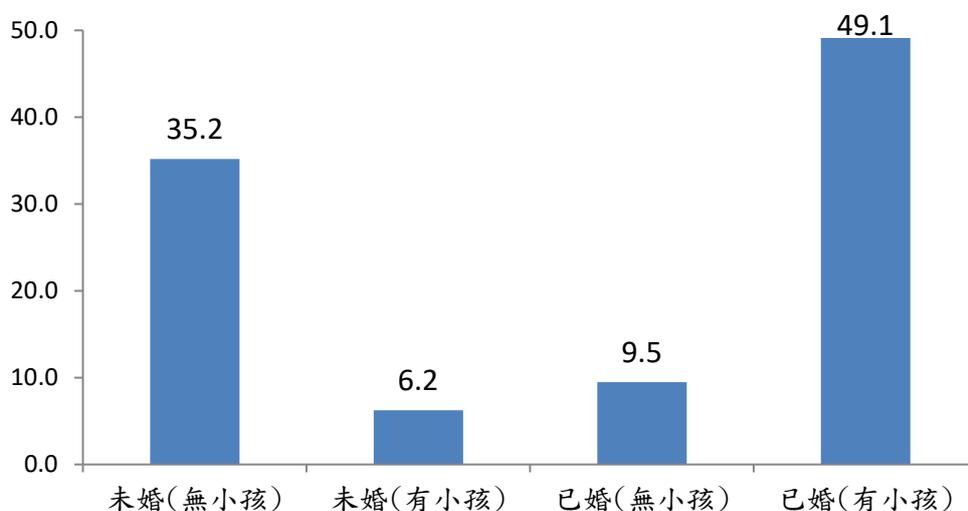


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

## (三)、受訪者婚姻狀況分析

受訪遊客中有近五成 (49.1%) 為已婚且有小孩者，35.2% 為未婚無小孩，如圖 4-3 所示。

圖 4-3 受訪者婚姻狀況

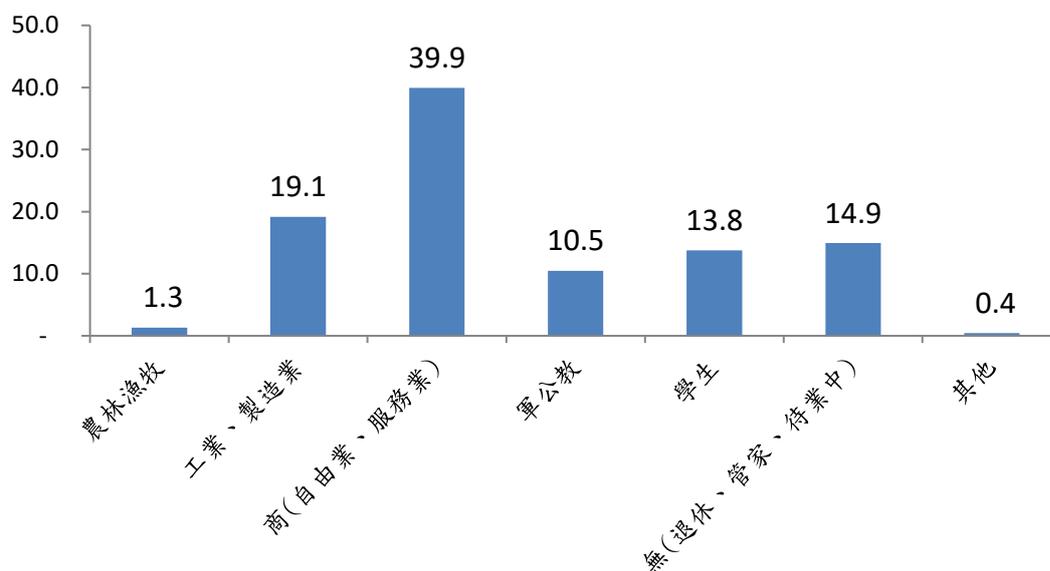


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

#### (四)、受訪者職業分析

受訪遊客職業以商業（包含自由業、服務業等）比例最高，為 39.9%，其次為工業、製造業，佔 19.1%，另外有 14.9% 為無業（含退休、家管、待業等），13.8% 為學生，軍公教的比則為 10.5%，如圖 4-4 所示。

圖 4-4 受訪者職業比例

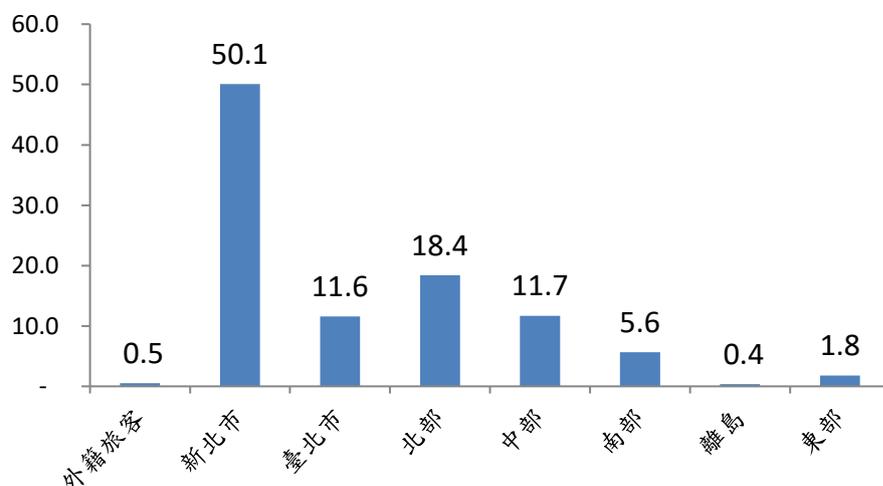


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

#### (五)、受訪者居住地分析

受訪遊客居住地為新北市的比例最高，佔 50.1%，其次為居住在北部縣市（基隆/桃園/新竹縣市）的民眾，比例為 18.4%，有 11.7% 是住在中部（苗栗/台中/彰化/南投/雲林），有 11.6% 住在台北市，如圖 4-5 所示。

圖 4-5 受訪者居住地比例

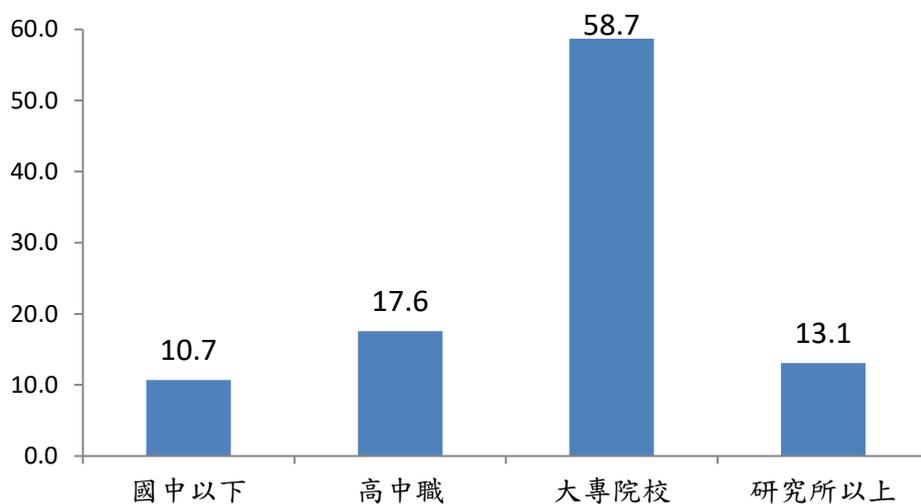


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

#### (六)、受訪者教育程度分析

受訪遊客教育程度以大專院校比例最高，為 58.7%，其次為高中職的 17.6%，研究所以上為 13.1%，國中以下為 10.7%，如圖 4-6 所示。

圖 4-6 受訪者教育程度比例

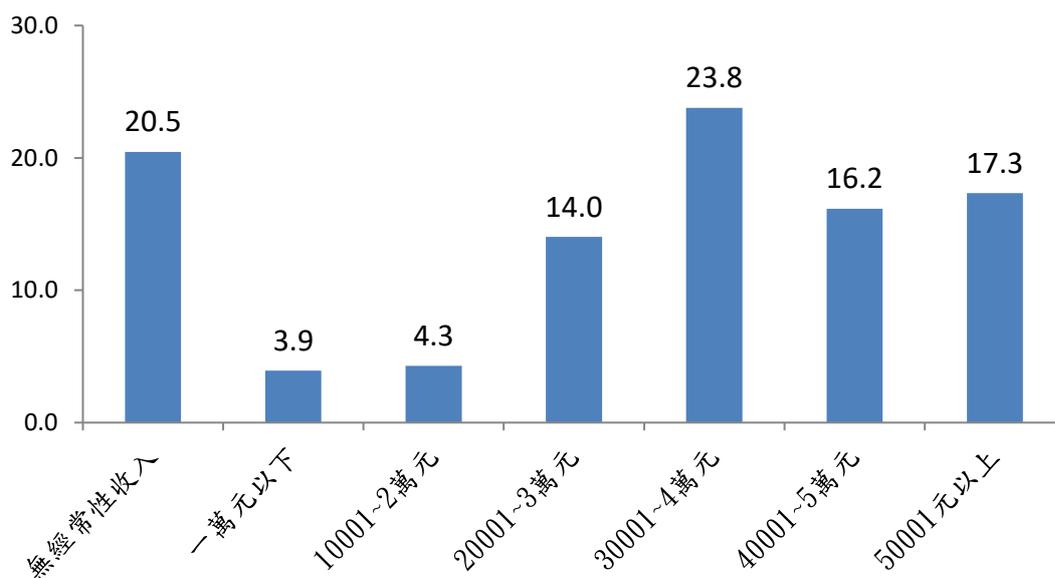


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

#### (七)、受訪者個人月收入分析

受訪遊客的個人月收入以 3 至 4 萬元的比例最高，為 23.8%，其次為無經常性收入者，比例為 20.5%，如圖 4-7 所示。

圖 4-7 受訪者個人收入比例



註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

表 4-2 受訪者基本資料分析表

		樣本數	百分比
全體			
性別	男性	624	32.4
	女性	1299	67.6
年齡	20 歲以下	227	11.8
	21 歲~30 歲	316	16.4
	31 歲~40 歲	742	38.5
	41 歲~50 歲	423	21.9
	51 歲~60 歲	133	6.9
	61 歲以上	87	4.5
婚姻狀況	未婚(無小孩)	671	35.2
	未婚(有小孩)	119	6.2
	已婚(無小孩)	181	9.5
	已婚(有小孩)	937	49.1
職業	農林漁牧	24	1.3
	工業、製造業	349	19.1
	商(自由業、服務業)	728	39.9
	軍公教	191	10.5
	學生	251	13.8
	無(退休、管家、待業中)	272	14.9
	其他	8	0.4
居住地	外籍旅客	10	0.5
	新北市	984	50.1
	臺北市	227	11.6
	北部(基隆市/桃園市/新竹縣/新竹市)	361	18.4
	中部(苗栗縣/台中市/彰化縣/南投縣/雲林縣)	230	11.7
	南部(嘉義縣/嘉義市/台南市/高雄市/屏東縣)	111	5.6
	離島(澎湖/綠島/金門/馬祖/蘭嶼)	7	0.4
	東部(宜蘭縣/花蓮縣/台東縣)	35	1.8
教育程度	國中(含以下)	208	10.7
	高中職	341	17.6
	大專院校	1140	58.7
	研究所(含以上)	254	13.1
個人月收入	無經常性收入	395	20.5
	10000 元以下	76	3.9
	10001~20000 元	83	4.3
	20001~30000 元	271	14.0
	30001~40000 元	459	23.8
	40001~50000 元	312	16.2
	50001 元以上	335	17.3

註：本表百分比計算不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

### 三、遊客滿意度分析

#### 1. 「前往活動會場的道路標誌指示清楚」的滿意程度

調查結果顯示，受訪遊客滿意「前往活動會場的道路標誌指示清楚」的比例為 89%（非常滿意 34.1%，滿意 54.9%），不滿意的比例為 1.2%（不滿意 0.8%，非常不滿意 0.4%），另外 9.8% 表示普通。

表 4-3：「前往活動會場的道路標誌指示清楚」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	675	34.1	} 89.0%
滿意	1089	54.9	
普通	195	9.8	
不滿意	15	0.8	} 1.2%
非常不滿意	8	0.4	

Base：1,982 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

#### 2. 「前往活動會場的道路交通順暢」的滿意程度

「前往活動會場的道路交通順暢」方面，受訪遊客感到滿意的比例為 85.6%（非常滿意 33%，滿意 52.6%），不滿意的比例為 2.4%（不滿意 1.7%，非常不滿意 0.7%），另外 12% 表示普通。

表 4-4：「前往活動會場的道路交通順暢」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	649	33.0	} 85.6%
滿意	1036	52.6	
普通	236	12.0	
不滿意	34	1.7	} 2.4%
非常不滿意	13	0.7	

Base：1,968 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

3. 「活動現場的工作人員服務態度良好」的滿意程度

受訪遊客對「活動現場的工作人員服務態度良好」感到滿意的比例為 94.6% (非常滿意 46.1%，滿意 48.5%)，只有 0.5% 表示不滿意 (不滿意 0.2%，非常不滿意 0.3%)，另外 4.9% 表示普通。

表 4-5：「活動現場的工作人員服務態度良好」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	909	46.1	} 94.6%
滿意	955	48.5	
普通	97	4.9	
不滿意	3	0.2	} 0.5%
非常不滿意	6	0.3	

Base：1,970 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

4. 「活動現場的秩序管理良好」的滿意程度

受訪遊客表示滿意「活動現場的秩序管理良好」的比例為 91.9% (非常滿意 39.1%，滿意 52.8%)，只有 0.4% 表示不滿意 (不滿意 0.2%，非常不滿意 0.3%)，表示普通的比例則為 7.7%。

表 4-6：「活動現場的秩序管理良好」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	768	39.1	} 91.9%
滿意	1036	52.8	
普通	151	7.7	
不滿意	3	0.2	} 0.4%
非常不滿意	5	0.3	

Base：1,963 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

5. 「活動會場內的節慶氣氛濃厚」的滿意程度

有 94.8% 受訪遊客對於「活動會場內的節慶氣氛濃厚」表示滿意(非常滿意 47.3%，滿意 47.5%)，僅有 0.3% 表示不滿意(不滿意 0.1%，非常不滿意 0.2%)，另外 4.9% 表示普通。

表 4-7：「活動會場內的節慶氣氛濃厚」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	933	47.3	} 94.8%
滿意	938	47.5	
普通	97	4.9	
不滿意	2	0.1	} 0.3%
非常不滿意	4	0.2	

Base：1,974 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

6. 「活動場地內各主題會場皆有特色」的滿意程度

受訪遊客對於「活動場地內各主題會場皆有特色」，有 93.8% 表示滿意(非常滿意 44.6%，滿意 49.2%)，僅有 0.3% 表示不滿意(不滿意 0.1%，非常不滿意 0.2%)，另外，表示普通的比例為 6%。

表 4-8：「活動場地內各主題會場皆有特色」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	879	44.6	} 93.8%
滿意	970	49.2	
普通	118	6.0	
不滿意	2	0.1	} 0.3%
非常不滿意	3	0.2	

Base：1,972 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

7. 「活動場地內整體環境整潔乾淨」的滿意程度

在「活動場地內整體環境整潔乾淨」方面，受訪遊客表示滿意的比例為 92.1% (非常滿意 41.1%，滿意 51%)，只有 0.5% 表示不滿意 (不滿意 0.3%，非常不滿意 0.2%)，另外有 7.5% 表示普通。

表 4-9：「活動場地內整體環境整潔乾淨」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	810	41.1	92.1%
滿意	1005	51.0	
普通	147	7.5	
不滿意	5	0.3	0.5%
非常不滿意	4	0.2	

Base：1,971 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

8. 「活動場地內垃圾桶地點數量設置良好」的滿意程度

有 87.7% 參訪遊客對於「活動場地內垃圾桶地點數量設置良好」感到滿意 (非常滿意 38%，滿意 49.7%)，表示不滿意的比例為 0.8% (不滿意 0.6%，非常不滿意 0.2%)，表示普通的比例則為 11.5%。

表 4-10：「活動場地內垃圾桶地點數量設置良好」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	748	38.0	87.7%
滿意	980	49.7	
普通	226	11.5	
不滿意	12	0.6	0.8%
非常不滿意	4	0.2	

Base：1,970 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

9. 「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」的滿意程度

而在「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」方面，受訪遊客感到滿意的比例為85.2%（非常滿意34.7%，滿意50.5%），1.6%感到不滿意（不滿意1.3%，非常不滿意0.4%），另外有13.1%表示普通。

表 4-11：「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	684	34.7	} 85.2%
滿意	995	50.5	
普通	259	13.1	
不滿意	25	1.3	} 1.6%
非常不滿意	7	0.4	

Base：1,970 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於100。

10. 「活動會場內設立的攤位整體服務品質良好」的滿意程度

有91.4%受訪者對於「活動會場內設立的攤位整體服務品質良好」表示滿意（非常滿意38.9%，滿意52.5%），只有0.5%表示不滿意（不滿意0.2%，非常不滿意0.3%），表示普通的比例則為8.1%。

表 4-12：「活動會場內設立的攤位整體服務品質良好」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	765	38.9	} 91.4%
滿意	1033	52.5	
普通	160	8.1	
不滿意	4	0.2	} 0.5%
非常不滿意	6	0.3	

Base：1,968 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於100。

11. 「主舞台的表演內容豐富有吸引力」的滿意程度

受訪遊客對於「主舞台的表演內容豐富有吸引力」，有 90.9%感到滿意（非常滿意 39.9%，滿意 51%），只有 0.4%表示不滿意（不滿意 0.2%，非常不滿意 0.3%），另外有 8.7%表示普通。

表 4-13：「主舞台的表演內容豐富有吸引力」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	789	39.9	} 90.9%
滿意	1007	51.0	
普通	172	8.7	
不滿意	3	0.2	} 0.4%
非常不滿意	5	0.3	

Base：1,976 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

12. 「活動內容讓我有互動體驗」的滿意程度

「活動內容讓我有互動體驗」方面，有 87.5%受訪遊客表示感到滿意（非常滿意 37.8%，滿意 49.7%），有 0.7%表示不滿意（不滿意 0.3%，非常不滿意 0.4%），表示普通的比例為 11.8%。

表 4-14：「活動內容讓我有互動體驗」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	743	37.8	} 87.5%
滿意	979	49.7	
普通	233	11.8	
不滿意	6	0.3	} 0.7%
非常不滿意	7	0.4	

Base：1,968 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

13. 「活動本身內容多樣化」的滿意程度

高達 91.5%受訪遊客對於「活動本身內容多樣化」感到滿意（非常滿意 40.7%，滿意 50.8%），0.6%表示不滿意（不滿意 0.3%，非常不滿意 0.2%），而另外有 8%表示普通。

表 4-15：「活動本身內容多樣化」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	719	40.7	} 91.5%
滿意	898	50.8	
普通	141	8.0	
不滿意	6	0.3	} 0.6%
非常不滿意	4	0.2	

Base：1,768 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

14. 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

而在「活動宣傳管道的多元性」方面，有 91.9%受訪者表示感到滿意（非常滿意 39.4%，滿意 52.5%），只有 0.3%受訪者表示不滿意（不滿意 0.2%，非常不滿意 0.2%），而表示普通的比例則為 7.7%。

表 4-16：「活動宣傳管道的多元性」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	697	39.4	} 91.9%
滿意	929	52.5	
普通	137	7.7	
不滿意	3	0.2	} 0.3%
非常不滿意	3	0.2	

Base：1,769 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

15. 「活動宣傳內容的豐富性」的滿意程度

對於「活動宣傳內容的豐富性」的滿意度，受訪遊客表示滿意的比例為 91.6% (非常滿意 40.6%，滿意 51%)，0.3% 感到不滿意 (不滿意 0.1%，非常不滿意 0.2%)，另外 8% 表示普通。

表 4-17：「活動宣傳內容的豐富性」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	717	40.6	} 91.6%
滿意	901	51.0	
普通	142	8.0	
不滿意	2	0.1	} 0.3%
非常不滿意	4	0.2	

Base：1,766 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

16. 「活動期間宣傳的持續性」的滿意程度

有 91% 受訪遊客表示滿意「活動期間宣傳的持續性」(非常滿意 41.2%，滿意 49.8%)，0.4% 表示不滿意 (不滿意 0.2%，非常不滿意 0.2%)，表示普通的比例則為 8.6%。

表 4-18：「活動期間宣傳的持續性」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	727	41.2	} 91.0%
滿意	878	49.8	
普通	152	8.6	
不滿意	3	0.2	} 0.4%
非常不滿意	4	0.2	

Base：1,764 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

## 17. 滿意度分析比較表

表 4-19 為前述各項滿意度調查項目之彙整，並列出各項目之滿意度及平均分數排序，平均分數以非常滿意為 5 分，非常不滿意為 1 分計算。調查結果顯示，平均分數最高的項目為「活動會場內的節慶氣氛濃厚」，為 4.42 分，其次為「活動現場的工作人員服務態度良好」，平均分數 4.40 分，排名第三的是「活動場地內各主題會場皆有特色」，為 4.38 分。整體而言，多數遊客對於活動現場的節慶氛圍、主題特色表示滿意，也肯定現場工作人員的表現。

而平均分數最低的項目為「前往活動會場的道路交通順暢」，為 4.16 分，「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」，為 4.18 分，倒數第三名則是「前往活動會場的道路標誌指示清楚」，為 4.21 分。顯示，前往活動會場的交通及標示是遊客滿意度較低的原因，同時，活動場地的廁所數量及整潔度也有努力的空間。

表 4-19 滿意度分析比較表

調查項目	滿意程度 (%)	平均分數	滿意度 排序	平均分數 排序
前往活動會場的道路標誌指示清楚	89.0	4.21	12	14
前往活動會場的道路交通順暢	85.6	4.16	15	16
活動現場的工作人員服務態度良好	94.6	4.40	2	2
活動現場的秩序管理良好	91.9	4.30	5	9
活動會場內的節慶氣氛濃厚	94.8	4.42	1	1
活動場地內各主題會場皆有特色	93.8	4.38	3	3
活動場地內整體環境整潔乾淨	92.1	4.33	4	4
活動場地內垃圾桶地點數量設置良好	87.7	4.25	13	12
活動場地內廁所位置數量整潔衛生	85.2	4.18	16	15
活動會場內設立的攤位整體服務品質良好	91.4	4.29	9	11
主舞台的表演內容豐富有吸引力	90.9	4.30	11	9
活動內容讓我有互動體驗	87.5	4.24	14	13
活動本身內容多樣化	91.5	4.31	8	7
活動宣傳管道的多元性	91.9	4.31	5	7
活動宣傳內容的豐富性	91.6	4.32	7	5
活動期間宣傳的持續性	91.0	4.32	10	5

## 四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析

### (一)、參與歡樂耶誕城活動行為之分析

#### 1. 除了本次，請問您是否曾參加「新北歡樂耶誕城」的活動？

調查結果顯示，有 22.2% 受訪遊客首次參與「新北歡樂耶誕城」活動，有 78.8% 是再訪回流遊客，其中有 42% 遊客表示來過 3 次以上，如表 4-20 所示。

表 4-20：重遊新北歡樂耶誕城分析表

	人數	全體 (%)
沒有	443	22.2
來過 1 次	380	19.0
來過 2 次	335	16.8
來過 3 次以上	839	42.0

Base：1,997 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

#### 2. 您參加此次活動主要的同行成員

調查顯示，多數（75.6%）受訪遊客是跟家人親戚一同參加「新北歡樂耶誕城」活動，而跟朋友、同學、同事前往的比例為 19.7%，如表 4-21 所示。

表 4-21：同行對象分析表

	人數	全體 (%)
家人親戚	1504	75.6
朋友、同學、同事	392	19.7
單獨前來	3	0.2
旅遊團體	90	4.5

Base：1,989 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

3. 您參加此次活動所使用的交通工具（複選）

民眾前往新北歡樂耶誕城所使用的交通工具以捷運為主，佔 36.7%，其次為自用汽車，比例為 23.5%，選擇騎機車前往的也有 17.4%，有 12.8%是搭乘公民營客運/公車、11.3%搭乘火車，另外有 8.9%是步行前往，如表 4-22 所示。

表 4-22：交通工具分析表

	人數	全體 (%)
捷運	728	36.7
自用汽車	466	23.5
機車	345	17.4
公民營客運(含公車)	253	12.8
火車	224	11.3
步行	177	8.9
高鐵	109	5.5
腳踏車	32	1.6
遊覽車	5	0.3
飛機	2	0.1

Base：1,984 位受訪遊客；本表不含未回答。

#### 4. 您參與此次活動的主要動機（複選）

參與動機方面，有 80.7%受訪遊客是與家人、朋友同遊新北歡樂耶誕城活動，有 39.5%表示想要感受熱鬧的節慶氣氛，16.2%認為活動適合闔家參與，也有人喜歡活動內容(15.8%)、休閒娛樂放鬆(15.2%)，認為活動知名且具代表性(13.9%)，如表 4-23 所示。

表 4-23：動機分析表

	人數	全體 (%)
與家人、朋友同遊	1610	80.7
感受熱鬧的節慶氣氛	789	39.5
活動適合闔家參與	323	16.2
喜歡活動內容	316	15.8
休閒娛樂	303	15.2
知名且具代表性的活動	278	13.9
放鬆身心	196	9.8
現場表演豐富有趣	145	7.3
慕名而來	117	5.9
市府辦活動都參加	115	5.8
路過	5	0.3
迪士尼	4	0.2
公務	3	0.2

Base：1,996 位受訪遊客；本表不含未回答。

5. 您本次參與「2020 新北歡樂耶誕城」活動是專程或是順道？  
 有 86.2%受訪遊客表示是專程前來參與新北歡樂耶誕城，有 13.8%表示是順道路過，如表 4-24 所示。

表 4-24：專程或路過新北歡樂耶誕城分析表

	人數	全體 (%)
專程參與	1699	86.2
順道路過	271	13.8

Base：1,970 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比  
 因四捨五入加總可能不等於 100。

6. 您今年是否會再次參訪「2020 新北歡樂耶誕城」？  
 問及遊客是否會再次造訪新北歡樂耶誕城，調查結果顯示，高達九成以上(93.4%)  
 遊客表示會再參訪，僅 6.6%表示不會，如表 4-25 所示。

表 4-25：是否會再次參訪新北歡樂耶誕城分析表

	人數	全體 (%)
會	1858	93.4
不會	132	6.6

Base：1,990 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比  
 因四捨五入加總可能不等於 100。

7. 您是否曾瀏覽「2020 新北歡樂耶誕城」的網路資訊？

調查發現，有 78%遊客表示曾經有瀏覽過「2020 新北歡樂耶誕城」的網路資訊，有 22%表示沒有瀏覽過，如表 4-26 所示。

表 4-26：是否瀏覽新北歡樂耶誕城網路資訊分析表

	人數	全體 (%)
有	1554	78.0
沒有	438	22.0

Base：1,992 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

8. 您是否曾瀏覽「2020 新北歡樂耶誕城」的桑塔熊直播？

在「2020 新北歡樂耶誕城」桑塔熊直播方面，有瀏覽過的訪客比例為 36.3%，低於沒有瀏覽過的 63.7%，如表 4-27 所示。

表 4-27：是否瀏覽新北歡樂耶誕城桑塔熊分析表

	人數	全體 (%)
有	724	36.3
沒有	1268	63.7

Base：1,992 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

9. 您獲得此次活動主要的資訊管道（複選）

關於新北歡樂耶誕城活動的資訊來源，有 35.1%遊客主要是透過電視、廣播，有 28.7%是親友推薦，25.7%是透過電腦網路，同時有 23.8%表示這是每年都要參加的例行活動。有 18.9%是經由 FB、Line 等社群網站貼文獲得活動資訊，另外有 15.8%是從報章雜誌得知，如表 4-28 所示。

表 4-28：活動資訊主要來源分析表

	人數	全體 (%)
電視、廣播	697	35.1
親友推薦	569	28.7
電腦網路	511	25.7
每年都要參加例行活動	473	23.8
FB、Line 等社群網站貼文	375	18.9
報章雜誌	314	15.8
戶外(路上)活動看板旗幟	201	10.1
DM、宣傳單	181	9.1
觀光單位宣傳、旅行社	116	5.8
旅展資訊提供	40	2.0
路過	5	0.3

Base：1,986 位受訪遊客；本表不含未回答。

10. 您最喜歡「2020 新北歡樂耶誕城」哪些項目？（複選）

新北歡樂耶誕城的活動項目中，最受遊客喜歡的是「大型燈飾裝置」，有 48.7% 遊客表示喜歡，其次為「3D 光雕雷射投影」的 45.4%，「遊樂設施」也受到 40.3% 的遊客喜愛。「路樹燈海」(33.4%)、「童趣嘉年華活動」(32.4%) 及「貨櫃市集」(28.8%) 也各受到三成左右的遊客喜歡，如表 4-29 所示。

表 4-29：最喜歡的「2020 新北歡樂耶誕城」項目分析表

	人數	全體 (%)
大型燈飾裝置	955	48.7
3D 光雕雷射投影	889	45.4
遊樂設施	790	40.3
路樹燈海	655	33.4
童趣嘉年華活動	636	32.4
貨櫃市集	565	28.8
天橋燈飾	456	23.3
巨星耶誕演唱會	420	21.4
迪士尼	8	0.4

Base：1,960 位受訪遊客；本表不含未回答。

11. 您本身喜歡參與主題性的節慶活動嗎？

對於民眾參與主題性的節慶活動，調查顯示，高達 92.9%受訪遊客表示喜歡（非常喜歡 39.8%，喜歡 53.1%）參與，僅有 0.2%表示不喜歡（0.1%不喜歡，0.05%非常不喜歡），另外有 7%表示普通，如表 4-30 所示。

表 4-30：是否喜歡參與主題節慶活動分析表

	人數	全體 (%)	
非常喜歡	766	39.8	} 92.9%
喜歡	1021	53.1	
普通	134	7.0	
不喜歡	2	0.1	} 0.2%
非常不喜歡	1	0.05	

Base：1,924 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

12. 您覺得辦理主題性的節慶活動可以提升居民的幸福感嗎？

辦理主題性的節慶活動是否可以提升居民的幸福感呢？調查結果顯示，民眾認為效果極大的比例為 30.4%，61.3%認為有效果，合計有 91.8%認為主題性節慶活動可以提升居民幸福感，0.5%認為沒有效果，0.2%認為效果極小，7.6%表示普通，如表 4-31 所示。

表 4-31：主題節慶活動是否可提升居民幸福感分析表

	人數	全體 (%)	
效果極大	584	30.4	} 91.8%
有效果	1177	61.3	
普通	145	7.6	
沒有效果	10	0.5	} 0.7%
效果極小	3	0.2	

Base：1,919 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

13. 請問您對本次「2020 新北歡樂耶誕城」，整體滿意度為何？

有九成以上（93.5%）遊客對於 2020 新北歡樂耶誕城的整體表現感到滿意（非常滿意 32.5%，滿意 60.9%），僅 0.3%表示不滿意（不滿意 0.2%，非常不滿意 0.2%），有 6.2%則表示普通，如表 4-32 所示。

表 4-32：整體滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	626	32.5	} 93.5%
滿意	1172	60.9	
普通	120	6.2	
不滿意	3	0.2	} 0.3%
非常不滿意	3	0.2	

Base：1,924 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

14. 請問您對本次「2020 新北歡樂耶誕城」3D 光雕雷射主燈秀滿意度為何？

遊客對於 3D 光雕雷射主燈秀滿意度方面，有 90.7%受訪遊客感到滿意（34.4%非常滿意，56.3%滿意），而表示不滿意的比例僅有 0.4%（不滿意 0.2%，非常不滿意 0.3%），另外 8.8%表示普通，如表 4-33 所示。

表 4-33：3D 光雕雷射主燈秀滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	648	34.4	} 90.7%
滿意	1059	56.3	
普通	166	8.8	
不滿意	3	0.2	} 0.4%
非常不滿意	5	0.3	

Base：1,881 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

15. 請問您對本次「2020 新北歡樂耶誕城」燈飾滿意度為何？

對於新北歡樂耶誕城燈飾布置，遊客表示滿意的比例為 91.9%(35.4%非常滿意，56.6%滿意)，僅 0.2%表示不滿意(不滿意 0.2%，非常不滿意 0.05%)，另外 7.8%表示普通，如表 4-34 所示。

表 4-34：燈飾滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	681	35.4	} 91.9%
滿意	1089	56.6	
普通	151	7.8	
不滿意	3	0.2	} 0.2%
非常不滿意	1	0.05	

Base：1,925 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

16. 請問您對本次「2020 新北歡樂耶誕城」貨櫃市集滿意度為何？

在新北歡樂耶誕城貨櫃市集滿意度方面，有 86.7%遊客表示滿意(非常滿意 29.4%，滿意 57.3%)，僅 0.7%表示不滿意(不滿意 0.6%，非常不滿意 0.1%)，有 12.6%遊客表示普通，如表 4-35 所示。

表 4-35：貨櫃市集滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	566	29.4	} 86.7%
滿意	1101	57.3	
普通	242	12.6	
不滿意	12	0.6	} 0.7%
非常不滿意	2	0.1	

Base：1,923 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

17. 請問您對本次「2020 新北歡樂耶誕城」多個光影裝置滿意度為何？

而在新北歡樂耶誕城多個光影裝置滿意度方面，有 91.7%遊客感到滿意（33.4%非常滿意，58.3%滿意），不滿意的比例僅 0.1%（不滿意 0.05%，非常不滿意 0.05%），另外有 8.2%遊客表示普通，如表 4-35 所示。

表 4-35：多個光影裝置滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	643	33.4	91.7%
滿意	1123	58.3	
普通	157	8.2	
不滿意	1	0.05	0.1%
非常不滿意	1	0.05	

Base：1,925 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

18. 請問您會向他人推薦參與「2020 新北歡樂耶誕城」

詢問遊客是否有意願向他人推薦參與「2020 新北歡樂耶誕城」呢？調查結果顯示，有 93%遊客表示願意向他人推薦（41.2%非常願意，51.9%願意），不願意推薦的比例僅有 0.4%（不願意 0.3%，非常不願意 0.05%），另外有 6.6%表示普通，如表 4-36 所示。

表 4-36：推薦意願分析表

	人數	全體 (%)	
非常願意	793	41.2	93.0%
願意	1000	51.9	
普通	127	6.6	
不願意	6	0.3	0.4%
非常不願意	1	0.05	

Base：1,927 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

19. 請問您明年會再次參與「新北歡樂耶誕城」

而在遊客明年再次參與「2020 新北歡樂耶誕城」的意願調查方面，有 94.3%遊客表示明年願意再次參與（44.2%非常願意，50.1%願意），只有 0.4%表示不願意（0.4%不願意，0.05%非常不願意），表示普通的比例則為 5.3%，如表 4-37 所示。

表 4-37：明年再次參與意願分析表

	人數	全體 (%)	
非常願意	851	44.2	} 94.3%
願意	963	50.1	
普通	102	5.3	
不願意	7	0.4	} 0.4%
非常不願意	1	0.05	

Base：1,924 位受訪遊客；本表不含未回答；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

## 伍、交叉分析

### (一)、回流客比例交叉分析：

依「居住地、性別、年齡」分組，進行交叉分析，了解各組別受訪者過去曾經參訪新北歡樂耶誕城，也就是回流客的比例，統計結果如表 4-38。因部分組別樣本數過少，或無樣本，列出各組別之樣本數 n，樣本數過低組別之回流比例僅供參考。

表 4-38、不同居住地、性別、年齡旅客回流比例交叉分析表

			20 歲以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51~60 歲	61 歲以上
外籍旅客	男	n=	0	0	0	0	0	0
		回流比例	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	女	n=	0	1	1	1	2	0
		回流比例	N/A	50.0%	100.0%	50.0%	100.0%	N/A
新北市	男	n=	44	29	85	76	14	11
		回流比例	97.8%	85.3%	84.2%	92.7%	70.0%	73.3%
	女	n=	59	99	222	141	37	26
		回流比例	86.8%	91.7%	94.9%	92.8%	78.7%	86.7%
台北市	男	n=	8	10	13	13	2	4
		回流比例	80.0%	71.4%	65.0%	81.3%	50.0%	57.1%
	女	n=	10	21	50	21	7	6
		回流比例	83.3%	77.8%	83.3%	70.0%	50.0%	85.7%
北部	男	n=	9	13	33	18	6	1
		回流比例	60.0%	72.2%	66.0%	64.3%	60.0%	100.0%
	女	n=	21	30	67	36	10	4
		回流比例	75.0%	83.3%	68.4%	78.3%	83.3%	57.1%
中部	男	n=	10	10	13	8	3	0
		回流比例	71.4%	71.4%	38.2%	66.7%	60.0%	N/A
	女	n=	5	23	39	12	4	2
		回流比例	41.7%	69.7%	60.9%	44.4%	80.0%	66.7%
南部	男	n=	1	1	2	2	1	0
		回流比例	25.0%	20.0%	18.2%	40.0%	33.3%	N/A
	女	n=	2	12	18	4	2	3
		回流比例	33.3%	63.2%	58.1%	30.8%	50.0%	50.0%
離島	男	n=	0	0	1	0	0	0
		回流比例	N/A	N/A	100.0%	N/A	N/A	N/A
	女	n=	0	0	2	0	0	2
		回流比例	N/A	N/A	100.0%	N/A	N/A	66.7%
東部	男	n=	2	0	6	0	1	0
		回流比例	50.0%	N/A	85.7%	N/A	100.0%	N/A
	女	n=	3	1	8	1	0	0
		回流比例	100.0%	100.0%	72.7%	16.7%	N/A	N/A

(二)、獲得活動資訊管道交叉分析：

獲得此次活動資訊的管道，與年齡交叉分析如表 4-39，結果顯示，20 歲以下民眾較多由親友推薦 (43.9%)，21-30 歲以親友推薦 (31.7%) 及網路 (30.2%) 為主要資訊管道，而 31 歲以上的年齡層則都是經由電視、廣播獲得資訊的比例居多。

表 4-39、獲得活動資訊管道與年齡交叉分析表

	20 歲以下 n=223	21~30 歲 n=315	31~40 歲 n=740	41~50 歲 n=417	51~60 歲 n=132	61 歲以上 n=87
報章雜誌	13.0%	14.6%	16.1%	19.2%	14.4%	12.6%
親友推薦	<b>43.9%</b>	<b>31.7%</b>	<b>24.9%</b>	<b>29.0%</b>	<b>24.2%</b>	<b>20.7%</b>
DM、宣傳單	6.7%	13.0%	9.3%	8.4%	8.3%	4.6%
電視、廣播	<b>26.5%</b>	<b>27.9%</b>	<b>33.4%</b>	<b>42.0%</b>	<b>44.7%</b>	<b>54.0%</b>
電腦網路	<b>27.4%</b>	<b>30.2%</b>	<b>27.0%</b>	22.1%	19.7%	19.5%
戶外	11.7%	8.9%	10.1%	9.8%	9.8%	12.6%
觀光單位宣傳	3.1%	6.7%	5.4%	5.8%	10.6%	6.9%
每年參加例行活動	18.8%	21.3%	24.3%	<b>27.8%</b>	<b>22.0%</b>	<b>25.3%</b>
旅展資訊提供	1.8%	1.0%	2.3%	2.4%	3.8%	1.1%
社群網站貼文	21.1%	20.6%	22.6%	14.4%	12.1%	14.9%
路過	0.0%	0.6%	0.3%	0.0%	0.8%	0.0%

(三)、最喜歡活動項目交叉分析：

與年齡交叉分析最喜歡的活動項目，如表 4-40，結果顯示，20 歲以下民眾較多喜歡遊樂設施 (48.9%)，21-30 歲及 31-40 歲民眾喜歡大型燈飾裝置居多，41-50 歲有 47.7% 喜歡 3D 光雕雷射投影，也有 47.5% 喜歡大型燈飾裝置。而 51-60 歲及 61 歲以上的年齡層則是喜歡 3D 光雕雷射投影比例最高。

表 4-40、最喜歡的活動項目 (複選) 與年齡交叉分析表

	<u>20 歲以下</u> n=223	<u>21-30 歲</u> n=312	<u>31-40 歲</u> n=725	<u>41-50 歲</u> n=419	<u>51-60 歲</u> n=130	<u>61 歲以上</u> n=81
遊樂設施	<b>48.9%</b>	23.7%	<b>44.6%</b>	<b>44.6%</b>	31.5%	30.9%
3D 光雕雷射投影	<b>36.8%</b>	<b>43.3%</b>	<b>45.2%</b>	<b>47.7%</b>	<b>57.7%</b>	<b>46.9%</b>
大型燈飾裝置	<b>40.4%</b>	<b>51.9%</b>	<b>51.4%</b>	<b>47.5%</b>	<b>46.9%</b>	<b>39.5%</b>
路樹燈海	28.7%	<b>36.2%</b>	31.0%	35.8%	<b>41.5%</b>	<b>32.1%</b>
天橋燈飾	24.7%	26.9%	20.4%	26.0%	26.2%	19.8%
貨櫃市集	24.2%	32.1%	28.7%	32.5%	32.3%	22.2%
童趣嘉年華活動	27.8%	17.0%	40.0%	36.0%	33.1%	18.5%
巨星耶誕演唱會	22.9%	29.8%	16.3%	22.2%	26.9%	16.0%
迪士尼	0.9%	0.6%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%

(四)、總消費金額交叉分析：

依「年齡、性別、月收入」分組，進行交叉分析，了解各組別受訪者參訪新北耶誕城時的平均消費總金額，統計結果如表 4-41。因部分組別樣本數過少，或無樣本，列出各組別之樣本數 n，樣本數過低組別之平均金額僅供參考。

表 4-41、不同年齡、性別、月收入受訪者平均消費總金額交叉分析表

			無收入	1 萬元以下	1~2 萬元	2~3 萬元	3~4 萬元	4~5 萬元	5 萬元以上
20 歲以下	男	n=	45	3	1	4	2	0	2
		平均消費金額	508	625	125	469	500	N/A	250
	女	n=	70	5	3	3	3	2	0
		平均消費金額	638	225	500	584	750	375	N/A
21~30 歲	男	n=	7	5	3	8	20	7	8
		平均消費金額	411	825	834	797	650	786	844
	女	n=	22	7	5	28	43	14	10
		平均消費金額	637	786	600	746	771	634	600
31~40 歲	男	n=	6	4	2	5	36	35	47
		平均消費金額	521	313	688	625	771	797	905
	女	n=	31	9	17	41	86	44	43
		平均消費金額	811	639	728	781	846	765	771
41~50 歲	男	n=	5	1	0	5	22	31	34
		平均消費金額	575	125	N/A	475	807	795	831
	女	n=	22	6	8	26	36	26	38
		平均消費金額	602	834	813	866	813	996	734
51~60 歲	男	n=	5	1	2	1	6	6	8
		平均消費金額	1025	125	375	1251	792	938	1016
	女	n=	15	1	3	8	8	7	2
		平均消費金額	717	1251	208	657	1157	822	1251
61 歲以上	男	n=	0	0	1	0	1	3	3
		平均消費金額	N/A	N/A	1251	N/A	625	584	292
	女	n=	11	1	0	4	3	2	6
		平均消費金額	512	875	N/A	657	667	813	646

## 陸、 觀光活動經濟效益分析

### (一)、旅遊費用支出

遊客參與 2020 新北歡樂耶誕城時相關旅遊費用支出，調查顯示：

在交通費用方面，有 69.8%遊客支出費用在 1-250 元間，有 14.3%在 251-500 元間，平均每位遊客支出估計約 284 元。

娛樂費用方面，有 37.6%遊客在 1-250 元間，也有 33.6%在 251-500 元間，而在 501-750 元間則有 13.8%，平均每人消費金額估計約 414 元。

住宿費用方面，有 65.1%遊客支付在 1-250 元間，有 13.5%支付範圍在 1,251 元以上，估計每位遊客平均花費 408 元。

餐飲費用方面，遊客花費在 251-500 元間的比例較高，有 30.7%，也有 30.5%支付範圍在 1-250 元間，還有 17.6%在 501-750 元間，估計平均每人消費金額 486 元。

購物費用方面，有 32.7%在 1-250 元間，有 26.5%在 251-500 元間，也有一成多在 501-750 元間（15.1%）及 751-1000 元間（12.1%），估計平均每人消費 503 元，是五個項目中，平均消費金額最高的。

而在消費總金額方面，有 30.5%遊客消費總額在 1,251 元以上，有 20.1%是在 1-250 元，251-500 元有 16.6%，751-1000 元也有 15%，平均每人消費總金額約 746 元。

表 4-42、遊客費用支出比例統計表

支出項目	消費金額範圍	次數	有效百分比	參考指標	平均費用
交通費用	1 元~250 元	1264	69.8	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,812 總樣本數：2,000	284 元/人
	251~500 元	259	14.3		
	501~750 元	113	6.2		
	751~1,000 元	70	3.9		
	1,001~1,250 元	38	2.1		
	1,251 元以上	68	3.8		
娛樂費用	1 元~250 元	603	37.6	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,605 總樣本數：2,000	414 元/人
	251~500 元	540	33.6		
	501~750 元	222	13.8		
	751~1,000 元	119	7.4		
	1,001~1,250 元	58	3.6		
	1,251 元以上	63	3.9		
住宿費用	1 元~250 元	833	65.1	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,280 總樣本數：2,000	408 元/人
	251~500 元	78	6.1		
	501~750 元	57	4.5		
	751~1,000 元	78	6.1		
	1,001~1,250 元	61	4.8		
	1,251 元以上	173	13.5		
餐飲費用	1 元~250 元	521	30.5	消費金額眾數：251-500 元 有效樣本數：1,708 總樣本數：2,000	486 元/人
	251~500 元	524	30.7		
	501~750 元	300	17.6		
	751~1,000 元	160	9.4		
	1,001~1,250 元	100	5.9		
	1,251 元以上	103	6.0		
購物費用	1 元~250 元	519	32.7	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,585 總樣本數：2,000	503 元/人
	251~500 元	420	26.5		
	501~750 元	239	15.1		
	751~1,000 元	192	12.1		
	1,001~1,250 元	92	5.8		
	1,251 元以上	123	7.8		
消費 總金額	1 元~250 元	236	20.1	消費金額眾數：1,251 元以上 有效樣本數：1,172 總樣本數：2,000	746 元/人
	251~500 元	195	16.6		
	501~750 元	127	10.8		
	751~1,000 元	176	15.0		
	1,001~1,250 元	81	6.9		
	1,251 元以上	357	30.5		

註：平均費用估計，係加總各個消費金額區間之中位數×該區間人次後，除以有效樣本數。  
表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100。

## 柒、 結論與建議

2020 新北歡樂耶誕城提前閉城，不過 48 天展期達 666 萬 7,000 參觀人次，創下史上新高，「新北歡樂耶誕城」討論聲量最高的「巨星耶誕演唱會」2 日超過 16 組藝人輪番上陣，電視收視觀眾達 133 萬，現場更吸引超過 45 萬人次湧入，平均單日突破 22 萬人次，為 10 年最多。新加坡當地滲透率最高的數位媒體平台「mothership」就以「地表最大戶外慶典(Largest gathering on earth)」為題報導。同時，演唱會首日 YouTube 在線觀看人數逼近 3 萬 5,000 人，是 108 年的兩倍；演唱會第二天，在線觀看人數更高達 4 萬 3,529 人。新北耶誕城周飯店逆勢成長商圈經濟效益成長五成，109 年因 COVID-19 影響國人出國觀光，新北歡樂耶誕城搭上冬季國旅必去景點熱潮，周邊飯店業者在疫情期間的住房率，從原本的三成提升到八成以上，例假日更有九成，甚至滿房的狀態。而包括府中商圈的夜市攤商在內，生意也提升了五成以上。

美國知名旅遊網站 TravelPulse，將 2020 新北歡樂耶誕城，評為「全球 50 大耶誕市集(50 Great Christmas Markets Around the World)」之一，與美國紐約、德國柏林、英國溫徹斯特、義大利羅馬等耶誕市集並列，在報導中特別點出新北歡樂耶誕城是「全亞洲最好的慶祝活動之一(One of the nicest celebrations in all of Asia)」。

另外，包括澳洲 IntellAsia、阿根廷 ABC Mundial TV、印度 Travel Trends Today(T3)、菲律賓 Inquirer、香港南華早報等國際及國內媒體，共有近 2,000 則報導，確實是在台灣防疫扉頁中寫下完美的一項重大事記。

# 2020 新北歡樂耶誕城整體分析結果

一、綜合以上所有統計及分析結果可以得知，2020 新北歡樂耶誕城有以下成功之處，說明如下：

## (一) 整體遊客滿意度高

根據遊客滿意度分析之結果所示，本次活動在「整體滿意度」、「向他人推薦參加活動之意願」、「再次參與本活動之意願」之分析結果都相當高，上述 3 個項目分別獲得 93.5%、93% 及 94.3% 的滿意度與意願。由此可知，參加民眾對於本次活動的滿意度高，民眾不僅滿意本次活動的舉辦，過半的人自己也相當願意向親朋好友推薦本活動，自己也願意重遊。

## (二) 活動節慶氛圍濃厚

2020 新北歡樂耶誕城為期 48 天的歡慶，包含大大小小的活動。根據問卷調查結果我們得知，本次來參與活動的遊客有 94.8% 認為新北耶誕城「活動會場內的節慶氣氛感受濃厚」。由此可知這一系列的活動舉辦，如：耶誕燈飾、演唱活動、遊樂設施、歡樂市集等等，非常成功。一系列的活動增添了整體活動的豐富度，一環扣著一環的活動更是能夠營造溫馨感人的過節氣氛。

## (三) 活動話題性十足，資訊流通管道多元

本次再次邀請新加坡團隊，此次結合雷射及 3D 投影，109 年更打造了迪士尼獨家的 3D 光雕投影秀，吸引大批民眾前往觀賞。也邀請頑童、魚丁糸、玖壹壹等藝人表演，兩日共湧入 45 萬人，12 月 12 日(六)演唱會首日，YouTube 同時在線觀看人數近 3 萬 5,000 人，是 108 年的兩倍；12 月 13 日(日)演唱會次日，同時在線觀看人數更高達 4 萬 3,529 人。而兩日的電視收視最高點，則落在 13 日晚間周興哲登台演唱時，全國 4 歲以上收視率達 0.94，兩日演唱會電視觀眾約 133 萬人次。

二、綜合以上所有統計及分析結果可以得知 2020 新北歡樂耶誕城可以朝以下幾點調整，說明如下：

(一)應鼓勵民眾搭乘大眾運輸工具前往活動會場

根據問卷調查結果我們得知在「前往活動會場的道路交通順暢」的滿意度未達 90%，且在數據呈現上，本次活動使用私人通運輸工具(汽車、機車)前往的民眾約有 40.9%，代表有近一半的民眾仍選擇以私人運輸工具為主，造成本來車流量就大的板橋火車站附近，在活動期間湧進大量的車潮。

往後活動可以與相關交通單位，推出搭乘大眾運輸工具的優惠訊息給民眾，倡導民眾搭乘大眾運輸工具。例如：活動會場內有許多的攤販及活動設施，新北耶誕城可以考慮利用推出歡樂耶誕城期間的大眾交通觀光行程優惠組合，並給予使用此大眾交通的民眾優惠。如此一來即能有效地吸引民眾搭乘大眾運輸工具。

(二)整體環境清潔滿意度仍不甚理想

根據問卷調查結果，「活動場地內垃圾桶地點數量設置良好」及「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」此兩項滿意度之數據統計皆未達 90%，雖已在特定地點設置垃圾桶，可能因垃圾桶分布不均及數量不足，導致民眾對於整體的整潔滿意度依舊不甚理想，新北歡樂耶誕城在之後可考量設置更多大型垃圾桶及廁所，以維護整體環境。

(三)因應時代環境變遷加強不同型態行銷策略

由表 4-28 可以得知在報章雜誌及電視、廣播得知歡樂耶誕城活動資訊 50.9%，而電腦網路及 FB、Line 等社群網路貼文則占了 44.6%，如何有效利用兩者行銷手段搭配具吸引力之宣傳活動，可以有效率並且有效果地利用經費，更可以透過網路的擴散使活動更多人響應。