

新北市碧潭溪面地景裝置遊客問券調查統計分析

碧潭風景特定區位於捷運新店站旁，為歷史悠久之遊覽勝地，碧潭因河面水色澄碧得名；而和美山則位於碧潭左岸，因其有陡峭崖壁與大陸長江的赤壁形似，而有了「小赤壁」之美稱，碧潭風景特定區有優美景色及綿延的河濱自行車道，適合情侶、親子家庭一同出遊，且擁有交通方便及場地平坦廣闊之特性，適合作遊憩活動使用。

新北市政府於重要節慶時期將透過地景裝置品的環境營造，結合新店區在地特色展現地方活力及文化內涵，以行銷新店區重要景區，推廣在地觀光，自 108 年起辦理碧潭溪面地景裝置藝術。而近兩年受到疫情影響，國際旅行限制多使民眾無法出國玩，在 110 年聖誕節前夕，新北市政府觀光旅遊局邀請全球知名 IP「角落小夥伴」來台，帶來療癒人心的「來！碧潭小角落」地景裝置，讓角落小夥伴的可愛身姿結合碧潭美麗的山水景緻，非常適合親子共賞，透過與日本知名 IP 的結合，推廣新北市美麗的城市風光給大眾，增加新北市的國際能見度，並帶給民眾一個療癒又難忘的驚喜體驗。

「來！碧潭小角落」地景裝置於 110 年 12 月 23 日至 111 年 3 月 24 日展出，使碧潭風景特定區在這期間迷瞞著療癒的氛圍，角落小夥伴不僅療癒人心，也為碧潭帶來許多人潮，本次地景裝置將指標牌結合「一起尋找角落小夥伴」掃碼答題抽獎活動，讓民眾在觀賞地景裝置的同時，於碧潭風景特定區中找尋隱藏各處的角落小夥伴們，並且經由掃碼抽獎活動填寫問券，除了讓遊客參與抽獎活動，也取得本次來到碧潭地景裝置的遊客反饋。本文將進一步分析相關數據，歸納分析本次地景裝置旅客組成及旅客反映，做為後續地景裝置規劃方案之參考。

一、問券回饋成果統計

(一)旅客性別及年齡層分析

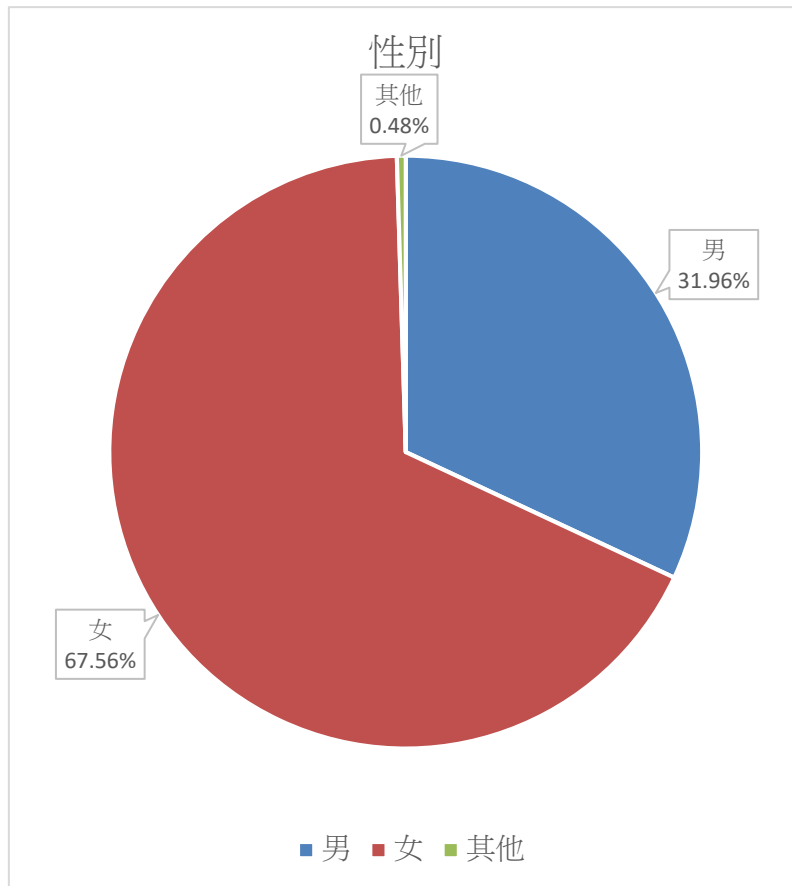
根據碧潭溪面地景裝置遊客問券調查，回收之有效問卷共 2 萬 4,491 份，其中女性較多，佔 67.56%，男性佔 31.96%，由上述資料，足見本地景裝置對女性族群具吸引力，可規劃相關行銷活動使女性遊客數量持續成長並將該族群在意之安全、貼心服務納入考量，完善其旅遊體驗。

表一、110 年碧潭地景裝置遊客性別表

單位：人數；百分比

	人數(人)	百分比(%)
女性	16,545	67.56
男性	7,828	31.96
其他	118	0.48
總計	24,491	100

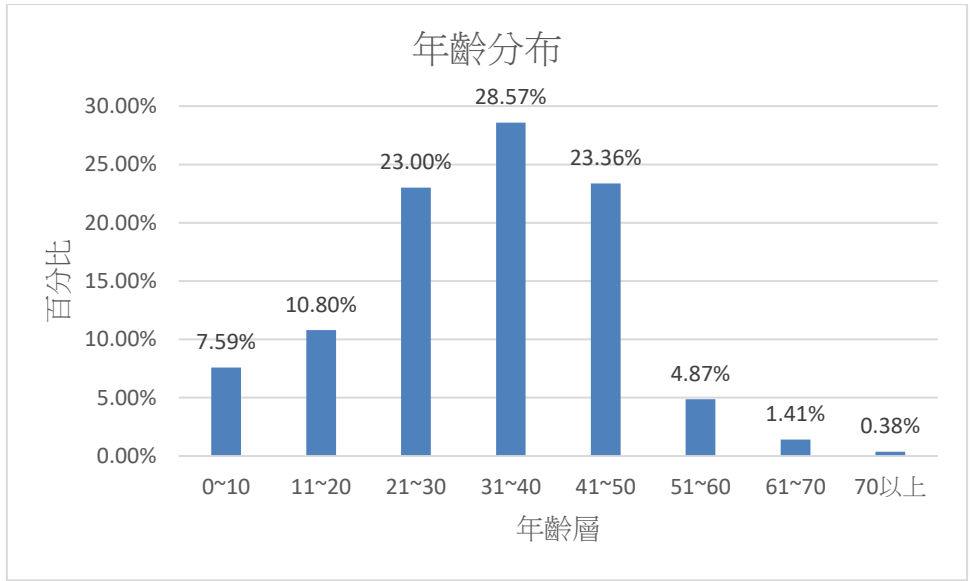
資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。



圖一、110 年碧潭地景裝置之遊客性別圖

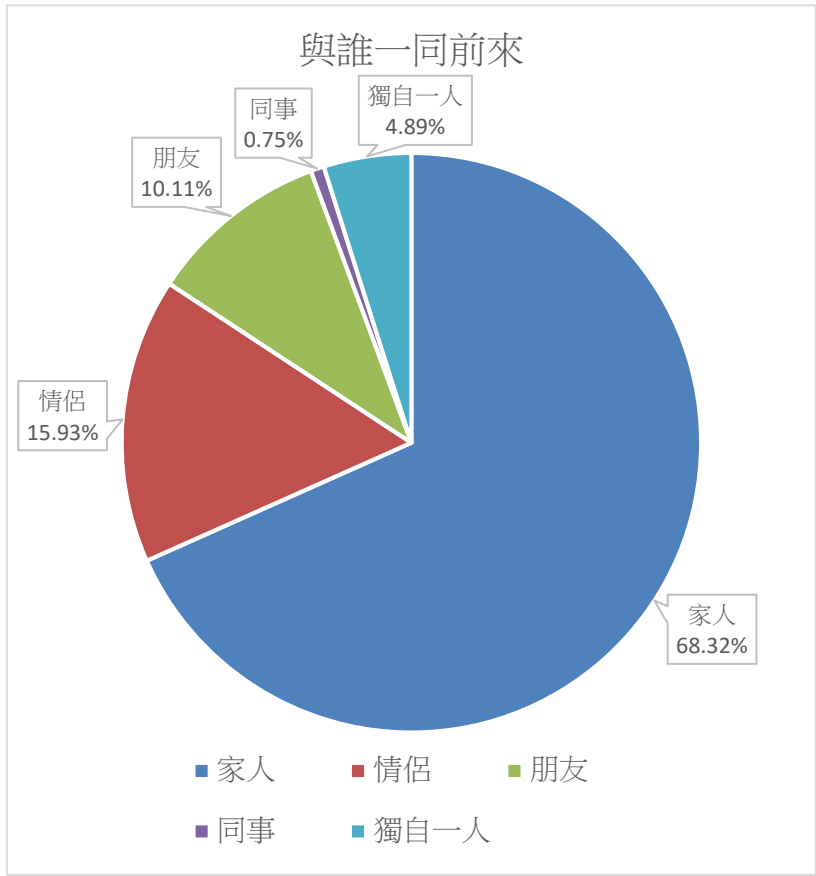
資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

但再考慮本次碧潭地景裝置主題，「角落小夥伴」的特色為可愛及療癒，受眾群不僅是女性，更有大量小孩粉絲，故受眾群應為女性及小孩，本次裝置主題更是希望可以吸引家庭族群前來碧潭遊玩，上述資料顯示本次地景裝置填寫問券之遊客組成較多為女性，進一步由年齡分布資料分析遊客年齡層比例(圖二)，遊客分布主要分布在 21-50 歲 (74.93%)，其中以 31-40 歲最多 (28.57%)，表示本次問券填寫遊客多為 21-50 歲之女性。再者，從問卷結果得知造訪觀賞碧潭地景裝置之遊客組成(圖三)主要為家庭 (68.32%)，其次為情侶(15.93%)，實際觀察現場狀況，多數遊客為小孩與家長同遊之家庭型遊客，又因本次問券填寫方式需使用智慧型手機，部分受眾群(小孩)無法親自填寫問券，使問券分析中年齡分布缺少低年齡者，由此可推論本次碧潭地景大多吸引遊客為親子，其中較多為女性家長帶小孩至碧潭。因此，未來碧潭地景裝置可參考增加男性面向之裝置主題，以吸引男性遊客前往，或在規畫碧潭地景裝置的同時，規劃創新且使男性遊客感興趣之活動，以吸引更多族群前來碧潭，以利本局觀光推展。



圖二、110年碧潭地景裝置之遊客年齡分布圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

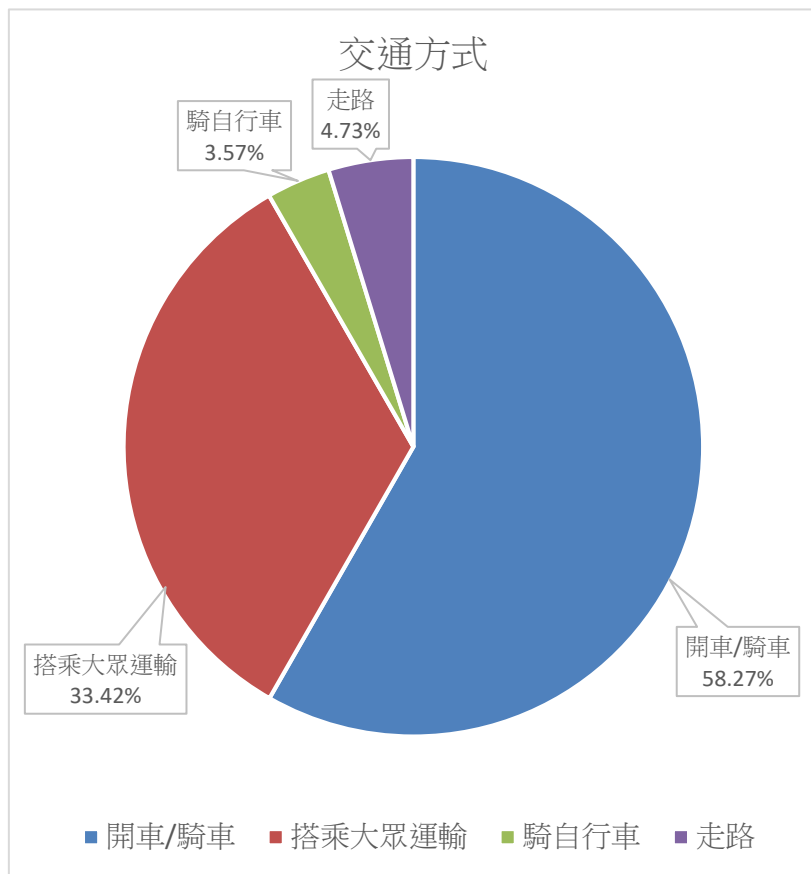


圖三、110年碧潭地景裝置之同遊遊客組成圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

(二) 遊客之交通方式

根據碧潭地景裝置問券調查之遊客交通方式分析(圖四)，以開車/騎車(58.27%)為主要交通方式，其次為搭大眾運輸(33.42)，因本次活動主要遊客為家庭，家庭因成員較多，且大部分有小孩，故一般會選擇自行開車或騎車，碧潭風景特定區周邊有三座公有停車場，由此可了解三座停車場在碧潭風景特定區之重要角色，是否有停車場將與遊客之前來意願成正相關，除此之外，展出期間觀察到假日停車場車滿排隊狀況，停車場周邊交通將是未來須考量之重點，未來建議可納入活動期間規劃。又因碧潭風景特定區鄰近新店捷運站，且附近公車等大眾運輸系統完善，故搭乘大眾運輸之遊客居於第二，而經由分析本次地景裝置展出期間新店捷運站出站人次，碧潭地景裝置前及其間(110年12月23日至111年3月24日)平均每日出站人次皆約1萬人，捷運出站人次並無因碧潭地景裝置有明顯提升，推論為新店站原乘客載運量多，且大多使用者為日常通勤者，又本次並未針對不同大眾運輸交通工具進行調查，故無法針對大眾運輸方式進行更詳盡分析，未來可考慮納入問券內容，以更了解遊客到訪碧潭風景特定區之大眾運輸搭乘情形，以利未來周邊大眾運輸系統優化。

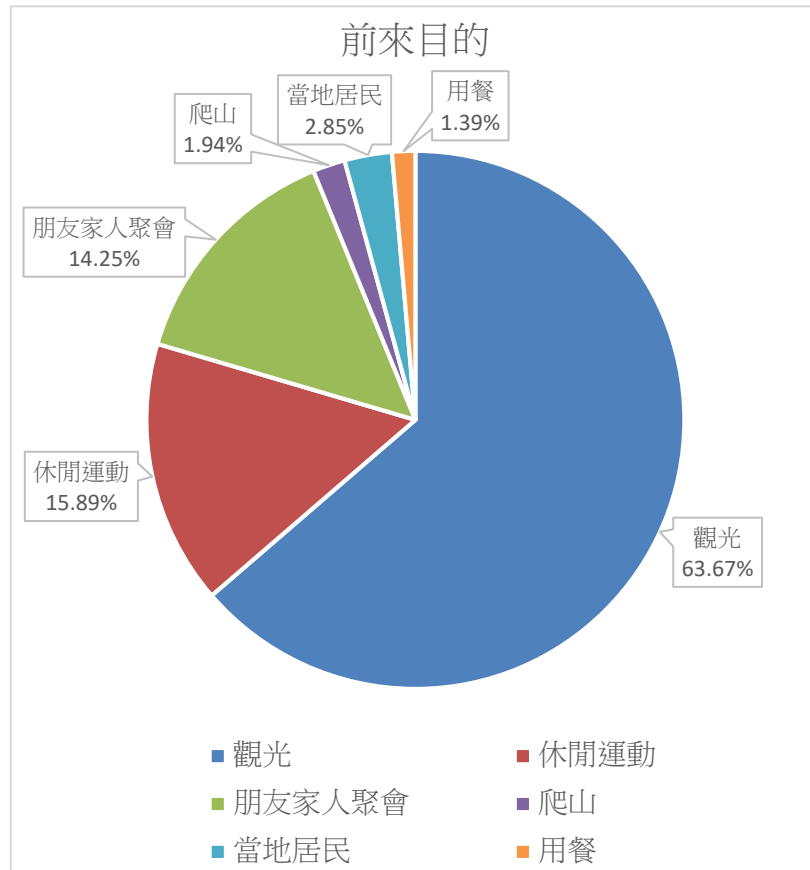


圖四、遊客到訪觀賞碧潭地景裝置之交通方式比例圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

(三) 遊客前來目的及活動吸引人的部分

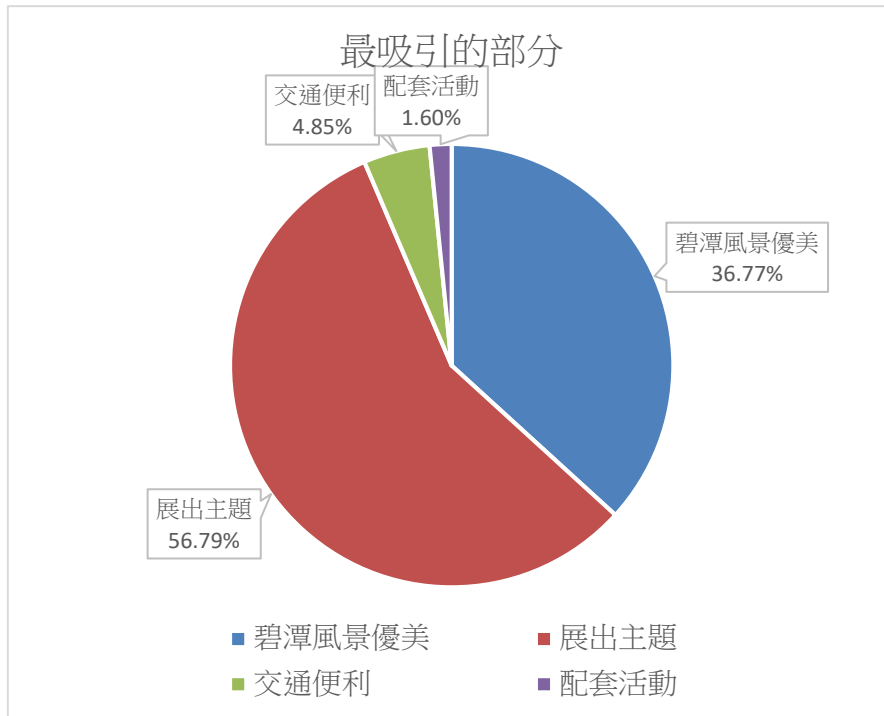
針對本次碧潭地景裝置展期至碧潭遊玩之旅客統計資料，得到遊客前來碧潭之目的如圖五所示，主要為觀光(63.67%)，其次為休閒運動(15.89%)，因碧潭風景特定區為新北市著名觀光景點，且本次碧潭地景裝置主要目的為增加觀光效益，故在碧潭風景特定區內辦理觀光相關活動最為符合遊客需求。又因碧潭風景特定區有綿延的河濱自行車道及寬廣的廣場，適合民眾前去騎自行車或跑步，未來若要辦理不同面向之活動，可考慮運動相關之活動，使碧潭風景特定區除了觀光之外，也成為遊客休閒運動可到之處。



圖五、遊客到訪碧潭風景特定區目的之比例圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

又本次碧潭地景裝置最吸引人的部分為展出主題(56.79%)，其次為風景優美(36.77%)，可以得知本次碧潭地景裝置主題選擇得當，有效吸引民眾前來，而碧潭風景特定區原有優美景緻，原本就是吸引民眾前來之特點，故未來建議仍以配合碧潭風景之方式，考量碧潭地景裝置之展出內容，使碧潭地景裝置與自然風景相輔相成，打造更優美的碧潭風景特定區旅遊環境。

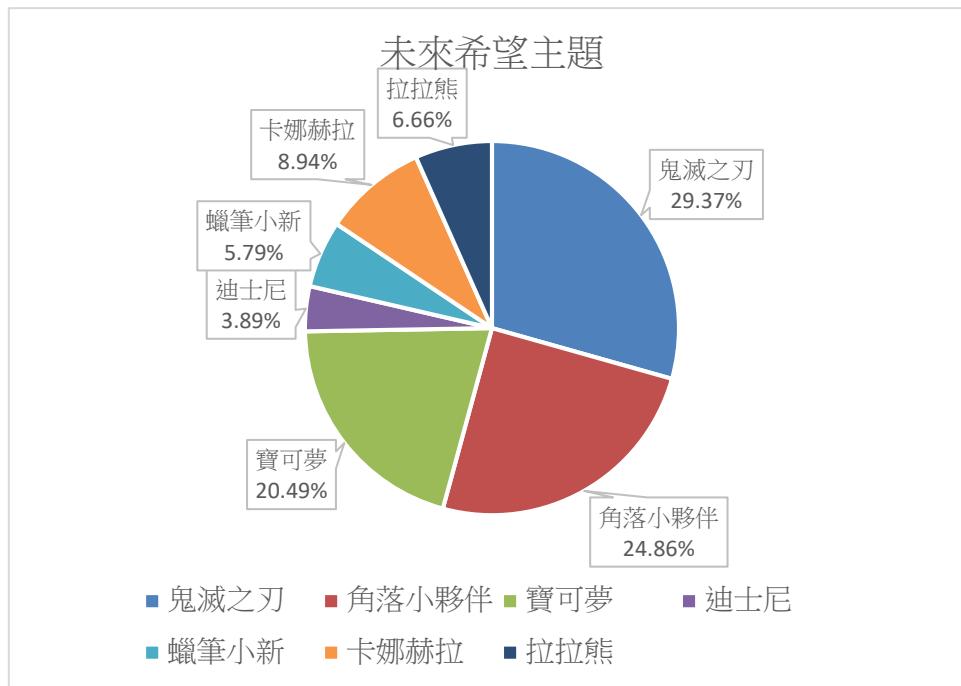


圖六、遊客認為最吸引人的部分之比例圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

(四) 未來展出主題

本次問券為利未來展出主題做為參考，請遊客填寫未來希望主題，節錄其中較多人填寫之項目進行分析(圖七)，主要有七項主題，風格皆與本次碧潭地景裝置主題相似，因本次主題吸引之遊客多為親子，且角落小夥伴之受眾群年齡層較低，故調查中希望未來主題為動漫鬼滅之刃為大宗(29.37%)，體現出此動漫在小孩族群中之歡迎程度，未來可參考該時期之熱門動漫角色做為地景主題。問券回饋中，其他主題皆為動漫或可愛系IP，未來若希望可以再吸引親子組群前來碧潭，可參考此調查結果規劃不同展出主題之活動或展出。



圖七、未來希望展出主題調查比例圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

二、結語

- (一)新北市政府觀光旅遊局結合新店區在地特色展現地方活力及文化內涵，辦理碧潭溪面地景裝置推廣在地觀光，在 110 年邀請全球知名 IP「角落小夥伴」來台，以性別、年齡層及同遊旅客組成分析，得知本次碧潭地景大多吸引遊客為親子，其中較多為女性家長帶小孩至碧潭。
- (二)因本次活動主要遊客為家庭，家庭成員較多，且大部分有小孩，故一般會選擇自行開車或騎車，展出期間停車場周邊交通將是未來須考量之重點，建議未來納入活動期間規劃；而搭乘大眾運輸前往之遊客數量居於第二，因碧潭風景特定區鄰近新店站，本次也將新店站出站人次納入分析，但其分析結果發現捷運站出站人次在展出期間並未有明顯提升，因碧潭大眾運輸系統發達，遊客可選擇之交通工具不僅是捷運，惟本次未針對不同大眾運輸交通工具進行調查，未來可考慮納入問券，以更了解遊客到訪碧潭風景特定區之大眾運輸搭乘情形，以優化附近交通運輸。
- (三)本次碧潭溪面地景裝置展出主題為療癒可愛之 IP，受吸引之遊客主要為女性及小孩，故未來若將再辦理相似受眾群之活動，可參考本次分析結果。除此之外，未來可搭配不同主題之活動，以吸引不同族群遊客前來碧潭，例如男性面向之裝置主題，以吸引男性遊客前往，使更多族群前來碧潭，以利本局觀光推展。