

# 2021 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 111 年 2 月

## 目錄

壹、活動背景與調查目的	3
貳、計畫調查內容說明	4
一、遊客人次估算	4
二、遊客問卷調查	5
參、問卷調查結果分析	6
一、問卷回收狀況說明	6
二、受訪者基本資料	6
三、遊客滿意度分析	11
四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析	20
肆、交叉分析	32
伍、觀光活動經濟效益分析	36
陸、2021 新北歡樂耶誕城 整體分析結果	38

## 壹、活動背景與調查目的

「2021 新北歡樂耶誕城」於 110 年 12 月 3 日開城，多樣亮點迎來第 11 周年，包括首次與知名玩具品牌「樂高公司」合作，打造獨家 3D 樂高雷射光雕投影秀，還展出全台最大 14 米高 LEGO 耶誕老人。包含新北市市民廣場「樂高耶誕城」、板橋車站站前廣場「樂高歡樂薑餅村」及萬坪公園「樂高耶誕奇幻小鎮」三大燈區，以充滿樂高童趣的裝置藝術，打造獨一無二的耶誕奇幻世界。

「2021 新北歡樂耶誕城」開城首週造訪人次即突破百萬，各界佳評如潮，英國知名旅遊媒體「Wanderlust」推薦「全球令人驚嘆的 8 棵耶誕樹(The world' s 8 most spectacular Christmas trees)」，「新北歡樂耶誕城」榮登亞洲區唯一上榜；英國主流媒體「BBC」也以世界各地慶祝耶誕節為題，報導耶誕城深受在地居民及遊客喜愛的夢幻光廊；歐洲新聞「Euronews」報導台灣因疫情控制穩定，民眾得以歡慶耶誕；此外包括美聯社、日本朝日電視台、馬來西亞星洲日報、香港亞洲電視(ATV)等知名國際媒體及日本 TaipeiNavi 社群網站，也紛紛報導台灣在病毒肆虐全球下，依然可以辦理「新北歡樂耶誕城」這種大型慶典，一同歡慶耶誕。

網路媒體方面，110 年 12 月初開城點燈記者會的直播觸及人數即突破 10 萬人，網路討論熱度隨著每週精彩活動不斷升溫。每年「新北歡樂耶誕城」的最大亮點「巨星耶誕演唱會」於 110 年 12 月 11 日、12 月 12 日兩日活動辦理期間，首次透過舞臺中央與左右兩側近千吋大螢幕播出，並結合動畫及 AR 虛擬實境的視覺交替，帶給觀眾視覺與聽覺的極致雙重饗宴，共吸引超過 41 萬人湧入新北歡樂耶誕城，電視轉播收看人數突破 134 萬，「新北旅客」FB 粉專直播期間觸及人數總計更高達 19 萬人。

為調查「2021 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，作為研擬未來歡樂耶誕城活動辦理的重要參考。

## 貳、計畫調查內容說明

### 一、遊客人數估算

2021 新北歡樂耶誕城，自 110 年 12 月 3 日至 111 年 1 月 2 日，為期 31 天的精彩活動，雖然受到 COVID-19 疫情影響，取消原先規畫的府中燈區以及最能吸引民眾的周末攤位市集、童趣嘉年華及主題活動等，但仍吸引超過 400 萬人次造訪。

在新北市府歷年承辦經驗與各團隊的努力下，面對 Omicron 疫情來勢洶洶之時，「新北歡樂耶誕城」做足各種防疫措施，參與民眾亦能展現高度自律，全程佩戴口罩並配合相關防疫措施，攜家帶眷的放心體會耶誕城的歡樂氣氛，使得參訪此次活動遊客人數在疫情之中仍能維持人潮。

110 年的遊客人數估算，依照活動區域地理位置及主活動會場配置(三大燈區、七大天橋)，延伸到周邊街廓(涵蓋縣民大道、站前路、新站路、新府路、中山路、文化路、民權路)，整體區域配置及設施如圖 2-1 所示。

圖 2-1 整體區域配置及設施



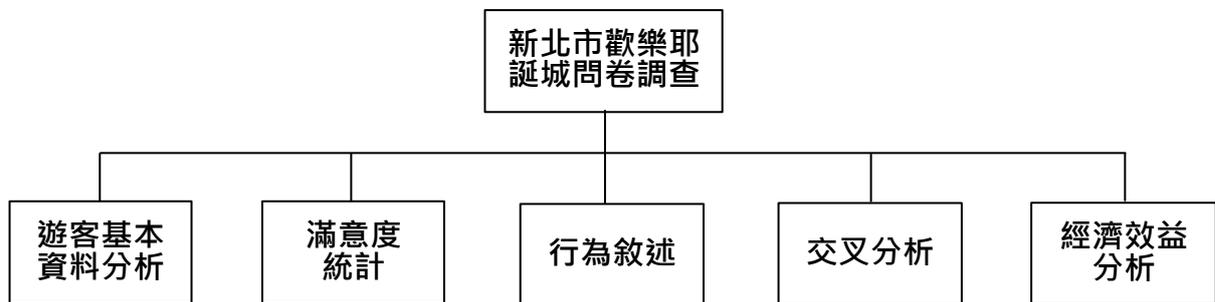
## 二、遊客問卷調查

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 2-2 所示：

圖 2-2 分析架構



### (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 12 位問卷工作訪員，分成 6 組，協助遊客處理填寫問卷時發生的狀況。

### (三)、調查期間

於活動期間自 110 年 12 月 3 日起至 111 年 1 月 2 日，發放紙本問卷及掃描 QR CODE 填寫數位問卷。

### (四)、樣本數估計

本次調查共執行 2400 份問卷，扣除無效問卷 3 份，實際回收有效問卷為 2,397 份。

## 參、問卷調查結果分析

### 一、問卷回收狀況說明

2021 新北歡樂耶誕城遊客問卷調查回收統計如表 3-1 所示。共發放 2400 份問卷，扣除無效問卷 3 份，共計回收 2,397 份有效問卷；有效問卷回收率為 99.9%，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 3-1 2021 新北歡樂耶誕城問卷回收樣本表

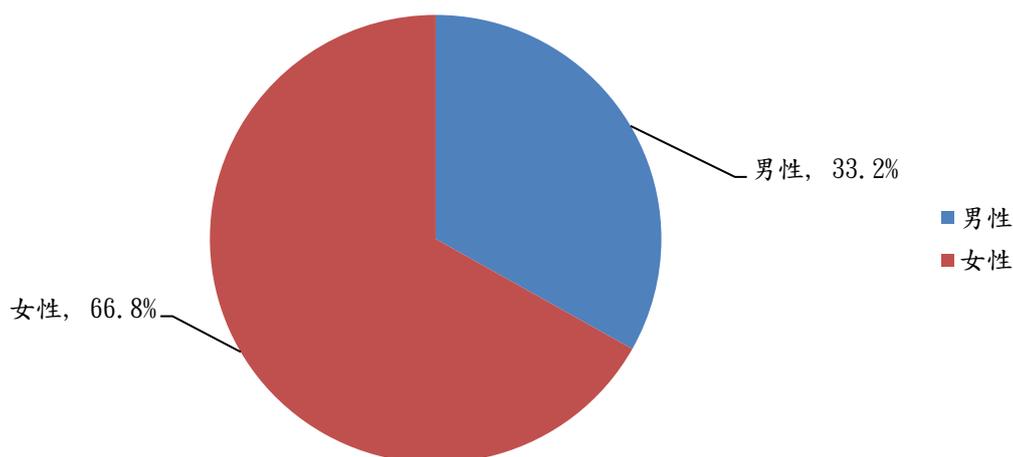
發放樣本數	2,400
回收有效樣本數	2,397
有效率	99.9%

### 二、受訪者基本資料

#### (一)、受訪者性別分析

受訪遊客中，男性佔 33.2%，女性為 66.8%。如圖 3-1。

圖 3-1 受訪者性別比例

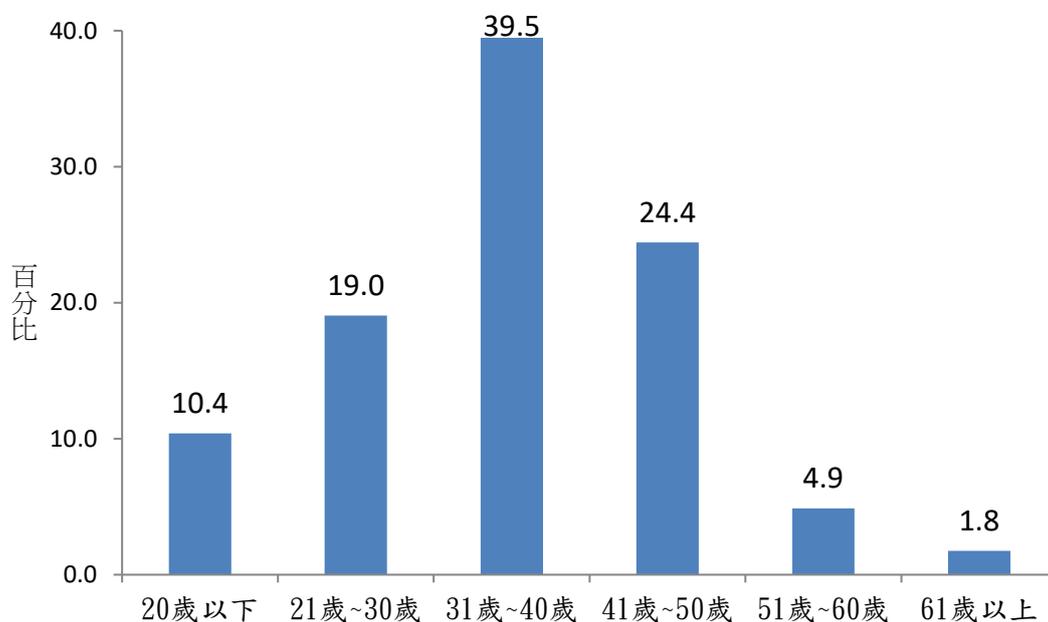


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

## (二)、受訪者年齡分析

受訪遊客比例最高的年齡層是 31-40 歲，佔 39.5%，其次為 41-50 歲 24.4%，21-30 歲為 19%，20 歲以下為 10.4%，51-60 歲及 61 歲以上年齡層比例則不到 5%，如圖 3-2 所示。

圖 3-2 受訪者年齡比例

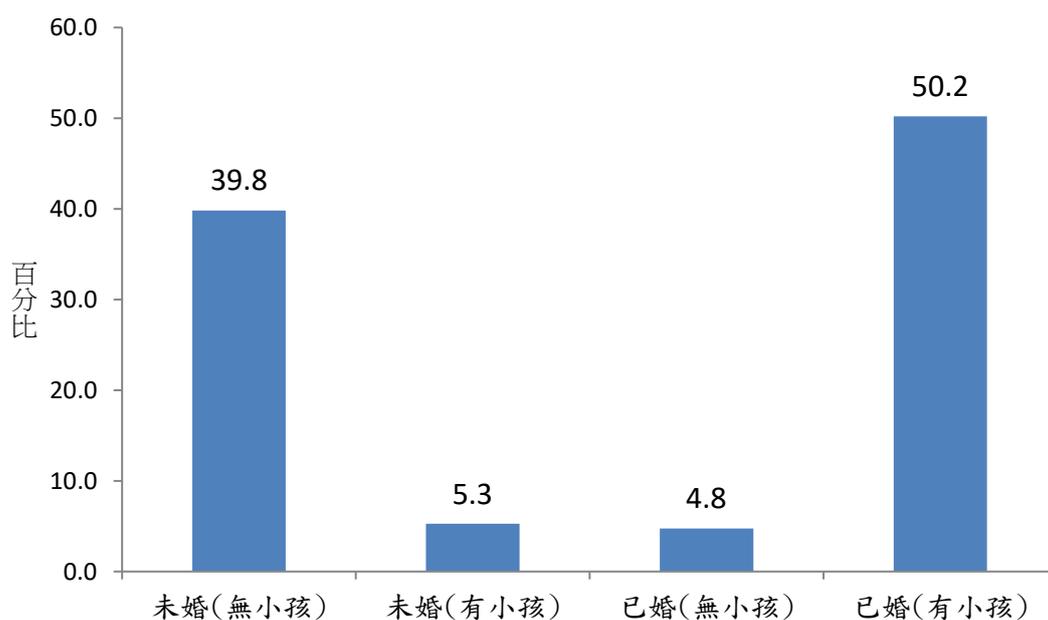


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

## (三)、受訪者婚姻狀況分析

受訪遊客中已婚且有小孩者佔了半數，有 50.2%，而未婚無小孩的比例也有 39.8%，如圖 3-3 所示。

圖 3-3 受訪者婚姻狀況

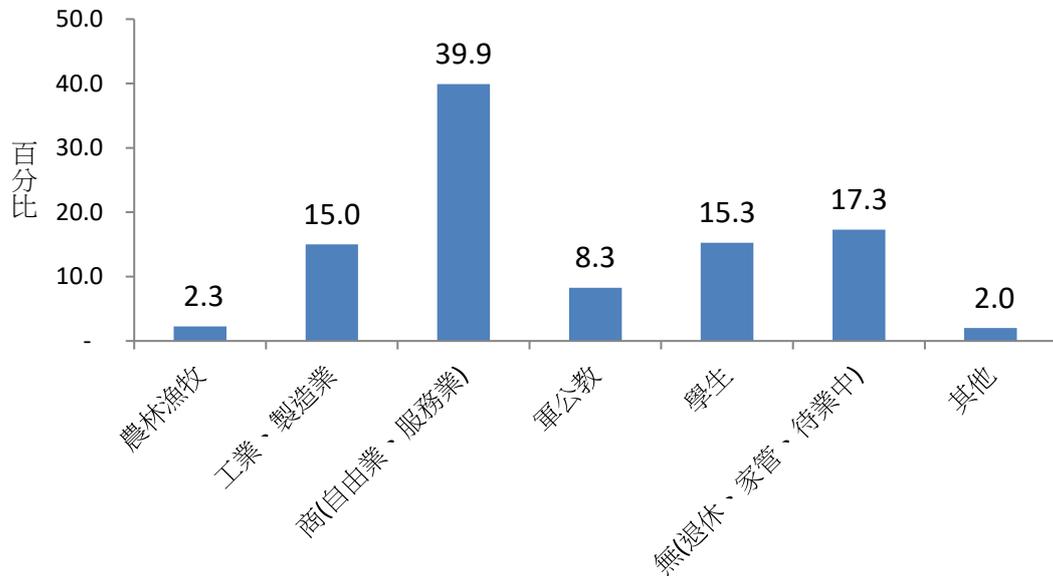


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

#### (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、製造業的 15%，軍公教有 8.3%。另外，有 15.3%遊客為學生，17.3%目前為無業（含退休、家管、待業），如圖 3-4 所示。

圖 3-4 受訪者職業比例

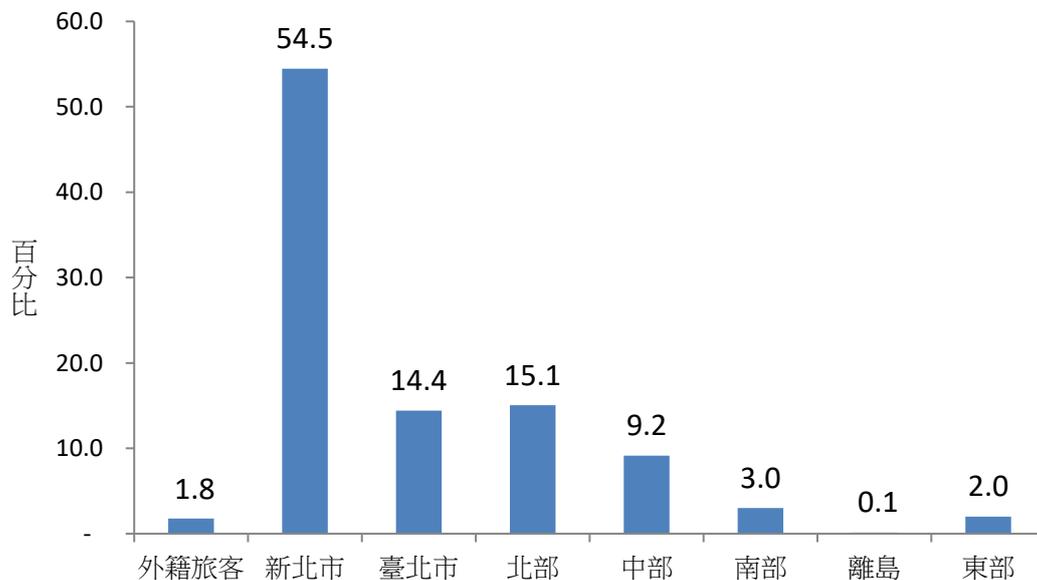


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

#### (五)、受訪者居住地分析

受訪遊客居住地以新北市比例最高，佔 54.5%，其次為居住在北部縣市（基隆/桃園/新竹縣市）的民眾，比例為 15.1%，有 14.4%住在台北市，9.2%住在中部（苗栗/台中/彰化/南投/雲林），如圖 3-5 所示。

圖 3-5 受訪者居住地比例

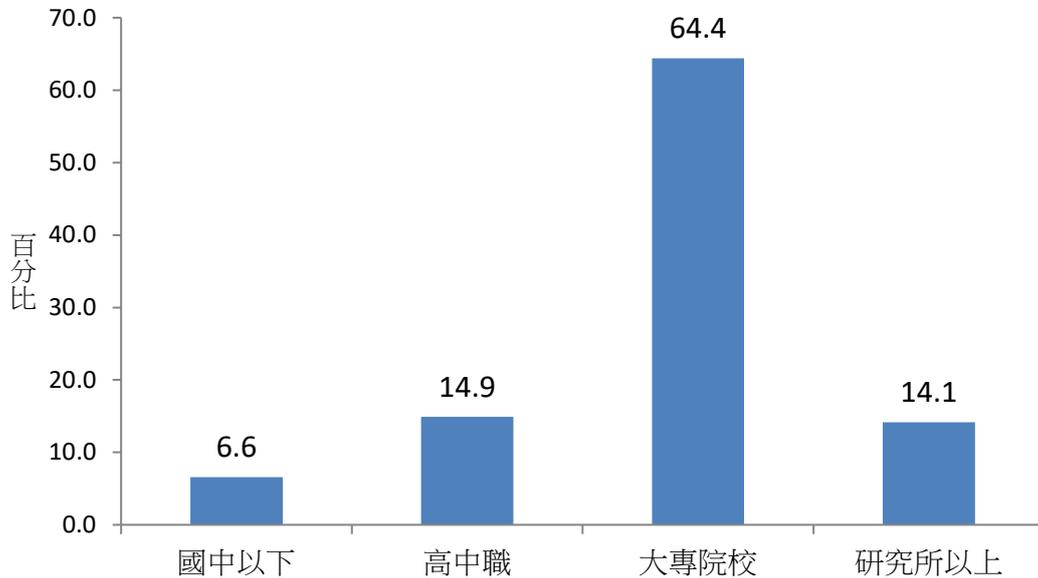


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(六)、受訪者教育程度分析

受訪遊客教育程度有 64.4% 為大專院校，其次為高中職的 14.9%，研究所以上也有 14.1%，國中以下為 6.6%，如圖 3-6 所示。

圖 3-6 受訪者教育程度比例

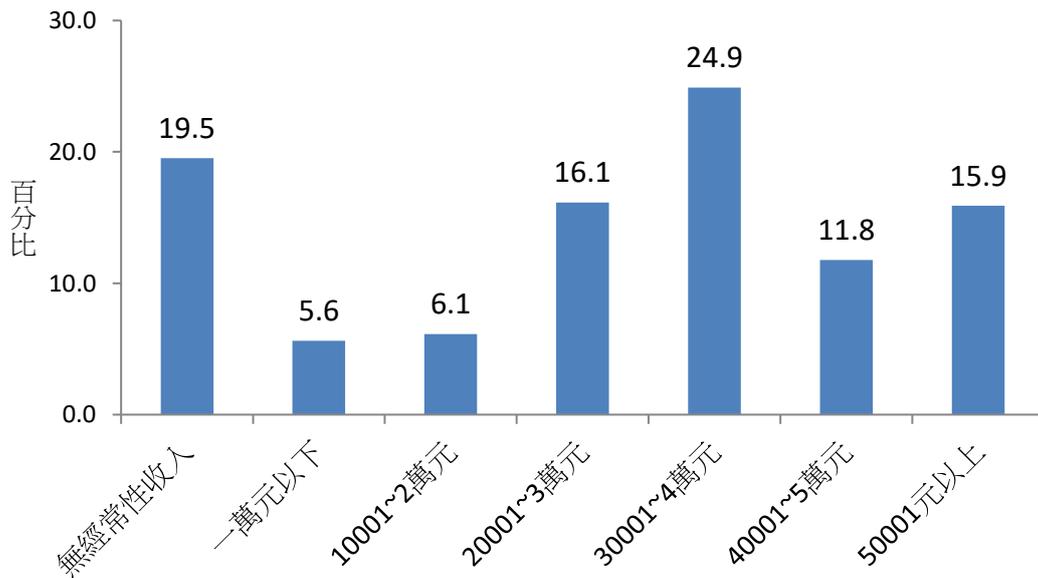


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(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，有 24.9%，其次為無經常性收入者，比例為 19.5%，如圖 3-7 所示。

圖 3-7 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 3-2 受訪者基本資料分析表

		樣本數	百分比
全體			
性別	男性	795	33.2
	女性	1602	66.8
年齡	20 歲以下	249	10.4
	21 歲~30 歲	456	19.0
	31 歲~40 歲	945	39.5
	41 歲~50 歲	585	24.4
	51 歲~60 歲	117	4.9
	61 歲以上	42	1.8
婚姻狀況	未婚(無小孩)	954	39.8
	未婚(有小孩)	126	5.3
	已婚(無小孩)	114	4.8
	已婚(有小孩)	1203	50.2
職業	農林漁牧	54	2.3
	工業、製造業	360	15.0
	商(自由業、服務業)	957	39.9
	軍公教	198	8.3
	學生	366	15.3
	無(退休、管家、待業中)	414	17.3
	其他	48	2.0
居住地	外籍旅客	42	1.8
	新北市	1302	54.5
	臺北市	345	14.4
	北部(基隆市/桃園市/新竹縣/新竹市)	360	15.1
	中部(苗栗縣/台中市/彰化縣/南投縣/雲林縣)	219	9.2
	南部(嘉義縣/嘉義市/台南市/高雄市/屏東縣)	72	3.0
	離島(澎湖/綠島/金門/馬祖/蘭嶼)	3	0.1
	東部(宜蘭縣/花蓮縣/台東縣)	48	2.0
教育程度	國中(含以下)	156	6.6
	高中職	354	14.9
	大專院校	1530	64.4
	研究所(含以上)	336	14.1
個人月收入	無經常性收入	468	19.5
	10000 元以下	135	5.6
	10001~20000 元	147	6.1
	20001~30000 元	387	16.1
	30001~40000 元	597	24.9
	40001~50000 元	282	11.8
	50001 元以上	381	15.9

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 90.6%滿意「前往活動會場的道路標誌指示清楚」（非常滿意 48.4%，滿意 42.2%），不滿意的比例為 0.5%，有 8.9%表示普通。

表 3-3：「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	1161	48.4	} 90.6%
滿意	1011	42.2	
普通	213	8.9	
不滿意	12	0.5	} 0.5%
非常不滿意	0	0.0	

Base：2,397 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，受訪遊客滿意的比例為 88.3%（非常滿意 43.4%，滿意 44.9%），不滿意的比例僅 1.9%（不滿意 1.6%，非常不滿意 0.3%），另外 9.8%表示普通。

表 3-4：「前往活動會場的道路交通順暢」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1041	43.4	} 88.3%
滿意	1077	44.9	
普通	234	9.8	
不滿意	39	1.6	} 1.9%
非常不滿意	6	0.3	

Base：2,397 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」93.8%感到滿意（非常滿意54.9%，滿意38.9%），只有0.4%表示不滿意（不滿意0.1%，非常不滿意0.3%），另外5.8%認為普通。

表 3-5：「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	1317	54.9	} 93.8%
滿意	933	38.9	
普通	138	5.8	
不滿意	3	0.1	} 0.4%
非常不滿意	6	0.3	

Base：2,397 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

受訪遊客對於「活動現場的秩序管理良好」，滿意的比例為 91.8%（非常滿意 48.9%，滿意 42.9%），只有 0.7% 表示不滿意（不滿意 0.6%，非常不滿意 0.1%），覺得普通的比例為 7.4%。

表 3-6：「活動現場的秩序管理良好」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1173	48.9	} 91.8%
滿意	1029	42.9	
普通	177	7.4	
不滿意	15	0.6	} 0.7%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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  
 94.2%受訪遊客滿意「活動會場內的節慶氣氛濃厚」(非常滿意 54.7%，滿意 39.5%)，僅 0.1%表示不滿意，5.6%認為普通。

表 3-7：「活動會場內的節慶氣氛濃厚」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1311	54.7	94.2%
滿意	948	39.5	
普通	135	5.6	
不滿意	3	0.1	0.1%
非常不滿意	0	0.0	

Base：2,397 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  
 對於「活動場地內各主題會場皆有特色」，受訪遊客有 91.9%表示滿意(非常滿意 52.4%，滿意 39.5%)，僅 0.4%表示非常不滿意，另外，有 7.6%表示普通。

表 3-8：「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	1257	52.4	91.9%
滿意	948	39.5	
普通	183	7.6	
不滿意	0	0.0	0.4%
非常不滿意	9	0.4	

Base：2,397 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

「活動場地內整體環境整潔乾淨」方面，受訪遊客 92.6% 表示滿意（非常滿意 49.2%，滿意 43.4%），只有 0.4% 不滿意（不滿意 0.3%，非常不滿意 0.1%），另外有 6.9% 表示普通。

表 3-9：「活動場地內整體環境整潔乾淨」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1170	49.2	} 92.6%
滿意	1032	43.4	
普通	165	6.9	
不滿意	6	0.3	} 0.4%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,376 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

參訪遊客對於「活動場地內垃圾桶地點數量設置良好」，有 83.1% 感到滿意（非常滿意 45.2%，滿意 37.9%），表示不滿意的比例為 0.9%，表示普通的比例有 16%。

表 3-10：「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	1083	45.2	} 83.1%
滿意	909	37.9	
普通	384	16.0	
不滿意	21	0.9	} 0.9%
非常不滿意	0	0.0	

Base：2,397 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

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 86.5%（非常滿意 44.8%，滿意 41.7%），感到不滿意比例為 0.7%（不滿意 0.6%，非常不滿意 0.1%），有 12.8%覺得普通。

表 3-11：「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	1074	44.8	} 86.5%
滿意	999	41.7	
普通	306	12.8	
不滿意	15	0.6	} 0.7%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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

90.2%受訪遊客對於「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 45.6%，滿意 44.6%），只有 0.6%表示不滿意（不滿意 0.3%，非常不滿意 0.3%），表示普通的比例為 9.4%。

表 3-12：「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	1092	45.6	} 90.2%
滿意	1068	44.6	
普通	225	9.4	
不滿意	6	0.3	} 0.6%
非常不滿意	6	0.3	

Base：2,397 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 89.7%感到滿意（非常滿意 47.9%，滿意 41.8%），只有 0.5%感到不滿意（不滿意 0.4%，非常不滿意 0.1%），另外有 9.8%表示覺得普通。

表 3-13：「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	1149	47.9	} 89.7%
滿意	1002	41.8	
普通	234	9.8	
不滿意	9	0.4	} 0.5%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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

對於「活動內容讓我有互動體驗」，有 84.6%受訪遊客表示滿意（非常滿意 44.2%，滿意 40.4%），僅 0.5%表示不滿意（不滿意 0.4%，非常不滿意 0.1%），表示普通的比例則有 14.9%。

表 3-14：「活動內容讓我有互動體驗」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1059	44.2	} 84.6%
滿意	969	40.4	
普通	357	14.9	
不滿意	9	0.4	} 0.5%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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

受訪遊客對於「活動本身內容多樣化」，感到滿意比例為 89.2%（非常滿意 45.8%，滿意 43.4%），不滿意則只有 0.5%（不滿意 0.4%，非常不滿意 0.1%），另外有 10.3%認為普通。

表 3-15：「活動本身內容多樣化」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1098	45.8	} 89.2%
滿意	1041	43.4	
普通	246	10.3	
不滿意	9	0.4	} 0.5%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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

在「活動宣傳管道的多元性」方面，有 90.2%受訪者感到滿意（非常滿意 45.4%，滿意 44.8%），只有 0.1%受訪者感到不滿意，表示普通的比例為 9.6%。

表 3-16：「活動宣傳管道的多元性」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1089	45.4	} 90.2%
滿意	1074	44.8	
普通	231	9.6	
不滿意	3	0.1	} 0.1%
非常不滿意	0	0.0	

Base：2,397 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」，有 86.5%受訪遊客表示滿意（非常滿意 44.3%，滿意 42.2%），只有 0.5%感到不滿意（不滿意 0.4%，非常不滿意 0.1%），另外 13%表示普通。

表 3-17：「活動宣傳內容的豐富性」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1062	44.3	} 86.5%
滿意	1011	42.2	
普通	312	13.0	
不滿意	9	0.4	} 0.5%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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

89.5%受訪遊客對於「活動期間宣傳的持續性」表示滿意（非常滿意 44.6%，滿意 44.9%），沒有受訪者表示不滿意，表示普通的比例則有 10.5%。

表 3-18：「活動期間宣傳的持續性」滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1068	44.6	} 89.5%
滿意	1077	44.9	
普通	252	10.5	
不滿意	0	0.0	} 0.0%
非常不滿意	0	0.0	

Base：2,397 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 3-19 為前述各項滿意度項目之彙整，同時呈現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，「活動會場內的節慶氣氛濃厚」平均分數為 4.49 分，是各項目中最高；「活動現場的工作人員服務態度良好」，平均分數 4.48 分居次；分數第三高的是「活動場地內各主題會場皆有特色」，為 4.44 分。整體而言，遊客對於活動現場的氛圍、主題特色，現場工作人員的表現滿意度較其他項目略高。

而平均分數最低的項目為「活動場地內垃圾桶地點數量設置良好」，為 4.27 分；倒數第二為「活動內容讓我有互動體驗」，為 4.28 分；而「前往活動會場的道路交通順暢」、「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」、「活動宣傳內容的豐富性」，也是分數略低的項目。顯示，民眾對整體環境整潔滿意度雖高，但在垃圾桶及廁所的設置上可再提升。

表 3-19 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	90.6	4.39	6	6
前往活動會場的道路交通順暢	88.3	4.30	12	12
活動現場的工作人員服務態度良好	93.8	4.48	2	2
活動現場的秩序管理良好	91.8	4.40	5	5
活動會場內的節慶氣氛濃厚	94.2	4.49	1	1
活動場地內各主題會場皆有特色	91.9	4.44	4	3
活動場地內整體環境整潔乾淨	92.6	4.41	3	4
活動場地內垃圾桶地點數量設置良好	83.1	4.27	16	16
活動場地內廁所位置數量整潔衛生	86.5	4.30	13	12
活動會場內設立的攤位整體服務品質良好	90.2	4.35	7	9
主舞台的表演內容豐富有吸引力	89.7	4.37	9	7
活動內容讓我有互動體驗	84.6	4.28	15	15
活動本身內容多樣化	89.2	4.34	11	10
活動宣傳管道的多元性	90.2	4.36	7	8
活動宣傳內容的豐富性	86.5	4.30	13	12
活動期間宣傳的持續性	89.5	4.34	10	10

#### 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 14.4% 受訪遊客是首次參加「新北歡樂耶誕城」活動，85.6% 是再訪的回流遊客，其中有 52.7% 是來過 3 次以上，如表 3-20 所示。

表 3-20：重遊新北歡樂耶誕城分析表

	人數	全體 (%)
沒有	345	14.4
來過 1 次	405	16.9
來過 2 次	384	16.0
來過 3 次以上	1263	52.7

Base：2,397 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

多數 (65.3%) 受訪遊客是跟家人一同參加「新北歡樂耶誕城」活動，其次是跟朋友、同學、同事前往的 26.4%，有 7.4% 是團體旅遊，如表 3-21 所示。

表 3-21：同行對象分析表

	人數	全體 (%)
家人親戚	1566	65.3
朋友、同學、同事	633	26.4
旅遊團體	177	7.4
單獨前來	9	0.4
情侶	12	0.5

Base：2,397 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）

民眾前去新北歡樂耶誕城所使用的交通方式，以捷運的 42.4%最多，其次為機車的 19.9%，而自用汽車也有 19.6%。此外，搭乘公車（12%）、火車（10.9%）、步行前往（10.5%）則都在一成上下，如表 3-22 所示。

表 3-22：交通工具分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)
捷運	1017	42.4
機車	477	19.9
自用汽車	471	19.6
公民營客運(含公車)	288	12.0
火車	261	10.9
步行	252	10.5
高鐵	99	4.1
腳踏車	18	0.8
飛機	9	0.4
計程車	6	0.3
遊覽車	3	0.1

Base：2,397 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，77.5%受訪遊客是與家人、朋友同遊，30.7%是為了感受熱鬧的節慶氣氛，18.5%是為了休閒娛樂，16.9%想放鬆身心，還有15.9%是因為喜歡活動內容。此外，認為活動知名且具代表性（11%）及慕名而來（9.6%）也有一成左右，如表 3-23 所示。

表 3-23：動機分析表

	人數	全體 (%)
與家人、朋友同遊	1857	77.5
感受熱鬧的節慶氣氛	736	30.7
休閒娛樂	444	18.5
放鬆身心	405	16.9
喜歡活動內容	381	15.9
知名且具代表性的活動	264	11.0
慕名而來	230	9.6
活動適合闔家參與	197	8.2
現場表演豐富有趣	154	6.4
市府辦活動都參加	129	5.4
其他	6	0.3

Base：2,397 位受訪遊客；本表不含未回答。

5. 您本次參與「2021 新北歡樂耶誕城」活動是專程或是順道？  
多數（86.4%）受訪遊客是專程前去參與新北歡樂耶誕城，有 13.6%則是順道路過，如表 3-24 所示。

表 3-24：專程或路過新北歡樂耶誕城分析表

	人數	全體 (%)
專程參與	2070	86.4
順道路過	327	13.6

Base：2,397 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「2021 新北歡樂耶誕城」？  
對於是否會再次造訪新北歡樂耶誕城，調查結果顯示，多達 90.2%受訪者表示會再次參訪，只有 9.8%表示不會，如表 3-25 所示。

表 3-25：是否會再次參訪新北歡樂耶誕城分析表

	人數	全體 (%)
會	2163	90.2
不會	234	9.8

Base：2,397 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「2021 新北歡樂耶誕城」的網路資訊？  
 78.1%遊客表示曾經瀏覽過「2021 新北歡樂耶誕城」的網路資訊，21.9%表示沒有瀏覽過，如表 3-26 所示。

表 3-26：是否瀏覽新北歡樂耶誕城網路資訊分析表

	人數	全體 (%)
有	1872	78.1
沒有	525	21.9

Base：2,397 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「2021 新北歡樂耶誕城」的桑塔熊直播？  
 「2021 新北歡樂耶誕城」的桑塔熊直播，有 41.7%受訪者表示曾經瀏覽，58.3%沒有瀏覽過，如表 3-27 所示。

表 3-27：是否瀏覽新北歡樂耶誕城桑塔熊分析表

	人數	全體 (%)
有	999	41.7
沒有	1398	58.3

Base：2,397 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）

遊客獲得新北歡樂耶誕城活動的主要資訊來源，有 32.9%表示有透過電視、廣播，比例最高，其次是透過網路的 29.6%，25.3%是親友推薦，18.2%是報章雜誌，16%是透過 FB、Line 等社群的貼文。此外，有 28.4%表示這是每年都要參加的例行活動，顯示耶誕城已成為不少市民生活文化的一部份，調查結果如表 3-28 所示。

表 3-28：活動資訊主要來源分析表

	人數	全體 (%)
電視、廣播	789	32.9
電腦網路	710	29.6
每年都要參加例行活動	681	28.4
親友推薦	606	25.3
報章雜誌	435	18.2
Facebook、Line 等社群網站貼文	384	16.0
戶外(路上)活動看板旗幟	213	8.9
DM、宣傳單	189	7.9
觀光單位宣傳、旅行社	105	4.4
旅展資訊提供	39	1.6

Base：2,396 位受訪遊客；本表不含未回答。

10. 您最喜歡「2021 新北歡樂耶誕城」哪些項目？(複選)

新北歡樂耶誕城的各項活動項目中，「3D 光雕雷射投影」是最多受訪遊客表示較喜歡的項目，有 50.4%，而「遊樂設施」也有 45.7%，「大型燈飾裝置」有 42.3%。「路樹燈海」(35.8%)、「巨星耶誕演唱會」(33.4%)、「天橋燈飾」(32.2%)、「假日活動市集」(30.6%) 比例都在三成以上，「貨櫃市集」(27%) 也有近三成，如表 3-29 所示。

表 3-29：最喜歡的「2021 新北歡樂耶誕城」項目分析表

	人數	全體 (%)
3D 光雕雷射投影	1205	50.4
遊樂設施	1092	45.7
大型燈飾裝置	1011	42.3
路樹燈海	857	35.8
巨星耶誕演唱會	798	33.4
天橋燈飾	771	32.2
假日活動市集	731	30.6
貨櫃市集	645	27.0
其他	9	0.4

Base：2,391 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？

對於參與主題性的節慶活動，高達 92.5%受訪者表示喜歡（非常喜歡 50.6%，喜歡 41.9%）參與，僅 0.4%表示不喜歡（0.3%不喜歡，0.1%非常不喜歡），另外有 7.1%表示普通，如表 3-30 所示。

表 3-30：是否喜歡參與主題節慶活動分析表

	人數	全體 (%)	
非常喜歡	1212	50.6	} 92.5%
喜歡	1005	41.9	
普通	171	7.1	
不喜歡	6	0.3	} 0.4%
非常不喜歡	3	0.1	

Base：2,397 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？

對於主題性節慶活動與居民的幸福感的關聯，調查結果顯示，91.9%民眾認為主題性節慶活動可以提升居民幸福感，其中 44.2%認為效果極大，47.7%覺得有效果，7.4%覺得普通，只有 0.3%認為沒有效果，0.5%認為效果極小，如表 3-31 所示。

表 3-31：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	1059	44.2	} 91.9%
有效果	1143	47.7	
普通	177	7.4	
沒有效果	6	0.3	} 0.8%
效果極小	12	0.5	

Base：2,397 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「2021 新北歡樂耶誕城」，整體滿意度為何？  
 整體而言，對於新北歡樂耶誕城，有 92.5%遊客表示感到滿意（非常滿意 46.3%，滿意 46.2%），只有 0.5%感到不滿意（不滿意 0.4%，非常不滿意 0.1%），另外有 7%則覺得普通，如表 3-32 所示。

表 3-32：整體滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1110	46.3	} 92.5%
滿意	1107	46.2	
普通	168	7.0	
不滿意	9	0.4	} 0.5%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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「2021 新北歡樂耶誕城」3D 光雕雷射主燈秀滿意度為何？  
 本次活動的 3D 光雕雷射主燈秀，有 92.5%受訪遊客感到滿意（50.5%非常滿意，42%滿意），表示不滿意的比例則只有 0.4%，另外 7.2%表示普通，如表 3-33 所示。

表 3-33：3D 光雕雷射主燈秀滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1206	50.5	} 92.5%
滿意	1002	42.0	
普通	171	7.2	
不滿意	9	0.4	} 0.4%
非常不滿意	0	0.0	

Base：2,388 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「2021 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，93.6%遊客表示滿意（51.3%非常滿意，42.3%滿意），僅僅 0.1%表示不滿意，6.3%覺得普通，如表 3-34 所示。

表 3-34：燈飾滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1230	51.3	} 93.6%
滿意	1014	42.3	
普通	150	6.3	
不滿意	3	0.1	} 0.1%
非常不滿意	0	0.0	

Base：2,397 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「2021 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方面，有 86.8%遊客表示滿意（非常滿意 46.8%，滿意 40%），僅 0.7%不滿意（不滿意 0.6%，非常不滿意 0.1%），有 12.4%遊客表示普通，如表 3-35 所示。

表 3-35：貨櫃市集滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1119	46.8	} 86.8%
滿意	957	40.0	
普通	297	12.4	
不滿意	15	0.6	} 0.7%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,391 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「2021 新北歡樂耶誕城」多個光影裝置滿意度為何？  
對於新北歡樂耶誕城的多個光影裝置，有 91.9%遊客感到滿意（47.2%非常滿意，44.7%滿意），不滿意比例僅 0.5%（不滿意 0.4%，非常不滿意 0.1%），有 7.6%遊客覺得普通，如表 3-36 所示。

表 3-36：多個光影裝置滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	1131	47.2	} 91.9%
滿意	1071	44.7	
普通	183	7.6	
不滿意	9	0.4	} 0.5%
非常不滿意	3	0.1	

Base：2,397 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「2021 新北歡樂耶誕城」  
對於未來是否願意向他人推薦參與「2021 新北歡樂耶誕城」？有 91.6%遊客表示願意向他人推薦（47.7%非常願意，43.9%願意），只有 0.4%表示不願意推薦（不願意 0.3%，非常不願意 0.1%），另外有 8%表示普通，如表 3-37 所示。

表 3-37：推薦意願分析表

	人數	全體 (%)	
非常願意	1143	47.7	} 91.6%
願意	1053	43.9	
普通	192	8.0	
不願意	6	0.3	} 0.4%
非常不願意	3	0.1	

Base：2,397 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」

除了推薦之外，對於自己來年是否願意再次參與「新北歡樂耶誕城」，調查結果顯示，有 93.7% 遊客表示願意（53.4% 非常願意，40.3% 願意），只有 0.5% 不願意（0.4% 不願意，0.1% 非常不願意），5.8% 表示普通，如表 3-38 所示。

表 3-38：明年再次參與意願分析表

	人數	全體 (%)	
非常願意	1281	53.4	} 93.7%
願意	966	40.3	
普通	138	5.8	
不願意	9	0.4	} 0.5%
非常不願意	3	0.1	

Base：2,397 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。

## 肆、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 4-1。因部分組別樣本數過少，或無樣本，列出各組別回流之樣本數 n，樣本數過低組別之回流比例僅供參考。

表 4-1、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=	3	12	0	3	3	0
		回流比例	100.0%	100.0%	N/A	100.0%	100.0%	N/A
	女	n=	6	6	6	0	0	0
		回流比例	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	N/A	N/A
新北市	男	n=	30	66	132	123	18	9
		回流比例	83.3%	95.7%	91.7%	95.3%	75.0%	50.0%
	女	n=	63	126	330	237	48	15
		回流比例	77.8%	93.3%	93.2%	96.3%	94.1%	100.0%
台北市	男	n=	9	21	30	33	3	0
		回流比例	75.0%	87.5%	83.3%	91.7%	100.0%	N/A
	女	n=	27	60	63	51	9	3
		回流比例	100.0%	87.0%	87.5%	94.4%	100.0%	100.0%
北部	男	n=	0	18	60	18	0	0
		回流比例	0.0%	60.0%	87.0%	85.7%	N/A	N/A
	女	n=	21	27	111	24	12	6
		回流比例	77.8%	100.0%	82.2%	80.0%	100.0%	100.0%
中部	男	n=	9	12	15	6	0	0
		回流比例	50.0%	50.0%	55.6%	66.7%	0.0%	N/A
	女	n=	12	15	45	6	6	0
		回流比例	80.0%	62.5%	68.2%	28.6%	66.7%	N/A
南部	男	n=	0	3	9	0	0	0
		回流比例	N/A	33.3%	75.0%	N/A	N/A	N/A
	女	n=	0	6	15	9	0	0
		回流比例	N/A	40.0%	71.4%	60.0%	N/A	N/A
離島	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	0	0	3	0	0
		回流比例	N/A	N/A	N/A	100.0%	N/A	N/A
東部	男	n=	0	0	0	6	0	0
		回流比例	N/A	0.0%	N/A	50.0%	N/A	N/A
	女	n=	15	6	3	3	0	0
		回流比例	83.3%	100.0%	100.0%	100.0%	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 4-2，分析結果顯示，「電視、廣播」在各年齡層都是相當重要的資訊來源，而「電腦網路」在 60 歲以下民眾中也相當重要，同時各年齡層都有兩成至三成將耶誕城視為每年例行活動。此外，分析也發現，20 歲以下及 61 歲以上民眾都有較高比例是親友推薦；21-30 歲從社群貼文獲得資訊的比例 26.3%，較其他年齡高。

表 4-2、獲得活動資訊管道與年齡交叉分析表

	<u>20 歲以下</u> n=249	<u>21~30 歲</u> n=456	<u>31~40 歲</u> n=944	<u>41~50 歲</u> n=585	<u>51~60 歲</u> n=117	<u>61 歲以上</u> n=42
電視、廣播	<b>30.1%</b>	<b>33.6%</b>	<b>28.3%</b>	<b>38.5%</b>	<b>43.6%</b>	<b>35.7%</b>
電腦網路	<b>34.9%</b>	<b>36.8%</b>	<b>29.4%</b>	<b>24.1%</b>	<b>25.6%</b>	7.1%
每年都要參加例行活動	21.7%	25.7%	<b>30.8%</b>	<b>29.2%</b>	<b>33.3%</b>	<b>21.4%</b>
親友推薦	<b>37.3%</b>	24.3%	24.5%	23.6%	15.4%	<b>35.7%</b>
報章雜誌	19.3%	13.2%	15.9%	<b>24.1%</b>	23.1%	<b>21.4%</b>
Facebook、Line 等貼	14.5%	<b>26.3%</b>	14.6%	11.8%	15.4%	7.1%
戶外活動看板旗幟	15.7%	6.6%	6.4%	9.7%	17.9%	14.3%
DM、宣傳單	10.8%	11.2%	6.7%	4.6%	15.4%	7.1%
觀光單位宣傳、旅行社	6.0%	3.3%	4.1%	4.6%	7.7%	0.0%
旅展資訊提供	2.4%	1.3%	1.0%	2.1%	5.1%	0.0%

(三)、最喜歡活動項目交叉分析：

交叉分析不同年齡層最喜歡的活動項目，如表 4-3，結果顯示，最多 20 歲以下民眾喜歡的項目是巨星耶誕演唱會，54.9%；3D 光雕雷射投影則是 21-30 歲、41-50 歲及 61 歲以上民眾喜歡的項目，也是 31-40 歲第二喜歡的項目，比例都超過五成；而遊樂設施在 31 歲以上年齡層有五成左右喜歡，21-30 歲則只有 26.3%，可能與中高年齡受訪者有較多是帶小孩前往有關。

表 4-3、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=249	<u>21~30 歲</u> n=456	<u>31~40 歲</u> n=944	<u>41~50 歲</u> n=585	<u>51~60 歲</u> n=117	<u>61 歲以上</u> n=42
3D 光雕雷射投影	41.5%	<b>51.3%</b>	<b>51.5%</b>	<b>52.3%</b>	46.2%	<b>57.1%</b>
遊樂設施	41.5%	26.3%	<b>53.5%</b>	49.7%	46.2%	50.0%
大型燈飾裝置	39.0%	42.8%	43.0%	42.1%	41.0%	50.0%
路樹燈海	43.9%	28.3%	35.9%	35.9%	<b>48.7%</b>	35.7%
巨星耶誕演唱會	<b>54.9%</b>	42.8%	28.0%	23.6%	38.5%	42.9%
天橋燈飾	41.5%	31.6%	28.3%	32.8%	46.2%	28.6%
假日活動市集	29.3%	29.6%	31.1%	30.3%	38.5%	21.4%
貨櫃市集	31.7%	31.6%	25.8%	23.6%	30.8%	14.3%
其他	0.0%	1.3%	0.0%	.5%	0.0%	0.0%

(四)、總消費金額交叉分析：

依「年齡、性別、月收入」分組，交叉分析消費總金額，了解各組別受訪者參訪新北歡樂耶誕城時的消費情況，統計結果如表 4-4。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 4-4、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	1~2 萬元	2~3 萬元	3~4 萬元	4~5 萬元	5 萬元以
20 歲以下	男	n=	48	12	6	0	0	3	3
		平均消費金額	641	188	688	N/A	N/A	125	125
	女	n=	132	15	6	9	12	0	3
		平均消費金額	642	550	688	584	500	N/A	625
21~30 歲	男	n=	24	9	21	27	45	18	27
		平均消費金額	766	458	679	917	825	875	709
	女	n=	60	30	21	69	84	12	9
		平均消費金額	500	713	768	680	813	563	876
31~40 歲	男	n=	6	12	3	21	93	72	81
		平均消費金額	375	500	625	946	548	948	945
	女	n=	102	27	42	150	180	72	84
		平均消費金額	724	333	652	678	850	698	1027
41~50 歲	男	n=	6	6	9	6	48	39	96
		平均消費金額	125	500	542	500	625	914	934
	女	n=	60	18	30	75	96	45	51
		平均消費金額	750	375	625	725	836	976	846
51~60 歲	男	n=	3	3	0	3	9	6	12
		平均消費金額	375	125	N/A	1125	1000	938	907
	女	n=	18	3	3	15	21	9	12
		平均消費金額	750	1125	125	1126	714	1251	1251
61 歲以上	男	n=	6	0	0	6	3	0	3
		平均消費金額	1251	N/A	N/A	938	875	N/A	1125
	女	n=	3	0	6	6	3	6	0
		平均消費金額	625	N/A	938	1251	625	1063	N/A

註：1,251 元為調查表最高級距，平均金額 1,251 表示該組受訪者總消費金額皆在 1,251 元以上

## 伍、觀光活動經濟效益分析

### (一)、旅遊費用支出

遊客參與 2021 新北歡樂耶誕城的各種相關支出，調查結果顯示：

交通費用方面，有 70.7%遊客支出費用在 1-250 元間，有 16.3%在 251-500 元間，平均每人支出費用估計約 264 元。

娛樂費用方面，49.2%遊客費用在 1-250 元間，27.2%在 251-500 元間，而在 501-750 元間的有 9.4%，平均每人消費估計約 373 元。

住宿費用方面，可能多數遊客為雙北市民，多數沒有住宿費用，並未回答此題。在填答住宿費的 456 位遊客中，48.7%費用超過 1,251 元，17.8%在 1,001~1,250 元間，16.4%在 751-1,000 元間，不到兩成是低於 750 元，估計一人平均費用為 852 元，是五個項目中，平均消費金額最高的。

餐飲費用方面，遊客花費在 1-250 元間的比例較高，有 44.2%，也有 24.5%支付範圍在 251-500 元間，還有 11.6%在 501-750 元間，估計平均每人消費金額 428 元。

購物費用方面，有 47.1%在 1-250 元間，有 19.6%在 251-500 元間，也有 13.6%在 501-750 元間，估計平均每人消費 432 元。

而在消費總金額方面，有 26.4%遊客消費總額在 1,251 元以上，有兩成左右是在 1-250 元間（20.4%）及 501-750 元間（18.4%），751-1000 元間也有 14.8%，平均每人消費總金額約 757 元。

表 5-1、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	1695	70.7	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：2,397 總樣本數：2,397	264 元/人
	251~500 元	390	16.3		
	501~750 元	135	5.6		
	751~1,000 元	75	3.1		
	1,001~1,250	21	0.9		
	1,251 元以上	81	3.4		
娛樂費用	1 元~250 元	1179	49.2	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：2,397 總樣本數：2,397	373 元/人
	251~500 元	651	27.2		
	501~750 元	225	9.4		
	751~1,000 元	156	6.5		
	1,001~1,250	66	2.8		
	1,251 元以上	120	5.0		
住宿費用*	1 元~250 元	0	0.0	消費金額眾數：1,251 元以上 有效樣本數：456 總樣本數：2,397	852 元/人
	251~500 元	33	7.2		
	501~750 元	45	9.9		
	751~1,000 元	75	16.4		
	1,001~1,250	81	17.8		
	1,251 元以上	222	48.7		
餐飲費用	1 元~250 元	1059	44.2	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：2,397 總樣本數：2,397	428 元/人
	251~500 元	588	24.5		
	501~750 元	279	11.6		
	751~1,000 元	210	8.8		
	1,001~1,250	93	3.9		
	1,251 元以上	168	7.0		
購物費用	1 元~250 元	1128	47.1	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：2,397 總樣本數：2,397	432 元/人
	251~500 元	471	19.6		
	501~750 元	327	13.6		
	751~1,000 元	165	6.9		
	1,001~1,250	111	4.6		
	1,251 元以上	195	8.1		
消費 總金額	1 元~250 元	489	20.4	消費金額眾數：1,251 元以上 有效樣本數：2,397 總樣本數：2,397	757 元/人
	251~500 元	219	9.1		
	501~750 元	441	18.4		
	751~1,000 元	354	14.8		
	1,001~1,250	261	10.9		
	1,251 元以上	633	26.4		

註 1：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。

註 2：平均住宿費用估計，若用以估計消費總金額時，需注意平均金額計算係排除未住宿者，遊客住宿人次亦需排除未住宿者。

## 陸、2021 新北歡樂耶誕城整體分析結果

一、歸納以上統計分析結果，2021 新北歡樂耶誕城相關輪廓如下：

### (一)遊客基本輪廓

#### 1. 年齡與婚姻輪廓

- 受訪遊客年齡層以 31~40 歲佔比 39.5%最高、41 歲~50 歲為次高。
- 30 歲以下（上班族、青少年、學生族群）合計佔比為 29.4%。
- 已婚且有小孩者達 50.2%佔半數、未婚無小孩佔比 39.8%。

#### 2. 遊客居住地

- 新北市民佔比 54.5%最高，其次為來自台北市 14.4%。
- 其他區域依序為北部 15.1%、中部 9.2%、南部 3%。

#### 3. 職業與月收入

- 受訪遊客以商業（含自由業、服務業）比例最高，學生則為 15.3%。
- 月收入以 3~4 萬佔比 24.9%最高、其次為無經常性收入 19.5%。

資料亦顯示高達（65.3%）受訪遊客是跟家人一同參加、佔比次高的是跟朋友、同學、同事一同參加本活動（26.4%）。綜上可見，本次活動結合老少咸宜的「樂高 LEGO」主題，遊客屬性大幅分布為家庭同遊，不僅創造消費力也提升來訪人流；同時可看到遊客以新北市民佔比最高、並大幅吸引了涵蓋台北在內等北部縣市民眾造訪。

### (二)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 92.5%、91.6%及 93.7%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。

### (三)活動氛圍與城市幸福感濃厚

本活動在疫情期間，仍成功結合老少咸宜的樂高積木創造 3D 投影光雕（滿意度達 92.5%）與佈滿街廓與天橋洋溢溫馨與繽紛的燈飾營造（滿意度達 93.6%），創造濃厚的耶誕節慶氛圍，也成功獲得高達 94.2%受訪遊客肯定。另外針對「主題性節慶活動可提升居民幸福感」調查結果顯示有高達 91.9%民眾表示肯定，顯見 2021 新北歡樂耶誕城在疫情當下提供相當重要的心靈療癒，也大大提升市民幸福感。

二、針對交叉分析歸納以下調整建議，說明如下：

**(一)仍應鼓勵與宣導民眾搭乘大眾運輸工具前往活動會場**

根據問卷調查結果得知在「前往活動會場的道路交通順暢」的滿意度未達 90%，在數據呈現上，本次活動使用私人交通工具(汽車、機車)前往的民眾約有 39.5%，造成車流量大的板橋火車站周邊，即使已經有足夠的標誌指示引導(此部分指標滿意度達 90.6%)，仍造成活動期間湧進大量車潮。

可能原因涵蓋疫情期間民眾選擇降低於大眾運輸工具內的密閉空間接觸他人，因應後疫情時代來臨，除了防疫宣導與時俱進之外，也建議往後可針對不同年齡族群或遊客屬性，建議不同時段參訪(上下午/周間周末/市集打烊後街廓與天橋仍持續亮燈)，以達到分散人流，也能有效降低交通衝擊。

**(二)防疫措施與環境清潔及互動體驗具有關聯性應規劃對策**

根據問卷調查結果，「活動場地內整體環境整潔乾淨」滿意度達 92.6%，但「活動場地內垃圾桶地點數量設置良好」滿意度未達 90%，亦可見到「活動內容讓我有互動體驗」滿意度也僅達 84.6%。推估垃圾桶設置之滿意度不甚理想，可能與禁止邊走邊吃且限定「飲食專區」有關；另鑒於防疫措施降低遊具接觸帶來風險，雖以人力清潔及廣播、標語等宣導提升環境消毒，難免降低接觸互動體驗之感受度。面對後疫情時代，應營造新常態，除建立自身防疫觀念之外，未來活動亦可考量非接觸式之創意互動體驗設計。

**(三)維繫在地遊客高支持度、以創意結合行銷吸引更多新客群**

調查結果顯示，有 14.4%受訪遊客是首次參加「新北歡樂耶誕城」活動，85.6%是再訪的回流遊客，其中有 52.7%是來過 3 次以上。本次活動遊客居住分布以新北市民佔比 54.5%最高，顯見城市幸福感的營造獲得廣大市民的支持肯定，面對後疫情時代，因應解封趨勢吸引更多外地甚或國際遊客造訪勢在必行，除透過宣傳提升本活動的國際能見度、結合廣為人知的國際性主題 IP，針對各個客群創造對應行銷手段，藉由電視、網路新媒體社群等宣傳擴散，吸引更多民眾參與響應。