



淡水漁人舞台

MUSIC - SUNSET - BEER - FISH

原創音樂基地

「2017 淡水漁人舞台」  
問卷調查與活動效益分析

新北市政府觀光旅遊局

中華民國 107 年 7 月

# 「2017 淡水漁人舞台」

## 問卷調查與活動效益分析

### 目錄

壹、淡水漁人舞台活動背景 .....	03
貳、計畫動機與目的 .....	03
參、計畫調查內容說明 .....	04
一、遊客問卷調查 .....	04
肆、遊客滿意度問卷調查結果分析 .....	06
一、遊客問卷回收情況說明 .....	06
二、遊客基本資料分析 .....	06
三、遊客滿意度統計分析 .....	10
四、遊客參與淡水漁人舞台活動行為之敘述分析 .....	20
伍、結論與建議 .....	28
一、結論.....	28
二、2018 年淡水漁人舞台活動辦理的改善方向 .....	29

## 壹、淡水漁人舞台活動背景

淡水漁人碼頭位在新北市近郊，適逢淡水河右岸地區，是早期北部重要的漁業港口，在經過新北市政府與農委會『漁港功能多元化』的政策下，民國 76 年建設後，搭上臺灣觀光農業轉型的風潮，為北部地區民眾帶來了，假日休閒的新選擇，結合漁業與觀光休閒的美景與氛圍。

在這 30 年間，經過多次整建與現地資源的整合，陸續建設了觀賞夕陽美景的木棧道、漁人碼頭最知名的情人橋，以及港區內相關許許多多的裝置藝術。以及多元化的商圈與住宿資源的整合，漁人碼頭硬體與周邊設施做整體的規劃與建置。經過多年的經營與規劃，漁人碼頭已經成為國內外知名景點之一。近年來甚至有韓國、陸客等外國旅客，大量湧入漁人碼頭，已成為國際知名景點。

經過漁人碼頭長期的經營與建設，已經歷過準備期、發展期的階段。然後現階段已進入推廣時期。在親子、情人等元素充足的情況下，考慮到吸引新一代的目標族群，在 105 年漁人碼頭以品牌經營的模式，設立了新的地標，『淡水漁人舞台-原創音樂基地』！

## 貳、計畫動機與目的

106 年的漁人舞台，堅持初衷，繼續打造最優質的表演場域及嚴選最精彩的演出陣容，在熱血仲夏夜帶來 6 週 12 場精采絕倫的音樂派對。首創的週六主題樂風日，將台灣優秀的獨立樂團及歌手更細緻的分類，將其特色樂風及表現方式如同戶外音樂教室般介紹給廣大的樂迷朋友，不僅帶領民眾認識更有深度及層次的獨立音樂，也將滿足更多不同族群的音樂喜好。在未來希望淡水漁人舞台做為原創音樂的搖籃，並依在地特色打造觀光景點新印象

透過問卷調查所得結果進一步評析淡水漁人舞台活動產生之正、反向影響，例如淡水漁人舞台遊客參與活動後的滿意情況以及相關之建議，提供淡水漁人舞台研擬未來改善方向之實務性。

## 參、計畫調查內容說明

### 一、遊客問卷調查

本次效益統計分析為參與 2017 淡水漁人舞台遊客的滿意度調查。  
分析內容如圖 3-1 所示：

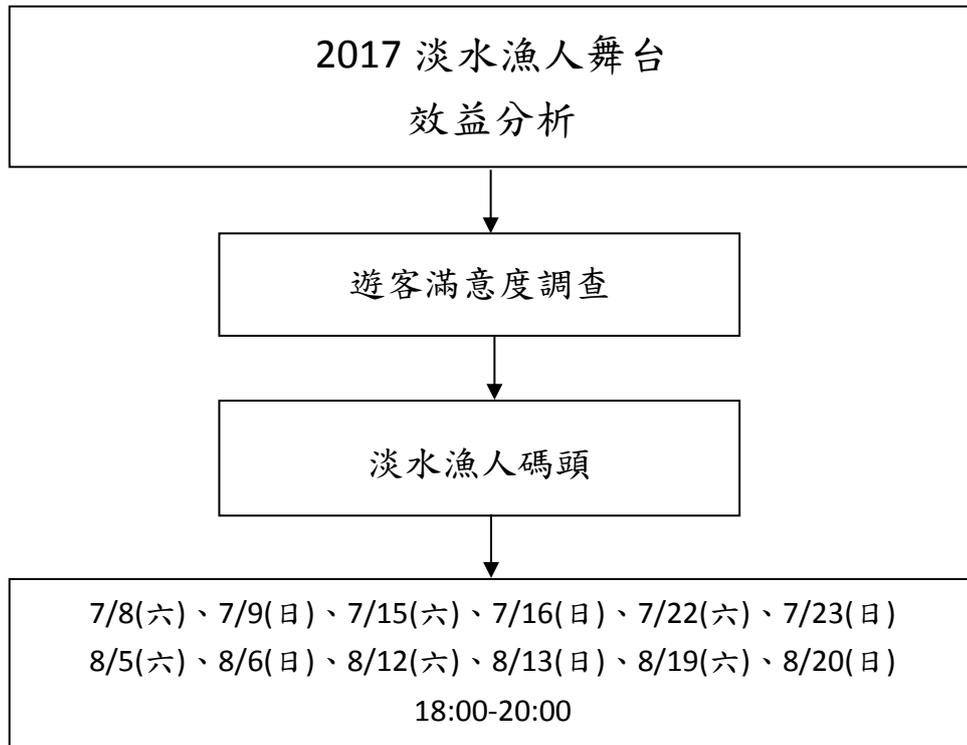


圖 3-1 問卷調查分層抽樣圖

#### (一)、問卷調查對象

以到達淡水漁人舞台現場參與活動之遊客為對象。

#### (二)、問卷調查方式

以淡水漁人舞台活動現場為主要的調查地點，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2位問卷工作訪員，分成2組，可協助遊客處理在填寫問卷時所發生的狀況。

#### (三)、調查期間

2017年7/8(六)、7/9(日)、7/15(六)、7/16(日)、7/22(六)、7/23(日)、8/5(六)、8/6(日)、8/12(六)、8/13(日)、8/19(六)、8/20(日)，於「淡水漁人舞台」期間發放問卷共12天，由於遊客多在晚間到達淡水漁人舞台活動現場參與淡水漁人舞台活動，問卷訪員於活動開始18時進行訪問至活動結束20時00分，每日計2個工作時數，共12天。

#### (四)、樣本數估計

問卷訪員共分為二組，於表演活動現場內發放，每場次發放55份，共計發放了660份問卷，扣除無效與未填完全之問卷，實際回收603份有效問卷。

## 肆、遊客滿意度問卷調查結果分析

### 一、遊客問卷調查分析回收狀況說明

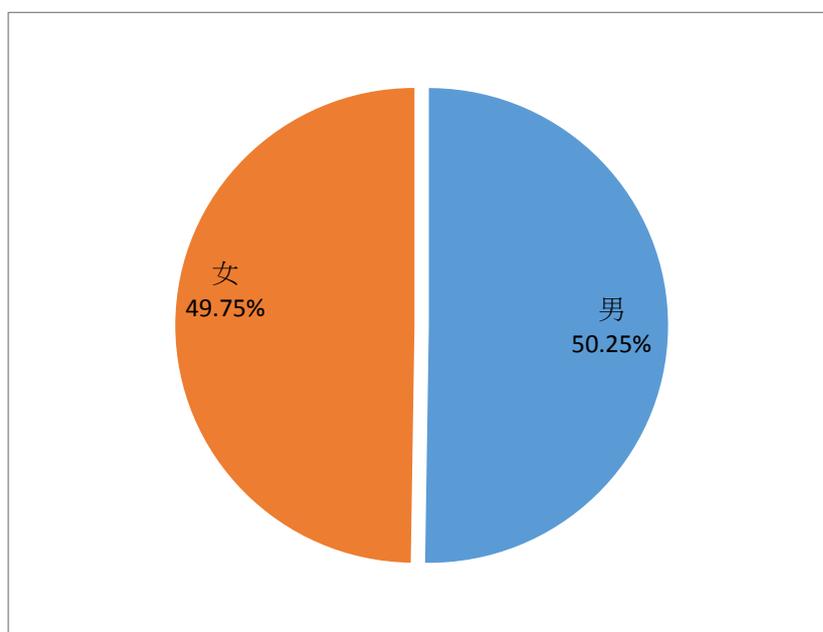
淡水漁人舞台遊客問卷調查回收統計，如表 4-1 所示。共計發放 660 份問卷，扣除填答不全或填答錯誤之無效問卷，共計回收有效問卷數共 603 份；有效問卷回收率為 91.4%。

表 4-1 2017 淡水漁人舞台遊客調查回收樣本統計表

2017 淡水漁人舞台問卷回收樣本統計	
發放樣本數	660
回收有效樣本數	603
有效率(%)	91.4%

### 二、遊客基本資料分析

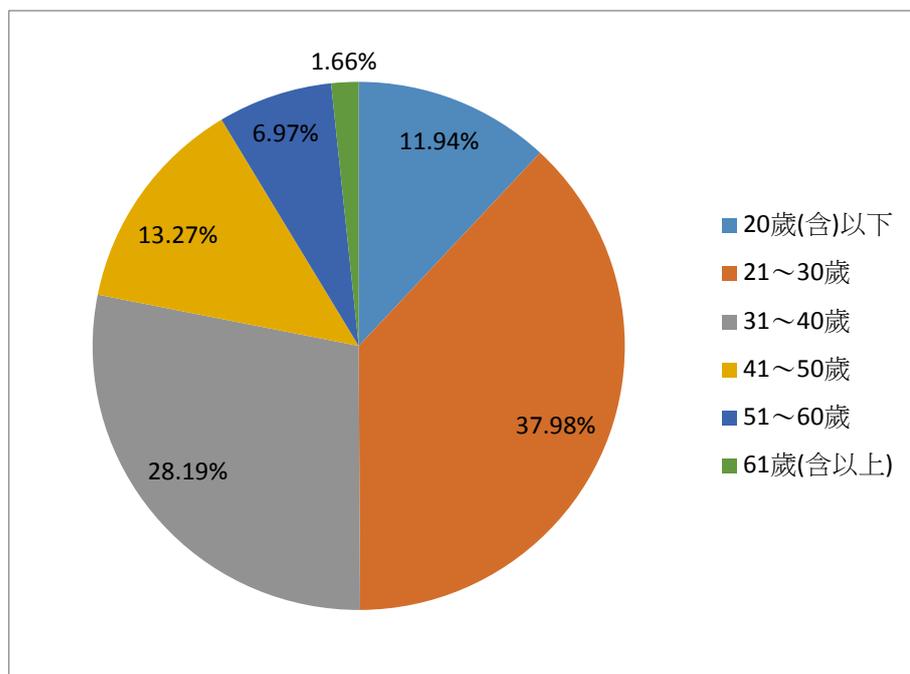
(一)、性別：受訪者中 50.2% 為男性，49.8% 為女性。



資料來源：本局旅遊行銷科。

## (二)、年齡

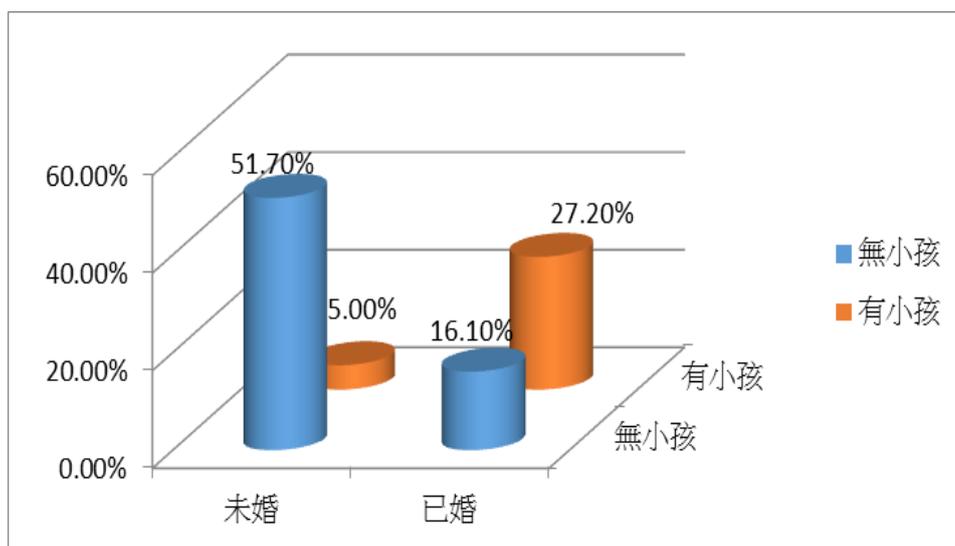
以 21 歲~30 歲的受訪者為最多，約佔 38.0%，其次為 31~40 歲之受訪者，約佔 28.2%，其他各項年齡層分佈請參閱表 4-2。



資料來源：本局旅遊行銷科。

## (三)、婚姻狀況

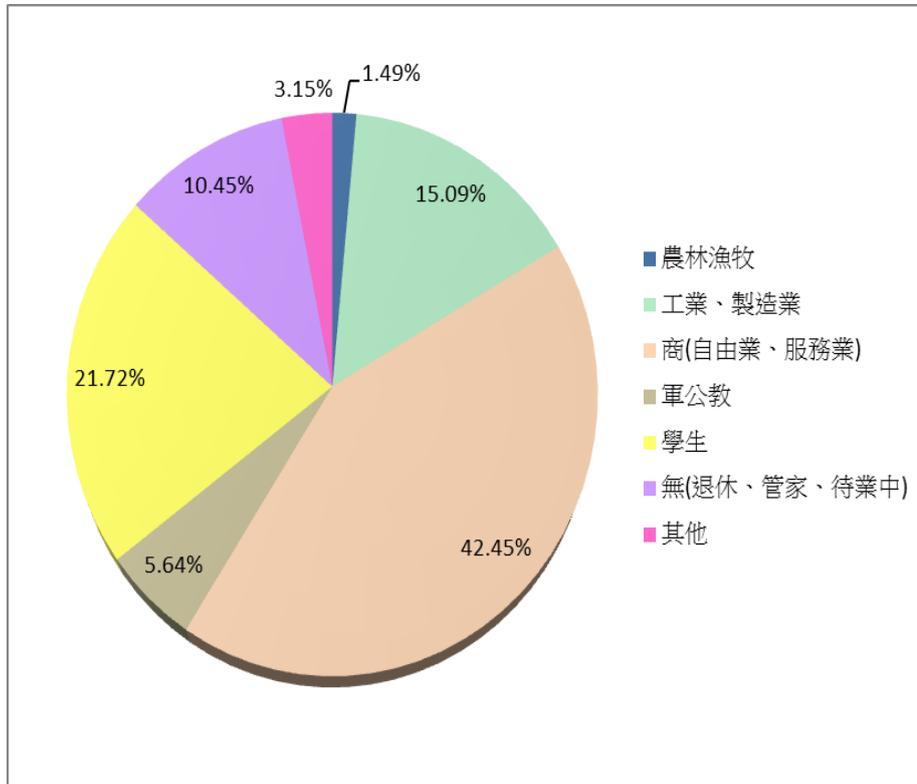
以未婚(無小孩)居多佔 51.7%，其次為已婚(有小孩)佔 27.2%，由此可以看出整體 2017 淡水漁人舞台較容易吸引到未婚的族群。



資料來源：本局旅遊行銷科。

#### (四)、職業

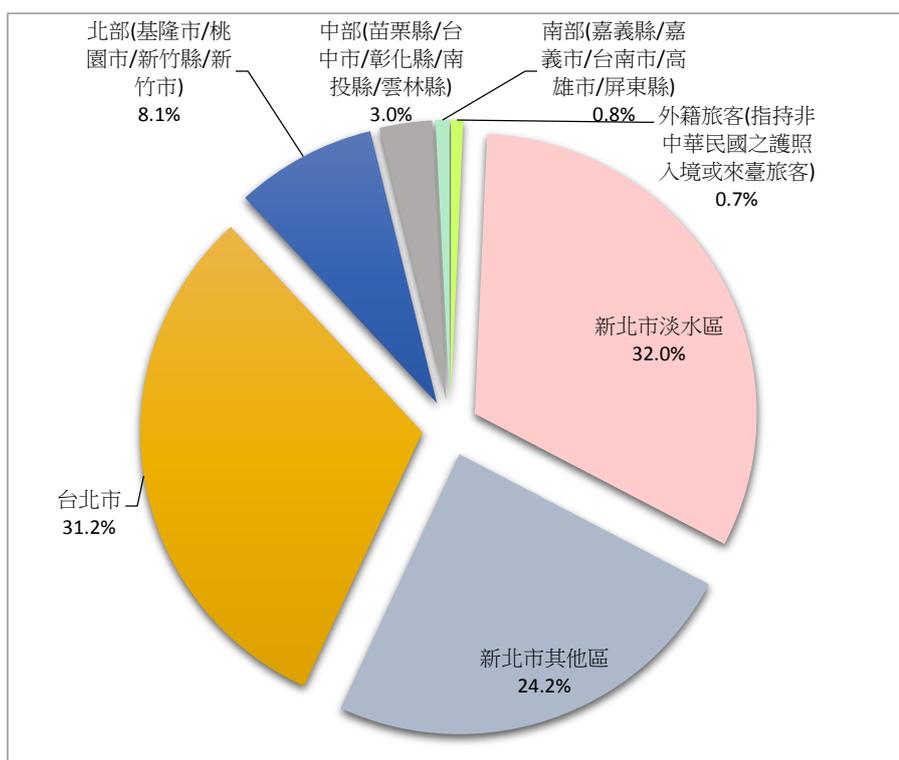
以商(自由業、服務業)為受訪比例最高約佔 42.5%，其次為學生，約佔受訪人數之 21.7%，其餘請參閱表 4-2。



資料來源：本局旅遊行銷科。

#### (五)、居住地

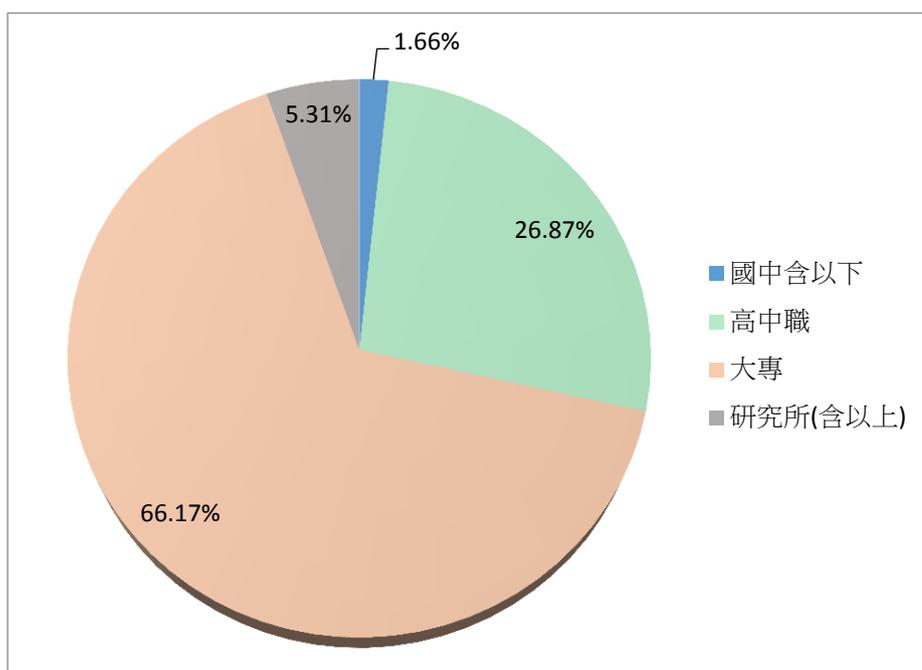
受訪者中以新北市淡水區為最多，約佔受訪人數之 32.0%，其次為居住在台北市，約佔 31.2%，其餘請參閱表 4-2。



資料來源：本局旅遊行銷科。

#### (六)、教育程度

以大專院校的受訪者最多，約佔受訪人數的 66.2%，其次為高中職程度的受訪者，約佔 26.9%。其餘教育程度分佈情形請參閱表 4-2。



資料來源：本局旅遊行銷科。

(七)、個人每月收入金額

受訪者中以 30,001~40,000 元為最多，約佔受訪人數之 32.0%，其次為無經常收入，約佔 20.1%，其餘請參閱表 4-2。

(八)參與 2017 淡水漁人舞台活動的(個人)消費總金額

受訪者中以 1 元~250 元為最多，約佔受訪人數之 38.3%，其次為 251 元~500 元，約佔 35.0%，其餘請參閱表 4-2。

表 4-2 遊客基本資料分析表

變 項		次數	百分比	累積百分比
性別	男	303	50.2	50.2
	女	300	49.8	100.0
年齡	20 歲(含)以下	72	11.9	11.9
	21~30 歲	229	38.0	49.9
	31~40 歲	170	28.2	78.1
	41~50 歲	80	13.3	91.4
	51~60 歲	42	7.0	98.4
	61 歲(含以上)	10	1.7	100.0
婚姻 狀況	未婚(無小孩)	312	51.7	51.7
	未婚(有小孩)	30	5.0	56.7
	已婚(無小孩)	97	16.1	72.8
	已婚(有小孩)	164	27.2	100.0
職業	農林漁牧	9	1.5	1.5
	工業、製造業	91	15.1	16.6
	商(自由業、服務業)	256	42.5	59.1
	軍公教	34	5.6	64.7
	學生	131	21.7	86.4
	無(退休、管家、待業中)	63	10.4	96.8
	其他	19	3.2	100.0

變 項		次數	百分比	累積百分比
居住地	外籍旅客(指持非中華民國之護照入境或來臺旅客)	4	0.7	0.7
	新北市淡水區	193	32.0	32.7
	新北市其他區	146	24.2	56.9
	台北市	188	31.2	88.1
	北部(基隆市/桃園市/新竹縣/新竹市)	49	8.1	96.2
	中部(苗栗縣/台中市/彰化縣/南投縣/雲林縣)	18	3.0	99.2
	南部(嘉義縣/嘉義市/台南市/高雄市/屏東縣)	5	0.8	100.0
	離島(澎湖/綠島/金門/馬祖/蘭嶼)	0	0.0	100.0
	東部(宜蘭縣 /台東縣/花蓮縣)	0	0.0	100.0
	其他	0	0.0	100.0
教育程度	國中含以下	10	1.7	1.7
	高中職	162	26.9	28.6
	大專	399	66.2	94.8
	研究所(含以上)	32	5.3	100.0
個人每月收入金額	無經常性收入	121	20.1	20.1
	10,000 以下	23	3.8	23.9
	10,001~20,000 元	25	4.1	28.0
	20,001~30,000 元	98	16.3	44.3
	30,001~40,000 元	193	32.0	76.3
	40,001~50,000 元	105	17.4	93.7
	50,001 元以上	38	6.3	100.0

變 項	次數	百分比	累積百分比	
(個人) 消費總 金額	1 元~250 元	231	38.3	38.3
	251 元~500 元	211	35.0	73.3
	501 元~750 元	95	15.8	89.1
	751 元~1,000 元	41	6.8	95.9
	1,001 元~1,250 元	12	2.0	97.9
	1,251 元以上	13	2.2	100.0
	平均消費 (利用每一選項之價格中位數×次 數÷實際消費有效樣本數)	386元/人 透過個人平均消費調查,即可算出活 動舉辦期間參訪遊客所帶來間接經 濟效益		

### 三、遊客滿意度統計分析

本計畫在遊客滿意度衡量部分，探討遊客參與「2017淡水漁人舞台」活動之後，對於主辦單位提供之人員服務、設備內容與對活動整體滿意之感受評價，故採「複選」的方式衡量參與「2017淡水漁人舞台」之遊客對於活動分區項目滿意度，統計資料詳如下所示。

#### (一)、遊客對本次活動的滿意程度

進一步了解遊客對2017淡水漁人舞台活動之滿意評比，詳見表4-3到4-19所示。

##### 1. 「前往活動會場的標誌指示清楚」的滿意程度

問卷調查統計顯示47.3%的受訪遊客對於「前往活動會場的標誌指示清楚」感到非常滿意，且有43.4%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度達以上的佔90.7%。

表4-3 「前往活動會場的標誌指示清楚」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	285	47.3	47.3
滿意	4	262	43.4	90.7
普通	3	53	8.8	99.5
不滿意	2	3	0.5	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

##### 2. 「前往活動會場的道路的交通順暢」的滿意程度

「前往活動會場的道路的交通順暢」的滿意程度問卷調查統計顯示49.8%的受訪遊客對於「前往活動會場的道路的交通順暢」感到非常滿意，且有42.6%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔92.4%。

表4-4 「前往活動會場的道路的交通順暢」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	300	49.8	49.8
滿意	4	257	42.6	92.4
普通	3	44	7.3	99.7
不滿意	2	2	0.3	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

### 3. 「活動現場的工作人員服務態度良好」的滿意程度

「活動現場的工作人員服務態度良好」的滿意程度問卷調查統計顯示57.2%的受訪遊客對於「活動現場的工作人員服務態度良好」感到非常滿意，且有39.3%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔96.3%。

表4-5 「活動現場的工作人員服務態度良好」的滿意度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	345	57.2	57.2
滿意	4	236	39.1	96.3
普通	3	22	3.6	100
不滿意	2	0	0.0	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

### 4. 「活動現場的秩序管理良好」的滿意程度

「活動現場的秩序管理良好」的滿意程度問卷調查統計顯示53.6%的受訪遊客對於「活動現場的秩序管理良好」感到非常滿意，且有42.1%的受訪遊客認為滿意，不滿意程度以下的佔0.0%，整體滿意度以上佔95.7%。

表4-6 「活動現場的秩序管理良好」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	323	53.6	53.6
滿意	4	254	42.1	95.7
普通	3	26	4.3	100
不滿意	2	0	0.0	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

5. 「活動會場內的音樂氣氛感受濃厚」的滿意程度

「活動會場內的音樂氣氛感受濃厚」的滿意程度問卷調查統計顯示57.0%的受訪遊客對於「活動會場內的音樂氣氛感受濃厚」感到非常滿意，且有38.1%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔95.1%。

表4-7 「活動會場內的音樂氣氛感受濃厚」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	344	57.0	57.0
滿意	4	230	38.1	95.1
普通	3	29	4.8	100
不滿意	2	0	0.0	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

6. 「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」的滿意程度問卷調查統計顯示50.7%的受訪遊客對於「活動場地內整體環境整潔乾淨」感到非常滿意，且有41.6%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔92.3%。

表4-8 「活動場地內整體環境整潔乾淨」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	306	50.7	50.7
滿意	4	251	41.6	92.3
普通	3	45	7.5	99.8
不滿意	2	1	0.2	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

7. 「活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好」的滿意程度

「活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好」的滿意程度問卷調查統計顯示48.8%的受訪遊客對於「活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好」感到非常滿意，且有40.0%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔88.8%。

表4-9 「活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	294	48.8	48.8
滿意	4	241	40.0	88.8
普通	3	68	11.3	100
不滿意	2	0	0.0	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

8. 「活動場地內流動廁所位置/數量/整潔衛生」的滿意程度

「活動場地內流動廁所位置/數量/整潔衛生」的滿意程度問卷調查統計顯示44.4%的受訪遊客對於「活動場地內流動廁所位置/數量/整潔衛生」感到非常滿意，且有44.3%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔88.7%。

表4-10 「活動場地內流動廁所位置/數量/整潔衛生」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	268	44.4	44.4
滿意	4	267	44.3	88.7
普通	3	66	10.9	99.6
不滿意	2	2	0.3	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

9. 「活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好」的滿意程度

「活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好」的滿意程度問卷調查統計顯示46.1%的受訪遊客對於「活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好」感到非常滿意，且有44.6%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔90.7%。

表4-11 「活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	278	46.1	46.1
滿意	4	269	44.6	90.7
普通	3	55	9.1	99.8
不滿意	2	1	0.2	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

10. 「舞台的表演內容豐富具有吸引力」的滿意程度

「舞台的表演內容豐富具有吸引力」的滿意程度問卷調查統計顯示 59.7%的受訪遊客對於「舞台的表演內容豐富具有吸引力」感到非常滿意，且有 35.3%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔 95.0%。

表4-12 「舞台的表演內容豐富具有吸引力」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	360	59.7	59.7
滿意	4	213	35.3	95.0
普通	3	30	5.0	100
不滿意	2	0	0.0	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

11. 「活動內容讓我可以體驗不同的在地文化」的滿意程度

「活動內容讓我可以體驗不同的在地文化」的滿意程度問卷調查統計顯示 58.4%的受訪遊客對於「活動內容讓我可以體驗不同的在地文化」感到非常滿意，且有 36.0%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔 94.4%。

表4-13 「活動內容讓我可以體驗不同的在地文化」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	352	58.4	58.4
滿意	4	217	36.0	94.4
普通	3	32	5.3	99.7
不滿意	2	2	0.3	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

12. 「活動本身的內容多樣化」的滿意程度

「活動本身的內容多樣化」的滿意程度問卷調查統計顯示 56.2%的受訪遊客對於「活動本身的內容多樣化」感到非常滿意，且有 38.1%的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔 94.3%。

表4-14 「活動本身的內容多樣化」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	339	56.2	56.2
滿意	4	230	38.1	94.3
普通	3	34	5.6	100
不滿意	2	0	0.0	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

### 13. 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度問卷調查統計顯示 51.9% 的受訪遊客對於「活動宣傳管道的多元性」感到非常滿意，且有 38.8% 的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔 90.7%。

表4-15 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	313	51.9	51.9
滿意	4	234	38.8	90.7
普通	3	54	9.0	99.7
不滿意	2	2	0.3	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

### 14. 「活動宣傳的內容豐富性」的滿意程度

「活動宣傳的內容豐富性」的滿意程度問卷調查統計顯示 52.2% 的受訪遊客對於「活動宣傳的內容豐富性」感到非常滿意，且有 38.6% 的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔 90.8%。

表4-16 「活動宣傳的內容豐富性」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	315	52.2	52.2
滿意	4	233	38.6	90.8
普通	3	54	9.0	99.8
不滿意	2	1	0.2	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

15. 「活動期間宣傳的持續性」的滿意程度

「活動期間宣傳的持續性」的滿意程度問卷調查統計顯示 51.9% 的受訪遊客對於「活動期間宣傳的持續性」感到非常滿意，且有 38.8% 的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔 90.7%。

表4-17 「活動期間宣傳的持續性」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	313	51.9	51.9
滿意	4	234	38.8	90.7
普通	3	54	9.0	99.7
不滿意	2	2	0.3	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

16. 「活動期間宣傳的連貫性」的滿意程度

「活動期間宣傳的連貫性」的滿意程度問卷調查統計顯示 51.9% 的受訪遊客對於「活動期間宣傳的連貫性」感到非常滿意，且有 38.3% 的受訪遊客認為滿意，整體滿意度以上佔 90.2%。

表4-18 「活動期間宣傳的連貫性」的滿意程度

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	313	51.9	51.9
滿意	4	231	38.3	90.2
普通	3	56	9.3	99.5
不滿意	2	3	0.5	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

### 17.滿意度分析比較表

依據以上滿意度調查彙整表4-19，表4-19主要依據統計滿意程度之平均數做為排序依據，平均數最高值為5，最低值為1。如表所示其中平均數最高為「主舞台的表演內容豐富具有吸引力」為4.55，其次是「活動現場工作人員服務態度良好」為4.54；「活動內容讓我可以體驗不同的在地文化」為4.52；「活動會場內的音樂氣氛感受濃厚」為4.52。整體而言各項滿意度平均數已達4以上。

表 4-19 滿意度分析比較表

選項	滿意程度 (%)	平均數	排序
前往活動會場的標誌指示清楚	90.7	4.38	13
前往活動會場的道路的交通順暢	92.4	4.42	9
活動現場工作人員服務態度良好	96.3	4.54	2
活動現場的秩序管理良好	95.7	4.49	6
活動會場內的音樂氣氛感受濃厚	95.1	4.52	3
活動場地內整體環境整潔乾淨	92.3	4.43	7
活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好	88.8	4.37	14

活動場地內流動廁所位置/數量/整潔衛生	88.7	4.33	16
活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好	90.7	4.37	14
主舞台的表演內容豐富具有吸引力	95.0	4.55	1
活動內容讓我可以體驗不同的在地文化	94.4	4.52	3
活動本身的內容多樣化	94.3	4.51	5
活動宣傳管道的多元性	90.7	4.42	9
活動宣傳的內容豐富性	90.8	4.43	7
活動期間宣傳的持續性	90.7	4.42	9
活動期間宣傳的連貫性	90.2	4.42	9

#### 四、遊客參與淡水漁人舞台活動行為之敘述分析

此部份參考「2009年高雄燈會經濟效益調查報告書」及「2010年高雄燈會經濟效益調查報告書」、「2011年高雄燈會經濟效益調查報告書」與相關節慶活動之文獻，歸納包括以下旅客參與行為：

##### (一)、參與淡水漁人舞台活動行為之分析

##### 1.請問您去年(2016)有參加「淡水漁人舞台」的活動嗎?(本題單選)

由數據中可發現大部分遊客去年沒有參加淡水漁人舞台的活動佔 51.4%，見 4-20 所示。

表 4-20 重遊淡水漁人舞台分析表

請問您去年(2016)有參加「淡水漁人舞台」的活動嗎?(本題為單選)			
選項	次數	百分比	累積百分比
1.有	293	48.6	48.6
2.沒有	310	51.4	100.0
總和	603	100.0	

##### 2.您參加此次活動主要的同行成員?(本題單選)

此部分主要是要了解遊客參加 2017 淡水漁人舞台之同行對象，以「朋友、同學、同事」為 47.1%最多；其次為「家人親戚」佔 28.7%，統計資料詳見表 4-21 所示。

表 4-21 同行對象分析表

您參加此次活動主要的同行成員?(本題為單選)			
選項	次數	百分比	累積百分比
1.家人親戚	173	28.7	28.7
2.朋友、同學、同事	284	47.1	75.8
3.旅遊團體	30	5.0	80.8
4.單獨前來	112	18.6	99.4
5.其他	4	0.7	100.0
總和	603	100.0	

3.您參加此次活動所使用的交通工具?(本題複選)

此部分主要是要了解遊客抵達淡水漁人舞台過程中使用之交通工具種類，以「機車」為30.8%最高；其次為「捷運」佔27.7%以及「自用汽車」25.9%；統計資料詳見表4-22所示。

表 4-22 交通工具分析表

您參加此次活動所使用的 <u>交通工具</u> ? <u>(本題複選)</u>			
選項	次數	百分比	排序
1.自用汽車	156	25.9	3
2.機車	186	30.8	1
3.捷運	167	27.7	2
4.藍色公路(船舶)	51	8.5	5
5.腳踏車	57	9.5	4
6.其他	20	3.3	6

4.您參與此次活動的最主要動機?(本題複選)

由此項當中可以看出「與家人、朋友同遊」是參與活動的主要動機佔53.9%，而「感受熱鬧的音樂氣氛」佔37.0%；「休閒娛樂」佔30.8%，由數據可知，多數前來的遊客之動機還是與家人、朋友同遊；統計資料詳見表4-23所示。

表 4-23 動機分析

您參與此次活動的 <u>最主要動機</u> ? <u>(本題複選)</u>			
選項	次數	百分比	排序
1.與家人、朋友同遊	325	53.9	1
2.知名且具代表性的活動	115	19.1	6
3.喜歡歌手	141	23.4	5
4.放鬆身心	151	25.0	4
5.感受熱鬧的音樂氣氛	223	37.0	2
6.市府辦活動都參加	54	9.0	8

7.休閒娛樂	186	30.8	3
8.慕名而來	47	7.8	9
9.活動適合闔家參與	104	17.2	7
10.現場攤位豐富	30	5.0	10
11.其他	8	1.3	11

5.您獲得此次活動主要的資訊管道? (本題複選)

此部分主要是要了解遊客得知淡水漁人舞台訊息之來源，統計顯示以「親友推薦」佔 27.5%為最高；其次為「DM、宣傳單」佔 27.4%，及「戶外(路上)活動看板旗幟」佔 24.9%；「Face Book(FB)貼文」佔 24.9%。統計資料詳見表 4-24 所示。

表 4-24 淡水漁人舞台活動資訊主要來源分析表

您獲得此次活動 <u>主要的資訊管道</u> ? ( <u>本題複選</u> )			
選項	次數	百分比	排序
1.報章雜誌	52	8.6	8
2.親友推薦	166	27.5	1
3.DM、宣傳單	165	27.4	2
4.電視、廣播	59	9.8	7
5.電腦網路	88	14.6	5
6.戶外(路上)活動看板旗幟	150	24.9	3
7.每年都要參與例行活動	67	11.1	6
8. Face Book(FB)貼文	150	24.9	3
9. LINE 訊息	32	5.3	9
10.部落格	21	3.5	10
11.其他	6	1.0	11

6.您本次參與淡水漁人舞台活動是專程或是順道或是路過? (本題單選)

此部分主要是要了解遊客本次來參與淡水漁人舞台活動是專程前來參與還是順道路過的，統計顯示以「專程參與」為 49.9%最高，統計資料詳見表 4-25 所示。

表 4-25 專程參與及順道路過淡水漁人舞台分析

您本次參與淡水漁人舞台活動是專程或是順道或是路過?(本題為單選)			
選項	次數	百分比	累積百分比
1.專程參與	301	49.9	49.9
2.順道行程	203	33.7	83.6
3.碰巧路過	99	16.4	100
總和	603	100	

7.請問您是否曾經瀏覽”2017 淡水漁人舞台”的官方網站(粉絲專業)?(本題單選)

此部分主要是要了解遊客是否曾經流覽淡水漁人舞台活動的官方網站，統計顯示事先曾經瀏覽過官方網站的比例為 56.4%；沒有瀏覽過的則佔 43.68%，其他統計資料詳見表 4-26 所示。

表 4-26 是否瀏覽官方網站分析

請問您是否曾經瀏覽”2017 淡水漁人舞台”的官方網站(粉絲專業)?(本題單選)			
選項	次數	百分比	累積百分比
1.有	340	56.4	56.4
2.沒有	263	43.6	100.0
總和	603	100.0	

8.請問您本次是第幾次參與「2017 淡水漁人舞台」的活動場次?(2017 年)

此部分了解遊客第幾次參與 2017 淡水漁人舞台的活動場次，其中以第 1 場次 48.3%為最多，其次為第 2~4 場次 34.7%，統計數據資料詳見表 4-27 所示。

表 4-27 參與 2017 淡水漁人舞台的活動場次

請問您本次是第幾次參與「2017 淡水漁人舞台」的活動場次?(2017 年)			
--	--	--	--

選項	次數	百分比	累積百分比
1.第 1 場次	291	48.3	48.3
2.第 2~4 場次	209	34.7	83.0
3.第 5~7 場次	75	12.4	95.4
4.第 8~10 場次	19	3.2	98.6
5.10 場以上	9	1.5	100
總和	603	100.0	

9. 請問您對本次「2017 淡水漁人舞台」，整體滿意度為何？(本題單選)

此部分主要是要了解遊客在參與 2017 淡水漁人舞台後之整體感受，以「非常滿意」為 50.9%最高；其次為「滿意」佔 47.3%，0.0%的受訪者認為不滿意程度以下，代表今年淡水漁人舞台活動舉辦相當成功，符合多數遊客的期待，統計數據資料詳見表 4-28 所示。

表 4-28 整體滿意度分析表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常滿意	5	307	50.9	50.9
滿意	4	285	47.3	98.2
普通	3	11	1.8	100
不滿意	2	0	0.0	100
非常不滿意	1	0	0.0	100
總和		603	100	

10.請問您明年會再次參與「2018 淡水漁人舞台」？(本題單選)

此部分主要是要了解遊客在參與 2017 淡水漁人舞台後之重遊意願，以「非常同意」為 58.2%最高；「非常不同意」僅佔 0.0%，顯示約有 99.3%的受訪遊客表示同意再參加下屆淡水漁人舞台，顯示遊客對淡水漁人舞台的重遊意願極高，統計數據資料詳見表 4-29 所示。

表 4-29 明年會再次參與意願表

滿意程度	次數	百分比	累積百分比
------	----	-----	-------

非常同意	5	351	58.2	58.2
同意	4	248	41.1	99.3
普通	3	4	0.7	100
不同意	2	0	0.0	100
非常不同意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

11.請問您會向他人推薦參與「2017 淡水漁人舞台」？(本題單選)

此部分主要是要了解遊客在參與2017淡水漁人舞台後是否願意向其他親友推薦，以「非常願意」為51.2%最高，顯示高達98.8%的受訪遊客表示樂意將「淡水漁人舞台」推薦給親朋好友，顯示2017淡水漁人舞台的舉辦仍然相當受到肯定，統計數據資料詳見表4-30所示。

表 4-30 願意推薦分析表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常願意	5	309	51.2	51.2
願意	4	287	47.6	98.8
普通	3	7	1.2	100
不願意	2	0	0.0	100
非常不願意	1	0	0.0	100.0
總和		603	100.0	

12.請問您喜歡參與具原創性的音樂活動嗎？

主要是要了解遊客是否喜歡參與市政府舉辦具原創性的音樂活動，以「非常喜歡」為54.4%最高，顯示高達96.7%的受訪遊客表示喜歡多參與市政府舉辦之音樂活動，統計數據資料詳見表4-31所示。

表 4-31 是否贊成多舉辦具原創性的音樂活動

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常喜歡	5	328	54.4	24.4

喜歡	4	255	42.3	96.7
普通	3	20	3.3	100
不喜歡	2	0	0.0	100
非常不喜歡	1	0	0.0	100.0
總和		603	100	

13. 請問您是否同意透過「2017 淡水漁人舞台」的活動來形塑原創音樂品牌？

此部分主要是要了解遊客是否同意透過「2017 淡水漁人舞台」的活動來形塑原創音樂品牌，以「非常同意」為 51.2% 最高；「非常不同意」僅佔 0.0%，顯示約有 96.3% 同意透過 2017 淡水漁人舞台的活動來形塑原創音樂品牌，統計數據資料詳見表 4-32 所示。

表 4-32 形塑原創音樂品牌表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常同意	5	309	51.2	51.2
同意	4	272	45.1	96.3
普通	3	22	3.6	100
不同意	2	0	0.0	100
非常不同意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

14. 請問您是否同意「2017 淡水漁人舞台」能感受到創新與多樣化的感覺？

此部分主要是要了解遊客是否能感受到淡水漁人舞台活動創新與多樣化，以「非常同意」為 54.6% 最高；「非常不同意」僅佔 0.0%，顯示約有 97.9% 感受到淡水漁人舞台活動創新與多樣化，統計數據資料詳見表 4-33 所示。

表 4-33 創新與多樣化表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常同意	5	329	54.6	54.6
同意	4	261	43.3	97.9
普通	3	13	2.2	100

不同意	2	0	0.0	100
非常不同意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

15. 請問您是否同意參與「2017 淡水漁人舞台」的活動會是吸引您來淡水的拉力？

此部分主要是要了解遊客是否同意參與 2017 淡水漁人舞台的活動會是吸引去淡水的拉力，以「非常同意」為 58.9% 最高，其次為「同意」為 37.0%，顯示約有 95.9% 同意參與 2017 淡水漁人舞台的活動會是吸引去淡水的拉力，統計數據資料詳見表 4-34 所示。

表 4-34 吸引您來淡水的拉力表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常同意	5	355	58.9	58.9
同意	4	223	37.0	95.9
普通	3	24	4.0	99.9
不同意	2	1	0.2	100
非常不同意	1	0	0.0	100
總和		603	100.0	

## 伍、結論與建議

### 一、結論

#### (一)、淡水漁人舞台的特色

經過了 2017 年 7/8(六)、7/9(日)、7/15(六)、7/16(日)、7/22(六)、7/23(日)、8/5(六)、8/6(日)、8/12(六)、8/13(日)、8/19(六)、8/20(日)，共 12 天問卷發放期間，到訪淡水漁人舞台活動特色與未來的改善方向建議如下：

淡水漁人舞台活動有些特色，是值得嘉許以及鼓勵的，說明如下：

#### 1. 成功型塑音樂品牌

淡水漁人舞台活動期間提供了平台給原創音樂者，不僅僅讓原創音樂有機會被大眾聽見，也讓許多的獨立樂團及歌手在這舞台上發光發熱，據問卷調查統計顯示遊客對於透過 2017 淡水漁人舞台的活動來「形塑原創音樂品牌」以「非常同意」為 51.2% 最高。

#### 2. 動現場的工作人員服務態度良好，民眾可以快速得到活動的資訊

此次 2017 淡水漁人舞台的工作人員非常用心的為遊客提供相關的資訊，據問卷調查統計顯示有 57.2% 的受訪遊客對於「活動現場的工作人員服務態度良好」感到非常滿意，且有 39.1% 的受訪遊客認為滿意，整體滿意度達 96.3%，讓民眾能夠快速地得到活動資訊。

#### 3. 建立淡水指標性節慶活動

淡水漁人舞台活動讓民眾一想到淡水，就會想到這個原創音樂基地，據問卷調查統計顯示，2017 淡水漁人舞台的活動會是吸引去淡水的拉力整體滿意度高達 95.5%，表示淡水漁人舞台的活動是非常成功也建立了指標性，並且能夠帶動淡水的經濟。

#### 4. 舞台表演內容豐富具有吸引力

2017 淡水漁人舞台舞台表演內容豐富具有吸引力，據問卷調查統計顯示受訪遊客對於「舞台表演內容豐富具有吸引力」整體滿意度達 95.0%，此次 2017 淡水漁人舞台帶來 6 週 12 場精采絕倫的音樂派對，七月展演的主題有「拉丁搖滾」、「客家搖滾」、「英式搖滾」，八月展演的主題有「美式搖滾」、「重金屬」、「新世代搖滾」，將樂風特色及表現方式如同戶外音樂教

室般介紹給廣大的樂迷朋友，帶領民眾認識更有深度及層次的獨立音樂，也滿足更多不同族群的音樂喜好！

## **5. 體驗不同的在地文化**

參與淡水漁人舞台活動除了看精彩的獨立音樂展演外，可以探訪歷史悠久的淡水老街、小白宮、淡水紅毛城，也能到漁人碼頭情人橋捕捉無敵海景與全台最美夕照，最後在「淡水漁人舞台」吹著晚風、吃著烤魚、喝著啤酒、隨音樂吶喊搖擺，參與一場熱情恣意的音樂趴踢，體驗全新的淡水風情。

## **二、2018 年淡水漁人舞台活動辦理的改善方向**

### **1. 表演時可提高聚光燈的強度**

有民眾反應在觀看表演時因聚光燈強度太弱，導致觀看樂團表演的視線不佳有些吃力，建議未來可提高聚光燈得強度以利民眾可以看見舞台上的表演樂團。

### **2. 多加利用網路管道宣傳**

雖然問卷調查顯示，「活動宣傳管道的多元性」整體滿意度以上佔 90.7%，但在「遊客得知淡水漁人舞台訊息之來源」調查中顯示，電腦網路宣傳僅佔 14.6%，而現今普及的 Line 更僅佔 5.3%，較多還是以「親友推薦」為主佔 27.5% 為最高，所以在未來建議可加強網路以及通訊軟體方面的管道宣傳。

### **3. 提供椅子給民眾**

2017 淡水漁人舞台活動吸引大量民眾到場，目前在表演時是沒有提供椅子給民眾，民眾必須席地而坐或是以站姿欣賞表演，建議未來可提供子讓前來的民眾可以舒適的觀看表演。