

中華民國 114 年
新北市政府觀光旅遊局
應用統計專題分析彙編



新北市政府觀光旅遊局 編印

目次

A.觀光企劃科

A1、113 年新北市遊客人次統計結果及分析報告 1-7

A2、113 年新北市觀光旅遊網推廣與數據分析 1-15

B.觀光技術科

B1、113 年度新北市登山旅遊統計分析 1-6

B2、113 新北市登山步道環境營造工程整修狀況分析 1-22

C.觀光管理科

C1、新北市瑞芳區觀光發展影響旅客住宿之趨勢 1-4

C2、新北市三峽區、鶯歌區住宿人次成長與旅館業發展現況分析 1-18

D.旅遊行銷科

D1、2024 新北市河海音樂季問卷調查分析 1-7

D2、2024 新北歡樂耶誕城問卷調查分析 1-32

E.風景區管理科

E1、十分瀑布公園收費遊客意見調查問卷統計分析 1-7

E2、新北市政府觀光旅遊局風景地區旅遊服務系統統計分析 1-17

F.秘書室

F1、113 年新北市政府觀光旅遊局公文依限辦結比例分析 1-5

G.人事室

G1、新北市政府觀光旅遊局公務人員性別結構分析(113 年度)..... 1-10

A. 觀光企劃科

113 年新北市遊客人次統計結果及分析報告

新北市政府觀光旅遊局

一、前言

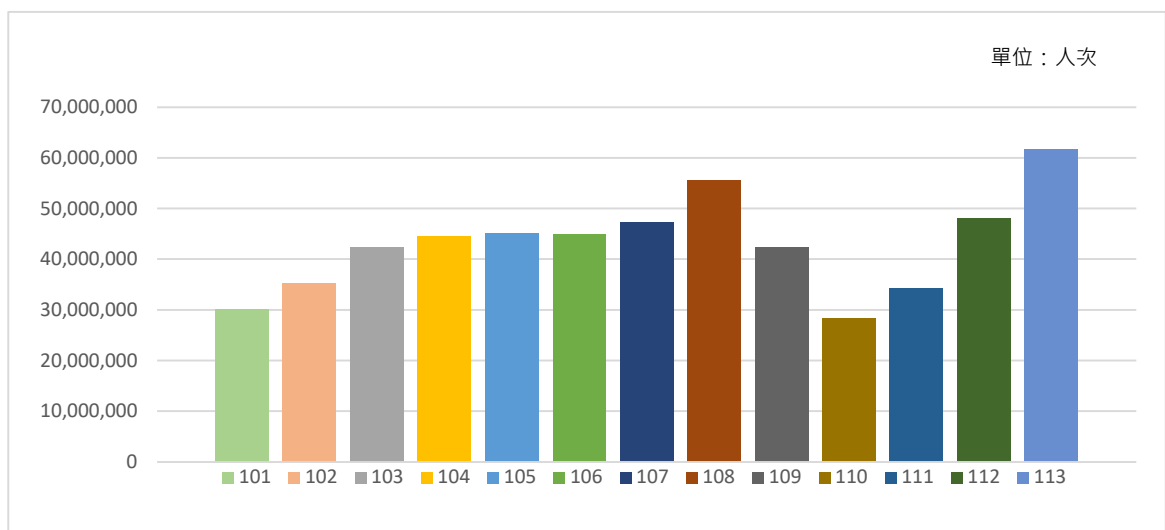
觀光經常作為城市軟實力評估關鍵指標，遊客人次帶動觀光產值更視為城市發展競爭力具體展現。本報告將依據交通部觀光署統計資料庫及新北市遊客人次資料，多面向檢視分析 113 度新北市觀光遊憩據點遊客人次情形，俾提供相關政策參考。

二、統計分析

(一) 近十年新北市遊客人次

依據交通部觀光署統計資料，新北市來客數由 101 年約 3,002 萬人次增至 108 年約 5,547 萬人次，成長約 2,545 萬人次，足見新北市推廣觀光旅遊活動深受大眾喜愛。109 至 110 年間，全球受 COVID-19 病毒影響，國內外疫情警戒，也衝擊旅遊市場，國旅活動及來台觀光人次趨勢明顯下滑。111 至 112 年間，爰於疫苗施打普及，疫情解封降階，各地旅遊人次開始回升。今年度(113)，台灣已不受 COVID-19 病毒影響，新北市開始積極推廣室內外觀光活動並於國內外辦理多場旅展宣傳，遊客人次突破 6000 萬達成十年新高（圖一）。

統計今年度(113)前來新北觀光旅遊約 6,168 萬 9,857 人次，相較 112 年 4,805 萬 6,689 人次，增加約計 1,363 萬 3,168 人次。疫後國旅補助及社群跨境行銷並結合當前智慧科技線上線下旅前導覽體驗，將吸引遊客回流新北各景點深度旅遊，進而活化地方產業創生。



圖一、新北市歷年遊客人次分布圖（101 年-113 年）

(資料來源：交通部觀光署行政資訊網)

表一、六都遊客人次

單位:人次

六都遊客人次						
年度	新北市	台北市	桃園市	台中市	台南市	高雄市
108	55,479,180	53,215,793	10,753,269	44,275,984	22,719,900	34,381,372
109	42,201,746	30,260,207	20,035,689	45,804,595	15,146,062	22,766,097
110	28,187,255	22,873,159	23,213,008	49,684,725	9,158,000	14,500,136
111	34,224,629	28,611,024	31,768,211	47,757,972	15,984,366	31,372,044
112	48,056,689	53,370,373	40,466,561	59,337,385	35,922,065	60,773,665
113	61,689,857	61,478,830	48,976,060	66,556,130	56,769,019	67,949,664
109 年增減率	-23.93%	-43.14%	86.32%	3.45%	-33.34%	-33.78%
110 年增減率	-33.21%	-24.41%	15.86%	8.47%	-39.54%	-36.31%
111 年增減率	21.42%	25.09%	36.86%	-3.88%	74.54%	116.36%
112 年增減率	40.42%	86.54%	27.38%	24.25%	124.73%	93.72%
113 年增減率	28.37%	15.19%	21.03%	12.17%	58.03%	11.81%

(資料來源：交通部觀光署行政資訊網)

(二) 113 年新北市前五大觀光遊憩據點

綜理 113 年新北市觀光旅遊據點，排序前五大熱門景點依次為林口三井 Outlet(全年遊客數約 976 萬人次，占總人次 15.83%)、林本源園邸(林家花園)(全年遊客數約 797 萬人次，占總人次 12.93%)、宏匯廣場(全年遊客數約 700 萬人次，占總人次 11.35%)、淡水金色水岸(全年遊客數約 416 萬遊客人次，占總人次 6.76%)及瑞芳風景特定區(全年遊客數約 405 萬遊客人次，占總人次 6.57%)，綜計上開前五大遊憩據點遊客人次已逾全市總人次 5 成以上(表二)。由前五大觀光據點不同旅遊型態，可知本市多元風情、自然景觀及人文地理深受大眾喜愛，如林口三井打造親子同樂設施，宏匯廣場多元休閒娛樂場所，古色古香的林家花園，老街悠遊如淡水金色水岸及九份山城，青山綠水皆是走讀新北好去處，提供不同旅遊需求者前來踏訪。

表二、新北市排序前五名觀光據點 (113 年)

單位:人次

名次	景點名稱	遊客人次	總人次百分比
1	林口三井 Outlet	9,766,306	15.83%
2	林本源園邸(林家花園)	7,977,271	12.93%
3	宏匯廣場	7,000,983	11.35%
4	淡水金色水岸	4,168,590	6.76%
5	瑞芳風景特定區	4,051,406	6.57%
合計		32,964,556	53.44%

(資料來源：交通部觀光署行政資訊網/新北市政府觀光旅遊局彙編)

(三) 從行政區看遊客人次增減

新北市共有 29 個行政區，交通部觀光署核定有案觀光景點分布於 17 個行政區（表三），113 年具觀光景點行政區來客數，人次最多排序前五依次是林口區(約 976 萬人次，占全市 15.83%)、板橋區(約 797 萬人次，占全市 12.93%)、瑞芳區(約 711 萬人次，占全市 11.54%)、新莊區(約 700 萬人次，占全市 11.35%)以及淡水區(約 672 萬人次，占全市 10.90%)。

表三、113 年新北市行政區遊客人次增減情形

單位:人次

行政區	113 遊客人次	占新北遊客人次比率	112 遊客人次	增減人次	增減率
林口區	9,766,306	15.83%	8,423,005	1,343,301	15.95%
八里區	4,992,689	8.09%	5,041,516	-48,827	-0.97%
萬里區	1,804,224	2.92%	1,670,982	133,242	7.97%
淡水區	6,722,496	10.90%	6,812,837	-90,341	-1.33%
瑞芳區	7,117,460	11.54%	6,805,275	312,185	4.59%
烏來區	2,553,325	4.14%	2,369,016	184,309	7.78%
金山區	517,201	0.84%	725,659	-208,458	-28.73%
新店區	2,508,180	4.07%	2,396,674	111,506	4.65%

表三、113 年新北市行政區遊客人次增減情形(續)

單位:人次

行政區	113 遊客人次	占新北遊客人次比率	112 遊客人次	增減人次	增減率
三峽區	2,704,729	4.38%	2,091,894	612,835	29.3%
板橋區	7,977,271	12.93%	168,527	7,808,744	4633.53%
平溪區	4,473,522	7.25%	3,897,296	576,226	14.79%
鶯歌區	1,134,273	1.84%	5,625,055	-4,490,782	-79.84%
坪林區	214,303	0.35%	241,654	-27,351	-11.32%
貢寮區	1,015,820	1.65%	585,054	430,766	73.63%
石門區	777,359	1.26%	786,960	-9,601	-1.22%
三芝區	409,716	0.66%	415,285	-5,569	-1.34%
新莊區	7,000,983	11.35%	-	7,000,983	--

(資料來源：交通部觀光署行政資訊網/新北市政府觀光旅遊局彙編)

(四) 從觀光區域看遊客人次增減

以新北市觀光景點串連熱門旅遊路線劃分為不同觀光區域(表四)。113 年各觀光區域遊客人次，來訪人次最多排序前五者依次為：淡八(全年來客數約計 1,171 萬人次)、林口三井(全年來客數約計 976 萬人次)、林本源園邸(全年來訪客約計 797 萬人次)、宏匯廣場(全年客數約計 700 萬人次)及水金九地區(全年來客數約計 568 萬人次)；其中成長幅度最大觀光區為林本源園邸，113 年較前年度(112)增加約 780 萬人次，另外今年度(113)新增據點「宏匯廣場」亦有逾 700 萬人次遊玩。整體來看，113 年各觀光區較前年度(112)遊客人次普遍皆增加，顯示 COVID-19 病毒疫情消失後，民眾開始走入觀光景點進行各項遊憩體驗，尤以新北百年歷史古蹟及臨海山城小鎮遊客人次成長情形最為顯著。

表四、113 年新北市觀光區遊客人次增減情形

單位:人次

觀光區域	113 遊客人次	占新北遊客人次比率	112 遊客人次	增減人次	增減率
林口三井	9,766,306	15.83%	8,423,005	1,343,301	15.95%
林本源園邸 (林家花園)	7,977,271	12.93%	168,527	7,808,744	4633.53%
北海岸	3,508,500	5.69%	3,598,886	-90,386	-2.51%

表四、113 年新北市觀光區遊客人次增減情形(續)

單位:人次

觀光區域	113 遊客人次	占新北遊客人次比率	112 遊客人次	增減人次	增減率
新烏	5,061,505	8.2%	4,765,690	295,815	6.21%
宏匯廣場	7,000,983	11.35%	-	7,000,983	--
淡八	11,715,185	18.99%	11,854,353	-139,168	-1.17%
深石坪	214,303	0.35%	241,654	-27,351	-11.32%
水金九	5,683,446	9.21%	5,457,406	226,040	4.14%
猴硐	1,195,673	1.94%	1,085,865	109,808	10.11%
三鶯	3,839,002	6.22%	7,716,949	-3,877,947	-50.25%
十分	4,473,522	7.25%	3,897,296	576,226	14.79%
東北角	1,254,161	2.03%	847,058	407,103	48.06%

(資料來源：交通部觀光署行政資訊網/新北市政府觀光旅遊局彙編)

(五) 從景點性質看遊客人次增減

按交通部觀光署景點性質分類，113 年各類型景點遊客人次增減情形如下(表五)。查 113 年各類型景點，含國家級風景特定區、直轄市及縣(市)級風景特定區、森林遊樂區、博物館、宗教場所、購物中心、古蹟及歷史建物及其他等地，其中宗教場所提升最為顯著，顯見民眾開始關心人文底蘊及地方民俗。

表五、113 年新北市各類型景點遊客人次增減情形

單位:人次

性質分類	113 遊客人次	112 遊客人次	增減人次	增減率
國家級風景特定區	5,875,151	5,476,522	398,629	7.28%
直轄市及縣(市)級風景特定區	8,817,357	8,359,933	457,424	5.47%
森林遊樂區	351,962	413,595	-61,633	-14.90%
博物館	11,101,610	7,323,720	3,777,890	51.58%
宗教場所	815,865	165,546	650,319	392.83%
購物中心	16,767,289	8,423,005	8,344,284	99.07%
古蹟及歷史建物	2,348,129	2,767,724	-419,595	-15.16%

表五、113 年新北市各類型景點遊客人次增減情形(續)

單位:人次

性質分類	113 遊客人次	112 遊客人次	增減人次	增減率
其他	15,612,594	15,126,644	485,950	3.21%

(資料來源：交通部觀光署行政資訊網/新北市政府觀光旅遊局彙編)

(六) 從月份看遊客人次增減

113 年新北市各月份遊客人次情形如下表(表六)。查察 113 年已無 COVID-19 病毒疫情，旅客皆紛紛戶外出遊，故遊客人次呈現均上升。113 年 2 月，適逢春節各景點訪客逐漸增多，特別 5 至 8 月逢暑期旅遊熱潮加上國旅活動行銷推廣，遊客人次合計較上年度(112)增加逾 300 萬人次；11 月遊客增加幅度更是達到新高，新北市政府開辦為期 2 個月的歡樂耶誕城，並與林本源園邸連動舉辦「魔幻光影嬉遊林園」帶動板橋地區觀光旅遊熱潮，讓兼容並蓄的活動吸引遊客一同與新北市共襄盛舉，11 至 12 月份合計較上年度(112)增加逾 1,105 萬人次，遊客人次顯著上升。

表六、113 年新北市每月遊客人次增減情形

單位:人次

月份	1	2	3	4	5	6
113 年遊客人次	3,673,666	5,267,660	4,206,413	4,418,548	4,152,211	4,571,186
112 年遊客人次	4,056,374	3,532,128	3,481,130	4,020,639	3,498,408	3,754,297
增減數	-382,708	1,735,532	725,283	397,909	653,803	816,889
增減率	-9.43%	49.14%	20.83%	9.90%	18.69%	21.76%
月份	7	8	9	10	11	12
113 年遊客人次	4,743,534	4,750,018	3,989,912	4,164,061	7,173,979	10,578,669
112 年遊客人次	4,390,462	3,477,416	3,283,065	7,861,104	3,406,375	3,295,291
增減數	353,072	1,272,602	706,847	-3,697,043	3,767,604	7,283,378
增減率	8.04%	36.60%	21.53%	-47.03%	110.60%	221.02%

(資料來源：交通部觀光署行政資訊網/新北市政府觀光旅遊局彙編)

三、結語

從新北市前五大觀光遊憩據點及景點遊客人次成長可得知，遊客聚集於本市購物中心、博物館、風景特定區及其他各類多元景點，其中不論是日常生活購物、百

年歷史底層蘊涵、山明水秀的風景特定區，多樣特色景點吸引國內外旅人背上行囊走訪體驗。另外 113 年因清水祖師廟於農曆新年舉辦神豬祭典，吸引遊客共同參與台灣宗教廟宇文化，宗教場所遊客成長率逾 390%，顯見新北市宗教場所吸引民眾深度體驗地方民俗。

四、備註

- 國家級風景特定區：鼻頭龍洞遊憩區、鹽寮福隆遊憩區、野柳地質公園、白沙灣、翡翠灣濱海遊憩區、觀音山、野柳海洋世界、金山遊憩區、三芝遊憩區。
- 直轄市及縣(市)級風景特定區：烏來風景特定區、碧潭風景特定區、瑞芳風景特定區。
- 森林遊樂區：滿月圓國家森林遊樂區、內洞國家森林遊樂區。
- 博物館：新北市坪林茶業博物館、新北市立鶯歌陶瓷博物館、新北市立十三行博物館、新北市黃金博物園區、新北市客家文化園區、朱銘美術館、林本源園邸(林家花園)、三峽歷史文物館。
- 宗教場所：法鼓山世界佛教教育園區、清水祖師廟。
- 古蹟及歷史建物：淡水紅毛城、滬尾砲台、前清淡水關稅務司官邸(小白宮)、三峽老街、鶯歌老街。
- 購物中心：林口三井 Outlet、宏匯廣場。
- 其他：十分瀑布、十分旅遊服務中心、淡水漁人碼頭、水湳洞遊客中心、雲仙樂園、大板根森林溫泉酒店、八里左岸公園、淡水金色水岸、猴硐煤礦博物園區。

113 年新北市觀光旅遊網推廣與數據分析

新北市政府觀光旅遊局

前言

新北市擁有多樣的地貌、豐富的特色文化，吸引了無數國內外旅客造訪，人們對於觀光資訊的取得已愈來愈依賴網際網路，擁有一個能提供民眾正確資訊的觀光網站是非常重要的。新北市觀光旅遊網整合了新北市各面向的旅遊資源，兼顧點（景點、美食、住宿、購物）、線（主題遊程、規劃遊程）、面（專欄特輯、旅遊目的）與品牌推廣（淡蘭古道、青春山海線、微笑山線）等面向，並提供最新活動資訊及年度各季展演活動，提供民眾最豐富即時且正確的觀光資訊。

新北市觀光旅遊網以「智慧化+平台化+國際化」為三大核心，以遊客導向作為出發點，提供即時、適切、友善的旅遊三導(導遊、導覽、導購)服務，串連新北觀光資源營造差異化特色，提供智慧且便捷的旅遊服務，整合第三方平台資訊(天氣、交通、評價、服務時間等)，建立結構化資料庫，分析使用者行為，運用觀光數據結合智慧演算，作為觀光決策及業者引客之利器。

本分析報告將剖析於 113 年 1 月 1 日至 113 年 12 月 31 日間「新北市觀光旅遊網」之各項大數據，並與前一年度做對比，分析使用者的特性與網站推廣的成效。

一、使用者分析

自 113 年 1 月 1 日至 113 年 12 月 31 日止之數據，新北市觀光旅遊網的使用者共 2,739,247 位，工作階段 3,812,196 次(工作階段指一個訪客在網站內所產生的一組互動，亦即所謂的「造訪次數」)，瀏覽量 5,982,456 頁，全年度有接近 600 萬頁的瀏覽量。

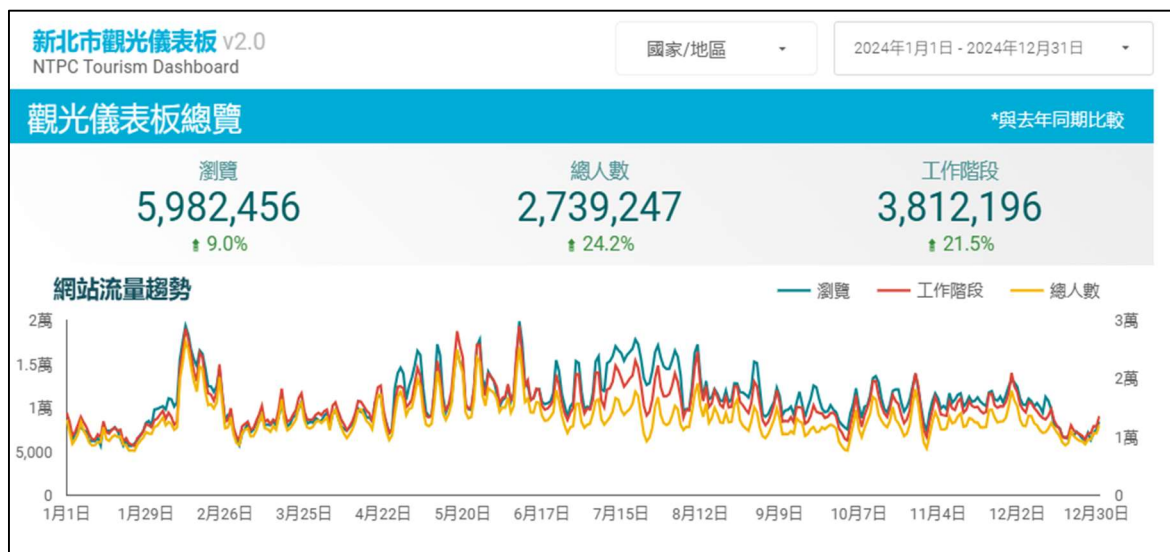


圖 1 新北市觀光旅遊網流量趨勢

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(一)性別與年齡

新北市觀光旅遊網使用者女性占比 60.61%、男性占比 39.39%、年齡層則是以 45-54 歲(占比 29.99%)為主，其次為 55-64 歲(占比 27.19%)，第三為 35-44 歲(占比 14.81%)，第四為 25-34 歲(占比 12.04%)。由以上數據可得知，新北市觀光旅遊網的女性使用者約為男性使用者的 1.5 倍，以年齡來看，45-64 歲是觀旅網最主要的使用者，達 57.18%，相較於 112 年 45-64 歲的 37.67%上升 19.51%。

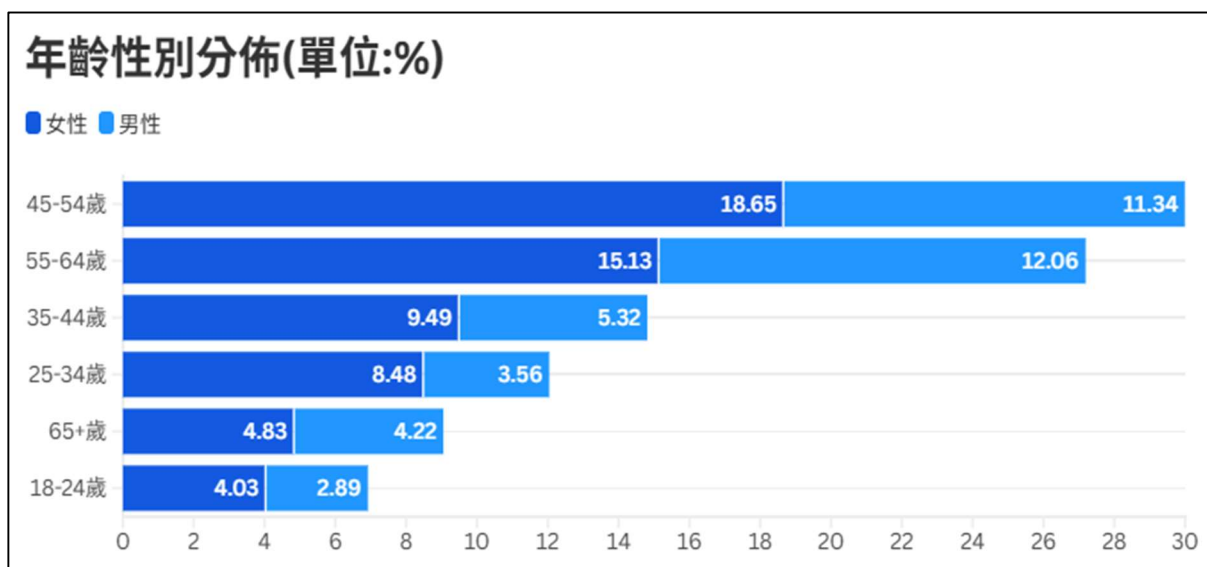


圖 2 新北市觀光旅遊網使用者年齡性別分布

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(二)使用者習慣

使用者瀏覽新北市觀光旅遊網所使用的裝置比例為：手機 70.71%、電腦 28.01%、平板電腦 1.28%，使用手機瀏覽仍為最大宗。最常瀏覽的頁面前 10 名則是「新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 23.9 萬)、「2024 碧潭水舞|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 17.2 萬)、「景點快搜|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 17.2 萬)、「九份老街|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 13.2 萬)、「淡蘭古道-北台灣百年步道|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 9.2 萬)、「2024 新北歡樂耶誕城|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 8.9 萬)、「野柳地質公園|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 7.9 萬)、「烘爐地南山福德宮|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 7.3 萬)、「三貂嶺生態友善隧道|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 7.2 萬)、「精選遊程|新北市觀光旅遊網」(瀏覽量 7.1 萬)。

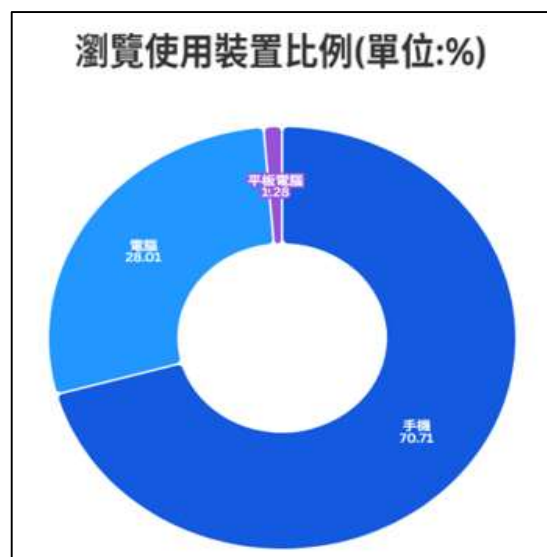


圖 3 新北市觀光旅遊網瀏覽使用裝置比例

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

表 1 新北市觀光旅遊網瀏覽趨勢總排名前 10 名

瀏覽趨勢總排名		
	熱門關注項目	瀏覽
1.	新北市觀光旅遊網	23.9萬
2.	2024碧潭水舞 新北市觀光旅遊網	17.2萬
3.	景點快搜 新北市觀光旅遊網	17.2萬
4.	九份老街 新北市觀光旅遊網	13.2萬
5.	淡蘭古道-北台灣百年步道 新北市觀光旅遊局	9.2萬
6.	2024新北歡樂耶誕城 新北市觀光旅遊網	8.9萬
7.	野柳地質公園 新北市觀光旅遊網	7.9萬
8.	烘爐地南山福德宮 新北市觀光旅遊網	7.3萬
9.	三貂嶺生態友善隧道 新北市觀光旅遊網	7.2萬
10.	精選遊程 新北市觀光旅遊網	7.1萬

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(三)網站分析

以瀏覽器而言，使用者所使用的瀏覽器以 Chrome（占比 54.77%）居冠，接續為 Safari（占比 33.78%）、Edge（占比 3.89%）、Safari（in-app）（占比 3.31%）、Samsung Internet（占比 3.23%）、其他（占比 1.02%）。

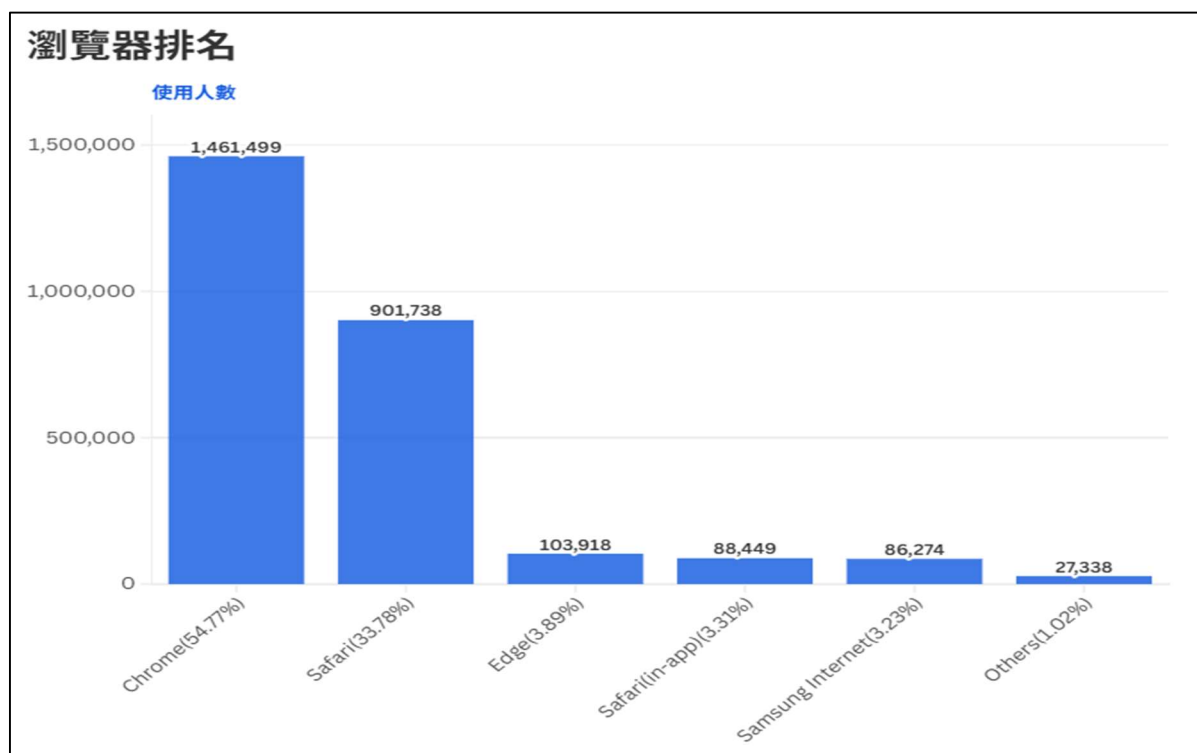


圖 4 新北市觀光旅遊網瀏覽使用瀏覽器比例

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

以作業系統而言，使用者所使用的作業系統為 iOS(占比 40.88%)居冠，接續為 Android (占比 32.12%)、Windows(占比 22.04%)、Macintosh (占比 4.00%)、Linux(占比 0.67%)、其他(占比 0.29%)。

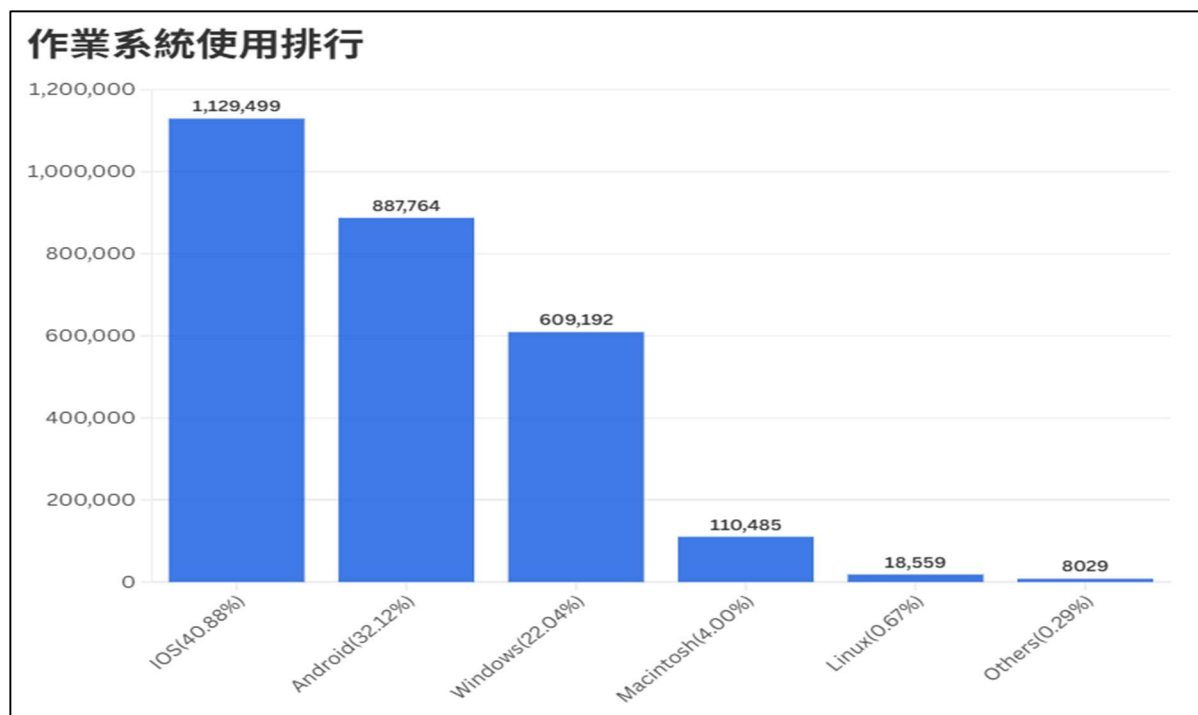


圖 5 新北市觀光旅遊網瀏覽使用行動裝置系統比例

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

在語言方面，繁體中文仍是使用率最高(占比 84.66%)、接續為英文(占比 11.33%)、日文(占比 2.51%)、韓文(占比 0.75%)、德文(占比 0.16%)、其他(占比 0.59%)。

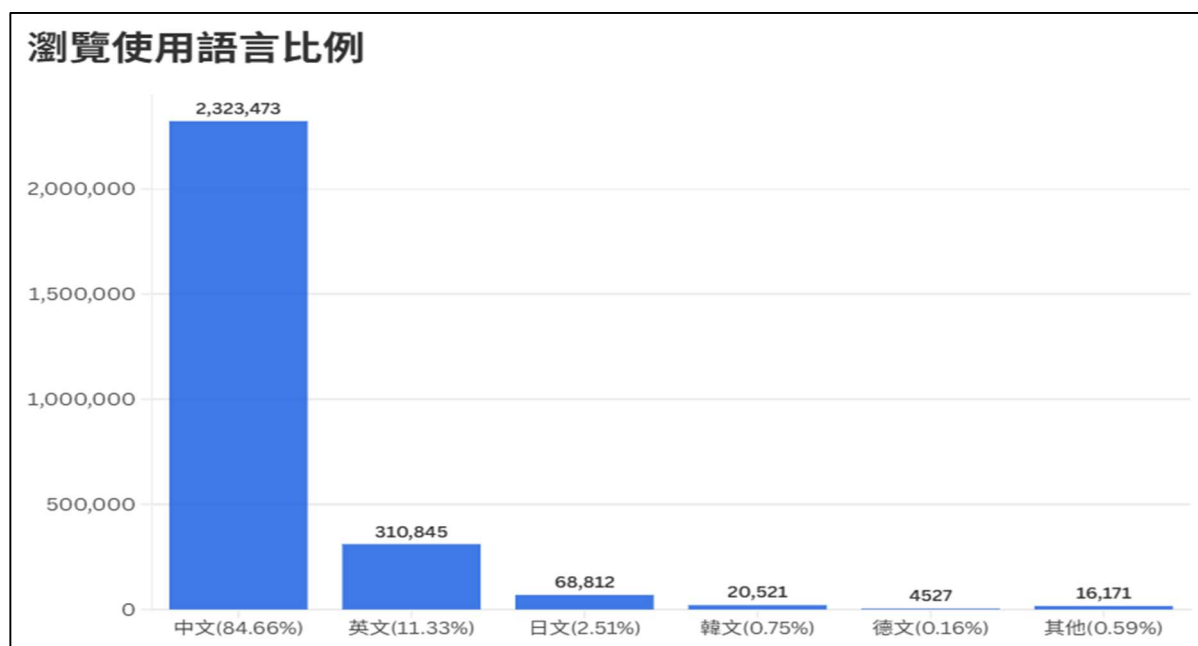


圖 6 新北市觀光旅遊網瀏覽使用語言比例

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

以地區來看，臺灣使用者佔 87.43%、香港 2.82%、日本 2.68%、新加坡 2.04%、美國 1.40%、其他地區 3.63%，顯示多數使用者來源仍然為臺灣本地使用者。

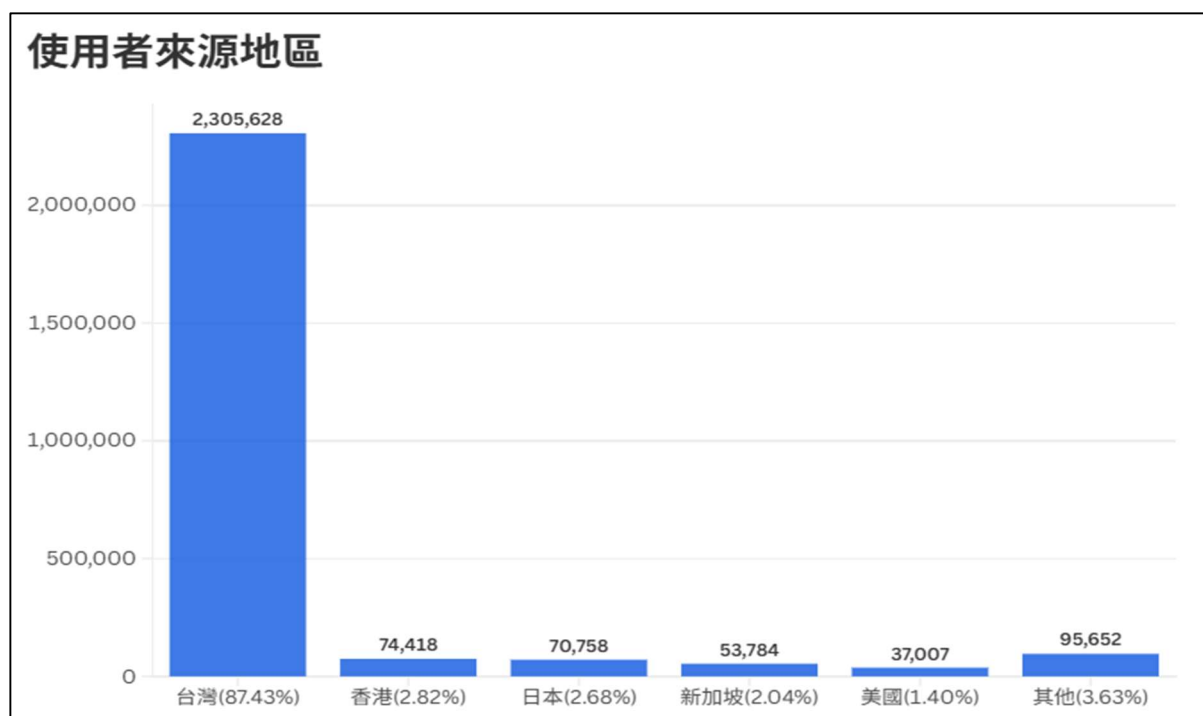


圖 7 新北市觀光旅遊網使用者來源國比例

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

流量導入管道方面，由高而低分別為：隨機搜尋流量（佔比 83.38%）、直接流量（佔比 12.92%）、推薦連結流量（佔比 2.42%）、社群流量（佔比 0.74%）、其他（佔比 0.54%）。

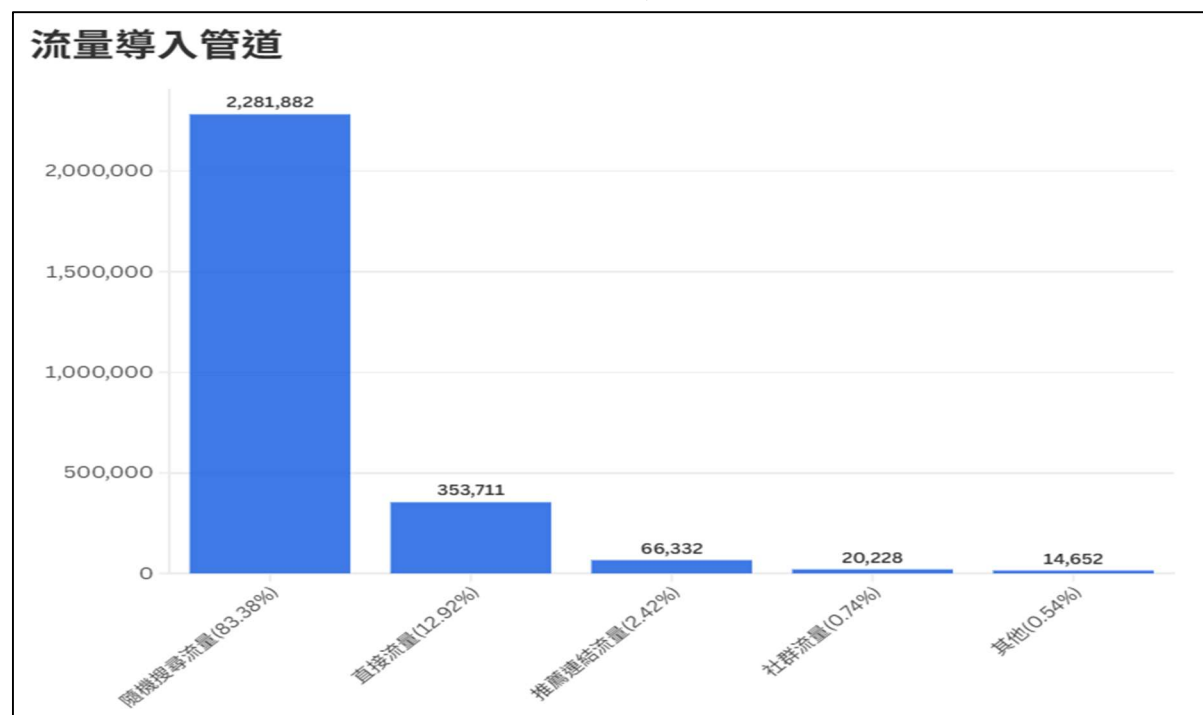


圖 8 新北市觀光旅遊網流量類型比例

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

二、使用者來源

本章節將以全球城市、境外國家與地區等方式探究本市觀光旅遊網最主要的使用者來自何處及各區域使用者的比例進行進一步分析。

(一)全球都市

在全球使用者使用新北市觀光旅遊網的排序中，排名依序為台北市（占比 40.33%）、新北市（占比 26.47%）、台中市（占比 7.75%）、桃園市（占比 6.96%）、高雄市（占比 6.87%）、新竹市（占比 3.34%）、基隆市（占比 3.09%）、彰化縣（占比 2.80%）、東京都（占比 1.26%）、其他（占比 1.13%）。

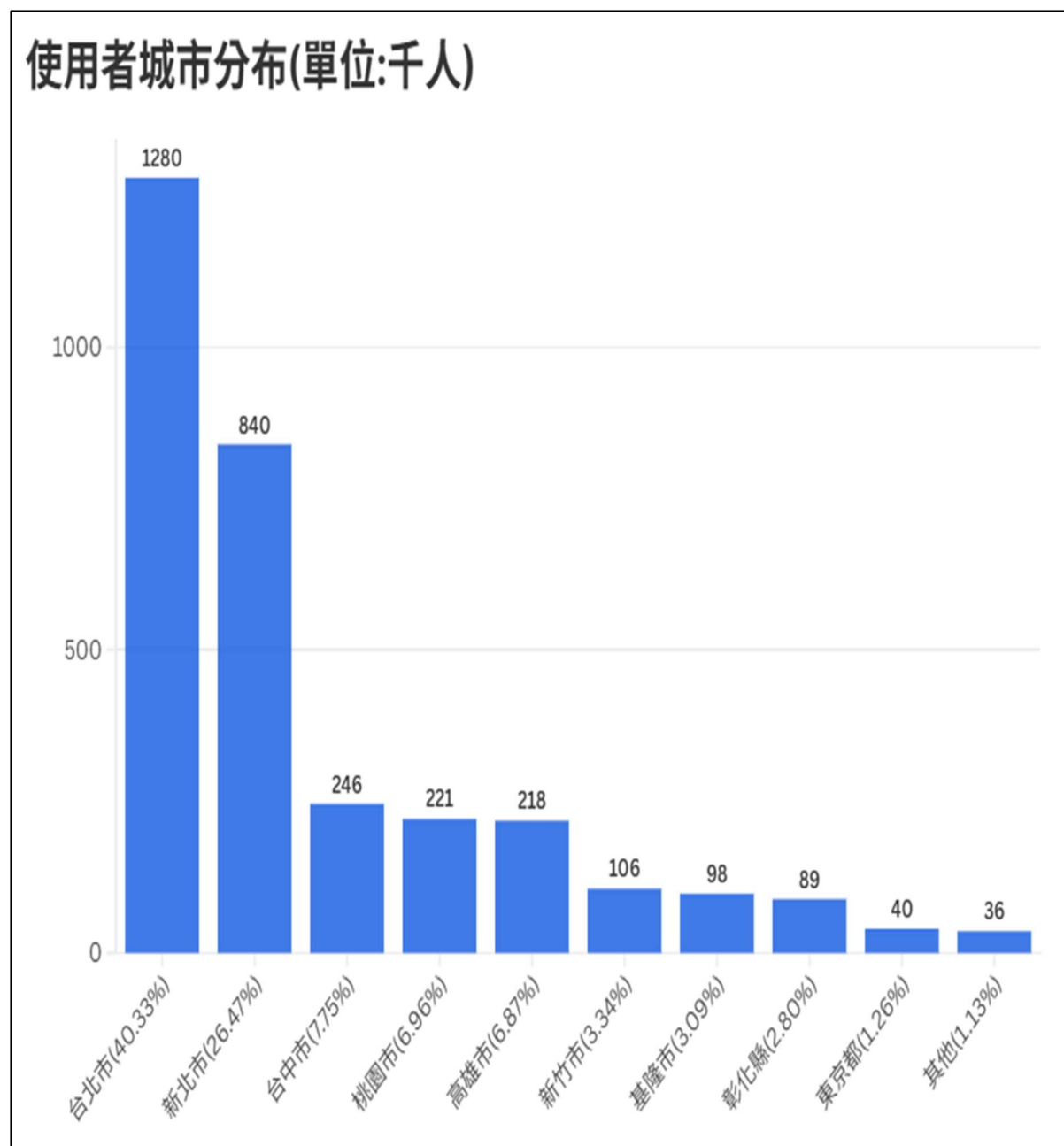


圖 9 新北市觀光旅遊網使用者居住地分布

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(二)境外國家與地區

境外國家與地區使用者主要來自於香港、日本、新加坡，合計達 63.92%。依比例由高至低排名依序為：香港(占比 29.31%)、日本(占比 20.29%)、新加坡(占比 14.32%)、美國(占比 9.35%)、馬來西亞(占比 6.17%)、南韓(占比 5.33%)、菲律賓(占比 4.71%)、中國(占比 4.62%)、泰國(占比 2.61%)、其他(占比 3.29%)。

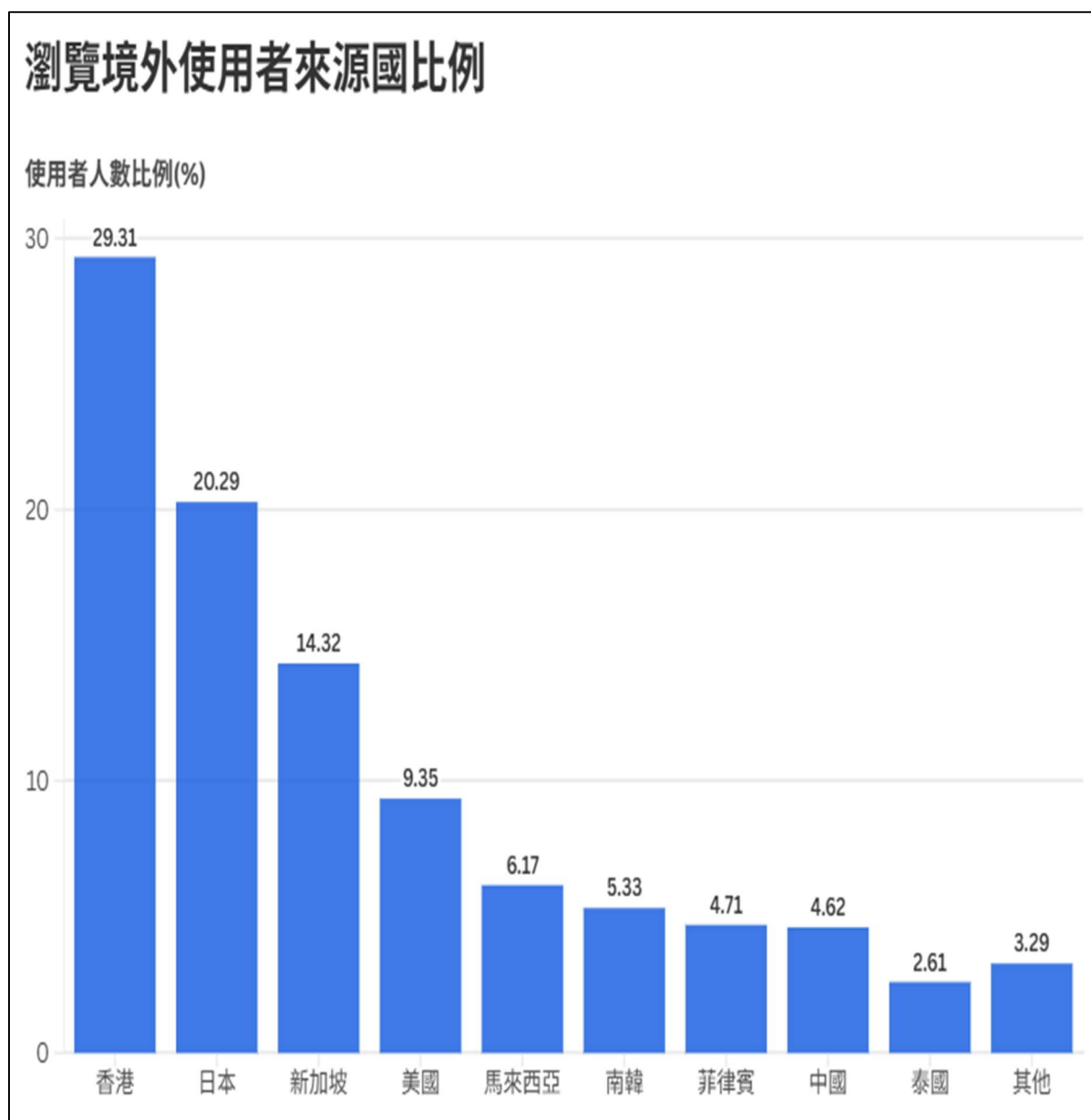


圖 10 新北市觀光旅遊網瀏覽境外使用者來源國比例

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

三、熱門內容

本章節將以熱門瀏覽頁面、熱門關注新聞、熱門關注活動、熱門關注景點等四個面向一探新北市觀光旅遊網上最受歡迎的內容。

(一)熱門瀏覽頁面

在 113 年熱門瀏覽頁面中，2024 碧潭水舞及景點快搜頁面皆以 3.00% 的占比居冠，其次接續為九份老街頁面(占比 2.30%)、淡蘭古道-北台灣百年步道(占比 1.60%)、2024 新北歡樂耶誕城(占比 1.55%)、野柳地質公園(占比 1.38%)、烘爐地南山福德宮(占比 1.27%)、三貂嶺生態友善隧道(占比 1.26%)、精選遊程(占比 1.24%)、其他(占比 83.40%)。

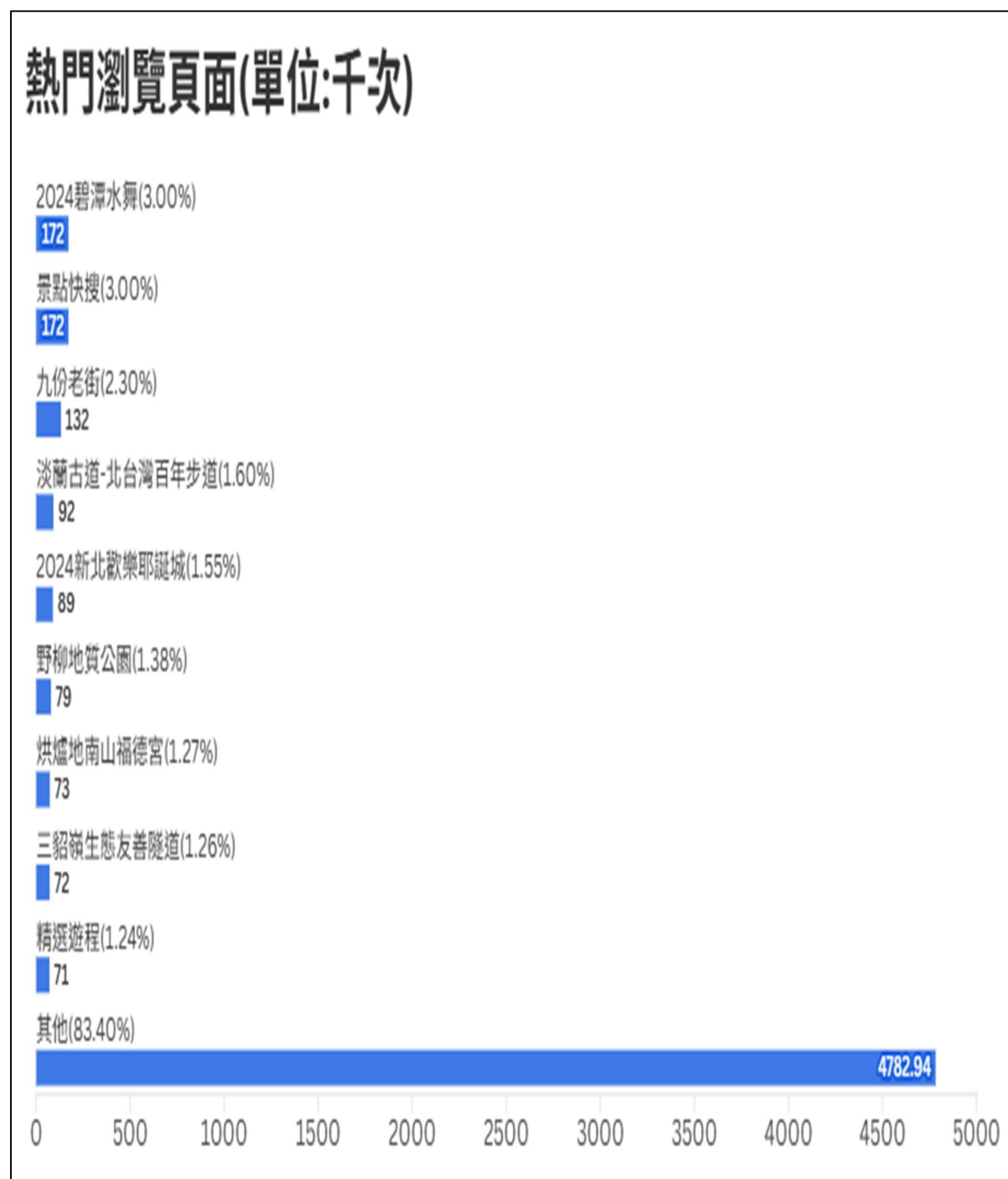


圖 11 新北市觀光旅遊網熱門瀏覽頁面

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(二)熱門關注新聞

在新北市觀光旅遊網中最受關注的新聞訊息為「探索新北螢光之美 賞螢地圖體驗生態」，瀏覽量達 2 萬 1,373 次，第二名為「2024 Christmasland in New Taipei City」，瀏覽量達 1 萬 3,106 次，第三名為「水舞空舞綻放碧潭 雙北煙花接力閃耀夜空」，瀏覽量達 6,717 次。

熱門關注新聞如下：

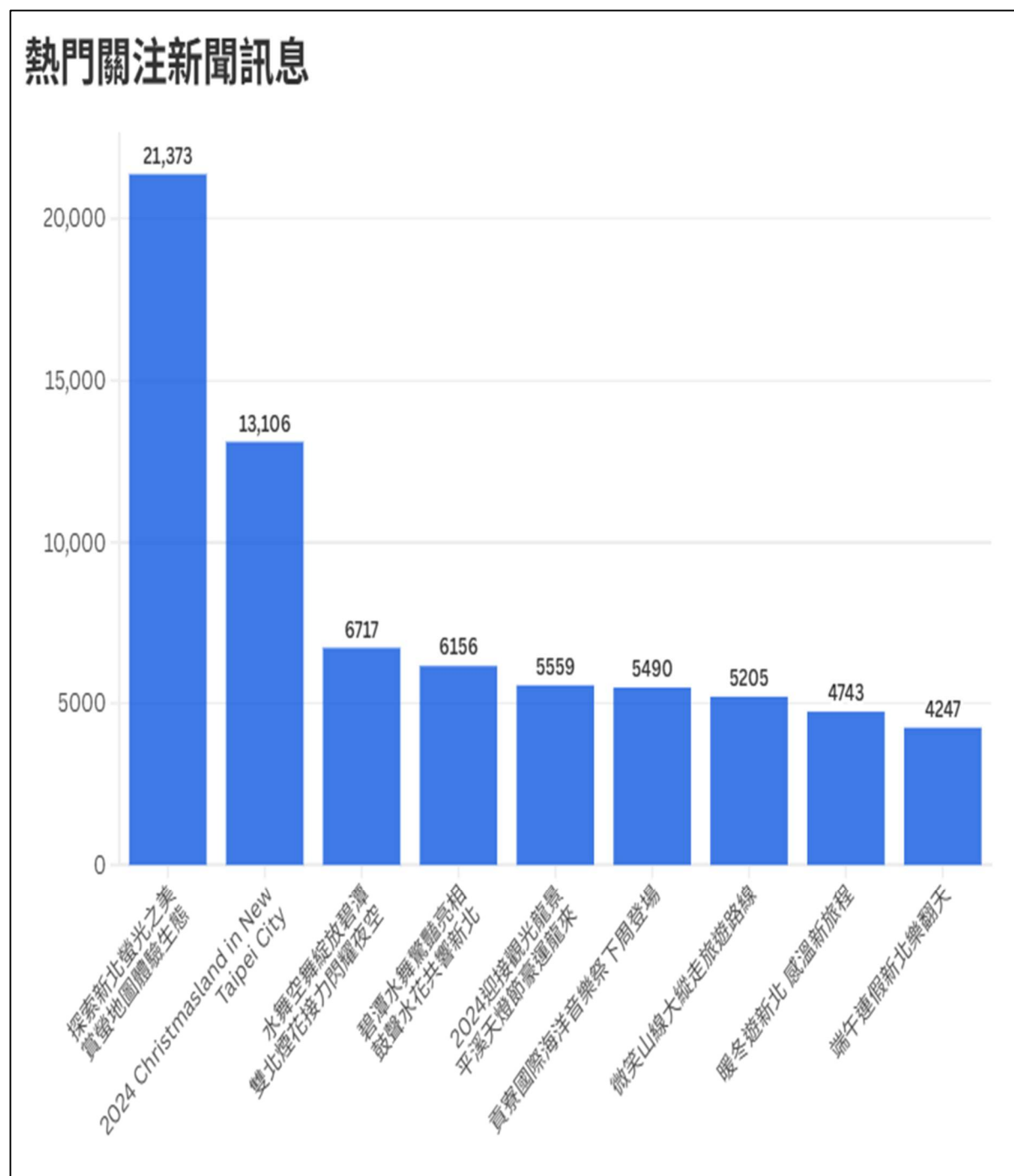


圖 12 新北市觀光旅遊網熱門關注新聞訊息

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(三)熱門關注活動

在新北市觀光旅遊網中，最熱門關注活動為「2024 碧潭水舞」，瀏覽量達 17 萬 2 千次，第二名為「2024 新北歡樂耶誕城」，瀏覽量達 8 萬 9 千次，第三名為「2024 淡水漁人碼頭仲夏繽紛樂活動」，瀏覽量達 3 萬 9 千次。

前 10 大熱門關注活動如下：

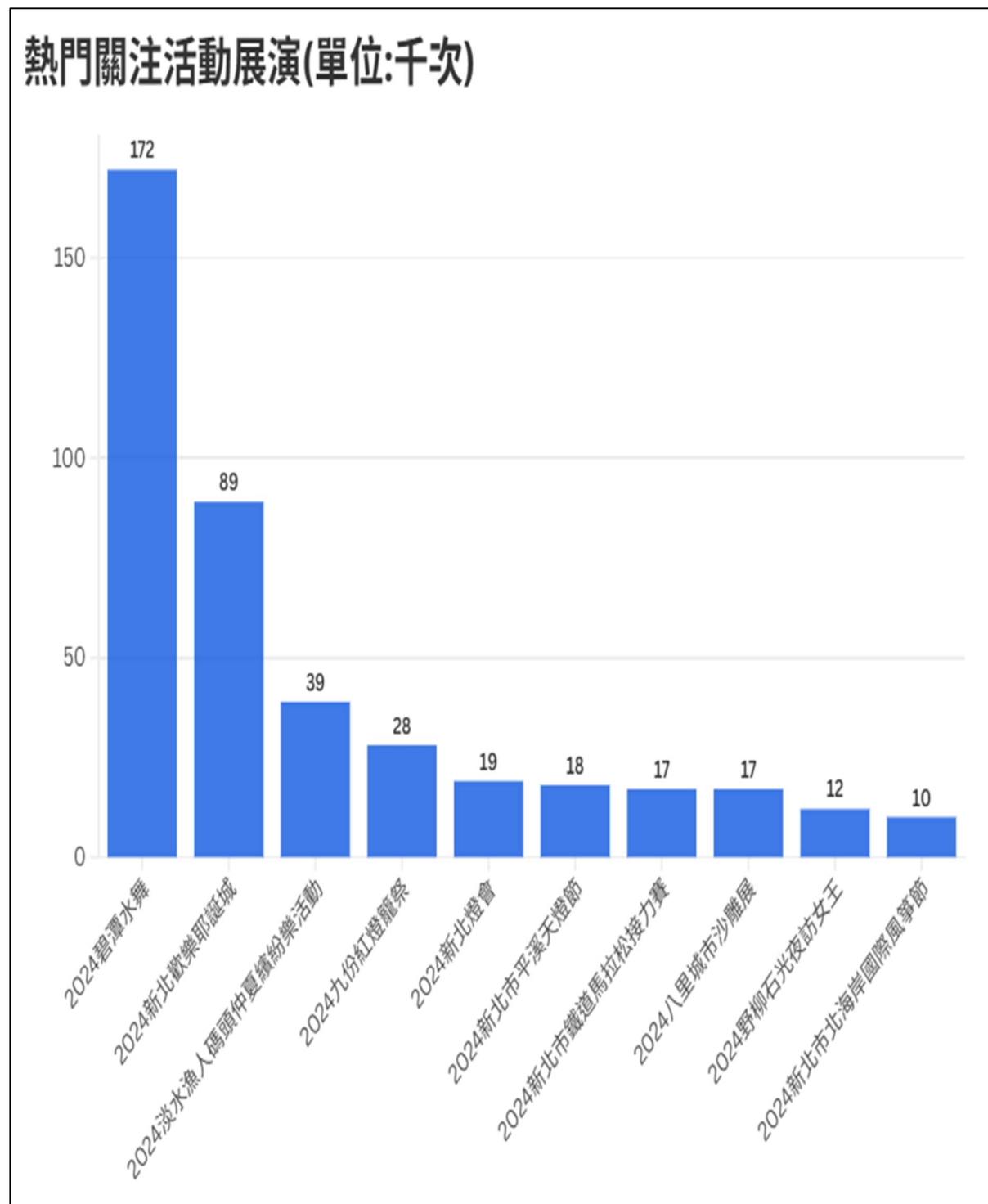


圖 13 新北市觀光旅遊網熱門關注活動

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(四)熱門關注景點

在熱門景點中，九份老街以 13 萬 1,606 次的瀏覽量奪冠，其次接續為野柳地質公園，瀏覽量達 7 萬 8,761 次、烘爐地南山福德宮，瀏覽量達 7 萬 2,603 次、三貂嶺生態友善隧道，瀏覽量達 7 萬 1,751 次、老梅石槽，瀏覽量達 6 萬 6,200 次。

前 10 大熱門關注景點如下：

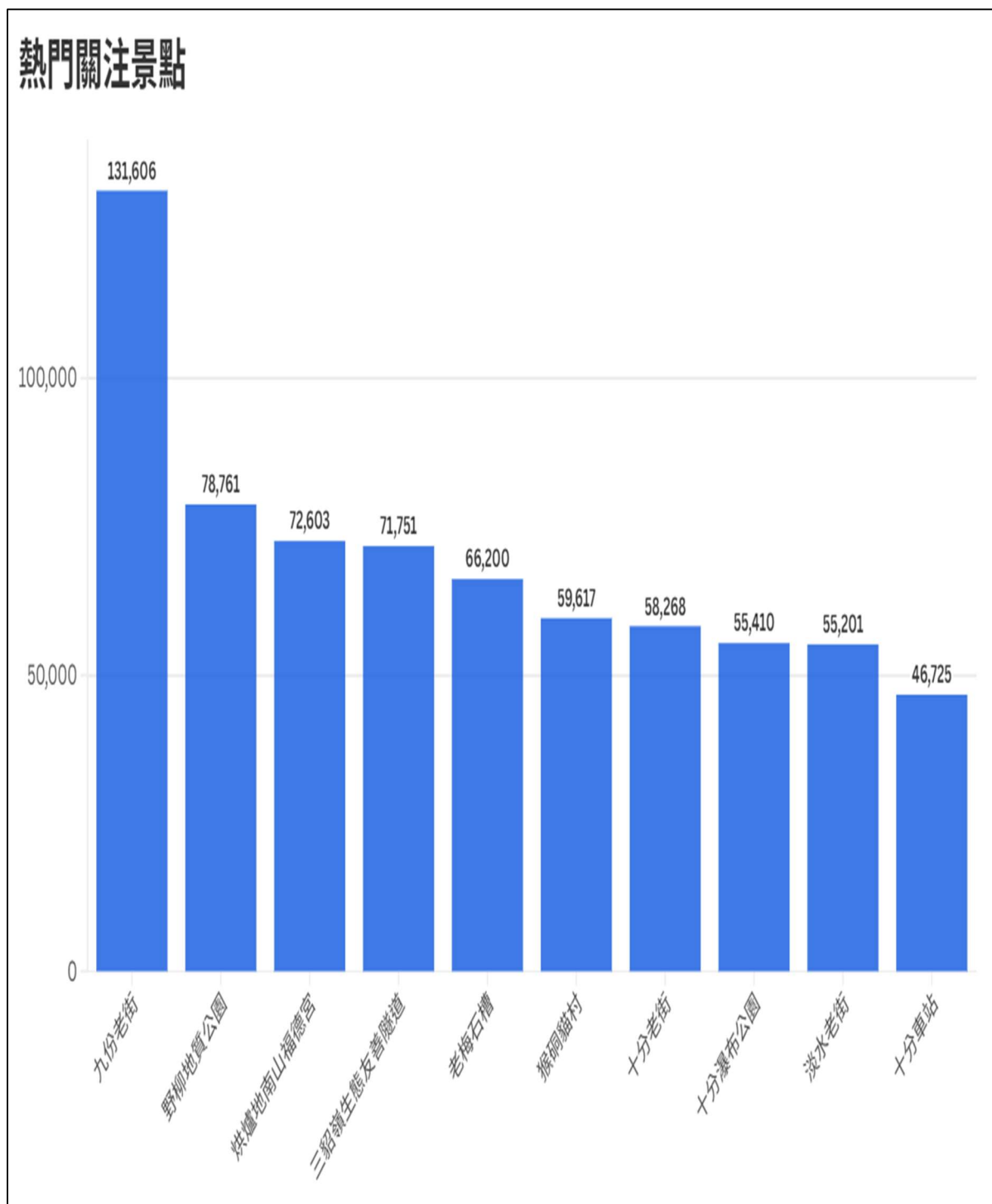


圖 14 新北市觀光旅遊網熱門關注景點

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(五) 熱門關注最新消息

在新北市觀光旅遊網中，熱門關注最新消息以「探索新北螢光之美 賞螢地圖體驗生態」最熱門，瀏覽量達 2 萬 1,373 次，其次接續為「2024 Christmasland in New Taipei City」，瀏覽量達 1 萬 3,106 次，「水舞空舞綻放碧潭 雙北煙花接力閃耀夜空」，瀏覽量達 6,717 次，「碧潭水舞驚艷亮相 鼓聲水花共響新北」，瀏覽量達 6,156 次，「2024 迎接觀光龍景 平溪天燈節豪運龍來」，瀏覽量達 5,559 次。

熱門關注最新消息如下：

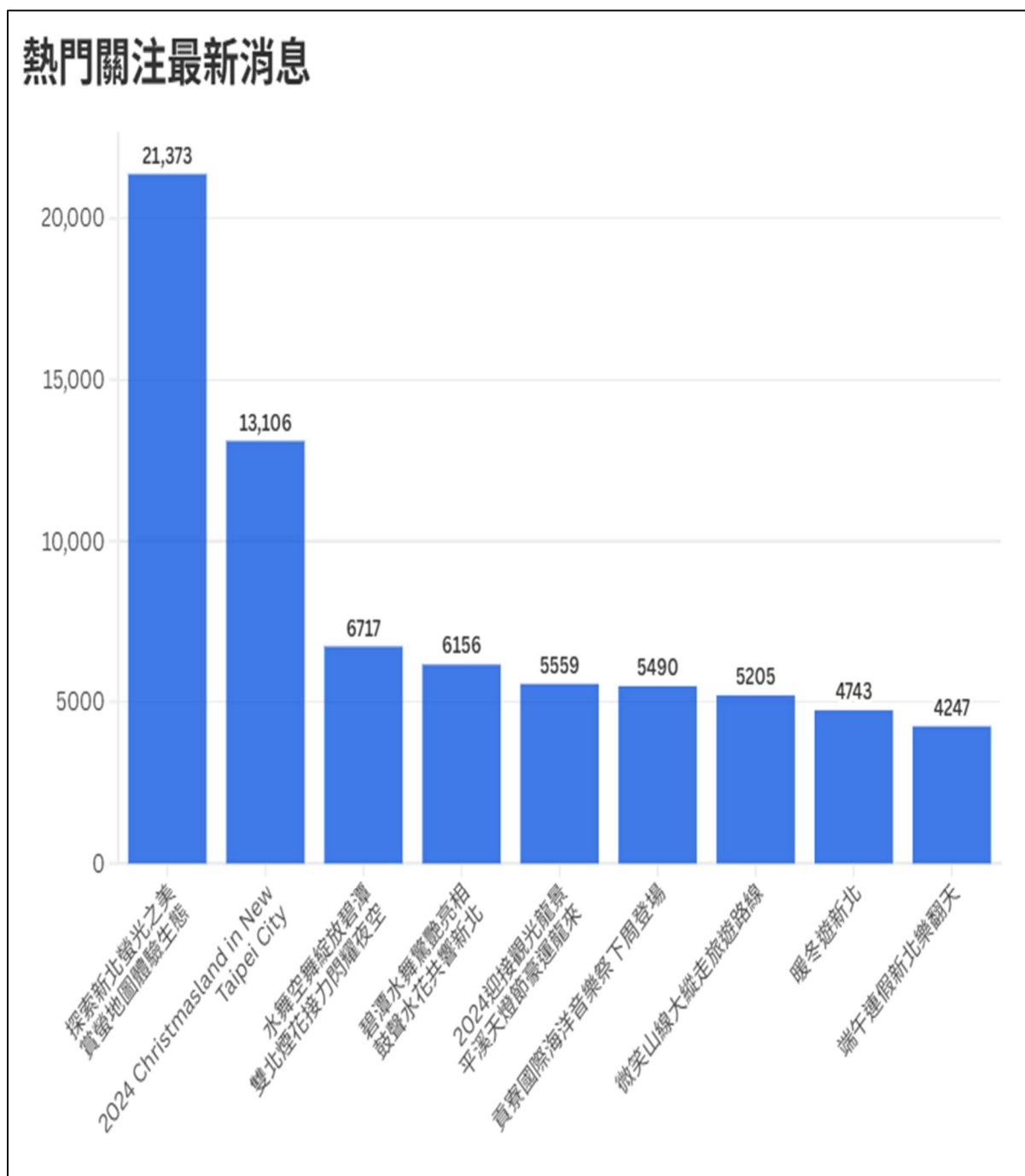


圖 15 新北市觀光旅遊網熱門關注最新消息

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

（六）熱門搜尋引擎查詢分析

新北市觀光旅遊網在 113 年 1 月 1 日至 113 年 12 月 31 日中，於 Google 搜尋引擎曝光次數達 6,269 萬 378 次，點擊次數達 239 萬 7,568 次，平均點閱率為 3.82%，平均關鍵字搜尋顯示排名為 8.5 名。其中，點閱率的計算方式為(點擊次數/曝光次數)*100%。

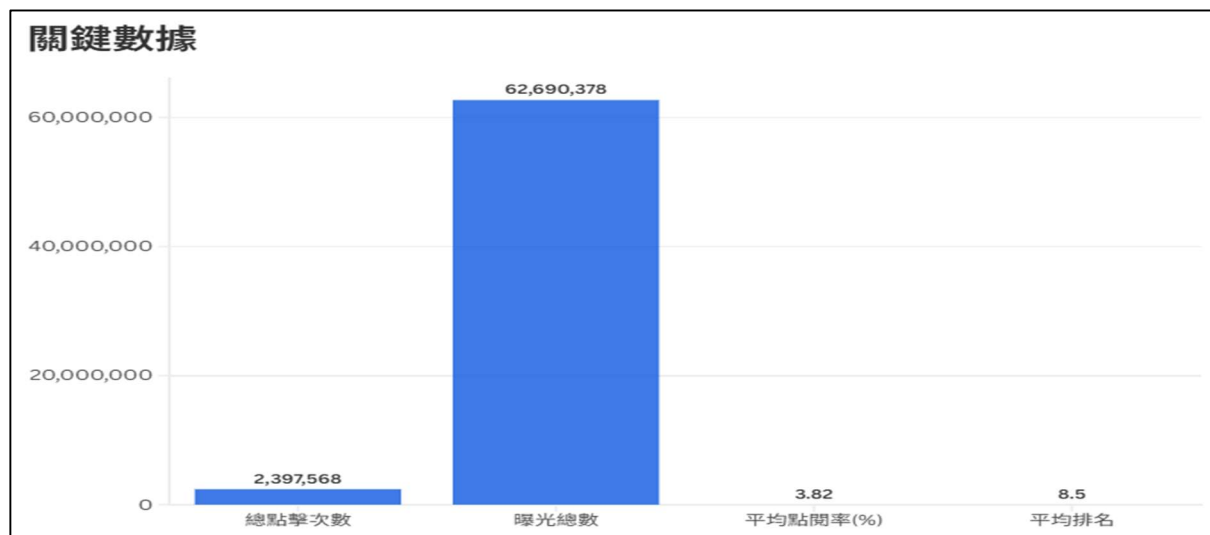


圖 16 新北市觀光旅遊網 Google 搜尋引擎觸及情形

資料來源：新北市政府觀光旅遊局

經統計在 113 年中，使用者透過「關鍵字」進入新北市觀光旅遊網前十名依序為：碧潭水舞(點擊數 4 萬 1,262 次)、九份老街(點擊數 3 萬 8,054 次)、烘爐地(點擊數 3 萬 430 次)、新北耶誕城(點擊數 2 萬 7,497)、烏來老街(點擊數 1 萬 8,213 次)、淡水老街(點擊數 1 萬 7,859 次)、十分瀑布(點擊數 1 萬 7,352 次)、老梅綠石槽(點擊數 1 萬 5,562 次)、碧潭(點擊數 1 萬 3,947 次)、淡蘭古道(點擊數 1 萬 3,813 次)。

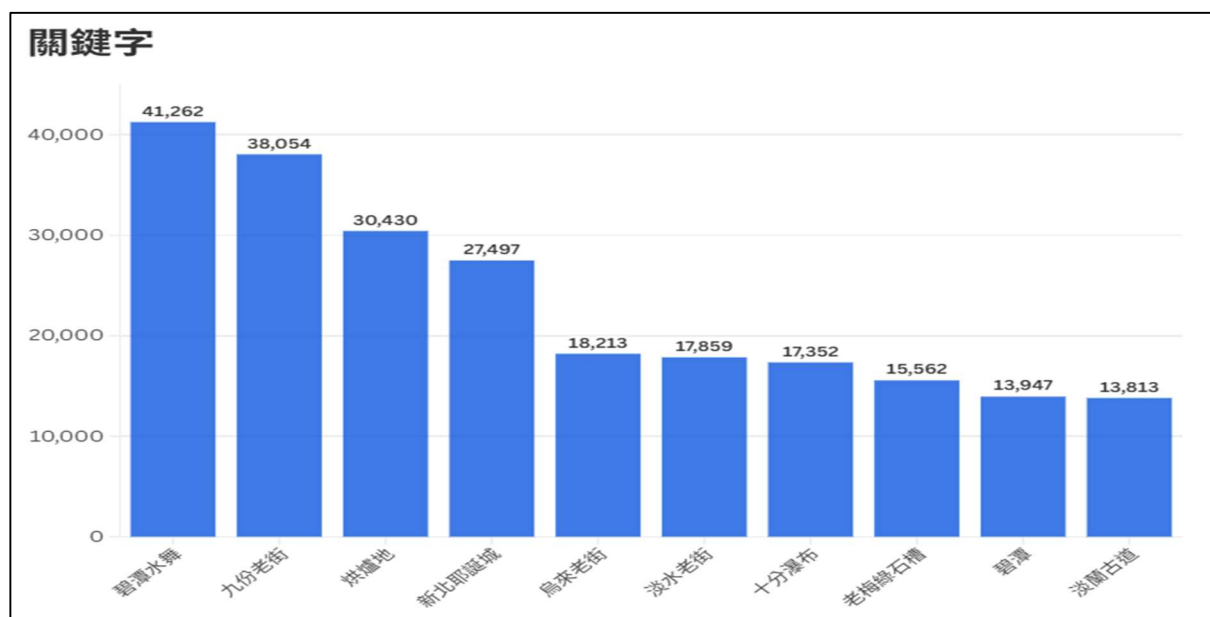


圖 17 新北市觀光旅遊網 Google 搜尋引擎關鍵字點擊數排名

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

113 年度新北市觀光旅遊網各月份於搜尋引擎曝光次數點擊數分佈圖如下，點擊數分別於 2 月、6 月、12 月來到高峰，判斷或許與本局於該時間區段辦理的知名活動平溪天燈節、碧潭水舞及新北歡樂耶誕城有關聯：

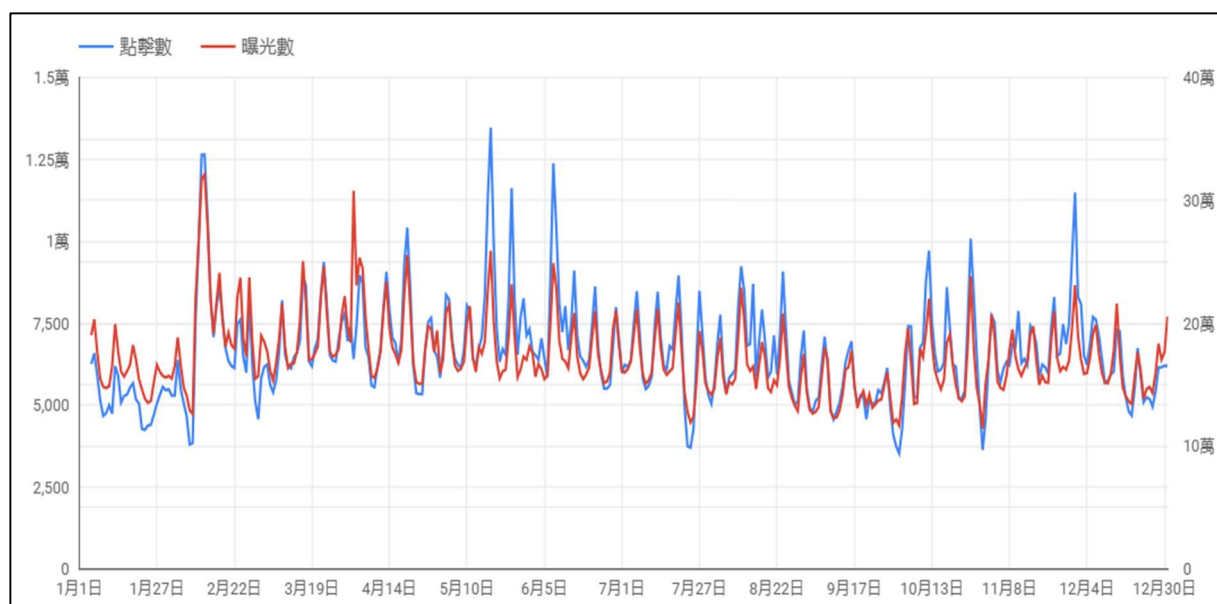


圖 18 新北市觀光旅遊網搜尋引擎曝光次數點擊數

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

四、與前年度之比較

本章節將會將 113 年度之各項數據與前一年度之數據做比較，並進行分析。

(一)瀏覽量

對比新北市觀光旅遊網前一年(112 年 1 月 1 日至 112 年 12 月 31 日止)之數據：

113 年 1 月 1 日至 113 年 12 月 31 日總瀏覽頁數為 5,982,456 頁，與前一年(112 年 1 月 1 日至 112 年 12 月 31 日止)相比減少 67 萬 5,129 次瀏覽量，有些許的下降。

(二)熱門景點

相較於 112 年新北市觀光旅遊網熱門景點的排名，在 113 年中有些許洗牌。原先僅在第 8 名的九份老街及第 9 名的野柳地質公園分別在 113 年佔據了第 1 及第 2 的位置，原本的冠軍烘爐地南山福德宮則成為第 3 名。原先在 20 名之外的十分老街及十分車站也雙雙擠入了前 10 名的行列。

(三)境外國家與地區

112 年新北市觀光旅遊網來自境外國家及地區的前 5 名分別為香港、新加坡、日本、馬來西亞、美國。113 年新北市觀光旅遊網境外國家前 5 名分別為香港、日本、新加坡、美國、馬來西亞；除了日本和新加坡名次對調以及馬來西亞和美國名次對調之外，並無顯著變動。

五、總結

(一)113 年新北市觀光旅遊網優化方向正確

新北市觀光旅遊網自 113 年 1 月 1 日至 113 年 12 月 31 日止，已累計瀏覽量 5,982,456 頁，相較於去年度有些許下降，但仍在水準之上，判斷或許因為 112 年 7 月 1 日 Google Analytics4(GA4)正式啟用取代原舊版 GA 有關，因其背後蒐集數據邏輯不同故可能造成些許數據落差。另一原因可能為近期 AI 工具如 Chat GPT 崛起，改變部分使用者在獲取觀光資訊時的習慣造成。儘管有上述原因，但新北市觀光旅遊網在 113 年度的累計瀏覽量仍有接近 600 萬頁，依舊在水準值之上，顯示本市觀光旅遊網優化方向正確，民眾出遊前願意參考本網資訊進而規劃行程。

(二) 使用者仍以女性為多數

新北市觀光旅遊網最大的客群來自於年齡層以 45 至 54 歲(占比 29.99%)為主，與前一年度的冠軍 35 至 44 歲(占比 26.81%)有所改變，性別方面則同樣以女性為大宗(113 年度占比 60.61%；112 年度占比 59.00%)，以地區而言來自雙北的使用者達六成以上，與前年度相比並無顯著落差，國外用戶以香港、新加坡、日本、馬來西亞為主，同樣與前年度無顯著落差。前 10 大新北熱門景點包含：九份老街、野柳地質公園、烘爐地南山福德宮、三貂嶺生態友善隧道、老梅石槽、猴硐貓村、十分老街、十分瀑布公園、淡水老街、十分車站等。

(三)未來持續優化內容及拓展服務面向

未來新北市觀光旅遊網將會持續精進內容質量，包含優化景點不合時宜之照片與文字內容、完善外語版網頁(英、日、韓)、持續擴增 24 小時即時影像系統點位、持續擴增山徑數位孿生建模應用，讓全世界的遊客在線上就能體驗新北山徑之美、計畫開發 AI 客服提供旅客客製化量身訂做的遊程建議以及適地化整合服務，期待能帶給旅客更加優質的使用體驗。拍攝本市知名景點短影音嵌入至官網內，讓旅客「先看過，更心動」以提供更美觀、更優質的旅遊內容給廣大的使用者作為運用，成為造訪新北市的旅客之首選。

B. 觀光技術科

113 年度新北市登山旅遊統計分析

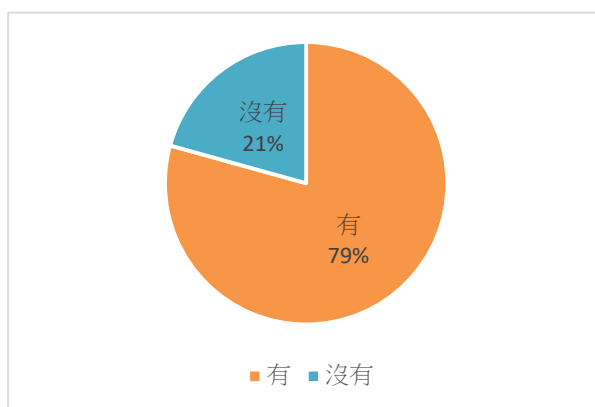
新北市政府觀光旅遊局

新北微笑山線將新北市的樹林、鶯歌、三峽、土城、中和、新店、深坑、石碇和平溪九個城鎮的山林串連，108公里的微笑山線大縱走旅遊路線由大棟山系段、鳶山山系段、天上山系段、二格山系段和五分山群段以山系劃分為登山路線。

新北市政府觀光旅遊局（下簡稱本局）在113年首次推出「微笑山線縱走」旅遊遊程，以微笑山線山系結合微笑山線服務據點，設計大眾化縱走遊程。為了評估此遊程的推廣效果以及登山旅遊參與者的偏好與流行趨勢，藉由「微笑山線步道觀光旅遊規劃及推廣案」進行了調查問卷分析。本統計分析結合問卷調查結果及相關參考資料，分析微笑山線登山旅遊之旅客需求及喜好程度，提供未來相關活動制定之參考。

一、微笑山線知名度

調查結果顯示，79%的參與者表示曾聽過「微笑山線」，而21%則表示不曾聽聞。雖然該品牌已有一定的知名度，但仍有提升空間，如圖一。



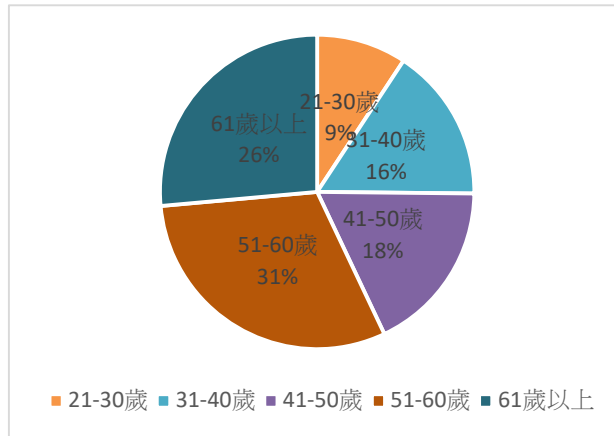
圖一 微笑山線知名度-是否曾經聽過「微笑山線」

資料來源：本局觀光技術科。

二、參與者基本資料

（一）年齡分布：

主要參與者為41-50歲（18%）、51-60歲（31%）及61歲以上（26%），以中高齡族群為主，如圖二。

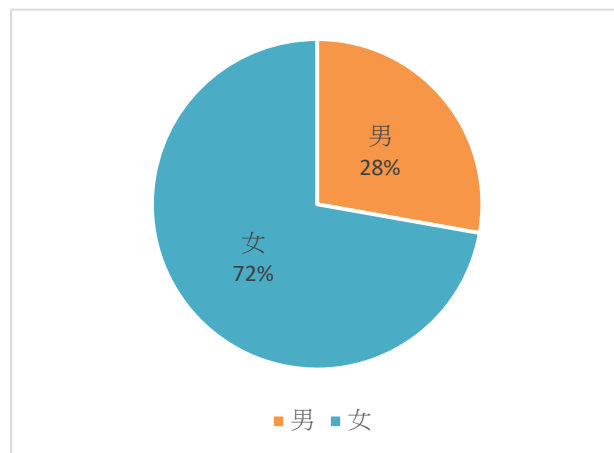


圖二 年齡分布

資料來源：本局觀光技術科。

（二）性別分布：

男性參與比例為28%、女性參與比例為72%，顯示女性登山旅遊參與度較高，如圖三。由此推論女性可能較偏好選擇團體旅遊，因為團體活動提供更多的安全感，減少單獨登山的風險，另外在未來的登山旅遊行銷方面，可針對女性族群設計，吸引女性族群參與此類活動。

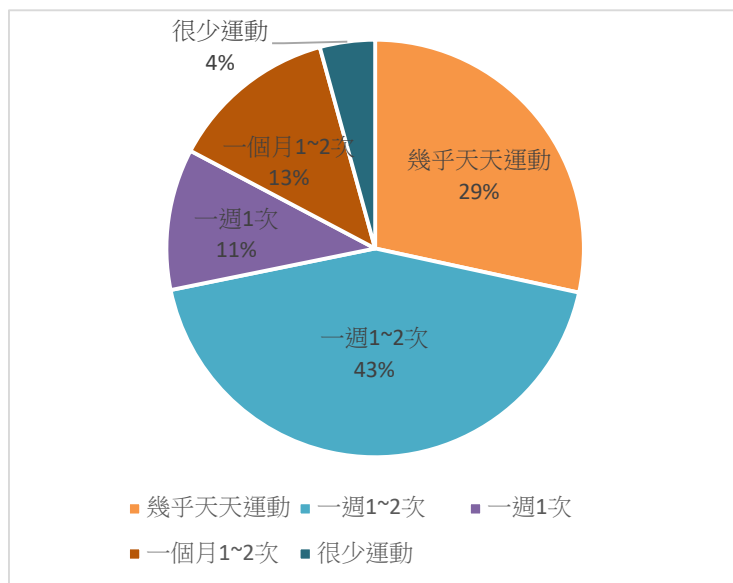


圖三 性別分布

資料來源：本局觀光技術科。

（三）運動頻率：

43%的參與者每週運動1至2次，4%的參與者則很少運動。這顯示登山旅遊對於經常運動的族群較具吸引力。然而，團體登山的形式亦能吸引較少運動的族群，顯示此群體具有潛在開發價值，如圖四。

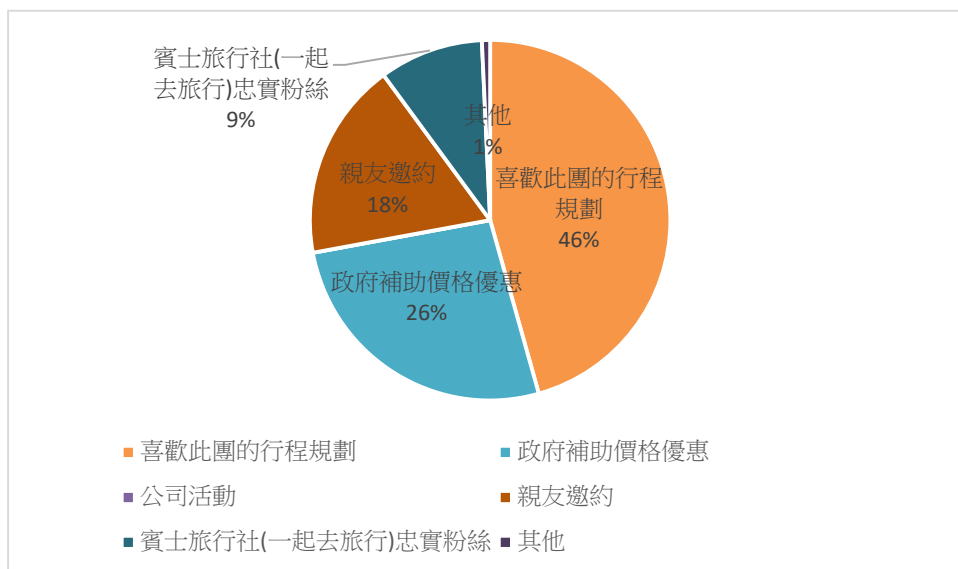


圖四 運動頻率

資料來源：本局觀光技術科。

三、參加動機分析及活動資訊來源

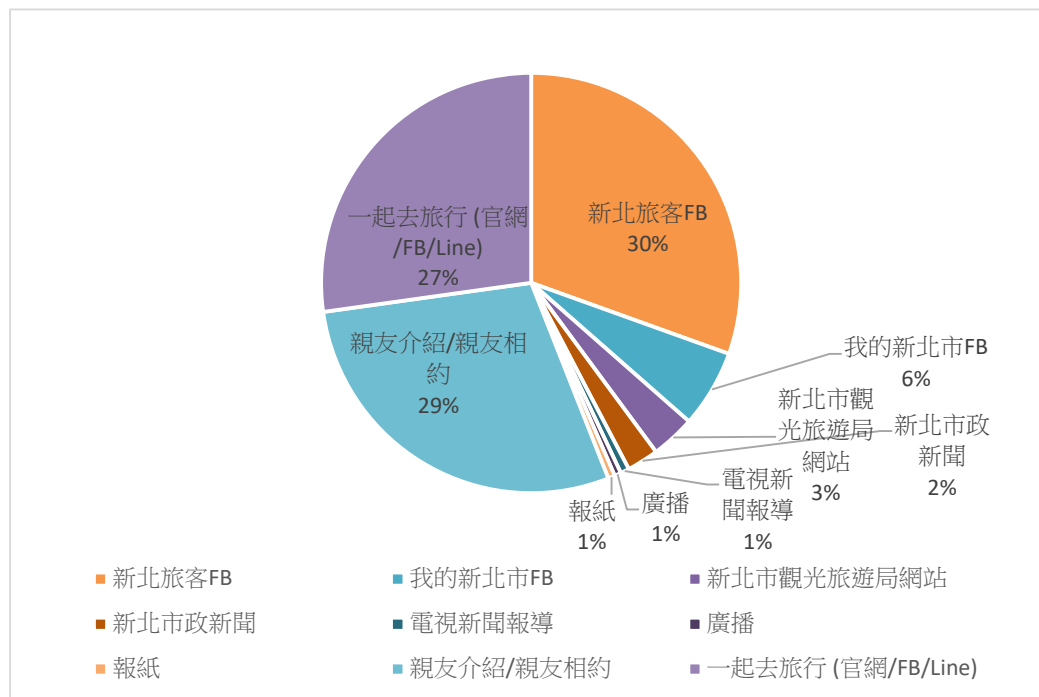
從圖五可見，影響民眾參加旅遊的主要因素包括：喜愛該團的行程規劃（46%）、政府補助帶來的價格優惠（26%）、以及親友邀約（18%）。這顯示行程內容的規劃優劣是民眾決定參團的首要考量，而政府補助所提供的價格優惠亦是影響參團意願的重要因素之一。



圖五 參加活動的最大誘因

資料來源：本局觀光技術科。

參與者獲取旅遊活動資訊的主要來源(如圖六)以新北旅客Facebook粉絲專頁(30%)為主，其次為親友介紹(29%)，顯示社群媒體與口碑行銷在旅遊資訊傳播上具有重要影響力。由圖五、圖六推得未來加強社群媒體與口碑行銷的結合，將有助於提高旅遊活動的曝光度與參與率。

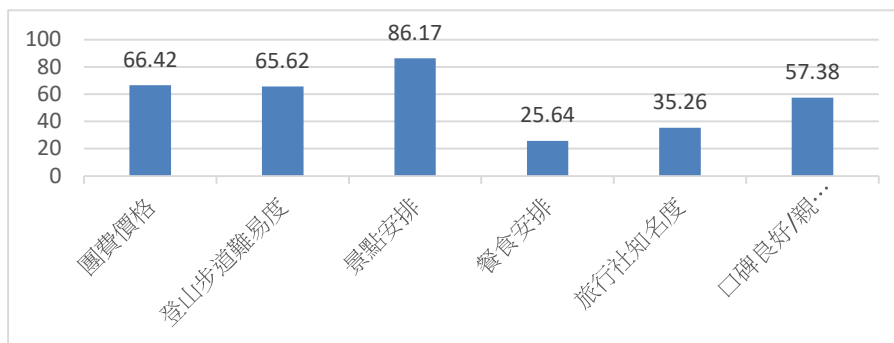


圖六 活動資訊來源

資料來源：本局觀光技術科。

四、旅遊產品及滿意度分析

在選擇旅遊行程時，參與者最重視的因素(可複選)依序為：景點安排(86.17%)、團費價格(66.42%)，以及登山步道難易度(65.62%) (如圖七)。這顯示旅客對行程內容的豐富性與景點特色有高度期待，同時也重視團費價格，這些因素皆會進一步影響其參與意願。此外，登山步道的難易度亦是重要的考量因素。整體而言，旅遊產品設計應兼顧景點規劃的吸引力、活動強度的適宜性與合理且具吸引力的團費，以滿足不同旅客的需求，並全面提升旅遊體驗。



圖七 選擇旅遊產品依據

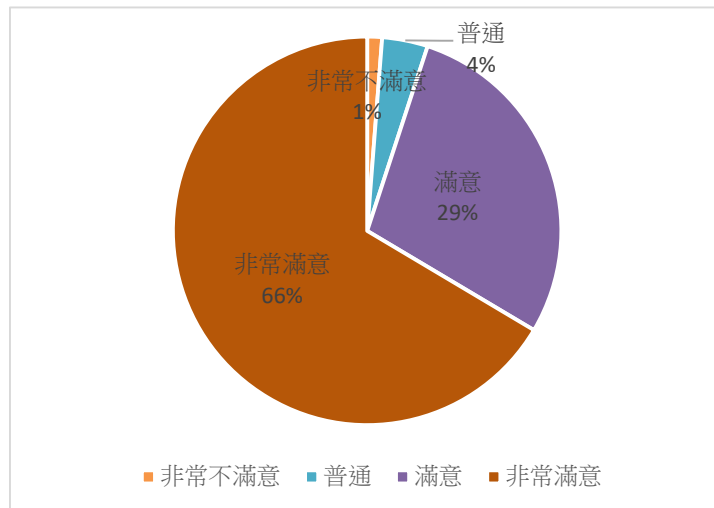
資料來源：本局觀光技術科。

本局首次依山系劃分，規劃大眾化的縱走遊程（如表一），其步行距離與時間皆較單一路線遊程更長。由圖八可得知，本次活動的滿意度調查結果偏向正向評價，滿意（含非常滿意及滿意）比例高達95%。儘管縱走遊程的步行距離與時間較長，但整體滿意度仍維持在高水平，顯示民眾對於行程安排，即便行走時間較長，只要規劃得當，仍能接受並給予正向回饋。

表一 113年縱走遊程

遊程類型	山系	遊程	步行時間（小時）	距離（公里）
登山縱走	大棟山系	大同山親山之旅	3.5-4	5.5
	天上山系	成福山秘境探險	3-3.5	4
	五分山群	孝子山天堂階梯挑戰	3.5-4.5	4
	天上山系	土城小百岳森呼吸	4.5-5	6
	鳶山山系	鳶山彩壁奇景	3.5-4	5.5
	二格山系	征服皇帝殿稜線	4.5-5.5	5
	大棟山系	鶯歌後花園漫步	4.5-5	5.5
	大棟山系	鶯歌百年大榕樹巡禮	3.5-4	5.5
	天上山系	窺探一線天秘境	4.5-5.5	8.5
	二格山系	獅頭山生態之旅	3-3.5	2.5

資料來源：本局觀光技術科



圖八 活動的滿意度

資料來源：本局觀光技術科。

五、結論

雖然「微笑山線」已有一定的知名度，但仍有約兩成的參與者未曾聽聞。後續加強品牌推廣，提升品牌曝光度與討論度。

問卷結果顯示，女性參與者遠高於男性，且中高齡族群（51歲以上）為主要客群。因此，未來可針對女性與中高齡旅客設計專屬行程，以女性提升參與意願。此外，可開發適合親子、樂齡族群的輕量級登山行程，吸引更多廣泛的受眾。

另參與者最重視景點安排、團費價格與登山步道難易度，因此未來應進一步強化這三大面向。針對不同體能條件的旅客，可提供多元路線選擇，例如短程休閒路線與長程挑戰路線，以滿足不同需求。

目前，新北旅客Facebook與親友介紹是旅客獲取資訊的主要來源，顯示社群媒體與口碑行銷的關鍵性。未來可再強化社群經營，以提升旅客黏著度。

113 年新北市登山步道環境營造工程整修狀況分析

新北市政府觀光旅遊局

前言

新北市周遭群山環繞，係一座「山的城市」，承蒙盆地的豐富地形資源，山林面積占新北市境內面積 8 成以上，為增進民眾戶外踏青的機會，及配合近年國人健康意識養成，故本局於 113 年辦理登山步道環境營造工程整修相關作業，以利地方民眾就近親近自然山林，並打造市民於閒暇之際可造訪之合適休憩處所。

新北市土地面積約 2,052 平方公里，境內地形豐富且多變，如山地、丘陵，構成優美之地理環境及自然景觀。

走進新北市山林，恍如穿越時代長廊。老子《道德經》有言，自然即「道」的體現，倘人們能夠效法自然、回歸山林，便可挖掘內在純樸及自然的本性。現今人們過著在城市水泥叢林間穿梭的日常，邁著沉重的步伐越過每個街角巷口，一成不變的生活，使得感官僵化，亦失去了省覺自我的機會。

所幸隨著時代變遷，愈來愈多人開始重視身心健康的重要性。伴隨國民健康意識、運動習慣的逐年養成，能夠親近自然山林的登山步道健行，便成了國人閒暇時運動遊憩的最佳選擇。

本局自 102 年起採以開口契約方式辦理登山步道整修及觀光指標更新工作，並於 103 年起擇定本市境內特色登山步道進行改善及主題再造，現眾多登山步道縱橫於新北市境內，且相當多元，並適當配合各行政區內擁有之特色景觀、自然生態、文化古蹟、產業活動及遊憩據點進行營造。

另為使親山運動在新北市有效地推展，本局持續建置友善清楚指標系統，提供遊客明確導引資訊，同時採以自然、減量、好維護之步道整建原則，以營造舒適、安全、具有特色之登山步道環境，俾利滿足民眾登山健行之相關旅遊需求，並充分地感受到新北豐富的山林資源。

本次擇定 113 年之「新北市登山步道環境營造工程整修狀況分析」進行統計分析，將從硬體與軟體層面的量化資料進行統整及分析，並涉及經費使用情形、工程執行情形及空間條件分析等，俾利瞭解本市各區登山步道系統整建修繕及觀光指標更新設置情形，同時持續深入挖掘山徑與聚落特色，探討如何在低碳永續生態旅遊中，實現山林與聚落間的和諧共存，使地方共榮共好。

壹、工程經費執行情形及來源分析

本市轄管登山步道計有 192 條，總長約 500 公里，本局每年編列約 30,000,000 元整建，未包含公所維護管理經費。113 年度辦理之登山步道暨觀光指標修繕計畫執行總經費 39,008,294 元(以總工程費計算)，並分為 3 個通報單執行，第一次通報單總計修繕 24 條步道、第二次通報單總計修繕 11 條步道、第三次通報單則計修繕 10 條步道，合計整建修繕共 45 條登山步道，如表一所呈現。本案修繕的經費高低與通報修繕的遊

憩設施的多寡及類別有關，有些為汰換舊有設施，有些為新增設施，亦有些優化既有設施。後面幾點將詳細說明本案修繕的項目。

表一 經費執行分配情形

工程名稱	整建修繕完成步道(條)
113 年登山步道工程(開口契約)第一次通報單	24
113 年登山步道工程(開口契約)第二次通報單	11
113 年登山步道工程(開口契約)第三次通報單	10
合計	45

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

一、第一通報單修繕步道名稱及經費占比

本案第一通報單修繕 24 條步道，各該步道占此通報單總工程費比例如表二。直接工程費與總工程費最高的為大湖尾步道，占第一通報單比例為 24.1%。

表二 第一通報單經費執行分配情形

步道名稱	占該通報單總工程費比例(%)
紫微環山步道	22.57
獅頭山步道	4.73
炮子崙步道	5.17
碧峰巖步道	4.40
烘爐地步道	18.65
圓通寺步道	2.24
和美山步道	5.02
大尖山步道與獅頭山步道	1.10
柴寮古道	0.77
烘爐地步道(五尖山至圓通禪寺)	1.39
金字碑古道	1.24
青山瀑布步道及尖山湖步道	0.76
祈堂路步道	3.14
大湖尾步道	24.10
其他步道	4.72

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

二、第二通報單修繕步道名稱及經費占比

本案第二通報單計修繕 11 條步道，各該步道占此通報單總工程費比例如表三。直接工程費與總工程費部分最高的為潤濟宮步道，占第二通報單比例為 52.9%。

表三 第二通報單經費執行分配情形

步道名稱	占該通報單總工程費比例(%)
潤濟宮步道	52.90
永安步道	23.60
天上山步道	1.10
北勢溪古道	19.00
五十分山步道	1.60
瑞芳公園與秀崎山步道	0.80
楊廷理步道	0.10
其他步道	0.90

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

三、第三通報單修繕步道名稱及經費占比

本案第三通報單修繕共計 10 條步道，各該步道占此通報單總工程費比例如表四。直接工程費與總工程費最高的為水柳腳步道，占第三通報單比例為 37.8%。

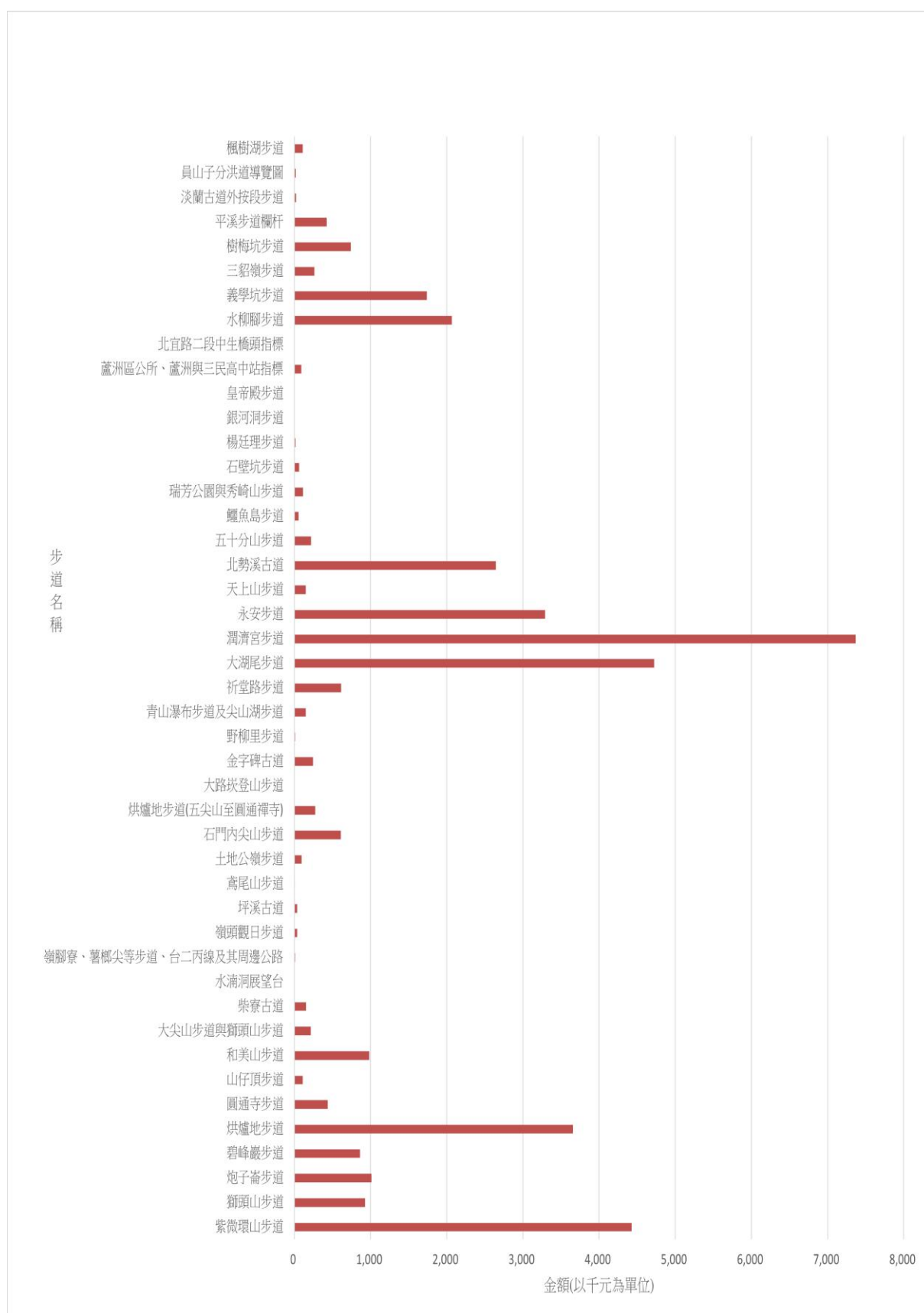
表四 第三通報單經費執行分配情形

步道名稱	占該通報單總工程費比例(%)
水柳腳步道	37.79
義學坑步道	31.73
三貂嶺步道	4.79
樹梅坑步道	13.52
平溪步道欄杆	7.73
楓樹湖步道	1.97
其他步道	2.47

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

綜合分析來看，以下長條圖可以看出 3 個通報單中經費最高與最低的登山步道，最高的是潤濟宮步道，最低的為皇帝殿步道，可看出不同步道經費差距相當顯著。

綜上，從以上分析可以發現，由於本案屬開口契約，雖經費每年變動不大，但每條步道修繕的經費皆是依照通報單所編列，因此每條步道的經費分配差異也很大。而通報單中所需修繕的設施，係依當地的損壞需求所列，每條步道設施的種類也有所不同，後面幾點亦將針對修繕的項目分析。

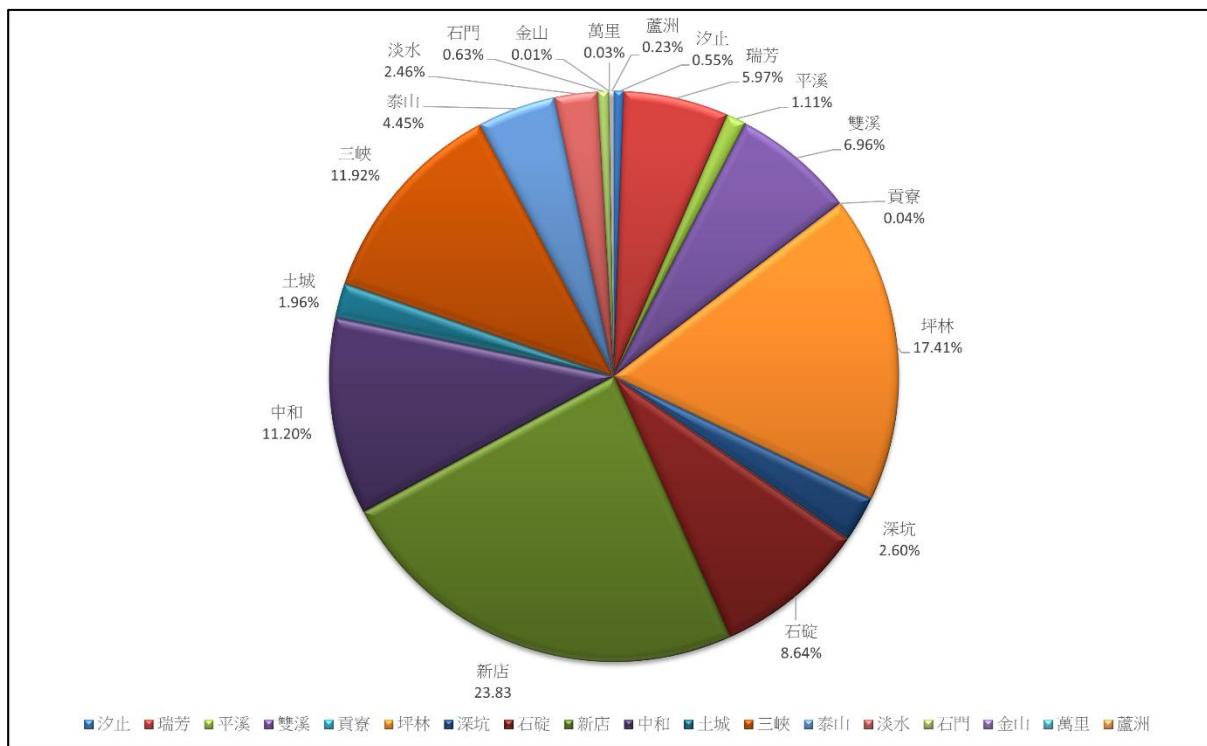


圖一 第一至第三通報單內各該步道總工程經費長條圖

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

貳、工程執行區域分析

「113 年新北市登山步道整建修繕及觀光指標工程」合計整建修繕共 45 條登山步道，施作於汐止、瑞芳、平溪、雙溪、貢寮、坪林、深坑、石碇、新店、中和、土城、三峽、泰山、淡水、石門、金山、萬里、蘆洲等地區。



圖二 工程執行區域經費分配百分比

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

一、微笑山線都市郊山的重點營造區域

其中三峽、土城區位於微笑山線都市郊山的重點營造區域；平溪區、深坑區位於微笑山線五分山群及北勢溪流域山群的山林營造規劃區域。以新北市的空間分佈來看，施作區域較多分佈於南側山系，從三峽區至瑞芳區，沿路有相當多登山步道分佈。其餘濱海區域如萬里區、金山區亦有零星步道分佈，本案亦針對部分有損壞的設施進行修繕，後續針對有特色的步道進行推廣。

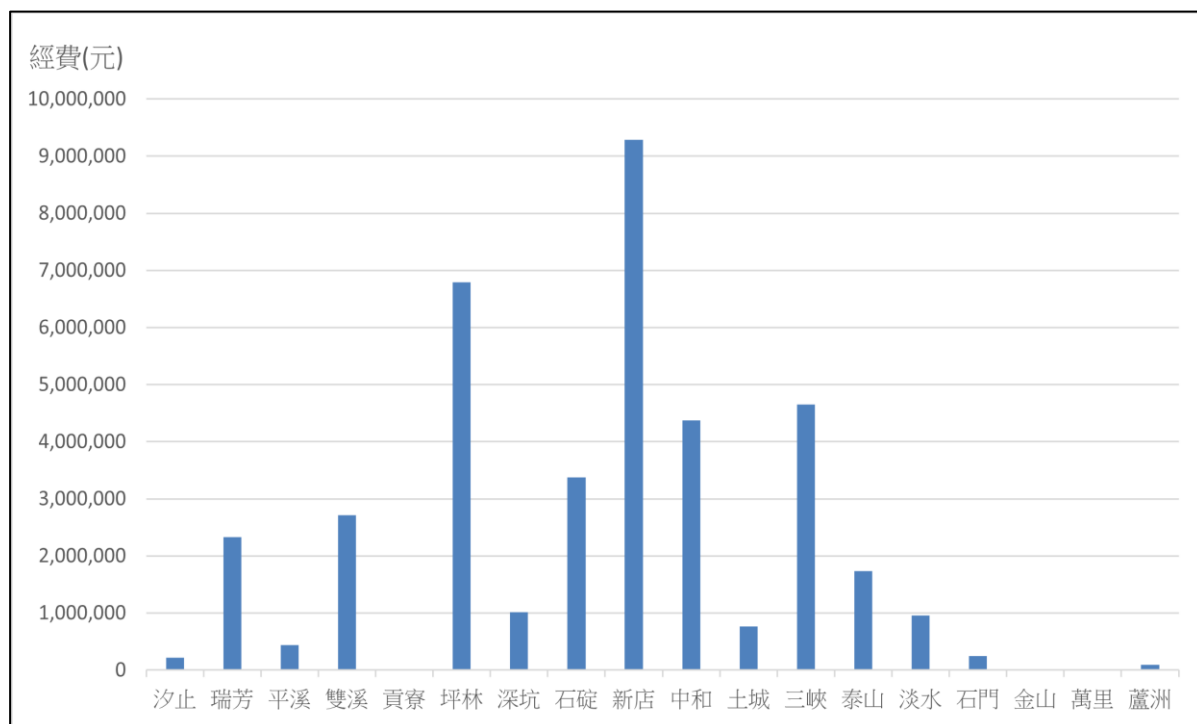
二、各行政區之經費分配及修繕步道數

另有關各行政區之經費分配及修繕步道數如表五、圖三，經費編列最高的為新店區，修繕 6 條步道；次高的為坪林區，修繕 2 條步道。其他區域如金山區、萬里區、貢寮區等，為本案經費編列較少的區域，修繕步道皆為 1 條。由此可見，修繕步道的數量與經費編列的多寡仍具部分關聯性。

表五 工程執行區域步道修繕數量表

行政區	修繕步道條數
汐止	1
瑞芳	9
平溪	2
雙溪	3
貢寮	1
坪林	2
深坑	1
石碇	3
新店	6
中和	3
土城	2
三峡	3
泰山	1
淡水	3
石門	2
金山	1
萬里	1
蘆洲	1

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

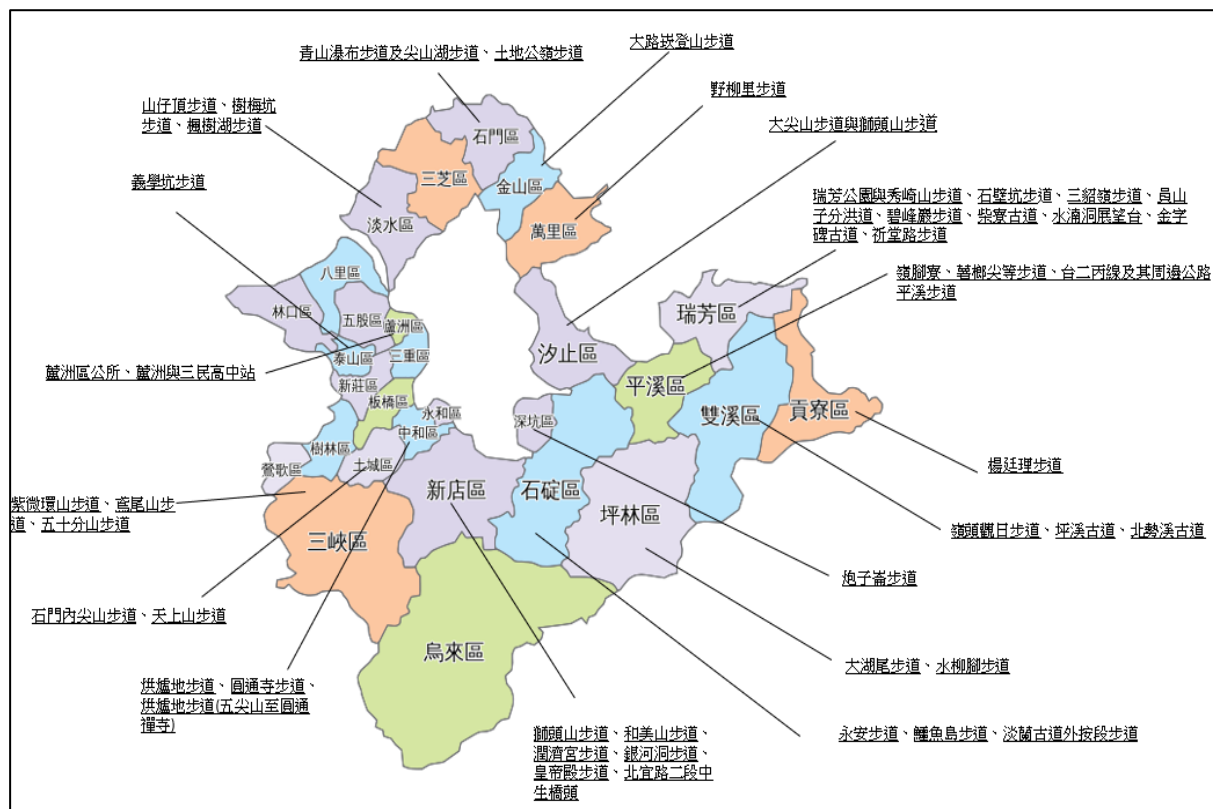


圖三 工程執行區域經費長條圖

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

參、工程執行施作項目分析

各行政區所修繕的登山步道如下圖，本案工程修繕合計整建修繕18區共45條登山步道，其中有些登山步道位於微笑山線、淡蘭古道重點推廣路線，使用率較高，有些為地區型重點推廣景點及亮點，如金山區大路崁登山步道及中和區圓通寺步道。



圖四 各區域施作登山步道分布圖

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

一、各行政區所修繕步道、修繕設施與其經費

各行政區所修繕步道、修繕設施如表六呈現。每條步道的修繕設施皆有不同，造成工程費用的不同。較小規模的修繕或優化如相關指標系統牌面或柱體，本案施作項目包含出入口解說牌、觀光導覽圖、指標牌、資源解說牌，有些是新增牌面，有些是汰換舊有牌面。較大規模的修繕如步道鋪面設施及階梯設施施作改善、護坡設施作改善、崩塌地整理、跨越橋、觀景平台。

表六 各區域修繕步道、設施表

區別	步道名稱	修繕設施
汐止區	大尖山步道與獅頭山步道	出入口解說牌、資源解說牌、指標牌、休閒座椅
瑞芳區	瑞芳公園與秀崎山步道	指標牌
	石壁坑步道	崩塌地整理

表六 各區域修繕步道、設施表(續 1)

區別	步道名稱	修繕設施
瑞芳區	三貂嶺步道	資源解說牌、指標牌、階梯設施、欄杆設施
	貢山子分洪道	導覽圖、出入口解說牌
	碧峰巖步道	資源解說牌、鋪面設施、階梯設施、休閒座椅、欄杆設施、步道環境整理
	柴寮古道	排水邊溝
	水湳洞展望台	指標牌
	金字碑古道	出入口解說牌、階梯設施、崩場地整理、步道環境整理
	祈堂路步道	欄杆設施
平溪區	嶺腳寮、薯榔尖等步道、台二丙線及其周邊公路	指標牌、階梯設施
	平溪步道	欄杆設施
雙溪區	嶺頭觀日步道	出入口解說牌
	坪溪古道	資源解說牌
	北勢溪古道	護坡設施、跨越橋、
貢寮區	楊廷理步道	階梯設施
坪林區	大湖尾步道	資源解說牌、階梯設施、休閒座椅、欄杆設施
	水柳腳步道	資源解說牌、指標牌、階梯設施、欄杆設施、觀景平台
深坑區	炮子崙步道	指標牌、階梯設施、排水邊溝、觀景平台、步道環境整理
石碇區	永安步道	跨越橋
	鱷魚島步道	階梯設施
	淡蘭古道外按段步道	指標牌
新店區	獅頭山步道	階梯設施、觀景平台、欄杆設施
	和美山步道	階梯設施、欄杆設施
	潤濟宮步道	出入口解說牌、資源解說牌、指標牌、階梯設施、休閒座椅、欄杆設施
	銀河洞步道	崩場地整理
	皇帝殿步道	出入口解說牌
	北宜路二段中生橋頭	指標牌

表六 各區域修繕步道、設施、經費明細表(續完)

區別	步道名稱	修繕設施
中和區	烘爐地步道	指標牌、階梯設施、休閒座椅、欄杆設施、步道環境整理
	圓通寺步道	鋪面設施、階梯設施、欄杆設施
	烘爐地步道(五尖山至圓通禪寺)	階梯設施
土城區	石門內尖山步道	階梯設施
	天上山步道	欄杆設施
三峽區	紫微環山步道	資源解說牌、指標牌、階梯設施、休閒座椅、步道環境整理
	鳶尾山步道	休閒座椅
	五十分山步道	欄杆設施
泰山區	義學坑步道	階梯設施、欄杆設施
淡水區	山仔頂步道	指標牌、護坡設施、欄杆設施、步道環境整理
	樹梅坑步道	指標牌、鋪面設施、階梯設施、
	楓樹湖步道	出入口解說牌
石門區	青山瀑布步道及尖山湖步道	出入口解說牌
	土地公嶺步道	出入口解說牌
金山區	大路崁登山步道	指標牌
萬里區	野柳里步道	指標牌
蘆洲區	蘆洲區公所、蘆洲與三民高中站	觀光導覽圖

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

二、入口解說牌

下圖為入口解說牌，這些解說牌設置於登山口，旨在提供遊客更詳盡之登山資訊。牌面上呈現登山步道之空間平面圖，讓民眾能清楚地規劃行走路線。除基本路線指引外，解說牌亦提供了其他重要點提示，如景點、廁所、停車場和涼亭的分布位置。前開提示對前來登山的民眾非常實用，因為能夠在上山前供導覽使用，並預先瞭解步道上重要地點和設施分佈等資訊，使遊客更加便利、安心地享受接下來的登山之旅。此外，這些入口解說牌的設計亦需考慮到美觀和耐用性。除能與自然環境、周圍景觀互相協調以外，同時應具有足夠的耐久性，以應對各種天候和使用狀況。



圖五 入口解說牌

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

三、指標牌

下圖的指標牌除能夠指引遊客前往正確方向外，也清楚標示出步道的距離。指標牌主要設置於步道交叉口處，以便遊客更容易地辨認路線。目前，大部分指標牌係以木材為主要材質，此款設計不僅環保，亦可與自然環境相融合。款式方面大多統一，有助於營造較佳之視覺風格，同時使遊客更易於辨認出指標牌，並提供更良好的導引體驗。



圖六 指標牌

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

四、資源解說牌

下圖為資源解說牌，大多以自然資源、人文資源或歷史資源的解說為主，有時候會配合當地特色進行內容設計。資源解說牌在長時間使用後可能會受到環境濕氣和長期使用的影響，需要定期進行清理擦拭工作，以確保其清晰度和美觀性。同時，如果發現結構或凸面存在問題，應及時汰換舊有設施，以提供更好的使用和辨識體驗。此款措施可確保資源解說牌的有效性和遊客對資源的正確理解。若結構與凸面不勘使用與辨識，就會汰換舊有設施。



圖七 水柳腳登山步道的資源解說牌

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

五、其他項目

本案還包含其他項目，如階梯設施、鋪面設施、欄杆設施和休閒座椅等，前開項目的修繕係因大部分登山步道位於潮濕環境中，像是木材等材料極易隨時間而受損，故需要定期進行修繕和補強。這些修繕位置亦可能分散在一條登山步道的多個地點。

下圖顯示了損壞的階梯設施、欄杆設施與休閒座椅，造成前開設施損壞之因素有多項。首先，是山區的氣候條件，由於山區降雨頻繁且濕度高，長期使用的木材和特多龍繩無可避免地會受到耗損，並對其耐用性造成極大挑戰；其次，民眾的使用頻率亦為致使設施損壞的因素之一。熱門之登山步道每每吸引遊客蜂擁而至，並頻繁地使用這些設施，導致其耗損速度加快。頻繁使用和接觸，使得階梯、欄杆和座椅容易出現磨損、裂紋或破損等問題。



圖八 損壞的階梯設施

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。



圖九 損壞的欄杆設施

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。



圖十 損壞的休閒座椅

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

六、災害因素

此外，災害因素也可能導致設施損壞。在山區地區，颱風或強降雨可能導致倒木問題、落石崩塌等災害事件，這些災害事件容易直接或間接地對階梯、欄杆、休閒座椅等設施造成損壞。這種情況下，設施便需要進行修復或更換，以確保民眾的安全。

階梯設施的修繕經費多以階梯的數量為基準進行計算，鋪面設施的修繕則以長度為基準，而其他設施如欄杆和休閒座椅的修繕則大致以數量和表面積為單位進行評估和編列經費。此款經費編列方式能夠根據不同設施特性和受損情況來確定修繕的需求和成本。確保資源的有效分配，以便在步道各個部分進行必要的修繕工作，同時維持步道的整體品質和安全性。

七、第一通報單各區域步道修繕設施明細

第一通報單的明細表如下表，可以發現修繕設施最多為階梯設施，並以坪林區大湖尾步道施作最多數量，計有 787 階；次多的為三峽區紫微環山步道，計為 737 階。本案第一通報單沒有修繕的設施為觀光導覽圖、里程碑及拓印柱、橫向排水、跨越橋及攀爬設施。

表七 第一通報單各區域步道修繕設施明細表

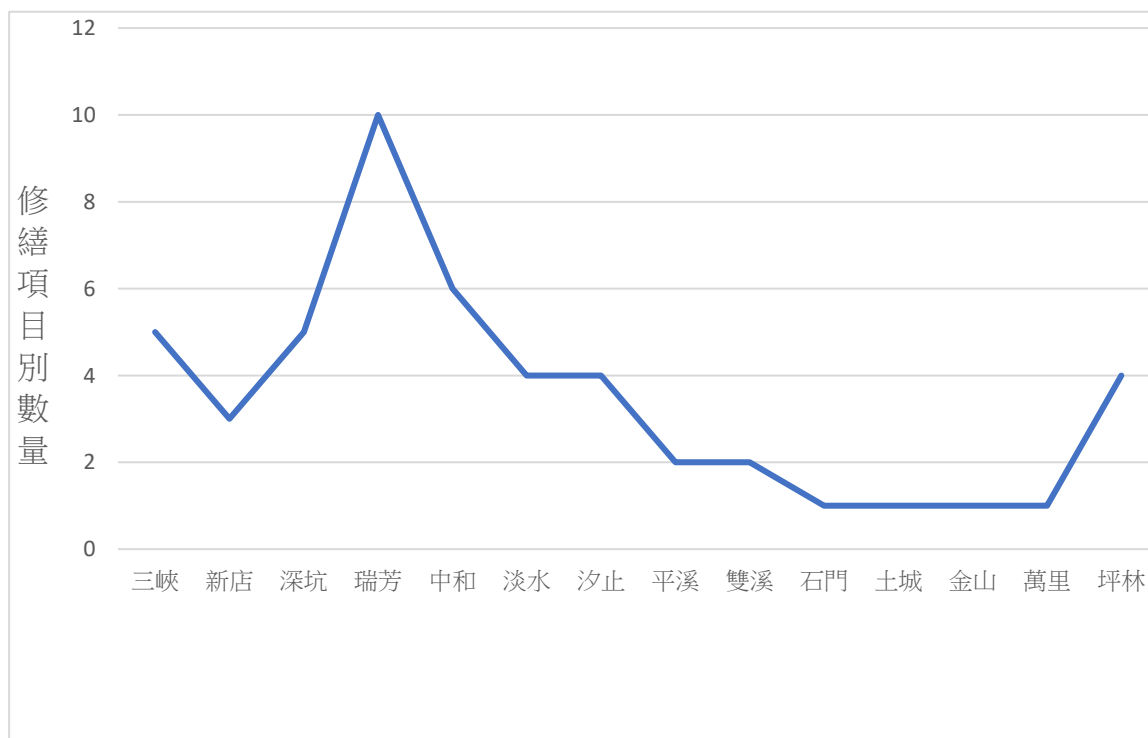
行政區	步道名稱	出入口解說牌(座)	資源解說牌(座)	觀光導覽圖(座)	指標牌(面)	里程碑及拓印柱(座)	鋪面設施(m)	階梯設施(階)	護坡設施(m)	排水邊溝(m)	橫向排水(處)	崩塌地整理(處)	跨越橋(座)	觀景平台(座)	休閒座椅(座)	欄杆設施(m)	攀爬設施(處)	步道環境整理(處)
三峽	紫微環山步道		1		5			737							2			2
新店	獅頭山步道							10						1		28		
深坑	炮子崙步道				10			60		1.2				1				3
瑞芳	碧峰巖步道		1				3	10							1	22		2
中和	烘爐地步道				3			31							3	111		1
中和	圓通寺步道						161	309								12		
淡水	山仔頂步道				1				15.8							3		3
新店	和美山步道							434								951		
汐止	大尖山步道與獅頭山步道	2	3		2										1			
瑞芳	柴寮古道									51								
瑞芳	水湳洞展望台				2													
平溪	嶺腳寮、薯榔尖等步道、台二丙線及其周邊公路				3													1
雙溪	嶺頭觀日步道	1																
雙溪	坪溪古道		1															
三峽	鷹尾山步道														1			
石門	土地公嶺步道	2																
土城	石門內尖山步道							97										
中和	烘爐地步道(五尖山至圓通禪寺)							60										
金山	大路崁登山步道				1													

表七 第一通報單各區域步道修繕設施明細表(續)

行政區	步道名稱	出入口解說牌(座)	資源解說牌(座)	觀光導覽圖(座)	指標牌(面)	里程碑及拓印柱(座)	鋪面設施(m)	階梯設施(階)	護坡設施(m)	排水邊溝(m)	橫向排水(處)	崩塌地整理(處)	跨越橋(座)	觀景平台(座)	休閒座椅(座)	欄杆設施(m)	攀爬設施(處)	步道環境整理(處)
瑞芳	金字碑古道	1.						8				1						1
萬里	野柳里步道				3													
石門	青山瀑布步道及尖山湖步道	2																
瑞芳	祈堂路步道															207		
坪林	大湖尾步道		1					787							4	13		
總計		8	7	0	30	0	164	2,543	15.8	52.2	0	1	0	2	12.	1,347	0	13

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

從下圖可以發現第一通報單中每個區域施作的設施項目別最多樣的為瑞芳區、次多的為中和區；而石門區、土城區、金山區、萬里區為種類最少。



圖十一 第一通報單各行政區域施作的設施項目別數量

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

表八 第一通報單各行政區域施作的設施項目別數量

轄區	合計項目	出入口解說牌	資源解說牌	觀光導覽圖	指標牌	里程碑及拓印柱	鋪面設施	階梯設施	護坡設施	排水邊溝	橫向排水	崩塌地整理	跨越橋	觀景平台	休閒座椅	欄杆設施	攀爬設施	步道環境整理
三峽	5		√		√			√							√			√
新店	3							√						√		√		
深坑	5				√			√		√				√				√
瑞芳	10	√	√		√		√	√		√		√			√	√		√
中和	6				√		√	√							√	√		√
淡水	4				√				√							√		√
汐止	4	√	√		√										√			
平溪	2				√													√
雙溪	2	√	√															
石門	1	√																
土城	1							√										
金山	1				√													
萬里	1				√													
坪林	4		√					√							√	√		

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

八、第二通報單各區域步道修繕設施明細

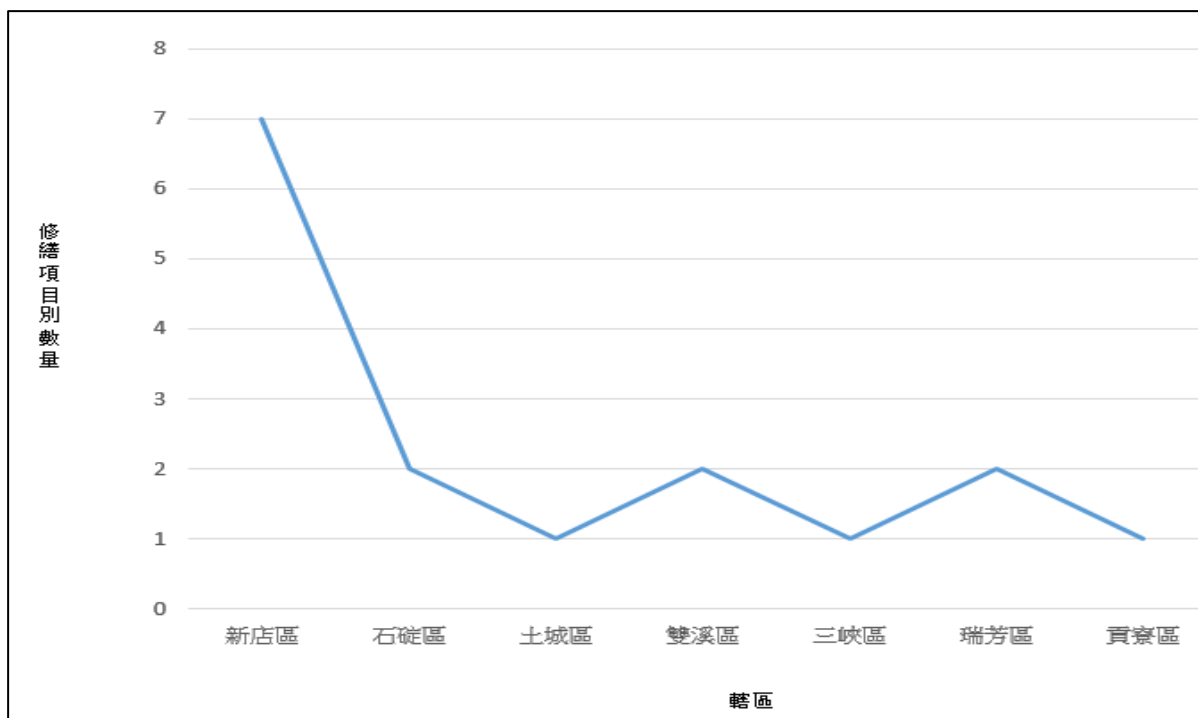
第二通報單的明細表如下表，可以發現修繕設施較多亦為階梯設施，計有 3 條登山步道進行階梯設施的修繕工程，其中新店區潤濟宮步道修繕最多階，共有 731 階；次多的為石碇區鱷魚島步道，共有 20 階。第二通報單亦有 3 條登山步道進行欄杆設施的修繕，其中新店區潤濟宮步道修繕最多處，共有 247 處；次多的為土城區天上山步道，共有 52 處。第二通報單沒有修繕的設施為觀光導覽圖、里程碑及拓印柱、鋪面設施、排水邊溝、橫向排水、觀景平台、攀爬設施及步道環境整理。

表九 第二通報單各區域步道修繕設施明細表

行政區	步道名稱	出入口解說牌(座)	資源解說牌(座)	觀光導覽圖(座)	指標牌(面)	里程碑及拓印柱(座)	鋪面設施(m)	階梯設施(階)	護坡設施(m)	排水邊溝(m)	橫向排水(處)	崩塌地整理(處)	跨越橋(座)	觀景平台(座)	休閒座椅(座)	欄杆設施(m)	攀爬設施(處)	步道環境整理(處)
新店	潤濟宮步道	1	2		1			731							9	247		
石碇	永安步道												3					
土城	天上山步道															52		
雙溪	北勢溪古道								7				1					
三峽	五十分山步道															44		
石碇	鱷魚島步道							20										
瑞芳	瑞芳公園與秀崎山步道				10													
瑞芳	石壁坑步道											1						
貢寮	楊廷理步道							1										
新店	銀河洞步道											1						
新店	皇帝殿步道	1																
總計		2	2	0	11	0	0	752	7	0	0	2	4	0	9	343	0	0.

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

從下圖可以發現第二通報單中每個區域施作的設施項目別最多樣的為新店區；而土城區、三峽區、貢寮區最少。



圖十二 第二通報單各行政區域施作的設施項目別數量

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

表十 第二通報單各行政區域施作的設施項目別數量

轄區	合計項目	出入口解說牌	資源解說牌	觀光導覽圖	指標牌	里程碑及拓印柱	鋪面設施	階梯設施	護坡設施	排水邊溝	橫向排水	崩塌地整理	跨越橋	觀景平台	休閒座椅	欄杆設施	攀爬設施	步道環境整理
新店區	7	✓	✓		✓			✓				✓			✓	✓		
石碇區	2							✓					✓					
土城區	1															✓		
雙溪區	2								✓				✓					
三峽區	1															✓		
瑞芳區	2				✓							✓						
貢寮區	1							✓										

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

九、第三通報單各區域步道修繕設施明細表

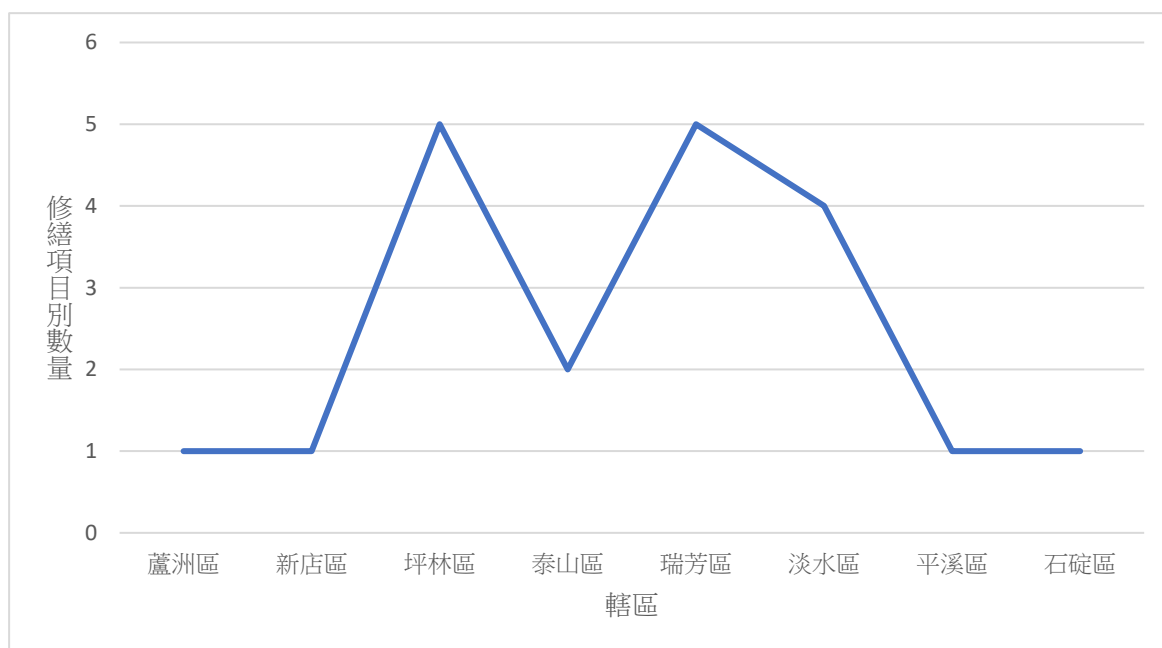
第三通報單的明細表如下表，可以發現修繕設施較多的亦為階梯設施，計有 4 條登山步道進行階梯設施的修繕工程，其中泰山區義學坑步道修繕最多階，共有 810 階；次多的為坪林區水柳腳步道，共有 161 階。另第三通報單中沒有修繕的設施為里程碑及拓印柱、護坡設施、排水邊溝、崩塌地整理、跨越橋、橫向排水、休閒座椅、攀爬設施、步道環境整理。

表十一 第三通報單各區域步道修繕設施明細表

行政區	步道名稱	出入口解說牌 (座)	資源解說牌 (座)	觀光導覽圖 (座)	指標牌 (面)	里程碑及拓印柱 (座)	鋪面設施 (m)	階梯設施 (階)	護坡設施 (m)	排水邊溝 (m)	橫向排水 (處)	崩塌地整理 (處)	跨越橋 (座)	觀景平台 (座)	休閒座椅 (座)	欄杆設施 (m)	攀爬設施 (處)	步道環境整理 (處)
蘆洲	蘆洲區公所、蘆洲與三民高中站			5														
新店	北宜路二段中生橋頭				1													
坪林	水柳腳步道		1		3			161						1		11		
泰山	義學坑步道							810								8		
瑞芳	三貂嶺步道		2		4			11								115		
淡水	樹梅坑步道				2		185	47										
平溪	平溪步道欄杆															40		
石碇	淡蘭古道外按段步道				4													
瑞芳	員山子分洪道	1																
淡水	楓樹湖步道	1																
總計		2	3	5	14	0	185	1,029	0.	0	0.	0	0	1	0	174	0	0

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

從下圖可以發現第三通報單中每個區域施作的設施項目別最多樣的為坪林區及瑞芳區，而蘆洲區、新店區、平溪區、石碇區最少。



圖十三 第三通報單各行政區域施作的設施項目別數量

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

表十二 第三通報單各行政區域施作的設施項目別數量

轄區	合計項目	出入口解說牌	資源解說牌	觀光導覽圖	指標牌	里程碑及拓印柱	鋪面設施	階梯設施	護坡設施	排水邊溝	橫向排水	崩塌地整理	跨越橋	觀景平台	休閒座椅	欄杆設施	攀爬設施	步道環境整理
蘆洲區	1			✓														
新店區	1				✓													
坪林區	5		✓		✓			✓						✓		✓		
泰山區	2							✓								✓		
瑞芳區	5	✓	✓		✓			✓								✓		
淡水區	4	✓			✓		✓	✓										
平溪區	1															✓		
石碇區	1				✓													

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

十、第一至第三通報單修繕步道涉及轄區及相關設施

最後，我們從各行政區的施作設施一併分析，可以看出各區施作的設施數量、類型，每年施作的區域和設施都有所不同，所以分配有較大的差異是很常見的現象。而這些施作的設施與材料的運送、人力的配置也很有關係，每次施工出班的區域亦會影響到成本和工程費用。

表十三 各行政區域施作設施項目別及數量

行政區	出入口 解說牌 (座)	資源解 說牌 (座)	觀光導 覽圖 (座)	指標牌 (面)	里程碑 及拓印 柱 (座)	鋪面 設施 (m)	階梯設 施 (階)	護坡 設施 (m)	排水 邊溝 (m)	橫向 排水 (處)	崩塌 地整 理 (處)	跨越 橋 (座)	觀 景 平 台 (座)	休閒 座椅 (座)	欄杆設 施 (m)	攀 爬 設 施 (處)	步道 環境 整理 (處)
汐止	2	3	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
瑞芳	2	3	-	16	-	3	29	-	51	-	2	-	-	1	344	-	3
平溪	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	1
雙溪	1	1	-	-	-	-	-	7	-	-	-	1	-	-	-	-	-
貢寮	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
坪林	-	2	-	3	-	-	948	-	-	-	-	-	1	4	24	-	-
深坑	-	-	-	10	-	-	60	-	1	-	-	-	1	-	-	-	3
石碇	-	-	-	4	-	-	20	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-
新店	2	2	-	2	-	-	1,175	-	-	-	1	-	1	9	1,226	-	-
中和	-	-	-	3	-	161	400	-	-	-	-	-	-	3	123	-	1
土城	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-	52	-	-
三峽	-	1	-	5	-	-	737	-	-	-	-	-	-	3	44	-	2
泰山	-	-	-	-	-	-	810	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-
淡水	1	-	-	3	-	185	47	16	-	-	-	-	-	-	3	-	3
石門	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
金山	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
萬里	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
蘆洲	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
總計	12	12	5	55	-	349	4,324	23	52	-	3	4	3	21	1,864	-	13

資料來源：觀光旅遊局觀光技術科。

肆、結論

本市幅員廣大，境內擁有眾多登山步道，這些步道生態豐富，且具有多樣性，每一條步道皆呈現不同自然景色。各行政區之地理環境及氣候變化不盡相同，使新北市成為推展親山運動的理想地點。本市列管眾多登山步道中，將優先以深受登山客歡迎之熱門登山步道進行維護和修繕，以提供友善且安全的登山環境，俾供遊客們親身體驗新北市山林之美，走出戶外欣賞大自然景色。

未來執行方向將持續推動步道修繕工作。除配合微笑山線整體規劃，進行沿線的景點串聯與資源盤點外，亦將優先修繕具備特點，如能夠串聯山系群區域、遊客使用量較頻繁、大規模老舊損壞等之登山步道。前開步道修繕後能夠連接觀光景點和周邊觀光產業，同時擁有豐富環境資源，包括自然生態、人文歷史等。期許透過登山步道整建經費的投入，可有效地促進觀光發展效益。

本局將持續致力於修繕並打造具有地方特色或主題的步道，同時將其與周邊景點、老街和商圈結合規劃為一日遊程，並嘗試藉由整合鄰近遊憩系統，及通過生態導覽解說的方式，將登山活動引入旅遊的一環，吸引更多觀光遊客，令旅客在戶外登山健行，充分享受綠蔭所帶來的舒適感之餘，亦深入了解並愛護寶貴的山林資源。

C. 觀光管理科

新北市瑞芳區觀光發展影響旅客住宿之趨勢

新北市政府觀光旅遊局

綜觀 108 年至 113 年以觀光目的入境之各洲地區旅客人次(表 1)，因受到 109 年新冠肺炎 COVID-19 疫情爆發蔓延全球，對觀光旅遊產業造成嚴重影響及衝擊。隨著疫情趨緩旅遊業逐步復甦，可以看到 112 年臺灣以觀光旅遊為目的入境人次已有明顯回升趨勢，113 年大約回復到疫情前 6 成水準，惟細看全球各洲入境人次除亞洲、非洲尚未回升外，其餘呈現皆已較疫前成長，亞洲地區主要受陸客來台觀光因素影響，非洲地區來台樣本數不多尚且不論，其餘皆已超越疫情前的水準。

表 1 以觀光目的入境之各洲地區旅客人次(自 108 年-113 年度)

年度 各洲地區	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 108 年成 長率
亞洲地區	7,907,366	627,824	80	215,042	3,826,433	4,694,343	-40.63%
美洲地區	313,633	36,144	30	25,120	310,674	440,723	40.52%
歐洲地區	151,949	19,204	44	9,967	119,633	157,670	3.77%
大洋洲地區	68,720	10,775	2	4,433	58,493	81,233	18.21%
非洲地區	1,829	205	0	99	1,108	1,616	-11.65%
其他未列明	527	35	0	25	491	614	16.51%
總計	8,444,024	694,187	156	254,686	4,316,832	5,376,199	-36.33%

資訊來源:交通部觀光署行政資訊網

一、瑞芳區住房旅客類別分析

瑞芳區住宿分析以民宿為主，此區僅有 1 家旅館業已於 112 年辦理歇業，不納入本次分析，當地共有 166 家合法民宿，房間數共 506 間，圖 1 所示 108 年至 113 年瑞芳區住房旅客人數的走向 109 年受 COVID-19 疫情影響，住房旅客人次從 109 年開始明顯減少為 88,941 人次，110 年住房旅客更衰退至 50,374 人次，而後逐步回溫，112 年為住房旅客高峰達到 134,851 人次，113 年為次高點，現今瑞芳已擺脫疫情影響，住宿旅客已超越疫情前住宿旅客人數，於 112 年已超越疫情前住宿旅客人數，同 112 年、113 年皆達 13 萬人次以上水準。

次觀察圖 2 所示 108 至 113 年間入住瑞芳區之外籍旅客共計 112,973 人次，外籍旅客從 108 年 42,783 人次開始遞減，109 年受到 COVID-19 疫情發生外籍旅客更是明顯減少，隨疫情趨緩，迎接後疫情生活，國門開放後 113 年外籍客人數已回溫至 37,566 人，已經接近疫情前水準，且本國旅客也維持相對高點，由此可觀，到瑞芳住宿旅客，主要還是以本國旅客為主。

再由觀察圖 3 得知瑞芳區旅客類型，瑞芳區主要的住宿客群以個別旅客居多，從 108

年至 113 年度以個別旅客與團體旅客比較，呈現以個別旅客為主之情形；瑞芳區在住宿選擇上多屬民宿，而該區具有豐富的周邊山海觀光資源，以及有故事性的地方人文特色，吸引自由行之多元發展，使旅客透過自由行的方式，深度探索該區自然與人文景觀。

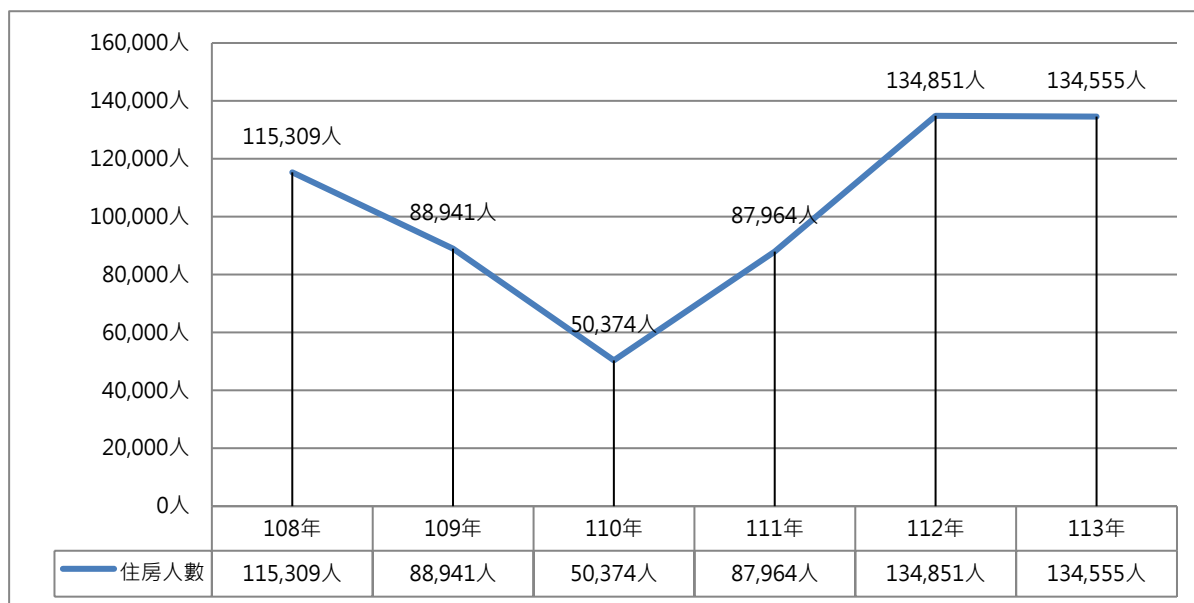


圖 1 瑞芳區住宿人數折線圖(自 108-113 年度)

資料來源:台灣旅宿網

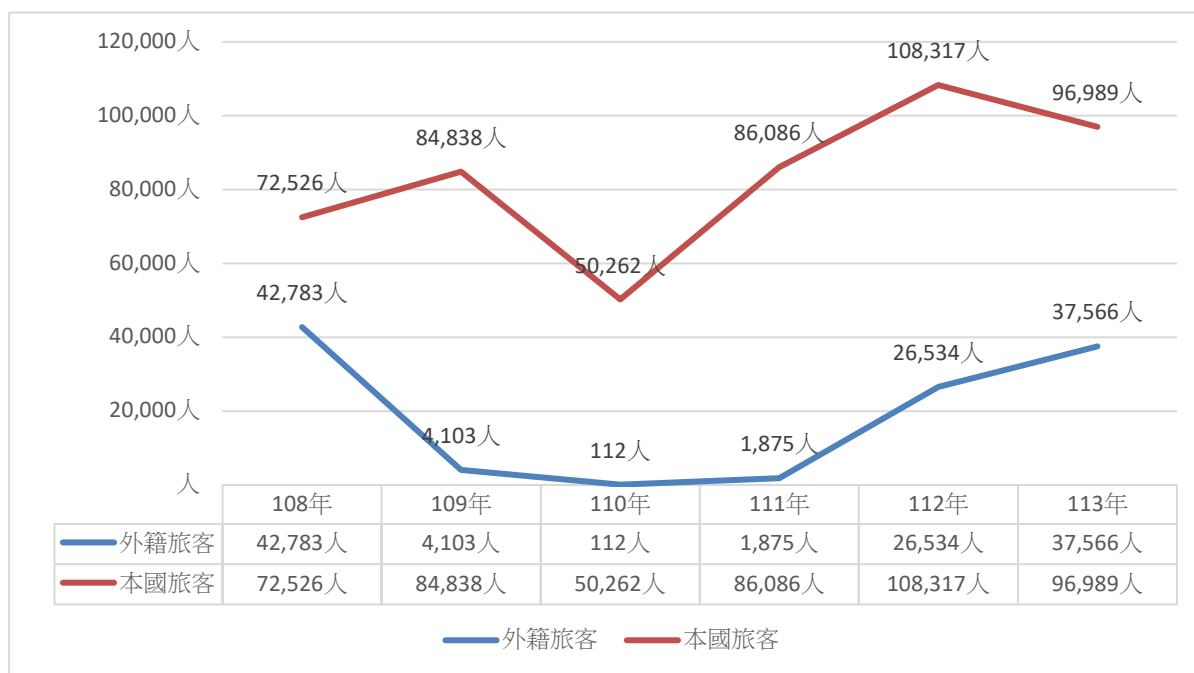


圖 2 瑞芳區外籍旅客與本國旅客人數折線圖(自 108-113 年度)

資料來源:台灣旅宿網

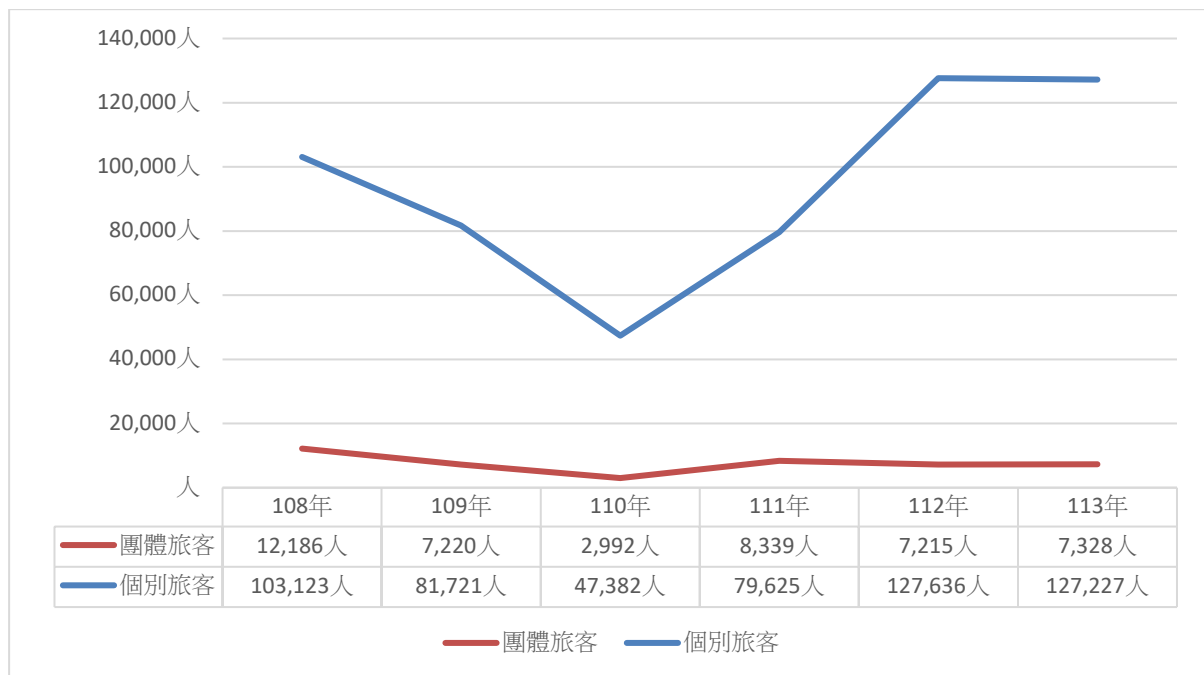


圖 3 瑞芳區團體旅客與個人旅客住房人數折線圖(自 108-113 年度)

資料來源:台灣旅宿網

二、瑞芳區民宿住用率分析

除了對於瑞芳區住房旅客人數的分析外，再藉由探討瑞芳區民宿之業者家數、客房數、總出租客房數、客房住用數、客房住用率及平均房價等統計數據資料分析（表 2），進而掌握該區整理觀光未來發展之全貌；就 113 年度對比於 108 年度之業者家數，6 年間成長了 37 家（↑29.13%），客房數增加 100 間（↑24.63%），總出租客房數增加 27,484 間（↑19.78%），然而客房住用數增加 11,681 間（↑24.40%），客房住用率增加 1.32 %（↑3.83%），客房平均房價增加 704 元（↑30.69 %）。呈現瑞芳區住宿已經超越疫情前水準。

表 2 瑞芳民宿業者住宿增減比例表(自 108-113 年度)

年度	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 108 年增減比例
業者家數	127	137	140	144	146	164	↑ 37 家(↑ 29.13 %)
客房數	406	432	441	449	466	506	↑ 100 間(↑ 24.63%)
總出租客房數	138,935	151,053	143,858	140,593	161,907	166,419	↑ 27,484 間(↑ 19.78 %)
客房住用數	47,871	39,464	23,300	39,387	59,774	59,552	↑ 11,681 間(↑ 24.40 %)
客房住用率	34.46 %	26.13 %	16.20 %	28.01%	36.92%	35.78%	↑ 1.32%(↑ 3.83 %)
客房平均房價	2,294	2,224	2,251	2,598	2,921	2,998	↑ 704 元(↑ 30.69 %)

資訊來源:台灣旅宿網

三、結論

在 113 年 COVID-19 後疫情新生活對觀光產業的復甦，藉由新北市瑞芳區民宿相關統計數據分析，進而瞭解瑞芳區旅宿業發展現況，依據旅客入住人次及業者成長情形，整體顯示瑞芳區民宿發展趨勢為：

- (一)現今入境臺灣觀光旅客雖未達疫情前水平，惟瑞芳區民宿家數及客房數已擺脫疫情影響，出現小幅增加。
- (二)國內入住旅客在後疫情新生活出現連 2 年達 13 萬人次以上水準，已超越疫情前水準。
- (三)國外入住旅客在後疫情新生活已經接近疫情前水準。
- (四)瑞芳區入住旅客多屬個別旅客(約佔 9 成以上)。
- (五)瑞芳區總出租客房數及客房住用數，在後疫情新生活已超越疫情前水準，總出租客房數及客房住用數分別連 2 年達 16 萬間及 5.9 萬間以上水準。
- (六)相較於 108 年平住宿房價，113 年平均住宿房價有明顯上升趨勢，約平均增加 704 元。

在後疫情新生活時代下，隨各國陸續開放國門，配合相關的政策，觀光活動已逐漸回溫，不論是國民旅遊還是外國旅客來臺，在各項統計上都可見證。隨觀光量能逐漸增加，本局積極進行旅宿業宣傳推廣活動，另搭配本市各類大型活動以及本市金好住等行銷，以期提升本市及該區旅宿的國際能見度，並輔導業者對於經營管理、法規配合與時俱進，以提升瑞芳區旅宿業服務品質及產業競爭力，俾利當地觀光旅遊市場更為蓬勃發展，使遊瑞芳旅客人次不僅是恢復到疫情前水準更是要持續創下高峰。

新北市三峽區及鶯歌區住宿人次成長與旅館業發展現況分析

新北市政府觀光旅遊局

前言

新北市，位於臺灣本島最北端，環繞著臺北市，幅員遼闊，總面積超過 2,000 平方公里，擁有長達 145 餘公里的海岸線。北海岸與東北角綿延的濱海風光壯麗迷人，無論是鼻頭角的海蝕地形、野柳地質公園的女王頭，或是福隆金色沙灘的夏日風情，皆吸引無數遊客前來駐足。每逢夏季，海上帆影點點，熱鬧非凡，這條串聯山海的觀光路線，已成為北臺灣最具代表性的黃金旅遊走廊。

除了海岸，新北市南部為中央山脈北端的雪山山脈支稜地帶，山巒起伏、溪谷縱橫，孕育出豐富的自然生態與人文底蘊。其中三峽與鶯歌更是新北市南端璀璨的觀光雙星。三峽擁有悠久歷史與豐厚人文，三峽祖師廟、老街紅磚拱廊與巴洛克建築交織出濃厚古風。後山茶園盛產碧螺春與蜜香紅茶，搭配大豹溪兩岸自然景致，四季皆宜踏青。藍染節、賞螢、燒頭爐香等節慶活動，更讓三峽年年精彩不斷。隨著臺北大學特定區的開發，三峽亦轉型為宜居新城，綠意街廓與藝術步道共構出人文與現代藝術共榮的風貌。

鄰近的鶯歌則以「陶瓷之都」美譽聞名全臺，遠在西元 1805 年，鶯歌的土壤就被發現適合捏製陶瓷，發展出蓬勃的陶瓷產業。尖山埔老街、陶瓷觀光街至今仍聚集數百家陶藝工坊與藝品店，手作陶藝體驗、陶瓷嘉年華活動年年吸睛。「鶯歌高職」致力陶藝技術傳承，讓傳統產業煥發新生。除此之外，位於鶯歌的新北市立鶯歌陶瓷博物館是全臺首座以陶瓷為主題的專業博物館，館內展出豐富陶藝作品與製程知識，是認識臺灣陶瓷文化的最佳窗口。鄰近的新北市美術館於 114 年 4 月 25 日正式開館，結合新北市多元的文化場館、藝術社群、地方產業與自然生態，驅動新北的城市美學與藝文發展。

無論是自然奇景、人文風情，抑或產業與藝術魅力，新北市處處皆風景，是旅人探索臺灣不可錯過的寶地。本報告選擇三峽及鶯歌等兩個行政區，分析後疫情時代外國旅客人數變動對旅宿業的影響，並探討這兩個行政區的旅客人次、團體與個別旅客比例、區域平均住宿房價等數據，瞭解旅客喜好的住宿類型、遊玩方式及旅館營運狀況，以作為日後新北市觀光旅遊推廣不同類型遊憩主題之參考。

壹、後疫情時代旅宿業逐漸回溫

113 年來臺旅客計 785 萬 7,686 人次，較 112 年來臺旅客 648 萬 6,951 人次正成長 21.13%，依據交通部觀光署觀光統計資料，全年觀光目的別占 66.65%，約 523 餘萬人，依交通部觀光署 108 年至 113 年因觀光目的入境之各國旅客總人數統計表(表一)可以發現，雖然整體來臺觀光人次仍與疫情前 108 年的高峰水準尚有落差，但隨著旅遊信心回溫與市場需求回升，未來成長動能強勁，觀光人次可望持續攀升。

表一 因觀光目的入境之各國旅客人次(自 108-113 年度)

	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 112 年 成長率
中國大陸	2,052,401	38,554	0	68	32,906	162,749	394.59%
日本	1,680,682	183,770	35	30,985	670,945	1,002,806	49.46%

表一 因觀光目的入境之各國旅客人次(自 108-113 年度)(續)

	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 112 年 成長率
南韓	1,040,352	117,840	11	30,355	634,402	876,183	38.11%
印尼	59,428	3,599	2	5,320	46,643	56,392	20.90%
菲律賓	306,660	29,494	2	10,646	185,886	272,745	46.73%
泰國	300,352	29,890	4	37,445	304,003	306,724	0.90%
馬來西亞	402,392	9,582	6	31,463	330,562	315,841	-4.45%
新加坡	352,510	36,031	5	51,082	393,891	373,244	-5.24%
越南	144,589	9,582	9	9,450	137,082	99,658	-27.30%
大洋洲地區	68,720	10,775	2	4,433	58,493	81,233	38.88%
香港、澳門	1,527,072	138,675	2	5,895	1,050,032	1,147,372	9.27%
加拿大	76,769	8,656	6	4,208	52,433	70,892	35.20%
美國	231,156	26,634	21	20,628	254,422	364,371	43.22%
法國	22,616	2,878	15	1,350	16,398	20,605	25.66%
德國	28,137	3,548	2	2,279	25,962	34,743	33.82%
義大利	5,470	596	0	431	4,495	5,981	33.06%
荷蘭	11,734	1,543	4	821	8,622	12,119	40.56%
英國	32,262	4,002	8	2,001	25,197	31,110	23.47%
非洲地區	1,829	205	0	99	1,108	1,616	45.85%
其他	98,893	38,538	22	25	491	614	25.05%
總計	8,444,024	694,392	156	248,984	4,233,973	5,236,998	23.69%

資料來源：交通部觀光署行政資訊系統。

一、新北市住宿旅客國別分析

由表二分析本市住宿旅客之國別情形如下：

(一)本國住宿人次：

113 年較 112 年本國旅客至本市住宿減少 7 萬 8,969 人次(略下降 2.39%)，住宿人次比例，占整體住宿人次 73.84%。

(二)中國大陸旅客住宿人次：

113 年較 112 年中國大陸旅客至本市住宿增加 1 萬 6,223 人次(增加 63.46%)，住宿人次比例，占整體住宿人次 0.96%。

(三)東北亞住宿人次：

自 109 年至 111 年止，日本、南韓等 2 國住宿人次因新冠疫情影響大幅減少，隨 111 年年底疫情緩解，我國解除國境封鎖後，112 年住宿人次逐漸回復疫情前水準；113 年數據顯示住宿人次達 45 萬 8,965 人次，較 112 年增加 5 萬 962 人(增加 12.49%)，住宿人次比例，占整體住宿人次 10.5%。

(三)香港、澳門、新南向地區及其他國別住宿人次：

自 109 年至 111 年，受疫情影響，來自港澳、新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國、越南、北美、歐洲、紐澳及其他地區的住宿人次大幅下降。隨著國際疫情趨緩與邊境逐步開放，112 年住宿人次已有明顯回升的跡象。進一步觀察 113 年數據，較 112 年增加約 4 萬 3,283 人次，顯示國際旅客逐步回流，觀光市場呈現復甦態勢。

(四)整體住宿人次：

本市 113 年較 112 年整體住宿人次增加約 3 萬 1,499 人次(增加 0.73%)。分析我國、外國旅客至本市住宿人次占比，本國住宿人次占比由 112 年 76.20%略下降至 113 年 73.84%，外國住宿人次占比則是由 112 年 23.80%提升至 113 年 26.16%，113 年國外旅客至新北市住宿人數則為 1,143,153 人。

表二 新北市旅館之各國別區域住宿人次(自 108-113 年度)

		108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 112 年 增減比例
本國	住宿人次	2,637,289	2,460,891	2,127,476	2,650,393	3,306,549	3,227,580	減少 78,969
	比例	58.34%	90.12%	95.85%	90.95%	76.20%	73.84%	(↓ 2.39%)
外國	住宿人次	749,623	37,927	16,062	11,973	25,563	41,786	增加 16,223
	比例	16.58%	1.39%	0.72%	0.41%	0.59%	0.96%	(↑ 63.46%)

表二 新北市旅館之各國別區域住宿人次(自 108-113 年度)(續)

			108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 112 年 增減比例
外國	東北亞	住宿人次	482,065	63,066	6,131	28,846	408,003	458,965	增加 50,962
		比例	10.67%	2.31%	0.28%	0.99%	9.4%	10.5%	(↑ 12.49%)
	香港、澳門	住宿人次	133,591	18,156	7,370	10,889	111,648	138,298	增加 26,650
		比例	2.96%	0.66%	0.33%	0.37%	2.57%	3.16%	(↑ 23.87%)
	新南向地區	住宿人次	344,066	69,434	29,149	122,214	264,092	235,943	減少 28,149
		比例	7.61%	2.54%	1.31%	4.19%	6.09%	5.4%	(↓ 10.66%)
	其他國別	住宿人次	173,349	81,252	33,433	89,485	223,379	268,161	增加 44,782
		比例	3.84%	2.98%	1.51%	3.07%	5.15%	6.14%	(↑ 20.05%)
	整體	住宿人次	4,519,983	2,730,726	2,219,621	2,913,800	4,339,234	4,370,733	增加 31,499
									(↑ 0.73%)

資料來源：臺灣旅宿網。

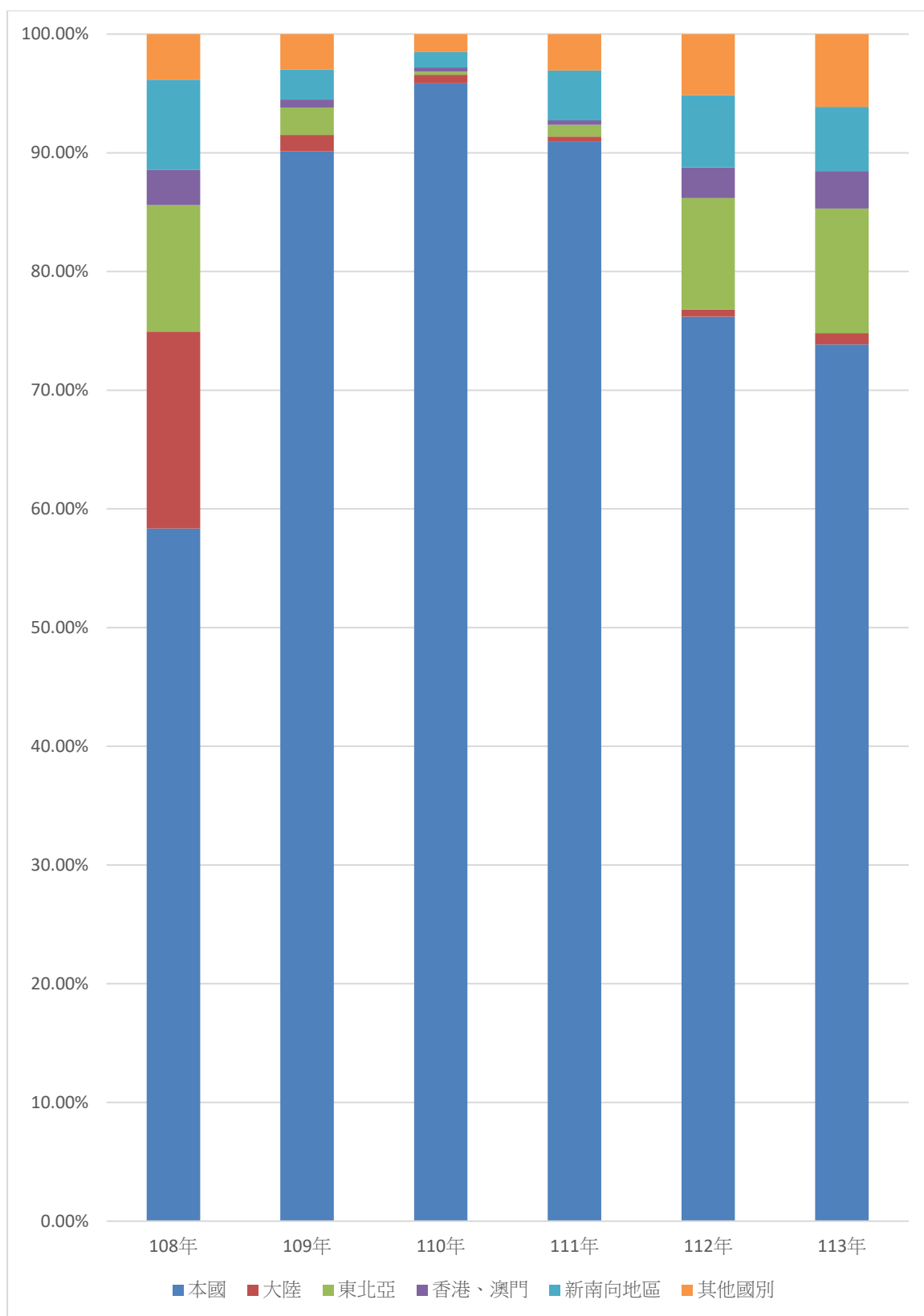
二、住宿國別人次變化

將表二以百分比圖（如下圖一）呈現後可清楚看出，自 108 年至 113 年，中國大陸旅客入住本市旅館的人次比例，受到新冠疫情及陸方調整對臺觀光政策（暫停 47 個城市居民赴臺自由行試點）的雙重影響，自 109 年起大幅下滑。至今由於來臺觀光尚未開放，中國大陸旅客人次仍未見明顯回升。

此外，來自東北亞、新南向國家及其他國別的旅客，也在 109 至 111 年間因疫情衝擊而出現大幅減少。隨著 111 年底疫情趨緩及邊境開放，113 年各國旅客入住本市旅館的人次比例已逐漸回升，接近 108 年水準；而原本由中國大陸旅客占據的比例，則已由本國旅客補上，顯示國旅內需市場在疫情後期發揮了關鍵支撐作用。

由表二及圖一可看出，中國大陸旅客入住本市旅館的人次百分比自 109 年後大幅下降，至 113 年為止，與 108 年相比，住宿人次已減少超過 70 萬人次，顯示兩岸旅遊中斷對本市整體觀光市場造成深遠影響。

進一步比對下方表三的數據，發現三峽區在 113 年僅接待中國大陸旅客 222 人次，與 108 年高峰時期的 83,448 人次相比，減幅達 99% 以上，總計減少達 83,226 人次，顯示三峽區以往為中國大陸旅客重要觀光住宿地區之一，其觀光住宿產業受到的衝擊尤為明顯。



圖一 新北市旅館之各國別住宿人次百分比分布圖(自 108-113 年度)圖表

資料來源：臺灣旅宿網。

表三 新北市旅館之中國大陸旅客住宿人次排名前 10 名轄區(以 108 年之數據排序並與 113 年比較)

行政區	108 年			113 年			113 年較 108 年增減		
	本國	中國大陸旅客	整體	本國	中國大陸旅客	整體	本國	中國大陸旅客	整體
板橋區	545,526	43,161	854,293	740,956	7,644	986,138	195,430	-35,517	131,845
三重區	286,869	51,280	403,342	422,917	3,032	475,144	136,048	-48,248	71,802
淡水區	186,876	131,502	371,251	331,412	477	372,660	144,536	-131,025	1,409
萬里區	188,721	124,711	356,017	201,351	406	247,477	12,630	-124,305	-108,540
新莊區	225,636	39,569	343,901	282,822	5,203	456,196	57,186	-34,366	112,295
新店區	156,051	32,139	297,566	204,549	953	276,691	48,498	-31,186	-20,875
汐止區	120,425	68,875	283,073	169,466	1,956	228,344	49,041	-66,919	-54,729
深坑區	61,041	48,060	265,805	86,857	130	217,731	25,816	-47,930	-48,074
三峽區	127,940	83,448	240,822	61,251	222	65,047	-66,689	-83,226	-175,775
中和區	155,748	27,244	210,007	155,619	1,551	206,770	-129	-25,693	-3,237

資料來源：臺灣旅宿網。

三、東北亞住宿人數逐步穩健成長

由下表四分析本市之東北亞地區(日韓)旅客住宿人次，113 年較 108 年增減狀況：

(一)日本住宿人次：113 年較 108 年減少 3 萬 209 人(下降 25.93%)。

(二)韓國住宿人次：113 年較 108 年增加 7,109 人(增加 1.94%)。

疫情趨緩後，自 112 年起來自東北亞地區的旅客住宿人次明顯回升，整體人次已逐步接近疫情前(108 年)的水準，甚至韓國旅客住宿人次也超越疫情前人次，顯示該市場回復力道強勁，具有穩定成長潛力。日本旅客部分，雖回升趨勢明顯，但 113 年住宿人次仍較 108 年減少約 3 萬人，顯示尚未完全恢復，仍存在相當的成長空間。

表四 新北市旅館之東北亞旅客住宿人次(自 108-113 年度)

		108 年	109 年	1110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 108 年增減比例
日本	住宿人次	116,519	14,529	3,771	11,941	67,172	86,310	減少 30,209
	比例	2.58%	0.53%	0.17%	0.41%	1.55%	1.97%	(↓ 25.93%)
韓國	住宿人次	365,546	48,537	2,360	16,932	340,831	372,655	增加 7,109
	比例	8.09%	1.78%	0.11%	0.58%	7.85%	8.53%	(↑ 1.94%)
整體	住宿人次	4,519,983	2,730,726	2,219,621	2,913,827	4,339,234	4,370,733	減少 149,250
								(↓ 3.30%)

資料來源：臺灣旅館網。

貳、三峽區

一、三峽區旅館業客房住用率

近年來，三峽區的觀光及住宿人數受到新冠疫情、中國大陸旅客禁令等大環境因素的重大衝擊。由表五及表六可知，新北市整體在 113 年的客房住用率為 51.20%，較 108 年微幅上升 0.64%；然而，三峽區的客房住用率卻僅有 40.99%，相較 108 年大幅下降 11.45%。進一步從表六的數據顯示，在實際可用客房數減少 57.42%的背景下，住宿需求仍未見明顯回升。

此外，根據前面表三數據，三峽區於 108 年接待之我國旅客與中國大陸旅客住宿人次分別為 127,940 人次與 83,448 人次，至 113 年則驟降為 61,251 人次與僅 222 人次，顯示出中國大陸旅客幾乎完全流失，本國旅遊動能亦顯著衰退。

綜合上述分析，三峽區旅館產業仍處於嚴峻考驗中，儘管整體新北市旅宿市場略有回穩，但區域發展不均的現象較為明顯，有待未來捷運三鶯線通車後，強化在地特色旅遊資源整合與交通規劃，以有效帶動旅遊人潮與住宿需求回溫。

表五 新北市旅館業業者家數及其客房數成長率(自 108-113 年度)

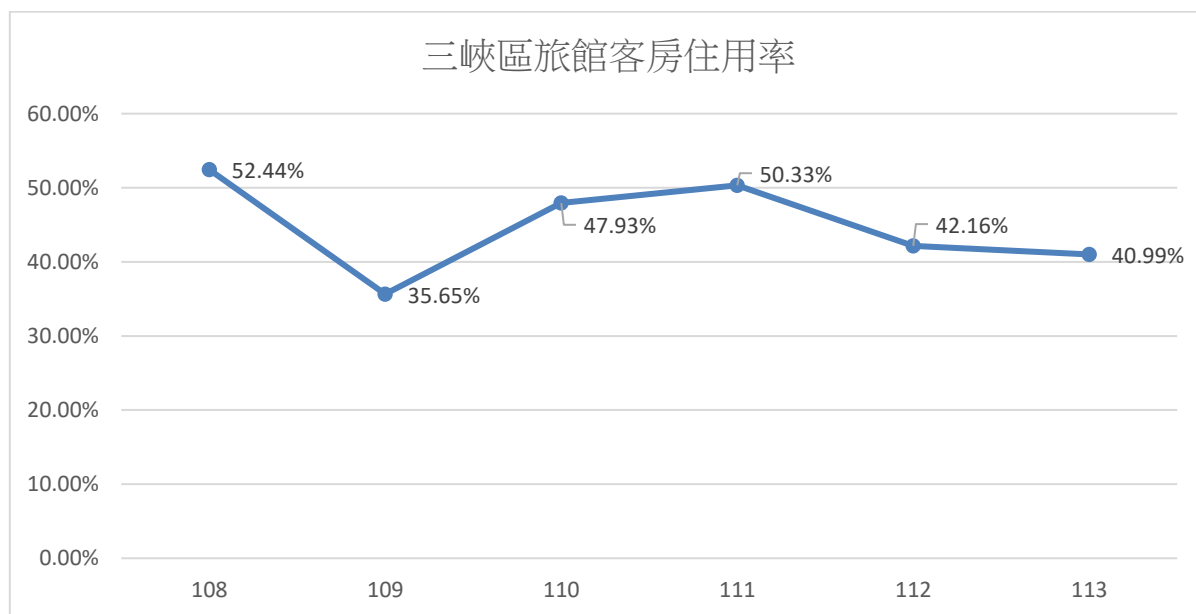
新北市	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 108 年 增減比例
業者家數	228 家	231 家	233 家	233 家	230 家	225 家	↓ 3 家 (↓ 1.32%)
客房間數	12,092 間	12,371 間	12,682 間	13,006 間	12,887 間	12,711 間	↑ 619 間 (↑ 5.12%)
客房住用率	50.56%	33.02%	28.19%	37.52%	49.10%	51.20%	↑ 0.64%

資料來源：臺灣旅宿網。

表六 三峽區旅館業者住宿成長比例表(自 108-113 年度)

三峽區	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 108 年增減 比例
業者家數	6 家	6 家	4 家	4 家	4 家	4 家	↓ 2 家 (↓ 33.33%)
客房住用率	52.44%	35.65%	47.93%	50.33%	42.16%	40.99%	↓ 11.45%
客房房間數	519 間	519 間	221 間	221 間	221 間	221 間	↓ 298 間 (↓ 57.42%)

資料來源：臺灣旅宿網。

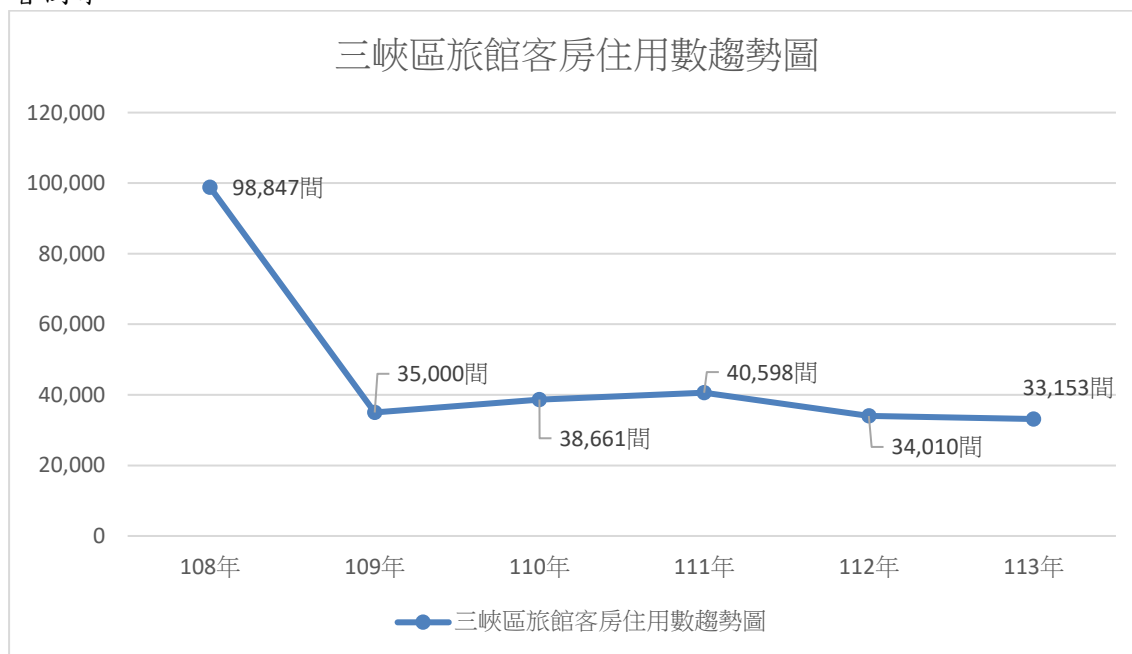


圖二 三峽區旅館客房住用率趨勢圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

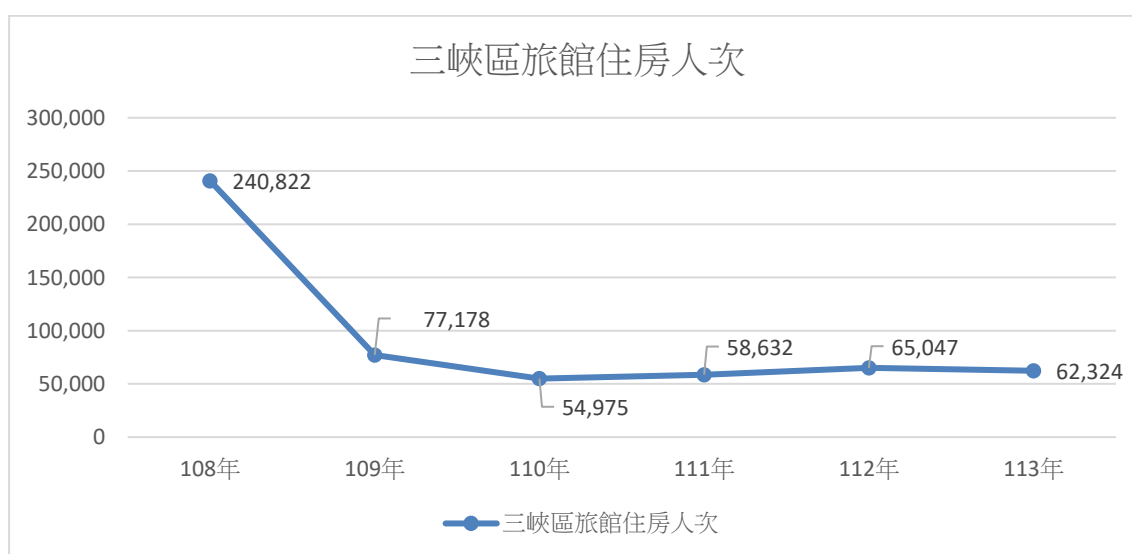
二、三峽區旅館客房住用數及住房人次

根據圖三與圖四資料，三峽區 113 年實際客房住用數約為 3 萬 3,153 間，對應的住房人次約為 6 萬 2,324 人次，與 108 年相比，客房住用數減少 6 萬 5,694 間，住房人次大幅減少 17 萬 8,498 人次，呈現明顯下滑趨勢。綜合表六、圖二以及圖三與圖四的比較分析可見，三峽區在 109 年至 110 年間的客房住用數及住房人次大幅減少，推測主要與福容大飯店（三鶯）於 109 年歇業有關。作為區域內具代表性的指標性大型旅館，福容大飯店因故退出市場，不僅直接影響總體房間數，也對整體住房人次造成顯著衝擊。



圖三 三峽區旅館客房住用數趨勢圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。



圖四 三峽區旅館住房人次趨勢圖(自 108-113 年度)

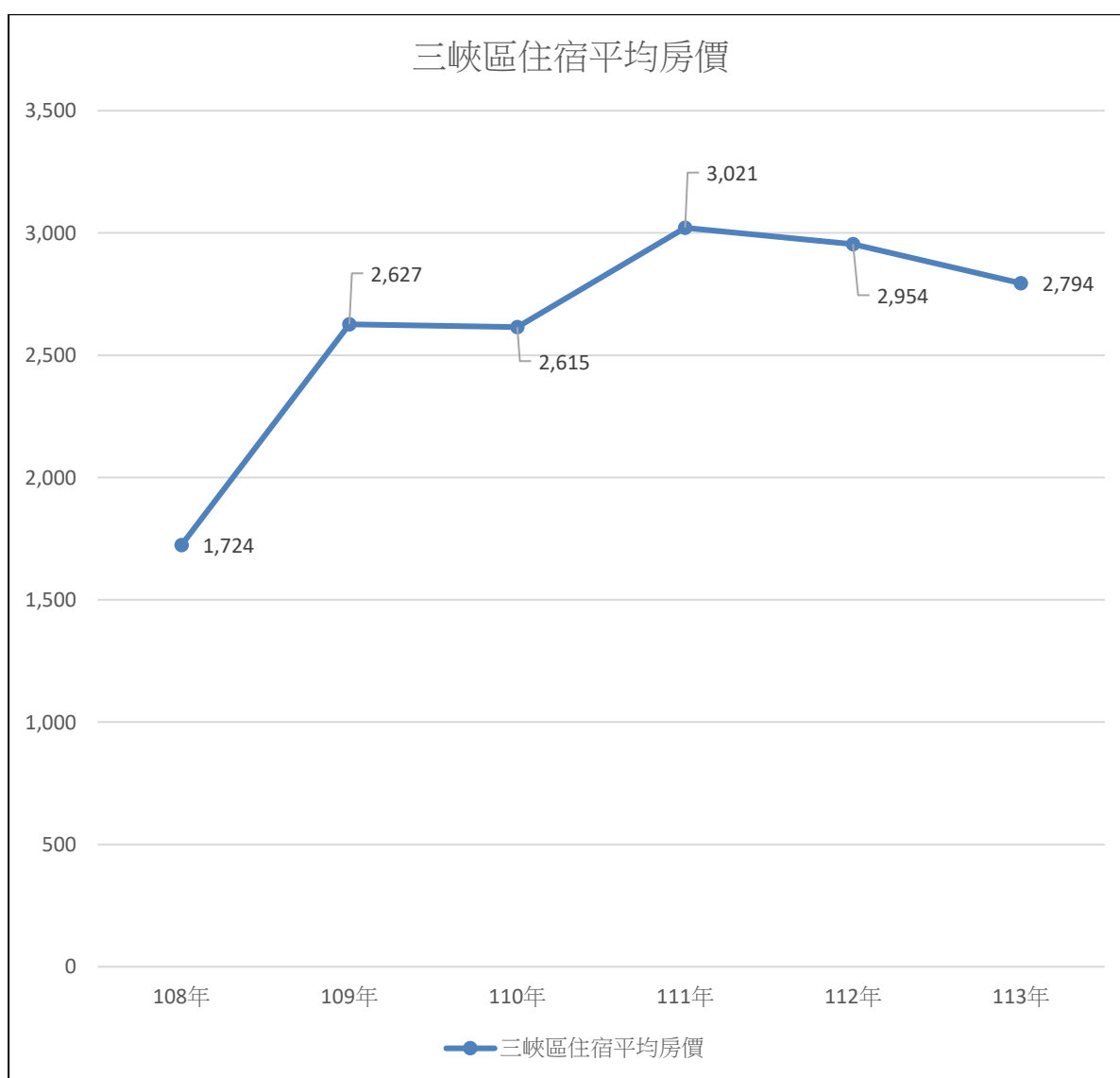
資料來源：臺灣旅宿網

三、三峽區旅館平均房價

113 年新北市全年平均住宿房價為每間每晚新臺幣 2,406 元。其中，平均住宿房價最高者為烏來區，達 4,569 元，其次為金山區，為 3,823 元。這兩區皆屬本市主要的原住民或鄉村型觀光地區，擁有豐富的自然資源與文化特色，對國內旅客具有高度吸引力。加上區內部分旅館結合溫泉設施作為特色賣點，使其平均住宿價格明顯高於其他行政區。

相對地，平均住宿房價最低者為深坑區，為 1,651 元；次低為三重區，為 1,800 元，顯示此類都市型或非觀光導向地區，其住宿價格相對較為平實。

至於三峽區，113 年旅館平均住宿房價為 2,794 元，較本市整體平均高出 388 元，顯示其房價水準仍維持中上水準。然而與 111 年相比，三峽區平均房價略有下降，顯示儘管客房數供給減少或部分旅館退場，但整體旅宿市場仍受限於在地留宿需求疲弱，可能難以支撐房價成長（歷年房價變動趨勢詳見圖五）。



圖五 三峽區住宿平均房價(單位：新臺幣)趨勢圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

四、三峽區團體與個別旅客分析

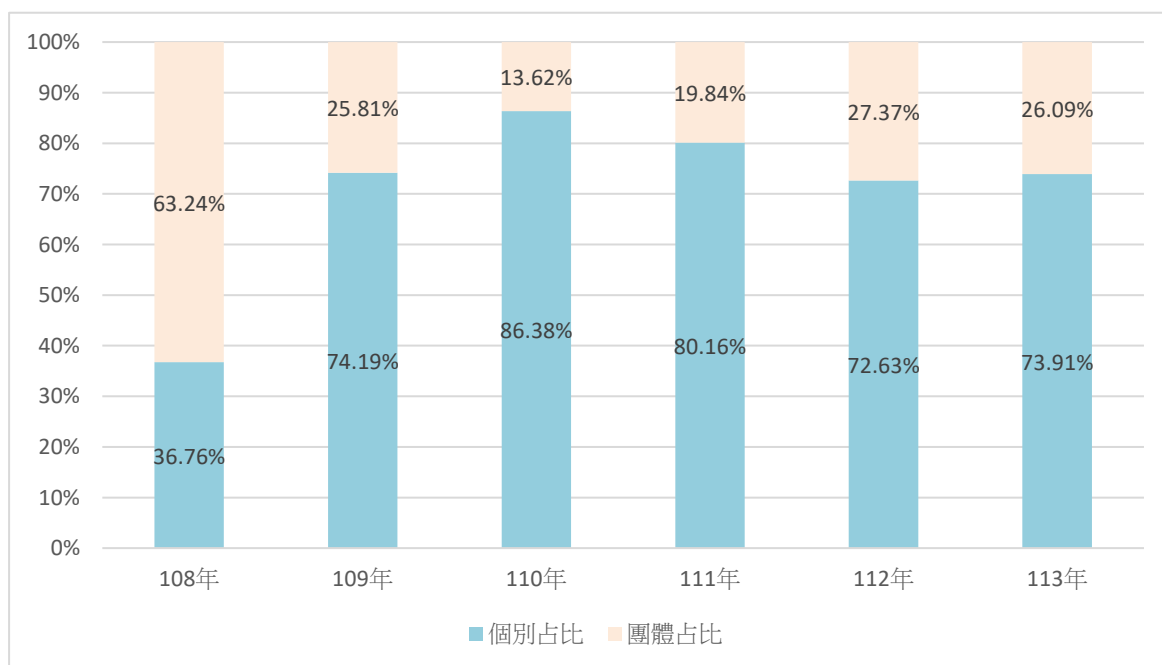
由表七與圖六所示，三峽區旅宿市場的旅客結構在近年出現明顯轉變。108 年時，團體旅客與個別旅客的住房比率分別為 63.24%、36.76%，顯示當時以團體旅遊為主。然而，至 113 年，團體旅客與個別旅客的住房比率分別為 26.09%、73.91%，呈現以個別旅客為主要客群的趨勢，反映出區域觀光型態已由以團體為主逐步轉型為個別化、自主化旅遊。

造成此一變化的原因，除了受到新冠疫情影響及中國大陸旅客減少，導致傳統團體客源大幅萎縮外，亦可推測與三峽區旅館型態有關。目前三峽區多為客房數較少之小型旅館或民宿，空間與服務量能相對有限，除大板根度假酒店外，難以承接大量團體客的住宿需求。此外，三峽老街等主要觀光景點多集中於市區核心，動線緊密，適合安排半日或一日往返的輕旅行，也可能進一步促成個別旅客、自駕與自由行模式的盛行。

表七 三峽區團體與個別旅客住房比例表(自 108-113 年度)

三峽區	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年
團體	152,301 人次	19,917 人次	7,489 人次	11,631 人次	17,805 人次	16,260 人次
團體占比	63.24%	25.81%	13.62%	19.84%	27.37%	26.09%
個別旅客	88,521 人次	57,261 人次	47,486 人次	47,001 人次	47,242 人次	46,064 人次
個別占比	36.76%	74.19%	86.38%	80.16%	72.63%	73.91%

資料來源：臺灣旅宿網。



圖六 三峽區個別旅客與團體住房人次百分比圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

五、三峽區國內旅客與國外旅客分析

由表八可得知，三峽區國內與國外旅客住房比例的發展趨勢，從 108 年國內旅客與國外旅客的住房比率分別為 53.13%、46.87%，呈現國內外旅客接近均衡的平均型觀光結構，發展至 113 年則轉變為國內旅客與國外旅客的住房比率分別為 92.26%、7.74%，顯示國內旅客已成為絕對主力。推測此一趨勢的轉變，主要受到新冠疫情期間邊境管制措施、國際航班大幅減少，以及中國大陸旅客禁令、國際來台旅客下滑影響，導致國際旅客人數大量減少，使三峽轉變為以國內旅客為主的觀光型態。

表八 三峽區國內旅客與國外旅客住房比例表(自 108-113 年度)

三峽區	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年
國內旅客	127,940	73,834	53,756	52,991	61,251	57,498
國內占比	53.13%	95.67%	97.78%	90.38%	94.16%	92.26%
國外旅客	112,882	3,344	1,219	5,641	3,796	4,826
國外占比	46.87%	4.33%	2.22%	9.62%	5.84%	7.74%

資料來源：臺灣旅宿網。

六、三峽區國際觀光旅館

三峽區內目前有 1 家國際觀光旅館為「大板根渡假酒店」，房間數 95 間，每日可容納近 200 位旅客，提供 SPA、森林浴、會議場地、親子活動，為結合自然生態與渡假體驗的中大型旅館。該酒店座落於大豹溪流域，鄰近滿月圓森林遊樂區等熱門景點，擁有豐富自然資源與完善休閒設施，吸引國內外遊客前來休閒旅遊或舉辦企業會議等活動。其營運模式結合生態教育與觀光服務，為三峽地區旅宿市場的重要指標，並具帶動地方觀光與延長旅客停留時間之效益。

參、鶯歌區

一、鶯歌區旅館業住房率

由表九及圖七可看出鶯歌區旅館業發展情形，108 至 113 年業者家數均維持不變，客房房間數於 112 年增加 22 間，客房住用率上升 6.40%。除了 110 年因疫情因素，客房住用率降低至 31.84%，其餘年度客房住用率大致維持上漲趨勢。

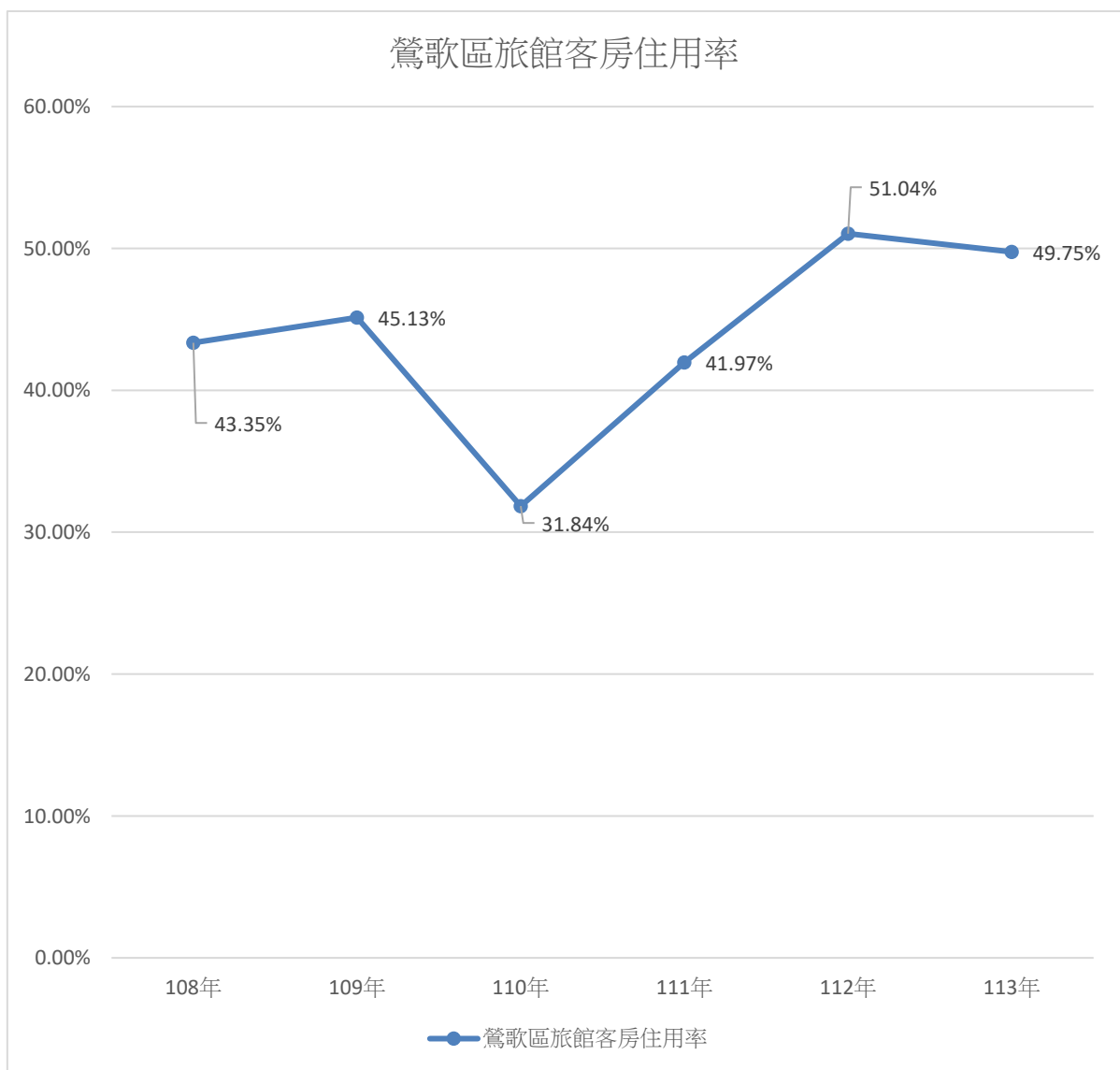
表九 鶯歌區旅館業者住宿成長比例表(自 108-113 年度)

	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 108 年 增減比例
業者家數	3 家	3 家	3 家	3 家	3 家	3 家	-持平

表九 鶯歌區旅館業者住宿成長比例表(自 108-113 年度)(續)

	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	113 年較 108 年 增減比例
客房房間數	35 間	35 間	35 間	35 間	57 間	57 間	↑ 22 間 (↑ 62.86%)
客房住用率	43.35%	45.13%	31.84%	41.97%	51.04%	49.75%	↑ 6.40%

資料來源：臺灣旅宿網。

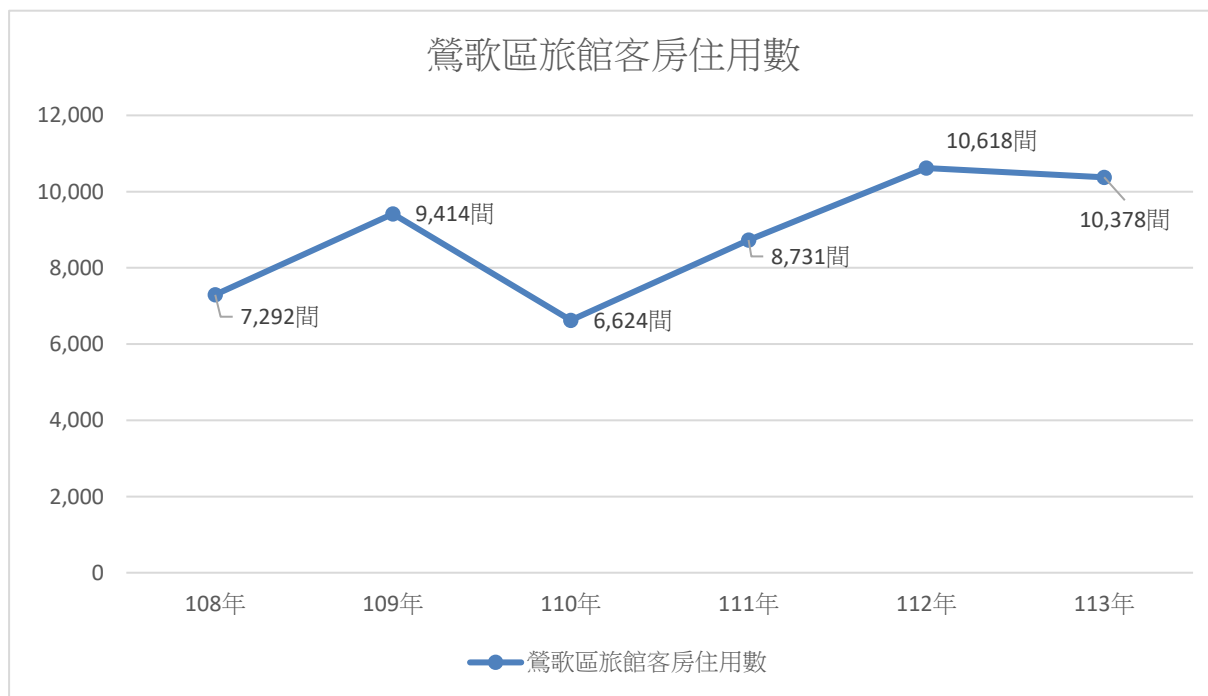


圖七 鶯歌區旅館客房住用率趨勢圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

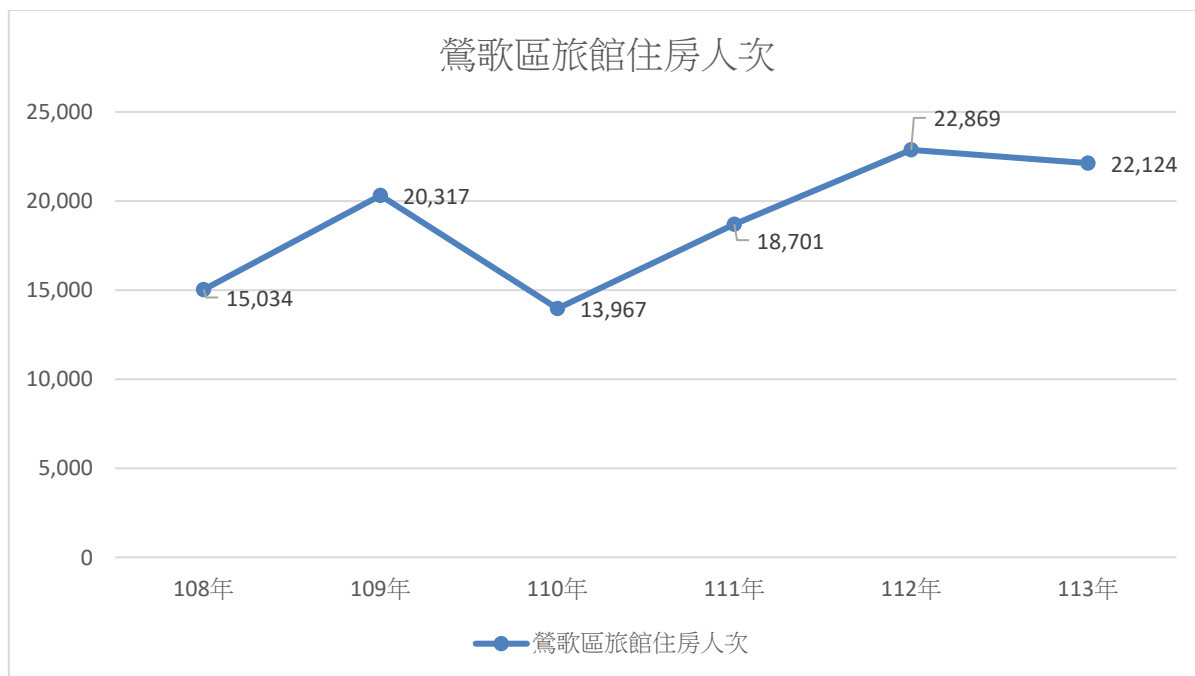
二、鶯歌區旅館住房人次

從圖八、圖九可得知鶯歌區近 6 年的旅館客房住用數及住房人次，113 年客房住用數為 1 萬 378 間，住房人次 2 萬 2,124 人次，旅館住房人次較疫情發生前（108 年 1 萬 5,034 人次）增加 7,090 人次，整體住房人次走勢與客房住用率走勢相同。



圖八 鶯歌區旅館客房住用數趨勢圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

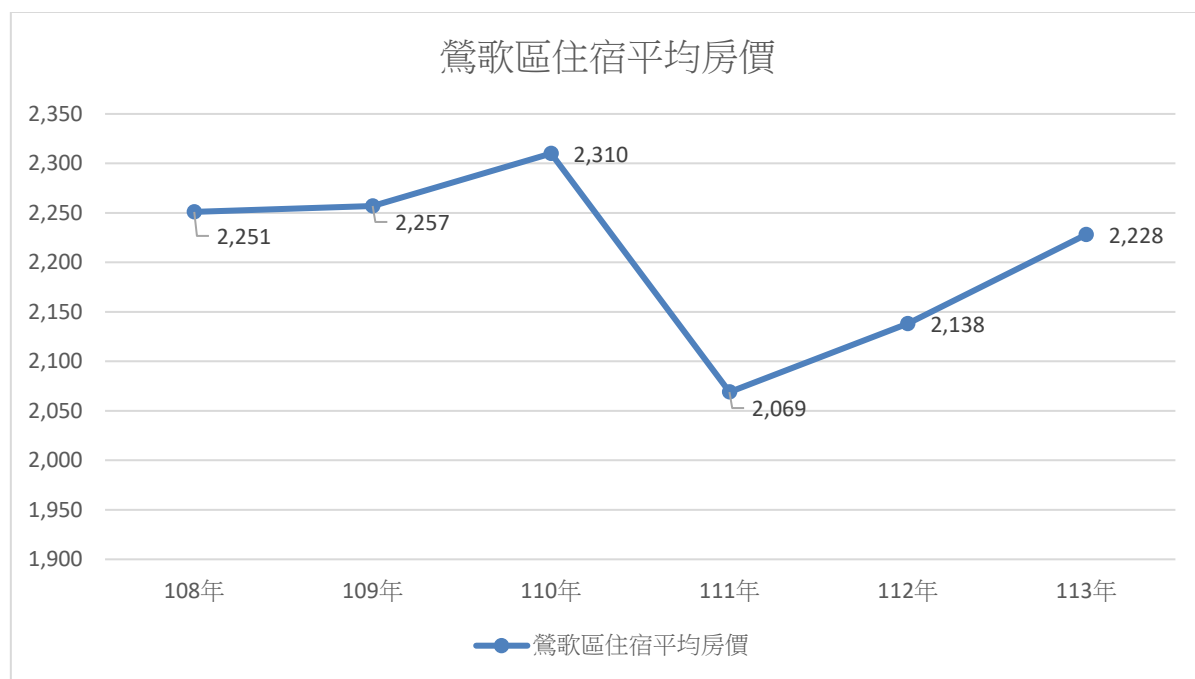


圖九 鶯歌區旅館住房人次趨勢圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

三、鶯歌區旅館平均房價

113 年本市全年平均住宿房價為每日每間 2,406 元。由圖十可觀察到，113 年鶯歌區旅館的平均房價為每日每間 2,228 元，略低於全市平均水平，顯示出鶯歌區相較於其他行政區仍具一定的價格競爭力。進一步比較鶯歌區自 108 年至 113 年的房價變化，可以發現其平均房價變動幅度不大，與 108 年相當，顯示該區房價呈現相對穩定的態勢。



圖十 鶯歌區住宿平均房價(單位：新臺幣)趨勢圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

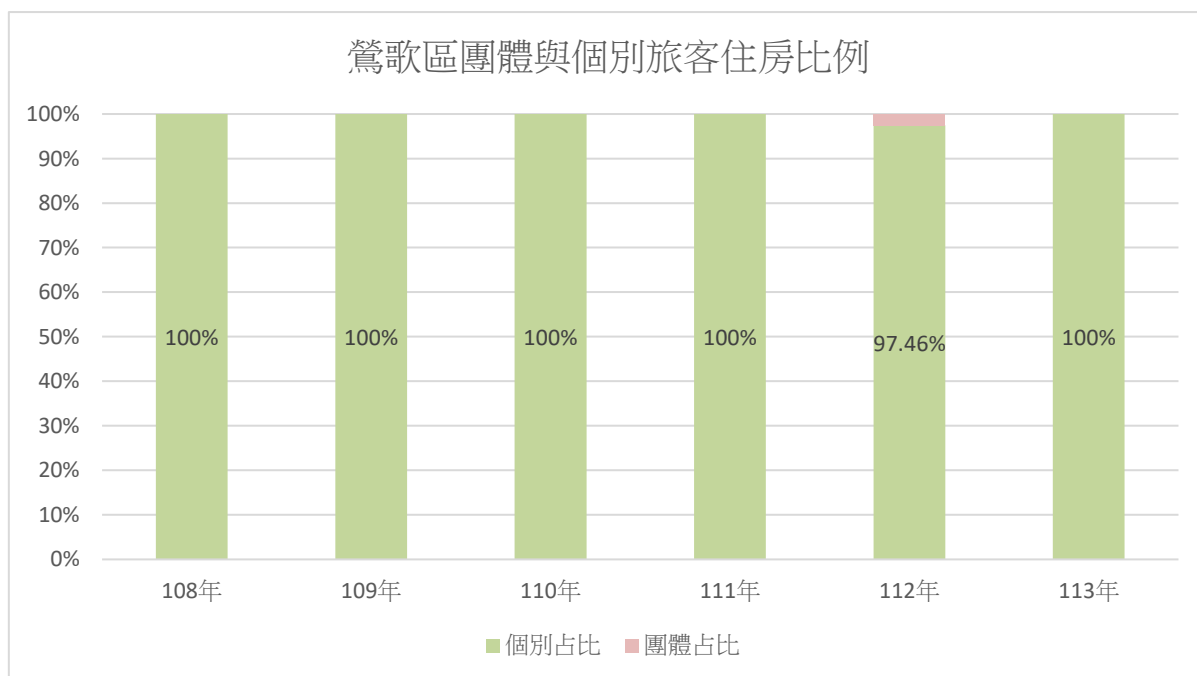
四、鶯歌區團體與個別旅客分析

依據表十及圖十一的數據顯示，自 108 年至 113 年間，鶯歌區的個別旅客占比幾乎皆達 100%，顯示出該區旅遊型態以自由行為主，團體旅遊比例極低。此現象反映出鶯歌區的觀光資源主要吸引個別旅客，旅客可能多以小型家庭、情侶或個人形式自行規劃行程。

表十 鶯歌區團體與個別旅客住房比例表(自 108-113 年度)

鶯歌區	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年
團體	0 人次	0 人次	0 人次	0 人次	581 人次	0 人次
團體佔比	0%	0%	0%	0%	2.54%	0%
個別旅客	15,034 人次	20,317 人次	13,967 人次	18,701 人次	22,288 人次	22,124 人次
個別佔比	100%	100%	100%	100%	97.46%	100%

資料來源：臺灣旅宿網。



圖十一 鶯歌區團體與個別旅客住房人次百分比圖(自 108-113 年度)

資料來源：臺灣旅宿網。

五、鶯歌區國內旅客與國外旅客分析

根據表十一數據顯示，鶯歌區近年來住宿旅客本國旅客占比達 100%，顯示該區幾乎完全由國內觀光需求所支撐，國外旅客的占比極為稀少甚至為零。此一現象可能與鶯歌區的觀光資源特性密切相關。鶯歌作為新北市的重要文化觀光據點，以陶瓷工藝、歷史老街與在地文化體驗為核心吸引力，對於國內遊客特別是北部地區居民而言，是一日遊或週末輕旅行的熱門目的地。然而，相較於臺北市、九份、淡水等擁有國際知名度與豐富多語言導覽資源的觀光熱門地區，鶯歌在國際宣傳、語言友善度以及住宿品牌能見度方面仍有努力空間，以吸引國外旅客對其認識與停留之意願。

表十一 鶯歌區國內旅客與國外旅客住房比例表(自 108-113 年度)

鶯歌區	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年
國內旅客	15,034 人次	20,317 人次	13,967 人次	18,701 人次	22,869 人次	22,124 人次
國內占比	100%	100%	100%	100%	100%	100%
國外旅客	0 人次	0 人次	0 人次	0 人次	0 人次	0 人次
國外占比	0%	0%	0%	0%	0%	0%

資料來源：臺灣旅宿網。

肆、結論與建議

一、三鶯地區的觀光旅遊及旅宿業近年發展狀況

隨著 113 年逐步走出新冠疫情的陰霾，三峽與鶯歌地區之觀光發展逐漸回穩，並顯現新的型態轉變。該區擁有豐富的人文與自然資源，如三峽老街的歷史風貌、鶯歌陶瓷文化的深厚底蘊，以及新北市美術館與鶯歌陶瓷博物館等藝文設施，逐步形成結合文化體驗與輕旅行的旅遊特色。

(一)交通建設帶動未來發展潛力

隨著捷運三鶯線等交通建設即將建設完成，未來區域可及性大幅提升，有助於吸引更多國內外旅客造訪。根據近年資料分析，三峽地區旅館業經歷疫情與中國大陸旅客禁令衝擊後，整體住房人次與客房數明顯下降，顯示產業尚未全面復甦。然而，平均房價水準仍高於全市平均，反映出市場尚具一定潛力。

(二)觀光型態轉變

旅客結構方面，團體旅客大幅減少、個別旅客占比持續上升，顯示觀光型態已由團體導向轉為自由行為主。而在國籍分布上，國內旅客占比高達九成以上，國際旅客人次則明顯萎縮，反映目前三鶯觀光仍以區域型、短天數的國旅旅遊為主。

二、本局近期潛在旅宿發展推動措施

(一)與青年局合作

本局已於 113 年 10 月辦理民宿設立相關課程，鼓勵青年投入民宿創業。

(二)設有專責轄區承辦同仁

目前本局於三峽、鶯歌皆設有專責轄區承辦同仁，如有業者願意投入申請，本局將積極輔導取得旅宿登記證

(三)行銷本市優良旅宿

本局今年持續以「優良旅館 魅力民宿」品牌行銷本市優良旅宿，目前已輔導三鶯地區 5 家旅宿入選，且均納入本局 113 年推出《Check in 第二個家 新北優質旅宿+》電子書協助行銷，以提供民眾於三鶯旅遊住宿時參考。

(四)極接洽旅宿公協會

亦已積極接洽旅宿公協會、大型連鎖品牌福容等，表達若有投資旅宿意願，當將提供行政協助。

(五)持續辦理交流會、展售會等方式

持續辦理交流會、展售會等方式，協助輔導旅宿業者與在地異業合作，以互蒙其利，吸引人潮留宿。

三、本局針對三鶯地區之發展長期目標

促進當地投資環境、提升投資意願，以達永續經營長期目標：

(一)旅遊目的地打造

結合市府整體上位計畫內容及本府經發、交通等相關局處的軟硬體計畫，未來持續結合三鶯地區發展與新北美術館等，打造三鶯地區為文創旅遊目的地，包含夜間經濟推動、交通建設的完善、鄉鎮特色發展及地方產業永續經營模式，以吸引國內外旅客留宿。

(二)投資意願提升

除打造三鶯為旅遊目的地外，可結合本府有關機關進行長期優化觀光產業投資及經營環境，以增加整體旅宿投資誘因。

四、本局建議三鶯地區旅館業者之營運策略

展望未來，三鶯地區可望以「文化深度旅遊」與「二天一夜輕旅行」旅遊目的地為核心，發展具在地特色的中小型旅館體系，並強化外語導覽、國際行銷與 OTA 平臺的應用，以逐步提升國際旅客的吸引力。在交通建設與觀光資源逐步整合的前提下，三鶯地區有潛力轉型為結合藝術、文化與生活體驗的多元觀光目的地，帶動旅館業之發展。為因應近年觀光產業復甦及目前市場營運趨勢，本局建議三鶯地區旅館業者之營運策略如下：

(一)結合三鶯人文風貌，打造具文化主題與設計感的在地型旅宿空間

結合三鶯人文風貌，打造具文化主題與設計感的在地旅宿，融入陶藝、藍染等特色，發展文化深度旅遊與二天一夜輕旅行，提升旅宿吸引力與觀光文化價值。

(二)提升訂房便利性與外語導覽，增強國際旅客入住體驗與服務品質

發展具在地特色的中小型旅館體系，並強化外語導覽、人員培訓與多語資訊提供，提升國際旅客的接待與服務品質，拓展國際市場。

(三)與藝文景點合作推出套裝行程，延長旅客停留天數與住宿需求

結合陶瓷博物館、新北市美術館及藍染工坊等，規劃藝術體驗與文化導覽套裝行程，吸引旅客停留，提升旅宿住房率與觀光經濟效益。。

(四)積極上架 OTA 平臺，並透過社群行銷提升品牌能見度與訂房率

結合國際行銷資源，並上架各大 OTA 平台，搭配社群媒體行銷與多語內容，提升品牌曝光，強化對國際旅客的吸引力與訂房率。

D. 旅遊行銷科

「2024 新北市河海音樂季」問卷調查分析

新北市政府觀光旅遊局

一、前言

「2024 新北市河海音樂季」為結合貢寮國際海洋音樂祭及淡水漁舞河岸音樂祭之夏季音樂展演活動，不僅提供樂團舞臺表演，也吸引廣大閱聽眾認識並欣賞非主流獨立音樂的機會，將獨立音樂祭典的熱潮持續在夏季北臺灣延燒。本案活動先於 113 年 6 月 21 日至 6 月 23 日在淡水漁人舞臺辦理 3 場海洋獨立音樂大賞會前賽，並於 113 年 6 月 24 日辦理「新北市政府夏季系列活動」記者會以宣傳本案貢寮和淡水 2 場活動日期及活動卡司，113 年 7 月 19 日至 7 月 21 日於福隆海水浴場辦理貢寮國際海洋音樂祭活動，共邀請 30 組海內外獨立創作樂團輪番演出，活動場域內也有規劃「海味市集」，在此遊客可以享用貢寮特色料理，享受音樂同時，也能大大滿足味蕾。最後於 113 年 7 月 27 日、28 日及 8 月 3 日回到淡水辦理淡水漁舞河岸音樂祭活動，為北臺灣帶來夏季音樂盛典。

二、計畫動機與目的

新北市河海音樂季已經成為全臺最受矚目的夏日戶外音樂活動之一，不僅讓國內外獨立樂團前來參與表演及比賽，更希望樂團能透過這個發展音樂創意之平臺，鼓勵具自我風格年輕創作者勇於發表創作及公開表演，將原創音樂推廣出去，目的是希望全程免費的音樂展演活動能站穩全台 CP 值最高音樂饗宴的地位。

為調查「2024 新北市河海音樂季」所帶動的整體效益，透過問卷調查所得結果進一步本案活動產生之正、反向影響，例如活動帶來的商機及營收、業者對於政府活動的配合意願、遊客參與活動後的滿意情況以及相關規劃活動之建議，提供本府研擬未來新北市河海音樂季活動之實務性活動辦理的重要參考

三、問卷的調查方式

- (一)、調查地點：「貢寮國際海洋音樂祭」活動場地(福隆海水浴場)及「淡水漁舞河岸音樂祭」活動現場(淡水漁人舞臺)。
- (二)、調查對象：參與「2024 新北市河海音樂季」活動民眾。
- (三)、調查方式：採用自填式訪問的方式，以線上問卷網址提供民眾填答。
- (四)、調查時間：113 年 7 月 19 日至 21 日、7 月 27 日、28 日及 8 月 3 日。
- (五)、有效樣本：「貢寮國際海洋音樂祭」1,400 份；「淡水漁舞河岸音樂祭」612 份。

四、受訪者樣本結構分析

「2024 新北市河海音樂季」之問卷調查分為 2 個部分，「貢寮國際海洋音樂祭」參與民眾的職業以自由業及服務業為大眾(約占參與人數 46.4%)，年齡層為 27 至 35 歲(約占參與人數 32.1%)的年輕族群為主要觀眾；「淡水漁舞河岸音樂祭」參與民眾的職業一樣以自由業及服務業為大眾(約占參與人數 42.4%)，年齡層為 41 至 64 歲(約占參與人數 34.9%)為主要觀眾，2 者活動地點分別於貢寮福隆海水浴場及淡水漁人舞臺舉辦，參與觀眾群體差距最大的地方在於參與淡水場之年齡比參與貢寮場的年齡來的大，原因分析如下：

表一 「2024 新北市河海音樂季-貢寮國際海洋音樂祭」受訪者樣本結構表

全體		百分比
年齡	19 歲~26 歲	26.4%
	27 歲~35 歲	32.1%
	36 歲~45 歲	20.7%
	46 歲~60 歲	15.7%
	18 歲(含)以下或 61 歲(含)以上	5.1%
職業	學生	17.9%
	自由業及服務業	46.4%
	農林漁牧	9.3%
	工業及製造業	12.9%
	軍公教及其他	13.5%

資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

表二 「2024 新北市河海音樂季-淡水漁舞河岸音樂祭」受訪者樣本結構表

全體		百分比
年齡	19 歲~25 歲	15.1%
	26 歲~30 歲	14.5%
	31 歲~40 歲	21.3%
	41 歲~64 歲	34.9%
	18 歲(含)以下或 64 歲(含)以上	14.2%
職業	學生	13.2%
	自由業及服務業	42.4%
	工業及製造業	28.5%
	軍公教及其他	15.9%

資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

(一)活動場域到達之難易度：福隆海水浴場主要之大眾運輸為火車且搭乘時間較長，而淡水漁人碼頭可由淡海輕軌或於淡水捷運站搭乘紅 26 公車抵達會場，到達貢寮區的難易度較到達淡水區的難易度高，導致中年族群較多參與「淡水漁舞河岸音樂祭」之活動。

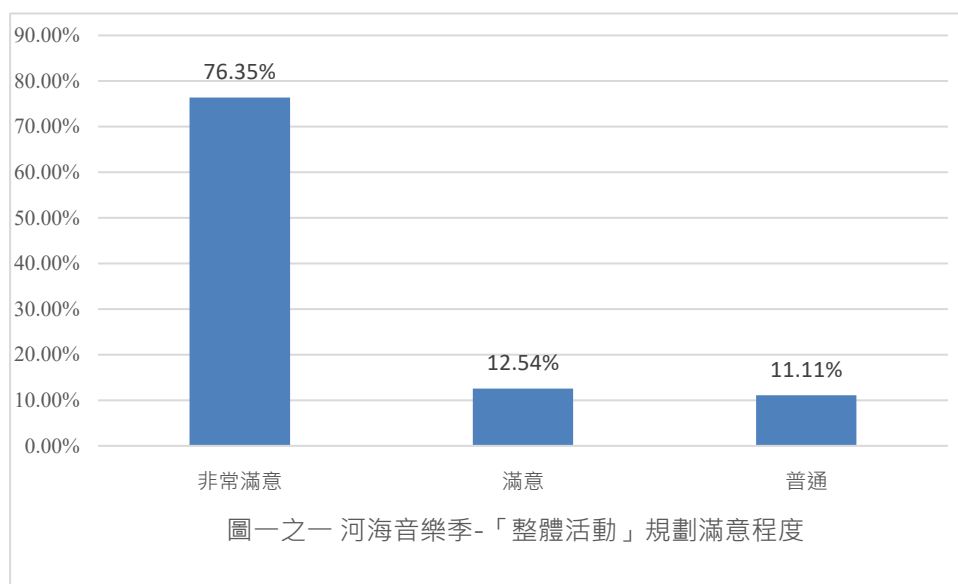
(二)活動場域周邊之觀光景點：福隆海水浴場周遭觀光景點較淡水漁人碼頭周遭較稀少，導致淡水場「路過」參與音樂季之觀眾比貢寮場人數多，若沒有特別喜歡之樂團在貢寮區展演，吸引民眾前往貢寮周遭觀光吸引力較淡水週遭觀光低。

(三)表演卡司之差異：「2024 新北市河海音樂季」於貢寮場的表演卡司較淡水場的卡司於年輕族群中更具知名度，爰吸引大批年輕族群觀眾參與貢寮場活動，而淡水場的表演卡司知名度較低，對於年輕族群較無吸引力，故導致貢寮場觀眾年齡層較低。

五、滿意度問卷調查結果分析

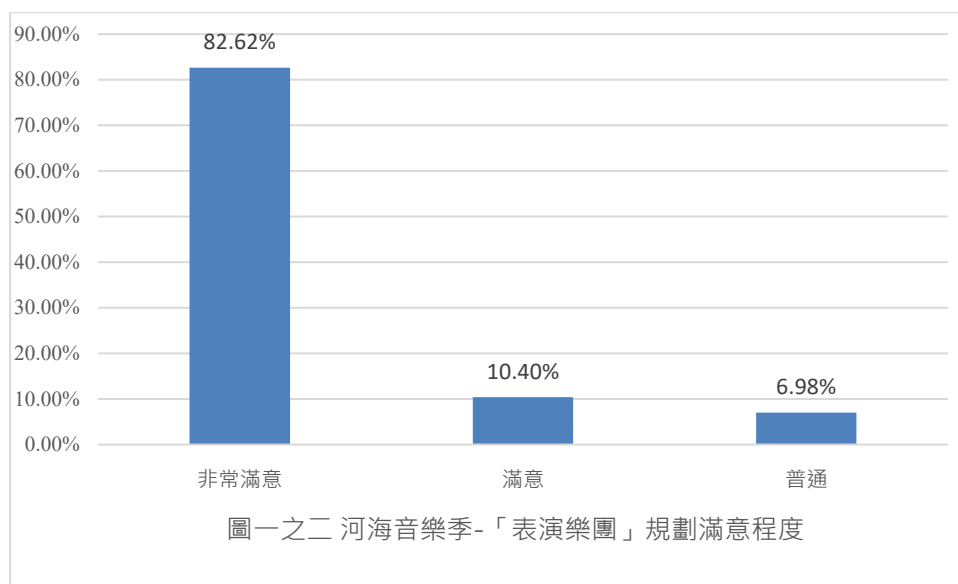
本計畫在遊客滿意度衡量部分，探討遊客參與「2024 新北市河海音樂季」活動之後，對於主辦單位提供之活動規劃、表演團體、攤商市集、工作人員及整體活動氛圍之感受評價，各項分析如下所示：

(一)對於本次「整體活動」規劃」的滿意程度問卷調查統計顯示，非常滿意占 76.35%、滿意占 12.54%、普通占 11.11%。



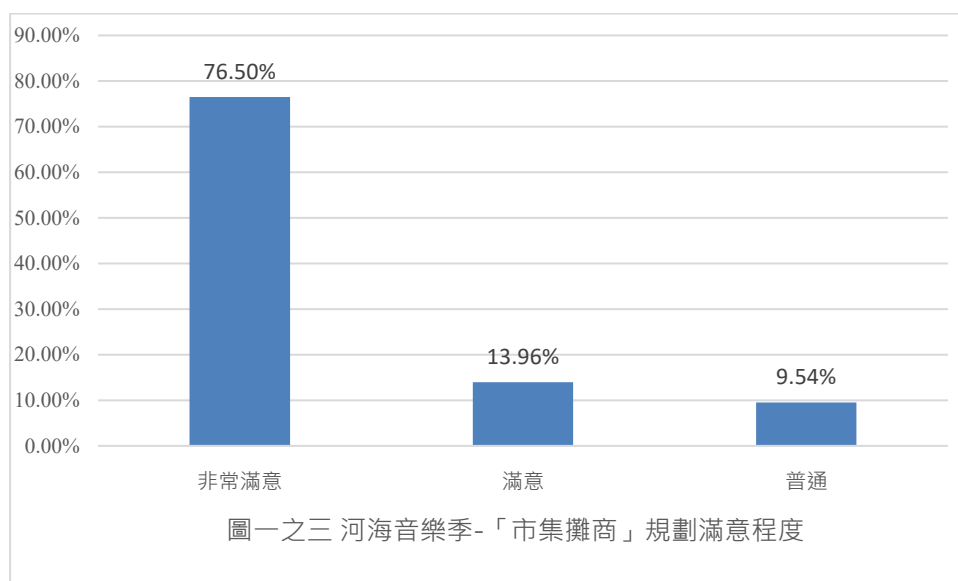
資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

(二)對於本次活動「表演樂團」規劃的滿意程度問卷調查統計顯示，非常滿意占 82.62%、滿意占 10.40%、普通占 6.98%。



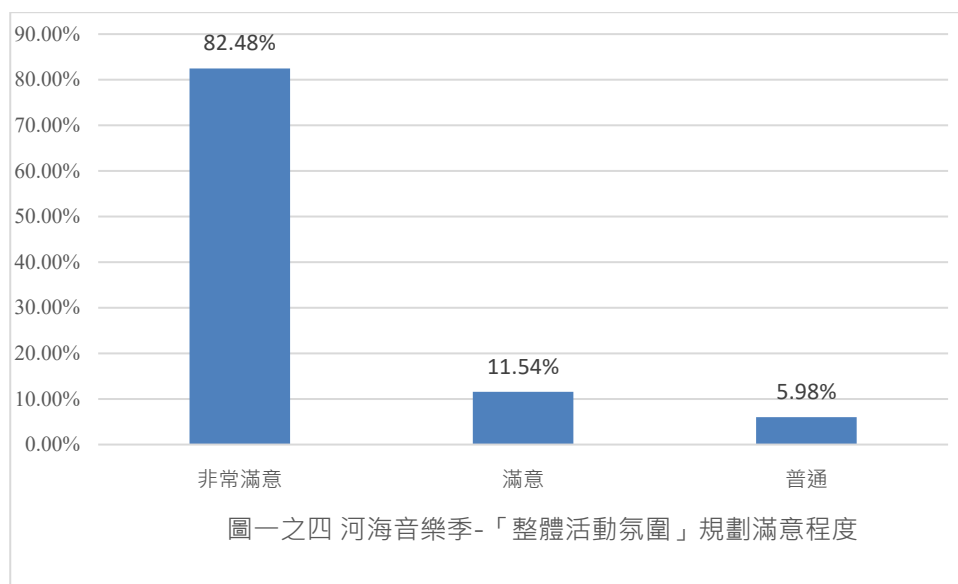
資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

(三)對於本次活動「市集攤商」規劃的滿意程度問卷調查統計顯示，非常滿意占 76.50%、滿意占 13.96%、普通占 9.54%。



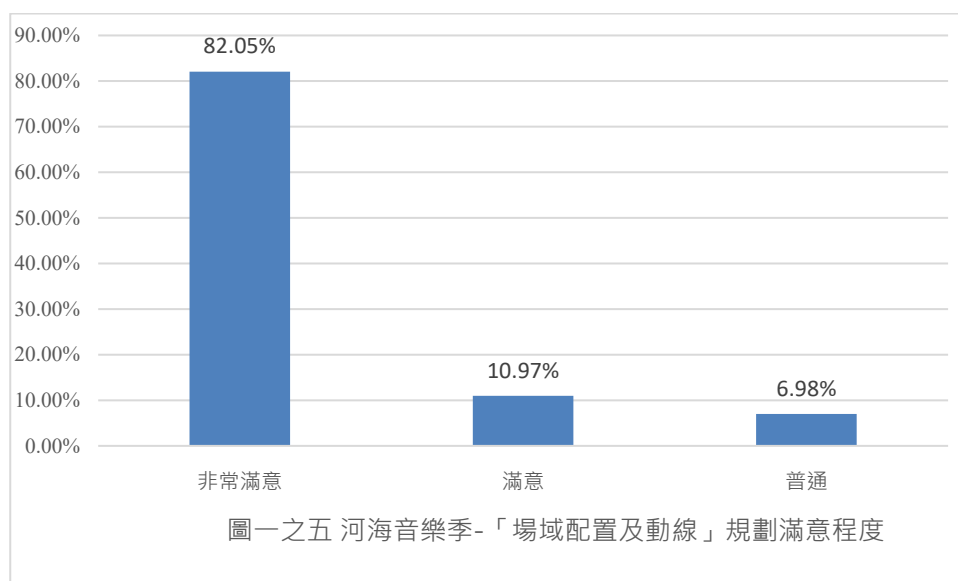
資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

(四)對於本次活動「整體活動氛圍」的滿意程度問卷調查統計顯示，非常滿意占 82.48%、滿意占 11.54%、普通占 5.98%。



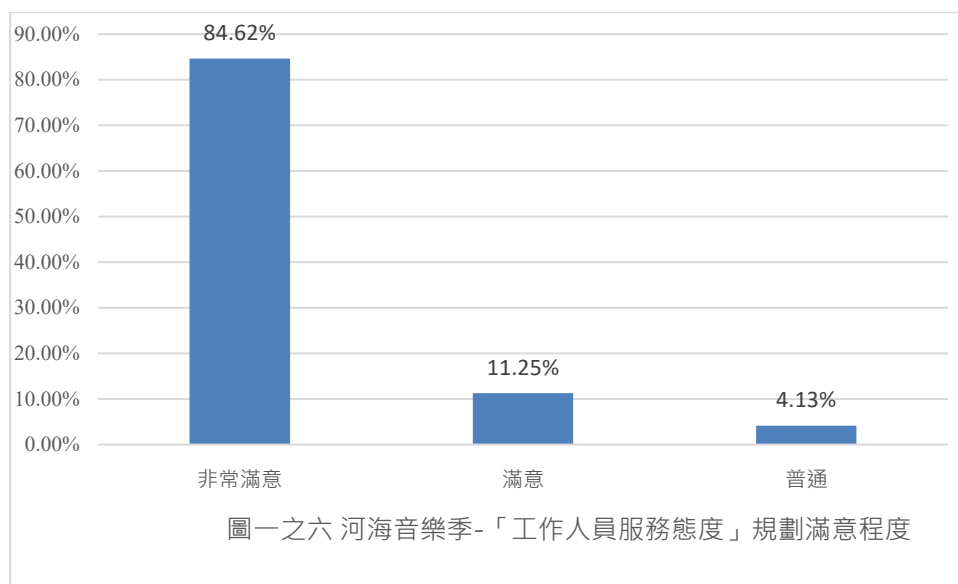
資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

(五)對於本次活動「場域配置及動線」的滿意程度問卷調查統計顯示，非常滿意占 82.05%、滿意占 10.97%、普通占 6.98%。



資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

(六)對於本次活動「工作人員服務態度」的滿意程度問卷調查統計顯示，非常滿意占 84.62%、滿意占 11.25%、普通占 4.13%。



資料來源：2024 新北市河海音樂季結案報告書

依據「2024 新北市河海音樂季」結案成果報告書問卷調查分析，參與民眾對於工作人員服務態度最為滿意，表演團體及活動氛圍次之，活動規劃及市集攤商之規劃滿意度較低。

六、結論與建議

(一)遊客人次調查

「2024 新北市河海音樂季」之「貢寮國際海洋音樂祭」及「淡水漁舞河岸音樂祭」2 場活動(共 6 天)，共吸引約 20.5 萬人次之遊客參觀，其中福隆場 3 日約 16.1 萬人次、淡水場 3 日約 4.4 萬人次。其中 7 月 20 日海洋獨立音樂大賞決賽當日由眾多獨立樂團及壓軸 TRASH 樂團精彩演出，參觀人次達到高峰。

(二)2024 新北市河海音樂季的活動特色

2024 新北市河海音樂季有些活動的特色以及效益，是值得嘉許以及鼓勵的，說明如下：

1. 「活動場域具有獨特性」：2024 新北市河海音樂季貢寮場活動於福隆海水浴場舉行，福隆海水浴場座落於東北角三貂灣一帶的雙溪出海口，為北部知名的沙岸區。活動場域周圍包覆性極佳，容易管制進出口人潮。該場域也是全臺少見結合沙雕藝術並於沙灘舉辦之音樂祭，遊客可自由席地而坐或在海上戲水聽歌。

- 2.「活動場域周邊與交通管制」：新北市河海音樂季每年皆吸引大批人潮，活動安排多名工作人員投入各項工作，維護現場安全秩序、加強活動周邊巡邏，並於周邊路口進行交通管制；為紓解大批人流，臺鐵與客運業者加開班次，安排接駁專車，利於往返停車場與活動會場。
- 3.「管制海邊戲水區域及下水時間」：因本活動於福隆海水浴場舉行，因此活動現場有限制場域戲水時間與遊客可活動之範圍，以維護水域及陸上安全；活動場域內有配置消防救生艇、水上摩托車、救護車等裝備，多重水上安全維護，劃定水上安全警戒範圍，並於場域內呼籲遊客於活動範圍內遊憩。
- 4.「流動廁所位置清楚且提供備品」：活動場域提供流動廁所數量充足，且位於主舞台左側，便於遊客尋找，廁所亦有貼心提供衛生紙供遊客使用，廁所不僅有獨立洗手臺，並定時安排人員清潔，使衛生狀況維持良好，增加遊客使用滿意度。

(三)2024 年活動辦理改善方向

未來新北市河海音樂季辦理的改善方向建議如下：

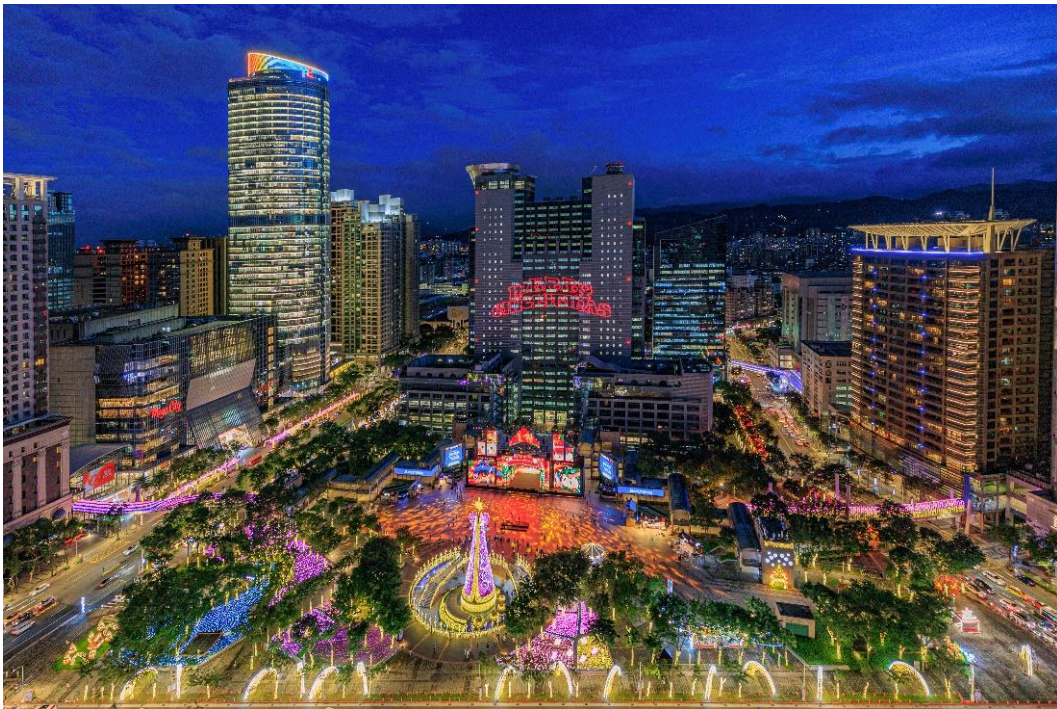
- 1.「活動會場指示牌不明」：此次活動結束後有多數遊客反應對於會場方向不夠清楚明確，因此建議主辦單位應多增設活動場域場內、場外相關指示的告示牌，讓遊客能一目了然欲前往位置方向，提升遊客對此活動整體滿意度。
- 2.「宣傳力道不足」：宣傳期程過短，未來可以加強社交媒體、網路廣告或短影音等宣傳方式，提前透過各種平台發佈活動信息，以增加更多的行銷合作與贊助商支持，來提升整體曝光度。
- 3.「市集攤位特色不足」：今年攤位的設置和內容缺乏吸引力，無法有效地吸引參觀者停留或進一步體驗，未來辦理時應更注重創意及本案主題之一致性，讓攤位整體都有獨特的賣點，與各場次音樂祭主題搭配的同時，提供更多元化的商品、餐飲或互動體驗，增加活動的吸引力。

「2024 新北歡樂耶誕城」問卷調查分析

新北市政府觀光旅遊局

壹、活動背景與調查目的

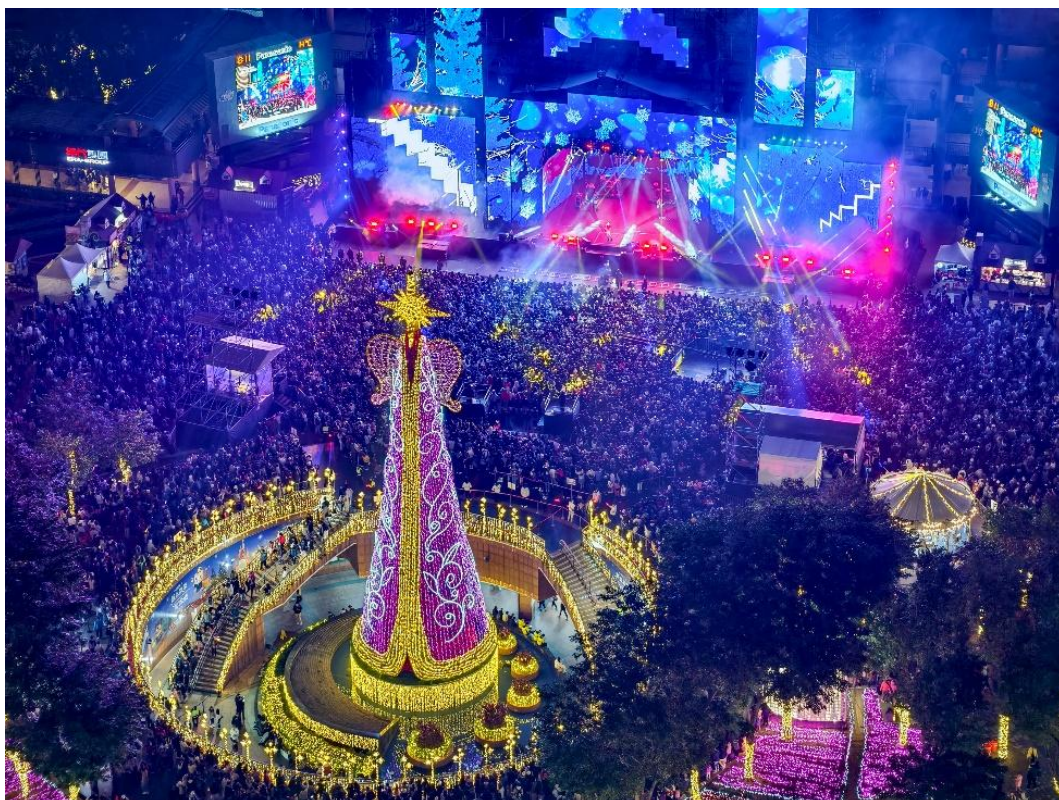
「2024 新北歡樂耶誕城」於 113 年 11 月 15 日開城，至 114 年 1 月 1 日為期 48 天以魔幻為主題的璀璨城市畫下完美句點，同時立下諸多創舉，不僅打造 8 層樓高兼具舞臺與主秀展演功能的 LED 城堡，主燈更創新具有「變裝」奇幻色彩變化效果，帶給民眾滿滿震撼的視覺饗宴，再次成為眾多國外媒體高度關注的耶誕盛事，接連獲得國際知名媒體推薦殊榮。耶誕城活動自開城以來週週舉辦特色市集與主題活動，不論是童趣嘉年華、德國耶誕市集、耶誕巨星演唱會等，廣受各年齡層歡迎，113 年更不斷突破，從各項技術呈現、展演面積都持續頻頻給予觀眾驚喜，總計吸引超過逾 770 萬人次造訪。



圖一之一 2024 新北歡樂耶誕城點亮新北

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告書。

「2024 新北歡樂耶誕城」開城後不但有國內媒體爭相報導，創造全新五位魔幻角色，帶領民眾展開充滿耶誕氛圍的奇妙旅程，周邊則營造各式獨特夢幻氛圍的裝置燈飾以及主題貨櫃市集，更重磅邀請國際 IP 及知名地標降臨萬坪公園及市民廣場周邊，讓民眾盡情環遊在璀璨奇幻的城市。活動期間一連串精心策劃的魔幻節目活動也吸引眾多國內外旅客熱烈參與，無論是「魔幻變裝童樂會」，首創趣味魔幻耶誕變裝大遊行以及各式童趣魔術表演，還是「魔幻夢境德國耶誕市集」集結超過 50 組異國美食及商品攤位，展現濃厚的節日氛圍，不僅點亮了城市的每一個角落，也讓耶誕節充滿了無限驚喜和感動。



圖一之二 2024 新北歡樂耶誕城-魔幻巨星耶誕演唱會

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告書。

此次耶誕城活動規劃板橋東二門燈區，達 35 處的打卡熱點，掀起社群洗板熱潮；113 年 12 月 14 日、12 月 15 日舉辦的重磅活動「魔幻巨星耶誕演唱會」，在耶誕城活動期間，Google Trend 搜尋趨勢人氣不斷飆升，帶動網路聲量成長，引起歌迷們的共鳴及學生時代的回憶。兩日演唱會由電視頻道、FB 及 LINE TODAY 全程 LIVE 轉播，總計國內電視觀眾及網路直播逾兩百萬人次收看，顯見「巨星耶誕演唱會」已成為全臺冬季絕對不能錯過的大型音樂盛會。為調查「2024 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活動產生之正、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，提供做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

2024 新北歡樂耶誕城，自 113 年 11 月 15 日至 114 年 1 月 1 日，為期 48 天的精彩活動，自開城以來週週舉辦特色市集與主題活動皆廣受各年齡層歡迎，113 年更不斷突破，從各項技術呈現、展演面積都持續頻頻給予觀眾驚喜，總計吸引超過 770 萬人次造訪。

113 年的遊客人次估算，依照活動區域地理位置及主活動會場配置（四大燈區、八大天橋），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下圖一之三所示。



圖一之三 2024 新北歡樂耶誕城-整體區域配置及設施

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告書。

二、遊客問卷調查

- (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)調查地點：「2024 新北歡樂耶誕城」活動現場。
- (三)調查方式：提供 QRCode 給民眾掃描線上問卷填寫，或少數使用紙本填答。
- (四)調查期間：自 113 年 11 月 15 日起，至 114 年 1 月 1 日，共計 48 日。
- (五)有效樣本：本次調查共發放 2,991 份問卷，扣除無效問卷 0 份，實際回收有效問卷為 2,991 份。

參、問卷調查結果分析

一、問卷回收狀況說明

2024 新北歡樂耶誕城遊客問卷調查回收統計如表一所示。共發放 2,991 份問卷，扣除無效問卷 0 份，共計回收 2,991 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。

表一 2024 新北歡樂耶誕城問卷回收樣本表

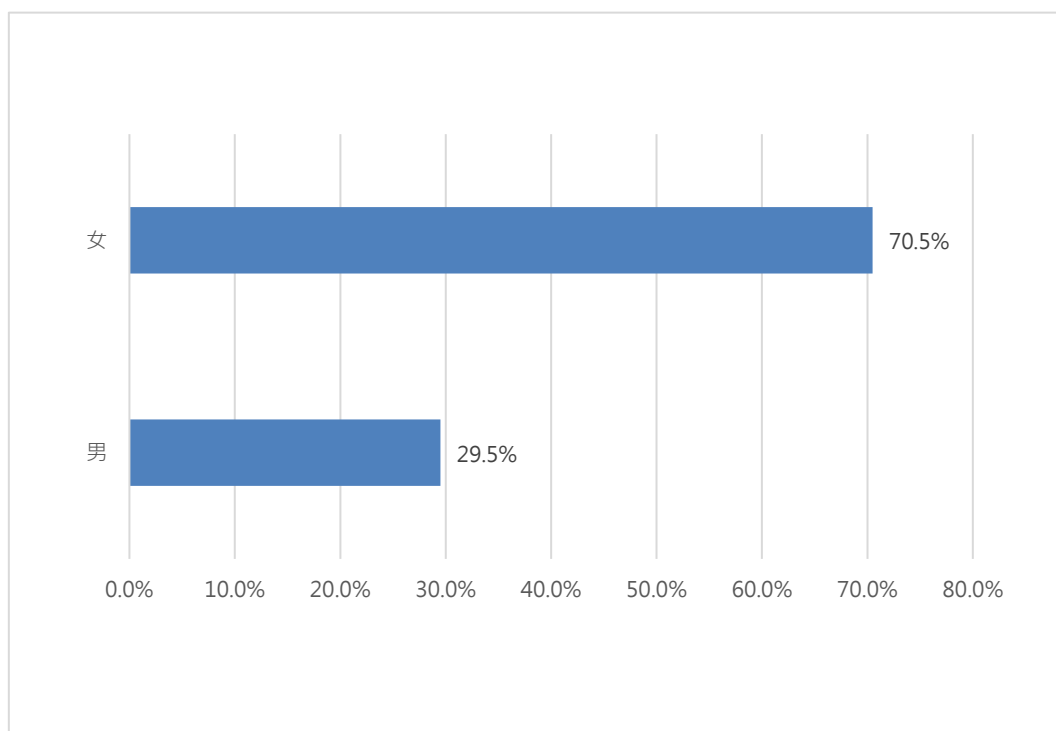
發放樣本數	2,991
回收有效樣本數	2,991
有效率	100%

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告書。

二、受訪者基本資料

(一) 受訪者性別分析

受訪遊客中，男性佔 29.5%，女性為 70.5%。如圖二之一。

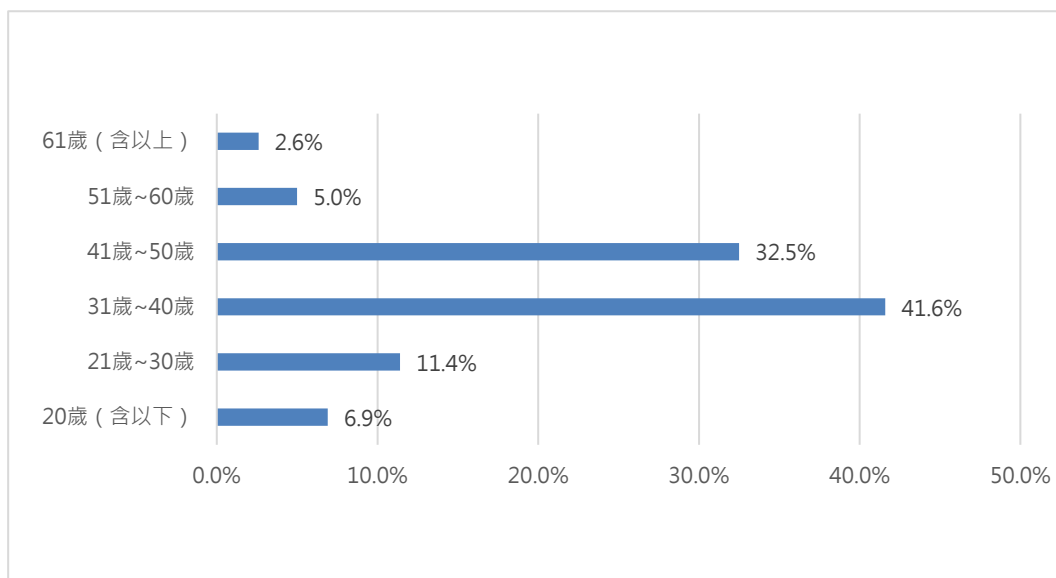


圖二之一 受訪者性別

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

（二）受訪者年齡分析

受訪遊客比例最高的年齡層為 31 至 40 歲，佔 41.6%，其次為 41 至 50 歲 32.5%，21 至 30 歲為 11.4%，20 歲（含以下）為 6.9%，51 至 60 歲為 5.0%，61 歲以上則為 2.6%，如圖二之二所示。

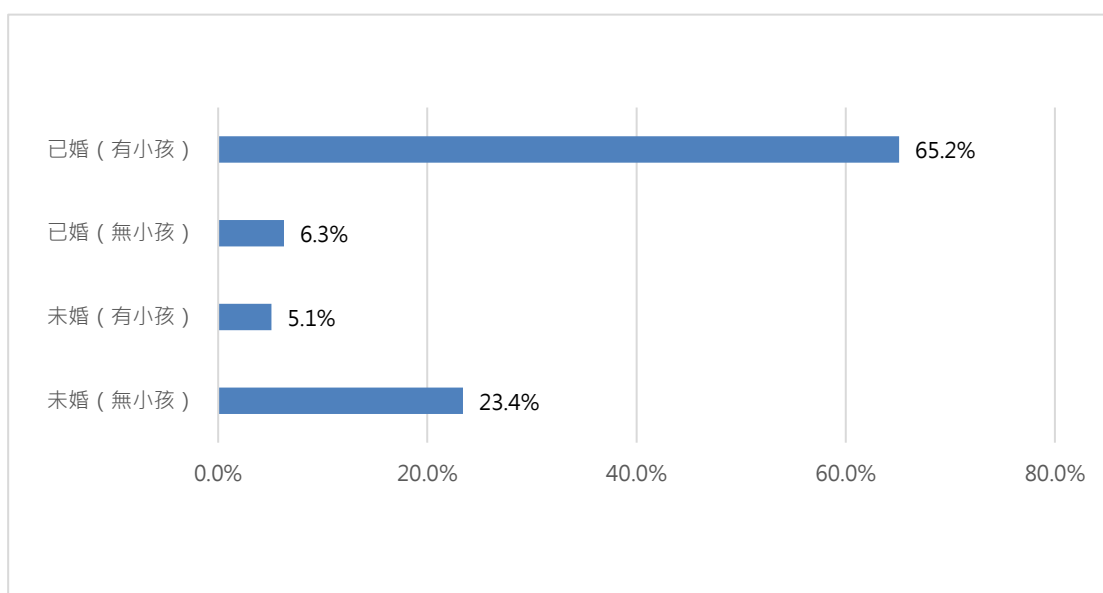


圖二之二 受訪者年齡

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

（三）受訪者婚姻狀況分析

受訪遊客中已婚且有小孩者占多數，達 65.2%，其次為未婚無小孩的遊客，比例為 23.4%，如圖二之三所示。

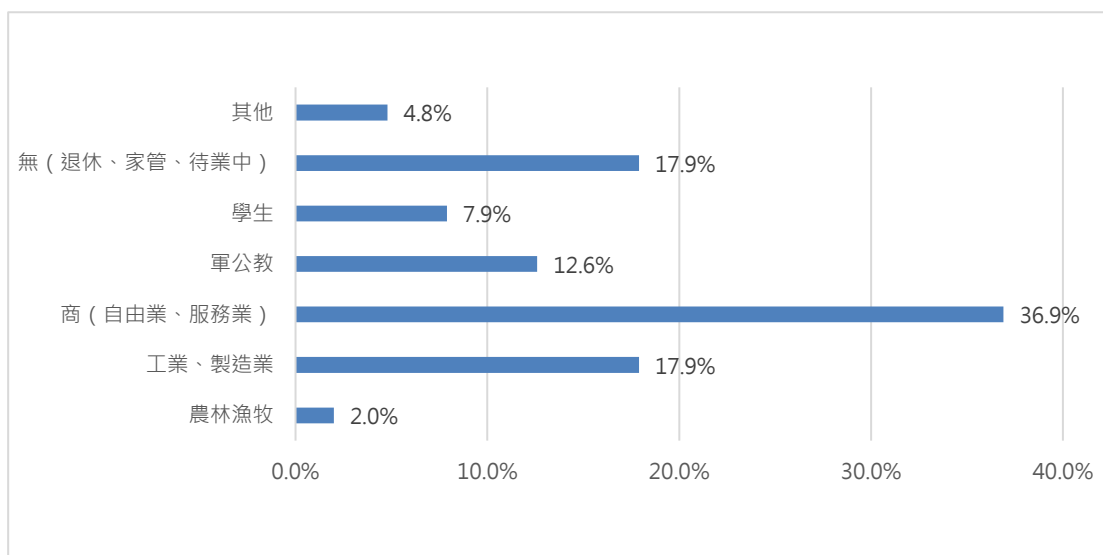


圖二之三 受訪者婚姻狀況

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(四)受訪者職業分析

受訪遊客職業以商業（含自由業、服務業）比例最高，為 36.9%；其次為工業、製造業及無業（含退休、家管、待業中），分別占 17.9%；軍公教族群為 12.6%，另外有 7.9% 遊客為學生，4.8%為其他，2.0%從事農林漁牧業，如圖二之四所示。

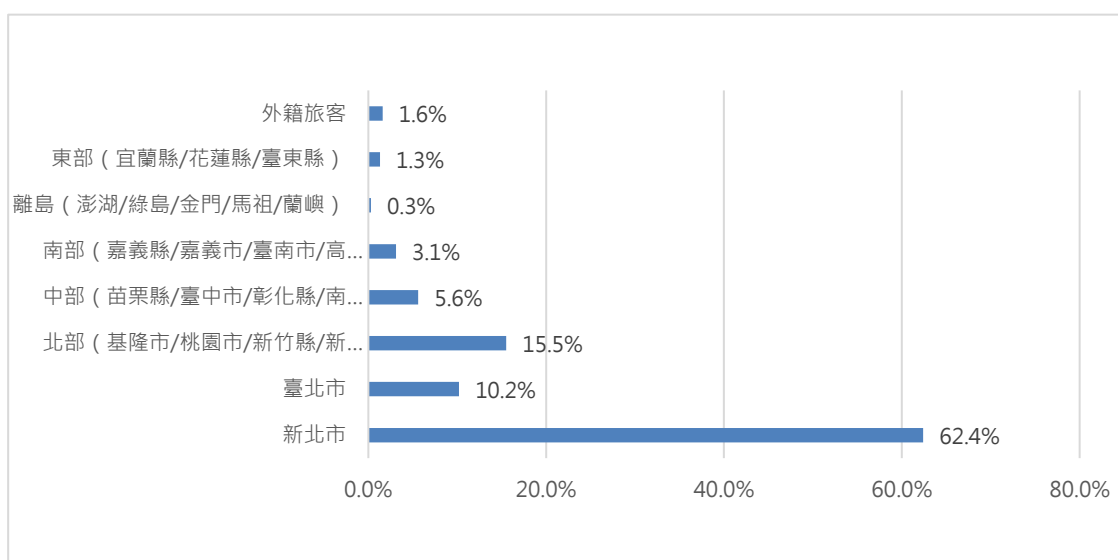


圖二之四 受訪者職業

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(五)受訪者居住地分析

受訪遊客居住地以新北市比例最高，占 62.4%，其次為居住在北部縣市（基隆/桃園/新竹縣市），比例為 15.5%；10.2%遊客來自臺北市，5.6%住在中部（苗栗/臺中/彰化/南投/雲林），南部、東部、離島與外籍旅客則分別為 3.1%、1.3%、0.3%及 1.6%，如圖二之五所示。

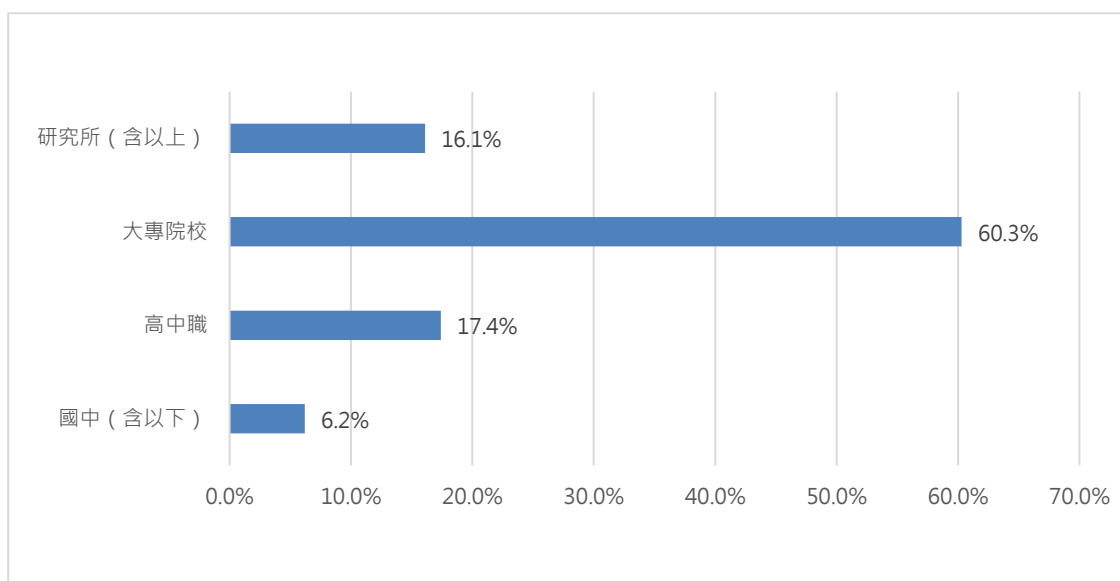


圖二之五 受訪者居住地

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

（六）受訪者教育程度分析

受訪遊客中教育程度有 60.3% 為大專院校，其次為高中職的 17.4%，研究所以上為 16.1%，國中（含以下）為 6.2%，如圖二之六所示。

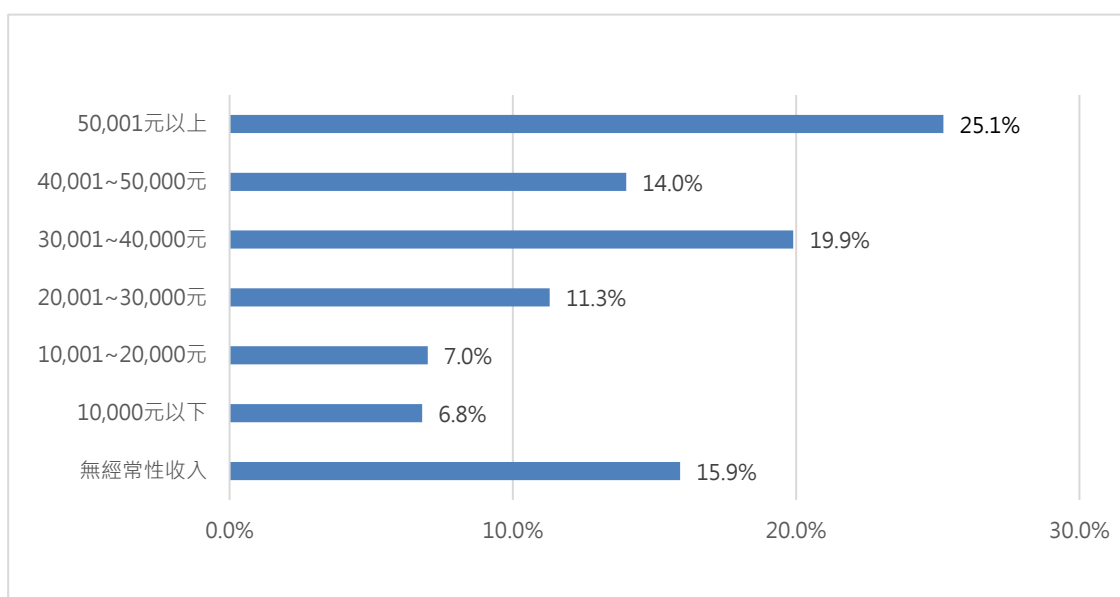


圖二之六 受訪者教育程度

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

（七）受訪者個人月收入分析

受訪遊客以 50,001 元以上居多，占 25.1%；其次為 30,001~40,000 元以上，比例為 19.9%；無經常性收入者占 15.9%；14.0% 為 40,001~50,000 元；11.3% 為 20,001~30,000 元；7.0% 為 10,001~20,000 元；6.8% 為 10,000 元以下者，如圖二之七所示。



圖二之七 受訪者個人每月收入金額

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

表二 受訪者基本資料分析表

基本資料		人數	百分比 (%)
性別	男性	882	29.5
	女性	2,109	70.5
年齡	20 歲以下	207	6.9
	21 歲~30 歲	341	11.4
	31 歲~40 歲	1,243	41.6
	41 歲~50 歲	971	32.5
	51 歲~60 歲	151	5.0
	61 歲以上	78	2.6
婚姻狀況	未婚 (無小孩)	701	23.4
	未婚 (有小孩)	154	5.1
	已婚 (無小孩)	188	6.3
	已婚 (有小孩)	1,948	65.2
職業	農林漁牧	61	2.0
	工業、製造業	536	17.9
	商 (自由業、服務業)	1,105	36.9
	軍公教	376	12.6
	學生	236	7.9
	無 (退休、管家、待業中)	534	17.9
	其他	143	4.8
居住地	新北市	1,865	62.4
	臺北市	306	10.2
	北部 (基隆市/桃園市/新竹縣/新竹市)	464	15.5
	中部 (苗栗縣/臺中市/彰化縣/南投縣/雲林縣)	167	5.6
	南部 (嘉義縣/嘉義市/臺南市/高雄市/屏東縣)	92	3.1
	離島 (澎湖/綠島/金門/馬祖/蘭嶼)	10	0.3
	東部 (宜蘭縣/花蓮縣/臺東縣)	38	1.3
	外籍旅客	49	1.6
教育程度	國中 (含以下)	184	6.2
	高中職	521	17.4
	大專院校	1,805	60.3
	研究所 (含以上)	481	16.1

表二 受訪者基本資料分析表(續)

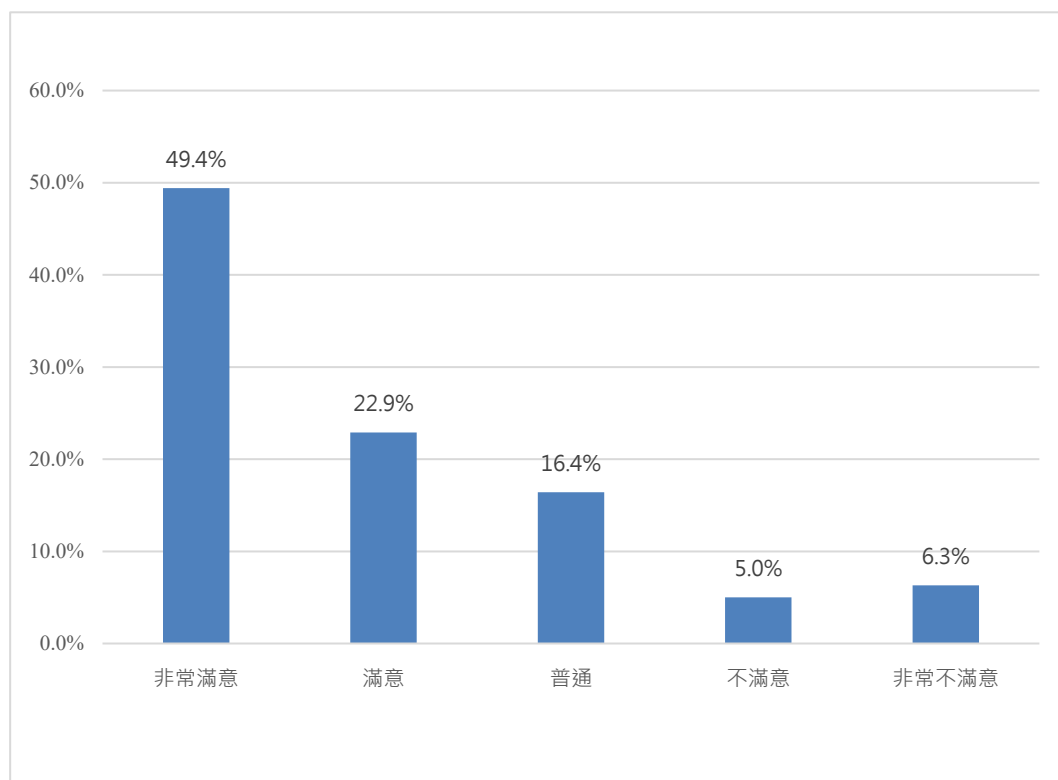
基本資料		人數	百分比 (%)
個人月收入	無經常性收入	476	15.9
	10,000 元以下	202	6.8
	10,001~20,000 元	208	7.0
	20,001~30,000 元	339	11.3
	30,001~40,000 元	594	19.9
	40,001~50,000 元	419	14.0
	50,001 元以上	753	25.1

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

三、 遊客滿意度分析

(一)「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，有 72.3%受訪遊客針對「前往活動會場的道路標誌指示清楚」表示滿意（非常滿意 49.4%，滿意 22.9%），不滿意的比例為 11.3%（不滿意 5.0%，非常不滿意 6.3%），有 16.4%表示普通。

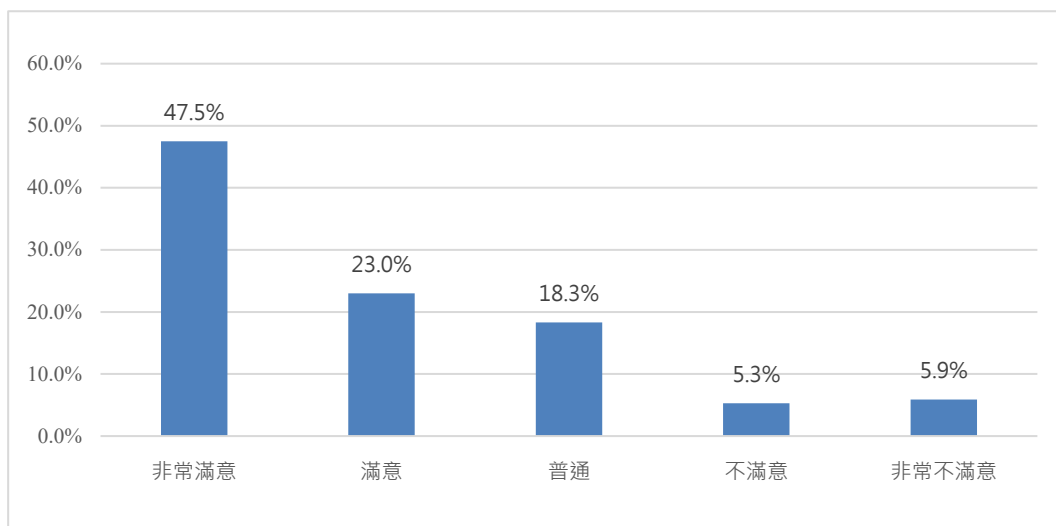


圖三之一 前往活動會場的道路標誌指示清楚

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(二)「前往活動會場的道路交通順暢」的滿意程度

有 70.5%受訪遊客表示滿意「前往活動會場的道路交通順暢」(非常滿意 47.5%，滿意 23.0%)，不滿意的比例為 11.2% (不滿意 5.3%，非常不滿意 5.9%)，另外 18.3%表示普通。

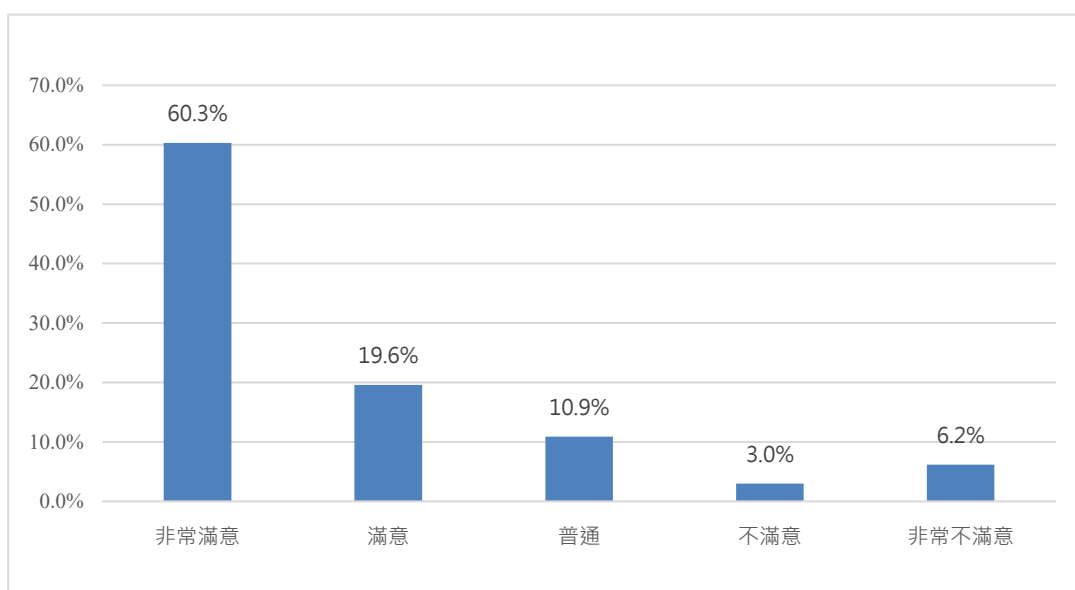


圖三之二 前往活動會場的道路交通順暢

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(三)「活動現場的工作人員服務態度良好」的滿意程度

有 79.9%受訪遊客對「活動現場的工作人員服務態度」感到滿意(非常滿意 60.3%，滿意 19.6%)，只有 9.2%表示不滿意(不滿意 3.0%，非常不滿意 6.2%)，有 10.9%認為普通。

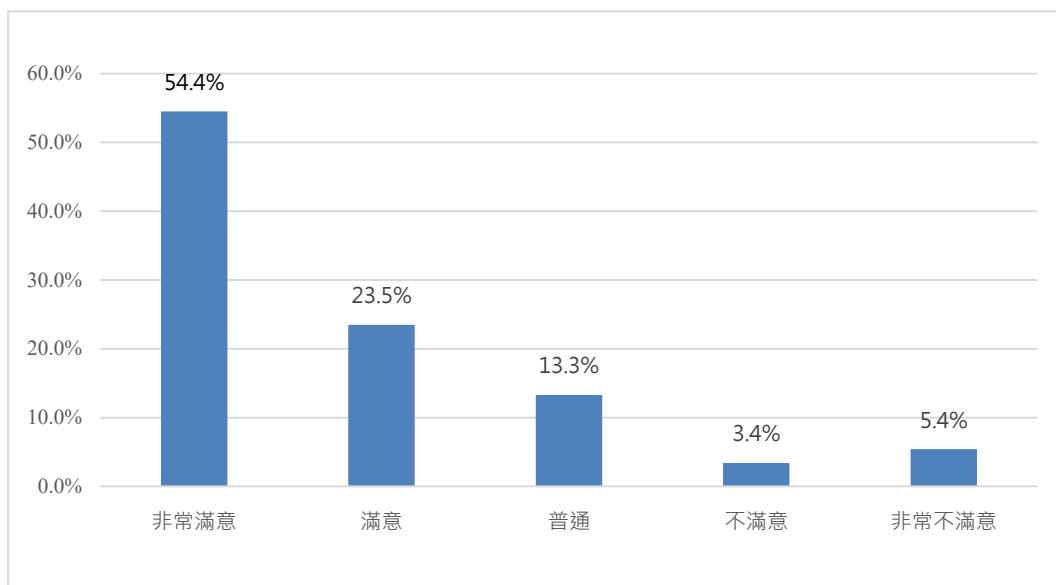


圖三之三 活動現場的工作人員服務態度良好

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告

(四)「活動現場的秩序管理良好」的滿意程度

有關「活動現場秩序管理」方面，受訪遊客表示滿意的比例為77.9%(非常滿意54.4%，滿意23.5%)，有8.8%表示不滿意(不滿意3.4%，非常不滿意5.4%)，覺得普通的比例為13.3%。

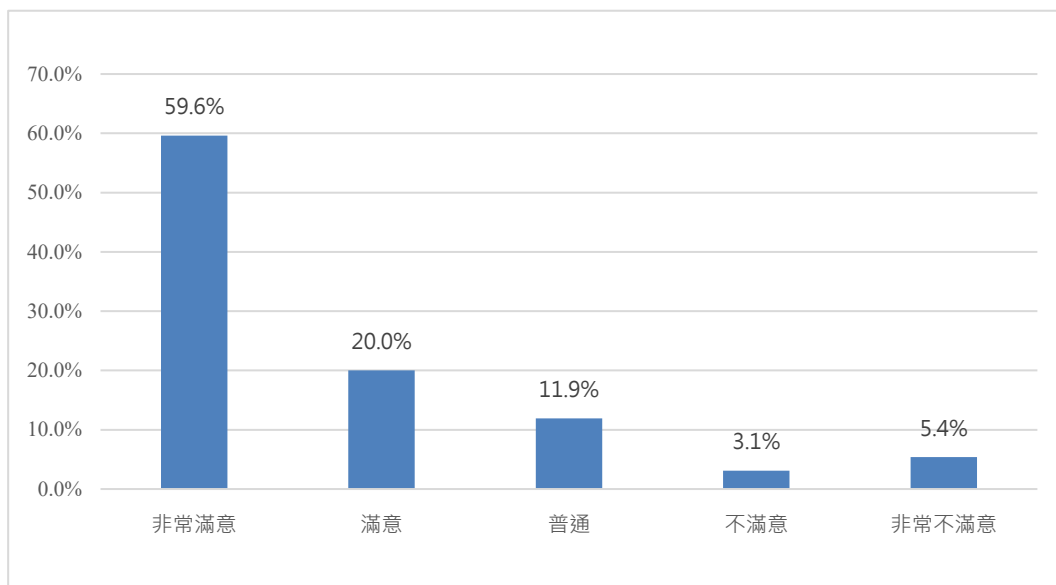


圖三之四 活動現場的秩序管理良好

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告

(五)「活動會場內的節慶氣氛濃厚」的滿意程度

「活動會場內的節慶氣氛濃厚」方面，有79.6%受訪遊客感到滿意(非常滿意59.6%，滿意20.0%)，8.5%表示不滿意(不滿意3.1%，非常不滿意5.4%)，11.9%認為普通。

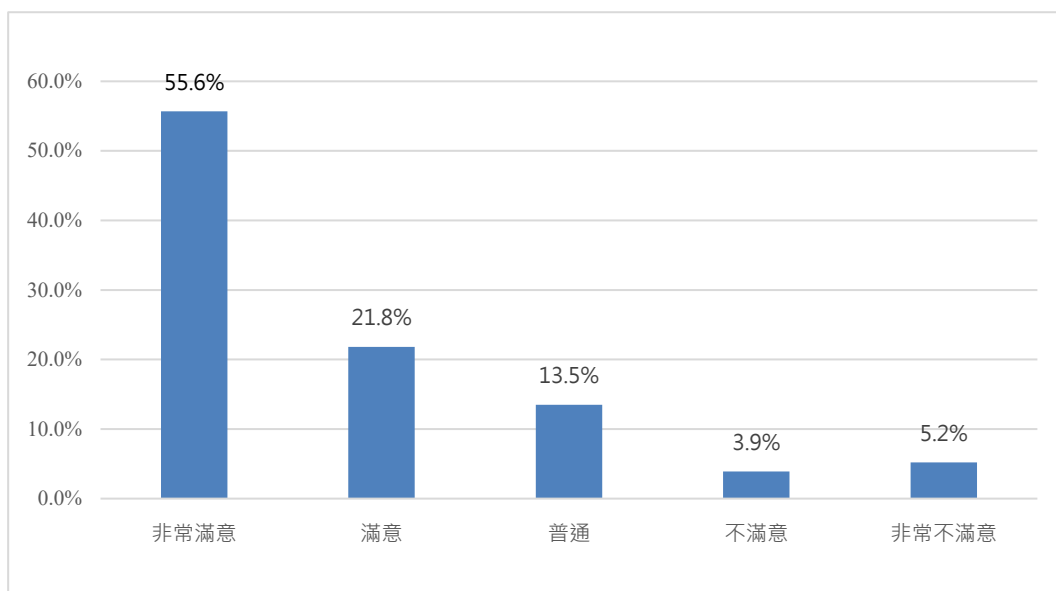


圖三之五 活動會場內的節慶氣氛濃厚

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(六)「活動場地內各主題會場皆有特色」的滿意程度

受訪遊客有 77.4%對於「活動場地內各主題會場皆有特色」表示滿意(非常滿意 55.6%，滿意 21.8%)，9.1%表示不滿意(不滿意 3.9%，非常不滿意 5.2%)，有 13.5%表示普通。

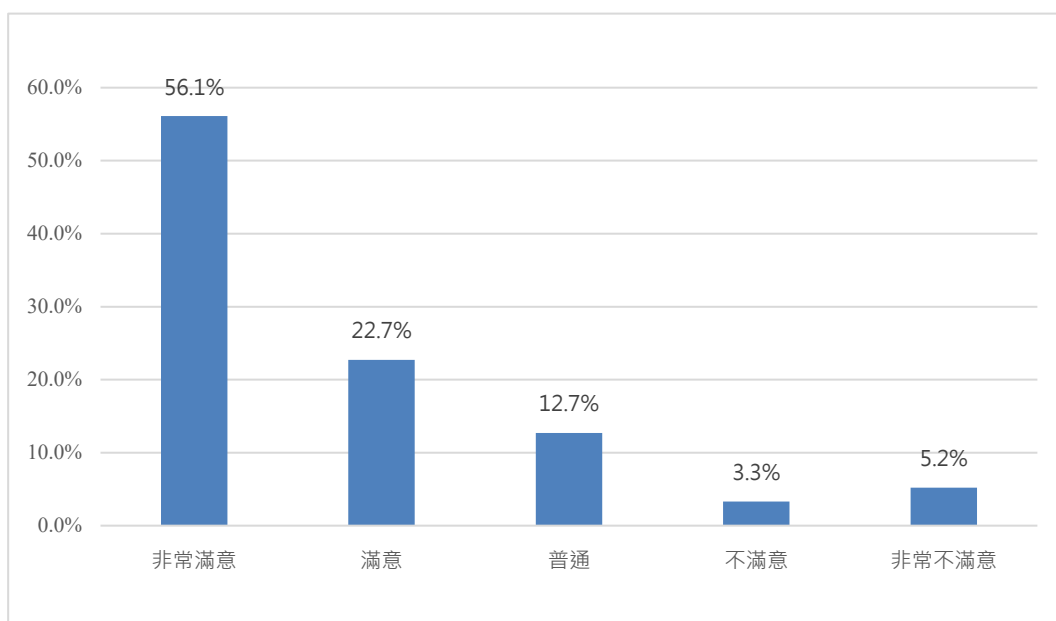


圖三之六 活動場地內各主題活動皆有特色

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(七)「活動場地內整體環境整潔乾淨」的滿意程度

78.8%受訪遊客對「活動場地內整體環境整潔乾淨」表示滿意(非常滿意 56.1%，滿意 22.7%)，8.5%不滿意(不滿意 3.3%，非常不滿意 5.2%)，另外有 12.7%表示普通。

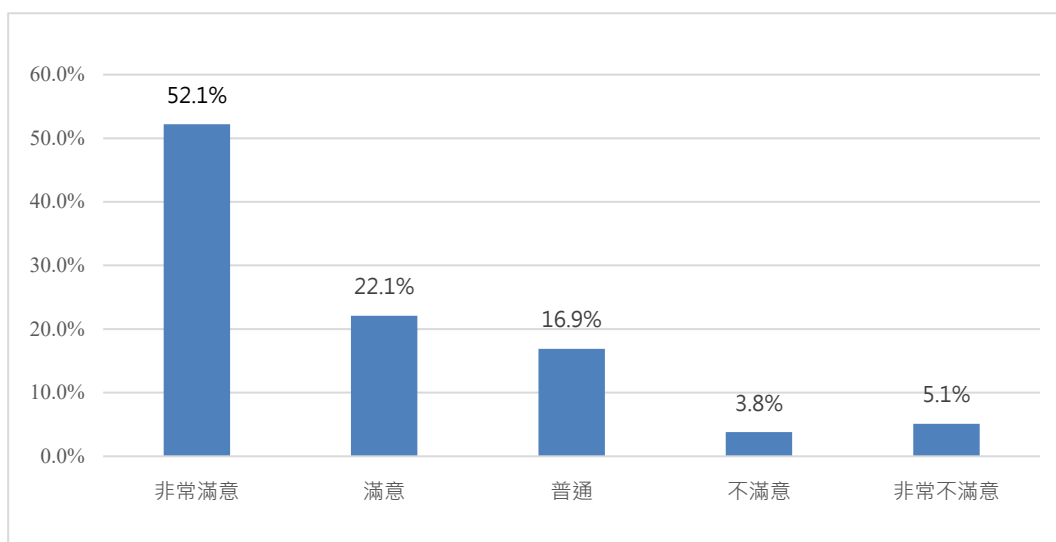


圖三之七 活動場地內整體環境整潔乾淨

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告

(八)「活動場地內垃圾桶地點數量設置」的滿意程度

對於「活動場地內垃圾桶地點數量設置」，有 74.2%參訪遊客感到滿意（非常滿意 52.1%，滿意 22.1%），表示不滿意的比例為 8.9%（不滿意 3.8%，非常不滿意 5.1%），表示普通的比例有 16.9%。

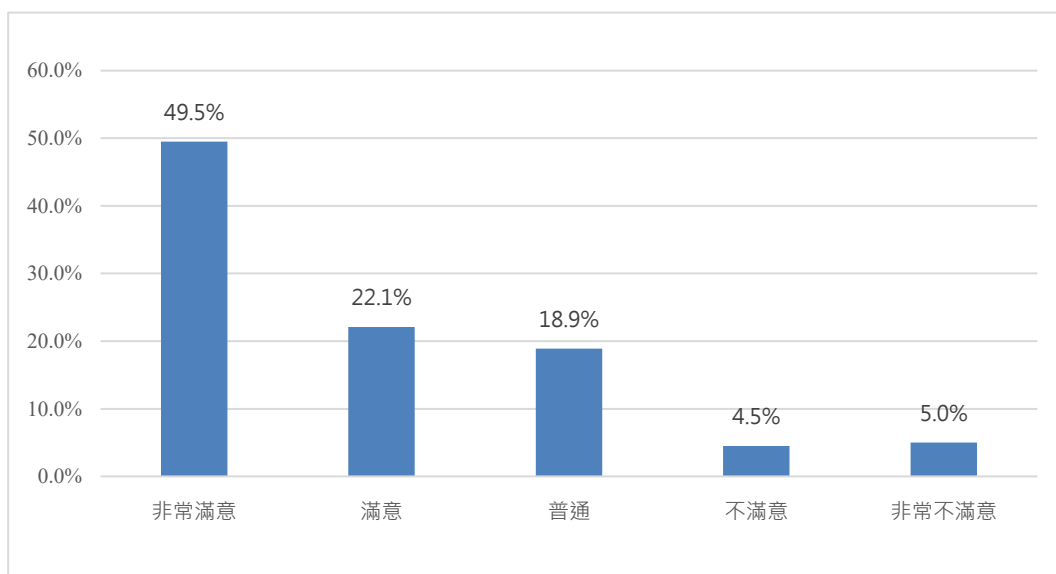


圖三之八 活動場地內垃圾桶地點/數量設置

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(九)「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」的滿意程度

71.6%受訪遊客對「活動場地內廁所位置數量整潔衛生」感到滿意(非常滿意 49.5%，滿意 22.1%)，感到不滿意比例為 9.5%（不滿意 4.5%，非常不滿意 5.0%），有 18.9%覺得普通。

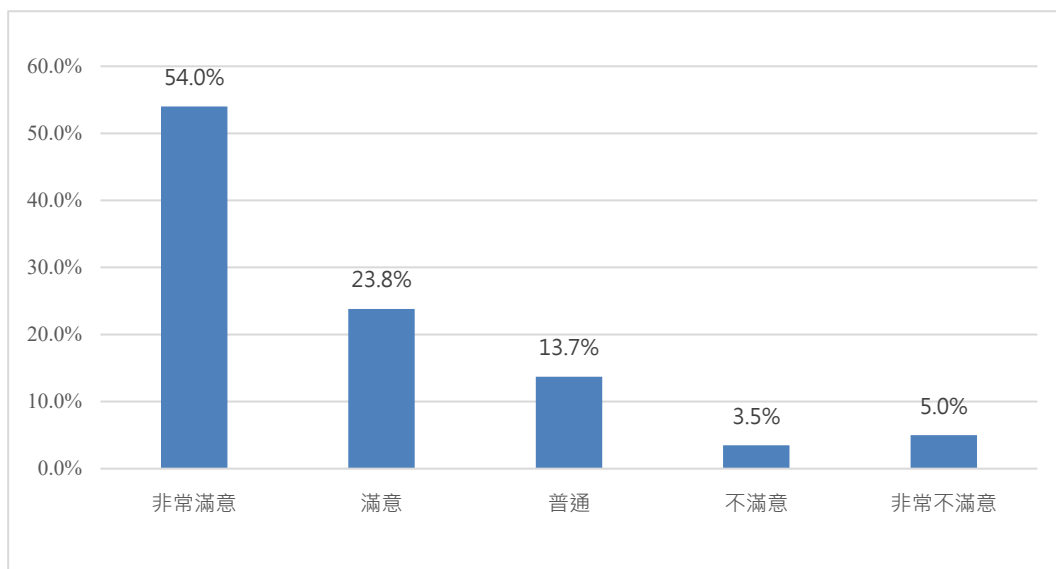


圖三之九 活動場地內廁所位置/數量/整潔衛生

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十)「活動會場內設立的攤位整體服務品質」的滿意程度

「活動會場內設立的攤位整體服務品質」方面，有 77.8%受訪遊客表示滿意（非常滿意 54%，滿意 23.8%），有 8.5%表示不滿意（不滿意 3.5%，非常不滿意 5.0%），表示普通的比例為 13.7%。

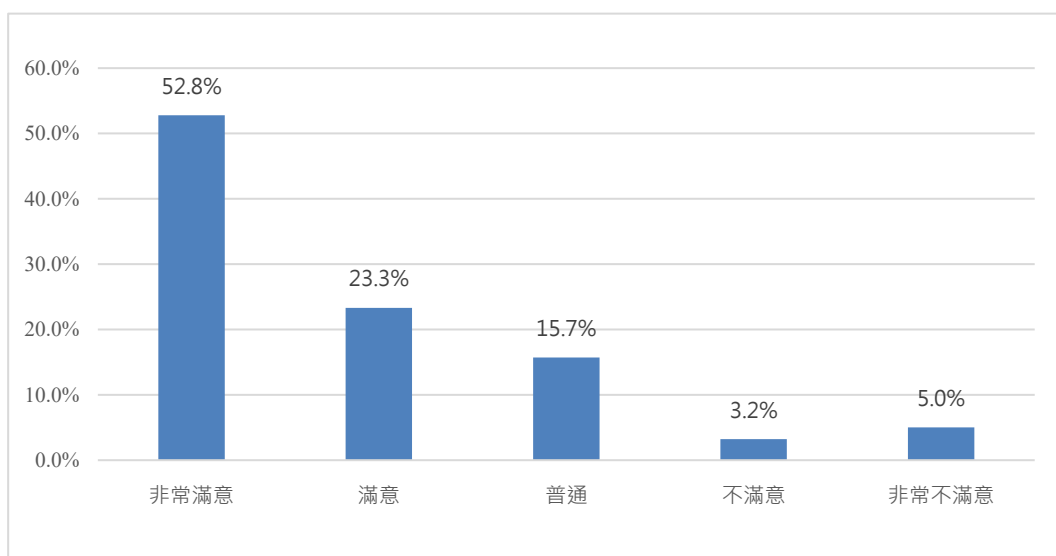


圖三之十 活動場地內設立的攤位整體服務品質良好

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十一)「主舞台的表演內容豐富有吸引力」的滿意程度

有 76.1%受訪遊客對於「主舞台的表演內容豐富有吸引力」感到滿意（非常滿意 52.8%，滿意 23.3%），有 8.2%感到不滿意（不滿意 3.2%，非常不滿意 5.0%），另外有 15.7%表示覺得普通。

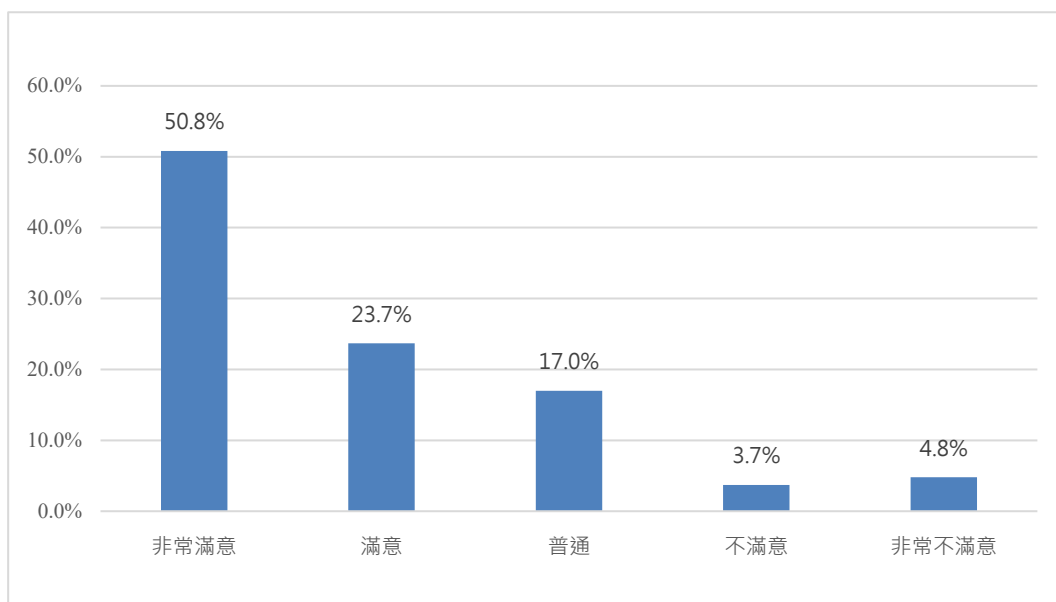


圖三之十一 主舞台的表演內容豐富有吸引力

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十二) 「活動內容讓我有互動體驗」的滿意程度

有 74.5%受訪遊客對於「活動內容讓我有互動體驗」表示滿意（非常滿意 50.8%，滿意 23.7%），有 8.5%表示不滿意（不滿意 3.7%，非常不滿意 4.8%），表示普通的比例則有 17.0%。

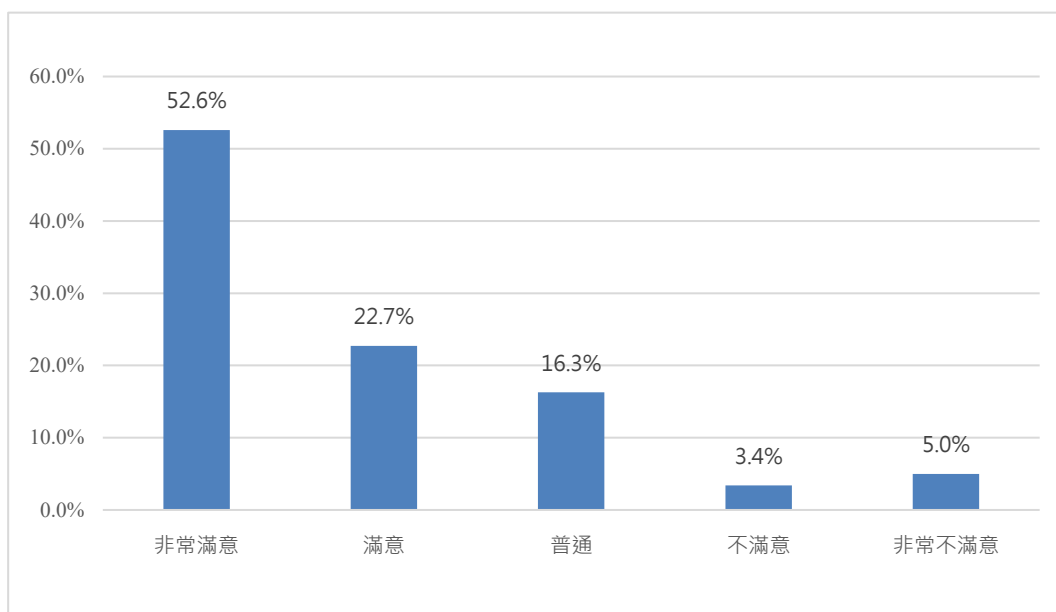


圖三之十二 活動內容讓我有互動體驗

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十三) 「活動本身內容多樣化」的滿意程度

「活動本身內容多樣化」方面，有 75.3%受訪遊客感到滿意（非常滿意 52.6，滿意 22.7%），不滿意的則有 8.4%（不滿意 3.4%，非常不滿意 5.0%），另外有 16.3%認為普通。

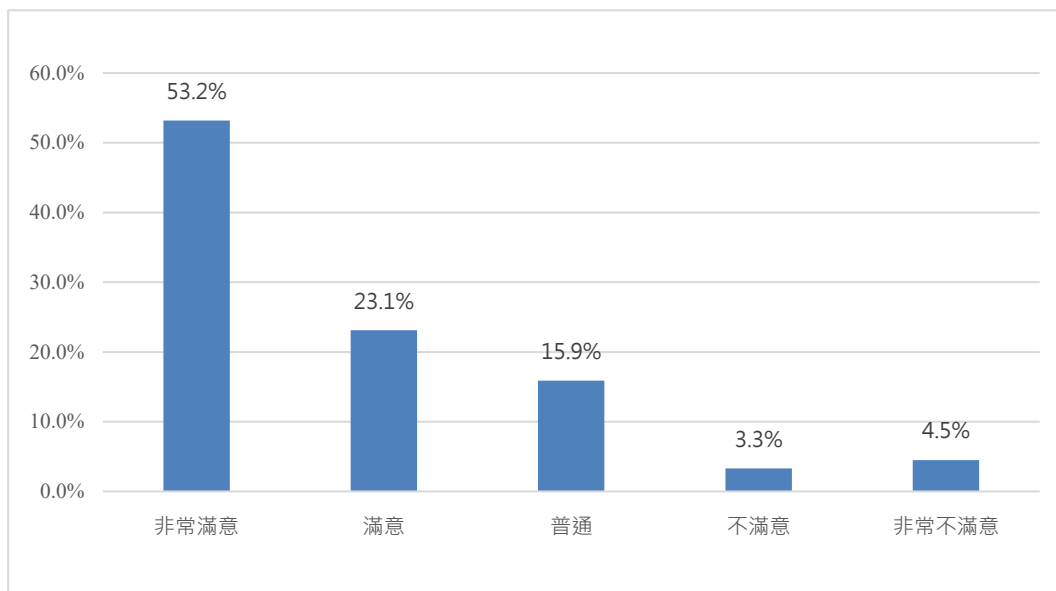


圖三之十三 活動本身內容多樣化

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十四) 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

有 76.3%受訪者對「活動宣傳管道的多元性」感到滿意(非常滿意 53.2%，滿意 23.1%)，有 7.8%受訪者感到不滿意(不滿意 3.3%，非常不滿意 4.5%)，表示普通的比例為 15.9%。

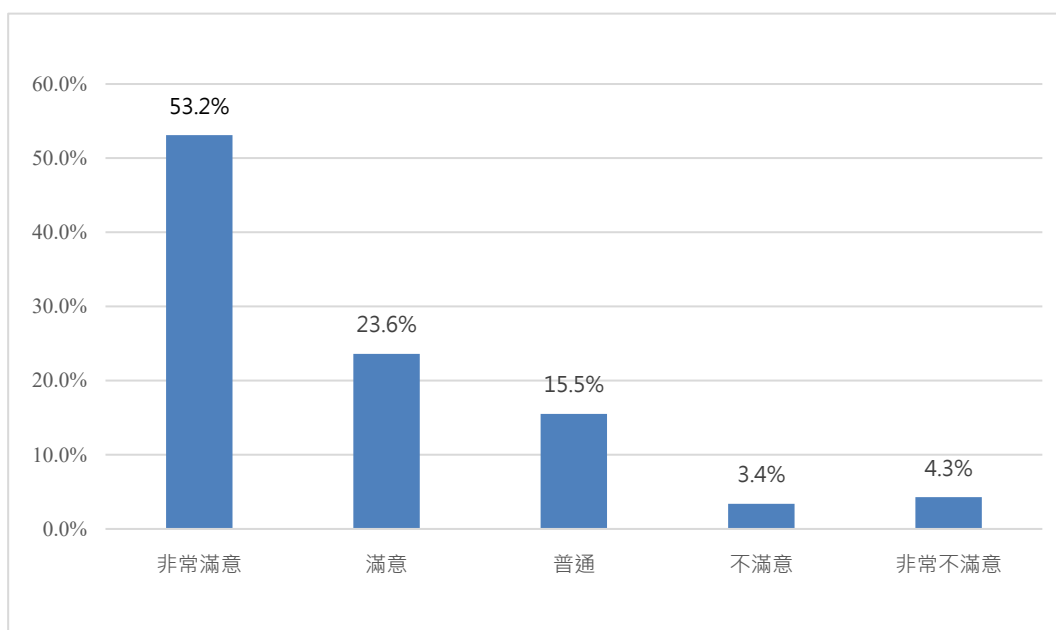


圖三之十四 活動宣傳管道的多元性

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十五) 「活動宣傳內容的豐富性」的滿意程度

76.8%受訪遊客在「活動宣傳內容的豐富性」表示滿意(非常滿意 53.2%，滿意 23.6%)，有 7.7%感到不滿意(不滿意 3.4%，非常不滿意 4.3%)，另外 15.5%表示普通。

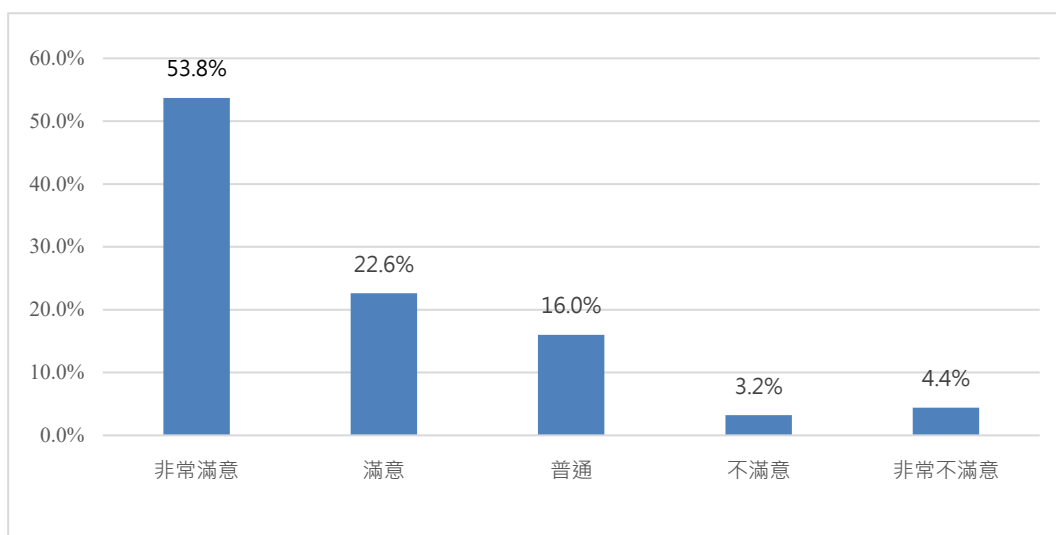


圖三之十五 活動宣傳內容的豐富性

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十六) 「活動期間宣傳的持續性」的滿意程度

對於「活動期間宣傳的持續性」，有 76.4%受訪遊客表示滿意（非常滿意 53.8%，滿意 22.6%），有 7.6%感到不滿意（不滿意 3.2%，非常不滿意 4.4%），表示普通的比例則有 16.0%。

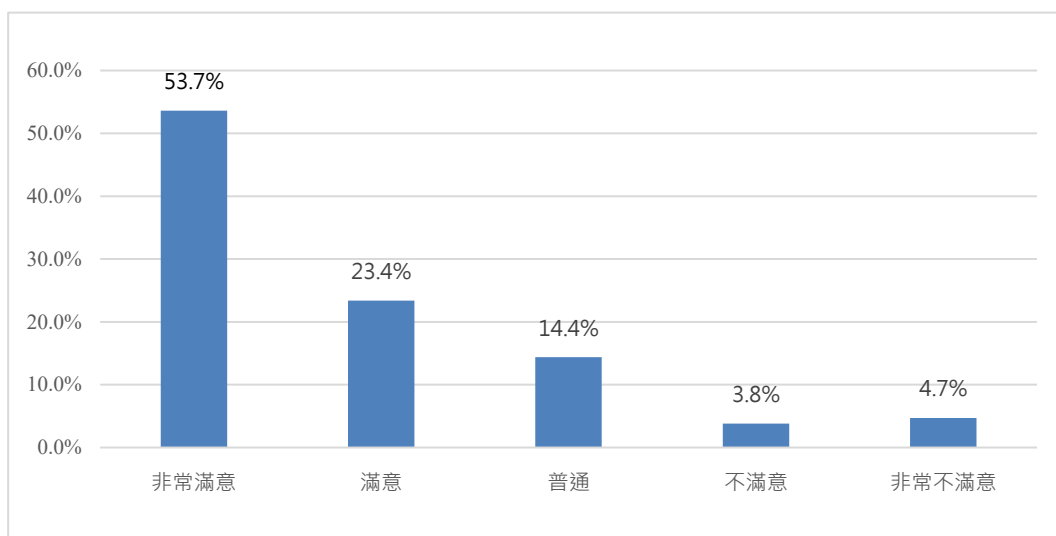


圖三之十六 活動期間宣傳的持續性

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十七) 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」巨型 LED 城堡主燈秀滿意度為？

對於本次「2024 新北歡樂耶誕城」巨型 LED 城堡主燈秀，有 77.1%受訪遊客表示滿意（非常滿意 53.7%，滿意 23.4%），有 8.5%感到不滿意（不滿意 3.8%，非常不滿意 4.7%），表示普通的比例則有 14.4%。

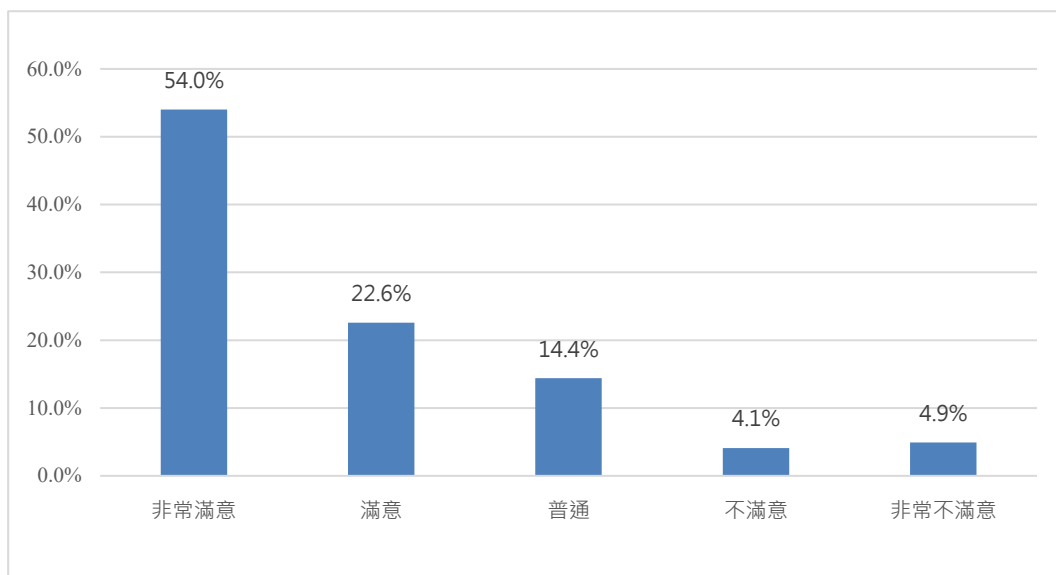


圖三之十七 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」巨型 LED 城堡主燈秀滿意度為？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十八) 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」燈飾滿意度為何？

對於本次「2024 新北歡樂耶誕城」燈飾滿意度，有 76.6%受訪遊客表示滿意（非常滿意 54.0%，滿意 22.6%），有 9.0%感到不滿意（不滿意 4.1%，非常不滿意 4.9%），表示普通的比例則有 14.4%。

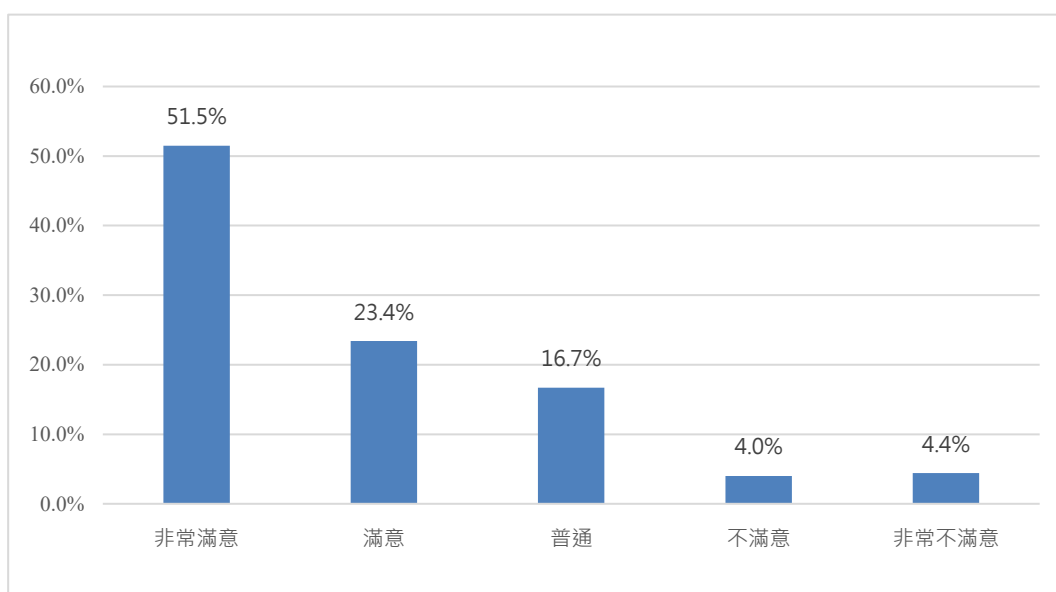


圖三之十八 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」燈飾滿意度為何？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十九) 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」貨櫃市集滿意度為何？

對於本次「2024 新北歡樂耶誕城」貨櫃市集滿意度，有 74.9%受訪遊客表示滿意（非常滿意 51.5%，滿意 23.4%），有 8.4%感到不滿意（不滿意 4.0%，非常不滿意 4.4%），表示普通的比例則有 16.7%。

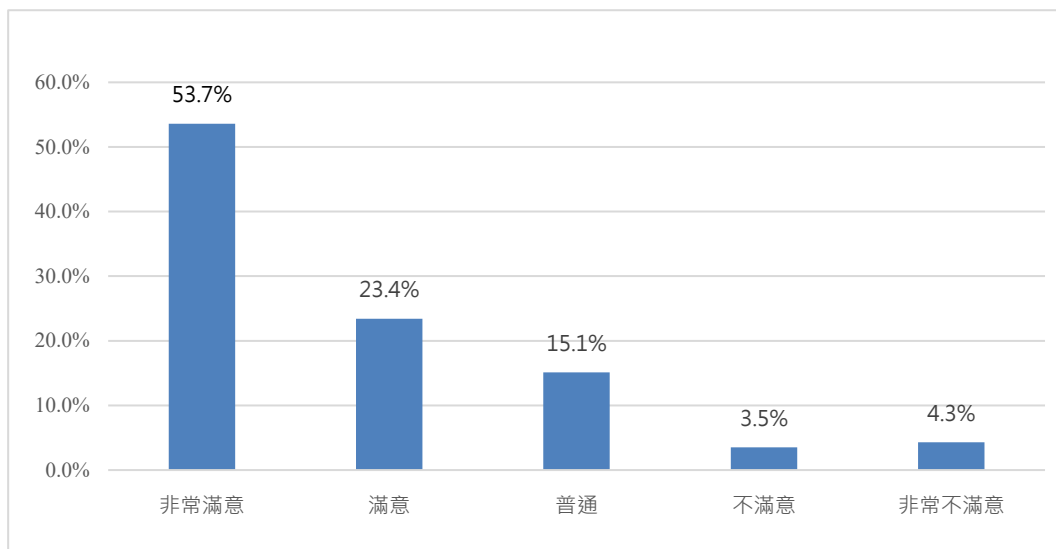


圖三之十九 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」貨櫃市集滿意度為何？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(二十) 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」多個光影裝置滿意度為何？

對於本次「2024 新北歡樂耶誕城」多個光影裝置滿意度，有 77.1%受訪遊客表示滿意(非常滿意 53.7%，滿意 23.4%)，有 7.8%感到不滿意(不滿意 3.5%，非常不滿意 4.3%)，表示普通的比例則有 15.1%。

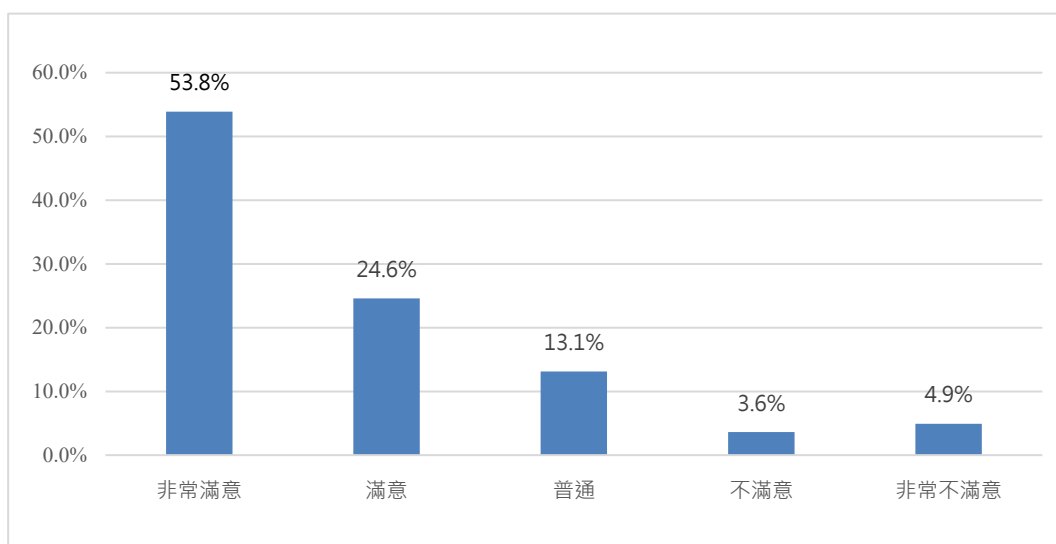


圖三之二十 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」多個光影裝置滿意度為何？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(二十一) 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」整體滿意度為何？

針對「2024 新北歡樂耶誕城」活動整體而言，有 78.4%受訪遊客表示滿意(非常滿意 53.8%，滿意 24.6%)，有 8.5%感到不滿意(不滿意 3.6%，非常不滿意 4.9%)，表示普通的比例則有 13.1%。

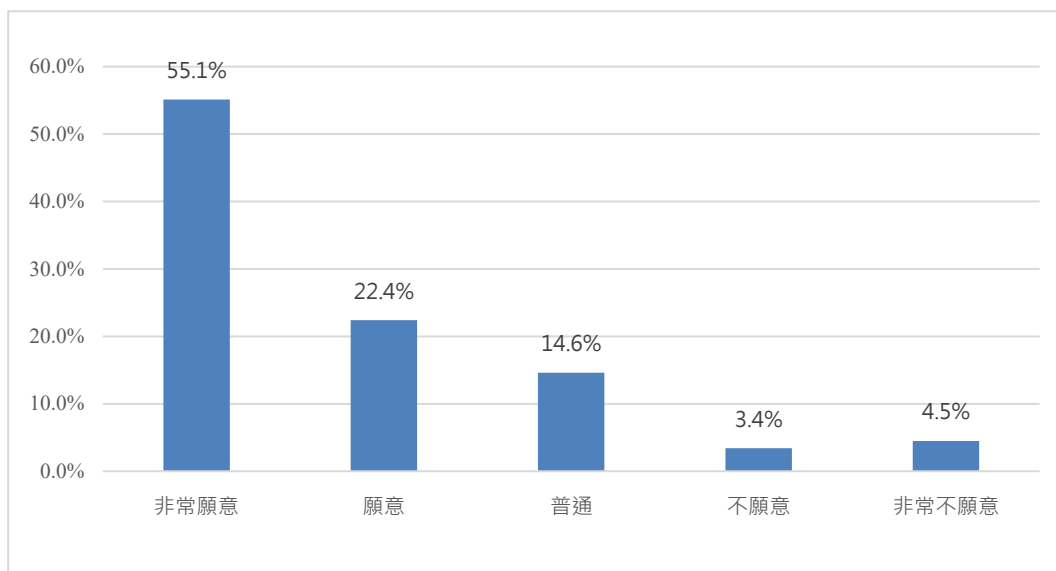


圖三之二十一 請問您對本次「2024 新北歡樂耶誕城」整體滿意度為何？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(二十二) 請問您是否願意向他人推薦參與「2024 新北歡樂耶誕城」？

針對民眾向他人推薦參與「2024 新北歡樂耶誕城」之願意，有 77.5%受訪遊客表示願意（非常願意 55.1%，願意 22.4%），有 7.9%感到不願意（不願意 3.4%，非常不願意 4.5%），表示普通的比例則有 14.6%。

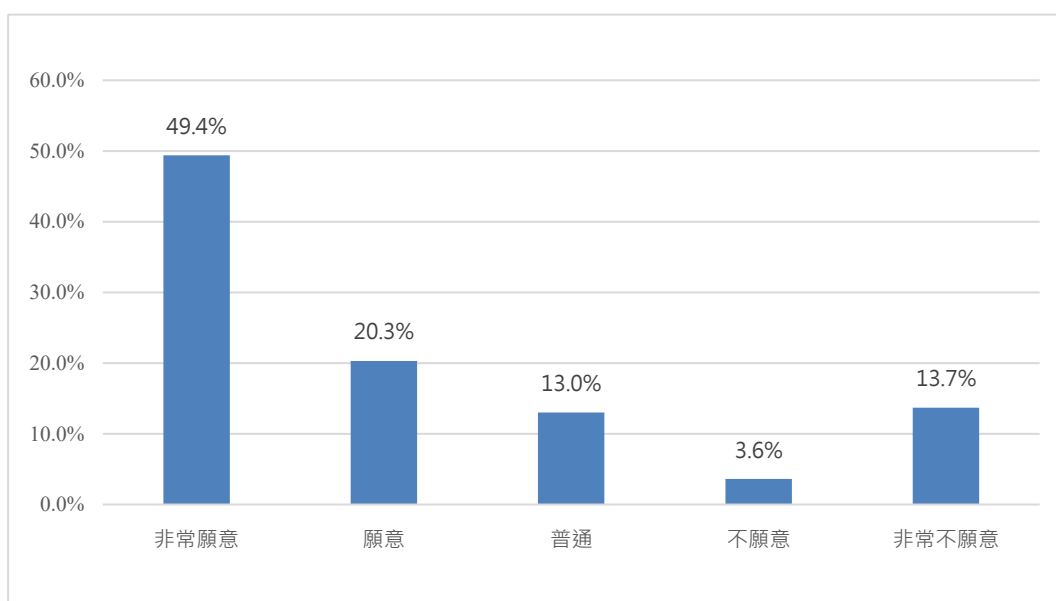


圖三之二十二 請問您是否願意向他人推薦參與「2024 新北歡樂耶誕城」？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(二十三) 請問您明年是否會再次參與「新北歡樂耶誕城」？

針對民眾明年再次參與「新北歡樂耶誕城」願意，有 69.7%受訪遊客表示願意（非常願意 49.4%，願意 20.3%），有 17.3%感到不願意（不願意 3.6%，非常不願意 13.7%），表示普通的比例則有 13.0%。



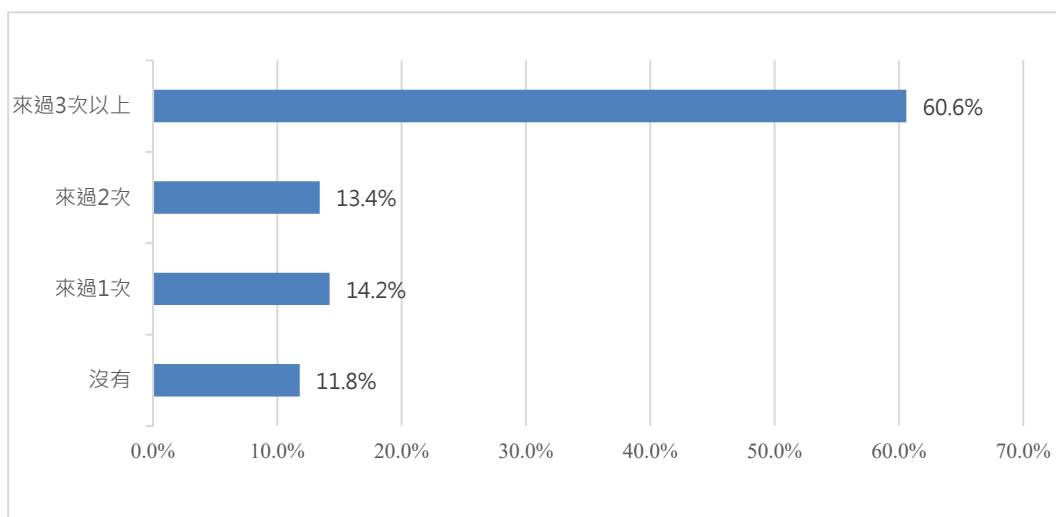
圖三之二十三 請問您明年是否會再次參與「新北歡樂耶誕城」？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為敘述分析

(一)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，受訪遊客首次參加「新北市歡樂耶誕城」活動的比例為 11.8%，有 88.2%是再訪的回流遊客，其中有 60.6%的受訪遊客來過 3 次以上，如圖四之一所示。

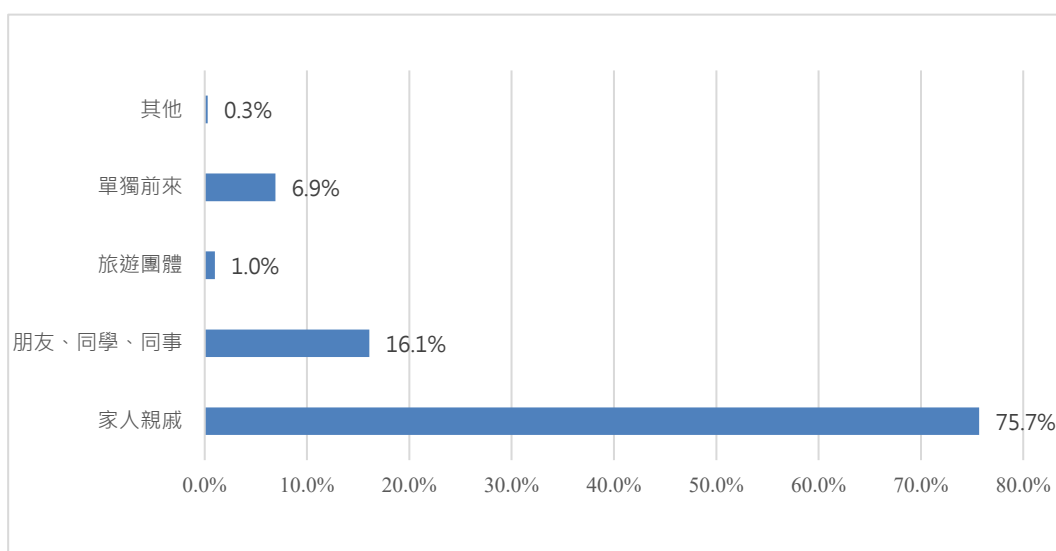


圖四之一 除了本次，請問您是否曾參加「新北歡樂耶誕城」活動？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(二)您參加此次活動主要的同行成員

有七成以上（75.7%）受訪遊客是跟家人親戚一同前往「新北歡樂耶誕城」活動，其次有 16.1%是跟朋友、同學、同事前往，有 6.9%獨自參加，僅 1.0%是團體旅遊，如圖四之二所示。

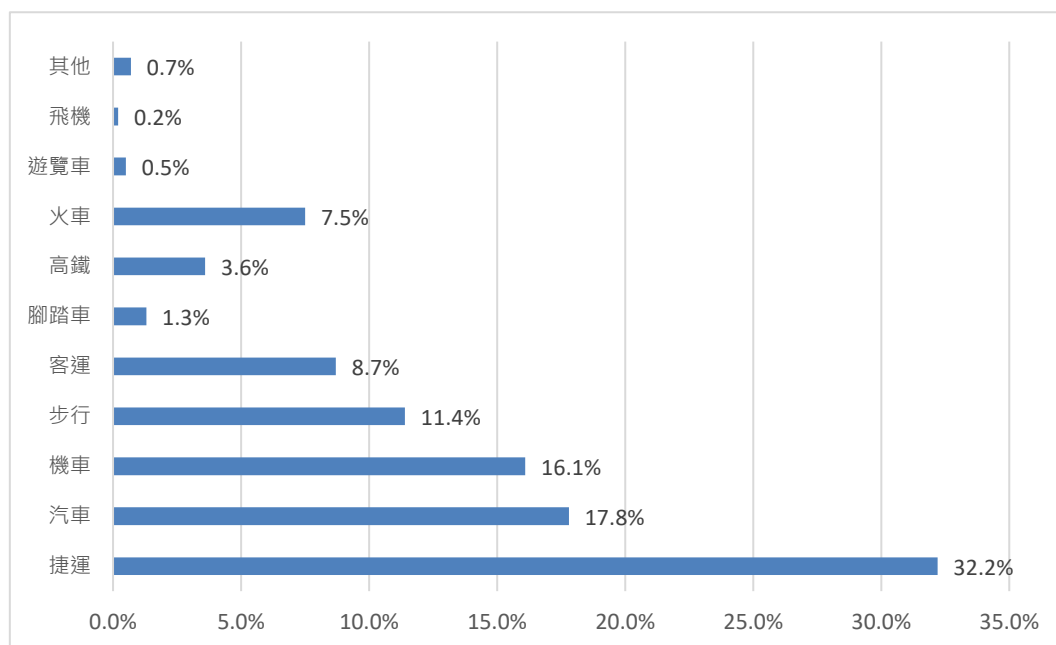


圖四之二 您參加此次活動主要的同行人員

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(三)您參加此次活動所使用的交通工具為？（複選）

民眾以搭乘捷運前往新北歡樂耶誕城的交通方式最多，比例為 32.2%，其次為汽車 17.8%、機車 16.1%，而步行前往者也有 11.4%。此外，搭乘客運（8.7%）、火車（7.5%）前往會場的比例約為一成上下，如圖四之三及表三之一所示。



圖四之三 您參加此次活動所使用的交通工具（複選）

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

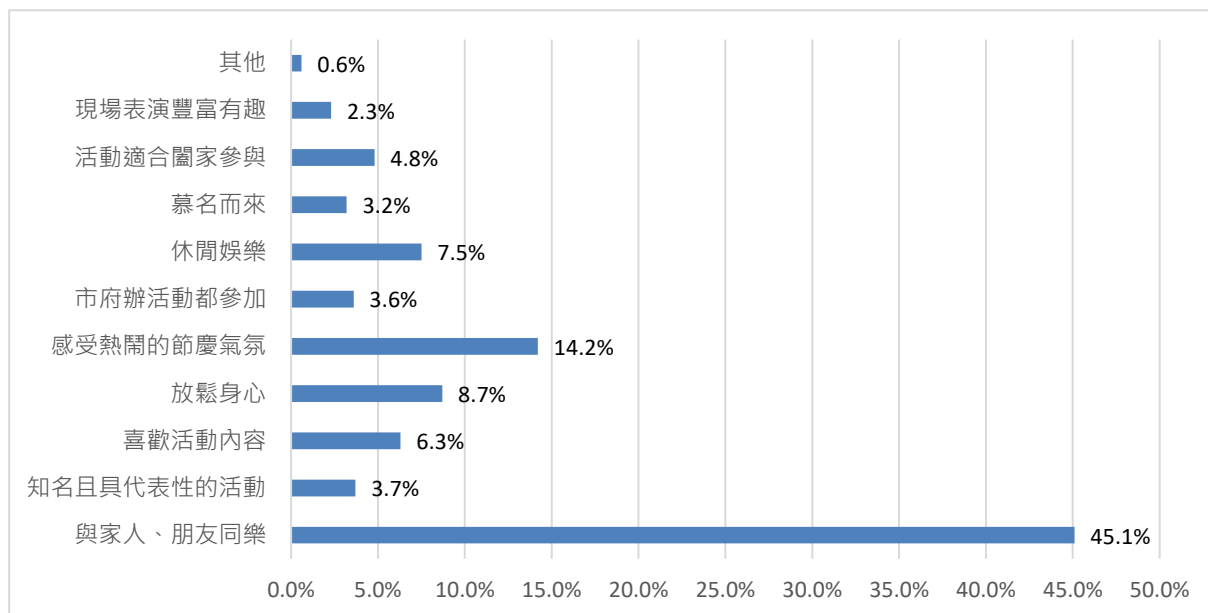
表三之一 民眾前往「2024 新北歡樂耶誕城」活動會場的交通方式（複選）

項目	次數	百分比 (%)
捷運	1,150	32.2
汽車	631	17.8
機車	571	16.1
步行	404	11.4
客運	308	8.7
腳踏車	45	1.3
高鐵	126	3.6
火車	267	7.5
遊覽車	16	0.5
飛機	7	0.2
其他	24	0.7

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(四)您參與此次活動的主要動機為？(複選)

有 45.1%受訪遊客參與新北歡樂耶誕城是要與家人、朋友同遊，14.2%是想要感受熱鬧的節慶氣氛，有 8.7%想放鬆身心，7.5%是為了休閒娛樂，另有 6.3%是因為喜歡活動內容。此外，亦有 4.8%認為活動適合闔家參與，如圖四之四及表三之二所示。



圖四之四 您參與此次活動的主要動機為？(複選)

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

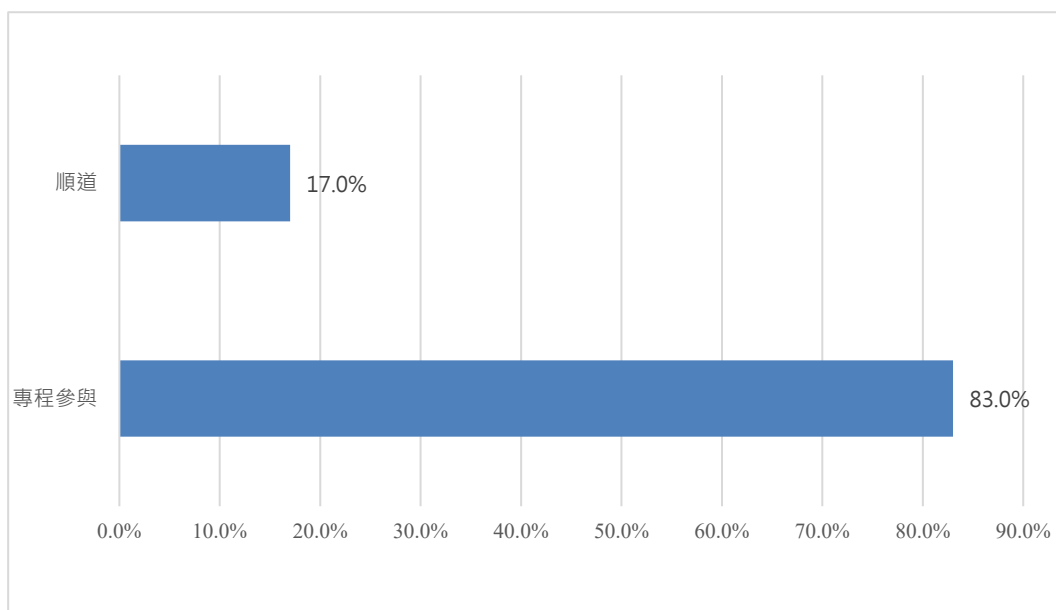
表三之二 民眾參加「2024 新北歡樂耶誕城」活動的主要動機 (複選)

項目	人次	百分比(%)
與家人、朋友同樂	2,403	45.1
知名且具代表性的活動	197	3.7
喜歡活動內容	333	6.3
放鬆身心	463	8.7
感受熱鬧的節慶氣氛	754	14.2
市府辦活動都參加	189	3.6
休閒娛樂	400	7.5
慕名而來	171	3.2
活動適合闔家參與	256	4.8
現場表演豐富有趣	124	2.3
其他	32	0.6

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(五)您本次參與「2024 新北歡樂耶誕城」活動是專程或是順道？

達 83.0%受訪遊客是專程前來參與 2024 新北歡樂耶誕城活動，另 17.0%是順道路過。

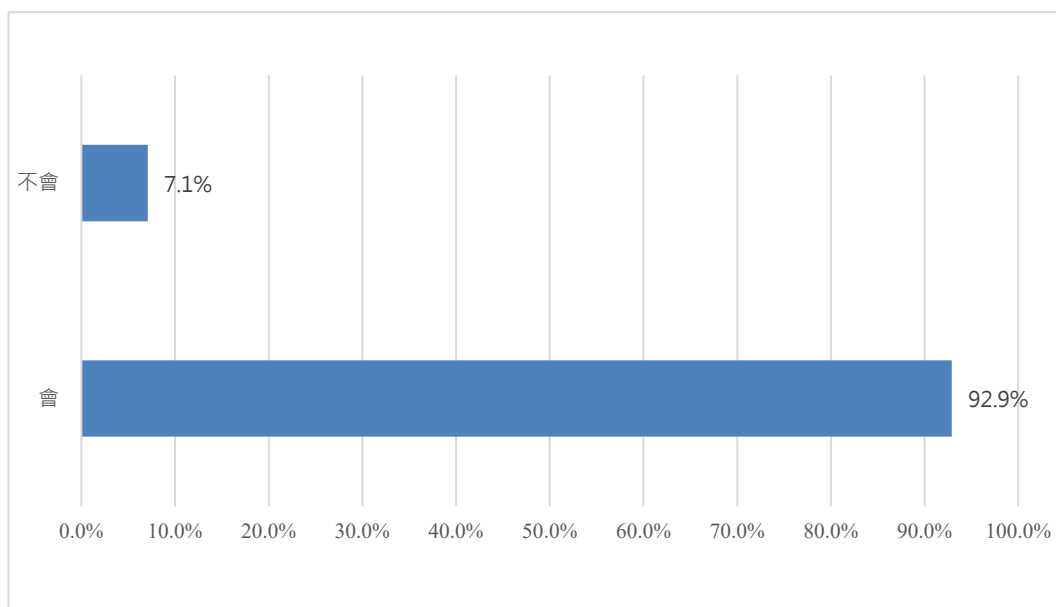


圖四之五 您本次參與「2024 新北歡樂耶誕城」活動是專程或順道？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(六)您今年是否會再次參訪「2024 新北歡樂耶誕城」？

達 92.9%受訪者表示會再次造訪 2024 新北歡樂耶誕城，7.1%表示不會。

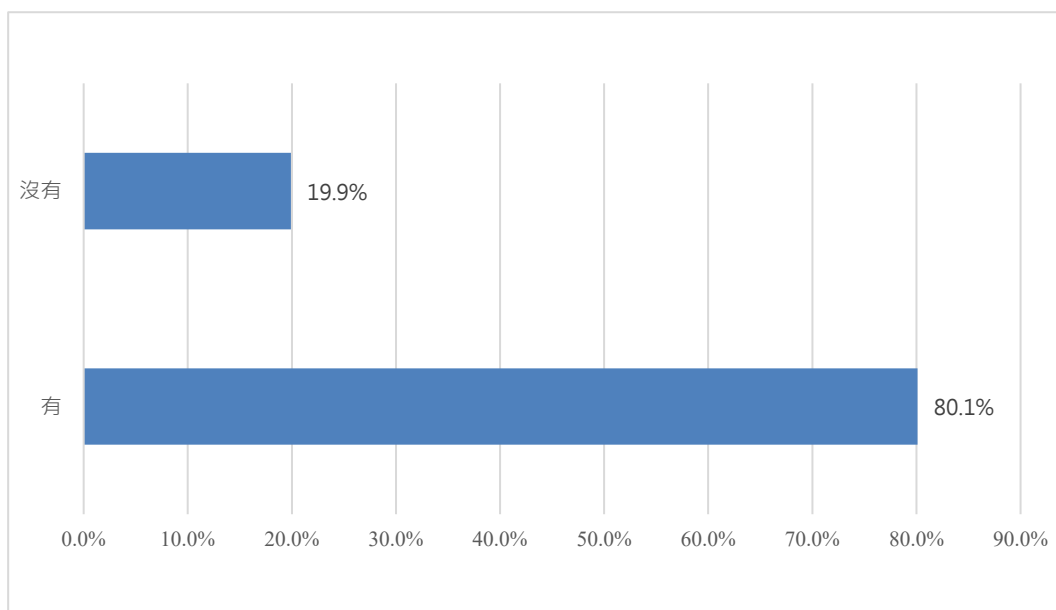


圖四之六 您今年是否會再次參訪「2024 新北歡樂耶誕城」？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(七)您是否曾瀏覽「2024 新北歡樂耶誕城」的網路資訊？

80.1%受訪遊客表示曾經瀏覽過「2024 新北市歡樂耶誕城」的網路資訊，只有 19.9% 表示沒有瀏覽過。

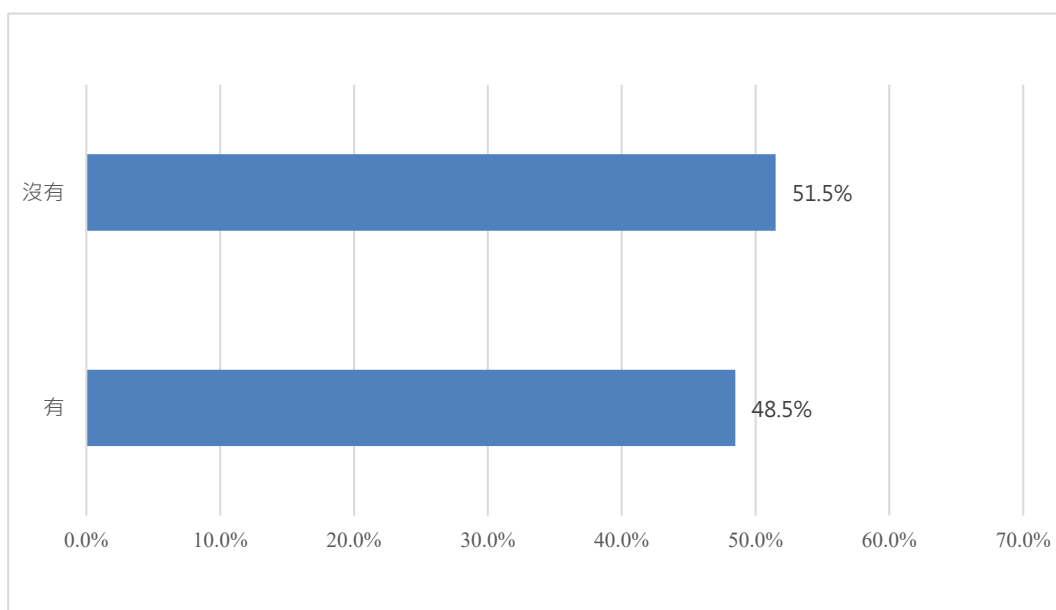


圖四之七 您是否曾瀏覽「2024 新北歡樂耶誕城」的網路資訊？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(八)您是否曾瀏覽「2024 新北歡樂耶誕城」的網路直播？

有 48.5%受訪遊客表示曾經瀏覽「2024 新北歡樂耶誕城」的網路直播，有 51.5%沒有瀏覽過。

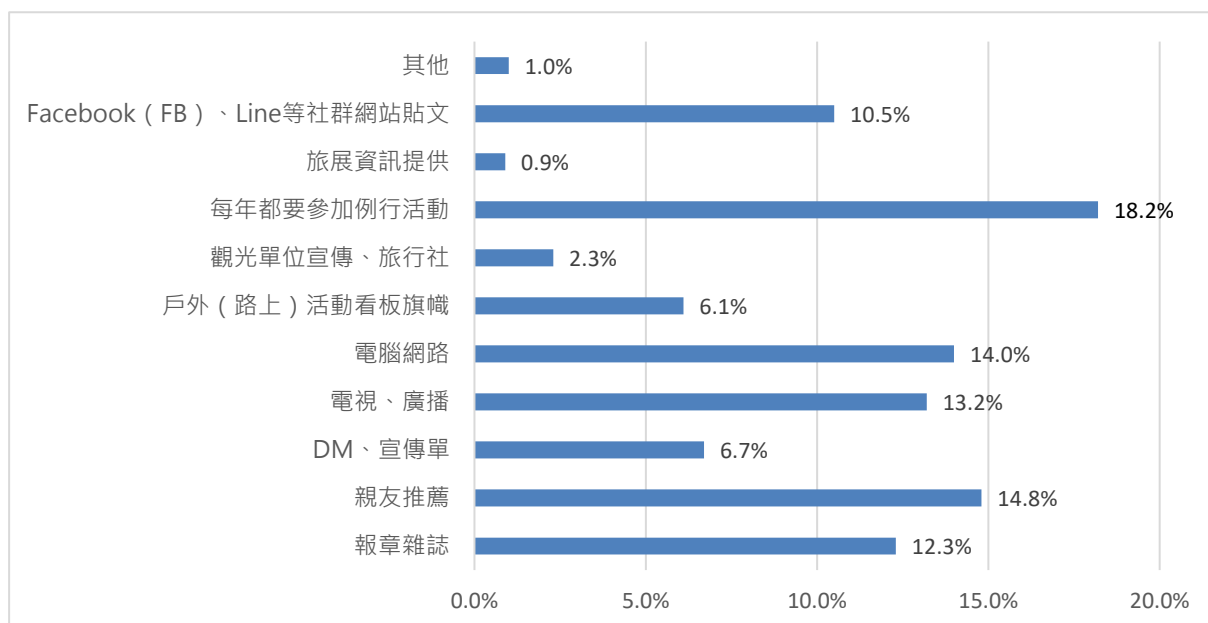


圖四之八 您是否曾瀏覽「2024 新北歡樂耶誕城」的網路直播？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(九)您獲得此次活動主要的資訊管道為？(複選)

遊客獲得新北歡樂耶誕城活動的主要資訊來源，有 18.2%受訪者表示為「每年都要參加例行活動」，14.8%是透過親友推薦，14.0%是透過電腦網路，13.2%則是透過電視、廣播，另外亦有透過報章雜誌（12.3%）和 Facebook、Line 等社群網站貼文（10.5%），及 DM、宣傳單（6.7%）獲得活動資訊，調查結果如圖四之九及表三之三所示。



圖四之九 您獲得此次活動主要的資訊管道為？(複選)

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

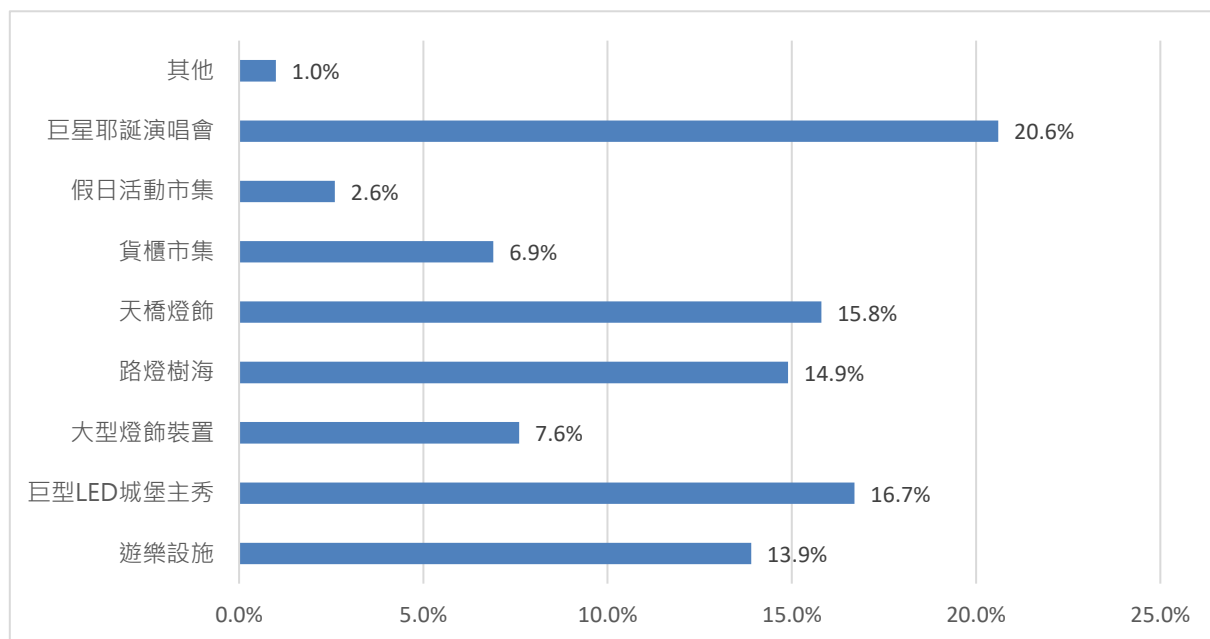
表三之三 活動資訊主要來源分析表 (複選)

項目	人次	百分比 (%)
報章雜誌	578	12.3
親友推薦	693	14.8
DM、宣傳單	315	6.7
電視、廣播	619	13.2
電腦網路	656	14.0
戶外(路上)活動看板旗幟	286	6.1
觀光單位宣傳、旅行社	109	2.3
每年都要參加例行活動	862	18.2
旅展資訊提供	41	0.9
Facebook (FB)、Line 等社群網站貼文	492	10.5
其他	47	1.0

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(十)您最喜歡「2024 新北歡樂耶誕城」哪些項目？(複選)

新北歡樂耶誕城各種活動項目，其中「巨星耶誕演唱會」是最多受訪遊客表示喜歡的項目，比例為 20.6%，有 16.7%遊客表示喜歡「巨型 LED 城堡主秀」，喜歡「天橋燈飾」的遊客有 15.8%。另外，有 14.9%遊客喜歡「路樹燈海」，13.9%的遊客喜歡「遊樂設施」、7.6%及 6.9%喜歡「大型燈飾裝置」及「貨櫃市集」，喜歡「假日活動市集」的遊客則為 2.6%，如圖四之十及表三之四所示。



圖四之十 您最喜歡「2024 新北歡樂耶誕城」哪些項目？(複選)

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

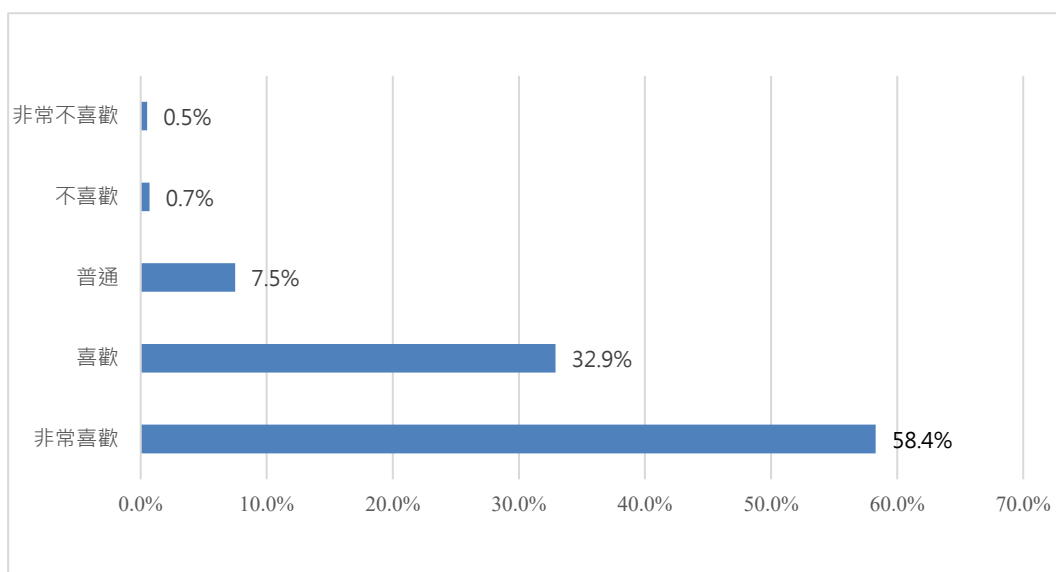
表三之四 遊客喜愛「2024 新北歡樂耶誕城」活動項目分析表 (複選)

項目	人次	百分比 (%)
遊樂設施	578	13.9
巨型 LED 城堡主秀	693	16.7
大型燈飾裝置	315	7.6
路燈樹海	619	14.9
天橋燈飾	656	15.8
貨櫃市集	286	6.9
假日活動市集	109	2.6
巨星耶誕演唱會	862	20.6
其他	41	1.0

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

（十一）您本身喜歡參與主題性的節慶活動嗎？

達 91.3%受訪者表示喜歡參與主題性的節慶活動（非常喜歡 58.4%，喜歡 32.9%），僅 1.2%表示不喜歡（不喜歡 0.7%，非常不喜歡 0.5%），另外有 7.5%表示普通。

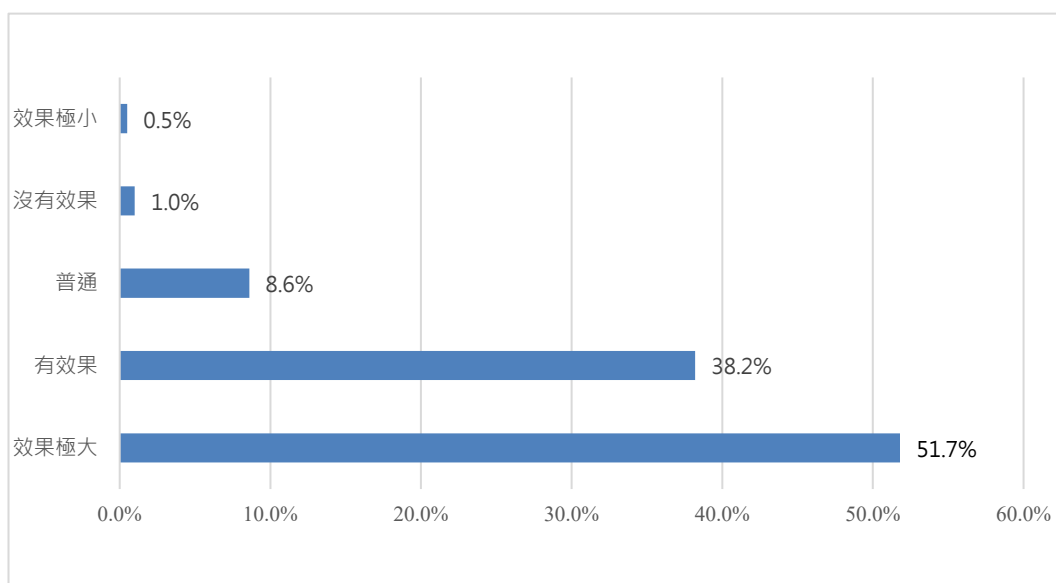


圖四之十一 您本身喜歡參與主題性的節慶活動嗎？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

（十二）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關聯，有 89.9%受訪者認為主題性節慶活動可以提升居民幸福感，其中 51.7%認為效果極大，38.2%覺得有效果，8.6%覺得普通，僅 1.0%認為沒有效果，0.5%認為效果極小。



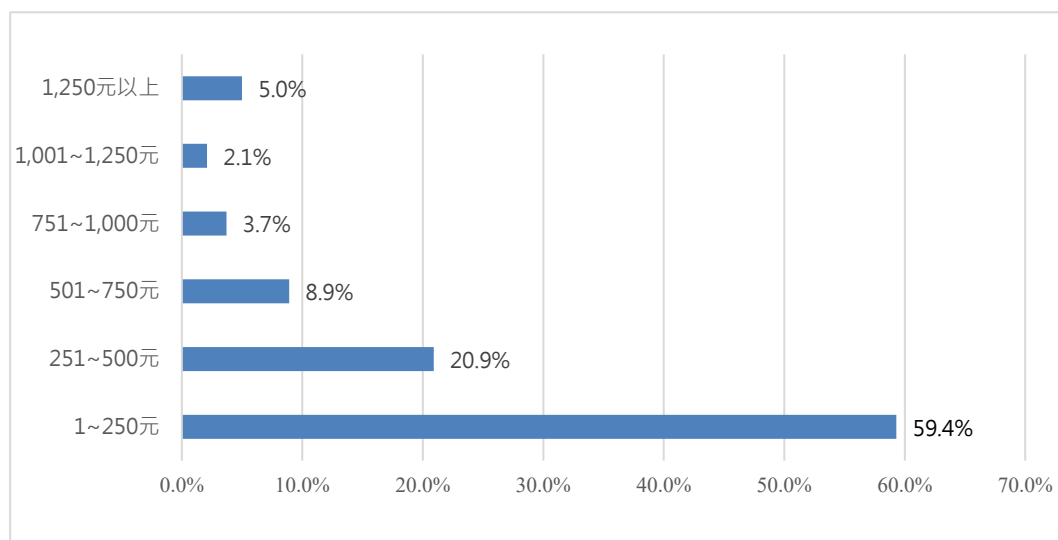
圖四之十二 您覺得辦理主題性的節慶活動可以提升居民的幸福感嗎？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

五、觀光活動經濟效益分析

(一)請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的交通花費大約為？

整體而言，有 80.3%的受訪遊客參與活動的交通花費為新臺幣（以下同）500 元，其中 250 元以下占 59.4%，251~500 元者占 20.9%，501~750 元占 8.9%，751~1,000 元占 3.7%，1,001~1,250 元占 2.1%，花費高於 1,250 者則占 5.0%。

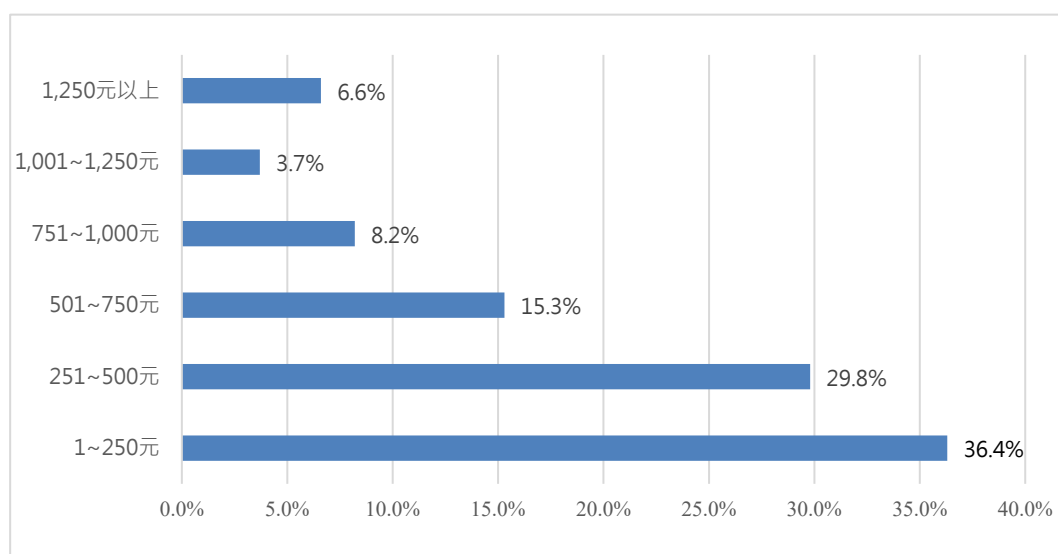


圖五之一 請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的交通花費大約為？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(二)請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的娛樂花費大約為？

有 36.4%受訪遊客參與本次活動的娛樂花費低於 250 元，29.8%遊客花費 251~500 元，15.3%遊客花費 501~750 元，8.2%遊客花費 751~1,000 元，1,001~1,250 元者占 3.7%，另有 6.6%的受訪遊客花費超過 1,250 元。

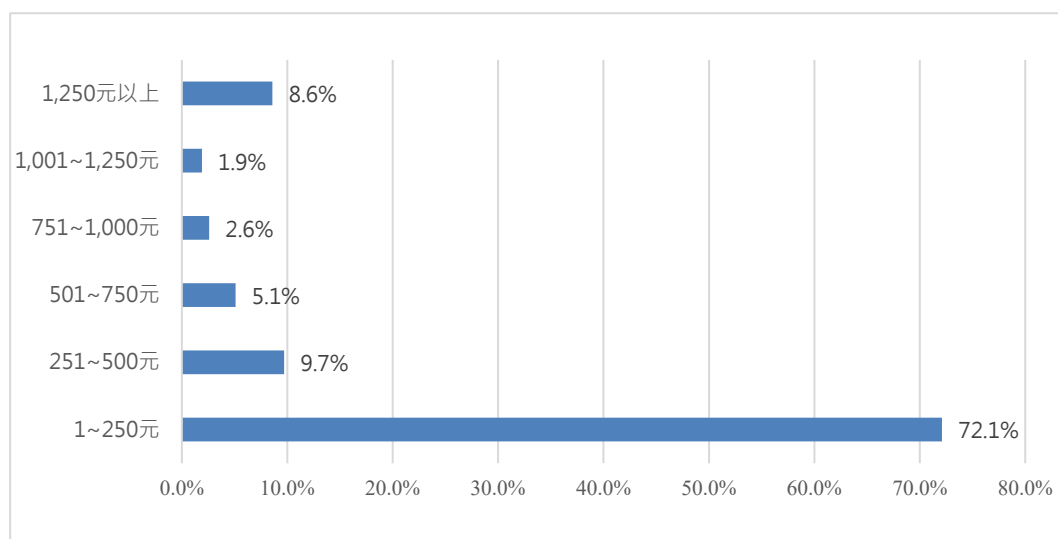


圖五之二 請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的娛樂花費大約為？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(三)請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的住宿花費大約為？

住宿花費方面，有 72.1%遊客花費低於 250 元，9.7%遊客花費 251~500 元，5.1%遊客花費 501~750 元，2.6%遊客花費 751~1,000 元，1.9%花費 1,001~1,250 元，另外有 8.6%的遊客花費超過 1,250 元。

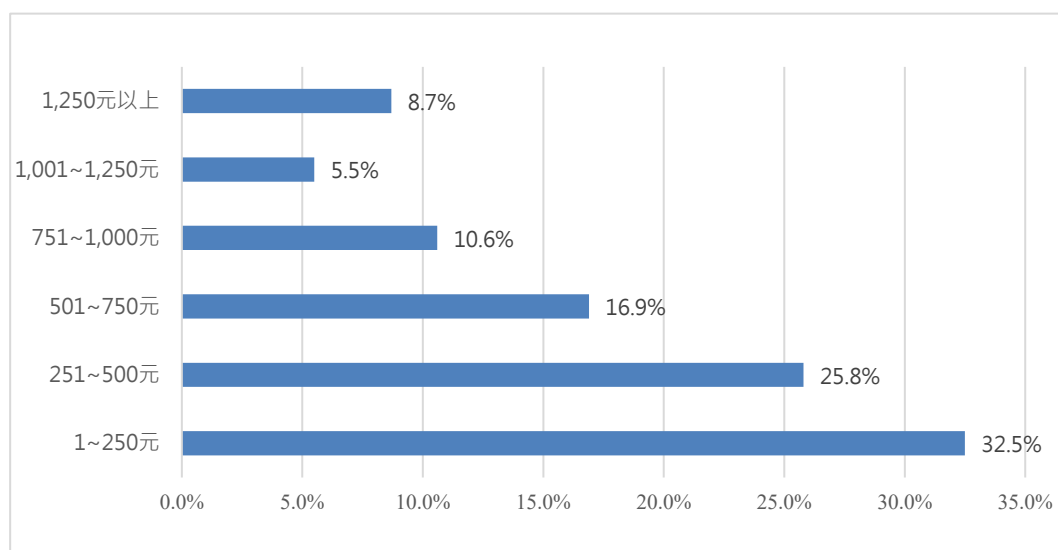


圖五之三 請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的住宿花費大約為？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(四)請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的餐飲花費大約為？

針對受訪遊客參與本次活動的餐飲花費，有 32.5%花費少於 250 元，25.8%花費 251~500 元，16.9%花費 501~750 元，10.6%花費 751~1,000 元，8.7%花費超過 1,250 元，另外有 5.5%花費 1,001~1,250 元。

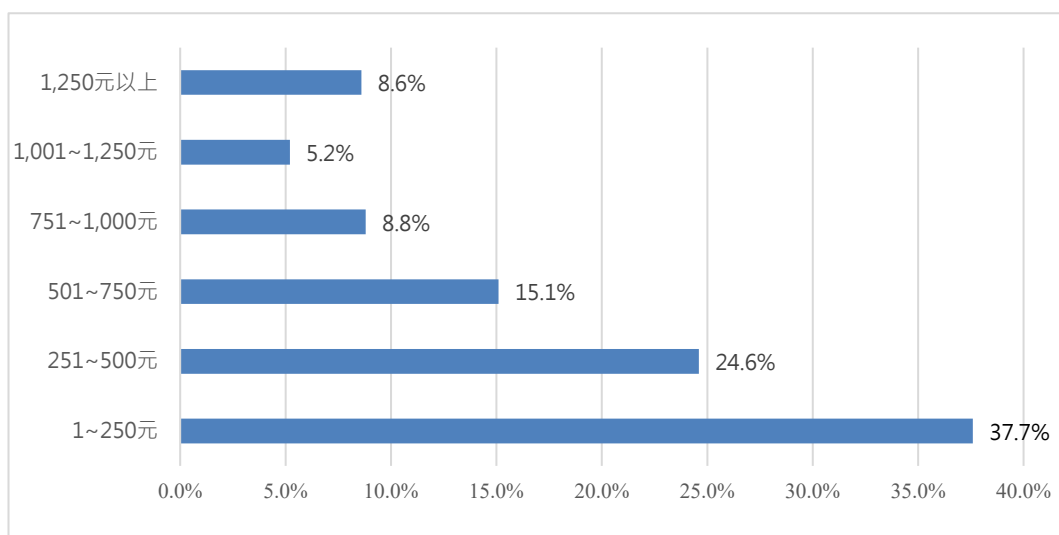


圖五之四 請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的餐飲花費大約為？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(五)請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的購物花費大約為？

購物花費方面，有 37.7%遊客於「2024 新北歡樂耶誕城」花費少於 250 元，24.6% 花費 251~500 元，15.1% 花費 501~750 元，8.8% 花費 751~1,000 元，8.6% 的遊客花費超過 1,250 元，另外有 5.2% 花費 1,001~1,250 元。

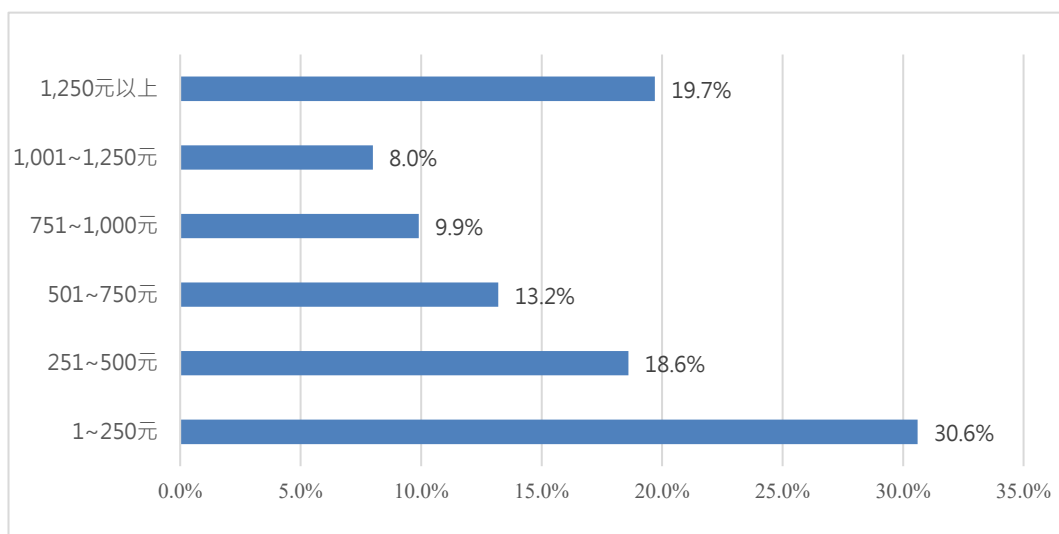


圖五之五 請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的購物花費大約為？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

(六)請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的消費總金額大約為？

針對受訪遊客參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的消費總金額，有 30.6%遊客少於 250 元，19.7%的遊客花費超過 1,250 元，18.6% 花費 251~500 元，13.2% 花費 501~750 元，9.9% 花費 751~1,000 元，另外有 8.0% 花費 1,001~1,250 元。



圖五之六 請問您參與本次「2024 新北歡樂耶誕城」的消費總金額大約為？

資料來源：2024 新北歡樂耶誕城結案報告。

肆、 2024 新北歡樂耶誕城整體分析結果

歸納以上統計分析結果，2024 新北歡樂耶誕城相關輪廓如下：

一、 遊客基本輪廓

遊客輪廓數據顯示，新北歡樂耶誕城受到親子、家庭遊客喜愛，而新北歡樂耶誕城亦是本市冬季活動的知名品牌，表示「每年都要參加的例行活動」及「專程前往」的遊客比例、遊客回流及再訪的比例高，亦有受訪者表示前來參與本次活動是為了感受熱鬧的節慶氣氛，值得持續經營。

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。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，過半的受訪遊客也相當願意向親朋好友推薦本活動，受訪者也願意重遊。

三、 活動氛圍與城市幸福感濃厚

本活動藉由燈區、人行道及天橋燈飾營造及活動節目設計，吸引全年齡層的遊客前來參與，打造一場老少咸宜的耶誕派對，表演節目緊扣耶誕主題，成功於板橋區締造耶誕氛圍，更安排德國耶誕市集及表演，讓民眾得以在臺灣感受濃濃的異國耶誕氛圍，獲得 8 成以上受訪遊客肯定辦理主題性節慶活動得提升居民幸福感。

E. 風景區管理科

十分瀑布公園收費遊客意見調查問卷統計分析

新北市政府觀光旅遊局

一、背景說明

本市平溪區十分瀑布公園，位在基隆河的主流上，由於河流的侵蝕作用，造就斷層地形與奇岩，擁有許多瀑布與地質奇觀，其中以十分瀑布最為出名。十分瀑布屬於垂簾型瀑布，瀑布兩旁的岩層走向與水流相反，是地理學上的逆斜層特徵，因與北美洲尼加拉瀑布景色相似，故有臺灣尼加拉瀑布之稱。由於瀑布下方的水潭極深，在壯闊的河流沖擊下激起陣陣水花，當陽光照射朦朧的水氣，可見一道彩虹斜掛於瀑布或水潭上，故有「彩虹淵」的美名。



圖 1 十分瀑布

資料來源:新北市政府觀光旅遊局拍攝

十分瀑布公園為封閉式園區，十分瀑布公園前因私人公司封地收費引發爭議，前台北縣政府於民國 99 年將瀑布周邊土地公告為縣定瀑布公園，在民國 103 年底由升格後的新北市政府觀光旅遊局接管，考量瀑布屬公共財，供民眾無償共享，故回歸公有管理後即從未收費。

唯於 112 年度擴大里長里幹事聯繫會報中，平溪區里長聯誼會會長胡兩泉提案「建請研議十分風景特定區收費，以充實市庫收入，並挹注本區基礎建設所需經費。十分風景特定區年平均造訪人次約 250 萬人，以 108 年 covid-19 疫情前為例，達 280 萬人次。建議該風景特定區規劃收費，例如本區居民免費、新北市民 30 元、其他遊客 50 元。該

筆財源收入每年提撥一定比例補助本區相關基礎建設，例如：登山步道之修繕、老街風景區之景觀設施維護及優化等需求。」，承前，考量瀑布屬公共財，貿然採行收費不僅對來訪遊客造成衝擊，而採行收費措施亦有衍生相關之人事、軟硬體建置及維護成本等，因此先行針對來訪遊客進行線上問卷調查，加以瞭解遊客想法及需求，做為未來收費與否的調整依據。

二、遊客問卷調查統計分析

十分瀑布公園收費遊客意見調查係運用線上問卷填列方式，將問卷 QRCode 設置於十分遊客中心及十分瀑布旅遊諮詢服務中心處，提供民眾掃描後進行填寫。於 113 年 3 月開始進行隨機抽樣問卷調查，迄今 114 年 4 月累積問卷數總計 174 份，問卷內容包含受訪者基本資料調查、到訪次數、對園區各項服務設施及服務人員滿意度、是否贊成收費、收費對於來訪意願影響及合理收費區間等。

(一)遊客基本資料分析

十分瀑布公園收費遊客意見調查問卷中的基本資料分析，前來參觀園區並填列問卷之遊客 174 則回應，女性為 95 人，占比 54.6%，男性為 79 人，占比 45.4%，女性較男性多(圖 2)，其中以 50 至 59 歲最多，其次為 40 至 49 歲，第三則為 30 至 39 歲(圖 3)。由兩項分析呈現的結果，未來於園區中規劃設施友善措施及活動辦理時，可參酌前述數值進行規劃發想，持續吸引女性遊客，並營造友善環境供遊客使用。

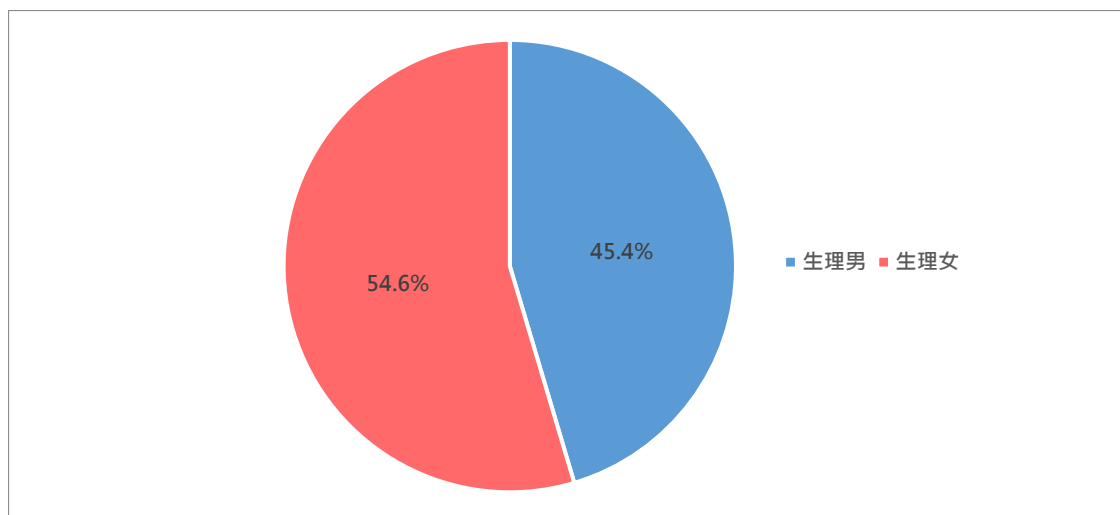


圖 2 調查問卷調查男女比例

資料來源: 新北市政府觀光旅遊局問卷統計資料繪製

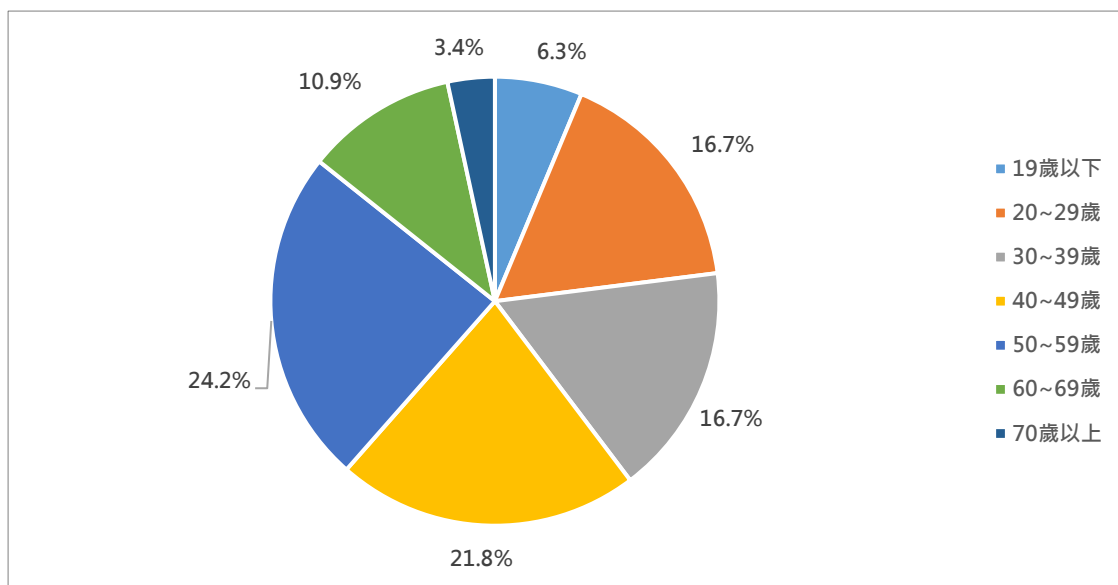


圖 3 調查問卷調查各年齡層占比

資料來源: 新北市政府觀光旅遊局問卷統計資料繪製

依據十分瀑布公園收費遊客意見調查問卷，依來訪遊客居住地分析，以新北市以外縣市遊客占比最多為 52.2%，新北市其他行政區次之，占比 35.5%，第三為居住於平溪區之遊客，占比 6.5%，最末為來自國外遊客，占比 5.8%(圖 4)。未來可加強推廣十分瀑布公園之推廣，持續吸引各地遊客前來造訪，也可提供更多元的雙語服務、不同語言之圖文介紹等，以營造外語友善環境。

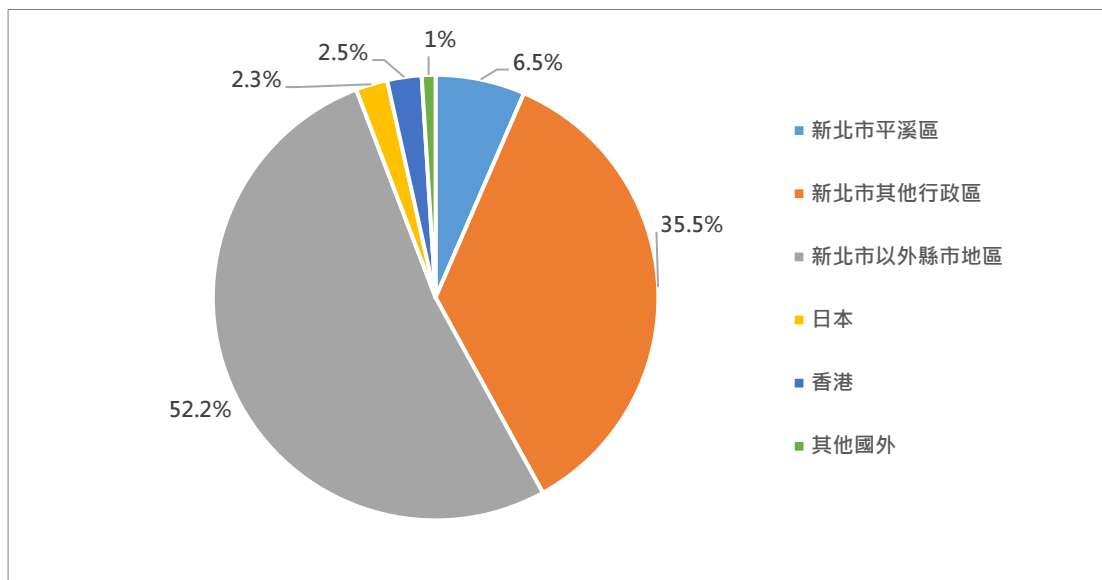


圖 4 來訪遊客居住地分析

資料來源: 新北市政府觀光旅遊局問卷統計資料繪製

(二)遊客滿意度及重遊意願分析

針對十分瀑布園區設施與人員滿意度及重遊意願的調查(圖 5)，結果顯示受訪者對於園區各項設施及服務整體評價良好。其中，「服務人員」獲得最高評分(4.30 分)，顯示遊客對於工作人員的態度與服務品質有高度肯定。此外，「園區動線」(4.20 分)、「友善步道及友善設施」(4.19 分)及「公廁環境清潔」(4.16 分)亦獲得較高評價，代表園區的基礎設施與無障礙環境備受遊客認同。然而，「園區路標指示」的評分相對較低(3.99 分)，顯示部分遊客可能在導引設施上仍有改善需求。整體而言，「環境滿意度」與「重遊意願」皆達 4.05 分，顯示大部分遊客對園區的整體體驗感到滿意，且有較高的重遊可能性。為進一步提升遊客體驗，建議優化園區標示系統，確保指引清晰易懂，並持續強化現有設施與服務，以維持良好的遊憩品質與吸引力。

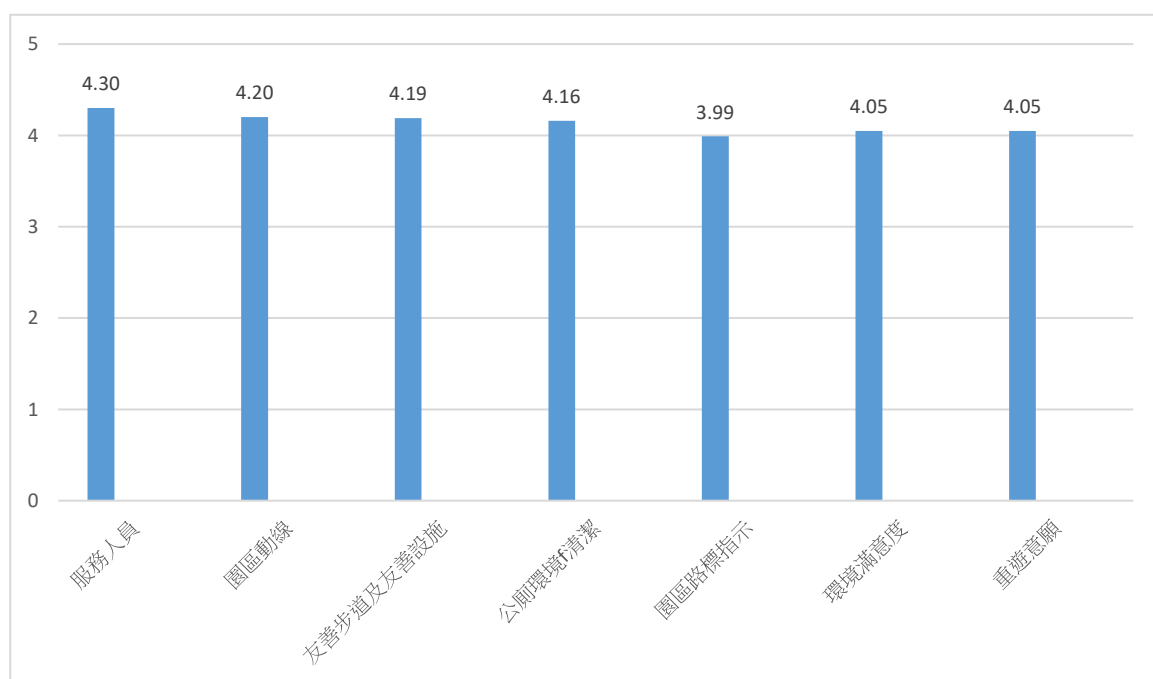


圖 5 遊客滿意度及重遊意願平均分數

資料來源：新北市政府觀光旅遊局問卷統計資料繪製

(三)收費意願與使用者態度分析

針對十分瀑布園區收費意願與使用者態度的分析(圖 6)，結果顯示民眾對於園區收費以維護與提升遊憩品質的支持度平均為 3.38 分，略高於中間值 3，代表整體意見呈現中立偏支持。

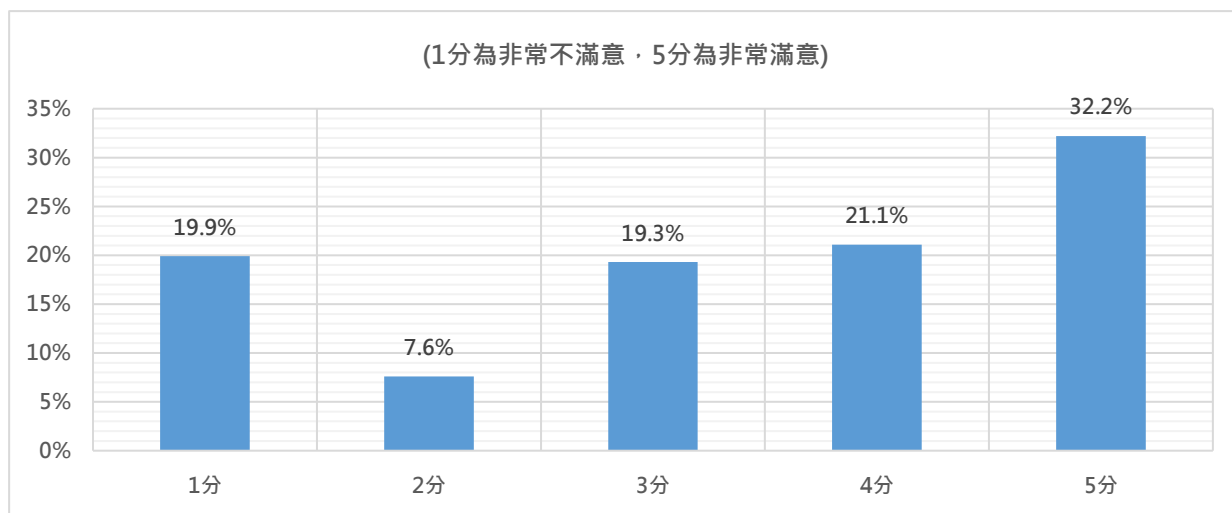


圖 6 十分瀑布園區收費意願與使用者態度

資料來源: 新北市政府觀光旅遊局問卷統計資料繪製

然而，關於收費對推薦旅遊意願的影響(圖 7)，顯示多數受訪者認為收費將影響他們向他人推薦園區的意願，平均分數為 3.55，略高於中間值，可能降低旅客的推廣意願。

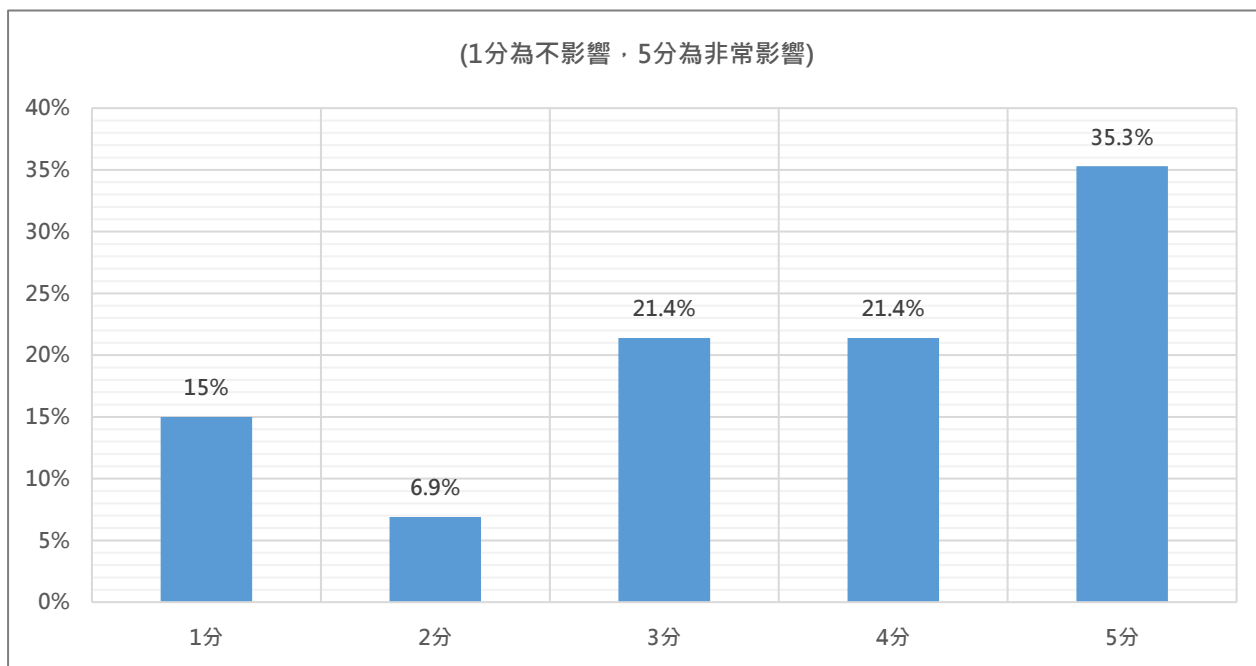


圖 7 十分瀑布園區收費與推薦意願分析

資料來源: 新北市政府觀光旅遊局問卷統計資料繪製

綜合分析，雖然部分遊客認同收費能夠帶來更好的遊憩品質，但對於口碑行銷與訪客推薦仍可能造成一定阻力。因此，若考慮實施收費機制，建議搭配更完善的服務提升策略，以減少可能的負面影響，確保園區吸引力不受影響。

(四)合理收費區間分析

針對十分瀑布公園合理收費區間的調查(圖 8)，結果顯示多數受訪者對於園區收費持開放態度，但仍有 25.6%的民眾「無法接受收費」，顯示部分遊客對於原先免費入園的方式較為認同，認為公園應維持開放性或由政府負擔維護費用。

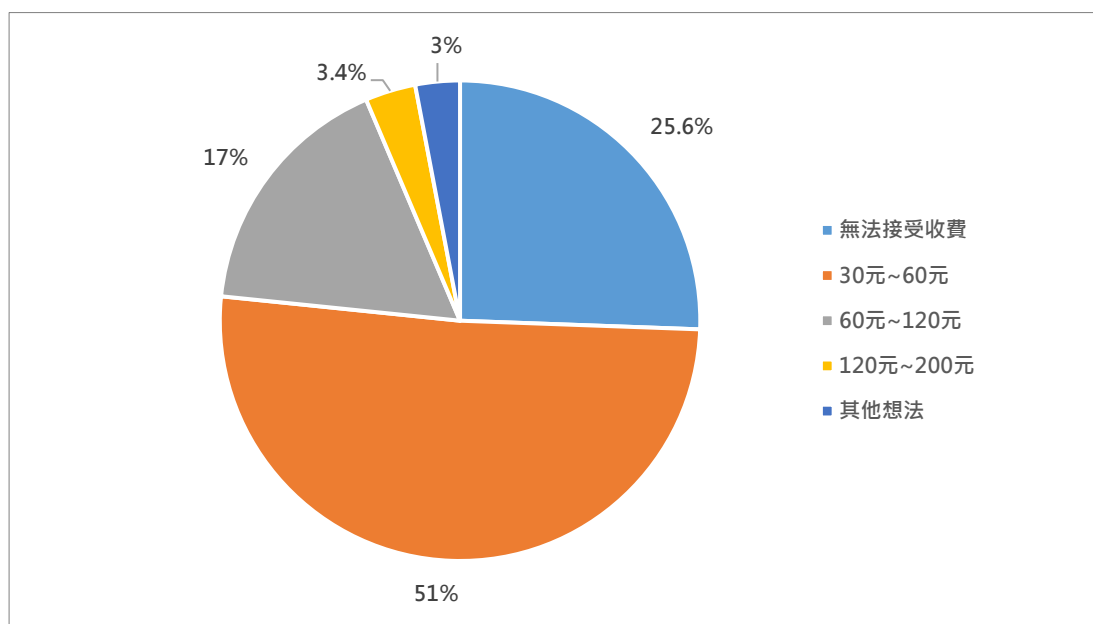


圖 8 十分瀑布公園合理收費區間的調查

資料來源：新北市政府觀光旅遊局問卷統計資料繪製

在可接受的收費範圍中，51%的受訪者認為 30 元至 60 元為入園收費合理區間，此區間與目前依「新北市風景特定區環境美化及清潔維護費收費辦法」所擬訂之全票 50 元、半票 25 元的標準相符，顯示票價規劃與民意期待相對吻合。而 17%的受訪者可接受 60 元至 120 元，另有 3.4%的受訪者認同 120 元至 200 元的入園收費標準，代表部分遊客認為園區提供的環境與服務價值可支撐較高的票價，但比例相對較低。此外，3%的受訪者選擇「其他」，可能代表有不同的收費期待，例如居民優惠、個人票及團體票不同票種選擇或國內外旅客應有不同票種選擇等意見。

綜合分析，現行規劃的收費標準與多數民眾的接受範圍相符，但仍有部分遊客對收費持保留態度，建議透過提升服務內容、提供價值回饋(如導覽解說、設施優化等)，並考量特定群體優惠方案，以提高收費制度的接受度與支持度。

三、結論與建議

針對十分瀑布園區收費意願、設施滿意度及合理收費區間的調查，分析結果顯示民眾對於收費政策持中立偏支持態度，但難以評估未來進行入園收費措施施行後，來訪民眾對旅遊推薦意願的影響。在設施與人員滿意度方面，園區整體評價良好，特別是在服務人員、動線規劃及友善設施等方面表現優異，唯獨路標指示仍有改善空間。此外，針對合理收費區間，大多數遊客認為 30 元至 60 元的票價較為合理，與現行「新北市風景特定區環境美化及清潔維護費收費辦法」所擬訂之全票 50 元、半票 25 元的標準相符，但仍有近四分之一的受訪者無法接受收費，顯示政策推行仍需進一步溝通與優化，對此，針對十分瀑布園區收費一事建議策略如下：

（一）提升遊客體驗與服務內容

- 1.建議增設導覽解說服務，強化遊憩價值。
- 2.建議改善環境維護與設施升級，確保收費後能帶來更優質的體驗。
- 3.提供遊客回饋機制，持續優化園區管理與服務品質。

（二）加強資訊透明度與宣導

- 1.透過觀光旅遊網官方網站及新北旅客粉絲專業社群媒體平台，加強收費政策與收益用途的宣導，提升民眾理解與接受度。
- 2.舉辦座談會或地方說明會，聆聽當地居民及遊客意見，以減少爭議。

（三）優化票價制度與優惠方案

- 1.針對新北市市民、當地居民或特定族群（如學生、銀髮族及無障礙民眾等）提供優惠票價，以提升接受度。
- 2.探索分時段票價策略，減少對遊客推薦意願的影響。
- 3.建議未來可研議提供套票優惠，結合周邊景點，提升旅遊整體吸引力。

（四）改善園區標示與指引

- 1.針對「園區路標指示」部分，未來強化標誌設置與動線規劃，確保遊客能輕鬆來訪。
- 2.在「園區路標指示」建議可增加多語言標示，提升國際遊客的便利性。

（五）政策實施成效調查並動態調整策略

- 1.未來收費政策實施後，定期進行滿意度調查，蒐集遊客意見並即時調整。
- 2.持續觀察遊客流量變化，確保收費不會顯著降低遊客數量或影響當地觀光經濟。

綜上所述，透過強化園區服務、優化票價設計與資訊透明度，將能有效提升遊客對收費政策的接受度，確保園區永續發展，並兼顧遊憩品質與觀光效益。

新北市政府觀光旅遊局風景地區旅遊服務系統統計分析

新北市政府觀光旅遊局

前言

新北市為配合 I-center 品牌化及商業模式推廣計畫及提升旅客服務品質，陸續於風景特定區及重點觀光地區，規劃設置服務遊客專責場所，並考量地方需求、交通節點和服務人數等因素，選定新北市境內板橋火車站、淡水捷運站、瑞芳火車站及新店捷運站等 4 處重要交通及觀光節點設置旅遊服務中心。

由於這 4 處地點都是遊客至本市重要遊憩景點，且位於必經之交通樞紐，故透過本文介紹旅遊服務中心的營運狀況以及服務相關統計數據，包括各站到站遊客人次、國外遊客到站人次、遊客諮詢內容統計、摺頁領取數量、旅服人員男女比例等項目，作為未來旅遊服務系統營運的參考，以提供民眾全方位的諮詢及旅遊規劃服務，讓遊客皆能立即得到詳盡的新北市旅遊資訊，及貼心熱情的服務。

一、風景地區旅遊服務系統概述

新北市依據地方需求、交通節點和服務人數等因素，選定本市境內板橋火車站、淡水捷運站、瑞芳火車站及新店捷運站(新店站 113 年暫停營運)等 4 處重要交通及觀光節點設置旅遊服務中心(下稱旅服中心)，使遊客能立即得到詳盡的新北市旅遊資訊及貼心熱情的服務。

為使風景地區旅遊服務系統之服務品質有效率及專業化，以及降低營運成本，故自 95 年起即採委託經營模式，由專業廠商進駐服務執行新北市 4 處旅遊服務中心的營運管理業務，期以透過專業之觀光及旅運管理等知識技能及人才，提供旅客優質的服務品質，並透過委託單位專業資源及執行經驗給予服務人員深入及多元的教育訓練。

另為落實受託服務承商績效考評制度，除要求承商自行辦理內部督考機制外，亦透過局內定期、不定期督導考評機制，聘請各界專業領域之專家學者擔任本案之秘密督考委員，實地現場督考受託單位，作為本局維持旅遊服務系統品質保證之重要參考依據。

二、旅遊服務中心到訪遊客統計數據

隨著全球疫情趨緩，國內外旅遊人次已逐漸回復到疫情前水準，新北市轄內之觀光景點亦有許多國內外遊客到訪。而在國內外旅遊人次回升情況下，本局所轄旅服中心各月份之到站人數及諮詢人數與外國遊客到站人數之變化，分析說明如下。除配合臺北大眾捷運公司工程暫時拆除停止營運的新店站外，板橋、瑞芳、淡水 3 處旅服中心總旅客到站人次達到 15 萬人



圖一 新北市政府觀光旅遊局所屬旅遊服務中心諮詢服務

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(一)、到站人數統計分析

統整各站 113 年 1 月至 12 月到站人數可以發現，除重新整建中的新店站外，板橋、瑞芳及淡水 3 處旅服中心總旅客到站人次達到 15 萬 166 人，相較 112 年總旅客人次 14 萬 1,174 人，增加 8,992 人，成長約 6.4%。

觀察 113 年各站旅服中心之到站總人數可以發現(如表一)，淡水旅服中心之到站總人數最多，達 6 萬 4,058 人，其中又以 1 月的單月人次最多，達 6,111 人次；其次是瑞芳旅服中心 113 年總人次達 6 萬 3,753 人，單月遊客人次最多的月份是 5 月，人次達 6,106 人；第三則為板橋旅服中心有 2 萬 2,355 人，單月最多遊客的月份 12 月的 2,414 人次，如圖二所示。

由於上述 3 站旅服中心皆位於重要交通節點並設置於鄰近捷運站或火車站之位置，瑞芳旅服中心及淡水旅服中心到站人次遠高於板橋旅服中心之原因可能在於旅服中心周邊所能服務的景點範圍及內容。如瑞芳旅服中心可服務之景點範圍包含水湳洞、金瓜石、九份以及猴硐煤礦博物園區等，範圍相當廣闊，且站體即位於瑞芳火車站進出票口附近，故可及性高。而淡水旅服中心可服務之景點範圍則包括淡水黃金海岸、漁人碼頭

等，站體亦位於淡水捷運站進出票口附近，可及性亦高。此外，瑞芳旅服中心鄰近東北角暨宜蘭海岸國家風景區，淡水旅服中心鄰近北海岸及觀音山國家風景區，多數前往國家級風景區的遊客亦會路經該站點，並詢問旅遊服務資訊。

而板橋旅服中心位於板橋火車站地下一樓大廳角落，其服務範圍多屬商業區及市中心，來往板橋車站旅客亦多為商務客或是周邊居民，相較於瑞芳火車站及淡水捷運站多為觀光客之性質有所不同，以至於板橋旅服中心之到站數較瑞芳及淡水旅服中心有所落差，僅有 12 月份因新北歡樂耶誕城使板橋車站遊客增加進而使到站人數也一併增加。

表一 113 年新北市政府觀光旅遊局所屬旅遊服務中心到站人數統計表

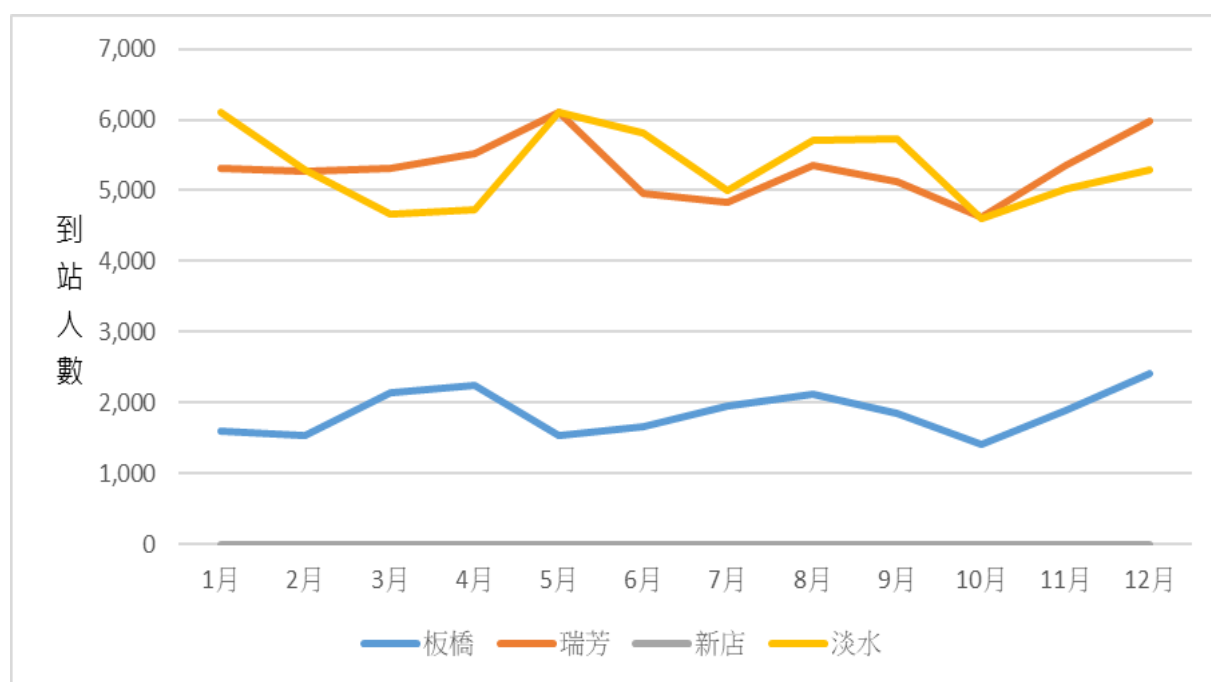
所 月份	板橋	瑞芳	新店	淡水	小計
1 月	1,602	5,317	0	6,111	13,030
2 月	1,531	5,272	0	5,293	12,096
3 月	2,143	5,304	0	4,657	12,104
4 月	2,251	5,515	0	4,719	12,485
5 月	1,532	6,106	0	6,102	13,740
6 月	1,665	4,959	0	5,810	12,434
7 月	1,954	4,833	0	5,001	11,788
8 月	2,113	5,359	0	5,712	13,184
9 月	1,848	5,135	0	5,735	12,718
10 月	1,411	4,617	0	4,602	10,630

表一 113 年新北市政府觀光旅遊局所屬旅遊服務中心到站人數統計表(續)

月份 \ 站所	板橋	瑞芳	新店	淡水	小計
11 月	1,891	5,347	0	5,015	12,253
12 月	2,414	5,989	0	5,301	13,704
總計	22,355	63,753	0	64,058	150,166

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

附 註：新店旅遊服務中心 113 年因故暫停營運。



圖二 113 年新北市政府觀光旅遊局所屬旅遊服務中心到站人數折線圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

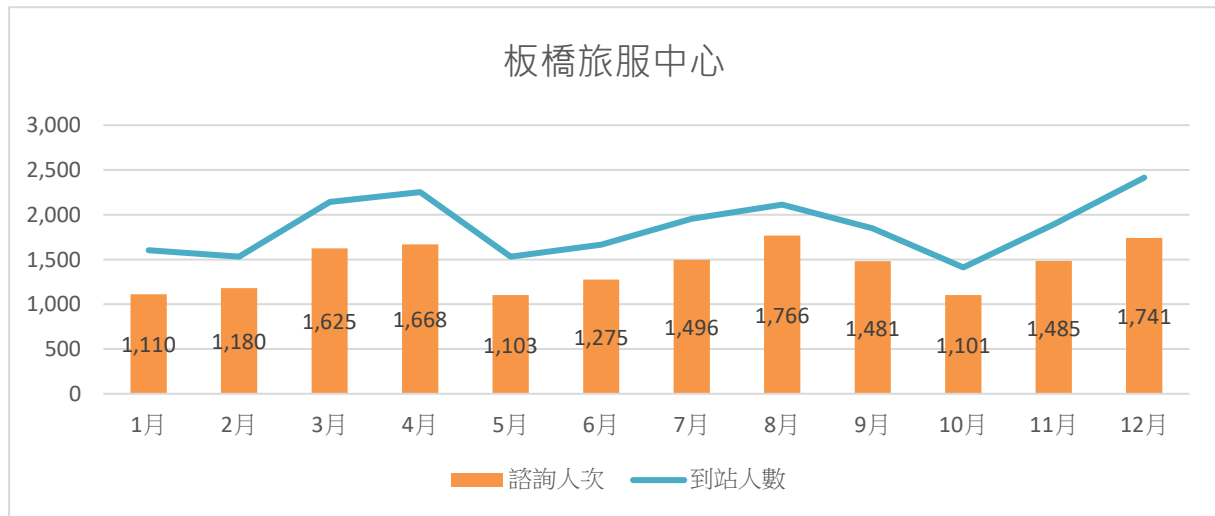
附 註：新店旅遊服務中心 113 年因故暫停營運。

(二)、諮詢人次統計分析

觀察各旅服中心到訪人次中諮詢人次所占之比例以及月份變化，可看出各站旅服中心之重點服務月份。

113 年板橋旅服中心的諮詢人次共計 1 萬 7,031 人，平均每月諮詢人次為 1,419 人。若以各月份來看，12 月份的諮詢人次最多，達 1,741 人，主要原因是許多遊客於該段時

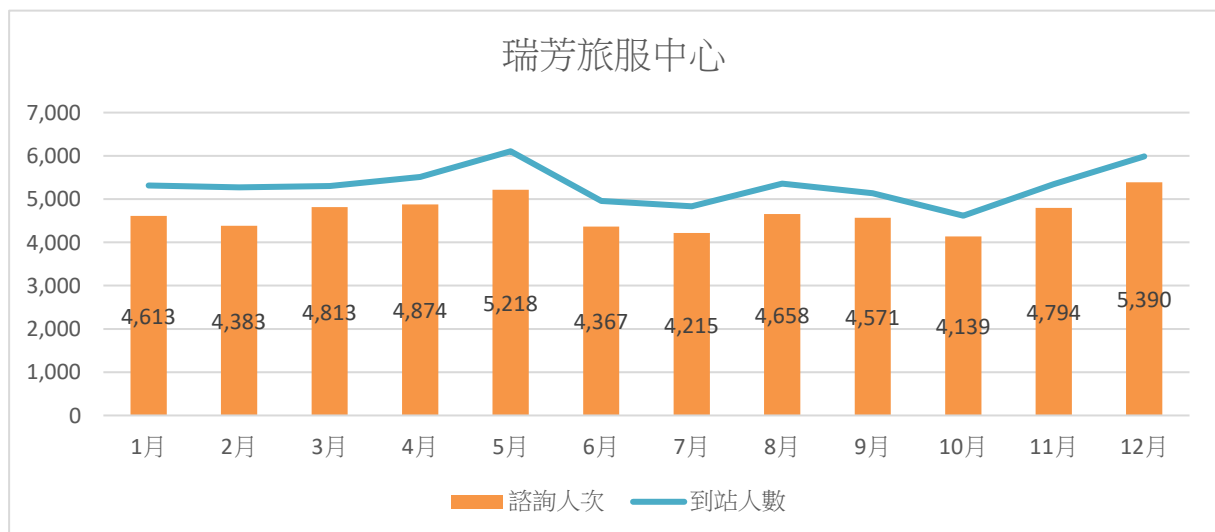
間詢問有關本局辦理之新北歡樂耶誕城活動資訊。而諮詢人次最少之月份則為 10 月份，僅 1,101 人，主要原因可能為 10 月份無連續假日，到站人數較少進而導致諮詢人數亦會較少，如圖三所示。



圖三 113 年板橋旅服中心旅客諮詢人次與到站人數圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

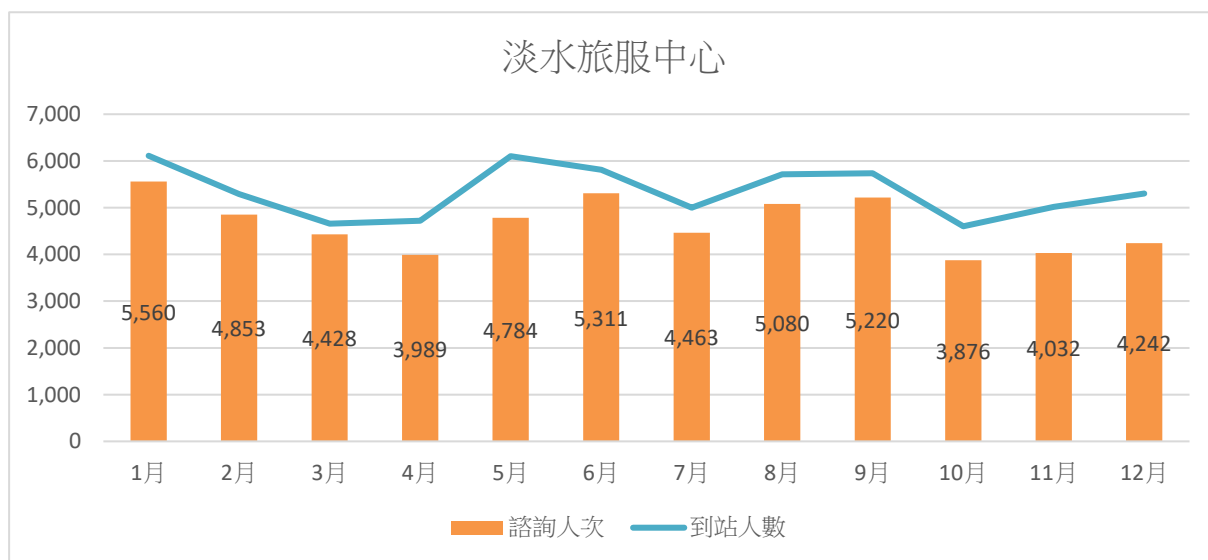
113 年瑞芳旅服中心之諮詢人次共計 5 萬 6,035 人，平均每月諮詢人次為 4,670 人，其中又以 12 月的諮詢人次最多，達 5,390 人，諮詢人數最少之月份則為 10 月份，僅 4,139 人。從圖四來看，諮詢人次每月皆達 4,000 人以上，若與到站人數一起觀察，可發現到站人次與諮詢人次數相當接近，可以推估，遊客至瑞芳旅遊服務中心，諮詢的比例相當高，可見遊客希望多了解瑞芳風景區與周邊景點之資訊，未來可針對瑞芳周邊觀光景點資訊進行整合，以利遊客清楚獲得相關資訊，如圖四所示。



圖四 113 年瑞芳旅服中心旅客諮詢人次與到站人數圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

113 年淡水旅服中心之諮詢人次共計 5 萬 5,838 人，平均每月諮詢人次為 4,653 人，其中以 1 月的諮詢人次最多，達 5,560 人，諮詢人數最少之月份則為 10 月份，僅 3,876 人。從圖五來看，1 月、6 月、8 月及 9 月諮詢人次超過 5,000 人，可見上述 4 個月份屬於淡水旅服中心之 113 年重點服務月份，可督促服務人員維持服務品質，提供遊客良好的服務體驗，如圖五所示。



圖五 113 年淡水旅服中心旅客諮詢人次與到站人數圖

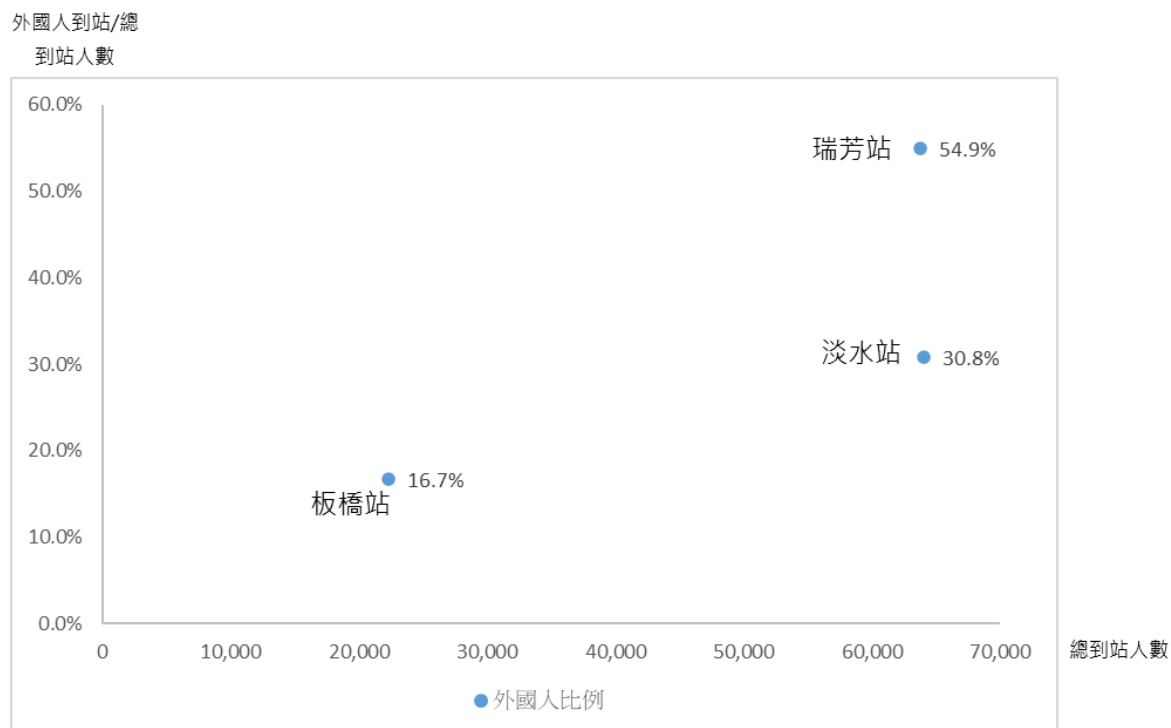
資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

綜上資料顯示，板橋旅服中心周邊如舉辦大型活動會使諮詢人數上升，故如辦理新北歡樂耶誕城之 12 月，即為該站重點服務月份。而瑞芳及淡水旅服中心因周邊觀光景點帶來之人潮使旅服中心遊客人次皆維持在一定的人次數，諮詢數亦也有一定的數量，未來可持續觀察過去歷年各月份之諮詢人次數量，以評估出重點服務月份。

(三)、各站國際性及流量人數分析

針對各旅服中心到訪的外籍遊客進行分析，可觀察到各旅服中心的國際化程度及訪問量。由圖六可以發現，淡水及瑞芳旅服中心皆屬高流量站點，到訪人流量大同時外籍遊客亦多，尤其是瑞芳旅服中心，總到站人數中有 54.9% 為外籍遊客，單看各月份人次瑞芳旅服中心共有 5 個月份的外國遊客到站人次突破 3,000 人，分別是 3 至 5 月及 11 至 12 月，可以顯示春季及冬季是瑞芳旅服中心國際旅客重點服務季節，可於該季節安排外語能力較佳之旅服人員，如表二所示。

除瑞芳旅服中心之外，淡水旅服中心總到站人次與瑞芳旅服中心相當，惟外國遊客到站比例僅占 30.8%，由此可見，淡水地區遊客係以國內遊客為主，未來可針對國內遊客需求增加旅遊服務內容。而板橋旅服中心國外遊客占比僅 16.7%，原因可能是其服務範圍多屬商業區及市中心，來往板橋車站旅客亦多為國內遊客或是周邊居民。



圖六 113 年新北市政府觀光旅遊局所屬旅遊服務中心國際性及流量人數分析

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

表二 113 年新北市政府觀光旅遊局所屬旅遊服務中心外國到站人數統計表

站所 月份	板橋	瑞芳	新店	淡水	小計
1 月	235	2,879	0	2,262	5,376
2 月	179	2,483	0	1,446	4,108
3 月	484	3,296	0	1,379	5,159
4 月	515	3,253	0	1,561	5,329
5 月	262	3,155	0	1,789	5,206
6 月	335	2,575	0	1,603	4,513
7 月	352	2,377	0	1,397	4,126
8 月	371	2,682	0	2,129	5,182
9 月	257	2,847	0	2,009	5,113
10 月	227	2,536	0	1,378	4,141
11 月	257	3,272	0	1,220	4,749
12 月	257	3,646	0	1,552	5,455
總計	3,731	35,001	-	19,725	58,457

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

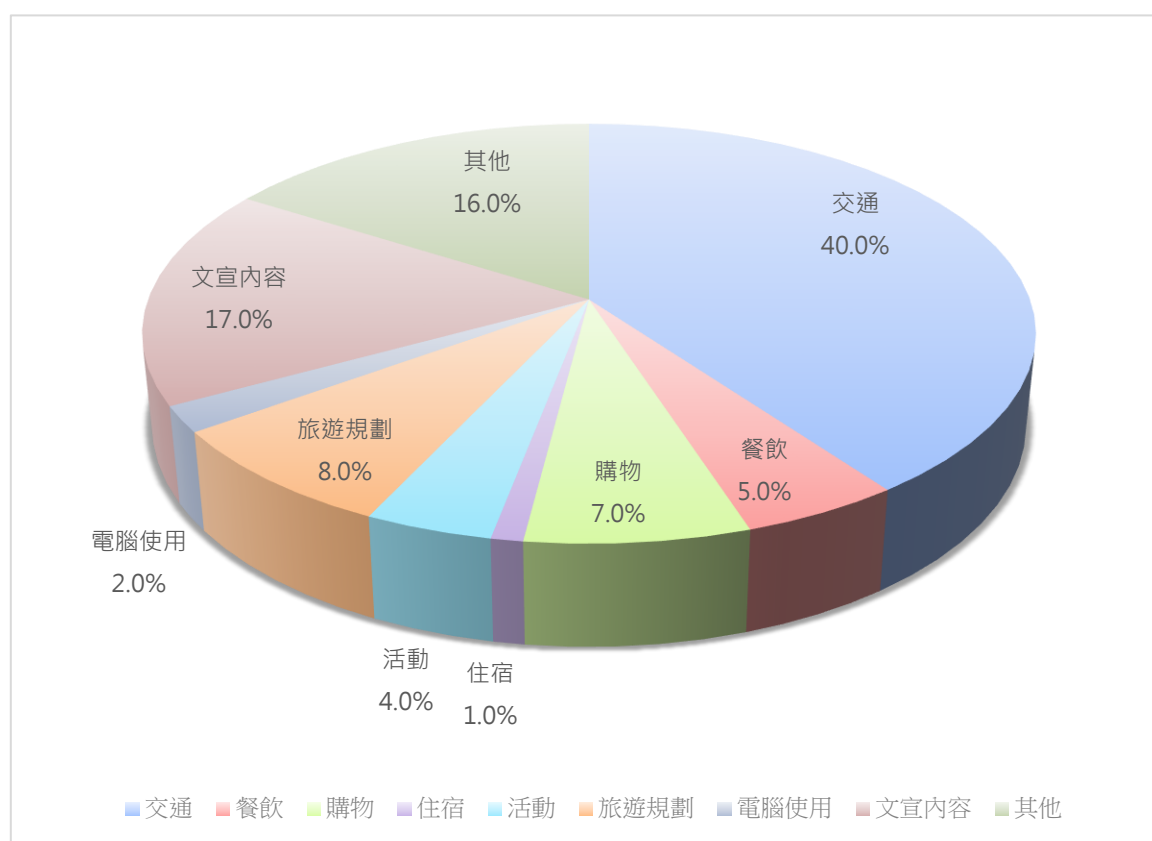
附 註：新店旅遊服務中心 113 年因故暫停營運。

三、旅遊服務中心遊客諮詢內容統計分析

旅遊服務中心到訪之遊客諮詢內容分類包括交通、餐飲、購物、住宿、活動、遊程規劃、電腦使用、文宣等項目，有關各站諮詢項目之數量統計說明如下。

(一)、板橋旅遊服務中心

113 年 1 至 12 月到訪板橋旅服中心的遊客諮詢項目圓餅圖如圖七所示，主要問題以「交通」、「其它」及「文宣內容」為主，交通的部分占整體的 40.0%，係因板橋旅服中心以一般過路轉程客(商務客/自助旅行背包客/親子家族旅遊等)以及購物者居多，故遊客最常詢問包含轉乘至板橋周邊地區或其他縣市的交通資訊。詢問次多的內容為「文宣內容」占整體的 17%，板橋作為新北交通與生活的樞紐，透過各類交通工具轉運即可到達各個觀光景點，故亦有不少遊客先至板橋旅服中心索取文宣並詢問相關旅遊資訊。第三則為「其它」占整體的 16.0%，多為詢問洗手間位置或是借用充電插座及電線等問題。



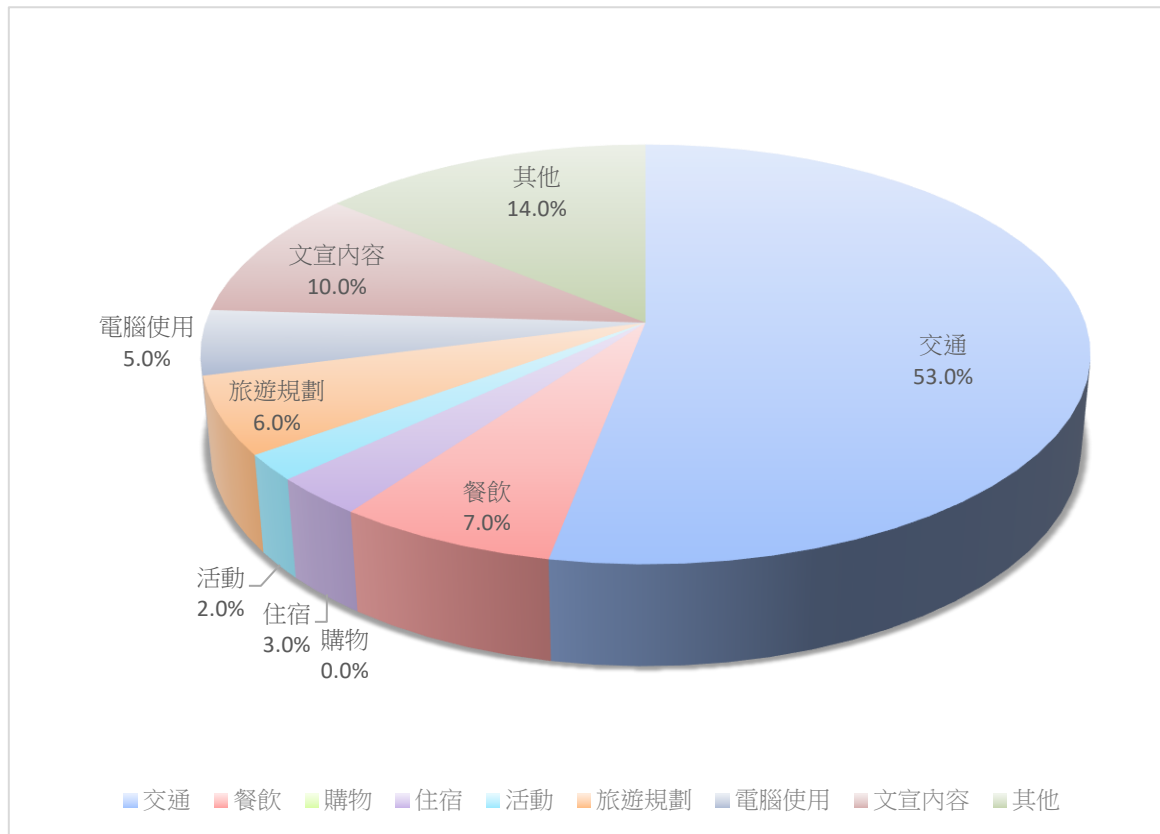
圖七 113 年板橋旅服中心遊客諮詢項目圓餅圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

(二)、瑞芳旅遊服務中心

113 年 1-12 月到訪瑞芳旅服中心的遊客諮詢項目圓餅圖如圖八所示，主要問題以「交通」、「其它」及「文宣內容」為主。因瑞芳旅服中心到站遊客屬性以觀光客居多，最常詢問之問題以周邊「交通」問題居多，占整體的 53.0%，相關問題包含如火車的時

刻表、如何搭乘公車到達九份老街、金瓜石博物館、黃金瀑布、水湳洞等觀光景點。其次為「其他」的諮詢內容，占整體的 14.0%，多為詢問洗手間位置或是借用充電插座及電線等問題。第三則為「文宣內容」占整體的 10.0%，因瑞芳旅服中心可串接平溪、猴硐、九份、東北角海岸等熱門景點，也因此常有遊客詢問文宣內介紹的特色景點，故服務人員應對周邊景點有廣泛認識。

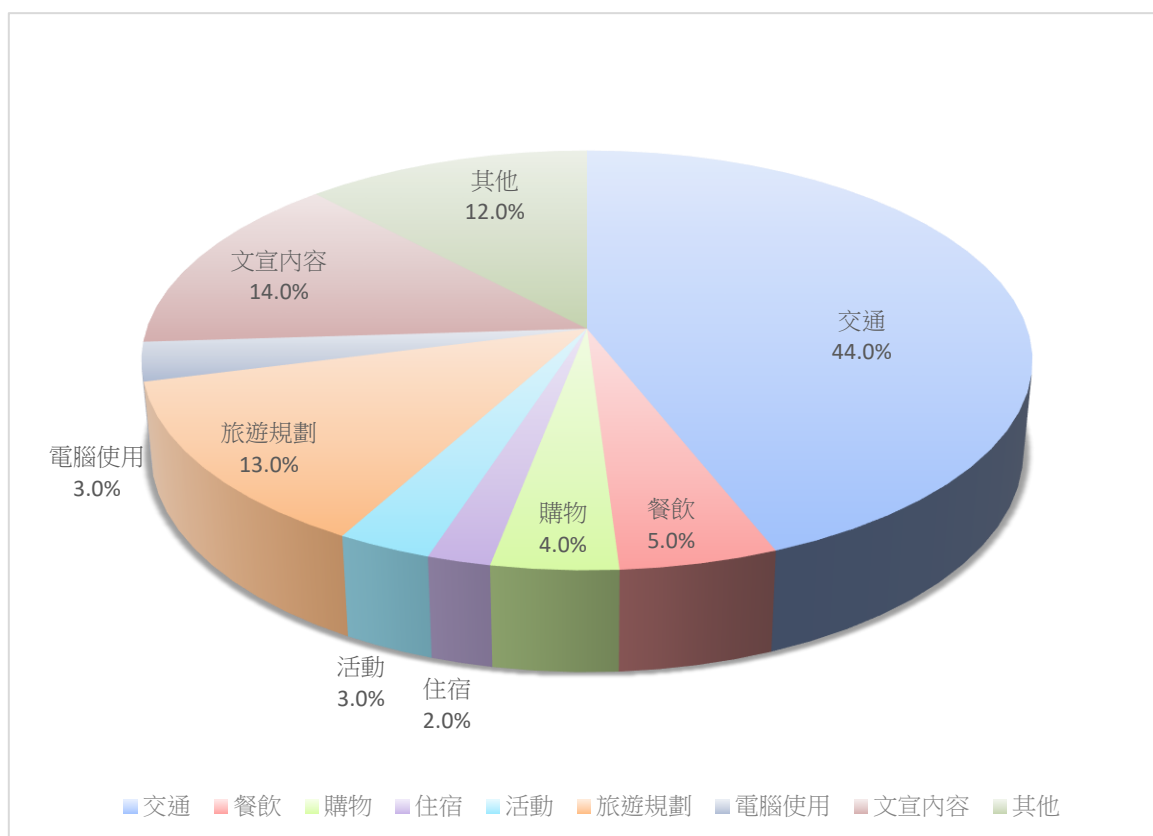


圖八 113 年瑞芳旅服中心遊客諮詢項目圓餅圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

(三)、淡水旅遊服務中心

113 年 1-12 月到訪淡水旅服中心的遊客諮詢項目圓餅圖如圖九所示，主要問題以「交通」、「文宣內容」及「旅遊規劃」為主。淡水旅服中心到站遊客屬性與瑞芳旅服中心相似，亦是以觀光客居多，故遊客最常詢問之問題係以「交通」為多數，占整體的 44.0%，其中包括如何到達黃金水岸、淡水老街及漁人碼頭等交通方式之問題，櫻花季節則有許多遊客詢問如何到天元宮賞櫻。其次為「文宣內容」，占整體比例的 14.0%，因淡水旅服中心可串接三芝、石門等北海岸的熱門景點，也因此常有遊客詢問文宣內介紹的特色景點。「旅遊規劃」項目之詢問亦有 13.0%，遊客多會詢問如何遊玩淡水周邊景點，包含老街、古蹟區、漁人碼頭、搭船到八里等遊程組合，故服務人員應準備一系列遊程規劃，以便隨時提供給遊客參考。



圖九 113 年淡水旅服中心遊客諮詢項目圓餅圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

四、各站摺頁領取統計數據

本局所轄旅服中心經過每日統計各旅服中心摺頁領取數量，可得出各站主要發放摺頁以及該摺頁各月所需，以便針對遊客需求調整各站摺頁配送數量，以免有摺頁庫存缺乏之狀況發生。

以表三及圖十來看，板橋、瑞芳及淡水旅服中心摺頁領取數量總計有 9 萬 3,190 份，其中以淡水旅服中心領取數量最多，有 3 萬 5,435 份。若觀察各月份索取數量，板橋旅服中心索取數量前三多的月份分別是 8 月、12 月及 1 月；瑞芳旅服中心索取數量前三多的月份為 12 月、9 月及 8 月；淡水旅服中心則是在 7 月、4 月及 5 月摺頁領取數量最多。

表三 113 年新北市政府觀光旅遊局各站摺頁領取數量統計表

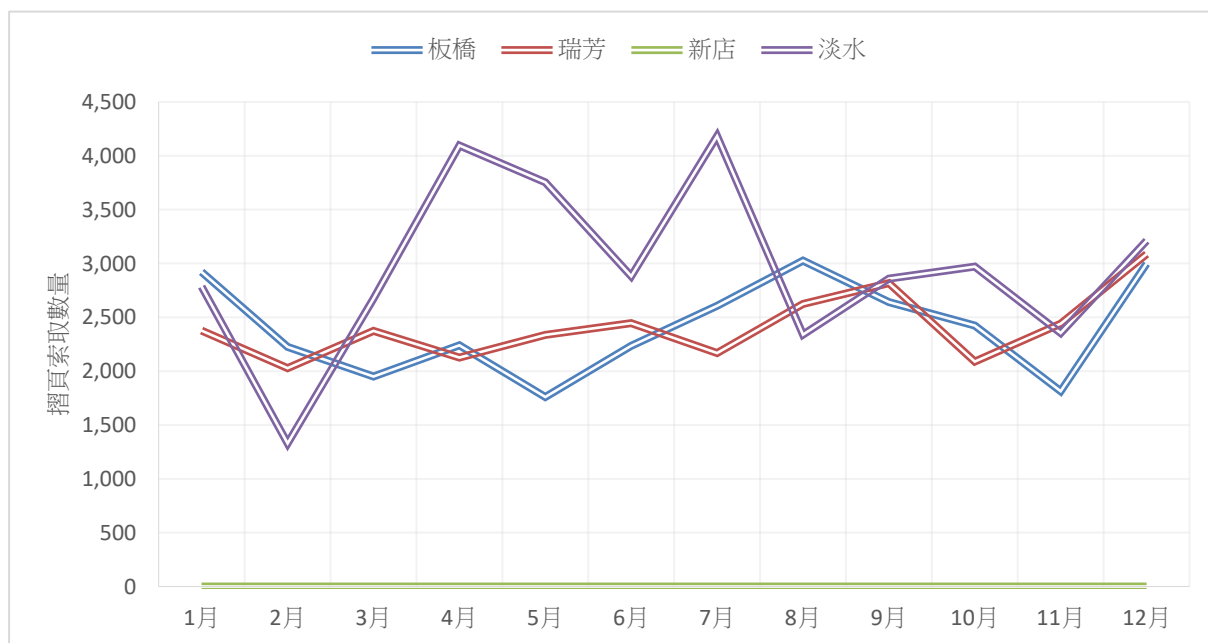
站所	板橋	瑞芳	新店	淡水	總計
1 月	2,922	2,376	0	2,786	8,084
2 月	2,224	2,028	0	1,329	5,581
3 月	1,951	2,374	0	2,673	6,998

表三 113 年新北市政府觀光旅遊局各站摺頁領取數量統計表(續)

站所	板橋	瑞芳	新店	淡水	總計
4 月	2,241	2,126	0	4,096	8,463
5 月	1,760	2,337	0	3,754	7,851
6 月	2,236	2,445	0	2,881	7,562
7 月	2,606	2,168	0	4,183	8,957
8 月	3,026	2,625	0	2,339	7,990
9 月	2,641	2,817	0	2,860	8,318
10 月	2,423	2,089	0	2,970	7,482
11 月	1,814	2,441	0	2,354	6,609
12 月	2,998	3,087	0	3,210	9,295
總計	28,842	28,913	-	35,435	93,190

資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

附 註：新店旅遊服務中心 113 年因故暫停營運。



圖十 113 年新北市政府觀光旅遊局各站摺頁領取數量折線圖

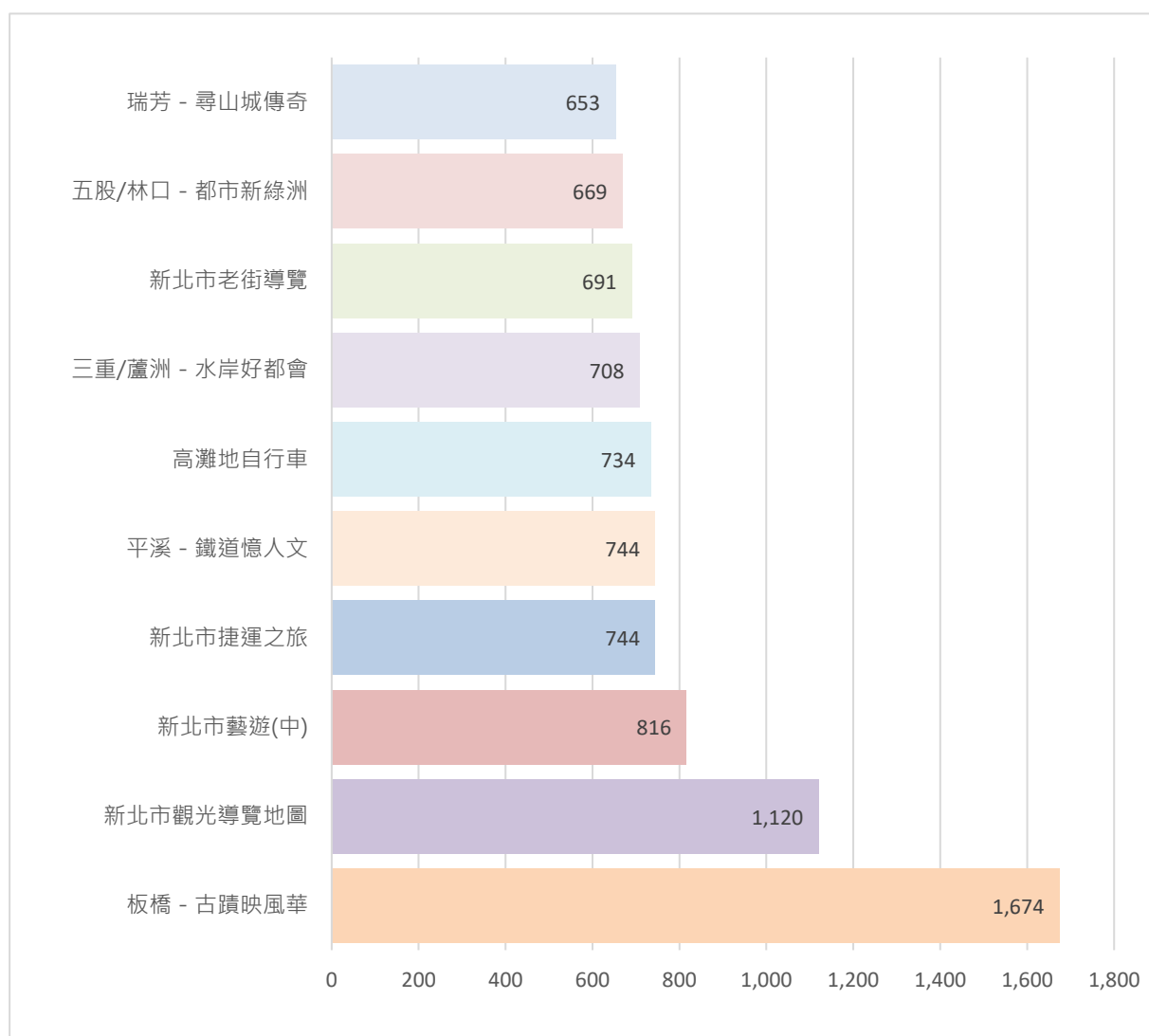
資料來源：新北市政府觀光旅遊局整理。

附 註：新店旅遊服務中心 113 年因故暫停營運。

(一)、板橋旅遊服務中心

113 年板橋旅服中心索取數量前十名的摺頁如圖十一所示，索取最多的摺頁為「板橋—古蹟映風華」，共被索取 1,674 份，該摺頁因包含板橋地區食宿遊購行相關的景點與資訊，以板橋車站作為轉乘高鐵、臺鐵、捷運及客運等遊客與商務客可透過該摺頁選擇有興趣之鄰近景點與美食進行半日遊。另由於板橋車站做為交通轉運節點，故以全新北市範圍或全臺範圍之觀光導覽地圖亦常被索取，如「新北市觀光導覽地圖」、「新北市藝遊(中)」、「新北市捷運之旅」、「高灘地自行車」及「新北市老街導覽」等索取量亦都有達到 690 份以上，可見板橋作為「三鐵共構」及公車轉運所扮演的重要角色。

由於遊客欲前往的地點可能遍布新北各地或其他縣市，故旅服人員應具備以板橋為起點通往台北或台灣各處的交通網絡資訊，並了解從板橋火車站能夠以何種轉運方式到達臺灣各重要景點，方能適時提供遊客必要資訊。



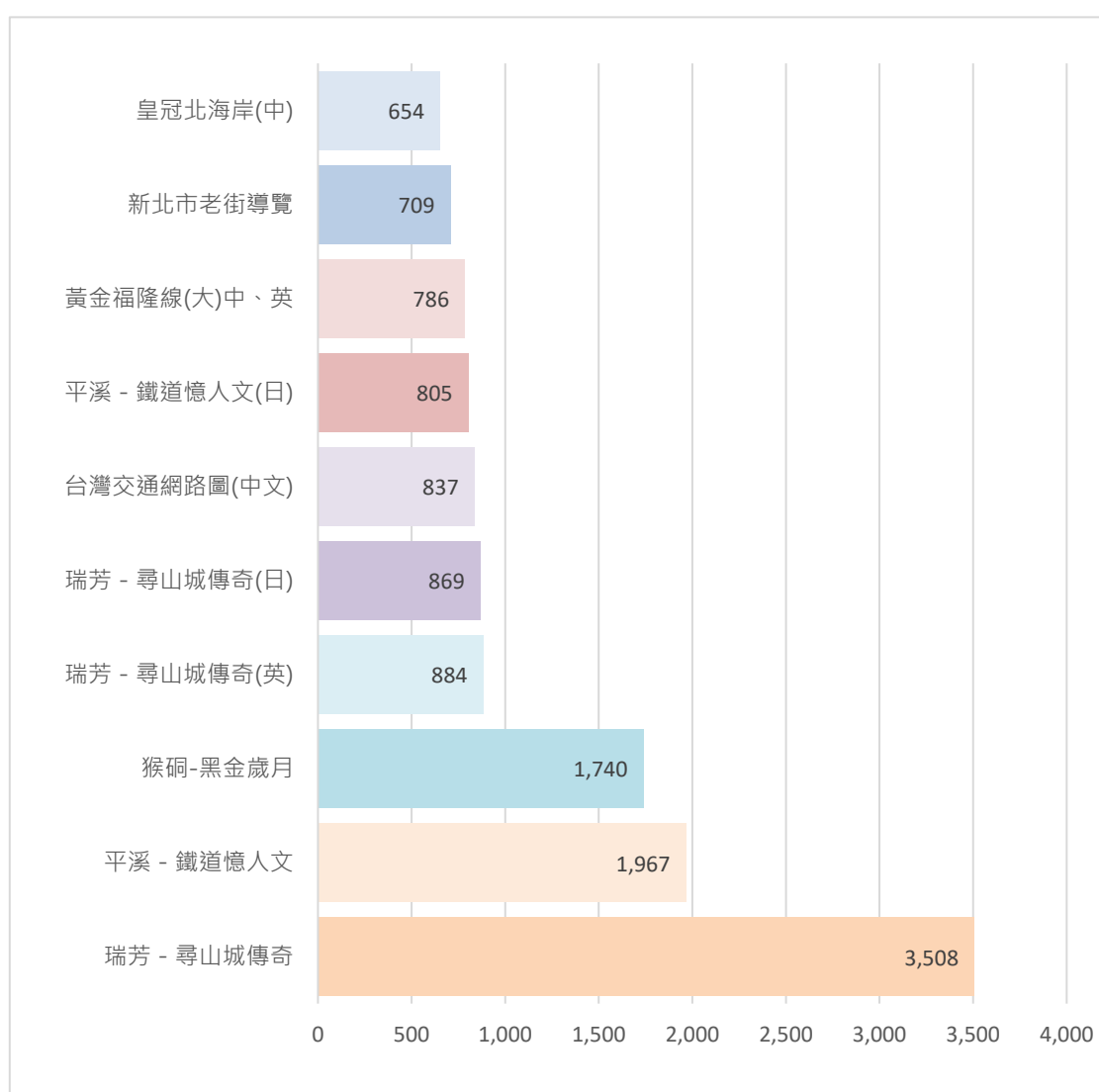
圖十一 113 年板橋旅服中心索取數量前十名摺頁

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(二)、瑞芳旅遊服務中心

113 年瑞芳旅服中心摺頁索取數量最多之前十種摺頁如圖十二所示，其中以「瑞芳－尋山城傳奇」被索取量最多，共被索取 3,508 份，由於瑞芳火車站通常係作為周邊觀光景點的中繼站或轉運站，多是前往瑞芳風景區遊玩或轉乘前往平溪區景點者為多，故索取的種類多為瑞芳、平溪、猴硐等地區之摺頁，如「平溪－鐵道憶人文」及「猴硐-黑金歲月」等，亦都有 1,700 份以上的索取量，另可發現「瑞芳－尋山城傳奇(日)」及「瑞芳－尋山城傳奇(英)」的索取量亦有 850 份以上的索取量，可見瑞芳旅遊服務中心所在位置在旅遊服務及外國遊客旅遊服務上扮演著重要角色。

由於遊客欲前往的景點可能遍布瑞芳、平溪、貢寮、雙溪等地，故旅服人員應具備以瑞芳為起點通往鄰近觀光景點的交通網絡資訊，並了解從瑞芳火車站能夠以何種轉運方式到達周邊重要景點，方能適時提供遊客必要資訊。



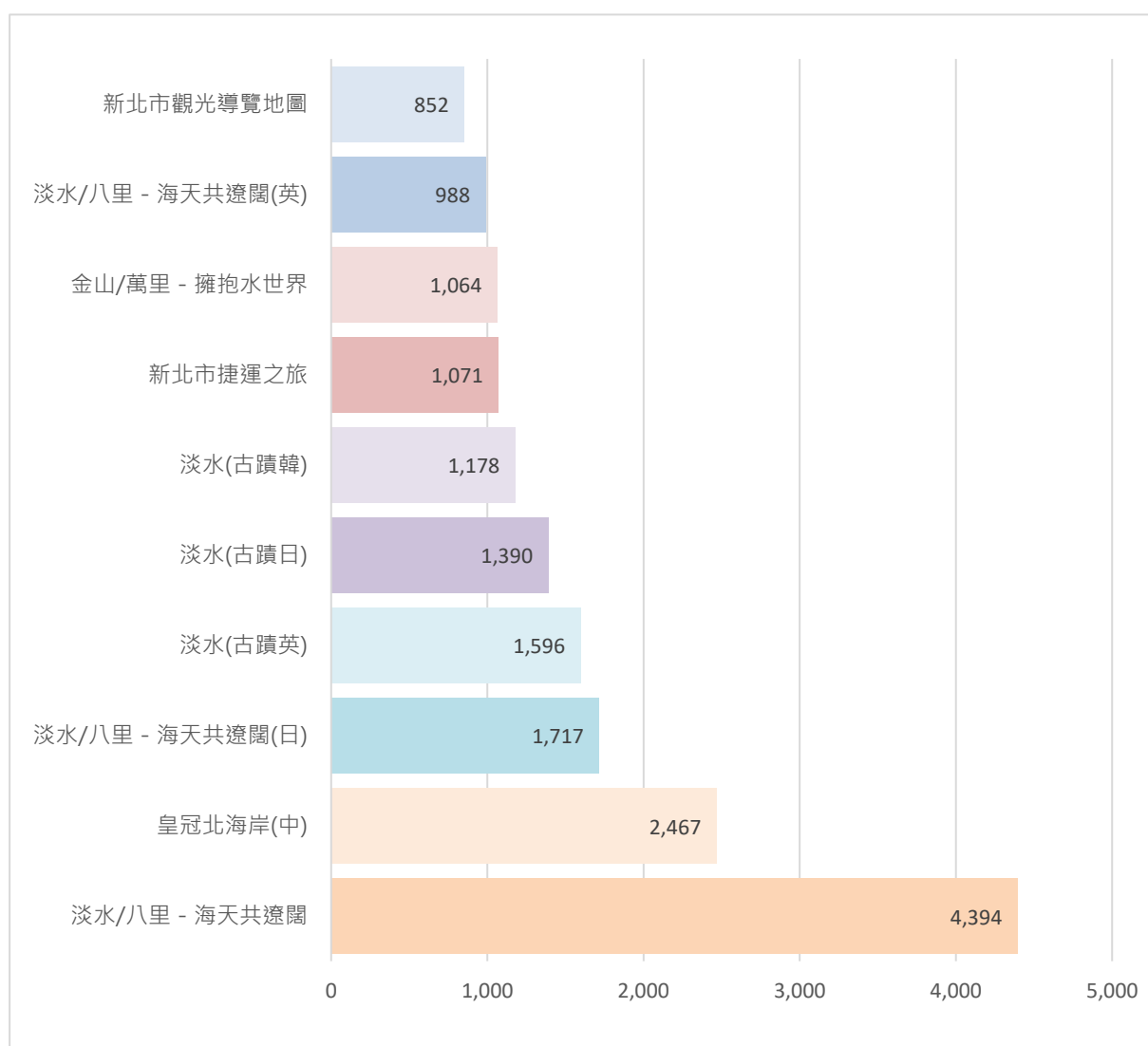
圖十二 113 年瑞芳旅服中心索取數量前十名摺頁

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

(三)、淡水旅遊服務中心

113 年淡水旅服中心摺頁索取數量最多之前十種摺頁如圖十三所示，除了一直非常熱門的「淡水/八里－海天共遼闊」，今年索取量達 4,394 份外，「皇冠北海岸(中)」之索取量亦有 2,467 份，可見台灣好行皇冠北海岸線宣傳露出度高，吸引遊客想多加了解相關資訊。另有關淡水(古蹟)英、日及韓文版本索取量皆有 1,000 份以上，由此可知旅服人員應提升語言水準，以提供外國遊客更加便利之旅遊服務。

許多民眾到淡水除了遊覽淡水周邊鄰近的古蹟景點，對於北海岸遊程亦感興趣，如中角灣、筠園、朱銘美術館、金山老街、金山萬里溫泉、野柳地質公園等多個景點，因此，透過周邊資訊的整合，可以更有效地協助滿足遊客觀光旅遊之需求，以提供更優質的旅遊服務，故旅遊服務人員應針對周邊及北海岸相關交通、遊程規劃有所了解，並因應青春山海線之政策，針對北海岸更詳細的遊程規劃及介紹。



圖十三 113 年淡水旅服中心索取數量前十名摺頁

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

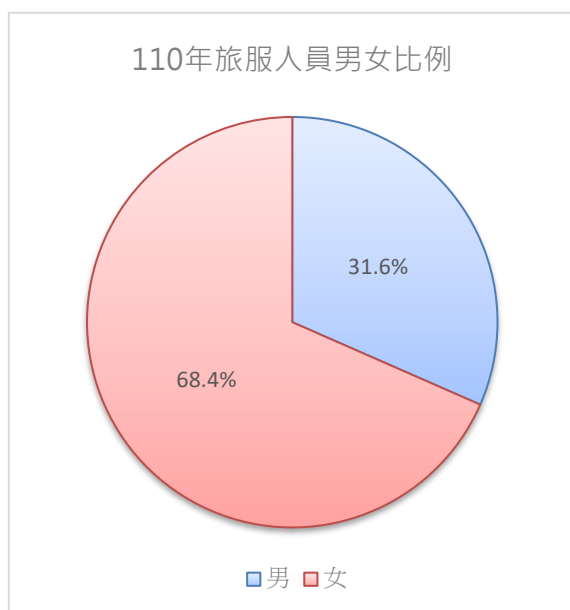
五、各站旅服人員男女比例統計

經統計近 4 年來旅遊服務人員男性及女性人數(如表四、圖十四至圖十七)，發現過去都是女性人數多於男性人數，主要係由於觀光旅遊服務行業需具備耐心、關懷，能與遊客長時間互動，且外貌親切，根據旅遊服務廠商表示應徵者多為女性，然而旅遊服務過程中亦常發生意外事故或行為較不妥之旅客，故服務員若能性別比例均衡之方式結伴提供服務，將能讓服務員於更安全的環境下彼此幫助，為提供更良好的服務環境，本局在旅遊服務中心內皆裝設有監視器以保護遊客及旅服人員之安全，以保障服務人員之安全及避免與遊客間的衝突。

表四 近 4 年各站旅服人員男女比例統計表

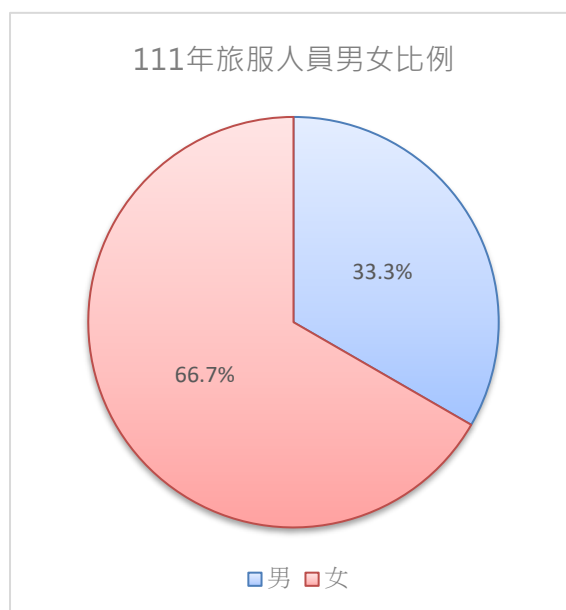
	110 年		111 年		112 年		113 年	
性別	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
男	6	31.6%	6	33.3%	8	44.4%	7	35.0%
女	13	68.4%	12	66.7%	10	55.6%	13	65.0%
總計	19	100.0%	18	100.0%	18	100.0%	20	100.0%

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。



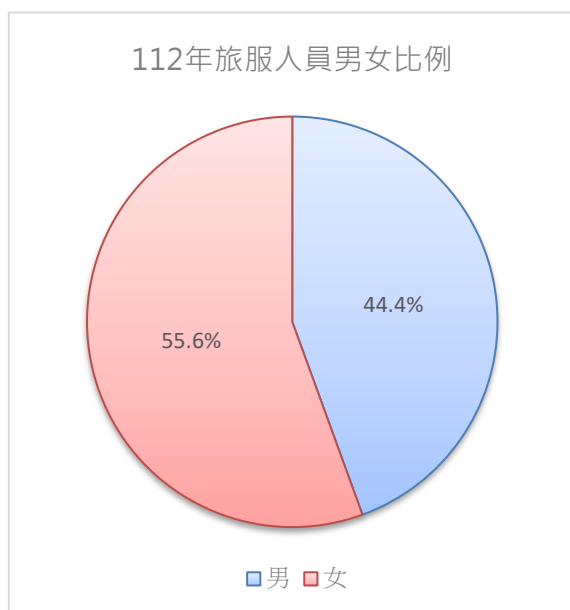
圖十四 110 年旅服人員男女比例圓餅圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。



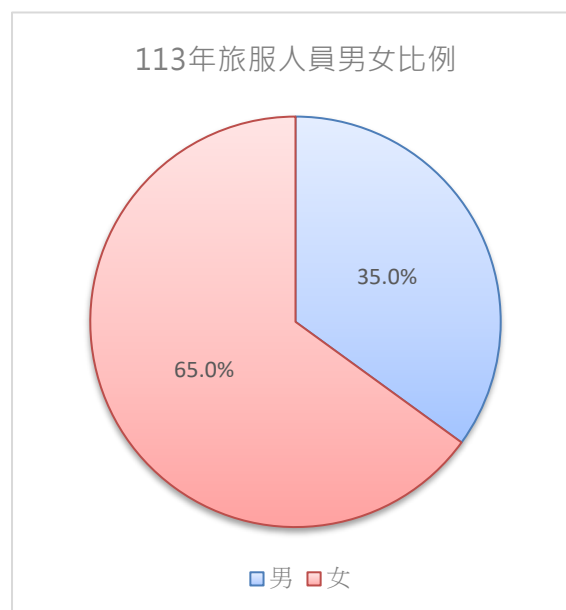
圖十五 111 年旅服人員男女比例圓餅圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。



圖十六 112 年旅服人員男女比例圓餅圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。



圖十七 113 年旅服人員男女比例圓餅圖

資料來源：新北市政府觀光旅遊局。

六、結論與建議

(一)、站點服務員應充足且具備外語能力

本局所經營之 4 站旅遊服務中心，以淡水及瑞芳所服務之風景區範圍與周邊景點腹地較大，遊客流量大，且國際旅客眾多，雖於 109 年後受疫情衝擊，外國遊客人數下降，惟疫後觀光逐漸復甦的情況下，為維持本市國際化等都市形象，仍應注重幾點服務需求，包含站點服務員應充足且具備外語能力、景區摺頁應隨時注意庫存並補充、具備外語之相關告示及摺頁，以提供遊客完善之服務。

(二)、服務員應對於周邊交通及轉乘方式要足夠熟悉

各站針對其服務客群的不同，應有不同的資訊準備，如板橋站以購物者、轉乘者及通勤族為主，需特別注重板橋附近店家販售內容以及轉運相關資訊；瑞芳站以及淡水站皆以觀光客居多，且目的明確，多是前往附近風景區的遊客，故服務員應對於周邊交通及轉乘方式要足夠熟悉，並且能夠協助遊客安排及規劃遊程。

(三)、持續推廣「無紙化」的服務方式

各站點都具備倉庫但空間有限，本統計資料中呈現摺頁領取數量會隨著季節以及活動的辦理而有高峰期，應特別注意各站點的需求高峰期，適時補充該摺頁。除此之外應定期盤點索取量不多的摺頁，以供未來新摺頁印製數量推估之參考外，民眾使用網路資訊的比例增加，爰未來將斟酌領取量不高的摺頁進行配量調整，並且持續推廣「無紙化」的服務方式(如電子看板、電視牆)，方能夠最大效率利用站點內的儲藏空間，順暢供應

遊客需求。

(四)、提供旅客多元之服務環境

未來除了在聘用人員的比例之外，更須持續針對性別主流化、性別平等以及消弭性別歧視的教育訓練著手，除可讓服務環境更安全，亦可提供旅客多元之服務環境。未來可考量更多關懷女性、親子之相關服務，以提升服務中心的功能性。

F. 秘書室

113 年新北市政府觀光旅遊局公文依限辦結比例分析

新北市政府觀光旅遊局

一、前言

政府機關行政效率攸關民眾權益，而人民申請案件、人民陳情案件、一般公文等處理時效，即為反映機關行政效率的客觀數據，故應加強辦理時間控管與文書品質管理，以提升政府服務效能與維護民眾權益。

二、統計分析

(一)112 年及 113 年本局公文依限辦結比例

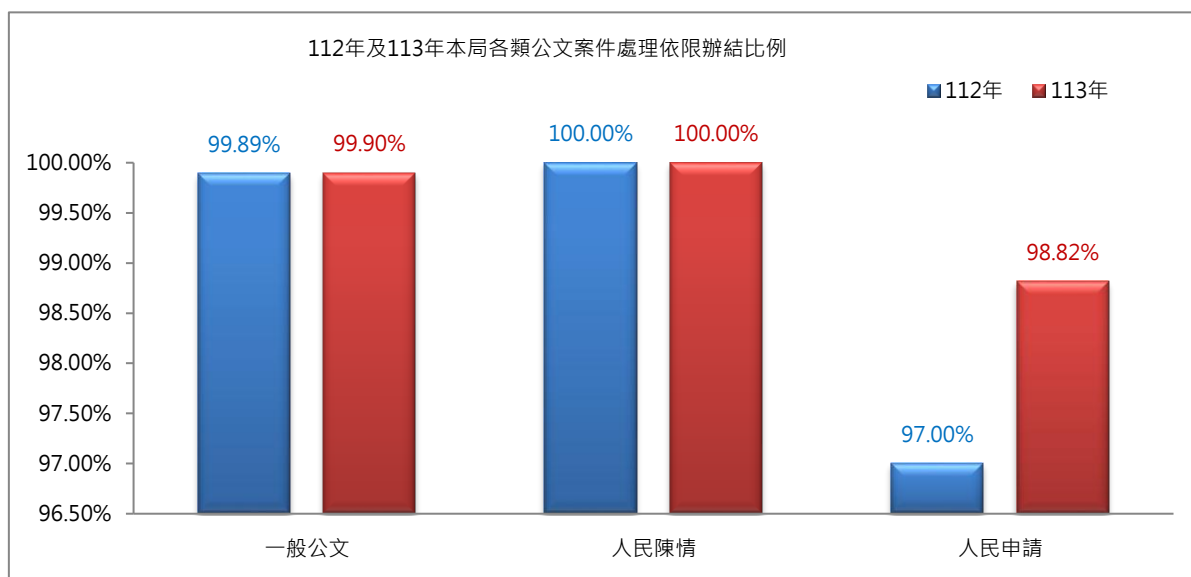
為提升各科室文書品質及辦理時效，本局建有「公文未結案件稽催群組」，由本局秘書室針對當日將逾期之公文進行稽催，督請各科室登記桌提醒承辦人員儘速結案或依規定辦理展期。如有發現逾期公文，立即稽催承辦同仁至公文結案，並進行逾期公文分析查處，以落實文書流程進度控管及檢討精進。

經統計 112 年及 113 年各類公文依限辦結比例如表一，113 年各項數據皆較 112 年有所提升。

表一：112 年及 113 年本局各類公文依限辦結比例

年度 \ 公文	一般公文	人民陳情	人民申請
113 年	99.90%	100%	98.82%
112 年	99.89%	100%	97%
增減情形	0.01%	-	1.82%

資料來源：本局秘書室



圖一：112 年及 113 本局各類公文依限辦結比例

資料來源：本局秘書室

(二)113 年各科室各類公文案件依限辦結比例

1. 一般公文：

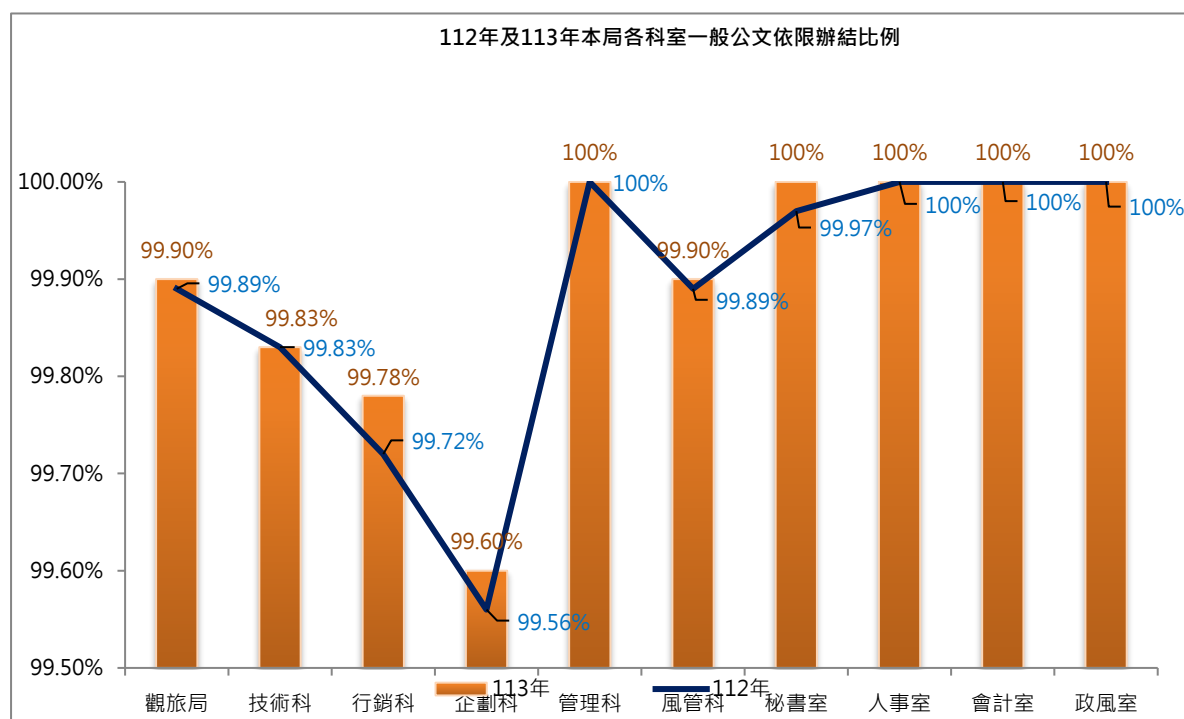
本局 113 年一般公文依限辦結率 99.90%，相較於 112 年提升 0.01%。

本局秘書室除以「公文未結案件稽催群組」每日進行稽催，提醒各科室登記桌轉知承辦人員儘速辦結或依規定辦理展期外，亦於每週主管會議，針對一般公文處理時效進行檢討，如查有辦理過程有可再精進者或文稿缺失情形，將於會中宣達周知；每月依「新北市政府文書流程管理及檢核作業要點」進行公文處理績效分析，檢討逾期公文辦理時效及抽檢一定比例公文，檢視包含公文登錄、內容品質、分層負責、有無先存後辦或積壓公文等項目，以兼顧公文品質及提升公文處理效率。

表二：113 年本局各科室一般公文依限辦結比例

科室	觀旅局	技術科	行銷科	企劃科	管理科	風管科	秘書室	人事室	會計室	政風室
113 年 依限辦結比例	99.90%	99.83%	99.78%	99.60%	100%	99.90%	100%	100%	100%	100%
112 依限辦結比例	99.89%	99.83%	99.72%	99.56%	100%	99.89%	99.97%	100%	100%	100%
增減情形	0.01%	-	0.06%	0.04%	-	0.01%	0.03%	-	-	-

資料來源：本局秘書室



圖二：112 年及 113 年本局各科室一般公文依限辦結比例

資料來源：本局秘書室

2. 人民陳情：

113 年本局人民陳情案件依限辦結率為 100%，同 112 年度比例。

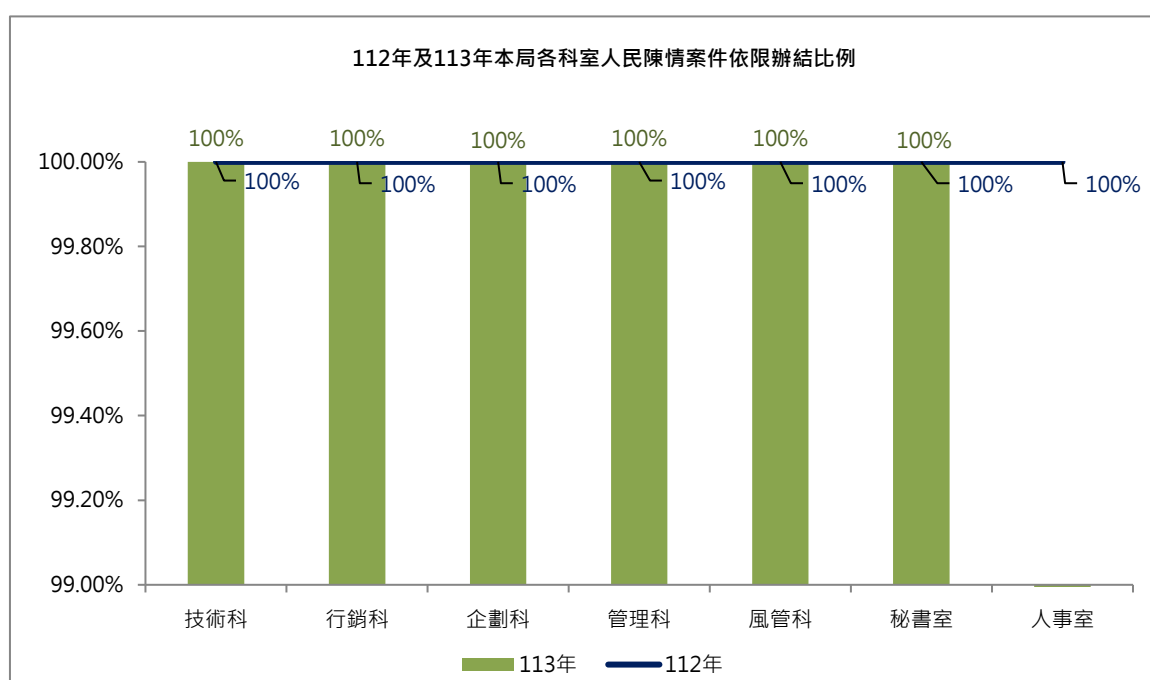
本局秘書室持續每日檢視未結案件辦理情形，查有即將逾期案件時，立即通知科室登記桌或承辦人員追蹤案件陳核進度並儘速結案。

每週主管會議亦針對人民陳情案件之辦理時效進行檢討，每月進行公文處理績效分析，包含抽檢一定比例案件，持續管控人民陳情案件辦理時效及品質，維持本局針對人民陳情案件之回覆速度及內容品質，以維護民眾權益。

表三：112 年及 113 年本局各科室人民陳情案件依限辦結比例

科室	觀旅局	技術科	行銷科	企劃科	管理科	風管科	秘書室	人事室	會計室	政風室
113 依限辦結比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	-	-
112 依限辦結比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	-
增減情形	-	-	-	-	-	-	-	--	-	-

資料來源：本局秘書室



圖三：112 年及 113 年本局各科室人民陳情案件依限辦結比例

資料來源：本局秘書室

3. 人民申請：

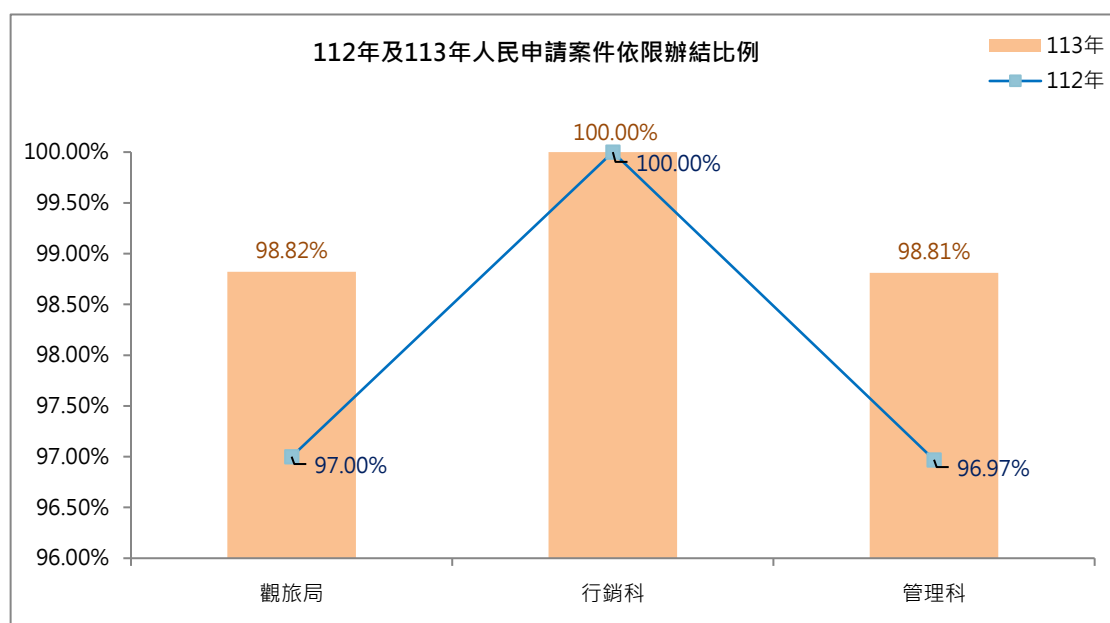
本局 113 年人民申請案件依限辦結率 98.82%，相較於 112 年提升 1.82%。

本局秘書室以「公文未結案件稽催群組」每日進行稽催，如查有即將逾期案件時，立即提醒各科室登記桌轉知承辦人員儘速辦結或依規定辦理展期，另每月亦進行公文處理績效分析，檢討逾期案件之辦理時效及抽檢一定比例案件，檢視包含公文登錄、以案管制、文稿缺失等項目，維持文書處理品質，並依人民申請案件處理期限表所列期限回復申請人，以維民眾權益。

表四：112 年及 113 年本局各科室人民申請案件依限辦結比例

科室	觀旅局	技術科	行銷科	企劃科	管理科	風管科	秘書室	人事室	會計室	政風室
113 依限辦結比例	98.82%	-	100%	-	98.81%	-	-	-	-	-
112 依限辦結比例	97%	-	100%	-	96.97%	-	-	-	-	-
增減情形	1.82%	-	-	-	1.84%	-	-	-	-	-

資料來源：本局秘書室



圖四：112 年及 113 年人民申請案件依限辦結比例

資料來源：本局秘書室

結語

（一）每日檢核稽催機制，提升處理績效：

為維持良好之各類公文依限辦結比例，本局建有「公文未結案件稽催群組」，每日針對即將逾期之公文進行稽催，落實文書流程控管，減少案件逾限辦結情事，提升機關服務行政效率。

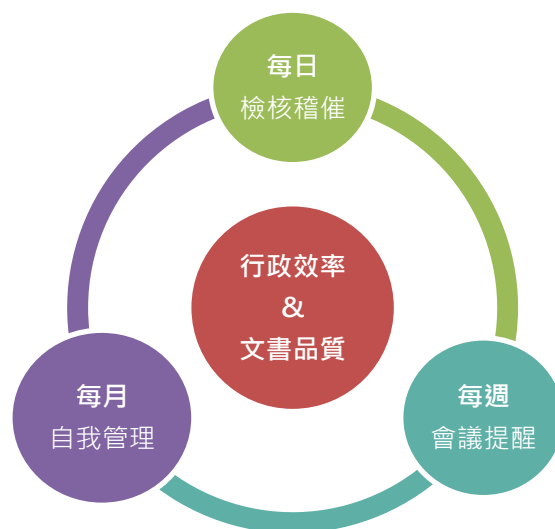
（二）每週會議提醒機制，維持行政效率：

每週定期召開主管會議，針對各類公文辦理時效進行檢討，如當週查有處理流程或文稿缺失情形，將於會議中宣達並周知承辦同仁，以兼顧公文品質與處理效能。

（三）每月自我管理機制，維持文書品質：

每月進行公文處理績效分析，除針對辦理時效進行檢討，亦抽查一定比例案件，檢視如公文登錄、內容品質、分層負責、有無先存後辦或積壓公文等項目，依本府文書處理相關規定辦理，並兼顧文書品質。

（四）公文流程管理攸關政府機關業務推動之執行效率，為維持行政效能與文書品質，本局持續進行各類處理時效管理、文稿檢核、檢討分析與精進改善。



圖五：本局各類公文處理時效與品質控管機制

G. 人事室

新北市政府觀光旅遊局公務人員性別結構分析(113 年度)

新北市政府觀光旅遊局

一、前言

為推動性別主流化、打造友善性別環境，掌握成員性別統計數據是最基礎的工作，可從中進行性別分析，以檢視性別分布圖像，進而了解現況缺口及未來應努力的方向。

二、統計分析

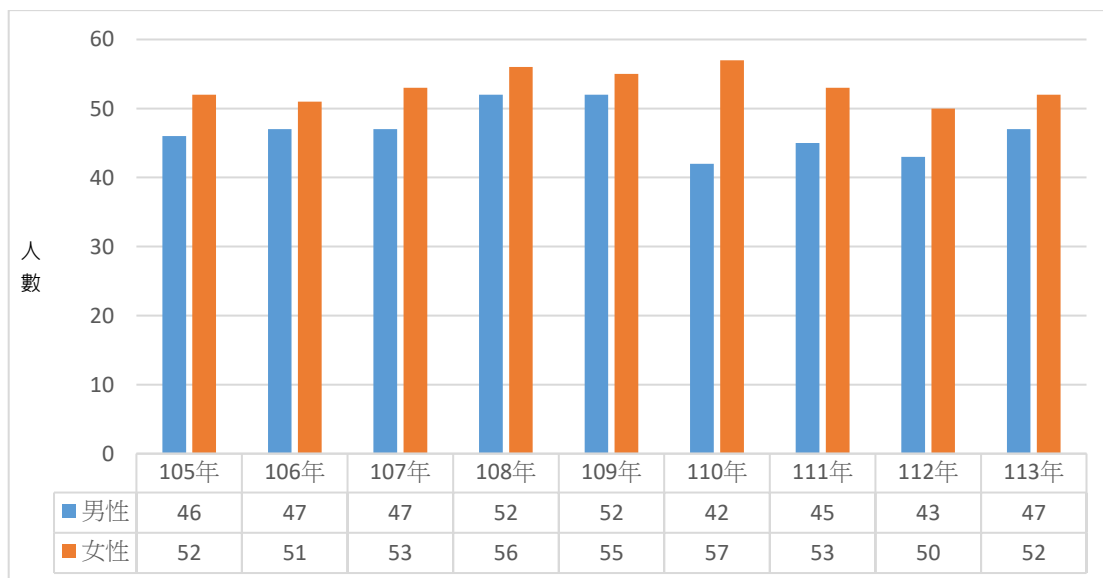
(一)105至113年公務人員性別人數及比率

本局113年底之公務人員人數99人，較112年增加6人；在性別比率方面，與112年性別比率差異不大，女性占53%，男性占47%，女性人數比率比男性多6%，顯示女性員工多於男性。

表一、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員性別人數及比率統計表

單位：人數；百分比						
年度	男性	女性	合計	男性 %	女性 %	合計 %
105	46	52	98	47%	53%	100%
106	47	51	98	48%	52%	100%
107	47	53	100	47%	53%	100%
108	52	56	108	48%	52%	100%
109	52	55	107	49%	51%	100%
110	42	57	99	42%	58%	100%
111	45	53	98	46%	54%	100%
112	43	50	93	46%	54%	100%
113	47	52	99	47%	53%	100%

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)



圖一、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員性別人數長條圖

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)

(二)105至113年公務人員各官等性別人數

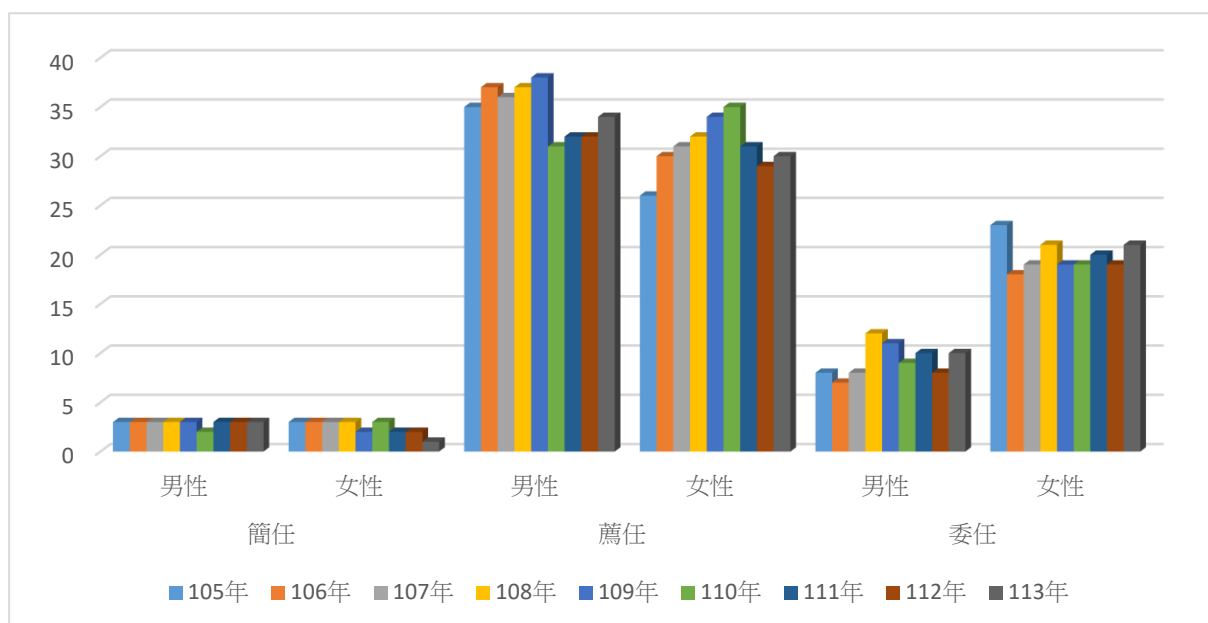
113年簡任及薦任官等方面，男性略多於女性；委任官等方面，女性則多於男性。

表二、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員各官等性別人數統計表

單位：人數

人數 年度	簡任		薦任		委任		合計
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
105	3	3	35	26	8	23	98
106	3	3	37	30	7	18	98
107	3	3	36	31	8	19	100
108	3	3	37	32	12	21	108
109	3	2	38	34	11	19	107
110	2	3	31	35	9	19	99
111	3	2	32	31	10	20	98
112	3	2	32	29	8	19	93
113	3	1	34	30	10	21	99

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)



圖二、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員各官等性別人數長條圖

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)

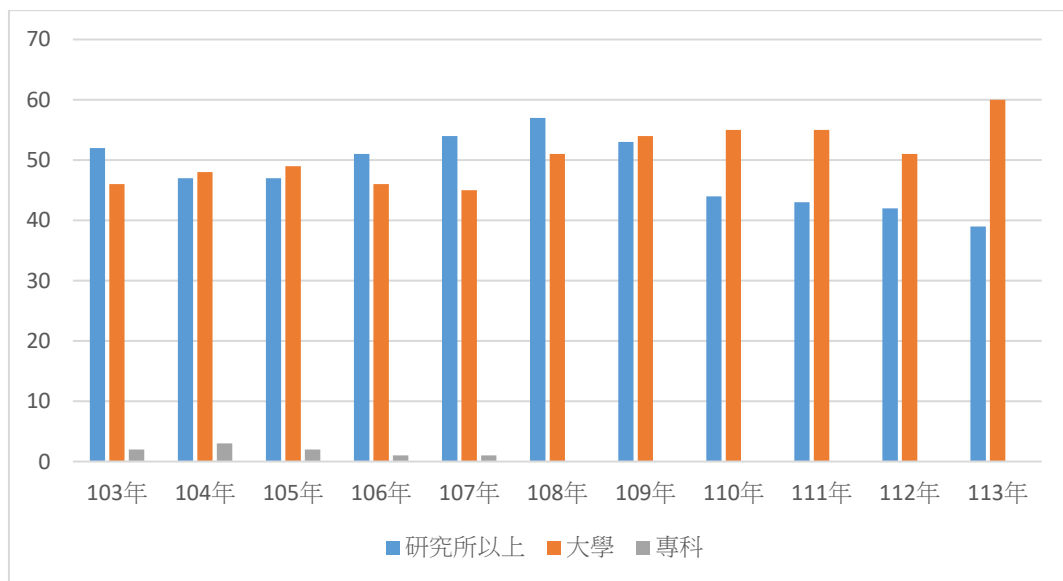
(三)105至113年公務人員教育程度性別人數

教育程度方面，學歷在研究所以上之男性多於女性；大學學歷者則女性多於男性；113年本局均為大學以上之學歷，研究所以上占39%，大學學歷占61%。

表三、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員教育程度性別人數統計表

人數 年度	研究所以上			大學			專科			高中職		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計
105	27	20	47	19	30	49	0	2	2	0	0	0
106	28	23	51	19	27	46	0	1	1	0	0	0
107	32	22	54	15	30	45	0	1	1	0	0	0
108	34	23	57	18	33	51	0	0	0	0	0	0
109	33	20	53	19	35	54	0	0	0	0	0	0
110	25	19	44	17	38	55	0	0	0	0	0	0
111	25	18	43	20	35	55	0	0	0	0	0	0
112	23	19	42	20	31	51	0	0	0	0	0	0
113	22	17	39	25	35	60	0	0	0	0	0	0

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)



圖三、新北市觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員教育程度人數長條圖

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)

(四)105至113年公務人員各年齡層性別人數

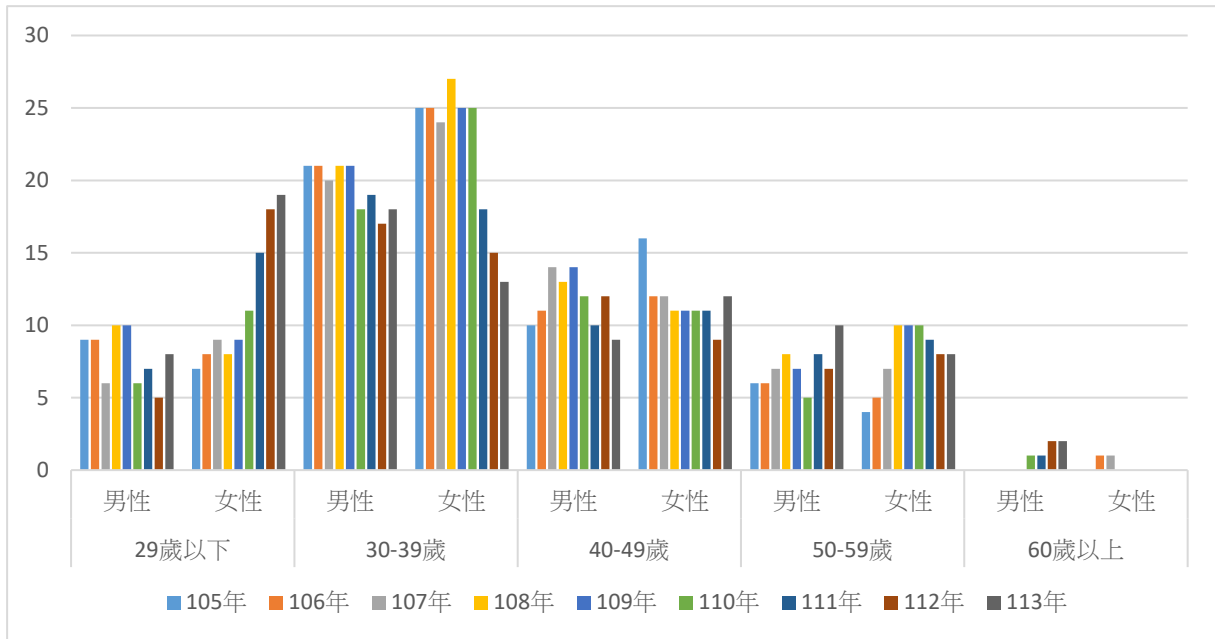
本局近9年公務人員整體平均年齡約為37.4至38.7歲，男女性別平均年齡正逐漸拉大；113年之男女平均年齡相差4歲，女性維持約36.2至38.6歲，男性則從37.5歲增加至40.3歲。

表四、新北市觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員各年齡層性別人數統計表

單位：人數

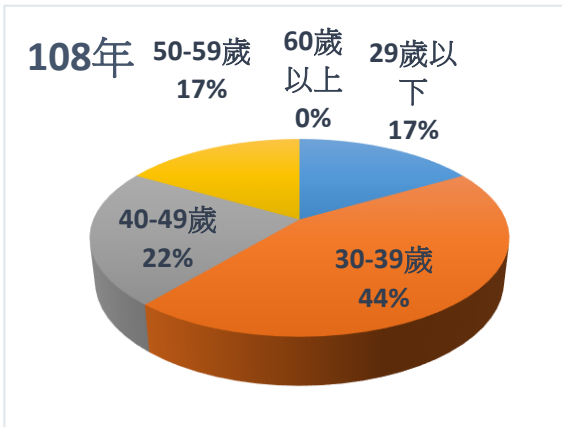
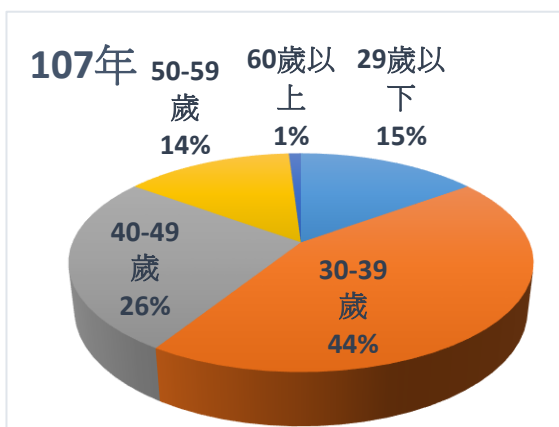
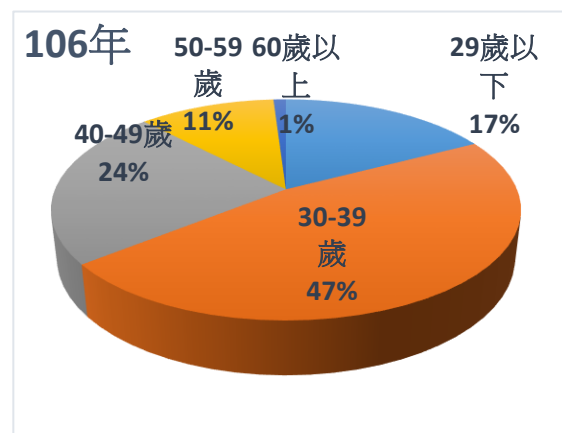
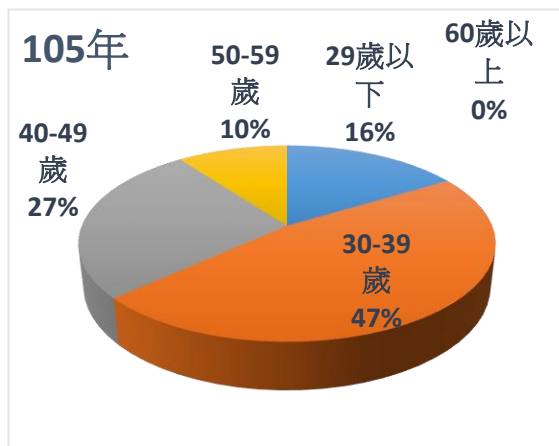
年齡 人數 年度	29 歲以下		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上		平均年齡		
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	合計
105	9	7	21	25	10	16	6	4	0	0	37.5	37.2	37.4
106	9	8	21	25	11	12	6	5	0	1	37.5	37.8	37.6
107	6	9	20	24	14	12	7	7	0	1	39.2	38.2	38.7
108	10	8	21	27	13	11	8	10	0	0	38.2	38.6	38.4
109	10	9	21	25	14	11	7	10	0	0	38	38.5	38.2
110	6	11	18	25	12	11	5	10	1	0	39	38	38.4
111	7	15	19	18	10	11	8	9	1	0	39.3	37.1	38.2
112	5	18	17	15	12	9	7	8	2	0	40.3	37	38.6
113	8	19	18	13	9	12	10	8	2	0	40.2	36.2	38.3

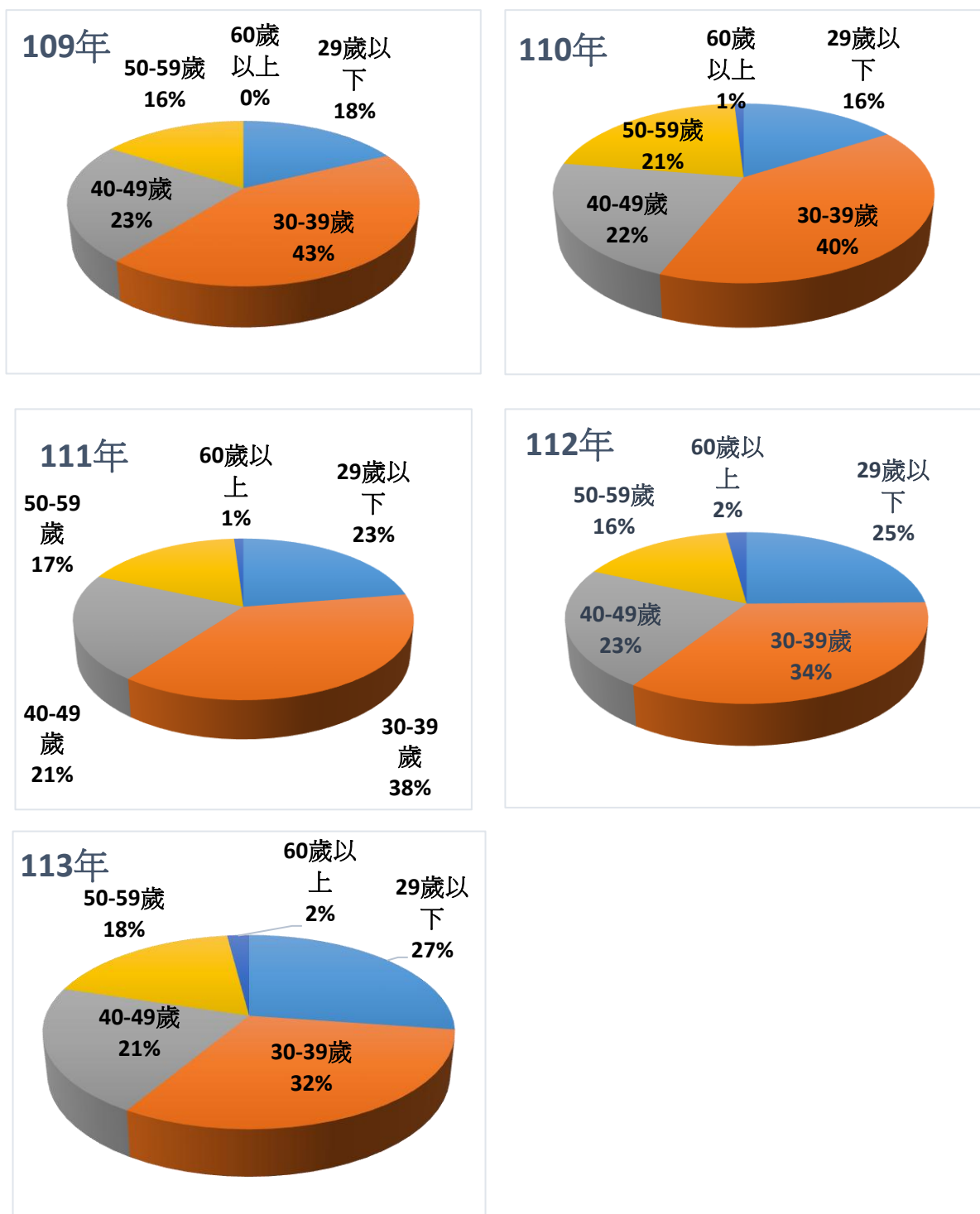
資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)



圖四、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員各年齡層性別人數長條圖

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)





圖五、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員各年齡層人數比率圖形圖

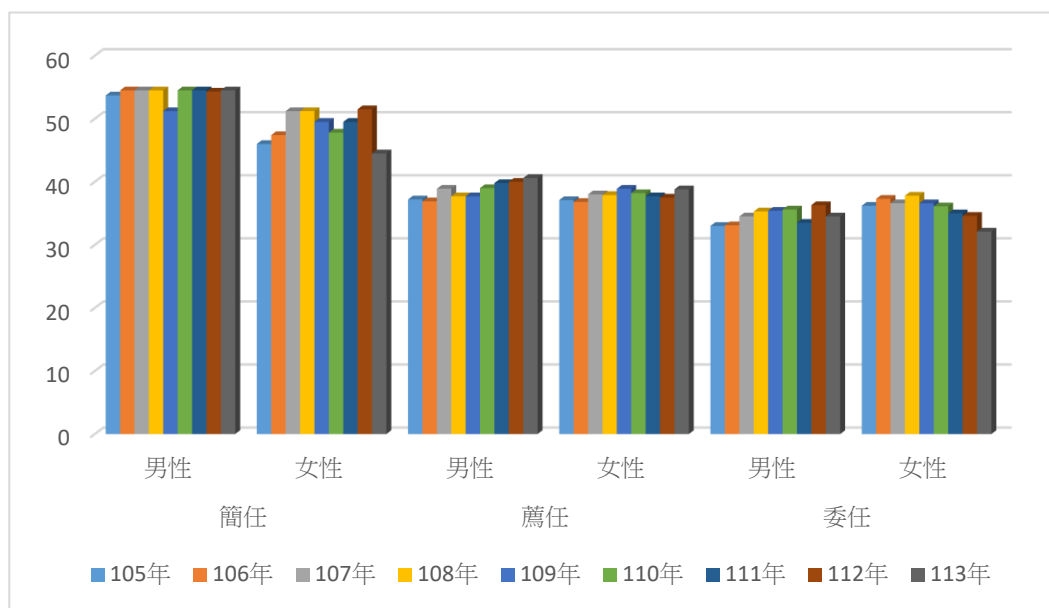
資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)

在各官等方面，113 年簡任官等男女性別平均年齡差距為 10 歲、薦任官等男女性別平均年齡差距為 1.8 歲、委任官等男女性別平均年齡差距為 2.4 歲。

表五、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員各官等平均年齡性別統計表

官等性別 平均年齡 年度	簡任		薦任		委任	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
105	53.7	46	37.2	37.1	33	36.2
106	54.5	47.4	36.9	36.8	33.1	37.3
107	54.5	51.2	38.9	38	34.5	36.6
108	54.5	51.2	37.7	37.9	35.3	37.8
109	51.2	49.5	37.7	38.9	35.4	36.6
110	54.5	47.8	39	38.2	35.6	36.1
111	54.5	49.5	39.8	37.7	33.5	35
112	54.3	51.5	40	37.5	36.3	34.6
113	54.5	44.5	40.6	38.8	34.5	32.1

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)



圖六、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員各官等平均年齡性別人數長條圖

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)

(五)105至113年公務人員主管及非主管人員性別人數及比率

近9年本局公務人員主管人員中，男性所占比率約50%至67%，女性比率約為33%至50%。顯示男性主管比率仍高於女性主管。在非主管人員方面，女性

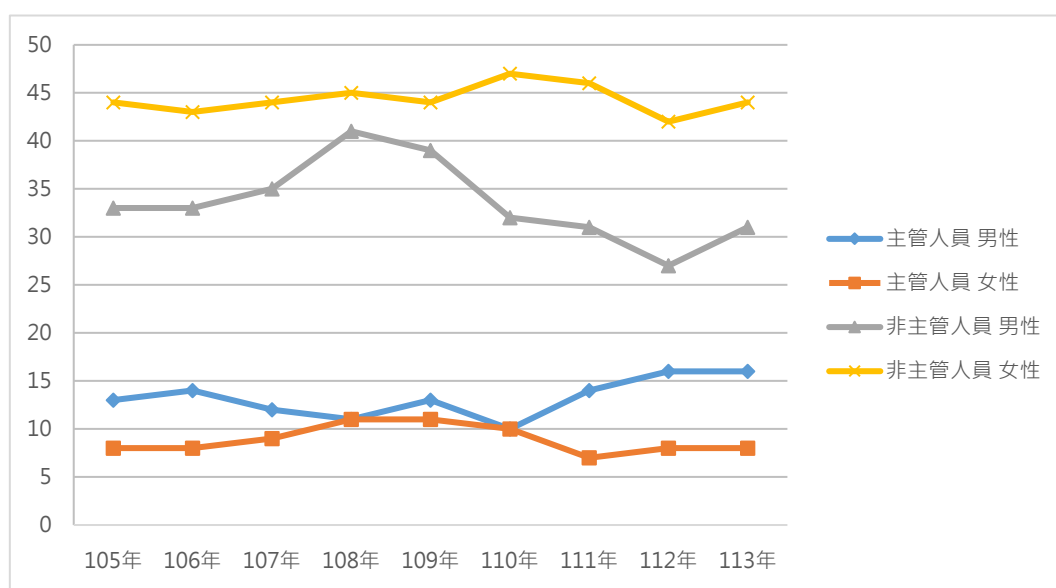
則明顯高於男性。

表六、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員主管及非主管人員性別人數統計表

單位：人數；百分比

年度	主管人員		非主管人員		主管人員		非主管人員	
	男性	女性	男性	女性	男性(%)	女性(%)	男性(%)	女性(%)
105年	13	8	33	44	62%	38%	43%	57%
106年	14	8	33	43	64%	36%	43%	57%
107年	12	9	35	44	57%	43%	44%	56%
108年	11	11	41	45	50%	50%	48%	52%
109年	13	11	39	44	54%	46%	47%	53%
110年	10	10	32	47	50%	50%	41%	59%
111年	14	7	31	46	67%	33%	40%	60%
112年	16	8	27	42	67%	33%	39%	61%
113年	16	8	31	44	67%	33%	41%	59%

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)



圖七、新北市政府觀光旅遊局 105 至 113 年公務人員主管人員性別人數折線圖

資料來源：WebHR 人力資源管理資訊系統(各年度年底數據為準)

三、分析結果

(一)男女性別人數尚屬均衡

本局113年男女性別人數比約為1：1.11，與本府112年底男女性別人數比1：0.65及中央男女比1：0.78相較，本局男女性別比尚屬均衡。

表七、全國公務人員人數按縣市別分

單位：人

統計期	縣市別	總計	男性		女性	
			總計	比率	總計	比率
112 年底	中央各機關	193,947	108,776	56.1%	85,171	43.9%
	臺灣各縣市機關	57,987	33,533	57.8%	24,454	42.2%
	新北市各機關	21,346	12,917	60.5%	8,429	39.5%

資料來源：全國公務人力統計資料平台

(二)具研究所以學學歷比率較高

本局113年研究所以學學歷者占39.39%，相較本府112年19.02%比率高20.37%，比中央32.94%亦高出6.45%。

表八、全國公務人員人數按縣市別及教育程度分

統計期	縣市別	總計	博 士		碩 士		大 學		專 科		高中職		國中以下	
			人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率
112 年底	中央各機關	193,947	4,676	2.4%	59,218	30.5%	97,601	50.3%	22,410	11.6%	9,561	4.9%	481	0.2%
	臺灣各縣市機關	57,987	228	0.4%	9,721	16.8%	28,303	48.8%	15,610	26.9%	4,064	7.0%	61	0.1%
	新北市各機關	21,346	95	0.4%	3,966	18.6%	10,027	47.0%	6,076	28.5%	1,172	5.5%	10	0.0%

資料來源：全國公務人力統計資料平台

(三)本局公務人員平均年齡較年輕

本局公務人員平均年齡113年為38.3歲，相較本府112年平均年齡40歲、中央各機關112年平均年齡45歲為低，顯示本局是一個平均年齡較為年輕的機關。

表九、全國公務人員人數按縣市別及年齡分

單位：人

統計期	縣市別	總計	18-24 歲	25-29 歲	30-34 歲	35-39 歲	40-44 歲	45-49 歲	50-54 歲	55-59 歲	60-64 歲	65 歲以上	平均年齡(歲)
112 年底	中央各機關	193,947	3,128	15,741	20,614	25,654	30,046	26,044	29,265	25,165	16,291	1,999	45
	臺灣各縣市機關	57,987	2,037	6,053	6,435	7,449	8,146	7,240	10,694	6,704	3,046	183	43
	新北市各機關	21,346	1,413	3,460	2,883	2,960	3,149	2,308	2,842	1,654	634	43	40

資料來源：全國公務人力統計資料平台

四、結語

本局人員整體分析結果重點如下：

- (一)本局男女性別比尚屬相當，推動相關業務時，能夠引入更多元的觀點和經驗，這有助於在決策過程中考慮到不同性別的需求和觀點，從而提高決策的全面性和有效性；其思考方向、細節及規劃內涵能夠減少潛在的性別偏見。
- (二)本局高學歷同仁比率相當高，人力資源深具潛力，能夠在複雜的工作環境中有效地解決問題，並能引入新的觀念和方法，進而提昇本局的組織發展。
- (三)本局公務同仁年齡較年輕，通常擁有較強的創新思維和活力，能夠帶來新的觀點和解決方案。如果提供良好的支持和發展機會，年輕同仁的留任率將會提高，對於本局長期發展至關重要。

新北市政府觀光旅遊局應用統計專題分析彙編

中華民國 114 年版

出版機關：新北市政府觀光旅遊局

地址：新北市板橋區中山路 1 段 161 號 26 樓

電話：(02)2960-3456

傳真：(02)2964-6071

網址：<https://tour.ntpc.gov.tw>