

2015 新北市歡樂耶誕城

活動效益分析



新北市政府觀光旅遊局

105 年 6 月

「2015 新北市歡樂耶誕城」

問卷調查與經濟效益分析調查報告書

目錄

壹、	歡樂耶誕城活動背景	- 3 -
貳、	計畫動機與目的	- 4 -
參、	計畫調查內容說明	- 5 -
一、	遊客人次估算	- 5 -
二、	遊客問卷調查	- 6 -
肆、	滿意度問卷調查結果分析	- 8 -
一、	遊客問卷調查分析回收狀況說明	- 8 -
二、	遊客基本資料分析	- 8 -
三、	遊客滿意度統計分析	- 11 -
四、	遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析	- 20 -
伍、	觀光活動經濟效益分析	- 26 -
一、	旅遊費用支出	- 26 -
二、	觀光經濟效益分析	- 28 -
陸、	結論與建議	- 29 -
一、	遊客人次調查	- 29 -
二、	2015 歡樂耶誕城整體分析結果	- 29 -

壹、歡樂耶誕城活動背景

「2015 新北市歡樂耶誕城」，從 11 月 20 日到明(105)年 1 月 3 日連續 45 天系列活動，歡樂不間斷！自民國 100 年開始舉辦以來，新北市歡樂耶誕城聖誕活動已成為新北市的品牌性活動之一。新北市歡樂耶誕城於 102 年 YAM 蕃薯藤「全台十大耶誕浪漫景點」票選中榮獲冠軍、103 年 DailyView 網路溫度計調查「全台耶誕十大熱門景點」獲選第一名，兼具國際魅力與特色的活動內容，更在今(104)年入選晉升為交通部觀光局「臺灣觀光年曆」最具代表性的國際性活動之一。

令人期待的耶誕主燈秀，每年總是有不同的驚喜創意。今年耶誕城與國際接軌，首度邀請到來自澳洲的世界頂尖立體光雕製作公司-The Electric Canvas(TEC)工作團隊，精心打造「全球唯一 360 度 3D 立體光雕投影耶誕樹」。TEC 執行過世界最大燈光展演活動-雪梨燈光藝術節(Vivid Sydney)，其作品於國際上獲獎無數。該團隊以往在平面建築進行投影，這次首度與新北市合作，以錐體為投影對象則是全新的挑戰，期望能帶給民眾最大的感動。

除了國際級高科技投影技術，今年新北市也邀請到臺灣知名小提琴家「李思慧」老師製作主燈秀的音樂，以及曾獲「2011 新加坡 Fresh music Awards 最佳專輯設計」的新銳插畫家「不討喜」設計「桑塔熊」與「方頭熊」家族，作為今年耶誕活動主角。

11 月 20 日將點燈開城，屆時每晚 17 時 30 分到 22 時每半點將展演一場結合建築、動畫、3D 科技及音樂的耶誕樹奇幻主燈秀，現場充滿創造力和想像力。今年，耶誕節民眾不用出國，到新北市即可享受震撼的感官體驗！

自 11 月 20 日點燈開幕後，更是週週有活動，。11 月 21 日、22 日的「童趣嘉年華」，將邀請卡通頻道的探險活寶等卡通明星來到耶誕城現場與大小朋友相見歡，還有金獎劇團「如果兒童劇團」帶來精彩劇作；後續還有「歡樂新北大氣球踩街」、「耶誕巨星派對」、「2015 新北平安夜」、「耶誕歷險記」等，讓每週市民廣場的歡樂不間斷！

貳、計畫動機與目的

2015 新北市歡樂耶誕城今年正式邁入第 5 屆，今年活動除了燈飾展示區，外共規劃 11 個系列活動主題，如：童話旋轉木馬、尋夢熱氣球、耶誕小屋夢想市集、耶誕小屋歡樂市集、耶誕星願池、魔幻繽紛樂、熊愛吃蛋糕.....等等。除了觀賞絢麗的聖誕裝飾之外，新北市歡樂耶誕城也舉辦各式各樣的活動，及眾多人氣歌手聚集的耶誕演唱會，要與大朋友、小朋友們一同互動。新北歡樂耶誕城每週都規劃不同的活動，要讓民眾體驗最歡樂的耶誕節。

為調查「2015 新北市歡樂耶誕城」所帶動的整體效益，透過問卷調查所得結果進一步評析政府政策產生之正、反面影響，例如：透過了解民眾對於新北歡樂耶誕城活動的場地布置、交通安排.....等意見，提供給市府作為研擬未來歡樂耶誕城活動之實務性活動辦理的重要參考。

參、計畫調查內容說明

一、遊客人次估算

「2015 新北市歡樂耶誕城」活動自 2015 年 11 月 20 日開幕，舉辦至 2016 年 01 月 03 日，共為期 45 天。本活動舉辦至今，已邁入第 5 個年頭。得助於歷年承辦經驗的傳承與各相關團隊的努力，至新北市政府參訪的遊客人次有增無減，且呈現穩定的成長。今年的遊客人次估算依照活動區域之地理位置及主活動會場的配置，分成主舞台區四周的縣民大道、站前路、新站路以及中山路各個交叉口。整體歡樂耶誕城區域配置圖，如圖 3-1 所示。



圖 3-1 2015 歡樂耶誕城區域配置圖

二、遊客問卷調查

本次效益評估分析包含三大部份。第一，為期 45 天的歡樂耶誕城其遊客人數估算。第二，參與本次活動遊客的滿意度調查。第三，本次節慶活動所帶動的經濟效益。分析內容如圖 3-2 所示：

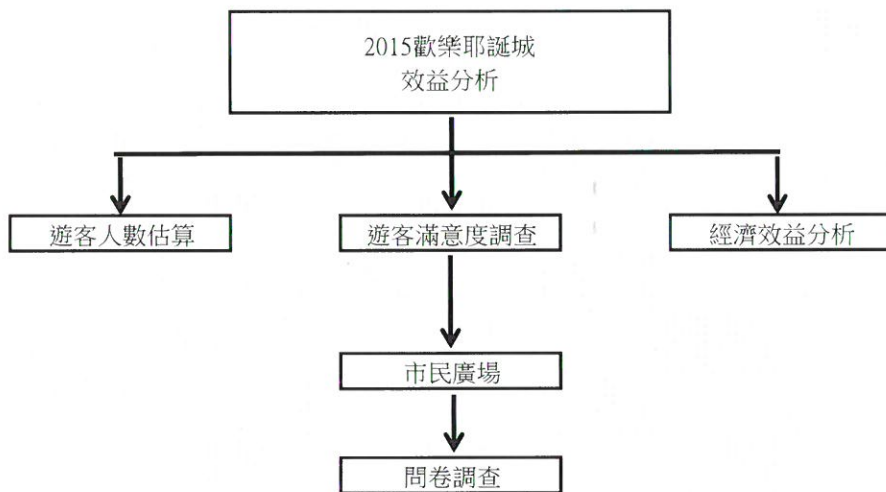


圖 3-2 分析流程

(一) 問卷調查對象

以到達歡樂耶誕城現場參與活動之近客為對象。為落實調查的信度與效度，本研究調查樣本之分配原則主要依據「到訪時間」及「到訪地區」等二大分配原則。

(二) 問卷調查方式

以歡樂耶誕城現場各個分區為主要的調查地點，採「分層抽樣」方式進行調查，問卷調查以人員面對面實地調查為主，安排5位問卷工作訪員，分成4組，可協助遊客處理在填寫問卷時所發生的狀況。

(三) 調查期間

自2015年11月20日，至2016年1月3日，於「2015新北市歡樂耶誕城」活動期間發放問卷。

(四) 樣本數估計

本次活動共計發放了2,100份問卷，扣除無效問卷，實際回收2,071份有效問卷。

肆、滿意度問卷調查結果分析

一、遊客問卷調查分析回收狀況說明

歡樂耶誕城遊客問卷調查回收統計，如表 4-1 所示。共計發放 2,100 份問卷，扣除無效問卷，共計回收 2071 份有效問卷；有效問卷回收率為 98.62%。

表 4-1 2015 新北市歡樂耶誕城問卷回收樣本表

2015 新北市歡樂耶誕城問卷回收樣本統計	
發放樣本數	2100
回收有效樣本數	2071
有效率	98.62%

二、遊客基本資料分析

(一) 性別：受訪者中 27.7% 為男性，72.3% 為女性。

(二) 年齡

以 31-40 歲的受訪者為最多，占 41.6%；其次為 20 歲(含以下)的訪者，占 21.9%，其他各項年齡層分佈請參閱表 4-2。

(三) 婚姻狀況

以已婚(有小孩)居多，占 47.7%；其次為未婚(無小孩)占 40.1%。由此可以看出「已婚(有小孩)」及「未婚(無小孩)」這兩個群眾，為參與 2015 歡樂耶誕城活動主要的族群。

(四) 職業

以商(自由業、服務業)為受訪比例最高，約占 30.2%；其次為學生，占受訪人數之 27.6%，其餘請參閱表 4-2。

(五) 居住地

受訪者中以居住在新北市的民眾為最多，占受訪人數之 56.1%；其次為居住在北部的民眾，占 33.7%，其餘請參閱表 4-2。

(六) 教育程度

以大專院校的受訪者最多，約占受訪人數的 57.9%；其次為高中職程度的受訪者約占 22.4%，其餘教育程度分佈情形請參閱表 4-2。

(七) 個人每月收入金額

受訪者中以無經常性收入的民眾為最多，占受訪人數之 29.6%；其次為 30,000-40,000 元收入之民眾，占 18.6%，其餘請參閱表 4-2。

表 4-2 遊客基本資料分析表

選項		次數	百分比	累積百分比
性別	男	559	27.7	27.7
	女	1461	72.3	72.3
年齡	20 歲(含)以下	444	21.9	21.9
	21~30 歲	426	21	43
	31~40 歲	842	41.6	84.6
	41~50 歲	211	10.4	95
	51~60 歲	60	3	98
	61 歲(含)以上	40	2	100
婚姻狀況	未婚(無小孩)	803	40.1	40.1
	未婚(有小孩)	131	6.5	46.6
	已婚(無小孩)	120	6	52.6
	已婚(有小孩)	949	47.4	100
職業	農林漁牧	11	0.5	0.5
	工業、製造業	247	12.3	12.9
	商業(自由業、服務業)	604	30.2	43.1
	軍公教	141	7	50.1
	學生	552	27.6	77.7
	無(退休、家管、待業中)	355	17.7	95.5
	其他	91	4.5	100
居住地	外籍旅客	19	0.9	0.9
	新北市	1130	56.1	57.1
	北部(基隆市/台北市/桃園縣/新竹縣/新竹市)	679	33.7	90.8
	中部(苗栗縣/彰化縣/南投縣/雲林縣)	117	5.8	96.6
	南部(嘉義縣/嘉義市/台南市/高雄市/屏東縣)	43	2.1	98.8
	東部(宜蘭縣/花蓮縣/台東縣)	4	0.2	99
	離島(澎湖/金門/馬祖/蘭嶼)	19	0.9	99.9
	其他	2	0.1	100
教育	國中(含以下)	178	8.9	8.9
	高中職	449	22.4	31.3

	大專院校	1160	57.9	89.2
	研究所(含以上)	217	10.8	100
個人每月收入金額	無經常性收入	579	29.6	29.6
	10,000 以下	197	10.1	39.7
	10,001~20,000 元	143	7.3	47
	20,001~30,000 元	266	13.6	60.6
	30,001~40,000 元	364	18.6	79.3
	40,001~50,000 元	187	9.6	88.8
	50,001 元以上	218	11.2	100

三、遊客滿意度統計分析

本計畫在遊客滿意度衡量部分，探討遊客參與「2015 新北市歡樂耶誕城」活動之後，對於主辦單位提供之人員服務、設備內容與對活動整體滿意之感受評價，故採「單選」的方式衡量參與「2015 新北市歡樂耶誕城」之遊客對於活動分區項目滿意度，統計資料如下所示：

(一) 遊客對本次活動的滿意程度

進一步了解遊客對 2015 歡樂耶誕城活動之滿意評比，詳見表 4-3 到 4-18 所示。

1. 「前往歡樂耶誕城的道路標誌指示清楚」的滿意程度

問卷調查統計顯示 54.7% 的受訪遊客對於「前往歡樂耶誕城活動的道路指標指示清楚」感到滿意，且有 26.6% 的受訪遊客認為非常滿意，非常不滿意的民眾僅占 0.1%；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 81.4%。

表 4-3 「前往歡樂耶誕城活動的道路指標指示清楚」的滿意度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	3	0.1	0.1
不滿意	2	18	0.9	1
普通	3	361	17.6	18.6
滿意	4	1124	54.7	73.4
非常滿意	5	547	26.6	100
總計		2053	100	

2. 「前往歡樂耶誕城活動道路的交通順暢」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，52.9% 的受訪遊客對於「前往歡樂耶誕城活動道路的交通順暢」感到滿意，且有 26% 的受訪遊客認為非常滿意，非常不滿意的民眾僅占 0.6%；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 75%。

表 4-4 「前往歡樂耶誕城活動道路的交通順暢」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	13	0.6	0.6
不滿意	2	32	1.6	2.2
普通	3	389	19	21.2
滿意	4	1084	52.9	74
非常滿意	5	533	26	100
總計		2051	100	

3. 「歡樂耶誕城活動現場工作人員服務態度良好」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，38.4%的受訪遊客對於「歡樂耶誕城活動現場工作人員服務態度良好」感到非常滿意，且有 50.2%的受訪遊客認為滿意。非常不滿意的民眾 0%；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 88.5%。

表 4-5 「歡樂耶誕城活動現場工作人員服務態度」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	0	0	0
不滿意	2	0	0	0
普通	3	235	11.5	11.5
滿意	4	1030	50.2	61.6
非常滿意	5	787	38.4	100
總計		2052	100	

4. 「歡樂耶誕城活動現場秩序管理良好」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，31.3%的受訪遊客對於「歡樂耶誕城活動現場秩序管理良好」感到非常滿意，且有 53.1%的受訪遊客認為滿意，不滿意及以下程度僅占 0.3%；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 84.4%。

表 4-6 「歡樂耶誕城活動現場秩序管理良好。的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	0	0	0
不滿意	2	6	0.3	0.3
普通	3	311	15.2	15.5
滿意	4	1085	53.1	68.7
非常滿意	5	640	31.3	100
總計		2042	100	

5. 「活動會場內的節慶氣氛感受濃厚」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，36.2%的受訪遊客對於「活動會場內的節慶氣氛感受濃厚」感到非常滿意，且有 49.3%的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 85.5%。

表 4-7 「活動會場內的節慶氣氛感受濃厚」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	1	0	0
不滿意	2	23	1.1	1.2
普通	3	274	13.4	14.6
滿意	4	1008	49.3	63.8
非常滿意	5	740	36.2	100
總計		2046	100	

6. 「活動場地內各主題會場皆有特色」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，31.4%的受訪遊客對於「活動場地內各主題會場皆有特色」感到非常滿意，且有 51.3%的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 82.7%。

表 4-8 「活動場地內各主題會場皆有特色」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	1	0	0
不滿意	2	10	0.5	0.5
普通	3	343	16.8	17.3
滿意	4	1051	51.3	68.6
非常滿意	5	642	31.4	100
總計		2047	100	

7. 「活動場地內整體環境整潔乾淨」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，30.4%的受訪遊客對於「活動場地內整體環境整潔乾淨」感到非常滿意，且有 53.7%的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 84.1%。

表 4-9 「活動場地內整體環境整潔乾淨」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	1	0	0
不滿意	2	12	0.6	0.6
普通	3	312	15.3	15.9
滿意	4	1096	53.7	69.6
非常滿意	5	620	30.4	100
總計		2041	100	

8. 「活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，27.4%的受訪遊客對於「活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好」感到非常滿意，且有 50.6% 的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 78%。

表 4-10「活動場地內垃圾桶(垃圾袋)地點(數量)設置良好」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	1	0	0
不滿意	2	31	1.5	1.6
普通	3	417	20.4	21.9
滿意	4	1036	50.6	72.5
非常滿意	5	562	27.4	100
總計		2048	100	

9. 「活動場地內流動廁所位置/數量/整潔衛生」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，24.2%的受訪遊客對於「活動場地內流動廁所位雙/數量/整潔衛生」感到非常滿意，且有 51.5% 的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 75.7%。

表 4-11「活動場地內流動廁所位置/數量/整潔衛生」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	6	0.3	0.3
不滿意	2	54	2.6	2.9
普通	3	436	21.4	24.3
滿意	4	1051	51.5	75.8
非常滿意	5	493	24.2	100
總計		2040	100	

10. 「活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，27.9%的受訪遊客對於「活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好」感到滿意，且有 51.4% 的受訪遊客認為普通；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 79.3%。

表 4-12 「活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	1	0	0
不滿意	2	11	0.5	0.6
普通	3	410	20.1	20.7
滿意	4	1048	51.4	72.1
非常滿意	5	568	27.9	100
總計		2038	100	

11. 「主舞台的表演內容豐富具有吸引力」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，30.1%的受訪遊客對於「主舞台的表演內容豐富具有吸引力」感到滿意，且有 49.9%的受訪遊客認為普通；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 80%。

表 4-13 「主舞台的表演內容豐富具有吸引力」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	0	0	0
不滿意	2	7	0.3	0.3
普通	3	402	19.7	20.1
滿意	4	1017	49.9	69.9
非常滿意	5	613	30.1	100
總計		2039	100	

12. 「活動內容讓我有互動體驗」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，26.6%的受訪遊客對於「活動內容讓我有互動體驗」感到非常滿意，且有 49.7%的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 76.3%。

表 4-14 「活動內容讓我有互動體驗的滿意程度」的滿意程度

13. 「活動本身的內容多樣化」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，28.9% 的受訪遊客對於「活動本身的內容多樣化」感到非常滿意，且有 50.2% 的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 79.1%。

表 4-15 「活動本身的內容多樣化」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	0	0	0
不滿意	2	31	1.5	1.5
普通	3	395	19.4	20.9
滿意	4	1025	50.2	71.1
非常滿意	5	589	28.9	100
總計		2040	100	

14. 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，30.2%的受訪遊客對於「活動宣傳管道的多元性」感到非常滿意，且有 52.2% 的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 82.4%。

表 4-16 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	0	0	0
不滿意	2	8	0.4	0.4
普通	3	352	17.2	17.6
滿意	4	1068	52.2	69.8
非常滿意	5	618	30.2	100
總計		2046	100	

15. 「活動宣傳的內容豐富」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，29.7% 的受訪遊客對於「活動宣傳的內容豐富」感到非常滿意，且有 53.2% 的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 82.9%。

表 4-17 「活動宣傳的內容豐富性」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	0	0	0
不滿意	2	28	1.4	1.4
普通	3	322	15.7	17.1
滿意	4	1089	53.2	70.3
非常滿意	5	609	29.7	100
總計		2048	100	

16. 「活動期間宣傳的持續性」的滿意程度

問卷調查統計結果顯示，30.4% 的受訪遊客對於「活動期間宣傳的持續性」感到非常滿意，且有 52.6% 的受訪遊客認為滿意；整體滿意度達「滿意」及以上占問卷整體的 89.3%。

表 4-18 「活動宣傳的內容豐富性」的滿意程度

滿意程度		次數	有效的百分比	累積百分比
非常不滿意	1	1	0	0
不滿意	2	12	0.6	0.6
普通	3	336	16.4	17
滿意	4	1076	52.6	69.6
非常滿意	5	622	30.4	100
總計		2047	100	

17. 滿意度分析比較表

依據以上滿意度調查彙整表 4-19，表 4-19 主要依據統計滿意程度之平均數做為排序依據。平均數最高值為 5，最低值為 1。

如表所示，平均數最高的三項分別為：「歡樂耶誕城活動現場工作人員服務態度良好」，分數為 4.27；「活動會場內的節慶氣氛感受濃厚」，分數為 4.20；「歡樂耶誕城活動現場秩序管理良好」，分數為 4.16。由上述結果我們可以得知，本次活動讓遊客最滿意的部份為「現場服務」以及「活動氣氛」。前者代表本次活動服務人員的受訓結果優良，值得稱許；後者代表今年活動得舉辦是成功的，新北耶誕城本是為了慶祝聖誕節所舉辦的活動，能有效的營造過節氛圍，代表本次活動非常成功。

如表所示，平均數最低的二項分別為：「活動場地內流動廁所位置／數量／整潔衛生」，分數為 3.97；「活動內容讓我有互動體驗」，分數為 4.01；「前往歡樂耶誕城活動道路的交通順暢」，分數為 4.02。在分數最低的二個項目，可以從此著手改進。對於廁所的安排，新北耶誕城可以考慮加強清潔人員清掃的頻率，讓廁所能夠更長時間的維持清潔度；也可以嘗試增設流動廁所，讓民眾在使用上能夠更感便利。在活動互動性的部份，新北耶誕城可以考慮安排穿插更多互動性的活動，不論是安排主持人邀請民眾上台玩遊戲、安排帶動唱、安排活動人員在台下與民眾一起玩樂，都能夠增加整體活動的互動體驗。最後是交通的部份，每當活動遇上下班時間，活動會場就容易出現塞車的情形；因此，新北耶誕城可以考慮更多的宣傳推廣民眾搭乘大眾運輸工具(如：捷運、公車、U-bike)，以減少民眾自行駕駛私人交通工具前往。如此一來不僅能有效的減緩尖峰時刻的車流量，也能有效減少遊客的不滿意程度，可說是一舉兩得。

表 4-19 滿意度分析比較表

項目	滿意程度(%)	平均數	排序
1. 前往歡樂耶誕城的道路標誌指示清楚	81.4	4.07	10
2. 前往歡樂耶誕城活動道路的交通順暢	75	4.02	14
3. 歡樂耶誕城活動現場工作人員服務態度良好	88.5	4.27	1
4. 歡樂耶誕城活動現場秩序管理良好	84.4	4.16	3
5. 活動會場內的節慶氣氛感受濃厚	85.5	4.20	2
6. 活動場地內各主題會場皆有特色	82.7	4.13	5
7. 活動場地內整體環境整潔乾淨	84.1	4.14	4
8. 活動場地內垃圾桶（垃圾袋）地點（數量）設置良好	78	4.04	13
9. 活動場地內流動廁所位置／數量／整潔衛生	75.7	3.97	16
10. 活動會場內設立的攤位的整體服務品質良好	79.3	4.07	11
11. 主舞台的表演內容豐富具有吸引力	80	4.10	9
12. 活動內容讓我有互動體驗	76.3	4.01	15
13. 活動本身的內容多樣化	79.1	4.06	12
14. 活動宣傳管道的多元性	82.4	4.12	7
15. 活動宣傳的內容豐富	82.9	4.11	8
16. 活動期間宣傳的持續性	89.3	4.13	6

四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析

此部份參考「2009-2010年以及2012-2014年高雄燈會經濟效益調查報告書」與相關節慶活動之文獻，歸納包括以下旅客參與行為：

(一) 參與歡樂耶誕城活動行為之分析

1. 請問您去年(2014)有參加新北市歡樂耶誕城的活動嗎?(單選)

由數據中可發現大部分遊客去年有參加歡樂耶誕城的活動，該比率為 63.66%，見 4-20 所示。

表 4-20 重遊新北市歡樂耶誕城分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
1. 有	1293	63.66	63.66
2. 沒有	738	36.34	100
總計	2031	100	

2. 您參加此次活動主要的同行成員?(單選)

此部分主要是要了解遊客參加 2014 新北市歡樂耶誕城之同行對象，其結果以「家人、親戚」為 58.6% 為最多；其次為「朋友、同學、同事」，31.5%，統計資料詳見表 4-21 所示。

表 4-21 同行對象分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
1. 家人親戚	1204	58.6	58.6
2. 朋友同學同事	646	31.5	90.1
3. 旅遊團體	41	2	92.1
4. 單獨前來	143	7	99.1
5. 其他	19	0.9	100
總計	2053	100	

3. 您參加此次活動所使用的交通工具?(複選)

此部分主要是要了解遊客抵達歡樂耶誕城過程中使用之交通工具種類，結果以「捷運」32.5%最高；其次為「自用汽車」，占 21.1%；以及「機車」，占 17.8%。統計資料詳見表 4-22 所示。

表 4-22 交通工具分析表

選項	次數	百分比	排序
1. 捷運	673	32.5	1
2. 自用汽車	436	21.1	2
3. 機車	368	17.8	3
4. 步行	224	10.8	5
5. 公營/民營客運(含公車)	281	13.6	4
6. 腳踏車	28	1.4	8
7. 計程車	51	2.5	7
8. 火車	209	10.1	6
9. 遊覽車	21	1	9
10. 飛機	9	0.4	11
11. 其他	11	0.5	10

4. 您參與此次活動的最主要動機？(複選)

由此項當中可以看出與「家人、朋友同遊」是參與活動的主要動機，占 46.2%；而「感受熱鬧的節慶氣氛」占 42.4%；「休閒娛樂」占 22.3%。由數據可知，多數前來的遊客之動機還是與家人、朋友同遊；而感受熱鬧的節慶氣氛、休閒娛樂也是遊客參與活動主要動機之一。統計資料詳見表 4-23 所示。

表 4-23 動機分析

選項	次數	百分比	排序
1. 與家人、朋友同遊	1365	65.9	1
2. 知名活動	295	14.2	6
3. 喜歡活動內容	367	17.7	4
4. 放鬆身心	259	12.5	7
5. 節慶氣氛	879	42.4	2
6. 參加市府活動	129	6.2	10
7. 休閒娛樂	467	22.5	3
8. 慕名而來	145	7	9
9. 適合全家	346	16.7	5
10. 表演豐富	173	8.4	8
11. 其他	38	1.8	11

5. 您本次參與新北市歡樂耶誕城活動是專程或是順道？(單選)

此部分主要是要了解遊客本次來參與歡樂耶誕城活動是專程來參與還是順道路過的。統計資料顯示「專程參與」的比例達 85.1%。統計資料詳見表 4-24 所示。

表 4-24 專程參與及順道路過歡樂耶誕城活動

選項	次數	百分比	累積百分比
1. 專程參與	1731	85.1	85.1
2. 順道路過	304	14.9	100
總計	2035	100	

6. 請問您是否曾經瀏覽過新北市歡樂耶誕城活動的網路資訊？(單選)

此部分主要是要了解遊客是否曾經瀏覽歡樂耶誕城活動的網路資訊，統計結果顯示事先曾經瀏覽過官方網站網路資訊的比例為 70.3%；沒有瀏覽過的比例則占 29.7%。統計資料詳見表 4-25 所示。

表 4-25 是否瀏覽官方網站分析

選項	次數	百分比	累積百分比
1. 有	1423	70.3	70.3
2. 沒有	600	29.7	100
總計	2023	100	

7. 您獲得此次活動主要的資訊管道？(多選)

此部分主要是要了解遊客得知歡樂耶誕城訊息之來源。統計結果顯示以「電視廣播」占 44.6% 為最高；其次為「電腦網路」占 27%；及「親友推薦」占 24.5%。

此外，此次活動為了讓遊客在 FB 上打客，並藉 FB 粉絲團宣傳各項活動訊息以達更大的宣傳效果；因此選項中加入了 FB 的選項。統計資料詳見表 4-26 所示。

表 4-26 歡樂耶誕城活動資訊主要來源分析表

選項	次數	百分比	排序
1. 報章雜誌	236	11.4	8
2. 親友推薦	508	24.5	3
3. DM、宣傳單	265	12.8	6
4. 電視廣播	923	44.6	1
5. 電腦網路	559	27	2
6. 戶外看板、旗幟	256	12.4	7
7. 觀光單位宣傳、旅行社	124	6	9
8. 每年都要參加的活動	395	19.1	5
9. 旅展資訊提供	31	1.5	11
10. Line、FB社群貼文	399	19.3	4
11. 其他	35	1.7	10

8. 請問您本身喜歡參與主題性的節慶活動嗎？(單選)

主要是為了解遊客是否喜歡參與市政府舉辦具主題性的節慶活動。結果以「喜歡」57.1%最高。顯示高達 85.5%的受訪遊客表示喜歡參與市政府舉辦之節慶活動。統計資料詳見表 4-27 所示。

表 4-27 是否喜歡參與具主題性的節慶活動

喜歡程度	次數	百分比	累積百分比
非常不喜歡	1	9	0.4
不喜歡	2	20	1.4
普通	3	269	13.1
喜歡	4	1174	57.1
非常喜歡	5	583	28.4
總計	2055	100	

9. 請問您覺得辦理主題性的節慶活動可以提升居民的幸福感嗎？(單選)

本題結果以「有效果」60.8%為最高；而有 22.8%的遊客覺得主題性的節慶活動對提升居民幸福感「極大效果」。統計數據資料詳見表 4-28 所示。

表 4-28 主題性的節慶活動可以提升居民的幸福感

選項	次數	百分比	累積百分比
效果極小	17	0.8	0.8
沒有效果	34	1.7	2.5
普通	286	13.9	16.4
有效果	1248	60.8	77.2
效果極大	469	22.8	100
總計	2054	100	

10. 請問您對本次「2015 新北歡樂耶誕城」，整體滿意度為何？(單選)

此部分主要是要了解遊客在參與 2015 新北市歡樂耶誕城後之整體感受。統計結果以「滿意」59.1%為最高；其次為「非常滿意」，占 24.6%；僅有 1.4%的受訪者認為不滿意。由此可推斷今年歡樂耶誕城活動舉辦的相當成功，符合多數遊客的期待。統計資料詳見表 4-29。

表 4-29 整體滿意度分析表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常不滿意	1	6	0.3	0.3
不滿意	2	23	1.1	1.4
普通	3	300	14.8	16.2
滿意	4	1200	59.1	75.4
非常滿意	5	500	24.6	100
總計		2029	100	

11. 請問您會向他人推薦參與「2016 新北市歡樂耶誕城」嗎？(單選)

此部分主要是要了解遊客在參加 2015 新北歡樂耶誕城後，是否願意向其他親友推薦。統計結果以「願意」56.4%為最高，顯示高達 86.8%的受訪遊客表示樂意將新北市歡樂耶誕城之活動推薦給其他人。由此可推，2015 新北歡樂耶誕城的活動相當受到遊客的肯定。統計資料詳見表 4-30。

表 4-30 願意推薦分析表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常不願意	1	6	0.3	0.3
不願意	2	43	2.1	2.4
普通	3	223	11	13.4
願意	4	1147	56.4	69.8
非常願意	5	614	30.2	100
總計		2033	100	

12. 請問您明年會再次參與「2016 新北市歡樂耶誕城」嗎？(單選)

此部分主要是要了解遊客在參與 2015 歡樂耶誕城後的重遊意願。結果以「非常願意」55.1%最高；「非常不願意」僅占 0.1%。約有 86.6%的受訪遊客表示願意再參加下屆歡樂耶誕城，由此可知遊客對歡樂耶誕城的重遊意願極高。統計數據資料詳見表 4-31 所示。

表 4-31 明年會再次參與意願表

滿意程度		次數	百分比	累積百分比
非常不願意	1	3	0.1	0.1
不願意	2	11	0.5	0.7
普通	3	258	12.7	13.4
願意	4	1118	55.1	68.5
非常願意	5	640	31.5	100
總計		2030	100	

伍、觀光活動經濟效益分析

一、旅遊費用支出

此部分主要瞭解遊客今年 2015 歡樂耶誕城之各項旅遊費用支出。

「交通費用」以「1-250 元」占 61.16%為最多，平均每人支出為「168 元」，實際消費族群約占總數 79%。

「娛樂費用」支出多集中在「1-250 元」，占 34.44%為最多。平均每人支出為「221 元」，實際消費族群約占有總數 56.76%。

「住宿費用」支出多集中在「1-250 元」，占 3.5%為最多，平均每人支出為「443 元」實際消費族群約占有總數 12.82%。

「餐飲費用」支出多集中在「1-250 元」間，占 38.88%。平均每人支出為「246 元」；實際消費族群約占有總數 74.55%。

「購物費用」支出多集中在「1-250 元」間，約 26.07%為最多。平均每人支出為「286 元」，實際消費族群約占有總數 54.43%。

備註—平均費用的計算方式

未花費者未列入計算，算法是利用每一個選項之「價格中位數×次數÷消費有效樣本數」。

支出項目	價格範圍	次數	有效百分比	參考指標	平均費用
1.交通費用	0元(無消費)	410	21.00%	消費族群比例：79% 消費價格眾數：1-250元 有效樣本數：1952 總樣本數：2071	133元/人
	1-250元	1272	65.16%		
	251-500元	166	8.50%		
	501-750元	57	2.92%		
	751-1,000元	23	1.18%		
	1,001-1,250元	7	0.36%		
	1,251元以上	17	0.87%		
2.娛樂費用	0元(無消費)	806	43.24%	消費族群比例：56.76% 消費價格眾數：0元 有效樣本數：1864 總樣本數：2071	125元/人
	1-250元	642	34.44%		
	251-500元	250	13.41%		
	501-750元	86	4.61%		
	751-1,000元	43	2.31%		
	1,001-1,250元	15	0.80%		
	1,251元以上	22	1.18%		
3.住宿費用	0元(無消費)	1571	87.18%	消費族群比例：12.82% 消費價格眾數：0元 有效樣本數：1802 總樣本數：2071	57元/人
	1-250元	63	3.50%		
	251-500元	58	3.22%		
	501-750元	31	1.72%		
	751-1,000元	34	1.89%		
	1,001-1,250元	8	0.44%		
4.餐飲費用	0元(無消費)	483	25.45%	消費族群比例：74.55% 消費價格眾數：1-250元 有效樣本數：1898 總樣本數：2071	194元/人
	1-250元	738	38.88%		
	251-500元	374	19.70%		
	501-750元	159	8.38%		
	751-1,000元	83	4.37%		
	1,001-1,250元	24	1.26%		
5.購物費用	0元(無消費)	853	45.57%	消費族群比例：54.43% 消費價格眾數：0元 有效樣本數：1872 總樣本數：2071	162元/人
	1-250元	488	26.07%		
	251-500元	251	13.41%		
	501-750元	114	6.09%		
	751-1,000元	91	4.86%		
	1,001-1,250元	23	1.23%		
6.消費總額	0元(無消費)	215	12.64%	消費族群比例：87.36% 消費價格眾數：1-250元 有效樣本數：1701 總樣本數：2071	386元/人
	1-250元	424	24.93%		
	251-500元	344	20.22%		
	501-750元	167	9.82%		
	751-1,000元	185	10.88%		
	1,001-1,250元	89	5.23%		
	1,251元以上	277	16.28%		

二、觀光經濟效益分析

(一) 經濟效益評估之最大值

1. 以「平均消費」金額概估觀光經濟效益

以估計 2015 歡樂耶誕城到訪之遊客總數及每人平均消費金額參數，以概估觀光活動經濟所帶來之收入效益。其公式建立及概估經濟效益方式如下：

$$\text{總人數} \times \text{實際消費族群比例} \times \text{每人平均消費金額} \times \text{重複比例} \\ 1/4 = \text{觀光直接經濟效益} \dots\dots\dots \text{公式(1)}$$

$$3,500,000 \times 87.36\% \times 386 \text{ 元/人} \times 1/4 = 295,058,400$$

(二) 經濟效益評估之最小值

1. 以「個別消費」金額概估觀光經濟效益

在「2015 歡樂耶誕城」遊客調查問卷中，本計畫分別調查遊客的交通、娛樂、住宿、餐飲及購物費用等 5 大項旅遊支出項目所構成觀光經濟效益收入。藉此估算「2015 歡樂耶誕城」活動舉辦期間到訪遊客所帶來的間接經濟效益。計算方式是以估計到訪的遊客人數、進出流量、實際消費族群比例及計算每人平均某項消費金額來推估，其公式建立及概估經濟效益如下表：

$$\text{總人數} \times \text{實際消費族群(眾數)比例} \times \text{每人平均(5 大項目費用)} \\ \text{消費金額} \times \text{重複比例} 1/4 = \text{觀光間接經濟益} \dots\dots\dots \text{公式(2)}$$

$$3,500,000 \times 24.93\% \times 386 \text{ 元/人} \times 1/4 = 84,201,075$$

綜合上述兩種估算觀光經濟效益之方法，可概估 2015 歡樂耶誕城民眾實際消費所產生之目的地觀光成數效果之產生。如此，今年 2015 歡樂耶誕城所創造觀光經濟效益約為 8,400 萬。

陸、結論與建議

一、遊客人次調查

自 104 年 11 月 20 日開幕以來，新北耶誕城推出一連串的耶誕系列活動，再加上別出心裁的耶誕燈飾，讓市民廣場週邊營造出溫馨熱鬧的耶誕氛圍。更重要地，今年在國際、創意、時尚全面升級，市府團隊特別與澳洲知名光雕投影公司 TEC 打造「全球唯一 360 度 3D 立體光雕投影耶誕樹」，國際間口耳相傳，吸引歐新社、路透社等國外媒體競相採訪。澳洲更於日前主動向新北市府提議共同舉辦外交酒會，再次肯定與新北的合作經驗。

此外，全球網路訂房 Agoda.com 也點評，自 2011 年至 2014 年耶誕季期間造訪大台北區的人足足增加了將近一倍之多，這個冬季必玩的活動功不可沒！而在全球約有 1300 萬名玩家的知名電玩 Ingress 也首次與台灣縣市政府合作，共同舉辦「Mission Day in New Taipei City」挑戰任務，同時國際知名 app 團隊 Niantic Labs 更將「2015 新北市歡樂耶誕城」化為 Ingress 實境遊戲的場景，讓耶誕城接軌國際。

根據觀光局統計，去年吸引 300 萬人次參與。今年不僅新北市民愛看，外縣市、國外遊客也想來，造訪人次突破 370 萬，新北耶誕城儼然已成為臺灣相當具代表性的國際活動。

二、2015 歡樂耶誕城整體分析結果

綜合以上所有統計及分析結果可以得知，2015 歡樂耶誕城有以下成功之處，說明如下：

(一) 整體遊客滿意度高

根據遊客滿意度分析之結果所示，本次活動在「整體滿意度」、「向他人推薦參加活動之意願」、「再次參與本活動之意願」之分析結果都相當高。上述 3 個項目分別獲得 83.7%、86.8% 及 86.6% 的滿意度與意願。由此可知，遊客對於本次活動的滿意度非常高。民眾不只自己滿意本次活動的舉辦，自己也相當願意向親朋好友推薦本活動，自己也願意重遊。如此優異的成效，必定能在未來活動的舉辦上，吸引更多的民眾與市府一起共襄盛舉！

(二) 活動節慶氛圍濃厚

2015 新北耶誕城為期 45 天的歡慶，包含大大小小的活動。根據問卷調查結果我們得知，本次來參與活動的遊客有 85.5% 認為新北耶誕城「活動會場內的節慶氣氛感受濃厚」。由此可推這一系列的活動舉辦，如：聖誕燈飾、演唱會活動、遊樂設施、歡樂市集……等等，是非常成功的。一系列的活動增添了整體活動的豐富度，一環扣著一

環的活動更是能夠營造溫馨感人的過節氣氛。

(三) 活動話題性十足，資訊流通管道多元

本次活動邀請到澳洲頂尖的立體光雕製作公司打造「全球唯一360度3D立體光雕投影耶誕樹」，也邀請到浩角翔起、羅志翔、Hebe等大牌藝人來舉辦「耶誕演唱會」。這樣的卡司與設計，讓新北耶誕城的活動消息在各個資訊媒體當中傳播。不論是電視、廣播、FB宣傳、看板旗幟，都大大的打響了2015新北耶誕城的知名度。

綜合以上所有統計及分析結果可以得知，2015歡樂耶誕城可以朝以下幾點調整，說明如下：

(一) 鼓勵民眾搭乘大眾運輸工具前往活動會場

根據問卷調查結果我們得知，本次活動使用私人通運輸工具(汽車+機車)前往的民眾約有40%。這樣的結果容易造成本來車流量就大的板橋火車站附近，在假日及平日下班時間湧進更大量的車潮。因此，新北耶誕城往後可以考慮推出一些搭乘大眾運輸工具的優惠給民眾，以鼓勵民眾搭乘大眾運輸工具。例如：活動會場內有許多的攤販及活動設施，新北耶誕城可以考慮採用悠遊卡收費，並給予搭乘大眾運輸工具的民眾9折的優惠。如此一來應能有效的吸引民眾搭乘大眾運輸工具。

(二) 散場垃圾遍地，環境髒亂

每逢假日，新北耶誕城的人潮就會到達巔峰。一連4、5小時的活動，讓活動會場內的部份區域變得非常髒亂。地面上不乏散落一地的飲料杯、食物.....等垃圾，讓遊客對活動的觀感不佳。雖然已在特定地點提供垃圾桶，可能因為垃圾桶分布不均、數量不足，使得場地的清潔度仍然不甚理想。新北耶誕城可以考慮設置大型垃圾桶，並增加清理垃圾的次數，以維護整體環境。