

2019 新北市歡樂耶誕城 活動效益分析

問卷調查與經濟效益分析調查報告書

新北市政府觀光旅遊局

中華民國 109 年 2 月

「2019 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.....	1
貳、計畫動機與目的.....	2
參、計畫調查內容說明.....	3
一、遊客人次估算.....	3
二、遊客問卷調查.....	3
肆、問卷調查結果分析.....	4
一、問卷回收狀況說明.....	4
二、受訪者基本資料.....	5
三、遊客滿意度分析.....	11
四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析.....	21
伍、交叉分析.....	34
(一)、回流客比例交叉分析.....	34
(二)、獲得活動資訊管道交叉分析.....	35
(三)、最喜歡活動項目交叉分析.....	35
(四)、總消費金額交叉分析.....	36
陸、觀光活動經濟效益分析.....	37
(一)、旅遊費用支出.....	37
(二) 觀光經濟效益分析.....	39
柒、結論與建議.....	40

壹、歡樂耶誕城活動背景

「2019 新北市歡樂耶誕城活動從 108 年 11 月 15 日到 109 年 1 月 1 日連續 48 天系列活動。108 年以全球唯一雙塔一樹、投影面積創歷年最大，及歷年最多唯美天橋燈飾，加上多元精彩的系列活動，人潮再次刷新紀錄，突破新高創下 618 萬人次。108 年更首獲擁有 150 萬社群用戶、會員遍及 180 國的國際知名旅遊網站 Big 7 Travel 推薦「全球最佳 50 大耶誕市集(The 50 Best Christmas Markets In The World)」之一，成為全台唯一、亞洲唯四入選的耶誕市集！同時也獲得國外旅遊媒體 TripZilla 推薦「十大魔幻耶誕市集(10 Most Magical Christmas Markets)」亞洲地區中有上榜的耶誕市集。另外，新北市歡樂耶誕城在知名 OTA 如 KLOOK、AGODA 推薦的亞洲耶誕市集中，皆雙雙上榜，吸引眾多海內外遊客慕名而來，「越竹航空」河內首航踩線團更特別指定要造訪新北市歡樂耶誕城！網路佳評如潮，網友熱議 5 大國際聖誕節活動 NO.1。

「2019 新北市歡樂耶誕城」開城後，網路討論熱度隨著每周精彩活動，不斷升溫，社群平台上隨處可見網友的討論分享，新北市歡樂耶誕城相關影音貼文，成功吸引國內外遊客關注！Youtube 平台上，僅 12 月 14 日、12 月 15 日巨星耶誕演唱會點閱率，兩日合計超過 153 萬人次，電視加上網路轉播逾 290 萬人次收看。DailyView 網路溫度計透過《KEYPO 大數據關鍵引擎》統計，新北市歡樂城更成為網友熱議的 5 大國際聖誕節活動第一名，榮登新北人最期待的大事第一名！

除了網路點閱佳評不斷外，現場裝置物也是超吸睛，尤以市民廣場(桑塔熊的魔法小鎮)的主燈秀、「甜蜜咖啡杯」及「薰衣草木馬」遊樂設施、站前廣場(新北魔法森林)的大型互動藝術裝置及美的爆表的各天橋燈飾光廊，更是人潮不斷必訪景點！而 108 年熱門打卡天橋也是歷年來最多達 8 座唯美光廊，成功旋風式的在 IG 上掀起打卡風潮，更讓「新北市歡樂耶誕城」成為耶誕熱蒐打卡標籤！

新北市歡樂耶誕城已成功吸引國內外旅客到訪，假日鄰近飯店業者住房率更爆滿，鄰近市府廣場周邊的飯店業者表示，12 月平均住房率已達 6 成，新北市歡樂耶誕城活動期間的住房率平均 8 成以上，成長超過 2 成，假日更接近滿房。周邊商圈業者也透露，活動期間整體業績成長約 2 成，尤其是演唱會活動假日業績更是平常 2~3 倍以上。

貳、計畫動機與目的

為期 48 天的「2019 新北市歡樂耶誕城」，憑藉著創新與跨界合作，吸引許多海內外遊客參與，也獲得眾多外媒高度關注並拿下國內耶誕活動網路聲量第一名，締造傲人紀錄，其中 12 月 14 日、12 月 15 日的「巨星耶誕演唱會」活動，邀請到鄧紫棋、蕭敬騰擔任兩日壓軸卡司，首日就湧入 20 萬人。108 年也以璀璨燈飾搭配藝術設計，加上多元精彩的系列活動，吸引踴躍人潮，成功打造在 IG 上掀起風潮的拍照裝置，DailyView 網路溫度計透過《KEYPO 大數據關鍵引擎》統計，新北市歡樂耶誕城更成為網友熱議的 5 大國際耶誕節活動第一名。108 年活動海外媒體爭相報導，吸引海內外 618 萬人次朝聖。新北市歡樂耶誕城相關的新聞，更在海外獲得千萬人次點閱瀏覽。

為調查「2019 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估分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市歡樂耶誕城活動的場地布置、交通安排……等，提供給市府作為研擬未來新北市歡樂耶誕城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

2019 新北市歡樂耶誕城 108 年 11 月 15 日的耶誕開城秀揭開序幕，至 1 月 1 日刻下句點，48 天的精彩活動，累計達到 618 萬人次，創下歷年記錄。以歷年承辦經驗的傳承與各相關團隊的努力，使更多人感染到新北市歡樂耶誕城的歡樂氣氛，更使參訪此次活動遊客人次有增無減，且呈現穩定的成長。108 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，延伸到縣民大道、站前路、新站路以及中山路、文化路、民權路等各個交叉口。整體 2019 新北市歡樂耶誕城區域配置圖，如圖 3-1 所示。



圖 3 - 1 2019 新北市歡樂耶誕城配置圖

二、遊客問卷調查

本次效益評估分析包含五大部分：第一、遊客基本資料分析；第二、本次活動滿意度調查；第三、參與本次活動的遊客行為敘述；第四、遊客的基本資料與其他重要題項的交叉分析；第五、估算本次活動帶來的經濟效益。分析架構如圖 3-2 所示：

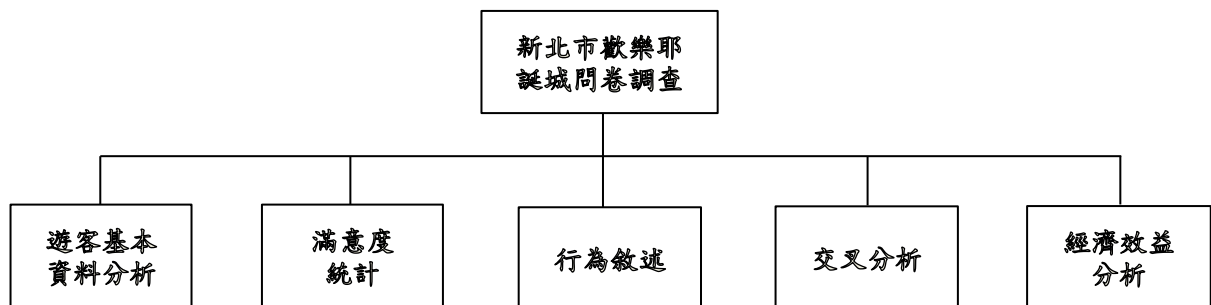


圖 3-2 分析流程圖

(一)、調查對象

以現場參與新北市歡樂耶誕城活動的遊客為對象。為落實調查的信度與效度，本研究調查樣本的分配原則主要依據「到訪時間」及「到訪地區」等兩大原則分配。

(二)、調查方式

以新北市歡樂耶誕城現場各分區為主要調查地點，採「分層抽樣」方式進行調查，問卷調查以人員面對面實地調查為主，安排 12 位問卷工作訪員，分成 6 組，可協助遊客處理填寫問卷時發生的狀況。

(三)、調查期間

自 108 年 11 月 15 日起，至 109 年 1 月 1 日，於「2019 新北市歡樂耶誕城」活動期間發放問卷。

(四)、樣本數估計

本次調查共發放 2,503 份問卷，扣除無效問卷 483 份，實際回收有效問卷為 2,020 份。

肆、問卷調查結果分析

一、問卷回收狀況說明

2019 新北市歡樂耶誕城遊客問卷調查回收統計如表 4-1 所示。共發放 2,503 份問卷，扣除無效問卷 483 份，共計回收 2,020 份有效問卷；有效問卷回收率為 80.7%，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 4-1 2019 新北市歡樂耶誕城問卷回收樣本表

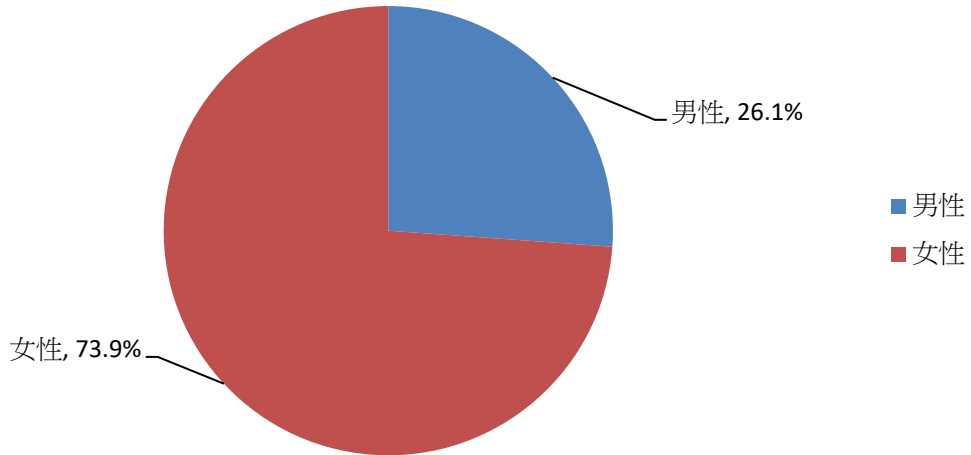
發放樣本數	2,503
回收有效樣本數	2,020
有效率	80.7%

二、受訪者基本資料

(一)、受訪者性別分析

受訪遊客中，男性佔 26.1%，女性為 73.9%。如圖 4-1。

圖 4-1 受訪者性別比例

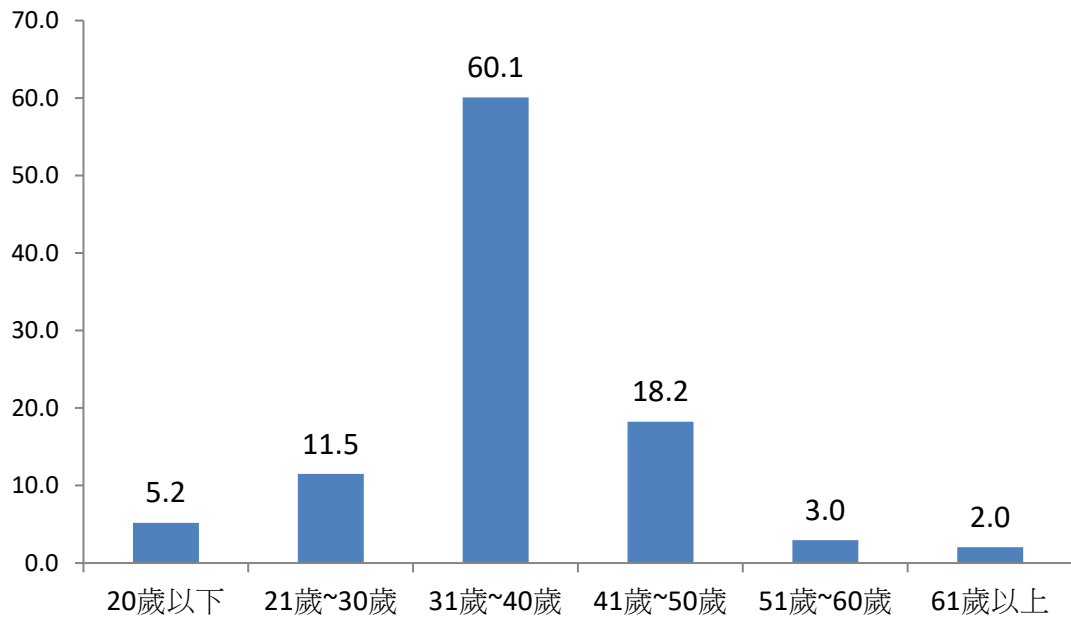


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(二)、受訪者年齡分析

受訪遊客以 31-40 歲的比例最高，佔 60.1%，其次為 41-50 歲，為 18.2%，21-30 歲的比例則為 11.5%，其餘年齡層比例則均在一成以下，如圖 4-2 所示。

圖 4-2 受訪者年齡比例

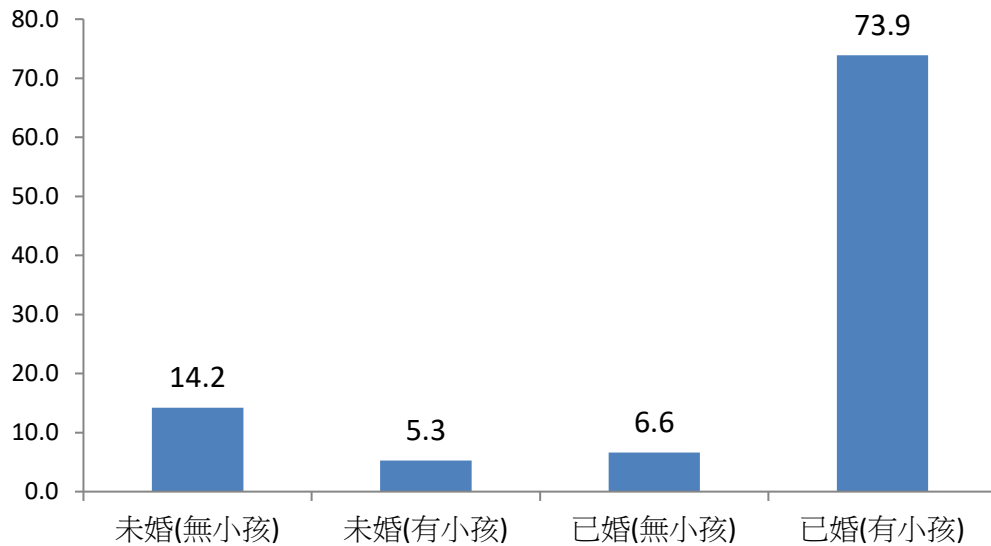


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(三)、受訪者婚姻狀況分析

受訪遊客中有七成以上（73.9%）為已婚且有小孩者，14.2%為未婚無小孩，如圖 4-3 所示。

圖 4-3 受訪者婚姻狀況

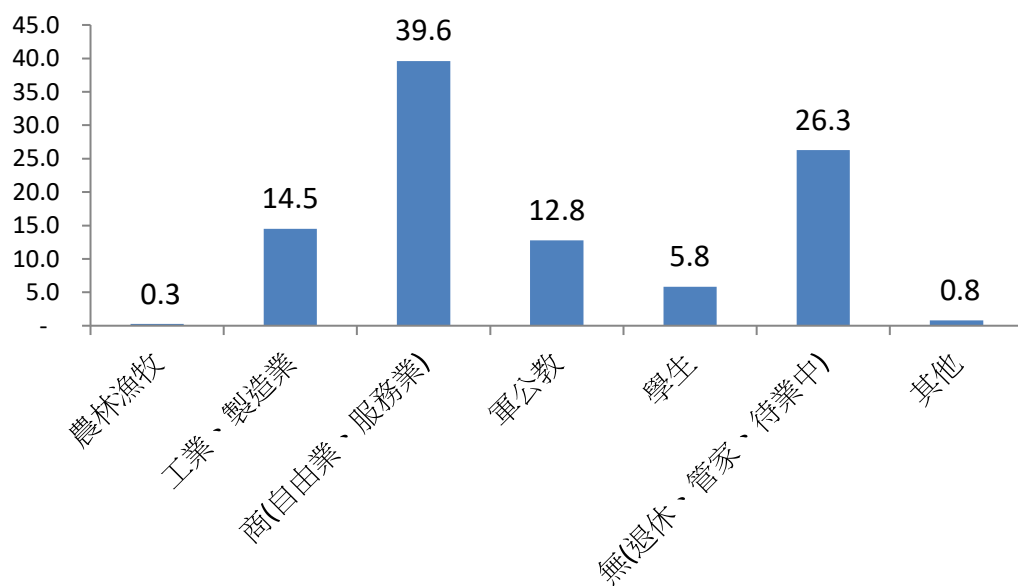


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(四)、受訪者職業分析

受訪遊客職業以商業（包含自由業、服務業等）比例最高，為 39.6%，其次為無業（含退休、家管、待業等），佔 26.3%，另外有 14.5%為工業、製造業，12.8%為軍公教，學生的比例則為 5.8%，如圖 4-4 所示。

圖 4-4 受訪者職業比例

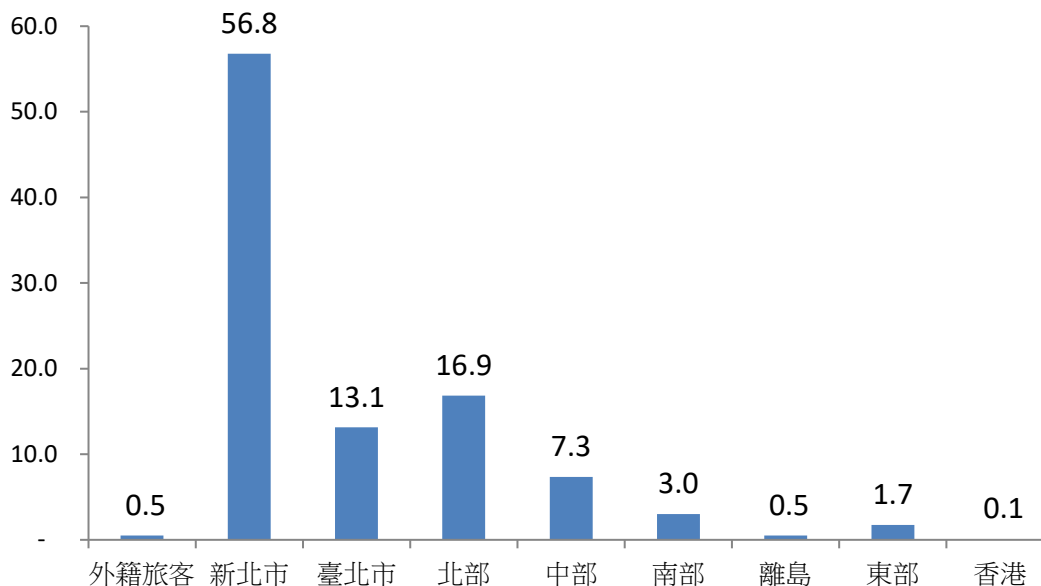


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(五)、受訪者居住地分析

受訪遊客居住地為新北市的比例最高，佔 56.8%，其次為居住在包含基隆市/桃園市/新竹縣/新竹市等北部縣市民眾，比例為 16.9%，而居住在台北市的比例為 13.1%，如圖 4-5 所示。

圖 4-5 受訪者居住地比例

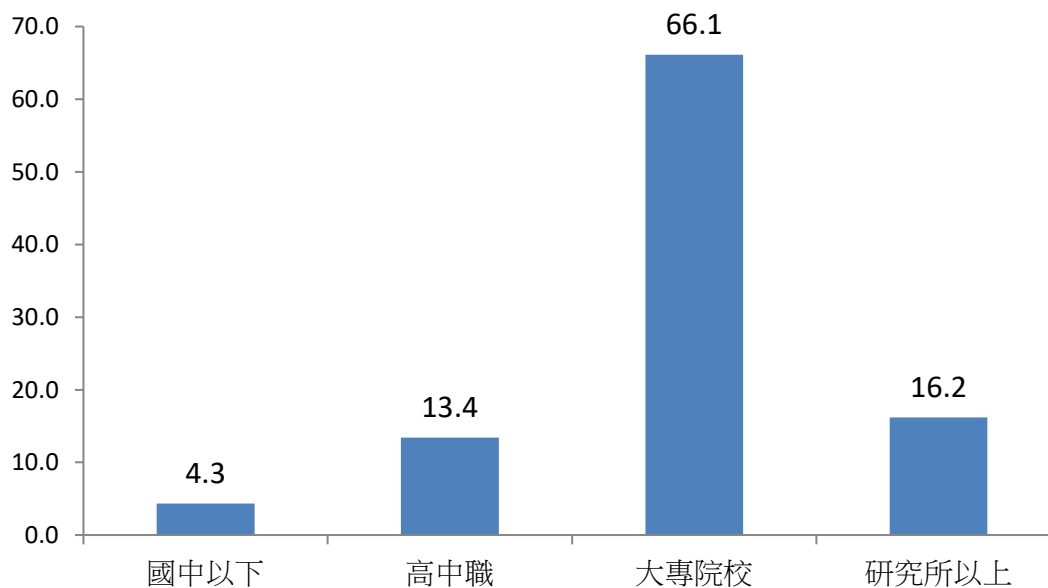


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(六)、受訪者教育程度分析

受訪遊客教育程度以大專院校比例最高，達 66.1%，其次為研究所以上 (16.2%)，如圖 4-6 所示。

圖 4-6 受訪者教育程度比例

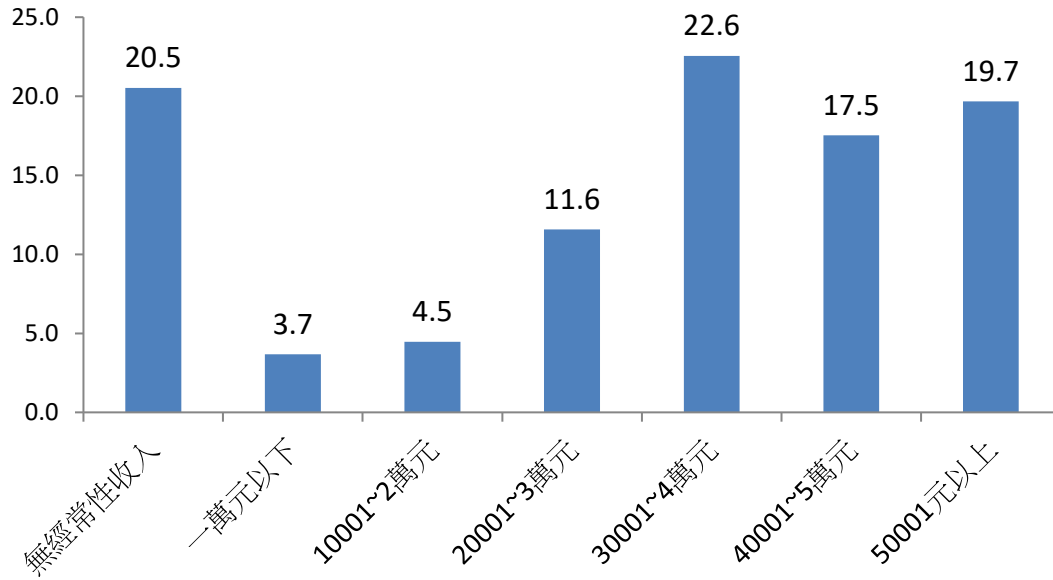


註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

(七)、受訪者個人月收入分析

受訪遊客的個人月收入以 3 至 4 萬元的比例最高，為 22.6%，其次為無經常性收入者，比例為 20.5%，如圖 4-7 所示。

圖 4-7 受訪者個人收入比例



註：百分比計算不含未回答；圖中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

表 4-2 受訪者基本資料分析表

		樣本數	百分比
全體			
性別	男性	528	26.1
	女性	1492	73.9
年齡	20 歲以下	105	5.2
	21 歲~30 歲	232	11.5
	31 歲~40 歲	1213	60.1
	41 歲~50 歲	368	18.2
	51 歲~60 歲	60	3.0
	61 歲以上	41	2.0
婚姻狀況	未婚(無小孩)	286	14.2
	未婚(有小孩)	106	5.3
	已婚(無小孩)	133	6.6
	已婚(有小孩)	1486	73.9
職業	農林漁牧	5	0.3
	工業、製造業	279	14.5
	商(自由業、服務業)	763	39.6
	軍公教	246	12.8
	學生	112	5.8
	無(退休、管家、待業中)	506	26.3
	其他	15	0.8
居住地	外籍旅客	10	0.5
	新北市	1145	56.8
	臺北市	265	13.1
	北部(基隆市/桃園市/新竹縣/新竹市)	340	16.9
	中部(苗栗縣/台中市/彰化縣/南投縣/雲林縣)	148	7.3
	南部(嘉義縣/嘉義市/台南市/高雄市/屏東縣)	61	3.0
	離島(澎湖/綠島/金門/馬祖/蘭嶼)	10	0.5
	東部(宜蘭縣/花蓮縣/台東縣)	35	1.7
	香港	2	0.1
教育程度	國中(含以下)	87	4.3
	高中職	270	13.4
	大專院校	1332	66.1
	研究所(含以上)	326	16.2
個人月收入	無經常性收入	413	20.5
	10000 元以下	74	3.7
	10001~20000 元	90	4.5
	20001~30000 元	233	11.6
	30001~40000 元	454	22.6
	40001~50000 元	353	17.5

Base：2,020 位受訪遊客；本表不含未回答

三、遊客滿意度分析

1. 『前往活動會場的道路標誌指示清楚』的滿意程度

調查結果顯示，對『前往活動會場的道路標誌指示清楚』表示滿意的比例為 84.5%（非常滿意 29.6%，滿意 55%），不滿意的比例為 1.7%（不滿意 1.5%，非常不滿意 0.2%），另外 13.8%表示普通。

表 4-3：『前往活動會場的道路標誌指示清楚』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	596	29.6	} 84.5%
滿意	1108	55.0	
普通	278	13.8	
不滿意	30	1.5	} 1.7%
非常不滿意	4	0.2	

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

2. 『前往活動會場的道路交通順暢』的滿意程度

受訪遊客對『前往活動會場的道路交通順暢』表示滿意的比例為 79.7%（非常滿意 28%，滿意 51.7%），不滿意的比例為 2.8%（不滿意 2.5%，非常不滿意 0.3%），另外 17.5%表示普通。

表 4-4：『前往活動會場的道路交通順暢』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	566	28.0	} 79.7%
滿意	1043	51.7	
普通	353	17.5	
不滿意	51	2.5	} 2.8%
非常不滿意	6	0.3	

Base：2,019 位受訪遊客；本表不含未回答

3. 『活動現場的工作人員服務態度良好』的滿意程度
 受訪遊客滿意『活動現場的工作人員服務態度良好』的比例為 93.1%
 (非常滿意 40.6%，滿意 52.5%)，有 0.3% 表示不滿意，另外 6.5% 表示普通。

表 4-5：『活動現場的工作人員服務態度良好』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	821	40.6	} 93.1%
滿意	1060	52.5	
普通	132	6.5	
不滿意	7	0.3	

Base：2,020 位受訪遊客；本表不含未回答

4. 『活動現場的秩序管理良好』的滿意程度
 受訪遊客對『活動現場的秩序管理良好』感到滿意的比例為 90.8% (非常滿意 35.1%，滿意 55.7%)，有 0.4% 表示不滿意 (不滿意 0.3%，非常不滿意 0.05%)，表示普通的比例則為 8.8%。

表 4-6：『活動現場的秩序管理良好』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	707	35.1	} 90.8%
滿意	1121	55.7	
普通	178	8.8	
不滿意	7	0.3	} 0.4%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,014 位受訪遊客；本表不含未回答

5. 『活動會場內的節慶氣氛濃厚』的滿意程度

對於『活動會場內的節慶氣氛濃厚』，九成以上（93.6%）受訪者感到滿意（非常滿意 42.5%，滿意 51.2%），只有 0.15% 表示不滿意（不滿意 0.1%，非常不滿意 0.05%），另外 6.2% 表示普通。

表 4-7：『活動會場內的節慶氣氛濃厚』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	855	42.5	} 93.6%
滿意	1030	51.2	
普通	125	6.2	
不滿意	2	0.1	} 0.15%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,013 位受訪遊客；本表不含未回答

6. 『活動場地內各主題會場皆有特色』的滿意程度

對於『活動場地內各主題會場皆有特色』，受訪者感到滿意的比例為 91.4%（非常滿意 38.1%，滿意 53.3%），只有 0.3% 表示不滿意（不滿意 0.2%，非常不滿意 0.05%），另外，表示普通的比例為 8.3%。

表 4-8：『活動場地內各主題會場皆有特色』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	768	38.1	} 91.4%
滿意	1075	53.3	
普通	168	8.3	
不滿意	5	0.2	} 0.3%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,017 位受訪遊客；本表不含未回答

7. 『活動場地內整體環境整潔乾淨』的滿意程度

受訪參觀者對於『活動場地內整體環境整潔乾淨』的滿意度方面，表示滿意的比例為 89.2%（非常滿意 33.7%，滿意 55.5%），表示不滿意的比例僅為 0.7%（不滿意 0.6%，非常不滿意 0.05%），另外有 10.1%表示普通。

表 4-9：『活動場地內整體環境整潔乾淨』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	681	33.7	} 89.2%
滿意	1120	55.5	
普通	203	10.1	
不滿意	13	0.6	} 0.7%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,018 位受訪遊客；本表不含未回答

8. 『活動場地內垃圾桶地點數量設置良好』的滿意程度

針對『活動場地內垃圾桶地點數量設置良好』方面，有 82.8%感到滿意（非常滿意 31%，滿意 51.9%），表示不滿意的比例為 0.84%（不滿意 0.8%，非常不滿意 0.05%），表示普通的比例則為 16.3%。

表 4-10：『活動場地內垃圾桶地點數量設置良好』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	624	31.0	} 82.8%
滿意	1046	51.9	
普通	329	16.3	
不滿意	16	0.8	} 0.84%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

9. 『活動場地內廁所位置數量整潔衛生』的滿意程度

關於『活動場地內廁所位置數量整潔衛生』，表示滿意的比例有 78.1%（非常滿意 27.6%，滿意 50.4%），1.8%表示不滿意（不滿意 1.5%，非常不滿意 0.2%），另外有 20.1%表示普通。

表 4-11：『活動場地內廁所位置數量整潔衛生』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	557	27.6	} 78.1%
滿意	1017	50.4	
普通	406	20.1	
不滿意	31	1.5	} 1.8%
非常不滿意	5	0.2	

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

10. 『活動會場內設立的攤位整體服務品質良好』的滿意程度

而對於『活動會場內設立的攤位整體服務品質良好』方面，有 88.1%受訪者表示滿意（非常滿意 30.3%，滿意 57.8%），僅 0.4%表示不滿意，表示普通的比例則為 11.5%。

表 4-12：『活動會場內設立的攤位整體服務品質良好』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	611	30.3	} 88.1%
滿意	1164	57.8	
普通	231	11.5	
不滿意	9	0.4	

Base：2,015 位受訪遊客；本表不含未回答

11. 『主舞台的表演內容豐富有吸引力』的滿意程度

受訪者對於『主舞台的表演內容豐富有吸引力』方面，有 88.1%表示滿意（非常滿意 31.2%，滿意 56.9%），只有 0.35%表示不滿意（不滿意 0.3%，非常不滿意 0.05%），另外有 11.5%表示普通。

表 4-13：『主舞台的表演內容豐富有吸引力』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	629	31.2	} 88.1%
滿意	1147	56.9	
普通	232	11.5	
不滿意	6	0.3	} 0.35%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,015 位受訪遊客；本表不含未回答

12. 『活動內容讓我有互動體驗』的滿意程度

關於『活動內容讓我有互動體驗』方面，有 84.3%受訪者對此感到滿意（非常滿意 28.9%，滿意 55.4%），有 0.4%表示不滿意，表示普通的比例為 15.3%。

表 4-14：『活動內容讓我有互動體驗』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	582	28.9	} 84.3%
滿意	1117	55.4	
普通	308	15.3	
不滿意	9	0.4	

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

13. 『活動本身內容多樣化』的滿意程度

針對『活動本身內容多樣化』的滿意度方面，感到滿意的受訪者比例為88.1%（非常滿意32.4%，滿意55.8%），0.4%表示不滿意，而另外有11.4%表示普通。

表 4-15：『活動本身內容多樣化』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	652	32.4	} 88.1%
滿意	1123	55.8	
普通	230	11.4	
不滿意	9	0.4	

Base：2,014 位受訪遊客；本表不含未回答

14. 『活動宣傳管道的多元性』的滿意程度

而在『活動宣傳管道的多元性』方面，有86.5%受訪者表示感到滿意（非常滿意32.4%，滿意54.2%），只有0.2%受訪者表示不滿意，而感覺普通的比例則為13.2%。

表 4-16：『活動宣傳管道的多元性』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	651	32.4	} 86.5%
滿意	1090	54.2	
普通	266	13.2	
不滿意	5	0.2	

Base：2,012 位受訪遊客；本表不含未回答

15. 『活動宣傳內容的豐富性』的滿意程度

對於『活動宣傳內容的豐富性』的滿意度，表示滿意的比例為 86.1%（非常滿意 31.3%，滿意 54.8%），0.3%感到不滿意，另外有 13.6%表示普通。

表 4-17：『活動宣傳內容的豐富性』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	632	31.3	} 86.1%
滿意	1104	54.8	
普通	274	13.6	
不滿意	6	0.3	

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

16. 『活動期間宣傳的持續性』的滿意程度

而針對『活動期間宣傳的持續性』方面，有 87.2%受訪者表示滿意（非常滿意 33.1%，滿意 54.1%），0.3%表示不滿意，表示普通的比例則為 12.4%。

表 4-18：『活動期間宣傳的持續性』滿意度

	人數	全體 (%)	
非常滿意	666	33.1	} 87.2%
滿意	1088	54.1	
普通	250	12.4	
不滿意	7	0.3	

Base：2,011 位受訪遊客；本表不含未回答

17. 滿意度分析比較表

表 4-19 為以上各項滿意度之彙整，並分別依各項目之滿意度及平均分數排序。平均分數以非常滿意為 5 分，非常不滿意為 1 分為計算方式。結果顯示，平均分數最高的項目為『活動會場內的節慶氣氛濃厚』，為 4.36 分，其次為『活動現場的工作人員服務態度良好』，平均分數 4.33 分，排名第三的是『活動場地內各主題會場皆有特色』，為 4.29 分。顯示，遊客對活動會場內容及氛圍最為滿意。

而平均分數最低的項目則為『活動場地內廁所位置數量整潔衛生』，僅 4.04 分，其次為『前往活動會場的道路交通順暢』的 4.05 分，倒數第三名則是『前往活動會場的道路標誌指示清楚』，為 4.12 分，顯示，前往會場的交通及標示是遊客較不滿意之處。

表 4-19 滿意度分析比較表

調查項目	滿意程度 (%)	平均分數	滿意度排序	平均分數排序
前往活動會場的道路標誌指示清楚	84.5	4.12	12	14
前往活動會場的道路交通順暢	79.7	4.05	15	15
活動現場的工作人員服務態度良好	93.1	4.33	2	2
活動現場的秩序管理良好	90.8	4.25	4	4
活動會場內的節慶氣氛濃厚	93.6	4.36	1	1
活動場地內各主題會場皆有特色	91.4	4.29	3	3
活動場地內整體環境整潔乾淨	89.2	4.22	5	5
活動場地內垃圾桶地點數量設置良好	82.8	4.13	14	13
活動場地內廁所位置數量整潔衛生	78.1	4.04	16	16
活動會場內設立的攤位整體服務品質良好	88.1	4.18	6	10
主舞台的表演內容豐富有吸引力	88.1	4.19	6	8
活動內容讓我有互動體驗	84.3	4.13	13	12
活動本身內容多樣化	88.1	4.20	6	6
活動宣傳管道的多元性	86.5	4.19	10	9
活動宣傳內容的豐富性	86.1	4.17	11	11
活動期間宣傳的持續性	87.2	4.20	9	7

四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析

1. 除了本次，請問您是否曾參加「新北市歡樂耶誕城」的活動？
調查結果顯示，有 17.7% 受訪遊客首次參與「新北市歡樂耶誕城」活動，回流遊客的比例達 82.3%，其中來過 3 次以上的遊客比例達 50.4%，如表 4-20 所示。

表 4-20：重遊新北市歡樂耶誕城分析表

	人數	全體 (%)
沒有	358	17.7
來過 1 次	284	14.1
來過 2 次	360	17.8
來過 3 次以上	1018	50.4

Base：2,020 位受訪遊客；本表不含未回答

2. 您參加此次活動主要的同行成員？
調查顯示，有 82.3% 受訪遊客是跟家人親戚一同參加「新北市歡樂耶誕城」活動，是跟朋友、同學、同事同行的比例為 14.6%，如表 4-21 所示。

表 4-21：同行對象分析表

	人數	全體 (%)
家人親戚	1660	82.3
朋友、同學、同事	295	14.6
單獨前來	43	2.1
旅遊團體	10	0.5
其他	8	0.4

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

3. 您參加此次活動所使用的交通工具？（複選）

民眾前往參與新北市歡樂耶誕城所使用的交通工具以捷運為主，比例為33.6%，其次為自用汽車，佔27.2%，再其次為機車（15.9%）及公民營客運/公車（15.7%），另外有10.5%是步行前往，10.2%是搭乘火車，如表4-22所示。

表 4-22：交通工具分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)
捷運	670	33.6
自用汽車	542	27.2
機車	318	15.9
公民營客運(含公車)	313	15.7
步行	210	10.5
火車	203	10.2
高鐵	79	4.0
腳踏車	23	1.2
飛機	3	0.2
遊覽車	2	0.1

Base：1,996 位受訪遊客；本表不含未回答

4. 您參與此次活動的主要動機？（複選）

在參與動機方面，八成（80.3%）參與新北市歡樂耶誕城活動的受訪民眾是與家人、朋友同遊，46%表示是想要感受熱鬧的節慶氣氛，29.1%認為活動適合闔家參與，如表 4-23 所示。

表 4-23：動機分析表

	人數	全體 (%)
與家人、朋友同遊	1618	80.3
感受熱鬧的節慶氣氛	927	46.0
活動適合闔家參與	587	29.1
休閒娛樂	385	19.1
知名且具代表性的活動	297	14.7
喜歡活動內容	271	13.4
放鬆身心	170	8.4
現場表演豐富有趣	143	7.1
市府辦活動都參加	101	5.0
慕名而來	80	4.0
工作	4	0.2
住附近/路過	2	0.1

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

5. 您本次參與「2019 新北市歡樂耶誕城」活動是專程或是順道？
前來參觀新北市歡樂耶誕城的受訪遊客中，有近九成（89.5%）表示是專程前來參與的，10.5%表示是順道路過，如表 4-24 所示。

表 4-24：專程或路過新北市歡樂耶誕城分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)
專程參與	1803	89.5
順道路過	212	10.5

Base：2,015 位受訪遊客；本表不含未回答

6. 您今年是否會再次參訪「2019 新北市歡樂耶誕城」？
對於遊客是否會再次造訪新北市歡樂耶誕城，調查結果顯示，88.7%遊客表示會，不會的比例為 11.3%，如表 4-25 所示。

表 4-25：是否會再次參訪新北市歡樂耶誕城分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)
會	1788	88.7
不會	228	11.3

Base：2,016 位受訪遊客；本表不含未回答

7. 您是否曾瀏覽「2019 新北市歡樂耶誕城」的網路資訊？
 調查顯示，72.1%遊客表示曾經瀏覽過「2019 新北市歡樂耶誕城」的網路資訊，沒有的比例為 27.9%，如表 4-26 所示。

表 4-26：是否瀏覽新北市歡樂耶誕城網路資訊分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)
有	1452	72.1
沒有	561	27.9

Base：2,013 位受訪遊客；本表不含未回答

8. 您是否曾瀏覽「2019 新北市歡樂耶誕城」的桑塔熊直播？
 關於「2019 新北市歡樂耶誕城」的桑塔熊直播，有瀏覽過的訪客比例為 28%，沒有瀏覽過的比例為 72%，如表 4-27 所示。

表 4-27：是否瀏覽新北市歡樂耶誕城桑塔熊分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)
有	563	28.0
沒有	1448	72.0

Base：2,011 位受訪遊客；本表不含未回答

9. 您獲得此次活動主要的資訊管道？（複選）

遊客對於此次新北市歡樂耶誕城活動的資訊來源，主要是電視、廣播（33.8%），同時有 32.6%表示這是每年都要參加的例行活動，28%是透過電腦網路，23.7%是親友推薦，另外 23.7%是透過 FB、Line 等社群網站貼文，如表 4-28 所示。

表 4-28：活動資訊主要來源分析表

	人數	全體 (%)
電視、廣播	677	33.8
每年都要參加例行活動	654	32.6
電腦網路	562	28.0
親友推薦	475	23.7
FB、Line 等社群網站貼文	475	23.7
戶外(路上)活動看板旗幟	193	9.6
報章雜誌	188	9.4
DM、宣傳單	118	5.9
觀光單位宣傳、旅行社	77	3.8
旅展資訊提供	21	1.0
其他	13	0.6

Base：2,004 位受訪遊客；本表不含未回答

10. 您最喜歡「2019 新北市歡樂耶誕城」哪些項目？(複選)

關於此次新北市歡樂耶誕城的各項活動項目中，最受遊客喜愛的為「遊樂設施」，有 64.8%遊客表示喜歡，其次為「3D 光雕雷射投影」，受到 38.6%遊客的喜愛，「童趣嘉年華活動」(32%)、「大型燈飾裝置」(31%)及「路樹燈海」(29.9%)也分別有三成左右的遊客表示喜歡，如表 4-29 所示。

表 4-29：最喜歡的「2019 新北市歡樂耶誕城」項目分析

表

	人數	全體 (%)
遊樂設施	1302	64.8
3D 光雕雷射投影	776	38.6
童趣嘉年華活動	644	32.0
大型燈飾裝置	624	31.0
路樹燈海	600	29.9
巨星耶誕演唱會	351	17.5
貨櫃市集	312	15.5
天橋燈飾	278	13.8

Base：2,010 位受訪遊客；本表不含未回答

11. 您本身喜歡參與主題性的節慶活動嗎？

關於民眾參與主題性的節慶活動的喜好程度，調查顯示，表示喜歡的比例為 90.7%（非常喜歡 33.6%，喜歡 57%），0.4%表示不喜歡（0.3%不喜歡，0.05%非常不喜歡），另外有 8.9%表示普通，如表 4-30 所示。

表 4-30：是否喜歡參與主題節慶活動分析表

	人數	全體 (%)	
非常喜歡	679	33.6	} 90.7%
喜歡	1151	57.0	
普通	180	8.9	
不喜歡	7	0.3	} 0.4%
非常不喜歡	1	0.05	

Base：2,018 位受訪遊客；本表不含未回答

12. 您覺得辦理主題性的節慶活動可以提升居民的幸福感嗎？

對於辦理主題性的節慶活動是否可以提升居民的幸福感的看法，結果顯示，認為有效果的比例為 90.9%（效果極大 27%，有效果 64%），0.3%認為效果極小，認為沒有效果的比例為 0.5，8.2%表示普通，如表 4-31 所示。

表 4-31：主題節慶活動是否可提升居民幸福感分析表

	人數	全體 (%)	
效果極大	545	27.0	} 90.9%
有效果	1292	64.0	
普通	166	8.2	
效果極小	6	0.3	} 0.8%
沒有效果	11	0.5	

Base：2,020 位受訪遊客；本表不含未回答

13. 請問您對本次「2019 新北市歡樂耶誕城」，整體滿意度為何？
 遊客對於 2019 新北市歡樂耶誕城的整體滿意度方面，有九成以上（92.1%）表示滿意（非常滿意 28.7%，滿意 63.5%），只有 0.3% 表示不滿意（不滿意 0.2%，非常不滿意 0.1%），另外有 7.6% 表示普通，如表 4-32 所示。

表 4-32：整體滿意度分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)	
非常滿意	577	28.7	} 92.1%
滿意	1277	63.5	
普通	152	7.6	
不滿意	4	0.2	} 0.3%
非常不滿意	2	0.1	

Base：2,012 位受訪遊客；本表不含未回答

14. 請問您對本次「2019 新北市歡樂耶誕城」3D 光雕雷射主燈秀滿意度為何？
 關於 3D 光雕雷射主燈秀，有 88.1% 受訪遊客表示滿意（27.5% 非常滿意，60.6% 滿意），感到不滿意的比例僅有 0.2%（不滿意 0.1%，非常不滿意 0.05%），另外 11.7% 表示普通，如表 4-33 所示。

表 4-33：3D 光雕雷射主燈秀滿意度分析表

	<u>人數</u>	<u>全體</u> (%)	
非常滿意	554	27.5	} 88.1%
滿意	1220	60.6	
普通	236	11.7	
不滿意	3	0.1	} 0.2%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,014 位受訪遊客；本表不含未回答

15. 請問您對本次「2019 新北市歡樂耶誕城」燈飾滿意度為何？
 對於本次新北市歡樂耶誕城的燈飾布置，遊客感到滿意的比例為 92.1
 (31.2%非常滿意，60.9%滿意)，0.3%表示不滿意，另外 7.6%表示普
 通，如表 4-34 所示。

表 4-34：燈飾滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	628	31.2	} 92.1%
滿意	1227	60.9	
普通	153	7.6	
不滿意	6	0.3	

Base：2,014 位受訪遊客；本表不含未回答

16. 請問您對本次「2019 新北市歡樂耶誕城」貨櫃市集滿意度為何？
 而在新北市歡樂耶誕城的貨櫃市集方面，79.4%遊客表示滿意（非常滿
 意 21.1%，滿意 58.3%），僅 0.5%表示不滿意（不滿意 0.4%，非常不滿
 意 0.05%），表示普通的比例則為 20.1%，如表 4-35 所示。

表 4-35：貨櫃市集滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	425	21.1	} 79.4%
滿意	1175	58.3	
普通	405	20.1	
不滿意	9	0.4	} 0.5%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,015 位受訪遊客；本表不含未回答

17. 請問您對本次「2019 新北市歡樂耶誕城」多個光影裝置滿意度為何？對於新北市歡樂耶誕城的多個光彩裝置，有 88.6%遊客感到滿意（26.2%非常滿意，62.4%滿意），表示不滿意的比例僅有 0.25%（不滿意 0.2%，非常不滿意 0.05%），另外有 11.2%遊客表示普通，如表 4-35 所示。

表 4-35：多個光影裝置滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	527	26.2	} 88.6%
滿意	1255	62.4	
普通	225	11.2	
不滿意	4	0.2	} 0.25%
非常不滿意	1	0.05	

Base：2,012 位受訪遊客；本表不含未回答

18. 請問您對本次「2019 新北市歡樂耶誕城」桑塔熊周邊商品滿意度為何？

在新北市歡樂耶誕城的桑塔熊周邊商品方面，表示滿意的遊客比例為 73.3%（20.2%非常滿意，53.1%滿意），感到不滿意的比例為 1%（不滿意 0.8%，非常不滿意 0.2%），另外有 25.6%遊客表示普通，如表 4-36 所示。

表 4-36：桑塔熊周邊商品滿意度分析表

	人數	全體 (%)	
非常滿意	407	20.2	} 73.3%
滿意	1070	53.1	
普通	516	25.6	
不滿意	17	0.8	} 1.0%
非常不滿意	4	0.2	

Base：2,014 位受訪遊客；本表不含未回答

19. 請問您會向他人推薦參與「2019 新北市歡樂耶誕城」？

來訪遊客是否會向他人推薦參與「2019 新北市歡樂耶誕城」呢？調查顯示，有 93.2%遊客表示願意向他人推薦（34.9%非常願意，58.3%願意），不願意推薦的比例只有 0.6%，另外有 6.2%表示普通，如表 4-37 所示。

表 4-37：推薦意願分析表

	人數	全體 (%)	
非常願意	704	34.9	} 93.2%
願意	1174	58.3	
普通	125	6.2	
不願意	12	0.6	

Base：2,015 位受訪遊客；本表不含未回答

20. 請問您明年會再次參與「新北市歡樂耶誕城」？

而對於遊客明年會再次參與「2019 新北市歡樂耶誕城」的意願方面，有 93.8%遊客表示明年願意再次參與（40%非常願意，53.8%願意），0.8%表示不願意（0.7%不願意，0.1%非常不願意），表示普通的比例則為 5.4%，如表 4-38 所示。

表 4-38：明年再次參與意願分析表

	人數	全體 (%)	
非常願意	807	40.0	} 93.8%
願意	1085	53.8	
普通	109	5.4	
不願意	14	0.7	} 0.8%
非常不願意	2	0.1	

Base：2,017 位受訪遊客；本表不含未回答

伍、交叉分析

(一)、回流客比例交叉分析

依「居住地、性別、年齡」分組，進行交叉分析，了解各組別受訪者過去曾經參訪新北市歡樂耶誕城，也就是回流客的比例，統計結果如表 4-39。因部分組別樣本數過少，或無樣本，列出各組別之樣本數 n，樣本數過低組別之回流比例僅供參考。

表 4-39、不同居住地、性別、年齡旅客回流比例交叉分析表

			20歲以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51~60歲	61歲以上
外籍旅客	男	n=	1	0	1	0	1	0
		回流比例	0.0%	N/A	0.0%	N/A	100.0%	N/A
	女	n=	0	2	4	1	0	0
		回流比例	N/A	0.0%	75.0%	0.0%	N/A	N/A
新北市	男	n=	18	13	149	75	11	10
		回流比例	100.0%	69.2%	91.3%	96.0%	72.7%	80.0%
	女	n=	43	101	534	147	24	19
		回流比例	93.0%	88.1%	92.5%	90.5%	83.3%	94.7%
台北市	男	n=	3	4	44	19	5	3
		回流比例	33.3%	100.0%	88.6%	73.7%	40.0%	100.0%
	女	n=	12	25	112	33	3	2
		回流比例	91.7%	88.0%	85.7%	75.8%	66.7%	100.0%
北部	男	n=	2	4	55	15	6	0
		回流比例	100.0%	100.0%	74.5%	66.7%	33.3%	N/A
	女	n=	11	53	141	45	5	3
		回流比例	90.9%	79.2%	71.6%	88.9%	60.0%	100.0%
中部	男	n=	1	7	29	13	0	0
		回流比例	0.0%	57.1%	58.6%	46.2%	N/A	N/A
	女	n=	8	8	71	9	1	1
		回流比例	12.5%	62.5%	45.1%	66.7%	100.0%	0.0%
南部	男	n=	0	4	10	2	3	1
		回流比例	N/A	75.0%	90.0%	0.0%	33.3%	0.0%
	女	n=	0	8	27	5	1	0
		回流比例	N/A	62.5%	29.6%	60.0%	0.0%	N/A
離島	男	n=	4	2	1	0	0	0
		回流比例	100.0%	100.0%	100.0%	N/A	N/A	N/A
	女	n=	0	0	2	0	0	1
		回流比例	N/A	N/A	100.0%	N/A	N/A	100.0%
東部	男	n=	0	0	10	1	0	0
		回流比例	N/A	N/A	60.0%	100.0%	N/A	N/A
	女	n=	2	0	19	2	0	1
		回流比例	50.0%	N/A	57.9%	0.0%	N/A	100.0%

(二)、獲得活動資訊管道交叉分析

獲得此次活動資訊的管道，與年齡交叉分析如表 4-40，結果顯示，20 歲以下民眾較多由親友推薦（38.8%），21-39 歲則以網路獲得最多（38.5%），31-40 歲則表示是例行活動比例最高（34.1%），而 41 歲以上的年齡層則都是由電視、廣播獲得比例最高。

表 4-40、獲得活動資訊管道與年齡交叉分析表

	20 歲以下 n=103	21~30 歲 n=231	31~40 歲 n=1207	41~50 歲 n=363	51~60 歲 n=59	61 歲以上 n=41
報章雜誌	11.7%	9.5%	8.7%	10.5%	8.5%	14.6%
親友推薦	38.8%	29.4%	22.5%	19.6%	23.7%	24.4%
DM、宣傳單	6.8%	12.1%	5.0%	3.9%	10.2%	7.3%
電視、廣播	22.3%	31.2%	32.5%	41.6%	33.9%	46.3%
電腦網路	20.4%	38.5%	26.4%	32.0%	18.6%	14.6%
戶外	16.5%	10.8%	8.9%	8.8%	10.2%	12.2%
觀光單位宣傳	2.9%	3.0%	3.8%	3.3%	8.5%	9.8%
每年參加例行活動	28.2%	26.8%	34.1%	33.1%	28.8%	36.6%
旅展資訊提供	1.9%	.4%	1.1%	0.6%	5.1%	0.0%
社群網站貼文	19.4%	32.5%	23.2%	23.1%	16.9%	14.6%
其他	1.9%	.9%	.5%	.6%	1.7%	0.0%

(三)、最喜歡活動項目交叉分析

與年齡交叉分析最喜歡的活動項目，如表 4-41，結果顯示，50 歲以下民眾皆喜歡遊樂設施比例最多，其中 31-40 歲比例更達 70.5%；而 51-60 歲及 61 歲以上民眾，則是喜歡 3D 光雕雷射投影比例最高，都在五成五以上。

表 4-41、最喜歡的活動項目（複選）與年齡交叉分析表

	20 歲以下 n=104	21~30 歲 n=231	31~40 歲 n=1207	41~50 歲 n=366	51~60 歲 n=60	61 歲以上 n=41
遊樂設施	51.0%	55.0%	70.5%	61.7%	45.0%	43.9%
3D 光雕雷射投影	29.8%	33.8%	37.0%	44.8%	55.0%	58.5%
大型燈飾裝置	27.9%	39.0%	30.0%	29.2%	38.3%	31.7%
路樹燈海	20.2%	30.7%	31.0%	27.3%	33.3%	31.7%
天橋燈飾	21.2%	19.5%	13.0%	11.2%	11.7%	12.2%
貨櫃市集	19.2%	19.0%	14.5%	17.2%	10.0%	9.8%
童趣嘉年華活動	23.1%	20.8%	33.1%	39.1%	28.3%	26.8%
巨星耶誕演唱會	28.8%	23.8%	15.0%	19.1%	11.7%	19.5%

(四) 、總消費金額交叉分析

依「年齡、性別、月收入」分組，進行交叉分析，了解各組別受訪者參訪新北市歡樂耶誕城時的平均消費總金額，統計結果如表 4-42。因部分組別樣本數過少，或無樣本，列出各組別之樣本數 n，樣本數過低組別之平均金額僅供參考。

表 4-42、不同年齡、性別、月收入受訪者平均消費總金額交叉分析表

			無收入	1 萬元以下	1-2 萬元	2-3 萬元	3-4 萬元	4-5 萬元	5 萬元以上
20 歲以下	男	n=	22	2	1	2	1	1	0
		平均消費金額	467	376	126	688	1251	126	N/A
	女	n=	54	4	9	4	2	1	2
		平均消費金額	503	688	473	188	376	1251	626
21-30 歲	男	n=	5	2	1	4	9	7	6
		平均消費金額	776	688	1251	126	667	697	376
	女	n=	36	10	20	41	58	22	11
		平均消費金額	692	476	532	757	744	654	944
31-40 歲	男	n=	5	2	2	12	48	100	130
		平均消費金額	651	1251	876	584	699	804	733
	女	n=	205	42	34	126	246	135	121
		平均消費金額	588	518	607	712	675	757	710
41-50 歲	男	n=	6	2	2	6	25	25	60
		平均消費金額	667	1251	126	605	821	871	736
	女	n=	48	10	8	26	51	55	43
		平均消費金額	605	726	547	823	684	637	794
51-60 歲	男	n=	4	0	1	3	5	1	12
		平均消費金額	563	N/A	1251	501	801	1126	959
	女	n=	12	0	7	5	2	4	4
		平均消費金額	563	N/A	768	626	751	501	563
61 歲以上	男	n=	7	0	0	1	0	0	6
		平均消費金額	590	N/A	N/A	876	N/A	N/A	709
	女	n=	8	0	5	3	7	2	1
		平均消費金額	735	N/A	326	126	751	876	126

陸、觀光活動經濟效益分析

(一)、旅遊費用支出

遊客參與 2019 新北市歡樂耶誕城時的各項旅遊費用支出，調查結果顯示：

交通費用方面，多數（82%）費用在 1-250 元之間，平均每人支出估計約 209 元（各支出選項之消費金額取中位數估計）。

娛樂費用方面，60.5%在 1-250 元間，28.6%在 251-500 元間，500 元以上約一成，平均每人消費金額估計約 274 元。

住宿費用方面，84.3%每人支出在 1-250 元間，估計平均每人 237 元。

餐飲費用方面，有 42.5%是在 1-250 元間，32.1%在 251-500 元間，還有 14.1%在 501-750 元間，估計平均每人消費金額 376 元，是五個項目中最高。

購物費用方面，58.4%在 1-250 元，22.8%在 251-500 元，估計平均每人消費 318 元。

而從消費總金額來看，23.8%消費總額在 1-250 元間，而另一方面，超過 1251 元的也有 23.5%。此外 251-500 元有 17.7%，501-750 元有 13%，751-1,000 元有 14.5%。整體而言，平均每人消費總金額約 683 元。

表 4-43、遊客費用支出比例統計表

支出項目	消費金額範圍	次數	有效百分比	參考指標	平均費用
交通費用	1 元~250 元	1,614	82.0	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,968 總樣本數：2,020	209 元/人
	251~500 元	211	10.7		
	501~750 元	48	2.4		
	751~1,000 元	48	2.4		
	1,001~1,250	13	0.7		
	1,251 元以上	34	1.7		
娛樂費用	1 元~250 元	1,117	60.5	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,845 總樣本數：2,020	274 元/人
	251~500 元	528	28.6		
	501~750 元	95	5.1		
	751~1,000 元	57	3.1		
	1,001~1,250	17	0.9		
	1,251 元以上	31	1.7		
住宿費用	1 元~250 元	1,355	84.3	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,608 總樣本數：2,020	237 元/人
	251~500 元	57	3.5		
	501~750 元	55	3.4		
	751~1,000 元	48	3.0		
	1,001~1,250	27	1.7		
	1,251 元以上	66	4.1		
餐飲費用	1 元~250 元	821	42.5	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,930 總樣本數：2,020	376 元/人
	251~500 元	619	32.1		
	501~750 元	272	14.1		
	751~1,000 元	131	6.8		
	1,001~1,250	35	1.8		
	1,251 元以上	52	2.7		
購物費用	1 元~250 元	1,058	58.4	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：1,811 總樣本數：2,020	318 元/人
	251~500 元	413	22.8		
	501~750 元	161	8.9		
	751~1,000 元	82	4.5		
	1,001~1,250	44	2.4		
	1,251 元以上	53	2.9		
消費 總金額	1 元~250 元	480	23.8	消費金額眾數：1-250 元 有效樣本數：2,020 總樣本數：2,020	683 元/人
	251~500 元	358	17.7		
	501~750 元	263	13.0		
	751~1,000 元	292	14.5		
	1,001~1,250	152	7.5		
	1,251 元以上	475	23.5		

註：平均費用估計，係加總各個消費金額區間之中位數×該區間人次後，除以有效樣本數。

(二) 觀光經濟效益分析

1. 經濟效益評估之最大值

以「消費金額中位數」概估觀光經濟效益，估計 2019 新北市歡樂耶誕城到訪之遊客總數及每人消費金額中位數，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：

$$\text{總人數} * \text{每人消費金額中位數} * \text{重複比例} 1/4 = \text{觀光直接經濟效益} \dots\dots\dots \text{公式(1)}$$

$$6,180,000 * 683 \text{ 元/人} * 1/4 = 1,055,235,000$$

2. 經濟效益評估之最小值

以「個別消費」金額概估觀光經濟效益，在「2019 新北市歡樂耶誕城」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「2019 新北市歡樂耶誕城」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每人消費金額中位數來推估，其公式建立及概估經濟效益如下表：

$$\text{總人數} * \text{實際消費族群(眾數)比例} * (\text{5 大項目費用}) \text{消費全額中位數} * \text{重複比例} 1/4 = \text{觀光間接經濟效益} \dots\dots\dots \text{公式(2)}$$

$$6,180,000 * 23.8\% * 683 \text{ 元} * 1/4 = 251,145,930$$

綜合上述兩種估算觀光經濟效益之方法，可概估 2019 新北市歡樂耶誕城民眾實際消費所產生之目的地觀光乘數效果。2019 新北市歡樂耶誕城所創造觀光經濟效益約為 2 億 5,115 萬元。

柒、結論與建議

為期 48 天的「2019 新北市歡樂耶誕城」在 109 年 1 月 1 日結束，平均每日湧入數十萬人次觀賞體驗，尤以站前廣場新北魔法森林的「森林沐浴」大型燈光互動裝置藝術和市民廣場桑塔熊的魔法小鎮中雙塔一樹 3D 光雕主燈秀、遊樂設施是必訪的主要景點，新北市觀光旅遊局統計，108 年再度打破紀錄，創下逾 618 萬人次的紀錄。

108 年 11 月中旬開幕的新北市歡樂耶誕城，憑藉著創新與藝術家合作，吸引許多海內外遊客參與，DailyView 網路溫度計透過《KEYPO 大數據關鍵引擎》統計，新北市歡樂耶誕城更成為網友熱議的 5 大國際耶誕節活動第一名，榮登新北人最期待的大事第一名！其中的「巨星耶誕演唱會」活動，邀請到鄧紫棋、蕭敬騰擔任兩日壓軸卡司，首日就湧入 20 萬人，直逼跨年盛況。

100 年開始舉辦新北市歡樂耶誕城活動，經過 8 年時間，參觀人數從第一年 25 萬人次，逐步成長到 108 年突破 618 萬人次。不僅人潮爆滿，108 年再次透過不同的平台(電視、網路)直播，更使新北市歡樂耶誕城能夠經由網路擴散到國際，108 年更首獲擁有 150 萬社群用戶、會員遍及 180 國的國際知名旅遊網站 Big 7 Travel 推薦「全球最佳 50 大耶誕市集(The 50 Best Christmas Markets In The World)」之一，成為全台唯一、亞洲唯四入選的耶誕市集！同時也獲得國外旅遊媒體 TripZilla 推薦「十大魔幻耶誕市集(10 Most Magical Christmas Markets)」亞洲地區中有上榜的耶誕市集。另外，新北市歡樂耶誕城在知名 OTA 如 KLOOK、AGODA 推薦的亞洲耶誕市集中，皆雙雙上榜，吸引眾多海內外遊客慕名而來，「越竹航空」河內首航踩線團更特別指定要造訪新北市歡樂耶誕城！網路佳評如潮 網友熱議 5 大國際聖誕節活動 NO.1，更使「新北市歡樂耶誕城」這個國際觀光活動在國內外都留下深刻印象。

2019 新北市歡樂耶誕城整體分析結果

一、綜合以上所有統計及分析結果可以得知，2019 新北市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 92.1%、93.2%及 93.8%的滿意度與意願。由此可知，參加民眾對於本次活動的滿意度高，民眾不僅滿意本次活動的舉辦，過半的人，自己也相當願意向親朋好友推薦本活動，自己也願意重遊。108 年雖廣受外媒讚譽及報導，吸引許多外國旅客參觀，但本次活動就回收樣本數來看，外國遊客樣本數比例仍有限，因為此種國際型觀光活動，外國遊客的紀錄應是非常重要的，未來應針對此客層做深入的了解，以回應大型活動對新北市國際識別力的影響，假若可在此多做研究(如：透過網路搜集外國人討論、外媒報導等)，除了可以吸引更多國內民眾與市府一起共襄盛舉，更能吸引更多外國遊客慕名而來，並創造更高的觀光經濟效益。

(二) 活動節慶氛圍濃厚

2019 新北市歡樂耶誕城為期 48 天的歡慶，包含大大小小的活動。根據問卷調查結果得知，本次來參與活動的遊客有 93.6%認為新北市歡樂耶誕城「活動會場內的節慶氣氛感受濃厚」。由此可知這一系列的活動舉辦，如：耶誕燈飾、演唱會活動、遊樂設施、歡樂市集……等等，非常成功。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

本次再度邀請新加坡團隊合作，結合雷射及 3D 投影，打造全台面積最大 3D 光雕投影秀，吸引大批民眾前往觀賞。12 月 14 日、12 月 15 日的「巨星耶誕演唱會」活動也邀請鄧紫棋、蕭敬騰等藝人表演，首日就湧入 20 萬人，節目包括電視及網路逾 290 萬人次收看，「桑塔熊直播」累計觸及人數也達 419 萬 1412 次，新北市歡樂耶誕城相關影音貼文瀏覽達 204 萬 4110 次。演唱會首日直逼跨年的人數，創下歷來新北市歡樂耶誕城演唱會新高，也為新北市歡樂耶誕城締造輝煌紀錄。

二、綜合以上所有統計及分析結果可以得知，2019 新北市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

根據問卷調查結果得知，本次活動使用私人交通運輸工具(汽車、機車)前往的民眾約有 43.1%，這樣的結果容易造成本來車流量就大的板橋火車站附近，在活動期間湧進大量的車潮。往後活動可以與相關交通單位，推出一些搭乘大眾運輸工具的優惠訊息給民眾，或者倡導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，新北市歡樂耶誕城可以考慮利用推出新北市歡樂耶誕城期間的大眾交通觀光行程優惠組合，並給予使用此大眾交通的民眾優惠。如此一來即能有效地吸引民眾搭乘大眾運輸工具。

(二)散場垃圾清潔，環境髒亂

每逢假日，新北市歡樂耶誕城的人潮就會到達顛峰。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，但在「活動場地內垃圾桶地點/數量設置良好」這個項目的滿意度仍低，可能因為放垃圾桶分布不均、數量不足，使得場地的整潔度仍然不甚理想，新北市歡樂耶誕城可以考慮再設置更多數量的大型垃圾桶，並增加清理垃圾的次數，以維護整體環境。

(三)因應時代環境變遷加強不同型態行銷策略

由表 4-28 可以得知在報章雜誌及電視、廣播得知新北市歡樂耶誕城活動資訊者占 43.2%，而電腦網路及 FB、Line 等社群網路貼文則占了 51.7%，如何有效利用兩者行銷手段搭配具吸引力之宣傳活動，可以有效率並且有效果地利用經費，更可以透過網路的擴散使活動更多人響應。