

106 年新北市登山旅遊節 問卷調查與活動效益分析



親山·輕旅行

新北市政府觀光旅遊局

中華民國 107 年 6 月

前言

新北市幅員廣大，境內擁有許多親山步道，每一條步道都有不同的風景特色，也因此舉辦登山健行活動，讓民眾能認識新北市的山林之美，近而走出戶外欣賞自然美景。

今年活動延續「親山•輕旅行」概念，並精選八條清涼步道，打破夏天不適合爬山的迷思，並將步道特色分成三大主題「溪流步道」、「瀑布步道」及「森林步道」，讓民眾炎炎夏日到戶外登山健行，也能享受綠蔭與溪水帶來的涼爽感受！

目錄

前言.....	2
目錄.....	3
圖目錄.....	3
一、新北市登山旅遊節規劃動機與目的.....	5
二、計畫調查內容說明.....	7
(一)遊客問卷調查.....	7
(二)遊客族群分析.....	8
(三)步道主題分析.....	9
三、活動問卷分析.....	10
(一)活動報名誘因分析.....	10
(二)旅行路徑難易度調查.....	11
(三)旅行滿意度調查.....	12
(四)民眾得知本活動消息來源調查.....	13
(五)民眾對於活動優劣判斷依據調查.....	14
四、結論與建議.....	16

圖目錄

圖一 活動民眾性別比例.....	7
圖二 活動民眾各年齡層比例.....	7
圖三 8大套裝行程參與人次.....	8
圖四 套裝主題參與比例.....	9
圖五 報名民眾參加活動最大誘因.....	10
圖六 行程難易度調查.....	11
圖七 行程滿意度調查.....	12
圖八 宣傳管道調查.....	13
圖九 民眾選擇旅遊依據.....	14

一、新北市登山旅遊節規劃動機與目的



一、新北市登山旅遊節規畫動機與目的

新北市幅員廣闊，境內登山步道生態豐富且具多樣性，市內轄區間地理氣候變化皆不同。古人常道讀萬卷書不如行萬里路，當在思考如何讓民眾走出戶外親近自然時，也不忘細數腳下的土地曾在歷史巨輪的翻攪下激起巨浪或是迴盪餘波，讓登山活動不再只是行走登山步道，而是通往先民記憶的途徑，或是觀賞造物者展覽的天梯。因此本次活動除了搭配蕨類觀察教學、北海岸地形導覽，也安排行程一窺影響世界經濟的茶葉如何在臺灣落地生根，和現今仍是重要能源的煤礦開採興衰史。

利用生態導覽解說方式導入登山步道生態旅遊，一邊整合鄰近之遊憩系統，可達生態永續發展及經濟發展之平衡，另一方面讓民眾培養保育山林的觀念，並提倡全民健康休閒活動之風氣。希望民眾在炎炎夏日，也能到戶外登山健走，盡情享受綠蔭與溪水帶來的涼爽感受並了解山林知識。

2017年新北市登山旅遊節延續「親山·輕旅行」活動主軸來規劃登山一日遊。本次活動主題為「沁涼一夏」精選出「八條清涼步道」，分成三大主題「溪流步道」、「瀑布步道」及「森林步道」，結合步道導覽、特色餐食，推出兼具自然生態與人文風情的小旅行，深度體驗在地特色，為登山健行增添更多樂趣。

【八大步道套裝遊程】

《茶金之路 - 坪林區闊瀨古道與雙溪區北勢溪古道》遊程沿著蜿蜒美麗的北勢溪而行。全程約8公里，沿途皆有林蔭遮蔽，夏日走在溪畔綠徑，伴著微風與淙淙水聲格外沁涼清爽。《來去侏儸紀 - 坪林區金瓜寮蕨類步道》金瓜寮溪溪畔修築的蕨類步道，擁有108種蕨類，彷彿進入侏儸紀時空，步道平緩好走是老少咸宜的路線。夏日炎炎，有溪水相伴的綠蔭步道最是輕涼愜意，《山海一線天 - 汐止區五指山古道》遊程安排五指山古道健走，沿著北港溪緩緩而上，沿途有竹林綠蔭與清涼溪水，是夏日健行的絕佳選擇。《一窺水濂仙洞 - 新店區銀河洞步道》遊程沿著銀河洞步道尋訪新店秘境「銀河瀑布」，聆聽抗日英雄陳秋菊與日軍周旋的傳奇故事，是兼具自然及歷史古意氣息的山徑古道。《被遺忘的秘境 - 平溪區望古嶺腳寮山步道》嶺腳寮山步道串連平溪鐵道上最寧靜的兩個小鎮；望古與嶺腳；沿著步道可一睹望兩古瀑布之美，並順訪蔡家洋樓，欣賞老建築的古樸氛圍。《走過百年礦場風華 - 平溪區東勢格越嶺步道》東勢格越嶺步道穿梭在林蔭茂密的樹林中，沿途有礦場、拱橋、土地公廟等古道遺跡，讓人緬懷昔日採礦榮景，也可體驗先人翻山越嶺來往兩地的辛苦。《魔法之森 - 林口區森林步道》森林步道除了擁有豐富的生態林相，最令人津津樂道的步道特色是擁有五座創意十足「怪橋」，是充滿童趣與歡笑的登山路線。《蕨世奇蹟之旅 - 深坑區猴山岳步道》遊程遊走在的堪稱是五星級的森林浴步道 - 猴山岳步道沿途多走在茂密的樹林裡，周圍都是冰河時期子遺植物，有雙扇蕨、鳥巢蕨、腎蕨、栗蕨...等，彷彿進入一座古生物公園。除推出八大套裝遊程外，並與健行筆記合作清涼步道蒐集活動，鼓勵更多民眾前來體驗新北市的親山魅力。

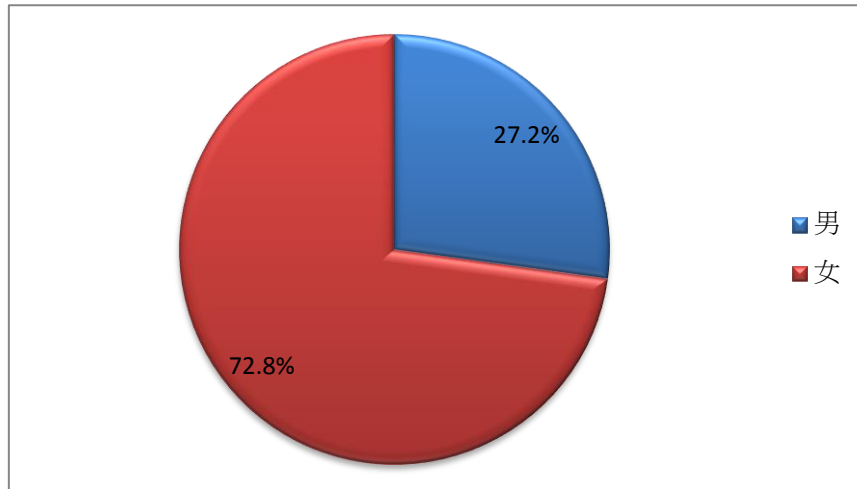
二、計畫調查內容說明



二、計畫調查內容說明

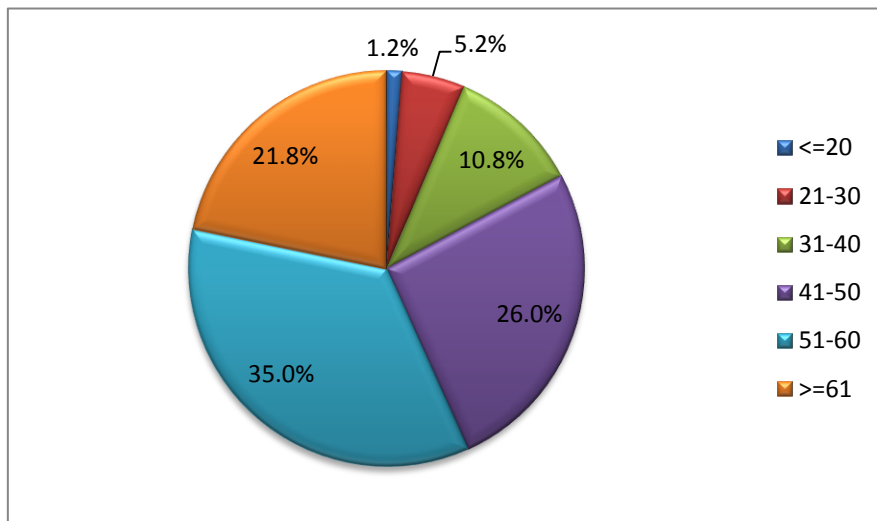
(一) 遊客問卷調查

為了了解民眾參與的動機，本次計發放1,443份問卷，回收有效問卷數為1,003分，有效問卷回收率為69.5%。



圖一 活動民眾性別比例

資料來源：觀光旅遊局技術科



圖二 活動民眾各年齡層比例

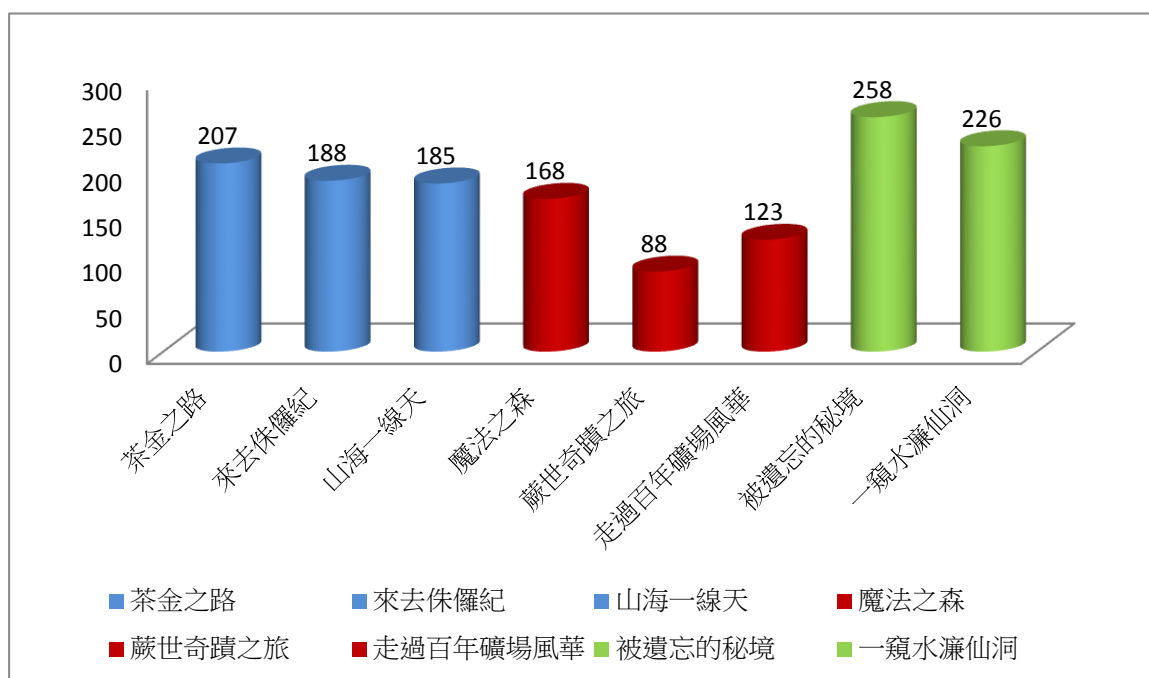
資料來源：觀光旅遊局技術科

(二) 遊客族群分析

本次參與活動民眾以女性占多數有72.8%，如圖一。顛覆以往女性較不願意參與戶外活動的刻板印象，有可能是女性會顧慮安全因素，當有領隊帶路、遊覽車接駁或有朋友陪伴情形下，會比較想從事戶外活動。而男性喜愛登山者平時自行前往機率較高，因此參與須收費的活動意願相對偏低。

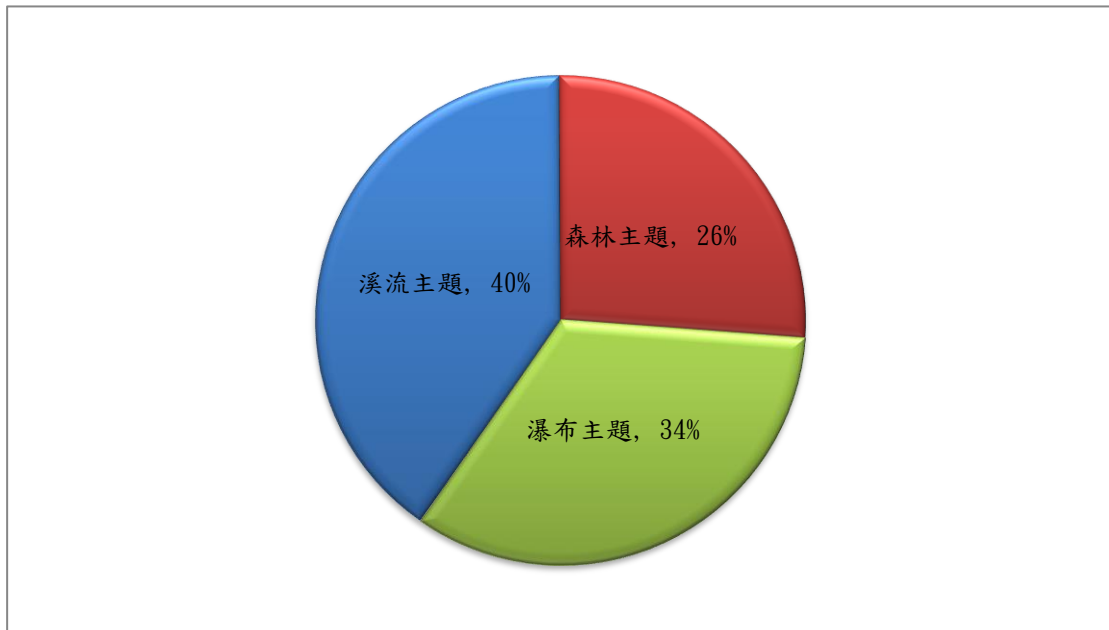
次者，本次民眾參與登山節活動的年齡層，由圖二可觀察出41歲以上佔82.8%，顯示有經濟能力的民眾，除了工作之虞外，同時也會想從事戶外活動放鬆身心。31-40歲民眾僅佔10.8%，可能此族群有照顧小孩的考量，故所佔比例不高。

綜合以上因素，若活動規劃取向能貼近全家出遊，讓女性從家庭空間解放出來，賦與了看顧小孩育樂的價值，或許能達到鼓勵全民登山出遊的目的。



圖三 8大套裝行程參與人次

資料來源：觀光旅遊局技術科



圖四 套裝主題參與比例

資料來源：觀光旅遊局技術科

(三) 步道主題分析

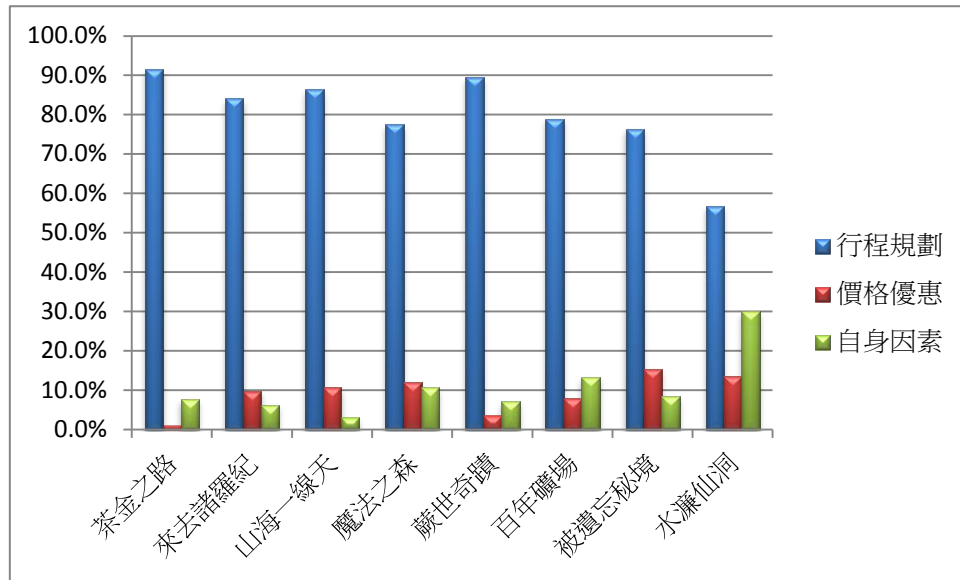
2017 年新北市登山旅遊節參與人數總計為 1,443 人，其中又以《被遺忘的秘境-平溪區望古嶺腳寮山步道》參與人數最多有 258 人參加，如圖三所示。三大主題中「瀑布步道」今年雖只推出 2 套行程：《一窺水濂仙洞 - 新店區銀河洞步道》和《被遺忘的秘境 - 平溪區望古嶺腳寮山步道》，但由於行走難易度低，且民眾對於瀑布行程通常是比較容易讓人感興趣，也較有吸引力，所以報名人數相對亮眼。

「森林步道」：有《走過百年礦場風華 - 平溪區東勢格越嶺步道》、《魔法之森 - 林口區森林步道》及《蕨世奇蹟之旅 - 深坑區猴山岳步道》。3 條步道因東勢格越嶺步道石階較多，所以鐵腿指數有 3 顆星，報名人數也偏低僅佔 26%，如圖四。但也正好兼顧了不同需求的族群，提供已有登山經驗的遊客接觸不同風土民情與地理人文的機會。

「溪流主題」：《茶金之路 - 坪林區闊瀨古道與雙溪區北勢溪古道》、《來去侏儸紀 - 坪林區金瓜寮蕨類步道》和《山海一線天 - 汐止區五指山古道》。其中「山海一線天」因天候因素影響，辦理梯次只有 5 場，但平均每場參與人數幾乎額滿，顯示搭遊艇出海行程對參與民眾而言算是很有趣的體驗活動，且滿意度調查中「滿意」與「非常滿意」各佔約 50% 比例，可謂深獲好評。

三、活動問卷分析

(一)活動報名誘因分析

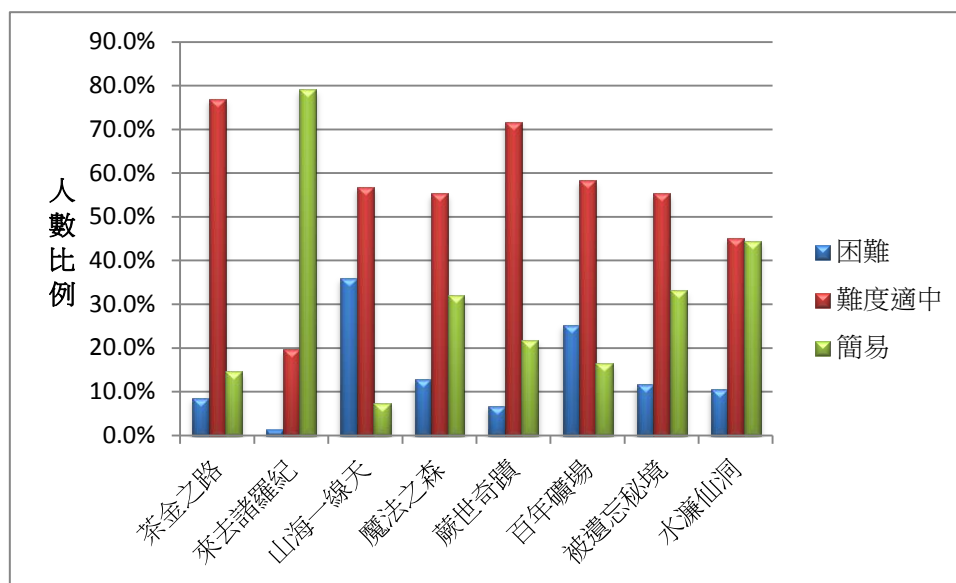


圖五 報名民眾參加活動最大誘因

資料來源：觀光旅遊局技術科

由圖五可得知，本次活動吸引民眾報名的最大誘因均為「喜歡此團的行程規劃」，次要因素為「政府補助價格優惠」以及各人因素(含身為Lamigo粉絲、喜歡登山以及親友邀請)，在在顯示行程規劃的良窳，是影響民眾參與的首要考量。「自身因素」在水濂仙洞報名誘因占有近30%，其中「身為Lamigo粉絲」就佔了24%，可以推估隨著參加登山活動年齡層下修，網路平台宣傳等數媒管道將越趨重要。直得注意的是「喜愛登山」並不算是影響突出的誘因，推其原因應為目前規劃行程均有其他交通方式可抵達，喜愛登山者大多平日會獨自前往。但若以補助遊覽車方式出團，會提升喜愛登山者攜家帶眷、呼朋引伴參加的意願。

(二) 旅行路徑難易度調查

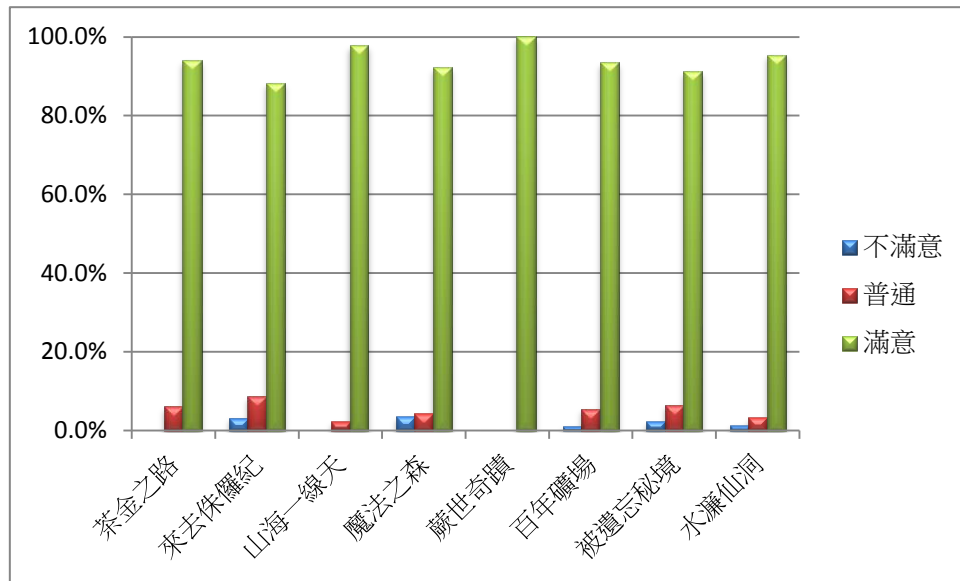


圖六 行程難易度調查

資料來源：觀光旅遊局技術科

此次所有行程路線，民眾觀感大多落在難度適中，如圖六所示。簡易(含簡單與非常簡單)比例也大多高於困難(含困難與非常困難)，是適合闔家大小一起參加以及登山新手入門的程度。參加「來去侏羅紀」的民眾有79%認為行程屬簡易，其中認為「非常簡單」比例更高達66.9%，但此行程步道主題著重在認識蕨類及生態觀賞，特色景點選定茶葉博物館導覽，在知識性較重的情形下搭配較輕鬆行程可提升學習樂趣與熱情。被反映較高困難度的有「山海一線天」、「百年礦場」及「魔法之森」，究其原因，可能是「百年礦場」及「魔法之森」選擇的步道保留較多原始景觀，接近河道的地方會較為潮濕，若是遇到下雨則需要留意腳下濕滑。但如此安排卻可以讓民眾更加貼近土地，重新喚起與地面觸感的記憶，且兩者下午均安排了室內靜態展以平衡活動。至於「山海一線天」困難度反應較高原因，可能由於排定的「五指山古道」階梯較多，下次或能再調整分配時間，讓民眾有更多喘息空間順道欣賞美景。

(三)旅行滿意度調查



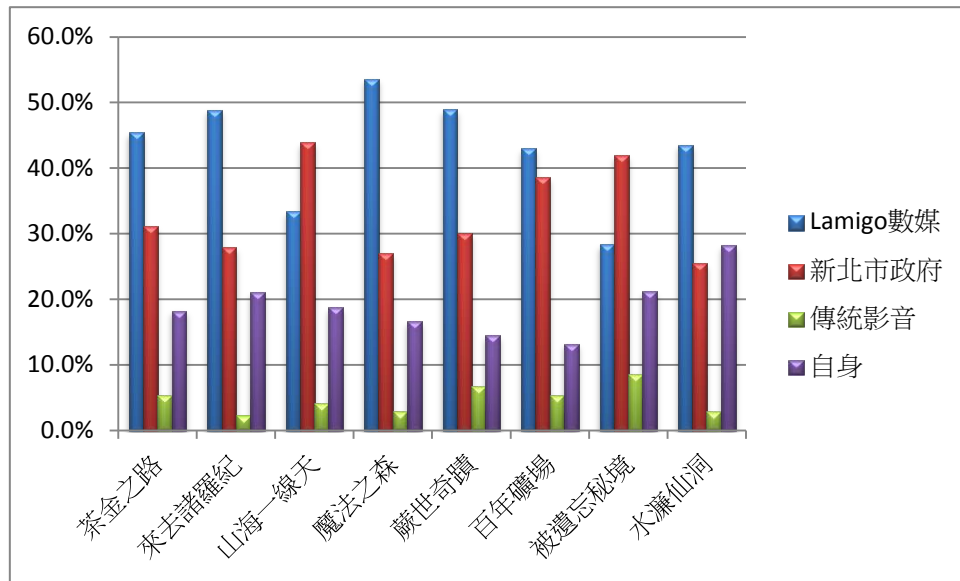
圖七 行程滿意度調查

資料來源：觀光旅遊局技術科

本次行程步道涵蓋了北台灣大部分山區，其中也不乏有特殊地理或是歷史人文等景觀，民眾對於初次接觸的套裝行程大多以地區名稱來查詢並預想難易度，近一步影響參與意願及接受度。此次套裝行程主題計有「溪流」、「森林」及「瀑布」三大類，由於行程出發及解散地點皆設計在車站及捷運站，以遊覽車接送解決了一般民眾自行前往的接駁問題。在相同的交通便利條件下，希望能找出不同背景下的民眾對於各主題的偏好及取向，將有助於之後規劃新套裝行程的資料收集，也可幫助改良既有套裝行程，達成吸引更多民眾參與登山旅遊節的目的。

此次活動滿意度調查區是偏向滿意(含非常滿意及滿意)，如圖七。儘管上述有些步道被反映困難度較高，但對照滿意度仍維持滿意狀態，表示民眾對於行程路線，即便是困難度較高，只要安排得宜一樣會接受並給予正向評價，期能藉由完成生活中的挑戰，培養自信心，建立積極的人生觀。

(四)民眾得知本活動消息來原調查



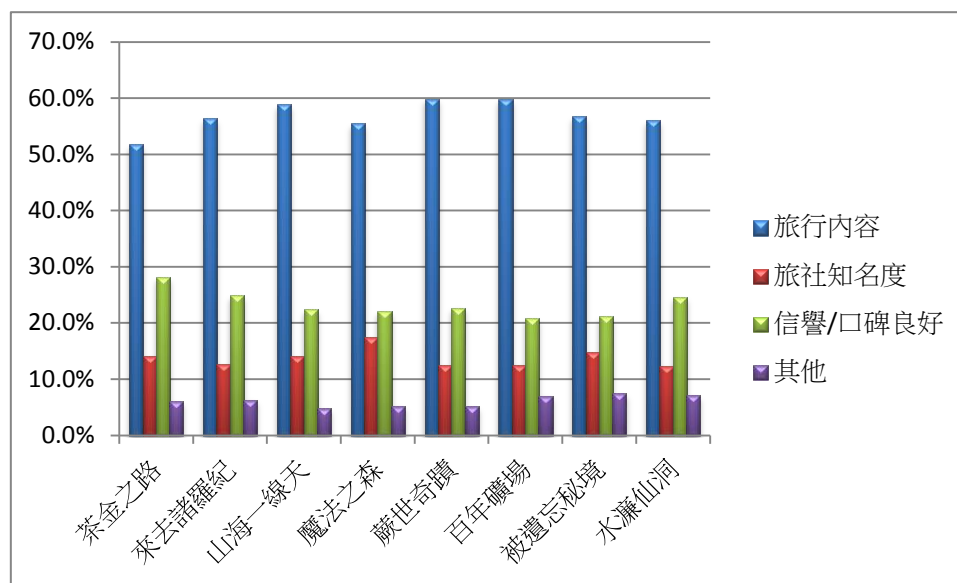
圖八 新北市106年登山旅遊節宣傳管道調查

資料來源：觀光旅遊局技術科

調查民眾如何得知登山旅遊節活動相關資訊，「Lamigo數位媒體」包含Line群組、官方網站與FB，「新北市政府」則有觀旅局網站、新北市新聞和新北旅客FB等管道，傳統影音計有電視新聞報導、廣播和報紙，自身因素則涵蓋親友團介紹、網路搜尋及健行筆記網站。

圖八顯示民眾得知訊息最主要的管道以Lamigo數位媒體和新北市政府的宣傳為最大宗，其次是自身因素，當中親友團介紹又占了多數。傳統影音的影響則是平均不超過10%，顯示如今訊息交流快速，民眾多由Line、FB等網路社群或是親友群組接觸消息以後，若有興趣才會進一步搜尋官方網站的詳細資訊，傳統媒體的勢微也是一個因素。而一個曝光率高的廠商能帶來的效益也是巨大的，Lamigo帶來的影響顯然遠超過民眾在其他網路管道上自己搜尋的結果。今後廣告設計如何傳達出強烈的一印象，以誘發民眾參與興趣，進而憑藉民眾在自己的群組散布相關訊息放大宣傳效果，是可以思考的主題。

(五) 民眾對於活動優劣判斷依據調查



圖九 新北市106年登山旅遊節民眾選擇旅遊依據

資料來源：觀光旅遊局技術科

民眾一般對於選擇一個旅遊行程會參考哪些條件當作選擇參考，由圖九可觀察出旅行內容（含團費價格與行程地點內容）是民眾主要的考量因素，在目前行程路線難度均適中且滿意度皆居高的情形下，或許在團費價格中作調整能有效吸引新客群前來報名參加活動。「旅社知名度」和「信譽/口碑良好」也占有不低的比例，可以推估初次參加活動的民眾，會依照前人參加的經驗以及協辦旅社的評價來判斷活動好壞，鑑於本次活動廣受好評，下次舉辦可以採用同樣行銷方式或再提升，以吸引更多民眾參與。

四、結論與建議



四、結論與建議：

由於新北市山區分布較為廣泛且步道路網複雜，為讓登山活動在新北市有效推展，除了日常步道的維護修繕，提供舒適及安全的登山環境。更重要的是加強區域間的串聯，如連接步道周邊的觀光景點及觀光產業（老街、商圈）、環境資源（自然生態、人文歷史等），兼顧景觀與安全性提昇，讓登山活動能附加觀光發展效益，藉以吸引觀光遊客，營造新北市特色步道。

透過導覽老師將專業知識以平易近人的方式，加深對生長土地的認同感，並體認到生態農作、經濟產業，交通地理及民俗人文相互影響的並進過程，讓登山不只是登山，還被賦予了教育意義。讓生活知識可以從小巷下紮根，教科書上生硬的文字描述經由親身腳步的巡禮及視野的轉化，頓時昇華成鮮明的記憶堆積。台灣已步入高齡化社會，家人陪同長者一起出遊，不但可聯繫家人感情、維持身體健康，真是百利而無一害。

山就是一所沒有圍牆的學校，也是深化社區居民「里山」觀念的自然場域，只要產、官、學結合，藉由登山教育宣導，推動「輕山、親山、輕裝旅遊」的新郊山運動，輔以動手做步道植樹護山林，自然山林與社區之間即能逐步形成綠色廊道的藍圖，讓動物可貫穿不同的棲地環境，自然可擴大其生存的機會。透過登山旅遊的活動推廣，對於新北市的郊山整體發展也更朝向正面化。