



2018 新北耶誕城 活動效益分析

新北市政府觀光旅遊局

中華民國108年6月



「2018新北市歡樂耶誕城」

問卷調查與活動效益分析

目錄

壹、歡樂耶誕城活動背景.....	- 4 -
貳、計畫動機與目的.....	- 5 -
參、計畫調查內容說明.....	- 6 -
一、遊客人次估算.....	- 6 -
二、遊客問卷調查.....	- 6 -
肆、問卷調查結果分析.....	- 7 -
一、問卷回收狀況說明.....	- 7 -
二、遊客基本資料分析.....	- 8 -
三、遊客滿意度統計分析.....	- 14 -
四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析.....	- 23 -
伍、結論與建議.....	- 41 -

壹、歡樂耶誕城活動背景

「2018 新北市歡樂耶誕城」活動 從 2018 年 11 月 16 日到 2019 年 1 月 1 日連續 47 天系列活動。今年以璀璨燈飾搭配藝術設計，加上多元精彩的系列活動，週週吸引踴躍人潮，並首度延伸燈區到府中商圈以及捷運環狀線，成功打造在 IG 上掀起風潮的「漫漫傘步」、「下一站，花現環狀線」與「浪漫琉璃城堡」等拍照裝置。同時也以「全臺最大面積 3D 光雕秀」、「四大星橋」等絕美展區設置，獲得美國 MATADOR Network 選出「全球最光彩奪目的 9 顆聖誕樹」之一、紐西蘭先驅報(NZ Herald)「探索全球最佳耶誕市集」亞洲國家唯一入選的耶誕市集、韓國中央日報推薦「世界各地耶誕燈飾」、日本「阪急交通社」發佈「2018 耶誕節海外旅行目的地排行榜」的耶誕旅行首選、新加坡樟宜機場官網推薦「亞洲四大耶誕盛典」之一、泰國 THE NATION 等主流媒體報導，而耶誕城相關新聞，更在北美地區獲得千萬人次點閱瀏覽。

今年在 47 天內湧入 600 萬以上人次，其中 12 月中舉辦的巨星演唱會邀請鄧紫棋、蔡依林擔任壓軸卡司，首日就有 20 萬人，直逼其他縣市跨年盛況，也被 Google 趨勢報告列為 2018 年 12 月發燒影片。且耶誕城網路聲量超過其他五都跨年總和，證明不同定位策略獲得成功。

這次也規劃眾多卡通明星齊聚的「童趣嘉年華」、眾星雲集的「巨星耶誕演唱會」等一系列豐富活動。今年四大燈區：桑塔星系(市民廣場)延續國際媒體高度關注的光雕秀，更有星球主題貨櫃市集及兩座免費遊樂設施；幻彩星系(站前廣場)今年大走科技藝術風，首創「迷幻星球」並與紐約藝術家合作展出 LED 互動裝置「The Pool」；波力星系(萬坪公園)則有小朋友最愛的「波力 POLI」現身！除此之外；環狀星系(捷運環狀線板橋站)以點控式網狀 LED 裝飾捷運軌道牆，打造「銀河軌道」，此外，今年更首度將絕美燈區延伸至府中商圈。

歡樂耶誕城於 2011 年開辦，今年已經是第 8 年。歡樂耶誕城活動每年不斷創新，逐步成長蛻變為亞洲最重要的耶誕活動之一，不只引領潮流，吸引全台各地跟進舉辦類似活動，更成為台灣重要國際觀光節慶，吸引亞洲各地觀光客前來台灣。



貳、計畫動機與目的

為期 47 天的「2018 新北市歡樂耶誕城」，憑藉著創新與跨域合作，吸引許多海內外遊客參與，也獲得眾多外媒高關注度並拿下國內網路聲量第一名，締造傲人紀錄。其中的「巨星耶誕演唱會」活動，邀請到鄧紫棋、蔡依林擔任兩日壓軸卡司，首日就湧入 20 萬人。今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，活動也首度延伸燈區到府中商圈以及捷運環狀線，成功打造在 IG 上掀起風潮的拍照裝置，且今年獲得美國 MATADOR Network 選出「全球最光彩奪目的 9 顆聖誕樹」之一。今年活動海外媒體爭相報導，吸引海內外逾 600 萬人次朝聖。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「2018 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辦理的重要參考。

參、計畫調查內容說明

一、遊客人次估算

2018 新北市歡樂耶誕城 2018 年 11 月 16 日的耶誕開城秀揭開序幕，至 1 月 1 日劃下句點，47 天的精彩活動，累計達到 600 萬人次的遊園紀錄，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。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，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。整體歡樂耶誕城區域配置圖，如圖 3-1 所示。



圖 3-1 2018 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五大部份：第一，遊客基本資料分析、第二，本次活動的滿意度調查、第三，參與本次活動的遊客行為敘述、第四，遊客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，可協助遊客處理填寫問卷時發生的狀況。

(三) 調查期間

自 2018 年 11 月 17 日起，至 2019 年 1 月 1 日，於「2018 新北市歡樂耶誕城」活動期間發放問卷。

(四) 樣本數估計

本次調查共發放了 2,500 份問卷，扣除無效問卷，實際回收 2,102 份有效問卷。

肆、問卷調查結果分析

一、問卷回收狀況說明

歡樂耶誕城遊客問卷調查回收統計如表 4-1 所示。共發放 2,102 份問卷，扣除無效問卷 0 份，共計回收 2,102 份有效問卷；有效問卷回收率為 100.00%，惟因民眾填答時偶有遺漏，故每題的有效樣本數稍有不同，但不影響各題分析。

表 4-1 2018 新北市歡樂耶誕城問卷回收樣本表

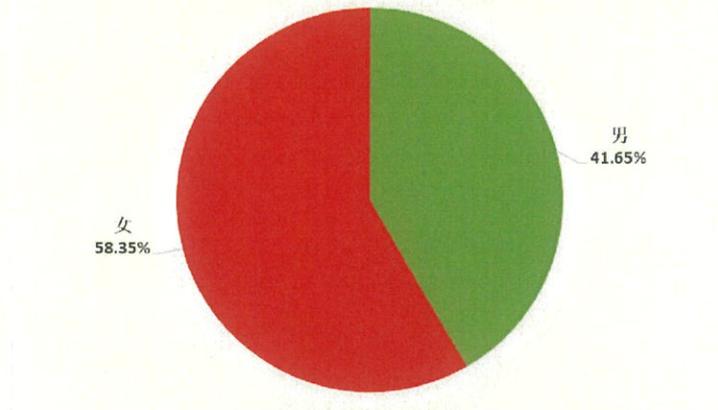
發放樣本數	2,500
回收有效樣本數	2,102
有效率	84.08%

二、遊客基本資料分析

(一) 遊客性別分析

受訪者中 41.65%為男性，58.35%為女性，如圖 4-1 所示。

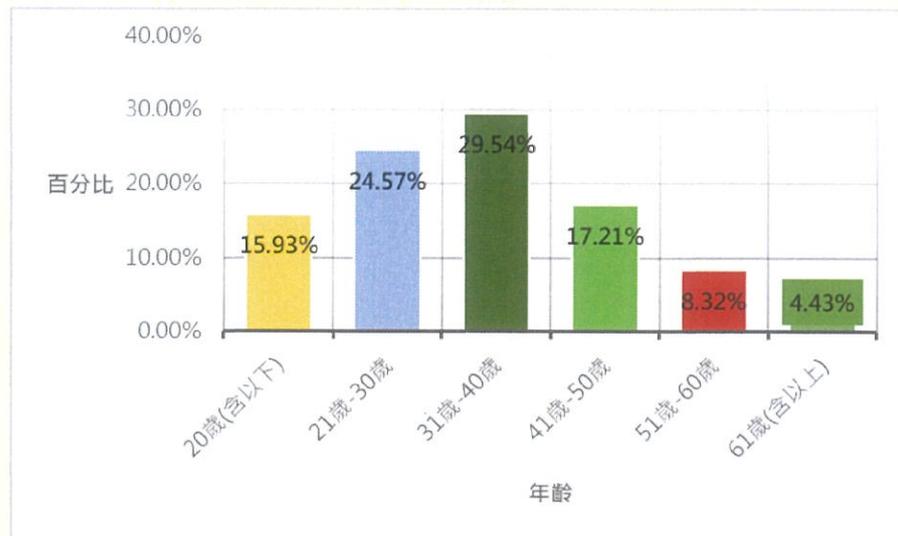
圖 4-1 遊客性別比例圖



(二) 遊客年齡分析

受訪遊客以「31~40 歲」最多，佔 29.54%；其次為「21~30 歲」，佔 24.57%，如圖 4-2 所示，詳細年齡層分佈請參考表 4-2。

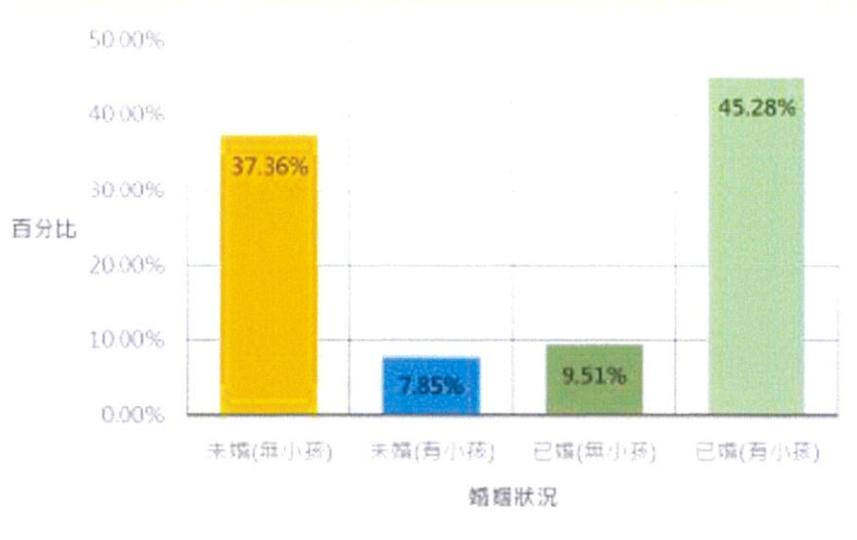
圖 4-2 遊客年齡分佈圖



(三) 遊客婚姻狀況分析

受訪遊客以「已婚(有小孩)」居多，佔 45.28%；其次為「未婚(無小孩)」佔 37.36%，如圖 4-3 所示，詳細婚姻狀況分佈請參考表 4-2。

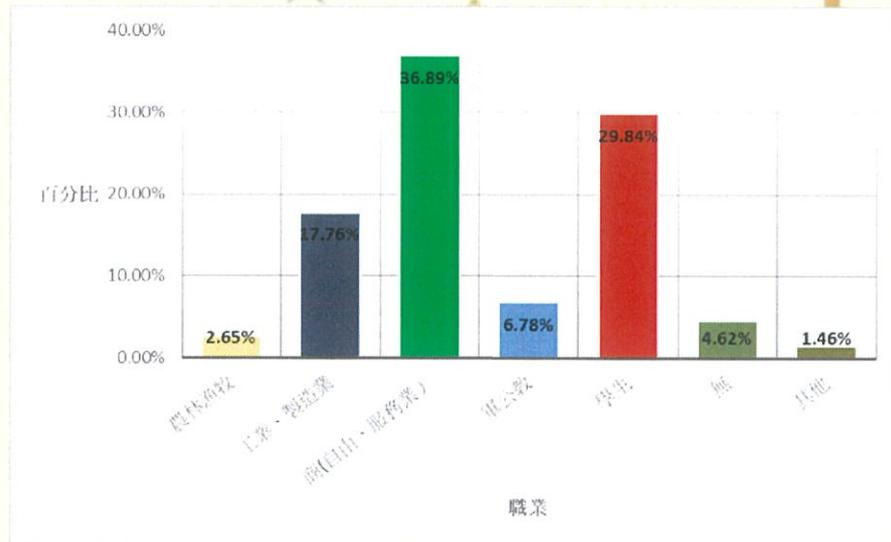
圖 4-3 遊客婚姻狀況比例圖



(四) 遊客職業分析

受訪遊客的職業以「商(自由業、服務業)」比例最高，約佔 36.89；其次為「學生」，佔 29.84%，詳細遊客職業分佈請參考表 4-2。

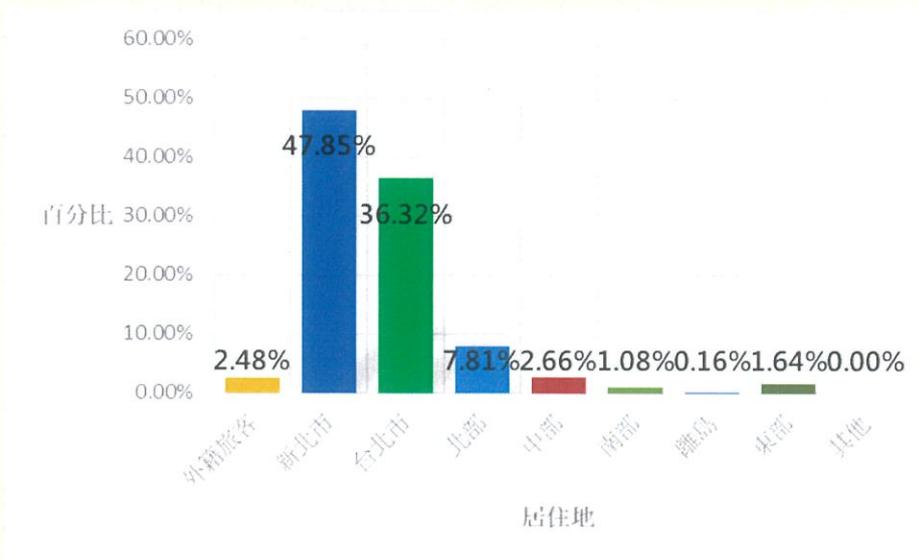
圖 4-4 遊客職業比例圖



(五) 遊客居住地

受訪遊客的居住地以「新北市」佔 47.85% 為最多；其次為居住在「台北市」的民眾，佔 36.32%，詳細遊客居住地分布請參考表 4-2。

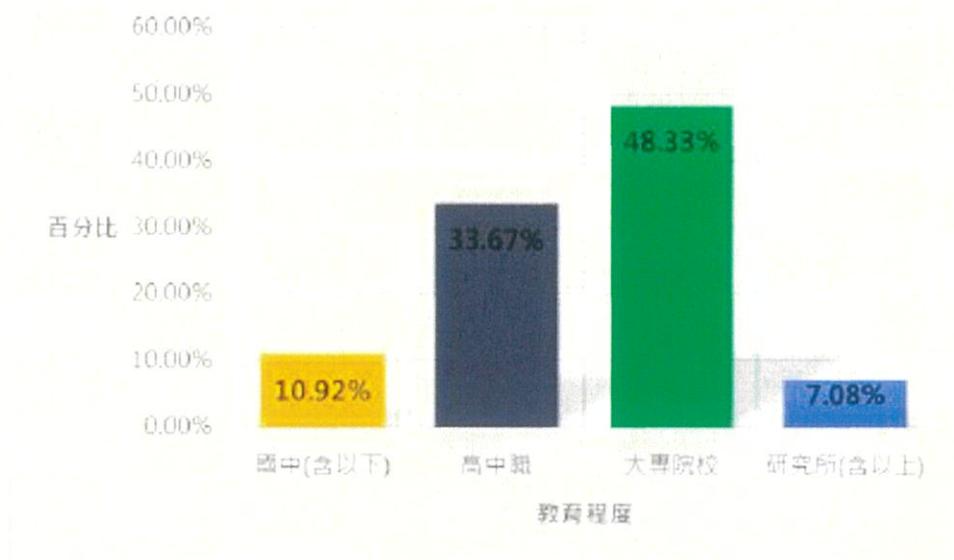
圖 4-5 遊客居住地比例圖



(六) 遊客教育程度

受訪遊客的教育程度以「大專院校」為最多，佔受訪人數的48.33%，其次為「高中職」，佔33.67%，詳細遊客教育程度分佈請參考表4-2。

圖 4-6 遊客教育程度比例圖



(七) 個人每月收入金額

受訪遊客收入以「1萬以下」佔最多，約23.77%；其次為「2-3萬」，佔23.66%，詳細遊客月收入分布請參考表4-2。

圖 4-7 遊客月收入比例圖

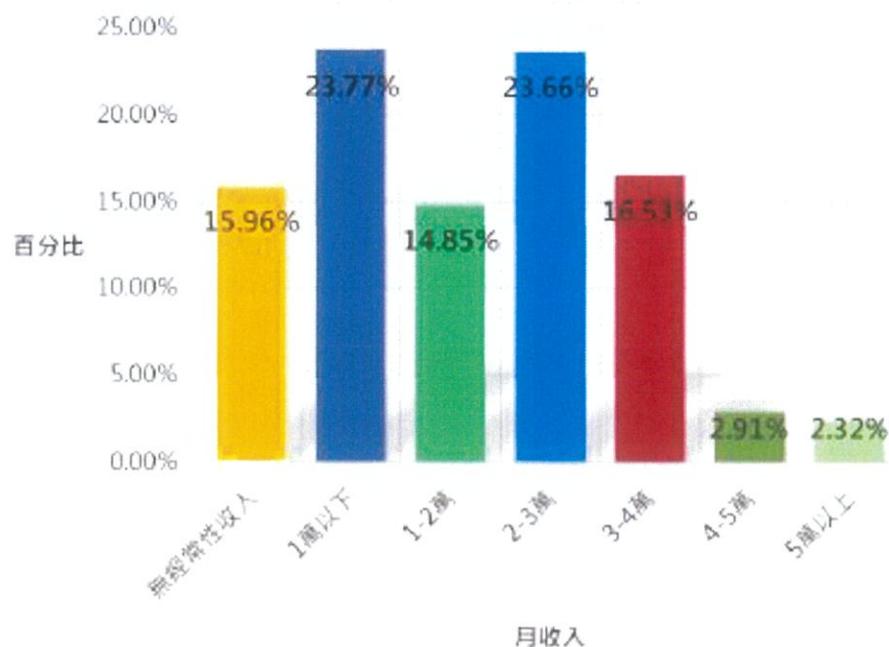


表 4-2 遊客基本資料分析表

題項	次數	百分比	累積百分比	
性別	男	848	41.65	41.65
	女	1,189	58.35	100.00
年齡	20 歲(含)以下	321	15.93	15.93
	21 歲~30 歲	496	24.57	40.50
	31 歲~40 歲	596	29.54	70.04
	41 歲~50 歲	347	17.21	87.25
	51 歲~60 歲	168	8.32	95.57
	61 歲(含)以上	89	4.43	100.00
婚姻狀況	未婚(無小孩)	752	37.36	37.36
	未婚(有小孩)	158	7.85	45.21
	已婚(無小孩)	191	9.51	54.72
	已婚(有小孩)	911	45.28	100.00
職業	農林漁牧	54	2.65	2.65
	工業、製造業	365	17.76	20.41
	商(自由業、服務業)	758	36.89	57.30
	軍公教	139	6.78	64.08
	學生	614	29.84	93.92
	無(退休、管家、待業中)	95	4.62	98.54
	其他	30	1.46	100.00
居住地	外籍旅客	51	2.48	2.48
	新北市	978	47.85	50.33
	台北市	742	36.32	86.65
	北部	160	7.81	94.46
	中部(苗栗縣/台中市/彰化縣/ 南投縣/雲林縣)	54	2.66	97.12
	南部(嘉義縣/嘉義市/台南市/ 高雄市/屏東縣)	22	1.08	98.20
	離島(澎湖/綠島/金門/馬祖/ 蘭嶼)	3	0.16	98.36
	東部(宜蘭縣/花蓮縣/台東 縣)	34	1.64	100.00

	其他	0	0.00	100.00
教育	國中(含以下)	316	10.92	10.92
	高中職	638	33.67	44.59
	大專院校	926	48.33	92.92
	研究所(含以上)	115	7.08	100.00
個人每月 收入金額	無經常性收入	321	15.96	15.96
	10,000 元以下	478	23.77	39.73
	10,001~20,000 元	298	14.85	54.58
	20,001~30,000 元	476	23.66	78.24
	30,001~40,000 元	332	16.53	94.77
	40,001~50,000 元	58	2.91	97.68
	50,001 元以上	47	2.32	100.00

三、遊客滿意度統計分析

在遊客滿意度的部分，本計劃研究遊客在參與「2018 歡樂耶誕城」活動之後，對於主辦單位提供之人員服務、設備內容及活動整體之評價，調查結果如下：

(一) 遊客對本次活動的滿意程度

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，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔87.18%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔2.19%。

表 4-3 「前往活動會場的道路標誌指示清楚」的滿意度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	787	37.67	37.67
滿意	1034	49.51	87.18
普通	222	10.63	97.81
不滿意	45	2.16	99.97
非常不滿意	1	0.03	100
總計	2,088	100	

2. 「前往活動會場的道路交通順暢」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔87.63%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔1.48%。

表 4-4 「前往活動會場的道路交通順暢」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	690	33.85	33.85
滿意	1095	53.78	87.63
普通	222	10.89	98.52
不滿意	23	1.13	99.65
非常不滿意	7	0.35	100
總計	2,037	100	

3. 「活動現場的工作人員服務態度良好」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 87.18%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 2.29%。

表 4-5 「活動現場的工作人員服務態度良好」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	789	39.11	39.11
滿意	970	48.07	87.18
普通	212	10.53	97.71
不滿意	31	1.53	99.24
非常不滿意	15	0.76	100
總計	2018	100	

4. 「活動現場的秩序管理良好」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 88.59%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 1.55%。

表 4-6 「活動現場的秩序管理良好」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	791	38.71	38.71
滿意	1019	49.88	88.59
普通	201	9.86	98.45
不滿意	19	0.92	99.37
非常不滿意	13	0.63	100
總計	2043	100	

5. 「活動會場內的節慶氣氛濃厚」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 92.74%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 0.67%。

表 4-7 「活動會場內的節慶氣氛濃厚」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	867	42.86	42.86
滿意	1009	49.88	92.74
普通	133	6.59	99.33
不滿意	11	0.52	99.85
非常不滿意	3	0.15	100
總計	2,022	100	

6. 「活動場地內各主題會場皆有特色」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 83.43%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 1.34%。

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	有效百分比	累計百分比
非常滿意	829	39.88	39.88
滿意	905	43.55	83.43
普通	316	15.23	98.66
不滿意	23	1.12	99.78
非常不滿意	5	0.22	100
總計	2,078	100	

7. 「活動場地內整體環境整潔乾淨」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 82.40%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 1.26%。

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	有效百分比	累計百分比
非常滿意	686	33.89	33.89
滿意	982	48.51	82.4
普通	331	16.34	98.74
不滿意	13	0.65	99.39
非常不滿意	12	0.61	100
總計	2,025	100	

8. 「活動場地內垃圾桶地點／數量設置良好」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 85.19%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 0.85%。

表 4-10 「活動場地內垃圾桶地點／數量設置良好」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	683	33.96	33.96
滿意	1030	51.23	85.19
普通	281	13.96	99.15
不滿意	16	0.81	99.96
非常不滿意	1	0.04	100
總計	2011	100	

9. 「活動場地內廁所位置／數量／整潔衛生」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 85.74%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 1.30%。

表 4-11 「活動場地內廁所位置／數量／整潔衛生」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	843	40.45	40.45
滿意	944	45.29	85.74
普通	270	12.96	98.7
不滿意	16	0.79	99.49
非常不滿意	11	0.51	100
總計	2085	100	

10. 「活動會場內設立的攤位整體服務品質良好」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 85.09%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 0.79%。

表 4-12 「活動會場內設立的攤位整體服務品質良好」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	922	44.88	44.88
滿意	826	40.21	85.09
普通	290	14.12	99.21
不滿意	11	0.53	99.74
非常不滿意	5	0.26	100
總計	2055	100	

11. 「主舞台的表演內容豐富有吸引力」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 82.77%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 3.03%。

表 4-13 「主舞台的表演內容豐富有吸引力」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	795	39.12	39.12
滿意	887	43.65	82.77
普通	288	14.2	96.97
不滿意	52	2.56	99.53
非常不滿意	10	0.47	100
總計	2,031	100	

12. 「活動內容讓我有互動體驗」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 82.93%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 2.72%。

表 4-14 「活動內容讓我有互動體驗」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	765	36.81	36.81
滿意	958	46.12	82.93
普通	298	14.35	97.28
不滿意	38	1.85	99.13
非常不滿意	18	0.87	100
總計	2,077	100	

13. 「活動本身內容多樣化」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 84.23%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 2.53%。

表 4-15 「活動本身內容多樣化」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	783	37.85	37.85
滿意	959	46.38	84.23
普通	274	13.24	97.47
不滿意	37	1.78	99.25
非常不滿意	16	0.75	100
總計	2,068	100	

14. 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 85.17%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 2.18%。

表 4-16 「活動宣傳管道的多元性」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	852	41.62	41.62
滿意	891	43.55	85.17
普通	259	12.68	97.85
不滿意	32	1.54	99.39
非常不滿意	12	0.61	100
總計	2,046	100	

15. 「活動宣傳內容的豐富性」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 85.05%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 2.48。

表 4-17 「活動宣傳內容的豐富性」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	847	41.36	41.36
滿意	895	43.69	85.05
普通	255	12.47	97.52
不滿意	43	2.11	99.63
非常不滿意	8	0.37	100
總計	2,048	100	

16. 「活動期間宣傳的持續性」的滿意程度

調查結果顯示，「滿意」及「非常滿意」的民眾加總佔 90.10%，「不滿意」及「非常不滿意」的民眾加總佔 0.85%。

表 4-18 「活動宣傳的內容豐富性」的滿意程度

滿意程度	次數	有效百分比	累計百分比
非常滿意	713	34.03	34.03
滿意	1175	56.07	90.1
普通	190	9.05	99.15
不滿意	15	0.71	99.86
非常不滿意	3	0.14	100
總計	2,095	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。

如下表所示，平均數最高的三項分別為：「活動會場內的節慶氣氛濃厚」，分數為 4.35；「活動會場內設立的攤位整體服務品質良好」，分數為 4.29；以及同為 4.26 分的「活動現場的秩序管理良好」。顯示本次活動遊客最滿意活動會場秩序和氛圍。

平均數最低之三項分別為：同為 4.18 分的「主舞台的表演內容豐富有吸引力」及「活動場地內垃圾桶地點／數量設置良好」；「活動內容讓我有互動體驗」，分數為 4.16；「活動場地內整體環境整潔乾淨」，分數為 4.11，顯示本次活動最讓遊客不滿意之處為前往活動會場整體環境清潔為最不滿意之處。

表 4-19 滿意度分析比較表

調查項目	滿意程度(%)	平均	滿意比 排序	平均 排序
前往活動會場的道路標誌指示清楚	87.18	4.23	9	6
前往活動會場的道路交通順暢	87.63	4.2	4	9
活動現場的工作人員服務態度良好	87.18	4.19	6	11
活動現場的秩序管理良好	88.59	4.26	3	3
活動會場內的節慶氣氛濃厚	92.74	4.35	1	1
活動場地內各主題會場皆有特色	83.43	4.22	12	8
活動場地內整體環境整潔乾淨	82.4	4.14	16	16
活動場地內垃圾桶地點／數量設置良好	85.19	4.18	7	13
活動場地內廁所位置／數量／整潔衛生	85.09	4.24	9	4
活動會場內設立的攤位整體服務品質良好	82.77	4.29	15	2
主舞台的表演內容豐富有吸引力	82.93	4.18	14	13
活動內容讓我有互動體驗	82.93	4.16	15	15
活動本身內容多樣化	84.23	4.19	11	11
活動宣傳管道的多元性	85.17	4.24	8	4
活動宣傳內容的豐富性	85.05	4.24	10	4
活動期間宣傳的持續性	90.1	4.2	2	9

四、遊客參與歡樂耶誕城活動行為之敘述分析

(一) 參與歡樂耶誕城活動行為之分析

1. 除了本次，請問您是否曾參加「新北市歡樂耶誕城」的活動嗎？
(單選)

結果顯示 36.87%的遊客是初次歡樂耶誕城的活動，有 63.13%是回流的遊客，如表 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
沒有	761	36.87	36.87
來過 1 次	676	32.75	69.62
來過 2 次	255	12.36	81.98
來過 3 次以上	372	18.02	100
總計	2,065	100.00	

2. 您參加此次活動主要的同行成員？(單選)

結果顯示遊客多與「家人親戚」一同前來，約 31.66%；其次為「朋友、同學、同事」佔 33.48%，如表 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
家人親戚	648	31.66	31.66
朋友同學同事	685	33.48	65.14
旅遊團體	327	15.96	81.1
單獨前來	383	18.74	99.84
其他	3	0.16	100
總計	2,046	100	

3. 您參加此次活動所使用的交通工具？（複選）

結果顯示遊客採用之交通方式以「捷運」為主，佔 30.69%；其次為「公民營客運（含公車）」，佔 17.98%；再次為「機車」，佔 14.32%。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
捷運	645	30.69	1
自用汽車	206	9.80	5
機車	301	14.32	3
步行	166	7.90	6
公民營客運（含公車）	378	17.98	2
腳踏車	101	4.80	7
高鐵	26	1.24	8
火車	246	11.70	4
遊覽車	20	0.95	9
飛機	10	0.48	10
其他	3	0.14	11

4. 您參與此次活動的主要動機？（複選）

結果顯示「與家人、朋友同遊」是遊客參與活動的主要動機，佔 66.41%；其次為「感受熱鬧的節慶氣氛」，佔 45.91%；再次為「喜歡活動內容」，佔 31.11%。詳見表 4-23。

表 4-23 動機分析

選項	次數	百分比	排序
與家人、朋友同遊	1,396	66.41	1
知名且具代表性的活動	485	23.07	5
喜歡活動內容	654	31.11	3
放鬆身心	285	13.56	8
感受熱鬧的節慶氣氛	965	45.91	2
市府辦活動都參加	188	8.94	10
休閒娛樂	524	24.93	4

慕名而來	268	12.75	9
活動適合闔家參與	485	23.07	6
現場表演豐富有趣	327	15.56	7
其他	63	3.00	11

5. 您本次參與「2018 新北市歡樂耶誕城」活動是專程或是順道？
(單選)

結果顯示遊客多為專程前來參與，佔 78.56%，而順道路過的遊客佔 21.44%，如表 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
專程參與	1,610	78.56	78.56
順道路過	439	21.44	100
總計	2,049	100	

6. 您今年是否會再次參訪「2018 新北市歡樂耶誕城」？(單選)

結果顯示遊客今年會再次造訪歡樂耶誕城的比例佔 91.32%，不會的則佔 8.68%，如表 4-25 所示。

表 4-25 是否會再次造訪歡樂耶誕城分析

選項	次數	百分比	累積百分比
會	1858	91.32	91.32
不會	177	8.68	100
總計	2,035	100	

7. 您是否曾瀏覽「2018 新北市歡樂耶誕城」的網路資訊？(單選)

結果顯示 60.83% 的遊客曾在網路上瀏覽今年歡樂耶誕城的資訊，沒有瀏覽過的佔 39.17%，如表 4-26 所示。

表 4-26 是否瀏覽官方網站分析

選項	次數	百分比	累積百分比
有	1223	60.83	60.83
沒有	788	39.17	100
總計	2,011	100	

8. 您是否曾瀏覽「2018 新北市歡樂耶誕城」的桑塔熊直播？（單選）

結果顯示 52.06% 的遊客曾瀏覽歡樂耶誕城的桑塔熊直播，沒有瀏覽過的比例佔 47.94%，如表 4-27 所示。

表 4-27 是否瀏覽桑塔熊直播分析

選項	次數	百分比	累積百分比
有	1076	52.06	52.06
沒有	990	47.94	100
總計	2,066	100	

9. 您獲得此次活動主要的資訊管道？（多選）

結果顯示遊客對於 2018 歡樂耶誕城之訊息來源以「報章雜誌」佔 37.5% 為最高，其次為「親友推薦」，佔 29.4%；再次為「電視、廣播」，佔 27.8%，如表 4-28 所示。

表 4-28 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
報章雜誌	788	37.5	1
親友推薦	618	29.4	2
DM、宣傳單	219	10.4	8
電視、廣播	584	27.8	3
電腦網路	462	22.0	4
戶外（路上）活動看板旗幟	351	16.7	5
觀光單位宣傳、旅行社	181	8.6	10
每年都要參加例行活動	252	12.0	7

旅展資訊提供	185	8.8	9
FB、Line 等社群網站貼文	301	14.3	6
其他	39	2.2	11

10. 您最喜歡「2018 新北市歡樂耶誕城」哪些項目？（多選）

結果顯示遊客最喜歡2018歡樂耶誕城的項目為「遊樂設施」佔40.75%，其次為「3D光雕投影」，佔33.12%；再次為「路樹燈海」，佔27.73%，如表4-28所示。

表 4-28 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
遊樂設施	857	40.75	1
3D 光雕投影	696	33.12	2
迷幻星球燈光秀	245	11.66	7
大型燈飾裝置	483	22.96	5
路樹燈海	583	27.73	3
天橋燈飾	298	14.19	6
貨櫃市集	230	10.93	8
童趣嘉年華活動	212	10.1	10
巨星耶誕演唱會	495	23.54	4
其他	228	10.84	9

11. 您本身喜歡參與主題性的節慶活動嗎？（單選）

結果顯示本身喜歡參與主題節慶活動的遊客（非常喜歡和喜歡），共佔 88.31%，不喜歡（不喜歡和非常不喜歡）的共佔 3.28%，詳見表 4-29。

表 4-29 是否喜歡參與具主題性的節慶活動

選項	次數	百分比	累積百分比
非常喜歡	547	26.59	26.59
喜歡	1270	61.72	88.31
普通	173	8.41	96.72

不喜歡	54	2.62	99.34
非常不喜歡	14	0.66	100.00
總計	2057	100.00	

12. 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）

結果顯示，認為辦理主題性的節慶活動能夠有效提升居民幸福感的遊客共佔 85.33%（含效果極大和有效果），認為無效的（含沒有效果和效果極小）佔 5.38%，如表 4-30 所示。

表 4-30 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
效果極大	479	23.69	23.69
有效果	1,247	61.64	85.33
普通	188	9.29	94.62
沒有效果	79	3.90	98.52
效果極小	30	1.48	100.00
總計	2,023	100.00	

13. 請問您對本次「2018 新北歡樂耶誕城」，整體滿意度為何？（單選）

結果顯示，對本次活動整體滿意的遊客佔 89.13%（含滿意及非常滿意），不滿意的佔 0.54%（含不滿意及非常不滿意），如表 4-31 所示。

表 4-31 整體滿意度分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常滿意	747	36.91	36.91
滿意	1,057	52.22	89.13
普通	209	10.33	99.46
不滿意	11	0.54	100.00
非常不滿意	0	0.00	100.00
總計	2,024	100.00	

14. 請問您對本次「2018 新北歡樂耶誕城」3D 主燈秀滿意度為何？
(單選)

結果顯示，對 3D 主燈秀滿意的遊客佔 85.70% (含滿意及非常滿意)，不滿意的佔 0.90% (含不滿意及非常不滿意)，如表 4-32 所示。

表 4-32 3D 主燈秀滿意度分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常滿意	752	37.19	37.19
滿意	980	48.51	85.70
普通	271	13.40	99.10
不滿意	13	0.66	99.76
非常不滿意	5	0.24	100.00
總計	2021	100.00	

15. 請問您對本次「2018 新北歡樂耶誕城」燈飾滿意度為何？(單選)

結果顯示，對本次燈飾滿意的遊客佔 76.72% (含滿意及非常滿意)，不滿意的佔 3.06% (含不滿意及非常不滿意)，如表 4-33 所示。

表 4-33 燈飾滿意度分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常滿意	614	29.85	29.85
滿意	964	46.87	76.72
普通	416	20.22	96.94
不滿意	63	3.06	100.00
非常不滿意	0	0.00	100.00
總計	2056	100.00	

16. 請問您對本次「2018 新北歡樂耶誕城」貨櫃市集滿意度為何？
(單選)

結果顯示，對本次貨櫃市集滿意的遊客佔 74.55% (含滿意及非常滿意)，不滿意的佔 2.75% (含不滿意及非常不滿意)，如表 4-34 所示。

表 4-34 貨櫃市集滿意度分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常滿意	502	24.71	24.71
滿意	1012	49.84	74.55
普通	461	22.70	97.25
不滿意	55	2.70	99.95
非常不滿意	1	0.05	100.00
總計	2031	100.00	

17. 請問您對本次「2018 新北歡樂耶誕城」站前燈光秀滿意度滿意度為何？(單選)

結果顯示，對本次站前燈光秀滿意的遊客佔 88.23% (含滿意及非常滿意)，不滿意的佔 1.69% (含不滿意及非常不滿意)，如表 4-35 所示。

表 4-35 桑塔熊周邊商品滿意度分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常滿意	651	32.51	32.51
滿意	1116	55.72	88.23
普通	202	10.08	98.31
不滿意	31	1.55	99.86
非常不滿意	3	0.14	100
總計	2003	100	

18. 請問您對本次「2018 新北歡樂耶誕城」桑塔熊周邊商品滿意度為何？（單選）

結果顯示，對本次桑塔熊周邊商品滿意的遊客佔 91.98%（含滿意及非常滿意），不滿意的佔 2.55%（含不滿意及非常不滿意），如表 4-36 所示。

表 4-36 桑塔熊周邊商品滿意度分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常滿意	702	33.93	33.93
滿意	1201	58.05	91.98
普通	113	5.47	97.45
不滿意	49	2.36	99.81
非常不滿意	4	0.19	100
總計	2069	100	

19. 請問您會向他人推薦參與「2018 新北市歡樂耶誕城」？（單選）

結果顯示，願意向他人推薦參與本次活動的遊客佔 68.18%（含願意及非常願意），不願意的則佔 16.62%（含不願意及非常不願意），如表 4-37 所示。

表 4-37 願意推薦分析表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常願意	602	30.29	30.29
願意	752	37.89	68.18
普通	302	15.2	83.38
不願意	309	15.56	98.94
非常不願意	21	1.06	100
總計	1986	100	

20. 請問您明年會再次參與「新北市歡樂耶誕城」嗎？（單選）

結果顯示，明年願意再次參與的遊客佔 87.31%（含願意及非常願意），不願意的則佔 7.16%（含不願意及非常不願意），如表 4-38 所示。

表 4-38 明年會再次參與意願表

選項	次數	百分比	累積百分比
非常願意	628	30.75	30.75
願意	1,155	56.56	87.31
普通	113	5.53	92.84
不願意	85	4.16	97.00
非常不願意	61	3.00	100.00
總計	2,042	100.00	

伍、結論與建議

為期 47 天的「2018 新北市歡樂耶誕城」在 1 日結束，平均每日湧入數十萬人次觀賞體驗，尤以站前廣場幻彩星系的大型地景裝置藝術和市民廣場桑塔星系主燈秀、遊樂設施是必訪的主要景點，新北市觀光旅遊局統計，今年再度打破紀錄，創下逾 600 萬人次觀賞的紀錄。

觀旅局表示，去年 11 月中旬開幕的耶誕城，憑藉著創新與跨域合作，吸引許多海內外遊客參與，也獲得眾多外媒高關注度並拿下國內網路聲量第一名，締造傲人紀錄。其中的「巨星耶誕演唱會」活動，邀請到鄧紫棋、蔡依林擔任兩日壓軸卡司，首日就湧入 20 萬人，直通跨年盛況。

據觀光局統計，2011 年開始舉辦耶誕城活動，經過 8 年時間，參觀人數從第一年 25 萬人次，逐步成長到今年突破 600 萬人次。不僅人潮爆滿，今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藉由網路擴散到國際，在活動期間，日本「阪急交通社」公布 2018 年聖誕節海外旅行目的地排行榜，臺灣擊敗奧地利、德國等耶誕節氣氛濃厚國家，榮登冠軍寶座之外，並再度獲新加坡樟宜機場官網推薦，且與香港、日本東京與新加坡濱海灣並列「亞洲四大耶誕盛典」；紐西蘭先驅報 (NZ Herald) 推薦為「全球最佳耶誕市集」；美國 MSN「全球令人驚嘆的聖誕樹」精選照片之一等，並同時獲得 OpView 社群口碑資料庫全臺耶誕活動網路聲量第一名，使這次活動不僅好拍好逛，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。

2018 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，2018 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 89.13%、68.18%及 91.32%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。今年雖廣受外媒讚譽及報導吸引許多外國旅客參觀，但就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，外國遊客的觀點應是非常重要的，未來應針對此客層做深入的瞭解，以回應大型活動對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

2018 新北耶誕城為期 47 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 92.74%認為新北耶誕城「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：聖誕燈飾、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

本次再次邀請新加坡團隊，此次結合智能移動式投影，打造全台面積最大 3D 光雕投影秀，吸引大批民眾前往觀賞。也邀請蔡依林、鄧紫棋等藝人表演，首日就湧入 20 萬人，節目包括電視及網路收看觀眾每天湧入數十萬人次觀賞，「桑塔熊直播」累計觸及人數也達 313 萬 6176 次，耶誕城相關影音貼文瀏覽達 211 萬 6892 次。且耶誕城相關新聞在北美地區獲得千萬人次點閱瀏覽。演唱會首日直逼跨年的人數，創下歷來新北耶誕城演唱會新高，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，2018 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 24.12%。但在新聞報導仍造成大量的交通阻塞，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，新北耶誕城可以考慮採用推出歡樂耶誕城期間的大眾交通一日券，並給予使用此大眾交通一日券的民眾優惠。如此一來應能有效地吸引民眾搭乘大眾運輸工具。



(二) 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、廣播得知歡樂耶誕城活動資訊 65.3%，而電腦網路及 FB、Line 等社群網站貼文則只佔了 36.3%，如今幾乎人手一機的時代，可以善用網路行銷，可以有效率並且有效果地節省經費，更可以透過網路的擴散使活動更多人響應。