

109 年新北市登山旅遊節 問卷調查與活動效益分析



新北市政府觀光旅遊局

中華民國 109 年 6 月

前言

以新北郊山步道為規劃主軸，吸引民眾走至戶外、進入山林。活動將由在地或專業導覽人員藉由導覽解說方式，帶領參與民眾以步行方式，漫步於山林之中，並結合里山地景、在地文化、生態保育、生活體驗、週邊景點與在地美食，使參與民眾在徜徉於山林中的同時，亦能感受在地人文與地方特色，並帶動里山經濟。

前言.....	I
圖目錄.....	II
表目錄.....	II
一、新北市登山旅遊節規畫動機與目的.....	2
二、計畫調查內容說明.....	5
(一) 遊客族群分析.....	5
(二) 步道主題分析.....	8
三、活動問卷分析.....	11
(一)活動報名誘因分析.....	11
(二)旅行路徑難易度調查.....	12
(三)旅行滿意度調查.....	13
(四)民眾得知本活動消息來源調查.....	14
(五)民眾對於活動優劣判斷依據調查.....	15
四、結論與建議：.....	17

圖目錄

圖一 回流參加比例.....	5
圖二 滿意度比例.....	5
圖三 活動民眾性別比例.....	6
圖四 活動民眾各年齡層比例.....	6
圖五 13 大套裝行程參與人次.....	8
圖六 套裝主題參與比例.....	9
圖七 報名民眾參加活動最大誘因.....	11
圖八 行程難易度調查.....	12
圖九 行程滿意度調查.....	13
圖十 宣傳管道調查.....	14
圖十一 民眾選擇旅遊依據.....	15

表目錄

表一 套裝主題行程表.....	9
-----------------	---

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

山野景致是新北市最迷人之處，置身其中，才能體會自然美景帶來的感動！今年登山旅遊節，新北市觀光旅遊局特別與「那米哥旅行社」及「深·旅行」攜手合作，以「遇見深山美學」為主題，精選十三條具代表性的森林古道及郊山健走路線及新北春日山旅行，盼能帶著遊客一起走入新北山林，感受不同的森林美學體驗。

【十三條大步道套裝遊程】

《時空旅人－淡蘭古道中路崩山坑古道》荒廢多年的崩山坑古道，是道雙溪柑腳村與泰平村居民的共同回憶。為了重新串起古今記憶，近年志工與雙溪在地團體以手作精神進行古道修繕，新北市政府更將崩山坑古道選擇成為第一條淡蘭手作步道示範點。一起與跟隨先人足跡，行走在崩山坑古道中，展開淡蘭時光之旅，回到 200 年前的清治時代。

《尋找傳說中的秘境－淡蘭古道中路坪溪古道》坪溪古道擁有一片高聳參天的柳杉林，走在其中，彷彿來到了溪頭。美麗清幽的古道，是尚未被發現的山林秘境，適合全家大小一同前來遊玩。

《茶韻之森－淡蘭古道中路枋山坑古道》漫步枋山坑古道，重返淡蘭歲月；於綠意盎然的古道中，來場茶香野餐；午後在山野間以瑜伽伸展放鬆身心，感受森林的綠色療癒力量。遊程結合淡蘭古道風情、坪林茶鄉特色與瑜伽體驗，是一場身心靈饗宴。

《茶商之路－淡蘭古道中路中坑古道》走在中坑古道上，感受昔日運茶盛況。午餐安排於雙溪平林休閒農場享用有機田園料理，結合厚雨農莊的酵素茶席。遊程結合淡蘭百年風華與雙溪風情，是一場深度知性之旅。

《開蘭傳奇－淡蘭古道北路燦光寮古道、楊廷理古道》串連燦光寮古道與楊廷理古道二條淡蘭北路山徑，帶領遊客以慢速行旅方式，深度走訪淡蘭古道，探尋百年前的歷史印記！

《站上山峰之巔－淡蘭古道北路燦光寮古道草山戰備道段、瑞芳區燦光寮山步道》從燦光寮古道草山戰備道段，登上東北角第一高峰「燦光寮山」，欣賞海天一線、山峰相連的壯闊景色。再結合台灣 36 個秘境之一的「象鼻岩」，觀賞海蝕奇景，是一趟山海景觀兼具的小旅行。

《勇者出征－八里區北橫古道、硬漢嶺、楓櫃斗湖步道》從北橫古道登上觀音山風景區最知名的象徵「硬漢嶺」，是充滿著硬漢驕傲的徒步旅程。順訪觀音山小桂林秘境與八里渡船頭老街，體驗不一樣的淡水河風情！

《山洞中的秘密－石碇區山羊洞步道、烏塗溪步道》帶著旅客在山羊洞步道中的天然洞穴探險，體驗別有洞天的逍遙遊，再連走烏塗溪步道觀魚賞景。中午於三才靈芝農場享用頂級靈芝饗宴、香草茶點，並且深度認識石碇村落特色。

《尋找光陰的故事－新北市樹林區大棟山步道、桃園市龜山區大湖頂山步道、新嶺山步道》遊程串連新北市與桃園市，漫步在兩座城市的山林間，盡情享受森林浴。午後再引領遊客來到龜山，聆聽眷村故事的美麗與哀愁，是一場結合郊野踏青與在地回憶的時光旅程！

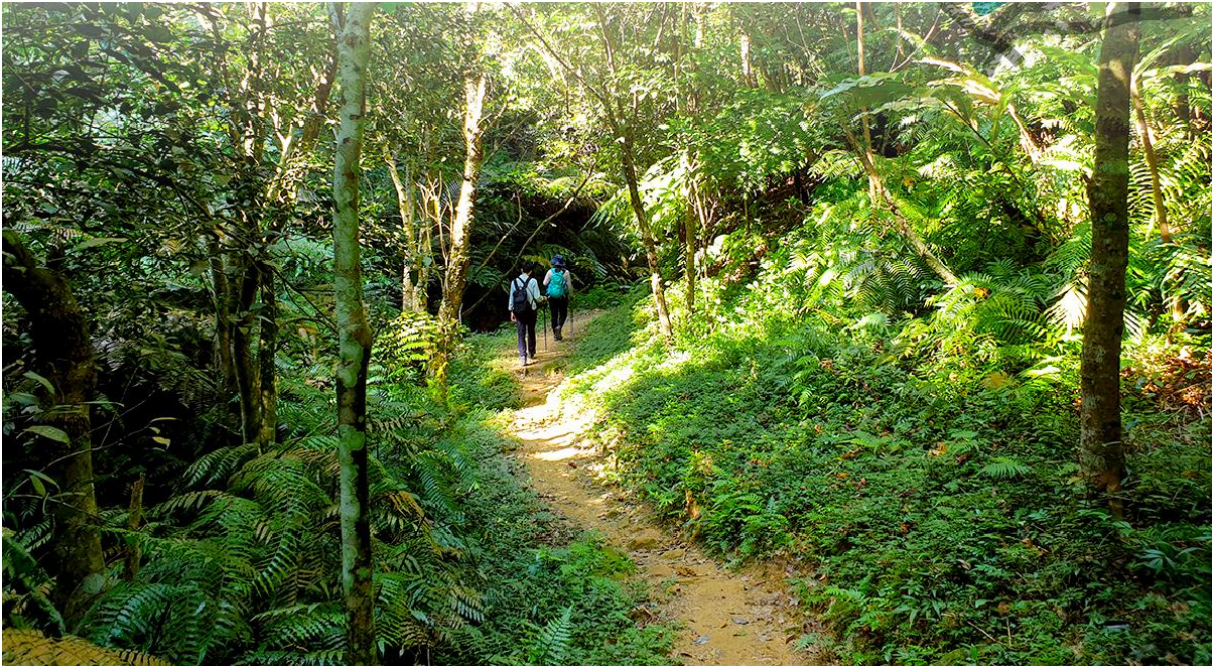
《被遺落的仙境－瑞芳三貂嶺瀑布步道》本遊程安排三貂嶺瀑布步道健走，桐花時節前來，除了親見瀑布之美，還有機會感受桐花紛飛的浪漫。是一場絕不能錯過的山林美景的鐵道小旅行。

《水返腳的春天－汐止翠湖步道、金龍湖》深入探索汐止夢想社區週邊的自然生態之美，如果在桐花綻放的四月，漫步於翠湖與金龍湖湖畔，就有機會欣賞到油桐花在群山間搖曳的美景。是一場結合美麗山湖風光與社區文化的一日小旅行。

《走進宮崎駿的魔法森林－石門青山瀑布步道、尖山湖步道》本遊程將帶著遊客前往隱身在北海岸

的瀑布秘境-青山瀑布，在此處踏青、觀瀑、野餐，享受森林的春日氣息。再跟著在地人的腳步，尋訪嵩山秘境，來場不一樣的北海岸春之旅。《勇闖侏儸紀 - 坪林金瓜寮蕨類步道》遊程將安排沿著金瓜寮溪岸欣賞溪流景觀與蕨類生態，帶著民眾徜徉在山水溪流風景之中。並且結合坪林櫻花林與茶鄉風情，走進坪林的春日風景。

二、計畫調查內容說明

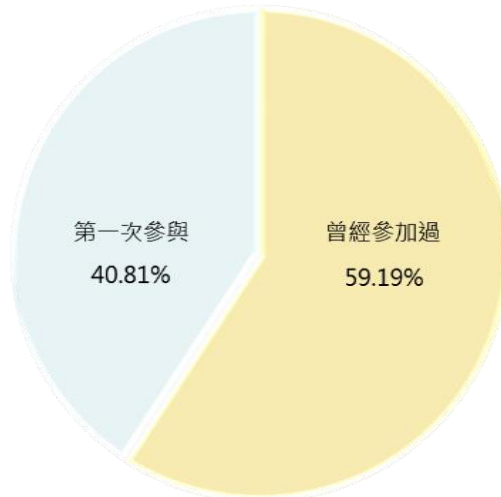


二、計畫調查內容說明

為了了解民眾參與的動機，本次計發放 571 份問卷，有效問卷回收率為 100%。

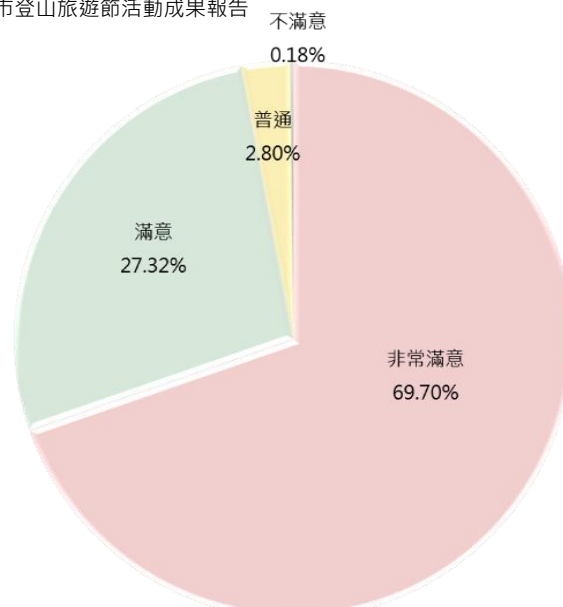
(一) 遊客族群分析

本次參加活動的民眾有 59.2% 曾經參加過「新北登山旅遊節」活動，但也有不少民眾是第一次體驗，如圖一。可見在休假日多數民眾會願意走進大自然放鬆身心靈；然而活動的安排也受到了好評，高達 97% 民眾滿意活動的安排，如圖二。由此可知民眾除了願意走進大自然也相對注重活動品質。



圖一 回流參加比例

資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

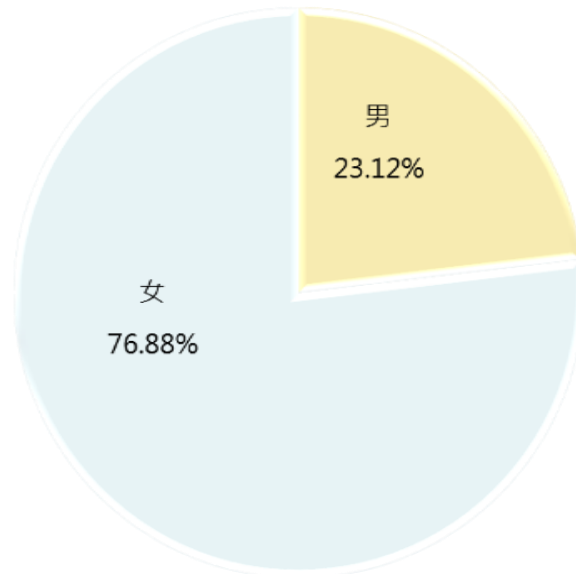


圖二 滿意度比例

資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

本次參與活動民眾以女性占多數有 76.9%，如圖三。顛覆以往女性較不願意參與戶

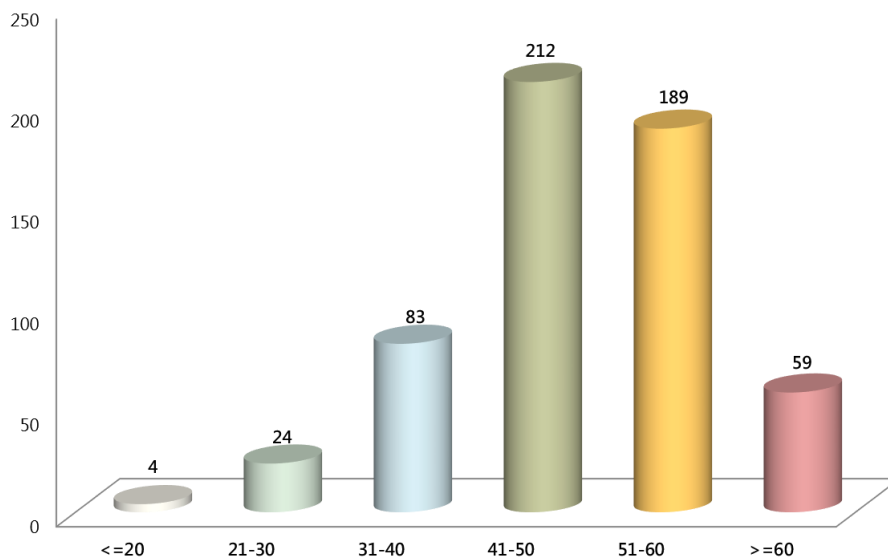
外活動的刻板印象，有可能是女性會顧慮安全因素，當有領隊帶路、遊覽車接駁或有朋友陪伴情形下，會比較想從事戶外活動。而男性喜愛登山者平時自行前往機率較高，因此參與須收費的活動意願相對偏低。



圖三 活動民眾性別比例

資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

本次民眾參與登山節活動的年齡層，由圖四可觀察出41歲以上佔80.5%，顯示有經濟能力的民眾，除了工作之虞外或退休後，會想多從事戶外活動放鬆身心。31-40歲民眾僅佔14.5%，可能此族群有照顧小孩的考量，故所佔比例不高。



圖四 活動民眾各年齡層比例

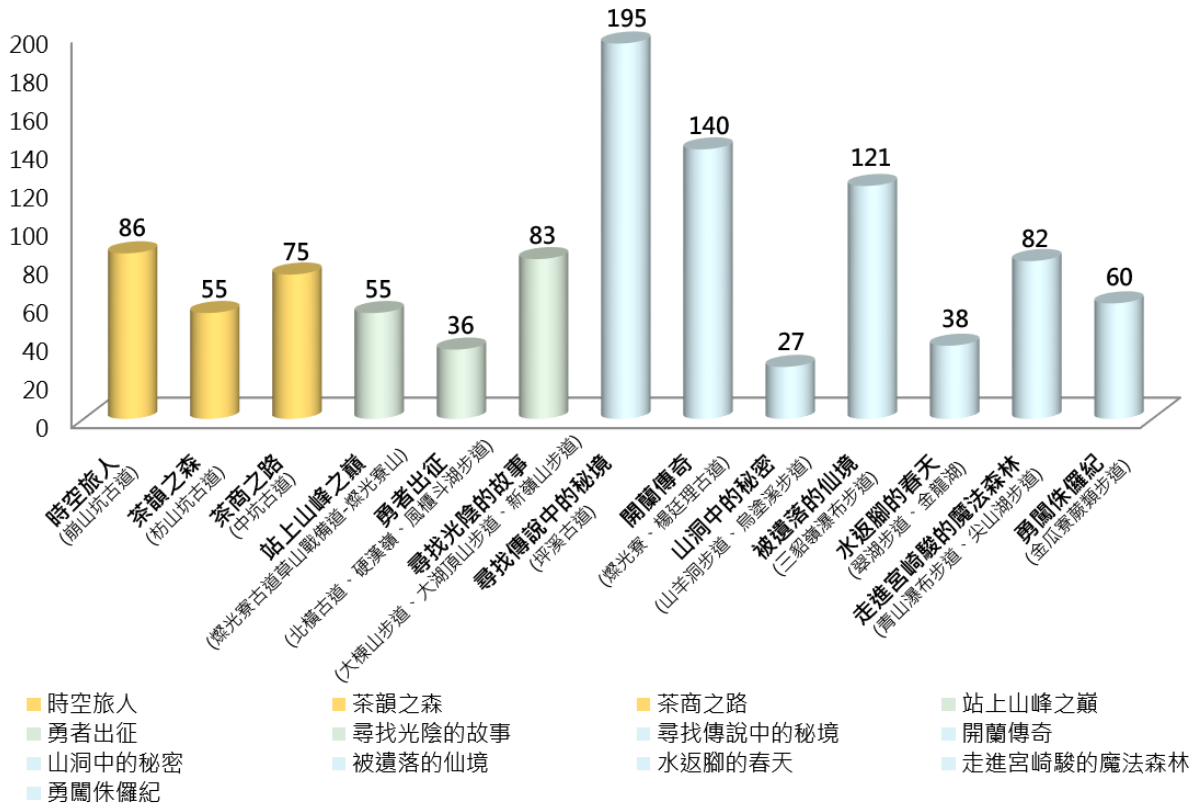
資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

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；又或者增加較特

殊及具國際級的體驗遊程，也可增加民眾參與度。這些看似平常的森林景色，讓民眾從不同角度欣賞在外國人眼裡所謂「登山天堂」。

(二) 步道主題分析

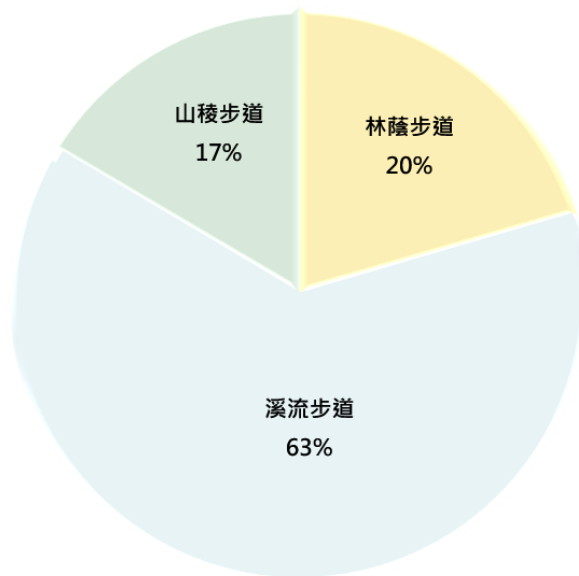
2019 年新北市登山旅遊節參與人數總計為 571 人，其中又以《尋找傳說中的秘境 - 淡蘭古道中路坪溪古道》參與人數最多有 195 人參加，如圖五所示。



圖五 13 大套裝行程參與人次

資料來源：觀光旅遊局 2019 新北市登山旅遊節活動成果報告

本次推出十三大步道套裝遊程，依其步道類型及遊程體驗共分為三大類包含林蔭步道、山稜步道、溪流步道，透過不同類型的登山步道，如圖六。旅客得以享受不同的登山體驗，登山小旅行遊程結合「步道健走」與「在地人文」，讓登山不只是登山，更是一趟文化體驗之旅。



圖六 套裝主題參與比例

資料來源：觀光旅遊局 2019 新北市登山旅遊節活動成果報告

表一 套裝主題行程表

林蔭步道	溪流步道	山稜步道
時空旅人-淡蘭古道中路崩山坑古道	尋找傳說中的秘境-淡蘭古道中路坪溪古道	茶韻之森-淡蘭古道中路枋山坑古道
茶商之路-淡蘭古道中路中坑古道	開蘭傳奇-淡蘭古道北路燦光寮古道、楊廷理古道	站上山峰之巔-淡蘭古道北路燦光寮古道草山戰備道段、瑞芳區燦光寮山步道
	山洞中的秘密-石碇區山羊洞步道、烏塗溪步道	勇者出征-八里區北橫古道、硬漢嶺、楓櫃斗湖步道
	被遺落的仙境 - 瑞芳三貂嶺瀑布步道	尋找光陰的故事-新北市樹林區大棟山步道、桃園市龜山區大湖頂山步道、新嶺山步道
	水返腳的春天-汐止翠湖步道、金龍湖	
	走進宮崎駿的魔法森林 - 石門青山瀑布步道、尖山湖步道	
	勇闖侏儸紀 - 坪林金瓜寮蕨類步道	

資料來源：觀光旅遊局 2019 新北市登山旅遊節活動成果報告

如表一，三大主題中「林蔭步道」本次，共推出 2 套行程：《時空旅人 - 淡蘭古道中路崩山坑古道》與《茶商之路 - 淡蘭古道中路中坑古道》，雖然路途需要相當體力的

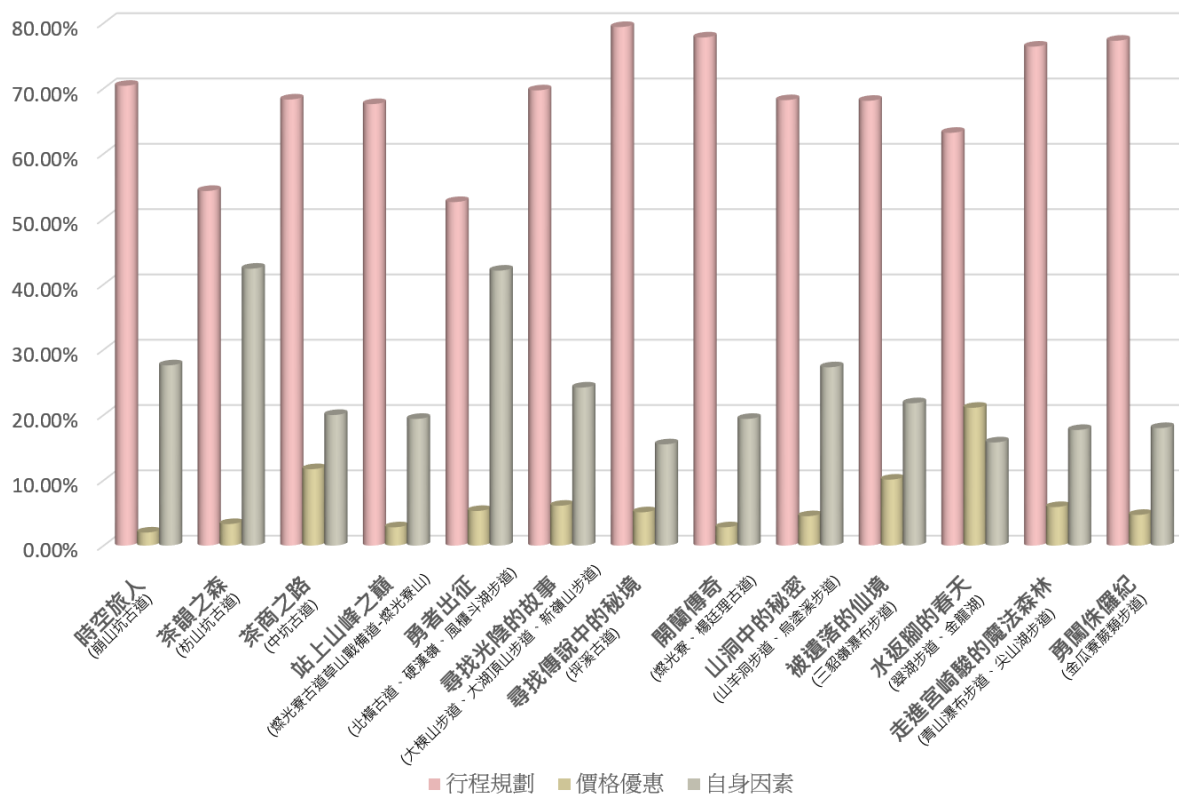
健行路段，沿途較多原始土路，但因能以行腳方式感受先民的生活並體驗不同風土民情，較容易讓人感興趣，也較有吸引力，所以報名人數相對亮眼。

「溪流步道」本次共推出 7 條：《尋找傳說中的秘境－淡蘭古道中路坪溪古道》、《開蘭傳奇－淡蘭古道北路燦光寮古道、楊廷理古道》、《山洞中的秘密－石碇區山羊洞步道、烏塗溪步道》、《被遺落的仙境－瑞芳三貂嶺瀑布步道》、《水返腳的春天－汐止翠湖步道、金龍湖》、《走進宮崎駿的魔法森林－石門青山瀑布步道、尖山湖步道》、《勇闖侏儻紀－坪林金瓜寮蕨類步道》。其中「尋找傳說中的秘境－淡蘭古道中路坪溪古道」的行程，除了有登山健走的行程外也增加溪邊玩水的體驗行程，在這片深邃幽靜的森林，高聳柳杉與清澈溪水，如夢似幻的美景，不少家長攜帶孩童一起來體驗。

「山稜步道」共推出 4 套行程：《茶韻之森－淡蘭古道中路枋山坑古道》、《站上山峰之巔－淡蘭古道北路燦光寮古道草山戰備道段、瑞芳區燦光寮山步道》、《勇者出征－八里區北橫古道、硬漢嶺、楓櫃斗湖步道》及《尋找光陰的故事－新北市樹林區大棟山步道、桃園市龜山區大湖頂山步道、新嶺山步道》，因原始山徑較為土路且多懸崖峭壁及坡度較陡，所以整體參加比例較低，僅占全部的 17%。但此行程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，正好兼顧了不同需求的族群。

三、活動問卷分析

(一)活動報名誘因分析

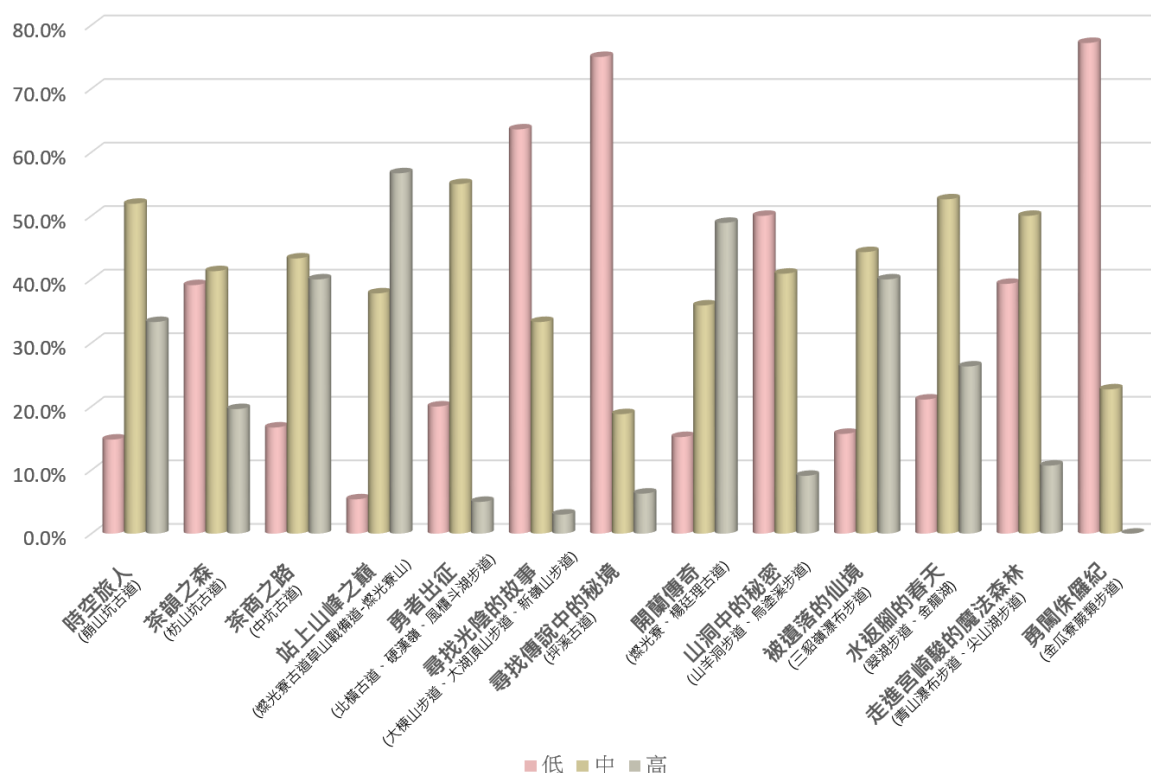


圖七 報名民眾參加活動最大誘因

資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

由圖七可得知，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」，次要因素為各人因素(含身為Lamigo粉絲、喜歡登山以及親友邀請)以及政府補助價格優惠，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「跟勇者出征-八里區北橫古道、硬漢嶺、楓櫃斗湖步道」報名誘因身為Lamigo忠實粉絲就占有42.1%，可以推估隨著參加登山活動，跟團旅行社口碑將越趨重要。直得注意的是「價格優惠」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，會以注重行程規劃內容是否符合需求及旅行社品質口碑為考量。

(二) 旅行路徑難易度調查

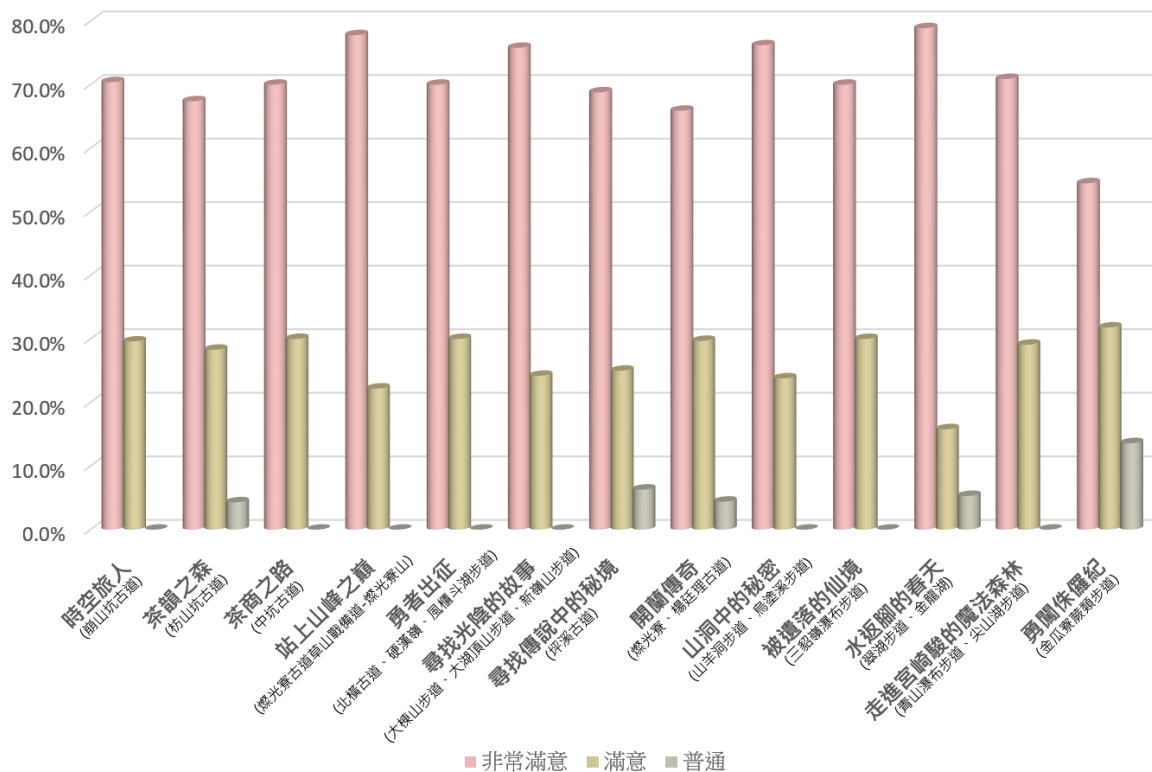


圖八 行程難易度調查

資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

此次所有行程路線，民眾觀感大多落在難度適中，如圖八所示。民眾觀感簡易(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「尋找傳說中的秘境-淡蘭古道中路坪溪古道」的民眾有75%認為行程屬簡易，其中認為「非常簡單」比例更高達40.6%，但此行程步道主題著重在走進綠色隧道，尋找如亞馬遜河般的美景，步道主要為一般土路較無坡度，故走起來較輕鬆。被反映較高困難度的為「勇者出征-八里區北橫古道、硬漢嶺、楓櫃斗湖步道」，究其原因，可能是選擇的步道保留較多原始景觀多見土路，坡度陡。但如此安排卻可以帶著民眾尋找小桂林秘境，享受隱藏版山林秘境。

(三)旅行滿意度調查



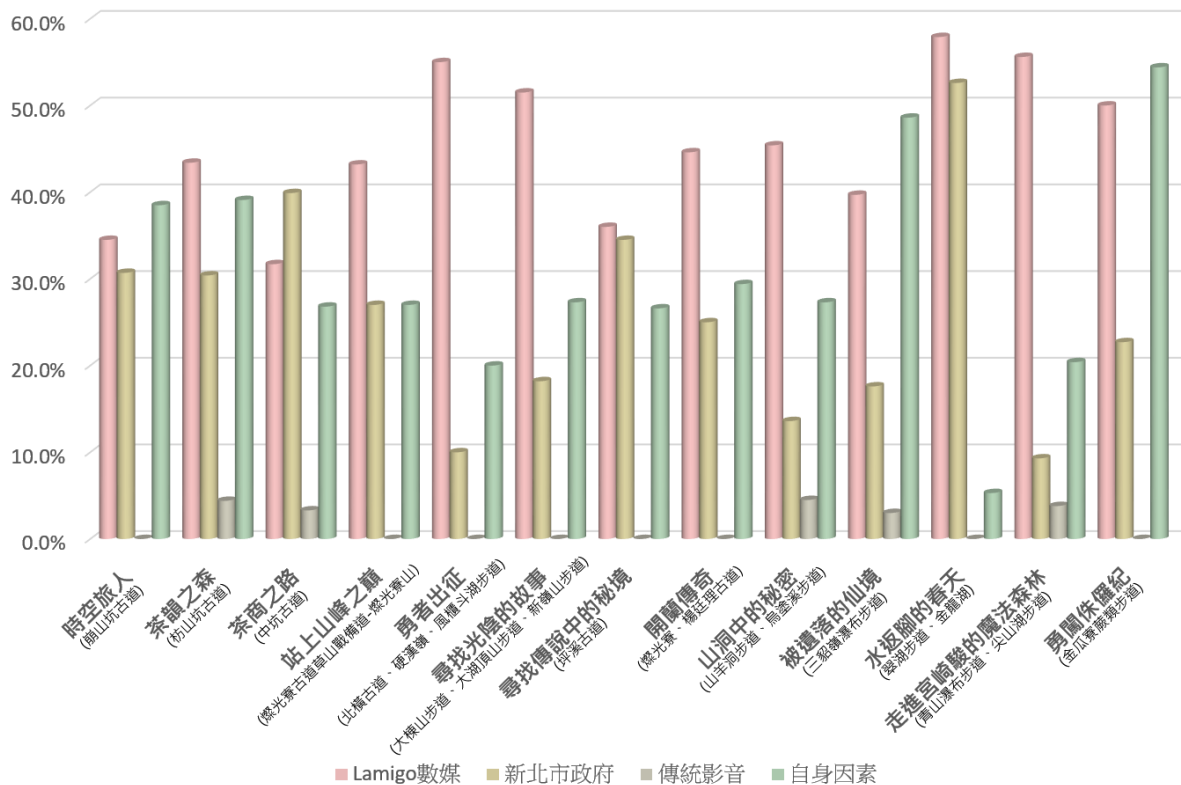
圖九 行程滿意度調查

資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

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「林蔭」、「山稜」及「溪流」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)，如圖九。儘管上述有些步道觀感困難度較高，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



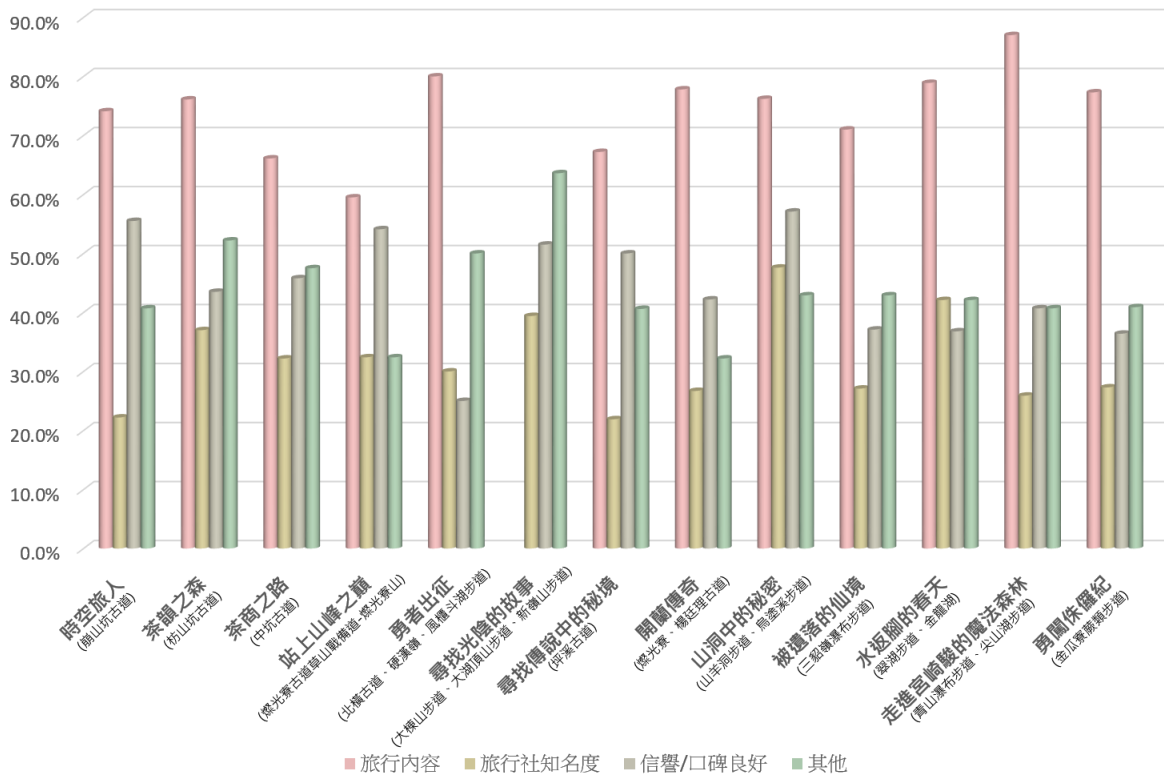
圖十 宣傳管道調查

資料來源：觀光旅遊局2019新北市登山旅遊節活動成果報告

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。

圖十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



圖十一 民眾選擇旅遊依據

資料來源：觀光旅遊局 2019 新北市登山旅遊節活動成果報告

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，由圖十一可觀察出旅行內容（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」也占有不低的比列，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：

由於步道路網複雜多元，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。

台灣山色真的頗有「姿色」，而今(2019)年的「登山旅遊節」活動，將精選十三條有故事的登山步道，以行腳方式，帶著旅客感受先民生活。步道類型包含：林蔭步道、溪流步道以及山稜步道，透過不同類型的登山步道，旅客得以享受不同的登山體驗。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，更是一種文化體驗之旅，並被賦予了教育意義。讓生活知識可以從小向下紮根，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。

透過產、官、學結合，並藉由登山教育宣導，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。