

# 2014 新北市客家桐花祭

## 資料分析及應用

中華民國 103 年



新 北 市 土 城 區 公 所 編 印  
中 華 民 國 1 0 3 年 9 月

# 2014 新北市客家桐花祭 ( 桐遊土城 )

## 目次

問卷項目.....	1~2
問卷資料圖表分析.....	3~20
問卷資料應用說明.....	21~27

## 2014 新北市客家桐花祭活動遊客問卷調查

親愛的遊客，您好：

新北市政府為瞭解您參與活動之滿意度，以作為未來舉辦各項活動之參考，邀請參與活動之遊客提供寶貴意見，參加者由電腦隨機抽選 20 名贈送精美小禮物 1 份，預計於 5 月 22 日抽出並公佈於活動官方網站。

姓名：

電話：

電子郵件：

年齡：15-24 歲25-34 歲35-44 歲45-54 歲55-64 歲65 歲  
以上

居住地：新北市(\_\_\_\_區)臺北市、基隆市桃/竹/苗縣市中/彰/投雲/嘉/南/高/屏宜/花/東其他

1. 請問您去年有參與桐花相關之活動嗎？

有(新北市\_\_\_\_區其他縣市) 沒有

2. 您本次參加新北市客家桐花祭那些區域之活動(可複選)

土城區深坑區瑞芳區三峽區中和區鶯歌區三芝區  
石碇區其他\_\_\_\_

3. 您參加此次活動主要的同行成員：

家人親戚朋友同事旅遊團體單獨前來其他\_\_\_\_

4. 您參加此次活動使用的交通工具(可複選)：

活動接駁車自用車機車捷運公車遊覽車計程車步行其他\_\_\_\_

5. 您參與此次活動停留時間：

2 小時以下2-4 小時5-6 小時1 天2 天 1 夜以上

6. 您獲得此次活動最主要資訊管道：

網路報紙廣播親友推薦宣傳單電視戶外看板雜誌  
其他\_\_\_\_\_

7. 您個人參與此次活動的餐飲及購物花費約為

無199 元以下200-499 元500-999 元1000 元以上

8. 您參與此次活動最主要動機：(複選題)

增進身心健康與家人同遊參與藝文活動賞桐花休閒娛樂  
其他\_\_\_\_\_

9. 您對於活動整體滿意度

非常滿意滿意普通不滿意非常不滿意

10. 您對於活動交通如接駁車、停車場之滿意度：

非常滿意滿意普通不滿意非常不滿意

11. 您對於活動內容如結合地方特色、桐花主題等之滿意度：

非常滿意滿意普通不滿意非常不滿意

12. 您對於活動相關設施如步道、廁所等之滿意度：

非常滿意滿意普通不滿意非常不滿意

13. 您對於工作人員服務品質之滿意度：

非常滿意滿意普通不滿意非常不滿意

14. 明年願意再次參與本活動：

非常不願意不願意普通願意非常願意

15. 會向他人推薦本活動：

非常不願意不願意普通願意非常願意

16. 您喜歡本次活動的那些項目(可複選)

賞桐集印換好禮步道美麗桐花桐花 diy桐花彩繪藝文演出  
客家文化體驗及互動鋼琴區桐花樹下的祝福美食藝文展覽  
觀光工廠賞螢商家優惠券路跑攤位揹柴體驗其他  
\_\_\_\_\_

問卷結束，感謝您提供寶貴的意見。

一、個人基本特性分析

根據參加桐花祭遊客之基本資料，整理其資料特性

表1：年齡		
年齡/年度	2013年	2014年
15-24歲	62	84
25-34歲	115	181
35-44歲	270	188
45-54歲	292	140
55-64歲	123	57
65歲以上	36	12

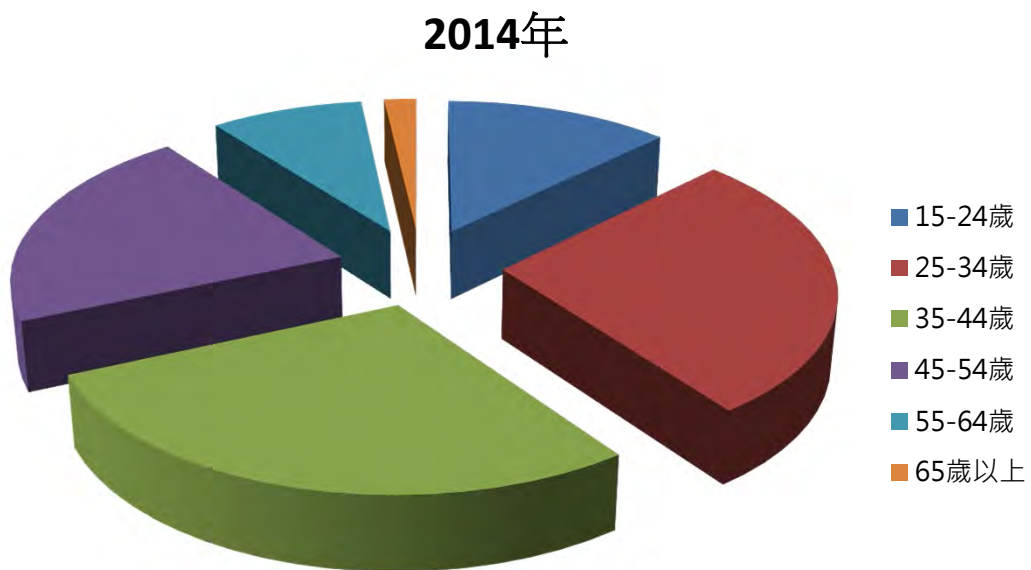


圖1：參與年齡差別比圖

一、個人基本特性分析

居住地				
居住地/年度	2013年	2013年百分比	2014年	2014年百分比
台北市/基隆市	162	18.1%	145	19.0%
新北市	621	69.3%	568	74.4%
桃/竹/苗縣市	51	5.7%	34	4.5%
中/彰/投縣市	58	6.5%	8	1.0%
雲/嘉/南/高/屏	4	0.4%	8	1.0%

表2：居住地/居住地百分比

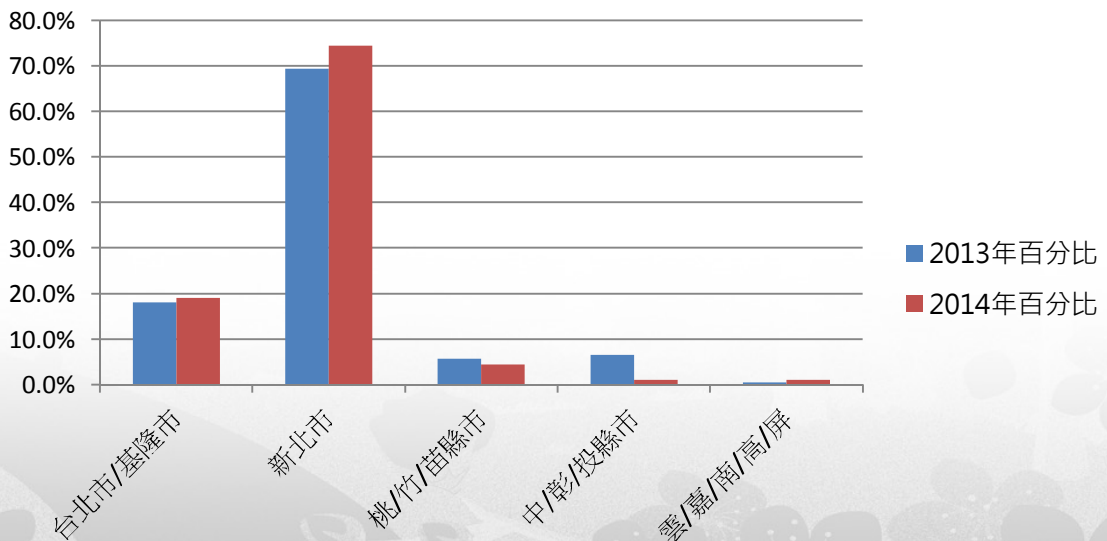
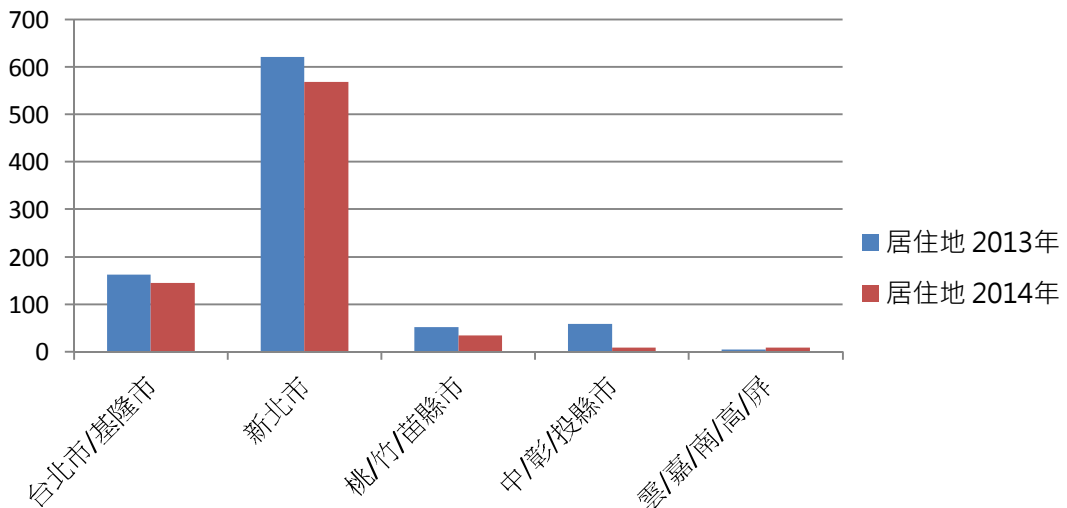


圖2：居住地/居住地百分比

二、活動參與分析

根據參加桐花祭遊客之回饋資料，整理其特性

去幾年是否曾經參加過與桐花節		
參與/年度	2013年	2014年
有	636	475
沒有	253	288

表3：去幾年是否曾經參加過與桐花節

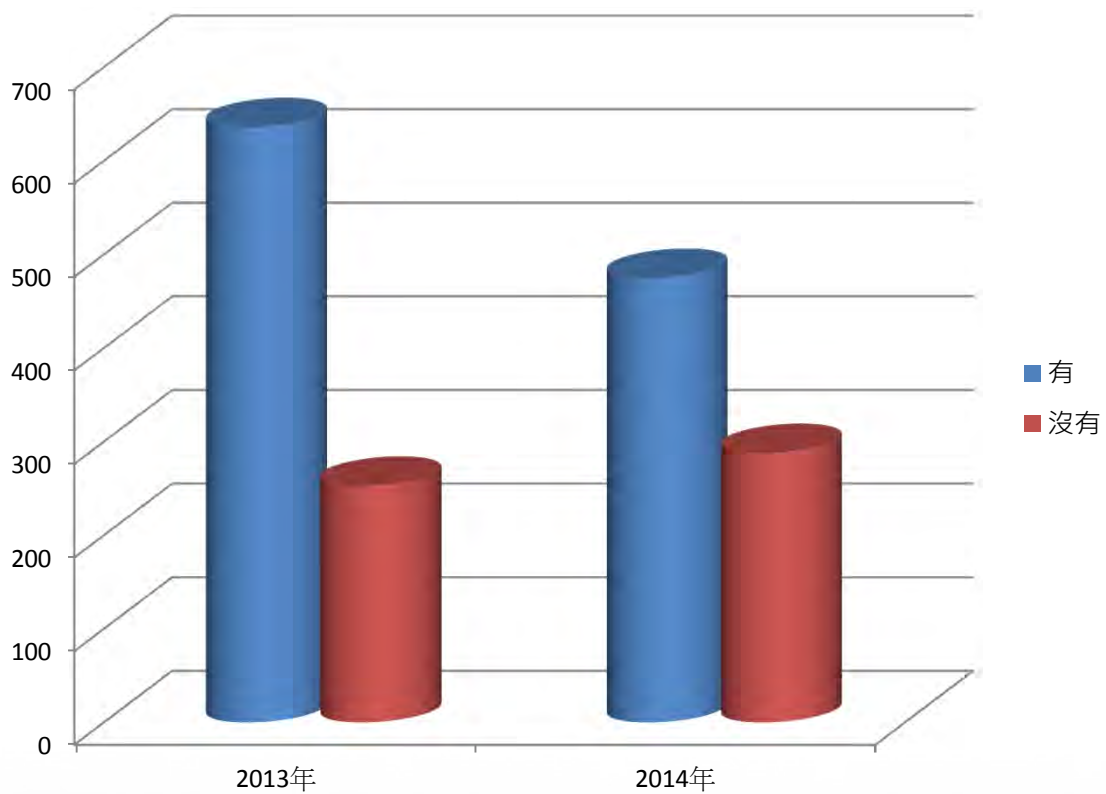


圖3：去幾年是否曾經參加過與桐花節

二、活動參與分析

曾參與的活動是 (可複選)		
地區/年度	2013年	2014年
土城區	554	662
中和區	33	40
瑞芳區	56	46
深坑區	51	70
鶯歌區	56	38
三峽區	125	99
三芝區	0	43
石碇區	0	46
汐止區	0	4

表4：曾參與的活動

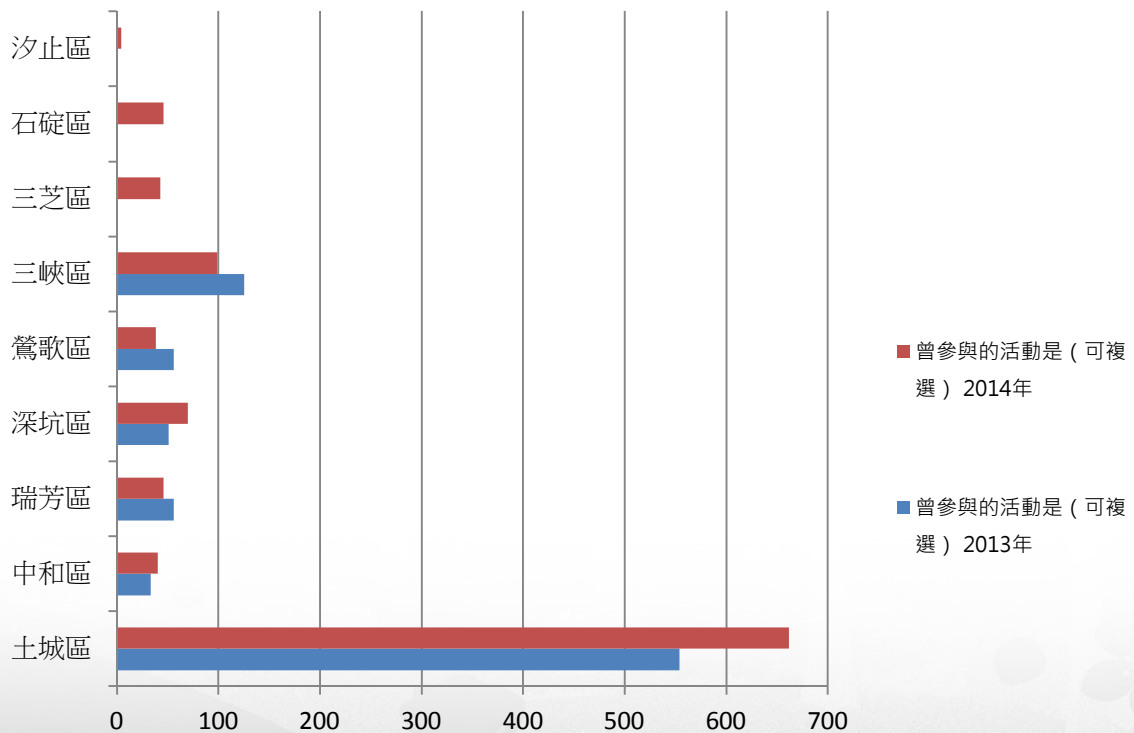


圖4：曾參與的活動



二、活動參與分析

主要成員		
主要成員/年度	2013年	2014年
單獨前來	70	61
朋友同事	194	168
家人親戚	612	533

表5：主要成員

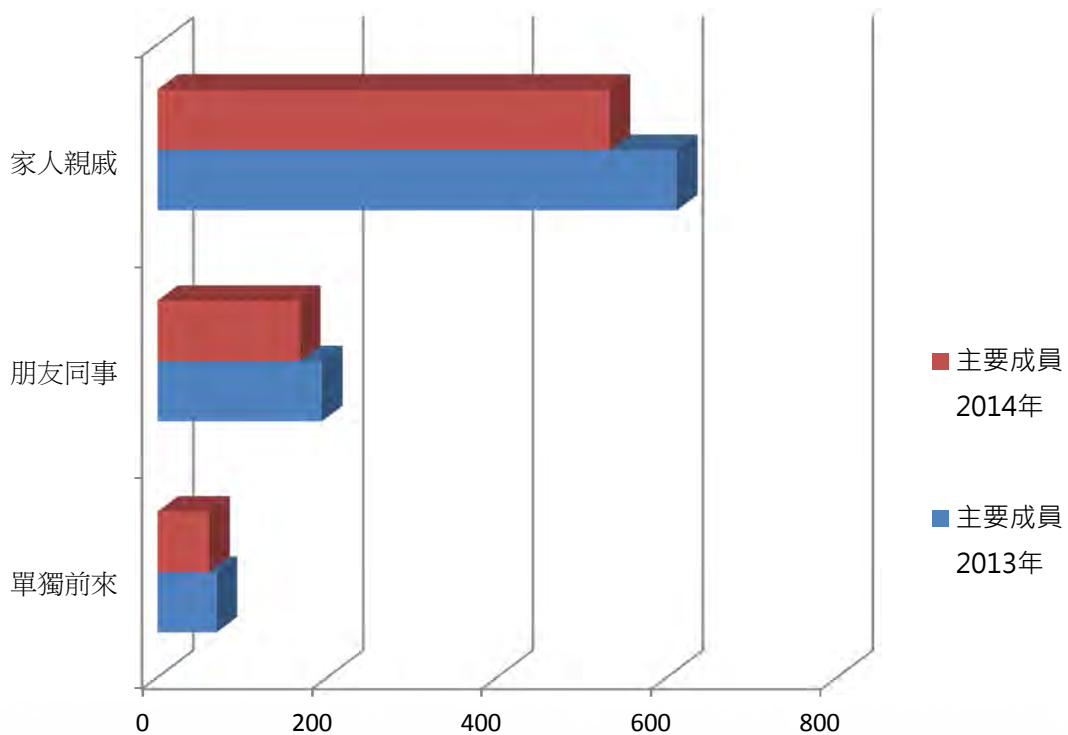


圖5：主要成員

二、活動參與分析

交通工具(可複選)		
交通工具/年度	2013年	2014年
步行	111	77
機車	282	203
汽車	195	189
公車	194	138
捷運	292	230
活動接駁車	324	336

表6：交通工具

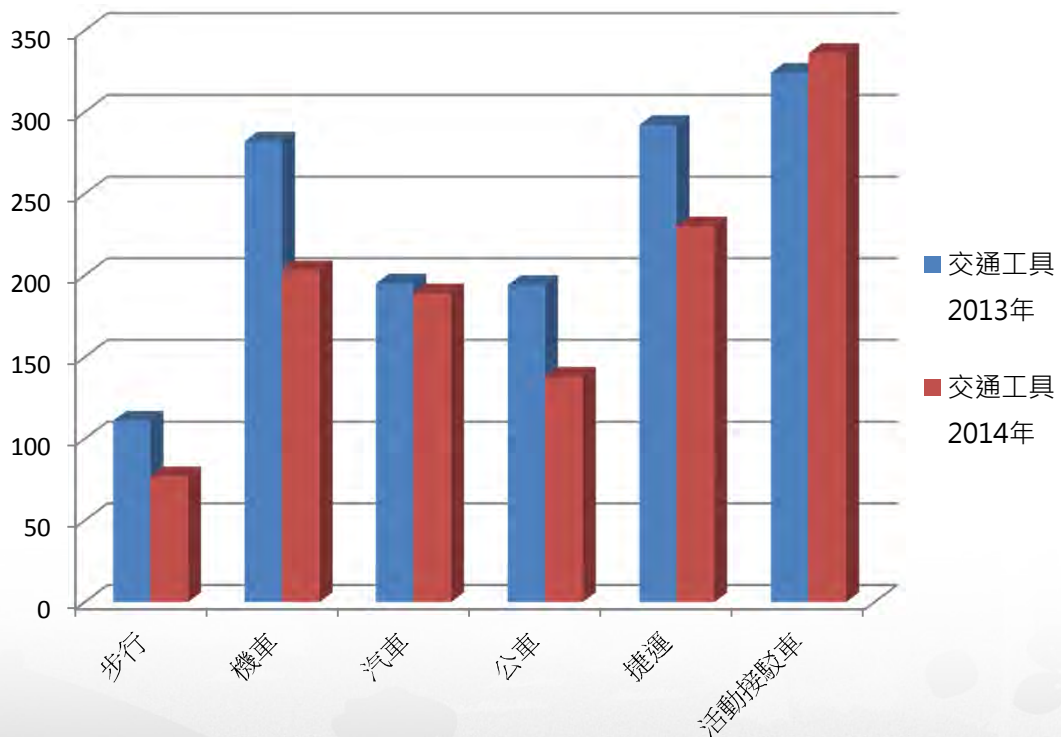


圖6：交通工具

二、活動參與分析

停留時間		
時間/年度	2013年	2014年
2小時內	70	97
2~4小時	415	303
4~6小時	227	205
6~8小時	110	108
一天	66	52

表7：停留時間

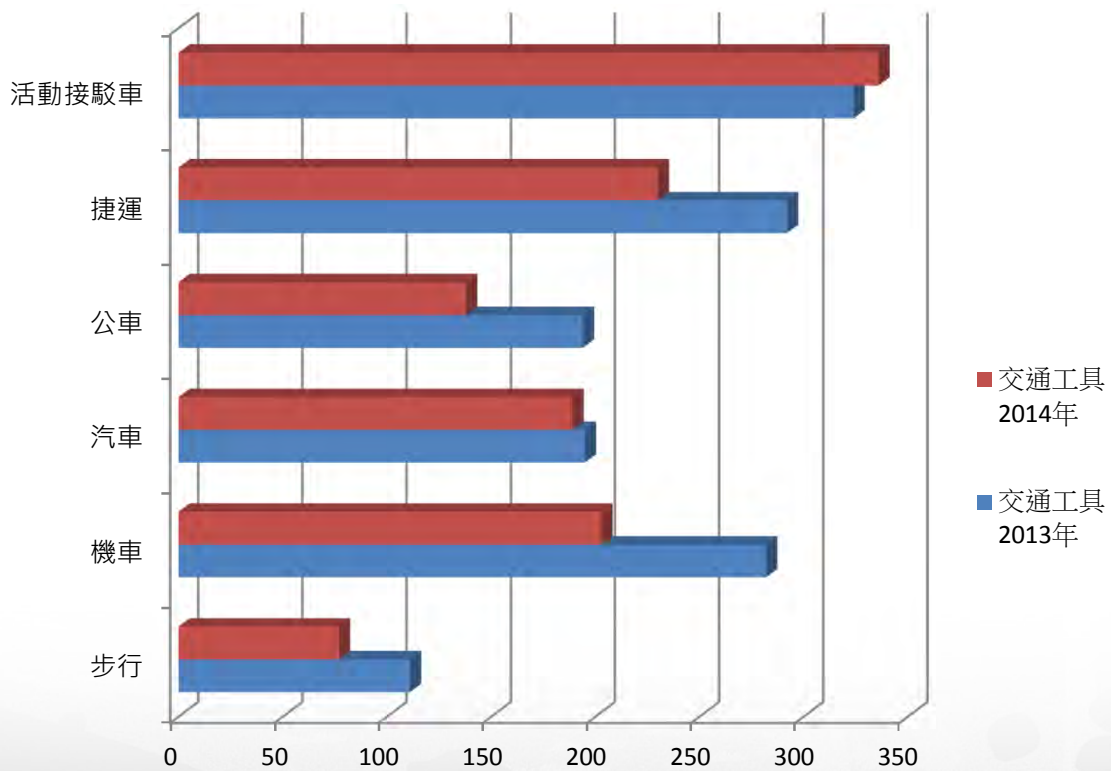


圖7：停留時間

二、活動參與分析

資訊管道		
管道/年度	2013年	2014年
電腦網路	601	612
電視廣播	110	72
活動刊版.DM	114	105
其他	62	51

表8：參與管道

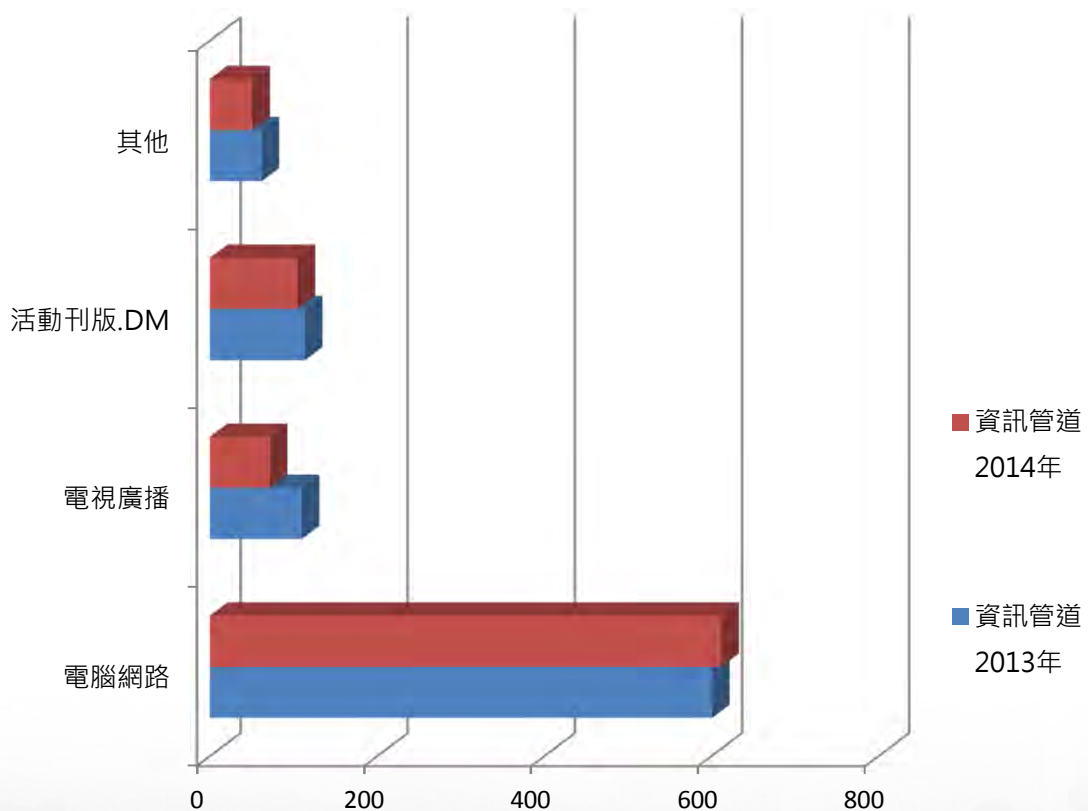


圖8：參與管道

二、活動參與分析

花費		
金額/年度	2013年	2014年
199以下	238	231
200~499	384	313
500~999	228	166
1000以上	42	53

表9：花費

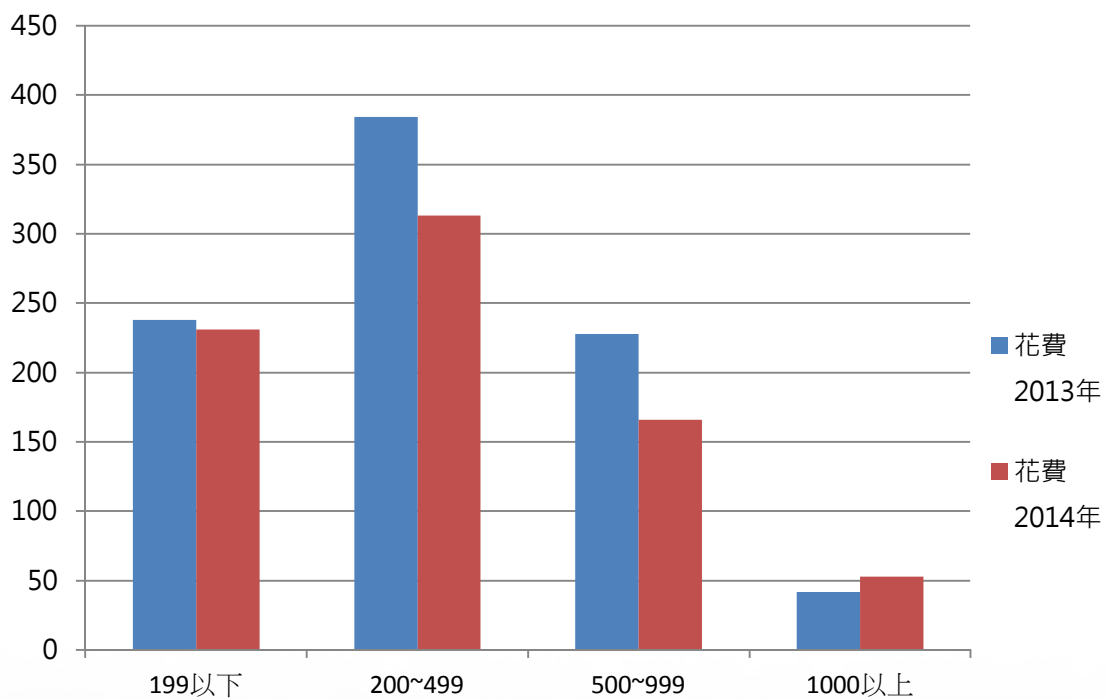


圖9：花費

二、活動參與分析

主要動機(可複選)		
動機/年度	2013年	2014年
與家人同遊/賞桐花	423	610
增進身體健康	115	445
休閒娛樂	291	300
參與藝文活動	56	200

表10：主要動機

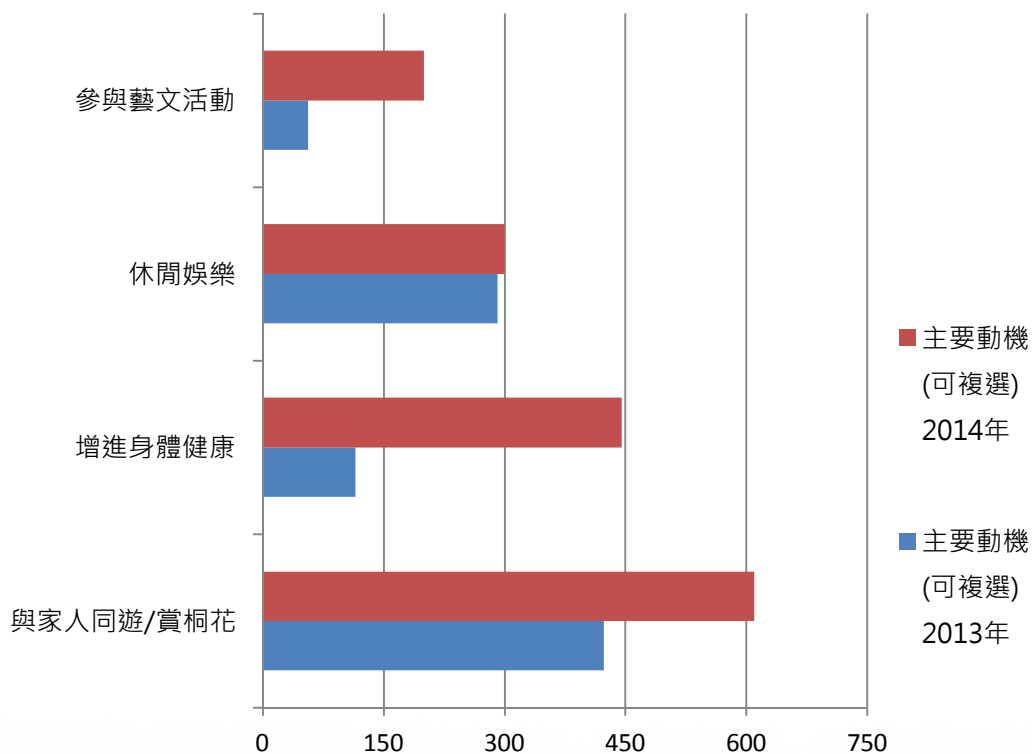


圖10：主要動機

三、活動品質分析-滿意度分析

根據參加桐花祭遊客之活動品質分析，整理其特性

整體滿意度		
程度/年度	2013年	2014年
非常滿意	216	243
滿意	562	350
普通	109	159
不滿意	1	12
非常不滿意	0	1

表11：整體滿意度

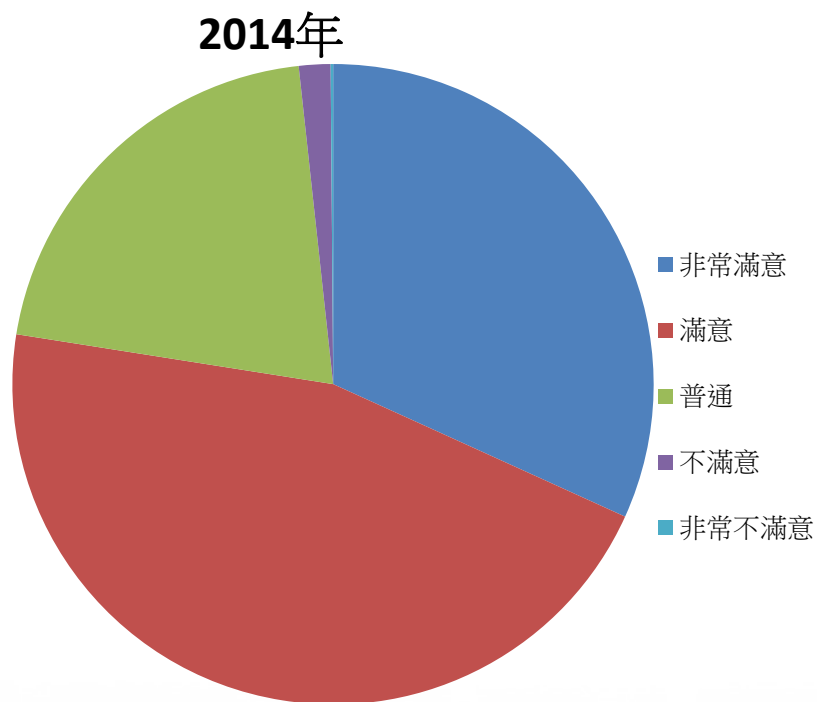


表11：整體滿意度差別圖

三、活動品質分析-滿意度分析

接駁車、停車場之滿意度		
程度/年度	2013年	2014年
非常滿意	192	405
滿意	483	305
普通	204	227
不滿意	6	2
非常不滿意	1	2

表12：接駁車、停車場之滿意度

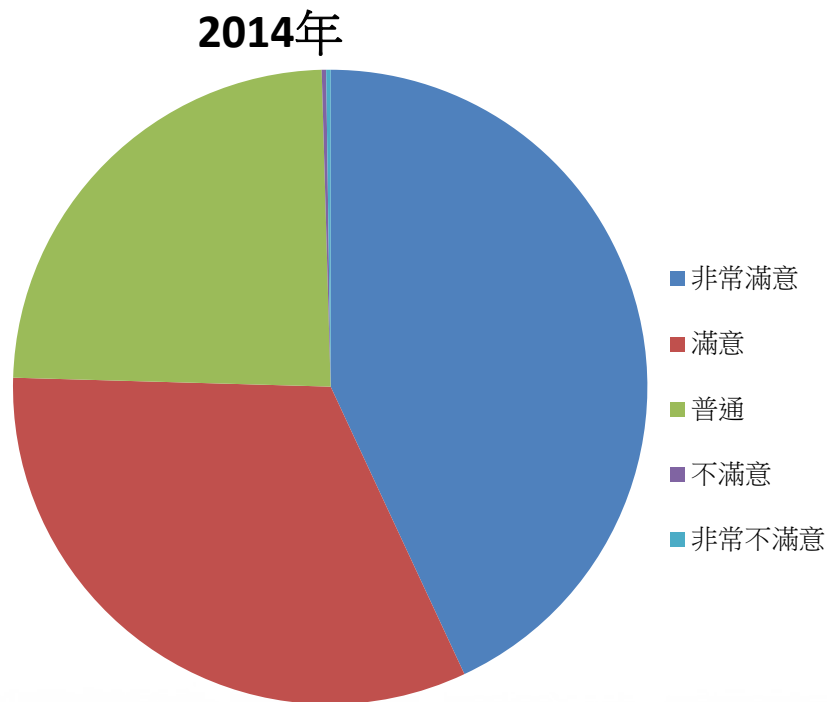


圖12：接接駁車、停車場之滿意度差別圖



三、活動品質分析-滿意度分析

地方特色、桐花主題等之滿意度		
程度/年度	2013年	2014年
非常滿意	231	266
滿意	539	340
普通	109	158
不滿意	5	1
非常不滿意	0	0

表13：地方特色、桐花主題等之滿意度

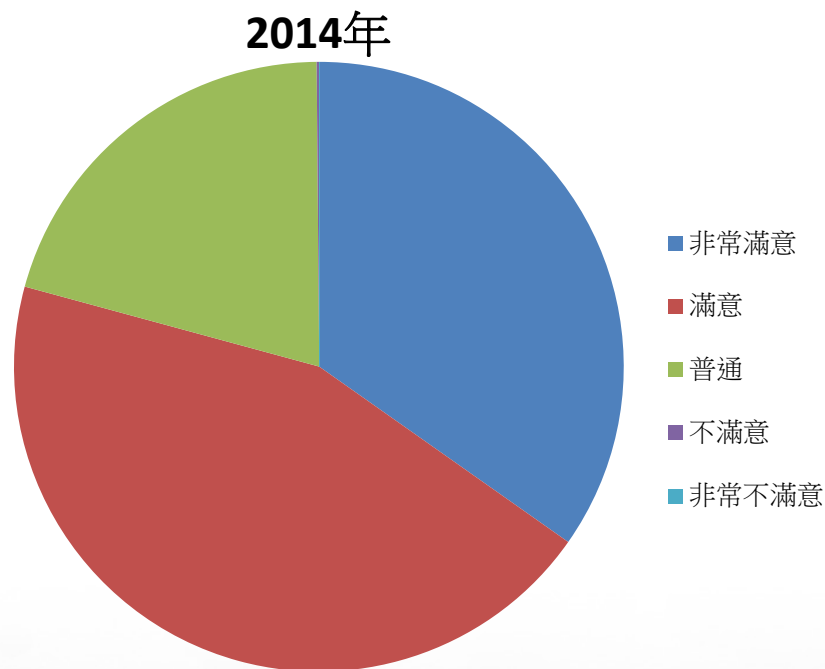


圖13：地方特色、桐花主題等之滿意度差別圖

三、活動品質分析-滿意度分析

設施如步道、廁所等之滿意度		
程度/年度	2013年	2014年
非常滿意	165	207
滿意	446	325
普通	250	229
不滿意	21	2
非常不滿意	3	2

表14：設施如步道、廁所等之滿意度

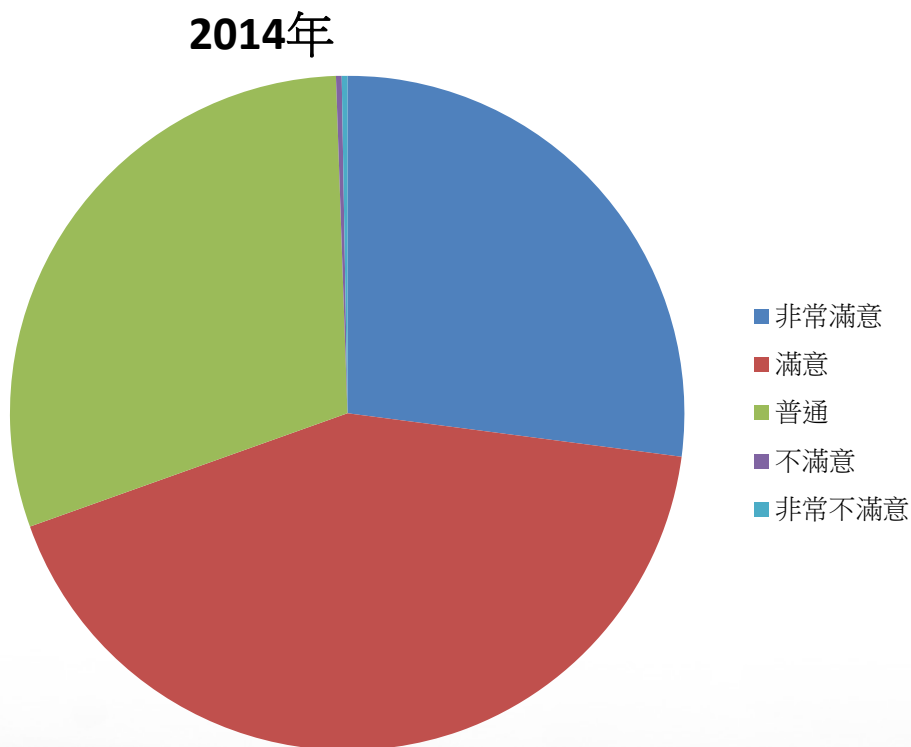


圖14：設施如步道、廁所等之滿意度

三、活動品質分析-滿意度分析

工作人員服務品質之滿意度		
程度/年度	2013年	2014年
非常滿意	211	249
滿意	526	326
普通	138	190
不滿意	6	0
非常不滿意	1	0

表15：工作人員服務品質之滿意度

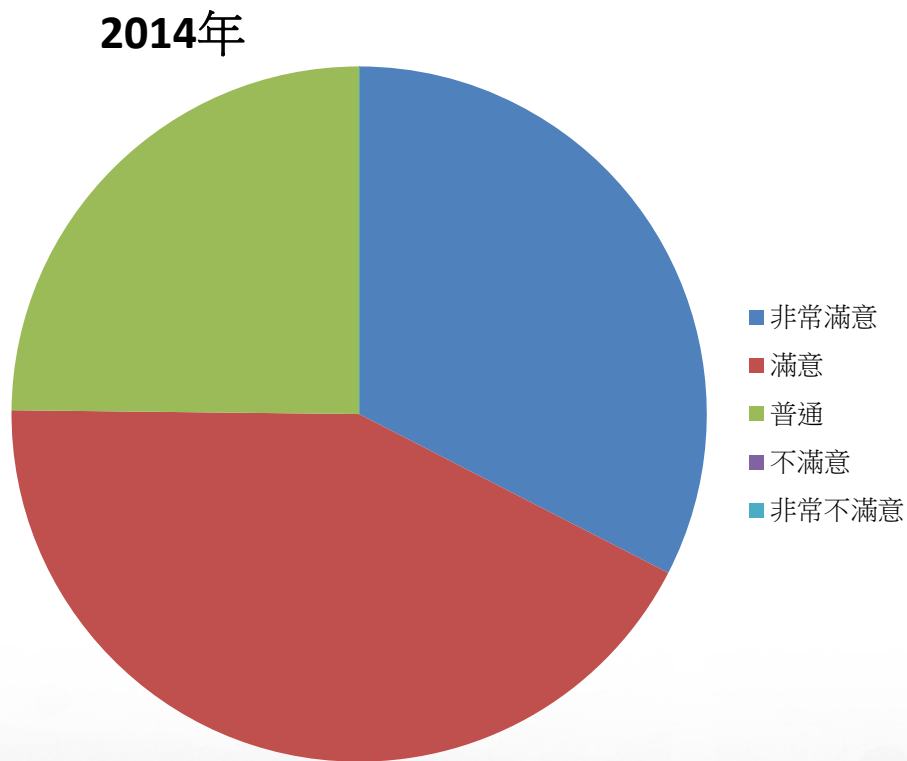


圖15：工作人員服務品質之滿意度

四、意願回饋分析-回饋性分析

根據參加桐花祭遊客之意見回饋分析，整理其特性

明年願意再次參與本活動		
程度/年度	2013年	2014年
非常滿意	337	341
滿意	485	315
普通	61	108
不滿意	3	1
非常不滿意	0	0

表16：明年願意再次參與本活動

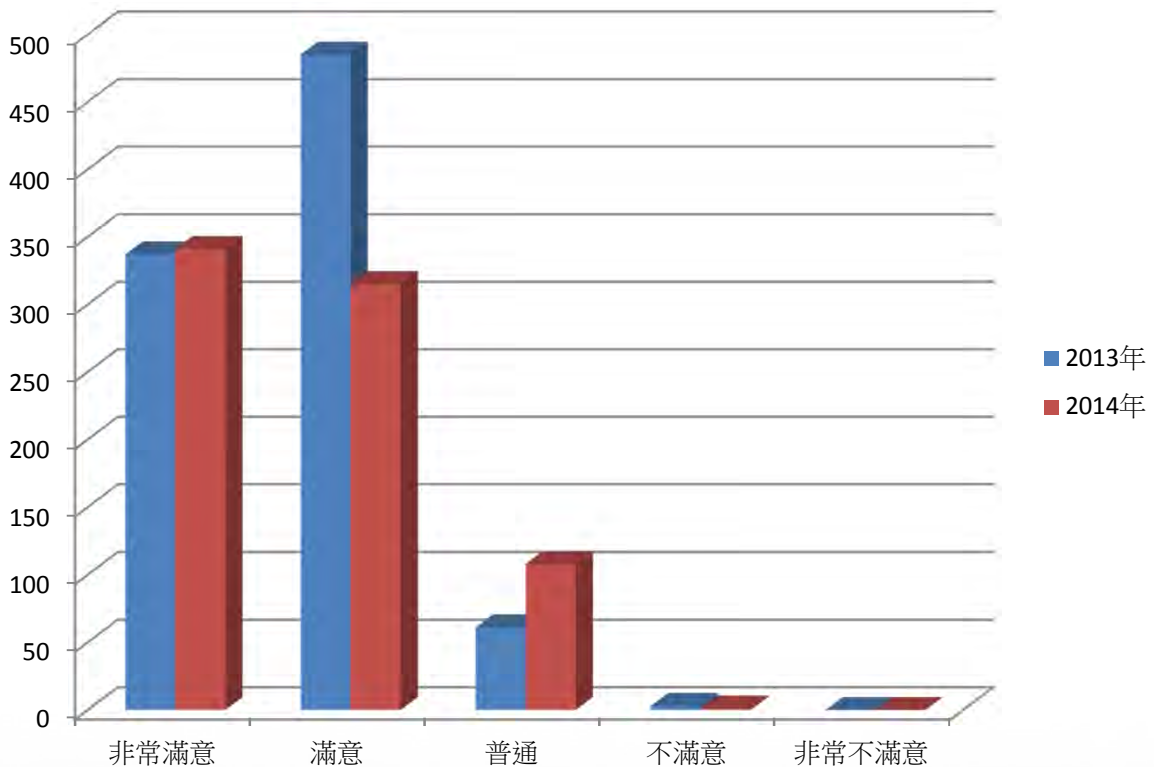


圖16：明年願意再次參與本活動

四、意願回饋分析-回饋性分析

向他人推薦本活動		
程度/年度	2013年	2014年
非常滿意	344	393
滿意	459	261
普通	80	109
不滿意	3	2
非常不滿意	1	0

表17：向他人推薦本活動

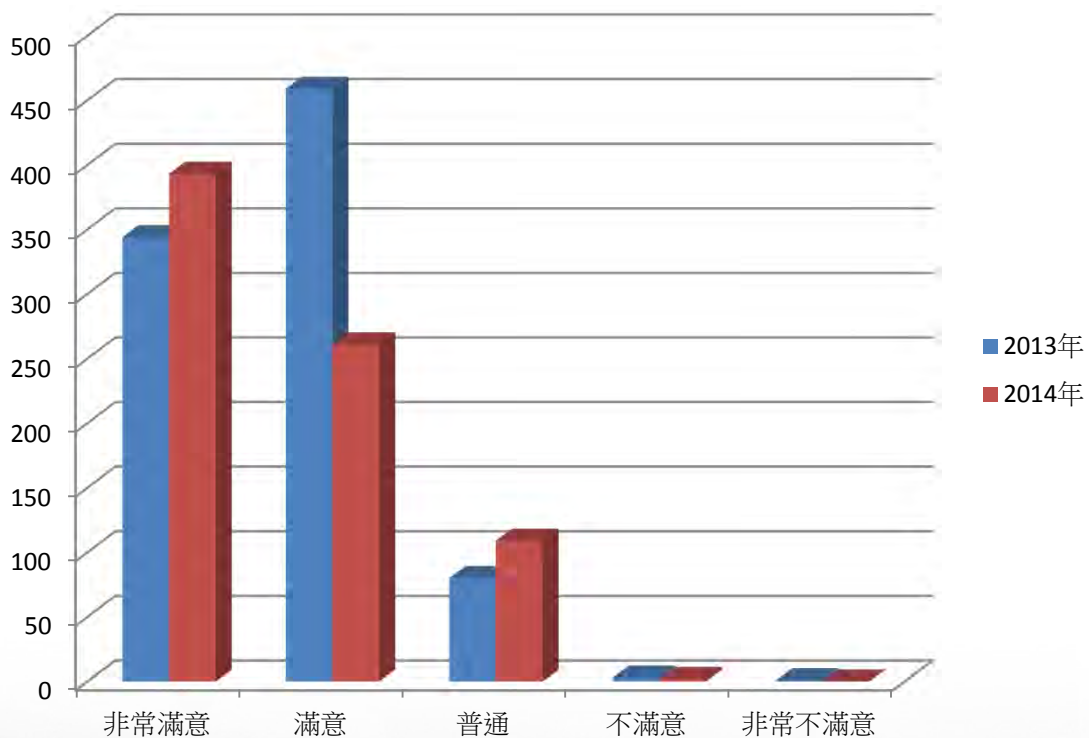
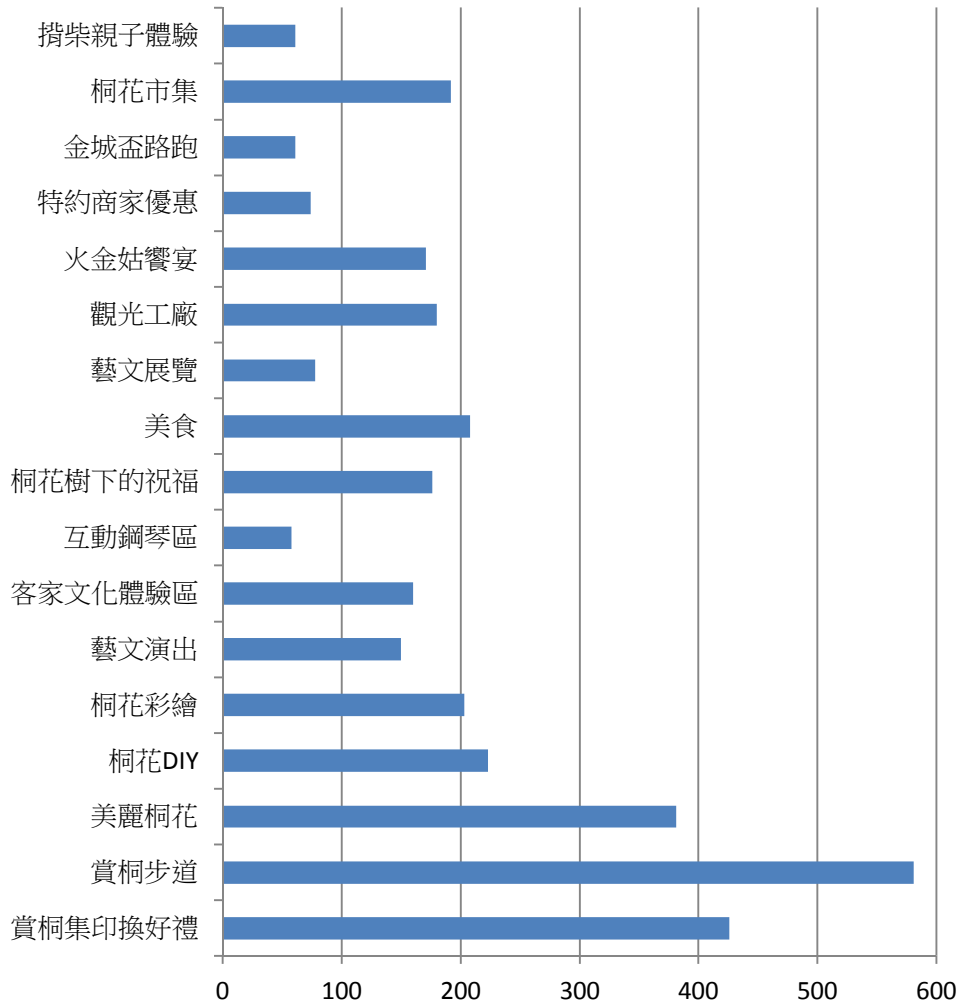


圖17：向他人推薦本活動

四、意願回饋分析-回饋性分析

您喜歡本次活動的那些項目	
賞桐集印換好禮	426
賞桐步道	581
美麗桐花	381
桐花DIY	223
桐花彩繪	203
藝文演出	150
客家文化體驗區	160
互動鋼琴區	58
桐花樹下的祝福	176
美食	208
藝文展覽	78
觀光工廠	180
火金姑饗宴	171
特約商家優惠	74
金城盃路跑	61
桐花市集	192
揸柴親子體驗	61



## 問卷資料應用分析：

### 一、個人基本特性分析

(一) 遊客年齡層：大約分布在 25 歲至 54 歲之間

(二) 遊客區域別：新北市遊客約占 74%(其中土城區在地居民約占 63%，其餘 37%來自新北市其他區域)，來自新北市以外縣市遊客約占 26%

本活動除在地居民參與外，亦吸引不少北部遊客闔家同遊，運用本次活動將土城桐花祭的熱情轉化為平日土城新都會形象，吸引外來遊客駐足，讓更多民眾認識土城好山好水，非僅於桐花祭期間，期使發揮土城最大觀光效益。

### 二、活動參與分析

(一) 活動參與區域：約有六成遊客先前曾參與土城區桐花祭活動

(二) 主要成員：多數遊客（9 成）多與家人同事結伴而來

(三) 交通工具：約有 45%民眾搭乘活動接駁公車，20%民眾搭乘捷運，16%民眾自行開車，17%民眾騎乘機車，6%民眾步行

主軸活動二日實施交通管制，觀察得知，多數民眾選擇大眾運輸工具前往活動會場，故在捷運、接駁點公車站應有明確清楚標示，以紓解交通問題，汽機車停車空間亦應詳加規畫與設置，騎乘機車民眾不少，易有空氣污染及人車爭道問題，來年機車是否一併列入管制事宜可再研議考量。

(四) 停留時間:2 小時內占 13%，2-4 小時占 40%，4-6 小時占 27%，6-8 小時占 14%，1 天占約 6%

(五) 資訊管道:由網路得知本項活動訊息占 73%，電視廣播及活動刊物各占 21%，其他管道占 6%

觀察得知，網路行銷效益強大，應多運用網路宣傳、互動網站、電子報、facebook 等宣傳管道，強化行銷，確實達到宣傳效果，提供民眾更多管道獲得資訊，活動手冊本次於市府、各公所、旅客服務中心、超商、大賣場、學校、搭乘接駁車等多處協助發放，提高活動曝光率，其實，媒體露出除以購買花費方式外，如何設計亮點供媒體預先披露，而非僅止於靜態記者會或當天活動，是未來思考方向，藉活動本身特色吸引



網路媒體報導，達到宣傳效益，感性行銷加體驗經濟，

為來年辦理活動行銷經費不足時可採行方式

**(六) 消費情形 199 元以下占 30%，200-499 占 41%，500-999 占約 22%，1000 元以上占 7%**

本活動確實有助於地方產業發展，特色產品的開發，建立桐花節品牌效應，為地方創造更大商機，創造本地經濟效益，增進產值，未來商品銷售可考量多數遊客消費情形評估適合產品

**(七) 主要動機：與家人同遊及休閒娛樂占 58%**

活動內容需多設計闔家同樂活動，同時可多了解 30 歲至 50 歲客群屬性與喜好，俾利來年活動更具多元性，亦受遊客青睞，多數民眾停留時間多集中於 2-6 小時，所以活動不宜單調，需多樣化並滿足遊客吃喝玩樂各方面需求

### 三、活動品質分析－滿意度分析

- (一) 整體滿意度:32%非常滿意、55%遊客滿意，12.9%遊客普通，0.1%不滿意
- (二) 接駁車、停車場之滿意度:43%非常滿意、32%遊客滿意，24%遊客普通，0.1%不滿意，0.1%極度不滿意
- (三) 地方特色、桐花主題等之滿意度:35%非常滿意、44%遊客滿意，21%遊客普通
- (四) 設施如步道、廁所等之滿意度:27%非常滿意、42%遊客滿意，30%遊客普通，0.2%不滿意，0.2%非常不滿意
- (五) 工作人員服務品質之滿意度:33%非常滿意、43%遊客滿意，24%遊客普通

有關本活動整體滿意度部分，有近8成7遊客滿意本次活動，其他接駁車、停車場地、地方特色、桐花主題、工作人員服務品質等方面亦有約7成6以上遊客感到滿意，惟設施如步道、廁所等之滿意度較低，約6成9，故明年度除應再提升整體服務品質外，另應更加強步道環境維護及廁所清潔的問題

#### 四、意願回饋分析—回饋性分析

(一)明年願意再次參與本活動:45%非常滿意、41%遊客滿意，  
14%遊客普通，0.1%不滿意

(二)向他人推薦本活動:51%非常滿意、35%遊客滿意，14%遊客  
普通，0.3%不滿意

多數遊客先前皆參與過桐花節相關活動，願意再度前來，近8  
成6民眾表示明年願意再參與本次活動，並有8成6民眾願意  
向他人推薦本活動，故明年度活動內容應再予以創新變化，以  
符合遊客期待，帶給遊客嶄新感受，行銷的目的不在宣傳，而  
在感動參與者！

(三)有關本次辦理各項活動，依民眾喜好程度依序為

賞桐集印送好禮 13%

賞桐步道 17%

美麗桐花 11%

桐花DIY 7%

桐花彩繪 6%

藝文演出 4%

客家文化體驗區 5%

互動鋼琴區 2%

桐花樹下的祝福 5%

美食 6%

藝文展覽 2%

觀光工廠 5%

火金姑饗宴 5%

特約商家優惠 2%

金城盃路跑 2%

桐花市集 6%

揸柴親子體驗 2%

最多人喜好的活動為賞桐步道及美麗桐花，回歸活動的本質，大

多數人多為桐花美景而來，如何藉賞桐活動，深化在地文化及資源連結，善用感官體驗，創造活動附加價值，提供遊客難忘回憶，同時創造花經濟，促進地方產值，為明年活動規畫需考量的方向。

刊名：2014 新北市客家桐花祭資料分析及應用

編印：新北市土城區公所民政課

出版：新北市土城區公所

出版日期：中華民國 103 年 9 月

刊期頻率：年刊

本刊同時登載於土城區公所網站

網址為 <http://www.tucheng.ntpc.gov.tw/>



依著作權法第 9 條規定，法律、命令不受著作權法保護，任何人本得自由利用，歡迎各界廣為利用。