

新北市客家文化園區遊客意見統計分析

新北市客家文化園區是新北市客家文化傳承、推廣及客家族群相互交流的重要平台。藉由文化場域的經營，文化活動的推廣介紹，以及新北市地區相關產業的振興，形塑成為北台灣客家人文的推廣場域。並透過客家委員會經費補助，建構客家文化永續發展的空間與環境，肩負推廣客家文化神聖使命，展現園區文化傳承的精神及提供舒適的服務與環境。提供市民終身教育、休閒遊憩、觀光旅遊、藝文推廣與文化傳承功能的展演空間環境。

園區致力於高品質的環境經營與行銷推廣，於 107 年推廣多元活動，其中定期活動包括一、二樓藝文展覽 7 檔以上，體驗 DIY 課程 12 種以上，全年假日禾埕童玩遊戲、假日戲棚活動 14 場等。

107 年「遊客意見表」自 1 月至 12 月實際填寫回收有效問卷計 718 份，據以統計分析遊客意見。本文並將部分項目與 106 年相同題目之回收問卷相比較，106 年 1 月至 12 月實際填寫回收有效問卷計 766 份。

一、行銷方面如何得知園區

(一) 選項包括園區網站、園區文宣品、報紙媒體、親友介紹及其他。

(二) 統計顯示「親友介紹」及「園區網站」的行銷合計超過 6 成比例。足見填表之來園遊客 3 成以上透過熟識之親友介紹。而另 3 成遊客透過本局官網，顯示民眾使用官網瀏覽亦產生相當的行銷效果。至於較傳統之行銷方式如「園區宣傳品」、「報紙媒體」等合計不超過 2 成比例。

(三) 與 106 年相較，遊客透過本局官網得知園區之比率，提高約 5%，其他各項則無明顯變化。

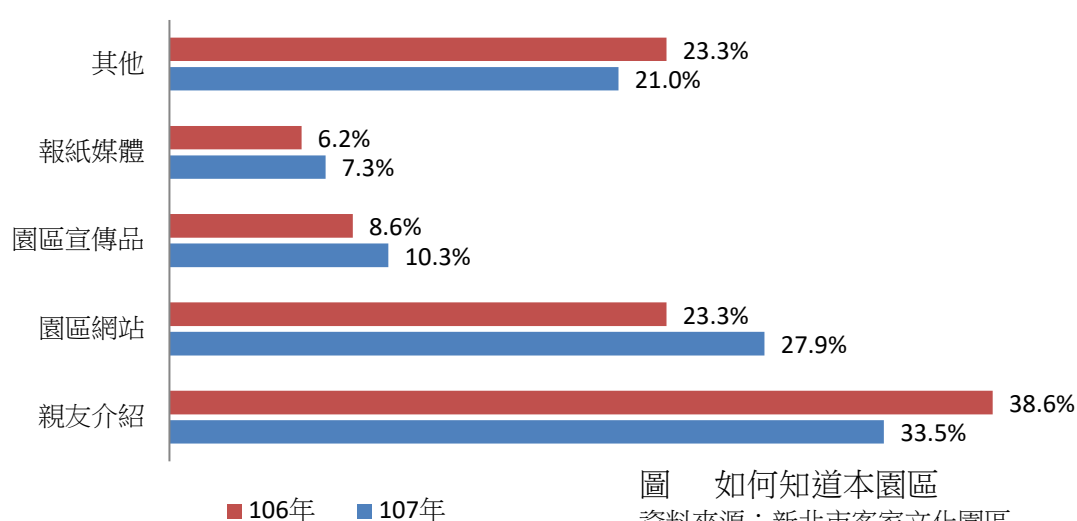


圖 如何知道本園區
資料來源：新北市客家文化園區

二、入園性別

(一)男性佔 34.3%，女性佔 60.9%，餘 4.8%未填寫。顯示園區遊客女性近 7 成比例佔大多數，兩性參與比例較為懸殊，園區場域性質似較偏向女性參與。未來對男性遊客之活動場域設計及宣導可以是加強的重點。

(二)與 106 年相較，入園性別男性由 29.2%成長 4%，女性比率則降低 2%。顯示在入園性別方面，男女性比率無明顯變化。

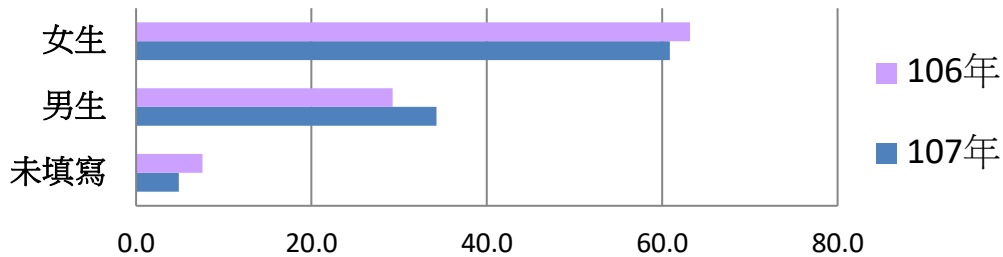


圖2 106、107年性別分析
資料來源：新北市客家文化園區

三、年齡

(一)15 歲以下 11.7%，16~25 歲 7.38%，26~35 歲 12.95%，36~45 歲 28.83%，46~55 歲 19.64%，56 歲以上 18.94%，0.56%未填寫。

(二)36~45 歲 28.83%，次為 46~55 歲 19.64%，再次為 56 歲以上 18.94%。

(三)35 歲以上合計約佔近 6 成 7，其中 46 歲以上計約 3 成 9。35 歲以上群組遊客比例較高，顯示園區較吸引青年及中年人士遊客參與，中高年族群在文化旅遊的意願高於年輕族群。

(四)35 歲以下年輕族群之參與相對較低(約 3 成 2);其中又以 16~25 歲 7.38% 之比率最低。未來對年輕遊客及學生遊客之活動場域設計及宣導可再行加強推廣青年參與，向下紮根。

(五)與 106 年相較，圖示顯現變化不大。

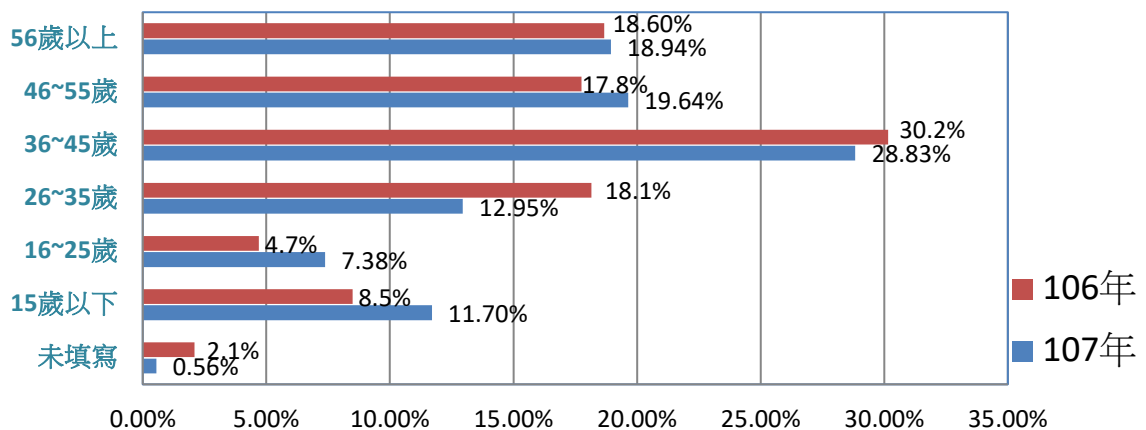


圖3 106、107年年齡分析
資料來源：新北市客家文化園區

四、教育程度

- (一) 專科、大學學歷以上遊客參與共計 52.55%，高中職及以下則大約 4 成 (41%)。園區遊客較吸引中上學歷遊客參加，但相較其他統計(如全國客家日活動專科學歷以上 60.7%)，顯示專科學歷以上遊客比例尚不算特別高。現今社會學歷較以往普遍增高，知識分子對文化場域或活動之鑑賞要求亦較以往為高，高學歷的參與增加比率，也顯示場域總體表現之文化、知識水準，具有指標性意義。
- (二) 與 106 年相較，圖示顯現大學學歷及研究所蒞園比例及高。園區未來可推展大學學歷以上之相關文化活動之經營。

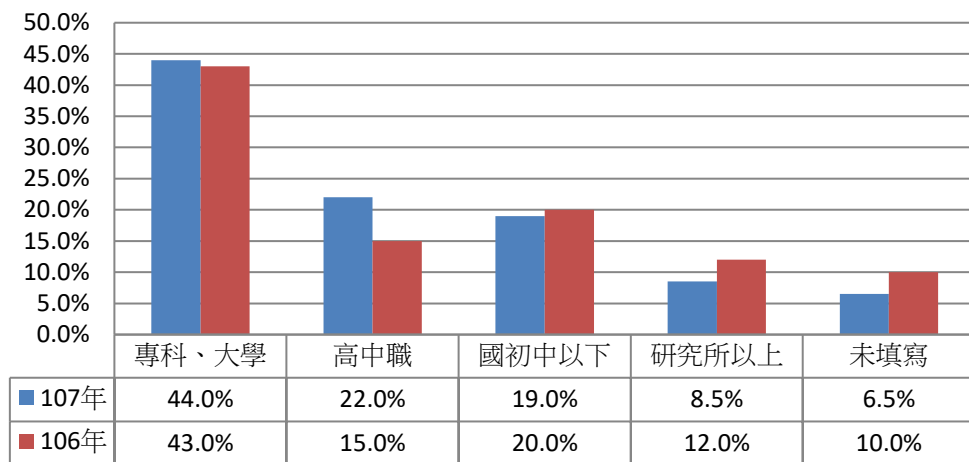


圖4 107年教育程度分析
資料來源：新北市客家文化園區

五、居住地區

- (一) 在參與民眾居住地區方面(圖五)，由於新北市客家園區位於新北市，不意外以北部(臺北、基隆、桃園、新竹、宜蘭) 82%最高，其次為中部 13%、南部 2.5%、花蓮 0.8%，國外地區則有 1.3%。
- (二) 與 106 年相較，圖示顯現幾乎沒有變化。由此觀之，北部地區民眾對新北市客家園區已較為熟悉，對中部民眾而言可能尚較為陌生，如何吸引不曾來過園區之中南部或東部民眾，甚至國外遊客，打破地緣界限，以較具新鮮感的行銷為訴求，發揮「地方創生」能量，應可作為未來開發的方向。

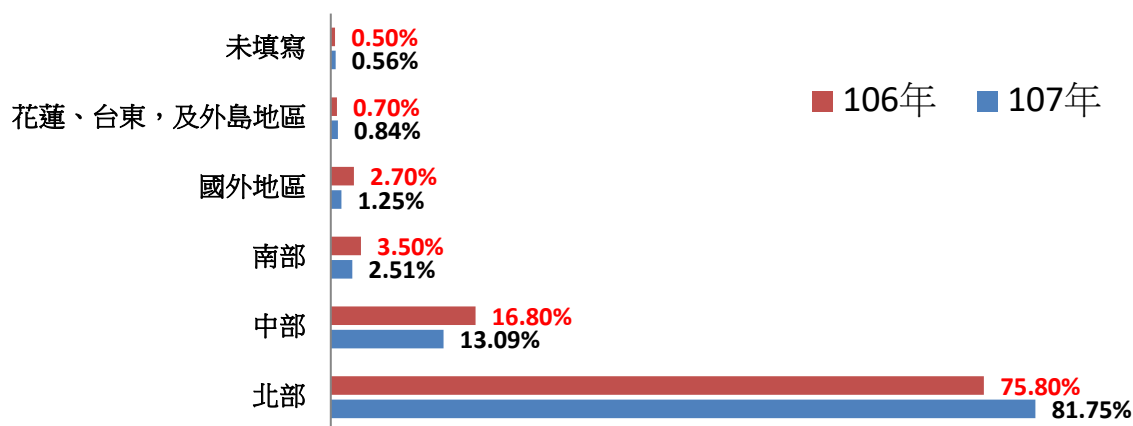


圖5 107年居住地區分析
資料來源：新北市客家文化園區

在是否為客家族群統計上，「非客家族群」占比 61.6%，「客家族群」則占比 35.1%，以新北市客家族群占比約 16% (105 年度新北市客家人口及客語認證參考資料，客委會 106.3.8 提供) 觀之，來訪園區之客家族群仍維持頗高比率，客家族群鄉親對客家園區的支持仍有相當比重。與 106 年相較，107 年客家族群增加了 9%，顯示北部客家族群對園區之參訪及參與比率有所增長，園區於客家傳承認同方面獲致了相當的肯定。

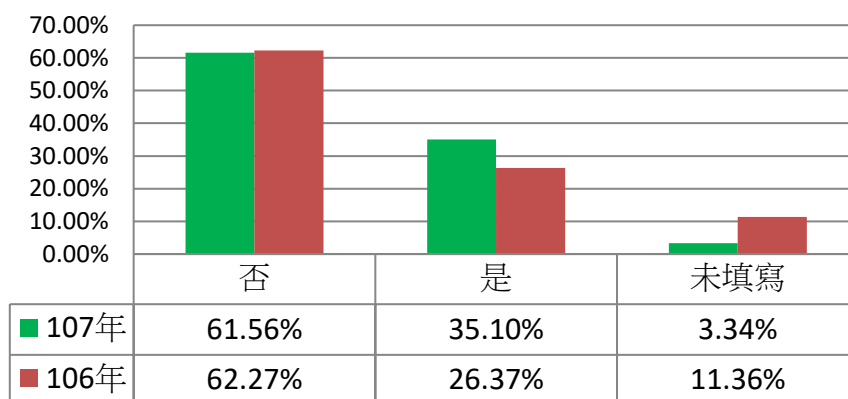


圖6 106、107年客家族群分析
資料來源：新北市客家文化園區

七、園區參訪次數

第 1 次 53.6%，2 至 4 次 25.8%，5 次以上 18.2%。經統計第 1 次參訪園區比率最高超過半數，而來園者居住地區又以北部居多，交叉比對顯示，北部遊客第 1 次參訪園區的人數是園區主要客源，佔半數以上。參訪園區 5 次以上所謂熟客之比率亦近 2 成。

與 106 年相較，第 1 次參訪園區遊客下降了約 10%，未來針對北部遊

客的活動喜好及服務品質，以及如何吸引北部或外地遊客第 1 次參訪，是園區努力的一個重要方向。

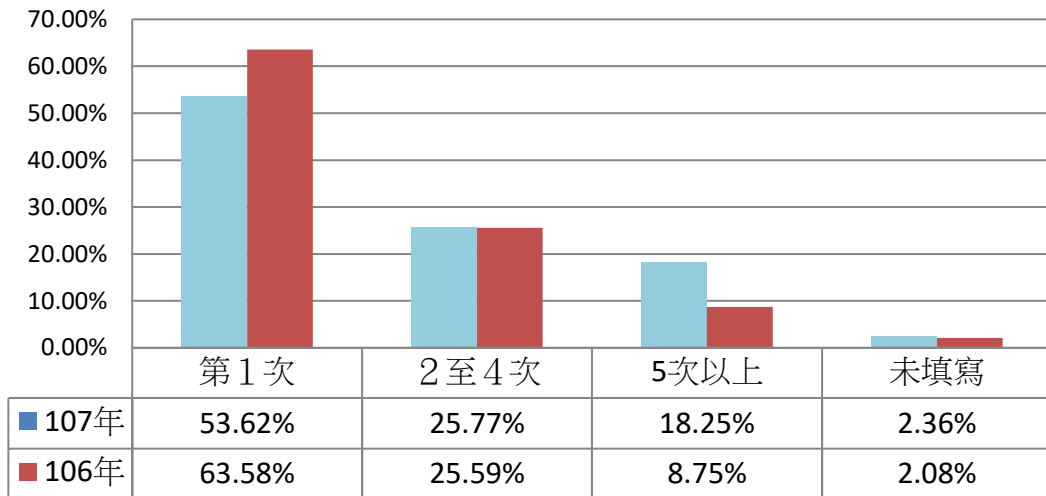


圖7 106、107年參訪次數分析
資料來源：新北市客家文化園區

八、服務品質及遊客滿意度

在服務品質滿意度調查方面，針對園區周邊交通便利、園區網站資訊齊全、園區之文宣(DM、藝文簡介、海報) 內容淺顯易懂、園區環境清潔衛生優良、園區各展場人員的服務態度良好等詢問。即基本交通、網站、文宣、清潔、服務等 5 大面向。

統計如圖所示：展場人員的服務態度良好、環境清潔優良、文宣易懂、網站資訊齊全等項目比率甚高。

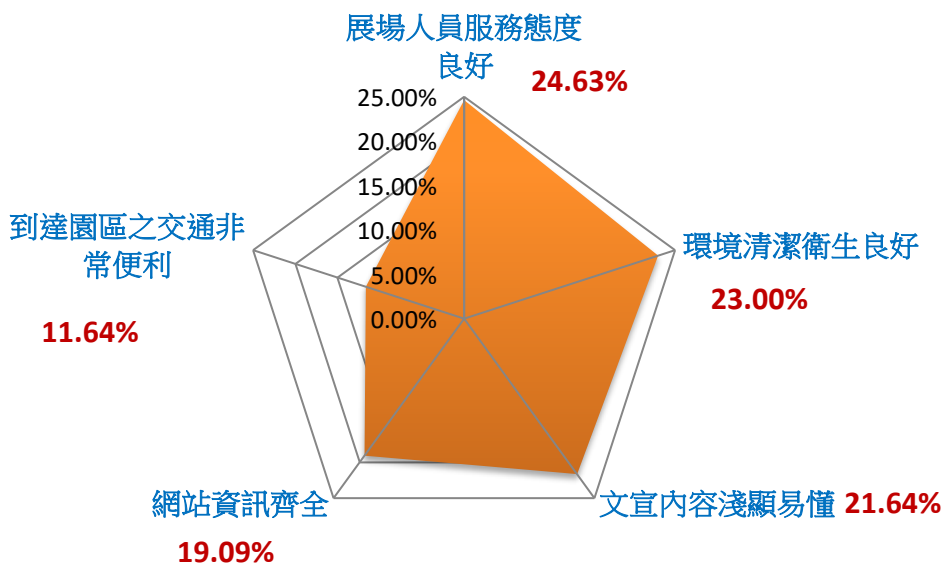


圖8 107年服務品質及滿意度
資料來源：新北市客家文化園區

九、各文化場域服務品質及遊客滿意度

針對園區導覽人員具備良好的專業能力、體驗 DIY 課程後更加認識客家傳統文化、禾埕童玩遊戲趣味性濃厚、戲棚活動內容精彩、園區一樓藝文展覽內容豐富滿意、二樓藝文展覽內容豐富滿意等項目詢問（即活動導覽、DIY 課程、禾埕童玩、戲棚、一樓展覽、二樓展覽）等 6 項。

統計如圖所示，活動導覽、戲棚、禾埕童玩滿意度較高，DIY 課程及一、二樓藝文展覽滿意度偏低，藝文展覽內容則是將來強化之重點。

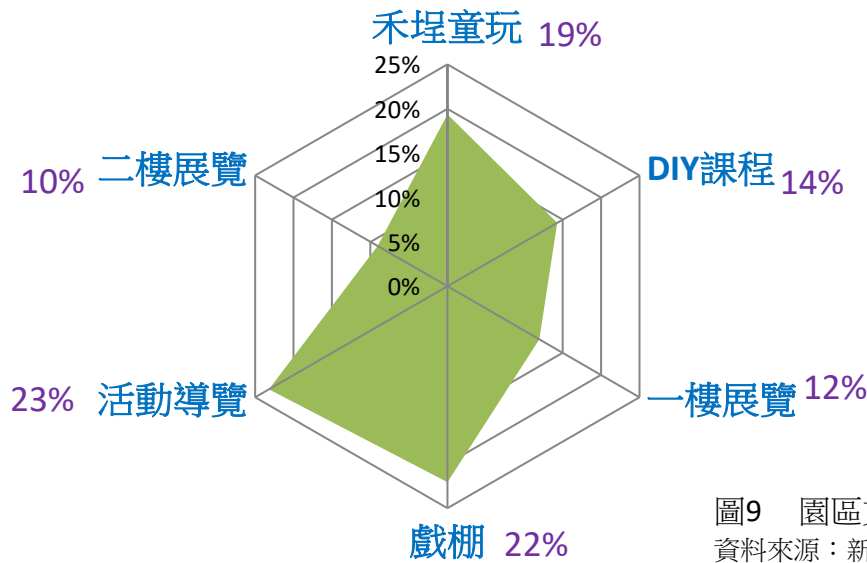


圖9 園區文化場域服務品質
資料來源：新北市客家文化園區

十、園區餐廳

有關餐廳菜色豐富美味、價格合理、環境整潔乾淨、服務品質良好、商品販賣區商品價格合理等 56 項。統計如圖所示，餐廳各項目滿意度相當，僅於價格上滿意度稍低。顯示園區外包經營之客家餐廳具相當人氣。

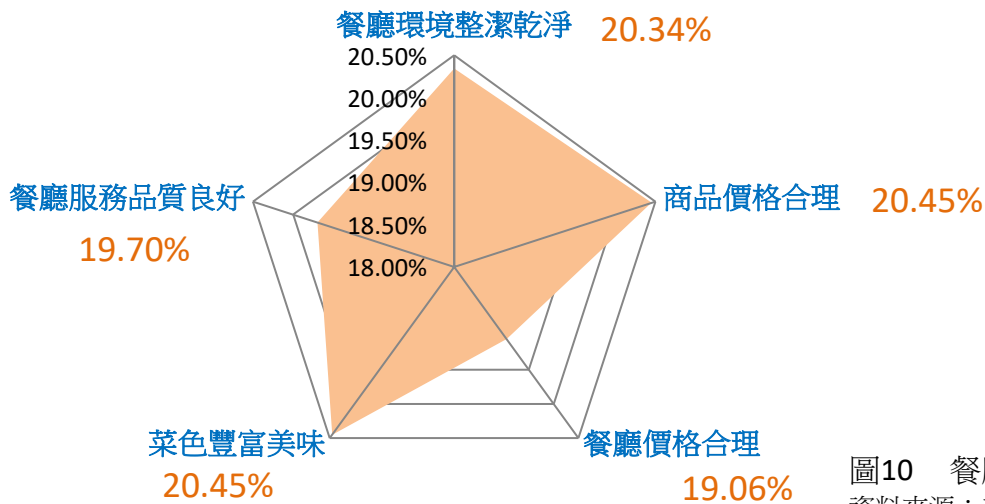


圖10 餐廳服務滿意度
資料來源：新北市客家文化園區

十一、園區文創商品店

針對首年文創商品店商品價格合理、商品品質優良 2 項，統計如圖，滿意度高。

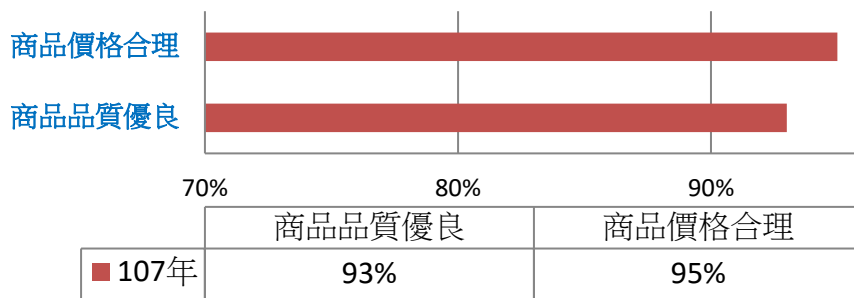


圖11 文創商品店分析
資料來源：新北市客家文化園區

十二、評估型調查

針對願意再次蒞臨園區參觀、願意推薦親朋好友至園區參觀遊玩、整體而言園區的各項服務品質良好等 3 項，統計如圖，顯示願意再次蒞臨園區參觀之比率較低，值得注意。

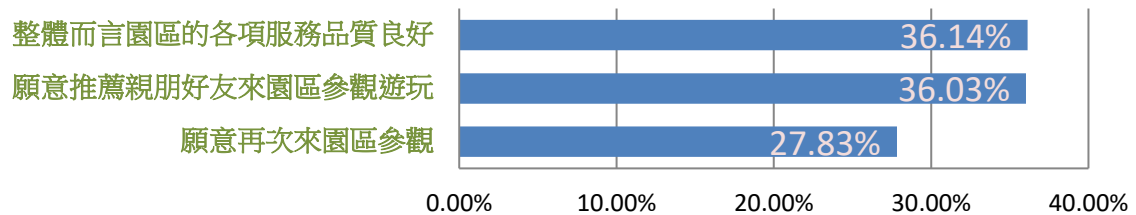


圖12 評估型調查
資料來源：新北市客家文化園區

十三、勾選最喜歡的園區活動

最喜歡的園區活動選項有藝文展覽、禾埕童玩、DIY 課程、戲棚、好客書坊互動體驗區、導覽服務、29 區影片區、其他計 8 項，共同統計如圖：

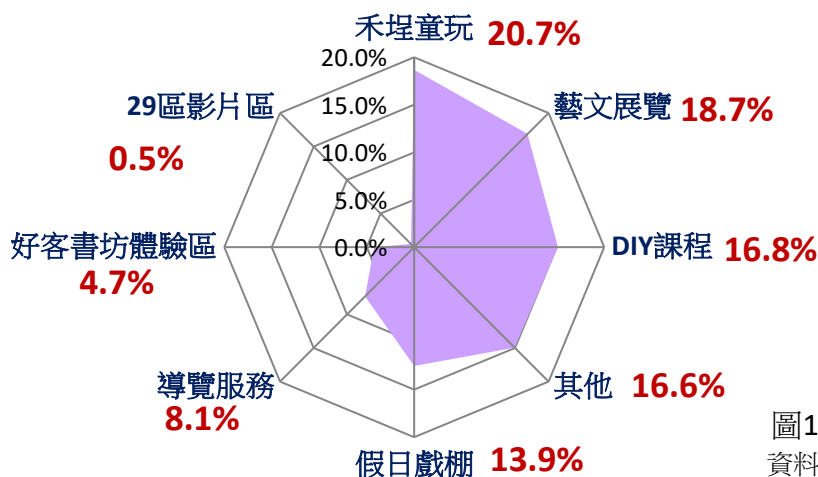


圖13 最喜歡的園區活動
資料來源：新北市客家文化園區

十四、希望園區舉辦的活動類別

針對戲劇演出、藝文展覽活動、營隊活動、競賽活動、體育健身活動、研習講座活動、其它等 7 項統計。顯示戲劇演出高度受到期待。

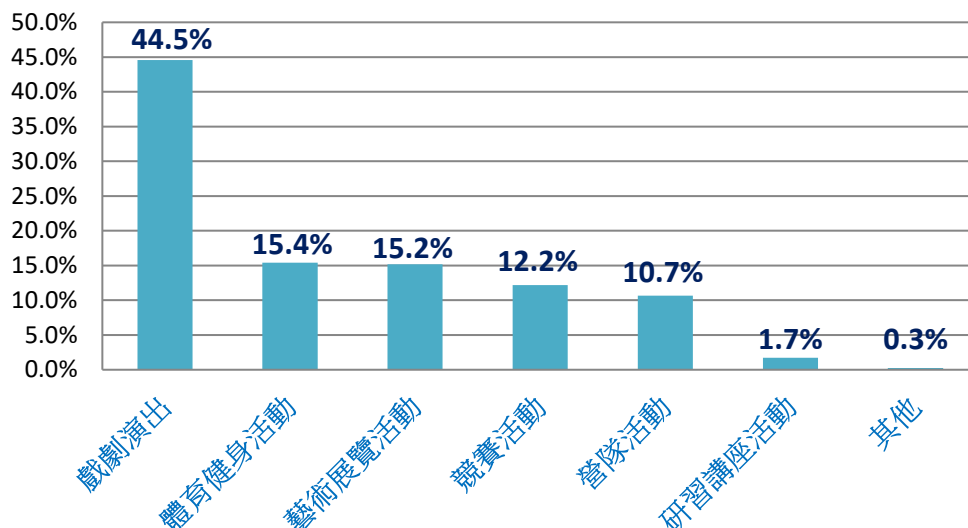


圖14 希望園區舉辦的活動類別
資料來源：新北市客家文化園區

結論：

透過 107 年的遊客意見問卷調查，以及 106 年相關資料比較，得知遊客透過本局官網得知園區之比率提高，網站電子資訊的經營服務已是未來趨勢。園區遊客一向女多男少，女性近 7 成，園區場域性質似較偏向女性參與，未來對男性遊客之活動場域設計及宣導是可加強的重點。園區較吸引青年及中年遊客參與，35 歲以下年輕族群之參與相對較低，16~25 歲參與比率最低，未來對年輕遊客及學生之活動場域設計及宣導可再行加強，推廣青年參與。同時，園區未來對於大學學歷以上之文化活動經營，仍有加強的空間。

客家族群來訪比率提高，顯示園區受到更多客家認同與喜愛。北部民眾來訪園區佔大多數，如何吸引不曾來過園區之中南部或東部民眾，甚至國外遊客第一次參訪，打破地緣界限，以較具新鮮感的行銷為訴求，發揮「地方創生」能量，應可作為未來開發的方向。

此外，服務的細膩與硬體設備優化方面，如清潔維護、餐廳、禾埕童玩、文創商品內容等，獲致不錯的滿意度。戲劇演出顯然受到民眾高度期待，未來可以加強推廣。但部分如藝文展覽等，相對滿意度是偏低許多的，如何強化展覽內容，製造亮點，提升場域之整體文化品質，是園區強化的重點。