

目 錄

第一章 緒 論	1
第一節 計畫緣起	1
第二節 計畫目的	3
第三節 計畫範圍	3
第四節 調查執行流程	5
第五節 相關研究	7
第六節 研究方法	16
第二章 台灣觀光客群之調查發現.....	25
第一節 樣本特徵比較	25
第二節 樣本特徵分析	28
第三節 旅遊決策	36
第四節 來金旅客動向	43
第五節 來金旅客消費支出	50
第六節 來金門旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度	66
第七節 旅客對金門的整體滿意度、推薦及回遊意願	68
第八節 來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度	72
第九節 年度趨勢分析	79
第十節 年度交叉分析	86
第十一節 遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向與滿意度分析	91
第三章 中轉台商客群之調查發現.....	105
第一節 樣本特徵比較	105
第二節 樣本特徵分析	108
第三節 旅遊決策	118
第四節 過境情形	122
第五節 消費支出	127
第六節 對中轉服務建議	135
第七節 小三通中轉服務的滿意度	139
第八節 年度趨勢分析	147
第九節 遊客基本資料、過境情形與中轉服務滿意度分析	151
第四章 大陸觀光旅客群之調查發現.....	155
第一節 樣本特徵比較	155
第二節 樣本特徵分析	157
第三節 旅遊決策	164
第四節 來金陸客動向	173
第五節 來金陸客消費支出	178
第六節 來金陸客旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度	185
第七節 陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願	187
第八節 來金陸客對旅行社的滿意度分析	193

第九節 年度趨勢分析	201
第十節 年度交叉分析	207
第十一節 遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向與滿意度分析	212
第五章 結論與建議	225
第一節 本研究調查之具體效益	225
第二節 研究調查之結論	225
第三節 研究調查之建議	231
第四節 後續調查研究方向	錯誤! 尚未定義書籤。
附 錄	251
附錄一：問卷	251
附錄二：旅客對住宿飯店、民宿之滿意度調查	261
附錄三：安排陸客來金之旅行社	265
附錄四：調查樣本與搭乘航線比例	266
附錄五：104 年、105 年金門航空站營運量統計表	267
附錄六：104 年、105 年入出境管理局之入出境人次統計表	268
附錄七：105 年度來金旅客人次估算	269
附錄八：105 年旅客屬性人次估算表	270
參考文獻	283

表 目 錄

表 1.5.1	91 年-104 年來台灣旅客人次	8
表 1.5.2	95 年-104 年來金陸客人次	11
表 2.1.1	抽樣樣本分配表	25
表 2.1.2	量表信度分析	25
表 2.1.3	人口統計變數樣本結構分析	26
表 2.1.3	人口統計變數樣本結構分析(續).....	27
表 2.2.1	台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客	28
表 2.2.2	來金觀光旅客性別分佈	29
表 2.2.3	來金觀光旅客年齡分佈	30
表 2.2.4	來金觀光旅客教育程度	31
表 2.2.5	來金觀光旅客職業	32
表 2.2.6	來金觀光旅客平均每月所得	33
表 2.2.7	來金觀光旅客居住地	34
表 2.2.8	來金觀光旅客婚姻分佈	35
表 2.3.1	旅遊決策之樣本結構分析	36
表 2.3.1	旅遊決策之樣本結構分析(續).....	37
表 2.3.2	來金觀光旅客主要目的	38
表 2.3.3	來金觀光旅客入境地點	39
表 2.3.4	來金觀光旅客同行人員	40
表 2.3.5	來金觀光旅客旅遊資訊來源	41
表 2.3.6	選擇來金旅遊的原因	42
表 2.4.1	來金旅客動向之樣本結構分析	43
表 2.4.2	來金觀光旅客停留時間	44
表 2.4.3	金門開放觀光後來金次數	45
表 2.4.4	搭乘交通工具項目	46
表 2.4.5	來金觀光旅客最喜歡的景點	47
表 2.4.6	來金觀光旅客住宿地點	48
表 2.4.7	來金觀光旅客最喜歡的觀光資源與因素	49
表 2.5.1	來金旅客消費支出之樣本結構分析	50
表 2.5.1	來金旅客消費支出之樣本結構分析(續).....	51
表 2.5.2	團體旅遊團費	52
表 2.5.3	團體特產支出	53
表 2.5.4	其他額外費用	54
表 2.5.5	機票費用	55
表 2.5.6	住宿費用	56
表 2.5.7	交通費用	57
表 2.5.8	餐飲費用	58
表 2.5.9	特產支出	59
表 2.5.10	其他項目費用	60
表 2.5.11	參團旅客每人每次遊程平均最低消費金額	61
表 2.5.12	自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額	62

表 2.5.13	特產種類	64
表 2.5.14	購物地點	65
表 2.6.1	各項相關設施與服務滿意度	66
表 2.7.1	旅客對金門的整體滿意度、推薦及回遊意願之樣本結構分析	68
表 2.7.2	來金旅客對金門之旅的整體滿意度	69
表 2.7.3	來金旅客推薦金門之旅的意願	70
表 2.7.4	來金旅客願再次來金門旅遊的意願	71
表 2.8.1	來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度樣本結構分析	72
表 2.8.2	來金旅客對旅行社的整體滿意度	73
表 2.8.3	來金旅客對導遊的整體滿意度	74
表 2.8.4	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	75
表 2.8.5	來金旅客對團費整體滿意度	76
表 2.9.1	台灣觀光客、金門本地居民與中轉旅客	79
表 2.9.2	入境地點	80
表 2.9.3	來金次數	81
表 2.9.4	主要目的	82
表 2.9.5	停留時間	83
表 2.9.6	團費	84
表 2.9.7	來金旅客旅遊資料來源	85
表 2.10.1	主要目的與來金次數	86
表 2.10.2	旅遊方式與年齡層	87
表 2.10.3	旅遊方式與性別	88
表 2.10.4	旅遊方式與整體滿意度	89
表 2.10.5	性別與整體滿意度	90
表 3.1.1	抽樣樣本分配表	105
表 3.1.2	人口統計變數之樣本結構分析	106
表 3.1.2	人口統計變數之樣本結構分析(續).....	107
表 3.2.1	中轉旅客來金主要目的	108
表 3.2.2	中轉台商年齡分佈	109
表 3.2.3	中轉台商教育程度	110
表 3.2.4	中轉台商職業	111
表 3.2.5	中轉台商每月平均所得	112
表 3.2.6	中轉台商性別分佈	113
表 3.2.7	中轉台商婚姻分佈	114
表 3.2.8	設籍金門之中轉台商其在台居住地	115
表 3.2.9	未設籍金門之中轉台商其在台居住地	116
表 3.2.10	中轉台商在公司職級	117
表 3.3.1	旅遊決策之樣本結構分析	118
表 3.3.2	中轉台商入境地點	119
表 3.3.3	中轉台商搭乘之客輪	120
表 3.3.4	中轉台商購買小三通自由套裝行程	121
表 3.4.1	過境情形之樣本結構分析	122
表 3.4.2	中轉台商來金停留時間	123
表 3.4.3	中轉台商往返兩岸間隔	124

表 3.4.4	中轉台商在大陸工作地點	125
表 3.4.5	經小三通從事商務之旅年限	126
表 3.5.1	消費支出之樣本結構分析	127
表 3.5.2	購買中轉自由套裝行程支出	128
表 3.5.3	未購買中轉自由套裝行程支出	129
表 3.5.4	中轉台商消費金額	130
表 3.5.5	中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	131
表 3.5.6	自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	132
表 3.5.7	中轉台商消費項目	134
表 3.6.1	對中轉服務建議之樣本結構分析	135
表 3.6.2	兩岸直航大三通後最常使用的通行機場	136
表 3.6.3	中轉台商對設施服務的需求	137
表 3.6.4	金門適合投資何種產業	138
表 3.7.1	小三通中轉服務的滿意度之樣本結構分析	139
表 3.7.2	對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度	140
表 3.7.3	對尚義機場設施與服務的滿意度	141
表 3.7.4	對水頭碼頭設施與服務的滿意度	142
表 3.7.5	對金門海關出入境服務的滿意度	143
表 3.7.6	對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度	144
表 3.8.1	小三通中轉台商	147
表 3.8.2	入境地點	148
表 3.8.3	主要目的	149
表 3.8.4	停留時間	150
表 4.1.1	量表信度分析	155
表 4.1.2	人口統計變數之樣本結構分析	156
表 4.2.1	來金陸客年齡分佈	157
表 4.2.2	來金陸客教育程度	158
表 4.2.3	來金陸客職業	159
表 4.2.4	來金陸客每月平均所得(人民幣)	160
表 4.2.5	來金陸客居住地	161
表 4.2.6	來金陸客性別分佈	162
表 4.2.7	來金陸客婚姻分佈	163
表 4.3.1	旅遊決策之樣本結構分析	164
表 4.3.1	旅遊決策之樣本結構分析(續)	165
表 4.3.2	來金陸客主要目的	166
表 4.3.3	來金陸客搭乘之客輪	167
表 4.3.4	來金旅客同行人員	168
表 4.3.5	來金陸客旅遊訊息來源	169
表 4.3.6	來金門旅遊的主要原因	170
表 4.3.7	陸客來金觀光方式	171
表 4.3.8	是否為中轉旅遊	172
表 4.4.1	來金陸客動向之樣本結構分析	173
表 4.4.2	陸客來金停留時間	174
表 4.4.3	兩岸開放後陸客來金次數	175

表 4.4.4	來金陸客最喜歡的觀光景點項目	176
表 4.4.6	來金陸客最喜歡的觀光資源與因素	177
表 4.5.1	來金陸客消費支出之樣本結構分析	178
表 4.5.2	團體旅遊團費(人民幣)	179
表 4.5.3	特產消費支出(人民幣)	180
表 4.5.4	參團遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)	181
表 4.5.5	特產種類	183
表 4.5.6	購物地點	184
表 4.6.1	各項相關設施與服務滿意度	185
表 4.7.1	陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願之樣本結構分析	187
表 4.7.2	來金陸客對金門之旅的整體滿意度	188
表 4.7.3	來金陸客推薦金門之旅的意願	189
表 4.7.4	來金陸客願再次來金門旅遊的意願	190
表 4.7.5	是否有到國外旅遊的經驗	191
表 4.7.6	最喜歡的旅遊地點	192
表 4.8.1	來金陸客對旅行社的滿意度分析之樣本結構分析	193
表 4.8.2	來金陸客對旅行社的整體滿意度	194
表 4.8.3	來金陸客對導遊的整體滿意度	195
表 4.8.4	來金旅客對交通工具服務的整體滿意度	196
表 4.8.5	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	197
表 4.8.6	來金陸客對團費整體滿意度	198
表 4.9.1	來金次數	201
表 4.9.2	主要目的	202
表 4.9.3	停留時間	203
表 4.9.4	觀光方式	204
表 4.9.5	團費	205
表 4.9.6	來金旅客旅遊訊息來源	206
表 4.10.1	主要目的與來金次數	207
表 4.10.2	觀光方式與年齡層	208
表 4.10.3	觀光方式與性別	209
表 4.10.4	觀光方式與整體滿意度	210
表 4.10.5	性別與整體滿意度	211
表 4.11.1	遊客基本資料與旅行社套裝行程滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析	213
表 4.11.2	旅遊決策與旅行社套裝行程滿意度之單因子變異數分析	214
表 4.11.3	旅客動向與旅行社套裝行程滿意度之單因子變異數分析	214
表 4.11.4	遊客基本資料與各項相關設施與服務滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析	216
表 4.11.4	遊客基本資料與各項相關設施與服務滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析(續).....	217
表 4.11.5	旅遊決策與各項相關設施與服務滿意度之單因子變異數分析	217
表 4.11.6	旅客動向與各項相關設施與服務滿意度之單因子變異數分析	217
表 4.11.7	遊客基本資料與整體滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析	219
表 4.11.8	旅遊決策與整體滿意度之單因子變異數分析	220

表 4.11.9 旅客動向與整體滿意度之單因子變異數分析	220
表 4.11.10 遊客基本資料與推薦回遊意願度之 T 檢定與單因子變異數分析	222
表 4.11.11 旅遊決策與推薦回遊意願度之單因子變異數分析	223
表 4.11.12 旅客動向與推薦回遊意願度之單因子變異數分析	223

圖 目 錄

圖 1.3.1	台金廈旅遊圈	4
圖 1.4.1	計畫執行流程圖	6
圖 1.6.1	研究架構圖	17
圖 1.6.2	分析架構圖	21
圖 2.2.1	台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客	28
圖 2.2.2	來金觀光旅客性別分佈	29
圖 2.2.3	來金觀光旅客年齡分佈	30
圖 2.2.4	來金觀光旅客教育程度	31
圖 2.2.5	來金觀光旅客職業	32
圖 2.2.6	來金觀光旅客平均每月所得	33
圖 2.2.7	來金觀光旅客婚姻分佈	35
圖 2.3.1	來金觀光旅客主要目的	38
圖 2.3.2	來金觀光旅客入境地點	39
圖 2.3.3	來金觀光旅客同行人員	40
圖 2.3.4	來金觀光旅客旅遊資訊來源	41
圖 2.3.5	選擇來金旅遊的原因	42
圖 2.4.1	來金觀光旅客停留時間	44
圖 2.4.2	金門開放觀光後來金次數	45
圖 2.4.3	搭乘交通工具項目	46
圖 2.4.4	來金觀光旅客住宿地點	48
圖 2.5.1	團體旅遊團費	52
圖 2.5.2	團體特產支出	53
圖 2.5.3	其他額外費用	54
圖 2.5.4	機票費用	55
圖 2.5.5	住宿費用	56
圖 2.5.6	交通費用	57
圖 2.5.7	餐飲費用	58
圖 2.5.8	特產支出	59
圖 2.5.9	其他項目費用	60
圖 2.5.10	參團旅客每人每次遊程平均最低消費金額	61
圖 2.5.11	自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額	62
圖 2.5.12	特產種類	64
圖 2.5.13	購物地點	65
圖 2.6.1	各項相關設施與服務滿意度	67
圖 2.7.1	來金旅客對金門之旅整體滿意度	69
圖 2.7.2	來金旅客推薦金門之旅的意願	70
圖 2.7.3	來金旅客願再次來金門旅遊的意願	71
圖 2.8.1	來金旅客對旅行社整體滿意度	73
圖 2.8.2	來金旅客對導遊整體滿意度	74
圖 2.8.3	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	75
圖 2.8.4	來金旅客對團費整體滿意度	76

圖 2.9.1	台灣觀光客、金門本地居民與中轉旅客	79
圖 2.9.2	入境地點	80
圖 2.9.3	來金次數	81
圖 2.9.4	主要目的	82
圖 2.9.5	停留時間	83
圖 2.9.6	團費	84
圖 3.2.1	中轉旅客來金主要目的	108
圖 3.2.2	中轉旅客年齡分佈	109
圖 3.2.3	中轉台商教育程度	110
圖 3.2.4	中轉台商職業	111
圖 3.2.5	中轉台商每月平均所得	112
圖 3.2.6	中轉台商性別分佈	113
圖 3.2.7	中轉台商婚姻分佈	114
圖 3.2.8	中轉台商在公司職級	117
圖 3.3.1	中轉台商入境地點	119
圖 3.3.2	中轉台商搭乘之客輪	120
圖 3.3.3	中轉台商購買小三通自由套裝行程	121
圖 3.4.1	中轉台商來金停留時間	123
圖 3.4.2	中轉台商往返兩岸間隔	124
圖 3.4.3	經小三通從事商務之旅年限	126
圖 3.5.1	未購買中轉自由套裝行程支出	129
圖 3.5.2	中轉台商消費金額	130
圖 3.5.3	中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	131
圖 3.5.4	自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	132
圖 3.5.5	中轉台商消費項目	134
圖 3.6.1	兩岸直航大三通後最常使用的通行機場	136
圖 3.6.2	中轉台商對設施服務的需求	137
圖 3.6.3	金門適合投資何種產業	138
圖 3.7.1	對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度	140
圖 3.7.2	對尚義機場設施與服務的滿意度	141
圖 3.7.3	對水頭碼頭設施與服務的滿意度	142
圖 3.7.4	對金門海關出入境服務的滿意度	143
圖 3.7.5	對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度	144
圖 3.8.1	小三通中轉台商	147
圖 3.8.2	入境地點	148
圖 3.8.3	主要目的	149
圖 3.8.4	停留時間	150
圖 4.2.1	來金陸客年齡分佈	157
圖 4.2.2	來金陸客教育程度	158
圖 4.2.3	來金陸客職業	159
圖 4.2.4	來金陸客每月平均所得(人民幣)	160
圖 4.2.5	來金陸客居住地	161
圖 4.2.6	來金陸客性別分佈	162
圖 4.2.7	來金陸客婚姻分佈	163

圖 4.3.1	來金陸客主要目的	166
圖 4.3.2	來金陸客搭乘之客輪	167
圖 4.3.3	來金旅客同行人員	168
圖 4.3.4	來金陸客旅遊訊息來源	169
圖 4.3.5	來金門旅遊的主要原因	170
圖 4.3.6	陸客來金觀光方式	171
圖 4.4.1	陸客來金停留時間	174
圖 4.4.2	兩岸開放後陸客來金次數	175
圖 4.5.1	團體旅遊團費(人民幣)	179
圖 4.5.2	特產消費支出(人民幣)	180
圖 4.5.3	參團遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)	181
圖 4.5.4	特產種類	183
圖 4.5.5	購物地點	184
圖 4.7.1	來金陸客對金門之旅的整體滿意度	188
圖 4.7.2	來金陸客推薦金門之旅的意願	189
圖 4.7.3	來金陸客願再次來金門旅遊的意願	190
圖 4.7.4	是否有到國外旅遊的經驗	191
圖 4.7.5	最喜歡的旅遊地點	192
圖 4.8.1	來金陸客對旅行社的整體滿意度	194
圖 4.8.2	來金陸客對導遊的整體滿意度	195
圖 4.8.3	來金旅客對交通工具服務的整體滿意度	196
圖 4.8.4	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	197
圖 4.8.5	來金陸客對團費整體滿意度	198
圖 4.9.1	來金次數	201
圖 4.9.2	主要目的	202
圖 4.9.3	停留時間	203
圖 4.9.4	觀光方式	204
圖 4.9.5	團費	205

附表目錄

附表一	台灣來金旅客對住宿-飯店之滿意度調查	261
附表二	台灣來金旅客對住宿-民宿之滿意度調查	262
附表三	大陸來金旅客對住宿飯店之滿意度調查	264
附表四	安排陸客來金的旅行社	265
附表五	調查樣本與搭乘航線比例	266
附表六	104 年、105 年金門航空站營運量統計表	267
附表七	105 年入出境管理局之入出境人次統計表	268
附表八	104 年入出境管理局之入出境人次統計表	268

第一章 緒 論

第一節 計畫緣起

金門在地理上位於中國大陸福建省沿岸，與福建廈門外港相距約 10 公里（如圖 1.3.1）。金門由大小 12 個島嶼所組成，東眺台灣海峽，與台灣約有 277 公里之遙，其餘三面為中國大陸所環繞，自古形勢險要，地理位置特殊，有「內捍漳廈、外制台澎」的戰略要衝地位，並在海權時代扮演關鍵性的角色。對台灣而言，其最重大且直接的威脅來自中國大陸，自 1949 年中國大陸即不斷宣稱其擁有台灣主權，金門從此成為台灣的前哨，站在台灣最前線抵抗來自中國大陸的軍事威脅，防衛國家的安全。

1979 年美共建交後，中國大陸宣佈全面停止對金門砲擊，並逐步將金馬對岸地區非軍事化，開放為經濟特區（深圳、珠海、汕頭、廈門、海南島），與台灣邊陲地區卻為戰爭前哨點的金門馬祖相對應。台灣在 1987 年宣佈解除戒嚴，開放黨禁和報禁，開放探親，以及對大陸直接通郵和「間接貿易」的容忍，形勢變化非常大。台海兩岸關係的解凍、台灣社會內部邁向開放的變遷，因此逐步對金門作局部性的開放，並裁減金門駐軍和黨政軍組織，實施精兵政策。這些長期依賴十萬軍人內需的經濟，面臨供需的調適現象，部份小商人、小生產者因裁軍而歇業，加上年輕人大部分選擇留在台灣，形成人口外移及老弱化現象，因此以觀光發展為立縣政策從此萌芽。

金門的人文教化自古以來即非常昌盛，古蹟密度全台居冠，今日數量豐富的傳統聚落建築，相當具有保存的價值。此外，世界上有許多地方，都因為曾發生過戰爭，或是自由與共產的界線而成為聞名於世的場所，如廣島、長崎被原子彈轟炸過的地方，德國柏林圍牆，韓國板門店等，不僅成為活生生的教材，每年更有不可計數的觀光客前往參觀，攝影留念。過去的金門雖然是一個無法與戰爭區分的島嶼，但是戰爭帶給金門的回憶，目前已漸漸地轉化為觀光發展的機會與商品。

獨特豐富的資源是一個地區吸引觀光客最主要的誘因，金門基於歷史條件而成就其具有各項極富發展觀光潛力之資源。金門為一海島，四面環海，海岸線為沙岸及岩岸交錯，未受汙染，景觀優美。白皙的沙灘，為台灣本島少見，沙灘上的落日餘暉，海鳥歸巢，為旅人的最愛。生長在金門的植物種類多達 1,200 種，如紅樹林、原生植物、行道樹景觀等，動物資源有鰲、水獺、中華白豚、戴勝等，其中鳥種與台灣地區顯著不同，四季鳥種皆豐富，不論何種季節都適宜賞鳥，尤其在冬季，候鳥成千上萬在慈湖及舊酒廠出海口，蔚為奇觀。

金門之開發可溯及晉朝，古蹟文物豐富，境內有 8 處國定古蹟及 30 處縣定古蹟，包括宗祠廟宇、宅第、陵墓、橋樑、碑碣牌坊等。早年因軍事安全之理由，聚落發展受限，因而保存完整的閩南式民居與聚落。因此，傳統建築之風格、洋樓建築、聚落及古蹟文物等皆為珍貴資源。由於長期處於備戰狀態，金門呈現豐富的戰地景觀，包括戰史館、軍事據點、地下工事、紀念碑、戰爭史蹟、以及現存的各式戰地特色等，其中中央坑道及擎天廳的鬼斧神工，更是讓參觀過的人嘖嘖稱奇。地方特產如貢糖、金門高粱酒、砲彈菜刀號稱「金門三寶」，其他特產如麵線、牛肉乾、陶瓷製品、花崗石材、風獅爺藝品、海蚶及紫菜等海產、一條根及一條龍藥材等地方特產，為數眾多的金門特產及其生產製作的相關經濟活動皆可提供遊客特有體驗。

綜觀上述資源分析，金門觀光資源非常豐富，而其中可以主題式列出金門具有特色且吸引人的觀光資源，這些資源包括未受污染的沿岸潔白沙灘、成千上萬蔚為奇觀的候鳥、保存完整之閩南人文地景、鬼斧神工之戰役工事與戰地景觀、及聞名中外的金門高粱酒。這些獨具特色的資源，是觀光發展的主軸，這些主軸資源推動著金門觀光事業的發展，並創造金門旅遊目的地的獨特意象。

金門開放觀光後，島嶼的本質從邊界封鎖的戰地前線，到邊界全開的觀光島嶼。金門縣政府以觀光立縣為施政重點，縣政府為瞭解金門觀光發展趨勢與來金旅客在金門之消費及動向，包含旅客的旅遊動向、消費情形及滿意度等，以供相關單位規劃經營管理與改善觀光設施、提昇服務品質，研擬觀光行銷與推廣策略之參考，並作為估算觀

光收入之依據，故持續委託辦理「金門觀光旅客消費及動向調查分析」。

第二節 計畫目的

本調查因應金門開放邊界發展觀光後，不同屬性遊客在台金廈之間進行不同程度的越界觀光，本調查從來金的台灣遊客及經由小三通進出金門的旅客（中轉台商、大陸旅客）等兩大面向來調查分析金門觀光發展的趨勢。本調查主要目的在推估來金門之台灣旅客（含在金門停留 1 日以上之中轉旅客）及藉由小三通進出金門之中轉台商、大陸旅客（含在金門停留 1 日以上之中轉大陸旅客）其消費金額，並瞭解旅客旅行動機與動向、及旅客的消費行為、觀感與滿意程度，所得訊息供相關單位訂定觀光行銷與推廣策略、規劃與改善觀光設施及提昇服務品質。

本計劃擬達成之預期目標與成果如下：

- （一）瞭解來金旅客之旅行動機、旅行動向、消費情形及對金門之觀感與滿意度。
- （二）研究調查成果可供金門地區觀光事業業者針對旅客之消費與動向特性進行產品研創、開發與推廣。
- （三）研究調查成果可供外來投資者進行投資之評估之基礎資料。
- （四）研究調查成果可供政府相關單位訂定觀光宣傳推廣策略、規劃與改善觀光設施及提昇服務品質。

第三節 計畫範圍

今日金門已完全對外開放，發展觀光。金門自 1949 年起經歷衝突性邊界島嶼經驗，於 1992 年解除戰地政務，驟然從原本對外封鎖的戰地到觀光旅遊目的地，再到今日台灣與中國大陸交流的試辦點。本計畫依邊界開放政策順序先後，將這一連串的邊境開放分類為：1)1993 年開放台灣住民進入金門離島觀光旅遊；2)2001 年開放金門人到中國大陸旅遊經商；3)2001 年底開放台商經由金門進入中國大陸；4)2004

年底開放大陸福建居民遊金門；5)2008 年 6 月正式公告實施擴大小三通，只要持有兩岸入出境有效證件，就可以從金門或馬祖進出中國大陸；6)2011 年 6 月正式發布開放陸客來台自由行，赴金馬澎旅遊亦可納入自由行行程，第一波開放北京市、上海市、廈門市，第二波以直轄市與省會為組合的城市，有天津、重慶、南京、廣州、杭州、成都、濟南、西安、福州、深圳，第三波開放 13 個城市，有瀋陽、鄭州、武漢、蘇州、寧波、青島、石家莊、長春、合肥、長沙、南寧、昆明、泉州之陸客，且須受每日 500 人之數額限制。7)2014 年陸客自由行開放第四波城市有太原、漳州、溫州、哈爾濱、大連、煙台、貴陽、無錫、南昌、中山等。因此，多元化的旅客在兩岸三地不同程度的滲透穿越下，「台金廈旅遊圈」漸次形成（如圖 1.3.1），觀光發展之跨境旅遊業對金門而言日益重要。8)2015 年 1 月開始辦理離島落地簽，陸客至金門、馬祖及澎湖等地觀光，可在入境時申請臨時入境停留通知單。本計畫範圍以進入金門的各群屬旅客為主，包括來金旅遊的台灣觀光客、大陸觀光客，及經由金門中轉的台商為主要調查對象。

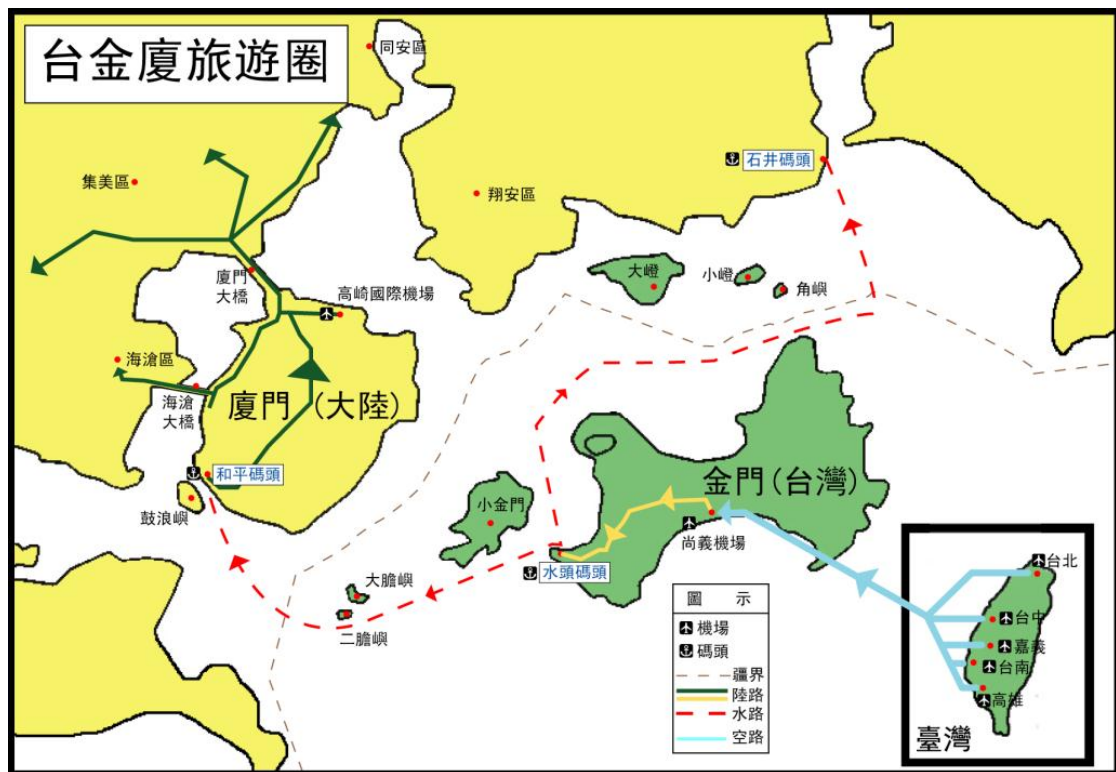
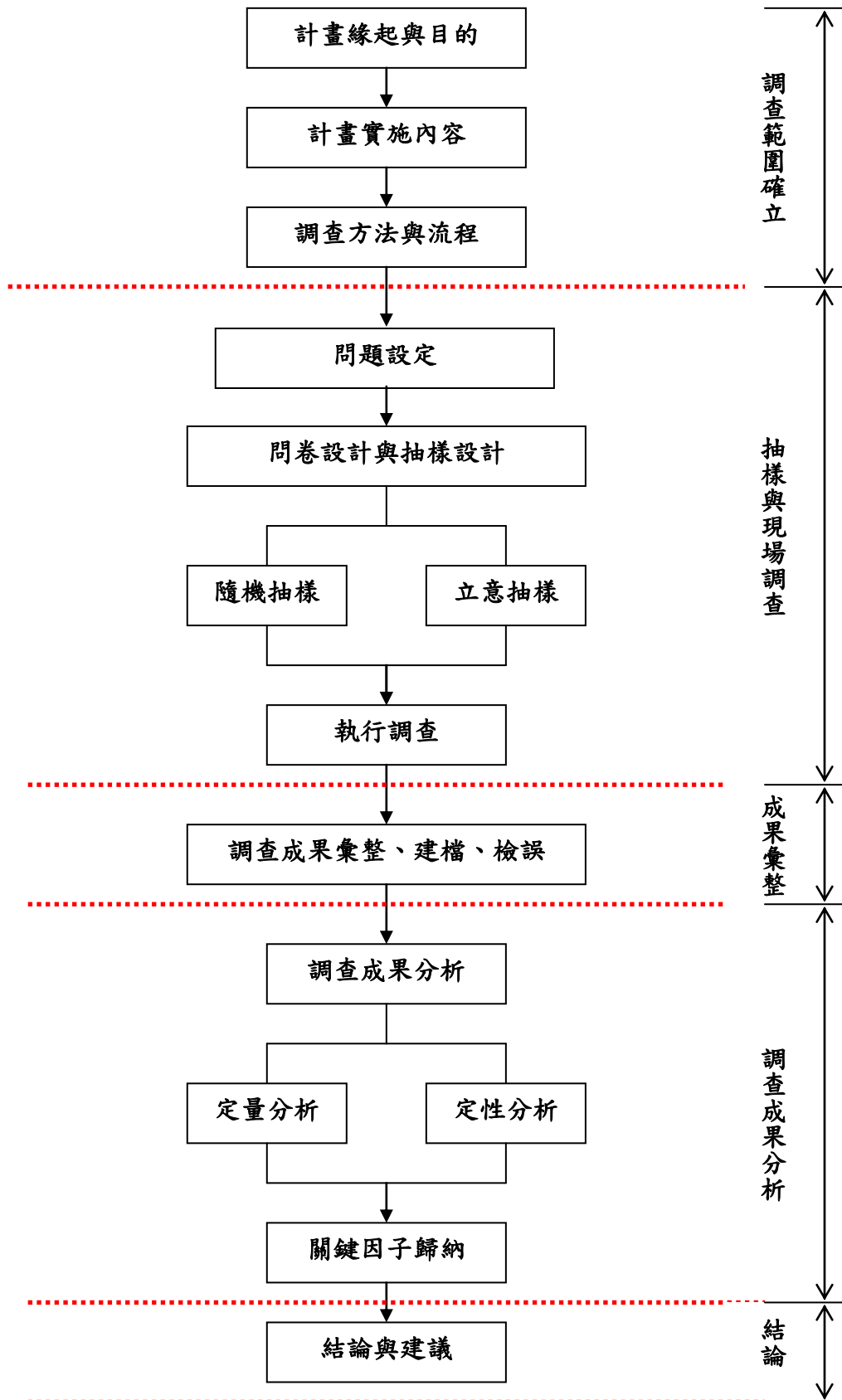


圖 1.3.1 台金廈旅遊圈

第四節 調查執行流程

本計畫執行流程步驟包含五個階段（如圖 1.4.1），茲分述如下：

- 一、調查範圍確立：計畫緣起與目的、計畫實施內容及調查方法與流程。
- 二、抽樣與現場調查：問題設定、問卷設計與抽樣設計、進行抽樣及執行調查。
- 三、成果彙整：調查成果的彙整、建檔與檢誤。
- 四、調查成果分析：調查成果分析（定量分析與定性分析）、關鍵因子歸納。
- 五、結論與建議：依據調查成果，對金門政府觀光相關部門在未來觀光發展規劃方面進行整體評估結論與建議。



第五節 相關研究

一、台金廈旅遊圈發展現況

(一) 神秘戰地吸引台灣觀光客

金門與台灣往來交通運輸以空運為主，航程約為 60 分鐘，飛機票價來回約為 4 千元，但航空公司會推出比票面價較為便宜的折扣票（戶籍設籍在金門之旅客獲政府補助可享 7 折票價），而海運到最近的台中港約需 10 小時，主要是貨物的運輸。根據縣府資料，住宿設施現有合法旅館住宿設施現有合法旅館 22 家，總房間數 1381 間，可容納住宿人數 3086 人，民宿共有 214 家，總房間數 960 間，可容納住宿人數 2527 人。

來自台灣的旅客，目前尚是金門觀光的主力，遊客因為對「神秘戰地」的好奇心，紛紛前來金門旅遊，每年旅客數維持在約 45 萬人左右，中轉至大陸的台灣旅客在開放後的三年，每年也維持約 30 萬人次。遊客主要交通工具為遊覽車，團體旅遊為主要旅遊模式，大部份選擇 3 天 2 夜的行程。「金門之旅」的遊客主要活動是參觀金門閩南文化與建築、戰役史蹟及國家公園等景點，並包含為數不少的購買特產行程，而夜間活動與戶外遊憩活動的缺乏是較不受年輕族群青睞的主因。表 1.5.1 為 91 年-104 年來金台灣旅客人次的稍長變化。

表 1.5.1 91 年-104 年來台灣旅客人次

旅客 人數	年	機場出入境總人次 (到境+離境)	台灣來金旅遊之 台灣旅客人次	中轉至大陸之 台商人次	中轉至大陸之 台灣旅客人次
	91年	1,406,543			
	92年	1,171,400	385,976		
	93年	1,417,731	586,940		
	94年	1,447,049	454,374	154,834	
	95年	1,433,528	430,058	156,255	
	96年	1,466,235			
	97年	1,726,382	315,332	181,927	
	98年	1,986,694	545,985	294,291	
	99年	2,094,623	578,149	310,344	373,155
	100年	2,242,611	497,873	430,360	286,724
	101年	2,299,522	461,337	362,601	305,382
	102年	2,193,306	424,390	341,685	325,656
	103年	2,291,981	421,585	353,439	344,390
	104年	2,186,125	393,706	360,288	350,110
合計		25,363,730	5,495,705	2,946,024	1,985,417

(二) 廈門成為金門的後花園

金門地處邊陲、無可用天然資源、軍事因素又限制其發展等，長期面臨著經濟及人口外流的壓力。開放觀光後，期待觀光業能取代十萬軍人的龐大內需經濟，但結果並未達到預期的成效。政府為了拯救離島經濟，特別立法開放金馬離島試辦小三通，希望透過「免稅天堂」的架構，開放大陸較為低價格且多樣化之貨品，以及台灣免稅商品進入金門，以觀光為主軸，吸引兩岸觀光客在金門匯集，藉以活絡金門經濟。

在以經促統的戰略下，兩岸直接大三通是中國大陸一貫主張，自1988年起陸續制定對台直接貿易辦法。1993年單方面針對福建沿海兩岸漁民之間的交易，訂有「關於對台地區小額貿易管理辦法」，允許一百噸以下的貨船，從事十萬美金以下的交易，但在台灣方面，視此種兩岸之間的交易為走私行為，當時造成不少特殊社會現象的產生。兩岸「直接三通」存有極大的政治障礙，在全面大三通無法推行的情況下，1992年3月即由中國福建省提出「兩門（廈門和金門）對開，兩

馬（馬尾和馬祖）先行」的「小三通」構想，希望以此區域性、民間性的「小三通」作為突破點。

金門與廈門地緣近，血緣、習俗、語言相通，在發展上本是生活共同體，很多金門人認為，小三通對金門而言只不過是回復到先民的生活模式，兩門的交流其實無關國家認同，只是經濟問題。另一方面，大陸廈門市近年來在發展上亦受到廣東與上海的競爭威脅，有被邊緣化之危機，因此，以廈門市發展的立場，亦希望金廈能小三通，讓廈門成為最接近台灣的一個節點，佔有發展的優勢。

1. 金門人到廈門旅遊常態化

小三通從 2001 年元月份在政治意味濃厚的破冰之旅後，雙方在政治方面各有堅持下導致停擺，在經過溝通與簡化手續後，才為旅客所接受，並形成金門人到廈門旅遊的常態化。對於由金門進入中國大陸人員身分的管制初期非常嚴格：設籍金馬六個月以上者，可自金馬直接進入大陸。後來再逐步放寬對象至同行親屬以配偶、直系親屬、二親等旁系血親及其配偶為範圍，並開放經申請核准之台商，及最近的旅台金門鄉親。旅客從金門進入大陸須持有台胞證及出入境證，即可合法進出中國大陸。但隨著後來的擴大小三通與大三通，人員進出中國大陸管制更為鬆綁。

對於共產國家的好奇、旅費及消費便宜、節省旅遊時間，且中國大陸是目前世界上重要的旅遊勝地等是主要吸引力。金門旅客到廈門主要從事的活動為：觀光旅遊、產業商機考察、金融投資、購置房地產、性產業的消費、宗教朝聖、補牙齒團、做衣服團、觀落音、採買日常貨品等。廈門的消費便宜、城市發展的規模、名牌仿冒品充斥方便購物、夜生活的多彩多姿(物超所值的洗腳店、按摩店、PUB、夜總會)等，是最主要的吸引力。根據境管資料，今日往來金廈的客運船隻共有 13 艘，每日往返船班 44 航班（五通為 36 班，石井為 8 班）。台灣居民入出境人次從 2001 年開放之初的 9,738 人到 2013 年的 1,018,915 人。金廈的船票單程為 650 元（不含折扣），而旅行社推出的遊程包羅萬象，旅遊目的地包含整個中國大陸，甚至從廈門到其他東南亞國家。

2. 金門人到廈門置產常態化

台灣經濟低迷不振，產業大量外移，畢業學生就業機會少，想在台灣立足和生存的空間愈來愈窄。相較之下，廈門各項建設正在進行中，商業活動興盛，因此租金水漲船高，每年平均有 5-6% 的投資報酬率，高於台灣的 3-4% 的水準。廈門房價只有台灣的一半，房屋增值、租金報酬、加上人民幣升值的預期，很多金門人看準未來發展商機，紛紛就近到廈門投資房地產。根據廈門市政府非正式統計，金門人至廈門至少購置 4,000 套以上的房地產，超過 100 億元的流入投資。另，在外資預期人民幣升值勢在必行下，因此到廈門開戶「定存」賺取利息成為最近的潮流。

廈門近 10 年來吸引大批台商進駐，根據廈門市政府的數據至少有 6 萬名台商在廈門打拼。當地台商認為，廈門的經營環境和生活習慣與台灣相似，適應起來特別容易，故平均 3 年，業者就能順利增資擴廠，對於未來的前景十分看好。在開放小三通的初期，對台商而言，在交通方面，如果從台灣的桃園國際機場搭機到澳門轉機，早上七點半到機場，下午三四點才到，機票約 12,000 元，但是如果從松山機場出發，透過金門小三通，只要三小時就到達廈門，立榮金廈一條龍套票只需 6,400 元左右，難怪許多台商鍾愛小三通路線。今日雖然開放大三通直航，但是在福建地區的台商還是鍾情於使用小三通，小三通的套票約為 3,200 元，而部分台商在航空公司的低價促銷下，自行規劃行程，其價格更低於套票價，頗受歡迎。

3. 邊界關卡造成經濟單向傾斜

在國際關係衝突中，政治邊界阻礙人們的互動是普遍的痛處。當旅客與資金非常便利的通過邊界關卡進入大陸的同時，我方卻限制大陸觀光客到金門旅遊，造成了金門資金單向傾斜至大陸的事實。後來雖然促成開放福建居民赴金門、馬祖、澎湖旅遊，希望藉由消費能力不錯的大陸觀光客到金門旅遊，間接落實邊境貿易，並產生緩和經濟單向傾斜的效果。如此的良意政策在各式關卡限制下，導致日後的成效不彰。

大陸觀光客到金門旅遊的初期，其進入金門數量受到配額限制，

每天 6 百人，停留期限 6 日。根據出入境管理局出入境查驗資料 2007 年約有 46,196 人次。但後來在政策實施擴大小三通之後，陸客由金門中轉至台灣或回大陸人次漸增，導致以金門為旅遊目的地的陸客人次不增反減。根據本研究調查資料顯示，來金大陸遊客停留時間以 3 天 2 夜或 2 天 1 夜為主、觀光為主要目的、來金的動機主要是對金門及台灣的好奇心（金門遊等於台灣遊）、旅遊行程規定為團體旅遊、3 天 2 夜，平均團費約為人民幣 1,500 元。在金門最主要旅遊活動為參觀景點及購買特產，大致上與台灣觀光客遊金門的活動相似。而陸客中轉至台灣的團費每人約為 1,200 元人民幣。表 1.5.2 為 95 年-104 年來金陸客人次的稍長變化。

表 1.5.2 95 年-104 年來金陸客人次

旅客人數	年	小三通旅客人次 (出境+入境)	來金旅遊人次	中轉至台灣之大 陸旅客人次
	95年	623,030	71,232	
	96年	725,096	92,392	
	97年	973,269	71,706	
	98年	1,281,946	74,576	44,361
	99年	1,379,601	101,912	238,430
	100年	1,474,784	45,042	349,775
	101年	1,458,231	55,486	352,689
	102年	1,353,359	35,844	292,491
	103年	1,514,093	68,523	387,244
	104年	1,762,411	253,274	372,184
合計		12,545,820	869,987	2,037,174

二、遊客動向相關研究

本節將依序探討並定義與本調查相關之主題，作為本調查架構之理論基礎與發展依據。

（一）滿意度之理論與相關研究

「滿意」一詞是人類在「比測器」機制下所產生的反映（李茂興、戴靖惠、吳偉慈，2002）。通常人們會從過去的經驗來衡量自己的需求或慾望是否得到滿意。留住顧客是非常重要的工作，而顧客滿意是留

住顧客的關鍵因素。Drive & Brown (1975) 以遊憩體驗之理論觀點，認為遊客在有遊憩動機後，若實際前往遊憩地點參與活動，從活動獲得生理及心理上的滿意感受來產生評價判斷滿意程度。Fornell(1992) 提出滿意度是指可直接評估的整體感覺，消費者會將產品和服務與其期望標準做比較，因此，消費者可能原本對產品或服務滿意，但與原先預期比較後，又認為產品是普通的。Kolter (2003) 指出滿意度乃一個人所感覺愉悅或失望的程度，係源自其對產品性能（或結果）的知覺與個人對產品的期望。滿意度乃知覺性能（perceived performance）與期望（expectation）兩者差異的函數。若性能遠不如所期望者，則顧客將感到不滿意；如性能符合所期望者，則顧客感到滿意；如果性能遠超過期望者，則顧客將有高度的滿意水準或愉快的經驗。

侯錦雄（1990）滿意度分為兩種，以總滿意度和分項滿意度方式來測量，一般滿意度衡量方式分為「整體滿意度」「分項滿意度」整體滿意度是衡量消費者對產品的整體使用結果的一種整體性評估，分項滿意度指產品各別屬性感覺的滿意度。江依芳（2004）在生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究-以日月潭步道生態之旅為例研究時發現：滿意度正向影響行為意向，亦即生態旅遊服務品質正向影響滿意度及行為意向，換言之服務品質愈高，滿意度愈高，服務品質愈高，行為意向愈高，滿意度愈高，行為意向也愈高，這說明服務品質、滿意度及行為意向之間 具有正向影響。尚鬱慧（1996）研究國內銀行顧客滿意度與忠誠度的關係發現顧客對任何構面認知的滿意度與整體滿意度和再來往的意願、推薦他人之意願、價格容忍度、整體忠誠度的關係呈正相關，其滿意度與忠誠度之關係和教育程度呈正相關，但不受婚姻、性別、年齡、收入、職業等因素影響。廖明豐（2003）研究東豐自行車綠廊的吸引力對遊客的滿意度及忠誠度之關係模式驗證，結果發現：吸引力對遊客的滿意度具有顯著正向相關；吸引力對遊客忠誠度具有顯著正向相關；遊客的滿意度對忠誠具有顯著正向相關。

在滿意度方面可分為整體滿意度與個別滿意度，本研究所探討的滿意度包含遊客旅遊金門後對個別服務與設施等個別項目的滿意度，

及對金門之旅整體滿意度的評價。

(二) 吸引力

Getz (1991) 指出吸引力是測量一個吸引物的相關強度。Hu and Ritchie(1993)指出旅遊目的地的吸引力是在遊客對特殊假期的需要，對個別目的地所能提供的滿意程度之感覺、看法和意見的認知。劉修祥(1998)認為觀光旅遊的誘因可分為 1.生理的 2.文化的 3.人際的 4.地位與威望等誘因。謝金燕(2003)指出遊客對目的地的吸引力，常因「旅遊動機」及「認知價值」二個構面的衡量結果產生不同的吸引強度。范姜群濤(2003)指出旅遊目的地內有獨特的觀光遊憩資源，使遊客產生想前往觀光與從事遊憩行為的力量。上述學者之研究對吸引力定義雖然用字有所不同，但多數學者還是認為吸引力是一種拉力，吸引力就是引力相對推力的說法。本研究對吸引力之意義認為是來自於自然事物及人類創造之事物所產生的一種力量，具有誘惑，讓人前往與接近之魅力，包含有形與無形及生理與心理層面。張家銘(2005)驗證運動觀光客參與行為模式，以探討參與運動經驗、觀賞運動性節目經驗、運動觀光吸引力、運動觀光參與動機、運動觀光參與滿意度及運動觀光參與忠誠度等變項之間影響關係。高玉娟(1995)、黃靖雅(2001)及簡惠貞(2001)等人於研究遊客對墾丁國家公園觀光遊憩資源吸引力、遊客對鹿港龍山寺之文化觀光吸引力以及外籍遊客對台灣民俗慶典活動參與意願之有關觀光吸引力研究，皆以探索觀光資源(包括自然資源、文化資源、宗教活動等)之吸引力為主要，其所獲得結果均認為吸引力是影響遊客參與遊憩之重要因素。Inskeep(1991)將吸引力的事物分為下列 1.自然吸引物(natural attractions)指的是自然環境特色。2.文化吸引物(cultural attractions)指的是人文活動 3.特殊類別吸引物(special types of attractions)指的是人工打造的產物。

觀光遊憩資源對遊客吸引力的因素研究發現：觀光景點對遊客的吸引力與設施服務的需求並沒有顯著關係，不論遊客是否重視遊憩區的知名度、環境安全或衛生，其對各遊憩資源的吸引力之強度是幾乎相同，雖然設施對遊客所受吸引力沒有直接影響力，可是會直接影響遊客遊憩品質與感受，進而影響重遊意願。

（三）重遊意願之理論與相關研究

張集毓（1995）之研究認為遊客的重遊意願與滿意度之間的關係是明顯存在的，遊客對於遊憩體驗感到滿意，而產生下次重遊的意願。王秀華譯（1996）研究顧客忠誠度結果指出忠誠顧客應具備下列：1)經常性重複購買；2)惠顧公司提供的各項產品或服務；3)建立口碑；4)對其他同業的促銷具有免疫性。Jones and Sasser（1995）的顧客忠誠定義為顧客對公司人員、產品或服務有依戀或偏好。Backman and Shinew（1994）在遊客的忠誠度研究指出遊客對遊樂區內之特定設施或服務遊憩參與行為，具有特別偏好，同時顯示重遊意願。Day（1977）and Ortinau（1979）在探討消費者購買行為及購買後評估模式中，獲知消費者滿意度與重遊意願呈正相關。從以上學者的研究獲知遊客參與消費活動有一定的總滿意度水準之外，其重遊意願是參與者對產品購買後，使用結果的一種心理與行為上之反映，可是研究者常因研究不同產業的消費行為而有不同的用詞與解釋，（如再遊意願、再購意願、重複購意願、再次消費、再度選擇就醫、重遊意願或忠誠度等）其實主要目的在探討消費者對同一事（物）使用後的感受，而對下一次是否再有購買或重遊意願之行為而言。

江依芳（2004）研究指出遊客在旅遊中如感受到遊憩的設施對環境衝擊較低、遊憩景點吸引力強以及有良好服務態度與景觀，則相對的會提高滿意度，增加重遊次數或推薦他人前往旅遊的意願。林鴻偉（2003）對大陸來台旅客之旅遊參與型態、觀光形象滿意度與重遊意願關係之研究，研究結果顯示觀光環境滿意度為主要影響大陸來台旅客重遊意願的因素，其次為整體滿意度。張集毓（1995）、魏弘發（1995）、徐同劍（1995）的研究結果證實滿意度會影響重遊意願，滿意度低，重遊意願會低，也顯示遊客對遊憩獲得滿意即會產生再次重遊意願。張耿輔（2000）研究指出觀光景點對遊客的吸引力與設施服務的需求並沒有顯著關係，不論遊客是否重視遊憩區的知名度、環境安全或衛生，其對各遊憩資源的吸引力之強度是幾乎相同，雖然設施對遊客所受吸引力沒有直接影響力，可是會直接影響遊客遊憩品質與感受，因而影響重遊意願。而沈進成、謝金燕（2003）研究亦指出吸引力對重

遊意願有正面之影響，因此吸引力越強則重遊意願就高。

（四）行為意圖

行為意圖（behavior intention）是指消費者在消費後，對於產品或企業所可能採取特定活動或行為傾向（Engel, Blackwell & Miniard, 1995）。而行為意圖亦可視為公司是否能成功留住顧客的指標；認為所謂的行為意圖，可區分為正向與負向的行為意圖（Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996）。Oh（1999）也於研究中指出，較高的知覺價值與顧客滿意度將會產生較高的消費意願，此外較高消費意願也將產生較高的推薦意願；而推薦意願，即為行為意圖中之一環。Cronin, Brady & Hult（2000）認為，若是能使顧客對服務提供者產生忠誠度，則顧客將產生願意向他人訴說其優良、推薦給其他消費者、再次購買、購買更多或願意支付更高價格等正向之行為意圖。

（五）旅遊資訊與旅遊地點的選擇

Bass 等（1989）以租船活動為例，評估旅遊手冊的提供對增加遊客的活動知曉、興趣與參與意願的影響效果。研究結果發現：實際的活動參與不因旅遊手冊提供與否而有差異，但對於活動機會的知曉有所助益。Um and Crompt（1990）提出一旅遊據點選擇模式，認為民眾暴露於資訊環境中，對於形成據點印象的形成有所助益，並且為據點知覺集合的起源，經由積極搜尋旅遊資訊與考量自身條件限制之後，再決定可能前往的旅遊據點。Mansfeld（1992）提出一旅遊據點選擇模式，該模式係由旅遊動機、旅遊資訊與旅遊據點所組成，其中民眾依據旅遊資訊，評估與選擇可能前往的旅遊據點，並判斷現有旅遊資訊的足夠程度，而決定是否需要蒐集更多資訊以輔助旅遊據點之選擇。顏家芝（1994）依據以往研究為基礎指出：旅遊據點選擇過程中，民眾曝露於資訊環境而被動地獲得旅遊資訊，以喚起個人對該據點的印象，並促使其主動地蒐集相關資訊進行評估與選擇旅遊據點。Ankumah 等人（1996）認為民眾因獲得對某旅遊據點較負面的旅遊資訊，或其資訊數量不夠充足，而排除前往該旅遊據點的可能性。

旅遊資訊能喚起潛在遊客對據點的印象，或是活動機會的知曉，

此為是否觸發進一步資訊搜尋動機之關鍵。而所搜集到的資訊對於評估與選擇旅遊據點具有影響性，亦即，旅遊資訊具有提供訊息與協助決策的功能。然而資訊數量的不充足與較為負面資訊對前往據點傾向亦有所影響，此突顯出資訊品質與數量應予兼具的重要性。

(六) 其他名詞定義

1. 動向(tendency): 根據韋氏字典所示，動向指的是對於地方、對象、作用或極限的一種特殊想法或行動，暗示一個傾向或力量。本研究所定義之遊客動向為來金旅遊者整體過程連續性改變的趨勢。
2. 遊客資料: 受訪旅客其個人基本屬性會影響其對金門觀光之認知及需求，並可能影響其對滿意度之判斷。本計畫之基本遊客資料定義在性別、年齡、教育程度、職業、個人月收入及居住地等人口統計變數。
3. 旅遊動機: 動機是一種行為的內在心理因素，由個人內在需求所引發，形成驅動力而從事某一行為，並達成滿足需求的行為能力，是促使個體發生行為的內在力量。

第六節 研究方法

本節介紹計畫的構想與進行的方式。本計畫係針對來金觀光旅客進行遊客動向調查，根據以上所述及遊客動向相關文獻所提的各項構念，及交通部觀光局（2004）之「遊客調查統計作業參考手冊」等之調查研究方法，進行本計劃的研究設計。各節分別為研究架構、問卷設計、抽樣設計及資料分析方法。

一、研究架構

本計劃研究架構是根據遊客動向相關文獻之探討，及參考交通部觀光局中華民國八十九年來華旅客消費及動向調查報告」及九十三年「遊客調查統計作業參考手冊」等之調查研究方法，進行計畫研究架構的設計（如圖 1.6.1）。

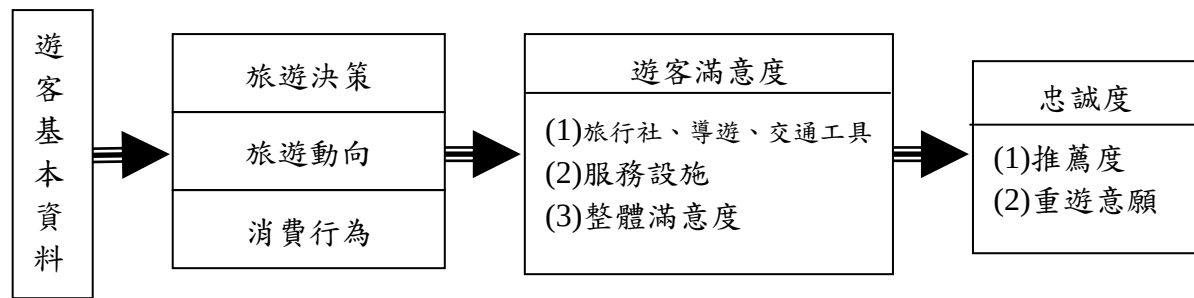


圖 1.6.1 研究架構圖

二、問卷設計

本計畫調查採用問卷調查法，針對到訪金門之遊客進行問卷施測。本調查實施時間自民國 105 年 1 月起至 105 年 12 月止。以季為單位，共分為 4 季：105 年 1 月至 3 月為第一季、4 至 6 月為第二季、7 至 9 月為第三季、10 至 12 月為第四季，進行問卷實測。本調查主要對象來源包含台灣遊客（包括至少在金門過一夜並進入大陸旅遊之中轉遊客）、中轉台商、中國大陸遊客（包括至少在金門過一夜以上之中轉大陸旅客）等。問卷以所欲衡量各變項之相關文獻為基礎，蒐集衡量各變項量表的問項，再針對本調查之調查區域的特性進行修正。問卷設計根據本調查所設定之問題設計問卷，問項中概念定義力求明確，調查項目如下：

- （一）受訪旅客基本資料：居住地、年齡、性別、職業、教育程度、所得等。
- （二）旅客決策資料：旅行動機，旅行考慮因素、旅行資訊來源、旅行方式、來旅遊目的地次數及同行親友等。
- （三）旅行動向資料：停留夜數、觀光遊覽景點、使用交通工具、住宿情形及參與活動情形等。
- （四）旅客消費行為資料：消費方式、消費金額、及購物地點與類別等。
- （五）旅客對旅行社滿意度調查：針對曾請本地旅行社安排行程之旅客進行對旅行社、導遊及交通工具之服務滿意度調查。
- （六）旅客對金門觀光服務設施整體滿意度調查。

(七)旅客觀感及意見：整體滿意度、向親友的推薦度及再遊意願等。

三、抽樣設計與樣本抽取

本研究調查將抽樣設計分為三部份：抽樣地點、抽樣設計、樣本抽取。

(一) 抽樣地點

在資料收集方面，調查地點原則為：(1)台灣旅客群：調查地點原則為金門尚義機場之候機大廳，針對離境金門回台灣之旅客進行隨機抽樣調查。(2)小三通旅客群：A)中轉台商客群：調查地點原則為水頭碼頭出境大廳，針對經由金門離境到廈門之台灣商人進行隨機抽樣調查。B)大陸旅客群：調查地點為水頭碼頭出境大廳，針對離境回大陸之大陸旅客進行立意抽樣調查，若遇抽樣不易時，則與地區接團旅行社及住宿旅館合作進行調查。

(二) 抽樣對象

1. 台灣旅客群(含外籍旅客)：調查對象為民國 105 年 1 月起至 105 年 12 月間從金門尚義機場出境金門回台灣之旅客（包括至少在金門過一夜並進入大陸旅遊之中轉遊客）。
2. 小三通旅客群：1)經由金門中轉大陸的台商客群：調查對象為民國 105 年 1 月起至 105 年 12 月間從金門水頭碼頭出境金門到大陸之台灣商人。2)大陸旅客群：調查對象為民國 105 年 1 月起至 105 年 12 月間從金門水頭碼頭出境金門回大陸之大陸旅客（包括至少在金門過一夜並進入台灣旅遊之大陸旅客）。

(三) 抽樣設計

本調查實施時間自民國 105 年 1 月起至 105 年 12 月止。本調查在實施問卷施測前，先進行訪員訓練，訪員訓練是為使訪員瞭解本調查之動機與目的及問卷內容，使其執行時能充分掌握整個調查過程，獲得受訪者的信任及答案。並於問卷設計完稿後進行試測(pre-test)，派遣研究相關人員前往尚義機場及水頭碼頭實際進行測試訪談，以確定問卷是否便於操作，概念定義是否明確，問題提出是否適當，措詞是

否簡潔清晰，同時可瞭解訪員手冊之適用性及估計調查所需時間，必要時加以適度修正問卷，使實際調查趨於完善。

本調查原則採用面對面訪問方式，派訪員前往調查地點，直接對旅客進行訪談。實際訪談前將由研究小組訓練訪談員，除加強訓練訪視技巧外，同時將使訪談員了解調查目的，並經歷實地演練後，方正式進行調查工作。另由本校老師擔任輔導訪談員，輔導訪談員根據作業標準訪談調查，解決相關疑難以提昇資料品質，並於問卷回收後負責問卷的審核及譯碼工作。因調查地點為機場大廳與碼頭大廳，故利用旅客辦完登記手續，等待登機/登船之空閒時間進行訪視，並於訪談後贈送禮物，以提高旅客受訪率。

本研究調查之樣本抽取如下：(1)台灣觀光客群：調查以 7 天為 1 段，4 個星期為 1 週期，由此 4 個星期隨機抽取 1 星期為調查基準週，基準週有 7 個調查基準日，以控制樣本比例。另各調查日分為 2 個調查單元時間，9 時 30 分至 12 時 30 分為第 1 單元時間，13 時 30 分至 18 時 00 為第 2 單元時間。抽取過程目的在於制定作業標準，以達隨機抽樣。樣本抽取以每 1 調查基準日調查時間內，針對所有離境機次的旅客進行區域劃分，隨機抽樣訪談。在樣本數分配方面，依航線比率進行樣本數與時間之分配。調查基準日應抽出樣本，若不符控制特徵應抽數或因天候、災害等導致調查基準日離境機次為零時，將順延於下一個星期同一單元時間內補充。(2)小三通旅客群：A)中轉台商客群：調查以 7 天為一段，4 個星期為一週期，由此四個星期隨機抽取一星期為調查基準週，基準週有 7 個調查基準日，以控制樣本比例。另各調查日分為兩個調查單元時間，8 時 30 分至 12 時 30 分為第 1 單元時間，13 時 30 分至 16 時 30 分為第 2 單元時間。抽取過程目的在於制定作業標準，以達隨機抽樣。樣本抽取以每一調查基準日調查時間內，針對所有離境航次的旅客進行區域劃分，隨機抽樣訪談。在樣本數分配方面，依航線比率進行樣本數與時間之分配。調查基準日應抽出樣本，若不符控制特徵應抽數或因天候、災害等導致調查基準日離境機次為零時，將順延於下 1 個星期同 1 單元時間內補充。B)大陸旅客群：本部份調查以立意抽樣方法來進行抽樣，透過地區旅行社提

供大陸旅客離境資訊，在大陸旅客離境前進行訪談。

(四) 樣本抽取

基於來金門旅客資料並無底冊，本調查參考交通部觀光局「中華民國八十九年來華旅客消費及動向調查報告」及九十三年「遊客調查統計作業參考手冊」等之調查研究方法，抽樣母體結構的推算，在 95% 的信心水準下，以抽樣誤差百分之 ± 3 為準，問卷之抽樣份數如下：(1) 台灣觀光客群：以 104 年來金的旅客人次為抽樣母體，每次提季報告書，其抽樣份數至少為 267，總計抽樣份數至少為 1067 份，採用配額抽樣法，取樣時儘量符合作業標準及樣本比例，達到隨機抽樣的要求。(2) 小三通旅客群：A) 中轉台商客群：以 104 年出境金門至廈門的旅客人次為抽樣母體，每次提季報告書，其抽樣份數至少為 267，總計抽樣份數至少為 1067 份，採用配額抽樣法，取樣時儘量符合作業標準及樣本比例，達到隨機抽樣的要求。B) 大陸旅客群：採用立意抽樣法，以 10 年來金的大陸旅客人次為抽樣母體，全年總計抽樣份數以至少為 1067 份為原則，但因旅客人數減少或其他原因，致抽樣不易時，可減少抽樣數，但應維持在 95% 的信心水準及抽樣誤差百分之 5 為準。但為提高本研究調查之信度與效度，及達成本研究調查工作項目，並考量可能的遺漏值，故本調查總問卷施測 3600 份，扣除遺漏值，有效問卷為 3235 份。

四、資料整理及分析

(一) 分析架構與分析項目

分析架構與分析項目，說明如下：

1. 分析架構

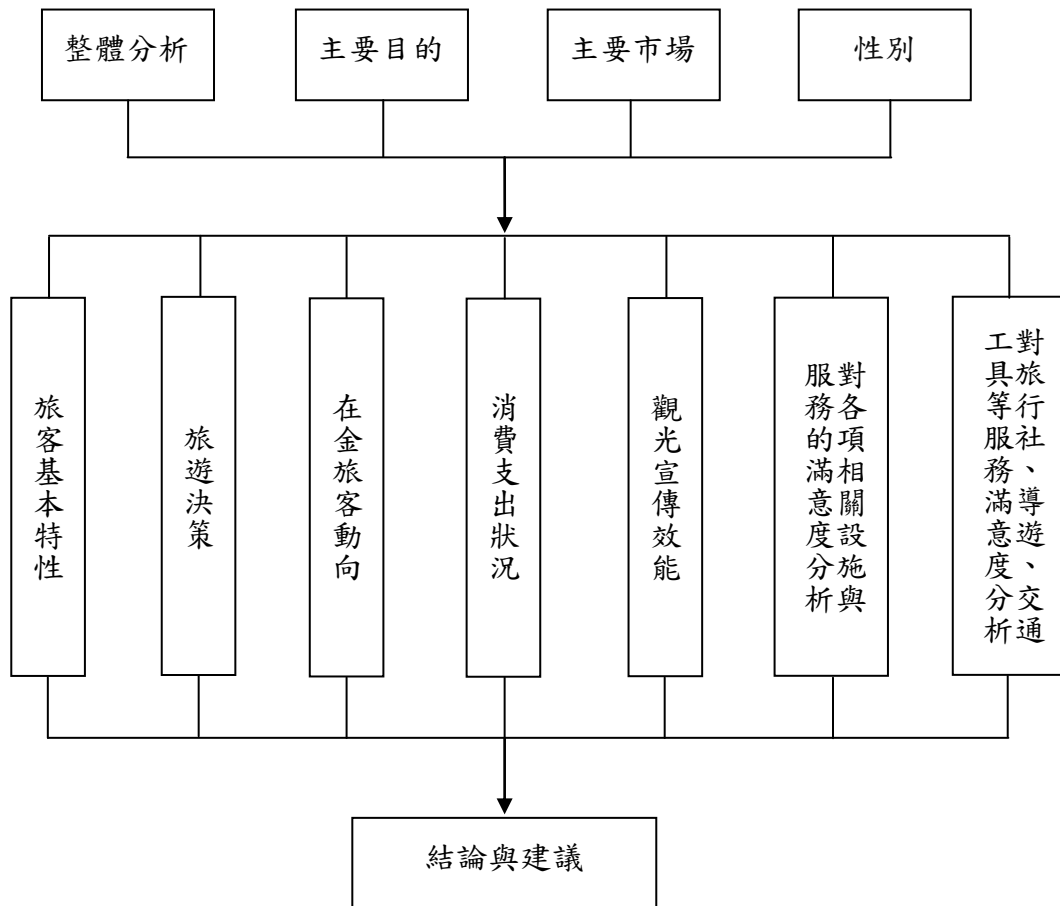


圖 1.6.2 分析架構圖

2.分析項目

(1)整體分析

分析項目	分析內容
A. 旅客基本特性	利用各種資訊，藉以分析本年度來金旅客的基本背景變化。
B. 旅遊決策分析	藉由旅客考慮因素及資訊的獲得，以瞭解本年度來金旅客做旅遊決策的特性。
C. 旅客來金動向分析	藉由本項分析以瞭解來金旅客在金門的活動方式及遊覽地點。
D. 旅客消費支出	本項分析可以瞭解旅客的消費特性，進行消費金額估算，作為估計金門觀光事業所帶來收入的參考，並進行結構分析。再針對特殊消費群旅客進行分析，作為刺激消費之策略參考。
E. 觀光宣傳效能	透過來金旅客瞭解金門在其他地方宣傳之成效。
F. 來金旅客對旅行社滿意度分析	包括對旅行社和導遊、交通工具、遊程設計、團費的整體滿意度，提供相關單位參考。

G. 旅客對各項相關設施與服務之滿意度	本項分析可以瞭解旅客在金旅遊之觀感，包括觀光便利性、觀光環境滿意度及服務設施滿意度方面等，提供給特產業、餐飲、旅館(民宿)及相關產業、單位參考。
---------------------	--

(2)就不同特性分析

分析項目	分析內容
A. 依基本特性分	瞭解不同基本特性旅客的旅遊狀況，如年齡、教育程度、性別、職業、平均所得...等。
B. 依來金門目的分	瞭解不同來金門目的旅客之旅遊型態，以作為行銷策略的依據。
C. 依主要市場分	瞭解不同市場的旅客之旅遊型態，以提供相關單位決策依據。
D. 依性別分	瞭解不同性別的旅客之旅遊型態，以提供相關單位決策依據。

(3)開放式意見整理

(4)結論與建議

(二) 資料整理與檢核

根據本研究之研究目的，進行資料的分析與檢測。資料的整理步驟如下：

1. 問卷審核：訪視員將完成問卷繳回後，由研究小組輔導員負責問卷審核的工作，以確保調查對象準確及調查問項之完整。
2. 資料譯碼及輸入：由研究小組負責全部問卷的譯碼及鍵入工作。
3. 資料檢誤：資料完成電腦建檔後，研究小組輔導員將依問卷內容設計程式檢誤，以檢出不符邏輯或不合理資料，加以修正。

(三) 資料分析

資料完成建檔、檢誤後，將以 Excel、SPSS 等統計軟體進行統計分析，探查各變項之分佈情形，瞭解資料相關性。同時進行個別變數樣本代表性分析，以評估資料品質。確認資料品質後，以對數線性模式 (Loglinear Model) 分析旅客特性，並以每季資料為基礎作趨勢分

析，進一步使用自動互動檢視法（CHAID）處理預測變數間之互動現象，瞭解旅客來金門消費狀況、旅遊型態及來金門次數。所使用之資料分析方法包括：

1. 敘述性統計：利用次數分配、平均數、標準差與百分比等分析方法，以瞭解所取得之樣本其基本屬性分佈狀況，並瞭解受訪旅客對參加活動本身變數之差異性。
2. 信度分析：為瞭解量表之可靠性與有效性，本研究利用 Cronbach α 係數值來檢測本研究量表之信度，以確定量表之內部一致性。一般而言，係數大於 0.7 表示信度頗高；介於 0.35 至 0.7 之間屬於可接受之信度；低於 0.35 則為低信度。
3. 效度分析：為求得量表之建構效度，本研究採用因素分析，將為數眾多的問項縮少到幾個構面，以確定量表的準確性。
4. 交叉分析：為瞭解旅客的基本特性與對金門之旅整體滿意度之間的相互關係。
5. 獨立樣本 T 檢定（Independent Sample T-test）：假設變異數相等情況下，瞭解旅遊特性與滿意度之平均數有無差異。
6. 單因數變異數分析（One-way ANOVA）：以本分析方法來瞭解遊客之基本資料及旅遊特性與滿意度之平均數有無差異。

第二章 台灣觀光客群之調查發現

第一節 樣本特徵比較

壹、樣本組成

本問卷調查於105年01月至12月間進行資料收集工作，總計完成有效問卷1,085份，抽樣誤差為 $\pm 2.97\%$ ，信賴區間為95%，抽樣樣本分配如表2.1.1。

表 2.1.1 抽樣樣本分配表

旅客人數	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
台灣觀光旅客	1085	19.0
中轉至陸之台灣觀光旅客	802	14.0
金門本地居民	2060	36.0
中轉至陸之台商	854	14.9
中轉至台之大陸觀光旅客	692	12.1
其他、純商(公務)	230	4.0
合計	5723	100.0

貳、量表信度分析

本問卷有關來金觀光旅客對參加旅行社套裝行程滿意度構面的信度分析結果，本量表之 Cronbach α 係數值為 0.93，顯示本調查所使用之評估量表具有相當高的可信度。另，來金觀光旅客在金門旅遊後對各項相關設施與服務滿意度構面的信度分析結果，其量表之 Cronbach α 係數值為 0.94，顯示本調查所使用之評估量表亦有相當高的可信度。

表 2.1.2 量表信度分析

構面	題數	Cronbach α
旅行社套裝行程滿意度構面	4	0.93
各項相關設施與服務滿意度構面	12	0.94
觀光便利性滿意度	2	0.84
觀光環境滿意度	4	0.85
服務設施滿意度	6	0.91

參、人口統計變數之樣本結構

有關人口統計變數樣本結構分析，整理如下表 2.1.3，請參閱。

表 2.1.3 人口統計變數樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、性別	女	616	56.8
	男	469	43.2
	小計	1085	100.0
二、年齡	19歲以下	65	6.0
	20-29歲	215	19.8
	30-39歲	245	22.6
	40-49歲	263	24.2
	50-59歲	203	18.7
	60-69歲	86	7.9
	70歲及以上	8	0.7
	小計	1085	100.0
三、教育程度	國中及以下	67	6.2
	高中、職	281	25.9
	大專、大學	637	58.7
	研究所及以上	100	9.2
	小計	1085	100.0
四、職業	專業人員	223	20.6
	服務工作人員及售貨員	206	19.0
	學生	142	13.1
	家庭主婦	114	10.5
	事務工作人員	83	7.6
	技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	81	7.5
	技術員及助理專業人員	77	7.1
	民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	70	6.5
	退休人員	52	4.8
	其他*	23	2.1
	農、林、漁、牧工作人員	14	1.3
	小計	1085	100.0

表 2.1.3 人口統計變數樣本結構分析(續)

	類別	樣本數	百分比(%)
五、平均所得	無經常性收入	198	18.2
	2萬元以下	70	6.5
	2萬-3萬元	180	16.6
	3萬-4萬元	269	24.8
	4萬-5萬元	161	14.8
	5萬-7萬元	119	11.0
	7萬-10萬元	46	4.2
	10萬元以上	42	3.9
	小計	1085	100.0
六、居住地區	北部(基北桃竹苗)	448	41.3
	中部(中彰投雲嘉)	325	30.0
	南部(臺南、高雄、屏東)	275	25.3
	東部(宜蘭、花蓮、屏東)	22	2.0
	離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	9	0.8
	海外	6	0.6
	小計	1085	100.0
七、婚姻	已婚	659	60.7
	單身	426	39.3
	小計	1085	100.0

第二節 樣本特徵分析

壹、台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客之比例

本問卷調查總計完成「台灣觀光旅客」1,085份(19.0%)，「中轉至陸之台灣觀光旅客」802份(14.0%)，「金門本地居民」2060份(36.0%)，「中轉至陸之台商」854份(14.9%)，「中轉至台之大陸觀光旅客」692份(12.1%)，「其他、純商(公務)」230份(4.0%)，本調查針對「台灣觀光旅客」進行問卷施測，其餘屬性旅客不在本調查範圍內，故只紀錄隨機所抽樣之人數，詳細資料如表/圖2.2.1。

表 2.2.1 台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客

旅客人數	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
台灣觀光旅客	1085	19.0
中轉至陸之台灣觀光旅客	802	14.0
金門本地居民	2060	36.0
中轉至陸之台商	854	14.9
中轉至台之大陸觀光旅客	692	12.1
其他、純商(公務)	230	4.0
合計	5723	100.0

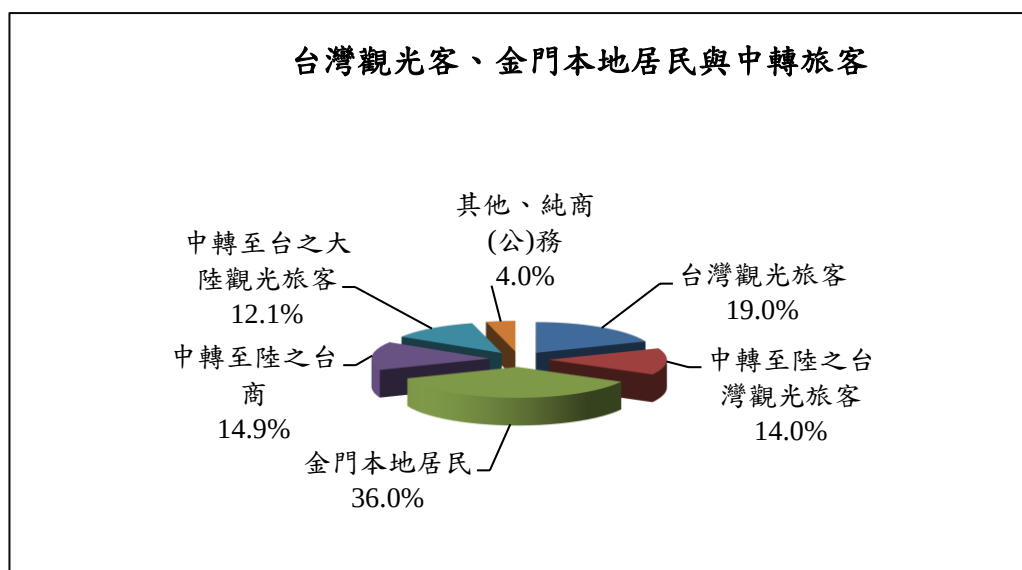


圖 2.2.1 台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客

貳、性別

表2.2.2顯示，來金的觀光旅客中，「女性」旅客佔56.8%，「男性」旅客佔43.2%，詳細資料參閱表/圖2.2.2。

表 2.2.2 來金觀光旅客性別分佈

性別	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
女	616	56.8
男	469	43.2
合計	1085	100.0

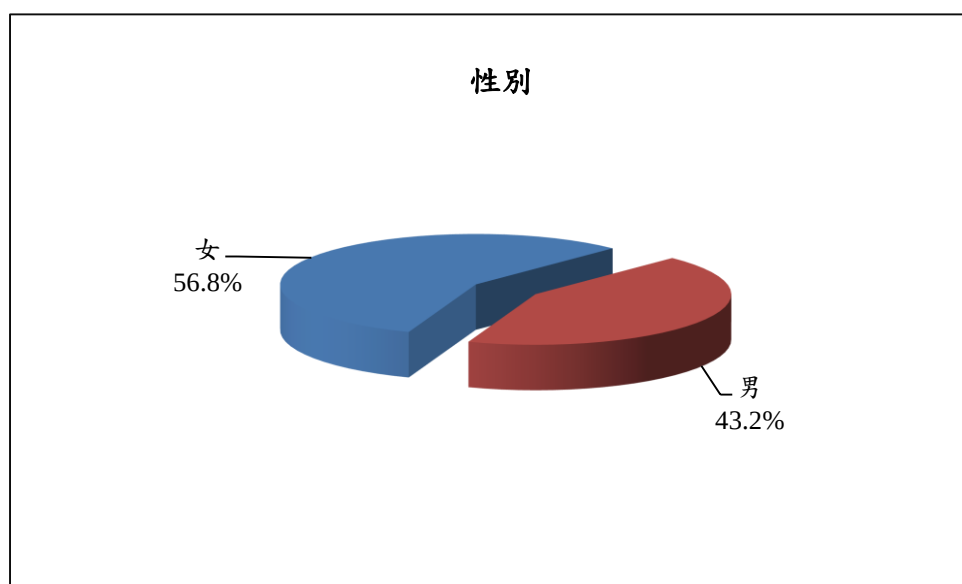


圖 2.2.2 來金觀光旅客性別分佈

參、年齡

來金觀光旅客中以「40-49歲」年齡層之旅客最多佔24.2%，「30-39歲」旅客次之佔22.6%，「20-29歲」旅客各佔19.8%為第三，詳細資料參閱表/圖2.2.3。

表 2.2.3 來金觀光旅客年齡分佈

年齡	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
19歲以下	65	6.0
20-29歲	215	19.8
30-39歲	245	22.6
40-49歲	263	24.2
50-59歲	203	18.7
60-69歲	86	7.9
70歲及以上	8	0.7
合計	1085	100.0

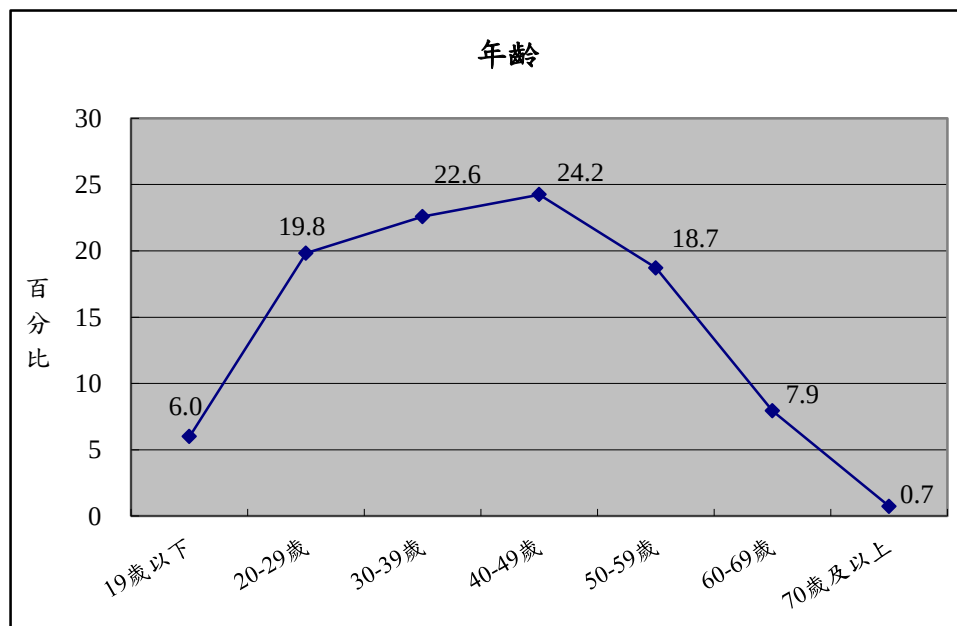


圖 2.2.3 來金觀光旅客年齡分佈

肆、教育程度

來金觀光旅客的教育程度水準，以「大專、大學」所佔比例最高為 58.7%，「高中、職」次之佔 25.9%，詳細資料參閱表/圖 2.2.4。

表 2.2.4 來金觀光旅客教育程度

教育程度	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
國中及以下	67	6.2
高中、職	281	25.9
大專、大學	637	58.7
研究所及以上	100	9.2
合計	1085	100.0

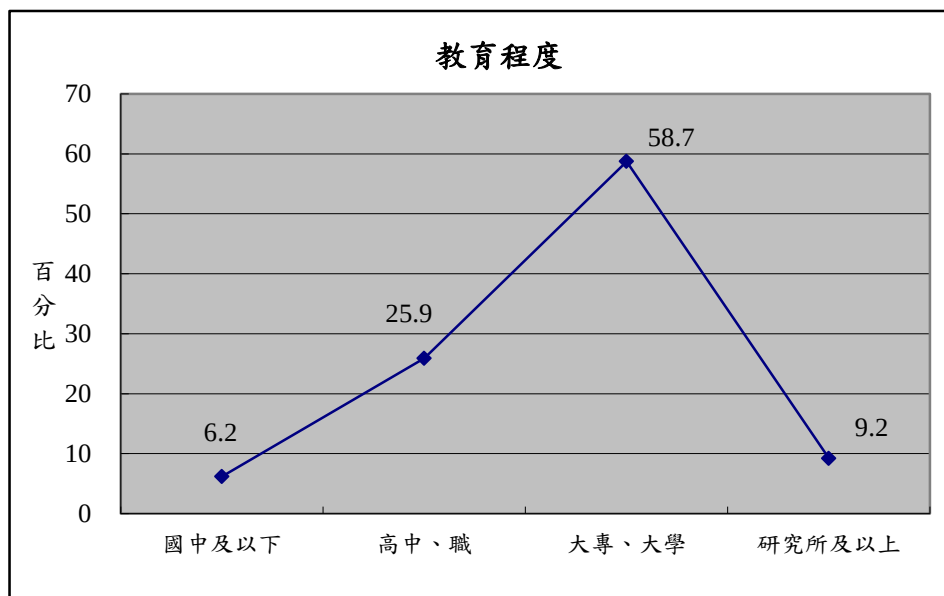


圖 2.2.4 來金觀光旅客教育程度

伍、職業

來金觀光旅客中職業以「專業人員(教師、工程師、作家、畫家...)」佔 20.6%，為最高比例，其次為「服務工作人員及售貨員」佔 19.0% 次之，「學生」佔 13.1% 為第三，詳細資料參閱表/圖 2.2.5。

表 2.2.5 來金觀光旅客職業

職業	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
專業人員	223	20.6
服務工作人員及售貨員	206	19.0
學生	142	13.1
家庭主婦	114	10.5
事務工作人員	83	7.6
技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	81	7.5
技術員及助理專業人員	77	7.1
民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	70	6.5
退休人員	52	4.8
其他*	23	2.1
農、林、漁、牧工作人員	14	1.3
合計	1085	100.0

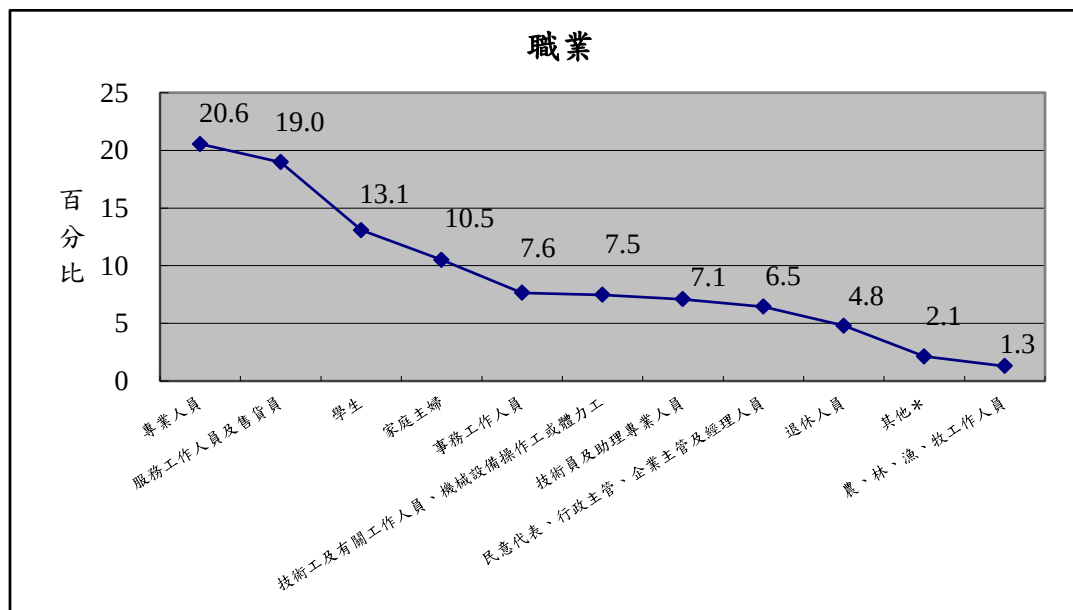


圖 2.2.5 來金觀光旅客職業

陸、平均所得

來金觀光旅客每月平均所得以「3 萬-4 萬元」的旅客比例最多佔 24.8%，「無經常性收入」次之佔 18.2%，而「2 萬-3 萬元」佔 16.6% 為第三，詳細資料參閱表/圖 2.2.6。

表 2.2.6 來金觀光旅客平均每月所得

平均所得	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
無經常性收入	198	18.2
2萬元以下	70	6.5
2萬-3萬元	180	16.6
3萬-4萬元	269	24.8
4萬-5萬元	161	14.8
5萬-7萬元	119	11.0
7萬-10萬元	46	4.2
10萬元以上	42	3.9
合計	1085	100.0

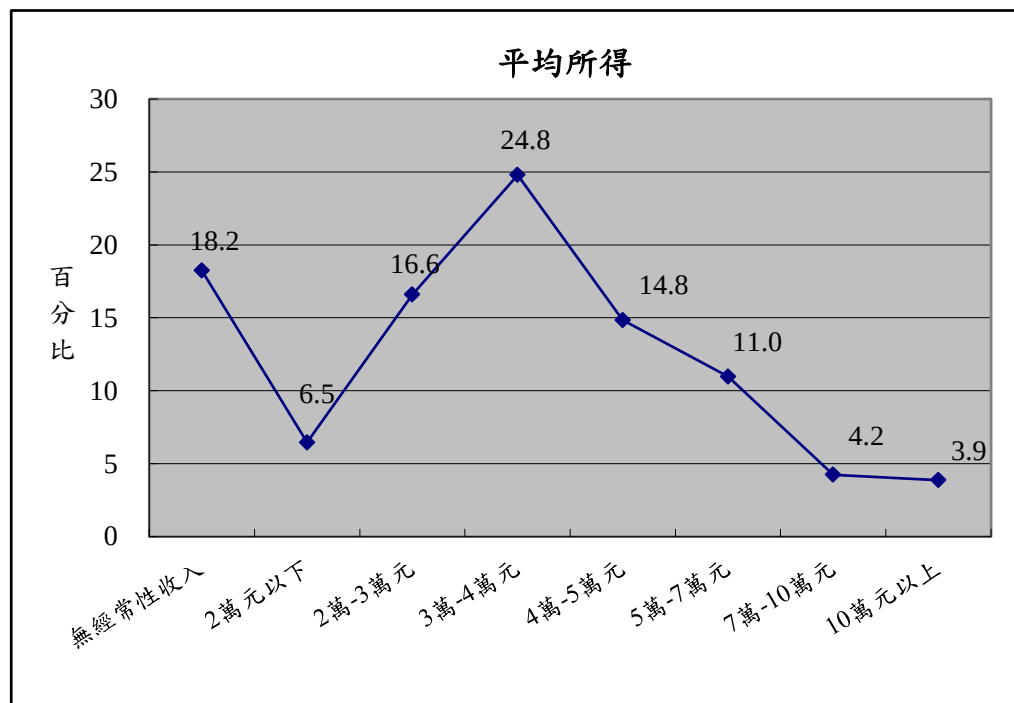


圖 2.2.6 來金觀光旅客平均每月所得

柒、居住地

由表2.2.7得知，來金觀光旅客散居台灣各地，其中以「北部地區（基北桃竹苗）」的旅客最多佔41.3%，「中部地區（中彰投雲嘉）」旅客次之佔30.0%，「南部地區（南高屏）」旅客佔25.3%為第三，詳細資料參閱表2.2.7。

表 2.2.7 來金觀光旅客居住地

居住地	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
北部地區(基北桃竹苗)	448	41.3
中部地區(中彰投雲嘉)	325	30.0
南部地區(南高屏)	275	25.3
東部地區(宜花東)	22	2.0
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	9	0.8
海外地區	6	0.6
合計	1085	100.0

捌、婚姻

表2.2.8顯示，來金觀光旅客「已婚」旅客佔60.7%，「單身」旅客佔39.3%，詳細資料參閱表2.2.8/圖2.2.7。

表 2.2.8 來金觀光旅客婚姻分佈

婚姻	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
已婚	659	60.7
單身	426	39.3
合計	1085	100.0

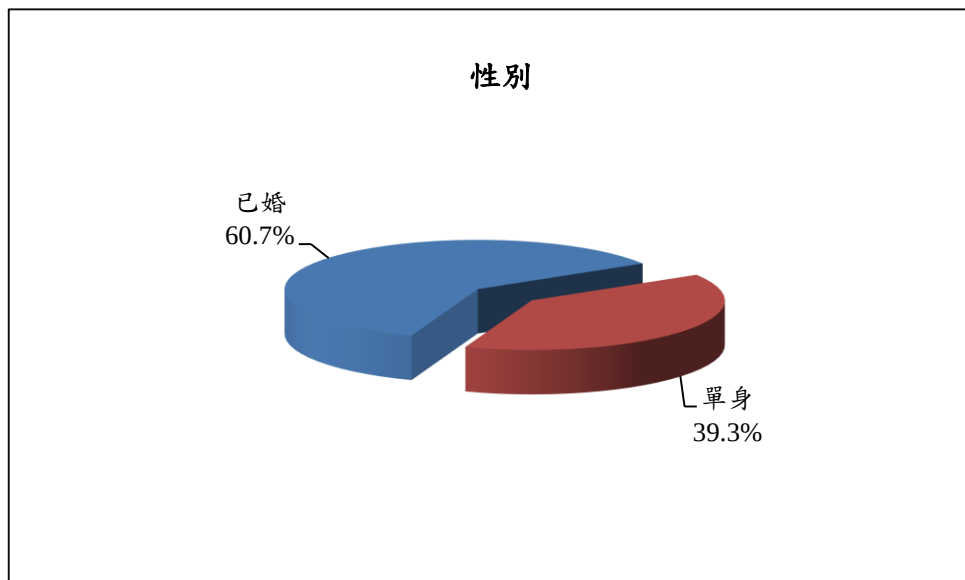


圖 2.2.7 來金觀光旅客婚姻分佈

第三節 旅遊決策

壹、樣本結構

有關旅遊決策之樣本結構分析，整理如下表 2.3.1，請參閱。

表 2.3.1 旅遊決策之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、來金主要目的	觀光、渡假、旅行	927	85.4
	探親及訪友	86	7.9
	商(公)務兼觀光旅遊	53	4.9
	中轉遊客(在金停留一日以上)	19	1.8
	小計	1085	100.0
二、入境地點	台北松山機場	444	40.9
	台中清泉崗機場	311	28.7
	高雄小港機場	204	18.8
	台南機場	71	6.5
	其他	26	2.4
	嘉義水上機場	21	1.9
	澎湖	8	0.7
	小計	1085	100.0
三、同行人員	配偶	336	31.0
	朋友、同學	336	31.0
	子女	253	23.3
	同事	201	18.5
	父母	192	17.7
	親戚	121	11.2
	單獨前來	82	7.6
	鄰居	18	1.7
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)			
四、旅遊資訊來源	親友、同事、同學、鄰居	479	44.1
	旅行社	341	31.4
	電腦網路	239	22.0
	個人經驗	178	16.4
	電子媒體	115	10.6
	政府觀光相關單位	80	7.4
	未曾索取資料	79	7.3
	平面媒體	63	5.8
	旅遊展覽	49	4.5
	其他	3	0.3
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)			

表 2.3.1 旅遊決策之樣本結構分析(續)

	類別	樣本數	相對次數
五、選擇來金旅遊的原因	戰地體驗	429	39.5
	文化巡禮	405	37.3
	自然環境景觀	337	31.1
	親朋好友推薦	250	23.0
	品嚐地方美食	228	21.0
	緬懷昔日軍旅生活	205	18.9
	學校、公司或團體安排	195	18.0
	民俗宗教活動	82	7.6
	生態之旅(賞鳥)	62	5.7
	藝文節慶活動	25	2.3
	會議或學術學習	25	2.3
	其他*	25	2.3
	運動健身	19	1.8
	行銷推廣與表演活動	16	1.5
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)			

貳、來金主要目的

由表2.3.1顯示，來金觀光旅客主要目的以從事「觀光、渡假、旅行」的旅客為最多佔85.4%，以「探親及訪友」目的為居次佔7.9%，「商(公)務兼觀光旅遊」為第三佔4.9%，詳細資料參閱表2.3.2/圖2.3.1。

表 2.3.2 來金觀光旅客主要目的

來金主要目的	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
觀光、渡假、旅行	927	85.4
探親及訪友	86	7.9
商(公)務兼觀光旅遊	53	4.9
中轉遊客(在金停留一日以上)	19	1.8
合計	1085	100.0

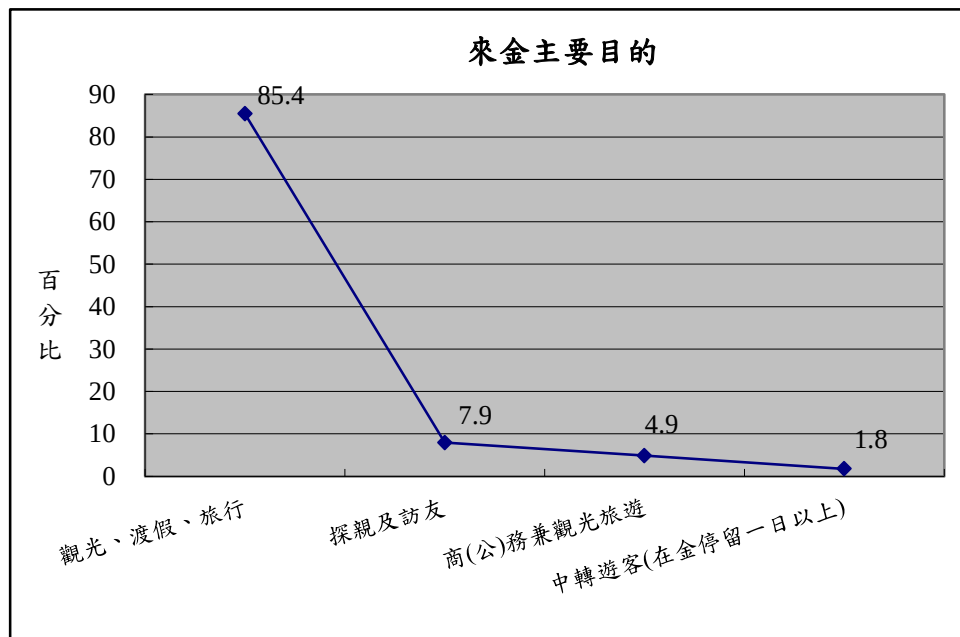


圖 2.3.1 來金觀光旅客主要目的

參、入境地點

由表2.3.3得知，來金觀光旅客由「台北松山機場」入境者最多佔40.9%，由「台中清泉崗機場」入境者比例為28.7%次之，由「高雄小港機場」入境者佔18.8%為第三，詳細資料參閱表2.3.3/圖2.3.2。

表 2.3.3 來金觀光旅客入境地點

入境地點	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
台北松山機場	444	40.9
台中清泉崗機場	311	28.7
高雄小港機場	204	18.8
台南機場	71	6.5
其他	26	2.4
嘉義水上機場	21	1.9
澎湖	8	0.7
合計	1085	100.0

*選「其他」者填寫：廈門。

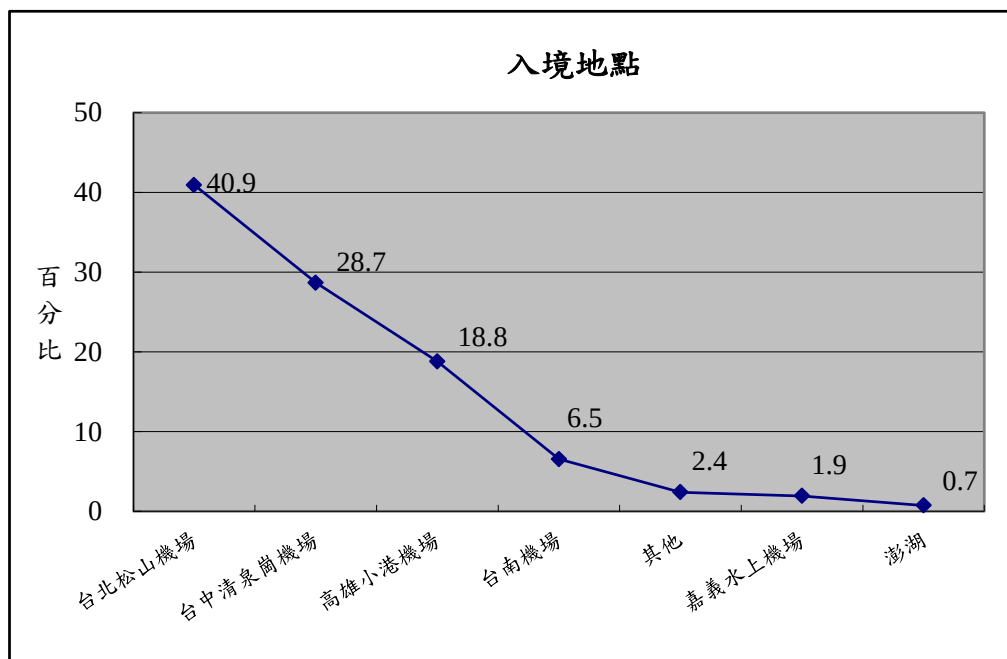


圖 2.3.2 來金觀光旅客入境地點

肆、同行人員

由表2.3.4顯示，來金觀光旅客中同行人員為「配偶」、「朋友、同學」所佔比例最多，各佔31.0%，與「子女」一起成行者佔23.3%為次之，和「同事」同行者佔18.5%為第三，與「父母」者佔17.7%，「親戚」者佔11.2%，詳細資料參閱表2.3.4/圖2.3.3。（本題為複選題）

表 2.3.4 來金觀光旅客同行人員

同行人員	全年調查樣本	
	次數	相對次數
配偶	336	31.0
朋友、同學	336	31.0
子女	253	23.3
同事	201	18.5
父母	192	17.7
親戚	121	11.2
單獨前來	82	7.6
鄰居	18	1.7

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)

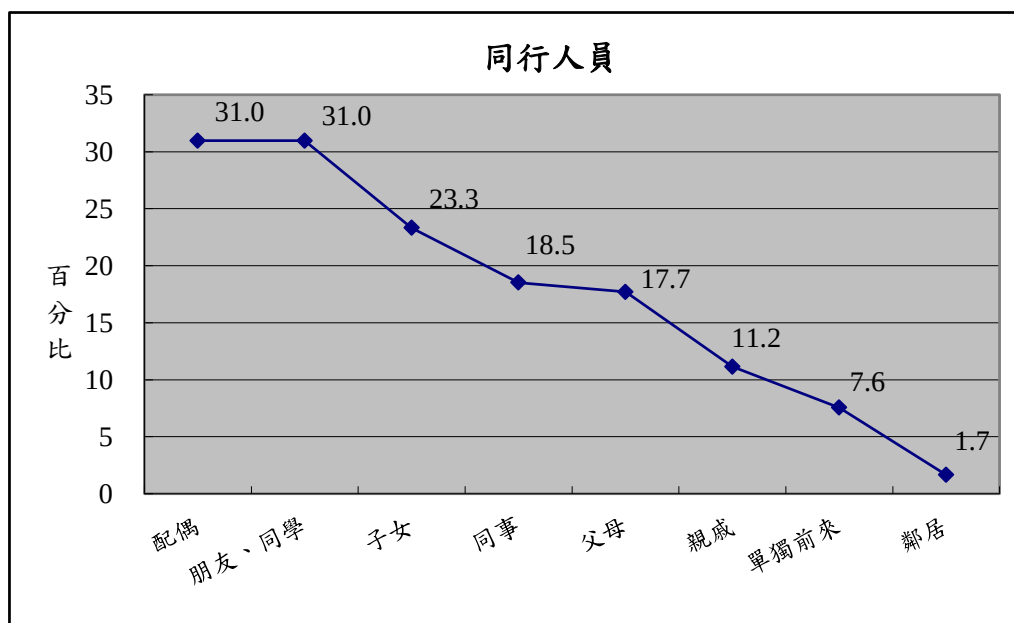


圖 2.3.3 來金觀光旅客同行人員

伍、旅遊資訊來源

來金觀光旅客中旅遊資訊來源以「親友、同事、同學、鄰居」者最多佔44.1%，由「旅行社」者佔31.4%次之，由「電腦網路」者佔22.0%為第三，詳細資料參閱表2.3.5/圖2.3.4。（本題為複選題）

表 2.3.5 來金觀光旅客旅遊資訊來源

旅遊資訊來源	全年調查樣本	
	次數	相對次數
親友、同事、同學、鄰居	479	44.1
旅行社	341	31.4
電腦網路	239	22.0
個人經驗	178	16.4
電子媒體	115	10.6
政府觀光相關單位	80	7.4
未曾索取資料	79	7.3
平面媒體	63	5.8
旅遊展覽	49	4.5
其他	3	0.3

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)

*選「其他」者填寫：住宿旅館。

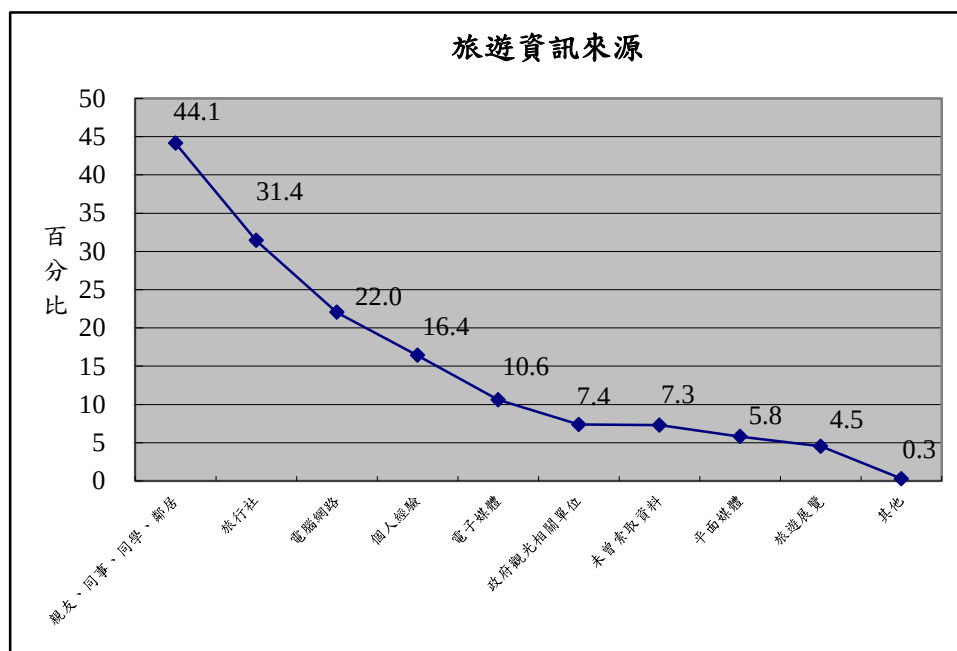


圖 2.3.4 來金觀光旅客旅遊資訊來源

陸、選擇來金旅遊的原因

選擇來金觀光旅遊的原因前三名依次為「戰地體驗」為 39.5%，「文化巡禮」佔 37.3%，「自然環境景觀」佔 31.1%，詳細資料參閱表 2.3.6/圖 2.3.5。(本題為複選題)

表 2.3.6 選擇來金旅遊的原因

選擇來金旅遊的原因	全年調查樣本	
	次數	相對次數
戰地體驗	429	39.5
文化巡禮	405	37.3
自然環境景觀	337	31.1
親朋好友推薦	250	23.0
品嚐地方美食	228	21.0
緬懷昔日軍旅生活	205	18.9
學校、公司或團體安排	195	18.0
民俗宗教活動	82	7.6
生態之旅(賞鳥)	62	5.7
藝文節慶活動	25	2.3
會議或學術學習	25	2.3
其他*	25	2.3
運動健身	19	1.8
行銷推廣與表演活動	16	1.5
拍婚紗或參加喜宴	3	0.3

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)

*選「其他」者填寫：探訪親友、祭祖、家庭旅遊、免稅店、中轉、找尋回憶、洽公。

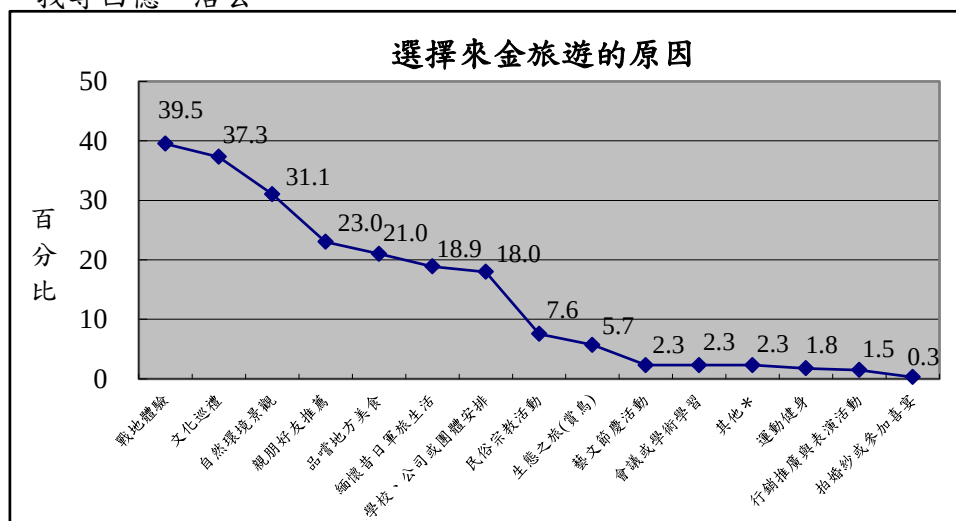


圖 2.3.5 選擇來金旅遊的原因

第四節 來金旅客動向

壹、樣本結構

有關來金旅客動向之樣本結構分析，整理如下表 2.4.1，請參閱。

表 2.4.1 來金旅客動向之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、停留時間	二天一夜	182	16.8
	三天二夜	738	68.0
	四天三夜	89	8.2
	五天(含)以上	76	7.0
	小計	1085	100.0
二、金門開放觀光 後來金次數	一次	659	60.7
	二次	191	17.6
	三次	92	8.5
	四次	28	2.6
	五次	17	1.6
	六次以上	98	9.0
	小計	1085	100.0
三、交通工具	遊覽車	527	48.6
	租用機車	247	22.8
	租用汽車	135	12.4
	洽公單位或親友提供	107	9.9
	公車	42	3.9
	計程車	18	1.7
	自行車	6	0.6
	其他*	2	0.2
	徒步	1	0.1
	小計	1085	100.0
四、最喜歡的景點	詳細資料請參閱表2.4.5		
五、住宿地點	旅館	619	57.1
	民宿	276	25.4
	親友家	144	13.3
	救國團	16	1.5
	宿舍	14	1.3
	招待所	12	1.1
	寺廟、教會	3	0.3
	其他*	1	0.1
	小計	1085	100.0
六、最喜歡的觀光 資源與因素	詳細資料請參閱表2.4.7		

貳、停留時間

由表2.4.2顯示，來金觀光旅客停留天數以「三天二夜」者居多所佔比例為68.0%，「二天一夜」的旅客居次佔16.8%，詳細資料參閱表2.4.2/圖2.4.1。

表 2.4.2 來金觀光旅客停留時間

停留時間	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
二天一夜	182	16.8
三天二夜	738	68.0
四天三夜	89	8.2
五天(含)以上	76	7.0
合計	1085	100.0

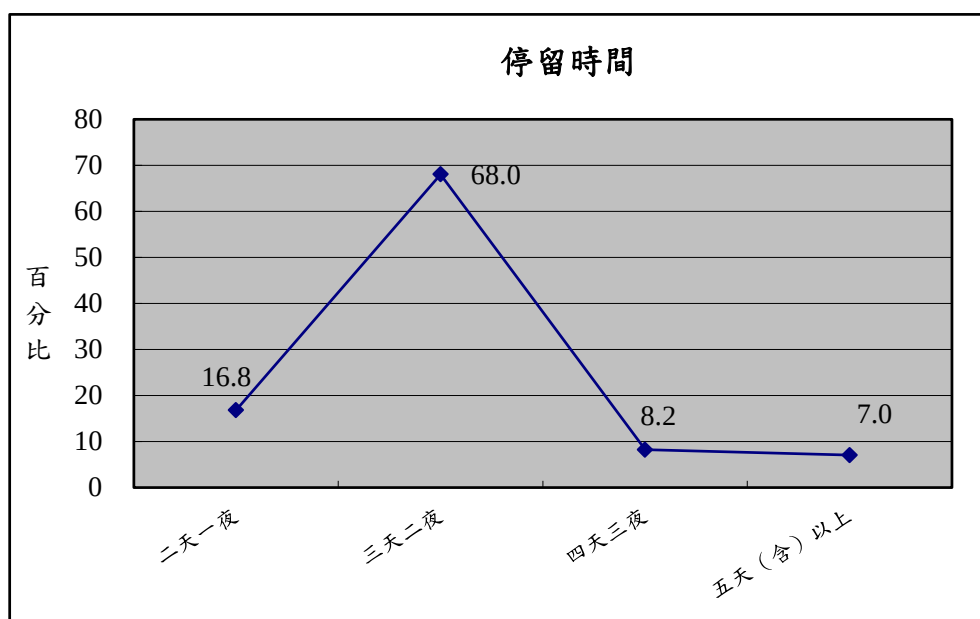


圖 2.4.1 來金觀光旅客停留時間

參、金門開放觀光後來金次數

由表2.4.3得知，金門開放觀光後(民國82年)來金次數以「一次」為最多佔60.7%，「二次」者居次佔17.6%，「六次以上」為第三佔9.0%，詳細資料參閱表2.4.3/圖2.4.2。

表 2.4.3 金門開放觀光後來金次數

金門開放觀光 後來金次數	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
一次	659	60.7
二次	191	17.6
三次	92	8.5
四次	28	2.6
五次	17	1.6
六次以上	98	9.0
合計	1085	100.0

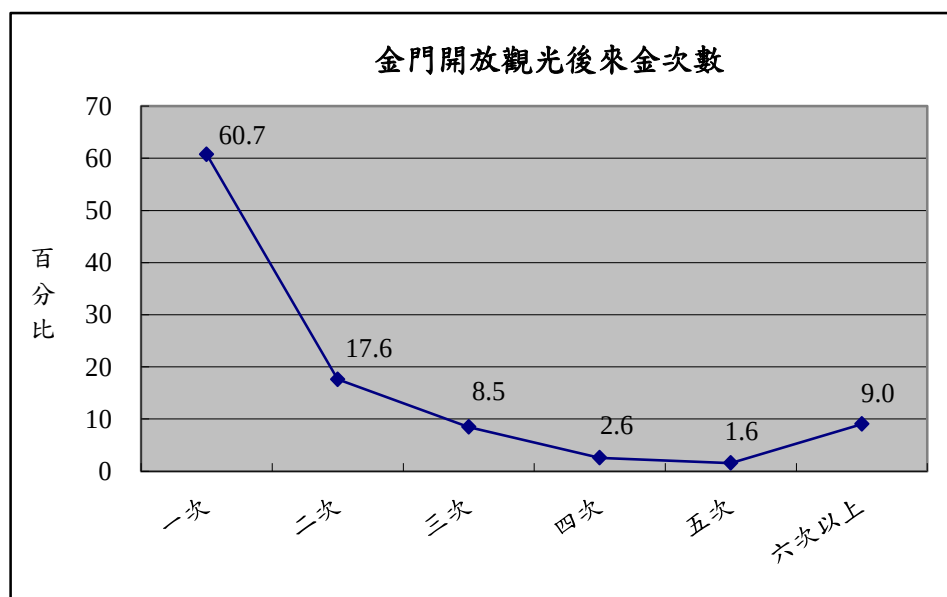


圖 2.4.2 金門開放觀光後來金次數

肆、交通工具

來金觀光旅客所搭乘之交通工具，以「遊覽車」者居多佔48.6%，「租用機車」次之佔22.8%，「租用汽車」者佔12.4%第三，「洽公單位或親友提供」者佔9.9%，詳細資料參閱表2.4.4/圖2.4.3。

表 2.4.4 搭乘交通工具項目

交通工具	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
遊覽車	527	48.6
租用機車	247	22.8
租用汽車	135	12.4
洽公單位或親友提供	107	9.9
公車	42	3.9
計程車	18	1.7
自行車	6	0.6
其他	2	0.2
徒步	1	0.1
合計	1085	100.0

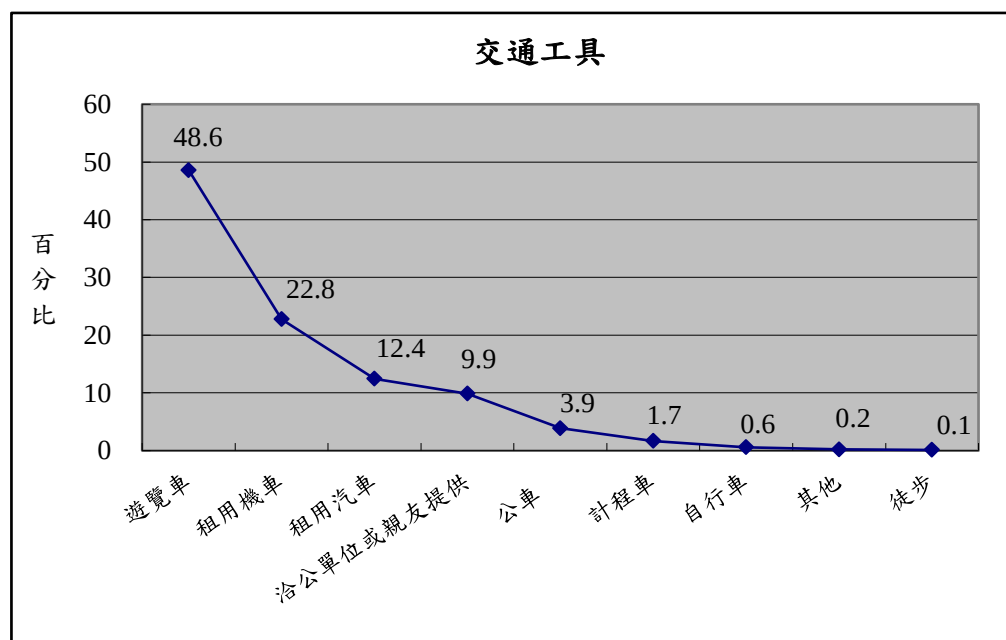


圖 2.4.3 搭乘交通工具項目

伍、最喜歡的景點

由表 2.4.5 顯示，來金觀光旅客最喜歡的觀光景點，前三名之次數百分比依次為「翟山坑道」佔 51.1%，「莒光樓」為 40.1%，「榕園、八二三戰史館」為 36.6%，詳細資料參閱表 2.4.5。（本題為複選題，最多可選 5 個）

表 2.4.5 來金觀光旅客最喜歡的景點

最喜歡的景點	全年調查樣本	
	次數	相對次數
翟山坑道	554	51.1
莒光樓	435	40.1
榕園、八二三戰史館	397	36.6
太武山	383	35.3
水頭聚落	343	31.6
古寧頭戰史館	293	27.0
獅山砲陣地	226	20.8
金門酒廠	221	20.4
山后民俗文化村	210	19.4
慈湖	203	18.7
模範街、貞節牌坊	202	18.6
清總兵署	180	16.6
烈嶼(小金門)	171	15.8
馬山觀測所	145	13.4
海邊沙灘	139	12.8
雙鯉濕地中心	132	12.2
陳景蘭洋樓	129	11.9
建功嶼	117	10.8
國家公園遊客中心	91	8.4
金城民防坑道	72	6.6
乳山遊客中心	70	6.5
瓊林聚落	67	6.2
北山古洋樓	61	5.6
李光前將軍廟	35	3.2
延平郡王祠	33	3.0
文台寶塔	25	2.3
大二膽水域	20	1.8

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數 1085 份)

*選「其他」者填寫：擎天廳、昇恆昌、金門夜間導覽、太湖、迎城隍、天后宮媽祖、珠山聚落、葉華城古厝、古崗樓、燕南山書院、碧山彩繪等景點。

陸、住宿地點

來金觀光旅客主要的住宿地點為「旅館」，其比例為57.1%，其次為「民宿」佔25.4%，第三為「親友家」佔13.3%，詳細資料參閱表2.4.6/圖2.4.4。

表 2.4.6 來金觀光旅客住宿地點

住宿地點	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
旅館	619	57.1
民宿	276	25.4
親友家	144	13.3
救國團	16	1.5
宿舍	14	1.3
招待所	12	1.1
寺廟、教會	3	0.3
其他*	1	0.1
合計	1085	100.0

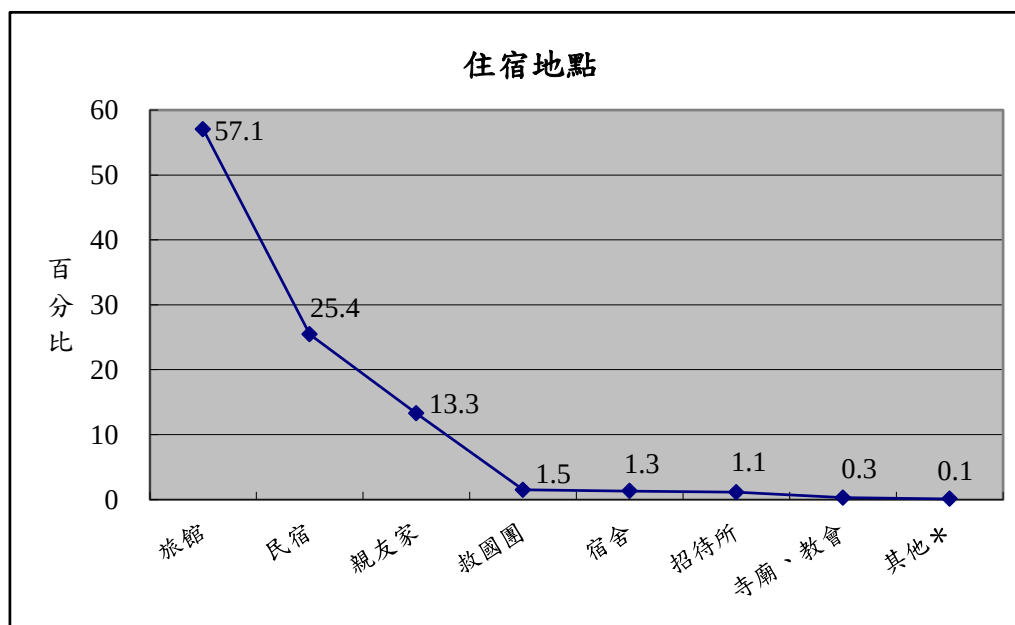


圖2.4.4 來金觀光旅客住宿地點

柒、最喜歡的觀光資源與因素

由表2.4.7顯示，來金觀光旅客最喜歡的觀光資源與因素中前五名依次為「閩南建築」佔55.0%，「戰地色彩」佔51.2%，「文物古蹟」佔50.2%，「自然景觀」佔47.1%，「金門小吃」佔32.3%，詳細資料參閱表2.4.7。（本題為複選題）

表 2.4.7 來金觀光旅客最喜歡的觀光資源與因素

最喜歡的觀光資源與因素	全年調查樣本	
	次數	相對次數
閩南建築	597	55.0
戰地色彩	556	51.2
文物古蹟	545	50.2
自然景觀	511	47.1
金門小吃	350	32.3
金門特產品	224	20.6
富人情味	184	17.0
海邊沙灘	163	15.0
治安交通良好	115	10.6
氣候宜人	94	8.7
遊憩活動	84	7.7
賞鳥活動	71	6.5
旅費便宜	68	6.3
免稅品	58	5.3
大陸貨品	8	0.7
其他*	3	0.3

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)

第五節 來金旅客消費支出

壹、樣本結構

有關來金旅客消費支出之樣本結構分析，整理如下表 2.5.1，請參閱。

表 2.5.1 來金旅客消費支出之樣本結構分析

一、基本消費支出	類別	樣本數	百分比(%)
(一)參加旅行團費用支出			
1.團費支出	3,999元以下	10	1.9
	4,000-4,999元	7	1.3
	5,000-5,999元	15	2.9
	6,000-6,999元	42	8.0
	7,000-7,999元	90	17.1
	8,000-9,999元	286	54.4
	10,000元(含)以上	76	14.4
	小計	526	100.0
2.特產消費	沒有任何消費性支出	20	3.8
	999元以下	16	3.0
	1,000-2,999元	200	38.0
	3,000-4,999元	116	22.1
	5,000-6,999元	109	20.7
	7,000-9,999元	17	3.2
	10,000-14,999元	38	7.2
	15,000元(含)以上	10	1.9
	小計	526	100.0
3.其他額外費用	沒有任何額外支出	446	84.8
	499元以下	9	1.7
	500-999元	17	3.2
	1,000-1,999元	27	5.1
	2,000-2,999元	16	3.0
	3,000-3,999元	6	1.1
	4,000-4,999元	0	0.0
	5,000元(含)以上	5	1.0
	小計	526	100.0
(二)半自助、完全自助之費用支出			
1.機票費用	2,999元以下	63	11.3
	3,000-3,499元	102	18.2
	3,500-3,999元	96	17.2
	4,000-4,999元	277	49.6
	5,000元(含)以上	21	3.8
	小計	559	100.0
2.住宿費用	免費(含當天來回)	158	28.3
	999元以下	13	2.3
	1,000-1,499元	56	10.0
	1,500-1,999元	61	10.9
	2,000-2,999元	100	17.9
	3,000-3,999元	60	10.7
	4,000-4,999元	54	9.7
	5,000元(含)以上	57	10.2
	小計	559	100.0

表 2.5.1 來金旅客消費支出之樣本結構分析(續)

	類別	樣本數	百分比(%)
3.交通費用	免費	99	17.7
	499元以下	77	13.8
	500-999元	134	24.0
	1,000-1,999元	132	23.6
	2,000-2,999元	53	9.5
	3,000-3,999元	27	4.8
	4,000-4,999元	8	1.4
	5,000元(含)以上	29	5.2
	小計	559	100.0
4.餐飲費用	免費	39	7.0
	499元以下	16	2.9
	500-999元	62	11.1
	1,000-1,999元	212	37.9
	2,000-2,999元	114	20.4
	3,000-3,999元	62	11.1
	4,000-4,999元	7	1.3
	5,000元(含)以上	47	8.4
	小計	559	100.0
5.特產消費	沒有任何消費性支出	27	4.8
	999元以下	75	13.4
	1,000-2,999元	270	48.3
	3,000-4,999元	101	18.1
	5,000-6,999元	47	8.4
	7,000-9,999元	6	1.1
	10,000-14,999元	26	4.7
	15,000元(含)以上	7	1.3
	小計	559	100.0
6.其他項目費用	沒有任何消費性支出	484	86.6
	499元以下	13	2.3
	500-999元	19	3.4
	1,000-1,999元	22	3.9
	2,000-2,999元	7	1.3
	3,000-3,999元	4	0.7
	4,000-4,999元	1	0.2
	5,000元(含)以上	9	1.6
	小計	559	100.0
二、消費金額估算			
(一)參團旅客在金門每人每次遊程平均最低消費金額估算			
詳細資料參閱表2.5.11/圖2.5.10			
(二)自助旅遊旅客在金門每人每次遊程平均最低消費金額估算			
詳細資料參閱表2.5.12/圖2.5.11			
三、特產			
詳細資料參閱表2.5.13/圖2.5.12			
四、購物地點			
詳細資料參閱表2.5.14/圖2.5.13			

貳、來金旅客消費支出

一、基本消費支出

(一)參加旅行團費用支出

1.團費支出

一般團費集中於「8,000-9,999元」佔54.4%，其次為「7,000-7,999元」佔17.1%，詳細資料參閱表2.5.2/圖2.5.1。

表 2.5.2 團體旅遊團費

團費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
3,999元以下	10	1.9
4,000-4,999元	7	1.3
5,000-5,999元	15	2.9
6,000-6,999元	42	8.0
7,000-7,999元	90	17.1
8,000-9,999元	286	54.4
10,000元(含)以上	76	14.4
合計	526	100.0

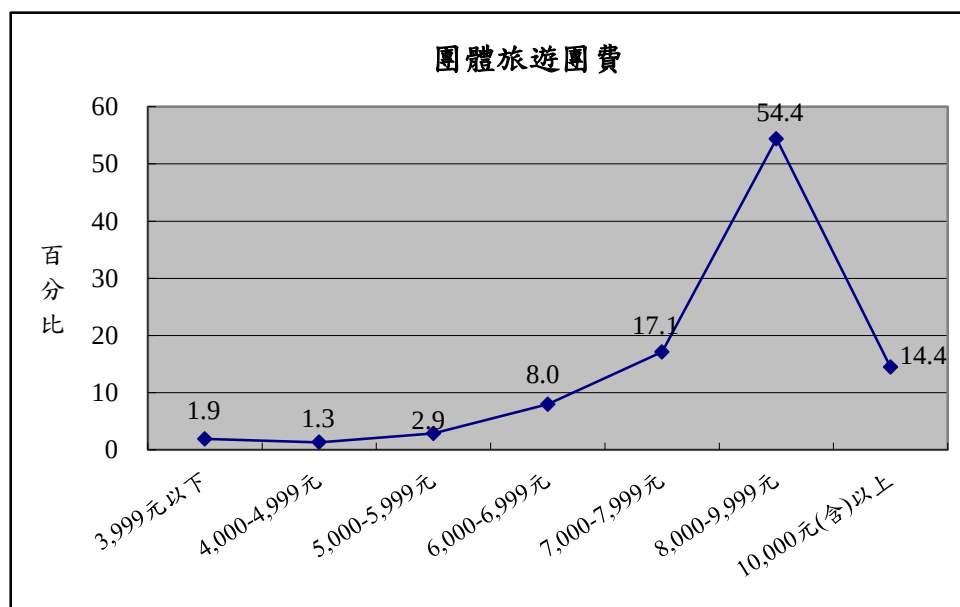


圖 2.5.1 團體旅遊團費

2.特產消費

由表2.5.3得知，來金觀光旅客中在特產消費支出方面以「1,000-2,999元」比例為最高佔38.0%，其次為「3,000-4,999元」佔22.1%，「5,000-6,999元」之旅客佔20.7%為第三，詳細資料參閱表2.5.3/圖2.5.2。

表 2.5.3 團體特產支出

特產消費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	20	3.8
999元以下	16	3.0
1,000-2,999元	200	38.0
3,000-4,999元	116	22.1
5,000-6,999元	109	20.7
7,000-9,999元	17	3.2
10,000-14,999元	38	7.2
15,000元(含)以上	10	1.9
合計	526	100.0

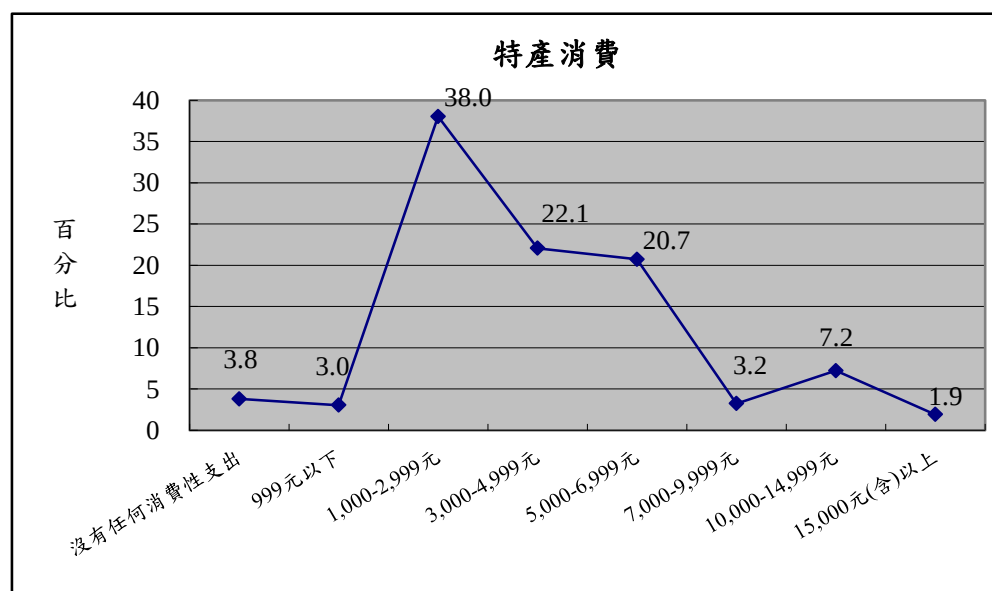


圖 2.5.2 團體特產支出

3.其他額外費用

由表2.5.4得知，來金參團觀光旅客之其他額外費用以「沒有任何額外支出」所佔比例最高為84.8%，「1,000-1,999元」佔5.1%次之，「500-999元」佔3.2%為第三，詳細資料參閱表2.5.4/圖2.5.3。

表 2.5.4 其他額外費用

其他額外費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何額外支出	446	84.8
499元以下	9	1.7
500-999元	17	3.2
1,000-1,999元	27	5.1
2,000-2,999元	16	3.0
3,000-3,999元	6	1.1
4,000-4,999元	0	0.0
5,000元(含)以上	5	1.0
合計	526	100.0

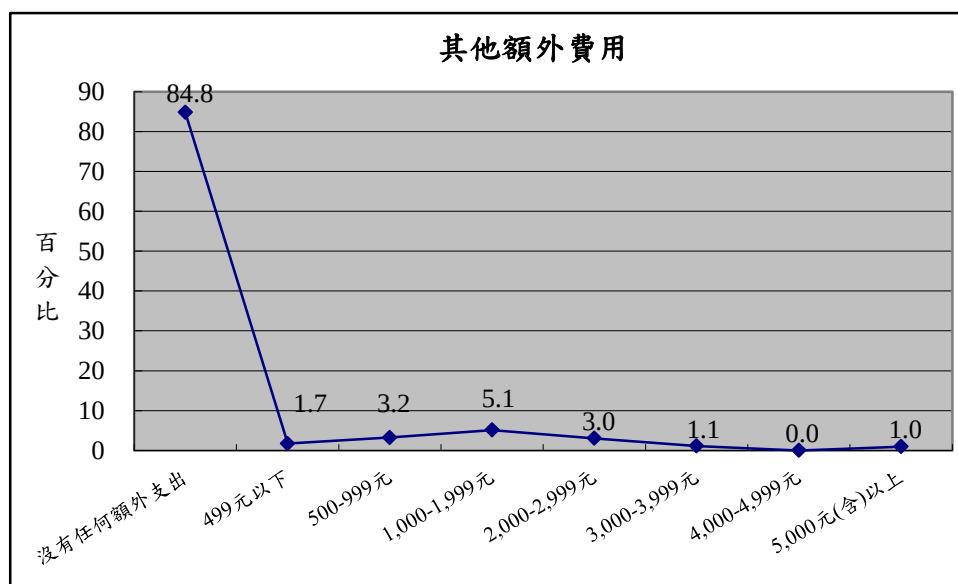


圖 2.5.3 其他額外費用

(二)半自助、完全自助之費用支出

1. 機票費用

由表2.5.5得知，來金非參團觀光旅客所購買之機票費用為「4,000-4,999元」者佔49.6%，其次為「3,000-3,499元」佔18.2%，「3,500-3,999元」佔17.2%為第三，詳細資料參閱表2.5.5/圖2.5.4。

表 2.5.5 機票費用

機票費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
2,999元以下	63	11.3
3,000-3,499元	102	18.2
3,500-3,999元	96	17.2
4,000-4,999元	277	49.6
5,000元(含)以上	21	3.8
合計	559	100.0

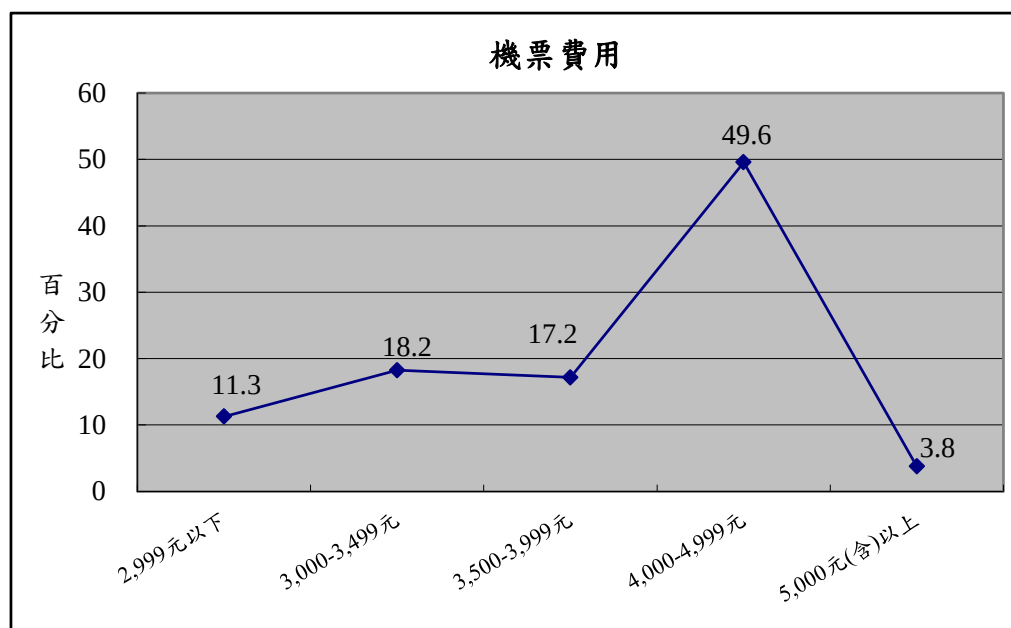


圖 2.5.4 機票費用

2. 住宿費用

由表2.5.6得知，來金非參團觀光旅客之住宿費用以「免費（如住親友家或當天來回）」所佔比例最高為28.3%，其次為「2,000-2,999元」佔17.9%，「1,500-1,999元」佔10.9%為第三，詳細資料參閱表2.5.6/圖2.5.5。

表 2.5.6 住宿費用

住宿費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
免費(含當天來回)	158	28.3
999元以下	13	2.3
1,000-1,499元	56	10.0
1,500-1,999元	61	10.9
2,000-2,999元	100	17.9
3,000-3,999元	60	10.7
4,000-4,999元	54	9.7
5,000元(含)以上	57	10.2
合計	559	100.0

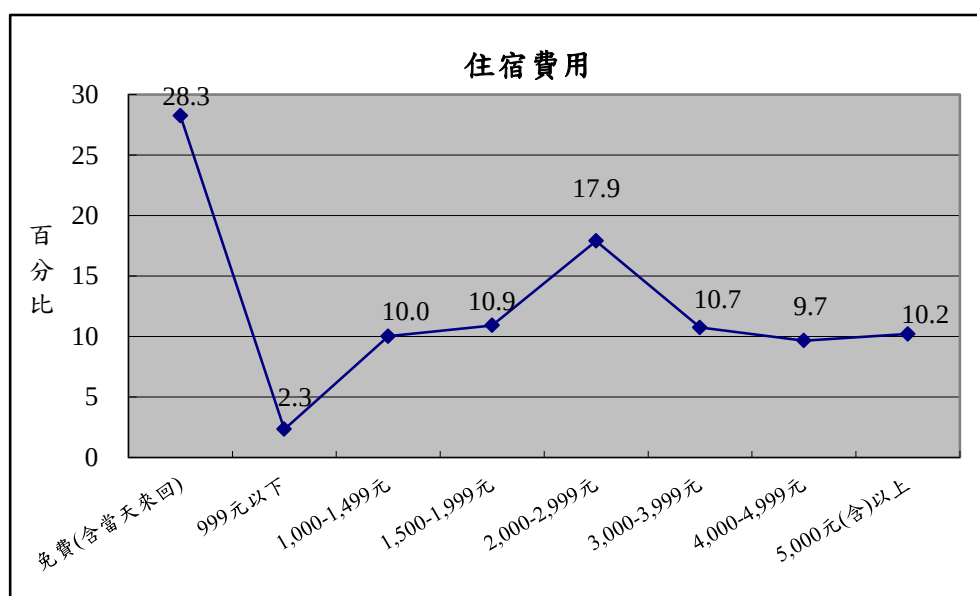


圖 2.5.5 住宿費用

3. 交通費用

由表2.5.7得知，來金非參團觀光旅客之交通費用以「500-999元」所佔比例最高為24.0%，其次為「1,000-1,999元」者佔23.6%，「免費」佔17.7%為第三，詳細資料參閱表2.5.7/圖2.5.6。

表 2.5.7 交通費用

交通費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
免費	99	17.7
499元以下	77	13.8
500-999元	134	24.0
1,000-1,999元	132	23.6
2,000-2,999元	53	9.5
3,000-3,999元	27	4.8
4,000-4,999元	8	1.4
5,000元(含)以上	29	5.2
合計	559	100.0



圖 2.5.6 交通費用

4. 餐飲費用

由表2.5.8得知，來金非參團觀光旅客之餐飲費用以「1,000-1,999元」所佔比例最高為37.9%，其次為「2,000-2,999元」佔20.4%，「500-999元」、「3,000-3,999元」各佔11.1%為第三，詳細資料參閱表2.5.8/圖2.5.7。

表 2.5.8 餐飲費用

餐飲費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
免費	39	7.0
499元以下	16	2.9
500-999元	62	11.1
1,000-1,999元	212	37.9
2,000-2,999元	114	20.4
3,000-3,999元	62	11.1
4,000-4,999元	7	1.3
5,000元(含)以上	47	8.4
合計	559	100.0

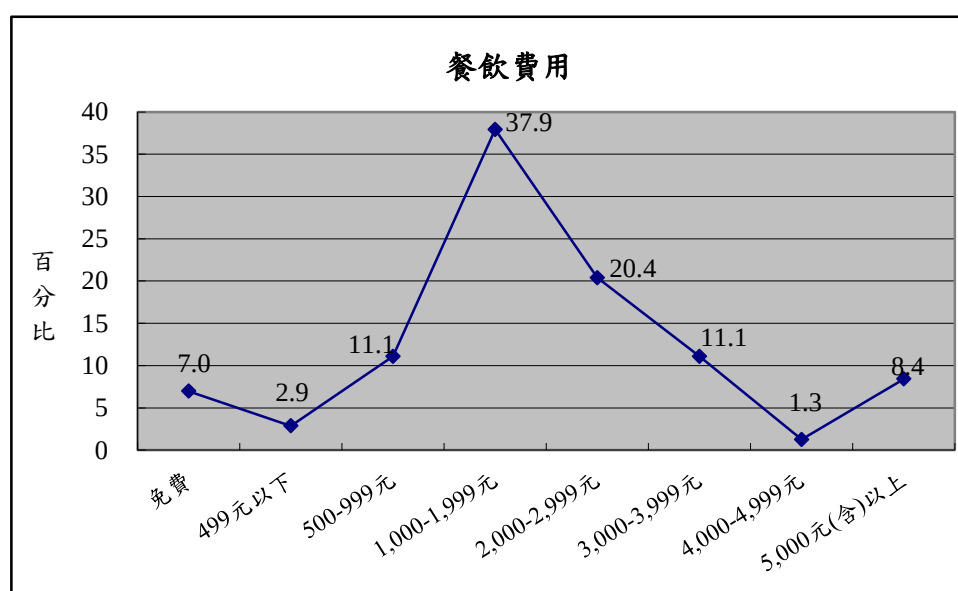


圖 2.5.7 餐飲費用

5. 特產消費

由表2.5.9得知，來金觀光旅客中在特產消費支出方面以「1,000-2,999元」佔48.3%比例為最高，其次為「3,000-4,999元」的旅客佔18.1%，「999元以下」之旅客佔13.4%為第三，詳細資料參閱表2.5.9/圖2.5.8。

表 2.5.9 特產支出

特產消費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	27	4.8
999元以下	75	13.4
1,000-2,999元	270	48.3
3,000-4,999元	101	18.1
5,000-6,999元	47	8.4
7,000-9,999元	6	1.1
10,000-14,999元	26	4.7
15,000元(含)以上	7	1.3
合計	559	100.0

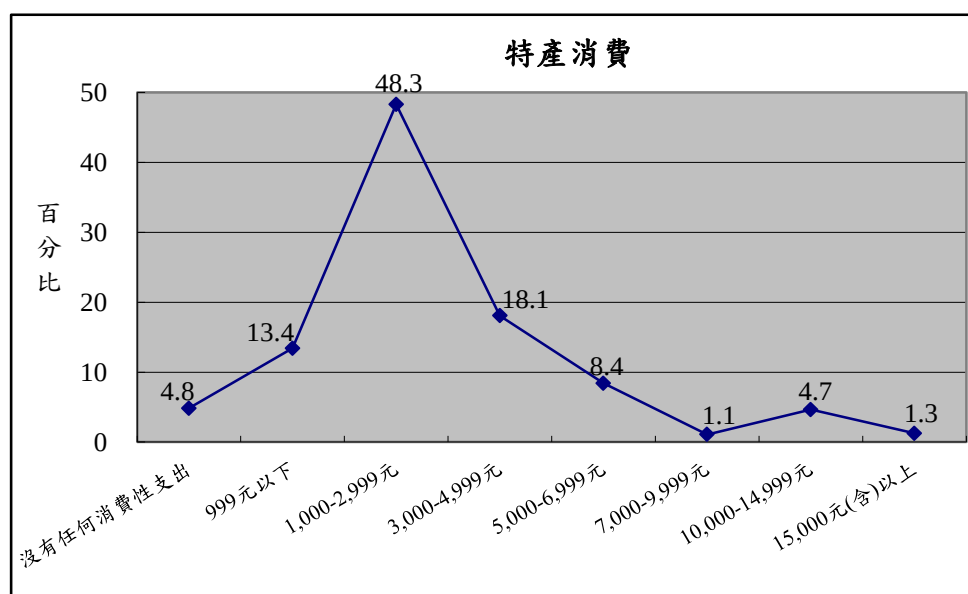


圖 2.5.8 特產支出

6. 其他項目費用

由表2.5.10得知，來金非參團觀光旅客之其他項目費用以「沒有任何消費性支出」所佔比例最高為86.6%，其次為「1,000-1,999元」佔3.9%，「500-999元」之旅客佔3.4%為第三，詳細資料參閱表2.5.10/圖2.5.9。

表 2.5.10 其他項目費用

其他項目費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	484	86.6
499元以下	13	2.3
500-999元	19	3.4
1,000-1,999元	22	3.9
2,000-2,999元	7	1.3
3,000-3,999元	4	0.7
4,000-4,999元	1	0.2
5,000元(含)以上	9	1.6
合計	559	100.0

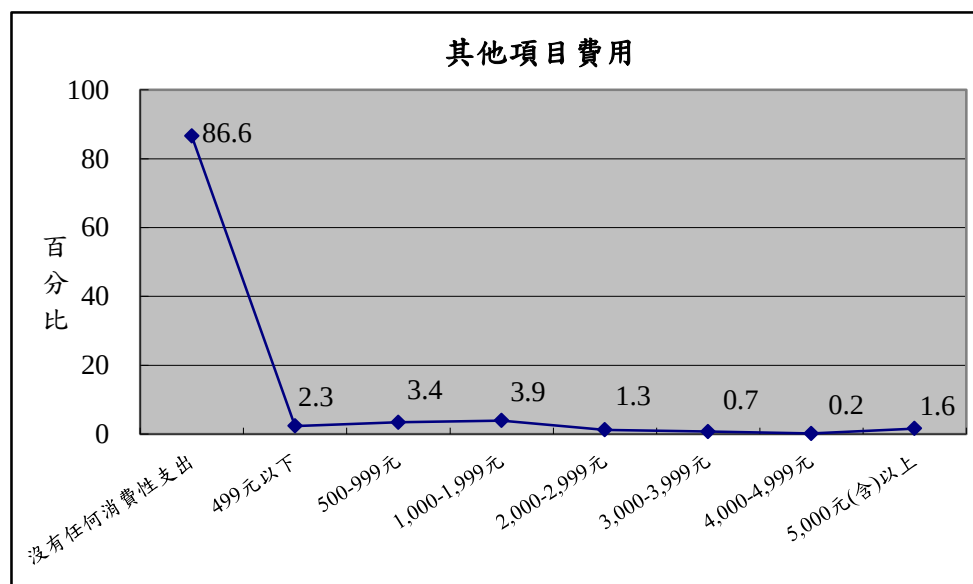


圖 2.5.9 其他項目費用

參、消費金額估算

一、參團旅客在金門每人每次遊程平均最低消費金額估算

根據估算公式，參加旅行團旅客其團費每人每次平均支出約為7,743元，而特產消費每人每次平均支出約為4,378元，其他項目費用每人每次平均支出約為219元，總計參團旅客每人每次遊程在金門之最低消費金額約為12,340元。詳細資料參閱表2.5.11/圖2.5.10。

估算公式：每人每次遊程平均最低消費金額 = （平均每人每次的團費支出）+（平均每人每次的特產消費支出）+（平均每人每次其他項目支出）

備註：團費支出、其他額外費用取區間金額之最低金額，例：4,000-4,999元取4,000元；而3,999元以下及10,000元以上，則取3,999元及10,000元。另特產消費因區間較大，故取區間金額之平均數，例：1,000-2,999元取1,999元；而999元以下及15,000元以上，則取999元及15,000元。

表 2.5.11 參團旅客每人每次遊程平均最低消費金額

項目	每人每次平均消費額	百分比(%)
團費支出	7,743	62.7
特產消費支出	4,378	35.5
其他項目支出	219	1.8
合計	12,340	100.0

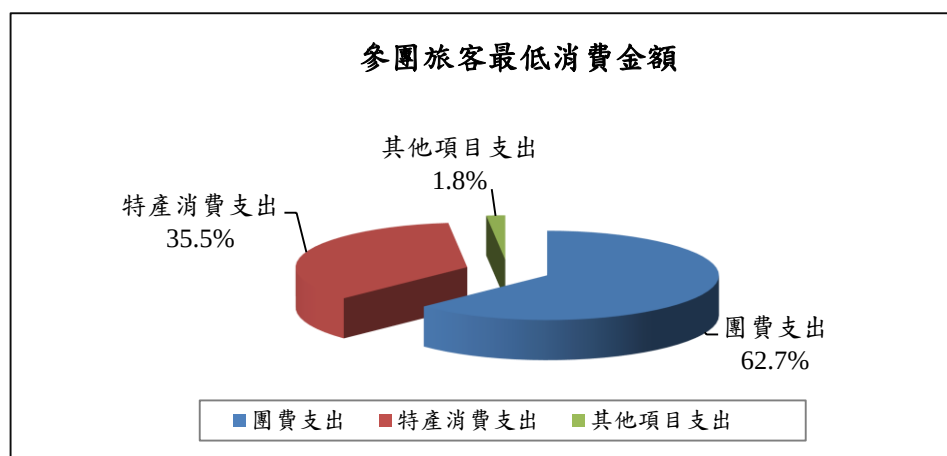


圖 2.5.10 參團旅客每人每次遊程平均最低消費金額

二、自助旅遊旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算

根據估算公式，自助旅遊旅客其機票費用每人每次平均支出約為3,656元，住宿費用每人每次平均支出約為1,863元，交通費用每人每次平均支出約為1,076元，餐飲費用每人每次平均支出約為1,660元，特產消費每人每次平均支出約為3,187元，其他項目每人每次平均支出約為241元，總計自助旅遊旅客每人每次在金門之最低消費金額約為11,683元。詳細資料參閱表2.5.12/圖2.5.11。

估算公式：每人每次遊程最低消費金額 = (平均每人每次的機票費用) + (平均每人每次的住宿費用) + (平均每人每次的交通費用) + (平均每人每次的餐飲費用) + (平均每人每次的特產消費支出) + (平均每人每次其他項目支出)

備註：機票費用、住宿費用、交通費用、餐飲費用等其消費金額取區間金額之最低金額，例：機票費用之3,000-3,499元取3,000元；而2,999元以下及5,000元以上，則取2,999元及5,000元。另特產消費因區間較大，故取區間金額之平均數，例：1,000-2,999元取1,999元；而15,000元以上則取15,000元。

表 2.5.12 自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額

項目	每人每次平均消費額	百分比(%)
機票費用	3,656	31.3
住宿費用	1,863	15.9
交通費用	1,076	9.2
餐飲費用	1,660	14.2
特產支出費用	3,187	27.3
其他項目費用	241	2.1
合計	11,683	100.0

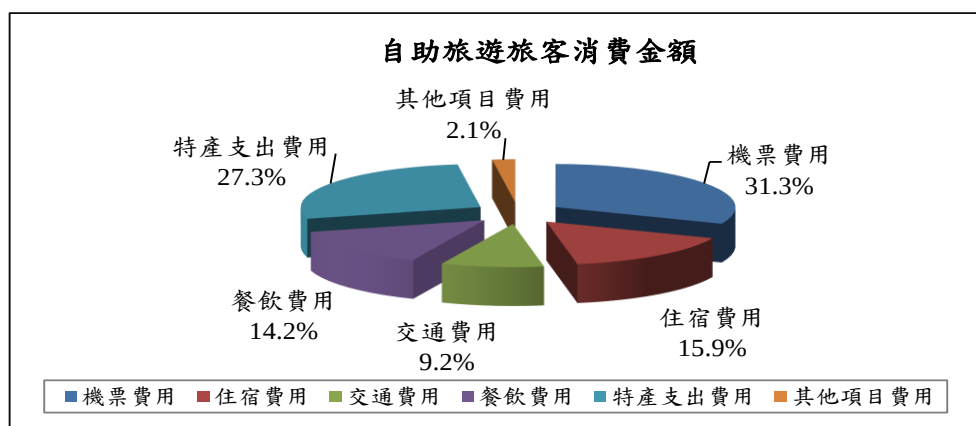


圖 2.5.11 自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額

三、105年度來金旅客最低消費總金額估算

105 年度來金旅客最低消費總額約為 53 億 0 仟 0 佰 5 拾 6 萬 2 千 7 百 13 元。估算方式參閱如后。

105 年經本調查隨機抽樣之台灣觀光旅客份數總人次為 1085 人(不包含小三通過境客)，其中參團旅客為 526 人，佔 48.5%，自助旅遊旅客 559 人，佔 51.5%。因此，由附錄五得知 105 年由尚義機場進出金門的旅客總人數約為 2,319,490 人，依據本調查在調查期間隨機抽樣分數：台灣觀光旅客份數為 1,085 人佔總抽樣份數的 19.04%，金門本地居民、中轉至陸之台商、中轉至陸之台灣觀光旅客、中轉至台之大陸觀光旅客和其他、純商(公)務佔總抽樣份數的 80.96%，由此百分比來推估，105 年來金觀光旅遊人數約為 441,653 人，其中推估參團者約為 214,202 人，而自助旅遊者約為 227,451 人。而參團旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算為 12,340 元。其自助旅遊旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算為 11,683 元。

估算公式：

$$\text{總消費金額} = \text{參團旅客數} \times 12,340 \text{ 元} + \text{自助旅遊旅客數} \times 11,683 \text{ 元}$$

$$\begin{aligned} \text{總消費金額} &= 214,202 \text{ 人} \times 12,340 \text{ 元} + 227,451 \text{ 人} \times 11,683 \text{ 元} \\ &= 2,643,252,680 \text{ 元} + 2,657,310,033 \text{ 元} \\ &= 5,300,562,713 \text{ 元} \end{aligned}$$

肆、特產

在多種特產中最受來金旅客喜愛的特產前五名，以「貢糖」佔76.9%最受喜愛，「牛肉乾」佔44.6%次之，「一條根」佔40.2%為第三，「高粱酒」為39.4%，「麵線」為35.8%，詳細資料參閱表2.5.13/圖2.5.12（本題為複選題）。

表 2.5.13 特產種類

特產	全年調查樣本	
	次數	相對次數
貢糖	834	76.9
牛肉乾	484	44.6
一條根	436	40.2
高粱酒	427	39.4
麵線	388	35.8
風獅爺藝品	235	21.7
餅類	217	20.0
免稅品	195	18.0
砲彈鋼刀	152	14.0
高粱醋(酵素)	96	8.8
無購買	48	4.4
其他*	14	1.3
大陸貨品	7	0.6

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)

*選「其他」者填寫：菸酒、干貝、乾海鮮、小吃、吊飾、酸白菜、飲料、明信片、蚵小吃、背包、麻糬等。

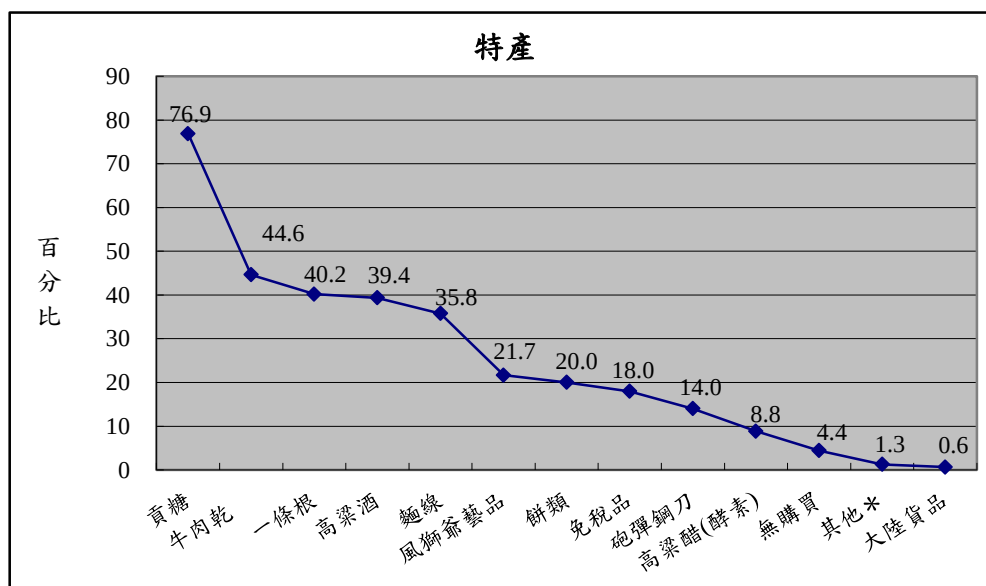


圖 2.5.12 特產種類

伍、購物地點

購物地點中以「旅行社安排之特產店」所佔比例最高為41.2%，「自行前往之特產店」為次之佔40.3%，「免稅店」佔26.0%為第三，「傳統市場」佔17.4%，詳細資料參閱表2.5.14/圖2.5.13。

表 2.5.14 購物地點

購物地點	全年調查樣本	
	次數	相對次數
旅行社安排之特產店	447	41.2
自行前往之特產店	437	40.3
免稅店	282	26.0
傳統市場	189	17.4
風景據點小販	187	17.2
景點遊客中心	129	11.9
機場	94	8.7
無購買	48	4.4
其他*	3	0.3

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1085份)

*選「其他」者填寫：便利商店、朋友介紹等。

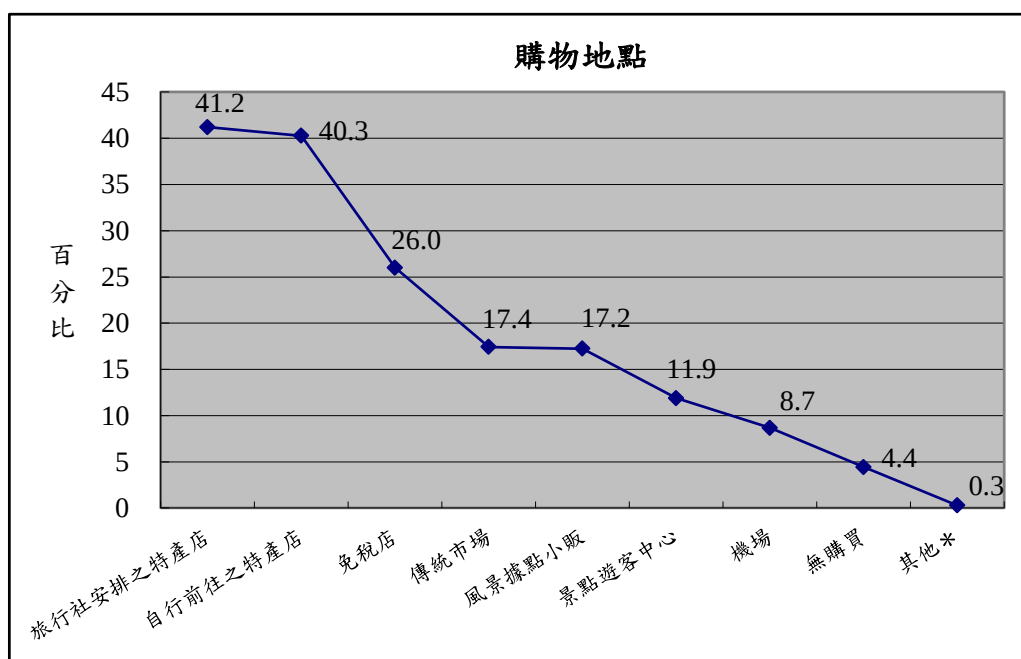


圖 2.5.13 購物地點

第六節 來金門旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

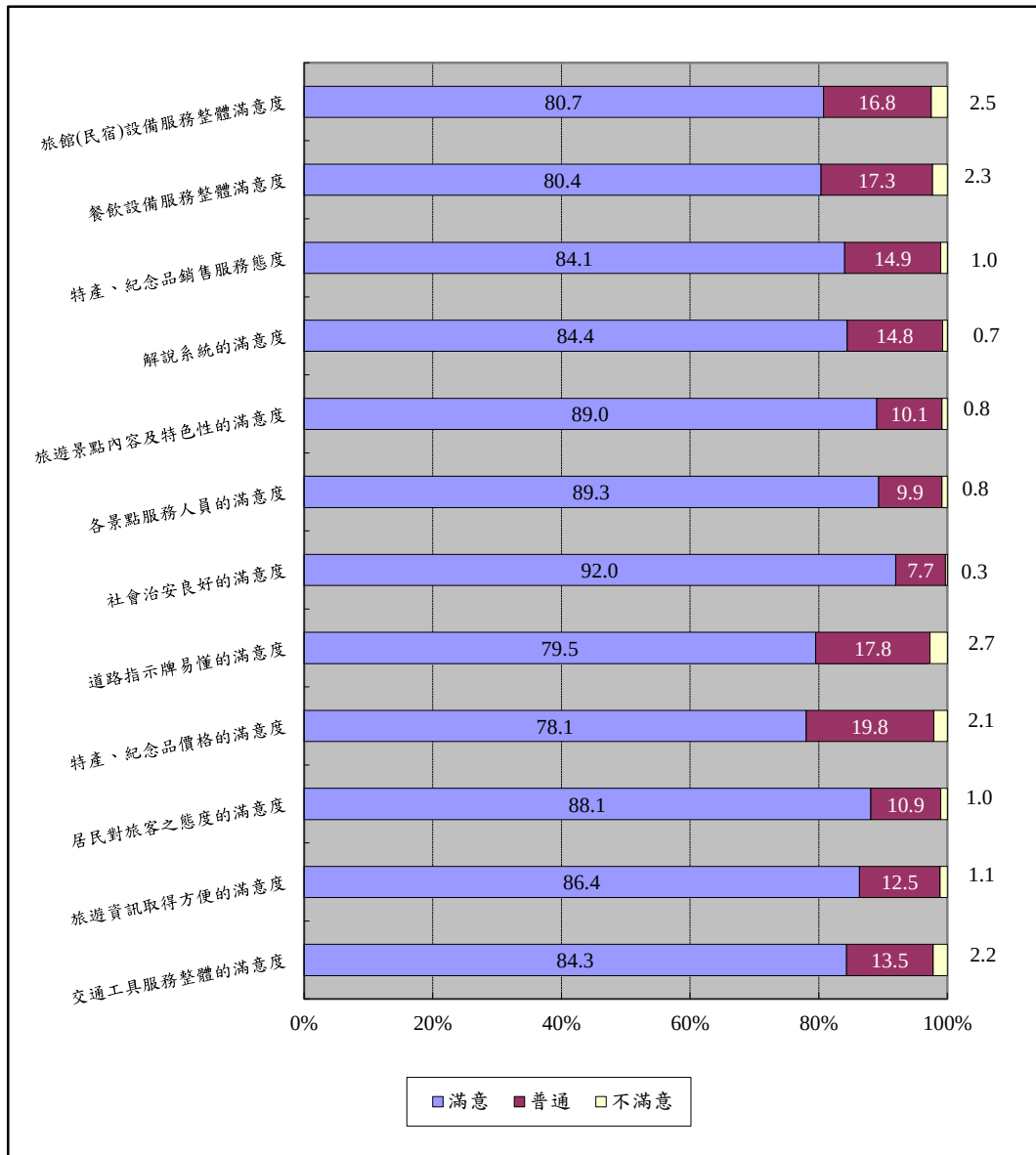
由表 2.6.1 得知，來金旅遊後對各項相關設施與服務滿意度以題項 6.對金門社會治安良好的滿意度為排序後的第一順位（平均數=4.46），題項 3.金門居民對旅客之態度的滿意度為排序後的第二順位（平均數=4.36），題項 7.金門各景點服務人員的滿意度為第三順位（平均數=4.34），相關數據請參閱下表。

表 2.6.1 各項相關設施與服務滿意度

各項相關設施與服務的滿意度	全年調查樣本		
	平均數	標準差	排序
1.對金門交通工具服務整體的滿意度	4.23	0.76	6
2.對金門旅遊資訊取得方便的滿意度	4.29	0.73	5
3.金門居民對旅客之態度的滿意度	4.36	0.71	2
4.對金門特產、紀念品價格的滿意度	4.11	0.80	12
5.對金門道路指示牌易懂的滿意度	4.16	0.81	10
6.對金門社會治安良好的滿意度	4.46	0.64	1
7.對金門各景點服務人員的滿意度	4.34	0.69	3
8.旅遊景點內容及特色性的滿意度	4.32	0.68	4
9.對金門解說系統的滿意度	4.25	0.72	7
10.對金門特產、紀念品銷售服務態度	4.22	0.72	8
11.對金門餐飲設備服務整體滿意度	4.13	0.78	11
12.對金門的旅館(民宿)設備服務整體滿意度	4.17	0.80	9

註：平均數為 5＝非常滿意，4＝滿意，3＝普通，2＝不滿意，1＝非常不滿意

圖 2.6.1 為來金旅遊後對各項相關設施與服務滿意度之百分比，由此可看出「金門社會治安良好的滿意度」之旅客滿意比率較大，而不滿意「道路指示牌的易懂滿意度」比率較多。



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

圖 2.6.1 各項相關設施與服務滿意度

第七節 旅客對金門的整體滿意度、推薦及回遊意願

壹、樣本結構

有關旅客對金門的整體滿意度、推薦及回遊意願之樣本結構分析，整理如下表 2.7.1，請參閱。

表 2.7.1 旅客對金門的整體滿意度、推薦及回遊意願之樣本結構分析

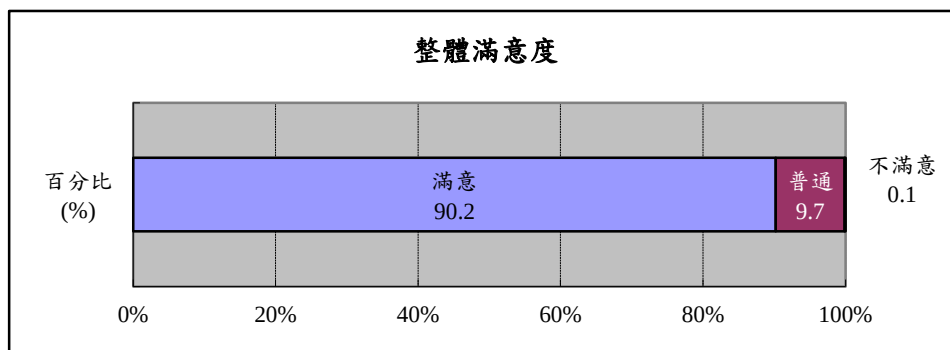
	類別	樣本數	百分比(%)
一、整體滿意度	非常滿意	456	42.0
	滿意	523	48.2
	普通	105	9.7
	不滿意	1	0.1
	非常不滿意	0	0.0
	小計	1085	100.0
二、推薦意願	非常願意	515	47.5
	願意	476	43.9
	普通	88	8.1
	不願意	6	0.6
	非常不願意	0	0.0
	小計	1085	100.0
三、回遊意願	非常願意	528	48.7
	願意	417	38.4
	普通	132	12.2
	不願意	8	0.7
	非常不願意	0	0.0
	小計	1085	100.0

貳、整體滿意度

由表 2.7.2 得知，來金旅客對此次金門之旅整體滿意如下：「非常滿意」為 42.0%、「滿意」為 48.2%，非常滿意與滿意合計百分比為 90.2%，「普通」佔 9.7%，「不滿意」為 0.1%、「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計百分比為 0.1%，整體滿意平均數為 4.32，詳細資料參閱表 2.7.2/圖 2.7.1。

表 2.7.2 來金旅客對金門之旅的整體滿意度

整體滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	456	42.0
滿意	523	48.2
普通	105	9.7
不滿意	1	0.1
非常不滿意	0	0.0
合計	1085	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

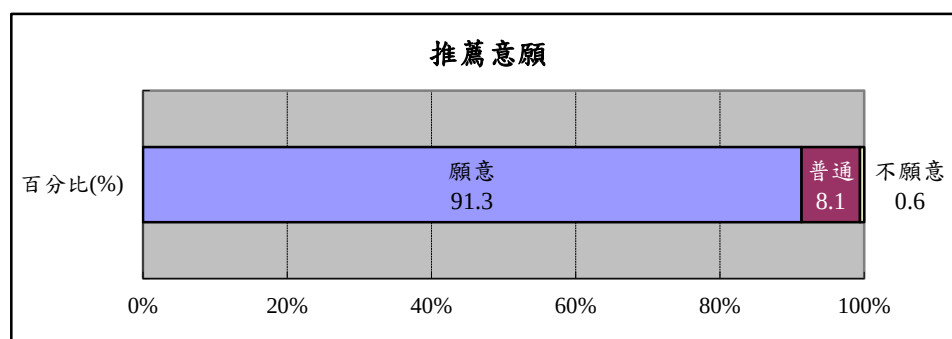
圖 2.7.1 來金旅客對金門之旅整體滿意度

參、推薦意願

由表 2.7.3 得知，來金旅客會推薦金門之旅的意願如下：「非常願意」為 47.5%、「願意」為 43.9%，非常願意與願意合計百分比為 91.4%，「普通」佔 8.1%，「不願意」為 0.6%、「非常不願意」為 0.0%，不願意與非常不願意合計百分比為 0.6%，推薦意願滿意平均數為 4.38，詳細資料參閱表 2.7.3/圖 2.7.2。

表 2.7.3 來金旅客推薦金門之旅的意願

推薦意願	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常願意	515	47.5
願意	476	43.9
普通	88	8.1
不願意	6	0.6
非常不願意	0	0.0
合計	1085	100.0



註：「非常願意」和「願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，
「非常不願意」和「不願意」合併為「不願意」。

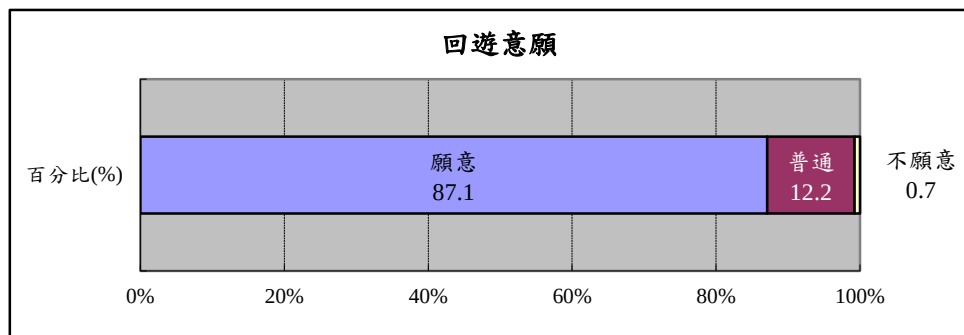
圖 2.7.2 來金旅客推薦金門之旅的意願

肆、回遊意願

由表 2.7.4 得知，來金旅客回遊金門的意願如下：「非常願意」為 48.7%、「願意」為 38.4%，非常願意與願意合計百分比為 87.1%，「普通」佔 12.2%，「不願意」為 0.7%，「非常不願意」為 0.0%，不願意與非常不願意合計百分比為 0.7%，回遊意願滿意平均數為 4.35，詳細資料參閱表 2.7.4/圖 2.7.3。

表 2.7.4 來金旅客願再次來金門旅遊的意願

回遊意願	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常願意	528	48.7
願意	417	38.4
普通	132	12.2
不願意	8	0.7
非常不願意	0	0.0
合計	1085	100.0



註：「非常願意」和「願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，
「非常不願意」和「不願意」合併為「不願意」。

圖 2.7.3 來金旅客願再次來金門旅遊的意願

第八節 來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度

壹、樣本結構

有關來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度樣本結構分析，整理如下表 2.8.1，請參閱。

表 2.8.1 來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、旅行社滿意度	非常滿意	256	48.7
	滿意	207	39.4
	普通	59	11.2
	不滿意	3	0.6
	非常不滿意	1	0.2
	小計	526	100.0
二、導遊滿意度	非常滿意	290	55.1
	滿意	190	36.1
	普通	42	8.0
	不滿意	3	0.6
	非常不滿意	1	0.2
	小計	526	100.0
三、遊程設計滿意度	非常滿意	236	44.9
	滿意	218	41.4
	普通	67	12.7
	不滿意	5	1.0
	非常不滿意	0	0.0
	小計	526	100.0
四、團費滿意度	非常滿意	229	43.5
	滿意	218	41.4
	普通	73	13.9
	不滿意	5	1.0
	非常不滿意	1	0.2
	小計	526	100.0

貳、來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度分析

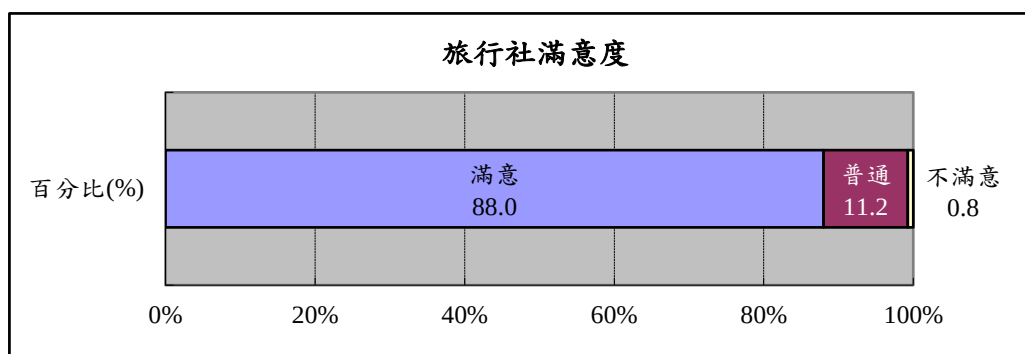
為了瞭解來金旅客對旅行社或導遊服務品質的滿意程度，針對遊客對旅行社、導遊、遊程設計及團費的滿意度進行調查。

一、旅行社滿意度

由表 2.8.2 得知，來金旅客對此次旅行社整體滿意如下：「非常滿意」為 48.7%、「滿意」為 39.4%，非常滿意與滿意合計為 88.1%，「普通」佔 11.2%，「不滿意」為 0.6%，「非常不滿意」為 0.2%，不滿意與非常不滿意合計為 0.8%，旅行社滿意平均數為 4.36，詳細資料參閱表 2.8.2/圖 2.8.1。

表 2.8.2 來金旅客對旅行社的整體滿意度

旅行社滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	256	48.7
滿意	207	39.4
普通	59	11.2
不滿意	3	0.6
非常不滿意	1	0.2
合計	526	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

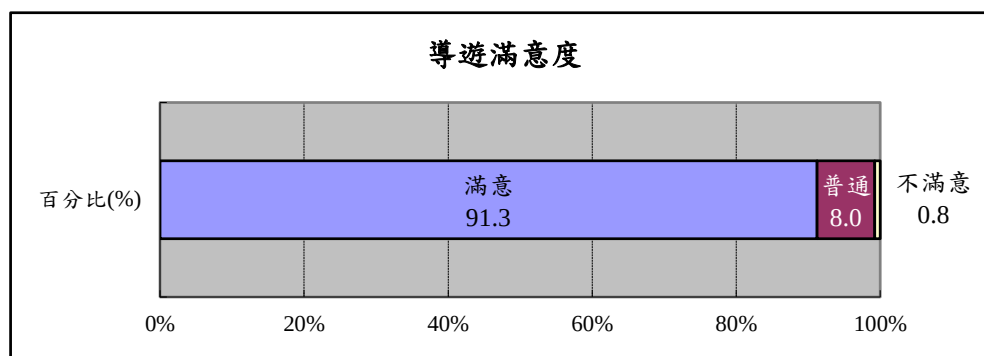
圖 2.8.1 來金旅客對旅行社整體滿意度

二、導遊滿意度

由表 2.8.3 得知，來金旅客對此次導遊整體滿意如下：「非常滿意」為 55.1%、「滿意」為 36.1%，非常滿意與滿意合計為 91.2%，「普通」佔 8.0%，「不滿意」為 0.6%、「非常不滿意」為 0.2%，不滿意與非常不滿意合計為 0.8%，導遊滿意平均數為 4.45，詳細資料參閱表 2.8.3/圖 2.8.2。

表 2.8.3 來金旅客對導遊的整體滿意度

導遊滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	290	55.1
滿意	190	36.1
普通	42	8.0
不滿意	3	0.6
非常不滿意	1	0.2
合計	526	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

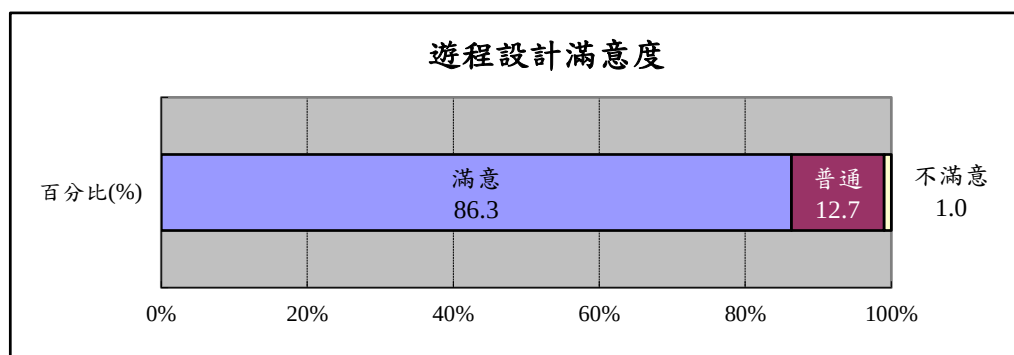
圖 2.8.2 來金旅客對導遊整體滿意度

三、遊程設計滿意度

由表 2.8.4 得知，來金旅客對此次遊程設計整體滿意如下：「非常滿意」為 44.9%、「滿意」為 41.4%，非常滿意與滿意合計為 86.3%，「普通」佔 12.7%，「不滿意」為 1.0%、「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 1.0%，遊程設計滿意平均數 4.30，詳細資料參閱表 2.8.4/圖 2.8.3。

表 2.8.4 來金旅客對遊程設計的整體滿意度

遊程設計滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	236	44.9
滿意	218	41.4
普通	67	12.7
不滿意	5	1.0
非常不滿意	0	0.0
合計	526	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

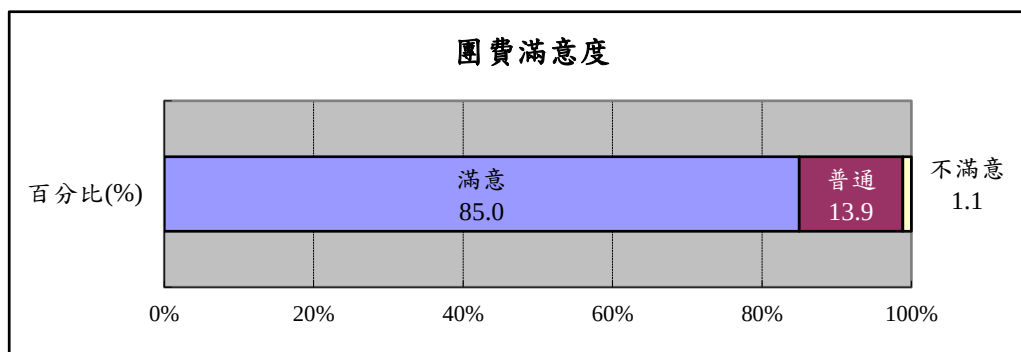
圖 2.8.3 來金旅客對遊程設計的整體滿意度

四、團費滿意度

由表 2.8.5 得知，來金旅客對此次團費整體滿意如下：「非常滿意」為 43.5%、「滿意」為 41.4%，非常滿意與滿意合計為 84.9%，「普通」佔 13.9%，「不滿意」為 1.0%、「非常不滿意」為 0.2%，不滿意與非常不滿意合計為 1.2%，團費滿意平均數為 4.27，詳細資料參閱表 2.8.5/圖 2.8.4。

表 2.8.5 來金旅客對團費整體滿意度

團費滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	229	43.5
滿意	218	41.4
普通	73	13.9
不滿意	5	1.0
非常不滿意	1	0.2
合計	526	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

圖 2.8.4 來金旅客對團費整體滿意度

參、來金觀光旅客對金門整體觀光環境與服務的建議

第一季

1. 餐飲需加強。(105A001)
2. 景觀美化再加強。(105A021)
3. 住宿設備需改善。(105A022)
4. (1)說明不詳細，例如：車站；(2)公車司機態度冷漠。(105A025)
5. 對金門觀光公車非常滿意。(105A027)
6. 路牌太少。(105A041)
7. 翟山坑道聽說以後要收費，對此感到不滿意。(105A054)
8. 加強交通。(105A055)
9. 公車班次可多開。(105A065)、(105A076)、(105A078)、(105A079)
10. (1)導覽地圖需在改善，字太小、圖難懂；(2)店家服務尚待改善。(105A071)
11. 景點可再增加。(105A089)
12. 餐廳團餐的菜色有待加強。(105A117)、(105A261)
13. 交通標示可以增加。(105A189)
14. 飯店品質有待加強。(105A195)

第二季

1. 交通不便。(105A277)
2. 小金門的交通船票略貴。(105A303)
3. 路標指示不完善。(105A333)
4. 公車的方便性。(105A343)
5. 居民的態度很熱情，繼續保持。(105A381)
6. 餐廳太少。(105A427)
7. 地圖標示不清楚、指示牌可再增加。(105A458)、(105A443)
8. 增加夜生活。(105A464)
9. 增加夜生活及文創商品。(105A477)
10. 增加文創品。(105A480)、(105A481)
11. 路太小。(105A527)
12. 公車班次太少。(105A528)
13. 夜間逛街交通不方便。(105A539)

第三季

1. 路要拓寬。(105A547)
2. 休息區的座位可以時常清理，保持整潔。(105A583)
3. 為自由行旅客多設置景點解說服務。(105A611)
4. 收費可再研議。(105A656)
5. 小吃店、商店部分都太早打烊。(105A693)、(105A785)
6. 廁所很乾淨，請繼續保持。(105A736)
7. 旅遊告示牌不充足，景點難找。(105A777)
8. 垃圾桶難找。(105A780)
9. 水頭聚落室內都沒冷氣，太熱了!(105A782)

第四季

1. 增加夜間活動，例如：夜市、觀星。(105A824)
2. 路牌標示不清。(105A840)、(105A955)
3. 餐飲種類太少。(105A857)
4. 推廣活動有待加強。(105A978)、(105A981)
5. 交通太不方便。(105A979)、(105A987)、(105A989)、(105A1024)
6. 請不要使用強迫推銷。(105A908)
7. 晚間店舖太早關門。(105A990)
8. 金門不需要水泥建設，該維護海岸線之清潔，復育金門植栽樹林。(105A999)
9. (1)旅遊資訊可以再透明化；(2)道路指示牌可以再多一點。(105A1001)
10. 希望能有更多的文青及文創的地方。(105A1004)
11. 小吃店的環境需改善。(105A1005)
12. 增加公車班次。(105A1010)
13. (1)公車班次如能電子化更好；(2)小吃物價高；(3)夜晚除了電影院外，娛樂太少。(105A1017)
14. 購物商店太少。(105A1025)
15. 夜晚少有景點可去。(105A1069)

第九節 年度趨勢分析

壹、台灣觀光客、金門本地居民與小三通過境客

由表 2.9.1 發現 105 年間，四季的「中轉至陸之台灣觀光旅客」、「其他、純商(公)務」之比例沒有明顯變化，「中轉至台之大陸觀光旅客」、「金門本地居民」有些微的變化。詳細資料請參閱表/圖 2.9.1。

表 2.9.1 台灣觀光客、金門本地居民與中轉旅客

旅客人數	全年調查樣本						合計
	台灣觀光旅客	中轉至陸之台灣觀光旅客	金門本地居民	中轉至陸之台商	中轉至台之大陸觀光遊客	其他、純商(公務)	
第一季(01-03月)	269	206	571	263	272	58	1639
	16.4	12.6	34.8	16.0	16.6	3.5	100
第二季(04-06月)	270	214	482	228	265	61	1520
	17.8	14.1	31.7	15.0	17.4	4.0	100
第三季(07-09月)	277	181	466	175	81	53	1233
	22.5	14.7	37.8	14.2	6.6	4.3	100
第四季(10-12月)	269	201	561	203	110	58	1402
	19.2	14.3	40.0	14.5	7.8	4.1	100
合計	1085	802	2080	869	728	230	5794

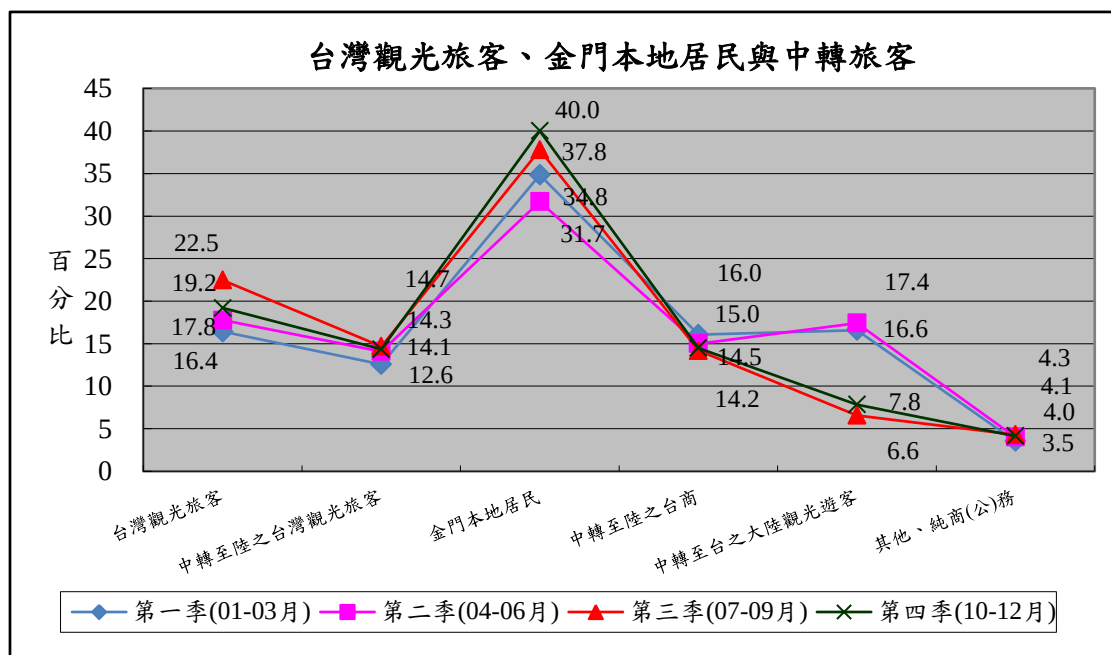


圖 2.9.1 台灣觀光客、金門本地居民與中轉旅客

貳、入境地點

受到各航線班次需求的影響，旅客入境地點在四季變化不大，由「台南機場」、「其他」入境有遞增趨勢，而由「台中機場」入境則有遞減趨勢。詳細資料請參閱表/圖 2.9.2

表 2.9.2 入境地點

入境地點	全年調查樣本							合計
	台北機場(%)	台中機場(%)	高雄機場(%)	嘉義機場(%)	台南機場(%)	澎湖(%)	其它(%)	
第一季(01-03月)	97	94	50	3	19	0	6	269
	36.1	34.9	18.6	1.1	7.1		2.2	100
第二季(04-06月)	111	85	54	5	9	3	3	270
	41.1	31.5	20.0	1.9	3.3	1.1	1.1	100
第三季(07-09月)	127	66	50	9	17	1	7	277
	45.8	23.8	18.1	3.2	6.1	0.4	2.5	100
第四季(10-12月)	109	66	50	4	26	4	10	269
	40.5	24.5	18.6	1.5	9.7	1.5	3.7	100
合計	444	311	204	21	71	8	26	1085
排序	1	2	3	6	4	7	5	

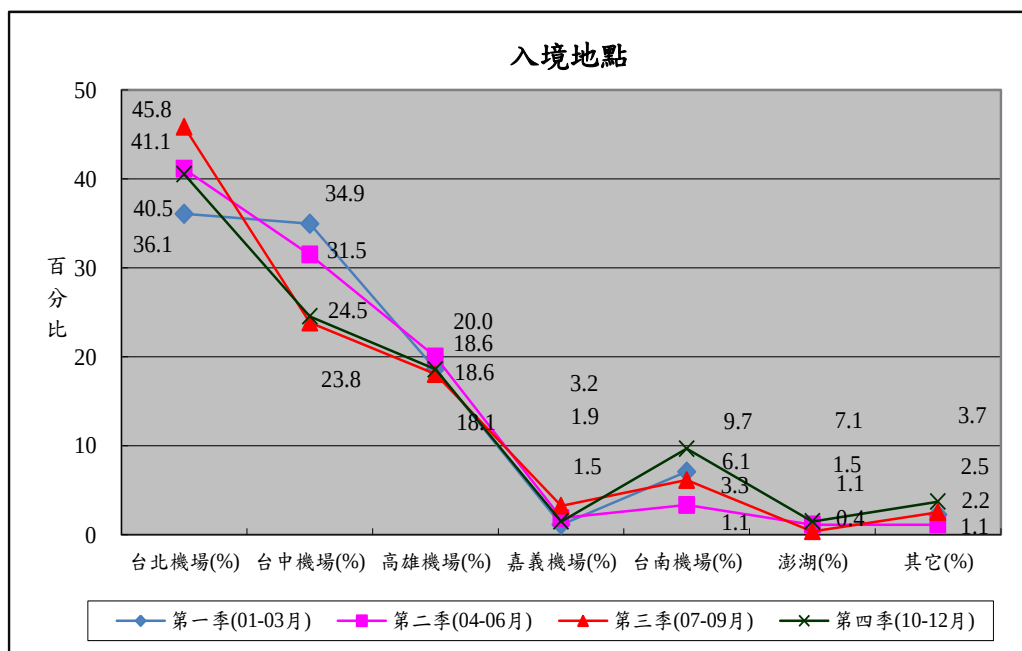


圖 2.9.2 入境地點

參、來金次數

旅客來金次數以「一次」比例最高，選擇「二次」旅客為次之，選擇「六次以上」旅客的比例居三。詳細資料請參閱表/圖 2.9.3。

表 2.9.3 來金次數

來金次數	全年調查樣本						合計
	一次(%)	二次(%)	三次(%)	四次(%)	五次(%)	六次以上(%)	
第一季(01-03月)	171 63.6	41 15.2	15 5.6	7 2.6	4 1.5	31 11.5	269 100
第二季(04-06月)	171 63.3	45 16.7	23 8.5	5 1.9	3 1.1	23 8.5	270 100
第三季(07-09月)	174 62.8	52 18.8	23 8.3	7 2.5	5 1.8	16 5.8	277 100
第四季(10-12月)	143 53.2	53 19.7	31 11.5	9 3.3	5 1.9	28 10.4	269 100
合計	659	191	92	28	17	98	1085
排序	1	2	4	5	6	3	

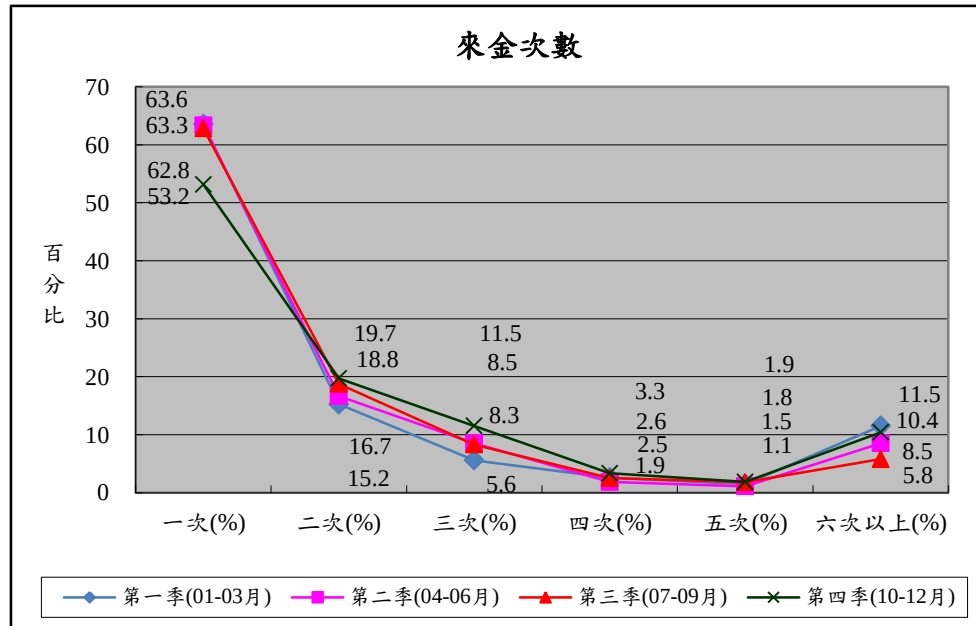


圖 2.9.3 來金次數

肆、主要目的

旅客來金主要目的以「觀光、渡假、旅行」為主，「探親及訪友」次之，「中轉旅客(在金停留一日以上)」最少。詳細資料參閱表/圖 2.9.4。

表 2.9.4 主要目的

主要目的	全年調查樣本				合計
	觀光、渡假、旅行(%)	探親及訪友(%)	商務兼旅遊(%)	中轉旅客(在金停留一日以上)(%)	
第一季(01-03月)	232	22	11	4	269
	86.2	8.2	4.1	1.5	100
第二季(04-06月)	230	9	24	7	270
	85.2	3.3	8.9	2.6	100
第三季(07-09月)	249	21	6	1	277
	89.9	7.6	2.2	0.4	100
第四季(10-12月)	216	34	12	7	269
	80.3	12.6	4.5	2.6	100
合計	927	86	53	19	1085
排序	1	2	3	4	

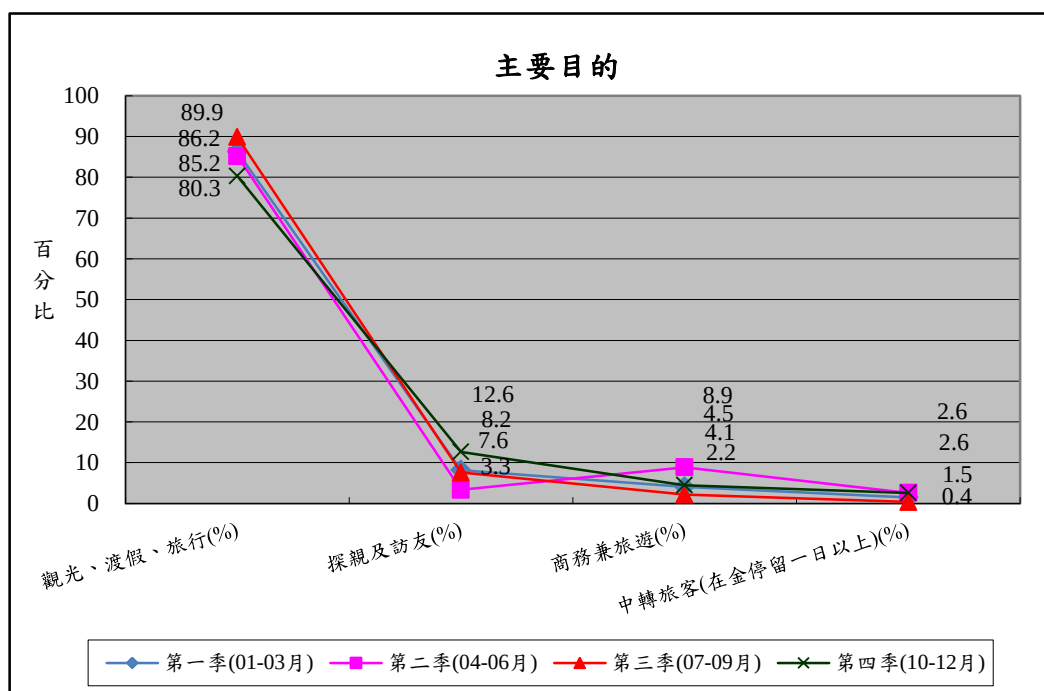


圖 2.9.4 主要目的

伍、停留時間

旅客來金停留時間以「三天二夜」比例最高，觀光客尤其是參團旅客，其停留時間與旅遊業者遊程設計有關，而停留時間「二天一夜」的旅客為次之。詳細資料請參閱表/圖 2.9.5。

表 2.9.5 停留時間

停留時間	全年調查樣本				合計
	二天一夜(%)	三天二夜(%)	四天三夜(%)	五天(含)以上(%)	
第一季(01-03月)	57	178	17	17	269
	21.2	66.2	6.3	6.3	100
第二季(04-06月)	58	181	14	17	270
	21.5	67.0	5.2	6.3	100
第三季(07-09月)	17	203	35	22	277
	6.1	73.3	12.6	7.9	100
第四季(10-12月)	50	176	23	20	269
	18.6	65.4	8.6	7.4	100
合計	182	738	89	76	1085
排序	2	1	3	4	

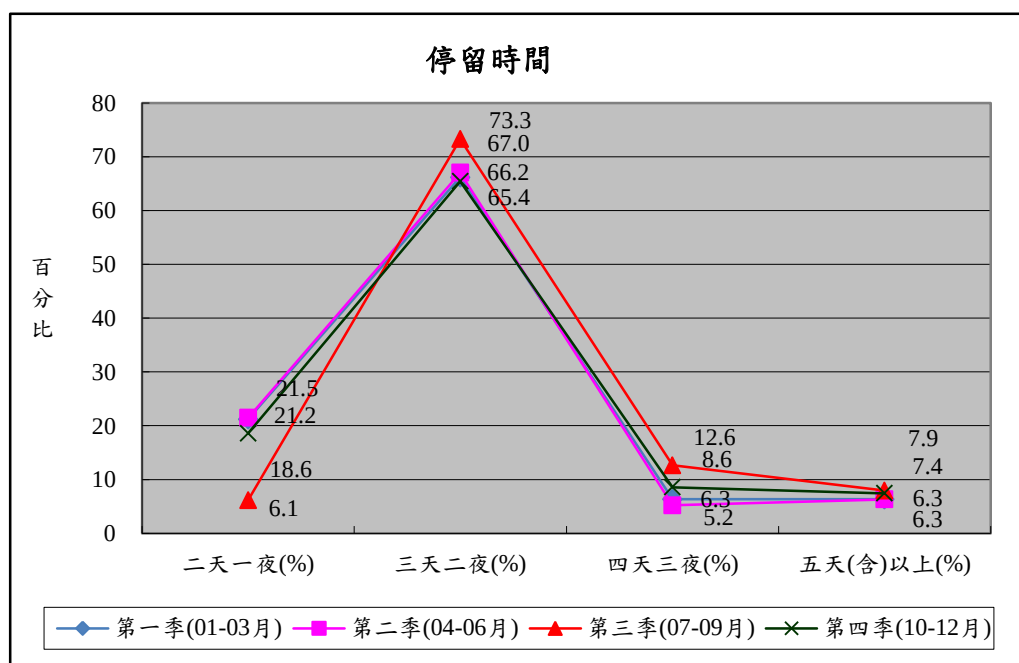


圖 2.9.5 停留時間

陸、團費

團體旅遊團費集中在「8,000-9,999 元」為第一，「7,000-7,999 元」為第二，「10,000 元以上」為第三。第一季團費集中在「8,000-8,999 元」佔 52.1%，第二季團費集中在「8,000-8,999 元」佔 46.4%，第三季團費集中在「8,000-9,999 元」佔 64.6%，第四季團費集中在「8,000-9,999 元」佔 55.6%。詳細資料請參閱表/圖 2.9.6。

表 2.9.6 團費

團費	全年調查樣本							合計
	3999元以下(%)	4000-4999元(%)	5000-5999元(%)	6000-6999元(%)	7000-7999元(%)	8000-9999元(%)	10000元以上(%)	
第一季(01-03月)	9	2	10	15	4	74	28	142
	6.3	1.4	7.0	10.6	2.8	52.1	19.7	100
第二季(04-06月)	0	2	1	10	45	65	17	140
	0.0	1.4	0.7	7.1	32.1	46.4	12.1	100
第三季(07-09月)	1	0	2	6	18	82	18	127
	0.8	0.0	1.6	4.7	14.2	64.6	14.2	100
第四季(10-12月)	0	3	2	11	23	65	13	117
	0.0	2.6	1.7	9.4	19.7	55.6	11.1	100
合計	10	7	15	42	90	286	76	526
排序	6	7	5	4	2	1	3	

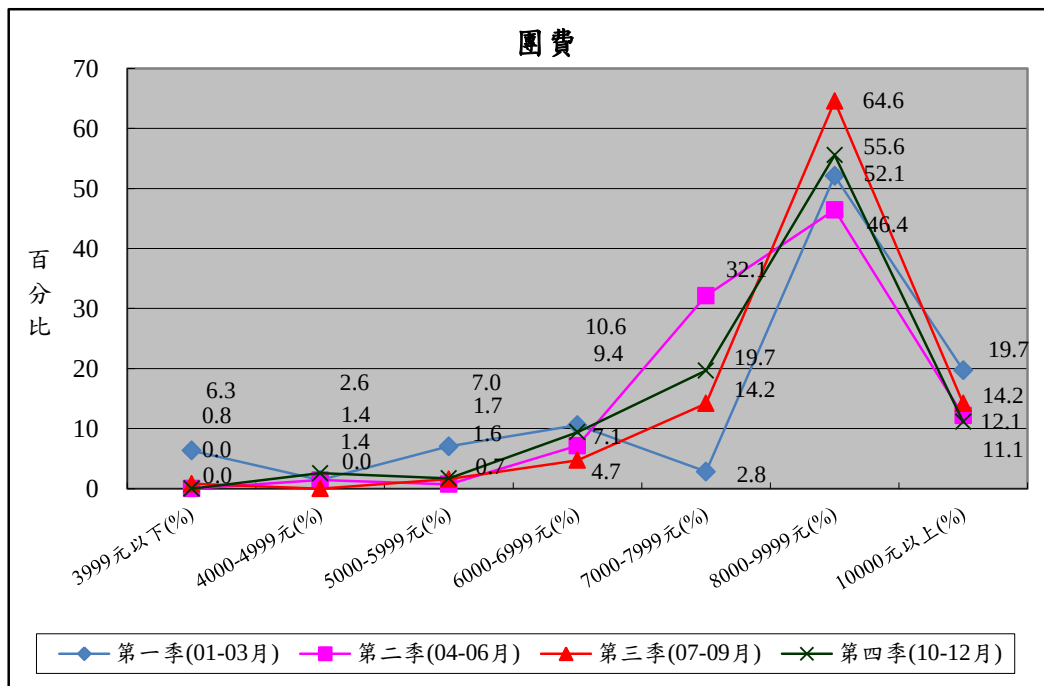


圖 2.9.6 團費

柒、來金旅客旅遊資料來源

來金旅客旅遊資訊來源前五名為「親友、同事、同學、鄰居」、「旅行社」、「電腦網路」、「個人經驗」、「電子媒體」，與 104 年度調查的前五名：「親友、同事、同學、鄰居」、「旅行社」、「電腦網路」、「個人經驗」、「電子媒體」順序一樣。詳細資料請參閱表 2.9.7。

表 2.9.7 來金旅客旅遊資料來源

旅遊資料來源	全年調查樣本				
	未曾索取資料(%)	電子媒體(%)	電腦網路(%)	旅行社(%)	平面媒體(%)
第一季(01-03月)	29	23	60	88	14
	10.8	8.6	22.3	32.7	5.2
第二季(04-06月)	23	39	51	94	12
	8.5	14.4	18.9	34.8	4.4
第三季(07-09月)	14	31	72	70	20
	5.1	11.2	26.0	25.3	7.2
第四季(10-12月)	13	22	56	89	17
	4.8	8.2	20.8	33.1	6.3
合計	79	115	239	341	63
排序	7	5	3	2	8
旅遊資料來源	旅遊展覽(%)	個人經驗(%)	政府觀光相關單位(%)	親友、同事、同學、鄰居(%)	其他(%)
第一季(01-03月)	7	38	18	97	1
	2.6	14.1	6.7	36.1	0.4
第二季(04-06月)	14	36	17	112	0
	5.2	13.3	6.3	41.5	0.0
第三季(07-09月)	15	43	27	152	2
	5.4	15.5	9.7	54.9	0.7
第四季(10-12月)	13	61	18	118	0
	4.8	22.7	6.7	43.9	0.0
合計	49	178	80	479	3
排序	9	4	6	1	10

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數269份)(第一季)

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數270份)(第二季)

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數277份)(第三季)

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數269份)(第四季)

第十節 年度交叉分析

壹、觀光目的與來金次數之樣本比較

由下表可知道，來金目的以「觀光、渡假、旅行」比例最高，其次為「探親及訪友」；來金次數以「一次」為最高，「二次」次之，「五次」最少。

交叉比較發現，「觀光、渡假、旅行」與「探親及訪友」目的來金者會有頻繁的來金次數，而以「觀光、渡假、旅行」目的來金者，以「一次」比例最高，但「二次」者的旅客比例也不少，金門吸引再遊人口持續展現成效，而多次來金者是未來旅遊業者可密切關注的目標群。詳細資料請參閱表 2.10.1。

表 2.10.1 主要目的與來金次數

觀光目的	全年調查樣本				合計
	觀光、渡假、旅行	探親及訪友	商務兼觀光旅遊	中轉旅客(在金停留一日以上)	
一次	608	32	14	5	659
	92.3	4.9	2.1	0.8	100
二次	162	11	12	6	191
	84.8	5.8	6.3	3.1	100
三次	70	8	12	2	92
	76.1	8.7	13.0	2.2	100
四次	21	5	1	1	28
	75.0	17.9	3.6	3.6	100
五次	11	2	2	2	17
	64.7	11.8	11.8	11.8	100
六次以上	55	28	12	3	98
	56.1	28.6	12.2	3.1	100
合計	927	86	53	19	1085
排序	1	2	3	4	

貳、旅遊方式與旅客樣本比較

一、年齡

由下表可知，來金旅客之旅遊方式以「參加旅行社套裝遊程」比例較高。

交叉比較發現，選擇「參加旅行社套裝遊程」的旅客其年齡層大部份分佈在「40-49歲」的佔26.2%。而「自行規劃行程的旅遊」之旅客，其年齡層大部份集中分佈在「20-29歲」佔28.4%。詳細資料請參閱表 2.10.2。

表 2.10.2 旅遊方式與年齡層

年齡層	全年調查樣本							合計
	19歲以下	20-29歲	30-39歲	40-49歲	50-59歲	60-69歲	70歲以上	
參加旅行社 套裝遊程	29	56	110	138	137	49	7	526
	5.5	10.6	20.9	26.2	26.0	9.3	1.3	100
自行規劃行 程的旅遊	36	159	135	125	66	37	1	559
	6.4	28.4	24.2	22.4	11.8	6.6	0.2	100
合計	65	215	245	263	203	86	8	1085
排序	6	3	2	1	4	5	7	

二、性別

旅遊方式與性別經交叉比較發現，參加旅行社套裝遊程之「男性」旅客比例為44.7%、「女性」旅客比例為55.3%，採自行規劃行程的旅遊之「男性」旅客比例為41.9%、「女性」旅客為58.1%。詳細資料請參閱表2.10.3。

表 2.10.3 旅遊方式與性別

性別	全年調查樣本		
	男	女	合計
參加旅行社套裝遊程	235	291	526
	44.7	55.3	100
自行規劃行程的旅遊	234	325	559
	41.9	58.1	100
合計	469	616	1085

參、滿意度之樣本比較

一、旅遊方式

旅遊方式與整體滿意度經交叉比較發現，旅客選擇非常不滿意與不滿意之百分比總和分佈在「自行規劃行程的旅遊」佔0.2%，而非常滿意和滿意之百分比總和分佈在「參加旅行社套裝遊程」為91.3%。詳細資料請參閱表2.10.4。

表 2.10.4 旅遊方式與整體滿意度

旅遊方式	全年調查樣本		
	參加旅行社套裝遊程	自行規劃行程的旅遊	合計
1.非常不滿意	0	0	0
	0.0	0.0	
2.不滿意	0	1	1
	0.0	0.2	
(1+2)比例總和	0.0	0.2	
3.普通	46	59	105
	8.7	10.6	
4.滿意	246	277	523
	46.8	49.6	
5.非常滿意	234	222	456
	44.5	39.7	
(4+5)比例總和	91.3	89.3	
合計	526	559	1085

二、性別

性別與整體滿意度經交叉比較發現，遊客選擇非常不滿意和不滿意之百分比總和分佈在「男性」佔0.2%。而非常滿意與滿意之百分比總和分佈在「女性」為90.3%。請參閱表2.10.5。

表 2.10.5 性別與整體滿意度

性別	全年調查樣本		
	男	女	合計
1.非常不滿意	0	0	0
	0.0	0.0	
2.不滿意	1	0	1
	0.2	0.0	
(1+2)比例總和	0.2	0.0	
3.普通	45	60	105
	9.6	9.7	
4.滿意	226	297	523
	48.2	48.2	
5.非常滿意	197	259	456
	42.0	42.0	
(4+5)比例總和	90.2	90.3	
合計	469	616	1085

第十一節 遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向 與滿意度分析

遊客基本資料：性別、年齡、教育程度、職業、平均所得、居住地、婚姻等七個變項資料；旅遊決策：主要目的；旅客動向：停留時間、蒞臨次數、交通工具等，以 t 檢定與單因子變異數分析（One-way ANOVA）方式檢定其與旅行社套裝行程滿意度、各項相關設施與服務滿意度(觀光便利性滿意度、觀光環境滿意度、服務設施滿意度)、整體滿意度、推薦回遊意願共五構面間差異分析，詳細資料請參閱表 2.11.1-2.11.13。

壹、旅行社套裝行程滿意度

一、遊客基本資料

在性別、年齡、教育程度、職業、平均所得、居住地區、婚姻方面，對旅行社套裝行程滿意度皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對旅行社套裝行程滿意度無顯著性差異。

三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著性差異。「三次」對旅行社套裝行程滿意高於「一次」者。

在停留時間方面，對旅行社套裝行程滿意度無顯著差異。

表 2.11.1 遊客基本資料與旅行社套裝行程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/ t	Scheffe法
性別	(1)男	235	4.35	0.18	
	(2)女	291	4.34		
年齡	(1)19歲以下	29	4.16	1.64	
	(2)20-29歲	56	4.38		
	(3)30-39歲	110	4.48		
	(4)40-49歲	138	4.27		
	(5)50-59歲	137	4.32		
	(6)60-69歲	49	4.20		
	(7)70歲及以上	7	4.43		
教育程度	(1)國中及以下	47	4.41	0.25	
	(2)高中、職	176	4.33		
	(3)專科、大學	271	4.35		
	(4)研究所及以上	32	4.31		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	70	4.21	1.46	
	(2)專業人員	223	4.20		
	(3)技術員及助理專業人員	77	4.15		
	(4)事務工作人員	83	4.17		
	(5)服務工作人員及售貨員	206	4.32		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	14	4.17		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	81	4.27		
	(8)學生	142	4.11		
	(9)家庭主婦	114	4.39		
	(10)退休人員	52	4.21		
	(11)其他	23	4.34		
平均所得	(1)無經常性收入	92	4.31	1.36	
	(2)2萬元以下	25	4.50		
	(3)2萬-3萬元	101	4.44		
	(4)3萬-4萬元	148	4.36		
	(5)4萬-5萬元	82	4.19		
	(6)5萬-7萬元	43	4.31		
	(7)7萬-10萬元	19	4.33		
	(8)10萬元以上	16	4.50		

表 2.11.1 遊客基本資料與旅行社套裝行程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析(續)

遊客基本資料	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/ t	Scheffe法
居住地區	(1)北部(基北桃竹苗)	197	4.40	1.66	
	(2)中部(中彰投雲嘉)	193	4.27		
	(3)南部(南高屏)	128	4.38		
	(4)東部(宜花東)	8	4.19		
婚姻	(1)已婚	369	4.36	0.79	
	(2)單身	157	4.31		

註 1：* $p < 0.05$ 。

表 2.11.2 旅遊特性與旅行社套裝行程滿意度之單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/ t	Scheffe法
主要目的	(1)觀光、渡假、旅行	508	4.34	0.72	
	(2)探親及訪友	3	4.25		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	7	4.21		
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	8	4.66		

表 2.11.3 旅客動向與旅行社套裝行程滿意度之單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/ t	Scheffe法
停留時間	(1)2天1夜	74	4.36	0.899	
	(2)3天2夜	436	4.33		
	(3)4天3夜	5	4.75		
	(4)5天(含)以上	11	4.50		
蒞臨次數	(1)一次	364	4.30	3.47	3>1
	(2)二次	91	4.37		
	(3)三次	43	4.67		
	(4)四次	8	4.13		
	(5)五次	3	3.75		
	(6)六次以上	17	4.51		

貳、各項相關設施與服務滿意度

一、遊客基本資料

在年齡方面，對各項設施與服務滿意度一構面有顯著性差異。「30-39 歲」、「50-59 歲」對觀光便利性滿意度高於「20-29 歲」者。

在教育程度方面，對各項設施與服務滿意度三構面有顯著性差異。「國中及以下」、「高中、職」對觀光便利性滿意度高於「專科、大學」者。「高中、職」對觀光環境滿意度高於「專科、大學」、「研究所及以上」者。「國中及以下」、「高中、職」對服務設施滿意度高於「專科、大學」者；「高中、職」對服務設施滿意度高於「研究所及以上」者。

在職業方面，對各項設施與服務滿意度二構面有顯著性差異。「服務工作人員及售貨員」、「家庭主婦」對觀光便利性滿意度高於「學生」者。「服務工作人員及售貨員」對觀光環境滿意度高於「學生」者。

在性別、平均所得、居住地區、婚姻方面，在各項設施與服務滿意度三構面皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對各項設施與服務滿意度三構面皆無顯著性差異。

三、旅客動向

在交通工具方面，對各項設施與服務滿意度三構面有顯著性差異。「遊覽車」對觀光便利性滿意度高於「租車機車」、「洽公單位或親友提供交通工具」者。「遊覽車」對觀光環境滿意度高於「租車機車」者。「遊覽車」對服務設施滿意度高於「租車機車」者。

在停留時間、蒞臨次數方面，各項設施與服務滿意度三構面皆無顯著差異。

表 2.11.4 遊客基本資料與各項設施與服務滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
性別	(1)男	469	4.28	4.26	4.24
	(2)女	616	4.24	4.28	4.24
	t值		0.86	-0.72	-0.12
年齡	(1)19歲以下	65	4.12	4.22	4.20
	(2)20-29歲	215	4.07	4.17	4.16
	(3)30-39歲	245	4.32	4.28	4.28
	(4)40-49歲	263	4.27	4.27	4.20
	(5)50-59歲	203	4.36	4.37	4.29
	(6)60-69歲	86	4.36	4.30	4.30
	(7)70歲及以上	8	4.44	4.53	4.60
	F值		4.70***	2.22*	1.76
	Scheffe法		3>2, 5>2	n.s	
教育程度	(1)國中及以下	67	4.26	4.40	4.41
	(2)高中、職	281	4.37	4.39	4.35
	(3)專科、大學	637	4.20	4.23	4.19
	(4)研究所及以上	100	4.22	4.15	4.15
	F值		6.22***	6.52***	7.13***
	Scheffe法		1>3, 2>3	2>3, 2>4	1>3, 2>3, 2>4
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	70	4.19	4.23	4.21
	(2)專業人員	223	4.24	4.23	4.20
	(3)技術員及助理專業人員	77	4.21	4.21	4.15
	(4)事務工作人員	83	4.27	4.26	4.17
	(5)服務工作人員及售貨員	206	4.38	4.37	4.32
	(6)農、林、漁、牧工作人員	14	4.14	4.36	4.17
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力	81	4.33	4.23	4.27
	(8)學生	142	3.98	4.10	4.11
	(9)家庭主婦	114	4.44	4.46	4.40
	(10)退休人員	523	4.27	4.27	4.21
	(11)其他	23	4.33	4.40	4.35
	F值		4.12***	3.08***	2.24*
	Scheffe法		5>8, 9>8	5>8	n.s

註 1：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.05$ ，*** $p < 0.001$ 。

表 2.11.4 遊客基本資料與各項設施與服務滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析(續)

遊客基本資料	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
平均所得	(1)無經常性收入	198	4.23	4.29	4.26
	(2)2萬元以下	70	4.17	4.34	4.36
	(3)2萬-3萬元	180	4.33	4.34	4.22
	(4)3萬-4萬元	269	4.29	4.28	4.26
	(5)4萬-5萬元	161	4.26	4.24	4.20
	(6)5萬-7萬元	119	4.18	4.15	4.13
	(7)7萬-10萬元	46	4.18	4.10	4.01
	(8)10萬元以上	42	4.35	4.40	4.28
	F值		0.86	1.97	2.32*
	Scheffe法				n.s
居住地區	(1)北部(基北桃竹苗)	448	4.26	4.31	4.25
	(2)中部(中彰投雲嘉)	325	4.27	4.25	4.24
	(3)南部(南高屏)	275	4.26	4.25	4.23
	(4)東部(宜花東)	22	4.23	4.25	4.10
	(5)離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	9	4.22	4.25	4.20
	(6)海外	6	4.17	4.04	4.17
	F值		0.66	0.31	1.85
	Scheffe法				
婚姻	(1)已婚	659	4.33	4.31	4.26
	(2)單身	426	4.15	4.22	4.20
	t值		4.31	2.23	1.79

表 2.11.5 旅遊特性與各項設施與服務滿意度之單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
主要目的	(1)觀光、渡假、旅行	927	4.27	4.28	4.25
	(2)探親及訪友	86	4.09	4.17	4.10
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	53	4.25	4.24	4.21
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	19	4.42	4.47	4.24
	F值		2.09	1.55	1.60
	Scheffe法				

表 2.11.6 旅客動向與各項設施與服務滿意度之單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
停留時間	(1)2天1夜	182	4.33	4.31	4.24
	(2)3天2夜	738	4.28	4.29	4.27
	(3)4天3夜	89	4.08	4.14	4.10
	(4)5天(含)以上	76	4.11	4.16	4.08
	F值		3.82**	2.52	3.98**
	Scheffe法		n.s		n.s
蒞臨次數	(1)一次	659	4.24	4.27	4.23
	(2)二次	191	4.24	4.19	4.21
	(3)三次	92	4.36	4.38	4.34
	(4)四次	28	4.30	4.29	4.18
	(5)五次	17	4.47	4.35	4.19
	(6)六次以上	98	4.28	4.34	4.26
	F值		0.83	1.54	0.76
	Scheffe法				
交通工具	(1)遊覽車	527	4.39	4.38	4.35
	(2)租用汽車	135	4.17	4.21	4.21
	(3)租用機車	247	4.10	4.11	4.07
	(4)計程車	18	4.17	4.33	4.26
	(5)洽公單位或親友提供	107	4.12	4.23	4.18
	(6)公車	42	4.18	4.10	4.07
	(7)自行車	6	4.42	4.33	4.03
	(8)其他	2	4.25	4.38	4.08
	F值		5.91***	5.71***	5.87***
	Scheffe法		1>3, 1>5	1>3	1>3

註1：交通工具中「徒步」剔除1筆資料。

註2：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.05$ ，*** $p < 0.001$ 。

參、整體滿意度

一、遊客基本資料

在性別、年齡、教育程度、職業、平均所得、居住地區、婚姻方面，對整體滿意度皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對整體滿意度無顯著性差異。

三、旅客動向

在停留時間、蒞臨次數、交通工具方面，對整體滿意度皆無顯著差異。

表 2.11.7 遊客基本資料與整體滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	整體滿意度	F/ t	Scheffe法
性別	(1)男	469	4.32	-0.81	
	(2)女	616	4.32		
年齡	(1)19歲以下	65	4.25	1.54	
	(2)20-29歲	215	4.27		
	(3)30-39歲	245	4.38		
	(4)40-49歲	263	4.27		
	(5)50-59歲	203	4.34		
	(6)60-69歲	86	4.43		
	(7)70歲及以上	8	4.50		
教育程度	(1)國中及以下	67	4.51	3.00*	n.s
	(2)高中、職	281	4.37		
	(3)專科、大學	637	4.29		
	(4)研究所及以上	100	4.28		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	70	4.30	1.40	
	(2)專業人員	223	4.30		
	(3)技術員及助理專業人員	77	4.26		
	(4)事務工作人員	83	4.31		
	(5)服務工作人員及售貨員	206	4.39		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	14	4.29		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	81	4.28		
	(8)學生	142	4.20		
	(9)家庭主婦	114	4.46		
	(10)退休人員	52	4.35		
	(11)其他	23	4.35		
平均所得	(1)無經常性收入	198	4.35	1.23	
	(2)2萬元以下	70	4.36		
	(3)2萬-3萬元	180	4.33		
	(4)3萬-4萬元	269	4.31		
	(5)4萬-5萬元	161	4.34		
	(6)5萬-7萬元	119	4.26		
	(7)7萬-10萬元	46	4.11		
	(8)10萬元以上	42	4.43		

表 2.11.8 遊客基本資料與整體滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析(續)

遊客基本資料	選項	樣本數	整體滿意度	F/ t	Scheffe法
居住地區	(1)北部(基北桃竹苗)	448	4.38	1.85	
	(2)中部(中彰投雲嘉)	325	4.25		
	(3)南部(南高屏)	275	4.32		
	(4)東部(宜花東)	22	4.32		
	(5)離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	9	4.44		
	(6)海外	6	4.00		
婚姻	(1)已婚	659	4.36	1.53	
	(2)單身	426	4.27		

表 2.11.9 旅遊特性與整體滿意度之單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	整體滿意度	F/ t	Scheffe法
主要目的	(1)觀光、渡假、旅行	927	4.32	0.34	
	(2)探親及訪友	86	4.38		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	53	4.30		
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	19	4.37		

表 2.11.10 旅客動向與整體滿意度之單因子變異數分析

旅客動向	選項	樣本數	整體滿意度	F/ t	Scheffe法
停留時間	(1)2天1夜	182	4.30	0.57	
	(2)3天2夜	738	4.34		
	(3)4天3夜	89	4.30		
	(4)5天(含)以上	76	4.25		
蒞臨次數	(1)一次	659	4.29	1.33	
	(2)二次	191	4.31		
	(3)三次	92	4.41		
	(4)四次	28	4.50		
	(5)五次	17	4.29		
	(6)六次以上	98	4.40		
交通工具	(1)遊覽車	527	4.36	1.07	
	(2)租用汽車	135	4.30		
	(3)租用機車	247	4.26		
	(4)計程車	18	4.22		
	(5)洽公單位或親友提供	107	4.37		
	(6)公車	42	4.19		
	(7)自行車	6	4.50		
	(8)其他	2	4.00		

註 1：交通工具中「徒步」剔除 1 筆資料。

肆、推薦回遊意願度

一、遊客基本資料

在性別、年齡、教育程度、職業、平均所得、居住地區、婚姻方面，對推薦回遊意願度皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對推薦回遊意願度無顯著性差異。

三、旅客動向

在停留時間、蒞臨次數、交通工具方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

表 2.11.11 遊客基本資料與推薦回遊意願度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	推薦回遊 意願	F/ t	Scheffe法
性別	(1)男	469	4.36	-0.12	
	(2)女	616	4.37		
年齡	(1)19歲以下	65	4.28	1.18	
	(2)20-29歲	215	4.29		
	(3)30-39歲	245	4.32		
	(4)40-49歲	263	4.39		
	(5)50-59歲	203	4.38		
	(6)60-69歲	86	4.38		
	(7)70歲及以上	3	4.44		
教育程度	(1)國中及以下	67	4.46	1.80	
	(2)高中、職	281	4.42		
	(3)專科、大學	637	4.33		
	(4)研究所及以上	100	4.38		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	70	4.37	1.58	
	(2)專業人員	223	4.36		
	(3)技術員及助理專業人員	77	4.36		
	(4)事務工作人員	83	4.32		
	(5)服務工作人員及售貨員	206	4.44		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	14	4.29		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	81	4.35		
	(8)學生	142	4.25		
	(9)家庭主婦	114	4.51		
	(10)退休人員	52	4.30		
	(11)其他	23	4.22		
平均所得	(1)無經常性收入	198	4.38	1.46	
	(2)2萬元以下	70	4.40		
	(3)2萬-3萬元	180	4.39		
	(4)3萬-4萬元	269	4.37		
	(5)4萬-5萬元	161	4.34		
	(6)5萬-7萬元	119	4.38		
	(7)7萬-10萬元	46	4.10		
	(8)10萬元以上	42	4.50		

表 2.11.11 遊客基本資料與推薦回遊意願度之 t 檢定與單因子變異數分析(續)

遊客基本資料	選項	樣本數	推薦回遊意願	F/ t	Scheffe法
居住地區	(1)北部(基北桃竹苗)	448	4.39	1.75	
	(2)中部(中彰投雲嘉)	325	4.30		
	(3)南部(南高屏)	275	4.4		
	(4)東部(宜花東)	22	4.34		
	(5)離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	9	4.78		
	(6)海外	6	4.42		
婚姻	(1)已婚	659	4.39	1.53	
	(2)單身	426	4.33		

表 2.11.12 旅遊特性與推薦回遊意願度之單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	推薦回遊意願	F/ t	Scheffe法
主要目的	(1)觀光、渡假、旅行	927	4.36	0.70	
	(2)探親及訪友	86	4.46		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	53	4.37		
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	19	4.29		

表 2.11.13 旅客動向與推薦回遊意願度之單因子變異數分析

旅客動向	選項	樣本數	推薦回遊意願	F/ t	Scheffe法
停留時間	(1)2天1夜	182	4.34	0.16	
	(2)3天2夜	738	4.37		
	(3)4天3夜	89	4.39		
	(4)5天(含)以上	76	4.36		
蒞臨次數	(1)一次	659	4.31	3.07**	n.s
	(2)二次	191	4.38		
	(3)三次	92	4.53		
	(4)四次	28	4.55		
	(5)五次	17	4.56		
	(6)六次以上	98	4.44		
交通工具	(1)遊覽車	527	4.36	1.17	
	(2)租用汽車	135	4.41		
	(3)租用機車	247	4.33		
	(4)計程車	18	4.14		
	(5)洽公單位或親友提供	107	4.48		
	(6)公車	42	4.32		
	(7)自行車	6	4.50		
	(8)其他	2	4.00		

註 1：交通工具中「徒步」剔除 1 筆資料。

第三章 中轉台商客群之調查發現

第一節 樣本特徵比較

壹、樣本組成

本問卷調查於 105 年 01 月至 105 年 12 月期間進行資料收集工作，總計完成有效問卷 1073 份，本問卷調查針對「中轉目的之台商與眷屬」進行問卷施測，其餘屬性旅客不在本調查範圍內，故只紀錄隨機所抽樣之人次，抽樣誤差為 $\pm 2.99\%$ ，信賴區間為 95%，抽樣樣本分配如表 3.1.1。

表 3.1.1 抽樣樣本分配表

來金主要目的		全年調查樣本	
		人數	百分比(%)
中轉目的	小三通中轉台商	892	16.5
	中轉台商兼金門旅遊	122	2.3
	中轉台商之眷屬親戚	59	1.1
非中轉目的	台灣觀光旅客	1005	18.6
	大陸觀光旅客	2151	39.8
	金門本地居民	1059	19.6
	其他(外國人)	114	2.1
合計		5402	100.0

貳、量表信度分析

本問卷有關中轉旅客對小三通中轉服務的滿意度構面的信度分析結果，本量表之 Cronbach α 係數值均為 0.86，其顯示本調查所使用之評估量表是具有相當高的可信度。

參、人口統計變數之樣本結構

有關人口統計變數之樣本結構分析，整理如下表 3.1.2，請參閱。

表 3.1.2 人口統計變數之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、年齡	19歲以下	12	1.1
	20-29歲	114	10.6
	30-39歲	276	25.7
	40-49歲	307	28.6
	50-59歲	280	26.1
	60-69歲	82	7.6
	70歲及以上	2	0.2
	小計	1073	100.0
二、教育程度	國中及以下	22	2.1
	高中、職	334	31.1
	大專、大學	523	48.7
	研究所及以上	194	18.1
	小計	1073	100.0
三、職業	專業人員	371	34.6
	民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	208	19.4
	事務工作人員	124	11.6
	服務工作人員及售貨員	95	8.9
	技術員及助理專業人員	74	6.9
	技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	66	6.2
	農、林、漁、牧工作人員	62	5.8
	退休人員	27	2.5
	學生	27	2.5
	家庭主婦	16	1.5
	其他	3	0.3
	小計	1073	99.7
四、平均所得	3萬元以下	91	8.5
	3萬-5萬元	174	16.2
	5萬-7萬元	343	32.0
	7萬-10萬元	323	30.1
	10萬元以上	116	10.8
	其他	26	2.4
	小計	1073	97.6

表 3.1.2 人口統計變數之樣本結構分析(續)

	類別	樣本數	百分比(%)
五、性別	男	882	82.2
	女	191	17.8
	小計	1073	100.0
六、婚姻	已婚	744	69.3
	單身	329	30.7
	小計	1073	100.0
七、居住地 (一)戶籍設在金門之中轉 台商其在台居住地	北部地區(基北桃竹苗)	36	52.2
	中部地區(中彰投雲嘉)	18	26.1
	南部地區(南高屏)	15	21.7
	東部地區(宜花東)	0	0.0
	離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	0	0.0
	海外地區	0	0.0
	小計	69	100.0
(二)戶籍未設在金門之中 轉台商其在台居住地	北部地區(基北桃竹苗)	461	45.9
	中部地區(中彰投雲嘉)	270	26.9
	南部地區(南高屏)	264	26.3
	東部地區(宜花東)	4	0.4
	離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	5	0.5
	海外地區	0	0.0
	小計	1004	100.0
八、公司職級	二級主管	403	37.6
	員工	278	25.9
	一級主管	203	18.9
	負責人	118	11.0
	台商眷屬	60	5.6
	其他	11	1.0
	小計	1073	100.0

第二節 樣本特徵分析

壹、中轉台商與非中轉觀光旅客之比例

本問卷調查總計完成「小三通中轉目的之台商」1077份(19.9%)，「台灣觀光旅客」1005份(18.6%)，「大陸觀光旅客」2151(39.8%)，「金門本地居民」1059(19.6%)，「其他(外國人)」114份(2.1%)，本問卷調查針對「中轉目的之台商與眷屬」進行問卷施測，其餘屬性旅客不在本調查範圍內，故只記錄隨機所抽樣之人次，詳細資料參閱表/圖3.2.1。

表 3.2.1 中轉旅客來金主要目的

來金主要目的		全年調查樣本	
		人數	百分比(%)
中轉目的	小三通中轉台商	892	16.5
	中轉台商兼金門旅遊	122	2.3
	中轉台商之眷屬親戚	59	1.1
非中轉目的	台灣觀光旅客	1005	18.6
	大陸觀光旅客	2151	39.8
	金門本地居民	1059	19.6
	其他(外國人)	114	2.1
合計		5402	100.0

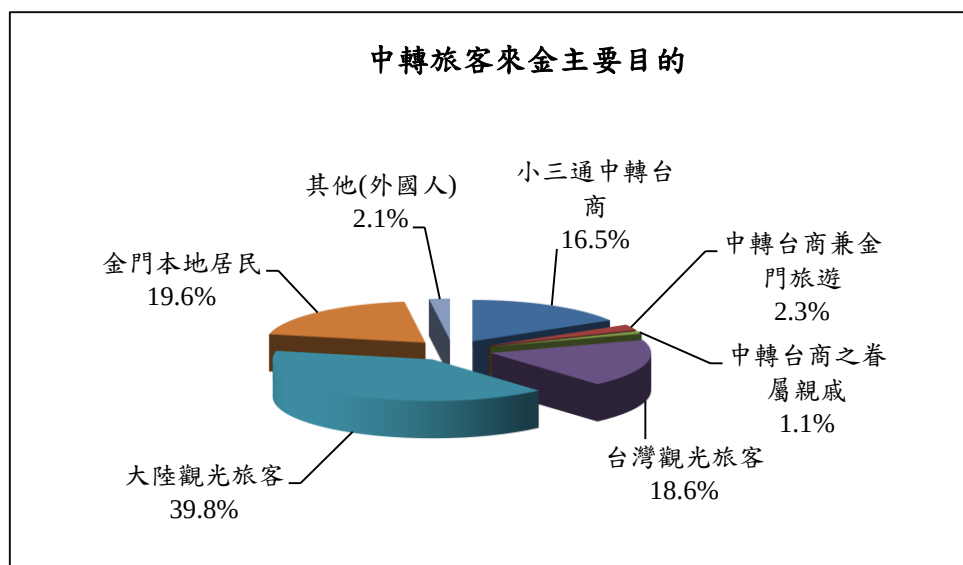


圖 3.2.1 中轉旅客來金主要目的

貳、年齡

中轉台商中以「40-49歲」年齡層之旅客最多佔28.6%，「50-59歲」旅客次之佔26.1%，「30-39歲」旅客佔25.7%為第三，詳細資料參閱表/圖3.2.2。

表 3.2.2 中轉台商年齡分佈

年齡	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
19歲以下	12	1.1
20-29歲	114	10.6
30-39歲	276	25.7
40-49歲	307	28.6
50-59歲	280	26.1
60-69歲	82	7.6
70歲及以上	2	0.2
合計	1073	100.0

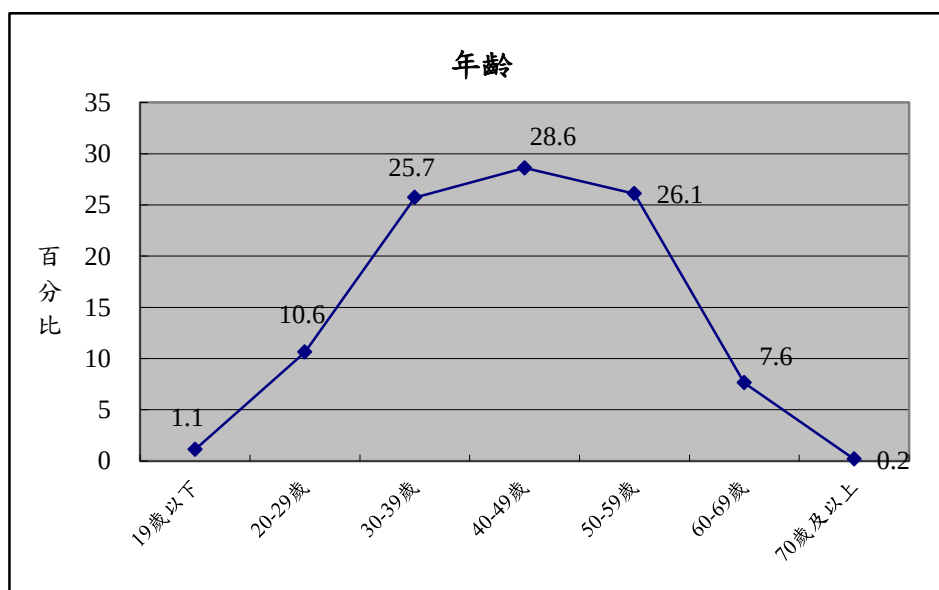


圖 3.2.2 中轉旅客年齡分佈

參、教育程度

中轉台商的教育程度，以「大專、大學」所佔比例最高為 48.7%，「高中、職」居次之佔 31.1%，詳細資料參閱表/圖 3.2.3。

表 3.2.3 中轉台商教育程度

教育程度	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
國中及以下	22	2.1
高中、職	334	31.1
大專、大學	523	48.7
研究所及以上	194	18.1
合計	1073	100.0

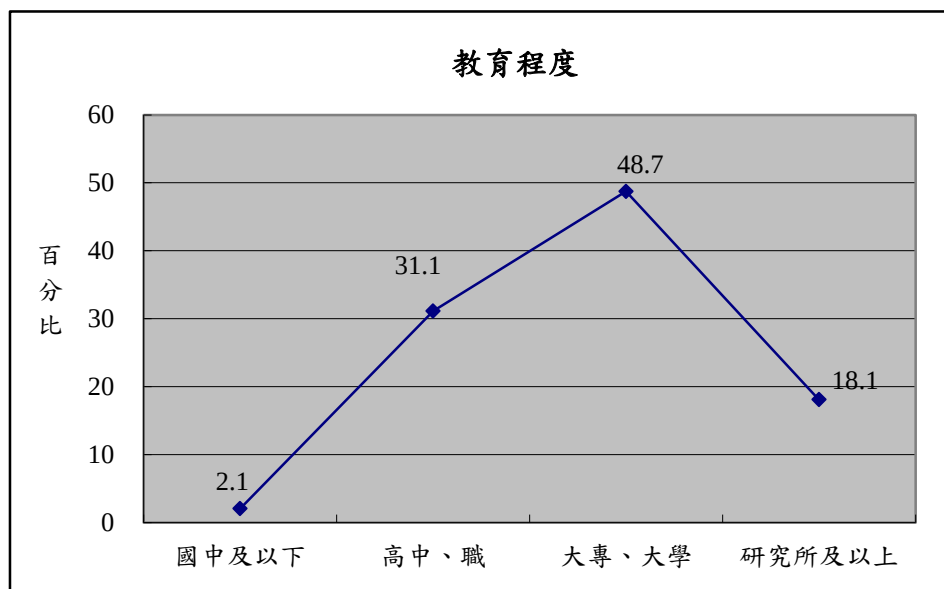


圖 3.2.3 中轉台商教育程度

肆、職業

中轉台商的職業中，以「專業人員(教師、工程師、作家、畫家...)」佔 34.6%為最高比例，其次為「民意代表、行政主管、企業主管及經理人員」佔 19.4%，「事務工作人員」佔 11.6%為第三，詳細資料參閱表/圖 3.2.4。

表 3.2.4 中轉台商職業

職業	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
專業人員	371	34.6
民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	208	19.4
事務工作人員	124	11.6
服務工作人員及售貨員	95	8.9
技術員及助理專業人員	74	6.9
技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	66	6.2
農、林、漁、牧工作人員	62	5.8
退休人員	27	2.5
學生	27	2.5
家庭主婦	16	1.5
其他	3	0.3
合計	1073	100.0

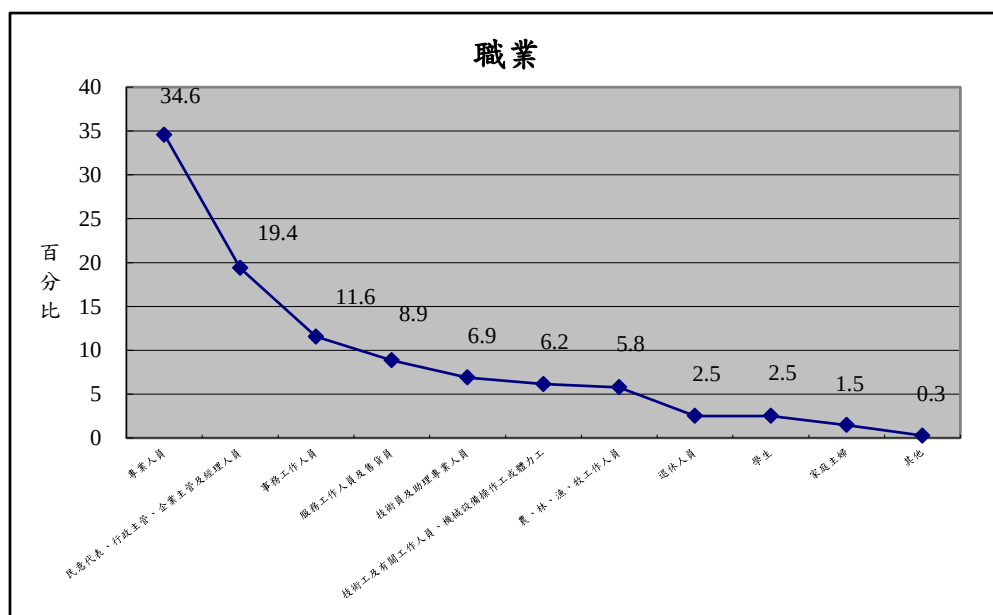


圖 3.2.4 中轉台商職業

伍、平均所得

中轉台商每月平均所得，以「5 萬-7 萬元」者最多佔 32.0%，其次為「7 萬-10 萬元」者佔 30.1%，而「3 萬-5 萬元」者佔 16.2%為第三，詳細資料參閱表/圖 3.2.5。

表 3.2.5 中轉台商每月平均所得

平均所得	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
3萬元以下	91	8.5
3萬-5萬元	174	16.2
5萬-7萬元	343	32.0
7萬-10萬元	323	30.1
10萬元以上	116	10.8
其他	26	2.4
合計	1073	100.0

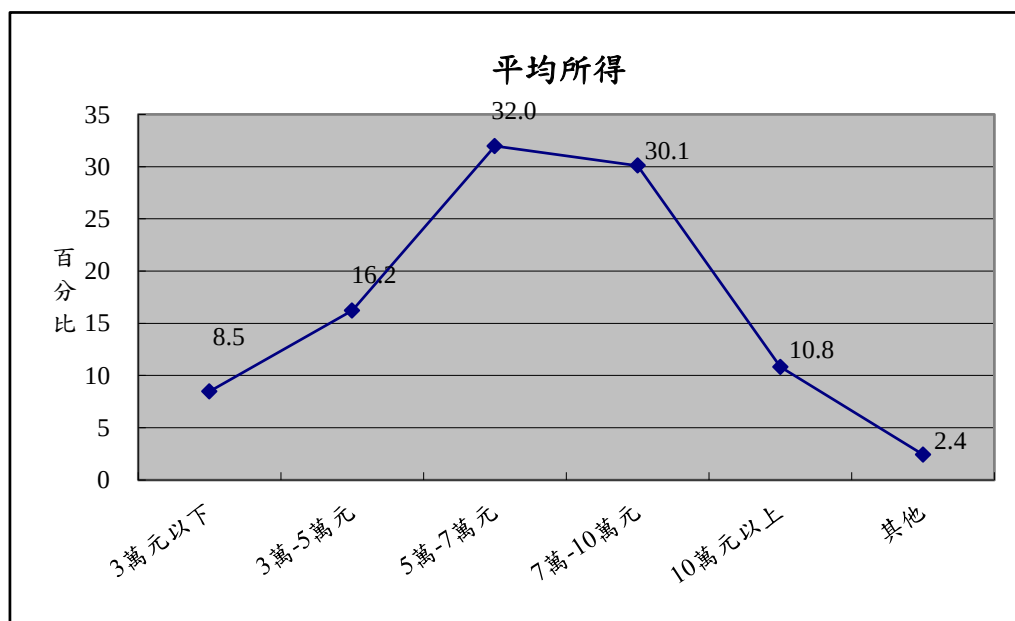


圖 3.2.5 中轉台商每月平均所得

陸、性別

表3.2.6顯示，中轉台商「男性」旅客佔82.2%，「女性」旅客佔17.8%，詳細資料參閱圖3.2.6。

表 3.2.6 中轉台商性別分佈

性別	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
男	882	82.2
女	191	17.8
合計	1073	100.0

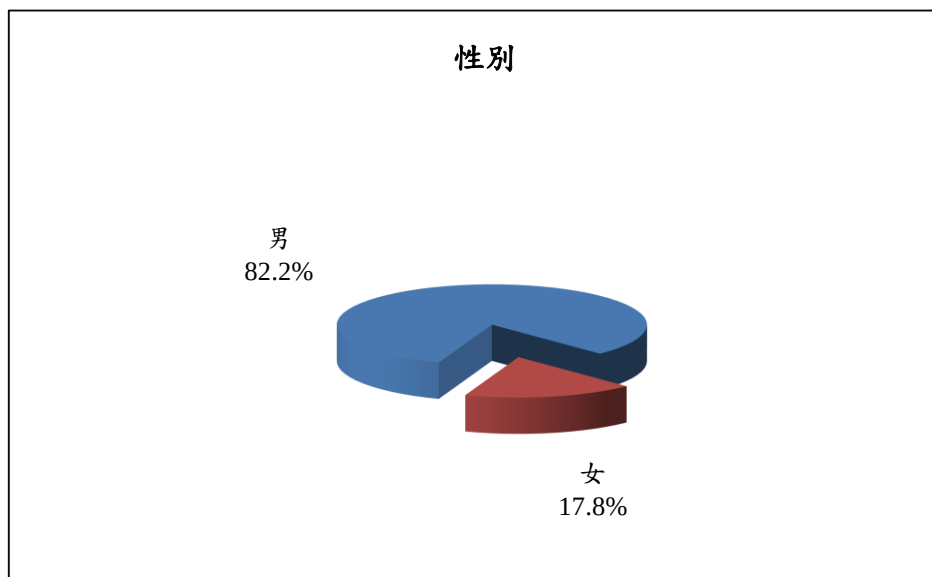


圖 3.2.6 中轉台商性別分佈

柒、婚姻

表3.2.7顯示，中轉台商「已婚」旅客佔69.3%，「單身」旅客佔30.7%，詳細資料參閱圖3.2.7。

表 3.2.7 中轉台商婚姻分佈

婚姻	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
已婚	744	69.3
單身	329	30.7
合計	1073	100.0

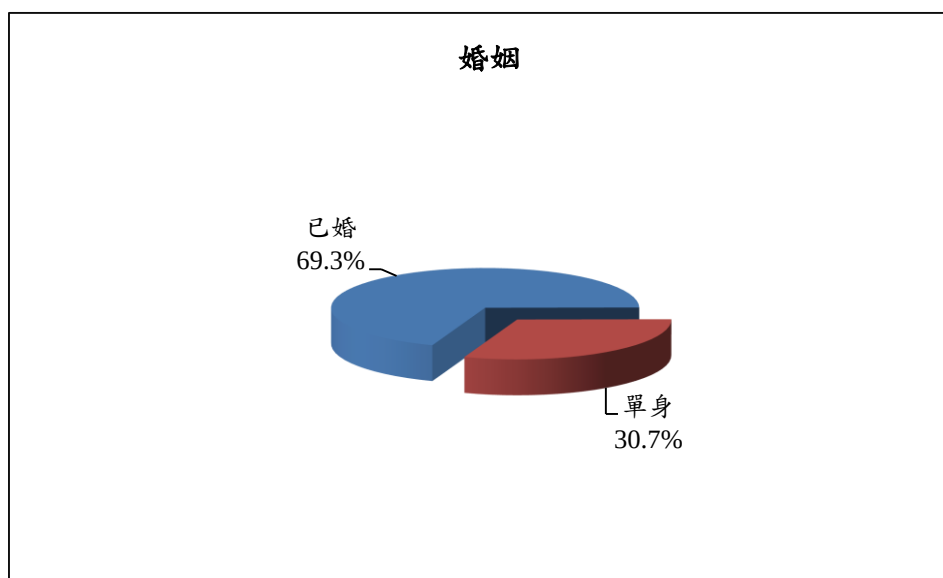


圖 3.2.7 中轉台商婚姻分佈

捌、居住地

一、戶籍設在金門之中轉台商其在台居住地

由表3.2.8得知，中轉台商散居台灣各地，戶籍設在金門之台商其在台居住地以「北部地區（基北桃竹苗）」的旅客最多，佔52.2%，「中部地區（中彰投雲嘉）」旅客次之佔26.1%，「南部地區（南高屏）」旅客佔21.7%為第三，其餘請參閱表3.2.8。

表 3.2.8 設籍金門之中轉台商其在台居住地

居住地	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
北部地區(基北桃竹苗)	36	52.2
中部地區(中彰投雲嘉)	18	26.1
南部地區(南高屏)	15	21.7
東部地區(宜花東)	0	0.0
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	0	0.0
合計	69	100.0

二、戶籍未設在金門之中轉台商其在台居住地

由表 3.2.9 得知，中轉台商散居台灣各地，戶籍未設在金門之台商其在台居住地以「北部地區（基北桃竹苗）」的旅客最多佔 45.9%，「中部地區（中彰投雲嘉）」的旅客次之佔 26.9%，「南部地區（南高屏）」旅客佔 26.3% 為第三，其餘請參閱表 3.2.9。

表 3.2.9 未設籍金門之中轉台商其在台居住地

居住地	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
北部地區(基北桃竹苗)	461	45.9
中部地區(中彰投雲嘉)	270	26.9
南部地區(南高屏)	264	26.3
東部地區(宜花東)	4	0.4
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	5	0.5
合計	1004	100.0

玖、公司職級

由表3.2.10得知，中轉台商在公司職級以「二級主管」居多，佔37.6%，「員工」次之佔25.9%，「一級主管」佔18.9%為第三，「負責人」佔11.0%，「台商眷屬」佔5.6%，請參閱圖3.2.8。

表 3.2.10 中轉台商在公司職級

公司職級	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
二級主管	403	37.6
員工	278	25.9
一級主管	203	18.9
負責人	118	11.0
台商眷屬	60	5.6
其他*	11	1.0
合計	1073	100.0

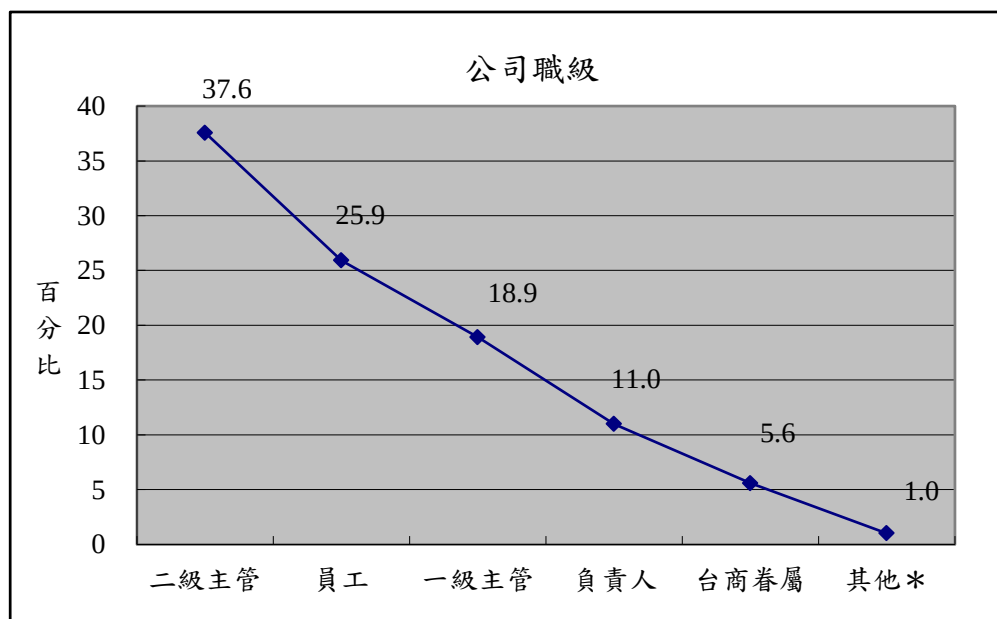


圖 3.2.8 中轉台商在公司職級

第三節 旅遊決策

壹、樣本結構

有關旅遊決策之樣本結構分析，整理如下表 3.3.1，請參閱。

表 3.3.1 旅遊決策之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、入境地點	台北松山機場	492	45.9
	台中清泉崗機場	223	20.8
	高雄小港機場	162	15.1
	台南機場	130	12.1
	嘉義水上機場	60	5.6
	澎湖	5	0.5
	其他*	1	0.1
	小計	1073	100.0
二、搭乘之客輪	和平之星	168	15.7
	新金龍	145	13.5
	五緣號	137	12.8
	八方輪	110	10.3
	馬可波羅	107	10.0
	新武夷	98	9.1
	金星輪	96	8.9
	東方之星	73	6.8
	捷安輪	50	4.7
	金祥龍輪	35	3.3
	泉金輪	32	3.0
	迅安輪	17	1.6
	蓬江輪	5	0.5
	小計	1073	100.0
三、套裝行程	立榮金廈一條龍	548	51.1
	華信快易通	156	14.5
	復興金廈快線	143	13.3
	遠東金廈任我行	117	10.9
	未購買套裝行程	106	9.9
	其他*	3	0.3
	小計	1073	100.0

貳、入境地點

由表3.3.2得知，中轉旅客由「台北松山機場」入境者最多佔45.9%，由「台中清泉崗機場」入境者比例為20.8%次之，自「高雄小港機場」入境者佔15.1%為第三，「台南機場」佔12.1%，「嘉義水上機場」入境者佔5.6%，詳細資料參閱表3.3.2/圖3.3.1。

表 3.3.2 中轉台商入境地點

入境地點	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
台北松山機場	492	45.9
台中清泉崗機場	223	20.8
高雄小港機場	162	15.1
台南機場	130	12.1
嘉義水上機場	60	5.6
澎湖	5	0.5
其他*	1	0.1
合計	1073	100.0

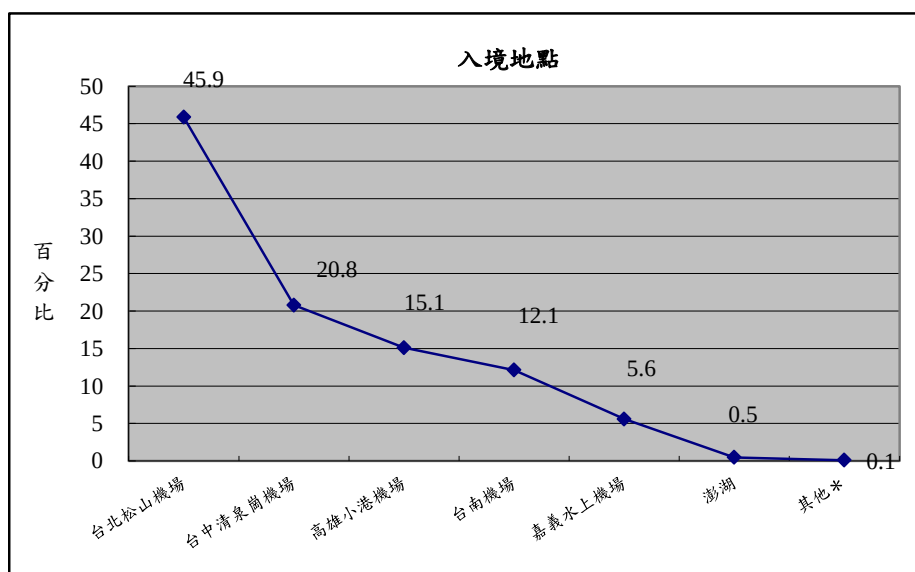


圖 3.3.1 中轉台商入境地點

參、搭乘之客輪

由表3.3.3得知，中轉旅客搭乘「和平之星」至大陸最多佔15.7%，搭乘「新金龍」至大陸為次之佔13.5%，搭乘「五緣號」至大陸佔12.8%為第三，詳細資料參閱表3.3.3/圖3.3.2。

表 3.3.3 中轉台商搭乘之客輪

搭乘之客輪	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
和平之星	168	15.7
新金龍	145	13.5
五緣號	137	12.8
八方輪	110	10.3
馬可波羅	107	10.0
新武夷	98	9.1
金星輪	96	8.9
東方之星	73	6.8
捷安輪	50	4.7
金祥龍輪	35	3.3
泉金輪	32	3.0
迅安輪	17	1.6
蓬江輪	5	0.5
合計	1073	100.0

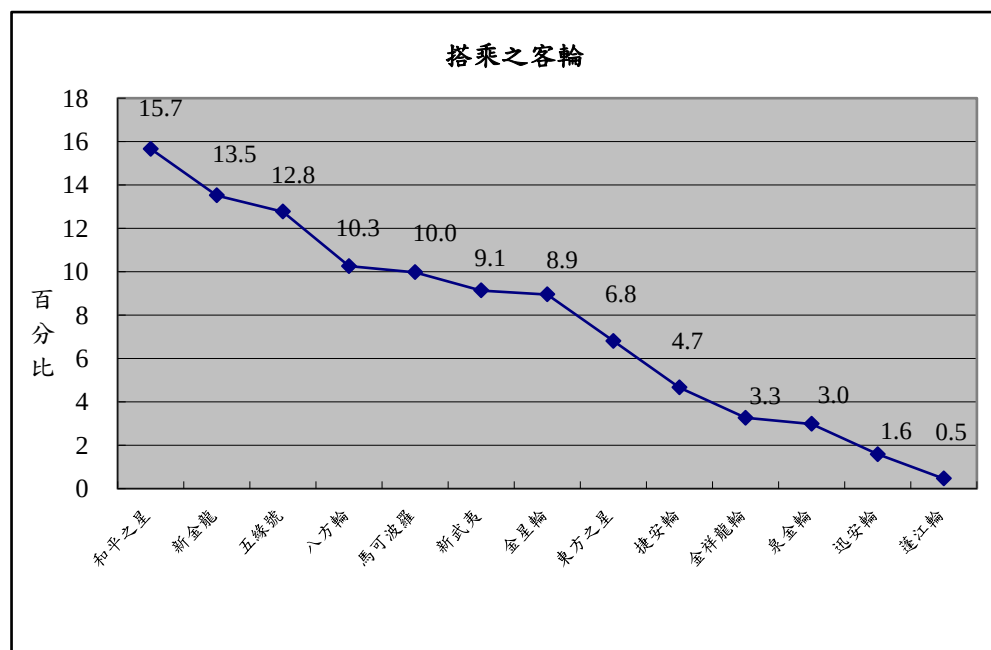


圖 3.3.2 中轉台商搭乘之客輪

肆、套裝行程

由表3.3.4顯示，購買「立榮金廈一條龍」的中轉旅客為最大多數佔51.1%，而「華信快易通」者佔14.5%，購買「復興金廈快線」者佔13.3%，購買「遠東金廈任我行」者佔10.9%，詳細資料參閱表3.3.4/圖3.3.3。

表 3.3.4 中轉台商購買小三通自由套裝行程

套裝行程	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
立榮金廈一條龍	548	51.1
華信快易通	156	14.5
復興金廈快線	143	13.3
遠東金廈任我行	117	10.9
未購買套裝行程	106	9.9
其他*	3	0.3
合計	1073	100.0

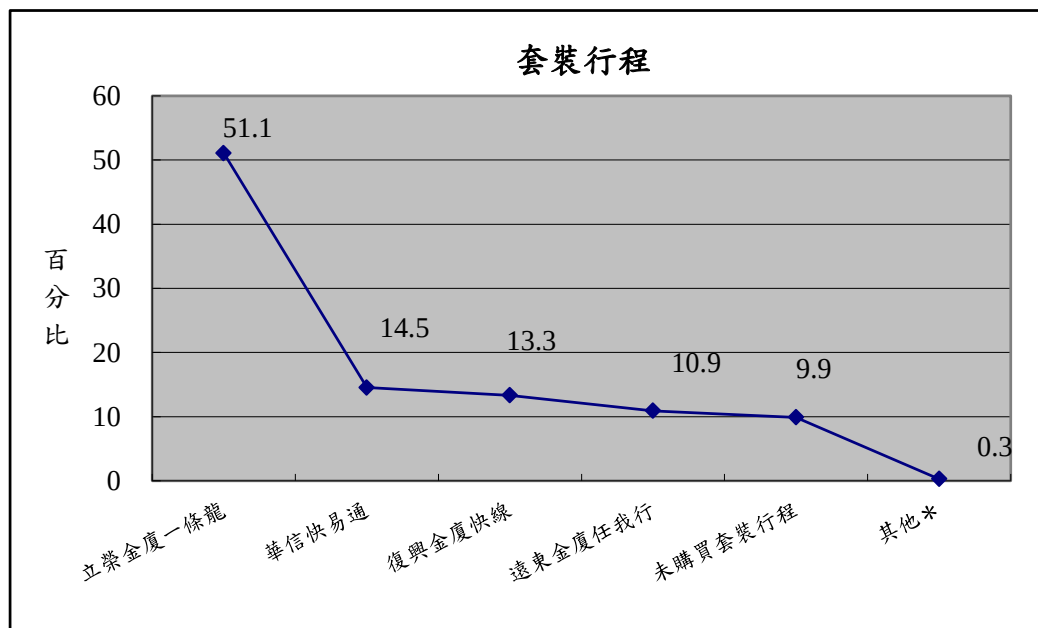


圖 3.3.3 中轉台商購買小三通自由套裝行程

第四節 過境情形

壹、樣本結構

有關過境情形之樣本結構分析，整理如下表 3.4.1，請參閱。

表 3.4.1 過境情形之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、在金停留時間	當日直接中轉	938	87.4
	在金門停留一夜	105	9.8
	在金門停留二夜	16	1.5
	在金門停留三夜以上	14	1.3
	小計	1073	100.0
二、往返間隔	一週	35	3.3
	半個月	149	13.9
	一個月	182	17.0
	二個月	415	38.7
	三個月以上	292	27.2
	小計	1073	100.0
三、工作地點	福建省*	516	48.1
	江蘇(上海)	215	20.0
	廣東	88	8.2
	浙江	64	6.0
	河北(北京)	62	5.8
	四川	36	3.4
	廣西	34	3.2
	江西	32	3.0
	安徽	29	2.7
	海南	22	2.1
	湖南	17	1.6
	雲南	17	1.6
	甘肅	14	1.3
	貴州	9	0.8
	詳細資料參閱表3.4.4		
	*本題為複選題，百分比=人數／1073(問卷總份數)		
四、商務之旅年限	不到一年	72	6.7
	一年	152	14.2
	二年	214	19.9
	三年	338	31.5
	四年	169	15.8
	五年以上	128	11.9
	小計	1073	100.0

貳、在金停留時間

由表3.4.2顯示，中轉台商在金停留天數以「當日直接中轉」者居多所佔比例為87.4%，「在金門停留一夜」的旅客佔9.8%，詳細資料參閱表3.4.2/圖3.4.1。

表 3.4.2 中轉台商來金停留時間

在金停留時間	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
當日直接中轉	938	87.4
在金門停留一夜	105	9.8
在金門停留二夜	16	1.5
在金門停留三夜以上	14	1.3
合計	1073	100.0

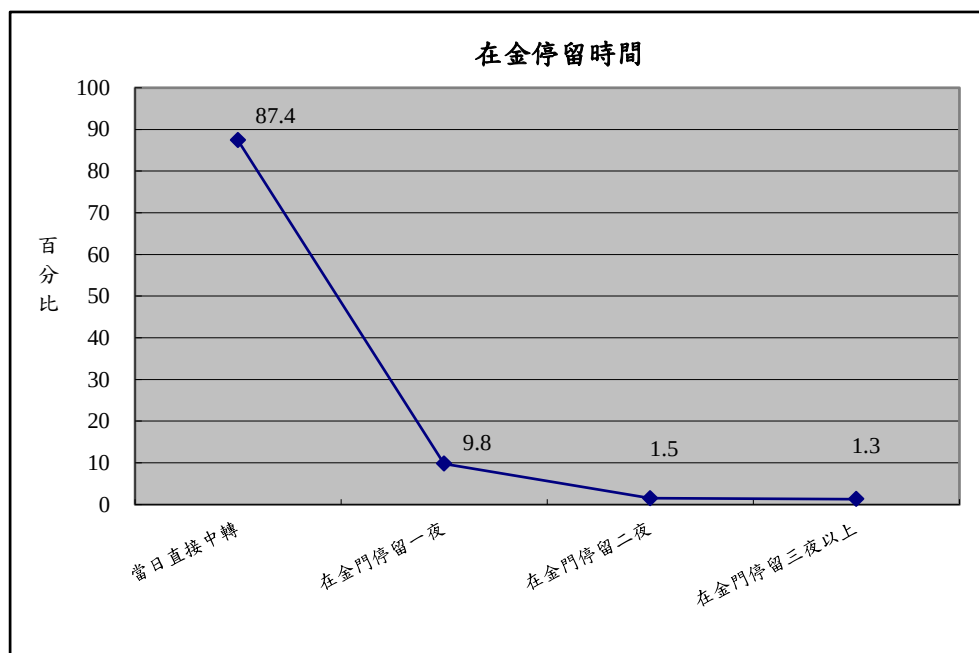


圖 3.4.1 中轉台商來金停留時間

參、往返間隔

由表3.4.3顯示，往返間隔以「二個月」的旅客所佔比例最高佔38.7%，其次為「三個月以上」佔27.2%，「一個月」為第三佔17.0%，詳細資料參閱表3.4.3/圖3.4.2。

表 3.4.3 中轉台商往返兩岸間隔

往返間隔	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
一週	35	3.3
半個月	149	13.9
一個月	182	17.0
二個月	415	38.7
三個月以上	292	27.2
合計	1073	100.0

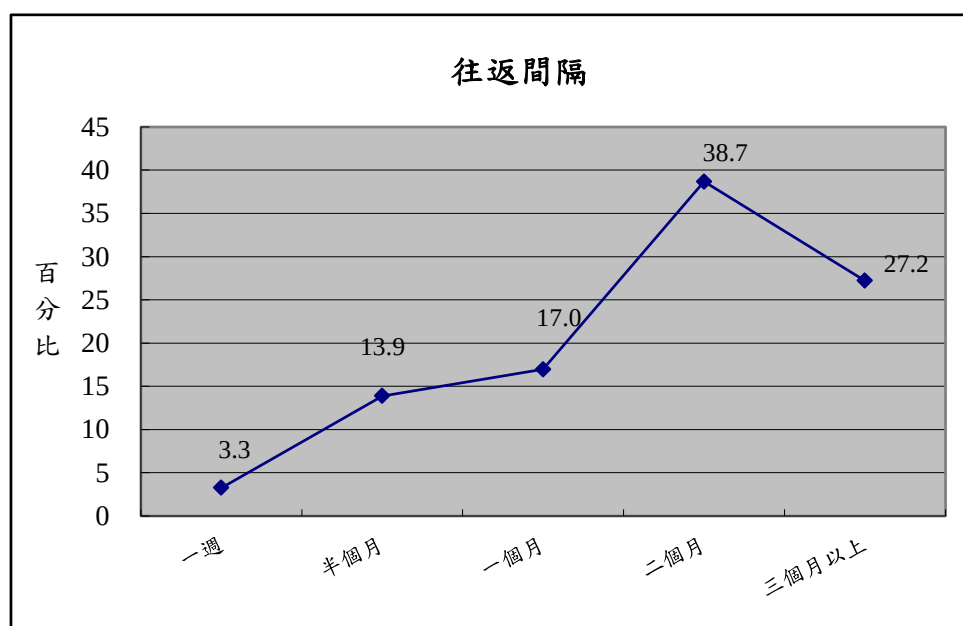


圖 3.4.2 中轉台商往返兩岸間隔

肆、工作地點

由表3.4.4得知，中轉台商在大陸之工作地點地分散，但其中以「福建省」的旅客最多，佔48.1%，「江蘇（上海）」旅客次之佔20.0%，「廣東」旅客佔8.2%為第三，其餘請參閱表3.4.4。

表 3.4.4 中轉台商在大陸工作地點

工作地點	全年調查樣本	
	次數	相對次數
福建省*	516	48.1
江蘇(上海)	215	20.0
廣東	88	8.2
浙江	64	6.0
河北(北京)	62	5.8
四川	36	3.4
廣西	34	3.2
江西	32	3.0
安徽	29	2.7
海南	22	2.1
湖南	17	1.6
雲南	17	1.6
甘肅	14	1.3
貴州	9	0.8
湖北	8	0.7
河南	8	0.7
陝西	6	0.6
遼寧	4	0.4
山西	4	0.4
山東	4	0.4
蒙古	2	0.2
吉林	1	0.1

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1073份)

*其中「福建省」以廈門市居多，還包括泉州、福州、漳州、莆田、石獅等地方。

伍、商務之旅年限

由表3.4.5得知，自小三通開放後，使用小三通往返兩岸從事商務之旅之旅客其中以「三年」所佔比率最高為31.5%，其次為「二年」佔19.9%，「四年」旅客佔15.8%為第三，其餘請參閱表3.4.5/圖3.4.3。

表 3.4.5 經小三通從事商務之旅年限

商務之旅年限	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
不到一年	72	6.7
一年	152	14.2
二年	214	19.9
三年	338	31.5
四年	169	15.8
五年以上	128	11.9
合計	1073	100.0

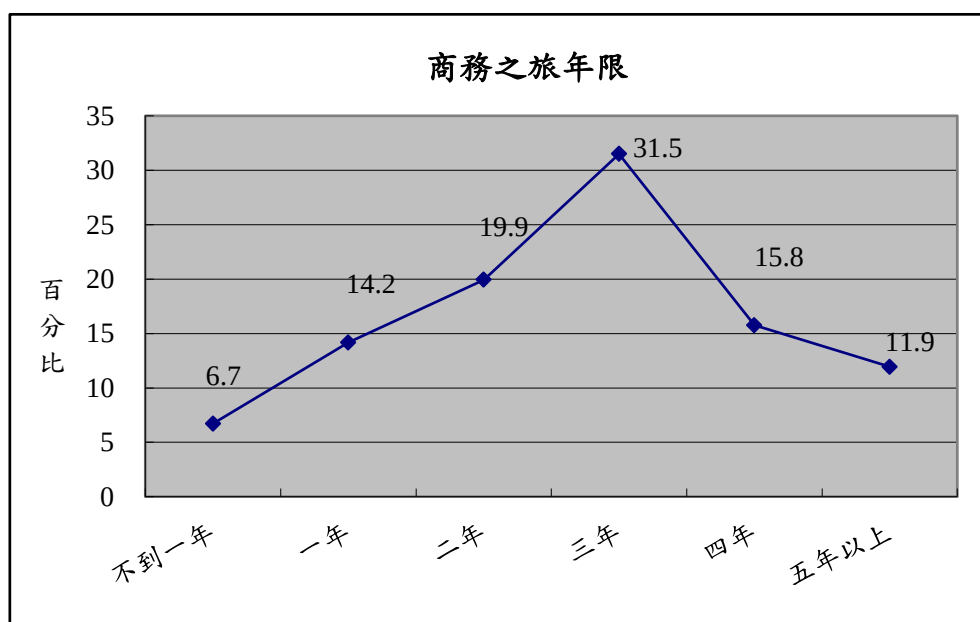


圖 3.4.3 經小三通從事商務之旅年限

第五節 消費支出

壹、樣本結構

有關消費支出之樣本結構分析，整理如下表 3.5.1，請參閱。

表 3.5.1 消費支出之樣本結構分析

	類別	樣本數	套裝費用
一、團費及交通費支出	立榮金廈一條龍	548	3,350
	復興金廈快線	143	3,300
	華信快易通	156	3,350
	遠東金廈任我行	117	3,100
	其他*	3	3,000
	小計	967	
	類別	樣本數	百分比(%)
二、未購買小三通套裝行程	1,999元以下	13	12.3
	2,000-2,499元	11	10.4
	2,500-2,999元	49	46.2
	3,000-3,999元	31	29.2
	4,000-4,999元	2	1.9
	5,000-5,999元	0	0.0
	6,000元(含)以上	0	0.0
	小計	106	100.0
三、消費金額	沒有任何消費性支出	684	63.7
	499元以下	43	4.0
	500-1,499元	74	6.9
	1,500-2,499元	84	7.8
	2,500-3,999元	52	4.8
	4,000-5,999元	72	6.7
	6,000-7,999元	25	2.3
	8,000-9,999元	4	0.4
	10,000元(含)以上	35	3.3
	小計	1073	100.0
四、消費金額估算			
(一)購買中轉套裝行程每人每次遊程平均最低消費金額估算			
	套裝行程費用	3,311	72.4
	特產等其他消費支出	1,261	27.6
	小計	4,572	100.0
(二)自助中轉台商每人每次遊程平均最低消費金額估算			
	未購買套裝行程費用	2,561	67.0
	特產等其他消費支出	1,261	33.0
	小計	3,822	100.0
五、消費支出項目	詳細資料參閱表3.5.7/圖3.5.5		

貳、消費支出

一、團費及交通費支出（包含飛機票、船票、接送費用）

經本調查詢問從事中轉台商套裝行程之旅行社，得知「立榮金廈一條龍」，其中轉單程套裝行程費用約為3,350元，而「復興金廈快線」之中轉單程套裝行程費用約為3,300元，「華信快易通」之中轉單程套裝行程費用約為3,350元，「遠東金廈任我行」之中轉單程套裝行程費用約為3,100元。另外，為了估算中轉台商之消費金額，把「其他」者之花費以最低消費金額3,000元來計算，詳細資料參閱表3.5.2。

表 3.5.2 購買中轉自由套裝行程支出

套裝行程	全年調查樣本	
	人數	套裝費用
立榮金廈一條龍	548	3,350
復興金廈快線	143	3,300
華信快易通	156	3,350
遠東金廈任我行	117	3,100
其他*	3	3,000
合計	967	

二、未購買小三通套裝行程（機票費＋船票費＋接駁交通費）

由表3.5.3得知，未購買小三通套裝行程的單程費用（機票費＋船票費＋接駁交通費）之旅客，消費支出以「2,500-2,999元」所佔比率最高為46.2%，其次為「3,000-3,999元」佔29.2%，詳細資料參閱表3.5.3/圖3.5.1。

表 3.5.3 未購買中轉自由套裝行程支出

未購買套裝行程	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
1,999元以下	13	12.3
2,000-2,499元	11	10.4
2,500-2,999元	49	46.2
3,000-3,999元	31	29.2
4,000-4,999元	2	1.9
5,000-5,999元	0	0.0
6,000元(含)以上	0	0.0
合計	106	100.0

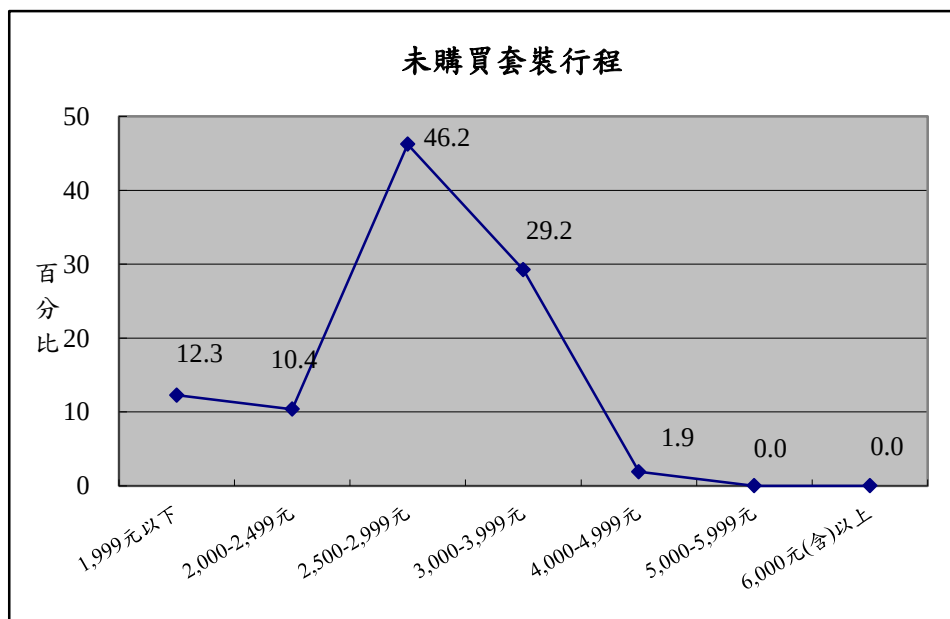


圖 3.5.1 未購買中轉自由套裝行程支出

三、消費金額（除套裝行程外）

由表3.5.4得知，中轉台商在金之消費支出以「沒有任何消費性支出」者所佔比例最高為63.7%，其次為「1,500-2,499元」者佔7.8%，第三為「500-1,499元」者佔6.9%，詳細資料參閱表3.5.4/圖3.5.2。

表 3.5.4 中轉台商消費金額

消費金額	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	684	63.7
499元以下	43	4.0
500-1,499元	74	6.9
1,500-2,499元	84	7.8
2,500-3,999元	52	4.8
4,000-5,999元	72	6.7
6,000-7,999元	25	2.3
8,000-9,999元	4	0.4
10,000元(含)以上	35	3.3
合計	1073	100.0

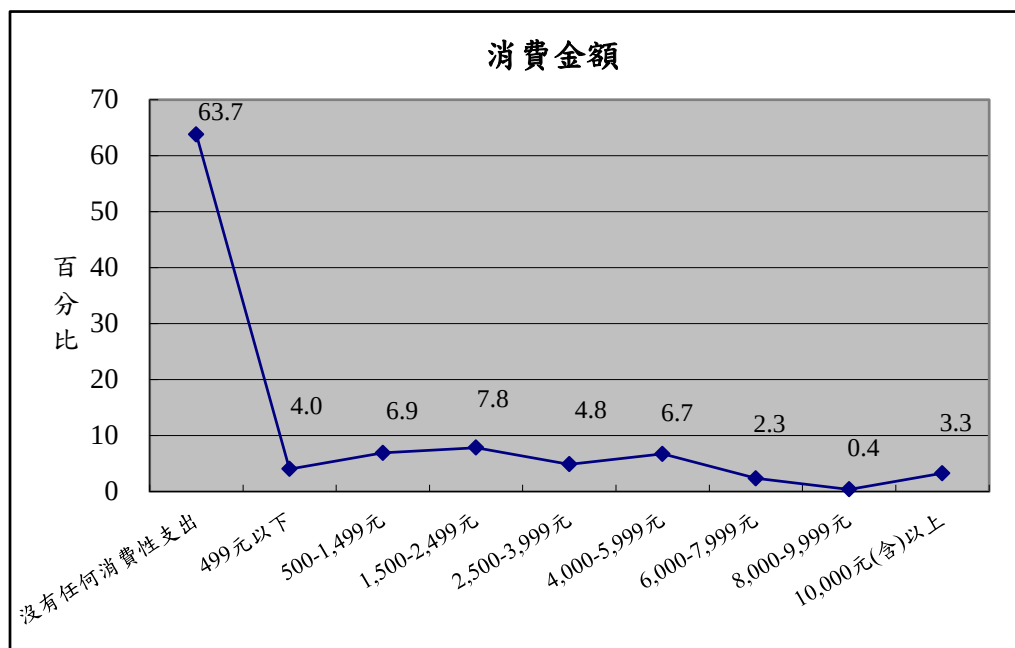


圖 3.5.2 中轉台商消費金額

四、消費金額估算

(一)購買中轉套裝行程每人每次遊程平均最低消費金額估算

根據估算，中轉台商平均每人每次的中轉套裝費用約為3,311元，平均每人每次的特產等其他消費約為1,261元，總計中轉台商每人每次在金門之最低消費金額約為4,572元。詳細資料參閱表3.5.5/圖3.5.3。

估算公式：中轉台商每人每次遊程平均最低消費金額 = （平均每人每次的中轉套裝行程費用）+ （平均每人每次的特產等其他消費支出）

備註：特產等其他消費金額取區間金額之中間值金額，例：500-1,499元取999元；而499元以下及10,000元以上，則取499元及10,000元。

表 3.5.5 中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

項目	每人每次平均消費額	百分比(%)
套裝行程費用	3,311	72.4
特產等其他消費支出	1,261	27.6
合計	4,572	100.0

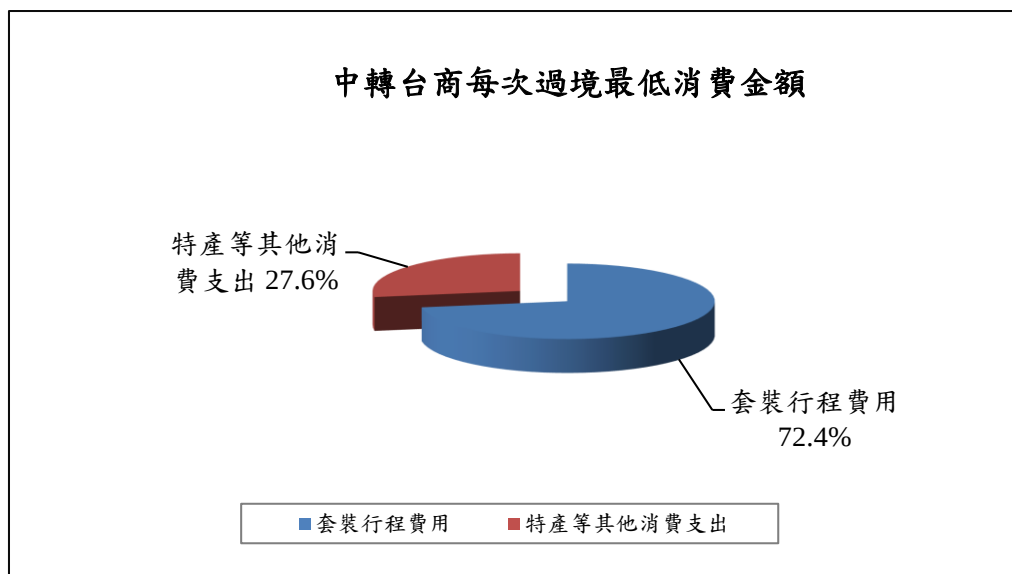


圖 3.5.3 中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

(二)自助中轉台商每人每次遊程平均最低消費金額估算

根據估算，自助中轉台商平均每人每次的購買單程台金機票費用+船票費+接駁交通費約為2,561元，平均每人每次的特產等其他消費約為1,261元，總計中轉台商每人每次在金門之最低消費金額約為3,822元。詳細資料參閱表3.5.6/圖3.5.4。

估算公式：自助中轉台商每人每次遊程平均最低消費金額 = (單程台金機票費用+船票費+接駁交通) + (平均每人每次的特產等其他消費支出)

備註：機票+船票+交通費用等其消費金額取區間之最低金額，例：2000-2499元取2000元；而1999元以下及6000元以上，則取1999元及6000元。特產等其他消費金額取區間金額之中間值金額，例：500-1,499元取999元；而499元以下及10,000元以上，則取499元及10,000元。

表 3.5.6 自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

項目	每人每次平均消費額	百分比(%)
未購買套裝行程費用	2,561	67.0
特產等其他消費支出	1,261	33.0
合計	3,822	100.0

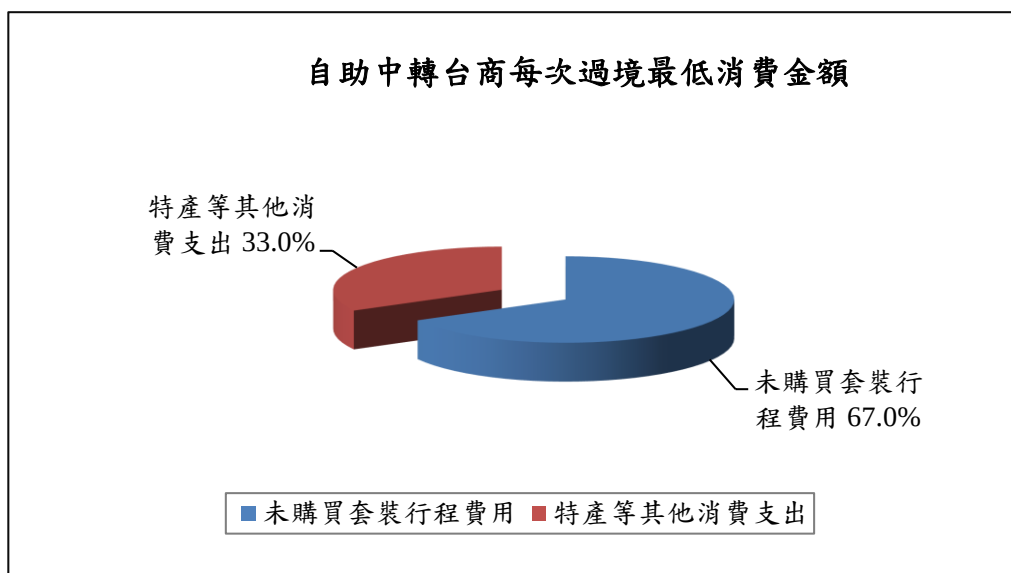


圖 3.5.4 自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

(三)105年度中轉台商最低消費總金額估算

105年度中轉台商來金最低消費總額約為15億5仟4佰0拾2萬6千3百6拾4元。估算方式參閱如后。

中轉台商的總消費金額估算：

說明：中轉台商受測總人數為1073人，其中購買套裝行程者為967人（佔90.1%），每人單程消費金額為4,572元，另有106人（佔9.9%）為未購買套裝行程者，每人單程消費金額為3,822元。中轉台商人次（抽樣份數佔總份數為01至12月旅客人次×19.8345%，其中台灣地區人民總人次為1,010,299）為345,512人次，估算如下：

$$\begin{aligned}\text{估算公式} &= (345,512\text{人次} \times 90.1\% \times 4,572\text{元}) + (345,512\text{人次} \times \\ &\quad 9.9\% \times 3,822\text{元}) \\ &= (311,306\text{人次} \times 4,572\text{元}) + (34,206\text{人次} \times 3,822\text{元}) \\ &= 1,423,291,032 + 130,735,332 \\ &= 1,554,026,364\text{元}\end{aligned}$$

五、消費支出項目

由表3.5.7得知，中轉台商在金之消費支出以「無購買」者所佔為63.7%，有在金消費項目以「餐飲費用」者佔20.2%，其次為「高粱酒」者佔15.2%，第三為「交通費用」者佔13.1%，詳細資料參閱表3.5.7/圖3.5.5。

表 3.5.7 中轉台商消費項目

消費項目	全年調查樣本	
	次數	相對次數
無購買	684	63.7
餐飲費用	217	20.2
高粱酒	163	15.2
交通費用	141	13.1
免稅品	90	8.4
一條根	83	7.7
貢糖	79	7.4
住宿費	73	6.8
菸品	50	4.7
麵線	46	4.3
紀念品	46	4.3
牛肉乾	42	3.9
餅類	22	2.1
砲彈鋼刀	22	2.1
風獅爺藝品	19	1.8
衣服	12	1.1
高粱醋(酵素)	7	0.7
其他*	0	0.0

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1073份)

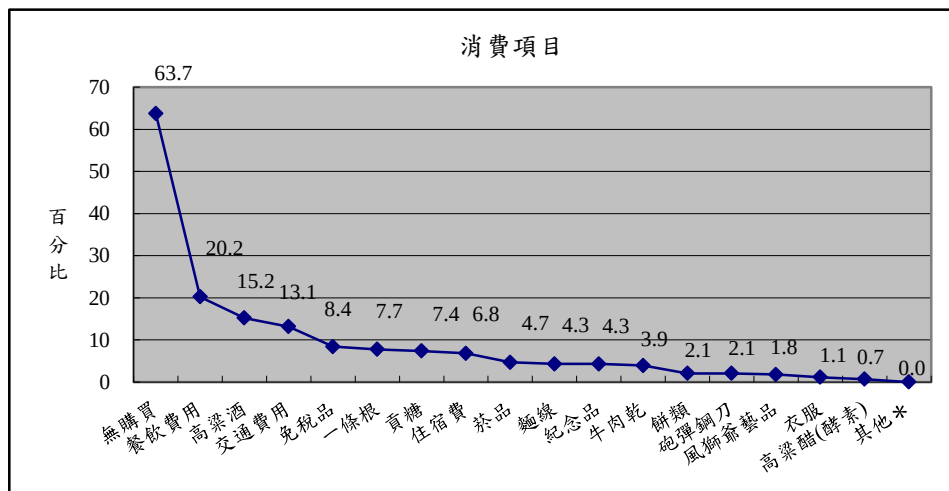


圖 3.5.5 中轉台商消費項目

第六節 對中轉服務建議

壹、樣本結構

有關對中轉服務建議之樣本結構分析，整理如下表 3.6.1，請參閱。

表 3.6.1 對中轉服務建議之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、兩岸直航後最常使用的通行機場	台北松山機場	383	35.7
	高雄小港機場	265	24.7
	台中清泉崗機場	208	19.4
	台灣桃園機場	176	16.4
	無使用過直航	41	3.8
	小計	1073	100.0
二、設施服務的需求	大眾運輸服務	367	34.2
	網路服務	347	32.3
	餐飲服務	197	18.4
	以上皆尚可	155	14.4
	金融服務	126	11.7
	便利商店	108	10.1
	縮短中轉時間	72	6.7
	特產店	41	3.8
	報章雜誌	36	3.4
	其他*	2	0.2
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1073份)			
三、金門適合投資何種產業	觀光產業	747	69.6
	服務業	320	29.8
	醫療生技業	184	17.1
	文化事業	103	9.6
	養老事業	98	9.1
	博奕業	66	6.2
	運輸業	34	3.2
	無意願	33	3.1
	工商業	29	2.7
	教育事業	27	2.5
	農林漁牧業	18	1.7
	百貨購物	17	1.6
	房地產	9	0.8
	電子業	9	0.8
	其他	1	0.1
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1073份)			

貳、對中轉服務建議

一、兩岸直航後最常使用的通行機場

兩岸直航(大三通)後，中轉台商最常由「台北松山機場」通行，其比例為 35.7%，其次為「高雄小港機場」者佔 24.7%，第三為「台中清泉崗機場」者佔 19.4%，最後為「台灣桃園機場」者佔 16.4%，詳細資料參閱表 3.6.2/圖 3.6.1。

表 3.6.2 兩岸直航大三通後最常使用的通行機場

排 序	通行機場	全年調查樣本	
		次數	百分比(%)
	台北松山機場	383	35.7
	高雄小港機場	265	24.7
	台中清泉崗機場	208	19.4
	台灣桃園機場	176	16.4
	無使用過直航	41	3.8
	合計	1073	100.0

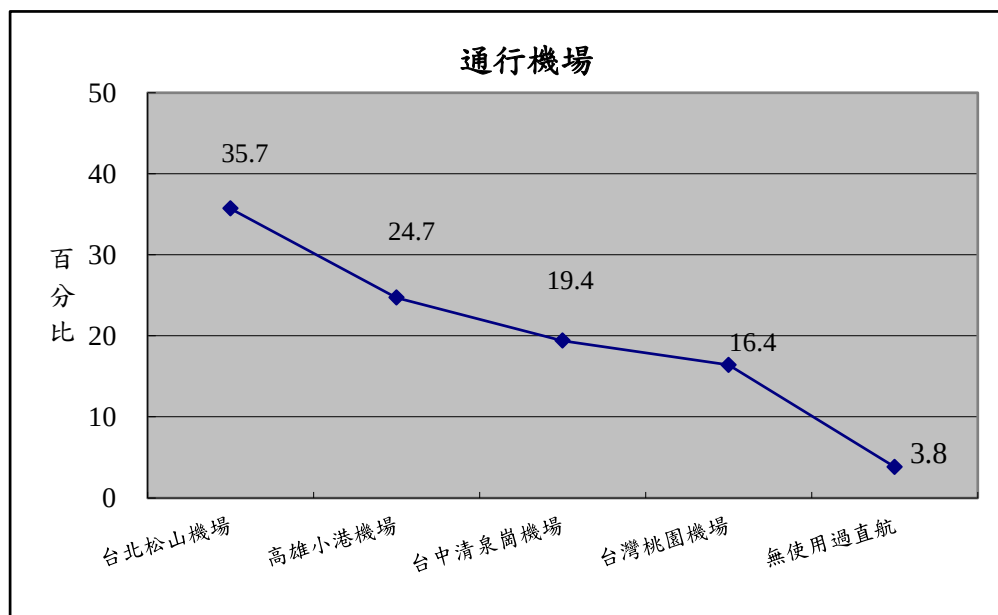


圖 3.6.1 兩岸直航大三通後最常使用的通行機場

二、設施服務的需求

由表3.6.3得知，中轉台商對中轉服務設施需求上，以「大眾運輸服務」最具需求佔34.2%，其次為「網路服務」需求佔32.3%，第三為「餐飲服務」需求佔18.4%，詳細資料參閱表3.6.3/圖3.6.2。（本題為複選題）

表 3.6.3 中轉台商對設施服務的需求

設施服務需求	全年調查樣本	
	次數	相對次數
大眾運輸服務	367	34.2
網路服務	347	32.3
餐飲服務	197	18.4
以上皆尚可	155	14.4
金融服務	126	11.7
便利商店	108	10.1
縮短中轉時間	72	6.7
特產店	41	3.8
報章雜誌	36	3.4
其他*	2	0.2

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1073份)

*選「其他」者填寫：增設電信公司、無等。

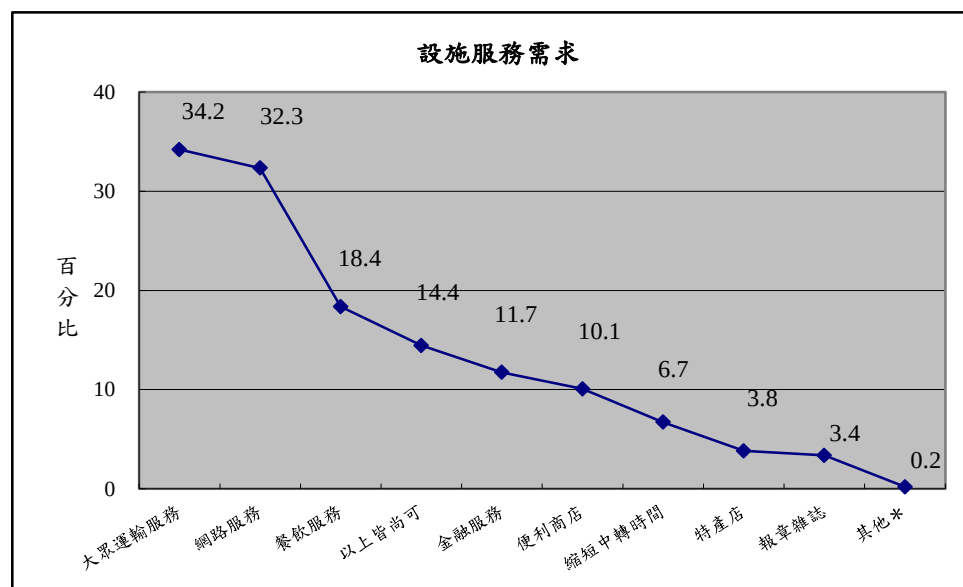


圖 3.6.2 中轉台商對設施服務的需求

三、金門適合投資何種產業

由表 3.6.4 得知，您認為金門適合投資何種產業，以「觀光產業」最具適合投資佔 69.6%，其次以「服務業」佔 29.8%，「醫療生技業」為第三佔 17.1%，詳細資料參閱表 3.6.4 /圖 3.6.3。（本題為複選題）

表 3.6.4 金門適合投資何種產業

適合投資產業	全年調查樣本	
	次數	相對次數
觀光產業	747	69.6
服務業	320	29.8
醫療生技業	184	17.1
文化事業	103	9.6
養老事業	98	9.1
博奕業	66	6.2
運輸業	34	3.2
無意願	33	3.1
工商業	29	2.7
教育事業	27	2.5
農林漁牧業	18	1.7
百貨購物	17	1.6
房地產	9	0.8
電子業	9	0.8
其他	1	0.1

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1073份)

* 選「其他」者填寫：運動。

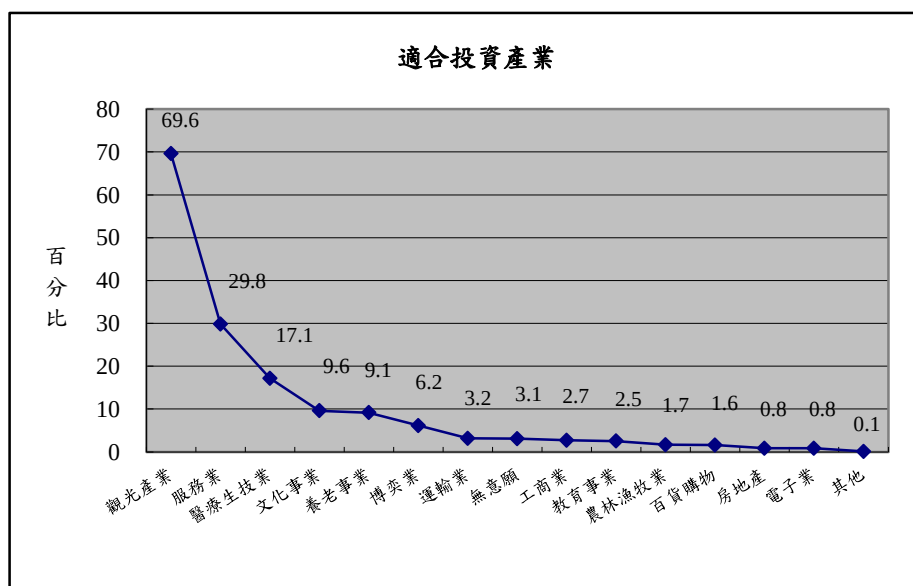


圖 3.6.3 金門適合投資何種產業

第七節 小三通中轉服務的滿意度

壹、樣本結構

有關小三通中轉服務的滿意度之樣本結構分析，整理如下表 3.7.1，請參閱。

表 3.7.1 小三通中轉服務的滿意度之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、套裝行程服務的滿意度	非常滿意	248	23.1
	滿意	451	42.0
	普通	330	30.8
	不滿意	40	3.7
	非常不滿意	4	0.4
	小計	1073	100.0
二、尚義機場設施與服務的滿意度	非常滿意	224	20.9
	滿意	489	45.6
	普通	298	27.8
	不滿意	54	5.0
	非常不滿意	8	0.7
	小計	1073	100.0
三、水頭碼頭設施與服務的滿意度	非常滿意	216	20.1
	滿意	454	42.3
	普通	340	31.7
	不滿意	57	5.3
	非常不滿意	6	0.6
	小計	1073	100.0
四、金門海關出入境服務的滿意度	非常滿意	188	17.5
	滿意	478	44.5
	普通	332	30.9
	不滿意	67	6.2
	非常不滿意	8	0.7
	小計	1073	100.0
五、接駁服務與設施的滿意度	非常滿意	173	16.1
	滿意	440	41.0
	普通	338	31.5
	不滿意	97	9.0
	非常不滿意	25	2.3
	小計	1073	100.0

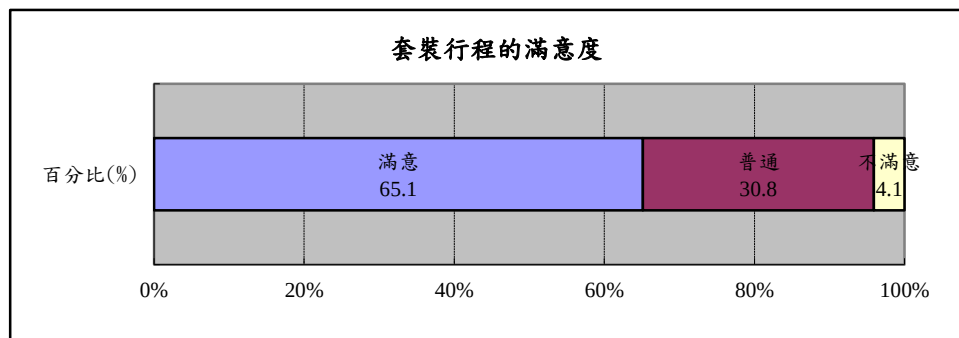
貳、小三通中轉服務的滿意度

一、套裝行程服務的滿意度

由表 3.7.2 得知，中轉台商對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度如下：「非常滿意」為 23.1%、「滿意」為 42.0%，非常滿意與滿意合計為 65.1%，「普通」佔 30.8%，「不滿意」為 3.7%，「非常不滿意」為 0.4%，不滿意與非常不滿意合計為 4.1%，套裝行程的滿意平均數為 3.84，詳細資料參閱表 3.7.2/圖 3.7.1。

表 3.7.2 對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度

套裝行程的滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	248	23.1
滿意	451	42.0
普通	330	30.8
不滿意	40	3.7
非常不滿意	4	0.4
合計	1073	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

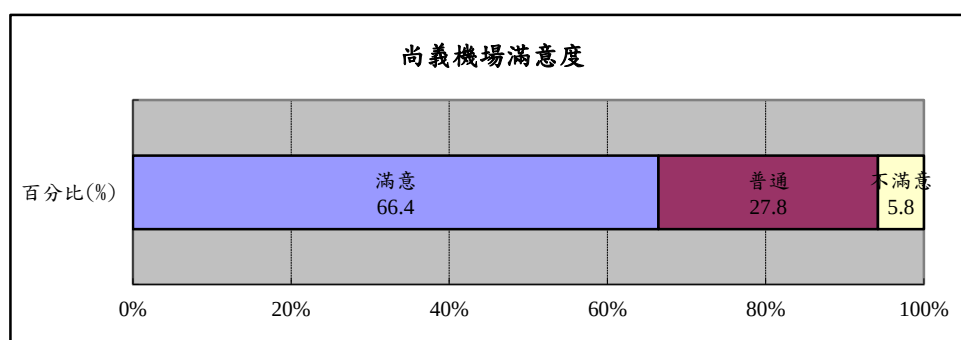
圖 3.7.1 對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度

二、尚義機場設施與服務的滿意度

由表 3.7.3 得知，中轉台商對尚義機場設施與服務的滿意度如下：「非常滿意」為 20.9%、「滿意」為 45.6%，非常滿意與滿意合計為 66.5%，「普通」佔 27.8%，「不滿意」為 5.0%，「非常不滿意」為 0.7%，不滿意與非常不滿意合計為 5.7%，尚義機場設施與服務的滿意平均數為 3.81，詳細資料參閱表 3.7.3/圖 3.7.2。

表 3.7.3 對尚義機場設施與服務的滿意度

尚義機場滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	224	20.9
滿意	489	45.6
普通	298	27.8
不滿意	54	5.0
非常不滿意	8	0.7
合計	1073	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

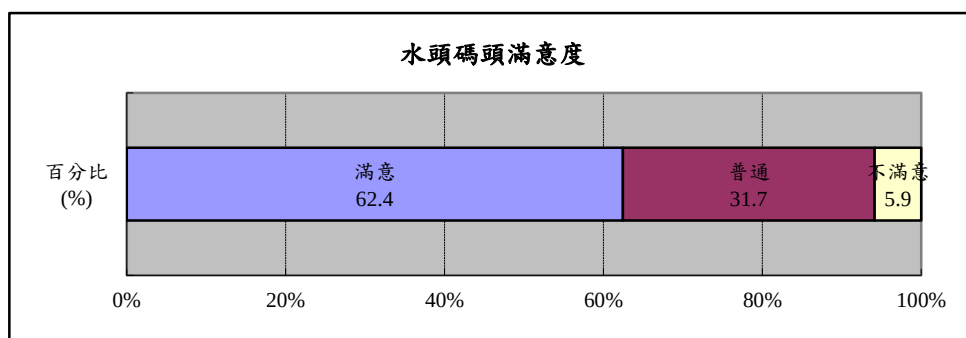
圖 3.7.2 對尚義機場設施與服務的滿意度

三、水頭碼頭設施與服務的滿意度

由表 3.7.4 得知，中轉台商對水頭碼頭設施與服務的滿意度如下：「非常滿意」為 20.1%、「滿意」為 42.3%，非常滿意與滿意合計為 62.4%，「普通」佔 31.7%，「不滿意」為 5.3%，「非常不滿意」為 0.6%，不滿意與非常不滿意合計為 5.9%，水頭碼頭設施與服務的滿意平均數為 3.76，詳細資料參閱表 3.7.4/圖 3.7.3。

表 3.7.4 對水頭碼頭設施與服務的滿意度

水頭碼頭滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	216	20.1
滿意	454	42.3
普通	340	31.7
不滿意	57	5.3
非常不滿意	6	0.6
合計	1073	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

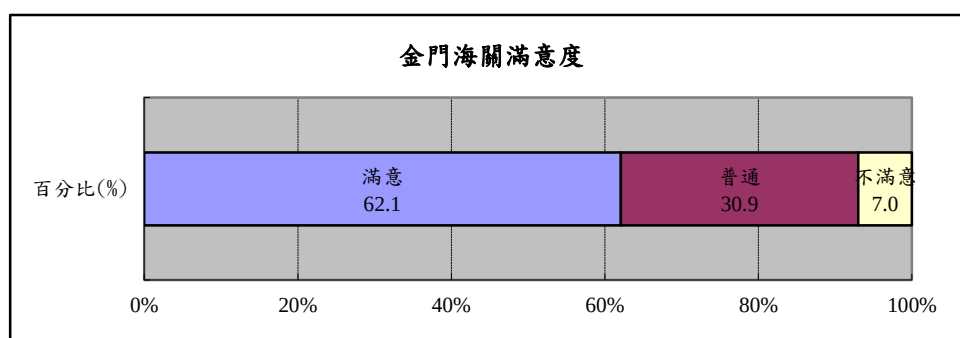
圖 3.7.3 對水頭碼頭設施與服務的滿意度

四、金門海關出入境服務的滿意度

由表 3.7.5 得知，中轉台商對金門海關出入境服務的滿意度如下：「非常滿意」為 17.5%、「滿意」為 44.5%，非常滿意與滿意合計為 62.0%，「普通」佔 30.9%，「不滿意」為 6.2%，「非常不滿意」為 0.7%，不滿意與非常不滿意合計為 6.9%，金門海關出入境服務的滿意平均數為 3.72，詳細資料參閱表 3.7.5/圖 3.7.4。

表 3.7.5 對金門海關出入境服務的滿意度

金門海關滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	188	17.5
滿意	478	44.5
普通	332	30.9
不滿意	67	6.2
非常不滿意	8	0.7
合計	1073	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

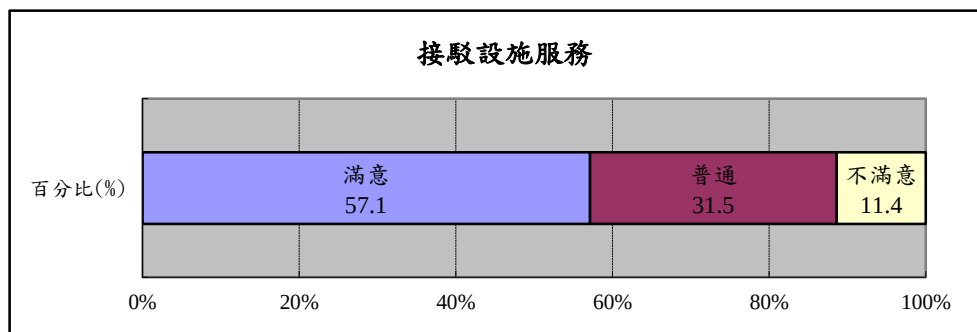
圖 3.7.4 對金門海關出入境服務的滿意度

五、尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度

由表 3.7.6 得知，中轉台商對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度如下：「非常滿意」為 16.1%、「滿意」為 41.0%，非常滿意與滿意合計為 57.1%，「普通」佔 31.5%，「不滿意」為 9.0%、「非常不滿意」為 2.3%，不滿意與非常不滿意合計為 11.3%，接駁設施服務的滿意平均數 3.60，詳細資料參閱表 3.7.6/圖 3.7.5。

表 3.7.6 對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度

接駁設施服務	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	173	16.1
滿意	440	41.0
普通	338	31.5
不滿意	97	9.0
非常不滿意	25	2.3
合計	1073	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

圖 3.7.5 對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度

參、小三通中轉服務的整體建議

第一季

1. 售票處空間太狹小。(105B006)
2. 無線網路訊號不佳。(105B106)、(105B155)、(105B217)、(105B255)
3. 公車班次(機場—碼頭)太少。(105B130)、(105B184)、(105B195)、(105B210)
4. 餐飲價格太高。(105B174)
5. 大廳外面的推車可多擺放幾處。(105B252)

第二季

1. 網路訊號差。(104B379)、(105B492)、(105B504)、(105B523)
2. 大廳外側多擺放推車。(105B386)
3. 售票處空間太小。(105B423)
4. 增加機場—碼頭往返公車。(105B473)
5. 餐飲價格太貴、網路收訊不好。(105B483)
6. 公車班次太少。(105B494)
7. 空間太小。(105B501)

第三季

1. 動線不好，人多就擁擠。(105B558)
2. 網路不穩，請改善。(105B570)
3. 增加公車。(105B580)
4. 網路訊號差。(105B582)、(105B628)、(105B630)
5. 空間太小。(105B611)
6. 空間太小，人多擁擠，動線亂，希望空間能大一點。(105B632)
7. 增設碼頭餐飲商店。(105B643)
8. 碼頭—機場直達公車。(105B646)、(105B800)
9. 空間擴建。(105B647)

第四季

1. 希望有接駁直達車。(105B814)、(105B852)、(105B868)、(105B887)、(105B977)

2. 有待加強。(105B817)
3. 船上的無障礙設施對身障使用不便。(105B820)
4. 無特色。(105B821)
5. 行李無優良運輸設備。(105B822)
6. 硬體設備服務差。(105B823)
7. 增加尚義機場至水頭碼頭的接駁車。(105B838)
8. 購物不方便，港區內無便利商店。(105B882)
9. 不便利。(105B893)
10. 大眾運輸。(105B897)
11. 通關檢查速度慢。(105B898)
12. 服務設施需加強。(105B914)
13. 服務再加強。(105B931)、(105B947)
14. 網路訊號差。(105B991)、(105B1017)、(105B1069)

第八節 年度趨勢分析

壹、中轉台商之比例

由表 3.8.1 發現 105 年 01 月至 12 月間，四季的小三通中轉台商之「台灣觀光旅客」、「大陸觀光旅客」的比例有些微變化。詳細資料請參閱表/圖 3.8.1。

表 3.8.1 小三通中轉台商

中轉台商	全年調查樣本							合計
	小三通中轉台商(%)	中轉台商兼金門旅遊(%)	中轉台商之眷屬親戚(%)	台灣觀光旅客(%)	大陸觀光旅客(%)	金門本地居民(%)	其他(外國人)(%)	
第一季(01-03月)	248	17	3	210	507	249	23	1257
	19.7	1.4	0.2	16.7	40.3	19.8	1.8	100
第二季(04-06月)	247	10	11	252	584	250	30	1384
	17.8	0.7	0.8	18.2	42.2	18.1	2.2	100
第三季(07-09月)	231	28	8	277	500	255	21	1320
	17.5	2.1	0.6	21.0	37.9	19.3	1.6	100
第四季(10-12月)	166	67	37	266	560	305	40	1441
	11.5	4.6	2.6	18.5	38.9	21.2	2.8	100
合計	892	122	59	1005	2151	1059	114	5402

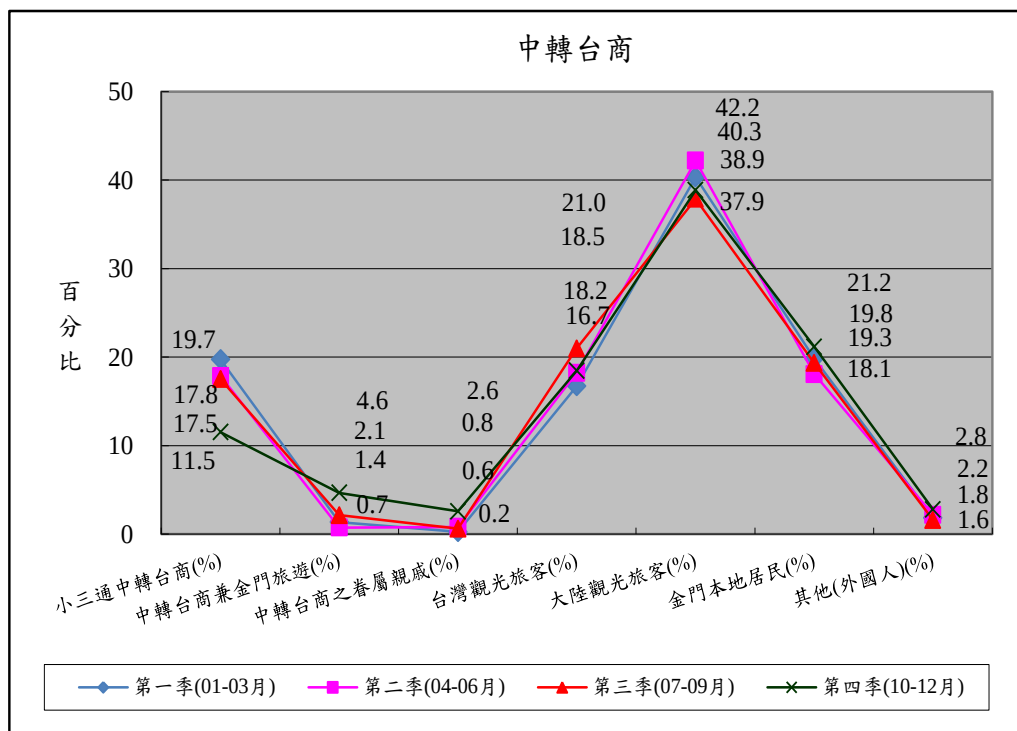


圖 3.8.1 小三通中轉台商

貳、入境地點

受到各航線班次需求的影響，中轉旅客入境地點三季變化不大。小三通中轉旅客入境地點以「台北機場」比例為最多，其次為「台中機場」，第三為「高雄機場」。詳細資料請參閱表/圖 3.8.2。

表 3.8.2 入境地點

入境地點	全年調查樣本							合計
	台北機場(%)	台中機場(%)	高雄機場(%)	嘉義機場(%)	台南機場(%)	澎湖(%)	其他地點(%)	
第一季(01-03月)	127	55	37	16	32	1	0	268
	47.4	20.5	13.8	6.0	11.9	0.4	0.0	100
第二季(04-06月)	107	53	47	16	44	1	0	268
	39.9	19.8	17.5	6.0	16.4	0.4	0.0	100
第三季(07-09月)	114	65	42	16	27	2	1	267
	42.7	24.3	15.7	6.0	10.1	0.7	0.4	100
第四季(10-12月)	144	50	36	12	27	1	0	270
	53.3	18.5	13.3	4.4	10.0	0.4	0.0	100
合計	492	223	162	60	130	5	1	1073
排序	1	2	3	5	4	6	7	

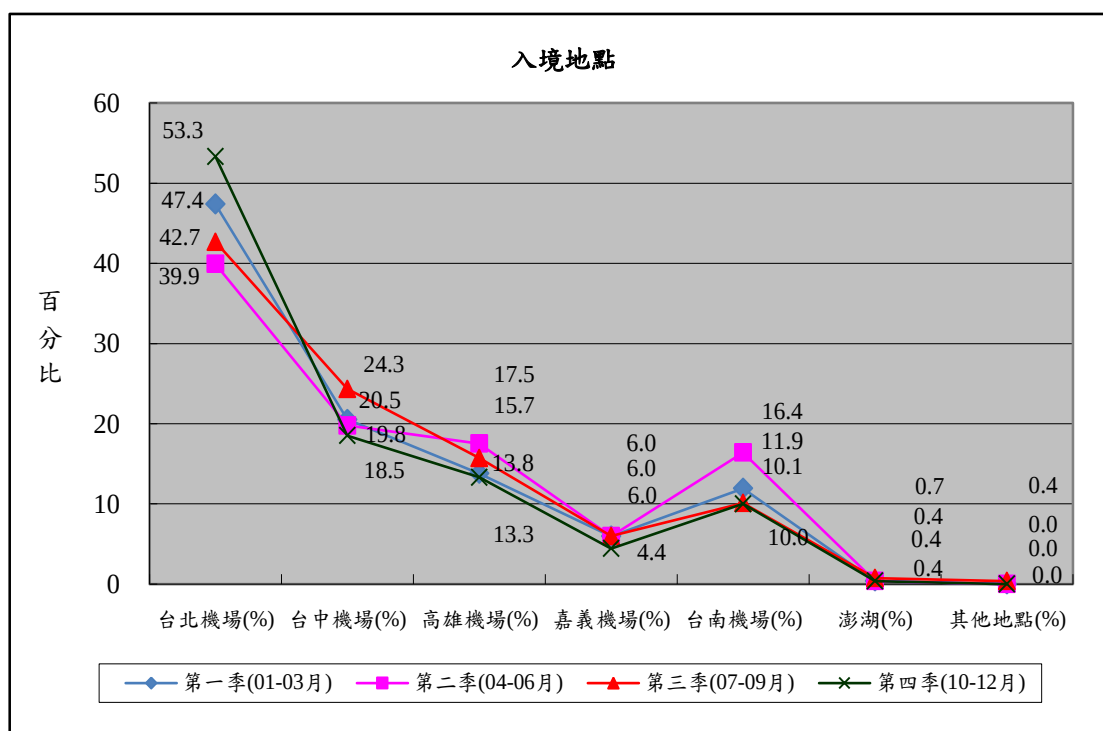


圖 3.8.2 入境地點

參、主要目的

中轉旅客來金門的主要目的，隨著小三通交通的便利性，主要目的之比例亦有所變動，以「小三通中轉台商」之中轉旅客比例有遞減趨勢，「中轉台商兼金門旅遊」、「小三通中轉台商之眷屬親戚」則有增加的趨勢。中轉旅客來金主要目的以「小三通中轉台商」為主，其次為「中轉台商兼金門旅遊」。詳細資料參閱表/圖 3.8.3。

表 3.8.3 主要目的

主要目的	全年調查樣本			合計
	小三通中轉台商(%)	中轉台商兼金門旅遊(%)	中轉台商之眷屬親戚(%)	
第一季(01-03月)	248	17	3	268
	92.5	6.3	1.1	100
第二季(04-06月)	247	10	11	268
	92.2	3.7	4.1	100
第三季(07-09月)	231	28	8	267
	86.5	10.5	3.0	100
第四季(10-12月)	166	67	37	270
	61.5	24.8	13.7	100
合計	892	122	59	1073
排序	1	2	3	

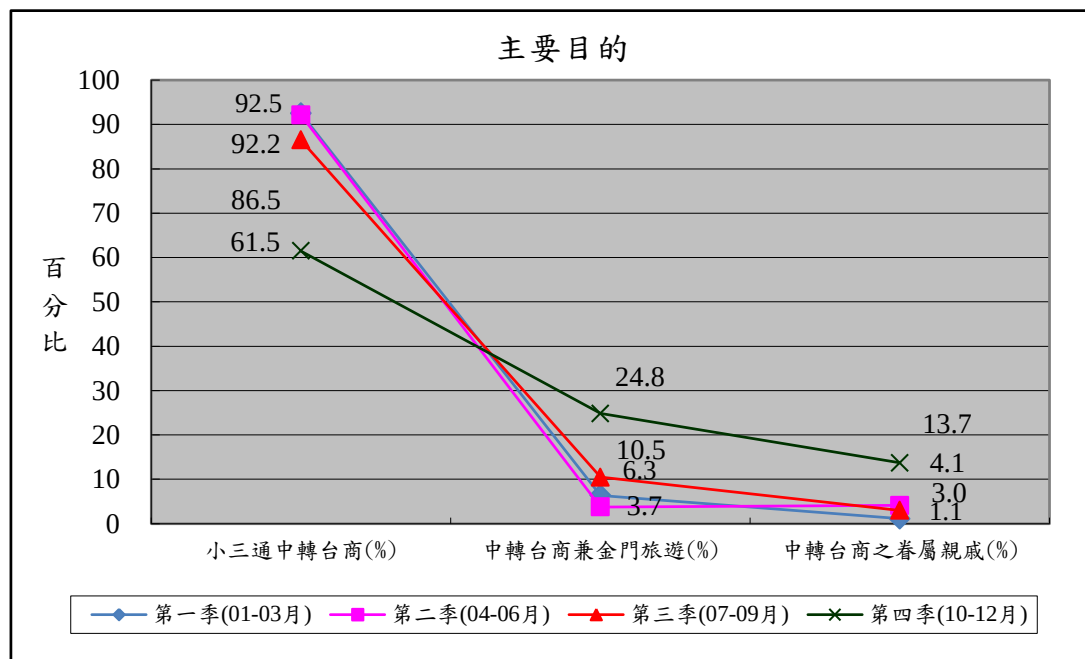


圖 3.8.3 主要目的

肆、停留時間

旅客來金停留時間以「當日直接中轉」比例最高，其次為「在金停留一夜」者。「在金停留二夜」、「在金停留三夜以上」則有增加的趨勢。詳細資料請參閱表/圖 3.8.4。

表 3.8.4 停留時間

停留時間	全年調查樣本				合計
	當日直接中轉(%)	停留一夜(%)	停留二夜(%)	停留三夜以上(%)	
第一季(01-03月)	248	20	0	0	268
	92.5	7.5	0.0	0.0	100
第二季(04-06月)	253	15	0	0	268
	94.4	5.6	0.0	0.0	100
第三季(07-09月)	237	24	4	2	267
	88.8	9.0	1.5	0.7	100
第四季(10-12月)	200	46	12	12	270
	74.1	17.0	4.4	4.4	100
合計	938	105	16	14	1073
排序	1	2	3	4	

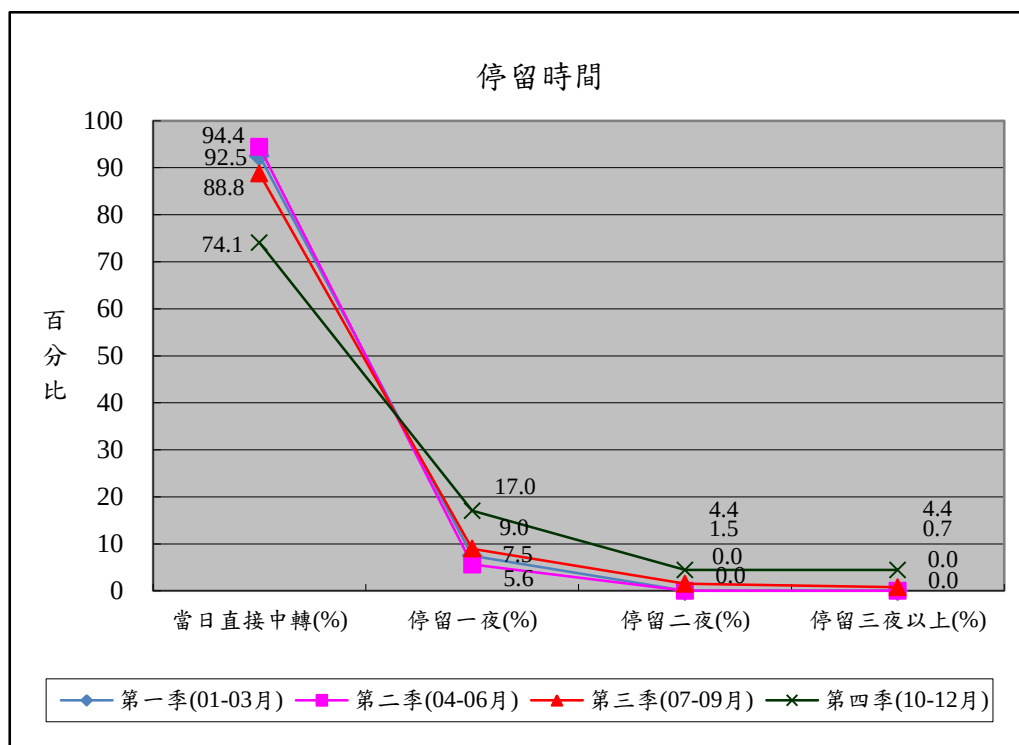


圖 3.8.4 停留時間

第九節 遊客基本資料、過境情形與中轉服務滿意度分析

遊客基本資料：年齡、教育程度、職業、平均所得、性別、婚姻、公司職級等七個變項資料；過境情形：停留時間、往返間隔、商務年限之旅等，以 t 檢定與單因子變異數分析（One-way ANOVA）方式檢定其與中轉服務滿意度一構面間差異分析，詳細資料請參閱表 3.9.1-3.9.2。

壹、中轉服務滿意度

一、遊客基本資料

在年齡方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「20-29 歲」對中轉服務滿意度高於「50-59 歲」、「60-69 歲」者；「30-39 歲」、「40-49 歲」對中轉服務滿意度高於「60-69 歲」。

在教育程度方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「大專、大學」對中轉服務滿意度高於「國中及以下」、「高中、職」者；「研究所及以上」對中轉服務滿意度高於「國中及以下」。

在職業方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「事務工作人員」對中轉服務滿意度高於「專業人員」。

在平均所得方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「5 萬~7 萬元」對中轉服務滿意度高於「7 萬~10 萬元」者。

在公司職級方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「員工」對中轉服務滿意度高於「一級主管」、「二級主管」者。

在性別、婚姻方面，對中轉服務滿意度皆無顯著差異。

二、過境情形

在停留時間方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「當日直接中轉」對中轉服務滿意度高於「在金門停留三夜以上」；「在金門停留一夜」對中轉服務滿意度高於「當日直接中轉」、「在金門停三夜以上」者。

在往返間隔、商務年限之旅方面，對中轉服務滿意度皆無顯著差異。

表 3.9.1 遊客基本資料與中轉服務滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	中轉服務滿意度	F/ t	Scheffe法
年齡	(1)19歲以下	12	4.18	8.30***	2>5, 2>6, 3>6, 4>6
	(2)20-29歲	114	3.99		
	(3)30-39歲	276	3.81		
	(4)40-49歲	307	3.76		
	(5)50-59歲	280	3.62		
	(6)60-69歲	82	3.44		
	(7)70歲及以上	2	4.40		
教育程度	(1)國中及以下	22	3.29	7.45***	3>1, 3>2, 4>1
	(2)高中、職	334	3.64		
	(3)大專、大學	523	3.81		
	(4)研究所及以上	194	3.79		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	208	3.67	5.76***	4>2
	(2)專業人員	371	3.67		
	(3)技術員及助理專業人員	74	3.61		
	(4)事務工作人員	124	4.00		
	(5)服務工作人員及售貨員	95	3.77		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	62	3.81		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	66	3.72		
	(8)學生	27	4.13		
	(9)家庭主婦	16	3.41		
	(10)退休人員	27	4.08		
	(11)其他	3	5.00		
平均收入	(1)3萬元以下	91	3.71	6.59***	3>4
	(2)3萬~5萬元	174	3.78		
	(3)5萬~7萬元	343	3.89		
	(4)7萬~10萬元	323	3.60		
	(5)10萬元以上	116	3.67		
	(6)其他	26	3.87		
性別	(1)男	882	3.74	-0.42	
	(2)女	191	3.76		
婚姻	(1)已婚	744	3.72	1.78	
	(2)單身	329	3.80		
公司職級	(1)負責人	118	3.75	6.67***	4>2, 4>3
	(2)一級主管	203	3.66		
	(3)二級主管	403	3.65		
	(4)員工	278	3.90		
	(5)台商眷屬	60	3.86		
	(6)其他	11	4.29		

表 3.9.2 過境情形與中轉服務滿意度之單因子變異數分析

過境情形	選項	樣本數	中轉服務滿意度	F/ t	Scheffe法
停留時間	(1)當日直接中轉	938	3.73	6.48***	1>4，2>1， 2>4
	(2)在金門停留一夜	105	3.95		
	(3)在金門停留二夜	16	3.55		
	(4)在金門停留三夜以上	14	3.20		
往返間隔	(1)一週	35	3.91	1.89	
	(2)半個月	149	3.69		
	(3)一個月	182	3.84		
	(4)二個月	415	3.73		
	(5)三個月以上	292	3.70		
商務年限 之旅	(1)不到一年	72	3.77	1.98	
	(2)一年	152	3.85		
	(3)二年	214	3.80		
	(4)三年	338	3.73		
	(5)四年	169	3.65		
	(6)五年以上	128	3.67		

第四章 大陸觀光旅客群之調查發現

第一節 樣本特徵比較

壹、樣本組成

本問卷調查於 105 年 01 月至 12 月期間進行資料收集工作，總計完成有效問卷 1077 份，本問卷調查針對「來金大陸觀光旅客」進行問卷施測，抽樣誤差為 $\pm 2.99\%$ ，信賴區間為 95%。

貳、量表信度分析

本問卷有關來金大陸觀光旅客對參加旅行社套裝行程的滿意度構面的信度分析結果，本量表之 Cronbach α 係數值為 0.90，顯示本調查所使用之評估量表具有相當高的可信度。另，來金門旅遊後的大陸觀光旅客對各項相關設施與服務的滿意度構面的信度分析結果，整體量表之 Cronbach α 係數值為 0.94，亦顯示本調查所使用之評估量表有相當高的可信度。

表 4.1.1 量表信度分析

構面	題數	Cronbach α
旅行社套裝行程滿意度構面	5	0.90
各項相關設施與服務滿意度構面	14	0.94
觀光便利性滿意度	4	0.89
觀光環境滿意度	4	0.89
服務設施滿意度	6	0.92

參、人口統計變數之樣本結構

有關人口統計變數之樣本結構分析，整理如下表 4.1.2，請參閱。

表 4.1.2 人口統計變數之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、年齡	19歲以下	28	2.6
	20-29歲	288	26.7
	30-39歲	307	28.5
	40-49歲	213	19.8
	50-59歲	136	12.6
	60-69歲	90	8.4
	70歲及以上	15	1.4
	小計	1077	100.0
二、教育程度	小學（含以下）	22	2.0
	初中	134	12.4
	中專（含高中）	298	27.7
	大學本科（含大專）	602	55.9
	研究所（含以上）	21	1.9
	小計	1077	100.0
三、職業	公司中級主管、職員	384	35.7
	服務業	127	11.8
	退休人員	105	9.7
	企業所有人、高級主管、商人	98	9.1
	教育機構人員(校長,教授,老師)	76	7.1
	科學家、工程師、律師、醫師、會計師	71	6.6
	學生	58	5.4
	家庭主婦	49	4.5
	政府機構人員	36	3.3
	農民	29	2.7
	文化工作人員(作家、音樂家、記者)	29	2.7
	其他	15	1.4
	小計	1077	100.0
四、平均所得	無經常性收入	98	9.1
	1千元以下	45	4.2
	1千-3千元	202	18.8
	3千-6千元	382	35.5
	6千-1萬元	163	15.1
	1萬-2萬元	145	13.5
	2萬元以上	42	3.9
	小計	1077	100.0
五、居住地	廈門市	554	51.4
	福建省(廈門除外)	284	26.4
	其他省(市)	239	22.2
	小計	1077	100.0
六、性別	女	552	51.3
	男	525	48.7
	小計	1077	100.0
七、婚姻	已婚	850	78.9
	單身	227	21.1
	小計	1077	100.0

第二節 樣本特徵分析

壹、年齡

來金陸客年齡層中，以「30-39歲」之旅客最多佔28.5%，「20-29歲」旅客次之佔26.7%，「40-49歲」佔19.8%為第三，詳細資料參閱表/圖4.2.1。

表 4.2.1 來金陸客年齡分佈

年齡	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
19歲以下	28	2.6
20-29歲	288	26.7
30-39歲	307	28.5
40-49歲	213	19.8
50-59歲	136	12.6
60-69歲	90	8.4
70歲及以上	15	1.4
合計	1077	100.0

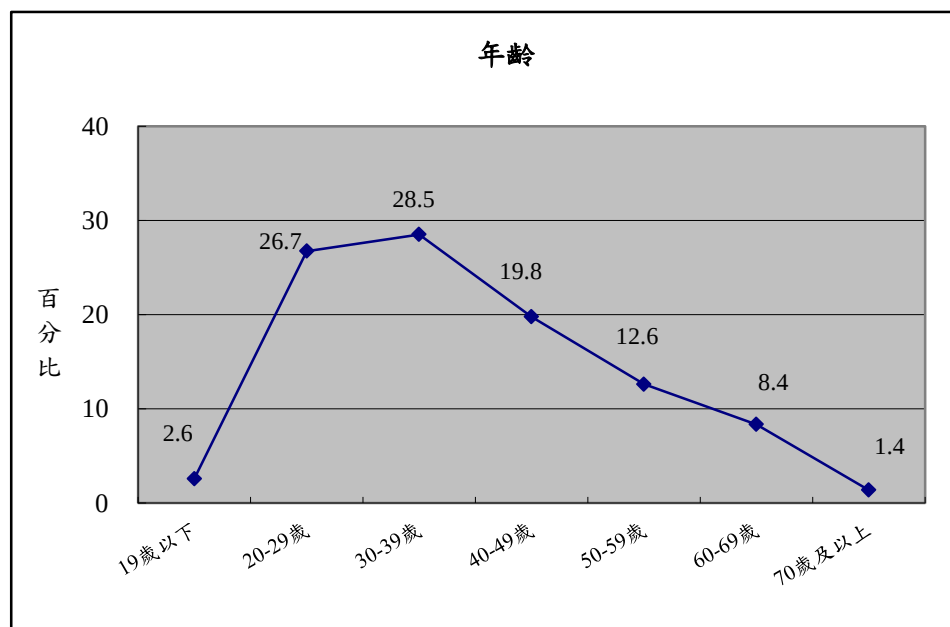


圖 4.2.1 來金陸客年齡分佈

貳、教育程度

來金陸客的教育程度水準，以「大學本科（含大專）」所佔比例最高為 55.9%，「中專（含高中）」次之佔 27.7%，詳細資料參閱表/圖 4.2.2。

表 4.2.2 來金陸客教育程度

教育程度	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
小學（含以下）	22	2.0
初中	134	12.4
中專（含高中）	298	27.7
大學本科（含大專）	602	55.9
研究所（含以上）	21	1.9
合計	1077	100.0

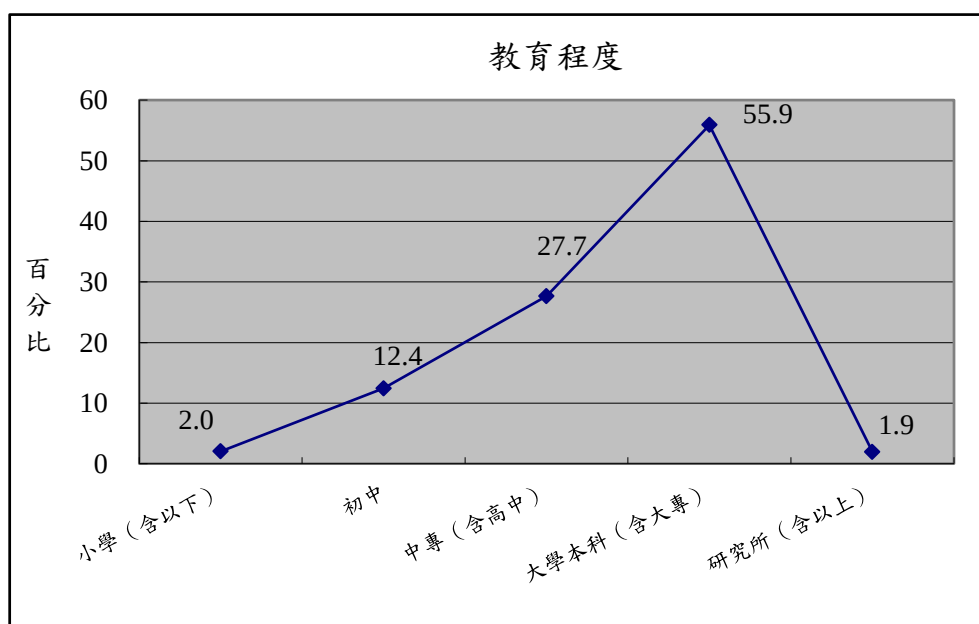


圖 4.2.2 來金陸客教育程度

參、職業

來金陸客的職業中，以「公司中級主管、職員」者所佔比例最多為 35.7%，其次為「服務業」佔 11.8%，「退休人員」佔 9.7% 為第三，詳細資料參閱表/圖 4.2.3。

表 4.2.3 來金陸客職業

職業	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
公司中級主管、職員	384	35.7
服務業	127	11.8
退休人員	105	9.7
企業所有人、高級主管、商人	98	9.1
教育機構人員(校長,教授,老師)	76	7.1
科學家、工程師、律師、醫師、會計師	71	6.6
學生	58	5.4
家庭主婦	49	4.5
政府機構人員	36	3.3
農民	29	2.7
文化工作人員(作家、音樂家、記者)	29	2.7
其他*	15	1.4
合計	1077	100.0

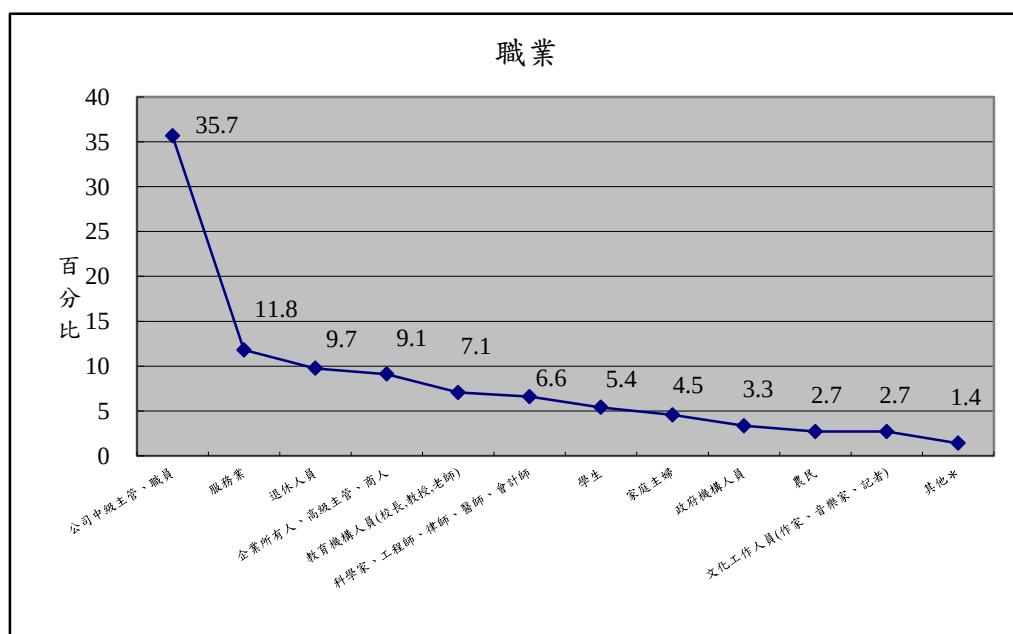


圖 4.2.3 來金陸客職業

肆、平均所得

來金陸客每月平均所得，以「3 千-6 千元」的旅客最多佔 35.5%，「1 千-3 千元」的旅客次之佔 18.8%，而「6 千-1 萬元」的旅客佔 15.1% 為第三，詳細資料參閱表/圖 4.2.4。

表 4.2.4 來金陸客每月平均所得(人民幣)

平均所得	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
無經常性收入	98	9.1
1千元以下	45	4.2
1千-3千元	202	18.8
3千-6千元	382	35.5
6千-1萬元	163	15.1
1萬-2萬元	145	13.5
2萬元以上	42	3.9
合計	1077	100.0

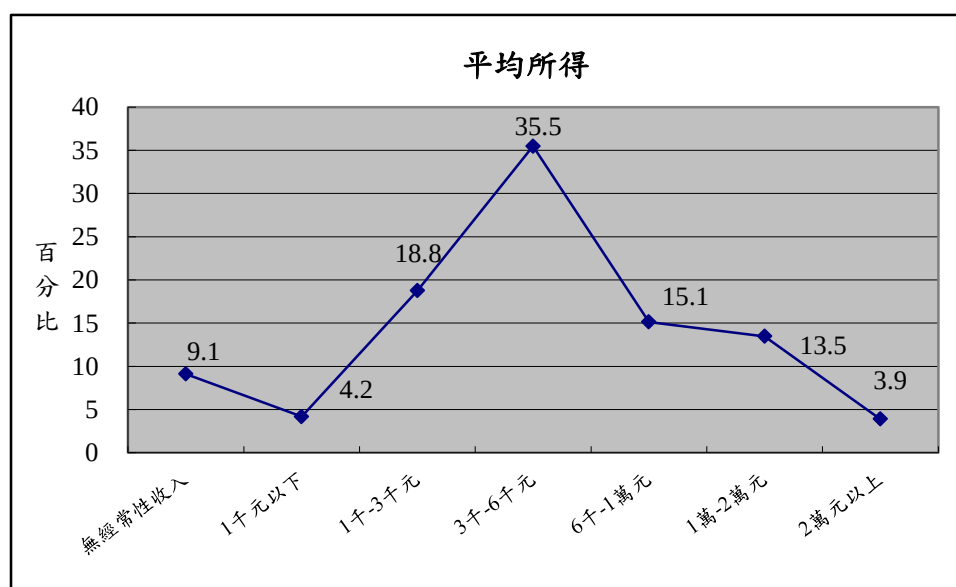


圖 4.2.4 來金陸客每月平均所得(人民幣)

伍、居住地

由表4.2.5得知，來金之陸客居住地，其中以「廈門市」的旅客最多佔51.4%，「福建省（廈門除外）」旅客次之佔26.4%，詳細資料參閱表/圖4.2.5。

表 4.2.5 來金陸客居住地

居住地	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
廈門市	554	51.4
福建省(廈門除外)	284	26.4
其他省(市)*	239	22.2
合計	1077	100.0

*選「其他省(市)」者填寫：甘肅、江西、雲南、河南、江蘇、四川、貴州、浙江、山東、廣西、北京、廣東等地方。

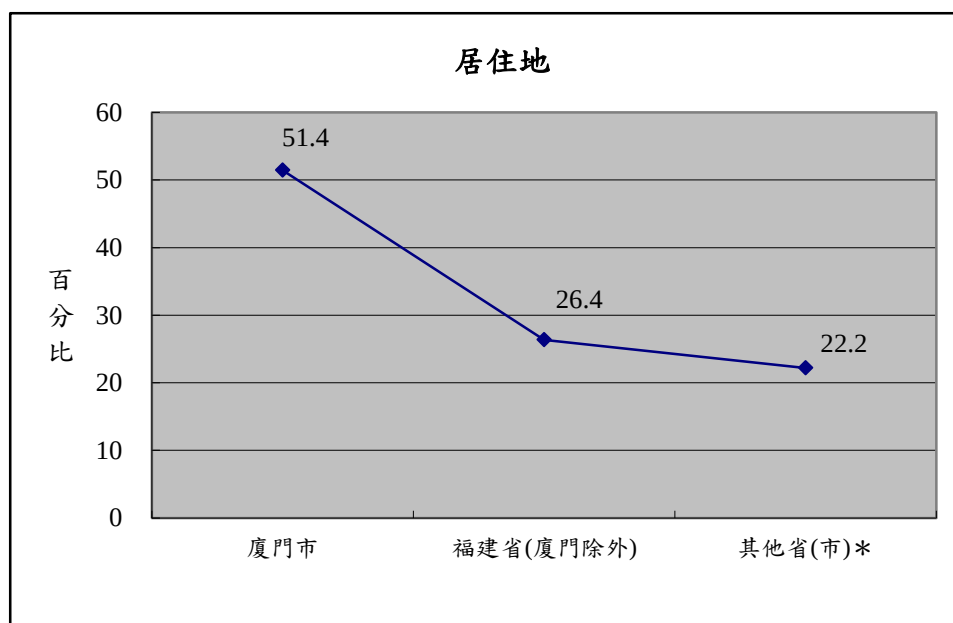


圖 4.2.5 來金陸客居住地

陸、性別

表4.2.6顯示，來金陸客的性別中，以「女性」旅客佔51.3%，「男性」旅客佔48.7%，詳細資料參閱表/圖4.2.6。

表 4.2.6 來金陸客性別分佈

性別	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
女	552	51.3
男	525	48.7
合計	1077	100.0

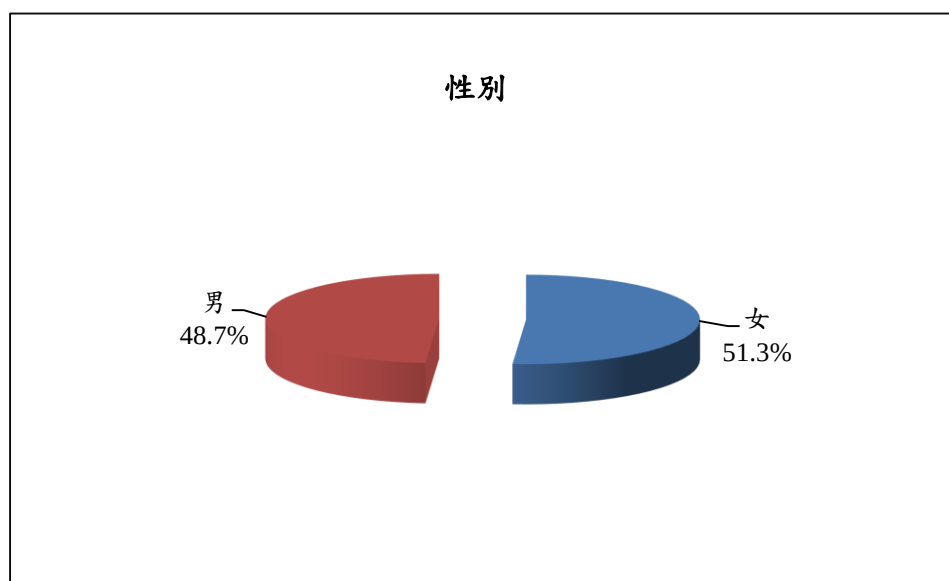


圖 4.2.6 來金陸客性別分佈

柒、婚姻

表4.2.7顯示，來金陸客的婚姻中，以「已婚」旅客佔78.9%，「單身」旅客佔21.1%，詳細資料參閱表/圖4.2.7。

表 4.2.7 來金陸客婚姻分佈

婚姻	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
已婚	850	78.9
單身	227	21.1
合計	1077	100.0

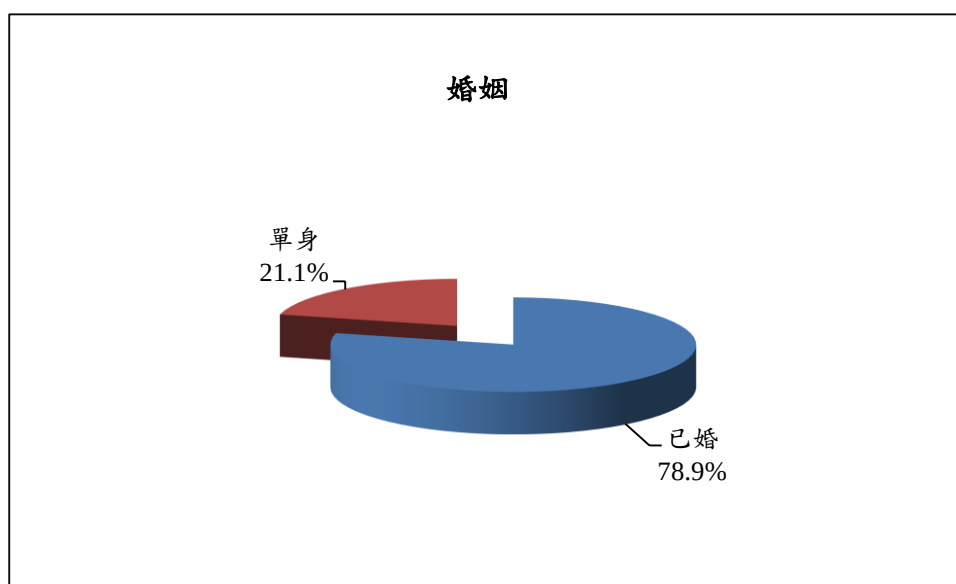


圖 4.2.7 來金陸客婚姻分佈

第三節 旅遊決策

壹、樣本結構

有關旅遊決策之樣本結構分析，整理如下表 4.3.1，請參閱。

表 4.3.1 旅遊決策之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、來金主要目的	觀光	997	92.6
	參加兩岸交流活動	35	3.2
	探親及訪友	19	1.8
	商務考察兼觀光	15	1.4
	商務考察	11	1.0
	小計	1077	100.0
二、搭乘之客輪	新武夷	218	20.2
	五緣號	153	14.2
	和平之星	123	11.4
	迅安輪	101	9.4
	馬可波羅	89	8.3
	新金龍	84	7.8
	捷安輪	74	6.9
	東方之星	62	5.8
	金祥龍輪	52	4.8
	金星輪	49	4.5
	蓬江輪	48	4.5
	八方輪	14	1.3
	泉金輪	10	0.9
	小計	1077	100.0
三、同行人員	配偶	297	27.6
	同事	258	24.0
	朋友、同學	234	21.7
	子女	158	14.7
	父母	118	11.0
	親戚	103	9.6
	單獨前來	82	7.6
	鄰居	40	3.7
	其他	0	0.0
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)			

表 4.3.1 旅遊決策之樣本結構分析(續)

	類別	樣本數	百分比(%)
四、旅遊資訊來源	親友、同事、同學、鄰居	436	40.5
	旅行社	387	35.9
	電子媒體	267	24.8
	平面媒體	92	8.5
	計算機網路	81	7.5
	政府觀光相關單位	63	5.8
	旅遊展覽	59	5.5
	個人經驗	45	4.2
	未曾索取數據	19	1.8
	其他	5	0.5
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)			
五、旅遊主要原因	對金門好奇心	519	48.2
	小三通交通便利	320	29.7
	購物	214	19.9
	語言相通	213	19.8
	純觀光	197	18.3
	完成想來金門的心願	137	12.7
	因為金門是台灣的縮影	115	10.7
	所屬工作單位或其它機構要求	86	8.0
	曾經是親戚或自己的故鄉	85	7.9
	滿足炫耀	11	1.0
	其他	9	0.8
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)			
六、觀光安排方式	個別向旅行社報名，由旅行社安排	462	42.9
	團體向旅行社接洽，由旅行社安排	368	34.2
	自行組團，再委由旅行社安排	211	19.6
	自由行	36	3.3
	小計	1077	100.0
八、是否中轉	廈門→金門→台灣	297	27.6
	廈門→台灣→金門	180	16.7
	否	600	55.7
	自由行	0	0.0
	小計	1077	100.0

貳、來金主要目的

由表4.3.2顯示，陸客來金主要目的以從事「觀光」的旅客為最多佔92.6%，以「參加兩岸交流活動」為目的次之佔3.2%，第三為「探親及訪友」者佔1.8%，詳細資料參閱表4.3.2/圖4.3.1。

表 4.3.2 來金陸客主要目的

來金主要目的	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
觀光	997	92.6
參加兩岸交流活動	35	3.2
探親及訪友	19	1.8
商務考察兼觀光	15	1.4
商務考察	11	1.0
合計	1077	100.0

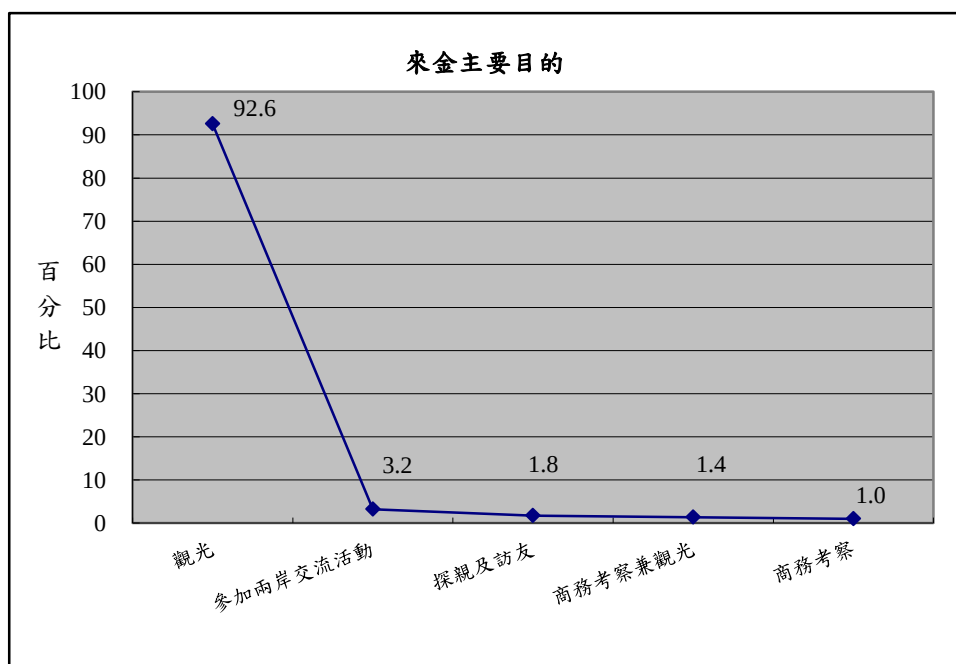


圖 4.3.1 來金陸客主要目的

參、來金搭乘之客輪

由表4.3.3得知，來金陸客搭乘「新武夷」入境者最多佔20.2%，搭乘「五緣號」入境者比例為14.2%次之，搭乘「和平之星」入境者佔11.4%為第三，搭乘「迅安輪」入境者佔9.4%，詳細資料參閱表4.3.3/圖4.3.2。

表 4.3.3 來金陸客搭乘之客輪

搭乘之客輪	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
新武夷	218	20.2
五緣號	153	14.2
和平之星	123	11.4
迅安輪	101	9.4
馬可波羅	89	8.3
新金龍	84	7.8
捷安輪	74	6.9
東方之星	62	5.8
金祥龍輪	52	4.8
金星輪	49	4.5
蓬江輪	48	4.5
八方輪	14	1.3
泉金輪	10	0.9
合計	1077	100.0

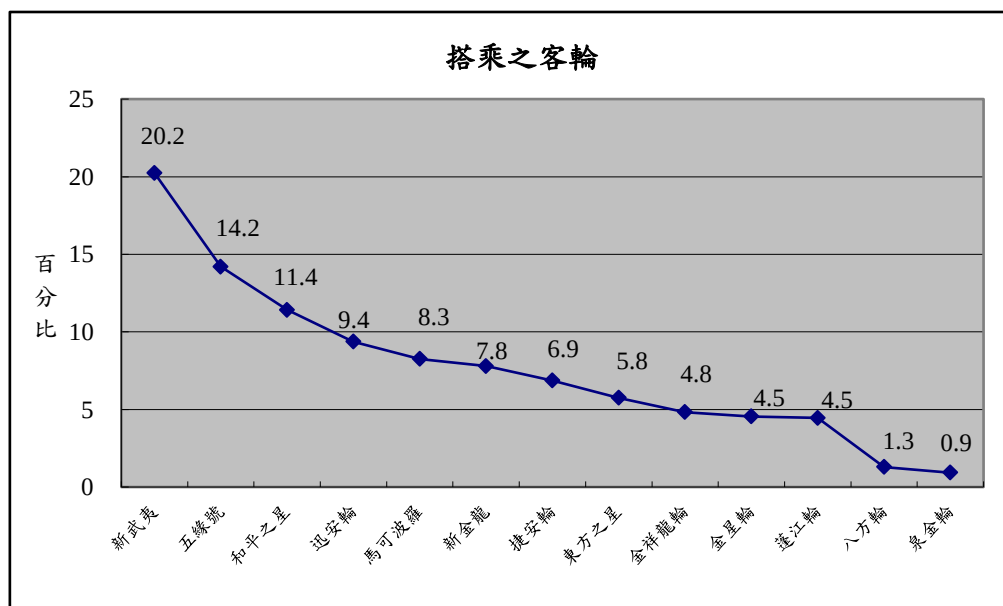


圖 4.3.2 來金陸客搭乘之客輪

肆、同行人員

由表4.3.4顯示，來金陸客中同行人員為「配偶」者所佔比例最多為27.6%，與「同事」者佔24.0%次之，與「朋友、同學」者佔21.7%為第三，和「子女」一同成行佔14.7%，「父母」者佔11.0%，詳細資料參閱表4.3.4/圖4.3.3。（本題為複選題）

表 4.3.4 來金旅客同行人員

同行人員	全年調查樣本	
	次數	相對次數
配偶	297	27.6
同事	258	24.0
朋友、同學	234	21.7
子女	158	14.7
父母	118	11.0
親戚	103	9.6
單獨前來	82	7.6
鄰居	40	3.7

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

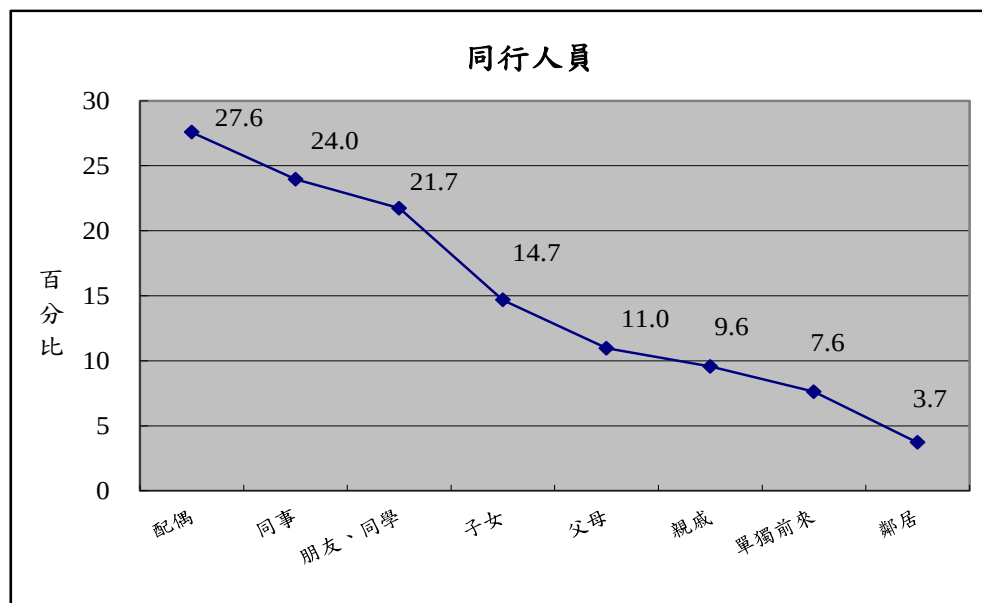


圖 4.3.3 來金旅客同行人員

伍、旅遊訊息來源

由表4.3.5顯示，來金陸客中旅遊資訊來源以「親友、同事、同學、鄰居」最多佔40.5%，由「旅行社」者佔35.9%次之，由「電子媒體」者24.8%為第三，詳細資料參閱表4.3.5/圖4.3.4。(本題為複選題)

表 4.3.5 來金陸客旅遊訊息來源

旅遊訊息來源	全年調查樣本	
	次數	相對次數
親友、同事、同學、鄰居	436	40.5
旅行社	387	35.9
電子媒體	267	24.8
平面媒體	92	8.5
計算機網路	81	7.5
政府觀光相關單位	63	5.8
旅遊展覽	59	5.5
個人經驗	45	4.2
未曾索取數據	19	1.8
其他*	5	0.5

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

*選「其他」者填寫：村跑。

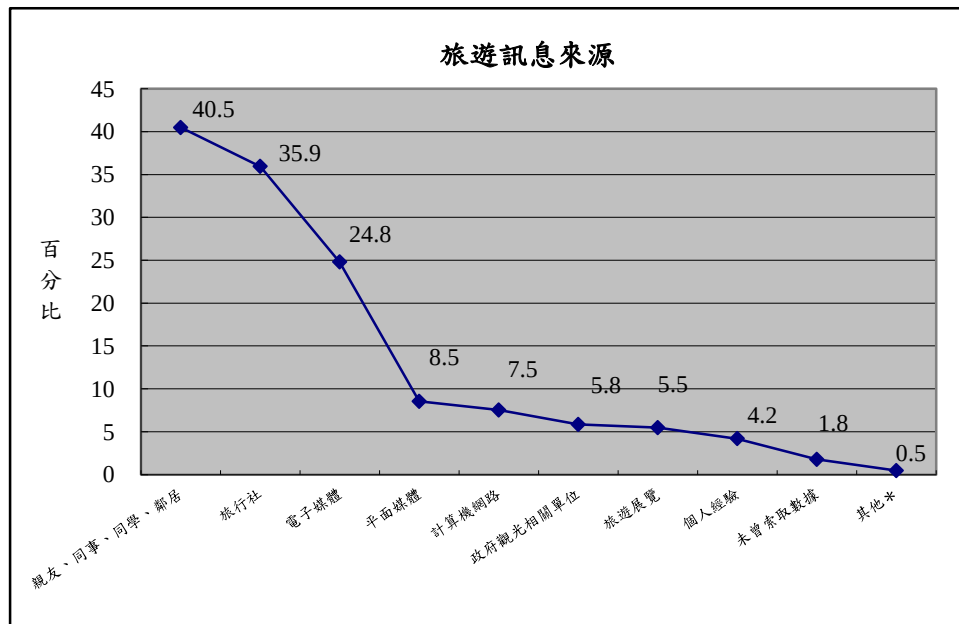


圖 4.3.4 來金陸客旅遊訊息來源

陸、旅遊的主要原因

吸引陸客來金旅遊主要原因以「對金門好奇心」者最多佔48.2%，以「小三通交通便利」者佔29.7%次之，以「購物」者佔19.9%為第三，詳細資料參閱表4.3.6/圖4.3.5。（本題為複選題）

表 4.3.6 來金門旅遊的主要原因

旅遊的主要原因	全年調查樣本	
	次數	相對次數
對金門好奇心	519	48.2
小三通交通便利	320	29.7
購物	214	19.9
語言相通	213	19.8
純觀光	197	18.3
完成想來金門的心願	137	12.7
因為金門是台灣的縮影	115	10.7
所屬工作單位或其它機構要求	86	8.0
曾經是親戚或自己的故鄉	85	7.9
滿足炫耀	11	1.0
其他*	9	0.8

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

*選「其他」者填寫：工作、小吃、村跑等。

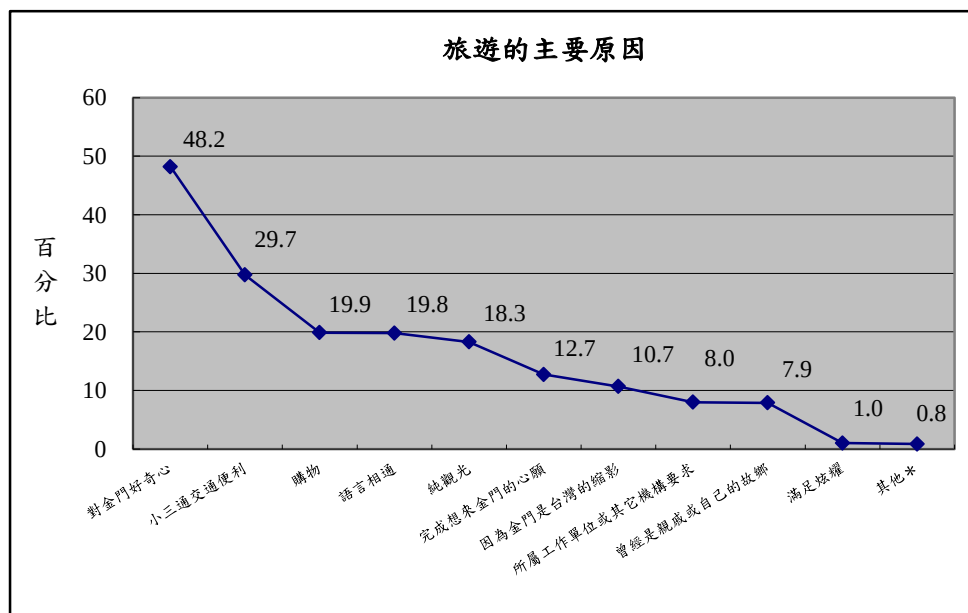


圖 4.3.5 來金門旅遊的主要原因

柒、觀光安排方式

來金陸客之觀光方式，以「個別向旅行社報名，由旅行社安排」的旅客所佔比例42.9%為最高，「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」者34.2%為第二，選擇「自行組團，再委由旅行社安排」佔19.6%為第三，詳細資料參閱表4.3.7/圖4.3.6。

表 4.3.7 陸客來金觀光方式

觀光安排方式	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
個別向旅行社報名，由旅行社安排	462	42.9
團體向旅行社接洽，由旅行社安排	368	34.2
自行組團，再委由旅行社安排	211	19.6
自由行	36	3.3
合計	1077	100.0

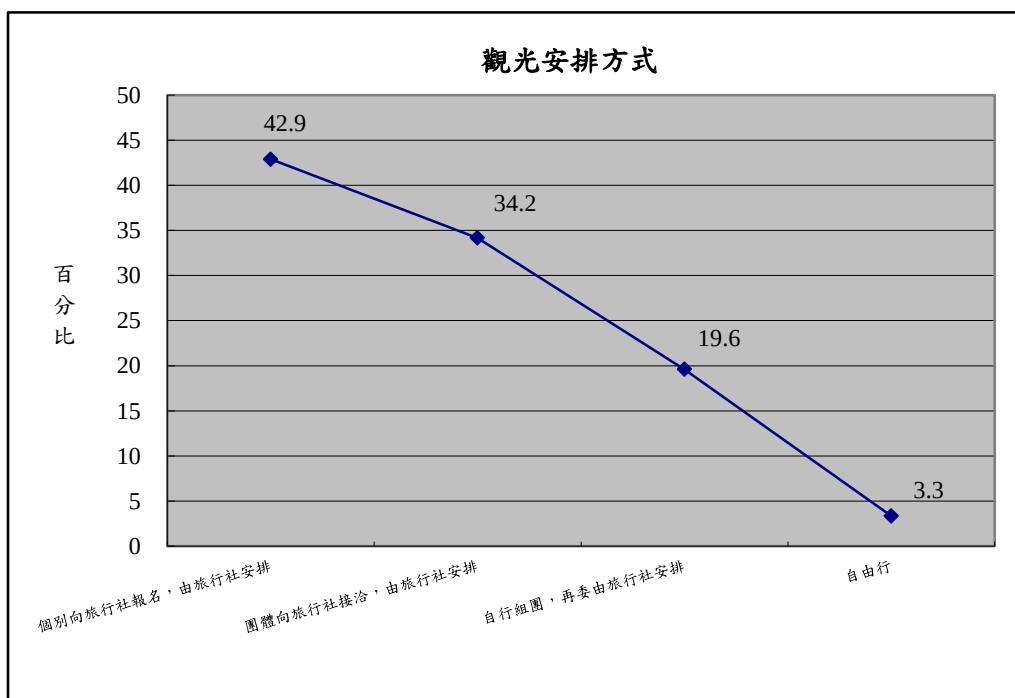


圖 4.3.6 陸客來金觀光方式

捌、是否為中轉旅遊

來金陸客中是否為中轉旅遊，以「否（僅停留金門）」者最多佔55.7%，而「廈門→金門→台灣」者佔27.6%次之，詳細資料參閱表4.3.8/圖4.3.7。

表 4.3.8 是否為中轉旅遊

是否為中轉旅遊	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
廈門→金門→台灣	297	27.6
廈門→台灣→金門	180	16.7
否	600	55.7
自由行	0	0.0
合計	1077	100.0

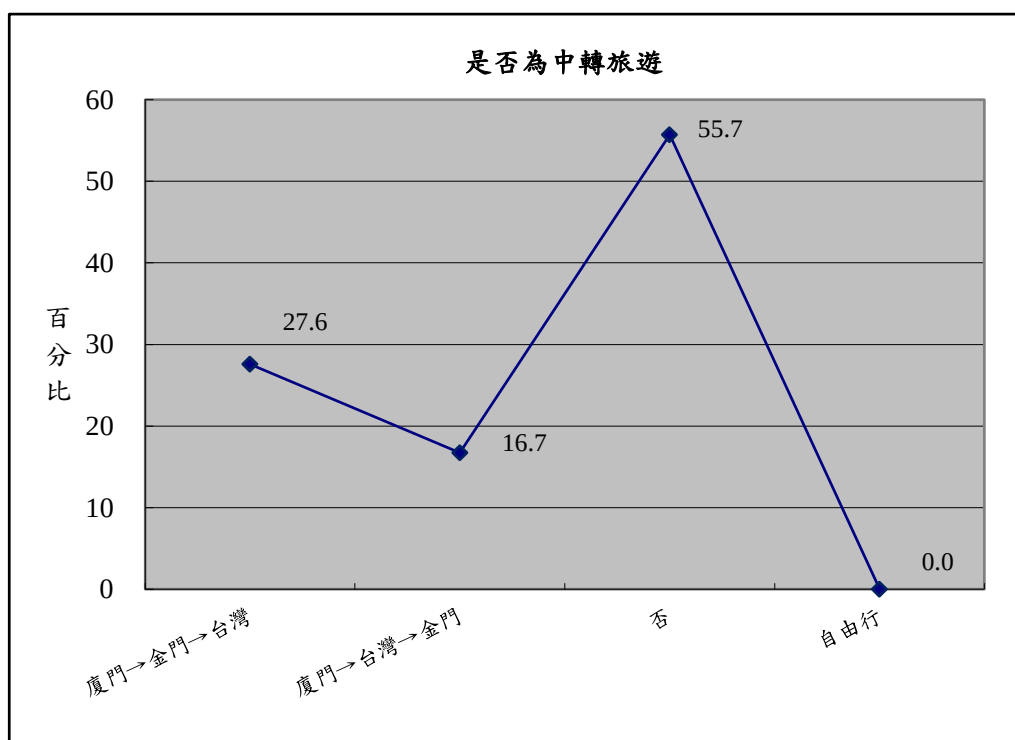


圖 4.3.7 是否為中轉旅遊

第四節 來金陸客動向

壹、樣本結構

有關來金陸客動向之樣本結構分析，整理如下表 4.4.1，請參閱。

表 4.4.1 來金陸客動向之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、停留時間	二天一夜	1011	93.9
	三天二夜	59	5.5
	四天三夜	7	0.6
	五天(含)以上	0	0.0
	小計	1077	100.0
二、來金次數	一次	947	87.9
	二次	75	7.0
	三次	31	2.9
	四次	7	0.6
	五次以上	17	1.6
	小計	1077	100.0
三、最喜歡的景點	詳細參料參閱表4.4.4		
四、最喜歡的觀光資源與因素	閩南建築	560	52.0
	戰地色彩	512	47.5
	自然景觀	372	34.5
	乾淨整潔的環境	262	24.3
	文物古蹟	165	15.3
	治安交通良好	153	14.2
	金門小吃	152	14.1
	金門特產品	151	14.0
	氣候宜人	147	13.6
	免稅商品	134	12.4
	台灣商品	112	10.4
	海邊風光	110	10.2
	富人情味	110	10.2
	民風民俗的體驗	85	7.9
	旅費便宜	84	7.8
	物品價格合理	47	4.4
	賞鳥活動	36	3.3
	遊憩活動	20	1.9
	工商業繁榮	6	0.6
	其他	2	0.2

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

貳、停留時間

由表4.4.2顯示，來金陸客停留天數以「二天一夜」者居多所佔比例為93.9%，「三天二夜」佔5.5%次之，詳細資料參閱表4.4.2/圖4.4.1。

表 4.4.2 陸客來金停留時間

停留時間	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
二天一夜	1011	93.9
三天二夜	59	5.5
四天三夜	7	0.6
五天(含)以上	0	0.0
合計	1077	100.0

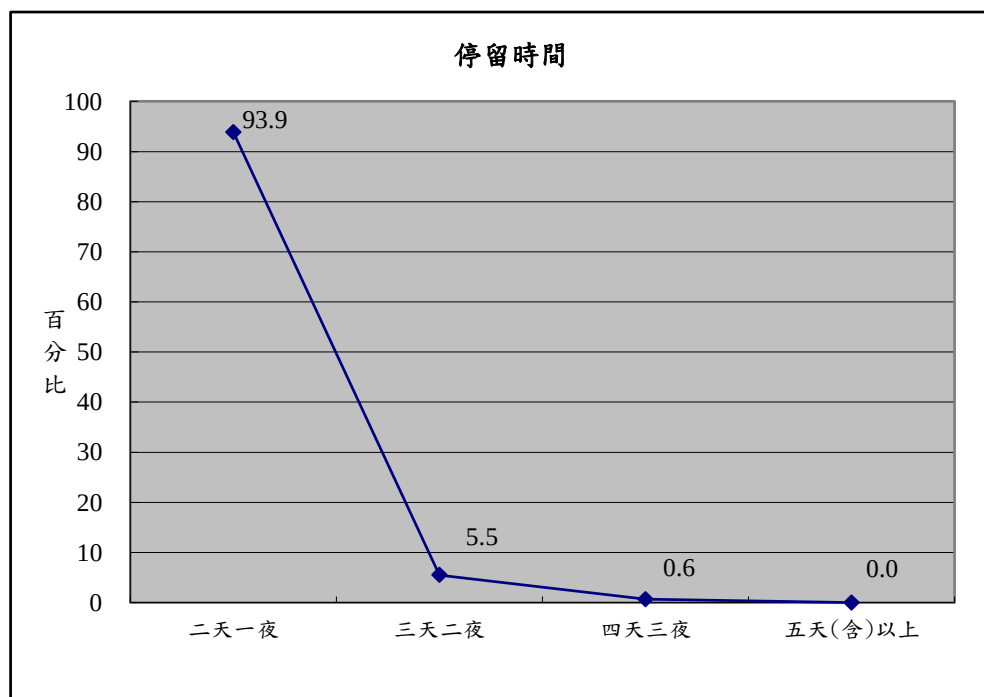


圖 4.4.1 陸客來金停留時間

參、來金次數

由表4.4.3得知，兩岸開放後陸客來金次數以「一次」為最多佔87.9%，「二次」者居次佔7.0%，「三次」者佔2.9%為第三，詳細資料參閱表4.4.3/圖4.4.2。

表 4.4.3 兩岸開放後陸客來金次數

來金次數	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
一次	947	87.9
二次	75	7.0
三次	31	2.9
四次	7	0.6
五次以上	17	1.6
合計	1077	100.0

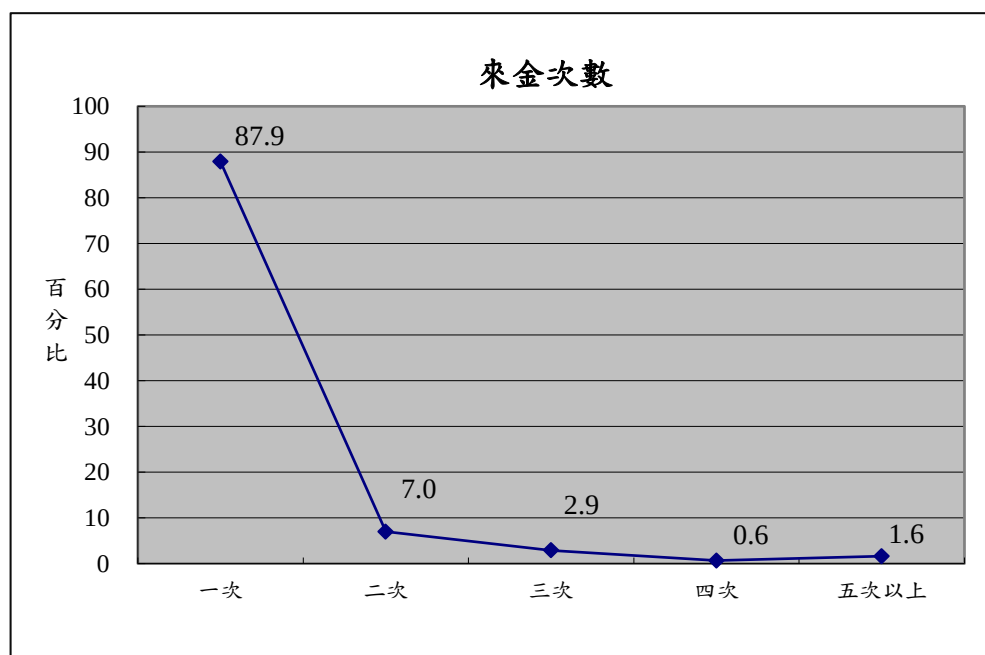


圖 4.4.2 兩岸開放後陸客來金次數

肆、最喜歡的景點

由表 4.4.4 顯示，來金陸客最喜歡的觀光景點，前六名之次數百分比依次為「翟山坑道」為 62.1%，「莒光樓」為 59.5%、「水頭聚落」為 56.7%，「獅山砲陣地」為 26.5%，「國家公園遊客中心」為 25.2%，「山后民俗文化村」為 23.7%，詳細資料參閱表 4.4.4。(本題為複選題，最多可選 5 個)

表 4.4.4 來金陸客最喜歡的觀光景點項目

最喜歡的景點	全年樣本調查	
	次數	相對次數
翟山坑道	669	62.1
莒光樓	641	59.5
水頭聚落	611	56.7
獅山砲陣地	285	26.5
國家公園遊客中心	271	25.2
山后民俗文化村	255	23.7
乳山遊客中心	242	22.5
太武山	124	11.5
雙鯉濕地中心	113	10.5
金門酒廠	101	9.4
模範街、貞節牌坊	100	9.3
清總兵署	91	8.4
慈湖	72	6.7
金城民防坑道	59	5.5
文台寶塔	55	5.1
馬山觀測所	54	5.0
古寧頭戰史館	53	4.9
陳景蘭洋樓	39	3.6
海邊沙灘	38	3.5
烈嶼(小金門)	31	2.9
建功嶼	29	2.7
北山古洋樓	26	2.4
延平郡王祠	24	2.2
瓊林聚落	23	2.1
李光前將軍廟	16	1.5
榕園、八二三戰史館	16	1.5
大二膽水域	6	0.6
其他*	0	0.0

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數 1077 份)

伍、最喜歡的觀光資源與因素

由表4.4.6顯示，陸客來金最喜歡的觀光資源與因素中前五名依次為「閩南建築」佔52.0%，「戰地色彩」佔47.5%，「自然景觀」佔34.5%，「乾淨整潔的環境」佔24.3%，「文物古蹟」佔15.3%、「治安交通良好」佔14.2%，詳細資料參閱表4.4.6。（本題為複選題）

表 4.4.6 來金陸客最喜歡的觀光資源與因素

最喜歡的觀光資源與因素	全年調查樣本	
	次數	相對次數
閩南建築	560	52.0
戰地色彩	512	47.5
自然景觀	372	34.5
乾淨整潔的環境	262	24.3
文物古蹟	165	15.3
治安交通良好	153	14.2
金門小吃	152	14.1
金門特產品	151	14.0
氣候宜人	147	13.6
免稅商品	134	12.4
台灣商品	112	10.4
海邊風光	110	10.2
富人情味	110	10.2
民風民俗的體驗	85	7.9
旅費便宜	84	7.8
物品價格合理	47	4.4
賞鳥活動	36	3.3
遊憩活動	20	1.9
工商業繁榮	6	0.6
其他*	2	0.2

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

*選「其他」者填寫：無。

第五節 來金陸客消費支出

壹、樣本結構

有關來金陸客消費支出之樣本結構分析，整理如下表 4.5.1，請參閱。

表 4.5.1 來金陸客消費支出之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、基本消費支出	999元以下	398	37.0
(一)團費支出	1,000-1,499元	336	31.2
	1,500-1,999元	213	19.8
	2,000-2,999元	82	7.6
	3,000-3,999元	42	3.9
	4,000-4,999元	6	0.6
	5,000元(含)以上	0	0.0
	小計	1077	100.0
(二)特產消費	沒有任何消費性支出	40	3.7
	499元以下	155	14.4
	500-999元	259	24.0
	1,000-1,999元	327	30.4
	2,000-2,999元	126	11.7
	3,000-3,999元	70	6.5
	4,000-4,999元	17	1.6
	5,000元(含)以上	83	7.7
	小計	1077	100.0
二、消費金額估算	團費支出	1,197	38.8
	特產消費支出	1,885	61.2
	小計	3,082	100.0
三、特產	貢糖	669	62.1
	一條根	527	48.9
	高粱酒	340	31.6
	免稅品	303	28.1
	砲彈鋼刀	217	20.1
	香菸	195	18.1
	牛肉乾	152	14.1
	藥妝店產品	146	13.6
	麵線	144	13.4
	風獅爺藝品	124	11.5
	日常百貨用品	118	11.0
	紀念品	88	8.2
	高粱醋(酵素)	59	5.5
	衣服	48	4.5
	餅類	44	4.1
	無消費	40	3.7
	其他*	5	0.5
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)			

四、購物地點

詳細資料參閱表4.5.6/圖4.5.5

貳、基本消費支出

一、團費支出

一般團費集中於「999元以下」者佔37.0%，其次為「1,000-1,499元」者佔31.2%，詳細資料參閱表4.5.2/圖4.5.1。

表 4.5.2 團體旅遊團費(人民幣)

團費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
999元以下	398	37.0
1,000-1,499元	336	31.2
1,500-1,999元	213	19.8
2,000-2,999元	82	7.6
3,000-3,999元	42	3.9
4,000-4,999元	6	0.6
5,000元(含)以上	0	0.0
合計	1077	100.0

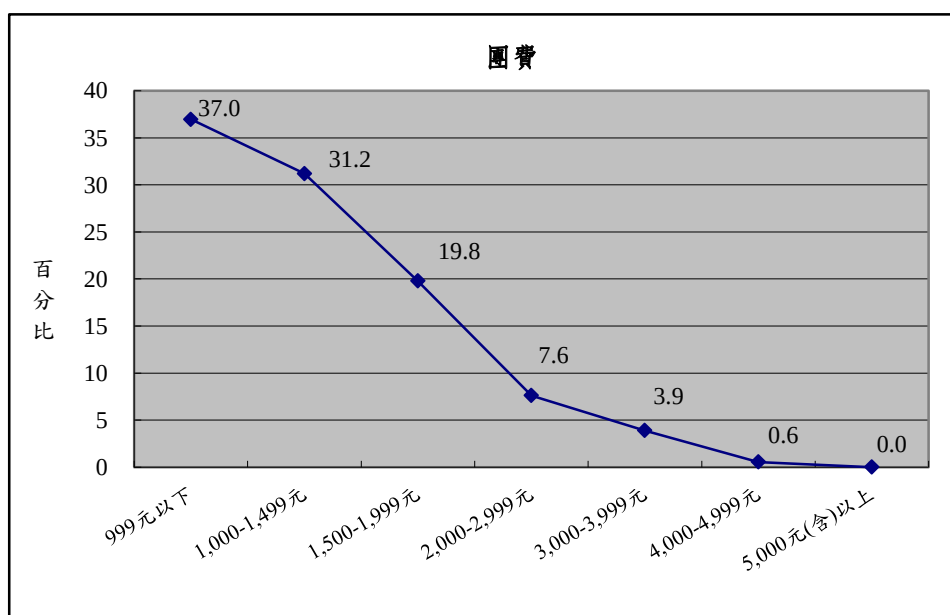


圖 4.5.1 團體旅遊團費(人民幣)

二、特產消費

由表4.5.3得知，來金陸客中在特產消費支出方面以「1,000-1,999元」佔30.4%比例為最高，其次為「500-999元」的旅客佔24.0%，「499元以下」之旅客佔14.4%為第三，詳細資料參閱表4.5.3/圖4.5.2。

表 4.5.3 特產消費支出(人民幣)

特產消費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	40	3.7
499元以下	155	14.4
500-999元	259	24.0
1,000-1,999元	327	30.4
2,000-2,999元	126	11.7
3,000-3,999元	70	6.5
4,000-4,999元	17	1.6
5,000元(含)以上	83	7.7
合計	1077	100.0

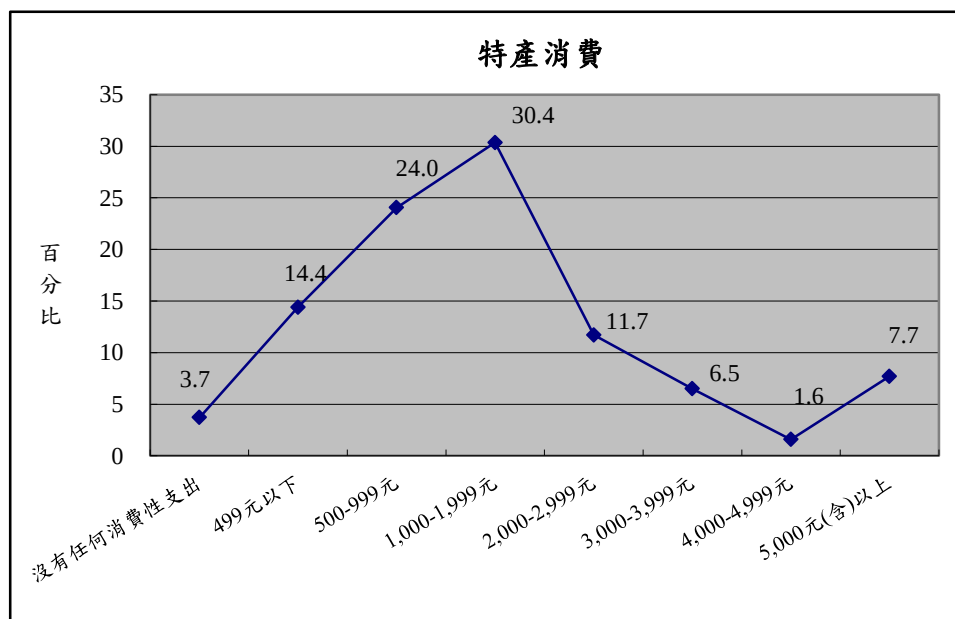


圖 4.5.2 特產消費支出(人民幣)

參、消費金額估算

一、參團由金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)估算

根據估算公式，非中轉之參加旅行團旅客其團費每人每次平均支出約為1,197元，而特產消費每人每次平均支出約為1,885元，總計參團旅客每人每次遊程在金門之最低消費金額約為3,082元。詳細資料參閱表4.5.4/圖4.5.3。

估算公式：每人每次遊程平均最低消費金額(人民幣) = (平均每人每次的團費支出) + (平均每人每次的特產消費支出)

備註：團費支出取區間金額之中間值，例：1,000-1,499元取1250元；而999元以下及5,000元以上，則取999元及5,000元。另特產消費因區間較大，故亦取區間金額之中間值，例：1,000-1,999元取1,500元；而5,000元以上則取5,000元。

表 4.5.4 參團遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)

項目	每人每次平均消費額	百分比(%)
團費支出	1,197	38.8
特產消費支出	1,885	61.2
合計	3,082	100.0

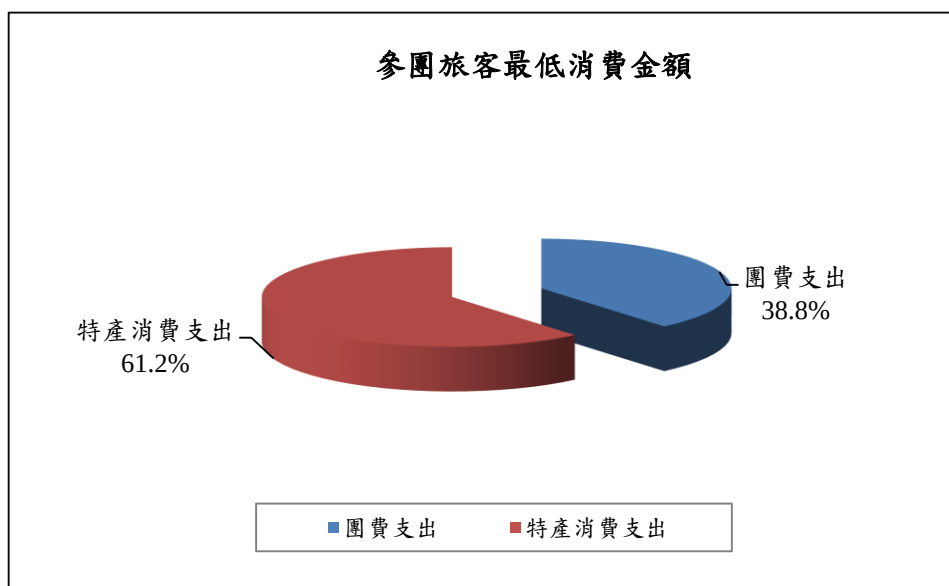


圖 4.5.3 參團遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)

二、105 年度調查大陸來金旅客最低消費總金額（人民幣）估算

105 年度大陸來金旅客最低消費總額約為人民幣 16 億 5 仟 5 佰 5 拾 2 萬 2 仟 7 百 4 拾 2 元。估算方式參閱如后。約為台幣 76 億 9 仟 8 佰 1 拾 8 萬 0 仟 7 百 5 拾 0 元。

105 年度調查便利抽樣之大陸觀光客總人次為 1,077 人。由附錄六得知 105 年 01 月至 12 月份來金門之大陸旅客人數為 695,205 人。其中來金門旅遊之大陸旅客人數約為 355,631 人，而停留金門 1 日以上，然後中轉到台灣之陸客人數約為 279,734 人，另大陸地區小三通落地簽人數約為 59,840。而參團旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算為 3,082 元，另外，中轉入台灣之旅客在金門的每人團費金額估算約為 2,000 元。

估算公式：

$$\begin{aligned}\text{總消費金額（人民幣）} &= \text{大陸旅客來金人數} \times 3,082 \text{ 元} \\ &\quad + \text{中轉至台灣之陸客} \times 2,000 \text{ 元} \\ &= 355,631 \times 3,082 + 279,734 \times 2,000 \\ &= 1,096,054,742 \text{ 元} + 559,468,000 \text{ 元} \\ &= 1,655,522,742 \text{ 元} \\ &\quad \text{【以匯率 1：4.65 計算約為 7,698,180,750 元（台幣）】}\end{aligned}$$

肆、特產

在多種特產中最受來金陸客喜愛的特產為「貢糖」，所佔比例最高為62.1%，其次為「一條根」為48.9%，「高粱酒」為31.6%第三，「免稅品」為28.1%，「砲彈鋼刀」為20.1%，詳細資料參閱表4.5.5/圖4.5.4（本題為複選題）。

表 4.5.5 特產種類

特產	全年調查樣本	
	次數	相對次數
貢糖	669	62.1
一條根	527	48.9
高粱酒	340	31.6
免稅品	303	28.1
砲彈鋼刀	217	20.1
香菸	195	18.1
牛肉乾	152	14.1
藥妝店產品	146	13.6
麵線	144	13.4
風獅爺藝品	124	11.5
日常百貨用品	118	11.0
紀念品	88	8.2
高粱醋(酵素)	59	5.5
衣服	48	4.5
餅類	44	4.1
無消費	40	3.7
其他*	5	0.5

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

*選「其他」者填寫：飲料、食品、辣醬、小吃、租車等。

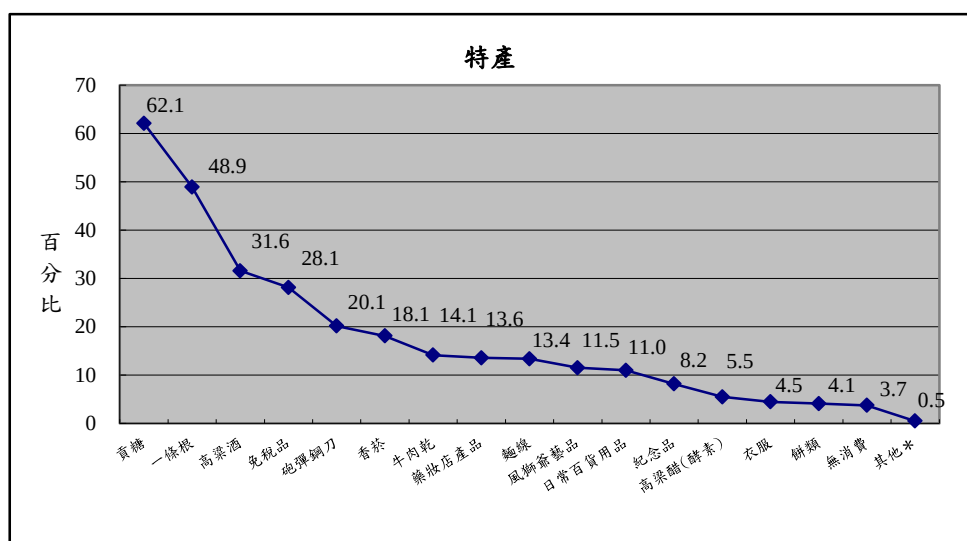


圖 4.5.4 特產種類

伍、購物地點

購物地點中以「旅行社安排之特產店」所佔比例最高為71.2%，「免稅店」佔38.0%次之，「藥妝店」佔11.6%為第三，「超商(7-11)」佔10.7%，「大賣場」、「風景據點小販」各佔9.7%，詳細資料參閱表4.5.6/圖4.5.5。

表 4.5.6 購物地點

購物地點	全年調查樣本	
	次數	相對次數
旅行社安排之特產店	767	71.2
免稅店	409	38.0
藥妝店	125	11.6
超商(7-11)	115	10.7
大賣場	105	9.7
風景據點小販	104	9.7
自行前往之藝品特產店	95	8.8
傳統市場	78	7.2
無購買	40	3.7
漁會超市	12	1.1
其他*	6	0.6

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

*選「其他」者填寫：酒店。

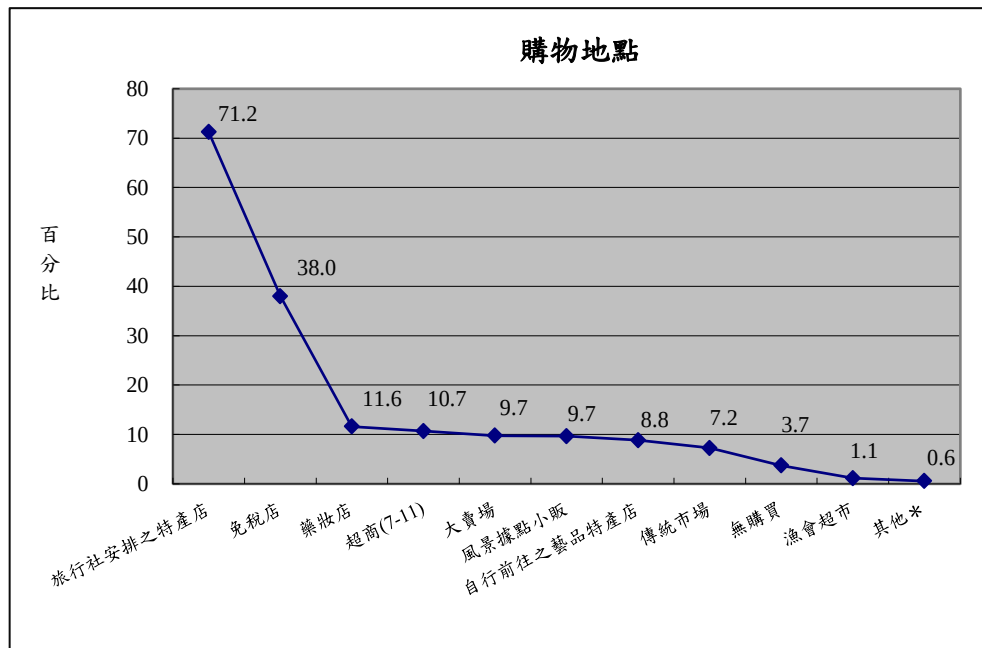


圖 4.5.5 購物地點

第六節 來金陸客旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

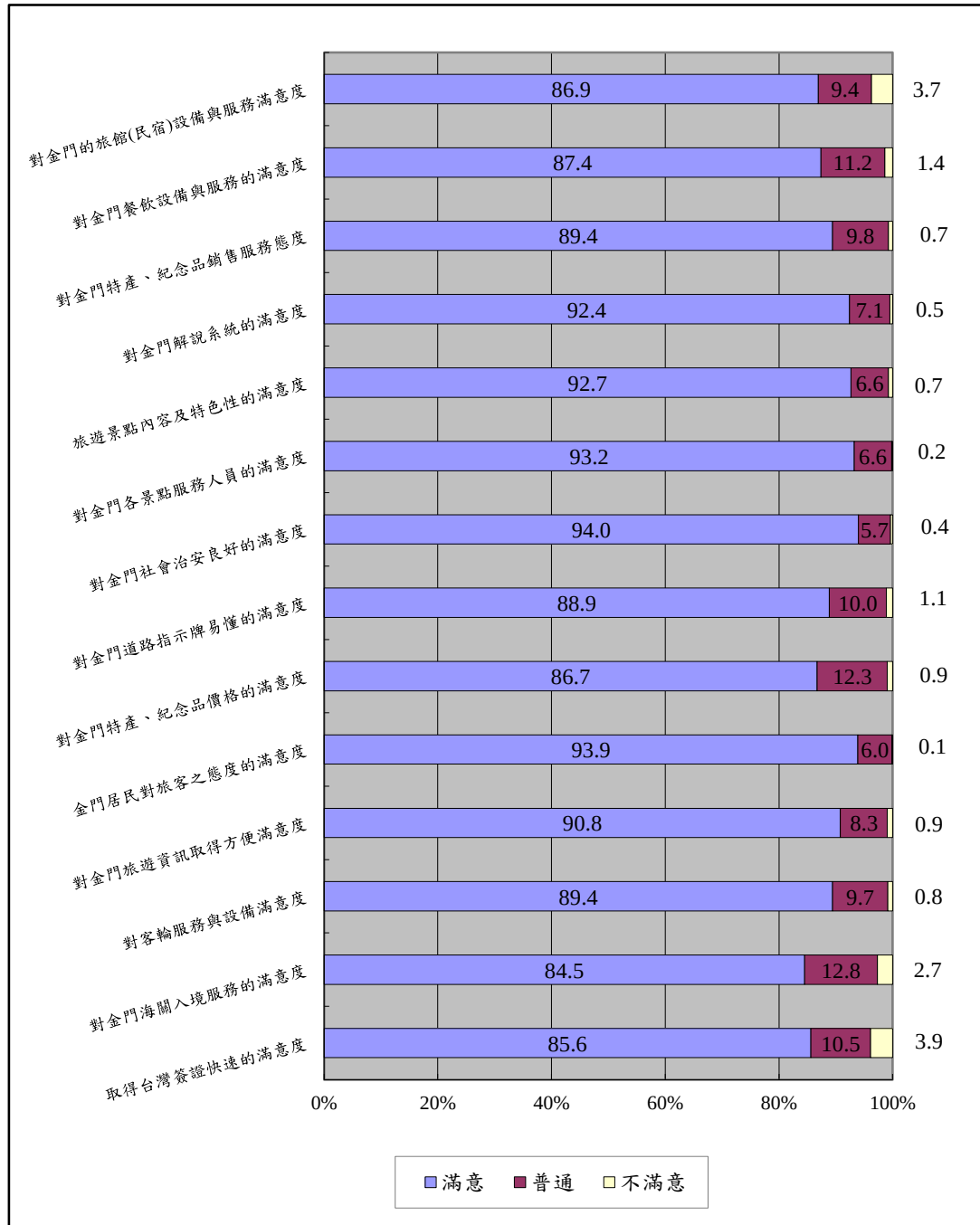
由表 4.6.1 得知，各項相關設施與服務滿意度以題項 8.陸客對金門社會治安良好的滿意度各為排序後的第一順位（平均數=4.45），題項 5.金門居民對旅客之態度的滿意度為第二順位（平均數=4.43），題項 9.陸客對金門各景點服務人員的滿意度為第三順位（平均數=4.38），相關數據請參閱下表。

表 4.6.1 各項相關設施與服務滿意度

各項相關設施與服務的滿意度	全年調查樣本		
	平均數	標準差	排序
1.取得台灣簽證快速的滿意度	4.26	0.82	8
2.對金門海關入境服務的滿意度	4.25	0.78	9
3.對客輪服務與設備滿意度	4.30	0.67	6
4.對金門旅遊資訊取得方便滿意度	4.32	0.67	5
5.金門居民對旅客之態度的滿意度	4.43	0.61	2
6.對金門特產、紀念品價格的滿意度	4.26	0.70	8
7.對金門道路指示牌易懂的滿意度	4.30	0.69	6
8.對金門社會治安良好的滿意度	4.45	0.61	1
9.對金門各景點服務人員的滿意度	4.38	0.61	3
10.旅遊景點內容及特色性的滿意度	4.37	0.64	4
11.對金門解說系統的滿意度	4.37	0.63	4
12.對金門特產、紀念品銷售服務態度	4.29	0.67	7
13.對金門餐飲設備與服務的滿意度	4.26	0.71	8
14.對金門的旅館(民宿)設備與服務滿意度	4.21	0.80	10

註：平均數為5=非常滿意，4=滿意，3=普通，2=不滿意，1=非常不滿意

圖 4.6.1 為來金陸客在金門旅遊後對各項相關設施與服務滿意度之百分比，由此大致可看出認為「對金門社會治安良好的滿意度」之旅客比率較大，而不滿意「取得台灣簽證快速的滿意度」之旅客比率較多。



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

圖 4.6.1 各項相關設施與服務滿意度

第七節 陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願

壹、樣本結構

有關陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願之樣本結構分析，整理如下表 4.7.1，請參閱。

表 4.7.1 陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、整體滿意度	非常滿意	480	44.6
	滿意	510	47.4
	普通	82	7.6
	不滿意	5	0.5
	非常不滿意	0	0.0
	小計	1077	100.0
二、推薦意願	非常願意	484	44.9
	願意	509	47.3
	普通	79	7.3
	不願意	4	0.4
	非常不願意	1	0.1
	小計	1077	100.0
三、回遊意願	非常願意	513	47.6
	願意	452	42.0
	普通	92	8.5
	不願意	15	1.4
	非常不願意	5	0.5
	小計	1077	100.0
四、國外旅遊的經驗	沒有	649	60.3
	有	428	39.7
	小計	1077	100.0
五、最喜歡的旅遊地點	金門地區旅遊	586	54.4
	台灣地區旅遊	562	52.2
	其他海外國家旅遊	399	37.0
	國內旅遊(大陸地區)	398	37.0
	港澳地區旅遊	343	31.8

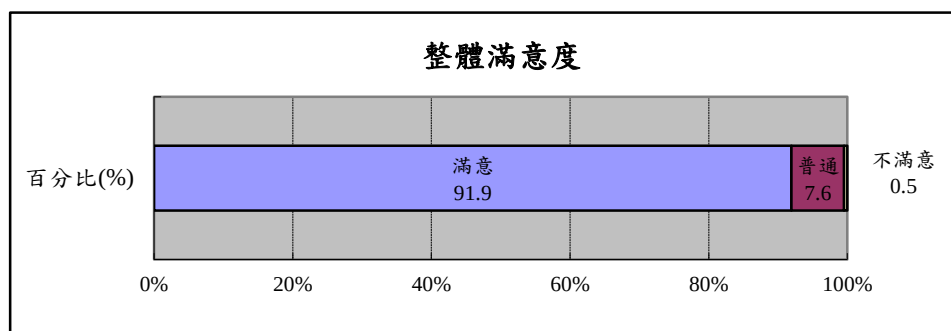
*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

貳、整體滿意度

由表 4.7.1 得知，來金陸客對此次金門之旅整體滿意如下：「非常滿意」為 44.6%、「滿意」為 47.4%，非常滿意與滿意合計為 92.0%，「普通」佔 7.6%，「不滿意」為 0.5%，「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.5%，整體滿意平均數為 4.36，詳細資料參閱表 4.7.2/圖 4.7.1。

表 4.7.2 來金陸客對金門之旅的整體滿意度

整體滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	480	44.6
滿意	510	47.4
普通	82	7.6
不滿意	5	0.5
非常不滿意	0	0.0
合計	1077	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

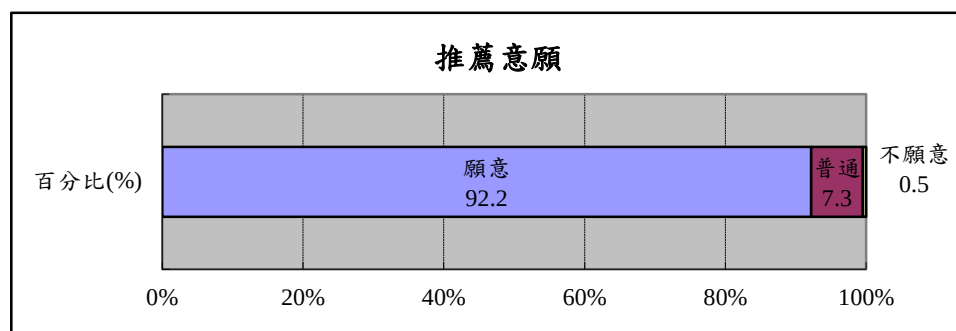
圖 4.7.1 來金陸客對金門之旅的整體滿意度

參、推薦意願

由表 4.7.3 得知，來金陸客會推薦親朋好友來金門旅遊的意願滿意度如下：「非常願意」為 44.9%、「願意」為 47.3%，非常願意與願意合計為 92.2%，「普通」佔 7.3%，「不願意」為 0.4%，「非常不願意」為 0.1%，不願意與非常不願意合計為 0.5%，推薦意願滿意平均數為 4.37，詳細資料參閱，詳細資料參閱表 4.7.3/圖 4.7.2。

表 4.7.3 來金陸客推薦金門之旅的意願

推薦意願	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常願意	484	44.9
願意	509	47.3
普通	79	7.3
不願意	4	0.4
非常不願意	1	0.1
合計	1077	100.0



註：「非常願意」和「願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，
「非常不願意」和「不願意」合併為「不願意」。

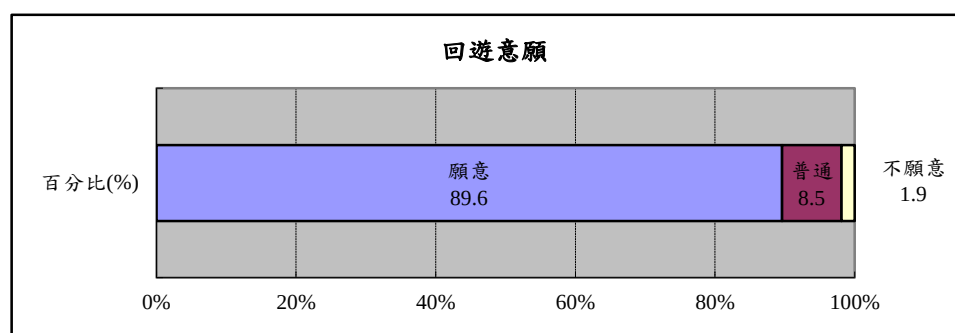
圖 4.7.2 來金陸客推薦金門之旅的意願

肆、回遊意願

由表 4.7.4 得知，來金陸客願意回遊金門滿意度如下：「非常願意」為 47.6%、「願意」為 42.0%，非常願意與願意合計為 89.6%，「普通」佔 8.5%，「不願意」為 1.4%、「非常不願意」為 0.5%，不願意與非常不願意合計為 1.9%，回遊意願滿意平均數為 4.35，詳細資料參閱表 4.7.4/圖 4.7.3。

表 4.7.4 來金陸客願再次來金門旅遊的意願

回遊意願	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常願意	513	47.6
願意	452	42.0
普通	92	8.5
不願意	15	1.4
非常不願意	5	0.5
合計	1077	100.0



註：「非常願意」和「願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，
「非常不願意」和「不願意」合併為「不願意」。

圖 4.7.3 來金陸客願再次來金門旅遊的意願

伍、國外旅遊的經驗

由表 4.7.5 得知，來金陸客「沒有」到國外旅遊經驗者佔 60.3%，而表示「有」到國外旅遊（大陸地區以外）的經驗者佔 39.7%詳細資料參閱圖 4.7.4。

表 4.7.5 是否有到國外旅遊的經驗

國外旅遊的經驗	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有	649	60.3
有	428	39.7
合計	1077	100.0

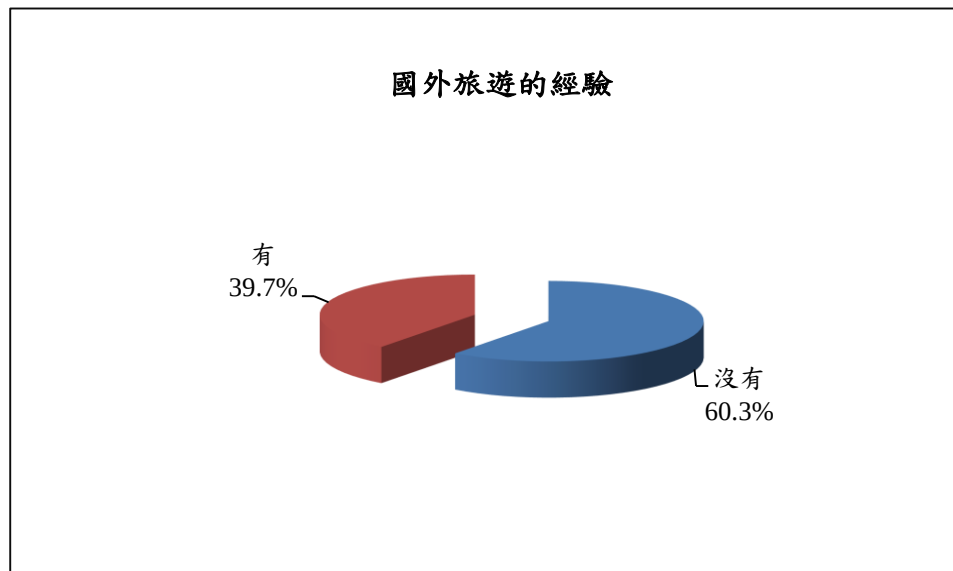


圖 4.7.4 是否有到國外旅遊的經驗

陸、最喜歡的旅遊地點

對五個旅遊地點，最喜歡的旅遊地點為「金門地區旅遊」最多佔 54.4%，其次為「台灣地區旅遊」佔 52.2%，第三為「其他海外國家旅遊」、「國內旅遊（大陸地區）」各佔 37.0%，第四為「港澳地區旅遊」佔 31.8%，詳細資料參閱表 4.7.6/圖 4.7.5。（本題為複選題，最多選 3 個）

表 4.7.6 最喜歡的旅遊地點

最喜歡的旅遊地點	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
金門地區旅遊	586	54.4
台灣地區旅遊	562	52.2
其他海外國家旅遊	399	37.0
國內旅遊(大陸地區)	398	37.0
港澳地區旅遊	343	31.8

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1077份)

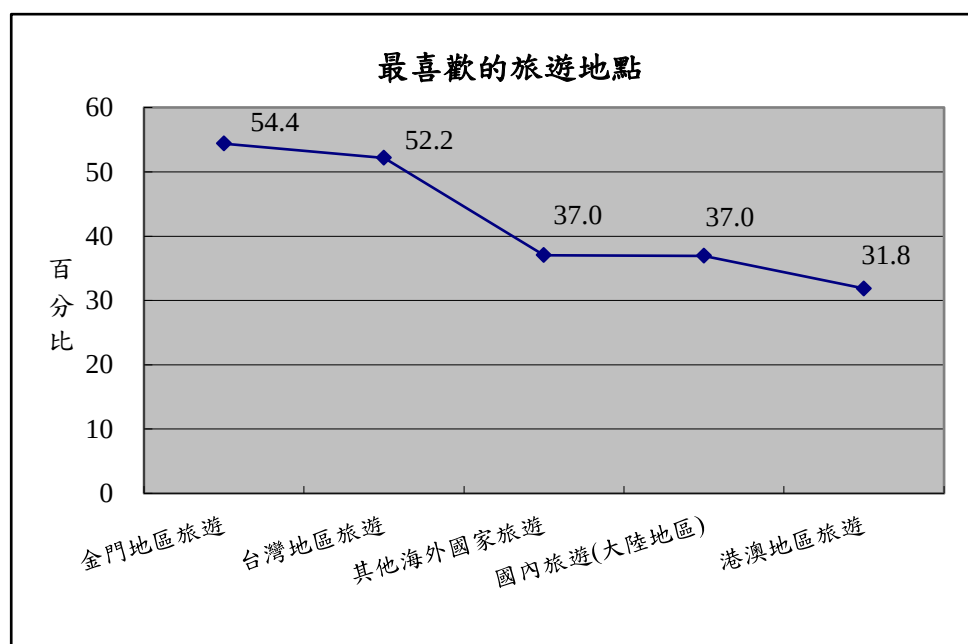


圖 4.7.5 最喜歡的旅遊地點

第八節 來金陸客對旅行社的滿意度分析

壹、樣本結構

有關來金陸客對旅行社的滿意度分析之樣本結構分析，整理如下表 4.8.1，請參閱。

表 4.8.1 來金陸客對旅行社的滿意度分析之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、旅行社滿意度	非常滿意	492	45.7
	滿意	511	47.4
	普通	73	6.8
	不滿意	1	0.1
	非常不滿意	0	0.0
	小計	1077	100.0
二、導遊滿意度	非常滿意	573	53.2
	滿意	459	42.6
	普通	45	4.2
	不滿意	0	0.0
	非常不滿意	0	0.0
	小計	1077	100.0
三、交通工具滿意度	非常滿意	497	46.1
	滿意	496	46.1
	普通	74	6.9
	不滿意	8	0.7
	非常不滿意	2	0.2
	小計	1077	100.0
四、遊程設計滿意度	非常滿意	488	45.3
	滿意	485	45.0
	普通	100	9.3
	不滿意	4	0.4
	非常不滿意	0	0.0
	小計	1077	100.0
五、團費滿意度	非常滿意	495	46.0
	滿意	474	44.0
	普通	99	9.2
	不滿意	7	0.6
	非常不滿意	2	0.2
	小計	1077	100.0

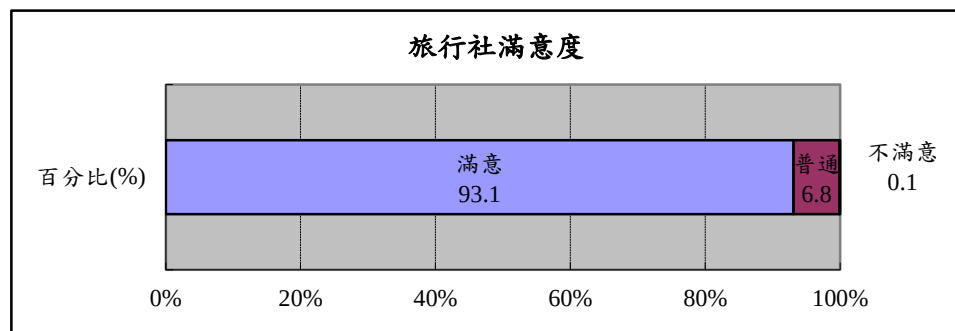
為了瞭解來金旅客對旅行社或導遊服務品質的滿意程度，針對遊客對旅行社、導遊、交通工具服務、遊程設計及團費等滿意度進行調查。

貳、旅行社滿意度

由表 4.8.2 得知，來金旅客對此次旅行社整體滿意如下：「非常滿意」為 45.7%、「滿意」為 47.4%，非常滿意與滿意合計為 93.1%，「普通」佔 6.8%，「不滿意」為 0.1%、「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.1%，旅行社滿意平均數為 4.39，詳細資料參閱表 4.8.2/圖 4.8.1。

表 4.8.2 來金陸客對旅行社的整體滿意度

旅行社滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	492	45.7
滿意	511	47.4
普通	73	6.8
不滿意	1	0.1
非常不滿意	0	0.0
合計	1077	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

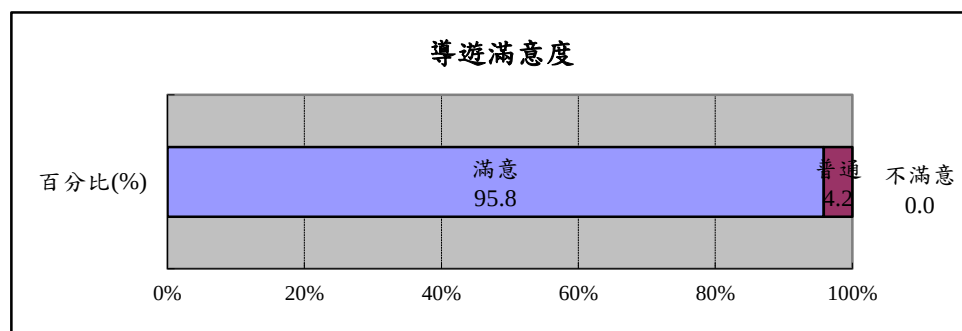
圖 4.8.1 來金陸客對旅行社的整體滿意度

參、導遊滿意度

由表 4.8.3 得知，來金陸客對此次導遊整體滿意如下：「非常滿意」為 53.2%、「滿意」為 42.6%，非常滿意與滿意合計為 95.8%，「普通」佔 4.2%，「不滿意」為 0.0%、「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.0%，導遊滿意平均數為 4.49，詳細資料參閱表 4.8.3/圖 4.8.2。

表 4.8.3 來金陸客對導遊的整體滿意度

導遊滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	573	53.2
滿意	459	42.6
普通	45	4.2
不滿意	0	0.0
非常不滿意	0	0.0
合計	1077	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

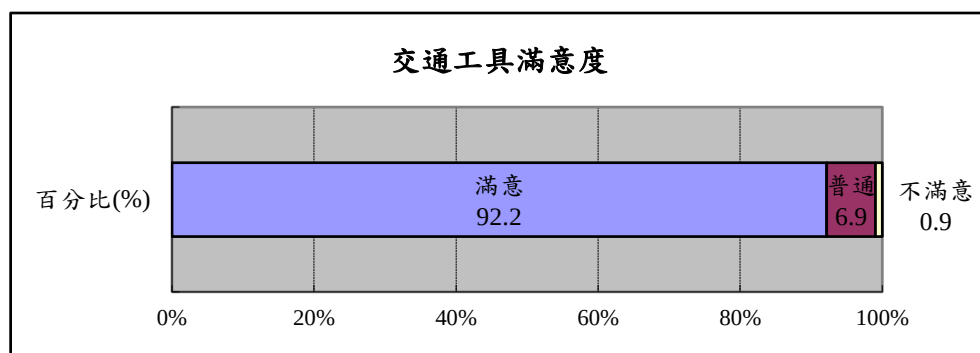
圖 4.8.2 來金陸客對導遊的整體滿意度

肆、交通工具滿意度

由表 4.8.4 得知，來金陸客對此次交通工具服務整體滿意如下：「非常滿意」為 46.1%、「滿意」為 46.1%，非常滿意與滿意合計為 92.2%，「普通」佔 6.9%，「不滿意」為 0.7%，「非常不滿意」為 0.2%，不滿意與非常不滿意合計為 0.9%，交通工具滿意平均數 4.37，詳細資料參閱表 4.8.4/圖 4.8.3。

表 4.8.4 來金旅客對交通工具服務的整體滿意度

交通工具滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	497	46.1
滿意	496	46.1
普通	74	6.9
不滿意	8	0.7
非常不滿意	2	0.2
合計	1077	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

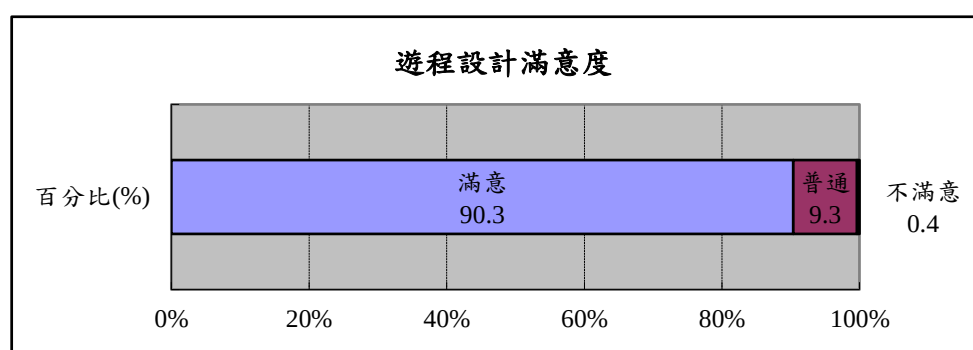
圖 4.8.3 來金旅客對交通工具服務的整體滿意度

伍、遊程設計滿意度

由表 4.8.5 得知，來金旅客對此次遊程設計整體滿意如下：「非常滿意」為 45.3%、「滿意」為 45.0%，非常滿意與滿意合計為 90.3%，「普通」佔 9.3%，「不滿意」為 0.4%，「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%，遊程設計滿意平均數為 4.35，詳細資料參閱表 4.8.5/圖 4.8.4。

表 4.8.5 來金旅客對遊程設計的整體滿意度

遊程設計滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	488	45.3
滿意	485	45.0
普通	100	9.3
不滿意	4	0.4
非常不滿意	0	0.0
合計	1077	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

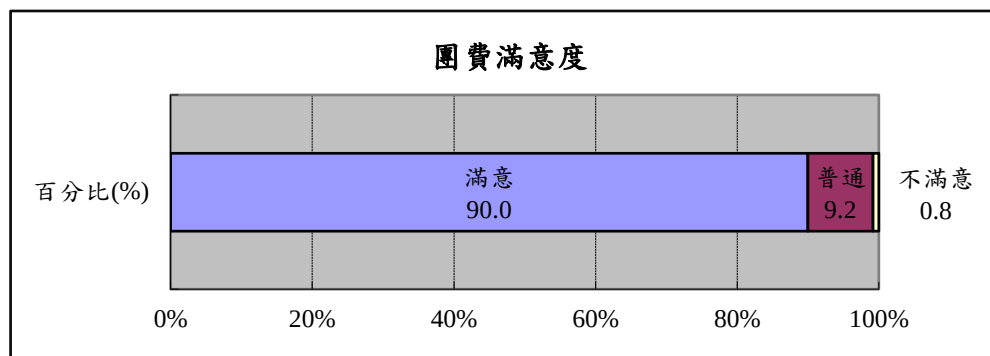
圖 4.8.4 來金旅客對遊程設計的整體滿意度

陸、團費滿意度

由表 4.8.6 得知，來金旅客對此次團費整體滿意如下：「非常滿意」為 46.0%、「滿意」為 44.0%，非常滿意與滿意合計為 90.0%，「普通」佔 9.2%，「不滿意」為 0.6%、「非常不滿意」為 0.2%，不滿意與非常不滿意合計為 0.8%，團費滿意平均數為 4.35，詳細資料參閱表 4.8.6/圖 4.8.5。

表 4.8.6 來金陸客對團費整體滿意度

團費滿意度	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	495	46.0
滿意	474	44.0
普通	99	9.2
不滿意	7	0.6
非常不滿意	2	0.2
合計	1077	100.0



註：「非常滿意」和「滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，
「非常不滿意」和「不滿意」合併為「不滿意」。

圖 4.8.5 來金陸客對團費整體滿意度

柒、對金門整體觀光環境與服務的建議

第一季

1. (1)建設太少；(2)辦證速度太慢。(105C004)
2. 增建互動式景觀。(105C012)
3. 觀光環境很好，衛生、服務到位，但金門夜色存在缺點、地方小吃不多、沒有體現整個臺灣特點。(105C082)
4. 增加夜間活動。(105C085)、(105C101)、(105C110)
5. 增加宵夜店家。(105C130)

第二季

1. 人口偏少，與當地居民接觸少。(105C275)
2. 建議在原生態的自然資源下，開發新的景點觀光遊。例如：生態園之類的。(105C276)
3. 時間太短。(105C280)
4. 對大陸北方遊客的餐飲特點的注重。(105C281)
5. 清潔優美，閩南風光。(105C285)
6. 整潔乾淨，海景風光。(105C286)
7. 遊覽景點太少，購物時間太長。(105C296)
8. 可多走景點和閩式建築。(105C339)
9. 景點太無聊。(105C410)
10. 團隊用餐環境有待提高。(105C454)、(105C455)
11. 交通車可直達更好。(105C460)
12. 開放非廈門本市人也可自由行。(105C466)
13. 增加夜間活動。(105C488)
14. 開發海邊觀光項目。(105C492)、(105C500)
15. 如果能不用辦簽證更好。(105C496)
16. 希望早日實現一卡通。(105C497)、(105C499)

第三季

1. 翟山坑道可讓遊客搭船體驗，加深遊客對此景點的興趣。(105C545)
2. 增加互動性景點。(105C559)

3. 提高宣傳力，讓更多人知道金門。(105C568)、(105C572)
4. 希望增加自行遊覽區域及時間。(105C569)
5. 便利商店太少。(105C571)
6. 推廣本地的特色產品。(105C575)
7. 感覺很好，想長期居住。(105C788)、(105C794)、(105C795)
8. 環境乾淨整潔，民風純樸，導遊解說幽默。(105C797)
9. 導遊態度很好，解說到位；可惜颱風來，有些景點封閉無法參觀。
(105C798)
10. 建議加強開發旅遊區，風景雖優美，但仍然有所缺失。(105C804)

第四季

1. 增加旅遊項目。(105C809)、(105C810)
2. 有提供免費租借腳踏車的服務很好，但是，希望能夠甲地借車乙地歸還，這樣更棒！(105C812)
3. 民宿相關資訊在大陸很難獲取。(105C836)
4. 交通標誌不明確，對自由行旅客不是很方便。(105C845)、(105C846)
5. 整體風景一般，物價偏高。(105C848)
6. 更詳細地介紹歷史由來。(105C861)
7. 娛樂設施要加強。(105C873)
8. 服務態度好，觀光環境非常滿意。(105C895)
9. 導遊、解說員等服務人員，請不要說含有政治之事或影射政治的話語。(105C899)
10. 交通設施不夠完善。(105C907)、(105C1041)
11. 參觀時間稍短，購物時間稍長。(105C916)
12. 酒店服務一般。(105C921)
13. 加強宣傳。(105C979)
14. 工作人員親切、熱情、環境乾淨整潔。(105C983)
15. 晚間可多新點子。(105C994)
16. 增加公共交通。(105C995)
17. 多一些租車方式。(105C1000)
18. 晚上用車不便。(105C1029)

第九節 年度趨勢分析

壹、來金次數

旅客來金次數以「一次」比例最高，選擇「二次」遊旅客次之；選擇「三次」遊旅客的比例為第三。詳細資料請參閱表/圖 4.9.1。

表 4.9.1 來金次數

來金次數	全年調查樣本					合計
	一次(%)	二次(%)	三次(%)	四次(%)	五次以上(%)	
第一季(01-03月)	250	16	5	0	0	271
	92.3	5.9	1.8	0.0	0.0	100
第二季(04-06月)	231	25	7	2	5	270
	85.6	9.3	2.6	0.7	1.9	100
第三季(07-09月)	238	15	8	4	2	267
	89.1	5.6	3.0	1.5	0.7	100
第四季(10-12月)	228	19	11	1	10	269
	84.8	7.1	4.1	0.4	3.7	100
合計	947	75	31	7	17	1077
排序	1	2	3	5	4	

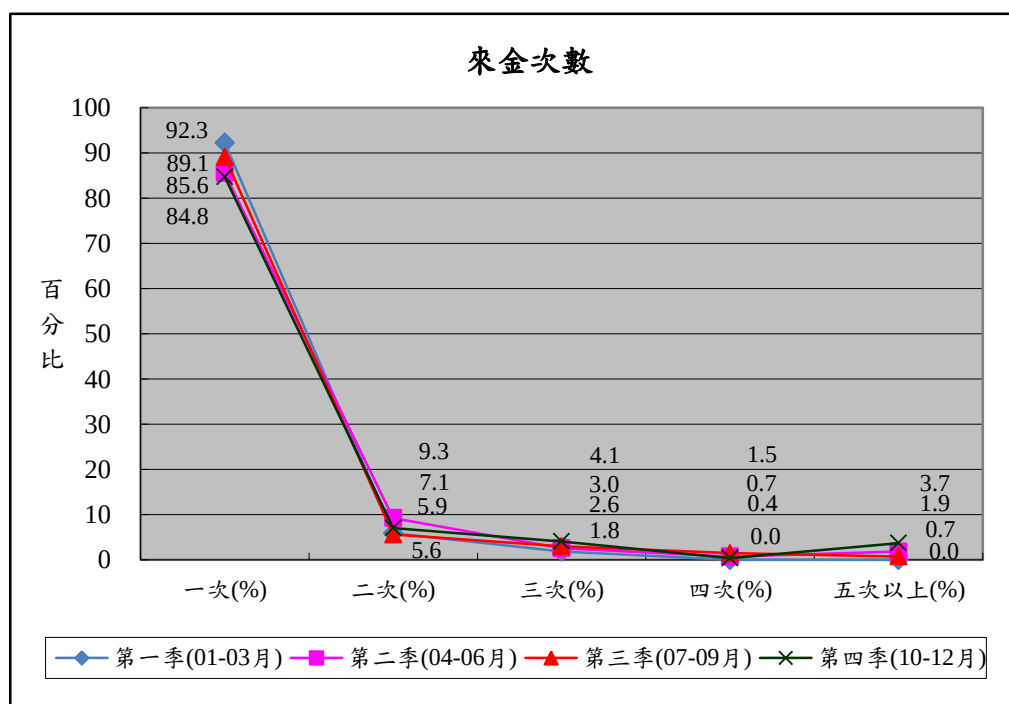


圖 4.9.1 來金次數

貳、主要目的

旅客來金主要目的以「觀光」為主，以「參加兩岸交流活動」次之，其他目的沒有明顯的變化。詳細資料參閱表/圖 4.9.2。

表 4.9.2 主要目的

主要目的	全年調查樣本					合計
	觀光(%)	商務考察(%)	商務考察兼觀光(%)	探親及訪友(%)	參加兩岸交流活動(%)	
第一季(01-03月)	271	0	0	0	0	271
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100
第二季(04-06月)	251	7	1	7	4	270
	93.0	2.6	0.4	2.6	1.5	100
第三季(07-09月)	230	4	6	12	15	267
	86.1	1.5	2.2	4.5	5.6	100
第四季(10-12月)	245	0	8	0	16	269
	91.1	0.0	3.0	0.0	5.9	100
合計	997	11	15	19	35	1077
排序	1	5	4	3	2	

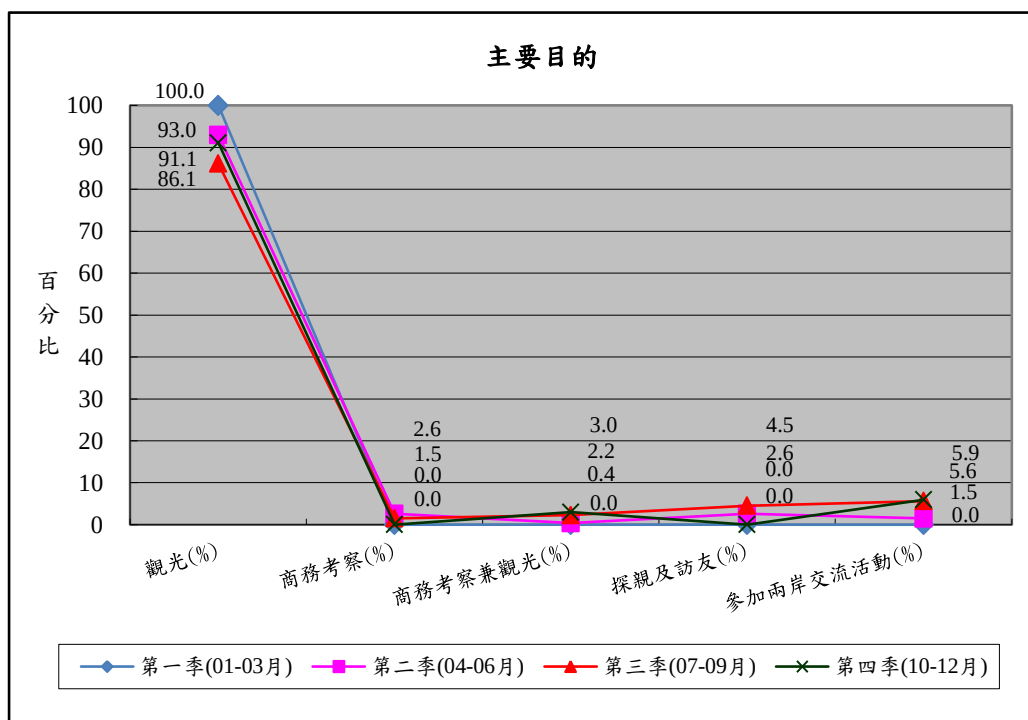


圖 4.9.2 主要目的

參、停留時間

旅客來金停留時間皆以「二天一夜」比例最高，「三天二夜」次之，其停留時間與旅遊業者遊程設計有關。詳細資料請參閱表/圖 4.9.3。

表 4.9.3 停留時間

停留時間	全年調查樣本				合計
	二天一夜(%)	三天二夜(%)	四天三夜(%)	五天(含)以上(%)	
第一季(01-03月)	269	2	0	0	271
	99.3	0.7	0.0	0.0	100
第二季(04-06月)	260	10	0	0	270
	96.3	3.7	0.0	0.0	100
第三季(07-09月)	233	30	4	0	267
	87.3	11.2	1.5	0.0	100
第四季(10-12月)	249	17	3	0	269
	92.6	6.3	1.1	0.0	100
合計	1011	59	7	0	1077
排序	1	2	3	4	

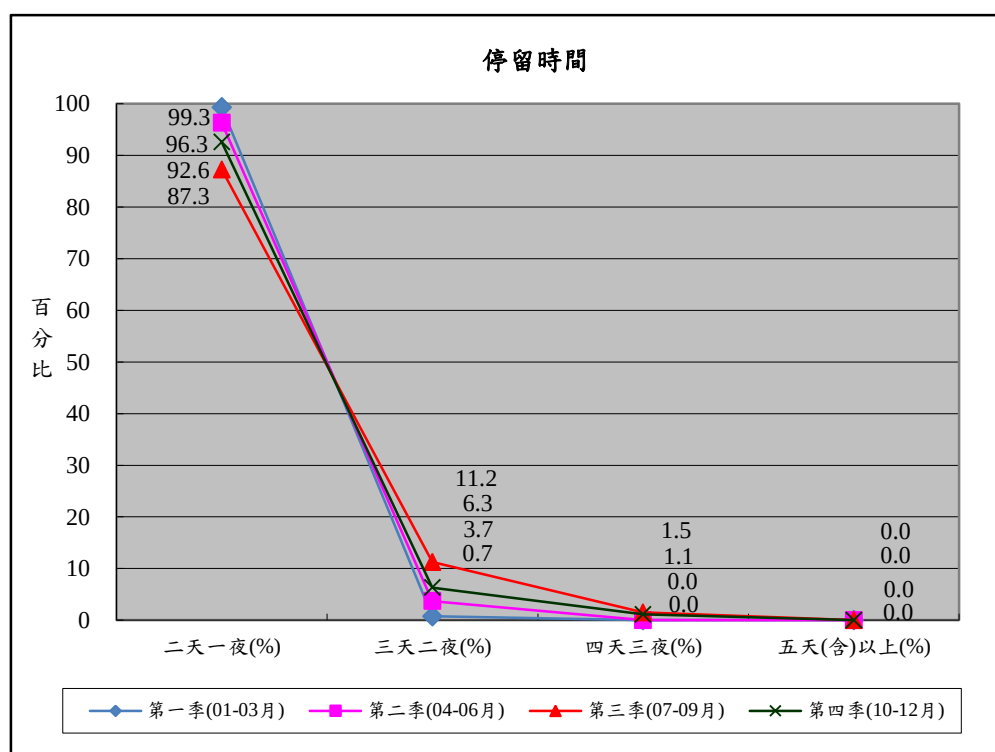


圖 4.9.3 停留時間

肆、觀光方式

來金旅客之觀光方式，隨季節變化，觀光方式之比例亦有所變動，「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」之旅客比例遞增趨勢，而「個別向旅行社報名，由旅行社安排」之旅客比例遞減趨勢。詳細資料請參閱表/圖 2.9.4。

表 4.9.4 觀光方式

觀光方式	全年調查樣本				合計
	個別向旅行社報名 ，由旅行社安排 (%)	團體向旅行社接洽 ，由旅行社安排 (%)	自行組團，再委 由旅行社安排 (%)	自由行(%)	
第一季(01-03月)	166	32	73	0	271
	61.3	11.8	26.9	0.0	100
第二季(04-06月)	105	115	50	0	270
	38.9	42.6	18.5	0.0	100
第三季(07-09月)	132	85	50	0	267
	49.4	31.8	18.7	0.0	100
第四季(10-12月)	59	136	38	36	269
	21.9	50.6	14.1	13.4	100
合計	462	368	211	36	1077
排序	2	1	3	4	

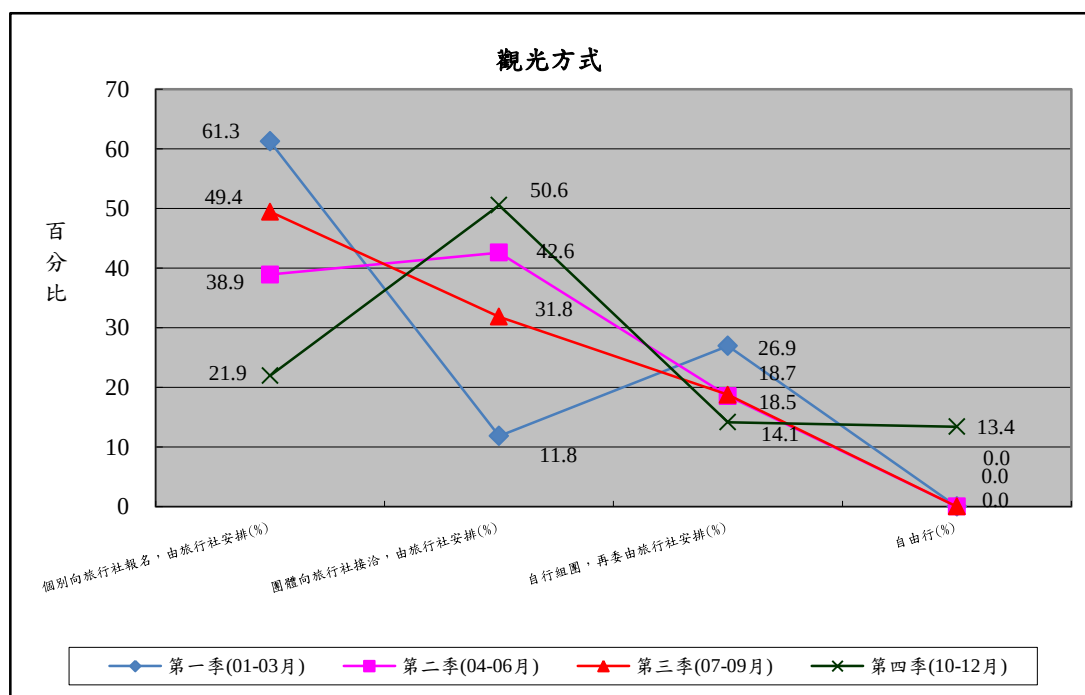


圖 4.9.4 觀光方式

伍、團費

團體旅遊團費集中在「999元以下」為第一，「1,000-1,499元」第二，「2,000-2,999元」為第三。第一季團費集中在「1,000-1,499元」為36.5%，第二季團費集中在「999元以下」為40.4%，第三季團費集中在「999元以下」為31.1%，第四季團費集中在「999元以下」為63.9%。詳細資料請參閱表/圖4.9.5。

表 4.9.5 團費

團費	全年調查樣本							合計
	999元以下(%)	1000-1499元(%)	1500-1999元(%)	2000-2999元(%)	3000-3999元(%)	4000-4999元(%)	5000元以上(%)	
第一季(01-03月)	34	99	98	33	7	0	0	271
	12.5	36.5	36.2	12.2	2.6	0.0	0.0	100
第二季(04-06月)	109	102	38	20	1	0	0	270
	40.4	37.8	14.1	7.4	0.4	0.0	0.0	100
第三季(07-09月)	83	72	73	15	18	6	0	267
	31.1	27.0	27.3	5.6	6.7	2.2	0.0	100
第四季(10-12月)	172	63	4	14	16	0	0	269
	63.9	23.4	1.5	5.2	5.9	0.0	0.0	100
合計	398	336	213	82	42	6	0	1077
排序	1	2	3	4	5	6	7	

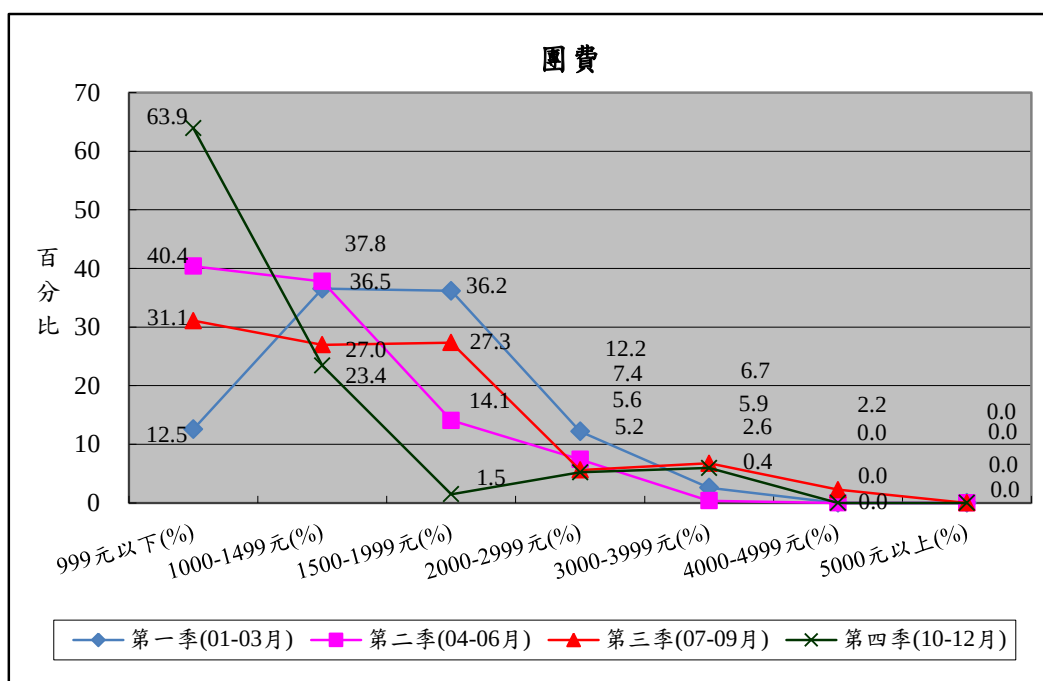


圖 4.9.5 團費

陸、來金旅客旅遊訊息來源

來金旅客旅遊資訊來源前五名為「親友、同事、同學、鄰居」、「旅行社」、「電子媒體」、「平面媒體」、「計算機網路」，與 104 年度調查相較的前五名為「旅行社」、「親友、同事、同學、鄰居」、「電子媒體」、「平面媒體」、「旅遊展覽」有些微變化。詳細資料請參閱表 4.9.6。

表 4.9.6 來金旅客旅遊訊息來源

旅遊訊息來源	全年調查樣本				
	電子媒體(%)	未曾索取數據(%)	計算機網路(%)	平面媒體(%)	旅遊展覽(%)
第一季(01-03月)	121	2	5	25	7
	44.6	0.7	1.8	9.2	2.6
第二季(04-06月)	40	3	15	20	24
	14.8	1.1	5.6	7.4	8.9
第三季(07-09月)	55	7	28	25	12
	20.6	2.6	10.5	9.4	4.5
第四季(10-12月)	51	7	33	22	16
	19.0	2.6	12.3	8.2	5.9
合計	267	19	81	92	59
排序	3	9	5	4	7
旅遊訊息來源	旅行社(%)	政府觀光相關單位(%)	個人經驗(%)	親友、同事、同學、鄰居(%)	其他(%)
第一季(01-03月)	124	14	1	68	2
	45.8	5.2	0.4	25.1	0.7
第二季(04-06月)	76	14	5	129	1
	28.1	5.2	1.9	47.8	0.4
第三季(07-09月)	99	19	19	127	1
	37.1	7.1	7.1	47.6	0.4
第四季(10-12月)	88	16	20	112	1
	32.7	5.9	7.4	41.6	0.4
合計	387	63	45	436	5
排序	2	6	8	1	10

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數271份)(第一季)

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數270份)(第二季)

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數267份)(第三季)

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數269份)(第四季)

第十節 年度交叉分析

壹、主要目的與來金次數之樣本比較

由下表可知道，來金主要目的以「觀光」比例最高，其次為「參加兩岸交流活動」，來金次數以「一次」為最高，「二次」次之，「四次」最少。

交叉比較發現，來金次數以「一次」者，主要目的以「觀光」比例最高，其次為「參加兩岸交流活動」，其餘目的與來金次數交叉比例沒有明顯的變化，金門吸引再遊人口持續展現成效，而多次來金者，是未來旅遊業者可密切關注的目標群。詳細資料請參閱表 4.10.1。

表 4.10.1 主要目的與來金次數

主要目的	全年調查樣本					合計
	觀光	商務考察	商務考察兼觀光	探親及訪友	參加兩岸交流活動	
一次	895	7	11	15	19	947
	94.5	0.7	1.2	1.6	2.0	100
二次	63	2	3	1	6	75
	84.0	2.7	4.0	1.3	8.0	100
三次	21	1	0	2	7	31
	67.7	3.2	0.0	6.5	22.6	100
四次	4	1	0	0	2	7
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
五次以上	14	0	1	1	1	17
	82.4	0.0	5.9	5.9	5.9	100
合計	997	11	15	19	35	1077
排序	1	5	4	3	2	

貳、觀光方式與旅客樣本比較

一、年齡

由下表可知，來金旅客之觀光方式以「個別向旅行社報名，由旅行社安排」比例為高，其次為「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」。

交叉比較發現，觀光方式與年齡層大部份皆分佈在「20-29歲」、「30-39歲」、「40-49歲」，其比例差距不大。詳細資料請參閱表4.10.2。

表 4.10.2 觀光方式與年齡層

年齡層	全年調查樣本							合計
	19歲以下	20-29歲	30-39歲	40-49歲	50-59歲	60-69歲	70歲以上	
個別向旅行社報名	20	116	114	85	67	50	10	462
，由旅行社安排	4.3	25.1	24.7	18.4	14.5	10.8	2.2	100
團體向旅行社接洽	3	79	119	87	48	30	2	368
，由旅行社安排	0.8	21.5	32.3	23.6	13.0	8.2	0.5	100
自行組團，再委由旅行社安排	5	81	61	35	17	9	3	211
	2.4	38.4	28.9	16.6	8.1	4.3	1.4	100
自由行	0	12	13	6	4	1	0	36
	0.0	33.3	36.1	16.7	11.1	2.8	0.0	100
合計	28	288	307	213	136	90	15	1077
排序	6	2	1	3	4	5	7	

二、性別

觀光方式與性別經交叉比較發現，以採個別向旅行社報告，由旅行社安排之「男性」旅客比例為44.2%、「女性」旅客比例為55.8%，團體向旅行社報名，由旅行社安排之「男性」旅客比例為57.1%、「女性」旅客比例為42.9%。詳細資料請參閱表4.10.3。

表 4.10.3 觀光方式與性別

性別	全年調查樣本		
	男	女	合計
個別向旅行社報名 ，由旅行社安排	204	258	462
	44.2	55.8	100
團體向旅行社接洽 ，由旅行社安排	210	158	368
	57.1	42.9	100
自行組團，再委由 旅行社安排	99	112	211
	46.9	53.1	100
自由行	12	24	36
	33.3	66.7	100
合計	525	552	1077

參、滿意度之樣本比較

一、觀光方式

觀光方式與整體滿意度經交叉比較發現，旅客選擇非常不滿意與不滿意之百分比總和分佈在「個別向旅行社報名，由旅行社安排」者為0.9%，而非常滿意和滿意之百分比總和分佈在「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」者為94.6%。詳細資料請參閱表4.10.4。

表 4.10.4 觀光方式與整體滿意度

觀光方式	全年調查樣本				合計
	個別向旅行社報名 ，由旅行社安排	團體向旅行社接洽 ，由旅行社安排	自行組團，再委 由旅行社安排	自由行	
1.非常不滿意	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	
2.不滿意	4	1	0	0	5
	0.9	0.3	0.0	0.0	
(1+2)比例總和	0.9	0.3	0.0	0.0	
3.普通	44	19	16	3	82
	9.5	5.2	7.6	8.3	
4.滿意	237	184	82	7	510
	51.3	50.0	38.9	19.4	
5.非常滿意	177	164	113	26	480
	38.3	44.6	53.6	72.2	
(4+5)比例總和	89.6	94.6	92.4	91.7	
合計	462	368	211	36	1077

二、性別

性別與整體滿意度經交叉比較發現，遊客選擇非常不滿意和不滿意之百分比總和分佈在「男性」的0.6%。而非常滿意與滿意之百分比總和分佈在「女性」的92.2%。請參閱表4.10.5。

表 4.10.5 性別與整體滿意度

性別	全年調查樣本		
	男	女	合計
1.非常不滿意	0	0	0
	0.0	0.0	
2.不滿意	3	2	5
	0.6	0.4	
(1+2)比例總和	0.6	0.4	
3.普通	41	41	82
	7.8	7.4	
4.滿意	259	251	510
	49.3	45.5	
5.非常滿意	222	258	480
	42.3	46.7	
(4+5)比例總和	91.6	92.2	
合計	525	552	1077

第十一節 遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向與滿意度分析

遊客基本資料：年齡、教育程度、職業、平均所得、居住地區、性別、婚姻等七個變項資料；旅遊決策：主要目的、觀光方式等；旅客動向：蒞臨次數等，以 t 檢定與單因子變異數分析(One-way ANOVA)方式檢定其與旅行社套裝行程滿意度、各項相關設施與服務滿意度(觀光便利性、觀光環境、服務設施)、整體滿意度、推薦回遊意願共六構面間差異分析，詳細資料請參閱表 4.11.1-4.11.12。

壹、旅行社套裝行程滿意度

一、遊客基本資料

在居住地區方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著性差異。「廈門市」對旅行社套裝行程滿意度高於「福建省（廈門市除外）」；「福建省（廈門市除外）」對旅行社套裝行程滿意度高於「其他省市」。

在年齡、教育程度、職業、平均所得、性別、婚姻方面，對旅行社套裝行程滿意度皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著差異。「觀光」對旅行社套裝行程滿意度高於「探親及訪友」、「參加兩岸交流活動」；「商務考察兼觀光」對旅行社套裝行程滿意度高於「觀光」、「商務考察」、「探親及訪友」、「參加兩岸交流活動」。

在觀光方式方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著性差異。「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」、「自行組團，再委由旅行社安排」對旅行社套裝行程滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」。

三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著差異。「5 次以上」對旅行社套裝行程滿意度上高於「1 次」、「2 次」、「3 次」。

表 4.11.1 遊客基本資料與旅行社套裝行程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/ t	Scheffe法
年齡	(1)19歲以下	28	4.24	0.70	
	(2)20-29歲	288	4.39		
	(3)30-39歲	307	4.37		
	(4)40-49歲	213	4.42		
	(5)50-59歲	136	4.38		
	(6)60-69歲	90	4.43		
	(7)70歲及以上	15	4.49		
教育程度	(1)小學(含以下)	22	4.40	1.84	
	(2)初中	134	4.34		
	(3)中專(含高中)	298	4.37		
	(4)大學本科	602	4.42		
	(5)研究所(含以上)	21	4.13		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	98	4.41	1.29	
	(2)公司中級主管、職員	384	4.34		
	(3)農民	29	4.33		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	71	4.49		
	(5)教育機構人員	76	4.41		
	(6)學生	58	4.30		
	(7)文化工作人員	29	4.42		
	(8)政府機構人員	36	4.31		
	(9)服務業	127	4.44		
	(10)家庭主婦	49	4.46		
	(11)退休人員	105	4.45		
	(12)其他	15	4.57		
平均所得	(1)無經常性收入	98	4.32	1.25	
	(2)1千元以下	45	4.40		
	(3)1千-3千元	202	4.35		
	(4)3千-6千元	382	4.39		
	(5)6千-1萬元	163	4.45		
	(6)1萬-2萬元	145	4.45		
	(7)2萬元以上元	42	4.30		
居住地區	(1)廈門市	554	4.47	13.72***	1>2, 2>3
	(2)福建省(廈門市除外)	284	4.32		
	(3)其他省(市)	239	4.28		
性別	(1)男	525	4.39	-0.22	
	(2)女	552	4.39		
婚姻	(1)已婚	850	4.40	0.80	
	(2)單身	227	4.36		

註 1：*** $p < 0.001$ 。

表 4.11.2 旅遊決策與旅行社套裝行程滿意度之單因子變異數分析

旅遊決策	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/t	Scheffe法
主要目的	(1)觀光	997	4.40	9.89***	1>4, 1>5, 3>1, 3>2, 3>4, 3>5
	(2)商務考察	11	4.16		
	(3)商務考察兼觀光	15	4.87		
	(4)探親及訪友	19	3.92		
	(5)參加兩岸交流活動	35	4.10		
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	462	4.31	18.36***	2>1, 3>1
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	368	4.46		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	211	4.45		
	(4)自由行	36	4.41		

註 1：*** $p < 0.001$ 。

表 4.11.3 旅客動向與旅行社套裝行程滿意度之單因子變異數分析

旅客動向	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/t	Scheffe法
蒞臨次數	(1)一次	947	4.39	4.07**	5>1, 5>2, 5>3
	(2)二次	75	4.35		
	(3)三次	31	4.29		
	(4)四次	7	4.40		
	(5)五次以上	17	4.89		

貳、各項相關設施與服務滿意度

一、遊客基本資料

在居住地區方面，對各項相關設施與服務滿意度三構面上有顯著性差異。「廈門市」對觀光便利性滿意度高於「福建省(廈門市除外)」、「其他省(市)」；「福建省(廈門市除外)」對觀光便利性滿意度高於「其他省(市)」。「廈門市」、「福建省(廈門市除外)」對觀光環境滿意度高於「其他省(市)」。「廈門市」對服務設施滿意度高於「其他省(市)」。

在年齡、教育程度、職業、平均所得、性別、婚姻方面，對各項相關設施與服務滿意度構面上皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對各項相關設施與服務滿意度一構面上有顯著差異。「商務考察兼觀光」對服務設施滿意度高於「參加兩岸交流活動」。

在觀光方式方面，對各項相關設施與服務滿意度三構面上皆有顯著性差異。「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」、「自行組團，再委由旅行社安排」、「自由行」對觀光便利性滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」。「自由行」對觀光環境滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」。「自由行」對服務設施滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」。

三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對各項相關設施與服務滿意度二構面上有顯著差異。「5次以上」對觀光環境滿意度高於「1次」、「2次」。「5次以上」對服務設施滿意度高於「1次」。

表 4.11.4 遊客基本資料與各項相關設施與服務滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
年齡	(1)19歲以下	28	4.28	4.29	4.10
	(2)20-29歲	288	4.31	4.37	4.34
	(3)30-39歲	307	4.29	4.35	4.27
	(4)40-49歲	213	4.30	4.37	4.34
	(5)50-59歲	136	4.21	4.38	4.33
	(6)60-69歲	90	4.25	4.35	4.32
	(7)70歲及以上	15	4.20	4.25	4.47
	F值		0.49	0.25	1.29
	Scheffe法				
教育程度	(1)小學(含以下)	22	4.23	4.38	4.23
	(2)初中	134	4.17	4.29	4.32
	(3)中專(含高中)	298	4.29	4.34	4.30
	(4)大學本科	602	4.31	4.39	4.32
	(5)研究所(含以上)	21	4.24	4.29	4.32
	F值		1.30	1.00	0.18
	Scheffe法				
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	98	4.33	4.37	4.27
	(2)公司中級主管、職員	384	4.20	4.30	4.25
	(3)農民	29	4.31	4.28	4.22
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	71	4.39	4.41	4.35
	(5)教育機構人員	76	4.31	4.44	4.33
	(6)學生	58	4.41	4.37	4.31
	(7)文化工作人員	29	4.40	4.28	4.33
	(8)政府機構人員	36	4.34	4.40	4.37
	(9)服務業	127	4.31	4.32	4.34
	(10)家庭主婦	49	4.32	4.48	4.36
	(11)退休人員	105	4.20	4.42	4.41
	(12)其他	15	4.70	4.73	4.77
	F值		1.87*	1.60	1.77
	Scheffe法		n.s		
平均所得	(1)無經常性收入	98	4.27	4.38	4.30
	(2)1,000元以下	45	4.33	4.33	4.36
	(3)1,001-1,500元	202	4.20	4.33	4.31
	(4)1,501-3,000元	382	4.27	4.35	4.30
	(5)3,001-4,500元	163	4.42	4.42	4.44
	(6)4,501-6,000元	145	4.27	4.38	4.25
	(7)6,001-7,500元	42	4.23	4.33	4.14
	F值		1.92	0.52	2.52*
	Scheffe法				n.s

註 1：* $p < 0.05$ 。

表 4.11.4 遊客基本資料與各項相關設施與服務滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析(續)

遊客基本資料	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
居住地區	(1)廈門市	554	4.39	4.42	4.38
	(2)福建省(廈門市除外)	284	4.27	4.35	4.29
	(3)其他省(市)	239	4.04	4.23	4.19
	F值		25.42***	9.51***	9.74***
	Scheffe法		1>2, 1>3 2>3	1>3, 2>3	1>3
性別	(1)男	525	4.27	4.33	4.31
	(2)女	552	4.29	4.39	4.32
	t值		-0.65	-1.57	-0.26
婚姻	(1)已婚	850	4.27	4.37	4.31
	(2)單身	227	4.31	4.33	4.32
	t值		-0.70	0.84	-0.25

註 1：*** $p < 0.001$ 。

表 4.11.5 旅遊決策與各項相關設施與服務滿意度之單因子變異數分析

旅遊決策	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
主要目的	(1)觀光	997	4.27	4.37	4.31
	(2)商務考察	11	4.36	4.11	4.26
	(3)商務考察兼觀光	15	4.75	4.57	4.77
	(4)探親及訪友	19	4.55	4.36	4.38
	(5)參加兩岸交流活動	35	4.24	4.21	4.18
	F值		2.99*	1.64	2.92*
	Scheffe法		n.s		3>5
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	462	4.14	4.31	4.26
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	368	4.37	4.37	4.33
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	211	4.39	4.41	4.35
	(4)自由行	36	4.49	4.63	4.61
	F值		13.13***	4.62**	4.92**
	Scheffe法		2>1, 3>1 4>1	4>1	4>1

註 1：*** $p < 0.001$ ，** $p < 0.01$ ，* $p < 0.05$ 。

表 4.11.6 旅客動向與各項相關設施與服務滿意度之單因子變異數分析

旅客動向	選項	樣本數	觀光便利性 滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
蒞臨次數	(1)一次	947	4.24	4.35	4.29
	(2)二次	75	4.33	4.37	4.41
	(3)三次	31	4.32	4.44	4.42
	(4)四次	7	4.57	4.64	4.71
	(5)五次以上	17	4.72	4.85	4.73
	F值		2.59*	3.94**	4.22**
	Scheffe法		n.s	5>1, 5>2	5>1

參、整體滿意度

一、遊客基本資料

在居住地區方面，對整體滿意度有顯著性差異。「廈門市」對整體滿意度高於「福建省（廈門市除外）」、「其他省（市）」。

在年齡、教育程度、職業、平均所得、性別、婚姻方面，對整體滿意度皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對整體滿意度有顯著差異。「商務考察兼觀光」對整體滿意度高於「觀光」、「參加兩岸交流活動」。

在觀光方式方面，對整體滿意度有顯著差異。「自行組團，再委由旅行社安排」、「自由行」對整體滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」者。

三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對整體滿意度有顯著差異。「5 次以上」對整體滿意度高於「1 次」。

表 4.11.7 遊客基本資料與整體滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	整體滿意度	F/ t	Scheffe法
年齡	(1)19歲以下	28	4.11	2.39*	n.s
	(2)20-29歲	288	4.44		
	(3)30-39歲	307	4.30		
	(4)40-49歲	213	4.34		
	(5)50-59歲	136	4.37		
	(6)60-69歲	90	4.46		
	(7)70歲及以上	15	4.20		
教育程度	(1)小學(含以下)	22	4.36	1.22	
	(2)初中	134	4.34		
	(3)中專(含高中)	298	4.32		
	(4)大學本科	602	4.39		
	(5)研究所(含以上)	21	4.14		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	98	4.40	1.71	
	(2)公司中級主管、職員	384	4.30		
	(3)農民	29	4.31		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	71	4.34		
	(5)教育機構人員	76	4.47		
	(6)學生	58	4.31		
	(7)文化工作人員	29	4.28		
	(8)政府機構人員	36	4.31		
	(9)服務業	127	4.39		
	(10)家庭主婦	49	4.41		
	(11)退休人員	105	4.43		
	(12)其他	15	4.87		
平均所得	(1)無經常性收入	98	4.31	2.13*	n.s
	(2)1千元以下	45	4.51		
	(3)1千-3千元	202	4.34		
	(4)3千-6千元	382	4.31		
	(5)6千-1萬元	163	4.44		
	(6)1萬-2萬元	145	4.46		
	(7)2萬元以上	42	4.26		
居住地區	(1)廈門市	554	4.46	15.44	1>2, 1>3
	(2)福建省(廈門市除外)	284	4.30		
	(3)其他省(市)	239	4.20		
性別	(1)男	525	4.33	-1.35	
	(2)女	552	4.39		
婚姻	(1)已婚	850	4.38	1.96	
	(2)單身	227	4.29		

表 4.11.8 旅遊決策與整體滿意度之單因子變異數分析

旅遊決策	選項	樣本數	整體滿意度	F/ t	Scheffe法
主要目的	(1)觀光	997	4.36	3.91**	3>1, 3>5
	(2)商務考察	11	4.45		
	(3)商務考察兼觀光	15	4.93		
	(4)探親及訪友	19	4.42		
	(5)參加兩岸交流活動	35	4.17		
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	462	4.27	7.34***	3>1, 4>1
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	368	4.39		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	211	4.46		
	(4)自由行	36	4.64		

表 4.11.9 旅客動向與整體滿意度之單因子變異數分析

旅客動向	選項	樣本數	整體滿意度	F/ t	Scheffe法
蒞臨次數	(1)一次	947	4.34	3.33**	5>1
	(2)二次	75	4.47		
	(3)三次	31	4.48		
	(4)四次	7	4.43		
	(5)五次以上	17	4.82		

肆、推薦回遊意願

一、遊客基本資料

在居住地區方面，對推薦回遊意願度構面上有顯著性差異。「廈門市」對推薦回遊意願度高於「福建省(廈門市除外)」、「其他省(市)」者；「福建省(廈門市除外)」對推薦回遊意願度高於「其他省(市)」者。

在年齡、教育程度、職業、平均所得、性別、婚姻方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「商務考察兼觀光」對推薦回遊意願度高於「觀光」、「參加兩岸交流活動」。

在觀光方式方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」、「自行組團，再委由旅行社安排」、「自由行」對推薦回遊意願度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」者。

三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

表 4.11.10 遊客基本資料與推薦回遊意願度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	推薦回遊意願度	F/ t	Scheffe法
年齡	(1)19歲以下	28	4.23	2.63*	n.s
	(2)20-29歲	288	4.47		
	(3)30-39歲	307	4.29		
	(4)40-49歲	213	4.34		
	(5)50-59歲	136	4.29		
	(6)60-69歲	90	4.44		
	(7)70歲及以上	15	4.27		
教育程度	(1)小學(含以下)	22	4.45	1.65	
	(2)初中	134	4.32		
	(3)中專(含高中)	298	4.29		
	(4)大學本科	602	4.40		
	(5)研究所(含以上)	21	4.26		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	98	4.33	1.05	
	(2)公司中級主管、職員	384	4.30		
	(3)農民	29	4.28		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	71	4.32		
	(5)教育機構人員	76	4.43		
	(6)學生	58	4.39		
	(7)文化工作人員	29	4.34		
	(8)政府機構人員	36	4.38		
	(9)服務業	127	4.41		
	(10)家庭主婦	49	4.40		
	(11)退休人員	105	4.42		
	(12)其他	15	4.73		
平均所得	(1)無經常性收入	98	4.37	1.21	
	(2)1千元以下	45	4.51		
	(3)1千-3千元	202	4.31		
	(4)3千-6千元	382	4.33		
	(5)6千-1萬元	163	4.38		
	(6)1萬-2萬元	145	4.44		
	(7)2萬元以上	42	4.29		
居住地區	(1)廈門市	554	4.46	18.12***	1>2, 1>3, 2>3
	(2)福建省(廈門市除外)	284	4.31		
	(3)其他省(市)	239	4.17		
性別	(1)男	525	4.33	-1.13	
	(2)女	552	4.38		
婚姻	(1)已婚	850	4.36	-0.10	
	(2)單身	227	4.36		

註 1: ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$ 。

表 4.11.11 旅遊決策與推薦回遊意願度之單因子變異數分析

旅遊決策	選項	樣本數	推薦回遊意願度	F/ t	Scheffe法
主要目的	(1)觀光	997	4.36	3.48**	3>1, 3>5
	(2)商務考察	11	4.27		
	(3)商務考察兼觀光	15	4.90		
	(4)探親及訪友	19	4.39		
	(5)參加兩岸交流活動	35	4.16		
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	462	4.26	9.09***	2>1, 3>1, 4>1
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	368	4.39		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	211	4.46		
	(4)自由行	36	4.69		

註 1：*** $p < 0.001$ ，** $p < 0.01$ 。

表 4.11.12 旅客動向與推薦回遊意願度之單因子變異數分析

旅客動向	選項	樣本數	推薦回遊意願度	F/ t	Scheffe法
蒞臨次數	(1)一次	947	4.34	3.04*	n.s
	(2)二次	75	4.41		
	(3)三次	31	4.47		
	(4)四次	7	4.64		
	(5)五次以上	17	4.82		

第五章 結論與建議

第一節 本研究調查之具體效益

壹、推論來金之台灣旅客、中轉台商與本地居民比例的具體資料

本調查為期一年，除了完整的調查來金旅客（台灣旅客、中轉台商、大陸旅客）在金的旅遊動向（包含旅客基本資料、旅遊決策資料、旅遊動向資料、旅客消費行為、旅遊觀感及意見、旅客對旅館的偏好、旅客對旅行社之滿意度等）外，非本地居民與本地居民的比例數據可作為推論來金旅遊人數的客觀數據，並可推估小三通商務旅客的人次，及台灣旅客、中轉台商與大陸旅客的最低消費金額。

貳、作為政府部門、旅行業者、及學術研究的基礎與參考資料

本調查為針對來金之旅客動向與行為之完整研究，其研究成果和基礎資料可做為相關規劃與計畫的制訂與後續研究的基礎。

第二節 研究調查之結論

本研究調查以台灣旅客、中轉台商、大陸旅客為主要調查對象，以瞭解上述旅客在金門的旅遊動向，調查項目包含旅客基本資料、旅遊決策資料、旅遊動向資料、旅客消費行為、旅遊觀感及意見、旅客對旅館的偏好、旅客對旅行社之滿意度等，以下就台灣觀光客群、中轉台商客群及大陸觀光客群等，於 105 年 01 月 01 日至 12 月 31 日期間來金之旅客進行調查發現與分析進行摘要結論。

壹、台灣觀光客群之調查發現與分析

本問卷調查總計完成1085份針對台灣觀光客施測之問卷，調查結果主要發現如下：

一、樣本特徵

受訪來金的旅客以「女性」(56.8%)，年齡在「40-49歲」(24.2%)、「30-39歲」(22.6%)，教育程度「大學、大專」(58.7%)，職業為「專業人員(教師、工程師、作家、畫家...)」(20.6%)、「服務工作人員及售

貨員」(19.0%)，平均所得為「3萬-4萬元」(24.8%)，居住地以「北部地區(基北桃竹苗)」(41.3%)，婚姻為「已婚」(60.7%)。

二、旅遊決策

旅客來金主要目的為「觀光、渡假、旅行」(85.4%)，入境金門之機場為「台北松山機場」(40.9%)為主，同行人員為「配偶」、「朋友、同學」(31.0%)，旅遊資訊來源以來自「親友、同事、同學、鄰居」者較多(44.1%)、「旅行社」(31.4%)，選擇來金旅遊的原因前三名以「戰地體驗」(39.5%)、「文化巡禮」(37.3%)、「自然環境景觀」(31.1%)。

三、旅客動向

旅客來金停留的時間以「三天二夜」(68.0%)為主，金門開放觀光後來金次數以「一次」遊為主(60.7%)，使用之交通工具以「遊覽車」(48.6%)為主，旅客票選最喜歡的景點前五名依次為「翟山坑道」(51.1%)、「莒光樓」(40.1%)、「榕園、八二三戰史館」(36.6%)、「太武山」(35.3%)、「水頭聚落」(31.6%)，旅客主要的住宿地點為「旅館」(57.1%)。旅客最喜歡的各項觀光資源與因素中前五名依次為「閩南建築」(55.0%)、「戰地色彩」(51.2%)、「文物古蹟」(50.2%)、「自然景觀」(47.1%)、「金門小吃」(32.3%)。

四、旅客消費支出

- (一) 旅客參加旅行團之團費集中於「8,000-9,999元」(54.4%)，特產消費支出集中在「1,000-2,999元」(38.0%)，其他額外費用集中於「沒有任何額外支出」(84.8%)。
- (二) 半自助、完全自助之機票費用以「4,000-4,999元」為主(49.6%)，住宿費用以「免費(如住親友家或當天來回)」為主(28.3%)，交通費用以「500-999元」為主(24.0%)，餐飲費用以「1,000-1,999元」為主(37.9%)，特產費用以「1,000-2,999元」(48.3%)，其他項目費用以「沒有任何消費性支出」(86.6%)。
- (三) 旅客最喜歡的特產為「貢糖」(76.9%)，購物地點以「旅行社安排之特產店」為主(41.2%)、「自行前往之特產店」(40.3%)。
- (四) 參團旅客在金門每人每次遊程平均最低消費金額估算為12,340元。自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額估算為11,683元。

(五) 本計畫期間來金的旅客人數估算約為44萬1千6佰5拾3人。

(六) 本計畫期間來金旅客最低創造經濟價值估算約為新台幣53億0仟0佰5拾6萬2千7百1拾3元。

五、來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

來金旅遊後對各項相關設施與服務滿意度以題項 6：「對金門社會治安良好」的滿意度為排序後的第一順位(平均數=4.46)，題項 3：「金門居民對旅客之態度」的滿意度為排序後的第二順位(平均數=4.36)，題項 7：「金門各景點服務人員」的滿意度為第三順位(平均數=4.34)。

六、旅客對金門整體滿意度、推薦及回遊意願

旅客對金門的整體滿意度「非常滿意」與「滿意」的合計比例為90.2%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.1%。推薦意願旅客表示「非常願意」與「願意」的合計比例為91.4%，「非常不願意」與「不願意」的合計為0.6%。旅客表示回遊金門「非常願意」與「願意」的合計比例為87.1%，「非常不願意」與「不願意」的合計為0.7%。

七、旅客對參加旅行社套裝行程的滿意度

在對旅行社的整體滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為88.1%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.8%。在對導遊的整體滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為91.2%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.8%。在對遊程設計的整體滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為86.3%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為1.0%。在團費滿意度上「非常滿意」與「滿意」的合計比例為84.9%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為1.2%。

貳、中轉台商客群調查之發現與分析

本問卷調查總計完成1073份針對小三通中轉台商施測之問卷，調查結果主要發現如下：

一、樣本特徵

中轉台商年齡集中「40-49歲」(28.6%)，教育程度「大學、大專」(48.7%)，職業為「專業人員(教師、工程師、作家、畫家...)」(34.6%)，平均所得為「5萬-7萬元」(32.0%)，以「男性」(82.2%)，婚姻為「已

婚」(69.3%)，戶籍設籍金門其在台居住地「北部地區(基北桃竹苗)」(52.2%)，戶籍未設籍金門居住地在「北部地區(基北桃竹苗)」(45.9%)，公司職級為「二級主管」(37.6%)。

二、旅遊決策

中轉台商入境金門之入境機場以「台北松山機場」(45.9%)為主、「台中清泉崗機場」(20.8%)次之，搭乘之客輪以「和平之星」(15.7%)為主、「新金龍」(13.5%)次之，購買套裝行程以「立榮金廈一條龍」(51.1%)。

三、過境情形

中轉台商在金停留的時間以「當日直接中轉」為主(87.4%)，往返兩岸間隔以「二個月」為主(38.7%)，在大陸工作地點以「福建省」為主(48.1%)，使用小三通從事商務之旅已經「三年」(31.5%)為主。

四、中轉台商消費支出

- (一) 套裝行程支出(包含飛機票、船票、接送費用)為單程「3,311元」(此次調查共967人購買套票)。
- (二) 中轉台商未購買套裝行程之旅客，單程台金機票+船票費+接駁交通費用集中於「2,500-2,999元」(46.2%)，消費金額支出(除套裝行程外)以「沒有任何消費性支出」為主(63.7%)。
- (三) 中轉台商消費項目以「無購買任何商品」(63.7%)。
- (四) 中轉台商購買套裝行程每次遊程平均最低消費金額估算為4,572元。
- (五) 中轉台商未購買套裝行程每人每次遊程平均最低消費金額估算為3,822元。
- (六) 本計畫期間中轉台商人數估算約為34萬5千5佰1拾2人。
- (七) 本計畫期間中轉台商最低創造經濟價值估算約為新台幣15億5仟4佰0拾2萬6千3百6拾4元。

五、對中轉服務建議

- (一) 兩岸直航大三通後最常由「台北松山機場」通行(35.7%)、其次「高雄小港機場」(24.7%)。
- (二) 中轉台商對設施服務的需求前三名依次為「大眾運輸服務」(34.2%)、「網路服務」(32.3%)、「餐飲服務」(18.4%)。

(三)金門適合投資的產業以「觀光產業」(69.6%)，其次為「服務業」(29.8%)。

六、小三通中轉服務的滿意度

對「套裝行程」的滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為65.1%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為4.1%。對「尚義機場設施與服務」滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為66.5%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為5.7%。對「水頭碼頭設施與服務」滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為62.4%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為5.9%。對「金門海關出入境服務」的滿意度上「非常滿意」與「滿意」的合計比例為62.0%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為6.9%。對「接駁設施與服務」的滿意度上「非常滿意」與「滿意」的合計比例為57.1%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為11.3%。

參、大陸觀光客群之調查發現與分析

本問卷調查總計完成1077份針對大陸觀光客施測之問卷，調查結果主要發現如下：

一、樣本特徵

來金陸客以年齡在「30-39歲」(28.5%)、「20-29歲」(26.7%)，教育程度「大學本科(含大專)」(55.9%)，職業為「公司中級主管、職員」(35.7%)，平均年所得為人民幣「3千-6千元」(35.5%)，居住地「廈門市」(51.4%)，以「女性」(51.3%)為主，婚姻為「已婚」(78.9%)。

二、旅遊決策

陸客來金的主要目的為「觀光」(92.6%)，搭乘之客輪為「新武夷」(20.2%)，同行人員為「配偶」(27.6%)，旅遊資訊來源以來自「親友、同事、同學、鄰居」(40.5%)、「旅行社」(35.9%)，吸引陸客來金旅遊的主要原因為「對金門好奇心」(48.2%)，旅遊方式以「個別向旅行社接洽，由旅行社安排」為主(42.9%)，是否為中轉旅遊以「否(僅停留金門)」(55.7%)。

三、旅客動向

陸客來金停留的時間以「二天一夜」為主（93.9%），兩岸開放後陸客來金的次數以「一次」為主（87.9%），最喜歡的景點前五名依次為「翟山坑道」（62.1%）、「莒光樓」（59.5%）、「水頭聚落」（56.7%）、「獅山砲陣地」（26.5%）、「國家公園遊客中心」（25.2%），最喜歡的觀光資源與因素前三名為「閩南建築」（52.0%）、「戰地色彩」（47.5%）、「自然景觀」（34.5%）。

四、旅客消費支出

（一）參加遊金陸客（非中轉）旅行團

- 1.參加遊金陸客（非中轉）旅行團之團費集中於人民幣「999元以下」（61.8%）。
- 2.參加遊金陸客（非中轉）旅行團之特產消費支出集中在人民幣「1,000-1,999元」（29.8%）。
- 3.參加遊金陸客（非中轉）旅行團每人每次平均最低消費金額估算為人民幣3,082元。
- 4.參加遊金陸客（非中轉）旅行團人數估算約為35萬5千6百3拾1人。
- 5.參加遊金陸客（非中轉）旅行團來金最低創造經濟價值估算約為新台幣10億9仟6佰0拾5萬4仟7百4拾2元。
- 6.大陸地區小三通落地簽之每人每次平均最低消費金額估算為人民幣3,082元。
- 7.大陸地區小三通落地簽人數約為5萬9千8百4拾0人。
- 8.大陸地區小三通落地簽來金最低創造經濟價值估算約為新台幣1億8仟4佰4拾2萬6仟8百8拾0元。

（二）中轉至台灣之陸客

- 1.中轉至台灣之陸客在金門每人團費金額估算約為2,000元。
- 2.中轉至台灣之陸客人數估算約為27萬9千7百3拾4人。
- 3.中轉至台灣之陸客來金最低創造經濟價值估算約為新台幣5億5仟9佰4拾6萬8仟0百0拾0元。

（三）陸客最喜歡的特產為「貢糖」（62.1%），購物地點以「旅行社安排之特產店」為主（71.2%）。

（四）本計畫期間來金的陸客人數估算約為69萬5千2百0拾5人。

(五) 本計畫期間來金最低創造經濟價值估算約為新台幣78億8仟2佰6拾0萬7仟6百3拾0元。

五、來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

來金旅遊後對各項相關設施與服務滿意度以題項 8：「陸客對金門社會治安良好」的滿意度為排序後的第一順位(平均數=4.45)，題項 5：「金門居民對旅客之態度」的滿意度為第二順位(平均數=4.43)，題項 9：「陸客對金門各景點服務人員」的滿意度為第三順位(平均數=4.38)。

六、旅客對金門整體滿意度、推薦及回遊意願

陸客對金門的整體滿意度「非常滿意」與「滿意」的合計比例為92.0%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.5%。陸客推薦金門意願「非常願意」與「願意」的合計比例為92.2%，「非常不願意」與「不願意」的合計為0.5%。旅客表示願意回遊金門「非常願意」與「願意」的合計比例為89.6%，「非常不願意」與「不願意」的合計為1.9%。國外旅遊的經驗以「沒有」為主(60.3%)。陸客對五個旅遊地點，最喜歡的旅遊地點為「台灣地區旅遊」(54.4%)、其次為「金門地區旅遊」(52.2%)、第三為「其他海外國家旅遊」(37.0%)、第四為「國內旅遊(大陸地區)」(37.0%)、最後為「港澳地區旅遊」(31.8%)。

七、旅客對旅行社、導遊、交通工具的滿意度

在對旅行社的整體滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為93.1%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.1%。在對導遊的整體滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為95.8%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.0%。在對交通工具的整體滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為92.2%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.9%。在對遊程設計的整體滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為90.3%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.4%。在團費滿意度上「非常滿意」與「滿意」的合計比例為90.0%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.8%。

第三節 研究調查之建議

金門觀光發展以兩岸開放政策為基礎，從只有台灣旅客蒞臨的旅遊目的地，到兩岸的中轉旅客及大陸旅客的到訪。金門之於台灣旅客

與大陸旅客不再只是最終的旅遊目的地，成為是可穿越到下一個旅遊目的地的中途景點。自小三通開航後，陸客漸漸成為來金旅客的主要客群，105 年度來金台灣旅客人次略增，但陸客中轉至台灣減少不少，取而代之的是以金門為旅遊目的地的陸客增加不少，其中自由行旅客有增加的趨勢，但落地簽的陸客略減。金門這個旅遊目的地因為遊客屬性的多元，因此，面對著更複雜的觀光規劃與管理議題，本部份本研究將提出年度旅遊人次統計分析、年度旅遊人次消長因素探討、未來的實務建議。

壹、年度旅遊人次統計分析

本研究調查的重要工作項目之一為推估來金旅遊人次，根據本研究調查結果顯示，本年度由機場進入金門加上出境金門人次共為 2,319,490 人次，出入人次較 104 年度的 2,186,125 增加了 133,365 人次，其中來金門之台灣旅客為 441,653 人次較去年的 393,706 人次增加了 47,947 人次；小三通中轉至大陸的台灣旅客本年度為 324,064 人次，104 年度為 350,110 人次，本年度略減了 26,046 人次；小三通中轉至台灣的大陸旅客為 279,734 人次，104 年度為 372,184 人次，本年度減少了 92,450 人次；中轉至大陸的台商為 345,512 人次，104 年度為 360,288 人次，本年度略減了 14,776 人次。總結前述人次數據，本年度經由機場進出金門之人次增加，其中來金旅遊之台灣旅客增加，中轉至大陸的台灣旅客略減，中轉至台灣的大陸旅客人數也減少。

由水頭碼頭進入與出境金門之人次本年度共為 1,741,973 人次，較 104 年度略減少了 20,438 人次，其中來金旅遊的陸客為 355,631 人次，較去年度的 253,274 人次增加了 102,357 人次；中轉至台灣的陸客人次為 279,734，較去年度的 372,184 人次減少了 92,450 人次；小三通落地簽為 59,840 人次，較去年度的 66,920 人次減少了 7,080 人次。依據前述人次，本年度經由水頭進出金門之人次略減，其中來金門之陸客增加，但中轉至台灣的陸客銳減，小三通落地簽也較去年略減。

根據遊客數並推估出來金台灣旅客於 105 年的最低消費金額約為 53 億 0 仟 0 佰 5 拾 6 萬 2 千 7 百 1 拾 3 元；中轉台商最低消費金額約為 15 億 5 仟 4 佰 0 拾 2 萬 6 千 3 百 6 拾 4 元；來金大陸旅客最低消費

金額約為台幣 76 億 9 仟 8 佰 1 拾 8 萬 0 仟 7 百 5 拾 0 元，另中轉兩岸的台灣旅客並未在本調查報告所估算的觀光收入中。

貳、年度旅遊人次消長分析

影響觀光產業發展的因素可能是經濟、科技和季節性因素，以及與環境、基礎設施和政治情況有關的因素。其中，金門的觀光產業是非常依賴政治與政策的產業，本年度金門觀光發展除了受兩岸政治因素影響外，台灣的整體經濟大環境也不佳，再加上金門本身觀光吸引力沒有發揮拉力作用等因素，造成年底金門觀光客人數略減。若 106 年兩岸的政治氛圍持續僵持，將可預見來金陸客將會大幅的減少，屆時會有不少觀光產業將面臨除了 SARS 以來最冷的寒冬。

一、兩岸政治因素影響陸客來台、來金旅遊

蔡英文總統當選後，大陸方面策略性緊縮赴台旅遊團客，讓產業鏈上的旅行社、飯店、特產藝品業、遊覽車業者面臨挑戰。根據交通部觀光局統計，2005 年至 2008 年，台灣的「來台旅客統計」約在 337 萬至 384 萬不等，但在開放觀光後的 2009 年，旅客數不斷連年飆升，從 439 萬、556 萬、608 萬、731 萬，一直到 2015 年正式突破千萬人次的 1043 萬，這大幅成長的幅度不僅為台灣賺進許多觀光財，連帶也讓許多產業蓬勃發展，2015 年外匯收入至少 2000 億元以上。

陸委會主委張小月說 105 年陸客來台人數整體減少 68 萬人。大陸國台辦發言人馬曉光在國台辦例行記者會上表示，2016 年台灣居民到大陸 573 萬人次，比 2015 年增加 30 萬人次，年增 4.2%；大陸居民赴台灣 361 萬人次，比 2015 年減少近 80 萬人次。他表示，2016 年大陸居民赴台旅遊較 2015 年減少 14.4%，為 8 年來首次下滑。他稱，台灣在大陸政策的改變，惡化了兩岸交流的氛圍，今年兩岸關係發展面臨的不確定因素增加，影響到大陸民眾赴台的熱情和意願。

金門拜小三通之賜，與台灣本島一樣，陸客人次逐年成長，尤其是經由金門中轉至台灣的陸客，但 105 年因為兩岸政治氛圍，從 3 月份，再到 9 月份，陸客赴台人次驟減，經由金門中轉至台灣的陸客也一樣減少。但因為金門「小三通」已通航 16 年，業界一致認為應該不會受到影響，故 105 年來金門旅遊的陸客增加不少，其中自由行的客人增

加，但中轉至台的陸客人次大幅下降。近期陸方又表示 106 年 3 月起將縮減小三通船班，由此可預測 106 年陸客來金人次勢必會減少，屆時政府應該要有各項因應對策，以減緩各觀光產業的經營危機。

二、整體台灣的經濟大環境不佳影響消費

根據《天下雜誌》兩千大 CEO 調查中發現，經濟不景氣連續兩年蟬聯台灣社會當前最大危機的第 1 名，有 8 成民眾不滿台灣經濟表現，當民眾意識到經濟不景氣時，消費會趨向保守，尤其對出外旅遊這種非必需品之消費。民眾可自由支配的收入愈高、就業率愈高、服務業人口愈多、教育程度愈高以及帶薪休假日數愈多，則其觀光需求愈高。目前台灣整個社會皆為一例一休、年金改革的不確定性，導致消費態度也轉趨保守。

三、金門本身觀光吸引力沒有發揮動機的拉力作用

景點是決定人們旅遊的因素，是觀光系統中最重要的一部分。若沒有景點吸引觀光客到達目的地，那像交通、住宿、餐飲這類的觀光服務需求量就可能會減少。景點泛指吸引遊客到一觀光目的地的所有景點之集合。風景、購物、娛樂、文化和遊憩活動在觀光目的地的競爭力中扮演重要的角色。觀光目的地之吸引物構成觀光供給面最強力的要素(市場提供推的角色，吸引物扮演拉的角色)。觀光吸引物提供兩項主要功能：第一是它們引誘、刺激和提升旅行的興趣；第二是觀光吸引物提供來自旅行的遊客的滿意度，這是真正的旅行產品。吸引物是經過開發與管理，觀光吸引物的特質含：自然資源、氣候、文化、歷史、少數民族、易近性。

參、未來實務建議

研究顯示，台灣民眾對於金門的觀光旅遊潛能需求仍然很高，尤其是戰事資源與閩南傳統民俗資源是激發遊客前來金門的主要誘因，這兩項特徵資源也為金門觀光創造可觀的直接遊憩效益以及間接的次級經濟效果。不過，金門發展觀光業必須整合政府和民間的力量，突破種種的不必要但依然存在的戰地管制與法規限制，更有系統、有規劃性的開發與設計，對金門縣政府而言，當務之急應提出未來觀光業的明確願景與路徑，以建立投資者的信心與投資意願。戰事資源與閩

南傳統民俗資源都是靜態史蹟，對於青少年的吸引力有限，而且必須搭飛機，除了成本較高，加上天候與機場設備限制，使得行程安排產生困難，而台灣各縣市各出奇招的觀光吸引力、高鐵與火車的便利等，皆較金門具觀光競爭力。相較之下，金門本來擁有兩岸較佳的地理區位，陸客一直是金門的主要客源之一，今日在兩岸政治氛圍下，未來發展不可知，但如何開發由福建延伸到金門旅遊的大陸客源是必須關注的策略，這對「後小三通」政策效益及金門旅遊市場的經營或許是一個新的契機。但是，同樣地，大陸旅遊業者普遍反應金門行程規劃過於強調採購，缺乏深度且甚於單調。無論台灣或大陸遊客共同反應金門觀光規劃之單調性與欠缺主題等，明顯會造成遊客的「一次性」到訪即可的心態。因此，「多樣化發展」與「旅遊服務內容的重整與精進」，將是金門提升觀光競爭力的應有認知與共識。

一、以特色觀光及優質觀光互為表裏，重新打造旅遊目的地的核心吸引力

一個地區旅遊事業的發展往往會隨著時間的過程發生演進、消長的變化，造成演進變化的因素與原因很多。例如，遊客旅遊喜好和需求轉變、旅遊地區設施逐漸老舊、神秘感或吸引力逐漸消失等。這種演進會讓原本是旅遊熱門地區逐漸被其它地區所取代，這就是「旅遊地區生命週」的概念。學界普遍認為「旅遊地區生命週」的演化會經過：探勘、參與、發展、鞏固、停滯、衰退或復甦等六個階段。金門地區自1992年開放觀光以來，觀光事業已經歷過二十幾年的成長與發展，從「旅遊地區生命週」的過程來看，金門的旅遊事業現階段應處於「衰退或復甦」階段。當旅遊地區處在「衰退或復甦」分水嶺階段時，旅遊地必須導入新的推動因素才能從「衰退」階段進入「復甦」階段。讓「旅遊地的吸引力發生根本的變化」是普遍認為必須採行的手段和方法。本文認為下述幾個構面可以做為再創金門旅遊吸引力的切入點：

（一）深化觀光主軸資源(以金門海上公園為主所建立的觀光核心亮點及品牌核心價值，達到創造差異化旅遊目的城市)

1.四季遊金門：春季的城隍節慶、夏季的海洋、秋季的樂活漫遊、冬季

的生態。

- 2.國際賽事舉辦場域：國際馬拉松、泳渡金廈水域。
- 3.金酒特產主題：觀光工廠、高粱酒文創品、高粱酒相關餐飲。
- 4.閩南原鄉：閩南建築、洋樓建築、宗廟文化、聚落文化。
- 5.軍事遺跡：戰史館、博物館、碉堡、砲堡、坑道。

(二) 打造鄉鎮亮點計畫及旅遊帶規劃(在既有條件上提煉出特色亮點)

- 1.剖析各鄉鎮觀光發展潛力與限制，重新打造旅遊目的地的核心吸引力。
- 2.落實鄉鎮觀光重點區域帶狀發展，深化觀光主軸資源，進行觀光空間、環境及設施改善。
- 3.結合五鄉鎮五亮點計畫，透過整合串聯思維，形成帶狀發展，發揮極大化及複合式最大效益，找出觀光、產業發展共榮新局面，帶動地方經濟建設發展及面向國際新局面。
- 4.強化各公部門全面觀光概念，觀光立縣應是各部門一起動起來，非僅觀光處獨唱，應鼓勵各單位或部門在各自領域上發想，強化優勢形成觀光價值，創造旅客來金全新多元體驗，以增加回訪意願。

(三) 集中資源於核心景區、核心活動、核心遊程，產生「優勢效益」

精選「代表性景點」做為「核心景區」。「核心景區」的條件：

- 1.「資源」要具代表性意義，是遊客來金門必遊的景點。
- 2.有一定的規模與範圍，能讓遊客留駐二至四小時以上。
- 3.具有可驅動當地居民參與或從事經營商業的誘因，提供、滿足遊客消費（用餐、住宿、購物），進而產生經濟效益。
- 4.數量不宜太多，建議 3~5 處，以便集中資源與創造「相對優勢」。可以從現有票選之 10 大景點：翟山坑道、莒光樓、太武山、陳景蘭洋樓、總兵署、水頭聚落、古寧頭戰史館、碧山聚落、慈湖、擎天廳等選出核心景區。
- 5.篩選足以代表「金門」（金門全民所普遍認知的）、富含金門特色（金門所獨有的），具有文化、歷史內涵（可以說故事）的經典活動，做為「核心活動」。

6.從「觀光休閒樂活型旅遊目的地」的角度，再突顯金門旅遊特質（悠閒、長留、體驗、小眾）的前題下，將「核心景區」、「核心活動」導入遊程規劃，推出金門新亮點的「核心遊程」。

（四）凸顯親善、溫馨的人文氛圍

金門幅員不大，人口不多，居民相對單純、和善，加上島嶼聚落傳統、民居建築，「親善、溫馨」的人文氛圍是發展觀光特有「資產」。宜加凸顯並將之引發展為「悠閒、長留、體驗、小眾」的「慢活」遊程。其中最重要的是要把「全民接待旅客」的觀念導入在居民的日常生活中，期許居民與外來旅客互動的過程中能展現親和的態度和溫馨的人文素養，作法上可從：

- 1.優先提升從業人員的接待禮儀與接待能力（包括：外語能力）。
尤其以隨團服務人員、定點解說人員、旅遊服務點人員，計程車、遊覽車、公共車船從業人員，相關旅遊服務產業上中下游從業人員。應列為優先提升對象。
- 2.推動全民觀光大使計畫（例如：全民 Say Hello 計畫、微笑計畫）。
- 3.運用網路科技強化人力所不足的親善計畫：如指引（示）系統、旅遊訊息服務系統（information sys.）、導覽 App、旅遊服務 App。

二、精進關鍵的基礎建設

（一）短期精進重點

- 1.於重要入口節點設置「入口整合型旅遊服務中心」

金門地區觀光行政、建設與服務體系分別有金門縣政府及金門國家公園管理處兩大系統，各有分工與任務。唯就觀光旅遊活動的構面言，遊客在進入金門的第一時間，即期望能「即時」、「全面」而且是「一次到位」的得到應有的旅遊資訊與服務。如再從旅遊「目的地」服務的機制上看，本質上是不宜存在因行政體制的不同而提供有落差的服務或差異或不完整的旅遊資訊現象。檢視金門目前各旅遊服務點的設置，在「區域型」或「景點型」旅遊服務中心尚稱完備，唯在觀光旅客進入金門的主要入口節點（機場、碼頭等），其所設置的旅遊服

務點所提供之旅遊資訊整合性、完備性及服務點的區位、空間以及服務機能，均有待進一步的提升與充實。建議從遊客需求的角度重新思考，選擇適當區位，規劃設置「整合型的入口旅遊服務中心」。

2.提升小三通海上客運服務內容與品質

小三通自 2001 年開通已歷 13 年，其間對金門產業影響最大且最具成效者當屬海上運輸業（包括客、貨運）。尤其以金廈之間的海上客運對於金門地區旅遊發展最具影響性。雖然，2008 年臺灣與大陸開放空中直航、2009 年開通海上客運直航（廈門—臺灣基隆），其間容或有局部性、短暫性的衝擊與影響，但是由於金門—廈門（泉州）間海上客運市場的規模與配套已建構完備、加以後線有金門對臺灣島內綿密的空運服務網做為支撐，從小三通旅次的成長分析，金廈之間的海上客運堪稱是一個「穩定」、「健全」的運輸市場。但就目前「小三通」航運服務存在：

- （1）現行水頭碼頭旅客大樓空間不足、動線紊亂、指示（引）系統不明等。
- （2）現行船運「行李」交（托）運措施，不具服務效益，旅客自攜大件行李上下船不便現象，最為詬病。
- （3）轉運旅客之「行李直掛」只做半套，亟待與臺灣、大陸相關部門研商，推動小三通旅客「空、海一條龍式的行李直掛」。
- （4）部分航行船舶係經改裝投入，旅客上下船舶（船舷、艙門、艙位安排不當）不便，且船齡老舊，有航安疑慮。
- （5）現行缺乏品牌效應（消費者選擇機會）、業界不必負開拓客源責任（不具市場機制）、的「輪流式」排班制度亟需改弦易張。

（二）中期精進重點

1.因應推動大、二膽開放觀光的基礎設施

大二膽島奉行政院核定自 103 年 7 月 1 日起由金門縣政府接管，為金門觀光事業多元開發，規劃串聯大膽及烈嶼成為帶狀觀光遊程及套裝遊程計畫，成為常態旅遊路線，期帶動烈嶼地區觀光事業發展。島上除國軍駐防兵力戰備及生活範圍，由國軍持續管制外，其餘範圍

移交金門縣政府整備做為金門地區開放觀光旅遊的重要資產。金門縣政府預計在 2017 年可全面開放登島觀光。

大、二膽島由於具備「神秘」、「戰地氛圍」特質加以長年受到管制其自然環境、生態、人文史蹟保存相當完整深具吸引力。預期於開放後可為金門觀光發展注入新的活力。但由於長期軍事管制區，基礎建設以「軍事需求」為重點，相對因應觀光發展所必須匹配的基本設施均是不足與欠缺，亟需優先加以整備。

2.提升自行車系統服務功能，做為慢遊金門的特色運具

金門道路系統綿密，深入性強且行車條件舒適，極適合推動以自行車為工具的深度旅遊。金門縣政府自 2009 年起即將自行車旅遊列為特色旅遊的推動重點之一，目前自行車服務系統、自行車道系統尚稱完備。「金門縣公共自行車租賃委外建置與試營運服務計畫」計畫預計於大小金門共設置 26 處租賃站(金門航空站、金城車站、金城民防坑道口、山外車站、沙美車站、和平紀念公園、水頭聚落、水頭碼頭、羅厝漁港、金門大學、莒光樓、林務所森林遊樂區、獅山砲陣地、中山紀念林、文化園區、慈湖三角堡、后湖濱海公園、翟山坑道、烈嶼鄉文化館、文台古塔、成功海濱公園、工務處、瓊林坑道、畜試所、八二三戰史館、西園鹽場文化館)。唯如要進一步發揮特色旅遊（體驗）的優勢，需對系統服務的軟、硬體加以提升，提升自行車系統服務功能。

（三）長期精進重點

1.規劃金烈大橋的觀光遊程暨大橋通車後小金門端交通系統因應對策

金烈大橋預計將於107年通車，未來可預期的「大橋景觀」勢必是金門地區極富吸引力的「地標型」景點，不論上橋觀光、海上遠眺或陸域觀賞均能創造極大的觀光價值，是新一階段的「核心」資源之一。為因應新生旅遊需求，必須對與大橋景觀有關的觀光方式、遊程設計預為妥當規劃與設計。同時，在其周邊、海域及兩側橋端的陸域空間為因應觀光動線、公共服務、延伸性需求及商業空間等亦應提早因應準備。大橋通車後，大、小金門間的交通運輸結構將發生結構性的改

變，直接受到衝擊的產業是---交通、運輸業，包括：小金端的計程車業、遊覽車業、租車業及公、民營的海上客運業。現行從業人員、公共車船管理處之大、小金島際船運業務、民營海上客運業者等，如何因應、調整？亦應提早規劃與準備。另大橋通車後，如對大金門端進入烈嶼地區之機動車輛沒有採取因應措施，勢必對烈嶼地區的道路系統、空間環境、空氣品質等造成相當程度的負面衝擊。

實體操作建議除選擇烈嶼地區具相對發展優勢的產業（如：無毒農業、特作專區等）給予政策性輔導外，可考慮結合烈嶼鄉正積極規劃、發展的「零碳島」方案（「烈嶼零碳島旗艦計畫」），於小金門端進行人、車入島「接駁」、「轉運（乘）」措施，並以「配套遊程」接待入島遊客。一則可輔導業者轉型，二則可達到「控管」目的。

2.優先於太武山區規劃建置「緩坡型林中步道」，以提高旅遊可及性及降低環境衝擊

「戰地文化」是金門地區發展觀光的主要軸線之一，金門縣政府、金門國家公園管理處對於「軍事資源」的活化、再利用已凝聚的基本共識，是以「規劃金門成為一個動態『軍事博物館』」為發展目標。由於「太武山區」具備豐沛、獨特的軍事、歷史、人文、宗教等旅遊資源，總體概念把「太武山區」定位為「軍事博物館群」中的「核心博物館」，發展為軍事資訊的總站，具備有觀光旅遊、軍事研究、環境教育、戰役展示的功能與服務。唯受限於資源釋出期程、土地使用管制策略、基礎設施建置進度等因素影響，太武山區仍處於旅客低度到訪的區域。

為提高旅遊可及性、豐富性、深入性，應研究於「玉章路」外之山中林內以能串連太武山區林間內代表性的景點（如：太武十二景、勒石、遺址、宗教寺廟、軍事設施），參照無障礙步道標準，設置坡度控制在 8%（1:12）至 12%（1:8）之內，無障礙鋪面（表面維持平順，並採粗糙防滑材質）的「緩坡型人行步道」。

三、旅遊服務業升級方案（業界）

旅遊服務業的主要內涵無非吃、住、行、遊、購、娛六大面向，金

門觀光歷經廿餘年經營與發展，旅遊服務業基本上已有一定的規模與水準，旅遊市場的發展亦預期是樂觀、蓬勃的，是以宜在既有基礎下，採自發、引導的手段來激勵業界自發性地「升級」服務內涵，以達到提升品質與建構優質、友善的旅遊環境。六大構面近程提升品質的方向：

- (一) **餐飲方面**：應以在地特色、衛生為重點，進行產業服務升級，並以金門已經打出名號具代表性之特色餐飲為推廣重點，例如：金門牛肉之精緻化品牌，傳統糕餅及庶民餐點提升，建立來金門必吃的推薦項目（可分四季或節慶）。
- (二) **住的方面**：以安全、清潔為重點，其中傳統建築民宿業的整治(合法掩護非法或不合法等問題)、輔導及現有旅館獎（鼓）勵評星計畫及提供誘因鼓勵旅館整修升級等，應列為優先工作，進而鼓勵閒置空間整理或做為民宿空間，並強化友善住宿設施的提供(閩南建築導入老殘設施等)。
- (三) **行的方面**：透明、合理的收費、及服務品質的提升（計程車業）及安全問題（遊覽車業、民營海上客運業的汰換老舊車、船）應優先輔導改善，導入觀光發展基金輔導汰舊換新或輔導購置更節能車種。另，交通法規受限於中央部門派駐地區相關單位未能配合縣府政策推動的需求，形成另一阻力而非助力，亦是必須解決的課題(如航政權在中央，地區發展觀光必要加班或包船等程序，中央派駐單位無感，業者無法彈性操作)。最後，開發整合性 APP 協助智慧觀光推動，讓自由行旅客下載後可解決叫車不易及價格能公開透明。
- (四) **遊程方面**：除經典（推薦）遊程的安排與開拓觀光淡季的客源等獎勵措施，旅行業從業、服務人員接待態度及購物遊程的透明、合理化是當前亟待改善的重點。金門的旅遊景點多數為參觀型景點，故需強化地接社企業回饋責任與共識,避免削價搶客等無共識行為,另加強導遊與解說員的說故事能力及服務熱情，以深化遊客旅遊體驗。
- (五) **購物與娛樂**：升級方向應以品質、價格透明、產品多元為重點，

另整備地區各鄉鎮及單位大型活動期程，週六、日活動分配或部分大型活動避免在同期或可轉移至非假日舉辦以緩和需求的過度集中，使業者能分配接待能量。

上述方向與重點大多屬業界的「商業」行為。業界經營事業基本上均以正向、發展做為努力目標，之所以產生民間業者與公部門「期待」的落差，主要雙方在「觀念」的溝通與在「政策」的理解程度有所落差所至。

同業公會是由同業組成之社團組織，是同業間凝聚共識、代表業界與公部門溝通、轉達公部門政策、方向非常重要的橋樑。如何善用同業公會功能，並委託各同業公會招訓同業從業人員的專業訓練及委託商業模式操作，達到提升旅遊服務業界的服務水準是本案建議的重點方向。

四、旅遊市場秩序整治與觀光行政組織的調整

相對於業界層面者是與公部門有關的市場秩序的整治（公權力）與觀光組織的合理化問題。根據觀光產業代表座談會及金門地區旅遊市場調查資料分析，與旅客權益有關、影響到金門旅遊品牌之口碑者，亟待優先整治與輔導的事項如下：

- 1.待合法民宿輔導，以解決合法掩護非法或不合法等問題。
- 2.旅館業星級認證偏低，應輔導認證或舉辦評鑑。
- 3.旅行業同業公會和觀光發展協會應擔負整合協調工作，積極開拓觀光淡季和離峰的客源。金門的旅遊淡季為 11 月至過農曆年前，而平常的離峰期為周一至周四。如何推廣、行銷、包裝遊程等需依賴各同業公會共同合作，例如：在淡季或離峰期可以結合資源與活動規劃一個較優惠的 PAK(可以跟航空公司協商較便宜的票價)，由會員共同推廣，同時吸引自由行旅客。同時，政府部門(金門縣政府與金門國家公園)應將一些主題活動(馬拉松比賽、賞鷗鷺、老兵重返等)於淡季舉辦，以彌補淡季的市場不足。
- 4.大陸團旅遊購物行程太密集，並地區旅行社接待大陸團偏向走昇恆昌與台開等較精緻的購物點，其退佣太高，導致遊客花太多時間在特定

購物廣場內，造成排擠其他特產店與景點的情況。另，每週星期一至四是屬離峰期，在此期間可結合地區舉辦的相關活動來規畫行程，以吸引遊客到訪。在遊程的設計上，中轉陸客需要船班與飛機航班的配合，以達交通通路的順暢。

5. 旅遊相關之企業識別系統太弱，包括導遊制服、遊覽車制服、解說員制服等，明顯的企業識別系統是服務業服務品質重要的一項要素。另外地區旅行業者多為家族企業組成，無競爭力可言，投入成本低，相對積極度小，故宜加強相關證照或訓練時數等措施，輔導地區業者轉型。
6. 導遊人員與解說人員該應具備專業知識、技能，不能隨意解說，解說內容需統一。觀光公車隨車解說員，在短時間的受訓時數，並在短時間內取得證照，如此便可以擔任解說員，這對華導、其他駐點解說員不公平。故針對隨車解說員之訓練與資格應回歸與華導或駐點解說員一致。
7. 計程車未依表收費問題，計程車業給客人的觀感不佳、司機穿著不夠專業、企業識別不足、常常出口成章、爭客及其他習性不良等問題，可朝向產業輔導加強認證及提供整合性 APP，協助智慧觀光推動。
8. 逾齡遊覽車比例偏高，除了獎勵汰舊換新外，並建議回歸車輛 12 年以內方可載客。相關遊覽車之汰換計畫，考量地區道路承載量，建議鼓勵業者部分車體改推中型巴士為載客主體，另可以思考以金門縣觀光發展基金來挹注汰舊換新。
9. 持續向陸方爭取來金旅客相關開放政策：A. 增加金廈交通船班班次，開發赴金旅遊人口數，提升金廈觀光發展。B. 試行大陸居民赴金馬澎離島「72 小時免辦簽注並實行一年多次入出卡式通行證」，以便利陸客來金旅遊。C. 建請爭取海西自由行城市開放所有旅行社可以做宣傳，招覽、組織旅客赴金門旅遊。D. 建請放寬台辦、旅遊局等赴金申請程序與條件限制，以利兩岸交流對接。E. 簡化來金旅遊辦證手續，營造金廈旅遊共榮願景。
10. 小三通船運（含票價偏高）及碼頭設施服務品質。
11. 金門景點、景區範圍較小，部分優質景點在尖峰期間遊客數多，造

成擁擠，為提升景點參觀品質，景點的收費機制勢在必行。可以思考未來收費機制回歸到金門縣觀光發展基金來運作。

另旅客服務中心（點）是旅客進入觀光地區產生第一印象的關鍵節點，除提供必要的旅遊訊息，也是旅客遭遇問題尋求支援、協助的重要窗口。目前，金門縣政府體系下的旅客服務中心（點）人員以委外或派遣式人力充任較多，亟待加以強化為一具熱忱、專業的服務團隊。

五、推動觀光服務與資訊科技(ICT)的整合運用，發展智慧觀光服務

隨著智慧科技產業的發展，發展旅遊之地區近年來積極推動觀光服務與資訊科技(ICT)的整合運用，希望提供旅客旅行前、中、後之無縫隙友善旅遊資訊服務，包括整合建置「觀光資訊資料庫」。

未來，以「網路環境」為基礎、「顧客導向」為核心理念的「智慧服務與管銷」將會是觀光事業經營、管理、運用的主流。即從資料中心對旅遊資訊的匯集與整合，經由政策的引導，帶動觀光關聯產業對資料中心旅遊資訊的加值應用，逐步建構成為以遊客體驗為中心的智慧觀光旅遊目的地。觀光主管部門必須掌握雲端科技巨量資料(Big Data)分析功能，社群媒體(Social Media) 與行動(Mobile)科技發展趨勢，推動整合型的智慧觀光服務，以提升觀光地區的服務品質。

（一）發展方向

1. 資料面—提供多元、正確及完整的觀光資訊

觀光資訊服務應納入旅客旅遊前、旅遊中、旅遊後不同階段所需之資訊，全面性考量旅客旅遊過程之資訊需求，並隨時掌握科技趨勢，期透過一套整合所有旅遊資訊與服務之系統，讓遊客隨時隨地取得觀光資訊。

另因應4G、5G 高速網路時代來臨，多媒體影音資訊平臺的建置勢在必行，希望透過優質的觀光ICT多元化服務，配合政府資訊公開政策，發展具在地特色服務平臺（App），創造優質旅遊環境。

2.服務面—提供無所不在之觀光資訊服務

移動中的資訊應用與服務是觀光資訊應用發展的方向，搭配雲端發展技術，開發各種觀光ICT應用系統，並將服務延伸推廣至其他系統。同時，整合旅遊所需各項資訊，強化旅行整合性App功能，提供民眾優質的觀光資訊服務。

(二) 具體作法

1.充實觀光資訊資料庫，建置雲端導覽服務

- (1) 建置金門地區觀光資訊資料庫：由金門縣政府統一規劃「金門地區觀光資訊資料庫」架構，再協調由各觀光資料產製單位(部門)定期提供、維護、更新，以確保資料的正確性、完整性及即時性。系統應擴及英、日等語文，並開放國外網路點閱運用。
- (2) 開發觀光影音多媒體平臺：因應4G 時代來臨，將金門地區與觀光有關之影音、多媒體資料(包括文字、圖片、摺頁、影片、電子書與語音導覽等) 加以整合，建立影音串流平臺，提供民眾最快速、最創新的觀光影音旅遊介紹資訊。
- (3) 提供無障礙設施資訊：蒐集、彙整建置各景點、交通節點等觀光旅遊所需之無障礙設施資料，提供旅遊者所需無障礙服務的相關資訊。
- (4) App 整合服務雲端化：利用快速網路及雲端應用發展趨勢，推動App 服務雲端化，提供旅客整合性、快速且多元的旅遊資訊服務。
- (5) 推動景點雲端導覽服務：以觀光影音多媒體平臺為基礎，推動景點語音導覽資訊建置，旅客可利用智慧型手機App，隨時取得景點語音導覽服務，做到導覽自動化目標。
- (6) 擴大系統的應用服務功能：透過異業聯盟，結合ICT 科技，將系統服務功能延伸應用至其他系統。例如：將景點雲端語音導覽推廣至觀光公車、計程車、遊覽車或自行車。將景點雲端語音導覽系統與在地特產業、旅館、民宿、餐廳等觀光服務業結合，利用智慧型手機與網路系統，進行戶外語音導覽與事業經營地址連結

的整合服務等，帶動產業行銷效益。

2.建置 I-center，創新旅遊服務

配合金門地區「整合型入口旅遊服務中心」的建置及各層級（交通、遊憩據點及旅宿業、餐飲業、觀光工廠、便利超商等相關產業）所建立的旅遊服務（資訊）站，結合行動科技與低碳運具趨勢，構建金門地區的 I-center 旅遊服務體系，具體作法：

- (1)推動主動、多元的走動式旅遊服務：各景點及遊客中心服務人員，運用智慧工具（例如：平板電腦）或低碳載具（例如：電動自行車），針對景點特性試辦多元走動式旅遊服務；於遊客人潮眾多時段，至遊客中心以外之遊客聚集區域提供現地導覽、旅遊諮詢等服務，讓旅遊服務跨出櫃台，主動提供遊客貼心服務。
- (2)推廣「借問站」旅遊服務：選擇重要景點、旅遊資訊站，提供食、宿、遊、購、行等相關服務之民間產業及公私立單位，設置「借問站」以提供當地旅遊資訊及諮詢服務；並提供無線網路服務，便利民眾下載旅遊資訊，減少實體摺頁需求。
- (3)發展電子版小區域導覽地圖：例如30分鐘散步地圖，提高友善旅遊服務特色。
- (4)建置 **I-center** 旅服資訊入口平臺：整合在地觀光資訊網站與電子版旅遊摺頁，以便利旅客自備智慧型手持裝置，運用 I-center 之 WiFi 網路瀏覽旅遊資訊或下載電子版旅遊摺頁。

3.推行「一卡金門行」

為提升自由行、背包族旅客旅行金門的便利性，規劃以金門全境為服務範疇的「金門卡」。「金門卡」可以現有「交通卡」系統為基礎，提供一定期限內，無限次數搭乘島內公共運輸工具（如公車、渡輪及觀光公車等），並整合含食、住、遊、購、行（計程車、出租車）之推薦及優惠措施，提供憑卡消費或酌予優惠之配套措施，以鼓勵旅客利用公共運輸工具走訪各景點。

六、行銷方案聚焦化

旅遊行銷的核心，是品牌傳播。對於景區而言，是核心吸引力的

傳播，對於目的地而言，是核心吸引力與整體旅遊環境的傳播。行銷方案基本上要依托於目的地所持有的「特色資源（包括特色活動、特色景點與特色遊程）」，聚焦於主要客源市場及高潛力客源市場。做法上：

（一）強力扶植特色觀光活動，營造為國際宣傳亮點活動：

1.強力扶植既有之「特色觀光活動」

根據調查金門地區最具特色的旅遊活動以「金門迎城隍」（2011年金門迎城隍活動的蜈蚣座創下一世界上最長純人力蜈蚣座的金氏紀錄，2013年「金門迎城隍」獲得文化部指定為「國家重要民俗活動」，是離島地區第一個獲國家指定的重要民俗活動）、「夏艷金門海洋風」系列活動，活動主題為「夏艷、音樂、歡樂」，持續展現金門美麗的海灘、淨白的沙灘、獨特的軍事文化及特有的花蛤生態，更將活動延續至二岸三地，讓金門夏天充滿濃濃音樂、解放海洋的驚艷等，兩項最具吸引力與特殊性的觀光活動。金門縣政府宜在既有基礎下，從「祥和、復古、文化」再精緻化活動內容，透過學術論壇提高活動的國際能見度，研訂適當活動期間以利業界包裝等。使「特色觀光活動」能達到「文化化、產品化、國際化」。

2.聚焦推廣「一鄉鎮一特色活動」

一鄉鎮一特色活動是指金城鎮的金門迎城隍、金湖鎮的花蛤季、金沙鎮的風獅爺文化季、金寧鄉的石蚵小麥節、烈嶼鄉的芋頭節等。上述特色活動皆由各鄉鎮自主辦理，藉此充分的將其最具代表性的民俗文化、農漁產業加以行銷推廣，未來縣府將與各鄉鎮進行更緊密的合作，除補助相關經費、協助行銷推廣外，並鼓勵其結合旅行社之套裝行程，讓這些的特色觀光活動皆能帶來實質有感觀光經濟效益。

3.結合旅行公會，共同行銷推廣海上公園

旅行業為觀光產業的火車頭，擔負招攬遊客的重責大任，由各旅行社組成之旅行同業公會若能擔起行銷推廣金門觀光之任務，勢必效益會更加。金門為擁有島嶼、閩南、戰地等文化特色之旅遊目的地，相關觀光資源如：低碳島的發展，推廣與使用電瓶車、電動機車、自行車等、體驗性行銷，加強輔導社區，例如：做紅龜粿、加強互動性、

體驗性活動，可將水試所、林務所、畜試所、農試所、防疫所、陶瓷場等設計加入體驗、柳營的會議型旅遊、特色小吃(未來的觀光夜市)、夏天的海洋等，上述的資源皆可應用在下述幾個行銷方案中：

- (1) 淡季促銷專案：周一至周四是比較低迷的，公部門做一些補助方案，相對的票價可以比假日更便宜。
- (2) 包機專案：年節促銷鼓勵包機，包機有獎勵辦法平日 500(每人)，春節是 800(每人)，鼓勵旅行社進行遊程操作，避免浪費九天年假所產生的經濟效益，但因為金門為離島，返鄉民眾本來一票難求，旅行社此時主要業務在協助民眾購票，故獎勵措施應有更大力度誘因。
- (3) 畢業專案：金門現有陽明及西洪二營區，空間足夠，可鼓勵旅行社包裝中小學以及大學生來金門辦理畢業旅行。另，近年來引起潮流的同學會，目標客群以中年以上的高消費族群為主要招攬客群。同學會專案：可以去林務所、燕南書院，塑造一種聚會、歡樂的感覺。
- (4) 全家遊、親子遊專驗：可以體驗電瓶車、做紅龜粿及到各個所進行體驗活動(各試驗所可開發各項產品：如林務所可以枯枝拼接、彩繪等，農試所可以開心農產，水試所提供水產教育及觸摸觀賞，畜產所可以體驗擠奶、冰淇淋製作，文化局提供閱讀專區、藝展資訊，文管所有關金門發展歷程均是自由行旅客可以安排的場地，該資訊由觀光處彙整後放置網站)。
- (5) 夜遊後浦小鎮專案：提供每位遊客 50 元或 100 元之消費券，吸引其來後浦一遊。

(二) 推動金門觀光年曆計畫

以品牌認知擴大化及集客能力最大化的資源為目標，依一年之四季、月令，擇定具高度議題性，內容獨特性，日期可確定性的節慶活動或特色景觀，製作成具國際廣宣水準的文宣素材，透過網路、廣告做為主要客源市場集客重點。

(三) 以小眾、緬懷、自助遊旅客為主要客源市場，設定大陸海西地區外資企業的外籍幹部做為前期高潛市場

根據調查到訪金門的旅客仍以國內（臺灣地區）遊客較多，隨著國人旅遊型態的演進，未來小眾、定點、慢遊、知性將是國人旅遊主流形態。金門由於所具備的人文底蘊、軍事資源、自然環境，加上幅員適當、屬於國內範疇進出的方便性，是臺灣地區發展小眾、緬懷、慢遊旅行相對優勢的區域。是以，在行銷、宣傳的主流市場應回歸到國內市場。作法上則以金門優質資源（如：文化探索、宗教活動、軍旅懷舊、悠遊慢活）對特定客源進行主題式行銷。

以福建廈門為核心在高速鐵路（動車）四小時可到達的服務半徑（北約從上海、浙江到福建、南可至廣東、深圳）是大陸外資企業投資的主力區塊。外資企業中擁有大量的高階、外籍管理幹部，或基於簽證屆期的出境、或作短期休假活動等。透過便利、快速的高速鐵路（動車）搭配高頻、方便的金一廈海上客運服務，可於半日之內方便起迄出發地與目的地。此類客源具有訓練、引導金門旅遊市場邁向國際化的前期性功能，同時亦是建立國際形象口碑的最佳管道。

第四節 後續調查研究方向

- 一、不能只以遊客數的多寡來衡量觀光事業的成功與否，還需要考慮全面的衝擊。建議儘速進行金門整體遊憩資源承載量評估，作為遊憩資源發展與衝擊之課題探討與經營管理的基礎，也可以作為景點門票收費政策規劃之依據。
- 二、建議應該對金門地區的經濟發展作一系統性的調查與回顧，以有效掌握觀光客產生的財富，為地方民眾爭取福利。台灣服務業的 GDP 已佔全台 GDP 超過七成，而觀光產業的比例又超過一成五，顯示台灣觀光產業的重要性。金門發展觀光已滿 20 年，相關之觀光產業在金門的營業已趨成熟，因此，建議進行金門觀光衛星帳之研究，以了解金門觀光產業對金門的貢獻實際的 GDP 為何？
- 三、面對觀光市場的經營，可從旅客國籍進一步以目的地生命週期思考行銷模式。建議針對金門地區進行目的地生命週期模式研究，來探知目前金門是處於發展初期、穩固期或停滯期，是什麼因素造成？又如何改善觀光潛力？而潛在市場的開拓研究，可能不能止於已來金旅客之調查，必須深入目標市場或新開發市場國，進行潛在市場

更進一步之研究。

附 錄

附錄一：問卷

金門觀光旅客消費及動向調查(台灣觀光客)

親愛的遊客：您好！

金門縣政府為瞭解您在金門的旅遊現況、消費情形與滿意度觀感，特委託國立金門大學進行遊客問卷調查，以期在未來提供來金門之遊客有更好的服務品質，敬請接受我們的訪問，謝謝您的協助！

金門縣政府 敬啟

您這次到金門的主要目的是：

- ☐ (1) 觀光、渡假、旅行 ☐ (2) 探親及訪友
☐ (3) 商（公）務兼觀光旅遊 ☐ (4) 中轉遊客(在金門停留一日以上)

1. 您這次由何處搭機進入金門？

- ☐ (1) 台北 ☐ (2) 台中 ☐ (3) 嘉義 ☐ (4) 台南 ☐ (5) 高雄 ☐ (6) 澎湖 ☐ (7) 其他_____ (請註明)

2. 這是您在金門開放觀光後（民國 82 年）第幾次來訪金門（含這一次）？

- ☐ (1) 1 次 ☐ (2) 2 次 ☐ (3) 3 次 ☐ (4) 4 次 ☐ (5) 5 次 ☐ (6) 6 次以上

3. 您這次來金門是否有主要的同行者？

- ☐ (1) 是 【☐ 配偶 ☐ 子女 ☐ 父母 ☐ 親戚 ☐ 同事 ☐ 朋友、同學 ☐ 鄰居 **【可複選】**】
☐ (2) 否（沒有同伴）
☐ (3) 其他_____ (請註明)

4. 您這次在金門停留時間？

- ☐ (1) 2 天 1 夜 ☐ (2) 3 天 2 夜 ☐ (3) 4 天 3 夜 ☐ (4) 5 天(含)以上

5. 您這次選擇到金門旅遊的相關資訊從何處獲得？ **【可複選】**

- ☐ (1) 未曾索取資料 ☐ (2) 電子媒體（電視、廣播、戶外活動看板） ☐ (3) 電腦網路
☐ (4) 旅行社 ☐ (5) 平面媒體（旅遊叢書、報章雜誌） ☐ (6) 旅遊展覽
☐ (7) 個人經驗 ☐ (8) 政府觀光相關單位（旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務）
☐ (9) 親友、同事、同學、鄰居 ☐ (10) 其他_____ (請註明)

6. 您這次在金門旅遊主要是使用何種交通工具？

- ☐ (1) 遊覽車 ☐ (2) 租用汽車 ☐ (3) 租用機車 ☐ (4) 計程車 ☐ (5) 洽公單位或親友提供交通工具
☐ (6) 公車(含金門好行) ☐ (7) 自行車 ☐ (8) 徒步 ☐ (9) 其他_____ (請註明)

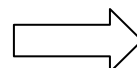
7. 您這次選擇到金門旅遊的原因是？ **【可複選】**

- ☐ (1) 緬懷昔日軍旅生活 ☐ (2) 戰地體驗 ☐ (3) 文化巡禮 ☐ (4) 自然環境景觀
☐ (5) 行銷推廣與表演活動 ☐ (6) 民俗宗教活動 ☐ (7) 運動健身 ☐ (8) 親朋好友推薦
☐ (9) 會議或學術學習 ☐ (10) 藝文節慶活動 ☐ (11) 品嚐地方美食 ☐ (12) 生態之旅(賞鳥)
☐ (13) 學校、公司或團體安排 ☐ (14) 其他_____ (請註明)

8. 您最喜歡金門的各項資源與因素為何？ **【可複選】**

- ☐ (1) 閩南建築 ☐ (2) 戰地色彩 ☐ (3) 自然景觀 ☐ (4) 文物古蹟 ☐ (5) 賞鳥活動
☐ (6) 海邊沙灘 ☐ (7) 旅費便宜 ☐ (8) 金門小吃 ☐ (9) 富人情味 ☐ (10) 氣候宜人
☐ (11) 大陸貨品 ☐ (12) 遊憩活動 ☐ (13) 金門特產品 ☐ (14) 治安交通良好 ☐ (15) 免稅品
☐ (16) 其他_____ (請註明)

請繼續作答



9.您這次在金門遊覽的所有景點中，請選出 5 個最喜歡的景點，在空格中打☑？

- | | | |
|--|---|---------------------------------------|
| ☐ (1)水頭聚落 | ☐ (2)翟山坑道 | ☐ (3)文台寶塔 |
| ☐ (4)莒光樓 | ☐ (5)建功嶼 | ☐ (6)延平郡王祠 |
| ☐ (7)模範街、貞節牌坊 | ☐ (8)清總兵署 | ☐ (9)金城民防坑道 |
| ☐ (10)古寧頭戰史館 | ☐ (11)北山古洋樓 | ☐ (12)雙鯉濕地中心 |
| ☐ (13)慈湖 | ☐ (14)李光前將軍廟 | ☐ (15)國家公園遊客中心 |
| ☐ (16)乳山遊客中心 | ☐ (17)金門酒廠 | ☐ (18)瓊林聚落 |
| ☐ (19)太武山 | ☐ (20)榕園、八二三戰史館 | ☐ (21)山后民俗村 |
| ☐ (22)馬山觀測所 | ☐ (23)烈嶼 (小金門) | ☐ (24)大二膽水域 |
| ☐ (25)獅山砲陣地 | ☐ (26)陳景蘭洋樓 | ☐ (27)海邊沙灘 |
| ☐ (28)其他_____ (請註明) | | |

10.您這次來金門旅遊的各項消費情形為何？【請擇一回答】

☐ (1)參加旅行社套裝行程的遊客

- A.您這次的旅遊團費為？【個人】_____ 元
- B.您這次購買特產及紀念品的費用為【個人】_____ 元
- C.您這次旅遊除團費與特產紀念品費用外，是否有其他額外費用(如：餐飲、交通、遊憩)【個人】_____ 元
- D.您本次行程由哪家旅行社負責辦理？ ☐ 旅行社名稱_____，☐ 旅館名稱_____

非常滿意 ← 5 4 3 2 1 → 非常不滿意

- | | | | | | |
|------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| E.您對旅行社整體滿意度為何？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| F.您對導遊整體滿意度為何？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| G.您對遊程設計整體滿意度為何？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| H.您對團費整體滿意度為何？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

☐ (2)自行規劃行程的遊客

- A.您這次來金門旅遊住宿地點為何？☐ (1)旅館名稱_____ ☐ (2)民宿名稱_____
- ☐ (3)親友家 ☐ (4)宿舍 ☐ (5)寺廟、教會 ☐ (6)救國團 ☐ (7)招待所 ☐ (8)其他_____ (請註明)
- B.您這次來金門旅遊的來回機票費用為？【個人】_____ 元
- C.您這次在金門旅遊全部住宿費用為？【個人】_____ 元
- D.您這次在金門旅遊全部交通 (不含機票) 費用為？【個人】_____ 元
- E.您這次在金門旅遊全部餐飲費用為？【個人】_____ 元
- F.您這次在金門旅遊購買特產及紀念品的費用為？【個人】_____ 元
- G.您這次在金門旅遊其他項目消費費用為？【個人】_____ 元，項目為_____ (請註明)

11.您這次曾在金門消費何種商品？【可複選】

- | | | | | |
|---|--|---|---------------------------------|----------------------------------|
| ☐ (1)貢糖 | ☐ (2)砲彈鋼刀 | ☐ (3)風獅爺藝品 | ☐ (4)高粱酒 | ☐ (5)一條根 |
| ☐ (6)麵線 | ☐ (7)高粱醋 (酵素) | ☐ (8)大陸貨品 | ☐ (9)牛肉乾 | ☐ (10)免稅品 |
| ☐ (11)餅類(燒餅、蛋捲等) | | ☐ (12)其他：_____ (請註明) | | |
| ☐ (13)無消費 | | | | |

12.您這次主要在何處購買紀念品或特產？【可複選】

- ☐ (1)旅行社安排之特產店 ☐ (2)風景據點小販 ☐ (3)機場 ☐ (4)景點的遊客中心
☐ (5)自行前往之特產店 ☐ (6)傳統市場 ☐ (7)免稅店
☐ (8)其他_____ (請註明) ☐ (9)無購買

13.您這次在金門旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度？

非常滿意 ← 5 4 3 2 1 → 非常不滿意

◎觀光便利性滿意度

- (1)您對金門交通工具服務整體的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (2)您對金門旅遊資訊取得方便的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

◎觀光環境滿意度

- (3)您對金門居民對旅客之態度的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (4)您對金門特產、紀念品價格的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (5)您對金門道路指示牌的易懂的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (6)您對金門社會治安良好的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

◎服務設施滿意度

- (7)您對金門各景點服務人員的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (8)您對金門旅遊景點內容特色性的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (9)您對金門之解說系統的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (10)您對金門特產、紀念品銷售服務的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (11)您對金門餐飲設備服務整體的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
 (12)您對金門的旅館（民宿）設備服務整體的滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

14.您這次旅遊對金門的整體滿意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

15.您是否願意推薦您的親朋好友來金門旅遊？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

16.您是否願意再次來金門旅遊？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

17.您對金門整體觀光環境與服務的建議為何？_____

18.性別：☐ (1)男 ☐ (2)女

19.年齡：_____歲

20.教育程度 ☐ (1)國中及以下 ☐ (2)高中、職 ☐ (3)大專、大學 ☐ (4)研究所及以上

21.職業

- ☐ (1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員 ☐ (2)專業人員
☐ (3)技術員及助理專業人員 ☐ (4)事務工作人員
☐ (5)服務工作人員及售貨員 ☐ (6)農、林、漁、牧工作人員
☐ (7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工 ☐ (8)學生
☐ (9)家庭主婦 ☐ (10)退休人員
☐ (11)其他_____ (請註明)

22.月平均所得

- ☐ (1)無經常性收入 ☐ (2)2 萬元以下 ☐ (3)2 萬~3 萬元 ☐ (4)3 萬~4 萬元
☐ (5)4 萬~5 萬元 ☐ (6)5 萬~7 萬元 ☐ (7)7 萬~10 萬元 ☐ (8)10 萬元以上

23.居住地區 ☐ (1)北部地區（基北桃竹苗） ☐ (2)中部地區（中彰投雲嘉）
☐ (3)南部地區（南高屏） ☐ (4)東部地區（宜花東）
☐ (5)離島地區（澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖） ☐ (6)海外_____ (請註明)

24.婚姻 ☐ (1)已婚 ☐ (2)單身

問卷到此結束，謝謝您的協助，祝您健康快樂。

金門觀光旅客消費及動向調查(中轉旅客)

親愛的遊客：您好！

金門縣政府為瞭解小三通中轉旅客中轉的目的、在金門消費情形及對小三通服務的建議，特委託國立金門大學進行此項問卷調查，以期在未來提供更好的服務品質，敬請接受我們的訪問，謝謝您的協助！

金門縣政府 敬啟

您這次到金門的主要目的是：

- ☐ (1) 小三通中轉台商 ☐ (2) 小三通中轉台商兼金門旅遊 ☐ (3) 小三通中轉台商之眷屬親戚

1. 您這次由何處搭機進入金門？

- ☐ (1) 台北 ☐ (2) 台中 ☐ (3) 嘉義 ☐ (4) 台南 ☐ (5) 高雄 ☐ (6) 其他_____ (請註明)

2. 您這次是搭何客輪到大陸？

- ☐ (1) 馬可波羅 ☐ (2) 金星輪 ☐ (3) 五緣號 ☐ (4) 新金龍 ☐ (5) 捷安輪
☐ (6) 東方之星 ☐ (7) 泉金輪 ☐ (8) 泉州輪 ☐ (9) 八方輪 ☐ (10) 和平之星
☐ (11) 新武夷 ☐ (12) 蓬江輪 ☐ (13) 迅安輪

3. 您這次在金門的過境情形？

- ☐ (1) 當日直接中轉 ☐ (2) 在金門停留 1 夜 ☐ (3) 在金門停留 2 夜 ☐ (4) 在金門停留 3 夜以上

4. 您這次是否購買小三通套裝行程？

- ☐ (1) 是 ☐ 立榮金廈一條龍 ☐ 復興金廈澳一路通 (行翼) ☐ 華信快易通
☐ 遠東金廈任我行 ☐ 其他_____ (請註明)

☐ (2) 否 【購買小三通行程的費用 = 機票費 + 船票費 + 接駁交通費？

(單程)_____元，或(來回)_____元】

5. 您這次在金門的消費 (除套裝行程外) 支出費用約為_____元

- 消費項目為何：☐ (1) 餐飲費用 ☐ (2) 交通費用 ☐ (3) 貢糖 ☐ (4) 一條根 ☐ (5) 高粱酒
☐ (6) 高粱醋(酵素) ☐ (7) 菸品 ☐ (8) 麵線 ☐ (9) 砲彈鋼刀 ☐ (10) 紀念品
☐ (11) 風獅爺藝品 ☐ (12) 牛肉乾 ☐ (13) 衣服 ☐ (14) 住宿費 ☐ (15) 免稅商品
☐ (16) 餅類(燒餅、蛋捲等) ☐ (17) 無消費 ☐ (18) 其他：_____ (請註明)

6. 您平均多久經由小三通往返兩岸？

- ☐ (1) 1 週 ☐ (2) 半個月 ☐ (3) 1 個月 ☐ (4) 2 個月 ☐ (5) 3 個月以上

7. 您在大陸的工作地點為何 (或親屬的工作地點)？【可複選】

- ☐ (1) 福建→請註明何地：_____
☐ (2) 浙江 ☐ (3) 廣東 ☐ (4) 廣西 ☐ (5) 海南 ☐ (6) 江蘇 (上海) ☐ (7) 江西
☐ (8) 安徽 ☐ (9) 湖北 ☐ (10) 湖南 ☐ (11) 雲南 ☐ (12) 河北(北京) ☐ (13) 河南
☐ (14) 貴州 ☐ (15) 四川 ☐ (16) 陝西 ☐ (17) 甘肅 ☐ (18) 山西 ☐ (19) 青海
☐ (20) 西藏 ☐ (21) 新疆 ☐ (22) 蒙古 ☐ (23) 遼寧 ☐ (24) 吉林 ☐ (25) 黑龍江
☐ (26) 其他_____ (請註明)

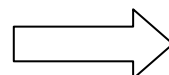
8. 自從小三通開放後，您使用小三通往返兩岸從事商務之旅，至今已有幾年？

- ☐ (1) 不到 1 年 ☐ (2) 1 年 ☐ (3) 2 年 ☐ (4) 3 年 ☐ (5) 4 年 ☐ (6) 5 年以上

9. 政府開放兩岸直航後，您除了使用小三通外，您最常使用哪個機場通行？

- ☐ (1) 台灣桃園機場 ☐ (2) 高雄小港機場 ☐ (3) 台北松山機場 ☐ (4) 台中清泉崗機場
☐ (5) 無使用過直航

請繼續作答



	非常滿意	←	5	4	3	2	→	非常不滿意
10. 您對小三通中轉服務的滿意度為何？								
(1) 您對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度？			☐	☐	☐	☐	☐	☐
(2) 您對尚義機場設施與服務的滿意度？			☐	☐	☐	☐	☐	☐
(3) 您對水頭碼頭設施與服務的滿意度？			☐	☐	☐	☐	☐	☐
(4) 您對金門海關的出入境服務的滿意度？			☐	☐	☐	☐	☐	☐
(5) 您對尚義機場至水頭碼頭之間的接駁設施與服務？			☐	☐	☐	☐	☐	☐

11. 您對小三通中轉服務的整體建議為何？_____

12. 您認為在對小三通中轉的需求上，尚有哪些設施服務可補足？【可複選】

- ☐ (1) 金融服務 ☐ (2) 網路服務 ☐ (3) 報章雜誌 ☐ (4) 餐飲服務 ☐ (5) 便利商店
☐ (6) 特產店 ☐ (7) 大眾運輸服務 ☐ (8) 縮短中轉時間 ☐ (9) 以上皆尚可
☐ (10) 其他_____ (請註明)

13. 您認為金門適合投資何種產業？【可複選】

- ☐ (1) 觀光產業 ☐ (2) 工商業 ☐ (3) 服務業 ☐ (4) 養老事業 ☐ (5) 運輸業
☐ (6) 教育事業 ☐ (7) 博奕業 ☐ (8) 電子業 ☐ (9) 農林漁牧業 ☐ (10) 百貨購物
☐ (11) 文化事業 ☐ (12) 醫療生技業 ☐ (13) 建築業 ☐ (14) 其他_____ (請註明)
☐ (15) 無意願

14. 您的戶籍是否設在金門

- ☐ (1) 是→您在台灣的居住地區為_____縣(市)
☐ (2) 否→您設籍於台灣 _____縣(市)

15. 您在公司的職級為何？

- ☐ (1) 負責人 ☐ (2) 一級主管 ☐ (3) 二級主管 ☐ (4) 員工 ☐ (5) 台商眷屬 ☐ (6) 其他_____ (請註明)

16. 年齡：_____歲

17. 教育程度 ☐ (1) 國中及以下 ☐ (2) 高中、職 ☐ (3) 大專、大學 ☐ (4) 研究所及以上

18. 職業

- ☐ (1) 民意代表、行政主管、企業主管及經理人員 ☐ (2) 專業人員
☐ (3) 技術員及助理專業人員 ☐ (4) 事務工作人員
☐ (5) 服務工作人員及售貨員 ☐ (6) 農、林、漁、牧工作人員
☐ (7) 技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工 ☐ (8) 學生
☐ (9) 家庭主婦 ☐ (10) 退休人員
☐ (11) 其他_____ (請註明)

19. 每人月平均所得

- ☐ (1) 3 萬元以下 ☐ (2) 3 萬~5 萬元 ☐ (3) 5 萬~7 萬元 ☐ (4) 7 萬~10 萬元
☐ (5) 10 萬元以上 ☐ (6) 其他_____

20. 性別 ☐ (1) 男 ☐ (2) 女

21. 婚姻 ☐ (1) 已婚 ☐ (2) 單身

問卷到此結束，謝謝您的協助，祝您健康快樂。

金門旅客消費及動向調查(大陸旅客)

亲爱的旅客：您好！

金門县政府为了解您在金門的旅游现况、消费情形与满意度观感，特委托国立金門大学进行游客问卷调查，以期在未来提供来金門之游客有更好的服务质量，敬请接受我们的访问，感谢您的协助！

国立金門大学 敬启

1.您这次搭何客轮到金門？

- ☐ (1) 马可波罗 ☐ (2) 金星轮 ☐ (3) 五缘号 ☐ (4) 新金龙 ☐ (5) 捷安轮
☐ (6) 东方之星 ☐ (7) 泉金轮 ☐ (8) 泉州轮 ☐ (9) 八方轮 ☐ (10) 和平之星
☐ (11) 新武夷 ☐ (12) 蓬江轮 ☐ (13) 迅安轮

2.这是您在两岸开放后第几次来訪金門（含这一次）？

- ☐ (1) 1 次 ☐ (2) 2 次 ☐ (3) 3 次 ☐ (4) 4 次 ☐ (5) 5 次以上

3.您这次来金門是否有同行者？

- ☐ (1) 是 ☐ 配偶 ☐ 子女 ☐ 父母 ☐ 亲戚 ☐ 同事 ☐ 朋友、同学 ☐ 邻居 **【可复选】**
☐ (2) 否
☐ (3) 其它_____（请注明）

4.吸引您来金門旅游的主要原因是什么？ **【可复选】**

- ☐ (1) 曾经是亲戚或自己的故乡 ☐ (2) 对金門的好奇心 ☐ (3) 语言相通 ☐ (4) 购物
☐ (5) 因为金門是台湾的缩影 ☐ (6) 小三通交通便利 ☐ (7) 满足炫耀 ☐ (8) 纯观光
☐ (9) 所属工作单位或其它机关要求 ☐ (10) 完成想来金門的心愿 ☐ (11) 其它_____（请注明）

5.您这次从哪里获得金門地区的旅游信息？ **【可复选】**

- ☐ (1) 电子媒体（电视、广播、户外活动广告牌） ☐ (2) 未曾索取数据 ☐ (3) 计算机网络
☐ (4) 平面媒体（旅游丛书、报章杂志） ☐ (5) 旅游展览 ☐ (6) 旅行社
☐ (7) 政府观光相关单位（旅游折页、手册、旅游咨询服务） ☐ (8) 个人经验
☐ (9) 亲友、同事、同学、邻居 ☐ (10) 其它_____（请注明）

6.您这次来金門之主要目的是什么？ **【单选】**

- ☐ (1) 观光 ☐ (2) 商务考察 ☐ (3) 商务考察兼观光 ☐ (4) 探亲及访友 ☐ (5) 参加两岸交流活动
☐ (6) 其它_____（请注明）

7.您这次在金門停留时间？

- ☐ (1) 2 天 1 夜 ☐ (2) 3 天 2 夜 ☐ (3) 4 天 3 夜 ☐ (4) 5 天(含)以上

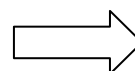
8.您这次是否為中轉旅遊？

- ☐ (1) 是（☐ (A) 厦門→金門→台湾 ☐ (B) 厦門→台湾→金門） ☐ (2) 否

9.您这次在金門观光的方式为？

- ☐ (1) 个别向旅行社报名，由旅行社安排 ☐ (2) 团体向旅行社接洽，由旅行社安排
☐ (3) 自行组团，再委由旅行社安排 ☐ (4) 自由行
☐ (5) 其它_____（请注明）

请继续作答



10.您这次来金门旅游的各项消费情形为何？【请择一回答】

☐ (1)参加旅行社套装行程的游客

A.您这次的旅游团费为？【个人】 【人民币】 _____ 元

B.您这次购买特产及纪念品的费用为 【个人】 【人民币】 _____ 元

C.旅行社名称：旅行社名称 _____，住宿旅馆名称： _____

非常满意 ←————→ 非常不满意

5 4 3 2 1

D.您对金门旅行社整体满意度？

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

E.您对金门导游整体满意度？

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

F.您对金门交通工具服务整体满意度？

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

G.您对游程设计整体满意度？

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

H.您对团费整体满意度？

☐ ☐ ☐ ☐ ☐☐ (2)自行规划行程的游客A.您这次来金门旅游住宿地点为何？☐ (1)旅馆名称 _____ ☐ (2)民宿名称 _____☐ (3)亲友家 ☐ (4)宿舍 ☐ (5)寺庙、教会 ☐ (6)救国团 ☐ (7)招待所 ☐ (8)其它 _____ (请注明)

B.您这次来金门旅游的来回船票费用为？ 【个人】 【人民币】 _____ 元

C.您这次在金门旅游全部住宿费用为？ 【个人】 【人民币】 _____ 元

D.您这次在金门旅游全部交通 (不含船票) 费用为？ 【个人】 【人民币】 _____ 元

E.您这次在金门旅游全部餐饮费用为？ 【个人】 【人民币】 _____ 元

F.您这次在金门旅游购买特产及纪念品的费用为？ 【个人】 【人民币】 _____ 元

G.您这次在金门旅游其它项目消费费用为？ 【个人】 _____ 元，项目为 _____ (请注明)

11.您这次在金门消费何种商品或服务？【可复选】

☐ (1)风狮爷艺品 ☐ (2)贡糖 ☐ (3)炮弹钢刀 ☐ (4)高粱酒 ☐ (5)一条根☐ (6)香烟 ☐ (7)高粱醋(酵素) ☐ (8)面线 ☐ (9)纪念品 ☐ (10)牛肉干☐ (11)衣服 ☐ (12)日常百货用品 ☐ (13)免税品 ☐ (14)饼类(烧饼、蛋卷等)☐ (15)无消费 ☐ (16)其它： _____ (请注明)

12.请问您主要在何处购买纪念品或特产？【可复选】

☐ (1)旅行社安排之特产店 ☐ (2)风景据点小贩 ☐ (3)传统市场 ☐ (4)渔会超市☐ (5)自行前往之特产店 ☐ (6)大卖场 ☐ (7)超商(7-11) ☐ (8)免税店☐ (9)药妆店 ☐ (10)其它： _____ (请注明) ☐ (11)无购买

13.您这次在金门游览的所有景点中，请选出 5 个最喜欢的景点，在空格中打☑？

- | | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ (1)水头聚落 | ☐ (2)翟山坑道 | ☐ (3)文台宝塔 | ☐ (4)莒光楼 |
| ☐ (5)建功屿 | ☐ (6)延平郡王祠 | ☐ (7)模范街、贞节牌坊 | ☐ (8)清总兵署 |
| ☐ (9)金城民防坑道 | ☐ (10)古宁头战史 | ☐ (11)北山古洋楼 | ☐ (12)双鲤湿地中心 |
| ☐ (13)慈湖 | ☐ (14)李光前将军庙 | ☐ (15)国家公园游客中心 | ☐ (16)乳山游客中心 |
| ☐ (17)金门酒厂 | ☐ (18)琼林聚落 | ☐ (19)太武山 | ☐ (20)榕园/823 战史馆 |
| ☐ (21)山后民俗村 | ☐ (22)马山观测所 | ☐ (23)烈屿(小金门) | ☐ (24)大二胆水域 |
| ☐ (25)狮山炮阵地 | ☐ (26)陈景兰洋楼 | ☐ (27)海边沙滩 | |
| ☐ (27)其它_____ (请注明) | | | |

14.您最喜欢金门的各项观光资源与因素是什么？【可复选】

- | | | | |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ (1)闽南建筑 | ☐ (2)战地色彩 | ☐ (3)自然景观 | ☐ (4)文物古迹 |
| ☐ (5)赏鸟活动 | ☐ (6)海边风光 | ☐ (7)旅费便宜 | ☐ (8)金门小吃 |
| ☐ (9)富人情味 | ☐ (10)气候宜人 | ☐ (11)台湾商品 | ☐ (12)游憩活动 |
| ☐ (13)金门特产品 | ☐ (14)治安交通良好 | ☐ (15)干净整洁的环境 | ☐ (16)物品价格合理 |
| ☐ (17)工商业繁荣 | ☐ (18)民风民俗的体验 | ☐ (19)免税商品 | |
| ☐ (20)其它：_____ (请注明) | | | |

15.您这次在金门旅游后对各项相关设施与服务的满意度？非常满意 ← 5 4 3 2 1 → 非常不满意

◎观光便利性满意度

- | | | | | | |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (1)您对取得台湾签证快速的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (2)您对金门海关入境服务整体满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (3)您对客轮服务与设备整体满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (4)您对金门旅游信息取得方便满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

◎观光环境满意度

- | | | | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (5)您对金门居民对旅客之态度的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (6)您对金门特产、纪念品价格的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (7)您对金门道路指示牌易懂的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (8)您对金门社会治安良好的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

◎服务设施满意度

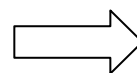
- | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (9)您对金门各景点服务人员的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (10)您对金门旅游景点内容及特色性的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (11)您对金门之解说系统的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (12)您对金门特产、纪念品销售服务的满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (13)您对金门餐饮设备与服务整体满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (14)您对金门的旅馆(民宿)设备与服务整体满意度？ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

16.您这次旅游对金门的整体满意度？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

17.您是否愿意推荐您的亲朋好友来金门旅游？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

18.您是否愿意再次来金门旅游？ ☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

请继续作答



19.您是否有到国外旅游（大陆地区以外）的经验？ ☐ (1)没有 ☐ (2)有

20.您对下列五个旅游地点，请选出 3 个最喜欢的旅游地点，在空格中打☑？

☐ 国内旅游(大陆地区) ☐ 台湾地区旅游 ☐ 金门地区旅游 ☐ 港澳地区旅游 ☐ 其它海外国家旅游

21.您对金门整体观光环境与服务的建议为何：_____

22. 年龄：_____岁

23.教育程度

☐ (1)小学（含以下） ☐ (2)初中 ☐ (3)中专（含高中） ☐ (4)大学本科（含大专） ☐ (5)研究所（含以上）

24.职业

☐ (1)企业所有人、高级主管、商人 ☐ (2)公司中级主管、职员 ☐ (3)农民
☐ (4)科学家、工程师、律师、医师、会计师 ☐ (5)教育机构人员（校长、教授、老师） ☐ (6)学生
☐ (7)文化工作人员（作家、音乐家、记者） ☐ (8)政府机构人员 ☐ (9)服务业
☐ (10)家庭主妇 ☐ (11)退休人员 ☐ (12)其它：_____（请注明）

25.每人月平均所得（人民币）

☐ (1)无经常性收入 ☐ (2)1 千元以下 ☐ (3)1 千~3 千元 ☐ (4)3 千~6 千元
☐ (5)6 千~1 万元 ☐ (6)1 万~2 万元 ☐ (7) 2 万元以上

26.居住地区 ☐ (1)厦门市 ☐ (2)福建省（厦门市除外） ☐ (3)其它省(市)_____（请注明）

27.性别 ☐ (1)男 ☐ (2)女

28.婚姻 ☐ (1)已婚 ☐ (2)单身

◎访视日期：____年____月____日 ◎访员签名：_____ ◎问卷编号：_____

附錄二：旅客對住宿飯店、民宿之滿意度調查

一、台灣旅客對住宿飯店之滿意度調查

對旅館的滿意程度大部份集中在有點滿意與滿意間，但因樣本數不一之影響解讀因素存在，導致有些飯店發生只有 1 個樣本數，但其平均值高達 5.0 的狀況，此部份在解讀時須注意。詳細資料參閱附表一。

附表一 台灣來金旅客對住宿-飯店之滿意度調查

海福飯店	0	2	2	7	28	27	64	4.3
長鴻飯店	1	3	4	9	20	14	47	3.9
金瑞大飯店	0	0	0	9	32	8	49	4.0
金沙假日大飯店	2	5	7	11	23	12	53	3.7
陸島酒店	0	0	0	1	0	0	1	3.0
浯江飯店	0	0	0	11	33	27	71	4.2
金帝飯店	0	0	0	1	7	6	14	4.4
IN 99精品旅館	0	2	2	6	11	9	28	4.0
六桂飯店	0	0	0	1	7	11	19	4.5
台金飯店	0	1	1	1	14	35	51	4.6
宏福飯店	0	0	0	9	7	3	19	3.7
金麗麗大飯店	0	0	0	1	2	0	3	3.7
新華僑	0	0	0	2	4	0	6	3.7
新金門飯店	0	0	0	1	2	8	11	4.6
警光會館	0	0	0	1	1	0	2	3.5
中華電信會館	0	0	0	1	3	5	9	4.4
金沙大地度假飯店	0	0	0	13	40	44	97	4.3
昇恆昌金湖大飯店	1	0	1	1	14	26	42	4.5
823行館	0	0	0	1	8	11	20	4.5
金沙湖畔	0	0	0	2	6	3	11	4.1
上賓飯店	0	0	0	1	0	1	2	4.0
合計	4	13	17	90	262	250	619	4.2

註：平均數為5=非常滿意，4=滿意，3=普通，2=不滿意，1=非常不滿意

二、台灣旅客對住宿民宿之滿意度調查

對民宿的滿意程度大部份集中在滿意與非常滿意間，但因樣本數不一之影響解讀因素存在，導致有些民宿發生只有 1 個樣本數，但其平均值高達 5.0 的狀況，此部份讀者在解讀時須注意。此部份由本年度的調查顯示，以下民宿滿意度低於平均值 3.0 以下：「陶然居」，詳細資料參閱附表二。

附表二 台灣來金旅客對住宿-民宿之滿意度調查

民宿名稱	非常不滿意	不滿意	累計	普通	滿意	非常滿意	合計	平均值
微風海戀	0	0	0	0	4	3	7	4.4
如一家精緻民宿	0	0	0	1	13	7	21	4.3
金門101民宿	0	1	1	4	13	7	25	4.0
水調歌頭	0	0	0	1	2	6	9	4.6
湖畔江南	0	0	0	0	0	1	1	5.0
夏興客棧	0	1	1	4	1	1	7	3.3
太湖山莊	0	0	0	1	0	0	1	3.0
瓊林寄	0	0	0	0	3	2	5	4.4
小倆口民宿	0	0	0	1	2	1	4	4.0
水頭一家親	0	0	0	0	2	3	5	4.6
北山洋樓	0	0	0	0	0	2	2	5.0
樓仔下	0	0	0	1	2	4	7	4.4
慢慢民宿	0	0	0	1	2	2	5	4.2
石路書齋	0	0	0	0	1	0	1	4.0
校長的家	0	0	0	1	0	1	2	4.0
香草庭園	0	0	0	0	0	1	1	5.0
單車驛站	0	0	0	1	2	0	3	3.7
談古說今	0	0	0	0	0	2	2	5.0
忘了飛	0	0	0	1	3	2	6	4.2
雲之海	0	0	0	0	0	1	1	5.0
島與浪花	0	0	0	1	0	0	1	3.0
伯爵民宿	0	0	0	3	0	3	6	4.0
上禾園	0	0	0	0	4	6	10	4.6
遇見夏墅	0	0	0	0	2	0	2	4.0
山后邀月	0	0	0	0	1	1	2	4.5
歐厝66號	0	0	0	0	0	1	1	5.0
愛玩客107民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
小計	0	2	2	21	57	58	138	4.2

註：平均數為5＝非常滿意，4＝滿意，3＝普通，2＝不滿意，1＝非常不滿意

民宿名稱	非常不滿意	不滿意	累計	普通	滿意	非常滿意	合計	平均值
小計(接續)	0	2	2	21	57	58	138	4.2
方亭咖啡	0	0	0	0	2	1	3	4.3
小背包	0	0	0	1	11	5	17	4.2
叮叮單車	0	0	0	3	7	6	16	4.2
古意民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
那個地方	0	0	0	3	3	7	13	4.3
雙鯉風情	0	0	0	1	0	2	3	4.3
二毛作民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
依山行館	0	0	0	0	1	4	5	4.8
豪鵬遊民宿	0	0	0	0	0	2	2	5.0
中蘭1號	0	0	0	0	1	1	2	4.5
蘭骨頭	0	0	0	1	1	5	7	4.6
君悅坊	0	0	0	1	0	0	1	3.0
吾家之城	0	0	0	0	1	1	2	4.5
閩南旅店	0	0	0	2	1	0	3	3.3
候鳥民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
金鷺民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
騎士旅人	0	0	0	1	4	5	10	4.4
金門自由行	0	0	0	0	1	0	1	4.0
心琴	0	0	0	0	2	1	3	4.3
老柚木	0	0	0	0	1	0	1	4.0
珠山娜一天	0	1	1	0	2	0	3	3.3
阿鑫民宿	0	0	0	0	1	11	12	4.9
輕鬆民宿	0	0	0	0	2	1	3	4.3
陶然居	0	1	1	0	0	0	1	2.0
好宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
渭川田家	0	0	0	0	1	0	1	4.0
成功民宿	0	0	0	0	1	1	2	4.5
山后海珠	0	0	0	0	3	1	4	4.3
嚨口民宿	0	0	0	0	0	2	2	5.0
楊家民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
品茗居	0	0	0	1	1	0	2	3.5
紫仙民宿	0	0	0	2	0	0	2	3.0
樸真民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
法蘭克民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
金門厝	0	0	0	0	1	1	2	4.5
尚書第	0	0	0	0	1	0	1	4.0
玉榮府民宿	0	0	0	1	0	1	2	4.0
如何自在	0	0	0	0	2	2	4	4.5
小計	0	4	4	38	112	122	276	4.3

註：平均數為5＝非常滿意，4＝滿意，3＝普通，2＝不滿意，1＝非常不滿意

三、大陸旅客對住宿飯店之滿意度調查

對旅館的滿意程度大部份集中在普通與滿意間，但因樣本數不一之影響解讀因素存在，導致有些民宿發生只有 1 個樣本數，但其平均值高達 5.0 的狀況，此部份讀者在解讀時須注意。詳細資料參閱附表三。

附表三 大陸來金旅客對住宿飯店之滿意度調查

飯店名稱	非常不滿意	不滿意	累計	普通	滿意	非常滿意	合計	平均值
金沙假日大飯店	3	7	10	17	82	105	214	4.3
海福大飯店	1	1	2	5	29	17	53	4.1
浯江飯店	10	11	21	9	44	48	122	3.9
台金大飯店	0	0	0	12	52	46	110	4.3
六桂飯店	0	0	0	4	72	28	104	4.2
陸島酒店	0	0	0	3	15	11	29	4.3
金瑞大飯店	0	1	1	9	72	14	96	4.0
長鴻商務飯店	0	0	0	17	39	66	122	4.4
宏福飯店	0	6	6	6	4	4	20	3.3
救國團	0	0	0	0	3	0	3	4.0
華僑之家	0	0	0	3	3	6	12	4.3
金沙大地國際度假飯店	0	0	0	0	6	4	10	4.4
昇恆昌金湖大飯店	0	0	0	1	48	45	94	4.5
金帝飯店	0	0	0	7	19	0	26	3.7
IN99精品旅館	0	0	0	3	11	9	23	4.3
金沙湖畔商務大飯店	0	0	0	5	19	15	39	4.3
合計	14	26	40	101	518	418	1077	4.2

附錄三：安排陸客來金之旅行社

一、負責安排陸客來金之旅行社

由附表四得知，來金旅客由「康輝旅行社」負責安排者最多佔18.9%，由「廈門國旅」者比例為7.1%為次之，「中旅」者比例為7.0%為第三，「春輝旅行社」佔6.5%，詳細資料參閱附表四。

附表四 安排陸客來金的旅行社

安排之旅行社	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
康輝旅行社	204	18.9
廈門國旅	76	7.1
中旅	75	7.0
春輝旅行社	70	6.5
海外旅行社	64	5.9
金環球旅行社	54	5.0
江西旅行社	47	4.4
建發旅行社	46	4.3
青旅	42	3.9
雲南國旅	39	3.6
港中旅行社	35	3.2
觀光國旅	35	3.2
廈商	33	3.1
冠鵬旅行社	32	3.0
海峽旅遊	30	2.8
康泰旅行社	29	2.7
長青旅行社	27	2.5
絲綢國旅	22	2.0
寶中旅行社	18	1.7
甘肅國旅	17	1.6
鵬之旅	14	1.3
建興旅行社	11	1.0
江河民族旅行社	9	0.8
泉州中旅	9	0.8
金橋旅行社	9	0.8
廈門國際旅遊	8	0.7
陽光旅行社	7	0.6
佰翔旅遊	7	0.6
光大旅行社	5	0.5
悅遊旅行社	2	0.2
巨陽旅行社	1	0.1
合計	1077	100.0

附錄四：調查樣本與搭乘航線比例

附表五 調查樣本與搭乘航線比例

航線別	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
金門－台北	444	40.9
金門－台中	311	28.7
金門－高雄	204	18.8
金門－台南	71	6.5
金門－嘉義	21	1.9
其他	26	2.4
澎湖	8	0.7
合計	1085	100.0

附錄五：104 年、105 年金門航空站營運量統計表

附表六 104 年、105 年金門航空站營運量統計表

	年 月份	旅客總人次（到境+離境）	
		104年	105年
旅客人數	01月	162,550	169,415
	02月	181,413	200,316
	03月	152,053	169,235
	04月	170,545	197,668
	05月	176,021	203,888
	06月	185,016	211,427
	07月	207,449	227,908
	08月	191,219	205,065
	09月	173,540	177,399
	10月	214,994	205,970
	11月	190,478	179,174
	12月	180,847	172,025
合計		2,186,125	2,319,490

資料來源：金門縣政府觀光處(2015)、(2016)。

附錄六：104 年、105 年入出境管理局之入出境人次統計表

附表七 105 年入出境管理局之入出境人次統計表

	月份	入境查驗					出境查驗				
		台灣地區人民	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通落地簽	外國人民	總人數	台灣地區人民	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通落地簽	外國人民	總人數
旅客人數	105年01月	41,687	25,527	2,491	1,060	70,765	39,705	26,819	2,556	1,055	70,135
	105年02月	36,828	22,040	2,904	999	62,771	38,756	22,495	2,955	1,009	65,215
	105年03月	39,675	26,087	1,827	1,760	69,349	38,151	26,198	1,822	1,601	67,772
	105年04月	43,751	33,438	2,344	1,934	81,467	43,510	31,778	1,948	1,876	79,112
	105年05月	42,517	31,659	2,508	1,932	78,616	42,099	36,218	3,119	1,981	83,417
	105年06月	46,251	25,241	2,141	1,286	74,919	46,263	28,430	2,092	1,278	78,063
	105年07月	48,279	28,436	2,748	1,147	80,610	47,997	28,596	2,700	1,094	80,387
	105年08月	46,254	28,957	3,775	1,149	80,135	43,827	29,892	3,837	1,153	78,709
	105年09月	37,606	16,182	1,400	1,168	56,356	34,855	14,430	1,409	1,087	51,781
	105年10月	43,059	23,014	2,984	1,954	71,011	44,294	24,249	2,885	1,716	73,144
	105年11月	41,267	26,776	2,252	1,708	72,003	40,282	27,241	2,237	1,898	71,658
	105年12月	42,058	26,319	2,564	2,382	73,323	41,328	25,343	2,342	2,242	71,255
合計		509,232	313,676	29,938	18,479	871,325	501,067	321,689	29,902	17,990	870,648

資料來源：金門縣政府觀光處-大陸事務科(2016)。

附表八 104 年入出境管理局之入出境人次統計表

	月份	入境查驗					出境查驗				
		台灣地區人民	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通落地簽	外國人民	總人數	台灣地區人民	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通落地簽	外國人民	總人數
旅客人數	01月	42,284	17,961	2,055	1,262	63,562	44,881	19,294	1,668	1,270	67,113
	02月	40,146	21,688	3,965	972	66,771	36,827	21,434	3,887	883	63,031
	03月	41,677	18,173	2,239	1,262	63,351	43,122	18,090	2,229	1,245	64,686
	04月	44,140	29,333	2,909	1,840	78,222	44,109	27,748	2,745	1,784	76,386
	05月	41,599	28,729	3,043	1,688	75,059	42,552	31,754	2,890	1,637	78,833
	06月	44,182	20,740	2,517	1,400	68,839	44,452	23,188	2,517	1,403	71,560
	07月	44,900	24,803	2,813	1,189	73,705	46,190	25,909	2,613	1,125	75,837
	08月	45,621	28,276	3,531	1,004	78,432	42,057	31,846	3,635	972	78,510
	09月	41,209	23,146	3,015	1,288	68,658	36,537	21,120	2,974	1,182	61,813
	10月	41,724	33,930	3,113	1,730	80,497	47,927	32,944	2,955	1,756	85,582
	11月	46,030	30,068	2,357	2,097	80,552	42,907	35,768	2,591	1,984	83,250
	12月	45,868	28,377	2,357	2,385	78,987	43,444	31,139	2,302	2,290	79,175
合計		519,380	305,224	33,914	18,117	876,635	515,005	320,234	33,006	17,531	885,776

資料來源：金門縣政府觀光處-大陸事務科(2015)。

附錄七：105 年度來金旅客人次估算

估算公式：

步驟一：

$$\begin{aligned} & 1. \text{金門航空站 105 年 (到境旅客人次 + 離境旅客人次 = 總旅客人次)} \\ & = 2,319,490 \text{ 旅客人次} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & 2. \text{入出境管理局 105 年 (出境旅客人次 + 入境旅客人次 = 總旅客人次)} \\ & 1,010,299 \text{ 人次 (台灣地區人民)} + 695,205 \text{ 人次 (大陸地區人民)} \\ & + 36,469 \text{ 人次 (外國人民)} = 1,741,973 \text{ 旅客人次} \end{aligned}$$

步驟二：

$$1. \text{來金之台灣旅客人次} = \text{旅客人次} \times \text{本季非本地居民比率 (不含小三通旅客)}$$

$$= 2,319,490 \text{ 人次} \times 19.0409\% = 441,653 \text{ 人次}$$

$$2. \text{小三通中轉台商} = \text{旅客人次} \times \text{本季小三通中轉台商比率}$$

$$= 1,741,973 \text{ 人次} \times 19.8345\% = 345,512 \text{ 人次}$$

$$3. \text{大陸旅客人數} = \text{入境旅客人次} + \text{出境旅客人次}$$

$$= 343,614 \text{ 人次} + 351,591 \text{ 人次}$$

$$= 695,205 \text{ 人次}$$

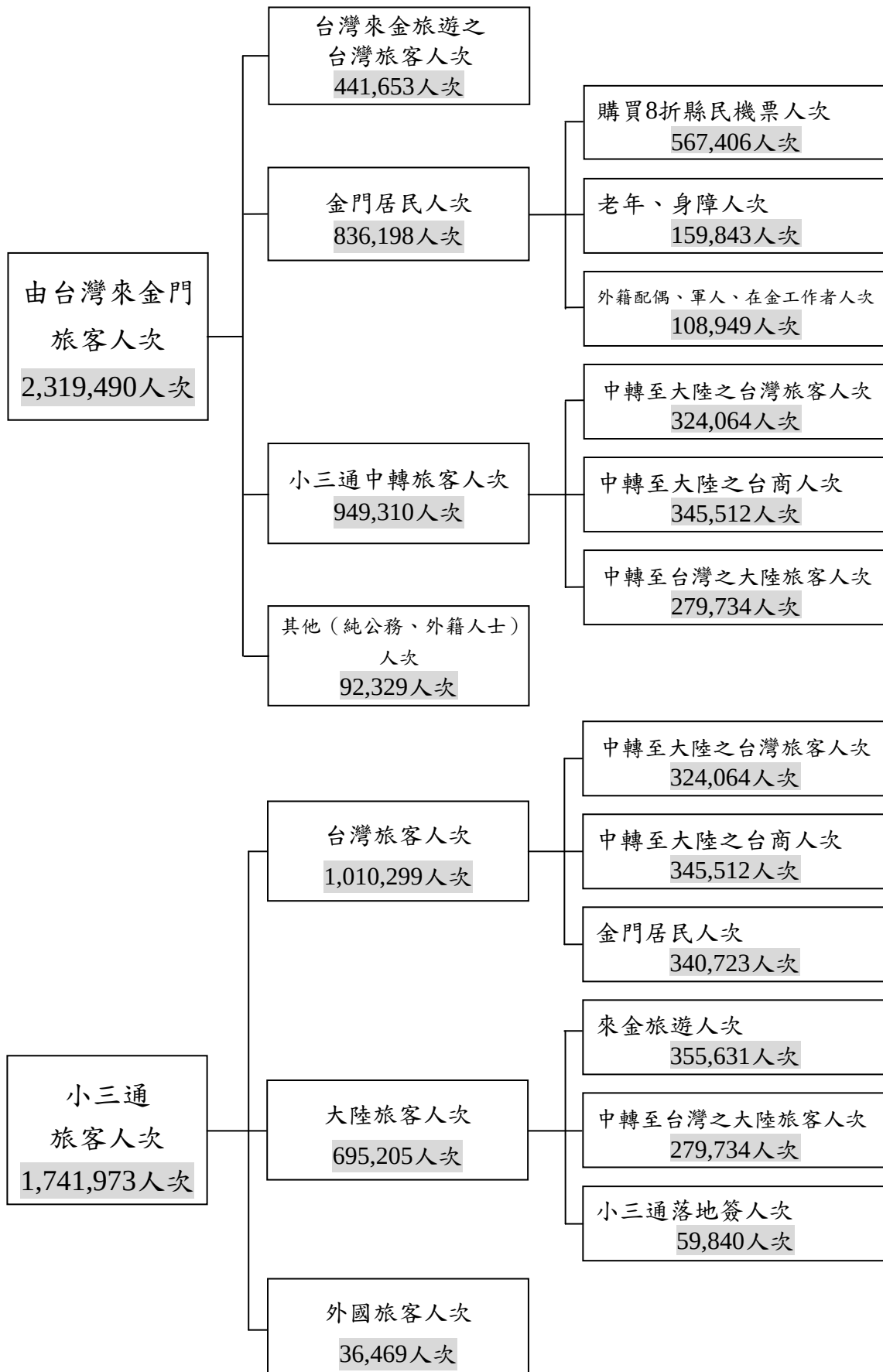
105 年度來金台灣旅客人次約為 44 萬 1 千 6 佰 5 拾 3 人次。

105 年度小三通中轉台商人次約為 34 萬 5 千 5 佰 1 拾 2 人次。

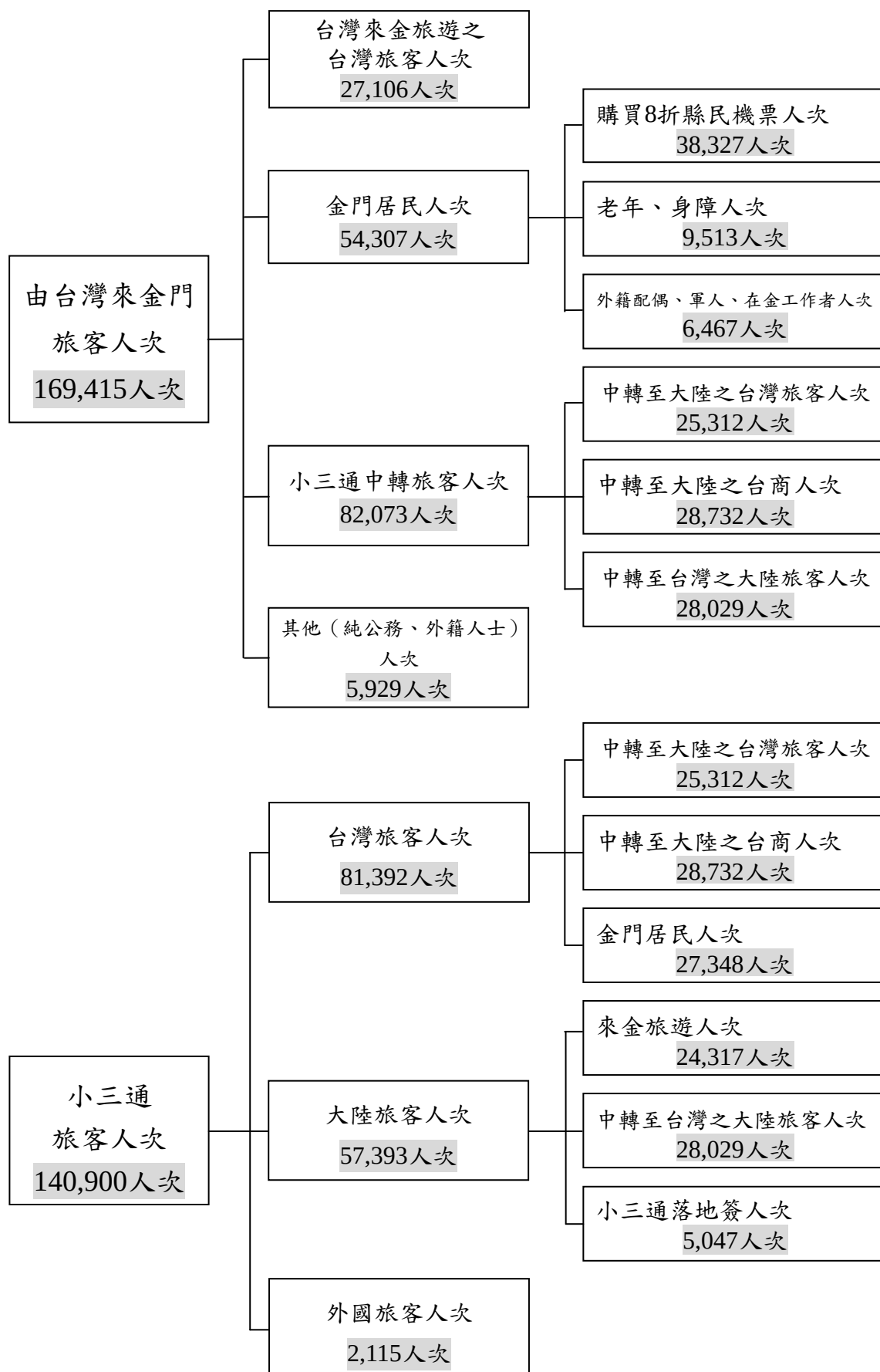
105 年度來金大陸旅客人次約為 69 萬 5 千 2 佰 0 拾 5 人次。

附錄八：105 年旅客屬性人次估算表

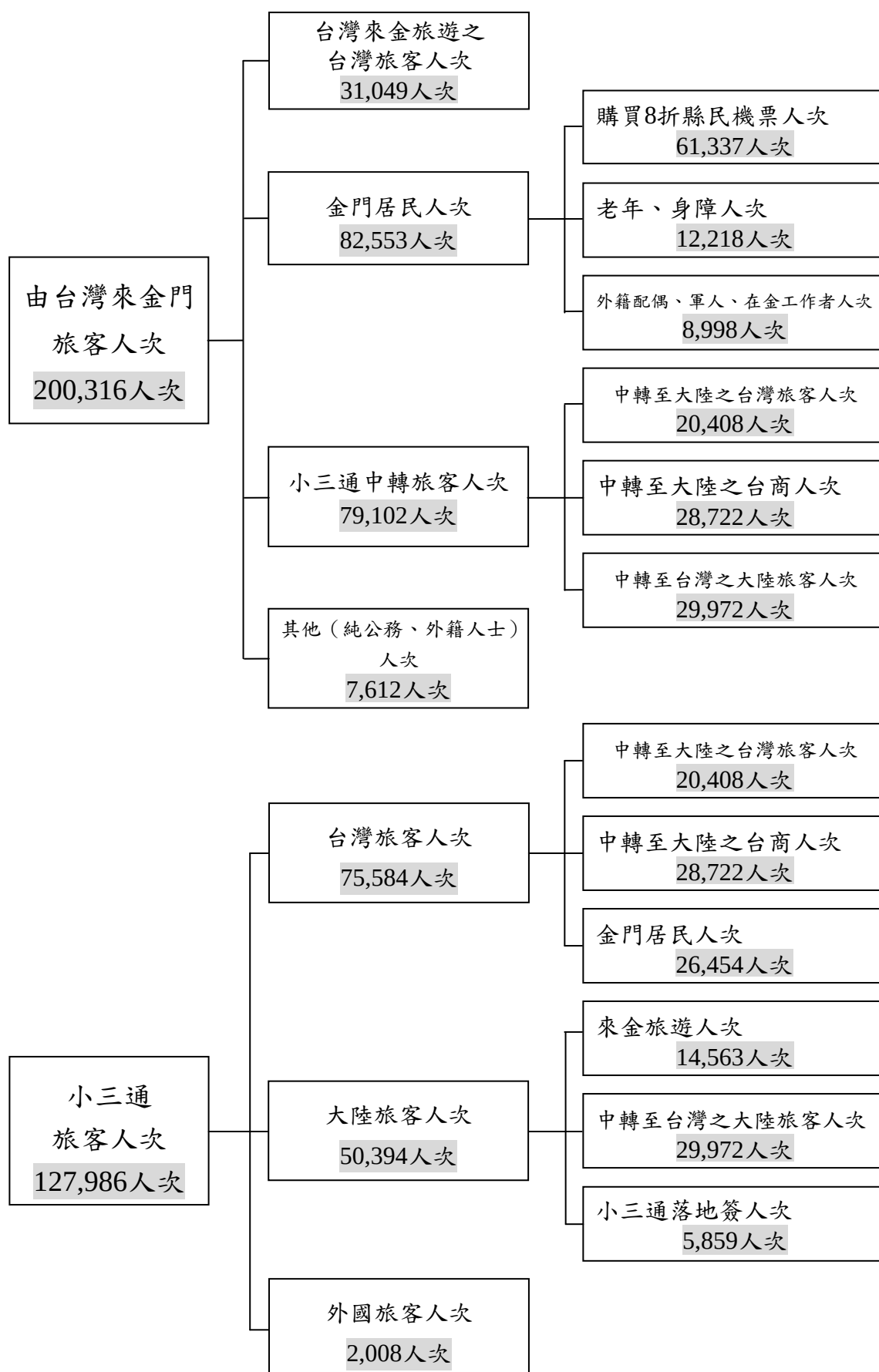
一、105 年（01-12 月）旅客屬性人次估算表



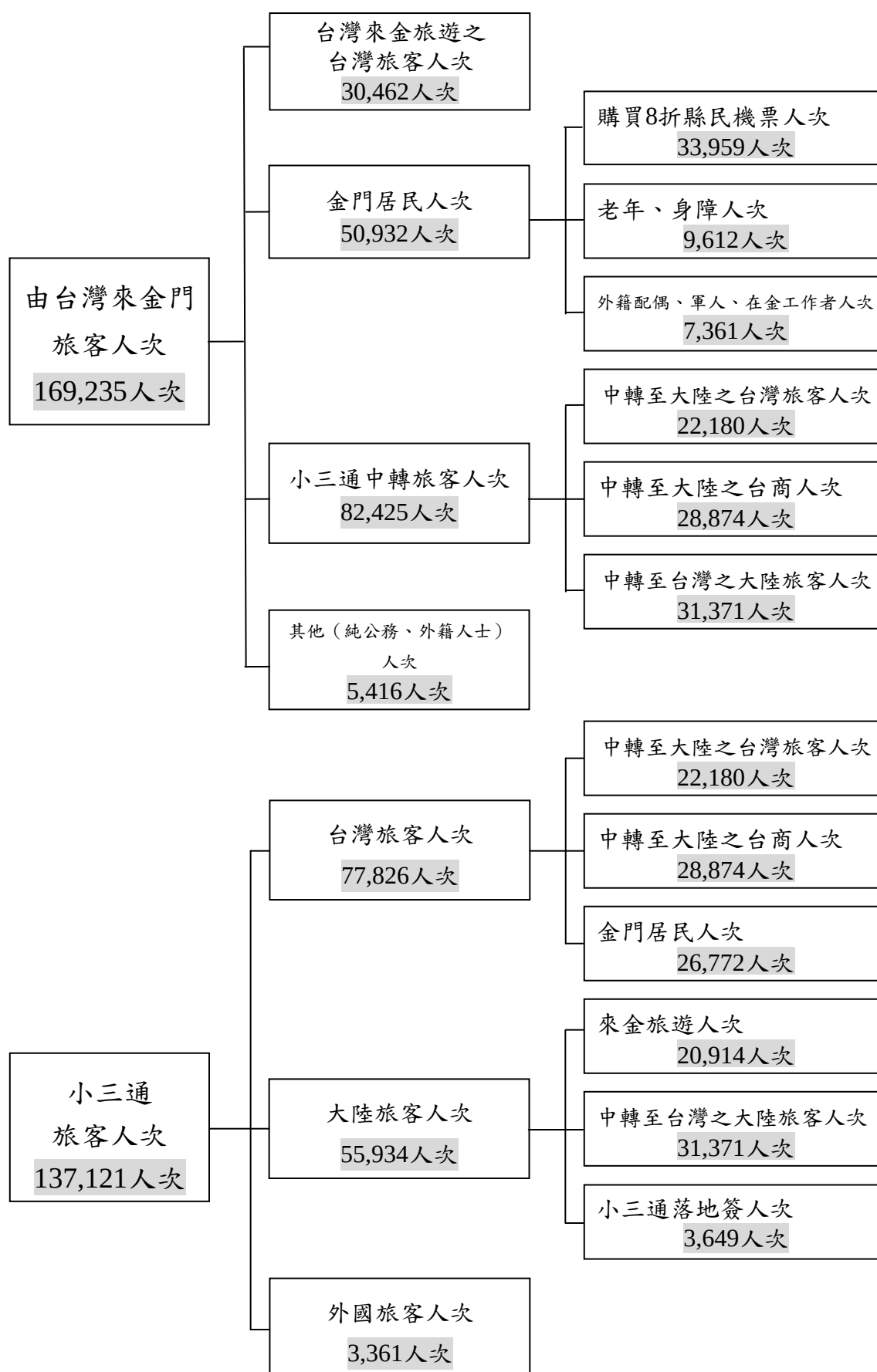
二、105 年 01 月份旅客屬性人次估算表



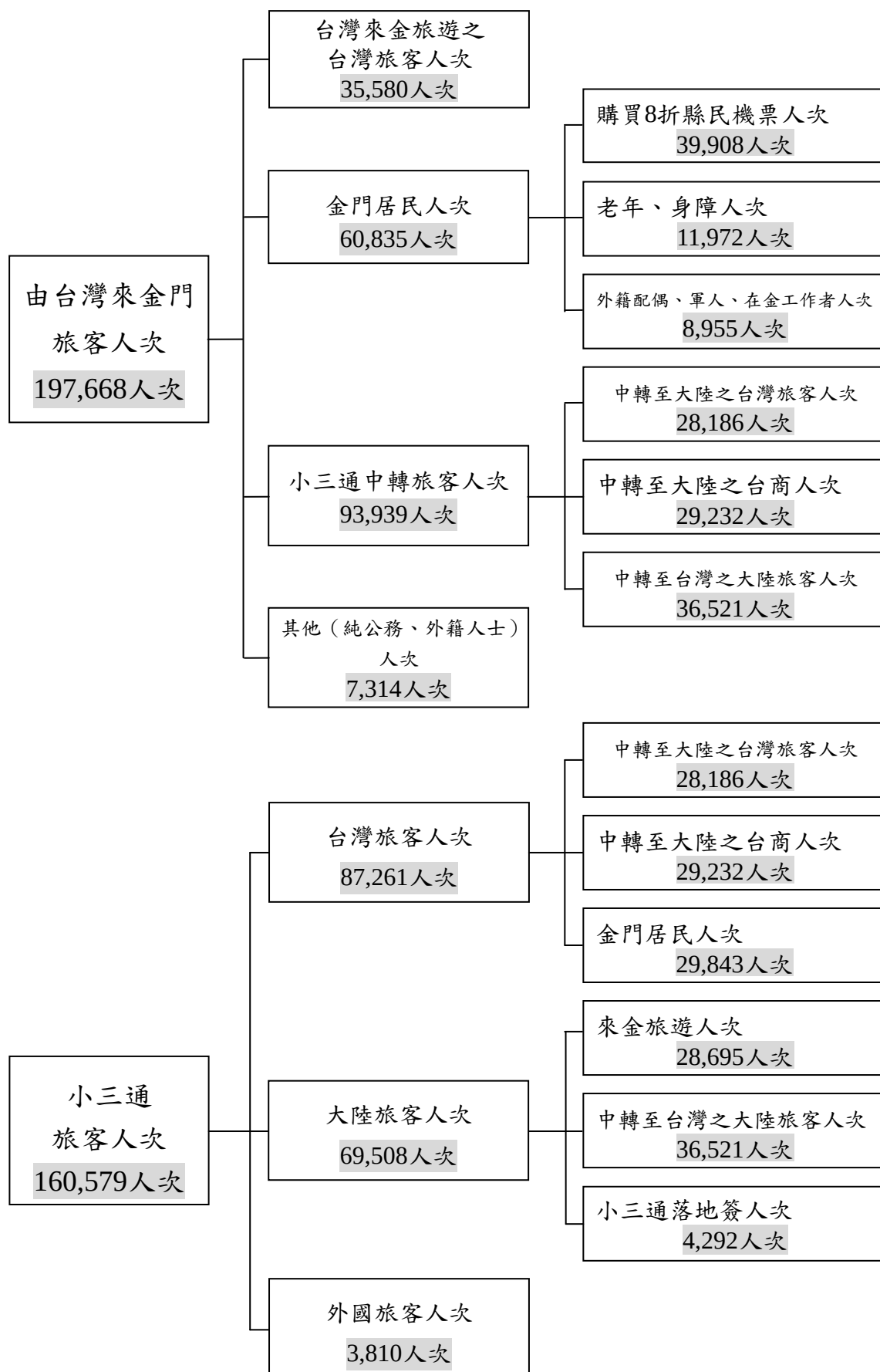
三、105 年 02 月旅客屬性人次估算表



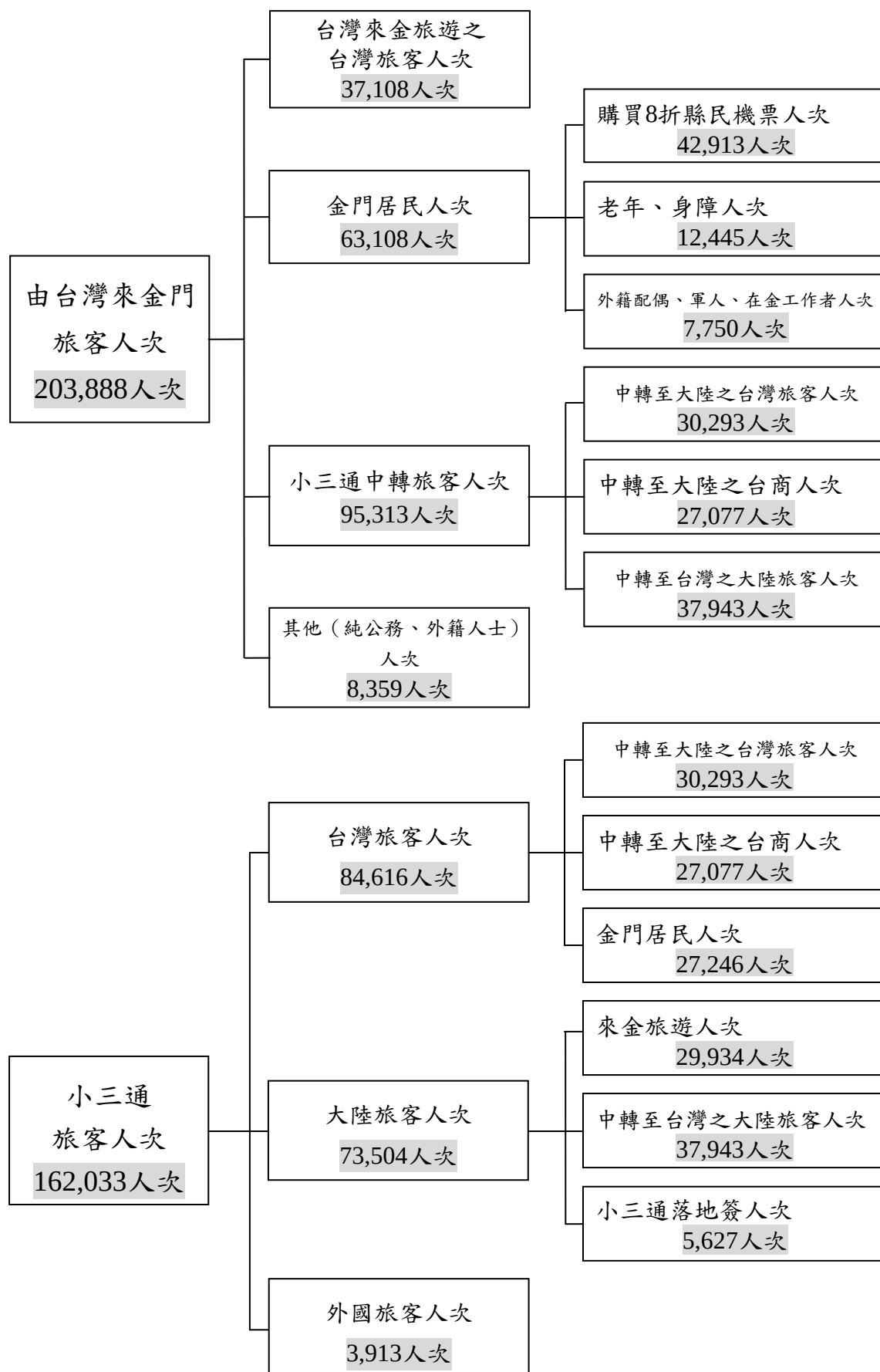
四、105 年 03 月旅客屬性人次估算表



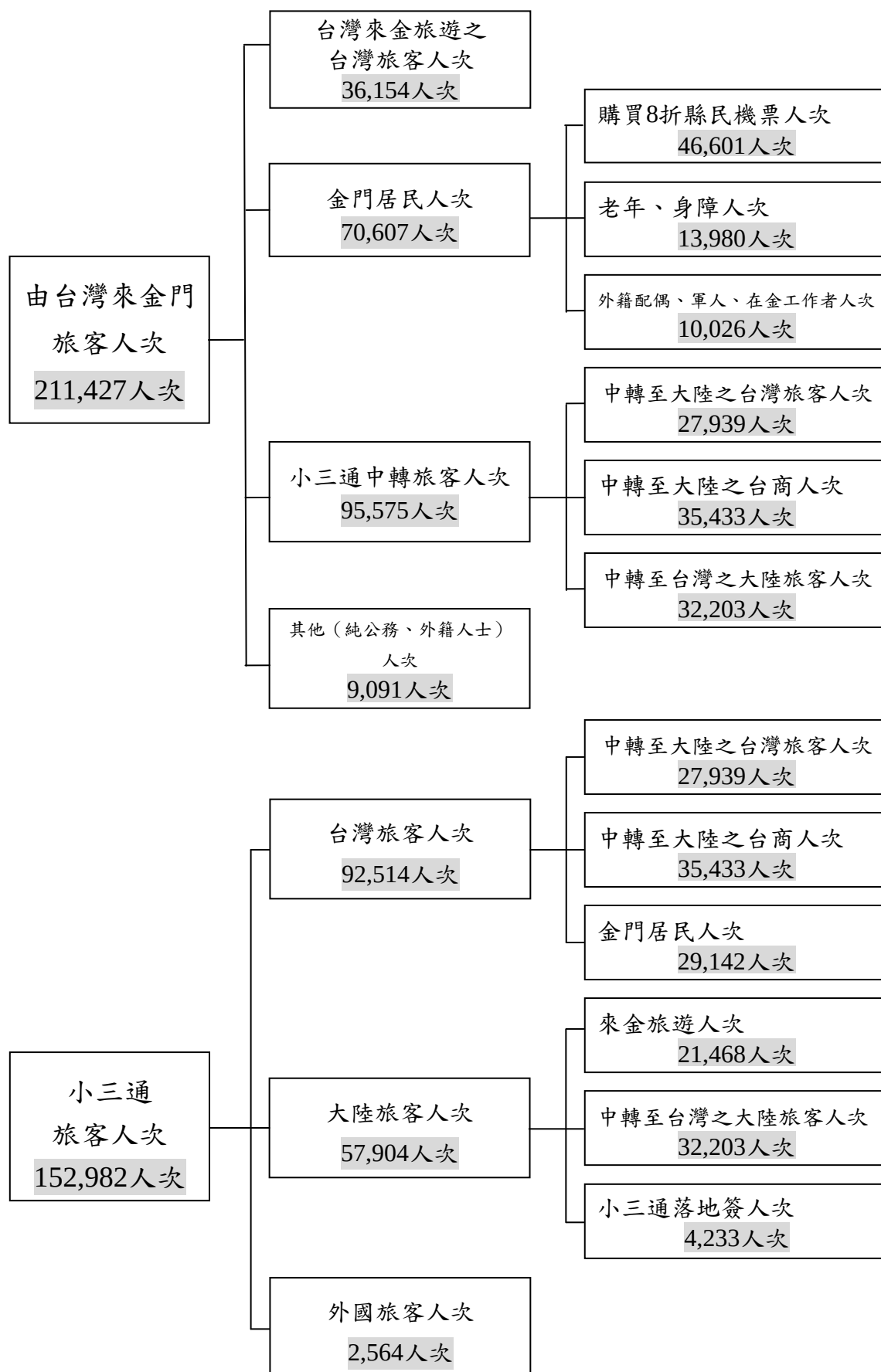
五、105 年 04 月份旅客屬性人次估算表



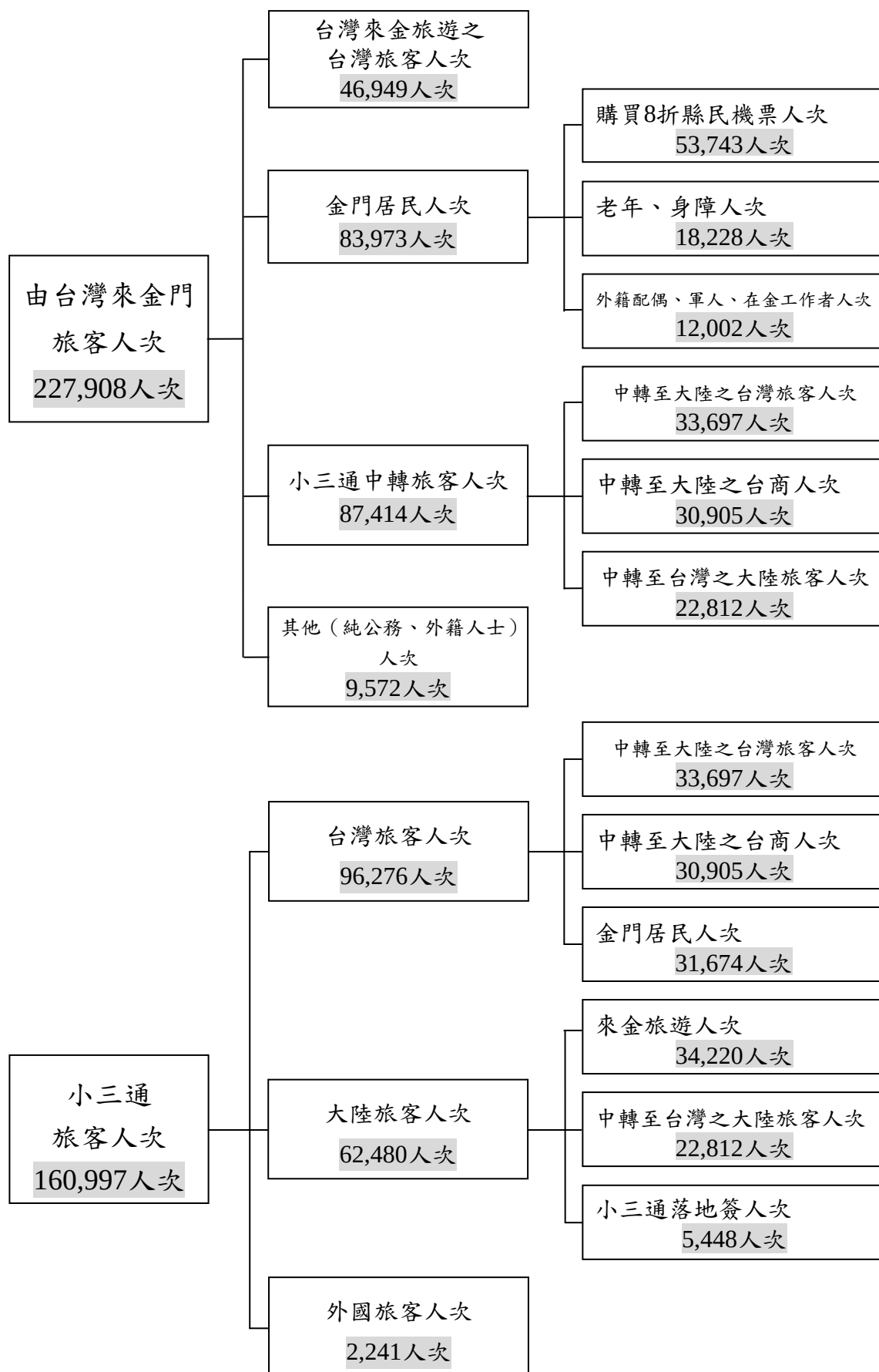
六、105 年 05 月份旅客屬性人次估算表



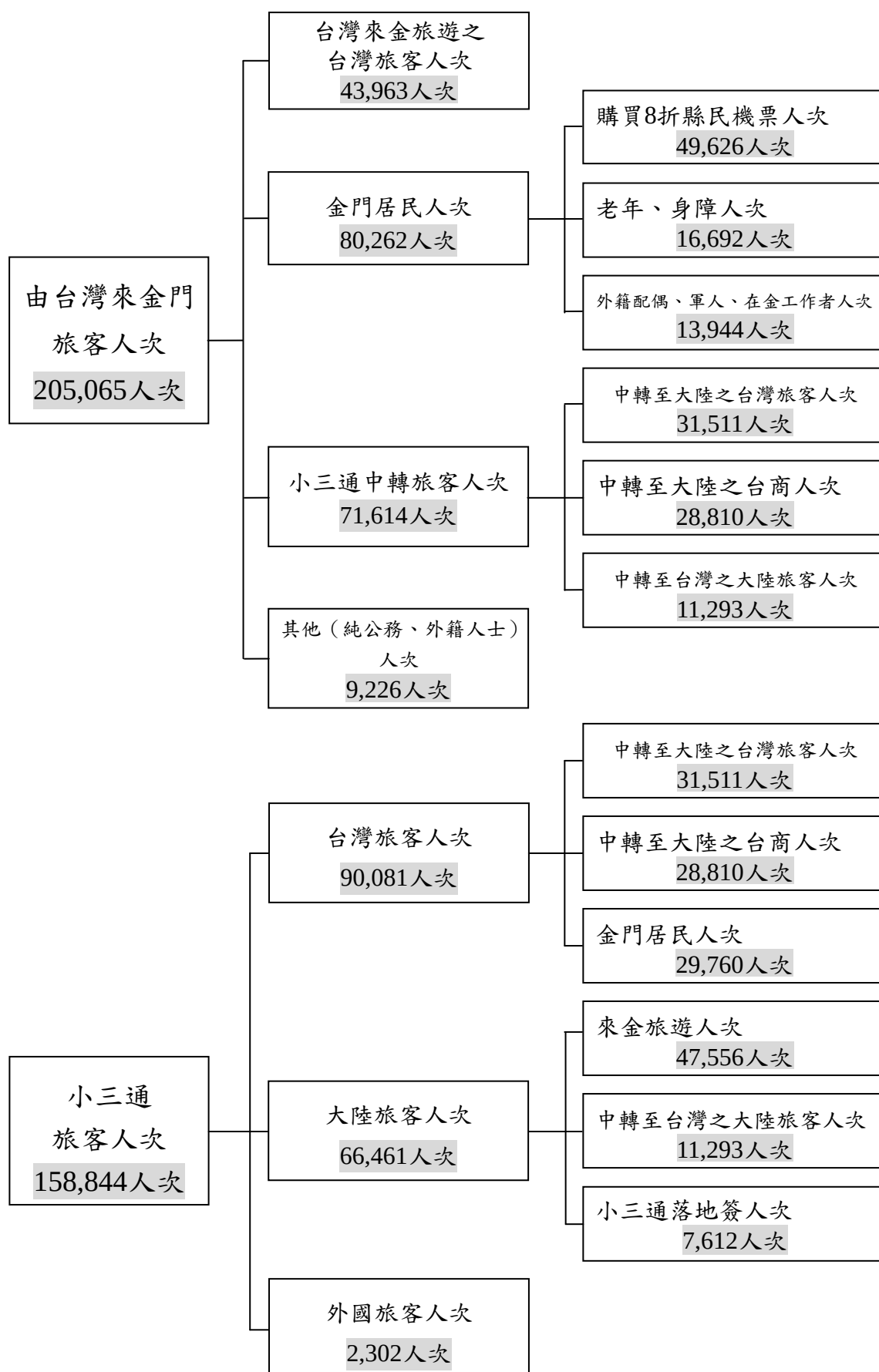
七、105 年 06 月份旅客屬性人次估算表



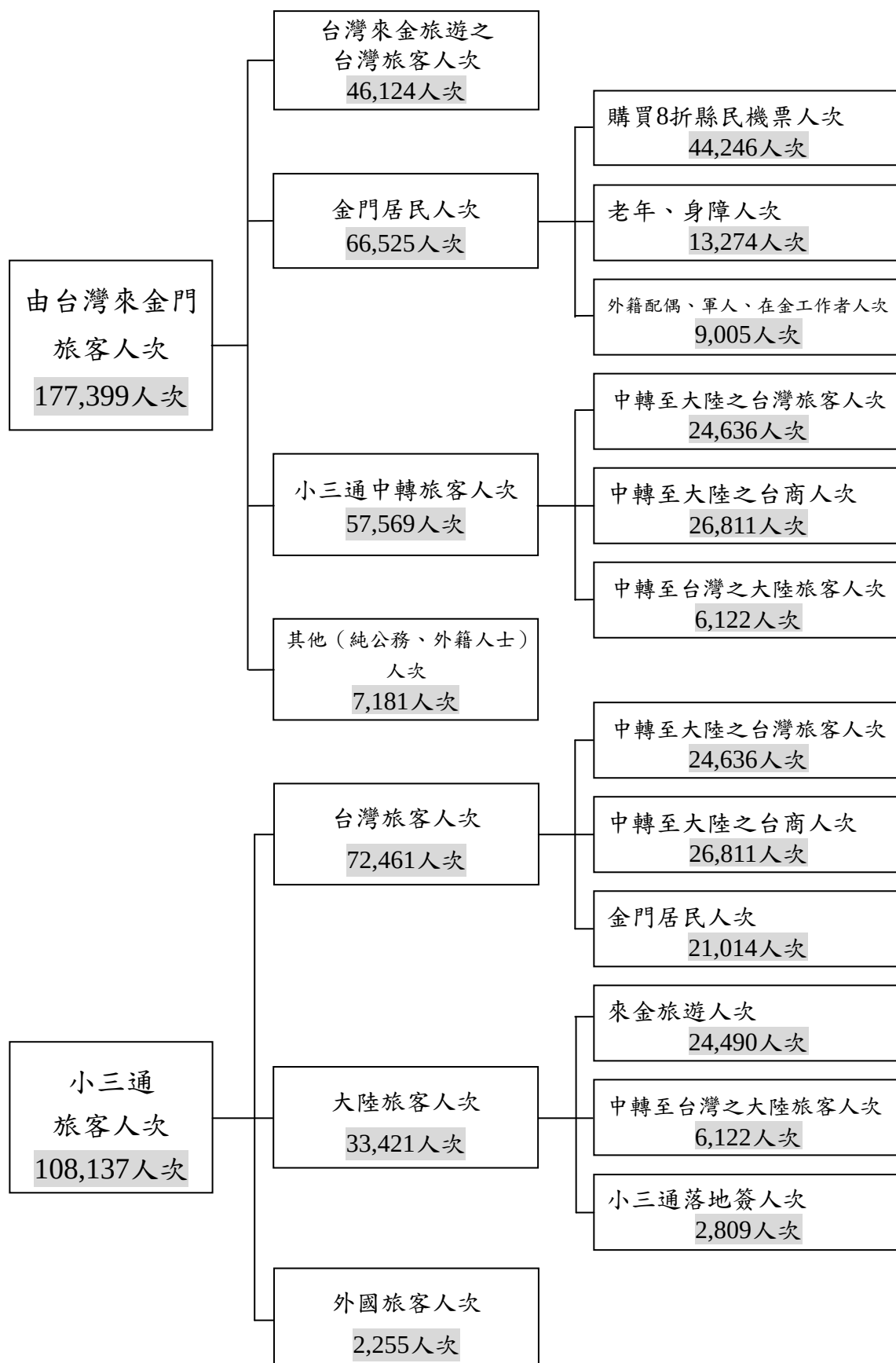
八、105 年 07 月份旅客屬性人次估算表



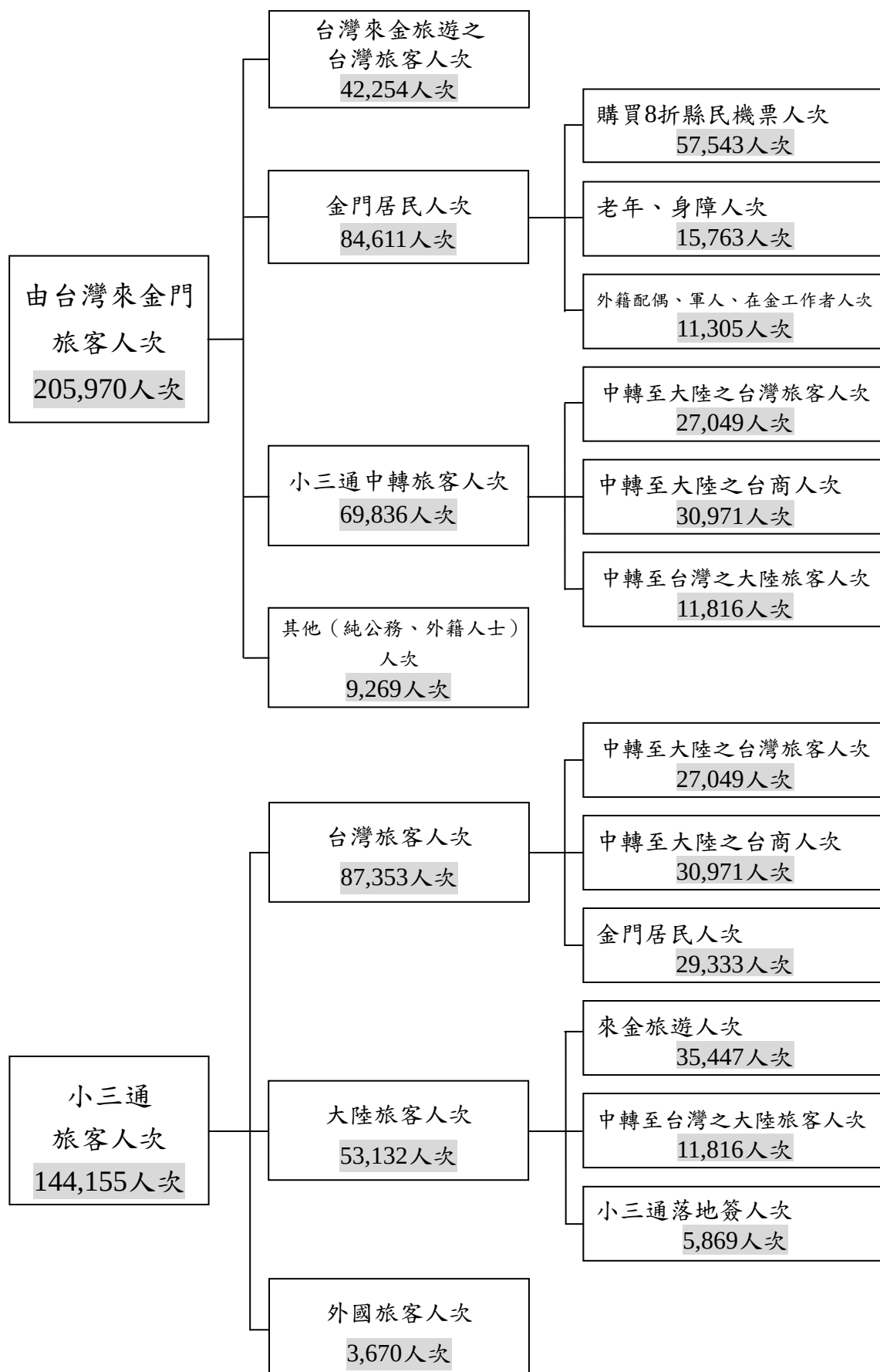
九、105 年 08 月份旅客屬性人次估算表



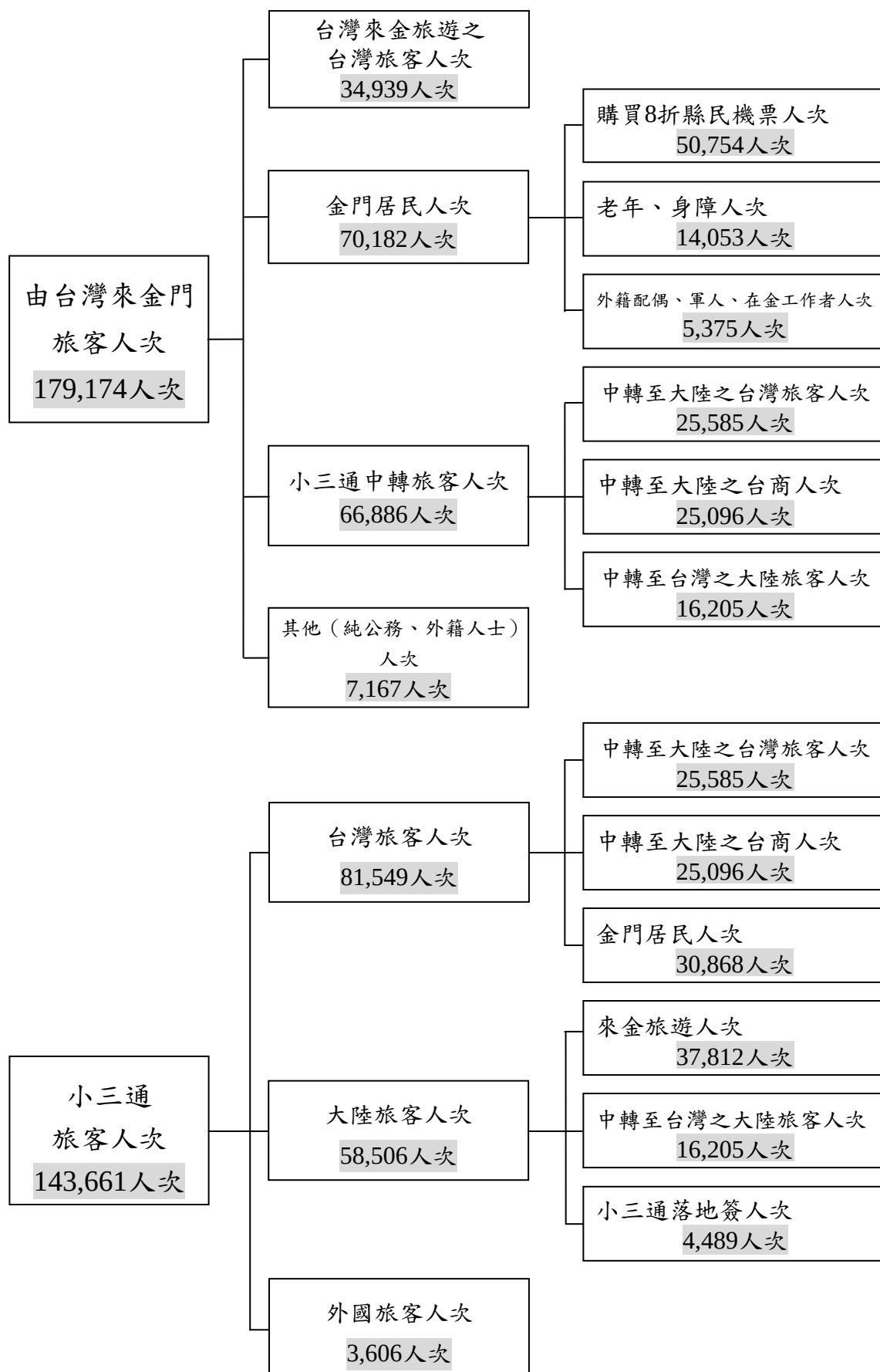
十、105 年 09 月份旅客屬性人次估算表



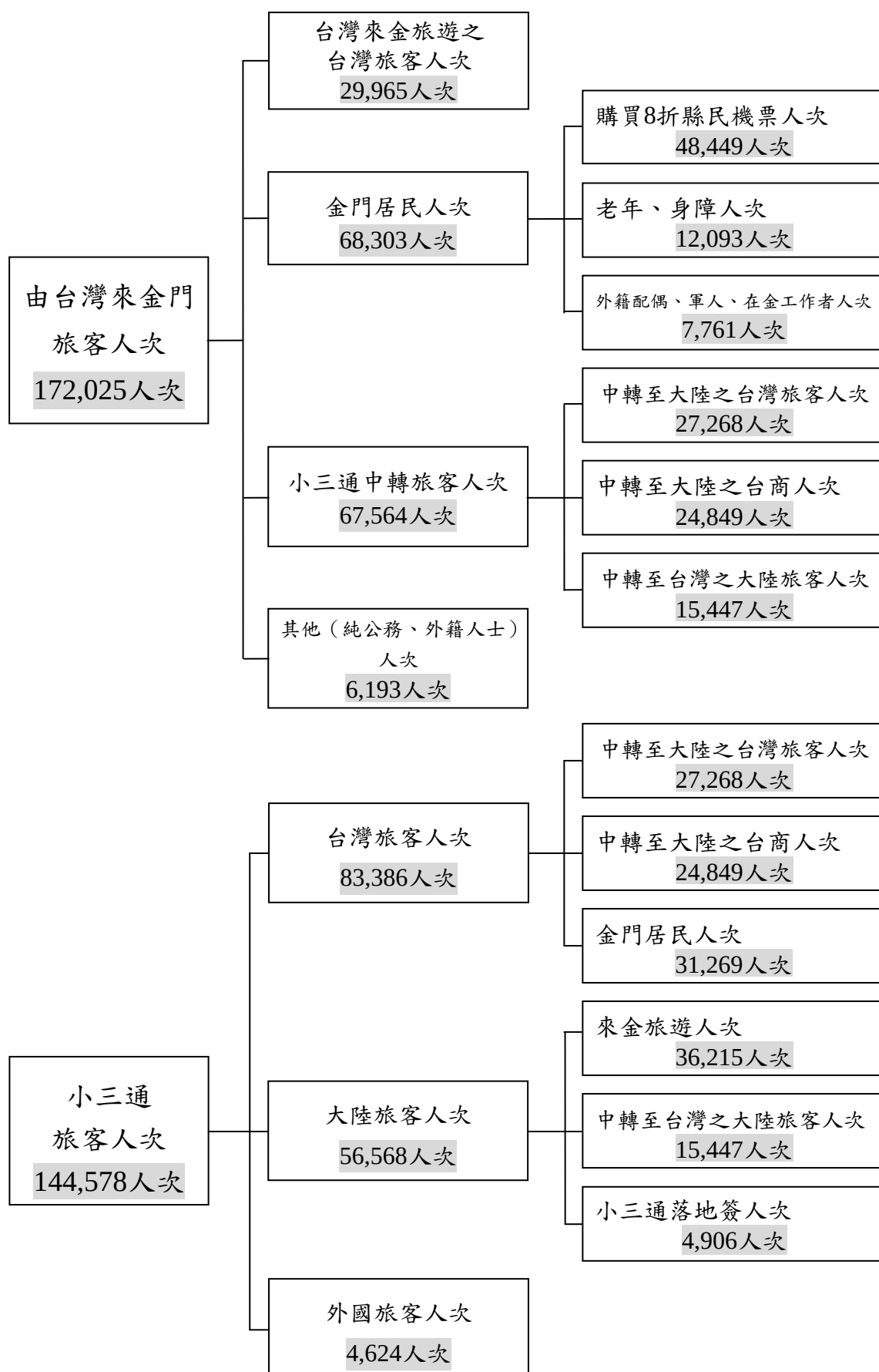
十一、105 年 10 月份旅客屬性人次估算表



十二、105 年 11 月份旅客屬性人次估算表



十三、105 年 12 月份旅客屬性人次估算表



參考文獻

一、中文文獻

1. 王秀華譯 (1996)。忠誠顧客—如何培養、如何保持。台北：朝陽堂文化。
2. 江依芳 (2004)。生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究—以日月潭步道生態之旅為例 (碩士論文)。朝陽科技大學休閒事業管理系，台中。
3. 李茂興、戴靖惠、吳偉慈譯 (2002)。服務業的行銷與管理。Dawn Iacobucci & Teresa A. Swart 編輯，台北，弘智文化。
4. 沈進成、謝金燕 (2003)。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例，旅遊管理研究，3(1)，79-95。
5. 尚鬱慧 (1996)。本國銀行顧客滿意度與忠誠度的關係之研究 (未出版之碩士論文)。淡江大學管理科學研究所，台北。
6. 林晏州、林寶秀 (2004)。遊客調查統計作業參考手冊。交通部觀光局委託研究報告。
7. 林鴻偉 (2003)。大陸來台旅客之旅遊參與型態、觀光形象滿意度與重遊意願關係之研究 (未出版之碩士論文)。世新大學觀光學系，台北。
8. 侯錦雄 (1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究 (博士論文)。國立台灣大學園藝學系，台北。
9. 范姜群濤 (2003)。都市觀光吸引力與媒體行銷關係之研究—以台中市都會區為例 (未出版之碩士論文)。朝陽科技大學休閒事業管理研究所，台中。
10. 徐同劍 (1995)。遊樂區服務品質與遊客再遊意願關連之研究 (未出版之碩士論文)。大葉大學事業經濟研究所，彰化。
11. 高玉娟 (1995)。墾丁公園觀光遊憩資源對遊客的吸引力的研究 (未出版之碩士論文)。東海大學景觀學研究所，台中。
12. 張家銘 (2005)。運動賽會之運動觀光客參與模式之研究—以 2004 澎湖世界華人馬拉松路跑賽為例。高雄：復文書局。
13. 張耿輔 (2000)。影響淡水鎮各類型觀光遊憩資源對遊客吸引力的因素研究 (未出版之碩士論文)。中國文化大學地理學研究所，台北。
14. 張集毓 (1995)。遊憩區市場定位之研究 (未出版之碩士論文)。國立中興大學園藝學系，台中。
15. 黃靖雅 (2001)。鹿港龍山寺對遊客之文化觀光吸引力研究 (未出版之碩士論文)，東海大學景觀學研究所，台中。
16. 廖明豐 (2003)。東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究 (未出版之碩士論文)，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義。
17. 劉修祥 (1998)。觀光導論。台北：揚智文化。

18. 謝金燕 (2003)。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例 (未出版之碩士論文)，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義。
19. 簡惠貞 (2001)。觀光型廟宇公關策略之研究—以台北市保安宮節慶活動為例。屏東師院學報，14，p537-561。
20. 顏家芝 (1994)。旅遊目的地選擇過程及策略之探討。戶外遊憩研究，7(1)，105 -119。
21. 魏弘發 (1995)。遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究—以台灣民俗村為例 (未出版之碩士論文)。逢甲大學建築與都市計劃研究所，台中。

二、英文文獻

1. Ankomah, P. K., Crompton, J. L., Baker, D.(1996).Influence of cognitive distance in vacation choice. *Annals of Tourism Research*,23(1).
2. Backman, S. J., & Shinen, K. L. (1994). The composition of source and activity loyalty with a public agency's golf operation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 12(3), 1-18.
3. Bass, B. M., & Avolio, B.J. (1989).Potential biases in leadership measures: How prototypes, leniency and general satisfaction related to ratings and rankings of transformational and transactional leadership constructs. *Educational and Psychological Measurement*, 49, 519-527.
4. Cronin, J. J. Jr., Brady. M. K., & Hult, G. T. (2000). Assessing the effects of quality, value, & customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
5. Day, R. L. (1977). *Alternative definitions and designs for measuring consumer satisfaction*. In H. K. Kieth (ed.), *The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, 77-79. Cambridge, Mass: Marketing Science Institute.
6. Driver, B.L. & Brown, P.J. (1975). A Social-psychological Definition of Recreation Demand, with Implications for Recreation Resource Planning. *Assessing Demand for Outdoor Recreation*, 12 (8), 62-88.
7. Fornell, C.(1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 55: 1-21.
8. Getz, D. (1991). *Festival, special event and tourism*. Van Nostrand Reinhold, New York.
9. Inskeep, E. (1991). *Tourism planning-An integrated and sustainable development approach*. New York: van Nostrand Reinhold
10. Jones, T. O., & Sasser, W. E. J. (1995). Why Satisfied Customers Defect. *Harvard*

Business Review, 73(6), 88-99.

11. Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
12. Mansfeld, Y., (1992). From Motivation to Actual Travel, *Annals of Tourism Research*, 19, 399-419.
13. Oh, H. (1999). Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer value: holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67-82.
14. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). The behavioral consequence of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
15. Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.