

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	21
第二章 台灣觀光客群之調查發現	29
第一節 樣本特徵比較	29
第二節 樣本特徵分析	32
第三節 旅遊決策	40
第四節 來金旅客動向	48
第五節 來金旅客消費支出	57
第六節 來金門旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度	73
第七節 旅客對金門的整體滿意度、推薦及回遊意願	75
第八節 來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度	79
第九節 年度趨勢分析	87
第十節 年度交叉分析	93
第十一節 遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向與滿意度分析	98
第三章 中轉台商客群之調查發現	113
第一節 樣本特徵比較	113
第二節 樣本特徵分析	116
第三節 旅遊決策	126
第四節 過境情形	130
第五節 消費支出	135
第六節 對中轉服務建議	143
第七節 小三通中轉服務的滿意度	147
第八節 年度趨勢分析	163
第九節 遊客基本資料、過境情形與中轉服務滿意度分析	167
第四章 大陸觀光旅客群之調查發現	171
第一節 樣本特徵比較	171
第二節 樣本特徵分析	173
第三節 旅遊決策	180
第四節 來金陸客動向	191
第五節 來金陸客消費支出	198
第六節 來金陸客旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度	215
第七節 陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願	217
第八節 來金陸客對旅行社的滿意度分析	223

第九節 年度趨勢分析	235
第十節 年度交叉分析	241
第十一節 遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向與滿意度分析	246
第五章 結論與建議	259
第一節 本研究調查之具體效益	259
第二節 研究調查之結論	259
第三節 研究調查之建議	266
附 錄	275
附錄一：問卷	275
附錄二：旅客對住宿飯店、民宿之滿意度調查	286
附錄三：安排陸客來金之旅行社	292
附錄四：106 年、107 年金門航空站營運量統計表	293
附錄五：106 年、107 年入出境管理局之入出境人次統計表	294
附錄六：107 年度來金旅客人次估算	295
附錄七：107 年旅客屬性人次估算表	296
參考文獻	309

表 目 錄

表 1.5.1	91 年-106 年來台灣旅客人次.....	8
表 1.5.2	95 年-106 年來金陸客人次.....	11
表 1.5.3	92 年-106 年來旅客總消費金額估算.....	16
表 2.1.1	抽樣樣本分配表.....	29
表 2.1.2	量表信度分析.....	29
表 2.1.3	人口統計變數樣本結構分析.....	30
表 2.1.3	人口統計變數樣本結構分析(續).....	31
表 2.2.1	台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客.....	32
表 2.2.2	來金觀光旅客性別分佈.....	33
表 2.2.3	來金觀光旅客年齡分佈.....	34
表 2.2.4	來金觀光旅客教育程度.....	35
表 2.2.5	來金觀光旅客職業.....	36
表 2.2.6	來金觀光旅客平均每月所得.....	37
表 2.2.7	來金觀光旅客居住地.....	38
表 2.2.8	來金觀光旅客婚姻分佈.....	39
表 2.3.1	旅遊決策之樣本結構分析.....	40
表 2.3.1	旅遊決策之樣本結構分析(續).....	41
表 2.3.2	來金觀光旅客主要目的.....	42
表 2.3.3	來金觀光旅客多久前開始計劃行程.....	43
表 2.3.4	來金觀光旅客旅遊資訊來源.....	44
表 2.3.5	來金觀光旅客希望在何處取得資訊.....	45
表 2.3.6	來金觀光旅客希望取得何種資訊.....	46
表 2.3.7	選擇來金旅遊的原因.....	47
表 2.4.1	來金旅客動向之樣本結構分析.....	48
表 2.4.2	來金觀光旅客停留時間.....	49
表 2.4.3	來金次數.....	50
表 2.4.4	搭乘交通工具項目.....	51
表 2.4.5	來金觀光旅客曾遊覽的景點.....	52
表 2.4.6	來金觀光旅客最喜歡的景點.....	53
表 2.4.7	來金觀光旅客住宿地點.....	54
表 2.4.8	來金觀光旅客最喜歡的觀光資源與因素.....	55
表 2.4.9	在金參與的活動項目.....	56
表 2.5.1	來金旅客消費支出之樣本結構分析.....	57
表 2.5.1	來金旅客消費支出之樣本結構分析(續).....	58
表 2.5.2	團體旅遊團費.....	59
表 2.5.3	團體特產及紀念品消費.....	60
表 2.5.4	其他額外費用.....	61
表 2.5.5	機票費用.....	62
表 2.5.6	住宿費用.....	63
表 2.5.7	交通費用.....	64
表 2.5.8	餐飲費用.....	65

表 2.5.9	特產及紀念品消費	66
表 2.5.10	其他項目費用	67
表 2.5.11	參團旅客每人每次遊程平均最低消費金額	68
表 2.5.12	自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額	69
表 2.5.13	特產種類	71
表 2.5.14	購物地點	72
表 2.6.1	各項相關設施與服務滿意度	73
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	75
表 2.7.2	來金旅客對金門之旅的整體滿意度	76
表 2.7.3	來金旅客推薦金門之旅的意願	77
表 2.7.4	來金旅客願再次來金門旅遊的意願	78
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	79
表 2.8.2	來金旅客對旅行社的整體滿意度	80
表 2.8.3	來金旅客對導遊的整體滿意度	81
表 2.8.4	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	82
表 2.8.5	來金旅客對團費整體滿意度	83
表 2.9.1	台灣觀光客、金門本地居民與中轉旅客	87
表 2.9.2	來金次數	88
表 2.9.3	主要目的	89
表 2.9.4	停留時間	90
表 2.9.5	團費	91
表 2.9.6	來金旅客旅遊資料來源	92
表 2.10.1	主要目的與來金次數	93
表 2.10.2	旅遊方式與年齡層	94
表 2.10.3	旅遊方式與性別	95
表 2.10.4	旅遊方式與整體滿意度	96
表 2.10.5	性別與整體滿意度	97
表 3.1.1	抽樣樣本分配表	113
表 3.1.2	人口統計變數之樣本結構分析	114
表 3.1.2	人口統計變數之樣本結構分析(續).....	115
表 3.2.1	中轉旅客來金主要目的	116
表 3.2.2	中轉台商年齡分佈	117
表 3.2.3	中轉台商教育程度	118
表 3.2.4	中轉台商職業	119
表 3.2.5	中轉台商每月平均所得	120
表 3.2.6	中轉台商性別分佈	121
表 3.2.7	中轉台商婚姻分佈	122
表 3.2.8	設籍金門之中轉台商其在台居住地	123
表 3.2.9	未設籍金門之中轉台商其在台居住地	124
表 3.2.10	中轉台商在公司職級	125
表 3.3.1	旅遊決策之樣本結構分析	126
表 3.3.2	中轉台商入境地點	127
表 3.3.3	中轉台商搭乘之客輪	128
表 3.3.4	中轉台商購買小三通自由套裝行程	129

表 3.4.1	過境情形之樣本結構分析	130
表 3.4.2	中轉台商來金停留時間	131
表 3.4.3	中轉台商往返兩岸間隔	132
表 3.4.4	中轉台商在大陸工作地點	133
表 3.4.5	經小三通從事商務之旅年限	134
表 3.5.1	消費支出之樣本結構分析	135
表 3.5.2	購買中轉自由套裝行程支出	136
表 3.5.3	未購買中轉自由套裝行程支出	137
表 3.5.4	中轉台商消費金額	138
表 3.5.5	中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	139
表 3.5.6	自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	140
表 3.5.7	中轉台商消費項目	142
表 3.6.1	對中轉服務建議之樣本結構分析	143
表 3.6.2	兩岸直航大三通後最常使用的通行機場	144
表 3.6.3	中轉台商對設施服務的需求	145
表 3.6.4	金門適合投資何種產業	146
表 3.7.1	小三通中轉服務的滿意度之樣本結構分析	147
表 3.7.2	對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度	148
表 3.7.3	對尚義機場設施與服務的滿意度	149
表 3.7.4	對水頭碼頭設施與服務的滿意度	150
表 3.7.5	對金門海關出入境服務的滿意度	151
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	152
表 3.8.1	小三通中轉台商	163
表 3.8.2	入境地點	164
表 3.8.3	主要目的	165
表 3.8.4	停留時間	166
表 4.1.1	量表信度分析	171
表 4.1.2	人口統計變數之樣本結構分析	172
表 4.2.1	來金陸客年齡分佈	173
表 4.2.2	來金陸客教育程度	174
表 4.2.3	來金陸客職業	175
表 4.2.4	來金陸客每月平均所得(人民幣)	176
表 4.2.5	來金陸客居住地	177
表 4.2.6	來金陸客性別分佈	178
表 4.2.7	來金陸客婚姻分佈	179
表 4.3.1	旅遊決策之樣本結構分析	180
表 4.3.1	旅遊決策之樣本結構分析(續)	181
表 4.3.2	來金陸客主要目的	182
表 4.3.3	來金陸客搭乘之客輪	183
表 4.3.4	來金陸客多久前開始計劃行程	184
表 4.3.5	來金陸客旅遊訊息來源	185
表 4.3.6	來金陸客希望在何處取得旅遊訊息	186
表 4.3.7	來金陸客希望取得何種旅遊資訊	187
表 4.3.8	來金門旅遊的主要原因	188

表 4.3.9	是否為中轉旅遊	189
表 4.3.10	陸客來金觀光方式	190
表 4.4.1	來金陸客動向之樣本結構分析	191
表 4.4.2	陸客來金停留時間	192
表 4.4.3	兩岸開放後陸客來金次數	193
表 4.4.4	來金陸客最喜歡的觀光景點項目	194
表 4.4.5	來金陸客最喜歡的觀光景點項目	195
表 4.4.6	來金陸客最喜歡的觀光資源與因素	196
表 4.4.7	在金參與的活動項目	197
表 4.5.1	來金陸客消費支出之樣本結構分析	198
表 4.5.1	來金陸客消費支出之樣本結構分析(續)	199
表 4.5.2	團體旅遊團費(人民幣)	201
表 4.5.3	特產消費支出(人民幣)	202
表 4.5.4	船票費用(人民幣)	203
表 4.5.5	住宿費用	204
表 4.5.6	交通費用(不含機票)	205
表 4.5.7	餐飲費用	206
表 4.5.8	特產及紀念品消費	207
表 4.5.9	其他項目消費費用	208
表 4.5.10	參團遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)	209
表 4.5.11	自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額	210
表 4.5.12	特產種類	212
表 4.5.13	購物地點	213
表 4.5.14	是否使用退稅	214
表 4.6.1	各項相關設施與服務滿意度	215
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	217
表 4.7.2	來金陸客對金門之旅的整體滿意度	218
表 4.7.3	來金陸客推薦金門之旅的意願	219
表 4.7.4	來金陸客願再次來金門旅遊的意願	220
表 4.7.5	是否有到國外旅遊的經驗	221
表 4.7.6	最喜歡的旅遊地點	222
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	223
表 4.8.2	來金陸客對旅行社的整體滿意度	224
表 4.8.3	來金陸客對導遊的整體滿意度	225
表 4.8.4	來金旅客對交通工具服務的整體滿意度	226
表 4.8.5	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	227
表 4.8.6	來金陸客對團費整體滿意度	228
表 4.9.1	來金次數	235
表 4.9.2	主要目的	236
表 4.9.3	停留時間	237
表 4.9.4	觀光方式	238
表 4.9.5	團費	239
表 4.9.6	來金旅客旅遊訊息來源	240
表 4.10.1	主要目的與來金次數	241

表 4.10.2 觀光方式與年齡層	242
表 4.10.3 觀光方式與性別	243
表 4.10.4 觀光方式與整體滿意度	244
表 4.10.5 性別與整體滿意度	245
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	247
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	248
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	248
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	250
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).....	251
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	251
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	251
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	253
表 4.11.8 旅遊決策與整體滿意度之單因子變異數分析	254
表 4.11.9 旅客動向與整體滿意度之單因子變異數分析	254
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	256
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.....	257
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	257

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	21
圖 1.6.2	分析架構圖	26
圖 2.2.1	台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客	32
圖 2.2.2	來金觀光旅客性別分佈	33
圖 2.2.3	來金觀光旅客年齡分佈	34
圖 2.2.4	來金觀光旅客教育程度	35
圖 2.2.5	來金觀光旅客職業	36
圖 2.2.6	來金觀光旅客平均每月所得	37
圖 2.2.7	來金觀光旅客婚姻分佈	39
圖 2.3.1	來金觀光旅客主要目的	42
圖 2.3.2	來金觀光旅客多久前開始計畫行程	43
圖 2.3.3	來金觀光旅客旅遊資訊來源	44
圖 2.3.4	來金觀光旅客希望在何處取得資訊	45
圖 2.3.5	來金觀光旅客希望取得何種資訊	46
圖 2.3.6	選擇來金旅遊的原因	47
圖 2.4.1	來金觀光旅客停留時間	49
圖 2.4.2	來金次數	50
圖 2.4.3	搭乘交通工具項目	51
圖 2.4.4	來金觀光旅客住宿地點	54
圖 2.4.5	在金參與的活動項目	56
圖 2.5.1	團體旅遊團費	59
圖 2.5.2	團體特產及紀念品消費	60
圖 2.5.3	其他額外費用	61
圖 2.5.4	機票費用	62
圖 2.5.5	住宿費用	63
圖 2.5.6	交通費用	64
圖 2.5.7	餐飲費用	65
圖 2.5.8	特產及紀念品消費	66
圖 2.5.9	其他項目費用	67
圖 2.5.10	參團旅客每人每次遊程平均最低消費金額	68
圖 2.5.11	自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額	69
圖 2.5.12	特產種類	71
圖 2.5.13	購物地點	72
圖 2.6.1	各項相關設施與服務滿意度	74
圖 2.7.1	來金旅客對金門之旅整體滿意度	76
圖 2.7.2	來金旅客推薦金門之旅的意願	77
圖 2.7.3	來金旅客願再次來金門旅遊的意願	78
圖 2.8.1	來金旅客對旅行社整體滿意度	80
圖 2.8.2	來金旅客對導遊整體滿意度	81

圖 2.8.3	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	82
圖 2.8.4	來金旅客對團費整體滿意度	83
圖 2.9.1	台灣觀光客、金門本地居民與中轉旅客	87
圖 2.9.2	來金次數	88
圖 2.9.3	主要目的	89
圖 2.9.4	停留時間	90
圖 2.9.5	團費	91
圖 3.2.1	中轉旅客來金主要目的	116
圖 3.2.2	中轉旅客年齡分佈	117
圖 3.2.3	中轉台商教育程度	118
圖 3.2.4	中轉台商職業	119
圖 3.2.5	中轉台商每月平均所得	120
圖 3.2.6	中轉台商性別分佈	121
圖 3.2.7	中轉台商婚姻分佈	122
圖 3.2.8	中轉台商在公司職級	125
圖 3.3.1	中轉台商入境地點	127
圖 3.3.2	中轉台商搭乘之客輪	128
圖 3.3.3	中轉台商購買小三通自由套裝行程	129
圖 3.4.1	中轉台商來金停留時間	131
圖 3.4.2	中轉台商往返兩岸間隔	132
圖 3.4.3	經小三通從事商務之旅年限	134
圖 3.5.1	未購買中轉自由套裝行程支出	137
圖 3.5.2	中轉台商消費金額	138
圖 3.5.3	中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	139
圖 3.5.4	自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額	140
圖 3.5.5	中轉台商消費項目	142
圖 3.6.1	兩岸直航大三通後最常使用的通行機場	144
圖 3.6.2	中轉台商對設施服務的需求	145
圖 3.6.3	金門適合投資何種產業	146
圖 3.7.1	對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度	148
圖 3.7.2	對尚義機場設施與服務的滿意度	149
圖 3.7.3	對水頭碼頭設施與服務的滿意度	150
圖 3.7.4	對金門海關出入境服務的滿意度	151
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	152
圖 3.8.1	小三通中轉台商	163
圖 3.8.2	入境地點	164
圖 3.8.3	主要目的	165
圖 3.8.4	停留時間	166
圖 4.2.1	來金陸客年齡分佈	173
圖 4.2.2	來金陸客教育程度	174
圖 4.2.3	來金陸客職業	175
圖 4.2.4	來金陸客每月平均所得(人民幣)	176
圖 4.2.5	來金陸客居住地	177
圖 4.2.6	來金陸客性別分佈	178

圖 4.2.7	來金陸客婚姻分佈	179
圖 4.3.1	來金陸客主要目的	182
圖 4.3.2	來金陸客搭乘之客輪	183
圖 4.3.3	來金陸客多久前開始計劃行程	184
圖 4.3.4	來金陸客旅遊訊息來源	185
圖 4.3.5	來金陸客希望在何處取得旅遊訊息	186
圖 4.3.6	來金陸客希望取得何種旅遊資訊	187
圖 4.3.7	來金門旅遊的主要原因	188
圖 4.3.9	陸客來金觀光方式	190
圖 4.4.1	陸客來金停留時間	192
圖 4.4.2	兩岸開放後陸客來金次數	193
圖 4.4.3	在金參與的活動項目	197
圖 4.5.1	團體旅遊團費(人民幣)	201
圖 4.5.2	特產消費支出(人民幣)	202
圖 4.5.3	船票費用(人民幣)	203
圖 4.5.4	住宿費用	204
圖 4.5.5	交通費用(不含機票)	205
圖 4.5.6	餐飲費用	206
圖 4.5.7	特產及紀念品支出	207
圖 4.5.8	其他項目消費費用	208
圖 4.5.9	參團遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)	209
圖 4.5.10	自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額	210
圖 4.5.11	特產種類	212
圖 4.5.12	購物地點	213
圖 4.5.13	是否使用退稅	214
圖 4.7.1	來金陸客對金門之旅的整體滿意度	218
圖 4.7.2	來金陸客推薦金門之旅的意願	219
圖 4.7.3	來金陸客願再次來金門旅遊的意願	220
圖 4.7.4	是否有到國外旅遊的經驗	221
圖 4.7.5	最喜歡的旅遊地點	222
圖 4.8.1	來金陸客對旅行社的整體滿意度	224
圖 4.8.2	來金陸客對導遊的整體滿意度	225
圖 4.8.3	來金旅客對交通工具服務的整體滿意度	226
圖 4.8.4	來金旅客對遊程設計的整體滿意度	227
圖 4.8.5	來金陸客對團費整體滿意度	228
圖 4.9.1	來金次數	235
圖 4.9.2	主要目的	236
圖 4.9.3	停留時間	237
圖 4.9.4	觀光方式	238
圖 4.9.5	團費	239

附表目錄

附表一	台灣來金旅客對住宿-飯店之滿意度調查	286
附表二	台灣來金旅客對住宿-民宿之滿意度調查	287
附表三	大陸來金旅客對住宿-飯店之滿意度調查	289
附表四	大陸來金旅客對住宿-民宿之滿意度調查	290
附表五	安排陸客來金的旅行社	292
附表六	106 年、107 年金門航空站營運量統計表	293
附表七	107 年入出境管理局之入出境人次統計表	294
附表八	106 年入出境管理局之入出境人次統計表	294

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。白晳的沙灘，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，動物資源有鬻、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，這些資源包括未受汙染的沿岸潔白沙灘、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。

本計畫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。

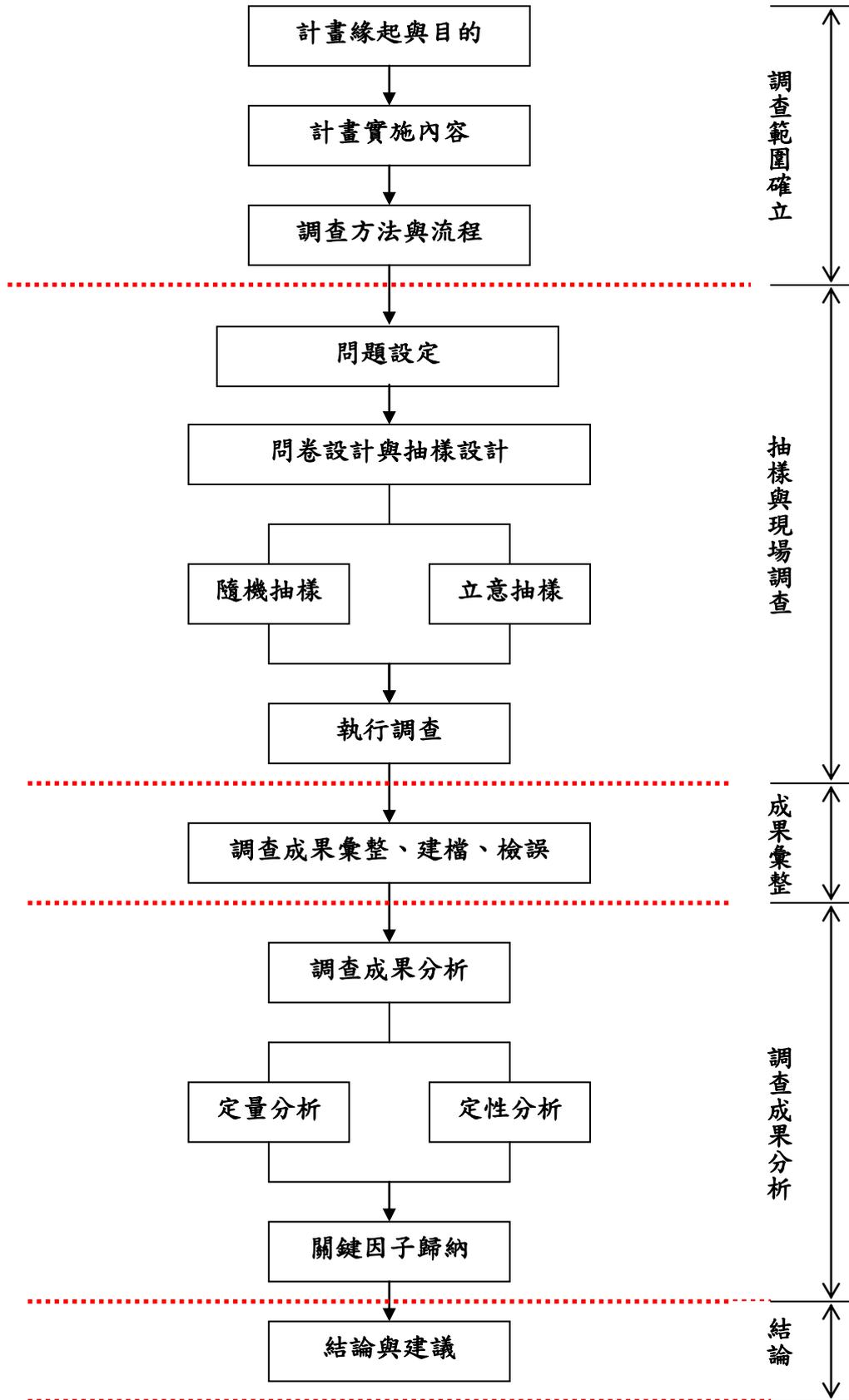


圖 1.4.1 計畫執行流程圖

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 21 家，總房間數 1352 間，可容納住宿人數 3148 人，民宿共有 329 家，總房間數 1589 間，可容納住宿人數 4394 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-106 年來金台灣旅客人次的稍長變化。

表 1.5.1 91 年-106 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	
105年	2,319,490	441,653	345,512	324,064	
106年	2,336,704	380,927	283,848	243,122	
合計	30,019,924	6,318,285	3,575,384	2,552,603	

資料來源：金門縣政府、金門觀光旅客消費及動向調查分析。

(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-106 年來金陸客人次的稍長變化。

表 1.5.2 95 年-106 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	
105年	1,741,973	355,631	279,734	
106年	1,754,351	314,157	32,449	
合計	16,042,144	1,539,775	2,349,357	

資料來源：金門縣政府、金門觀光旅客消費及動向調查分析

二、91-106 年來金旅客消費及動向摘要分析

(一) 台灣觀光客群

根據本研究(91-106年)調查資料顯示,來金台灣旅客以「觀光、度假、旅行」為主要目的,旅遊資訊來源以「親友、同事、同學、鄰居」得知,選擇來金旅遊的原因前五名依序為「戰地體驗」、「文化巡禮」、「自然環境景觀」、「親朋好友推薦」、「品嚐地方美食」,大部份選擇「3天2夜」的行程,最喜歡的景點前五名依序為「翟山坑道」、「太武山」、「古寧頭戰史館」、「莒光樓」、「榕園、八二三戰史館」、「烈嶼(烈女廟、湖井頭戰史館、四維坑道、陵水湖等)」,購買特產以「貢糖」、「高粱酒」、「麵線」最受喜愛,97-103年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=5.75)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=5.75)」、「旅遊景點內容及特色性的滿意度(平均數=5.75)」、「金門之解說系統的滿意度(平均數=5.66)」、「金門特產、紀念品銷售服務的滿意度(平均數=5.53)」,104年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「金門社會治安良好的滿意度(平均數=4.43)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=4.37)」、「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=4.31)」、「旅遊景點內容及特色性的滿意度(平均數=4.31)」,105年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「金門社會治安良好的滿意度(平均數=4.46)」、「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=4.36)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=4.34)」,106年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「金門社會治安良好的滿意度(平均數=4.41)」、「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=4.28)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=4.22)」,91-103年來金旅客對金門之旅整體滿意平均數 3.99,旅行社的整體滿意平均數 4.02,導遊整體滿意平均數 4.18,司機整體滿意平均數 4.14,遊程設計滿意平均數 4.08,團費滿意平均數 4.05,104年來金旅客對金門之旅整體滿意平均數 4.33,旅行社的整體滿意平均數 4.29,導遊整體滿意平均數 4.39,遊程設計滿意平均數 4.28,團費滿意平均數 4.23,105年來金旅客對金門之旅整體滿意平均數 4.32,旅行社的整體滿意平均數 4.36,導遊整體滿意平均數 4.45,遊程設計滿意平均數 4.30,

團費滿意平均數 4.27。

來金台灣旅客性別以「女性」者為主，年齡層以「40-49 歲」者居多，教育程度以「大專、大學」，職業以「專業人員與技術人員」，平均收入以「無經常性收入」，居住地以「北部地區（基北桃竹苗）」，婚姻狀況以「已婚」者，同行人員以「朋友、同學」，開放觀光後來金門次數以「一次」，主要交通工具為「遊覽車」，住宿地點以「旅館」居多。表 1.5.3 為 92 年-106 年來金旅客總消費金額估算。

（二）中轉台商客群

根據本研究（93-106 年）調查資料顯示，中轉台商以「小三通中轉台商」為主要目的，大部份選擇以「當日直接中轉」的行程，往返間隔以「3 個月以上」為主，消費項目以「金門特產品」、「餐飲費用」、「交通費用」，認為金門適合投資「觀光產業」、「服務業」、「博弈業」等產業，中轉服務設施需求以「餐飲服務」、「大眾運輸服務」、「網路服務」為需求，97-103 年對兩岸中轉套裝行程服務的滿意平均數為 4.93，對尚義機場設施與服務的滿意平均數為 4.80，對水頭碼頭設施與服務的滿意平均數 4.66，對金門海關出入境服務的滿意平均數 5.03，對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度平均數 4.74。104 年對兩岸中轉套裝行程服務的滿意平均數為 3.73，對尚義機場設施與服務的滿意平均數為 3.68，對水頭碼頭設施與服務的滿意平均數 3.58，對金門海關出入境服務的滿意平均數 3.65，對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度平均數 3.42。105 年對兩岸中轉套裝行程服務的滿意平均數為 3.84，對尚義機場設施與服務的滿意平均數為 3.81，對水頭碼頭設施與服務的滿意平均數 3.76，對金門海關出入境服務的滿意平均數 3.72，對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度平均數 3.60。

中轉台商在性別以「男性」者為主，年齡層以「40-49 歲」者居多，教育程度以「大專、大學」，職業以「專業人員與技術人員」，平均收入以「70,000 元以上」，婚姻狀況以「已婚」者，戶籍設在金門之中轉台商其在台居住地以「北部地區（基北桃竹苗）」，戶籍未設在金門之中轉台商其在台居住地亦以「北部地區（基北桃竹苗）」為主，公

司職級為「一級主管」，入境地點以「台北松山機場」，搭乘客輪以「東方之星」，套裝行程以「立榮金廈一條龍」，在大陸之工作地點以「福建省」，使用小三通往返兩岸從事商務之旅年限為「3年」居多。表 1.5.3 為 92 年-106 年來金旅客總消費金額估算。

(三) 大陸觀光客群

根據本研究(95-106年)調查資料顯示，來金陸客以「觀光」為主要目的，旅遊資訊來源以「旅行社」得知，吸引陸客來金旅遊以「對金門好奇心」、「小三通交通便利」、「語言相通」為主要原因，大部份選擇「2天1夜」的行程，最喜歡的觀光景點前五名依序為「翟山坑道」、「莒光樓」、「水頭聚落」、「國家公園遊客中心」、「太武山」，最喜歡的觀光資源與因素前五名依序為「戰地色彩」、「自然景觀」、「閩南建築」、「乾淨整潔的環境」、「治安交通良好」，購買特產以「貢糖」、「一條根」、「高粱酒」最受喜愛，95-103年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=6.15)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=6.10)」、「旅遊景點內容及特色性的滿意度(平均數=6.00)」，104年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=4.39)」、「對金門社會治安良好的滿意度(平均數=4.39)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=4.37)」、「對取得台灣簽證快速的滿意度(平均數=4.34)」、「對金門之解說系統的滿意度(平均數=4.34)」，105年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「對金門社會治安良好的滿意度(平均數=4.45)」、「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=4.43)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=4.38)」，106年來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度前三名依序為「對金門社會治安良好的滿意度(平均數=4.70)」、「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=4.66)」、「對金門各景點服務人員的滿意度(平均數=4.59)」，最喜歡的旅遊地點以「台灣地區」為最喜歡，95-103年來金陸客對金門之旅整體滿意平均數 4.20，旅行社得整體滿意平均數 4.31，導遊整體滿意平均數 4.45，交通工具整體滿意平均數 4.35，遊程設計滿意平均數 4.25，團費滿意

平均數 4.24。104 年來金陸客對金門之旅整體滿意平均數 4.37，旅行社得整體滿意平均數 4.32，導遊整體滿意平均數 4.39，交通工具整體滿意平均數 4.30，遊程設計滿意平均數 4.29，團費滿意平均數 4.28。105 年來金陸客對金門之旅整體滿意平均數 4.36，旅行社得整體滿意平均數 4.39，導遊整體滿意平均數 4.49，交通工具整體滿意平均數 4.37，遊程設計滿意平均數 4.35，團費滿意平均數 4.35。

來金大陸旅客性別以「男性」者為主，年齡層以「30-39 歲」者居多，教育程度以「大學本科(含大專)」，職業以「公司中級主管、職員」，平均收入以「1,001~3,000 元」，居住地以「福建省(廈門除外)」，婚姻狀況以「已婚」者，搭乘之客輪以「五緣號」，同行人員以「同事」，主要交通工具為「遊覽車」，行程決定以「自己與家人決定」，觀光安排方式以「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」，送件製程行時間花費「一個月以內」，兩岸開放後來金次數以「一次」，國外旅遊經驗以「沒有」經驗居多，住宿地點以「旅館」居多。表 1.5.3 為 92 年-106 年來金旅客總消費金額估算。

表 1.5.3 92 年-106 年來旅客總消費金額估算

單位：元

消費金額	年	台灣旅客	中轉台商	大陸旅客(人民幣)	大陸旅客(台幣)
	92年	3,539,126,551	-	-	-
93年	5,536,455,826	-	-	-	
94年	4,676,278,233	-	-	-	
95年	4,397,021,887	642,051,795	75,185,376	312,019,310	
97年	3,215,949,788	1,414,623,882	100,668,846	503,344,230	
98年	5,844,403,005	1,227,474,633	328,348,256	1,516,968,943	
99年	6,349,920,945	1,369,006,768	903,758,168	4,003,648,684	
100年	5,119,152,535	1,915,873,404	533,416,008	2,464,381,957	
101年	4,954,403,412	1,622,885,880	852,415,900	3,887,016,504	
102年	4,926,600,312	1,699,582,221	674,484,468	3,277,994,514	
103年	5,058,367,894	1,602,260,307	973,615,838	4,868,079,190	
104年	4,667,349,402	1,585,328,208	1,498,617,972	7,448,131,321	
105年	5,300,562,713	1,554,026,364	1,655,522,742	7,698,180,750	
106年	17,626,839,468	1,642,290,532	1,092,960,270	4,732,517,969	
合計	81,212,431,971	16,275,403,994	8,688,993,844	40,712,283,372	

資料來源：金門觀光旅客消費及動向調查分析。

三、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。范姜群浩(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。Inskip(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。Ankmah 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）。

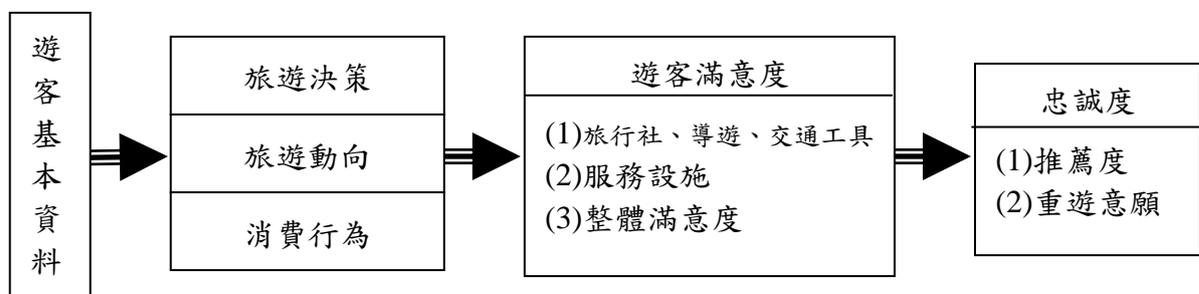


圖 1.6.1 研究架構圖

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 107 年 1 月起至 107 年 12 月止。以季為單位，共分為 4 季：107 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 107 年 1 月起至 107 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 107 年 1 月起至 107 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 107 年 1 月起至 107 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 107 年 1 月起至 107 年 12 月止。本調查在實問卷施測前，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，針對所有離境船班的旅客進行區域劃分，隨機抽樣訪談。在樣本數分配方面，依船班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 ± 5 為準，問卷之抽樣份數如下：(1)台灣觀光客群：以 106 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 106 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 3270 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

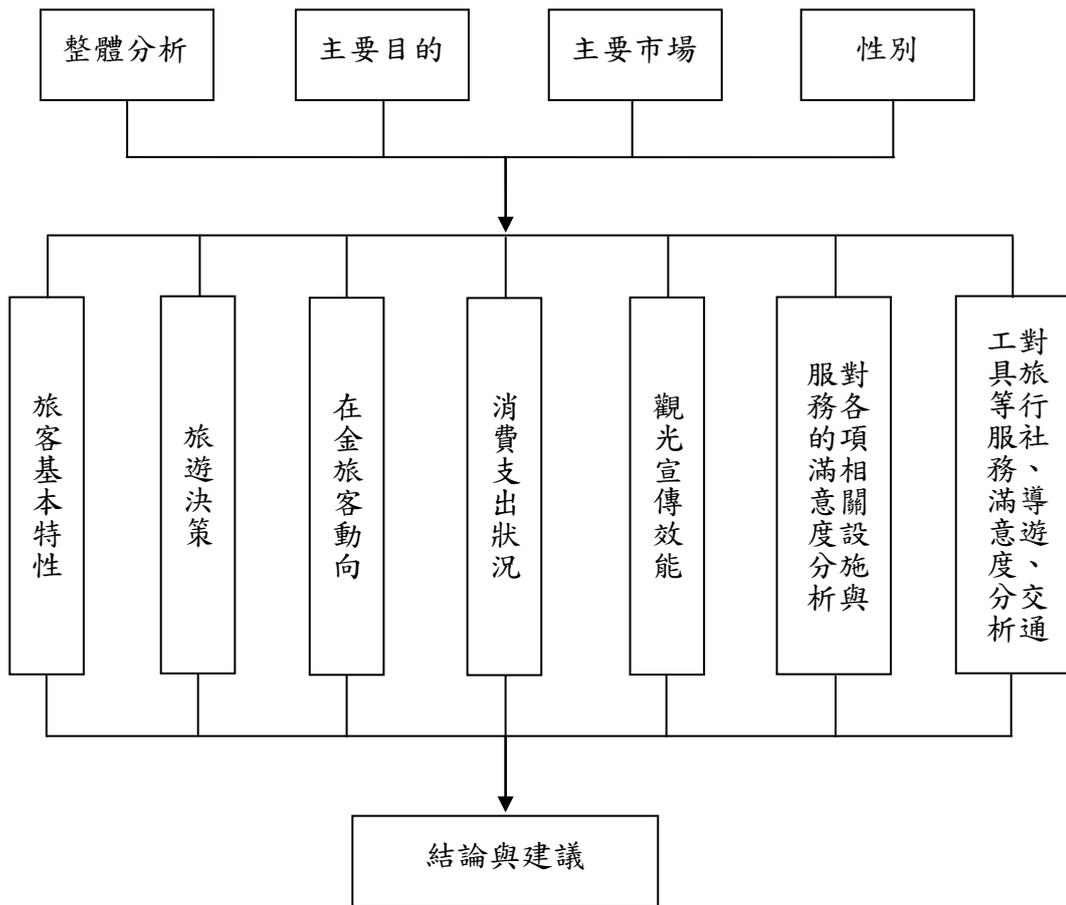


圖 1.6.2 分析架構圖

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	包括對旅行社和導遊、交通工具、遊程設計、團費的

意度分析	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小到幾個構面，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107年01月至12月間進行資料收集工作，總計完成有效問卷1,091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	1091	29.6
中轉至陸之台灣觀光旅客	547	14.8
金門本地居民	1285	34.8
中轉至陸之台商	546	14.8
中轉至台之大陸觀光旅客	74	2.0
其他、純商(公務)	149	4.0
合計	3692	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 0.91，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	0.91
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	0.83
觀光環境滿意度	4	0.86
服務設施滿意度	6	0.90

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	546	50.0
	男	545	50.0
	小計	1091	100.0
二、年齡	19歲以下	82	7.5
	20-29歲	247	22.6
	30-39歲	233	21.4
	40-49歲	261	23.9
	50-59歲	175	16.0
	60-69歲	81	7.4
	70歲及以上	12	1.1
	小計	1091	100.0
三、教育程度	國中及以下	86	7.9
	高中、職	235	21.5
	大專、大學	629	57.7
	研究所及以上	141	12.9
	小計	1091	100.0
四、職業	專業人員	231	21.2
	服務工作人員及售貨員	176	16.1
	學生	161	14.8
	技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	99	9.1
	家庭主婦	91	8.3
	技術員及助理專業人員	83	7.6
	民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	80	7.3
	事務工作人員	74	6.8
	退休人員	57	5.2
	其他*	26	2.4
	農、林、漁、牧工作人員	13	1.2
小計	1091	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	219	20.1
	19,999元以下	48	4.4
	2萬~29,999元	146	13.4
	3萬~39,999元	216	19.8
	4萬~49,999元	175	16.0
	5萬~69,999元	166	15.2
	7萬~99,999元	62	5.7
	10萬元以上	59	5.4
小計		1091	100.0
六、居住地區	北部(基北桃竹苗)	477	43.7
	中部(中彰投雲嘉)	315	28.9
	南部(臺南、高雄、屏東)	255	23.4
	東部(宜蘭、花蓮、屏東)	10	0.9
	離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	20	1.8
	海外	14	1.3
小計		1091	100.0
七、婚姻	已婚	577	52.9
	單身	514	47.1
	小計	1091	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」1,091份(29.6%)，「中轉至陸之台灣觀光旅客」547份(14.8%)，「金門本地居民」1285份(34.8%)，「中轉至陸之台商」564份(14.8%)，「中轉至台之大陸觀光旅客」74份(2.0%)，「其他、純商(公務)」149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	1091	29.6
中轉至陸之台灣觀光旅客	547	14.8
金門本地居民	1285	34.8
中轉至陸之台商	546	14.8
中轉至台之大陸觀光旅客	74	2.0
其他、純商(公務)	149	4.0
合計	3692	100.0

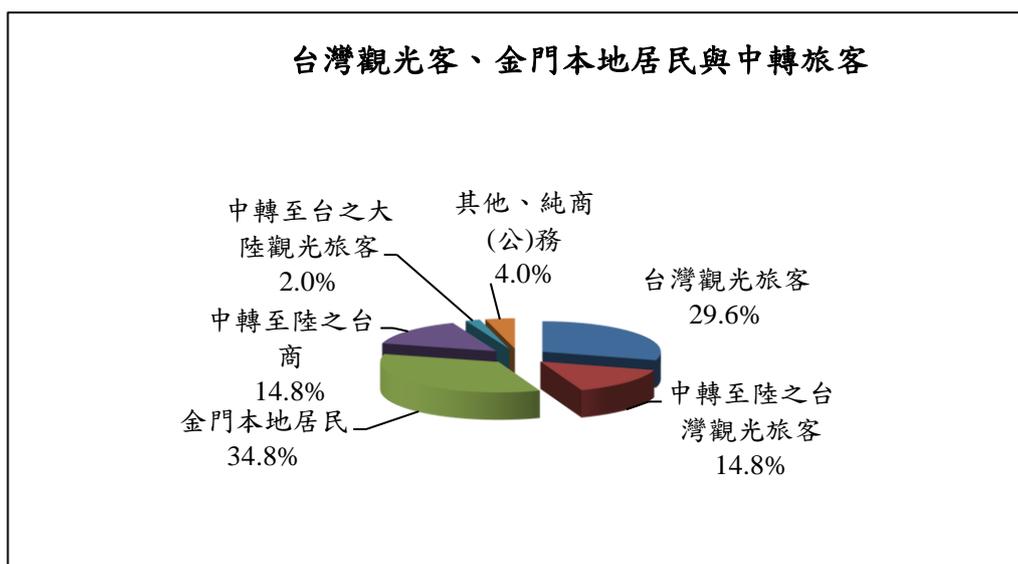


圖 2.2.1 台灣觀光旅客、金門本地居民與中轉旅客

貳、性別

表2.2.2顯示，來金的觀光旅客中，「女性」旅客佔50.0%，「男性」旅客佔50.0%，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	546	50.0
男	545	50.0
合計	1091	100.0

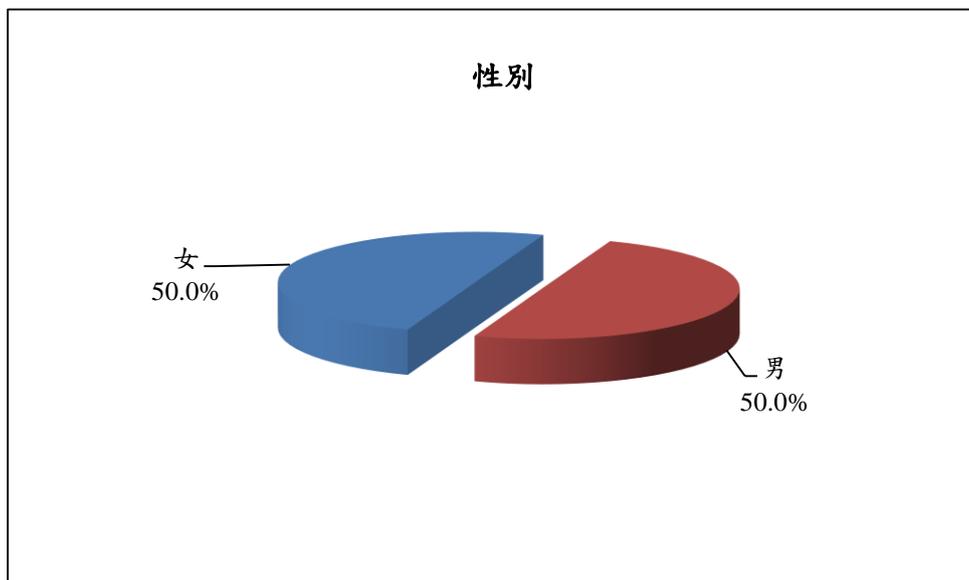


圖 2.2.2 來金觀光旅客性別分佈

參、年齡

來金觀光旅客中以「40-49歲」年齡層之旅客最多佔23.9%，「20-29歲」旅客次之佔22.6%，「30-39歲」旅客佔21.4%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	82	7.5
20-29歲	247	22.6
30-39歲	233	21.4
40-49歲	261	23.9
50-59歲	175	16.0
60-69歲	81	7.4
70歲及以上	12	1.1
合計	1091	100.0

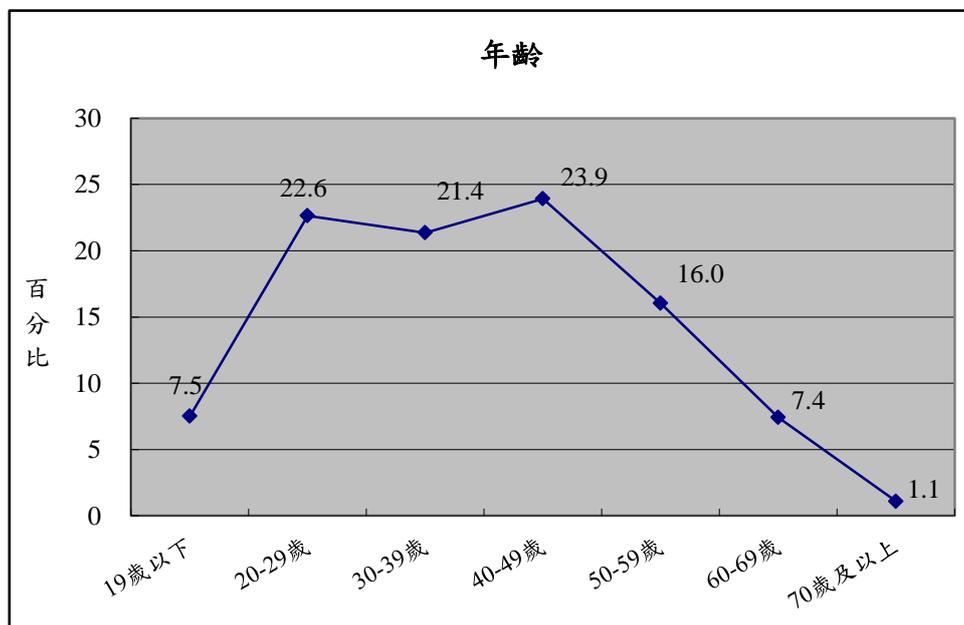


圖 2.2.3 來金觀光旅客年齡分佈

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 57.7%，「高中、職」次之佔 21.5%，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	86	7.9
高中、職	235	21.5
大專、大學	629	57.7
研究所及以上	141	12.9
合計	1091	100.0

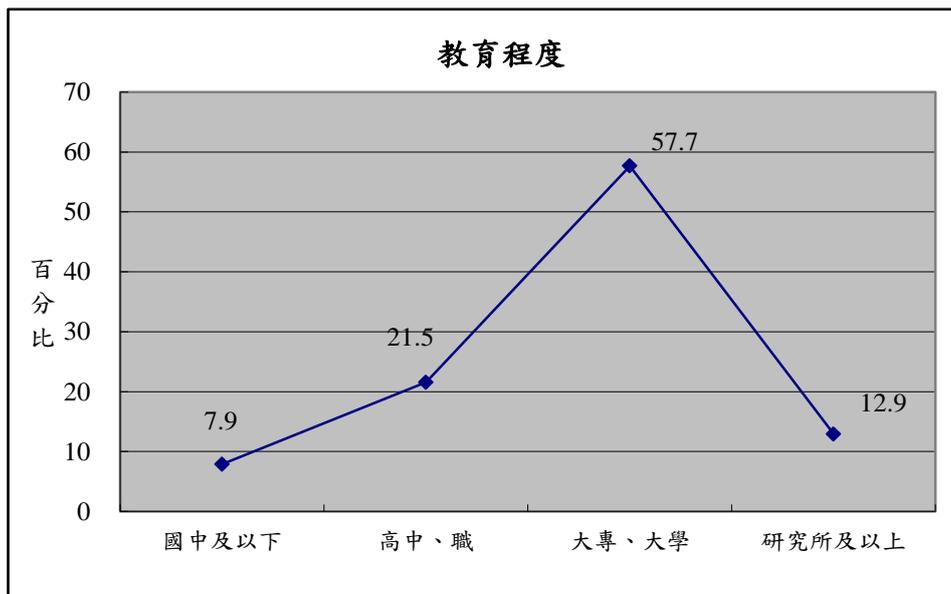


圖 2.2.4 來金觀光旅客教育程度

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 21.2%，為最高比例，其次為「服務工作人員及售貨員」佔 16.1% 次之，「學生」佔 14.8% 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	231	21.2
服務工作人員及售貨員	176	16.1
學生	161	14.8
技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	99	9.1
家庭主婦	91	8.3
技術員及助理專業人員	83	7.6
民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	80	7.3
事務工作人員	74	6.8
退休人員	57	5.2
其他*	26	2.4
農、林、漁、牧工作人員	13	1.2
合計	1091	100.0

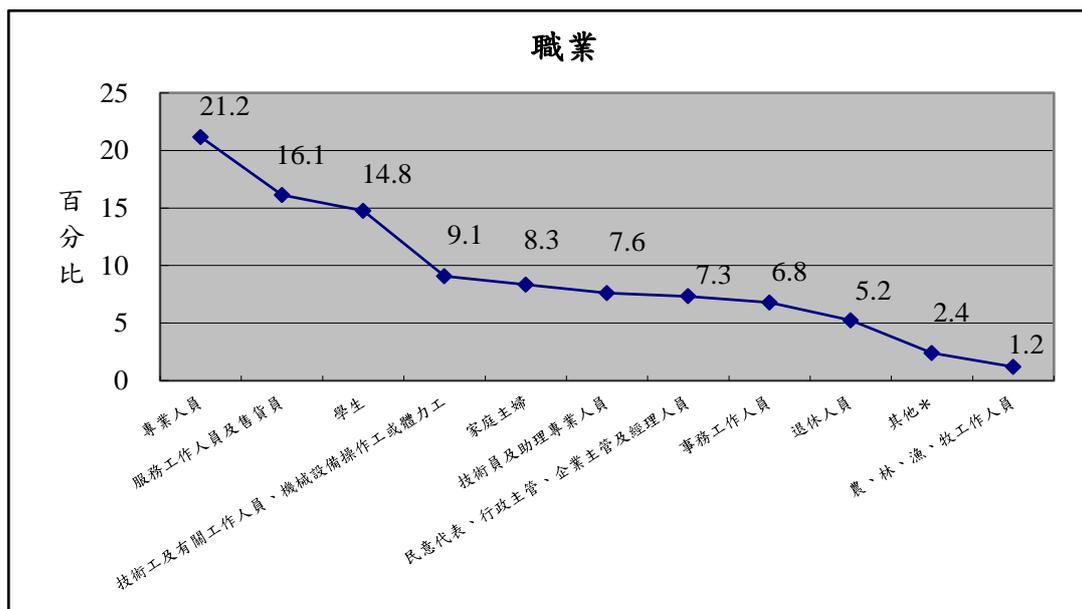


圖 2.2.5 來金觀光旅客職業

陸、平均所得

來金觀光旅客每月平均所得以「無經常性收入」的旅客比例最多佔 20.1%，「3 萬-39,999 元」次之佔 19.8%，而「4 萬-49,999 元」佔 16.0% 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	219	20.1
19,999元以下	48	4.4
2萬~29,999元	146	13.4
3萬~39,999元	216	19.8
4萬~49,999元	175	16.0
5萬~69,999元	166	15.2
7萬~99,999元	62	5.7
10萬元以上	59	5.4
合計	1091	100.0

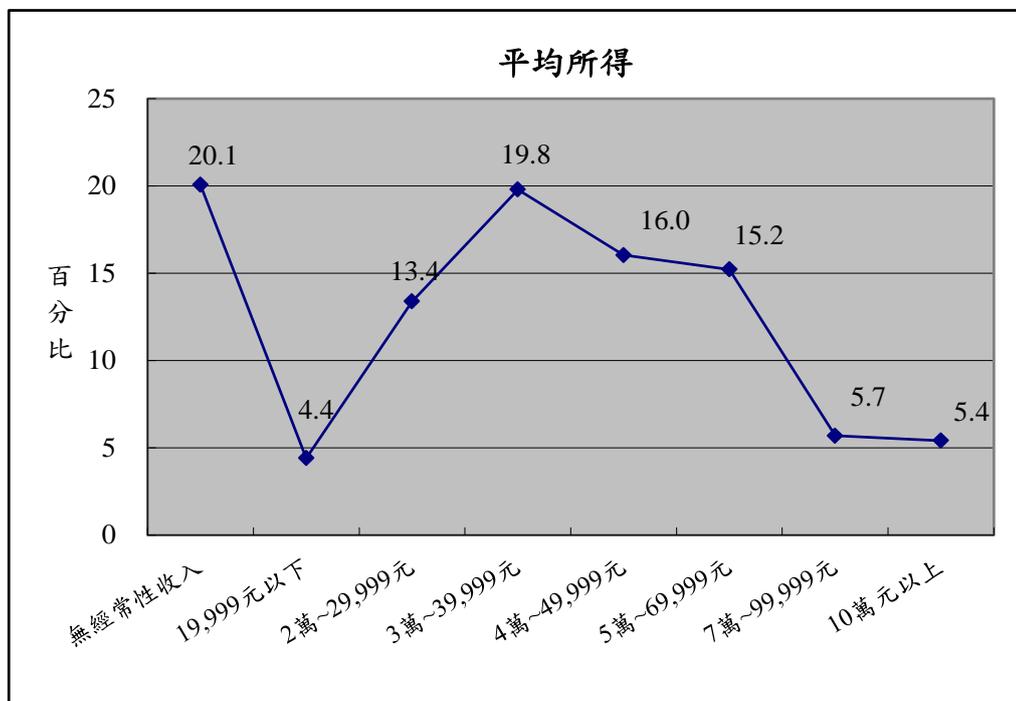


圖 2.2.6 來金觀光旅客平均每月所得

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43.7%，「中部地區（中彰投雲嘉）」旅客次之佔28.9%，「南部地區（南高屏）」旅客佔23.4%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)	477	43.7
中部地區(中彰投雲嘉)	315	28.9
南部地區(南高屏)	255	23.4
東部地區(宜花東)	10	0.9
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	20	1.8
海外地區	14	1.3
合計	1091	100.0

捌、婚姻

表2.2.8顯示，來金觀光旅客「已婚」旅客佔52.9%，「單身」旅客佔47.1%，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	577	52.9
單身	514	47.1
合計	1091	100.0

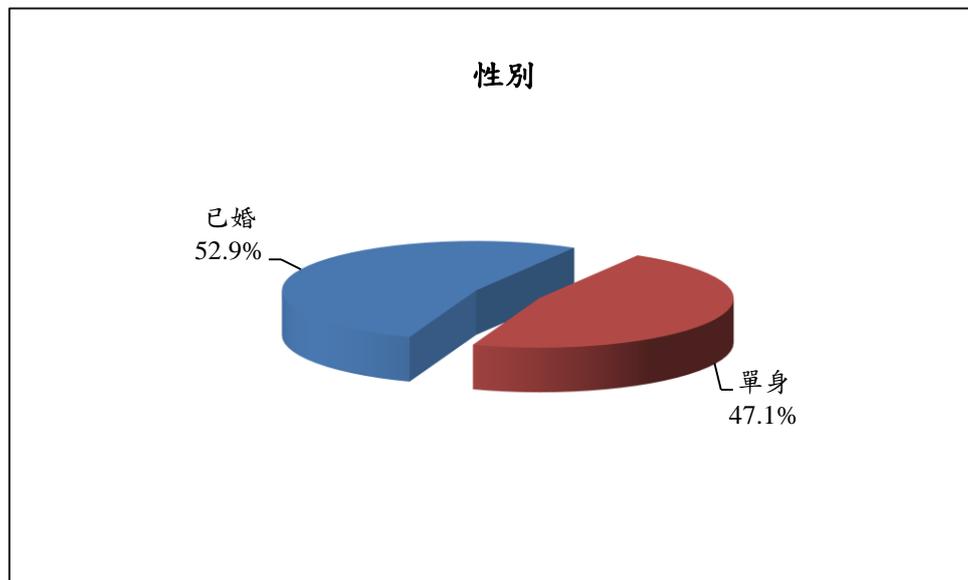


圖 2.2.7 來金觀光旅客婚姻分佈

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	793	72.7
	探親及訪友	130	11.9
	商(公)務兼觀光旅遊	121	11.1
	中轉遊客(在金停留一日以上)	47	4.3
	小計	1091	100.0
二、來金多久前計畫行程	無	395	36.2
	1至2星期	241	22.1
	3至4星期	148	13.6
	1.5個月	114	10.4
	2個月	126	11.5
	其他	67	6.1
	小計	1091	100.0
三、旅遊資訊來源	親友、同事、同學、鄰居	392	35.9
	電腦網路	278	25.5
	旅行社	251	23.0
	個人經驗	176	16.1
	電子媒體	165	15.1
	未曾索取資料	161	14.8
	平面媒體	99	9.1
	政府觀光相關單位	87	8.0
	旅遊展覽	79	7.2
	其他	12	1.1
	*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1091份)		
四、希望在何處取得資訊	旅服中心	522	47.8
	遊客中心	398	36.5
	其他	171	15.7
	小計	1091	100.0
五、希望取得何種資訊	景點	517	47.4
	旅館(含民宿)	413	37.9
	交通	376	34.5
	餐飲(含小吃)	363	33.3
	當月活動資訊	271	24.8
	特產	229	21.0
	租車	193	17.7
	其他	37	3.4
*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1091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
六、選擇來金旅遊的原因	自然環境景觀	363	33.3
	戰地體驗	347	31.8
	文化巡禮	340	31.2
	品嚐地方美食	274	25.1
	親朋好友推薦	234	21.4
	學校、公司或團體安排	212	19.4
	緬懷昔日軍旅生活	160	14.7
	其他*	90	8.2
	民俗宗教活動	83	7.6
	生態之旅(賞鳥)	50	4.6
	藝文節慶活動	43	3.9
	會議或學術學習	39	3.6
	運動健身	10	0.9
	行銷推廣與表演活動	8	0.7
	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1091份)

貳、來金主要目的

由表2.3.2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72.7%，以「探親及訪友」目的為居次佔11.9%，「商(公)務兼觀光旅遊」為第三佔11.1%，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	793	72.7
探親及訪友	130	11.9
商(公)務兼觀光旅遊	121	11.1
中轉遊客(在金停留一日以上)	47	4.3
合計	1091	100.0

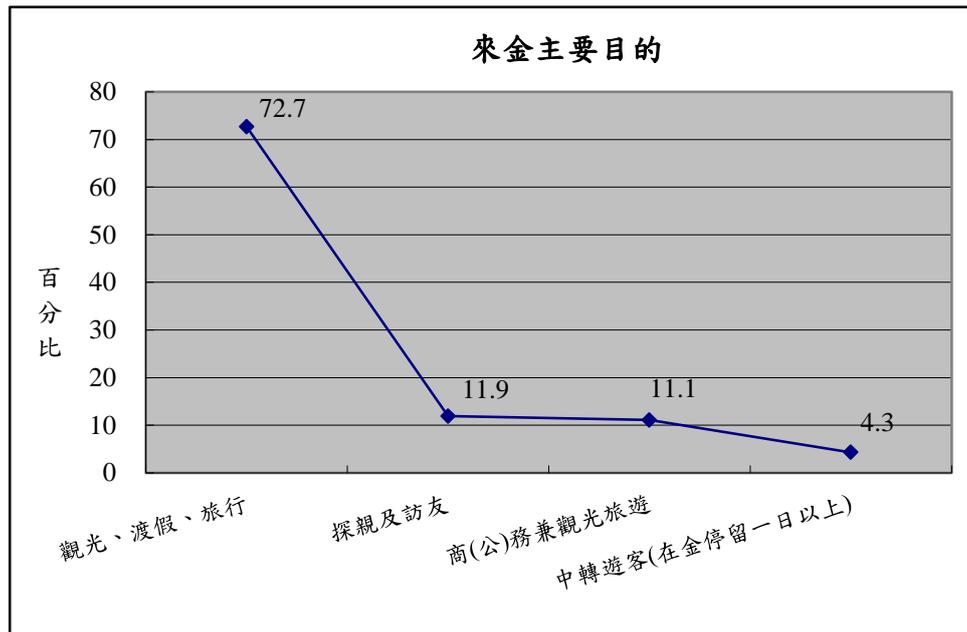


圖 2.3.1 來金觀光旅客主要目的

參、多久前計畫行程

由表2.3.3得知，來金觀光旅客多久前開始計畫行程由「無」者最多，佔36.2%，由「1至2星期」計畫行程比例佔22.1%為次之，「3至4個星期」比例佔13.6%為第三，詳細資料參閱表2.3.3/圖2.3.2。

表 2.3.3 來金觀光旅客多久前開始計畫行程

多久前計畫行程	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
無	395	36.2
1至2星期	241	22.1
3至4星期	148	13.6
1.5個月	114	10.4
2個月	126	11.5
其他	67	6.1
合計	1091	100.0

*選「其他」者填寫：3天、3個月、4個月、半年、固定每年、三年前、3個月以上、18年、很久、公司策畫等。

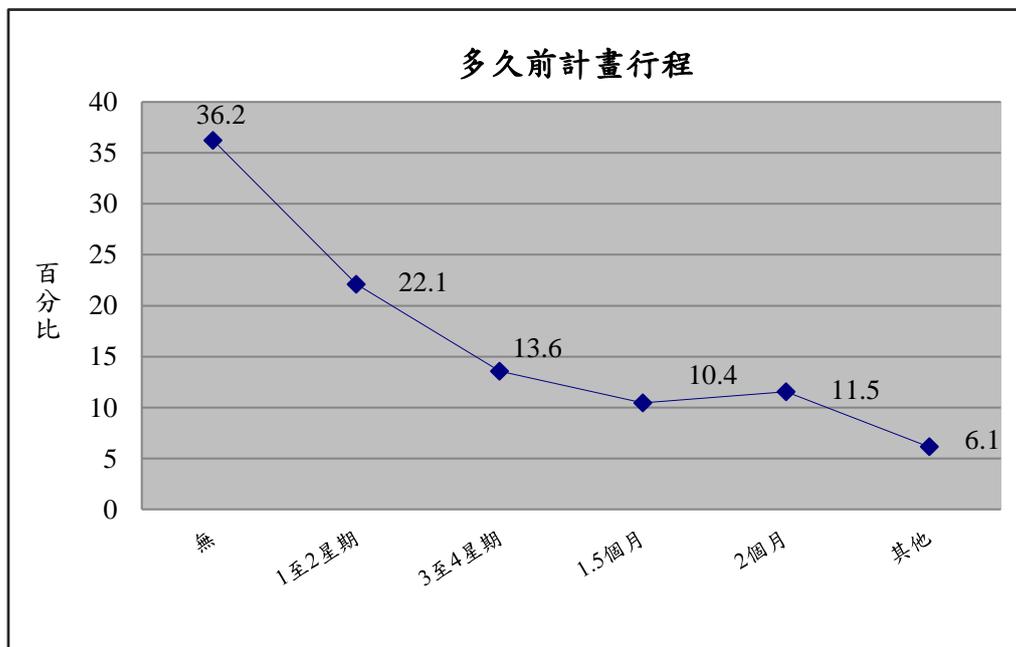


圖 2.3.2 來金觀光旅客多久前開始計畫行程

肆、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35.9%，由「電腦網路」者佔25.5%次之，由「旅行社」者佔23.0%為第三，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	392	35.9
電腦網路	278	25.5
旅行社	251	23.0
個人經驗	176	16.1
電子媒體	165	15.1
未曾索取資料	161	14.8
平面媒體	99	9.1
政府觀光相關單位	87	8.0
旅遊展覽	79	7.2
其他	12	1.1

*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1091份)

*選「其他」者填寫：小三通、公會舉辦、想來、IG、blogger
旅遊分享等。

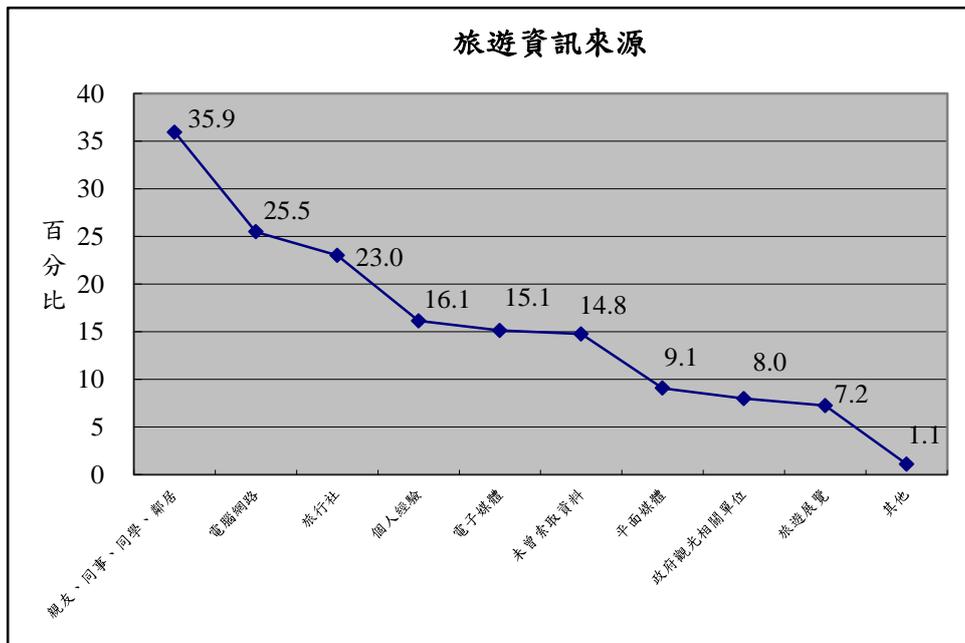


圖 2.3.3 來金觀光旅客旅遊資訊來源

伍、來金後希望在何處取得旅遊資訊

由表2.3.5顯示，來金觀光旅客希望在何處取得旅遊資訊中為「旅服中心」者所佔比例最多有47.8%，在「遊客中心」者佔36.5%為次之，詳細資料參閱表2.3.5/圖2.3.4。（本題為複選題）

表 2.3.5 來金觀光旅客希望在何處取得資訊

希望在何處取得旅遊訊息	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
旅服中心	522	47.8
遊客中心	398	36.5
其他	171	15.7
合計	1091	100.0

*選「其他」者填寫：網路、IG、朋友、電子媒體、都希望、飯店、7-11、機場、街頭、景點、旅行社、民宿、租車、導遊、沒有等。

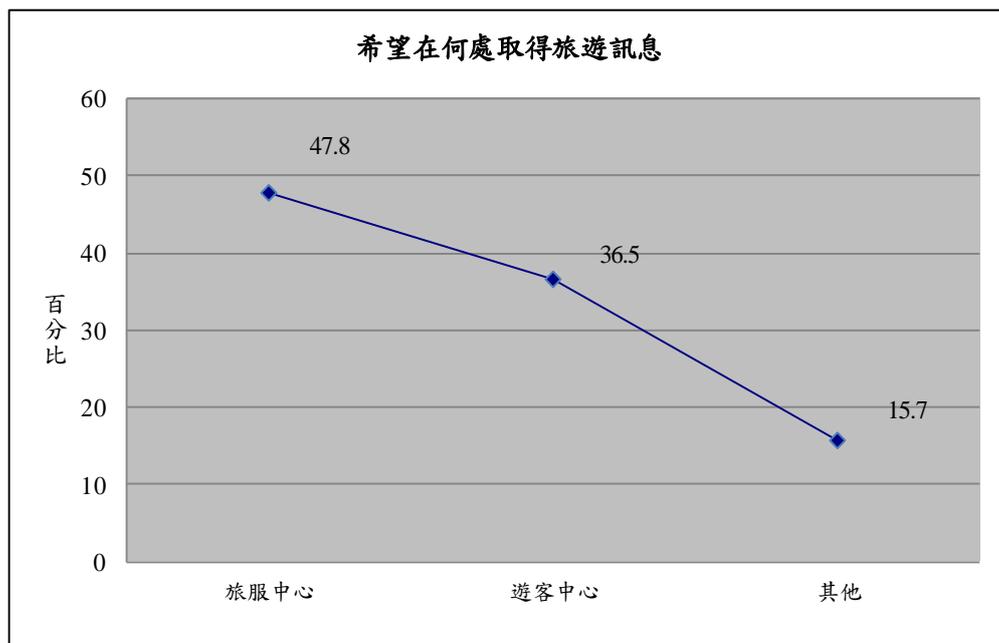


圖 2.3.4 來金觀光旅客希望在何處取得資訊

陸、希望取得何種資訊

來金觀光旅客中，希望取得何種資訊以「景點」者最多，佔47.4%，由「旅館(含民宿)」者佔37.9%為次之，由「交通」者佔34.5%為第三，詳細資料參閱表2.3.6/圖2.3.5。（本題為複選題）

表 2.3.6 來金觀光旅客希望取得何種資訊

希望取得何種資訊	全年調查樣本	
	次數	相對次數
景點	517	47.4
旅館(含民宿)	413	37.9
交通	376	34.5
餐飲(含小吃)	363	33.3
當月活動資訊	271	24.8
特產	229	21.0
租車	193	17.7
其他	37	3.4

* 本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1091份)

* 選「其他」者填寫：人文與歷史、網路、私房景點、全部、無等。

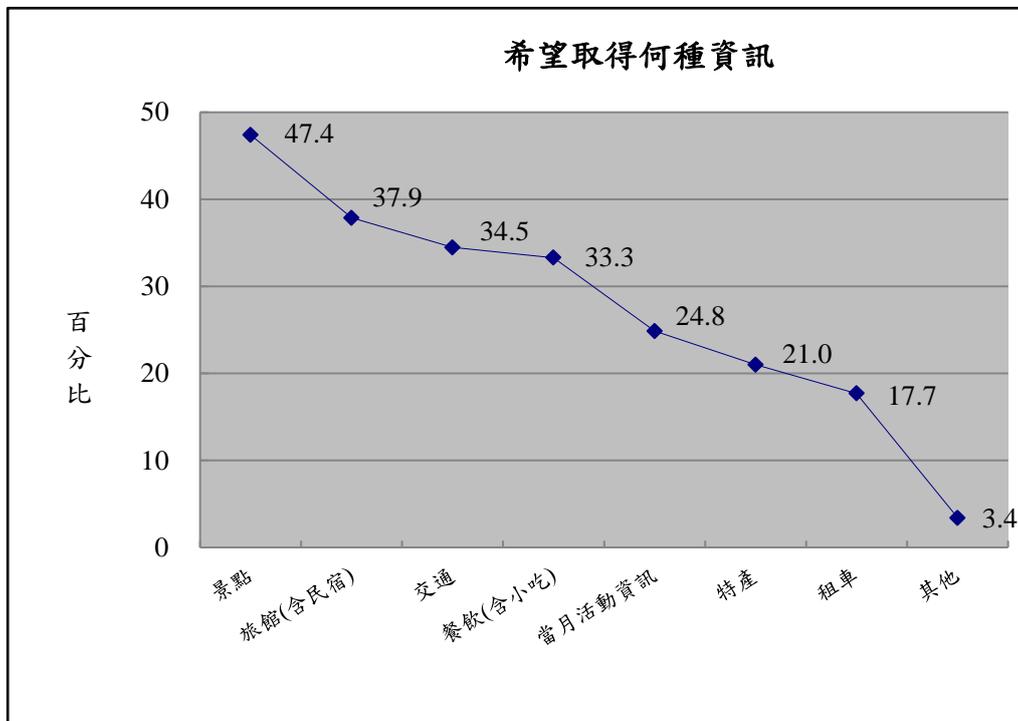


圖 2.3.5 來金觀光旅客希望取得何種資訊

柒、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「自然環境景觀」為 33.3%，「戰地體驗」佔 31.8%，「文化巡禮」佔 31.2%，詳細資料參閱表 2.3.7/圖 2.3.6。(本題為複選題)

表 2.3.7 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
自然環境景觀	363	33.3
戰地體驗	347	31.8
文化巡禮	340	31.2
品嚐地方美食	274	25.1
親朋好友推薦	234	21.4
學校、公司或團體安排	212	19.4
緬懷昔日軍旅生活	160	14.7
其他*	90	8.2
民俗宗教活動	83	7.6
生態之旅(賞鳥)	50	4.6
藝文節慶活動	43	3.9
會議或學術學習	39	3.6
運動健身	10	0.9
行銷推廣與表演活動	8	0.7
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1091份)

*選「其他」者填寫：探訪親友、中轉、沒來過、掃墓、畢業旅、洽公天候滯留、古厝、機場、看廈門風景、員工旅遊、回味金門、是否投住金門。

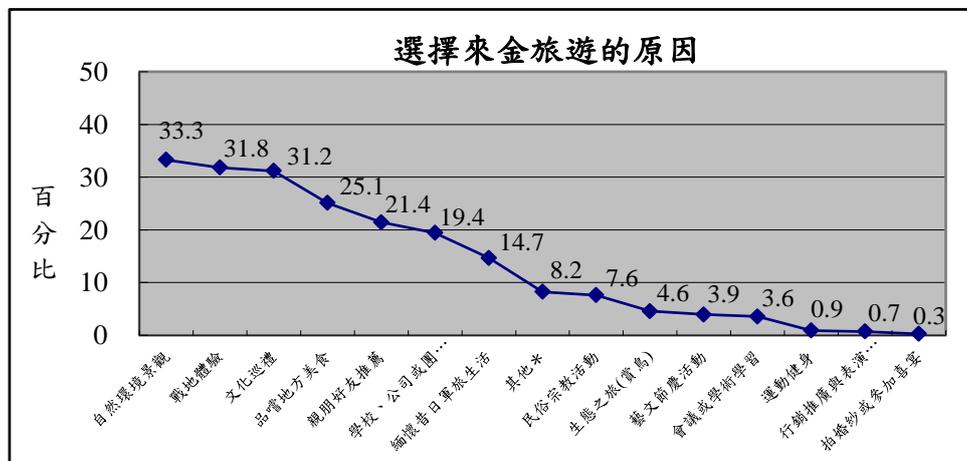


圖 2.3.6 選擇來金旅遊的原因

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	當天來回	31	2.8
	二天一夜	389	35.7
	三天二夜	453	41.5
	四天三夜	89	8.2
	五天(含)以上	129	11.8
	小計	1091	100.0
二、近3年來訪金門 次數(含這一次)	一次	544	49.9
	二次	209	19.2
	三次	59	5.4
	四次	49	4.5
	五次	97	8.9
	六次以上	133	12.2
	小計	1091	100.0
三、交通工具	遊覽車	473	43.4
	租用機車	213	19.5
	洽公單位或親友提供	159	14.6
	租用汽車	141	12.9
	計程車	58	5.3
	公車	33	3.0
	自行車	7	0.6
	徒步	5	0.5
	其他	2	0.2
小計	1091	100.0	
四、曾遊覽的景點	詳細資料請參閱表2.4.5		
五、最喜歡的景點	詳細資料請參閱表2.4.6		
六、住宿地點	旅館	561	51.4
	民宿	244	22.4
	親友家	188	17.2
	其他	45	4.1
	宿舍	37	3.4
	救國團	12	1.1
	招待所	3	0.3
	寺廟、教會	1	0.1
	小計	1091	100.0
七、最喜歡的觀光 資源與因素	詳細資料請參閱表2.4.8		
八、在金參與的 活動項目	詳細資料請參閱表2.4.9		

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41.5%，「二天一夜」的旅客居次佔35.7%，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(%)
當天來回	31	2.8
二天一夜	389	35.7
三天二夜	453	41.5
四天三夜	89	8.2
五天(含)以上	129	11.8
合計	1091	100.0

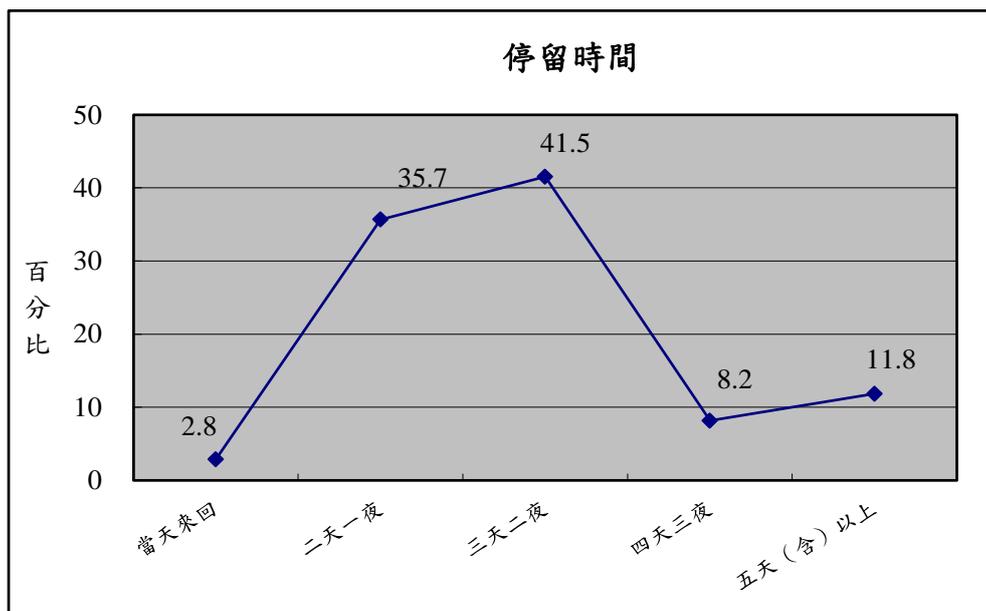


圖 2.4.1 來金觀光旅客停留時間

參、近3年來訪金門次數

由表2.4.3得知，近3年來訪金門次數(含這一次)以「一次」為最多佔49.9%，「二次」者居次佔19.2%，「六次以上」為第三佔12.2%，詳細資料參閱表2.4.3/圖2.4.2。

表 2.4.3 來金次數

來金次數	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
一次	544	49.9
二次	209	19.2
三次	59	5.4
四次	49	4.5
五次	97	8.9
六次以上	133	12.2
合計	1091	100.0

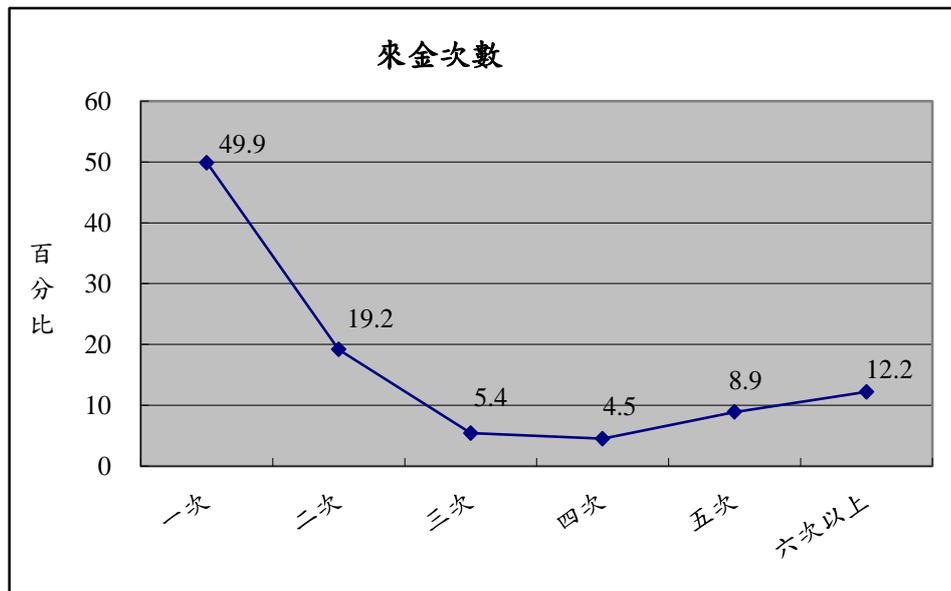


圖 2.4.2 來金次數

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43.4%，「租用機車」次之佔19.5%，「洽公單位或親友提供」者佔14.6%第三，「租用汽車」者佔12.9%，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	473	43.4
租用機車	213	19.5
洽公單位或親友提供	159	14.6
租用汽車	141	12.9
計程車	58	5.3
公車	33	3.0
自行車	7	0.6
徒步	5	0.5
其他	2	0.2
合計	1091	100.0

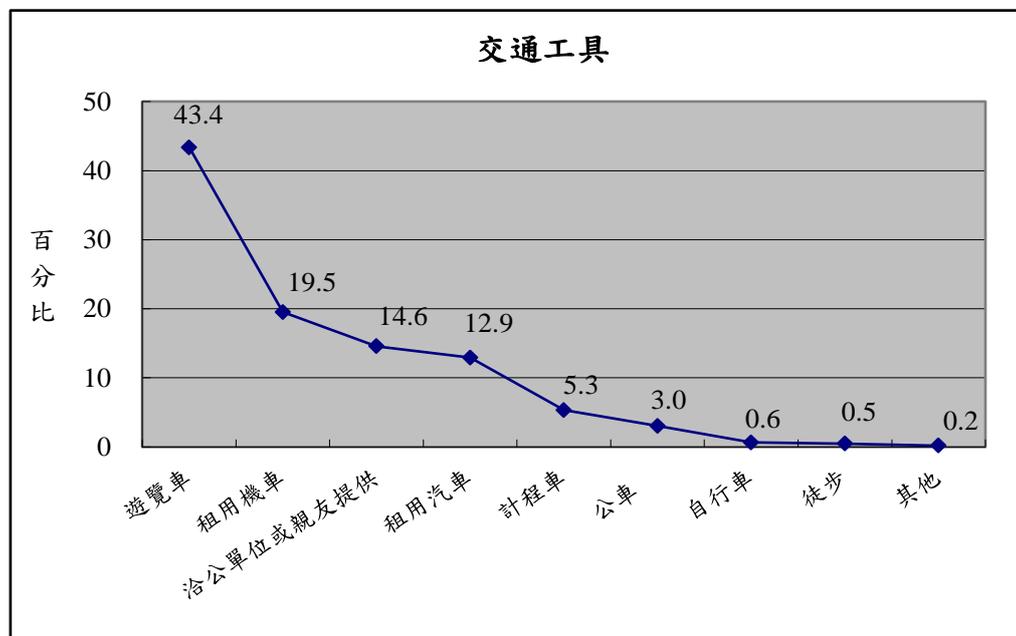


圖 2.4.3 搭乘交通工具項目

伍、曾遊覽的景點

由表 2.4.5 顯示，來金觀光旅客曾遊覽的觀光景點，前三名之次數百分比依次為「莒光樓」佔 61.2%，「翟山坑道」為 58.7%，「古寧頭戰史館」為 43.2%，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 來金觀光旅客曾遊覽的景點

最喜歡的景點	全年調查樣本	
	次數	相對次數
莒光樓	668	61.2
翟山坑道	640	58.7
古寧頭戰史館	471	43.2
太武山	469	43.0
水頭聚落	469	43.0
金門酒廠	439	40.2
模範街、貞節牌坊	396	36.3
榕園、八二三戰史館	390	35.7
清總兵署	338	31.0
慈湖	323	29.6
獅山砲陣地	313	28.7
烈嶼(小金門)	295	27.0
海邊沙灘	267	24.5
陳景蘭洋樓	266	24.4
山后民俗文化村	265	24.3
馬山觀測所	265	24.3
建功嶼	215	19.7
雙鯉濕地中心	207	19.0
北山古洋樓	182	16.7
國家公園遊客中心	181	16.6
瓊林聚落	164	15.0
乳山遊客中心	131	12.0
延平郡王祠	131	12.0
金城民防坑道	122	11.2
李光前將軍廟	97	8.9
文台寶塔	84	7.7
其他*	60	5.5
柳營	49	4.5

*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數 1091 份)

*選「其他」者填寫：林務所、車船處、金門機場、射擊館、小徑、珠山、擎天廳、軍中樂園、健身房、一條根、田浦、狗嶼灣、廈門、九宮坑道、牧馬侯祠、燕南山書院、新前敦、免稅店、料羅灣、陽翟大街、南石滬公園、陳清吉洋樓、昇恆昌、太湖、新湖漁港、無等。

陸、最喜歡的景點

由表 2.4.6 顯示，來金觀光旅客最喜歡的觀光景點，「無填寫」佔 29.5% 之外，前三名之次數百分比依次為「翟山坑道」為 11.3%，「莒光樓」為 10.6%，「太武山」為 8.5%，詳細資料參閱表 2.4.6。(本題為複選題，最多可選 5 個)

表 2.4.6 來金觀光旅客最喜歡的景點

最喜歡的景點	全年調查樣本											
	喜歡1		喜歡2		喜歡3		喜歡4		喜歡5		合計	
	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數
水頭聚落	199	18.2	25	2.3	27	2.5	32	2.9	20	1.8	303	6.9
翟山坑道	214	19.6	138	12.6	79	7.2	34	3.1	26	2.4	491	11.3
文台寶塔	2	0.2	6	0.5	10	0.9	4	0.4	7	0.6	29	0.7
莒光樓	143	13.1	106	9.7	75	6.9	115	10.5	23	2.1	462	10.6
建功嶼	41	3.8	53	4.9	26	2.4	11	1.0	14	1.3	145	3.3
延平郡王祠	2	0.2	8	0.7	8	0.7	8	0.7	3	0.3	29	0.7
模範街.貞節牌坊	50	4.6	62	5.7	52	4.8	29	2.7	20	1.8	213	4.9
清總兵署	10	0.9	39	3.6	32	2.9	25	2.3	21	1.9	127	2.9
金城民防坑道	4	0.4	11	1.0	10	0.9	7	0.6	8	0.7	40	0.9
古寧頭戰史館	56	5.1	53	4.9	51	4.7	32	2.9	16	1.5	208	4.8
北山古洋樓	6	0.5	15	1.4	18	1.6	4	0.4	7	0.6	50	1.1
雙鯉濕地中心	14	1.3	17	1.6	26	2.4	12	1.1	9	0.8	78	1.8
慈湖	26	2.4	38	3.5	38	3.5	27	2.5	9	0.8	138	3.2
李光前將軍廟	0	0.0	4	0.4	0	0.0	4	0.4	0	0.0	8	0.2
國家公園遊客中心	12	1.1	6	0.5	13	1.2	18	1.6	36	3.3	85	1.9
乳山遊客中心	4	0.4	5	0.5	6	0.5	6	0.5	6	0.5	27	0.6
金門酒廠	34	3.1	74	6.8	58	5.3	63	5.8	29	2.7	258	5.9
瓊林聚落	7	0.6	12	1.1	11	1.0	19	1.7	6	0.5	55	1.3
太武山	72	6.6	117	10.7	73	6.7	55	5.0	52	4.8	369	8.5
榕園/823戰史館	19	1.7	41	3.8	23	2.1	38	3.5	37	3.4	158	3.6
山后民俗村	13	1.2	29	2.7	30	2.7	43	3.9	19	1.7	134	3.1
馬山觀測所	6	0.5	15	1.4	28	2.6	29	2.7	23	2.1	101	2.3
烈嶼	23	2.1	26	2.4	25	2.3	54	4.9	45	4.1	173	4.0
大二膽水域	1	0.1	5	0.5	3	0.3	5	0.5	9	0.8	23	0.5
獅山砲陣地	15	1.4	19	1.7	34	3.1	28	2.6	29	2.7	125	2.9
陳景蘭洋樓	29	2.7	16	1.5	19	1.7	17	1.6	32	2.9	113	2.6
海邊沙灘	35	3.2	26	2.4	23	2.1	30	2.7	70	6.4	184	4.2
柳營軍事體驗區	5	0.5	0	0.0	3	0.3	3	0.3	7	0.6	18	0.4
其他	12	1.1	1	0.1	3	0.3	3	0.3	6	0.5	25	0.6
無填寫	37	3.4	124	11.4	287	26.3	336	30.8	502	46.0	1286	29.5

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1091份)

柒、住宿地點

來金觀光旅客主要的住宿地點為「旅館」，其比例為51.4%，其次為「民宿」佔22.4%，第三為「親友家」佔17.2%，詳細資料參閱表2.4.7/圖2.4.4。

表 2.4.7 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	561	51.4
民宿	244	22.4
親友家	188	17.2
其他	45	4.1
宿舍	37	3.4
救國團	12	1.1
招待所	3	0.3
寺廟、教會	1	0.1
合計	1091	100.0

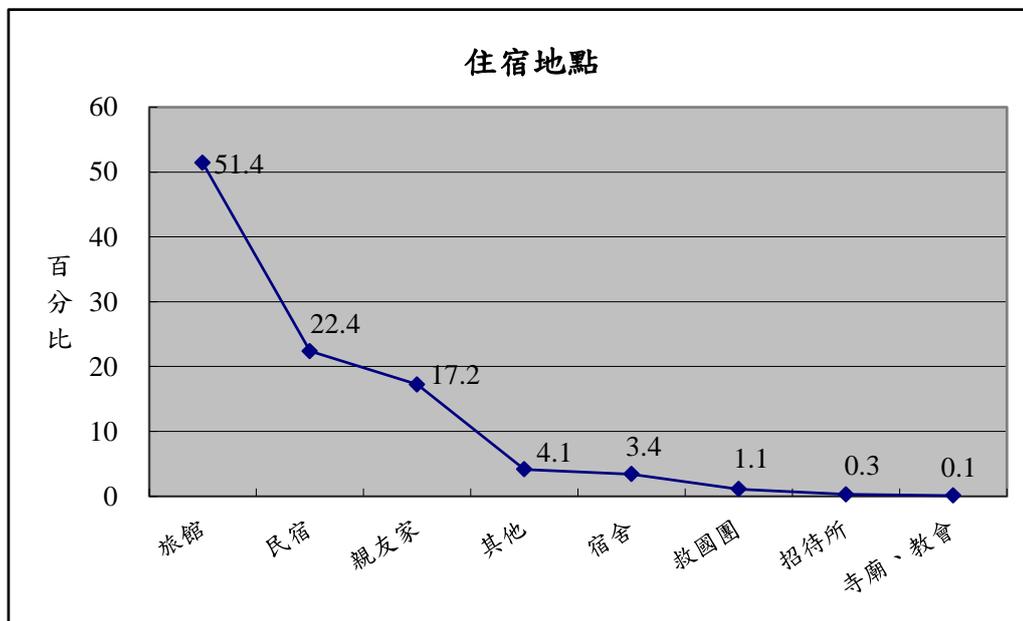


圖 2.4.4 來金觀光旅客住宿地點

捌、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51.4%，「文物古蹟」佔50.3%，「戰地色彩」佔49.8%，「自然景觀」佔44.1%，「金門小吃」佔37.9%，詳細資料參閱表2.4.8。（本題為複選題）

表 2.4.8 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	561	51.4
文物古蹟	549	50.3
戰地色彩	543	49.8
自然景觀	481	44.1
金門小吃	413	37.9
金門特產品	246	22.5
海邊沙灘	230	21.1
富人情味	193	17.7
治安交通良好	162	14.8
免稅品	107	9.8
氣候宜人	97	8.9
遊憩活動	84	7.7
旅費便宜	78	7.1
賞鳥活動	48	4.4
大陸貨品	15	1.4
其他*	13	1.2

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1091份)

*選「其他」者填寫：道路乾淨，行道樹整齊、探訪親友、很近、漸漸進步、距離廈門近、人少空氣不錯、無等。

玖、在金參與的活動項目

來金觀光旅客在金參與的活動項目以「否」，其比例為94.8%，其次為「是」佔5.2%，詳細資料參閱表2.4.9/圖2.4.5。

表 2.4.9 在金參與的活動項目

在金參與的活動項目	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
否	1034	94.8
是	57	5.2
合計	1091	100.0

*選「是」者填寫：參觀、企業觀摩、獅山砲陣地、拍日出夕落、海島音樂季、祖祠祭祖、籃球賽、會議、後浦小鎮夜間導覽、尋找風獅爺、射擊館、博餅、社區據點輔導等項目。

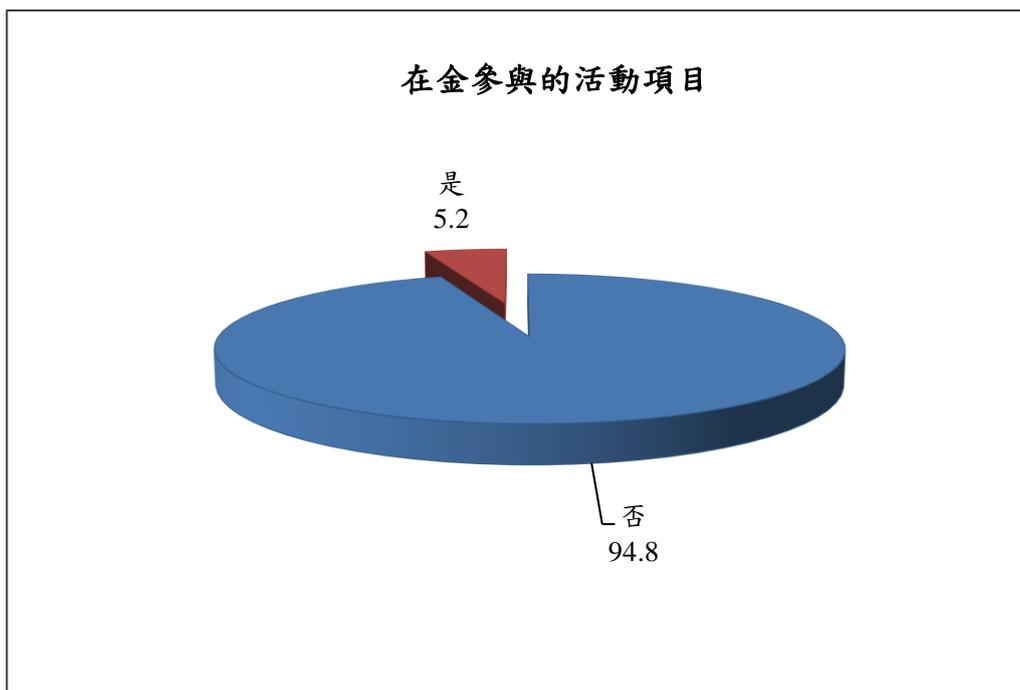


圖2.4.5 在金參與的活動項目

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	14	2.8
	4,000-4,999元	10	2.0
	5,000-5,999元	30	6.0
	6,000-6,999元	63	12.7
	7,000-7,999元	81	16.3
	8,000-9,999元	180	36.2
	10,000元(含)以上	119	23.9
	小計	497	100.0
2.特產消費	沒有任何消費性支出	21	4.2
	999元以下	14	2.8
	1,000-2,999元	183	36.8
	3,000-4,999元	116	23.3
	5,000-6,999元	95	19.1
	7,000-9,999元	20	4.0
	10,000-14,999元	37	7.4
	15,000元(含)以上	11	2.2
	小計	497	100.0
3.其他額外費用	沒有任何額外支出	418	84.1
	499元以下	10	2.0
	500-999元	8	1.6
	1,000-1,999元	21	4.2
	2,000-2,999元	15	3.0
	3,000-3,999元	11	2.2
	4,000-4,999元	2	0.4
	5,000元(含)以上	12	2.4
	小計	497	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	101	17.0
	3,000-3,499元	105	17.7
	3,500-3,999元	141	23.7
	4,000-4,999元	208	35.0
	5,000元(含)以上	39	6.6
	小計	594	100.0
2.住宿費用	免費(含當天來回)	227	38.2
	999元以下	14	2.4
	1,000-1,499元	30	5.1
	1,500-1,999元	76	12.8
	2,000-2,999元	72	12.1
	3,000-3,999元	64	10.8
	4,000-4,999元	37	6.2
	5,000元(含)以上	74	12.5
	小計	594	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	170	28.6
	499元以下	54	9.1
	500-999元	138	23.2
	1,000-1,999元	108	18.2
	2,000-2,999元	52	8.8
	3,000-3,999元	26	4.4
	4,000-4,999元	16	2.7
	5,000元(含)以上	30	5.1
	小計	594	100.0
4.餐飲費用	免費	135	22.7
	499元以下	27	4.5
	500-999元	76	12.8
	1,000-1,999元	174	29.3
	2,000-2,999元	94	15.8
	3,000-3,999元	42	7.1
	4,000-4,999元	10	1.7
	5,000元(含)以上	36	6.1
	小計	594	100.0
5.特產消費	沒有任何消費性支出	51	8.6
	999元以下	69	11.6
	1,000-2,999元	293	49.3
	3,000-4,999元	98	16.5
	5,000-6,999元	50	8.4
	7,000-9,999元	9	1.5
	10,000-14,999元	13	2.2
	15,000元(含)以上	11	1.9
	小計	594	100.0
6.其他項目費用	沒有任何消費性支出	509	85.7
	499元以下	14	2.4
	500-999元	17	2.9
	1,000-1,999元	27	4.5
	2,000-2,999元	7	1.2
	3,000-3,999元	7	1.2
	4,000-4,999元	0	0.0
	5,000元(含)以上	13	2.2
	小計	594	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36.2%，其次為「10,000元(含)以上」佔23.9%，「7,000-7,999元」佔16.3%為第三，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	14	2.8
4,000-4,999元	10	2.0
5,000-5,999元	30	6.0
6,000-6,999元	63	12.7
7,000-7,999元	81	16.3
8,000-9,999元	180	36.2
10,000元(含)以上	119	23.9
合計	497	100.0

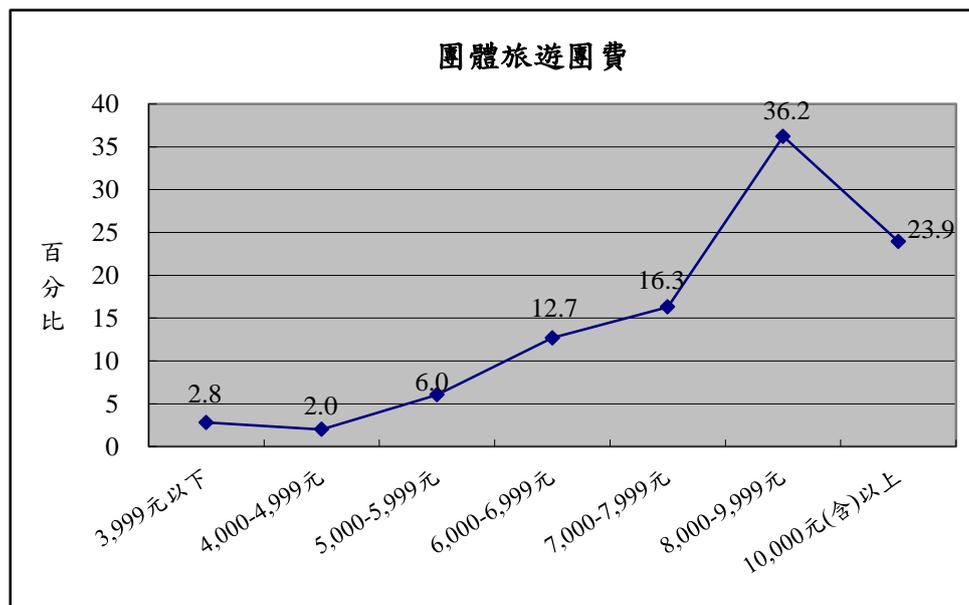


圖 2.5.1 團體旅遊團費

2.特產及紀念品消費

由表2.5.3得知，來金觀光旅客中在特產及紀念品消費支出方面以「1,000-2,999元」比例為最高佔36.8%，其次為「3,000-4,999元」佔23.3%，「5,000-6,999元」之旅客佔19.1%為第三，詳細資料參閱表2.5.3/圖2.5.2。

表 2.5.3 團體特產及紀念品消費

特產消費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	21	4.2
999元以下	14	2.8
1,000-2,999元	183	36.8
3,000-4,999元	116	23.3
5,000-6,999元	95	19.1
7,000-9,999元	20	4.0
10,000-14,999元	37	7.4
15,000元(含)以上	11	2.2
合計	497	100.0

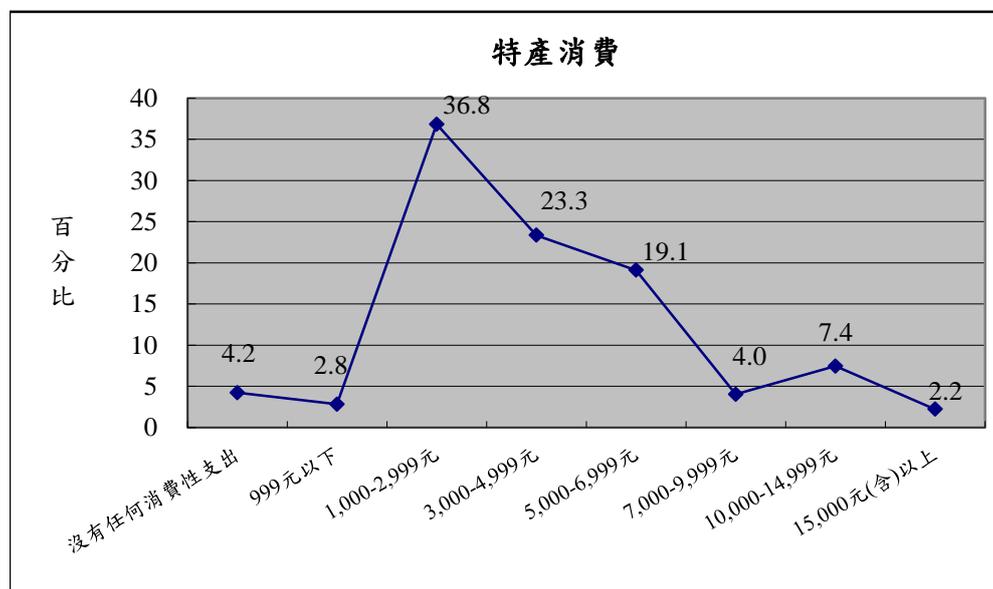


圖 2.5.2 團體特產及紀念品消費

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84.1%，「1,000-1,999元」佔4.2%次之，「2,000-2,999元」佔3.0%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	418	84.1
499元以下	10	2.0
500-999元	8	1.6
1,000-1,999元	21	4.2
2,000-2,999元	15	3.0
3,000-3,999元	11	2.2
4,000-4,999元	2	0.4
5,000元(含)以上	12	2.4
合計	497	100.0

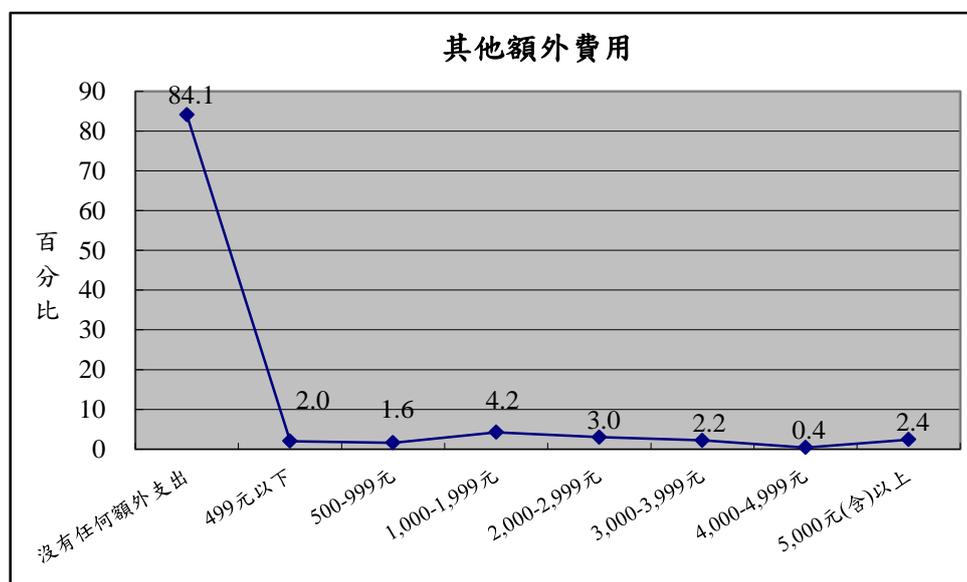


圖 2.5.3 其他額外費用

(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35.0%，其次為「3,500-3,999元」佔23.7%，「3,000-3,499元」佔17.7%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	101	17.0
3,000-3,499元	105	17.7
3,500-3,999元	141	23.7
4,000-4,999元	208	35.0
5,000元(含)以上	39	6.6
合計	594	100.0

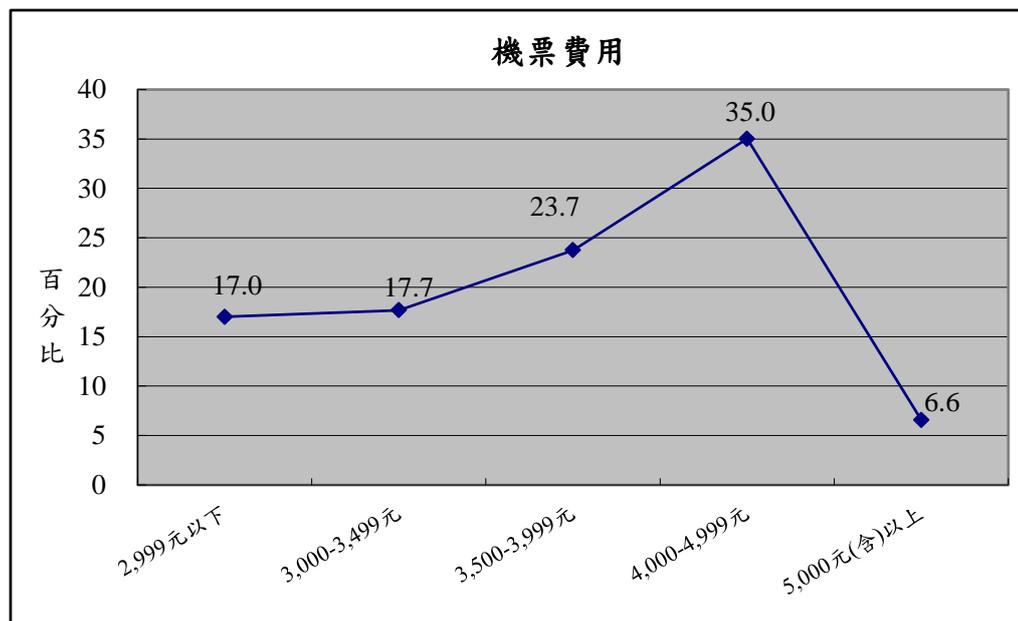


圖 2.5.4 機票費用

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38.2%，其次為「1,500-1,999元」佔12.8%，「5,000元(含)以上」佔12.5%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)	227	38.2
999元以下	14	2.4
1,000-1,499元	30	5.1
1,500-1,999元	76	12.8
2,000-2,999元	72	12.1
3,000-3,999元	64	10.8
4,000-4,999元	37	6.2
5,000元(含)以上	74	12.5
合計	594	100.0

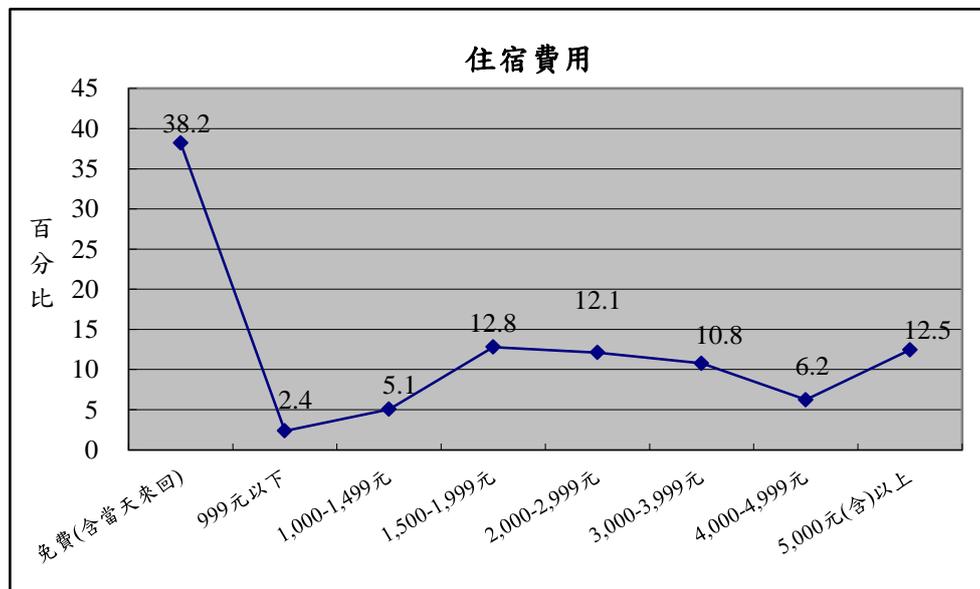


圖 2.5.5 住宿費用

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「免費」所佔比例最高為28.6%，其次為「500-999元」者佔23.2%，「1,000-1,999元」佔18.2%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	170	28.6
499元以下	54	9.1
500-999元	138	23.2
1,000-1,999元	108	18.2
2,000-2,999元	52	8.8
3,000-3,999元	26	4.4
4,000-4,999元	16	2.7
5,000元(含)以上	30	5.1
合計	594	100.0

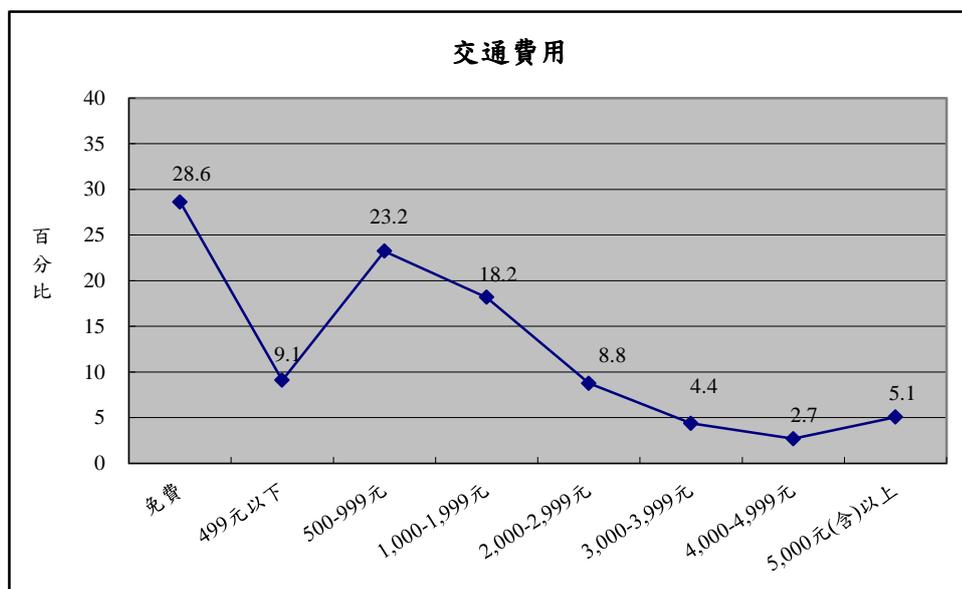


圖 2.5.6 交通費用

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29.3%，其次為「免費」佔22.7%，「2,000-2,999元」佔15.8%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	135	22.7
499元以下	27	4.5
500-999元	76	12.8
1,000-1,999元	174	29.3
2,000-2,999元	94	15.8
3,000-3,999元	42	7.1
4,000-4,999元	10	1.7
5,000元(含)以上	36	6.1
合計	594	100.0

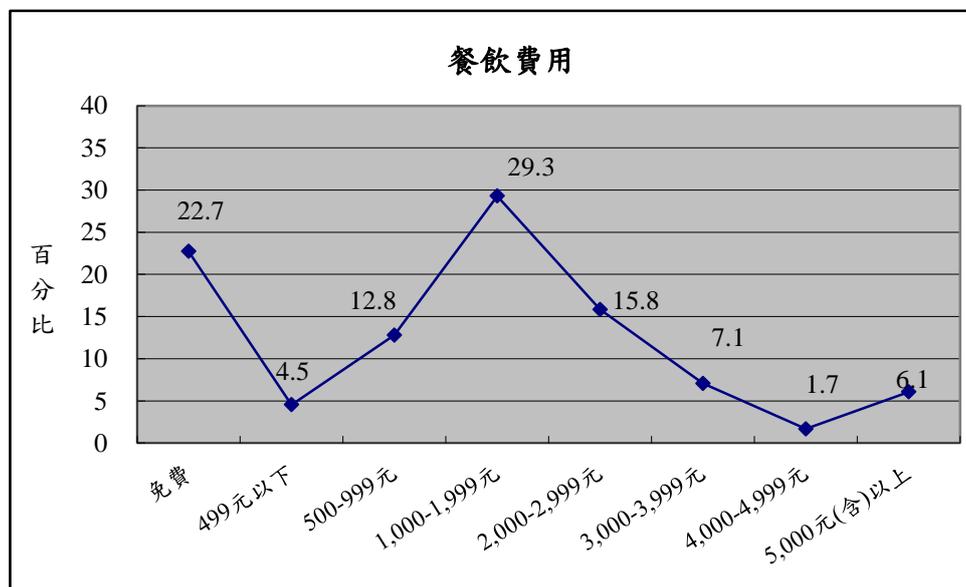


圖 2.5.7 餐飲費用

5. 特產及紀念品消費

由表2.5.9得知，來金觀光旅客中在特產及紀念品消費支出方面以「1,000-2,999元」佔49.3%比例為最高，其次為「3,000-4,999元」的旅客佔16.5%，「999元以下」之旅客佔11.6%為第三，詳細資料參閱表2.5.9/圖2.5.8。

表 2.5.9 特產及紀念品消費

特產消費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	51	8.6
999元以下	69	11.6
1,000-2,999元	293	49.3
3,000-4,999元	98	16.5
5,000-6,999元	50	8.4
7,000-9,999元	9	1.5
10,000-14,999元	13	2.2
15,000元(含)以上	11	1.9
合計	594	100.0

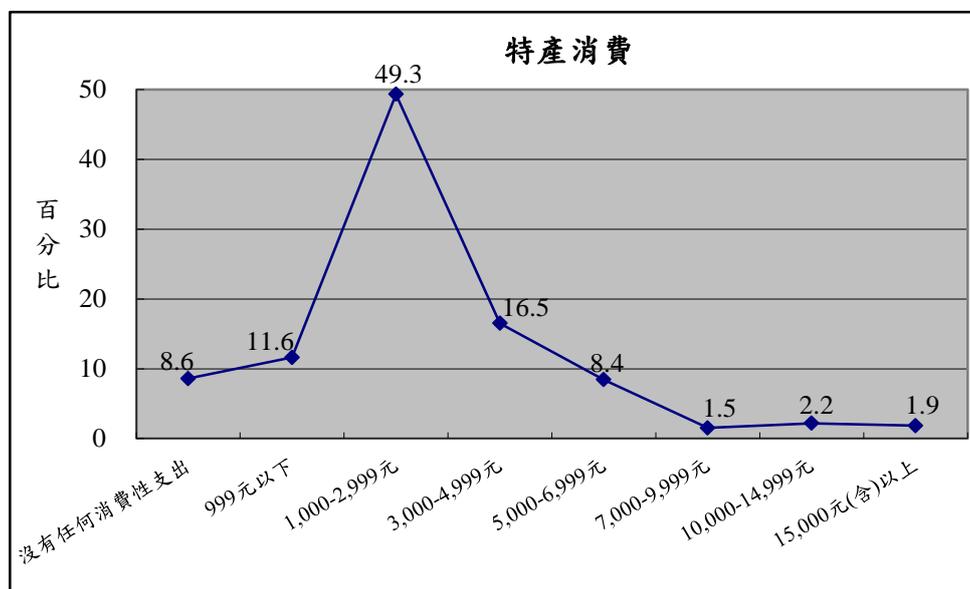


圖 2.5.8 特產及紀念品消費

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85.7%，其次為「1,000-1,999元」佔4.5%，「500-999元」之旅客佔2.9%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	509	85.7
499元以下	14	2.4
500-999元	17	2.9
1,000-1,999元	27	4.5
2,000-2,999元	7	1.2
3,000-3,999元	7	1.2
4,000-4,999元	0	0.0
5,000元(含)以上	13	2.2
合計	594	100.0

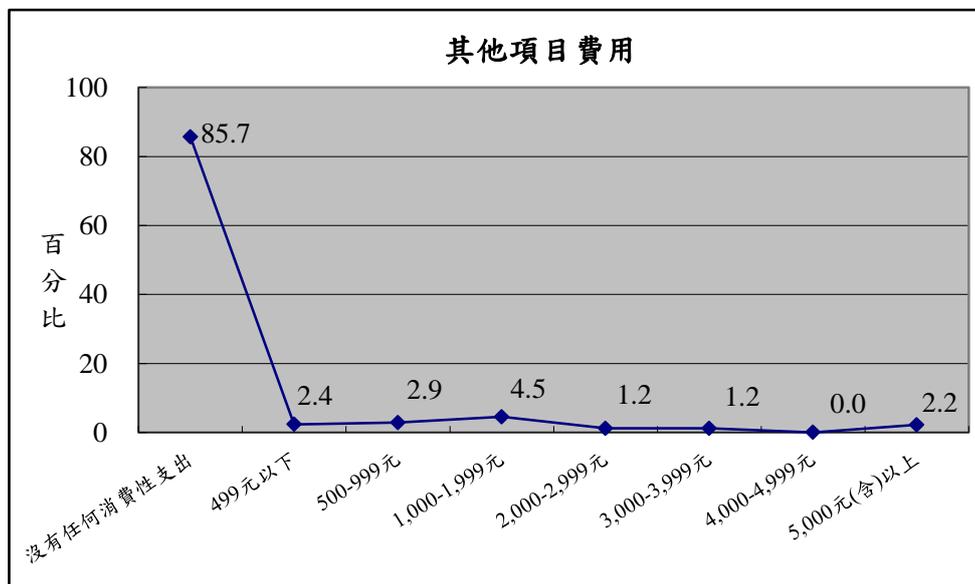


圖 2.5.9 其他項目費用

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7,688元，而特產及紀念品消費每人每次平均支出約為4,449元，其他項目費用每人每次平均支出約為324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12,461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	7,688	61.7
特產及紀念品消費支出	4,449	35.7
其他項目支出	324	2.6
合計	12,461	100.0

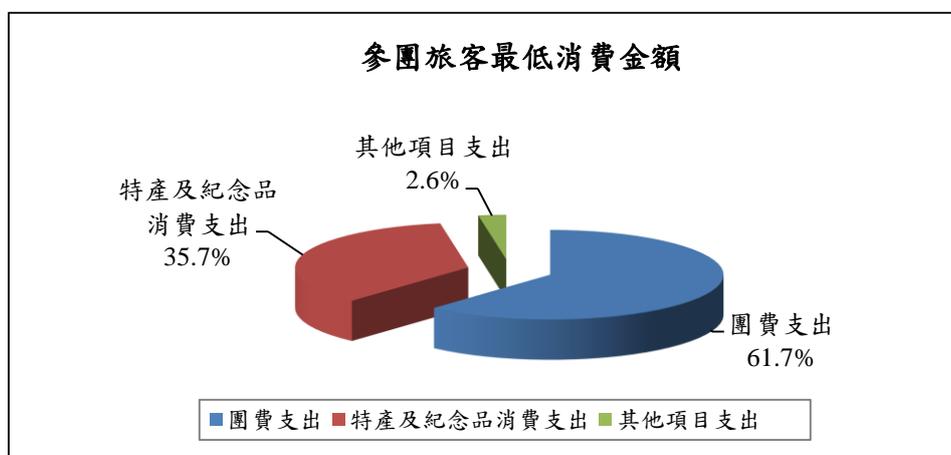


圖 2.5.10 參團旅客每人每次遊程平均最低消費金額

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3,600元，住宿費用每人每次平均支出約為1,704元，交通費用每人每次平均支出約為1,010元，餐飲費用每人每次平均支出約為1,279元，特產及紀念品費用每人每次平均支出約為2,947元，其他項目每人每次平均支出約為281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10,821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	3,600	33.3
住宿費用	1,704	15.7
交通費用	1,010	9.3
餐飲費用	1,279	11.8
特產及紀念品費用	2,947	27.2
其他項目費用	281	2.6
合計	10,821	100.0

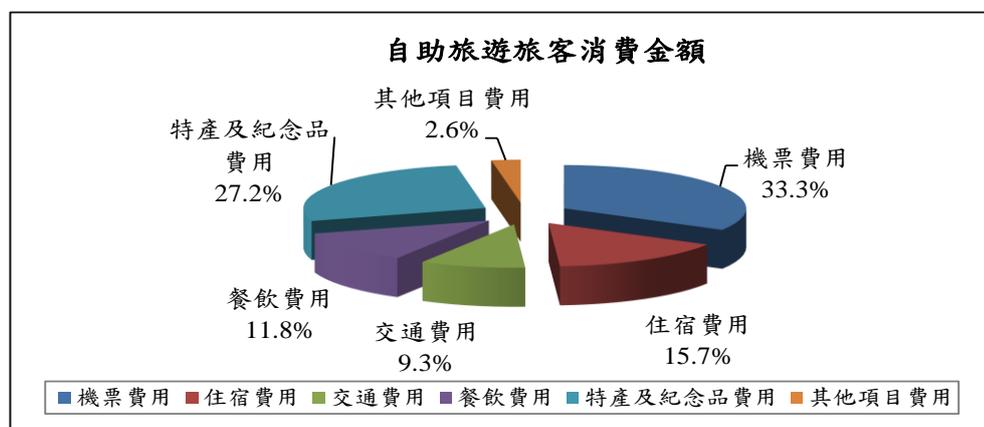


圖 2.5.11 自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額

三、107年度來金旅客最低消費總金額估算

107 年度來金旅客最低消費總額約為 83 億 0 仟 7 佰 6 拾 9 萬 9 千 4 百 30 元。估算方式參閱如后。

107 年經本調查隨機抽樣之台灣觀光旅客份數總人次為 1091 人(不包含小三通過境客)，其中參團旅客為 497 人，佔 45.6%，自助旅遊旅客 594 人，佔 54.4%。因此，由附錄七得知 107 年由尚義機場進出金門的旅客總人數約為 2,429,439 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 1,091 人佔總抽樣份數的 29.56%，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 70.44%，由此百分比來推估，107 年來金觀光旅遊人數約為 718,110 人，其中推估參團者約為 327,458 人，而自助旅遊者約為 390,652 人。而參團旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算為 12,461 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 10,821 元。

估算公式：

$$\text{總消費金額} = \text{參團旅客數} \times 12,461 \text{ 元} + \text{自助旅遊旅客數} \times 10,821 \text{ 元}$$

$$\begin{aligned} \text{總消費金額} &= 327,458 \text{ 人} \times 12,461 \text{ 元} + 390,652 \text{ 人} \times 10,821 \text{ 元} \\ &= 4,080,454,138 \text{ 元} + 4,227,245,292 \text{ 元} \\ &= 8,307,699,430 \text{ 元} \end{aligned}$$

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74.8%最受喜愛，「牛肉乾」佔48.1%次之，「麵線」佔37.9%為第三，「高粱酒」為37.4%，「一條根」為36.0%，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	816	74.8
牛肉乾	525	48.1
麵線	414	37.9
高粱酒	408	37.4
一條根	393	36.0
免稅品	318	29.1
餅類	249	22.8
風獅爺藝品	199	18.2
砲彈鋼刀	162	14.8
高粱醋(酵素)	85	7.8
無購買	63	5.8
大陸貨品	31	2.8
其他*	20	1.8

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1091份)

*選「其他」者填寫：炒泡麵、鹿肉乾、菸、背包、面膜、花生、油麵、蛋狗、明信片、醬料、蛋捲、芋餅、普洱茶、蒜薑、蠶絲被、枕頭等。

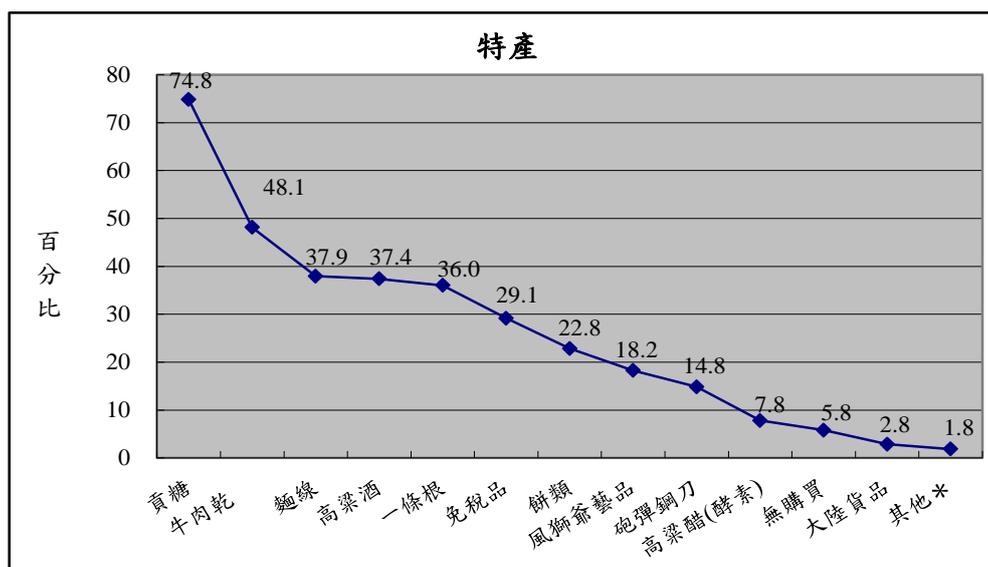


圖 2.5.12 特產種類

伍、購物地點

購物地點中以「自行前往之特產店」所佔比例最高為40.3%，「旅行社安排之特產店」為次之佔38.0%，「免稅店」佔32.7%為第三，「機場」佔17.5%，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
自行前往之特產店	440	40.3
旅行社安排之特產店	415	38.0
免稅店	357	32.7
機場	191	17.5
傳統市場	183	16.8
風景據點小販	177	16.2
景點遊客中心	91	8.3
無購買	64	5.9
其他*	6	0.5

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1091份)

*選「其他」者填寫：囍莊、朋友推薦、金門酒廠等。

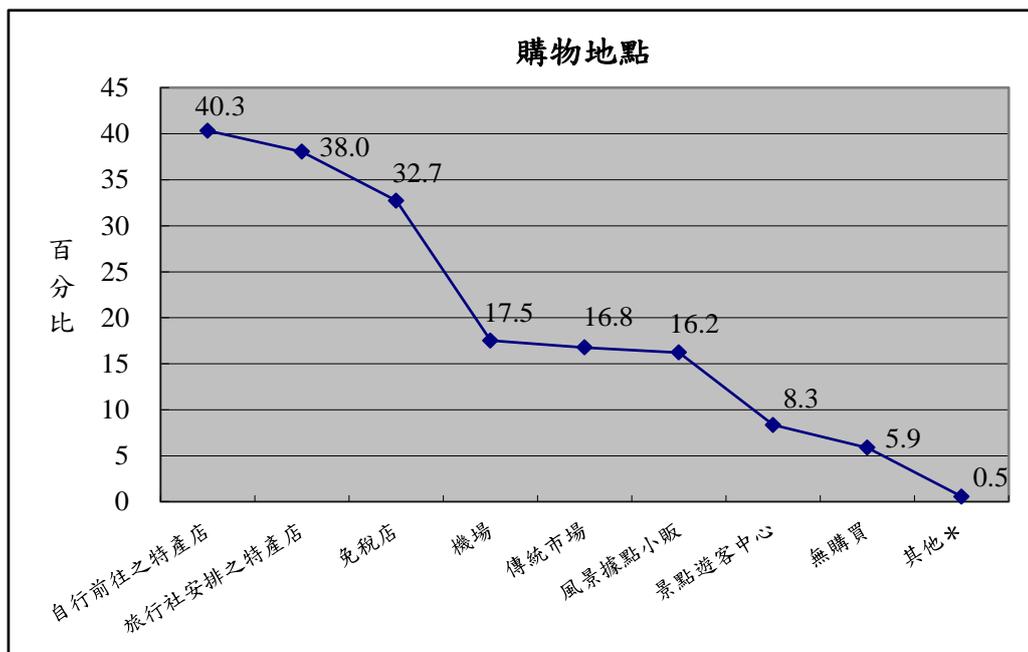


圖 2.5.13 購物地點

第六節 來金門旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

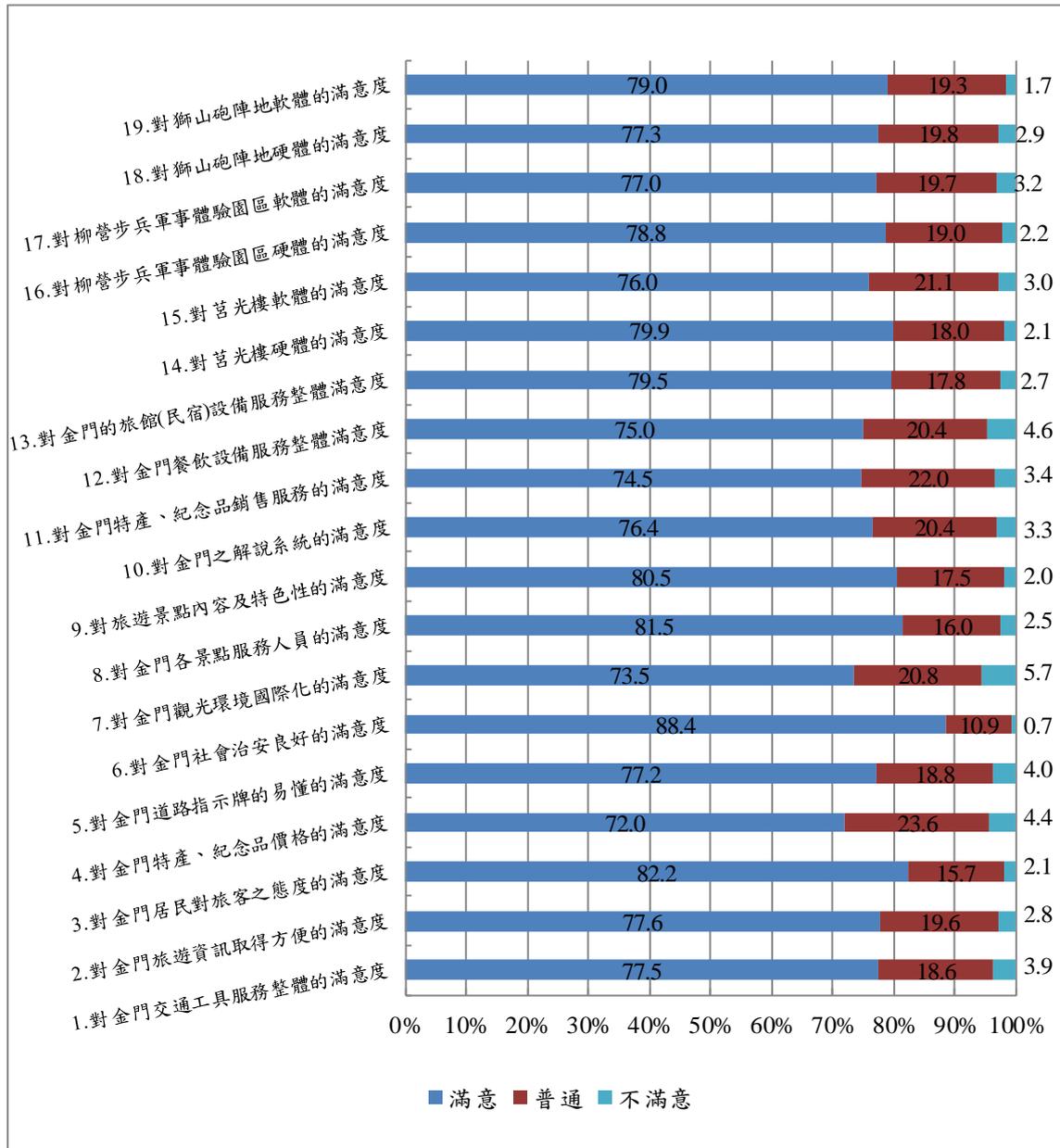
由表 2.6.1 得知，來金旅遊後對各項相關設施與服務滿意度以題項 6.對金門社會治安良好的滿意度為排序後的第一順位（平均數=4.32），題項 3.金門居民對旅客之態度的滿意度為排序後的第二順位（平均數=4.17），題項 8.金門各景點服務人員的滿意度為第三順位（平均數=4.14），相關數據請參閱下表。

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	4.06	0.85	10
2.對金門旅遊資訊取得方便的滿意度	4.09	0.81	7
3.對金門居民對旅客之態度的滿意度	4.17	0.79	2
4.對金門特產、紀念品價格的滿意度	3.95	0.86	13
5.對金門道路指示牌的易懂的滿意度	4.06	0.85	10
6.對金門社會治安良好的滿意度	4.32	0.70	1
7.對金門觀光環境國際化的滿意度	4.00	0.91	12
8.對金門各景點服務人員的滿意度	4.14	0.79	3
9.對旅遊景點內容及特色性的滿意度	4.12	0.76	5
10.對金門之解說系統的滿意度	4.06	0.83	10
11.對金門特產、紀念品銷售服務的滿意度	4.02	0.84	12
12.對金門餐飲設備服務整體滿意度	4.01	0.86	13
13.對金門的旅館(民宿)設備服務整體滿意度	4.13	0.82	4
14.對莒光樓硬體的滿意度	4.13	0.78	4
15.對莒光樓軟體的滿意度	4.03	0.82	11
16.對柳營步兵軍事體驗園區硬體的滿意度	4.11	0.79	6
17.對柳營步兵軍事體驗園區軟體的滿意度	4.07	0.84	9
18.對獅山砲陣地硬體的滿意度	4.08	0.82	8
19.對獅山砲陣地軟體的滿意度	4.11	0.78	5

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「對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「對金門觀光環境國際化的滿意度」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

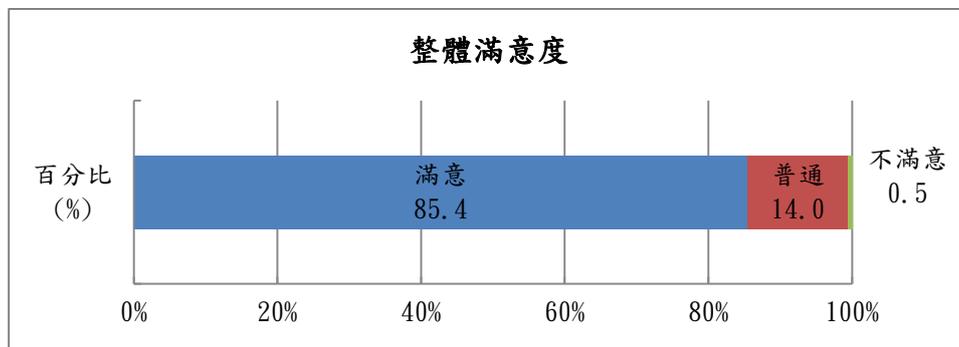
	類別	樣本數	百分比(%)
一、整體滿意度	非常滿意	386	35.4
	滿意	546	50.0
	普通	153	14.0
	不滿意	6	0.5
	非常不滿意	0	0.0
	小計	1091	100.0
二、推薦意願	非常願意	417	38.2
	願意	484	44.4
	普通	174	15.9
	不願意	14	1.3
	非常不願意	2	0.2
	小計	1091	100.0
三、回遊意願	非常願意	439	40.2
	願意	464	42.5
	普通	166	15.2
	不願意	19	1.7
	非常不願意	3	0.3
	小計	1091	100.0

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 35.4%、「滿意」為 50.0%，非常滿意與滿意合計百分比為 85.4%，「普通」佔 14.0%，「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百分比為 0.5%，整體滿意平均數為 4.20，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	386	35.4
滿意	546	50.0
普通	153	14.0
不滿意	6	0.5
非常不滿意	0	0.0
合計	1091	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」。

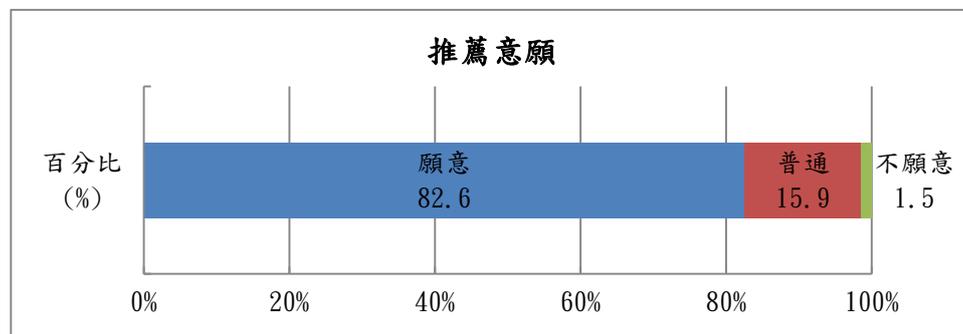
圖 2.7.1 來金旅客對金門之旅整體滿意度

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 38.2%、「願意」為 44.4%，非常願意與願意合計百分比為 82.6%，「普通」佔 15.9%，「不願意」為 1.3%、「非常不願意」為 0.2%，不願意與非常不願意合計百分比為 1.5%，推薦意願滿意平均數為 4.19，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	417	38.2
願意	484	44.4
普通	174	15.9
不願意	14	1.3
非常不願意	2	0.2
合計	1091	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」。

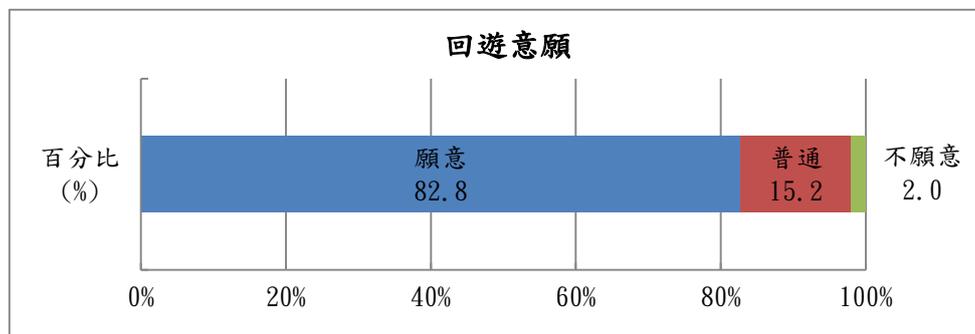
圖 2.7.2 來金旅客推薦金門之旅的意願

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 40.2%、「願意」為 42.5%，非常願意與願意合計百分比為 82.7%，「普通」佔 15.2%，「不願意」為 1.7%、「非常不願意」為 0.3%，不願意與非常不願意合計百分比為 2.0%，回遊意願滿意平均數為 4.21，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	439	40.2
願意	464	42.5
普通	166	15.2
不願意	19	1.7
非常不願意	3	0.3
合計	1091	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	198	39.8
	滿意	203	40.8
	普通	76	15.3
	不滿意	11	2.2
	非常不滿意	9	1.8
	小計		497
二、導遊滿意度	非常滿意	244	49.1
	滿意	184	37.0
	普通	54	10.9
	不滿意	13	2.6
	非常不滿意	2	0.4
	小計		497
三、遊程設計滿意度	非常滿意	190	38.2
	滿意	197	39.6
	普通	93	18.7
	不滿意	13	2.6
	非常不滿意	4	0.8
	小計		497
四、團費滿意度	非常滿意	184	37.0
	滿意	200	40.2
	普通	95	19.1
	不滿意	13	2.6
	非常不滿意	5	1.0
	小計		497

貳、來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度分析

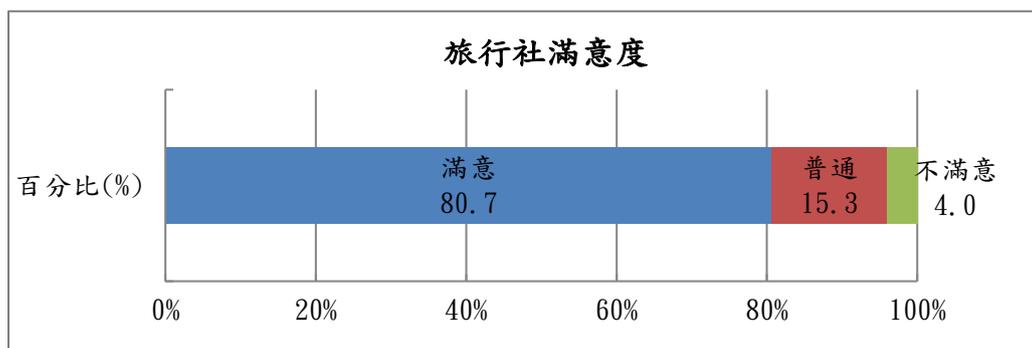
為了瞭解來金旅客對旅行社或導遊服務品質的滿意程度，針對遊客對旅行社、導遊、遊程設計及團費的滿意度進行調查。

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 39.8%、「滿意」為 40.8%，非常滿意與滿意合計為 80.6%，「普通」佔 15.3%，「不滿意」為 2.2%、「非常不滿意」為 1.8%，不滿意與非常不滿意合計為 4.0%，旅行社滿意平均數為 4.15，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	198	39.8
滿意	203	40.8
普通	76	15.3
不滿意	11	2.2
非常不滿意	9	1.8
合計	497	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」。

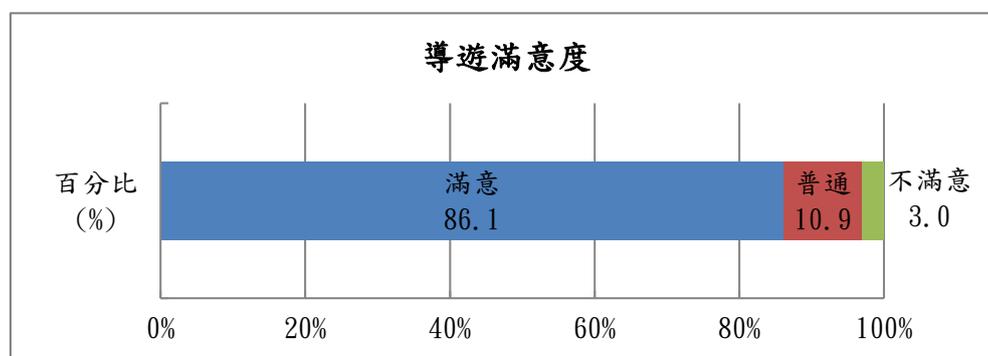
圖 2.8.1 來金旅客對旅行社整體滿意度

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 49.1%、「滿意」為 37.0%，非常滿意與滿意合計為 86.1%，「普通」佔 10.9%，「不滿意」為 2.6%、「非常不滿意」為 0.4%，不滿意與非常不滿意合計為 3.0%，導遊滿意平均數為 4.32，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	244	49.1
滿意	184	37.0
普通	54	10.9
不滿意	13	2.6
非常不滿意	2	0.4
合計	497	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」。

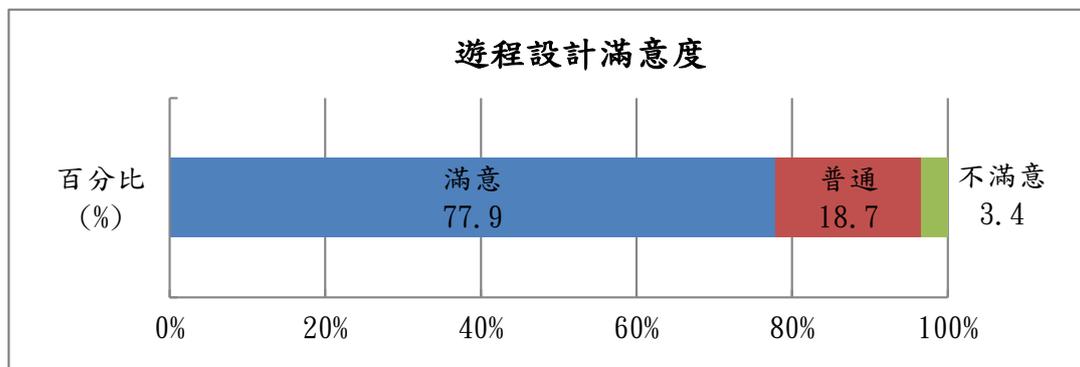
圖 2.8.2 來金旅客對導遊整體滿意度

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 38.2%、「滿意」為 39.6%，非常滿意與滿意合計為 77.8%，「普通」佔 18.7%，「不滿意」為 2.6%，「非常不滿意」為 0.8%，不滿意與非常不滿意合計為 3.4%，遊程設計滿意平均數 4.12，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	190	38.2
滿意	197	39.6
普通	93	18.7
不滿意	13	2.6
非常不滿意	4	0.8
合計	497	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」。

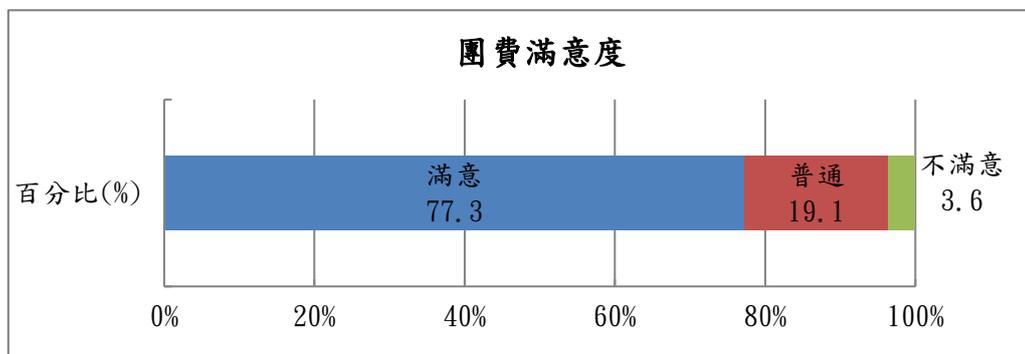
圖 2.8.3 來金旅客對遊程設計的整體滿意度

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 37.0%、「滿意」為 40.2%，非常滿意與滿意合計為 77.2%，「普通」佔 19.1%，「不滿意」為 2.6%、「非常不滿意」為 1.0%，不滿意與非常不滿意合計為 3.6%，團費滿意平均數為 4.10，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	184	37.0
滿意	200	40.2
普通	95	19.1
不滿意	13	2.6
非常不滿意	5	1.0
合計	497	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. 很好，道路很乾淨，心曠神怡，很喜歡金門。(107A001)
2. 公車行班可再縮短。(107A006)
3. 大眾運輸工具可以再加強，不然如果沒有車的話，還蠻不方便的。(107A024)
4. 晚上道路路燈不是很明亮，騎車、開車蠻危險的。(107A025)
5. 晚上吃飯蠻不方便的，許多店家都沒有開了。(107A026)
6. 公車不便捷。(107A028)、(107A029)
7. 吸菸區多一點。(107A033)
8. 計程車的規畫可再加強，特色可再增加宣傳。(107A035)
9. 行動支付不普遍。(107A036)
10. 對於天氣不佳的機位調動再加強。(107A038)
11. 環境整體乾淨，但是有些設施老舊，都沒人保養或淘汰。(107A039)
12. 通往大陸船班次可以開晚班。(107A048)
13. 整體全面建設待加強。(107A062)

第二季

1. 有些店家賣東西態度有點跼。(107A271)
2. 公車車次間隔可以短一點，等公車才不會太久。(107A284)
3. 大眾交通工具不夠發達。(107A286)
4. 計程車收費標準有所疑慮，與本島收費方式為何有所落差?(107A300)
5. 有些公廁很髒亂。(107A301)
6. 下次再來自由行。(107A302)
7. 人民淳樸，唯有觀光環境上要提升，否則跟不上廈門的進步。(107A313)
8. 要有夜市。(107A320)
9. 要有大型的購物商場才會吸引我來。(107A325)
10. 餐飲及住宿需提升加強，從廈門到金門好像來到第三世界。(107A341)
11. 改進並增顯金門特色。(107A351)
12. 環境。(107A358)
13. 非常好，吃、住、環境都很讚。(107A363)
14. 觀光解說做得很好，人們都好客。(107A367)

15. 進步空間很大，繼續努力，加油。(107A368)
16. 快開放大二膽島。(107A376)

第三季

1. 鋼刀可增加指甲刀項目，拆信刀等實用物品。(107A544)
2. 公共廁所要有洗手乳較衛生！。(107A545)
3. 純天然居多，服務尚可。(107A557)
4. 公共交通不夠方便。(107A564)
5. 不錯，短暫停留，希望可以再來一次。一條根服務講解人員（先生）態度好，購買商品服務親切。(107A567)
6. 遊憩手冊取得不易，交通不便。(107A587)
7. 計程車收費。(107A596)
8. 較台灣本島優，但可再精緻國際化！！!(107A613)
9. (1)交通不便沒有環島交通公車，騎自行車很危險，因為沒有自行車專用道，(3)商業代不明顯不專業，(4)稍晚就找不到餐廳，飲食也少無特色。(107A624)
10. 越來越沒戰地特色，太過現代化。(107A626)
11. 可以採用一些自助付費自行車／電動車。(107A632)
12. 景點的解說機壞損應改進。(107A645)
13. 要有動的行程與休閒行程。(107A648)
14. 提升餐飲業的普及。(107A650)
15. 對外交通（航空）極度不便，急需改善。建議成立金酒航空，每日往返台金至少十航次。(107A705)
16. 台北—金門航線於旺季期間可評估增加班機。(107A708)、(107A723)
17. 機場到金城車站公車可多一點班次。(107A709)
18. 晚上沒地方去。(107A725)
19. 有些景點的路標沒有指示清楚或是無路標，花時間在尋找景點上。(107A726)
20. 推廣更多路邊商家，讓當地變得更熱鬧，經濟更發達。(107A729)
21. 還有進步的空間，例如晚間的燈光秀到現場才知道壞了沒表演。(107A730)
22. 小吃店的營業時間不固定，容易讓人撲空。(107A736)
23. 有些設備老舊。(107A746)

24. 樹多種一點。(107A747)
25. 安排 3-5 天觀光行程。(107A751)
26. 觀光環境不用太過度開發。(107A752)
27. 可依不同之題，例如文化戰地史、飲食、生態規劃深度之旅。(107A762)
28. 交通不便捷及飲食方面需提升，不太便民。(107A773)
29. (1)傳統聚落的導航精準度較差，(2)希望能更容易取得風獅爺地圖(大比例尺)，(3)擎天廳預約行程臨時告知取消，(4)大膽島開放後才新增登島資格。(107A784)
30. 醫療欠缺。(107A791)
31. 縣政府與軍方需事先協調，以免出現突然借用場地，影響遊客的行程(如擎天廳)，大膽島開放參觀的流程規定未確實、明確，希望以後能減少類似的事情。(107A801)
32. 機票費用偏高，與廉航飛日、韓、非、馬來西亞相去不遠。(107A813)
33. 方便性。(107A814)
34. 接待國際旅客的準備，加強硬體設施的提升。(107A815)

第四季

1. 真心覺得好吃的東西不多，傳統小吃店用餐環境不佳。(107A978)
2. 提款機設置。(107A982)
3. 勿過度開發，砲要保養，盡保持舊有古蹟、建築。(107A1007)
4. 加強親和力。(107A1018)
5. 加強兩岸交流及旅遊業。(107A1023)
6. 觀光要再多加強規劃、飲食選擇少。(107A1035)
7. 小金門有許多資源待開發，值得推廣。(107A1051)
8. 特產銷售笑容應更好一點。(107A1055)
9. 購買傳統小吃的攤販可增加。(107A1058)
10. 大眾交通不便，可設旅遊 bus；應有伴手禮專賣中心，也可作套裝禮盒。(107A1060)
11. 風獅爺的特色非常薄弱，幾乎無特色也無公告規劃。(107A1061)
12. 路燈多一點。(107A1062)
13. 邁向國際化。(107A1072)

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 107 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，「台灣觀光旅客」、「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)	270	193	620	218	46	51	1398
	19.3	13.8	44.3	15.6	3.3	3.6	100
第二季(04-06月)	269	115	324	119	12	37	876
	30.7	13.1	37.0	13.6	1.4	4.2	100
第三季(07-09月)	276	138	258	115	13	38	838
	32.9	16.5	30.8	13.7	1.6	4.5	100
第四季(10-12月)	276	128	236	136	15	28	819
	33.7	15.6	28.8	16.6	1.8	3.4	100
合計	1091	574	1438	588	86	154	3931

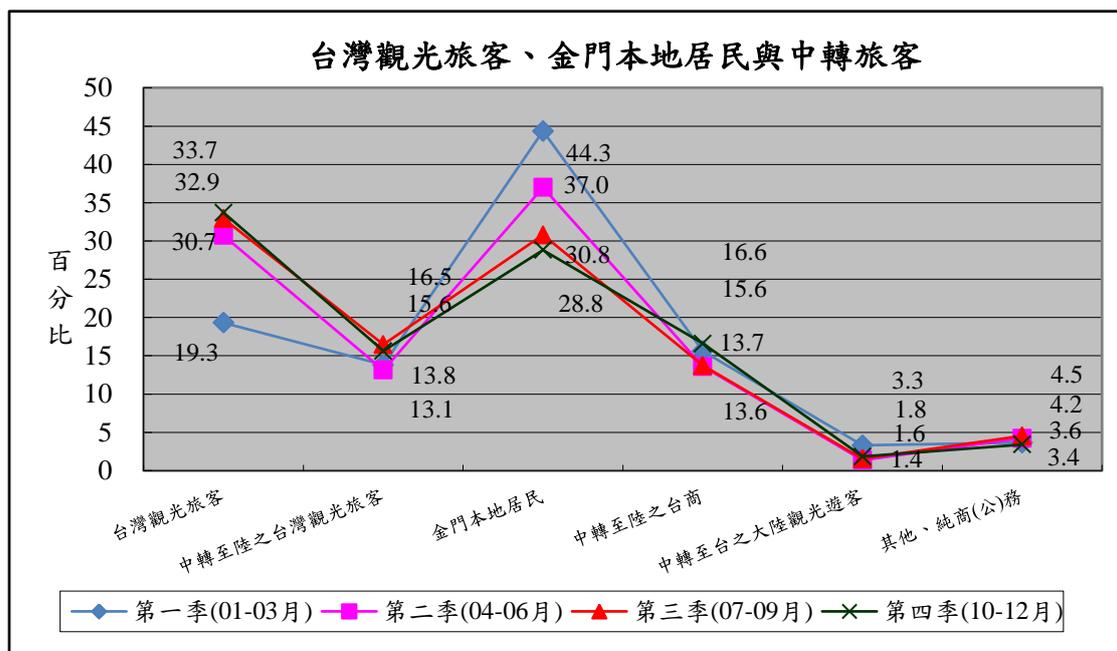


圖 2.9.1 台灣觀光客、金門本地居民與中轉旅客

貳、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 2.9.2。

表 2.9.2 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)	158 58.5	61 22.6	1 0.4	10 3.7	37 13.7	3 1.1	270 100
第二季(04-06月)	102 37.9	62 23.0	15 5.6	20 7.4	46 17.1	24 8.9	269 100
第三季(07-09月)	140 50.7	42 15.2	22 8.0	9 3.3	8 2.9	55 19.9	276 100
第四季(10-12月)	144 52.2	44 15.9	21 7.6	10 3.6	6 2.2	51 18.5	276 100
合計	544	209	59	49	97	133	1091
排序	1	2	5	6	4	3	

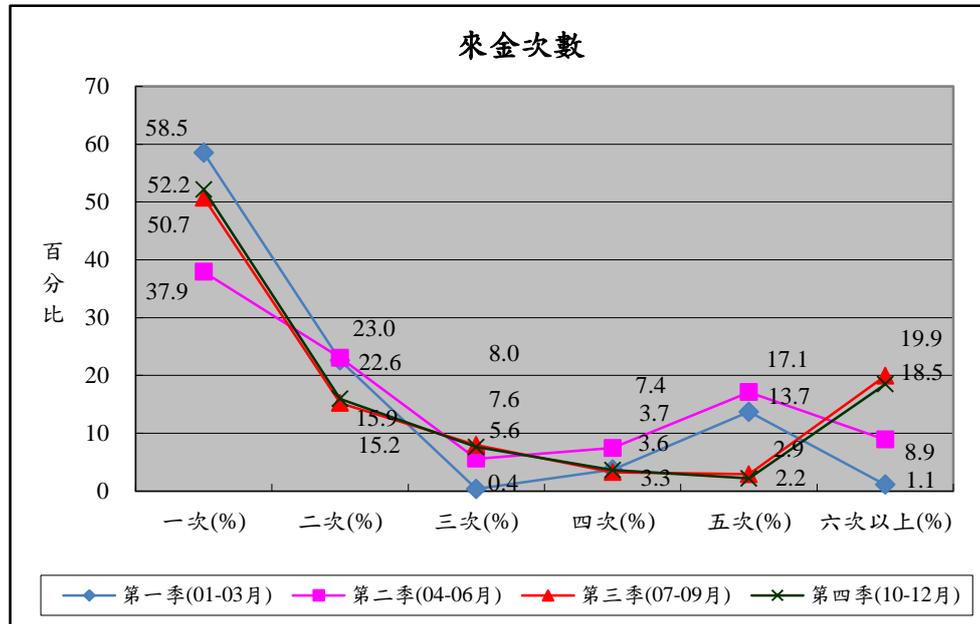


圖 2.9.2 來金次數

參、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 2.9.3。

表 2.9.3 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)	246	16	3	5	270
	91.1	5.9	1.1	1.9	100
第二季(04-06月)	168	33	53	15	269
	62.5	12.3	19.7	5.6	100
第三季(07-09月)	180	49	33	14	276
	65.2	17.8	12.0	5.1	100
第四季(10-12月)	199	32	32	13	276
	72.1	11.6	11.6	4.7	100
合計	793	130	121	47	1091
排序	1	2	3	4	

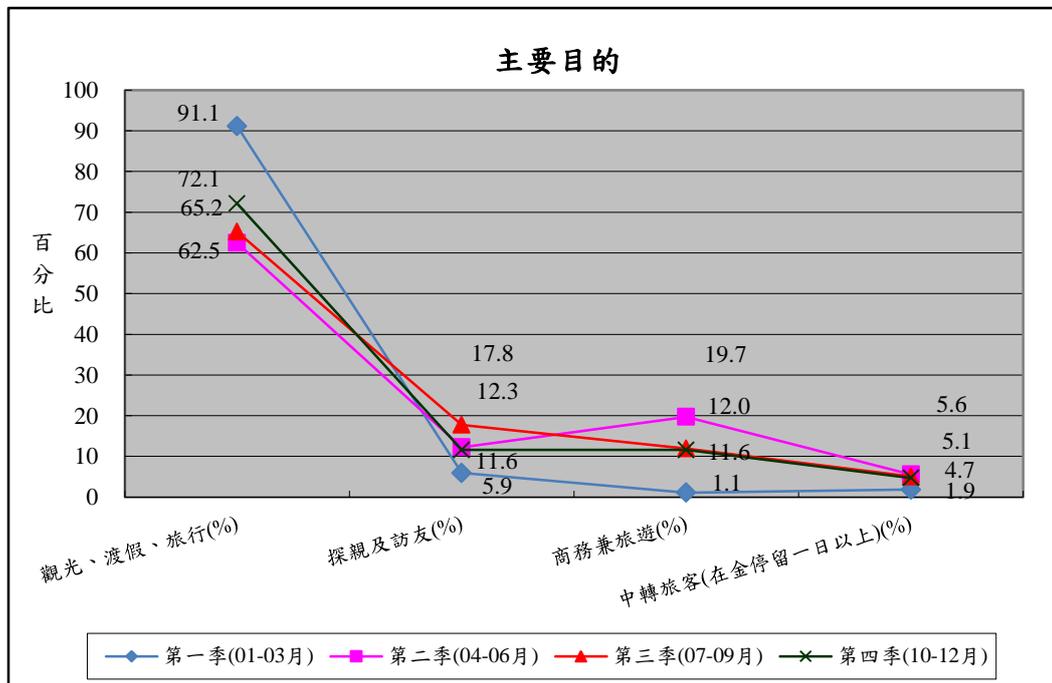


圖 2.9.3 主要目的

肆、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 2.9.4。

表 2.9.4 停留時間

停留時間	全年調查樣本					合計
	當天來回(%)	二天一夜(%)	三天二夜(%)	四天三夜(%)	五天(含)以上(%)	
第一季(01-03月)	0	75	148	18	29	270
	0.0	27.8	54.8	6.7	10.7	100
第二季(04-06月)	2	207	37	9	14	269
	0.7	77.0	13.8	3.3	5.2	100
第三季(07-09月)	11	67	115	36	47	276
	4.0	24.3	41.7	13.0	17.0	100
第四季(10-12月)	18	40	153	26	39	276
	6.5	14.5	55.4	9.4	14.1	100
合計	31	389	453	89	129	1091
排序	5	2	1	4	3	

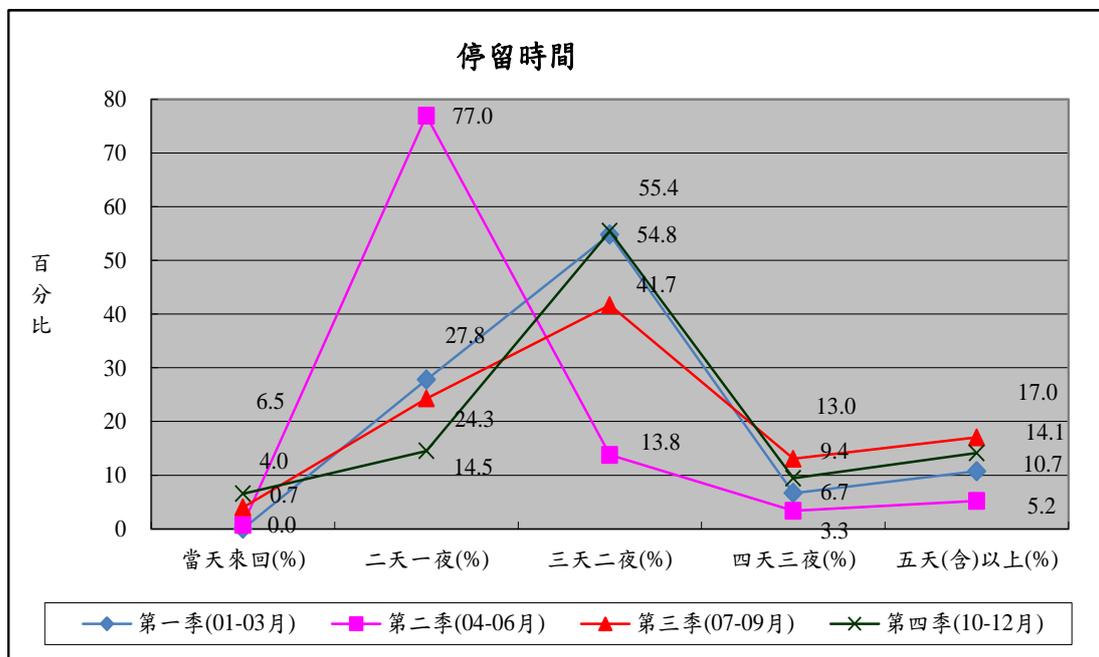


圖 2.9.4 停留時間

伍、團費

團體旅遊團費集中在「8,000-9,999 元」為第一，「10,000 元(含)以上」為第二，「7,000-7,999 元」為第三。第一季團費集中在「8,000-9,999 元」佔 41.9%，第二季團費集中在「10,000 元(含)以上」佔 45.0%，第三季團費集中在「8,000-9,999 元」佔 32.2%，第四季團費集中在「8,000-9,999 元」佔 43.7%。詳細資料請參閱表/圖 2.9.5。

表 2.9.5 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)	0	4	7	16	40	62	19	148
	0.0	2.7	4.7	10.8	27.0	41.9	12.8	100
第二季(04-06月)	4	1	1	10	24	37	63	140
	2.9	0.7	0.7	7.1	17.1	26.4	45.0	100
第三季(07-09月)	4	2	17	22	4	29	12	90
	4.4	2.2	18.9	24.4	4.4	32.2	13.3	100
第四季(10-12月)	5	4	5	15	13	52	25	119
	4.2	3.4	4.2	12.6	10.9	43.7	21.0	100
合計	13	11	30	63	81	180	119	497
排序	6	7	5	4	3	1	2	

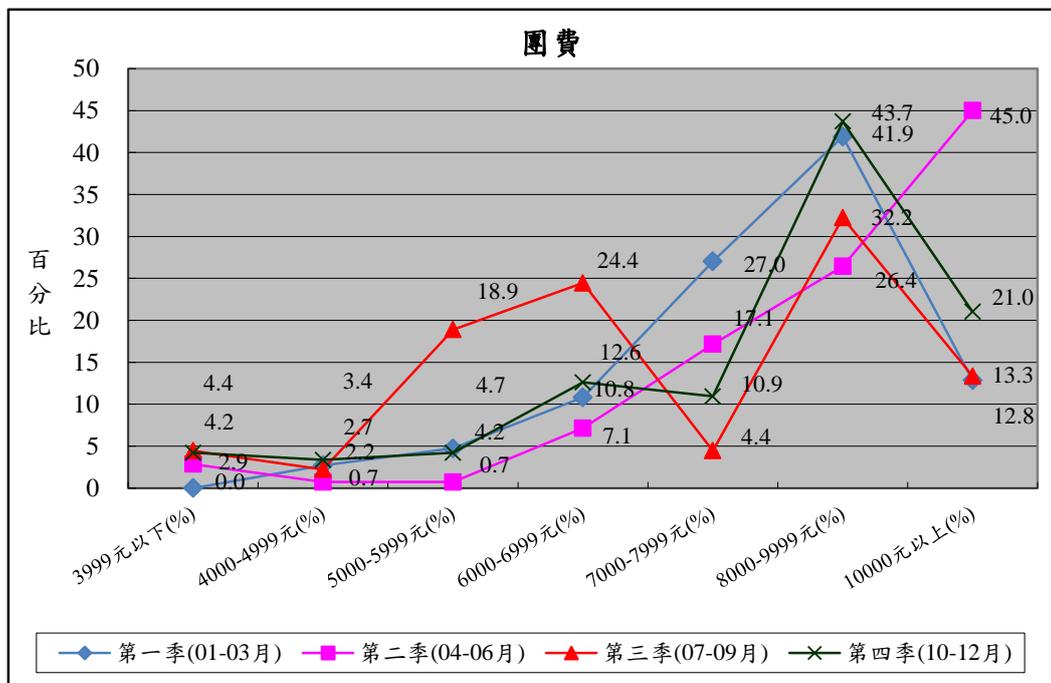


圖 2.9.5 團費

陸、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」、「電腦網路」、「旅行社」、「個人經驗」、「電子媒體」，與 106 年度調查的前五名：「親友、同事、同學、鄰居」、「電腦網路」、「個人經驗」、「旅行社」、「未曾索取資料」順序略為不同。詳細資料請參閱表 2.9.6。

表 2.9.6 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)	90	77	63	36	39
	33.3	28.5	23.3	13.3	14.4
第二季(04-06月)	22	26	58	85	32
	8.2	9.7	21.6	31.6	11.9
第三季(07-09月)	22	37	83	63	17
	8.0	13.4	30.1	22.8	6.2
第四季(10-12月)	27	25	74	67	11
	9.8	9.1	26.8	24.3	4.0
合計	161	165	278	251	99
排序	6	5	2	3	7
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)	54	24	7	36	0
	20.0	8.9	2.6	13.3	0.0
第二季(04-06月)	14	44	23	118	3
	5.2	16.4	8.6	43.9	1.1
第三季(07-09月)	8	56	26	119	8
	2.9	20.3	9.4	43.1	2.9
第四季(10-12月)	3	52	31	119	1
	1.1	18.8	11.2	43.1	0.4
合計	79	176	87	392	12
排序	9	4	8	1	10

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數270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269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276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276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，「四次」最少。

交叉比較發現，「觀光、渡假、旅行」與「商務兼觀光旅遊」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	461	37	32	14	544
	84.7	6.8	5.9	2.6	100
二次	161	13	21	14	209
	77.0	6.2	10.0	6.7	100
三次	26	21	10	2	59
	44.1	35.6	16.9	3.4	100
四次	29	10	6	4	49
	59.2	20.4	12.2	8.2	100
五次	76	10	8	3	97
	78.4	10.3	8.2	3.1	100
六次以上	40	39	44	10	133
	30.1	29.3	33.1	7.5	100
合計	793	130	121	47	1091
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「自行規劃行程的旅遊」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28.8%。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32.0%。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	36	57	94	143	106	50	11	497
	7.2	11.5	18.9	28.8	21.3	10.1	2.2	100
自行規劃行 程的旅遊	46	190	139	118	69	31	1	594
	7.7	32.0	23.4	19.9	11.6	5.2	0.2	100
合計	82	247	233	261	175	81	12	1091
排序	5	2	3	1	4	6	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48.5%、「女性」旅客比例為51.5%，採自行規劃行程的旅遊之「男性」旅客比例為51.2%、「女性」旅客為48.8%。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	241	256	497
	48.5	51.5	100
自行規劃行程的旅遊	304	290	594
	51.2	48.8	100
合計	545	546	1091

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0.7%，而非常滿意和滿意之百分比總和分佈在「自行規劃行程的旅遊」為85.9%。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	2	4	6
	0.4	0.7	
(1+2)比例總和	0.4	0.7	
3.普通	73	80	153
	14.7	13.5	
4.滿意	238	308	546
	47.9	51.9	
5.非常滿意	184	202	386
	37.0	34.0	
(4+5)比例總和	84.9	85.9	
合計	497	594	1091

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0.7%。而非常滿意與滿意之百分比總和分佈在「男性」為85.9%。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	4	2	6
	0.7	0.4	
(1+2)比例總和	0.7	0.4	
3.普通	73	80	153
	13.4	14.7	
4.滿意	285	261	546
	52.3	47.8	
5.非常滿意	183	203	386
	33.6	37.2	
(4+5)比例總和	85.9	85.0	
合計	545	546	1091

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、景點軟硬體滿意度)、整體滿意度、推薦回遊意願共七構面間差異分析，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有顯著性差異。「觀光、渡假、旅行」對旅行社套裝行程滿意高於「探親及訪友」者。

三、旅客動向

在蒞臨次數、停留時間方面，對旅行社套裝行程滿意度無顯著性差異。

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	241	4.13	-0.95	
	(2)女	256	4.21		
年齡	(1)19歲以下	36	4.23	1.05	
	(2)20-29歲	57	4.03		
	(3)30-39歲	94	4.17		
	(4)40-49歲	143	4.13		
	(5)50-59歲	106	4.30		
	(6)60-69歲	50	4.15		
	(7)70歲及以上	11	4.09		
教育程度	(1)國中及以下	60	4.25	0.60	
	(2)高中、職	139	4.21		
	(3)專科、大學	254	4.14		
	(4)研究所及以上	44	4.11		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	31	4.23	0.33	
	(2)專業人員	84	4.14		
	(3)技術員及助理專業人員	47	3.88		
	(4)事務工作人員	25	4.22		
	(5)服務工作人員及售貨員	78	4.19		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	8	4.06		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	70	4.23		
	(8)學生	49	4.12		
	(9)家庭主婦	61	4.32		
	(10)退休人員	30	4.13		
	(11)其他	14	4.34		
平均所得	(1)無經常性收入	107	4.28	0.21	
	(2)19,999元以下	15	4.32		
	(3)2萬-29,999元	65	4.30		
	(4)3萬-39,999元	110	4.03		
	(5)4萬-49,999元	78	4.13		
	(6)5萬-69,999元	70	4.11		
	(7)7萬-99,999元	26	4.06		
	(8)10萬元以上	26	4.28		

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)	207	4.12	0.93	
	(2)中部(中彰投雲嘉)	180	4.19		
	(3)南部(南高屏)	93	4.28		
	(4)東部(宜花東)	3	3.67		
	(5)離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	9	4.08		
	(6)海外	5	4.10		
婚姻	(1)已婚	321	4.19	0.90	
	(2)單身	176	4.13		

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	419	4.21	4.60**	1>2
	(2)探親及訪友	11	3.52		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	45	4.06		
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	22	3.89		

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

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	218	4.17	0.95	
	(2)3天2夜	242	4.20		
	(3)4天3夜	11	3.77		
	(4)5天(含)以上	15	4.05		
	(5)當天來回	11	4.23		
蒞臨次數	(1)一次	280	4.15	2.21	
	(2)二次	122	4.13		
	(3)三次	18	3.83		
	(4)四次	12	4.52		
	(5)五次	49	4.37		
	(6)六次以上	16	4.34		

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四構面皆有顯著性差異。「50-59 歲」對觀光便利性滿意度高於「20-29 歲」者。「50-59 歲」對觀光環境滿意度高於「20-29 歲」、「30-39 歲」者。「50-59 歲」對服務設施滿意度高於「20-29 歲」者。「50-59 歲」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「20-29 歲」、「30-39 歲」者。

在教育程度方面，對各項設施與服務滿意度四構面皆有顯著性差異。「國中及以下」、「高中、職」對觀光便利性滿意度高於「專科、大學」、「研究所及以上」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」、「研究所及以上」者。「國中及以下」、「高中、職」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「專科、大學」、「研究所及以上」者。

在職業方面，對各項設施與服務滿意度一構面有顯著性差異。「家庭主婦」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「專業人員」、「事務工作人員」、「學生」者。

在平均所得方面，對各項設施與服務滿意度一構面有顯著性差異。「無經常性收入」、「2 萬-29999 元」、「3 萬-39999 元」、「4 萬-49999 元」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「7 萬-99999 元」者。

在性別、居住地區、婚姻方面，在各項設施與服務滿意度四構面皆無顯著差異。

二、旅遊決策

在主要目的方面，對各項設施與服務滿意度四構面皆有顯著性差異。「觀光、渡假、旅行」對觀光便利性滿意度高於「商(公)務兼觀光旅遊」者。「觀光、渡假、旅行」對觀光環境滿意度高於「探親及訪友」、「商(公)務兼觀光旅遊」者。「觀光、渡假、旅行」對服務設施滿意度

高於「探親及訪友」、「商(公)務兼觀光旅遊」者。「觀光、渡假、旅行」、對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「商(公)務兼觀光旅遊」者。

三、旅客動向

在停留時間方面，對各項設施與服務滿意度一構面有顯著性差異。「2天1夜」、「3天2夜」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「4天3夜」、「當天來回」者；「5天(含)以上」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「當天來回」者。

在蒞臨次數方面，對各項設施與服務滿意度三構面有顯著性差異。「五次」對觀光便利性滿意度高於「六次以上」者。「五次」對服務設施滿意度高於「六次以上」者。「五次」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「一次」、「二次」、「三次」、「六次以上」者。

在交通工具方面，對各項設施與服務滿意度二構面有顯著性差異。「租用汽車」對觀光環境滿意度高於「租用機車」者。「遊覽車」對旅遊景點軟硬體服務滿意度高於「租用機車」者。

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	景點軟硬體服務滿意度
性別	(1)男	545	4.06	4.07	4.03	3.40
	(2)女	546	4.01	4.08	4.04	3.32
	t值		0.95	-0.33	-0.27	0.92
年齡	(1)19歲以下	82	4.08	4.13	4.17	3.33
	(2)20-29歲	247	3.88	3.98	3.95	3.23
	(3)30-39歲	233	4.01	4.00	4.01	3.19
	(4)40-49歲	261	4.02	4.08	4.00	3.52
	(5)50-59歲	175	4.27	4.31	4.20	3.68
	(6)60-69歲	81	4.05	3.99	3.97	3.10
	(7)70歲及以上	12	4.25	3.95	4.15	3.01
	F值		3.81***	4.76***	2.65*	3.18**
Scheffe法		5>2	5>2, 5>3	5>2	5>2, 5>3	
教育程度	(1)國中及以下	86	4.26	4.13	4.25	3.55
	(2)高中、職	235	4.18	4.22	4.17	3.63
	(3)專科、大學	629	3.98	4.04	3.99	3.31
	(4)研究所及以上	141	3.89	3.95	3.89	3.03
	F值		6.55***	5.46***	7.50***	5.76***
Scheffe法		1>3, 1>4, 2>3, 2>4	2>3, 2>4	1>3, 1>4, 2>3, 2>4	1>3, 1>4, 2>3, 2>4	
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	80	4.01	4.05	4.00	3.48
	(2)專業人員	231	3.99	4.07	4.03	3.13
	(3)技術員及助理專業人員	83	3.96	3.99	3.93	3.49
	(4)事務工作人員	74	3.97	3.96	3.98	3.03
	(5)服務工作人員及售貨員	176	4.13	4.09	4.06	3.44
	(6)農、林、漁、牧工作人員	13	3.77	3.94	3.90	3.79
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力	99	4.07	4.08	4.00	3.45
	(8)學生	161	3.92	4.02	4.01	3.24
	(9)家庭主婦	91	4.24	4.32	4.18	3.89
	(10)退休人員	57	4.19	4.11	4.14	3.35
	(11)其他	26	4.04	4.14	4.19	3.38
	F值		1.61	1.59	0.89	2.52**
Scheffe法					9>2, 9>4 9>8	

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	景點軟硬體服務滿意度
平均所得	(1)無經常性收入	219	4.10	4.12	4.11	3.42
	(2)19,999元以下	48	3.93	4.05	4.01	3.49
	(3)2萬-29,999元	146	4.05	4.07	4.03	3.49
	(4)3萬-39,999元	216	3.99	4.05	3.99	3.42
	(5)4萬-49,999元	175	4.07	4.08	4.07	3.40
	(6)5萬-69,999元	166	4.00	4.03	4.00	3.22
	(7)7萬-99,999元	62	3.94	4.03	3.89	2.65
	(8)10萬元以上	59	4.13	4.19	4.11	3.51
	F值		0.66	0.55	0.90	2.69**
Scheffe法					1>7, 3>7 4>7, 5>7	
居住地區	(1)北部(基北桃竹苗)	477	4.03	4.08	4.04	3.30
	(2)中部(中彰投雲嘉)	315	4.07	4.07	4.02	3.33
	(3)南部(南高屏)	255	4.05	4.09	4.09	3.59
	(4)東部(宜花東)	10	3.70	3.98	3.88	2.85
	(5)離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	20	4.00	4.08	4.08	3.26
	(6)海外	14	3.64	3.66	3.43	2.49
	F值		1.03	1.07	2.20	2.64*
Scheffe法					n.s	
婚姻	(1)已婚	577	4.10	4.10	4.14	3.47
	(2)單身	514	3.96	3.96	4.00	3.24
	t值		2.74	3.27	1.59	2.61

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

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	景點軟硬體服務滿意度
主要目的	(1)觀光、渡假、旅行	793	4.08	4.11	4.11	3.50
	(2)探親及訪友	130	4.00	4.02	3.89	3.19
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	121	3.80	3.90	3.75	2.83
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	47	3.95	4.07	3.99	2.91
	F值		4.30**	3.48*	9.95***	9.43***
Scheffe法		1>3	1>2, 1>3	1>2, 1>3	1>3	

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

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	景點軟硬體 服務滿意度
停留 時間	(1)2天1夜	389	4.11	4.11	4.05	3.55
	(2)3天2夜	453	4.07	4.10	4.09	3.43
	(3)4天3夜	89	3.87	3.94	3.99	2.74
	(4)5天(含)以上	129	3.85	4.03	3.89	3.30
	(5)當天來回	31	3.87	3.89	3.83	2.07
	F值		3.68**	1.81	2.58*	11.77***
	Scheffe法		n.s		n.s	1>3, 1>5, 2>3, 2>5, 4>5
蒞臨 次數	(1)一次	544	4.00	4.05	4.04	3.26
	(2)二次	209	4.11	4.10	4.01	3.44
	(3)三次	59	4.09	4.07	4.07	2.99
	(4)四次	49	3.96	4.04	3.89	3.53
	(5)五次	97	4.28	4.29	4.31	4.07
	(6)六次以上	133	3.87	4.00	3.88	3.22
	F值		3.33**	2.35*	4.26***	6.18***
Scheffe法		5>6	n.s	5>6	5>1, 5>2, 5>3, 5>6	
交通 工具	(1)遊覽車	473	4.13	4.12	4.12	3.60
	(2)租用汽車	141	4.18	4.23	4.14	3.46
	(3)租用機車	213	3.91	3.92	3.91	3.03
	(4)計程車	58	3.94	4.01	3.98	3.26
	(5)洽公單位或親友提供	159	3.88	4.06	3.96	3.20
	(6)公車	33	3.88	3.95	3.78	2.80
	(7)自行車	7	4.00	4.11	4.14	2.86
	(8)徒步	5	3.40	3.80	3.30	2.77
	(9)其他	2	4.50	4.50	4.50	4.50
	F值		3.14**	2.91**	3.23***	4.13***
Scheffe法		n.s	2>3	n.s	1>3	

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

參、整體滿意度

一、遊客基本資料

在年齡方面，對整體滿意度構面有顯著性差異。「50-59 歲」對整體滿意度高於「40-49 歲」、「70 歲及以上」者。

在教育程度方面，對整體滿意度構面有顯著性差異。「國中及以下」、「高中、職」對整體滿意度高於「專科、大學」者。

在性別、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	545	4.19	-0.74	
	(2)女	546	4.22		
年齡	(1)19歲以下	82	4.30	3.87***	5>4, 5>7
	(2)20-29歲	247	4.16		
	(3)30-39歲	233	4.17		
	(4)40-49歲	261	4.13		
	(5)50-59歲	175	4.35		
	(6)60-69歲	81	4.15		
	(7)70歲及以上	12	4.75		
教育程度	(1)國中及以下	86	4.37	4.62**	1>3, 2>3
	(2)高中、職	235	4.29		
	(3)專科、大學	629	4.14		
	(4)研究所及以上	141	4.21		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	80	4.26	1.75	
	(2)專業人員	231	4.21		
	(3)技術員及助理專業人員	83	4.05		
	(4)事務工作人員	74	4.05		
	(5)服務工作人員及售貨員	176	4.14		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	13	4.23		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	99	4.20		
	(8)學生	161	4.22		
	(9)家庭主婦	91	4.36		
	(10)退休人員	57	4.35		
	(11)其他	26	4.23		
平均所得	(1)無經常性收入	219	4.34	1.94	
	(2)19,999元以下	48	4.15		
	(3)2萬-29,999元	146	4.19		
	(4)3萬-39,999元	216	4.13		
	(5)4萬-49,999元	175	4.21		
	(6)5萬-69,999元	166	4.14		
	(7)7萬-99,999元	62	4.15		
	(8)10萬元以上	59	4.22		

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

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)	477	4.22	0.56	
	(2)中部(中彰投雲嘉)	315	4.18		
	(3)南部(南高屏)	255	4.20		
	(4)東部(宜花東)	10	3.90		
	(5)離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	20	4.25		
	(6)海外	14	4.14		
婚姻	(1)已婚	577	4.22	0.71	
	(2)單身	514	4.19		

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	793	4.22	1.86	
	(2)探親及訪友	130	4.20		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	121	4.07		
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	47	4.19		

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	389	4.20	1.12	
	(2)3天2夜	453	4.23		
	(3)4天3夜	89	4.20		
	(4)5天(含)以上	129	4.17		
	(5)當天來回	31	3.97		
蒞臨次數	(1)一次	544	4.19	2.06	
	(2)二次	209	4.23		
	(3)三次	59	4.19		
	(4)四次	49	4.14		
	(5)五次	97	4.39		
	(6)六次以上	133	4.12		
交通工具	(1)遊覽車	473	4.23	0.47	
	(2)租用汽車	141	4.29		
	(3)租用機車	213	4.13		
	(4)計程車	58	4.17		
	(5)洽公單位或親友提供	159	4.15		
	(6)公車	33	4.21		
	(7)自行車	7	4.14		
	(8)徒步	5	4.00		
	(9)其他	2	4.50		

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	545	4.17	-0.13	
	(2)女	546	4.23		
年齡	(1)19歲以下	82	4.30	2.88**	n.s
	(2)20-29歲	247	4.14		
	(3)30-39歲	233	4.19		
	(4)40-49歲	261	4.15		
	(5)50-59歲	175	4.35		
	(6)60-69歲	81	4.09		
	(7)70歲及以上	12	4.58		
教育程度	(1)國中及以下	86	4.30	2.39	
	(2)高中、職	235	4.28		
	(3)專科、大學	629	4.15		
	(4)研究所及以上	141	4.23		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	80	4.29	1.08	
	(2)專業人員	231	4.24		
	(3)技術員及助理專業人員	83	4.10		
	(4)事務工作人員	74	4.12		
	(5)服務工作人員及售貨員	176	4.15		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	13	4.00		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	99	4.14		
	(8)學生	161	4.20		
	(9)家庭主婦	91	4.34		
	(10)退休人員	57	4.28		
	(11)其他	26	4.13		
平均所得	(1)無經常性收入	219	4.31	2.10*	n.s
	(2)19,999元以下	48	4.08		
	(3)2萬-29,999元	146	4.22		
	(4)3萬-39,999元	216	4.10		
	(5)4萬-49,999元	175	4.23		
	(6)5萬-69,999元	166	4.11		
	(7)7萬-99,999元	62	4.27		
	(8)10萬元以上	59	4.30		

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)	477	4.23	1.92	
	(2)中部(中彰投雲嘉)	315	4.14		
	(3)南部(南高屏)	255	4.21		
	(4)東部(宜花東)	10	3.75		
	(5)離島(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	20	4.45		
	(6)海外	14	4.21		
婚姻	(1)已婚	577	4.21	0.58	
	(2)單身	514	4.19		

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	793	4.21	2.35	
	(2)探親及訪友	130	4.29		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	121	4.05		
	(4)中轉遊客(在金門停留一日以上)	47	4.21		

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	389	4.20	0.23	
	(2)3天2夜	453	4.18		
	(3)4天3夜	89	4.26		
	(4)5天(含)以上	129	4.21		
	(5)當天來回	31	4.18		
蒞臨次數	(1)一次	544	4.15	2.32*	n.s
	(2)二次	209	4.18		
	(3)三次	59	4.33		
	(4)四次	49	4.21		
	(5)五次	97	4.39		
	(6)六次以上	133	4.23		
交通工具	(1)遊覽車	473	4.18	1.09	
	(2)租用汽車	141	4.29		
	(3)租用機車	213	4.12		
	(4)計程車	58	4.22		
	(5)洽公單位或親友提供	159	4.28		
	(6)公車	33	4.27		
	(7)自行車	7	4.21		
	(8)徒步	5	3.90		
	(9)其他	2	4.50		

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 107 年 01 月至 107 年 12 月期間進行資料收集工作，總計完成有效問卷 1099 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 $\pm 2.95\%$ ，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(%)
中轉目的之 台商與眷屬	小三通中轉台商	774	13.3
	中轉台商兼金門旅遊	185	3.2
	中轉台商之眷屬親戚	140	2.4
其他屬性	台灣觀光旅客	1098	18.9
	大陸觀光旅客	2418	41.6
	金門本地居民	1068	18.4
	其他(外國人)	128	2.2
合計		5811	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 0.89，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	25	2.3
	20-29歲	163	14.8
	30-39歲	248	22.6
	40-49歲	279	25.4
	50-59歲	253	23.0
	60-69歲	117	10.6
	70歲及以上	14	1.3
		小計	1099
二、教育程度	國中及以下	50	4.5
	高中、職	251	22.8
	大專、大學	619	56.3
	研究所及以上	179	16.3
		小計	1099
三、職業	專業人員	349	31.8
	民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	222	20.2
	服務工作人員及售貨員	133	12.1
	技術員及助理專業人員	73	6.6
	學生	62	5.6
	技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	61	5.6
	事務工作人員	52	4.7
	家庭主婦	48	4.4
	退休人員	35	3.2
	其他	35	3.2
	農、林、漁、牧工作人員	29	2.6
	小計	1099	100.0
四、平均所得	29,999元以下	142	12.9
	3萬-49,999元	190	17.3
	5萬-69,999元	235	21.4
	7萬-99,999元	132	12.0
	10萬元以上	246	22.4
	其他	154	14.0
		小計	1099

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	779	70.9	
	女	320	29.1	
	小計	1099	100.0	
六、婚姻	已婚	697	63.4	
	單身	402	36.6	
	小計	1099	100.0	
七、居住地	北部地區(基北桃竹苗)	81	44.3	
	(一)戶籍設在金門之中轉 台商其在台居住地	中部地區(中彰投雲嘉)	45	24.6
	南部地區(南高屏)	52	28.4	
	東部地區(宜花東)	5	2.7	
	離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	0	0.0	
	海外地區	0	0.0	
	小計	183	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)	375	40.9	
	中部地區(中彰投雲嘉)	284	31.0	
	南部地區(南高屏)	244	26.6	
	東部地區(宜花東)	9	1.0	
	離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	3	0.3	
	海外地區	1	0.1	
	小計	916	100.0	
八、公司職級	員工	278	25.3	
	一級主管	229	20.8	
	負責人	213	19.4	
	二級主管	195	17.7	
	台商眷屬	107	9.7	
	其他	77	7.0	
	小計	1099	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」1099份(18.9%)，「台灣觀光旅客」1098份(18.9%)，「大陸觀光旅客」2418份(41.6%)，「金門本地居民」1068(18.4%)，「其他(外國人)」128份(2.2%)，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數，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(%)
中轉目的之台商與眷屬	小三通中轉台商	774	13.3
	中轉台商兼金門旅遊	185	3.2
	中轉台商之眷屬親戚	140	2.4
其他屬性	台灣觀光旅客	1098	18.9
	大陸觀光旅客	2418	41.6
	金門本地居民	1068	18.4
	其他(外國人)	128	2.2
合計		5811	100.0

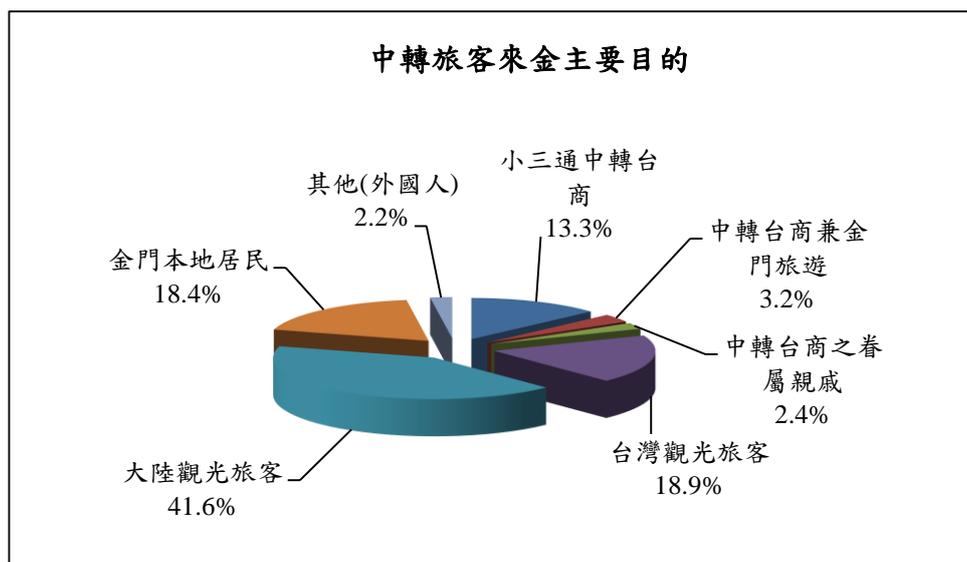


圖 3.2.1 中轉旅客來金主要目的

貳、年齡

中轉台商中以「40-49歲」年齡層之旅客最多佔25.4%，「50-59歲」旅客次之佔23.0%，「30-39歲」旅客佔22.6%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	25	2.3
20-29歲	163	14.8
30-39歲	248	22.6
40-49歲	279	25.4
50-59歲	253	23.0
60-69歲	117	10.6
70歲及以上	14	1.3
合計	1099	100.0

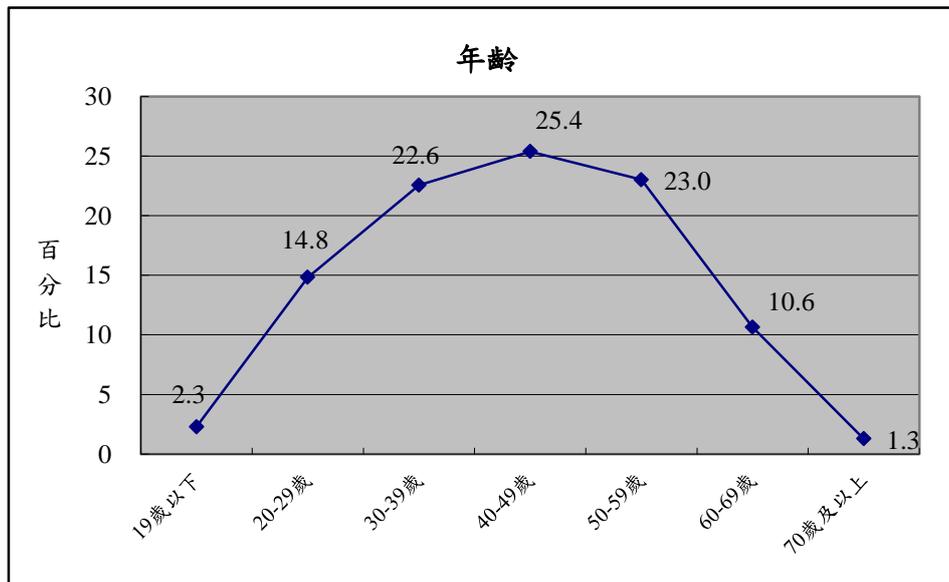


圖 3.2.2 中轉旅客年齡分佈

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 56.3%，「高中、職」居次之佔 22.8%，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	50	4.5
高中、職	251	22.8
大專、大學	619	56.3
研究所及以上	179	16.3
合計	1099	100.0

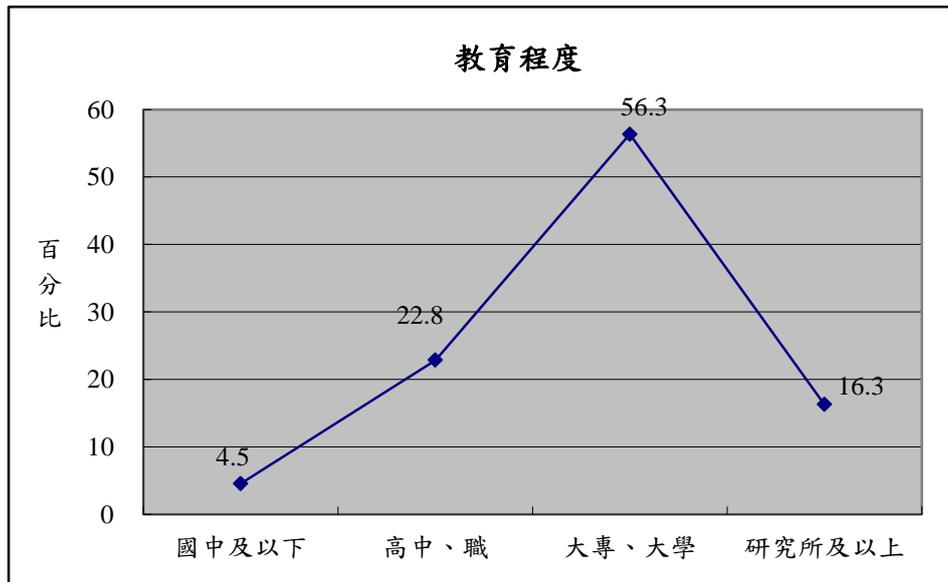


圖 3.2.3 中轉台商教育程度

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 31.8% 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 20.2%，「服務工作人員及售貨員」佔 12.1% 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	349	31.8
民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	222	20.2
服務工作人員及售貨員	133	12.1
技術員及助理專業人員	73	6.6
學生	62	5.6
技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	61	5.6
事務工作人員	52	4.7
家庭主婦	48	4.4
退休人員	35	3.2
其他	35	3.2
農、林、漁、牧工作人員	29	2.6
合計	1099	100.0

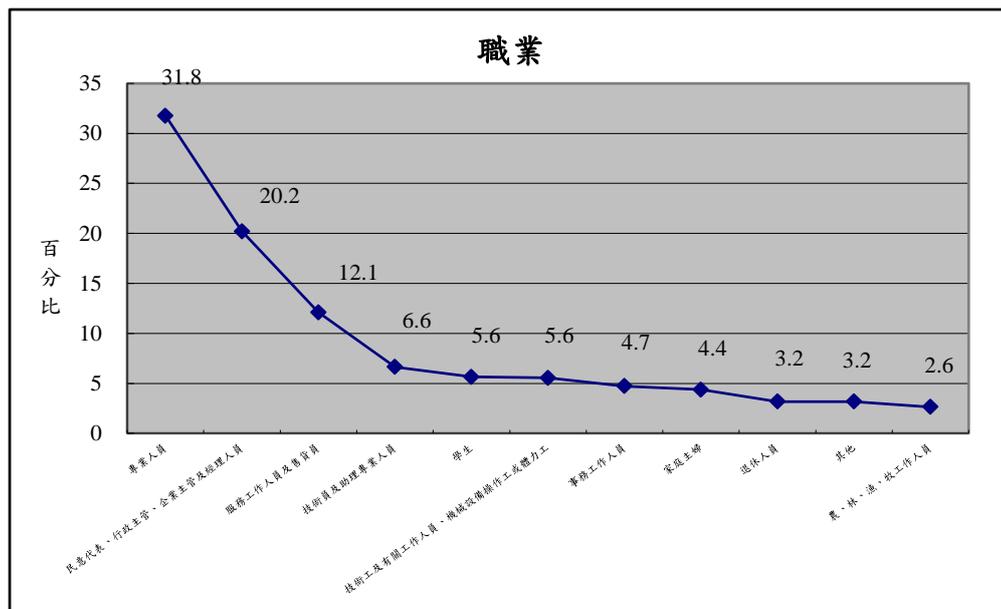


圖 3.2.4 中轉台商職業

伍、平均所得

中轉台商每月平均所得，以「10 萬元以上」者最多佔 22.4%，其次為「5 萬-69,999 元」者佔 21.4%，而「3 萬-49,999 元」者佔 17.3% 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(%)
29,999元以下	142	12.9
3萬-49,999元	190	17.3
5萬-69,999元	235	21.4
7萬-99,999元	132	12.0
10萬元以上	246	22.4
其他	154	14.0
合計	1099	100.0

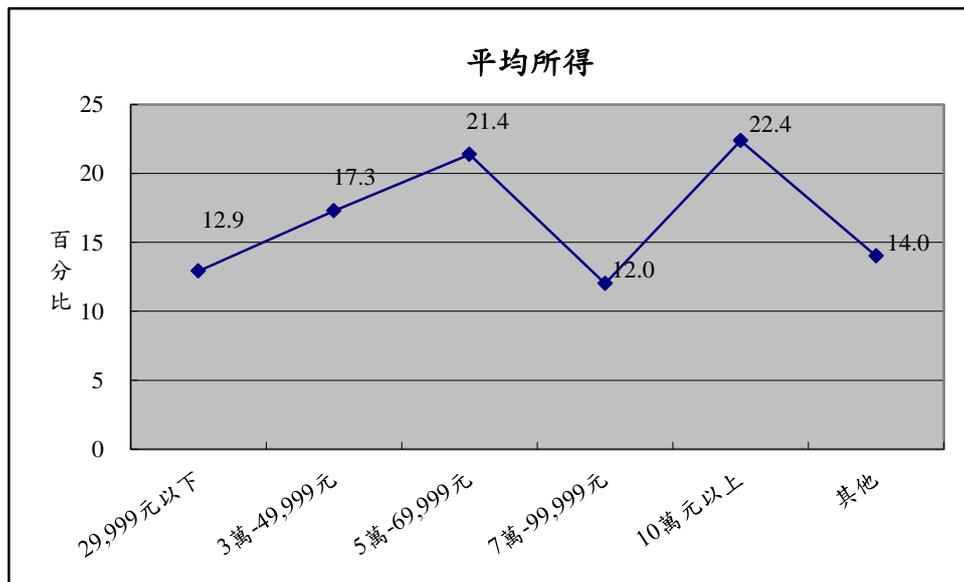


圖 3.2.5 中轉台商每月平均所得

陸、性別

表3.2.6顯示，中轉台商「男性」旅客佔70.9%，「女性」旅客佔29.1%，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	779	70.9
女	320	29.1
合計	1099	100.0

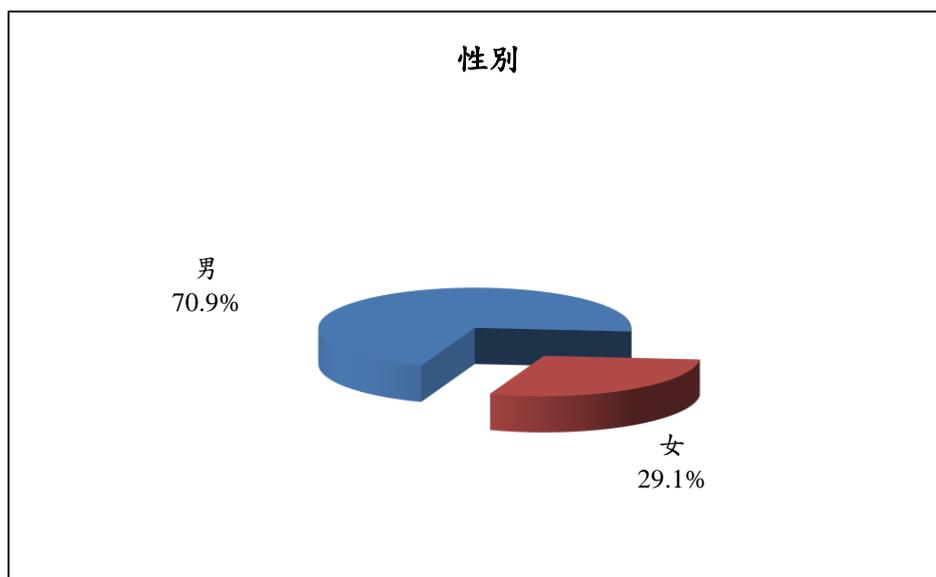


圖 3.2.6 中轉台商性別分佈

柒、婚姻

表3.2.7顯示，中轉台商「已婚」旅客佔63.4%，「單身」旅客佔36.6%，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	697	63.4
單身	402	36.6
合計	1099	100.0

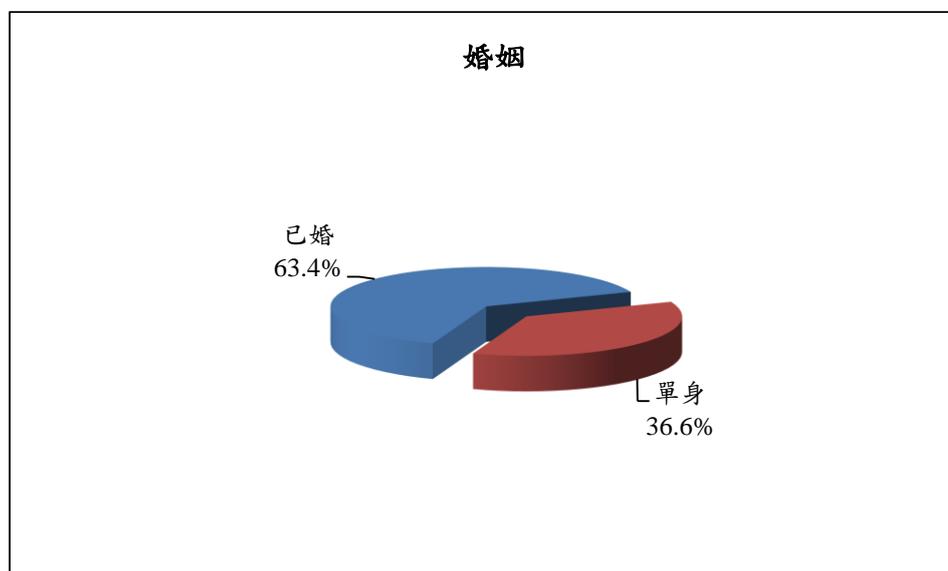


圖 3.2.7 中轉台商婚姻分佈

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44.3%，「南部地區（南高屏）」旅客次之佔28.4%，「中部地區（中彰投雲嘉）」旅客佔24.6%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)	81	44.3
中部地區(中彰投雲嘉)	45	24.6
南部地區(南高屏)	52	28.4
東部地區(宜花東)	5	2.7
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	0	0.0
合計	183	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 40.9%，「中部地區（中彰投雲嘉）」的旅客次之佔 31.0%，「南部地區（南高屏）」旅客佔 26.6% 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)	375	40.9
中部地區(中彰投雲嘉)	284	31.0
南部地區(南高屏)	244	26.6
東部地區(宜花東)	9	1.0
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	3	0.3
海外地區	1	0.1
合計	916	100.0

玖、公司職級

由表3.2.10得知，中轉台商在公司職級以「員工」居多，佔25.3%，「一級主管」次之佔20.8%，「負責人」佔19.4%為第三，「二級主管」佔17.7%，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(%)
員工	278	25.3
一級主管	229	20.8
負責人	213	19.4
二級主管	195	17.7
台商眷屬	107	9.7
其他*	77	7.0
合計	1099	100.0

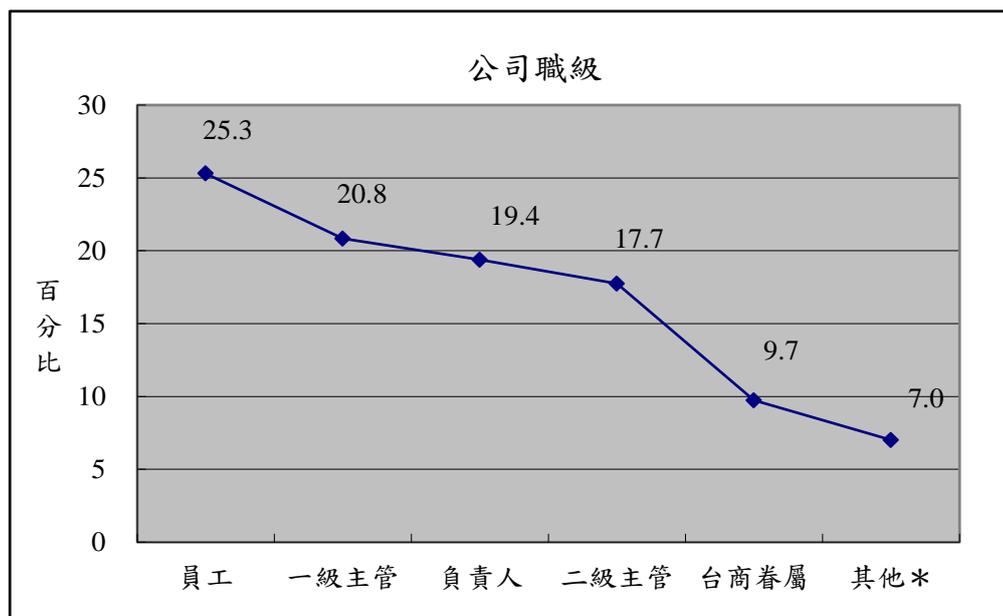


圖 3.2.8 中轉台商在公司職級

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	393	35.8	
	台中清泉崗機場	269	24.5	
	高雄小港機場	161	14.6	
	台南機場	122	11.1	
	其他*	115	10.5	
	嘉義水上機場	31	2.8	
	澎湖	8	0.7	
		小計	1099	100.0
二、搭乘之客輪	馬可波羅1號	172	15.7	
	金星6號輪	121	11.0	
	新五緣號	113	10.3	
	和平之星	99	9.0	
	新金龍	96	8.7	
	東方之星	94	8.6	
	新武夷	90	8.2	
	迅安輪	75	6.8	
	八方輪	73	6.6	
	金瑞龍輪	70	6.4	
	捷安輪	60	5.5	
	蓬江輪	36	3.3	
		小計	1099	100.0
	三、套裝行程	立榮金廈一條龍	437	39.8
未購買套裝行程		371	33.8	
遠東金廈任我行		125	11.4	
華信快易通		109	9.9	
其他*		57	5.2	
		小計	1099	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35.8%，由「台中清泉崗機場」入境者比例為24.5%次之，自「高雄小港機場」入境者佔14.6%為第三，「台南機場」佔11.1%，「其他」入境者佔10.5%，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	393	35.8
台中清泉崗機場	269	24.5
高雄小港機場	161	14.6
台南機場	122	11.1
其他*	115	10.5
嘉義水上機場	31	2.8
澎湖	8	0.7
合計	1099	100.0

*選「其他」者填寫：廈門、石井。

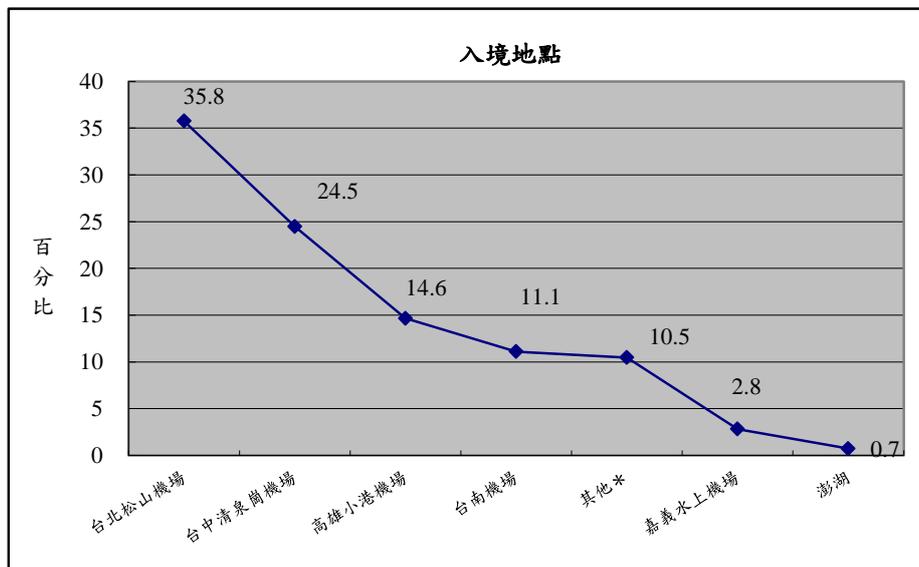


圖 3.3.1 中轉台商入境地點

參、搭乘之客輪

由表3.3.3得知，中轉旅客搭乘「馬可波羅1號」至大陸最多佔15.7%，搭乘「金星6號輪」至大陸為次之佔11.0%，搭乘「新五緣號」至大陸佔10.3%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(%)
馬可波羅1號	172	15.7
金星6號輪	121	11.0
新五緣號	113	10.3
和平之星	99	9.0
新金龍	96	8.7
東方之星	94	8.6
新武夷	90	8.2
迅安輪	75	6.8
八方輪	73	6.6
金瑞龍輪	70	6.4
捷安輪	60	5.5
蓬江輪	36	3.3
合計	1099	100.0

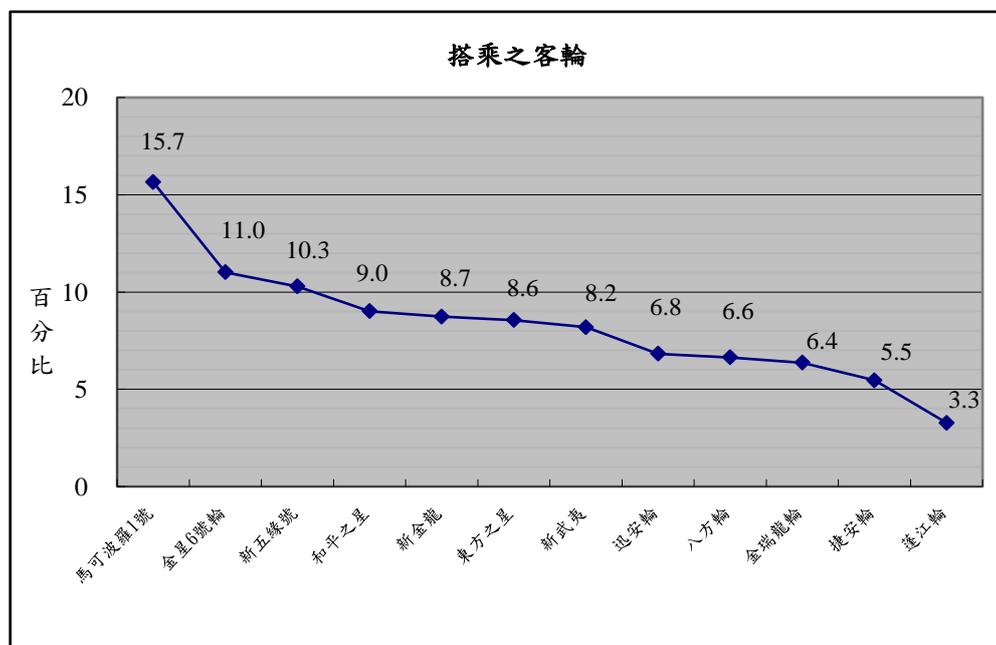


圖 3.3.2 中轉台商搭乘之客輪

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39.8%，而「未購買套裝行程」者佔33.8%，購買「遠東金廈任我行」者佔11.4%，「華信快易通」者佔9.9%，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	437	39.8
未購買套裝行程	371	33.8
遠東金廈任我行	125	11.4
華信快易通	109	9.9
其他*	57	5.2
合計	1099	100.0

*選「其他」者填寫：旅行社、自行訂購。

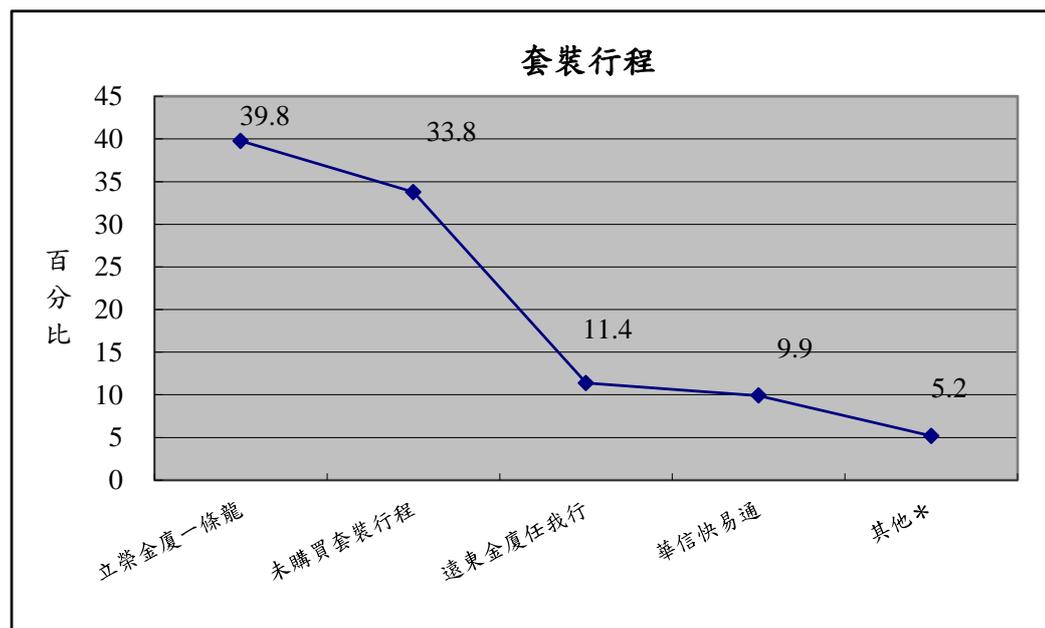


圖 3.3.3 中轉台商購買小三通自由套裝行程

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	931	84.7
	在金門停留一夜	102	9.3
	在金門停留二夜	33	3.0
	在金門停留三夜以上	33	3.0
	小計	1099	100.0
二、往返間隔	一週	60	5.5
	半個月	121	11.0
	一個月	227	20.7
	二個月	277	25.2
	三個月以上	414	37.7
	小計	1099	100.0
三、工作地點	福建省*	861	78.3
	廣東	97	8.8
	江蘇(上海)	84	7.6
	其他	36	3.3
	浙江	29	2.6
	河北(北京)	23	2.1
	安徽	17	1.5
	四川	16	1.5
	湖北	12	1.1
	廣西	8	0.7
	江西	8	0.7
	山東	7	0.6
	海南	6	0.5
	雲南	6	0.5
	湖南	5	0.5
詳細資料參閱表3.4.4			
*本題為複選題，百分比=人數/1099(問卷總份數)			
四、商務之旅年限	不到一年	79	7.2
	一年	179	16.3
	二年	105	9.6
	三年	168	15.3
	四年	123	11.2
	五年	87	7.9
	六年以上	358	32.6
	小計	1099	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84.7%，「在金門停留一夜」的旅客佔9.3%，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	931	84.7
在金門停留一夜	102	9.3
在金門停留二夜	33	3.0
在金門停留三夜以上	33	3.0
合計	1099	100.0

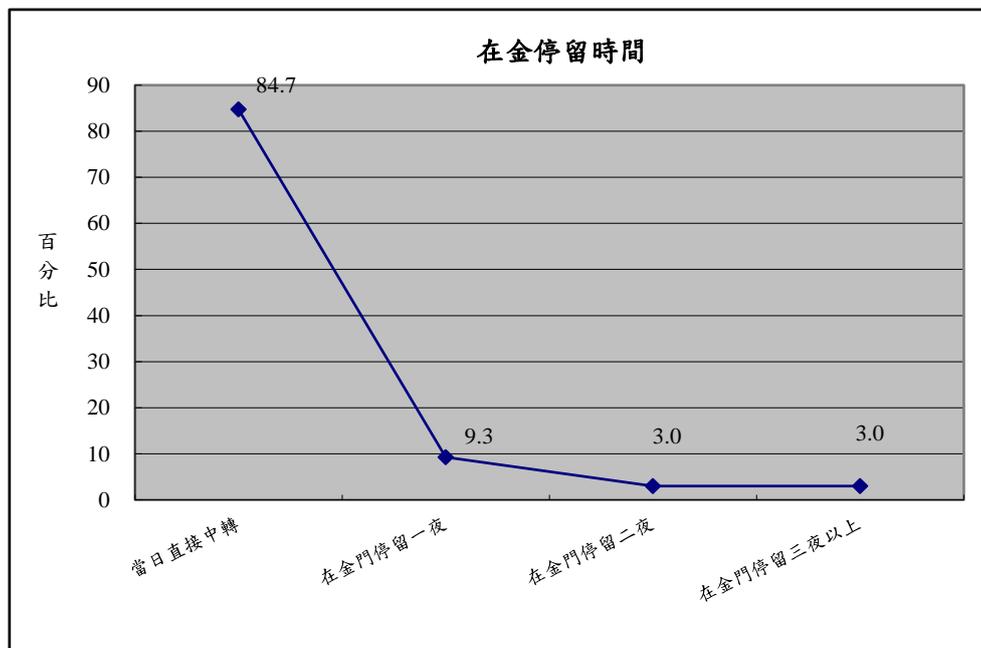


圖 3.4.1 中轉台商來金停留時間

參、往返間隔

由表3.4.3顯示，往返間隔以「三個月以上」的旅客所佔比例最高佔37.7%，其次為「二個月」佔25.2%，「一個月」為第三佔20.7%，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	60	5.5
半個月	121	11.0
一個月	227	20.7
二個月	277	25.2
三個月以上	414	37.7
合計	1099	100.0

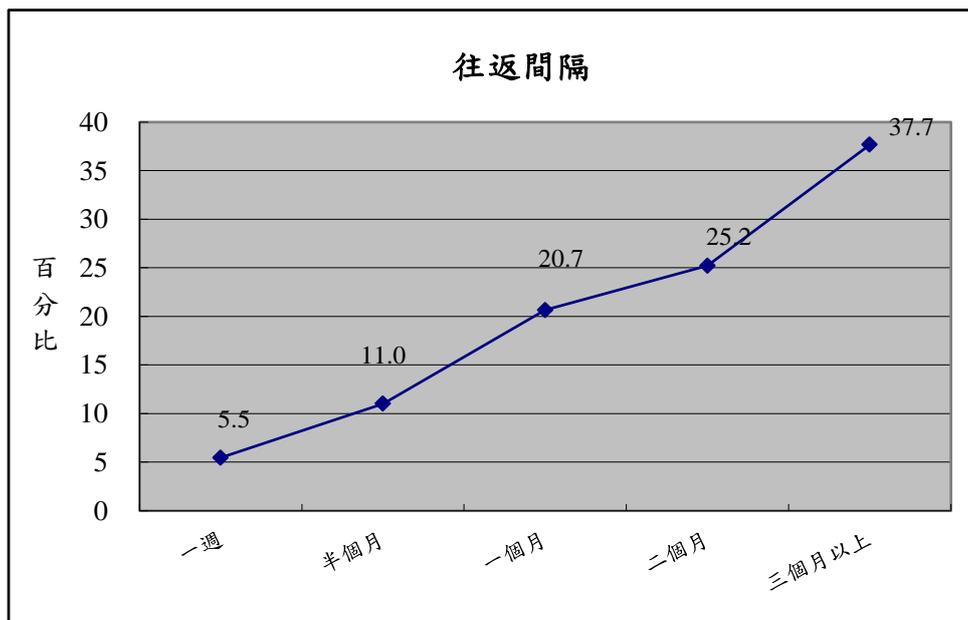


圖 3.4.2 中轉台商往返兩岸間隔

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78.3%，「廣東」旅客次之佔8.8%，「江蘇（上海）」旅客佔7.6%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*	861	78.3
廣東	97	8.8
江蘇(上海)	84	7.6
其他	36	3.3
浙江	29	2.6
河北(北京)	23	2.1
安徽	17	1.5
四川	16	1.5
湖北	12	1.1
廣西	8	0.7
江西	8	0.7
山東	7	0.6
海南	6	0.5
雲南	6	0.5
湖南	5	0.5
河南	4	0.4
貴州	3	0.3
山西	2	0.2
蒙古	2	0.2
黑龍江	1	0.1
遼寧	1	0.1

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1099份)

*其中「福建省」以廈門市居多，還包括泉州、福州、漳州、龍岩、三明、莆田、石井、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「六年以上」所佔比率最高為32.6%，其次為「一年」佔16.3%，「三年」旅客佔15.3%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	79	7.2
一年	179	16.3
二年	105	9.6
三年	168	15.3
四年	123	11.2
五年	87	7.9
六年以上	358	32.6
合計	1099	100.0

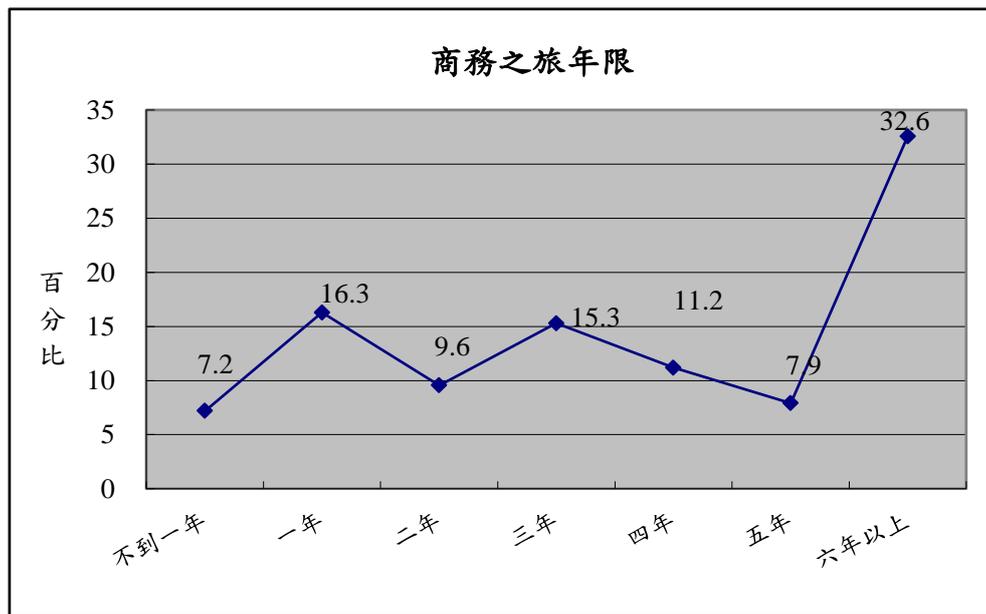


圖 3.4.3 經小三通從事商務之旅年限

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	437	3,300
	華信兩岸快易通	109	3,300
	遠東金廈任我行	125	3,150
	其他*	57	3,000
	小計	728	
	類別	樣本數	百分比(%)
二、未購買小三通套裝行程	1,999元以下	38	10.2
	2,000-2,499元	46	12.4
	2,500-2,999元	71	19.1
	3,000-3,999元	210	56.6
	4,000-4,999元	5	1.3
	5,000-5,999元	1	0.3
	6,000元(含)以上	0	0.0
	小計	371	100.0
三、消費金額	沒有任何消費性支出	311	28.3
	499元以下	121	11.0
	500-1,499元	227	20.7
	1,500-2,499元	137	12.5
	2,500-3,999元	111	10.1
	4,000-5,999元	88	8.0
	6,000-7,999元	25	2.3
	8,000-9,999元	17	1.5
	10,000元(含)以上	62	5.6
	小計	1099	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	3,251	60.7
	特產等其他消費支出	2,101	39.3
	小計	5,352	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	2,697	56.2
	特產等其他消費支出	2,101	43.8
	小計	4,798	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3,300元，「華信快易通」之中轉單程套裝行程費用約為3,300元，「遠東金廈任我行」之中轉單程套裝行程費用約為3,150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	437	3,300
華信兩岸快易通	109	3,300
遠東金廈任我行	125	3,150
其他*	57	3,000
合計	728	

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「3,000-3,999元」所佔比率最高為56.6%，其次為「2,500-2,999元」佔19.1%，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	38	10.2
2,000-2,499元	46	12.4
2,500-2,999元	71	19.1
3,000-3,999元	210	56.6
4,000-4,999元	5	1.3
5,000-5,999元	1	0.3
6,000元(含)以上	0	0.0
合計	371	100.0

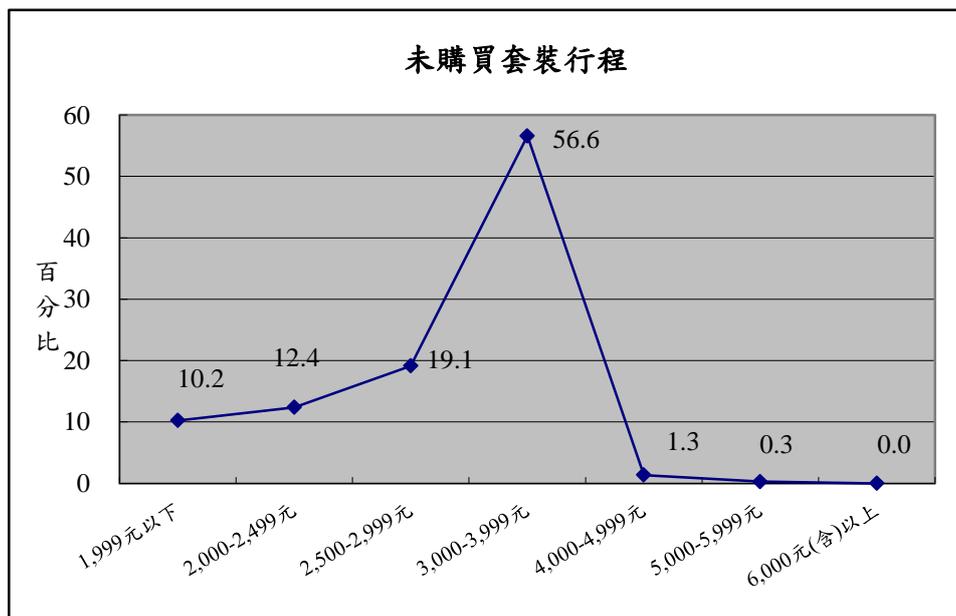


圖 3.5.1 未購買中轉自由套裝行程支出

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28.3%，其次為「500-1,499元」者佔20.7%，第三為「1,500-2,499元」者佔12.5%，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	311	28.3
499元以下	121	11.0
500-1,499元	227	20.7
1,500-2,499元	137	12.5
2,500-3,999元	111	10.1
4,000-5,999元	88	8.0
6,000-7,999元	25	2.3
8,000-9,999元	17	1.5
10,000元(含)以上	62	5.6
合計	1099	100.0

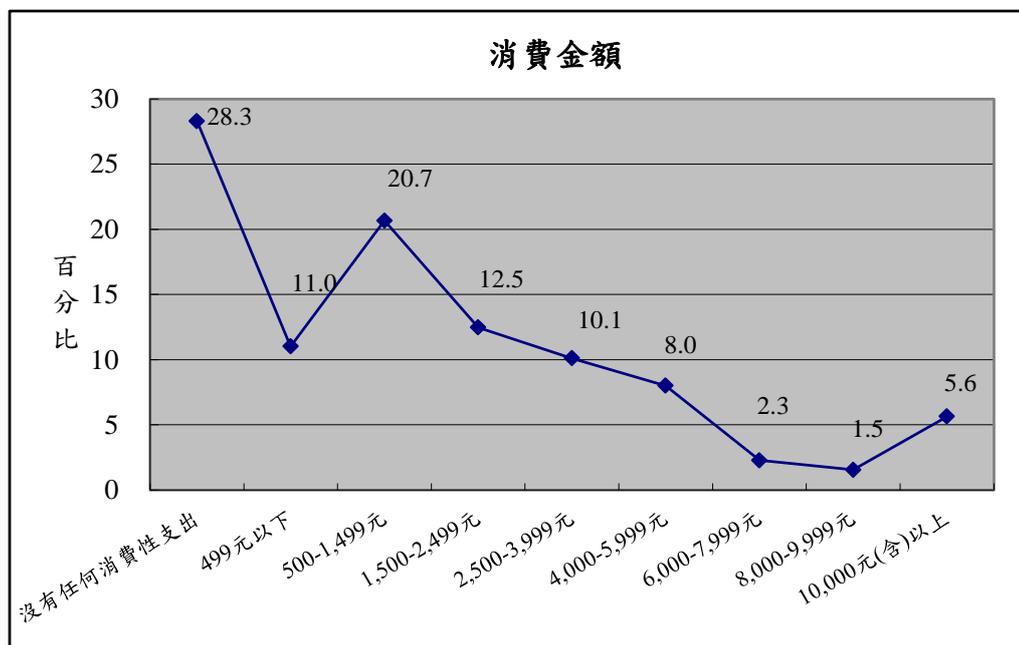


圖 3.5.2 中轉台商消費金額

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3,251元，平均每人每次的特產等其他消費約為2,101元，總計中轉台商每人每次在金門之最低消費金額約為5,352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	3,251	60.7
特產等其他消費支出	2,101	39.3
合計	5,352	100.0

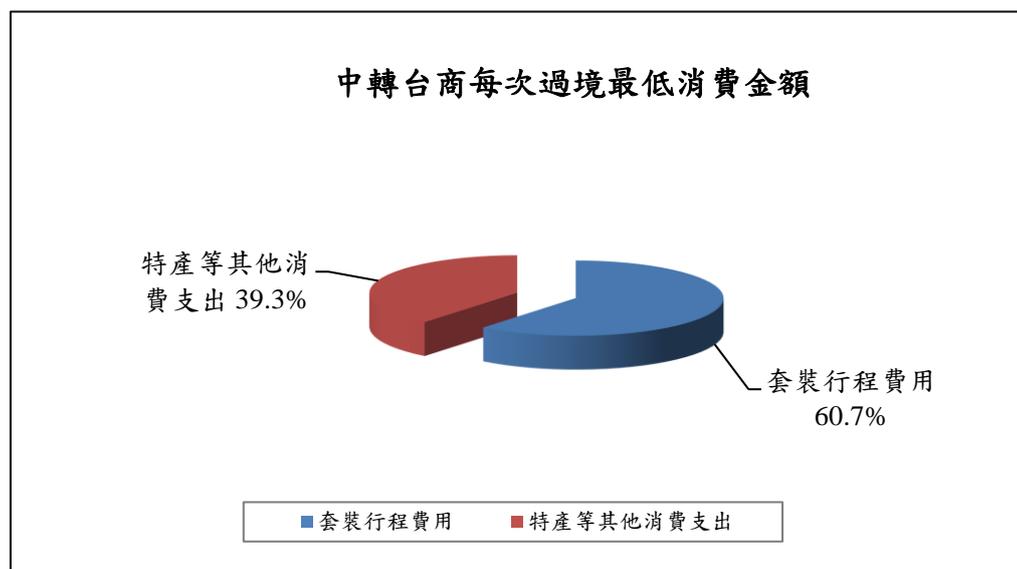


圖 3.5.3 中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

(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2,697元，平均每人每次的特產等其他消費約為2,101元，總計中轉台商每人每次在金門之最低消費金額約為4,798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	2,697	56.2
特產等其他消費支出	2,101	43.8
合計	4,798	100.0

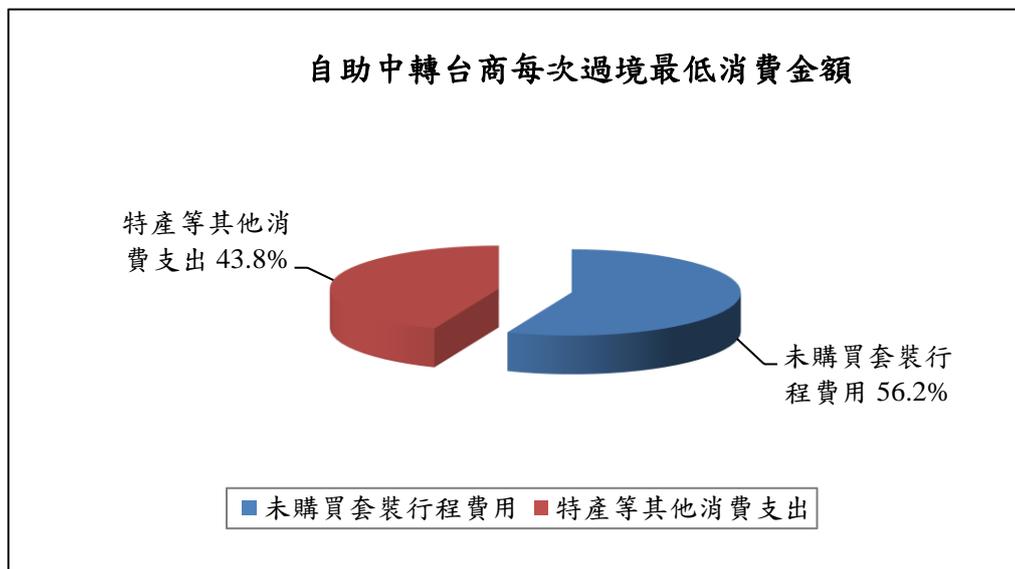


圖 3.5.4 自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

(三)107年度中轉台商最低消費總金額估算

107年度中轉台商來金最低消費總額約為18億6仟0佰2拾9萬5千5百0拾2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1099人，其中購買套裝行程者為728人(佔66.2%)，每人單程消費金額為5,352元，另有371人(佔33.8%)為未購買套裝行程者，每人單程消費金額為4,798。由附錄七得知中轉台商人次(抽樣份數佔總份數為01至12月旅客人次×18.8763%，其中台灣地區人民總人次為1,071,210)為360,191人次，估算如下：

$$\begin{aligned}\text{估算公式} &= (360,191\text{人次} \times 66.2\% \times 5,352\text{元}) + (360,191\text{人次} \times \\ &\quad 33.8\% \times 4,798\text{元}) \\ &= (238,446\text{人次} \times 5,352\text{元}) + (121,745\text{人次} \times 4,798\text{元}) \\ &= 1,276,162,992 + 584,132,510 \\ &= 1,860,295,502\text{元}\end{aligned}$$

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「餐飲費用」者所佔為37.0%，有在金消費項目以「無購買」者佔28.2%，其次為「交通費用」者佔25.7%，第三為「貢糖」者佔18.1%，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
餐飲費用	407	37.0
無購買	310	28.2
交通費用	282	25.7
貢糖	199	18.1
免稅品	188	17.1
高粱酒	154	14.0
牛肉乾	149	13.6
菸品	136	12.4
麵線	100	9.1
一條根	69	6.3
住宿費	64	5.8
餅類	57	5.2
紀念品	39	3.5
其他*	27	2.5
高粱醋(酵素)	21	1.9
砲彈鋼刀	19	1.7
風獅爺藝品	18	1.6
衣服	8	0.7

*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1099份)

*選「其他」者填寫：藥品、7-11、辦卡、化妝品、咖啡、奶粉、日用品、零食、飲料、茶葉蛋、干貝醬、豆乳、普洱茶、珠寶、棉被、中藥、牛軋糖、酸白菜、巧克力等。

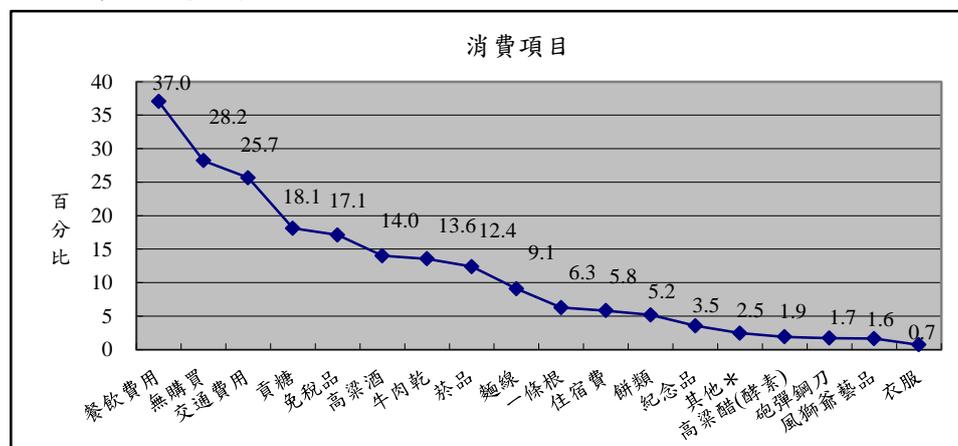


圖 3.5.5 中轉台商消費項目

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	340	30.9
	高雄小港機場	247	22.5
	台灣桃園機場	217	19.7
	台中清泉崗機場	214	19.5
	無使用過直航	81	7.4
	小計	1099	100.0
二、設施服務的需求	大眾運輸服務	360	32.8
	餐飲服務	351	31.9
	網路服務	335	30.5
	便利商店	218	19.8
	縮短中轉時間	205	18.7
	以上皆尚可	181	16.5
	金融服務	117	10.6
	特產店	89	8.1
	其他	52	4.7
	報章雜誌	41	3.7
* 本題為複選題，相對次數 = 次數 / 每百人次(問卷總份數1099份)			
三、金門適合投資何種產業	觀光產業	742	67.5
	文化事業	203	18.5
	服務業	189	17.2
	養老事業	177	16.1
	博奕業	151	13.7
	醫療生技業	109	9.9
	百貨購物	109	9.9
	無意願	97	8.8
	運輸業	71	6.5
	教育事業	62	5.6
	農林漁牧業	60	5.5
	工商業	45	4.1
	其他	37	3.4
	房地產	27	2.5
電子業	8	0.7	
* 本題為複選題，相對次數 = 次數 / 每百人次(問卷總份數1099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 30.9%，其次為「高雄小港機場」者佔 22.5%，第三為「台灣桃園機場」者佔 19.7%，「台中清泉崗機場」者佔 19.5%，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	340	30.9
	高雄小港機場	247	22.5
	台灣桃園機場	217	19.7
	台中清泉崗機場	214	19.5
	無使用過直航	81	7.4
	合計	1099	100.0

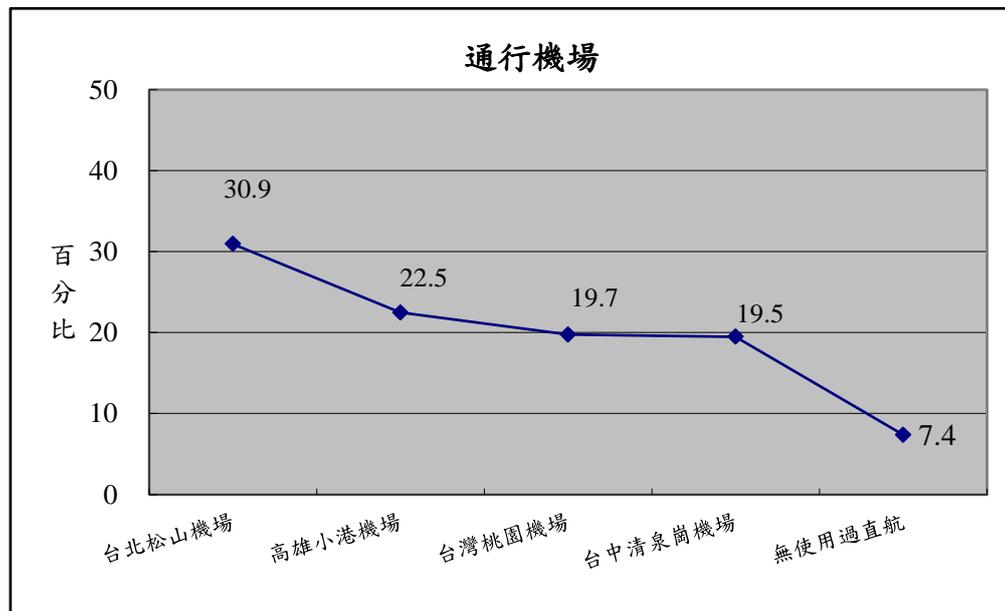


圖 3.6.1 兩岸直航大三通後最常使用的通行機場

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32.8%，其次為「餐飲服務」需求佔31.9%，第三為「網路服務」需求佔30.5%，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	360	32.8
餐飲服務	351	31.9
網路服務	335	30.5
便利商店	218	19.8
縮短中轉時間	205	18.7
以上皆尚可	181	16.5
金融服務	117	10.6
特產店	89	8.1
其他*	52	4.7
報章雜誌	41	3.7

*本題為複選題，相對次數=次數／每百人次(問卷總份數1099份)

*選「其他」者填寫：五通碼頭行李直掛、遮雨設施車牌多一點站、吸菸區、工作人員、設立磅秤及打包機、加速通關、統一訂船票的窗口、接駁、免稅店、無等。

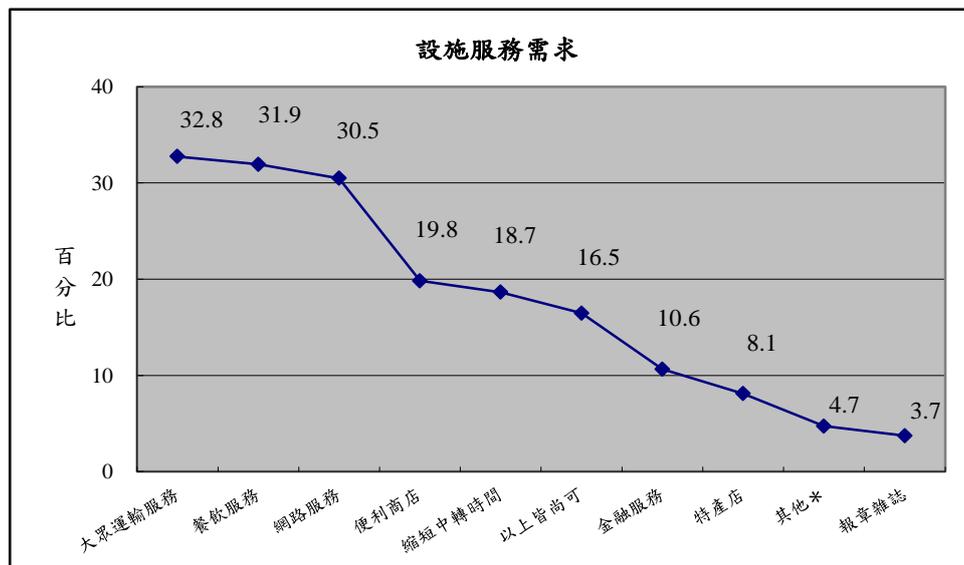


圖 3.6.2 中轉台商對設施服務的需求

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 67.5%，其次以「文化事業」佔 18.5%，「服務業」為第三佔 17.2%，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	742	67.5
文化事業	203	18.5
服務業	189	17.2
養老事業	177	16.1
博奕業	151	13.7
醫療生技業	109	9.9
百貨購物	109	9.9
無意願	97	8.8
運輸業	71	6.5
教育事業	62	5.6
農林漁牧業	60	5.5
工商業	45	4.1
其他	37	3.4
房地產	27	2.5
電子業	8	0.7

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1099份)

*選「其他」者填寫：免稅購物、台灣特色產品推銷、養身休閒、高爾夫球場、美食街、生態之旅、綠能、遊樂、戰地體驗、賣酒等。

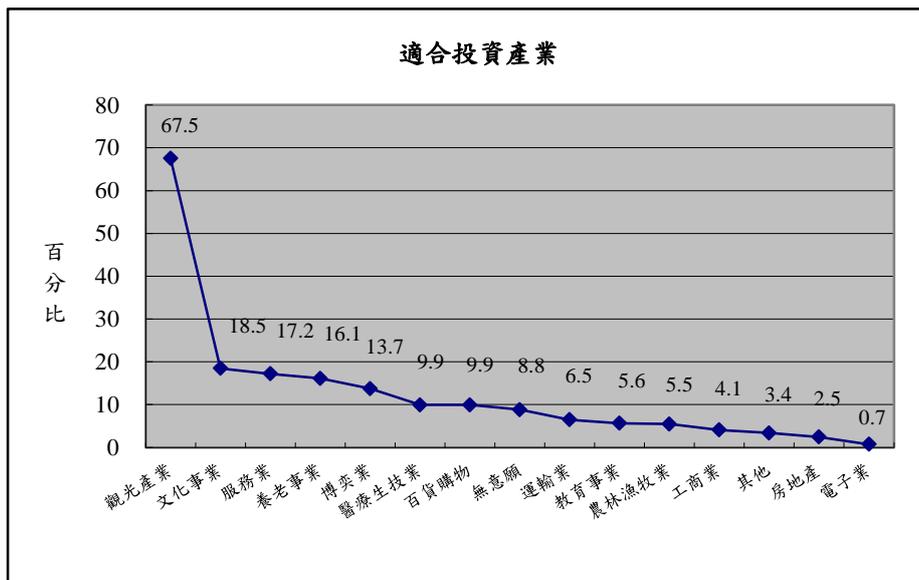


圖 3.6.3 金門適合投資何種產業

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	413	37.6
	滿意	428	38.9
	普通	224	20.4
	不滿意	22	2.0
	非常不滿意	12	1.1
	小計		1099
二、尚義機場設施與服務的滿意度	非常滿意	404	36.8
	滿意	463	42.1
	普通	203	18.5
	不滿意	18	1.6
	非常不滿意	11	1.0
	小計		1099
三、水頭碼頭設施與服務的滿意度	非常滿意	368	33.5
	滿意	396	36.0
	普通	268	24.4
	不滿意	47	4.3
	非常不滿意	20	1.8
	小計		1099
四、金門海關出入境服務的滿意度	非常滿意	425	38.7
	滿意	468	42.6
	普通	176	16.0
	不滿意	21	1.9
	非常不滿意	9	0.8
	小計		1099
五、接駁服務與設施的滿意度	非常滿意	343	31.2
	滿意	422	38.4
	普通	252	22.9
	不滿意	48	4.4
	非常不滿意	34	3.1
	小計		1099

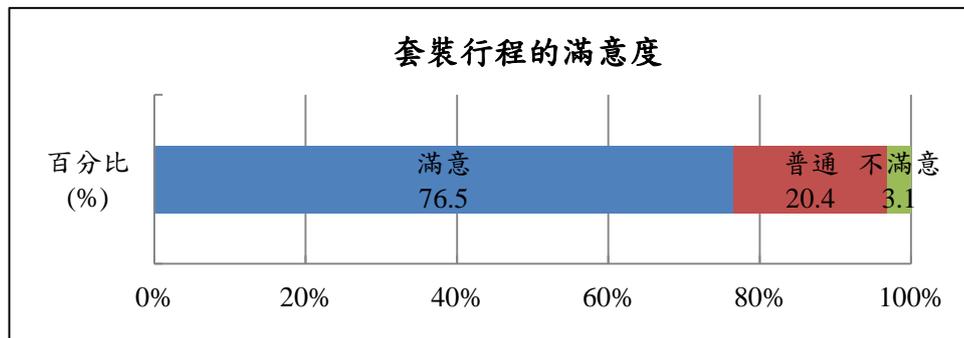
貳、小三通中轉服務的滿意度

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 37.6%、「滿意」為 38.9%，非常滿意與滿意合計為 76.5%，「普通」佔 20.4%，「不滿意」為 2.0%、「非常不滿意」為 1.1%，不滿意與非常不滿意合計為 3.1%，套裝行程的滿意平均數為 4.10，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	413	37.6
滿意	428	38.9
普通	224	20.4
不滿意	22	2.0
非常不滿意	12	1.1
合計	1099	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」。

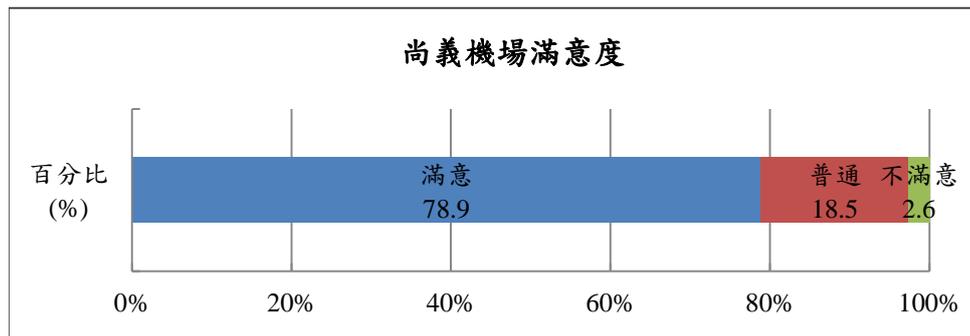
圖 3.7.1 對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度

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 36.8%、「滿意」為 42.1%，非常滿意與滿意合計為 78.9%，「普通」佔 18.5%，「不滿意」為 1.6%、「非常不滿意」為 1.0%，不滿意與非常不滿意合計為 2.6%，尚義機場設施與服務的滿意平均數為 4.12，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	404	36.8
滿意	463	42.1
普通	203	18.5
不滿意	18	1.6
非常不滿意	11	1.0
合計	1099	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」。

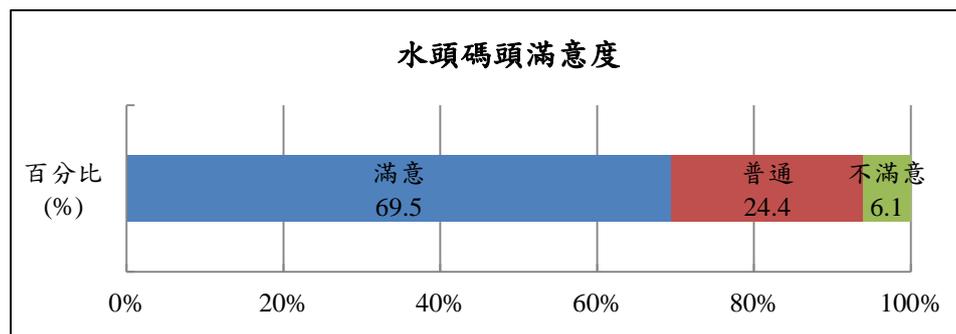
圖 3.7.2 對尚義機場設施與服務的滿意度

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 33.5%、「滿意」為 36.0%，非常滿意與滿意合計為 69.5%，「普通」佔 24.4%，「不滿意」為 4.3%、「非常不滿意」為 1.8%，不滿意與非常不滿意合計為 6.1%，水頭碼頭設施與服務的滿意平均數為 3.95，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	368	33.5
滿意	396	36.0
普通	268	24.4
不滿意	47	4.3
非常不滿意	20	1.8
合計	1099	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」。

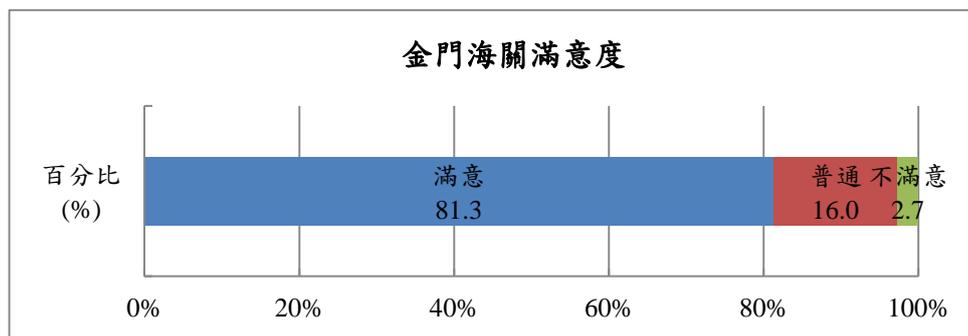
圖 3.7.3 對水頭碼頭設施與服務的滿意度

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 38.7%、「滿意」為 42.6%，非常滿意與滿意合計為 81.3%，「普通」佔 16.0%，「不滿意」為 1.9%、「非常不滿意」為 0.8%，不滿意與非常不滿意合計為 2.7%，金門海關出入境服務的滿意平均數為 4.16，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	425	38.7
滿意	468	42.6
普通	176	16.0
不滿意	21	1.9
非常不滿意	9	0.8
合計	1099	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」。

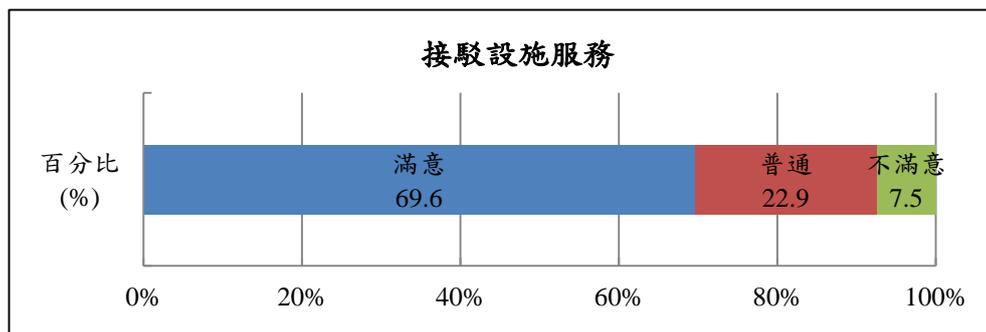
圖 3.7.4 對金門海關出入境服務的滿意度

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 31.2%、「滿意」為 38.4%，非常滿意與滿意合計為 69.6%，「普通」佔 22.9%，「不滿意」為 4.4%、「非常不滿意」為 3.1%，不滿意與非常不滿意合計為 7.5%，接駁設施服務的滿意平均數 3.90，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	343	31.2
滿意	422	38.4
普通	252	22.9
不滿意	48	4.4
非常不滿意	34	3.1
合計	1099	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. 五通碼頭行李不能直掛台灣很麻煩。(107B002)
2. 人潮疏通須規劃。(107B010)
3. 接駁不便公車班次少。(107B011)
4. 可增加定時接駁車。(107B018)、(107B259)
5. 當因天氣因素延遲時，船公司與航空公司互推皮球。(107B021)
6. 希望有機場接駁車。(107B026)
7. 硬體設施再加強。(107B034)
8. 機場碼頭往返接駁車再加強。(107B042)
9. 增加購物點。(107B043)
10. 行李一直搬運非常不便。(107B055)
11. 遮雨設施加強。(107B060)
12. 突破霧季障礙。(107B064)、(107B238)
13. 希望大眾交通工具，如公車班次可以增加。(107B082)、(107B
14. 網路太差連不上。(107B093)
15. 增設休息空間。(107B121)
16. 派遣人力支援(107B132)
17. 碼頭很小，假日一堆人，希望快改建。(107B133)
18. 交通設備不足。(107B139)
19. 開設輕軌更便利。(107B151)
20. 可以擴大水頭和機場規模。(107B171)
21. 加強對大陸旅客服務。(107B181)
22. 既然是中轉，就應該多增加設施，以便過客停留消費。(107B194)
23. 旅客多時，服務人員對待顧客要更加注意態度、微笑。(107B195)
24. 強化行李直掛。(107B240)

第二季

1. 碼頭至機場不方便。(107B269)、(107B270)
2. 自動通關時間可以再加速。(107B275)
3. 碼頭客運中心顯得雜亂，應做新的規劃。(107B276)
4. 開通公車，不應由旅行社壟斷，圖利個別團體。(107B281)
5. 餐飲增設。(107B282)

第三季

1. 接駁應有更好規劃。(107B541)、(107B549)、(107B554)
2. 還可以，金門機場入境機場內室內空氣不好，很悶熱。(107B558)
3. 硬體建設加強。(107B559)

4. 開放月票或季票來回大陸與金門的船票。(107B561)
5. 服務很好，其他有待加強。(107B565)
6. 假日無私船可搭乘，建議更加開放。(107B568)
7. 要有對開公車、密集班次。(107B569)
8. 水頭碼頭服務差，比大陸五通還差。(107B570)
9. 套票（空白）使用期限能延長。(107B573)
10. 擁擠。(107B577)
11. 希望再便捷一點，出入關有點費時，等待時間過久。(107B578)
12. 方便兩岸人民往來，做好廈門後花園。(107B582)
13. 水頭碼頭的洗手間不夠乾淨，(2)碼頭與機場的接駁巴士應該要多班次且要方便大行李放置。(107B585)
14. 廁所再乾淨些（水頭碼頭）。請嚴查運酒。(107B586)
15. (1)小三通已執行多年，仍有改善空間；(2)旅客進出交通工具的服務品質可以提升。(107B590)
16. 時間安排可以更快速一點，船和飛機的配合。(107B594)
17. 雨天很不方便。(107B597)
18. 碼頭不太乾淨，有關機場可以再豪華一點。(107B599)
19. 是否開一條直接由碼頭到民航局的公車路線。(107B601)
20. 建議除三餐時間外，也能提供免費點心。(107B602)
21. 都不錯。碼頭服務很不好，很多櫃台態度不夠友善、動線很差、代購太多。(107B604)
22. 我希望台南立榮開放直航廈門。(107B606)
23. (1)擁擠沒有秩序。(2)硬體規劃不佳，秩序維護不利。(3)碼頭空間太小。(107B607)
24. 買航空公司小三通被丟包1次，須自己搭Taxi去水頭碼頭，要嚴加管理。(107B610)
25. 航班、船班的延誤應減少。(107B618)
26. 增加購物機會。(107B622)
27. 計程車素質非常差勁，請按表。(107B624)
28. 越便民越好。(107B631)
29. 建議免稅商品可用人民幣。(107B632)
30. 與港深、澳珠相比，金廈兩地落差太大。軟硬與觀光資源並不具停留旅行吸引力。(107B634)
31. 縮短中轉時間。(107B637)
32. 可提升。(107B644)
33. WIFI可以加強，人多就連不上。(107B649)
34. 中轉大廳仍可有擴大空間。(107B655)
35. 公車直達機場碼頭。(107B657)、(107B681)、(107B694)、(107B702)、(107B712)、(107B740)
36. 碼頭那該有便利商店。一條龍機場到碼頭時間太久了。(107B658)
37. 可增加接駁的旅程介紹。(107B661)

38. 水頭碼頭可以大些，人多易亂。(107B662)
39. 應分層。(107B667)
40. 台南班機增加班次。(107B668)
41. 加強機場到碼頭的大眾運輸。(107B671)
42. 希望兩岸橋樑趕緊完工，讓來往旅客更方便、快速。(107B672)
43. (1)接駁車太難坐。(2)指示較少。(107B680)
44. 加強對旅客的交通標示。(107B684)
45. 金門機場餐飲選擇太少。(107B689)、(107B716)
46. 水頭碼頭可逗留時間過少。(107B690)
47. 偏郊部分可再多規劃。(107B691)
48. 當日末班船太少，不足疏運。(107B696)
49. 運輸只是可以更明確，流程更易懂。(107B708)
50. 應有如台鐵的區間車的公車接駁車免費服務，約 23-30 分鐘一班。(107B709)
51. 可開發觀光列車、美食列車。(107B711)
52. 水頭碼頭開設便利商店。(107B713)
53. 金門端通關作業可以更快速。(107B715)
54. 碼頭到機場公共運輸太少。(107B717)
55. 計程車不給共乘，服務不佳。(107B718)
56. 除航空公司外，無接駁大巴。(107B723)
57. 碼頭空間太小。(107B724)、(107B731)
58. 應該有公車開通機場到碼頭路線。(107B726)
59. 通橋。(107B732)
60. 機場到碼頭應有更便捷的服務。(107B737)
61. 建議設立接駁車。碼頭有道日曬雨淋。(107B746)
62. 希望午餐時間附便當。(107B755)
63. 為何未開放散客服務，只接受旅行社？(107B764)
64. 似乎較少推廣，目前只知道立榮金廈一條龍。(107B769)
65. 服務滿意，設施很不滿意，被對岸比下去了。(107B770)
66. 口岸設備可以再多一點。(107B771)
67. 開通太慢。(107B772)
68. 可航班與船班更好更快速。(107B775)
69. 增設機場碼頭往返接駁車，計程車太貴！(107B778)
70. 服務人員態度不佳。(107B780)
71. 水頭碼頭硬體再加強。(107B784)、(107B791)
72. 接駁不方便，沒有可以吃飯的地方。(107B785)
73. 改善碼頭行李托運行李的便利性。(107B787)
74. 建議有公共汽車可直接往返機場及碼頭。(107B790)
75. 增加班次。(107B797)、(107B794)

第四季

1. 別限制菸品。(107B823)
2. 服務態度要改。(107B824)
3. 舒適的空間、親切的服務。(107B837)
4. 水頭到尚義機場要有接駁車，公車應該每 10 分鐘一班。(107B841)
5. 須更新。(107B845)
6. 客輪要加強旅客的服務，例如：行李托運等。(107B847)
7. 希望有免費接駁車。(107B854)
8. 票務各方面可更智能化。(107B857)
9. 水頭碼頭較小，每到假日出關處爆滿。(107B859)
10. 增加餐食的選擇。(107B860)
11. 大陸很差，出入境登船很差、擁擠。(107B862)
12. 機場和碼頭間之接駁可加強。(107B865)
13. 關卡麻煩、細節繁瑣。(107B867)
14. 機場直達水頭碼頭接駁車。(107B868)、(107B908)、(107B915)、(107B925)、(107B894)、(107B1005)
15. 在機場/碼頭缺少推銷或介紹。(107B8870)
16. 多加強轉運設施，多些大客機。(107B871)
17. 中轉空檔可介紹金門特色。(107B882)
18. 縮短中轉時間。(107B883)、(107B889)、(107B1128)
19. 可否建設好點，兩岸要和平，經濟才會繁榮。(107B895)
20. 碼頭到機場設交通巴士。(107B905)
21. 都要搭計程車不方便，且計程車是壟斷行業，應多增加開通公車機場-水頭碼頭班車(直達)以方便旅客。(107B914)
22. 行李直掛廈門。(107B929)、(107B998)、(107B1106)
23. 通關秩序的維護需加強。(107B944)
24. 學習別人的長處。(107B951)
25. 增加短期停留(4hr 內)的交通工具。(107B961)
26. 有點冷漠。(107B966)
27. 廈門五通碼頭清潔費太貴。(107B968)
28. 可增設計程車共乘服務。(107B969)
29. 很方便了。(107B972)、(107B1010)
30. 有加強的空間。(107B980)
31. 計程車太貴，沒有公告收費標準。(107B990)
32. 水頭碼頭應立即擴建，出境大廳太擁擠，不像是主要出入境口岸的規格。(107B1019)
33. 機場碼頭接駁不順，沒有公共運輸，航班太早結束。(107B1021)
34. 目前皆可。(107B1023)
35. 太繁複。(107B1026)
36. 可以增加大眾運輸服務。(107B1028)、(107B1041)、(107B1044)、(107B1049)、(107B1051)

37. 停止接駁車中途停靠商家(例如麵線店等)。(107B1034)
38. 水頭碼頭破舊、動線不佳、無便利店、無整體統一的訂票中心(可參考大陸做法)。(107B1035)
39. 可設置統一訂船票的窗口，可免去打電話至各船公司訂票的費時情形。(107B1036)
40. 週六與週日水頭碼頭出入境排隊過長。(107B1050)
41. 計程車建議規定跳表，有時會遇到喊價情況。(107B1056)
42. 碼頭太遠，船票太貴。(107B1070)
43. 可於機場旁設置碼頭直接到對岸，像香港機場有碼頭直接到深圳、澳門，省時便利省錢。(107B1071)
44. 中轉時間長，希望有設施消化時間。(107B1078)
45. 希望尚義機場在人多的時候，電扶梯可以快一點。(107B1083)
46. 從碼頭到機場的出租車應規範。(107B1084)
47. 班次不固定。(107B1089)
48. 機位不足，容易起霧，船上下不方便。(107B1091)
49. 叫車方便，返程機場叫車不便。(107B1092)
50. 價格再便宜點。(107B1094)

肆、對金門觀光發展(或吸引觀光客到訪)的建議

第一季

1. 開金廈跨海大橋跟高鐵。(107B005)
2. 交通要更便利。(107B008)、(107B026)、(107B069)
3. 再多多發展旅遊項目和百貨購物業。(107B015)
4. 增加前往免稅店的班車。(107B017)
5. 配套旅遊行程。(107B021)
6. 多結合商業購物和節慶活動。(107B023)
7. 多些夜店。(107B025)
8. 街道布置整潔，人文素質提高。(107B029)
9. 免稅島。(107B034)
10. 當地特色文化。(107B042)、(107B261)
11. 增加民宿。(107B043)
12. 減少手續，增加宣傳，行程規畫再完善，交通便利度增加。(107B054)
13. 保留金門應有特色，環境維持才能有續航力。(107B064)
14. 購物建 Outlet，免稅商品多一些。(107B067)
15. 增加樂園之類的。(107B068)
16. 飛航時間太亂。(107B075)
17. 風景不錯，人感覺很熱情。(107B082)
18. 景美單純，古樸。(107B094)
19. 網路服務可以更普及。(107B095)
20. 可以出短期的套裝旅遊行程，五六人的小型觀光團、散客的消費力偏低。(107B121)
21. 可以擴大水頭和機場規模。(107B133)、(107B160)
22. 博弈產業。(107B140)
23. 創意產業。(107B148)
24. 小吃和購物商場。(107B151)
25. 弄些酒店和度假村，海邊度假的美食等。(107B154)
26. 應該做宣導行銷金門，以吸引台灣本島及陸客到金門旅遊。(107B194)
27. 發展個別特色，莫過度商業化。(107B195)
28. 行李置物服務設備可新增。(107B201)
29. 中轉手續可以稍微簡化一點。(107B210)
30. 飯店、交通需加強。(107B246)
31. 好山好水。(107B252)
32. 古色古香。(107B259)
33. 路線行程規劃更完善。(107B266)

第二季

1. 玩過一次就覺得沒什麼可以玩了。(107B269)
2. 套裝旅遊。(107B270)

3. 生技、博弈。(107B271)
4. 最好不要太注重觀光，破壞太多自然環境。(107B276)
5. 開放大陸人民觀光。(107B279)
6. 凸顯戰地體驗。(107B281)
7. 旅行巴士增設。(107B282)

第三季

1. 缺創新。(107B540)
2. 夜生活。(107B541)
3. 金門以觀光為主，商店太早關，可以往這方向發展，吸引遊客。(107B542)
4. 增加娛樂產業。(107B551)
5. 增設套裝行程。(107B552)
6. 水頭碼頭外商店外歡加強。(107B554)
7. 尚待加強各種硬體設備。(107B557)
8. 機場環境需改善，廁所不太乾淨。(107B560)
9. 交通不方便（島上）。(107B561)
10. 根本不知道為什麼要來金門。(107B565)
11. 提升環境吸引好的資金、人才創造價值。(107B570)
12. 提倡免稅。(107B571)
13. 多宣傳。(107B572)
14. 動線要更分明。(107B577)
15. 海灘的維護有需要加強。(107B578)
16. 金門東西比台灣貴。(107B579)
17. 小吃多，風景優美。(107B581)
18. 缺少大型旅遊項目。(107B582)
19. 公共交通要更便利。碼頭沒有 WIFI、沒有 7-11。(107B585)
20. 可以吸引觀光的主要產品？金門對觀光客的吸引點有哪些？(107B590)
21. 增加當地特色。(107B594)
22. 感覺或印象沒什麼景點好玩。(107B599)
23. 旅遊基礎設施或人員服務應加強。(107B602)
24. 開放博弈事業。(107B606)
25. 應結合醫療、醫美、購物。(107B607)
26. 沒有，還要再加強。(107B608)
27. 大陸旅遊需求發展快速，週六日一票難求，可加開班次。(107B610)
28. 加強宣傳度，以及如何辦理入台證步驟，主推自由行。(107B618)
29. 路標指示太少、太差勁。(107B622)
30. 沒有特色。(107B624)
31. 多設觀光景點，保留金門古蹟。(107B628)
32. 可待更努力加強。(107B632)
33. 發展吸引廈門居民或福建人民的獨特觀光資源，人聚自然才聚，才能發展更多元觀光。(107B634)

34. 能做的更完善，畢竟離中國最近。(107B640)
35. 金門特有景觀建築、風情。(107B655)
36. 海上活動、觀光發展非以中國客為主，廈門國外遊客吸引。(107B657)
37. 多宣傳，將便利的交通指引試介紹。(107B661)
38. 可以在機場和碼頭有更明顯及系統的推廣金門旅遊介紹及套餐。
(107B662)
39. 特色要突出，多多宣傳。(107B664)
40. 開放賭場增加地方特色。(107B669)
41. 多與對岸合作。(107B672)
42. 尚未涉足。(107B673)
43. 可以多些商品，有趣的、好吃的吸引人購買。(107B676)
44. 發展特色美食。(107B677)
45. 請在機場設立磅秤讓旅客托運行李可以先行秤重，如果過重可事先整理，
才不會卡在航空公司託運處。(107B678)
46. 壓強大眾運輸，希望機場擴寬，能有大型飛機以消化客流。(107B680)
47. 旅遊標示。(107B684)
48. 活動廣告。(107B685)
49. 可以讓金門的觀光農漁業與民宿結合。(107B687)
50. 民宿園藝待改善。(107B689)
51. 大眾運輸不方便。(107B690)
52. 當地形成一日遊缺乏。(107B694)
53. 通關與申請入金證的速度加快。(107B705)
54. 明確特色、景點或是美食。(107B706)
55. 和廈門的差異性。(107B708)
56. 盡量多設些有益金門觀光事業，增加在地特色。(107B710)
57. 發展遊樂場所。(107B719)、(107B772)
58. 加強住宿條件。(107B724)
59. 開闢微信、支付保支付。(107B725)
60. 應該多發展海上、沙灘觀光。(107B726)
61. 須建立獨立特性質之觀光產業以區隔大陸及台灣競爭優勢。(107B733)
62. 開發太慢。(107B737)
63. 對台灣愛露營客人沒有誘引(費用太高)，要加強對大陸中小學生服務項
目(研究實踐教育)。(107B764)
64. 多些套裝行程推廣，大陸民眾普遍對台灣觀光有興趣。(107B769)
65. 先把上述設施加強，半天就可以將必要景點玩完，留不了夜，增加景點
與內容。(107B770)
66. 不要太多建設，自然就好。(107B771)
67. 健康性、度假休閒性設施增加。(107B775)
68. 機場碼頭往返接駁車。(107B778)
69. 可增加金門景點小手冊。(107B783)
70. 增設文創園。(107B784)

71. 首先交通要方便，有特色之外，要妥善規劃動線。(107B785)
72. 計程車服務和議價不好。(107B788)
73. (1)大陸方面：加開石井>水頭船班(2)水頭附近開全聯或家樂福。
(107B792)
74. 設立賭場。(107B797)

第四季

1. 服務 up。(107B811)
2. 餐飲價格比台灣高。(107B823)
3. 多投放電視廣告等(在台灣較少看見相關文宣)。(107B825)
4. 可以曾服役於金門者，優惠配套再次攜眷旅遊觀光再次回憶，增加誘因。
(107B827)
5. 開放讓大陸人更方便來金門。(107B831)
6. 應投入戰地、閩南文化〔戰地規劃可參考馬祖〕。(107B835)
7. 住宿貴又爛。(107B841)
8. 平日和假日的機票需求差很多，假日難訂。(107B847)
9. 美食宣傳/免稅店。(107B854)
10. 鼓勵政府提倡環保，節省包裝、塑料的使用，為大環境整潔畫一分力。
(107B856)
11. 多宣傳、保留文化、引進文創產業。(107B857)
12. 發展博弈及多設巨星酒店。(107B859)
13. 增加機場附近的特色商品。(107B860)
14. 人文素質。(107B868)、(107B1016)
15. 交通除計程車外，公車似乎不方便。(107B872)
16. 以金門酒廠在地文化吸引觀光客；酒店仿照南台灣高級五星酒店。
(107B876)
17. 美食。(107B880)
18. 加強網路 PO 文。(107B882)
19. 開放有中國駕駛遊客可租車自駕遊。(107B889)
20. 海岸線據點的介紹及導覽。(107B894)
21. 有創意點，景點沒創意。(107B895)
22. 美食&文化。(107B904)
23. 道路太窄。(107B909)
24. 房屋太貴了。(107B910)
25. 公車少，對自由行旅客不方便。(107B914)
26. 開發博弈行業。(107B954)、(107B943)
27. 不要過度開發。(107B947)
28. 硬體建設要加強。(107B951)
29. 景點太少，假日無水上活動。(107B952)、(107B990)
30. 要有建設。(107B956)
31. 交通接駁的便利與班次可再加強(Like MRTA、BRT、LRT)。(107B957)

32. 晚上休閒活動。(107B961)
33. 可增加體驗活動。(107B964)
34. 主題觀光工廠。(107B969)
35. 金門應保留原有生態及狀態，不要過度開發才是最大的價值。(107B972)
36. 加強主題。(107B980)
37. 交通不方便。(107B981)、(107B1117)、(107B1135)
38. 金門古蹟。(107B995)
39. 多點公共交通工具。(107B999)
40. 計程車太貴 NT300；大眾運輸系統要加強。(107B1009)
41. 第一次還不了解哪裡不好。(107B1010)
42. 新蓋房規劃道路不佳，沒有整體規劃，各自建屋感覺市容亂。(107B1018)
43. 水頭碼頭應設置餐飲區，方便旅客用餐。(107B1019)
44. 多辦些活動。(107B1023)
45. 多開放旅客過來。(107B1026)
46. 開放陸客免簽證。(107B1034)
47. 提供完整、視野更高的國際級觀光服務及 Package。(107B1035)
48. 服務、購物、博弈皆可。(107B1036)
49. 擴大宣傳金門特色。(107B1043)、(107B1096)
50. 大型醫療、大型超市。(107B1045)
51. 免費機場到碼頭接駁車。(107B1049)
52. 中轉。(107B1061)
53. 交通的便利式，如可更便利會很不錯。(107B1065)
54. 多廣告，搭配促銷套餐行程(含大陸)。(107B1079)
55. 規劃並不完善也缺乏宣傳。(107B1083)
56. 加大發展旅遊業的同時，保持金門當地的原生態。(107B1086)
57. 保持原狀。(107B1089)
58. 強化休閒度假。(107B1091)
59. 交通便捷有待提升。(107B1092)
60. 增設景點、環境、配套建設。(107B1094)

第八節 年度趨勢分析

壹、中轉台商與非中轉觀光旅客之比例

由表 3.8.1 發現 107 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)	138	60	70	237	522	258	29	1314
	10.5	4.6	5.3	18.0	39.7	19.6	2.2	100
第二季(04-06月)	230	21	19	261	603	340	35	1509
	15.2	1.4	1.3	17.3	40.0	22.5	2.3	100
第三季(07-09月)	218	27	27	328	624	263	24	1511
	14.4	1.8	1.8	21.7	41.3	17.4	1.6	100
第四季(10-12月)	188	77	24	272	669	217	40	1487
	12.6	5.2	1.6	18.3	45.0	14.6	2.7	100
合計	774	185	140	1098	2418	1078	128	5821

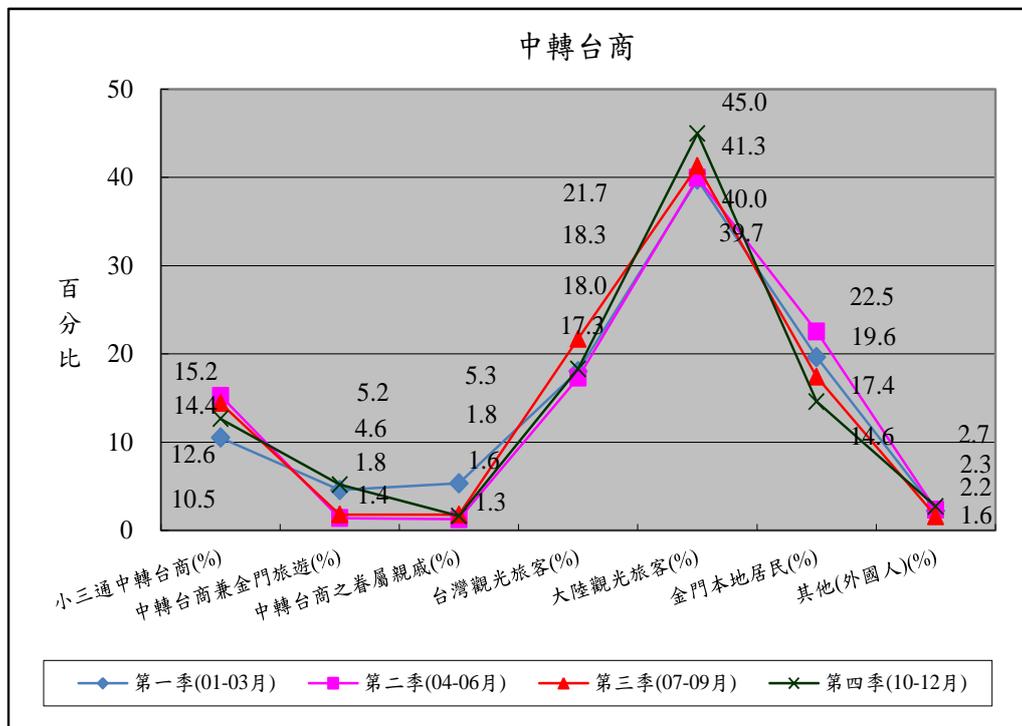


圖 3.8.1 小三通中轉台商

貳、入境地點

受到各航線班次需求的影響，中轉旅客入境地點四季變化不大。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)	119	53	41	14	28	2	11	268
	44.4	19.8	15.3	5.2	10.4	0.7	4.1	100
第二季(04-06月)	110	70	45	11	26	4	4	270
	40.7	25.9	16.7	4.1	9.6	1.5	1.5	100
第三季(07-09月)	69	77	31	4	38	1	52	272
	25.4	28.3	11.4	1.5	14.0	0.4	19.1	100
第四季(10-12月)	95	69	44	2	30	1	48	289
	32.9	23.9	15.2	0.7	10.4	0.3	16.6	100
合計	393	269	161	31	122	8	115	1099
排序	1	2	3	6	4	7	5	

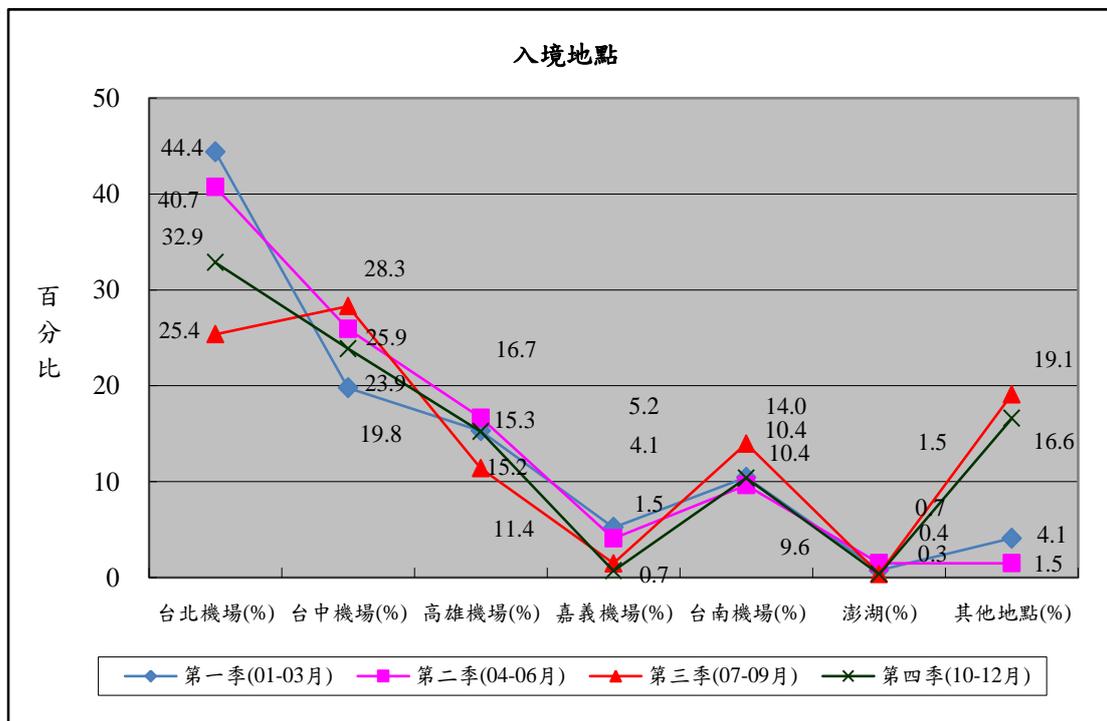


圖 3.8.2 入境地點

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」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)	138	60	70	268
	51.5	22.4	26.1	100
第二季(04-06月)	230	21	19	270
	85.2	7.8	7.0	100
第三季(07-09月)	218	27	27	272
	80.1	9.9	9.9	100
第四季(10-12月)	188	77	24	289
	65.1	26.6	8.3	100
合計	774	185	140	1099
排序	1	2	3	

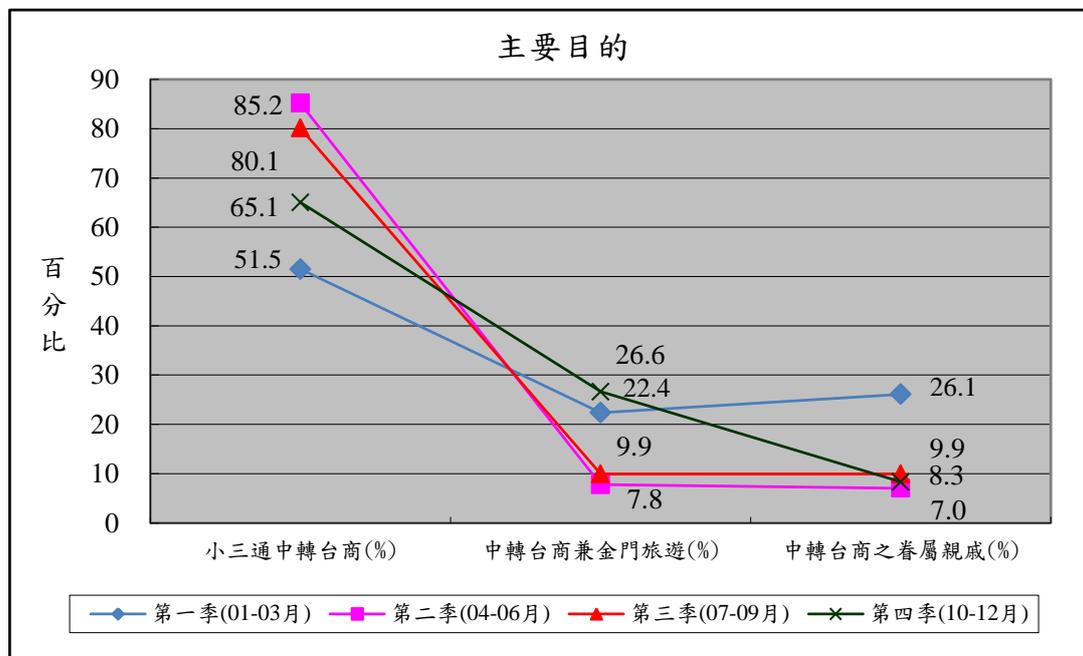


圖 3.8.3 主要目的

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)	191	47	11	19	268
	71.3	17.5	4.1	7.1	100
第二季(04-06月)	244	14	7	5	270
	90.4	5.2	2.6	1.9	100
第三季(07-09月)	248	15	7	2	272
	91.2	5.5	2.6	0.7	100
第四季(10-12月)	248	26	8	7	289
	85.8	9.0	2.8	2.4	100
合計	931	102	33	33	1099
排序	1	2	3	3	

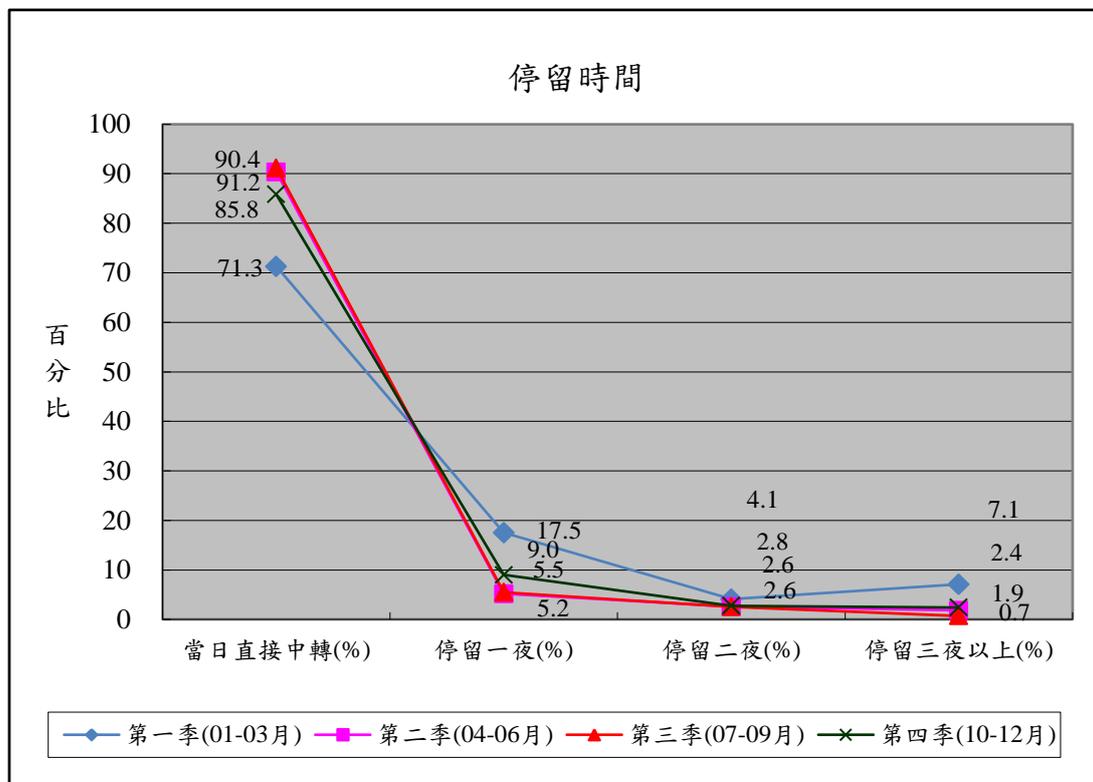


圖 3.8.4 停留時間

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

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

在年齡、職業、平均所得、性別、婚姻、公司職級方面，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「在金門停留二夜」者。

在往返間隔方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「二個月」對中轉服務滿意度高於「半個月」、「三個月以上」者。

在商務年限之旅方面，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	25	3.90	1.47	
	(2)20-29歲	163	4.12		
	(3)30-39歲	248	3.99		
	(4)40-49歲	279	4.05		
	(5)50-59歲	253	4.01		
	(6)60-69歲	117	4.16		
	(7)70歲及以上	14	4.23		
教育程度	(1)國中及以下	50	4.05	3.06*	2>4
	(2)高中、職	251	4.15		
	(3)大專、大學	619	4.04		
	(4)研究所及以上	179	3.93		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	222	4.09	0.71	
	(2)專業人員	349	4.04		
	(3)技術員及助理專業人員	73	4.08		
	(4)事務工作人員	52	4.12		
	(5)服務工作人員及售貨員	133	4.03		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	29	3.86		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	61	3.93		
	(8)學生	62	3.94		
	(9)家庭主婦	48	4.11		
	(10)退休人員	35	4.10		
	(11)其他	35	4.12		
平均收入	(1)29,999元以下	142	3.97	2.73*	
	(2)3萬~49,999元	190	3.97		
	(3)5萬~69,999元	235	4.02		
	(4)7萬~99,999元	132	4.12		
	(5)10萬元以上	246	4.03		
	(6)其他	154	4.22		
性別	(1)男	779	4.05	-0.07	
	(2)女	320	4.05		
婚姻	(1)已婚	697	4.07	0.36	
	(2)單身	402	4.01		
公司職級	(1)負責人	213	3.99	0.76	
	(2)一級主管	229	4.02		
	(3)二級主管	195	4.09		
	(4)員工	278	4.09		
	(5)台商眷屬	107	4.01		
	(6)其他	77	4.07		

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	931	4.07	3.52*	1>3
	(2)在金門停留一夜	102	3.92		
	(3)在金門停留二夜	33	3.72		
	(4)在金門停留三夜以上	33	4.06		
往返間隔	(1)一週	60	4.00	3.62**	4>2, 4>5
	(2)半個月	121	3.92		
	(3)一個月	227	4.05		
	(4)二個月	277	4.18		
	(5)三個月以上	414	4.00		
商務年限 之旅	(1)不到一年	79	3.92	2.417*	n.s
	(2)一年	179	4.13		
	(3)二年	105	4.07		
	(4)三年	168	3.97		
	(5)四年	123	4.22		
	(6)五年	87	3.95		
	(7)六年以上	358	4.03		

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 107 年 01 月至 12 月期間進行資料收集工作，總計完成有效問卷 1080 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 $\pm 2.98\%$ ，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 0.97，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	21	0.97
觀光便利性滿意度	4	0.87
觀光環境滿意度	5	0.89
服務設施滿意度	6	0.92
旅遊景點軟硬體服務的滿意度	6	0.95

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	52	4.8
	20-29歲	442	40.9
	30-39歲	318	29.4
	40-49歲	150	13.9
	50-59歲	61	5.6
	60-69歲	40	3.7
	70歲及以上	17	1.6
	小計	1080	100.0
二、教育程度	小學(含以下)	20	1.9
	初中	57	5.3
	中專(含高中)	190	17.6
	大學本科(含大專)	762	70.6
	研究所(含以上)	51	4.7
小計	1080	100.0	
三、職業	公司中級主管、職員	341	31.6
	服務業	133	12.3
	學生	130	12.0
	企業所有人、高級主管、商人	102	9.4
	教育機構人員(校長,教授,老師)	86	8.0
	科學家、工程師、律師、醫師、會計師	82	7.6
	家庭主婦	64	5.9
	政府機構人員	42	3.9
	退休人員	35	3.2
	其他	31	2.9
	農民	18	1.7
	文化工作人員(作家、音樂家、記者)	16	1.5
小計	1080	100.0	
四、平均所得	無經常性收入	169	15.6
	1千元以下	10	0.9
	1千-3千元	124	11.5
	3千-6千元	347	32.1
	6千-1萬元	238	22.0
	1萬-2萬元	150	13.9
	2萬元以上	42	3.9
	小計	1080	100.0
五、居住地	廈門市	550	50.9
	福建省(廈門除外)	401	37.1
	其他省(市)	129	11.9
	小計	1080	100.0
六、性別	女	676	62.6
	男	404	37.4
	小計	1080	100.0
七、婚姻	已婚	593	54.9
	單身	487	45.1
	小計	1080	100.0

第二節 樣本特徵分析

壹、年齡

來金陸客年齡層中，以「20-29歲」之旅客最多佔40.9%，「30-39歲」旅客次之佔29.4%，「40-49歲」佔13.9%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	52	4.8
20-29歲	442	40.9
30-39歲	318	29.4
40-49歲	150	13.9
50-59歲	61	5.6
60-69歲	40	3.7
70歲及以上	17	1.6
合計	1080	100.0

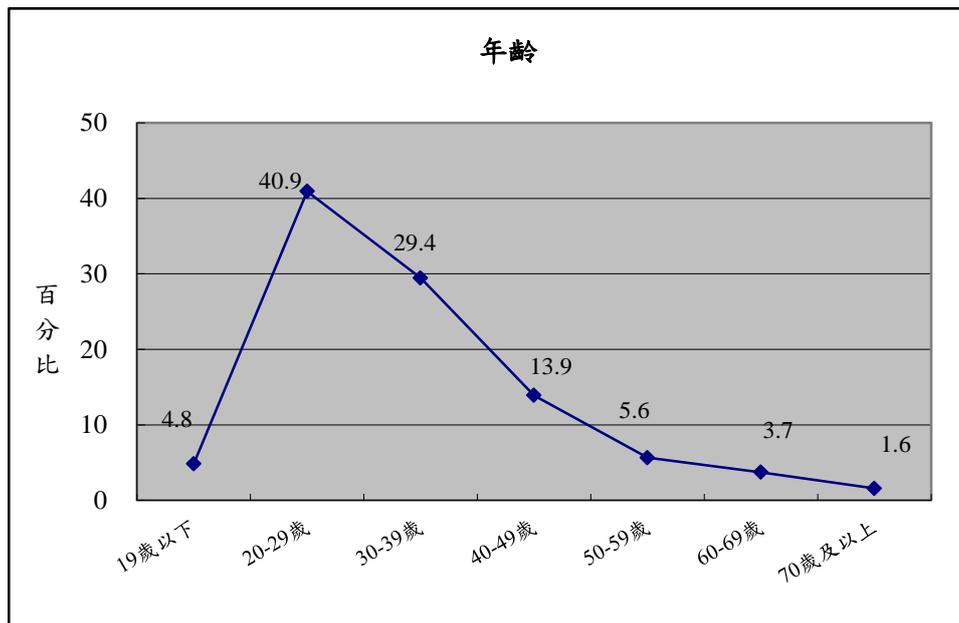


圖 4.2.1 來金陸客年齡分佈

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 70.6%，「中專（含高中）」次之佔 17.6%，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）	20	1.9
初中	57	5.3
中專（含高中）	190	17.6
大學本科（含大專）	762	70.6
研究所（含以上）	51	4.7
合計	1080	100.0

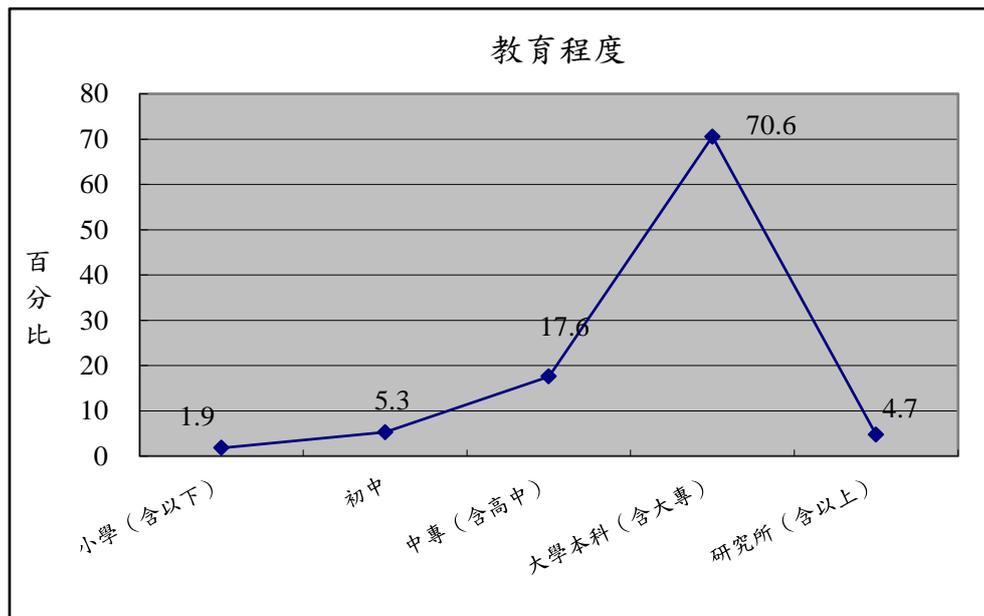


圖 4.2.2 來金陸客教育程度

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 31.6%，其次為「服務業」佔 12.3%，「學生」佔 12.0% 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	341	31.6
服務業	133	12.3
學生	130	12.0
企業所有人、高級主管、商人	102	9.4
教育機構人員(校長,教授,老師)	86	8.0
科學家、工程師、律師、醫師、會計師	82	7.6
家庭主婦	64	5.9
政府機構人員	42	3.9
退休人員	35	3.2
其他*	31	2.9
農民	18	1.7
文化工作人員(作家、音樂家、記者)	16	1.5
合計	1080	100.0

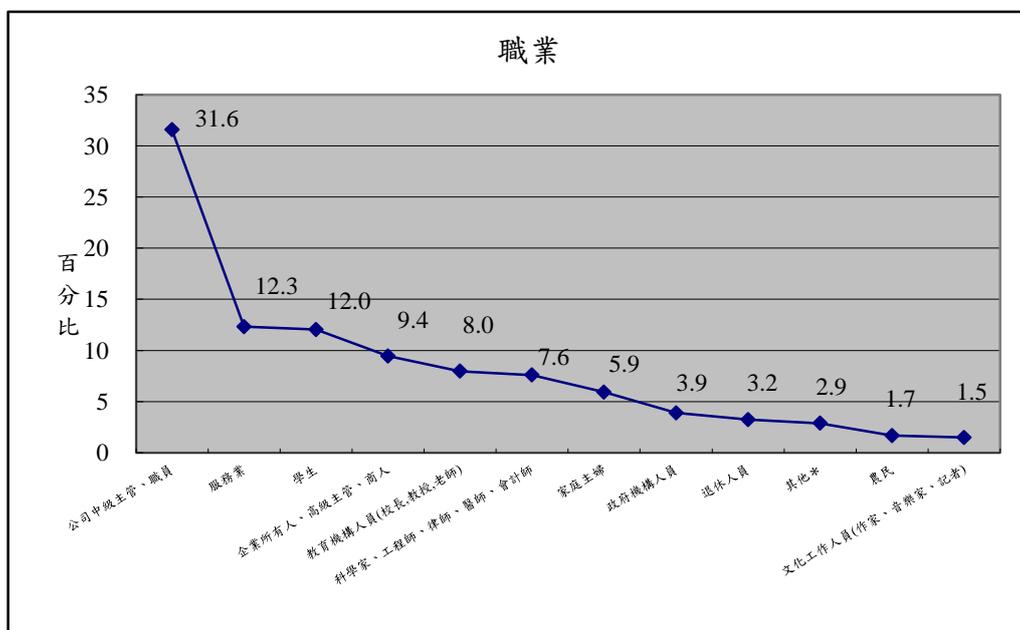


圖 4.2.3 來金陸客職業

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 32.1%，「6千-1萬元」的旅客次之佔 22.0%，而「無經常性收入」的旅客佔 15.6% 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	169	15.6
1千元以下	10	0.9
1千-3千元	124	11.5
3千-6千元	347	32.1
6千-1萬元	238	22.0
1萬-2萬元	150	13.9
2萬元以上	42	3.9
合計	1080	100.0

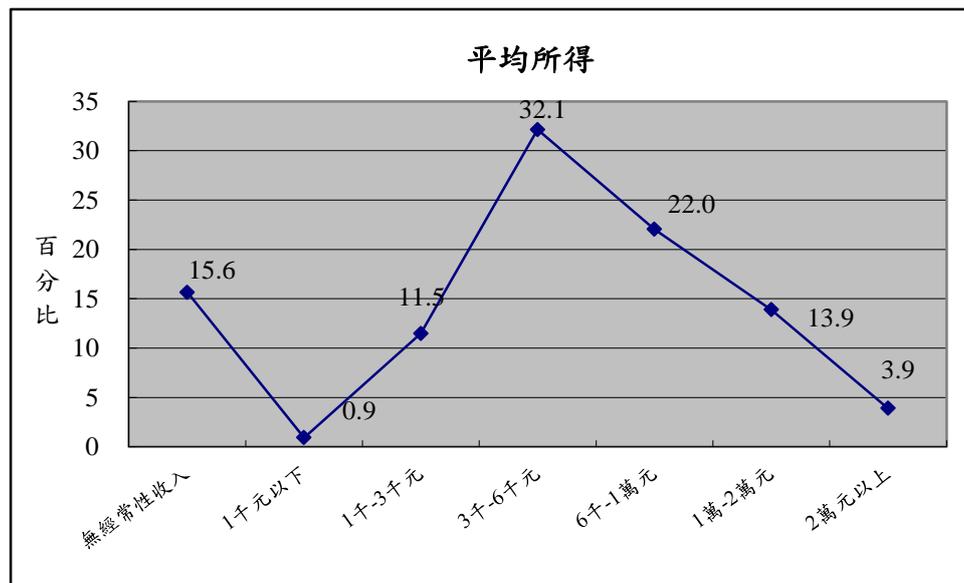


圖 4.2.4 來金陸客每月平均所得(人民幣)

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50.9%，「福建省（廈門市除外）」旅客次之佔37.1%，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	550	50.9
福建省(廈門市除外)	401	37.1
其他省(市)*	129	11.9
合計	1080	100.0

*選「其他省(市)」者填寫：天津、江蘇、黑龍江、浙江、北京、武漢、上海、山東、廣西、湖北、遼寧、廣州、香港、江西、成都、雲南、內蒙古等地方。

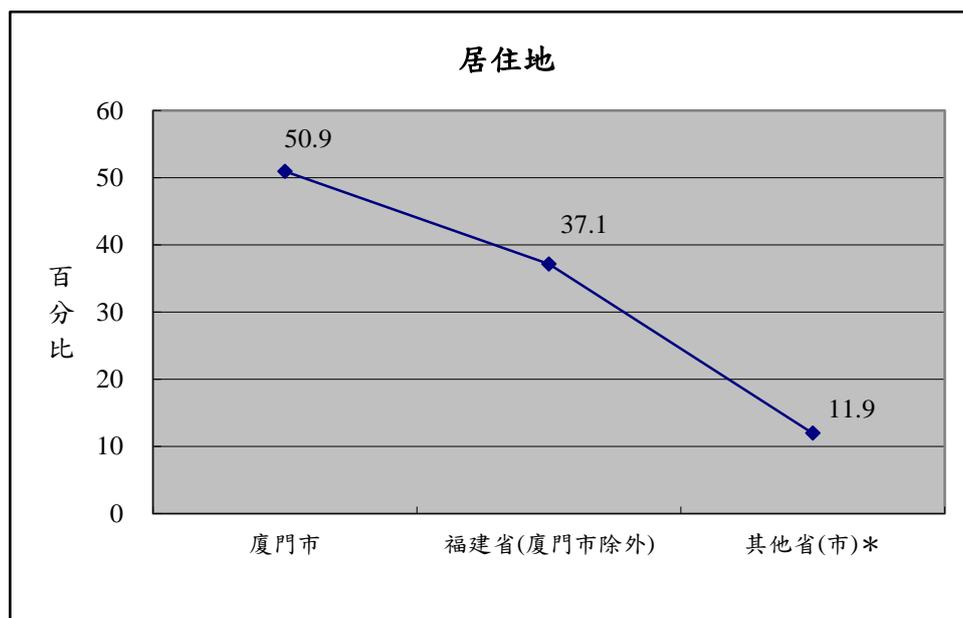


圖 4.2.5 來金陸客居住地

陸、性別

表4.2.6顯示，來金陸客的性別中，以「女性」旅客佔62.6%，「男性」旅客佔37.4%，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	676	62.6
男	404	37.4
合計	1080	100.0

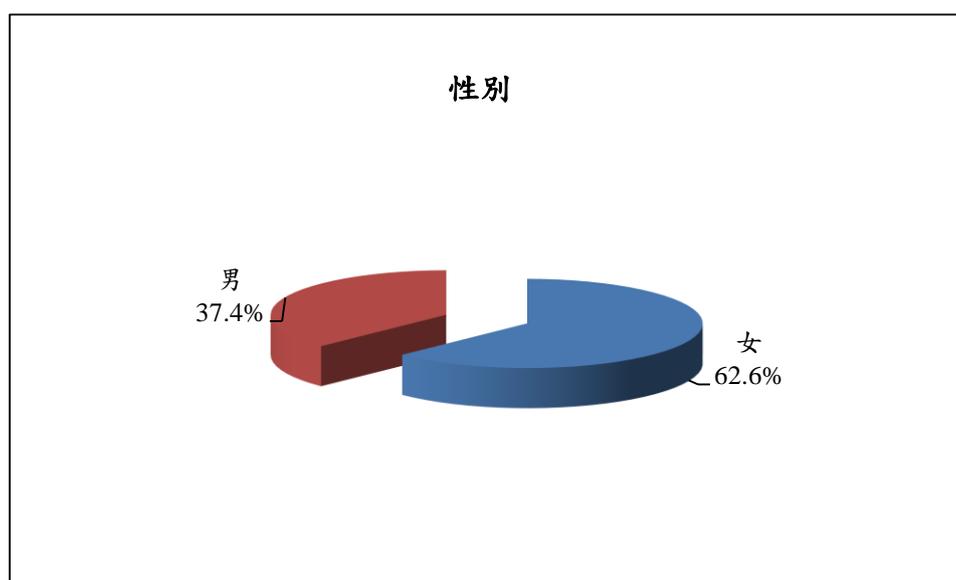


圖 4.2.6 來金陸客性別分佈

柒、婚姻

表4.2.7顯示，來金陸客的婚姻中，以「已婚」旅客佔54.9%，「單身」旅客佔45.1%，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	593	54.9
單身	487	45.1
合計	1080	100.0

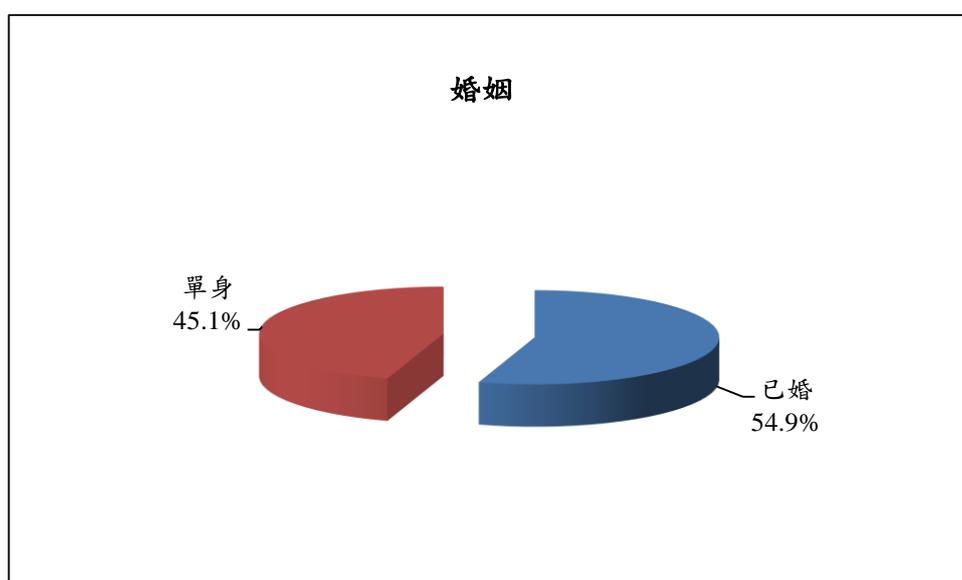


圖 4.2.7 來金陸客婚姻分佈

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	905	83.8
	其他	81	7.5
	探親及訪友	20	1.9
	商務考察兼觀光	43	4.0
	參加兩岸交流活動	17	1.6
	商務考察	14	1.3
	小計		1080
二、搭乘之客輪	新武夷	142	13.1
	蓬江輪	137	12.7
	新五緣號	117	10.8
	和平之星	100	9.3
	金瑞龍輪	96	8.9
	迅安輪	95	8.8
	東方之星	84	7.8
	新金龍	80	7.4
	金星6號輪	79	7.3
	捷安輪	64	5.9
	八方輪	47	4.4
	馬可波羅1號	39	3.6
	小計		1080
三、多久前規劃行程	無	380	35.2
	1至2星期	373	34.5
	3至4星期	184	17.0
	1.5個月	73	6.8
	2個月	56	5.2
	其他	14	1.3
	小計		1080
四、旅遊資訊來源	親友、同事、同學、鄰居	482	44.6
	旅行社	301	27.9
	計算機網路	260	24.1
	電子媒體	238	22.0
	個人經驗	140	13.0
	平面媒體	85	7.9
	旅遊展覽	73	6.8
	政府觀光相關單位	51	4.7
	未曾索取數據	43	4.0
	其他	14	1.3

* 本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1080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(%)
五、希望在何處取得 資訊	旅服中心	617	57.1
	遊客中心	308	28.5
	其他	155	14.4
小計		1080	100.0
六、希望取得何種資 訊	景點	560	51.9
	餐飲(含小吃)	480	44.4
	交通	416	38.5
	旅館(含民宿)	339	31.4
	特產	338	31.3
	租車	259	24.0
	當月活動資訊	199	18.4
	其他	28	2.6
*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1080份)			
七、旅遊主要原因	小三通交通便利	421	39.0
	對金門好奇心	392	36.3
	購物	391	36.2
	語言相通	309	28.6
	純觀光	225	20.8
	因為金門是台灣的縮影	131	12.1
	完成想來金門的心願	77	7.1
	曾經是親戚或自己的故鄉	58	5.4
	所屬工作單位或其它機構要求	52	4.8
	其他	33	3.1
	滿足炫耀	7	0.6
*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1080份)			
八、是否為中轉旅遊	否	474	43.9
	自由行	309	28.6
	廈門→金門→台灣	285	26.4
	廈門→台灣→金門	12	1.1
	小計	1080	100.0
九、觀光安排方式	自由行	571	52.9
	團體向旅行社接洽，由旅行社安排	248	23.0
	個別向旅行社報名，由旅行社安排	175	16.2
	自行組團，再委由旅行社安排	78	7.2
	其他	8	0.7
	小計	1080	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83.8%，以「其他」為目的次之佔7.5%，第三為「商務考察觀光」者佔4.0%，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	905	83.8
其他*	81	7.5
商務考察兼觀光	43	4.0
探親及訪友	20	1.9
參加兩岸交流活動	17	1.6
商務考察	14	1.3
合計	1080	100.0

*選「其他」者填寫：購物、打針、轉機、學習、觀光與購物、中轉、吃、參加花蛤季、婚宴等目的。

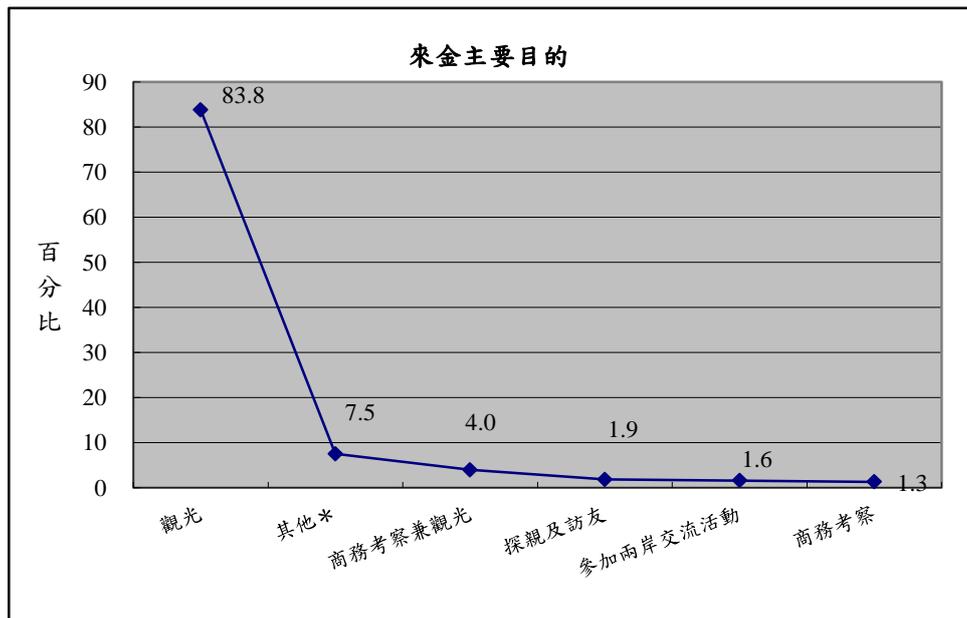


圖 4.3.1 來金陸客主要目的

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13.1%，搭乘「蓬江輪」入境者比例為12.7%次之，搭乘「新五緣號」入境者佔10.8%為第三，搭乘「和平之星」入境者佔9.3%，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	142	13.1
蓬江輪	137	12.7
新五緣號	117	10.8
和平之星	100	9.3
金瑞龍輪	96	8.9
迅安輪	95	8.8
東方之星	84	7.8
新金龍	80	7.4
金星6號輪	79	7.3
捷安輪	64	5.9
八方輪	47	4.4
馬可波羅1號	39	3.6
合計	1080	100.0

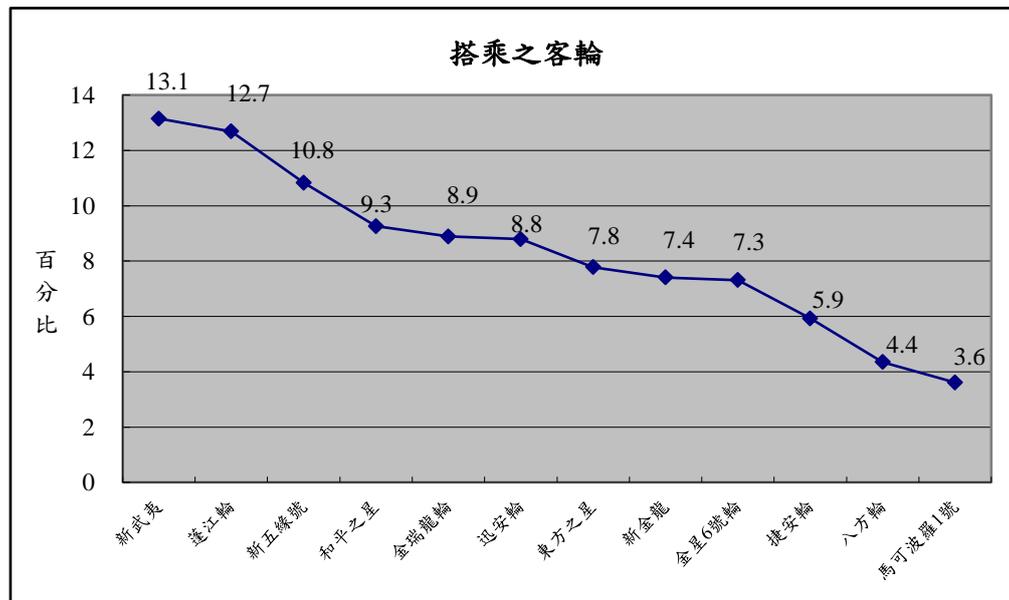


圖 4.3.2 來金陸客搭乘之客輪

肆、多久前計畫行程

由表4.3.4顯示，來金陸客多久前開始計畫行程，以「無」者所佔比例最多，為35.2%，以「1至2星期」者佔34.5%為次之，「3至4星期」者佔17.0%為第三，詳細資料參閱表/圖表4.3.4/圖4.3.3。

表 4.3.4 來金陸客多久前開始計畫行程

計畫行程	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
無	380	35.2
1至2星期	373	34.5
3至4星期	184	17.0
1.5個月	73	6.8
2個月	56	5.2
其他	14	1.3
合計	1080	100.0

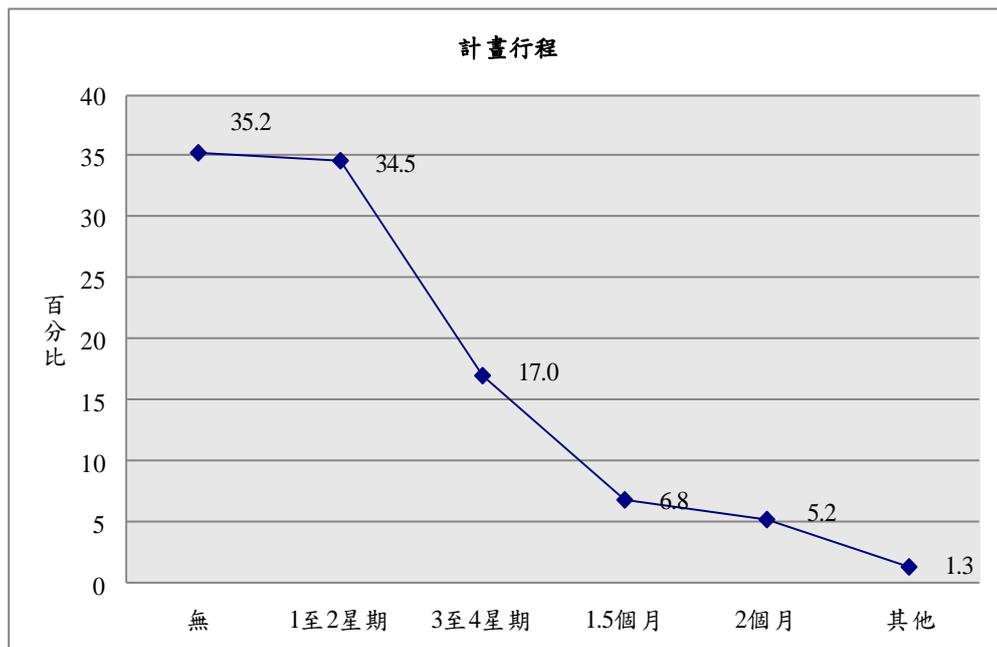


圖4.3.3 來金陸客多久前開始計畫行程

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44.6%，由「旅行社」者佔27.9%次之，由「計算機網路」者24.1%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	482	44.6
旅行社	301	27.9
計算機網路	260	24.1
電子媒體	238	22.0
個人經驗	140	13.0
平面媒體	85	7.9
旅遊展覽	73	6.8
政府觀光相關單位	51	4.7
未曾索取數據	43	4.0
其他	14	1.3

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1080份)

*選「其他」者填寫：想來看看、老人都知道、當地導遊、過境、花蛤季宣傳、中轉至台北旅行等。

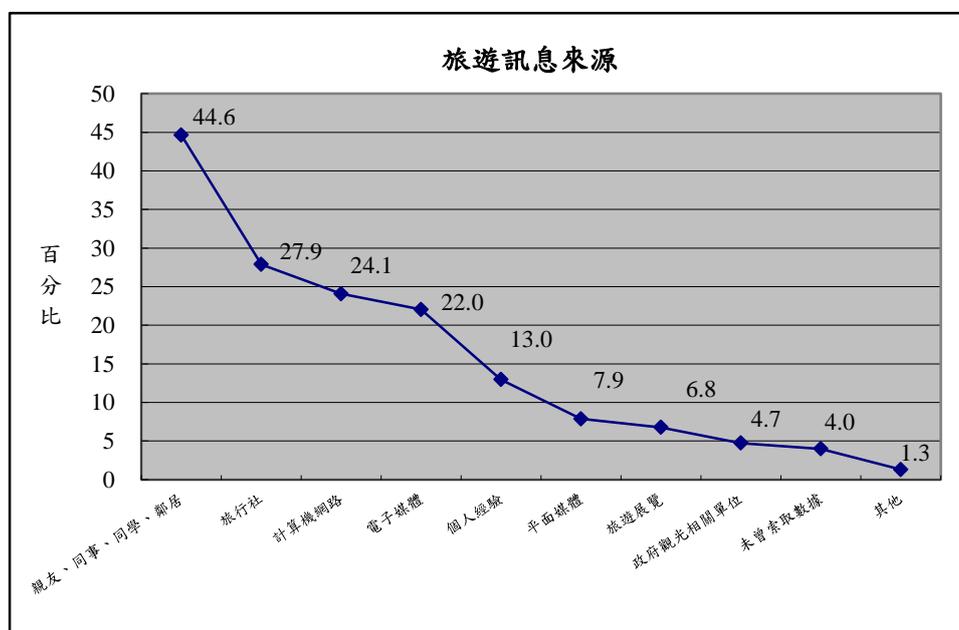


圖 4.3.4 來金陸客旅遊訊息來源

陸、希望在何處取得旅遊訊息

由表4.3.6顯示，來金陸客希望在何處取得旅遊訊息，以「旅服中心」者所佔比例最多，為57.1%，以「遊客中心」者佔28.5%為次之，詳細資料參閱表4.3.6/圖4.3.5。

表 4.3.6 來金陸客希望在何處取得旅遊訊息

希望在何處取得旅遊訊息	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
旅服中心	617	57.1
遊客中心	308	28.5
其他	155	14.4
合計	1080	100.0

*選「其他」者填寫：民宿、網路、微信、都可以、自己研究、手機、親戚、朋友、走到哪看到哪、導遊及旅行社、當地人、個人經驗等。

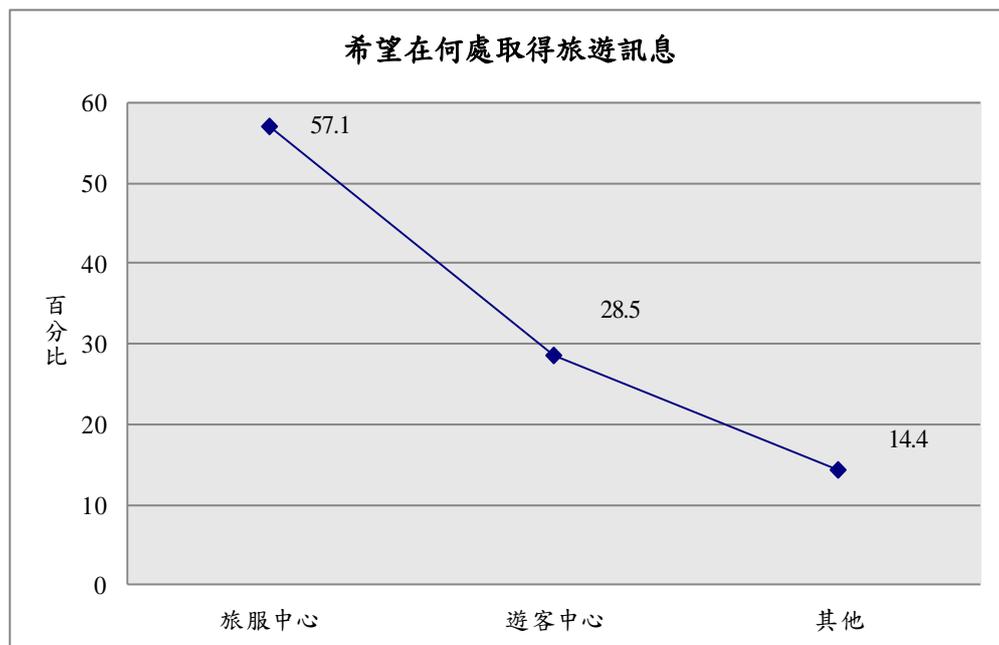


圖4.3.5 來金陸客希望在何處取得旅遊訊息

柒、希望取得何種旅遊資訊

由表4.3.7顯示，來金陸客希望取得何種旅遊資訊，以「景點」者所佔比例最多，為51.9%，與「餐飲(含小吃)」者佔44.4%為次之，「交通」者佔38.5%為第三，詳細資料參閱表4.3.7/圖4.3.6。

表 4.3.7 來金陸客希望取得何種旅遊資訊

希望取得何種旅遊資訊	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
景點	560	51.9
餐飲(含小吃)	480	44.4
交通	416	38.5
旅館(含民宿)	339	31.4
特產	338	31.3
租車	259	24.0
當月活動資訊	199	18.4
其他	28	2.6

*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1080份)

*選「其他」者填寫：商品折扣訊息、民俗活動、夜間活動、購物、當地文化等。

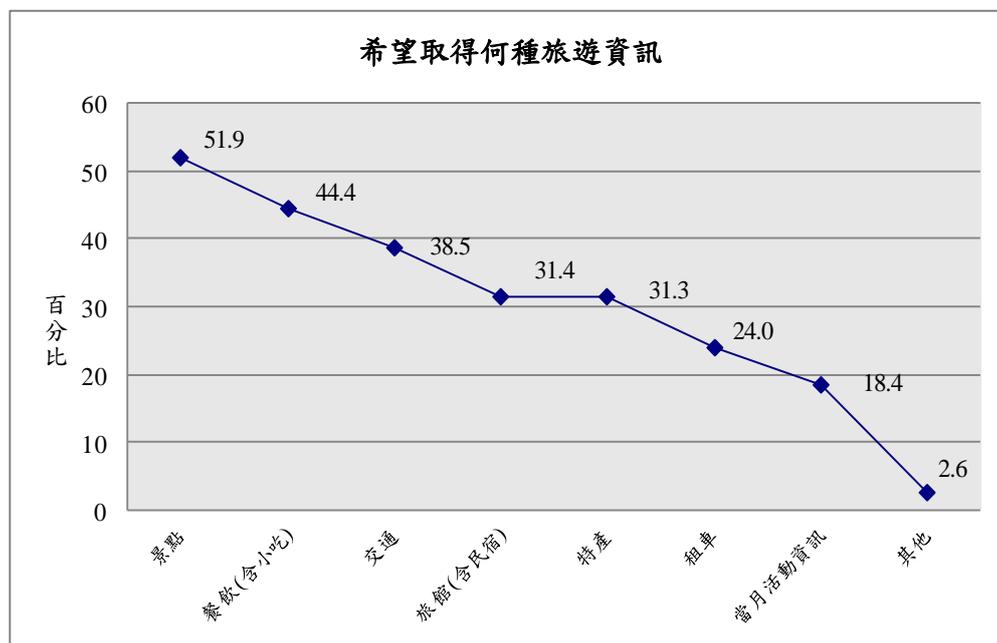


圖 4.3.6 來金陸客希望取得何種旅遊資訊

捌、旅遊的主要原因

吸引陸客來金旅遊主要原因以「小三通交通便利」者最多佔39.0%，以「對金門好奇心」者佔36.3%次之，以「購物」者佔36.2%為第三，詳細資料參閱表4.3.8/圖4.3.7。（本題為複選題）

表 4.3.8 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
小三通交通便利	421	39.0
對金門好奇心	392	36.3
購物	391	36.2
語言相通	309	28.6
純觀光	225	20.8
因為金門是台灣的縮影	131	12.1
完成想來金門的心願	77	7.1
曾經是親戚或自己的故鄉	58	5.4
所屬工作單位或其它機構要求	52	4.8
其他*	33	3.1
滿足炫耀	7	0.6

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1080份)

*選「其他」者填寫：人情味、美食、打針、乾淨、純樸的民風、休閒學習、中轉、感受人文、吃、放鬆心情、享受慢生活、過境、婚宴等。

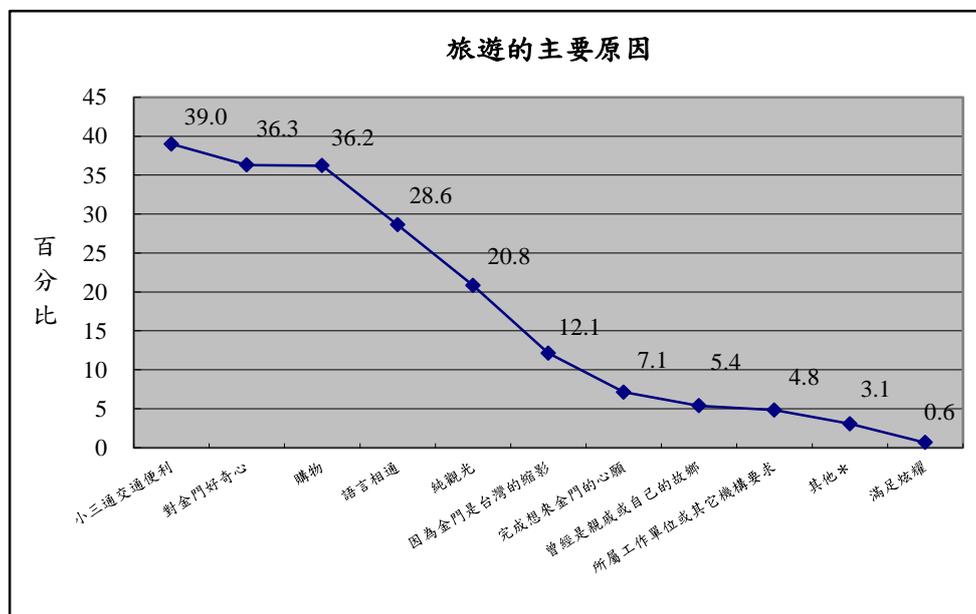


圖 4.3.7 來金門旅遊的主要原因

玖、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43.9%，而「自由行」者佔28.6%次之，詳細資料參閱表4.3.9/圖4.3.8。

表 4.3.9 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	285	26.4
廈門→台灣→金門	12	1.1
否	474	43.9
自由行	309	28.6
合計	1080	100.0

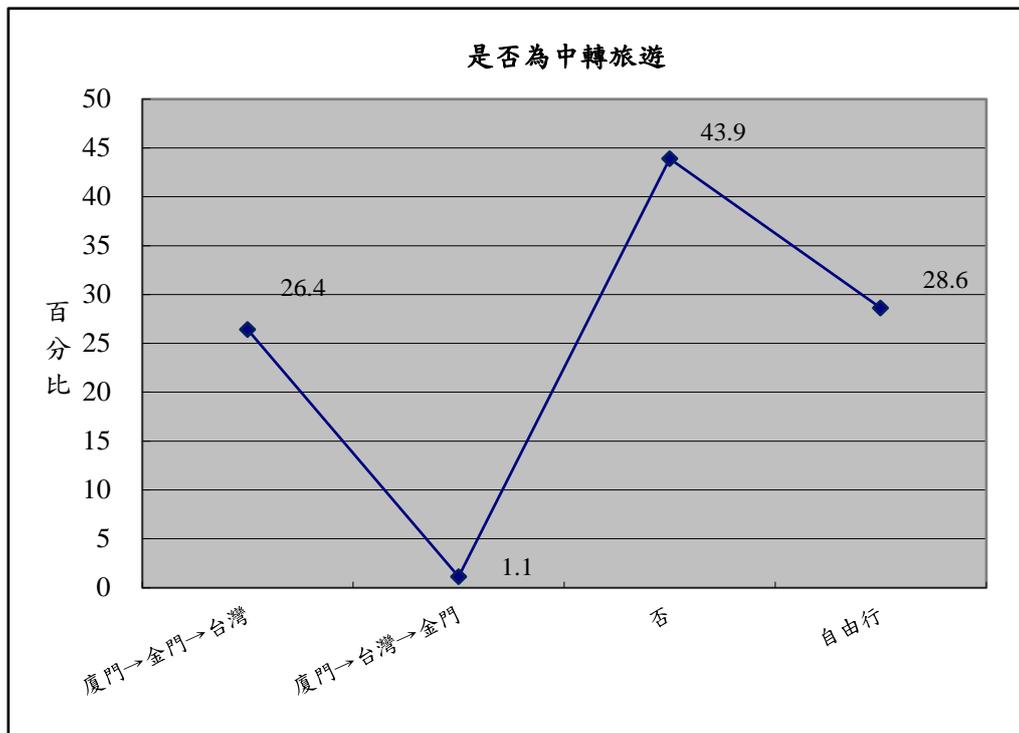


圖 4.3.8 是否為中轉旅遊

拾、觀光安排方式

來金陸客之觀光方式，以「自由行」的旅客所佔比例52.9%為最高，「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」者23.0%為第二，選擇「個別向旅行社報名，由旅行社安排」佔16.2%為第三，詳細資料參閱表4.3.10/圖4.3.9。

表 4.3.10 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(%)
自由行	571	52.9
團體向旅行社接洽，由旅行社安排	248	23.0
個別向旅行社報名，由旅行社安排	175	16.2
自行組團，再委由旅行社安排	78	7.2
其他	8	0.7
合計	1080	100.0

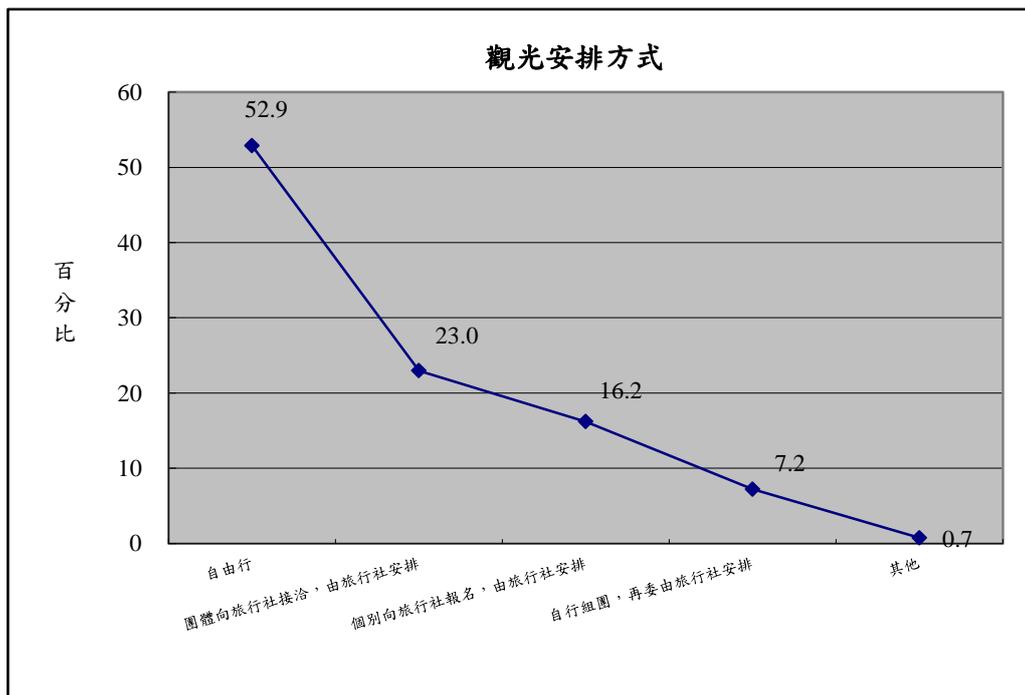


圖 4.3.9 陸客來金觀光方式

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	當天來回	93	8.6
	二天一夜	829	76.8
	三天二夜	113	10.5
	四天三夜	23	2.1
	五天(含)以上	22	2.0
	小計	1080	100.0
二、來金次數	一次	728	67.4
	二次	151	14.0
	三次	61	5.6
	四次	30	2.8
	五次以上	110	10.2
	小計	1080	100.0
三、參觀過的景點	詳細參料參閱表4.4.3		
四、最喜歡的景點	詳細參料參閱表4.4.4		
五、最喜歡的觀光資源與因素	閩南建築	453	41.9
	自然景觀	419	38.8
	免稅商品	338	31.3
	金門小吃	304	28.1
	戰地色彩	292	27.0
	台灣商品	278	25.7
	乾淨整潔的環境	267	24.7
	治安交通良好	242	22.4
	富人情味	233	21.6
	金門特產品	231	21.4
	文物古蹟	226	20.9
	氣候宜人	206	19.1
	旅費便宜	203	18.8
	海邊風光	186	17.2
	民風民俗的體驗	156	14.4
	物品價格合理	141	13.1
	賞鳥活動	43	4.0
	遊憩活動	37	3.4
	工商業繁榮	14	1.3
	其他	8	0.7
*本題為複選題，相對次數=次數／每百人次(問卷總份數1080份)			
六、在金參與的活動項目	詳細參料參閱表4.4.6		

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76.8%，「三天二夜」佔10.5%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(%)
當天來回	93	8.6
二天一夜	829	76.8
三天二夜	113	10.5
四天三夜	23	2.1
五天(含)以上	22	2.0
合計	1080	100.0

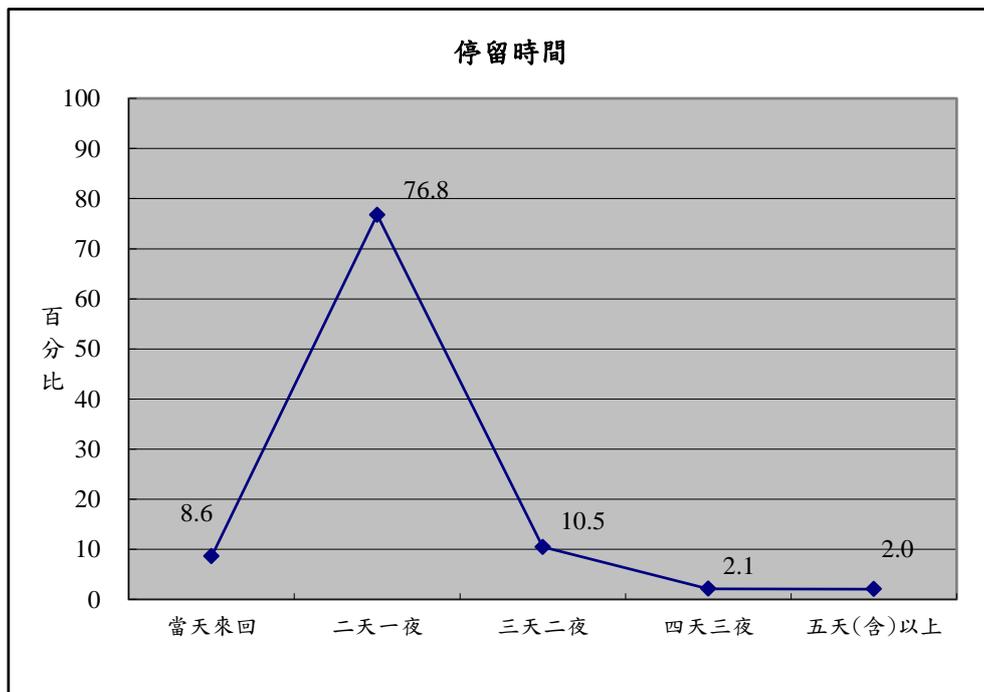


圖4.4.1 陸客來金停留時間

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67.4%，「二次」者居次佔14.0%，「五次以上」者佔10.2%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	728	67.4
二次	151	14.0
三次	61	5.6
四次	30	2.8
五次以上	110	10.2
合計	1080	100.0

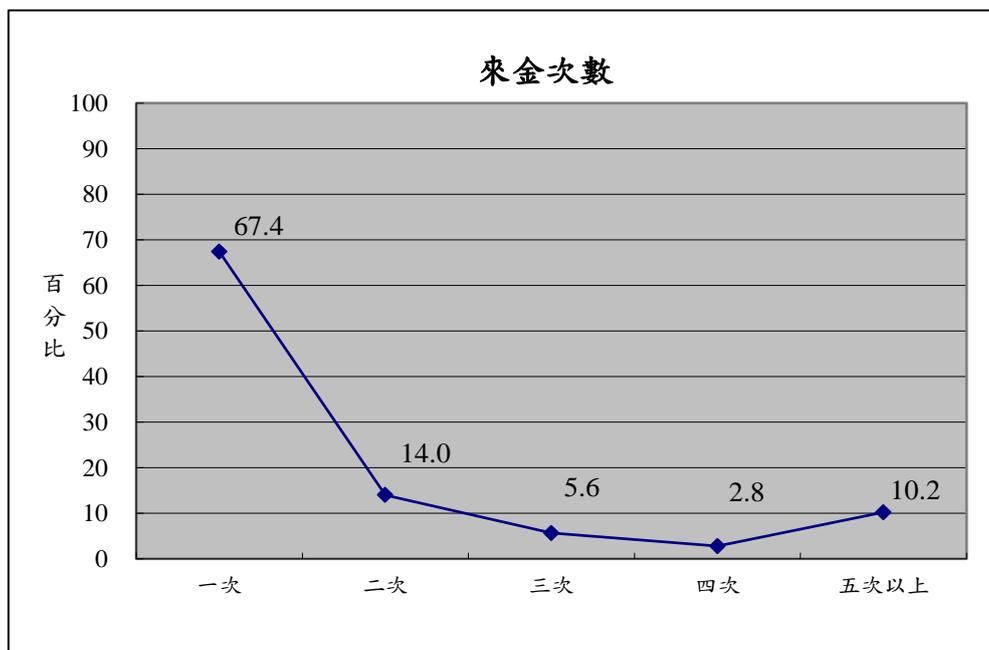


圖 4.4.2 兩岸開放後陸客來金次數

肆、參觀過的景點

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「莒光樓」為 41.6%，「翟山坑道」為 40.7%、「水頭聚落」為 32.8%，「模範街、貞節牌坊」為 31.3%，「清總兵署」為 22.3%、「文台寶塔」為 19.0%，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
莒光樓	449	41.6
翟山坑道	440	40.7
水頭聚落	354	32.8
模範街、貞節牌坊	338	31.3
清總兵署	241	22.3
文台寶塔	205	19.0
金門酒廠	203	18.8
建功嶼	171	15.8
獅山砲陣地	163	15.1
陳景蘭洋樓	161	14.9
慈湖	154	14.3
海邊沙灘	153	14.2
金城民防坑道	142	13.1
北山古洋樓	140	13.0
其他*	134	12.4
國家公園遊客中心	125	11.6
山后民俗文化村	116	10.7
太武山	110	10.2
古寧頭戰史館	106	9.8
乳山遊客中心	96	8.9
榕園、八二三戰史館	95	8.8
雙鯉濕地中心	83	7.7
馬山觀測所	82	7.6
烈嶼(小金門)	80	7.4
延平郡王祠	74	6.9
李光前將軍廟	66	6.1
瓊林聚落	62	5.7
柳營軍事體驗區	30	2.8

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數 1080 份)

*選「其他」者填寫：拍照點、金門大學、頂堡、免稅店、新湖漁港、藍晒圖、特產店、瓊民坑道、塗鴉牆、小長城、植物園、藥妝店、風獅爺、中轉、無等。

伍、最喜歡的景點

由表 4.4.5 顯示，來金陸客最喜歡的觀光景點，「無填寫」為 53.2% 之外，前六名之次數百分比依次為「莒光樓」為 7.3%，「水頭聚落」為 6.3%，「翟山坑道」為 6.2%，「模範街、貞節牌坊」為 3.3%，「海邊沙灘」為 2.2%，「金門酒廠」為 1.8%，詳細資料參閱表 4.4.5。(本題為複選題，最多可選 5 個)

表 4.4.5 來金陸客最喜歡的觀光景點項目

最喜歡的景點	全年調查樣本											
	喜歡1		喜歡2		喜歡3		喜歡4		喜歡5		合計	
	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數	次數	相對次數
水頭聚落	254	23.5	34	3.1	19	1.8	15	1.4	17	1.6	339	6.3
翟山坑道	123	11.4	105	9.7	85	7.9	16	1.5	6	0.6	335	6.2
文台寶塔	16	1.5	4	0.4	16	1.5	7	0.6	6	0.6	49	0.9
莒光樓	128	11.9	139	12.9	65	6.0	43	4.0	21	1.9	396	7.3
建功嶼	16	1.5	19	1.8	8	0.7	8	0.7	4	0.4	55	1.0
延平郡王祠	9	0.8	8	0.7	3	0.3	6	0.6	3	0.3	29	0.5
模範街.貞節牌坊	58	5.4	43	4.0	39	3.6	24	2.2	12	1.1	176	3.3
清總兵署	11	1.0	23	2.1	21	1.9	16	1.5	19	1.8	90	1.7
金城民防坑道	6	0.6	9	0.8	3	0.3	7	0.6	8	0.7	33	0.6
古寧頭戰史館	7	0.6	6	0.6	10	0.9	8	0.7	5	0.5	36	0.7
北山古洋樓	7	0.6	8	0.7	9	0.8	15	1.4	7	0.6	46	0.9
雙鯉濕地中心	1	0.1	3	0.3	9	0.8	6	0.6	7	0.6	26	0.5
慈湖	27	2.5	23	2.1	15	1.4	11	1.0	13	1.2	89	1.6
李光前將軍廟	0	0.0	1	0.1	5	0.5	4	0.4	1	0.1	11	0.2
國家公園遊客中心	29	2.7	14	1.3	14	1.3	12	1.1	7	0.6	76	1.4
乳山遊客中心	5	0.5	3	0.3	10	0.9	15	1.4	16	1.5	49	0.9
金門酒廠	24	2.2	19	1.8	21	1.9	16	1.5	16	1.5	96	1.8
瓊林聚落	5	0.5	11	1.0	5	0.5	7	0.6	4	0.4	32	0.6
太武山	21	1.9	8	0.7	9	0.8	13	1.2	6	0.6	57	1.1
榕園/823戰史館	11	1.0	3	0.3	8	0.7	8	0.7	5	0.5	35	0.6
山后民俗村	6	0.6	13	1.2	17	1.6	9	0.8	9	0.8	54	1.0
馬山觀測所	11	1.0	3	0.3	3	0.3	4	0.4	10	0.9	31	0.6
烈嶼	12	1.1	4	0.4	9	0.8	10	0.9	13	1.2	48	0.9
大二膽水域	4	0.4	0	0.0	2	0.2	1	0.1	2	0.2	9	0.2
獅山砲陣地	11	1.0	15	1.4	20	1.9	23	2.1	21	1.9	90	1.7
陳景蘭洋樓	13	1.2	18	1.7	15	1.4	15	1.4	19	1.8	80	1.5
海邊沙灘	21	1.9	19	1.8	21	1.9	19	1.8	37	3.4	117	2.2
柳營軍事體驗區	1	0.1	1	0.1	3	0.3	1	0.1	5	0.5	11	0.2
其他	15	1.4	6	0.6	4	0.4	3	0.3	2	0.2	30	0.6
無填寫	228	21.1	518	48.0	612	56.7	738	68.3	779	72.1	2875	53.2

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1080份)

陸、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41.9%，「自然景觀」佔38.8%，「免稅商品」佔31.3%，「金門小吃」佔28.1%，「戰地色彩」佔27.0%，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	453	41.9
自然景觀	419	38.8
免稅商品	338	31.3
金門小吃	304	28.1
戰地色彩	292	27.0
台灣商品	278	25.7
乾淨整潔的環境	267	24.7
治安交通良好	242	22.4
富人情味	233	21.6
金門特產品	231	21.4
文物古蹟	226	20.9
氣候宜人	206	19.1
旅費便宜	203	18.8
海邊風光	186	17.2
民風民俗的體驗	156	14.4
物品價格合理	141	13.1
賞鳥活動	43	4.0
遊憩活動	37	3.4
工商業繁榮	14	1.3
其他	8	0.7

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1080份)

*選「其他」者填寫：安靜、舒服、中轉。

柒、在金參與的活動項目

由表4.4.7得知，在金參與的活動項目以「否」為最多，佔96.3%，「是」者居次佔3.7%，詳細資料參閱圖4.4.3。

表 4.4.7 在金參與的活動項目

在金參與的活動項目	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
否	1041	96.4
是	39	3.6
合計	1080	100.0

*選「是」者填寫：城隍廟活動、購物觀光、搭ABC線公車、打疫苗、夜市、找人、花蛤季、瞭解戰地文化、中轉等。

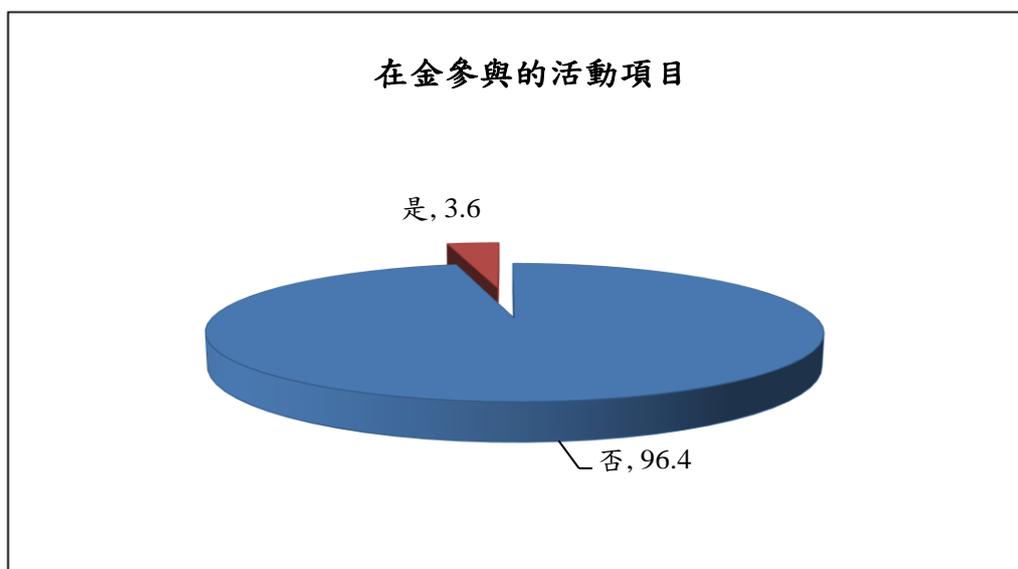


圖4.4.3 在金參與的活動項目

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(人民幣)		
(一)參加旅行團費用支出	249	58.0
1.團費支出		
999元以下	118	27.5
1,000-1,499元	16	3.7
1,500-1,999元	15	3.5
2,000-2,999元	11	2.6
3,000-3,999元	1	0.2
4,000-4,999元	19	4.4
5,000元(含)以上		
小計	429	100.0
(二)特產及紀念品消費		
沒有任何消費性支出	22	5.1
499元以下	81	18.9
500-999元	86	20.0
1,000-1,999元	103	24.0
2,000-2,999元	29	6.8
3,000-3,999元	14	3.3
4,000-4,999元	13	3.0
5,000元(含)以上	81	18.9
小計	429	100.0
(二)半自助、完全自助之費用支出		
1.來回船票費用		
149元以下	49	7.5
150-199元	24	3.7
200-249元	121	18.6
250-299元	268	41.2
300元(含)以上	189	29.0
小計	651	100.0
2.住宿費用		
免費(含當天來回)	161	24.7
249元以下	89	13.7
250-349	87	13.4
350-449	164	25.2
450-549	48	7.4
550-649	24	3.7
650-749元	11	1.7
750元(含)以上	67	10.3
小計	651	100.0

表 4.5.1 來金陸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(不含船票)	免費	86	13.2
	99元以下	56	8.6
	100-199	189	29.0
	200-299	133	20.4
	300-399	94	14.4
	400-499	17	2.6
	500-599	22	3.4
	600元(含)以上	54	8.3
	小計	651	100.0
4.餐飲費用	免費	86	13.2
	99元以下	58	8.9
	100-199	93	14.3
	200-299	107	16.4
	300-399	93	14.3
	400-499	29	4.5
	500-599	75	11.5
	600元(含)以上	110	16.9
	小計	651	100.0
5.特產及紀念品消費	沒有任何消費性支出	95	14.6
	499元以下	142	21.8
	500-999元	86	13.2
	1,000-1,999元	163	25.0
	2,000-2,999元	77	11.8
	3,000-3,999元	39	6.0
	4,000-4,999元	10	1.5
	5,000元(含)以上	39	6.0
	小計	651	100.0
6.其他項目費用	沒有任何消費性支出	455	69.9
	499元以下	41	6.3
	500-999元	38	5.8
	1,000-1,999元	51	7.8
	2,000-2,999元	27	4.1
	3,000-3,999元	15	2.3
	4,000-4,999元	8	1.2
	5,000元(含)以上	16	2.5
	小計	651	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/圖4.3.9.9

(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/圖4.3.9.10

表 4.5.1 來金陸客消費支出之樣本結構分析(續)

	類別	樣本數	百分比(%)
三、特產	免稅品	514	47.6
	藥妝店產品	414	38.3
	一條根	392	36.3
	香菸	317	29.4
	高粱酒	291	26.9
	日常百貨用品	287	26.6
	牛肉乾	269	24.9
	貢糖	263	24.4
	餅類	171	15.8
	麵線	163	15.1
	砲彈鋼刀	123	11.4
	紀念品	117	10.8
	無消費	108	10.0
	風獅爺藝品	103	9.5
	服飾	92	8.5
	高粱醋(酵素)	59	5.5
其他	17	1.6	
*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1080份)			
四、購物地點	免稅店	555	51.4
	藥妝店	476	44.1
	超商(7-11)	247	22.9
	自行前往之藝品特產店	228	21.1
	風景據點小販	224	20.7
	大賣場	194	18.0
	旅行社安排之特產店	191	17.7
	傳統市場	121	11.2
	其他	57	5.3
	無購買	51	4.7
	漁會超市	36	3.3
*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1080份)			
五、是否使用退稅	否	139	12.9
	是	941	87.1
	小計	1080	100.0

貳、來金陸客消費支出

一、基本消費支出

(一) 團費支出

一般團費集中於「999元以下」者佔58.0%，其次為「1,000-1,499元」者佔27.5%，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	249	58.0
1,000-1,499元	118	27.5
1,500-1,999元	16	3.7
2,000-2,999元	15	3.5
3,000-3,999元	11	2.6
4,000-4,999元	1	0.2
5,000元(含)以上	19	4.4
合計	429	100.0

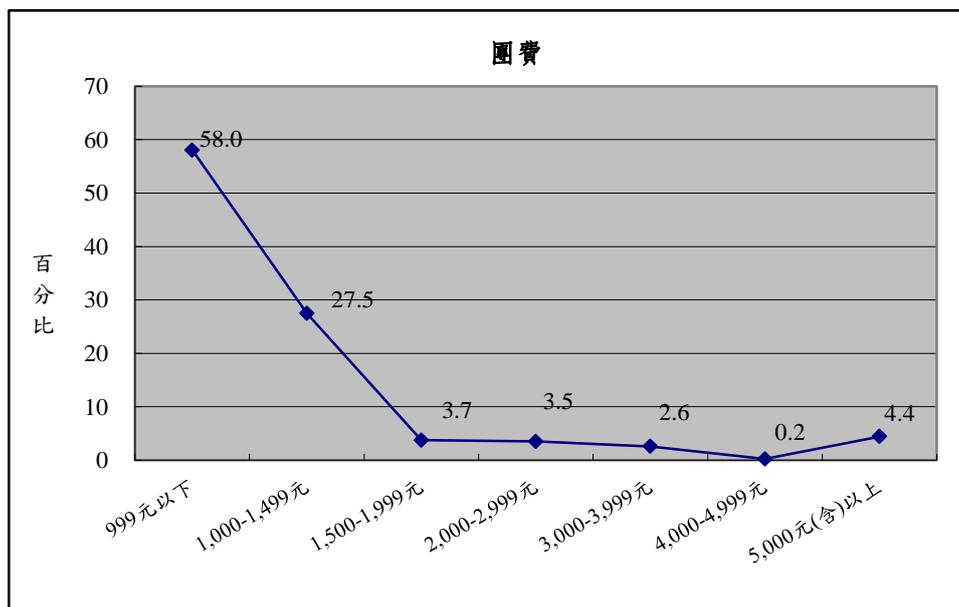


圖 4.5.1 團體旅遊團費(人民幣)

(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24.0%比例為最高，其次為「500-999元」的旅客佔20.0%，「499元以下」、「5,000元(含)以上」之旅客各佔18.9%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	22	5.1
499元以下	81	18.9
500-999元	86	20.0
1,000-1,999元	103	24.0
2,000-2,999元	29	6.8
3,000-3,999元	14	3.3
4,000-4,999元	13	3.0
5,000元(含)以上	81	18.9
合計	429	100.0

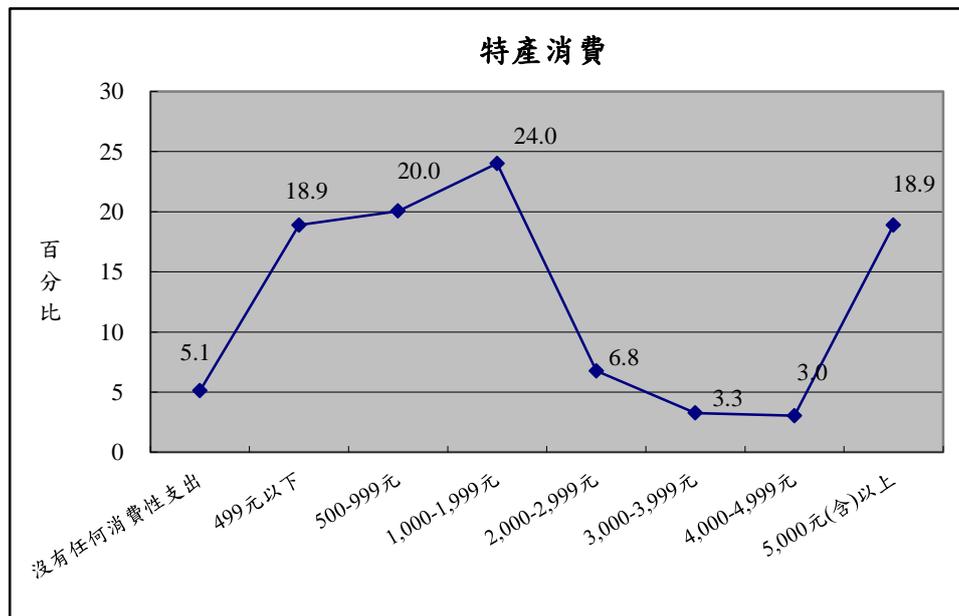


圖 4.5.2 特產消費支出(人民幣)

二、半自助、完全自助之費用支出

(一) 船票費用

由表4.5.4得知，來金非參加旅行團的觀光旅客所購買之船票費用為「250-299元」者佔41.2%，其次為「300元(含)以上」者佔29.0%，「200-249元」佔18.6%為第三，詳細資料參閱表4.5.4/圖4.5.3。

表 4.5.4 船票費用(人民幣)

船票費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
149元以下	49	7.5
150-199元	24	3.7
200-249元	121	18.6
250-299元	268	41.2
300元(含)以上	189	29.0
合計	651	100.0



圖 4.5.3 船票費用(人民幣)

(二) 住宿費用

由表4.5.5得知，來金非參團觀光旅客之住宿費用以「350-449元」所佔比例最高，為25.2%，其次為「免費（如住親友家或當天來回）」佔24.7%，「249元以下」佔13.7%為第三，詳細資料參閱表/圖4.5.4。

表 4.5.5 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)	161	24.7
249元以下	89	13.7
250-349元	87	13.4
350-449元	164	25.2
450-549元	48	7.4
550-649元	24	3.7
650-749元	11	1.7
750元(含)以上	67	10.3
合計	651	100.0



圖 4.5.4 住宿費用

(三) 交通費用 (不含機票)

由表4.5.6得知，來金非參團觀光旅客之交通費用以「100-199元」所佔比例最高，為29.0%，其次為「200-299元」者佔20.4%，「300-399元」者佔14.4%為第三，詳細資料參閱表4.5.6/圖4.5.5。

表 4.5.6 交通費用 (不含機票)

交通費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
免費	86	13.2
99元以下	56	8.6
100-199元	189	29.0
200-299元	133	20.4
300-399元	94	14.4
400-499元	17	2.6
500-599元	22	3.4
600元(含)以上	54	8.3
合計	651	100.0

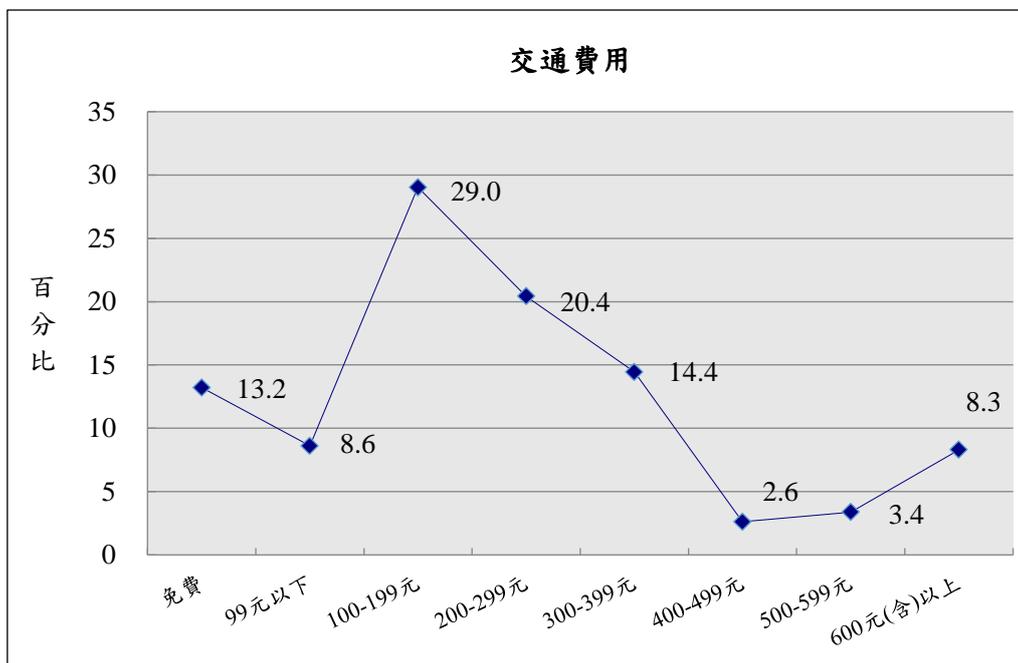


圖 4.5.5 交通費用 (不含機票)

(四) 餐飲費用

由表4.5.7得知，來金非參團觀光旅客之餐飲費用以「600元(含)以上」所佔比例最高，佔16.9%，其次為「200-299元」佔16.4%，「100-199元」、「300-399元」各佔14.3%為第三，詳細資料參閱表/圖4.5.6。

表 4.5.7 餐飲費用

餐飲費用	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
免費	86	13.2
99元以下	58	8.9
100-199元	93	14.3
200-299元	107	16.4
300-399元	93	14.3
400-499元	29	4.5
500-599元	75	11.5
600元(含)以上	110	16.9
合計	651	100.0



圖 4.5.6 餐飲費用

(五) 特產及紀念品消費

由表4.5.8得知，來金觀光旅客中在特產及紀念品消費支出方面以「1,000-1,999元」比例為最高，佔25.0%，其次為「499元以下」的旅客，佔21.8%，「沒有任何消費性支出」之旅客佔14.6%為第三，詳細資料參閱表4.5.8/圖4.5.7。

表 4.5.8 特產及紀念品消費

特產及紀念品消費	全年調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	95	14.6
499元以下	142	21.8
500-999元	86	13.2
1,000-1,999元	163	25.0
2,000-2,999元	77	11.8
3,000-3,999元	39	6.0
4,000-4,999元	10	1.5
5,000元(含)以上	39	6.0
合計	651	100.0

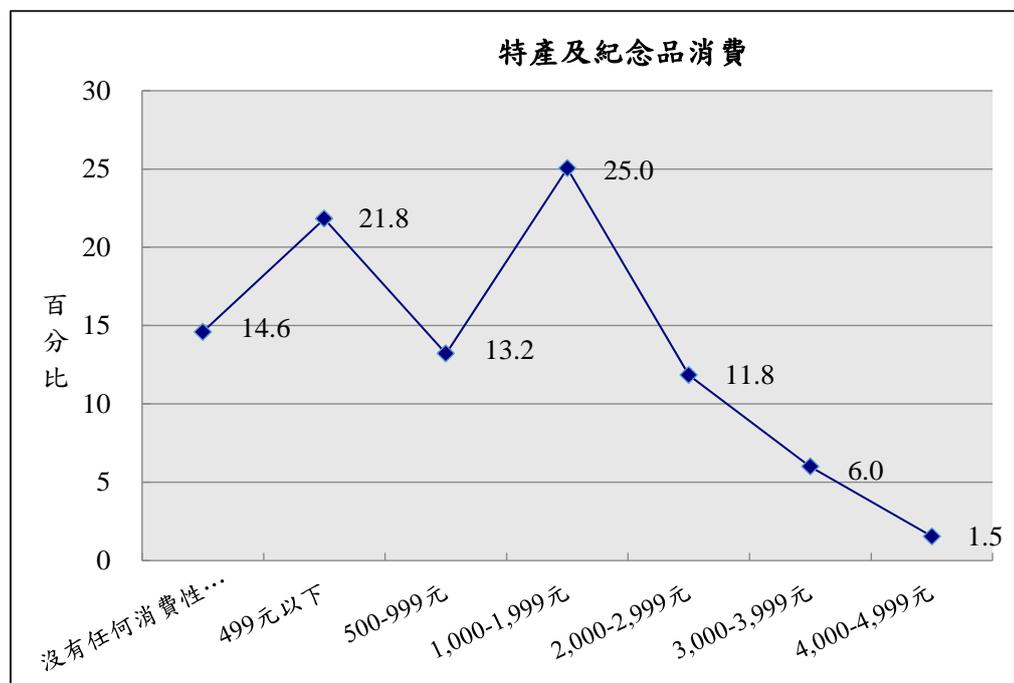


圖 4.5.7 特產及紀念品支出

(六) 其他項目消費費用

由表4.5.9得知，來金非參團觀光旅客之其他項目消費費用以「沒有任何消費性支出」所佔比例最高，為69.9%，其次為「1,000-1,999元」的旅客佔7.8%，「499元以下」之旅客佔6.3%為第三，詳細資料參閱表4.5.9/圖4.5.8。

表 4.5.9 其他項目消費費用

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	455	69.9
499元以下	41	6.3
500-999元	38	5.8
1,000-1,999元	51	7.8
2,000-2,999元	27	4.1
3,000-3,999元	15	2.3
4,000-4,999元	8	1.2
5,000元(含)以上	16	2.5
合計	651	100.0

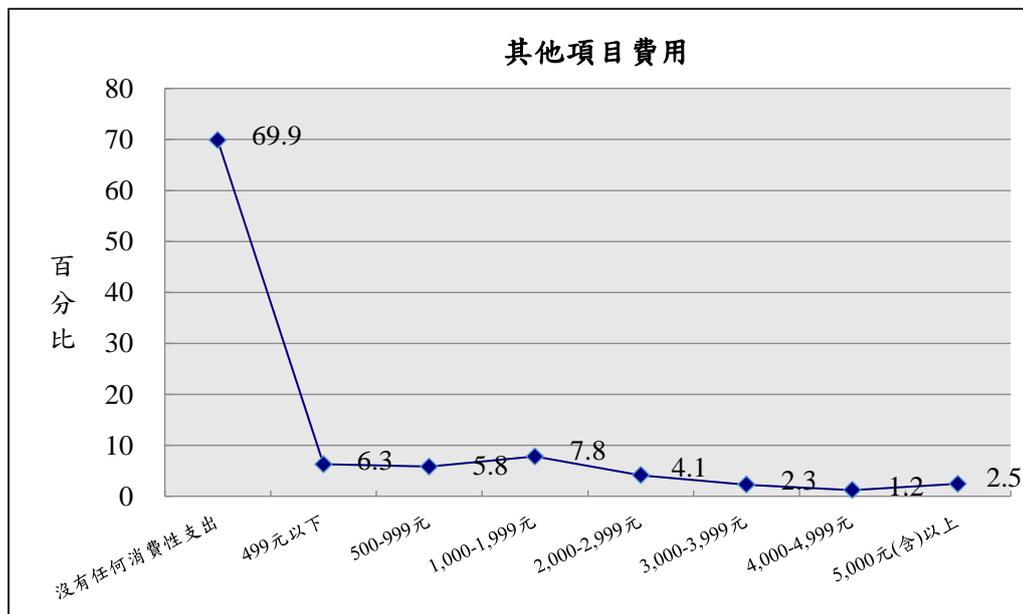


圖 4.5.8 其他項目消費費用

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1,398元，而特產消費每人每次平均支出約為1,968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3,366元。詳細資料參閱表4.5.10/圖4.5.9。

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 4.5.10 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	1,398	41.5
特產消費支出	1,968	58.5
合計	3,366	100.0

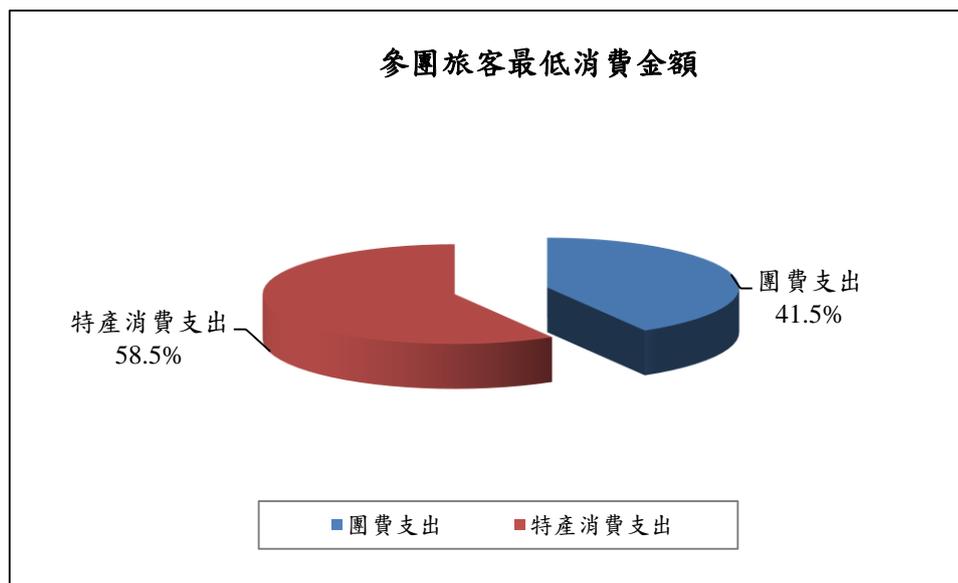


圖 4.5.9 參團遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)

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，自助旅遊旅客其船票費用每人每次平均支出約為260元，住宿費用每人每次平均支出約為323元，交通費用每人每次平均支出約為234元，餐飲費用每人每次平均支出約為306元，特產消費每人每次平均支出約為1,431元，其他項目每人每次平均支出約為544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3,098元。詳細資料參閱表4.5.11/圖4.5.10。

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) + (平均每人每次的其他項目支出)

備註：船票費用、特產消費、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：船票費用之150-199元取175元；而149元以下及300元以上，則取149元及300元。

表 4.5.11 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(%)
船票費用	260	8.4
住宿費用	323	10.4
交通費用	234	7.6
餐飲費用	306	9.9
特產支出費用	1,431	46.2
其他項目消費費用	544	17.6
合計	3,098	100.0

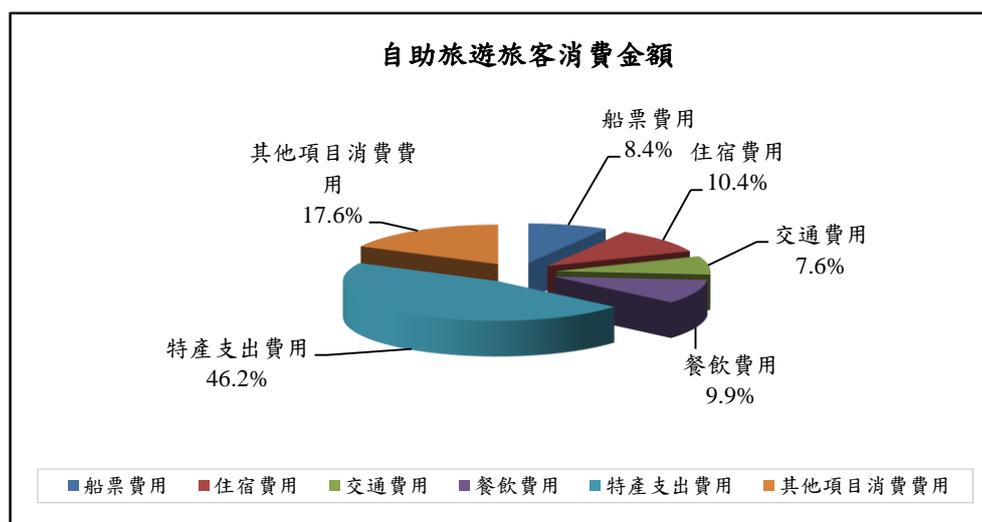


圖4.5.10 自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額

三、107年度調查大陸來金旅客最低消費總金額（人民幣）估算

107 年度大陸來金旅客最低消費總額約為人民幣 25 億 7 仟 7 佰 5 拾 3 萬 0 仟 2 百 4 拾 8 元。估算方式參閱如后。約為台幣 1 百 15 億 9 仟 8 佰 8 拾 8 萬 6 仟 1 百 1 拾 6 元。

107 年度調查便利抽樣之大陸觀光客總人次為 1,080 人。由附錄七得知 107 年 01 月至 12 月份來金門之大陸旅客人數為 794,655 人。其中來金門旅遊之大陸旅客人數約為 631,360 人，而停留金門 1 日以上，再中轉到台灣之陸客人數約為 48,739 人，另大陸地區小三通落地簽人數約為 114,556。而參團旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算為 3,366 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(依旅行社團費預估金額)。

估算公式：

$$\begin{aligned} \text{總消費金額（人民幣）} &= \text{大陸旅客來金人數} \times 3,366 \text{ 元} \\ &\quad + \text{中轉至台灣之陸客} \times 2,000 \text{ 元} \\ &\quad + \text{大陸地區小三通落地簽} \times 3,098 \text{ 元} \end{aligned}$$

$$= 631,360 \times 3,366$$

$$+ 48,739 \times 2,000$$

$$+ 114,556 \times 3,098$$

$$= 2,125,157,760 \text{ 元} + 97,478,000 \text{ 元} + 354,894,488$$

$$= 2,577,530,248 \text{ 元}$$

【以匯率 1:4.50 計算約為 11,598,886,116 元（台幣）】

肆、特產

在多種特產中最受來金陸客喜愛的特產為「免稅品」，所佔比例最高為47.6%，其次為「藥妝店產品」為38.3%，「一條根」為36.3%第三，「香菸」為29.4%，「高粱酒」為26.9%，詳細資料參閱表4.5.12/圖4.5.11（本題為複選題）。

表 4.5.12 特產種類

特產	全年調查樣本	
	次數	相對次數
免稅品	514	47.6
藥妝店產品	414	38.3
一條根	392	36.3
香菸	317	29.4
高粱酒	291	26.9
日常百貨用品	287	26.6
牛肉乾	269	24.9
貢糖	263	24.4
餅類	171	15.8
麵線	163	15.1
砲彈鋼刀	123	11.4
紀念品	117	10.8
無消費	108	10.0
風獅爺藝品	103	9.5
服飾	92	8.5
高粱醋(酵素)	59	5.5
其他	17	1.6

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1080份)

*選「其他」者填寫：奶粉、明信片、冰淇淋、高粱酒香腸、茶葉蛋、書、購物袋等。

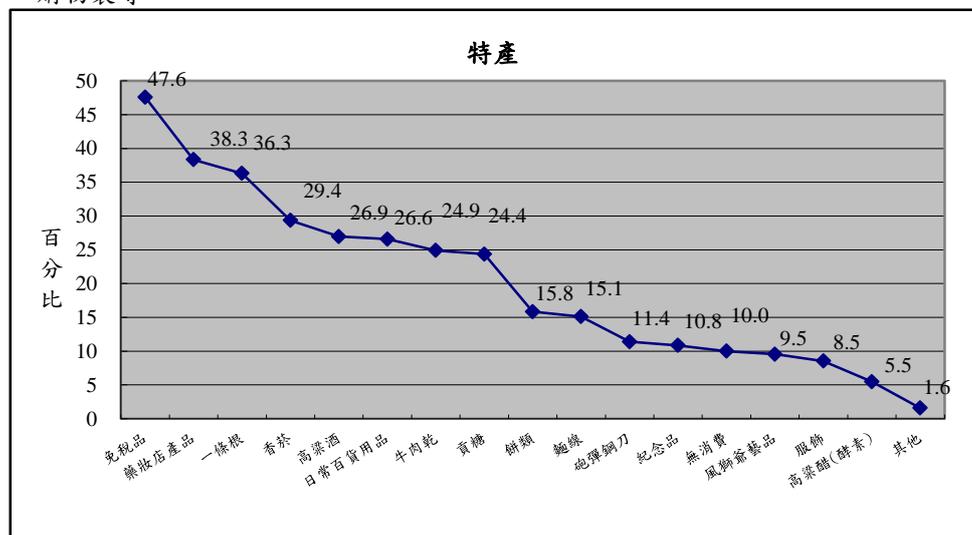


圖 4.5.11 特產種類

伍、購物地點

購物地點中以「免稅店」所佔比例最高為51.4%，「藥妝店」佔44.1%次之，「超商(7-11)」佔22.9%為第三，「自行前往之藝品特產店」佔21.1%，「風景據點小販」佔20.7%，詳細資料參閱表4.5.13/圖4.5.12。

表 4.5.13 購物地點

購物地點	全年調查樣本	
	次數	相對次數
免稅店	555	51.4
藥妝店	476	44.1
超商(7-11)	247	22.9
自行前往之藝品特產店	228	21.1
風景據點小販	224	20.7
大賣場	194	18.0
旅行社安排之特產店	191	17.7
傳統市場	121	11.2
其他	57	5.3
無購買	51	4.7
漁會超市	36	3.3

*本題為複選題，相對次數＝次數／每百人次(問卷總份數1080份)

*選「其他」者填寫：路邊小店、碼頭、機場等。

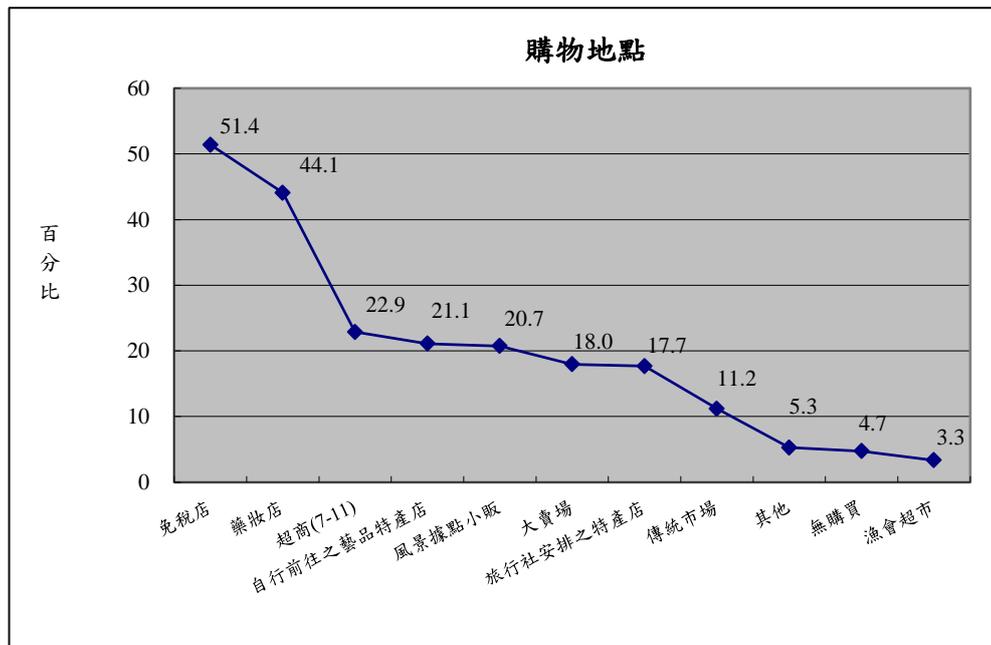


圖 4.5.12 購物地點

陸、是否使用退稅

由表4.5.14得知，在金門是否使用退稅以「否」為最多，佔87.1%，「是」者佔12.9%，詳細資料參閱圖4.5.13。

表 4.5.14 是否使用退稅

是否使用退稅	全年調查樣本	
	人數	百分比(%)
否	139	12.9
是	941	87.1
合計	1080	100.0

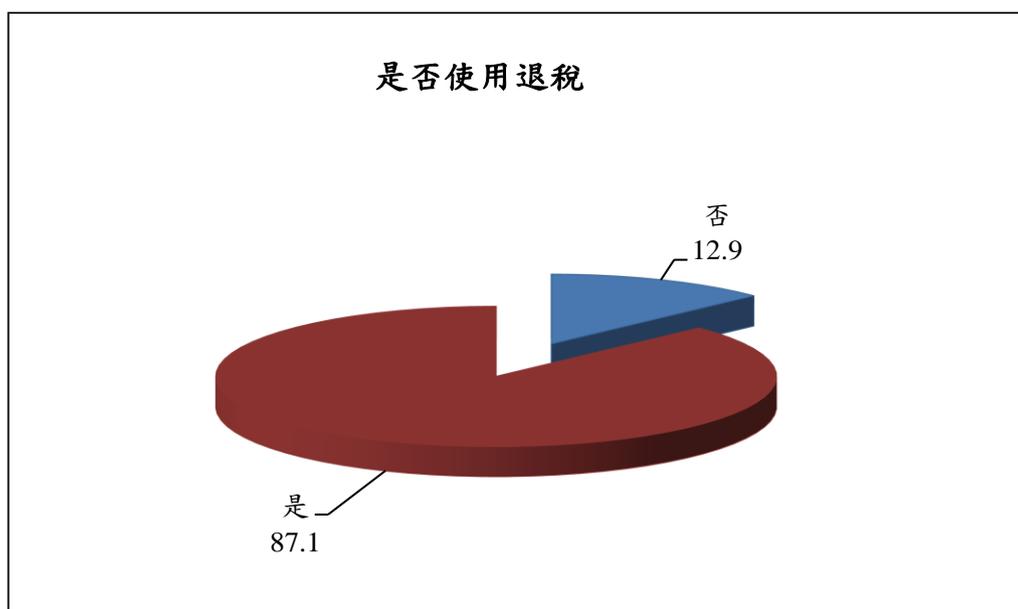


圖4.5.13 是否使用退稅

第六節 來金陸客旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

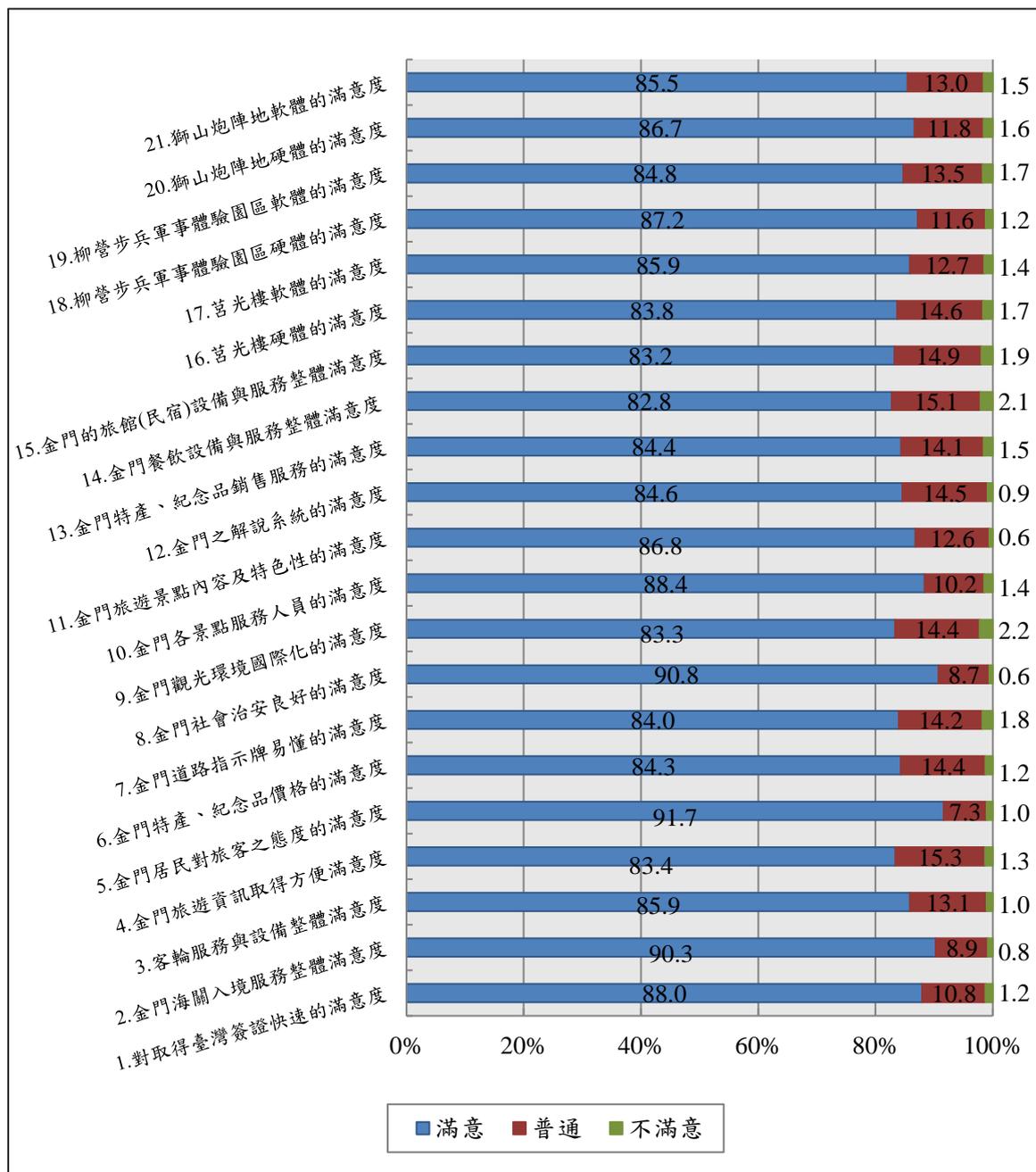
由表 4.6.1 得知，各項相關設施與服務滿意度以題項 5.金門居民對旅客之態度的滿意度為第一順位（平均數=4.55），題項 8.陸客對金門社會治安良好的滿意度為排序後的第二順位（平均數=4.53），題項 2.陸客對金門海關入境服務整體滿意度為第三順位（平均數=4.51），相關數據請參閱下表。

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.對取得臺灣簽證快速的滿意度	4.48	0.74	4
2.金門海關入境服務整體滿意度	4.51	0.70	3
3.客輪服務與設備整體滿意度	4.40	0.76	6
4.金門旅遊資訊取得方便滿意度	4.33	0.78	13
5.金門居民對旅客之態度的滿意度	4.55	0.68	1
6.金門特產、紀念品價格的滿意度	4.34	0.77	12
7.金門道路指示牌易懂的滿意度	4.36	0.80	10
8.金門社會治安良好的滿意度	4.53	0.68	2
9.金門觀光環境國際化的滿意度	4.32	0.82	14
10.金門各景點服務人員的滿意度	4.45	0.74	5
11.金門旅遊景點內容及特色性的滿意度	4.45	0.73	5
12.金門之解說系統的滿意度	4.38	0.76	8
13.金門特產、紀念品銷售服務的滿意度	4.35	0.79	11
14.金門餐飲設備與服務整體滿意度	4.32	0.82	14
15.金門的旅館(民宿)設備與服務整體滿意度	4.35	0.83	11
16.莒光樓硬體的滿意度	4.35	0.79	11
17.莒光樓軟體的滿意度	4.37	0.77	9
18.柳營步兵軍事體驗園區硬體的滿意度	4.40	0.74	6
19.柳營步兵軍事體驗園區軟體的滿意度	4.37	0.78	9
20.獅山炮陣地硬體的滿意度	4.39	0.76	7
21.獅山炮陣地軟體的滿意度	4.38	0.77	8

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「金門居民對旅客之態度的滿意度」之旅客比率較大，而不滿意「金門觀光環境國際化的滿意度」之旅客比率較多。



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

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	566	52.4
	滿意	425	39.4
	普通	85	7.9
	不滿意	4	0.4
	非常不滿意	0	0.0
	小計	1080	100.0
二、推薦意願	非常願意	614	56.9
	願意	357	33.1
	普通	101	9.4
	不願意	7	0.6
	非常不願意	1	0.1
	小計	1080	100.0
三、回遊意願	非常願意	614	56.9
	願意	320	29.6
	普通	107	9.9
	不願意	29	2.7
	非常不願意	10	0.9
	小計	1080	100.0
四、國外旅遊的經驗	沒有	472	43.7
	有	608	56.3
	小計	1080	100.0
五、最喜歡的旅遊地點	台灣地區旅遊	639	59.2
	金門地區旅遊	535	49.5
	國內旅遊(大陸地區)	529	49.0
	港澳地區旅遊	509	47.1
	其他海外國家旅遊	506	46.9

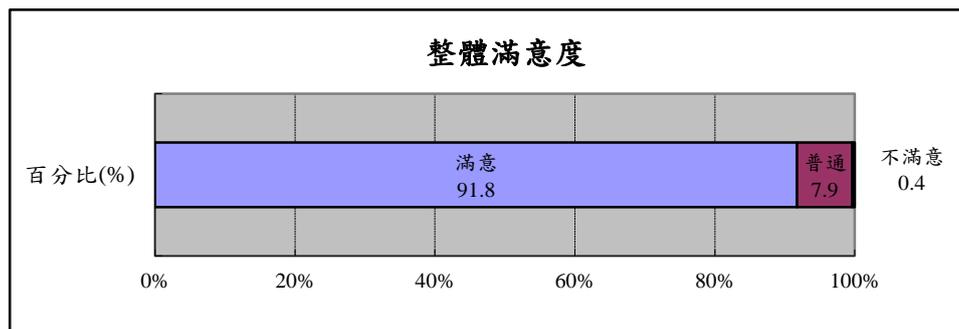
*本題為複選題，相對次數=次數/每百人次(問卷總份數1080份)

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 52.4%、「滿意」為 39.4%，非常滿意與滿意合計為 91.8%，「普通」佔 7.9%，「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%，整體滿意平均數為 4.44，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	566	52.4
滿意	425	39.4
普通	85	7.9
不滿意	4	0.4
非常不滿意	0	0.0
合計	1080	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」。

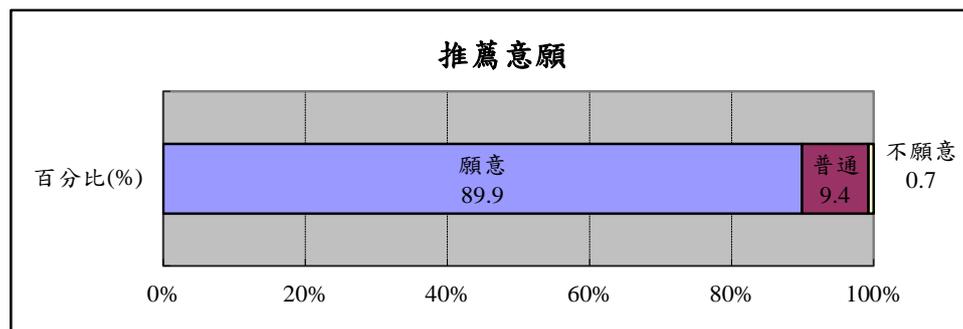
圖 4.7.1 來金陸客對金門之旅的整體滿意度

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 56.9%、「願意」為 33.1%，非常願意與願意合計為 89.9%，「普通」佔 9.4%，「不願意」為 0.6%、「非常不願意」為 0.1%，不願意與非常不願意合計為 0.7%，推薦意願滿意平均數為 4.46，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	614	56.9
願意	357	33.1
普通	101	9.4
不願意	7	0.6
非常不願意	1	0.1
合計	1080	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」。

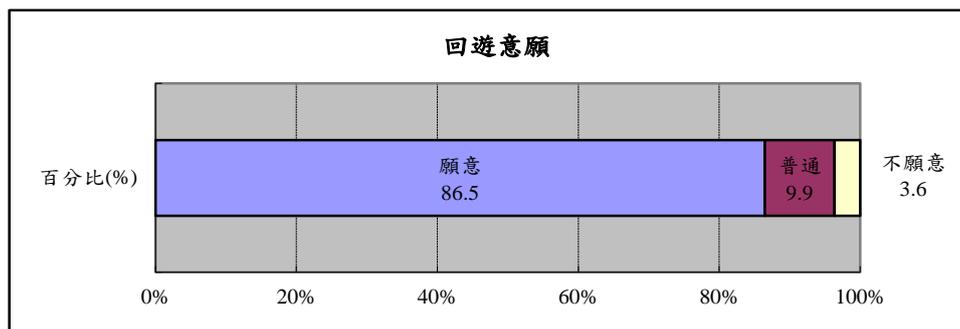
圖 4.7.2 來金陸客推薦金門之旅的意願

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 56.9%、「願意」為 29.6%，非常願意與願意合計為 86.5%，「普通」佔 9.9%，「不願意」為 2.7%、「非常不願意」為 0.9%，不願意與非常不願意合計為 3.6%，回遊意願滿意平均數為 4.39，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	614	56.9
願意	320	29.6
普通	107	9.9
不願意	29	2.7
非常不願意	10	0.9
合計	1080	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「有」到國外旅遊經驗者佔 56.3%，而表示「沒有」到國外旅遊（大陸地區以外）的經驗者佔 43.7% 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	472	43.7
有	608	56.3
合計	1080	100.0

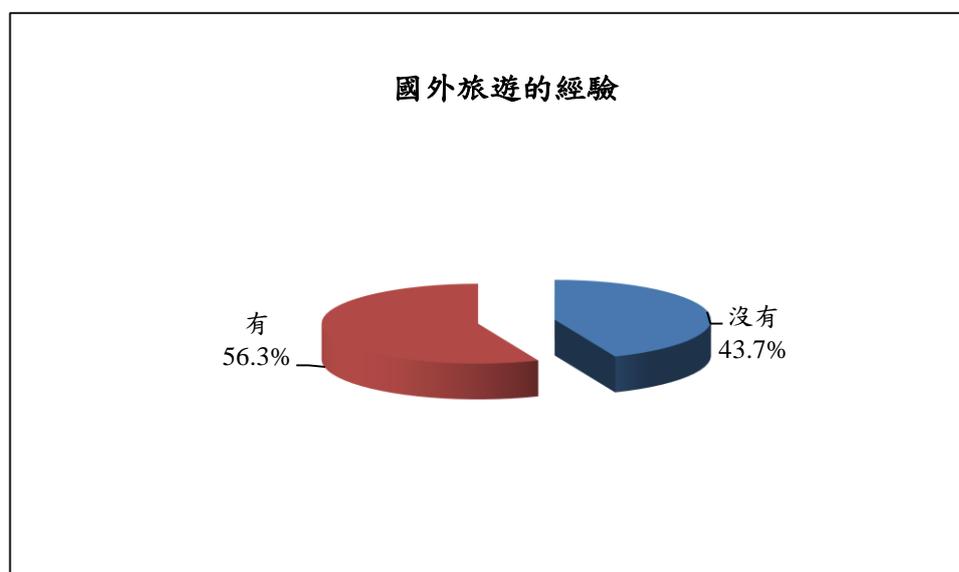


圖 4.7.4 是否有到國外旅遊的經驗

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「台灣地區旅遊」最多佔 59.2%，其次為「金門地區旅遊」佔 49.5%，第三為「國內旅遊（大陸地區）」佔 49.0%，第四為「港澳地區旅遊」佔 47.1%，第五為「其他海外國家旅遊」佔 46.9%，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(%)
台灣地區旅遊	639	59.2
金門地區旅遊	535	49.5
國內旅遊(大陸地區)	529	49.0
港澳地區旅遊	509	47.1
其他海外國家旅遊	506	46.9

*本題為複選題，相對次數=次數／每百人次(問卷總份數1080份)

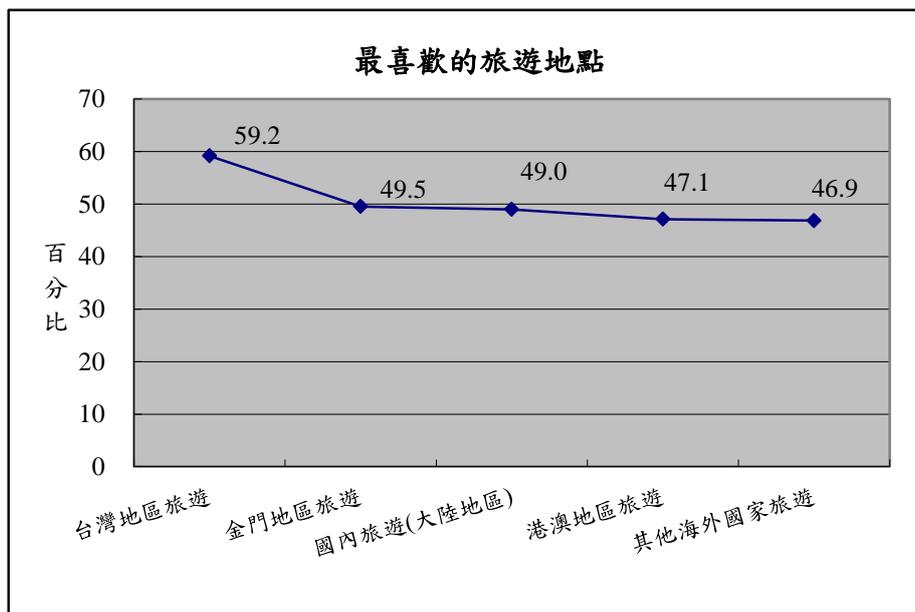


圖 4.7.5 最喜歡的旅遊地點

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	216	50.3
	滿意	166	38.7
	普通	47	11.0
	不滿意	0	0.0
	非常不滿意	0	0.0
	小計	429	100.0
二、導遊滿意度	非常滿意	233	54.3
	滿意	163	38.0
	普通	32	7.5
	不滿意	1	0.2
	非常不滿意	0	0.0
	小計	429	100.0
三、交通工具滿意度	非常滿意	227	52.9
	滿意	146	34.0
	普通	55	12.8
	不滿意	1	0.2
	非常不滿意	0	0.0
	小計	429	100.0
四、遊程設計滿意度	非常滿意	208	48.5
	滿意	173	40.3
	普通	47	11.0
	不滿意	1	0.2
	非常不滿意	0	0.0
	小計	429	100.0
五、團費滿意度	非常滿意	217	50.6
	滿意	159	37.1
	普通	51	11.9
	不滿意	1	0.2
	非常不滿意	1	0.2
	小計	429	100.0

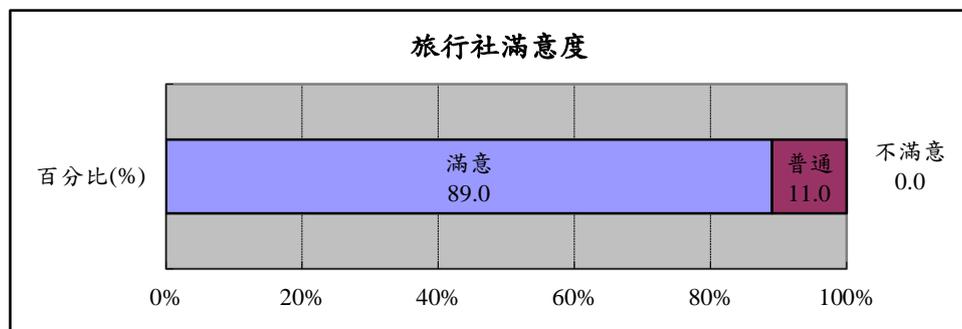
為了瞭解來金旅客對旅行社或導遊服務品質的滿意程度，針對遊客對旅行社、導遊、交通工具服務、遊程設計及團費等滿意度進行調查。

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 50.3%、「滿意」為 38.7%，非常滿意與滿意合計為 89.0%，「普通」佔 11.0%，「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%，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	216	50.3
滿意	166	38.7
普通	47	11.0
不滿意	0	0.0
非常不滿意	0	0.0
合計	429	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」。

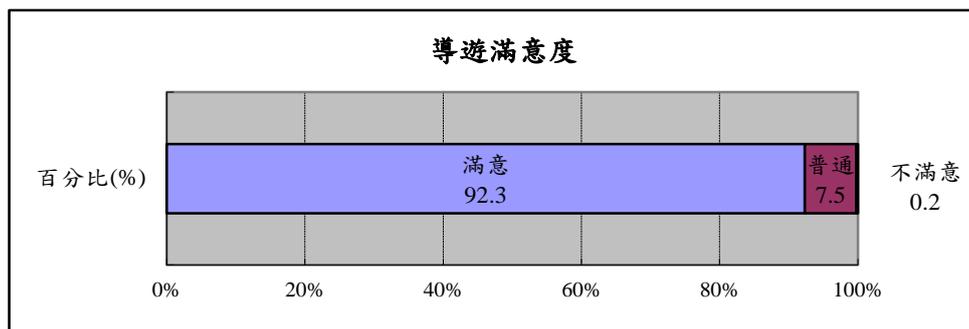
圖 4.8.1 來金陸客對旅行社的整體滿意度

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 54.3%、「滿意」為 38.0%，非常滿意與滿意合計為 92.3%，「普通」佔 7.5%，「不滿意」為 0.2%、「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.2%，導遊滿意平均數為 4.46，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	233	54.3
滿意	163	38.0
普通	32	7.5
不滿意	1	0.2
非常不滿意	0	0.0
合計	429	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」。

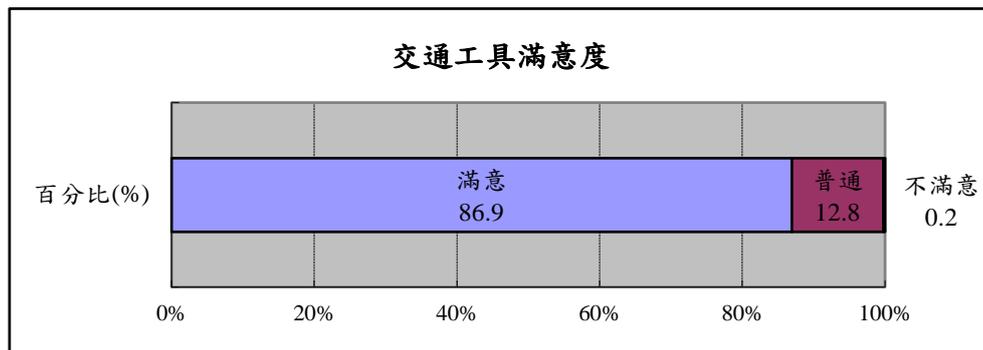
圖 4.8.2 來金陸客對導遊的整體滿意度

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 52.9%、「滿意」為 34.0%，非常滿意與滿意合計為 86.9%，「普通」佔 12.8%，「不滿意」為 0.2%、「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.2%，交通工具滿意平均數 4.40，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	227	52.9
滿意	146	34.0
普通	55	12.8
不滿意	1	0.2
非常不滿意	0	0.0
合計	429	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」。

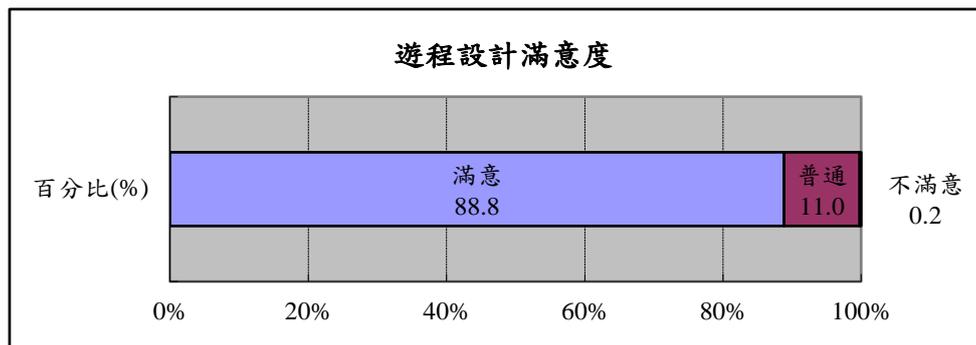
圖 4.8.3 來金旅客對交通工具服務的整體滿意度

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 48.5%、「滿意」為 40.3%，非常滿意與滿意合計為 88.8%，「普通」佔 11.0%，「不滿意」為 0.2%，「非常不滿意」為 0.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.2%，遊程設計滿意平均數為 4.37，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	208	48.5
滿意	173	40.3
普通	47	11.0
不滿意	1	0.2
非常不滿意	0	0.0
合計	429	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」。

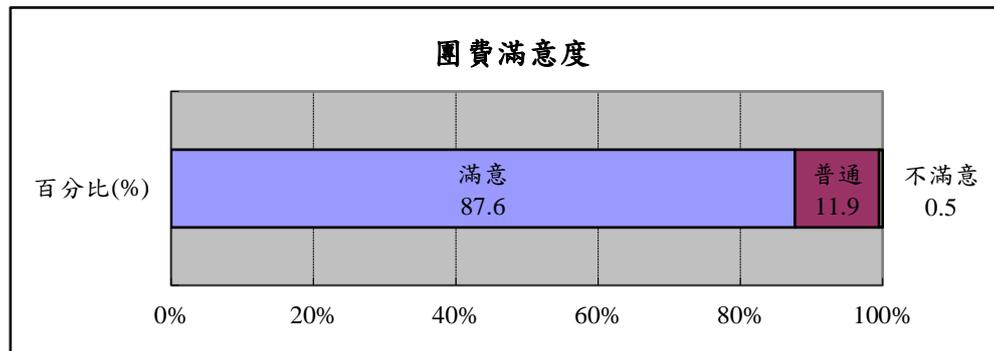
圖 4.8.4 來金旅客對遊程設計的整體滿意度

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 50.6%、「滿意」為 37.1%，非常滿意與滿意合計為 87.6%，「普通」佔 11.9%，「不滿意」為 0.2%、「非常不滿意」為 0.2%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%，團費滿意平均數為 4.38，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	217	50.6
滿意	159	37.1
普通	51	11.9
不滿意	1	0.2
非常不滿意	1	0.2
合計	429	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. 觀光路線及時間再多元一些。(107C005)
2. 環境優美，整體素質較高，希望有專門對於旅遊景點更加詳細的介紹。
(107C030)
3. 人很熱情好客，治安也很好。(107C031)
4. 交通不太便利，導航導不到。(107C033)、(107C036)
5. 計程車一口價不好，公車路線太少。(107C037)
6. 增加更多點的公共設施，方便遊客更便捷取得第一手資料。(107C038)
7. 海邊是否可以增設娛樂項目。(107C047)
8. 加強公共交通。(107C058)、(107C092)、(107C112)、(107C150)、(107C161)、
(107C182)、(107C218)、(107C225)
9. 景點不適當多開發一些。(107C075)
10. 服務態度好，小吃太少。(107C076)
11. 夜市太少了，希望增設。(107C080)
12. 公車太久了。(107C081)
13. 酒店建議改善熱水供應。(107C082)、(107C207)
14. 交通不夠便利，要照顧不會騎小電動車的人。(107C084)
15. 建議開放大陸汽車駕駛執照可以在金門租賃汽車。(107C089)
16. 出租車費應較低一些，公車站牌醒目一點。(107C108)
17. 比較落後，設施不夠好，餐飲方面不夠高檔，娛樂設施較少。(107C110)
18. 可以多一些垃圾桶。(107C114)
19. 建議旅遊景點的沿路標誌多一些，方便找到。(107C116)
20. 餐飲價格再低一點。(107C117)
21. 環境規劃可以更好。(107C123)
22. 景點道路指示牌應更加清晰方便自由行旅客。(107C134)
23. 建議在公共場所及接到多設置垃圾桶。(107C137)
24. 行動支付不普遍。(107C146)
25. 城市建設更加現代化，打造更佳方便。(107C152)
26. 餐飲方便性增加。(107C174)
27. 應發展此觀光以外產業。(107C178)

28. 去每個地方距離不遠。(107C189)
29. 增加當地特色小吃民俗，商品價格更優惠些。(107C190)
30. 交通不夠便利，可多點共享單車之類的交通工具，多點夜市，小吃。
(107C193)
31. 如有夜市，傳統小吃等具有閩南風味更好。(107C195)
32. 有待開發。(107C199)
33. 建議大力開發經濟。(107C206)
34. 建議更加多樣化。(107C209)
35. 植物園設施應加強完善。(107C213)
36. 美食偏少。(107C220)
37. 多開幾家餐飲中心，免稅店離碼頭好遠。(107C226)
38. 希望 WI-FI 覆蓋率更高。(107C237)
39. 希望交通更加便利。(107C238)
40. 建議迎進大陸資金，全面開發金門島，吸引全國人民前來金門觀光。
(107C239)
41. 包裝環境吸引人群，促進經濟發展。(107C240)
42. 景色風光改造一下就更好了。(107C241)
43. 酒店附近少金門、台灣小吃。(107C243)
44. 增加景點參觀、景點建設、改良道路。(107C244)
45. 多開些商店。(107C245)
46. 道路平展度要改善，法輪大法的廣告牌太煞風景。(107C246)
47. 加強自由行便利。(107C271)
48. 綠化做得很好，但是馬路上一個垃圾桶都沒有。(107C278)
49. 取錢不便。(107C282)
50. 加強遊客引導諮詢服務。(107C283)
51. 設施部分太陳舊，旅遊景點太單調，都是戰地景觀，女生多不喜歡，主要進行購物。(107C285)
52. 硬體設施還有待完善。(107C289)

第二季

1. 親切。(107C302)
2. 商品優惠不明顯。(107C305)

3. 良好，可開設更多景點。(107C313)
4. 車費貴。(107C319)
5. 景區服務員不熱忱。(107C320)
6. 交通不便捷。(107C321)、(107C346)、(107C347)
7. 適合購物。(107C324)
8. 公交不便。(107C326)
9. 垃圾桶和公共衛生間可以設幾個。(107C334)
10. 船票、過境希望更便捷。(107C335)
11. 租車旁的那家餐飲服務偏差。(107C336)
12. 紅綠標示不清楚。(107C337)、(107C338)
13. 環境優美，服務貼心、熱情。(107C339)
14. 保持原味，勿為經濟利益一味犧牲環境。(107C354)
15. 觀光環境漂亮，服務到位。(107C357)
16. 信息獲取較為困難，尤其交通信息。(107C358)
17. 更加個性化、景點介紹更詳細。(107C361)
18. 公交站牌信息不好讀取，我是通過旅服人員學會看的，但是在路上發現很多人不會看。(107C363)
19. 整體不錯，路標指示不明確，不方便找。(107C367)
20. 綠化可以做的更好。(107C375)
21. 服務很好，環境、衛生應改進，整體規劃不夠理想。(107C379)
22. 綠化沒有特別好、藥妝店不夠多、公交車半小時一班也太誇張了。
(107C387)
23. 各個景點如果能提供講解服務會更好，不了解歷史背景很容易忽視很有
意義的景點。(107C391)
24. 公交車太少，公共交通不便。其他都很好，金門人非常熱情好客。(107C392)
25. 生活簡樸、養生。(107C399)
26. 路邊可適當增加分類垃圾桶。(107C401)
27. 環境衛生整齊、禮貌對待遊客。(107C404)
28. 好！整潔、清幽。(107C406)
29. 開放、開放、再開放。(107C408)
30. 高端、高端、再高端。(107C409)

第三季

1. 獲旅遊景點介紹途徑少。(107C543)
2. 民風民俗純樸、自然景觀美。(107C549)、(107C550)
3. 讚，繼續交流。(107C554)
4. 較為滿意，就是晚上吃的東西太少（七點後）。(107C559)
5. 希望金門可以發展夜市活動，夜生活過於早結束。(107C560)
6. 民宿環境部分需加強。旅遊地圖如果更立體會更方便。垃圾理念很好，但不方便外來遊客。(107C561)
7. 垃圾桶理念很好，但是對外來遊客不方便。(107C562)
8. 很滿意，人都熱情。(107C563)
9. 可以增加公交車的便利性。(107C567)
10. 汽車應禮讓行人。(107C568)
11. 碼頭更上一層樓。(107C569)
12. 交通不夠便利，支付寶可以推廣使用。(107C572)
13. 公共交通的指示可以再明確一些。(107C573)
14. 希望能夠開通大陸人在金門租車（小車）。(107C575)
15. 民宿阿姨熱情，服務很周到，下個月再來喔！(107C577)
16. 免稅店物品可以直接提走更好，整體很滿意。(107C578)
17. 環境優美。(107C581)
18. 週六日特色的餐廳太早閉店，晚餐很難找。(107C584)
19. 還需改進。(107C603)
20. 觀光指引設施較少。(107C606)
21. 基礎設施相對落後，但環境整潔。強烈建議普及空調！最後希望台灣早日回到祖國的懷抱。(107C607)
22. 建議建設青年旅舍，降低住宿費用。(107C609)
23. 影響力提升、設施提升。須向中國大陸加予交流，14 億人口到此一遊創造收入，回歸中國最明智的選擇。(107C610)
24. 其實金門島上的街道確實挺乾淨的，就是有大陸同胞過來觀光的時候，手裡的垃圾卻不知道放在哪裡，居然還鎖垃圾桶，垃圾只能帶回去扔了。(107C611)
25. 出名餐飲店很早關店，特地去吃，跑空了。(107C612)

26. 交通不便。(107C625)、(107C615)、(107C619)
27. 整體非常滿意，會再次過來旅遊的。(107C622)
28. 當地人態度熱情、友善、禮貌。(107C623)
29. 是否增加遊客對導航的辨識性？例如導航功能的完善。(107C626)
30. 如果服務類似像超市還有自運的普通店服務態度就一般般，如果是專門店就服務的很好。還有金門的綠化很好，很漂亮。會建議朋友來玩的。(107C627)
31. 小吃支付不方便都要使用現金。望能開通微信或支付寶的方式支付。(107C628)
32. 路標不清楚，很難找路。(107C630)
33. 好，物價挺高。(107C631)
34. 一步提升自由行遊客的交通便利性。(107C634)
35. 各個景點路標更清楚及更仔細點。(107C636)
36. 山野風光、宜人舒適，但公共車船不便。(107C638)
37. 滿意，請繼續保持，交通可以更加完善。(107C647)
38. 公交車班次偏少。(107C657)
39. 兩地政治思想不同，作為遊客只想純娛樂、彼此尊重，不應單方面去灌輸個人政治立場，讓人有點抵觸。(107C659)
40. 環境需要改進、完善。(107C661)
41. 法輪思想宣傳太激進。(107C664)
42. 船票時間可以據自己的時間購買。(107C667)
43. 滿意，售票時間可提前。(107C668)
44. 還不錯，唯一一點不好就是購買船票時間太短，應改為任意時間購買，可方便在購買其他跟整理。(107C669)
45. 小吃太少。(107C670)、(107C787)
46. 乾淨、整潔、治安好、綠化好，交通也安全。(107C672)
47. 公共交通（公共巴士）不是很便利，末班車較早。(107C677)
48. 環境清幽、服務熱情。(107C681)
49. 多發展景點，整體有些乏味。(107C722)
50. 便利店少，分布不均，台灣水果店少。(107C746)
51. 交通相對不便利，價格偏高。((107C770)

52. 保留電動車的使用(可載一人)，加強安全。(107C775)
53. (1)退稅要更方便些。(2)景點太少。(107C780)
54. 增加海邊沙灘觀光活動項目，人文、風景及軍事遺跡相結合。(107C782)
55. 環境條件可改善。(107C763)
56. 打造精品項目。(107C795)
57. 希望可以增加電動車不便前往的經典標示。(107C798)
58. 機場到碼頭之間增設接駁車。(107C802)
59. 設立觀光路線圖。(107C806)
60. 可以有微信公眾號，方便要來玩的可以直接查到所有的資訊。(107C809)

第四季

1. 非常好，很熱情。(107C812)
2. 商品再優惠些。(107C828)
3. 簽證繁複。(107C832)
4. 整體不錯。(107C841)
5. 餐飲業偏少，服務一般。(107C843)
6. 公共交通服務可以有提升空間。(107C844)
7. 小吃店應多一點。(107C868)
8. 商品價格偏高。(107C878)
9. 民宿不夠方便。(107C883)
10. 娛樂設施提升。(107C1070)

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「五次以上」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)	170	39	16	9	35	269
	63.2	14.5	5.9	3.3	13.0	100
第二季(04-06月)	179	32	18	8	35	272
	65.8	11.8	6.6	2.9	12.9	100
第三季(07-09月)	181	39	21	7	21	269
	67.3	14.5	7.8	2.6	7.8	100
第四季(10-12月)	198	41	6	6	19	270
	73.3	15.2	2.2	2.2	7.0	100
合計	728	151	61	30	110	1080
排序	1	2	4	5	3	

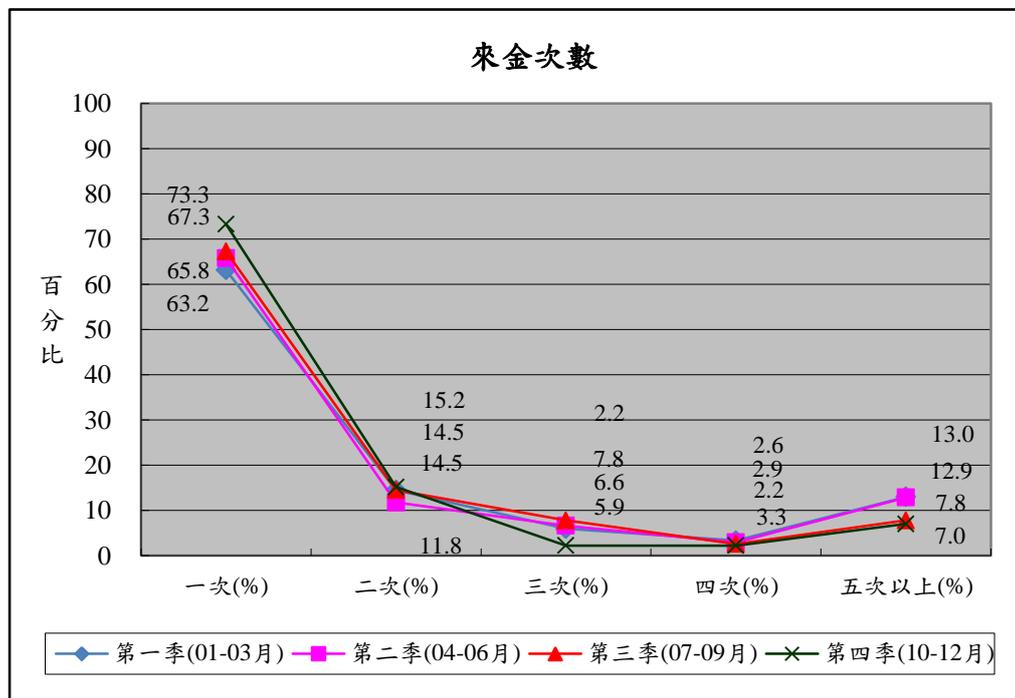


圖 4.9.1 來金次數

貳、主要目的

旅客來金主要目的以「觀光」為主，以「其他」次之，「商務考察兼觀光」為第三，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(%)	其他(%)	
第一季(01-03月)	237	2	4	3	4	19	269
	88.1	0.7	1.5	1.1	1.5	7.1	100
第二季(04-06月)	220	2	6	8	3	33	272
	80.9	0.7	2.2	2.9	1.1	12.1	100
第三季(07-09月)	226	4	9	7	1	22	269
	84.0	1.5	3.3	2.6	0.4	8.2	100
第四季(10-12月)	222	6	24	2	9	7	270
	82.2	2.2	8.9	0.7	3.3	2.6	100
合計	905	14	43	20	17	81	1080
排序	1	6	3	4	5	2	

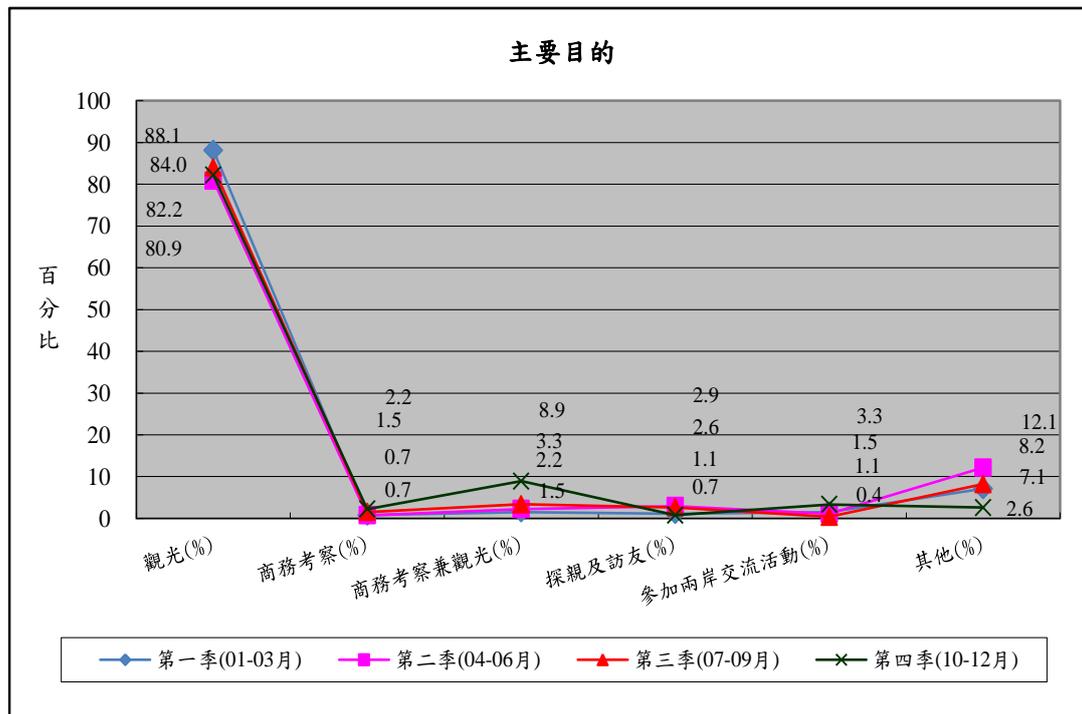


圖 4.9.2 主要目的

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
	當天來回(%)	二天一夜(%)	三天二夜(%)	四天三夜(%)	五天(含)以上(%)	
第一季(01-03月)	0	217	43	4	5	269
	0.0	80.7	16.0	1.5	1.9	100
第二季(04-06月)	11	221	32	3	5	272
	4.0	81.3	11.8	1.1	1.8	100
第三季(07-09月)	47	183	23	5	11	269
	17.5	68.0	8.6	1.9	4.1	100
第四季(10-12月)	35	208	15	11	1	270
	13.0	77.0	5.6	4.1	0.4	100
合計	93	829	113	23	22	1080
排序	3	1	2	4	5	

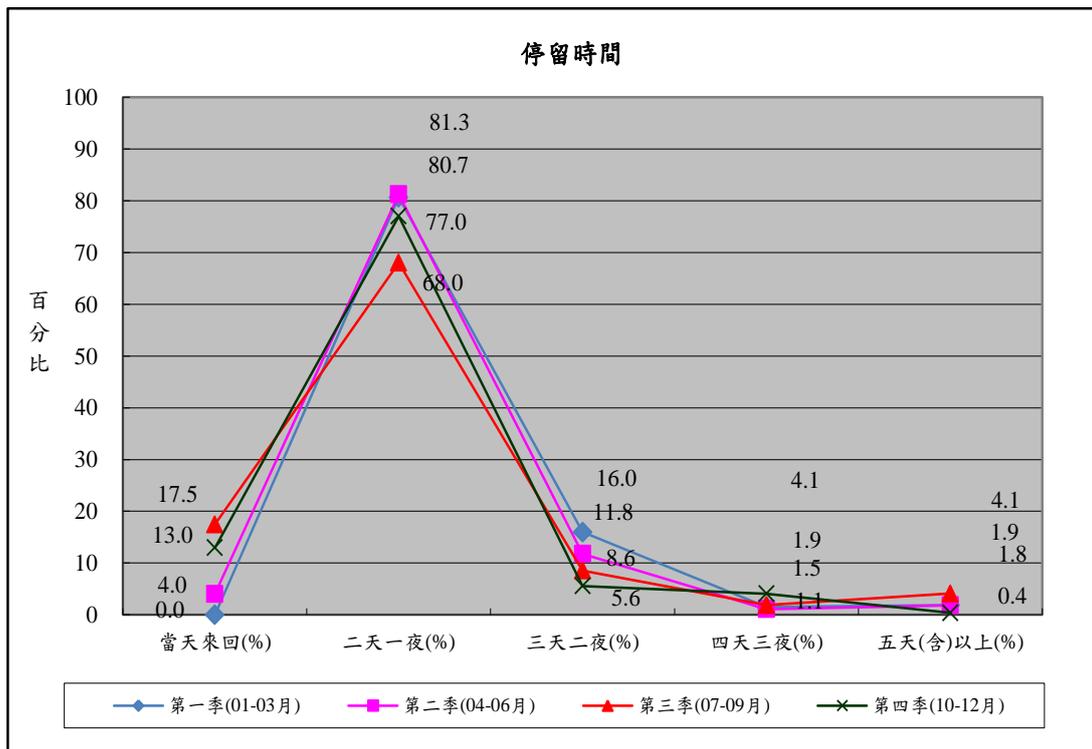


圖 4.9.3 停留時間

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(%)	其他(%)	
第一季(01-03月)	44	16	10	197	2	269
	16.4	5.9	3.7	73.2	0.7	
第二季(04-06月)	16	78	14	161	3	272
	5.9	28.7	5.1	59.2	1.1	
第三季(07-09月)	49	43	17	159	1	269
	18.2	16.0	6.3	59.1	0.4	
第四季(10-12月)	16	78	14	161	3	272
	5.9	28.7	5.1	59.2	1.1	
合計	125	215	55	678	9	1082
排序	3	2	4	1	5	

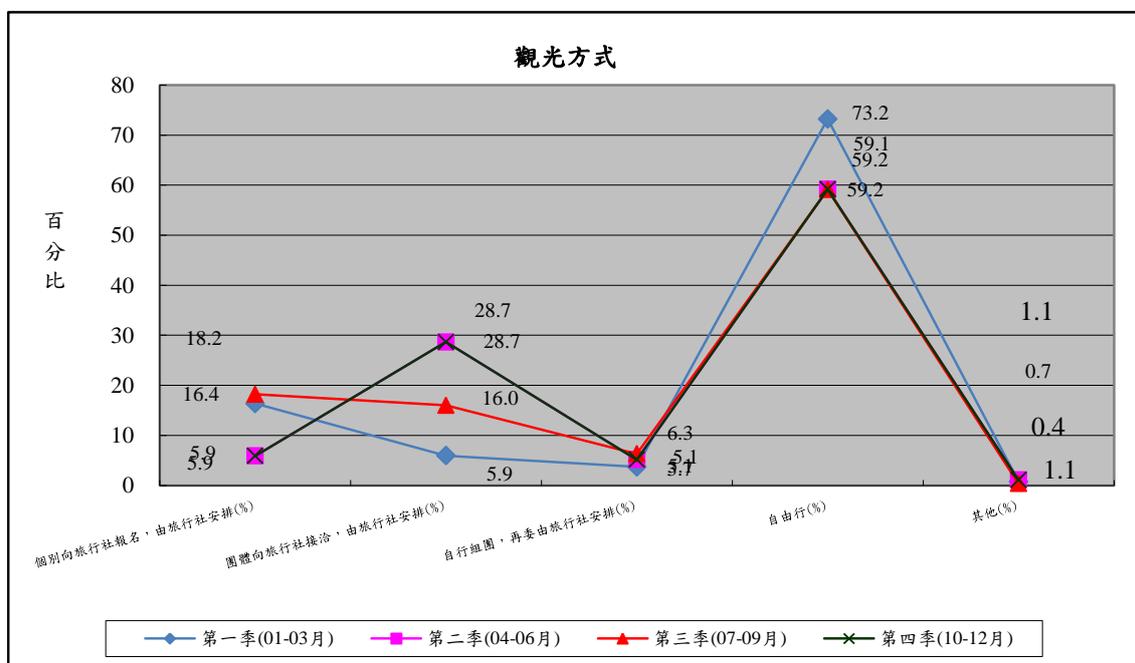


圖 4.9.4 觀光方式

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，「5,000元(含)以上」為第三。第一季團費集中在「999元以下」為73.8%，第二季團費集中在「999元以下」為53.6%，第三季團費集中在「999元以下」為49.5%，第四季團費集中在「999元以下」為60.8%。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)	31	11	0	0	0	0	0	42
	73.8	26.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100
第二季(04-06月)	45	30	4	2	2	1	0	84
	53.6	35.7	4.8	2.4	2.4	1.2	0.0	100
第三季(07-09月)	49	10	0	12	9	0	19	99
	49.5	10.1	0.0	12.1	9.1	0.0	19.2	100
第四季(10-12月)	124	67	12	1	0	0	0	204
	60.8	32.8	5.9	0.5	0.0	0.0	0.0	100
合計	249	118	16	15	11	1	19	429
排序	1	2	4	5	6	7	3	

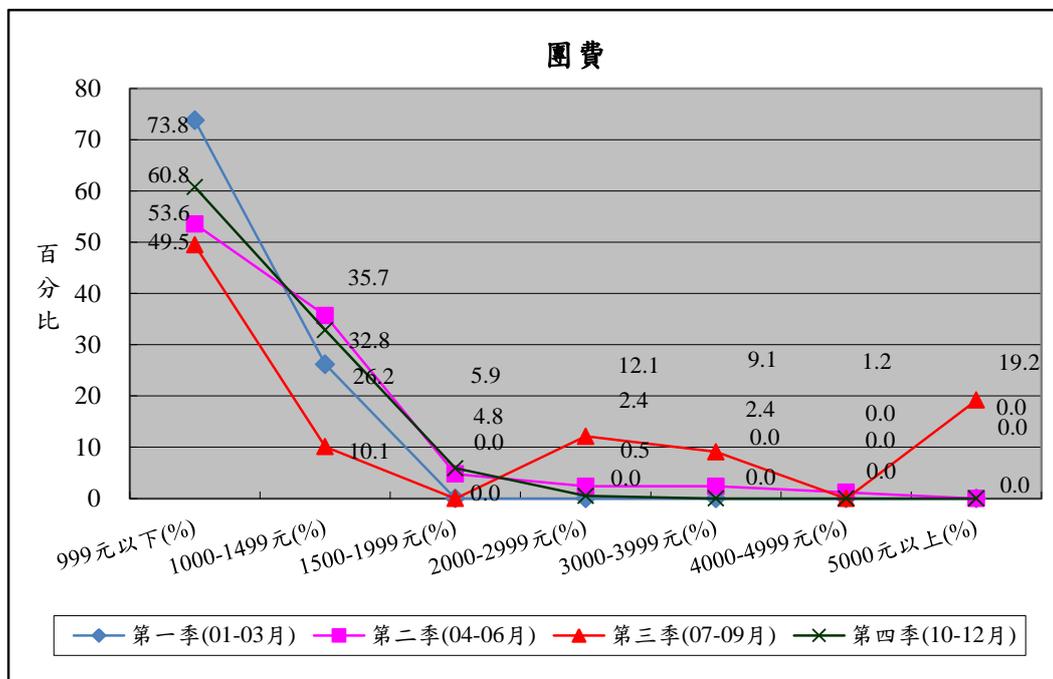


圖 4.9.5 團費

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」、「計算機網路」、「電子媒體」、「個人經驗」，與 106 年度調查相較的前五名為「親友、同事、同學、鄰居」、「電腦網路」、「個人經驗」、「電子媒體」、「旅行社」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)	66	12	79	15	22
	24.5	4.5	29.4	5.6	8.2
第二季(04-06月)	57	11	63	18	19
	21.0	4.0	23.2	6.6	7.0
第三季(07-09月)	70	7	81	25	19
	26.0	2.6	30.1	9.3	7.1
第四季(10-12月)	45	13	37	27	13
	16.7	4.8	13.7	10.0	4.8
合計	238	43	260	85	73
排序	4	9	3	6	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)	38	12	38	127	3
	14.1	4.5	14.1	47.2	1.1
第二季(04-06月)	89	13	37	117	2
	32.7	4.8	13.6	43.0	0.7
第三季(07-09月)	54	11	46	128	6
	20.1	4.1	17.1	47.6	2.2
第四季(10-12月)	120	15	19	110	3
	44.4	5.6	7.0	40.7	1.1
合計	301	51	140	482	14
排序	2	8	5	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272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269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270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「其他」，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「其他」，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	其他	
一次	643	7	27	6	7	38	728
	88.3	1.0	3.7	0.8	1.0	5.2	100
二次	120	2	6	4	5	14	151
	79.5	1.3	4.0	2.6	3.3	9.3	100
三次	43	0	1	3	2	12	61
	70.5	0.0	1.6	4.9	3.3	19.7	100
四次	22	2	3	0	1	2	30
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
五次以上	77	3	6	7	2	15	110
	70.0	2.7	5.5	6.4	1.8	13.6	100
合計	905	14	43	20	17	81	1080
排序	1	6	3	4	5	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「自由行」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」。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	10	62	48	24	16	12	3	175
，由旅行社安排	5.7	35.4	27.4	13.7	9.1	6.9	1.7	100
團體向旅行社接洽	3	70	87	50	14	14	10	248
，由旅行社安排	1.2	28.2	35.1	20.2	5.6	5.6	4.0	100
自行組團，再委由	8	25	19	12	9	4	1	78
旅行社安排	10.3	32.1	24.4	15.4	11.5	5.1	1.3	100
自由行	30	278	168	60	22	10	3	571
	5.3	48.7	29.4	10.5	3.9	1.8	0.5	100
其他	1	3	2	1	1	0	0	8
	12.5	37.5	25.0	12.5	12.5	0.0	0.0	100
合計	52	438	324	147	62	40	17	1080
排序	5	1	2	3	4	6	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37.7%、「女性」旅客比例為62.3%，團體向旅行社報名，由旅行社安排之「男性」旅客比例為46.8%、「女性」旅客比例為53.2%。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	66	109	175
，由旅行社安排	37.7	62.3	100
團體向旅行社接洽	116	132	248
，由旅行社安排	46.8	53.2	100
自行組團，再委由	42	36	78
旅行社安排	53.8	46.2	100
自由行	175	396	571
	30.6	69.4	100
其他	5	3	8
	62.5	37.5	100
合計	404	676	1080

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0.6%，而非常滿意和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94.9%。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	其他	
1.非常不滿意	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0
2.不滿意	1 0.6	0 0.0	0 0.0	3 0.5	0 0.0	4
(1+2)比例總和	0.6	0.0	0.0	0.5	0.0	
3.普通	8 4.6	23 9.3	5 6.4	48 8.4	1 12.5	85
4.滿意	75 42.9	110 44.4	21 26.9	215 37.7	4 50.0	425
5.非常滿意	91 52.0	115 46.4	52 66.7	305 53.4	3 37.5	566
(4+5)比例總和	94.9	90.7	93.6	91.1	87.5	
合計	175	248	78	571	8	1080

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(觀光便利性滿意度、觀光環境滿意度、服務設施滿意度、景點軟硬體滿意度)、整體滿意度、推薦回遊意願共七構面間差異分析，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

在教育程度方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著性差異。「初中」對旅行社套裝行程滿意度高於「大學本科」。

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)」。

在年齡、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。「商務考察兼觀光」對旅行社套裝行程滿意度高於「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。「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」、「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」、「自由行」。

三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對旅行社套裝行程滿意度無顯著差異。

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	16	4.45	1.15	
	(2)20-29歲	122	4.35		
	(3)30-39歲	135	4.35		
	(4)40-49歲	78	4.41		
	(5)50-59歲	35	4.53		
	(6)60-69歲	30	4.48		
	(7)70歲及以上	13	4.66		
教育程度	(1)小學(含以下)	20	4.58	4.10**	2>4
	(2)初中	57	4.70		
	(3)中專(含高中)	190	4.49		
	(4)大學本科	762	4.33		
	(5)研究所(含以上)	51	4.33		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	102	4.48	0.79	
	(2)公司中級主管、職員	341	4.34		
	(3)農民	18	4.49		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計	82	4.37		
	(5)教育機構人員	86	4.36		
	(6)學生	130	4.37		
	(7)文化工作人員	16	4.27		
	(8)政府機構人員	42	4.42		
	(9)服務業	133	4.47		
	(10)家庭主婦	64	4.33		
	(11)退休人員	35	4.59		
	(12)其他	31	4.60		
平均所得	(1)無經常性收入	169	4.41	2.43*	n.s
	(2)999元以下	10	4.17		
	(3)1千-2999元	124	4.30		
	(4)3千-5999元	347	4.30		
	(5)6千-9999元	238	4.51		
	(6)1萬-19999元	150	4.51		
	(7)2萬元以上元	42	4.70		
居住地區	(1)廈門市	550	4.54	9.224***	1>2
	(2)福建省(廈門市除外)	401	4.28		
	(3)其他省(市)	129	4.41		
性別	(1)男	404	4.41	0.47	
	(2)女	676	4.39		
婚姻	(1)已婚	593	4.44	2.02	
	(2)單身	487	4.32		

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	387	4.41	2.84*	3>4
	(2)商務考察	7	4.29		
	(3)商務考察兼觀光	23	4.57		
	(4)參加兩岸交流活動	7	3.77		
	(5)其他	4	4.20		
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	135	4.40	13.662***	3>1，3>2， 3>4
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	217	4.31		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	60	4.80		
	(4)自由行	17	4.12		

註 1：*** $p < 0.001$ 。

註 2：主要目的排除「探親及訪友」1 筆資料。

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	359	4.40	0.35	
	(2)二次	38	4.33		
	(3)三次	7	4.40		
	(4)四次	3	4.67		
	(5)五次以上	22	4.45		

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、觀光環境滿意度、服務設施滿意度高於「福建省（廈門市除外）」。

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

在觀光方式方面，對各項相關設施與服務滿意度一構面上皆有顯著性差異。「自行組團，再委由旅行社安排」對觀光環境滿意度高於「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」「自由行」、「其他」。

在主要目的方面，對各項相關設施與服務滿意度構面上無顯著差異。

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構面上無顯著差異。

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	軟硬體服務 滿意度
年齡	(1)19歲以下	52	4.52	4.51	4.53	4.50
	(2)20-29歲	438	4.44	4.42	4.39	4.40
	(3)30-39歲	324	4.45	4.46	4.42	4.45
	(4)40-49歲	147	4.34	4.29	4.26	4.30
	(5)50-59歲	62	4.50	4.49	4.51	4.44
	(6)60-69歲	40	4.26	4.22	4.16	4.26
	(7)70歲及以上	17	4.37	4.60	4.48	4.63
	F值 Scheffe法		1.41	2.46*	2.67*	1.37
教育程度	(1)小學(含以下)	20	4.59	4.38	4.46	4.52
	(2)初中	57	4.61	4.54	4.48	4.45
	(3)中專(含高中)	190	4.48	4.51	4.45	4.45
	(4)大學本科	762	4.41	4.40	4.38	4.40
	(5)研究所(含以上)	51	4.29	4.25	4.17	4.06
	F值 Scheffe法		2.56*	0.76*	2.21	2.59*
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	102	4.37	4.45	4.37	4.27
	(2)公司中級主管、職員	341	4.46	4.44	4.43	4.40
	(3)農民	18	4.21	4.13	4.12	4.29
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	82	4.31	4.30	4.28	4.21
	(5)教育機構人員	86	4.64	4.52	4.49	4.65
	(6)學生	130	4.38	4.44	4.36	4.34
	(7)文化工作人員	16	4.48	4.44	4.51	4.49
	(8)政府機構人員	42	4.33	4.33	4.25	4.33
	(9)服務業	133	4.47	4.43	4.44	4.55
	(10)家庭主婦	64	4.40	4.39	4.37	4.42
	(11)退休人員	35	4.34	4.46	4.36	4.43
	(12)其他	31	4.45	4.39	4.21	4.36
	F值 Scheffe法		1.84*	1.00	1.29	2.03*
平均所得	(1)無經常性收入	169	4.34	4.36	4.29	4.33
	(2)1,000元以下	10	4.18	4.26	4.20	4.33
	(3)1,001-1,500元	124	4.45	4.43	4.44	4.38
	(4)1,501-3,000元	347	4.51	4.49	4.46	4.39
	(5)3,001-4,500元	238	4.38	4.38	4.36	4.52
	(6)4,501-6,000元	150	4.42	4.38	4.33	4.31
	(7)6,001-7,500元	42	4.47	4.47	4.35	4.55
	F值 Scheffe法		2.01	1.48	1.73	1.67

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	軟硬體服務 滿意度
居住地區	(1)廈門市	550	4.50	4.48	4.45	4.45
	(2)福建省(廈門市除外)	401	4.34	4.33	4.29	4.34
	(3)其他省(市)	129	4.39	4.47	4.40	4.40
	F值		7.63***	6.83***	6.45**	2.28
	Scheffe法		1>2	1>2	1>2	
性別	(1)男	404	4.37	4.40	4.36	4.36
	(2)女	676	4.46	4.43	4.40	4.42
	t值		-2.20	-0.86	-0.87	-0.26
婚姻	(1)已婚	593	4.41	4.40	4.35	4.38
	(2)單身	487	4.46	4.45	4.43	4.42
	t值		-1.22	-1.28	-1.72	0.31

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	軟硬體服務 滿意度
主要目的	(1)觀光	905	4.46	4.44	4.41	4.41
	(2)商務考察	14	4.29	4.41	4.26	4.08
	(3)商務考察兼觀光	43	4.26	4.24	4.17	4.35
	(4)探親及訪友	20	4.06	4.12	4.11	4.00
	(5)參加兩岸交流活動	17	4.13	4.20	4.17	4.32
	(6)其他	81	4.39	4.41	4.39	4.40
	F值		3.28**	2.26*	2.23*	1.42
	Scheffe法		n.s	n.s	n.s	
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	175	4.44	4.40	4.38	4.37
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	248	4.38	4.38	4.35	4.36
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	78	4.58	4.65	4.60	4.56
	(4)自由行	571	4.44	4.42	4.38	4.41
	(5)其他	8	4.00	3.89	3.86	4.13
	F值		2.36	4.38**	3.31*	1.42
	Scheffe法			3>2, 3>4, 3>5	n.s	

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	軟硬體服務 滿意度
蒞臨次數	(1)一次	728	4.40	4.37	4.37	4.41
	(2)二次	151	4.43	4.37	4.45	4.50
	(3)三次	61	4.46	4.51	4.40	4.61
	(4)四次	30	4.52	4.28	4.25	4.47
	(5)五次以上	110	4.47	4.47	4.57	4.45
	F值		0.98	0.55	1.25	1.97
Scheffe法						

參、整體滿意度

一、遊客基本資料

在年齡、教育程度、職業、平均所得、居住地區、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、觀光方式方面，對整體滿意度無顯著差異。

三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對整體滿意度無顯著差異。

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	52	4.44	0.42	
	(2)20-29歲	437	4.43		
	(3)30-39歲	315	4.46		
	(4)40-49歲	146	4.40		
	(5)50-59歲	61	4.49		
	(6)60-69歲	40	4.40		
	(7)70歲及以上	17	4.59		
教育程度	(1)小學(含以下)	20	4.50	0.42	
	(2)初中	57	4.54		
	(3)中專(含高中)	190	4.52		
	(4)大學本科	762	4.42		
	(5)研究所(含以上)	51	4.25		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	102	4.46	2.23	
	(2)公司中級主管、職員	341	4.45		
	(3)農民	18	4.22		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計	82	4.49		
	(5)教育機構人員	86	4.55		
	(6)學生	130	4.32		
	(7)文化工作人員	16	4.31		
	(8)政府機構人員	42	4.33		
	(9)服務業	133	4.47		
	(10)家庭主婦	64	4.47		
	(11)退休人員	35	4.57		
	(12)其他	31	4.26		
平均所得	(1)無經常性收入	169	4.33	1.43	
	(2)999元以下	10	4.30		
	(3)1千-2999元	124	4.48		
	(4)3千-5999元	347	4.50		
	(5)6千-9999元	238	4.46		
	(6)1萬-19999元	150	4.36		
	(7)2萬元以上元	42	4.48		
居住地區	(1)廈門市	550	4.47	1.44	
	(2)福建省(廈門市除外)	401	4.40		
	(3)其他省(市)	129	4.43		
性別	(1)男	404	4.39	-1.16	
	(2)女	676	4.44		
婚姻	(1)已婚	593	4.39	0.31	
	(2)單身	487	4.47		

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	905	4.46	2.14	
	(2)商務考察	14	4.64		
	(3)商務考察兼觀光	43	4.19		
	(4)探親及訪友	20	4.30		
	(5)參加兩岸交流活動	17	4.35		
	(6)其他	81	4.37		
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	175	4.46	2.13	
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	248	4.37		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	78	4.60		
	(4)自由行	571	4.44		
	(5)其他	8	4.25		

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	4.41	1.80	
	(2)二次	75	4.50		
	(3)三次	31	4.61		
	(4)四次	7	4.47		
	(5)五次以上	17	4.45		

肆、推薦回遊意願

一、遊客基本資料

在教育程度方面，對推薦回遊意願度構面上有顯著性差異。「中專(含高中)」對推薦回遊意願度高於「大學本科」者。

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「其他省(市)」者。

在年齡、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、觀光方式方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

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	16	4.43	0.39	
	(2)20-29歲	122	4.43		
	(3)30-39歲	127	4.44		
	(4)40-49歲	78	4.34		
	(5)50-59歲	34	4.47		
	(6)60-69歲	30	4.41		
	(7)70歲及以上	13	4.47		
教育程度	(1)小學(含以下)	20	4.55	2.88*	3>5
	(2)初中	57	4.45		
	(3)中專(含高中)	190	4.53		
	(4)大學本科	762	4.41		
	(5)研究所(含以上)	51	4.19		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	102	4.41	1.43	
	(2)公司中級主管、職員	341	4.43		
	(3)農民	18	4.31		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計	82	4.32		
	(5)教育機構人員	86	4.48		
	(6)學生	130	4.36		
	(7)文化工作人員	16	4.22		
	(8)政府機構人員	42	4.33		
	(9)服務業	133	4.59		
	(10)家庭主婦	64	4.43		
	(11)退休人員	35	4.50		
	(12)其他	31	4.24		
平均所得	(1)無經常性收入	169	4.30	1.92	
	(2)999元以下	10	4.40		
	(3)1千-2999元	124	4.45		
	(4)3千-5999元	347	4.49		
	(5)6千-9999元	238	4.45		
	(6)1萬-19999元	150	4.33		
	(7)2萬元以上元	42	4.40		
居住地區	(1)廈門市	550	4.48	4.41*	1>3
	(2)福建省(廈門市除外)	401	4.39		
	(3)其他省(市)	129	4.29		
性別	(1)男	404	4.39	-1.16	
	(2)女	676	4.44		
婚姻	(1)已婚	593	4.39	-1.83	
	(2)單身	487	4.47		

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	905	4.45	1.67	
	(2)商務考察	14	4.11		
	(3)商務考察兼觀光	43	4.26		
	(4)探親及訪友	20	4.40		
	(5)參加兩岸交流活動	17	4.44		
	(6)其他	81	4.31		
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	175	4.44	1.97	
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	248	4.34		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	78	4.54		
	(4)自由行	571	4.44		
	(5)其他	8	4.06		

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	728	4.40	1.23	
	(2)二次	151	4.47		
	(3)三次	61	4.58		
	(4)四次	30	4.37		
	(5)五次以上	110	4.45		

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 107 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1091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「男性」、「女性」（各50.0%），年齡在「40-49歲」（23.9%）、「20-29歲」（22.6%），教育程度「大學、大專」（57.7%），職業為「專業人員(教師、工程師、作家、畫家...)」（21.2%）、「服務工

作人員及售貨員」(16.1%)，平均所得為「無經常性收入」(20.1%)，居住地以「北部地區(基北桃竹苗)」(43.7%)，婚姻為「已婚」(52.9%)。

二、旅遊決策

旅客來金主要目的為「觀光、渡假、旅行」(72.7%)，來金觀光旅客多久前開始計劃行程由「無」(36.2%)、「1至2星期」(22.1%)，旅遊資訊來源以來自「親友、同事、同學、鄰居」者較多(35.9%)、「電腦網路」(25.5%)，來金觀光旅客希望在何處取得旅遊資訊中為「旅服中心」(47.8%)，來金觀光旅客中，希望取得何種資訊以「景點」(47.4%)、「旅館(含民宿)」(37.9%)，選擇來金旅遊的原因前三名以「自然環境景觀」(33.3%)、「戰地體驗」(31.8%)、「文化巡禮」(31.2%)。

三、旅客動向

旅客來金停留的時間以「三天二夜」(41.5%)為主，近3年來訪金門次數(含這一次)以「一次」遊為主(49.9%)，使用之交通工具以「遊覽車」(43.4%)為主，來金觀光旅客曾遊覽的觀光景點，前三名之次數百分比依次為「莒光樓」(61.2%)、「翟山坑道」(58.7%)、「古寧頭戰史館」(43.2%)，旅客票選最喜歡的觀光景點「無填寫」(29.5%)之外，前三名依次為「翟山坑道」(11.3%)、「莒光樓」(10.6%)，「太武山」(8.5%)，旅客主要的住宿地點為「旅館」(51.4%)。旅客最喜歡的各项觀光資源與因素中前五名依次為「閩南建築」(51.4%)、「文物古蹟」(50.3%)、「戰地色彩」(49.8%)、「自然景觀」(44.1%)、「金門小吃」(37.9%)，來金觀光旅客在金參與的活動項目以「否」(94.8%)。

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」(36.2%)，特產及紀念品消費支出集中在「1,000-2,999元」(36.8%)，其他額外費用集中於「沒有任何額外支出」(84.1%)。
- (二) 半自助、完全自助之機票費用以「4,000-4,999元」為主(35.0%)，住宿費用以「免費(如住親友家或當天來回)」為主(38.2%)，交通費用以「免費」為主(28.6%)，餐飲費用以「1,000-1,999元」為主(29.3%)，特產及紀念品費用以「1,000-2,999元」(49.3%)，其他項目費用以「沒有任何消費性支出」(85.7%)。
- (三) 旅客最喜歡的特產為「貢糖」(74.8%)，購物地點以「自行前往

- 之特產店」(40.3%)、「旅行社安排之特產店」為主(38.0%)。
- (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12,461元。自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額估算為10,821元。
- (五) 本計畫期間來金的旅客人數估算約為71萬8千1百1拾0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83億0仟7佰6拾9萬9千4百30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=4.32),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=4.17),題項8:「金門各景點服務人員」的滿意度為第三順位(平均數=4.14)。

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85.4%,「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.5%。推薦意願旅客表示「非常願意」與「願意」的合計比例為82.6%,「非常不願意」與「不願意」的合計為1.5%。旅客表示回遊金門「非常願意」與「願意」的合計比例為82.7%,「非常不願意」與「不願意」的合計為2.0%。

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80.6%,「非常不滿意」與「不滿意」的合計為4.0%。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86.1%,「非常不滿意」與「不滿意」的合計為3.0%。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77.8%,「非常不滿意」與「不滿意」的合計為3.4%。在團費滿意度上「非常滿意」與「滿意」的合計比例為77.2%,「非常不滿意」與「不滿意」的合計為3.6%。

貳、中轉台商客群調查之發現與分析

本問卷調查總計完成1099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」(25.4%)，教育程度「大學、大專」(56.3%)，職業為「專業人員(教師、工程師、作家、畫家...)」(31.8%)，平均所得為「10萬元以上」(22.4%)，以「男性」(70.9%)，婚姻為「已婚」(63.4%)，戶籍設籍金門其在台居住地「北部地區(基北桃竹苗)」(44.3%)，戶籍未設籍金門居住地在「北部地區(基北桃竹苗)」(40.9%)，公司職級為「員工」(25.3%)。

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」(35.8%)為主、「台中清泉崗機場」(24.5%)次之，搭乘之客輪以「馬可波羅1號」(15.7%)為主、「金星6號輪」(11.0%)次之，購買套裝行程以「立榮金廈一條龍」(39.8%)。

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(84.7%)，往返兩岸間隔以「三個月以上」為主(37.7%)，在大陸工作地點以「福建省」為主(78.3%)，使用小三通從事商務之旅已有「六年以上」(32.6%)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「3,251元」(此次調查共728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「3,000-3,999元」(56.6%)，消費金額支出(除套裝行程外)以「沒有任何消費性支出」為主(28.3%)。
- (三) 中轉台商消費項目以「餐飲費用」(37.0%)。
- (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5,352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4,798元。
- (六) 本計畫期間中轉台商人數估算約為36萬0千1百9拾1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18億6仟0百2拾9萬5千5百0拾2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(30.9%)、其次「高雄小港機場」(22.5%)。
- (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」(32.8%)、「餐飲服務」(31.9%)、「網路服務」(30.5%)。
- (三) 金門適合投資的產業以「觀光產業」(67.5%)，其次為「文化事業」(18.5%)。

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76.5%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為3.1%。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78.9%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為2.6%。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69.5%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為6.1%。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81.3%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為2.7%。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69.6%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為7.5%。

參、大陸觀光客群之調查發現與分析

本問卷調查總計完成1080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「20-29歲」(40.9%)、「30-39歲」(29.4%)，教育程度「大學本科(含大專)」(70.6%)，職業為「公司中級主管、職員」(31.6%)，平均年所得為人民幣「3千-6千元」(32.1%)，居住地「廈門市」(50.9%)，以「女性」(62.6%)為主，婚姻為「已婚」(54.9%)。

二、旅遊決策

陸客來金的主要目的為「觀光」(83.8%)，搭乘之客輪為「新武夷」(13.1%)，來金陸客多久前開始計劃行程，以「無」(35.2%)、「1至

2星期」(34.5%)，旅遊資訊來源以來自「親友、同事、同學、鄰居」(44.6%)、「旅行社」(27.9%)，來金陸客希望在何處取得旅遊訊息，以「旅服中心」(57.1%)，來金陸客希望取得何種旅遊資訊，以「景點」(51.9%)、「餐飲(含小吃)」(44.4%)，吸引陸客來金旅遊的主要原因為「小三通交通便利」(39.0%)，是否為中轉旅遊以「否(僅停留金門)」(43.9%)，旅遊方式以「自由行」為主(52.9%)。

三、旅客動向

陸客來金停留的時間以「二天一夜」為主(76.8%)，兩岸開放後陸客來金的次數以「一次」為主(67.4%)，曾遊覽的景點前五名依次為「莒光樓」(41.6%)、「翟山坑道」(40.7%)、「水頭聚落」(32.8%)、「模範街、貞節牌坊」(31.3%)、「清總兵署」(22.3%)，最喜歡的觀光景點「無填寫」(53.2%)之外，前六名依次為「莒光樓」(7.3%)、「水頭聚落」(6.3%)、「翟山坑道」(6.2%)、「模範街、貞節牌坊」(3.3%)、「海邊沙灘」(2.2%)、「金門酒廠」(1.8%)，最喜歡的觀光資源與因素前三名為「閩南建築」(41.9%)、「自然景觀」(38.8%)、「免稅商品」(31.3%)，在金參與的活動項目以「否」(96.4%)。

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」(58.0%)。
- 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」(24.0%)。
- 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3,366元。
- 4.參加遊金陸客(非中轉)旅行團人數估算約為63萬1千3百6拾0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21億2仟5佰1拾5萬7仟7百6拾0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3,366元。
- 7.大陸地區小三通落地簽人數約為11萬4千5百5拾6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3億5仟4佰8拾9萬4仟4百8拾8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4萬8千7百3拾9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9仟7佰4拾7萬8仟0百0拾0元。

(三) 陸客最喜歡的特產為「免稅品」(47.6%)，購物地點以「免稅店」為主(51.4%)，在金門是否使用退稅以「否」(87.1%)。

(四) 本計畫期間來金的陸客人數估算約為79萬4千6百5拾5人。

(五) 本計畫期間來金最低創造經濟價值估算約為新台幣1百15億9仟8佰8拾8萬6仟1百1拾6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5：「金門居民對旅客之態度」的滿意度為為排序後的第一順位(平均數=4.55)，題項8：「陸客對金門社會治安良好」的滿意度第二順位(平均數=4.33)，題項2：「陸客對金門海關入境服務整體滿意度」的滿意度為第三順位(平均數=4.51)。

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91.8%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.4%。陸客推薦金門意願「非常願意」與「願意」的合計比例為89.9%，「非常不願意」與「不願意」的合計為0.7%。旅客表示願意回遊金門「非常願意」與「願意」的合計比例為86.5%，「非常不願意」與「不願意」的合計為3.6%。國外旅遊的經驗以「有」為主(56.3%)。陸客對五個旅遊地點，最喜歡的旅遊地點為「台灣地區旅遊」(59.2%)、其次為「金門地區旅遊」(49.5%)、第三為「國內旅遊(大陸地區)」(49.0%)、第四為「港澳地區旅遊」(47.1%)、最後為「其他海外國家旅遊」(46.9%)。

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89.0%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.0%。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92.3%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.2%。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86.9%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.2%。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88.8%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.2%。在團費滿意度上「非常滿意」與「滿意」的合計比例為87.6%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為0.4%。

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。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。因此，本研究調查將依據調查結果提出未來的實務策略建議。

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 2,429,439 人次，出入人次較 106 年度的 2,336,685 增加了 92,754 人次，其中來金門之台灣旅客為 718,110 人次較去年的 795,296 人次略減了 77,186 人次；小三通中轉至大陸的台灣旅客本年度為 360,365 人次，106 年度為 231,298 人次，本年度增加了 129,067 人次；小三通中轉至台灣的大陸旅客為 48,739 人次，106 年度為 64,335 人次，本年度減少了 15,596 人次；中轉至大陸的台商為 360,191 人次，106 年度為 274,661 人次，本年度增加了 85,530 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減少，中轉至大陸的台灣旅客增加，中轉至台灣的大陸旅客人數也略減少。

由水頭碼頭進入與出境金門之人次本年度共為 1,908,168 人次，較 106 年度的 1,754,341 增加了 153,827 人次，其中來金旅遊的陸客為 631,360 人次，較去年度的 551,412 人次增加了 79,948 人次；中轉至台灣的陸客人次為 48,739，較去年度的 64,335 人次減少了 15,596 人次；小三通落地簽的陸客為 114,556 人次，較去年度的 86,376 人次增加了 28,180 人次。依據前述人次顯示，本年度經由水頭進出金門之人次增加，其中來金門之陸客增加，但中轉至台灣的陸客略減，小三通陸客落地簽的人次也較去年增加不少。

根據遊客數並推估出來金台灣旅客於 107 年的最低消費金額約為 83 億 0 仟 7 佰 6 拾 9 萬 9 千 4 百 3 拾 0 元；中轉台商最低消費金額約為 18 億 6 仟 0 佰 2 拾 9 萬 5 千 5 百 0 拾 2 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。據上述研究結果顯示，107 年度旅客有持續成長，但展望 108 年度來金旅遊人次的消長將受兩岸政治、台灣整體經濟環境及金門旅遊目的地本身的吸引力所影響。

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、台灣旅客來金門的旅遊消費金額相較於赴日本、韓國等地較沒競爭力，再加上金門本身觀光吸引力沒有發揮拉力作用等因素，造成今年的觀光旅次人數略減。若 108 年若台灣的經濟環境持續不佳、兩岸的政治氛圍繼續僵持，將可預見來金的觀光旅客也將減少，屆時會有不少觀光產業將面臨寒冬。

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，主要的外國觀光客為大陸旅客。2016 年來台旅客人次突破 1,069 萬，2017 年再成長到 1,073.9 萬人次，而這兩年的成長主因是新南向、韓國、歐美等非陸客人次的大幅成長，兩年來成長 175 萬，但新南向政策客源目前發生一些爭議。

據統計，陸客來台人數於 2015 年達最高峰有 418.4 萬人次，2016 年 5 月 20 日蔡英文總統上任前，大批陸客湧入台灣，頗有搶搭最後班車意味，當年來台陸客人數為 351.2 萬人次，大減 67.2 萬人次，航空公司因旅客縮減減班，包括飯店、旅行社、餐廳、遊覽車、免稅店、各式賣店，甚至連夜市都明顯受到陸客減少的影響。2017 年兩岸關係依然不見好轉。交通部統計，2017 年陸客來台人數為 273.3 萬人次，較 2016 年再大減近 80 萬人次，兩年合計狂減近 150 萬人次，不單相關觀光產業直接受到重創，連帶其他消費性產業也受影響，各業者怨聲載道。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。2018 年陸客來台可望出現小跌甚至止跌，據交通部觀光局最新統計指出，今年 1 至 10 月陸客來台人數為 225.5 萬，甚至還較去年同期小幅增加 0.67%，11 月因我舉行九合一選舉，來台人數略有減少，但選後兩岸氛圍改善，全年來台陸客估算可達 260 萬至 270 萬人次。

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 18 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，105 年陸客人次為 695,205 人次。106 年陸客人次為 702,123 人次。107 年陸客人次為 794,655 人次。雖然美中、台海這段時間有點緊張，但因為金門的地緣與過去的交流成果，我們預測來金陸客人次不會受到影響，會有增加的趨勢。屆時政府應該要有各項因應對策，以提高接代能力與能量。

二、整體台灣的經濟大環境不佳影響消費

台灣經濟研究院調查顯示，展望 2019 年台灣經濟，投資雖有回升，然受到美中貿易戰持續升級，國際主要預測機構皆認為 2019 年全球貿易成長將不如 2018 年表現，美中貿易爭端若持續延燒，不僅傷害貿易本身，長期也將打擊投資及製造活動。2019 年是台灣經濟寒冬，要經過 3 大挑戰：1) 出口往下，經濟加速轉冷；2) 投資逆勢成長，風電確生變；3) 內需信心不足，財政能撐？民間消費是內需的重點，雖然 2019 年 1 月 1 日連續三年調升基本工資，但國內消費情況仍不樂觀。中央大學台灣經濟發展中心發佈最新的消費者信心指數，總數為 13 個月以來最低。報告中可看出民間對未來半年的投資時機、物價水準及購買耐久財時機，都偏向悲觀，因此未來消費可能仍是趨向保守。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，台灣民眾旅遊資訊來源主要是透過親友同事(43.1%)，其次為電腦網路(26.8%)，顯見口碑行銷或是透過網路的社群媒體達到的旅遊資訊傳播扮演重要的角色。因此，可以思考設計不同型態的網路社群行銷。來金台客有 23.2%並無事先計畫行程，可能原因為臨時起意，因此，旅遊環境友善的建構，資訊方便取得至為重要。台灣旅客停留時間以三天兩夜(55.4%)和兩天一夜(14.5%)為主，停留時間似可再增加。52.2%觀光客近三年來訪金門一次，再遊旅客的比重較低，對應策略應為深化吸引力，例如翟山坑道、莒光樓、太武山、水頭聚落、金門酒廠等為最受觀光客青睞的景點，這些景點的互動性觀光服務可進一步增強。而研究也顯示台客對於莒光樓和柳營步兵軍事體驗園區的硬體滿意度高於軟體，相對地，對於獅山砲陣地的軟體滿意度高於硬體，這些觀光景點可據此作出調整。

另外，來金台客最喜歡的觀光資源與因素除了閩南建築、文物古蹟、戰地色彩、自然景觀外，金門小吃(35.1%)特別被提起，金門小吃的質量(尤其是用餐環境)有待進一步的提升。94.2%來金觀光旅客並無在金參與觀光相關活動，顯見以觀光客為訴求的觀光活動舉辦的並不成功。參團旅客在金門每人每次遊程平均最低消費金額估算約為 13,045 元，

相較於自助旅遊旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算約為 10,450 元，有較高的消費金額支出。其差異主要反應在特產及紀念用品的消費上，團體旅客在特產及紀念用品的消費金額多自助行旅客 1,987 元，參團旅客較自助旅遊旅客每人每次旅程多花費 2,595 元。參團旅客年紀較高(40-49 歲)，消費能力較高，50-59 歲的來金旅客旅遊滿意度相較於其他年齡層也較高，從市場區隔與定位選擇的考量，並因應未來老年化的社會人口結構轉變，金門的旅遊市場定位，針對台灣觀光客可以此年齡層為主要訴求。據此調整相關的旅遊景點整備、遊程設計、住宿餐飲配合。

針對大陸觀光客部分，研究也顯示，大陸觀光旅客以 20-29 歲(32.6%) 及 30-39 歲(31.1%) 為主。另外樣本有近 63.0% 為已婚，這些族群有可能是正在戀愛、新婚或有子女，推論戀愛男女及親子遊為重要觀光族群，建議未來針對陸客的年輕男女及親子旅遊自由行可加強行銷。另外來金陸客的教育程度水準，61.5% 為大學本科，對於深度旅遊的接受程度可能較高。來金旅客居住地將近半數為廈門市，加計福建省則高達 90.3%，其他省市的旅客仍有很大的開發空間。大陸觀光客的旅遊資訊較為仰賴旅行社與電子媒體，與台灣旅客有顯著差異，可規劃不同的推廣管道。另一方面也可能與陸客觀光需透過旅行社代辦手續較為便利有關，固可加強與旅行社的合作。

透過小三通中轉的大陸觀光客只佔 32.9%，與台商中轉肯定小三通的便利性有很大落差，可能是連結金門與台灣的套裝旅遊行程還未被妥善的設計與宣傳，以致大陸觀光客的選擇仍以金門當地的觀光活動為主。來金陸客停留時間以兩天一夜為主，且大多為一次性，可提升停留時間與再訪旅客的比重。來金陸客的消費行為有較高比例在免稅店購買，並有較高比例購買免稅品。

綜合上述針對台灣觀光客與大陸觀光客之研究調查結果建議整理出下述三個其推動策略可從優質、特色與智慧三個構面來進行：

一、優質觀光：追求優質觀光服務，提高產業價值

- (一) 基礎設施優質化：精進現有基礎建設服務品質，順應重大交通建設完成發展離島綠色載具系統，提升客運服務品質，全面性

優化基礎建設服務機能。

- (二) **產業結構優質化**：輔導觀光產業創新與升級，建立品牌化、差異化、在地化經營理念，形塑優質品牌，全面提高觀光吸引力、市場競爭力。
- (三) **從業人力優質化**：提升觀光產業人才素質、建置從業人員初訓、回訓機制、鼓勵從業人員取得專業證照、透過同業公會組訓同業人員以便接軌市場需求。
- (四) **市場管理優質化**：全面檢視市場失序事項，循序檢討管理作為、輔導待合法業者合法化，導入正軌經營制度、強化旅遊安全措施，營造良好旅遊環境。

二、特色觀光：開發特色產品再創旅遊目的地吸引力，整合多元創新行銷策略

- (一) **打造核心亮點**：以「海上公園」為概念，深化體驗旅行吸引力，凸顯親善、溫馨的人文氛圍，營造金門觀光品牌新形象。
- (二) **開發特色產品**：以「觀光平臺」為載具，透過跨域合作、異業結盟，結合文化創意及創新理念，開發深度、多元、特色、高附加價值的旅遊產品，以提高旅客滿意度、忠誠度及重遊率。
- (三) **進行多元行銷**：針對主要客源的目標市場實施分眾行銷，並積極開拓高潛力客源市場。

三、智慧觀光：完備智慧觀光服務，引導加值型服務的應用

- (一) **運用科技**：導入觀光服務與資(通)訊科技(ICT)的整合功能，提供旅客旅行前、中、後所需的完善觀光資訊及服務，構建I-center 旅遊服務，營造無縫觀光服務。
- (二) **產業加值**：透過觀光資訊的應用以及遊客行為分析，引導產業

開發加值型應用服務系統，創造產業加值效益，提供客製化的觀光服務，發展新型產業服務模式。

附 錄

附錄一：問卷

核定機關：金門縣政府主計處
核定文號：府主統字第 1070004299 號
有效期間：民國 107 年 12 月 31 日止
問卷編號：

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. 您近 3 年來訪金門次數 (含這一次) ?

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

2. 您這次來金門多久前開始計畫行程 ?

- (1) 無 (2) 1-2 星期 (3) 3-4 星期 (4) 1.5 個月 (5) 2 個月 (6) 其他_____ (請註明)

3. 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) 當天來回

4. 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)

5. 來金後您希望在何處取得旅遊資訊 ?

- (1) 旅服中心 (2) 遊客中心 (3) 其他_____ (請註明)

6. 您來金後希望取得哪些旅遊資訊 ?

- (1) 景點 (2) 交通 (3) 租車 (4) 旅館(含民宿) (5) 餐飲(含小吃)
 (6) 特產 (7) 當月活動資訊 (8) 其他_____ (請註明)

7. 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)

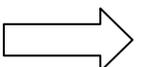
8. 您這次選擇到金門旅遊的原因是? 【可複選】

- (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) 拍婚紗或參加喜宴 (15) 其他_____ (請註明)

9. 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



10.您這次在金門曾遊覽景點為何？請在空格中打☑？【可複選】

- | | | |
|---------------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1)水頭聚落 | <input type="checkbox"/> (2)翟山坑道 | <input type="checkbox"/> (3)文台寶塔 |
| <input type="checkbox"/> (4)莒光樓 | <input type="checkbox"/> (5)建功嶼 | <input type="checkbox"/> (6)延平郡王祠 |
| <input type="checkbox"/> (7)模範街、貞節牌坊 | <input type="checkbox"/> (8)清總兵署 | <input type="checkbox"/> (9)金城民防坑道 |
| <input type="checkbox"/> (10)古寧頭戰史館 | <input type="checkbox"/> (11)北山古洋樓 | <input type="checkbox"/> (12)雙鯉濕地中心 |
| <input type="checkbox"/> (13)慈湖 | <input type="checkbox"/> (14)李光前將軍廟 | <input type="checkbox"/> (15)國家公園遊客中心 |
| <input type="checkbox"/> (16)乳山遊客中心 | <input type="checkbox"/> (17)金門酒廠 | <input type="checkbox"/> (18)瓊林聚落 |
| <input type="checkbox"/> (19)太武山 | <input type="checkbox"/> (20)榕園、八二三戰史館 | <input type="checkbox"/> (21)山后民俗村 |
| <input type="checkbox"/> (22)馬山觀測所 | <input type="checkbox"/> (23)烈嶼(小金門) | <input type="checkbox"/> (24)大二膽水域 |
| <input type="checkbox"/> (25)獅山砲陣地 | <input type="checkbox"/> (26)陳景蘭洋樓 | <input type="checkbox"/> (27)海邊沙灘 |
| <input type="checkbox"/> (28)柳營軍事體驗園區 | <input type="checkbox"/> (29)其他_____ (請註明) | |

11.上述景點請選出 5 個最喜歡的景點？_____、_____、_____、_____、_____ (請填寫數字代碼)

12.您在金門參與的活動項目為何？ (1)否 (2)是_____

13.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？(1)旅行社名稱_____，(2)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？ 5 4 3 2 1F.您對導遊整體滿意度為何？ 5 4 3 2 1G.您對遊程設計整體滿意度為何？ 5 4 3 2 1H.您對團費整體滿意度為何？ 5 4 3 2 1 (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)

14.您這次曾在金門消費何種商品？【可複選】

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

25.職業

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

26.月平均所得

- | | | | |
|--|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1)無經常性收入 | <input type="checkbox"/> (2)19,999 元以下 | <input type="checkbox"/> (3)2 萬~29,999 元 | <input type="checkbox"/> (4)3 萬~39,999 元 |
| <input type="checkbox"/> (5)4 萬~49,999 元 | <input type="checkbox"/> (6)5 萬~69,999 元 | <input type="checkbox"/> (7)7 萬~99,999 萬元 | <input type="checkbox"/> (8)10 萬元以上 |

27.居住地區

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1)北部地區 (基北桃竹苗) | <input type="checkbox"/> (2)中部地區 (中彰投雲嘉) |
| <input type="checkbox"/> (3)南部地區 (南高屏) | <input type="checkbox"/> (4)東部地區 (宜花東) |
| <input type="checkbox"/> (5)離島地區 (澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖) | <input type="checkbox"/> (6)海外_____ (請註明) |

28.婚姻

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1)已婚 | <input type="checkbox"/> (2)單身 |
|--------------------------------|--------------------------------|

問卷到此結束，謝謝您的協助，祝您健康快樂。

核定機關：金門縣政府主計處
 核定文號：府主統字第 1070004299 號
 有效期間：民國 107 年 12 月 31 日止
 問卷編號：

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) 澎湖 (7) 其他_____ (請註明)

2. 您這次是搭何客輪到大陸？

- (1) 馬可波羅 1 號 (2) 金星 6 號輪 (3) 新五緣輪 (4) 新金龍輪 (5) 捷安輪
 (6) 東方之星輪 (7) 八方輪 (8) 和平之星輪 (9) 新武夷輪 (10) 蓬江輪
 (11) 迅安輪 (12) 金瑞龍輪

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 【 ① 立榮金廈一條龍 ② 華信快易通 ③ 遠東金廈任我行
 ④ 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】

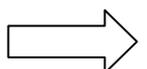
- (1) 福建 → 請註明何地：_____
- (2) 浙江 (3) 廣東 (4) 廣西 (5) 海南 (6) 江蘇(上海) (7) 江西
 (8) 安徽 (9) 湖北 (10) 湖南 (11) 雲南 (12) 河北(北京) (13) 河南
 (14) 貴州 (15) 四川 (16) 陝西 (17) 甘肅 (18) 山西 (19) 青海
 (20) 西藏 (21) 新疆 (22) 蒙古 (23) 遼寧 (24) 吉林 (25) 黑龍江
 (26) 山東 (27) 其他_____ (請註明)

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？_____年

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 ←—————→ 非常不滿意
10. 您對小三通中轉服務的滿意度為何？
- | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (1) 您對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度？ | <input type="checkbox"/> |
| (2) 您對尚義機場設施與服務的滿意度？ | <input type="checkbox"/> |
| (3) 您對水頭碼頭設施與服務的滿意度？ | <input type="checkbox"/> |
| (4) 您對金門海關的出入境服務的滿意度？ | <input type="checkbox"/> |
| (5) 您對尚義機場至水頭碼頭之間的接駁設施與服務？ | <input type="checkbox"/> |
11. 您對小三通中轉服務的整體建議為何？ _____

12. 您對金門觀光發展(或吸引觀光客到訪)的建議為何？ _____

13. 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)

14. 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) 房地產
 (14) 其他 _____ (請註明)
 (15) 無意願

15. 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)

16. 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)

17. 年齡 _____ 歲

18. 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

19. 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)

20. 每人月平均所得(新台幣)

- (1) 29,999 元以下
 (2) 3 萬~49,999 元
 (3) 5 萬~69,999 元
 (4) 7 萬~99,999 元
 (5) 10 萬元以上
 (6) 其他 _____

21. 性別
 (1) 男
 (2) 女

22. 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。

核定機關：金門縣政府主計處
 核定文號：府主統字第 1070004299 號
 有效期間：民國 107 年 12 月 31 日止
 問卷編號：

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 1 号 (2)金星 6 号轮 (3)新五缘轮 (4)新金龙轮 (5)捷安轮
 (6)东方之星轮 (7)八方轮 (8)和平之星轮 (9)新武夷轮 (10)蓬江轮
 (11)迅安轮 (12)金瑞龙轮

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.您这次来金門多久前开始计划行程？

- (1)无 (2)1-2 星期 (3)3-4 星期 (4)1.5 个月 (5)2 个月 (6)其他_____(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.来金后您希望在何处取得旅游信息？

- (1)旅服中心 (2)游客中心 (3)其他_____(请注明)

7.您来金后希望取得哪些旅游信息？

- (1)景点 (2)交通 (3)租车 (4)旅馆(含民宿) (5)餐饮(含小吃)
 (6)特产 (7)当月活动信息 (8)其他_____(请注明)

8.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)

9.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 (5)当天來回

10.您这次是否为中转旅游？

- (1)是((A)廈門→金門→台湾 (B)廈門→台湾→金門) (2)否 (3)自由行

请继续作答



11.您这次在金门观光的方式为？

- (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)

12.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：_____，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】【人民币】_____ 元，
项目为_____ (请注明)

13.您这次在金门消费何种商品或服务？【可复选】

- (1)风狮爷艺术品 (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)服飾 (12)日常百货用品 (13)免税品 (14)饼类(烧饼、蛋卷等)
 (15)药妆店产品 (16)无消费 (17)其它：_____ (请注明)

14.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

15.您這次是否有使用購物退稅情形？ (1)是 (2)否

16.您這次在金門曾遊覽景點為何？請在空格中打☑？【可複選】

- | | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> (1)水頭聚落 | <input type="checkbox"/> (2)翟山坑道 | <input type="checkbox"/> (3)文台宝塔 | <input type="checkbox"/> (4)莒光樓 |
| <input type="checkbox"/> (5)建功嶼 | <input type="checkbox"/> (6)延平郡王祠 | <input type="checkbox"/> (7)模範街、貞節牌坊 | <input type="checkbox"/> (8)清總兵署 |
| <input type="checkbox"/> (9)金城民防坑道 | <input type="checkbox"/> (10)古寧頭戰史 | <input type="checkbox"/> (11)北山古洋樓 | <input type="checkbox"/> (12)雙鯉濕地中心 |
| <input type="checkbox"/> (13)慈湖 | <input type="checkbox"/> (14)李光前將軍廟 | <input type="checkbox"/> (15)國家公園遊客中心 | <input type="checkbox"/> (16)乳山遊客中心 |
| <input type="checkbox"/> (17)金門酒廠 | <input type="checkbox"/> (18)琼林聚落 | <input type="checkbox"/> (19)太武山 | <input type="checkbox"/> (20)榕園/823 戰史館 |
| <input type="checkbox"/> (21)山後民俗村 | <input type="checkbox"/> (22)馬山觀測所 | <input type="checkbox"/> (23)烈嶼(小金門) | <input type="checkbox"/> (24)大二胆水域 |
| <input type="checkbox"/> (25)獅山炮陣地 | <input type="checkbox"/> (26)陳景蘭洋樓 | <input type="checkbox"/> (27)海邊沙灘 | |
| <input type="checkbox"/> (28)柳營軍事體驗園區 <input type="checkbox"/> (29)其它_____ (請註明) | | | |

17.上述景點請選出 5 個最喜歡的景點？_____、_____、_____、_____、_____

18.您在金門參與的活動項目為何？ (1)否 (2)是_____

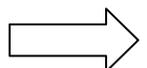
19.您最喜歡金門的各項觀光資源與因素是什麼？【可複選】

- | | | | |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1)閩南建築 | <input type="checkbox"/> (2)戰地色彩 | <input type="checkbox"/> (3)自然景觀 | <input type="checkbox"/> (4)文物古蹟 |
| <input type="checkbox"/> (5)賞鳥活動 | <input type="checkbox"/> (6)海邊風光 | <input type="checkbox"/> (7)旅費便宜 | <input type="checkbox"/> (8)金門小吃 |
| <input type="checkbox"/> (9)富人情味 | <input type="checkbox"/> (10)氣候宜人 | <input type="checkbox"/> (11)台灣商品 | <input type="checkbox"/> (12)游憩活動 |
| <input type="checkbox"/> (13)金門特產品 | <input type="checkbox"/> (14)治安交通良好 | <input type="checkbox"/> (15)干净整洁的環境 | <input type="checkbox"/> (16)物品價格合理 |
| <input type="checkbox"/> (17)工商業繁榮 | <input type="checkbox"/> (18)民風民俗的體驗 | <input type="checkbox"/> (19)免稅商品 | |
| <input type="checkbox"/> (20)其它：_____ (請註明) | | | |

20.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 非常不滿意 →					本項設施 未曾使用
	5	4	3	2	1	0
◎觀光便利性滿意度						
(1)您對取得台灣簽證快速的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(2)您對金門海關入境服務整體滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(3)您對客輪服務與設備整體滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(4)您對金門旅遊信息取得方便滿意度？	<input type="checkbox"/>					
◎觀光環境滿意度						
(5)您對金門居民對旅客之態度的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(6)您對金門特產、紀念品價格的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(7)您對金門道路指示牌易懂的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(8)您對金門社會治安良好的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(9)您對金門觀光環境国际化的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
◎服務設施滿意度						
(10)您對金門各景點服務人員的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(11)您對金門旅遊景點內容及特色性的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(12)您對金門之解說系統的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(13)您對金門特產、紀念品銷售服務的滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(14)您對金門餐飲設備與服務整體滿意度？	<input type="checkbox"/>					
(15)您對金門的旅館(民宿)設備與服務整體滿意度？	<input type="checkbox"/>					

請繼續作答



◎旅游景点软硬件服务满意度

- (16)您对莒光楼硬件的满意度？
- (17)您对莒光楼软件的满意度？
- (18)您对柳营步兵军事体验园区硬件的满意度？
- (19)您对柳营步兵军事体验园区软件的满意度？
- (20)您对狮山炮阵地硬件的满意度？
- (21)您对狮山炮阵地软件的满意度？

21.您这次旅游对金门的整体满意度？

22.您是否愿意推荐您的亲朋好友来金门旅游？

23.您是否愿意再次来金门旅游？

24.您是否有到国外旅游（大陆地区以外）的经验？ (1)没有 (2)有

25.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

26.您对金门整体观光环境与服务的建议为何：_____

27.年龄 _____岁

28.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）

29.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）

30.每人月平均所得（人民币）

- (1)无经常性收入 (2)999元以下 (3)1千~2,999元 (4)3千~5,999元
 (5)6千~9,999元 (6)1万~19,999元 (7)2万元以上

31.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）

32.性别 (1)男 (2)女

33.婚姻 (1)已婚 (2)单身

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

館店名稱	非常不滿意	不滿意	累計	普通	滿意	非常滿意	合計	平均值
823行館	0	0	0	0	10	9	19	4.5
IN99精品旅館	0	0	0	6	9	3	18	3.8
中華電信會館	0	0	0	0	4	0	4	4.0
六桂飯店	0	0	0	2	4	4	10	4.2
台金飯店	0	0	0	1	3	2	6	4.2
宏福飯店	0	0	0	6	8	6	20	4.0
昇恆昌金湖大飯店	0	0	0	14	41	38	93	4.3
金沙大地國際度假飯店	0	0	0	8	15	14	37	4.2
金沙湖畔商務大飯店	0	0	0	0	0	4	4	5.0
金門商會招待所	0	0	0	0	1	1	2	4.5
金帝飯店	0	0	0	2	1	2	5	4.0
金瑞飯店	0	5	5	13	40	36	94	4.1
長鴻飯店	0	0	0	1	18	14	33	4.4
浯江飯店	0	3	0	11	34	33	81	4.2
海福商務飯店	0	0	0	2	20	23	45	4.5
警光會館	0	0	0	0	0	2	2	5.0
合計	6	14	17	88	243	210	561	4.1

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。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
LINE IN	0	0	0	0	1	0	1	4.0
w系列民宿	0	0	0	2	10	3	15	4.1
二毛作民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
八八小屋	0	0	0	2	1	0	3	3.3
八八古藝	0	0	0	0	2	3	5	4.6
三力	0	0	0	0	2	1	3	4.3
三元	0	0	0	1	2	2	5	4.2
上禾園民宿	0	0	0	0	0	4	4	5.0
小周末	0	0	0	0	4	2	6	4.3
小金門民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
小背包民宿	0	0	0	0	3	2	5	4.4
小倆口ㄟ民宿	0	0	0	1	3	6	10	4.5
天井的月光	0	0	0	1	0	1	2	4.0
水之居民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
水調歌頭	0	0	0	1	3	4	8	4.4
水頭13號	0	0	0	1	1	0	2	3.5
水頭邀月	0	0	0	2	0	0	2	3.0
仙仙 民宿	0	0	0	2	0	0	2	3.0
北山洋玩藝	0	0	0	0	0	1	1	5.0
叮叮單車民宿	0	0	0	2	7	3	12	4.1
四海	0	0	0	0	1	3	4	4.8
玉榮府民宿	0	0	0	1	1	0	2	3.5
田煮水	0	0	0	0	1	0	1	4.0
如一家(民)	0	1	1	2	8	1	12	3.8
老柚木民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
伯爵民宿	0	0	0	0	3	5	8	4.6
君悅坊	0	0	0	0	1	1	2	4.5
吾家之城	0	0	0	0	1	0	1	4.0
忘了飛	0	0	0	0	1	2	3	4.7
小計	0	1	1	18	58	46	123	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	1	1	18	58	46	123	4.2
吾家之城	0	0	0	0	1	0	1	4.0
沐風	0	0	0	1	0	0	1	3.0
那個地方	0	0	0	0	1	0	1	4.0
依山行館	0	0	0	0	1	4	5	4.8
幸福樹舍	0	0	0	0	0	1	1	5.0
明園民宿	0	0	0	1	0	2	3	4.3
松濤山莊	0	0	0	0	1	1	2	4.5
金典	0	0	0	0	0	1	1	5.0
金門101民宿	0	0	0	3	6	6	15	4.2
金門自由行民宿	0	0	0	0	1	1	2	4.5
金紫金	0	0	0	0	0	1	1	5.0
金鷺民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
阿鑫	0	0	0	0	2	0	2	4.0
青花瓷	0	0	0	0	0	1	1	5.0
咪兒	0	0	0	0	1	1	2	4.5
哈佛	0	0	0	1	0	1	2	4.0
拼途拼圖	0	0	0	0	4	0	4	4.0
星空	0	0	0	0	1	0	1	4.0
紅屋頂民宿	0	0	0	0	0	2	2	5.0
背包客棧	0	0	0	1	2	0	3	3.7
候鳥民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
家之形	0	0	0	0	0	1	1	5.0
時光	0	0	0	1	2	0	3	3.7
校長的家	0	0	0	1	2	0	3	3.7
海灣	0	0	0	0	0	1	1	5.0
珠山老爺	0	0	0	0	0	1	1	5.0
珠山官邸	0	0	0	0	0	1	1	5.0
清松	0	0	0	0	1	0	1	4.0
笨斗居	0	0	0	0	2	0	2	4.0
湖前58	0	0	0	0	1	0	1	4.0
詠詠的家	0	0	0	1	1	1	3	4.0
黃厝三層樓民	0	0	0	0	1	0	1	4.0
塔后 民宿		0	0	0	2	1	3	4.3
微風海戀	0	0	0	0	1	0	1	4.0
楊家	0	0	0	0	1	1	2	4.5
遇見夏墅	1	0	1	0	1	2	4	3.8
漫漫民宿	0	0	0	0	2	1	3	4.3
豪鵬遊民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
閩南旅店	0	0	0	1	3	2	6	4.2
鳳毛麟趾	0	0	0	0	0	7	7	5.0
鳳鳴民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
廣緣	0	0	0	0	0	1	1	5.0
歐厝50號會館	0	0	0	1	1	1	3	4.0
歐厝66號	0	0	0	0	1	1	2	4.5
談古說今	0	0	0	1	0	0	1	3.0
璞居	0	0	0	1	1	1	3	4.0
龍口	0	0	0	0	1	1	2	4.5
優豆	0	0	0	0	1	2	3	4.7
觀池	0	0	0	0	0	1	1	5.0
鎮西	0	0	0	0	1	0	1	4.0
雙鯉風情	0	0	0	0	1	1	2	4.5
蘇適	0	0	0	0	0	1	1	5.0
合計	1	1	2	32	108	99	241	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。此次調查未達 3.0 有「華僑之家」，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
IN99精品旅館	0	1	1	2	8	20	31	4.5
六桂飯店	0	0	0	0	6	8	14	4.6
宏福飯店	0	0	0	3	4	5	12	4.2
昇恆昌金湖大飯店	1	1	2	11	13	27	53	4.2
金沙大地國際度假飯店	2	0	2	0	0	3	5	3.4
金沙假日大飯店	0	0	0	17	29	41	87	4.3
金沙湖畔	0	0	0	0	4	2	6	4.3
金門縣商會	0	0	0	9	18	30	57	4.4
金帝飯店	0	0	0	1	1	0	2	3.5
金瑞飯店	1	0	1	14	24	15	54	4.0
金麗麗飯店	0	0	0	0	0	6	6	5.0
長鴻商務飯店	0	2	2	8	36	76	122	4.5
華僑之家	1	0	1	0	1	0	2	2.5
浯江飯店	0	0	0	5	11	5	21	4.0
海福商務飯店	0	0	0	1	4	17	22	4.7
陸島酒店	0	0	0	5	3	1	9	3.6
華僑之家	0	0	0	0	1	3	4	4.8
福華飯店	0	0	0	0	0	4	4	5.0
合計	5	4	9	76	163	263	511	4.3

四、大陸旅客對住宿民宿之滿意度調查

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。

附表四 大陸來金旅客對住宿-民宿之滿意度調查

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
金門101民宿	0	0	0	5	0	0	5	3.0
王老爺	0	0	0	1	4	10	15	4.6
歡樂滿屋	0	0	0	0	1	18	19	4.9
八八小屋	0	0	0	2	5	6	13	4.3
旅途民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
閩南旅社	0	1	1	0	3	5	9	4.3
番茄紅了	0	0	0	0	1	2	3	4.7
模範家	0	0	0	1	1	2	4	4.3
叮叮民宿	0	0	0	0	1	7	8	4.9
微風海戀	0	0	0	3	10	12	25	4.4
阿鑫民宿	0	0	0	2	0	2	4	4.0
北山13號	0	0	0	0	0	3	3	5.0
金禧福民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
雲上民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
法蘭克	0	0	0	2	2	9	13	4.5
時光民宿	0	0	0	0	0	4	4	5.0
小周末	0	0	0	1	2	5	8	4.5
2A Place	0	0	0	1	0	0	1	3.0
那個地方	0	0	0	0	13	17	30	4.6
二姊的家	0	0	0	2	3	0	5	3.6
那一家	0	0	0	0	2	5	7	4.7
渡船頭	0	1	1	1	0	4	6	4.2
候鳥	0	0	0	0	1	8	9	4.9
玩轉金門	0	0	0	0	0	2	2	5.0
四海會館	0	0	0	0	1	0	1	4.0
輕鬆民宿	0	0	0	0	0	2	2	5.0
石路書齋	0	0	0	2	0	0	2	3.0
合計	0	2	2	23	50	126	201	4.5

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

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
小計(接續)	0	2	2	23	50	126	201	4.5
梅園	0	0	0	0	0	2	2	5.0
八八古藝	0	0	0	0	1	2	3	4.7
珠山大夫第	0	2	2	0	5	4	11	4.0
牧雲民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
海豚灣	0	0	0	3	2	4	9	4.1
心琴民宿	0	0	0	0	1	10	11	4.9
三元民宿	2	0	2	2	3	7	14	3.9
風芝華	0	0	0	1	0	0	1	3.0
瀚裕坊	0	0	0	1	1	6	8	4.6
加州	0	0	0	0	2	1	3	4.3
阿文民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
拼途拼圖	0	0	0	1	0	2	3	4.3
霞姐的家	0	0	0	1	1	0	2	3.5
apple	0	0	0	0	0	1	1	5.0
談古說今	0	0	0	0	1	0	1	4.0
小倆口	0	0	0	0	0	2	2	5.0
詠詠的家	0	0	0	0	1	2	3	4.7
總兵人家	0	0	0	0	0	1	1	5.0
優豆	0	0	0	0	3	6	9	4.7
遇見幸福	0	0	0	0	1	0	1	4.0
蛋寶	0	0	0	0	0	2	2	5.0
沐風	0	0	0	0	0	5	5	5.0
楊家民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
家之形	0	0	0	0	0	1	1	5.0
丫樂	0	0	0	0	1	0	1	4.0
嚨口秘境	0	0	0	0	0	1	1	5.0
988民	0	0	0	0	2	3	5	4.6
如家追星築	0	0	0	0	0	4	4	5.0
成功民宿	0	0	0	0	1	0	1	4.0
遇見夏墅	0	0	0	0	0	3	3	5.0
歐厝60號	0	0	0	0	1	0	1	4.0
金門101民宿	0	1	1	2	0	1	4	3.3
愛渡假民宿	0	0	0	1	2	2	5	4.2
校長的家	0	0	0	2	1	13	16	4.7
時光民宿	0	0	0	0	0	1	1	5.0
合計	2	5	7	37	81	214	339	4.5

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

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「金環球旅行社」負責安排者最多29.1%，由「建發旅行社」者比例為22.4%為次之，「中旅」者比例為7.9%為第三，「廈門國旅」佔6.1%，詳細資料參閱附表四。

附表五 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(%)
金環球	125	29.1
建發	96	22.4
中旅	34	7.9
廈門國旅	26	6.1
台塑網	25	5.8
海外	17	4.0
泉中旅	17	4.0
港中旅	16	3.7
銀座旅遊	14	3.3
觀光國際旅行社	13	3.0
光大旅遊	12	2.8
康泰旅行社	11	2.6
中元	9	2.1
廈航國旅	6	1.4
萬吉	5	1.2
南方	2	0.5
春秋	1	0.2
合計	429	100.0

附錄四：106 年、107 年金門航空站營運量統計表

附表六 106 年、107 年金門航空站營運量統計表

旅客人數	年 月份	旅客總人次（到境+離境）	
		106年	107年
	01月	191,188	161,030
	02月	179,513	198,140
	03月	171,759	172,367
	04月	191,182	208,130
	05月	207,967	202,505
	06月	200,545	212,365
	07月	221,931	240,884
	08月	219,845	229,030
	09月	166,565	195,329
	10月	221,657	218,921
	11月	186,059	199,566
	12月	178,493	191,172
	合計	2,336,704	2,429,439

資料來源：金門縣政府觀光處(2017)、(2018)。

附錄五：106 年、107 年入出境管理局之入出境人次統計表

附表七 107 年入出境管理局之入出境人次統計表

月份	入境查驗				總人數	出境查驗				總人數
	台灣地區人民	大陸地區及無戶籍居民(含港澳)	大陸地區小三通落地簽(金門)	外國人民		台灣地區人民	大陸地區及無戶籍居民(含港澳)	大陸地區小三通落地簽(金門)	外國人民	
107年01月	37,526	20,000	3,405	1,379	62,310	39,191	22,423	3,711	1,424	66,749
107年02月	39,181	25,449	5,247	1,159	71,036	38,181	25,857	5,246	1,154	70,438
107年03月	41,689	23,245	3,584	2,038	70,556	41,189	20,491	3,402	1,882	66,964
107年04月	47,453	30,410	4,604	2,139	84,606	46,072	29,515	4,326	2,149	82,062
107年05月	41,437	26,319	4,318	1,724	73,798	43,287	29,112	4,775	1,717	78,891
107年06月	46,774	24,246	4,319	1,609	76,948	47,958	23,369	4,085	1,594	77,006
107年07月	51,302	27,514	4,949	1,257	85,022	52,051	27,548	4,970	1,302	85,871
107年08月	50,781	36,548	6,936	1,215	95,480	49,387	36,275	7,038	1,203	93,903
107年09月	44,428	25,650	4,180	1,622	75,880	40,269	22,530	4,024	1,453	68,276
107年10月	44,237	36,789	5,910	1,997	88,933	49,446	38,508	5,879	2,103	95,936
107年11月	42,738	30,701	4,532	2,357	80,328	43,317	29,254	4,551	2,302	79,424
107年12月	46,653	35,653	5,410	2,829	90,545	46,663	32,693	5,155	2,695	87,206
合計	534,199	342,524	57,394	21,325	955,442	537,011	337,575	57,162	20,978	952,726

資料來源：金門縣政府觀光處-大陸事務科(2018)。

附表八 106 年入出境管理局之入出境人次統計表

月份	入境查驗				總人數	出境查驗				總人數
	台灣地區人民	大陸地區及無戶籍居民(含港澳)	大陸地區小三通落地簽	外國人民		台灣地區人民	大陸地區及無戶籍居民(含港澳)	大陸地區小三通落地簽	外國人民	
106年01月	40,841	25,868	3,596	1,212	71,517	37,416	25,184	3,318	1,150	67,068
106年02月	41,038	15,957	2,651	1,101	60,747	45,232	19,328	3,141	1,135	68,836
106年03月	41,839	23,956	2,267	1,703	69,765	39,942	24,118	2,286	1,665	68,011
106年04月	43,485	27,556	3,621	1,796	76,458	43,836	24,325	3,160	1,757	73,078
106年05月	43,417	25,546	3,210	1,753	73,926	42,852	27,753	3,619	1,782	76,006
106年06月	43,172	20,228	2,727	1,509	67,636	45,292	21,080	2,689	1,523	70,584
106年07月	44,611	24,786	3,489	1,158	74,044	44,765	24,407	3,541	1,151	73,864
106年08月	41,826	26,342	4,338	1,199	73,705	38,427	26,522	4,387	1,163	70,499
106年09月	35,479	19,676	2,923	1,137	59,215	33,892	16,877	2,914	1,122	54,805
106年10月	44,120	33,429	5,382	1,915	84,846	48,192	35,617	5,350	1,907	91,066
106年11月	44,622	32,765	4,521	2,367	84,275	43,353	33,506	4,539	2,367	83,765
106年12月	43,701	31,132	4,537	2,673	82,043	41,927	29,789	4,170	2,706	78,592
合計	508,151	307,241	43,262	19,523	878,177	505,126	308,506	43,114	19,428	876,174

資料來源：金門縣政府觀光處-大陸事務科(2017)。

附錄六：107 年度來金旅客人次估算

估算公式：

步驟一：

$$\begin{aligned} & 1. \text{金門航空站 107 年 (到境旅客人次 + 離境旅客人次 = 總旅客人次)} \\ & \quad = 2,429,439 \text{ 旅客人次} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & 2. \text{入出境管理局 107 年 (出境旅客人次 + 入境旅客人次 = 總旅客人次)} \\ & \quad 1,071,210 \text{ 人次 (台灣地區人民)} + 680,099 \text{ 人次 (大陸(含港澳)地區} \\ & \quad \text{人民)} + 114,556 \text{ 人次 (大陸地區小三通落地簽)} + 42,303 \text{ 人次 (外} \\ & \quad \text{國人民)} = 1,908,168 \text{ 旅客人次} \end{aligned}$$

步驟二：

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

$$= 2,429,439 \text{ 人次} \times 29.5587\% = 718,110 \text{ 人次}$$

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

$$= 1,908,168 \text{ 人次} \times 18.8763\% = 360,191 \text{ 人次}$$

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

$$= 399,918 \text{ 人次} + 394,737 \text{ 人次}$$

$$= 794,655 \text{ 人次}$$

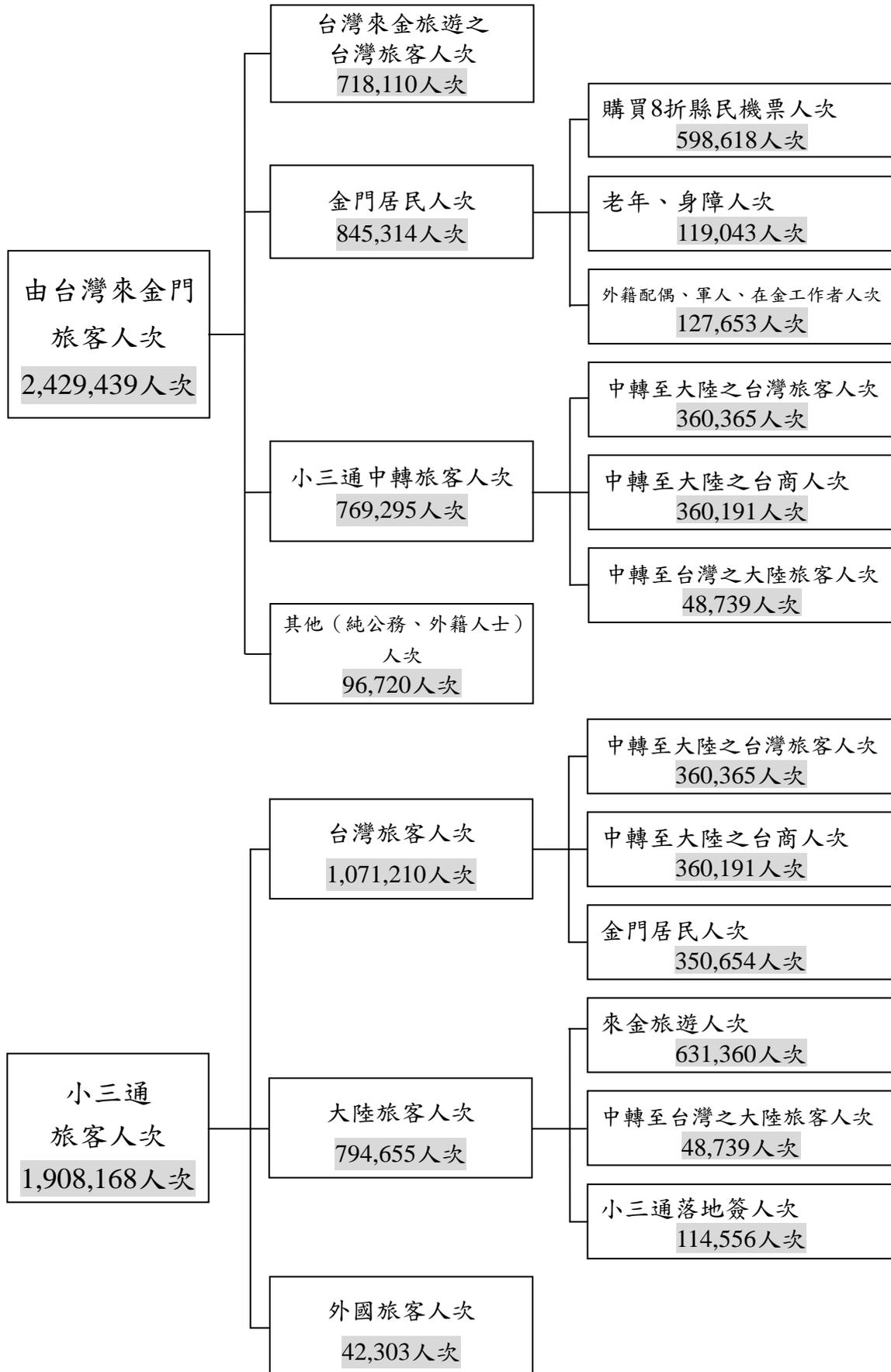
107 年度來金台灣旅客人次約為 71 萬 8 千 1 佰 1 拾 0 人次。

107 年度小三通中轉台商人次約為 36 萬 0 千 1 佰 9 拾 1 人次。

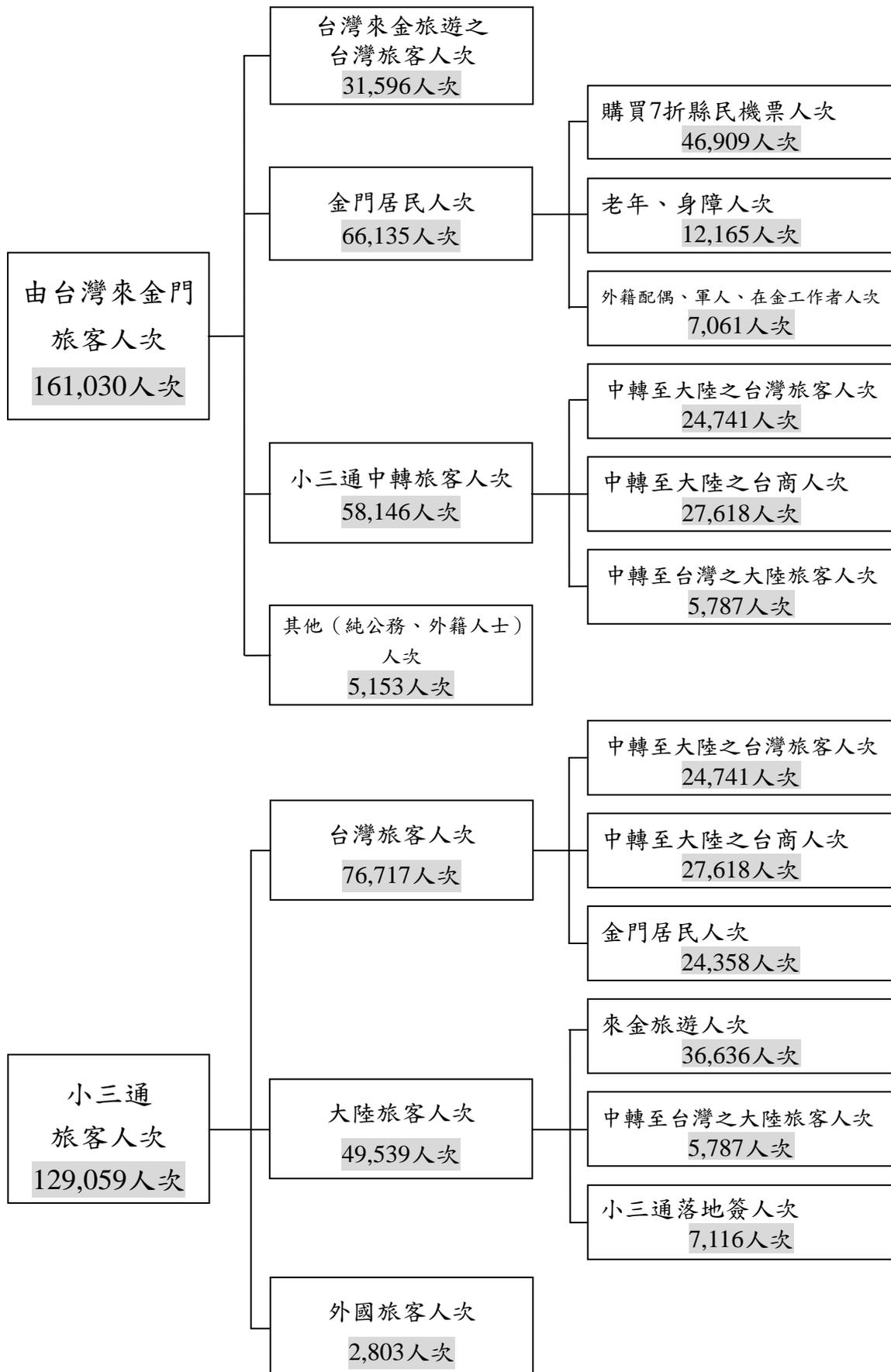
107 年度來金大陸旅客人次約為 79 萬 4 千 6 佰 5 拾 5 人次。

附錄七：107 年旅客屬性人次估算表

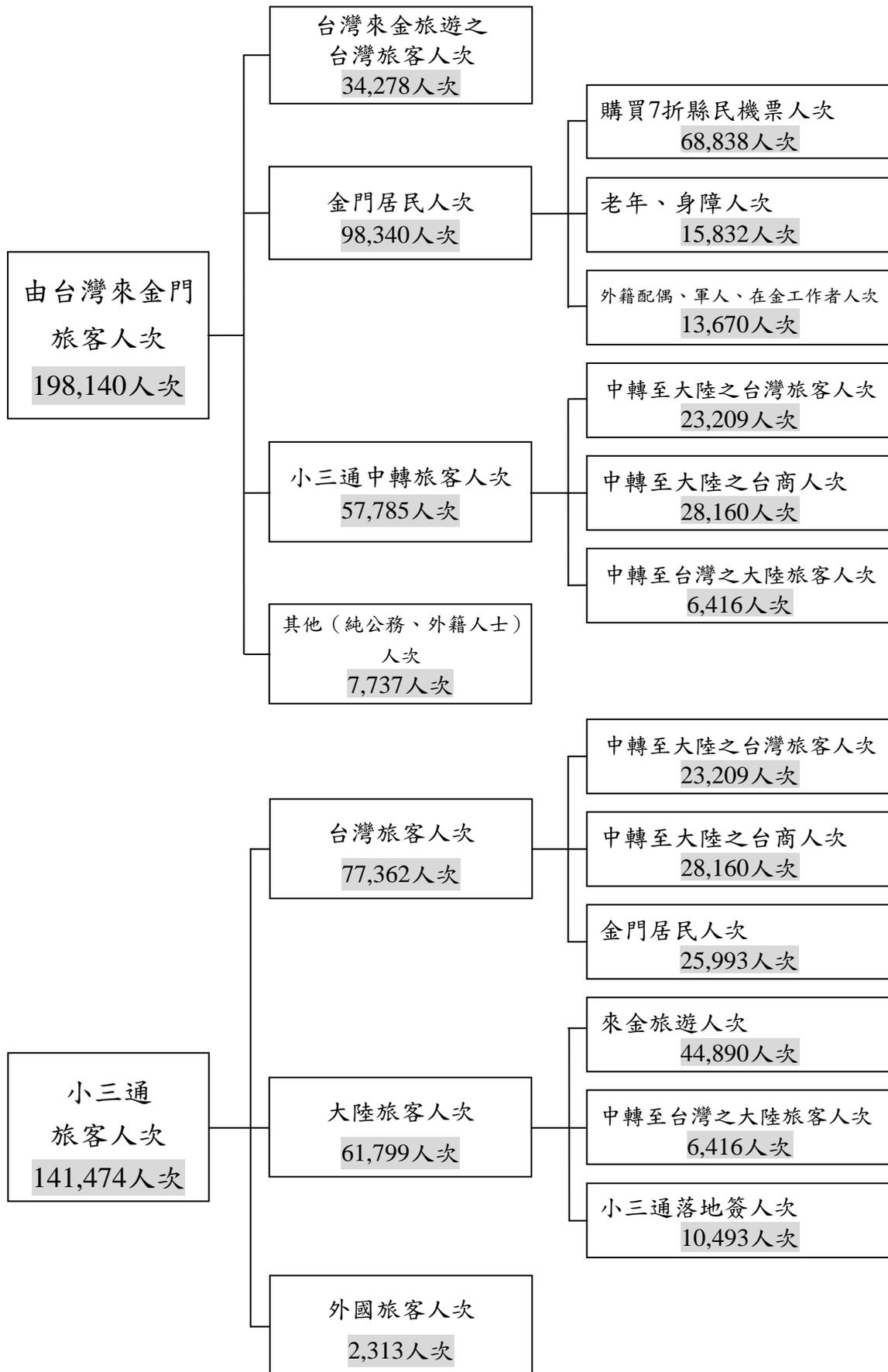
一、107 年（01-12 月）旅客屬性人次估算表



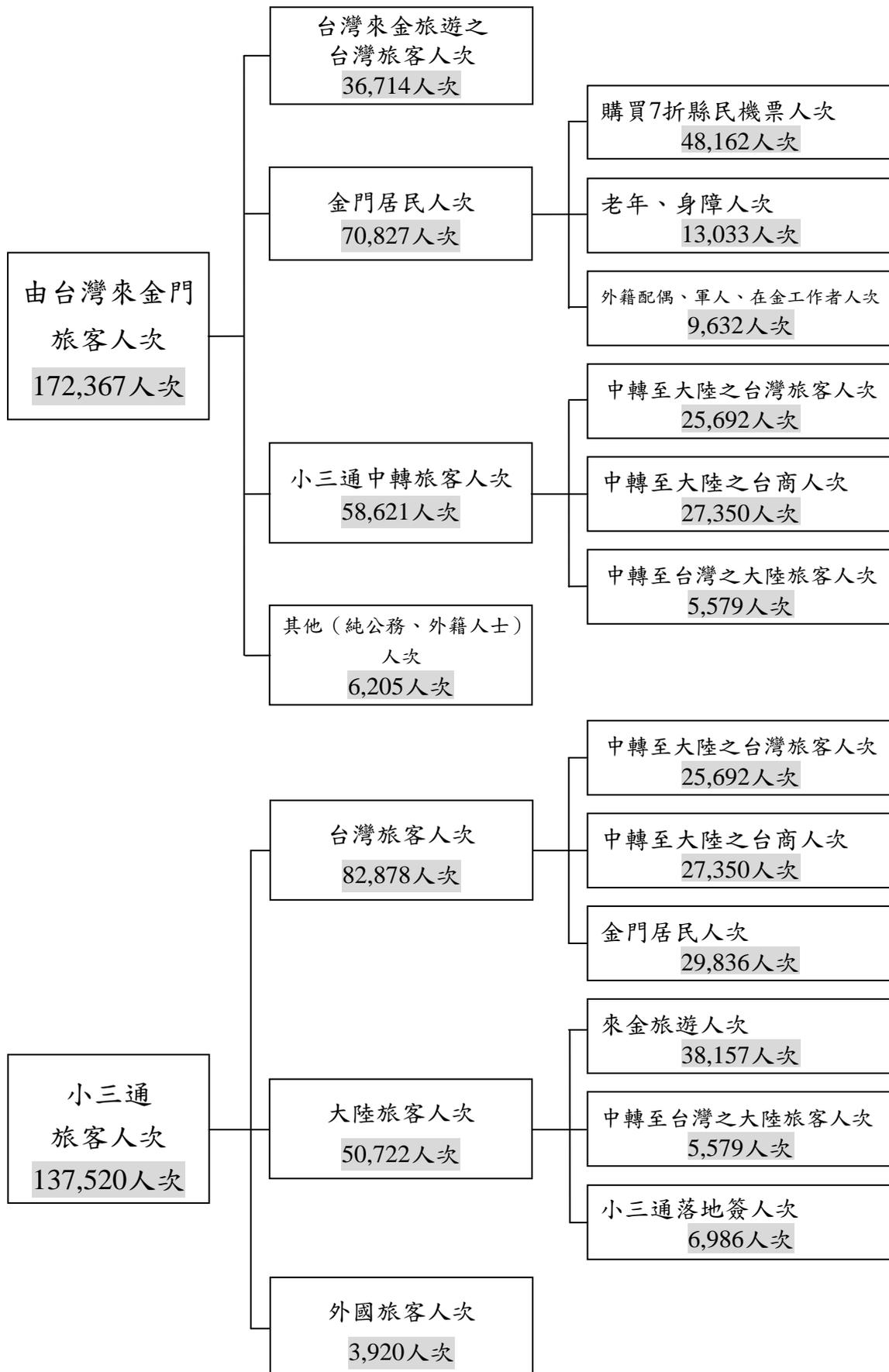
二、107 年 01 月份旅客屬性人次估算表



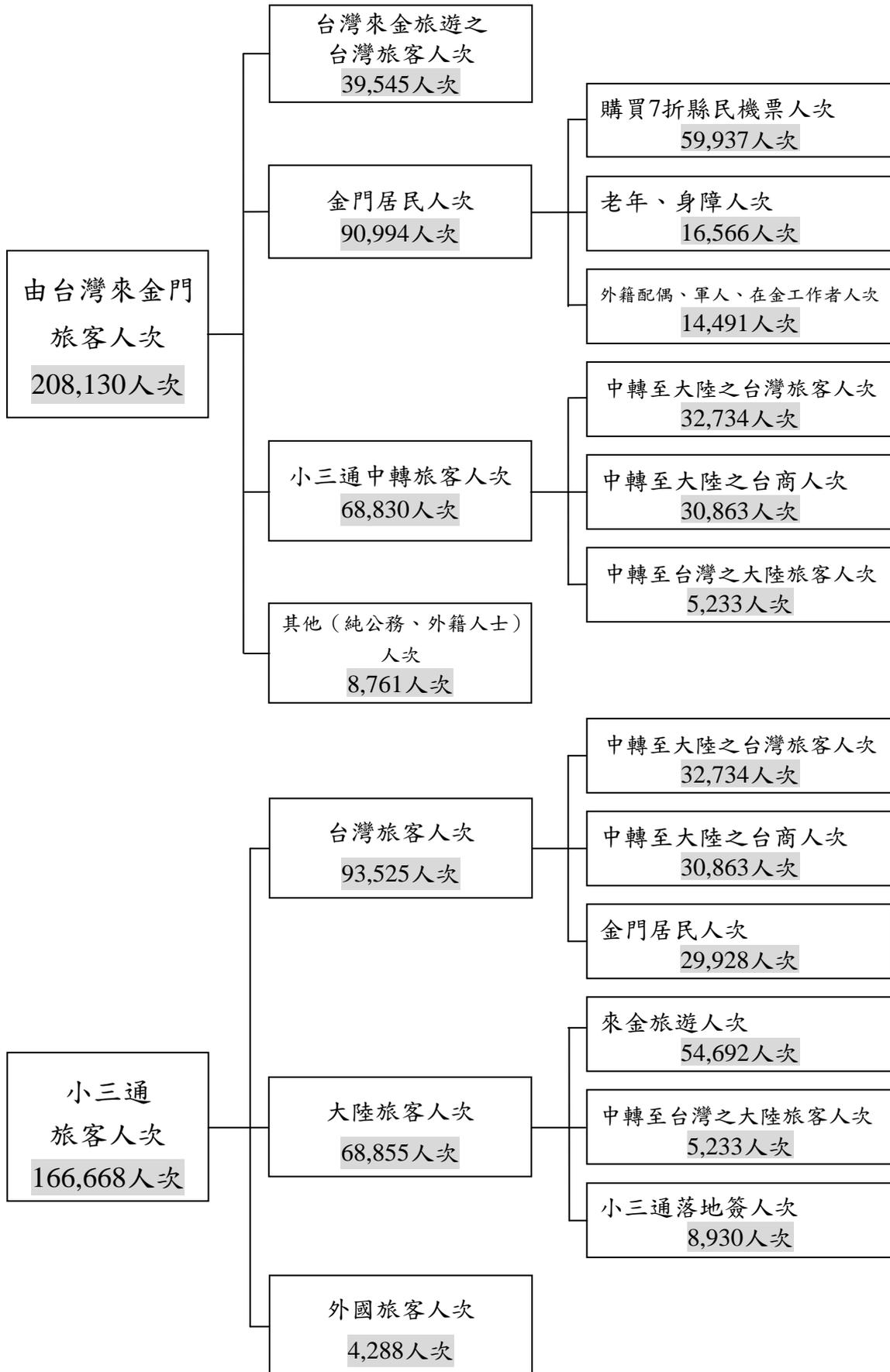
三、107 年 02 月旅客屬性人次估算表



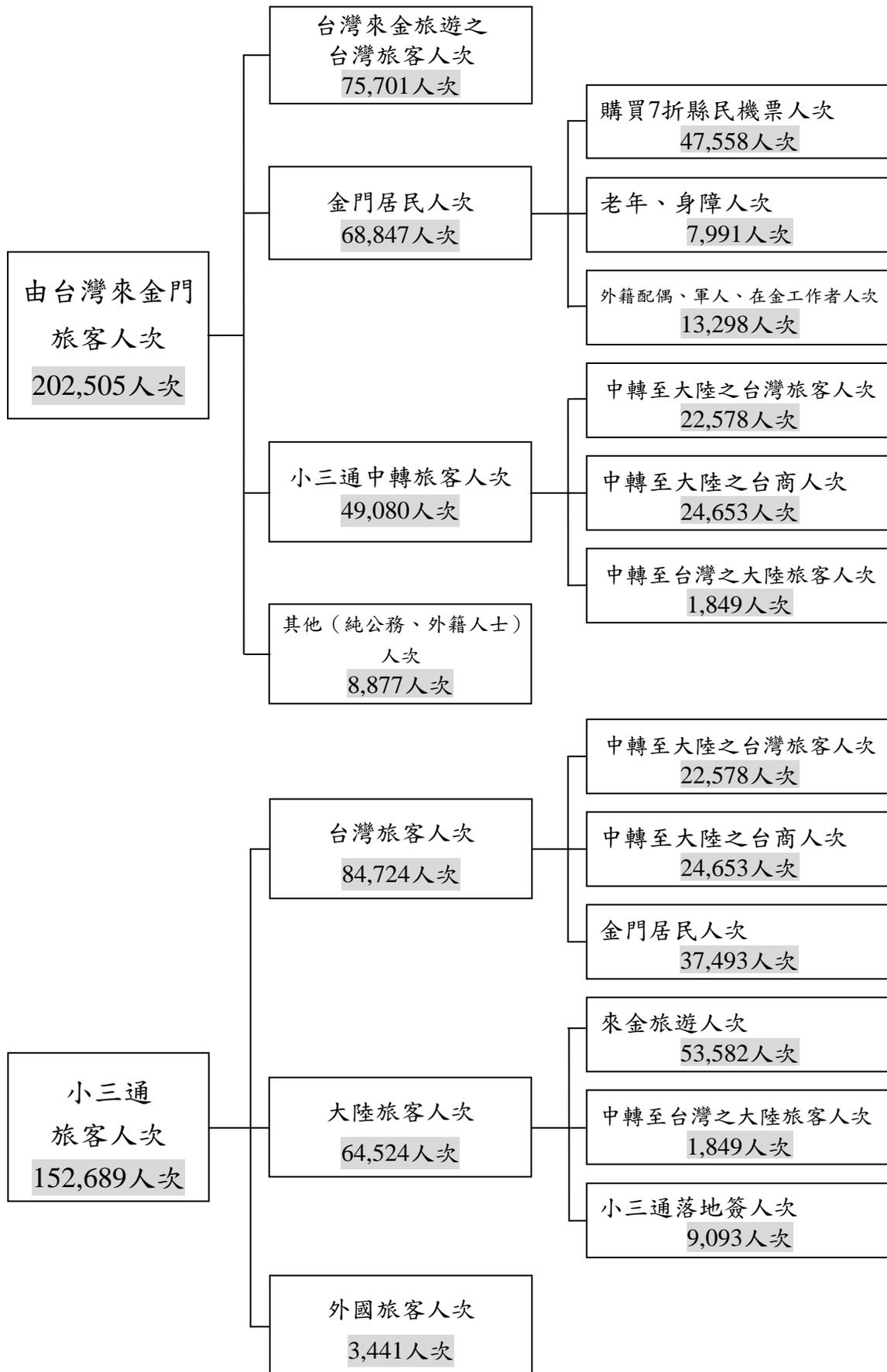
四、107 年 03 月旅客屬性人次估算表



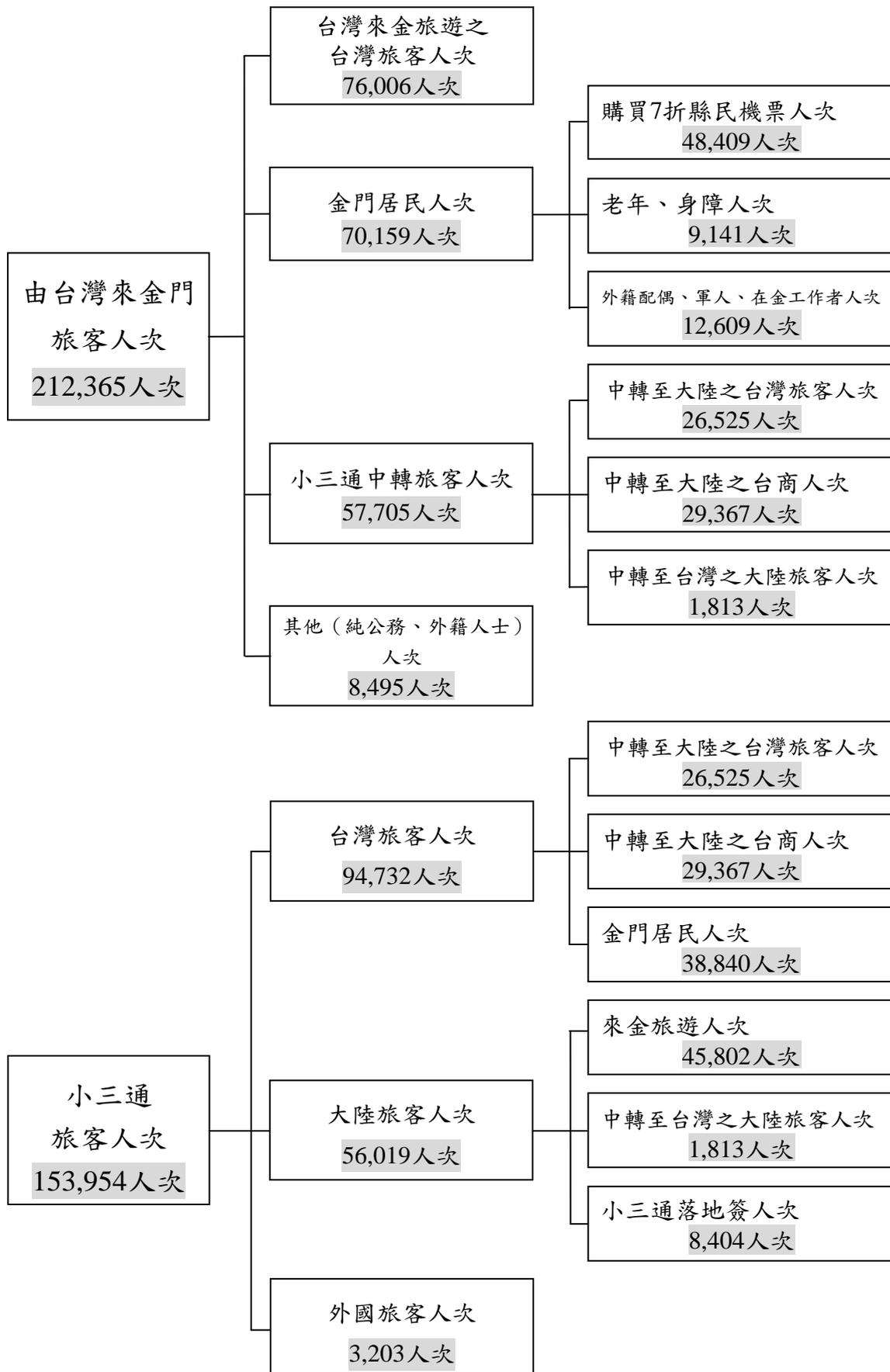
五、107 年 04 月份旅客屬性人次估算表



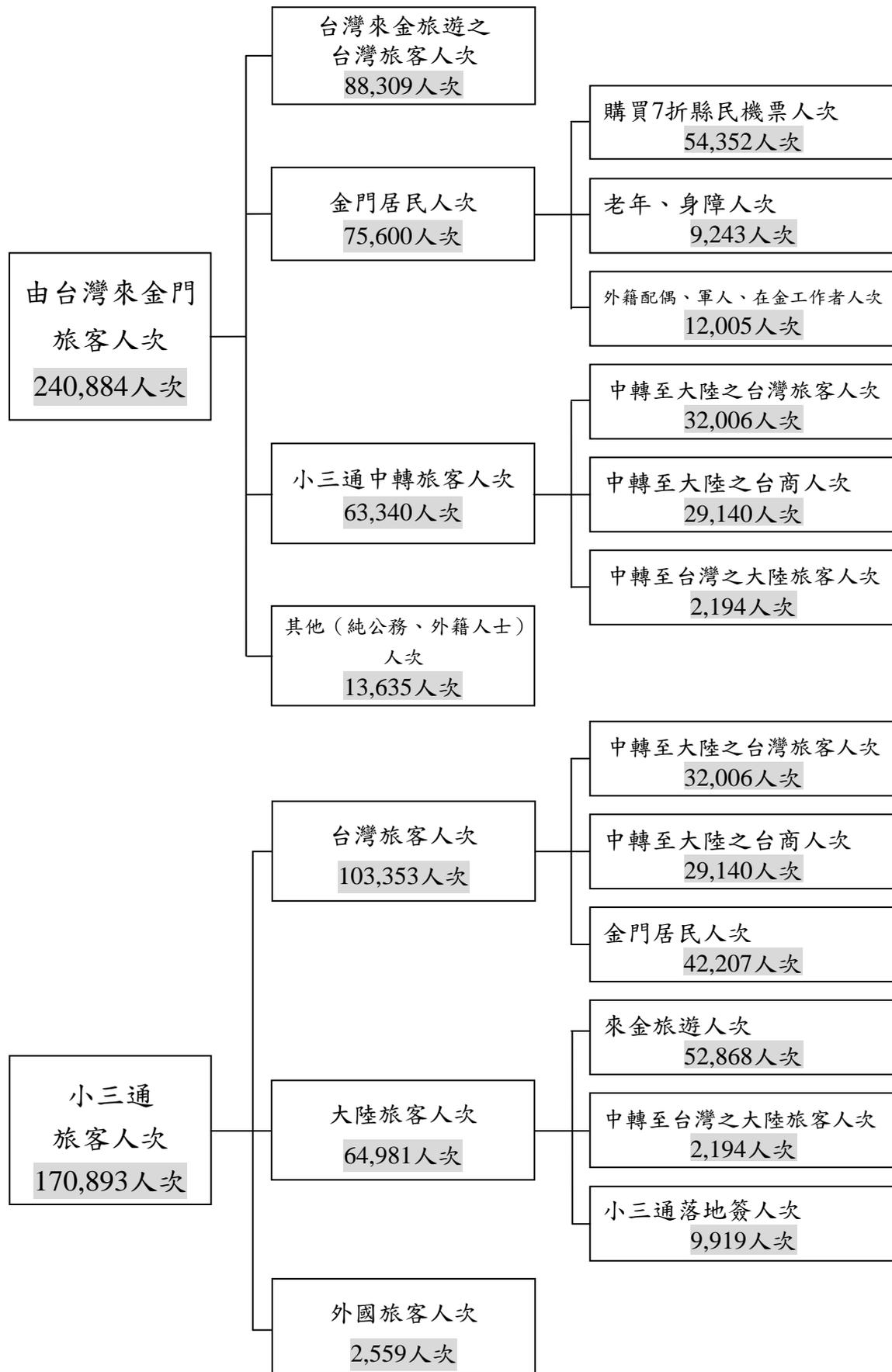
六、107 年 05 月份旅客屬性人次估算表



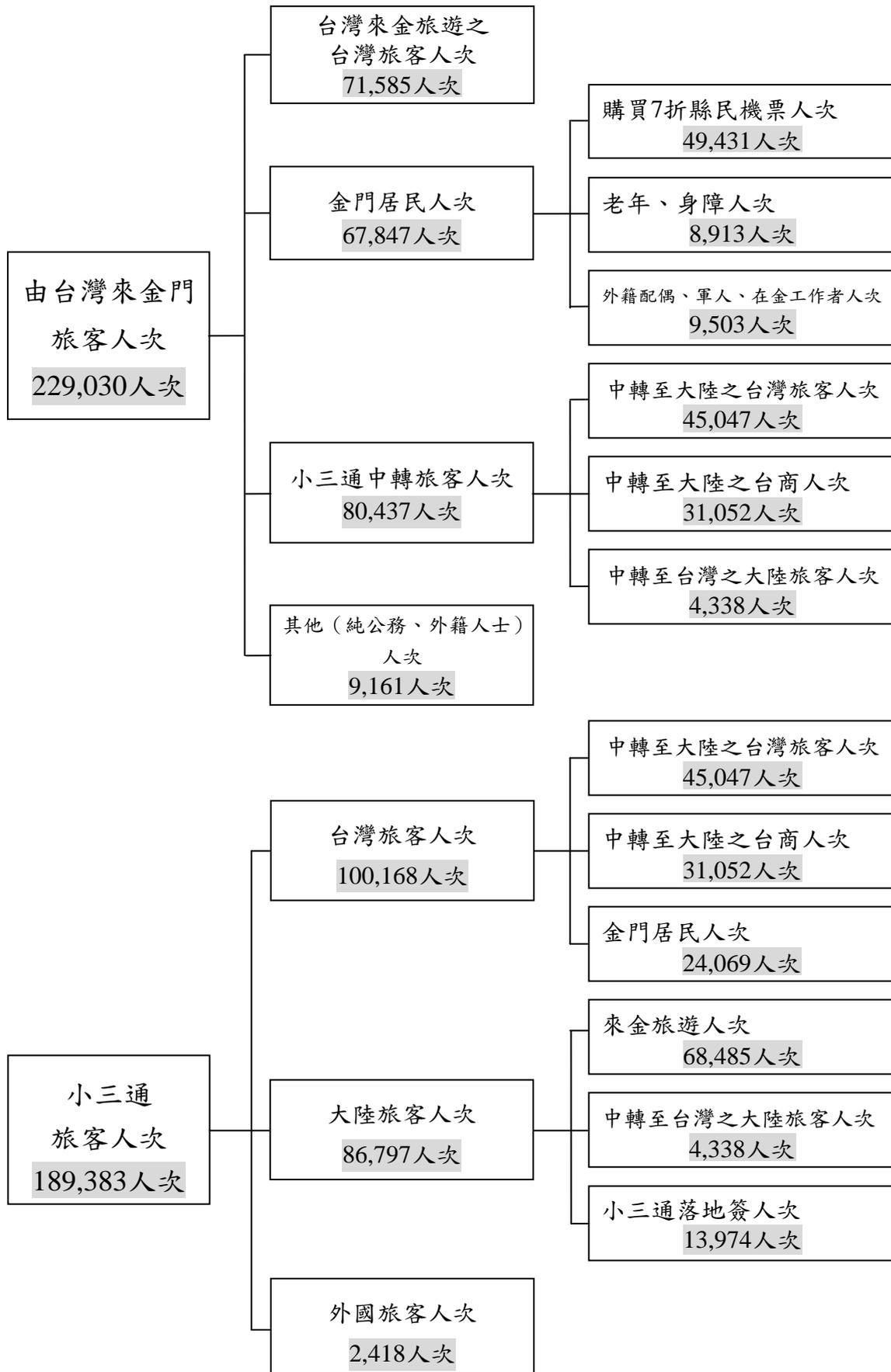
七、107 年 06 月份旅客屬性人次估算表



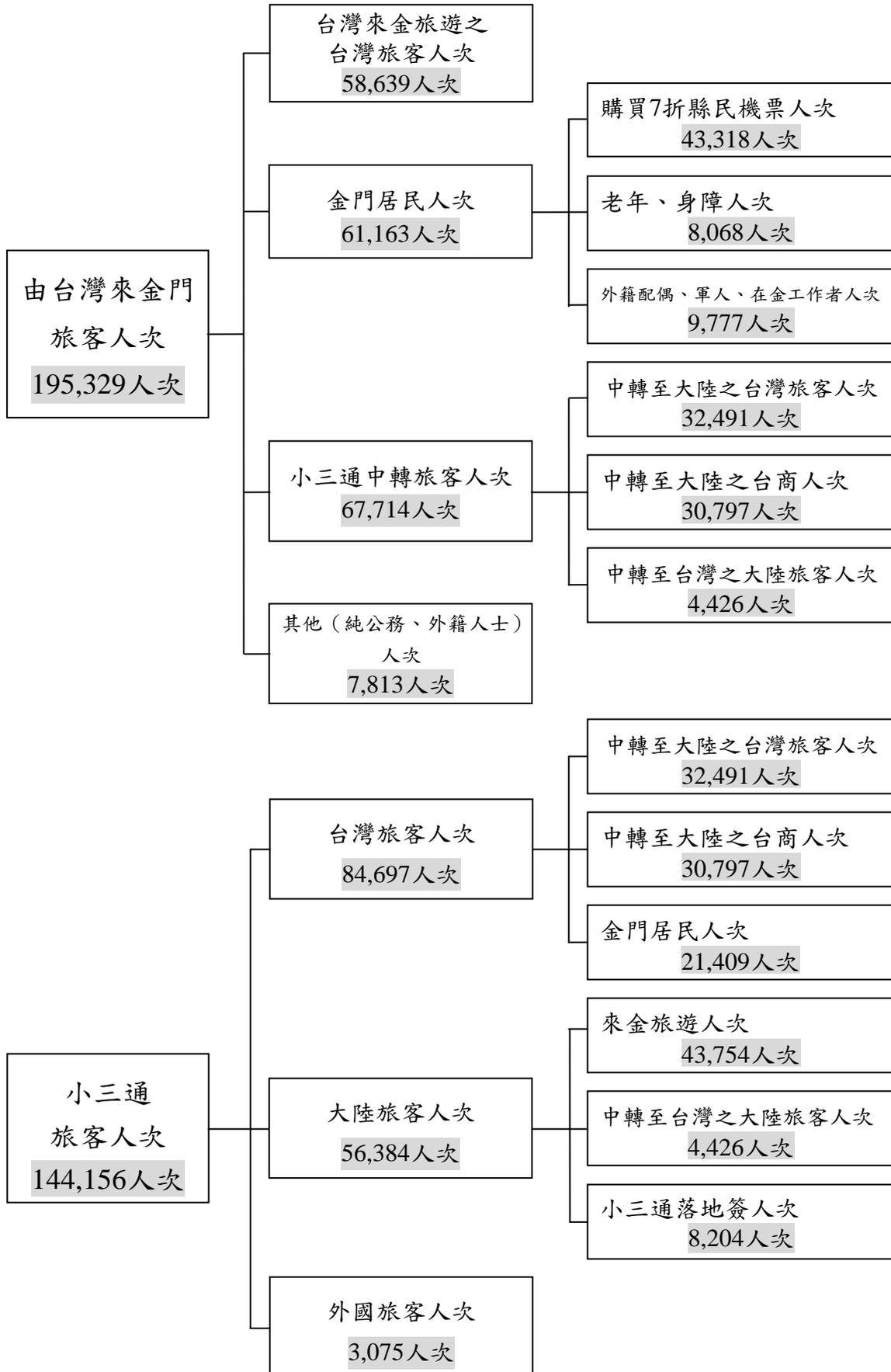
八、107 年 07 月份旅客屬性人次估算表



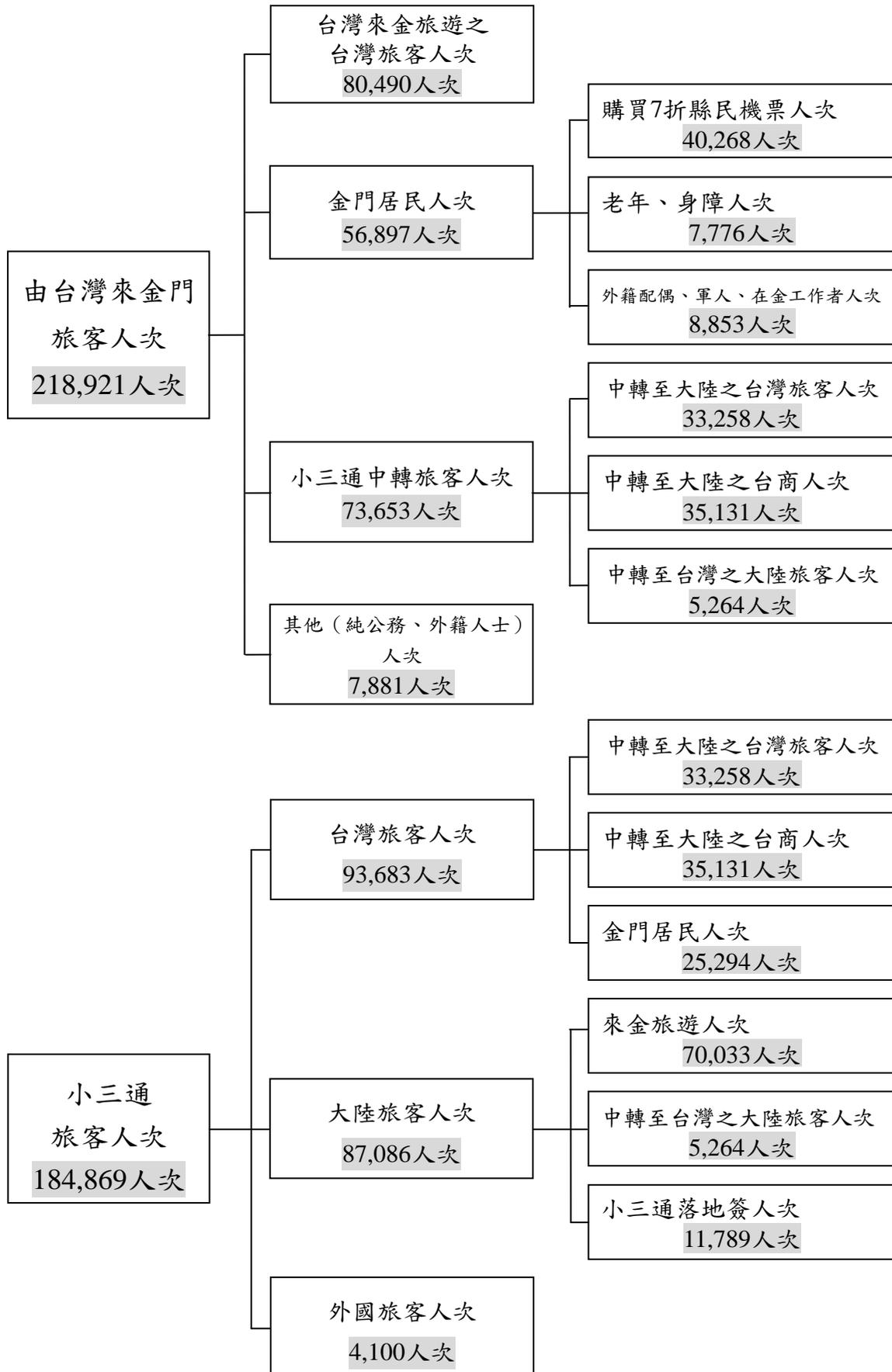
九、107 年 08 月份旅客屬性人次估算表



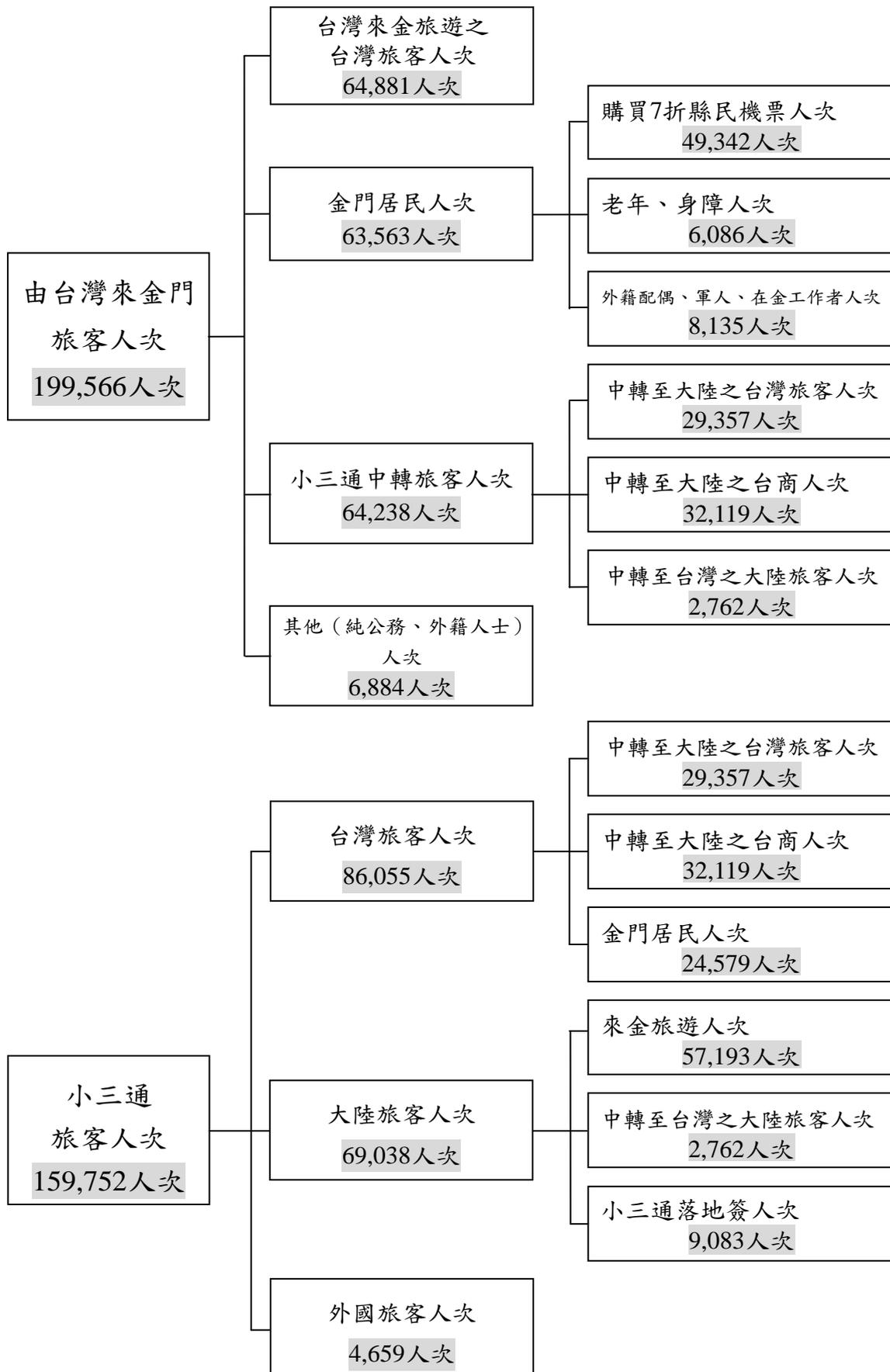
十、107 年 09 月份旅客屬性人次估算表



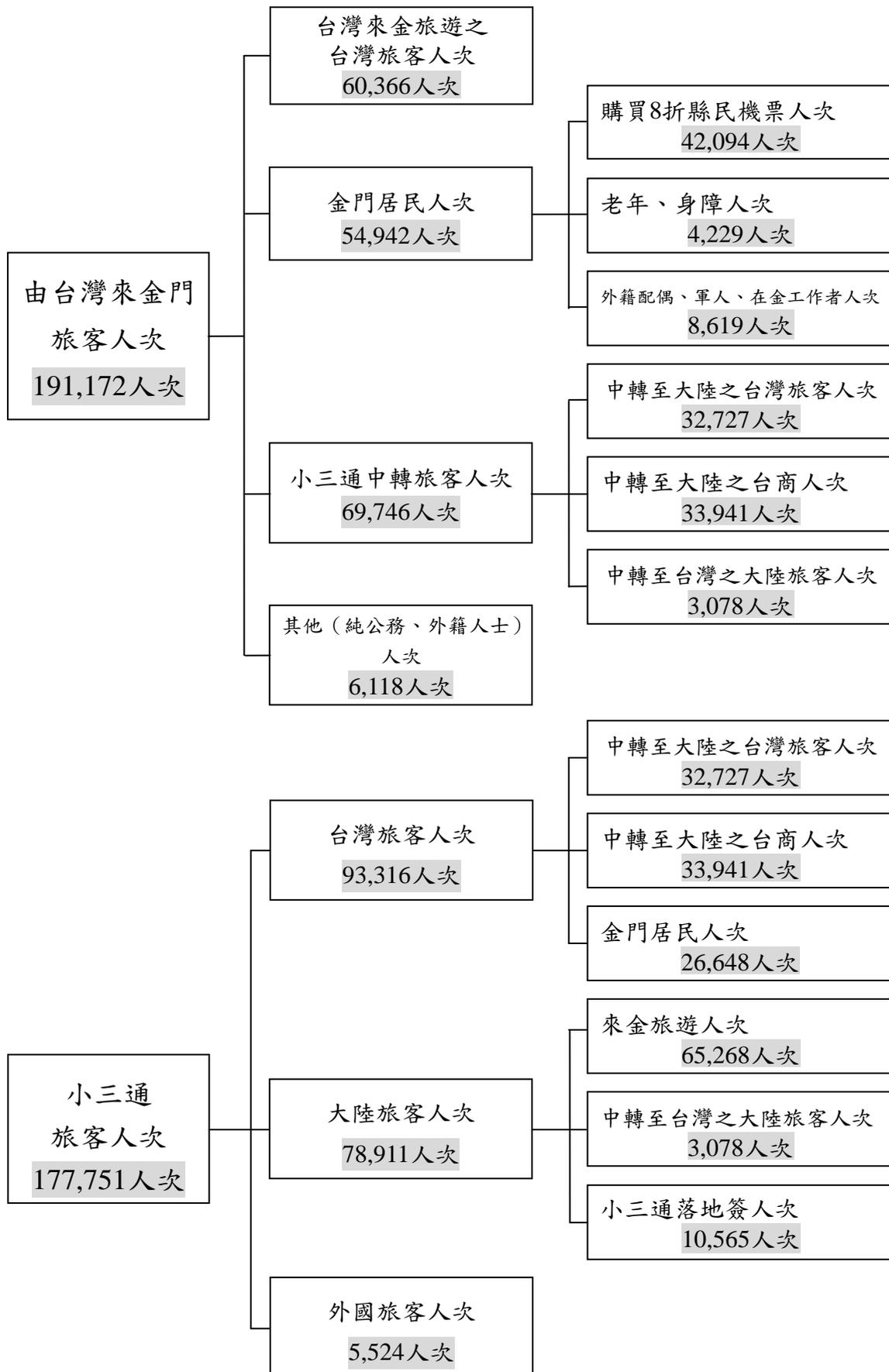
十一、107 年 10 月份旅客屬性人次估算表



十二、107 年 11 月份旅客屬性人次估算表



十三、107 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., & Shinew, 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. *Journalof 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.