

# 目 錄

<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 計畫緣起.....	1
第二節 計畫目的.....	2
第三節 計畫範圍.....	4
第四節 調查執行流程.....	6
第五節 相關研究.....	7
第六節 研究方法.....	24
<b>第二章 台灣觀光客群之調查發現</b> .....	<b>35</b>
第一節 樣本特徵比較.....	35
第二節 樣本特徵分析.....	38
第三節 旅遊決策.....	45
第四節 來金旅客動向.....	53
第五節 來金旅客消費支出.....	61
第六節 來金門旅遊後對各項相關設施與服務滿意度.....	75
第七節 旅客對金門的整體滿意度、推薦及回遊意願.....	77
第八節 來金旅客參加旅行社套裝行程之滿意度.....	81
第九節 年度趨勢分析.....	88
第十節 年度交叉分析.....	94
第十一節 遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向與滿意度分析	99
<b>第三章 中轉台商客群之調查發現</b> .....	<b>114</b>
第一節 樣本特徵比較.....	114
第二節 樣本特徵分析.....	117
第三節 旅遊決策.....	126
第四節 過境情形.....	130
第五節 消費支出.....	137
第六節 中轉服務建議.....	145

第七節	小三通中轉服務的滿意度.....	149
第八節	年度趨勢分析.....	155
第九節	遊客資本資料、過境情形與中轉服務滿意度分析.....	158
<b>第四章</b>	<b>大陸觀光旅客群之調查發現.....</b>	<b>161</b>
第一節	樣本特徵比較.....	161
第二節	樣本特徵分析.....	165
第三節	旅遊決策.....	172
第四節	來金陸客動向.....	181
第五節	來金陸客消費支出.....	188
第六節	來金陸客旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度.....	204
第七節	陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願.....	206
第八節	來金陸客對旅行社的滿意度分析.....	212
第九節	年度趨勢分析.....	221
第十節	年度交叉分析.....	227
第十一節	遊客基本資料、旅遊決策、旅客動向與滿意度分析.....	232
<b>第五章</b>	<b>結論與建議.....</b>	<b>244</b>
第一節	研究調查之結論.....	244
第二節	研究調查之建議.....	252
<b>附錄</b>	<b>.....</b>	<b>257</b>
附錄一	：問卷.....	257
附錄二	：105年、106年金門航空站營運量統計表.....	269
附錄三	：105、106年入出境管理局之入出境人數統計表.....	270
附錄四	：106年度來金旅客人數估算.....	272
附錄五	：106年度旅客屬性人次估算表.....	273

## 表 目 錄

表 1.5.2	95 年-105 年來金陸客人次 .....	11
表 1.5.3	92 年-105 年旅客總消費金額估算 .....	14
表 2.1.1	抽樣樣本分配表 .....	35
表 2.1.2	量表信度分析 .....	35
表 2.1.3	人口統計變數樣本結構分析 .....	36
表 2.2.1	來金觀光旅客性別分佈 .....	38
表 2.2.2	來金觀光旅客年齡分佈 .....	39
表 2.2.3	來金觀光旅客教育程度 .....	40
表 2.2.4	來金觀光旅客職業 .....	41
表 2.2.5	來金觀光旅客平均每月所得 .....	42
表 2.2.6	來金觀光旅客居住地 .....	43
表 2.2.7	來金觀光旅客婚姻分佈 .....	44
表 2.3.1	旅遊決策之樣本結構分析 .....	45
表 2.3.2	來金觀光旅客主要目的 .....	47
表 2.3.3	來金觀光旅客入境地點 .....	48
表 2.3.4	來金觀光旅客同行人員 .....	49
表 2.3.5	來金觀光旅客旅遊資訊來源 .....	50
表 2.3.6	選擇來金旅遊的原因 .....	51
表 2.4.1	來金旅客動向之樣本結構分析 .....	53
表 2.4.2	來金觀光旅客停留時間 .....	54
表 2.4.3	金門開放觀光後來金次數 .....	55
表 2.4.4	搭乘交通工具項目 .....	56
表 2.4.5	來金觀光旅客最喜歡的景點 .....	57
表 2.4.6	來金觀光旅客最喜歡的觀光資源與因素 .....	59
表 2.5.1	來金旅客消費支出之樣本結構分析 .....	61
表 2.5.2	個人總支出 .....	63
表 2.5.3	餐飲費用 .....	64
表 2.5.4	交通費用 .....	65
表 2.5.5	購物費用 .....	66
表 2.5.6	住宿費用 .....	67
表 2.5.7	娛樂費用 .....	68
表 2.5.8	其他項目費用 .....	69
表 2.5.9	參加旅行社旅客每人每次遊程平均最低消費金額 .....	70

表 2.5.10	自助旅客每人每次遊程平均最低消費金額.....	71
表 2.5.11	特產種類.....	73
表 2.5.12	購物地點.....	74
表 2.6.1	各項相關設施與服務滿意度.....	75
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.....	77
表 2.7.2	來金旅客對金門之旅的整體滿意度.....	78
表 2.7.3	來金旅客推薦金門之旅的意願.....	79
表 2.7.4	來金旅客願再次來金門旅遊的意願.....	80
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.....	81
表 2.8.2	來金旅客對旅行社的整體滿意度.....	82
表 2.8.3	來金旅客對導遊的整體滿意度.....	83
表 2.8.4	來金旅客對遊程設計的整體滿意度.....	84
表 2.8.5	來金旅客對團費整體滿意度.....	85
表 2.9.1	入境地點.....	88
表 2.9.2	來金次數.....	89
表 2.9.3	主要目的.....	90
表 2.9.4	停留時間.....	91
表 2.9.5	團費.....	92
表 2.9.6	來金旅客旅遊資訊來源.....	93
表 2.10.1	主要目的與來金次數.....	94
表 2.10.2	旅遊方式與年齡層.....	95
表 2.10.3	旅遊方式與性別.....	96
表 2.10.4	旅遊方式與整體滿意度.....	97
表 2.10.5	性別與整體滿意度.....	98
表 3.1.1	抽樣樣本分配表.....	114
表 3.1.2	人口統計變數之樣本結構分析.....	115
表 3.2.1	中轉台商年齡分佈.....	117
表 3.2.2	中轉台商教育程度.....	118
表 3.2.3	中轉台商職業.....	119
表 3.2.4	中轉台商每月平均所得.....	120
表 3.2.5	中轉台商性別分佈.....	121
表 3.2.6	中轉台商婚姻分佈.....	122
表 3.2.7	戶籍設在金門之中轉台商其在台居住地.....	123
表 3.2.8	戶籍未設在金門之中轉台商其在台居住地.....	124
表 3.2.9	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.....	132
表 3.4.3	中轉台商往返兩岸間隔.....	133
表 3.4.4	中轉台商在大陸工作地點.....	134
表 3.4.5	經小三通從事商務之旅年限.....	136
表 3.5.1	消費支出之樣本結構分析.....	137
表 3.5.2	購買中轉自由套裝行程支出.....	138
表 3.5.3	未購買中轉自由套裝行程支出.....	139
表 3.5.4	中轉台商消費金額.....	140
表 3.5.5	中轉台商每人每次過境平均最低消費金額.....	141
表 3.5.6	自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額.....	142
表 3.5.7	中轉台商消費支出項目.....	144
表 3.6.1	對中轉服務建議之樣本結構分析.....	145
表 3.6.2	兩岸直航後最常使用的通行機場.....	146
表 3.6.3	中轉台商對設施服務的需求.....	147
表 3.6.4	金門適合投資何種產業.....	148
表 3.7.1	小三通中轉服務的滿意度之樣本結構分析.....	149
表 3.7.2	對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度.....	150
表 3.7.3	對尚義機場設施與服務的滿意度.....	151
表 3.7.4	對水頭碼頭設施與服務的滿意度.....	152
表 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.....	153
表 3.8.1	入境地點.....	155
表 3.8.2	主要目的.....	156
表 3.8.3	停留時間.....	157
表 4.1.1	抽樣樣本分配表.....	161
表 4.1.2	量表信度分析.....	162
表 4.1.3	人口統計變數之樣本結構分析.....	163
表 4.2.1	來金陸客年齡分佈.....	165
表 4.2.2	來金陸客教育程度.....	166
表 4.2.3	來金陸客職業.....	167
表 4.2.4	來金陸客每月平均所得(人民幣).....	168
表 4.2.5	來金陸客居住地.....	169
表 4.2.6	來金陸客性別分佈.....	170

表 4.2.7	來金陸客婚姻分佈.....	171
表 4.3.1	旅遊決策之樣本結構分析.....	172
表 4.3.2	來金陸客主要目的.....	174
表 4.3.3	來金陸客搭乘之客輪.....	175
表 4.3.4	來金旅客同行人員.....	176
表 4.3.5	來金陸客旅遊訊息來源.....	177
表 4.3.6	來金門旅遊的主要原因.....	178
表 4.3.7	陸客來金觀光方式.....	179
表 4.3.8	是否為中轉旅遊.....	180
表 4.4.1	來金陸客動向之樣本結構分析.....	181
表 4.4.2	陸客來金停留時間.....	182
表 4.4.3	兩岸開放後陸客來金次數.....	183
表 4.4.4	來金陸客最喜歡的觀光景點項目.....	184
表 4.4.5	來金陸客最喜歡的觀光資源與因素.....	186
表 4.5.1	來金陸客消費支出之樣本結構分析.....	188
表 4.5.2	個人總支出(人民幣).....	190
表 4.5.3	餐飲費用(人民幣).....	191
表 4.5.4	交通費用(人民幣).....	192
表 4.5.5	購物費用(人民幣).....	193
表 4.5.6	住宿費用(人民幣).....	194
表 4.5.7	娛樂支出(人民幣).....	195
表 4.5.8	其他項目費用(人民幣).....	196
表 4.5.9	遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣).....	197
表 4.5.10	遊金陸客(中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣).....	198
表 4.5.11	特產種類.....	200
表 4.5.12	購物地點.....	202
表 4.6.1	各項相關設施與服務滿意度.....	204
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.....	206
表 4.7.2	來金陸客對金門之旅的整體滿意度.....	207
表 4.7.3	來金陸客推薦前來金門旅遊的意願.....	208
表 4.7.4	來金陸客再次來金門旅遊的意願.....	209
表 4.7.5	是否有到國外旅遊的經驗.....	210
表 4.7.6	最喜歡的旅遊地點.....	211
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.....	212
表 4.8.2	來金陸客對旅行社的整體滿意度.....	214
表 4.8.3	來金陸客對導遊的整體滿意度.....	215

表 4.8.4	來金旅客對交通工具服務的整體滿意度.....	216
表 4.8.5	來金旅客對遊程設計的整體滿意度.....	217
表 4.8.6	來金陸客對團費整體滿意度.....	218
表 4.9.1	來金次數.....	221
表 4.9.2	主要目的.....	222
表 4.9.3	停留時間.....	223
表 4.9.4	觀光方式.....	224
表 4.9.5	個人總支出.....	225
表 4.9.6	來金旅客旅遊訊息來源.....	226
表 4.10.1	來金旅客旅遊訊息來源.....	227
表 4.10.2	觀光方式與年齡層.....	228
表 4.10.3	觀光方式與性別.....	229
表 4.10.4	觀光方式與整體滿意度.....	230
表 4.10.5	性別與整體滿意度.....	231
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 .....	2343
表 4.11.2	旅遊決策與旅行社套裝行程滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析 ..	234
表 4.11.3	旅客動向與旅行社套裝行程滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析 ..	234
表 4.11.4	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 .....	236
表 4.11.5	旅遊決策與旅行社套裝行程滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析 ..	237
表 4.11.6	旅客動項與旅行社套裝行程滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析 ..	237
表 4.11.7	遊客基本資料與整體程滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析 .....	239
表 4.11.8	旅遊決策與整體滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析 .....	240
表 4.11.9	旅客動向與整體滿意度之 T 檢定與單因子變異數分析 .....	240
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 .....	242
表 4.11.11	旅遊決策與推薦回遊意願度之 T 檢定與單因子變異數分析表 .....	243
表 4.11.12	旅客動向與推薦回遊意願度之 T 檢定與單因子變異數分析 .....	243

## 圖 目 錄

圖 1.3.1	台金廈旅遊圈.....	5
圖 1.4.1	調查執行流程圖.....	6
圖 1.6.1	研究架構圖.....	24
圖 1.6.2	分析架構圖.....	29
圖 1.6.3	資料查核流程圖.....	31
圖 2.2.1	來金觀光旅客性別分佈.....	38
圖 2.2.2	來金觀光旅客年齡分佈.....	39
圖 2.2.3	來金觀光旅客教育程度.....	40
圖 2.2.4	來金觀光旅客職業.....	41
圖 2.2.5	來金觀光旅客平均每月所得.....	42
圖 2.2.6	來金觀光旅客居住地.....	43
圖 2.2.7	來金觀光旅客婚姻分佈.....	44
圖 2.3.1	來金觀光旅客主要目的.....	47
圖 2.3.2	來金觀光旅客入境地點.....	48
圖 2.3.3	來金觀光旅客同行人員.....	49
圖 2.3.4	來金觀光旅客旅遊資訊來源.....	50
圖 2.3.5	選擇來金旅遊的原因.....	52
圖 2.4.1	來金觀光旅客停留時間.....	54
圖 2.4.2	金門開放觀光後來金次數.....	55
圖 2.4.3	搭乘交通工具項目.....	56
圖 2.4.4	來金觀光旅客最喜歡的景點.....	58
圖 2.4.5	來金觀光旅客最喜歡的觀光資源與因素.....	60
圖 2.5.1	個人總支出.....	63
圖 2.5.2	餐飲費用.....	64
圖 2.5.3	交通費用.....	65
圖 2.5.4	購物費用.....	66
圖 2.5.5	住宿費用.....	67
圖 2.5.6	娛樂費用.....	68
圖 2.5.7	其他項目費用.....	69
圖 2.5.8	參加旅行社旅客每人每次遊程平均最低消費金額.....	70
圖 2.5.9	自助旅客每人每次遊程平均最低消費金額.....	71
圖 2.5.10	特產種類.....	73



圖 2.5.11	購物地點.....	74
圖 2.6.1	各項相關設施與服務滿意度.....	76
圖 2.7.1	來金旅客對金門之旅整體滿意度.....	78
圖 2.7.2	來金旅客推薦金門之旅的意願.....	79
圖 2.7.3	來金旅客願再次來金門旅遊的意願.....	80
圖 2.8.1	來金旅客對旅行社整體滿意度.....	82
圖 2.8.2	來金旅客對導遊整體滿意度.....	83
圖 2.8.3	來金旅客對遊程設計的整體滿意度.....	84
圖 2.8.4	來金旅客對團費整體滿意度.....	85
圖 2.9.1	入境地點.....	88
圖 2.9.2	來金次數.....	89
圖 2.9.3	主要目的.....	90
圖 2.9.4	停留時間.....	91
圖 2.9.5	團費.....	92
圖 3.2.1	中轉台商年齡分佈.....	117
圖 3.2.2	中轉台商教育程度.....	118
圖 3.2.3	中轉台商職業.....	119
圖 3.2.4	中轉台商每月平均所得.....	120
圖 3.2.5	中轉台商性別分佈.....	121
圖 3.2.6	中轉台商婚姻分佈.....	122
圖 3.2.7	戶籍設在金門之中轉台商其在台居住地.....	123
圖 3.2.8	戶籍未設在金門之中轉台商其在台居住地.....	124
圖 3.2.9	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.....	132
圖 3.4.2	中轉台商往返兩岸間隔.....	133
圖 3.4.3	中轉台商在大陸工作地點.....	135
圖 3.4.4	經小三通從事商務之旅年限.....	136
圖 3.5.1	購買中轉自由套裝行程支出.....	138
圖 3.5.2	未購買中轉自由套裝行程支出.....	139
圖 3.5.3	中轉台商消費金額.....	140
圖 3.5.4	中轉台商每人每次過境平均最低消費金額.....	141
圖 3.5.5	自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額.....	142
圖 3.5.6	中轉台商消費支出項目.....	144

圖 3.6.1	兩岸直航後最常使用的通行機場.....	146
圖 3.6.2	中轉台商對設施服務的需求.....	147
圖 3.6.3	金門適合投資何種產業.....	148
圖 3.7.1	對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度.....	150
圖 3.7.2	對尚義機場設施與服務的滿意度.....	151
圖 3.7.3	對水頭碼頭設施與服務的滿意度.....	152
圖 3.7.4	對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度.....	153
圖 3.8.1	入境地點.....	155
圖 3.8.2	主要目的.....	156
圖 3.8.3	停留時間.....	157
圖 4.2.1	來金陸客年齡分佈.....	165
圖 4.2.2	來金陸客教育程度.....	166
圖 4.2.3	來金陸客職業.....	167
圖 4.2.4	來金陸客每月平均所得(人民幣).....	168
圖 4.2.5	來金陸客居住地.....	169
圖 4.2.6	來金陸客性別分佈.....	170
圖 4.2.7	來金陸客婚姻分佈.....	171
圖 4.3.1	來金陸客主要目的.....	174
圖 4.3.2	來金陸客搭乘之客輪.....	175
圖 4.3.3	來金旅客同行人員.....	176
圖 4.3.4	來金陸客旅遊訊息來源.....	177
圖 4.3.5	來金門旅遊的主要原因.....	178
圖 4.3.6	陸客來金觀光方式.....	179
圖 4.3.7	是否為中轉旅遊.....	180
圖 4.4.1	陸客來金停留時間.....	182
圖 4.4.2	兩岸開放後陸客來金次數.....	183
圖 4.4.3	來金陸客最喜歡的觀光景點項目.....	185
圖 4.4.4	來金陸客最喜歡的觀光資源與因素.....	187
圖 4.5.1	個人總支出.....	190
圖 4.5.2	餐飲費用(人民幣).....	191
圖 4.5.3	交通費用(人民幣).....	192
圖 4.5.4	購物費用(人民幣).....	193
圖 4.5.5	住宿費用(人民幣).....	194
圖 4.5.6	娛樂費用(人民幣).....	195
圖 4.5.7	其他項目費用(人民幣).....	196
圖 4.5.8	遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣).....	197

圖 4.5.9	遊金陸客(中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣).....	198
圖 4.5.10	特產種類.....	201
圖 4.5.11	購物地點.....	203
圖 4.6.1	各項相關設施與服務滿意度.....	205
圖 4.7.1	來金陸客對金門之旅的整體滿意度.....	207
圖 4.7.2	來金陸客推薦前來金門旅遊的意願.....	208
圖 4.7.3	來金陸客再次來金門旅遊的意願.....	209
圖 4.7.4	是否有到國外旅遊的經驗.....	210
圖 4.7.5	最喜歡的旅遊地點.....	211
圖 4.8.1	來金陸客對旅行社的整體滿意度.....	214
圖 4.8.2	來金陸客對導遊的整體滿意度.....	215
圖 4.8.3	來金旅客對交通工具服務的整體滿意度.....	216
圖 4.8.4	來金旅客對遊程設計的整體滿意度.....	217
圖 4.8.5	來金陸客對團費整體滿意度.....	218
圖 4.9.1	來金次數.....	221
圖 4.9.2	主要目的.....	222
圖 4.9.3	停留時間.....	223
圖 4.9.4	觀光方式.....	224
圖 4.9.5	個人總支出.....	225

## 附表目錄

附表一	105年、106年金門航空站營運量統計表.....	269
附表二	106年入出境管理局之入出境人數統計表.....	270
附表三	105年入出境管理局之入出境人數統計表.....	271

# 第一章 緒論

## 第一節 計畫緣起

金門地區觀光事業自民國 81 年 11 月 7 日終止戰地政務，開放台灣民眾來金參訪以來，發展迄今二十餘年時程，為促進觀光發展，金門縣政府致力於「觀光立縣、文化金門」，並落實「發展觀光產業」，「讓兩岸認識金門、讓金門走向世界」更是秉持發展地區交通旅遊及服務為理念，並依據施政計畫，逐步規劃、推動地區交通、大陸通航及觀光事業之建設與發展。

觀光的推展向來是再造經濟成長的重要國家策略之一。具有社會、人文藝術、地理、古蹟建築、休閒遊憩及現代摩登等城市印象的金門，更須由觀光來傳播金門的包羅萬象，將蘊藏豐厚觀光資源的金門做一次擁有多元且具不同風貌的城市行銷！

金門在開放觀光後，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。自 1992 年解除戰地政務，從原本對外封鎖的戰地到觀光旅遊為目的地，至 1993 年開放台灣住民進入金門離島觀光旅遊，再到 2001 年底開放台商經由金門進入中國大陸、2004 年底開放大陸福建居民遊金門和 2008 年 6 月正式實施擴大小三通；並因應政府於 2011 年 6 月正式發布開放陸客來台自由行，可將金馬澎旅遊納入行程，並陸續開放大陸各城市來台觀光。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」逐漸形成的觀光發展旅遊對金門而言日益重要。然而，今日金門已完全對外開放發展觀光，獨特豐富的資源是吸引觀光客最主要的誘因，歷史條件而成就其具有各項主題式的特色觀光發展，並創造金門旅遊獨特的意象。

縣政府為了瞭解金門觀光發展趨勢與來金門之旅客的消費行為、旅遊動向與各項相關之設施與服務滿意度等，供相關單位規劃管理、改善觀光設施與提昇服務品質，並作為觀光行銷與推廣策略之參考，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

為瞭解 106 年間來金門旅客的旅遊動機、動向和在金門期間之消費行為及對金門縣觀光發展之觀感與滿意度，並估算金門縣觀光外匯收入，以供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之參考。

調查目的	說明
1.估算 106 年度來金旅客到訪金門縣的比率與人次	(1)藉由資料收集，估算 106 年度來金旅客到訪金門縣的比率與人次。 (2)就居住地、來金目的、月份及調查地點等不同特性之旅客，進一步分析其到訪金門縣的比率與人次，以做為決策參考。
2.估算 106 年金門縣觀光外匯收入與來金旅客在金門縣的消費狀況	(1)藉由資料收集，瞭解來金旅客在金門縣的消費狀況，估算 106 年金門縣觀光外匯收入。 (2)就主要市場及到訪金門縣目的等不同特性之旅客，進一步分析其消費狀況，以做為決策參考。
3.瞭解曾到訪金門縣的來金旅客在結構、特性與旅遊情況，並進一步做市場區隔	(1)調查曾到訪金門縣的來金旅客的基本資料、旅遊決策、動向、觀感及意見，可提供旅行社、旅館等相關事業該方面的資訊，以做為其營運決策、行銷管理之參考依據，提供更吸引來金旅客到訪金門縣的旅遊環境。 (2)就基本資料、到訪金門縣目的及主要市場等不同特性之旅客，進一步分析其在金門縣主要動向狀

	況，以區隔旅客之需求，做為決策參考。
4.曾到訪金門縣的來金旅客對金門縣的印象	調查旅客對金門縣最深刻的印象，提供觀光行銷參考。
5.提供旅遊業者相關資訊	調查曾到訪金門縣的來金旅客對旅館住宿的滿意程度，提供業者參考。
6.提供相關單位訂定營運發展方向與決策參考	(1)分析旅客旅遊不滿意原因，作為相關單位行銷的參考。 (2)透過開放式問項的整理分析，瞭解旅客在問卷之外的意見，提供相關單位參考。

資料來源：本研究整理

### 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，於 1992 年解除戰地政務。因其地理位置與馬祖、港澳一起成為兩岸溝通的重要中介點。並且肩負著政策先行試點的特殊歷史地位。從「三通」中的通航發展，不難看出金門近年來觀光產業的興盛：2004 年底開放大陸福建居民遊覽金門

2008 年 9 月底正式開放大陸地區居民「透過金門、馬祖」來臺觀光，同時修正延長大陸旅客停留澎湖期間。大陸開放福建的福州、廈門、漳州、泉州、莆田、三明、南平、龍岩、寧德等 9 個城市。

2009、2010 年陸續開放來臺觀光擴大為 31 個省（區、市），組團社增至 164 社。

2011 年 6 月海基會與大陸海協會於 100 年 6 月 21 日完成「海峽兩岸關於大陸居民赴臺灣旅遊協議修正文件一」換文，翌日生效。第 1 批開放北京、上海、廈門為試點城市，6 月 28 日首批自由行大陸旅客來臺。

2012~2014 年逐步開放更多城市自由行來臺觀光，包含天津、重慶、南京、武漢、蘇州、青島、哈爾濱、大連...等

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。

不論是通信或旅遊的各項進展皆以金門等離島為首要先行，而大陸亦是從沿海的福建、廈門作為接洽。在大勢所趨的互通發展之期，得天獨厚的地理位置讓金門能夠掌握先機，藉由觀光產業的興起帶動整體經濟發展。並且更要透過市場調查與行銷整合來加強經營在地特色，才能形成細水長流的穩固產業鏈。





圖 1.3.1 台金廈旅遊圈

資料來源：金門縣政府，金門觀光旅客消費及動向調查分析

## 第四節 調查執行流程

本調查之調查流程包括以下的八個階段，如下圖所示：

1. 調查緣起及目的確立
2. 建立觀念架構
3. 調查設計
4. 選擇及確定調查對象
5. 問卷設計/執行調查
6. 資料蒐集分析
7. 調查結果
8. 結論與建議

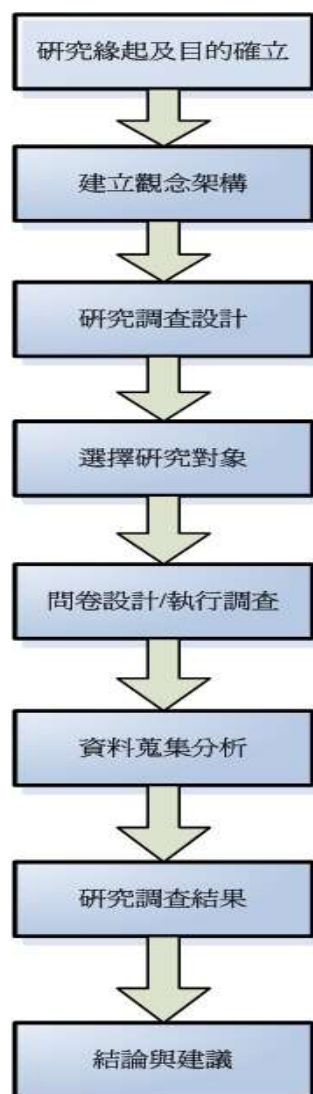


圖 1.4.1 調查執行流程圖

資料來源：本研究整理

## 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。根據調查資料，住宿設施現有合法旅館 21 家，總房間數 1,335 間；民宿 251 家，總房間數 1,125 間（資料來源：中華民國交通部觀光局，106 年 12 月觀光統計月報）。

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 2.1.1 為 91 年-105 年來金台灣旅客人次的稍長變化。

表 1.5.1 91 年-105 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	
合計	27,683,220	5,937,358	3,291,536	2,309,481	

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。

在已經促統的戰略下，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。

### 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；在兩岸空運直航方面自 97 年 7 月 4 日啟動以來，由週末包機、平日包機進展至定期航班方式階段性推動，透過海基與海協兩會簽署空運協議及補充協議，兩岸已建立 3 條直航航路(北線、南線及第 2 條北線空中雙向直達航路)，將航路截彎取直，並減少飛行時間及燃油成本。目前我方已開放 10 個航點，中國大陸方面開放 61 個航點，雙方每週共飛 890 個往返班次(資料來源：中華民國行政院大陸委員會)。

### 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 600 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 2.1.2 為 95 年-105 年來金陸客人次的稍長變化。

表 1.5.2 95 年-105 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	
合計	14,287,793	1,225,618	2,316,908	

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、91-105 年來金旅客消費及動向摘要分析

### (一) 台灣觀光客群

根據 91-105 年調查資料顯示（資料來源：金門縣政府，金門觀光旅客消費及動向調查分析），來金台灣旅客以「觀光、渡假、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」、「品嚐地方美食」、「親朋好友推薦」，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」、「榕園、八二三戰史館」、「莒光樓」、「古寧頭戰史館」，購買特產以「貢糖」、「一條根」、「高粱酒」最受喜愛。而 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=4.59）」、「金門居民對旅客之態度的滿意度（平均數=4.58）」、「取得台灣簽證快速的滿意度（平均數=4.53）」。105 年來金旅客對金門之旅整體滿意平均數 4.46，旅行社的整體滿意平均數 4.54，導遊整體滿意平均數 4.57，交通工具滿意平均數 4.47，遊程設計滿意平均數 4.42，團費滿意平均數 4.43。

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」最多，平均收入以「3 萬-4 萬」最多，居住地以「北部地區（基北桃竹苗）」最多，婚姻狀況以「已婚」者最多，同行人員以「配偶」最多，開放觀光後來金門次數以「一次」最多，主要交通工具為「遊覽車」，住宿地點以「旅館」居多。表 2.2.1 為 92 年-105 年來金旅客總消費金額估算。

### (二) 中轉台商客群

根據 93-105 年調查資料顯示（資料來源：金門縣政府，金門觀光旅客消費及動向調查分析），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「2 個月以上」為主，商務之旅年限以「3 年」為主，消費項目以「無購買」、「餐飲費用」、「高粱酒」所占比例最高，並認為金門適合投資「觀光產業」、



「服務業」、「醫療生技業」、「文化事業」等產業，中轉服務設施需求以「大眾運輸服務」、「網路服務」、「餐飲服務」為主要需求。其中，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」，平均收入以「5萬-7萬元以上」，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）」最多，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，公司職級以「二級主管」為主，入境地點以「台北松山機場」最高，搭乘客輪以「和平之星」，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「二個月」居多。表2.2.1為92年-105年來金旅客總消費金額估算。

### （三）大陸觀光客群

根據95-105年調查資料顯示（資料來源：金門縣政府，金門觀光旅客消費及動向調查分析），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「莒光樓」、「翟山坑道」、「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）」，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

=4.59)」、「金門居民對旅客之態度的滿意度(平均數=4.58)」、「對取得台灣簽證快速的滿意度(平均數=4.53)」,最喜歡的旅遊地點以「國內旅遊(大陸地區)」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。105年來金陸客對旅行社的整體滿意平均數4.54,導遊整體滿意平均數4.57,交通工具整體滿意平均數4.47,遊程設計滿意平均數4.42,團費滿意平均數4.43。

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「3,000~6,000元」,居住地以「廈門市」,婚姻狀況以「已婚」者,搭乘之客輪以「新武夷」,同行人員以「同事」,旅遊主要原因為「對金門好奇心」,旅遊資訊來源以「親友、同事、同學、鄰居」,觀光安排方式以「團體向旅行社接洽,由旅行社安排」,是否為中轉旅遊為「否」,停留時間「二天一夜」,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。表2.2.1為92年-105年來金旅客總消費金額估算。

表 1.5.3 92年-105年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	3,539,126,551.00	-	-	-
93年	5,536,455,826.00	-	-	-	
94年	4,676,278,233.00	-	-	-	
95年	4,397,021,887.00	642,051,795.00	75,185,376.00	312,019,310.00	
97年	3,215,949,788.00	1,414,623,882.00	100,668,846.00	503,344,230.00	
98年	5,844,403,005.00	1,227,474,633.00	328,348,256.00	1,516,968,943.00	
99年	6,349,920,945.00	1,369,006,768.00	903,758,168.00	4,003,648,684.00	
100年	5,119,152,535.00	1,915,873,404.00	533,416,008.00	2,464,381,957.00	
101年	4,954,403,412.00	1,622,885,880.00	852,415,900.00	3,887,016,504.00	
102年	4,926,600,312.00	1,699,582,221.00	674,484,468.00	3,277,994,514.00	
103年	5,058,367,894.00	1,602,260,307.00	973,615,838.00	4,868,079,190.00	
104年	4,667,349,402.00	1,585,328,208.00	1,498,617,972.00	7,448,131,321.00	
105年	4,945,174,711.00	1,685,186,004.00	906,510,037.20	4,389,120,697.20	
合計	63,230,204,501.00	14,764,273,102.00	6,847,020,869.20	32,670,705,350.20	

資料來源：金門縣政府，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。

Oliver(1980) 提出期望失驗理論(expectancy disconfirmation theory)，這個理論說明消費者在購買產品之前，會根據以前的經驗、別人的口碑、商人的信譽與廣告，而對產品績效產生預期。當消費者購買產品之後，期望成為產品績效判斷的一個標準，消費者期望與產品績效之知覺的差距形成失驗，因此滿意或不滿意則為期望水準加減失驗的大小。

Oliver 與 Bearden(1985)提出如果將消費者在服務前與服務後所作的評估予以各別計算，即可計算出期望服務與認知績效之間的差異，即(S=P-E)。而各別不一致的總合，將與滿意度有顯著的關係。Oliver 與 Bearden(1985)整合上述的觀念後，提出不一致模式(Disconfirmation

Model)，如圖 2-3 所示。而「公平」、「歸因」兩項要素也是影響滿意度的其他要素，並與「期望」、「認知績效」及「不一致性」合為影響消費者滿意度的五個要素。

Kotler(1991)顧客滿意度是消費者對產品功能特性的知覺和個人對產品的期望，兩者相比較而形成滿意水準，是知覺與期望之間差異的函數。Zeithaml & Bitner(1996)認為服務品質及顧客滿意兩者皆可被視為在單次交易或整體的層次上，兩者的不同在於其背後的成因及結果。並進一步指出顧客滿意度涵蓋較服務品質為廣，包括產品品質、價格、情感因素、個人需求，而服務品質較重視服務品質構面的衡量上。另外 Cronin & Taylor(1992)在服務品質實證研究中亦得到：1.服務品質為顧客滿意的決定因素，2.創立的 SERVPERF 服務績效量表是 4 種衡量服務品質方法中較好的一種，3.顧客滿意對購買意圖具顯著影響且較服務品質顯著。在其研究中 SERVPERF 服務績效量表是以 PZB 的五構面及 22 問項而來，研究方法則僅以績效做為衡量構面，將服務品質測量方法結合成顧客滿意度的衡量進行研究，並以實證來推論該項 SERVPERF 服務績效量表是最適合的方法，而得到上述結論。

Parasurman, Zeithaml, Berry(1994)認為服務品質模式和顧客滿意度是相似的概念，由期望與績效「不一致(Disconfirmation)」所形成，但卻是不同的衡量結構；顧客滿意是特定交易的評價而服務品質則是長期而整體的評價而來。至於兩者的因果關係諸多學者則看法不一，如 Bolton & Drew(1991)則主張知覺的服務品質是當期服務績效的滿意程度和先前對服務品質的認知而形成的函數關係，並得到顧客滿意是服務品質的前因變數。而在 PZB(1988)三位學者對服務品質模式的研究中，即已指出較高的知覺服務品質會導致較高的滿意程度。

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）吸引力之理論與相關研究

Getz（1991）指出吸引力是測量一個吸引物的相關強度。Hu & Ritchie（1993）指出旅遊目的地的吸引力是在遊客對特殊假期的需要，對個別目的地所能提供的滿意程度之感覺、看法和意見的認知。劉修祥（1998）認為觀光旅遊的誘因可分為1.生理的2.文化的3.人際的4.地位與威望等誘因。謝金燕（2003）指出遊客對目的地的吸引力，常因「旅遊動機」及「認知價值」二個構面的衡量結果產生不同的吸引強度。范姜群濤（2003）指出旅遊目的地內有獨特的觀光遊憩資源，使遊客產生想前往觀光與從事遊憩行為的力量。上述學者之研究對吸引力定義雖然用字有所不同，但多數學者還是認為吸引力是一種拉力，吸引力就是引力相對推力的說法。本研究對吸引力之意義認為是來自於自然事物及人類創造之事物所產生的一種力量，具有誘惑，讓人前往與接近之魅力，包含有形與無形及生理與心理層面。張家銘（2005）驗證運動觀光客參與行為模式，以探討參與運動經驗、觀賞運動性節目經驗、運動觀光吸引力、運動觀光參與動機、運動觀光參

與滿意度及運動觀光參與忠誠度等變項之間影響關係。高玉娟（1995）、黃靖雅（2001）及簡惠貞（2001）等人於研究遊客對墾丁國家公園觀光遊憩資源吸引力、遊客對鹿港龍山寺之文化觀光吸引力以及外籍遊客對台灣民俗慶典活動參與意願之有關觀光吸引力研究，皆以探索觀光資源（包括自然資源、文化資源、宗教活動等）之吸引力為主要，其所獲得結果均認為吸引力是影響遊客參與遊憩之重要因素。Inskeep（1991）將吸引力的事物分為下列：1.自然吸引物（natural attractions）指的是自然環境特色。2.文化吸引物（cultural attractions）指的是人文活動。3.特殊類別吸引物（special types of attractions）指的是人工打造的產物。

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

### （三）遊憩需求之理論與相關研究

遊憩需求之分析與遊客量之預測為旅遊人次重要的參考指標。資源與使用者的關係就如同產品及消費者，國家透過設施及建設提供能滿足遊客需求之遊憩資源，若不能令遊客感到滿意，便可能發生遊客移轉的現象。因此，為維持較高的遊憩品質，經營者除了必須透過各種方法讓遊客事先了解該遊憩區的特性外，更須經常透過遊客及遊憩品質的調查，分析遊客與資源的互動關係，必要時可進行遊客量的推估，以作為擬定各種經營管理策略之參考。

人類的需求大致可分生理性之需求（如飲食、睡眠等）及心理需求（如解悶、新奇、愛、社交、受尊敬、自我表現等），依「需求層次理論」，生理性需求獲得滿足後方有心理性需求，而遊憩及在滿足心理性之需求。

經濟學上之需求（Demand）係指在影響消費行為之其他因素維持不變的情況下，消費者之願意購買量與價格之函數關係。而遊憩需求

(Recreation Demand) 之意義卻有許多種說法 (林晏州, 1987), 茲歸納如下:

1. 遊憩需求為遊憩者個人參與遊憩活動之生理或心理上之需要, 與遊憩資源之供給情況 (資源之有無、數量、區位、使用價格等) 無關。如英國鄉野遊憩辭典即將需求定義為「對現有設施之使用」, 以及在目前或將來使用遊憩設施之慾望 (Lavery, 1975), Forst 亦明確定義遊憩需求為從事遊憩活動之慾望或需要, 無論其是否表現於遊憩設施之使用。

2. 指某特定價格下之均衡使用量, 與經濟學中之需求量或消費量之意義相同。遊憩需求為在某特定條件與假設下 (如遊憩個人社經特性及遊憩資源供給情況), 發生於某特定時間與地點之參與量。

依上述概念, 可進一步將遊憩需求區分為以下三種:

(1) 有效需求 (Effective Demand): 即遊憩在個人限制條件下, 面對特定之資源供給狀況, 所實際參與遊憩活動的數量。

(2) 延緩需求 (Deferred Demand): 由於缺乏設施或知識, 致不能參加遊憩; 即欲參與遊憩, 卻沒有參與。

(3) 潛在需求 (Latent Demand): 即受現實條件之限制而無法參加遊憩, 但經改善其社經條件即可參與。

另外, 影響遊憩需求之因素頗多, 一般而言, 消費者之需求主要受消費者之品味、偏好、所得、其他財貨之價格、休閒時間、供給因素等之影響。將需求之決定因素依財貨價格、品味及偏好、其他財貨或服務之價格及消費者個人所得四因素加以細分, 其中若干項目位可衡量及納入需求預測模式中, 有些難以衡量並且不適用於實證研究之需求分析, 基於此項原因遊憩需求預測模型雖應包含各影響因素, 然實際研究時, 通常只包含少數幾個主要變數, 即可充分描述出遊憩參與量之變動情形。

綜合各學者所研究遊憩影響項目雖有所差異但大部分是相似或相關的, 可歸納為個人因素、社會因素與機會因素三類:

(一) 個人因素: 性別、年齡、職業、收入、教育程度 (Torkildsen, 1983; 段良雄, 1979; 楊宏志, 1989) 是最常被提及之影響遊憩需求

個人因素；而婚姻狀況（Torkildsen,1983；楊宏志，1989）與生命週期（Torkildsen, 1983）亦為常提到之因子，此外 Torkildsen（1983）提到個性、技藝、能力、依賴性、生活目的、興趣、偏見、自信、所受之文化背景的影響。個人因素中還包含心理因素如動機（Torkildsen, 1983）、知覺與態度等（Torkildsen, 1983；段良雄，1979）。

（二）社會因素：社會因素包括整個大環境中休閒、人口、文化等變動狀態及一些直接相關於遊憩參與的環境影響因素。大環境如經濟狀況、就業形態、政府課稅、管理、資源、人口分佈、人口成長。人口遷移、都市化（Torkildsen, 1983）、宗教和政治影響、傳統典範和習慣、社會態度、生活型態、文化和次文化團體、罪犯及破壞公物情形、都市紊亂和戰爭、資源變化、運輸發展衝擊、目前運輸方式、種族、科技的改變、互動行式（Kelly, 1983）、社會風尚（段良雄，1979）等。

（三）機會因素：機會因素以遊憩機會供給與可及性為代表（Torkildsen, 1983； Kelly, 1983）相關因子包括居住環境、遊憩區之吸引力、市場供應、大眾傳播、參考團體（楊宏志，1989）、社會接觸、活動的社會階層、設施型態和品質、遊憩服務、設施分配、活動選擇（Torkildsen,1983）、季節與氣候（段良雄，1979；楊宏志，1989）等。了解影響遊憩需求的因子後，於遊憩需求調查時應盡可能的收集此相關資訊，以作為遊憩參與程度、遊憩滿意度等分析之依據，而不同規模與性質的風景區其應調查之項目可能略有程度上的差異，可視調查目的加以調整之。

#### 四、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。

## 五、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。

## 六、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。

## 七、其他名詞定義

- (一) 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。

- (二) 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。
- (三) 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

本章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，進行本計畫的研究設計。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

本計畫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 3.1.1）。

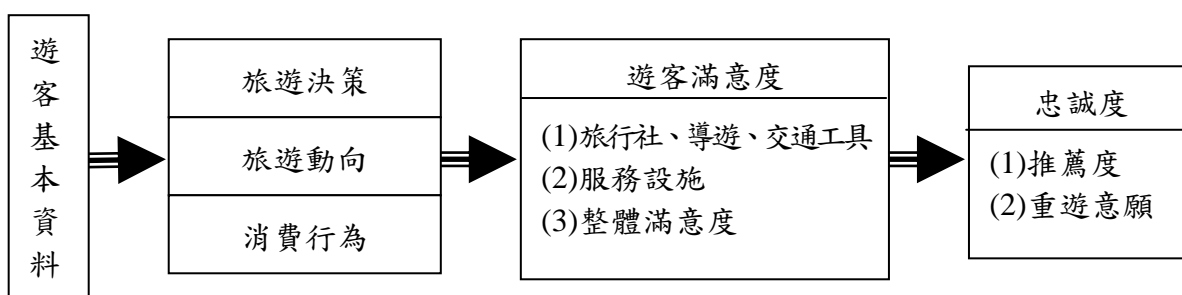


圖 1.6.1 研究架構圖

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、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 106 年 1 月起至 106 年 12 月止。以季為單位，共分為 4 季：106 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。來金旅客消費與動向調查計畫之主要調查項目包括旅客基本資料、旅遊決策、旅遊動向、消費狀況等。其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，調查地點原則為二部份：

##### 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：

- (1) 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。
- (2) 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)

民國 106 年 1 月 1 日至 12 月 31 日間從金門尚義機場出境金門之旅客(包含至少在金門過一夜並進入大陸旅遊之中轉台灣旅客)。

##### 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 106 年 1 月 1 日至 12 月 31 日間從金門水頭碼頭出境金門至大陸之台灣商人。
- (2) 大陸旅客群：調查對象為民國 106 年 1 月 1 日至 12 月 31 日間從金門水頭碼頭出境金門返回大陸之大陸旅客(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

##### 1. 樣本數選擇

調查時儘量符合作業標準及樣本比例，可以保證母體的各個類別

都能包括在所抽樣本之中，使有相同條件的旅客皆有相同被抽取到的機會，以達到隨機抽樣的要求。進行實際樣本的訪問時，分別於各出境入口處，由專業訪員每隔固定人數依系統抽樣為隔 10 取 1 個抽樣樣本。其方式如下：於抽樣開始的時刻起算進門的第 11 個人為訪問對象，以此類推抽取 1 人之系統抽樣。另外，針對團體遊客，則從團體中抽出一位受訪者訪問。

## 2. 抽樣天數選擇

原則上以四個禮拜為一週期，每禮拜二個調查基準日來控制樣本的比例。其中，每週期的第一個禮拜的調查基準日為星期日、星期二，第二個禮拜為星期一、星期四，第三個禮拜為星期三、星期六，第四個禮拜為星期五；下一個月則將，每一個禮拜調查日期向前調整一週，每週期的第一個禮拜的調查基準日為星期一、星期四，第二個禮拜為星期三、星期六，第三個禮拜為星期五，第四個禮拜為星期日、星期二。

當調查週期為奇數週期(106 年 1 月 1 日~1 月 7 日，第 1 週)，調查基準日為星期日、星期一、星期三與星期五，調查單元時間為第一單元時間，若調查基準日為星期二、星期四及星期六時，調查單元時間為第二單元時間。而若調查週期為偶數週期(106 年 1 月 8 日~1 月 14 日，第 2 週)，則其調查單元時間則與奇數週期相反：星期日、星期一、星期三與星期五，調查單元時間為第二單元時間；星期二、星期四及星期六時，調查單元時間為第一單元時間，以下以粗黑字體表示調查日期。

每一週期中星期日至星期六的每一天皆控制調查基準日之樣本比例，調查第 1 或第 2 單元時間，因此可以估計月平均消費。

奇數週期與偶數週期調查第 1 單元與第 2 單元時間對調，2 個週期中星期日至星期六的每一天皆安排調查第 1 及第 2 單元時間，因此可以更穩定估計季平均消費。

## (四) 樣本抽取

1 本計畫調查到訪金門縣旅客之樣本至少為 3,600 人，調查地點分為金門尚義機場之候機大廳及金門水頭碼頭出境大廳 2 處。兩處之

樣本數將各調查至少 2,000 份有效樣本數，兩處再各依每月出境比例抽取樣本。

2. 由於調查樣本的特殊性，須訪問各居住地的外來人口，第三階段為調查開始前，先行蒐集下一個月的所有航班(船次)資訊，並於登機(船)時間前 2 個小時，於各報到處等待旅客來到，利用辦完手續後，等待登機(上船)之空閒時間進行訪問，並於訪問後贈送禮物，以提高旅客受訪率。



#### 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

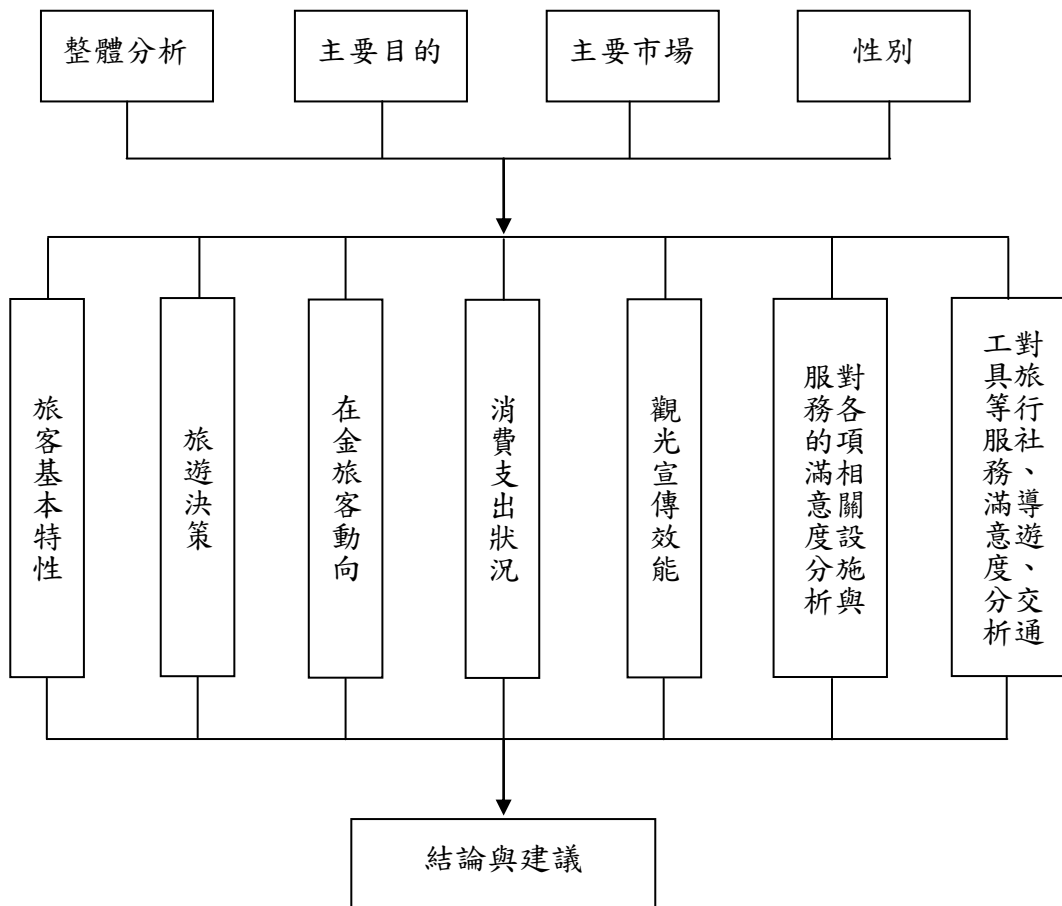


圖 1.6.2 分析架構圖

資料來源：金門縣政府，金門觀光旅客消費及動向調查分析

## 2. 分析項目

### (1) 整體分析

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

### (2) 就不同特性分析

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

### (3) 開放式意見整理

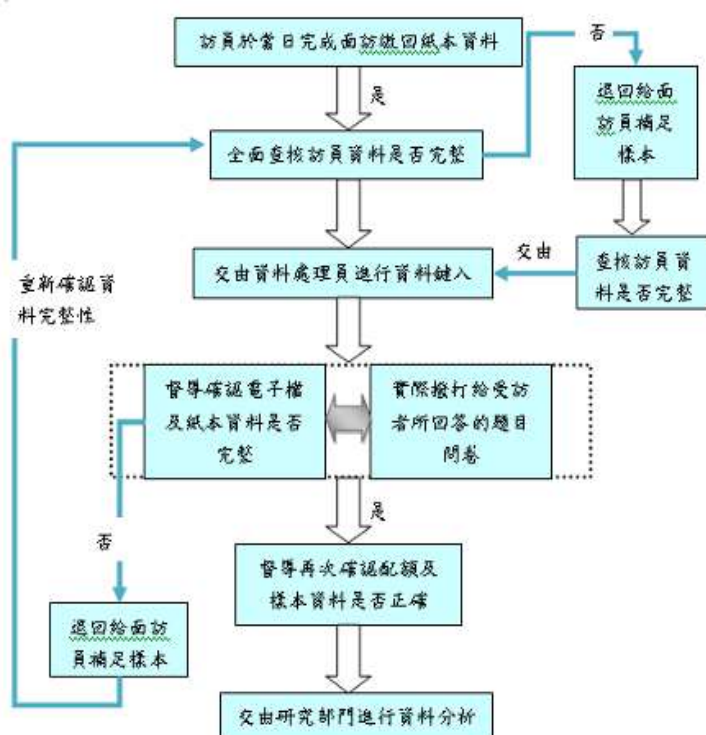
### (4) 結論與建議

## (二) 資料整理與檢核

根據本研究之研究目的，進行資料的分析與檢測。資料的整理步驟如下：

### 1. 資料查核（流程）

每日調查執案結束後，督導進行複查作業，複查方式依當日訪員之有效樣本數，進行檢核是否為有合格有效樣本，針對無效樣本進行剔除，而後重新控管樣本配置數量，並針對訪員進行無效樣本進行態樣說明及改善要求，而後將總樣本數交由資料檢核人員進行第二次複查程序，如資料無誤，則交由研究部門進行資料之分析，如不符合第二次複查之樣本數，則交回作業部門，進行樣本增補，待其資料正確，交由研究部門分析，如下圖所示：



資料來源：本研究整理

### 2. 資料譯碼與輸入

(1) 問卷模組製作：由公司 MIS 人員將已確認之問卷格式製作成網頁模式，並與 Excel 資料庫連結。

- (2) 問卷資料庫連結測試：問卷模組專案工作區建立後，進行系統測試與問卷資料輸入，確保執行時資料完整性與系統穩定性；過錄簿、數據檔中之變項名稱、格式及欄位是否相互符合。
- (3) 程式撰寫：撰寫題項與題項之間相關性、邏輯性、迴圈等程式並鍵入資料庫中；開放題編碼後，問卷資料即輸入電腦，由於輸入格式經線上偵錯的功能，可確保所有資料鍵入的正確性。
- (4) 程式檢誤：確定鍵入無誤後，還要再檢核是否有其他非鍵入之錯誤，如註標或格式不正確，或邏輯錯誤。檢查程式檔執行後有沒有錯誤或警告訊息。

### 3. 資料檢誤

- (1) 資料檢誤：檢查各類別變項的數據，是否出現過錄簿定義以外的不合理值(illegal value)；若有則告知執行部，使執行部門進一步確認資料。
- (2) 進行統計分析：待資料無誤後，針對資料特性，開始統計分析。

## (三) 資料分析

原始資料經整理及除錯後，使用 SPSS For Windows（社會科學統計套裝軟體）於電腦系統中運算資料，根據樣本資料的特性決定合適的統計分析工具與方法，統計方法與分析程序如下：

### 1. 信度分析(再測信度)：

信度是指可靠性或一致性。信度好的指標在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果。

本調查於人員訪問後留下受訪者之聯絡電話及姓名(留有聯絡電話之受訪者)，並於調查結束後三天進行再測調查，採用「Cronbach' s  $\alpha$  係數」統計方法進行一致性比較，藉以分析受訪旅客回答的一致性(亦即再測信度)。

## 2. 效度分析(內容效度)：

「效度」(Validity)即正確性，指測量工具能正確測出欲測量的特質或功能之程度而言，效度愈高表示測量的結果，愈能顯示其所欲測量對象的真正特徵，效度是測量工具的最重要條件，若無效度則無法具有其他任何要件，均無法發揮其真正功能。

本調查預定擬請 2 位學者專家，針對問卷的預期結果、單元、主題（理論架構）以及題項分配與選擇作一評估與考量，並提出建議，用以確立內容效度(Content Validity)。

## 3. 樣本代表性檢定：

樣本結構與母體在地區之變項上所維持之一致性。分析方式以「卡方檢定(Chi-square test)」方式以驗證抽樣樣本與母體結構相符。

## 4. 單題百分比估計與抽樣誤差：

單題百分比可以直接瞭解民眾的整體看法，此調查樣本係採分層比例隨機抽樣，母體百分比可以簡單隨機抽樣方式估計，亦即以簡單樣本加總人數(經權數調整)來估算百分比：

$$p = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_j} y_{ij} w_{ij}$$

$$y_{ij} = \begin{cases} 1, & \text{假如第} i \text{層的第} j \text{樣本具有該項特徵} \\ 0, & \text{其他} \end{cases}$$

$w_{ij}$  = 第  $i$  層的第  $j$  樣本的調整權數

$n_{ij}$  = 第  $i$  層內有效樣本數

$n$  = 有效樣本總數

$K$  = 層數

估計百分比的變異數，雖應採用分層隨機抽樣的公式來估

計，但為了簡便，我們採用較保守的簡單隨機抽樣公式估計：

$$v(p) = \frac{p(1-p)}{n}$$

#### 5. 交叉分析：

交叉分析可以瞭解不同屬性受訪者的看法，以各項議題與基本資料的交叉表來分析不同屬性受訪者的看法。選出與各項議題看法或評價之相關重要區隔變數，以期了解不同屬性的受訪者在相關問題方面是否具有差異性。在進行卡方檢定時，皆已濾除自變項中未予實質/具體回應者(如「不知道/拒答」)。

#### 6. 獨立性檢定：

透過卡方檢定了解交叉表橫列與直行變數兩變數間是否獨立；若交叉表的卡方顯著水準小於 5%，則認定兩變數間並非完全獨立，若大於 5%則反之。如果任何表內方格中(Cell)的期望值少於 1，或 25%的格子有少於 5 的期望次數時，則將依變數與變項的類型給予合併或者列為遺漏值。

#### 7. 趨勢分析：

針對歷次調查之相同主題問項結果，進行比較分析，並以圖表顯示趨勢成長情形。

## 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 106 年 01 月至 106 年 12 月期間進行資料收集工作，總計完成有效問卷 2007 份，本問卷調查針對「台灣觀光客群」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 $\pm 2.19\%$ ，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

	碼頭	機場	合計
4 月份	14	45	59
5 月份	58	140	198
6 月份	116	160	276
7 月份	63	189	252
8 月份	64	190	254
9 月份	62	126	188
10 月份	85	130	215
11 月份	124	142	266
12 月份	148	151	299
合計	734	1273	2007

#### 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  $\alpha$  係數值為 0.955，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  $\alpha$  係數值為 0.954，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 $\alpha$
旅行社套裝行程滿意度構面	4	0.955
各項相關設施與服務滿意度構面	12	0.954
觀光便利性滿意度	2	0.854
觀光環境滿意度	4	0.870
服務設施滿意度	6	0.931

## 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	男	989	49.3
	女	1018	50.7
	小計	2007	100.0
二、年齡	19 歲以下	112	5.6
	20-29 歲	545	27.2
	30-39 歲	436	21.7
	40-49 歲	426	21.2
	50-59 歲	340	16.9
	60-69 歲	131	6.5
	70 歲及以上	17	0.8
	小計	2007	100.0
三、教育程度	國中及以下	53	2.6
	國(初)中	107	5.3
	高中職	575	28.6
	專科/大學	1081	53.9
	研究所以上	177	8.8
	拒答	14	0.7
		小計	2007
四、職業	專業人員	382	19.0
	學生	302	15.0
	服務工作人員及售貨員	299	14.9
	家庭主婦	233	11.6
	技術員及助理專業人員	161	8.0
	事務工作人員	131	6.5
	民意代表、行政主管、企業主管、經理人員	125	6.2
	技術工、有關工作人員、機械設備操作工或體力工	106	5.3
	其他	105	5.2
	退休人員	100	5.0
	農林漁牧工作人員	33	1.6
	拒答	30	1.5
		小計	2007
五、平均所得	無經常性收入	412	20.5
	2 萬元以下	161	8.0
	2 萬~3 萬元	305	15.2
	3 萬~4 萬元	388	19.3
	4 萬~5 萬元	321	16.0



	5 萬~7 萬元	231	11.5
	7 萬~10 萬元	97	4.8
	10 萬元以上	75	3.7
	拒答	17	0.8
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>
六、居住地區	北部地區(台北桃竹苗)	945	47.1
	中部地區(中彰投雲嘉)	465	23.2
	南部地區(南高屏)	438	21.8
	東部地區(宜花東)	39	1.9
	離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	65	3.2
	海外	32	1.6
	拒答	23	1.1
		<b>小計</b>	<b>2007</b>
七、婚姻	已婚	1076	53.6
	未婚	927	46.2
	拒答	4	0.2
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 第二節 樣本特徵分析

### 壹、性別

來金的觀光旅客中，「男性」旅客佔49.3%，「女性」旅客佔50.7%，詳細資料參閱表2.2.1/圖2.2.1。

表 2.2.1 來金觀光旅客性別分佈

性別	調查樣本	
	人數	百分比(%)
男	989	49.3
女	1018	50.7
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

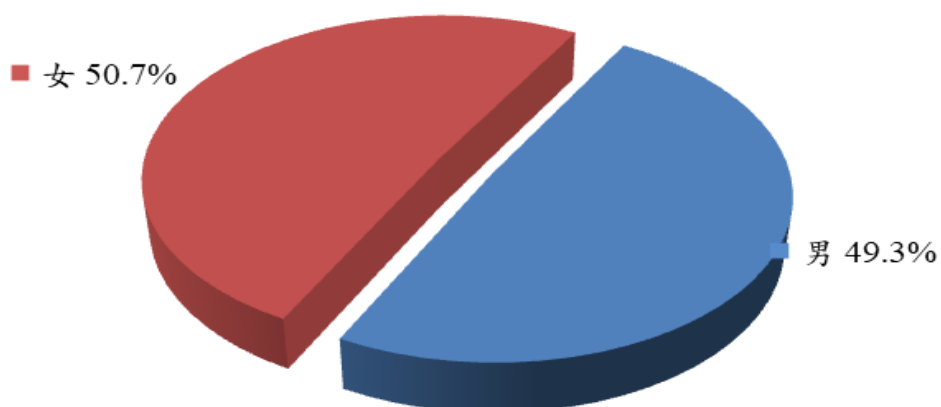


圖 2.2.1 來金觀光旅客性別分佈

## 貳、年齡

來金觀光旅客中以「20-29歲」年齡層之旅客最多佔27.2%，「30-39歲」旅客次之佔21.7%，「40-49歲」旅客佔21.2%為第三，詳細資料參閱表2.2.2/圖2.2.2。

表 2.2.2 來金觀光旅客年齡分佈

年齡	調查樣本	
	人數	百分比(%)
19歲以下	112	5.6
20-29歲	545	27.2
30-39歲	436	21.7
40-49歲	426	21.2
50-59歲	340	16.9
60-69歲	131	6.5
70歲及以上	17	0.8
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

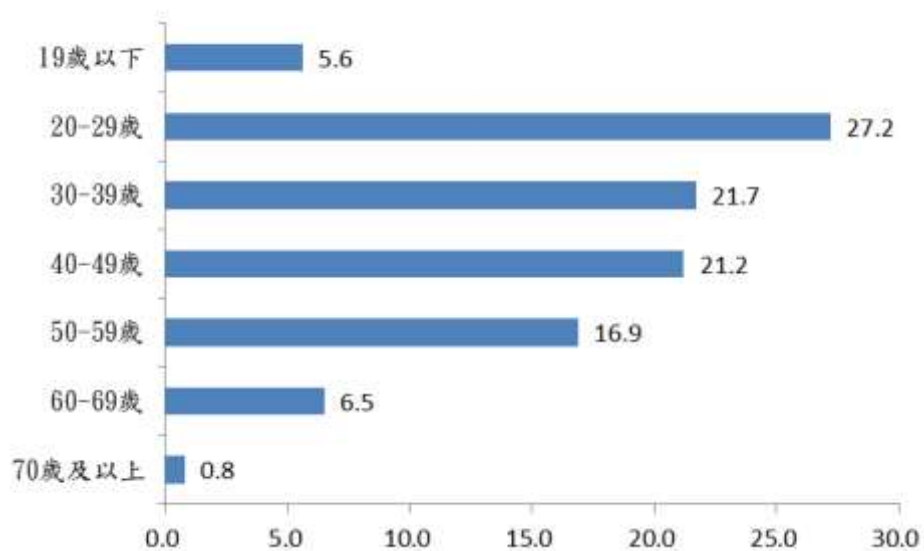


圖 2.2.2 來金觀光旅客年齡分佈

## 參、教育程度

來金觀光旅客的教育程度水準，以「專科/大學」所佔比例最高為53.9%，「高中職」次之佔28.6%，詳細資料參閱表2.2.3/圖2.2.3。

表 2.2.3 來金觀光旅客教育程度

教育程度	調查樣本	
	人數	百分比(%)
國中及以下	53	2.6
國(初)中	107	5.3
高中職	575	28.6
專科/大學	1081	53.9
研究所以上	177	8.8
拒答	14	0.7
合計	2007	100.0

註：各項百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

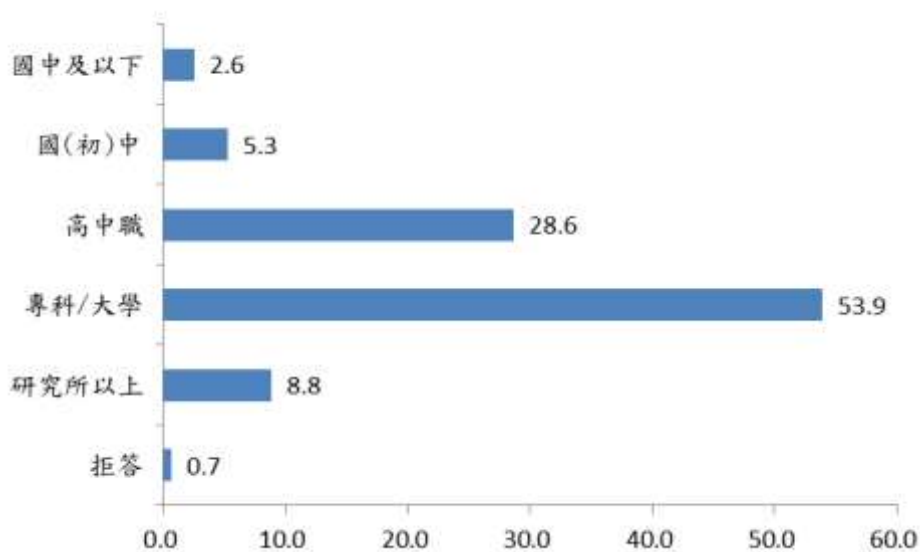


圖 2.2.3 來金觀光旅客教育程度

## 肆、職業

來金觀光旅客中職業以「專業人員」佔19.0%次，為最高比例，其次為「學生」佔15.0%，「服務工作人員及售貨員」佔14.9%為第三，詳細資料參閱表2.2.4/圖2.2.4。

表 2.2.4 來金觀光旅客職業

職業	調查樣本	
	人數	百分比(%)
專業人員	382	19.0
學生	302	15.0
服務工作人員及售貨員	299	14.9
家庭主婦	233	11.6
技術員及助理專業人員	161	8.0
事務工作人員	131	6.5
民意代表、行政主管、企業主管、經理人員	125	6.2
技術工、有關工作人員、機械設備操作工或體力工	106	5.3
其他	105	5.2
退休人員	100	5.0
農林漁牧工作人員	33	1.6
拒答	30	1.5
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

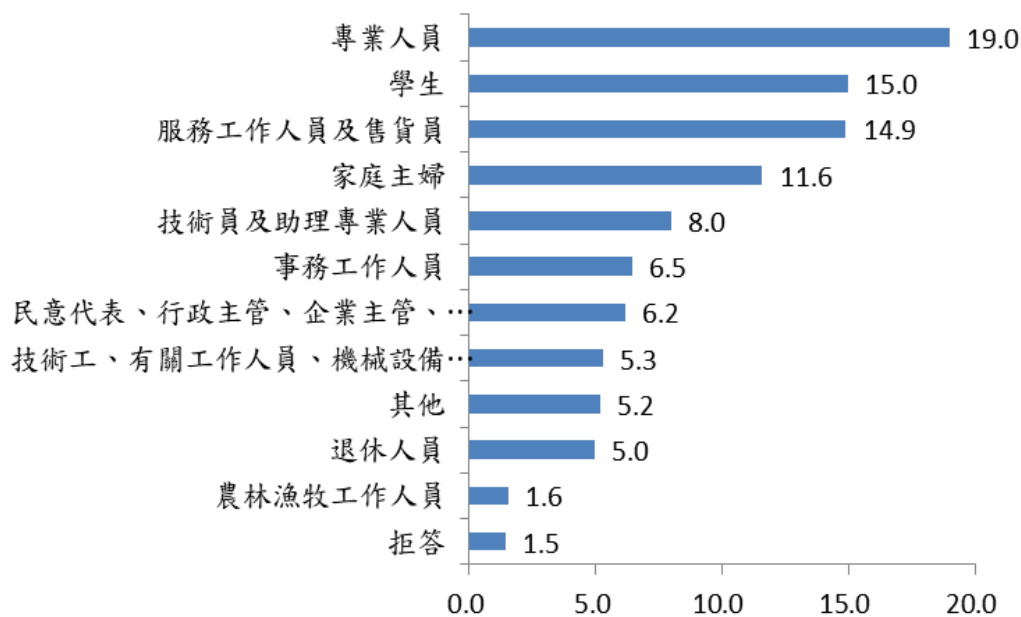


圖 2.2.4 來金觀光旅客職業

## 伍、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20.5%，「3萬~4萬元」次之佔19.3%，而「2萬~3萬元」佔16.0%為第三，詳細資料參閱表2.2.5/圖2.2.5。

表 2.2.5 來金觀光旅客平均每月所得

平均所得	調查樣本	
	人數	百分比(%)
無經常性收入	412	20.5
2萬元以下	161	8.0
2~3萬元	305	15.2
3~4萬元	388	19.3
4~5萬元	321	16.0
5~7萬元	231	11.5
7~10萬元	97	4.8
10萬元以上	75	3.7
拒答	17	0.8
總計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

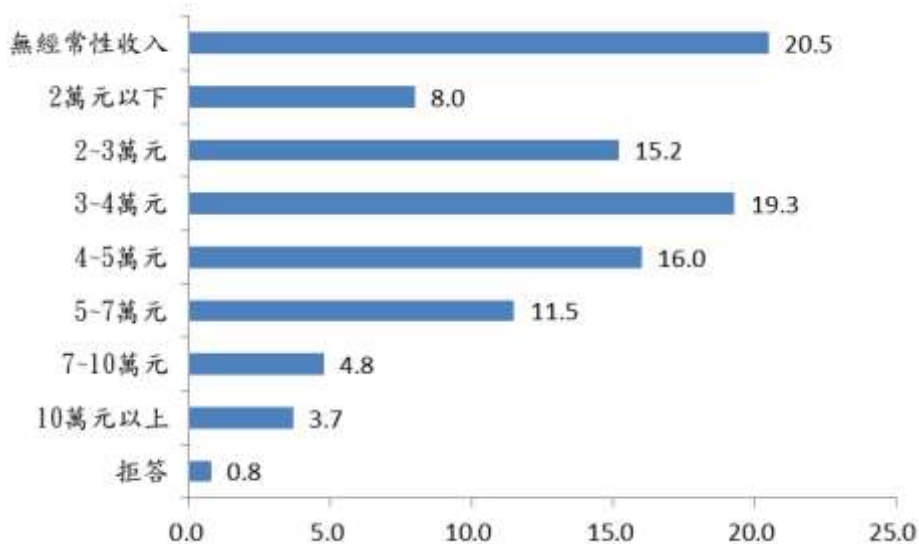


圖 2.2.5 來金觀光旅客平均每月所得

## 陸、居住地

來金觀光旅客散居台灣各地，其中以「北部地區（台北桃竹苗）」的旅客最多佔47.1%，「中部地區（中彰投雲嘉）」旅客次之佔23.2%，「南部地區（南高屏）」旅客佔21.8%為第三，詳細資料參閱表2.2.6/圖2.2.6。

表 2.2.6 來金觀光旅客居住地

居住地	調查樣本	
	人數	百分比(%)
北部地區(台北桃竹苗)	945	47.1
中部地區(中彰投雲嘉)	465	23.2
南部地區(南高屏)	438	21.8
東部地區(宜花東)	39	1.9
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	65	3.2
海外	32	1.6
拒答	23	1.1
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

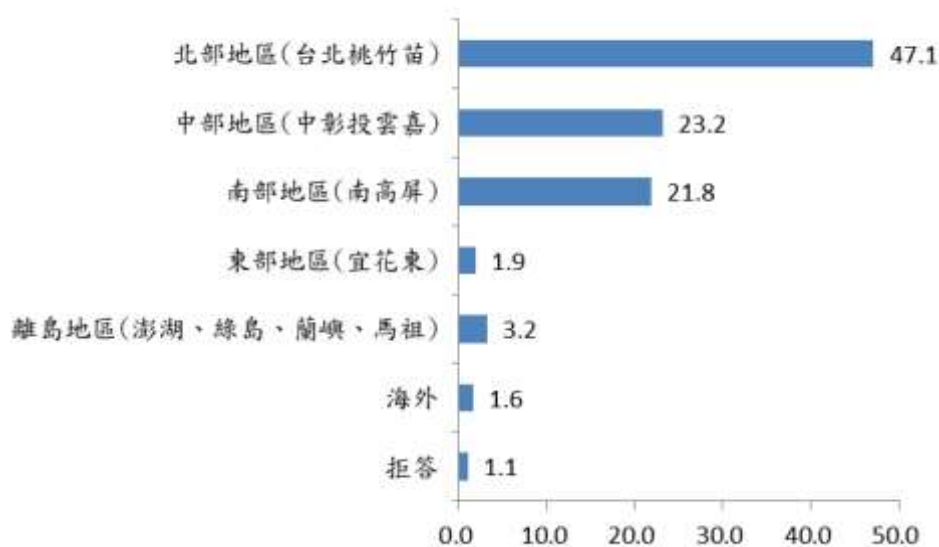


圖 2.2.6 來金觀光旅客居住地

## 柒、婚姻

來金觀光旅客「已婚」旅客佔53.6%，「未婚」旅客佔46.2%，詳細資料參閱表2.2.7/圖2.2.7。

表 2.2.7 來金觀光旅客婚姻分佈

婚姻	調查樣本	
	人數	百分比(%)
已婚	1076	53.6
未婚	927	46.2
拒答	4	0.2
總計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

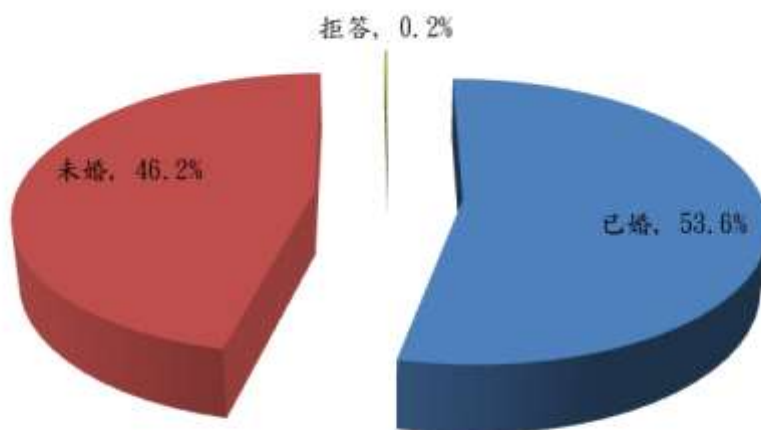


圖 2.2.7 來金觀光旅客婚姻分佈



## 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	1237	61.6
	探親及訪友	372	18.5
	商(公)務兼觀光旅遊	315	15.7
	中轉遊客(在金停留一日以上)	83	4.1
	小計	2007	100.0
二、入境地點	台北	961	47.9
	台中	467	23.3
	嘉義	48	2.4
	台南	162	8.1
	高雄	312	15.5
	澎湖	8	0.4
	其他	49	2.4
	小計	2007	100.0
三、同行人員	配偶	527	32.6
	子女	306	18.9
	父母	313	19.4
	親戚	215	13.3
	同事	283	17.5
	朋友、同學	474	29.3
	鄰居	37	2.3
	其他	19	1.2
	*本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)		
四、旅遊資訊來源	親朋好友/公司同事	770	38.4
	電腦網路	465	23.2
	個人經驗	388	19.3
	旅行社	337	16.8
	未曾索取資料	295	14.7
	政府觀光相關單位	253	12.6
	電子媒體	251	12.5
	平面媒體	153	7.6
	旅遊展覽	76	3.8
	其他	21	1.0
	*本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)		
五、選擇來金旅遊的原因	自然環境景觀	677	33.7

戰地體驗	546	27.2
親朋好友推薦	535	26.7
品嚐地方美食	512	25.5
文化巡禮	477	23.8
緬懷昔日軍旅生活	300	14.9
學校、公司或團體安排活動	246	12.3
生態之旅(賞鳥)	180	9.0
民俗宗教活動	150	7.5
其他	150	7.5
會議或學術研習	119	5.9
藝文節慶活動	112	5.6
運動健身	72	3.6
行銷推廣與表演活動	41	2.0
拒答	2	0.1

\*本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、來金主要目的

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61.6%，以「探親及訪友」目的為居次佔18.5%，「商(公)務兼觀光旅遊」為第三佔15.7%，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
觀光、渡假、旅行	1237	61.6
探親及訪友	372	18.5
商(公)務兼觀光旅遊	315	15.7
中轉遊客(在金停留一日以上)	83	4.1
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

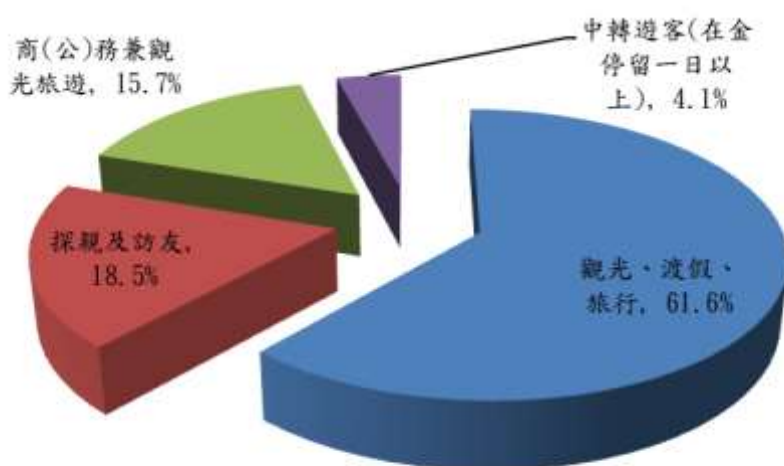


圖 2.3.1 來金觀光旅客主要目的

## 參、入境地點

來金觀光旅客由「台北」入境者最多佔47.9%，由「台中」入境者比例為23.3%次之，由「高雄」入境者佔15.5%為第三，詳細資料參閱表2.3.3/圖2.3.2。

表 2.3.3 來金觀光旅客入境地點

入境地點	調查樣本	
	人數	百分比(%)
台北	961	47.9
台中	467	23.3
嘉義	48	2.4
台南	162	8.1
高雄	312	15.5
澎湖	8	0.4
其他	49	2.4
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

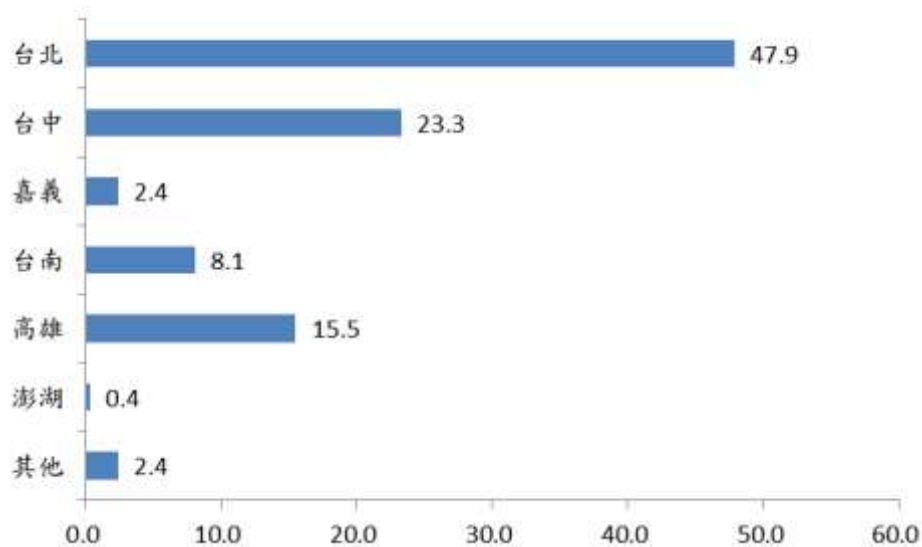


圖 2.3.2 來金觀光旅客入境地點

## 肆、同行人員

來金觀光旅客中同行人員為與「配偶」一起成行者比例最多，佔32.6%，「朋友、同學」者佔29.3%為次之，「父母」者佔19.4%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 來金觀光旅客同行人員

同行人員	調查樣本	
	次數	百分比(%)
配偶	527	32.6
子女	306	18.9
父母	313	19.4
親戚	215	13.3
同事	283	17.5
朋友、同學	474	29.3
鄰居	37	2.3
其他	19	1.2
合計	2174	134.5

註:本題為複選題，百分比總和可能不為100.0%。base=2007(受訪樣本數)

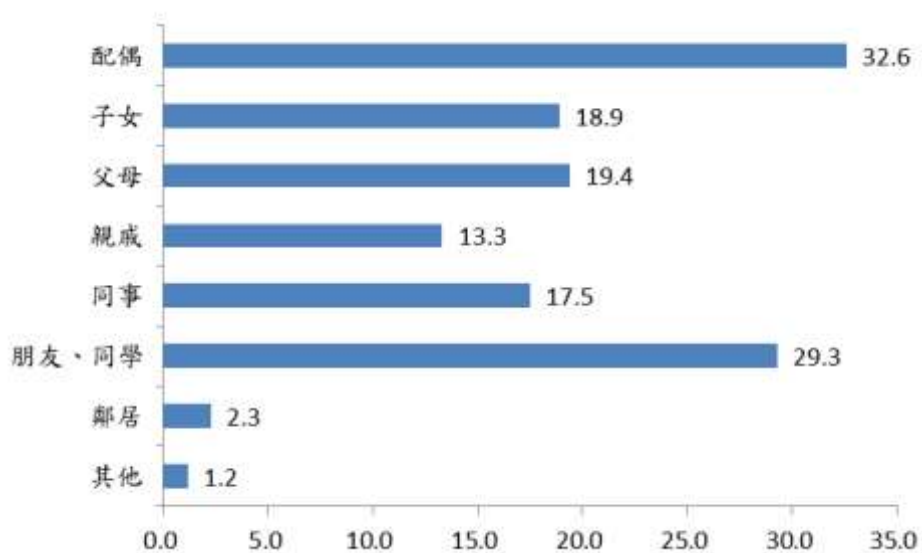


圖 2.3.3 來金觀光旅客同行人員

## 伍、旅遊資訊來源

來金觀光旅客中旅遊資訊來源以「親朋好友/公司同事」者最多佔38.4%，由「電腦網路」者佔23.2%為次之，「個人經驗」者佔19.3%為第三，詳細資料參閱表2.3.5/圖2.3.4。（本題為複選題）

表 2.3.5 來金觀光旅客旅遊資訊來源

旅遊資訊來源	調查樣本	
	次數	百分比(%)
親朋好友/公司同事	770	38.4
電腦網路	465	23.2
個人經驗	388	19.3
旅行社	337	16.8
未曾索取資料	295	14.7
政府觀光相關單位	253	12.6
電子媒體	251	12.5
平面媒體	153	7.6
旅遊展覽	76	3.8
其他	21	1.0
合計	3009	149.9

註：本題為複選題，百分比總和可能不為100.0%。base=2007(受訪樣本數)

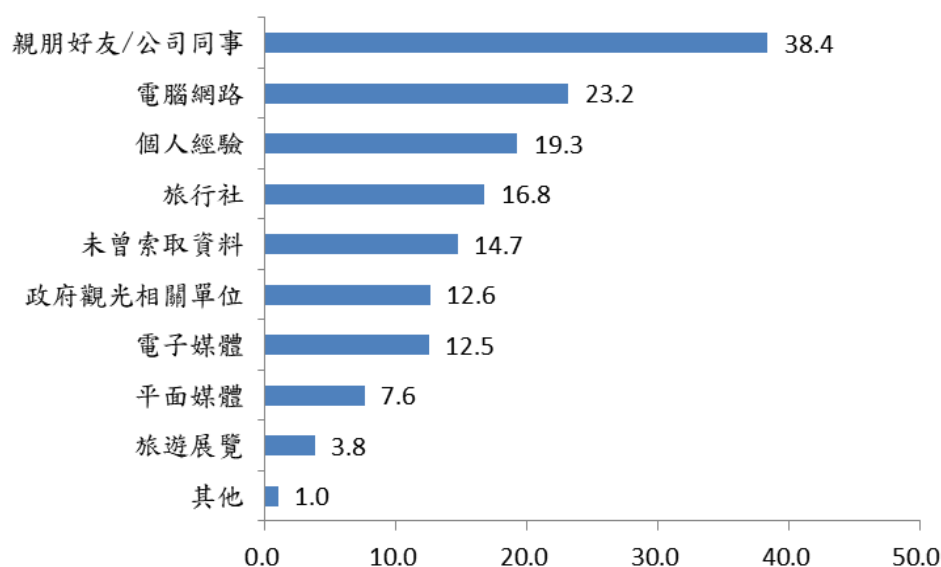


圖 2.3.4 來金觀光旅客旅遊資訊來源

## 陸、選擇來金旅遊的原因

選擇來金觀光旅遊的原因前三名依次為「自然環境景觀」為33.7%，「戰地體驗」佔27.2%，「親朋好友推薦」佔26.7%，詳細資料參閱表2.3.6/圖2.3.5。（本題為複選題）

表 2.3.6 選擇來金旅遊的原因

選擇來金旅遊的原因	調查樣本	
	次數	百分比(%)
自然環境景觀	677	33.7
戰地體驗	546	27.2
親朋好友推薦	535	26.7
品嚐地方美食	512	25.5
文化巡禮	477	23.8
緬懷昔日軍旅生活	300	14.9
學校、公司或團體安排活動	246	12.3
生態之旅(賞鳥)	180	9.0
民俗宗教活動	150	7.5
其他	150	7.5
會議或學術研習	119	5.9
藝文節慶活動	112	5.6
運動健身	72	3.6
行銷推廣與表演活動	41	2.0
拒答	2	0.1
合計	4119	205.3

註：本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)

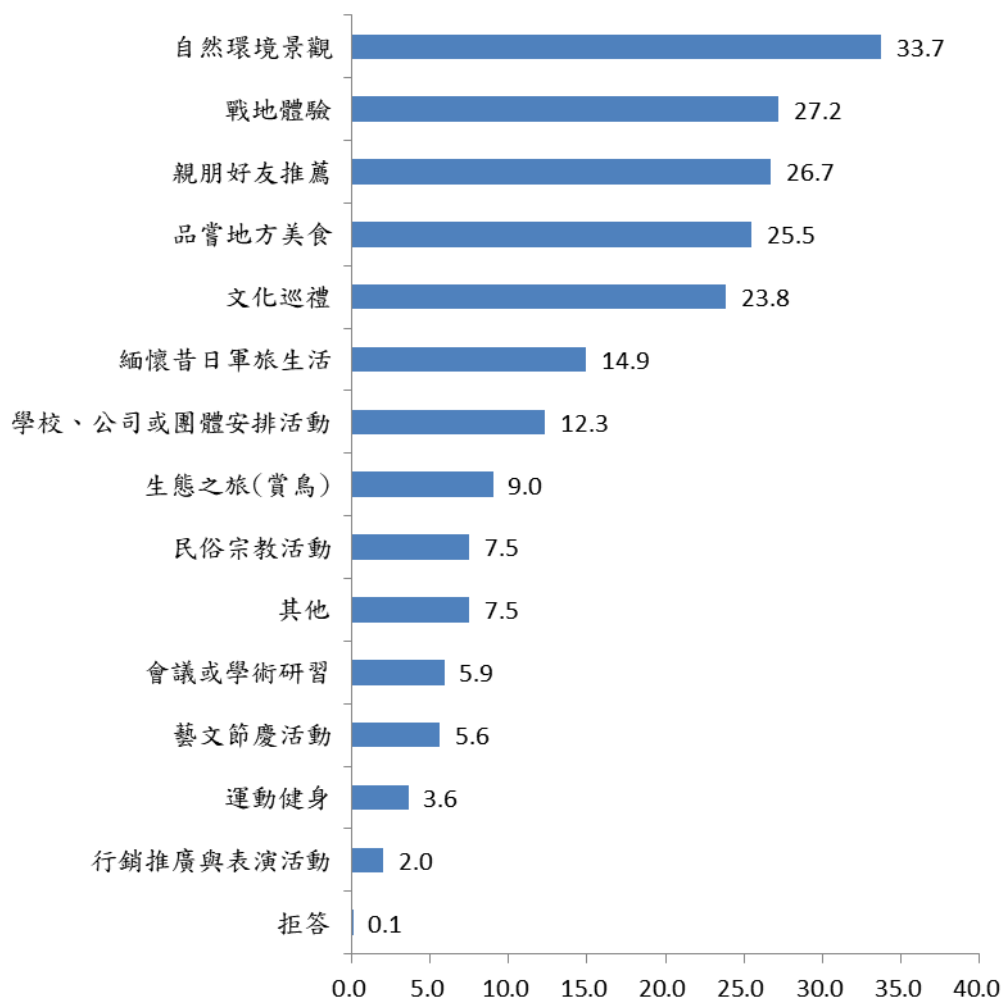


圖 2.3.5 選擇來金旅遊的原因



## 第四節 來金旅客動向

### 壹、樣本結構

有關來金旅客動向之樣本結構分析，整理如下表2.4.1，請參閱。

表 2.4.1 來金旅客動向之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、停留時間	2天1夜	413	20.6
	3天2夜	951	47.4
	4天3夜	207	10.3
	5天(含)以上	436	21.7
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>
二、金門開放觀光 後來金次數	1次	741	36.9
	2次	341	17.0
	3次	186	9.3
	4次	81	4.0
	5次	63	3.1
	6次以上	595	29.6
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>
三、交通工具	遊覽車	453	22.6%
	租用汽車	381	19.0%
	租用機車	403	20.1%
	計程車	125	6.2%
	洽公單位或親友提供交通工具	305	15.2%
	公車(含金門好行)	211	10.5%
	自行車	44	2.2%
	徒步	37	1.8%
	其他	48	2.4%
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0%</b>
四、最喜歡的景點	詳細資料請參閱表 2.4.5		
五、最喜歡的觀光 資源與因素	詳細資料請參閱表 2.4.6		

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、停留時間

來金觀光旅客停留天數以「3天2夜」者居多所佔比例為47.4%，「5天(含)以上」的旅客居次佔21.7%，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
2天1夜	413	20.6
3天2夜	951	47.4
4天3夜	207	10.3
5天(含)以上	436	21.7
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

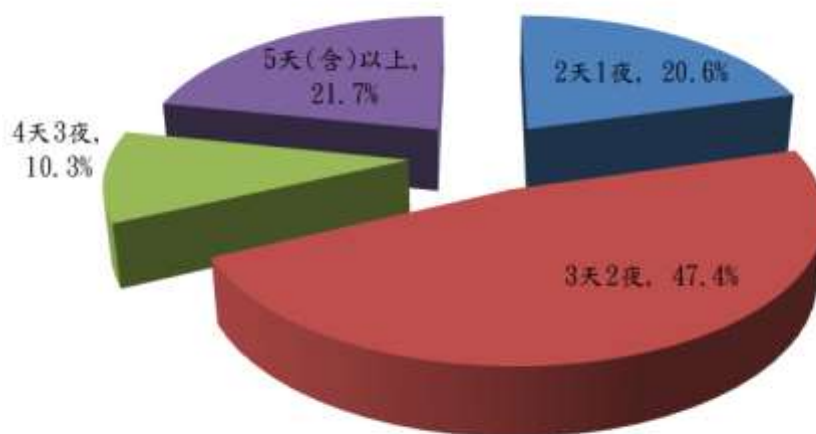


圖 2.4.1 來金觀光旅客停留時間

## 參、金門開放觀光後來金次數

金門開放觀光後(民國82年)來金次數以「1次」為最多佔36.9%，「6次以上」者居次佔29.6%，「2次」為第三佔17.0%，詳細資料參閱表2.4.3/圖2.4.2。

表 2.4.3 金門開放觀光後來金次數

金門開放觀光 後來金次數	調查樣本	
	次數	百分比(%)
1次	741	36.9
2次	341	17.0
3次	186	9.3
4次	81	4.0
5次	63	3.1
6次以上	595	29.6
合計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

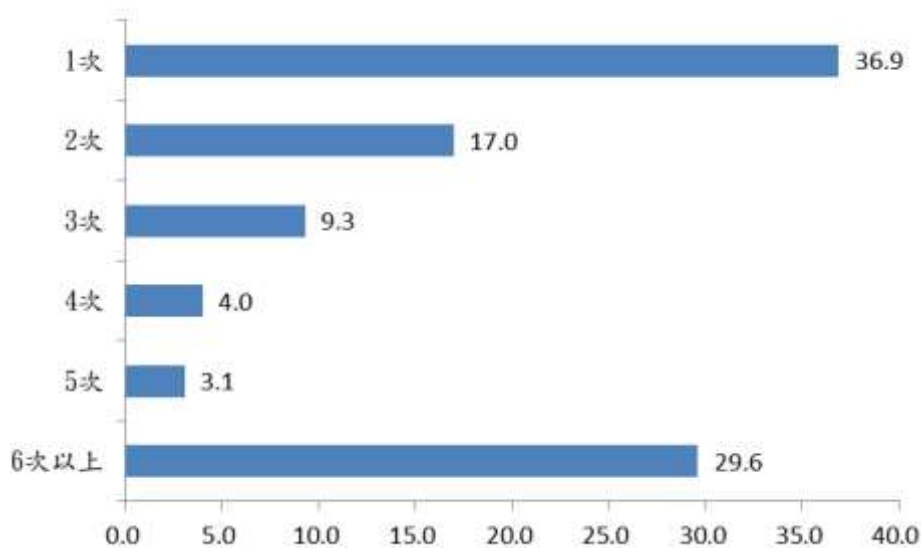


圖 2.4.2 金門開放觀光後來金次數

## 肆、交通工具

來金觀光旅客所搭乘之交通工具，以「遊覽車」居多佔23.4%，「租用機車」者次之佔20.9%，「租用汽車」者佔19.8%第三，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
遊覽車	469	23.4
租用汽車	397	19.8
租用機車	419	20.9
計程車	132	6.6
洽公單位或親友提供交通工具	321	16.0
公車(含金門好行)	219	10.9
自行車	46	2.3
徒步	38	1.9
其他	50	2.5
合計	2091	104.3

註：本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)

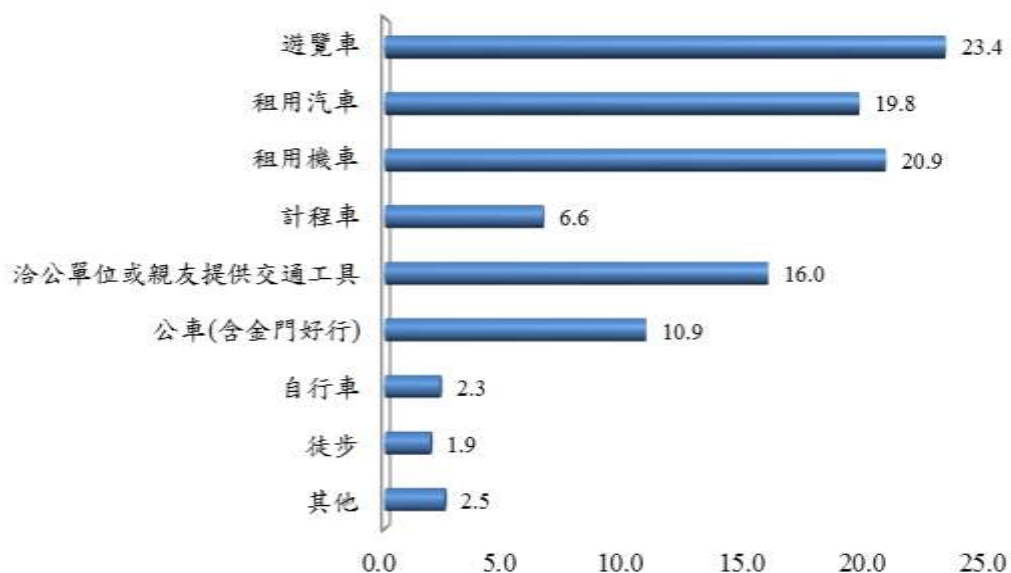


圖 2.4.3 搭乘交通工具項目

## 伍、最喜歡的景點

來金觀光旅客最喜歡的觀光景點，前五名之次數百分比依次為「翟山坑道」佔47.6%，「莒光樓」為38.4%，「水頭聚落」為30.1%，「太武山」佔27.1%及「模範街、貞節牌坊」佔25.6%，詳細資料參閱表2.4.5/圖2.4.4。（本題為複選題，最多可選5個）

表 2.4.5 來金觀光旅客最喜歡的景點

最喜歡的景點	調查樣本	
	次數	百分比(%)
翟山坑道	956	47.6
莒光樓	771	38.4
水頭聚落	605	30.1
太武山	543	27.1
模範街、貞節牌坊	514	25.6
古寧頭戰史館	447	22.3
金門酒廠	414	20.6
慈湖	412	20.5
山后民俗村	379	18.9
海邊沙灘	343	17.1
清總兵署	329	16.4
烈嶼(小金門)	298	14.8
獅山砲陣地	301	15.0
建功嶼	317	15.8
馬山觀測所	254	12.7
陳景蘭洋樓	243	12.1
榕園、八二三戰史館	231	11.5
國家公園遊客中心	221	11.0
金城民防坑道	197	9.8
雙鯉濕地中心	181	9.0
瓊林聚落	165	8.2
北山古洋樓	137	6.8
乳山遊客中心	124	6.2
延平郡王祠	104	5.2
文台寶塔	103	5.1
李光前將軍廟	73	3.6
大二膽水域	44	2.2
其他	49	2.4
合計	8,755	436.0

註：本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)



圖 2.4.4 來金觀光旅客最喜歡的景點

## 陸、最喜歡的觀光資源與因素

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43.2%，「自然景觀」佔42.7%，「金門小吃」佔40.8%，「文物古蹟」佔36.5%，「戰地色彩」佔35.7%，詳細資料參閱表2.4.6/圖2.4.5。（本題為複選題）

表 2.4.6 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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
閩南建築	867	43.2
自然景觀	856	42.7
金門小吃	818	40.8
文物古蹟	732	36.5
戰地色彩	717	35.7
金門特產品	431	21.5
海邊沙灘	419	20.9
富人情味	380	18.9
治安交通良好	278	13.9
氣候宜人	193	9.6
遊憩活動	161	8.0
免稅品	145	7.2
旅費便宜	140	7.0
賞鳥活動	124	6.2
大陸貨品	26	1.3
其他	21	1.0
拒答	11	0.5
合計	6319	314.9

註：本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)

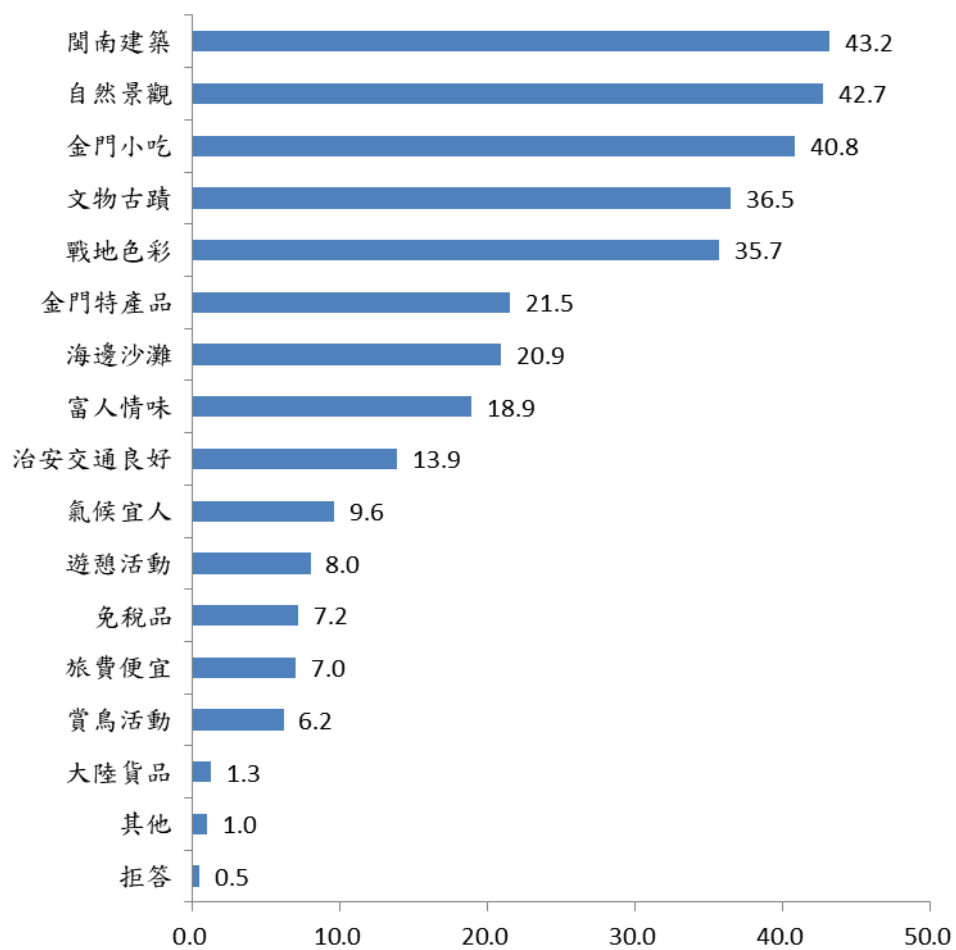


圖2.4.5 來金觀光旅客最喜歡的觀光資源與因素



## 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

類別	樣本數	百分比(%)
一、來金旅客消費支出		
(一)個人總支出		
3,999 元以下	282	14.1
4,000-4,999 元	56	2.8
5,000-5,999 元	162	8.1
6,000-6,999 元	155	7.7
7,000-7,999 元	123	6.1
8,000-9,999 元	264	13.2
10,000 元(含)以上	725	36.1
不知道、不清楚、拒答	240	12.0
小計	2007	100.0
(二)餐飲費用		
未滿 200 元	109	5.4
200-499 元	269	13.4
500-999 元	352	17.5
1,000-1,999 元	524	26.1
2,000-2,999 元	285	14.2
3,000-4,999 元	128	6.4
5,000 元以上	122	6.1
無任何消費	218	10.9
小計	2007	100.0
(三)交通費用		
未滿 200 元	245	10.9
200-499 元	407	16.4
500-999 元	403	23.4
1,000-1,999 元	315	19.8
2,000-2,999 元	127	8.0
3,000-4,999 元	75	4.0
5,000 元以上	70	1.6
無任何消費	365	15.9
小計	2007	100.0
(四)購物費用		
未滿 200 元	69	3.4
200-499 元	185	9.2
500-999 元	238	11.9
1,000-1,999 元	472	23.5
2,000-2,999 元	283	14.1
3,000-4,999 元	238	11.9
5,000 元以上	262	13.1

	無任何消費	260	13.0
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>
(五)住宿費用	未滿 200 元	186	9.3
	200-499 元	339	16.9
	500-999 元	376	18.7
	1,000-1,999 元	251	12.5
	2,000-2,999 元	131	6.5
	3,000-4,999 元	55	2.7
	5,000 元以上	38	1.9
	無任何消費	631	31.4
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>
(六)娛樂費用	未滿 200 元	314	15.6
	200-499 元	204	10.2
	500-999 元	109	5.4
	1,000-1,999 元	57	2.8
	2,000-2,999 元	29	1.4
	3,000-4,999 元	35	1.7
	5,000 元以上	19	0.9
	無任何消費	1240	61.8
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>
(七)其他項目費用	未滿 200 元	66	3.3
	200-499 元	35	1.7
	500-999 元	20	1.0
	1,000-1,999 元	5	0.2
	2,000-2,999 元	3	0.1
	3,000-4,999 元	5	0.2
	5,000 元以上	12	0.6
	無任何消費	1861	92.7
	<b>小計</b>	<b>2007</b>	<b>100.0</b>
二、特產	詳細資料參閱表 2.5.11/圖 2.5.10		
三、購物地點	詳細資料參閱表 2.5.12/圖 2.5.13		

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、來金旅客消費支出

### 一、個人總支出

個人支出主要在「10,000元(含)以上」佔36.1%，其次為「3,999元以下」佔14.1%，詳細資料參閱表2.5.2/圖2.5.1。

表 2.5.2 個人總支出

個人總支出	團體		自助		整體	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
3,999 元以下	82	17.1	200	13.1	282	14.1
4,000-4,999 元	8	1.7	48	3.1	56	2.8
5,000-5,999 元	31	6.5	131	8.6	162	8.1
6,000-6,999 元	21	4.4	134	8.8	155	7.7
7,000-7,999 元	29	6.1	94	6.2	123	6.1
8,000-9,999 元	67	14.0	197	12.9	264	13.2
10,000 元(含)以上	182	38.0	543	35.5	725	36.1
不知道、不清楚、拒答	59	12.3	181	11.8	240	12.0
合計	479	100.0	1528	100.0	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

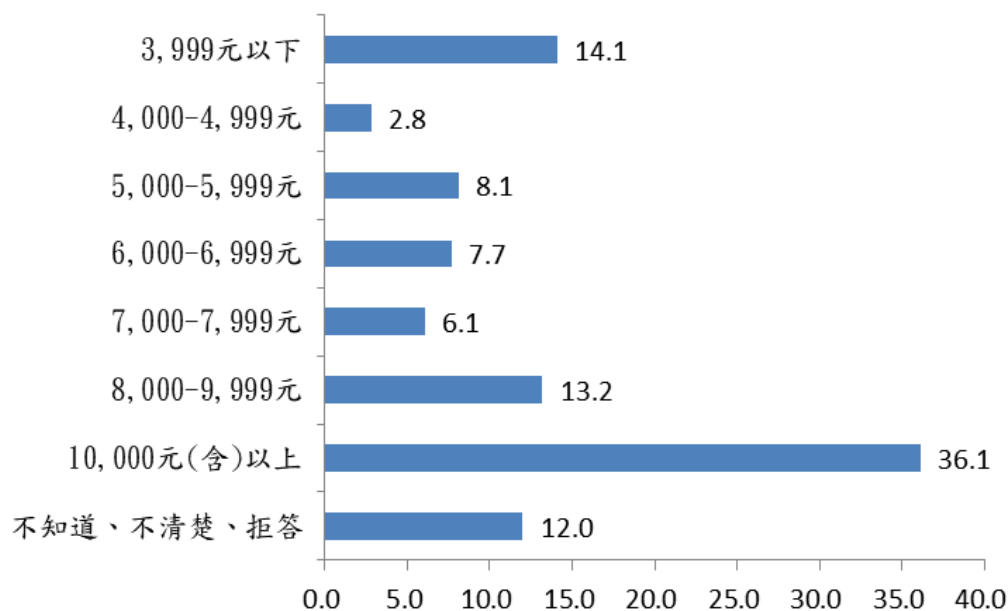


圖 2.5.1 個人總支出

## 二、餐飲費用

來金觀光旅客中在餐飲消費支出方面以「1,000-1,999元」比例為最高佔26.1%，其次為「500-999元」佔17.5%，「2,000-2,999元」之旅客佔14.2%為第三，詳細資料參閱表2.5.3/圖2.5.2。

表 2.5.3 餐飲費用

餐飲支出	團體		自助		整體	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
未滿 200 元	46	9.6	63	4.1	109	5.4
200-499 元	96	20.0	173	11.3	269	13.4
500-999 元	75	15.7	277	18.1	352	17.5
1,000-1,999 元	96	20.0	428	28.0	524	26.1
2,000-2,999 元	61	12.7	224	14.7	285	14.2
3,000-4,999 元	21	4.4	107	7.0	128	6.4
5,000 元以上	20	4.2	102	6.7	122	6.1
無任何消費	64	13.4	154	10.1	218	10.9
合計	479	100.0	1528	100.0	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

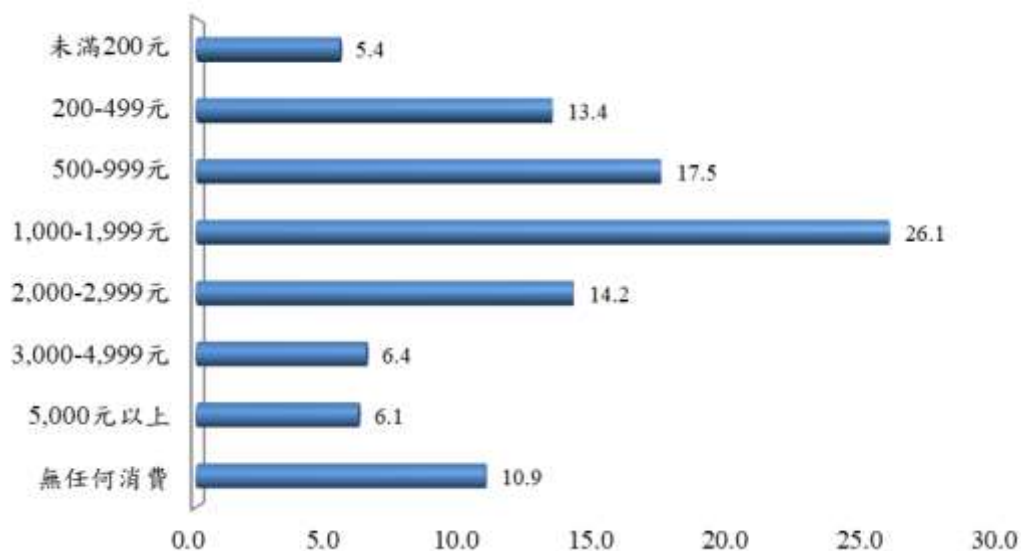


圖 2.5.2 餐飲費用

### 三、交通費用

來金參團觀光旅客之交通費用以「200-499元」比例最高所占比例為20.3%，其次為「500-999元」所占比例為20.1%和「無任何消費」所占比例為18.2%，詳細資料參閱表2.5.4/圖2.5.3。

表 2.5.4 交通費用

交通支出	團體		自助		整體	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
未滿 200 元	64	13.4	181	11.8	245	12.2
200-499 元	82	17.1	325	21.3	407	20.3
500-999 元	108	22.5	295	19.3	403	20.1
1,000-1,999 元	43	9.0	272	17.8	315	15.7
2,000-2,999 元	20	4.2	107	7.0	127	6.3
3,000-4,999 元	2	0.4	73	4.8	75	3.7
5,000 元以上	4	0.8	66	4.3	70	3.5
無任何消費	156	32.6	209	13.7	365	18.2
合計	479	100.0	1528	100.0	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

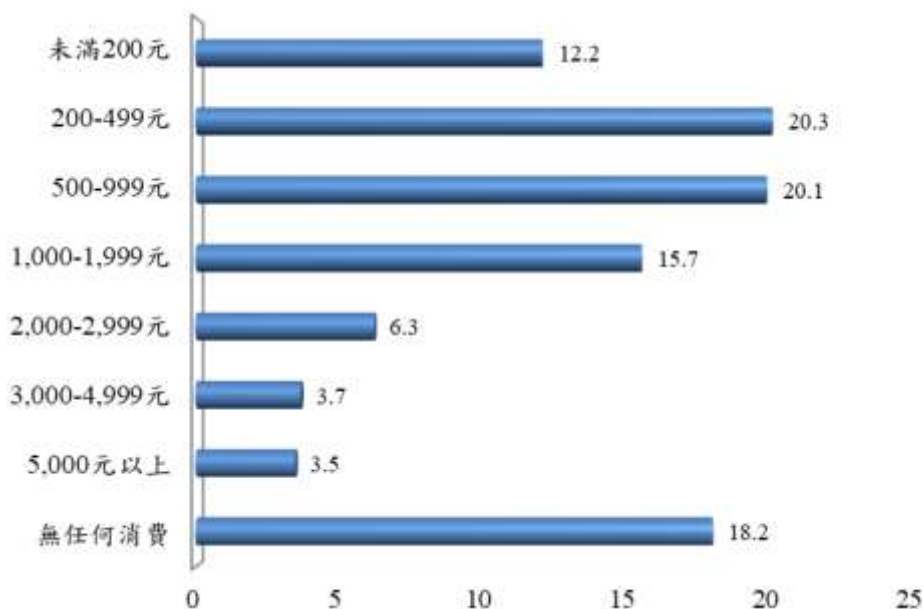


圖 2.5.3 交通費用

## 四、購物費用

來金觀光旅客之購物費用以「1,000-1,999元」所佔比例最高為23.5%，其次為「2,000-2,999元」佔14.1%，「5,000元以上」為第三，佔13.1%，詳細資料參閱表2.5.5/圖2.5.4。

表 2.5.5 購物費用

購物支出	團體		自助		整體	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
未滿 200 元	15	3.1	54	3.5	69	3.4
200-499 元	45	9.4	140	9.2	185	9.2
500-999 元	52	10.9	186	12.2	238	11.9
1,000-1,999 元	95	19.8	377	24.7	472	23.5
2,000-2,999 元	75	15.7	208	13.6	283	14.1
3,000-4,999 元	46	9.6	192	12.6	238	11.9
5,000 元以上	69	14.4	193	12.6	262	13.1
無任何消費	82	17.1	178	11.6	260	13.0
合計	479	100.0	1528	100.0	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

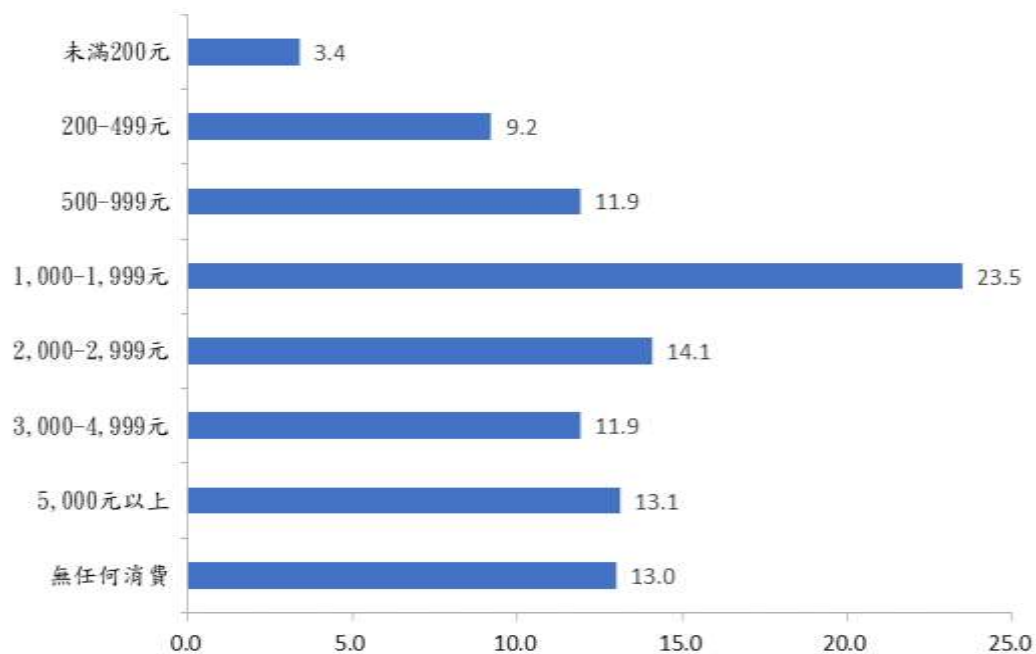


圖 2.5.4 購物費用

## 五、住宿費用

來金觀光旅客中在住宿消費支出方面以「無任何消費」佔31.4%比例為最高，其次為「500-999元」的旅客佔18.7%，「200-499元」之旅客佔16.9%為第三，詳細資料參閱表2.5.6/圖2.5.5。

表 2.5.6 住宿費用

住宿支出	團體		自助		整體	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
未滿 200 元	23	4.8	163	10.7	186	9.3
200-499 元	53	11.1	286	18.7	339	16.9
500-999 元	128	26.7	248	16.2	376	18.7
1,000-1,999 元	60	12.5	191	12.5	251	12.5
2,000-2,999 元	38	7.9	93	6.1	131	6.5
3,000-4,999 元	8	1.7	47	3.1	55	2.7
5,000 元以上	4	0.8	34	2.2	38	1.9
無任何消費	165	34.4	466	30.5	631	31.4
合計	479	100.0	1528	100.0	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

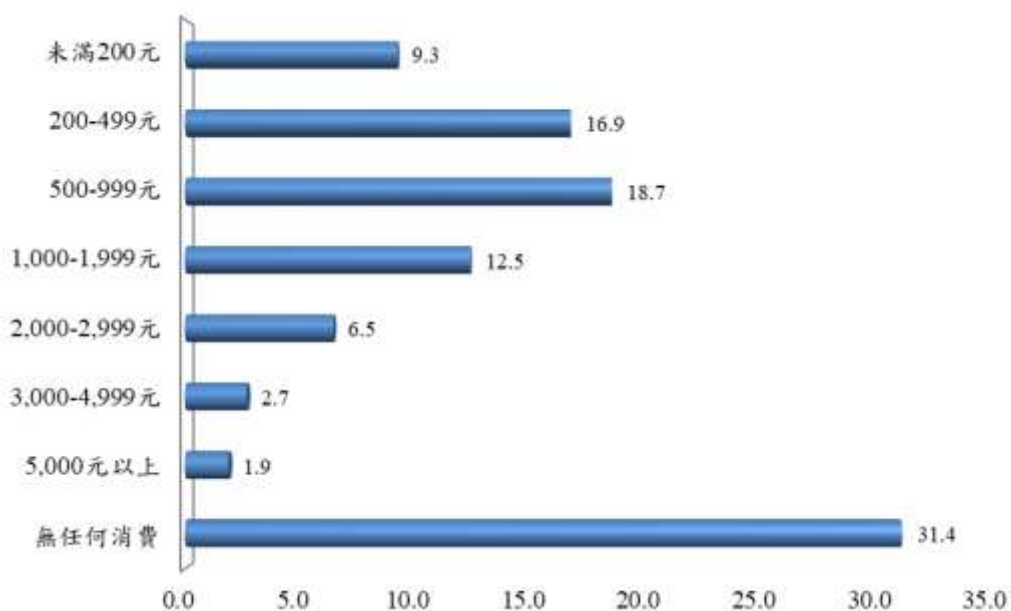


圖 2.5.5 住宿費用

## 六、娛樂費用

來金觀光旅客中在娛樂消費支出方面以「無任何消費」佔61.8%比例為最高，其次為「未滿200元」的旅客佔15.6%，「200-499元」之旅客佔10.2%為第三，詳細資料參閱表2.5.7/圖2.5.6。

表 2.5.7 娛樂費用

娛樂支出	團體		自助		整體	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
未滿 200 元	53	11.1	261	17.1	314	15.6
200-499 元	57	11.9	147	9.6	204	10.2
500-999 元	23	4.8	86	5.6	109	5.4
1,000-1,999 元	13	2.7	44	2.9	57	2.8
2,000-2,999 元	7	1.5	22	1.4	29	1.4
3,000-4,999 元	11	2.3	24	1.6	35	1.7
5,000 元以上	6	1.3	13	0.9	19	0.9
無任何消費	309	64.5	931	60.9	1240	61.8
合計	479	100.0	1528	100.0	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

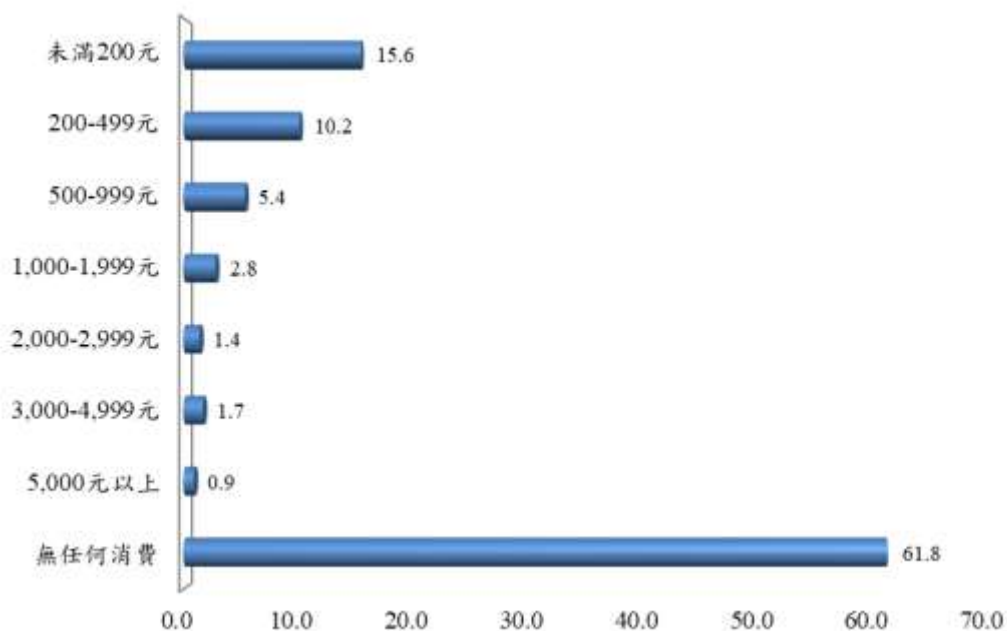


圖 2.5.6 娛樂費用



## 七、其他項目費用

來金觀光旅客之其他項目費用以「無任何消費」所佔比例最高為92.7%，其次為「未滿200元」佔3.3%，「200-499元」之旅客佔1.7%為第三，詳細資料參閱表2.5.8/圖2.5.7。

表 2.5.8 其他項目費用

其他項目費用	團體		自助		整體	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
未滿 200 元	10	2.1	56	3.7	66	3.3
200-499 元	8	1.7	27	1.8	35	1.7
500-999 元	6	1.3	14	0.9	20	1.0
1,000-1,999 元	0	0.0	5	0.3	5	0.2
2,000-2,999 元	0	0.0	3	0.2	3	0.1
3,000-4,999 元	0	0.0	5	0.3	5	0.2
5,000 元以上	3	0.6	9	0.6	12	0.6
無任何消費	452	94.4	1409	92.2	1861	92.7
合計	479	100.0	1528	100.0	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

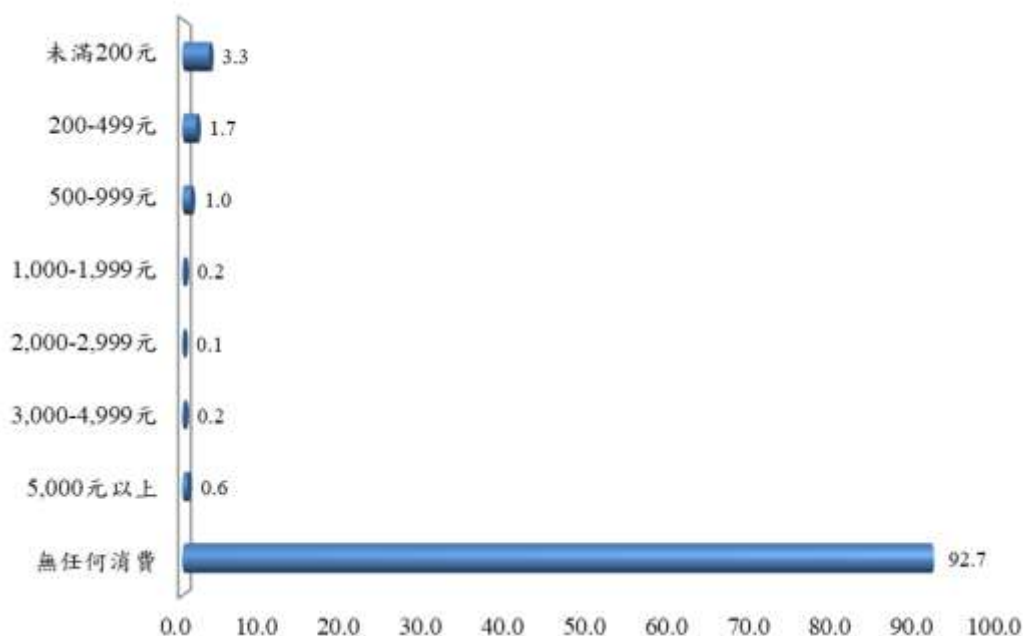


圖 2.5.7 其他項目費用

## 參、消費金額估算

### 一、參加旅行社行程旅客平均最低消費金額估算(未包含自行規畫行程，請旅行社安排住宿及代訂機票之旅客)

根據估算公式，旅客餐飲消費每人每次平均支出約為1,629元，其餘細項如下表，總計台灣參加旅行社行程旅客每人每次遊程在金門之最低消費金額約為7,784元。詳細資料參閱表2.5.9/圖2.5.8。

**估算公式：**每人每次遊程平均最低消費金額=(平均每人每次的餐飲費用)+(平均每人每次交通費用)+(平均每人每次的購物費用)+(平均每人每次的住宿費用)+(平均每人每次的娛樂費用)+(平均每人每次的其他項目費用)

**備註：**各細項費用取區間金額之平均數，例：4,000-4,999元取4,500元；而999元以下及15,000元以上，則取999元及15,000元。

表 2.5.9 參加旅行社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(%)
餐飲消費	1,629	20.9
交通費用	878	11.3
購物費用	2,309	29.7
住宿消費	1,134	14.6
娛樂消費(含門票、套裝旅遊)	934	12.0
其他項目支出	900	11.6
合計	7,784	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

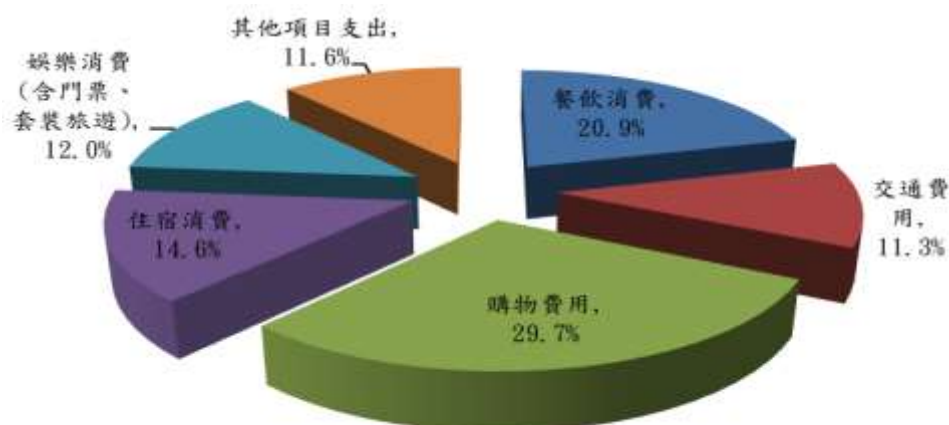


圖 2.5.8 參加旅行社旅客每人每次遊程平均最低消費金額

## 二、自助旅行觀光旅客

根據估算公式，自助旅行觀光旅客餐飲消費每人每次平均支出約為1,762元，其餘細項如下表，總計台灣自助旅行觀光旅客每人每次遊程在金門之最低消費金額約為7,468元。詳細資料參閱表2.5.10/圖2.5.9。

**估算公式：**每人每次遊程平均最低消費金額=(平均每人每次的餐飲費用)+(平均每人每次交通費用)+(平均每人每次的購物費用)+(平均每人每次的住宿費用)+(平均每人每次的娛樂費用)+(平均每人每次的其他項目費用)

**備註：**各細項費用取區間金額之平均數，例：4,000-4,999元取4,500元；而999元以下及15,000元以上，則取999元及15,000元。

表 2.5.10 自助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(%)
餐飲消費	1,762	23.6
交通費用	1,478	19.8
購物費用	2,235	29.9
住宿消費	1,156	15.5
娛樂消費(含門票、套裝旅遊)	534	7.2
其他項目支出	303	4.1
合計	7,468	100.0

註:各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

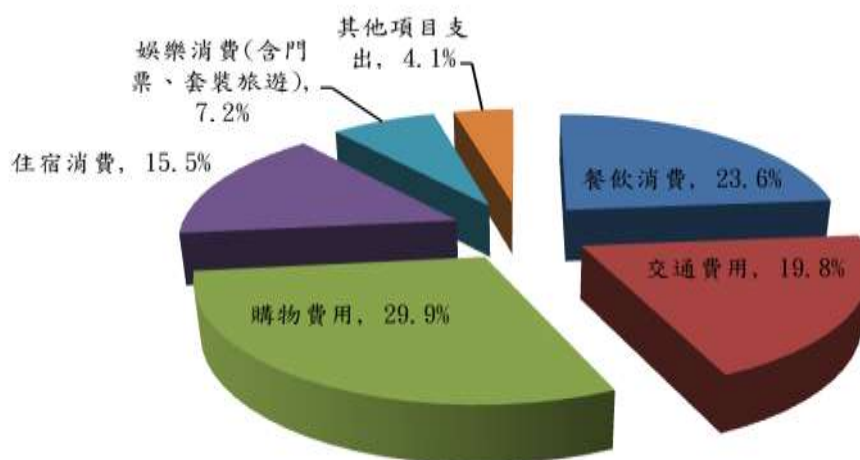


圖 2.5.9 自助旅客每人每次遊程平均最低消費金額

### 三、106年度來金旅客最低消費總金額估算：

106年度（01月-12月）來金旅客最低消費總額約為1佰76億2仟6佰8拾3萬9仟4佰68元。估算方式參閱如下。

經本調查隨機抽樣之台灣觀光旅客份數總人次為2007人（不含小三通過境客），其中參團旅客為479人，佔23.9%，自助旅由旅客為1528人，佔76.1%。因此，由附錄五得知106年度（01月-12月）由尚義機場進出金門的旅客總人數約為2,336,685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2007人佔總抽樣份數的49.3%，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50.7%，由此百分比來推估，106年度（01月-12月）來金觀光旅遊人數約為2,336,685人，而參加旅行社旅客人次推估為558,468人，其在金門每人每次遊程最低消費金額估算為7,784元，自助旅行觀光旅客為1,778,217人，其在金門每人每次遊程最低消費金額估算為7,468元。

#### 估算公式：

$$\begin{aligned} \text{總消費金額} &= \text{參加旅行社旅遊旅客數} \times \text{參加旅行社旅遊旅客} \\ &\quad \text{每人每次遊程最低消費金額} + \text{自助旅遊旅客數} \\ &\quad \times \text{自助旅行觀光旅客每人每次遊程最低消費金額} \\ &= 558,468 \times 7,784 \text{ 元} + 1,778,217 \times 7,468 \text{ 元} \\ &= 4,347,114,912 \text{ 元} + 13,279,724,556 \text{ 元} \\ &= 17,626,839,468 \text{ 元} \end{aligned}$$

## 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61.0%最受喜愛，「牛肉乾」佔40.8%次之，「高粱酒」佔31.6%為第三，詳細資料參閱2.2.11/圖2.5.10（本題為複選題）。

表 2.5.11 特產種類

特產	調查樣本	
	次數	百分比(%)
貢糖	1225	61.0
牛肉乾	818	40.8
高粱酒	634	31.6
一條根	598	29.8
麵線	558	27.8
免稅品	330	16.4
餅類(燒餅、蛋捲等)	307	15.3
風獅爺藝品	271	13.5
砲彈鋼刀	245	12.2
高粱醋(酵素)	126	6.3
無消費	96	4.8
大陸食品	85	4.2
其他	35	1.7
合計	5328	265.4

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)

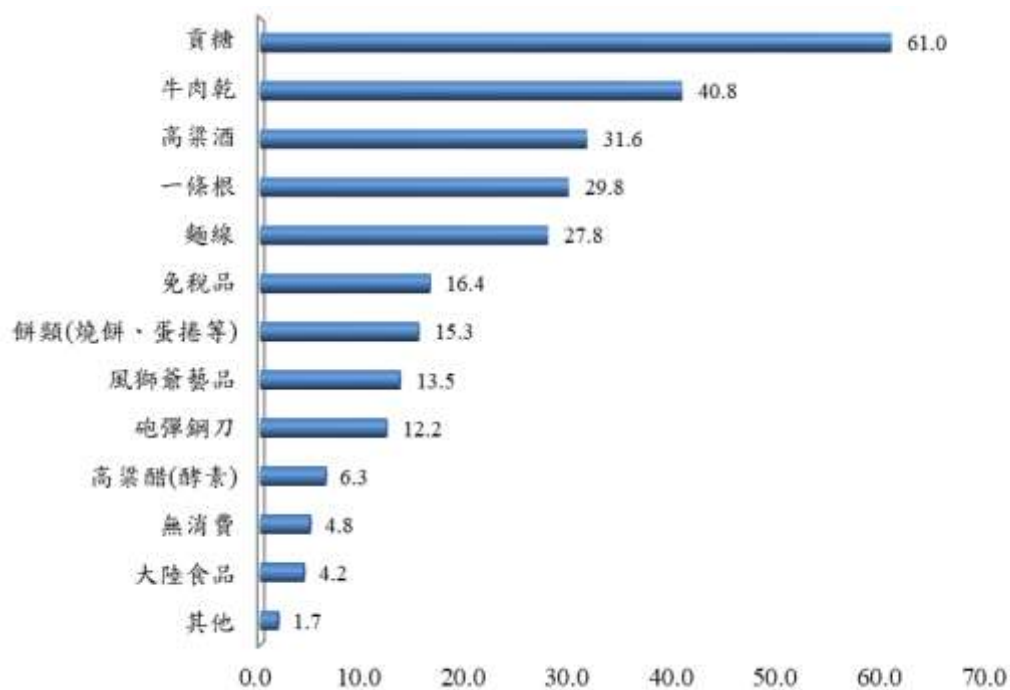


圖 2.5.10 特產種類

## 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51.5%，「免稅店」為次之佔24.9%，「傳統市場」佔23.4%為第三，詳細資料參閱表2.5.12/圖2.5.13（本題為複選題）。

表 2.5.12 購物地點

購物地點	調查樣本	
	次數	百分比(%)
自行前往之特產店	1033	51.5
免稅店	499	24.9
傳統市場	470	23.4
旅行社安排之特產店	375	18.7
風景據點小販	348	17.3
機場	250	12.5
景點的遊客中心	200	10.0
無購買	146	7.3
其他	17	0.8
合計	3338	166.4

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=2007(受訪樣本數)

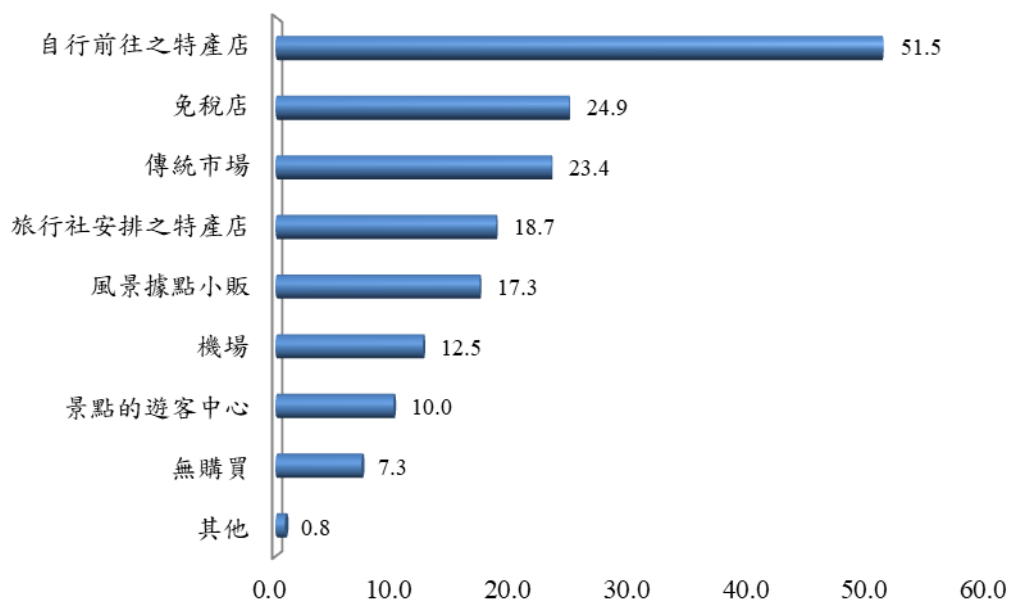


圖 2.5.11 購物地點

## 第六節 來金門旅遊後對各項相關設施與服務滿意度

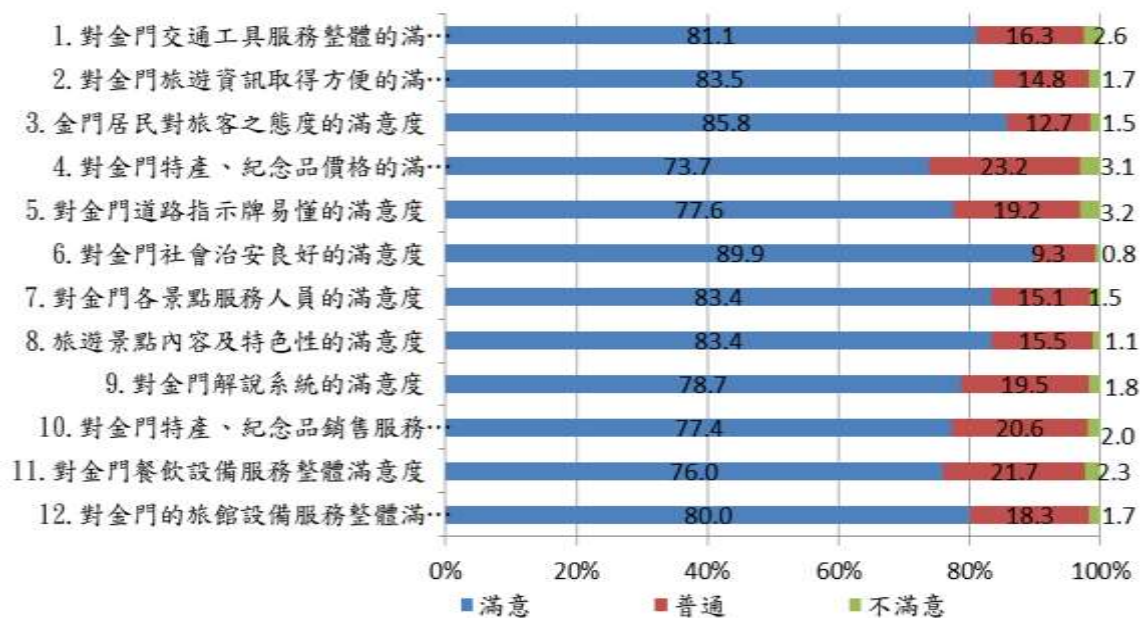
來金旅遊後對各項相關設施與服務滿意度以題項6.對金門社會治安良好的滿意度為排序後的第一順位（平均數=4.41），題項3.金門居民對旅客之態度的滿意度為排序後的第二順位（平均數=4.28），題項7.對金門各景點服務人員的滿意度為第三順位（平均數=4.22），相關數據請參閱下表2.6.1。

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	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	4.15	0.81	6
2.對金門旅遊資訊取得方便的滿意度	4.21	0.76	4
3.金門居民對旅客之態度的滿意度	4.28	0.75	2
4.對金門特產、紀念品價格的滿意度	4.00	0.81	12
5.對金門道路指示牌易懂的滿意度	4.08	0.83	10
6.對金門社會治安良好的滿意度	4.41	0.70	1
7.對金門各景點服務人員的滿意度	4.22	0.76	3
8.旅遊景點內容及特色性的滿意度	4.20	0.74	5
9.對金門解說系統的滿意度	4.12	0.79	8
10.對金門特產、紀念品銷售服務態度	4.08	0.79	9
11.對金門餐飲設備服務整體滿意度	4.05	0.81	11
12.對金門的旅館(民宿)設備服務整體滿意度	4.13	0.77	7

註：平均數為 5=非常滿意，4=還算滿意，3=普通，2=不太滿意，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」之旅客滿意比率較多，而不滿意「對金門道路指示牌易懂的滿意度」比率較多。



註 1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

註 2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」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	非常不滿意	5	0.2
	不太滿意	16	0.8
	普通	285	14.2
	還算滿意	848	42.3
	非常滿意	853	42.5
	總計	2007	100.0
二、推薦意願	非常不願意	5	0.2
	不太願意	18	0.9
	普通	254	12.7
	還算願意	757	37.7
	非常願意	973	48.5
	總計	2007	100.0
三、回遊意願	非常不願意	4	0.2
	不太願意	30	1.5
	普通	274	13.7
	還算願意	725	36.1
	非常願意	974	48.5
	總計	2007	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

## 貳、整體滿意度

來金旅客對此次金門之旅整體滿意如下：「非常滿意」為42.5%、「還算滿意」為42.3%，非常滿意與還算滿意合計百分比為84.8%，「普通」佔14.2%，「不太滿意」為0.8%、「非常不滿意」為0.2%，不太滿意與非常不滿意合計百分比為1.0%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	5	0.2
不太滿意	16	0.8
普通	285	14.2
還算滿意	848	42.3
非常滿意	853	42.5
總計	2007	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

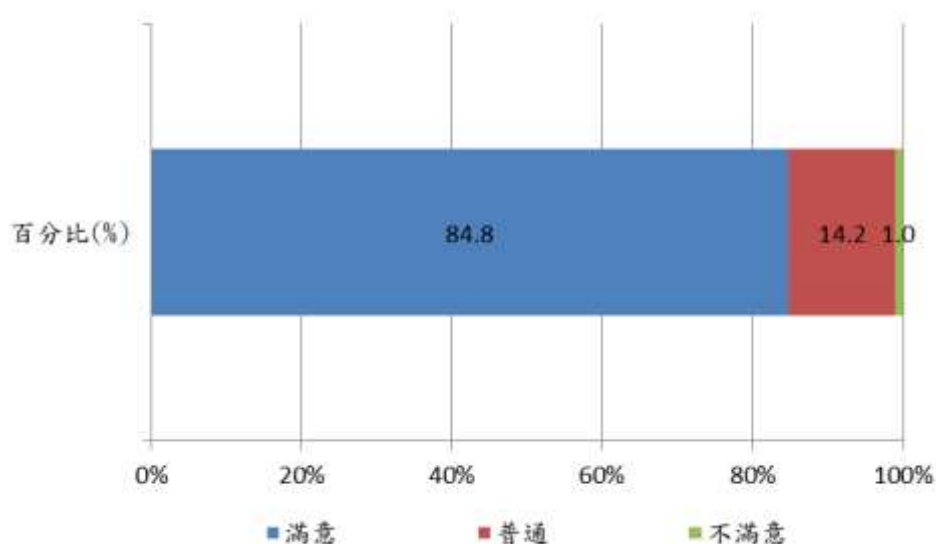


圖 2.7.1 來金旅客對金門之旅整體滿意度

## 參、推薦意願

來金旅客會推薦金門之旅的意願如下：「非常願意」為48.5%、「還算願意」為37.7%，非常願意與還算願意合計百分比為86.2%，「普通」佔12.7%，「不太願意」為0.9%、「非常不願意」為0.2%，不太願意與非常不願意合計百分比為1.1%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不願意	5	0.2
不太願意	18	0.9
普通	254	12.7
還算願意	757	37.7
非常願意	973	48.5
總計	2007	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常願意」和「還算願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，「非常不願意」和「不太願意」合併為「不願意」。

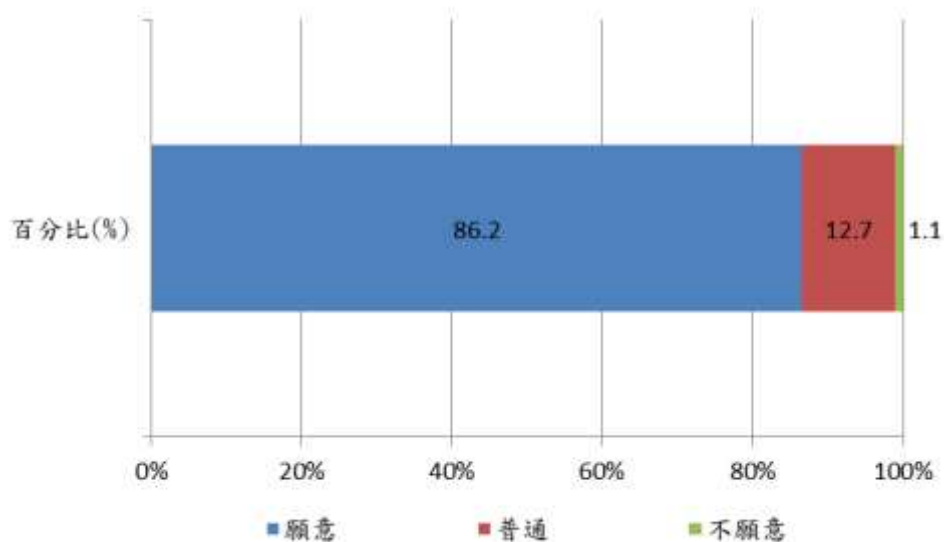


圖2.7.2 來金旅客推薦金門之旅的意願

## 肆、回遊意願

來金旅客回遊金門的意願如下：「非常願意」為48.5%、「還算願意」為36.1%，非常願意與還算願意合計百分比為84.6%，「普通」佔13.7%，「不太願意」為1.5%、「非常不願意」為0.2%，不太願意與非常不願意合計百分比為1.7%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不願意	4	0.2
不太願意	30	1.5
普通	274	13.7
還算願意	725	36.1
非常願意	974	48.5
總計	2007	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常願意」和「還算願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，「非常不願意」和「不太願意」合併為「不願意」。

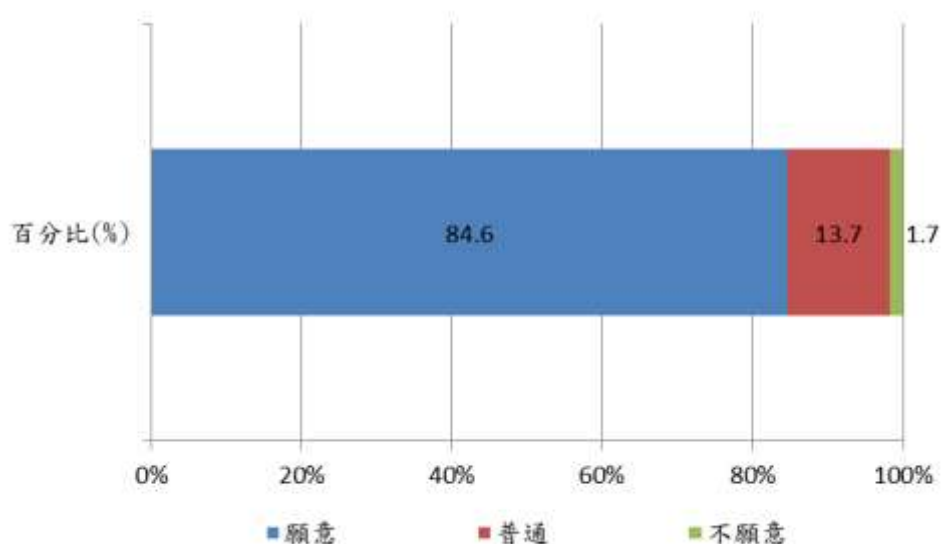


圖2.7.3 來金旅客願再次來金門旅遊的意願

## 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	非常不滿意	3	0.5
	不太滿意	8	1.3
	普通	158	26.1
	還算滿意	243	40.2
	非常滿意	193	31.9
	總計	605	100.0
二、導遊滿意度	非常不滿意	0	0.0
	不太滿意	5	0.8
	普通	149	24.6
	還算滿意	223	36.9
	非常滿意	228	37.7
	總計	605	100.0
三、遊程設計滿意度	非常不滿意	0	0.0
	不太滿意	6	1.0
	普通	139	23.0
	還算滿意	261	43.1
	非常滿意	199	32.9
	總計	605	100.0
四、團費滿意度	非常不滿意	2	0.3
	不太滿意	10	1.7
	普通	166	27.4
	還算滿意	222	36.7
	非常滿意	205	33.9
	總計	605	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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

來金旅客對此次旅行社整體滿意如下：「非常滿意」為31.9%、「還算滿意」為40.2%，非常滿意與還算滿意合計為72.1%，「普通」佔26.1%，「不太滿意」為1.3%、「非常不滿意」為0.5%，不太滿意與非常不滿意合計為1.8%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	3	0.5
不太滿意	8	1.3
普通	158	26.1
還算滿意	243	40.2
非常滿意	193	31.9
總計	605	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

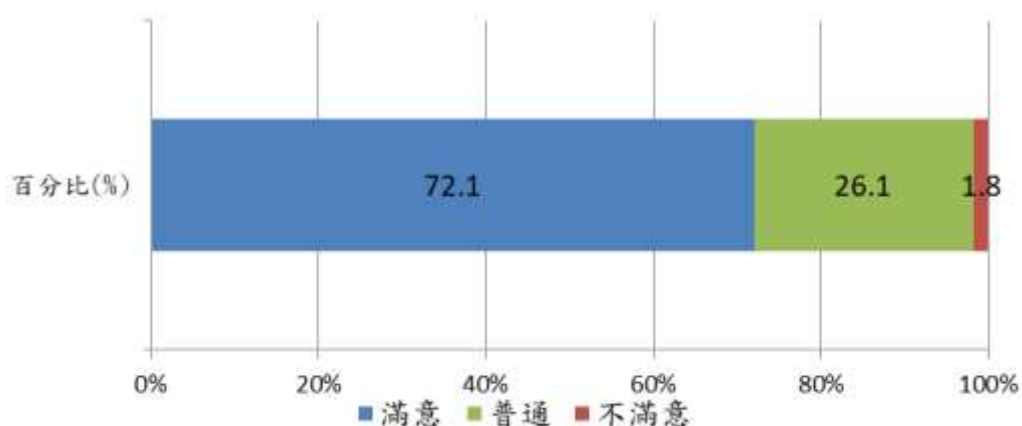


圖 2.8.1 來金旅客對旅行社整體滿意度

## 二、導遊滿意度

來金旅客對此次導遊整體滿意如下：「非常滿意」為37.7%、「還算滿意」為36.9%，非常滿意與還算滿意合計為74.6%，「普通」佔24.6%，「不太滿意」為0.8%、「非常不滿意」為0.0%，不太滿意與非常不滿意合計為0.8%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	0	0.0
不太滿意	5	0.8
普通	149	24.6
還算滿意	223	36.9
非常滿意	228	37.7
總計	605	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

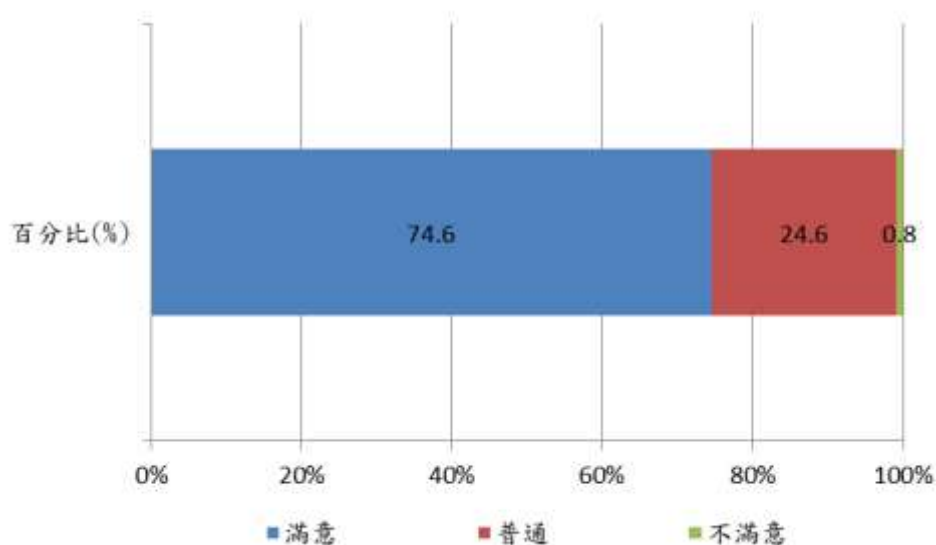


圖 2.8.2 來金旅客對導遊整體滿意度

### 三、遊程設計滿意度

來金旅客對此次遊程設計整體滿意如下：「非常滿意」為32.9%、「還算滿意」為43.1%，非常滿意與還算滿意合計為76.0%，「普通」佔23.0%，「不太滿意」為1.0%、沒有「非常不滿意」，不太滿意與非常不滿意合計為1.0%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	0	0.0
不太滿意	6	1.0
普通	139	23.0
還算滿意	261	43.1
非常滿意	199	32.9
總計	605	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

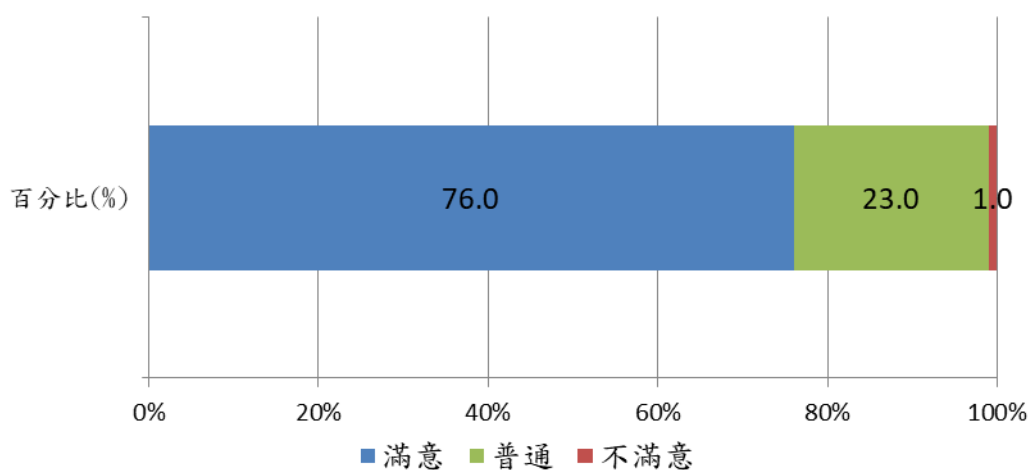


圖 2.8.3 來金旅客對遊程設計的整體滿意度



#### 四、團費滿意度

來金旅客對此次團費整體滿意如下：「非常滿意」為33.9%、「還算滿意」為36.7%，非常滿意與還算滿意合計為70.6%，「普通」佔27.4%，「不太滿意」為1.7%、「非常不滿意」為0.3%，不太滿意與非常不滿意合計為2.0%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	2	0.3
不太滿意	10	1.7
普通	166	27.4
還算滿意	222	36.7
非常滿意	205	33.9
總計	605	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

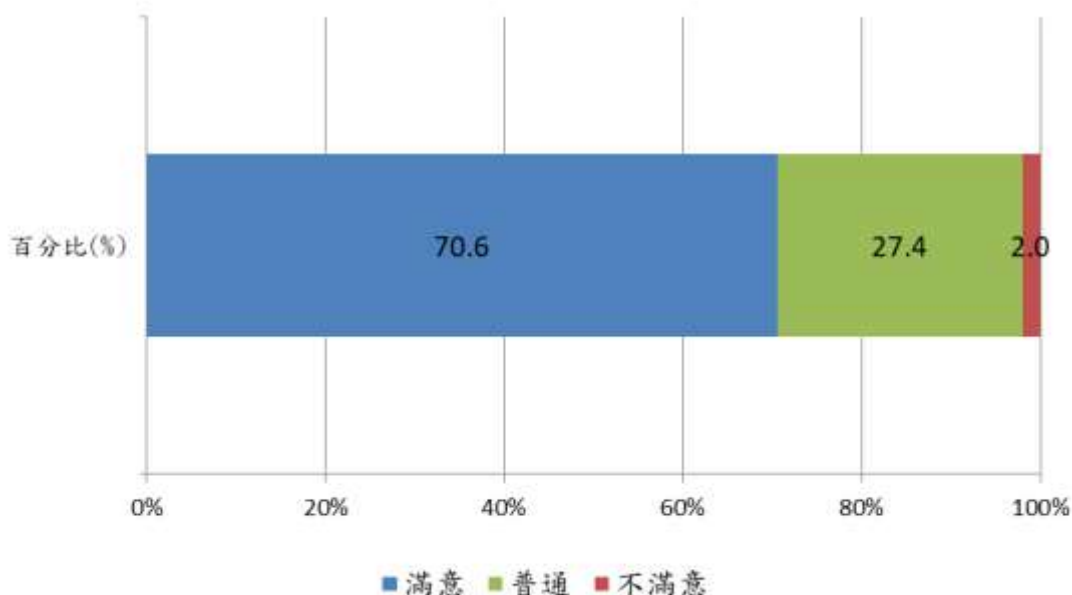


圖 2.8.4 來金旅客對團費整體滿意度

## 參、來金觀光旅客對金門整體觀光環境與服務的建議

### 第二季

娛樂與消費建議	1. 當地消費偏高。
	2. 餐廳營業時間太短，可延長營業時間以方便購買宵夜。
	3. 餐廳環境衛生差。
	4. 路邊小吃服務品質與台灣有落差。
	5. 景點休憩區遊樂設施太少，趣味性太少。
	6. 舉辦的活動較少。只有單純的景點能看。
	7. 多保存傳統建築歷史文物及自然景觀，勿過度開發，蓋突兀的建築物。
	8. 可以蠟像方式重現戰地風采。
	9. 提供更方便的旅遊指南。
	10. 紀念商品特色不夠，包裝亮點要加強。
交通與環境建議	1. 交通工具不夠便利(公車班次、飛機航班可再增加)。
	2. 道路標示不清且不連貫，斷斷續續。
	3. 道路路面不平、道路維修多未通知。
	4. 已無戰地色彩，且無規劃退伍人員懷念之行程。
	5. 海岸中國漂來的垃圾太多，需要清理；漂亮的海岸需要推向國際。
	6. 機場冷氣溫度在夏天時可以依溫度調整。

### 第三季

娛樂與消費建議	1 商品特色不夠，包裝亮點要加強
	2 不需要特別蓋一些觀光場館，金門最吸引人的的是在地本就有的文化
	3 餐廳環境衛生差
	4 傳統名店態度不佳
	5 景點指示牌尚可加強
	6 路邊小吃服務品質與台灣有落差
	7 遊樂設施太少，趣味性太少
	8 多保存傳統建築歷史文物及自然景觀，勿過度開發，蓋突兀的建築物
	9 沒什麼能吃，選擇少
	10 無規劃退伍人員懷念之行程
	11 提供更方便的旅遊指南
	12 可以蠟像方式重現戰地風采
交通	1 大眾交通運輸較為不便
	2 公車班次可再增加

與環境建議	3 飛機航班太少
	4 交通差，當地居民較無守法概念
	5 機票費用太貴
	6 紅綠燈希望能改善(很多路口閃黃燈)
	7 碼頭設備建設應再提升
	8 道路品質有待加強(有坑洞、凹凸不平)
	9 機場機器太吵
增加便利性建議	1 道路旁的樹都不見了，開、騎車很曬

#### 第四季

交通與設施建議	1 增設道路標示
	2 建立網路乘車資訊查詢系統
	3 交通工具不方便，應增加公車班次
	4 希望公車都能有語音報站名，或是螢幕顯示
	5 沙美公車到山后民俗村班少又脫班，建議公車一日券 70 元
	6 交通違規頻繁，應加強交通管制
	7 希望有太武山的遊園車服務
	8 道路不平、坑洞多，希望加強道路維修工作
	9 景點環境規劃待加強、特色活動可增加
	10 景點位置標示希望能更明確
娛樂與消費建議	1 希望多增設小吃店
	2 不開放博弈，大力發展觀光及歷史遺跡
	3 加強水獺保育工作，使其成為一種觀光產值
	4 可以多一點觀光活動，例如：夜市
	5 希望麥當勞、肯德基等大型速食業進駐金門
	6 沒有哺乳室和很多景點都沒有尿布台，帶嬰兒不方便
	7 對特色沙灘執行整建
	8 增設遮陰處(ex:涼亭、休息站)
	9 應多增加水上活動項目
	10 保留傳統古蹟、活動
	11 希望開放太武山機車、開發攀岩場、多整理海岸景點
	12 應該推出手機導覽 APP 的服務

## 第九節 年度趨勢分析

### 壹、入境地點

旅客入境地點以「臺北機場」最多，其次為「台中機場」，「高雄機場」為第三。

表 2.9.1 入境地點

入境地點	全年調查樣本							
	臺北	台中	嘉義	台南	高雄	澎湖	其他	合計
第二季(04-06月)	252	133	21	26	86	1	14	533
	47.3	25.0	3.9	4.9	16.1	0.2	2.6	100.0
第三季(07-09月)	342	161	12	74	85	2	18	694
	49.3	23.2	1.7	10.7	12.2	0.3	2.6	100.0
第四季(10-12月)	367	173	15	62	141	5	17	780
	47.1	22.2	1.9	7.9	18.1	0.6	2.2	100.0
合計	961	467	48	162	312	8	49	2007
排序	1	2	6	4	3	7	5	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

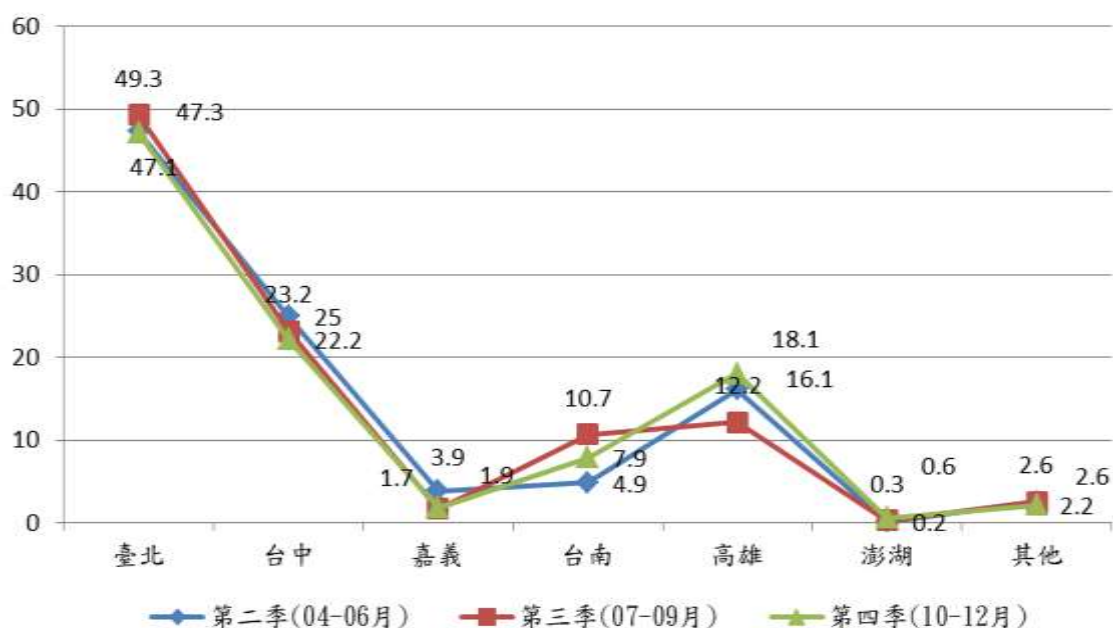


圖 2.9.1 入境地點

## 貳、來金次數

旅客來金次數以「1次」最多，其次為「6次以上」，「2次」為第三高。

表 2.9.2 來金次數

入境地點	全年調查樣本						合計
	1次	2次	3次	4次	5次	6次以上	
第二季(04-06月)	198	81	44	21	20	169	533
	37.1	15.2	8.3	3.9	3.8	31.7	100.0
第三季(07-09月)	238	99	58	33	19	247	694
	34.3	14.3	8.4	4.8	2.7	35.6	100.0
第四季(10-12月)	305	161	84	27	24	179	780
	39.1	20.6	10.8	3.5	3.1	22.9	100.0
合計	741	341	186	81	63	595	2007
排序	1	3	4	5	6	2	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

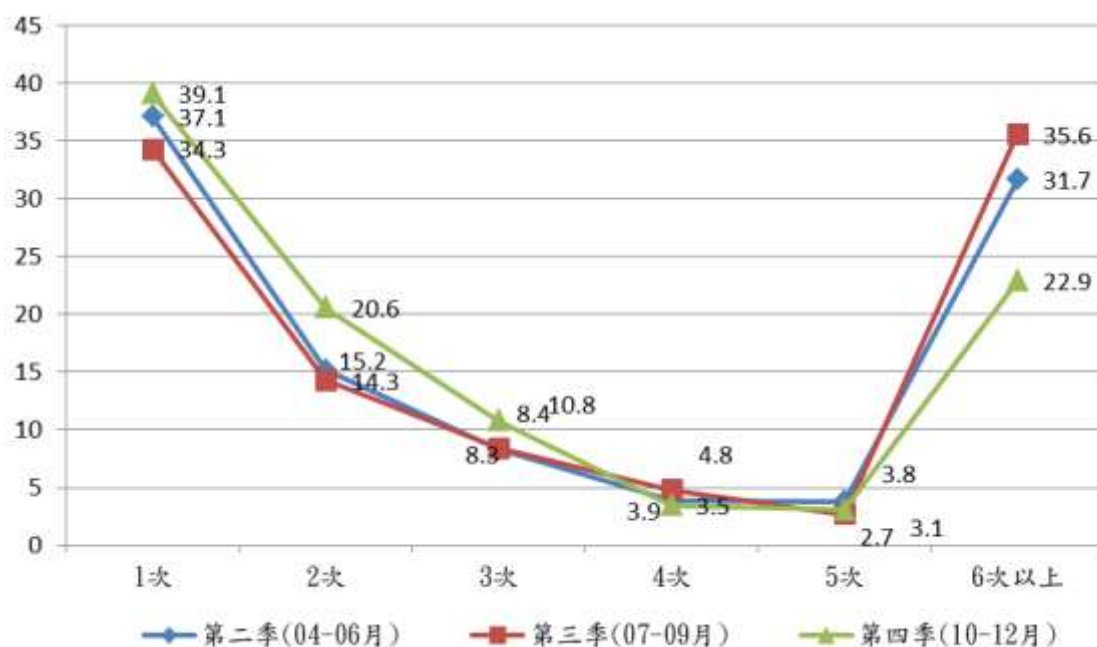


圖 2.9.2 來金次數

## 參、主要目的

旅客來金目的以「觀光、渡假、旅行」最多，其次為「探親及訪友」，「商(公)務兼觀光旅遊」為第三。

表 2.9.3 主要目的

入境地點	全年調查樣本				
	觀光、渡假、旅行	探親及訪友	商(公)務兼觀光旅遊	中轉旅客 (在金門停留一日以上)	合計
第二季(04-06月)	342	71	108	12	533
	64.2	13.3	20.3	2.3	100.0
第三季(07-09月)	402	150	110	32	694
	57.9	21.6	15.9	4.6	100.0
第四季(10-12月)	493	151	97	39	780
	63.2	19.4	12.4	5.0	100.0
合計	1237	372	315	83	2007
排序	1	2	3	4	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

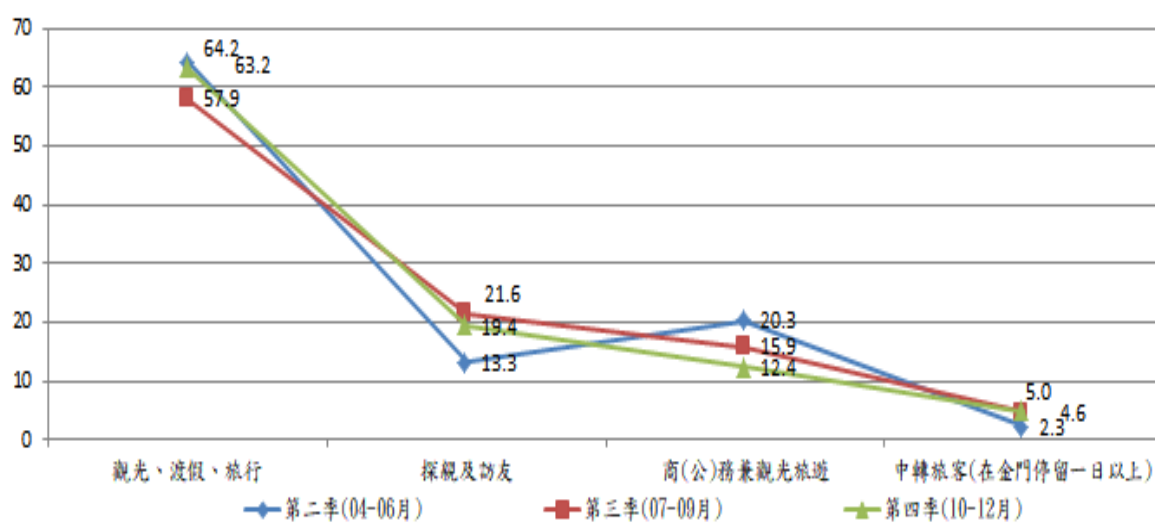


圖 2.9.3 主要目的

## 肆、停留時間

旅客來金的停留時間以「3天2夜」最多，其次為「5天(含)以上」，「2天1夜」為第三。

表 2.9.4 停留時間

入境地點	全年調查樣本				合計
	2天1夜	3天2夜	4天3夜	5天(含)以上	
第二季(04-06月)	109	259	44	121	533
	20.5	48.6	8.3	22.7	100.0
第三季(07-09月)	160	259	64	211	694
	23.1	37.3	9.2	30.4	100.0
第四季(10-12月)	144	433	99	104	780
	18.5	55.5	12.7	13.3	100.0
合計	413	951	207	436	2007
排序	3	1	4	2	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

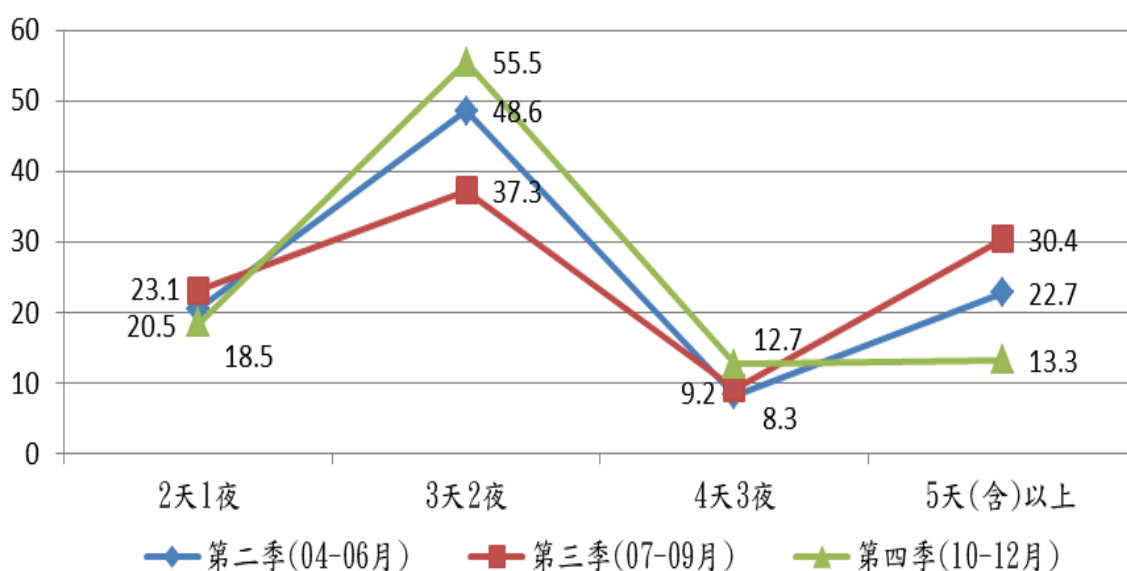


圖 2.9.4 停留時間

## 伍、團費

團體旅客來金的消費以「10,000元(含)以上」最多，其次為「3,999元以下」，「8,000-9,999元」為第三。

表 2.9.5 團費

入境地點	全年調查樣本								合計
	3,999元以下	4,000-4,999元	5,000-5,999元	6,000-6,999元	7,000-7,999元	8,000-9,999元	10,000元(含)以上	不清楚/拒答	
第二季(04-06月)	1	0	3	5	19	19	46	0	93
	1.1	0.0	3.2	5.4	20.4	20.4	49.5	0.0	100.0
第三季(07-09月)	19	1	10	5	3	13	72	59	182
	10.4	0.5	5.5	2.7	1.6	7.1	39.6	32.4	100.0
第四季(10-12月)	62	7	18	11	7	35	64	0	204
	30.4	3.4	8.8	5.4	3.4	17.2	31.4	0.0	100
合計	82	8	31	21	29	67	182	59	479
排序	2	8	5	7	6	3	1	4	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

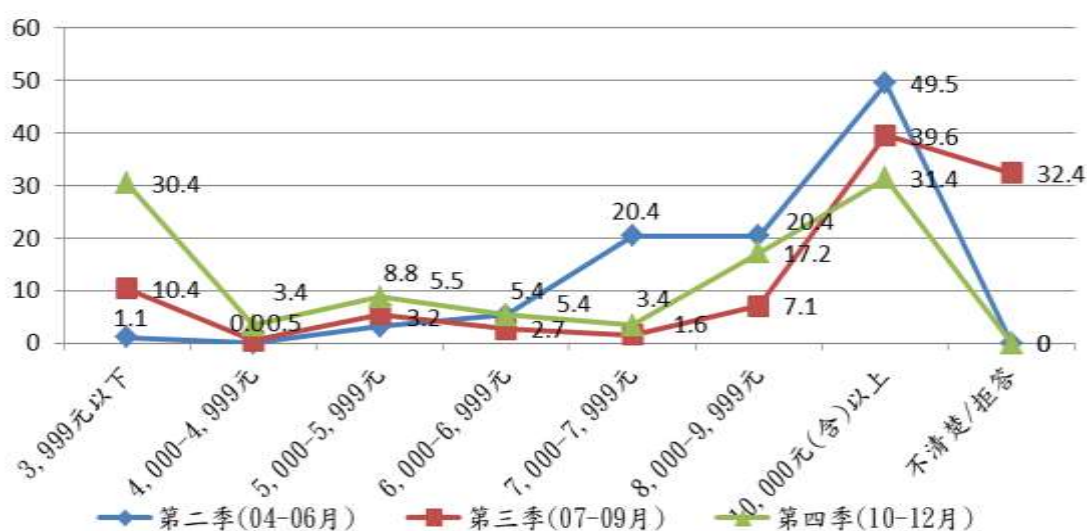


圖 2.9.5 團費



## 陸、來金旅客旅遊資訊來源

旅客來金的旅遊資訊來源以「親朋好友/公司同事」最多，其次為「電腦網路」，「個人經驗」第三。

表 2.9.6 來金旅客旅遊資訊來源

旅遊資訊來源	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
第二季(04-06 月)	74	59	133	68	45
	13.9%	11.1%	25.0%	12.8%	8.4%
第三季(07-09 月)	118	81	152	95	36
	17.0	11.7	21.9	13.7	5.2
第四季(10-12 月)	103	111	180	174	72
	13.2	14.2	23.1	22.3	9.2
合計	295	251	465	337	153
排序	5	7	2	4	9

旅遊資訊來源	全年調查樣本				
	旅遊展覽	個人經驗	政府觀光相關單位	親朋好友/公司同事	其他
第二季(04-06 月)	17	94	58	211	6
	3.2	17.6	10.9	39.6	1.1
第三季(07-09 月)	22	139	82	270	12
	3.2	20.0	11.8	38.9	1.7
第四季(10-12 月)	37	155	113	289	3
	4.7	19.9	14.5	37.1	0.4
合計	76	388	253	770	21
排序	8	3	6	1	10

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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」最多，其次為「探親及訪友」；來金次數以「一次」為最高，「六次以上」次之，「二次」最少。

交叉比較發現，「觀光、渡假、旅行」與「探親及訪友」目的來金者會有頻繁的來金次數，而以「觀光、渡假、旅行」目的來金者，以「一次」比例最高，其次為「二次」者的旅客。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	614	44	56	27	741
	82.9	5.9	7.6	3.6	100.0
二次	245	55	30	11	341
	71.8	16.1	8.8	3.2	100.0
三次	109	42	30	5	186
	58.6	22.6	16.1	2.7	100.0
四次	41	17	16	7	81
	50.6	21.0	19.8	8.6	100.0%
五次	36	16	9	2	63
	57.1	25.4	14.3	3.2	100.0
六次以上	192	198	174	31	595
	32.3	33.3	29.2	5.2	100.0
合計	1237	372	315	83	2007
排序	1	2	3	4	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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分分布在「40-49歲」的佔26.3%。而「自行規劃行程的旅遊」之旅客，其年齡層大部分集中分布在「20-29歲」佔31.0%。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	30	72	78	126	108	57	8	479
	6.3	15.0	16.3	26.3	22.5	11.9	1.7	100.0
自行規劃行程的旅遊	82	473	358	300	232	74	9	1528
	5.4	31.0	23.4	19.6	15.2	4.8	0.6	100.0
合計	112	545	436	426	340	131	17	2007
排序	6	1	2	3	4	5	7	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

## 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 46.3%、「女性」旅客比例為 53.7%，採自行規劃行程的旅遊之「男性」旅客比例為 49.6%、「女性」旅客比例為 50.4%。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	222	257	479
	46.3	53.7	100.0
自行規劃行程的旅遊	758	770	1528
	49.6	50.4	100.0
合計	980	1027	2007

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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太滿意之百分比總和分布在「自行規劃行程的旅遊」佔 1.0%，而非常滿意和還算滿意之百分比總和分布在「參加旅行社套裝遊程」為 87.1%。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	2	3	5
	0.4	0.2	0.2
2. 不太滿意	4	12	16
	0.8	0.8	0.8
1+2(比例總和)	6	15	21
	1.3	1.0	1.0
3. 普通	56	229	285
	11.7	15.0	14.2
4. 還算滿意	189	659	848
	39.5	43.1	42.3
5. 非常滿意	228	625	853
	47.6	40.9	42.5
4+5(比例總和)	417	1284	1701
	87.1	84.0	84.8
合計	479	1528	2007
	100.0	100.0	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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與不太滿意之百分比總和分布在「男性」佔 1.2%，而非常滿意和還算滿意之百分比總和分布在「女性」為 85.8%。詳細資料請參閱表 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	4	1	5
	0.4	0.1	0.2
2. 不太滿意	8	8	16
	0.8	0.8	0.8
(1+2)比例總和	12	9	21
	1.2	0.9	1.0
3. 普通	148	137	285
	15.1	13.3	14.2
4. 還算滿意	401	447	848
	40.9	43.5	42.3
5. 非常滿意	419	434	853
	42.8	42.3	42.5
(4+5)比例總和	820	881	1701
	83.7	85.8	84.8
合計	980	1027	2007
	100.0	100.0	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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、服務設施滿意度)、整體滿意度、推薦回遊意願共五購面間差異分析，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

在年齡方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著差異，60-69 歲的人對旅行社套裝行程滿意度高於 20-29 歲及 30-39 歲。

#### 二、旅遊決策

在主要目的方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著差異，「觀光、渡假、旅行」的旅客滿意度高於其他者許多。

#### 三、旅客動向

在停留時間方面，對旅行社套裝行程滿意度無顯著差異。在蒞臨次數方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著差異，「1 次」的旅客滿意度高於「2 次」及「6 次以上」。

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	全年調查樣本				
	選項	樣本數	旅行社套裝 行程滿意度	F/t	Scheffe 法
性別	(1)男	282	4.02	0.92	
	(2)女	323	4.08		
年齡	(1)19 歲以下	88	3.82	4.71***	6>2 6>3
	(2)20-29 歲	107	3.94		
	(3)30-39 歲	134	3.97		
	(4)40-49 歲	34	4.06		
	(5)50-59 歲	16	4.14		
	(6)60-69 歲	68	4.40		
	(7)70 歲及以上	8	4.63		
教育 程度	(1)高中、職	200	3.99	2.36*	n.s
	(2)拒答	10	4.00		
	(3)專科、大學	287	4.01		
	(4)研究所及以上	36	4.25		
	(5)國(初)中	55	4.31		
	(6)國中及以下	17	4.35		
職業	(1)其他	18	3.83	1.31	
	(2)事務工作人員	43	3.86		
	(3)技術員及助理專業人員	56	3.88		
	(4)服務工作人員及售貨員	74	3.96		
	(5)學生	47	3.98		
	(6)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	42	4.05		
	(7)專業人員	114	4.06		
	(8)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	38	4.13		
	(9)退休人員	46	4.20		
	(10)家庭主婦	104	4.21		
	(11)農、林、漁、牧工作人員	9	4.22		
	(12)拒答	14	4.29		
平均 所得	(1)10 萬元以上	19	3.79	1.20	
	(2)7 萬 - 10 萬元	30	4.10		
	(3)5 萬 - 7 萬元	90	4.02		
	(4)4 萬 - 5 萬元	92	4.11		
	(5)3 萬 - 4 萬元	119	3.97		
	(6)2 萬 - 3 萬元	80	3.94		
	(7) 2 萬元以下	39	4.13		
	(8)無經常性收入	130	4.16		
	(9)拒答	6	4.50		



居住地區	(1)離島地區	17	3.53	3.17**
	(2)海外	10	3.80	
	(3)北部地區	249	3.97	
	(4)東部地區	10	4.00	
	(5)南部地區	171	4.12	
	(6)中部地區	132	4.14	
	(7)拒答	16	4.56	
婚姻	(1)拒答	4	3.50	2.35
	(2)未婚	184	3.97	
	(3)已婚	417	4.09	

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	全年調查樣本				
	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/t	Scheffe 法
主要目的	(1)中轉旅客(在金門停留一日以上)	15	3.53	8.07***	4>2
	(2)探親及訪友	56	3.64		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	42	3.95		
	(4)觀光、渡假、旅行	492	4.12		

表 2.11.3 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	全年調查樣本				
	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/t	Scheffe 法
停留時間	(1)5天(含)以上	40	3.78	2.79*	n.s
	(2)4天3夜	42	4.14		
	(3)3天2夜	421	4.10		
	(4)2天1夜	102	3.93		
蒞臨次數	(1)6次以上	88	3.84	5.93***	5>3 5>2
	(2)5次	15	4.40		
	(3)4次	22	3.82		
	(4)3次	55	3.93		
	(5)2次	115	3.85		
	(6)1次	310	4.21		

## 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三構面有顯著差異。「40-49歲」、「60-69歲」對觀光便利性滿意度高於「20-29歲」者。「40-49歲」、「60-69歲」對觀光環境滿意度高於「20-29歲」者。「60-69歲」對觀光環境滿意度高於「30-39歲」、「50-59歲」者。「40-49歲」對服務設施滿意度高於「20-29歲」者。

在教育程度方面，對各項設施與服務滿意度二構面有顯著差異。「國(初)中」對觀光便利性滿意度高於「專科/大學」、「研究所及以上」者。「國(初)中」對觀光環境滿意度高於「高中職」、「專科/大學」者。

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

### 二、旅遊決策

在主要目的方面，對各項設施與服務滿意度三構面有顯著差異。「觀光、渡假、旅行」對觀光便利性、觀光環境、服務設計滿意度皆高於「商(公)務兼觀光旅遊」者。

### 三、遊客動向

在蒞臨次數方面，對各項設施與服務滿意度三構面有顯著差異。「一次」、「二次」對觀光便利性滿意度皆高於「六次以上」者。「一次」對觀光環境、服務設施滿意度皆高於「六次以上」者。

在交通工具方面，對各項設施與服務滿意度三構面有顯著差異。「遊覽車」、「租用汽車」、「公車(含金門好行)」對觀光便利性滿意度皆高於「計程車」者。「遊覽車」對觀光環境、服務設施滿意度皆高於「計程車」、「租用機車」者。

在停留時間方面，對各項設施與服務滿意度三構面皆無顯著差異。

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

	選項	樣本數	觀光便利 性滿意度	觀光環境 滿意度	服務設施 滿意度
性別	(1)男	980	4.17	4.21	4.15
	(2)女 t 值	1027	4.19 0.47	4.18 1.09	4.12 0.73
年齡	(1)19 歲以下	112	4.17	4.23	4.21
	(2)20-29 歲	545	4.08	4.09	4.06
	(3)30-39 歲	436	4.15	4.17	4.19
	(4)40-49 歲	426	4.29	4.29	4.25
	(5)50-59 歲	340	4.16	4.16	4.08
	(6)60-69 歲	131	4.36	4.41	4.28
	(7)70 歲以上 F 值 Scheffe 法	17	4.21 4.73*** 4>2, 6>2	4.25 6.46*** 4>2, 6>2, 6>3, 6>5	4.26 4.38*** 4>2
教育 程度	(1)研究所以上	177	4.11	4.19	4.08
	(2)專科/大學	1081	4.14	4.17	4.12
	(3)高中職	575	4.20	4.19	4.12
	(4)拒答	14	4.21	4.21	4.25
	(5)國(初)中	107	4.41	4.42	4.34
	(6)國中及以下 F 值 Scheffe 法	53	4.47 4.78*** 5>2, 5>1	4.36 3.59* 5>3, 5>2	4.39 4.12** n.s
職業	(1)事務工作人員	131	4.05	4.09	4.00
	(2)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	125	4.07	4.20	4.04
	(3)學生	302	4.11	4.15	4.16
	(4)專業人員	382	4.12	4.13	4.06
	(5)服務工作人員及售貨員	299	4.17	4.20	4.12
	(6)其他	105	4.23	4.19	4.20
	(7)退休人員	100	4.26	4.29	4.18
	(8)農、林、漁、牧工作人員	33	4.26	4.11	4.06
	(9)家庭主婦	233	4.27	4.24	4.19
	(10)技術員及助理專業人員	161	4.30	4.23	4.17
	(11)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或 體力工	106	4.33	4.33	4.29
	(12)拒答 F 值 Scheffe 法	30	4.43 2.73* n.s	4.43 1.83* n.s	4.42 2.59* n.s
平	(1)10 萬元以上	75	4.13	4.12	3.99
	(2)7 萬 - 10 萬元	97	4.10	4.30	4.09

均所得	(3)5萬 - 7萬元	231	4.18	4.23	4.14
	(4)4萬 - 5萬元	321	4.20	4.15	4.09
	(5)3萬 - 4萬元	388	4.20	4.19	4.12
	(6)2萬 - 3萬元	305	4.12	4.13	4.12
	(7)2萬元以下	161	4.14	4.19	4.13
	(8)無經常性收入	412	4.22	4.24	4.21
	(9)拒答	17	4.44	4.35	4.40
	F 值		0.99	1.438	1.736
	Scheffe 法				
居住地區	(1)海外	32	4.02	4.32	4.24
	(2)離島地區	65	4.07	4.07	4.05
	(3)北部地區	945	4.14	4.16	4.08
	(4)東部地區	39	4.19	4.24	4.28
	(5)中部地區	465	4.21	4.21	4.13
	(6)南部地區	438	4.25	4.23	4.21
	(7)拒答	23	4.67	4.71	4.76
	F 值		3.59*	3.77**	5.87***
Scheffe 法		n.s	n.s	n.s	
婚姻	(1)拒答	4	3.75	4.00	4.04
	(2)未婚	927	4.15	4.9	4.12
	(3)已婚	1076	4.20	4.20	4.15
	F 值		1.86	0.185	0.348
Scheffe 法					

表 2.11.5 旅遊特性與各項設施與服務滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	觀光便利性滿意度	觀光環境滿意度	服務設施滿意度
主要目的	(1)商(公)務兼觀光遊	315	4.00	4.08	4.02
	(2)中轉旅客(在金門停留一日以上)	83	4.13	4.28	4.14
	(3)探親及訪友	372	4.16	4.21	4.12
	(4)觀光、渡假、旅行	1237	4.24	4.21	4.17
	F 值		9.62***	4.05	3.97
Scheffe 法		4>1	4>1	4>1	

表 2.11.6 旅客動向與各項設施與服務滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

旅遊特性	選項	樣本數	觀光便利性滿意度	觀光環境滿意度	服務設施滿意度
停留時間	(1)5天(含)以上	436	4.11	4.14	4.06
	(2)4天3夜	207	4.19	4.18	4.16
	(3)3天2夜	951	4.22	4.21	4.15
	(4)2天1夜	413	4.16	4.22	4.16
	F 值		2.26	1.32	2.17
Scheffe 法					

蒞臨次數	(1)6 次以上	595	4.06	4.11	4.04
	(2)5 次	63	4.14	4.21	4.16
	(3)4 次	81	4.10	4.14	4.08
	(4)3 次	186	4.24	4.23	4.13
	(5)2 次	341	4.24	4.21	4.15
	(6)1 次	741	4.25	4.24	4.21
	F 值		5.63***	2.96	4.18**
Scheffe 法		6>1, 5>1	6>1	6>1	
交通工具	(1)計程車	143	3.92	4.05	3.98
	(2)徒步	21	3.95	3.90	3.91
	(3)其他	49	4.09	4.26	4.14
	(4)洽公單位或親友提供交通工具	356	4.12	4.16	4.09
	(5)租用機車	454	4.14	4.11	4.04
	(6)租用汽車	37	4.21	4.18	4.18
	(7)公車(含金門好行)	135	4.29	4.26	4.15
	(8)遊覽車	469	4.30	4.33	4.27
	(9)自行車	33	4.36	4.36	4.30
	F 值		5.34***	5.73***	5.32***
Scheffe 法		8>1, 6>1, 7>1	8>1, 8>5	8>5, 8>1	

## 參、整體滿意度

### 一、遊客基本資料

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

### 二、旅遊決策

在主要目的方面，對整體滿意度有顯著差異。「觀光、渡假、旅行」對整體滿意度高於「商(公)務兼觀光旅遊」者。

### 三、遊客動向

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	全年調查樣本				
	選項	樣本數	整體滿意度	F/t	Scheffe 法
性別	(1)男 (2)女	980 1027	4.25 4.27	0.68	
年齡	(1)19 歲以下 (2)20-29 歲 (3)30-39 歲 (4)40-49 歲 (5)50-59 歲 (6)60-69 歲 (7)70 歲及以上	112 545 436 426 340 131 17	4.38 4.24 4.27 4.28 4.16 4.39 4.41	2.53*	n.s
教育程度	(1)國中及以下 (2)國(初)中拒答 (3)高中、職 (4)專科、大學 (5)研究所及以上 (6)拒答	53 107 575 1081 177 14	4.47 4.78 4.21 4.26 4.27 4.14	3.39*	
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 (12)拒答	125 382 161 131 299 33 106 302 233 100 105 30	4.14 4.22 4.30 4.11 4.28 4.18 4.31 4.28 4.33 4.25 4.31 4.60	1.91	n.s
平均所得	(1)10 萬元以上 (2)7 萬 - 10 萬元 (3)5 萬 - 7 萬元 (4)4 萬 - 5 萬元 (5)3 萬 - 4 萬元 (6)2 萬 - 3 萬元 (7) 2 萬元以下 (8)無經常性收入 (9)拒答	75 97 231 321 388 305 161 412 17	4.15 4.14 4.29 4.23 4.25 4.23 4.30 4.32 4.41	1.20	

居住地區	(1)北部地區	945	4.21	3.64*	n.s
	(2)中部地區	465	4.25		
	(3)南部地區	438	4.34		
	(4)東部地區	39	4.33		
	(5)離島地區	65	4.25		
	(6)海外	32	4.34		
	(7)拒答	23	4.78		
婚姻	(1)拒答	4	3.50	4.31	n.s
	(2)未婚	927	4.30		
	(3)已婚	1076	4.23		

表 2.11.8 旅遊特性與整體滿意度之單因子變異數分析

旅遊特性	全年調查樣本				
	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	1237	4.29	4.79*	1>3
	(2)探親及訪友	372	4.26		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	315	4.12		
	(4)中轉旅客(在金門停留一日以上)	83	4.29		

表 2.11.9 旅客動向與整體滿意度之單因子變異數分析

旅遊特性	全年調查樣本				
	選項	樣本數	整體滿意度	F/t	Scheffe 法
停留時間	(1)5天(含)以上	436	4.29	1.04	
	(2)4天3夜	207	4.26		
	(3)3天2夜	951	4.29		
	(4)2天1夜	413	4.21		
蒞臨次數	(1)6次以上	595	4.17	3.11	6>1
	(2)5次	63	4.35		
	(3)4次	81	4.22		
	(4)3次	186	4.27		
	(5)2次	341	4.25		
	(6)1次	741	4.33		
交通工具	(1)遊覽車	469	4.36	4.03***	1>4
	(2)租用汽車	347	4.30		
	(3)租用機車	454	4.21		
	(4)計程車	143	4.01		
	(5)洽公單位或親友提供交通工具	356	4.22		
	(6)公車(含金門好行)	135	4.30		
	(7)自行車	33	4.48		
	(8)徒步	21	4.14		
	(9)其他	49	4.20		



## 肆、推薦回遊意願

### 一、遊客基本資料

在年齡、職業、居住地區、婚姻、性別、教育程度、平均所得方面，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，對推薦回遊意願度有顯著差異。「探親及訪友」對推薦回遊意願度高於「觀光、渡假、旅行」者。

### 三、遊客動向

在停留時間、蒞臨次數、交通工具方面，對推薦回遊意願度皆無顯著差異。

表 2.11.10 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	全年調查樣本				
	選項	樣本數	推薦回遊意願度	F/t	Scheffe法
性別	(1)男	980	4.32	0.09	
	(2)女	1027	4.32		
年齡	(1)19 歲以下	112	4.46	2.98	n.s
	(2)20-29 歲	545	4.28		
	(3)30-39 歲	436	4.31		
	(4)40-49 歲	426	4.40		
	(5)50-59 歲	340	4.23		
	(6)60-69 歲	131	4.40		
	(7)70 歲及以上	17	4.4		
教育程度	(1)國中及以下	53	4.51	2.33	n.s
	(2)國(初)中拒答	107	4.49		
	(3)高中、職	75	4.29		
	(4)專科、大學	1081	4.32		
	(5)研究所及以上	177	4.29		
	(6)拒答	14	4.50		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	125	4.29	1.50	
	(2)專業人員	382	4.25		
	(3)技術員及助理專業人員	161	4.38		
	(4)事務工作人員	131	4.20		
	(5)服務工作人員及售貨員	299	4.35		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	33	4.35		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	106	4.43		
	(8)學生	302	4.33		
	(9)家庭主婦	233	4.34		
	(10)退休人員	100	4.29		
	(11)其他	105	4.38		
	(12)拒答	30	4.62		
平均所得	(1)10 萬元以上	75	4.27	1.21	
	(2)7 萬 - 10 萬元	97	4.25		
	(3)5 萬 - 7 萬元	231	4.34		
	(4)4 萬 - 5 萬元	321	4.32		
	(5)3 萬 - 4 萬元	388	4.34		
	(6)2 萬 - 3 萬元	305	4.26		
	(7) 2 萬元以下	161	4.27		
	(8)無經常性收入	412	4.39		
	(9)拒答	17	4.53		

居住 地區	(1)北部地區	945	4.29	2.96	n.s
	(2)中部地區	465	4.31		
	(3)南部地區	438	4.38		
	(4)東部地區	39	4.37		
	(5)離島地區	65	4.28		
	(6)海外	32	4.40		
	(7)拒答	23	4.85		
婚姻	(1)拒答	4	4.25	1.48	
	(2)未婚	927	4.35		
	(3)已婚	1076	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

遊客 基本 資料	全年調查樣本				
	選項	樣本數	推薦回遊 意願度	F/t	Scheffe 法
性別	(1)男	980	4.32	0.09	
	(2)女	1027	4.32		
年齡	(1)19 歲以下	112	4.46	2.98	n.s
	(2)20-29 歲	545	4.28		
	(3)30-39 歲	436	4.31		
	(4)40-49 歲	426	4.40		
	(5)50-59 歲	340	4.23		
	(6)60-69 歲	131	4.40		
	(7)70 歲及以上	17	4.4		
教育 程度	(1)國中及以下	53	4.51	2.33	n.s
	(2)國(初)中拒答	107	4.49		
	(3)高中、職	75	4.29		
	(4)專科、大學	1081	4.32		
	(5)研究所及以上	177	4.29		
	(6)拒答	14	4.50		

職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	125	4.29	1.50	
	(2)專業人員	382	4.25		
	(3)技術員及助理專業人員	161	4.38		
	(4)事務工作人員	131	4.20		
	(5)服務工作人員及售貨員	299	4.35		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	33	4.35		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工或體力工	106	4.43		
	(8)學生	302	4.33		
	(9)家庭主婦	233	4.34		
	(10)退休人員	100	4.29		
	(11)其他	105	4.38		
	(12)拒答	30	4.62		
平均所得	(1)10萬元以上	75	4.27	1.21	
	(2)7萬 - 10萬元	97	4.25		
	(3)5萬 - 7萬元	231	4.34		
	(4)4萬 - 5萬元	321	4.32		
	(5)3萬 - 4萬元	388	4.34		
	(6)2萬 - 3萬元	305	4.26		
	(7)2萬元以下	161	4.27		
	(8)無經常性收入	412	4.39		
	(9)拒答	17	4.53		
居住地區	(1)北部地區	945	4.29	2.96	n.s
	(2)中部地區	465	4.31		
	(3)南部地區	438	4.38		
	(4)東部地區	39	4.37		
	(5)離島地區	65	4.28		
	(6)海外	32	4.40		
	(7)拒答	23	4.85		
婚姻	(1)拒答	4	4.25	1.48	
	(2)未婚	927	4.35		
	(3)已婚	1076	4.30		

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	全年調查樣本				
	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	1237	4.32	5.57***	2>1
	(2)探親及訪友	372	4.44		
	(3)商(公)務兼觀光旅遊	315	4.21		
	(4)中轉旅客(在金門停留一日以上)	83	4.26		

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

旅遊特性	全年調查樣本				
	選項	樣本數	整體滿意度	F/t	Scheffe 法
停留時間	(1) 5 天(含)以上	436	4.30	1.26	
	(2) 4 天 3 夜	207	4.38		
	(3) 3 天 2 夜	951	4.30		
	(4) 2 天 1 夜	413	4.36		
蒞臨次數	(1) 6 次以上	595	4.30	0.71	
	(2) 5 次	63	4.48		
	(3) 4 次	81	4.21		
	(4) 3 次	186	4.36		
	(5) 2 次	341	4.32		
	(6) 1 次	741	4.32		
交通工具	(1)遊覽車	469	4.38	3.14**	n.s
	(2)租用汽車	347	4.39		
	(3)租用機車	454	4.22		
	(4)計程車	143	4.16		
	(5)洽公單位或親友提供交通工具	356	4.37		
	(6)公車(含金門好行)	135	4.33		
	(7)自行車	33	4.41		
	(8)徒步	21	4.14		
	(9)其他	49	4.41		

## 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106年01月至106年12月期間進行資料收集工作，總計完成有效問卷1122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 $\pm 2.93$ ，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

	樣本數
4 月份	18
5 月份	80
6 月份	94
7 月份	216
8 月份	183
9 月份	168
10 月份	157
11 月份	93
12 月份	113
合計	1122

#### 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  $\alpha$  係數值均為0.902，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	14	1.2
	20~29 歲	216	19.3
	30~39 歲	340	30.3
	40~49 歲	240	21.4
	50~59 歲	187	16.7
	60~69 歲	107	9.5
	70 歲以上	18	1.6
	小計	1122	100
二、教育程度	國中及以下	20	1.8
	國(初)中	56	5.0
	高中職	318	28.3
	專科/大學	495	44.1
	研究所以上	233	20.8
	小計	1122	100.0
三、職業	專業人員	335	29.9
	民意代表、行政主管、企業主管、經理人員	179	16.0
	服務工作人員及售貨員	122	10.9
	家庭主婦	77	6.9
	技術員及助理專業人員	73	6.5
	事務工作人員	72	6.4
	學生	72	6.4
	技術工、有關工作人員、機械設備操作工或體力工	70	6.2
	其他	39	3.5
	退休人員	34	3.0
	農林漁牧工作人員	26	2.3
	拒答	23	2.0
	小計	1122	100.0
四、平均所得	3 萬元以下	252	22.5
	3~5 萬元	289	25.8
	5~7 萬元	266	23.7
	7~10 萬元	177	15.8
	10 萬元以上	61	5.4
	其他	48	4.3
	拒答	29	2.6

	小計	1122	100.0
五、性別	男	698	62.2
	女	424	37.8
	小計	1122	100.0
六、婚姻	已婚	726	64.7
	未婚	396	35.3
	小計	1122	100.0
七、居住地 (一)戶籍設在金門 之中轉台商其在台 居住地	北部地區(台北桃竹苗)	181	60.5
	中部地區(中彰投雲嘉)	76	25.4
	南部地區(南高屏)	31	10.4
	東部地區(宜花東)	0	0.0
	離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖、金門)	4	1.3
	拒答	7	2.3
	小計	299	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(台北桃竹苗)	285	34.6
	中部地區(中彰投雲嘉)	233	28.3
	南部地區(南高屏)	255	31.0
	東部地區(宜花東)	13	1.6
	離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	6	0.7
	拒答	31	3.8
	合計	823	100.0
八、公司職級	負責人	277	24.7
	一級主管	132	11.8
	二級主管	116	10.3
	員工	364	32.4
	台商眷屬	144	12.8
	其他	89	7.9
	總計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。



## 第二節 樣本特徵分析

### 壹、年齡

中轉台商中以「30-39歲」年齡層之旅客最多佔30.3%，「40-49歲」旅客次之佔21.4%，「20-29歲」旅客佔19.3%為第三，詳細資料參閱表3.2.1/圖3.2.1。

表 3.2.1 中轉台商年齡分佈

年齡	調查樣本	
	人數	百分比(%)
19歲以下	14	1.2
20-29歲	216	19.3
30-39歲	340	30.3
40-49歲	240	21.4
50-59歲	187	16.7
60-69歲	107	9.5
70歲及以上	18	1.6
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

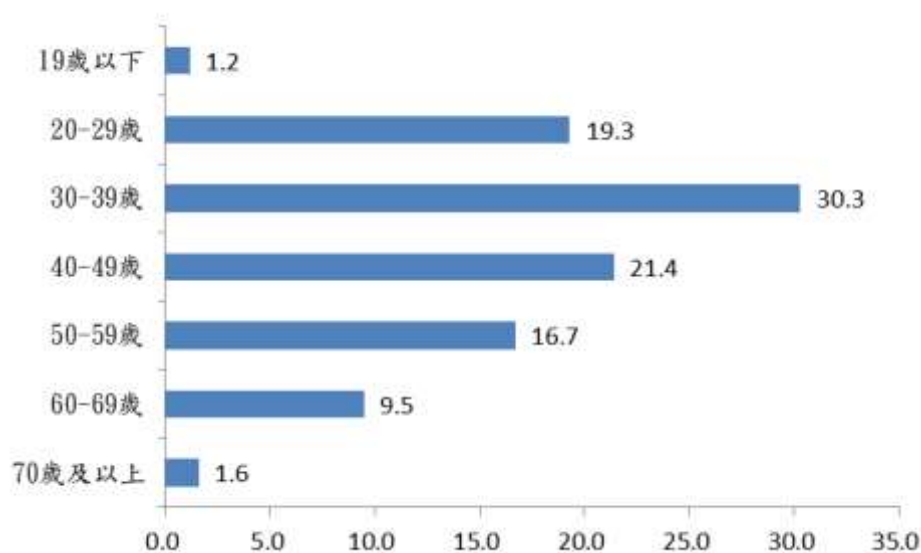


圖3.2.1 中轉台商年齡分佈

## 貳、教育程度

中轉台商的教育程度，以「專科/大學」所佔比例最高為44.1%，「高中職」居次之佔28.3%，詳細資料參閱表3.2.2/圖3.2.2。

表 3.2.2 中轉台商教育程度

教育程度	調查樣本	
	人數	百分比(%)
國中及以下	20	1.8
國(初)中	56	5.0
高中職	318	28.3
專科/大學	495	44.1
研究所以上	233	20.8
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

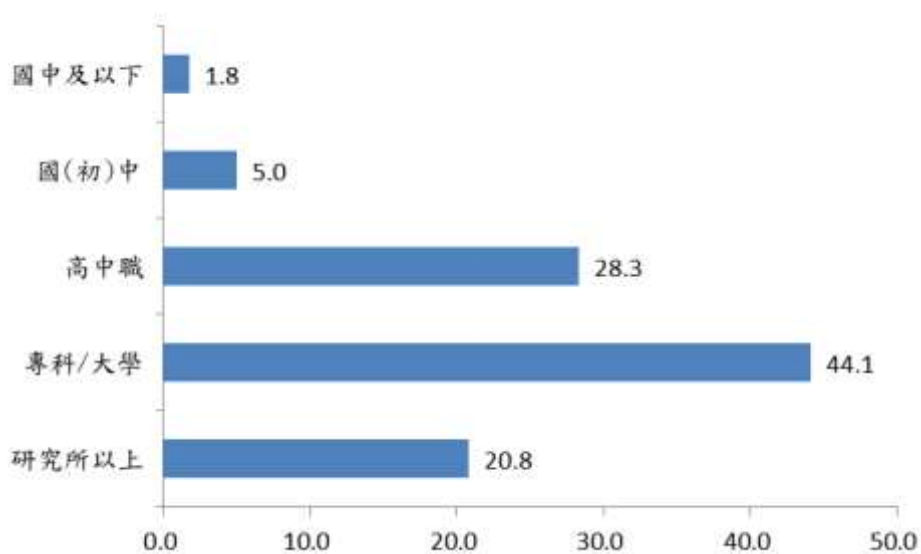


圖3.2.2 中轉台商教育程度

## 參、職業

中轉台商的職業中，以「專業人員」佔29.9%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16.0%，「服務工作人員及售貨員」佔10.9%為第三，詳細資料參閱表3.2.3/圖3.2.3。

表 3.2.3 中轉台商職業

職業	調查樣本	
	人數	百分比(%)
專業人員	335	29.9
民意代表、行政主管、企業主管、經理人員	179	16.0
服務工作人員及售貨員	122	10.9
家庭主婦	77	6.9
技術員及助理專業人員	73	6.5
事務工作人員	72	6.4
學生	72	6.4
技術工、有關工作人員、機械設備操作工或體力工	70	6.2
其他	39	3.5
退休人員	34	3.0
農林漁牧工作人員	26	2.3
拒答	23	2.0
合計	1122	100.0

註：各項百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。



圖 3.2.3 中轉台商職業

## 肆、平均所得

中轉台商每月平均所得，以「3萬元~5萬元」者最多佔25.8%，其次為「5萬~7萬元」者佔23.7%，而「3萬元以下」者佔22.5%為第三，詳細資料參閱表3.2.4/圖3.2.4。

表 3.2.4 中轉台商每月平均所得

平均所得	調查樣本	
	人數	百分比(%)
3萬元以下	252	22.5
3萬~5萬元	289	25.8
5萬~7萬元	266	23.7
7萬~10萬元	177	15.8
10萬元以上	61	5.4
其他	48	4.3
拒答	29	2.6
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

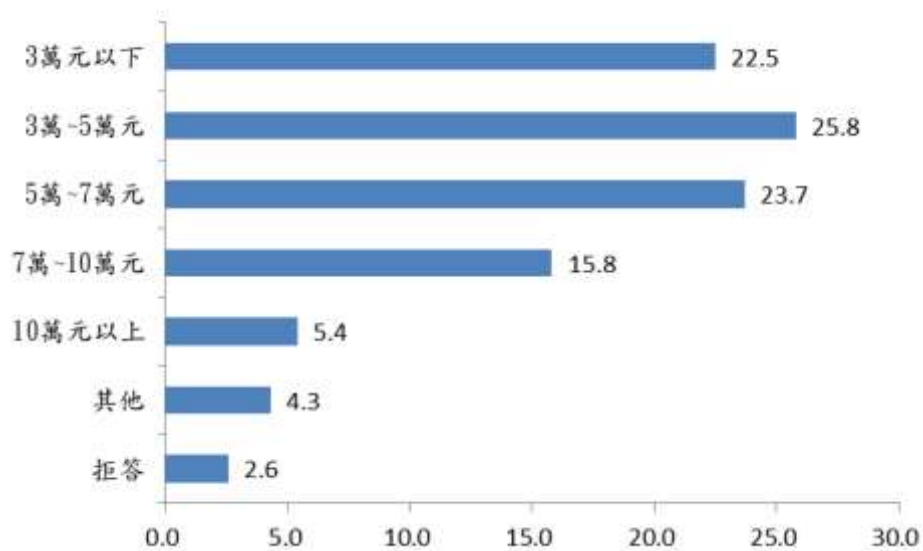


圖 3.2.4 中轉台商每月平均所得

## 伍、性別

中轉台商「男性」旅客佔62.2%，「女性」旅客佔37.8%，詳細資料參閱表3.2.5/圖3.2.5。

表 3.2.5 中轉台商性別分佈

性別	調查樣本	
	人數	百分比(%)
男	698	62.2
女	424	37.8
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

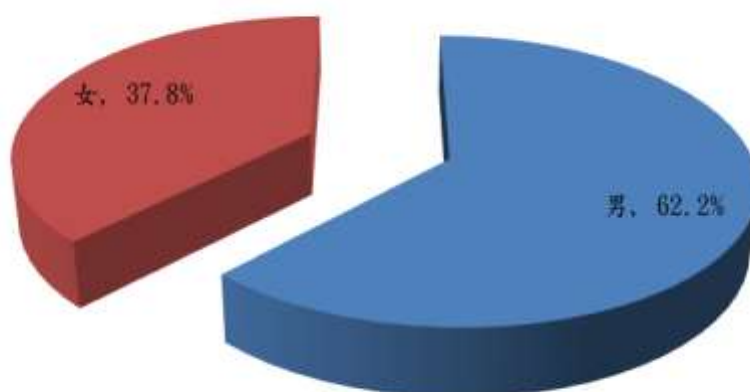


圖3.2.5 中轉台商性別分佈

## 陸、婚姻

中轉台商「已婚」旅客佔64.7%，「未婚」旅客佔35.3%，詳細資料參閱表3.2.6/圖4.2.6。

表 3.2.6 中轉台商婚姻分佈

婚姻	調查樣本	
	人數	百分比(%)
已婚	726	64.7
未婚	396	35.3
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

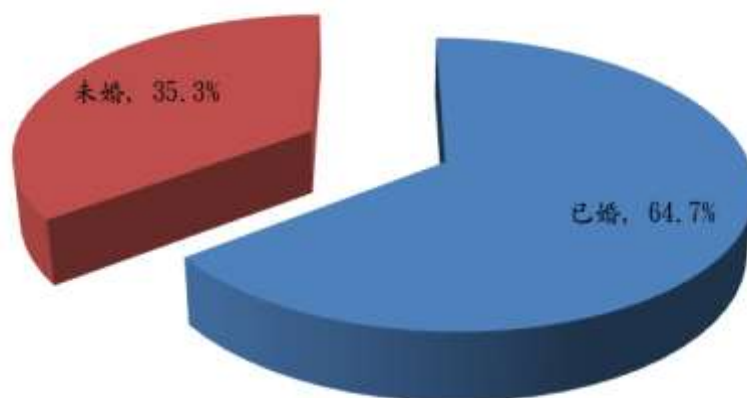


圖3.2.6 中轉台商婚姻分佈

## 柒、居住地

### 一、戶籍設在金門之中轉台商其在台居住地

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(台北桃竹苗)」的旅客最多，佔60.5%，「中部地區(中彰投雲嘉)」旅客次之佔25.4%，「南部地區(南高屏)」旅客佔10.4%為第三，其餘請參閱表3.2.7/圖3.2.7。

表 3.2.7 戶籍設在金門之中轉台商其在台居住地

居住地	調查樣本	
	人數	百分比(%)
北部地區(台北桃竹苗)	181	60.5
中部地區(中彰投雲嘉)	76	25.4
南部地區(南高屏)	31	10.4
東部地區(宜花東)	0	0.0
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	4	1.3
拒答	7	2.3
合計	299	100

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

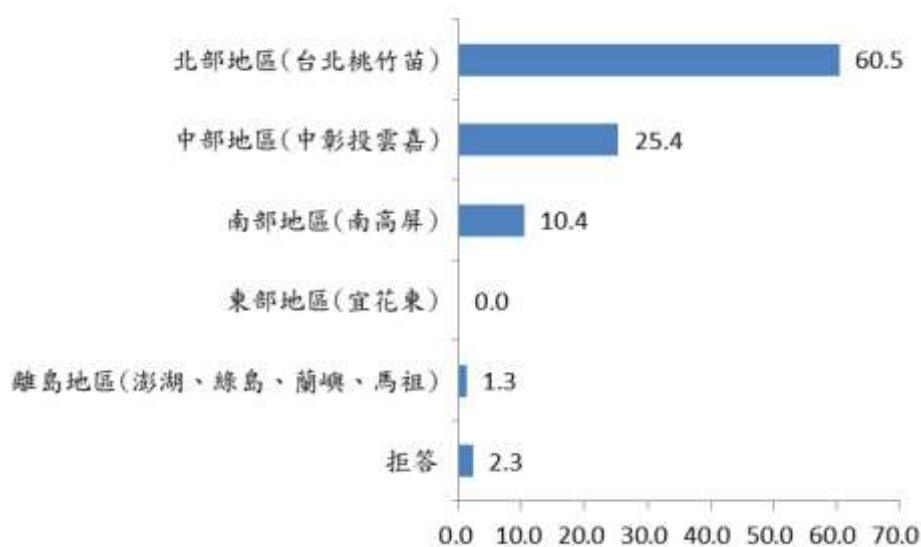


圖 3.2.7 戶籍設在金門之中轉台商其在台居住地

## 二、戶籍未設在金門之中轉台商其在台居住地

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(台北桃竹苗)的旅客最多佔34.6%，「南部地區(南高屏)」的旅客次之佔31.0%，「中部地區(中彰投雲嘉)」旅客佔28.3%為第三，其餘請參閱表3.2.8/圖3.2.8。

表 3.2.8 戶籍未設在金門之中轉台商其在台居住地

居住地	調查樣本	
	人數	百分比(%)
北部地區(台北桃竹苗)	285	34.6
中部地區(中彰投雲嘉)	233	28.3
南部地區(南高屏)	255	31.0
東部地區(宜花東)	13	1.6
離島地區(澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖)	6	0.7
拒答	31	3.8
合計	823	100

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

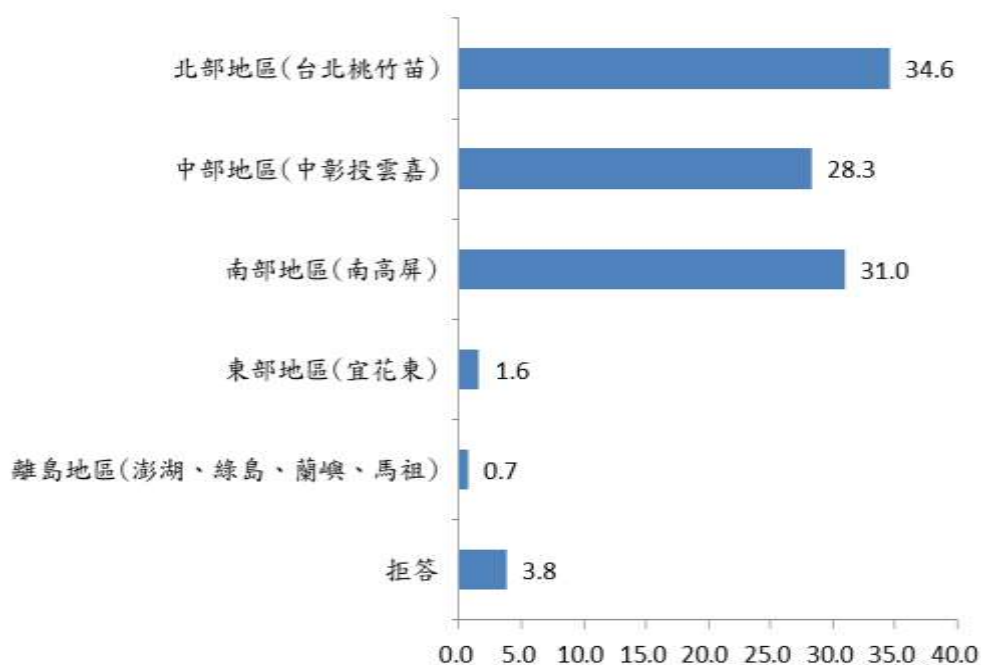


圖 3.2.8 戶籍未設在金門之中轉台商其在台居住地



## 捌、公司職級

中轉台商在公司職級以「員工」居多，佔32.4%，「負責人」次之佔24.7%，「台商眷屬」佔12.8%為第三，「一級主管」佔11.8%，「二級主管」佔10.3%，請參閱表3.2.9/圖3.2.9。

表 3.2.9 中轉台商在公司職級

公司職級	調查樣本	
	人數	百分比(%)
負責人	277	24.7
一級主管	132	11.8
二級主管	116	10.3
員工	364	32.4
台商眷屬	144	12.8
其他	89	7.9
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

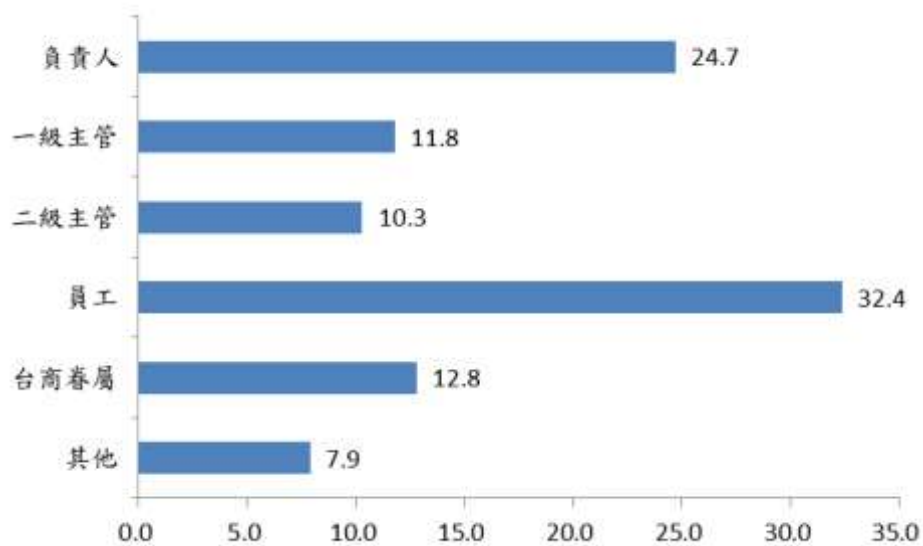


圖 3.2.9 中轉台商在公司職級

## 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	424	37.8
	台中	340	30.3
	高雄	31	2.8
	台南	65	5.8
	嘉義	196	17.5
	其他	66	5.9
	<b>小計</b>		<b>1122</b>
二、搭乘之客輪	新金龍	136	12.1
	捷安輪	127	11.3
	東方之星	127	11.3
	和平之星	125	11.1
	馬可波羅	119	10.6
	五緣號	116	10.3
	金星6號	114	10.2
	迅安輪	93	8.3
	新武夷	55	4.9
	蓬江輪	45	4.0
	八方輪	34	3.0
	其他	31	2.8
	<b>小計</b>		<b>1122</b>
三、套裝行程	是	639	57.0
	否	483	43.0
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、入境地點

中轉旅客由「台北」入境者最多佔37.8%，由「台中」入境者比例為30.3%次之，自「嘉義」入境者佔17.5%為第三，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
台北	424	37.8
台中	340	30.3
高雄	31	2.8
台南	65	5.8
嘉義	196	17.5
其他	66	5.9
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

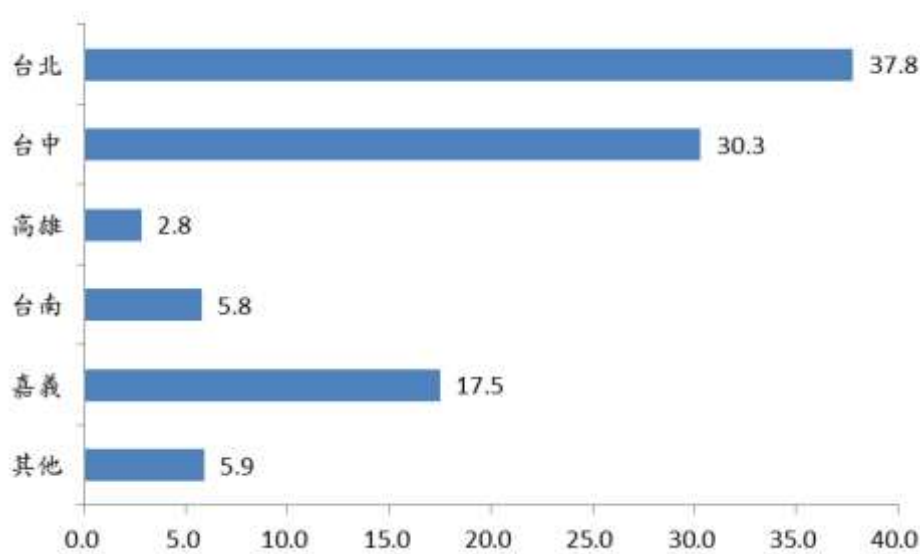


圖3.3.1 中轉台商入境地點

## 參、搭乘之客輪

中轉旅客搭乘「新金龍」至大陸最多，佔12.1%，搭乘「捷安輪」、「東方之星」至大陸次之，皆佔11.3%，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
新金龍	136	12.1
捷安輪	127	11.3
東方之星	127	11.3
和平之星	125	11.1
馬可波羅	119	10.6
五緣號	116	10.3
金星6號	114	10.2
迅安輪	93	8.3
新武夷	55	4.9
蓬江輪	45	4.0
八方輪	34	3.0
其他	31	2.8
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

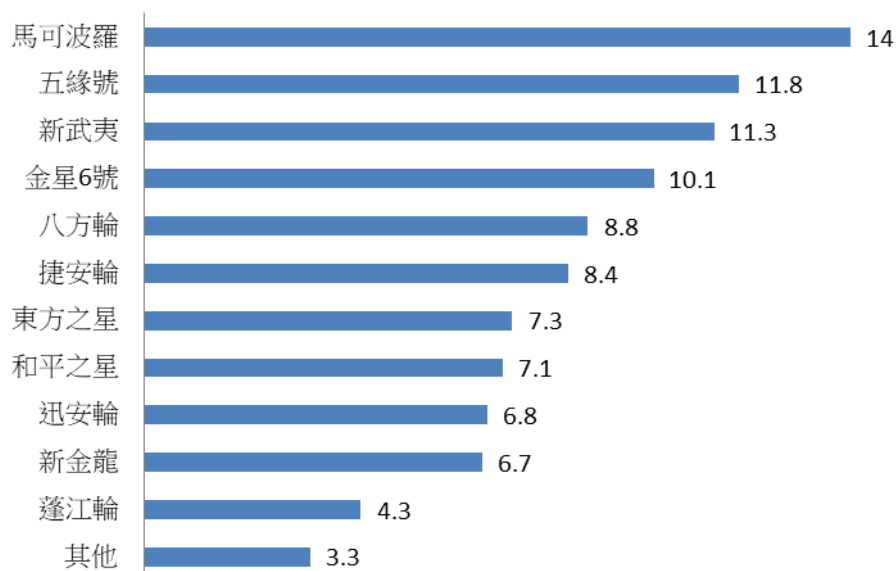


圖 3.3.2 中轉台商搭乘之客輪

## 肆、套裝行程

有購買套裝行程為大多數佔57.0%，而未購買套裝行程者佔43.0%，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
是	639	57.0
否	483	43.0
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

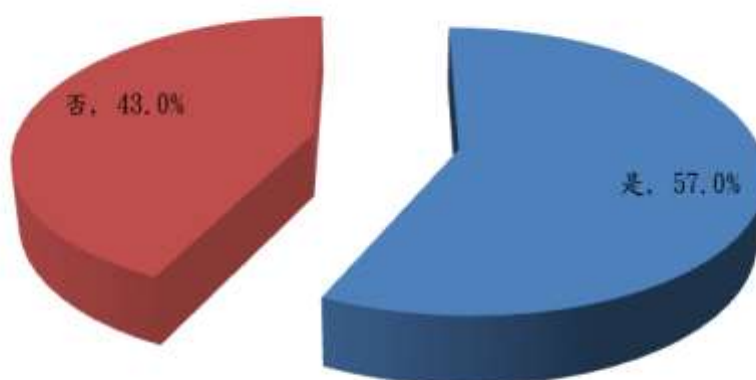


圖3.3.3 中轉台商購買小三通自由套裝行程

## 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	917	81.7
	在金門停留 1 夜	161	14.3
	在金門停留 2 夜	34	3.0
	在金門停留 3 夜以上	10	0.9
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
二、往返間隔	1 周	25	2.2
	半個月	114	10.2
	1 個月	191	17.0
	2 個月	166	14.8
	3 個月以上	626	55.8
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
三、工作地點	福建	851	75.8
	廣東	131	11.7
	其他	66	5.9
	江蘇(上海)	39	3.5
	浙江	34	3.0
	江西	18	1.6
	廣西	15	1.3
	四川	11	1.0
	湖北	9	0.8
	湖南	9	0.8
	陝西	9	0.8
	海南	5	0.4
	河北(北京)	4	0.4
	吉林	5	0.4
	安徽	2	0.2
	雲南	2	0.2
	甘肅	2	0.2
	貴州	1	0.1
	西藏	1	0.1
	蒙古	1	0.1
<b>小計</b>	<b>1215</b>	<b>108.3</b>	

\*本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%base=1122(受訪樣本數)

---

四、商務之旅年限	不到 1 年	378	33.7
	1 年	130	11.6
	2 年	128	11.4
	3 年	86	7.7
	4 年	25	2.2
	5 年以上	375	33.4
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>

---

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、在金停留時間

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81.7%，「在金門停留一夜」的旅客佔14.3%，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
當日直接中轉	917	81.7
在金門停留1夜	161	14.3
在金門停留2夜	34	3.0
在金門停留3夜以上	10	0.9
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

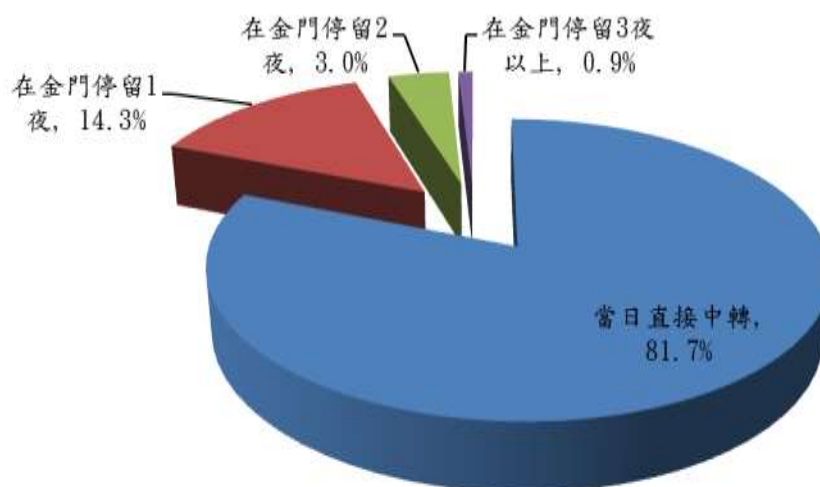


圖 3.4.1 中轉台商來金停留時間



## 參、往返間隔

往返間隔以「3個月以上」的旅客所佔比例最高佔55.8%，其次為「1個月」佔17.0%，「2個月」為第三佔14.8%，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
1周	25	2.2
半個月	114	10.2
1個月	191	17.0
2個月	166	14.8
3個月以上	626	55.8
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

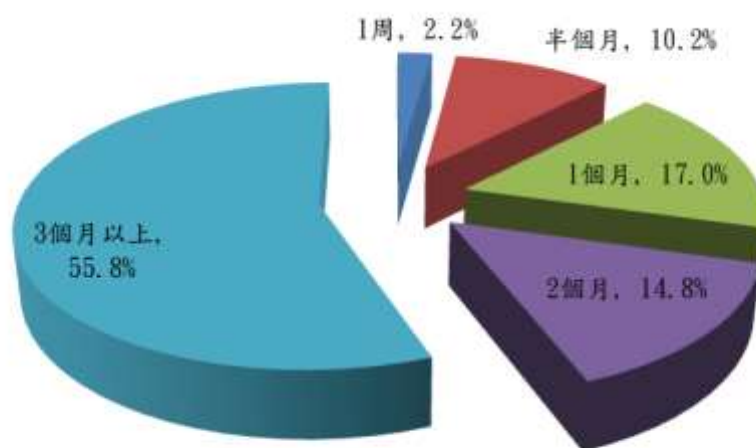


圖 3.4.2 中轉台商往返兩岸間隔

## 肆、工作地點

中轉台商在大陸之工作地點地分散，但其中以「福建」的旅客最多，佔75.8%，「廣東」旅客次之佔11.7%，其餘請參閱表3.4.4/圖3.4.3（本題為複選題）。

表 3.4.4 中轉台商在大陸工作地點

工作地點	調查樣本	
	次數	百分比(%)
福建	851	75.8
廣東	131	11.7
其他	66	5.9
江蘇(上海)	39	3.5
浙江	34	3.0
江西	18	1.6
廣西	15	1.3
四川	11	1.0
湖北	9	0.8
湖南	9	0.8
陝西	9	0.8
海南	5	0.4
河北(北京)	4	0.4
吉林	5	0.4
安徽	2	0.2
雲南	2	0.2
甘肅	2	0.2
貴州	1	0.1
西藏	1	0.1
蒙古	1	0.1
合計	1215	108.3

註:本題為複選題，百分比總和可能不為100.0%。base=1122(受訪樣本數)

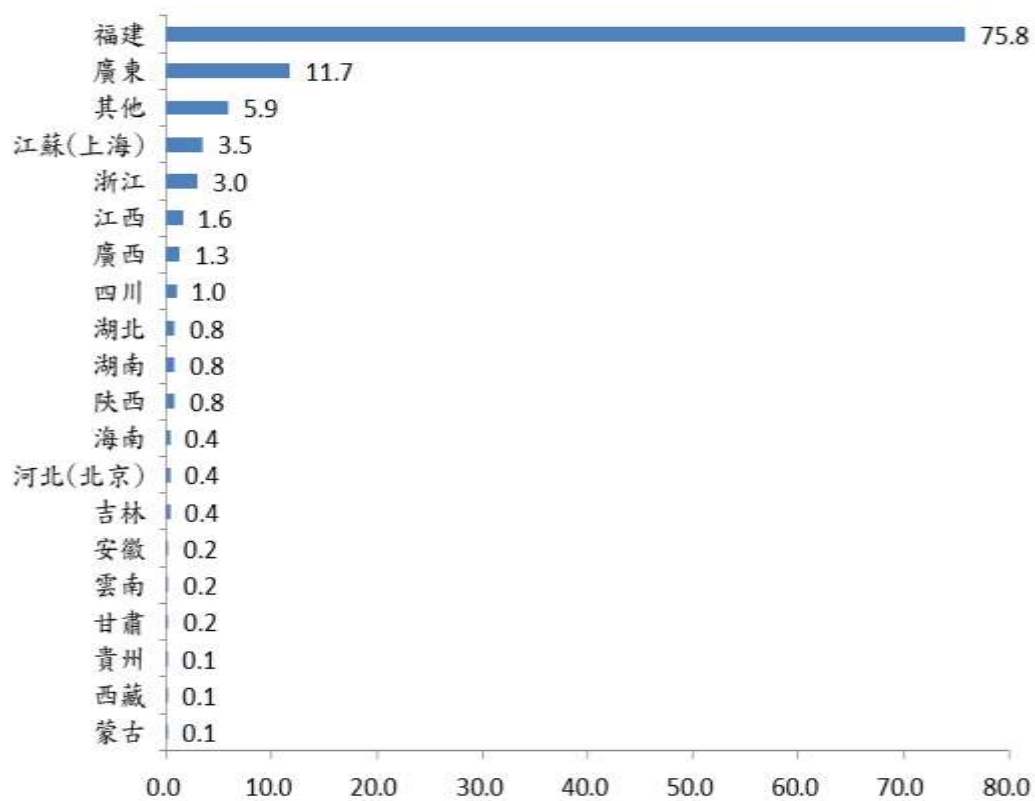


圖3.4.3 中轉台商在大陸工作地點

## 伍、商務之旅年限

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「不到1年」所佔比率最高為33.7%，其次為「5年以上」佔33.4%，「1年」旅客佔11.6%為第三，其餘請參閱表3.4.5/圖3.4.4。

表 3.4.5 經小三通從事商務之旅年限

商務之旅年限	調查樣本	
	人數	百分比(%)
不到1年	378	33.7
1年	130	11.6
2年	128	11.4
3年	86	7.7
4年	25	2.2
5年以上	375	33.4
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

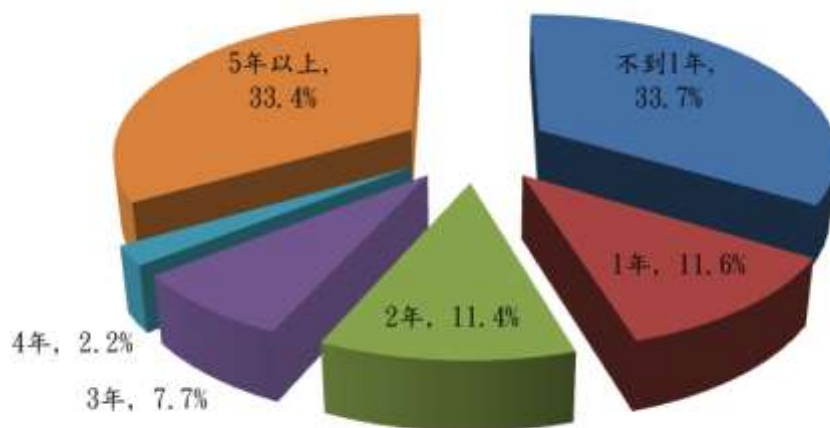


圖 3.4.4 經小三通從事商務之旅年限

## 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	百分比(%)
一、團費及交通費支出	立榮金廈一條龍	394	35.1
	華信快易通	88	7.8
	遠東金廈任我行	69	6.1
	其他	88	7.8
	未購買小三通套裝行程	483	43.0
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
二、未購買小三通套裝行程	1,999 元以下	88	7.8
	2,000-2,499 元	61	5.4
	2,500-2,999 元	50	4.5
	3,000-3,999 元	29	2.6
	不知道/未回答	255	22.7
	有購買小三通套裝行程	639	57.0
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
三、消費金額	沒有任何消費性支出	39	3.5
	499 元以下	130	11.6
	500-1,499 元	203	18.1
	1,500-2,499 元	148	13.2
	2,500-3,999 元	104	9.3
	4,000-5,999 元	115	10.2
	6,000-7,999 元	117	10.4
	8,000-9,999 元	13	1.2
	10,000 元(含)以上	28	2.5
	不知道/未回答	225	20.1
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
四、消費支出項目	詳細資料參閱表 3.5.7/圖 3.5.6		

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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）

經查詢中轉台商套裝行程，得知「立榮金廈一條龍」，其中轉單程套裝行程費用約為3,240元，「華信快易通」之中轉單程套裝行程費用約為3,145元，「遠東金廈任我行」之中轉單程套裝行程費用約為2,889元。另外，為了估算中轉台商之消費金額，把「其他」者之花費以消費金額3,000元來計算；團費及交通費支出以「立榮金廈一條龍」所佔比率最高為35.1%，其次為「華信快易通」和「其他」佔7.8%，詳細資料參閱表3.5.2/圖3.5.1。

表 3.5.2 購買中轉自由套裝行程支出

套裝行程	調查樣本		
	人數	百分比(%)	套裝費用
立榮金廈一條龍	394	35.1	3,240
華信快易通	88	7.8	3,145
遠東金廈任我行	69	6.1	2,889
其他	88	7.8	3,000
未購套裝行程	483	43.0	0
合計	1122	100.0	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

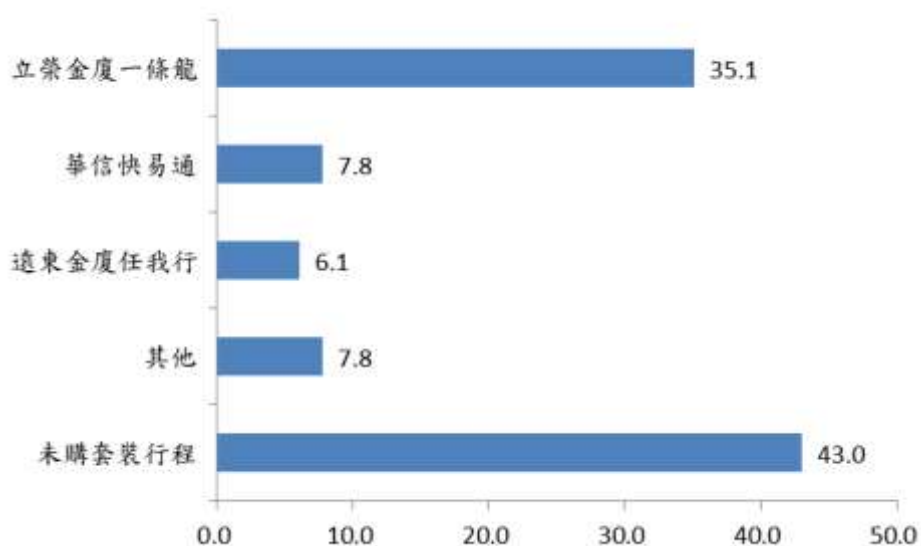


圖 3.5.1 購買中轉自由套裝行程支出

## 二、未購買小三通套裝行程（機票費+船票費+接駁交通費）

調查顯示，中轉台商客群仍以有購買小三通套裝行程比率最高為57.0%；另外就未購買小三通套裝行程（機票費+船票費+接駁交通費）之旅客，扣除回答「不知道」者，消費支出以「1,999元以下」所佔比率最高為7.8%，其次為「2,000-2,499元」佔5.4%，詳細資料參閱表3.5.3/圖3.5.2。

表 3.5.3 未購買中轉自由套裝行程支出

未購買套裝行程	調查樣本	
	人數	百分比(%)
1,999 元以下	88	7.8
2,000-2,499 元	61	5.4
2,500-2,999 元	50	4.5
3,000-3,999 元	29	2.6
不知道/未回答	255	22.7
有購買小三通套裝行程	639	57.0
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

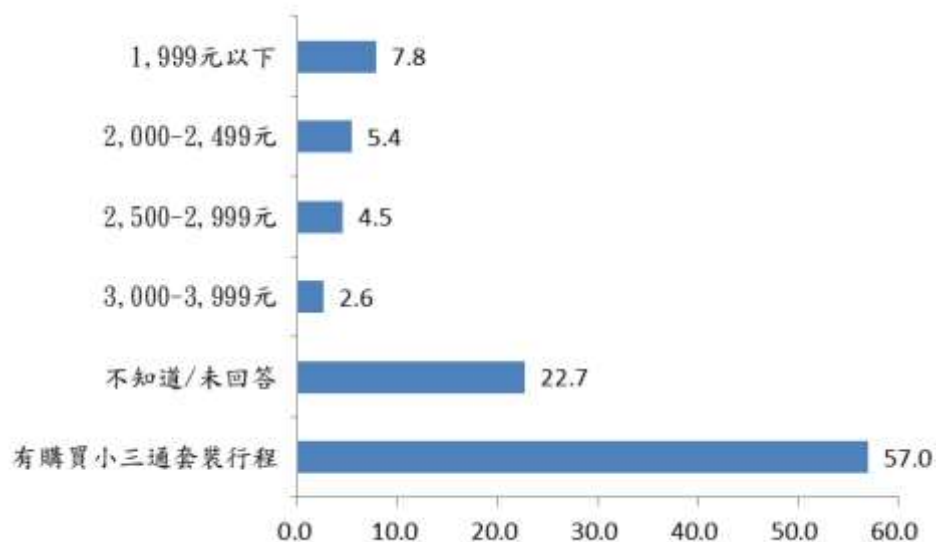


圖 3.5.2 未購買中轉自由套裝行程支出

### 三、消費金額（除套裝行程外）

中轉台商在金之消費支出，扣除回答「不知道」者，以「500-1,499元」者所佔比例最高為18.1%，其次為「1,500-2,499元」者佔13.2%，第三為「499元以下」者佔11.6%，詳細資料參閱表3.5.4/圖3.5.3。

表 3.5.4 中轉台商消費金額

消費金額	調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有任何消費性支出	39	3.5
499元以下	130	11.6
500-1,499元	203	18.1
1,500-2,499元	148	13.2
2,500-3,999元	104	9.3
4,000-5,999元	115	10.2
6,000-7,999元	117	10.4
8,000-9,999元	13	1.2
10,000元(含)以上	28	2.5
不知道/未回答	225	20.1
合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

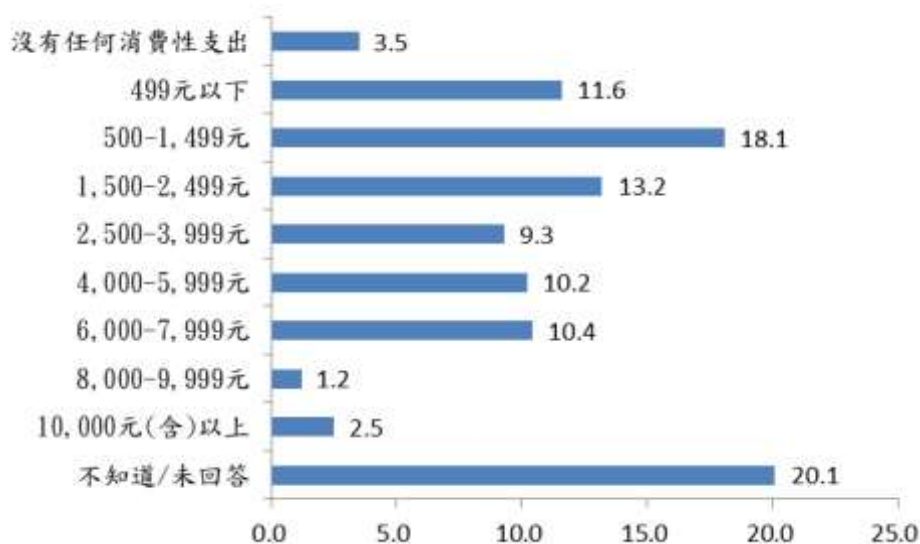


圖 3.5.3 中轉台商消費金額



#### 四、自助中轉台商最低消費金額估算

##### (一)中轉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，中轉台商平均每人每次的中轉套裝費用約為3,156元，平均每人每次的特產等其他消費約為3,139元，總計中轉台商每人每次在金門之最低消費金額約為6,295元。詳細資料參閱表3.5.5/圖3.5.4。

**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費用)+(平均每人每次的特產消費支出)

**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

消費金額	調查樣本	
	每人每次平均消費	百分比(%)
套裝行程費用	3,156	50.1
特產等其他消費支出	3,139	49.9
合計	6,295	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

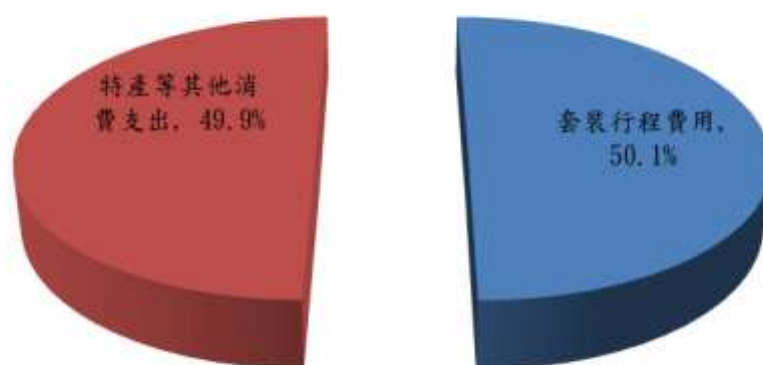


圖 3.5.4 中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

## (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2,422元，平均每人每次的特產等其他消費約為3,139元，總計自助中轉台商每人每次在金門之最低消費金額約為5,561元。詳細資料參閱表3.5.6/圖3.5.5。

**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：2,000-2,499元取2,000元；而1,999元以下及6,000元以上，則取1,999元及6,000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

消費金額	調查樣本	
	每人每次平均消費	百分比(%)
套裝行程費用	2,422	43.6
特產等其他消費支出	3,139	56.4
合計	5,561	100.0%

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

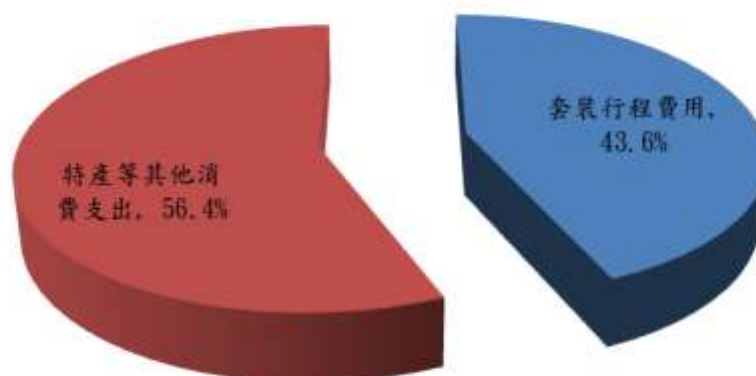


圖 3.5.5 自助中轉台商每人每次過境平均最低消費金額

### (三)106年度中轉台商最低消費總金額估算

106年度中轉台商來金最低消費總額約為16億4仟2佰2拾9萬零5佰32元。估算方式參閱如下。

#### 中轉台商的總消費金額估算：

說明：中轉台商受測總人數為1,122人，其中購買套裝行程者為639人（佔57.0%），每人單程消費金額為6,295元，另有483人（佔43.0%）為未購買套裝行程者，每人單程消費金額為5,561元。中轉台商人次（抽樣份數佔總份數之15.655989%×01至12月水頭碼頭總人次1,754,341人次，其中台灣地區人民總人次為1,013,277）為274,659人次，估算如下：

$$\begin{aligned} \text{估算公式} &= (\text{中轉台商人數} \times \text{購買套裝行程比例} \times \text{個人單程平均最低消費}) + (\text{中轉台商人數} \times \text{未購買套裝行程比例} \times \text{個人單程平均最低消費}) \\ &= (274,659 \text{人} \times 57.0\% \times 6,295 \text{元}) + (274,659 \text{人} \times 43.0\% \times 5,561 \text{元}) \\ &= 985,517,691 \text{元} + 656,772,841 \text{元} \\ &= 1,642,290,532 \text{元} \end{aligned}$$

## 五、消費支出項目

中轉台商在金之消費支出項目以「貢糖」所佔最多，佔45.7%，其次為「牛肉乾」，佔24.4%，第三為「無消費」佔23.3%，詳細資料參閱表3.5.7/圖3.5.6。（本題為複選題）

表 3.5.7 中轉台商消費支出項目

消費項目	調查樣本	
	次數	百分比(%)
貢糖	513	45.7
牛肉乾	274	24.4
無消費	261	23.3
一條根	192	17.1
菸品	169	15.1
免稅品	145	12.9
高粱酒	136	12.1
風獅爺藝品	99	8.8
麵線	84	7.5
其他	49	4.4
餅類	34	3.0
高粱醋(酵素)	32	2.9
砲彈鋼刀	19	1.7
拒答	3	0.3
合計	2010	179.2

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=1122(受訪樣本數)

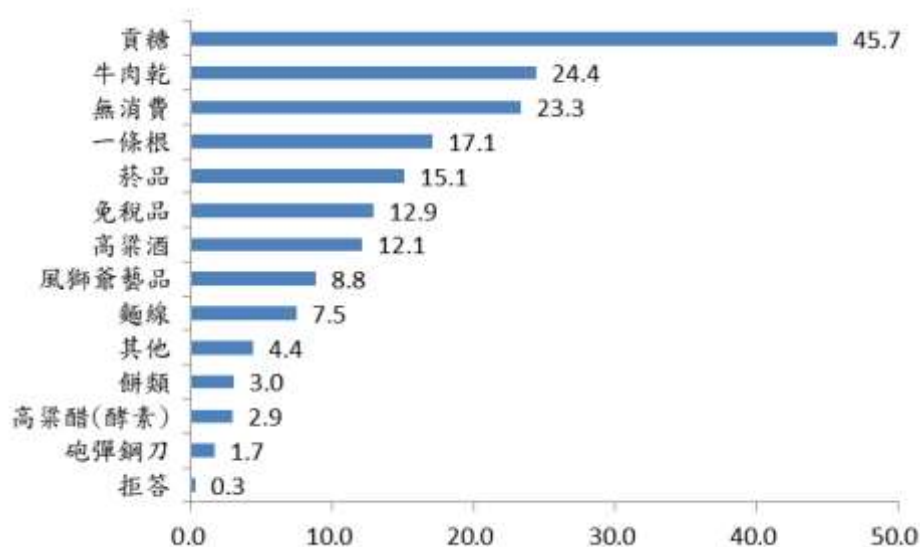


圖 3.5.6 中轉台商消費支出項目

## 第六節 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	台灣桃園機場	339	30.2
	高雄小港機場	212	18.9
	台北松山機場	250	22.3
	台中清泉崗機場	202	18.0
	無使用過直航	119	10.6
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
二、設施服務的需求	金融服務	88	7.8
	網路服務	247	22.0
	報章雜誌	78	7.0
	餐飲服務	256	22.8
	便利商店	202	18.0
	特產店	110	9.8
	大眾運輸服務	261	23.3
	縮短中轉時間	270	24.1
	以上皆尚可	360	32.1
	<b>小計</b>	<b>1872</b>	<b>166.8</b>
*本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=1122(受訪樣本數)			
三、金門適合投資何種產業	觀光事業	694	61.9
	文化事業	258	23.0
	養老事業	252	22.5
	服務業	161	14.3
	醫療生技業	132	11.8
	博弈業	110	9.8
	運輸業	100	8.9
	百貨購物	90	8.0
	無意願	86	7.7
	農林漁牧業	81	7.2
	教育事業	55	4.9
	工商業	37	3.3
	建築業	20	1.8
	其他	16	1.4
	電子業	7	0.6
<b>小計</b>	<b>2099</b>	<b>187.1</b>	
*本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=1122(受訪樣本數)			

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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「台灣桃園機場」通行，其比例為30.2%，其次為「台北松山機場」者佔22.3%，第三為「高雄小港機場」者佔18.9%，最後為「無使用過直航」者佔10.6%，詳細資料參閱表3.6.2/圖3.6.1。

表 3.6.2 兩岸直航後最常使用的通行機場

排 序	通行機場	調查樣本	
		次數	百分比(%)
	台灣桃園機場	339	30.2
	高雄小港機場	212	18.9
	台北松山機場	250	22.3
	台中清泉崗機場	202	18.0
	無使用過直航	119	10.6
	合計	1122	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

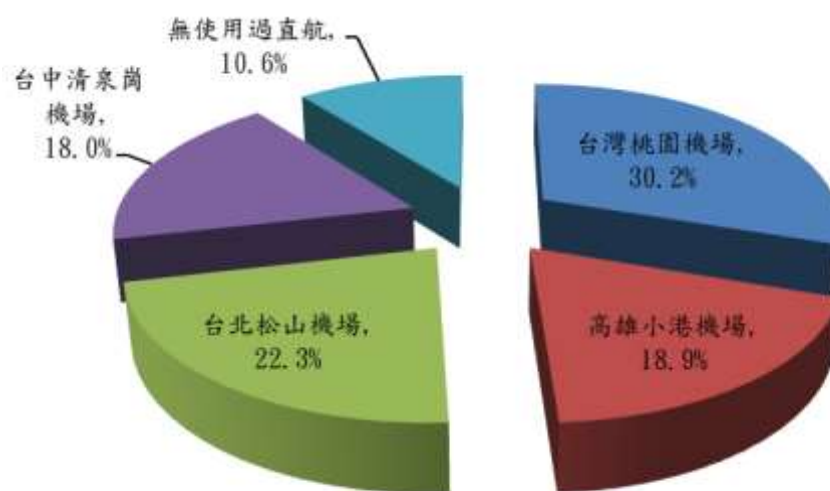


圖3.6.1 兩岸直航後最常使用的通行機場

## 二、設施服務的需求

中轉台商對中轉服務設施需求上，以「以上皆尚可」最具需求佔32.3%，其次為「縮短中轉時間」需求佔24.1%，第三為「大眾運輸服務」需求佔23.3%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
金融服務	88	7.8
網路服務	247	22.0
報章雜誌	78	7.0
餐飲服務	256	22.8
便利商店	202	18.0
特產店	110	9.8
大眾運輸服務	261	23.3
縮短中轉時間	270	24.1
以上皆尚可	360	32.3
合計	1872	167.1

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=1122(受訪樣本數)

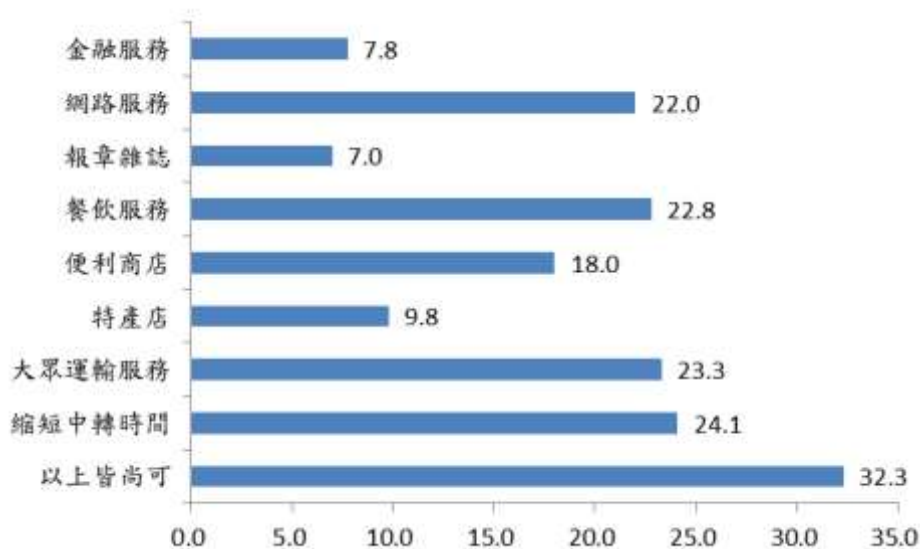


圖 3.6.2 中轉台商對設施服務的需求

### 三、金門適合投資何種產業

您認為金門適合投資何種產業，以「觀光事業」最適合投資佔61.9%，其次以「文化事業」佔23.0%，「養老事業」為第三佔22.5%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
觀光事業	694	61.9
文化事業	258	23.0
養老事業	252	22.5
服務業	161	14.3
醫療生技業	132	11.8
博弈業	110	9.8
運輸業	100	8.9
百貨購物	90	8.0
無意願	86	7.7
農林漁牧業	81	7.2
教育事業	55	4.9
工商業	37	3.3
建築業	20	1.8
其他	16	1.4
電子業	7	0.6
合計	2099	187.1

註:本題為複選題，百分比總和可能不為100.0%。base=1122(受訪樣本數)

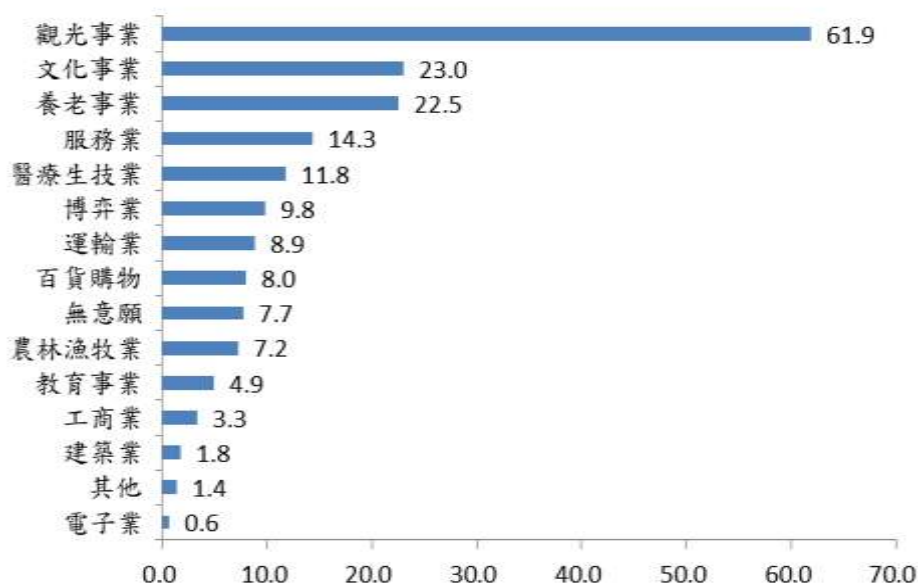


圖 3.6.3 金門適合投資何種產業



## 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	非常不滿意	10	0.9
	不太滿意	33	2.9
	普通	272	24.2
	還算滿意	521	46.4
	非常滿意	286	25.5
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
二、尚義機場設施與服務的滿意度	非常不滿意	1	0.1
	不太滿意	15	1.3
	普通	238	21.2
	還算滿意	575	51.2
	非常滿意	293	26.1
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
三、水頭碼頭設施與服務的滿意度	非常不滿意	1	0.1
	不太滿意	50	4.5
	普通	292	26.0
	還算滿意	509	45.4
	非常滿意	270	24.1
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>
四、接駁服務與設施的滿意度	非常不滿意	35	3.1
	不太滿意	27	2.4
	普通	248	22.1
	還算滿意	552	49.2
	非常滿意	260	23.2
	<b>小計</b>	<b>1122</b>	<b>100.0</b>

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、小三通中轉服務的滿意度

### 一、套裝行程服務的滿意度

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25.5%、「還算滿意」為46.4%，非常滿意與還算滿意合計為71.9%，「普通」佔24.2%，「不太滿意」為2.9%、「非常不滿意」為0.9%，不太滿意與非常不滿意合計為3.8%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	10	0.9
不太滿意	33	2.9
普通	272	24.2
還算滿意	521	46.4
非常滿意	286	25.5
合計	1122	100

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

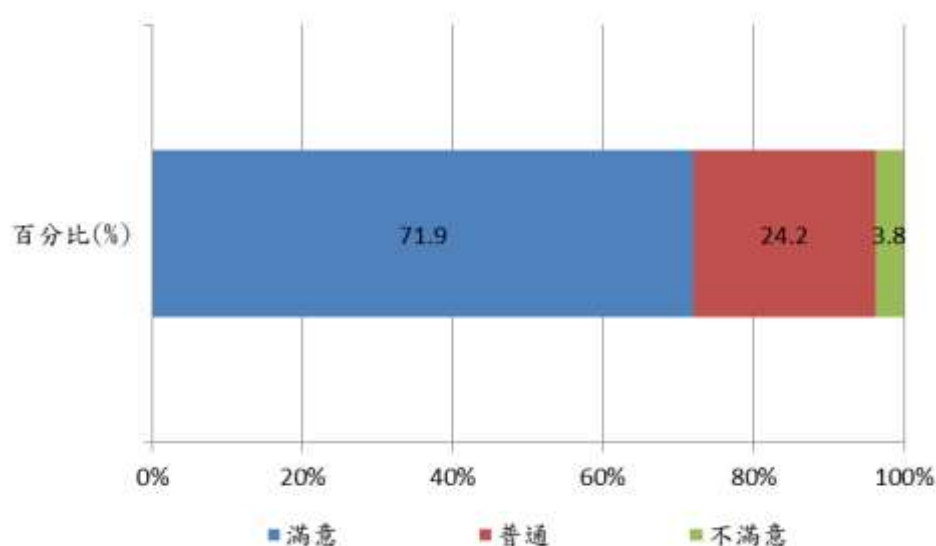


圖3.7.1 對兩岸中轉套裝行程服務的滿意度

## 二、尚義機場設施與服務的滿意度

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26.1%、「還算滿意」為51.2%，非常滿意與還算滿意合計為77.3%，「普通」佔21.2%，「不太滿意」為1.3%、「非常不滿意」為0.1%，不太滿意與非常不滿意合計為1.4%，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

尚義機場設施與服務滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	1	0.1
不太滿意	15	1.3
普通	238	21.2
還算滿意	575	51.2
非常滿意	293	26.1
合計	1122	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

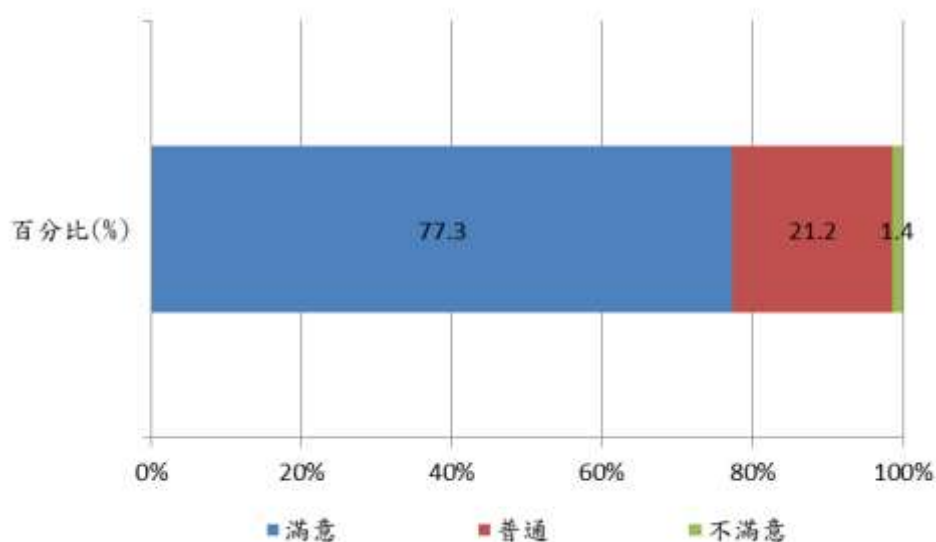


圖 3.7.2 對尚義機場設施與服務的滿意度

### 三、水頭碼頭設施與服務的滿意度

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24.1%、「還算滿意」為45.4%，非常滿意與還算滿意合計為69.5%，「普通」佔26.0%，「不太滿意」為4.5%、「非常不滿意」為0.1%，不太滿意與非常不滿意合計為4.6%，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

水頭碼頭設施與服務滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	1	0.1
不太滿意	50	4.5
普通	292	26.0
還算滿意	509	45.4
非常滿意	270	24.1
合計	1122	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

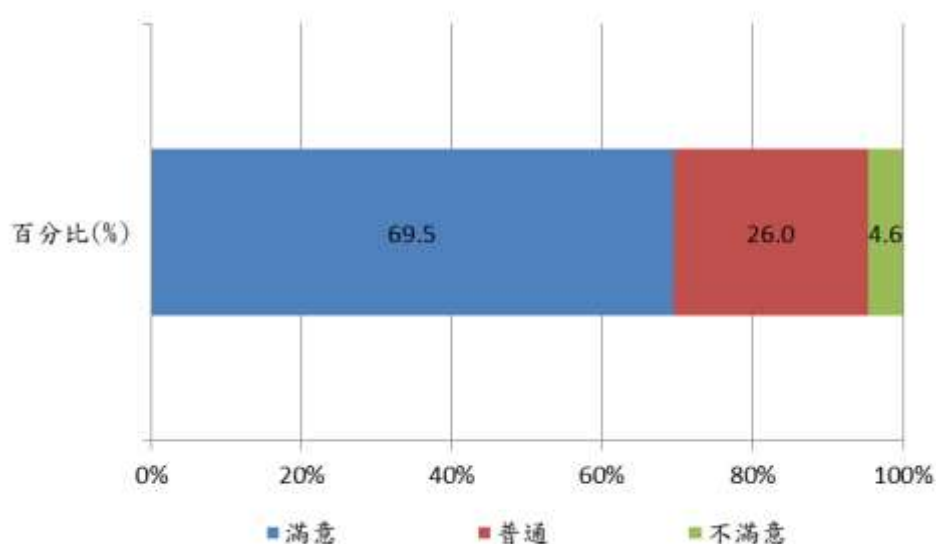


圖3.7.3 對水頭碼頭設施與服務的滿意度

#### 四、尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度

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23.2%、「還算滿意」為49.2%，非常滿意與還算滿意合計為72.4%，「普通」佔22.1%，「不太滿意」為2.4%、「非常不滿意」為3.1%，不太滿意與非常不滿意合計為5.5%，詳細資料參閱表3.7.5/圖3.7.4。

表 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

接駁設施服務	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	35	3.1
不太滿意	27	2.4
普通	248	22.1
還算滿意	552	49.2
非常滿意	260	23.2
合計	1122	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

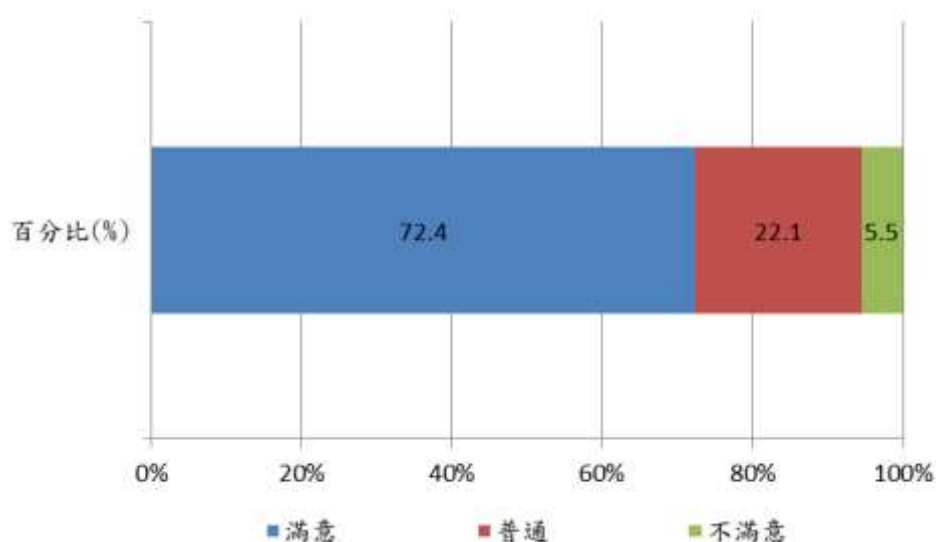


圖 3.7.4 對尚義機場至水頭碼頭的接駁設施與服務的滿意度

## 參、小三通中轉服務的整體建議

### 第二季

交通與設施建議	1. 飛機或船無法即時起降的應變能力要加強
	2. 應該有更完善的接駁，才不用只能搭計程車
	3. 飛去嘉義班機要多一班
	4. 機場 WIFI 無法使用
娛樂與消費建議	1. 多增加幾個金門特產店，對於出差人員較有幫助
增加便利性建議	1. 行李拿取不易，若可以直掛目的地最好

### 第三季

交通與設施建議	1. 無障礙設施不足
	2. 行李拿取不易，是否可以起站至到站全程托運
	3. 對於飛機或船無法及時起降的應變能力要加強
	4. 機場 WIFI 不能用
	5. 應加快通關速度，配合班機時間設立接駁專車往返碼頭及機場
	6. 交通不便計程車亂喊價
	7. 應增加班機班次
	8. 對於飛機或船無法及時起降的應變能力要加強
	9. 碼頭櫃台無法訂位要學學廈門交通碼頭
娛樂與消費建議	1. 導入幾個金門產品的店鋪，對於出差人員較有幫助

### 第四季

交通與設施建議	1. 水頭碼頭到岸設施有待加強
	2. 建議中轉專用路線,縮減趕車、趕船、趕飛機時間
	3. 建議公車班次多點直達碼頭
	4. 換票過程效率有待加強
娛樂與消費建議	1. 免稅店日本煙不要常缺貨

## 第八節 年度趨勢分析

### 壹、入境地點

受到各航線班次需求的影響，中轉旅客入境地點三季變化不大。小三通中轉旅客入境地點以「台北機場」為最多，其次為「台中機場」，第三為「台南機場」。詳細資料請見表3.8.1/圖3.8.1。

表 3.8.1 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 (%)	其他機場 (%)	
第二季(04-06月)	60	57	7	16	42	10	192
	31.3	29.7	3.6	8.3	21.9	5.2	100
第三季(07-09月)	204	155	20	33	119	36	567
	36.0	27.3	3.5	5.8	21.0	6.3	100
第四季(10-12月)	160	128	4	16	35	20	363
	44.1	35.3	1.1	4.4	9.6	5.5	100
合計	424	340	31	65	196	66	1122
排序	1	2	6	5	3	4	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

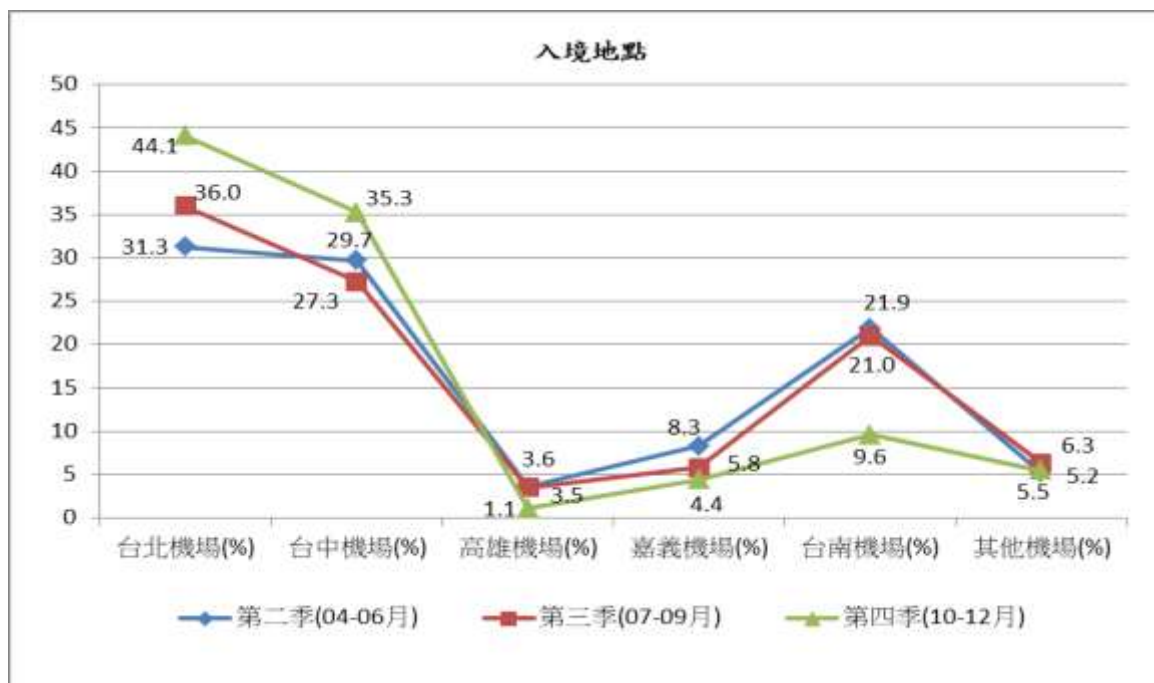


圖 3.8.1 入境地點

## 貳、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」之中轉旅客比例變動幅度不大，「中轉台商之眷屬親戚」則有增加的趨勢。中轉旅客來金主要目的以「小三通中轉台商」為主，其次為「中轉台商兼金門旅遊」。詳細資料參閱表3.8.2/圖3.8.2。

表 3.8.2 主要目的

主要目的	全年調查樣本			
	小三通中轉台商 (%)	中轉台商兼金門 旅遊(%)	中轉台商兼眷屬 親戚(%)	合計
第二季(04-06月)	124	56	12	192
	64.6	29.2	6.3	100
第三季(07-09月)	353	158	56	567
	62.3	27.9	9.9	100
第四季(10-12月)	194	106	63	363
	53.4	29.2	17.4	100
合計	671	320	131	1122
排序	1	2	3	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

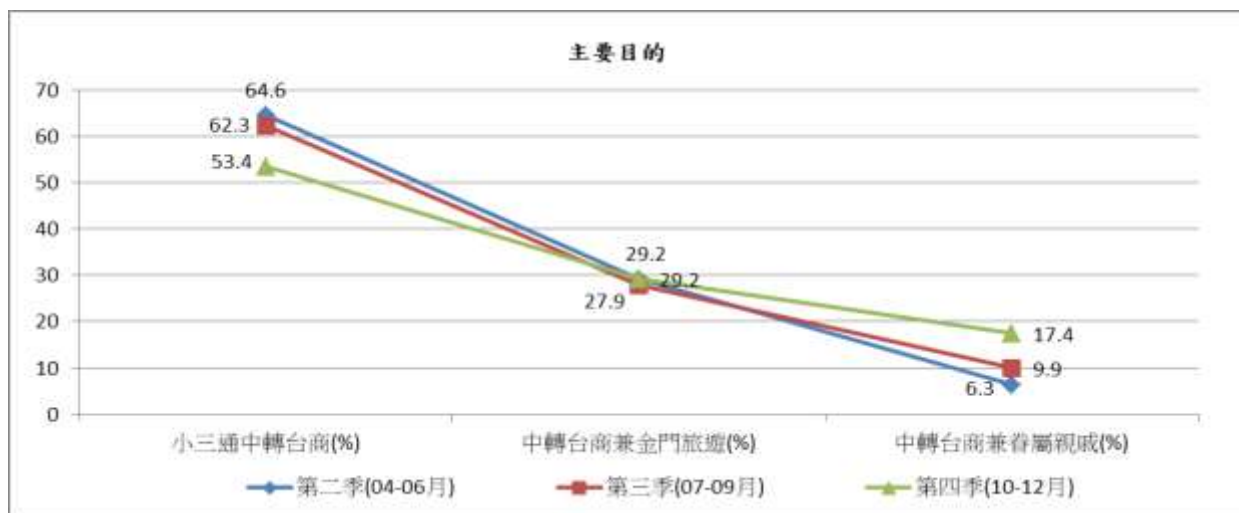


圖 3.8.2 主要目的



## 參、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。

表 3.8.3 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(%)	
第二季(04-06月)	156	33	3	0	192
	81.3	17.2	1.6	0.0	100
第三季(07-09月)	459	78	23	7	567
	81.0	13.8	4.1	1.2	100
第四季(10-12月)	302	50	8	3	363
	83.2	13.8	2.2	0.8	100
合計	917	161	34	10	1122
排序	1	2	3	4	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

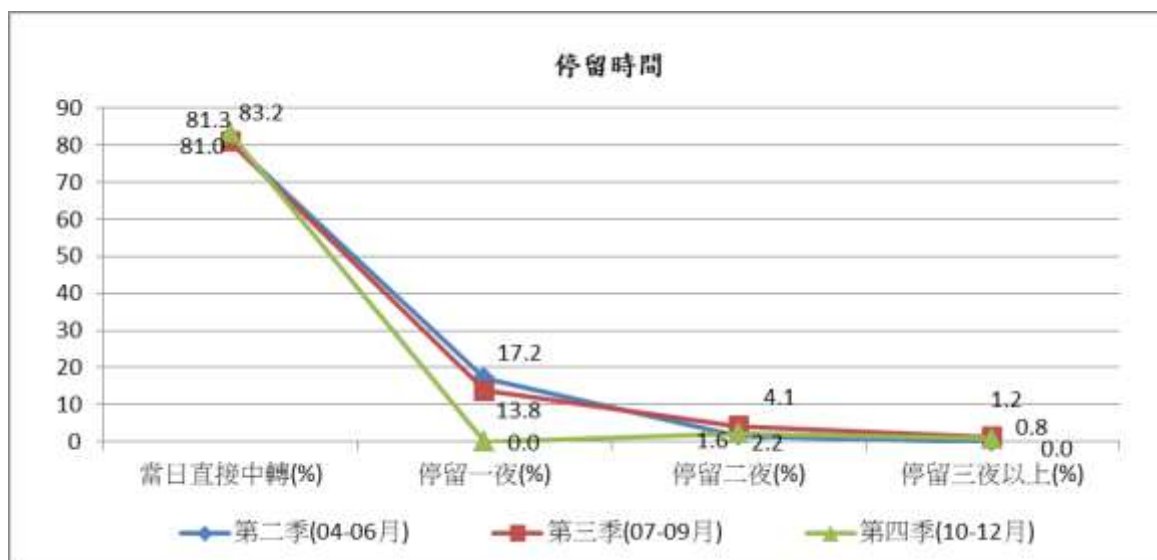


圖 3.8.3 停留時間

## 第九節 遊客資本資料、過境情形與中轉服務滿意度分析

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

### 壹、中轉服務滿意度

#### 一、遊客基本資料

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

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

在職業方面,對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異,「事務工作人員」對中轉服務滿意度高於「技術員及助理專業人員」、「民意代表、行政主管、企業主管、經理人員」者。

在平均所得方面,對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異,「3-5萬」、「7-10萬」對中轉服務滿意度高於「5-7萬」者。

在性別、婚姻、公司職級方面,對中轉服務滿意度構面上皆無顯著性差異。

#### 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。

「在金門停留三夜以上」對中轉服務滿意度高於「在金門停留一夜」者。

在往返區隔方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。

往返間隔方面，「一週」、「二個月」對中轉服務滿意度高於「半個月」者。「半個月」、「二個月」、「三個月」對中轉服務滿意度高於「一個月」者。

在商務年限之旅方面，對中轉服務滿意度構面上有顯著性差異。「不到1年」對中轉服務滿意度高於「5年以上」者。

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	全年調查樣本				
	選項	樣本 數	中轉服務滿 意度	F/t	Scheffe 法
年齡	(8)19 歲以下	14	3.40	7.42***	2>6 , 4>3 , 4>6
	(9)20-29 歲	216	4.00		
	(10)30-39 歲	340	3.84		
	(11)40-49 歲	240	4.12		
	(12)50-59 歲	187	3.90		
	(13)60-69 歲	107	3.64		
	(14)70 歲及以上	18	4.10		
教育 程度	(7)國中及以下	20	4.35	15.80***	1>4 , 3> 4
	(8)國(初)中	56	4.06		
	(9)高中、職	318	4.14		
	(10)專科、大學	495	3.77		
	(11)研究所及以上	233	3.91		
職業	(1)民意代表、行政主管、企業主管及經理 人員	179	3.82	5.47***	4>3 , 4> 1
	(2)專業人員	335	3.97		
	(3)技術員及助理專業人員	73	3.69		
	(4)事務工作人員	72	4.26		
	(5)服務工作人員及售貨員	122	4.06		
	(6)農、林、漁、牧工作人員	26	4.20		
	(7)技術工及有關工作人員、機械設備操作工 或體力工	70	4.11		
	(8)學生	72	3.78		
	(9)家庭主婦	77	3.76		
	(10)退休人員	34	3.94		
	(11)其他	39	3.58		
	(12)拒答	23	3.78		

平均所得	(1)3萬元以下	252	3.94	10.40***	2>3 , 4>3
	(2)3萬 - 5萬元	289	4.09		
	(3)5萬 - 7萬元	266	3.73		
	(4)7萬 - 10萬元	177	4.10		
	(5)10萬元以上	61	3.68		
	(6)拒答	48	3.61		
性別	(3)男	698	3.95	2.29*	
	(4)女	424	3.86		
婚姻	(1)已婚	726	3.91	-1.26*	
	(2)未婚	396	3.96		
公司職級	(1)負責人	277	3.80	4.09***	n.s
	(2)一級主管	132	3.89		
	(3)二級主管	116	4.01		
	(4)員工	364	3.99		
	(5)台商眷屬	144	4.05		
	(6)其他	61	3.68		
	(7)拒答	28	4.12		

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	全年調查樣本				F	Scheffe 法
	選項	樣本數	旅行社套裝 行程滿意度			
停留時間	(1)當日直接中轉	917	3.96	4.23	4>2	
	(2)在金門停留一夜	161	4.07			
	(3)在金門停留二夜	34	3.97			
	(4)在金門停留三夜以 上	10	3.38			
			3.93			
往返間隔	(1)一週	25	3.63	15.99***	1>2 , 2> 3 , 4>3 , 4 >2 , 5>3	
	(2)半個月	114	4.19			
	(3)一個月	191	3.61			
	(4)二個月	166	3.93			
	(5)三個月以上	626	3.99			
商務年限 之旅	(1)不到 1 年	378	4.38	3.75*	1>6	
	(2)1 年	130	3.93			
	(3)2 年	128	3.95			
	(4)3 年	86	3.78			
	(5)4 年	25	3.98			
	(6)5 年以上	375	3.84			

## 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106年01月至106年12月期間進行資料收集工作，總計完成有效問卷940份，本問卷調查針對「大陸觀光旅客群」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 $\pm 3.2\%$ ，信賴區間為95%，抽樣樣本分配如表4.1.1。

表 4.1.1 抽樣樣本分配表

	碼頭	機場	合計
4 月份	15	8	23
5 月份	94	10	104
6 月份	56	24	80
7 月份	82	35	117
8 月份	87	37	124
9 月份	71	45	116
10 月份	87	50	137
11 月份	89	39	128
12 月份	45	66	111
合計	626	314	940

## 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  $\alpha$  係數值為0.951，顯示本調查所使用之評估量表具有相當高的可信度。另外，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  $\alpha$  係數值為0.960，亦顯示本調查所使用之評估量表有相當高的可信度。

表 4.1.2 量表信度分析

構面	題數	Cronbach $\alpha$
旅行社套裝行程滿意度構面	5	0.951
各項相關設施與服務滿意度構面	14	0.960
觀光便利性滿意度	4	0.905
觀光環境滿意度	4	0.875
服務設施滿意度	6	0.934
旅遊感受度	3	0.926

## 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4.1.3，請參閱。

表 4.1.3 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	48	5.1
	20-29 歲	375	39.9
	30-39 歲	290	30.9
	40-49 歲	128	13.6
	50-59 歲	51	5.4
	60-69 歲	46	4.9
	70 歲及以上	2	0.2
	<b>小計</b>		<b>940</b>
二、教育程度	小學(含以下)	58	6.2
	初中	53	5.6
	中專(含高中)	149	15.9
	大學本科(含大專)	628	66.8
	研究所(含以上)	52	5.5
	<b>小計</b>		<b>940</b>
三、職業	公司中級主管、職員	310	33.0
	服務業	161	17.1
	企業所有人、高級主管、商人	108	11.5
	學生	88	9.4
	農民	75	8.0
	科學家、工程師、律師、醫師、會計師	59	6.3
	教育機構人員(校長、教授、老師)	56	6.0
	家庭主婦	22	2.3
	政府機構人員	19	2.0
	其他	15	1.6
	文化工作人員(作家、音樂家、記者)	14	1.5
	退休人員	13	1.4
	<b>小計</b>		<b>940</b>
四、平均所得	無經常性收入	80	8.5
	1 千元以下	28	3.0
	1~3 千元	122	13.0
	3~6 千元	333	35.4
	6~1 萬元	176	18.7
	1~2 萬元	136	14.5
	2 萬元以上	65	6.9
<b>小計</b>		<b>940</b>	<b>100.0</b>
五、居住地	廈門市	476	50.6
	福建省(廈門市除外)	307	32.7

	其他省(市)	115	12.2
	拒答	42	4.5
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
六、性別	男	363	38.6
	女	577	61.4
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
七、婚姻	已婚	474	50.4
	未婚	466	49.6
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。



## 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39.9%，「30-39歲」旅客次之佔30.9%，「40-49歲」佔13.6%為第三，詳細資料參閱表4.2.1/圖4.2.1。

表 4.2.1 來金陸客年齡分佈

年齡	調查樣本	
	人數	百分比(%)
19歲以下	48	5.1
20-29歲	375	39.9
30-39歲	290	30.9
40-49歲	128	13.6
50-59歲	51	5.4
60-69歲	46	4.9
70歲及以上	2	0.2
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

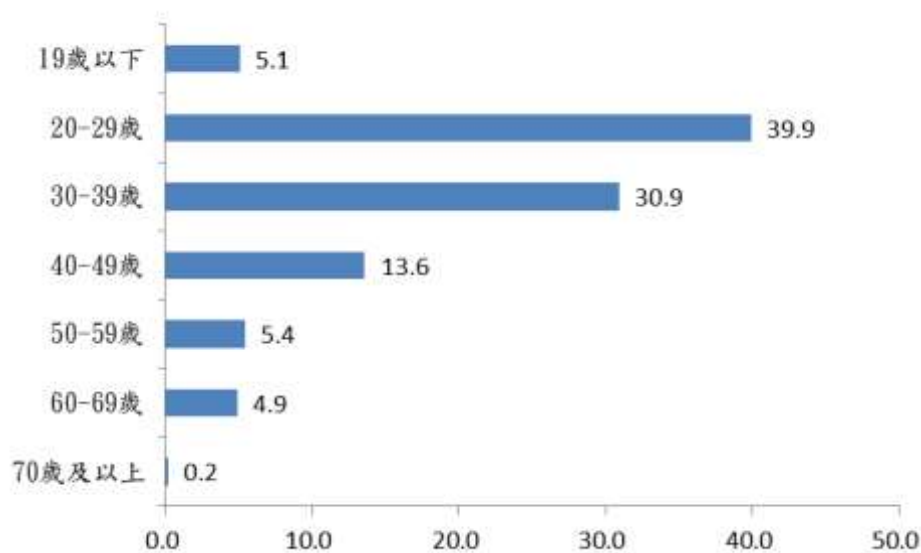


圖4.2.1 來金陸客年齡分佈

## 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66.8%，「中專（含高中）」次之佔15.9%，詳細資料參閱表4.2.2/圖4.2.2。

表 4.2.2 來金陸客教育程度

教育程度	調查樣本	
	人數	百分比(%)
小學（含以下）	58	6.2
初中	53	5.6
中專（含高中）	149	15.9
大學本科（含大專）	628	66.8
研究所（含以上）	52	5.5
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

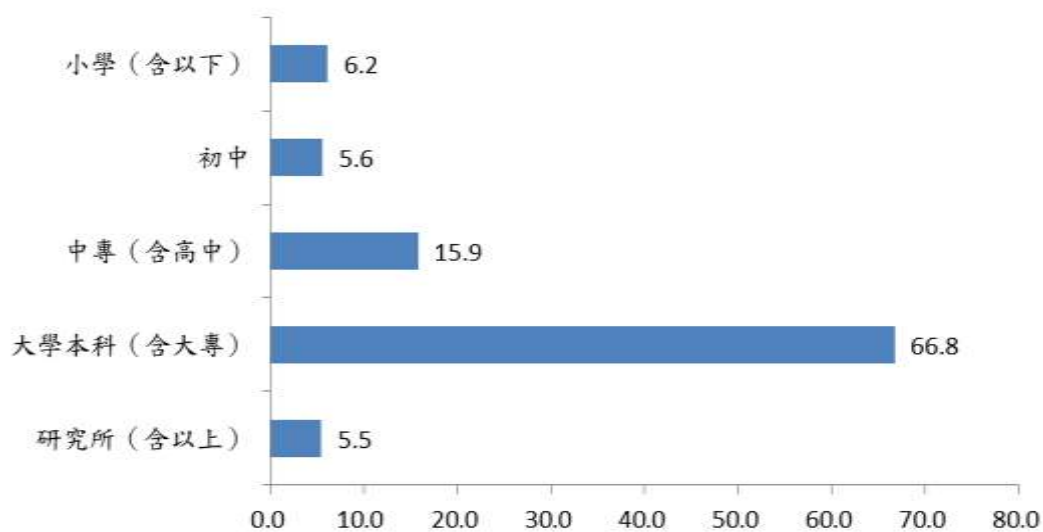


圖4.2.2 來金陸客教育程度

## 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33.0%，其次為「服務業」佔17.1%，「企業所有人、高級主管、商人」佔11.5%為第三，詳細資料參閱表4.2.3/圖4.2.3。

表 4.2.3 來金陸客職業

職業	調查樣本	
	人數	百分比(%)
公司中級主管、職員	310	33.0
服務業	161	17.1
企業所有人、高級主管、商人	108	11.5
學生	88	9.4
農民	75	8.0
科學家、工程師、律師、醫師、會計師	59	6.3
教育機構人員（校長、教授、老師）	56	6.0
家庭主婦	22	2.3
政府機構人員	19	2.0
其他	15	1.6
文化工作人員（作家、音樂家、記者）	14	1.5
退休人員	13	1.4
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。



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「3~6千元」的旅客最多佔35.4%，「6千~1萬元」的旅客次之佔18.7%，而「1~2萬元」的旅客佔14.5%為第三，詳細資料參閱表4.2.4/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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
無經常性收入	80	8.5
1千元以下	28	3.0
1~3千元	122	13.0
3~6千元	333	35.4
6千~1萬元	176	18.7
1~2萬元	136	14.5
2萬元以上	65	6.9
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

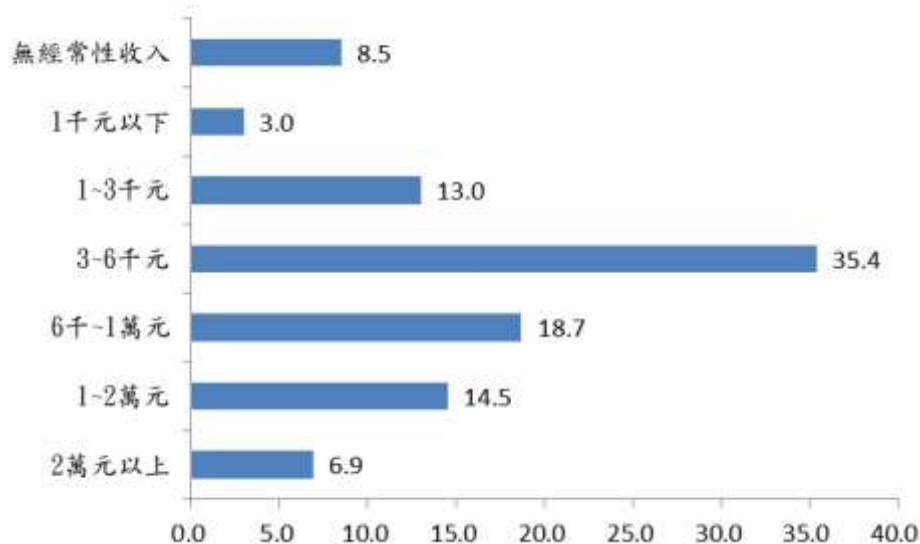


圖 4.2.4 來金陸客每月平均所得(人民幣)

## 伍、居住地

來金之陸客居住地，其中以「廈門市」的旅客最多佔50.6%，「福建省(廈門市除外)」旅客次之佔32.7%，詳細資料參閱表4.2.5/圖4.2.5。

表 4.2.5 來金陸客居住地

居住地	調查樣本	
	人數	百分比(%)
廈門市	476	50.6
福建省(廈門市除外)	307	32.7
其他省(市)	115	12.2
拒答	42	4.5
合計	940	100.0

註1：「其他省(市)」說明：甘肅、江西、雲南、河南、江蘇、四川、貴州、浙江、山東、廣西、北京、廣東等地方。

註2：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

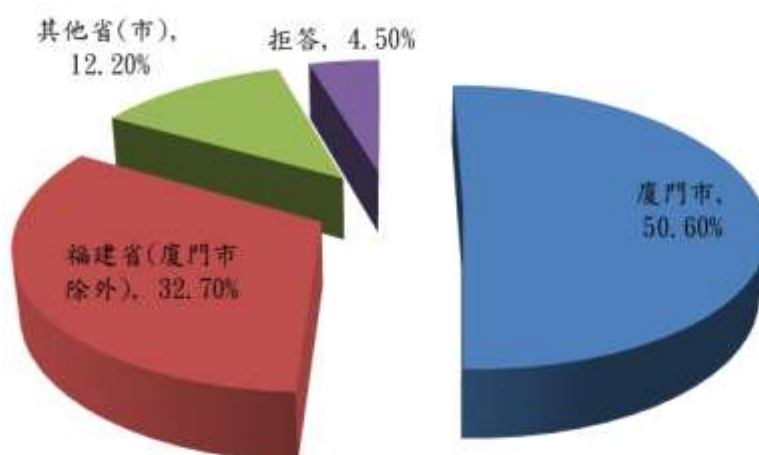


圖4.2.5 來金陸客居住地

## 陸、性別

來金陸客的性別中，以「女性」旅客佔61.4%，「男性」旅客佔38.6%，詳細資料參閱表4.2.6/圖4.2.6。

表 4.2.6 來金陸客性別分佈

性別	調查樣本	
	人數	百分比(%)
男	363	38.6
女	577	61.4
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

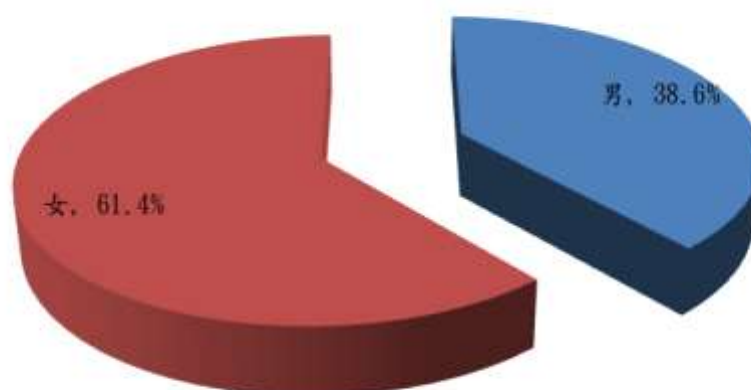


圖4.2.6 來金陸客性別分佈

## 柒、婚姻

來金陸客的婚姻中，以「已婚」旅客佔50.4%，「未婚」旅客佔49.6%，詳細資料參閱表4.2.7/圖4.2.7。

表 4.2.7 來金陸客婚姻分佈

婚姻	調查樣本	
	人數	百分比(%)
已婚	474	50.4
未婚	466	49.6
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

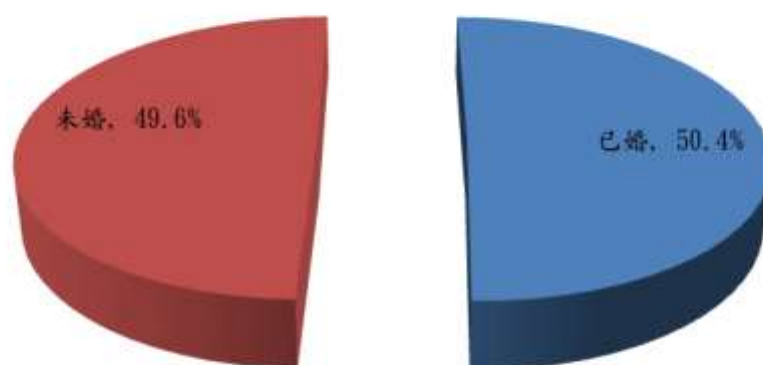


圖4.2.7 來金陸客婚姻分佈

## 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	711	75.6
	商務考察	4	0.4
	商務考察兼觀光	12	1.3
	探親及訪友	113	12.0
	參加兩岸交流活動	74	7.9
	其他	86	9.1
	小計	1,000	106.3
*此題為複選題，base=940			
二、搭乘之客輪	馬可波羅	132	14.0
	五緣號	111	11.8
	新武夷	106	11.3
	金星6號	95	10.1
	八方輪	83	8.8
	捷安輪	79	8.4
	東方之星	69	7.3
	和平之星	67	7.1
	迅安輪	64	6.8
	新金龍	63	6.7
	蓬江輪	40	4.3
	其他	31	3.3
	小計	940	100.0
三、同行人員	朋友、同學	367	39.0
	配偶	225	23.9
	子女	177	18.8
	同事	148	15.7
	親戚	137	14.6
	父母	107	11.4
	鄰居	13	1.4
小計	1174	124.9	
*此題為複選題，base=940			
四、旅遊資訊來源	親朋好友/公司同事	276	29.4
	電腦網路	242	25.7
	個人經驗	215	22.9
	電子媒體	143	15.2



	旅行社	121	12.9
	未曾索取資料	65	6.9
	政府觀光相關單位	61	6.5
	其他	61	6.5
	旅遊展覽	50	5.3
	平面媒體	48	5.1
	<b>小計</b>	<b>1282</b>	<b>136.4</b>
*此題為複選題，base=940			
五、旅遊主要原因	購物	310	33.0
	對金門的好奇心	207	22.0
	純觀光	176	18.7
	完成想來金門的心願	146	15.5
	小三通交通便利	124	13.2
	語言相通	91	9.7
	滿足炫耀	88	9.4
	因為金門是臺灣的縮影	48	5.1
	其他	41	4.4
	所屬工作單位或其他機關要求	21	2.2
	曾經是親戚或自己的故鄉	19	2.0
	<b>小計</b>	<b>1271</b>	<b>135.2</b>
*此題為複選題，base=940			
六、觀光安排方式	自由行	761	81.0
	團體向旅行社接洽，由旅行社安排	114	12.1
	自行組團，再委由旅行社安排	33	3.5
	個別向旅行社報名，由旅行社安排	32	3.4
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
七、是否中轉	是	224	23.8
	否	716	76.2
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、來金主要目的

來金陸客主要目的以從事「觀光」的旅客為最多佔75.6%，以「探親及訪友」為次之佔12.0%，第三為「其他」者佔9.1%，詳細資料參閱表4.3.2/圖4.3.1。（本題為複選題）

表 4.3.2 來金陸客主要目的

來金主要目的	調查樣本	
	人數	百分比(%)
觀光	711	75.6
商務考察	4	0.4
商務考察兼觀光	12	1.3
探親及訪友	113	12.0
參加兩岸交流活動	74	7.9
其他	86	9.1
合計	1000	106.3

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=940(受訪樣本數)

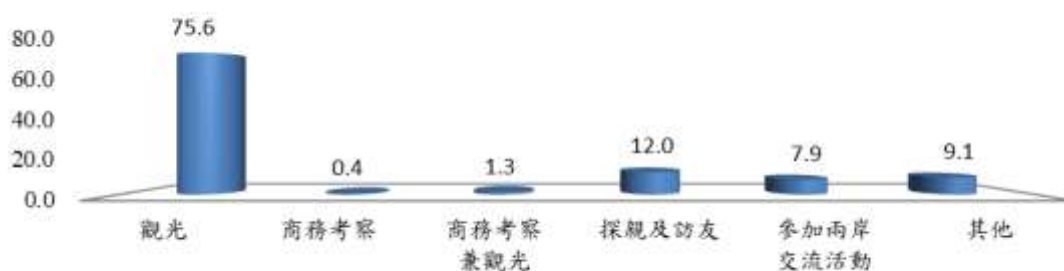


圖4.3.1 來金陸客主要目的

## 參、來金搭乘之客輪

來金陸客搭乘「馬可波羅」入境者最多佔14.0%，搭乘「五緣號」入境者比例為11.8%次之，搭乘「新武夷」入境者佔11.3%為第三，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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
馬可波羅	132	14.0
五緣號	111	11.8
新武夷	106	11.3
金星6號	95	10.1
八方輪	83	8.8
捷安輪	79	8.4
東方之星	69	7.3
和平之星	67	7.1
迅安輪	64	6.8
新金龍	63	6.7
蓬江輪	40	4.3
其他	31	3.3
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

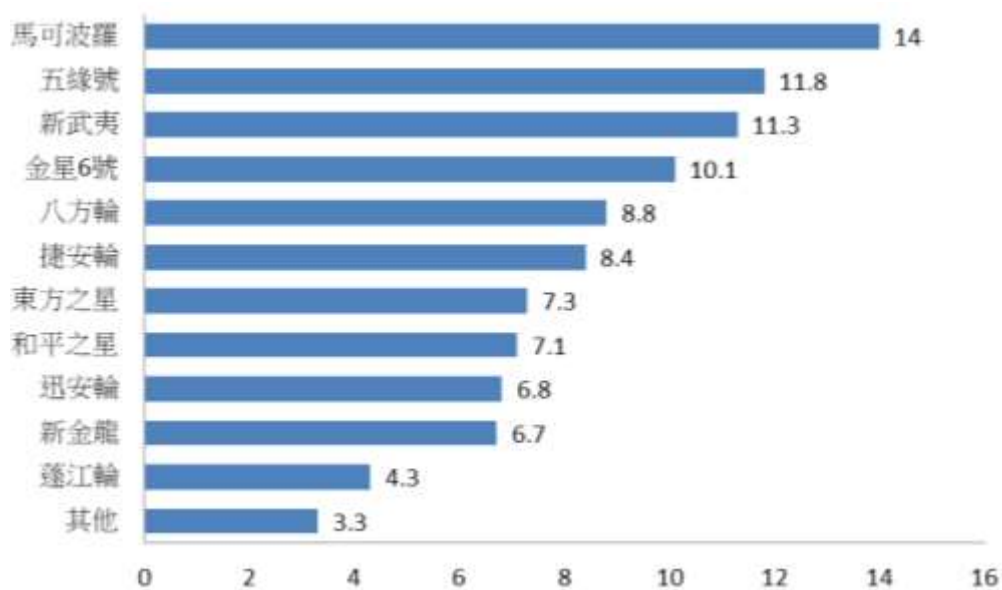


圖 4.3.2 來金陸客搭乘之客輪

## 肆、同行人員

來金陸客中同行人員為「朋友、同學」者所佔比例最多為41.8%，與「配偶」者佔25.7%次之，與「子女」者佔20.2%為第三，詳細資料參閱表4.3.4/圖4.3.3。（本題為複選題）

表 4.3.4 來金旅客同行人員

同行人員	調查樣本	
	次數	百分比(%)
朋友、同學	367	41.8
配偶	225	25.7
子女	177	20.2
同事	148	16.9
親戚	137	15.6
父母	107	12.2
鄰居	13	1.5
合計	1174	133.9

註：本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=940(受訪樣本數)

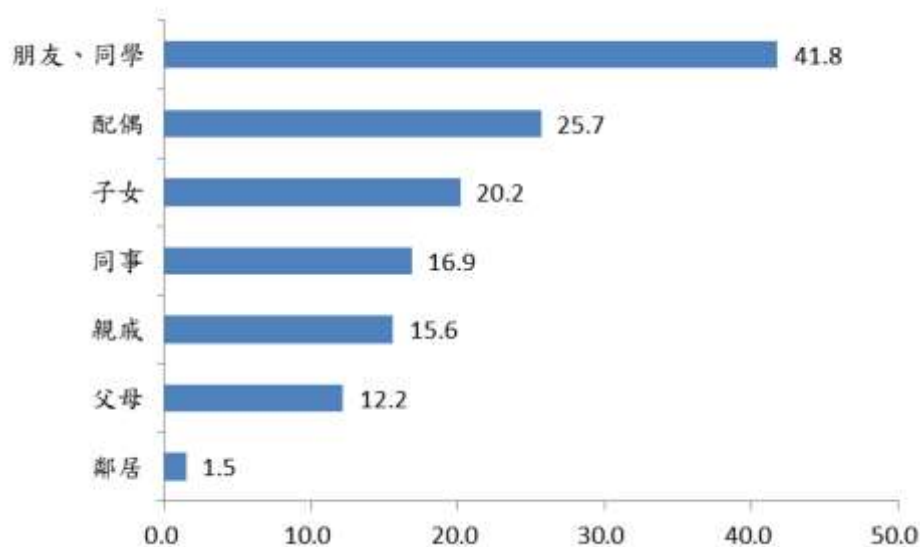


圖4.3.3 來金旅客同行人員

## 伍、旅遊訊息來源

來金陸客中旅遊資訊來源以「親朋好友/公司同事」最多佔29.4%，由「電腦網路」者佔25.7%次之，由「個人經驗」者22.9%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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
親朋好友/公司同事	276	29.4
電腦網路	242	25.7
個人經驗	215	22.9
電子媒體	143	15.2
旅行社	121	12.9
未曾索取資料	65	6.9
政府觀光相關單位	61	6.5
其他	61	6.5
旅遊展覽	50	5.3
平面媒體	48	5.1
合計	1282	136.4

註:本題為複選題，百分比總和可能不為100.0%。base=940(受訪樣本數)

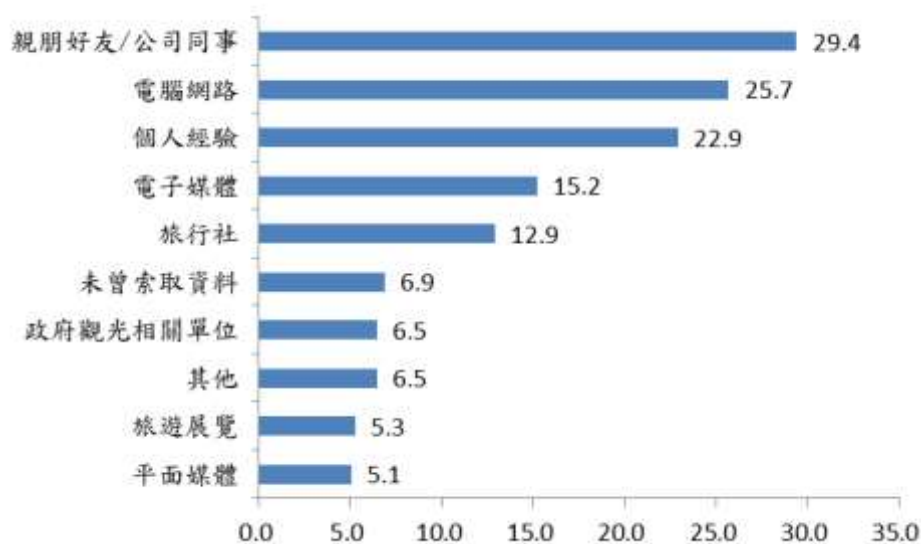


圖4.3.4 來金陸客旅遊訊息來源

## 陸、旅遊的主要原因

來金陸客中旅遊主要目的以「購物」最多佔33.0%，由「對金門的好奇心」者佔22.0%次之，由「純觀光」者18.7%為第三，詳細資料參閱表4.3.6/圖4.3.5。(本題為複選題)

表 4.3.6 來金門旅遊的主要原因

旅遊的主要原因	調查樣本	
	次數	百分比(%)
購物	310	33.0
對金門的好奇心	207	22.0
純觀光	176	18.7
完成想來金門的心願	146	15.5
小三通交通便利	124	13.2
語言相通	91	9.7
滿足炫耀	88	9.4
因為金門是臺灣的縮影	48	5.1
其他	41	4.4
所屬工作單位或其他機關要求	21	2.2
曾經是親戚或自己的故鄉	19	2.0
合計	1271	135.2

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=940(受訪樣本數)



圖4.3.5 來金門旅遊的主要原因

## 柒、觀光安排方式

來金陸客之觀光方式，以「自由行」的旅客所佔比例81.0%為最高，「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」者12.1%為第二，選擇「自行組團，再委由旅行社安排」佔3.5%為第三，詳細資料參閱表4.3.7/圖4.3.6。

表 4.3.7 陸客來金觀光方式

觀光安排方式	調查樣本	
	人數	百分比(%)
自由行	761	81.0
團體向旅行社接洽，由旅行社安排	114	12.1
自行組團，再委由旅行社安排	33	3.5
個別向旅行社報名，由旅行社安排	32	3.4
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

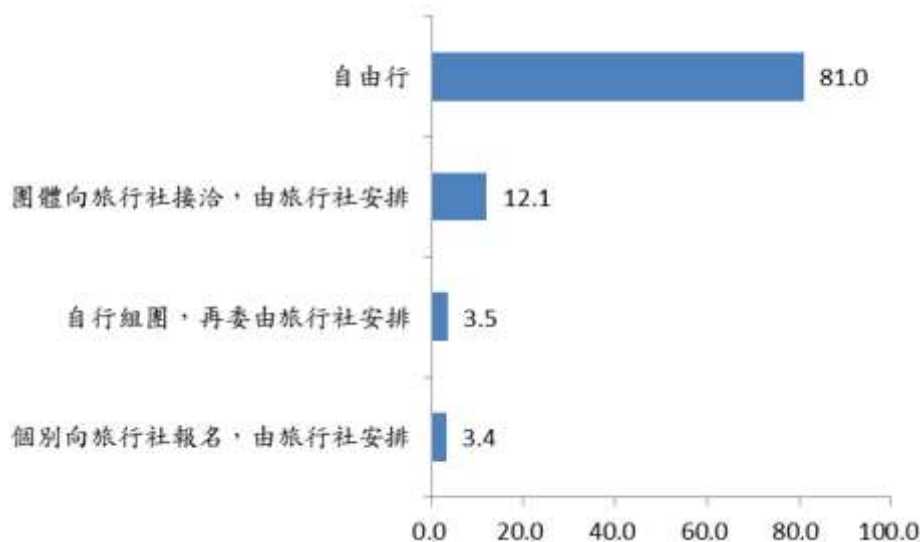


圖4.3.6 陸客來金觀光方式

## 捌、是否為中轉旅遊

來金陸客中是否為中轉旅遊，以「否（僅停留金門）」者最多佔76.2%，而「是」者佔23.8%次之，詳細資料參閱表4.3.8/圖4.3.7。

表 4.3.8 是否為中轉旅遊

是否為中轉旅遊	調查樣本	
	人數	百分比(%)
是	224	23.8
否	716	76.2
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

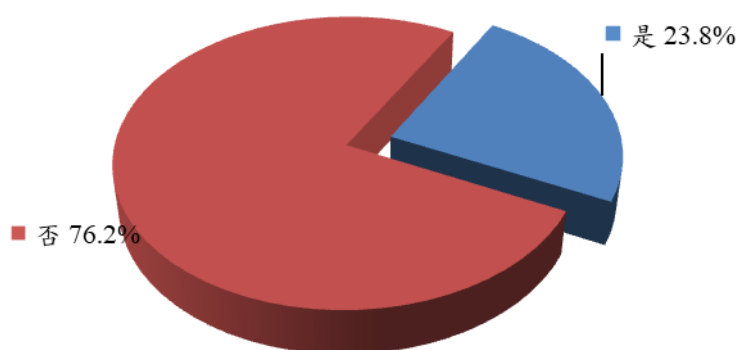


圖4.3.7 是否為中轉旅遊



## 第四節 來金陸客動向

### 壹、樣本結構

有關來金陸客動向之樣本結構分析，整理如下表4.4.1，請參閱。

表 4.4.1 來金陸客動向之樣本結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、停留時間	2天1夜	592	63.0
	3天2夜	225	23.9
	4天3夜	49	5.2
	5天(含)以上	74	7.9
	小計	940	100.0
二、來金次數	1次	523	55.6
	2次	178	18.9
	3次	82	8.7
	4次	13	1.4
	5次	49	5.2
	6次以上	95	10.1
	小計	940	100.0
三、最喜歡的景點	詳細參料參閱表 4.3.22		
四、最喜歡的觀光資源與因素	閩南建築	443	47.1
	自然景觀	371	39.5
	金門小吃	287	30.5
	富人情味	270	28.7
	治安交通良好	237	25.2
	乾淨整潔的環境	231	24.6
	戰地色彩	229	24.4
	氣候宜人	220	23.4
	免稅商品	205	21.8
	文物古跡	180	19.1
	旅費便宜	180	19.1
	金門特產品	178	18.9
	臺灣商品	137	14.6
	民風民俗的體驗	131	13.9
	海邊沙灘	119	12.7
	物品價格合理	80	8.5
	遊憩活動	37	3.9
賞鳥活動	31	3.3	
其他	13	1.4	
拒答	3	0.3	

\*此題為複選題，base=940

## 貳、停留時間

來金陸客停留天數以「2天1夜」者居多所佔比例為63.0%，「3天2夜」佔23.9%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	調查樣本	
	人數	百分比(%)
2天1夜	592	63.0
3天2夜	225	23.9
4天3夜	49	5.2
5天(含)以上	74	7.9
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

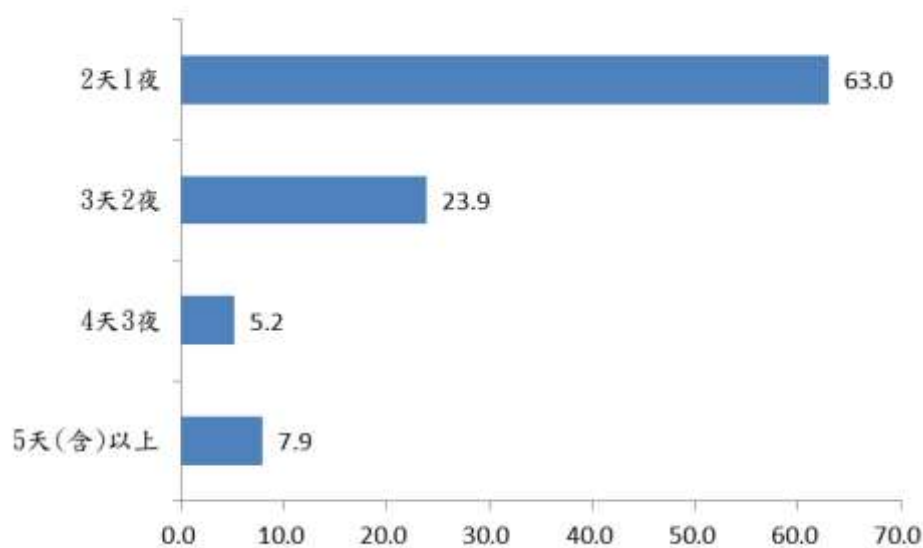


圖4.4.1 陸客來金停留時間

## 參、來金次數

兩岸開放後陸客來金次數以「1次」為最多佔55.6%，「2次」者居次佔18.9%，「6次以上」者佔10.1%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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
1次	523	55.6
2次	178	18.9
3次	82	8.7
4次	13	1.4
5次	49	5.2
6次以上	95	10.1
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

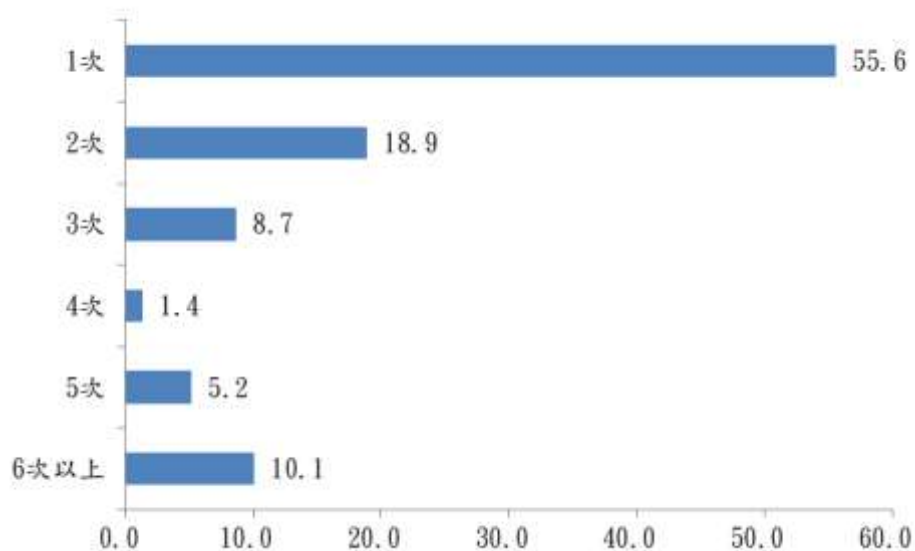


圖 4.4.2 兩岸開放後陸客來金次數

## 肆、最喜歡的景點

來金陸客最喜歡的觀光景點，前五名之次數百分比依次為「莒光樓」為49.8%，「水頭聚落」為40.6%、「翟山坑道」為40.3%，「模範街、貞節牌坊」為24.8%，「山后民俗村」為20.4%，詳細資料參閱表4.4.4/圖4.4.3。（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	百分比(%)
莒光樓	468	49.8
水頭聚落	382	40.6
翟山坑道	379	40.3
模範街、貞節牌坊	233	24.8
山后民俗村	192	20.4
金門酒廠	183	19.5
海邊沙灘	172	18.3
獅山炮陣地	154	16.4
清總兵署	147	15.6
金城民防坑道	137	14.6
國家公園遊客中心	136	14.5
慈湖	130	13.8
建功嶼	109	11.6
古甯頭戰史館	108	11.5
太武山	104	11.1
陳景蘭洋樓	93	9.9
榕園、八二三戰史館	86	9.1
馬山觀測所	65	6.9
文台寶塔	62	6.6
烈嶼(小金門)	55	5.9
延平郡王祠	52	5.5
北山古洋樓	48	5.1
乳山遊客中心	46	4.9
李光前將軍廟	41	4.4
瓊林聚落	39	4.1
雙鯉濕地中心	32	3.4
其他	25	2.7
大二膽水域	6	0.6
合計	3684	391.9

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=940(受訪樣本數)

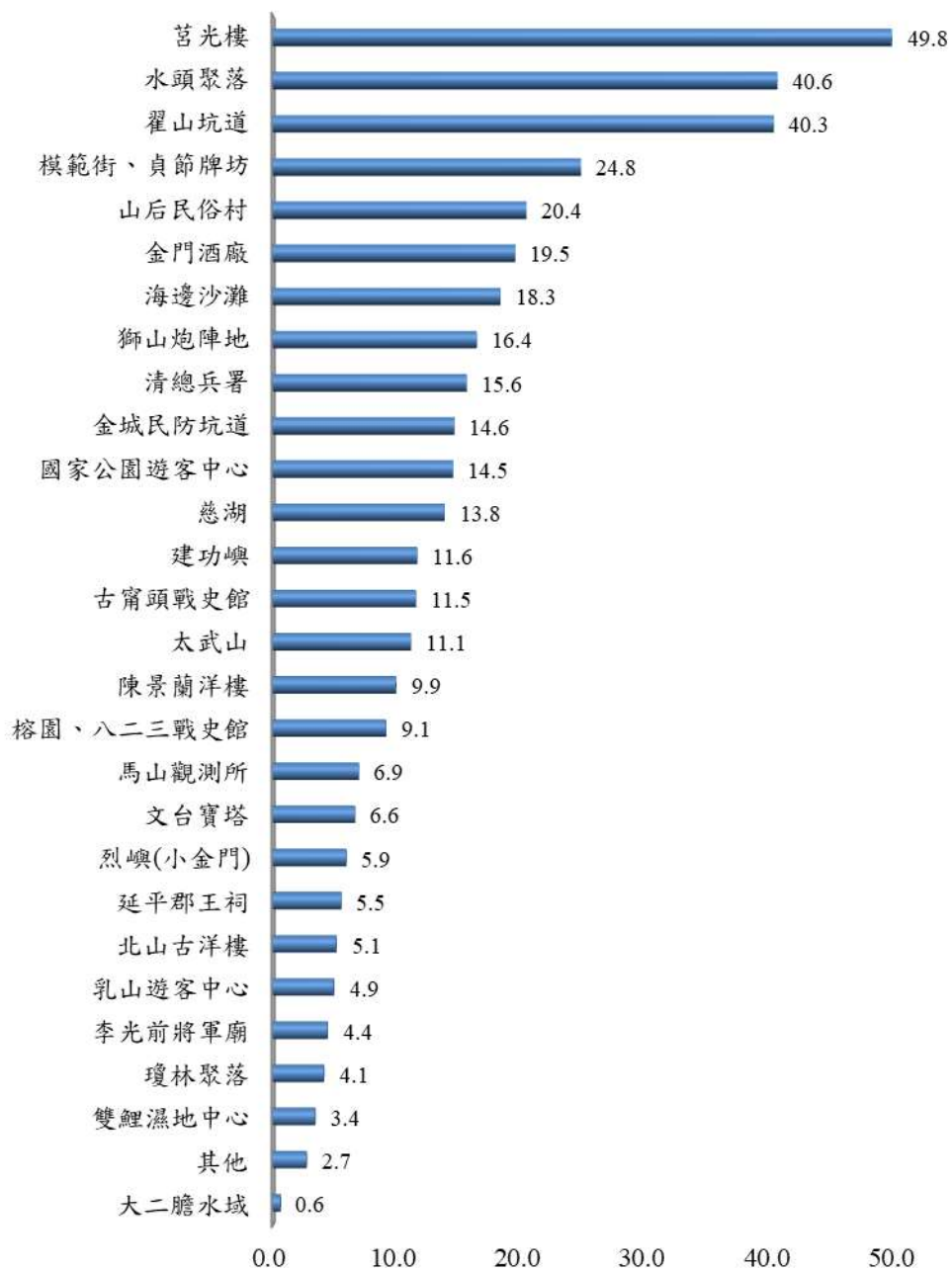


圖4.4.3 來金陸客最喜歡的觀光景點項目

## 伍、最喜歡的觀光資源與因素

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47.1%，「自然景觀」佔39.5%，「金門小吃」佔30.5%，「富人情味」佔28.7%，「治安交通良好」佔25.2%、「乾淨整潔的環境」佔24.6%，詳細資料參閱表4.4.5/圖4.4.4。（本題為複選題）

表 4.4.5 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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
閩南建築	443	47.1
自然景觀	371	39.5
金門小吃	287	30.5
富人情味	270	28.7
治安交通良好	237	25.2
乾淨整潔的環境	231	24.6
戰地色彩	229	24.4
氣候宜人	220	23.4
免稅商品	205	21.8
文物古跡	180	19.1
旅費便宜	180	19.1
金門特產品	178	18.9
臺灣商品	137	14.6
民風民俗的體驗	131	13.9
海邊沙灘	119	12.7
物品價格合理	80	8.5
遊憩活動	37	3.9
賞鳥活動	31	3.3
其他	13	1.4
拒答	3	0.3
合計	3582	380.9

註:本題為複選題，百分比總和可能不為100.0%。base=940(受訪樣本數)

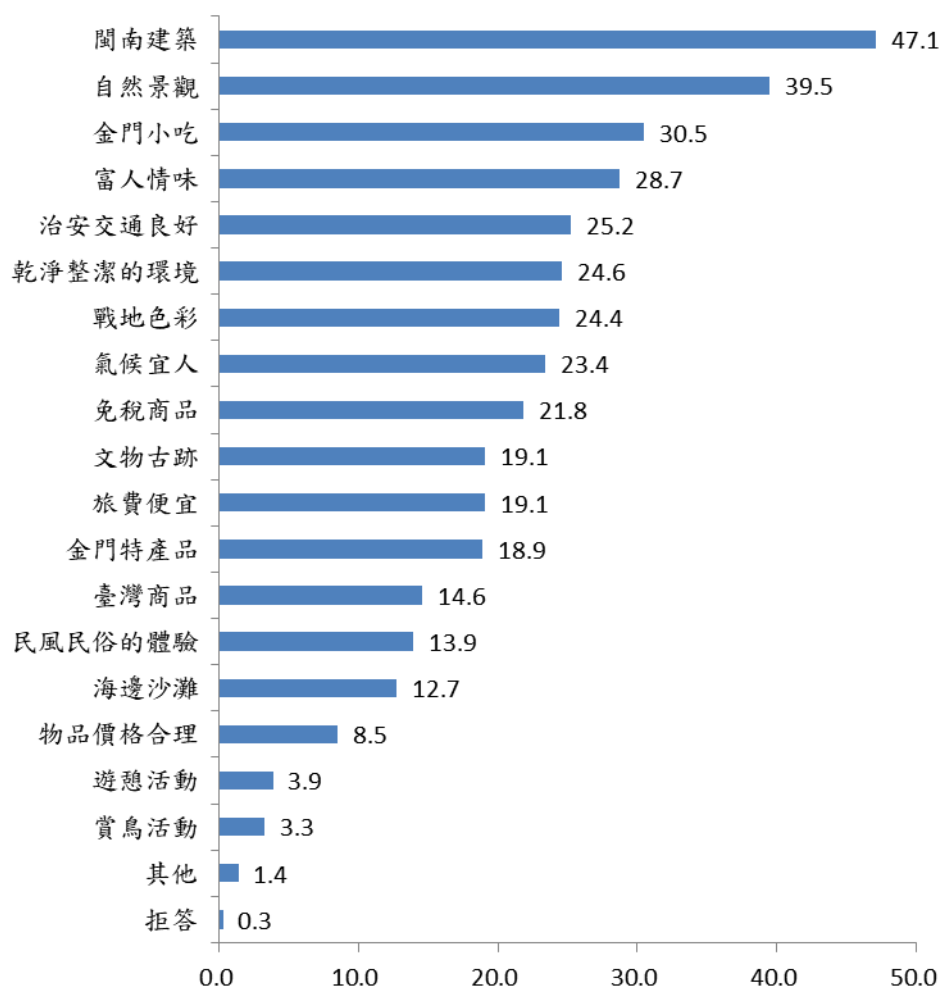


圖4.4.4 來金陸客最喜歡的觀光資源與因素

## 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4.3.24，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		
(一)個人總支出		
3,999 元以下	597	63.5
4,000-4,999 元	27	2.9
5,000-5,999 元	47	5.0
6,000-6,999 元	44	4.7
7,000-7,999 元	9	1.0
8,000-9,999 元	12	1.3
10,000 元(含)以上	40	4.3
未填答	164	17.4
<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
(二)餐飲支出		
未滿 50 元	37	3.9
51~100 元	106	11.3
101~200 元	188	20.0
201~400 元	201	21.4
401~600 元	167	17.8
601~1000 元	63	6.7
1001 元以上	48	5.1
無任何消費	130	13.8
<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
(三)交通支出		
未滿 50 元	33	3.5
51~100 元	241	25.6
101~200 元	177	18.8
201~400 元	158	16.8
401~600 元	85	9.0
601~1000 元	28	3.0
1001 元以上	35	3.7
無任何消費	183	19.5
<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100</b>
(四)購物支出		
未滿 50 元	32	3.4
51~100 元	88	9.4
101~200 元	90	9.6
201~400 元	163	17.3
401~600 元	118	12.6
601~1000 元	65	6.9
1001 元以上	231	24.6



	無任何消費	153	16.3
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100</b>
(五)住宿支出	未滿 50 元	33	3.5
	51~100 元	324	34.5
	101~200 元	197	21.0
	201~400 元	139	14.8
	401~600 元	54	5.7
	601~1000 元	42	4.5
	1001 元以上	21	2.2
	無任何消費	130	13.8
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
(六)娛樂支出	未滿 50 元	205	21.8
	51~100 元	116	12.3
	101~200 元	73	7.8
	201~400 元	45	4.8
	401~600 元	24	2.6
	601~1000 元	14	1.5
	1001 元以上	18	1.9
	無任何消費	445	47.3
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
(七)其他項目費用	未滿 50 元	59	6.3
	51~100	11	1.2
	101~200	17	1.8
	201~400 元	19	2.0
	401~600 元	6	0.6
	601~1000 元	15	1.6
	1001 元以上	11	1.2
	無任何消費	184	19.6
	拒答	618	65.7
	<b>小計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>
二、特產	詳細資料參閱表 4.3.33/圖 4.3.27		
三、購物地點	詳細資料參閱表 4.3.34/圖 4.3.28		

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、基本消費支出

### 一、個人總支出

個人總支出主要在「3,999元以下」佔63.5%，其次為「5,000-5,999元」佔5.0%，詳細資料參閱表4.5.2/圖4.5.1。

表 4.5.2 個人總支出(人民幣)

個人總支出	調查樣本	
	次數	百分比(%)
3,999 元以下	597	63.5
4,000-4,999 元	27	2.9
5,000-5,999 元	47	5.0
6,000-6,999 元	44	4.7
7,000-7,999 元	9	1.0
8,000-9,999 元	12	1.3
10,000 元(含)以上	40	4.3
未填答	164	17.4
<b>合計</b>	<b>940</b>	<b>100.0</b>

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

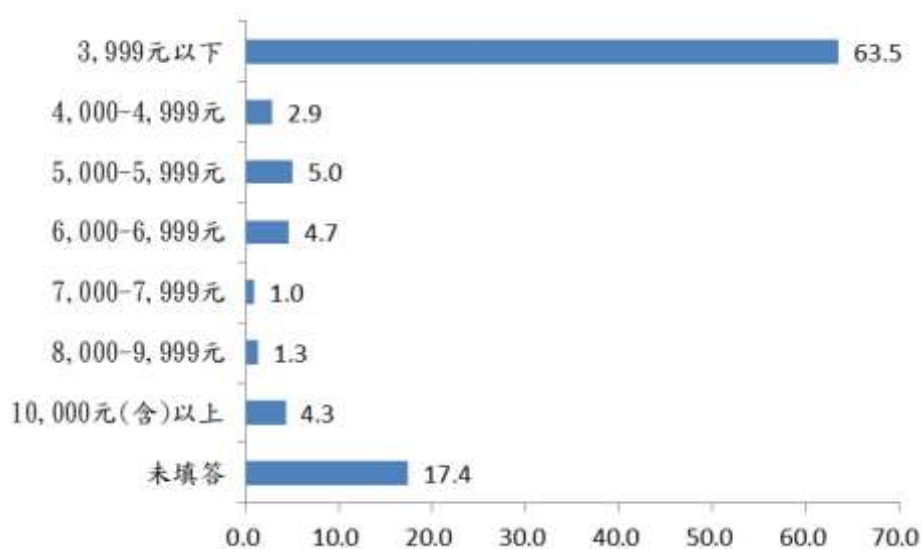


圖4.5.1 個人總支出

## 二、餐飲費用

來金陸客中在餐飲消費支出方面以「201~400元」比例為最高佔21.4%，其次為「101~200元」佔20.0%，「401~600元」之旅客佔17.8%為第三，詳細資料參閱表4.5.3/圖4.5.2。

表 4.5.3 餐飲費用(人民幣)

餐飲費用	調查樣本	
	次數	百分比(%)
未滿 50 元	37	3.9
51~100 元	106	11.3
101~200 元	188	20.0
201~400 元	201	21.4
401~600 元	167	17.8
601~1000 元	63	6.7
1001 元以上	48	5.1
無任何消費	130	13.8
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

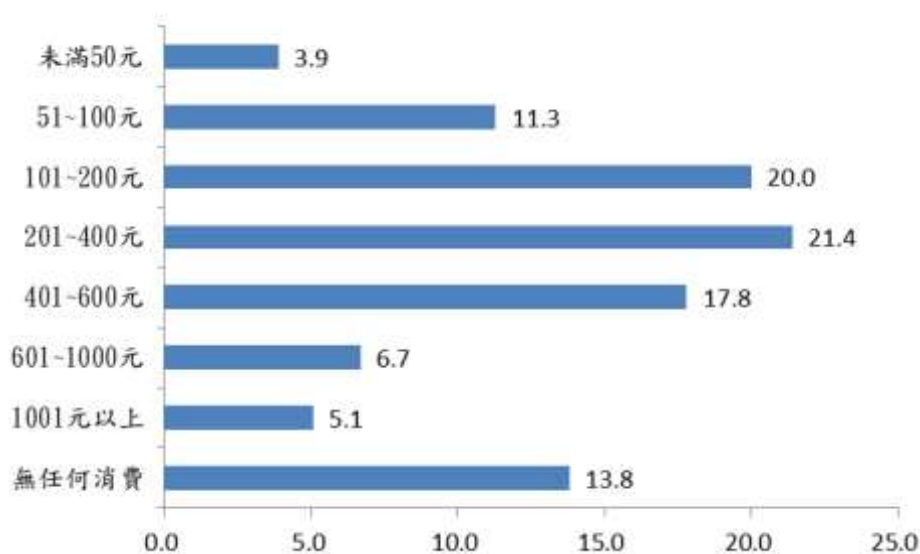


圖 4.5.2 餐飲費用(人民幣)

### 三、交通費用

來金陸客之交通費用以「51~100元」所佔比例最高為25.6%，其次為「無任何消費」佔19.5%，「101~200元」佔18.8%為第三，詳細資料參閱表4.5.4/圖4.5.3。

表 4.5.4 交通費用(人民幣)

交通費用	調查樣本	
	次數	百分比(%)
未滿 50 元	33	3.5
51~100 元	241	25.6
101~200 元	177	18.8
201~400 元	158	16.8
401~600 元	85	9.0
601~1000 元	28	3.0
1001 元以上	35	3.7
無任何消費	183	19.5
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

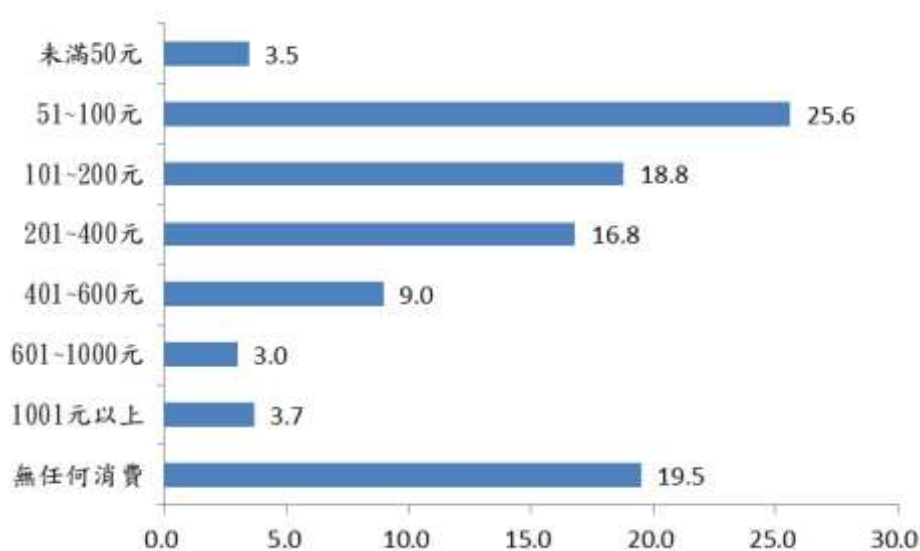


圖4.5.3 交通費用(人民幣)

#### 四、購物費用

來金陸客之購物費用以「1,001元以上」所佔比例最高為24.6%，其次為「201~400元」佔17.3%，「無任何消費」佔16.3%為第三，詳細資料參閱表4.5.5/圖4.5.4。

表 4.5.5 購物費用(人民幣)

購物費用	調查樣本	
	次數	百分比(%)
未滿 50 元	32	3.4
51~100 元	88	9.4
101~200 元	90	9.6
201~400 元	163	17.3
401~600 元	118	12.6
601~1000 元	65	6.9
1001 元以上	231	24.6
無任何消費	153	16.3
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

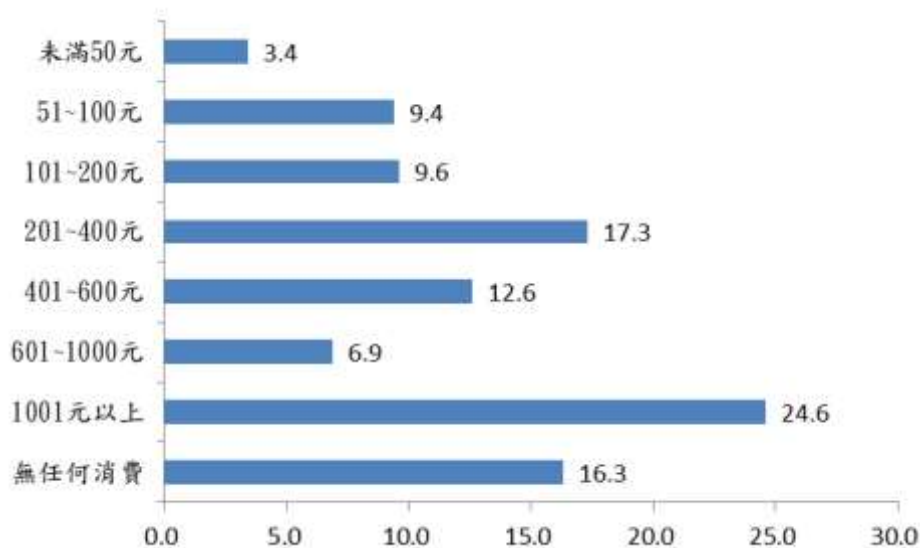


圖 4.5.4 購物費用(人民幣)

## 五、住宿費用

來金陸客中在住宿消費支出方面以「51~100元」佔34.5%比例為最高，其次為「101~200元」的旅客佔21.0%，「201~400元」之旅客佔14.8%為第三，詳細資料參閱表4.5.6/圖4.5.5。

表 4.5.6 住宿費用(人民幣)

住宿費用	調查樣本	
	次數	百分比(%)
未滿 50 元	33	3.5
51~100 元	324	34.5
101~200 元	197	21.0
201~400 元	139	14.8
401~600 元	54	5.7
601~1000 元	42	4.5
1001 元以上	21	2.2
無任何消費	130	13.8
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

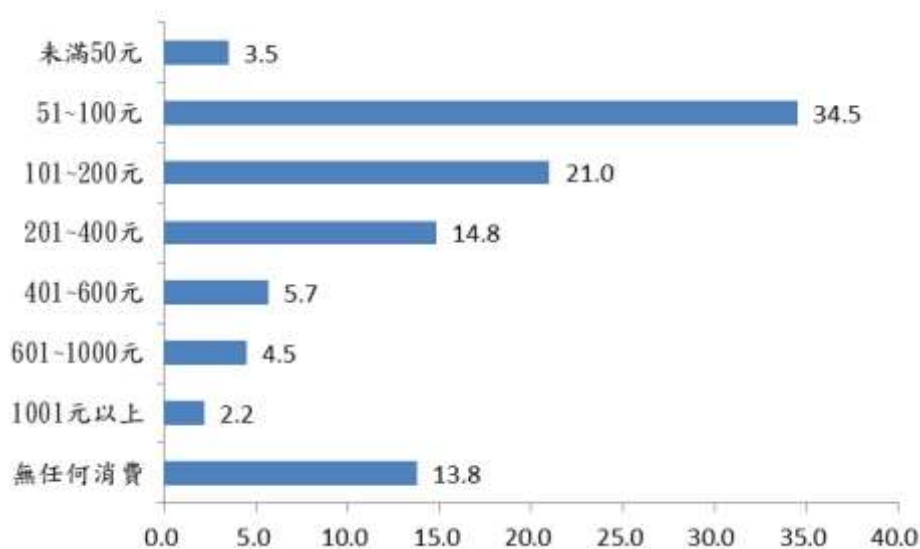


圖 4.5.5 住宿費用(人民幣)

## 六、娛樂費用

來金陸客中在娛樂消費支出方面以「無任何消費」佔47.3%比例為最高，其次為「未滿50元」的旅客佔21.8%，「51~100元」之旅客佔12.3%為第三，詳細資料參閱表4.5.7/圖4.5.6。

表 4.5.7 娛樂支出(人民幣)

娛樂費用	調查樣本	
	次數	百分比(%)
未滿 50 元	205	21.8
51~100 元	116	12.3
101~200 元	73	7.8
201~400 元	45	4.8
401~600 元	24	2.6
601~1,000 元	14	1.5
1,001 元以上	18	1.9
無任何消費	445	47.3
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

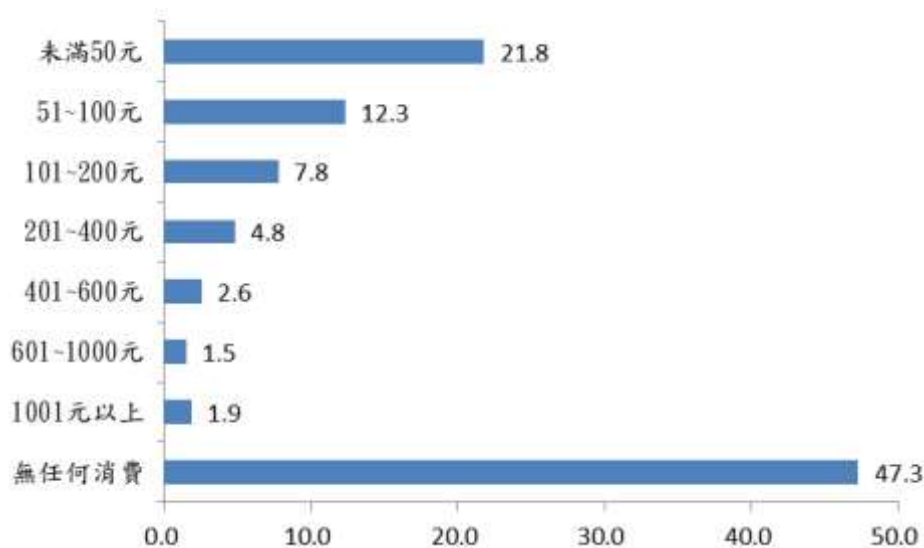


圖 4.5.6 娛樂費用(人民幣)

## 七、其他項目費用

來金陸客之其他項目費用以「無任何消費」所佔比例最高為19.6%，其次為「未滿50元」佔6.3%，「201~400元」之旅客佔2.0%為第三，詳細資料參閱表4.5.8/圖4.5.7。

表 4.5.8 其他項目費用(人民幣)

其他項目費用	調查樣本	
	次數	百分比(%)
未滿 50 元	59	6.3
51~100	11	1.2
101~200	17	1.8
201~400 元	19	2.0
401~600 元	6	0.6
601~1000 元	15	1.6
1001 元以上	11	1.2
無任何消費	184	19.6
拒答	618	65.7
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

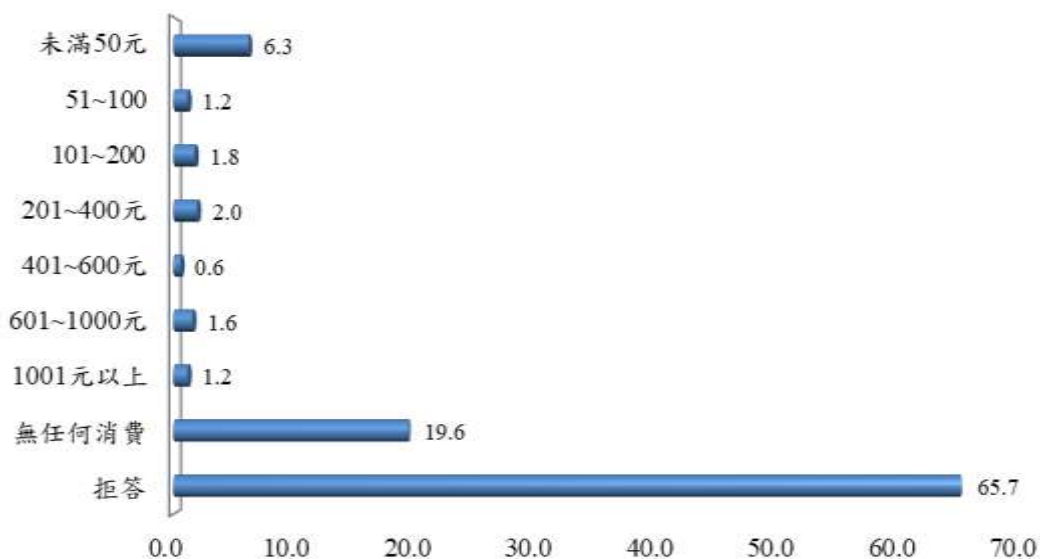


圖4.5.7 其他項目費用(人民幣)



## 參、消費金額估算

### 一、遊金陸客(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和細項消費每人每次平均支出約為1,770元。詳細資料參閱表4.5.9/圖4.5.8。

**估算公式：**每人每次遊程平均最低消費金額=(平均每人每次的餐飲消費支出)+(平均每人每次交通費用)+(平均每人每次的購物消費支出)+(平均每人每次的住宿消費支出)+(平均每人每次的娛樂消費支出)+(平均每人每次的其他項目支出)

**備註：**各細項費用取區間金額之平均數，例：4,000~4,999元取4,500元；而999元以下及15,000元以上，則取999元及15,000元。

表 4.5.9 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(%)
餐飲消費	333	18.8
交通費用	235	13.3
購物費用	538	30.4
住宿消費	213	12.0
娛樂消費	135	7.6
其他項目支出	316	17.9
合計	1,770	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

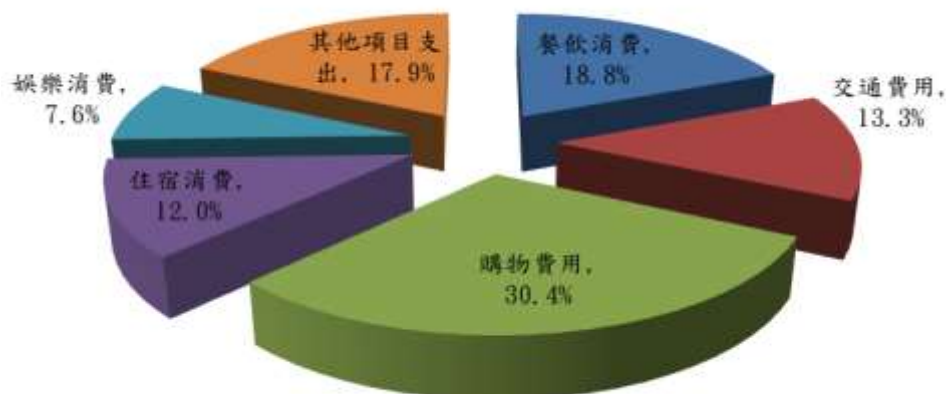


圖 4.5.8 遊金陸客(非中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)

## 二、遊金陸客(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和細項消費每人每次平均支出約為1,818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=(平均每人每次的餐飲消費支出)+(平均每人每次交通費用)+(平均每人每次的購物消費支出)+(平均每人每次的住宿消費支出)+(平均每人每次的娛樂消費支出)+(平均每人每次的其他項目支出)

**備註：**各細項費用取區間金額之平均數，例：4,000~4,999元取4,500元；而999元以下及15,000元以上，則取999元及15,000元。

表 4.5.10 遊金陸客(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(%)
餐飲消費	390	21.5
交通費用	322	17.7
購物費用	480	26.4
住宿消費	250	13.8
娛樂消費	255	14.0
其他項目支出	121	6.7
合計	1,818	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

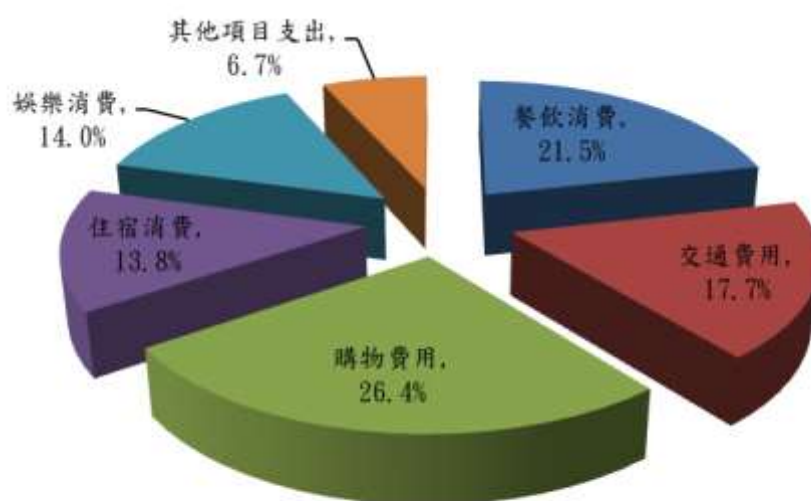


圖4.5.9 遊金陸客(中轉)每人/次平均最低消費金額(人民幣)

### 三、106 年度調查大陸來金旅客最低消費總金額（人民幣） 估算

106年度大陸來金旅客最低消費總額約為人民幣10億9仟2佰9拾6萬0仟2佰7拾0元。估算方式參閱如後。約為新台幣47億3仟2佰5拾1萬7仟9佰6拾9元。

106年調查便利抽樣之大陸觀光客總人次為940人。由附錄六得知01月-12月份來金門旅遊之非中轉大陸旅客人數約為551,412人，而留在金門1日以上，然後中轉到台灣之陸客人數約為64,335人，另大陸地區小三通落地簽人數約為86,376人。而大陸來金旅客在金門每人每次遊程最低消費金額估算為1,770元，另外，中轉入台灣之旅客在金門的團費每人金額估算約為1,818元。

#### 估算公式：

$$\begin{aligned} &= \text{非中轉大陸來金旅客人數} \times \text{非中轉陸客每人每次遊程最低消費金額} + \text{中轉至台灣之陸客人數} \times \text{中轉陸客每人每次遊程最低消費金額} \\ &= 551,412 \text{ 人} \times 1,770 \text{ 元} + 64,335 \text{ 人} \times 1,818 \text{ 元} \\ &= 975,999,240 \text{ 元} + 116,961,030 \text{ 元} \\ &= 1,092,960,270 \text{ 元} \end{aligned}$$

【以匯率1：4.33計算約為4,732,517,969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49.7%，其次為「一條根」為43.2%，「貢糖」為41.9%第三，「高粱酒」為38.2%，「牛肉乾」為35.4%，詳細資料參閱表4.5.11/圖4.5.10（本題為複選題）。

表 4.5.11 特產種類

特產	調查樣本	
	次數	百分比(%)
免稅品	467	49.7
一條根	406	43.2
貢糖	394	41.9
高粱酒	359	38.2
牛肉乾	333	35.4
日常百貨用品	217	23.1
風獅爺藝品	144	15.3
麵線	140	14.9
香煙	137	14.6
紀念品	117	12.4
炮彈鋼刀	111	11.8
餅類	87	9.3
衣服	40	4.3
高粱醋(酵素)	38	4.0
無消費	37	3.9
其他	16	1.7
合計	3,043	323.7

註:本題為複選題，百分比總和可能不為100.0%。base=940(受訪樣本數)

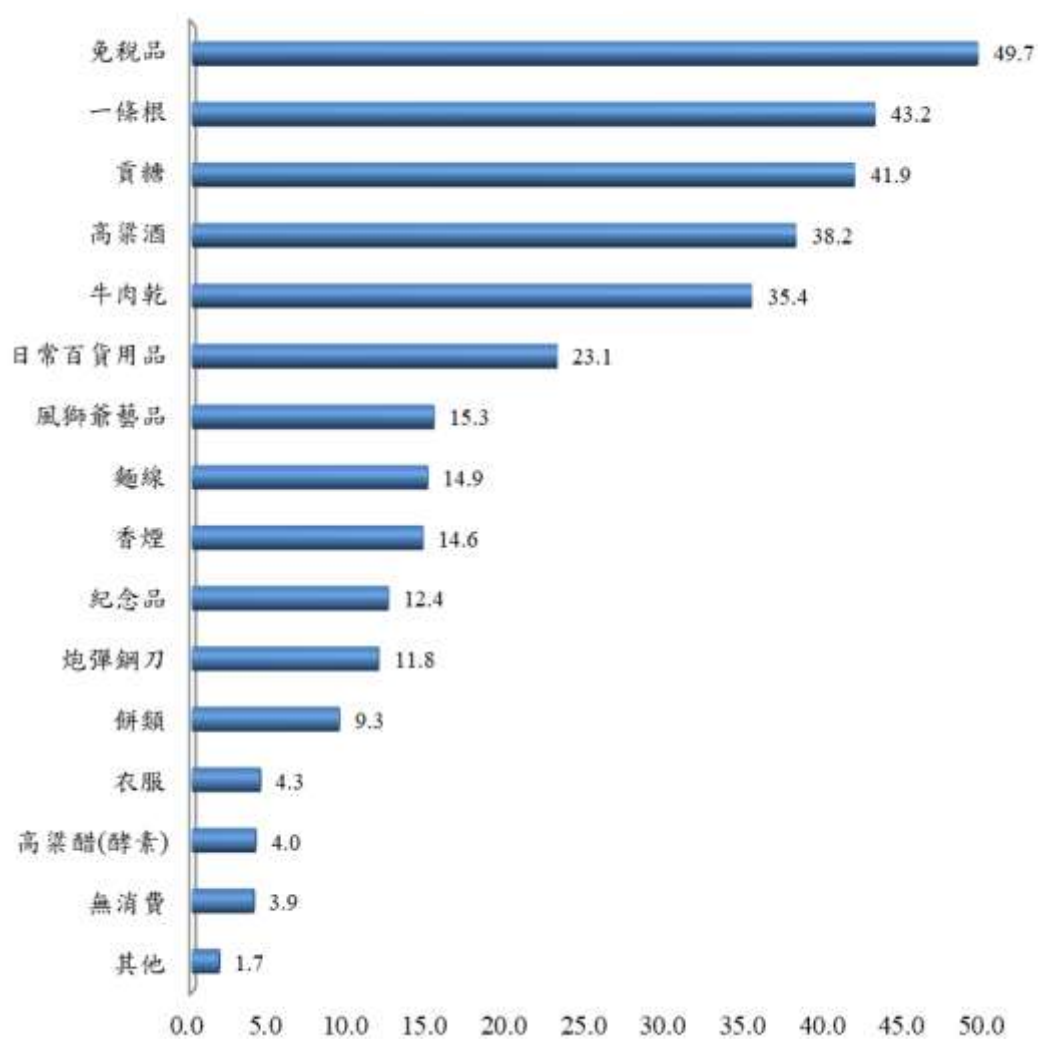


圖4.5.10 特產種類

## 伍、購物地點

購物地點中以「免稅店」所佔比例最高為51.6%，「藥妝店」40.4%次之，「自行前往之特產店」佔28.0%為第三，詳細資料參閱表4.5.12/圖4.5.11。(本題為複選題)

表 4.5.12 購物地點

購物地點	調查樣本	
	次數	百分比(%)
免稅店	485	51.6
藥妝店	380	40.4
自行前往之特產店	263	28.0
超商(7-11)	173	18.4
旅行社安排之特產店	168	17.9
傳統市場	132	14.0
大賣場	129	13.7
風景據點小販	111	11.8
無購買	24	2.6
漁會超市	22	2.3
其他	18	1.9
合計	1905	202.6

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=940(受訪樣本數)

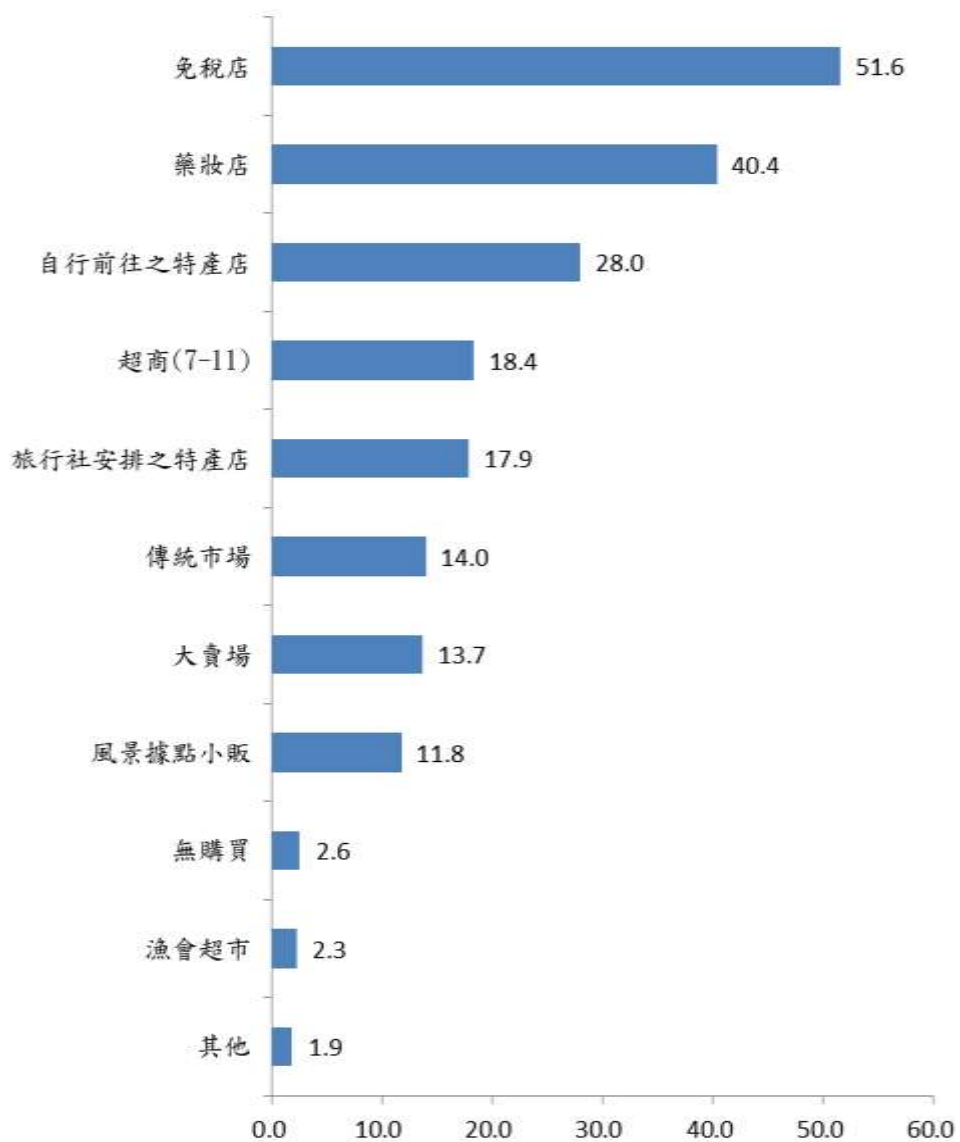


圖4.5.11 購物地點

## 第六節 來金陸客旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

由表4.3.35得知，各項相關設施與服務滿意度以8. 對金門社會治安良好的滿意度各為排序後的第一順位（平均數=4.70），5.金門居民對旅客之態度的滿意度為第二順位（平均數=4.66），9.對金門各景點服務人員的滿意度為第三順位（平均數=4.59），相關數據請參閱下表4.6.1。

表 4.6.1 各項相關設施與服務滿意度

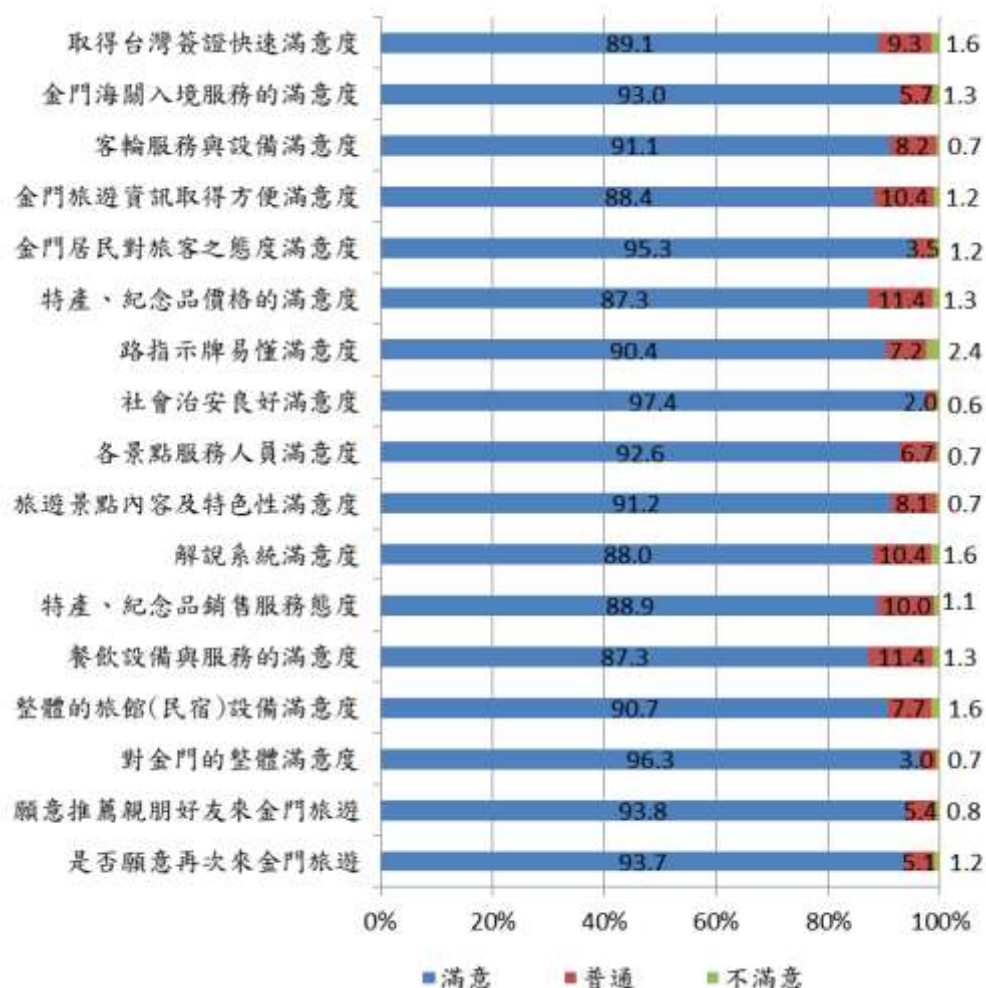
各項相關設施與服務的滿意度	調查樣本		
	平均數	標準差	排序
1.取得台灣簽證快速的滿意度	4.51	0.74	8
2.對金門海關入境服務的滿意度	4.54	0.67	6
3.對客輪服務與設備滿意度	4.49	0.69	9
4.對金門旅遊資訊取得方便滿意度	4.46	0.74	12
5.金門居民對旅客之態度的滿意度	4.66	0.63	2
6.對金門特產、紀念品價格的滿意度	4.40	0.75	14
7.對金門道路指示牌易懂的滿意度	4.49	0.75	10
8.對金門社會治安良好的滿意度	4.70	0.55	1
9.對金門各景點服務人員的滿意度	4.59	0.66	3
10.旅遊景點內容及特色性的滿意度	4.48	0.69	11
11.對金門解說系統的滿意度	4.41	0.75	13
12.對金門特產、紀念品銷售服務態度	4.40	0.73	15
13.對金門餐飲設備與服務的滿意度	4.39	0.76	16
14.對金門整體的旅館(民宿)設備滿意度	4.45	0.76	12
15.對金門的整體滿意度	4.52	0.61	7
16.願意推薦親朋好友來金門旅遊	4.59	0.64	4
17.是否願意再次來金門旅遊	4.56	0.67	5

註1：平均數為5=非常滿意，4=還算滿意，3=普通，2=不太滿意，1=非常不滿意

註2：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。



圖 4.3.29 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，由此大致可看出來金陸客對「對金門社會治安良好的滿意度」之滿意的比率較多，而不滿意的比例以「對金門整體的旅館(民宿)設備滿意度」、「對金門道路指示牌易懂的滿意度」之旅客比率較多。



註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

圖 4.6.1 各項相關設施與服務滿意度

## 第七節 陸客對金門整體滿意度、推薦、回遊意願

### 壹、樣本結構

有關陸客對金門整體滿意度、推薦意願、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	非常不滿意	2	0.2
	不太滿意	5	0.5
	普通	28	3.0
	還算願意	372	39.6
	非常滿意	533	56.7
	小計	940	100.0
二、推薦意願	非常不願意	2	0.2
	不太願意	6	0.6
	普通	51	5.4
	還算願意	260	27.7
	非常願意	621	66.1
	小計	940	100
三、回遊意願	非常不願意	4	0.4
	不太願意	7	0.7
	普通	48	5.1
	還算願意	279	29.7
	非常願意	602	64.0
	小計	940	100.0
四、國外旅遊的經驗	沒有	265	28.2
	有	675	71.8
	小計	940	100.0
五、最喜歡的旅遊地點	臺灣地區旅遊	533	56.7
	金門地區旅遊	479	51.0
	其他海外國家旅遊	465	49.5
	國內旅遊	463	49.3
	港澳地區旅遊	347	36.9
*此題為複選題，base=940		2287	243.4

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

## 貳、整體滿意度

來金陸客對此次金門之旅整體滿意如下：「非常滿意」為56.7%、「還算滿意」為39.6%，非常滿意與還算滿意合計為96.3%，「普通」佔3.0%，「不太滿意」為0.5%、「非常不滿意」為0.2%，不太滿意與非常不滿意合計為0.7%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不滿意	2	0.2
不太滿意	5	0.5
普通	28	3.0
還算滿意	372	39.6
非常滿意	533	56.7
合計	940	100

註1:各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2:「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」。

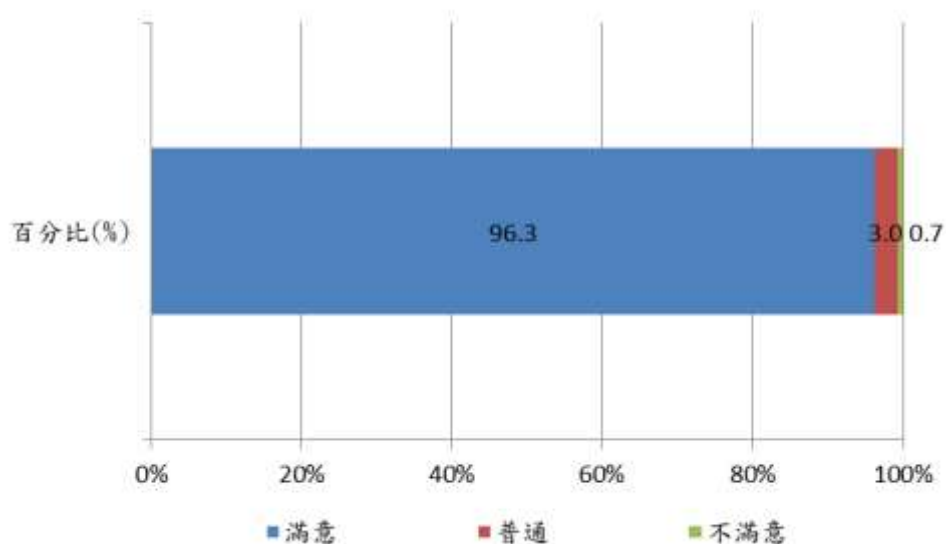


圖4.7.1 來金陸客對金門之旅的整體滿意度

## 參、推薦意願

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66.1%、「還算願意」為27.7%，非常願意與還算願意合計為93.8%，「普通」佔5.4%，「不太願意」為0.2%、「非常不願意」為0.6%，不太願意與非常不願意合計為0.8%，詳細資料參閱，詳細資料參閱表4.7.3/圖4.7.2。

表 4.7.3 來金陸客推薦前來金門旅遊的意願

推薦意願	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不願意	2	0.2
不太願意	6	0.6
普通	51	5.4
還算願意	260	27.7
非常願意	621	66.1
合計	940	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常願意」和「還算願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，「非常不願意」和「不太願意」合併為「不願意」

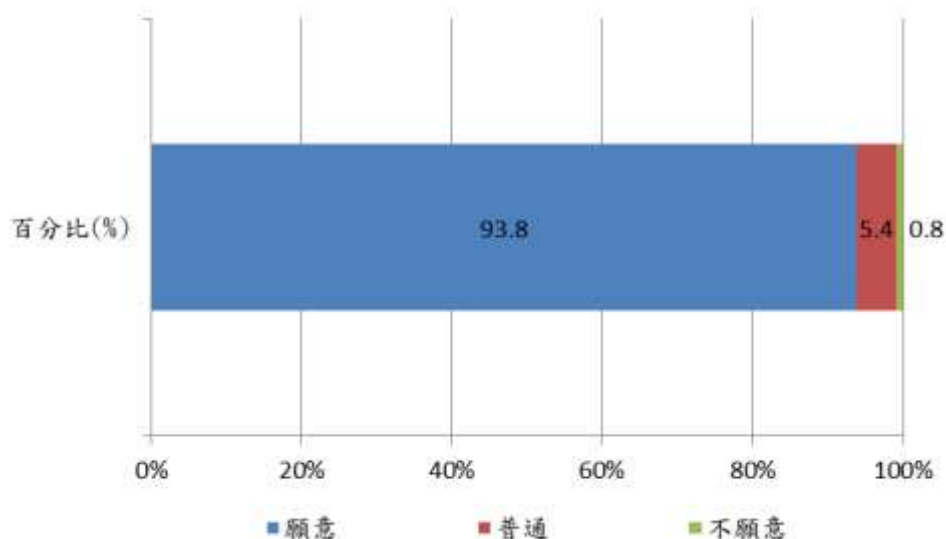


圖 4.7.2 來金陸客推薦前來金門旅遊的意願

## 肆、回遊意願

來金陸客願意回遊金門滿意度如下：「非常願意」為64.0%、「還算願意」為29.7%，非常願意與還算願意合計為93.7%，「普通」佔5.1%，「不太願意」為0.7%、「非常不願意」為0.4%，不太願意與非常不願意合計為1.1%，詳細資料參閱表4.7.4/圖4.7.3。

表 4.7.4 來金陸客再次來金門旅遊的意願

回遊意願	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常不願意	4	0.4
不太願意	7	0.7
普通	48	5.1
還算願意	279	29.7
非常願意	602	64.0
合計	940	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常願意」和「還算願意」合併為「願意」，「普通」則維持原分類，「非常不願意」和「不太願意」合併為「不願意」

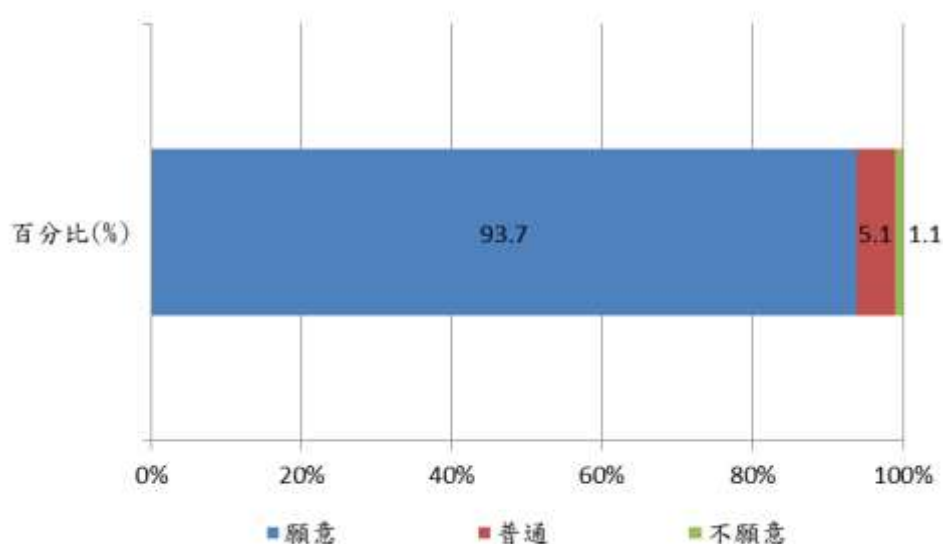


圖 4.7.3 來金陸客再次來金門旅遊的意願

## 伍、國外旅遊的經驗

來金陸客「沒有」到國外旅遊經驗者佔28.2%，而表示「有」到國外旅遊（大陸地區以外）的經驗者佔71.8%詳細資料參閱表4.7.5/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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
沒有	265	28.2
有	675	71.8
合計	940	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

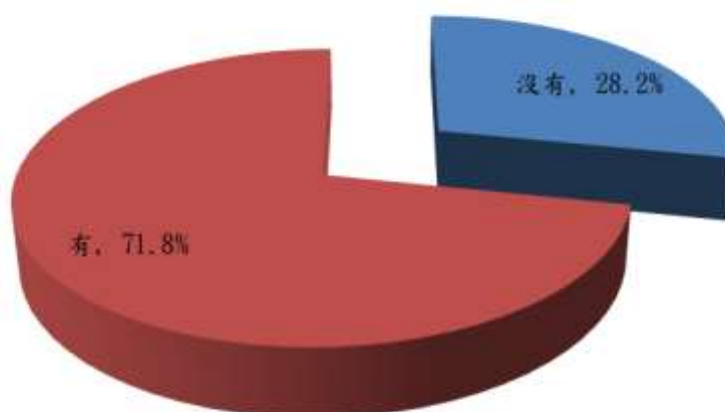


圖 4.7.4 是否有到國外旅遊的經驗

## 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「臺灣地區旅遊」最多佔56.7%，其次為「金門地區旅遊」佔51.0%，第三為「其他海外國家旅遊」佔49.5%，第四為「國內旅遊」佔49.3%，第五為「港澳地區旅遊」佔36.9%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
臺灣地區旅遊	533	56.7
金門地區旅遊	479	51.0
其他海外國家旅遊	465	49.5
國內旅遊	463	49.3
港澳地區旅遊	347	36.9
合計	2287	243.4

註:本題為複選題，百分比總和可能不為 100.0%。base=940(受訪樣本數)

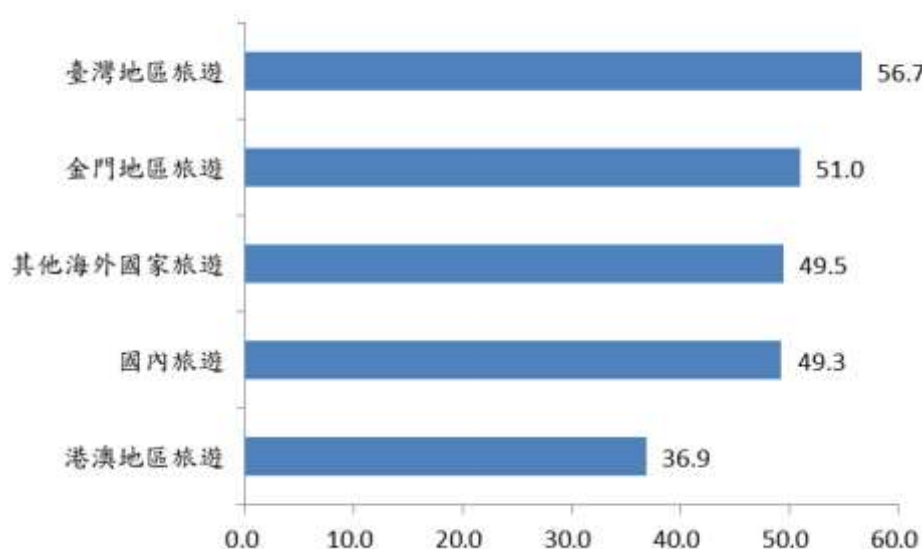


圖4.7.5 最喜歡的旅遊地點

## 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	114	63.7
	還算滿意	44	24.6
	普通	20	11.2
	不太滿意	1	0.6
	非常不滿意	0	0.0
	自由行未作答	176	--
	小計	335	100.0
二、導遊滿意度	非常滿意	117	65.4
	還算滿意	45	25.1
	普通	16	8.9
	不太滿意	1	0.6
	非常不滿意	0	0.0
	自由行未作答	176	--
	小計	355	100.0
三、交通工具滿意度	非常滿意	112	62.6
	還算滿意	44	24.6
	普通	21	11.7
	不太滿意	1	0.6
	非常不滿意	1	0.6
	自由行未作答	176	--
	小計	355	100.0
四、遊程設計滿意度	非常滿意	112	62.6
	還算滿意	41	22.9
	普通	23	12.8
	不太滿意	3	1.7
	非常不滿意	0	0.0
	自由行未作答	176	--
	小計	355	100.0
五、團費滿意度	非常滿意	115	64.2
	還算滿意	40	22.3
	普通	22	12.3



---

不太滿意	2	1.1
非常不滿意	0	0.0
自由行未作答	176	--
<b>小計</b>	<b>355</b>	<b>100.0</b>

---

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、旅行社滿意度

來金旅客對此次旅行社整體滿意如下：「非常滿意」為63.7%、「還算滿意」為24.6%，非常滿意與還算滿意合計為88.3%，「普通」佔11.2%，「不太滿意」為0.6%、「非常不滿意」為0.0%，不太滿意與非常不滿意合計為0.6%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	114	63.7
還算滿意	44	24.6
普通	20	11.2
不太滿意	1	0.6
非常不滿意	0	0.0
自由行未作答	176	--
合計	335	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」

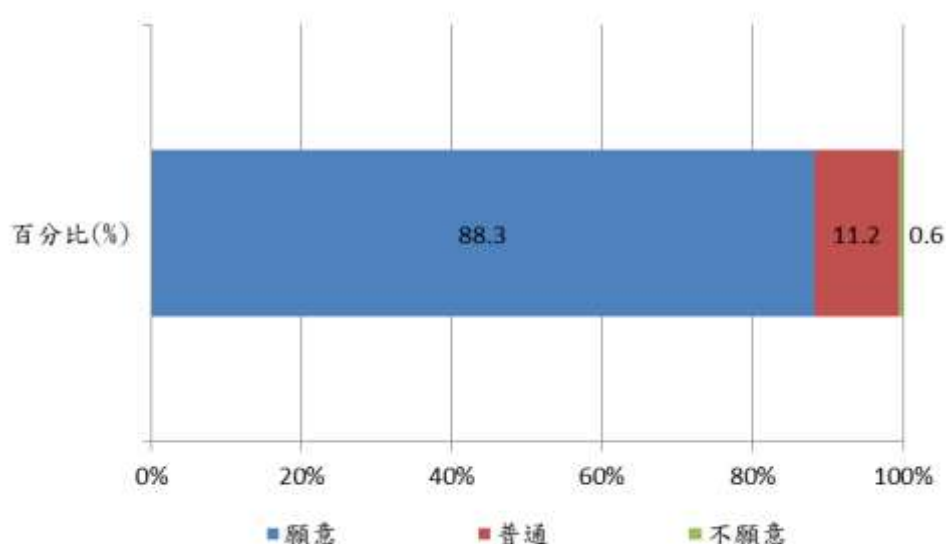


圖4.8.1 來金陸客對旅行社的整體滿意度

## 參、導遊滿意度

來金陸客對此次導遊整體滿意如下：「非常滿意」為65.4%、「還算滿意」為25.1%，非常滿意與還算滿意合計為90.5%，「普通」佔8.9%，「不太滿意」為0.6%、「非常不滿意」為0.0%，不太滿意與非常不滿意合計為0.6%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	117	65.4
還算滿意	45	25.1
普通	16	8.9
不太滿意	1	0.6
非常不滿意	0	0.0
自由行未作答	176	--
合計	355	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」

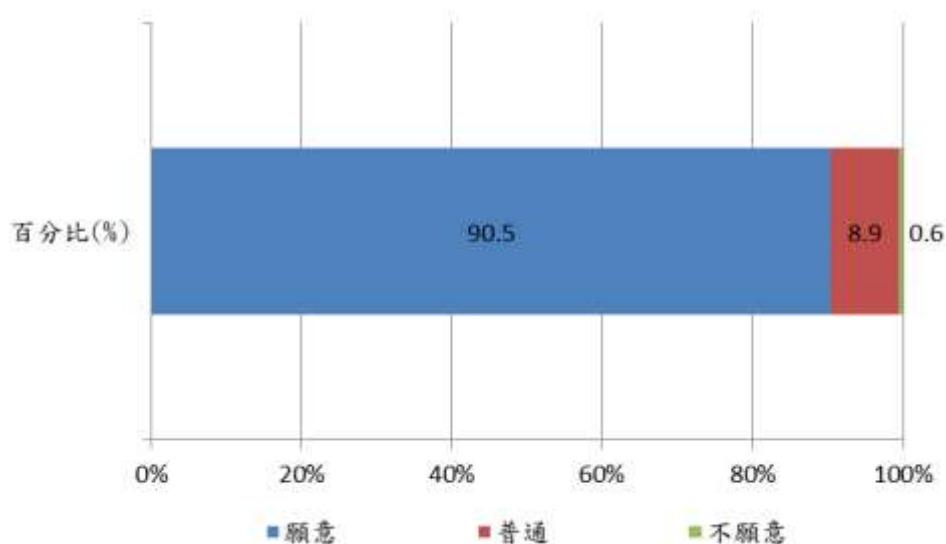


圖4.8.2 來金陸客對導遊的整體滿意度

## 肆、交通工具滿意度

來金陸客對此次交通工具服務整體滿意如下：「非常滿意」為62.6%、「還算滿意」為24.6%，非常滿意與還算滿意合計為87.2%，「普通」佔11.7%，「不太滿意」為0.6%、「非常不滿意」為0.6%，不太滿意與非常不滿意合計為1.2%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	112	62.6
還算滿意	44	24.6
普通	21	11.7
不太滿意	1	0.6
非常不滿意	1	0.6
自由行未作答	176	--
合計	355	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」

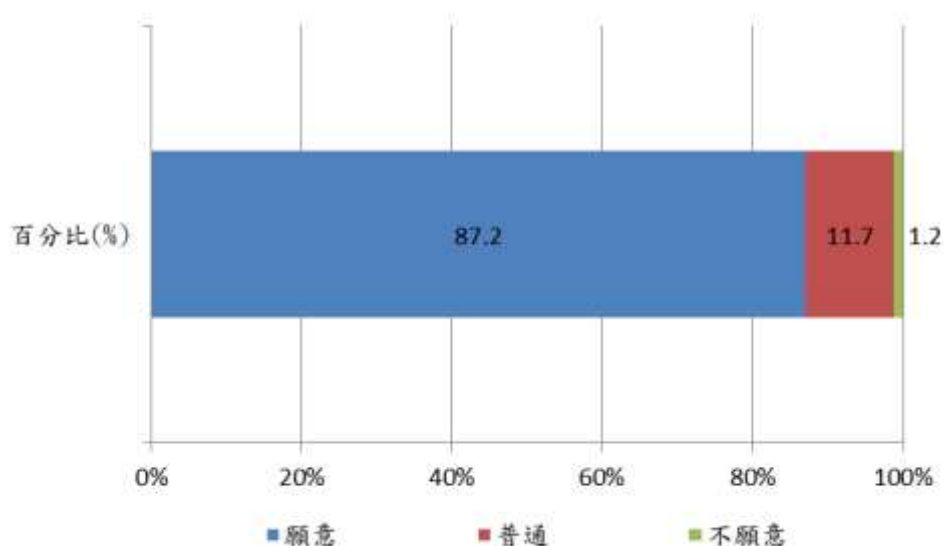


圖 4.8.3 來金旅客對交通工具服務的整體滿意度

## 伍、遊程設計滿意度

來金旅客對此次遊程設計整體滿意如下：「非常滿意」為62.6%、「還算滿意」為22.9%，非常滿意與滿意合計為85.5%，「普通」佔12.8%，「不太滿意」為1.7%、「非常不滿意」為0.0%，不太滿意與非常不滿意合計為1.7%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	112	62.6
還算滿意	41	22.9
普通	23	12.8
不太滿意	3	1.7
非常不滿意	0	0.0
自由行未作答	176	--
合計	355	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」

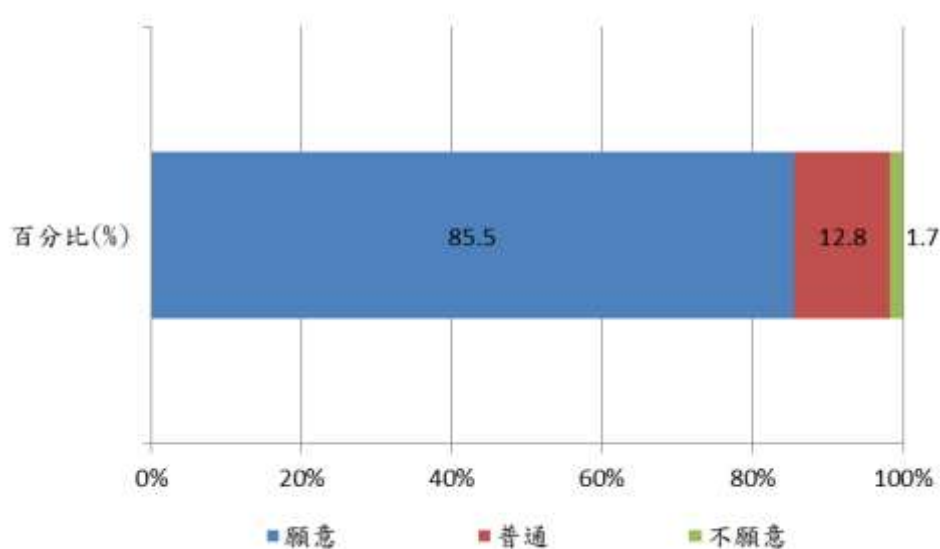


圖4.8.4 來金旅客對遊程設計的整體滿意度

## 陸、團費滿意度

來金旅客對此次團費整體滿意如下：「非常滿意」為64.2%、「還算滿意」為22.3%，非常滿意與還算滿意合計為86.5%，「普通」佔12.3%，「不太滿意」為1.1%、「非常不滿意」為0.0%，不太滿意與非常不滿意合計為1.1%，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	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	115	64.2
還算滿意	40	22.3
普通	22	12.3
不太滿意	2	1.1
非常不滿意	0	0.0
自由行未作答	176	--
合計	355	100.0

註1：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

註2：「非常滿意」和「還算滿意」合併為「滿意」，「普通」則維持原分類，「非常不滿意」和「不太滿意」合併為「不滿意」

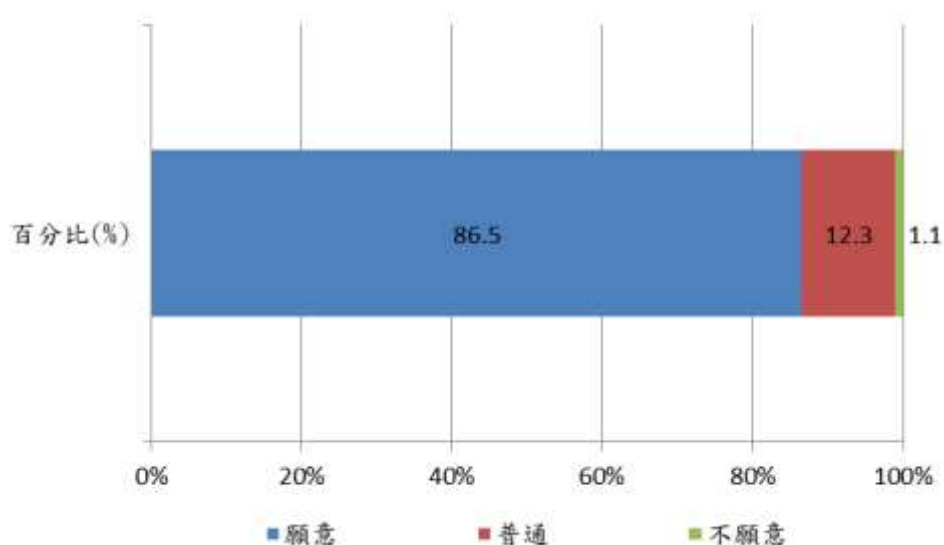


圖 4.8.5 來金陸客對團費整體滿意度

## 柒、對金門整體觀光環境與服務的建議

### 第二季

交通與設施建議	1. 應在出境服務處提供完整旅遊資訊
	2. 計程車價格太貴
	3. 應多設公車站牌
	4. 交通方面建議結合 APP 軟體，以利查詢即時資訊
	5. 景點地標不完善。
	6. 旅客服務中心對大陸人不友善。
娛樂與消費建議	1. 娛樂設施少。
	2. 餐飲店營業時間太短。
	3. 購物地點再多一點。
增加便利性建議	1. 增加 ATM 提款機服務據點。
	2. 增加付款方式，例如刷卡、支付保、微信等。
	3. 希望人民幣或卡在任何一處都可以使用。
	4. 互聯網相關訊息太少，不便查詢。
	5. 無法使用指紋辨識的人可否使用人臉辨識。

### 第三季

交通與設施建議	1. 出境服務處可以提供旅遊信息、包含公車及地圖等
	2. 計程車太貴
	3. 公車站太遠、交通不便利
	4. 建議交通方面可以參考大陸滴滴打車
	5. 地標不完善
	6. 旅客服務中心對大陸人不友善
娛樂與消費建議	1. 增加店內刷卡、支付保、微信等支付方式
	2. 娛樂設施少
	3. 餐飲店、小吃店營業時間太短
	4. 飲食店蒼蠅滿店飛
	5. 應推薦旅遊行程
	6. 希望人民幣或卡在任何一處都可以使用
	7. 購物點再多一點
	8. 飯店環境、設備差
	9. 互聯網相關訊息太少，不便查詢
增加便利性建議	1. 百度地圖不能像 GOOGLE MAP 一樣顯示確切而詳細的信息
	2. 垃圾桶太少
	3. 增加 ATM
	4. 無法使用指紋辨識的人可否使用人臉辨識

#### 第四季

交通與 設施 建議	1. 人多集中時船可加開
	2. 可多增加公交線路
	3. 公交站點的車牌不夠仔細
	4. 等車時間太長
	5. 希望街道號誌指示能進一步改善
娛樂與 消費建 議	1. 一些廢舊的建築建議加強修繕
	2. 可以增強趣味性與多樣性,打破人們對好山好水好無聊的印象
	3. 沒有夜市,希望添加夜市
	4. 增設街頭飯館
增加便 利性建 議	1. 普及支付寶或微信,並增加消費支付方式
	2. 可多增設公共垃圾箱
	3. 旅遊資料獲取管道應增加(ex:服務站、網路、APP系統)



## 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，「二次」遊旅客次之;選「三次」遊旅客的比例為第三。詳細資料請參閱表 4.9.1/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(%)	
第二季(04-06月)	130	28	18	4	24	3
	62.8	13.5	8.7	1.9	11.6	1.4
第三季(07-09月)	203	54	35	4	24	37
	56.9	15.1	9.8	1.1	6.7	10.4
第四季(10-12月)	190	96	29	5	1	55
	50.5	25.5	7.7	1.3	0.3	14.6
合計	523	178	82	13	49	95
排序	1	2	3	5	4	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

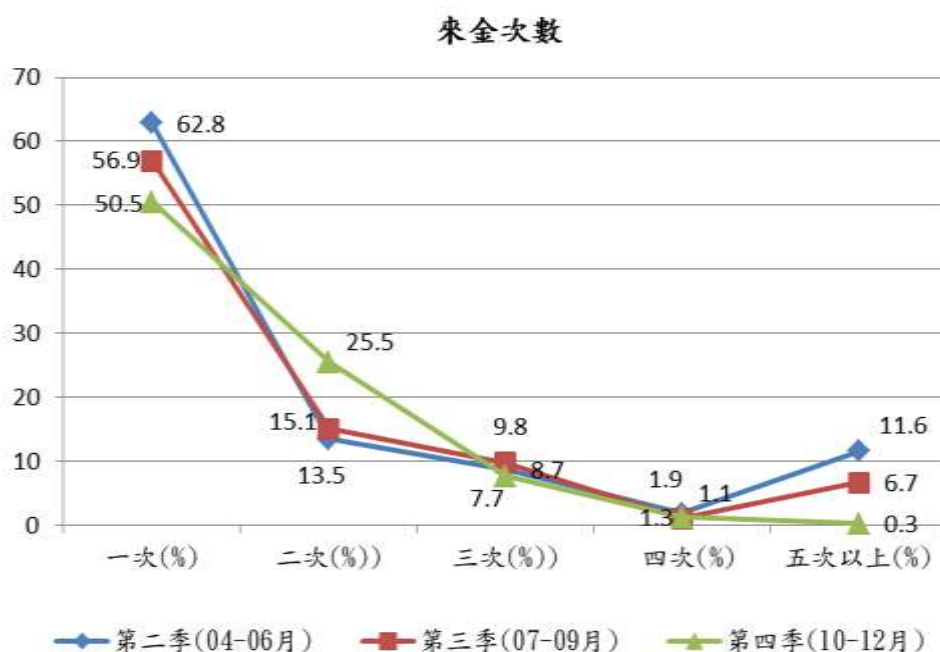


圖 4.9.1 來金次數

## 貳、主要目的

旅客來金主要目的以「觀光」為主，以「探親及訪友」次之，其他目的沒有明顯的變化。詳細資料請參閱表 4.9.2/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(%)	
第二季(04-06月)	144	1	3	22	16	20	199
	72.4	0.5	1.5	11.1	8.0	10.1	100
第三季(07-09月)	235	2	2	44	31	49	357
	65.8	0.6	0.6	12.3	8.7	13.7	100
第四季(10-12月)	330	1	5	45	25	17	376
	87.8	0.3	1.3	12.0	6.6	4.5	100
合計	709	4	10	111	72	86	932
排序	1	6	5	2	4	3	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

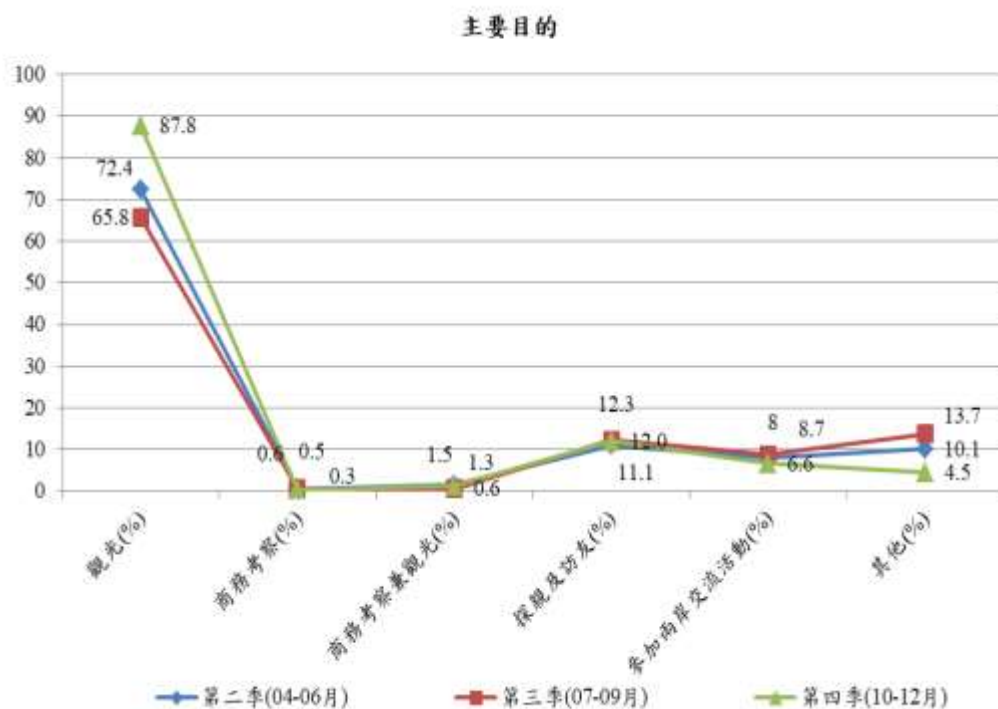


圖 4.9.2 主要目的

## 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，其他目的沒有明顯的變化。詳細資料請參閱表 4.9.3/圖 4.9.3。

表 4.9.3 停留時間

停留時間	全年調查樣本				合計
	二天一夜 (%)	三天二夜 (%)	四天三夜 (%)	五天(含)以上 (%)	
第二季(04-06月)	146	40	4	17	207
	70.5	19.3	1.9	8.2	100
第三季(07-09月)	248	72	8	29	357
	69.5	20.2	2.2	8.1	100
第四季(10-12月)	198	113	37	28	376
	52.7	30.1	9.8	7.4	100
合計	592	225	49	74	940
排序	1	2	4	3	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

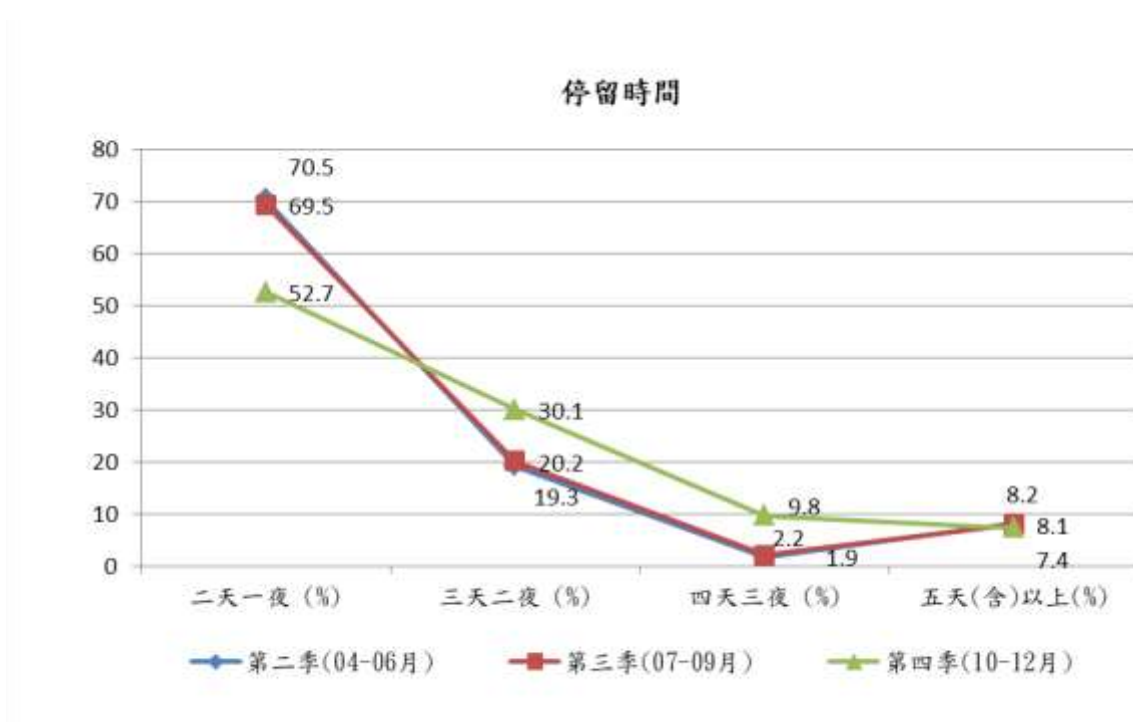


圖 4.9.3 停留時間

## 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。「個別向旅行社報名，由旅行社安排」、「自由行」之旅客有比例遞增趨勢，而「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」之旅客有比例遞減趨勢，詳細資料請參閱表 4.9.4/圖 4.9.4。

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，再由旅行社安排(%)	自由行(%)	
第二季(04-06月)	144	1	3	22	16
	72.4	0.5	1.5	11.1	8.0
第三季(07-09月)	235	2	2	44	31
	65.8	0.6	0.6	12.3	8.7
第四季(10-12月)	330	1	5	45	25
	87.8	0.3	1.3	12.0	6.6
合計	709	4	10	111	72
排序	1	4	3	2	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

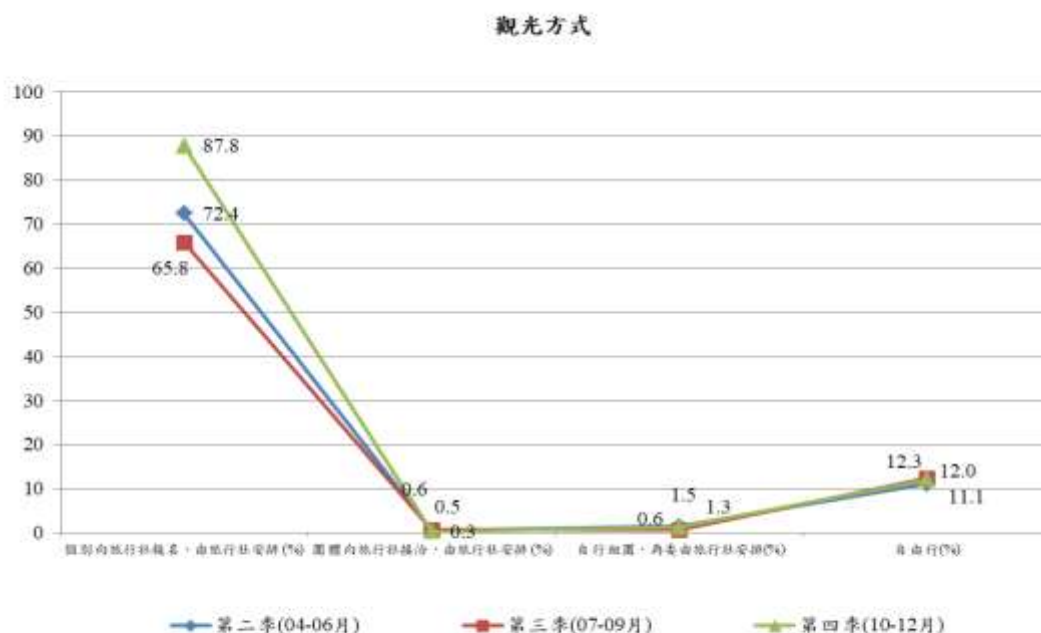


圖 4.9.4 觀光方式

## 伍、個人總支出

來金旅客之個人總支出，以「3,999元以下」比例最高，「5,000~5,999元」次之，「6,000~6,999元」為第三，大陸觀光客每季的個人總支出皆集中在「3,999元以下」，詳細資料請參閱表4.9.5/圖4.9.5。

表 4.9.5 個人總支出

團費	全年調查樣本								合計
	3,999元以下(%)	4,000~4,999元(%)	5,000~5,999元(%)	6,000~6,999元(%)	7,000~7,999元(%)	8,000~9,999元(%)	10,000元以上(%)	未回答	
第二季(04-06月)	175	7	3	13	0	4	5	0	207
	84.5	3.4	1.4	6.3	0.0	1.9	2.4	0.0	100.0
第三季(07-09月)	191	6	5	19	0	8	5	123	357
	53.5	1.7	1.4	5.3	0.0	2.2	1.4	34.5	100.0
第四季(10-12月)	231	14	39	12	9	0	30	41	376
	61.4	3.7	10.4	3.2	2.4	0.0	8.0	10.9	100.0
合計	597	27	47	44	9	12	40	164	940
排序	1	5	2	3	7	6	4	--	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

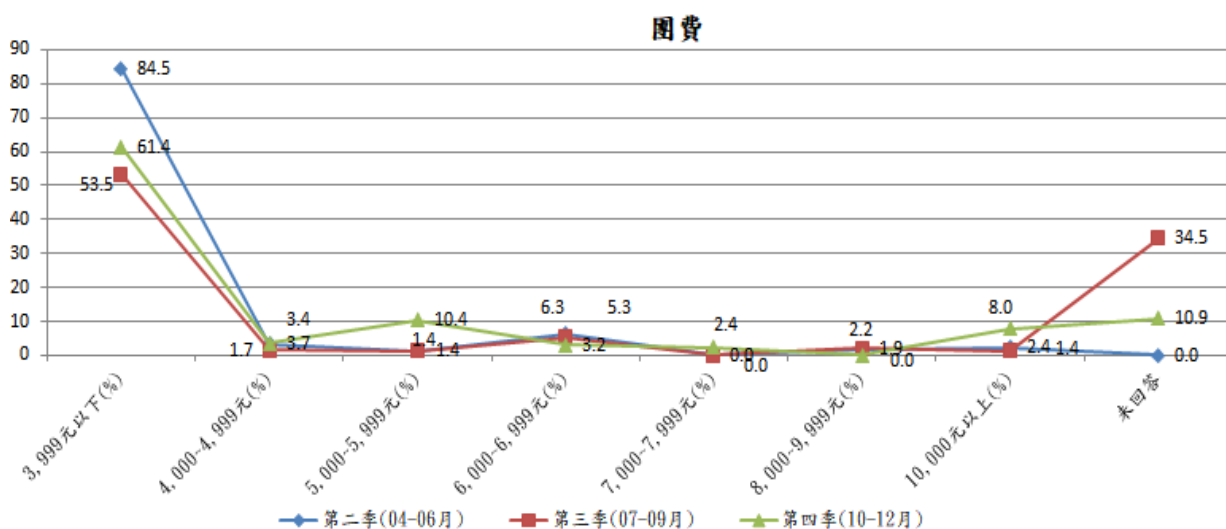


圖 4.9.5 個人總支出

## 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「個人經驗」、「計算機網路」、「政府觀光相關單位」、「電子媒體」、「平面媒體」，與105年度調查相較前五名為「親友、同事、同學、鄰居」、「旅行社」、「電子媒體」、「平面媒體」、「計算機網路」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				
	未曾索取資料(%)	電子媒體(%)	計算機網路(%)	平面媒體(%)	旅遊展覽(%)
第二季(04-06月)	9	36	28	18	12
	4.3	17.4	13.5	8.7	5.8
第三季(07-09月)	28	53	75	40	17
	7.8	14.8	21.0	11.2	4.8
第四季(10-12月)	28	54	139	63	21
	7.4	14.4	37.0	16.8	5.6
合計	65	143	242	121	50
排序	6	4	2	5	9
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(%)
第二季(04-06月)	10	69	47	13	32
	4.8	33.3	22.7	6.3	15.5
第三季(07-09月)	13	98	84	21	26
	3.6	27.5	23.5	5.9	7.3
第四季(10-12月)	25	48	145	27	3
	6.6	12.8	38.6	7.2	0.8
合計	48	215	276	61	61
排序	10	3	1	7	7

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。

## 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「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，來金次數以「一次」者，主要目的以「觀光」比例最高，其次為「參加兩岸交流活動」，其餘目的與來金次數交叉比例沒有明顯變化，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 來金旅客旅遊訊息來源

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	412	0	7	38	45	42	544
	79.7	0.0	1.4	7.4	8.7	8.1	105.2
二次	153	3	0	22	8	11	197
	86.0	1.7	0.0	12.4	4.5	6.2	110.7
三次	62	1	1	14	4	6	88
	76.5	1.2	1.2	17.3	4.9	7.4	108.6
四次	10	0	0	0	4	0	14
	76.9	0.0	0.0	0.0	30.8	0.0	107.7
五次	23	0	0	10	7	9	49
	47.9	0.0	0.0	20.8	14.6	18.8	102.1
六次以上	49	0	2	27	4	18	100
	51.6	0.0	2.1	28.4	4.2	18.9	105.3
合計	709	4	10	111	72	86	992
排序	1	6	5	2	4	3	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 貳、主要目的與來金次數之樣本比較

### 一、年齡

由下表可知，來金旅客之觀光方式以「自由行」比例最高，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分皆分布在「20-29歲」、「30-39歲」、「40-49歲」，其比例差距不大。詳細資料請參閱表4.10.2。

表 4.10.2 觀光方式與年齡層

年齡層	全年調查樣本							合計
	19歲以下(%)	20-29歲(%)	30-39歲(%)	40-49歲(%)	50-59歲(%)	60-69歲(%)	70歲以上(%)	
個別向旅行社報名，由旅行社安排	0	5	15	1	11	0	0	32
	0.0	15.6	46.9	3.1	34.4	0.0	0.0	100
團體向旅行社報名，由旅行社安排	4	18	39	29	5	19	0	114
	3.5	15.8	34.2	25.4	4.4	16.7	0.0	100
自行組團，再委由旅行社安排	1	6	16	8	1	1	0	33
	3.0	18.2	48.5	24.2	3.0	3.0	0.0	100
自由行	43	346	220	90	34	26	2	761
	5.7	45.5	28.9	11.8	4.5	3.4	0.3	100
其他	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	48	375	290	128	51	46	2	940
排序	5	1	2	3	4	6	7	

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於100%小數點後一至二位之情形。



## 二、性別

觀光方式與性別經交叉比較發現，以自由行安排之「男性」旅客比例為 37.8%、「女性」旅客比例為 62.4%，團體向旅行社報名，由旅行社安排之「男性」旅客比例為 32.5%、「女性」旅客比例為 67.5%。詳細資料請參閱表 4.10.3。

表 4.10.3 觀光方式與性別

性別	全年調查樣本		
	男(%)	女(%)	合計
個別向旅行社報名， 由旅行社安排	14	18	32
	43.8	56.3	100
團體向旅行社報名， 由旅行社安排	37	77	114
	32.5	67.5	100
自行組團，再委由 旅行社安排	26	7	33
	78.8	21.2	100
自由行	286	475	761
	37.6	62.4	100
其他	0	0	0
	0.0	0.0	0.0
合計	363	577	940

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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布在「自由行」者為 0.8%，而非常滿意與滿意之百分比總和分布在「自由行」者為 96.7%。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					
	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(%)	合計
1.非常不滿意	0	0	0	2	0	2
	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.2
2.不太滿意	0	1	0	4	0	5
	0.0	0.9	0.0	0.5	0.0	0.5
(1+2)比例總和	0.0	0.9	0.0	0.8	0.0	0.7
3.普通	3	4	2	19	0	28
	9.4	3.5	6.1	2.5	0.0	3.0
4.還算滿意	11	29	10	322	0	372
	34.4	25.4	30.3	42.3	0.0	39.6
5.非常滿意	18	80	21	414	0	533
	56.3	70.2	63.6	54.4	0.0	56.7
(4+5)比例總和	90.7	95.6	93.9	96.7	0.0	96.3
合計	32	114	33	761	0	940
	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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與不太滿意之百分比總和分布在「女性」者為 1.0%，而非常滿意與滿意之百分比總和分布在「女性」者為 95.1%。詳細資料請參閱表 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	2	2
	0.0	0.3	0.2
2.不太滿意	1	4	5
	0.3	0.7	0.5
(1+2)比例總和	0.3	1.0	0.7
3.普通	6	22	28
	1.7%	3.8%	3.0
4.還算滿意	150	222	372
	41.3	38.5	39.6
5.非常滿意	206	327	533
	56.7	56.7	56.7
(4+5)比例總和	98.1	95.1	96.3
合計	363	577	940
	100.0	100.0	100.0

註：各項目百分比因四捨五入進位之關係造成合計百分比可能高於或低於 100% 小數點後一至二位之情形。

## 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)z; 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漫溢度(觀光便利性、觀光環境、服務設施)、整體滿意度、推薦回遊意願共六構面間差異分析，詳細資料請參閱表 4.11.1-4.11.12。

### 壹、旅行社套裝行程滿意度

#### 一、遊客基本資料

觀在年齡方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著性差異。「60-69 歲」對旅行社套裝行程滿意度高於「30-39 歲」、「50-59 歲」。

在職業方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著性差異。「農民」對旅行社套裝行程滿意度高於「其他」。

在平均所得方面，對旅行社套裝行程滿意度有顯著性差異。「2 萬元以上」對旅行社套裝行程滿意度高於「1-2 萬元」。

在教育程度、居住地區、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

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

#### 三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對旅行社套裝行程滿意度無顯著性差異。

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	5	4.04	5.84***	6>3, 6>5
	(2)20-29 歲	29	4.51		
	(3)30-39 歲	70	4.34		
	(4)40-49 歲	38	4.74		
	(5)50-59 歲	17	4.17		
	(6)60-69 歲	20	5.00		
	(7)70 歲以上	179	4.50		
教育程度	(1)小學(含)以下	26	4.95	6.31***	n.s
	(2)初中	5	4.56		
	(3)中專(含高中)	27	4.19		
	(4)大學本科(含大學)	120	4.49		
	(5)研究所(含以上)	1	3.00		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	30	4.58	4.90***	3>11
	(2)公司中級主管，職員	57	4.49		
	(3)農民	26	4.92		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	14	4.30		
	(5)教育機構人員	7	4.46		
	(6)學生	4	4.40		
	(7)文化工作人員	4	3.50		
	(8)服務業	24	4.55		
	(9)家庭主婦	7	4.06		
	(10)退休人員	3	5.00		
	(11)其他	3	3.00		
平均所得	(1)無經常性收入	5	4.00	4.20**	7>6
	(2)1 千元以下	2	3.80		
	(3)1 千-3 千元	28	4.49		
	(4)3 千-6 千元	75	4.57		
	(5)6 千-1 萬元	26	4.65		
	(6)1 萬-2 萬元	30	4.13		
	(7)2 萬元以上	13	5.00		
居住地區	(1)廈門市	85	4.55	1.60	
	(2)福建省(廈門市除外)	66	4.43		
	(3)其他省(市)	10	4.86		
	(4)拒答	18	4.36		
性別	(1)男	77	4.50	-0.051	
	(2)女	102	4.50		
婚姻	(1)已婚	126	4.52	0.53	
	(2)單身	53	4.46		

表 4.11.2 旅遊決策與旅行社套裝行程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

旅遊決策	選項	樣本數	旅行社套裝行程滿意度	F/t	Scheffe 法
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	32	4.08	8.43***	2>1
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	114	4.60		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	33	4.57		

表 4.11.3 旅客動向與旅行社套裝行程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

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	131	4.49	1.10	
	(2)二次	27	4.41		
	(3)三次	2	4.30		
	(4)四次	1	3.60		
	(5)五次	1	4.40		
	(6)六次以上	17	4.79		

## 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，對各項相關設施與服務滿意度三構面皆有顯著性差異。「40-49歲」對觀光便利性滿意度高於「20-29歲」、「30-39歲」。「40-49歲」對觀光環境滿意度高於「30-39歲」。「40-49歲」對服務設施滿意度高於「20-29歲」。

在教育程度方面，對各項相關設施與服務滿意度二構面有顯著性差異。「小學(含以下)」對觀光環境滿意度高於「研究所(含以上)」。「小學(含以下)」對服務設施滿意度高於「研究所(含以上)」。

在平均所得方面，對各項相關設施與服務滿意度三構面皆有顯著性差異。「6千-1萬元」、「1萬-2萬元」對觀光便利性滿意度高於「1千-3千元」。「6千-1萬元」、「1萬-2萬元」對觀光環境滿意度高於「3千-6千元」。「6千-1萬元」對服務設施滿意度高於「3千-6千元」。

在職業、居住地區、性別、婚姻方面，對各項相關設施與服務滿意度皆無顯著差異。

### 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三構面皆有顯著性差異。「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」對觀光便利性滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」、「自由行」。「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」對觀光環境滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」、「自由行」。「團體向旅行社接洽，由旅行社安排」對服務設施滿意度高於「個別向旅行社報名，由旅行社安排」、「自由行」。

### 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三構面皆有顯著性差異。「一次」、「三次」對觀光便利性滿意度高於「四次」；「六次以上」對觀光便利性滿意度高於「四次」、「五次」。「一次」、「二次」、「三次」、「六次以上」對觀光環境滿意度高於「四次」。「一次」、「二次」、「三次」、「六次以上」對服務設施滿意度高於「四次」。

表 4.11.4 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	觀光便利性滿意度	觀光環境滿意度	服務設施滿意度
年齡	(1)19 歲以下	48	4.69	4.74	4.69
	(2)20-29 歲	375	4.46	4.55	4.37
	(3)30-39 歲	290	4.41	4.46	4.40
	(4)40-49 歲	128	4.69	4.71	4.62
	(5)50-59 歲	51	4.53	4.56	4.53
	(6)60-69 歲	46	4.61	4.65	4.61
	(7)70 歲以上	2	5.00	5.00	5.00
	F 值 Scheffe 法		4.61*** 4>2, 4>3	4.35*** 4>3	5.21*** 4>2
教育程度	(1)小學(含以下)	58	4.65	4.69	4.62
	(2)初中	53	4.48	4.45	4.50
	(3)中專(含高中)	149	4.38	4.48	4.41
	(4)大學本科(含大學)	628	4.53	4.0	4.46
	(5)研究所(含以上)	52	4.36	4.28	4.22
	F 值 Scheffe 法		3.14 n.s	5.85*** 1>5	3.21 1>5
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	108	4.60	4.61	4.56
	(2)公司中級主管，職員	310	4.47	4.52	4.37
	(3)農民	75	4.63	4.68	4.64
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	59	4.57	4.68	4.52
	(5)教育機構人員	56	4.66	4.59	4.58
	(6)學生	88	4.64	4.67	4.63
	(7)文化工作人員	14	4.77	4.77	4.62
	(8)政府機構人員	19	4.77	4.77	4.62
	(9)服務業	161	4.55	4.49	4.54
	(10)家庭主婦	22	4.28	4.44	4.29
	(11)退休人員	13	4.39	4.49	4.35
	(12)其他	15	4.50	4.58	4.59
	F 值 Scheffe 法		4.03*** n.s	2.01* n.s	3.96*** n.s
平均所得	(1)無經常性收入	80	4.57	4.60	4.50
	(2)1 千元以下	28	4.53	4.55	4.60
	(3)1 千-3 千元	122	4.35	4.48	4.36
	(4)3 千-6 千元	333	4.43	4.46	4.36
	(5)6 千-1 萬元	176	4.61	4.72	4.57
	(6)1 萬-2 萬元	136	4.63	4.68	4.50
	(7)2 萬元以上	65	4.49	4.52	4.60
	F 值 Scheffe 法		4.03** 5>3, 6>3	5.59*** 5>4, 6>4	3.71** 5>4



居住地區	(1)廈門市	476	4.50	4.53	4.41
	(2)福建省(廈門市除外)	307	4.46	4.57	4.45
	(3)其他省(市)	115	4.54	4.64	4.53
	(4)拒答	42	4.67	4.65	4.72
	F 值 Scheffe 法		1.56	1.52	4.03 n.s
性別	(1)男	363	4.46	4.54	4.46
	(2)女	577	4.51	4.57	4.45
	t 值 Scheffe 法		-0.911	-0.87	-0.38
婚姻	(1)已婚	474	4.51	4.57	4.50
	(2)單身	466	4.49	4.56	4.40
	t 值 Scheffe 法		0.612	0.26	2.45*

表 4.11.5 旅遊決策與旅行社套裝行程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

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
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	32	4.32	4.34	4.29
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	114	4.75	4.78	4.66
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	33	4.50	4.64	4.51
	(4)自由行	761	4.47	4.53	4.42
	F 值 Scheffe 法		7.61*** 2>1, 2>4	7.86*** 2>1, 2>4	5.56** 2>1, 2>4

表 4.11.6 旅客動向與旅行社套裝行程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

旅客動向	選項	樣本數	觀光便利性滿意度	觀光環境滿意度	服務設施滿意度
蒞臨次數	(1)一次	523	4.53	4.61	4.49
	(2)二次	178	4.45	4.53	4.40
	(3)三次	82	4.55	4.53	4.48
	(4)四次	13	3.90	3.81	3.83
	(5)五次	49	4.23	4.39	4.23
	(6)六次以上	95	4.61	4.56	4.51
	F 值 Scheffe 法		5.35*** 1>4, 3>4, 6>4, 6>5	6.41*** 1>4, 2>4, 6>4, 6>4	4.85*** 1>4, 2>4, 6>4, 6>4

## 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。在教育程度方面，對各項相關設施與服務滿意度二構面有顯著性差異。「小學(含以下)」對觀光環境滿意度高於「研究所(含以上)」。「小學(含以下)」對服務設施滿意度高於「研究所(含以上)」。

### 二、旅遊決策

在觀光方式方面，對整體滿意度無顯著差異。

### 三、旅客動向

在蒞臨次數方面，對整體滿意度有顯著差異。「三次」、「六次以上」對整體滿意度高於「四次」。

表 4.11.7 遊客基本資料與整體程滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

遊客基本資料	選項	樣本數	整體滿意度	F/t	Scheffe 法
年齡	(1)19 歲以下	48	4.67	3.08*	n.s
	(2)20-29 歲	375	4.49		
	(3)30-39 歲	290	4.47		
	(4)40-49 歲	128	4.69		
	(5)50-59 歲	51	4.43		
	(6)60-69 歲	46	4.57		
	(7)70 歲以上	2	5.00		
教育程度	(1)小學(含)以下	58	4.64	1.45	
	(2)初中	53	4.51		
	(3)中專(含高中)	149	4.50		
	(4)大學本科(含大學)	628	4.53		
	(5)研究所(含以上)	52	4.37		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	108	4.60	2.76**	n.s
	(2)公司中級主管，職員	310	4.53		
	(3)農民	75	4.57		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	59	4.47		
	(5)教育機構人員	56	4.63		
	(6)學生	88	4.60		
	(7)文化工作人員	14	4.79		
	(8)政府機構人員	19	4.68		
	(8)服務業	161	4.41		
	(9)家庭主婦	22	4.32		
	(10)退休人員	13	4.38		
(11)其他	15	4.00			
平均所得	(1)無經常性收入	80	4.46	0.90	
	(2)1 千元以下	28	4.57		
	(3)1 千-3 千元	122	4.56		
	(4)3 千-6 千元	333	4.48		
	(5)6 千-1 萬元	176	4.59		
	(6)1 萬-2 萬元	136	4.53		
	(7)2 萬元以上	65	4.49		
居住地區	(1)廈門市	476	4.51	3.67	n.s
	(2)福建省(廈門市除外)	307	4.53		
	(3)其他省(市)	115	4.43		
	(4)拒答	42	4.79		
性別	(1)男	363	4.55	1.01	
	(2)女	577	4.50		
婚姻	(1)已婚	474	4.53	0.69	
	(2)單身	466	4.51		

表 4.11.8 旅遊決策與整體滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

旅遊決策	選項	樣本數	整體滿意度	F/t	Scheffe 法
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	32	4.47	2.16	
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	114	4.65		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	33	4.58		
	(4)自由行	761	4.50		

表 4.11.9 旅客動向與整體滿意度之 t 檢定與單因子變異數分析

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	523	4.52	3.32*	3>4， 6>4
	(2)二次	178	4.49		
	(3)三次	82	4.65		
	(4)四次	13	4.00		
	(5)五次	49	4.43		
	(6)六次以上	95	4.60		

## 肆、推薦回遊意願

### 一、遊客基本資料

在年齡方面，對推薦回遊意願構面上皆有顯著性差異。「40-49歲」對推薦回遊意願度高於「20-29歲」、「30-39歲」。

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

### 二、旅遊決策

在觀光方式方面，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，對推薦回遊意願度有顯著差異。「一次」、「二次」、「三次」、「六次以上」對推薦回遊意願度高於「四次」。

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	整體滿意度	F/t	Scheffe 法
年齡	(1)19 歲以下	48	4.66	3.01	4>2, 4>3
	(2)20-29 歲	375	4.52		
	(3)30-39 歲	290	4.53		
	(4)40-49 歲	128	4.77		
	(5)50-59 歲	51	4.59		
	(6)60-69 歲	46	4.62		
	(7)70 歲以上	2	5.00		
教育程度	(1)小學(含)以下	58	4.72	2.00	
	(2)初中	53	4.46		
	(3)中專(含高中)	149	4.59		
	(4)大學本科(含大學)	628	4.58		
	(5)研究所(含以上)	52	4.41		
職業	(1)企業所有人、高級主管、商人	108	4.64	1.99*	n.s
	(2)公司中級主管，職員	310	4.59		
	(3)農民	75	4.63		
	(4)科學家、工程師、律師、醫師、會計師	59	4.59		
	(5)教育機構人員	56	4.55		
	(6)學生	88	4.59		
	(7)文化工作人員	14	5.00		
	(8)政府機構人員	19	4.58		
	(8)服務業	161	4.50		
	(9)家庭主婦	22	4.48		
	(10)退休人員	13	4.59		
(11)其他	15	4.03			
平均所得	(1)無經常性收入	80	4.58	1.20	
	(2)1 千元以下	28	4.45		
	(3)1 千-3 千元	122	4.54		
	(4)3 千-6 千元	333	4.54		
	(5)6 千-1 萬元	176	4.68		
	(6)1 萬-2 萬元	136	4.60		
	(7)2 萬元以上	65	4.55		
居住地區	(1)廈門市	476	4.58	4.06*	n.s
	(2)福建省(廈門市除外)	307	4.50		
	(3)其他省(市)	115	4.65		
	(4)拒答	42	4.82		
性別	(1)男	363	4.58	0.36	
	(2)女	577	4.57		
婚姻	(1)已婚	474	4.62	2.02*	
	(2)單身	466	4.53		

表 4.11.11 旅遊決策與推薦回遊意願度之 t 檢定與單因子變異數分析表

旅遊決策	選項	樣本數	整體滿意度	F/t	Scheffe 法
觀光方式	(1)個別向旅行社報名，由旅行社安排	32	4.38	3.05*	n.s
	(2)團體向旅行社接洽，由旅行社安排	114	4.71		
	(3)自行組團，再委由旅行社安排	33	4.61		
	(4)自由行	761	4.56		

表 4.11.12 旅客動向與推薦回遊意願度之 t 檢定與單因子變異數分析

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	523	4.60	5.41***	1>4， 2>4， 3>4， 6>4
	(2)二次	178	4.54		
	(3)三次	82	4.63		
	(4)四次	13	3.81		
	(5)五次	49	4.39		
	(6)六次以上	95	4.66		

## 第五章 結論與建議

### 第一節 研究調查之結論

#### 壹、台灣觀光客群之調查發現與分析

本問卷調查總計完成 2007 份針對台灣觀光旅客施測之問卷，調查結果主要發現如下

##### 一、樣本特徵

受訪來金的旅客以「女性」(50.7%)，年齡在「20-29歲」(27.2%)，教育程度「專科/大學」(53.9%)，職業為「專業人員」(19.0%)，平均所得為「無經常性收入」(20.5%)，居住地以「北部地區(基北桃竹苗)」(47.1%)，婚姻為「已婚」(53.6%)居多。

##### 二、旅遊決策

旅客來金主要目的為「觀光、渡假、旅行」(61.6%)，入境金門之機場為「台北松山機場」(47.9%)為主，同行人員為「配偶」(32.6%)，旅遊資訊來源以來自「親朋好友/公司同事」者較多(38.4%)，選擇來金旅遊的原因前三名以「自然環境景觀」為33.7%，「戰地體驗」佔27.2%，「親朋好友推薦」佔26.7%。

##### 三、旅客動向

旅客來金停留的時間以「3天2夜」(47.4%)為主，金門開放觀光後來金次數以「1次」遊為主(36.9%)，使用之交通工具以「遊覽車」(23.4%)為主，旅客票選最喜歡的景點前三名依次為「翟山坑道」佔47.6%，「莒光樓」佔38.4%，「水頭聚落」佔30.1%。旅客最喜歡的各項觀光資源與因素中前三名依次為「閩南建築」佔43.2%，「自然景觀」佔42.7%，「金門小吃」佔40.8%。



#### 四、旅客消費支出

- (一) 旅客參加旅行團之旅客消費集中於「10,000元(含)以上」(38.0%)，餐飲消費支出集中在「200-499元與1,000-1,999元」各(20.0%)，交通消費支出集中在「500-999元」(22.5%)，購物消費支出集中在「1,000-1,999」(19.8%)，住宿消費支出集中在「無任何消費」(34.4%)，娛樂消費支出集中在「無任何消費」(64.5%)，其他支出集中在「無任何消費」(94.4%)。
- (二) 自助旅客消費集中於「10,000元(含)以上」(35.5%)，餐飲消費支出集中在「1,000-1,999元」(28.0%)，交通消費支出集中在「200-499元」(21.3%)，購物消費支出集中在「1,000-1,999元」(24.7%)，住宿消費支出集中在「無任何消費」(30.5%)，娛樂消費支出集中在「無任何消費」(60.9%)，其他支出集中在「無任何消費」(92.2%)。
- (三) 旅客最喜歡的特產為「貢糖」(61.0%)，購物地點以「自行前往之特產店」為主(51.5%)。
- (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7,784元。自助旅遊旅客每人每次遊程平均最低消費金額估算為7,468元。
- (五) 本計畫期間來金的旅客人數估算約為2,336,685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1佰7拾6億2仟6佰8拾3萬9仟4佰6拾8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=4.41)，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=4.28)，題項7：「金門各景點服務人員」的滿意度為第三順位(平均數=4.22)。

## 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「還算滿意」的合計比例為84.8%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為1.0%。推薦意願旅客表示「非常願意」與「還算願意」的合計比例為86.2%，「非常不願意」與「不太願意」的合計為1.1%。旅客表示回遊金門「非常願意」與「還算願意」的合計比例為84.6%，「非常不願意」與「不太願意」的合計為1.7%。

## 七、旅客對參加旅行社套裝行程的滿意度

在對旅行社的整體滿意度上面，「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為72.1%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為1.8%。在對導遊的整體滿意度上面，「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為74.6%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為0.8%。在對遊程設計的整體滿意度上面，「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為76.0%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為1.0%。在團費滿意度上「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為70.6%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為2.0%。

## 貳、中轉台商觀光客群之調查發現與分析

本問卷調查總計完成 1122 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「30~39歲」(30.3%)，教育程度「專科/大學」(44.1%)，職業為「專業人員」(29.9%)，平均所得為「3-5萬元」(25.8%)，以「男性」(62.2%)，婚姻為「已婚」(64.7%)，戶籍設籍金門其在台居住地「北部地區(基北桃竹苗)」(60.5%)，戶籍未設籍金門居住地在「北部地區(基北桃竹苗)」(34.6%)，公司職級為「員工」(32.4%)居多。

### 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」(37.8%)為主、「台中清泉崗機場」(30.3%)次之，搭乘之客輪以「新金龍」(12.1%)為主，是否購買套裝行程以「是」(57.0%)居多。

### 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(81.7%)，往返兩岸間隔以「3個月以上」為主(55.8%)，在大陸工作地點以「福建省」為主(75.8%)，使用小三通從事商務之旅以「不到1年」(33.7%)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「3,156元」(此次調查共639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「1,999元以下」(7.8%)，消費金額支出(除套裝行程外)以「500-1,499元」為主(18.1%)。
- (三) 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

6,295元。

- (四) 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5,561元。
- (五) 本計畫期間中轉台商人數估算約為274,661人。
- (六) 本計畫期間中轉台商最低創造經濟價值估算約為新台幣1拾6億4仟2佰3拾萬零2仟4佰9拾元。

## 五、對中轉服務建議

- (一) 兩岸直航大三通後最常由「台北桃園機場」通行(30.2%)、其次「台北松山機場」(22.3%)。
- (二) 中轉台商對設施服務的需求前三名依次為「縮短中轉時間」(24.1%)、「大眾運輸服務」(23.3%)、「餐飲服務」(22.8%)。
- (三) 金門適合投資的產業以「觀光產業」(61.9%)，其次為「文化事業」(23.0%)。

## 六、小三通中轉服務的滿意度

對「兩岸中轉套裝行程」的滿意度上面，「非常滿意」與「滿意」的合計比例為71.9%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為3.8%。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77.3%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為1.4%。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4.6%。對「尚義機場至水頭碼頭之間的接駁設施與服務滿意度」的滿意度上「非常滿意」與「滿意」的合計比例為72.4%，「非常不滿意」與「不滿意」的合計為5.5%。

## 參、大陸觀光客群之調查發現

本問卷調查總計完成940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」(39.9%)，教育程度「大學本科(含大專)」(66.8%)，職業為「公司中級主管、職員」(33.0%)，平均年所得為人民幣「3千-6千元」(35.4%)，居住地「廈門市」(50.6%)，性別「女性」(61.4%)，婚姻為「已婚」(50.4%)居多。

### 二、旅遊決策

陸客來金的主要目的為「觀光」(75.6%)，搭乘之客輪為「馬可波羅」(14.0%)，同行人員為「朋友、同學」(41.8%)，旅遊資訊來源以來自「親友、同事、同學、鄰居」(29.4%)，吸引陸客來金旅遊的主要原因為「購物」(33.0%)，旅遊方式以「自由行」為主(81.0%)，是否為中轉旅遊以「否」(76.2%)的比例居多。

### 三、旅客動向

陸客來金停留的時間以「2天1夜」為主(63.0%)，兩岸開放後陸客來金的次數以「1次」為主(55.6%)，最喜歡的景點前三名依次為「莒光樓」(49.8%)、「水頭聚落」(40.6%)、「翟山坑道」(40.3%)，最喜歡的觀光資源與因素前三名為「閩南建築」(47.1%)、「自然景觀」(39.5%)、「金門小吃」(30.5%)。

### 四、旅客消費支出

#### (一) 陸客消費金額

1. 來金陸客個人消費金額集中於人民幣「3,999元以下」(63.5%)。
2. 來金陸客餐飲費集中於人民幣「101~200元」(20.0%)，交通費集中於人民幣「51~100元」(25.6%)，購物費集中於人民

幣「1,001元以上」(24.6%)，住宿費集中於人民幣「51~100元」(34.5%)，娛樂費集中於「無任何消費」(47.3%)，其他費用集中於「拒答」(65.7%)。

(二) 非中轉來金之陸客

1. 非中轉來金之陸客每人每次平均最低消費金額估算為人民幣1,770元。
2. 非中轉來金之陸客人數估算約為551,412人。

(三) 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1,818元。
2. 中轉至台灣之陸客人數估算約為64,335人。

(四) 陸客最喜歡的特產為「免稅品」(49.7%)，購物地點以「免稅店」為主(51.6%)。

(五) 本計畫期間來金的陸客人數(不含小三通落地簽)估算約為615,747人。

(六) 本計畫期間來金最低創造經濟價值估算約為新台幣4拾7億3仟2佰5拾1萬7仟9佰6拾9元。

## 五、來金旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度

來金旅遊後對各項相關設施與服務滿意度以題項 8：「陸客對金門社會治安良好」的滿意度為排序後的第一順位(平均數=4.70)，題項 5：「金門居民對旅客之態度」的滿意度為第二順位(平均數=4.66)，題項 16：「願意推薦親朋好友來金門旅」的滿意度為第三順位(平均數=4.59)。

## 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「還算滿意」的合計比例為96.3%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為0.7%。陸客推薦金門意願「非常願意」與「還算願意」的合計比例為93.8%，「非常不願意」與「不太願意」的合計為0.8%。旅客表示願意回遊金門「非常願意」與「還算願意」的合計比例為93.7%，「非常不願意」與「不太願意」的合計為1.1%。國外旅遊的經驗以「有」為主(71.8%)。

陸客對五個旅遊地點，最喜歡的旅遊地點為「台灣地區旅遊」(56.7%)、其次為「金門地區旅遊」(51.0%)、第三為「其他海外國家旅遊」(49.5%)、第四為「國內旅遊(大陸地區)」(49.3%)、最後為「港澳地區旅遊」(36.3%)。

## 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「還算滿意」的合計比例為88.3%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為0.6%。在對導遊的整體滿意度上面，「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為90.5%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為0.6%。在對交通工具的整體滿意度上面，「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為87.2%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為1.2%。在對遊程設計的整體滿意度上面，「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為85.5%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為1.7%。在團費滿意度上「非常滿意」與「還算滿意」的合計比例為86.5%，「非常不滿意」與「不太滿意」的合計為1.1%。

## 第二節 研究調查之建議

### 壹、年度旅遊人次統計分析

根據本研究調查進行的來金旅遊人次推估顯示，本年度由機場進入金門加上出境人次共為 2,336,685 人次，出入人次較 105 年度的 2,319,490 增加了 17,195 人次，其中來金門之台灣旅客為 795,296 人次較 105 年的 441,653 人次增加了 353,643 人次；小三通中轉至大陸的台灣旅客為 231,298 人次較 105 年的 324,064 減少 92,766 人次；中轉至大陸的台商為 274,661 人次，較 105 年的 345,512 減少 70,851 人次；小三通中轉至台灣的大陸旅客為 64,335 人次較 105 年的 279,734 人次減少 215,399 人次。總結前述人次數據，本年度經由機場進出金門之人次增加，其中來金旅遊之台灣旅客增加，中轉至大陸的台灣旅客減少，中轉至台灣的大陸旅客人數也減少。

由水頭碼頭進入與出境之人次本年度共為 1,754,341 人次，較 105 年的 1,741,973 增加 12,368 人次，其中來金旅遊的陸客為 551,412 人次，較 105 年的 355,631 人次增加 195,781 人次；中轉至台灣的陸客為 64,335 人次，較 105 年的 279,734 減少 215,399 人次；小三通落地簽為 86,376 人次，較 105 年的 59,840 增加 26,536 人次。依據前述人次，本年度經由水頭碼頭進出金門之人次略增，其中來金旅遊人次增加，中轉至台灣陸客減少，小三通落地簽人數增加。

根據遊客數並推估來金台灣旅客於 106 年的最低消費金額約為 1 佰 76 億 2 仟 6 佰 8 拾 3 萬 9 仟 4 佰 68 元；中轉台商最低消費金額約為 16 億 4 仟 2 佰 2 拾 9 萬零 5 佰 32 元；來金大陸旅客最低消費金額約為新台幣 47 億 3 仟 2 佰 5 拾 1 萬 7 仟 9 佰 69 元。



## 貳、年度旅客分析建議

根據本研究調查顯示每季來金旅客的目的皆以觀光旅遊居多，雖說來金旅客(包含台灣、中轉、大陸旅客)多為第一次來金門旅遊，但第二次來金旅遊的比例有遞增的趨勢，顯示台灣、中轉、大陸旅客對於來金旅遊的潛在需求有增加的趨勢。而且較去年 105 年的觀光人次，今年來金人數也有所增加。由於金門本身具有閩南、戰地等多元文化資源，為吸引旅客來金的誘因，以此也創造了極大的觀光經濟。針對問卷滿意度的構面和未來金門的觀光發展提出以下幾點建議。

### 一、觀光便利性

#### (一) 接駁交通工具服務的改善建議

根據本次調查結果，台灣旅客對於整體的交通滿意度表示滿意的有 81.1%，普通的有 16.3%，不滿意的有 2.6%；中轉旅客對接駁服務與設施的滿意度表示滿意的比例有 72.4%，普通的有 22.1%，不滿意的有 5.5%。參加旅行社的大陸旅客對交通工具滿意度表示滿意的有 87.2%，普通的有 11.7% 不滿意的有 1.2%，取得台灣簽證快速的滿意度表示滿意的有 89.1%，普通的有 9.3%，不滿意的有 1.6%。在交通接駁方面滿意度皆高達 7 成左右，但在各季旅客對整體觀光服務的建議上，都有增加航班、公車班次等接駁問題。因此，除了建議多增加飛機、輪船、金門當地大眾運輸工具的班次和增設公車站牌外，也建議配合飛機、輪船班次，規劃一套直達機場、碼頭的交通接駁路線，並提高入境通關手續辦理的效率以免耽誤旅遊行程。另外，建議結合手機 APP 系統，以利旅客即時掌握搭乘資訊。

#### (二) 旅遊資訊改善建議

根據本次調查結果，台灣旅客對於金門旅遊資訊取得方便的滿意度表示滿意的比例為 83.5%，普通的為 16.3%，不滿意的為 2.6%；大陸旅客對金門旅遊資訊取得方便的滿意度表示滿意的比例為 88.4%，普通為 5.7，不滿意的為 1.3%。雖說旅客資訊取得的滿意度滿意的比例均達八成以上，但旅客獲得的資訊來源方面在台灣、中轉、大陸旅客仍以來自親友的比例居多，且在旅客對整體觀光環境與服務的建議方面，均有建議提供完整的旅遊、乘車訊旅與導覽地圖等服務。建議未來加強金門入境服務處和各景點服務站的旅遊資訊

服務。另外，隨著資訊時代的到來，未來觀光產業的主流發展勢必以網路平台為基礎，整合資訊、建立一套完整的觀光資訊資料庫，以利旅遊行銷。因此，建議由金門縣政府統以建構一套完整的「金門地區觀光資料庫」，並定期維護，也配合現代人手一機的時代，結合手機 APP 系統，以利旅客即時掌握最新、最完整的旅遊資訊。

## 二、觀光環境

### (一) 道路交通改善建議

根據本次調查結果，台灣旅客對金門道路指示牌易懂的滿意度，表示滿意的有 77.6%，普通的為 19.2%，不滿意的為 3.2%；大陸旅客對金門道路指示牌易懂的滿意度，表示滿意的比例為 90.4%，普通為 7.2%，不滿意為 2.4%。相較於其他的觀光滿意度，在道路指示牌的部分不滿意的比例較高，而且從各季旅客對整體觀光環境與服務的建議中，整理出旅客對道路指示牌、公車站牌、交通號誌等交通設施的意見有地點設置不當、訊息標示不清楚、引導資訊中斷和希望增設指示牌的問題。另外，在各季的整體觀光環境與服務的建議中，也有提到對於道路不平、坑洞多的問題。由於道路交通設施的業務有賴於金門各行政部門的合作，因此，對於交通道路指示牌方面，建議各部門提供完整的交通道路、行政區和公路路線網路圖，以釐清該在何處規劃導引指示牌。另外，交通設施除須標示清楚外，也應配合外籍旅客標示英文、簡體中文等多國語言。對於道路維修方面，考慮到金門的道路工程業者不多，較無法承受大量工作委託達到「快又好」，建議金門縣政府建立一套道路維修回報的 APP 系統以利民眾及時向政府反映，加快道路維修的速度。

### (二) 特產商品建議

根據本次調查結果，台灣旅客對金門特產價格的滿意度表示滿意的有 73.7%，普通的有 23.2%，不滿意的有 3.2%；大陸旅客對特產價格的滿意度表示滿意的有 87.3%，普通的有 11.4%，不滿意的有 1.3%。金門特產的價格滿意度滿意的比例皆達七成以上，顯示大部分的旅客皆認同金門特產的價值，但在各季旅客對整體觀光環境與服務的建議中，仍有旅客表示希望金門特產能更具有地方特色。而且根據本次調查顯示，在購物地點方面相較於台灣旅客大多喜歡自行前往特產商店，大陸旅客仍大多喜歡在免稅商店購物。可能由於相較於台灣旅客，大陸旅客，較不熟悉金門特產其背後所傳達的在地文化價值。由於現在的特產行銷趨勢，不像以往只重視產品給人

帶來的溫飽或實用性，其更加地注重產品背後所蘊含的地方文化特色與故事性，使旅客不單純只是買個紀念品回去，而是帶著產品上所傳達的在地文化故事性。因此，建議除了以網路為基礎行銷金門特產背後的故事外，也建議政府輔導在地業者在產品的包裝設計上，結合在地文化資源和產品其背後故事解說，凸顯產品的故事性、強化特產的附加價值，以發展文化行銷。使旅客在購買產品時，皆能覺得物超所值。

### 三、觀光服務設施

#### (一) 旅遊景點、活動宣傳建議

根據本次調查結果，台灣旅客對旅遊景點及特色性的滿意度表示滿意的比例有 83.4%，普通的有 15.5%，不滿意的比例有 1.1%。大陸旅客對旅遊景點及特色性的滿意度表示滿意的比例有 91.2%，普通的有 8.1%，不滿意的有 0.7%。對於金門旅遊景點及特色性活動的滿意度皆有達八成以上，顯示金門當地特有景點與節慶活動確實為吸引旅客前來觀光的誘因。但每季旅客遊金次數仍以「一次」居多。因此，建議加強宣傳金門各季主打的大型傳統活動(ex:春季的城隍節慶)。除此之外，也建議結合現代流行文化推出較新穎的活動，像是金門海洋音樂祭，以提升旅客再遊金門的意願。另外，也可參照 2015 年台灣觀光局與 Google 合作舉行的為期一年的「台灣旅行無攝限 - 全球網路影片投稿大賽」，透過多媒體引薦平台 YouTube 募集旅客來金旅遊的自製影片，透過旅客親身經歷金門各景點、活動的影音，吸引旅客來金門旅遊的意願。

#### (二) 旅遊設備與服務建議

根據本次調查結果，台灣旅客對金門餐飲設備服務整體的滿意度表示滿意的比例為 76.0%，普通的為 21.7%，不滿意的為 2.3%。對整體旅館設備服務的整體滿意度表示滿意的有 80.0%，普通的為 18.3%，不滿意的為 1.7%；大陸旅客對於餐飲設備服務整體的滿意度表示滿意的比例為 87.3%，普通的為 11.4%，不滿意為 1.3%；對整體旅館設備服務的整體滿意度表示滿意的有 90.7%，普通的為 7.7%，不滿意為 1.6%。整體滿意度滿意的比例達七成以上。另外，根據變異數分析發現來金目的以「觀光、渡假、旅行」的旅客的各項滿意度皆高於以「商(公)物間觀光旅遊的旅客」。自小三通開通後，兩岸的商業貿易頻繁，以商務旅遊為目的的旅客未來勢必會有增加的趨勢。因此，觀光發展除了滿足純粹來金觀光、渡假的旅客外，

也要注重來金商務旅遊的旅客。建議金門當地飯店、民宿業者提供商務旅遊的必要設施，例如增設商務中心、提供會議室和投影機以及穩定的網路服務等。

## 附 錄

### 附錄一：問卷

- 一、金門觀光旅客消費及動向調查 (台灣觀光客)
- 二、金門觀光旅客消費及動向調查 (中轉旅客)
- 三、金門觀光旅客消費及動向調查 (大陸旅客)

## 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！

為了讓金門縣政府能提供更好的旅遊品質，增加民眾遊玩的效益，及讓您留下地方特色的美好回憶。因此，懇請您撥出一些寶貴時間，告訴我們您對金門的旅遊現況、觀感與消費情形等的意見，以作為未來精進的參考。

本問卷不須具名，也不會對外公開，請您安心填答。感謝您的協助。

委託單位：金門縣政府 執行單位：異視市場調查公司

訪問員： 訪問時間： 月 日 點 分 ~ 點 分

## QR1.請問您這次到金門的主要目的為何？

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

## 1. 您這次由何處搭機進入金門？

- (1) 台北    (2) 台中    (3) 嘉義    (4) 台南    (5) 高雄    (6) 澎湖    (7) 其他(請說明)\_\_\_\_\_

## 2. 這是在金門開放觀光後(民國 82 年)第幾次來訪金門(含這一次)？

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

## 3. 您這次來金門是否有同行者？

- (1) 是【同行者是： a. 配偶    b. 子女    c. 父母    d. 親戚    e. 同事    f. 朋友、同學  
(可複選)    g. 鄰居    h. 其他(請說明)\_\_\_\_\_】

- (2) 否 (沒有同伴)

## 4. 您這次在金門停留時間？

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

## 5. 您這次選擇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) 親朋好友/公司同事    (10) 其他(請說明)\_\_\_\_\_

## 6. 您這次在金門旅遊主要是使用何種交通工具？

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

## 7. 您這次選擇到金門旅遊的原因是？(可複選)

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

## 8. 您最喜歡金門的各項資源與因素為何？(可複選)

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

請翻頁繼續作答

(16)其他(請說明)\_\_\_\_\_

**9. 這次在金門遊覽的所有景點中，請勾選出其中「5個」您最喜歡的景點：**

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

**10. 您這次來金門的安排方式是？**

- (1)參加旅行社套裝行程（參加旅行團）  
 (2)抵達後參加本地旅行社安排的旅遊行程  
 (3)自行規劃行程，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)  
 (4)自行規劃行程，但請旅行社安排住宿及代訂機票  
 (5)自行規劃行程，且未透過旅行社做任何安排【請跳至第12題回答，第11題不作答】

**11. 您這次行程由哪家旅行社負責辦理？**

(1)旅行社名稱：\_\_\_\_\_

(2)旅館名稱：\_\_\_\_\_

(3)請評估以下項目的滿意度為何？	非常滿意	還算滿意	普通	不太滿意	非常不滿意
A.您對「行程設計」的滿意度	5	4	3	2	1
B.您對「服務人員」的滿意度	5	4	3	2	1
C.您對「在旅行社中花費」的滿意度	5	4	3	2	1
D.您對這家「旅行社」整體滿意度	5	4	3	2	1

**12. 您這次來金門旅遊的各項消費情形為何（不含旅行社團費）？**

(1)您這次旅遊的【個人】總花費共\_\_\_\_\_元

(2)請問您【個人】總花費中包含下列各項費用大約多少元？

項目	金額			
	1.未滿200元	2.200-499元	3.500-999元	4.1,000-1,999元
A.餐飲費	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B.交通費(含交通工具、油錢、停車費)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C.購物費(含伴手禮、紀念品)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D.住宿費	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

請翻頁繼續作答

項目	金額			
	E.娛樂費(包含門票、套裝旅遊等)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200 元	<input type="checkbox"/> 2.200-499 元	<input type="checkbox"/> 3.500-999 元
	<input type="checkbox"/> 5.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 6.3,000-4,999 元	<input type="checkbox"/> 7.5,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費
F.其他(請說明_____)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200 元	<input type="checkbox"/> 2.200-499 元	<input type="checkbox"/> 3.500-999 元	<input type="checkbox"/> 4.1,000-1,999 元
	<input type="checkbox"/> 5.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 6.3,000-4,999 元	<input type="checkbox"/> 7.5,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費

### 13. 您這次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) 大陸食品
<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(請說明)_____
<input type="checkbox"/> (13) 無消費			

### 14. 您這次主要在哪處購買紀念品或特產？(可複選)

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

### 15. 您這次在金門旅遊後對各項相關設施與服務的滿意度？

金門各項設施與服務項目	非常滿意	還算滿意	普通	不太滿意	非常不滿意
◎觀光便利性					
(1) 整體的交通工具服務	5	4	3	2	1
(2) 旅遊資訊取得方便性	5	4	3	2	1
◎觀光環境					
(3) 居民對旅客的態度	5	4	3	2	1
(4) 特產、紀念品的價格	5	4	3	2	1
(5) 道路指示牌易懂	5	4	3	2	1
(6) 社會治安良好	5	4	3	2	1
◎服務設施					
(7) 各景點服務人員	5	4	3	2	1
(8) 旅遊景點內容特色性	5	4	3	2	1
(9) 各景點之解說系統	5	4	3	2	1
(10) 特產、紀念品的銷售服務	5	4	3	2	1
(11) 整體的餐飲設備服務	5	4	3	2	1
(12) 整體的旅館(民宿)設備服務	5	4	3	2	1
◎這次旅遊感受度					
(13) 對金門的整體滿意度	5	4	3	2	1
	非常願意	還算願意	普通	不太願意	非常不願意
(14) 願意推薦親朋好友來金門旅遊	5	4	3	2	1

請翻頁繼續作答



(15)是否願意再次來金門旅遊	5	4	3	2	1
-----------------	---	---	---	---	---

16. 您對金門整體觀光環境與服務的建議為何？

---

**個人基本資料**

17. 性別： (1)男  (2)女

18. 年齡：\_\_\_\_\_歲

19. 教育程度： (1)國中及以下  (2)國(初)中  (3)高中職  (4)專科/大學  
 (5)研究所以上

20. 職業：

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1)民意代表、行政主管、企業主管、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、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(請說明)_____          |                                      |

21. 月平均所得：

- |                                    |                                   |                                    |                                    |
|------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1)無經常性收入 | <input type="checkbox"/> (2)2萬元以下 | <input type="checkbox"/> (3)2~3萬元  | <input type="checkbox"/> (4)3~4萬元  |
| <input type="checkbox"/> (5)4~5萬元  | <input type="checkbox"/> (6)5~7萬元 | <input type="checkbox"/> (7)7~10萬元 | <input type="checkbox"/> (8)10萬元以上 |

22. 居住地區：

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1)北部地區(台北桃竹苗)  | <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(請說明)_____ |   |

23. 婚姻狀況： (1)已婚  (2)未婚

~~問卷到此結束，謝謝您的協助，祝您健康快樂~~

## 金門觀光旅客消費及動向調查 (中轉旅客)

親愛的遊客：您好！

為了讓金門縣政府能提供更好的旅遊品質，增加民眾遊玩的效益，及讓您留下地方特色的美好回憶。因此，懇請您撥出一些寶貴時間，告訴我們您在小三通中轉的目的、建議與在金門消費情形等的意見，以作為未來精進的參考。

本問卷不須具名，也不會對外公開，請您安心填答。感謝您的協助。

委託單位：金門縣政府 執行單位：異視市場調查公司

訪問員：\_\_\_\_\_ 訪問時間：\_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日 \_\_\_\_\_ 點 \_\_\_\_\_ 分 ~ \_\_\_\_\_ 點 \_\_\_\_\_ 分

## QR1.請問您這次到金門的主要目的為何？

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

## 1. 您這次由何處搭機進入金門？

- (1)台北  (2)台中  (3)嘉義  (4)台南  (5)高雄  (6)其他(請說明)\_\_\_\_\_

## 2. 您這次是搭何種客輪到大陸？

- (1)馬可波羅  (2)金星6號  (3)五緣號  (4)新金龍  (5)捷安輪  
 (6)東方之星  (7)八方輪  (8)和平之星  (9)新武夷  (10)蓬江輪  
 (11)迅安輪  (12)金祥龍  (13)閩興輪

## 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【是哪一種： a.立榮金廈一條龍  b.華信快易通  c.遠東金廈任我行  
 d.其他(請說明)\_\_\_\_\_】

- (2)否【購買行程費用=機票+船票+接駁交通?(單程)\_\_\_\_\_元(來回)\_\_\_\_\_元】

## 5. 您這次來金門的各項消費情形為何？

- (1)您這次在金門的【個人】消費總共支出費用約為\_\_\_\_\_元

- (2)請問您【個人】總花費中包含下列各項費用大約多少元？

項目	金額			
A. 餐飲費	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200 元	<input type="checkbox"/> 2.200-499 元	<input type="checkbox"/> 3.500-999 元	<input type="checkbox"/> 4.1,000-1,999 元
	<input type="checkbox"/> 5.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 6.3,000-4,999 元	<input type="checkbox"/> 7.5,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費
B. 交通費(含交通工具、油錢、停車費)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200 元	<input type="checkbox"/> 2.200-499 元	<input type="checkbox"/> 3.500-999 元	<input type="checkbox"/> 4.1,000-1,999 元
	<input type="checkbox"/> 5.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 6.3,000-4,999 元	<input type="checkbox"/> 7.5,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費
C. 購物費(含伴手禮、紀念品)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200 元	<input type="checkbox"/> 2.200-499 元	<input type="checkbox"/> 3.500-999 元	<input type="checkbox"/> 4.1,000-1,999 元
	<input type="checkbox"/> 5.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 6.3,000-4,999 元	<input type="checkbox"/> 7.5,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費
D. 住宿費	<input type="checkbox"/> 1.未滿 1,000	<input type="checkbox"/> 2.1,000-1,999 元	<input type="checkbox"/> 3.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 4.3,000-4,999 元
	<input type="checkbox"/> 5.5,000-6,999 元	<input type="checkbox"/> 6.7,000-9,999 元	<input type="checkbox"/> 7.10,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費

請翻頁繼續作答

項目	金額			
	E.娛樂費(包含門票、套裝旅遊等)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200 元	<input type="checkbox"/> 2.200-499 元	<input type="checkbox"/> 3.500-999 元
	<input type="checkbox"/> 5.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 6.3,000-4,999 元	<input type="checkbox"/> 7.5,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費
F.其他(請說明_____)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200 元	<input type="checkbox"/> 2.200-499 元	<input type="checkbox"/> 3.500-999 元	<input type="checkbox"/> 4.1,000-1,999 元
	<input type="checkbox"/> 5.2,000-2,999 元	<input type="checkbox"/> 6.3,000-4,999 元	<input type="checkbox"/> 7.5,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.無任何消費

6. 您這次在金門消費何種商品?(可複選)

- (1) 貢糖       (2) 砲彈鋼刀       (3) 風獅爺藝品       (4) 高粱酒       (5) 一條根  
 (6) 麵線       (7) 高粱醋(酵素)       (8) 菸品       (9) 牛肉乾       (10) 免稅品  
 (11) 餅類(燒餅、蛋捲等)       (12) 其他(請說明)\_\_\_\_\_       (13) 無消費

7. 您這次主要在哪處購買紀念品或特產?(可複選)

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

8. 您平均多久經由小三通往返兩岸?

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

9. 您在大陸的工作地點為何(或親屬的工作地點)?(可複選)

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

10. 自從小三通開放後,您使用小三通往返兩岸從事商務之旅,至今已有幾年?

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

11. 政府開放兩岸直航後,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

12. 您對小三通中轉服務的滿意度為何?

請評估以下項目的滿意度	非常滿意	還算滿意	普通	不太滿意	非常不滿意
A.兩岸中轉套裝行程	5	4	3	2	1
B.尚義機場設施與服務	5	4	3	2	1
C.水頭碼頭設施與服務	5	4	3	2	1
D.尚義機場至水頭碼頭之間的接駁設施與服務	5	4	3	2	1

13. 您對小三通中轉服務的整體建議為何?

請翻頁繼續作答

## 14. 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(請說明)\_\_\_\_\_

## 15. 您認為金門適合投資何種產業？(可複選)

- (1) 觀光事業     (2) 工商業     (3) 服務業     (4) 養老事業     (5) 運輸業  
 (6) 教育事業     (7) 博弈業     (8) 電子業     (9) 農林漁牧業     (10) 百貨購物  
 (11) 文化事業     (12) 醫療生技業     (13) 建築業     (14) 其他(請說明)\_\_\_\_\_
- (15) 無意願

## 個人基本資料

## 16. 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)

## 17. 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(請說明)\_\_\_\_\_

## 18. 年 齡：\_\_\_\_\_歲

19. 教育程度： (1) 國中及以下     (2) 國(初)中     (3) 高中職     (4) 專科/大學  
 (5) 研究所以上

## 20. 職 業：

- (1) 民意代表、行政主管、企業主管、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、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(請說明)\_\_\_\_\_

## 21. 月平均所得：

- (1) 3 萬元以下     (2) 3~5 萬元     (3) 5~7 萬元     (4) 7~10 萬元  
 (5) 10 萬元以上     (6) 其他(請說明)\_\_\_\_\_

22. 性 別： (1) 男     (2) 女23. 婚姻狀況： (1) 已婚     (2) 未婚

~~問卷到此結束，謝謝您的協助，祝您健康快樂~~

## 金門觀光旅客消費及動向調查 (大陸旅客)

亲爱的游客：您好！

为了让金门县政府能提供更好的旅游质量，增加民众游玩的效益，及让您留下地方特色的美好回忆。因此，恳请您能拨出一些宝贵时间，告诉我们您对金门的旅游现况、观感与消费情形等的意见，以作为未来精进的参考。

本问卷不须具名，也不会对外公开，请您安心填答。感谢您的协助。

委托单位：金门县政府 执行单位：异视市场调查公司

访问员：\_\_\_\_\_ 访问时间：\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_点\_\_\_\_\_分 ~ \_\_\_\_\_点\_\_\_\_\_分

## 1. 您这次是搭何种客轮到金门？

- (1) 马可波罗     (2) 金星 6 号     (3) 五缘号     (4) 新金龙     (5) 捷安轮  
 (6) 东方之星     (7) 八方轮     (8) 和平之星     (9) 新武夷     (10) 蓬江轮  
 (11) 迅安轮     (12) 金祥龙     (13) 闽兴轮

## 2. 这是您在两岸开放后第几次来访金门(含这一次)？

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

## 3. 您这次来金门是否有同行者？

- (1) 是【同行者是： a. 配偶  b. 子女  c. 父母  d. 亲戚  e. 同事  f. 朋友、同学  
(可复选)  g. 邻居  h. 其他(请说明)\_\_\_\_\_】  
 (2) 否 (没有同伴)

## 4. 吸引您来金门旅游的主要目的是什么？

- (1) 曾经是亲戚或自己的故乡     (2) 对金门的好奇心     (3) 语言相通  
 (4) 购物     (5) 因为金门是台湾的缩影     (6) 满足炫耀  
 (7) 小三通交通便利     (8) 完成想来金门的心愿     (9) 纯观光  
 (10) 所属工作单位或其他机关要求     (11) 其他(请说明)\_\_\_\_\_

## 5. 您这次选择金门旅游的相关信息从何处获得?(可复选)

- (1) 未曾索取资料     (2) 电子媒体(电视、广播、户外活动广告牌)  
 (3) 计算机网络     (4) 旅行社     (5) 旅游展览  
 (6) 平面媒体(旅游丛书、报章杂志)     (7) 个人经验     (8) 亲朋好友/公司同事  
 (9) 政府观光相关单位(旅游折页、手册、旅游咨询服务)     (10) 其他(请说明)\_\_\_\_\_

## 6. 您这次来金门之主要目的是什么?(可复选)

- (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) 其他(请说明)\_\_\_\_\_

## 7. 您这次在金门停留时间？

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

## 8. 您这次是否为中转旅游？

- (1) 是【 (A) 厦门->金门->台湾     (B) 厦门->台湾->金门】     (2) 否

请翻页继续作答

## 9. 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【请直接至第12题回答，第11题不作答】  
 (5)其他(请说明)\_\_\_\_\_

## 10. 您这次行程由哪家旅行社负责办理？

- (1)旅行社名称：\_\_\_\_\_  
(2)旅馆名称：\_\_\_\_\_

(3)请评估以下项目的满意度为何？	非常满意	还算满意	普通	不太满意	非常不满意
A.您对金门「旅行社」整体满意度	5	4	3	2	1
B.您对金门「导游」整体满意度	5	4	3	2	1
C.您对「金门交通工具服务」整体满意度	5	4	3	2	1
D.您对「游程设计」整体满意度	5	4	3	2	1
E.您对「团费」整体满意度	5	4	3	2	1

## 11. 您这次来金门旅游的各项消费情形为何（不含旅行社团费）？

- (1)您这次旅游的【个人】总花费共(人民币)\_\_\_\_\_元  
(2)请问您【个人】总花费中包含下列各项费用大约多少元？(人民币)

项目	金额			
		<input type="checkbox"/> 1.未滿 50 元	<input type="checkbox"/> 2.51-100 元	<input type="checkbox"/> 3.101-200 元
A.餐饮费	<input type="checkbox"/> 5.401-600 元	<input type="checkbox"/> 6.601-1,000 元	<input type="checkbox"/> 7.1,001 元以上	<input type="checkbox"/> 8.无任何消费
B.交通费(含交通工具、油钱、停车费)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 50 元	<input type="checkbox"/> 2.51-100 元	<input type="checkbox"/> 3.101-200 元	<input type="checkbox"/> 4.201-400 元
	<input type="checkbox"/> 5.401-600 元	<input type="checkbox"/> 6.601-1,000 元	<input type="checkbox"/> 7.1,001 元以上	<input type="checkbox"/> 8.无任何消费
C.购物费(含伴手礼、纪念品)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 50 元	<input type="checkbox"/> 2.51-100 元	<input type="checkbox"/> 3.101-200 元	<input type="checkbox"/> 4.201-400 元
	<input type="checkbox"/> 5.401-600 元	<input type="checkbox"/> 6.601-1,000 元	<input type="checkbox"/> 7.1,001 元以上	<input type="checkbox"/> 8.无任何消费
D.住宿费	<input type="checkbox"/> 1.未滿 200	<input type="checkbox"/> 2.201-400 元	<input type="checkbox"/> 3.401-600 元	<input type="checkbox"/> 4.601-1,000 元
	<input type="checkbox"/> 5.1,001-1,500 元	<input type="checkbox"/> 6.1,501-2,000 元	<input type="checkbox"/> 7.2,000 元以上	<input type="checkbox"/> 8.无任何消费
E.娱乐费(包含门票、套装旅游等)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 50 元	<input type="checkbox"/> 2.51-100 元	<input type="checkbox"/> 3.101-200 元	<input type="checkbox"/> 4.201-400 元
	<input type="checkbox"/> 5.401-600 元	<input type="checkbox"/> 6.601-1,000 元	<input type="checkbox"/> 7.1,001 元以上	<input type="checkbox"/> 8.无任何消费
F.其他(请说明_____)	<input type="checkbox"/> 1.未滿 50 元	<input type="checkbox"/> 2.51-100 元	<input type="checkbox"/> 3.101-200 元	<input type="checkbox"/> 4.201-400 元
	<input type="checkbox"/> 5.401-600 元	<input type="checkbox"/> 6.601-1,000 元	<input type="checkbox"/> 7.1,001 元以上	<input type="checkbox"/> 8.无任何消费

## 12. 您这次在金门消费何种商品？(可复选)

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

请翻页继续作答

## 13. 您这次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     (11)无购买     (10)其他(请说明)\_\_\_\_\_

## 14. 这次在金门游览的所有景点中，请勾选出其中「5个」您最喜欢的景点：

- (1)水头聚落     (2)翟山坑道     (3)文台宝塔     (4)莒光楼  
 (5)建功屿     (6)延平郡王祠     (7)模范街、贞节牌坊     (8)清总兵署  
 (9)金城民防坑道     (10)古宁头战史馆     (11)北山古洋楼     (12)双鲤湿地中心  
 (13)慈湖     (14)李光前将军庙     (15)国家公园游客中心     (16)乳山游客中心  
 (17)金门酒厂     (18)琼林聚落     (19)太武山     (20)榕园、八二三战史馆  
 (21)山后民俗村     (22)马山观测所     (23)烈屿(小金门)     (24)大二胆水域  
 (25)狮山炮阵地     (26)陈景兰洋楼     (27)海边沙滩     (28)其他(请说明)\_\_\_\_\_

## 15. 您最喜欢金门的各项资源与因素为何？(可复选)

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

## 16. 您这次在金门旅游后对各项相关设施与服务的满意度？

金门各项设施与服务项目	非常 满意	还算 满意	普通	不太 满意	非常 不满意
◎观光便利性					
(1)取得台湾签证快速	5	4	3	2	1
(2)金门海关入境服务	5	4	3	2	1
(3)客轮服务与设备	5	4	3	2	1
(4)金门旅游信息取得方便	5	4	3	2	1
◎观光环境					
(5)居民对旅客的态度	5	4	3	2	1
(6)特产、纪念品的价格	5	4	3	2	1
(7)道路指示牌易懂	5	4	3	2	1
(8)社会治安良好	5	4	3	2	1
◎服务设施					
(9)各景点服务人员	5	4	3	2	1
(10)旅游景点内容特色性	5	4	3	2	1
(11)各景点之解说系统	5	4	3	2	1
(12)特产、纪念品的销售服务	5	4	3	2	1
(13)整体的餐饮设备服务	5	4	3	2	1

请翻页继续作答

(14)整体的旅馆(民宿)设备服务	5	4	3	2	1
金门各项设施与服务项目	非常满意	还算满意	普通	不太满意	非常不满意
◎这次旅游感受度					
(15)对金门的整体满意度	5	4	3	2	1
	非常愿意	还算愿意	普通	不太愿意	非常不愿意
(16)愿意推荐亲朋好友来金门旅游	5	4	3	2	1
(17)是否愿意再次来金门旅游	5	4	3	2	1

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

18. 您对下列五个旅游地点, 请勾选出 3 个最喜欢的旅游地点:

- (1)国内旅游(大陆地区)       (2)台湾地区旅游       (3)金门地区旅游  
 (4)港澳地区旅游       (5)其他海外国家旅游

19. 您对金门整体观光环境与服务的建议为何?

---



---

#### 个人基本资料

20. 年 龄: \_\_\_\_\_岁

21. 教育程度:  (1)小学(含以下)       (2)初中       (3)中专(含高中)  
 (4)大学本科(含大学)       (5)研究所(含以上)

22. 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)其他: \_\_\_\_\_(请注明)

33. 每人月平均所得(人民币):

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

34. 居住地区:  (1)厦门市       (2)福建省(厦门市除外)       (3)其他省(市)\_\_\_\_\_ (请说明)

35. 性 别:  (1)男       (2)女

36. 婚姻状况:  (1)已婚       (2)未婚

~~问卷到此结束, 谢谢您的协助, 祝您健康快乐~~



## 附錄二：105 年、106 年金門航空站營運量統計表

附表一 105 年、106 年金門航空站營運量統計表

	年 月	旅客總人次（到境+離境）	
		105 年	106 年
旅客 人數	01 月	169,415	191,188
	02 月	200,316	179,513
	03 月	169,235	171,759
	04 月	197,668	191,182
	05 月	203,888	207,967
	06 月	211,427	200,545
	07 月	227,908	221,931
	08 月	205,065	219,845
	09 月	177,399	166,565
	10 月	205,970	221,637
	11 月	179,174	186,060
	12 月	172,025	178,493
合計		2,319,490	2,336,685

資料來源：金門縣政府觀光處(2017)。

### 附錄三：105、106 年入出境管理局之入出境人數統計表

附表二 106 年入出境管理局之入出境人數統計表

	旅客人數									
	入境人數					出境人數				
	台灣地區人數	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通陸地簽	外國人民	總人數	台灣地區人數	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通陸地簽	外國人民	總人數
106 年 01 月	40,841	25,868	3,596	1,212	71,157	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)。

附表三 105 年入出境管理局之入出境人數統計表

	旅客人數									
	入境人數					出境人數				
	台灣地區人數	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通陸地簽	外國人民	總人數	台灣地區人數	大陸(含港澳)地區人民	大陸地區小三通陸地簽	外國人民	總人數
105 年 01 月	41,687	25,527	2,491	1,000	70,705	39,705	26,819	2,556	1,055	70,135
105 年 02 月	36,828	22,040	2,904	999	62,771	38,756	22,495	2,955	1,009	65,215
105 年 03 月	39,765	26,087	1,827	1,760	69,439	38,151	26,198	1,822	1,601	67,772
105 年 04 月	43,751	33,438	2,344	1,934	81,467	43,510	31,778	1,948	1,876	79,112
105 年 05 月	42,517	31,659	2,508	1,932	78,616	42,099	36,218	3,119	1,981	83,417
105 年 06 月	46,251	25,241	2,141	1,286	74,919	46,263	28,430	2,092	1,278	78,063
105 年 07 月	48,279	28,436	2,748	1,147	80,610	47,997	28,596	2,700	1,094	80,387
105 年 08 月	46,254	28,957	3,775	1,149	80,135	43,827	29,892	3,837	1,153	78,709
105 年 09 月	37,606	16,182	1,400	1,168	56,356	34,855	14,430	1,409	1,087	51,781
105 年 10 月	43,059	23,014	2,984	1,954	71,011	44,294	24,249	2,885	1,716	73,144
105 年 11 月	41,267	26,776	2,252	1,708	72,003	40,282	27,241	2,237	1,898	71,658
105 年 12 月	42,058	26,319	2,564	2,382	73,323	41,328	25,343	2,342	2,242	71,255
合計	509,322	313,676	29,938	18,419	871,355	501,067	321,689	29,902	17,990	870,648

資料來源：金門縣政府觀光處-大陸事務科(2016)。

## 附錄四：106 年度來金旅客人數估算

估算公式：

步驟一：

1. 金門航空站 01 月至 12 月（到境旅客人次＋離境旅客人次＝總旅客人次）  
＝ 2,336,685 旅客人次
2. 入出境管理局 01 月至 12 月（出境旅客人次＋入境旅客人次＝總旅客人次）  
＝ 1,013,277 人次（台灣地區人民）＋615,747 人次（大陸(含港澳)地區人民）＋  
86,376 人次（大陸地區小三通落地簽）＋38,941 人次（外國人民）  
＝ 1,754,341 旅客人次

步驟二：

1. 來金之台灣旅客人數＝旅客人數×本季非本地居民比率（不含小三通旅客）  
2,336,685 人次 ×34.03523% ＝795,296 人次
2. 小三通中轉台商＝旅客人數×本季小三通中轉台商比率  
1,754,341 人次 × 15.655989% ＝ 274,659 人次
3. 大陸旅客人數＝入境旅客人次＋出境旅客人次  
＝ 615,747 人次 ＋86,376 人次  
＝ 702,123 人次

106 年來金台灣旅客人次約為 79 萬 5 仟 2 佰 9 拾 6 人次。

106 年小三通中轉台商人次約為 27 萬 4 仟 6 佰 5 拾 9 人次。

106 年來金大陸旅客人次約為 70 萬 2 仟 1 佰 2 拾 3 人次。

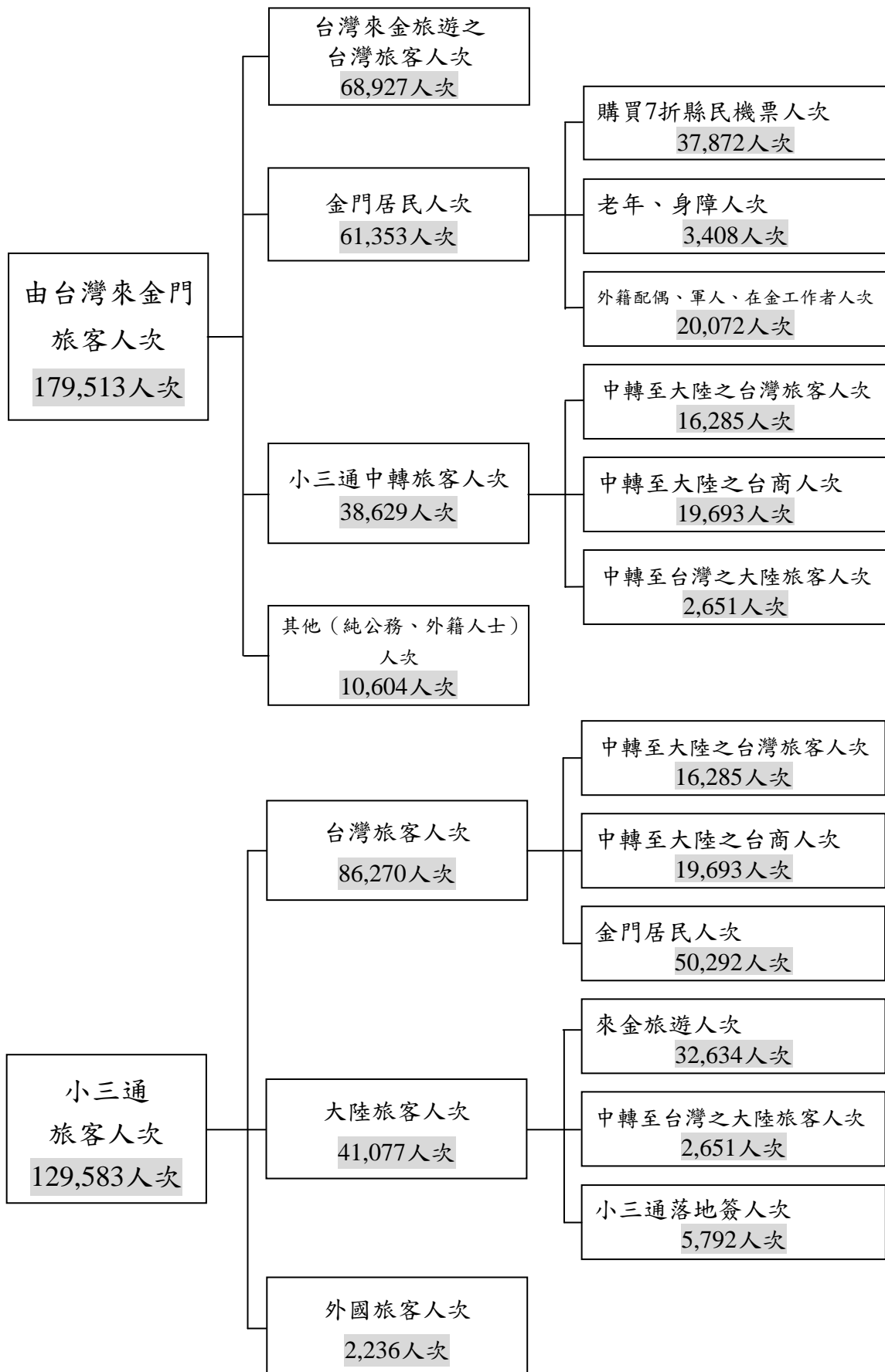
## 附錄五：106 年度旅客屬性人次估算表



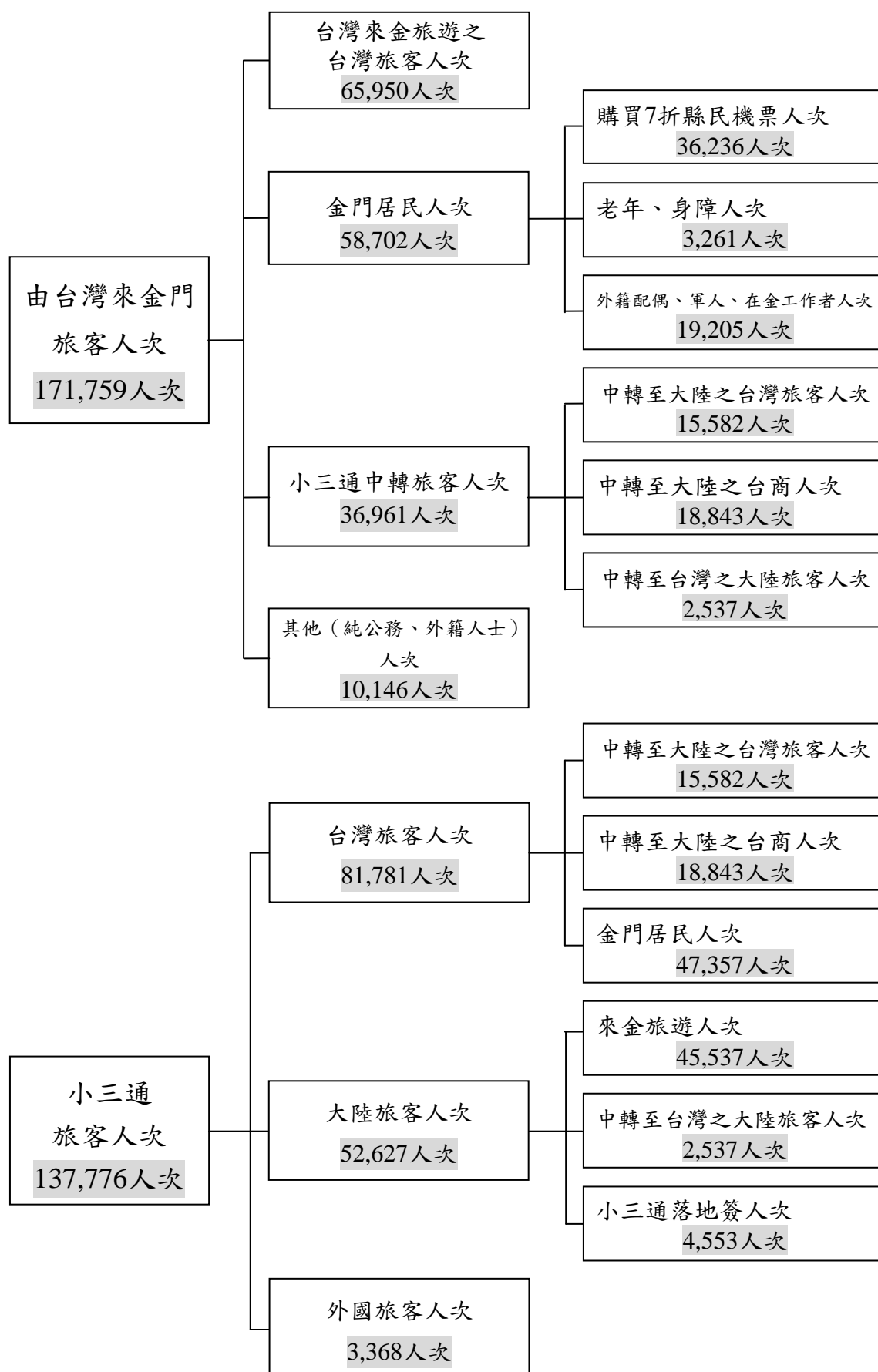
## 一、106年01月旅客屬性人次估算表



## 二、106年02月旅客屬性人次估算表



## 三、106年03月旅客屬性人次估算表

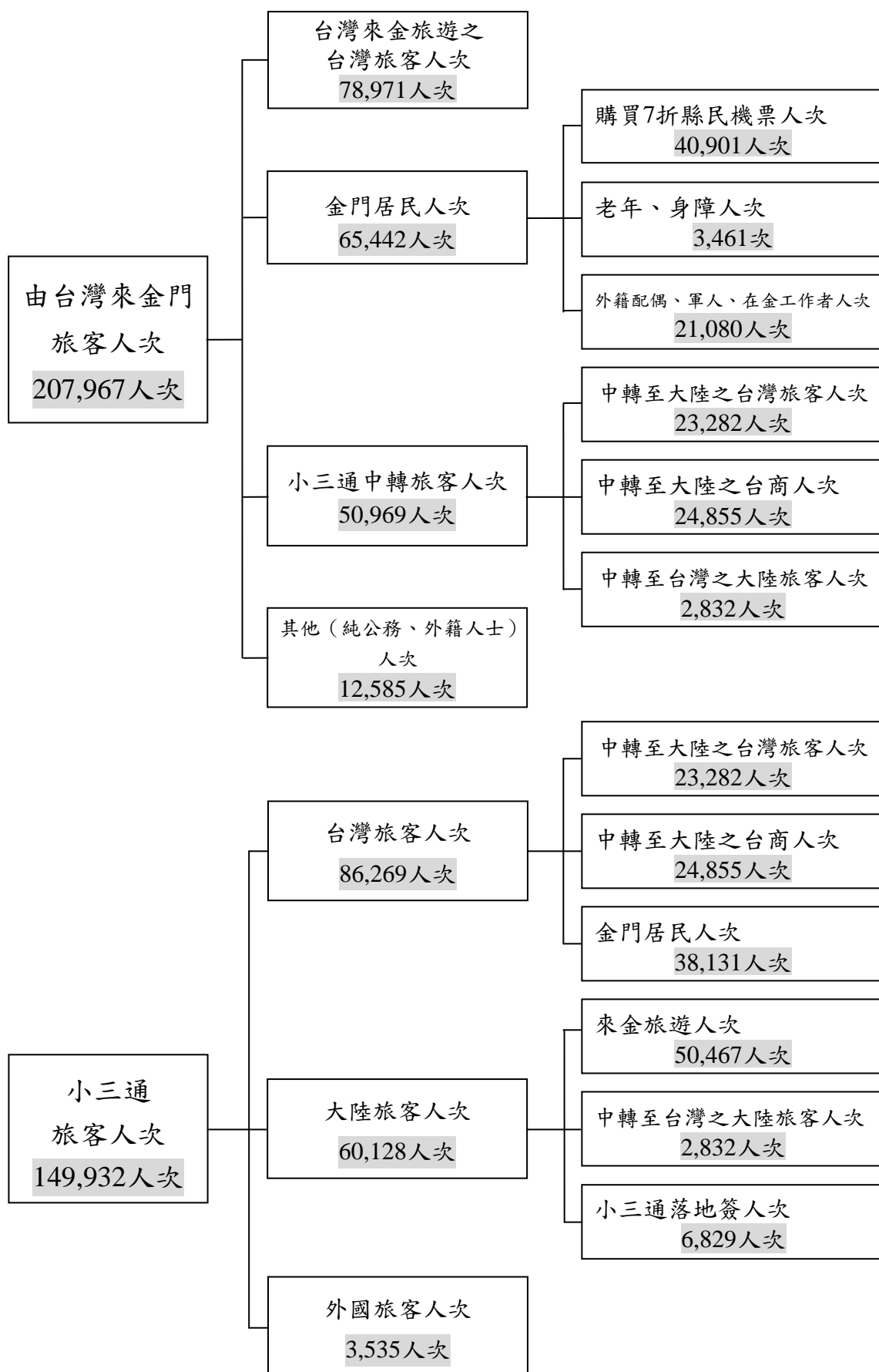




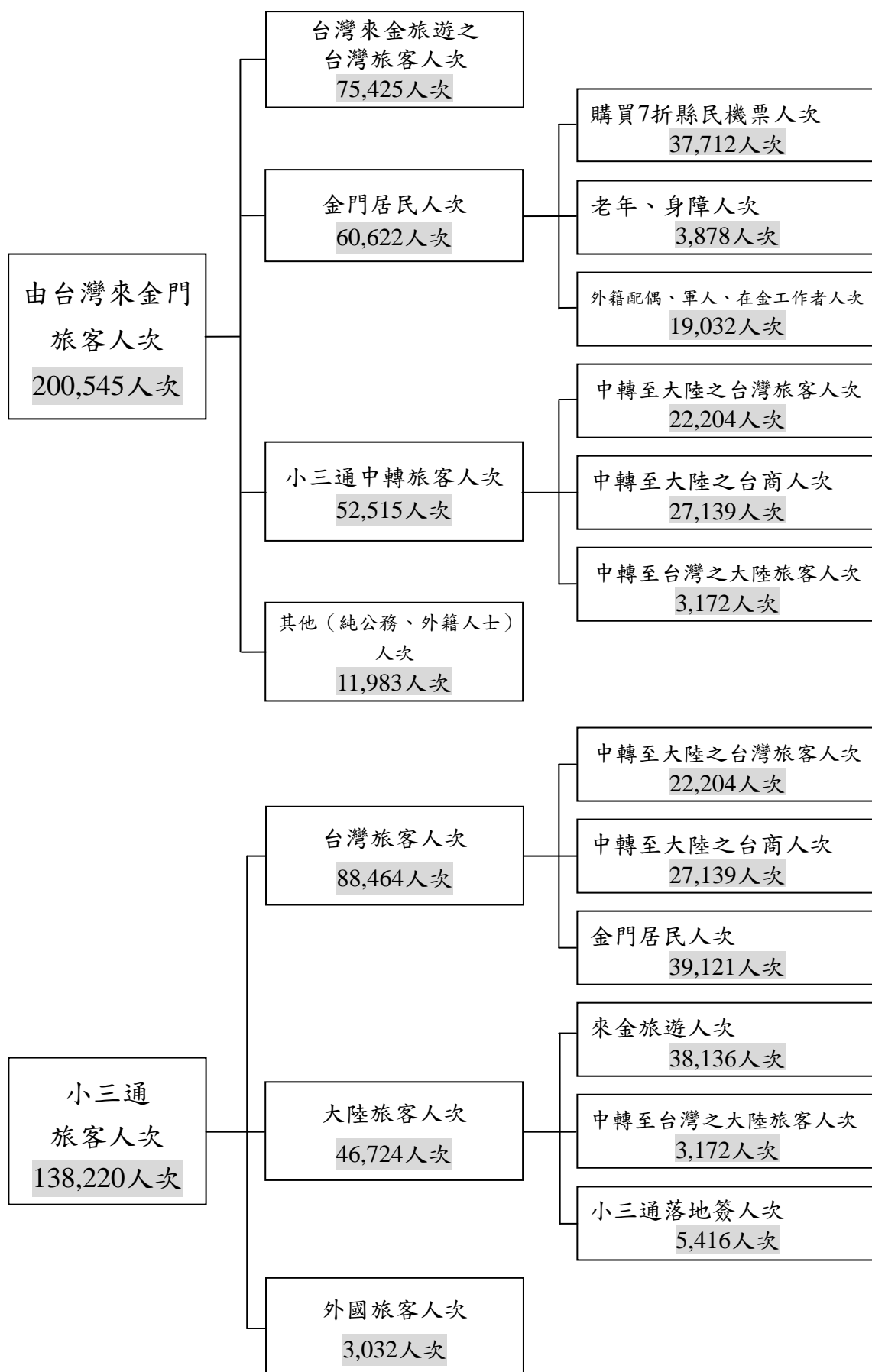
## 四、106年04月旅客屬性人次估算表



## 五、106年05月份旅客屬性人次估算表



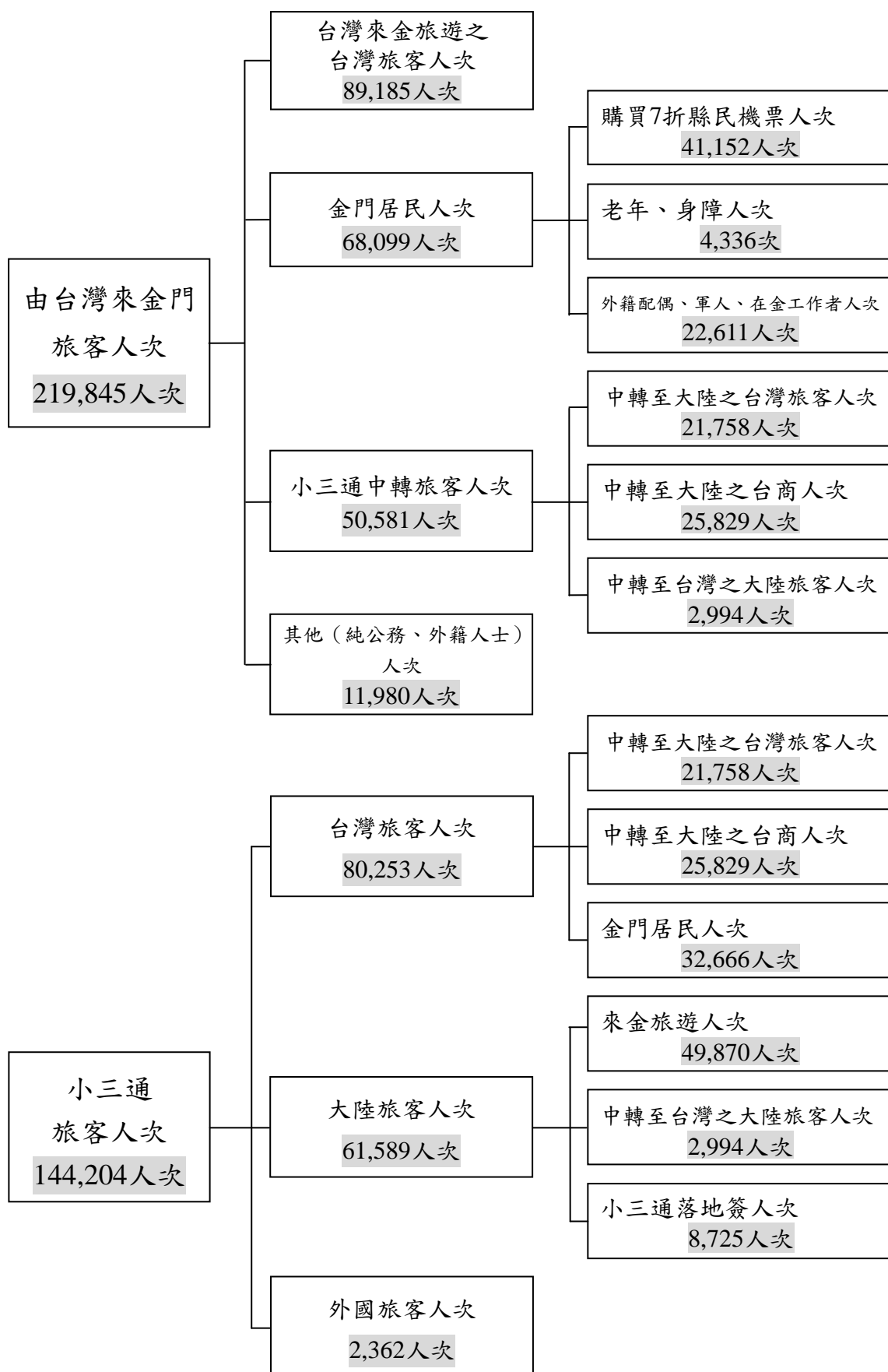
## 六、106年06月份旅客屬性人次估算表



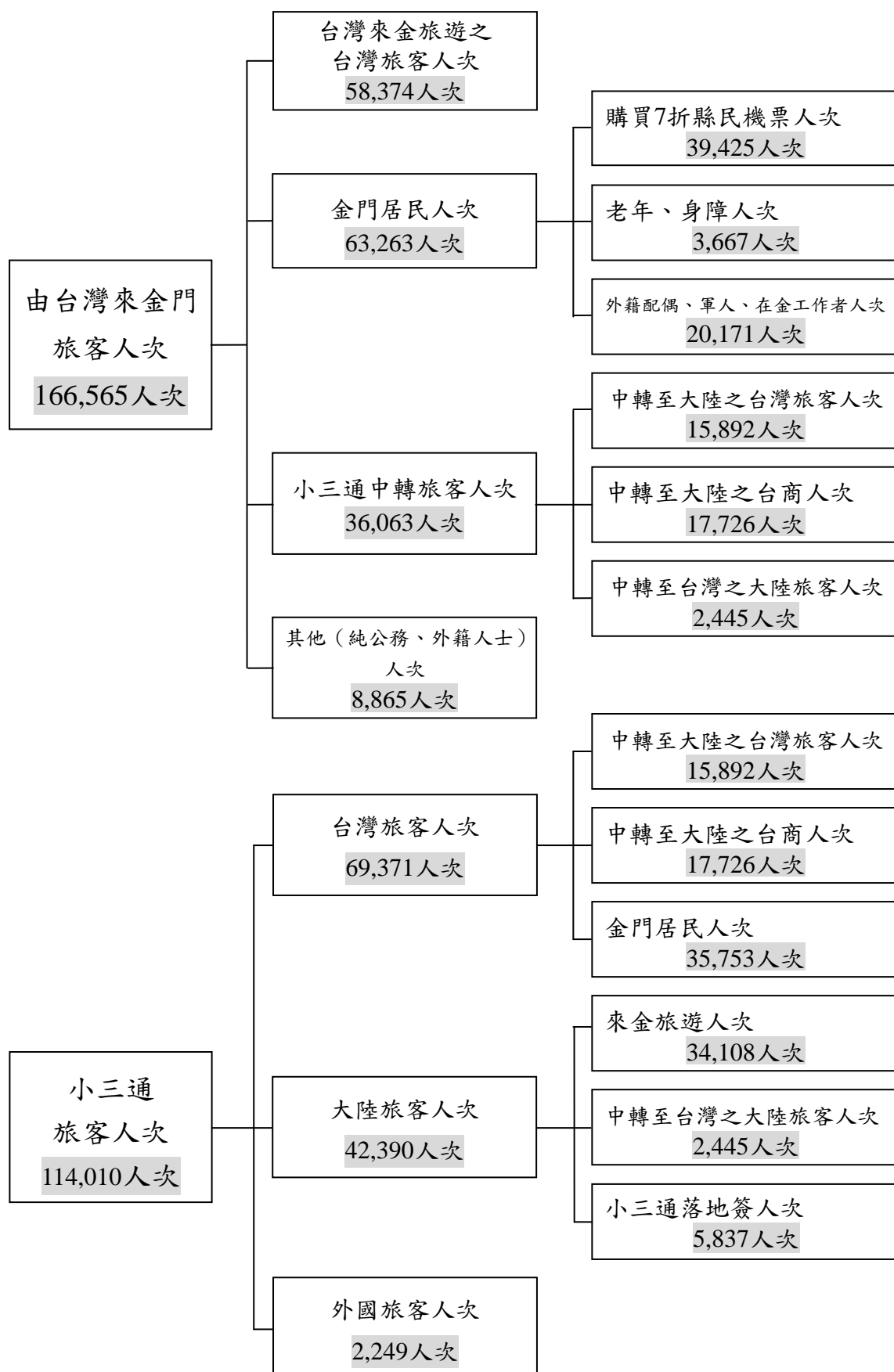
## 七、106年07月旅客屬性人次估算表



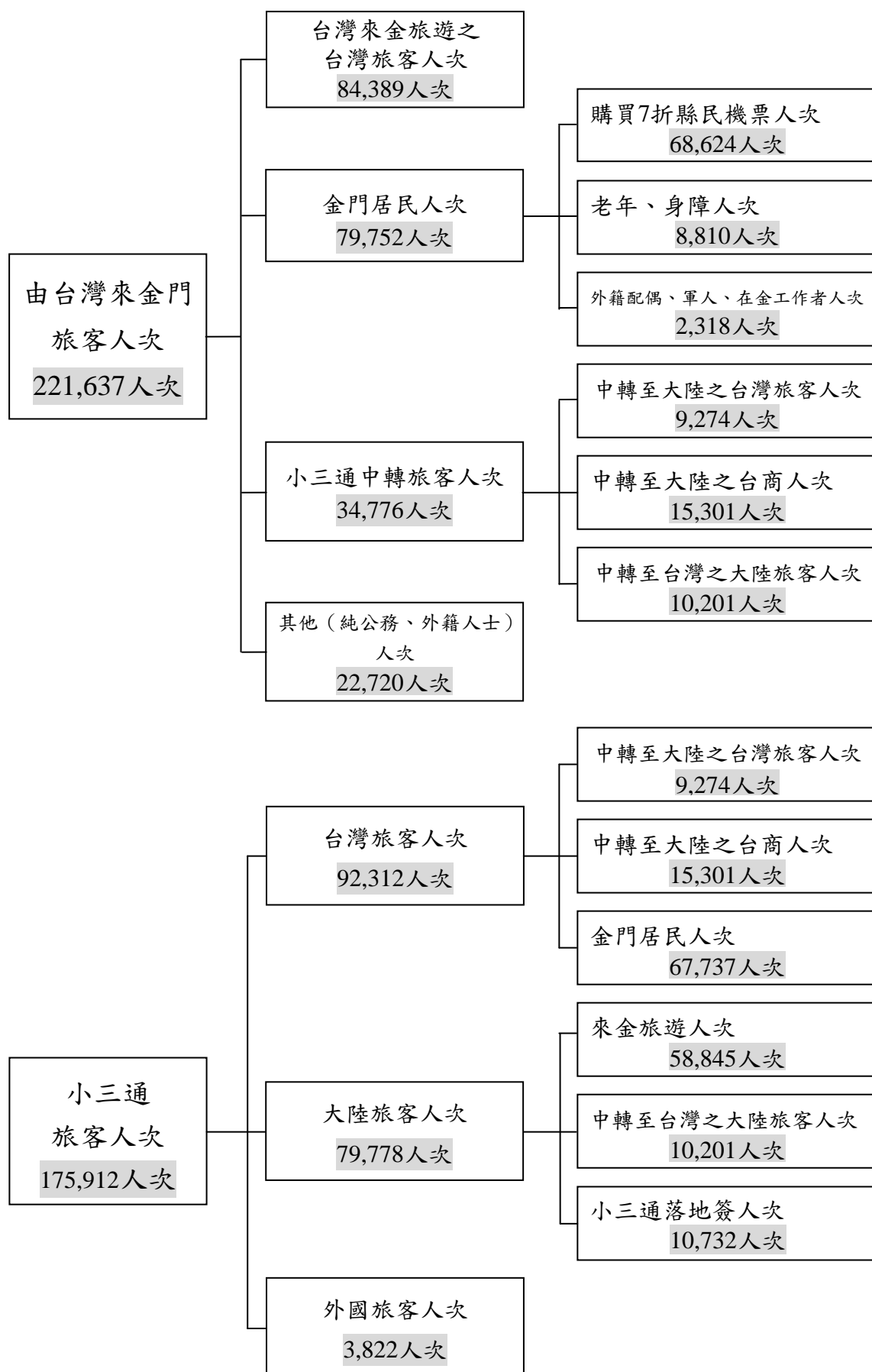
## 八、106年08月旅客屬性人次估算表



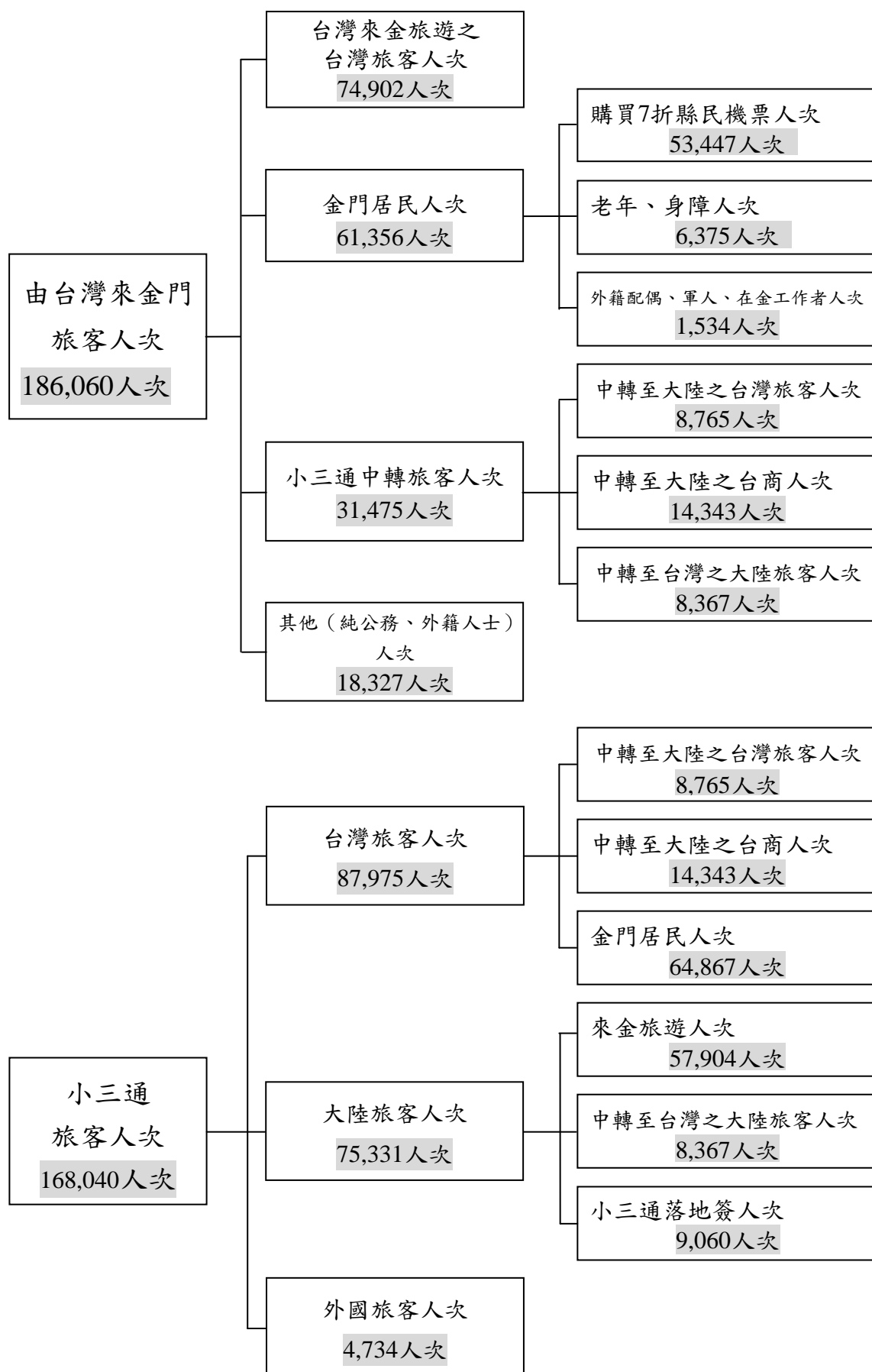
## 九、106年09月旅客屬性人次估算表



## 十、106年10月旅客屬性人次估算表



## 十一、106年11月旅客屬性人次估算表





## 十二、106年12月旅客屬性人次估算表

