

2018 高雄內門宋江陣活動

效益評估

專題分析

指導單位：高雄市政府

主辦單位：高雄市政府觀光局

中華民國 107 年 5 月

活動效益評估成果摘錄

年度	2018	
天數	18 天	
人次 估算	214,698人次。 ※若含高雄市區舉辦活動與青春主播台網路直播之參與人次共計270,878人次。	
經濟 效益	<p>(高雄市內門區)經濟產值之調查分別為遊客之餐飲費、交通費、購物費、住宿費、其他費用，以及消費總金額等共6項，遊客各項花費如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.餐飲費： 62,445,996元 2.交通費： 45,959,327元 3.購物費： 66,052,530元 4.住宿費： 18,983,586元 5.其他費用： 58,645,725元 6.消費總金額：252,087,164元 <p>加總上述5項消費後之總體經濟產值達 252,087,164元，活動共 214,698人次，由此推估遊客平均每人花費為 1,174元。</p>	
遊客 滿意度	整體活動滿意度之平均數為 4.20。	
	遊客滿意度最高之前三項目：	最需改善項目前三項為：
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 表演節目內容豐富精彩 (4.36) 2. 節慶氣氛濃厚 (4.34) 3. 表演節目內容創新 (4.32) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大眾運輸接駁便捷 (4.02) 2. 停車場數量 (4.06) 3. 美食整體服務品質 (4.11)
活動 吸引力	各項活動活動吸引力平均數為 4.26。	
	最具活動吸引力之前三項目：	吸引力相對弱之前兩項為：
	<ol style="list-style-type: none"> 1.創意宋江陣頭大賽 (4.43) 2.遶境活動(4.42) 3.傳統陣頭表演(4.42) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.一人羅漢餐 (3.93) 2.文化史導覽之旅 (4.17)
遊客 遊後 行為 意圖	<p>整體遊客行為意圖之平均數為4.45。</p> <p>遊後行為意圖最高前三項依序為：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 值得推廣為國際性觀光活動 (4.57) 2. 內門區是台灣最具代表性的宋江陣區域 (4.49) 3. 內門宋江陣是台灣傳統藝陣活動的領導品牌 (4.48) <p>遊後行為意圖相對較低之二項依序為：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 活動能帶動內門地區地方產業發展 (4.36) 2. 活動能帶動周邊山城的觀光產業發展 (4.37) 	

壹、前言

一、計畫背景

高雄的內門宋江陣、前鎮戲獅甲，以及左營萬年祭等 3 大在地特色民俗活動被列為「2018 臺灣觀光新年曆」國際級的活動¹，已聞名海內外，早已成為高雄特有的 3 大特色民俗經濟支柱。

從 2001 年開始，交通部觀光局將內門宋江陣列為台灣十二大節慶活動之一，每年固定舉辦，從未間斷，今年邁入第十八屆，已成為高雄在地傳統活動指標。前年(2016 年)和去年(2017 年)吸引 19 萬到 20 萬觀光人次，各創造了 1.95 億元和 2.0 億元的觀光經濟產值。

每年活動時間大約落在觀音佛祖誕辰(農曆 2 月 19 日)與天上聖母媽祖誕辰(農曆 3 月 23 日)前後，配合青年節、清明節等國定假日舉辦。每逢高雄內門宋江陣活動期間，吸引 20 萬左右的觀光客湧進內門，這個僅為 14,538 人口²的小小鄉鎮，創造出非常可觀之觀光經濟和週邊產值。

高雄內門宋江陣活動主辦廟宇由主祀觀音佛祖的內門紫竹寺與南海紫竹寺、主祀天上聖母媽祖的順賢宮，三座廟宇輪流辦理，從活動安排上可看出因為每年輪值主辦的廟宇不同，而有不同構思與創新作法。

今年 2018 年高雄內門宋江陣系列，內門宋江陣表訂活動日期為 3 月 24 日至 4 月 8 日。為因應內門紫竹寺遶境活動時程安排與行銷宣傳效益做考量，實際活動日期提前自 3 月中旬展開，今年經由內門紫竹寺擲筊確認，將觀音佛祖遶境活動從連續 4 天調整為 2 個周末舉行。

高雄內門宋江陣配合地方習俗，活動結合了民俗藝陣、宗教慶典、觀光旅遊、歷史文化及產業經濟等元素辦理一系列活動，以 2018 年為例，核心主軸為全國創意宋江陣頭大賽、總鋪師美食饗宴及文武藝陣大匯演，週邊活動有百年陣頭拜觀音佛祖、羅漢門迎佛祖遶境、一人羅漢餐饗宴、內門文史導覽、創意宋江陣冠亞軍展演、羅漢門之歌及宋江陣文化展等共有十項。

¹ 2018 年 3 月 13 日擷取交通部觀光局「台灣觀光年曆」官網。
<https://www.eventaiwan.tw/tw/index.jsp>

² 2018 年 5 月 1 日擷取高雄市政府民政局官網。<https://cabu.kcg.gov.tw/Web/StatRpts/StatRpt1.aspx>

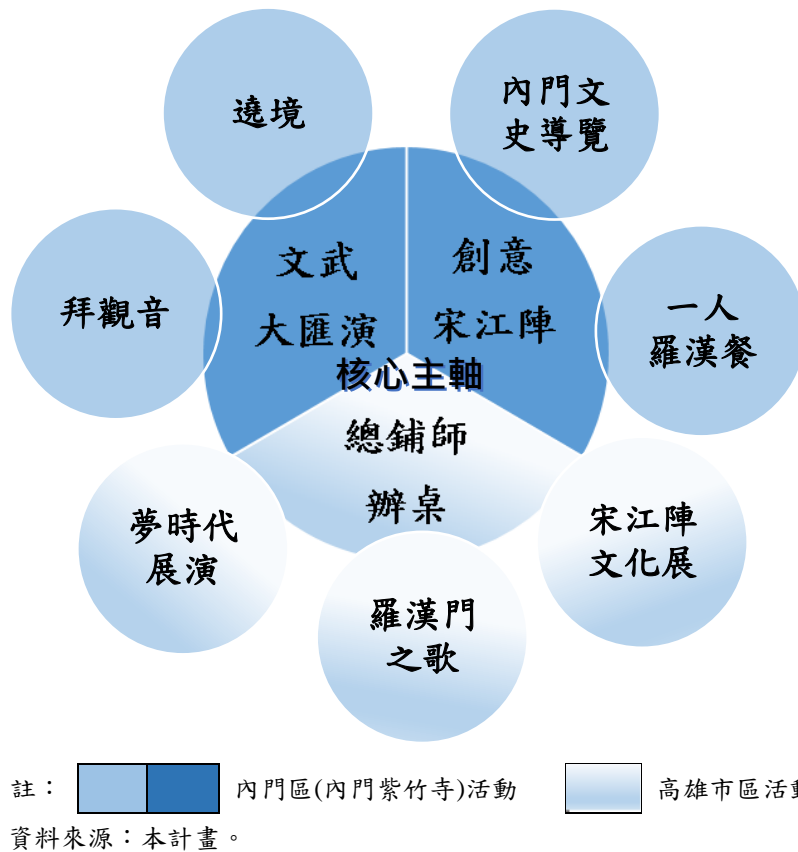


圖 1-1-1 2018 高雄內門宋江陣十大主題活動

今年內門宋江陣活動特別添加了新的元素，活動辦理也有突破性的作法與創新，不但活動場域從以往的內門區域擴展到高雄市區，還力行觀看媒介之擴大。

因此，本計畫以「2018 高雄內門宋江陣系列活動」為研究對象，旨在調查2018 年內門宋江陣活動之遊客人次，進而分析十大主題活動對遊客吸引力及遊客遊後行為意圖為何，並進行經濟效益與遊客對各項軟體、硬體設施滿意度之評估，以了解該節慶活動所帶來的效益，再探討該活動目前面臨的問題，並提出一些轉型策略上的建議提供主辦單位參考。

二、計畫目的

本計畫主要目的在針對2018 高雄內門宋江陣活動之遊客人次與遊客所帶來之經濟效益進行評估。執行本計畫可得知：

首先，瞭解 2018 高雄內門宋江陣十大主題活動之遊客吸引力為何；

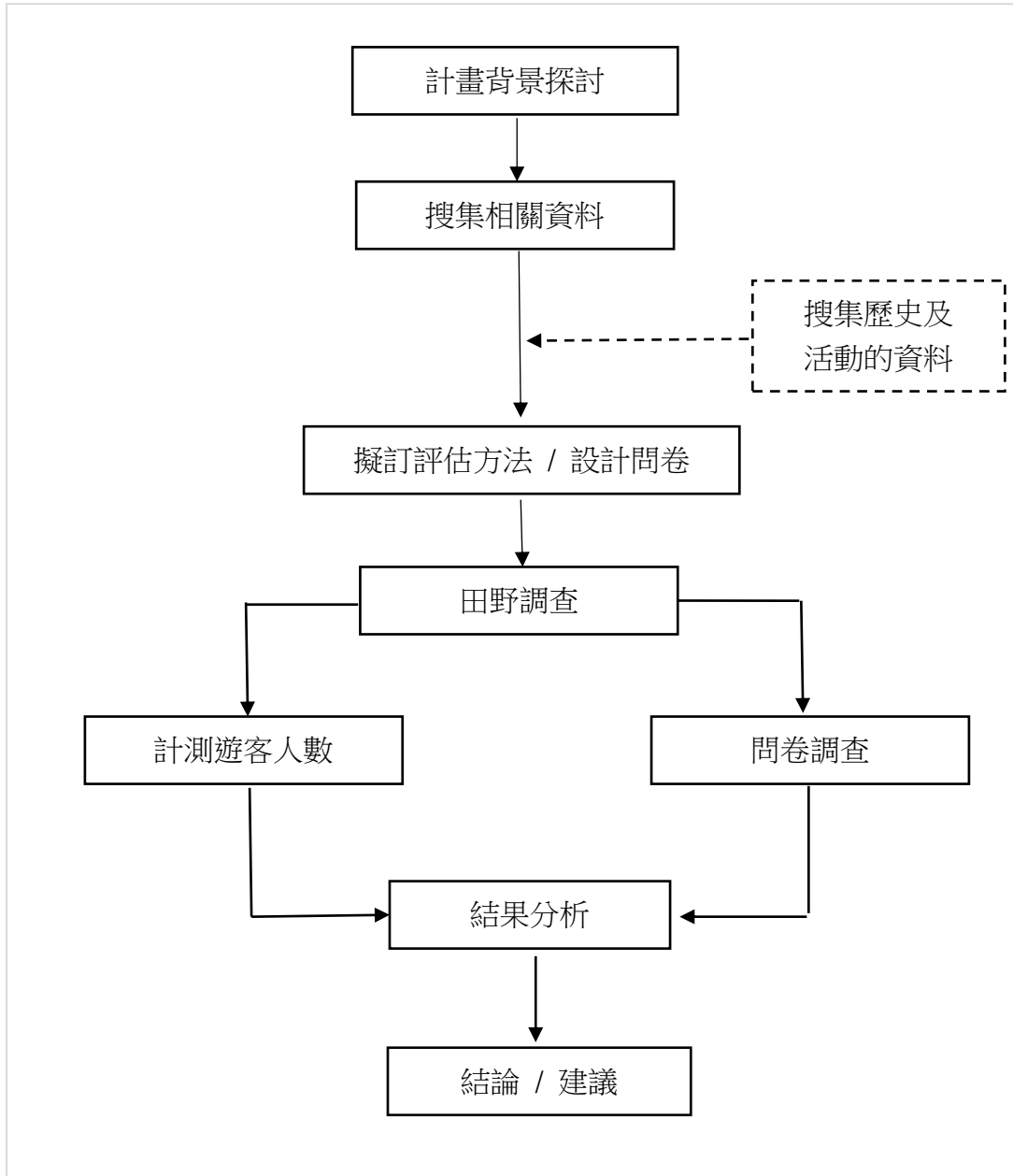
其次，瞭解遊客對本活動硬、軟體設施的滿意程度；

再次，分析遊客遊後行為意圖；

最後，評估本活動帶來之經濟效益。

三、計畫執行流程

本計畫執行流程如下〈圖 1-3-1〉所示：



資料來源：本計畫。

圖 1-3-1 本計畫執行流程圖

貳、評估方法

本效益評估計畫採用文獻回顧、活動參觀人數計測以及問卷調查法來進行 2018 高雄內門宋江陣活動之整體效益評估，調查架構、問卷設計、問卷調查與測量評估的方式說明如下：

一、調查架構

本效益評估計畫之遊客人次推估採用在主要入口設置計測站人次計測方法，至於遊客調查，以面對面填答方式進行問卷調查，本計畫之調查架構如下〈圖 2-1-1〉所示：

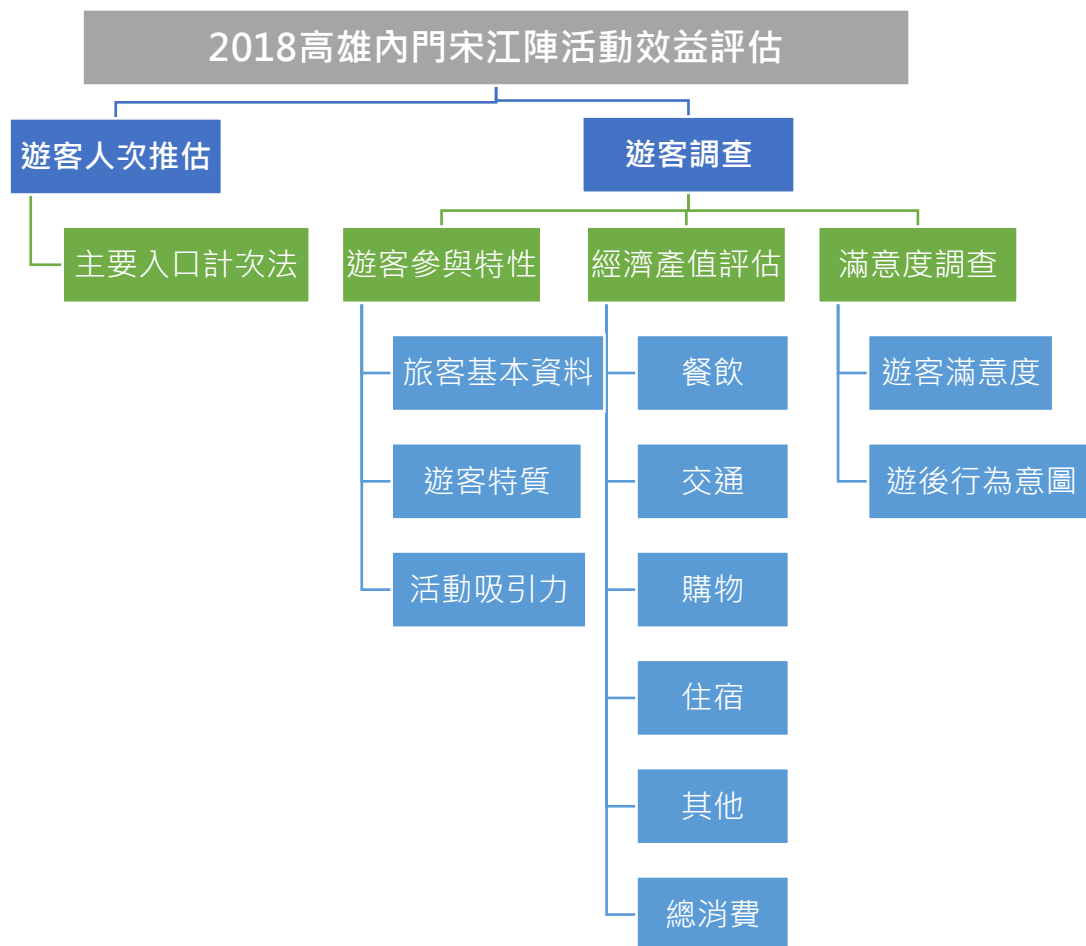


圖 2-1-1 本計畫調查架構圖

二、問卷設計

本效益評估計畫之問卷參考歷年高雄內門宋江陣活動效益評估報告，並結合本次宋江陣之活動內容與規劃進行題項發展。問卷調查內容包括遊客之基本資料、旅遊特質、活動吸引力、活動滿意度、遊後行為意圖與經濟產值（包含餐飲費、住宿費、交通費、購物費、其他費用以及消費總金額等）共計六部份：

（一）「遊客基本資料」之衡量

有關「遊客基本資料」之問項，共包含性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、居住地及是否為高雄市民等共七項。

（二）「旅遊特質」之衡量

有關「旅遊特質」之問項，共包含交通規劃、活動參與次數、同伴屬性、同伴人數、活動停留時間、鄰近觀光景點遊覽規劃、活動資訊來源及印象深刻的活動等八題。

（三）「活動吸引力」之衡量

「活動吸引力」部份根據本次宋江陣活動之內容規劃，針對今年之十大主題活動，即宋江陣文化展、百年陣頭拜觀音佛祖、羅漢門迎佛祖遶境、文武藝陣大匯演、一人羅漢餐饗宴、創意宋江陣頭大賽、內門文史導覽、創意宋江陣冠亞軍展演、羅漢門之歌以及總鋪師辦桌宴等十大主題活動項目進行活動吸引力之評估。

（四）「活動滿意度」之衡量

有關「活動滿意度」之問項，共包含宋江陣表演節目內容創新、表演節目內容豐富精彩、場內節慶氣氛、道路標誌指示、交通順暢、大眾運輸接駁便捷、停車場數量、安全設施設置、文宣品提供之導覽資訊、美食整體服務品質、廁所整潔與衛生、整體環境乾淨整潔以及活動宣傳管道等共計 13 項。

（五）遊後行為意圖之衡量

有關「遊後行為意圖」之問項，可分為遊客遊後行為意圖、遊客對內門宋江陣品牌形象，以及對本活帶來之觀光經濟效應影響三大構面，共包含向親朋好友推薦本活動、參與活動很值得、會利用多元管道宣傳及願意再次參與等4項熱情推薦宣傳；內門區是台灣最具代表性的宋江陣區域、內門宋江陣是台灣傳統藝陣活動的領導品牌、內門宋江陣活動辦理之必要性、常態性宋江陣文化展演之吸引力、高雄市在傳統藝陣文化保存努力及值得推廣為國際性觀光活動等 6 項品牌

形象；活動能帶動內門地區地方產業發展與周邊山城的觀光產業發展等 2 項觀光經濟效應，共計 12 項。

(六)「經濟產值」之衡量

「經濟產值」之調查項目分別為遊客之餐飲費、交通費、購物費、住宿費、其他費用及消費總金額等共計 6 項。

(七) 問卷衡量方式

在問卷衡量方面，以名目尺度衡量「遊客基本資料」及「旅遊特質」二部份，「經濟產值」則採比率尺度進行衡量。「活動吸引力」、「滿意度」與「遊後行為意圖」之問卷設計則根據李克特 5 點尺度 (Likert-type, 5-point-scale)，分數由 1 至 5 分，回答選項可分為「非常沒有吸引力/非常不滿意/非常不認同」、「沒有吸引力/不滿意/不認同」、「普通」、「有吸引力/滿意/認同」、「非常有吸引力/非常滿意/非常認同」，依序分別給予 1、2、3、4、5 分數做為評量標準，「非常沒有吸引力/非常不滿意/非常不認同」為對該問項的吸引力、滿意程度及認同度為最低，給予 1 分，「非常有吸引力/非常滿意/非常認同」為對該問項的吸引力、滿意程度及認同度則為最高，給予 5 分。

三、資料分析方法

資料分析工具係使用 SPSS 20.0 for Windows 版電腦統計軟體進行，資料分析方法採描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis) 進行討論。描述性統計分析內容包含次數分配 (frequency distribution)、百分比 (proportions)、平均數 (mean) 等，來分析本研究遊客基本資料及旅遊特特性。而針對活動吸引力、活動滿意度及遊後行為意圖進行因素分析與信度分析。因素分析以最大概似法 (maximum-likelihood method) 做直接斜交轉軸法 (Direct Oblimin) 中的變異數，依據分析數值大於 0.4 的變項來求得之構面，同時，以 Cronbach's α 值來檢定問卷量表的可信度。同時，以交叉分析 (Cross Analysis) 來進一步瞭解兩個變數之間的關聯性。

四、抽樣方法

計畫之主要對象為 2018 高雄內門宋江陣活動現場實際體驗的遊客，抽樣方式採現地取樣，以面對面填答方式在遊客體驗後進行便利抽樣，針對有意願協助本計畫調查的遊客請填寫問卷。18 天的活動中，於平日與假日在辦理活動期間分散取樣，以增加樣本涵蓋面與代表性。至於樣本數量，在有限的母群體抽樣

時，樣本數公式³如下所示：

$$n \geq \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

(n：樣本大小 N：母群體數 e：精確範圍(可接受樣本誤差)

z：在已選擇的信賴水準下(通常是1.96)之標準誤差

p：預期母群之盛行率)

N為母群體的樣本總數，本計畫根據前兩年之參與宋江陣活動的遊客人次，即在「2016高雄內門宋江陣系列活動」吸引了 191,512 人次遊客⁴；「2017高雄內門宋江陣系列活動」參觀人次約達 200,539 人次⁵，綜合上述，故將設定 N = 200,000；為能得出最可信的樣本大小，P通常設為0.50，即顯著水準e設為0.05，信賴係數為 1- 0.05 = 0.95時，z = 1.96。由上述公式可求得 $n \geq 384$ ，並採用簡單隨機取樣的方法，抽樣的問卷調查樣本數最好要有 384 人以上，才能有效推估母群體的樣本概況。因此，在本次活動辦理18天過程中，本計畫共計發放 660 份問卷，實際回收 658 份，扣除受訪者為 18 歲以下以及填答不完整問卷 4 份，訪問的有效問卷數達 654 份，有效回收率高達 99.1%。所調查的有效樣本大於 384 份，故本計畫之效益評估分析結果可作為有效的解釋。

五、參觀人數計測

2017 年高雄內門宋江陣系列活動舉辦地為內門南海紫竹寺，由於場地屬於開放式且無明確的遊客入口，因此參觀人數評估方式是採由人口面積估算法。而本次之活動舉辦地點位於內門紫竹寺，人數計測特點雖為開放空間，但仍有清楚的入口牌樓與入口，因此在遊客人次計測方面，本計畫參考「2012 年高雄內門宋江陣嘉年華會效益評估結案報告」之人次計測方法設置了三處的計測站如下<圖 2-6-1>所示，以計測人員於每個計測站透過計數器在活動時間中，每一小時共抽取 15 分鐘進行人次推估。

³ <https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

⁴ 高雄市政府觀光局(2016)，2016 高雄內門宋江陣活動效益評估結案報告，高雄：高雄市政府觀光局。

⁵ 高雄市政府觀光局(2017)，2017 高雄內門宋江陣活動效益評估結案報告，高雄：高雄市政府觀光局。

六、旅客計測站設置

本效益評估為瞭解 2018 高雄內門宋江陣系列活動之活動參觀人數，於活動期間於現場三處設置計測站，進行遊客參觀人數之估計，計測站所在的位置如下圖所示：



註： ①表示：第1入口計測站

②表示：第2入口計測站（臨近大小客車停車場、大型遊覽車停車場；
假日觀光公車、高雄客運下車處）

③表示：第3入口計測站（鄰近觀亭國小附近的三個停車場）

資料來源：據「壹肆伍貳創意整合有限公司-2018 高雄內門宋江陣活動場地圖」進行修改。

圖 2-6-1 人數計測站設置示意圖

本效益評估為瞭解 2018 高雄內門宋江陣系列活動之活動參觀人數，於活動期間於現場三處設置計測站，進行遊客參觀人數之估計，第 1 入口計測站為內門

紫竹寺之東側牌樓；第 2 入口計測站為內門紫竹寺的西側牌樓，臨近大小客車停車場、假日觀光公車、高雄客運下車處，此處為本活動最主要的遊客入口處，在此設為第二計測站；第 3 入口計測站為鄰近觀亭國小附近的三個停車場，居住在岡山、阿蓮等方向的遊客會從此處進入，為此，將此處設為第三計測站。



參、分析結果與討論

一、活動人次評估

本計畫參考「2012 年高雄內門宋江陣嘉年華會效益評估結案報告」之人次計測方法設置了三處的計測站（請參閱前〈圖 2-6-1〉），並參考「2016 高雄燈會藝術節遊客滿意度、活動人次與效益調查報告書」之估算方式，以定點按計次器計算遊客人次之方式，計算 15 分鐘內遊客經過之人次當作計算的依據；第一入口選定每小時的整點至 15 分之間的 15 分鐘，第二入口選定每小時的 20~35 分之間的 15 分鐘，第三入口選定每小時的 40~55 分之間的 15 分鐘作為估算遊客人次之基礎，並將此「15 分鐘」內的估算人數乘以 4，推算 1 小時內的估算人次。每日活動時間與計人次時段之彙整如下表所示：

表 3-1-1 活動時間與計人次時段彙整表

日期 時間	3/17	18	24	25	26	27	28	29	30	31	4/1	2	3	4	5	6	7	8
	(六)	(日)	(六)	(日)	(一)	(二)	(三)	(四)	(五)	(六)	(日)	(一)	(二)	(三)	(四)	(五)	(六)	(日)
7-8																		
8-9																		
9-10																		
10-11																		
11-12																		
12-13																		
13-14																		
14-15																		
15-16																		
16-17																		
17-18																		
18-19																		
19-20																		
20-21																		

註：  為計人次時段  為活動時間

資料來源：本計畫。

2018 高雄內門宋江陣主辦廟宇為內門紫竹寺。今年高雄內門宋江陣系列活動之表訂活動日期為3月24日至4月8日，為因應內門紫竹寺遠境活動時程安排與行銷宣傳效益考量，實際活動日期提前自3月中旬即展開。

今年高雄內門宋江陣系列活動之舉辦期間與地點如下〈表 3-1-2〉：

表 3-1-2 2018 高雄內門宋江陣十大主題活動

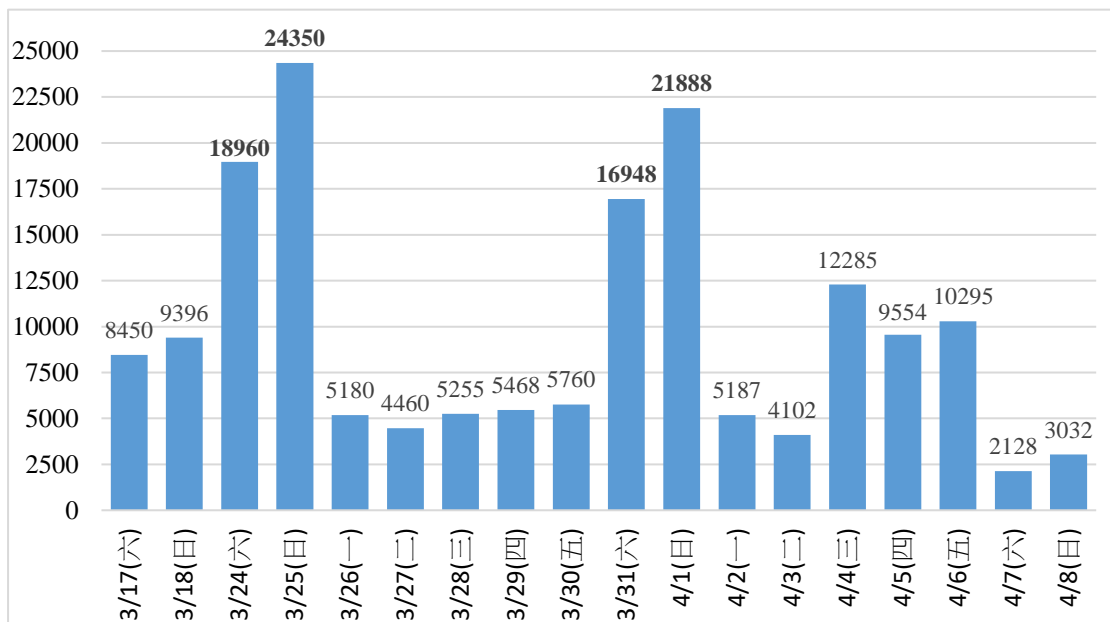
編號	活動項目	活動期間	天數	活動地點				遊客人次
				內門區 (紫竹寺)	四維行 政中心	夢時 代	鳳山行 政中心	
1	宋江陣文化展	3/12(一)~3/16(五)	5		✓			2,680
		3/24(六)~4/08(日)	16	✓			*	
2	百年陣頭拜觀音佛祖	3/17(六)、3/18(日)	2	✓				17,846
3	羅漢門迎佛祖遠境	3/24(六)、3/25(日)	4	✓				42,000
		3/31(六)、4/1(日)						
4	文武藝陣大匯演	3/26(一)~4/6(五)	12	✓				89,434
5	一人羅漢餐饗宴	3/24(六)、3/25(日)	4	✓				*

		3/31(六)、4/1(日)					
6	創意宋江陣頭大賽	3/24(六)、3/25(日) 3/31(六)	3	✓			54,310
7	內門文史導覽	4/04(三)~4/07(六)	4	✓			2,800
8	創意宋江陣冠亞軍展演	4/07(六)	1		✓		5,000
9	羅漢門之歌	4/08(日)	1			✓	300
10	總鋪師辦桌宴	4/08(日)	1			✓	1,200

註：〔*〕該活動人次一併計入同時段活動人次中。

資料來源：據 2018 高雄內門宋江陣官網(<http://www.who-ha.com.tw/>) 彙整。

今年主要活動場地之內門紫竹寺廟宇每日到訪遊客人次如下〈圖 3-1-1〉所示：



資料來源：本計畫。

圖 3-1-1 每日遊客到訪人次分佈圖

由上圖中可以看出，為期 18 天的活動期間中到訪遊客人次最多的依次為，3 月 25 日(日) 24,350 人次、4 月 1 日(日) 21,888 人次、3 月 24 日(六) 18,960 人次及 3 月 31 日(六) 16,948 人次，此四天的遊客人次共有 82,146 人次，到訪內門紫竹寺廟宇遊客人次之將近一半，此四天剛好與羅漢門迎佛祖遶境活動期間重疊。

內門紫竹寺今年經由擲筊確認將觀音佛祖遶境活動，從連續 4 天調整為 2 個周末舉行，其活動日期各為 3 月 24 日(六)、25 日(日)、31 日(六) 及 4 月 1 日(日)，其參與人次依序為 5,816 人次、6,184 人次、7,405 人次 及 22,595 人次，遶境 4 天總人數預估為 42,000 人次。相較於去年之 55,241 人次，今年遶境人數減少了 13,241 人次。

今年遶境人數遠不如前兩年水準，此與活動安排日期息息相關，遶境活動日期的四天中，有三天和創意宋江陣大賽(初、決賽)日期撞期，對往年會同時參加遶境和觀賞創意宋江陣大賽的民眾而言，今年被迫只能擇一參加，人潮相對往年驟減。不僅如此，現場遊客反應由於今年 3月 31日(六)為民族掃墓節彈性放假補上班日，因此一般上班族除非請假根本無法前來參與活動，但仍有不少遊客是特地請假來共襄盛舉。

全國創意宋江陣頭大賽足以稱為高雄內門宋江陣之最大賣點，今年在 3月 24日、25日 與 31日三天舉辦了初、決賽，此三天累計到訪遊客人次共有 63,198 人次，遊客人數與去年相比減少了 3,531 人次。

同日舉辦創意宋江陣大賽與觀音佛祖遶境，不僅沒有帶來效益，反而造成在往年會同時參加的遶境與觀賞創意宋江陣大賽的遊客，今年只能擇一參加，導致兩項活動人潮分散，帶來總遊客人次大幅減少的結果。

另外，今年的活動不僅力求活動場域之擴大，還謀求觀看媒介之擴大，從現場到網際網路。今年主辦單位精心規劃，3月 24日、25日與 31日三天的全國創意宋江陣頭初賽和決賽，結合有線電視台與網路直播現場實況轉播，帶給世界各地的觀眾能如同親臨現場，分享感動。今年高雄內門全國創意宋江陣初、決賽觀看人次統計如下表所示：

表 3-1-3 高雄內門全國創意宋江陣初、決賽觀看人次彙整表

日期	節目名稱	播出平台	播出時間	觀看人次
3/24	青春主播台	高雄內門宋江陣 臉書粉絲專頁	10:20-11:50	21,540
3/25			13:40-14:10	
3/31	2018 高雄內門全國 創意宋江陣頭決賽	三立台灣台	15:00-18:00	751,000 (收視率0.39)
		三立新聞網直播室	13:00-18:00	2.3萬次*
		三立Youtube直播 頻道	13:00-18:00	11,228*
		Vidol	13:00-18:00	22,823*
		寶島神很大 臉書粉絲專頁	13:00-18:00	4萬次*
2018年高雄內門全國創意宋江陣初、決賽線上觀看人次 合計				1,097,066

註：[*]截至2018年4月3日止。

資料來源：電視轉播收視狀況由三立台灣台提供，本計畫自行整理。

今年首創開設「青春主播台」，網路直播為期 2 天的創意宋江陣頭大賽之初賽活動，由具有多年參賽經驗的前台南大學蔡俊宜隊長及快樂電台楊杰擔任比賽現場解說員，解說宋江陣的故事與兵器招式，讓遊客不只欣賞陣頭表演，也能深入了解宋江陣文化的內涵，也使同一時間觀看者如同親臨現場，寓教於樂，兩天初賽之觀看人次超過 4 萬人次。

至於決賽活動，延續去年將有線電視台負責現場實況轉播，全國 4 歲以上收視率達 0.39，總計不重複之收看人數高達 751,000 人次。從中發現，透過有線電視通路擴及到海外播出及網路直播，相較於有線電視台負責現場實況轉播更具成效。

從上表可以看出，透過有線電視台之現場轉播及各種管道之網路直播，2018 高雄內門全國創意宋江陣初、決賽線上觀看人次超過一百萬人次，人次數將近是為期 18 天實際到訪的遊客人次（214,698 人次）之五倍，從數據來說，結合有線電視台現場實況轉播與網路直播行銷宣傳效果非常可觀。

二、遊客基本資料分析

本次活動之遊客基本資料包含性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、居住地等，茲將資料分析如下。

(一) 性別

在本次 2018 高雄內門宋江陣活動的遊客性別分佈以女性比例較多，佔 57.2%，而男性則有 42.8%，今年前往高雄內門宋江陣遊客女性比例高於男性將近十五個百分點。

表 3-2-1 性別

單位：人次、%

項目	次數	百分比	排序
男性	280	42.8	2
女性	374	57.2	1
總計	654	100.0	

資料來源：本計畫。

(二) 年齡

在本次 2018 高雄內門宋江陣活動的遊客年齡的分佈，「18~20 歲」佔 5.5 %；「21~30 歲」佔 9.5 %，「31~40 歲」之遊客佔 14.1 %，「41~50 歲」遊客佔 20.0 %，「51 歲以上」遊客則佔 50.9 %，51 歲以上之遊客族群佔最多。相較於 2017 年「51 歲以上」(13.7 %) 遊客佔最少的情形大有不同，可以說今年的活動特別吸引了壯年及老年人口之參與。

表 3-2-2 年齡

單位：人次、%

項目	次數	百分比	排序
18-20 歲	36	5.5	6
21-30 歲	62	9.5	5
31-40 歲	92	14.1	4
41-50 歲	131	20.0	3
51-60 歲	166	25.4	2
61 歲以上	167	25.5	1
總計	654	100.0	

資料來源：本計畫。

(三) 教育程度

在本次 2018 高雄內門宋江陣活動遊客之教育程度，以「專科/大學」及「高中職」學歷佔比例最多，各佔 38.8% 和 32.7%，共計超過七成（71.5%），其次為「國中」（13.1%），整體而言，高中職以上教育程度遊客佔所有遊客比例高達近八成。

表 3-2-3 教育程度

單位：人次、%

項目	次數	百分比	排序
國小以下	62	9.5	4
國中	86	13.1	3
高中職	214	32.7	2
專科/大學	254	38.8	1
研究所以上	38	5.8	5
總計	654	100.0	

資料來源：本計畫。

(四) 職業

本次參加 2018 高雄內門宋江陣活動中在遊客職業方面，以「無(含退休、家管、待業等)」(26.8%) 族群為最多，「工商業」及「自由業」次之，各佔 22.5% 及 17.9%，再次為「其他」(14.7%)，可見本次參與宋江陣活動之遊客職業以「工商自由業」(40.4%) 之遊客族群到訪比例最高。

表 3-2-4 職業

單位：人次、%

項目	次數	百分比	排序
農漁	10	1.5	7
工商	147	22.5	2
自由業	117	17.9	3
軍公教	58	8.9	5
學生	52	8.0	6
無(含退休、家管、待業等)	175	26.8	1
其他	95	14.5	4
總計	654	100.0	

資料來源：本計畫。

相較於去年，今年的活動「學生」族群參與的比率大幅下降，下降高達兩成；相反地，「無(含退休、家管、待業等)」族群增加不少，目前沒工作的族群當中，61 歲以上者超過一半。

(五) 個人平均月收入

從本次 2018 高雄內門宋江陣活動之遊客平均月收入調查可發現，「無經常性收入」的族群佔 24.7% 為最多，「20,001~30,000 元」和「30,001~40,000 元」的族群各佔 20.2%、16.1%，「60,001 元以上」佔 7.8%，對照參與遊客之職業類別以無(含退休、家管、待業等)最多，因此整體之遊客收入以 20,000 元以下之比例超過四成。

表 3-2-5 個人平均月收入

單位：人次、%

項目	次數	百分比	排序
無經常性收入	179	27.4	1
10000 以下	36	5.5	7
10001-20000	59	9.0	5
20001-30000	132	20.2	2
30001-40000	105	16.1	3
40001-50000	64	9.8	4
50001-60000	28	4.3	8
60001 以上	51	7.8	6
總計	654	100.0	

資料來源：本計畫。

個人平均月收入和年齡交叉分析發現，51-60 歲的 42 人（23.5%）及 61 歲以上 63 人（35.2%）的受訪者表示目前沒有經常性收入。

（六）居住地

本次 2018 高雄內門宋江陣活動之遊客居住地區調查，「南部」的遊客仍然是到訪高雄內門宋江陣活動的大宗，將近九成的遊客來來自「南部」地區，另外中北部地區的遊客佔有將近一成（「北部」佔 4.7%；「中部」則有 3.8%），「東部」地區的遊客僅為 3 人佔 0.5%，本次調查訪問沒有來自「離島」地區之遊客。

表 3-2-6 居住地

單位：人次、%

項目	次數	百分比	排序
北部	31	4.7	2
中部	25	3.8	3
南部	586	89.6	1
東部	3	.5	5
離島	0	0.0	
外籍旅客	9	1.4	4
總計	654	100.0	

註：1.南部地區（嘉、南、高、屏）；2.北部地區（基、北、桃、竹、宜）；

3.東部地區（花、東）；4.中部地區（苗、中、彰、投、雲）；

5.離島地區（澎、金、馬等）。

資料來源：本計畫。

由於近年來舉辦的宋江陣系列活動獲得交通部觀光局列為台灣十二大節慶活動之一，在國際上加以推廣行銷，因此，也吸引了部分來自國外的遊客，本計畫調查訪問到來自以色列 1 人，法國 2 人，英國 1 人，意大利 1 人，巴拉圭 2 人，厄瓜多爾 1 人以及韓國 1 人，共有 9 人外籍遊客。九位外籍遊客當中之職業，其中來自南美州的 3 人為學生，媒體相關工作者有 3 人。

表 3-2-7 居住地(南部)

單位：人次、%

項目	次數	百分比(全國)	百分比(南部)
高雄	412	63.0	(70.3)
—內門區	17	2.6	(2.9)
—旗山區	25	3.8	(4.3)
—美濃區	5	.8	(0.9)
—其他	365	55.8	(62.3)
南部	586	89.6	(100.0)

資料來源：本計畫。

如前所述，今年到訪高雄內門宋江陣活動的將近九成的遊客來自「南部」地區。由上表中可以看出，到訪本活動之遊客當中高雄市民所佔的比例高達 63%，內門在地人所佔的比重僅有 2.6%。

五、遊客滿意度分析

在 2018 高雄內門宋江陣活動滿意度衡量部份共包含 13 題，分別針遊客對於「表演節目內容創新」、「節慶氣氛濃厚」、「表演節目內容豐富精彩」、「道路標誌指示清楚」、「交通順暢」、「大眾運輸接駁便捷」、「停車場數量」、「安全設施設置」、「文宣品提供之導覽資訊」、「美食整體服務品質」、「廁所整潔與衛生」、「整體環境乾淨整潔」及「多元活動宣傳管道」等共 13 個題目進行瞭解，滿意度以李克特五點量尺衡量，1 代表非常不滿意、2 代表不滿意、3 代表普通、4 代表滿意、5 代表非常滿意。問卷以 SPSS 20.0 軟體進行信度及效度分析。

七、活動經濟效益評估

本次高雄內門宋江陣活動之經濟效益方面，以為期 18 天在內門紫竹寺舉辦的 2018 高雄內門宋江陣系列活動所產生的經濟效益，調查項目分別為遊客之「餐飲費」、「交通費」、「住宿費」、「購物費」、「其他費用」及「總花費」等共計 6 項。

估算方式主要分為各項消費項目之「平均每人費用」與「經濟效益」，其估算方式如下表：

表 3-7-1 活動經濟效益評估估算方式

項目		計算公式
平均費用	實際消費人次平均費用	$= \{ \Sigma(\text{每一選項之價格取中位數} \times \text{實際消費人次}) + \Sigma(\text{實際填寫金額} \times \text{實際消費人次}) \} \div \text{消費族群人次}$
	有效樣本人次平均費用	$= \{ \Sigma(\text{每一選項之價格取中位數} \times \text{實際消費人次}) + \Sigma(\text{實際填寫金額} \times \text{實際消費人次}) \} \div \text{有效樣本人次}$
經濟效益	觀光直接經濟效益 (=經濟效益評估最小值)	$= \text{總遊客人次} \times \text{實際消費族群比例} \times \text{每人平均消費金額}$
	觀光間接經濟效益 (=經濟效益評估最大值)	$= \text{總遊客人次} \times \text{五種類型消費的有效樣本平均費用之加總}$

資料來源：據「2016 高雄燈會藝術節」相關旅遊花費調查報告書」本計畫整理。

本調查之遊客「各項花費」之估算，主要依據問卷題項每題金額級距範圍之中間值乘以遊客填答的次數，再加遊客實際填寫的金額乘以遊客填寫的次數，再除此題遊客填答次數總合即可求得「實際消費人次平均費用」；若在此除以整體有效問卷人次的話即可以求得「有效樣本人次平均費用」。

總遊客人次乘以本次活動勾選此項目的遊客比例，再乘以實際消費人次平均費用，即為 2018 高雄內門宋江陣活動之「觀光直接經濟效益」。若總遊客人次乘以餐飲費、交通費、購物費、住宿費及其他費用此五項有效樣本平均費用之加總，就可求得 2018 高雄內門宋江陣活動之「觀光間接經濟效益」。

如此，經濟效益可分「觀光直接經濟效益」及「觀光間接經濟效益」兩種，「觀光直接經濟效益」可稱為經濟效益評估之最小值，「觀光間接經濟效益」可視為是經濟效益評估之最大值。本文首先以實際消費人次平均費用（以下簡稱「平均每人費用」）估算方式推估「觀光直接經濟效益」，至於「消費總金額」採「觀光直接經濟效益」及「觀光間接經濟效益」兩種方式推估 2018 高雄內門宋江陣活動帶來之整體經濟產值。每項消費項目之估算方式如下：

遊客「消費總金額」之估算

消費總金額指遊客參加2018 高雄內門宋江陣活動中，花費在「餐飲費」、「交通費」、「住宿費」、「購物費」及「其他費用」等花費之總合。

本調查之遊客「消費總金額」之估算，分別為「消費總金額」採「觀光直接經濟效益」及「觀光間接經濟效益」兩種方式推估 2018 高雄內門宋江陣活動帶來之整體經濟產值。每項消費項目之估算方式如下：

單位:元、次、%

消費範圍	次數	百分比	排序	參考指標	平均費用
無	57	8.7	5	消費族群比例: 91.3 % 消費族群人次: 597人次	實際消費: 1,072元/人次 有效樣本: 1,174元/人次
1-400 元	149	22.8	2		
401-800 元	180	27.5	1		
801-1200 元	122	18.7	3		
1201-2000 元	65	9.9	4		
2001-2800 元	39	6.0	6		
2801-3600 元	25	3.8	7		
3601 以上	17	2.6	8		
小 計	654	100.00%			

資料來源：本計畫。

根據上述，在遊客「消費總金額」之抽樣比例中，勾選「1~400」元有 149 人，「401~800」元有 180 人，「801~1200」元則有 122 人，在「1201~2,000」元有 65 人，「2,001~2,800」元有 39 人，「2,801~3,600」元有 25 人，「3,601」元以上者共有 17 人，分別為4,000元 2 人、4,500元 3 人、5,000元 5 人、5,500元 2 人、6,000元 2 人、10,000元 2 人 以及 15,000元 1 人，消費族群人次共有 597 人次，所佔的比重為 91.3 %。

本次活動遊客總人次為 214,698 人，有花費在「消費總金額」項目的遊客比例為 91.3 %，據此可估計出本次活動中遊客在「消費總金額」項目花費達 183,781 人次。依據上述資料，遊客平均每人「消費總金額」為 1,072 元，因此可推算出本次活動「消費總金額」之整體經濟產值為 210,856,981 元。估算方式如下所示：

(1) 平均每人「消費總金額」：

$$\{(200.5 \text{ 元} \times 149 \text{ 人}) + (600.5 \text{ 元} \times 180 \text{ 人}) + (1,000.5 \text{ 元} \times 122 \text{ 人}) + (1,600.5 \text{ 元} \times 65 \text{ 人}) + (2,400.5 \text{ 元} \times 39 \text{ 人}) + (3,200.5 \text{ 元} \times 25 \text{ 人}) + (4,000 \text{ 元} \times 2 \text{ 人}) + (4,500 \text{ 元} \times 3 \text{ 人}) + (5,000 \text{ 元} \times 5 \text{ 人}) + (5,500 \text{ 元} \times 2 \text{ 人}) + (6,000 \text{ 元} \times 2 \text{ 人}) + (10,000 \text{ 元} \times 2 \text{ 人}) + (15,000 \text{ 元} \times 1 \text{ 人})\} / 597 = 642,190 \text{ 元} / 597 \text{ 人} = 1,072 \text{ 元} / \text{平均每人}$$

遊客在「餐飲費」、「交通費」、「購物費」、「住宿費」及「其他費用」5 項之花費各為 62,445,996 元、45,959,327 元、66,052,530 元、18,983,586 元 以及 58,645,725 元，此 5 項消費之經濟產值加總共為 252,087,164 元。

表 各項消費項目遊客平均費用

單位：元、%

	餐飲費	交通費	購物費	住宿費	其他費用	消費總金額
有效樣本人次(A)	654	654	654	654	654	654
消費人次(B)	560	418	470	65	393	597
消費人次比例(=B/A)	85.6 %	63.9 %	71.9 %	9.9 %	60.1 %	91.3 %
消費人次總費用(C)	190,279	139,832	201,109	58,054	178,619	642,190
消費人次平均費用(=C/B)	340	335	428	893	455	1,076
有效樣本平均費用(=C/A)	291	214	308	88	273	1,174

資料來源：本計畫。

(1) 有效樣本人次平均費用

如上〈表 3-7-8〉所示，遊客在「餐飲費」、「交通費」、「住宿費」、「購物費」及「其他費用」等 5 項之有效樣本人次平均費用加總，估算方式如下：

$$\begin{aligned} & \text{餐飲費}(291\text{元}) + \text{交通費}(214\text{元}) + \text{購物費}(308\text{元}) + \text{住宿費}(88\text{元}) \\ & + \text{其他費用}(273\text{元}) = 1,174\text{元} \end{aligned}$$

(2) 觀光間接經濟效益 (經濟效益評估最大值)

$$214,698 \text{ 人} \times 1,174 \text{ 元} = 252,087,164 \text{ 元}$$

$$\begin{aligned} & \text{餐飲費}(62,445,996\text{元}) + \text{交通費}(45,959,327\text{元}) + \text{購物費}(66,052,530\text{元}) \\ & + \text{住宿費}(18,983,586\text{元}) + \text{其他費用}(58,645,725\text{元}) = 252,087,164 \text{ 元} \end{aligned}$$

綜合兩種估算觀光經濟效益分析，2018 高雄內門宋江陣系列活動以「遊客實際消費人數平均消費額」及「有效樣本數平均消費額」，所創造的觀光直接及間接經濟效益，應介於經濟效益評估最小值 210,856,981 元 (約 2.1 億元) 至經濟效益評估最大值 252,087,164 元 (約 2.5 億元) 之間。

因歷年來高雄內門宋江陣活動效益評估報告一律採用「觀光間接經濟效益」，為了方便比較分析，本計畫估算本次活動帶來的經濟產值以觀光間接經濟效益估算方式推估之 252,087,164 元 (約 2.5 億元) 統一為之。

另外，雖然本次活動之經濟效益在內門紫竹寺所舉辦的宋江陣活動為範圍，但 4 月 8 日在高雄鳳山行政中心所舉辦之總鋪師辦桌活動，其消費屬性極為明顯，若計入本次活動「餐飲費」之經濟產值的話，本次總鋪師辦桌活動參與人數共有 1,200 人，依據一桌 6,600 元可估計出平均每人餐飲費為 660 元，再乘以此活動參與人數 1,200 人即可以求得本次總鋪師辦桌活動之經濟產值為 792,000

元。

$$1200 \text{人} \times 660 \text{元} = 792,000 \text{元}$$

在此，若再計入高雄鳳山行政中心所舉辦之總鋪師辦桌活動之消費金額 792,000 元，本次活動帶來的經濟產值高達 252,879,164 元。

但參與高雄鳳山行政中心所舉辦之總鋪師辦桌活動遊客不是本次問卷調查之對象，為了估算經濟效益之客觀性，參與此活動之遊客人數及經濟產值並無列入在遊客平均每人花費之數據裡一併估算。

(七) 近五年高雄內門宋江陣活動經濟效益評估比較

1. 遊客平均每人費用比較

2018 高雄內門宋江陣活動之經濟效益評估方面，調查項目分別為遊客之「餐飲費」、「交通費」、「購物費」、「住宿費」、「其他費用」等共計 5 項。

表 3-7-2 2014-2018 年 遊客平均消費金額比較

單位：元

	實際消費人次平均消費金額				有效樣本人次平均消費金額 ^[1]				
	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
餐飲費	408	379	367	340	248	310	254	270	291
交通費	519	531	535	335	283	300	324	336	214
購物費	393	583	544	428	212	198	227	206	308
住宿費	1,480	3,138	2,093	893	171	133	157	134	88
其他費用	625	436	394	455	100	94	57	50	273
總花費				1,076	1,013	1,036	1,019	996	1,174

註：據 2014-2017 年之高雄內門宋江陣效益評估報告之數據重新計算而得的。

資料來源：2014、2015、2016、2017 年之高雄內門宋江陣效益評估報告及本計畫。

今年活動遊客總人次為 214,698 人，由上表可以看出，今年遊客平均每人消費金額為 1,174 元，呈現近五年來的最高水準。

2. 經濟效益

遊客在「餐飲費」、「交通費」、「購物費」、「住宿費」及「其他費用」5 項之花費各為 6,245 萬元、4,596 萬元、6,605 萬元、1,898 萬元及 5,865 萬元，本次活動遊客總體經濟效益達約 252,087,164 元。

表 3-7-3 2014-2018 年 高雄內門宋江陣活動經濟效益比較

單位：人次、元

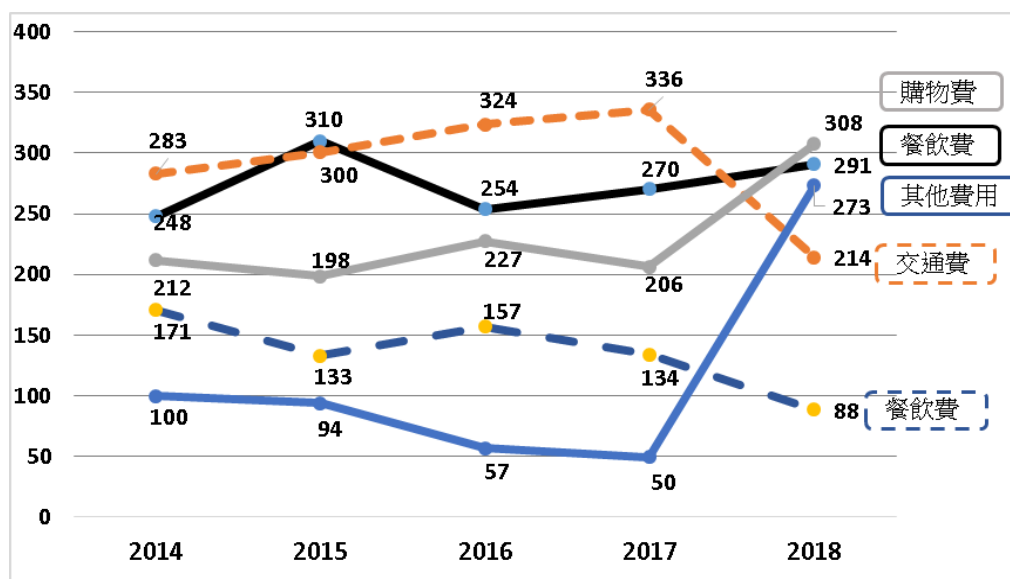
	2014	2015	2016	2017	2018
活動天數	12	10	9	11	18
人次	222,022	221,248	191,512	200,539	214,698
平均每人消費	1,013 元	1,036 元	1,019 元	996 元	1,174 元
餐飲費	5,504 萬元	6,860 萬元	4,863 萬元	5,424 萬元	6,245 萬元
交通費	6,286 萬元	6,648 萬元	6,203 萬元	6,738 萬元	4,596 萬元
購物費	4,698 萬元	4,391 萬元	4,354 萬元	4,135 萬元	6,605 萬元
住宿費	3,788 萬元	2,947 萬元	3,005 萬元	2,686 萬元	1,898 萬元
其他費用	2,214 萬元	2,074 萬元	1,086 萬元	996 萬元	5,865 萬元
總計	2.25 億元	2.29 億元	1.95 億元	2.00 億元	2.52 億元

註：以觀光間接經濟效益方式(經濟效益評估最大值)估算。

資料來源：2014、2015、2016、2017年之高雄內門宋江陣效益評估報告及本計畫。

由上表得知，今年內門宋江陣帶來的經濟效益，創下近五年新高，相較於 2017 年增加了 0.52 億元。其中，「餐飲費」及「購物費」為遊客在活動現場及周邊為最主要的兩項經濟效益來源，為內門地區帶來最可觀且直接的觀光效益。同時，為地方帶動經濟之乘數效應，替內門及其周邊地區帶來超過 2.5 億元的觀光產值。

3. 消費結構比較



資料來源：本計畫。

圖 3-7-1 2014-2018 年 各消費項目遊客平均消費金額比較

從遊客花費的細項來看，相較於前幾年，「其他費用」和「購物費」大幅增加，則「交通費」和「住宿費」支出減少許多。其中，「其他費用」增加了 18 個百分點，此與將近一半的受訪者有安排鄰近觀光景點有關，受訪者安排了其他鄰近的觀光景點，常見的如旗山、美濃、甲仙、308 高地、佛光山，少數也有如月世界、寶來等遊憩景點，表示內門宋江陣活動不僅帶來內門地區之觀光發展，進而帶動鄰近周邊地區之觀光產業發展。

肆、結論

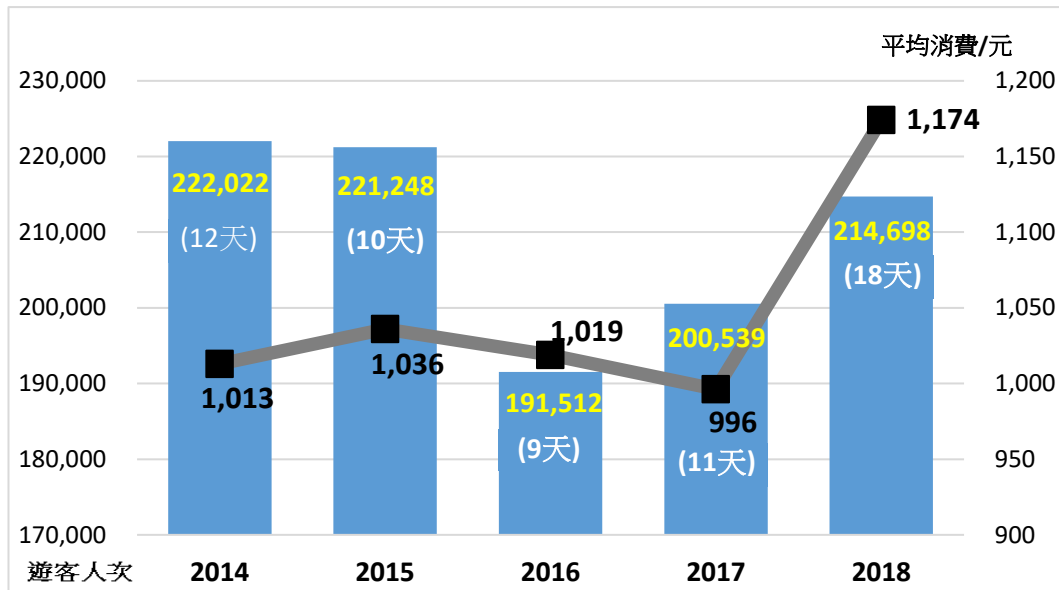
從 2001 年開始，交通部觀光局將內門宋江陣列為台灣十二大節慶活動之一，今年邁入第十八屆，為期 18 天的 2018 高雄內門宋江陣系列活動於 4 月 8 日落幕，吸引 21.5 萬觀光人次，創造了 2.5 億元的觀光經濟產值。

以下本文針對本計畫調查分析結果，即 2018 年內門宋江陣活動之遊客人次、遊客基本資料、遊客特性、活動吸引力、活動滿意度、遊客遊後行為意圖及活動經濟效益評估，針對各面向作總結。

一、活動人次評估

本計畫到訪遊客人次計測日期為 3 月 17 日、18 日兩天，再加上表訂日期 3 月 24 日至 4 月 8 日，共計 18 天之活動時間，計測地點則為內門紫竹寺廟宇和羅漢門迎佛祖遶境活動區域。

今年內門宋江陣活動特別添加了不少創新元素，在活動辦理之時間、空間及傳播媒介上均與往年不一樣的突破性變化。



資料來源：本計畫。

圖 4-1-1 2014-2018 年 遊客到訪人次與平均每人消費金額比較

由上圖得知，為期 18 天的今年高雄內門宋江陣系列活動共吸引 214,698 人次，其中，到訪主要活動場地內門紫竹寺廟宇之遊客人次為 172,698 人次，參與羅漢門迎佛祖遶境活動的有 42,000 人次。另外，在高雄市區舉辦之活動當中，自 3 月 12 日(一) 至 3 月 16 日(五) 在高雄市政府四維行政中心中庭展出之宋江陣文化展吸引了 2,680 個參觀人次。而在 4 月 7 日(六) 於高雄市夢時代購物廣場演出的創意宋江陣冠亞軍展演也吸引了約 5,000 個參觀人次。在 4 月 8 日(日) 高雄內門宋江陣活動最後一天在高雄市政府鳳山行政中心所舉辦之羅漢門之歌和總鋪師辦桌宴各 300 人和 1,200 人遊客前來參與。

另外，透過有線電視台之現場轉播及各種管道之網路直播，2018 高雄內門全國創意宋江陣頭初、決賽線上觀看人次高達 1,097,066 人次⁶，是為期 18 天實際到訪的遊客人次 (214,698 人次) 之將近五倍，其效果非常可觀。

二、遊客基本資料分析

在本次 2018 高雄內門宋江陣活動的遊客分佈中，以女性居多，年齡以 41 歲以上的壯年及老年人口佔 70.9%，職業則以「工商」及「自由業」最常見，平均月收入為 20,000 元以下者居多 (佔 41.9%)，並六成多的遊客平均月收入不到三萬元。教育程度普遍為大學院校及高中職，以高中職以上的知識者居多 (77.3%)。以居住地而言，幾乎是居住在南部者佔 89.6%，其中，高雄市民

⁶ 觀看人次統計至 2018 年 4 月 3 日。

佔 63.0%，近年來宋江陣系列活動逐漸推展到國外打下指名度，吸引了部分的國外觀光客，本年度訪問到的外籍遊客共有來自 7 個國家的 9 名遊客。

三、遊客特性分析

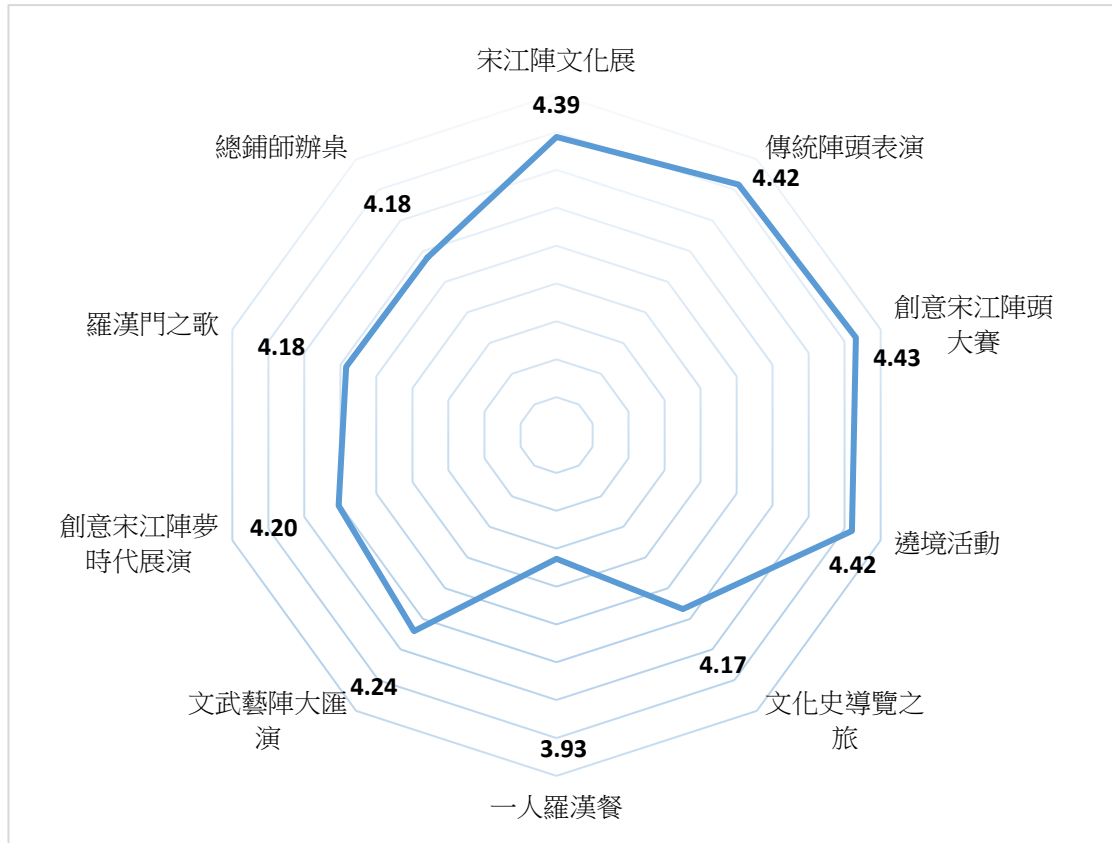
本次2018 高雄內門宋江陣活動的遊客旅遊特性分佈，結果顯示，將近六成的受訪者自用汽車（59.0%），其次為機車（15.0%）。在活動參與次數部分，受訪者以參與第 4次以上者最多（佔 38.4%），而第3次參與者過半（52.2%），第1次參與的（佔 30.6%）也有三成。而同行的同伴多為與家人親戚一起同遊者最多（佔 68.2%），其次為朋友（佔 16.2%），以 2~4人同遊者居多（佔 64.7%），5~7人（佔 16.4%），遊客大多數都是與親朋好友一起結伴參加活動。約一半的受訪者是專程而來（佔 50.8%），則順道安排鄰近觀光景點遊覽者佔 49.2%，其中，選擇要去旗山和美濃的各佔30.0%和14.7%。

受訪者的資訊來源主要是經由高雄市觀光局官網（佔 33.6%）、電視廣播（佔 27.4%）及親友推薦（佔 25.4%）。七成六之受訪者認為印象最深刻的高雄內門宋江陣的活動是「創意宋江陣頭大賽」。

遊客旅遊特性分析部分相較於 2017 年之數據，有出現一些變化，即自行開車的遊客比例偏高，比去年（36.3%）增加了 22.7%。除此之外，本年度初次參與的遊客比例較去年大幅上升，自從 18.5%上升到 30.6%，新遊客族群來自中、北部及外籍人士，與 40歲以下的青、壯年居多，但多數遊客是為第二次以上到訪宋江陣活動，遊客重遊活動的比例很高。同遊者以家人親戚（68.2%）居多，比去年（28.7%）成長了兩倍多，成為親朋好友一同參與熱鬧的盛會。參加活動的目的而言，特地「專程前來」的比率下降，而有順道安排其他鄰近觀光景點的受訪者將近五成，表示內門宋江陣活動不僅帶來內門地區之觀光發展，進而帶動鄰近周邊地區之觀光產業發展。

四、活動吸引力分析

遊客對「2018 高雄內門宋江陣系列活動」之十大主題活動吸引度，可分為「傳統元素」與「2018 創新元素」2 個構面，今年十大主題活動之活動吸引力平均數為 4.26，傳統元素活動之吸引力平均數高達 4.34，對2018年創新元素活動之吸引力平均數則為 4.12，相較與傳統元素活動偏低了一些，但仍然維持在 4.0以上的高水準。



資料來源：本計畫。

圖 4-4-1 2018 高雄內門宋江陣十大主題活動吸引力分析

由上〈圖 4-4-1〉可以看出，2018 高雄內門宋江陣規劃之十大主題活動當中，遊客評選最具活動吸引力之前三項目有「創意宋江陣頭大賽」(4.43)、「祖遶境活動」(4.42) 以及「傳統陣頭表演」(4.42)，此項目之吸引力不相上下。相對地，今年新推出之「99元一人羅漢餐」活動之吸引力平均數僅為 3.93，較不具吸引力。

五、遊客滿意度分析

遊客對「2018 高雄內門宋江陣系列活動」滿意度，題目共計 13題，可分為「主題活動規劃」與「硬、軟體設施規劃」2 個構面，2018 高雄內門宋江陣系列活動之活動滿意度平均數為 4.20，主題活動規劃之滿意度平均數高達 4.34，而對硬、軟體設施規劃之滿意度平均數則為 4.15，相較與傳統元素活動稍微低了一些，但仍然維持在 4.0 以上的高水準。

遊客給予最正向評價的前三項項目有「表演節目內容豐富精彩」(4.36)、「節慶氣氛濃厚」(4.34)與「表演節目內容創新」(4.32)，皆獲得4.3分以上的平均數，依序各 93.1%、91.6% 及 9.1% 的受訪者給予正面的肯定。則「大眾

運輸接駁便捷」(4.02)、「停車場數量」(4.06)、「美食整體服務品質」(4.11)及「交通順暢」(4.11)，此四項項目的滿意度相對較低，但依序各 75.2 %、75.8 %、80.1 % 及 80.3 % 的受訪者給予正面的評價。

超過八成的自行開車的受訪者對「道路標誌指示清楚」與「交通順暢」感到滿意，而對「大眾運輸接駁便捷」與「停車場數量」的滿意度呈現略低的現象，但仍維持在七成以上。而騎機車的受訪者對與交通有關之硬體設施規劃的滿意程度不如自行開車的受訪者高，但整體來講，滿意度均高於70%，給予正向評價。值得注意的是，利用大眾運輸的 90.7 % 的受訪者來自於南部、88.6 % 的受訪者對「大眾運輸接駁便捷」感覺滿意。

六、遊後行為意圖分析

遊客對「2018 高雄內門宋江陣系列活動」遊客遊後行為意圖認同度，題目共計 12 題，可分為「觀光效應」、「熱情推薦宣傳」及「品牌形象」等 3 個構面，遊客遊後對整體遊後行為意圖平均數高達 4.45，其中，受訪者對熱情推薦宣傳本活動及內門宋江陣的品牌形象之平均數各為 4.49、4.42，表示深感認同。

遊後行為意圖各題項之認同度依序為：「值得推廣為國際性觀光活動」(4.57)、「內門區是台灣最具代表性的宋江陣區域」(4.49)以及「內門宋江陣是台灣傳統藝陣活動的領導品牌」(4.48)等，主要集中在「內門宋江陣品牌形象」構面上表示極高的認同，並受訪者高度認同高雄市政府在傳統藝陣文化的保存與創新上的努力有成(4.47)，表示肯定並讚許高雄市政府的努力與用心。

在高雄市政府的積極推動之下，不但成功的塑造「高雄內門宋江陣」地方節慶品牌形象，也提高了知名度，95.7 % 的受訪者認為內門宋江陣值得推廣為國際性觀光活動。

至於對今年活動之觀光效應，93.0 % 的受訪者認為「活動能帶動內門地區地方產業發展」(4.36)，91.0 % 的受訪者認為不僅帶動內門地區地方產業發展，並「活動能帶動周邊山城的觀光產業發展」(4.37)，表示內門宋江陣活動對於內門地方產業的發展及周邊山城的觀光產業發展均有益處。

最後，在「熱情推薦宣傳」構面，覺得「參與活動很值得」(4.45 %)、「會向親朋好友推薦」(4.45 %)本活動，還「會利用多元管道宣傳」(4.40 %)、明年「願意再次參與」(4.40 %)等各題項平均值均超過 4.40，受訪者遊行後的行為意圖認同度極高，非常樂意藉由不同管道推薦今年的活動，表示對今年活動之肯定。

七、活動經濟效益評估

今年活動遊客總人次為 214,698 人次，今年遊客平均每人消費金額為 1,174 元，呈現近五年來的最高水準。遊客在「餐飲費」、「交通費」、「購物費」、「住宿費」及「其他費用」5 項之花費各為 6,245 萬元、4,596 萬元、6,605 萬元、1,898 萬元及 5,865 萬元，本次活動遊客總體經濟效益達約 252,087,164 元。今年為內門宋江陣帶來的經濟效益，創下近五年新高，其中，「餐飲費」及「購物費」為遊客在活動現場及周邊最主要的兩項經濟效益來源，直接為內門地區帶來最可觀且直接的觀光效益。同時，為地方帶動經濟之乘數效應，為內門及其周邊地區帶來超過 2.5 億元的觀光產值。

從遊客花費的細項來看，相較於前幾年，「其他費用」和「購物費」大帳增加，則「交通費」和「住宿費」支出減少許多。其中，「其他費用」增加了 18 個百分點，此與將近一半的受訪者有安排鄰近觀光景點有關，受訪者安排了其他鄰近的觀光景點，常見的如旗山、美濃、甲仙、308 高地、佛光山，少數也有如月世界、寶來等遊憩景點，表示內門宋江陣活動不僅帶來內門地區之觀光發展，進而帶動鄰近周邊地區之觀光產業發展。

伍、建議

今年內門宋江陣活動特別添加了不少創新元素，在活動規劃執行有幾項突破性的創意作法，可歸納為以下四點：

其一，擴大活動場域

今年活動場域從以往的內門區域擴大到高雄市區。以介紹內門民俗文化為主內門宋江陣文化展，早在3月12日(一)至3月16日(五)在高雄市政府四維行政中心中庭提前展出。而，內門宋江陣活動中最受矚目的創意宋江陣頭大賽冠亞軍隊伍，從內門拉到高雄市夢時代購物廣場演出。同時，與高雄內門宋江陣齊名的內門總舖師饗宴和歷史歌舞劇羅漢門之歌，移到高雄市政府鳳山行政中心舉辦及演出。

其二，拓展觀看媒介

今年活動觀看方式主辦單位精心規劃首創青春主播台，網路直播為期2天的創意宋江陣頭大賽之初賽活動，還邀請青春主播台專業宋江陣主播，現場解說宋江陣的故事與兵器招式，寓教於樂，令同一時間觀看的全世界朋友如同親臨現場，短短兩天初賽之觀看人次超過4萬人次。延續去年將有線電視通路擴及到海外播出及網路直播，相較於有線電視台負責現場實況轉播更具成效。

其三，充分結合在地資源

今年活動之宋江陣週邊商品，引進內門在地青年子弟，從創意發想到實質販售，在地出發的宋江陣文創商品。另外，內門在地的最高學府實踐大學，不僅跨科系師生共同創作演出的歷史歌舞劇「羅漢門之歌」，從開幕活動到網路直播，實踐大學多個社團與科系參與合作，師生總動員，今年的活動可說是有效結合在地資源，增加在地參與。

其四，增加外來藝陣團體參與

今年高雄內門宋江陣首創企業參與，有台灣電力公司鳳山營業處員工組隊參與表演，在記者會宣傳與活動表演日大出風頭；另外，今年首次邀請外縣市宋江陣頭隊伍於熱門時段演出，表演形式或風格不同於在地陣頭，教學相長，武藝切磋，也贏得不少票房，為今年高雄內門宋江陣活動增添新的元素與動力。

如此，今年的活動有很多突破性的發展，但仍有改善的空間，本計畫提出以下幾項建議，提供未來活動籌畫與主辦單位後續辦理高雄內門宋江陣活動之參考。

一、整體系列活動安排，應考量觀光客吸納策略

今年因活動天數較往年長，遊客到訪人數高達 214,698 人次，是近三年來最高巔峰。但針對近三年平均每日到訪遊客人數比較後發現，今年平均每日到訪遊客人數遠不如前兩年水準，而影響今年遊客出席主要因素與活動安排日期息息相關。

創意宋江陣大賽和繞境是高雄內門宋江陣最火紅的兩大活動，如上段所述，繞境活動日期的四天中，有三天和創意宋江陣大賽(初、決賽)日期撞期，對往年會同時參加繞境和觀賞創意宋江陣大賽的民眾而言，今年被迫只能擇一參加，人潮相對往年驟減。不僅如此，現場遊客反應由於今年 3 月 31 日(六)為民族掃墓節彈性放假補上班日，因此一般上班族除非請假根本無法前來參與活動，但仍有不少遊客是特地請假來共襄盛舉。

其中，因為創意宋江陣和繞境活動日期重疊，內門主力的文武陣頭皆跟隨觀音佛祖出巡繞境，使得今年宋江陣主活動日的舞台表演和往年相比少了一些調味，遊客也因此錯失機會目睹文武陣頭風采。

建議日後安排相同吸引力的活動時，應避免日期重疊，使遊客可以同時出席各項活動，並搭配多元主力活動作為吸引遊客參與誘因，為地方增添更多觀光效益。

二、內門總鋪師推廣行銷，應內門與市區兩地出擊

每年內門宋江陣活動之際，承辦廟宇均會舉辦在地的總鋪師辦桌，總有大批遊客慕名前往內門享受總鋪師辦桌美食。在地的總鋪師辦桌開放遊客事前報名，以一桌十人份為單位的訂桌規則，總會令外地遊客呼朋引伴一同前往內門看宋江陣表演吃辦桌。

今年高雄市觀光局首次將總鋪師辦桌移到高雄市政府鳳山行政中心旁舉辦，特別從內門請來總鋪師席開 120 桌，讓民眾在市區就能嚐到內門道地辦桌菜，參加的民眾普遍反應佳，此活動獲得好的成績。反之，今年因為內門紫竹寺沒有辦理在地的總鋪師辦桌，令不少前往觀賞宋江陣活動及繞境遊客與饕客感到失望與惋惜。

以滿足遊客的飲食需求與對內門總鋪師名號的嚮往，以及對內門宋江陣活動加持總鋪師辦桌加值等效益，建議日後高雄內門宋江陣的承辦廟宇，應繼續在活動日舉辦內門在地總鋪師辦桌，讓遠到而來的遊客可一嚐內門總鋪師的手藝，相信總鋪師辦桌應是不少遊客重遊的目的之一；同時，今年在市區舉辦的內門總鋪師辦桌宴有不錯好評，希望日後也能持續辦理，推廣內門總鋪師的手路菜與好名聲。

三、今年若干創舉，研究是否納入日後主體活動規劃

前章節提及有關今年高雄內門宋江陣有幾項突破性的做法，如網路直播、市區展演、市區辦桌、企業投入，以及外縣市宋江陣隊伍加入表演等等，均獲得不錯的成效與掌聲，為 2018 高雄內門宋江陣活動增色不少。

建議今後也能有計畫性的納入高雄內門宋江陣主體系列活動之中，持續辦理，擴大行銷提前宣傳，讓遊客更能提前知曉參與。

四、創意宋江參賽隊伍減少現象，宜早做因應

每年高雄內門宋江陣系列活動中最受矚目的活動，首推全國大專院校暨高中職創意宋江陣頭大賽。自 2005 年創辦以來，創意宋江陣已經建立良好口碑，14 年來也累積了不少粉絲，每年都特地前來觀賞創意宋江陣頭大賽。

然而，自從 2014 年台灣戲曲學院贏得第二屆王者之璽（連續三年得冠者之榮耀獎座）、2017 年台南大學贏得第三屆王者之璽後，冠軍隊伍均於翌年開始缺席。面臨少子化，以及練陣有技術上的難度，需時間、體力心力的付出，高雄市政府觀光局每年都面臨隊伍召募不易的窘境。冠軍隊伍不再參賽令表演舞台上的精采度降低，學生隊伍成軍困難令參賽隊伍的質與量都受限，也成了高雄內門宋江陣活動永續辦理的隱憂。

有鑑於政府預算有限，而創意宋江陣活動長年來的成果不應放棄，建議研議成立基金，對學生創意宋江陣隊伍社團給予經費與技術的長期輔導，盼使創意宋江陣的香火年年不斷且精彩。

參考文獻

- 李君如（2014）。大型活動的遊客價值對滿意度、忠誠度及城市意象之影響——以臺北國際花博為例，博物館學季刊，28(1)：95-121。
- 林宗甫（2016）。內門宋江文化季參與者涉入程度、消費體驗及其滿意度相關之研究，東方設計學院文化創意設計研究所碩士學位論文。
- 高雄市政府觀光局（2012）。高雄內門宋江陣嘉年華會效益評估結案報告，高雄：高雄市政府觀光局。
- （2015）。2015高雄內門宋江陣活動效益評估結案報告，高雄：高雄市政府觀光局。
- （2016）。2016高雄內門宋江陣活動效益評估結案報告，高雄：高雄市政府觀光局。
- （2016）。「**2016**高雄燈會藝術節」遊客滿意度、活動人次與經濟效益調查報告書，高雄：高雄市政府觀光局。
- （2017）。2017高雄內門宋江陣活動效益評估結案報告，高雄：高雄市政府觀光局。
- 張景棠、張美瑤、陳敘如（2000）。節慶觀光發展策略之研究——以高雄市內門宋江陣嘉年華會為例，運動健康與休閒學刊，18：97-106。

網路資源

- 交通部觀光局官網。 <https://www.eventaiwan.tw/>
- 高雄市政府民政局官網。 <https://cabu.kcg.gov.tw/>
- 高雄宋江陣官網。 <http://www.who-ha.com.tw/>
- 高雄旅遊網。 <https://khh.travel/index.aspx?l=1>

第四部分 遊客基本資料

1. 性別：①男 ②女
2. 年齡：①18-20歲 ②21-30歲 ③31-40歲 ④41-50歲 ⑤51-60歲 ⑥61歲以上
3. 教育程度：①國小以下 ②國中 ③高中職 ④專科/大學 ⑤研究所以上
4. 職業：①農漁 ②工商 ③自由業 ④軍公教 ⑤學生 ⑥無(含退休、家管、待業等) ⑦其他
5. 個人平均月收入：①無經常性收入 ②10,000以下 ③10,001-20,000 ④20,001-30,000
⑤30,001-40,000 ⑥40,001-50,000 ⑦50,001-60,000 ⑧60,001元以上
6. 居住地區：①北部 ②中部 ③南部 ④東部 ⑤離島 ⑥外籍旅客(國別：_____)
7. 是否為高雄市民？①不是 ②是(請續填 ②1內門區 ②2旗山區 ②3美濃區 ②4其他區_____)

第五部分 旅遊特質

1. 請問您如何前來宋江陣活動？①自行開車 ②遊覽車 ③大眾運輸 ④機車 ⑤腳踏車
2. 請問這是您第幾次到訪宋江陣：①第一次 ②第二次 ③第三次 ④第四次以上
3. 請問您和誰一起前來？①獨自一人 ②家人親戚 ③朋友 ④同學 ⑤同事 ⑥旅行團 ⑦其他
4. 請問您們一共多少人來？①自己1人 ②2-4人 ③5-7人 ④8-10人 ⑤11人以上
5. 請問您在會場預計停留多久？①0-2小時 ②3-5小時 ③6-8小時 ④9-12小時 ⑤1天以上(約____天)
6. 請問您此行是否有安排其他鄰近的景點遊覽？①沒安排 ②有安排(若有，請續填，可以複選)
②1308高地 ②2旗山 ②3美濃 ②4甲仙 ②5六龜 ②6佛光山 ②7其他_____
7. 您獲得「2018高雄內門宋江陣系列活動」主要的資訊管道：(可複選)
①高雄市觀光局官網 ②電視廣播 ③報章雜誌 ④活動看板旗幟 ⑤旅展及旅行社宣傳
⑥親友推薦 ⑦網路宣傳 ⑧DM、宣傳單 ⑨Face Book、Line等社群網路 ⑩其它
8. 提起高雄內門宋江陣，讓您最印象深刻的活動是(可以複選)
文武藝陣大匯演 創意宋江陣頭大賽 總舖師辦桌 羅漢餐 觀音佛祖遶境

第六部分 『2018高雄內門宋江陣系列活動』相關花費調查

* 請問您這次參加宋江陣活動，『1人平均』消費金額為何？

1. 餐飲費用：①無 ②1-250元 ③251-500元 ④501-750元 ⑤751-1,000元
⑥1,001-1,250元 ⑦1,251-1,500元 ⑧1,501以上(請問大約是_____元)
2. 交通費用：①無 ②1-250元 ③251-500元 ④501-750元 ⑤751-1,000元
⑥1,001-1,250元 ⑦1,251-1,500元 ⑧1,501以上(請問大約是_____元)
3. 購物費用(如農產品、紀念品)：
①無 ②1-250元 ③251-500元 ④501-750元 ⑤751-1,000元
⑥1,001-1,250元 ⑦1,251-1,500元 ⑧1,501以上(請問大約是_____元)
4. 住宿費用：①無 ②1-250元 ③251-500元 ④501-750元 ⑤751-1,000元
⑥1,001-1,250元 ⑦1,251-1,500元 ⑧1,501以上(請問大約是_____元)
5. 其他費用(吃、住、交通、購物以外的費用)：
①無 ②1-250元 ③251-500元 ④501-750元 ⑤751-1,000元
⑥1,001-1,250元 ⑦1,251-1,500元 ⑧1,501以上(請問大約是_____元)
6. 消費總金額：①無 ②1-400元 ③401-800元 ④801-1,200元 ⑤1,201-2,000元
⑥2,001-2,800元 ⑦2,801-3,600元 ⑧3,601以上(請問大約是_____元)

本問卷到此結束，再次感謝您寶貴的意見，敬祝您有美好的一天！

Questionnaire of 2018 Kaohsiung Neimen Songjiang Battle Array Campaign

Dear tourists,
 Welcome to "2018 Kaohsiung Neimen Songjiang Battle Array Campaign." This survey is sponsored by Kaohsiung Tourism Bureau to gather your precious views and opinion for further improvement. It is anonymous and will only be provided for statistical use. Please feel free to give comments.

Thank you very much for your support and cooperation! Hope you enjoy the programs and activities.

Dept. of International Business Management, ShihChien University

Part I Attraction on planned programs of 2018 Kaohsiung Neimen Songjiang Battle Array Campaign

Degree of attraction to Campaign programs please check on appropriate box <input checked="" type="checkbox"/>	Very unattractive	Not attractive	In general	Attractive	Very attractive
1. Culture Exhibition of Songjiang Battle Array	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Worship Guanyin Buddha Performance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Creative SongJiang Battle Array Contest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Buddha Pilgrimage (one of the nation's culture treasure)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Introduction Tour of Neimen History and Culture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. NT\$99 Neimen chef-made lunch box	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Folk Arts Performance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Creative SongJiang Battle Array Show in Dream Mall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Song of Luohanmen (Musical show by staff of ShihChien University Kaohsiung Campus)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Neimen Chefs and Tables – Banquet in Fengshan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Part II Satisfaction on service quality of 2018 Kaohsiung Neimen Songjiang Battle Array Campaign

Degree of satisfaction on the following statement please check in appropriate box <input checked="" type="checkbox"/>	Very unsatisfied	Not satisfied	In general	Satisfied	Very satisfied
1. Programs are innovative and distinctive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Rich content of the overall programs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Event venue is full of the festive atmosphere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Clear traffic signs to the venue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Smooth traffic to the venue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Convenient public transportation and transit arrangement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Enough parking lots around the venue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Adequate service facilities (information desk & medical station)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Event flyers and posters contain sufficient information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Food service and quality are good	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. WC in the venue is clean and hygiene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. The overall environment of the venue is acceptable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. The Event has been promoted through multiple channels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Part III Post-tour feeling and behavior

Regarding your post-tour feeling and behavior please check in appropriate box <input checked="" type="checkbox"/>	Very disagree	disagree	maybe	agree	Very agree
1. The Event can stimulate development of Neimen District	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. The Event can drive the development of the tourism industry in the surrounding mountain area	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. I will recommend this campaign to my friends	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. It's worthy to visit Songjiang Battle Array	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. I will promote information about Songjiang Battle Array through multi-channels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. I would like to visit again next year	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. In Taiwan, Neimen is the best showcase of Songjiang Battle Array	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Neimen Songjiang Battle Array is the leading brand of traditional arts in Taiwan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. It's necessary to host Kaohsiung Neimen Songjiang Battle Array Campaign	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Kaohsiung has made great efforts in the preservation and innovation of traditional arts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Songjiang Battle Array will be more attractive if performed in a regular basis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. This campaign is worthy to introduce to international tourists	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Part IV Basic information

1. Gender : ① Male ② Female
2. Age : ① 18- 20 ②21-30 ③31-40 ④41-50 ⑤51-60 ⑥above 61
3. Education : ①Elementary ②Junior High ③Senior High ④College ⑤Graduate School
4. Occupation : ①Agriculture & fishery ②Business ③Self-employed ④Government-employed ⑤Student ⑥None(retire、housekeeper、in the middle of jobs) ⑦others
5. Average income per month in NT\$: ①irregular income ②10,000 and less ③10,001-20,000 ④20,001-30,000 ⑤30,001-40,000 ⑥40,001-50,000 ⑦50,001-60,000 ⑧60,001 and above
6. Living area : ①Northern TW ②Central TW ③Southern TW ④Eastern TW ⑤Island area ⑥Foreign traveler (Nationality : _____)
7. Are you a Kaohsiung Citizen ? ①No ②Yes (please continue ①Neimen Dist. ②Chishan Dist. ③Meinung Dist. ④Other Dist. _____)

Part V Tourist features

1. How do you come here ? By ①car ②tour bus ③mass transportation ④automobile ⑤bicycle
2. How many times have you visited Songjiang Battle Array : ①first time ②second time ③third time ④more than 3 times
3. With whom do you come together ? ①alone ②family ③friends ④schoolmates ⑤coworkers ⑥tour group ⑦others
4. How many are you ? ①oneself ②2-4 people ③5-7 people ④8-10 people ⑤more than 10
5. How long have you stayed (or will you stay) in the venue ? ①0-2 hours ②3-5 hours ③6-8 hours ④9-12 hours ⑤days(about ___ days)
6. Did you also arrange nearby sightseeing trips ? ①No ②Yes (please continue, multiple choices)
①308 Highland ②Chi-shan ③Mei-nung ④Jia-syan ⑤Lyou-guei ⑥Fo-Guang-Shan ⑦others ___
7. Where did you get information of 2018 Kaohsiung Neimen Songjiang Battle Array Campaign : (multiple choices)
①Website of Kaohsiung Tourism Bureau ②TV & Broadcast ③Newspaper & magazine ④flyers & banners
⑤Travel exhibition or travel agent promotion ⑥recommended by friends ⑦internet link ⑧DM、flyer and brochure ⑨social media (Facebook, Line, etc.) ⑩Others
8. Which activities impress you? (multiple choices)
Folk Arts Performance Creative SongJiang Battle Array Contest Neimen Chefs and Tables - Banquet in Fengshan
NT\$99 Neimen chef-made lunch box Buddha Pilgrimage

Part VI Expenses

* How much did you spend during the event? by average, per person, in NT\$

1. Food and beverage cost : ①none ②1-250 ③251-500 ④501-750 ⑤751-1,000
⑥1,001-1,250 ⑦1,251-1,500 ⑧1,500 and more (roughly NT\$ _____)
2. Transportation expense : ①none ②1-250 ③251-500 ④501-750 ⑤751-1,000
⑥1,001-1,250 ⑦1,251-1,500 ⑧1,500 and more (roughly NT\$ _____)
3. Shopping expense (such as souvenir, local agricultural products) :
①none ②1-250 ③251-500 ④501-750 ⑤751-1,000
⑥1,001-1,250 ⑦1,251-1,500 ⑧1,500 and more (roughly NT\$ _____)
4. Accommodation cost : ①none ②1-250 ③251-500 ④501-750 ⑤751-1,000 元
⑥1,001-1,250 ⑦1,251-1,500 ⑧1,500 and more (roughly NT\$ _____)
5. other expense (expenses other than above) :
①none ②1-250 ③251-500 ④501-750 ⑤751-1,000
⑥1,001-1,250 ⑦1,251-1,500 ⑧1,500 and more (roughly NT\$ _____)
- 6.Total Expense : ①none ②1-400 ③401-800 ④801-1,200 ⑤1,201-2,000
⑥2,001-2,800 ⑦2,801-3,600 ⑧3,600 and more (roughly NT\$ _____)

The questionnaire ends here. Thank you again for your valuable inputs. Wish you a pleasant day!