

# 統計應用分析報告

113 年度

「2024 台灣燈會在臺南」

參與活動人次性別統計分析

臺南市政府觀光旅遊局

113 年 9 月

## 摘要

「2024 台灣燈會在臺南」規劃安平及高鐵兩大燈區，燈會展期共 36 天，吸引超過 1,520 萬人次，創造逾 247 億元觀光產值。本次活動透過電信人潮數據及問卷調查，分析參與人群的性別、年齡及消費行為，以評估活動效益並考慮性別平等之需求。

從安平燈區及高鐵燈區遊客性別分布顯示，女性遊客略多，分別為 51.1% 和 52.9%。年齡分布上，安平燈區 19 歲以下遊客比例較高，而高鐵燈區的 60 歲以上遊客比例稍高，顯示兩區對不同年齡層的吸引力。消費支出方面，安平燈區的平均花費為 2,014 元，高鐵燈區為 1,758 元，男性消費普遍高於女性，反映出性別在消費模式上的差異。

遊客對燈會整體規劃的評價為 83.0 分，推薦意願為 84.4 分，顯示民眾普遍認同活動的設計和執行。雖然在環境清潔和志工服務等方面評價較高，但對於美食市集及親子設施的評價則相對較低。

在策劃未來活動時，應更細緻地考慮不同年齡層的需求，並改善女性專用設施以促進性別平等。此外，鼓勵女性參與活動策劃可提升活動的包容性與社會價值，期許市府辦理的大型活動能成為更具吸引力的盛事。

# 目 錄

壹、前言.....	1
貳、「2024 台灣燈會在臺南」活動概述.....	1
參、參觀遊客滿意度調查樣本.....	2
肆、性別、年齡分布分析.....	3
伍、遊客消費支出.....	4
陸、活動感受評價.....	6
柒、結論.....	8

# 壹、前言

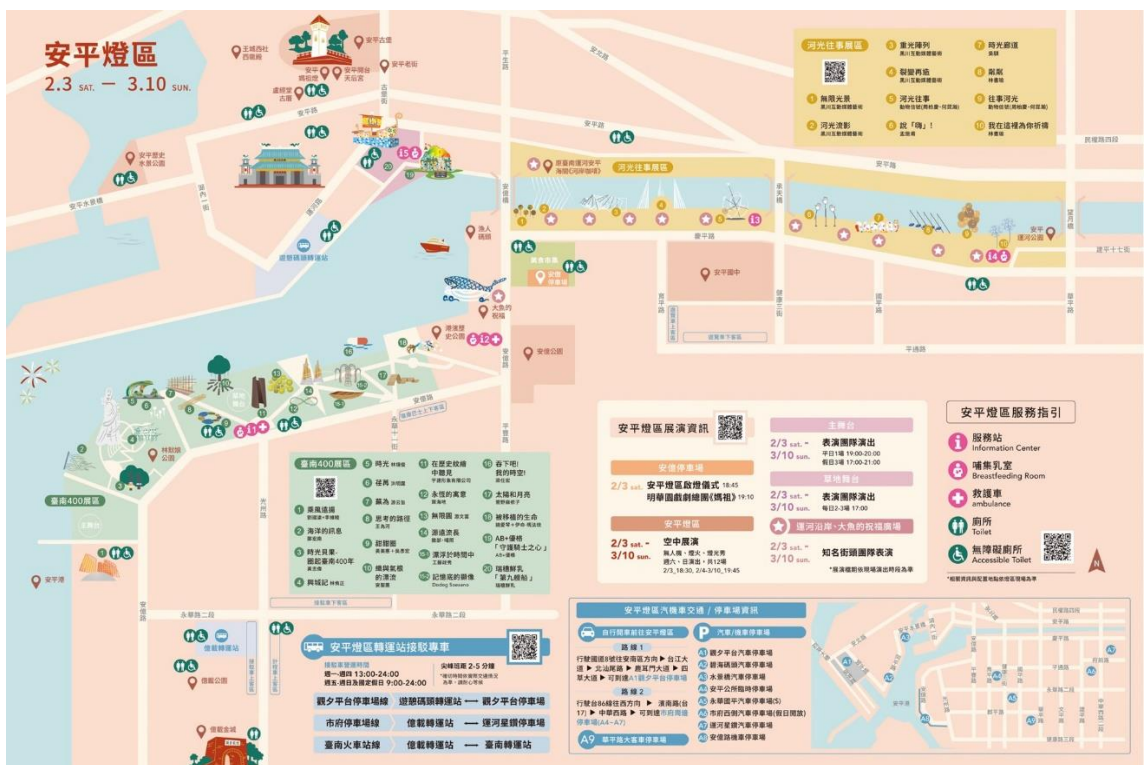
「2024 台灣燈會在臺南」睽違 16 年重新回到臺南，市府以「龍耀臺南」為主題，規劃安平及高鐵二大燈區，安平燈區展期為 113 年 2 月 3 日至 3 月 10 日共 36 天(不含 2 月 9 日除夕)，高鐵燈區展期為 113 年 2 月 24 日至 3 月 10 日共 16 天。36 天展期累計突破 1,520 萬人次到訪，創造逾 247 億元的觀光產值，為臺南寫下一個新紀錄。

透過多方面的資料收集與分析，包括電信人潮數據、市調問卷及經濟產值調查，來深入了解「2024 台灣燈會在臺南」大型活動的參與人群及其消費行為。這些資料不僅掌握了參與者的性別、年齡、職業等基本資料，不僅有助於活動效益的全面評估，更確保政策與計畫在設計及執行過程中能夠充分考慮到性別的差異與需求，並反映了政府在推動性別平等方面的承諾，以及在國家法律、政策和司法制度層面上重新檢視現有政策是否符合性別平等的目標。

# 貳、「2024 台灣燈會在臺南」活動概述

## 一、活動範圍

(一)安平燈區範圍：安平遊憩碼頭、林默娘公園、原 1661 園區、安平運河沿岸(安億橋至望月橋)。



(二) 高鐵燈區範圍：大臺南會展中心及其周邊場地、沙崙綠能科技示範場域。



二、活動期間

- (一) 高鐵燈區：113 年 2 月 24 日至 3 月 10 日，為期 16 天。
- (二) 安平燈區：113 年 2 月 03 日至 3 月 10 日，為期 36 天。(不含 2 月 9 日除夕，停止營運 1 天)

三、營運時間

- (一) 週一至週四：14:00-22:00 (亮燈 17:00-22:00)
- (二) 週五至週日：10:00-22:00 (亮燈 17:00-22:00)，含國定假日，小年夜 2/8(星期四)、初三 2/12(星期一)、初四 2/13(星期二)、初五 2/14(星期三)、2/28(星期三)。

參、參觀遊客滿意度調查樣本

一、委託單位

本府研究考核發展委員會委託中華電信股份有限公司(協力廠商：山水民意調查)針對 2024 台灣燈會參觀之遊客進行住宿、交通、餐飲、購物及娛樂支出調查。

## 二、調查方式及完成數量

面訪、線上問卷兩者並行，兩者共計 4,174 份有效樣本。其中以英文問卷填答者有 8 份、日文問卷填答者 1 份。

## 三、樣本加權處理

依據中華電信人流大數據資料進行加權處理，以符合實際參觀人流輪廓。經加權後，「只參觀安平燈區」有 1,586 份，「只參觀高鐵燈區」有 1,844 份，「兩區都有參觀」有 744 份。

## 肆、性別、年齡分布分析

在安平燈區和高鐵燈區，女性遊客略多於男性，佔比分別為 51.1% 和 52.9%。這可能反映了燈區活動對女性有較大吸引力。

兩個燈區都呈現了較為均勻的年齡分布，不過安平燈區則在 19 歲以下(18.5%)佔比稍高，相較於高鐵燈區(13.5%)高出 4.9 個百分點，60 歲以上的遊客在高鐵燈區占比較 (18.6%)，相較於安平燈區 (16.8%) 高出 1.8 個百分點，顯示兩個燈區都能夠吸引廣泛年齡層的遊客，但各有所長。在安平燈區年輕群體占比略高於高鐵燈區，而年長群體占比則是高鐵燈區略高於安平燈區。

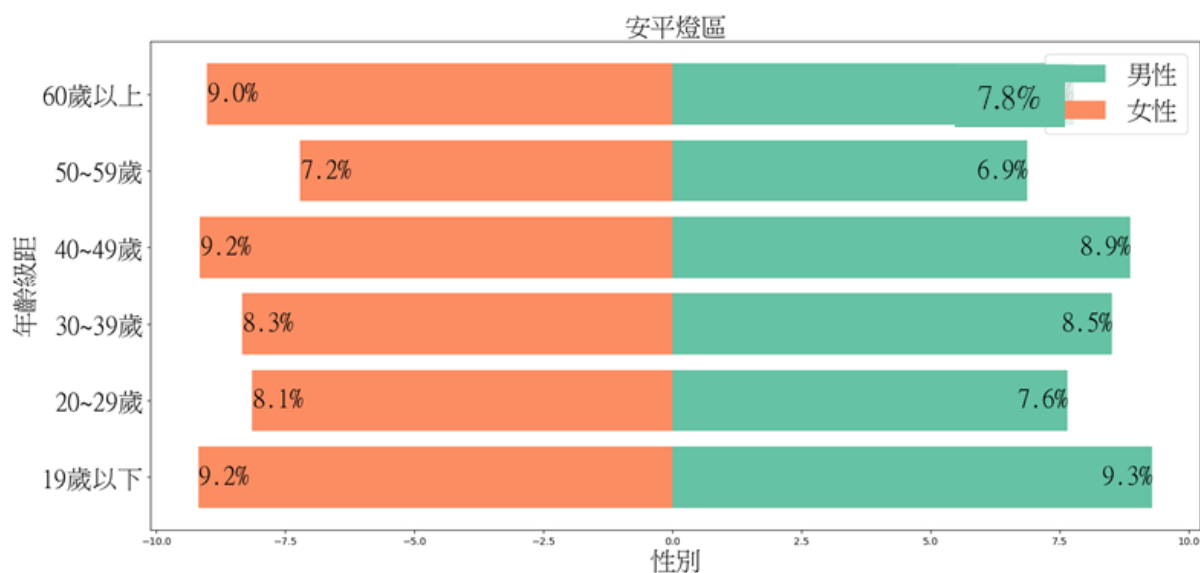


圖 1-安平燈區性別年齡遊客分布金字塔圖

資料來源：臺南市政府研究考核發展委員會

表 1-安平燈區遊客性別年齡分布百分比

年齡級距	女性	男性	總計
19 歲以下	9.2%	9.3%	18.5%
20~29 歲	8.1%	7.6%	15.8%
30~39 歲	8.3%	8.5%	16.8%
40~49 歲	9.2%	8.9%	18.0%
50~59 歲	7.2%	6.9%	14.1%
60 歲以上	9.0%	7.8%	16.8%
總計	51.1%	48.9%	100.0%

資料來源：臺南市政府研究考核發展委員會

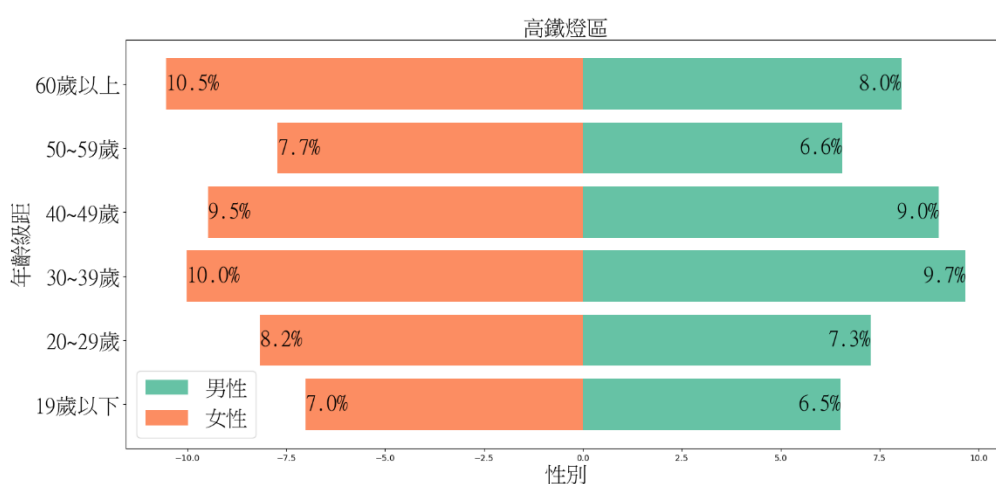


圖 2-高鐵路燈區性別年齡遊客分布金字塔圖

資料來源：臺南市政府研究考核發展委員會

表 2-高鐵路燈區遊客性別年齡分布百分比

年齡級距	女性	男性	總計
19 歲以下	7.0%	6.5%	13.5%
20~29 歲	8.2%	7.3%	15.4%
30~39 歲	10.0%	9.7%	19.7%
40~49 歲	9.5%	9.0%	18.5%
50~59 歲	7.7%	6.6%	14.3%
60 歲以上	10.5%	8.0%	18.6%
總計	52.9%	47.1%	100.0%

資料來源：臺南市政府研究考核發展委員會

## 伍、遊客消費支出

參照交通部觀光署歷年《臺灣旅遊狀況調查》，將旅客參觀燈會的花費區分為住宿、交通、餐飲、購物、娛樂五個面向，並依該調查各細項之花費金額選項分組級距進行統計分析。



分析後得知，安平燈區每位參觀台灣燈會的遊客平均花費為 2,014 元，其中在住宿(包含旅館或民宿內之消費)細項平均花費 400 元、交通(包含車票、油資、過路費或其他交通費用支出)平均花費 333 元、餐飲(不含旅館或民宿內之餐飲)平均花費 626 元、購物(包含購買的各項名產、紀念品或其他購物支出)平均花費 433 元、娛樂(包含各項門票、遊樂設施或其他娛樂支出)平均花費 221 元。

高鐵燈區每位參觀台灣燈會的遊客平均花費為 1,758 元，其中在住宿(包含旅館或民宿內之消費)細項平均花費 201 元、交通(包含車票、油資、過路費或其他交通費用支出)平均花費 308 元、餐飲(不含旅館或民宿內之餐飲)平均花費 483 元、購物(包含購買的各項名產、紀念品或其他購物支出)平均花費 572 元、娛樂(包含各項門票、遊樂設施或其他娛樂支出)平均花費 194 元。

綜合前述參觀燈區輪廓數據，安平燈區每人總平均消費金額高於高鐵燈區，推論是部分遊客是當天往返，沒有安排其他行程，因此花費也低於安平燈區。

表 3-遊客各項消費支出表

	總消費 總額	住宿	交通	餐飲	購物	娛樂
安平燈區 n=2330	2014	400	333	626	433	221
高鐵燈區 n=2588	1758	201	308	483	572	194

資料來源：臺南市政府研究考核發展委員會

整體消費金額透過交叉分析得知，不同燈區的遊客，男性的總消費金額均高於女性。另外，安平燈區無論男性或女性遊客，均分別高於參觀高鐵燈區的男性與女性遊客。



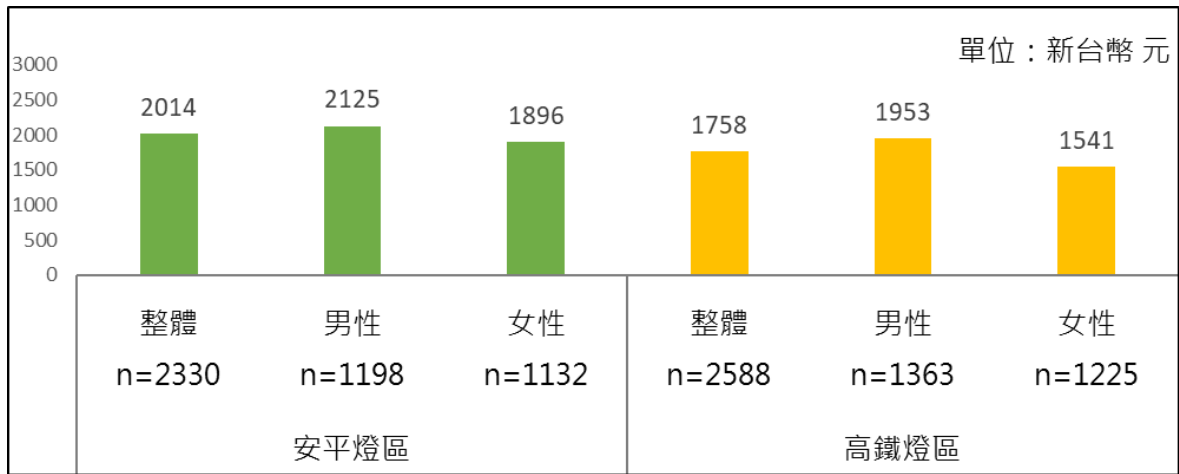


圖 3-遊客各項消費支出

資料來源：臺南市政府研究考核發展委員會

## 陸、活動感受評價

此次參觀的遊客對於「2024 台灣燈會在臺南的整體規劃」給予 83.0 分的高分評價，推薦意願 84.4 分。而兩個燈區都有參觀的遊客，分數更達 85.0 分，「推薦意願」也給予 87.2 的高分，顯示民眾對於本次燈會多抱持肯定評價。

在全體遊客方面，評價分數較高的前三項為「L. 燈會會場環境乾淨清潔」、「M. 現場志工服務，如引導、態度」與「E. 無人機表演」。但對於「C. 燈會美食市集的規劃與種類」及「I. 婦女哺育、親子廁所、親子車位」，評價略低。

不同燈區在地理位置、環境、活動與燈會設計、展期等方面都不同，因此在評價上也出現差異。例如在「燈區規劃」、「D. 燈會表演規劃設計」與「N. 停車與轉乘服務」方面，展區較集中且緊鄰高鐵站/火車站的高鐵燈區要優於安平燈區；而在「H. 燈會會場的流動廁所足夠且乾淨」、「J. 男女廁所比例」上，範圍較大且展期較長遊客分散的安平燈區則要高於高鐵燈區。大致上，範圍與展期較集中的高鐵燈區評價要優於安平燈區。

表 4-燈會活動感受評價項目總表

各構面	整體	只去 安平燈區	只去 高鐵燈區	都有參觀
A. 安平燈區的燈區規劃	77.2	79.9	-	71.5
B. 高鐵燈區的燈區規劃	87.0	-	86.0	89.6
C. 燈會美食市集的規劃與種類	75.5	76.3	74.6	75.8
D. 燈會表演規劃設計	82.8	79.4	84.8	84.4
E. 無人機表演	85.5	86.1	83.6	86.1
F. 煙火表演	85.0	85.0	83.2	86.3
G. 燈會會場動線規劃、指標標示	80.2	79.3	80.6	81.3
H. 燈會會場的流動廁所足夠且乾淨	79.8	82.6	77.2	80.0
I. 婦女哺育、親子廁所、親子車位	77.0	79.3	74.8	77.3
J. 男女廁所比例	79.6	82.5	76.8	80.6
K. 無障礙設施或服務	80.2	80.9	79.5	80.9
L. 燈會會場環境乾淨清潔	88.7	87.6	89.2	89.4
M. 現場志工服務，如引導、態度	88.4	87.2	88.9	89.7
N. 停車與轉乘服務	80.5	77.4	82.3	82.8
O. 燈會活動資訊揭露	84.3	82.2	85.6	85.5
P. 2024台灣燈會在臺南的整體規劃	83.0	80.9	84.0	85.0
推薦意願	84.4	81.0	86.2	87.2

資料來源：臺南市政府研究考核發展委員會

### 須設法改善項目分析：

#### 一、燈會會場的流動廁所足夠且乾淨

本指標相關性居末，重要性較低，而 80 分評價雖低於整體評價，但使用量大的流動廁所乾淨維持困難，有接近 80 分已屬難得。本項指標或許被遊客歸類為基礎服務，表現好時被視為理所當然，重要性降低，對於整體評價影響不大。表現不好時則感受落差相對嚴重，明顯拉低整體評價。因此本指標雖然有 80 分的評價，表現已然不錯，但須小心維持流動廁所環境清潔等問題。

#### 二、婦女哺育、親子廁所、親子車位

本指標評價較低，可能是因為多數民眾並無相關需求，因此難以給出高分，並非表現不佳。

#### 三、男女廁所比例

本指標評價較低，或許是半數遊客非為女性，且不一定有使用廁所的需求，因此無法給出明確評價。但評價不高也是現況，尤其在有生理

需求的壓力下，每個人對於等待時間長短的感受不同，主辦單位得視現場狀況加以調整。

## 柒、結論

首先，從遊客的性別分布來看，安平燈區(女性 51.5%、男性 48.9%)和高鐵燈區(女性 52.9%、男性 47.1%)女性遊客比例略高於男性。這可能反映了燈會活動對女性的吸引力較大，可能因為活動中的文化、美食和購物等元素更符合女性的興趣和消費偏好。

其次，在年齡分布上，兩個燈區都能吸引到廣泛的年齡層，不過安平燈區在 19 歲以下(安平燈區 18.5%、高鐵燈區 13.5%)年輕群體比例略高，而高鐵燈區則在 60 歲以上(安平燈區 16.8%、高鐵燈區 18.6%)遊客的比例稍高。這反映出不同年齡段遊客對於燈會活動的接受度和參與程度可能有所不同，未來在活動策劃中需更加細緻地考慮到不同年齡層的需求。

第三，從消費支出的角度來看，安平燈區遊客消費支出 2,014 元，男性花費 2,125 元，女性花費 1,896 元；高鐵燈區遊客消費支出 1,758 元，男性花費 1,953 元，女性花費 1,541 元；整體而言，男性的總消費金額均高於女性。這可能與男性在消費偏好和支出能力上的差異有關，也可能反映了不同性別在活動中的消費模式和行為差異。

為了實現性別平等的目標，未來籌劃與執行活動時可以考慮，需提高活動場地的性別友善性，包括增加女性專用的公共設施如廁所，並確保其數量和清潔維護達到標準，以提升女性參與活動的舒適度和安全感，需要鼓勵更多女性參與到活動策劃和執行中，確保性別平等的觀點在所有決策和行動中得到充分考慮。總結來說，這些措施不僅能夠增加活動的吸引力和參與度，更能夠有效促進性別平等，使「2024 台灣燈會在臺南」成為一個更具包容性和社會價值的文化盛事。