

中國大陸觀光客對高雄市觀光旅遊滿意度之研究調查

委託單位：高雄市政府觀光局

研究單位：實踐大學觀光管理學系

研究主持人：張耀仁 博士

協同主持人：王翊安

中華民國九十九年十月十二日

目錄

壹、研究背景	2
貳、研究目的	3
參、主要文獻回顧	4
肆、研究方法與資料收集	5
一、研究方法及流程	5
二、問卷設計及研究對象	7
三、問卷的散發與收集	8
伍、資料分析	8
一、受訪旅客的基本資料	9
二、受訪旅客的旅遊動向	11
三、受訪旅客的觀光旅遊滿意度	15
四、受訪旅客對旅遊資訊的反應	18
陸、結論與建議	20
柒、參考文獻	22
附錄 A：資料分析其它部份	24
一、受訪旅客的基本資料	24
二、受訪旅客的旅遊動向	25
三、受訪旅客的觀光旅遊滿意度	26
四、受訪旅客對旅遊資訊的反應	28
附錄 B：問卷	34

壹、研究背景

民風勤樸熱情的高雄市是個海港都市，位於南太平洋通往東北亞的交通要道上，交通位置非常重要便利。由於終年受海洋氣流調節，氣候宜人、資源豐富，擁有優越的先天條件；加上充沛及活力十足的經濟活動人口、以及市政府過去的完善規劃與努力建設，是一個逐漸邁向國際化都市的美麗商港。未來縣市合併後的大高雄都，將擁有更多樣化的觀光資源，非常具有觀光發展潛力。

在開放中國觀光客來台灣觀光的政策下，大陸遊客來到高雄的人數逐漸增多。也由於許多中國觀光客來自中國大陸的內陸省，身為國際都市的美麗港都，高雄，對中國觀光客尤其俱有獨特的魅力。交通部觀光局委託民間顧問公司對來台灣觀光的陸客團進行旅遊品質面訪，今年(2010)三月份的調查結果顯示，整體滿意度高達九成四，大陸觀光客只有對其中少數幾個項目較不滿意。然而，這個調查結果，並無法看出大陸觀光客對在高雄市旅遊的整體滿意度為何，或對高雄市所提供的哪些旅遊服務或設施較不滿意。因此，本研究調查的重點，即是試圖瞭解中國大陸觀光客到高雄市觀光旅遊的滿意度為何。

本研究的調查結果顯示，大多數的旅客(n=280, 75.3%)對到高雄

市觀光旅遊的滿意度，都為「滿意」或「非常滿意」。感覺「普通」的有 22.0% (n= 82)；「不滿意」或「非常不滿意」的旅客，則只佔全部有效樣本的 2.7% (n=10)。可見高雄市的觀光旅遊對中國大陸的觀光客還是具有相當程度的吸引力。

貳、研究目的

對任何一個國際型的大都市而言，觀光產業的發展與提升都是一個不容忽視的問題，因為它可以直接增加城市本身在國際上的能見度。在觀光旅遊競爭力的評比上，台灣的國際競爭潛力其實是不弱的。根據世界經濟論壇（WEF）2008 年各國旅遊與觀光競爭力排名報告，台灣總體排名是第 52 名，而在觀光旅遊的商業環境與基礎設施指標評鑑上，台灣的排名是第 29 名(請參見 Competitiveness Index Report,<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/>)。所以，身為台灣第二大都市，高雄市的國際觀光產業是非常有潛力的。如何利用「開放中國觀光客來台灣觀光」的政策，大幅提升大高雄國際觀光的競爭力，並帶動相關產業的發展，是刺激經濟、創造就業的可能途徑之一。

從市場的供需角度來看，高雄的觀光資源及軟硬體設施必需要能夠吸引到有意願到台灣觀光的中國大陸觀光客。高雄市在面臨其他縣

市或國家的觀光競爭的同時，瞭解來高雄觀光旅遊的大陸觀光客的想法是非常必要的。根據文獻研究，觀光客旅遊滿意度和其行前期望與實際體驗之間的落差有關係。因此，本研究調查希望可以達到下列三個目的：

- 一、 瞭解大陸觀光客到高雄市觀光旅遊的整體滿意度為何。
- 二、 探討大陸觀光客到高雄市觀光旅遊的行前期望與實際體驗之間的關係。
- 三、 期望本研究結果可以做為高雄市政府未來觀光規劃及管理之參考，以提升國際觀光競爭力。

參、主要文獻回顧

最早將「滿意度」的概念應用在行銷方面的，可能是 Cardozo (1965) 的研究。Cardozo 認為顧客的消費滿意度來自於顧客對產品的預期及產品使用後的感覺，二者之間的相差(或符合)程度；如果使用後的感覺超過之前的預期，則顧客對其消費感到滿意；反之則表示不滿意。Howard & Sheth (1969)認為，消費者滿意度則是買者對產品所付出的代價與所獲得的補償間，達到何種平衡點的認知。之後，有關滿意度的研究，例如 Lawler (1969)的期望理論(Expectancy Theory)、

Schreyer & Roggenbuck (1978)的差距理論(Discrepancy Theory)、Perkins (1993)的認知性觀點、Oliver (1981)及 Woodruff (1993)所主張的情緒反應、Churchill & Surprenant (1982)及 Kolter (1994)的期望與實際體驗之比較、Fornell (1992)所提出的整體性感覺…等等，大致上都是以 Cardozo (1965)及 Howard & Sheth (1969)的研究理論為基礎而發展出來。

因此，整體來說，滿意度的定義大致上可以從以下幾個角度來探討滿意度的形成：(1)來自於消費者對某特定產品或交易的情緒性反應；(2)來自於消費者過去所有經驗的累積；(3)來自於消費者對「消費前所持的期望」與「消費後所產生的評價」之比較的一種認知；(4)來自於消費者心中主觀感覺及認定。

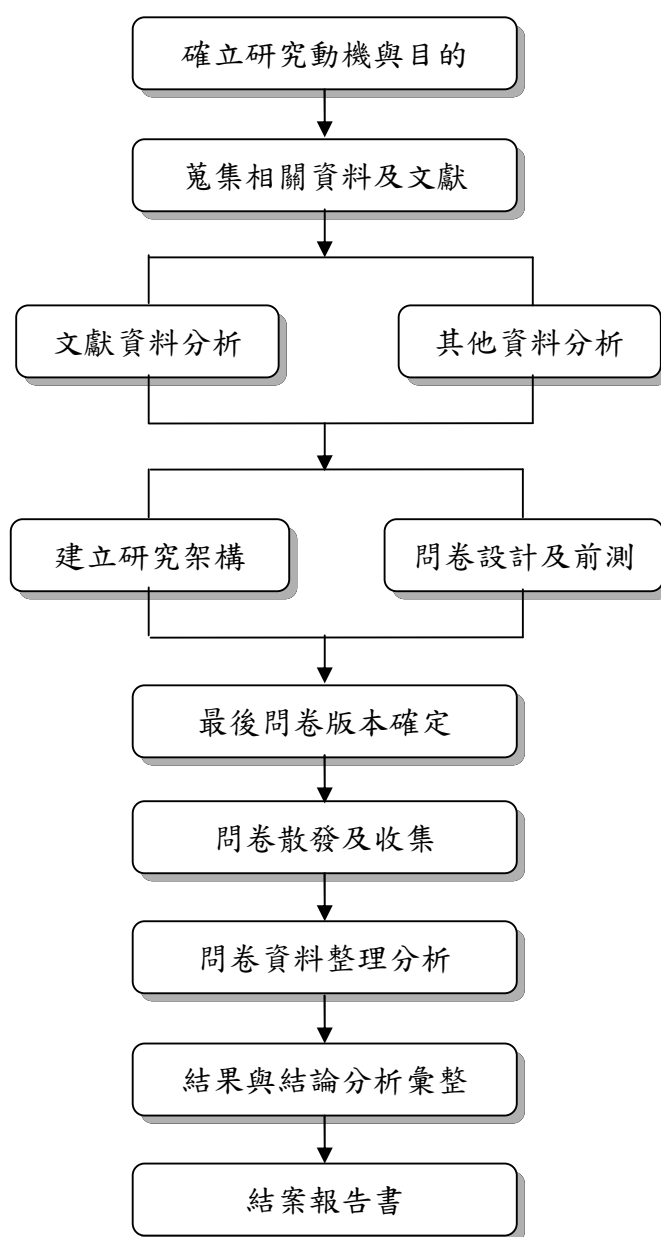
本研究調查即是以這四個角度為核心來設計問卷，以瞭解中國大陸觀光客來到高雄市觀光旅遊後的滿意度為何。

肆、研究方法與資料收集

一、研究方法及流程

本研究藉著文獻回顧(包括相關單位曾做過的研究案及計劃案)

來蒐集及瞭解有關觀光旅遊滿意度方面的研究，以建立可行的觀念性研究架構。文獻及其它研究計劃的回顧，也幫助進一步確認，哪些構面及項目有助於衡量觀光客的旅遊滿意度。問卷的設計即以此為依據，以便精確地衡量觀光旅遊滿意度。本研究調查採用問卷調查的方法，隨機抽樣來高雄旅遊的大陸觀光客。本研究調查的流程如下：



二、問卷設計及研究對象

問卷有四大部份：第一部份是有關旅遊動向的問題，用以瞭解遊客之前是否曾經來過高雄，及從事哪些觀光休閒活動。第一部份也將來高雄但沒有從事觀光休閒活動的遊客做個篩選。第二部份則是有關旅遊滿意度的問題。如前所述，問卷有關滿意度方面的設計是以文獻上所提及的，滿意度如何形成的四個角度為核心所設計而成。問卷的第三部份是有關旅訊息的問題。這部份與本研究調查的目的並無直接相關，但所獲得的資料，對高雄市政府觀光局在觀光行銷上，可以提供有用的資訊。第四部份則是有關遊客背景資料的問題。問卷以中文簡體字書寫，並請中國大陸人士校閱後，實施前測。根據前測的結果，問卷在某些方面做了適當的修正，並經過高雄市政府觀光局的同意後，確定最後問卷的版本。

本研究調查是以高雄市為研究範圍，而研究對象為已經完成在高雄市觀光旅遊，即將返回中國之大陸觀光客。問卷的抽樣與散發，則與旅行社及高雄小港國際機場合作，以面對面的方式進行問卷的散發與收集。

三、問卷的散發與收集

如前所述，問卷的抽樣與散發，是透過與旅行社及機場合作的方式來進行。旅行社方面，藉由高雄的旅行社與台北的旅行社的幫忙，問卷調查得以在大陸旅遊團離開高雄市之前進行面對面或透過導遊來進行問卷的散發與收集。機場方面，則是透過高雄市政府的協助，直接前往高雄小港國際機場與大陸觀光客進行面對面式的問卷調查。問卷的散發與收集，以隨機普查的方式在八月十五日至九月二十五日之間進行。在這期間，問卷總共發出了 800 份，回收了 489 份 (61.13%)，其中的有效問卷為 372 份，有效問卷回答率因此達到了 76.07%。

伍、資料分析

配合委託單位的需求，為了容易解讀與理解，問卷資料的分析以次數分析(Frequency Analysis)為主，必要時，則加上交叉分析(Cross Analysis)，以便了解資料彼此之間的相關性。在此調查報告中，分析的重點及結果分成四大類顯示：受訪旅客的「基本統計資料」、受訪旅客的「旅遊動向」、受訪旅客的「觀光旅遊滿意度」、及受訪旅客「對旅遊資訊的反應」。以下即為此四大類資料的分析結果中，和本研究調查報告有比較直接相關的部份。其它分析結果的部

份資料，也具參考價值，則收錄於本報告後面的附錄中。

一、受訪旅客的基本資料

表一的結果顯示出，大部份的來高雄市旅遊的旅客都在四十歲以下(44.6%)，五十歲以下的則佔了66.1%。因此，在本研究進行期間，到高雄市(或台灣)觀光旅遊的中國觀光客顯得較為年輕。中國觀光客顯得較為年輕，可能和問卷調查在暑假期間進行有關。因為受訪旅客中有不少是利用暑假到高雄市(或台灣)來旅遊的學生；也可能與受訪者不願意透露其真實年齡有關，至少有 34 名旅客沒有回答年齡的問題，佔了 9.1%。因此，中國觀光客是否真得有年輕化的趨勢，仍需更進一步的分析調查。

表一：性別和年齡 (交叉分析)(D1 & D2)

性別	年齡						總和	百分比
	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 或以上	沒有回答		
男	25	36	40	27	32	25	185	49.7%
女	56	49	40	16	17	9	187	50.3%
總和	81	85	80	43	49	34	372	100.0%
百分比	21.8%	22.8%	21.5%	11.6%	13.2%	9.1%	100.0%	

呈現在下列三個表的結果，則是有關於中國觀光客的年收入(表二)、最高學歷(表三)、及職業(表四)方面的資料。大多數旅客的年

收入在人民幣 \$70,000 以下(46.5%);大多數的旅客是專科或大學畢業(66.4%)。在旅客的職業方面,「專業人員」、「退休人員」、及「企業主管或經理人員」排名在前三位,合計有43.3%(n=161);「學生」則排名第四,佔了9.1%(n=34)。有半數以上的受訪旅客(52.4%, n=195)其職業在這四類之中;「退休人員」及「學生」二類職業(共佔了 22.8%)有可能是受訪旅客的年收入在人民幣 \$70,000 以下的原因。

表二：年收入(人民幣)(D4)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
\$69,999 或以下	173	173	46.5%	46.5%
\$70,000 - \$99,999	63	236	16.9%	63.4%
\$100,000 - \$199,999	30	266	8.1%	71.5%
\$200,000 - \$299,999	19	285	5.1%	76.6%
\$300,000 - \$399,999	19	304	5.1%	81.7%
\$400,000 - \$599,999	14	318	3.8%	85.5%
\$600,000 或以上	7	325	1.9%	87.4%
沒有回答	47	372	12.6%	100.0%
總和	372		100%	

表三：最高學歷(D5)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
小學畢業	14	14	3.8%	3.8%
中學畢業	59	73	15.9%	19.6%
專科或大學畢業	247	320	66.4%	86.0%
研究所或以上	12	332	3.2%	89.2%
沒有回答	40	372	10.8%	100.0%
總和	372		100%	

表四：職業(D6)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
專業人員	69	69	18.5%	18.5%
退休人員	51	120	13.7%	32.3%
企業主管或經理人員	41	161	11.0%	43.3%
學生	34	195	9.1%	52.4%
技術人員	26	221	7.0%	59.4%
事務工作人員	23	244	6.2%	65.6%
其它	20	264	5.4%	71.0%
營銷或銷貨人員	20	284	5.4%	76.3%
服務工作人員	18	302	4.8%	81.2%
家庭主婦	13	315	3.5%	84.7%
教師	12	327	3.2%	87.9%
民意代表或行政主管	7	334	1.9%	89.8%
農、林、魚、牧工作人員	5	339	1.3%	91.1%
操作員	2	341	0.5%	91.7%
沒有回答	31	372	8.3%	100.0%
總和	372		100.0%	

二、受訪旅客的旅遊動向

第二類的資料分析，是有關中國觀光客的旅遊動向。從表五交叉分析結果可以看出，絕大多數的旅客(n=357, 95.97%)最近三年都是第一次來到高雄市，而且也是第一次來到台灣。這些旅客很可能都是接受套裝式的行程安排來台灣觀光旅遊，高雄市是他們行程中，短暫停留觀光的一個行程而已。表五中也可看出，受訪的旅客中，來到台灣的幾乎都會到高雄市來，其中有七位(1.88%)來到台灣五次或以上，而且每次都會到高雄來。

表五：最近三年來台灣次數和最近三年來高雄市次數（交叉分析)(A1&A2)

		最近三年來高雄市次數				總數
		1 次	2 次	3 次	5 次或以上	
最新三年來 台灣次數	1 次	354	1	0	0	355
	2 次	3	6	0	0	9
	3 次	0	0	1	0	1
	5 次或以上	0	0	0	7	7
總和		357	7	1	7	372

而絕大多數的中國觀光客到高雄市的「最主要」目的，從下表(表六)可以看得出來，都是來觀光休閒的(94.5%, n=363)，少數也同時從事商務活動(1.3%)、或考察交流(1.3%)、或藉機探親訪友(0.8%)、或參加國際性會議或展覽(0.5%)等等其它的活動。由於問卷的散發與收集大部份都是透過旅行社的協助，這樣的結果與預期中的符合，也是本研究調查的目標對象。回答「其它」的六位觀光客，其所記錄的最主要目的則有：「帶團」(n=2)、「喜歡台灣」(n=1)、「萬人泳渡日月潭」(n=2)、及「參加三千米長游」(n=1)。

表六：來高雄市的「最主要」目的(複選)(A3)

最主要目的	個數	百分比
觀光休閒	363	94.5%
商務活動	5	1.3%
考察交流	5	1.3%
探親或訪友	3	0.8%
國際性會議或展覽	2	0.5%
其它	6	1.6%
總和	384	100.0%

因為大多數的中國觀光客到高雄市的目的是，都是來觀光休閒的，表七的結果有助於瞭解受訪旅客們在高雄市期間所從事的觀光休閒活動有哪些。最多旅客從事的觀光休閒活動，排名前四名、總共佔了91.1%之多的，依序是逛夜市(25.3%)、參觀景點(23.4%)、吃美食(21.5%)、及購物(20.9%)。有趣的是，有一位受訪旅客也在高雄市拍攝婚紗照或藝術照。從事其它種類的活動的旅客並不多，這和活動本身的質與量有關，也會影響到旅行社行程的安排。

表七：在高雄市期間所從事的觀光休閒活動(複選)(A4)

排名	活動	個數	累積個數	百分比	累積百分比
1	逛夜市	349	349	25.3%	25.3%
2	參觀景點	324	673	23.4%	48.7%
3	吃美食	297	970	21.5%	70.2%
4	購物	289	1259	20.9%	91.1%
5	參觀展覽	68	1327	4.9%	96.0%
6	參觀民俗節慶活動	22	1349	1.6%	97.6%
7	參觀藝術表演活動	15	1364	1.1%	98.7%
8	洗三溫暖或做 SPA	7	1371	0.5%	99.2%
9	到卡拉 OK 店或 KTV 唱歌	3	1374	0.2%	99.4%
10	夜總會或 PUB 活動	3	1377	0.2%	99.6%
11	護膚美容、彩繪指甲	2	1379	0.1%	99.8%
12	拍婚紗或藝術照	1	1380	0.1%	99.9%
13	其它	2	1382	0.1%	100.0%
	總和	1382		100.0%	

而中國觀光客待在高雄市期間的花費，如表八所示，並不高，大多在新台幣 \$5,000 元以下(63.2%, n=235)，大多數的花費金額介於新台幣 \$1,000 和 \$4,999 之間 (39.2%, n=146)。不過，花費在新台幣 \$10,000 元或以上的旅客也有18.5% (n=69)。

表八：在高雄市期間的花費(新台幣)(A5)

花費(新台幣)	人數	累積人數	百分比	累積百分比
\$499 或以下	39	39	10.5%	10.5%
\$500 - \$999	50	89	13.4%	23.9%
\$1,000 - \$4,999	146	235	39.2%	63.2%
\$5,000 - \$9,999	58	293	15.6%	78.8%
\$10,000 或以上	69	362	18.5%	97.3%
沒有回答	10	372	2.7%	100.0%
總和	372		100.0%	

表九和表十是和高雄市的觀光景點相關的結果。表九列出的是中國觀光客去過的高雄市景點。最常去的前三個景點，佔了 82.0%，依序為：「六合夜市」(30.9%)、「西子灣前清打狗英國領事館官邸」(27.4%)、及「愛河」(23.6%)。而這三者中，「六合夜市」是中國觀光客最喜歡的(37.4%)，遙遙領先其它的景點。「西子灣前清打狗英國領事館官邸」(15.3%)及「愛河」(13.4%)，則分別排名第二及第三。除此之外，表九中回答「其它」且願意告知景點名稱的則有：「八五大樓」(n=3)、「家樂福」(n=2)、「新光三越」(n=1)、及「新堀江」(n=1)。

表九：去過的高雄市景點(複選)(A6)

景點	個數	累積個數	百分比	累積百分比
六合夜市	350	350	30.9%	30.9%
西子灣前清打狗英國領事館官邸	310	660	27.4%	58.4%
愛河	267	927	23.6%	82.0%
鄧麗君文物紀念館	89	1,016	7.9%	89.8%
夢時代購物中心	44	1,060	3.9%	93.7%
蓮池潭	42	1,102	3.7%	97.4%
旗津	14	1,116	1.2%	98.7%
其它	15	1,131	1.3%	100.0%
總和	1,131		100.0%	

表十：最喜歡的高雄市景點(A6-1)

景點	次數	累積人數	百分比	累積百分比
六合夜市	139	139	37.4%	37.4%
西子灣前清打狗英國領事館官邸	57	196	15.3%	52.7%
愛河	50	246	13.4%	66.1%
鄧麗君文物紀念館	22	268	5.9%	72.0%
夢時代購物中心	9	277	2.4%	74.5%
蓮池潭	7	284	1.9%	76.3%
其它	2	286	0.5%	76.9%
旗津	1	287	0.3%	77.2%
無最喜歡的	1	288	0.3%	77.4%
沒有回答	84	372	22.6%	100.0%
總和	372		100.0%	

三、受訪旅客的觀光旅遊滿意度

「瞭解大陸觀光客到高雄市觀光旅遊的整體滿意度為何」是本研究調查的第一個目的，也是最主要的目的。受訪旅客對到高雄市觀光旅遊的滿意度顯示在表十一中，大多數的指標都落在「滿意」與「非

常滿意」的量度上。「整體滿意度」為「非常滿意」的有 86 位(23.1%)、

「滿意」的旅客有 194 位(52.2%)、「普通」的有 82 位(22.0%)、

「非常不滿意」及「不滿意」的，則共有 10 位(2.7%)。

表十一：觀光旅遊滿意度(B1-B21)

	非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意	總和(數)
對天然資源和自然景觀的維護	5	0	67	206	94	372
對觀光旅遊地的環境管理	6	3	66	196	101	372
對觀光旅遊地的服務品質管理	5	3	62	203	99	372
住宿設施	6	8	130	135	93	372
用餐經驗	6	9	115	167	75	372
路標或指示牌的清楚性	5	3	83	193	88	372
路標或指示牌的正確性	5	3	81	191	92	372
觀光旅遊的安全性	4	2	55	215	96	372
觀光旅遊的行程安排	6	18	104	169	75	372
所銷售的物品的品質	5	6	92	190	79	372
公共衛生設施的品質	4	8	73	182	105	372
導遊的服務態度	5	1	25	180	161	372
導遊的導覽解說	6	0	41	189	136	372
對高雄人的印象	4	4	72	199	93	372
和去過的觀光地方相比，對高雄市觀光景點的滿意度	5	12	104	170	81	372
和去過的觀光地方相比，對高雄市住宿設施的滿意度	6	7	105	166	88	372
和去過的觀光地方相比，對高雄市菜肴的滿意度	5	10	108	177	72	372
和去過的觀光地方相比，對高雄市物品價格的滿意度	5	12	114	170	71	372
和去過的觀光地方相比，對高雄市歷史文物的滿意度	6	7	114	168	77	372
和去過的觀光地方相比，對高雄市民情風俗的滿意度	5	3	100	182	82	372
對到高雄市觀光旅遊的整體滿意度	5	5	82	194	86	372

表十二及表十三則分別調查了受訪旅客會不會「推薦他人」到高雄市觀光旅遊(表十二)或「考慮再來」高雄市觀光旅遊(表十三)的意願。大多數的旅客表示會推薦他人到高雄市觀光旅遊(60.8%)、會考慮再來到高雄市觀光旅遊(44.1%)。這結果和上述的觀光滿意度調查結果相比較，可以看出，中國觀光客可能因為對到高雄市觀光旅遊的滿意度持正向的看法(「非常滿意」或「滿意」，表十一)，所以願意推薦他人或自己再來高雄市觀光旅遊。然而，「不會」或「可能不會」推薦他人及考慮再來到高雄市觀光旅遊旅客也分別有 26 位(7.0%)及 47 位 (n=12.7%)。至於「不會」或「可能不會」的原因，因為不是大多數的受訪者不願意明說，所蒐集到的意見顯示在附錄中。

此外，沒有回答這二個問題的旅客，以統計的觀點來看，也不少。分別有 25 位(6.7%) 及 32 位(8.6%) 旅客，不願意表達會不會推薦他人或考慮再來高雄市觀光旅遊的意願。從資料解釋的角度來看，這應歸類為比較負面的訊息。

表十二：會推薦他人到高雄市觀光旅遊嗎？(B22)

	次數	累積次數	百分比	累積百分比
會	226	226	60.8%	60.8%
可能會	95	321	25.5%	86.3%
可能不會	16	337	4.3%	90.6%
不會	10	347	2.7%	93.3%
沒有回答	25	372	6.7%	100.0%
總和	372		100.0%	

表十三：會考慮再來高雄市觀光旅遊嗎？(B23)

	次數	累積次數	百分比	累積百分比
會	164	164	44.1%	44.1%
可能會	129	293	34.7%	78.8%
可能不會	24	317	6.5%	85.2%
不會	23	340	6.2%	91.4%
沒有回答	32	372	8.6%	100.0%
總和	372		100.0%	

四、受訪旅客對旅遊資訊的反應

第四類的資料在分析上，與本研究所欲調查的觀光旅遊整體滿意度，在問卷幾度修改後已較無直接相關，但對委託單位在未來的觀光規劃及管理，尤其是行銷方面，有很大的幫助，因此也值得列於報告的內文中。此外，這類的資訊也可幫助滿足第二個研究目的（i.e., 探討大陸觀光客到高雄市觀光旅遊的行前期望與實際體驗之間的關係）。表十四中顯示出，不到一半的旅客(44.6%, n=166)，在來台灣之前看過有關高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導。

表十四：來台灣之前，是否看過有關高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導？(C1)

	人數	百分比
是，有看過	166	44.6%
否，沒有看過	206	55.4%
總和	372	100.0%

而這 166 位旅客，由以下二個表(表十五及表十六)顯示出，在看過有關高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導後，超過半數對高雄市觀光旅遊的印象是「好」或「非常好」(80.1%, n=133)、超過半數對到高雄市觀光旅遊的意願是「高」或「非常高」(66.9%, n=111)。可見行前期望的建立與資訊的傳播及收集有關。從管理者的角度來看，旅客若無法獲得正確和及時的資訊，這對其行前期望的建立，有著不可掌握風險存在，對其來到高雄市實際旅遊後所產生的滿意度，也較難控制及管理。

表十五：看(聽)到關於高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導後，對高雄市觀光旅遊的印象？(C1-2)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
非常好	44	44	26.5%	26.5%
好	89	133	53.6%	80.1%
沒有影響	27	160	16.3%	96.4%
不好	3	163	1.8%	98.2%
沒有回答	3	166	1.8%	100.0%
總和	166		100.0%	

表十六：看(聽)到關於高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導後，到高雄市觀光旅遊的意願？(C1-3)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
非常高	40	40	24.1%	24.1%
高	71	111	42.8%	66.9%
沒有影響	47	158	28.3%	95.2%
低	4	162	2.4%	97.6%
非常低	1	163	0.6%	98.2%
沒有回答	3	166	1.8%	100.0%
總和	166		100.0%	

陸、結論與建議

從所獲得的分析結果來看，到高雄市觀光旅遊的中國觀光客，男女比例相當(49.7%:50.3%)，而年齡大部份都在四十歲以下(44.6%)，五十歲以下的則總共佔了 66.1%，有很多是「專業人員」、「退休人員」、及「企業主管或經理人員」，合計有 43.3% (n=161)。大多數旅客的年收入在人民幣 \$70,000 以下(46.5%)。六合夜市是中國觀光客最常去也最喜歡的景點(30.9%, n=350)，被喜歡的程度遙遙領先高雄市其它的景點。

大多數的旅客對到高雄市觀光旅遊的整體滿意度，都為「非常滿意」(23.1%, n=86) 或「滿意」(52.2%, n=194)，只有非常少數的旅客覺得「非常不滿意」或「不滿意」(總共只有 10 位，只佔 2.7%)。大多數的旅客願意推薦他人(60.8%)或自己再來(44.1%)高雄市觀光

旅遊，但也分別有 6.7% (n=25)及 8.6%(n=32)受訪旅客，不願意表達會不會推薦他人或考慮再來高雄市觀光旅遊的意願。然而，中國觀光客待在高雄市期間的花費並不高，大多在新台幣 \$5,000 元以下 (63.2%, n=235)。其中，花費介於新台幣 \$1,000 和 \$4,999 之間的有 39.2% (n=146)。雖然這可能和在高雄市停留期間的長短有關，但也有可能和其他因素或只是單純地和觀光客的年齡有關。中國觀光客的消費能力和是否有年輕化的趨勢，是值得關心思考的問題，都需要更進一步的資料分析和調查。

整體來看，雖然在問卷設計的過程中，必須加入各方意見，本研究調查的三個目的皆已達到。「瞭解大陸觀光客到高雄市觀光旅遊的整體滿意度為何」可從第三類的分析結果得知、「探討大陸觀光客到高雄市觀光旅遊的行前期望與實際體驗之間的關係」可從第四類的分析結果獲得初步訊息、而「期望本研究結果可以做為高雄市政府未來觀光規劃及管理之參考，以提升國際觀光競爭力」則可從所有的分析結果綜合得知。

在未來觀光產業的發展上，如何讓高雄市不要只是中國觀光客來台灣短暫停留的一個行程、或可以停留久一點是很重要的一個課題。

而旅遊資訊的傳播及管理，與行銷高雄市、提升高雄市的國際觀光競爭力習習相關，更應該重視。

柒、參考文獻

- Cardozo, R. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(8), 244-249.
- Churchill, G.A. & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swefish Experience. *Journal of Marketing*, 56(January), 6-21.
- Howard, J. A. & Sheth, J.N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York, NY: John Wily and Sons.
- Kolter, P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. New York: Prentice Hall.
- Lawler, E.E. (1969). *Motivation in Work Organizations*. Monterey, CA: Books Cole Publishing.

Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.

Oliver, R.L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting. *Journal of Retailing*, 57, 25-48.

Schreyer, R. & Roggenbuck, J.W. (1978). The Influence of Experience Expectation on Crowding Perceptions and Social Psychological Carrying Capacities. *Leisure Science*, 1(4), 373-394.

Perkins, W.S. (1993). Measuring Customer Satisfaction: A Comparison of Buyer, Distributor, and Salesforce Perceptions of Competing Products. *Industrial Marketing Management*, 22, 247-254.

Woodruff, D.S. (1993). Non-invasive genotyping of primates. *Primates*, 34(3), 333-346.

附錄 A：資料分析其它部份

和本研究調查報告最主要目的(i. e., 觀光旅遊滿意度)有比較直接相關的資料分析結果，以四大類(受訪旅客的「基本統計資料」、受訪旅客的「旅遊動向」、受訪旅客的「觀光旅遊滿意度」、及受訪旅客「對旅遊資訊的反應」)來顯示，滙整在本報告的內文中。然而，此四大類分析結果的其它部份資料，也具參考價值，收錄於此。

一、 受訪旅客的基本資料

表十七：居住省份(D3)

省份名稱	人數	累積人數	百分比	累積百分比
浙江	170	170	45.7%	45.7%
山東	57	227	15.3%	61.0%
安徽	37	264	9.9%	71.0%
福建	34	298	9.1%	80.1%
河北	19	317	5.1%	85.2%
廣東	12	329	3.2%	88.4%
陝西	10	339	2.7%	91.1%
四川	7	346	1.9%	93.0%
江蘇	2	348	0.5%	93.5%
福建	1	349	0.3%	93.8%
廈門	1	350	0.3%	94.1%
沒有回答	22	372	5.9%	100.0%
總和	372		100.0%	

二、受訪旅客的旅遊動向

表十八：在高雄期間最主要的觀光活動(A4-1)

	次數	百分比	累積百分比
參觀景點	190	51.1%	51.1%
沒有回答	78	21.0%	21.0%
逛夜市	48	12.9%	12.9%
購物	24	6.5%	6.5%
吃美食	21	5.6%	5.6%
參觀展覽	8	2.2%	2.2%
參觀民俗節慶活動	2	0.5%	0.5%
參觀藝術表演活動	1	0.3%	0.3%
總和	372	100.0%	100.0%

表十九：最不喜歡的高雄市景點(A6-2)

景點	次數	累積人數	百分比	累積百分比
西子灣前清打狗英國領事館官邸	56	56	15.1%	15.1%
愛河	41	97	11.0%	26.1%
六合夜市	36	133	9.7%	35.8%
夢時代購物中心	8	141	2.2%	37.9%
鄧麗君文物紀念館	8	149	2.2%	40.1%
無最喜歡的	6	155	1.6%	41.7%
蓮池潭	3	158	0.8%	42.5%
旗津	1	159	0.3%	42.7%
其它	1	160	0.3%	43.0%
沒有回答	212	372	57.0%	100.0%
總和	372		100.0%	

三、受訪旅客的觀光旅遊滿意度

表二十：住宿旅館(B4.1)

旅館名稱	人數	累積人數	百分比	累積百分比
名貴	56	56	15.1%	15.1%
華后	54	110	14.5%	29.6%
統茂	41	151	11.0%	40.6%
國際星辰	29	180	7.8%	48.4%
漢王	26	206	7.0%	55.4%
芝豐	23	229	6.2%	61.6%
松柏	22	251	5.9%	67.5%
聖亞哥	21	272	5.6%	73.1%
高雄松柏	18	290	4.8%	78.0%
御宿前站	14	304	3.8%	81.7%
大都會	13	317	3.5%	85.2%
圓山	13	330	3.5%	88.7%
文賓	11	341	3.0%	91.7%
巴黎	5	346	1.3%	93.0%
信宗	5	351	1.3%	94.4%
高雄統茂	3	354	0.8%	95.2%
華園	3	357	0.8%	96.0%
漢來	2	359	0.5%	96.5%
人道	1	360	0.3%	96.8%
沒有回答	12	372	3.2%	100.0%
總和	372		100.0%	

表二十一：「可能不會」推薦他人到高雄市觀光旅遊的原因(B22.1)

	次數	百分比
沒有回答	9	56.3%
風景一般 / 景點沒有特色，不吸引人	2	12.5%
太辛苦	1	6.3%
各方面一般	1	6.3%
風景點我們都沒有看到好的地方	1	6.3%
算無十分特別之處	1	6.3%
臨走前一回顧，發現沒有值得一說的景觀	1	6.3%
總和	16	100.0%

表二十二：「不會」推薦他人到高雄市觀光旅遊的原因(B22.1)

	次數	百分比
沒有回答	4	40.0%
沒有可看性 / 無特色可看	2	20.0%
不知道	1	10.0%
吃住行令人不滿	1	10.0%
行程不緊湊，風光一般	1	10.0%
沒什麼好玩的	1	10.0%
總和	10	100.0%

表二十三：「可能不會」考慮再來高雄市觀光旅遊的原因(B23.1= 3)

	次數	百分比
沒有回答	16	66.7%
1. 看工作安排 2. 休閒機會 3. 已來過	1	4.2%
不能自由行動	1	4.2%
太辛苦	1	4.2%
民俗活動看不到	1	4.2%
沒新的或歷史的或能震撼人的	1	4.2%
來過	1	4.2%
來過了!知道改市的觀光景象，仍會推薦他	1	4.2%
路程遠，風景不優美	1	4.2%
總和	24	100.0%

表二十四：「不會」考慮再來高雄市觀光旅遊的原因(B23.1= 4)

	次數	百分比
沒有回答	12	52.2%
沒什麼特別 / 無特別之處	2	8.7%
印象不深 / 沒印象	2	8.7%
沒有什麼特色	2	8.7%
沒什麼好玩的	1	4.3%
來一次就可以	1	4.3%
風景一般，行程太長	1	4.3%
風景不美，不優美	1	4.3%
本人六十多歲了，除了兩岸統一，來一趟花了錢不說，進入台灣太麻煩	1	4.3%
總和	23	100.0%

四、受訪旅客對旅遊資訊的反應

表二十五：來台灣之前，是否看過有關高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導？(C1)

	人數	百分比
是，有看過	166	44.6%
否，沒有看過	206	55.4%
總和	372	100.0%

表二十六：在哪裏看過有關高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導？(複選)(C1-1)

	個數	累積個數	百分比	累積百分比
電視	75	75	28.4%	28.4%
網際網路	49	124	18.6%	47.0%
報紙	43	167	16.3%	63.3%
雜誌、書籍	28	195	10.6%	73.9%
國際旅展	19	214	7.2%	81.1%
旅行社	16	230	6.1%	87.1%
機場	11	241	4.2%	91.3%
市內廣告燈箱	10	251	3.8%	95.1%
電台	8	259	3.0%	98.1%
地鐵	3	262	1.1%	99.2%
巴士車箱	2	264	0.8%	100.0%
總數	264		100.0%	

表二十七：看(聽)到關於高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導後，對高雄市觀光旅遊的印象？(C1-2)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
非常好	44	44	26.5%	26.5%
好	89	133	53.6%	80.1%
沒有影響	27	160	16.3%	96.4%
不好	3	163	1.8%	98.2%
沒有回答	3	166	1.8%	100.0%
總和	166		100.0%	

表二十八：看(聽)到關於高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導後，到高雄市觀光旅遊的意願？(C1-3)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
非常高	40	40	24.1%	24.1%
高	71	111	42.8%	66.9%
沒有影響	47	158	28.3%	95.2%
低	4	162	2.4%	97.6%
非常低	1	163	0.6%	98.2%
沒有回答	3	166	1.8%	100.0%
總和	166		100.0%	

表二十九：最希望在居住地的何處取得有關高雄市的觀光宣傳廣告或旅遊報導？
(複選)(C2)

	次數	累積次數	百分比	累積百分比
電視	172	172	22.6%	22.6%
網際網路	153	325	20.1%	42.7%
報紙	109	434	14.3%	57.0%
旅行社	77	511	10.1%	67.1%
書籍、雜誌	71	582	9.3%	76.5%
電台	53	635	7.0%	83.4%
機場	18	653	2.4%	85.8%
巴士車箱	14	667	1.8%	87.6%
國際旅展	14	681	1.8%	89.5%
地鐵	12	693	1.6%	91.1%
市內廣告燈箱	11	704	1.4%	92.5%
其它地方	3	707	0.4%	92.9%
沒有回答	54	761	7.1%	100.0%
總數	761		100.0%	

表三十：「最主要」的旅遊訊息來源(C2-1)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
網際網路	106	106	28.5%	28.5%
電視	83	189	22.3%	50.8%
旅行社	24	213	6.5%	57.3%
報紙	19	232	5.1%	62.4%
書籍、雜誌	10	242	2.7%	65.1%
電台	7	249	1.9%	66.9%
巴士車箱	2	251	0.5%	67.5%
機場	1	252	0.3%	67.7%
國際旅展	1	253	0.3%	68.0%
沒有回答	119	372	32.0%	100.0%
總和	372		100.0%	

表三十一：希望在高雄市的何處取得觀光旅遊訊息？(複選)(C3)

	次數	累積次數	百分比	累積百分比
網際網路	134	134	17.9%	17.9%
旅行社	133	267	17.8%	35.7%
旅館	111	378	14.8%	50.5%
機場	90	468	12.0%	62.6%
旅遊服務中心	81	549	10.8%	73.4%
餐廳	54	603	7.2%	80.6%
便利商店	46	649	6.1%	86.8%
交通運輸站	38	687	5.1%	91.8%
其它地方	11	698	1.5%	93.3%
沒有回答	50	748	6.7%	100.0%
總數	748		100.0%	

表三十二：最優先的旅遊訊息來源(C3-1)

	人數	累積人數	百分比	累積百分比
網際網路	101	101	27.2%	27.2%
旅行社	60	161	16.1%	43.3%
旅館	32	193	8.6%	51.9%
旅遊服務中心	26	219	7.0%	58.9%
機場	22	241	5.9%	64.8%
餐廳	8	249	2.2%	66.9%
交通運輸站	5	254	1.3%	68.3%
其它地方	5	259	1.3%	69.6%
便利商店	4	263	1.1%	70.7%
沒有回答	109	372	29.3%	100.0%
總和	372		100.0%	

表三十三：吸引來高雄市觀光旅遊的誘因(複選)(C4)

誘因	次數	累積次數	百分比	累積百分比
風光景色	226	226	20.0%	20.0%
美食	154	380	13.6%	33.6%
水果	139	519	12.3%	45.8%
觀光活動	136	655	12.0%	57.9%
民情風俗文化	70	725	6.2%	64.0%
人民友善	57	782	5.0%	69.1%
歷史文物	56	838	4.9%	74.0%
物品價格	48	886	4.2%	78.3%
治安良好	47	933	4.2%	82.4%
氣候宜人	46	979	4.1%	86.5%
夜間活動	40	1019	3.5%	90.0%
公司安排	33	1052	2.9%	92.9%
民主政治	22	1074	1.9%	94.9%
其它誘因	12	1086	1.1%	95.9%
距離近	11	1097	1.0%	96.9%
遊憩設施	11	1108	1.0%	97.9%
沒有回答	24	1132	2.1%	100.0%
總數	1132		100.0%	

表三十四：吸引來高雄市觀光旅遊的「最主要」誘因(C4-1)

最主要誘因	次數	累積次數	百分比	累積百分比
風光景色	112	112	30.1%	30.1%
觀光活動	36	148	9.7%	39.8%
美食	35	183	9.4%	49.2%
公司安排	12	195	3.2%	52.4%
水果	11	206	3.0%	55.4%
人民友善	7	213	1.9%	57.3%
氣候宜人	6	219	1.6%	58.9%
其它誘因	6	225	1.6%	60.5%
民情風俗文化	6	231	1.6%	62.1%
歷史文物	6	237	1.6%	63.7%
物品價格	3	240	0.8%	64.5%
夜間活動	3	243	0.8%	65.3%
民主政治	2	245	0.5%	65.9%
治安良好	2	247	0.5%	66.4%
沒有回答	125	372	33.6%	100.0%
總和	372		100.0%	

附錄 B：問卷

高雄市觀光旅遊滿意度之研究調查

親愛的旅客，您好：

高雄市政府觀光局為了改進觀光設施及了解各位在高雄旅遊的情況，以期在未來能提供來高雄的旅客更好的旅遊質量，敬請撥空填寫我們的問卷。除了有特別注明外，問題皆為單選題；請您務必回答每一個問題。感謝您的參與和協助，祝您旅途愉快！

高雄市政府觀光局
實踐大學觀光系

【第一部份：旅遊動向】

A1. 請問您最近三年內總共來過台灣幾次？(含這一次)

1 次 2 次 3 次 4 次 5 次或以上

A2. 請問您最近三年內總共來過高雄市幾次？(含這一次)

1 次 2 次 3 次 4 次 5 次或以上

A3. 請問您這次來高雄市「最主要的目的地」為何？(可複選)

觀光休閒 考察交流 國際性會議或展覽
探親或訪友 商務活動 其它_____

A3-1. 承上題：不論上述的目的為何，請問這次來高雄市是否有從事觀光休閒活動？

是
否 → 請跳至第四頁【第四部份】繼續作答

A4. 請問您在高雄市期間曾從事過哪些觀光休閒活動？(可複選)

1. 逛夜市 5. 拍婚紗或藝術照 9. 參觀展覽 13. 打高爾夫
2. 吃美食 6. 護膚美容、采繪指甲 10. 參觀民俗節慶活動 14. 其它_____
3. 購物 7. 到卡拉 OK 店或 KTV 唱歌 11. 參觀藝術表演活動 _____
4. 參觀景點 8. 夜總會或 PUB 活動 12. 洗三溫暖或做 SPA

A4-1. 承上題：上述何者對您來說，是「最主要」的活動？_____ (單選，請填號碼即可)

A5. 在高雄期間，除住宿和團體用餐及交通外，個人從事上述 A4 題所選擇的觀光休閒活動，總共花費多少費用？

1. 新台幣 499 元或以下 3. 新台幣 1,000 – 4,999 元 5. 新台幣 10,000 元或以上
2. 新台幣 500 – 999 元 4. 新台幣 5,000 – 9,999 元

【請繼續下一頁】

A6. 请问您曾去过高雄市的哪些景点? (可复选)

- | | | |
|--|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 六合夜市 | <input type="checkbox"/> 4. 旗津 | <input type="checkbox"/> 7. 梦时代购物中心 |
| <input type="checkbox"/> 2. 莲池潭 | <input type="checkbox"/> 5. 爱河 | <input type="checkbox"/> 8. 其它_____ |
| <input type="checkbox"/> 3. 西子湾前清打狗英国领事馆官邸 | <input type="checkbox"/> 6. 邓丽君文物纪念馆 | _____ |

A6-1. 承上题：上述何者，是您最喜欢的景点? _____ (单选，请填写号码即可)
为什么? _____

A6-2. 承上题：上述何者，是您最不喜欢的景点? _____ (单选，请填写号码即可)
为什么? _____

【第二部份：旅游满意度】

* 请依据您个人对下列项目的真实感受，勾选一个最能代表您对此感受的「满意程度」。

	非常不满意	不满意	普通	满意	非常满意
B1. 高雄市对天然资源和自然景观的维护	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B2. 高雄市对观光旅游地的环境管理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B3. 高雄市对观光旅游地的服务质量管理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B4. 高雄市的住宿设施 (住宿旅馆名称：_____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B5. 在高雄市用餐的经验	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B6. 高雄市的路标或指示牌的清楚性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7. 高雄市的路标或指示牌的正确性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B8. 高雄市观光旅游的安全性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B9. 在高雄市观光旅游的行程安排	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B10. 高雄市所销售的物品的质量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B11. 高雄市公共卫生设施的质量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B12. 导游的服务态度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B13. 导游的导览解说	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B14. 对高雄人的印象	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B15. 和您过去以观光为目的去过的地方相比较，对高雄市 <u>观光景点</u> 的满意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B16. 和您过去以观光为目的去过的地方相比较，对高雄市 <u>住宿设施</u> 的满意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B17. 和您过去以观光为目的去过的地方相比较，对高雄市 <u>菜肴</u> 的满意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B18. 和您过去以观光为目的去过的地方相比较，对高雄市 <u>物品价格</u> 的满意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B19. 和您过去以观光为目的去过的地方相比较，对高雄市 <u>历史文物</u> 的满意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B20. 和您过去以观光为目的去过的地方相比较，对高雄市民情风俗的满意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B21. 对到高雄市观光旅游的 <u>整体满意度</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【请继续下一页】

B22. 您会推荐他人到高雄市观光旅游吗？

- 会
可能会
可能不会（主要原因：_____）
不会（主要原因：_____）

B23. 您会考虑再度来高雄市观光旅游吗？

- 会
可能会
可能不会（主要原因：_____）
不会（主要原因：_____）

【第三部份：旅游信息】

C1. 请问您来台湾之前是否看过有关高雄市的观光宣传广告信息或旅游报导？

- 是，有看过
否，没有看过 → 请跳至 C2 继续回答

C1-1. 若 C1 回答「是」，请问您在哪裏看过？

- 报纸 杂志、书籍 国际旅展 地铁 电视 电台 市间广告灯箱
机场 因特网 巴士车箱 旅行社

C1-2. 若 C1 回答「是」，在看过高雄市观光宣传广告或旅游报导后，您当时对高雄市观光旅游的印象为何？ 非常好 好 没有影响 不好 非常不好

C1-3. 若 C1 回答「是」，在看过高雄市观光宣传广告或旅游报导后，您到高雄市观光旅游的意愿为何？ 非常高 高 没有影响 低 非常低

C2. 请问您希望能在您的国家或居住地的何处取得有关高雄市观光旅游的讯息？(可复选)

1. 报纸 4. 电台 7. 旅行社 10. 巴士车箱
2. 地铁 5. 国际旅展 8. 机场 11. 市间广告灯箱
3. 电视 6. 书籍、杂志 9. 因特网 12. 其它_____

C2-1. 承上题：上述何者，对您来说是最主要的讯息来源？_____（单选，请填号码即可）

C3. 请问您来到高雄市后，会希望从何处取得有关高雄市观光旅游的讯息？(可复选)

1. 机场 4. 因特网 7. 便利商店
2. 交通运输站 5. 旅馆 8. 旅游服务中心
3. 餐厅 6. 旅行社 9. 其它_____

C3-1. 承上题：上述何者，对您来说是最优先的讯息来源？_____（单选，请填号码即可）

C4. 请问下列哪些是吸引您来高雄市观光旅游的诱因? (可复选)

- | | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 风光景色 | <input type="checkbox"/> 5. 水果 | <input type="checkbox"/> 9. 历史文物 | <input type="checkbox"/> 13. 民主政治 |
| <input type="checkbox"/> 2. 观光活动 | <input type="checkbox"/> 6. 气候宜人 | <input type="checkbox"/> 10. 距离近 | <input type="checkbox"/> 14. 人民友善 |
| <input type="checkbox"/> 3. 物品价格 | <input type="checkbox"/> 7. 夜间活动 | <input type="checkbox"/> 11. 民情风俗文化 | <input type="checkbox"/> 15. 公司安排 |
| <input type="checkbox"/> 4. 美食 | <input type="checkbox"/> 8. 游憩设施 | <input type="checkbox"/> 12. 治安良好 | <input type="checkbox"/> 16. 其它_____ |

C4-1. 承上题：上述何者，对您来说，是最主要的诱因? _____(单选，请填写号码即可)

【第四部份：基本资料】

D1. 性别：

- 男 女

D2. 年龄：

- 20-29岁 30-39岁 40-49岁 50-59岁 60岁或以上

D3. 居住省份：_____

D4. 年收入(人民币)：

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 人民币 69,999 元或以下 | <input type="checkbox"/> 人民币 300,000 - 399,999 元 |
| <input type="checkbox"/> 人民币 70,000 - 99,999 元 | <input type="checkbox"/> 人民币 400,000 - 599,999 元 |
| <input type="checkbox"/> 人民币 100,000 - 199,999 元 | <input type="checkbox"/> 人民币 600,000 元或以上 |
| <input type="checkbox"/> 人民币 200,000 - 299,999 元 | |

D5. 最高学历：

- 小学毕业 中学毕业 专科或大学毕业 研究所或以上

D6. 职业：

- | | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 意代表或行政主管 | <input type="checkbox"/> 营销或售货人员 | <input type="checkbox"/> 学生 |
| <input type="checkbox"/> 企业主管或经理人员 | <input type="checkbox"/> 农、林、鱼、牧工作人员 | <input type="checkbox"/> 退休人员 |
| <input type="checkbox"/> 专业人员 | <input type="checkbox"/> 技术人员 | <input type="checkbox"/> 其它_____ |
| <input type="checkbox"/> 事务工作人员 | <input type="checkbox"/> 操作员 | |
| <input type="checkbox"/> 服务工作人员 | <input type="checkbox"/> 家庭主妇 | |

【问卷结束，感谢您宝贵的时间及参与】