

「2018 新社花海」魅力大解析

蔡瑜卿¹、廖鎧立²

2018 新社花海活動主標題為「新社花海行 樂遊臺三線」，於 12 月 1 ~ 16 日舉行共計 16 日，以本場農場（二）為花海活動展區，戶外田間展區包含利用各種精緻草花呈現繽紛亮麗的「花海景觀區」，以園藝庭園佈景方式設置「可食地景區」，展現本場農場特色的「大糧倉作物區」，配合臺中市政府呈現在地文化的「客家文化意象區」，帶領大家體驗農耕和生態綠化的平衡景象。並設置室內與帳篷展示區展出「仙履蘭特展」及「種苗研究成果展 - 大糧倉計畫推動」，增加大眾對於特色花卉、雜糧作物等的農業知識。以及行銷在地農特展品的「臺中山城休閒農業區」，還有連結本場農場特色的「大糧倉作物區 - 高粱作物」而展出的「金門地區農特產品特展」。除了本場展區外，擴大連結在地新社休閒農業導覽協會、青年農民在中興嶺星願紫風車廣場辦理「臺中山城農遊體驗假日市集」、「青農講堂」，行銷山城在地特色農產品、手作產品與優質食材等。一年一度的新社花海活動盛會，讓民眾欣賞山城幽靜自然美景，體驗多元族群融合之農村文化，享受精彩豐富的山城休閒旅遊行程。

由於 2018 新社花海活動戶外展區花況良好，充分展現新社花海獨特魅力，雖

然與 2018 臺中市花卉博覽會展期重疊，短短 16 天仍吸引 80.6 萬名遊客參觀，各界紛紛給予好評。本場花海文宣行銷工作小組為了解參與新社花海活動民眾基本資料、參觀特性以及對於本次活動的滿意度，在 2018 花海展場聯合服務中心邀請參觀民眾填寫電子化問卷，共回收 1,034 份問卷，以下為調查結果與分析說明，可作為本 (108) 年度新社花海活動規劃之參考。

一、參觀民眾基本資料

新社花海活動自民國 95 年起舉辦，以往對於參加民眾基本型態僅由現場觀察，缺少量化資料，本次調查得知，參觀民眾性別佔比為女生 62.5%，遠高於男生 37.5%，符合女性愛花天性。年齡層分佈以 40-59 歲，佔 43.5% 為最高、20-39 歲 40.9% 次之，60 歲以上與 19 歲以下分別為 8.3%、7.3% (如圖 1)。教育程度為高中職以上 27.8%，大學院校 52.1%，研究所以上 11.1%、國中以下 9.0% (如圖 2)。職業為工商服務業 41.8%，家管 14.6%，軍公教警 12.7%，自由業 12.6%，學生族群 12.1%、退休人士 4.0% (如圖 3)。參觀民眾居住地以「臺中市」為最大宗佔 70.6%，「臺中市以南」者 14.8%，「臺中市以北」者 14.1%、東部及其他地區 0.5% (如圖 4)。顯示參觀 2018 花海民眾

¹ 種苗改良繁殖場技術服務室 副研究員

² 御東風國際行銷有限公司

以女性、中壯年年齡層、教育程度高、工商服務業以及臺中市居民為主要族群。交叉表分析參觀民眾年齡與居住地之卡方檢定達顯著，來自「臺中市以北」民眾年齡

層較低，主要為 20-39 歲 (47.6%)，「臺中市」居民與「臺中市以南」民眾以 40-59 歲為主，分別佔 43.5%、48.0% (如表一)。



圖 1. 2018 新社花海活動參觀民眾年齡分佈



圖 2. 2018 新社花海活動參觀民眾教育程度分佈



圖 3. 2018 新社花海活動參觀民眾職業分佈



圖 4. 2018 新社花海活動參觀民眾居住地分佈

表一、2018 新社花海活動參觀民眾年齡與居住地百分比交叉列表

年齡		居住地			
		臺中市以北	臺中市	臺中市以南	東部及其他地區
19 歲以下	年齡 (%)	21.3	56.0	21.3	1.3
	居住地 (%)	11.0	5.8	10.5	20.0
20-39 歲	年齡 (%)	16.5	69.9	13.1	0.5
	居住地 (%)	47.6	40.5	36.2	40.0
40-59 歲	年齡 (%)	10.5	72.9	16.4	0.2
	居住地 (%)	32.4	45.0	48.0	20.0
60 歲以上	年齡 (%)	15.3	74.1	9.4	1.2
	居住地 (%)	9.0	8.7	5.3	20.0

二、民眾參觀特性與滿意度

這次調查中屬於第一次參觀新社花海活動的民眾佔 25.6%、第 2-3 次參觀者 26%、第 4-5 次 17.4%、參觀 6 次以上者 31.0% (如圖 5)。以參觀民眾居住地與造訪次數進行交叉分析卡方檢定具顯著性，顯示參觀 6 次以上之民眾 90.9% 為臺中市市民，「臺中市以北」居民 49.0% 為第 1 次參加 (如表二)。顯示參觀民眾為非第 1 次參加的熟客比例很高，經常造訪者主要為臺中市居民，表示新社花海活動確實為吸引中部地區民眾參加的重要活動。而民眾參觀新社花海同時也到訪今年新增在展區外的系列活動「臺中山城農遊體驗市集」者佔 49.4%，顯示今年推出新社花海戳章集點換獎品活動發揮效果，山城農遊體驗市集雖不在本場展區內，仍有近半數民眾曾到訪。而交叉分析參觀民眾居住地與是

否造訪山城農遊體驗市集之卡方檢定達顯著性，顯示臺中市居民造訪市集的比例高 (53.3%) 於來自「臺中市以北」(40.7%) 與「臺中市以南」的居民 (41.4%) (未顯示全部數值)，推測應為臺中市居民對於市集設置位址「中興嶺」較為熟悉所致。

本調查得知民眾獲得 2018 新社花海活動訊息來源依序為花海官網佔 23.0%、新聞報導 20.1%、花海臉書粉絲團 19.4%、親友告知 18.4%、海報文宣品 6.8%、報紙 5.6%、廣播 5.3% (如圖 6)，顯示文宣行銷主要宣傳管道 - 官方網站、臉書粉絲團、記者會、海報文宣品、廣播等均有效果，而口耳相傳之效果亦很大。民眾最喜歡 2018 新社花海展示區第 1 名為花海景觀區佔 32.0%，依序為可食地景區 15.7%、仙履蘭特展區 8.3%、金門地區農特產品區 7.2%、客家文化意象區 6.8% 以及種苗研

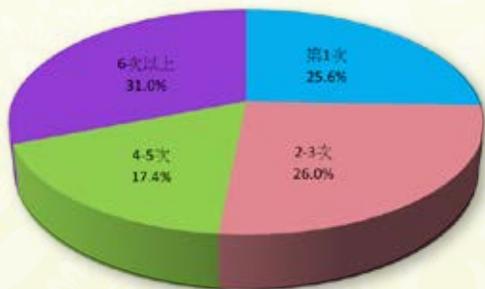


圖 5. 2018 新社花海活動參觀民眾參觀次數佔比



圖 6. 2018 新社花海活動參觀民眾活動訊息來源百分比

表二、2018 新社花海活動參觀民眾居住地與參觀次數百分比交叉列表

居住地		參觀次數			
		第 1 次	2-3 次	4-5 次	6 次以上
臺中市以北	居住地 (%)	49.0	23.4	13.8	13.8
	參觀次數 (%)	27.0	12.8	11.1	6.3
臺中市	居住地 (%)	17.8	24.2	18.0	39.9
	參觀次數 (%)	49.0	66.2	72.8	90.9
臺中市以南	居住地 (%)	39.5	35.5	19.1	5.9
	參觀次數 (%)	22.8	20.3	16.1	2.8
東部及其他地區	居住地 (%)	60.0	40.0	0.0	0.0
	參觀次數 (%)	1.1	0.8	0.0	0.0

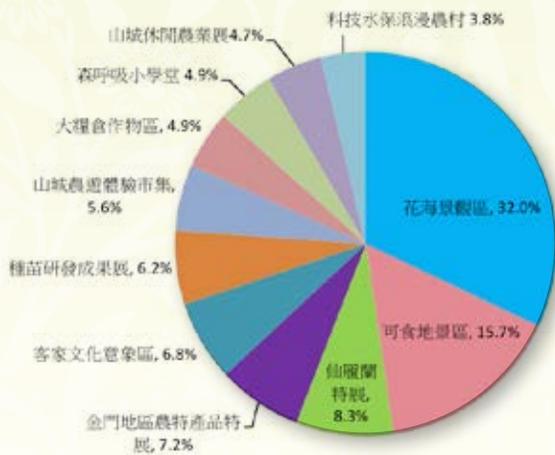


圖 7. 2018 新社花海活動參觀民眾喜好展區百分比

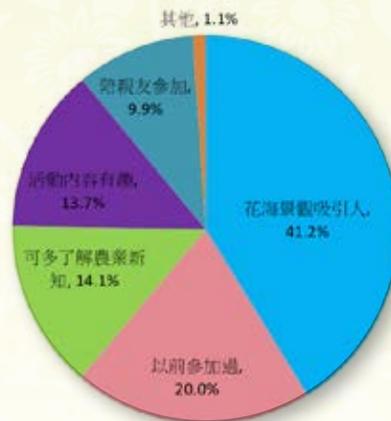


圖 8. 2018 新社花海活動吸引參觀民眾的原因

發成果區 - 大糧倉特攻隊 6.2% (如圖 7)。吸引民眾參觀新社花海的原因最多為花海景觀吸引人 (佔 41.2%)，其次為以前參加過 (20.0%)、可多了解農業新知 (14.1%)、活動內容有趣 (13.7%)、陪親友參加 (9.9%) (如圖 8)。可見新社花海主體 - 「花海景觀區」確實是吸引民眾參觀的焦點，而新奇多元的植物與農特產品則具有吸引民眾的加分效果。民眾對「2018 新社花海」整體活動滿意度調查結果為「很滿意」佔 46.2%、45.1%「滿意」、7.7%「尚可」，整體來說參加民眾對於 2018 新社花海活動滿意者達 91.3%，滿意度得分 87.3 分 (滿分 100 分計)。進一步調查民眾願意繼續參加下次「新社花海」活動者達 98.8%，可見新社花海活動具有吸引民眾一再造訪的魅力。

三、結語

新社花海活動已連續舉辦 13 屆，最大魅力在於平坦廣闊的花海景觀，搭配鄰近山景、舒爽宜人的氣候，因而成為中臺灣重要休閒旅遊景點。其成功核心為臺中新社河階地形的特殊地理環境、氣候條件與本場專業的農業耕作技術、人力組織，造就壯麗花海景觀年年吸引遊客蒞臨新社

花海。然而，戶外花海景觀易受氣候影響，為了增進活動內容深度與廣度，每年規劃不同主題式特展，例如 2018 年設置之可食地景區、仙履蘭特展、金門地區農特產品特展等，增加花海活動展示內容多樣性，獲得民眾喜愛程度頗高。本次調查得知參觀民眾以臺中市民佔絕大多數 (達 70.6%)，可能與今年交通接駁車資源較往年少，以及近 2 年花海活動期間縮短為 2 週有關，不利於外縣市民眾到訪。另外，因為 2018 年活動時間較往年延後 3 週，現場觀察外國旅客也較往年減少許多。舉辦大型活動需要整合相關資源，各機關部門與民間單位共同合作與努力，才能發揮最大效果，期待 2019 新社花海活動繼續帶動民眾享受山城美景、體驗農村生活與生態，促進中臺灣農業經濟及農業旅遊活動之蓬勃發展。

