

「南投縣永續觀光之活動策劃與行銷－以中寮「螢之聲」

活動為例」問卷資料分析

成果報告書

本次活動名稱：2024 年第三屆螢之聲活動

本次分析方式：

1. 分析「中寮之藝」臉書平台自 2024/3/22 至 2024/5/1 所發布之螢之聲活動相關貼文，當中貼文留言者之性別、年齡分佈、在地住房率。
2. 分析相關貼文之互動情況，包含按讚意涵、留言內容、分享頻率等。

性別分布：

女性參與者共 42 位（占總人數的 53.8%）。

男性參與者共 36 位（占總人數的 46.2%）。

年齡層分布：

26-35 歲的參與者比例較多，因為該年齡層的參與者比例較高。

56-65 歲年齡層的參與者較少，共有 3 位，其餘參與者分布在其他年齡層中。

在地住房率：在地住房者約占 6%。



2024 年 4 月 13 日螢之聲活動合影。



2024 年 4 月 14 日螢之聲活動合影。

臉書貼文數據分析



根據各個活動的臉書貼文數據，我們可以看出不同活動的曝光度、黏著度和互動數據：

曝光次數與觸及人數：

各貼文的曝光次數和觸及人數相差不大，大多數貼文的曝光次數在 1000 到 3000 之間，最高的曝光次數達到 13,652 次。

各貼文的觸及人數與曝光次數呈正相關，顯示貼文在目標受眾中的傳播效果較好。

互動次數：

貼文的互動次數從數十次到 1300 多次不等，表現出觀眾對不同內容的興趣程度不一；互動次數最多的貼文達到 1,306 次，顯示出這篇貼文的內容或話題具有高度吸引力。

情緒反應：

大部分貼文的情緒反應以「讚」為主，其次是「愛心」，負面情緒（如「哇」、「怒」、「難過」等）反應數量極少，顯示出活動在受眾中普遍受到正面回饋。

結論

根據問卷資料和社群媒體數據，我們可以得知活動主要吸引了年輕至中年人群，尤其是 26-35 歲的女性參與者較多。在地住房率相對較低，顯示本次活動的參與者更多來自外地。此外，臉書貼文的互動數據顯示，活動具有一定的社交媒體吸引力，特別是一些主題貼文能夠引發較高的互動和正面情緒回應。這些結果可以用來優化未來活動的策劃和宣傳策略，進一步提高活動的影響力和參與度。

發展建議：

根據目前中寮鄉的文化背景和自然資源，以及從中寮之藝與瀧神祭等活動的參與情況，我們可以為中寮鄉的中長期觀光發展提出幾個方向和策略建議：

1. 發展文化體驗旅遊

策略建議：

推廣在地文化工藝體驗：透過中寮之藝的纖維工藝創作，推動一系列工作坊和體驗活動，如手作布藝、構樹纖維製品、竹編工藝等，吸引喜愛文化藝術的遊客參加。

結合當地節慶活動：與地方節慶活動，如瀧神祭等，進行深度合作，提供遊客

體驗當地獨特的文化活動，並通過文化演出、工藝展示和美食節目來豐富旅遊內容。

2. 推動生態旅遊與農村體驗

策略建議：

發展生態步道與自然觀光：利用中寮的自然環境和生態資源，開發和維護生態步道，進行導覽解說，並結合當地植物、動物觀察活動，吸引生態旅遊愛好者。

農村生活體驗活動：與當地農戶合作，提供農事體驗，如茶葉採摘、果蔬種植、農村生活體驗等，讓遊客體驗農村生活，促進農業與旅遊的結合。

3. 發展綠色與永續旅遊

策略建議：

倡導環保旅遊：推動環保意識教育，設置環保標誌和環保設施，鼓勵低碳旅遊方式，如騎行和徒步等，並限制汽車進入特定旅遊區域，保護環境資源。

建立永續旅遊模式：鼓勵本地企業參與社區旅遊發展，結合社會企業和地方共創模式，創建符合永續發展目標的旅遊產品，如以再生材料製作的旅遊紀念品，促進可持續發展。

4. 加強數位行銷與品牌建立

策略建議：

強化社群媒體行銷：利用社群媒體平台擴大中寮鄉的曝光度，透過圖文、影片等多元媒體內容推廣當地景點和文化活動，並建立一個專業的旅遊網站，集中介紹中寮的各種旅遊資源。

建立旅遊品牌形象：塑造中寮鄉獨特的旅遊品牌，如「文化與自然融合的生態鄉村」，通過品牌宣傳和市場推廣，提升中寮在國內外旅遊市場的知名度。

5. 促進在地產業與觀光的整合發展

策略建議：

促進在地產業與觀光的合作：鼓勵當地餐飲、手工藝和農產品商家參與旅遊發

展，提供獨特的產品和服務，形成一個完整的旅遊產業鏈。

發展地方美食文化：推廣中寮的特色美食，舉辦美食節和烹飪體驗活動，吸引美食愛好者，同時也提升當地農產品的附加值。

總結

中寮鄉的中長期觀光發展可以結合當地的文化、自然資源和社區參與，推動多樣化的旅遊產品和體驗，打造獨特的觀光品牌，並以永續發展為核心理念，實現經濟、環境和社會效益的平衡發展。這些策略不僅能增強中寮鄉的吸引力，還能促進當地居民的經濟收益和生活品質的提升。