

日月潭觀光圈品牌績效調查公布

日月潭觀光圈聯盟自 2020 年成立以來，致力於打造成為日月潭觀光圈的專業行銷組織（DMO, Destination Marketing／Management Organization），不僅建構了企劃行銷、商務開發、產業發展、夥伴關係四個專業部門，更成立產業創新與人才育成中心，與國立暨南國際大學攜手進行產業研發、人才培訓、市場調查、國際鏈結及產學合作等任務。

市場調查分析是 DMO 的重要任務之一，政府也積極鼓勵產業進行精準行銷、數位行銷與大數據運用，日月潭觀光圈聯盟已於 2021 年起展開「日月潭觀光圈品牌績效指標（SunMoonLakePLUS Brand Performance Index；簡稱 SBPI）」，成為全台觀光圈之先驅，精準掌握旅客屬性與特色。藉由數據的產生，是希望達到「循證管理」的概念，讓所有的行銷研擬、廣告的投放等，都是依循著精準的數據作為基礎。

今年三季（1-9 月）調查結果已經出爐，以設籍台灣本島 19 個縣市年滿 15 歲的民眾進行電話訪問，第一季共完訪 1,091 人，在信賴水準 95% 時的抽樣誤差最大值為 ±2.97%；第二季共完訪 1,106 人，在信賴水準 95% 時的抽樣誤差最大值為 ±2.95%；第三季共完訪 1,136 人，在信賴水準 95% 時的抽樣誤差最大值為 ±2.91%。

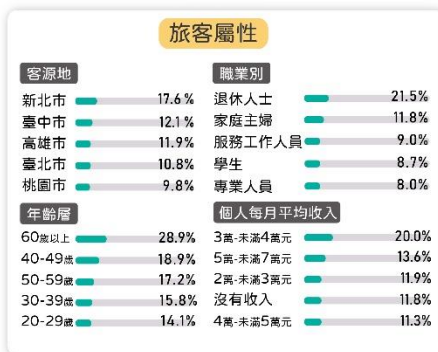
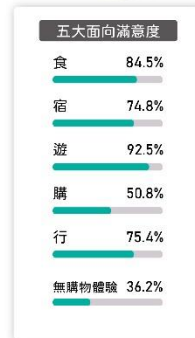
根據調查結果顯示，可以看見日月潭區域在聯盟的積極運作下，已成功繳出亮眼的成績單，包括：

1. 旅遊人次：旅遊旺季落在今年 4 至 6 月，全台灣約有 19.9% 的 15 歲以上民眾到訪過日月潭觀光圈，約 680 萬人次，創造 348 億元旅遊收益，其中有 18.7% 的民眾是跟團旅遊，81.3% 為自由行。
2. 旅遊消費：三季調查結果，1 日遊團體客之每人平均團費約落在 1,000~2,400 元，過夜團客之人均團費則高達 4,000~5,800 元。在自由行遊客的消費支出方面，1 日遊旅客之人均消費約 1,500~2,400 元，過夜旅客之人均消費約 3,000~5,400 元。
3. 平均旅遊天數：旅客的平均旅遊天數約為 1.6 天，其中當日來回佔約 50%，過夜客則以兩天一夜最多，超過 3 成。由第一季至第三季數據顯示，旅遊安排當天來回者比例第一季最高，第三季次之；而安排 2 天 1 夜及 3 天 2 夜者則以第二季為最高比例。
4. 旅遊滿意度：此部分共分成食、宿、遊、購、行 5 個面向進行三季調查，在第二季時，除購物滿意度外，餐飲、住宿、景點以及交通滿意度四項皆有明顯提升；第三季時，在住宿、景點、及交通部份，推測因為

旅遊旺季，造成品質不易控管、整體體驗不足滿意度下降。

5. 遊客屬性：日月潭觀光圈的前 5 大客源地（合計約佔 60%），能發現客源地分別為新北市、台中市、高雄市、台北市及桃園市。
6. 到訪遊客之年齡：以 60 歲以上居多，多為退休人士。為能掌握趨勢，此次調查也詢問民眾再訪意願，結果發現以 1~3 月曾經到訪者下半年旅遊意願最高達 55.5%，預計旅遊月份為 8、9 月最多。

調查期間/ 2023年01月-03月



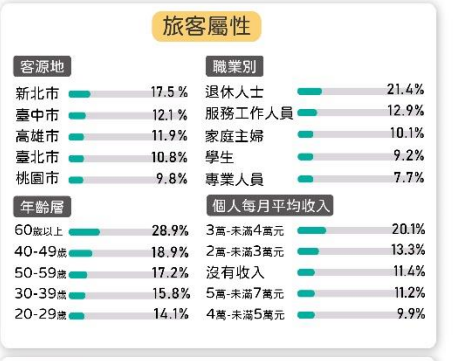
SBPI 簡介

SBPI (SunMoonLakePLUS Brand Performance Index) 是日月潭觀光圈聯盟與國立臺灣國際大學共同研發之旅遊市場調查方法，作為日月潭觀光圈經營管理績效與精準行銷之重要依據。SBPI 由10項指標組成，分別為總旅遊人次、總旅遊收益、團客散客比、過夜客比例、重遊客比例、團體客人均團費、自由行人均消費、未來旅遊意願、遊客屬性 (包含客源地、所得、職業、年齡四個維度)。每季委由第三方公正之市場研究調查公司辦理並進行發布。

- 主辦單位: 交通部觀光署日月潭國家風景區管理處、南投縣政府觀光處、彰化縣政府城市暨觀光發展處
- 執行單位: 日月潭觀光圈聯盟、南投縣觀光產業聯盟協會

2023年8月10日至18日，針對設籍在臺灣地區19個縣市(不含離島)、年滿15歲的民眾以電腦輔助電話訪問 (Computer-Assisted Telephone Interviewing, CATI) 之調查方式，共完訪1,091人，在信賴水準95%時的抽樣誤差最大為±2.9%；採用「比例估計法」(ratio estimation)，根據內政部戶政司公布2023年7月之民眾性別、年齡與居住地區資料等3項特徵，並進行連續性的修正，以使樣本特徵與母群體結構達到一致 (統計檢定顯著水準p-value<0.05)，此時調整後樣本即具有代表性。
*由華南市場研究股份有限公司調查

調查期間/ 2023年04月-06月



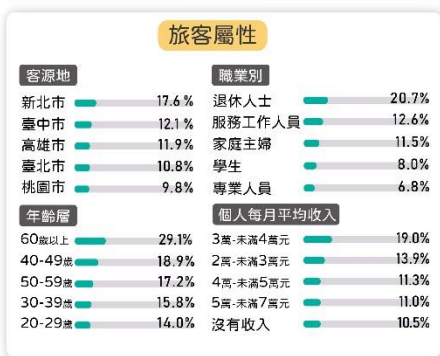
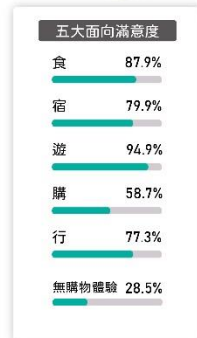
SBPI 簡介

SBPI (SunMoonLakePLUS Brand Performance Index) 是日月潭觀光圈聯盟與國立臺灣國際大學共同研發之旅遊市場調查方法，作為日月潭觀光圈經營管理績效與精準行銷之重要依據。SBPI 由10項指標組成，分別為總旅遊人次、總旅遊收益、團客散客比、過夜客比例、重遊客比例、旅遊意願、團客人均團費、自由行人均消費、未來旅遊意願、遊客屬性 (包含客源地、所得、職業、年齡四個維項)。每季委由第三方公正之市場研究調查公司辦理並進行發布。

- 主辦單位：交通部觀光署日月潭國家風景區管理處、南投縣政府觀光處、彰化縣政府城市暨觀光發展處
- 執行單位：日月潭觀光圈聯盟、南投縣觀光產業聯盟協會

2023年7月20至28日，針對設籍在臺灣地區19個縣市(不含離島)、年滿15歲的民眾以電腦輔助電話訪問 (Computer-Assisted Telephone Interviewing, CATI) 之調查方式，共完訪1,106人，在信賴水準95%時的抽樣誤差最大為±2.95%；採用「比例估計法」(ratio estimation)，根據內政部戶政司公布2023年6月之民眾性別、年齡與居住地區資料等3項特徵，逐項反推進行連續性的修正，以使樣本特徵與母群體結構達到一致 (統計檢定顯著水準 p-value=0.05)，此時之樣本即具有代表性。
*由華商市場研究股份有限公司調查

調查期間/ 2023年07月-09月



SBPI 簡介
SBPI (SunMoonLakePLUS Brand Performance Index) 是日月潭觀光圈聯盟與國立臺灣國際大學共同研發之旅遊市場調查方法，作為日月潭觀光圈經營管理績效與精準行銷之重要依據。SBPI 由10項指標組成，分別為總旅遊人次、總旅遊收益、團客散客比、重遊客比例、重遊客比例、團體客人均團費、自由行人均消費、未來旅遊意願、遊客屬性 (包含客源地、所得、職業、年齡四個維度)。每季委由第三方公正之市場研究調查公司辦理並進行發布。

- 主辦單位：交通部觀光署日月潭國家風景區管理處、南投縣政府觀光處、彰化縣政府城市暨觀光發展處
- 執行單位：日月潭觀光圈聯盟、南投縣觀光產業聯盟協會

2023年10月2至12日，針對設籍在臺灣地區19個縣市(不含離島)、年滿15歲的民眾以電腦輔助電話訪問 (Computer-Assisted Telephone Interviewing, CATI) 之調查方式，共完訪1,136人，在信賴水準95%時的抽樣誤差最大為±2.91%；採用「比例估計法」(raking ratio estimation)，根據內政部戶政司公布2023年9月之民眾性別、年齡與居住地區資料等3項特徵，逐項反應進行連續性的修正，以使樣本特徵與母群體結構達到一致 (統計檢定顯著水準 p-value=0.05)，此時之樣本即具有代表性。
*由華南市場研究股份有限公司調查