

臺中市政府觀光旅遊局

遊客到訪臺中谷關溫泉區泡湯旅遊行為探討

111 年 8 月

壹、前言

一、研究目的

臺中市為臺灣的第二大城，多年連續榮獲宜居宜遊的永續觀光城市，憑藉著多元的魅力一直深受旅客喜愛，即使疫情侵擾，仍舊榮登全臺國民旅遊景點造訪最多的城市殊榮。臺中地區位處臺灣最重要的樞紐位置，擁有豐富的人文、歷史文化、自然景觀、觀光產業等，還有多元美食、購物、休閒活動及旅遊服務。為促進中臺灣觀光產業朝向永續發展，除兼顧觀光品質之提升，須加強建立友善之旅遊環境，將觀光產業質與量發揮 1+1 大於 2 之綜效。

以中臺灣特有旅湯文化之谷關為研究地區。透過實地及網路問卷方式，進行旅客對於旅遊意向、動機及遊憩品質等之調查，其呈現之數據，將有助於擬定觀光政策與行銷策略擬定及投放，同時建構性別的友善環境，針對公共建設及大型活動等，融入性別觀點，落實性別影響評估，並提出具體改善方案，提升性別友善程度。

二、分析對象

到訪本市溫泉區之遊客或網路有到訪過本市溫泉區之民眾。

三、問卷份數

本調查問卷採網路填寫及實體問卷方式填寫，網路填寫以 Google 表單方式進行，實體問卷則透過谷關各溫泉飯店協助發給入住之遊客填寫，總計發出 250 份問卷（網路 46 份、實體問卷 204 份），回收有效問卷為 239 份（網路 46 份、實體問卷 193 份）。

四、調查日期

111 年 5 月 17 日～111 年 5 月 28 日。

五、分析目的

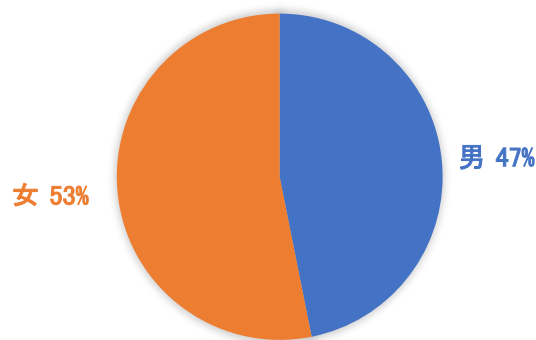
- (一)探討不同族群旅遊偏好及泡湯習慣之性別差異性。
- (二)針對不同族群性別之旅遊泡湯需求，提出服務品質改善。
- (三)調查溫泉區現有公共設施及及泡湯設施等建置情形。
- (四)針對未來在營造性別友善且健全安心之旅遊環境之時，如何改善軟硬體設備及規劃行銷策略等。

貳、性別統計分析

一、問卷內容

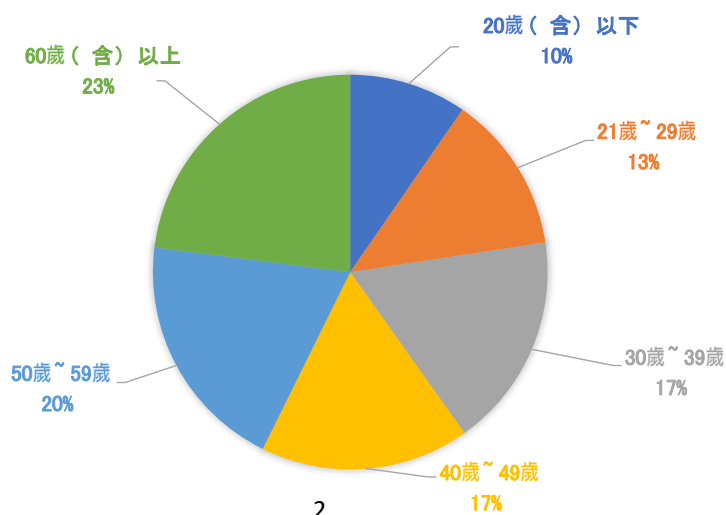
(一)性別： □女 127 人 □男 112 人

圖 1、本問卷受訪者男女性別比例



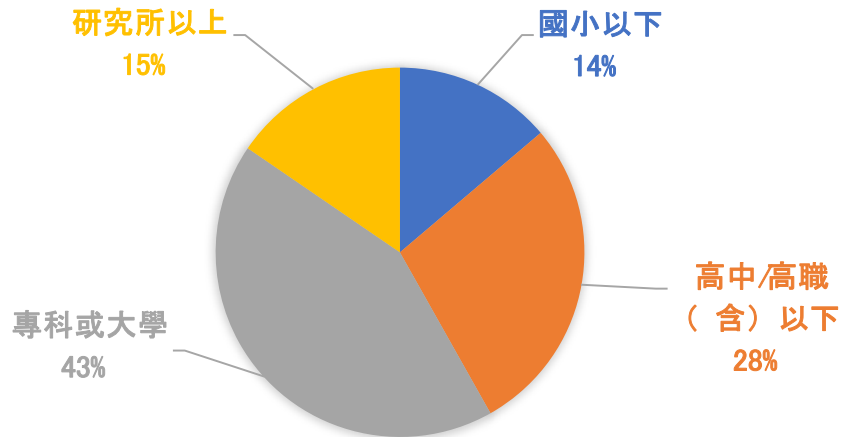
(二)年齡： □20 歲（含）以下 23 人 □21 歲~29 歲 31 人
□30 歲~39 歲 42 人 □40 歲~49 歲 41 人
□50 歲~59 歲 47 人 □60 歲（含）以上 55 人

圖 2、本問卷受訪者年齡層分布比例



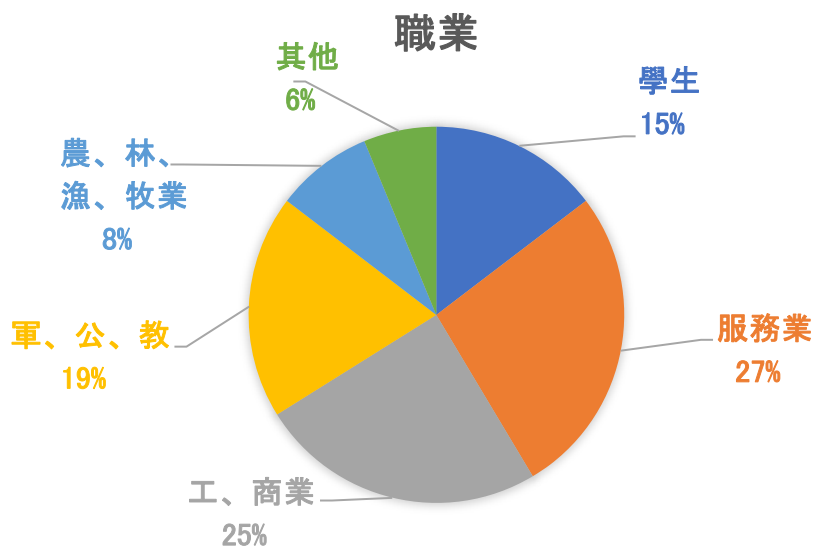
- (三)教育程度：國小以下 33 人
高中/高職（含）以下 67 人
專科或大學 102 人
研究所以上 37 人

圖 3、本問卷受訪者教育程度分布比例



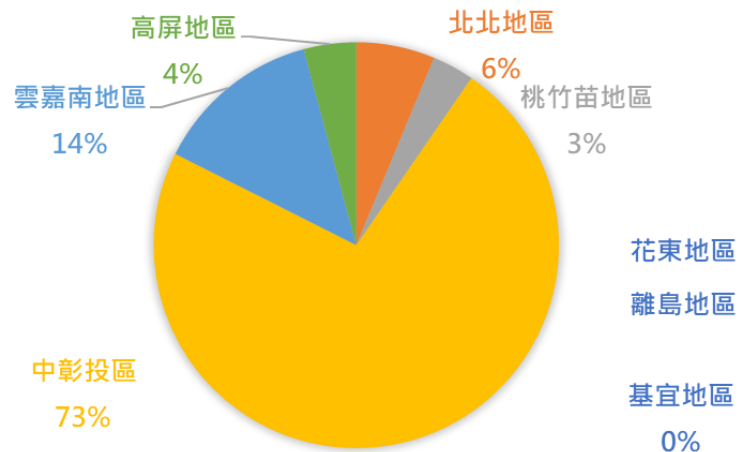
- (四)職業：學生 35 人 服務業 64 人 工、商業 59 人
軍、公、教 46 人 農、林、漁、牧業 20 人
其他 15 人

圖 4、本問卷受訪者職業分布比例



- (五)居住地：□基宜地區 0 人 □北北地區 15 人
 □桃竹苗地區 8 人 □中彰投區 174 人
 □雲嘉南地區 32 人 □高屏地區 10 人
 □花東地區 0 人 □離島地區 0 人

圖 5、本問卷受訪者居住地分布比例

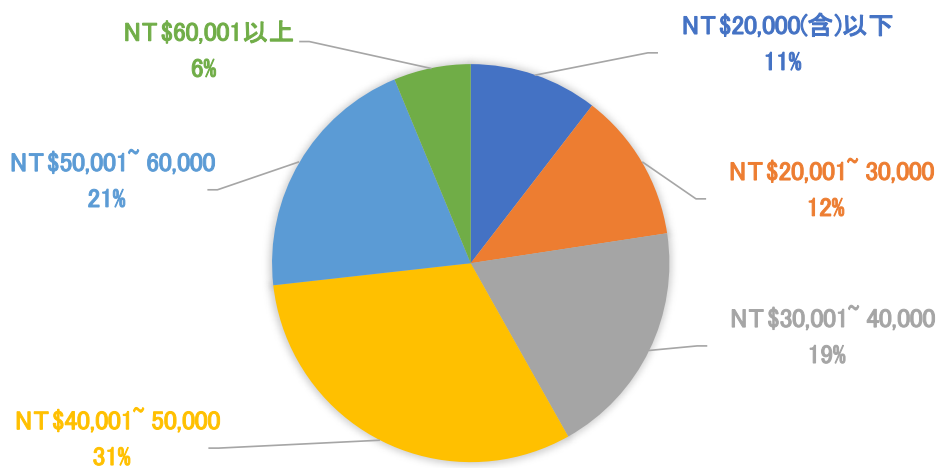


說明：本問卷因受調查時間較短及疫情之影響，遊客出遊意願不高，所以受訪者居住地以中彰投區佔絕大多數。

(六)平均個人每月收入：

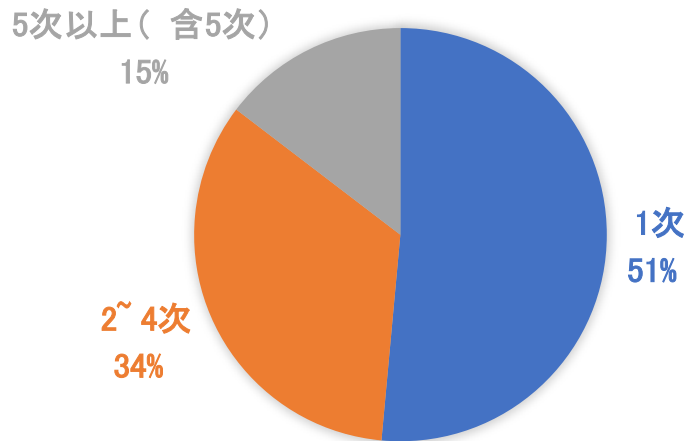
- NT\$20,000(含)以下 25 人 □NT\$20,001~30,000 29 人
 □NT\$30,001~40,000 46 人 □NT\$40,001~50,000 75 人
 □NT\$50,001~60,000 49 人 □NT\$60,001 以上 15 人

圖 6、本問卷受訪者平均每月收入分布比例



(七)平均每個月旅遊次數：1次 123人 2~4次 81人
5次以上(含5次) 35人

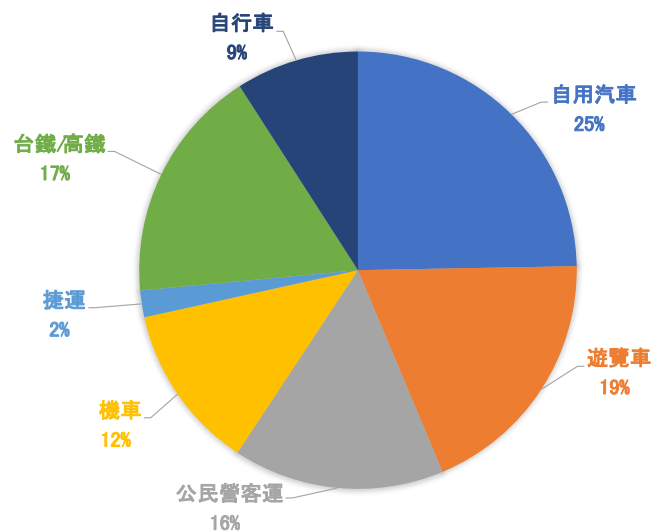
圖 7、本問卷受訪者平均每個月旅遊次數分布比例



(八)請問旅遊時，您個人喜愛使用何種交通工具?(可複選)

自用汽車 125人次 遊覽車 96人次 公民營客運 79人次
機車 62人次 捷運 10人次 台鐵/高鐵 88人次
自行車 46人次

圖 8、本問卷受訪者旅遊時喜愛交通工具分布比例

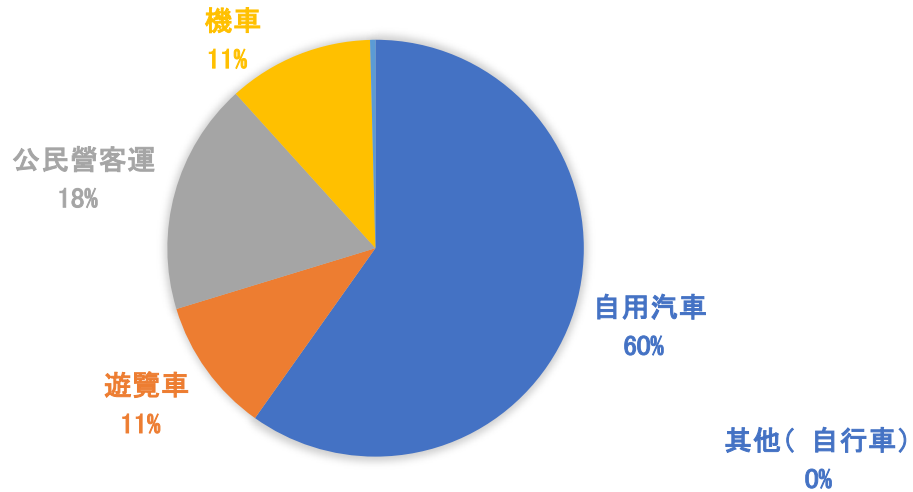


(九)請問您前來谷關溫泉區使用何種交通工具?

□自用汽車 143 人 □遊覽車 25 人 □公民營客運 43 人

□機車 27 人 □自行車 1 人

圖 9、本問卷受訪者前來谷關溫泉區使用交通工具分布比例

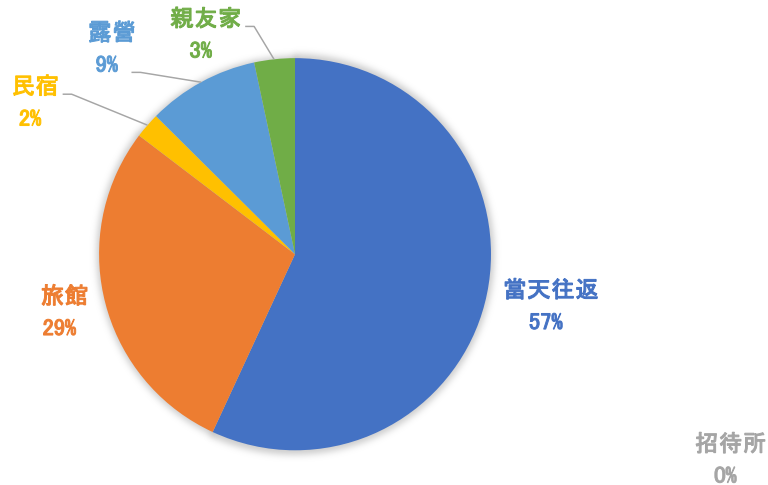


說明：遊客前往谷關溫泉區有近六成是自行開車前往，佔 59.8%，其次是搭乘公民營客運前往的遊客，約佔 18%，以遊覽車為交通工具的佔 10.5%，也有 11.3%遊客騎機車進去谷關，還有騎自行車的遊客，顯現遊客使用多元的交通工具旅遊，但大部分的人仍以自行開車前往谷關旅遊較方便，同時也呈現因前往谷關的公民營客運班次多，有不少遊客選用。

(十)請問您前來谷關溫泉區住宿方式?

- 當天往返 136 人
- 旅館 68 人
- 招待所 0 人
- 民宿 5 人
- 露營 22 人
- 親友家 8 人

圖 10、本問卷受訪者前來谷關溫泉區住宿方式分布比例

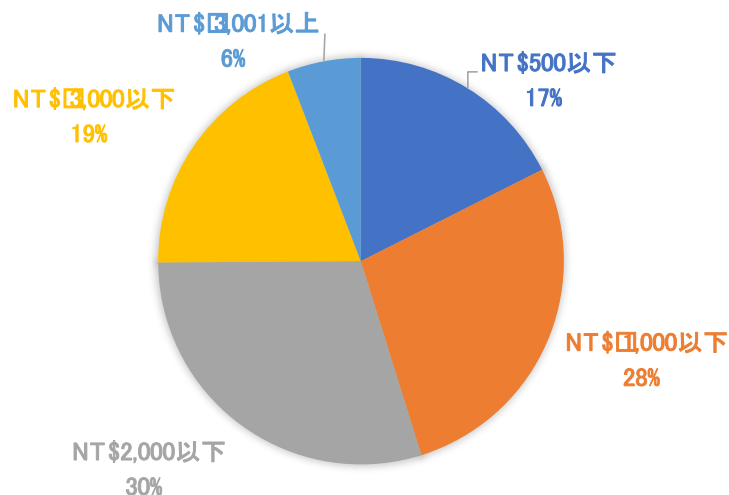


說明：顯示溫泉業者需開發不同的遊程或誘因，吸引遊客選擇在谷關住宿，增加其消費量能，增加經濟效益。

(十一)請問您前來谷關溫泉區平均每次消費金額為?

- NT\$500 以下 42 人
- NT\$501~1,000 66 人
- NT\$1,001~2,000 71 人
- NT\$ 2,001~3,000 46 人
- NT\$ 3,001 以上 14 人

圖 11、本問卷受訪者前來谷關溫泉區平均每次消費金額分布比例

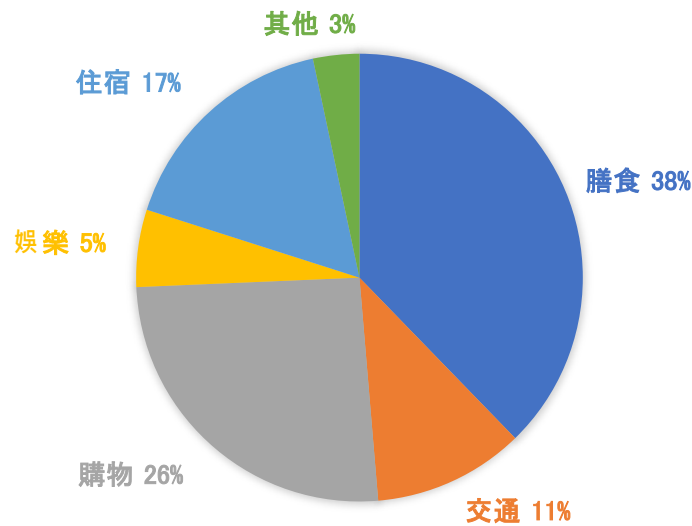


說明：遠低於觀光局 2021 年所做的國人國旅調查報告，有過夜且有住宿支出者，每人每次平均旅遊支出為 5,408 元，無過夜當日來回者約為 1,201 元的消費支出，谷關的溫泉業者應思考如何增加消費者花錢的誘因。

(十二)請問旅遊時，您個人主要花費的消費項目是（請排序）？

- 膳食 169 人次 □交通 49 人次 □購物 115 人次
- 娛樂 25 人次 □住宿 75 人次 □其他 15 人次

圖 12、本問卷受訪者旅遊時主要消費分布比例

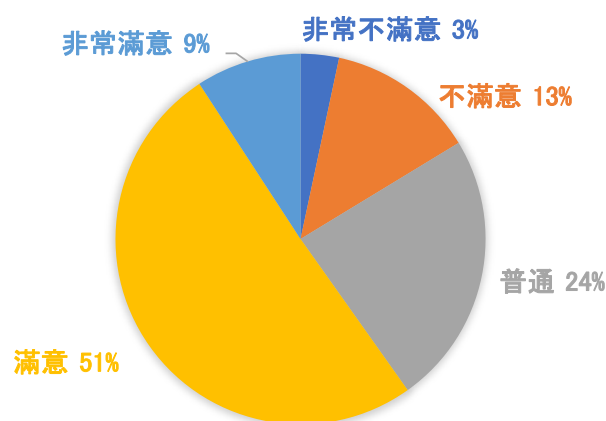


說明：此次的調查結果比照 2021 年觀光局所做的國旅消費調查結果，各項支出由高至低依序是餐飲、購物、交通、住宿、娛樂及其他支出十分吻合，在購物部分建議可強化谷關在地的「加工農特產」應該讓更多消費者願意購買。

(十三)請問您對於谷關溫泉區內的指示標誌設置?

- 非常不滿意 8 人
- 不滿意 31 人
- 普通 57 人
- 滿意 121 人
- 非常滿意 22 人

圖 13、本問卷受訪者對於谷關溫泉區內的指示標誌設置滿意程度

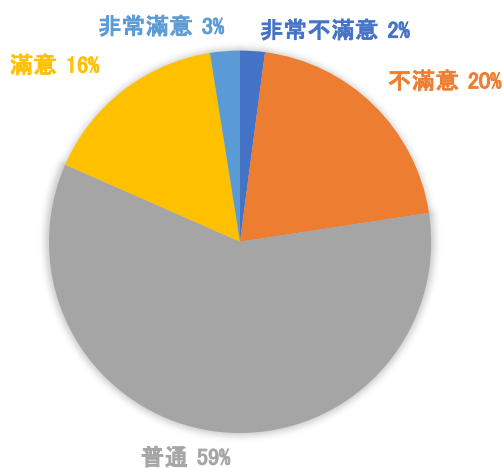


說明：雖有半數以上的遊客感到滿意，仍有加強改善的空間，可再深入了解需補強的設施。

(十四)請問您對於谷關溫泉區的友善環境—無障礙動線規劃?

- 非常不滿意 5 人
- 不滿意 49 人
- 普通 141 人
- 滿意 38 人
- 非常滿意 6 人

圖 14、本問卷受訪者對於谷關溫泉區內的無障礙動線規劃滿意程度

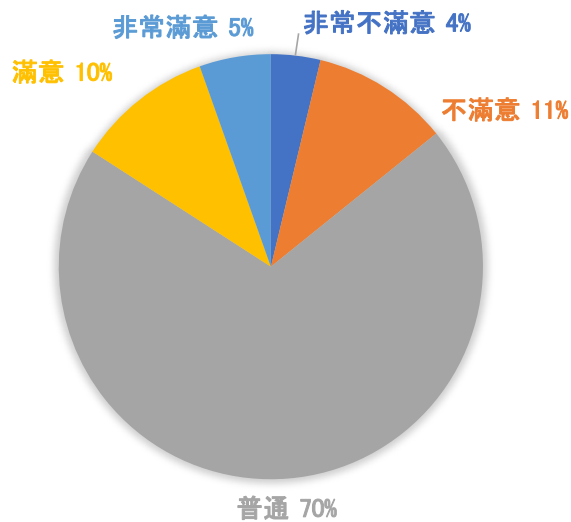


說明：雖有半數以上的遊客感到滿意，因谷關地屬山區，道路或步道修築的高低落差較大，仍有部分空間可考量肢障人士的需求加強改善，提供肢障人士旅遊時的便利性及設施使用率。

(十五)請問您對於谷關溫泉區的友善環境—公廁數量及如廁環境?

- 非常不滿意 9 人 不滿意 25 人 普通 167 人
滿意 25 人 非常滿意 13 人

圖 15、本問卷受訪者對於谷關溫泉區內的公共廁所數量及如廁環境滿意程度

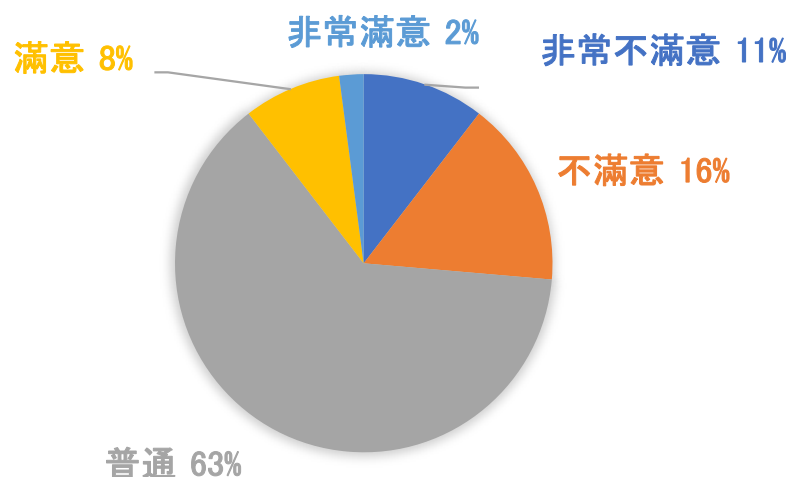


說明：谷關地區的公共廁所設置在停車場、谷關遊客中心，數量足夠提供遊客的使用，加上各家溫泉飯店或店家也都開放廁所給遊客使用，且因廁所均有專人定時打掃，保持如廁環境的整潔與衛生，提供遊客旅遊時的便利性及使用率。

(十六)請問您對於谷關溫泉區景點內停車場設施是否滿意？

- 非常不滿意 25 人
- 不滿意 38 人
- 普通 151 人
- 滿意 20 人
- 非常滿意 5 人

圖 16、本問卷受訪者對於谷關溫泉區內的停車場設施滿意程度

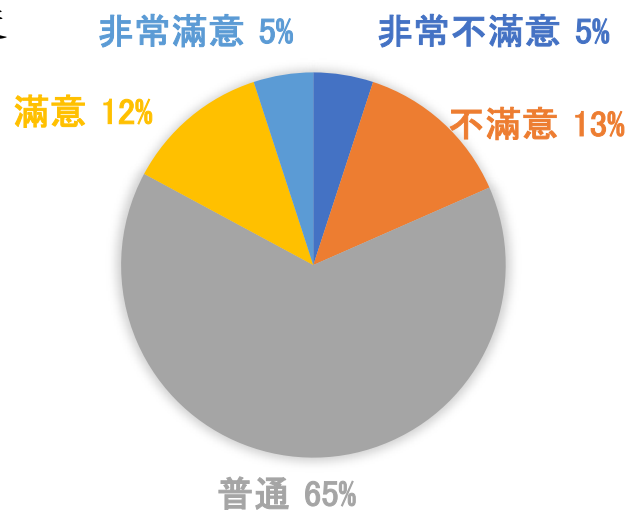


說明：因谷關地屬山區，缺少寬廣的空間設置停車場，僅有一座公立大型之谷關停車場，停車位在平日尚足夠使用，若遇假日或溫泉旺季，車位十分搶手，仍需覓地增建停車位。

(十七)請問您對於谷關溫泉區景點內自然景觀及公共設施維護是否滿意？

- 非常不滿意 12 人
- 不滿意 32 人
- 普通 154 人
- 滿意 29 人
- 非常滿意 12 人

圖 17、本問卷受訪者對於谷關溫泉區內的自然景觀及公共設施維護滿意程度

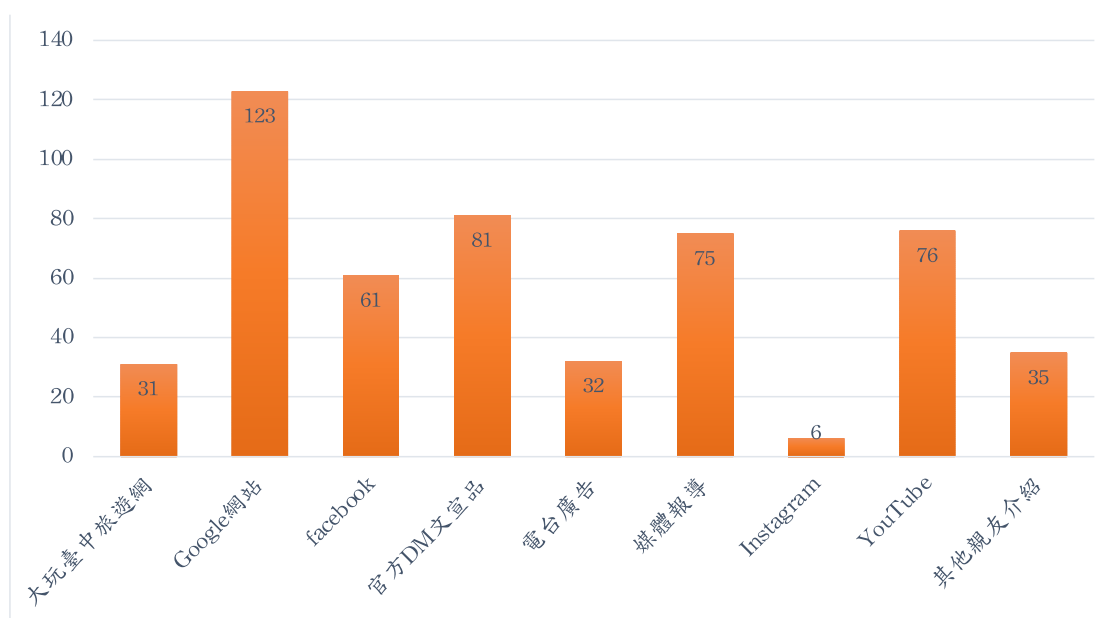


說明：數字顯示多數遊客對於區內的自然景觀及公共設施維護無特別感受，而不滿意之佔比多於滿意，對於景區管理有可強化改善的地方，或是需要設置更有突破性的公共設施。

(十八)您從何種管道取得谷關溫泉區的提供之旅遊資訊? (可複選)

- 大玩臺中旅遊網 31 人次
- Google 網站 123 人次
- facebook 61 人次
- 官方 DM 文宣品 81 人次
- 電台廣告 32 人次
- 媒體報導 75 人次
- Instagram 6 人次
- YouTube 76 人次
- 其他 親友介紹 35 人次

圖 18、本問卷受訪者取得谷關溫泉區旅遊資訊之管道分析

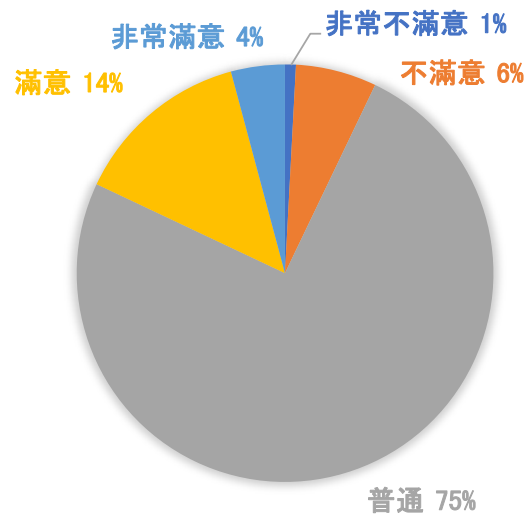


說明：遊客得知谷關地區旅遊資訊多以網路媒體及社群網路為主，可見谷關地區的行銷相關資訊宣傳相當多元化。

(十九)請問您對於此次前往谷關溫泉區旅遊是否滿意?

- 非常不滿意 2人 □不滿意 15人 □普通 179人
- 滿意 33人 □非常滿意 10人

圖 19、本問卷受訪者此次前往谷關溫泉區旅遊之滿意程度

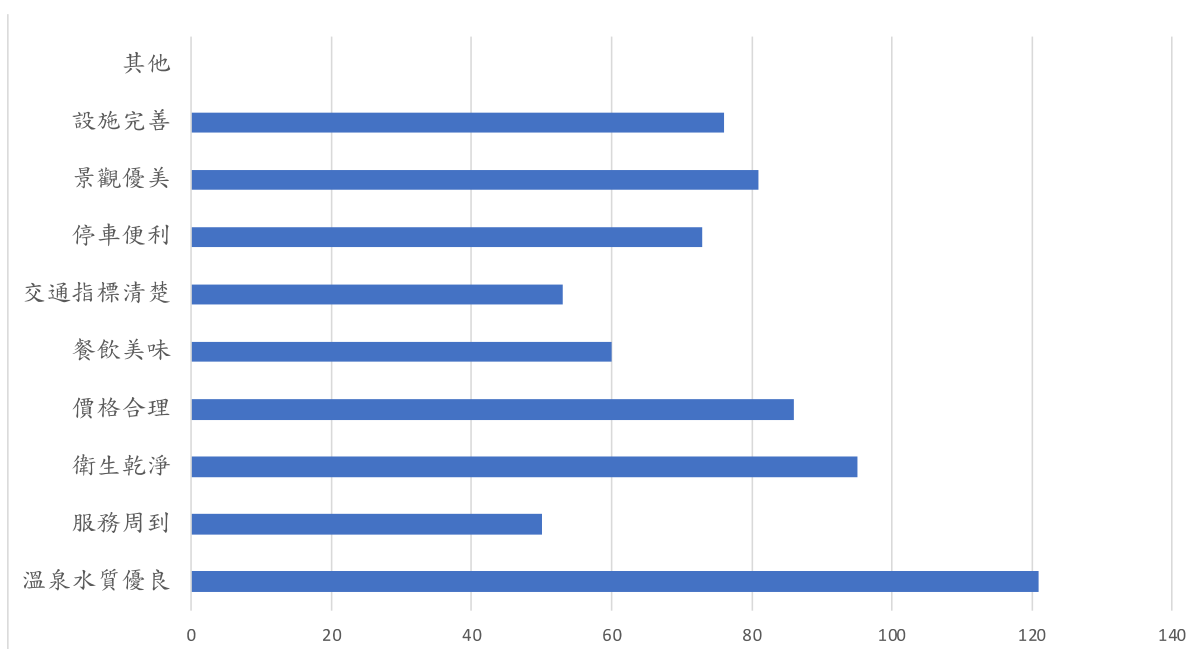


說明：遊客對谷關地區之旅遊環境規劃大多感到滿意或普通，數據也顯現此次溫泉旅遊並未留下特殊印象，應可思考如何改善旅遊環境，以提升遊客滿意度。

(二十)請問您對於此次前往谷關溫泉區旅遊之主要印象?(可複選)

- 溫泉水質優良 121 人次
- 服務周到 50 人次
- 衛生乾淨 95 人次
- 價格合理 86 人次
- 餐飲美味 60 人次
- 交通指標清楚 53 人次
- 停車便利 73 人次
- 景觀優美 81 人次
- 設施完善 76 人次
- 其他_____

圖 20、本問卷受訪者此次前往谷關溫泉區旅遊之主要印象



說明：遊客對於此次谷關旅遊主要印象以溫泉水質優良 50.6%居冠，衛生乾淨 39.7%次之，價格合理 36.0%及景觀優美 33.9%分居第三及第四，而設施完善 31.8%與停車便利 31.8%也是消費者所重視的項目，交通指標清楚 22.2%、餐飲美味 25.1%、服務周到 20.9%等三項也都有四分之一的遊客表示印象不錯，顯現谷關溫泉區的旅遊環境屬於優質旅遊景點。

(二十一)您對於谷關溫泉區有什麼期望、建議或想法？

- 1.沒有意見：167 人
- 2.建立公共溫泉浴室或其他公共設施：3 人
- 3.尋找谷關的溫泉頭，建立溫泉的意象區域：5 人
- 4.公共泡腳池的溫泉溫度太低：5 人
- 5.谷關街景太亂，街道整體意象應重新塑造：6 人
- 6.運用谷關的在地特色物產，開發谷關專屬的伴手禮：3 人
- 7.多舉辦溫泉相關性的行銷活動：7 人
- 8.拍照打卡景點不夠突顯，可再強化或增加：8 人
- 9.街區市容太凌亂，街道上很少看到具有泰雅文化特色的設施或景觀。溫泉區內夜間沒有特色及其他景觀可遊玩：15 人
- 10.部分遊客覺得菜色太油膩，沒有餐飲特色，且部分價位偏高：20 人

二、交叉分析

(一)將平均每個月旅遊次數，與年齡層及性別交叉分析：

每月安排 1 次旅遊，以 21 歲至 49 歲的年齡層為主，以男性主導居多；2~4 次旅遊，以 20 歲以下及 50~59 歲族群，以女性主導為主；5 次以上(含 5 次)則是 60 歲以上的退休族群，此部分又以女性居多，顯現女性比較重視休閒旅遊活動。

(二)將旅遊之交通工具偏好，與年齡層交叉分析：

一般遊客在國內出遊仍以自行開車為主，以 21 歲~49 歲居多，搭乘遊覽車次之，以 60 歲(含)以上遊為為主，使用台鐵/高鐵及公民營客運者分居第三、第四，是 50 歲~59 歲及 60 歲(含)以上的遊客出遊時常使用的交通工具，是退休人士最常選擇的休閒交通工具；騎機車或自行車者為第五與第六，騎機車旅遊是 20 歲以下遊客最佳的選擇，第六順位的自行車則以 40 歲~59 歲為主，判斷應與運動養生有關；而搭乘

捷運的遊客最少，則應與捷運的普及面不足有關。

(三)將旅遊時主要消費項目，與前往谷關溫泉區旅遊之主要印象交叉分析：

主要消費項目以膳食為最多，購物居次，住宿亦為重要消費，但遊客對谷關溫泉區之主要印象「餐飲美味」僅 60 人勾選，顯現谷關溫泉區的餐飲仍有努力的空間，各餐飲業者可思考運用在地食材或文化特色，開發新的特色菜單，藉以吸引更多的遊客在泡湯之餘，可以享用美味可口的餐飲。

參、規劃&目標

(一) 針對不同族群之旅遊需求提供服務。

1. 不同族群旅遊的偏好在六個年齡層分佈以女性居多，而泡湯習慣之性別差異也是女性多於男性。建議業者可針對女性族群，增加相關行銷服務方案，例如考慮女性生理需要，提供每月一次優待折扣或暖湯招待，感受貼心服務。
2. 一般遊客在國內出遊仍以自行開車為主，尤其前往谷關等山區，考慮便利性多自行開車，但並非適宜各年齡層或不同收入族群，其實在交通便利的臺中市裡，從臺中高鐵站、臺中市政府、新光三越、秋紅谷等交通節點，即可搭 153 路公車進入谷關泡湯，隔天再搭乘 865 路公車，進入梨山旅遊，相當便利，此外 865 路公車從豐原發車，行經停靠東勢、谷關、梨山，讓旅客可以悠遊臺中山城，現在市民再享雙十優惠，持完成綁定的電子票證抵達谷關梨山，只要 10 元銅板價。建議市府及業者多加推廣相關交通資訊，擴大旅遊族群。

(二) 改善谷關地區整體服務品質。

大部分遊客前往谷關地區旅遊感到滿意，而少部分遊客不滿意，表示對谷關地區此熱門景點之旅遊服務仍有進步空間，建議當地旅遊業者加強員工教育訓練，以提升服務品質。在餐飲部分，建議業者對所提供之用餐環境或食材更加用心，研發在地特色料理，提升餐飲品質水準。

(三) 提升谷關地區現有公共設施及泡湯設施等硬體建置。

1. 目前谷關溫泉區內有立體停車場及谷關遊客服務中心二處公共廁所的設施，分別由和平區公所（委外管理）及觀光局參山國家風景區管理處（自行管理），而泡湯設施則有溫泉廣場的泡腳池（和平區公所委外管理）與溫泉公園的泡腳池（觀光局參山國家風景區管理處自行管理），遊客使用率很高，反應也十分良好，然而谷關風景區的街道過於狹窄，假日人潮多的時候容易堵塞，人行步道也不夠寬敞，若遇中橫便道開放時間，更是險象環生，應思考拓寬馬路及規劃更完善的停車場，讓遊客走在谷關街上時更有保障。
2. 谷關擁有美麗的山景，但街道上的天際線卻是雜亂無章，若相關單位能思考將電線地下化，對街景的視覺將有加分的效果，同時也可重塑谷關溫泉區的整體環境意象，提供遊客舒適優美的旅遊環境，吸引更多旅遊人潮。

肆、結語

谷關溫泉屬弱鹼性碳酸泉，水質清澈透明，浴後肌膚柔細，可舒緩壓力、減輕疲勞。谷關溫泉大約於日本明治時代發現，因此又稱「明治溫泉」，來到谷關不僅泡湯，還可登山爬谷關七雄，品嚐鱒龍魚、白冷肉包及冰棒等在地美食，值得推廣分享給遊客。

為提升在地溫泉旅宿業者之服務品質及保障旅遊安全，市府持續

不定期執行聯合稽查，同時輔導業者合法經營。此外本局自 104 年起，每年編列預算辦理「臺中好湯溫泉季」系列活動，積極透過國際交流結盟、舉辦活動吸引遊客、輔導產業提升競爭力等方式，促進臺中溫泉觀光產業發展。106 年本局並與交通部觀光局參山國家風景區管理處於谷關街區中心興建「谷關溫泉廣場」，提供遊客駐足休憩及免費泡腳體驗谷關溫泉，同時熱絡周邊商圈形成熱鬧街區，促進商機。

為賡續推動本市溫泉觀光產業發展，透過本研究，期能探討不同族群旅遊偏好及泡湯習慣之性別差異性，並調查谷關溫泉區現有公廁、溫泉旅宿業者廁所及泡湯設施等建置情形，以針對不同族群之旅遊泡湯需求進行性別分析，進而提出服務品質改善建議，有助於本府及溫泉業者未來建置軟硬體設備及規劃行銷策略參考，共同營造性別友善且健全安心之旅遊環境，提升遊客回訪意願，創造本市觀光效益。