

Vpon

連江縣觀光人流動向 分析報告

資料區間：2022/1/1 - 2022/12/31

1 2022年連江縣觀光人流動向

2 附錄：說明與定義



分析內容概要

Where
旅客去了哪裡？

- 旅客人次分析
- 人潮熱點分析

When
旅客來訪的時間偏好？

- 平假日分析
- 停留天數分析

Who
旅客是誰？

- 旅客居住地分析

旅客人次分析

回顧2022年，5月疫情爆發影響國旅人次，6月後疫情趨緩加上暑假旺季，人潮明顯回溫
馬祖各月趨勢與其他縣市相似，但受疫情影響的幅度相對緩和

連江縣2022年各月旅客總人次

所有旅客

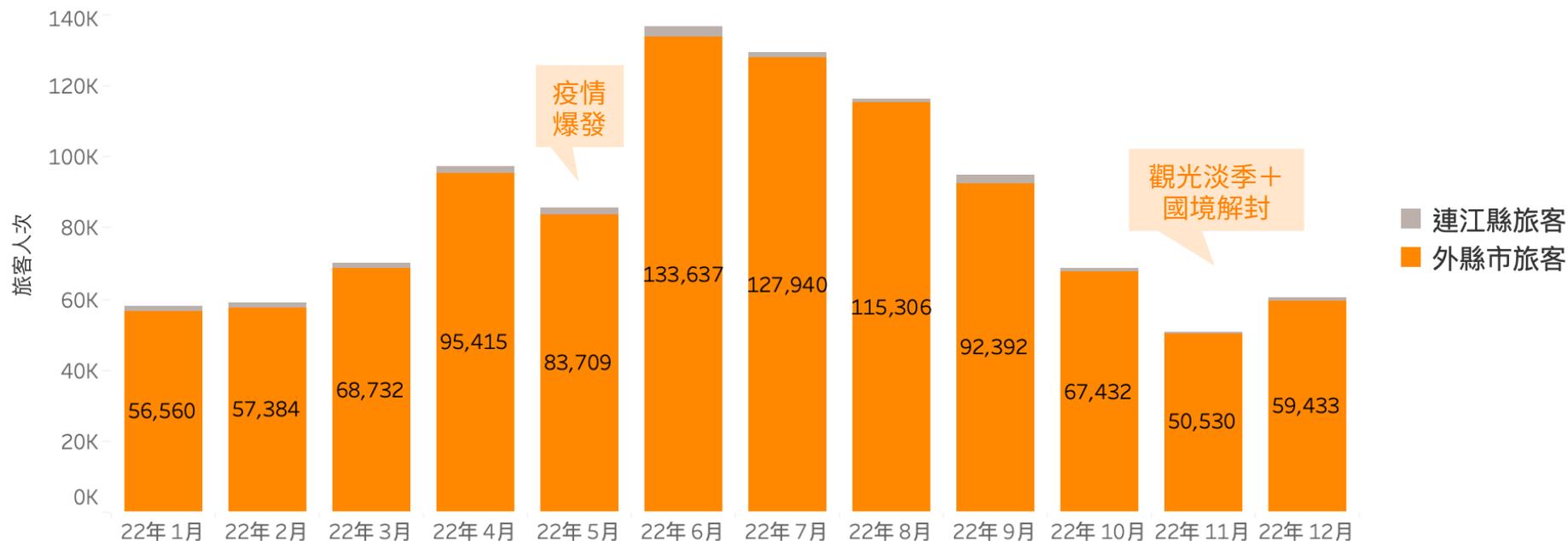
1,026,301 人次

連江縣旅客

17,830 人次
(1.7%)

外縣市旅客

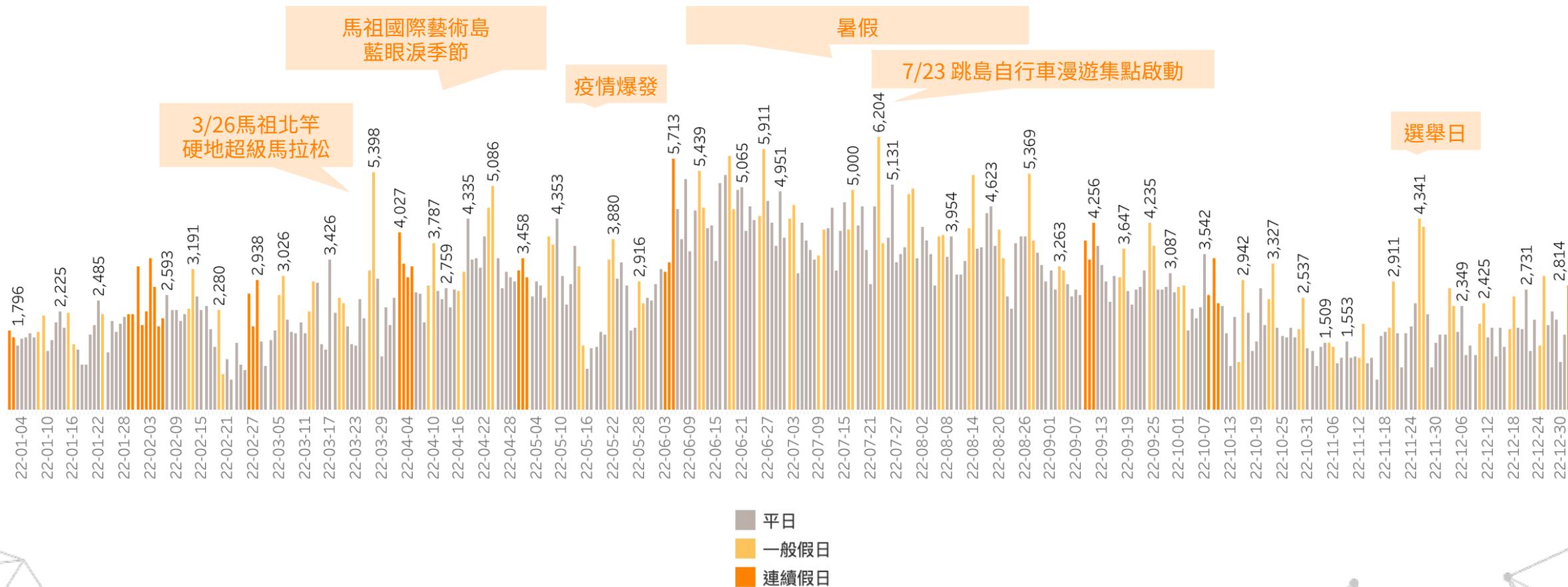
1,008,471 人次
(98.3%)



旅客人次分析

相較於其他縣市的人潮高峰都出現在長天數連假，馬祖的人潮高峰易受到觀光旺季、活動影響

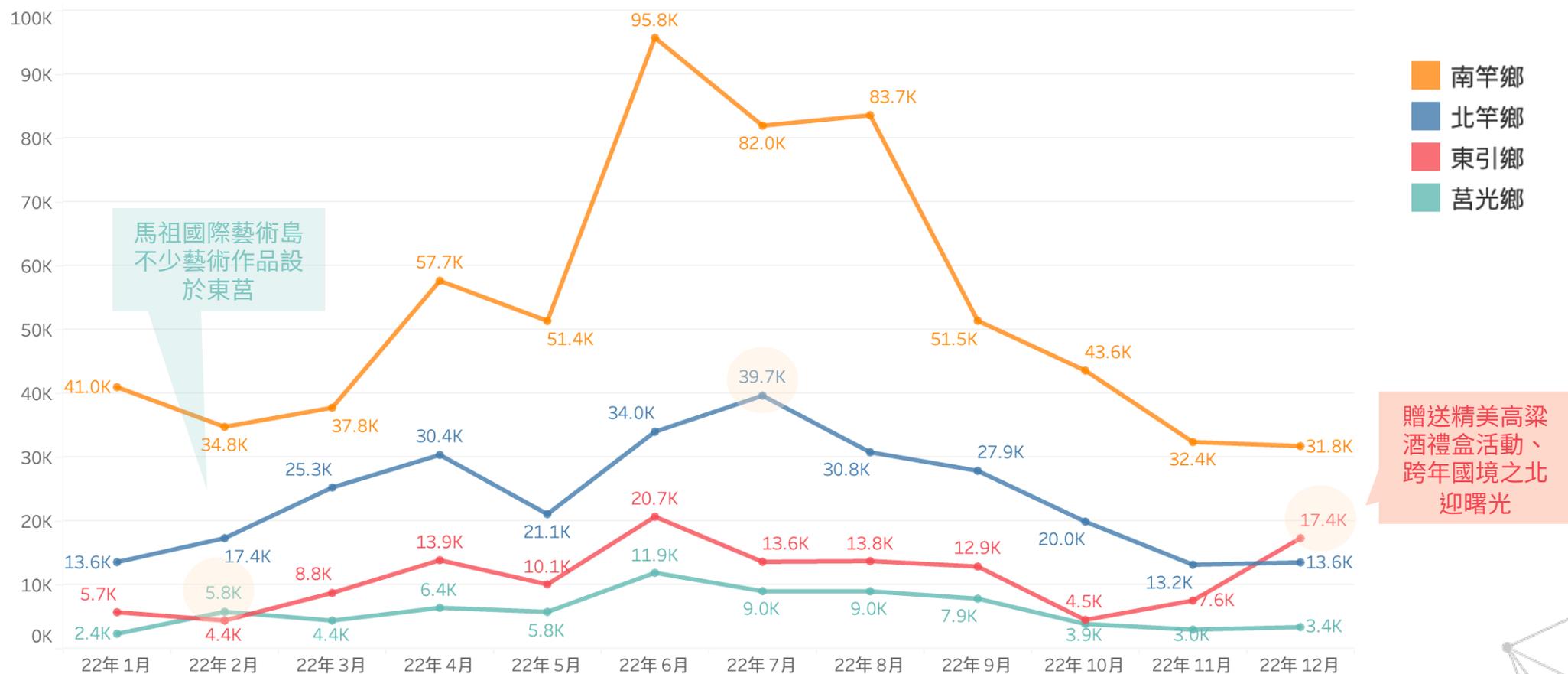
連江縣每日旅客人次 (外縣市旅客)



旅客人次分析：造訪鄉鎮

北竿鄉的旅客人次高峰出現在7月，有別於其他鄉鎮；東引鄉在12月逆勢成長

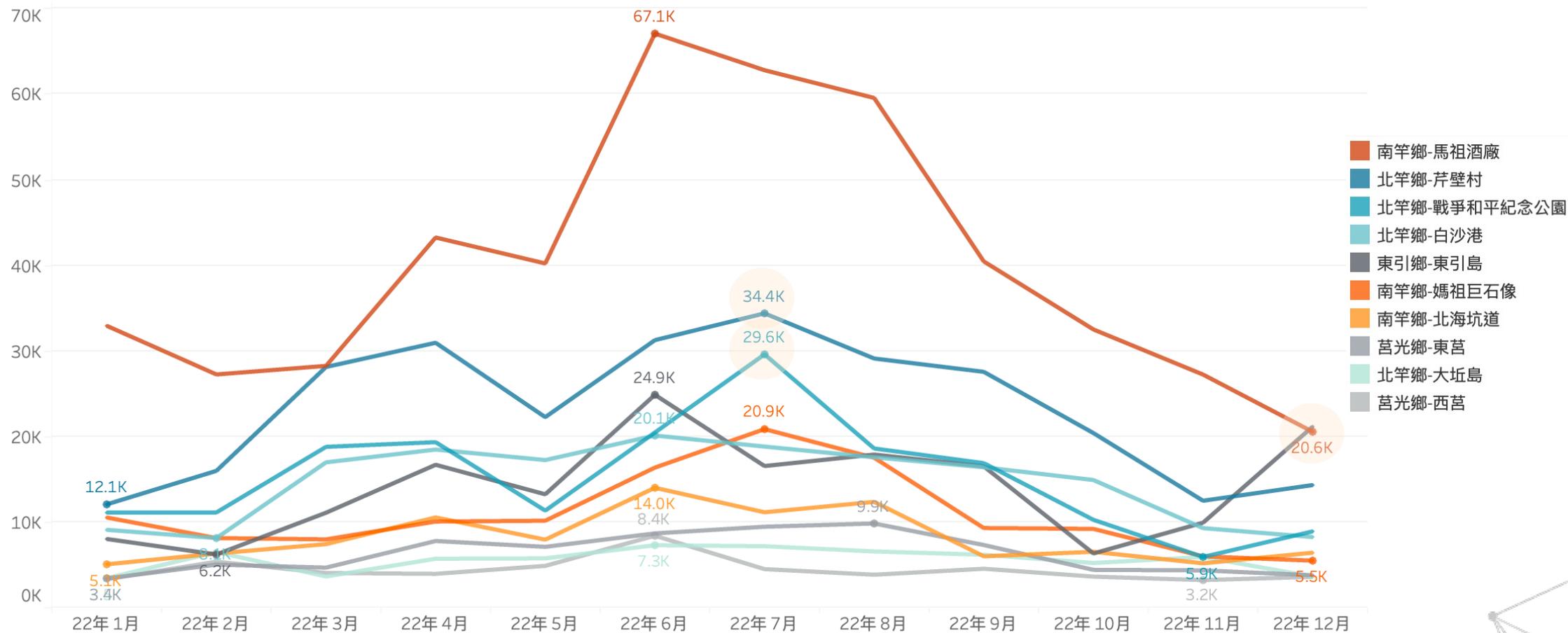
各月旅客人次-依鄉鎮市區分（外縣市旅客）



旅客人次分析：造訪景點

芹壁村、戰爭和平紀念公園、媽祖巨石像在7月創下高峰，東引島在12月躍升人次第一名景點

各月旅客人次-依景點分 (外縣市旅客)



人潮熱點分析：北竿擺暝文化祭

北竿擺暝文化祭吸引不少遊客在冬季前往北竿，人潮集中在馬鼻灣廣場、芹壁等活動會場

北竿擺暝文化祭

- 時間：2022/2/13-2022/3/1
- 地點：北竿

活動期間北竿鄉人潮熱點

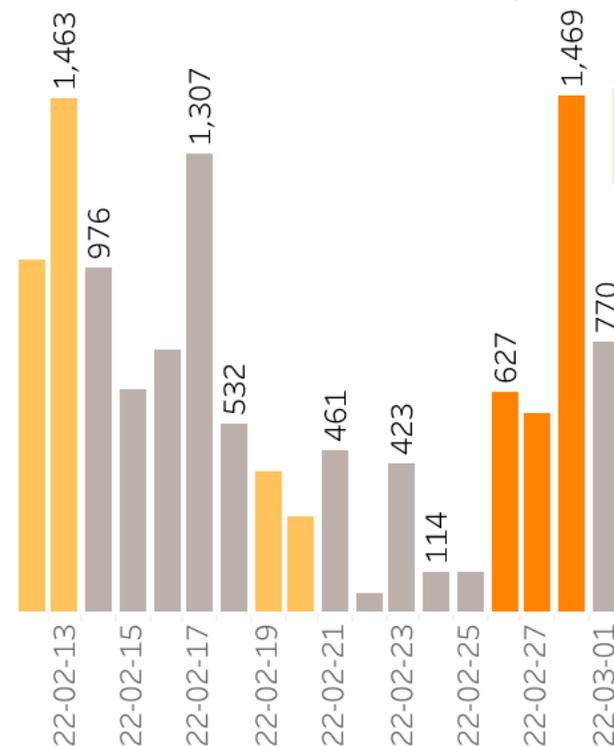


北竿鄉旅客人次 (外縣市旅客)

2/13
燒馬糧文化祭

228連假

3/1
芹壁廿九暝



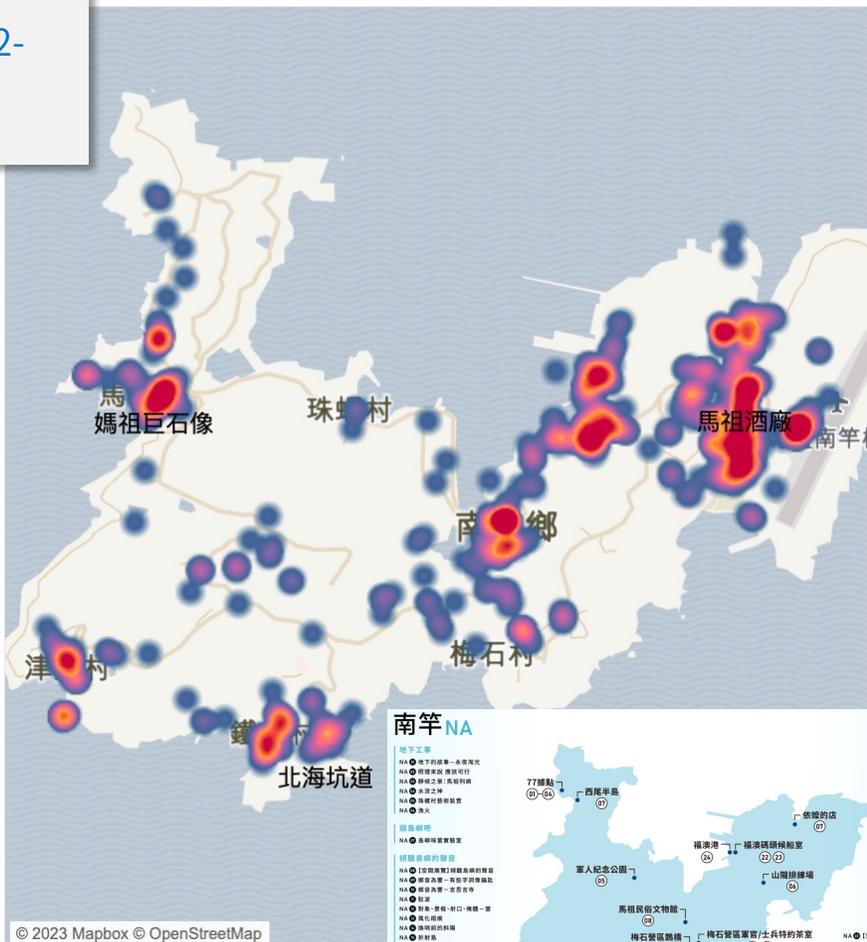
人潮熱點分析：馬祖國際藝術島

藝術品散佈於各島景點，成功吸引旅客跳島、前往不同景點觀光

馬祖國際藝術島

- 時間：2022/2/12-2022/4/12
- 地點：馬祖各島

活動期間南竿人潮熱點



南竿 NA

地下工事

- NA ● 地下的故事—赤崁海坑
- NA ● 將軍坑 隱匿行
- NA ● 神之洞—將軍坑
- NA ● 天路之梯
- NA ● 東門射擊場
- NA ● 文

離島藝術

- NA ● 島嶼藝術
- NA ● 離島藝術

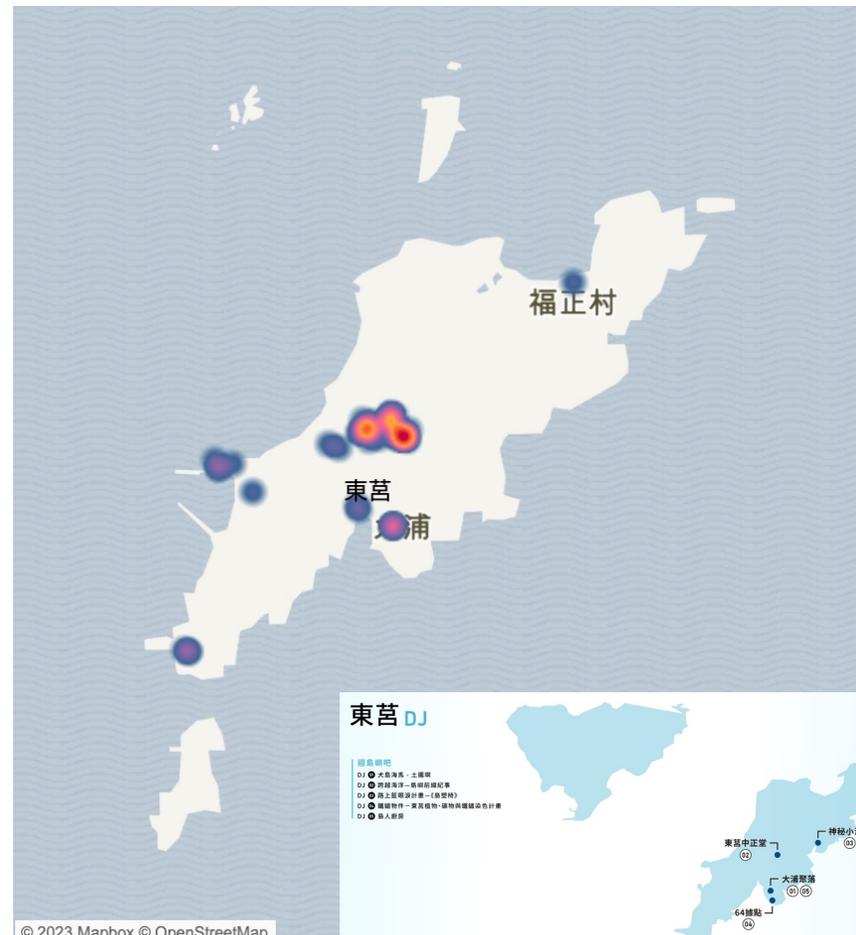
離島藝術的聲音

- NA ● 10個離島的聲音

離島生活

- NA ● 離島生活

活動期間東莒人潮熱點



東莒 DJ

離島藝術

- DJ ● 離島藝術

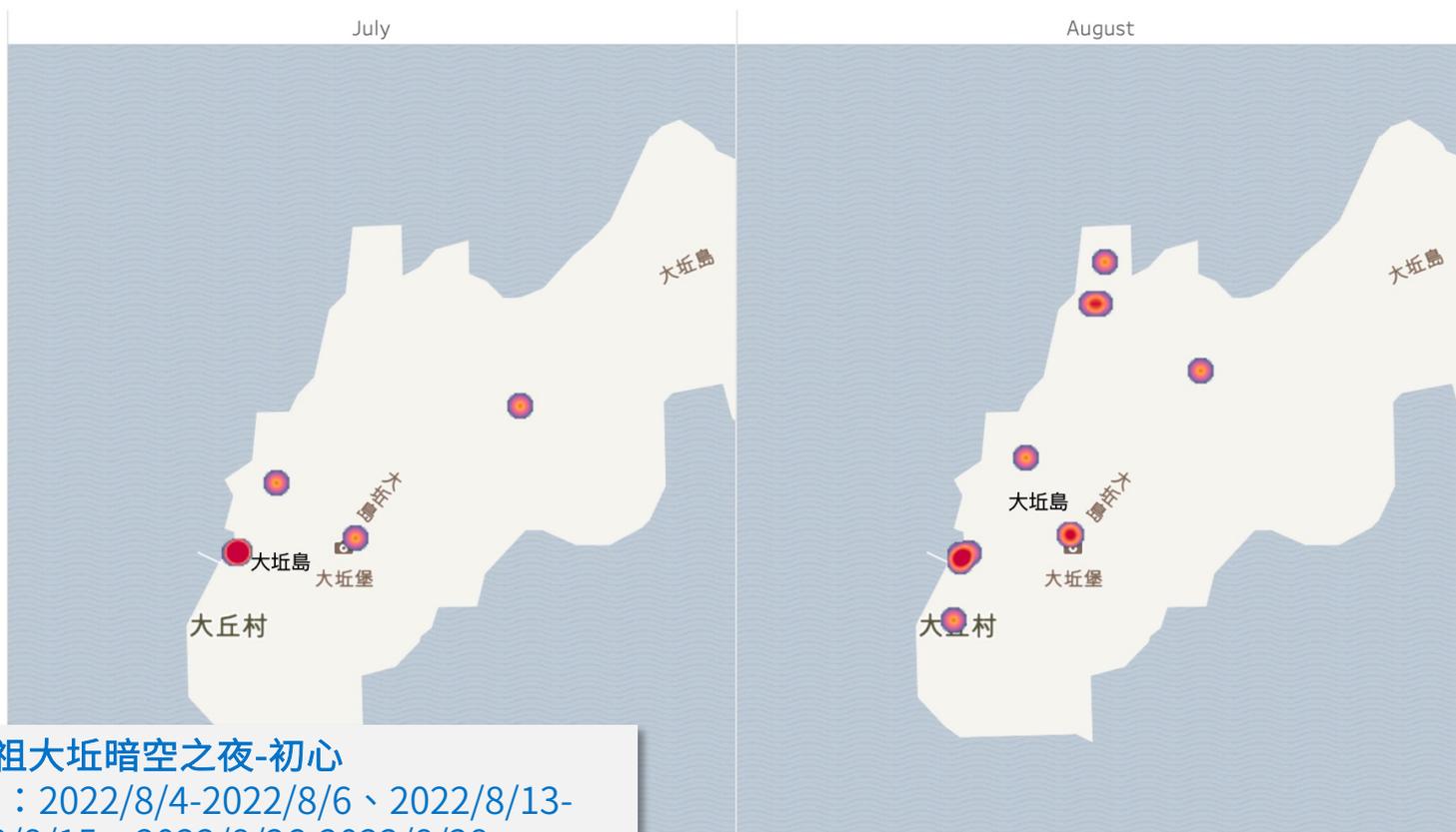
* 僅參考外縣市旅客數據

* 北竿、東引各僅有一處作品，故暫不列入分析

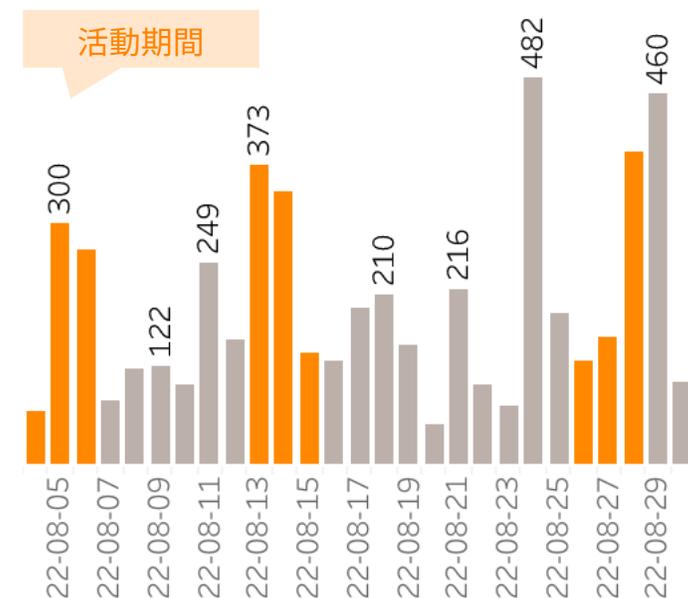
人潮熱點分析：2022馬祖大坵暗空之夜-初心

活動期間的人潮熱點多於前一月，顯示馬祖大坵暗空之夜吸引到許多遊客前往大坵島

北竿鄉-大坵島人潮熱點



北竿鄉-大坵島旅客人次
(外縣市旅客)



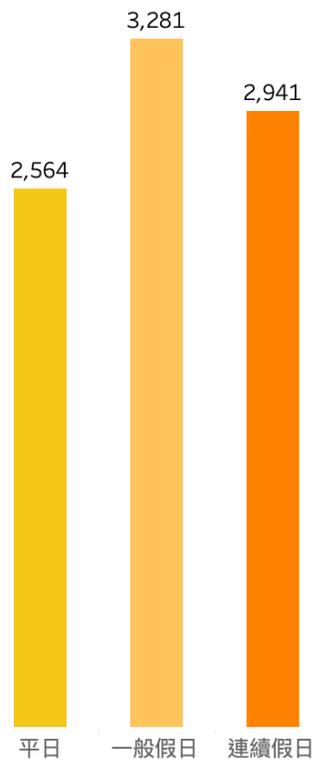
2022馬祖大坵暗空之夜-初心

- 時間：2022/8/4-2022/8/6、2022/8/13-2022/8/15、2022/8/26-2022/8/28
- 地點：大坵

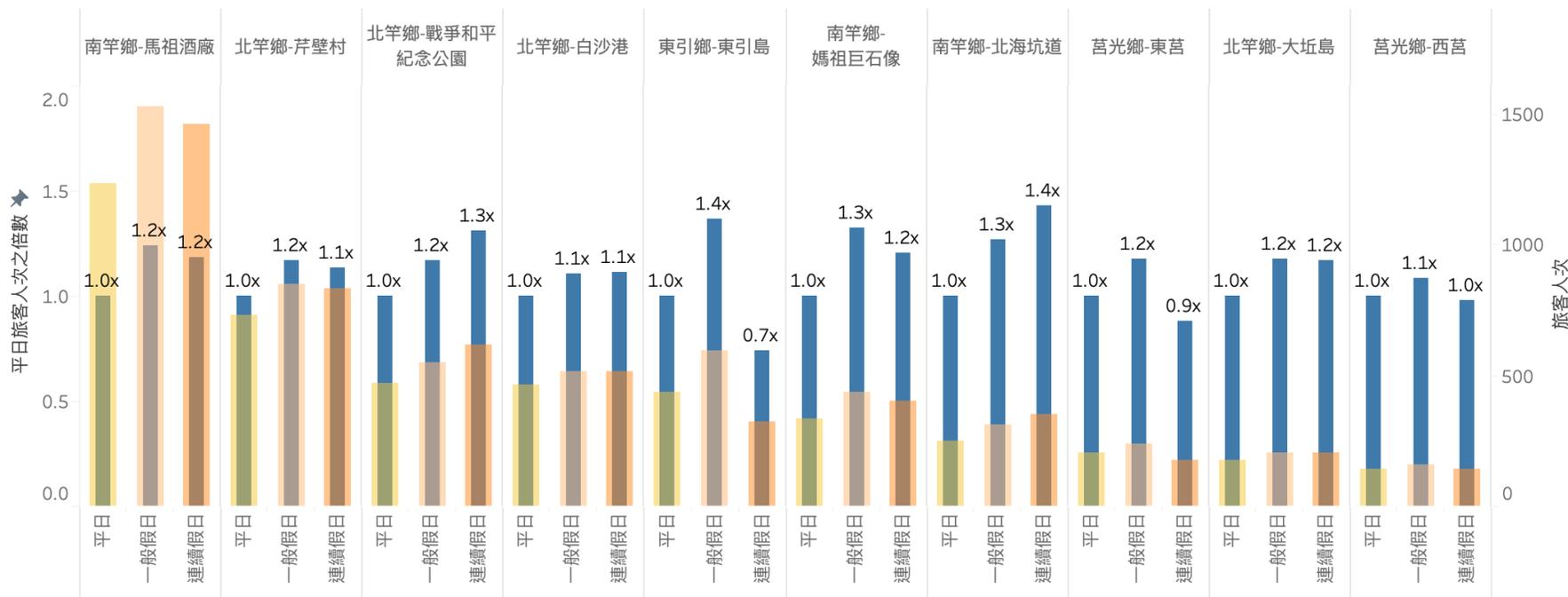
平假日分析

連江縣各景點的平假日旅客人次差異小，也較不會受連續假期影響旅遊天數和行程

連江縣平均每日旅客人次
(外縣市旅客)



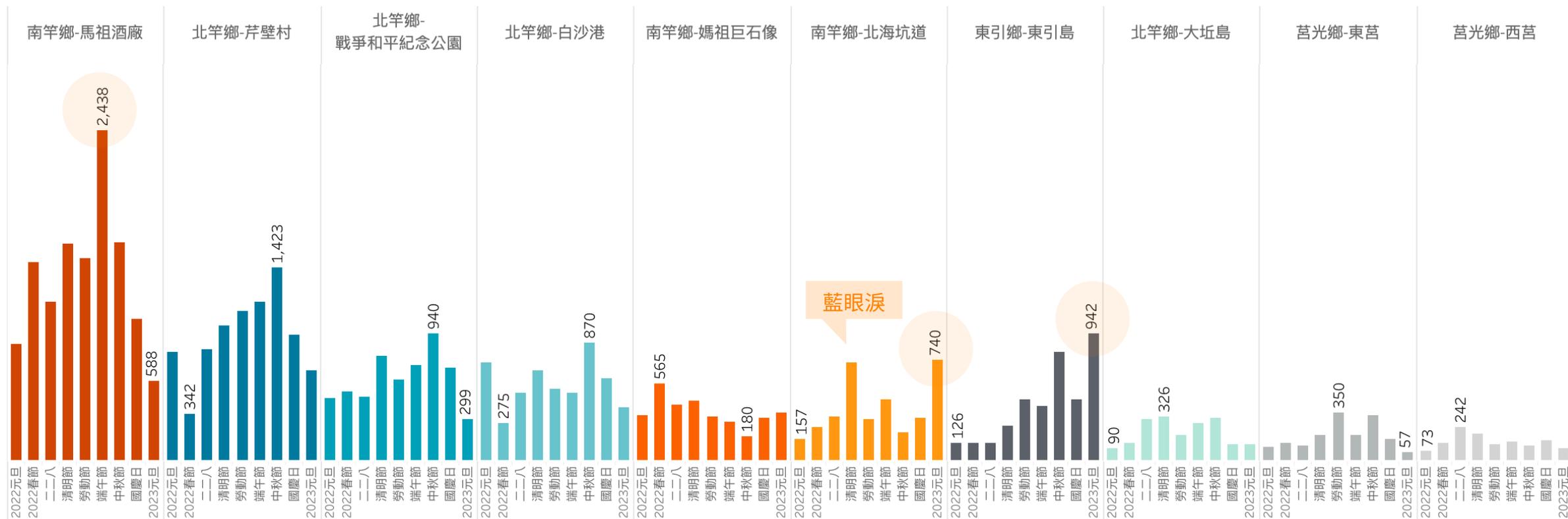
各景點平均每日旅客人次與平日倍率 (外縣市旅客)



平假日分析：連續假日

馬祖酒廠的人潮高峰在端午連假，跨年到北海坑道、東引島也成為熱門選擇

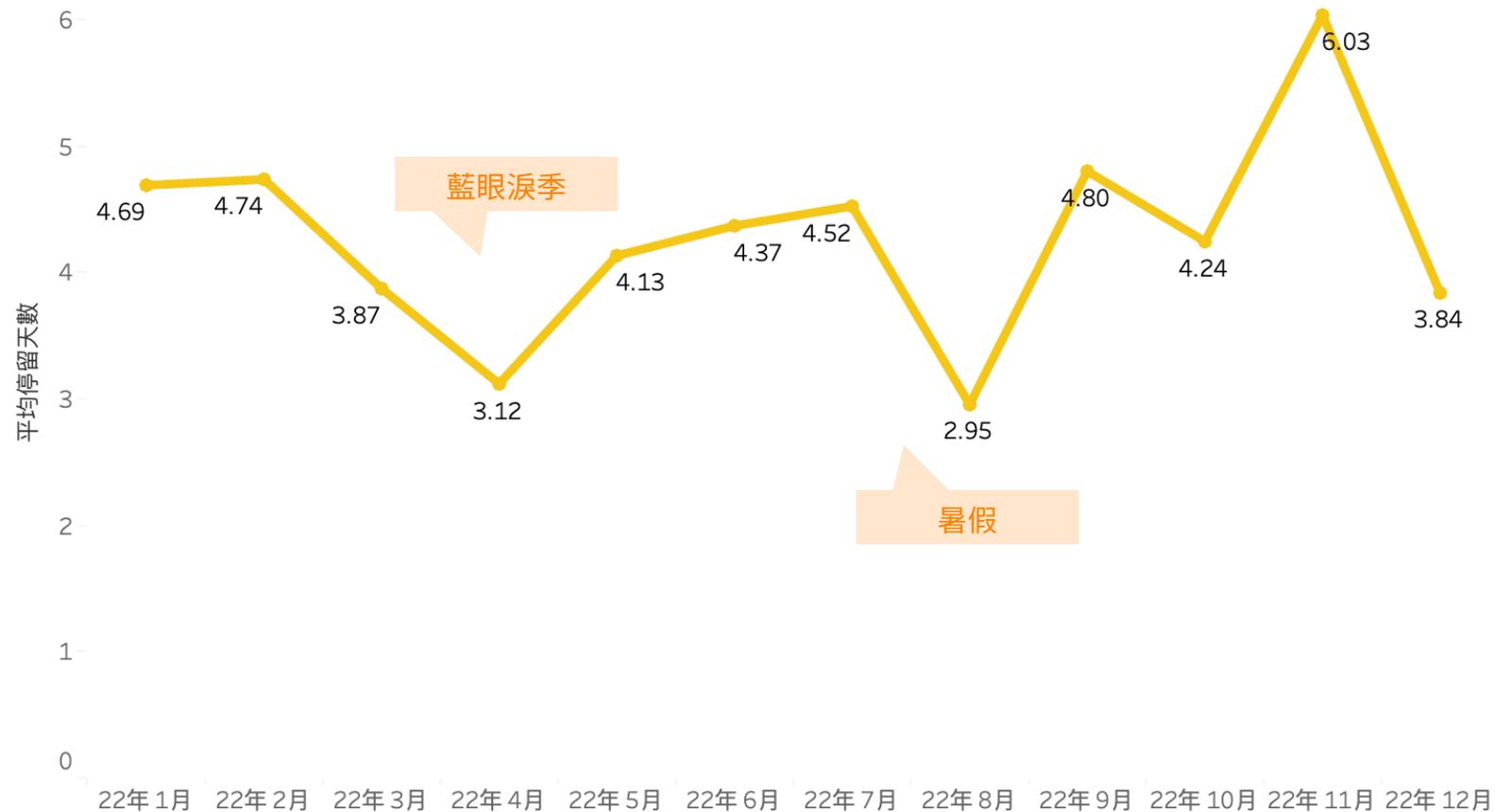
各景點連續假日平均每日旅客人次（外縣市旅客）



停留天數分析

旅客平均停留3~4日，藍眼淚季、暑假等旅遊旺季時，短天數（3天以下）停留者比例增加，因此旅遊天數相對略低

各月平均停留天數（外縣市旅客）



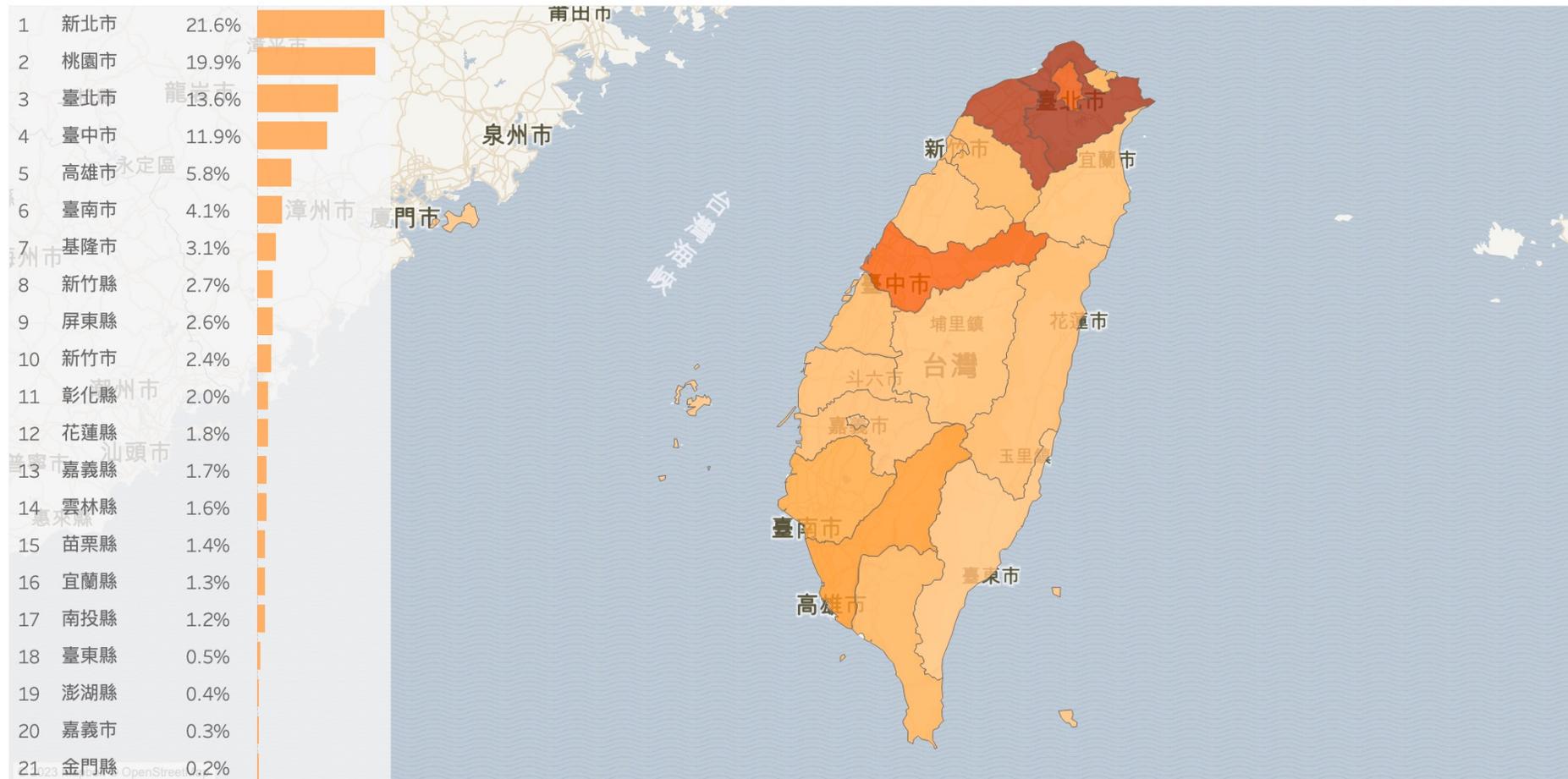
旅客居住地分析

連江縣的旅客有50%來自新北、桃園、台北

連江縣旅客的居住地佔比（外縣市旅客）

旅客居住地排名

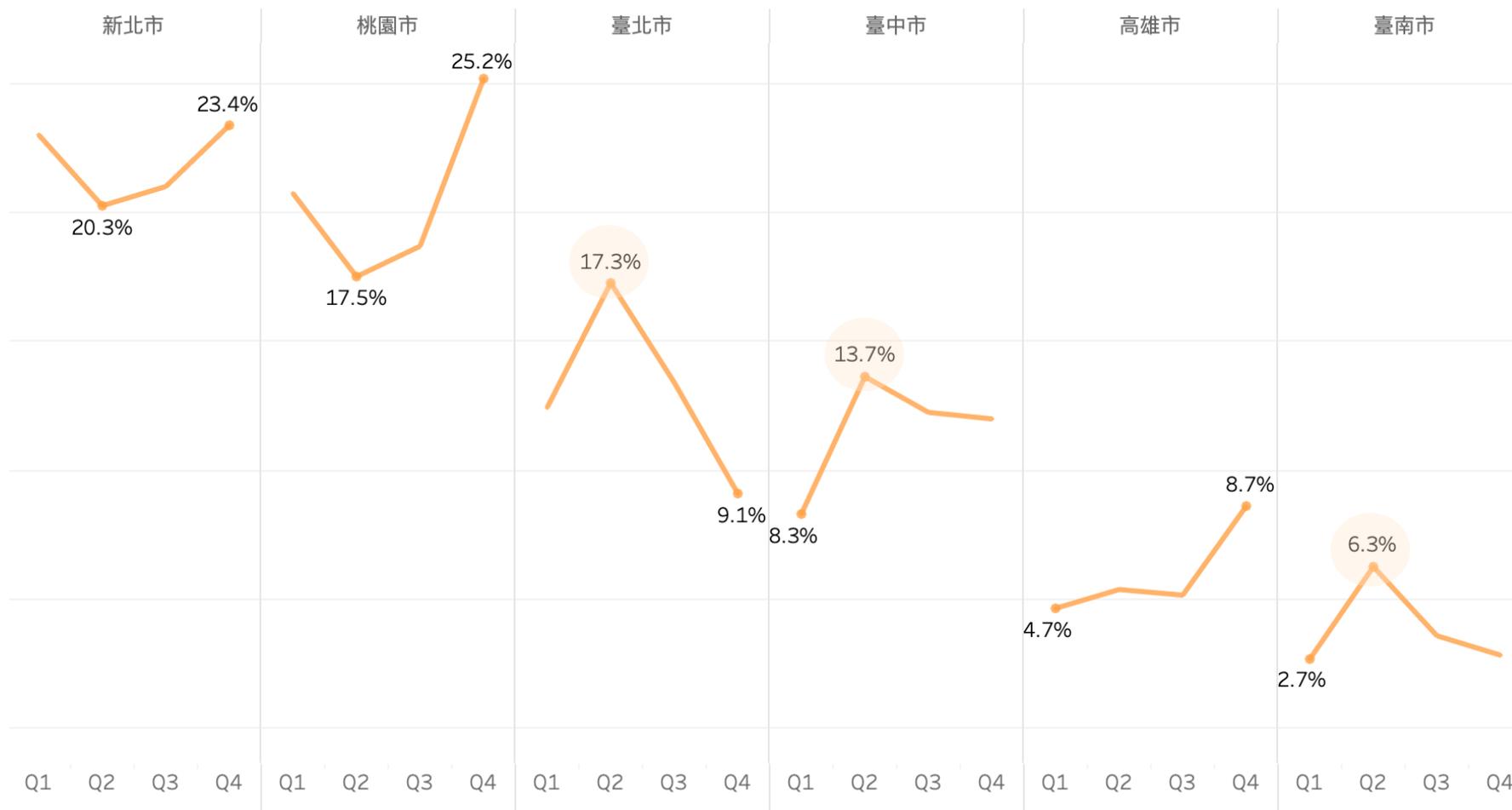
所有旅客 外縣市旅客



旅客居住地分析

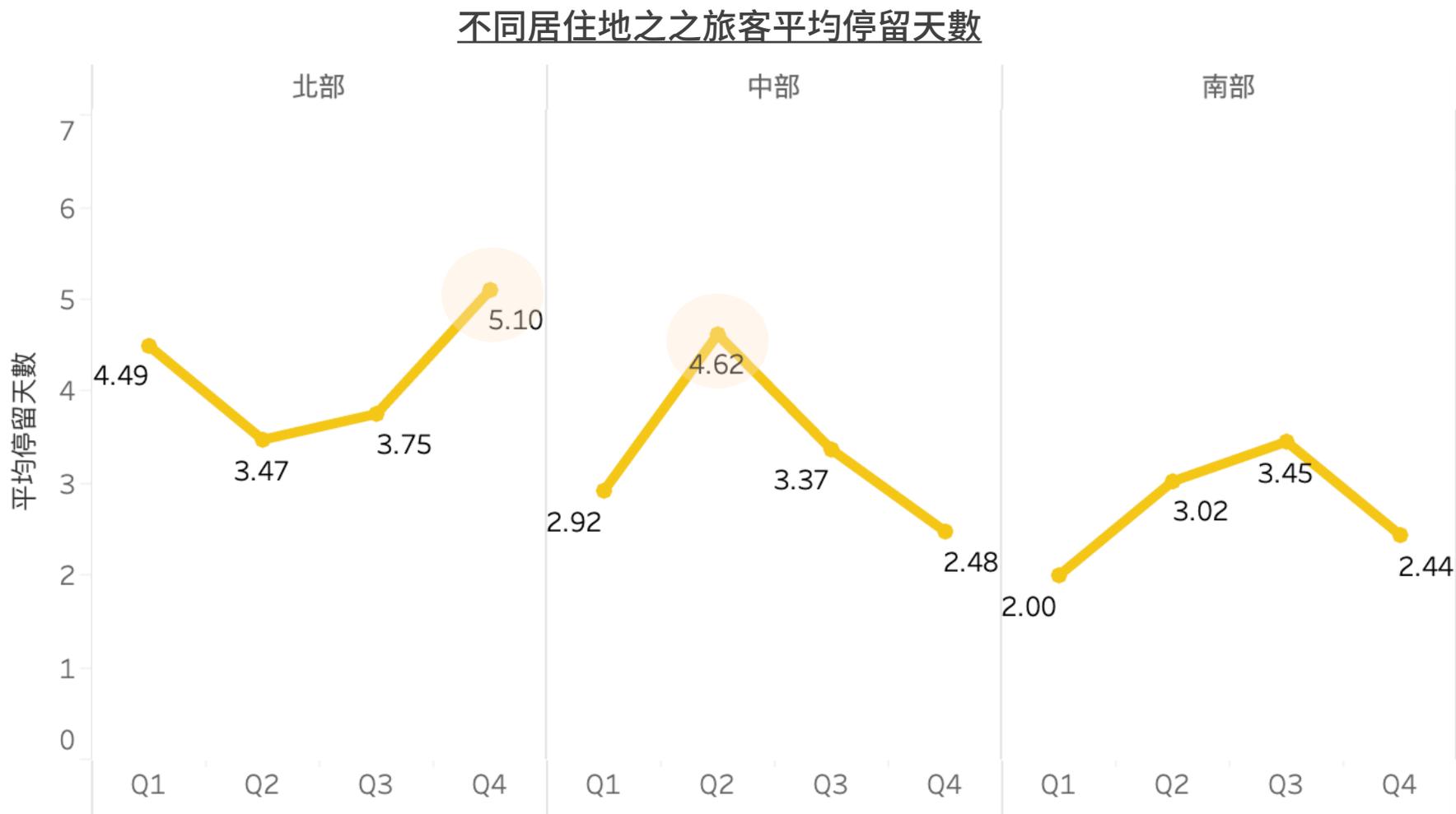
在藍眼淚季節的Q2時，台北、台中、台南的旅客比例明顯增加

連江縣旅客居住地的各月人次占比變化



不同居住地之旅客旅遊行為：平均停留天數

中部旅客在Q2的停留天數長；北部旅客推測因有探親、投票等需求，Q1和Q4的停留天數長



*北部：台北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣市、苗栗縣

*中部：台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣

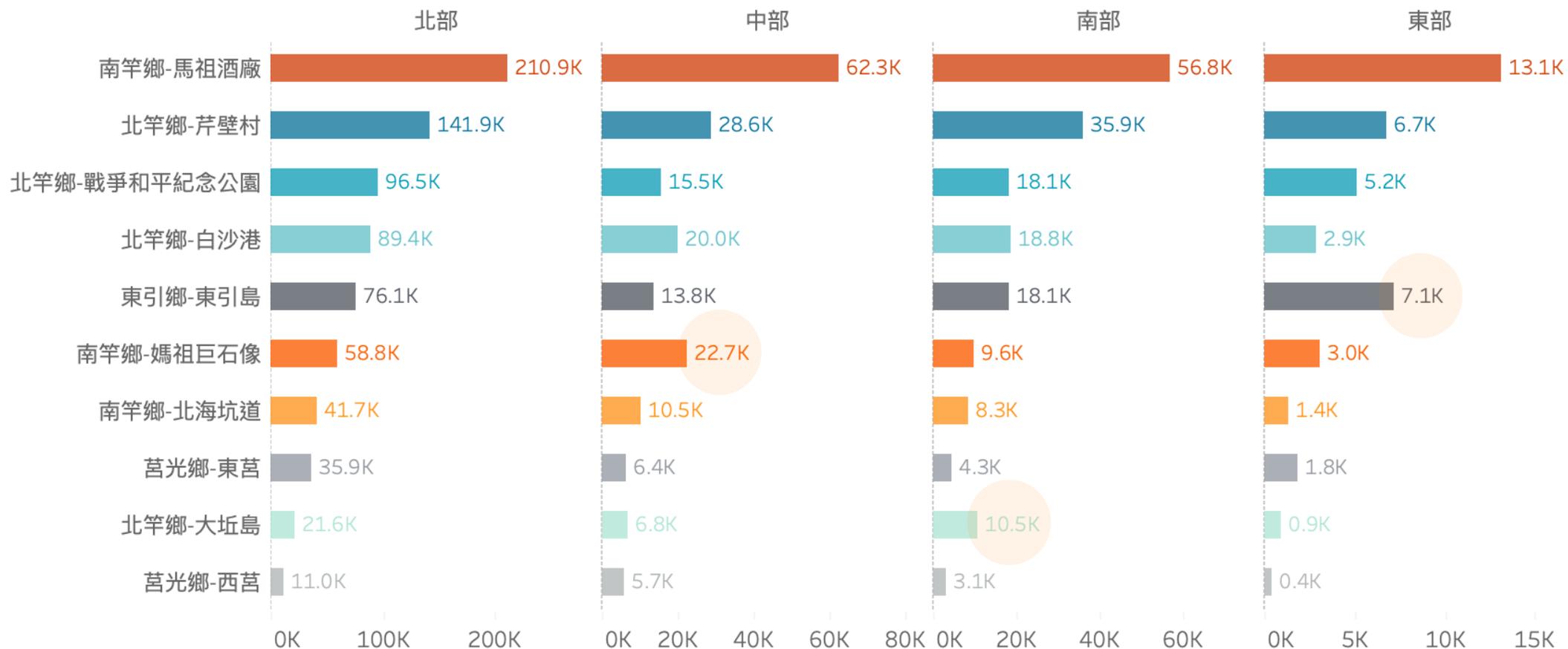
*南部：嘉義縣市、台南市、高雄市、屏東縣

*東部與離島地區因樣本數較少，易受極端值影響，故不列入分析

不同居住地之旅客旅遊行為：造訪景點

中部旅客喜愛造訪媽祖巨石像；而南部旅客相對更喜歡造訪大坵島

各景點的不同居住地之旅客人次



*北部：台北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣市、苗栗縣

*中部：台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣

*南部：嘉義縣市、台南市、高雄市、屏東縣

*東部：宜蘭縣、花蓮縣、台東縣

結論與建議

Where 旅客去了哪裡？

- 馬祖各月趨勢與其他縣市相似，但受疫情影響的幅度相對緩和
- 芹壁村、戰爭和平紀念公園、媽祖巨石像在7月創下高峰，東引島在12月躍升人次第一名景點

When 旅客來訪的時間偏好？

- 馬祖的人潮高峰易受到觀光旺季、活動影響，較不易受平假日影響
- 北竿擺暝文化祭吸引一些遊客在冬季前往北竿，人潮集中在馬鼻灣廣場、芹壁等活動會場
- 馬祖國際藝術島的藝術品散佈於各島景點，成功吸引旅客跳島、前往不同景點觀光
- 馬祖大坵暗空之夜亦吸引到許多遊客前往大坵島，Q3的人潮熱點明顯多於Q2
- 馬祖酒廠的人潮高峰在端午連假，跨年到北海坑道、東引島在成為熱門選擇
- 旅客平均停留3~4日，相對其他縣市長，藍眼淚季、暑假等旅遊旺季時旅遊天數相對略低

Who 旅客是誰？

- 一半以上的旅客來自台北、新北、桃園
- 在藍眼淚季節的Q2時，台北、台中、台南的旅客比例明顯增加
- 中部旅客在Q2的停留天數長；北部旅客推測因有探親、投票等需求，Q1和Q4的停留天數長
- 中部旅客喜歡造訪媽祖巨石像；而南部旅客相對更喜歡造訪大坵島

- 2022年馬祖的國內旅遊人潮衰退與回溫狀況較其他縣市緩和，顯示爆發於Q2的疫情相對不影響旅客看藍眼淚與玩馬祖的意願，建議趁勝追擊，加強打造能讓旅客重遊的特色
- 觀察馬祖的人潮熱點，除了與戰地、歷史有關的知名景點外，也有許多熱點是拍照點，可作為拓展年輕客群、自由行客群的參考
- 舉辦活動有效影響前往馬祖的人潮多寡，近年來舉辦與藝術、自然、運動、文化等相關活動，成功吸引不同屬性的客群，建議延續
- 馬祖的旅客平均停留天數相較於其他縣市長，不過也建議可透過發展體驗型觀光行程等，增加停留天數或促進旅客再次造訪
- 馬祖的旅客超過50%來自新北、台北、桃園，建議多拓展客群至其他縣市居民，而中南部客群在下半年有成長的趨勢，且旺季停留天數長，建議可優先加強經營中南部客群

1 2022年連江縣觀光人流動向

2 附錄：說明與定義



觀察人群

所有旅客

定義：
包含連江縣旅客與外縣市旅客。

連江縣旅客

定義：
台灣行動裝置用戶，且居住地在連江縣。
觀察期間範圍內，曾出現在居住地生活圈或工作地生活圈之外的其他連江縣區域。

外縣市旅客

定義：
台灣行動裝置用戶，且居住地不在連江縣。
觀察期間範圍內，曾出現在連江縣（不在工作地生活圈範圍）。

居住地與工作地

定義：
透過長期的時間與空間數據觀察，歸納出：

居住地 - 晚上20:00至隔日早上7:59，行動裝置用戶主要停留之地點。

工作地 - 早上8:00至下午19:59，行動裝置用戶主要停留之地點。

居住地與工作地生活圈

定義：
透過長期的時間與空間數據觀察，歸納出生活圈的範圍大小。

外縣市旅客



人物A
居住地：台北市內湖區
工作地：台北市中正區



人物B
居住地：高雄市左營區
工作地：高雄市鳳山居

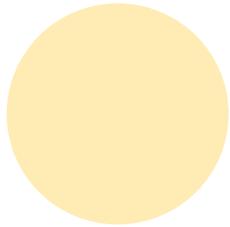


人物A或人物B，在觀察區間中，有到訪連江縣，即被定義為外縣市旅客

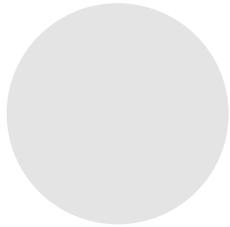
外縣市旅客



人物C
居住地：桃園市中壢區
工作地：連江縣南竿鄉



：居住地生活圈



：工作地生活圈



：觀察區間中造訪地點



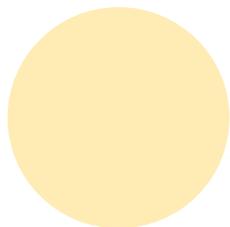
連江縣旅客



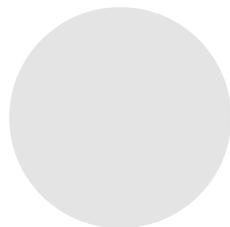
人物D

居住地：連江縣東引鄉

工作地：連江縣南竿鄉



：居住地生活圈



：工作地生活圈



：觀察區間中造訪地點



景點範圍

東引島 (東引鄉)



大坵島 (北竿鄉)



景點範圍

戰爭和平紀念公園（北竿鄉）



北海坑道（南竿鄉）



景點範圍

白沙港（北竿鄉）



西莒（莒光鄉）



景點範圍

東莒（莒光鄉）

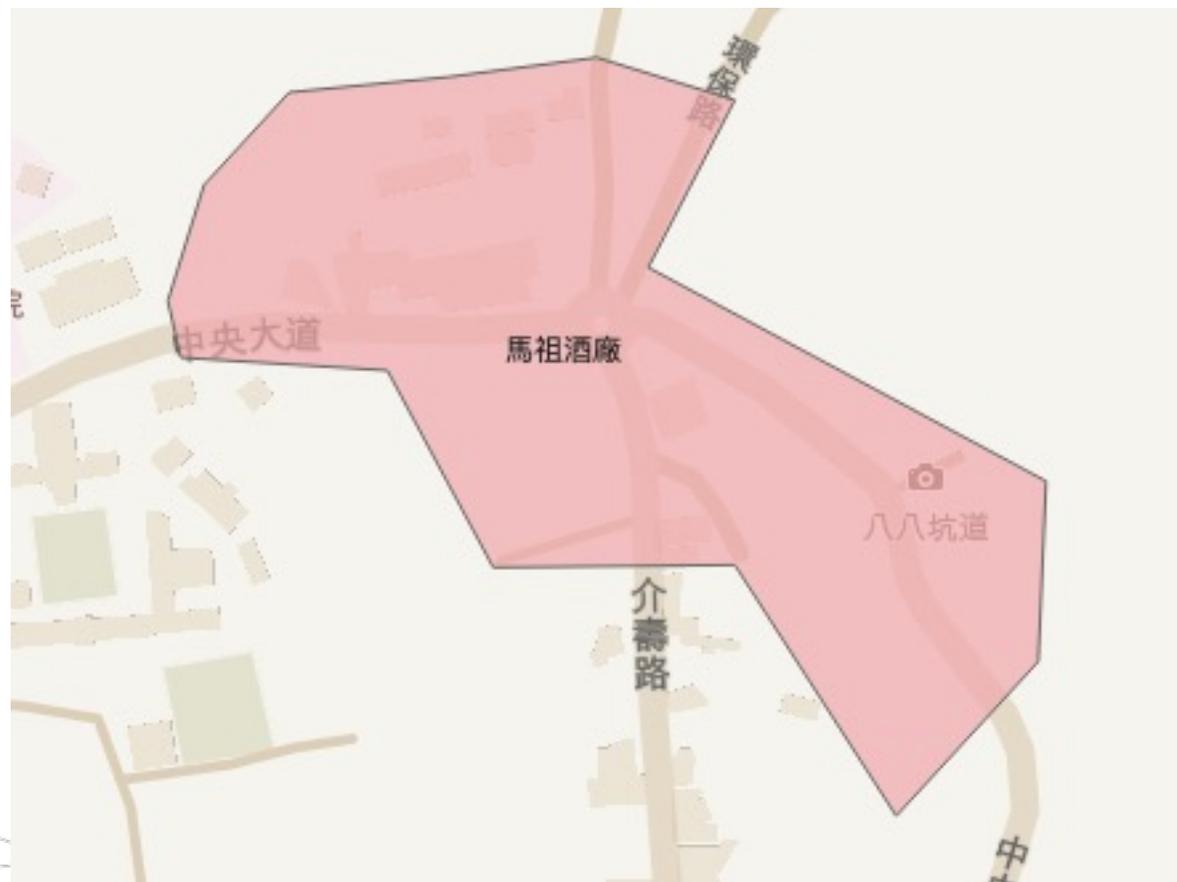


芹壁村（北竿鄉）



景點範圍

馬祖酒廠 (南竿鄉)



媽祖巨石像 (南竿鄉)



Vpon