



臺北市花季活動  
民調性別面面觀

報告單位：工務局統計室

# 大綱



1.施政及資料介紹

2.花季活動知曉度

3.花季活動參與度

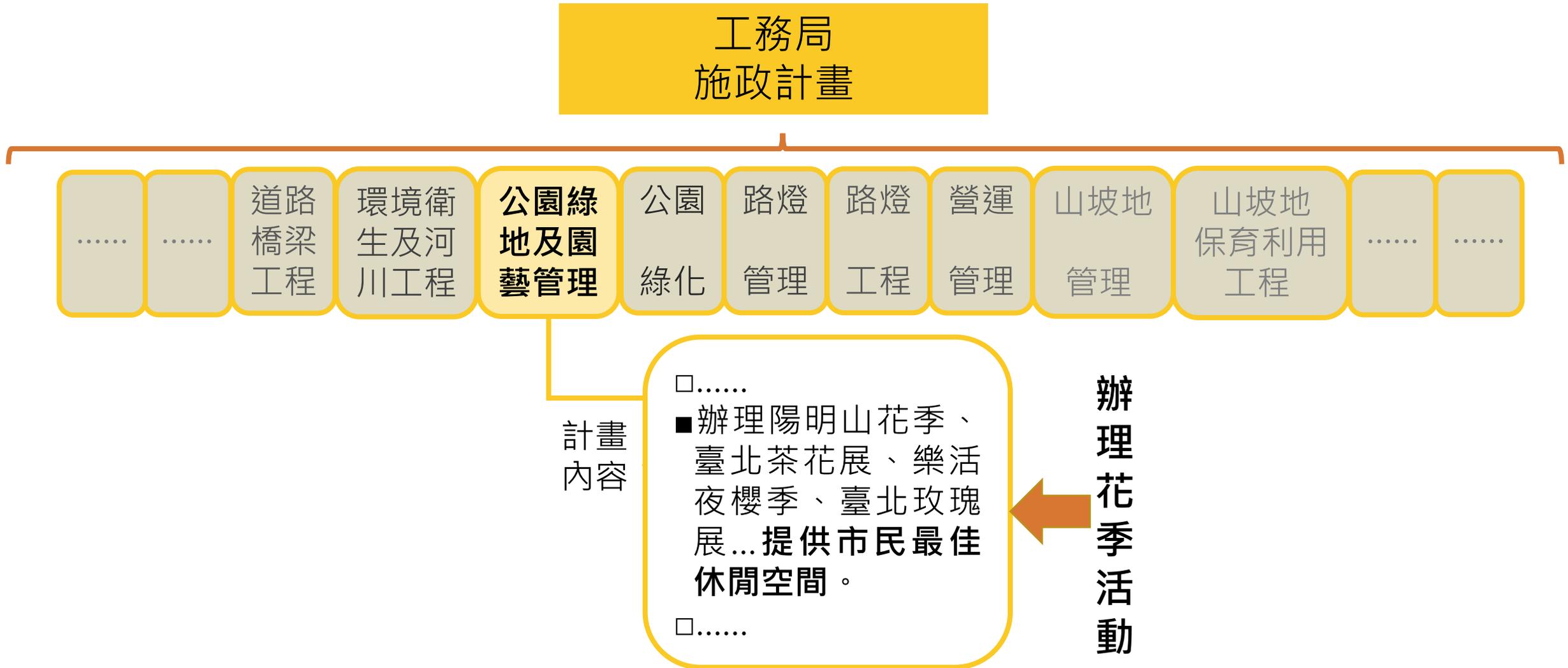
4.花季活動訊息管道

5.花季活動滿意情形

6.結論與具體建議

性別資料分析

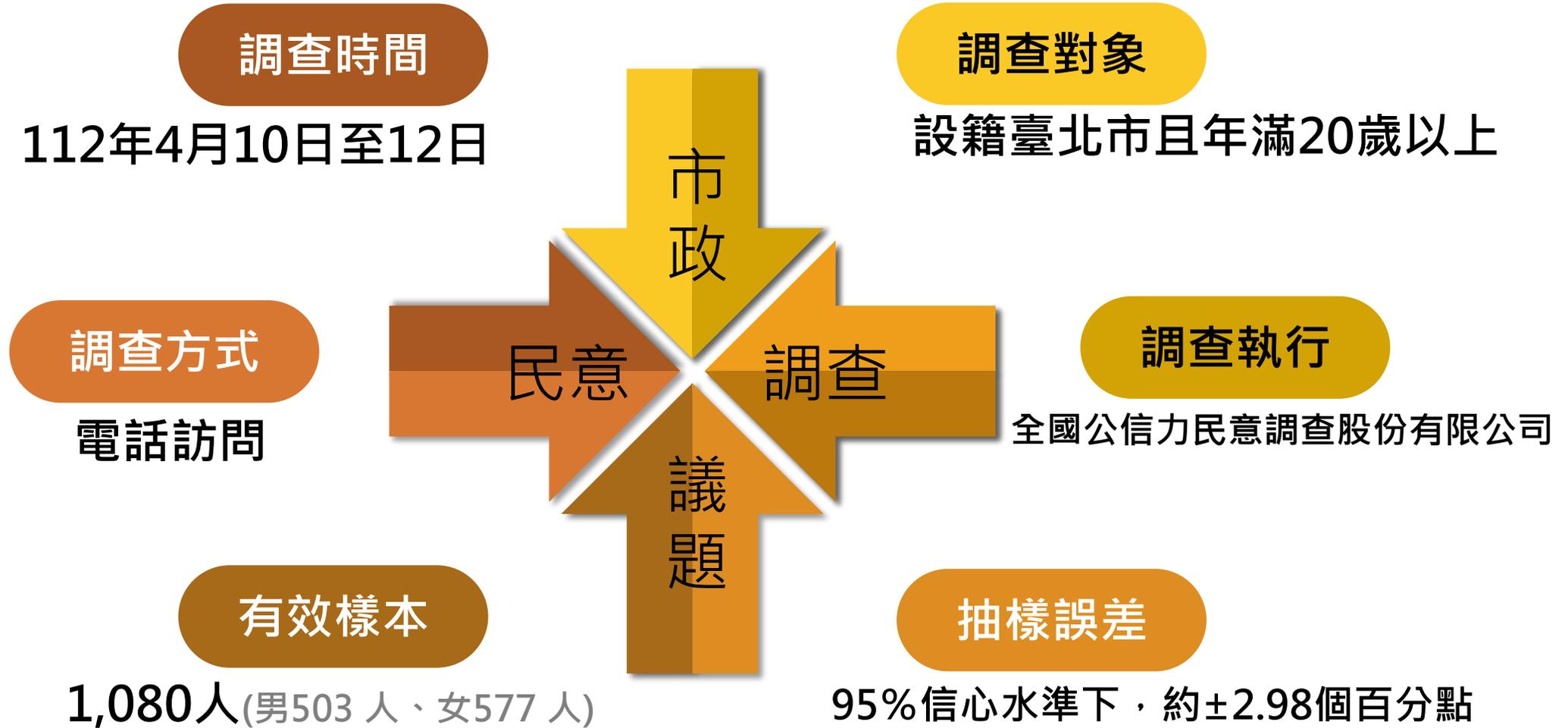
# 一、施政及資料介紹(1/2)



# 一、施政及資料介紹(2/2)

市政議題：花季活動

為了解民眾的感受，業於112年4月針對「花季活動」主題進行民調，本報告藉由調查結果，探討不同性別對花季辦理感受的差異情形。

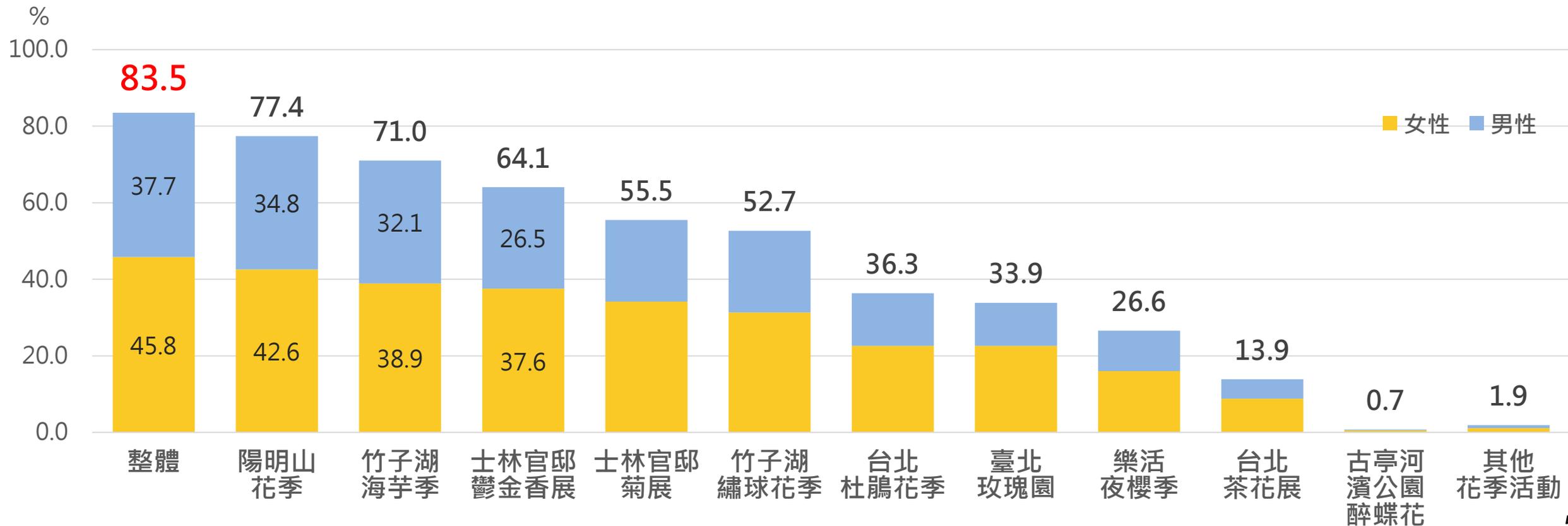


## 二、花季活動知曉度(1/2)

112年調查顯示有83.5%的臺北市民眾至少知道一項花季活動，其中陽明山花季及竹子湖海芋季知曉度高達七成以上。另士林官邸鬱金香展及菊展，竹子湖繡球花季亦有一半民眾知道。

Q:請問您知不知道臺北市的花季有哪些賞花活動？(回答知道，續問知道什麼花季種類)(複選，提示)(樣本1,080人)

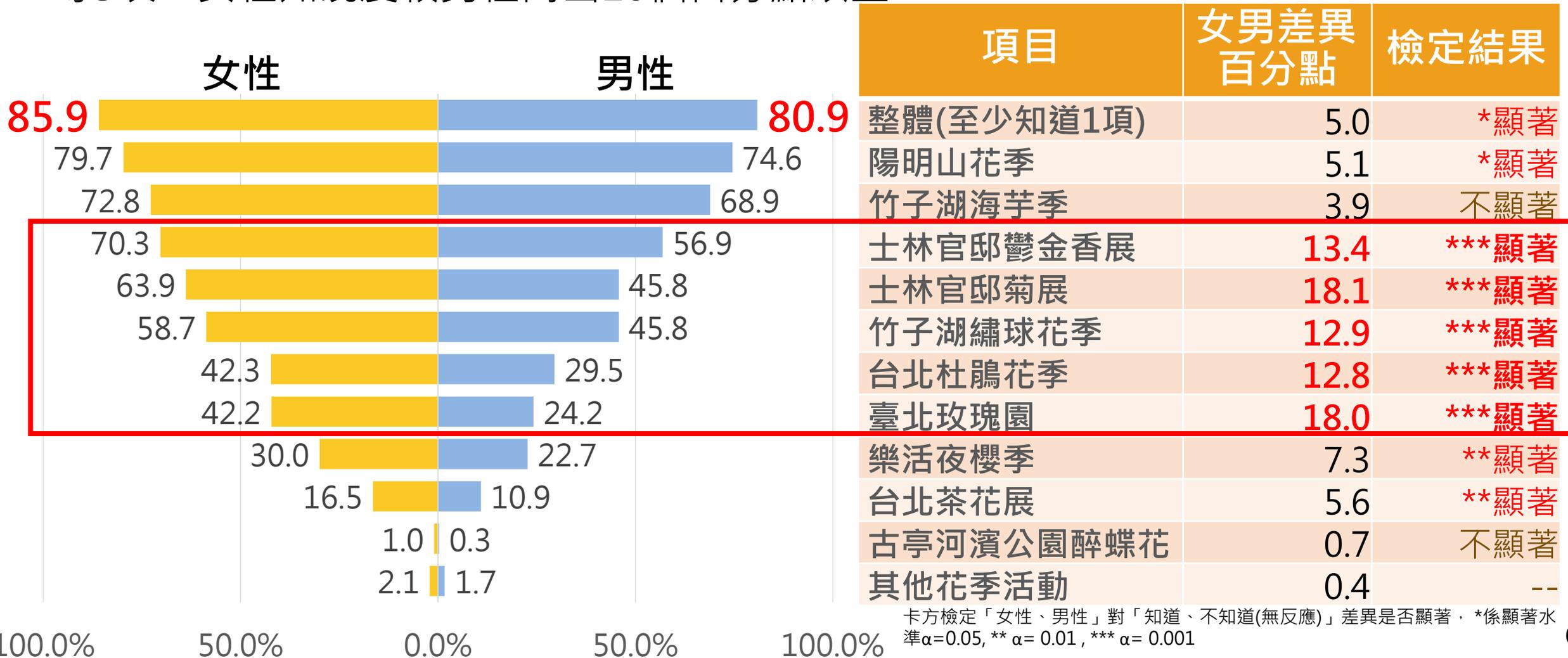
**112年知曉度為83.5%**(至少知道1項)



## 二、花季活動知曉度 (2/2)

女性 > 男性 約高出 5 個百分點

112年調查顯示，臺北花季活動知曉度，女性大致顯著高於男性，整體約高出5百分點，其中士林官邸鬱金香展及菊展、竹子湖繡球花季、台北杜鵑花季、臺北玫瑰園等5項，女性知曉度較男性高出10個百分點以上。



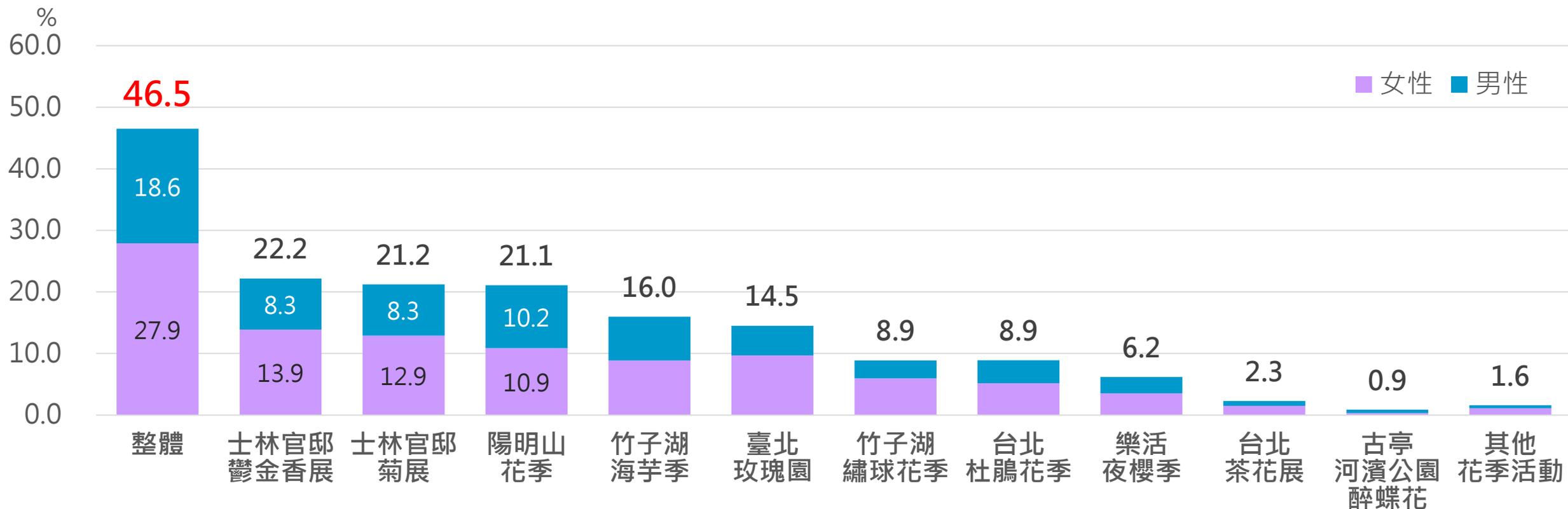
# 三、花季活動參與度 (1/2)

由112年調查得知，知道花季活動的臺北市民眾中，有46.5%過去一年曾參與過花季活動，其中以士林官邸鬱金香展參與度22.2%最高，另士林官邸菊展、陽明山花季亦有二成民眾曾去過。

Q：請問您過去一年，有沒有去過臺北市政府舉辦的花季賞花活動？(回答有，追問是去哪裡賞花、賞哪種花)(複選)(樣本904人)

112年調查參與度為**46.5%**

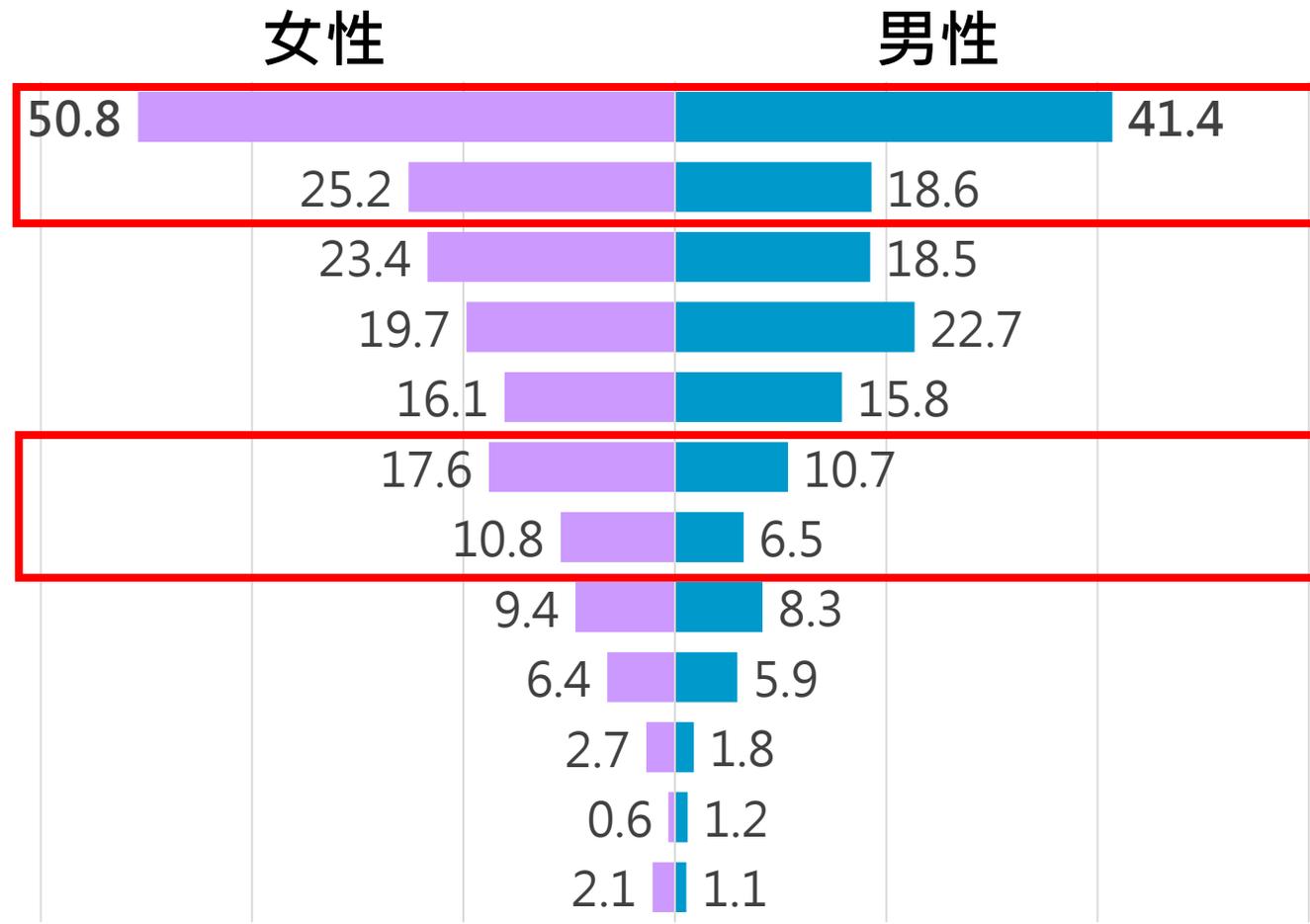
$$(\text{參與度} = \frac{\text{參與花季人數}}{\text{知道花季活動人數}})$$



# 三、花季活動參與度 (2/2)

**女性 > 男性 約高出 9.4 個百分點**

就性別觀察，臺北花季活動整體以女性參與度較高，約高出9.4個百分點，若細分活動來看，其中「士林官邸鬱金香展」、「臺北玫瑰園」、「竹子湖繡球花季」等3項，女性參與度顯著較男性為高。



項目	女男差異百分點	檢定結果
整體(至少參與1項)	9.4	**顯著
士林官邸鬱金香展	6.6	*顯著
士林官邸菊展	4.9	不顯著
陽明山花季	-3.0	不顯著
竹子湖海芋季	0.3	不顯著
臺北玫瑰園	6.9	*顯著
竹子湖繡球花季	4.3	*顯著
台北杜鵑花季	1.1	不顯著
樂活夜櫻季	0.5	不顯著
台北茶花展	0.9	不顯著
古亭河濱公園醉蝶花	-0.6	不顯著
其他花季活動	1.0	--

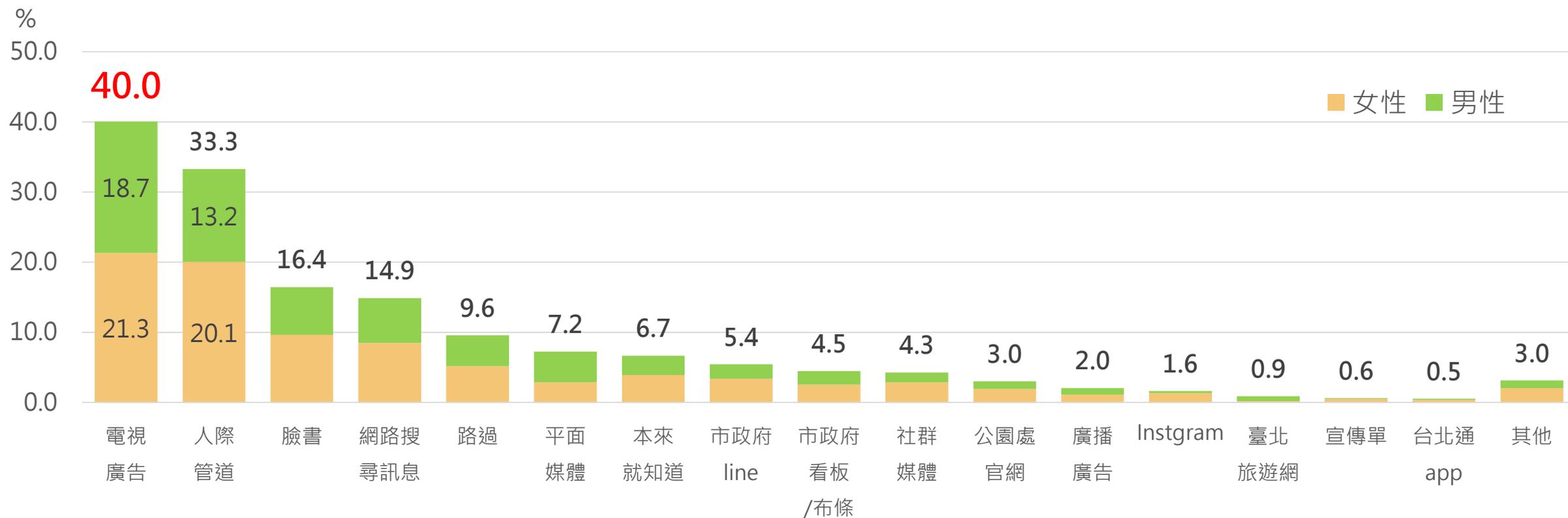
卡方檢定「女性、男性」對「參與、未參與(無反應)」差異是否顯著，\*係顯著水準 $\alpha=0.05$ , \*\*  $\alpha=0.01$ , \*\*\*  $\alpha=0.001$

# 四、花季活動訊息管道(1/2)

根據112年調查結果顯示，知曉市府花季活動的臺北市民眾，以透過「電視廣告」得知訊息占40.0%為大宗，藉由「人際管道」占33.3%次之，另經「臉書」、「網路搜尋資料」約占一成五上下。

Q：請問您是從哪裡知道臺北市政府舉辦的花季活動？(不提示選項)(複選)(樣本904人)

主要訊息管道為**電視廣告**

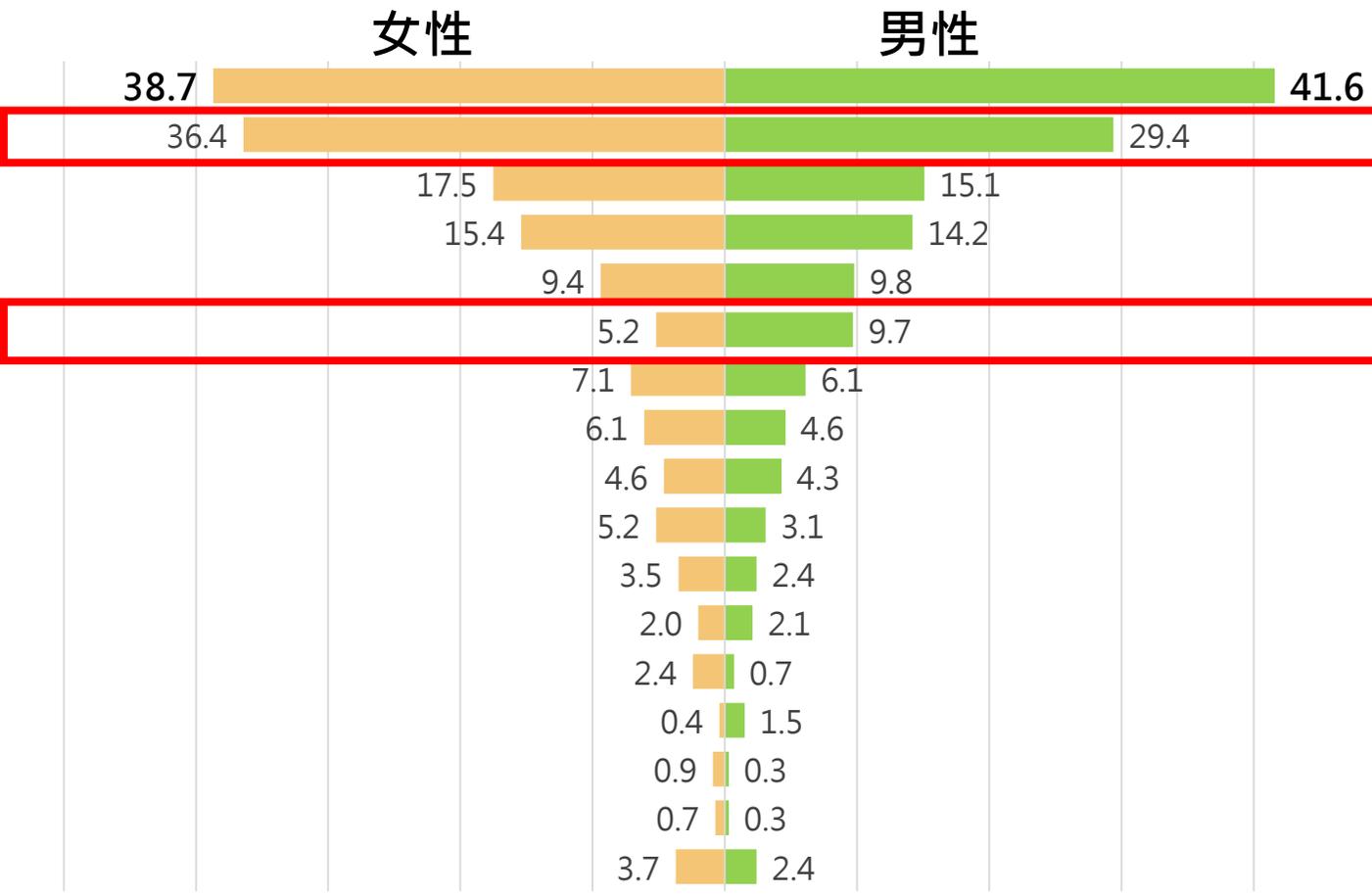


# 四、花季活動訊息管道 (2/2)

從112年調查結果顯示，男、女性前三大訊息管道均為「電視廣告」、「人際管道」及「臉書」。

另由「人際管道」得知活動訊息，女性占比較男性多7個百分點，而「平面媒體」則男性較女性多4.5個百分點，差異顯著。

由「人際管道」得知：女>男  
 由「平面媒體」得知：男>女



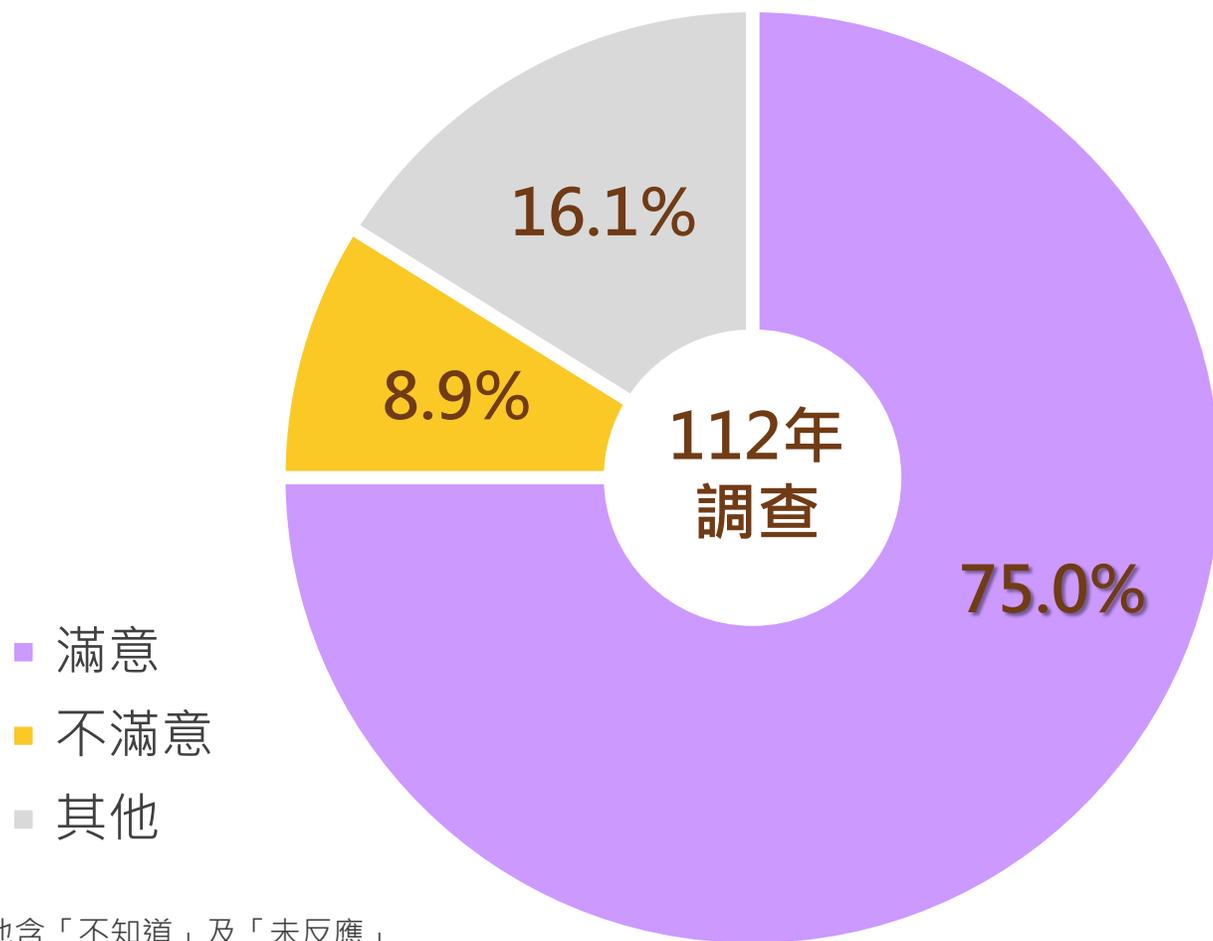
項目	女男差異百分點	檢定結果
電視廣告	-2.9	不顯著
人際管道	7.0	*顯著
臉書	2.4	不顯著
網路搜尋訊息	1.2	不顯著
路過	-0.4	不顯著
平面媒體	-4.5	*顯著
本來就知道	1.0	不顯著
市政府line	1.5	不顯著
市政府看板/布條	0.3	不顯著
社群媒體	2.1	不顯著
公園處官網	1.1	不顯著
廣播廣告	-0.1	不顯著
Instagram	1.7	不顯著
臺北旅遊網	-1.1	不顯著
宣傳單	0.6	不顯著
台北通app	0.4	不顯著
其他	1.3	--

# 五、花季活動滿意情形 (1/4)

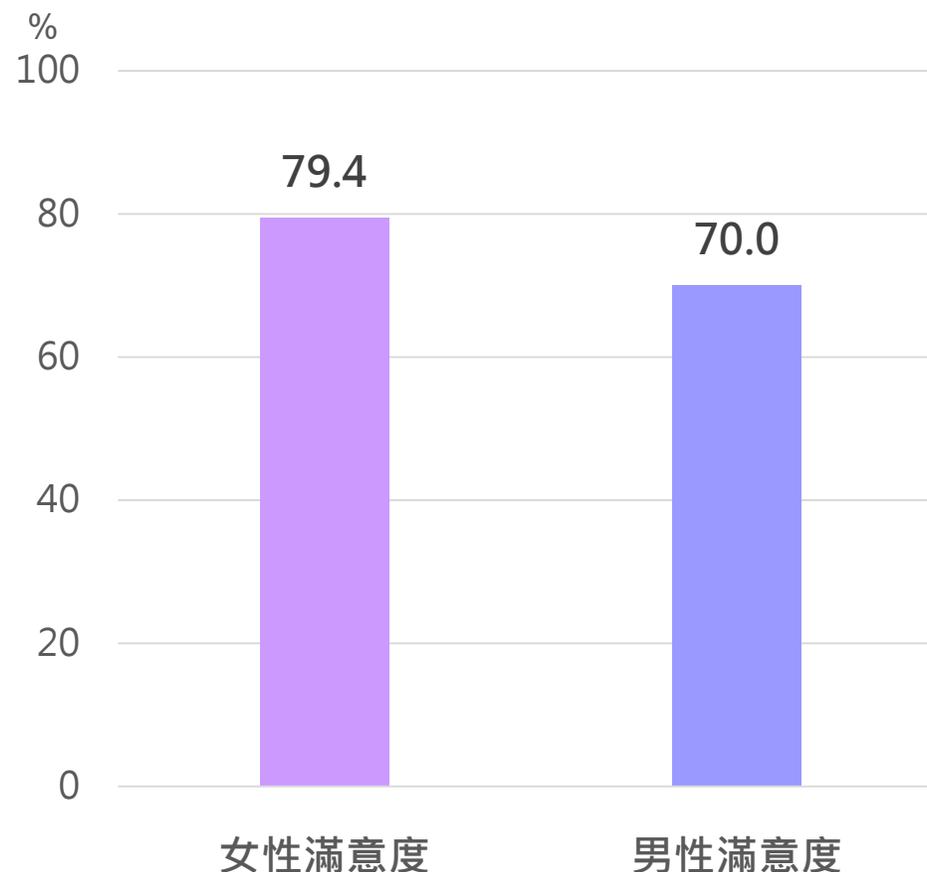
112年調查結果，民眾對花季活動滿意度(非常滿意+滿意)達75%。若就性別觀察，女性滿意度為79.4%，男性滿意度70%。

Q：整體來說，請問您對臺北市政府每年舉辦花季活動這個作法滿不滿意?(樣本1,080人)

112年調查滿意度 **75%**



其他含「不知道」及「未反應」



# 五、花季活動滿意情形 (2/4)

由112年調查結果顯示，民眾知道花季活動者其滿意度較不知道者，高出24個百分點，而有參與花季活動者其滿意度亦較未參與者，高出20.3個百分點，至不滿意度也以「知道」或「有參與」者較低。

滿意度 ←→ 不滿意度  
 知道 > 不知道      知道 < 不知道  
 參與 > 未參與      參與 < 未參與

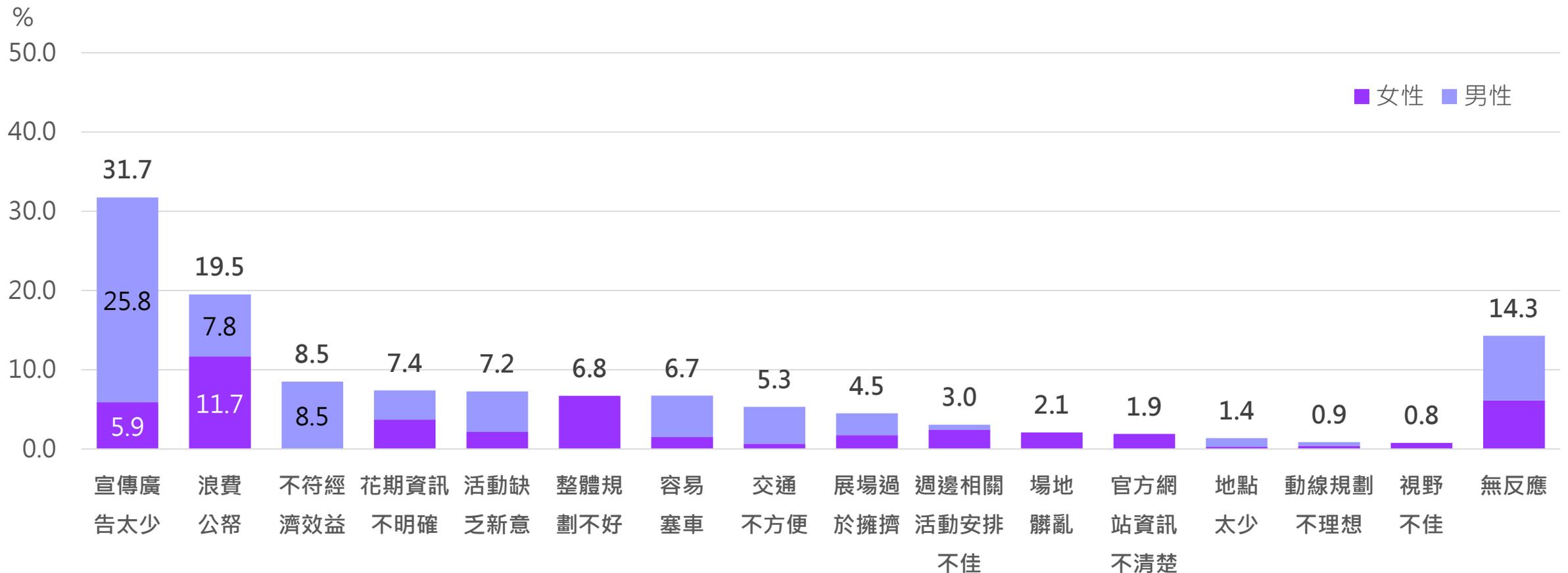
項目別			112年調查	
			滿意	不滿意
知曉度	知道(A)	%	78.9	8.0
	不知道(B)	%	54.9	13.3
	差異(A-B)	百分點	24.0	-5.3
參與度	有(C)	%	89.8	6.3
	無(D)	%	69.5	9.3
	差異(C-D)	百分點	20.3	-3.0

# 五、花季活動滿意情形 (3/4)

由112年調查得知，民眾對政府舉辦花季活動不滿意的原因，以「宣導廣告太少」占31.7%為大宗，其次是「浪費公帑」，「不符經濟效益」再次之。

Q：請問您對臺北市政府舉辦花季活動，不滿意的原因是什麼？(不提示選項、最多3項)(複選)(樣本96人)

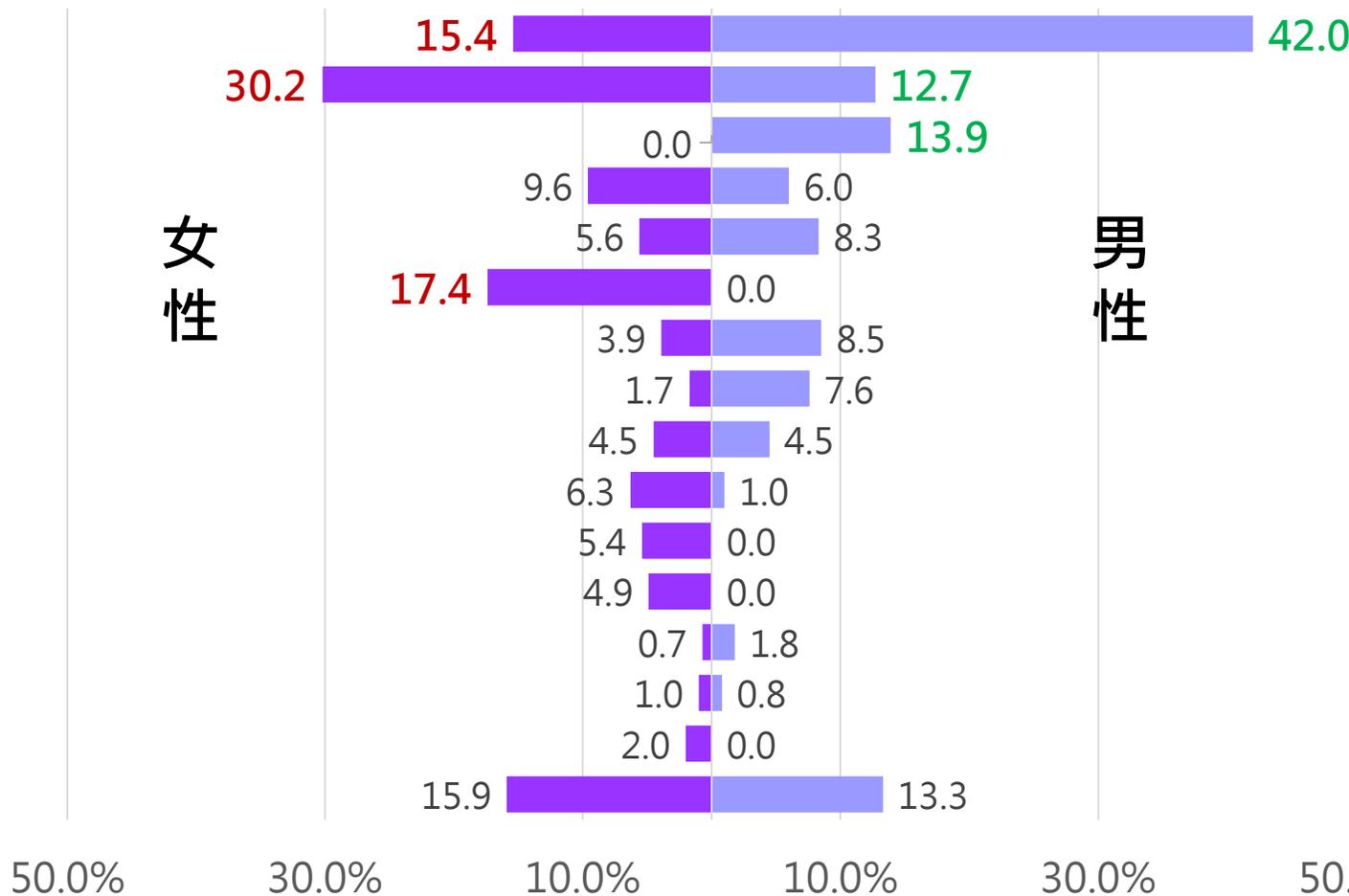
主要不滿意的原因為：  
「宣傳廣告太少」



# 五、花季活動滿意情形 (4/4)

若依性別觀察，男、女性前三大不滿意的原因均有「宣傳廣告太少」、「浪費公帑」等2項，另男性尚有「不符經濟效益」，女性則為「整體規劃不好」。上述4項除「浪費公帑」外，其他3項性別差異顯著。

宣傳廣告太少、不符經濟效益之不滿意原因比率男 > 女



項目	女男差異百分點	檢定結果
宣傳廣告太少	3 1	*顯著
浪費公帑	1 3	不顯著
不符經濟效益	2	*顯著
花期資訊不明確		不顯著
活動缺乏新意		不顯著
整體規劃不好	2	**顯著
容易塞車		不顯著
交通不方便		不顯著
展場過於擁擠		不顯著
週邊相關活動安排不佳		不顯著
場地髒亂		不顯著
官方網站資訊不清楚		不顯著
地點太少		不顯著
動線規劃不理想		不顯著
視野不佳		不顯著
無反應		--

卡方檢定「女性、男性」對「是否不滿意」差異是否顯著，\*係顯著水準 $\alpha=0.05$ , \*\*  $\alpha=0.01$ , \*\*\*  $\alpha=0.001$

# 六、結論與具體建議(1/2)

☀️**發現**：女性的知曉度及參與度均較男性為高。

**建議**：策畫活動多元化，適時適地將花季活動塑造為闔家共遊，親子同樂的氛圍，如增加親子DIY(花藝、花茶、花甜點、花料理等)、活動表演或比賽等，或結合附近商家及景點，規劃(半日、一日)旅遊的建議行程，讓女性帶動親友參與，增加接觸的機會。

- ☀️**發現**：
- 1.花季活動的知曉度及參與度越高，有助於提升滿意度，降低不滿意度。
  - 2.男、女性得知花季活動之資訊管道均以「電視廣告」為主。
  - 3.男性不滿意原因以「宣傳廣告太少」占比最高。

## 六、結論與具體建議(2/2)

**建議：**強化廣告吸睛度，提升廣告內容亮點，如增加代言人或吉祥物，或跨局處、異業結合，或製造浪漫的花語情境，或推薦最佳打卡景點等，藉以創造話題，發揮廣告效益，讓民眾能更關注花季相關訊息。

**發現：**1.男、女性得知花季活動之資訊管道均以「人際管道」居次，且以女性居多。  
2.女性不滿意原因以「浪費公帑」占比最高。

**建議：**增加民眾認同感，可透過民政鄰里管道，除宣導花季時間地點外，亦可宣傳活動的經濟效益(如吸引多少參觀人數，帶動周邊觀光商機)，以獲得民眾的支持。

The image features a black background with several dandelion seed heads. In the foreground, two large, white, fluffy seed heads are in focus, showing their intricate structure of fine hairs radiating from a central brown core. Behind them, several smaller seed heads are visible, some of which are in the process of dispersing their seeds. The seeds are captured in mid-air, appearing as small, white, starburst-like shapes. The overall composition is clean and minimalist, emphasizing the natural beauty and delicate structure of the dandelion.

報告完畢  
謝謝聆聽

# 附錄(1/3)

## ◆ 母體與樣本配置情形

項目別		母體		樣本	
		人數(人)	百分比(%)	人數(人)	百分比(%)
總計		2,075,775	100.00	1,080	100.00
性別	男性	966,713	46.57	503	46.57
	女性	1,109,062	53.43	577	53.43
戶籍地	松山	156,074	7.52	81	7.50
	信義	175,178	8.44	91	8.43
	大安	231,774	11.17	120	11.11
	中山	181,607	8.75	94	8.70
	中正	118,822	5.72	62	5.74
	大同	100,216	4.83	52	4.81
	萬華	151,441	7.30	79	7.31
	文山	214,764	10.35	112	10.37
	南港	95,943	4.62	50	4.63
	內湖	224,943	10.84	117	10.83
	士林	224,042	10.79	117	10.83
	北投	200,971	9.68	105	9.72
	年齡	20-29歲	260,427	12.55	134
30-39歲		327,283	15.77	169	15.65
40-49歲		407,524	19.63	210	19.44
50-59歲		372,659	17.95	193	17.87
60-69歲		363,837	17.53	189	17.50
70歲以上		344,045	16.57	179	16.57

說明：因年齡部分未計入不知道或拒答，故細項與總計未盡相同。

# 附錄(2/3)

## ◆ 資料概況

項目	內容	備註
主辦機關	臺北市政府研究發展考核委員會	
執行單位	全國公信力民意調查股份有限公司	
訪問日期	112年4月10日至12日	
調查對象	年滿20歲設籍臺北市者	
有效樣本	1,080人(男：503人, 女：577人)	
抽樣誤差	在95%信心水準下, 不超過正負2.98百分點	
題目樣本數	知曉度：1,080人(男：503人, 女：577人)	樣本數受加權及尾數四捨五入影響, 故細項與合計未盡相同。
	參與度：904人(男：407人, 女：498人)	
	訊息管道：904人(男：407人, 女：498人)	
	滿意度：1,080人(男：503人, 女：577人)	
	不滿意原因：96人(男：58人, 女：37人)	
卡方檢定	2*2table及期望值小於5者使用Fisher's exact test, 其餘採用Pearson's chi-squared test。	

# 附錄(3/3)

## ◆ 檢定結果

項目別	分類	知曉度(%)	檢定結果	參與度(%)	檢定結果	滿意度(%)	檢定結果
性別	女性	85.9	顯著	50.8	顯著	79.4	顯著
	男性	80.9		41.4		70.0	
年齡	20-29歲	80.7	顯著	28.9	顯著	87.5	不顯著
	30-39歲	76.6		44.9		75.1	
	40-49歲	85.4		47.2		74.8	
	50-59歲	88.0		48.9		78.2	
	60-69歲	89.5		58.3		75.7	
	70歲以上	79.8		44.4		62.6	
教育程度	國小及以下	78.0	不顯著	34.1	不顯著	48.8	不顯著
	國中	81.1		48.8		71.1	
	高中、職	82.6		44.7		77.7	
	專科	89.6		45.4		76.3	
	大學及以上	83.5		49.1		77.8	
職業	軍公教人員	92.5	不顯著	53.0	顯著	77.6	顯著
	企業負責人	86.6		44.3		58.3	
	管理階層專業人員	80.9		60.2		74.5	
	職員	84.6		51.4		79.6	
	勞工	79.2		39.8		75.1	
	非就業	83.4		36.2		73.5	

說明：表內係以整體情形進行卡方檢定(顯著水準 $\alpha=0.05$ )，其中分類未納入「不反應」，且職業中農林漁牧因僅訪問到1人亦未納入。