



國立故宮博物院
NATIONAL PALACE MUSEUM

104年度國立故宮博物院 觀眾意見調查報告

委託廠商
智略市場研究
股份有限公司

中華民國104年12月

壹、摘要分析

一、調查概述

國立故宮博物院定期蒐集觀眾參觀行為及對於各項設施、展覽、人員服務態度等滿意度評價，做為未來擬定施政措施及改善服務之參考依據。此外，本年度為能了解觀眾參觀動線的路線，作為未來動線規劃之參考，新增了觀眾組成分析。

觀眾組成分析方面，包括觀眾組成及參觀動線二部份，觀眾組成採人員觀察法方式進行，觀察區域包括熱門展廳、常態展及特展，觀察之項目則以觀眾組成概況(團體或散客、本國人或非本國人)；參觀動線則請受訪者於參觀過程中或結束後填寫當日參觀的路線。調查執行期間為 104 年 8 月 26 日、8 月 27 日、8 月 29 日、10 月 8 日、10 月 10 日及 10 月 11 日，觀眾組成執行時段為上午 9 點至晚上 8 點 30 分，考量隨機性及各展間參觀人數，觀察員每隔 10 位或 15 位紀錄 1 位，而觀眾參觀動線，於 8 月份完成 64 位，10 月份完成 65 位，共計 129 位，並包含各國籍之觀眾。

觀眾意見調查方面，採面訪方式進行，調查期間為 104 年 8 月 26 日、8 月 27 日、8 月 29 日、10 月 8 日、10 月 9 日及 10 月 10 日，當中涵蓋了平日、假日及延長開放時段(週五及週六夜間時段)；在調查樣本配置方面，參考國立故宮博物院參觀人數統計及歷年調查資料，經比例配置後針對觀眾居住地區(台灣地區、歐美/加拿大及其他地區)比例較低的樣本數進行增補，同時確保抽樣之隨機性，同一個團體或同行者僅隨機抽取一位進行訪問。因此，於調查期間內共接觸 1,971 位觀眾，扣除無法訪問之樣本，成功訪問率為 51.6%，共計完成 867 份有效樣本數，在信賴水準為 95%的情況下，抽樣誤差在 $\pm 3.3\%$ 之間。

二、 觀眾組成摘要分析

(一) 各展間觀眾組成分析

觀察熱門展廳、常態展及特展發現，團體觀眾人數多於散客或相當的展間為 106 展間常設展-集瓊藻(團體約為 57.17%，散客約為 42.83%)、205/207 展間常設展-搏泥幻化(205 展間團體約為 55.04%，散客約為 44.96%；207 展間團體約為 50.0%，散客約為 50.0%)及 302 展間常設展-翠玉白菜(團體約為 57.83%，散客約為 42.17%)；而散客人數多於團體的展間為 101 展間常設展-慈悲與智慧(團體約為 26.83%，散客約為 73.17%)、103 展間-天保九如特展(團體約為 8.93%，散客約為 91.07%)、203 展間-瓶盆風華特展(團體約為 18.42%，散客約為 81.58%)、210 展間-造型與美感特展(團體約為 10.00%，散客約為 90.00%)、212 展間-典範與流傳特展(團體約為 30.09%，散客約為 69.91%)及 206/210/212 展間-神筆丹青特展(206 展間團體約為 4.76%，散客約為 95.24%；210 展間團體約為 6.25%，散客約為 93.75%；212 展間團體約為 25.64%，散客約為 74.36%)。從上述可發現團體觀眾以參觀常設展為主，特展多以散客為主。

此外，各展間本國人及非本國人的參觀概況，各展間國人觀眾的比例約在 9.76%~25.00%間，當中國人觀眾超過 2 成以上為 103 展間-天保九如特展、203 展間-瓶盆風華特展、210 展間-造型與美感特展及 210/212 展間-神筆丹青特展，均為特展展間。

(二) 人流記錄分析

在樓層流向的參觀動線分析，多數觀眾主要以「1 樓→2 樓→3 樓」的參觀動線為多，其次為「3 樓→2 樓→1 樓」。

在參觀展間的數量分析，參觀展間數量最少的為 4 個展間，最多的 26 個展間，平均參觀的展間數量為 13.7 個展間。

三、 觀眾意見調查摘要分析

(一) 受訪觀眾樣本結構

整體受訪觀眾中(867 位)，散客約占七成八、團體約占二成二，由於抽樣過程中有進行特定樣本的增補及團體觀眾隨機抽樣的規劃，故此結構僅做為本調查之受訪觀眾結構而非整體參觀者之結構。觀察歷年成功樣本之結構，以女性及散客的觀眾略有增加的趨勢，在年齡及教育程度的特性上，每年度略微有些許的變動，但各層的差異均不大。

(二) 各項整體服務之滿意度表現

各項整體服務的滿意度項目包括整體滿意度、整體展覽文物內容、陳列室整體環境、整體活動及兒藝中心等五項指標，其調查結果發現，五項指標均達九成以上的高度肯定。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

而在整體滿意度之歷年比較分析方面，本年度之評價為 94.7%與原訂目標值(103 年度滿意度 90.0%)相較，達成度為 105.2%(94.7%/90.0%=105.2%)。本年度的整體滿意度為歷年之冠，且不滿意度也是歷年來最低的比例，顯示觀眾給予國立故宮博物院非常高度的很肯定及評價。此外，其他各項整體服務的歷年比較上，滿意度均呈現上升的趨勢，尤其以整體活動的表現最為亮眼，滿意度上升了 6.4 個百分點，其次為陳列室整體環境，上升了 4 個百分點。

(三) 各項公共服務區設施之滿意度表現

公共服務區設施的滿意度項目包括洗手間的清潔舒適度、休憩設施的清潔舒適度、整體空間的空調舒適度、哺集乳室的清潔舒適度及餐飲及禮品的環境舒適度等五項指標。各項指標的滿意度評價，以「哺集乳室的清潔舒適度」滿意度最高，占九成七(96.8%)，其次為「洗手間的清潔舒適度」(88.9%)、「休憩設施的清潔舒適度」(88.8%)及「餐飲及禮品的環境舒適度」(88.5%)，僅有「整體空間的空調舒適度」的滿意度低於八成(78.2%)。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

而在公共服務區各項設施之歷年比較分析方面，以洗手間的清潔舒適度正向滿意度進步最多，上升了 4.9 個百分點，在餐飲及禮品的環境舒適度、哺集乳室清潔舒適度及休憩設施清潔舒適度則為持平的趨勢，而整體空間空調舒適度則較去年退步了 4.5 個百分點，從八成三的滿意度下降至七成八。

（四）各項動線規劃之滿意度表現

各項動線規劃的滿意度項目包括大廳整體動線規劃、購票處動線規劃、寄物處動線規劃、展場內及陳列室整體動線規劃、各項設施指示標誌清楚明確度及導覽地圖清楚明確度等六項指標。各項指標的滿意度評價均高達八成七以上，其中又以「導覽地圖清楚明確度」及「寄物處動線規劃」滿意度較高，分別占 92.5%及 92.1%。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

而在各項動線之歷年比較分析方面，均為上升的趨勢，各項滿意度進步幅度皆高於至少 5 個百分點以上，其中以導覽地圖清楚明確度進步最多，正向滿意度上升了 10.9 個百分點，顯示本年度在各項動線的規劃讓觀眾有顯著感受到滿意。

（五）各類服務人員服務態度之滿意度表現

各類服務人員服務態度的滿意度項目包括整體人員的服務、驗/售票人員、服務台人員、語音導覽租借服務人員、餐飲及禮品販售服務人員及展廳內的服務人員等六項指標。各項指標的滿意度評價均高達九成三以上，其中又以「整體人員」及「服務台人員」的滿意度超過九成五以上，顯示觀眾對於各類服務人員的服務態度給予高度的肯定。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

而在各類服務人員服務態度之歷年比較分析方面，104 年度的評價為 95.5%與原訂目標值(103 年度滿意度 93.0%)相較，達成度為102.7%(95.5/93.0=102.7%)。各項人員服務態度的表現感受，與 103 年度相比，展廳內的服務人員則有顯著進步，滿意度上升了 3.7 個百分點，其餘各項目均在抽樣誤差範圍內，但仍擁有超過九成三以上的高標準評價。

（六）各項開放時間及相關措施之看法

全體觀眾中，約有四成四(43.7%)表示知道每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點的措施，有八成六(56.3%)表示不知道此項措施，此外，對於此項夜間開放時段的規劃，大多數的觀眾(90.3%)表示週五及週六夜間開放時間的規劃合適，僅有不到一成的觀眾表示不合適(9.7%)，當中有 4.3%表示希望能提早 18:00-20:30，有 2.4%表示希望能增加週日夜間開放時段；而在國人觀眾中，約有八成二(51.5%)表示知道每週五及週六夜間 6:30 至 9:00 憑國人身分證件可免費參觀，但仍有四成九(48.5%)表示不知道此項措施。

而在離峰時段觀眾的參觀意願方面，週一至週日 16:30-18:30 約有九成(89.6%)表示願意在此離峰時段前來來參觀，週五至週六 18:30-21:00 有意願者約有八成七(86.7%)，顯示各約有一成至一成三表示不願意，進一步了解其原因，主要則因為時間太晚、夜間時段參觀後很難搭大眾運輸及下午時段太短。

此外，針對每日 16:30 後離峰時段提供優惠參觀券有助於紓解人潮的看法，約有八成八(87.7%)表示會有幫助，但也有一成二表示沒有幫助，另有 0.2%表示不知道。

(七) 國內觀眾對於國立故宮博物院資訊管道來源

國內觀眾(363 位)獲得國立故宮博物院相關訊息之管道，以「國立故宮博物院官網」(61.7%)比例最高，其次為「網路/部落客」(35.5%)及「電視」(20.9%)，另觀察國內觀眾期望可獲得資訊管道的前三名為「國立故宮博物院官網」(61.2%)、「網路/部落客」(28.7%)及「電視」(25.9%)，顯示資訊來源與期望獲得的管道相符。

(八) 觀眾期望國立故宮博物院優先改善項目

雖各項滿意度已達到肯定的正面評價，但為能讓服務品質更為優質，觀眾期望國立故宮博物院優先改善的項目，以「改善人潮流量的管控」比例最高，占四成八(47.5%)，其次為「提升觀眾參觀素質」(23.5%)及「擴增展覽空間」(22.8%)。而對於國立故宮博物院應加強的項目，則以「擴大展示空間」比例最高，占二成五(25.4%)，其次為「擴大餐飲休憩服務空間」(19.0%)、「規劃分眾參觀動線」(18.5%)及「增加展示文物」(18.3%)。

貳、調查目的

隨著全球知識經濟的發展，現代的博物館除需具備物件的蒐藏、維護及展示功能性外，也逐漸形成休閒、娛樂、教育等多元化結合的文化資源，就參觀的觀眾而言，服務品質也成為評估是否有意願再次重遊的重要觀感之一。從另一個角度觀察，世界各國的博物館也面臨政府財源緊縮，造成藝術文化類的公共支援減少，而目前的觀眾對於博物館也期待博物館能有多元的呈現，因此，許多博物館也開始蛻變為以觀眾服務為導向，並透過文化創意產業的整合，使博物館創造獨特的品牌形象與可觀的經濟收益。

有鑑於此，國立故宮博物院除定期性蒐集觀眾參觀行為及對於各項設施、展覽、人員服務態度等滿意度評價，今年度則新增觀眾組成分析，對於熱門展廳、常態展及特展觀察觀眾組成之概況，做為未來擬定施政措施及改善服務之參考依據外。

參、觀眾組成分析

一、調查方法

此調查包括透過觀察瞭解熱門展廳、常態展及特展的觀眾組成概況，以及瞭解觀眾參觀動線的路線。

在觀眾組成的調查方法，則採人員觀察法方式進行，由觀查人員於指定展廳出口處(以路線規劃之出口為主)進行觀查觀眾之組成，觀查項目為團體觀眾或散客觀眾、國內觀眾或國外觀眾二個項目。觀查員以紀錄方式，其觀查與辨別方式如下：

1. 團體或散客：目前院內全面實施團體觀眾皆需採團體語音導覽系統，且團體語音系統為子母機種，有別於個人租用的語音導覽機種，因此，觀查員僅需觀察觀眾是否帶有團體語音系統即可辨識。
2. 國內或國外：觀查過程中，若觀察員可從導遊講解的語言、觀眾與朋友間溝通的語言及口音等方式觀查是否為國內或國外觀眾，倘若無法辨別時，觀查員將會出示一張 SHOW CARD，將簡短說明目前正在進行觀眾組成統計工作，請問您是否居住於臺灣地區或來自於其他國家，確認觀眾的屬性。

在觀眾參觀動線的調查方法，請受訪者於參觀過程中或結束後填寫當日參觀的路線。

二、調查期間及抽樣方法

調查執行期間為 104 年 8 月 26 日、8 月 27 日、8 月 29 日、10 月 8 日、10 月 10 日及 10 月 11 日，包括平日及假日。執行時段為上午 9 點至晚上 8 點 30 分，包括上午、下午及夜間開放時段。

觀眾組成的抽樣方法，則考量隨機性，同時參考前測時各展間的參觀人數概況，觀察員則每隔 10 位或 15 位紀錄 1 位觀眾。

三、各展間觀眾組成分析

▶ 101 展間(常設展-慈悲與智慧)

- 團體及散客比例：團體約為 26.83%，散客約為 73.17%。
- 國人及非國人比例：國人約為 9.76%，非國人約為 90.24%。

- ▶ 106 展間(常設展-集瓊藻)
 - 團體及散客比例：團體約為 57.17%，散客約為 42.83%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 11.55%，非國人約為 88.45%。
- ▶ 103 展間(天保九如特展，10 月執行)
 - 團體及散客比例：團體約為 8.93%，散客約為 91.07%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 23.21%，非國人約為 76.79%。
- ▶ 203 展間(瓶盆風華特展)
 - 團體及散客比例：團體約為 18.42%，散客約為 81.58%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 25.00%，非國人約為 75.00%。
- ▶ 205 展間(常設展-搏泥幻化)
 - 團體及散客比例：團體約為 55.04%，散客約為 44.96%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 15.27%，非國人約為 84.73%。
- ▶ 207 展間(常設展-搏泥幻化)
 - 團體及散客比例：團體約為 50.0%，散客約為 50.0%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 16.67%，非國人約為 83.33%。
- ▶ 210 展間(造型與美感特展)
 - 團體及散客比例：團體約為 10.00%，散客約為 90.00%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 20.00%，非國人約為 80.00%。
- ▶ 212 展間(典範與流傳特展)
 - 團體及散客比例：團體約為 30.09%，散客約為 69.91%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 18.58%，非國人約為 81.42%。
- ▶ 206 展間(神筆丹青特展)
 - 團體及散客比例：團體約為 4.76%，散客約為 95.24%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 19.05%，非國人約為 80.95%。
- ▶ 210 展間(神筆丹青特展)
 - 團體及散客比例：團體約為 6.25%，散客約為 93.75%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 21.88%，非國人約為 78.13%。
- ▶ 212 展間(神筆丹青特展)
 - 團體及散客比例：團體約為 25.64%，散客約為 74.36%。
 - 國人及非國人比例：國人約為 20.51%，非國人約為 79.49%。

► 302 展間(常設展-翠玉白菜)

- 團體及散客比例：團體約為 57.83%，散客約為 42.17%。
- 國人及非國人比例：國人約為 14.51%，非國人約為 85.49%。

從上述觀察之結果發現，團體觀眾多於散客或人數比例相當的展間，均以常設展為主，其展間包括有 106、205、207 及 302，而特展多以散客觀眾較多。此外，整體各展間國人觀眾的比例約在 9.76%~25.00%間。

四、 觀眾參觀動線分析

(一) 成功樣本結構

- 月份：8 月份完成 64 位，10 月份完成 65 位，共計 129 位。
- 團體/散客：團體 26 位，散客 103 位，共計 129 位。
- 居住地區：臺灣 31 位，大陸/港澳 32 位，日本/韓國 28 位，歐美 27 位，其他 11 位，共計 129 位。

(二) 人流紀錄分析

(1) 樓層流向

受訪觀眾的樓層參觀流向主要以「1 樓→2 樓→3 樓」人數較多(55 位)，其次則以「3 樓→2 樓→1 樓」(26 位)，再其次依序為「1 樓→2 樓」(6 位)、「1 樓→3 樓→2 樓」(6 位)、「2 樓→3 樓→1 樓」(5 位)及「2 樓→3 樓」(5 位)，其餘皆低於 5 位以下。(表 1)

表1、 受訪觀眾參觀樓層流向

參觀樓層動向	人數	占比
1 樓→2 樓→3 樓	55	42.6%
3 樓→2 樓→1 樓	26	20.2%
1 樓→2 樓	6	4.7%
1 樓→3 樓→2 樓	6	4.7%
2 樓→3 樓→1 樓	5	3.9%
2 樓→3 樓	5	3.9%
1 樓→3 樓	4	3.1%
3 樓	4	3.1%
2 樓	3	2.3%
3 樓→2 樓	3	2.3%
1 樓→2 樓→3 樓→2 樓	2	1.6%
3 樓→1 樓	2	1.6%
1 樓→2 樓→1 樓→2 樓→3 樓	1	0.8%
1 樓→2 樓→3 樓→1 樓	1	0.8%
1 樓→3 樓→1 樓→2 樓	1	0.8%
1 樓→3 樓→2 樓→3 樓	1	0.8%
1 樓	1	0.8%
2 樓→3 樓→2 樓	1	0.8%
3 樓→1 樓→2 樓→大廳→1 樓	1	0.8%
3 樓→1 樓→2 樓	1	0.8%
總計	129	100.0%

(2) 參觀展間數量

129 位受訪者中，參觀展間數量最少的為 4 個展間，最多的 26 個展間，平均參觀的展間數量為 13.7 個展間。進一步瞭解不同特質的觀眾平均參觀展間數量，在團體及散客方面，團體平均參觀展間數量約為 13.8 個展間，散客約為 13.7 個展間，並無差異；在居住地區方面，以歐美受訪觀眾平均參觀展間數量較多，約為 16.0 個展間，其次為中國/港澳受訪觀眾，約為 15.1 個展間，再其次為臺灣受訪觀眾(12.5)及其他地區受訪觀眾(11.6)。

此外，觀察參觀次數最多的展間則為 302 展間(94 人次)，也是本院最熱門的展間(常設展-翠玉白菜)，其次為 306 展間(84 人次)及 203 展間(83 人次)。

肆、觀眾意見調查分析

一、調查概述

(一) 調查對象

以 15 歲以上參觀過國立故宮博物院正館展覽區(陳列室)，且本人未在院內工作(含志工)之觀眾為調查對象。

(二) 調查方法

本調查採用面訪方式進行，並提供中文、日文及英文三種語言版本之問卷，由訪問員在國立故宮博物院正館的展覽區出口(包括正館 1 樓與地下 1 樓)處，邀請合格受訪者並告知調查的目的，請受訪者自行填寫。若過程中有需要協助的部分則由訪問員進行訪問，為確保調查資料品質的完整性，訪問人員於受訪者填寫完成問卷後進行確認填答問卷之有效性。

(三) 調查內容

調查內容設計則參考歷年調查問卷及相關文獻資料，於 104 年 8 月 14 日進行預試調查，經與 貴院召開預試分析報告會議後，由 貴院確認定稿，且製作中文、日文及英文三種語言版本之問卷。

而本年度的主軸將針對歷年觀眾期望改善之項目增加瞭解希望改善的原因或建議，故在整體環境、活動、兒藝中心、大廳整體動線規劃、展場內陳列室整體動線規劃、各項設施指示標誌清楚明確度及導覽地圖清楚明確度等題目，新增開放性的題目。此外，如何管控及規劃觀眾人數眾多之議題，於本年度也納入相關的題組，可更深入瞭解觀眾的看法，相關的問卷內容架構如下：

表2、問卷主題架構

主題	題號與題目
1 觀眾來訪及參觀型態	觀眾來訪方式及參觀同伴、交通工具、停留時間、消費金額、是否曾經來訪過、來訪時間間隔及頻率
2 觀眾對各項設施及服務的滿意度	對整體展覽文物內容、整體環境、整體活動、兒藝中心等整體性滿意度及不滿意原因分析

主題	題號與題目
3 觀眾對國立故宮博物院「公共服務區設施」的滿意度	洗手間的清潔舒適度、休憩設施的清潔舒適度、整體空間的空調舒適度、B1 哺集乳室的清潔舒適度、餐飲及禮品的環境舒適度等項目滿意度及不滿意原因
4 觀眾對各項動線規劃的滿意度	對購票處動線規劃、寄物處動線規劃、大廳整體動線規劃、展場內及陳列室整體動線規劃、各項設施指示標誌清楚明確度、導覽地圖的清楚明確度等項目滿意度及不滿意原因、參觀過程中標示不清楚之標誌
5 觀眾對國立故宮博物院「各類人員服務態度」的滿意度	驗售票人員、服務台人員、語音導覽機租借服務人員、餐飲及禮品販售服務人員、展廳內的服務人員及整體人員的服務等項目之滿意度
6 觀眾對國立故宮博物院相關措施知悉度及滿意度	◎ 每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點知悉度 每週五及週六夜間 6:30 至 9:00 憑國人身分證件可免費參觀知悉度 ◎ 對於週五週六夜間國人免費開放時段的規劃之合適度；若不合適，期望調整開放時段之看法 ◎ 對離峰時段參觀之意願度及不願意的原因 ◎ 離峰時段可購買優惠參觀券，對於紓解人潮的幫助度 ◎ 對各項開放時間之措施需改善的項目
7 觀眾對國立故宮博物院資訊管道接收狀況	◎ 蒐集國立故宮博物院相關資訊之管道 ◎ 未來期望接收國立故宮博物院相關資訊之管道
8 觀眾對國立故宮博物院整體滿意度及觀感	◎ 參觀國立故宮博物院的整體滿意度看法 ◎ 推薦親朋好友參觀國立故宮博物院之可能性 ◎ 相關改善建議 ◎ 提升服務品質期望優先改善項目 ◎ 維持國立故宮博物院國際頂尖博物館地位應加強的項目
9 基本資料	性別、年齡、從事行業類別、教育程度、婚姻狀況及居住地區

(四) 調查時間

調查期間為 104 年 8 月 26 日、8 月 27 日、8 月 29 日、10 月 8 日、10 月 9 日及 10 月 10 日，涵蓋了平日、假日及週五週六夜間開放時段。

(五) 抽樣設計

採分層隨機抽樣方式，依據觀眾居住的地區進行分層，各層依比例配置後，考量歷年比較基準之一致性及配置後有部分分層的樣本數過少，同時依據過去調查經驗發現，大陸港澳地區的團體觀眾比例占 62.3%，考量同國籍團體參觀者之需求及相似性較高，為能更廣泛的收集臺灣地區及其他地區觀眾的意見，故針對部份居住

地區的樣本數進行增補。參考 104 年度國立故宮博物院各國籍參觀人數占比統計進行配置，預計至少完成 850 份有效樣本數，在信賴水準為 95%的情況下，抽樣誤差在 $\pm 3.4\%$ 之間。

此外，本年度調查期程為 8 月份及 10 月份，故各月份則各執行 425 份，且依據各國籍各月分配配置 50%的樣本數。

表3、 樣本配置

	臺灣	大陸/港澳	日本/韓國	歐美	其他	總計
104 年度參觀人數占比(非本國籍僅含團體人數)	27.7%	62.3%	9.2%	0.3%	0.5%	100.0%
依比例配置	235	530	79	2	4	850
增補後樣本數	350	300	100	50	50	850

(六) 調查接觸結果

本次調查共接觸 1,971 位參觀者，成功訪問 867 份，扣除未入場參觀、工作人員或志工、年齡不符及配額已滿的樣本後，成功訪問率為 51.6%。(表 4)

表4、 調查接觸結果

接觸狀況		樣本數	百分比	扣除無效樣本後百分比
完成訪問		867	44.0%	51.6%
未完成訪問	拒訪	756	38.4%	45.0%
	中途拒訪	57	2.9%	3.4%
無法訪問之樣本	未入場參觀	134	6.8%	
	工作人員或志工	11	0.6%	
	年齡不符	32	1.6%	
	配額已滿	114	5.8%	
合計		1,971	100.00%	100.00%

(七) 資料處理與檢誤

1. 資料檢誤

調查資料經過三個階段的資料檢誤，第一階段在調查現場由訪員進行人工檢誤，若發現有遺漏值或邏輯有誤之處，立即進行追補問，執行完成之問卷將由督導進行查核檢誤，若仍發現遺漏值或邏輯性錯誤，則此份問卷將視為無效樣本，並立即於替代時間內增補樣本。第二階段針對督導進行初步檢誤之問卷進行資料建檔作業，由研究員進行半開放題及開放題主要面向之歸納及彙整，然後進行資料輸入建檔與問卷核對，以確保資料輸入正確性，若發現某位資料輸入員之錯誤率超過 10%(錯誤率計算是依據欄位數定義並非一筆計算)，將針對此人員輸入的所有資料進行逐筆校對。第三階段研究人員依據問卷的邏輯建置檢誤條件，在資料完整建檔後將透過統計分析軟體(SPSS)進行檢誤工作，除各題邏輯外，也將進行交叉分析之邏輯性檢誤。

2. 分析方法

(1) 次數分配

根據各題的樣本比例進行比較選項間的差異。

(2) 交叉分析

以各題與基本資料的交叉表來分析與基本特徵間的相關。交叉表則採用卡方檢定，卡方顯著水準小於 5%時才認定兩變數間相關。另外，針對交叉表的百分比檢定，則檢視兩個獨立的群體對同一議題看法的百分比間之差異。

(3) 滿意度百分比分析：

滿意=非常滿意+還算滿意

不滿意=非常不滿意+不太滿意

(4) 歷年趨勢分析

歷年趨勢變動為滿意度調查最重要的觀察項目之一，因此，將針對歷年相同之題目透過統計檢定方式瞭解滿意度變動是否具顯著性，並透過統計圖表的呈現，更易於瞭解趨勢變動之情形。

二、 觀眾基本資料分析

(一) 成功樣本結構

1. 性別

受訪觀眾中，以女性觀眾居多，約占六成，男性觀眾約占四成。

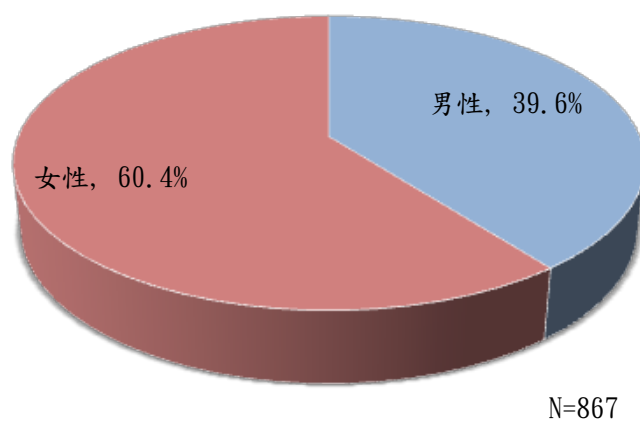


圖1、 成功樣本結構-性別

2. 年齡

受訪觀眾中，以 20-29 歲的觀眾居多，約占三成九，其次為 30-39 歲(約占二成二)、40-49 歲(一成八)及 15-19 歲(占一成)，50-59 歲、60 歲及以上各不到一成的觀眾。

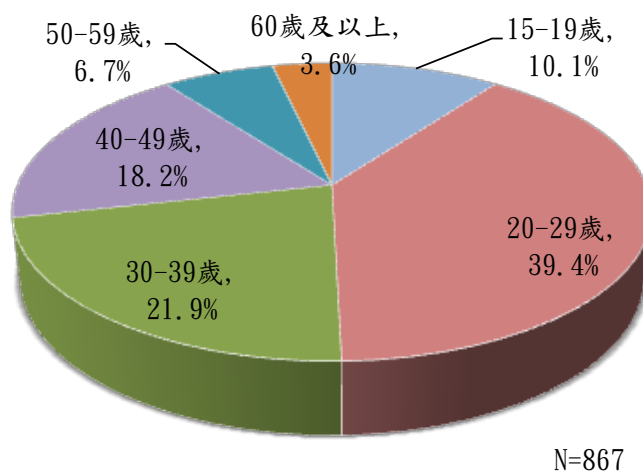


圖2、 成功樣本結構-年齡

3. 居住地區

受訪觀眾中，以居住臺灣的觀眾居多，約占四成二，其次為港澳/中國大陸，約占三成五，再其次為日本/韓國，約占一成二，美國/加拿大/歐洲的觀眾約占 5.8%、其他地區約占 5.9%。由於居住地區是依據抽樣設計之樣本配置進行訪問，故此比例僅作為受訪觀眾的居住地區之參考，非實際參觀觀眾之比例。

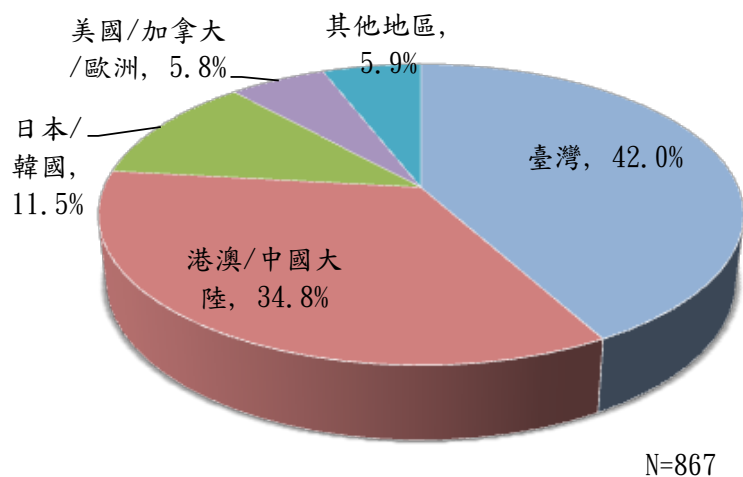


圖3、成功樣本結構-居住地區

4. 教育程度

受訪觀眾中，以大學教育程度的觀眾居多，約占六成二，其次依序為研究所及以上(約占一成四)、高中職及以下(約占一成四)及專科(9.5%)。

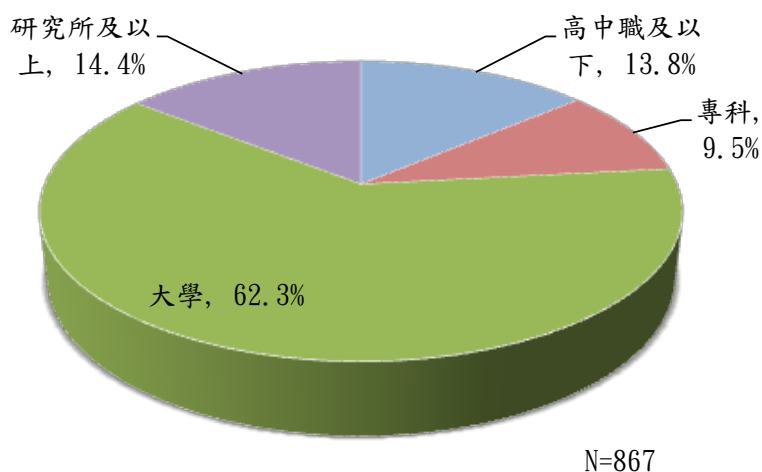


圖4、成功樣本結構-教育程度

5. 從事行業

受訪觀眾中，以從事商業的觀眾居多，約占三成七，其次為學生，約占二成七，其餘各項職業均低於一成。

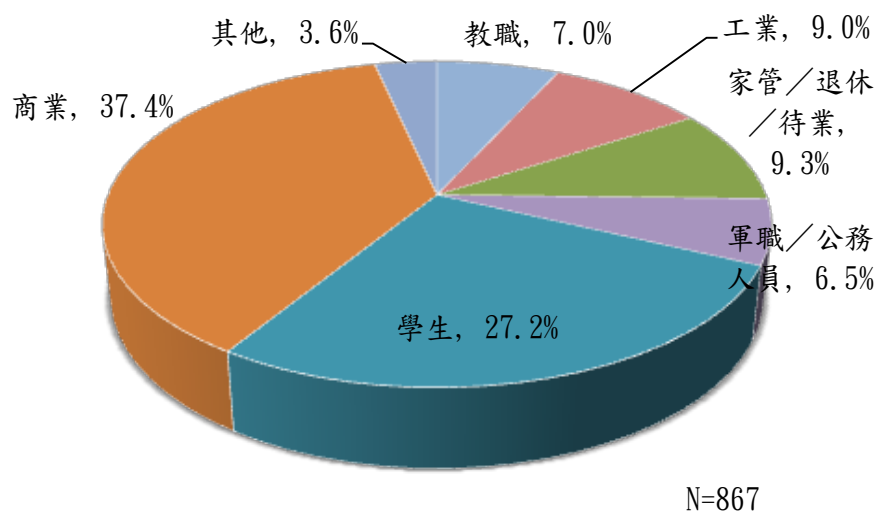


圖5、成功樣本結構-從事行業

6. 婚姻狀況

受訪觀眾中，以未婚的觀眾居多，約占五成五，其次為已婚有小孩，約占三成五。

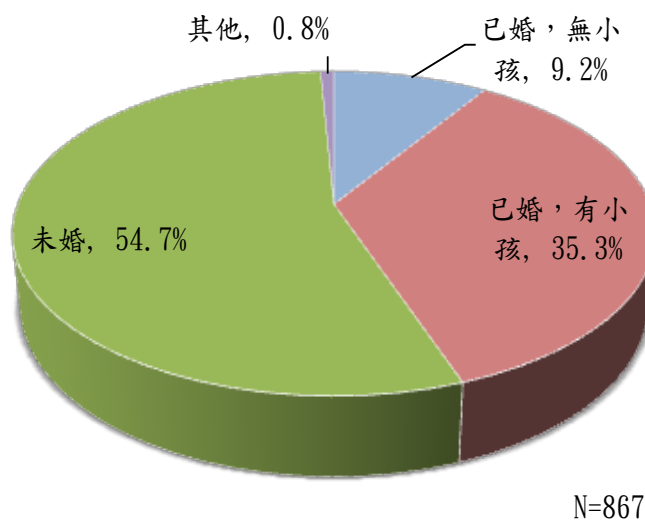


圖6、成功樣本結構-婚姻狀況

7. 來訪型態

受訪觀眾中，以散客的觀眾居多，約占七成八，團體觀眾約占二成二。由於訪問過程中，團體觀眾一個團體僅能抽取一位受訪者，故團體與散客比例僅作為受訪觀眾來訪型態之參考，非實際參觀觀眾之比例。

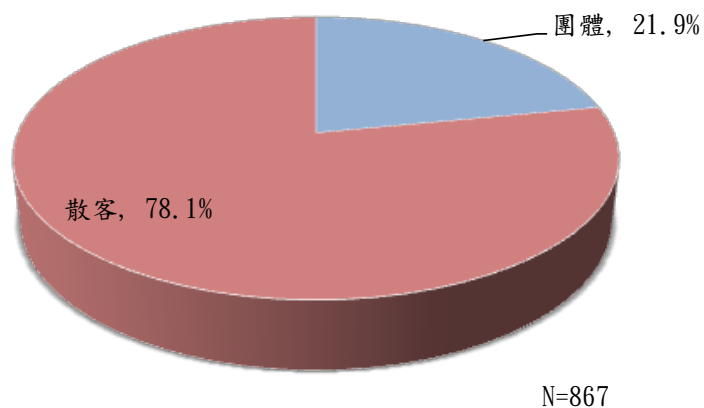


圖7、 成功樣本結構-來訪型態

(二) 樣本結構之年度比較

觀察歷年成功樣本之結構，以女性及散客的觀眾略有增加的趨勢，在年齡及教育程度的特性上，每年度略微有些許的變動，但各層的差異均不大。

表5、 成功樣本結構-年度比較

題目		101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
整體完成樣本數(人)		944	855	860	867
總計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
性別	男性	47.2%	43.2%	45.2%	39.6%
	女性	52.8%	56.8%	54.8%	60.4%
年齡	15-19 歲	5.7%	9.1%	6.7%	10.1%
	20-29 歲	29.2%	35.6%	40.8%	39.4%
	30-39 歲	24.4%	27.6%	30.1%	21.9%
	40-49 歲	19.2%	17.8%	12.4%	18.2%
	50-59 歲	11.9%	6.0%	7.1%	6.7%
	60 歲及以上	9.6%	4.0%	2.8%	3.6%
教育程度	國/初中及以下	2.3%	0.9%	0.6%	1.5%
	高中/高職	14.3%	12.4%	9.4%	12.3%
	專科	11.1%	9.7%	8.8%	9.5%
	大學	56.0%	60.7%	66.5%	62.3%
	研究所及以上	16.2%	16.3%	14.7%	14.4%
婚姻狀況	已婚，無小孩	12.2%	12.2%	14.9%	9.2%
	已婚，有小孩	46.1%	37.8%	28.7%	35.3%
	未婚	41.7%	50.1%	56.4%	54.7%
	其他	-	-	-	0.8%
觀眾屬性	團體	50.2%	32.0%	25.6%	21.9%
	散客	49.8%	68.0%	74.4%	78.1%

三、 調查結果分析

(一) 觀眾來訪型態

1. 觀眾屬性

整體而言，受訪觀眾的來訪型態以散客觀眾居多占七成八(78.1%)，而團體則約占二成二(21.9%)，由於調查規劃及執行時，針對部分居住地區的觀眾友進行樣本增補，且執行過程中，每個團體僅能抽取一位進行訪問，故本調查。結果的受訪觀眾屬性分布僅供本調查參考之用，不適用於推估國立故宮博物院整體參觀民眾的結構。觀察團體觀眾的概況，以 50 歲及以上、專科以下教育程度、已婚、日本/韓國及港澳/中國大陸地區及首次參觀的比例較高。(附表 1)

此外，觀察團體觀眾同行者的概況，主要以觀光團為主，占七成七(76.8%)，其次為機關團體，占一成(10.0%)，其餘包括社區/社團旅遊、校外教學等均未達一成。觀察散客觀眾的同行者概況，與家人/親戚一起同行的比例最高，占四成六(46.2%)，其次為與朋友/鄰居(22.3%)及同學(14.2%)，其餘皆低於一成，而自己單獨前往參觀也約占一成七(16.5%)。(附表 2 及附表 3)

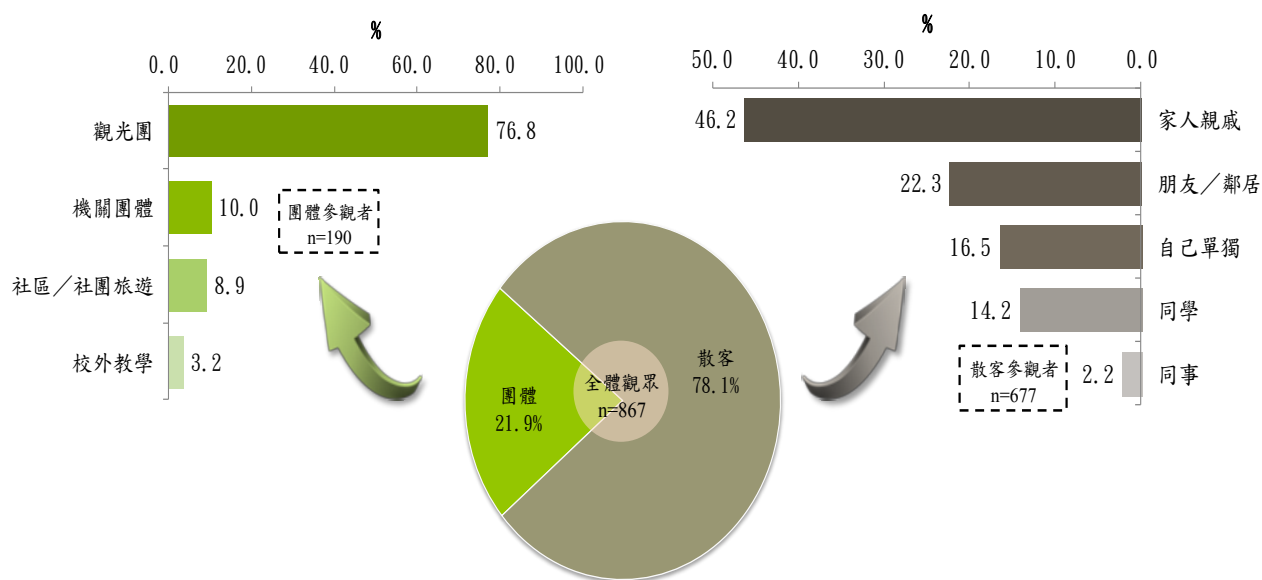


圖8、 觀眾屬性及來訪類型

2. 觀眾來訪所搭乘之交通工具

整體而言，觀眾以搭乘大眾運輸工具為主，占四成七(47.1%)，其次為團體遊覽車/小巴，占二成五(25.0%)，再其次為搭乘計程車(13.8%)及自行開車/騎摩托車(12.7%)，其餘各類交通工具皆低於一成。(圖 9)

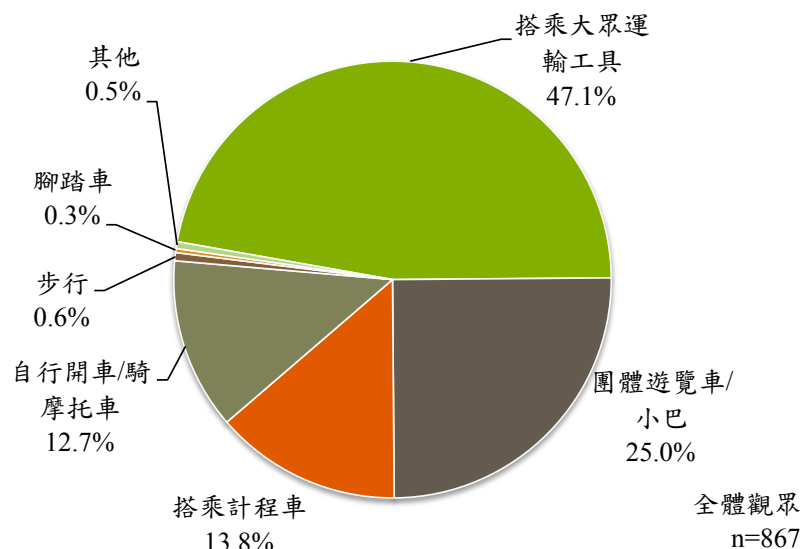


圖9、 觀眾來訪所搭乘之交通工具

3. 觀眾停留時間

整體而言，觀眾所停留的時間，以停留 2-3 小時居多，占四成(40.4%)，其次為停留 1-2 小時占約三成八(37.8%)，再其次為停留 3-4 小時占一成三(12.7%)，而停留 1 小時以內占 5.8%及停留 4 小時以上也僅有 3.3%。(圖 10)

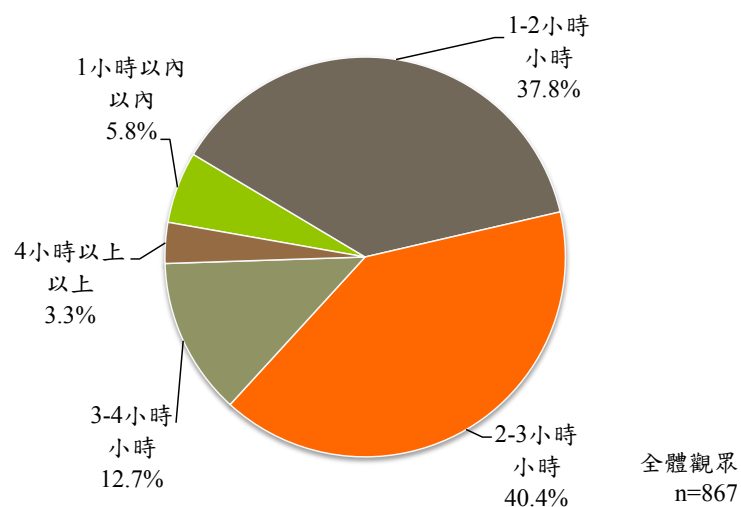


圖10、 觀眾類型停留時間

4. 觀眾消費金額

整體而言，觀眾在國立故宮博物院的消費概況(不含門票及租借語音導覽機費)，以沒有消費的比例較高，占六成六(66.3%)，有三成四(33.7%)表示有消費，其中，又以消費金額在 201-400 元的比例較高(9.1%)，其次為 200 元以下(8.2%)。整體平均消費金額約為 232.5 元，有消費者的平均金額為 690.2 元。(圖 11)

此外，交叉分析發現，團體觀眾沒有消費的比例高於散客觀眾(分別為 72.6% 及 64.6%)，而消費金額在 201 元以上，散客的比例均高於團體。(具顯著差異，附表 6)

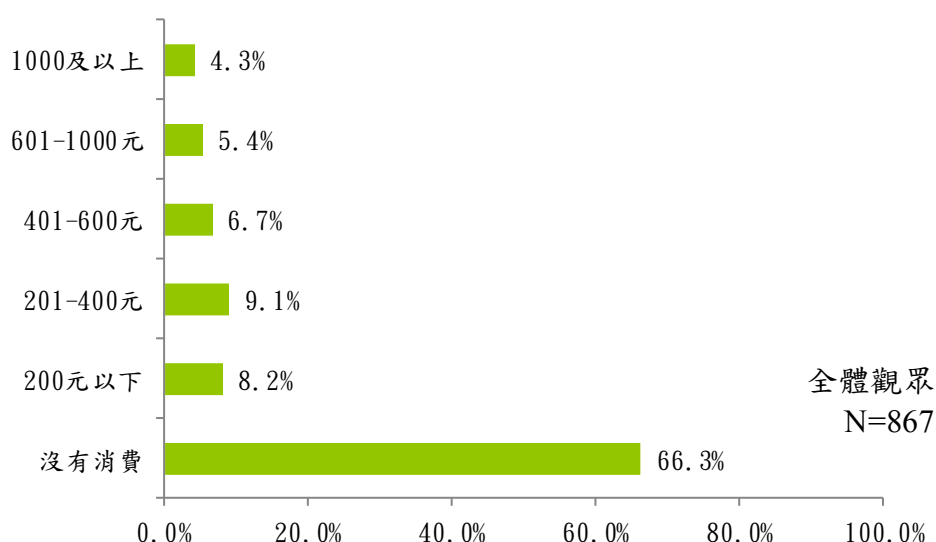


圖11、 觀眾消費金額

5. 觀眾回訪國立故宮博物院的期間

整體而言，約六成三(63.0%)的觀眾表示為首次參觀國立故宮博物院，約三成七(37.0%)則表示曾經來訪參觀過，而曾來訪者以超過三年以上比例較高，占一成六(15.8%)，其次為半年內及一年至三年，均各占 8.2%，再其次則是半年至一年內，占 4.8%。(圖 12)

此外，交叉分析發現，團體觀眾客(79.5%)首次參觀的比例高於散客(58.4%)。(具顯著差，附表 7)

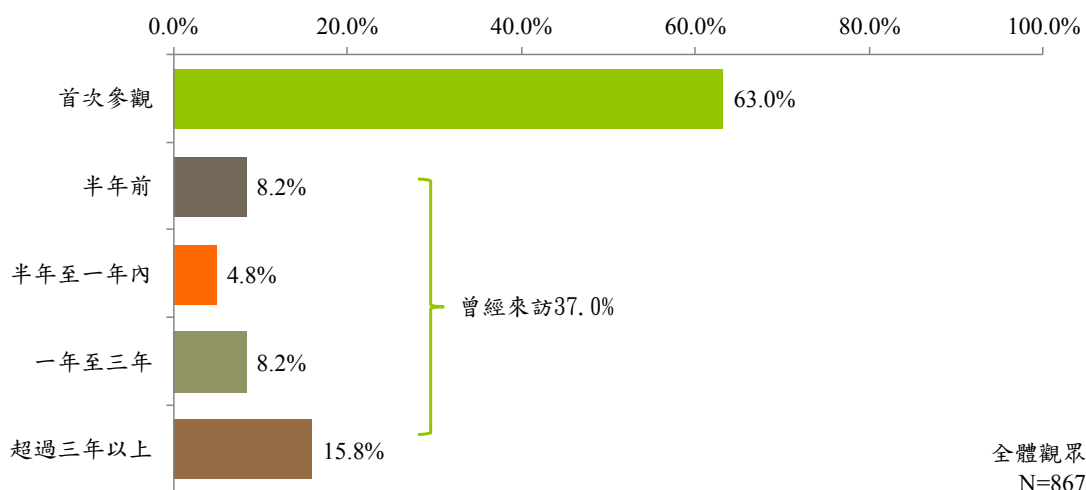


圖12、 觀眾回訪國立故宮博物院的期間

6. 觀眾近三年內參觀國立故宮博物院之次數

整體而言，約有七成九(78.8%)為近三年僅來過1次參觀國立故宮博物院的觀眾，曾參觀二次的觀眾約占一成二(11.5)，而參觀過三次及以上者則約占9.7%(包含三次5.9%、四次0.7%、五次1.4%、六次以上1.7%)。針對觀眾近三年參觀國立故宮博物院之平均次數，包含首次參觀者整體之平均參觀次數為1.5次，而非首次參觀者(曾來訪過)的平均參觀次數則為2.3次。(圖6)

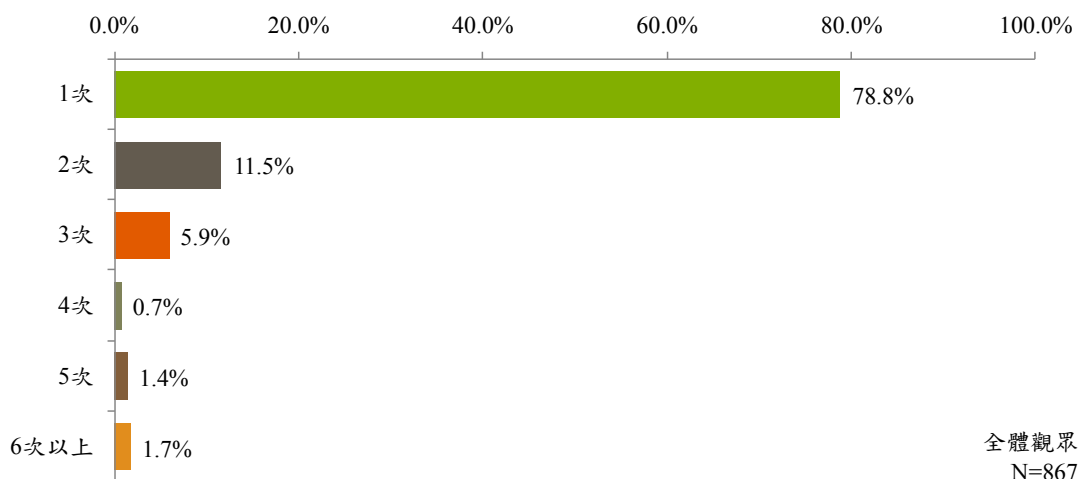


圖13、 觀眾近三年內參觀國立故宮博物院之次數

(二) 觀眾對「各項整體服務」之滿意度

各項整體服務的滿意度項目包括整體滿意度、整體展覽文物內容、陳列室整體環境、整體活動及兒藝中心等五項指標，其調查結果發現，五項指標均達九成以上的高度肯定。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)(圖 25)

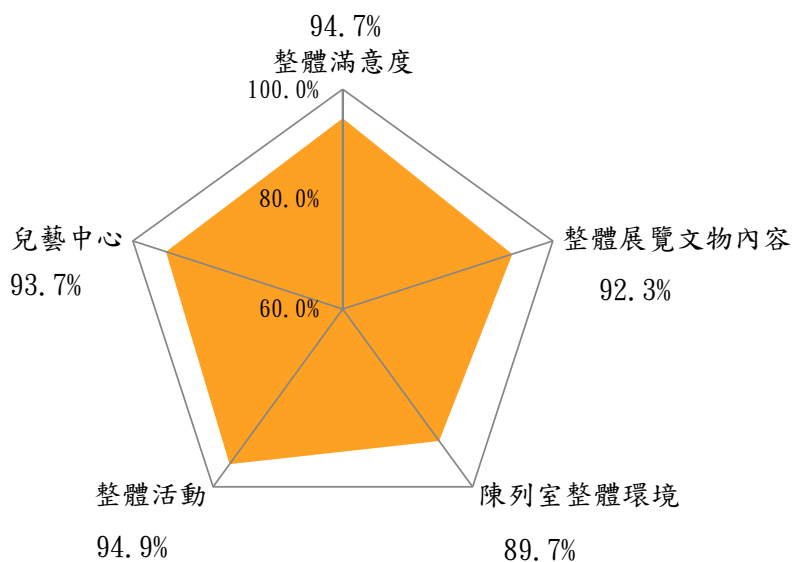


圖14、 觀眾對「各項整體服務」的滿意度

1. 整體滿意度

調查結果顯示，高達九成五(94.7%)的觀眾表示滿意國立故宮博物院的整體表現，(非常滿意 45.0%、還算滿意 49.7%)，表示尚可約占 4.8%，而僅有 0.5%表示不滿意(不太滿意 0.4%、非常不滿意 0.1%)。(圖 15)

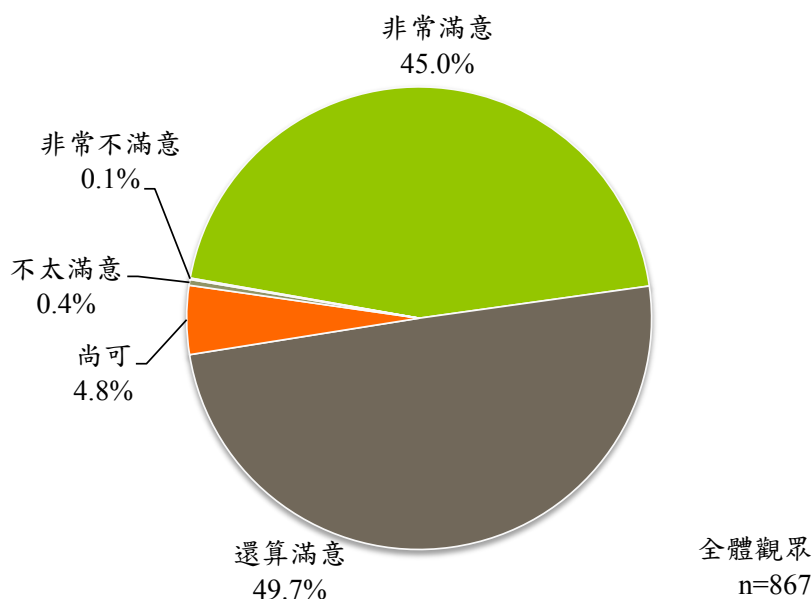


圖15、觀眾對國立故宮博物院的整體滿意度

進一步瞭解整體滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同婚姻狀況、居住地區及參觀概況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表40）

- （1）婚姻狀況：以未婚的觀眾表示滿意的比例較高，占95.4%，其次為已婚有小孩，占94.5%。
- （2）居住地區：各地區的觀眾表示滿意的比例均高於九成以上，其中以居住在港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例最高，占98.7%。
- （3）參觀概況：首次參觀者及曾經來訪者表示滿意的比例無差異，分別為95.6%及93.2%。

2. 整體展覽文物內容之滿意度

調查結果顯示，高達九成二(92.3%)的觀眾表示滿意整體展覽文物內容的表現，(非常滿意48.6%、還算滿意43.7%)，表示尚可約占7.3%，而僅有0.4%表示不滿意(不太滿意0.3%、非常不滿意0.1%)。（圖16）

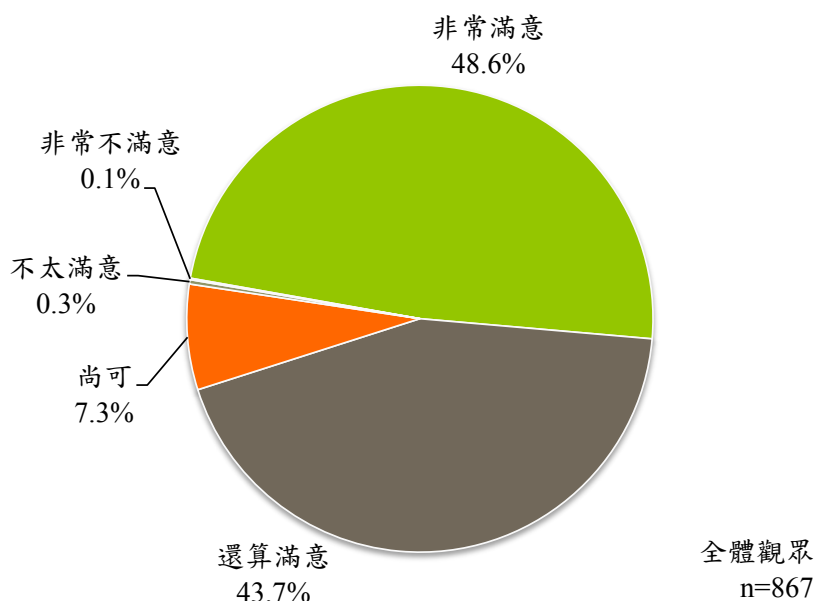


圖16、觀眾對整體展覽文物內容之滿意度

進一步瞭解整體展覽文物內容之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同婚姻狀況、居住地區、觀眾屬性、參觀概況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表9）

- （1）婚姻狀況：以未婚的觀眾表示滿意的比例較高，占93.3%。
- （2）居住地區：以居住在美國/加拿大/歐洲的觀眾表示滿意的比例較高，占98.0%，其次為港澳/中國大陸地區的觀眾，占97.4%。
- （3）觀眾屬性：團體觀眾及散客觀眾表示滿意的比例相當，分別為91.0%及92.6%。
- （4）參觀概況：首次參觀者表示滿意的比例高於曾經來訪者，分別為94.3%及88.8%。

3. 陳列室整體環境之滿意度

調查結果顯示，約九成(89.7%)的觀眾表示滿意陳列室整體環境的表現，（非常滿意45.4%、還算滿意44.3%），表示尚可約占7.7%，而僅有2.6%表示不滿意（不太滿意2.1%、非常不滿意0.5%）。（圖17）

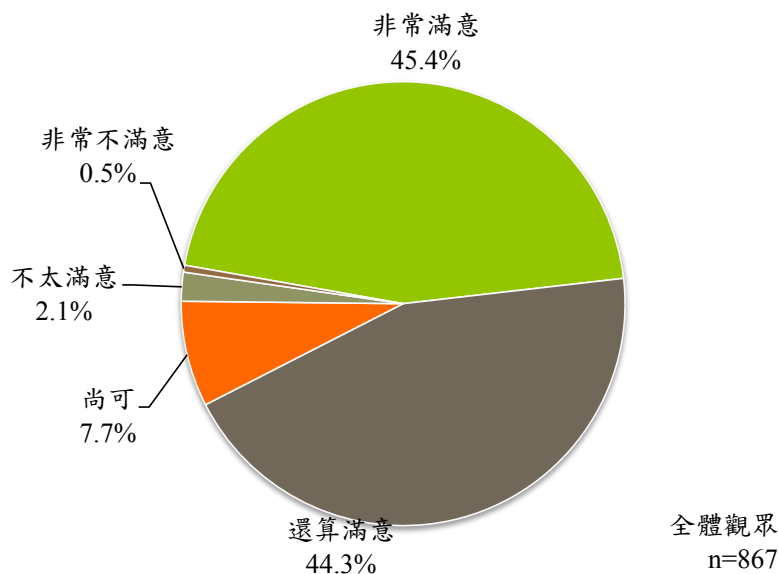


圖17、觀眾對陳列室整體環境之滿意度

進一步瞭解陳列室整體環境之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同婚姻狀況、居住地區及參觀概況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表10）

- （1）婚姻狀況：以未婚的觀眾表示滿意的比例較高，占90.3%。
- （2）居住地區：以居住在其他地區的觀眾表示滿意的比例較高，占98.0%，其次為港澳/中國大陸地區的觀眾，占96.0%，而表示尚可比例最高的為日本/韓國(14.0%)。
- （3）參觀概況：首次參觀者表示滿意的比例高於曾經來訪者，分別為92.7%及84.7%。

4. 對各項展覽不滿意的原因及建議

從整體展覽文物內容及陳列室整體環境來看，其滿意度均高於九成的好成績，但觀眾仍期待有進步的空間，有156位觀眾提出不滿意的原因及相關建議，以參觀人數太多/太擁擠且太吵雜的比例較高(35.3%，55位)，其次則依序為空調太冷(19.9%，31位)、部分文物的燈光不足，無法清楚觀看(13.5%，21位)及展廳內的參觀動線太亂(12.2%，19位)，其餘項目均低於一成。

表6、 對各項展覽不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=156)	次數	百分比
參觀人數太多/太擁擠且太吵雜	55	35.3%
空調太冷	31	19.9%
部分文物的燈光不足，無法清楚觀看	21	13.5%
展廳內的參觀動線太亂	19	12.2%
人太多無法仔細參觀文物	8	5.1%
展示間的空間太小太狹窄	5	3.2%
希望有日語解說	4	2.6%
沒有參觀動線的說明	4	2.6%
團體觀眾太多，常常擋住看不到標示說明	4	2.6%
沒有看到想看的展品(如清明上河圖、橄欖核舟、快雪時晴帖等)	3	1.9%
展覽品太少	3	1.9%
團體導遊講解太大聲且人很多，會干擾到參觀品質	3	1.9%
文物的說明介紹太精簡，不夠詳細	2	1.3%
排隊的空間小	2	1.3%
說明的文字字體太小	2	1.3%
展廳內的標示不夠清楚	2	1.3%
建議應要有人數的管控	1	0.6%
建議可採用手機進行導覽說明	1	0.6%
建議文物的參觀動線可依據年代遠到近來安排	1	0.6%
展品的位置過低，需要一直彎腰才能觀看	1	0.6%
展覽的主題不夠明確	1	0.6%
文物陳列缺少配置圖，難以對照解說	1	0.6%
展廳內部設計太現代，不夠古典	1	0.6%
希望能增派人員管理參觀品質，避免人多吵雜	1	0.6%
參觀前應告知參觀禮儀，避免人多就忽略基本禮儀	1	0.6%
同一空間有太多參觀人數，空氣很悶	1	0.6%
同一個窗口有數個展示品，無法確認說明板與哪個展品相對應	1	0.6%

5. 整體活動之滿意度

調查結果顯示，高達九成五(94.9%)有參與活動的觀眾表示滿意整體活動的表現，(非常滿意 45.6%、還算滿意 49.3%)，表示尚可約占 5.1%，無任何參與觀眾表示不滿意。(圖 18)

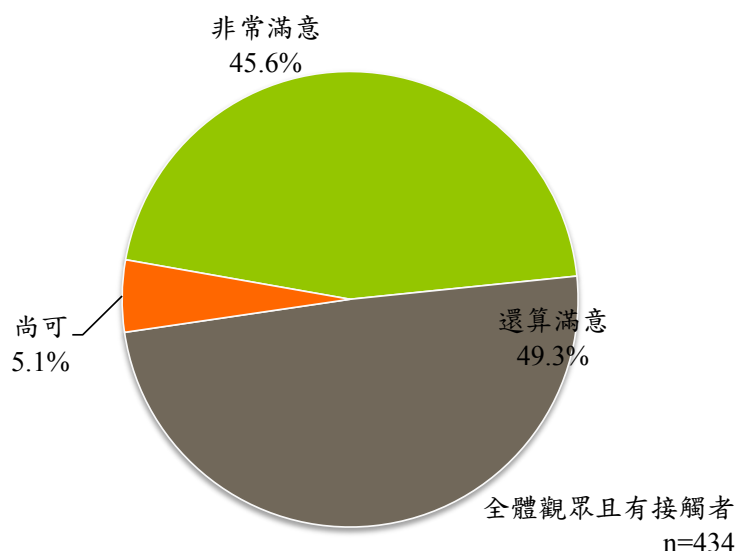


圖18、 觀眾對整體活動之滿意度

進一步瞭解整體活動之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區、觀眾屬性、參觀概況有顯著差異，分析如下：(附表 11)

- (1) 居住地區：以居住在港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例較高，占 97.6%，其次為臺灣地區的觀眾，占 93.9%，而表示尚可比例最高的為日本/韓國(18.2%)。
- (2) 觀眾屬性：團體觀眾及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為 96.7% 及 94.5%。
- (3) 參觀概況：首次參觀者及曾經來訪者表示滿意的比例無差異，分別為 95.5% 及 94.0%。

6. 對各項活動不滿意的原因及建議

從整體活動的滿意度來看，雖無任何觀眾表示不滿意，但 14 位觀眾提出相關建議，以人太多都看不清楚的的比例較高(28.6%，4 位)，其次為希望能多推廣及宣傳各項活動(21.4%，3 位)，其餘項目均低於一成。

表7、 對各項活動不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=14)	次數	百分比
人太多都看不清楚	4	28.6%
希望能多推廣及宣傳各項活動	3	21.4%
建議可增加講解說明	1	7.1%
朗世寧的漫畫影片深度不夠	1	7.1%
較難一次看完，但內容各方面都很好	1	7.1%
影片內容不夠吸引人	1	7.1%
平面輸出的視覺感受不夠精美	1	7.1%
建議能管控參加的人數	1	7.1%
人多建議能多增設座椅	1	7.1%

7. 兒藝中心之滿意度

調查結果顯示，高達九成四(93.7%)有接觸兒藝中心的觀眾表示滿意兒藝中心的表現，(非常滿意 50.0%、還算滿意 43.7%)，表示尚可約占 5.7%，僅有 0.6%表示不滿意(不太滿意 0.6%、無任何非常不滿意)。(圖 19)

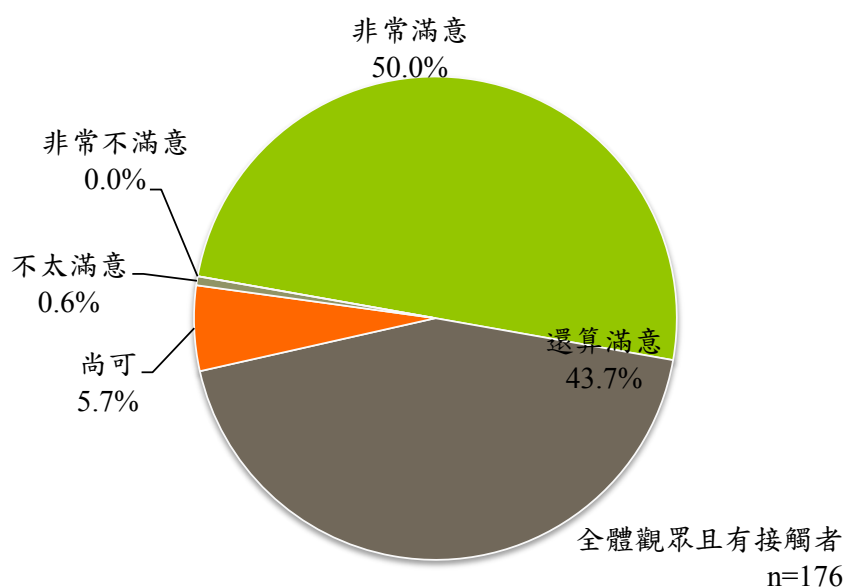


圖19、 觀眾對兒藝中心之滿意度

由於曾接觸過兒藝中心之樣本數較少，故不進行交叉分析，相關交叉結果請參考附表 12。

此外，進一步了解有接觸過兒藝中心的觀眾對於兒藝中心不滿意之處或相關

建議，僅有 3 位受訪觀眾表示意見，其建議分別為兒藝中心的內容太簡單也太單調、兒藝中心於館內的位置能標示明顯一點及家長的休息座位能多一點。

表8、 對兒藝中心不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=3)	次數	百分比
內容太簡單也太單調	1	33.3%
兒藝中心於館內的位置能標示明顯一點	1	33.3%
家長的休息座位能多一點	1	33.3%

(三) 觀眾對「各項公共服務區設施」之滿意度

公共服務區設施的滿意度項目包括洗手間的清潔舒適度、休憩設施的清潔舒適度、整體空間的空調舒適度、哺集乳室的清潔舒適度及餐飲及禮品的環境舒適度等五項指標。各項指標的滿意度評價，以「哺集乳室的清潔舒適度」滿意度最高，占九成七(96.8%)，其次為「洗手間的清潔舒適度」(88.9%)、「休憩設施的清潔舒適度」(88.8%)及「餐飲及禮品的環境舒適度」(88.5%)，僅有「整體空間的空調舒適度」的滿意度低於八成(78.2%)。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)(圖 20)

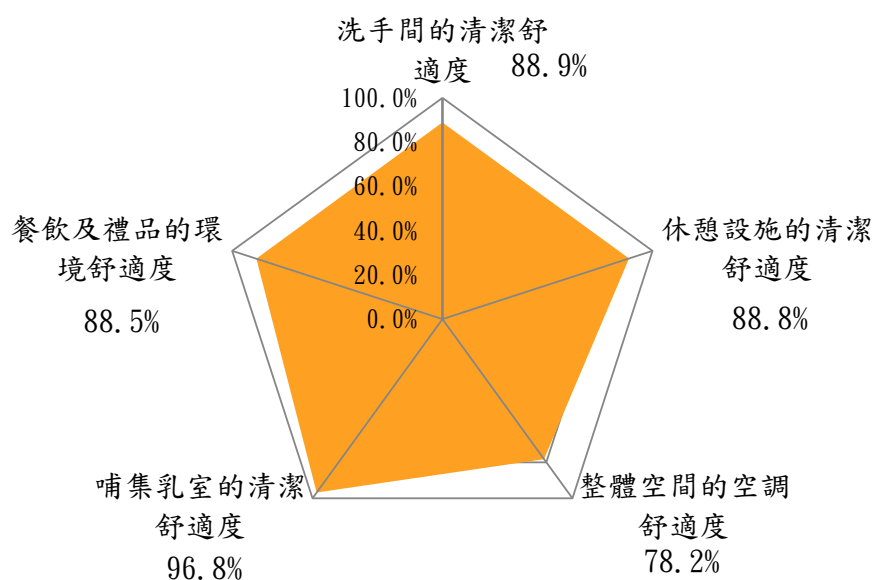


圖20、 觀眾對「各項公共服務區設施」的滿意度

1. 洗手間清潔舒適度

調查結果顯示，約八成九(88.9%)的觀眾表示滿意洗手間清潔舒適度，(非常滿意 51.3%、還算滿意 37.6%)，表示尚可約占 8.5%，僅有 2.6%表示不滿意(不太滿意 2.2%、非常不滿意 0.4%)。(圖 21)

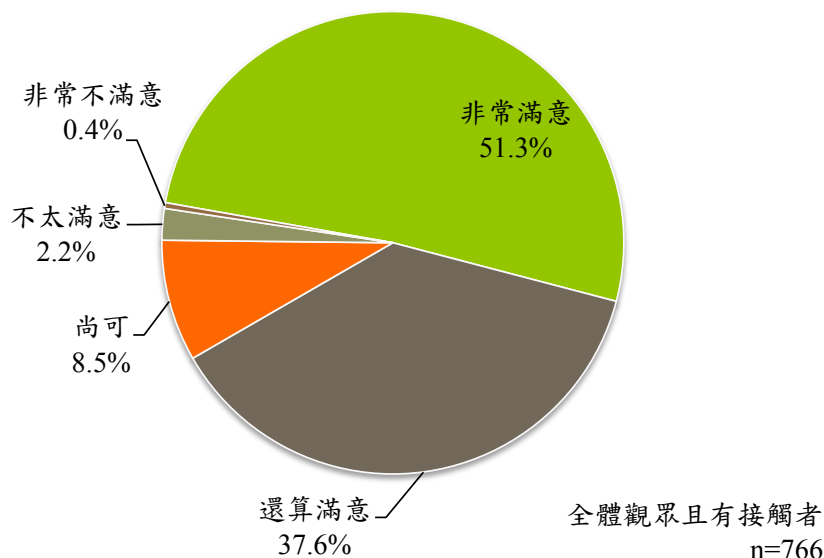


圖21、 觀眾對「洗手間清潔舒適」的滿意度

進一步瞭解洗手間清潔舒適之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區及參觀概況有顯著差異，但居住地區因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表13)

(1) 居住地區：以居住在港澳/中國大陸及美國/加拿大/歐洲地區的觀眾表示滿意的比例均高於九成六以上，分別占 96.2%及 95.7%，日本/韓國地區的觀眾表示滿意的比例最低，占 70.5%。

(2) 參觀概況：首次參觀者(90.7%)表示滿意的比例略高於曾經來訪者(85.8%)。

2. 休憩設施清潔舒適度

調查結果顯示，約八成九(88.8%)的觀眾表示滿意休憩設施清潔舒適度，(非常滿意 50.7%、還算滿意 38.1%)，表示尚可約占 8.7%，僅有 2.5%表示不滿意(不太滿意 2.2%、非常不滿意 0.3%)。(圖 22)

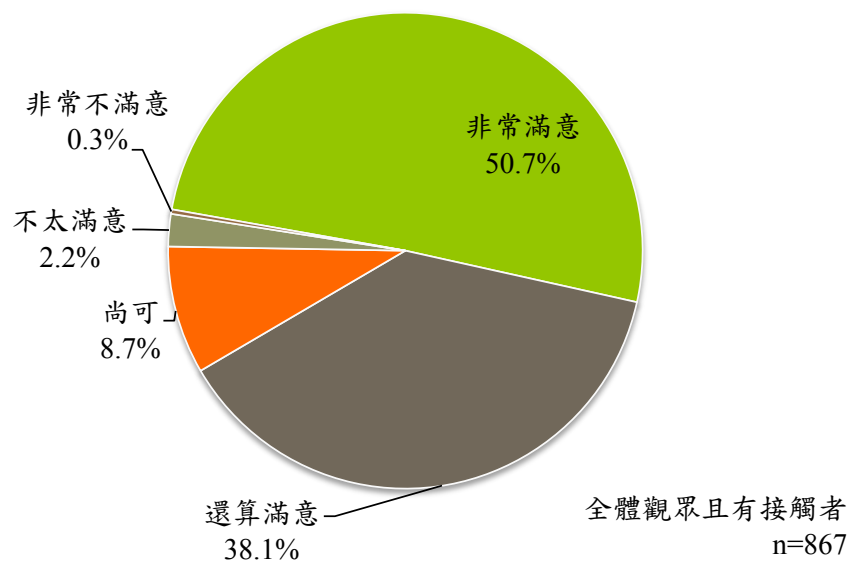


圖22、 觀眾對「休憩設施清潔舒適」的滿意度

進一步瞭解休憩設施清潔舒適之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、居住地區及參觀概況有顯著差異，但年齡及居住地區因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表 14）

- （1）年齡：以 15-19 歲及 20-29 歲表示滿意的比例較高且均高於九成以上，分別占 93.2%及 90.3%，而 60 歲以上表示尚可的比例較高，占 12.9%。
- （2）居住地區：以居住在港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例較高，占 95.3%，其次為美國/加拿大/歐洲地區(94.0%)，日本/韓國地區的觀眾表示滿意的比例最低，占 77.0%。
- （3）參觀概況：首次參觀者(91.2%)表示滿意的比例略高於曾經來訪者(84.8%)。

3. 整體空間空調舒適度

調查結果顯示，約七成八(78.2%)的觀眾表示滿意整體空間空調的舒適度，(非常滿意 43.1%、還算滿意 35.1%)，表示尚可約占一成三(12.6%)，僅有 9.2%表示不滿意(不太滿意 7.7%、非常不滿意 1.5%)。（圖 23）

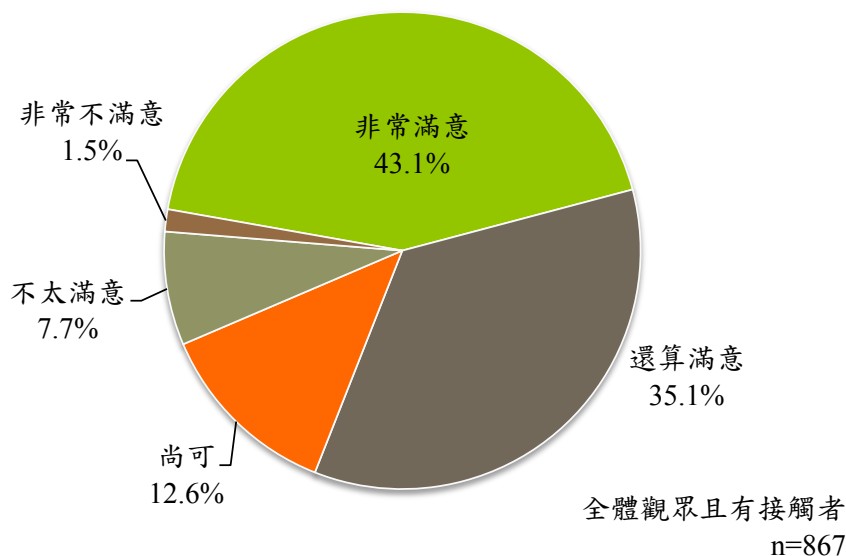


圖23、觀眾對「整體空間空調舒適度」的滿意度

進一步瞭解整體空間空調舒適度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區、參觀月份及參觀概況有顯著差異，分析如下：（附表 15）

- （1）居住地區：以居住在其他地區的觀眾表示滿意的比例最高，占 90.2%，其次為居住在美國/加拿大/歐洲及臺灣地區的觀眾，分別占 84.0%及 83.5%，而表示尚可比例較高的為日本/韓國地區的觀眾，占 25.0%。
- （2）參觀月份：以 10 月份(82.8%)參觀的觀眾表示滿意的比例高於 8 月份(73.4%)的觀眾。
- （3）參觀概況：曾經來訪者(83.8%)表示滿意的比例高於首次來訪者(74.9%)。

4. 哺集乳室清潔舒適度

調查結果顯示，高達九成七(96.8%)的觀眾表示滿意哺集乳室清潔舒適度，(非常滿意 66.4%、還算滿意 30.4%)，表示尚可約占 3.2%，無任何觀眾表示不滿意。（圖 24）

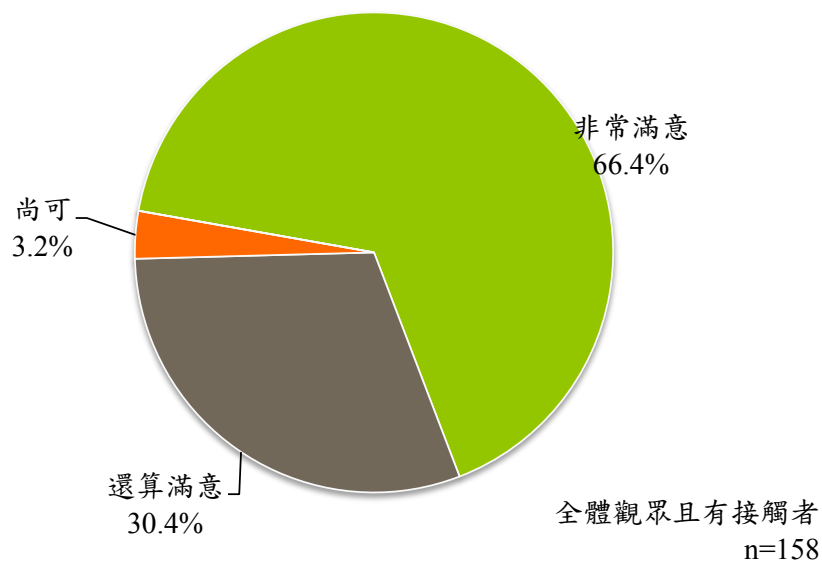


圖24、觀眾對「哺集乳室清潔舒適度」的滿意度

由於曾接觸過哺集乳室之樣本數較少，故不進行交叉分析，相關交叉結果請參考附表 16。

5. 餐飲及禮品環境舒適度

調查結果顯示，約八成九(88.5%)的觀眾表示滿意餐飲及禮品環境舒適度，(非常滿意 47.3%、還算滿意 41.2%)，表示尚可約占 9.7%，僅有 1.8%表示不滿意(不太滿意 1.6%、非常不滿意 0.2%)。(圖 25)

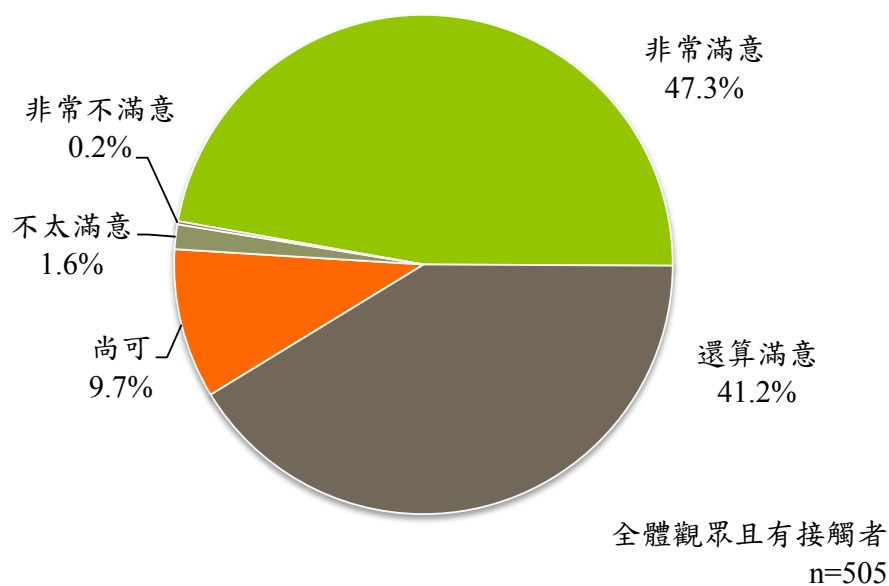


圖25、觀眾對「餐飲及禮品環境舒適度」的滿意度

進一步瞭解餐飲及禮品環境舒適之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區及參觀概況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表 17）

（1）居住地區：居住在其他地區、美國/加拿大/歐洲及港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例均高於九成五以上，日本/韓國地區的觀眾表示滿意的比例最低，占 77.0%。

（2）參觀概況：首次來訪者(92.7%)表示滿意的比例高於曾經來訪者(83.0%)。

6. 對各項公共服務區不滿意的原因及建議

從各項公共服務區的滿意度表現來看，以整體空間的空調舒適度滿意度最低，達七成八，其餘各項均達八成九以上，因此從受訪觀眾所提出的不滿意原因及相關建議可發現(194 位)，主要是因空調太冷造成滿意度較低的狀況(71.6%，139 位)，其次為休憩座椅太少(16.0%，31 位)，其餘項目均低於一成。

表9、 對各項公共服務區不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=194)	次數	百分比
空調太冷	139	71.6%
休憩座椅太少	31	16.0%
洗手間不夠乾淨，有異味	13	6.7%
洗手間數量太少	10	5.2%
人太多太吵雜	6	3.1%
餐飲及禮品建議能平價一些	5	2.6%
禮品部的空間太狹小	4	2.1%
餐飲區座位少	3	1.5%
餐飲的選擇類別少	3	1.5%
洗手間太窄太擁擠	3	1.5%
洗手間標示不清楚	2	1.0%
禮品部的結帳速度能快些	1	0.5%
沒有親子廁所	1	0.5%
2 歲以上的小孩沒有推車可借用	1	0.5%
建議洗手間能採蹲式	1	0.5%
大廳人多非常混亂	1	0.5%

不滿意原因及建議(N=194)	次數	百分比
哺集乳室空間太小	1	0.5%
人太多覺得空氣很悶	1	0.5%
各項設施老舊，不能代表臺灣的門面	1	0.5%
洗手間沒有衛生紙	1	0.5%
有消毒水味道	1	0.5%
建議寄物櫃不要收費	1	0.5%
建議雨傘可以寄物	1	0.5%

(四) 觀眾對「各項動線規劃」之滿意度

各項動線規劃的滿意度項目包括大廳整體動線規劃、購票處動線規劃、寄物處動線規劃、展場內及陳列室整體動線規劃、各項設施指示標誌清楚明確度及導覽地圖清楚明確度等六項指標。各項指標的滿意度評價均高達八成七以上，其中又以「導覽地圖清楚明確度」及「寄物處動線規劃」滿意度較高，分別占 92.5%及 92.1%。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)(圖 26)

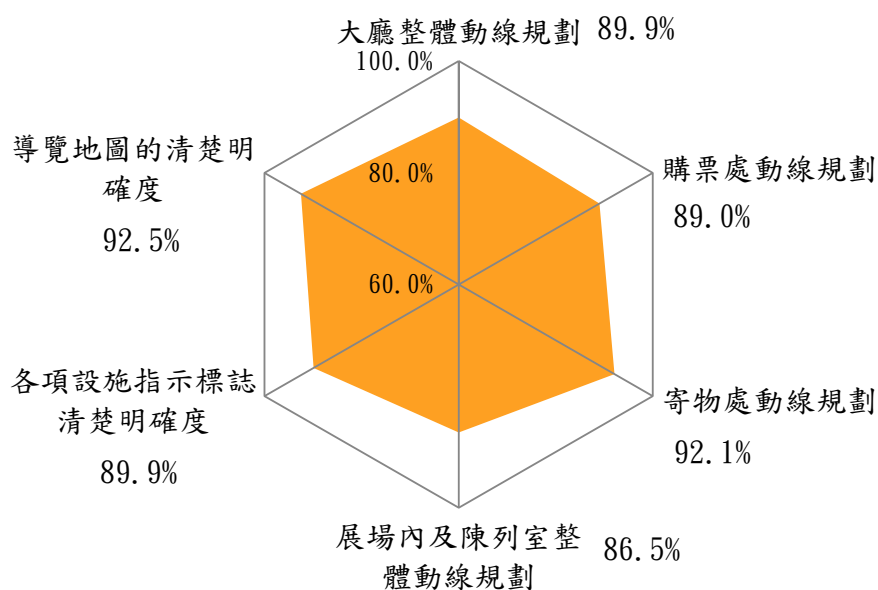


圖26、 觀眾對「各項動線規劃」的滿意度

1. 大廳整體動線規劃

調查結果顯示，高達九成(89.9%)的觀眾表示滿意大廳整體動線規劃(非常滿意 34.8%、還算滿意 55.1%)，表示尚可約占 8.2%，僅有 1.9%表示不滿意(不太滿意 1.5%、非常不滿意 0.4%)。(圖 27)

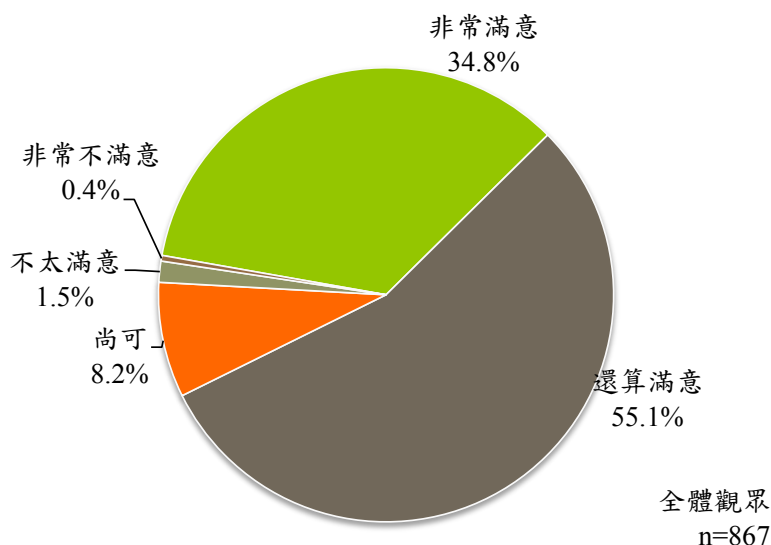


圖27、 觀眾對「大廳整體動線規劃」的滿意度

進一步瞭解大廳整體動線規劃之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、婚姻狀況、行業、居住地區及參觀概況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 20)

- (1) 年齡:不同年齡層表示滿意的比例均高於八成四以上，其中以 30-39 歲的比例較高，占 92.1%，而表示尚可比例較高的為 50-59 歲，占 12.1%。
- (2) 婚姻狀況:以已婚有小孩的觀眾表示滿意的比例較高，占 91.5%。
- (3) 行業:不同行業別的觀眾表示滿意的比例均高於八成四以上，其中以從事工業的觀眾滿意度較高，占 92.3%，而表示尚可比例較高的為軍職/公務人員，占 12.5%。
- (4) 居住地區:以居住在港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例最高，占 96.4%，日本/韓國地區的觀眾則比例最低，占 80.0%。
- (5) 參觀概況:首次來訪者(91.7%)表示滿意的比例略高於曾經來訪者(86.9%)。

2. 購票動線規劃

調查結果顯示，有八成九(89.0%)的觀眾表示滿意購票動線規劃(非常滿意 39.8%、還算滿意 49.2%)，表示尚可約占 9.4%，僅有 1.6%表示不滿意(不太滿意 1.4%、非常不滿意 0.2%)。(圖 28)

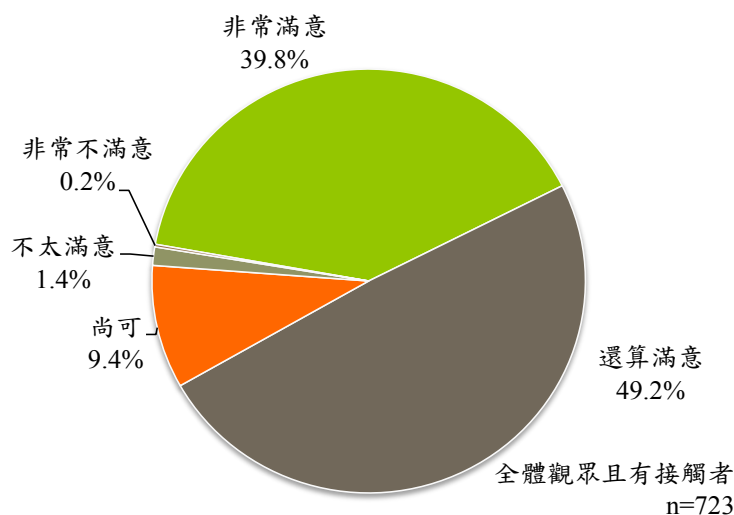


圖28、 觀眾對「購票動線規劃」的滿意度

進一步瞭解購票動線規劃之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、教育程度、居住地區、觀眾屬性、及參觀概況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 18)

- (1) 年齡:以 20-29 歲表示滿意的比例最高，占 92.5%，而表示尚可比例較高的為 60 歲以上，占 17.4%。
- (2) 教育程度:以專科及大學教育程度者表示滿意的比例較高，各占 91.4%，而高中職及以下教育程度者表示尚可的比例較高，占 17.0%。
- (3) 居住地區:以其他地區的觀眾表示滿意的比例較高，占 100.0%，其次為港澳/中國大陸及美國/加拿大/歐洲地區的觀眾，分別占 97.6%及 95.2%，而表示尚可比例最高的為日本/韓國，占 35.4%。
- (4) 觀眾屬性:以散客觀眾(89.7%)表示滿意的比例高於團體觀眾(85.8%)。
- (5) 參觀概況:以首次參觀(91.9%)表示滿意的比例高於曾經來訪過(87.4%)。

3. 寄物處動線規劃

調查結果顯示，高達九成二(92.1%)的觀眾表示滿意寄物處動線規劃(非常滿意 48.4%、還算滿意 43.7%)，表示尚可約占 6.4%，僅有 1.5%表示不滿意(不太滿意 1.2%、非常不滿意 0.3%)。(圖 29)

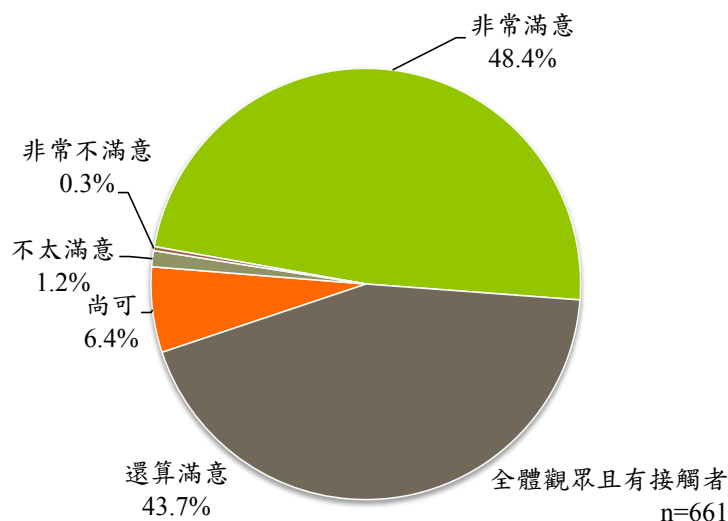


圖29、 觀眾對「寄物處動線規劃」的滿意度

進一步瞭解寄物處動線規劃之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同婚姻狀況、居住地區及參觀月份有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 19)

- (1) 婚姻狀況:以已婚有小孩表示滿意的比例最高，占 95.6%，而表示尚可比例較高的為已婚無小孩，占 17.5%。
- (2) 居住地區:除了日本/韓國地區的觀眾外，其餘各地區觀眾表示滿意的比例均高於九成一以上(97.3%~90.6%)。
- (3) 參觀月份:以 8 月份(95.0%)來訪的觀眾表示滿意的比例高於 10 月份(89.0%)。

4. 對大廳各項動線不滿意的原因及建議

從大廳各項動線的滿意度表現觀察，滿意度評價皆高於八成九以上，但仍有 32 位受訪觀眾提出不滿意原因及相關建議，以大廳人太多太擁擠，動線和標示都不清楚的比例最高(65.6%，21 位)，其次為團體觀眾人太多，擋住路和指標(12.5%，4 位)，從前二項原因可發現，當館內人數較多較擁擠時，各項標示及動線易於被阻擋並造成混亂，其餘項目均低於一成。

表10、 對大廳各項動線不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=32)	次數	百分比
大廳人太多太擁擠，動線和標示都不清楚	21	65.6%
團體觀眾人太多，擋住路和指標	4	12.5%
寄物櫃位置及標示不清楚	2	6.3%
出入口標示不清楚	1	3.1%
洗手間標示不清楚	1	3.1%
語音導覽的租借處位置及標示不清楚	1	3.1%
寄物櫃太小	1	3.1%
大廳的功能很齊全但標示不清楚，造成找不到各項服務在哪个位置	1	3.1%
購票處旁邊就是出口處，不好進入	1	3.1%

5. 展場內及陳列室整體動線規劃

調查結果顯示，有八成七(86.5%)的觀眾表示滿意展場內及陳列室整體動線規劃(非常滿意 35.4%、還算滿意 51.1%)，約有一成一表示尚可(10.5%)，僅有 3.0% 表示不滿意(不太滿意 2.7%、非常不滿意 0.3%)。(圖 30)

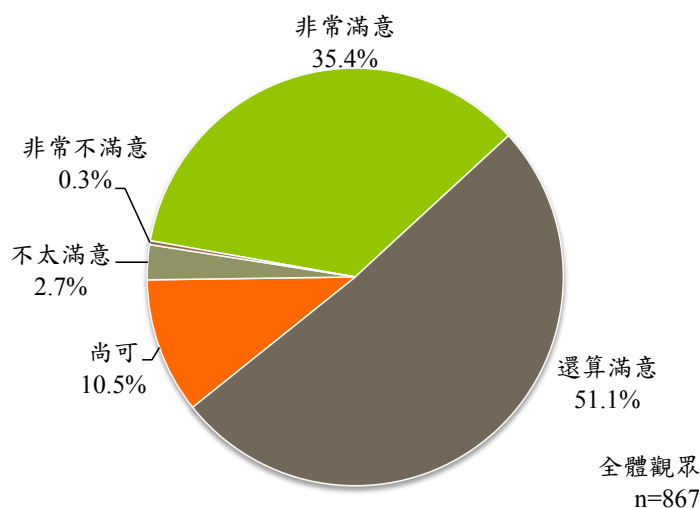


圖30、 觀眾對「展場內及陳列室整體動線規劃」的滿意度

進一步瞭解展場內及陳列室整體動線規劃之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同婚姻狀況、居住地區及參觀概況有顯著差異，但在婚姻狀況及居住地區因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 21)

- (1) 婚姻狀況:不同婚姻狀況的觀眾表示滿意的比例均高於八成一以上(89.2%~81.3%)，其中以已婚有小孩的比例最高。
- (2) 居住地區:以居住港澳/中國大陸的觀眾表示滿意的比例較高，占92.7%，居住日本/韓國地區的觀眾比例最低，占62.0%，且表示不滿意的比例最高，占一成三(13.0%)。
- (3) 參觀概況:首次參觀及曾經來訪者表示滿意的比例無差異，分別為87.2%及85.4%。

6. 對展場內及陳列室整體動線不滿意的原因及建議

深入了解觀眾對於展場內及陳列室整體動線表示不滿意的原因及建議，有82位受訪觀眾表示意見，經彙整後發現，以人太多動線太亂的比例較高(41.5%，34位)，其次依序為沒有主要的建議參觀路線(15.9%，13位)、標示不夠清楚(14.6%，12位)及熱門展間只能跟著隊伍走，無法觀看(12.2%，10位)，其餘項目均低於一成。

表11、對展場內及陳列室整體動線不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=82)	次數	百分比
人太多動線太亂	34	41.5%
沒有主要的建議參觀路線	13	15.9%
標示不夠清楚	12	14.6%
熱門展間只能跟著隊伍走，無法觀看	10	12.2%
團體觀眾太多會影響到散客的參觀動線	6	7.3%
排隊的人數太多，要等待很久	2	2.4%
陳列室的規劃方式沒有年代感	2	2.4%
106 展間動線不清楚	2	2.4%
希望熱門文物能在不同展間分散展出	1	1.2%
希望能有一定的排隊規劃和路線	1	1.2%
入場後只看到在排隊，卻無法得知前方的展覽品初步內容，也無任何	1	1.2%

7. 各項設施指示標誌清楚明確度

調查結果顯示，約九成(89.9%)的觀眾表示滿意各項設施指示標誌清楚明確度(非常滿意36.6%、還算滿意53.3%)，表示尚可約占9.4%，僅有0.7%表示不滿意(不太滿意0.6%、非常不滿意0.1%)。(圖31)

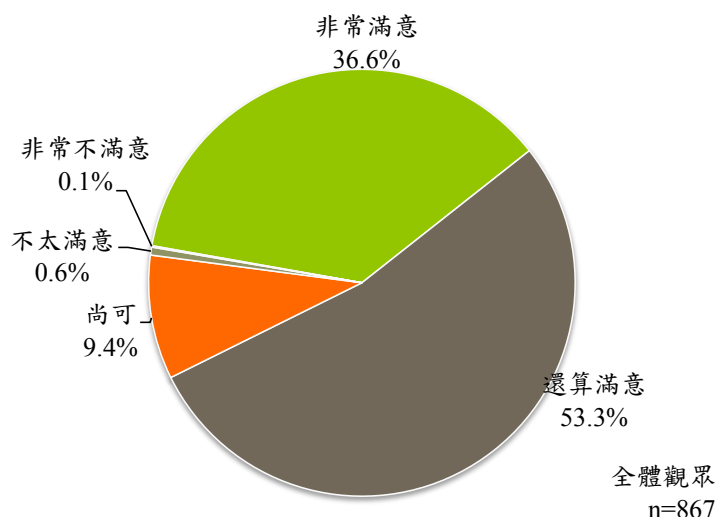


圖31、 觀眾對「各項設施指示標誌清楚明確度」的滿意度

進一步瞭解各項設施指示標誌清楚明確度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表23）

- （1）居住地區：以居住其他地區及港澳/中國大陸的觀眾表示滿意的比例較高，分別占96.1%、95.7%，而居住在日本/韓國地區的觀眾表示尚可的比例較高，占29.0%。

8. 對各項設施指示標誌清楚明確度規劃不滿意的原因及建議

深入了解觀眾對於各項設施指示標誌清楚明確度規劃表示不滿意的原因及建議，有38位受訪觀眾表示意見，經彙整後發現，以無法透過標誌找到想看的文物展廳的比例較高(15.8%，6位)，其次依序為人很多也看不到或看不清楚標示(13.2%，5位)、標示不夠多(10.5%，4位)、找不到參觀動線的標示(10.5%，4位)及建議能多一些日文的指示標誌及說明(10.5%，4位)，其餘項目均低於一成。

表12、 對各項設施指示標誌清楚明確度規劃不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=38)	次數	百分比
無法透過標誌找到想看的文物展廳	6	15.8%
人很多也看不到或看不清楚標示	5	13.2%
標示不夠多	4	10.5%
找不到參觀動線的標示	4	10.5%
建議能多一些日文的指示標誌及說明	4	10.5%
找不到洗手間	3	7.9%

不滿意原因及建議(N=38)	次數	百分比
標示都不夠明顯	3	7.9%
找不到語音導覽租借處的標示	3	7.9%
找不到出口	2	5.3%
找不到寄物處的標示	1	2.6%
找不到禮品販售區	1	2.6%
英文的標示說明不足	1	2.6%
展廳內的洗手間要繞很久才能找	1	2.6%
建議可在各展間設置數位查詢系統	1	2.6%

9. 導覽地圖清楚明確度

調查結果顯示，高達九成三(92.5%)的觀眾表示滿意導覽地圖清楚明確度（非常滿意 40.5%、還算滿意 52.0%），表示尚可約占 6.6%，僅有 0.9%表示不滿意（不太滿意 0.9%、無任何非常不滿意）。（圖 32）

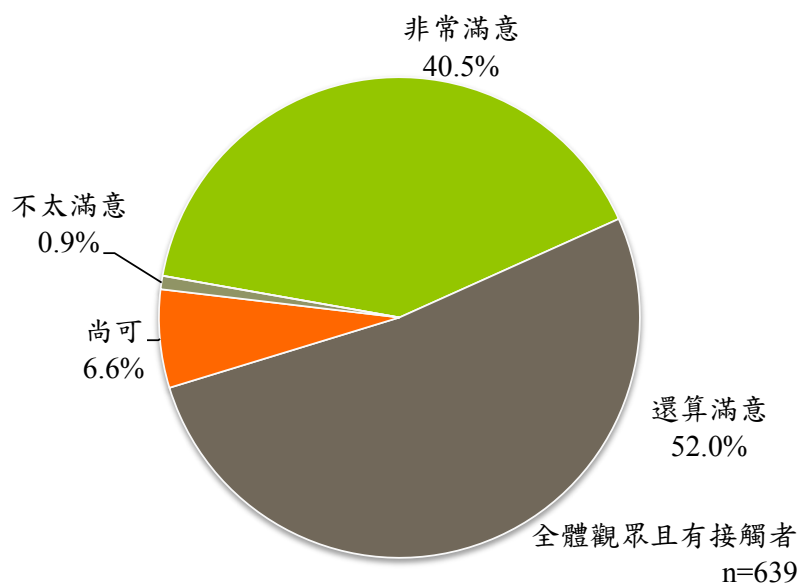


圖32、 觀眾對「導覽地圖清楚明確度」的滿意度

進一步瞭解導覽地圖清楚明確度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡及居住地區有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表 24）

- (1) 年齡: 不同年齡層表示滿意的比例均高於九成以上(95.6%~90.0%)，其中以 15-19 歲的比例最高，占 95.6%。

- (2) 居住地區:除了居住在日本/韓國的觀眾外，其餘地區的觀眾表示滿意的比例均高於九成以上(95.2%~90.3%)，而日本/韓國的觀眾表示尚可的比例最高，占二成一(20.8%)。

10. 對導覽地圖清楚明確度規劃不滿意的原因及建議

深入了解觀眾對於導覽地圖清楚明確度規劃表示不滿意的原因及建議，有 17 位受訪觀眾表示意見，經彙整後發現，以看不懂導覽地圖，也找不到地圖上的展區的比例較高(47.1%，8 位)，其次依序為導覽地圖上沒有註明各展廳內容(11.8%，2 位)及沒有看到有導覽地圖(11.8%，2 位)，其餘項目均低於一成。

表13、 對導覽地圖清楚明確度規劃不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=17)	次數	百分比
看不懂導覽地圖，也找不到地圖上的展區	8	47.1%
導覽地圖上沒有註明各展廳內容	2	11.8%
沒有看到有導覽地圖	2	11.8%
建議能用定位的導覽方式	1	5.9%
導覽地圖上僅有標示較知名的展品，其它的展品皆無解釋	1	5.9%
導覽地圖太複雜	1	5.9%
導覽地圖上沒有標示餐飲地點	1	5.9%
字太小，很難邊看地圖邊對應	1	5.9%

11. 表示有不清楚或找不到的指示標誌

瞭解觀眾於參觀過程中是否有覺得不清楚或找不到的指示標誌，約有六成八(67.5%)的觀眾表示沒有此情況，但仍有約三成三表示有指示標誌不清的狀況，以展廳內的指示比例較多，占 9.8%，其次為租用語音導覽處(6.5%)、寄物處(4.6%)、禮品販售處(3.9%)、展覽內的洗手間(3.8%)及展廳外(大廳)的洗手間(3.1%)，其餘項目則低於 3%。(圖 33)

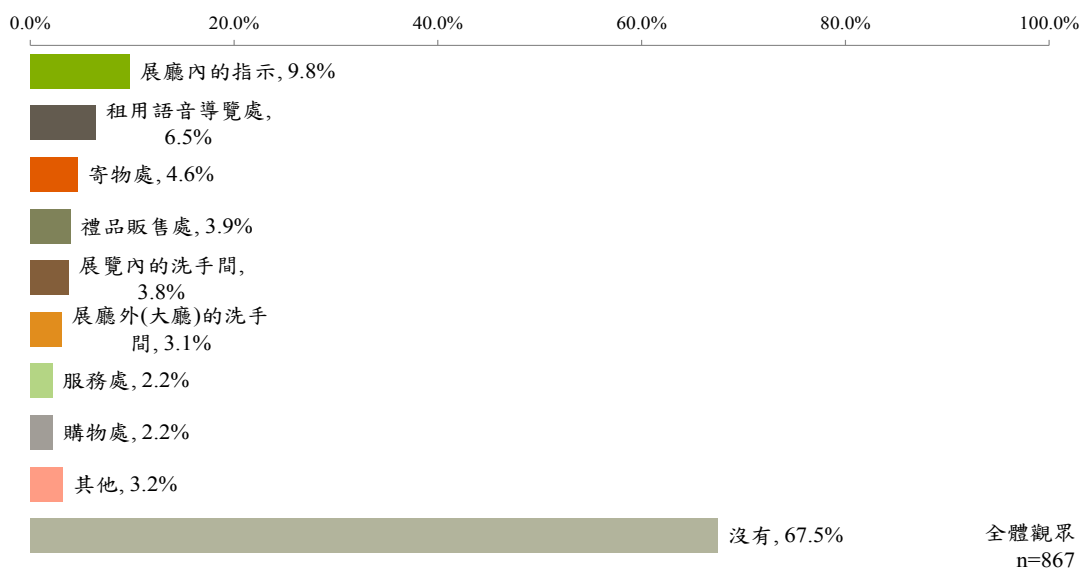


圖33、 觀眾認為有不清楚或找不到的指示標誌

(五) 觀眾對「各類服務人員服務態度」之滿意度

各類服務人員服務態度的滿意度項目包括整體人員的服務、驗/售票人員、服務台人員、語音導覽租借服務人員、餐飲及禮品販售服務人員及展廳內的服務人員等六項指標。各項指標的滿意度評價均高達九成三以上，其中又以「整體人員」及「服務台人員」的滿意度超過九成五以上，顯示觀眾對於各類服務人員的服務態度給予高度的肯定。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)(圖 34)

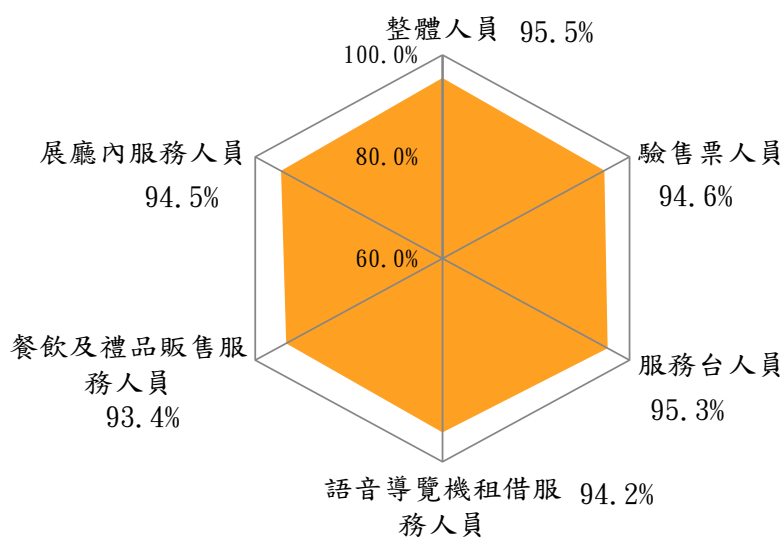


圖34、 各類服務人員服務態度之滿意度

1. 整體服務人員的服務態度

調查結果顯示，高達九成六(95.5%)的觀眾表示滿意整體服務人員的服務態度(非常滿意 56.6%、還算滿意 38.9%)，表示尚可約占 4.0%，僅有 0.5%表示不滿意(不太滿意 0.4%、非常不滿意 0.1%)。(圖 35)

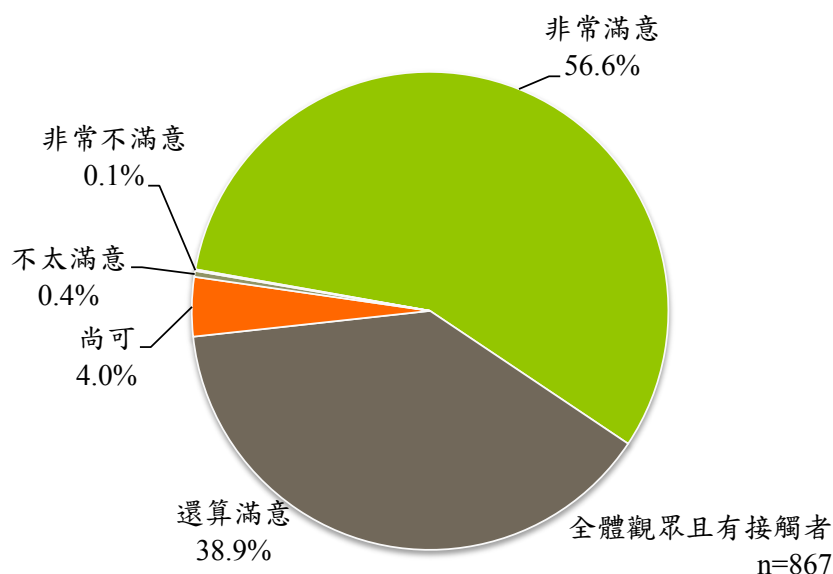


圖35、 觀眾對「整體人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解整體服務人員服務態度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 30)

- (1) 居住地區:除了居住在日本/韓國的觀眾表示滿意的低於九成外，其餘各地區的觀眾均高於九成五以上。

2. 驗/售票人員的服務態度

調查結果顯示，高達九成五(94.6%)的觀眾表示滿意驗/售票人員的服務態度(非常滿意 64.0%、還算滿意 30.6%)，表示尚可約占 4.3%，僅有 1.1%表示不滿意(不太滿意 0.7%、非常不滿意 0.4%)。(圖 36)

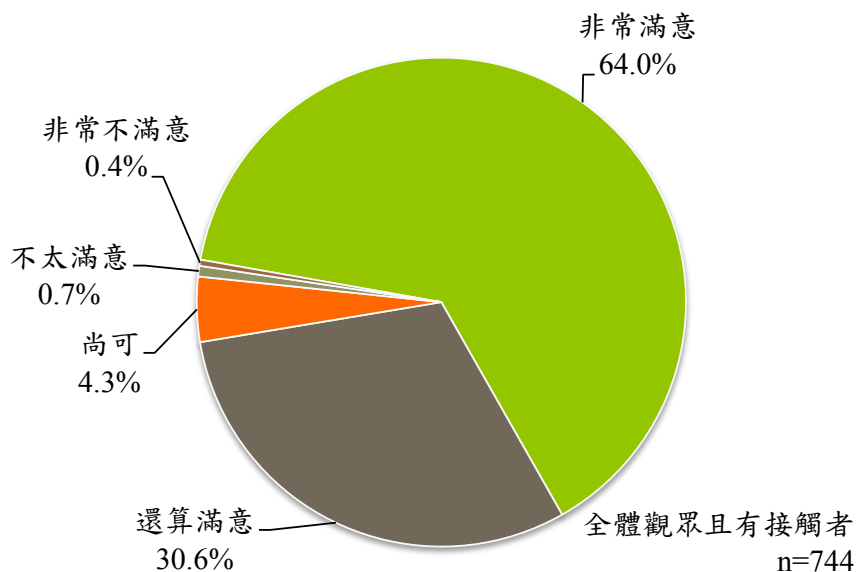


圖36、觀眾對「驗/售票人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解驗/售票人員服務態度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區、參觀月份及觀眾屬性有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表25）

- （1）居住地區：除了居住在日本/韓國(71.4%)的觀眾表示滿意的比例低於九成外，其餘各地區的觀眾均高於九成五以上。
- （2）參觀月份：8月份及10月份來訪的觀眾表示滿意的比例無差異，分別為93.7%及95.6%。
- （3）觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為95.1%及94.6%。

3. 服務台人員的服務態度

調查結果顯示，高達九成五(95.3%)的觀眾表示滿意服務台人員的服務態度（非常滿意66.8%、還算滿意28.5%），表示尚可約占4.1%，僅有0.6%表示不滿意（不太滿意0.4%、非常不滿意0.2%）。（圖37）

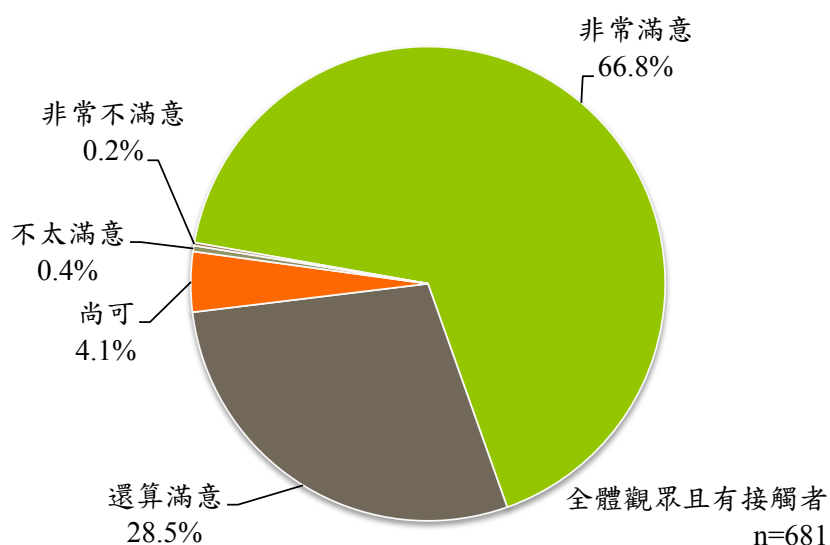


圖37、 觀眾對「服務台人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解服務台人員服務態度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區及觀眾屬性有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表26）

- （1）居住地區：除了居住在日本/韓國(77.6%)的觀眾表示滿意的比例低於九成外，其餘各地區的觀眾均高於九成三以上。
- （2）參觀屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為93.0%及95.8%。

4. 語音導覽租借服務人員的服務態度

調查結果顯示，高達九成四(94.2%)的觀眾表示滿意語音導覽租借服務人員的服務態度（非常滿意66.7%、還算滿意27.5%），表示尚可約占5.0%，僅有0.8%表示不滿意(不太滿意0.6%、非常不滿意0.2%)。（圖38）

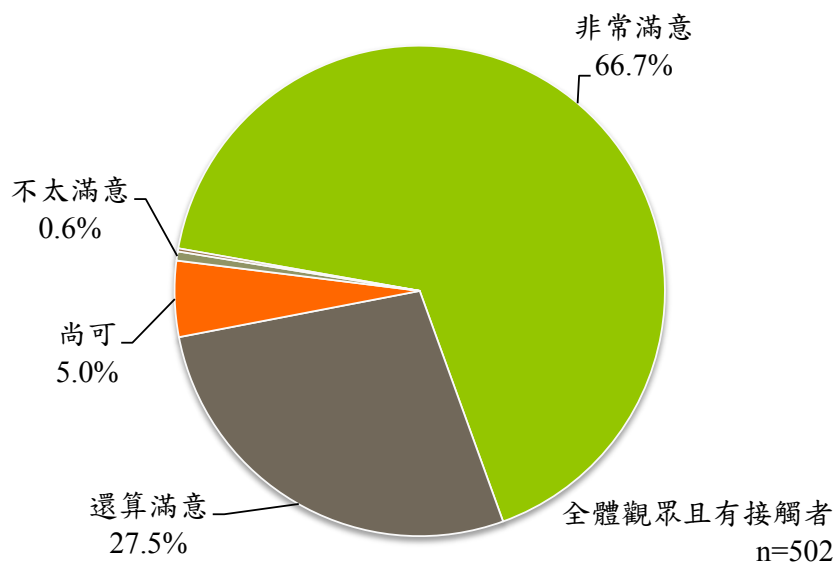


圖38、 觀眾對「語音導覽租借服務人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解語音導覽租借服務人員服務態度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同性別、年齡、居住地區及觀眾屬性有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表27）

- （1）性別：不同性別的觀眾表示滿意的比例無差異，男性占95.2%及女性占93.5%。
- （2）年齡：以40-49歲表示滿意的比例較高，占98.0%，50-59歲表示滿意的比例較低，占82.1%，且為表示尚可比例較高的，占14.3%。
- （3）居住地區：除了居住在日本/韓國(66.7%)的觀眾表示滿意的比例低於九成外，其餘各地區的觀眾均高於九成五以上。
- （4）參觀屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為93.6%及94.4%。

5. 餐飲及禮品販售服務人員的服務態度

調查結果顯示，高達九成三(93.4%)的觀眾表示滿意餐飲及禮品販售服務人員的服務態度（非常滿意57.6%、還算滿意35.8%），表示尚可約占6.4%，僅有0.2%表示不滿意(不太滿意0.2%、無任何非常不滿意)。（圖39）

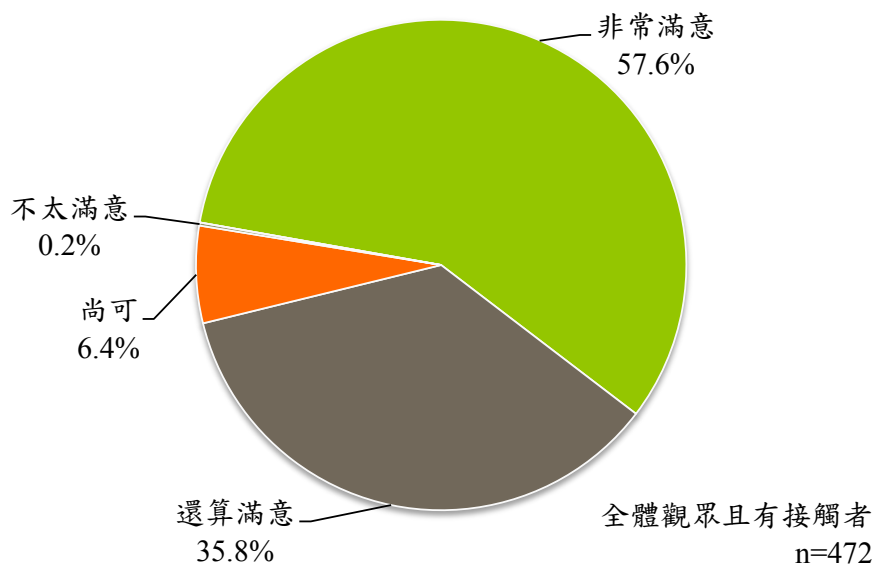


圖39、 觀眾對「餐飲及禮品販售服務人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解餐飲及禮品販售服務人員服務態度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區及觀眾屬性有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表28）

- （1）居住地區：以居住在港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例較高，占98.9%，其次為台灣地區，占94.9%，而日本/韓國地區的觀眾表示尚可的比例較高，占27.9%。
- （2）觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為91.4%及94.0%。

6. 展廳內服務人員的服務態度

調查結果顯示，高達九成五(94.5%)的觀眾表示滿意展廳內服務人員的服務態度（非常滿意59.4%、還算滿意35.1%），表示尚可約占5.1%，僅有0.4%表示不滿意（不太滿意0.3%、非常不滿意0.1%）。（圖40）

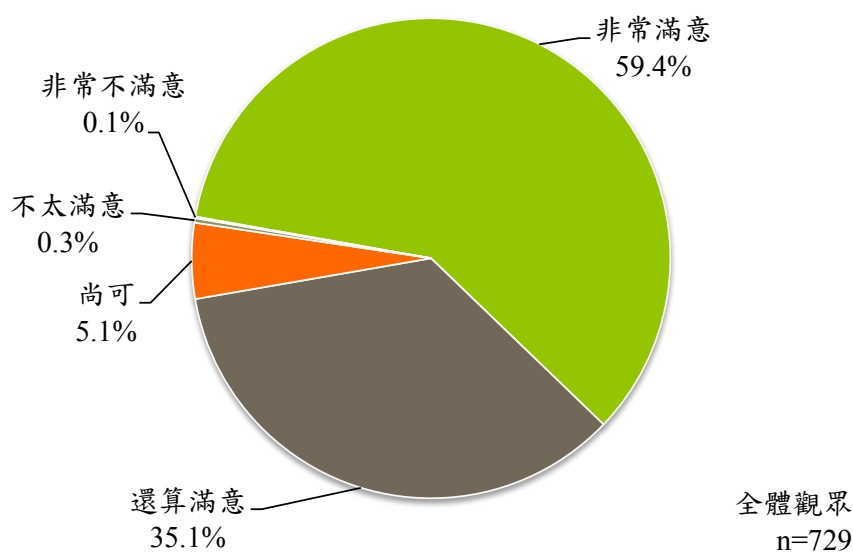


圖40、 觀眾對「展廳內服務人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解展廳內服務人員服務態度之滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表29）

- (1) 居住地區：以居住在港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例較高，占98.5%，其次為其他地區(96.9%)及台灣地區(95.5%)，而日本/韓國地區的觀眾表示尚可的比例較高，占18.5%。

12. 對各項服務人員服務態度不滿意的原因及建議

從各項服務人員服務態度的滿意度表現觀察，滿意度評價皆高於九成三以上的好成績，但仍有25位受訪觀眾提出不滿意度原因及相關建議，以服務人員多數沒有笑容的比例最高(24.0%，6位)，其次為售票處人員的服務態度應加強(16.0%，4位)及建議服務人員應要管控現場觀眾的吵鬧(12.0%，3位)，其餘項目均低於一成。

表14、 對各項服務人員服務態度不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=25)	次數	百分比
服務人員多數沒有笑容	6	24.0
售票處人員的服務態度應加強	4	16.0
建議服務人員應要管控現場觀眾的吵鬧	3	12.0
展廳內的服務人員不太有禮貌	2	8.0

不滿意原因及建議(N=25)	次數	百分比
服務人員很少，都找不到	2	8.0
禮品結帳動線不明確，也沒有服務人員管理	1	4.0
展廳內的服務人員一直趕觀眾前進，造成無法觀看文物	1	4.0
詢問服務台人員如何上網，卻要我自己看，服務志工或人員應該要主動服務年長者，且態度非常冷淡	1	4.0
展廳內的服務人員態度非常冷淡	1	4.0
餐飲服務人員態度不佳	1	4.0
服務台人員態度差且不積極，詢問資料都要我自己看	1	4.0
餐飲送錯卻沒有服務人員可找	1	4.0
語音導覽租借服務人員未告知要如何使用	1	4.0

(六) 觀眾對「各項開放時間及相關措施」之看法

1. 對每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點的知悉度

全體觀眾中(867 位)，約有四成四(43.7%)表示知道每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點的措施，有五成六(56.3%)表示不知道此項措施。(圖 41)

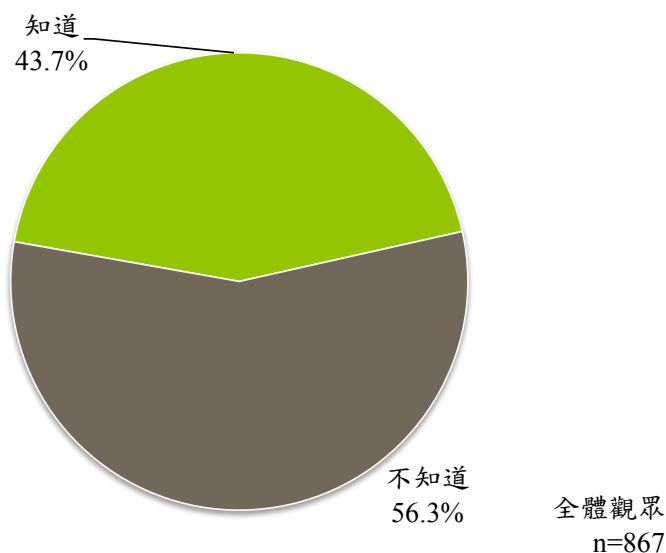


圖41、 觀眾對「每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點」的知悉度

進一步瞭解觀眾對此項措施(每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點)的知悉度與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區、觀眾屬性及其參觀概況有顯著差異，分析如下：(附表 31)

- (1) 居住地區:以居住在台灣地區的觀眾表示知道的比例較高，占 56.6%，日本/韓國地區的觀眾則較低，占 17.0%。
- (2) 觀眾屬性:散客觀眾(48.9%)知道的比例高於團體觀眾(25.3%)。
- (3) 參觀概況:曾經來訪過的觀眾(56.4%)知道的比例高於首次來訪者(36.3%)。

2. 國內觀眾對週五及週六夜間憑國人身分證件可免費參觀的知悉度

針對居住臺灣地區的觀眾中(363 位)，約有五成二(51.5%)表示知道每週五及週六夜間 6:30 至 9:00 憑國人身分證件可免費參觀，但仍有四成九(48.5%)表示不知道此項措施。(圖 42)

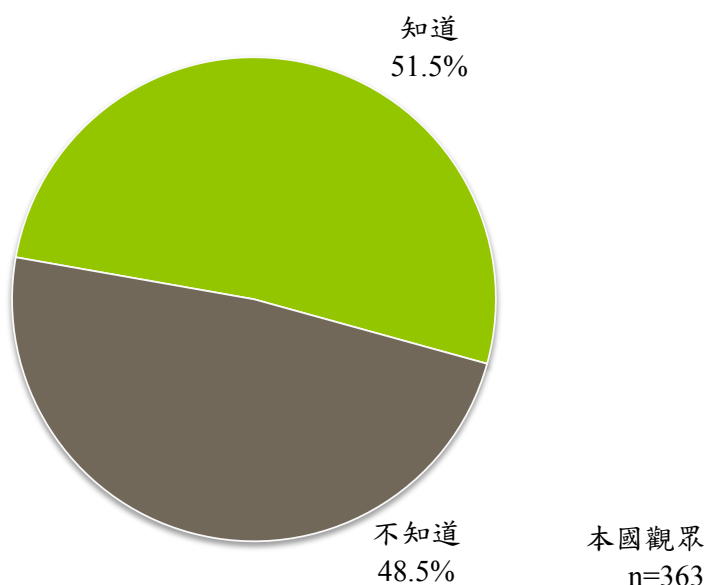


圖42、 國內觀眾對「週五、週六夜間 6:30~9:00 憑國人身分證件免費參觀」知悉度

進一步瞭解國內觀眾對此項措施(每週五及週六夜間開放憑國人身分證件免費參觀)的知悉度與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同參觀概況有顯著差異，分析如下：(附表 32)

- (1) 參觀概況:曾經來訪(56.7%)的觀眾表示知道的比例高於首次來訪者(39.4%)。

3. 觀眾對週五及週六夜間開放時間規劃之看法

全體觀眾中(867 位)，約有九成(90.3%)表示週五及週六夜間開放時間的規劃合適，僅有不到一成的觀眾表示不合適(9.7%)，當中有 4.3%表示希望能提早 18:00-20:30，有 2.4%表示希望能增加週日夜間開放時段。(圖 43)

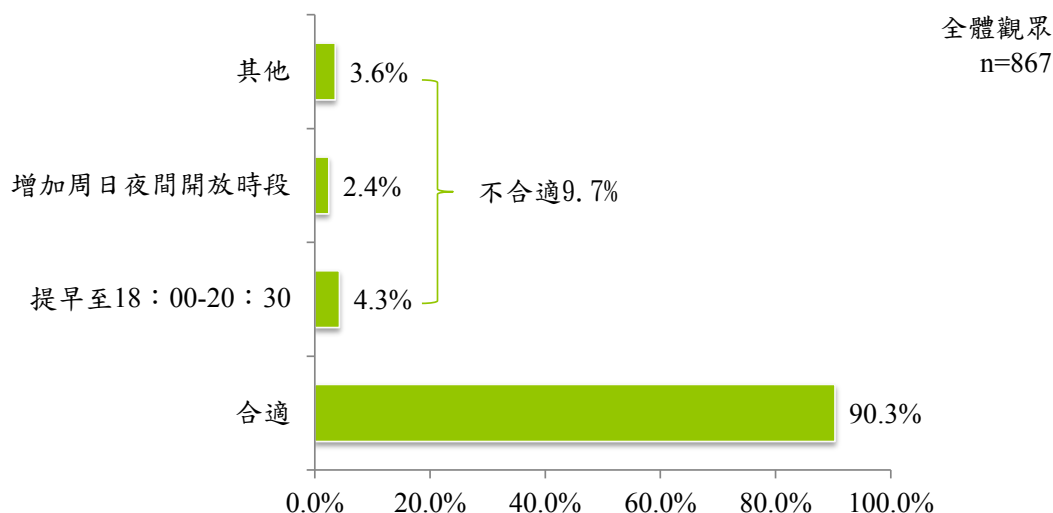


圖43、 觀眾對週五及週六夜間開放時間規劃之看法

進一步瞭解週五及週六夜間開放時間規劃之看法與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區及參觀概況有顯著差異，但在居住地區因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 33)

- (1) 居住地區:除了台灣地區的觀眾占 83.2%，其餘地區表示合適的比例均高於九成五以上。
- (2) 參觀概況:首次參觀者(93.6%)表示合適的比例高於曾經來訪者(84.7%)。

4. 觀眾選擇離峰時段(週一至週日 16:30-18:30)之意願

全體觀眾中(867 位)，約有九成(89.6%)表示願意在離峰時段(週一至週日 16:30-18:30)來參觀，有一成(10.4%)表示不願意。(圖 44)

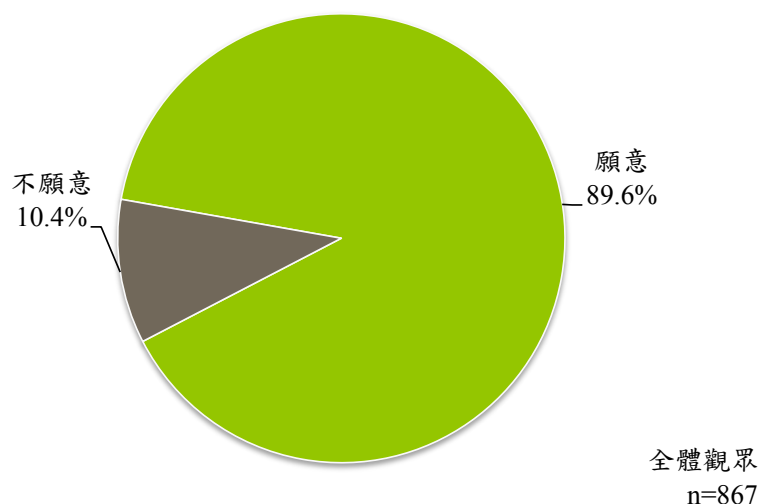


圖44、 觀眾選擇離峰時段(週一至週日 16:30-18:30)之意願

進一步瞭解觀眾選擇離峰時段（週一至週日 16:30-18:30）的意願度與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同性別有顯著差異，分析如下：（附表 34）

（1）性別：女性(91.4%)的觀眾表示有意願的比例高於男性(86.9%)。

5. 觀眾選擇離峰時段(週五至週六 18:30-21:00)之意願

全體觀眾中(867 位)，約有八成七(86.7%)表示願意在離峰時段(週五至週六 18:30-21:00)來參觀，有一成三(13.3%)表示不願意。（圖 44）

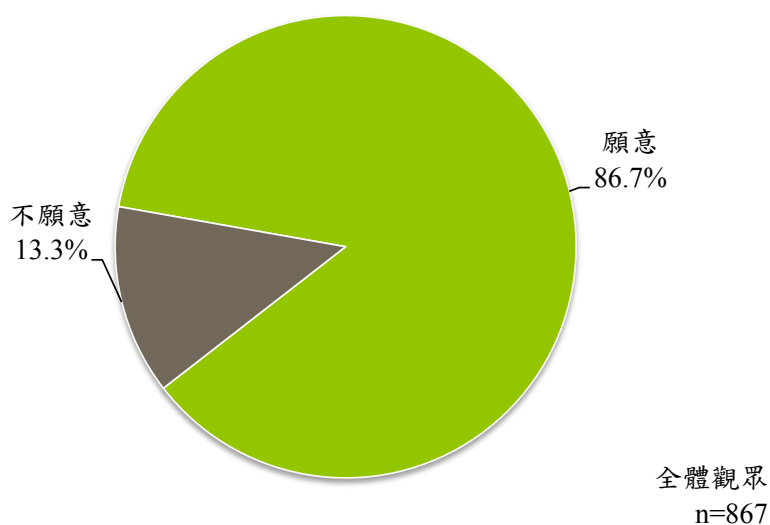


圖45、 觀眾選擇離峰時段(週五至週六 18:30-21:00)之意願

進一步瞭解觀眾選擇離峰時段（週五至週六 18:30-21:00）的意願度與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同行業有顯著差異，分析如下：（附表 35）

- （1）行業：以教職從業者表示滿意的比例最高，占 96.7%，其次為商業從業者（90.4%）。

6. 不願意選擇離峰時段來參觀之原因

從上述二個離峰時段來觀察，來訪的意願約在八成七至九成間，反之約有一成至一成三表示沒有願意，進一步了解其原因，約有 131 位受訪觀眾表示，主要以時間太晚的比例最高（42.7%，56 位），其次為夜間時段參觀後很難搭大眾運輸（16.8%，22 位）及下午時段太短（13.0%，17 位），其餘項目均低於一成。

表 15、 不願意選擇離峰時段來參觀之原因

不願意原因及建議(N=131)	次數	百分比
時間太晚	56	42.7%
夜間時段參觀後很難搭大眾運輸	22	16.8%
下午時段太短	17	13.0%
離峰時段感覺人還是會很多	12	9.2%
吃飯時間很難配合	7	5.3%
該時段皆需上班或上課	6	4.6%
晚上時段團體行程無法配合	6	4.6%
二個時段都很難安排行程	2	1.5%
希望可以增加週日夜間時段	1	0.8%
假日活動多較難配合	1	0.8%
晚上時段不適合看展覽，應該安排去夜市	1	0.8%

7. 離峰時段實施優惠參觀券對紓解人潮之幫助度看法

全體觀眾中（867 位），約有八成八（87.7%）表示於離峰時段提供優惠參觀券有助於紓解人潮，有一成二表示沒有幫助，另有 0.2% 表示不知道。（圖 45）

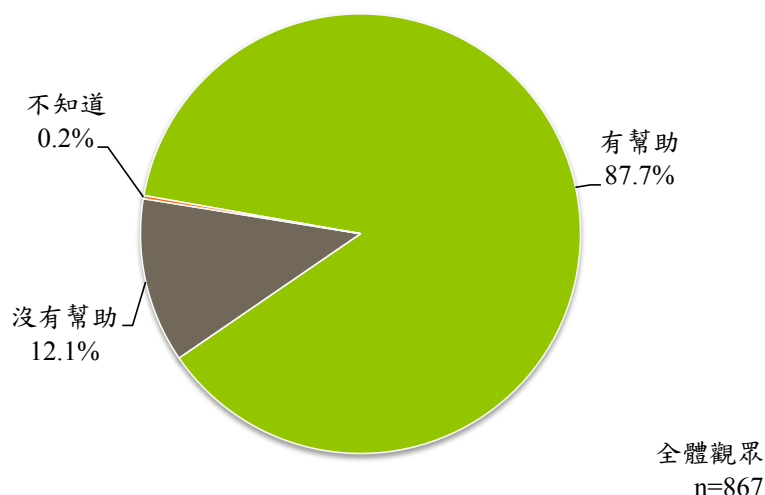


圖46、離峰時段實施優惠參觀券對紓解人潮之幫助度看法

進一步瞭解離峰時段實施優惠參觀券對紓解人潮之幫助度看法與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同居住地區、參觀月份、觀眾屬性、參觀概況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表36）

- (1) 居住地區：以居住在其他地區及日本/韓國表示有幫助的比例較高，分別占96.1%及95.0%，而台灣地區表示沒有幫助的比例較高，占一成八（18.4%）。
- (2) 參觀月份：8月份（90.3%）來訪的觀眾表示有幫助的比例高於10月份來訪者（85.1%）。
- (3) 觀眾屬性：團體觀眾（94.7%）表示有幫助的比例高於散客觀眾（85.7%）。
- (4) 參觀概況：首次參觀的觀眾（91.4%）表示有幫助的比例高於曾經來訪的觀眾（81.3%）。

8. 對開放時間各項措施規劃不滿意原因及相關建議

針對目前的各項開放時段措施有57位受訪觀眾提出不滿意的原因及建議，經彙整發現，以團體觀眾都是被安排的行程，所以對於開放時間的優惠沒有影響的比例最高（22.8%，13位），其次為團體觀眾不會安排在16:30後來參觀，所以離峰時段的紓解人潮應該有限（14.0%，8位），再其次依序為建議可增加週日夜間開放時段（12.3%，7位）、有優惠券的離峰時段可參觀的時間太短了（10.5%，6位）及國人

本來優惠票價就是 150 元，建議離峰優惠時段的票價國人應該要再降價(10.5%，6 位)，其餘項目均低於一成。

表 16、對開放時間各項措施規劃不滿意的原因及相關建議

不滿意原因及建議(N=57)	次數	百分比
團體觀眾都是被安排的行程，所以對於開放時間的優惠沒有影響	13	22.8
團體觀眾不會安排在 16:30 後來參觀，所以離峰時段的紓解人潮應該有限	8	14.0
建議可增加週日夜間開放時段	7	12.3
有優惠券的離峰時段可參觀的時間太短了	6	10.5
國人本來優惠票價就是 150 元，建議離峰優惠時段的票價國人應該要再降價	6	10.5
離峰時段提供優惠後，反而人變多了，變成沒有離峰時段	4	7.0
國人夜間優惠時段能提早到 18:00 開始	2	3.5
夜間免費時段太晚了，對於中南部的民眾很難配合	2	3.5
離峰時段可購買優惠券及國人夜間開放時段免費的措施應多加宣導	1	1.8
建議尖峰時段調高票價	1	1.8
離峰時段應只提供給國人優惠就好	1	1.8
離峰優惠票只能看 2 小時，反而票更貴了	1	1.8
夜間開放時段比較適合年輕人來參觀	1	1.8
建議調高假日票價，讓人潮可紓解	1	1.8
想參觀的民眾還是很多，不會因為票價降價而舒緩人潮	1	1.8
建議一週能開放一個午夜參觀	1	1.8
建議能有一個時段是不開放團體觀眾	1	1.8

(七) 國內觀眾對國立故宮博物院的資訊管道來源

1. 國內觀眾獲得國立故宮博物院相關資訊之管道來源

國內觀眾(363 位)獲得國立故宮博物院相關訊息之管道，以「國立故宮博物院官網」(61.7%)比例最高，其次為「網路/部落客」(35.5%)，再其次依序為「電視」(20.9%)、「旅遊手冊/DM」(12.7%)及「旅遊書籍」(11.3%)，其餘項目皆低於一成，另有 3.6%表示未蒐集過相關資訊。(圖 47)

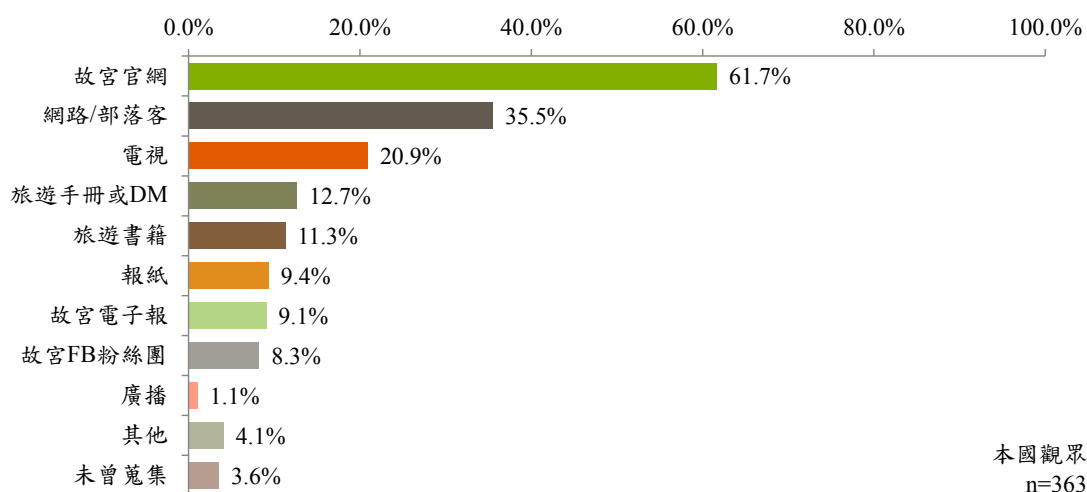


圖47、 國內觀眾獲得國立故宮博物院相關資訊之管道來源

2. 國內觀眾期望獲得國立故宮博物院相關資訊之管道來源

國內觀眾(363 位)期望獲得國立故宮博物院相關訊息之管道，以「國立故宮博物院官網」(61.2%)比例最高，其次為「網路/部落客」(28.7%)，再其次依序為「電視」(25.9%)、「國立故宮博物院 FB 粉絲團」(22.0%)、「手機 APP」(18.2%)、「國立故宮博物院電子報」(16.0%)及「旅遊手冊或 DM」(11.3%)，其餘項目皆低於一成。(圖 48)

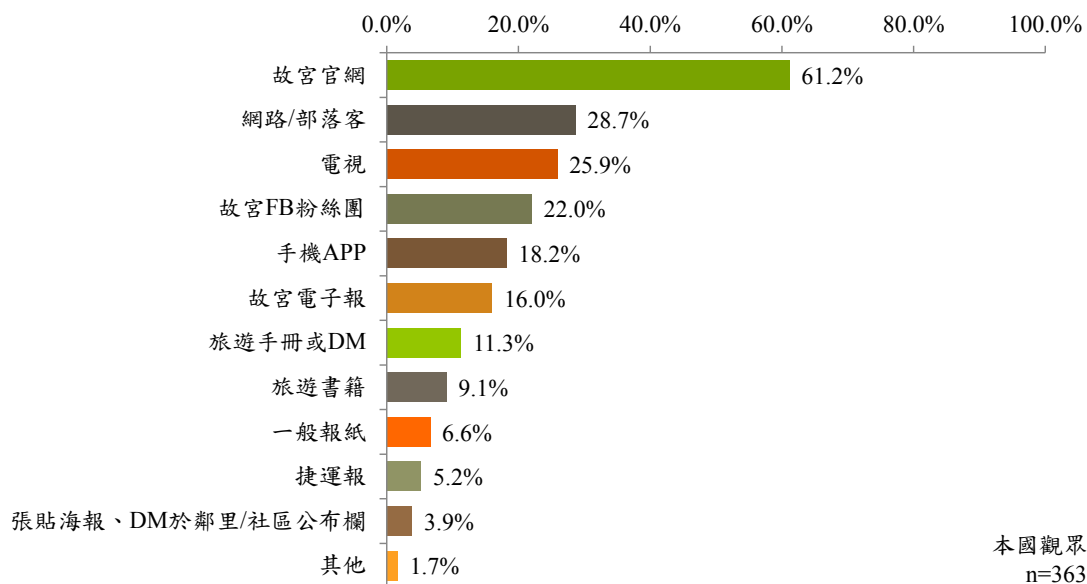


圖48、 國內觀眾期望獲得國立故宮博物院相關資訊之管道來源

(八) 吸引國內觀眾來訪之誘因及推薦意願

1. 吸引國內觀眾來訪之誘因

國內觀眾(363 位)表示可提升參觀頻率之誘因，以「提供免費導覽服務」(46.0%)比例最高，其次為「舉辦文化藝術活動」(43.3%)，再其次依序為「特定展覽」(25.6%)及「舉辦親子類型的文化活動」(20.7%)，其餘項目皆低於一成，另有一成二(11.8%)則表示都不會有吸引力，想來參觀時就會來。(圖 49)

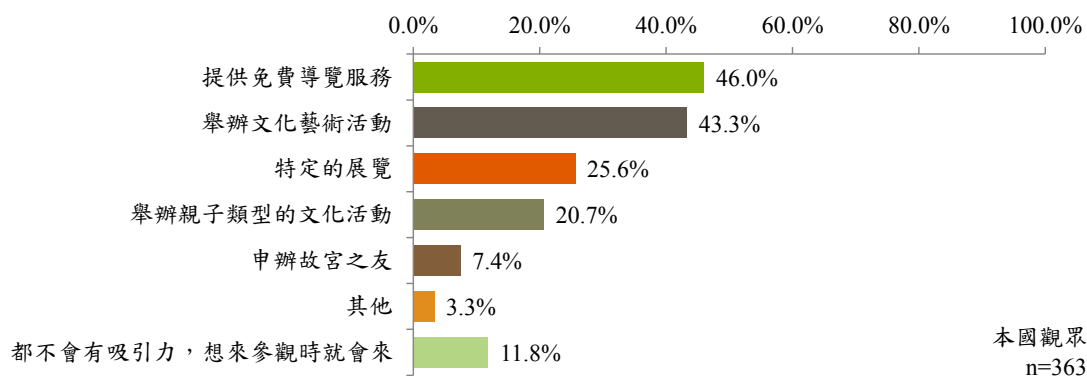


圖49、吸引國內觀眾來訪之誘因

2. 觀眾推薦親朋好友來參觀國立故宮博物院之意願

調查結果顯示，高達九成五(95.3%)的觀眾表示會推薦親朋好友來參觀國立故宮博物院（一定會 56.2%、可能會 39.1%），表示不一定約占 4.3%，僅有 0.4%表示不會(可能不會 0.3%、一定不會 0.1%)。（圖 50）

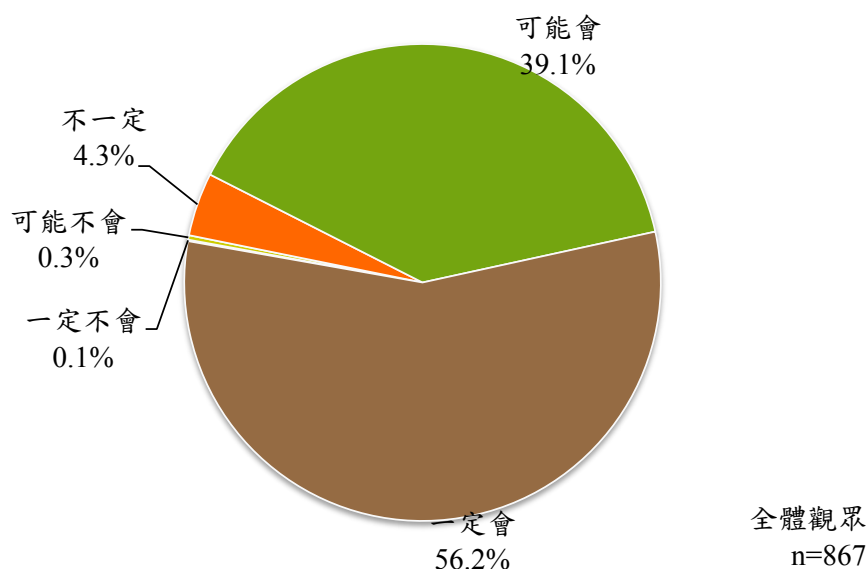


圖50、 觀眾推薦親朋好友來參觀國立故宮博物院之意願

進一步瞭解觀眾推薦親朋好友來參觀國立故宮博物院之意願與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同婚姻狀況、行業及居住地區有顯著差異，但在居住地區因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表 41）

- (1) 婚姻狀況:以已婚有小孩及未婚表示會推薦的比例較高，分別占 96.1% 及 95.4%。
- (2) 行業:以教職表示會推薦的比例最高，占 100.0%，其次為軍職/公務人員，占 98.2%。
- (3) 居住地區:各地區的觀眾表示會推薦的比例均高於九成二以上，當中又以居住在港澳/中國大陸地區的觀眾比例最高，占 99.4%。

(九) 觀眾期望優先改善項目及相關建議

1. 觀眾對提升服務品質期望優先改善之項目

為能提升服務品質，觀眾期望國立故宮博物院優先改善的項目，以「改善人潮流量的管控」比例最高，占四成八(47.5%)，其次為「提升觀眾參觀素質」(23.5%)及「擴增展覽空間」(22.8%)，再其次依序為「改善參觀動線」(18.5%)、「增加展覽宣導」(15.3%)及「增加多元型態的活動」(14.5%)，其餘項目皆低於一成，另有一成三(13.0%)表示沒有需要優先改善的項目。(圖 51)

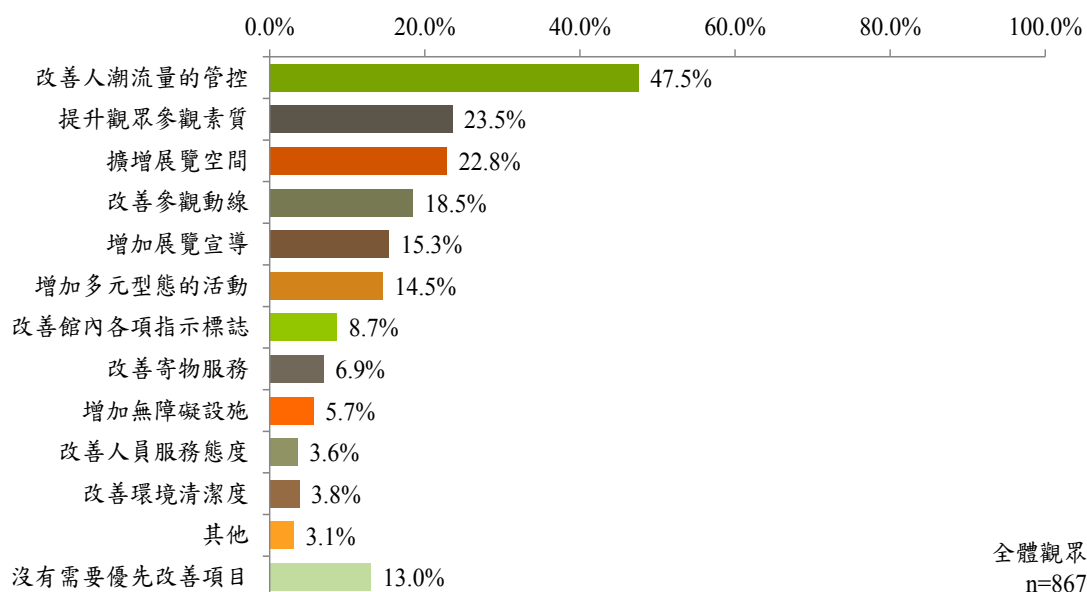


圖51、 觀眾對提升服務品質期望優先改善之項目

2. 觀眾期望國立故宮博物院應加強之項目

觀眾期望國立故宮博物院應加強的項目，以「擴大展示空間」比例最高，占二成五(25.4%)，其次為「擴大餐飲休憩服務空間」(19.0%)、「規劃分眾參觀動線」(18.5%)及「增加展示文物」(18.3%)，再其次依序為「加強教育推廣」(15.5%)、「提升展覽內容」(15.0%)、「改善交通現況」(14.9%)、「增加多國語言服務」(12.2%)及「增加數位科技創新展示」(12.0%)，其餘項目皆低於一成，另有一成六(16.1%)表示沒有需要加強的項目。(圖 52)

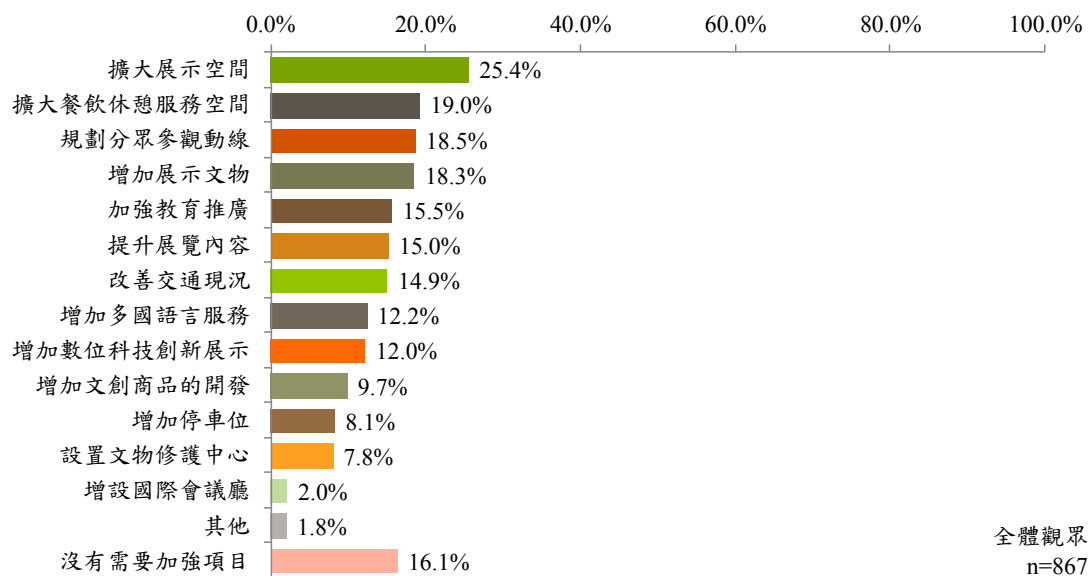


圖52、觀眾期望國立故宮博物院應加強之項目

3. 整體性相關建議

有 167 位受訪觀眾提出相關的建議，經彙整後發現，以「人潮管控」的建議居多(31.1%)，其次依序為「場地設施」(16.8%)、「動線規劃」(12.0%)、「服務措施」(11.4%)及空調環境(10.8%)，其餘項目經彙整後之比例皆低於一成。

表17、整體性相關建議

相關建議(N=167)		次數	百分比
人潮管控 (31.1%)	參觀人潮太多太吵，應加強管制入場人數	39	23.4%
	建議能限制團體觀眾入場的人數	6	3.6%
	熱門展間的人潮太多，無法看到文物，建議加強管制	4	2.4%
	建議團體及散客能分開時段參觀	2	1.2%
	建議能做適當的分流參觀管制	1	0.6%
場地設施 (16.8%)	休憩座椅太少	8	4.8%
	展廳空間太小，建議能擴大	5	3.0%
	建議增加置物櫃的數量	4	2.4%
	建議能設置展間內可飲水的區域	2	1.2%
	傘架放置太凌亂也沒有管理	2	1.2%
	建議洗手間要設有烘手機的設備	1	0.6%
	洗手間的清潔度應改善，會聞到臭味	1	0.6%
	停車場無人指示且車位數太少	1	0.6%
	置物櫃內應加強清潔度	1	0.6%

相關建議(N=167)		次數	百分比
	置物櫃太小	1	0.6%
	置物櫃的使用方法希望能有圖示	1	0.6%
	置物櫃會卡幣，應加強管理	1	0.6%
動線規劃 (12.0%)	參觀動線太混亂也不完整	11	6.6%
	建議能增加主要參觀路線	4	2.4%
	建議能在牆壁上或地上貼上參觀路線	2	1.2%
	團體觀眾太多，造成動線混亂	2	1.2%
	服務台與寄物櫃為反方向，動線不便利	1	0.6%
服務措施 (11.4%)	建議加強館內禁止拍照的措施，仍有不少觀眾偷拍	3	1.8%
	建議團體觀眾應採用國立故宮博物院志工來講解，避免造成導遊的聲音很大聲且動線混亂	3	1.8%
	入場不可攜帶的東西及注意事項，建議能清楚明白的標示在能看到的的地方	2	1.2%
	建議能帶水入場	2	1.2%
	外面抽菸的菸味會飄進大廳	1	0.6%
	夜間延長時段的措施建議能多宣導，同時於館內能標示在購票區	1	0.6%
	建議可增加兒童照顧休息區，有專人負責小朋友，可更專心參觀文物	1	0.6%
	建議能限制入場的年齡	1	0.6%
	建議能開放廣播尋人	1	0.6%
	建議能增設國人專用購票處，避免費用收錯	1	0.6%
	紀念章壞了，應要更換	1	0.6%
	館內飲水不方便，應可增加飲料販售或販賣機	1	0.6%
	應嚴格要求導遊於入場前，給予觀光客進行參觀前教育說明	1	0.6%
空調環境 (10.8%)	空調太冷	17	10.2%
	空調太冷，建議能提供披肩或保暖的衣物服務	1	0.6%
展覽文物及說明 (6.6%)	展覽的說明太少，希望能將文物的說明詳盡一些	3	1.8%
	文物的解說標示字體太小	1	0.6%

相關建議(N=167)		次數	百分比
	希望能增加每個展間的文物說明服務人員	1	0.6%
	建議可多舉辦專家講解文物的活動	1	0.6%
	建議能在各展間設置查詢系統	1	0.6%
	建議能依據年代設計展間的參觀動線	1	0.6%
	建議能增加日文的文物說明	1	0.6%
	建議能增加透過手機來補充文物的說明	1	0.6%
	增加科技數位看板，讓文物內容說明可更豐富	1	0.6%
人員服務 (4.8%)	應加強展廳內服務人員的態度及主動性	5	3.0%
	服務台人員服務態度不夠積極及友善	1	0.6%
	展廳內的服務人員的引導不一致	1	0.6%
	展廳內的服務人員對於文物了解不夠專業	1	0.6%
指示標誌 (4.8%)	建議出入口的標誌要鮮明	2	1.2%
	雖然設有指引路線，但看不懂	2	1.2%
	在入場前能有展廳內的布局說明，可減少尋找動線的時間	1	0.6%
	建議能標示出熱門的文物及展間，便於尋找	1	0.6%
	洗手間的標示不清楚	1	0.6%
	購票處及語音租借處的指標不夠清楚	1	0.6%
票價 (2.4%)	門票太貴	2	1.2%
	建議給本國人的門票能再降價	2	1.2%
語音導覽服務 (2.4%)	語音導覽機的內容說明不夠深入	2	1.2%
	外語的語音導覽只有英文最詳細，建議其他語言也能增加說明內容	1	0.6%
	建議語音導覽機應採自動感應自動撥放的設施	1	0.6%
相關活動 (1.2%)	可增加可愛公仔來當代言人物	1	0.6%
	建議能多舉辦小朋友可參加的活動	1	0.6%
餐飲服務	餐飲的價格太貴	2	1.2%

相關建議(N=167)		次數	百分比
(1.8%)	建議能提供素食的餐飲	1	0.6%
禮品服務 (0.6%)	禮品價格太貴	1	0.6%
官網服務 (0.6%)	官網中有許多資訊不夠清楚，建議能說明更詳細	1	0.6%
其他 (0.6%)	建議捷運的接駁公車能密集一點	1	0.6%

四、 重要性-績效分析(IPA 分析)分析

「重要性－績效」分析方法(IPA)則依據「重要性」與「績效」二個構面的高、低值將服務或產品的屬性分成競爭優勢項目、超乎所需項目、次要改進項目及競爭劣勢項目共四類。透過 IPA 分析，可更清楚瞭解觀眾對於博物館的整體表現滿意度及重視程度，與觀眾對於各項服務及設施之期望，以作為各單位於各項服務上的所投入之資源分配決策之參考。

(一) 整體性-重要性績效分析

依據 IPA 分析方法，本年度參觀國立故宮博物院的整體滿意度與「公共服務區各項設施」、「各項動線規劃」、「各類服務人員服務態度」及「各項整體性服務」等項目之「重要性－績效」分析如下：

1. 競爭優勢項目：觀眾認為重要度高且服務滿意度也較高者，表示此服務項目為本院的競爭優勢項目，應盡力繼續保持目前之良好狀況。各類別下之細項如下：
 - (1) 公共服務區各項設施：「休憩設施清潔舒適度」及「餐飲及禮品環境舒適度」。
 - (2) 服務人員服務態度：「驗/售票人員」、「服務台人員」、「語音導覽租借人員」、「餐飲/禮品販售人員」、「展廳內服務人員」、「整體服務人員」。
 - (3) 各項動線規劃：「購票處動線規劃」、「寄物處動線規劃」、「大廳整體動線規劃」、「各項設施指示標誌清楚明確度」及「導覽地圖清楚明確度」
 - (4) 整體性服務：「整體展覽文物內容」、「陳列室整體環境」、「整體活動」及「兒藝中心」。
2. 超乎所需項目：觀眾認為「哺集乳室清潔舒適度」及「洗手間清潔舒適度」之重要度較低，但對於服務滿意度有較高的評價，此服務項目雖贏得好評但對於整體表現的助益不大，未來應可考慮此部分的資源是否需要調整，或將其資源投入至需改進的地方，使資源能做最有效之運用。
3. 次要改進項目：觀眾認為「整體空間的空調舒適度」為重要性較低，且觀眾

感受服務滿意度也較低者。雖然觀眾感受之滿意度績效欠佳，但相對而言觀眾認知的重要性也較低，表示此服務項目未來有改進的空間，雖不是當務之急需要立即性的修正，但仍需注意。

4. 競爭劣勢項目：觀眾認為「展場內及陳列室整體動線規劃」為重要度高，但服務滿意度表現低，此服務項目為本院劣勢所在，則應列為優先改進項目。

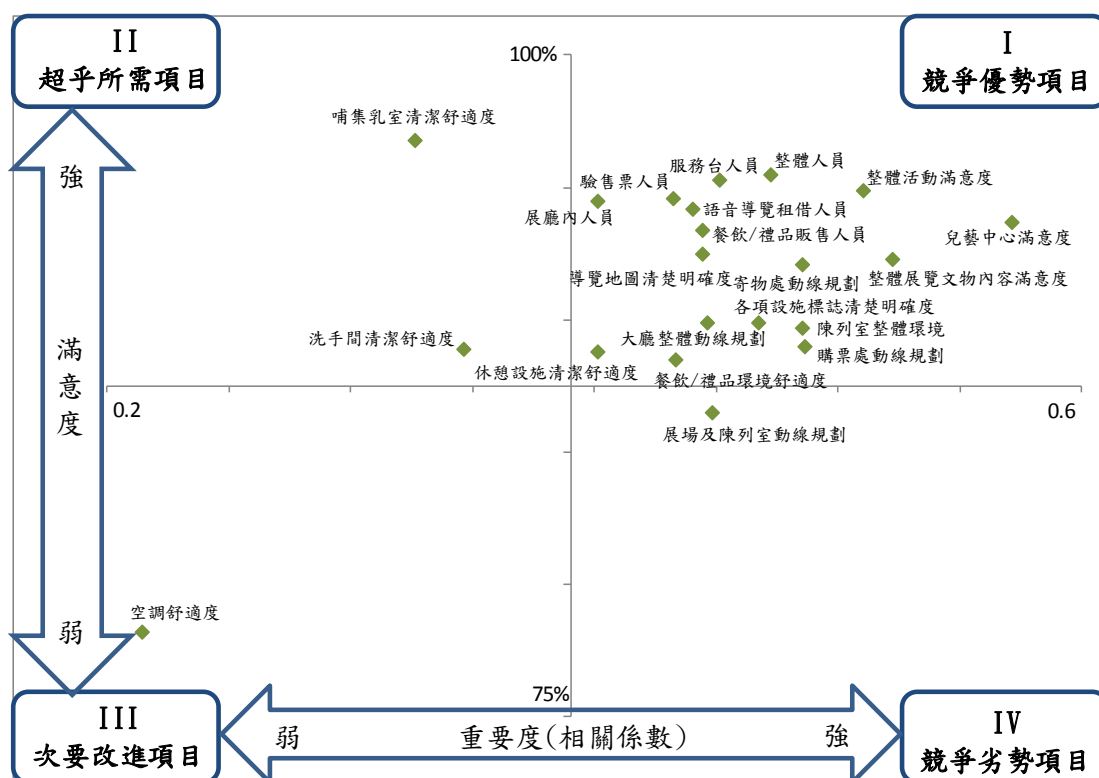


圖53、各項滿意度與重要度模型-整體

（二）團體觀眾-重要性績效分析

團體觀眾為國立故宮博物院非常重要的觀眾群，透過 IPA 分析方法將團體觀眾單獨來觀察其未來的資源投入策略，其本年度團體觀眾參觀國立故宮博物院的整體滿意度與「公共服務區各項設施」、「各項動線規劃」、「各類服務人員服務態度」及「各項整體性服務」等項目之「重要性—績效」分析如下：

1. 競爭優勢項目：觀眾認為重要度高且服務滿意度也較高者，表示此服務項目為本院的競爭優勢項目，應盡力繼續保持目前之良好狀況。各類別下之細項如下：

- (1) 服務人員服務態度：「語音導覽租借人員」、「展廳內服務人員」及「整體服務人員」。
 - (2) 各項動線規劃：「寄物處動線規劃」及「大廳整體動線規劃」
 - (3) 整體性服務：「整體展覽文物內容」、「陳列室整體環境」、「整體活動」及「兒藝中心」。
2. 超乎所需項目：觀眾認為重要度較低但對於服務滿意度有較高的評價，此服務項目雖贏得好評但對於整體表現的助益不大，未來應可考慮此部分的資源是否需要調整，或將其資源投入至需改進的地方，使資源能做最有效之運用。
- (1) 公共服務區各項設施：「哺集乳室清潔舒適度」及「餐飲及禮品環境舒適度」。
 - (2) 服務人員服務態度：「驗售票人員」、「服務台人員」及「餐飲禮品販售人員」。
3. 次要改進項目：觀眾認為「整體空間的空調舒適度」及「洗手間清潔舒適度」之重要性較低，且觀眾感受服務滿意度也較低者。雖然觀眾感受之滿意度績效欠佳，但相對而言觀眾認知的重要性也較低，表示此服務項目未來有改進的空間，雖不是當務之急需要立即性的修正，但仍需注意。
4. 競爭劣勢項目：觀眾認為重要度高但服務滿意度表現低，此服務項目為本院劣勢所在，則應列為優先改進項目。
- (1) 公共服務區各項設施：「休憩設施清潔舒適度」。
 - (2) 各項動線規劃：「展場內及陳列室動線規劃」、「購票處動線規劃」及「各項設施標誌清楚明確度」。

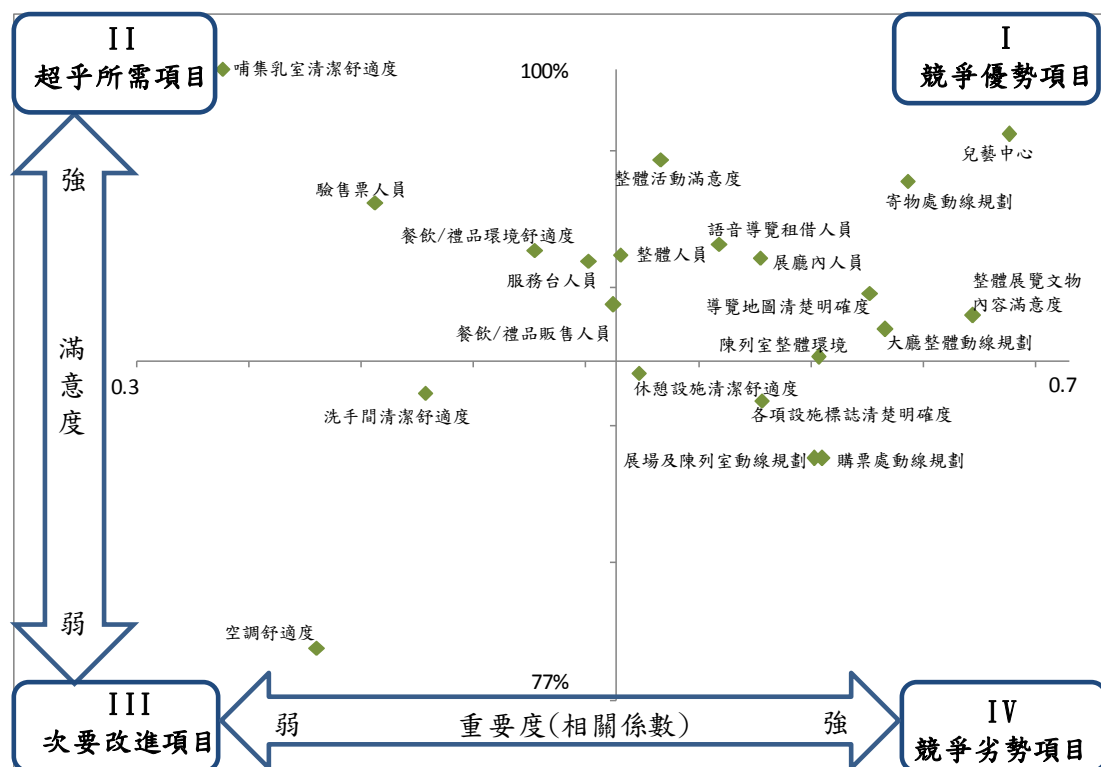


圖54、各項滿意度與重要度模型-團體觀眾

(三) 散客觀眾-重要性績效分析

透過本調查各項分析可瞭解其散客對各項滿意度評價與團體觀眾有不同的看法，同時散客又以居住台灣地區為主要的觀眾群，且大陸/港澳地區的散客觀眾也增多的趨勢，將散客觀眾單獨來觀察其未來的資源投入策略，其本年度散客觀眾參觀國立故宮博物院的整體滿意度與「公共服務區各項設施」、「各項動線規劃」、「各類服務人員服務態度」及「各項整體性服務」等項目之「重要性—績效」分析如下：

1. 競爭優勢項目：觀眾認為重要度高且服務滿意度也較高者，表示此服務項目為本院的競爭優勢項目，應盡力繼續保持目前之良好狀況。各類別下之細項如下：
 - (1) 公共服務區各項設施：「休憩設施清潔舒適度」及「餐飲及禮品環境舒適度」。
 - (2) 服務人員服務態度：「驗售票人員」、「服務台人員」、「語音導覽租借人員」、「餐飲及禮品販售服務人員」、「展廳內服務人員」及「整體服務人員」。
 - (3) 各項動線規劃：「購票處動線規劃」、「寄物處動線規劃」、「大

廳整體動線規劃」、「各項設施標誌清楚明確度」及「導覽地圖清楚明確度」。

(4) 整體性服務：「整體展覽文物內容」、「陳列室整體環境」、「整體活動」及「兒藝中心」。

2. 超乎所需項目：觀眾認為「哺集乳室清潔舒適度」及「洗手間清潔舒適度」之重要度較低，但對於服務滿意度有較高的評價，此服務項目雖贏得好評但對於整體表現的助益不大，未來應可考慮此部分的資源是否需要調整，或將其資源投入至需改進的地方，使資源能做最有效之運用。
3. 次要改進項目：觀眾認為「整體空間的空調舒適度」之重要性較低，且觀眾感受服務滿意度也較低者。雖然觀眾感受之滿意度績效欠佳，但相對而言觀眾認知的重要性也較低，表示此服務項目未來有改進的空間，雖不是當務之急需要立即性的修正，但仍需注意。
4. 競爭劣勢項目：觀眾認為「展場內及陳列室整體動線規劃」為重要度高，但服務滿意度表現低，此服務項目為本院劣勢所在，則應列為優先改進項目。

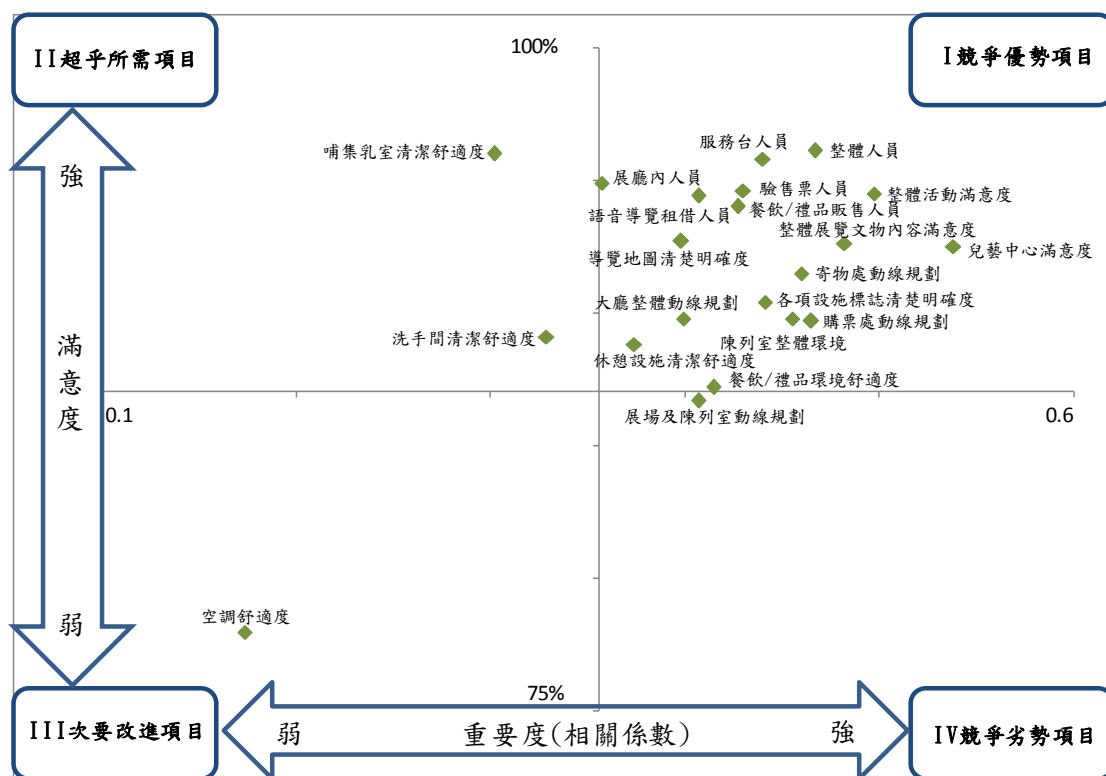


圖55、各項滿意度與重要度模型-散客觀眾

(四) 整體性-重要性績效年度比較分析

為瞭解各項滿意度歷年的趨勢變動，依據二年度之 IPA 分析，透過圖表呈現描繪出二年度各項服務之變動趨勢，藉此可觀察各項目之變化，年度比較之項目，分別為「公共服務區各項設施」、「各項動線規劃」、「各類服務人員服務態度」及「各項整體性服務」等項目分析如下：

1. 兩年度皆在同象限

比較本年度及 103 年度的「重要性—績效」分析，部分項目則維持相同象限其趨勢無變動，在競爭優勢之項目包含「整體展覽文物內容」、「整體活動」、「兒藝中心」、「休憩設施清潔舒適度」、「驗售票人員」、「服務台人員」、「語音導覽租借人員」、「展廳內服務人員」及「整體服務人員」；次要改進項目則為「整體空間的空調舒適度」；競爭劣勢之項目則為「展場內及陳列室內的動線規劃」。

2. 移動至象限 I 競爭優勢項目：

比較本年度及 103 年度的「重要性—績效」分析，發現有「陳列室整體環境」、「餐飲及禮品環境舒適度」、「大廳整體動線規劃」、「各項設施指示標誌清楚明確度」、「導覽地圖的清楚明確度」及「餐飲及禮品販售人員」，102 年度位於象限 IV「競爭劣勢項目」於本年度移至象限 I「競爭優勢項目」，顯示該項目不僅仍維持高重要度的強度外，主要則因滿意度有提升。

3. 移動至象限 II 超乎所需項目：

比較本年度及 103 年度的「重要性—績效」分析，發現有「洗手間清潔舒適度」在 103 年度為象限 III「次要改進項目」，於本年度移至象限 II「超乎所需項目」，顯示滿意度相對提升，但重要度不變。

「哺集乳清潔舒適度」在 103 年度為象限 I「競爭優勢項目」，於本年度移至象限 II「超乎所需項目」，顯示重要度呈現下降趨勢而滿意度不變。

表18、 整體觀眾 IPA 分析-年度比較

項目		IPA 象限	
		103 年度	104 年度
整體性服務	整體展覽文物內容	I	I
	陳列室整體環境	IV	I
	整體活動	I	I
	兒藝中心	I	I
公共服務區各項設施	洗手間清潔舒適度	III	II
	休憩設施清潔舒適度	I	I
	整體空間的空調舒適度	III	III
	哺集乳室清潔舒適度	I	II
	餐飲/禮品環境舒適度	IV	I
動線規劃	大廳整體動線規劃	IV	I
	展場內/陳列室動線規劃	IV	IV
	設施指示標誌	IV	I
	導覽地圖清楚明確度	IV	I
服務人員服務態度	驗/售票人員	I	I
	服務台人員	I	I
	語音導覽租借人員	I	I
	餐飲/禮品服務人員	IV	I
	展廳內服務人員	I	I
	整體服務人員	I	I

五、 歷年趨勢分析

(一) 觀眾來訪屬性之歷年比較

1. 團體與散客之屬性

隨著中國大陸自由行之開放，近年來可發現，散客有增加的趨勢，自 100 年度受訪散客的比例從 46.7% 攀升至本年度的 78.1%，但此數據為本調查經抽樣設計後之受訪者比例，過程中一個團體可能有數十位的觀眾，但僅能抽取一位來接受訪問，故本調查之觀眾屬性之比例則無法推估整體國立故宮博物院觀眾的團散客比例。

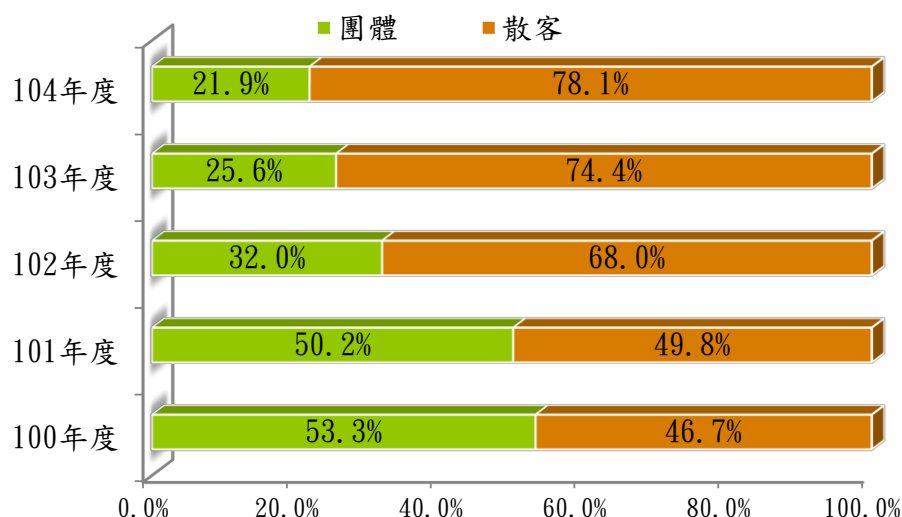


圖56、 團體與散客之歷年比較

2. 觀眾停留時間

綜觀各年度觀眾停留的時間，皆以停留 1-2 小時的比例最多，其次為 2-3 小時，但近年來停留 1-2 小時的比例略有下降的趨勢，但在超過 2 小時以上的比例則略有上升，顯示觀眾整體停留的時間有增加的現象，亦有可能受到散客增多的趨勢所致。

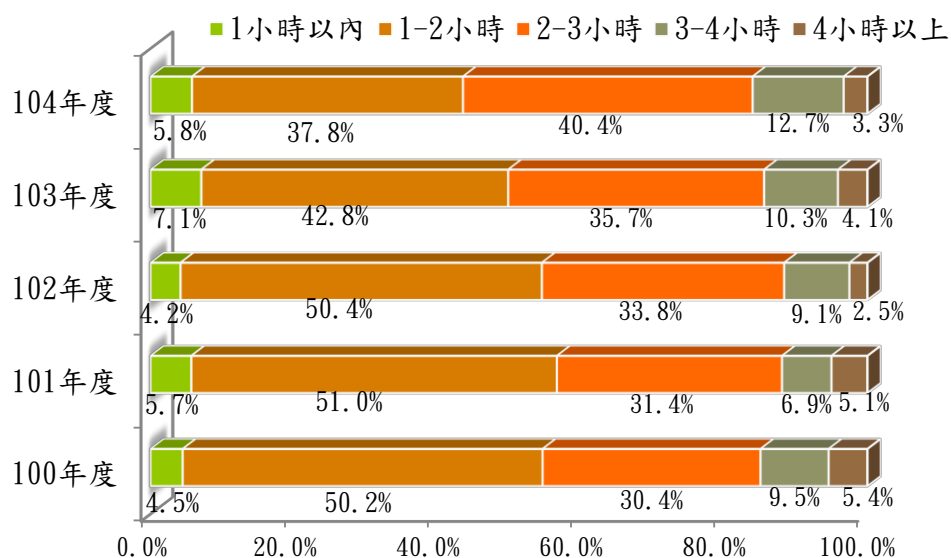


圖57、 觀眾停留時間之歷年比較

3. 觀眾來訪國立故宮博物院之概況

綜觀各年度觀眾來訪國立故宮博物院之概況，本年度首次來訪的比例再創新高，自100年度的48.6%攀升至63.0%，與去年度的比例相近。

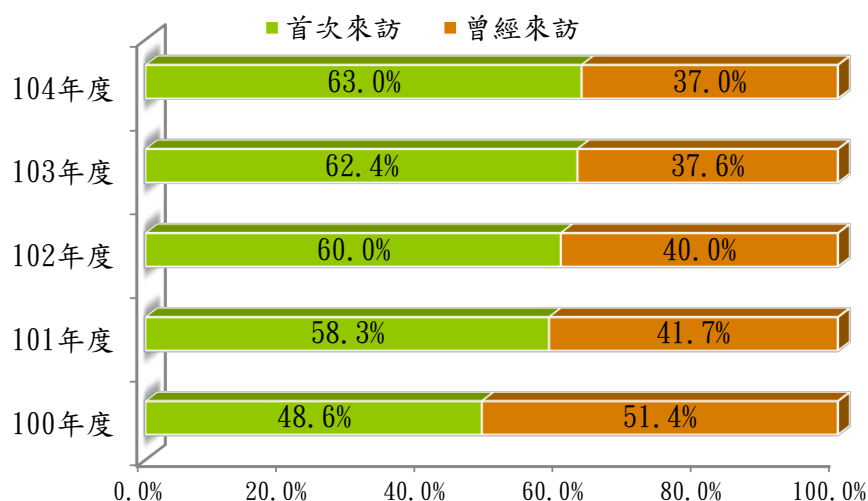


圖58、 觀眾來訪國立故宮博物院概況之歷年比較

4. 觀眾在國立故宮博物院的消費金額

針對觀眾在國立故宮博物院的消費狀況(不含門票及租借語音導覽)，二年度的趨勢無差異(仍在抽樣誤差範圍內)，但針對有消費的平均金額來看，今年度有明顯的下滑。

表19、 觀眾在國立故宮博物院的消費狀況-年度比較

	104 年度	103 年度
沒有消費	66.3%	69.2%
有消費	33.7%	30.8%
有消費的平均金額	690.2 元	940.8 元

(二) 觀眾對國立故宮博物院整體滿意度之歷年比較

綜觀近二年度整體滿意度之表現，本年度之評價為 94.7%與原訂目標值(103 年度滿意度 90.0%)相較，達成度為 105.2%(94.7%/90.0%=105.2%)。本年度的整體滿意度為歷年之冠，且不滿意度也是歷年來最低的比例，顯示觀眾給予國立故宮博物院非常高度的很肯定及評價。

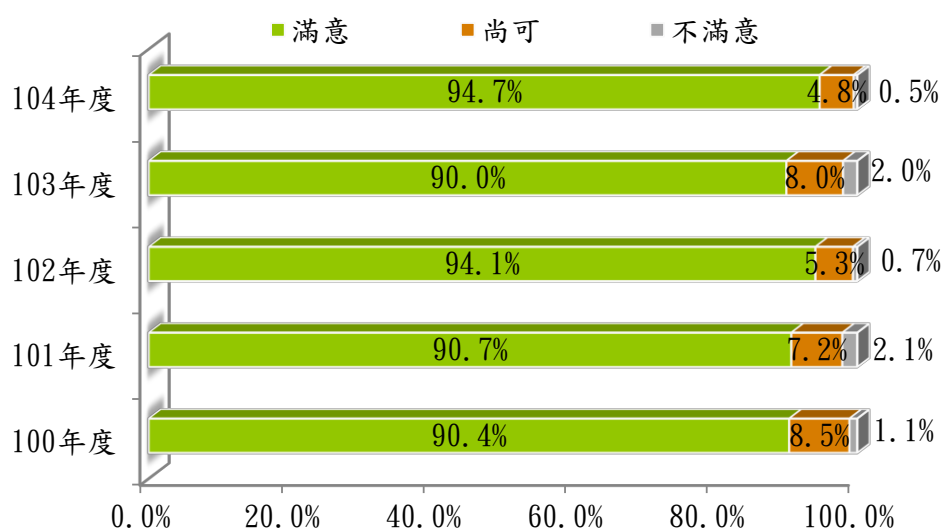


圖59、 觀眾對國立故宮博物院整體滿意度之歷年比較

(三) 各項整體服務滿意度之歷年比較

綜觀近二年度各項整體服務滿意度之表現，滿意度均呈現上升的趨勢，尤其以整體活動的表現最為亮眼，滿意度上升了 6.4 個百分點，其次為陳列室整體環境，上升了 4 個百分點。

表20、各項整體服務滿意度近二年度比較

	103 年度				104 年度				正面比例 年度變動
	樣本數	正面	尚可	負面	樣本數	正面	尚可	負面	
整體展覽文物內容	860	90.6%	8.1%	1.3%	867	92.3%	7.3%	0.4%	1.7%
陳列室整體環境	860	85.7%	10.7%	3.6%	867	89.7%	7.7%	2.6%	4.0%
整體活動	471	88.5%	10.4%	1.1%	434	94.9%	5.1%	0.0%	6.4%
兒藝中心	164	90.9%	9.1%	0.0%	176	93.7%	5.7%	0.6%	2.8%

(四) 公共服務區各項設施滿意度之歷年比較

綜觀近二年度在公共服務區各項設施滿意度之表現，以洗手間的清潔舒適度正向滿意度進步最多，上升了 4.9 個百分點，在餐飲及禮品的環境舒適度、哺集乳室清潔舒適度及休憩設施清潔舒適度則為持平的趨勢，而整體空間空調舒適度則較去年退步了 4.5 個百分點，從八成三的滿意度下降至七成八。

表21、公共服務區各項設施滿意度近二年度比較

	103 年度				104 年度				正面比例 年度變動
	樣本數	正面	尚可	負面	樣本數	正面	尚可	負面	
洗手間的清潔舒適度	732	84.0%	12.0%	4.0%	766	88.9%	8.5%	2.6%	4.9%
休憩設施清潔舒適度	860	87.1%	10.9%	2.0%	867	88.8%	8.7%	2.5%	1.7%
整體空間空調舒適度	860	82.7%	10.9%	6.4%	867	78.2%	12.6%	9.2%	-4.5%
哺集乳室清潔舒適度	140	94.3%	4.3%	1.4%	158	96.8%	3.2%	0.0%	2.5%
餐飲及禮品的環境舒適度	491	85.7%	12.2%	2.0%	505	88.5%	9.7%	1.8%	2.8%

(五) 各項動線規劃滿意度之歷年比較

綜觀近二年度在各項動線規劃滿意度之表現，均為上升的趨勢，各項滿意度進步幅度皆高於至少 5 個百分點以上，其中以導覽地圖清楚明確度進步最多，正向滿意度上升了 10.9 個百分點，顯示本年度在各項動線的規劃讓觀眾有顯著感受到滿意。

表22、 各項動線規劃滿意度近二年比較

	103 年度				104 年度				正面比例
	樣本數	正面	尚可	負面	樣本數	正面	尚可	負面	年度變動
大廳整體動線規劃	860	82.0%	13.3%	4.8%	867	89.9%	8.2%	1.9%	7.9%
展場內及陳列室整體動線規劃	860	80.2%	14.2%	5.6%	867	86.5%	10.5%	3.0%	6.3%
各項設施指示標清楚明確度	860	84.5%	11.9%	3.6%	867	89.9%	9.4%	0.7%	5.4%
導覽地圖清楚明確度	860	81.6%	15.6%	2.8%	639	92.5%	6.6%	0.9%	10.9%

(六) 各項人員服務態度滿意度之歷年比較

綜觀近二年度整體人員服務滿意度之表現，104 年度的評價為 95.5%與原訂目標值(103 年度滿意度 93.0%)相較，達成度為 102.7%(95.5/93.0=102.7%)。而各項人員服務態度的表現感受，與 103 年度相比，展廳內的服務人員則有顯著進步，滿意度上升了 3.7 個百分點，其餘各項目均在抽樣誤差範圍內，但仍擁有超過九成三以上的高標準評價。

表23、 各項人員服務態度滿意度近二年度比較

	103 年度				104 年度				正面比例
	樣本數	正面	尚可	負面	樣本數	正面	尚可	負面	年度變動
驗售票人員	739	92.7%	6.6%	0.7%	744	94.6%	4.3%	1.1%	1.9%
服務台人員	680	94.3%	5.4%	0.3%	681	95.3%	4.1%	0.6%	1.0%
語音導覽機租借服務人員	495	92.1%	7.1%	0.8%	502	94.2%	5.0%	0.8%	2.1%
餐飲及禮品販售服務人員	468	91.2%	7.9%	0.9%	472	93.4%	6.4%	0.2%	2.2%
展廳內服務人員	721	90.8%	7.8%	1.4%	729	94.5%	5.1%	0.4%	3.7%
整體人員的服務	860	93.0%	6.3%	0.7%	867	95.5%	4.0%	0.5%	2.5%

(七) 對開放時間相關措施知悉度之歷年比較

針對整體觀眾對於開放時間相關措施之知悉度，本年度較 103 年度上升了 10.4 個百分點；另從國內觀眾了解週五週六夜間開放時段且憑證免費入場的知悉度，也較上年度上升了 10.5 個百分點，顯示近一年來國立故宮博物院持續宣導週五及週六夜間延長時段，以及國人在此時段可免費入場的效益已逐漸產生，未來仍應持續廣為宣導。

表24、 開放時間相關措施的知悉度近二年度比較

	103 年度			104 年度			知道比例 年度變動
	樣本數	知道	不知道	樣本數	知道	不知道	
來訪前對於週五週六夜間開放時段	860	33.3%	66.7%	867	43.7%	56.3%	10.4%
國內觀眾對於週五週六夜間開放時段且憑證免費入場	354	41.0%	59.0%	363	51.5%	48.5%	10.5%

(八) 離峰時段參觀意願之歷年比較

綜觀近二年度觀眾對於離峰時段的參觀意願，有意願在週一至週日下午的離峰時段(16:30-18:30)則有上升，而週五及週六的夜間離峰時段，其二年度的變動比例仍在抽樣誤差範圍內。

表25、 離峰時段參觀意願近二年度比較

	103 年度			104 年度			意願比例 年度變動
	樣本數	願意	不願意	樣本數	願意	不願意	
週一至週日 16:30-18:30 時段	860	84.9%	15.1%	867	89.6%	10.4%	4.7%
週五及週六 18:30-21:00 時段	860	84.3%	15.7%	867	86.7%	13.3%	2.4%

(九) 推薦親朋好友參觀國立故宮博物院意願度之歷年比較

綜觀近二年度觀眾推薦親朋好友參觀國立故宮博物院的意願度，本年度較 103 年度提升，上升了 3.4 個百分點，而觀察與近年來的比例，則無太大差異，均高於九成四以上推薦度。

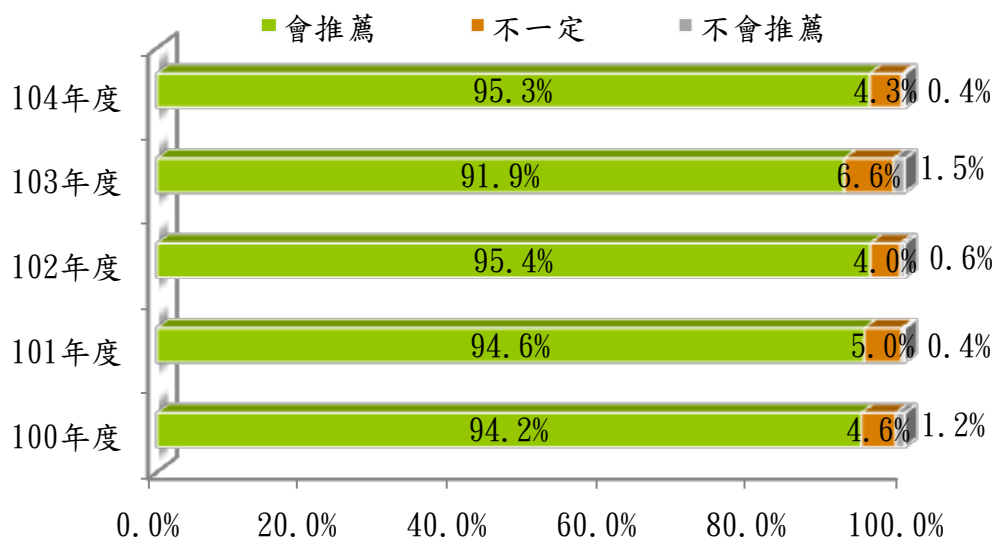


圖60、 推薦親朋好友參觀國立故宮博物院意願度年度比較

六、 歷年性別滿意度比較

(一) 不同性別觀眾對「公共服務區各項設施」滿意度歷年比較

不同性別對於公共服務區各項設施表現之感受，本年度在整體空間的空調舒適度上，女性的滿意度較男性低，其餘各項在性別上並無太大的差異。觀察近年來的趨勢，各項目皆呈現男性略高於女性或持平的現象，本年度在洗手間的清潔舒適度表現，男性及女性均較 103 年度有提升的趨勢，但在整體空間的空調舒適度方面，男性表示滿意的比例則下降了 5.8 個百分點，女性則持平，其餘項目之年度比較則在誤差範圍內。

表26、 不同性別觀眾對「公共服務區各項設施」的滿意度-近五年比較

公共服務區各項設施		滿意度				
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
洗手間的清潔舒適度	整體	87.0%	86.1%	88.5%	84.0%	88.9%
	男性	87.2%	86.9%	89.5%	85.6%	89.8%
	女性	86.9%	85.3%	87.7%	82.7%	88.3%
休憩設施的清潔舒適度	整體		83.3%	83.9%	87.1%	88.8%
	男性		85.2%	87.2%	87.9%	88.0%
	女性		81.5%	81.5%	86.4%	89.3%
整體空間的空調舒適度	整體	80.1%	84.3%	81.0%	82.7%	78.2%
	男性	81.0%	87.0%	85.4%	87.4%	81.6%
	女性	79.5%	81.9%	77.6%	78.8%	76.0%

(二) 不同性別觀眾對「各項動線規劃」滿意度歷年比較

不同性別對於各項動線規劃之感受，本年度均無太大的差異。觀察近年來的趨勢，本年度較 103 年度及 102 年度皆呈現進步的趨勢，且為歷年來滿意度比例較高的一年。

表27、不同性別觀眾對「各項動線規劃」的滿意度-近五年比較

各項動線規劃		滿意度				
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
大廳整體動線規劃	整體			84.9%	82.0%	89.9%
	男性			88.1%	81.5%	90.3%
	女性			82.5%	82.4%	89.7%
展場內及陳列室整體動線規劃	整體			78.5%	80.2%	86.5%
	男性			80.5%	79.9%	87.2%
	女性			77.0%	80.5%	86.1%
各項設施指示標誌清楚明確度	整體	82.5%	84.3%	85.4%	84.5%	89.9%
	男性	80.4%	85.4%	87.5%	86.6%	90.6%
	女性	83.8%	83.3%	83.8%	82.8%	89.3%
館內提供導覽地圖的清楚明確度	整體		84.6%	84.1%	81.6%	92.5%
	男性		86.5%	84.9%	83.0%	91.7%
	女性		82.9%	83.5%	80.5%	93.1%

註：展場內及陳列室整體動線規劃於102年度實略有不同(對展場內的整體動線規劃)。

(三) 不同性別觀眾對「各項人員服務態度」滿意度歷年比較

不同性別對於各項人員服務態度之感受，本年度均無太大的差異。觀察近年來的趨勢，本年度較103年度皆呈現持平在抽樣誤差內。

表28、不同性別觀眾對「各項人員服務態度」的滿意度-近五年比較

各項人員服務態度		滿意度				
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
整體服務人員	整體	84.6%	91.4%	94.0%	93.0%	95.5%
	男性		91.5%	95.9%	93.8%	95.6%
	女性		91.4%	92.5%	92.4%	95.4%
驗售票人員	整體				92.7%	94.6%
	男性				91.8%	94.9%
	女性				93.5%	94.4%
服務台人員	整體	86.7%	94.6%	94.9%	94.3%	95.3%
	男性	86.6%	94.5%	96.5%	93.9%	96.8%
	女性	86.7%	94.8%	93.7%	94.6%	94.3%
語音導覽機租借服務人員	整體	86.9%	93.1%	93.8%	92.1%	94.2%
	男性	84.8%	92.9%	94.9%	94.1%	95.2%
	女性	88.2%	93.3%	93.1%	90.5%	93.5%

各項人員服務態度		滿意度				
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
展廳內服務人員	整體	84.1%	86.2%	90.8%	90.8%	94.5%
	男性	83.0%	88.2%	90.6%	92.6%	95.5%
	女性	84.8%	84.3%	91.0%	89.6%	93.9%

(四) 不同性別觀眾參觀國立故宮博物院的整體滿意度歷年比較

不同性別對於整體滿意度之感受，本年度均無太大的差異。觀察近年來的趨勢，本年度較 103 年度有上升的趨勢，其中女性表示滿意的比例上升了 5.2 個百分點，也是近年來滿意度最高的。

表29、 不同性別觀眾對國立故宮博物院的整體滿意度

	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
整體	90.4%	90.7%	94.1%	90.0%	94.7%
男性	89.9%	91.9%	95.9%	90.0%	93.9%
女性	90.7%	89.6%	92.6%	90.0%	95.2%

伍、結論及建議

一、結論

(一) 觀眾組成

本年度首次進行觀眾組成分析之調查，其結果發現團體觀眾可能受限於參觀時間及團體型程的規劃，參觀展間皆以常設展為主，主要參觀的展間為 106 展間常設展-集瓊藻、205/207 展間常設展-搏泥幻化及 302 展間常設展-翠玉白菜，而散客在觀察過程中，各展間約有四到九成不等的比例，若以特展的參觀比例來觀察，散客觀眾高於團體觀眾。

此外，觀察本國人及非本國人參觀各展間的概況，其結果發現各展間國人觀眾的比例約在 9.76%~25.00%間，而國人觀眾超過 2 成以上為 103 展間-天保九如特展、203 展間-瓶盆風華特展、210 展間-造型與美感特展及 210/212 展間-神筆丹青特展，顯示國人參觀的展間較偏好特展。

另從觀眾的人流紀錄來觀察參觀動線，其結果發現參觀樓層的動向以「1 樓→2 樓→3 樓」的人數較多，其次則以「3 樓→2 樓→1 樓」，其餘參觀層樓的動向從低樓層往上走的人數也較多，但中間會穿梭其他樓層或僅參觀 1 個樓層。而平均每位觀眾參觀的展間數量約為 13.7 個展間，若透過觀眾意見調查的參觀停留時間來換算(主要以 1-3 小時為多)，間接可了解平均每個展間約花費 4.4 分鐘至 13.1 分鐘間；進一步瞭解不同特質的觀眾參觀展間的平均數量，團體及散客觀眾則無差異(團體 13.8，散客 13.7)，但在居住地區方面，則發現歐美觀眾平均參觀展間數量較多(16.0)，而國人平均約在 12.5 個個展間。

(二) 觀眾意見調查

1. 觀眾特性

觀察歷年來受訪觀眾的特性，女性、年輕族群及散客受訪觀眾略有增加的趨勢，可能的影響原因包括本國學生可免費參觀之措施、近年來開放中國大陸自由行

等因素，但由於調查過程中因抽樣設計的考量，故本調查的受訪觀眾結構非實際來訪觀眾的母體結構。

在觀眾回訪的頻率方面，首次參觀者的比例在近三年度均無差異，但仍創下五年來的新高，從 100 年的 48.6% 上升到今年度的 63.0%，從交叉分析可發現國立故宮博物院對於來臺的國外觀光客仍具有一定的吸引力。

在觀眾於館內消費狀況方面(不含門票及語音導覽租借費)，有消費的比例較歷年有上升的趨勢，但有消費者的平均消費金額去逐年下降，尤其今年度下降的金額幅度較大，從 103 年度的 940.8 元下降到 690.2 元，此趨勢與交通部觀光局來臺旅客消費及動向調查的結果趨勢相似，換言之，近年來觀光及參觀人數皆有成長，但每人每次的消費金額有下降的趨勢，未來可多增加館內在餐飲或禮品上的行銷方案。

2. 國立故宮博物院各項整體滿意度及推薦度

整體而言，本年度的整體滿意度創下歷年之冠，高達九成五，而從其他各項整體服務觀察，也都較 103 年度呈現進步的趨勢，且滿意度評價也都高於九成以上；另觀察觀眾的推薦度，本年度較 103 年度上升 3.4 個百分點，但與 100 年度至 102 年度的比例相當，顯示觀眾對於國立故宮博物院有相當高的評價。

雖滿意度已達到高度的肯定，但彙整觀眾對於各項展覽、活動不滿意的原因及建議事項可發現，主要則是因為參觀人潮眾多，造成擁擠、吵雜等現象後，進而導致許多標誌指示無法發揮作用，造成動線混亂，另一方面，則影響到參觀品質，無法細細欣賞文物或活動，以及展間內的談話聲或團體導遊的解說，造成音害，因此，在人流的管控上顯得特別重要。

3. 各項公共服務區設施之滿意度

本年度在各項公共服務區設施的滿意度評價，以哺集乳室的清潔舒適度居冠，高達九成七的滿意度，而其餘指標也皆達八成九，但在整體空間的空調舒適度的滿意度表現較差，從觀眾反應的原因可發現，主要是因為展間的空調太冷，由於調查期間為夏季，整體戶外溫度約高達 30 多度，而多數觀眾的穿著也多以夏季短袖為

主，因此參觀過程約需 1~3 小時易造成溫度太冷的狀況，建議未來可於官網、購票處、入口處或請導遊宣導，因應文物保存所需，展間內的溫度約在多少度，當室內外溫差差異一定程度時，予以告知可攜帶保暖衣物，貼心提醒讓觀眾可更舒適參觀。

此外，本年度各項設施的滿意度與 103 年度相比，僅有整體空間空調舒適度為下降的趨勢，其餘項目均呈現持平或上升的表現。但進一步了解觀眾表示不滿意之處，除了空調太冷外，休憩座椅太少也是近年來觀眾持續反映的建議之一，也有部分觀眾對於洗手間提出相關的意見，包括乾淨度不佳、數量不足、空間太窄、無設置親子廁所及洗手間的標示不清楚等，短時間內針對硬體設施的不足雖無法滿足觀眾的需求，但在軟體上應加強改善，讓觀眾能有更完善的參觀設施及空間。

4. 各項動線規劃之滿意度

本年度在各項動線規劃的表現皆獲得不錯的成績，均達八成七以上，其中以導覽地圖清楚明確度的滿意度評價最好，達九成三，同時也是與 103 年度相比，進步比例最多的一項。而動線規劃及標示的清楚明確度一直是近年來觀眾表示困擾的主要項目之一，進一步探討各項不滿意的原因，在大廳動線規劃上的問題，觀眾反應主要因人太多太擁擠，導致動線和標示都無法找到，造成動線混亂，而大廳的各項功能服務難以透過標示找到的有寄物櫃、出入口、洗手間及語音導覽租借處等；在展場內及陳列室的動線規劃問題，也是同樣因參觀民眾過多，尤其進入展廳後團體觀眾會一團一團的進行參觀及導遊解說，易造成干擾到散客的參觀動線，另一個方面，有部分觀眾反應館方能有一個主要的參觀路線，同時能清楚在展場內鮮明的標示，讓觀眾可參考。從觀眾組成的人流記錄來觀察，確實許多觀眾於參觀時，可能因特定展間人數較多，為了避開人潮導致參觀動線流向凌亂；在指示標誌清楚明確度規劃之問題，以無法透過標誌找到想看的文物展廳及因為人很多也看不到或看不清楚標示，此外，約有三成三的觀眾也表示於參觀過程中有不清楚或找不到指示標誌的狀況，以展廳內的指示、租用語音導覽處及寄物處的比例較高。

5. 各類人員服務態度之滿意度

本年度在各類服務人員的表現與歷年一樣皆獲得正面的肯定，滿意度均超過九成三以上，較 103 年度呈現持平或上升的趨勢，其中進步較多的為展廳內的服務人

員，上升了 3.7 個百分點。此外，觀察觀眾提出不滿意度原因或相關建議，主要仍希望服務人員能多一點的笑容及保有服務的熱忱與積極度，另一方面則希望服務人員能更主動管控現場觀眾的參觀秩序，並非只有舉牌告知，來維護所有參觀者的參觀品質。

6. 各項開放時間及措施之看法

全體觀眾中，約有四成四(43.7%)表示知道每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點的措施，而國人觀眾約有八成二(51.5%)表示知道每週五及週六夜間 6:30 至 9:00 憑國人身分證件可免費參觀，與歷年度相比，知悉度已有顯著的提升。此外，大多數(約九成)的觀眾也表示週五及週六夜間開放時間的規劃是合適的，故未來對於週五及週六的延長夜間時段應持續加強宣導，國人不僅享有免費，此時段人潮較少可更深入欣賞文物。

針對離峰時段的來訪意願，週一至週日 16:30-18:30 的意願度高達有九成，週五及週六 18:30-21:00 也有八成七的意願度，進一步觀察沒有意願的原因，主要是因為週五及週六夜間時段在參觀後時間太晚，且居住較晚的觀眾需考量大眾運輸的問題，而在每日 16:30-18:30 的時段，主要則是因僅有 2 個小時可參觀，觀眾表示擔心時間太短。目前為能紓解參觀人潮，於離峰時段實施優惠參觀券的方案，約有八成八的觀眾表示此措施是有助於紓解人潮，顯示透過票價的優惠可吸引觀眾於離峰時段來訪。

7. 國人觀眾對國立故宮博物院的資訊管道來源及來訪誘因

整體而言，國人觀眾獲得國立故宮博物院的主要資訊來源管道為故宮官網、網路/部落客及電視，與期待獲得的資訊管道相同，顯示故宮官網是與觀眾溝通的最佳橋樑。

此外，國人觀眾表示可提升參觀頻率之誘因為提供免費導覽服務、舉辦文化藝術活動、特定展覽及舉辦親子類型的文化活動等。針對免費導覽服務的部分，現階段有提供中、英語及週末親子免費定時導覽的服務，建議能於官網或 FB 粉絲團增加宣傳，讓國人觀眾可得知此項措施，提升國人的來訪率。

二、 建議

(一) 展場內及陳列室整體動線規劃為優先改善項目，建議可規劃不同屬性的參觀路線

透過 IPA 分析發現，本年度落在競爭劣勢的項目為「展場內及陳列室整體動線規劃」，顯示在觀眾感受中此項的重要度高，但相較於滿意度，則表現較低。從觀眾反應的意見中也發現，展場內的標示難以尋找及確認參觀路線位置，而當人潮眾多時，其標誌似乎無法發揮作用，也有觀眾提出，是否提供主要的參觀路線並清楚於展場內標示，參考本年度新增的人流觀察紀錄及各展間的觀眾組成，團體與散客觀眾略有不同，建議未來可規劃 2-3 條屬性不同的主要參觀路線，其一可符合團體觀眾或時間不多但希望看到國立故宮博物院的精華或首次來訪者，主要集中於熱門展間並告知需依據該時段的人潮會有不等時間的排隊狀況；其二除了常設展另搭配該展期最新的特展，故此路線則會隨著特展的不同進行變動，此路線可提供給散客、時間較多一點或有特殊喜愛特展的觀眾；其三則為完整版，提供文物愛好者或希望一次能完整詳細參觀者，此路線規劃則可依據展間特性或不同類別文物或年代等方式規劃，同時也可考量參觀時間較長，中間也可設計休憩或餐飲的服務，讓觀眾可感受到貼心的路線設計。此外，除了良好的動線規劃外，最重要的是能讓觀眾清楚了解指示在哪，如何在人潮擁擠時也能找到正確的參觀路線，同時對於需事先了解每個路線下個展間的主題或內容為何，建議可透過不同顏色、不同圖騰的分類，標示於路線中的牆壁或地上等，讓觀眾於參觀前可先初步了解及選擇路線，進入展場內可快速找到自己需要的參觀路線，為觀眾多一份細心及貼心的設計。

(二) 整體空間的空調舒適度為次要改進項目，建議應加強宣導室內外溫差大可自行攜帶保暖衣物

本年度各項滿意度評價中，觀眾給予在整體空間的空調舒適度之滿意度感受較低，且較去年度滿意度呈現下降的趨勢，同時參考 IPA 分析，此項目為次要改進項目，另從觀眾提出的相關意見中也發現，不少觀眾皆提出展場內的空調太冷，近年

來氣溫不斷提高，夏季時室內外的溫差可能高達 10 度左右，但需基於考量文物保存的狀況下，建議可於故宮官網、故宮 FB 粉絲團、購票處或透過導遊宣導，讓觀眾於進入展場前能先準備個人保暖衣物，讓 1-3 小時的參觀行程能較為舒適。

（三）改善各項功能性服務的標示，建議可透過科技導入導覽地圖

國立故宮博物院不僅擁有豐富的文物展覽，也提供許多服務，包括禮品、餐飲、語音導覽租借、郵局、飲水設備、寄物櫃及免費 WIFI 服務等，但透過調查結果發現，觀眾表示服務的功能性非常完整但卻無法清楚找到所需服務設施在哪，同樣在展場內對於導覽地圖的說明也無法清楚了解想看的展間位在哪裡，建議應重新檢視各項指示標誌所擺放的位置及鮮明度，尤其當人潮眾多時，是否能清楚快速看到及找到想要的服務或展間位置，此外，也可導入科技的設施或軟體，如觸控式螢幕查詢、手機 APP 導覽地圖等，讓觀眾隨時隨地都能清楚掌握方位，了解各項設施的所在位置，讓逛故宮也能很輕鬆。