

103 年度國立故宮博物院 觀眾意見調查報告

執行單位：智略市場研究股份有限公司

中華民國 103 年 11 月編製

壹、 調查摘要

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。為能廣納更多不同屬性觀眾之意見，調查期程則橫跨 8 月至 10 月間並涵蓋平日、假日及延長開放時間日(周五及周六)，執行期間分別為 8 月 30 日(周六)至 9 月 1 日(周一)、9 月 19 日(周五)至 9 月 20 日(周六)及 10 月 9 日(周四)至 10 月 13 日(周一)，調查方法則採面訪方式進行。

在調查樣本配置方面，則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 1,622 位觀眾，扣除無法訪問之樣本，成功訪問率為 61.0%，共計完成 860 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、 受訪觀眾樣本結構

整體受訪觀眾中，散客約占七成四、團體約占二成六，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。觀察各國籍與各月份之觀眾的差異，臺灣地區的觀眾屬性以散客為主，團體觀眾不到一成，部分可能受到調查期間多數在暑假期間的影響；港澳/中國大陸地區的觀眾，8 月份及 9 月份之觀眾屬性以團體觀眾略高些，團體與散客之比率約在 5.5:4.5 左右，但 10 月份明顯散客觀眾增加；日本/韓國地區的觀眾，8 月份及 9 月份之觀眾屬性分布相似，團體與散客之比率皆為 4.5:5.5，但 10 月份則以散客觀眾居多；美國/加拿大/歐洲以及其他地區的觀眾，觀眾屬性皆以散客為主。

觀察歷年成功樣本之結構，以年齡 40-49 歲的觀眾有逐年下降的趨勢，未婚及散客的觀眾有增加的趨勢，其他特性結構比例則與歷年趨勢相仿。

三、 摘要分析

(一) 各項公共服務區各項設施之滿意度表現

公共服務區各項設施的滿意度評價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，占九成四(94.3%)，其餘項目的滿意度表現也皆達八成三以上，顯示民眾對於公共服務區的各項設施皆給予不錯的評價。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

與 102 年度比較，以「休憩設施的清潔舒適度」正向滿意度較 102 年度上升 3.2 個百分點，其中女性的滿意度上升 4.9 個百分點較男性高，但在「洗手間的清潔舒適度」的評價上，則較去年退步，滿意度下降了 4.5 個百分點，其中女性下降 5.0 個百分點比男性 3.9 個百分點高，其餘項目之年度比較則在誤差範圍內。

(二) 各項動線規劃之滿意度表現

各項動線規劃的滿意度評價項目包括大廳整體動線規劃、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及導覽地圖的清楚明確度等四項指標，同時，參考歷年之調查結果發現，動線規劃為優先改善項目，故本年度特別針對動線規劃深入瞭解觀眾的意見及看法。調查結果發現，各項動線規劃的滿意度評價皆達八成以上，其中以「各項設施指示標誌清楚明確度」的滿意度最高，占八成五(84.5%)，其次為大廳整體動線規劃(82.0%)。

針對「各項動線規劃」表現之感受，年度比較均在誤差範圍內，皆呈現持平的狀況。但仍需留意，在大廳整體動線規劃及導覽地圖清楚明確度在正面的滿意度比例皆略下滑，雖皆在誤差範圍內，但大廳整體動線及導覽地圖的相關性高，且散客人數有日益增加的趨勢，未來在整體性的動線規劃及導覽地圖的搭配即時性，將是非常重要的一環，需作全盤性的考量。

（三）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評價項目包括驗售票人員、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、展廳內服務人員及整體人員等六項指標。調查結果發現，各類服務人員服務態度的滿意度皆達九成以上的高滿意度成績，其中以「服務台人員」的滿意度最高，占九成四(94.3%)。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

綜觀近二年度整體人員服務滿意度之表現，103 年度之評價為 93.0%與原訂目標值(102 年度滿意度 94.0%)相較，達成度為 98.9% ($93.0/94.0 = 98.9\%$)。而針對「各項人員服務態度」的表現感受，與 102 年度相當，其變動皆在抽樣誤差範圍內，但仍擁有超過九成以上的高標準評價。

（四）國立故宮博物院之整體滿意度表現

各項整體性服務的滿意度評價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。調查結果發現，「兒藝中心」、「整體展覽文物內容」及「整體滿意度」皆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)

綜觀二年度的整體滿意度與原訂目標值(102 年度滿意度 94.1%)相較，達成度為 95.6% ($90.0/94.1 = 95.6\%$)。此外，與 102 年度相比，略有些微下降的趨勢，主要差異在表示非常滿意的比例有下滑，變動至尚可的程度，但滿意度評價仍維持在九成的肯定度，透過觀眾的建議事項可發現，主要因參觀人數眾多，館內空間有限的情況下，造成動線、參觀品質等受到影響，未來應在有限的資源下進行規劃及調整，使觀眾的整體滿意度可維持在一定的評價。

（五）各項開放時間及相關措施的看法

針對全體觀眾，約有三成三(33.3%)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，但僅有 4.3%表示曾於夜間開放時段來參觀過，有高達九成六(95.7%)表示沒有在此時段來訪過。而國內觀眾中，約有四成一(41.0%)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，但僅有 5.6%曾於夜間開放時段來訪過，有高達九成四(94.4%)表示沒有在此時段來訪過。若

觀察知道有夜間開放措施的國內觀眾(167 位)，則有一成(10.2%)曾於夜間時段來訪過，約有九成(89.8%)表示沒有於此時段來訪過。而觀察知道夜間開放時段國人有免費優惠措施的國內觀眾(145 位)，則有一成一(11.0%)表示曾於此時段來訪過，約有八成九(89.0%)仍未於此時段來訪過。

而就上述開放時間措施的滿意度評價，國內觀眾中(354 位)，有高達九成三(92.9%)表示滿意夜間開放時段且國人可免費入場的措施(非常滿意 52.8%、還算滿意 40.1%)，約有 5.6%表示尚可，僅有 1.4%表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.6%)。國外觀眾中(506 位)，約有八成九(88.7%)表示滿意目前的開放時間(非常滿意 50.8%、還算滿意 37.9%)，約有一成(10.3%)表示尚可，僅有 1.0%表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.2%)。

(六) 鼓勵觀眾於離峰時段參觀的看法

針對二個離峰時段(週一至週日 16:30-18:30 及週五及週六 18:30-21:00)觀眾的參觀意願，皆約在八成四至八成五間的意願度。另鼓勵觀眾可利用下午 16:30 後的離峰時段來參觀故宮之誘因，以「提供優惠票價」的比例最高，占六成(59.7%)，其次為「尖峰時段限制入場人數，強制訪客使用離峰時段，平均各時段人流」占四成(40.3%)，另有 6.5%表示其他。此外，針對希望能提供優惠票價的觀眾，瞭解優惠票價之建議價格，整體平均約為 147 元，較目前優惠票 150 元再低些。

貳、調查目的

面對經濟不景氣造成藝術文化類的公共支援減少，及數位化轉變改變了人的行為(the digital shift and changes in people' s attendance)與體驗文化相關商品的方式等衝擊，博物館也開始轉變，不僅運用遊戲概念或動畫的展示方式讓參觀者更有效瞭解相關文化。參考荷蘭博物館協會(Netherlands Museums Association)之相關研究，博物館對社會產生的多維性價值，並可分為五類，包括收藏價值(Collection Value)、溝通價值(Connecting Value)、教育價值(Education Value)、體驗價值(Experience Value)及經濟價值(Economic Value)。而上述的價值透過博物館的場館、設施、展覽、網站、數位化項目、活動、教育活動、餐飲書店等呈現方式，並且對外界產生了多維性影響，包括社會影響、經濟影響及環境影響。(Alessandro, 2013)

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，做為未來擬定施政措施及改善服務之參考依據。

參、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 102 年 8 月 27 日進行預試調查，經與 貴院召開預試分析報告簡報會議後，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1. 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
2 觀眾對各項設施及服務的滿意度	對整體文物內容、整體環境、整體活動參與、對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 觀眾對故宮「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
4 觀眾對各項動線規劃的滿意度	對大廳整體動線規劃、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
5 觀眾對故宮「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 觀眾對故宮相關措施知悉度及滿意度	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 開放時間各項措施的知悉度及滿意度 <ul style="list-style-type: none"> 1.每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點 2.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 ◎ 是否曾於夜間開放時段前來參觀 ◎ 對於夜間開放時間及國人免費入場的措施之滿意度 ◎ 本國學生免費入場各項措施的知悉度及滿意度 ◎ 對離峰時段參觀之意願度及不願意的原因 ◎ 對於鼓勵離峰時段參觀的誘因 ◎ 提升參觀品質期望改善方案
7 觀眾對故宮整體滿意度及觀感	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 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 ◎ 維持故宮國際頂尖博物館地位應加強的項目
8 基本資料	性別、從事行業類別、教育程度、婚姻狀況及居住地區

四、調查期間與抽樣設計

為能廣納不同屬性觀眾之意見(包含暑假期間、不同展期)，本年度調查執行期間橫跨 8-10 月期間，涵蓋平日、假日及延長開放時間日(周五及周六)，執行期間分別為 8 月 30 日(周六)至 9 月 1 日(周一)、9 月 19 日(周五)至 9 月 20 日(周六)及 10 月 9 日(周四)至 10 月 13 日(周一)。樣本配置方面，考量到年度比較基準之一致性(歷年皆在 10 月執行)及各月份參觀人數比例，樣本配置則依據 102 年 1-6 月國立故宮博物院參觀人數統計進行配置，而其中以大陸港澳地區觀眾的比例最高佔 58.7%，且多為團體觀眾，考量同國籍團體參觀者之需求及相似性較高，同時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。

本次調查共完成 860 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，樣本配置及成功樣本數詳見表 2 至表 4。

表2. 樣本配置

	臺灣	大陸/ 港澳	日韓	歐美	其他	總計
102 年 1 月-6 月參觀人數	384,343	990,910	270,383	8,527	34,302	1,688,465
占比	22.8%	58.7%	16.0%	0.5%	2.0%	100.0%
按比例配置	193	499	136	4	17	850
增補後樣本數	350	300	100	50	50	850

表3. 各月份樣本配置

月份	臺灣	大陸/港澳	日韓	歐美	其他	總計
總計	350	300	100	50	50	850
8 月	82	70	24	12	12	200
9 月	62	52	18	9	9	150
10 月	206	178	58	29	29	500

採系統隨機抽樣法進行，於正館 1 樓出口及 B1 尋找已參觀完畢的觀眾，每間隔約 15-20 名觀眾抽取一名，且同一個團體或同行之觀眾僅抽取一位，以確保抽樣之隨機性。

表4. 增補後樣本配置及成功樣本數

		增補後樣本配置		成功樣本數	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
總計		850	100.0%	860	100.0%
居住地區	台灣地區	350	41.2%	354	41.2%
	港澳/中國大陸地區	300	35.3%	302	35.1%
	日本/韓國	100	11.8%	100	11.6%
	歐美地區	50	5.9%	52	6.0%
	其他地區	50	5.9%	52	6.0%
月份	8月	200	23.5%	203	23.6%
	9月	150	17.6%	153	17.8%
	10月	500	58.8%	504	58.6%

五、調查接觸結果

本次調查共接觸 1,622 位參觀者，成功訪問 860 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 61.0%。(表 5)

表5. 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		860	53.0%	61.0%
未完成訪問	拒訪	524	32.3%	37.2%
	中途拒訪	26	1.6%	1.8%
無法訪問之樣本	未入場參觀	112	6.9%	
	工作人員或志工	11	0.7%	
	年齡不符	36	2.2%	
	配額已滿	53	3.3%	
合計		1,622	100.00%	100.00%

六、 資料處理與檢誤

(一) 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。

七、 分析方法

(一) 次數分配

根據各題的樣本比例進行比較選項間的差異。

(二) 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。

(三) 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

(四) 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。

肆、觀眾基本資料分析

一、成功樣本結構

- ◆ 居住地區：受訪觀眾居住地區以台灣及大陸/港澳地區居多，分別為台灣地區占約四成一、港澳/中國大陸地區占三成五。(由於抽樣設計中已針對居住於台灣地區、歐美/加拿大及其他地區進行樣本增補，以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，不作為推估整體觀眾的結構)
- ◆ 性別：以女性觀眾居多約占五成五，男性約占四成五。
- ◆ 年齡：以 20-39 歲觀眾居多，分別為 20-29 歲約占四成一、30-39 歲約占三成。
- ◆ 教育程度：以大學程度者觀眾居多，占六成七。
- ◆ 婚姻狀況：以未婚者居多，約占五成六，其次為已婚有小孩者約占二成九。
- ◆ 行業類別：以商業從業者居多，約占四成三(43.4%)，其次為學生，約占二成一(20.5%)，再其次為工業，約占一成(10.6%)。

表6. 成功樣本結構

		樣本數	百分比			樣本數	百分比
總計		860	100.0%	總計		860	100.0%
居住地區	台灣地區	354	41.2%	年齡	15-19 歲	58	6.7%
	港澳/中國大陸地區	302	35.1%		20-29 歲	351	40.8%
	日本/韓國	100	11.6%		30-39 歲	259	30.1%
	美國/加拿大/歐洲	52	6.0%		40-49 歲	107	12.4%
	其他地區	52	6.0%		50-59 歲	61	7.1%
					60 歲及以上	24	2.8%
性別	男性	389	45.2%	教育程度	國/初中及以下	5	0.6%
	女性	471	54.8%		高中/高職	81	9.4%
行業類別	旅遊從業人員	30	3.5%		專科	76	8.8%
	軍職/公務人員	48	5.6%		大學	572	66.5%
	教職	53	6.2%		研究所及以上	126	14.7%
	工業	91	10.6%	婚姻狀況	已婚，無小孩	128	14.9%
	商業	373	43.4%		已婚，有小孩	247	28.7%
	家管/退休/待業	70	8.1%		未婚	485	56.4%
	學生	176	20.5%				
	農業/其他業別	19	2.2%				

二、 觀眾屬性

- ◆ 台灣地區：觀眾屬性以散客為主，占九成六，團體觀眾不到一成，可能因調查期間多數在暑假期間而影響。
- ◆ 港澳/中國大陸地區：8月份及9月份之觀眾屬性以團體觀眾略高些，團體與散客之比率約在5.5:4.5左右，但10月份明顯散客觀眾增加較多。
- ◆ 日本/韓國：8月份及9月份之觀眾屬性分布相似，團體與散客之比率皆為4.5:5.5，但10月份則以散客觀眾居多。
- ◆ 美國/加拿大/歐洲：觀眾屬性皆以散客為主。
- ◆ 其他地區：觀眾屬性以散客居多。

表7. 成功樣本結構

執行月份		整體		台灣地區		港澳/中國大陸地區		日本/韓國		美國/加拿大/歐洲		其他地區	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
整體	團體	220	25.6%	15	4.2%	133	44.0%	58	58.0%	9	17.3%	5	9.6%
	散客	640	74.4%	339	95.8%	169	56.0%	42	42.0%	43	82.7%	47	90.4%
	總計	860	100.0%	354	100.0%	302	100.0%	100	100.0%	52	100.0%	52	100.0%
8月份	團體	57	28.1%	5	6.2%	39	52.7%	11	45.8%	0	0.0%	2	14.3%
	散客	146	71.9%	76	93.8%	35	47.3%	13	54.2%	10	100.0%	12	85.7%
	總計	203	100.0%	81	100.0%	74	100.0%	24	100.0%	10	100.0%	14	100.0%
9月份	團體	44	28.8%	6	8.8%	28	58.3%	8	44.4%	2	22.2%	0	0.0%
	散客	109	71.2%	62	91.2%	20	41.7%	10	55.6%	7	77.8%	10	100.0%
	總計	153	100.0%	68	100.0%	48	100.0%	18	100.0%	9	100.0%	10	100.0%
10月份	團體	119	23.6%	4	2.0%	66	36.7%	39	67.2%	7	21.2%	3	10.7%
	散客	385	76.4%	201	98.0%	114	63.3%	19	32.8%	26	78.8%	25	89.3%
	總計	504	100.0%	207	100.0%	180	100.0%	58	100.0%	33	100.0%	28	100.0%

三、 樣本結構之年度比較

觀察歷年成功樣本之結構，以年齡 40-49 歲的觀眾有逐年下降的趨勢，未婚及散客的觀眾有增加的趨勢，其他特性結構比例則與歷年趨勢相仿。

表8. 成功樣本結構-年度比較

題目		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
整體完成樣本數(人)		845	944	855	860
總計		100%	100%	100%	100%
性別	男性	38.7%	47.2%	43.2%	45.2%
	女性	61.3%	52.8%	56.8%	54.8%
年齡	15-19 歲	10.3%	5.7%	9.1%	6.7%
	20-29 歲	29.9%	29.2%	35.6%	40.8%
	30-39 歲	21.5%	24.4%	27.6%	30.1%
	40-49 歲	15.6%	19.2%	17.8%	12.4%
	50-59 歲	13.8%	11.9%	6.0%	7.1%
	60 歲及以上	8.8%	9.6%	4.0%	2.8%
教育程度	國/初中及以下	1.7%	2.3%	0.9%	0.6%
	高中/高職	14.4%	14.3%	12.4%	9.4%
	專科	21.1%	11.1%	9.7%	8.8%
	大學	53.3%	56.0%	60.7%	66.5%
	研究所及以上	9.6%	16.2%	16.3%	14.7%
婚姻狀況	已婚，無小孩	15.9%	12.2%	12.2%	14.9%
	已婚，有小孩	36.6%	46.1%	37.8%	28.7%
	未婚	47.6%	41.7%	50.1%	56.4%
居住地區 (經樣本配置)	台灣地區	43.1%	37.7%	41.3%	41.2%
	北北基		25.1%	18.8%	21.3%
	北北基以外地區		12.6%	22.5%	19.9%
	港澳/中國大陸地區	36.0%	37.3%	35.3%	35.1%
	日本/韓國	10.8%	10.7%	11.7%	11.6%
	美國/加拿大/歐洲	6.6%	8.2%	5.8%	6.0%
	其他地區	3.6%	6.1%	5.8%	6.0%
觀眾屬性	團體	53.3%	50.2%	32.0%	25.6%
	散客	46.7%	49.8%	68.0%	74.4%

伍、調查結果分析

一、觀眾來訪型態

(一) 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四(74.4%)，而團體則約占二成六(25.6%)，由於調查規劃中針對居住地區(台灣地區、歐美/加拿大及其他地區)的樣本進行增補，故本調查結果的受訪觀眾屬性分布僅供參考之用，不適用於推估國立故宮博物院整體參觀民眾的結構。若觀察 8-10 月各月份團體與散客的差異，發現 8 月份及 9 月份來訪觀眾屬性差異不大，但 10 月份散客的比例則有增加的趨勢，除了日本/韓國於 10 月份以團體觀眾高於散客觀眾外，其餘各國籍的觀眾皆以散客觀眾較多。

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，占四成伍(45.2%)，其次為與朋友／鄰居(29.3%)，其於皆低於一成，而自己單獨前往參觀也約占一成三(12.6%)。

觀察團體觀眾來訪的類型，以觀光團的比例最高，占八成三(83.0%)，其餘如機關團體、社區/社團旅遊或校外教學等類型的比例皆低於一成。(圖 1)(附表 1-3)

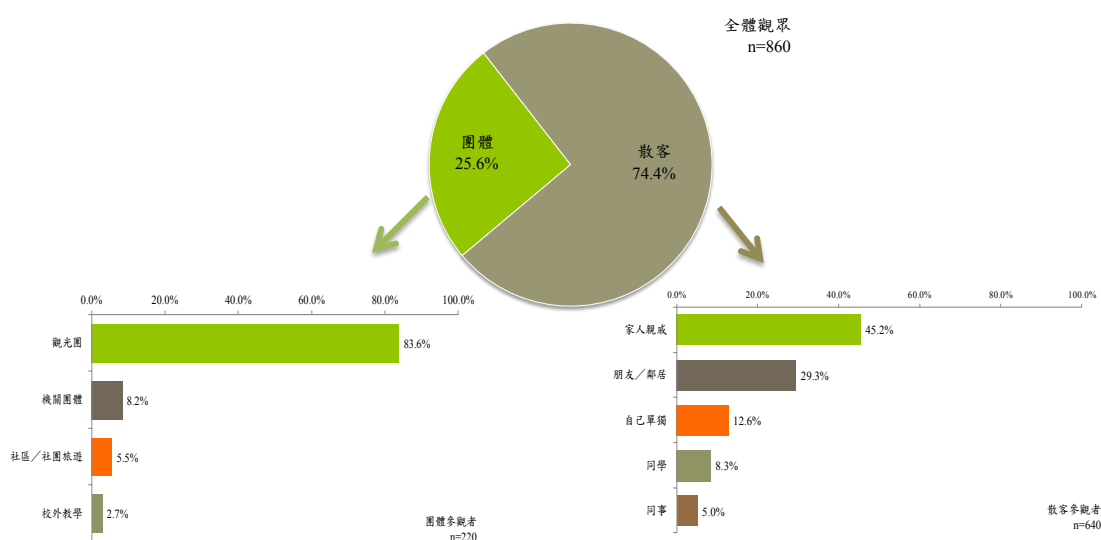


圖1. 觀眾屬性及來訪類型

（二）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，占四成三(43.0%)，其次為團體遊覽車/小巴，占二成六(25.6%)，再其次為自行開車/騎摩托車(17.0%)及搭乘計程車(14.1%)，其於交通工具皆低於一成。(圖 2)

由於團體觀眾皆僅能搭乘遊覽車或小巴方式，故排除團體觀眾後觀察散客所搭乘之交通工具，以大眾運輸工具比例最高，占五成八(57.8%)，其次為自行開車/騎摩托車(22.8%)及搭乘計程車(18.9%)，其餘皆低於一成。

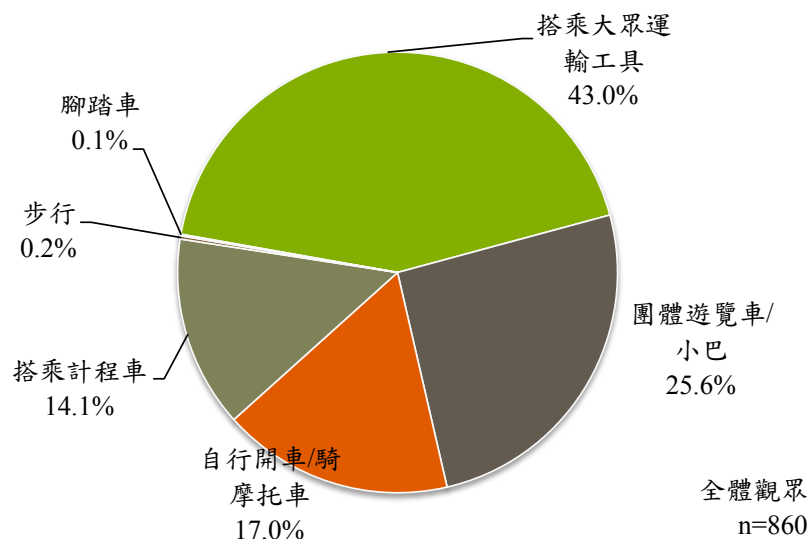


圖2. 觀眾來訪所搭乘之交通工具

（三）觀眾停留時間

針對觀眾所停留的時間來觀察，以停留 1-2 小時者居多，占四成三(42.8%)，其次為停留 2-3 小時占約三成六(35.7%)，再其次為停留 3-4 小時(10.3%)、1 小時以內(7.1%)，停留 4 小時以上者僅有 4.1%。此外，若觀察團體與散客的停留時間發現，團體觀眾以停留 1-2 小時的比例最高，散客以停留 2-3 小時的比例較高。(圖 3)

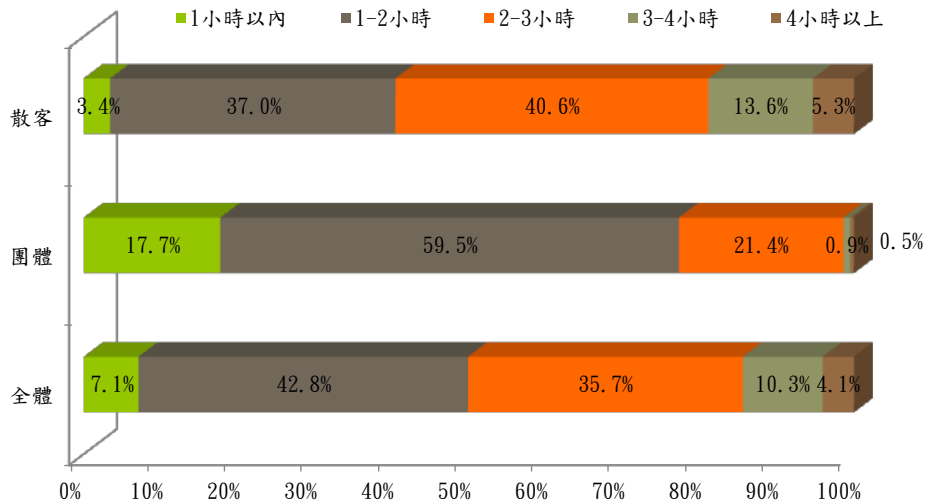


圖3. 不同觀眾類型停留的時間

(四) 觀眾消費金額

針對觀眾在國立故宮博物院不含門票及租借語音導覽機的消費金額觀察，全體觀眾約有七成(69.2%)表示沒有消費，有三成一(30.8%)表示有消費，又以消費金額在 200 元以下的比例較高(7.4%)，其次為 201-400 元(6.9%)，整體平均消費金額約為 289.9 元。此外，若針對有消費之觀眾來觀察，有消費之平均金額為 940.8 元。(圖 4)

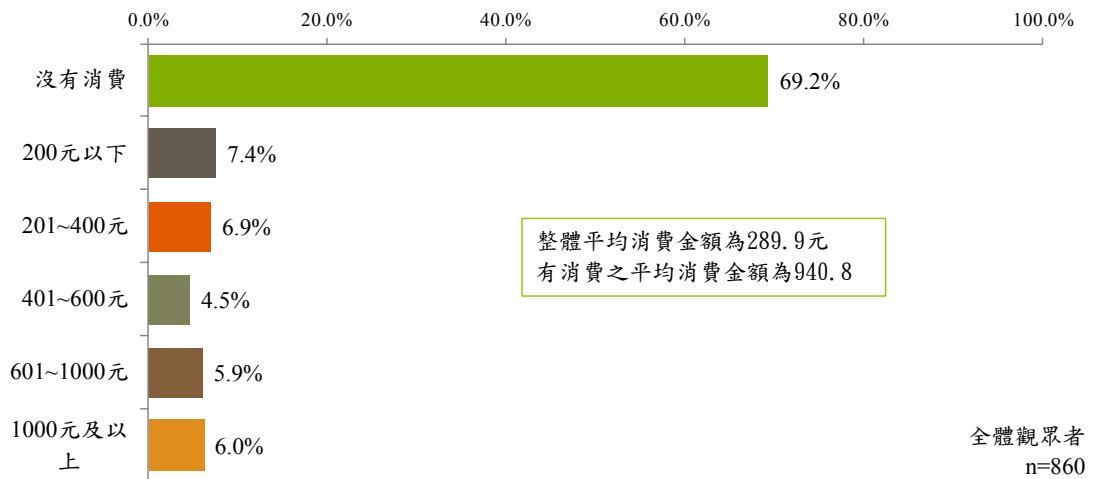


圖4. 觀眾消費金額

進一步瞭解消費金額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、觀眾屬性、及參觀次數有顯著差異，但在年齡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 6)

1. 年齡：

- 有消費的觀眾，50-59 歲的比例較高(45.9%)。
- 整體平均消費金額，50-59 歲平均消費金額最高(556.0 元)。
- 有消費者消費金額，以 60 歲及以上平均消費金額最高(1288.8 元)。

2. 婚姻狀況：

- 有消費的觀眾，已婚無小孩的比例較高(40.5%)。
- 整體平均消費金額，已婚無小孩者平均消費金額較高(426.0 元)。
- 有消費者消費金額，已婚有小孩者平均消費金額較高(1100.4 元)。

3. 觀眾屬性：

- 有消費的觀眾，散客(33.6%)的比例高於團體(22.7%)高。
- 整體平均消費金額，團體(344.5 元)的平均消費金額高於散客(271.2 元)。
- 有消費者消費金額，團體(1515.6 元)的平均消費金額高於散客(807.2 元)。

4. 參觀次數：

- 有消費的觀眾，以曾經來訪(40.4%)的比例高於首次來訪者(28.0%)。
- 整體平均消費金額，以曾經來訪(495.6 元)的平均消費金額高於首次來訪者(230.4 元)。
- 有消費者消費金額，以曾經來訪(1226.2 元)的平均消費金額高於首次來訪者(821.8 元)。

(四) 觀眾回訪國立故宮博物院的頻率

約六成二(62.4%)的觀眾表示為首次參觀國立故宮博物院，約三成八(37.6%)則是曾經來參觀過。針對曾來訪者回訪之頻率觀察，半年內曾來過者約占 6.5%，半年至一年內占 5.8%、一年至三年約占一成(10.1%)及超過三年以上約占一成五(15.1%)。(圖 5)

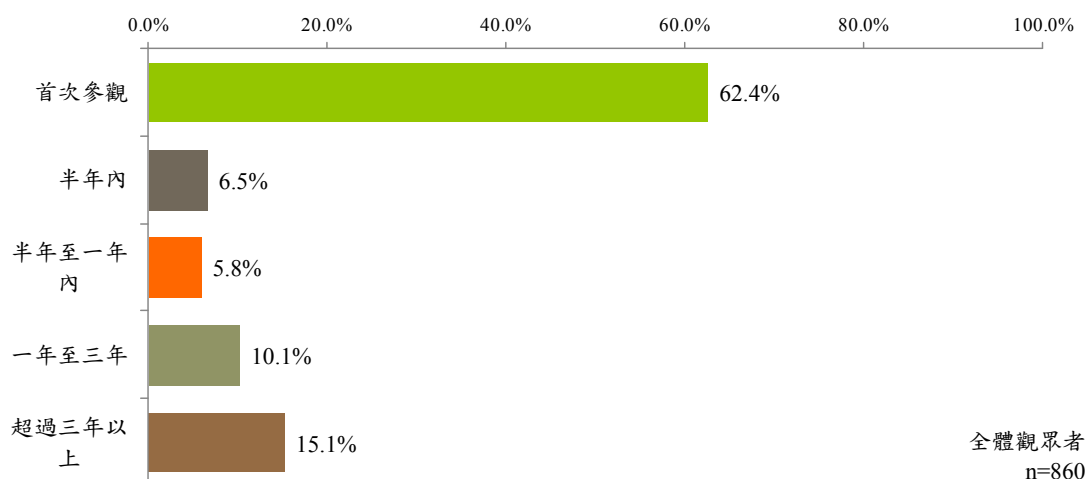


圖5. 觀眾回訪國立故宮博物院的頻率

進一步瞭解回訪頻率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、行業、居住地區、觀眾屬性及參觀月分有顯著差異，但在年齡、教育程度及行業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7）

1. 年齡：

- 首次參觀，以年輕族群的比例較高，20-29 歲(72.9%)及 15-19 歲(60.3%)。
- 曾經來訪，以 40-59 歲的比例較高，分別為 40-49 歲(54.2%)及 50-59 歲(54.1%)。

2. 教育程度：

- 首次參觀，國/初中及以下的比例較高(80.0%，但因樣本數較少僅供參考)，其次為大學(66.1%)。
- 曾經來訪，研究所以上(49.2%)及專科(48.7%)的比例較高。

3. 行業：

- 首次參觀，以農業及其他的比例較高(68.4%，但因樣本數較少僅供參考)，其次為商業(67.6%)。
- 曾經來訪，家管/退休/代業的比例較高(50.0%)。

4. 居住地區：

- 首次參觀，港澳/中國大陸地區的比例較高(88.4%)。
- 曾經來訪，以臺灣地區的比例較高(70.1%)。

5. 觀眾屬性：

- 首次參觀，團體(80.5%)的比例高於散客(56.3%)。

6. 參觀月份：

- 首次參觀，以 8 月份的參觀者比例較高(67.5%)。
- 曾經來訪，以 9 月份的參觀者比例較高(41.8%)。

(五) 觀眾近三年內參觀國立故宮博物院之次數

約有七成七(77.6%)為近三年首次參觀國立故宮博物院的觀眾，近三年參觀過二次的觀眾約占一成五(14.7)，而參觀過三次及以上者則約占 7.8%(包含三次 3.4%、四次 1.9%、五次 0.9%、六至十次 1.3%及十一次以上 0.3%)。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，而非首次參觀者的平均參觀次數則為 2.2 次。(圖 6)

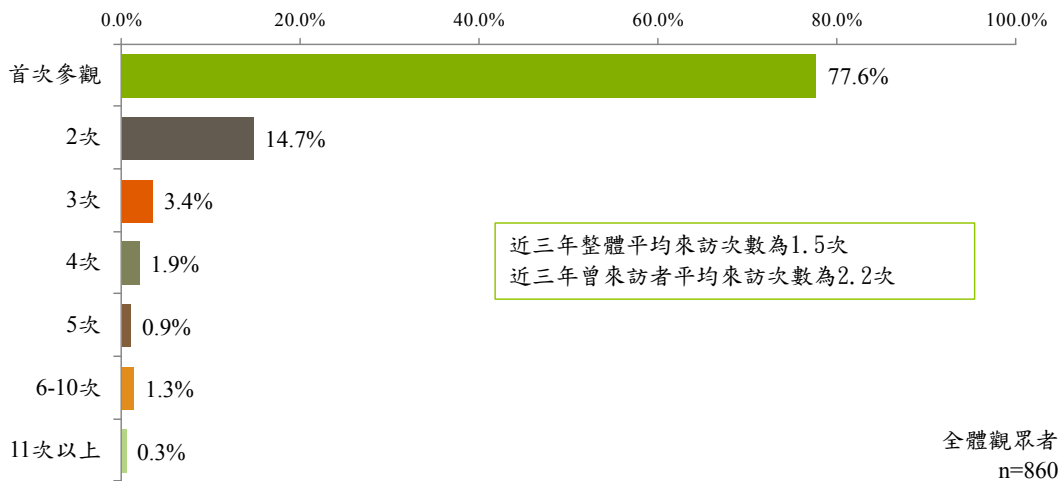


圖6. 觀眾近三年內參觀國立故宮博物院之次數

進一步瞭解近三年參觀次數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 8)

1. 居住地區：

- 近三年首次參觀，以居住於港澳/中國大陸地區(90.7%)及其他地區(90.4%)的比例較高。
- 近三年曾參觀 3 次以上，以居住於台灣地區的觀眾比例較高(15.3%)。

2. 觀眾屬性：

- 近三年首次參觀，團體(85.5%)的比例高於散客(74.8%)。
- 近三年曾參觀 3 次以上，散客(8.8%)的比例略高於團體(5.0%)。

二、 觀眾對「各項公共服務區各項設施」的滿意度

公共服務區各項設施的滿意度評價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，占九成四(94.3%)，其餘項目的滿意度表現也皆達八成三以上，顯示民眾對於公共服務區的各項設施皆給予不錯的評價。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)(圖 7)

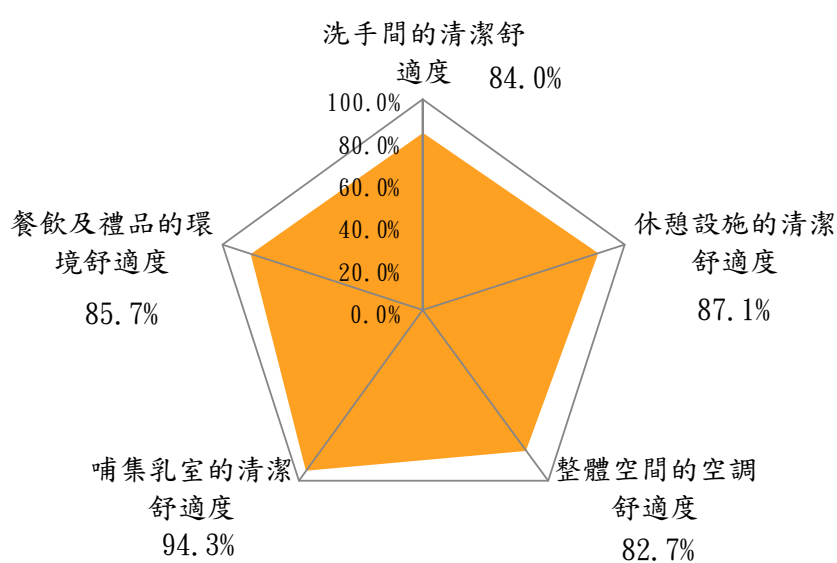


圖7. 觀眾對「各項公共服務區硬體設施」的滿意度

(一) 洗手間清潔舒適度

針對有接觸洗手間的觀眾中(732位)，約有八成四(84.0%)的觀眾表示滿意「洗手間清潔舒適度」(非常滿意 47.8%、還算滿意 36.2%)，約有一成二(12.0%)表示尚可，僅有 4.0%表示不滿意(不太滿意 3.6%、非常不滿意 0.4%)。(圖 8)

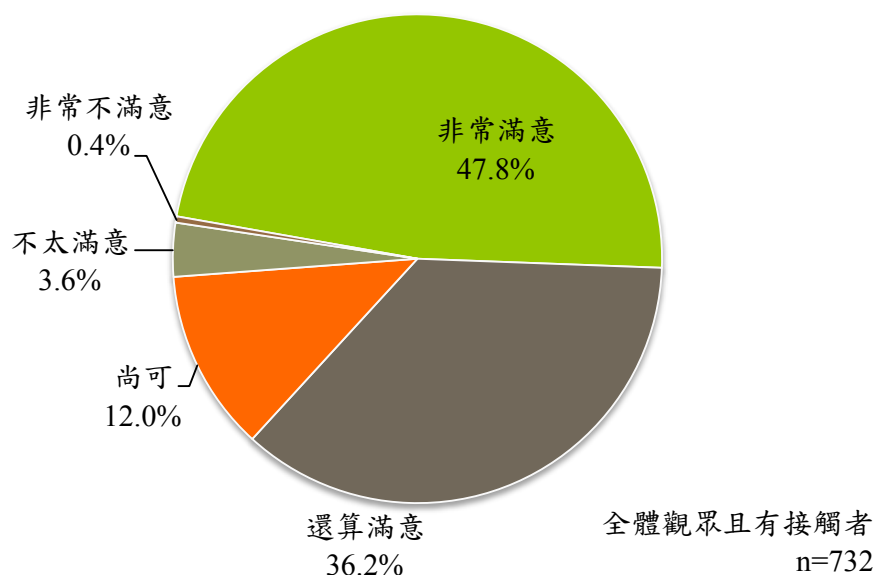


圖8. 觀眾對「洗手間的清潔舒適度」的滿意度

進一步瞭解「洗手間的清潔舒適度」的滿意度感受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及觀眾屬性有顯著差異，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13)

1. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占 94.1%，日本/韓國的滿意度比例則最低，占 63.1%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高，占 29.8%。
2. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為團體占 84.7%、散客占 83.8%，但團體觀眾(54.2%)表示非常滿意的比例高於散客(45.6%)。

(二) 休憩設施的清潔舒適度

針對有接觸休憩設施的觀眾中(860位)，約有八成七(87.1%)的觀眾表示滿意「休憩設施的清潔舒適度」(非常滿意 45.9%、還算滿意 41.2%)，約有一成一(10.9%)表示尚可，僅有 2.0%表示不滿意(不太滿意 1.4%、非常不滿意 0.6%)。

(圖 9)

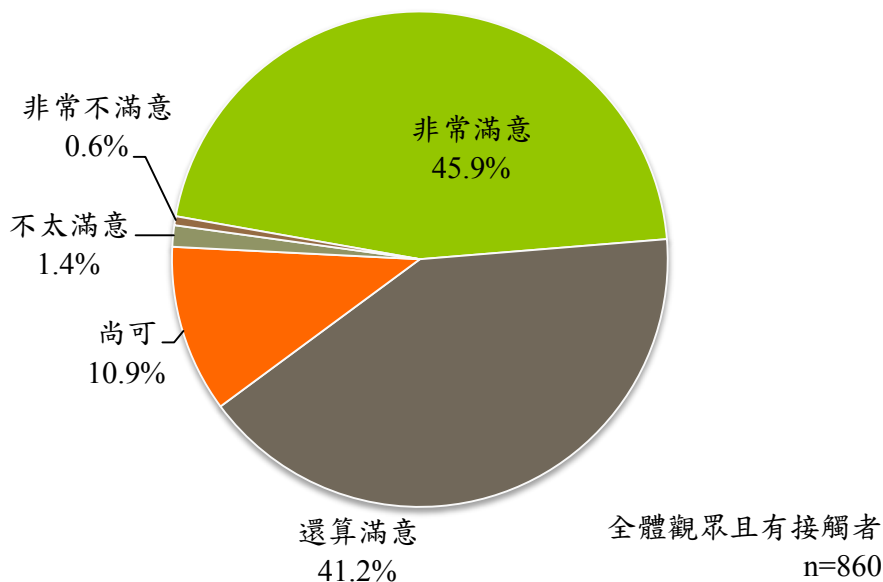


圖9. 觀眾對「休憩設施清潔舒適度」的滿意度

進一步瞭解「休憩設施清潔舒適度」的滿意度感受與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 14)

1. 年齡：以 15-19 歲的觀眾表示滿意的比例最高，占 94.8%，60 歲以上的比例最低，占 79.2%。
2. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例最高(93.4%)，日本/韓國表示滿意的比例最低(68.0%)，且表示尚可的比例最高，占 25.0%。

(三) 整體空間的空調舒適度

全體觀眾中(860 位)，約有八成三(82.7%)的觀眾表示滿意「整體空間的空調舒適度」(非常滿意 46.9%、還算滿意 35.8%)，約有一成一(10.9%)表示尚可，僅有 6.4%表示不滿意(不太滿意 5.2%、非常不滿意 1.6%)。(圖 10)

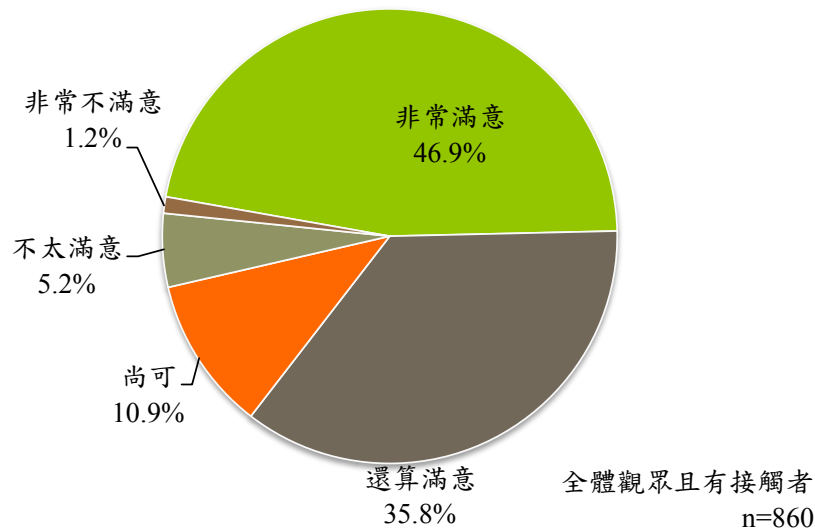


圖10. 觀眾對「整體空間的空調舒適度」的滿意度

進一步瞭解「整體空間空調舒適度」的滿意度感受與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同性別、居住地區及參觀月份有顯著差異，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 15)

1. 性別：以男性(87.4%)表示滿意的比例高於女性(78.8%)。
2. 居住地區：以居住美國/加拿大/歐洲的觀眾表示滿意的比例最高，占 92.3%，日本/韓國表示不滿意的比例最低，僅達 50.0%，且表示不滿意的比例也是最高，占 24.0%。
3. 參觀月份：以 10 月份參觀的觀眾表示滿意度的比例最高(85.5%)，而 8 月份表示不滿意的比例最高，占 12.3%。

(四) 哺集乳室的清潔舒適度

針對有接觸哺集乳室的觀眾中(140 位)，約有九成四(94.3%)的觀眾表示滿意「哺集乳室的清潔舒適度」(非常滿意 66.4%、還算滿意 27.9%)，約有 4.3% 表示尚可，僅有 1.4% 表示不滿意(不太滿意 0.7%、非常不滿意 0.7%)。(圖 11)

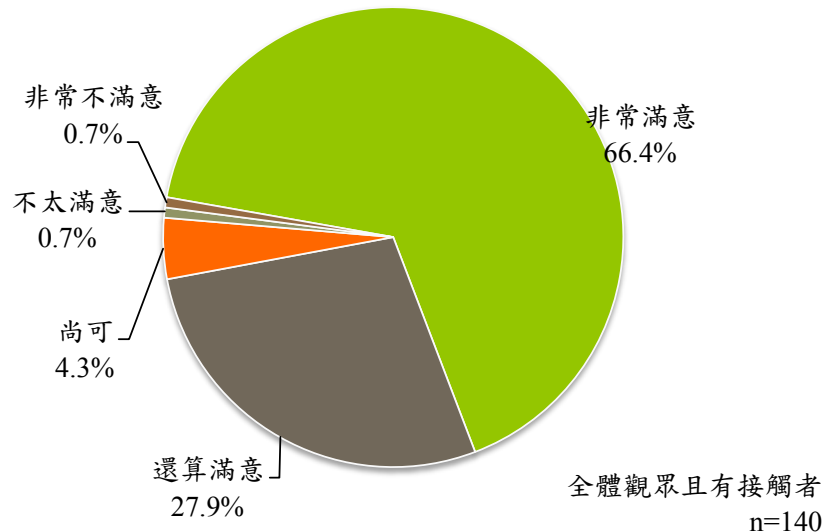


圖11. 觀眾對「哺集乳室清潔舒適度」的滿意度

進一步瞭解「哺集乳室清潔舒適度」的滿意度感受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 16)

1. 居住地區：以日本/韓國地區的觀眾表示滿意的比例最高(100.0%，但因樣本數較少僅供參考)，其次為港澳/中國大陸(96.5%)，而只有臺灣地區的觀眾有表示不滿意的比例(3.3%)，其餘皆無任何表示不滿意。

（五）餐飲及禮品環境的舒適度

針對有接觸餐飲及禮品的觀眾中(491 位)，約有八成六(85.7%)的觀眾表示滿意「餐飲及禮品環境的舒適度」(非常滿意 45.6%、還算滿意 40.1%)，約有一成二(12.2%)表示尚可，僅有 2.0%表示不滿意(不太滿意 1.6%、非常不滿意 0.4%)。(圖 12)

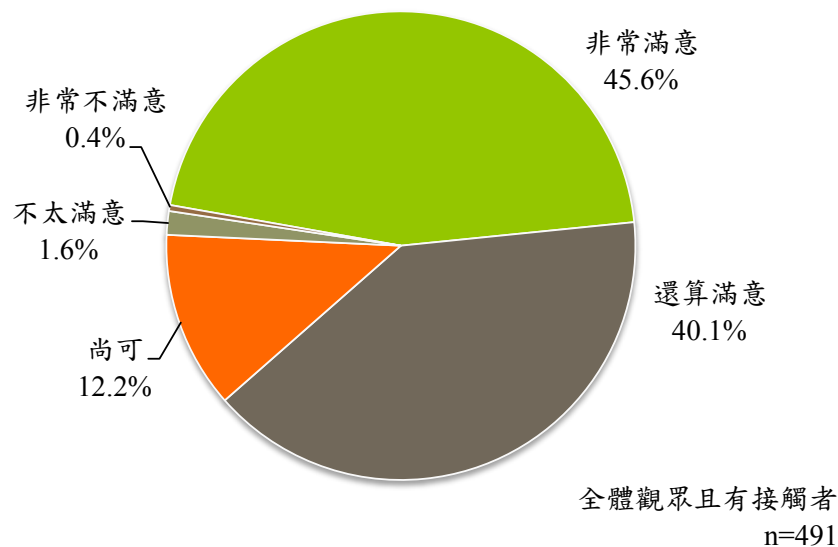


圖12. 觀眾對「餐飲及禮品環境舒適度」的滿意度

進一步瞭解「餐飲及禮品環境舒適度」的滿意度感受與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 17)

1. 年齡：以 40-49 歲表示滿意的比例最高，占 90.7%，60 歲及以上比例最低(76.9%)，且為表示不滿意比例最高者(7.7%)。
2. 居住地區：以美國/加拿大/歐洲的觀眾表示滿意的比例最高(96.4%，但因樣本數較少僅供參考)，其次為港澳/中國大陸(92.3%)，日本/韓國的比例最低(62.9%)，且為不滿意比例最高者(5.7%)。

（六）對公共服務區各項設施評價之小結

整體而言，公共服務區的各項設施皆達到八成三以上的正面評價，皆約有一成至一成二間表示尚可，負面的占比雖不高，但針對各項設施觀眾提出相關可改善的建議。

在洗手間的清潔舒適度方面，有多數觀眾表示整體洗手間的數量不足，造成需排隊等待的狀況，再者則是清潔度的改善，包括不夠乾淨、有異味、垃圾

髒亂等狀況。針對數量不足的部分，建議可觀察尖峰時段使用率較高及較低的洗手間，若有特定的區域易造成需求較高，可於洗手間外告示使用率較低的區域，來分散人潮擁擠區域的使用狀況。在清潔度方面，未來也應多加強清掃及整理。

在休憩設施方面，主要仍以休憩空間或設施不足，由於整體院內的空間有限，未來於大故宮擴建計畫時能有較整體性的規劃，就短期間而言，僅能結合戶外的休憩空間或管制人潮流量的進入，另一方面，建議應多加強教育觀眾的參觀素質(如說話音量)，讓觀眾能有較舒適的參觀及休憩環境。

在整體空間的空調方面，多數表示空調太冷，由於文物的保存因素，建議仍應持續透過導遊或相關的告示、文宣進行宣導，讓觀眾進入參觀前可準備衣物。

在哺集乳室方面，整體使用者皆給予正面的評價，僅有少數提到哺集乳室的空調太冷、空間太小或需要申請才能使用等較為不便。

在餐飲及禮品方面，多數表示不管是在餐飲或禮品的環境皆略顯太小、太擁擠，另一方面，有觀眾表示應多增加餐飲或禮品的多元性。

表9. 公共服務區各項設施不滿意原因及改善建議

不滿意原因及改善建議		樣本數	百分比
洗手間 n=124	洗手間設備太少排隊排好久	57	46.0
	洗手間太髒\不夠乾淨	29	23.4
	垃圾筒裡的衛生紙較滿	13	10.5
	洗手間太小, 排氣很差	6	4.8
	增加無障礙設施	4	3.2
	洗手間有臭味	3	2.4
	洗手間大陸人都不排隊	3	2.4
	洗手間水流太弱	2	1.6
	洗手間的指示標誌不清楚	2	1.6
	自動沖水, 水壓大都會往上, 噴到人很討厭	1	0.8
	洗手間應該有蹲位	1	0.8
	B1 廁所有人吸菸	1	0.8
	洗手間可放置一次性坐圈紙	1	0.8
	不習慣坐便器, 蹲式會比較衛生	1	0.8
	展場內洗手間味道易飄散出來	1	0.8
休憩	椅子數量太少	92	74.2

不滿意原因及改善建議		樣本數	百分比
設施 n=124	增加休息區域或設施	13	10.5
	休息空間太窄	8	6.5
	增加無障礙設施	3	2.4
	休息區不夠乾淨	2	1.6
	椅子太硬(如：換成沙發椅)	1	0.8
	佛像前沙發有破洞，請檢查	1	0.8
	休息區可見許多人躺臥，展聽人員應適當管束	1	0.8
	陳列室需要增加座椅	1	0.8
	希望能提供與參觀人次相符的服務設施比例	1	0.8
	建議增加自備便當的食用區	1	0.8
	陸客太多造成所有品質下降，應控管人數與品質	1	0.8
整體 空間 的 空 調 n=167	空調太冷	158	18.4
	空調太悶/太熱	2	0.2
	冷氣不夠冷	2	0.2
	空調太冷, 未提醒多穿衣服	4	0.5
	空調有怪氣味	1	0.1
哺集 乳室 n=8	哺集乳室空調太冷	5	0.6
	哺集乳室要用鑰匙才能開，有點麻煩	2	0.2
	哺集乳室空間太小	1	0.1
餐飲 及 禮 品 設 施 n=62	禮品販售環境太擁擠	16	1.9
	餐飲空間太小、太擠	16	1.9
	禮品店空間太小	9	1.0
	餐飲及禮品價位太貴	8	0.9
	紀念品樣式太少	5	0.6
	餐廳食物份量不夠	5	0.6
	希望增加品茶休閒區、增加 7-11、增加餐飲店不同的類型	2	0.2
	餐飲選擇性少	1	0.1

三、 觀眾對「各項動線規劃」的滿意度

各項動線規劃的滿意度評價項目包括大廳整體動線規劃、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及導覽地圖的清楚明確度等四項指標，同時，參考歷年之調查結果發現，動線規劃為優先改善項目，故本年度特別針對動線規劃深入瞭解觀眾的意見及看法。

調查結果發現，各項動線規劃的滿意度評價皆達八成以上，其中以「各項設施指示標誌清楚明確度」的滿意度最高，占八成五(84.5%)，其次為大廳整體動線規劃(82.0%)。(圖 13)

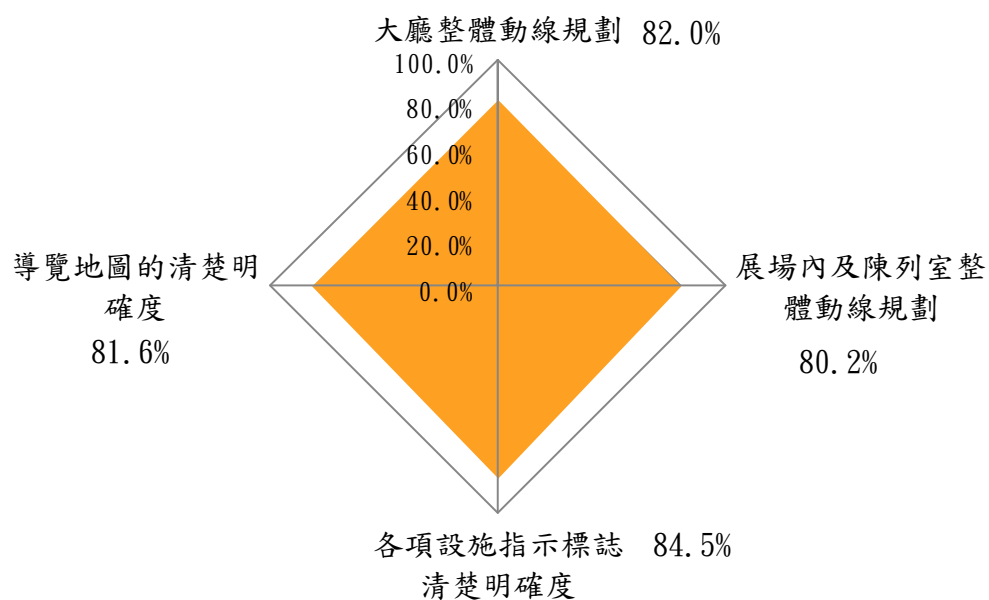


圖13. 觀眾對「各項動線規劃」的滿意度

(一) 大廳整體動線規劃

約有八成二(82.0%)的觀眾表示滿意「大廳整體動線規劃」(非常滿意 35.5%、還算滿意 46.5%)，約有一成三(13.3%)表示尚可，僅有 4.8%表示不滿意(不太滿意 3.8%、非常不滿意 0.9%)。(圖 14)

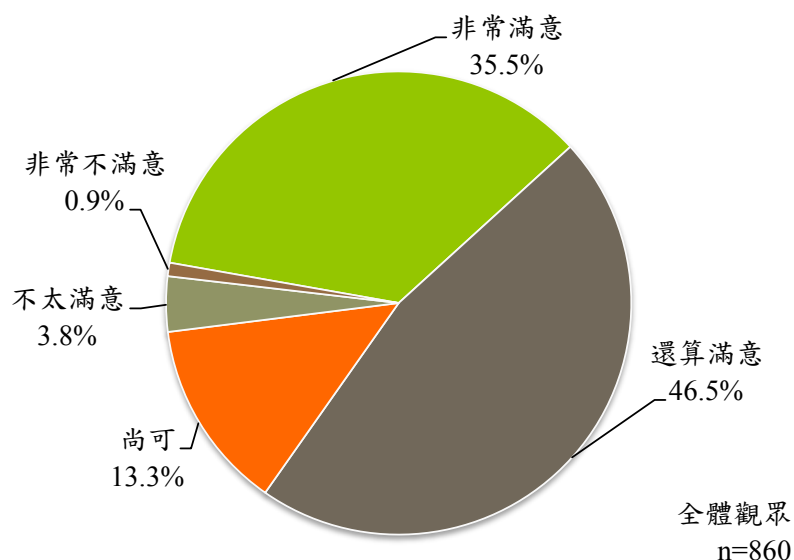


圖14. 觀眾對「大廳整體動線規劃」的滿意度

進一步瞭解「大廳整體動線規劃」的滿意度感受與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、居住地區及觀眾屬性有顯著差異，但在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18)

1. 年齡：以15-19歲表示滿意的比例最高，占84.5%，60歲及以上的比例最低(62.5%，但因樣本數較少僅供參考)，且為不滿意比例最高者(12.5%)。
2. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占92.7%，日本/韓國的滿意度比例則最低，占52.0%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可及不滿意的比例皆為最高(尚可31.0%、不滿意17.0%)。
3. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為團體占80.9%、散客占82.3%，但團體觀眾(44.1%)表示非常滿意的比例高於散客(32.5%)。

(二) 展場內及陳列室整體動線規劃

約有八成(80.2%)的觀眾表示滿意「展場內及陳列室整體動線規劃」(非常滿意 36.7%、還算滿意 43.5%)，約有一成四(14.2%)表示尚可，僅有 5.6%表示不滿意(不太滿意 4.7%、非常不滿意 0.9%)。(圖 15)

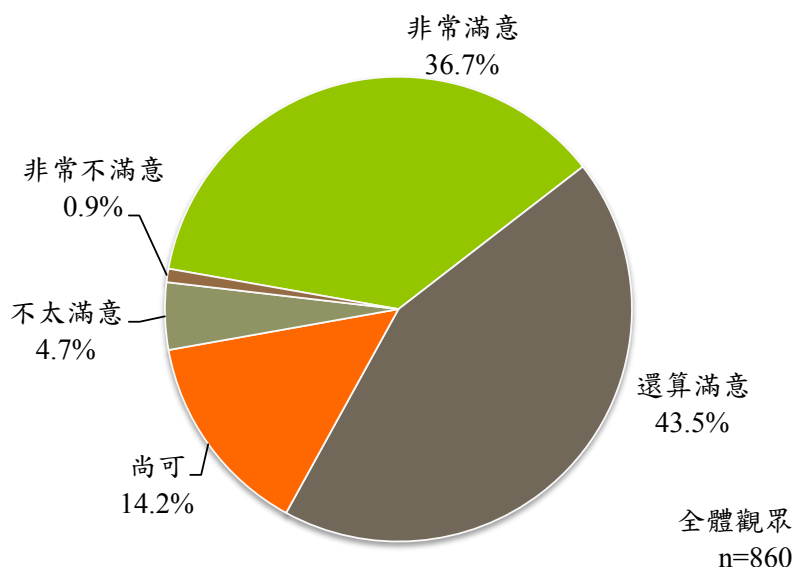


圖15. 觀眾對「展場內及陳列室整體動線規劃」的滿意度

進一步瞭解「展場內及陳列室整體動線規劃」的滿意度感受與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、觀眾屬性、參觀月份及參觀次數有顯著差異，但在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 19)

1. 年齡：以 50-59 歲表示滿意的比例最高，占 85.2%，60 歲及以上的比例最低(66.7%，但因樣本數較少僅供參考)，且為表示尚可比例最高者(25.0%)。
2. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占 93.0%，日本/韓國的滿意度比例則最低，占 52.0%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(32.0%)。
3. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為團體占 80.0%、散客占 80.3%，但團體觀眾(48.6%)表示非常滿意的比例高於散客(32.7%)。
4. 參觀月份：以 8 月份參觀的觀眾表示滿意的比例最高，占 83.7%，9 月份的比例最低(69.9%)且為表示尚可比例最高者(20.3%)。

5. 參觀次數：以第一次來訪(81.9%)的觀眾表示滿意的比例高於曾經來訪者(二次及以上)(77.4%)。

(三) 各項設施指示標誌清楚明確度

約有八成五(84.5%)的觀眾表示滿意「各項設施指示標誌清楚明確度」(非常滿意 42.0%、還算滿意 42.6%)，約有一成二(11.9%)表示尚可，僅有 3.6%表示不滿意(不太滿意 3.4%、非常不滿意 0.2%)。(圖 16)

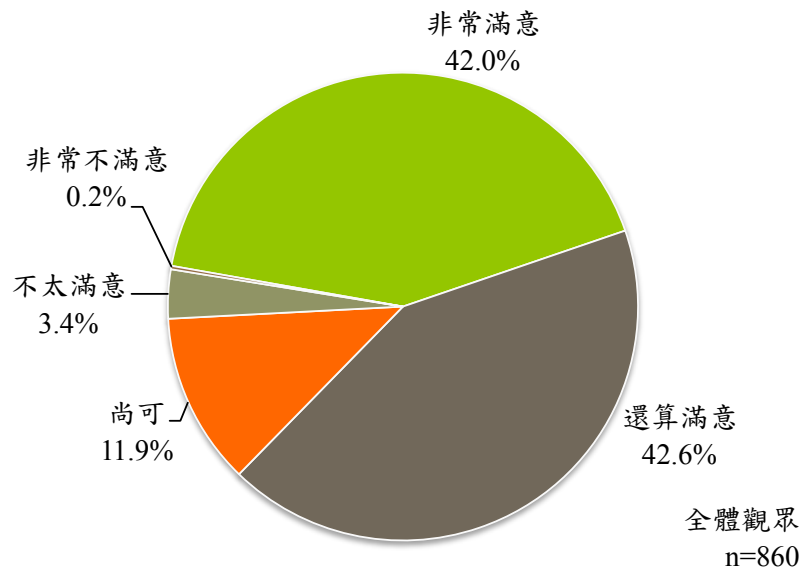


圖16. 觀眾對「各項設施指示標誌清楚明確度」的滿意度

進一步瞭解「各項設施指示標誌清楚明確度」的滿意度感受與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、居住地區及觀眾屬性有顯著差異，但在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20)

1. 年齡：59歲及以下各年齡層的滿意度均在82.2%~85.7%間，以60歲及以上表示滿意的比例最低，占70.8%(但因樣本數較少僅供參考)，且為不滿意比例最高者(12.5%)。
2. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占94.7%，日本/韓國的滿意度比例則最低，占55.0%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(35.0%)。
3. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，分別為團體占83.2%、散客占85.0%，但團體觀眾(50.5%)表示非常滿意的比例高於散客(39.1%)。

(四) 導覽地圖的清楚明確度

約有八成二(81.6%)的觀眾表示滿意「導覽地圖的清楚明確度」(非常滿意 38.0%、還算滿意 43.6%)，約有一成六(15.6%)表示尚可，僅有 2.8%表示不滿意(不太滿意 2.1%、非常不滿意 0.7%)。(圖 17)

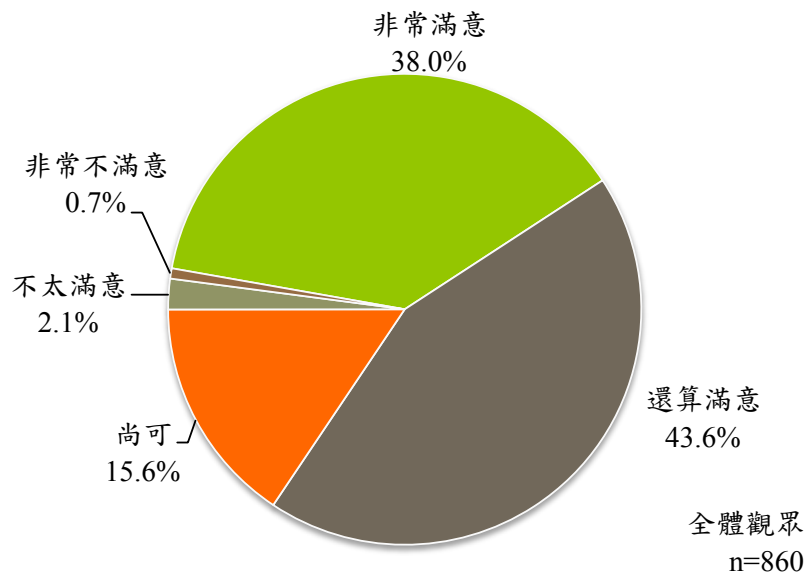


圖17. 觀眾對「導覽地圖的清楚明確度」的滿意度

進一步瞭解「導覽地圖的清楚明確度」的滿意度感受與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、居住地區及觀眾屬性有顯著差異，但在婚姻狀況、居住地區及觀眾屬性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. 年齡：以 20-29 歲表示滿意的比例最高，占 83.5%，而表示不滿意比例最高為 60 歲及以上，占 12.5%(但因樣本數較少僅供參考)。
2. 婚姻狀況：以已婚有小孩表示滿意的比例最高，占 84.6%，未婚的比例最低，占 80.0%，且為表示尚可比例最高者(17.3%)。
3. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占 94.0%，日本/韓國的滿意度比例則最低，占 51.0%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(40.0%)。
4. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，但團體觀眾(47.3%)表示非常滿意的比例高於散客(34.8%)。

(五) 對各項動線評價之小結

整體而言，各項動線規劃的評價皆達到八成以上的正面評價，但歷年之調查結果，動線規劃為優先改善項目且為觀眾表示期待改善之重要項目，故本年度特別針對動線規劃深入瞭解觀眾的意見及看法。

在大廳整體動線規劃方面，多數觀眾的反應則以人太多造成動線雜亂，此外，大廳的重要設施功能包括售票處、語音導覽租借處、寄物處及出入口等，皆有觀眾表示找不到，有部分則因為團體人數多造成，也有因為指示標誌不清楚。

在展場內及陳列室整體動線規劃方面，主因仍以人潮過多造成動線亂，連帶影響參觀品質，如看不到展品、找不到展間等，另一方面，常有觀眾表示在展場內迷路或重複走到同一個區域，尤其對於散客而言，希望能避過團體的動線或熱門展間，但因整體標誌及動線的阻擾，往往就會有迷路或找不到想參觀的陳列室之狀況。

在各項設施指示標誌規劃方面，多數表示指示標誌太小或不清楚，進一步觀察觀眾提出標誌不清楚的類別，包括有寄務處、售票處、各樓梯位置、參觀路線、餐廳等，因此，如何規劃讓指示標誌可在人多、光線不佳且展間多的狀況下，可讓觀眾快速找到又清楚理解是非常重要的環。

在導覽地圖規劃方面，可分為二個部份，一個為導覽地圖本身擺放的位置即有觀眾反應不易找到，或人多時被索取一空時未能立即補充，造成無法取得導覽地圖。也有觀眾建議，進入展場後若迷路或想找特定的展間位置等，卻無法於各展間取得導覽地圖，建議能於各陳列室外放置導覽地圖。另一方面則是導覽地圖內的資訊仍無法與實際的動線及標誌連結，造成尋找不易。

表10. 各項動線不滿意原因及改善建議

不滿意原因及改善建議		樣本數	百分比
大廳 整體 動線 規劃 n=160	人太多動線雜亂	101	63.1
	動線規劃不清楚	13	8.1
	語音租借位置不明顯	8	5.0
	標示不清楚，要找什麼都找不到	6	3.8
	希望團體及散客能分開	6	3.8
	有點亂，走道有點窄，動線沒什麼規劃	4	2.5
	臨時置物間不好找	4	2.5
	團體都集中在大廳，會影響通道	3	1.9
	人潮多時有點亂，分不清出入口，拉起分流線反而不知該	2	1.3

不滿意原因及改善建議		樣本數	百分比
	往哪走		
	動線規劃需在加強	2	1.3
	指引方向不夠明確	2	1.3
	沒有動線之分，沒有直接強調一個方向	2	1.3
	售票處位置不明顯	2	1.3
	服務分散，要跑不同地方問不同資訊，感覺沒有規劃好	1	0.6
	標誌應更大一些	1	0.6
	找不到入口	1	0.6
	應加強無障礙空間設施	1	0.6
	寄物處不夠明顯	1	0.6
	依不同的展示區，可以採取短暫停止進入	1	0.6
	跟著寄物的標示走，但卻無法找到寄物處	1	0.6
展場及陳列室 整體動線規劃 n=169	擴增展覽空間	35	20.7
	整體參觀人數太多影響參觀品質	21	12.4
	動線複雜且不順暢	20	11.8
	希望可以清楚標示參觀動線	17	10.1
	人太擁擠看不到展覽品	16	9.5
	團體與散客參觀路線分開	12	7.1
	人太多時找不路線	9	5.3
	希望能限制進場人數	9	5.3
	希望可以將團體客及散客時段分開或限制入場人數	7	4.1
	3樓動線不佳，不順暢	7	4.1
	較熱門展間及展品人潮移動慢，不容易看到展品	4	2.4
	指標不明確，容易迷路，一直走到重覆地方	3	1.8
	展示號碼要在入口處才看得到	2	1.2
	太吵雜，參觀者談話聲過大	1	0.6
	人數多時能限制參觀動線	1	0.6
	陸客愛插隊	1	0.6
	希望陳列室展出期間能標示清楚(如103/10/1~103/10/31)	1	0.6
	當人群過多時，展間的服務人員應要做即時疏散	1	0.6
	應避免團客停在在一個地方過久，會妨礙其他人通行	1	0.6
	某些展區需要排隊, 可以做指示牌告知，避免參觀者搞不清楚狀況	1	0.6
指示	指標(標誌)太小，不明顯	44	31.9
標誌	指引方向不夠明確	15	10.9

不滿意原因及改善建議		樣本數	百分比
n=138	指示標誌讓人看不懂	14	10.1
	標示不清楚, 要找什麼都找不到	13	9.4
	希望多增加日語的看板或標示	9	6.5
	人太多動線雜亂	6	4.3
	寄物處沒有清楚標示, 很難找	6	4.3
	增加多國語言之標示(看板)	5	3.6
	依不同的展示區, 可以採取短暫停止進入	4	2.9
	增加標誌的內容	4	2.9
	指示標誌很不清楚, 人多時全都被擋住	3	2.2
	位置圖標示不清, 不知道四樓有餐廳	2	1.4
	參觀路線標示不清	2	1.4
	樓梯標示不清	2	1.4
	進入展廳前的指示不夠清晰	2	1.4
	售票處沒有指標, 不容易找到	2	1.4
	外面的標示主題為唐寅, 卻找不到實際展出位置	2	1.4
	指標不明顯	1	0.7
	希望有明確指示各類展示物樓層	1	0.7
	部分標籤反光看不清	1	0.7
	可增加地面指示, 可運用動漫卡通形象	1	0.7
導覽地圖 n=158	導覽地圖放置位置不明顯不仔細看找不到	68	7.9
	導覽地圖標示不清楚, 不容易了解	41	4.8
	人太多時動線混亂, 地圖幫助不大	13	1.5
	導覽地圖未標示動線規劃	11	1.3
	人多時應該隨時填充導覽地圖	6	0.7
	希望導覽地圖能與購票位置在一起方便參觀者拿取地圖	3	0.3
	希望導覽地點和語音導覽號碼能結合	3	0.3
	導覽地圖的日語說明較少	2	0.2
	應標示特展之展區	2	0.2
	希望每個展示廳出口都放置導覽地圖, 方便參觀者找下個展廳	2	0.2
	地圖太小, 不容易看	2	0.2
	應增設導覽地圖	2	0.2
	希望能在每個展間設置導覽機, 讓參觀者可觸控式選自己有興趣展品去參觀	2	0.2
	地圖未標示 4 樓為餐廳	1	0.1

四、 觀眾對「各類服務人員服務態度」的滿意度

各類服務人員服務態度的滿意度評價項目包括驗售票人員、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、展廳內服務人員及整體人員等六項指標。調查結果發現，各類服務人員服務態度的滿意度皆達九成以上的高滿意度成績，其中以「服務台人員」的滿意度最高，占九成四(94.3%)。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)(圖 18)

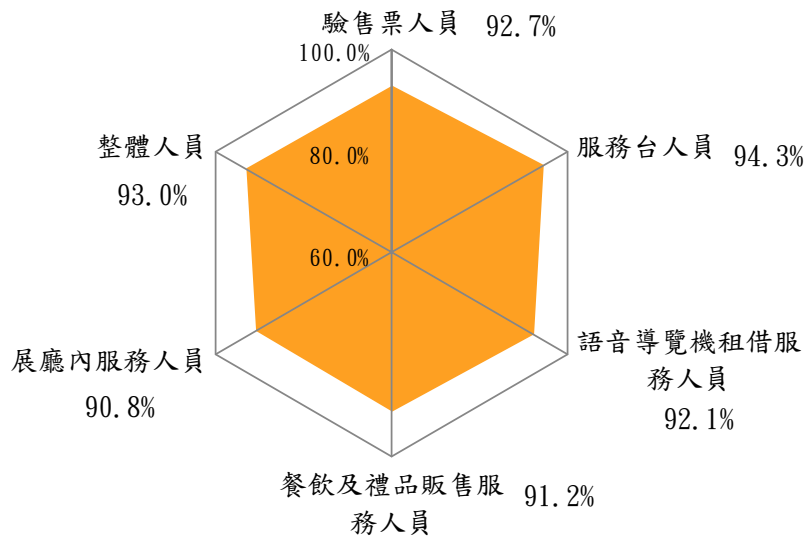


圖18. 觀眾對「各類服務人員服務態度」的滿意度

(一) 驗、售票人員之服務態度

針對有接觸驗、售票人員的觀眾中(739位)，約有九成三(92.7%)的觀眾表示滿意「驗、售票人員的服務態度」(非常滿意 60.8%、還算滿意 31.9%)，約有 6.6%表示尚可，僅有 0.7%表示不滿意(不太滿意 0.5%、非常不滿意 0.1%)。(圖 19)

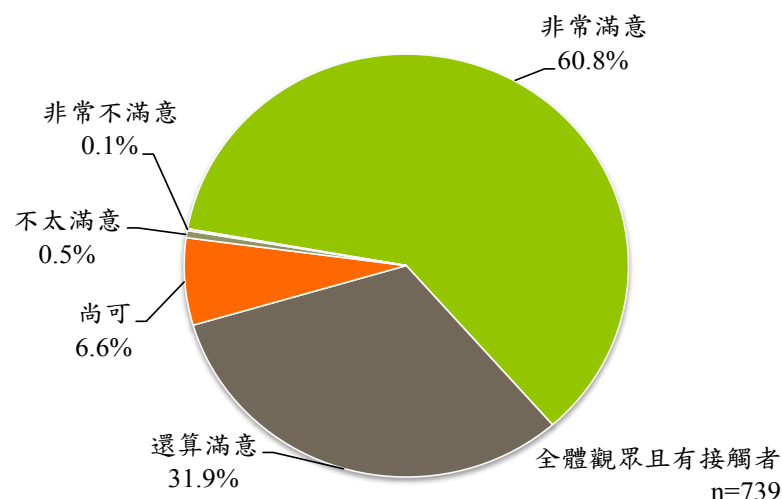


圖19. 觀眾對「驗、售票人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解「驗、售票人員服務態度」的滿意度感受與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、行業、居住地區、觀眾屬性、參觀次數有顯著差異，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22）

1. 年齡：以15-19歲表示滿意的比例最高，占97.8%，而表示不滿意比例最高為60歲及以上，占4.8%（但因樣本數較少僅供參考）。
2. 行業：以軍職/公務人員表示滿意的比例最高，占95.2%，農業及其他行業的比例最低，占88.2%，且為表示尚可比例最高者（11.8%）。
3. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例最高，占98.2%，日本/韓國的比例則最低，占65.1%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高（33.3%）。
4. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，但團體觀眾（69.9%）表示非常滿意的比例高於散客（58.2%）。
5. 參觀次數：首次來訪及曾經來訪觀眾表示滿意的比例無差異，但首次來訪者（64.1%）表示非常滿意的比例高於曾經來訪者（55.2%）。

(二) 服務台人員之服務態度

針對有接觸服務台人員的觀眾中(680位)，約有九成四(94.3%)的觀眾表示滿意「服務台人員的服務態度」(非常滿意 64.1%、還算滿意 30.1%)，約有 5.4%表示尚可，僅有 0.3%表示不滿意(不太滿意 0.1%、非常不滿意 0.1%)。(圖 20)

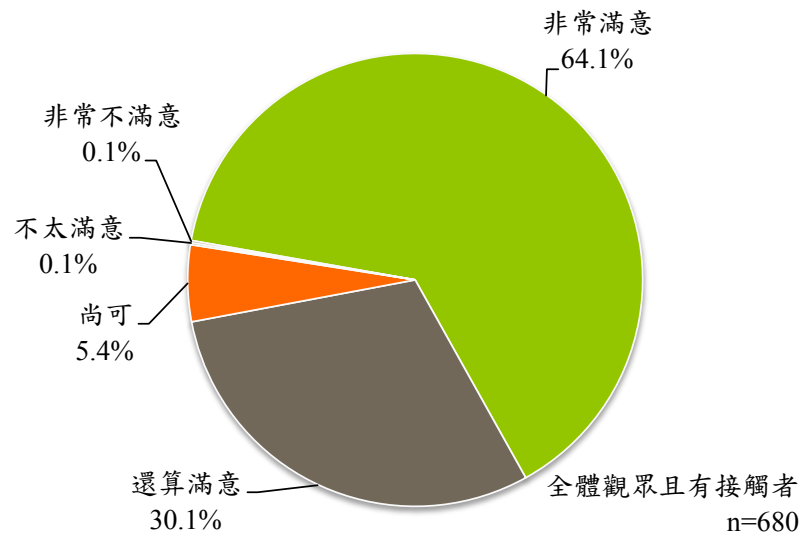


圖20. 觀眾對「服務台人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解「服務台人員服務態度」的滿意度感受與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、行業、居住地區、觀眾屬性、參觀月份及參觀次數有顯著差異，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. 年齡：以 15-49 歲各年齡層表示滿意的比例皆在 94.4%~95.5%間，而表示尚可比例最高者為 50-59 歲，占 11.5%。
2. 行業：以旅遊從業人員表示滿意的比例最高，占 100.0%(但因樣本數較少僅供參考)，其次為工業從業者(98.5%)，農業及其他行業的比例最低，占 89.5%，且為表示尚可比例最高者(10.5%)。
3. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占 98.8%，日本/韓國的比例則最低，占 71.1%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(26.7%)。
4. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示滿意的比例無差異，但團體觀眾(74.2%)表示非常滿意的比例高於散客(61.2%)。
5. 參觀月份：以 10 月份來訪觀眾表示滿意的比例最高，占 96.3%，9

月份來訪者的比例則最低(89.6%)。

6. 參觀次數：首次來訪及曾經來訪觀眾表示滿意的比例無差異，但首次來訪者(68.3%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(57.3%)。

(三) 語音導覽機租借服務人員之服務態度

針對有接觸語音導覽機租借服務人員的觀眾中(495位)，約有九成二(92.1%)的觀眾表示滿意「語音導覽機租借服務人員的服務態度」(非常滿意62.8%、還算滿意29.3%)，約有7.1%表示尚可，僅有0.8%表示不滿意(不太滿意0.4%、非常不滿意0.4%)。(圖21)

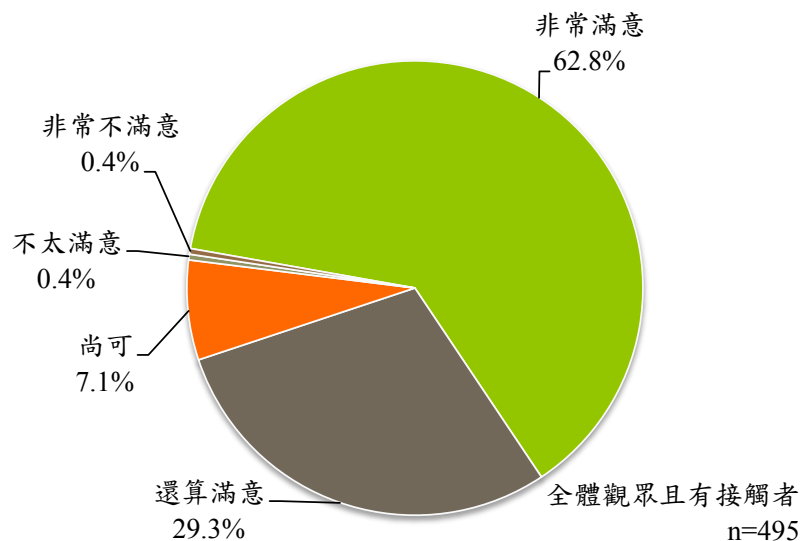


圖21. 觀眾對「語音導覽機租借服務人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解「語音導覽機租借服務人員服務態度」的滿意度感受與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、觀眾屬性與參觀次數有顯著差異，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：以15-19歲表示滿意的比例最高，占95.8%，而60歲及以上的比例最低，占84.6%(但因樣本數較少僅供參考)。
2. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比例最高，占98.1%，日本/韓國的比例則最低，占56.4%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(41.0%)。
3. 觀眾屬性：以散客觀眾(93.3%)表示滿意的比例高於團體觀眾(89.2%)。

4. 參觀次數：首次來訪及曾經來訪觀眾表示滿意的比例無差異，但首次來訪者(69.1%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(52.2%)。

(四) 餐飲及禮品販售服務人員之服務態度

針對有接觸餐飲及禮品販售服務人員的觀眾中(468位)，約有九成一(91.2%)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54.9%、還算滿意36.3%)，約有7.9%表示尚可，僅有0.9%表示不滿意(不太滿意0.9%、無任何非常不滿意)。(圖22)

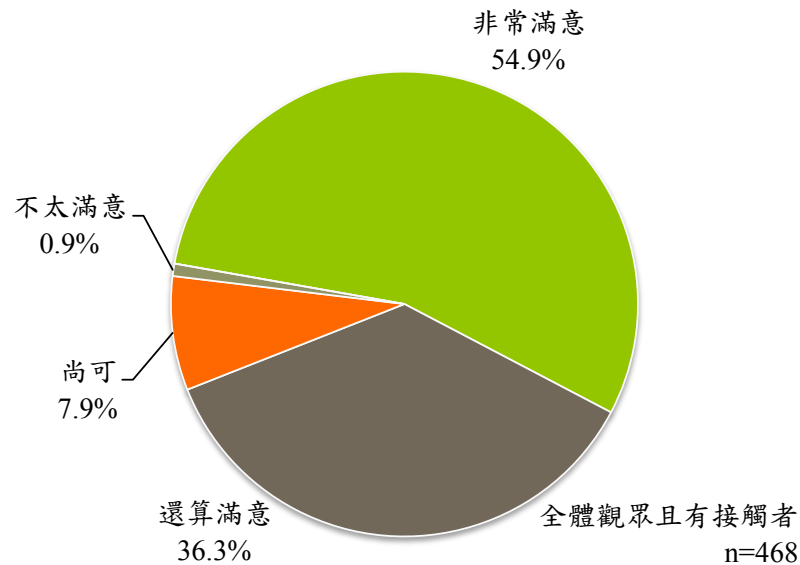


圖22. 觀眾對「餐飲及禮品販售服務人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解「餐飲及禮品販售服務人員服務態度」的滿意度感受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：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占99.4%，日本/韓國的比例則最低，占69.6%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(28.3%)。
2. 觀眾屬性：以團體觀眾(93.9%)表示滿意的比例略高於散客觀眾(90.4%)，且團體觀眾(72.2%)表示非常滿意的比例也高於散客觀眾(49.3%)。

(五) 展廳內服務人員之服務態度

針對有接觸展廳內服務人員的觀眾中(721 位)，約有九成一(90.8%)的觀眾表示滿意「展廳內服務人員的服務態度」(非常滿意 54.0%、還算滿意 36.9%)，約有 7.8%表示尚可，僅有 1.4%表示不滿意(不太滿意 1.0%、非常不滿意 0.4%)。

(圖 23)

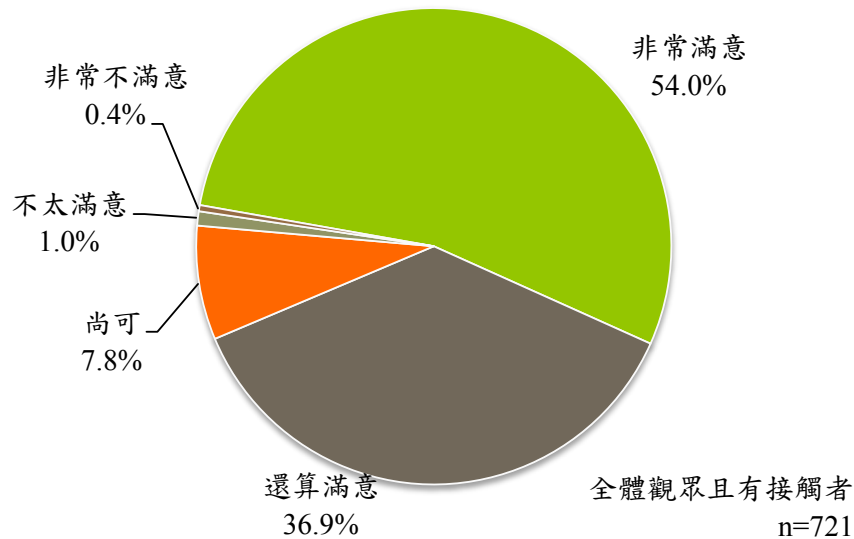


圖23. 觀眾對「展廳內服務人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解「展廳內服務人員服務態度」的滿意度感受與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 26)

1. 年齡：以 15-19 歲表示滿意的比例最高，占 95.7%，而 60 歲及以上的比例最低，占 82.6%(但因樣本數較少僅供參考)，且為表示不滿意比例最高者(8.7%)。
2. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占 98.5%，日本/韓國的比例則最低，占 65.8%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(34.2%)。

(六) 整體人員之服務態度

約有九成三(93.0%)的觀眾表示滿意「整體人員的服務態度」(非常滿意 52.8%、還算滿意 40.2%)，約有 6.3%表示尚可，僅有 0.7%表示不滿意(不太滿意 0.5%、非常不滿意 0.2%)。(圖 24)

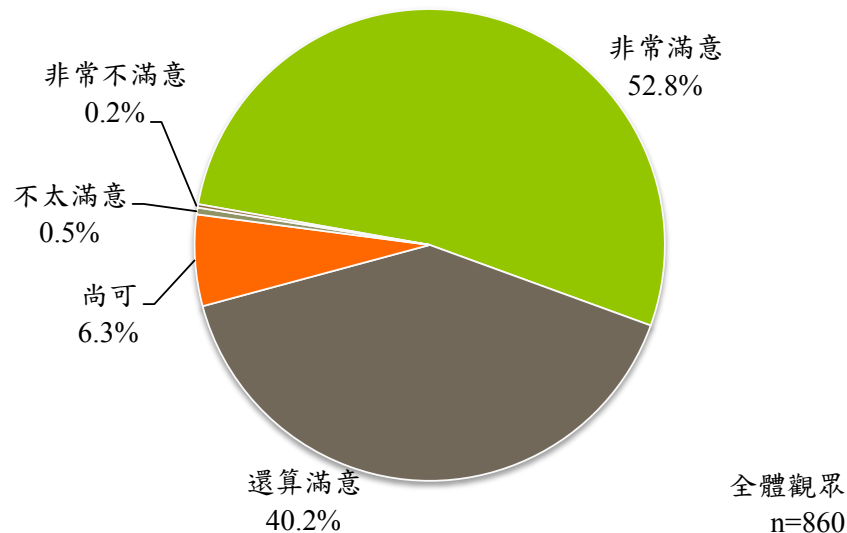


圖24. 觀眾對「整體人員服務態度」的滿意度

進一步瞭解「整體人員服務態度」的滿意度感受與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、行業、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. 年齡：以 15-59 歲各年齡層表示滿意的比例均在 90.2%~95.2%間，僅以 60 歲及以上的比例最低，占 79.2%(但因樣本數較少僅供參考)，且為表示尚可比例最高者(12.5%)。
2. 行業：以軍職/公務人員及工業表示滿意的比例較高，分別為 97.9%及 97.8%，旅遊從業人員的比例最低，占 86.7%，且為表示尚可比例最高者(13.3%)。
3. 居住地區：以港澳/中國大陸地區的觀眾表示滿意的比最高，占 98.3%，日本/韓國的比例則最低，占 73.0%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高(27.0%)。
4. 觀眾屬性：以散客觀眾(94.4%)表示滿意的比例高於團客觀眾(89.1%)。

(七) 對各類服務人員服務態度評價之小結

整體而言，各類服務人員的正面評價皆達九成一以上，有不錯的成績表現。但服務人員為觀眾接觸的第一線人員，從觀眾對於各類服務人員給予建議比例較高的皆因為接觸時間短而給予尚可的評價，顯示服務人員對在整體的服務上仍顯過度的制式化，無法短時間就能立即被感受到服務的親切感或積極度，未來仍應持續加強並瞭解觀眾的想法與意見。

表11. 各項服務人員不滿意原因及改善建議

不滿意原因及改善建議		樣本數	百分比
驗售票人員 n=56	服務人員不好也不壞，故選尚可	31	3.6
	接觸時間短無法評估滿意或不滿意，故選尚可	12	1.4
	售票人員態度不太和善	4	0.5
	詢問時有點不耐煩	2	0.2
	售票人員有時口氣不好	2	0.2
	加強售票人員的親切主動性	2	0.2
	售票人員不相信參觀者的學生身分，因此還是賣一般票	1	0.1
	不知道有語音導覽，售票時可介紹	1	0.1
服務台人員 n=40	服務人員不好也不壞，故選尚可	24	2.8
	接觸時間短無法評估滿意或不滿意，故選尚可	13	1.5
	服務台人員態度不好，應加強親和度	1	0.1
	服務人員有時口氣不好	1	0.1
	希望加強服務人員的親切感	1	0.1
語音導覽租借人員 n=40	服務人員不好也不壞，故選尚可	34	4.0
	希望加強服務人員的親切感	4	0.5
	排隊等待語音導覽器需等很久外，其他人員表現都還好	1	0.1
	租借語音導覽時，服務人員沒有原因的笑讓人不舒服	1	0.1
餐飲及禮品 販售人員 n=42	服務人員不好也不壞，故選尚可	37	4.3
	加強服務人員的親切主動性	3	0.3
	持故宮之友卡到富春山居，櫃台人員表現不高興的態度，表示要先拿卡出來再點	1	0.1
	客人少時帶位也很慢	1	0.1
展廳內服務 人員	服務人員不好也不壞，所以選尚可	52	6.0
	服務人員都一直站原地，人太多根本管不了什麼	4	0.5

不滿意原因及改善建議		樣本數	百分比
n=66	詢問時有點不耐煩	2	0.2
	展廳內服務人員態度很兇	2	0.2
	服務人員態度不佳	1	0.1
	沒看到展廳內服務人員在管理參觀者的動態	1	0.1
	服務人員可再多點笑容, 語氣也可再親切點, 給人冷冷的感覺	1	0.1
	服務人員可能太累, 臉都垮了	1	0.1
	少數展廳內的服務人員態度稍嫌冷淡, 不符服務業精神	1	0.1
	人員可能因為人多要服務, 慢慢失去耐性	1	0.1

五、觀眾對「各項整體性服務」的滿意度

各項整體性服務的滿意度評價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。調查結果發現，「兒藝中心」、「整體展覽文物內容」及「整體滿意度」皆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)

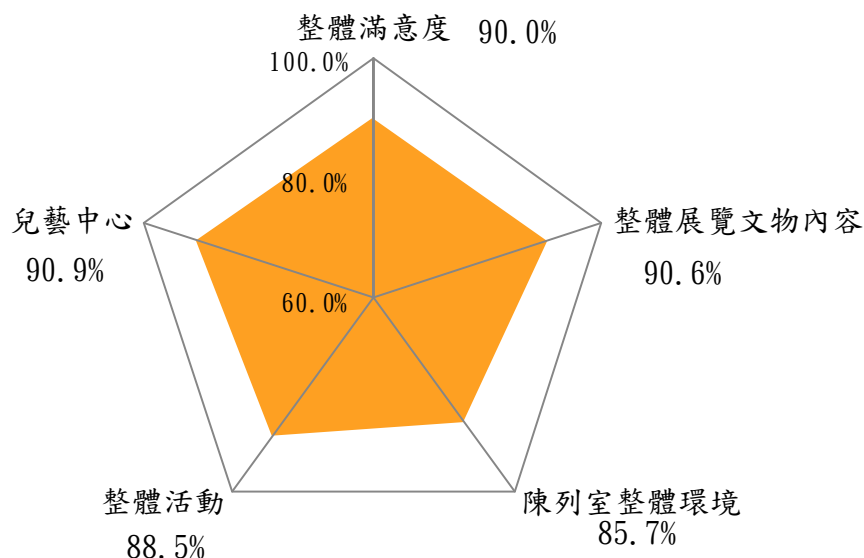


圖25. 觀眾對「各項整體服務」的滿意度

(一) 整體表現之滿意度

高達九成(90.0%)的觀眾對於國立故宮博物院的整體表現感到滿意(非常滿意 43.7%、還算滿意 46.3%)，表示尚可約占 8.0%，而僅有 2.0%表示不滿意(不太滿意 1.3%、非常不滿意 0.7%)。(圖 26)

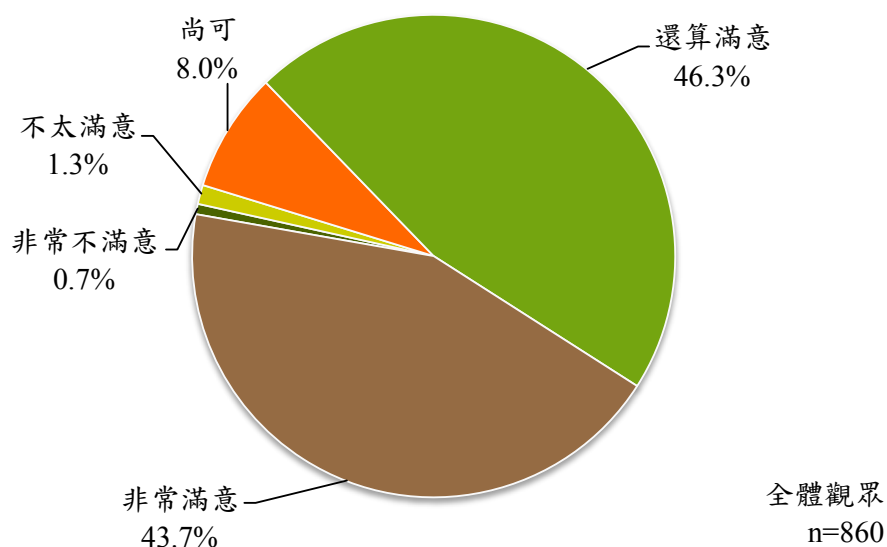


圖26. 觀眾參觀國立故宮博物院的整體滿意度

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，卡方檢定在不同年齡、居住地區、觀眾屬性、參觀日期有顯著差異，但在年齡、居住地區及觀眾屬性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42）

1. 年齡：以15-19歲及20-29歲的年輕族群表示滿意的比例較高，分別為98.3%及92.0%，而表示不滿意比例較高的為60歲以上，占8.3%。
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最高，占98.3%，其次美國/加拿大/歐洲(96.2%)，滿意度比例最低的為日本/韓國，占73.1%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高，占24.0%。
3. 觀眾屬性：團體及散客表示滿意的比例無差異，分別為散客觀眾占90.3%、團體觀眾占89.1%。
4. 參觀日期：平假日觀眾表示滿意度的比例無差異，分別為平日觀眾占91.0%、假日觀眾占88.8%。

（二）整體展覽文物內容之滿意度

約有九成(90.6%)的觀眾表示滿意「整體展覽文物內容」(非常滿意 49.5%、還算滿意 41.0%)，約有 8.1%表示尚可，僅有 1.3%表示不滿意(不太滿意 1.0%、非常不滿意 0.2%)。（圖 27）

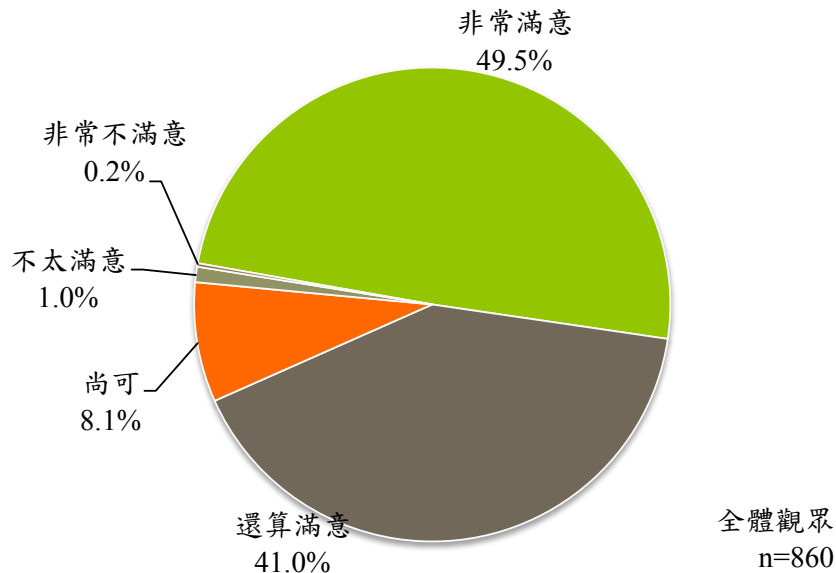


圖27. 觀眾對「整體展覽文物內容」之滿意度

進一步瞭解「整體展覽文物內容」的滿意度感受與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9）

1. 年齡：以15-19歲及20-29歲的年輕族群表示滿意的比例較高，分別為94.8%及93.4%，50-59歲的比例最低(83.6%)，且不滿意的比例最高(6.6%)。
2. 婚姻狀況：以已婚無小孩表示滿意的比例最高，占93.8%，已婚有小孩的比例則最低，占88.7%。
3. 行業：以軍職/公務人員表示滿意的比例最高，占97.9%，商業從業者的比例最低，占87.7%，但進一步觀察，商業從業者表示尚可的比例最高，占11.0%。
4. 居住地區：以居住美國/加拿大/歐洲的觀眾表示滿意的比例最高，占96.2%，滿意度比例最低的為日本/韓國，占71.0%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高，占24.0%。

5. 觀眾屬性:以散客觀眾(91.9%)表示滿意的比例高於團體觀眾(86.8%)，且團體觀眾(59.1%)表示非常滿意的比例也高於散客觀眾(46.3%)。

(三) 陳列室整體環境之滿意度

約有八成六(85.7%)的觀眾表示滿意「陳列室整體環境」(非常滿意 49.0%、還算滿意 36.7%)，約有一成一(10.7%)表示尚可，僅有 3.6%表示不滿意(不太滿意 3.0%、非常不滿意 0.6%)。(圖 28)

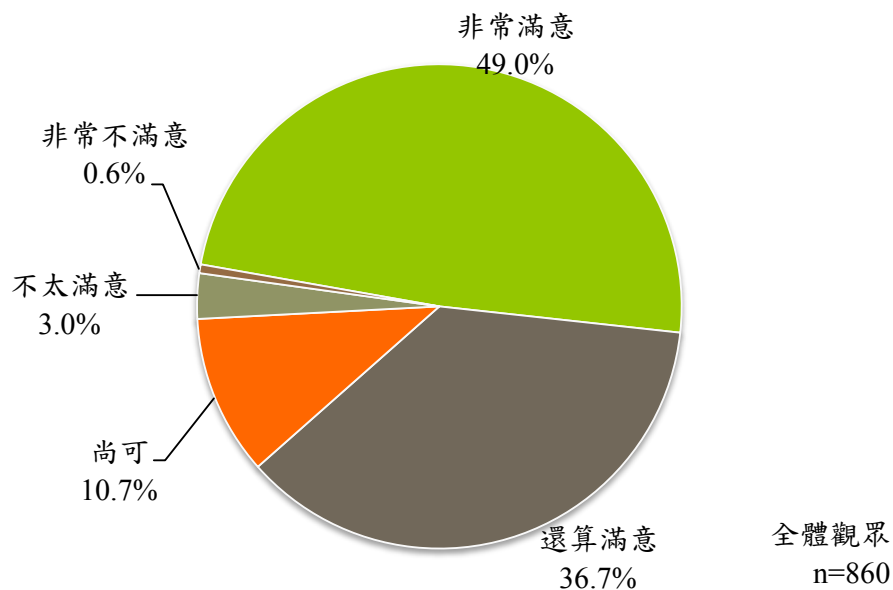


圖28. 觀眾對「陳列室整體環境」之滿意度

進一步瞭解「陳列室整體環境」的滿意度感受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、參觀月份及參觀次數有顯著差異，但在居住地區及參觀月份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. 居住地區：以居住港澳/中國大陸的觀眾表示滿意的比例最高，占96.0%，滿意度比例最低的為日本/韓國，占66.0%，但進一步觀察，日本/韓國觀眾表示尚可的比例最高，占26.0%。
2. 觀眾屬性：團體及散客觀眾在表示滿意的比例無差異，但團體觀眾(58.2%)表示非常滿意的比例高於散客觀眾(45.8%)。
3. 參觀月份：以8月份來訪觀眾表示滿意的比例最高，占89.7%，9月份來訪者的比例則最低(79.1%)。

4. 參觀次數：首次來訪的觀眾(88.6%)表示滿意的比例高於曾經來訪的觀眾(80.8%)無差異。

(四) 整體活動之滿意度

約有八成九(88.5%)的觀眾表示滿意「整體活動」(非常滿意 42.9%、還算滿意 45.6%)，約有一成(10.4%)表示尚可，僅有 1.1%表示不滿意(不太滿意 0.2%、非常不滿意 0.8%)。(圖 29)

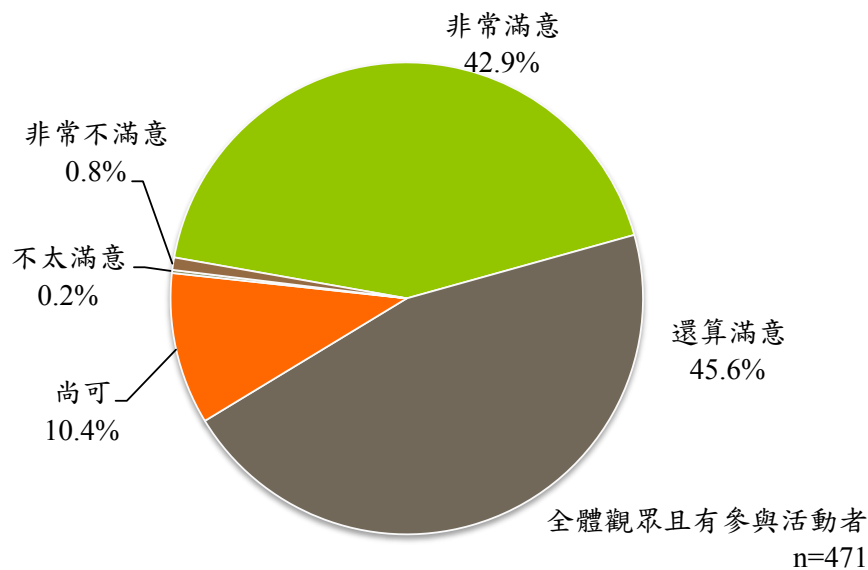


圖29. 觀眾對「整體活動」之滿意度

進一步瞭解「整體活動」的滿意度感受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 9)

1. 居住地區：以居住港澳/中國大陸的觀眾表示滿意的比例最高，占 95.8%，滿意度比例最低的為日本/韓國，占 61.5%(但因樣本數較少僅供參考)。
2. 觀眾屬性：團體觀眾(97.1%)表示滿意的比例高於散客觀眾(86.1%)。

(五) 兒藝中心之整體滿意度

針對有接觸兒藝中心的觀眾中(164位)，約有九成一(90.9%)的觀眾表示滿意「兒藝中心」(非常滿意 41.5%、還算滿意 49.4%)，約有 9.1%表示尚可，無任何有接觸的觀眾表示不滿意。(圖 30)

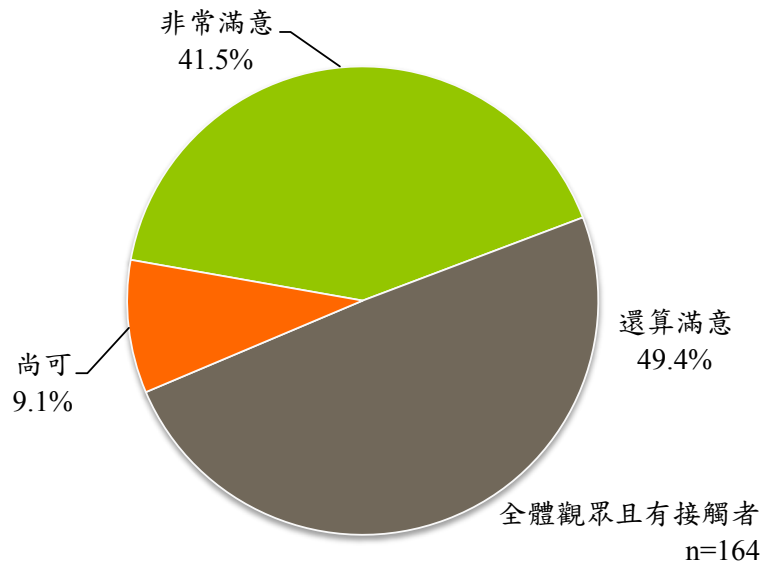


圖30. 觀眾對「兒藝中心」之整體滿意度

進一步瞭解「兒藝中心」的滿意度感受與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、居住地區及觀眾屬性有顯著差異，但在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12)

1. 年齡：以15-19歲表示滿意的比例較高，占100.0%(但因樣本數較少僅供參考)，其次為20-29歲(96.6%)。
2. 居住地區：以居住其他地區的觀眾表示滿意的比例最高，占100.0%(但因樣本數較少僅供參考)，其次為港澳/中國大陸(98.3%)。
3. 觀眾屬性：以團體觀眾(93.8%)表示滿意的比例高於散客觀眾(89.7%)。

(六) 推薦親朋好友參觀國立故宮博物院之意願度

高達有九成二(91.9%)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 62.9%、可能會 29.0%)，約有 6.6%表示不一定，僅有 1.5%表示不會推薦(可能不會 0.9%、一定不會 0.6%)。(圖 31)

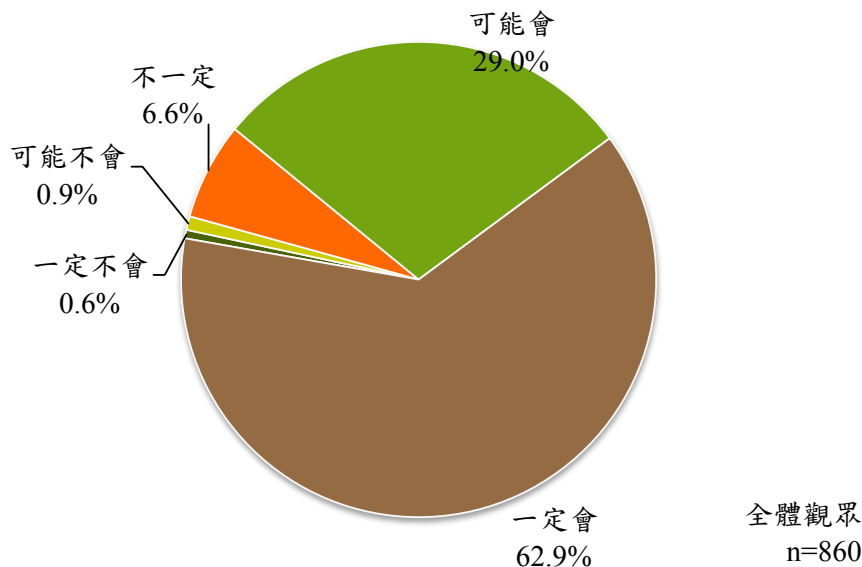


圖31. 推薦親朋好友參觀國立故宮博物院之意願度

進一步瞭解觀眾推薦親朋好友參觀國立故宮博物院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 43)

1. 居住地區：不同居住地區表示會的比例皆超過九成八以上，而港澳/中國大陸地區觀眾表示一定會的比例最高(85.8%)，日本/韓國則最低(30.0%)。
2. 觀眾屬性：團體及散客觀眾表示會的比例無差異，但團體觀眾(67.3%)表示一定會的比例高於散客觀眾(61.4%)。

（七）整體性之建議及小結

整體而言，各項整體服務滿意度皆在八成六至九成一間，針對各項整體服務不滿意原因及改善建議彙整如下：

1. 在整體展覽文物內容及陳列室整體環境方面：

主要以參觀人數過多造成影響參觀品質，包括陳列室過於吵雜、展間需排隊或造成擁擠、無法看到展品等，因此，也有觀眾提出對於限制人數入場或管制團體及散客的人流等方式。另一方面，對於展覽文物的建議，包括展品的解說、放置展出方式及期望能更加多元等。

表12. 整體展覽文物內容及陳列室整體環境不滿意原因及改善建議

不滿意原因及改善建議 (n=246)	樣本數	百分比
整體參觀人數太多影響參觀品質	54	22.0
太吵雜，參觀者談話聲過大	43	17.5
燈光太暗 希望加強燈光設計	27	11.0
冷氣太冷	25	10.2
動線複雜/不順暢	20	8.1
希望能限制入場人數	17	6.9
人太擁擠看不到展覽品	16	6.5
希望可以清楚標示參觀動線	11	4.5
加強展品櫃的清潔，玻璃不乾淨	4	1.6
希望加強展品種類的豐富性	4	1.6
標示不清楚讓人看不懂	4	1.6
希望加強繪畫類展品之豐富性	3	1.2
人數多時能限制參觀動線	3	1.2
展區範圍大走起來很累，希望能增設休憩區椅子	2	0.8
希望展品的解說能更加詳細、具體	2	0.8
希望能增加展品的講解幫助參觀者瞭解	2	0.8
人多無法前進耽誤太多時間很遺憾	2	0.8
燈光太暗，現場的互動活動不能使用	1	0.4
希望能增加語音導覽機關於在古物種類的說明	1	0.4
希望熱門展品(如翠玉白菜)放在旋轉平台，讓不同位置參觀者可看到	1	0.4
書畫區光線不夠亮	1	0.4
加強展品箱的清潔，有部分壓克力箱上有灰塵	1	0.4
希望多一點日文的說明	1	0.4
沒有看到東坡肉形石及清明上河圖	1	0.4

不滿意原因及改善建議 (n=246)	樣本數	百分比
有些語音導覽表有的畫家但無展件(近代書畫)	1	0.4
有些展品有標誌語音解釋但語音導覽機上沒有	1	0.4
有些畫作上的照明不足	1	0.4
較熱門品項人潮移動慢不容易看的到	1	0.4
團體客從後面推擠過來，讓人感覺恐怖	1	0.4
希望能加強管控陸客的秩序，確保其他觀眾之權益	1	0.4
部份展品展出的頻率太少，如： 谿山行旅	1	0.4
希望團體可移動慢點，讓散客不會一直被包圍或被催促移動	1	0.4
希望改善地板品質，降低鞋子的聲音	1	0.4
能夠規劃區分停留欣賞及流動欣賞的區塊	1	0.4
展場太大，希望能把重點展品集中在一起	1	0.4
希望能增加知名作家的展品	1	0.4
希望能採預約制限制人流	1	0.4
希望提升語音導覽內容豐富性	1	0.4
燈光太暗，雖然可以保護文物，但看不到文宣(說明介紹)	1	0.4
希望增加展區內的休憩空間	1	0.4
希望借外展品，在展場內能照片展出	1	0.4
台灣導遊為方便解說會趕原本在展品旁的參觀者離開	1	0.4
希望展區內可設飲水機	1	0.4
希望能說明光線設計原因讓參觀者知道	1	0.4
文物編號不清楚希望能改善	1	0.4
文物解說較為淺顯，無法深入了解由來及藝術價值	1	0.4
三樓的展品安排太過集中	1	0.4
有些展示廳的主題略有重疊	1	0.4
用語音導覽系統難以順著參觀動線	1	0.4
展品擺放位置太低，請抬高展品	1	0.4
展品的分布應明確標示告知	1	0.4
展覽文物的歷史背景缺少文字說明或趣味性不夠	1	0.4
小白菜區太多人，擠得透不過氣來，也看不到展品	1	0.4
大陸觀光客素質低落，隨意照相/攝影	1	0.4
希望展區能開放喝水	1	0.4
沒有見到展品肉形石	1	0.4
找不到故宮展場人員	1	0.4
無安全問題的展品可做旋轉展示座	1	0.4
希望展品放大鏡可增加	1	0.4
希望可以將團體客及散客時段分開或限制入場人數	1	0.4

不滿意原因及改善建議 (n=246)	樣本數	百分比
有的展品擺放過於集中	1	0.4
建議團體旁留一條通道供個人參觀的人走	1	0.4
陸客愛插隊	1	0.4
希望能把肉形石及其他文物分得遠一點，不要放在同一個動線	1	0.4
書畫部份的展出擺放方式(平放的)不方便觀賞	1	0.4
有奇怪的味道像油漆味	1	0.4

2. 在整體活動參與方面：

整體而言，觀眾期待對於活動的內容及型態能更加多元，另一方面則希望能多加宣傳，讓觀眾可瞭解各項活動的舉辦。

表13. 整體活動參與不滿意原因及改善建議

不滿意原因及改善建議 (n=20)	樣本數	百分比
增加多元型態的活動	4	20.0
擴大活動的空間	3	15.0
增加數位科技創新展示	2	10.0
希望可以清楚標示活動現場的動線	1	5.0
希望能加強管控陸客的秩序，確保其他參觀之權益	1	5.0
希望能搭配傳統音樂、薰香，營造古色古香氛圍	1	5.0
2樓影音室的影片內容如可以自選就更好了	1	5.0
建議常常在報章雜誌推廣宣傳	1	5.0
活動不一定週末夜，希望能增加其他時段	1	5.0
團體觀眾人太多，活動中會一直把人擠開	1	5.0
有些影片太慢了，讓人看不懂	1	5.0
希望在加強活動宣傳	1	5.0
百家姓互動線規劃不良	1	5.0
增加多國語言服務	1	5.0

2. 在兒藝中心方面：

在兒藝中心方面的建議可分為硬體及軟體服務二部份，在硬體方面，則以展出的物品太少，希望能增加具互動性的展品，讓兒童能有興趣來瞭解，另一方面則是物品損壞或更換問題，希望能定期維護及更新。第二部則是軟

體服務，兒童的學習需要人員的協助或講解，才能達到教育與娛樂的成效，建議未來可安排專人定時的帶領小朋友進行活動或說明。

表14. 對於兒藝中心不滿意原因及改善建議

不滿意原因及改善建議 (n=17)	樣本數	百分比
互動性玩具或展品太少	3	17.6
增加展示物品	3	17.6
希望有專業人引導小朋友，達到教育功能	2	11.8
活動更新太慢, 還是幾年前的內容	2	11.8
有展品損壞沒有整理	2	11.8
東西太舊	1	5.9
缺少對父母的引導，讓父母可配合工作人員協助小朋友使用設施	1	5.9
服務人員太少，有參觀者在場內喝咖啡沒人處理	1	5.9
可以再增設國小中高年級的內容	1	5.9
加強教育推廣之效能	1	5.9
增加多國語言服務	1	5.9

六、觀眾對「各項開放時間及相關措施」的看法

(一) 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(860位)，約有三成三(33.3%)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，有六成七(66.7%)表示不知道此項措施。(圖32)

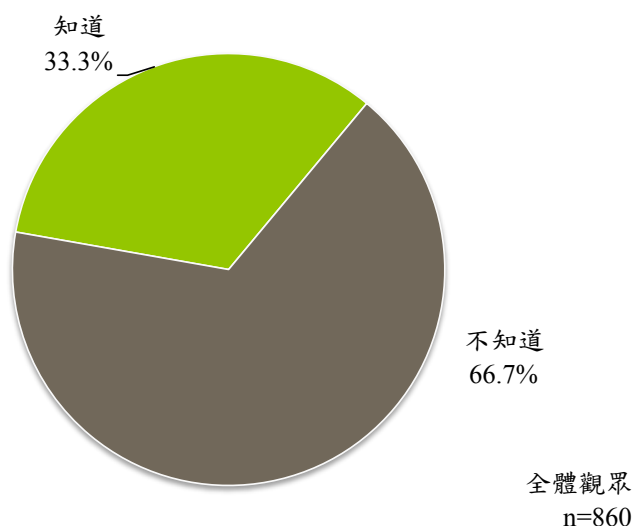


圖32. 觀眾對「每週五及週六延長夜間開放時間至晚間九點」的知悉度

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，卡方檢定在不同行業、居住地區、觀眾屬性、參觀日期及參觀次數有顯著差異，分析如下：(附表28)

1. 行業：以軍職/公務人員及教職知道此項措施的比例較高，分別為47.9%及47.2%。
2. 居住地區：以居住在臺灣地區的觀眾表示知道此項措施的比例最高(47.2%)，日本/韓國則最低(13.0%)。
3. 觀眾屬性：以散客觀眾表示知道此項措施的比例(37.7%)高於團體觀眾(20.5%)。
4. 參觀日期：以平日參觀者(36.8%)表示知道此項措施的比例高於假日參觀者(29.3%)。
5. 參觀次數：以曾經來訪的參觀者(46.4%)表示知道的比例高於首次參觀者(25.3%)。

（二）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(354 位)，約有四成一(41.0%)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，但仍有五成九(59.0%)表示不知道此項措施。（圖 33）

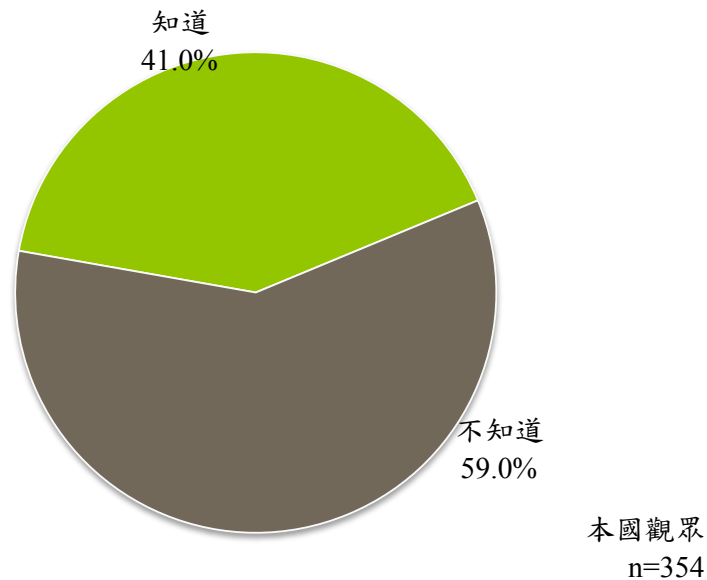


圖33. 國內觀眾對「週五、週六夜間 6:30~9:00 憑國人身分證件免費參觀」知悉度

進一步瞭解國內觀眾對此項措施(週五、週六夜間 6:30~9:00 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次數有顯著差異，分析如下：（附表 29）

1. 參觀次數:以曾經來訪的參觀者(43.5%)表示知道的比例高於首次參觀者(34.9%)。

（三）觀眾曾於夜間開放時段來訪參觀的比例

全體觀眾中(860 位)，僅有 4.3%表示曾於夜間開放時段來參觀過，有高達九成六(95.7%)表示沒有在此時段來訪過。（圖 34）

若觀察知道有夜間開放時段措施之觀眾(286 位)的來訪率，約有一成一(11.2%)表示曾於夜間時段來訪過，仍有高達八成九(88.8%)表示未在此時段來訪過。

此外，僅觀察國內觀眾(354 位)，僅有 5.6%曾於夜間開放時段來訪過，有高達九成四(94.4%)表示沒有在此時段來訪過。進一步觀察知道有夜間開放措施的國內觀眾(167 位)，則有一成(10.2%)曾於夜間時段來訪過，約有九成(89.8%)

表示沒有於此時段來訪過。而觀察知道夜間開放時段國人有免費優惠措施的國內觀眾(145 位)，則有一成一(11.0%)表示曾於此時段來訪過，約有八成九(89.0%)仍未於此時段來訪過。

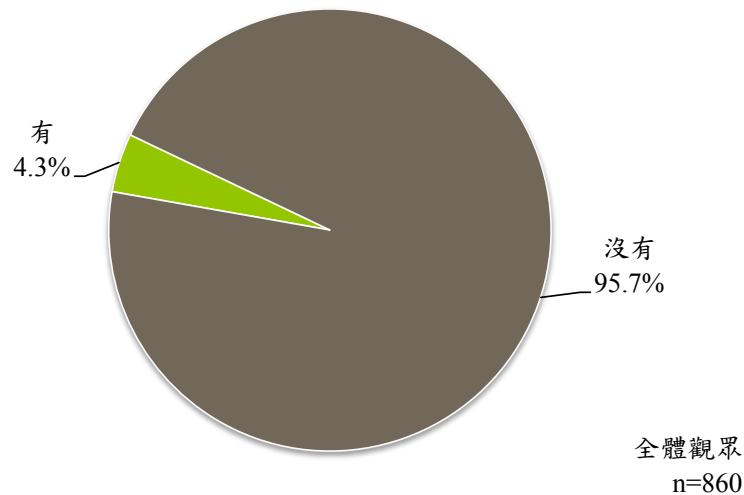


圖34. 觀眾曾於夜間開放時段來訪參觀的比例

進一步瞭解觀眾曾於夜間開放時段來訪的比例與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同參觀次數有顯著差異，分析如下：（附表 30）

1. 參觀次數:以曾經來訪的觀眾(8.4%)表示曾於夜間開放時段來訪的比例高於首次參觀者(1.9%)。

（四）國內觀眾對夜間開放時段且國人可免費入場措施之滿意度

國內觀眾中(354 位)，有高達九成三(92.9%)表示滿意夜間開放時段且國人可免費入場的措施(非常滿意 52.8%、還算滿意 40.1%)，約有 5.6%表示尚可，僅有 1.4%表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.6%)。（圖 35）

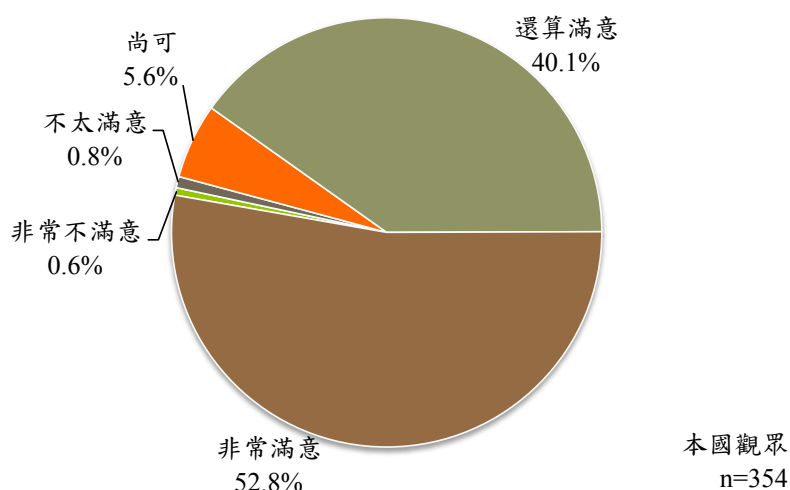


圖35. 國內觀眾對夜間開放時段且國人可免費入場措施之滿意度

進一步瞭解國內觀眾對此項措施的滿意度與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析如下：（附表 31）

1. 年齡：以 15-19 歲表示滿意的比例較高，占 100.0%，其次為 30-39 歲（95.8%）。

（五）國外觀眾對目前開放參觀時間規劃之滿意度

國外觀眾中(506 位)，約有八成九(88.7%)表示滿意目前的開放時間(非常滿意 50.8%、還算滿意 37.9%)，約有一成(10.3%)表示尚可，僅有 1.0%表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.2%)。（圖 36）

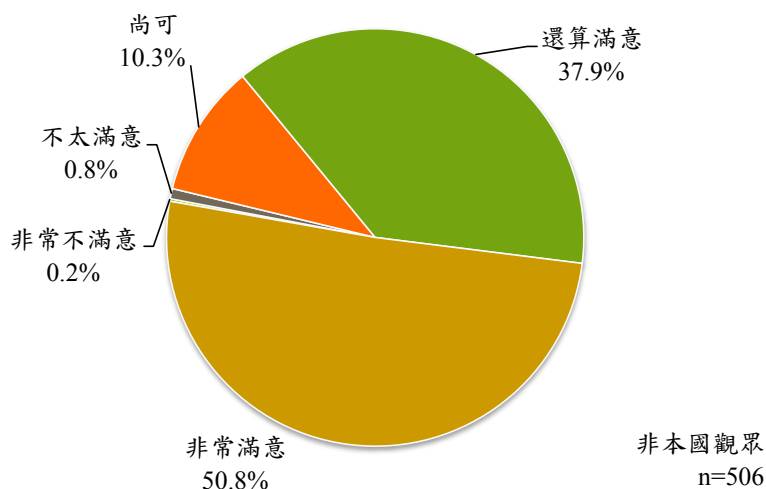


圖36. 國外觀眾對目前開放參觀時間規劃之滿意度

進一步瞭解國外觀眾對目前開放參觀時間的滿意度與基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、行業及參觀次數有顯著差異，但因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析如下：（附表32）

1. 年齡：以15-19歲表示滿意的比例較高，占92.6%，其次為20-29歲(92.1%)，而40-49歲的比例則最低(79.2%)。
2. 行業：以軍職/公務人員表示滿意的比例最高，占100.0%，其次為農業及其他行業(92.3%)(但皆因樣本數較少僅供參考)，而教職表示滿意的比例則最低(83.9%)。
3. 參觀次數：首次來訪者(89.6%)表示滿意的比例略高於曾經來訪者(84.0%)。

（六）國內觀眾對本國學生憑證件可免費入場的知悉度

國內觀眾(354位)中，約有三成七(36.7%)表示知道憑本國學生證件可免費入場參觀，但仍有六成三(63.3%)表示不知道此項措施。（圖37）

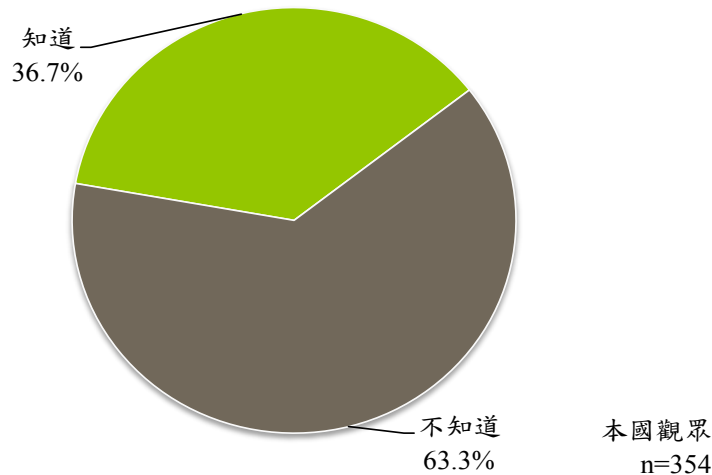


圖37. 觀眾對「本國學生憑證件可免費入場」的知悉度

進一步瞭解其措施知悉度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同行業及參觀次數有顯著差異，但在行業因交叉細格期望值小於5的比例超過25%，分析如下：（附表33）

1. 行業：以旅遊從業者(66.7%)、農業及其他(50.0%)表示知道的比例較高(但因樣本數較少僅供參考)，。
2. 參觀次數：曾經來訪者(40.7%)表示知道的比例高於首次來訪者(27.4%)。

(七) 國內觀眾對本國學生憑證件可免費入場措施的滿意度

國內觀眾(354 位)中，有高達九成六(96.0%)表示滿意憑本國學生證件可免費入場參觀之措施，有 2.3%表示尚可，僅有 1.7%表示不滿意此項措施。(圖 38)

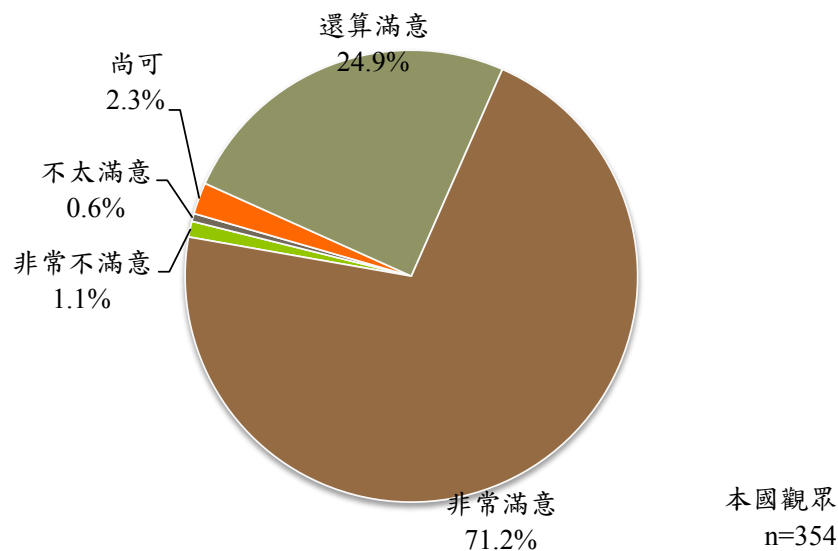


圖38. 國內觀眾對本國學生憑證件可免費入場措施的滿意度

進一步瞭解對此措施的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婚姻狀況有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 25%，分析如下：(附表 34)

1. 年齡：以 15-19 歲表示滿意的比例較高，占 100.0%，其次為 30-59 歲，各年齡層均在 96.8%~96.3%間，而 60 歲及以上的比例則最低(80.0%)(但因樣本數較少僅供參考)。
2. 婚姻狀況：以已婚有小孩表示滿意的比例較高，占 97.1%，而已婚無小孩的比例較低，占 93.1%。

(八) 觀眾在 16:30~18:30 離峰時段的參觀意願

有高達八成五(84.9%)表示有意願於週一至週日 16:30-18:30 前來參觀，約有一成五(15.1%)表示沒有意願。(圖 39)

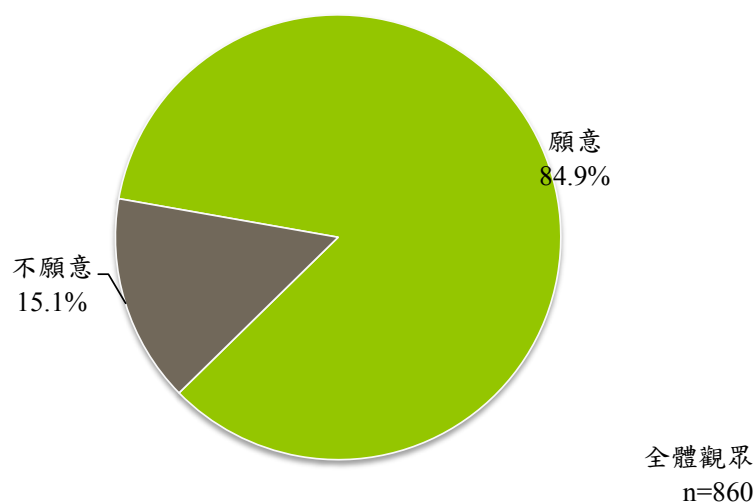


圖39. 觀眾在 16:30~18:30 離峰時段的參觀意願

進一步瞭解在 16:30-18:30 的參觀意願與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定皆無顯著差異。（附表 35）

（九）觀眾在週五及週六 18:30~21:00 離峰時段的參觀意願

有高達八成四(84.3%)表示有意願於週五及週六 18:30-21:00 前來參觀，約有一成六(15.7%)表示沒有意願。（圖 40）

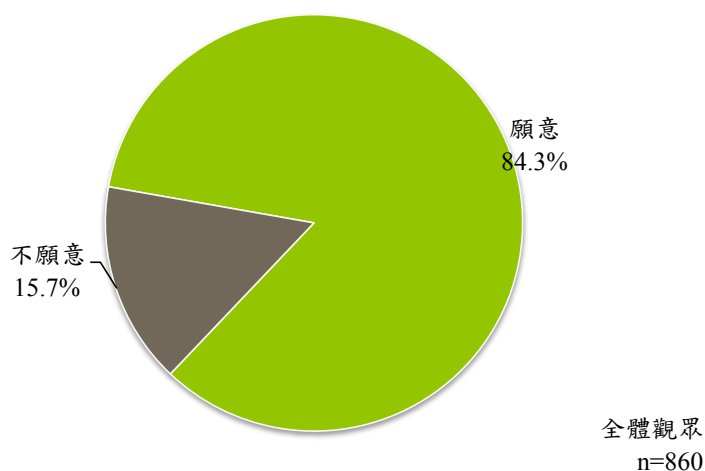


圖40. 觀眾在週五及週六 18:30~21:00 離峰時段的參觀意願

進一步瞭解在週五及週六 18:30-21:00 的參觀意願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，分析如下：（附表 36）

1. 居住地區：以居住在美國/加拿大/歐洲的觀眾表示有意願的比例最高(94.2%)，日本/韓國則最低(76.0%)。
2. 觀眾屬性：以散客觀眾(85.8%)有意願的比例高於團體觀眾(80.0%)。

(十) 鼓勵觀眾利用 16:30 離峰時段參觀故宮的誘因

鼓勵觀眾可利用下午 16:30 後的離峰時段來參觀故宮之誘因，以「提供優惠票價」的比例最高，占六成(59.7%)，其次為「尖峰時段限制入場人數，強制訪客使用離峰時段，平均各時段人流」占四成(40.3%)，另有 6.5%表示其他。此外，針對希望能提供優惠票價的觀眾，瞭解優惠票價之建議價格，整體平均約為 147 元，較目前優惠票 150 元再低一些。(圖 41)

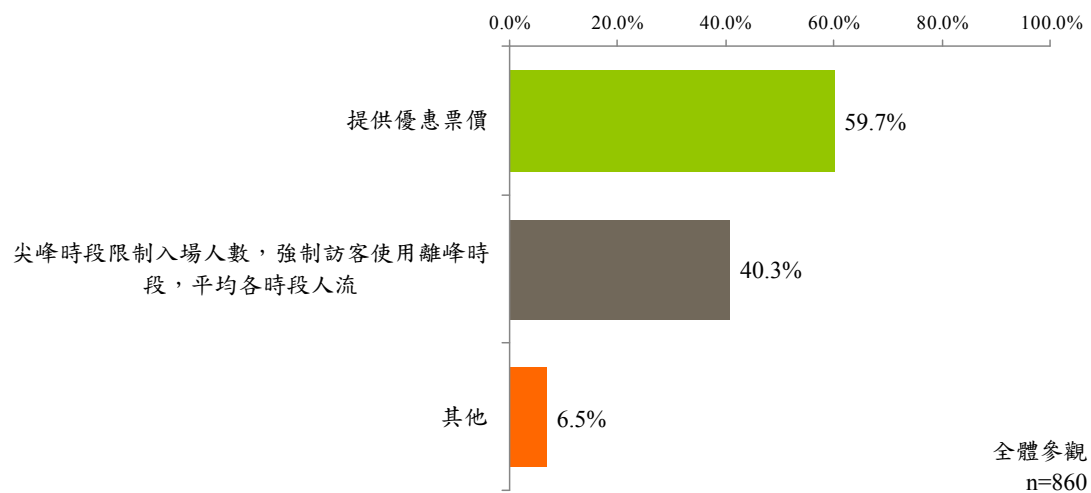


圖41. 觀眾在週五及週六 18:30~21:00 離峰時段的參觀意願

深入瞭解不同誘因之受訪觀眾特性：(附表 37)

1. 提供優惠票價：以女性、15-19 歲、高中(高職)、大學教育程度、未婚、居住在港澳/中國大陸、臺灣地區、假日參觀者、10 月份參觀者及曾經來訪者的比例較高。
2. 尖峰時段限制入場人數：以 50-59 歲、旅遊從業人員、居住在美國/加拿大/歐洲及首次來訪者的比例較高。

（十一）觀眾對於因應人數眾多期待能提升參觀品質之改善項目

由於參觀人數眾多，觀眾對於能提升參觀品質期待改善的項目，以「採取團體、散客分離時段」的比例最高，占 56.6%，其次為「採取預約參觀制，未預約者均需於現場等候當日限量入館名額」，占 33.5%，再其次則是「支持大故宮擴建計畫」（25.1%）及「現場抽號碼牌，各時段人數總量管制」（18.1%），另有 4.2% 表示無意見。（圖 42）

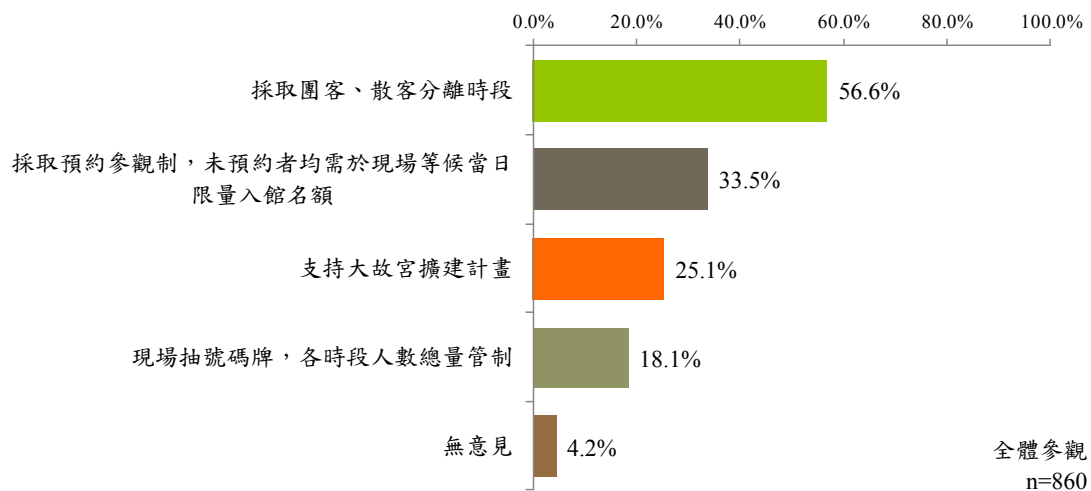


圖42. 觀眾對於因應人數眾多期待能提升參觀品質之改善項目

深入瞭解比例較高的前三項目之受訪觀眾特性：（附表 38）

1. 採取團體、散客分離時段：以女性、15-19 歲、專科教育程度、已婚有小孩、居住在日本/韓國、臺灣地區的比例較高。
2. 採取預約參觀制，未預約者均需於現場等候當日限量入館名額：以 20-29 歲、大學教育程度、已婚無小孩及未婚、旅遊從業人員、居住在港澳/中國大陸、團體觀眾及 9 月份來訪者的比例較高。
3. 支持大故宮擴建計畫：以男性、50-59 歲、研究所以上、已婚無小孩、教職、居住在其他地區、散客觀眾及曾經來訪者的比例較高。

（十二）整體性之建議及小結

彙整上述在各項開放時間措施之結果，不管在夜間開放時段、國人夜間時段免費入場或本國學生憑證免費入場等措施，其知悉度仍顯偏低，未來應加強於不同管道進行宣導。此外，對於離峰時段來訪的意願度，皆約在八成四至八成五間，進一步瞭解沒有意願的原因，多數是因為行程的安排無法配合離峰時段，或是因居住太遠，參觀時間太晚造成不方便返家等狀況，但也有觀眾反應，

感覺隨時都很多人並無離峰時段，或表示如果國人免費是否該時段的觀眾人潮也會很多等想法，顯示多數觀眾未曾於夜間時段來訪過，建議未來可針對此時段的優勢多加宣導，讓夜間開放的美意能增加效益。

表15. 離峰時段沒有意願參觀的原因

週一至週日 16:30-18:30 無願意的原因(n=130)	樣本數	百分比
行程安排無法搭配離峰時段	44	5.1
要配合休假時間所以平日不能來	42	4.9
時間太晚住的地方較遠會不方便回去	17	2.0
參觀時間太短	13	1.5
晚餐時間	5	0.6
休假時間不一定，很難配合離峰時段	4	0.5
不喜歡這個時段	3	0.3
感覺隨時人都很多，不認為會有離峰時段	2	0.2
週五及週六 18:30-21:00 無願意的原因(n=135)	樣本數	百分比
行程安排無法搭配離峰時段	62	7.2
時間太晚住的地方較遠會不方便回去	34	4.0
參觀時間太短	13	1.5
不喜歡這個時段	10	1.2
休假時間不一定，很難配合離峰時段	4	0.5
感覺人會很多	3	0.3
感覺隨時人都很多，不認為會有離峰時段	2	0.2
要配合休假時間所以平日不能來	2	0.2
晚餐時間	2	0.2
週末要上班	1	0.1
國人免費時段會人太多	1	0.1
有小孩同行部適合太晚參觀	1	0.1

七、國內觀眾期望的資訊來源管道及增加參觀頻率之誘因

(一) 國內觀眾獲得國立故宮博物院相關訊息之管道

國內觀眾(354 位)目前獲得國立故宮博物院相關訊息之管道，以「故宮官網或 FB 粉絲團」(46.0%)比例最高，其次為「網路/部落客」(43.2%)，再其次依序為「電視」(34.5%)、「手機 APP」(24.9%)、「旅遊手冊/DM」(15.3%)、「一般報紙」(14.7%)及「旅遊書籍」(11.9%)，其他項目皆低於一成。(圖 43)

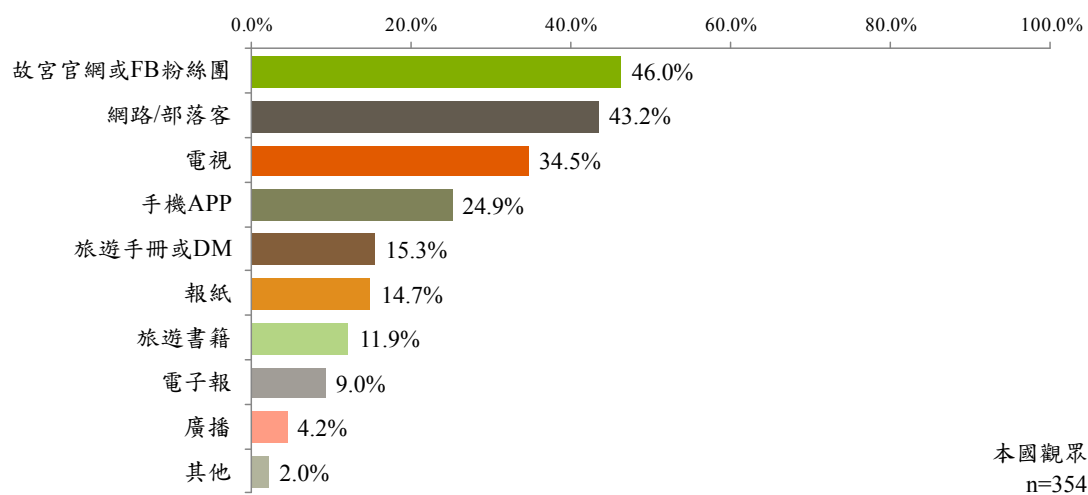


圖43. 國內觀眾獲得國立故宮博物院相關訊息之管道

深入瞭解比例較高的前三項目之受訪觀眾特性：(附表 39)

1. 故宮官網或 FB 粉絲團：以女性、50-59 歲、研究所以上教育程度、已婚無小孩、散客觀眾、平日來訪者、10 月份來訪者及曾經來訪者的比例較高。
2. 網路/部落客：以男性、30-39 歲、專科教育程度、未婚及 10 月份來訪者的比例較高。
3. 電視：以 15-19 歲、未婚、10 月份來訪者及首次來訪者的比例較高。

（二）觀眾期望獲得國立故宮博物院展覽或最新活動相關訊息之管道

國內觀眾(354位)期望獲得國立故宮博物院在展覽或最新活動相關訊息之管道，以「故宮官網或FB粉絲團」(60.7%)比例最高，其次為「手機APP」(44.6%)，再其次依序為「電視」(39.3%)、「捷運報」(19.5%)、「電子報」(18.9%)及「一般報紙」(11.3%)，其他項目皆低於一成。（圖44）

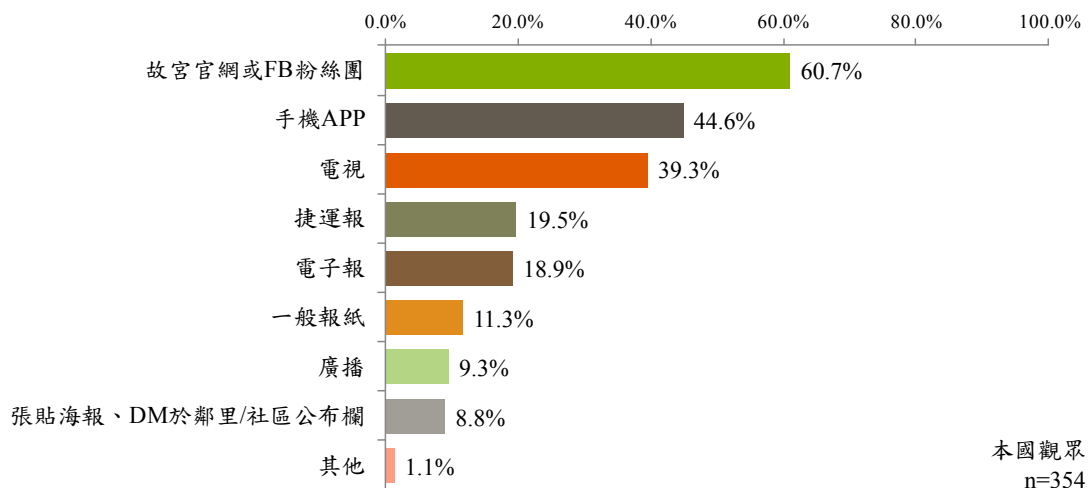


圖44. 觀眾期望獲得國立故宮博物院展覽或最新活動相關訊息之管道

深入瞭解比例較高的前三項目之受訪觀眾特性：（附表 40）

1. 故宮官網或FB粉絲團：以女性、50-59歲、研究所以上教育程度、已婚有小孩、散客觀眾、平日來訪者、8月份來訪者及曾經來訪者的比例較高。
2. 手機APP：以40-49歲、已婚有小孩、散客觀眾、8月份來訪者及首次來訪者的比例較高。
3. 電視：以男性、20-29歲、高中(高職)教育程度、未婚、團體觀眾、8月份來訪者及首次來訪者的比例較高。

(三) 提升國內觀眾參觀頻率之誘因

國內觀眾(354 位)表示可提升參觀頻率之誘因，以「舉辦文化藝術活動」(50.6%)比例最高，其次為「提供免費導覽服務」(49.4%)，再其次依序為「舉辦親子類型的文化活動」(22.0%)、「特定展覽」(18.6%)及「申報故宮之友」(10.2%)，其他項目皆低於一成，另有一成五(15.0%)則表示都不會有吸引力，想來參觀時就會來。(圖 45)

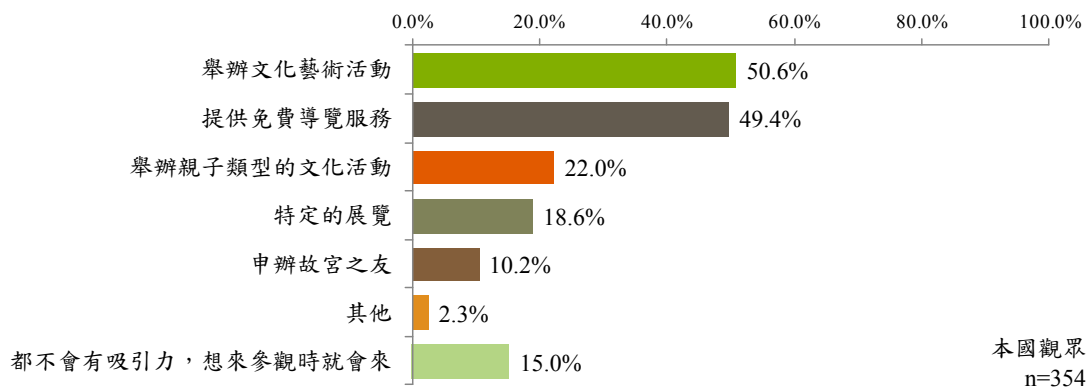


圖45. 提升國內觀眾參觀頻率之誘因

深入瞭解比例較高的前三項目之受訪觀眾特性：(附表 41)

1. 舉辦文化藝術活動：以女性、15-19 歲、未婚、散客觀眾、10 月份來訪者及首次來訪者的比例較高。
2. 提供免費導覽服務：以 40-49 歲、已婚有小孩、散客觀眾、8 月份來訪者及首次來訪者的比例較高。
3. 電視：以男性、20-29 歲、高中(高職)教育程度、未婚、團體觀眾、8 月份來訪者及首次來訪者的比例較高。

八、觀眾期望國立故宮博物院優先改善或加強之項目與相關建議

(一) 觀眾期望國立故宮博物院優先改善的項目

為能提升各項參觀品質，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」占 61.3%，比例最高，其次為「提升觀眾參觀素質」(31.9%) 及「改善參觀動線」(30.0%)，再其次依序為「擴增展覽空間」(27.8%)、「增加多元型態的活動」(22.2%)、「增加展覽宣傳」(19.8%)、「改善館內各項指示標誌」(15.0%)及「改善寄物服務」(12.8%)，其餘項目皆低於一成。(圖 46)

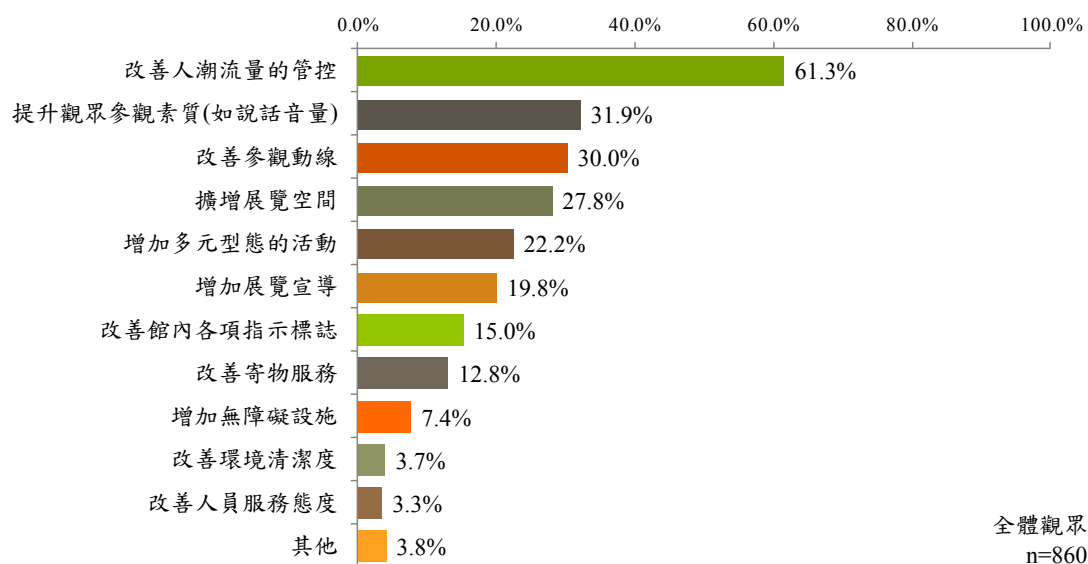


圖46. 觀眾期望國立故宮博物院優先改善的項目

(二) 觀眾期望國立故宮博物院加強的項目

為維持國立故宮博物院為國際頂尖博物館的地位，觀眾期望應加強的項目，以「規劃分眾參觀動線」占 33.8%，比例最高，其次為「擴大展示空間」(30.3%)，再其次依序為「增加展示文物」(27.6%)、「提升展覽內容」(24.3%)、「加強教育推廣」(21.5%)、「擴大餐飲休憩服務空間」(20.9%)、「增加數位科技創新展示」(17.7%)、「增加文創商品的開發」(15.9%)、「增加多國語言服務」(15.9%)、「改善交通現況」(15.2%)及「設置文物修護中心」(10.1%)，其餘項目皆低於一成。(圖 47)

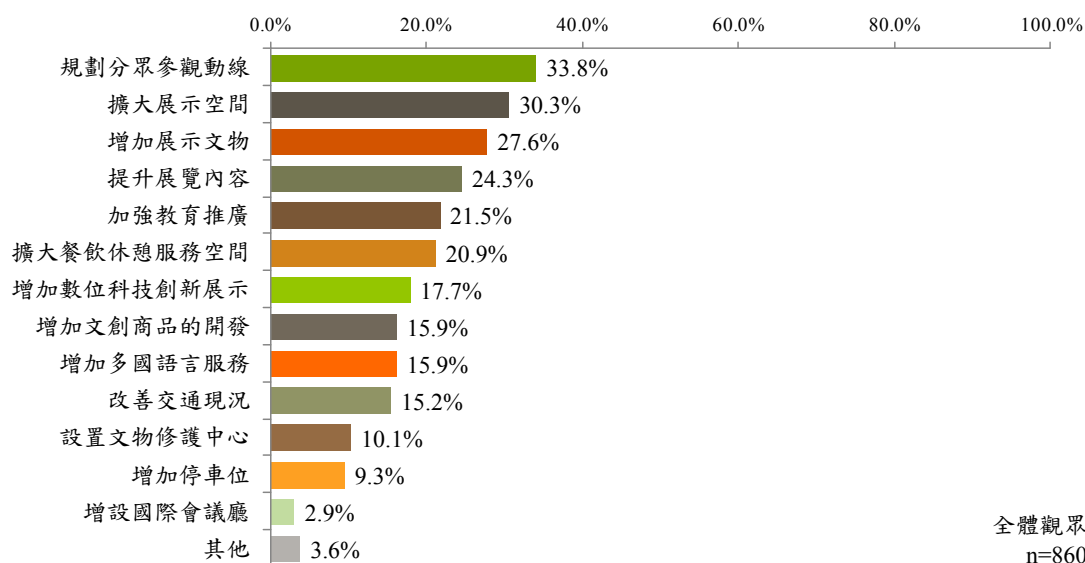


圖47. 觀眾期望國立故宮博物院加強的項目

(三) 整體性的相關建議

有 178 位觀眾提供整體性的建議，經歸類後發現，以「人潮管控」的建議居多(46.6%)，其餘項目皆低於一成。(圖 48)

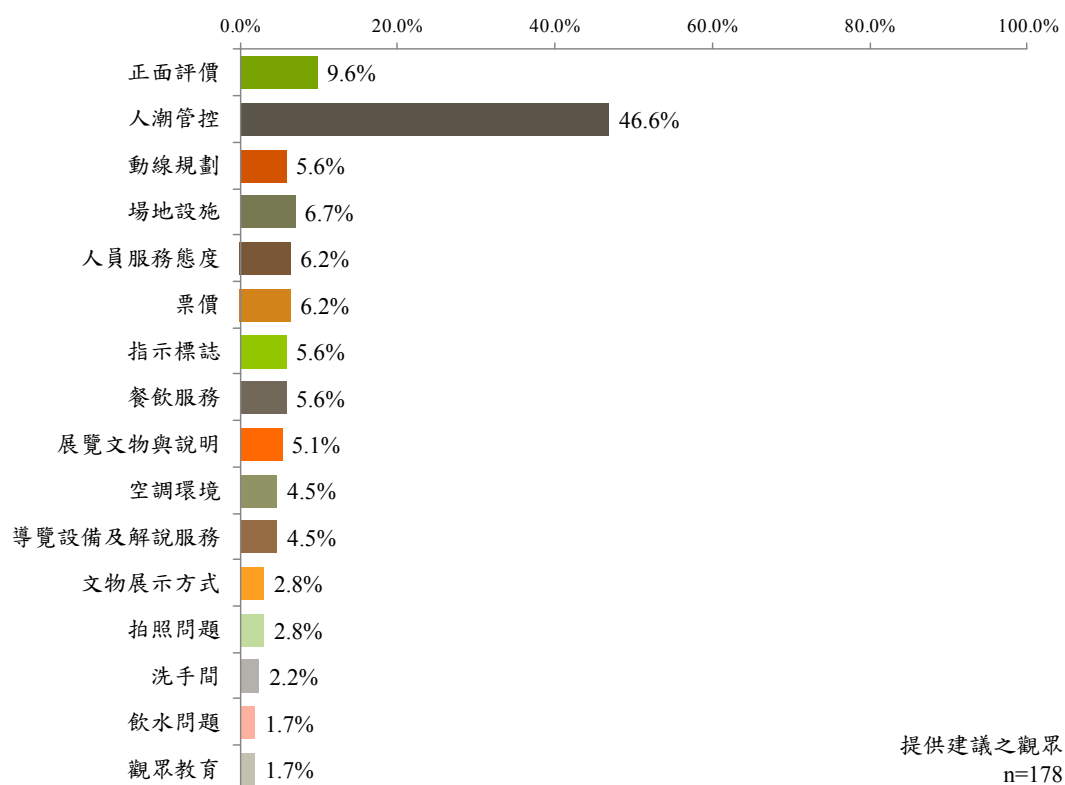


圖48. 觀眾對國立故宮博物院的建議

表16. 觀眾對國立故宮博物院的建議

相關建議		樣本數	百分比
正面評價	表現很好	10	5.6
	服務很好，設施齊全	1	0.6
	動畫跟影片做得非常棒	1	0.6
	館方人員接待很好	1	0.6
	很滿意，商店都很乾淨，洗手間可以再乾淨些	1	0.6
	燈光明亮，廁所乾淨	1	0.6
	人員都非常好，讓人有親切感	1	0.6
	不只歷史的展品很多，增進了學習且設施很乾淨，回日本會	1	0.6
人潮管控	參觀人數過多造成參觀品質低落	22	12.4
	希望能改善人多吵雜、混亂的問題	15	8.4
	參觀人數太多，應嚴格控管參觀人數	10	5.6
	建議散客及團體的參觀時段分開	10	5.6
	希望限制團體參觀之人數、團數	7	3.9
	希望參觀路線、參觀順序能更清楚明白	6	3.4
	希望採預約制嚴格控管參觀人數	3	1.7
	人多動線混亂	3	1.7
	導遊帶團員進展區，不管有人正在參觀，就硬擠進來	2	1.1
	部份區域的參觀者人數過多很擁擠，部份人少，希望現場能宣導並告知展間的狀況來分散人潮	1	0.6
	有些區域人太多，都看不到展品	1	0.6
	開放每週一日，給本國人入場	1	0.6
	團體參觀人數多，不分國籍都大聲喧嘩	1	0.6
	針對各展示館管制參觀人數總量	1	0.6
動線規劃	希望擴大展覽區方便更多人參觀	2	1.1
	希望可擴建	2	1.1
	陳列室人潮擁擠，參觀動線應該要重新規劃	1	0.6
	展示場應重新規劃將人潮分散不要集中在某些樓層	1	0.6
	改善動線，人太多較吵	1	0.6
	三樓人太多，感覺沒有管制制序不好	1	0.6
	人數太多時，請導遊在廣場講解後再進入參觀	1	0.6
	動線很亂，常被插隊	1	0.6
場地設施	希望擴大展覽區方便更多人參觀	2	1.1

相關建議		樣本數	百分比
	希望可擴建	2	1.1
	停車場費用標示不明顯	1	0.6
	展區內樓梯太高，沒有手扶梯	1	0.6
	地板不夠光鮮亮麗有失國家級展館的氣勢	1	0.6
	希望寄物處能再大些	1	0.6
	希望能提供與參觀人次相符的服務設施比例(如廁所)	1	0.6
	展場場地太小，都樓梯不方便	1	0.6
	希望停車場能增設或擴大	1	0.6
	導覽地圖應準確地指出文物展覽的所在處	1	0.6
人員服務 態度	工作人員態度有待加強，應親切點	4	2.2
	展廳內人員只舉牌，無口頭上警告，展場依然吵鬧	1	0.6
	寄物的人態度不友善	1	0.6
	希望針對替代役加強客服應對相關訓練	1	0.6
	服務人員手持扇子告知不可拍照，效果不大	1	0.6
	寄物處人員動作太粗暴，直接把行李用擠的	1	0.6
	希望寄物人員服務態度能改善	1	0.6
	希望服務員更積極點	1	0.6
票價	提高國外觀眾的票價	4	2.2
	本國人票價應該要再更低些	1	0.6
	購票處未明顯標示「憑本國學生證免費」	1	0.6
	希望購票處對國人的優惠可明顯標示，以免損及權益	1	0.6
	提高票價，以價制量減少參觀人潮	1	0.6
	票價調整後青旅卡優惠由80元變150元，希望恢復優惠價80元	1	0.6
	希望開放有台灣企業識別證或名片者可免費參觀	1	0.6
	希望能開放國外大學(高中)之學生證也免費參觀	1	0.6
指示標誌	指示標誌不夠清楚、明顯，需再改進	2	1.1
	指示標誌應多點日文	1	0.6
	指示標誌太少找不到要找的地方，容易迷路	1	0.6
	售票處的指示標誌完全不清楚	1	0.6
	有些路線封起來，沒有指標告知如何前往另一區	1	0.6
	服務台的指示標誌不清楚	1	0.6
	入口處標示不清楚	1	0.6
	入口處設牌子「降低音量」	1	0.6

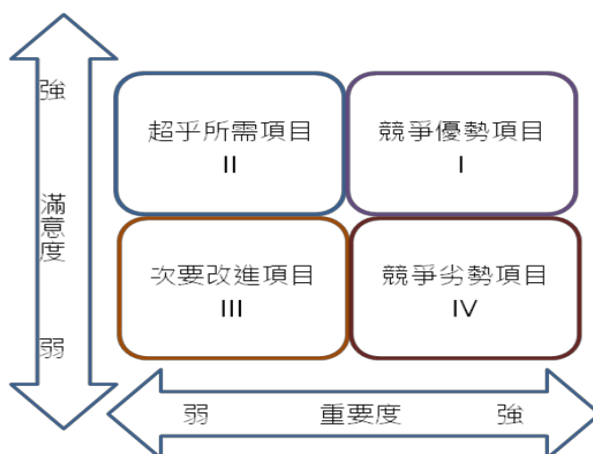
	相關建議	樣本數	百分比
	希望能更明確標示寄物處，讓參觀更容易找到	1	0.6
餐飲服務	希望增設餐廳、餐飲區	4	2.2
	加強院內餐廳餐飲需的宣傳	2	1.1
	希望降低餐飲價格	1	0.6
	希望能增設便利店	1	0.6
	增設可以吃自己帶來食物的區域	1	0.6
	設置較平價的餐飲服務	1	0.6
展覽文物 與說明	希望有詳細介紹文物的說明簡介(如：吳彬畫作	2	1.1
	文物標示不清楚，希望能更詳細清楚些	2	1.1
	希望各展覽室能提供較有特色或著名文物的簡	1	0.6
	文物的文字介紹，字型可大字些	1	0.6
	建議提供展廳介紹說明及建議參觀動線	1	0.6
	希望能更換一樓常設展內容	1	0.6
	展品說明中有生難字，可加註注音或拼音，幫助瞭解	1	0.6
空調環境	空調溫度太低	7	3.9
	冷氣太冷，可在網站上提醒	1	0.6
導覽設備 及解說服 務	導遊導覽器的聲音太大	1	0.6
	應在售票處主動詢問是否需語音導覽	1	0.6
	導覽員須對內容正確度做確認	1	0.6
	導遊解說較不專業，希望增加團體解說服務	1	0.6
	希望增加故宮人員導覽之場次(時段)	1	0.6
	語音導覽耳機有時出現滴滴聲雜音	1	0.6
	參觀路線與語音導覽機的對應度要提高	1	0.6
	希望提供免費導覽服務	1	0.6
文物展示 方式	展示的方式可多元化(如：讓參觀者有互動的感覺)	1	0.6
	放大鏡太少	1	0.6
	希望少些書類展品，多增加藝術或古文物類展品	1	0.6
	增加放映室	1	0.6
	可使用動畫展示展品，幫助參觀者瞭解	1	0.6
拍照	希望增設可拍照的主題佈置	3	1.7
	希望可以在展覽區內拍照	1	0.6
	展區內不能拍照，有點可惜	1	0.6
洗手間	洗手間數量少	2	1.1
	廁所太小、老舊	1	0.6
	人潮太多，洗手間的清潔度應加強	1	0.6

	相關建議	樣本數	百分比
觀眾教育	建議導遊應對團員宣傳入館後禁止喧譁	2	1.1
	希望館內的參觀說明能公佈在網路上	1	0.6
飲水問題	希望能另闢飲水區讓參觀者可喝水	2	1.1
	增加飲水機數量(最好各樓層都有)	1	0.6
休憩區	希望休憩區能增設位子	1	0.6
	展場應有休息設施, 飲水區域等	1	0.6
其他	希望提升台灣導遊素質	2	1.1
	手機信號不好	1	0.6
	宣傳彩頁可多放些在架上供參觀者拿取	1	0.6
	增加宣傳手冊印製量, 避免現場無導覽地圖可供應的狀況發生	1	0.6
	希望能提供簡體版書面介紹資料	1	0.6
	希望能減少各種排隊時間	1	0.6
	電視宣傳國人身份證免費的相關訊息	1	0.6

陸、重要性－績效分析 (IPA)分析

Martilla and James 於1977年發展的「重要性－績效」分析方法(IPA)，已成為制定機構定位策略與資源分配決策的參考依據。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四類。透過IPA分析方法，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。

「重要性－績效」分析方法(IPA)，視各項目滿意度表現為績效，重要性則是由各項目與整體滿意度之相關性表示，依據整體表現與其他項目的重要度及滿意度比例在平面座標上描繪座標點，各座標點（服務項目）將落在四個區域中的某一塊區域。平面座標上的四個區域分別代表不同的意義：



- ◆ 第一象限(I)競爭優勢項目
表示觀眾認為該項服務之重要度高，且服務滿意度亦高，此服務項目為本機關的競爭優勢項目。
- ◆ 第二象限(II)超乎所需項目
表示觀眾認為該項服務之重要度低，但對於服務滿意度卻高，此服務項目雖贏得好評但對於本項服務項目的助益不大，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。
- ◆ 第三象限(III)次要改進項目
表示觀眾認為該項服務之重要度低，且服務滿意度亦低，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。
- ◆ 第四象限(IV)競爭劣勢項目
表示觀眾認為該項服務之重要度高，但服務滿意度表現低，此服務項目為本機關劣勢所在，則應列為優先改進項目

一、 整體性-重要性績效分析

依據 IPA 分析方法，103 年度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」、「各項整體性服務」及「各項開放時間及相關措施」等項目之「重要性－績效」分析如下：

（一）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「哺集乳室」。
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/禮品服務人員」、「展廳內服務人員」、「整體服務人員」。
3. 整體性服務：「整體展覽文物內容」、「活動」、「兒藝中心」。
4. 開放時間及相關措施：「身分證件免費入場」及「日開放參觀時間規劃」。

（二）超乎所需項目：

觀眾認為「本國學生證件免費入場」服務之重要度較低，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。

（三）次要改進項目：

「洗手間清潔舒適度」及「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。

(四) 競爭劣勢項目：

觀眾認為該項服務之重要度高，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：「餐飲/禮品環境舒適度」。
2. 動線規劃：「大廳整體動線規劃」、「展場內/陳列室動線規劃」、「設施指示標誌」、「導覽地圖清楚明確度」
3. 整體性服務：「陳列室整體環境」。

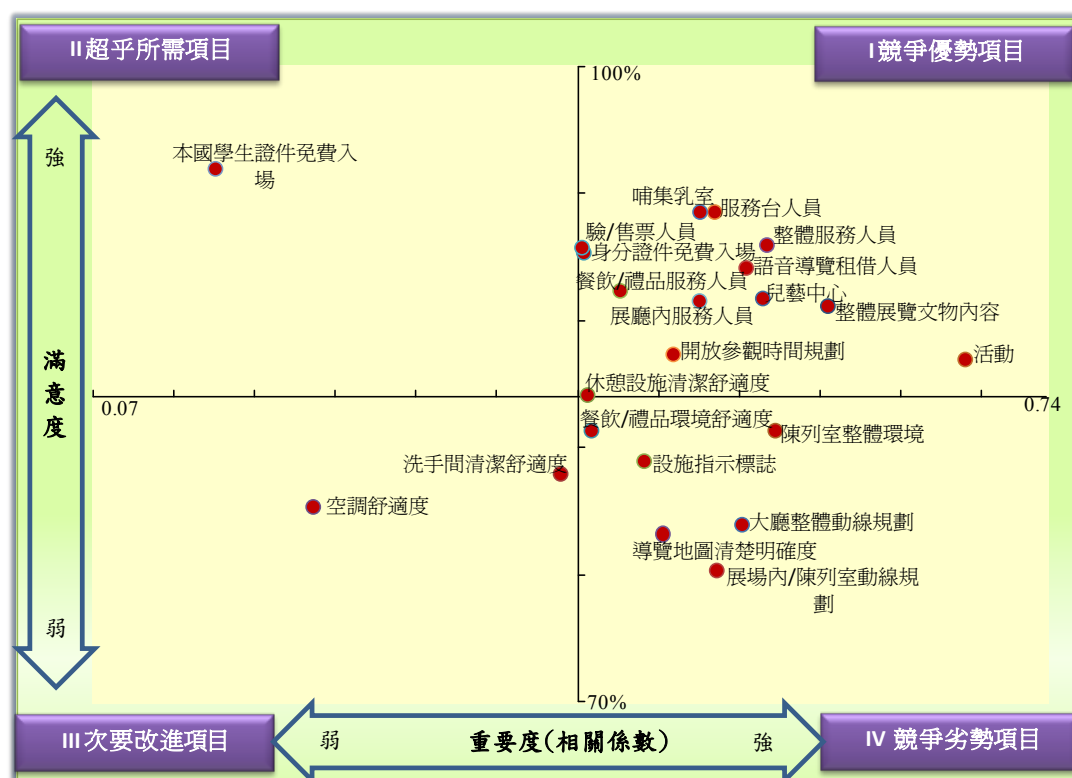


圖49. 各項滿意度與重要度模型-整體

二、 團體觀眾-重要性績效分析

團體觀眾為故宮非常重要的觀眾群，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 103 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」、「各項整體性服務」及「各項開放時間及相關措施」等項目之「重要性－績效」分析如下：

（一）競爭優勢項目

團體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：「餐飲/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/禮品服務人員」、「展廳內服務人員」及「整體服務人員」。
3. 整體性服務：「陳列室整體環境」、「活動」及「兒藝中心」。
4. 開放時間及相關措施：「本國學生證件免費入場」。

（二）超乎所需項目：

團體觀眾認為「身分證件免費入場」及「哺集乳室」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。

（三）競爭劣勢項目：

團體觀眾認為該項服務之重要度高，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：「洗手間清潔舒適度」、「休憩設施清潔舒適度」及「空調舒適度」。
2. 動線規劃：「大廳整體動線規劃」、「展場內/陳列室動線規劃」、「設施指示標誌」及「導覽地圖清楚明確度」。
3. 整體性服務：「整體展覽文物內容」。

4. 開放時間及相關措施：「日開放參觀時間規劃」。

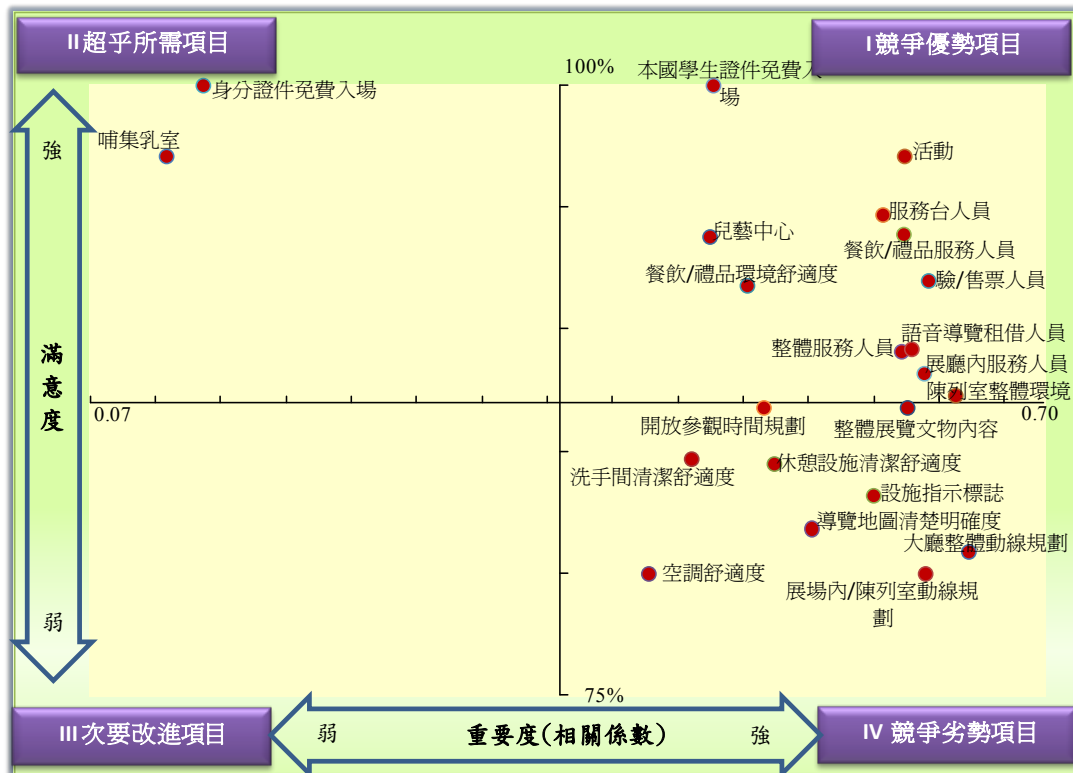


圖50. 各項滿意度與重要度模型-團體觀眾

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，將散客觀眾單獨來觀察其未來的資源投入策略，其103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」、「各項整體性服務」及「各項開放時間及相關措施」等項目之「重要性－績效」分析如下：

(一) 競爭優勢項目

散客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「哺集乳室」。

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/禮品服務人員」、「展廳內服務人員」及「整體服務人員」。
3. 整體性服務：「整體展覽文物內容」及「兒藝中心」。
4. 開放時間及相關措施：「身分證件免費入場」及「日開放參觀時間規劃」。

（二）超乎所需項目：

散客觀眾認為「本國學生證件免費入場」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。

（三）次要改進項目：

「洗手間清潔舒適度」及「空調舒適度」為重要性較低，且散客觀眾感受服務滿意度也較低者。雖然散客觀眾感受之滿意度績效欠佳，但相對而言散客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。

（四）競爭劣勢項目：

散客觀眾認為服務之重要度高，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。各類別下之細項如下：

1. 公共服務區各項設施：「餐飲/禮品環境舒適度」。
2. 動線規劃：「大廳整體動線規劃」、「展場內/陳列室動線規劃」、「設施指示標誌」、「導覽地圖清楚明確度」
3. 整體性服務：「陳列室整體環境」及「活動」。

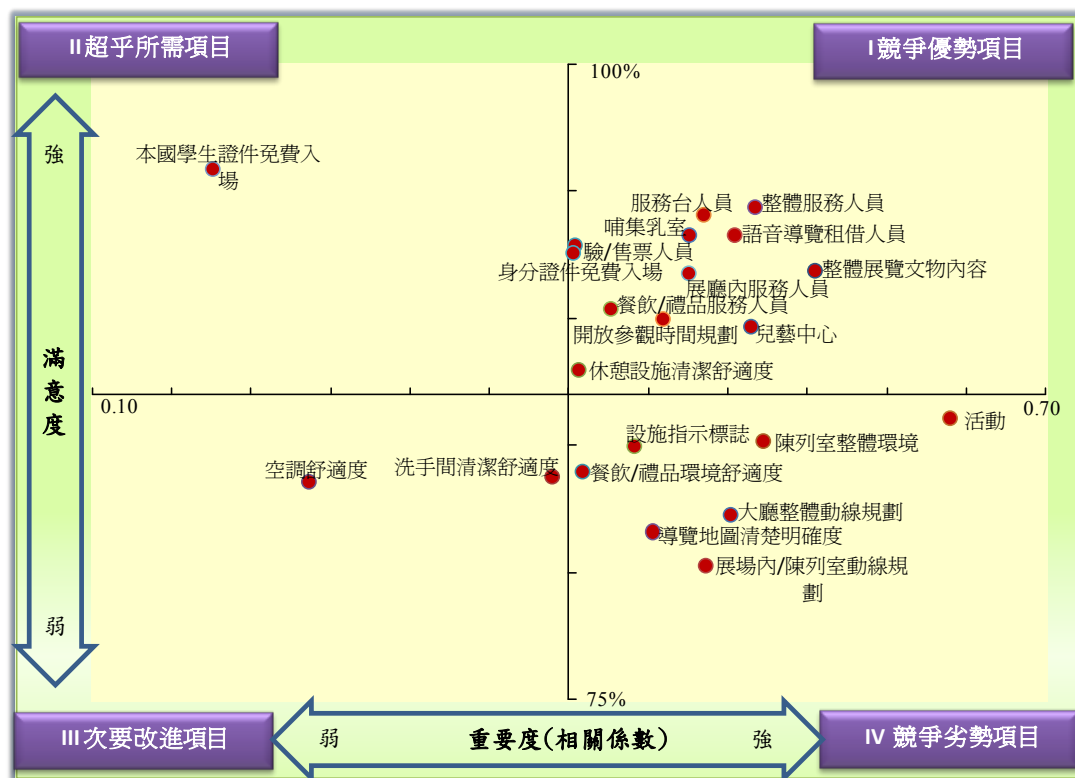


圖51. 各項滿意度與重要度模型-散客觀眾

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」、「各項整體性服務」及「各項開放時間及相關措施」等項目分析如下：

(一) 兩年度皆在同象限

比較 103 年度及 102 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」、「服務台人員」、「語音導覽租借人員」、「哺集乳室」及「展廳內服務人員」，次要改進項目則為「空調舒適度」。

(二) 移動至象限 I 競爭優勢項目：

比較 103 年度及 102 年度的「重要性－績效」分析，發現有「休憩設施清潔舒適度」及「整體服務人員」102 年度位於象限 II「超乎所需項目」，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滿意度的表現外，重要度也變強。另外「驗/售票人員」102 年度位於象限 III「次要改進項目」，於本年度移至象限 I「競爭優勢項目」，顯示該項目不僅滿意度及重要度皆變強。

(三) 移動至象限 III 次要改進項目：

比較 103 年度及 102 年度的「重要性－績效」分析，發現有「洗手間清潔舒適度」在 102 年度為象限 II「超乎所需項目」，於本年度移至象限 III「次要改進項目」，顯示滿意度相對變弱。

(四) 移動至象限 IV 競爭劣勢項目：

比較 103 年度及 102 年度的「重要性－績效」分析，發現在「陳列室整體環境」、「大廳整體動線規劃」、「餐飲/禮品服務人員」102 年度位於象限 I「競爭優勢項目」，於本年度則變動至象限 IV「競爭劣勢項目」，顯示該項目維持強重要度但滿意度卻呈現下降的趨勢。

「餐飲/禮品環境舒適度」102 年度位於象限 II「超乎所需項目」，於本年度則變動至象限 IV「競爭劣勢項目」，顯示該項目重要度變強但滿意度卻呈現下降的趨勢。

「展場內/陳列室動線規劃」、「設施指示標誌」及「導覽地圖清楚明確度」102 年度位於象限 III「次要改進項目」，於本年度則變動至象限 IV「競爭劣勢項目」，顯示該項目維持滿意度強度但滿意度卻呈現下降的趨勢。

表17. IPA 分析-年度比較

項目		IPA 象限	
		103 年度	102 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
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	II
	空調舒適度	III	III
	哺集乳室	I	I
	餐飲/禮品環境舒適度	IV	II
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	III
	設施指示標誌	IV	III
	導覽地圖清楚明確度	IV	III
服務人員服務態度	驗/售票人員	I	III
	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	II

柒、 歷年趨勢分析

一、 觀眾來訪屬性之歷年比較

(一) 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 74.4%，但需注意，抽樣調查的過程中，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故宮觀眾的團散客比例。

表18. 觀眾屬性-年度比較

	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
團體	53.3%	50.2%	32.0%	25.6%
散客	46.7%	49.8%	68.0%	74.4%

(二) 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，但本年度於 1-2 小時的比例約有下降，但在超過 2 小時以上的比例雖去年度相比無顯著差異，但皆略有上升的趨勢，顯示觀眾整體停留的時間有增加的現象。

表19. 觀眾停留時間-年度比較

	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
1 小時以內	4.5%	5.7%	4.2%	7.1%
1-2 小時	50.2%	51.0%	50.4%	42.8%
2-3 小時	30.4%	31.4%	33.8%	35.7%
3-4 小時	9.5%	6.9%	9.1%	10.3%
4 小時以上	5.4%	5.1%	2.5%	4.1%

(三) 觀眾回訪國立故宮博物院的頻率

綜觀各年度觀眾回訪國立故宮博物院的頻率，本年度首次來訪的比例再創新高，達 62.4%，自 100 年度的 48.6% 攀升至 62.4%，另觀察本年度受訪觀眾的年齡結構，發現 20-39 歲的比例較去年度增加，顯示故宮近年來於海內外的宣傳以發揮效益，不僅增加年輕族群同時對於也讓故宮成為臺灣必來的景點之一。

表20. 觀眾回訪國立故宮博物院的頻率-年度比較

	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
第一次來	48.6%	58.3%	60.0%	62.4%
曾經來過	51.4%	41.7%	40.0%	37.6%

(四) 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，針對有消費的平均金額來看，今年度約有下滑。

表21. 觀眾在國立故宮博物院的消費狀況-年度比較

	102 年度	103 年度
沒有消費	70.3%	69.2%
有消費	29.7%	30.8%
有消費的平均金額	959.1 元	940.8 元

二、「公共服務區各項設施」滿意度歷年比較

針對「公共服務區各項設施」表現之感受，以「哺集乳室的清潔舒適度」正向滿意度上升 4.0 個百分點，滿意度比例進步最多，且去年度相比，使用人數也有增加的趨勢，其次是「休憩設施清潔舒適度」上升 3.2 個百分點，但在「洗手間的清潔舒適度」的評價上，則較去年退步，滿意度下降了 4.5 個百分點，其餘項目之年度比較則在誤差範圍內。

表22. 觀眾對「公共服務區各項設施」的滿意度-近二年比較

	102 年度				103 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	680	88.5%	8.8%	2.7%	732	84.0%	12.0%	4.0%	-4.5%
休憩設施清潔舒適度	855	83.9%	11.3%	4.7%	860	87.1%	10.9%	2.0%	3.2%
整體空間空調舒適度	855	81.0%	11.6%	7.5%	860	82.7%	10.9%	6.4%	1.7%
哺集乳室清潔舒適度	83	90.3%	9.6%	0.0%	140	94.3%	4.3%	1.4%	4.0%

三、「各項動線規劃」滿意度歷年比較

針對「各項動線規劃」表現之感受，年度比較均在誤差範圍內，皆呈現持平的狀況。但仍需留意，在大廳整體動線規劃及導覽地圖清楚明確度在正面的滿意度比例皆略下滑，雖皆在誤差範圍內，但大廳整體動線及導覽地圖的相關性高，且散客人數有日益增加的趨勢，未來在整體性的動線規劃及導覽地圖的搭配即時性，將是非常重要的一環，需作全盤性的考量。

表23. 觀眾對「各項動線規劃」的滿意度-近二年比較

	102 年度				103 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	
大廳整體動線規劃	855	84.9%	13.0%	2.1%	860	82.0%	13.3%	4.8%	-2.9%
展場內及陳列室整體動線規劃(註1)	855	78.5%	16.1%	5.4%	860	80.2%	14.2%	5.6%	1.7%
各項設施指示標清楚明確度	855	85.4%	10.4%	4.2%	860	84.5%	11.9%	3.6%	-0.9%
導覽地圖清楚明確度	855	84.1%	13.8%	2.1%	860	81.6%	15.6%	2.8%	-2.5%

註 1:二年度題目略有不同，102 年度:對展場內的整體動線規劃;103 年度:對展場內及陳列室的整體動線規劃。

四、「各項人員服務態度」滿意度歷年比較

綜觀近二年度整體人員服務滿意度之表現，103 年度之評價為 93.0%與原訂目標值(102 年度滿意度 94.0%)相較，達成度為 98.9% ($93.0/94.0=98.9\%$)。而針對「各項人員服務態度」的表現感受，與 102 年度相當，其變動皆在抽樣誤差範圍內，但仍擁有超過九成以上的高標準評價。

表24. 觀眾對公共服務區軟體服務及人員服務態度的滿意度-近二年度比較

	102 年度				103 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	
服務台人員	547	94.9%	4.9%	0.2%	680	94.3%	5.4%	0.3%	-0.6%
語音導覽機租借服務人員	241	93.8%	5.8%	0.4%	495	92.1%	7.1%	0.8%	-1.7%
展廳內服務人員	689	90.8%	7.8%	1.3%	721	90.8%	7.8%	1.4%	0.0%
整體人員的服務	855	94.0%	5.7%	0.2%	860	93.0%	6.3%	0.7%	-1.0%

五、觀眾對「開放時間相關措施」知悉度及滿意度歷年比較

針對「開放時間相關措施」之知悉度，本年度在「國內觀眾對於週五週六夜間開放時段且憑證免費入場」及「週五週六夜間開放時段」的知悉年皆上升 7.0~5.2 個百分點，雖知悉度有上升，但仍在三成三至四成一間，未來還需持續加強宣傳，讓更多觀眾知道夜間開放時段的優點(如觀眾人潮較少)，可避免尖峰時段人潮擁擠的狀況。

表25. 觀眾對開放時間相關措施的知悉度-近二年度比較

	102 年度			103 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	855	28.1%	71.9%	860	33.3%	66.7%	5.2%
國內觀眾對於週五週六夜間開放時段且憑證免費入場	353	34.0%	66.0%	354	41.0%	59.0%	7.0%
國內觀眾對本國學生憑證可免費入場	353	36.0%	64.0%	354	36.7%	63.3%	0.7%

六、觀眾參觀國立故宮博物院的整體滿意度歷年比較

綜觀近二年度整體滿意度之表現，103 年度之評價為 90.0%與原訂目標值(102 年度滿意度 94.1%)相較，達成度為 95.6% ($90.0/94.1=95.6\%$)。而本年度與 102 年度相比，在滿意度的正面評價下降了 4.1 個百分點，主要差異在表示非常滿意的比例有下滑，尚可的比例則有上升，雖滿意度評價仍維持在九成的肯定度，但仍呈現退步的趨勢。從觀眾歷年來給予的各項建議與意見來觀察，多數觀眾所反映均因為人潮眾多，造成動線、參觀品質等問題，由於目前受限於整體空間的不足，故在人潮流量的管制及整體動線等規劃仍需重新檢視。

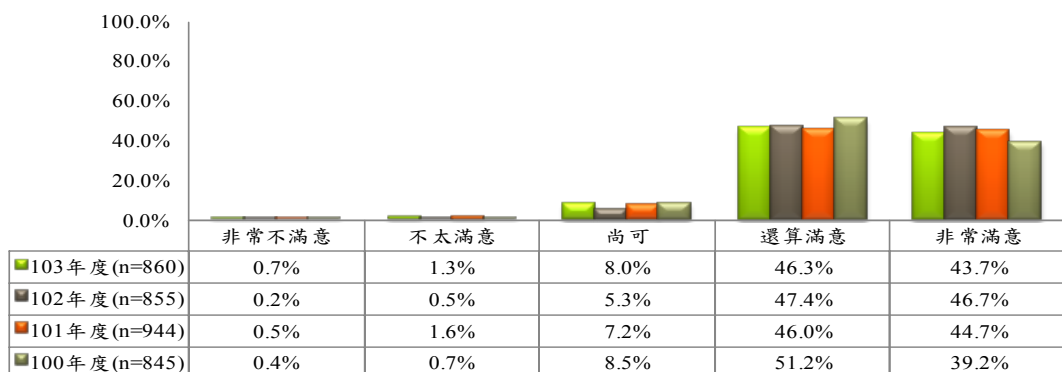


圖52. 圖觀眾參觀國立故宮博物院整體滿意度年度比較

七、 觀眾對推薦親朋好友參觀國立故宮博物院的意願度歷年比較

觀眾對推薦親朋好友參觀國立故宮博物院方面，本年度與 102 年度意願度（一定會+可能會）相比，則下滑了 3.5 個百分點，觀察近年來的意願度表現，本年度雖已達九成二的意願率，但仍為歷年來比例最低的，主要在表示不一定比例略有上升。

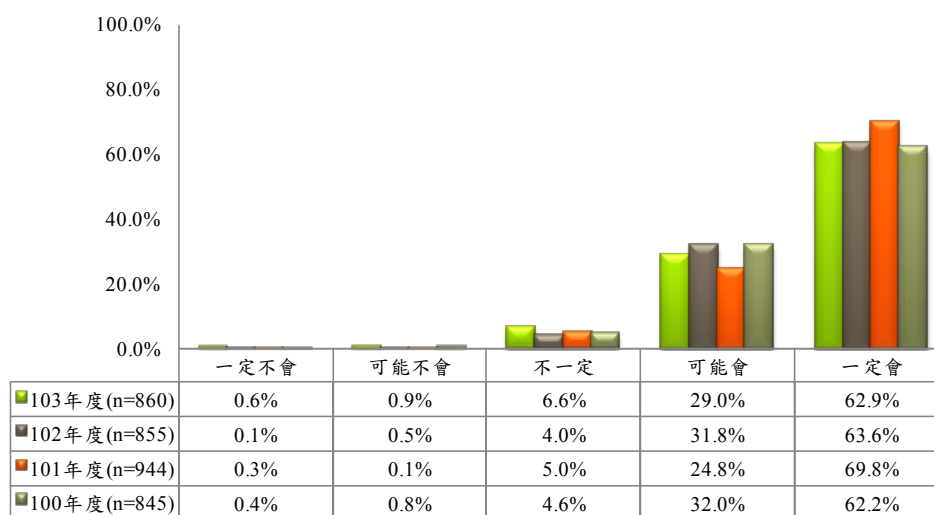


圖53. 觀眾對推薦親朋好友參觀國立故宮博物院意願度年度比較

捌、 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

針對「公共服務區各項設施」表現之感受，103 年度與 102 年度比較，以「休憩設施的清潔舒適度」正向滿意度較 102 年度上升 3.2 個百分點，其中女性的滿意度上升 4.9 個百分點較男性高，但在「洗手間的清潔舒適度」的評價上，則較去年退步，滿意度下降了 4.5 個百分點，其中女性下降 5.0 個百分點比男性 3.9 個百分點高，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-近四年比較

公共服務區各項設施		滿意度			
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
洗手間的清潔舒適度	整體	87.00%	86.10%	88.50%	84.00%
	男性	87.20%	86.90%	89.50%	85.60%
	女性	86.90%	85.30%	87.70%	82.70%
休憩設施的清潔舒適度	整體		83.30%	83.90%	87.10%
	男性		85.20%	87.20%	87.90%
	女性		81.50%	81.50%	86.40%
整體空間的空調舒適度	整體	80.10%	84.30%	81.00%	82.70%
	男性	81.00%	87.00%	85.40%	87.40%
	女性	79.50%	81.90%	77.60%	78.80%

二、 不同性別觀眾對「各項動線規劃」滿意度歷年比較

針對「各項動線規劃」表現之感受，整體年度比較均在誤差範圍內，皆呈現持平的狀況，但不同性別觀眾的滿意年度變動有些不同，女性觀眾對「展場內整體動線規劃」在正面的滿意度比例較 102 年度上升 3.5 個百分同時也較男性高，「大廳整體動線規劃」方面女性計兩年滿意度持平，但男性觀眾的滿意度比例較 102 年度下降 6.6 個百分，另外「館內提供導覽地圖的清楚明確度」的滿意度比例則以女性下滑 3.0 個百分變動比男性(下降 1.9 個百分比)大。

表27. 不同性別觀眾對「各項動線規劃」的滿意度

各項動線規劃		滿意度			
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
大廳整體動線規劃	整體			84.90%	82.00%
	男性			88.10%	81.50%
	女性			82.50%	82.40%
展場內整體動線規劃	整體			78.50%	80.20%
	男性			80.50%	79.90%
	女性			77.00%	80.50%
各項設施指示標誌清楚明確度	整體	82.50%	84.30%	85.40%	84.50%
	男性	80.40%	85.40%	87.50%	86.60%
	女性	83.80%	83.30%	83.80%	82.80%
館內提供導覽地圖的清楚明確度	整體		84.60%	84.10%	81.60%
	男性		86.50%	84.90%	83.00%
	女性		82.90%	83.50%	80.50%

註：二年度題目略有不同，102 年度：對展場內的整體動線規劃；103 年度：對展場內及陳列室的整體動線規劃。

三、 不同性別觀眾對「各項人員服務態度」滿意度歷年比較

綜觀近二年度整體人員服務滿意度之表現，針對「各項人員服務態度」的表現感受，與 102 年度相當，其變動皆在抽樣誤差範圍內，但仍擁有超過約九成以上的高標準評價。

表28. 不同性別觀眾對「各項人員服務態度」的滿意度

各項人員服務態度		滿意度			
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
整體服務人員	整體	84.60%	91.40%	94.00%	93.00%
	男性		91.50%	95.90%	93.80%
	女性		91.40%	92.50%	92.40%
服務台人員	整體	86.70%	94.60%	94.90%	94.30%
	男性	86.60%	94.50%	96.50%	93.90%
	女性	86.70%	94.80%	93.70%	94.60%
語音導覽機租借服務人員	整體	86.90%	93.10%	93.80%	92.10%
	男性	84.80%	92.90%	94.90%	94.10%
	女性	88.20%	93.30%	93.10%	90.50%

各項人員服務態度		滿意度			
		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度
展廳內服務人員	整體	84.10%	86.20%	90.80%	90.80%
	男性	83.00%	88.20%	90.60%	92.60%
	女性	84.80%	84.30%	91.00%	89.60%

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

綜觀近二年度整體滿意度之表現，滿意度的正面評價較 102 年度下降了 4.1 個百分點，其中男性滿意度比例降 102 年度下降 5.9 個百分點較女性高(下降 2.6 個百分比)，雖滿意度評價仍維持在九成的肯定度，但仍呈現退步的趨勢，未來需重視觀眾給予的相關改善意見。

表29. 不同性別觀眾對國立故宮博物院的整體滿意度

	97 年度	101 年度	102 年度	103 年度
整體	84.70%	90.70%	94.10%	90.00%
男性	84.20%	91.90%	95.90%	90.00%
女性	85.40%	89.60%	92.60%	90.00%

玖、調查結論與發現

一、結論

(一) 觀眾屬性

從受訪觀眾來訪型態觀察，散客觀眾約占七成四，團體觀眾約占二成六，若觀察不同月份趨勢，發現 8 月及 9 月份來訪觀眾屬性差異不大，但 10 月份散客的比例則有增加的趨勢，除了日本/韓國於 10 月份以團體觀眾高於散客觀眾外，其餘各國籍的觀眾皆以散客觀眾較多。雖本調查中團體與散客的比例因抽樣設計而無法反應回實際的母體狀況，但參考歷年來的調查資料仍可發現，自 100 年度受訪散客的比例從 46.7% 攀升至本年度的 74.4%，顯示隨著中國大陸自由行之開放後，散客型態的觀眾屬性確實有增加的趨勢。

此外，本年度新增瞭解對於觀眾來訪所使用的交通工具，主要仍以大眾運輸工具為主，散客觀眾除大眾運輸工具外，其次則以自行開車或騎車也占了二成三左右。

在觀眾回訪國立故宮博物院的頻率，本年度首次來訪的比例再創新高，達六成二，但觀察本年度受訪觀眾的年齡結構，發現 20-39 歲的比例較上年度增加，顯示故宮近年來於海內外的宣傳以發揮效益，不僅增加年輕族群同時對於也讓故宮成為臺灣必來的景點之一。在停留時間方面，大致仍與歷年的狀況相差不大，皆以停留 1-2 小時的比例最多，其次為 2-3 小時。

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，針對有消費的平均金額來看，今年度約有下滑。

在消費金額方面，全體觀眾約有七成(69.2%)表示沒有消費，有三成一表示有消費，整體平均消費金額約為 289.9 元，有消費之觀眾的平均金額為 940.8 元，與 102 年度相比，二年度有無消費比例的趨勢無差異，但針對有消費的平均金額來看，今年度約有下滑，參考觀光局相關來台旅客統計資料發現，近年來整體消費總金額上升但每人每日於臺灣的消費金額也是呈現下降的趨勢，其總量的上升主要受到來臺總人數的提升而影響，與本調查之結果相符。

（二）國立故宮博物院整體滿意度及推薦度

整體而言，有高達九成的受訪觀眾對國立故宮博物院的整體滿意度感到滿意，與 102 年度相比，略有些微下降的趨勢，主要差異在表示非常滿意的比例有下滑，變動至尚可的程度，但滿意度評價仍維持在九成的肯定度，透過觀眾的建議事項可發現，主要因參觀人數眾多，館內空間有限的情況下，造成動線、參觀品質等受到影響，未來應在有限的資源下進行規劃及調整，使觀眾的整體滿意度可維持在一定的評價。此外，若從觀眾的推薦度來觀察，本年度與 102 年度意願度相比，也是略下滑了 3.5 個百分點，雖已達九成二的意願率，但仍為歷年來比例最低的，主要在表示不一定比例略有上升。

（三）各項公共服務區設施之滿意度

觀察各項公共服務區設施的滿意度，以「哺集乳室清潔舒適度」滿意度居冠，其次是「休憩設施的清潔舒適度」及「餐飲及禮品的清潔舒適度」皆超過八成六以上的滿意度。與 102 年度相比，以「哺集乳室的清潔舒適度」正向滿意度上升 4.0 個百分點，滿意度比例進步最多，且去年度相比，使用人數也有增加的趨勢，其次是「休憩設施清潔舒適度」上升 3.2 個百分點，但在「洗手間的清潔舒適度」的評價上，則較去年退步，滿意度下降了 4.5 個百分點，深入瞭解觀眾對於洗手間的建議發現，主要以數量不足，其次則因觀眾人潮較多，在乾淨清潔度上仍需加強。

（四）各項人員服務態度之滿意度

觀察各項服務人員在服務態度的滿意度，本年度均達九成一以上的正面肯定，以「服務台人員」達九成四的滿意度居冠。若與 102 年度相比，其變動皆在抽樣誤差範圍內，並無顯著差異。透過觀眾對於各類服務人員給予建議來觀察，可能因服務人員在第一線的服務仍顯過度的制式化，而讓觀眾無法在短時間就能立即被感受到服務的親切感或積極度，未來仍應持續加強對服務人員的教育訓練，服務過程中經秉持熱忱及積極性，讓世界各地來訪的觀眾都能感受到國立故宮博物院的熱情款待。

（五）各項動線規劃之滿意度

觀察各項動線規劃的滿意度，均達八成以上，其中以「各項設施指示標誌清楚明確度」滿意度比例最高，達八成五。與 102 年度相比，滿意度變動皆在抽樣誤差範圍內，呈現持平的趨勢。但仍需留意，在大廳整體動線規劃及導覽地圖清楚明確度在正面的滿意度比例皆略下滑。

而本年度對於動線規劃上其能深入瞭解觀眾的想法及建議，在大廳整體動線規劃方面，多數觀眾的反應則以人太多造成動線雜亂，同時對於售票處、語音導覽租借處、寄物處及出入口等，皆有觀眾表示找不到，有部分則因為團體人數多造成，也有因為指示標誌不清楚。在展場內及陳列室整體動線規劃方面，主因仍以人潮過多造成動線亂，連帶影響參觀品質，另一方面，常有觀眾表示在展場內迷路或重複走到同一個區域，尤其對於散客而言，希望能避過團體的動線或熱門展間，但因整體標誌及動線的阻擾，往往就會有迷路或找不到想參觀的陳列室之狀況。在各項設施指示標誌規劃方面，多數表示指示標誌太小或不清楚。在導覽地圖規劃方面，可分為二個部份，一個為導覽地圖本身擺放的位置即有觀眾反應不易找到，或人多時被索取一空時未能立即補充，造成無法取得導覽地圖。也有觀眾建議，進入展場後若迷路或想找特定的展間位置等，卻無法於各展間取得導覽地圖，建議能於各陳列室外放置導覽地圖。另一方面則是導覽地圖內的資訊仍無法與實際的動線及標誌連結，造成尋找不易。

（六）對開放時間措施的知悉度及滿意度

整體受訪觀眾中，約有三成三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，而針對本國觀眾的知悉度也只有四成一，與 102 年度相比，知悉度已有成長。若觀察夜間開放時段的來訪率，全體觀眾僅達 4.3%，知道者的來訪率在一成一，本國觀眾的來訪率也僅有 5.6%，知道者的來訪率為一成，顯示未來除多加宣導外，應多鼓勵觀眾於此時段前來參觀，不僅可擁有良好的參觀品質，國人更想有免費入場的優惠。

雖現階段的來訪率不高，但整體而言，觀眾對於在離峰時段來訪的意願度約達八成四，且多數表示若能提供優惠票價於離峰時段，將能更有誘惑力。另針對沒有意願之觀眾瞭解其原因，多數是因為行程的安排無法配合離峰時段，或是因居住太遠，參觀時間太晚造成不方便返家等狀況，但也有觀眾反應，感覺隨時都很多人並無離峰時段，或表示如果國人免費是否該時段的觀眾人潮也

會很多等想法，顯示多數觀眾未曾於夜間時段來訪過，建議未來可針對此時段的優勢多加宣導，讓夜間開放的美意能增加效益。

二、重要發現

- (一) 需優先改善「餐飲/禮品環境舒適度」、「大廳整體動線規劃」、「展場內陳列室動線規劃」、「設施指示標誌」、「導覽地圖清楚明確度」及「陳列室整體環境」

透過 IPA「重要性－績效」分析探究本年度急需改善的競爭劣勢項目為「餐飲及禮品環境舒適度」、「大廳整體動線規劃」、「展場內陳列室動線規劃」、「設施指示標誌」、「導覽地圖清楚明確度」及「陳列室整體環境」。從上述需改善的項目的可發現，動線規劃、導覽地圖與指示標誌可稱為黃金三角，具重要的相關性，透過本年度的調查發現，動線規劃不佳是歷年來滿意度調查中觀眾反應最多也是最急需改善的項目之一，但當整體的指示標誌未配合動線規劃，加上導覽地圖的顯示未能發揮功效時，易造成觀眾進入展場後除跟著人群走外，則無依循的路線，最終便會出現觀眾所抱怨的狀況，如想看的展品或展間找不到、在展場內迷路等。建議應重新整合動線、指示標誌及導覽地圖，同時需考量人潮眾多時的清楚度，以及當展場內臨時因應調整動線時，觀眾是否能透過現場的指示標誌及導覽地圖仍順利的完成參觀動線，是非常大的考驗，但也是非常重要的一環。

- (二) 大廳動線之建議

在本次調查中發現，觀眾對於大廳動線規劃存在較大的困擾在於標示清晰度不足，導致無法辨別購票處、寄物處、語音導覽租借處及出入口。另一個問題點在於，當散客觀眾進入大廳後，購票、寄物及租用語音導覽皆在不同的區域及櫃臺，無法讓觀眾可有一連貫的路線來完成入場前的準備，加上人潮眾多，尤其團體觀眾會採整群排隊方式，往往阻隔了通道及標示，讓散客光是進場及困難重重。建議應重新審視從購票、寄物到租用語音導覽及排隊入場的流程及路線，讓觀眾擁有一個更便利更簡單的動線規劃。