

105 年度國立故宮博物院 南北院區觀眾意見調查報告

執行廠商：智略市場研究(股)公司

目錄

壹、	調查目的	1
貳、	觀眾組成分析	2
一、	調查方法	2
二、	調查期間及抽樣方法	2
三、	各展間觀眾組成分析	3
四、	觀眾參觀動線分析	5
參、	觀眾意見調查分析	9
一、	北部院區	9
(一)	調查概述.....	9
(二)	觀眾基本資料分析.....	13
(三)	樣本結構之年度比較.....	17
(四)	調查結果分析.....	18
(五)	重要性-績效分析(IPA 分析)分析	43
(六)	歷年趨勢分析.....	46
(七)	歷年性別滿意度比較.....	50
二、	南部院區	53
(一)	調查概述.....	53
(二)	觀眾基本資料分析.....	56
(三)	調查結果分析.....	60
(四)	整重要性-績效分析(IPA 分析)分析	86
肆、	結論及建議.....	88
一、	結論	88
二、	建議	91

表目錄

表 1、	受訪觀眾參觀樓層流向.....	6
表 2、	受訪觀眾參觀樓層流向.....	7
表 3、	問卷主題架構.....	9
表 4、	樣本配置.....	11
表 5、	調查接觸結果.....	11
表 6、	成功樣本結構-年度比較.....	17
表 7、	整體觀眾 IPA 分析-年度比較.....	45
表 8、	展間及活動滿意度近二年度比較.....	47
表 9、	公共服務區各項設施滿意度近二年度比較.....	47
表 10、	各項動線規劃滿意度近二年比較.....	48
表 11、	各項人員服務態度滿意度近二年度比較.....	48
表 12、	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.....	50
表 13、	不同性別觀眾對「各項動線規劃」的滿意度-近五年比較.....	51
表 14、	不同性別觀眾對「各項人員服務態度」的滿意度-近五年比較.....	52
表 15、	不同性別觀眾對國立故宮博物院的整體滿意度.....	52
表 16、	問卷主題架構.....	53
表 17、	調查接觸結果.....	55

圖目錄

圖 1、	成功樣本結構-性別.....	13
圖 2、	成功樣本結構-年齡.....	13
圖 3、	成功樣本結構-教育程度.....	14
圖 4、	成功樣本結構-從事行業.....	14
圖 5、	成功樣本結構-婚姻狀況.....	15
圖 6、	成功樣本結構-擁有小孩狀況.....	15
圖 7、	成功樣本結構-居住地區.....	16
圖 8、	成功樣本結構-來訪型態.....	16
圖 9、	團體觀眾來訪類型.....	18
圖 10、	散客觀眾來訪類型.....	18
圖 11、	觀眾來訪所搭乘之交通工具.....	19

圖 12、	觀眾類型停留時間.....	19
圖 13、	觀眾對展覽的各項滿意度.....	20
圖 14、	觀眾使用語音導覽機的概況.....	24
圖 15、	觀眾對各項設施的滿意度.....	25
圖 16、	觀眾對動線規劃的滿意度.....	29
圖 17、	觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度.....	32
圖 18、	國人觀眾到訪過故宮南院的概況.....	37
圖 19、	觀眾對夜間延長開放時間的知悉度.....	38
圖 20、	國人觀眾對免費時段入場的知悉度.....	39
圖 21、	展場試辦有條件開放拍照措施的滿意度.....	39
圖 22、	觀眾對提升服務品質期望優先改善之項目.....	41
圖 23、	觀眾期望國立故宮博物院應加強之項目.....	42
圖 24、	各項滿意度與重要度模型-整體.....	44
圖 25、	觀眾停留時間之歷年比較.....	46
圖 26、	觀眾對國立故宮博物院整體滿意度之歷年比較.....	46
圖 27、	推薦親朋好友參觀國立故宮博物院意願度年度比較.....	49
圖 28、	成功樣本結構-性別.....	56
圖 29、	成功樣本結構-年齡.....	56
圖 30、	成功樣本結構-教育程度.....	57
圖 31、	成功樣本結構-從事行業.....	57
圖 32、	成功樣本結構-婚姻狀況.....	58
圖 33、	成功樣本結構-擁有小孩狀況.....	58
圖 34、	成功樣本結構-居住地區.....	59
圖 35、	成功樣本結構-來訪型態.....	59
圖 36、	團體觀眾來訪類型.....	60
圖 37、	散客觀眾來訪類型.....	60
圖 38、	觀眾來訪所搭乘之交通工具.....	61
圖 39、	觀眾類型停留時間.....	61
圖 40、	觀眾參觀故宮南院的概況.....	62
圖 41、	觀眾參觀故宮南院的動機.....	62
圖 42、	觀眾近三年內參觀國內外博物院之次數.....	63

圖 43、	觀眾對展覽的各項滿意度.....	64
圖 44、	觀眾使用語音導覽機的概況.....	67
圖 45、	觀眾對各項設施的滿意度.....	69
圖 46、	觀眾對動線規劃的滿意度.....	72
圖 47、	觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度.....	75
圖 48、	南院觀眾曾到訪過故宮北院的概況.....	81
圖 49、	觀眾對故宮南院開放時間的滿意度.....	81
圖 50、	展場試辦有條件開放拍照措施的滿意度.....	82
圖 51、	沒有使用線上預約及購票系統的原因.....	83
圖 52、	使用線上預約及購票系統的滿意度.....	84
圖 53、	觀眾對提升服務品質期望優先改善之項目.....	85
圖 54、	各項滿意度與重要度模型-整體.....	87

壹、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，對於服務的項目也要求越來越多，且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。建立觀眾研究及發展，長期持續性的觀察及蒐集觀眾與博物館間的互動，將有助於博物館的成長及改變的基礎資料。

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。此外，104 年 12 月 28 日故宮南部院區啟動試營運，至今即將屆滿一年，本年度也將南院納入調查中，進一步了解不同院區之需求，作為未來故宮各項施政之參考。

貳、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。

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

調查執行期間北院為 105 年 11 月 19 日、11 月 20 日、11 月 24 日及 11 月 25 日，南院為 105 年 11 月 30 日、12 月 1 日、12 月 4 日及 12 月 10 日，均包括平日及假日。執行時段為上午 10 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 5 位或 15 位紀錄 1 位觀眾。

三、各展間觀眾組成分析

(一) 北院

- ▶ 106 展間(常設展-集瓊藻:院藏珍玩精華展)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 51.6%，散客約為 48.4%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 4.8%，非國人約為 95.2%。
- ▶ 205 展間(常設展-搏泥幻化:中國歷代陶瓷展)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 66.1%，散客約為 33.9%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 18.1%，非國人約為 81.9%。
- ▶ 208 展間(特設展-公主的雅集：蒙元皇室與書畫鑑藏文化)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 18.1%，散客約為 81.9%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 23.6%，非國人約為 76.4%。
- ▶ 210 展間(特設展-公主的雅集：蒙元皇室與書畫鑑藏文化)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 12.8%，散客約為 87.2%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 25.6%，非國人約為 74.4%。
- ▶ 212 展間(特設展-公主的雅集：蒙元皇室與書畫鑑藏文化)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 12.1%，散客約為 87.9%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 27.6%，非國人約為 72.4%。
- ▶ 301 展間(常設展-毛公鼎)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 77.0%，散客約為 23.0%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 9.4%，非國人約為 90.6%。
- ▶ 302 展間(常設展-翠玉白菜)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 66.3%，散客約為 33.8%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 9.5%，非國人約為 90.5%。
- ▶ 304 展間(若水澄華:院藏玻璃文物特展)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 14.8%，散客約為 85.2%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 16.4%，非國人約為 83.6%。

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、301 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 4.8%~27.6%間。

(二) 南院

- ▶ 304 展間(院藏亞洲織品展、院藏南亞服飾特展)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 79.9%，散客約為 20.1%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 98.9%，非國人約為 1.1%。
- ▶ 303 展間(院藏亞洲佛教藝術之美)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 72.6%，散客約為 27.4%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 99.6%，非國人約為 0.4%。
- ▶ 302 展間(嘉義發展史)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 64.6%，散客約為 35.4%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 100.0%，未觀察任何一位非國人。
- ▶ 301 展間(多媒體展覽室)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 57.8%，散客約為 42.1%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 100.0%，未觀察任何一位非國人。
- ▶ 201 展間(日本伊萬里瓷器特展)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 52.7%，散客約為 47.3%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 96.7%，非國人為 3.3%。
- ▶ 202 展間(亞洲茶文化)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 56.0%，散客約為 44.0%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 99.5%，非國人為 0.5%。
- ▶ 204 展間(肉形石)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 53.5%，散客約為 46.5%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 98.6%，非國人為 1.4%。
- ▶ 102 兒創中心
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 35.1%，散客約為 64.9%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 100.0%，未觀察任何一位非國人。
- ▶ 101/203 展間(東京、九州國立博物館精品展)
 - ・ 團體及散客比例：團體約為 14.3%，散客約為 85.7%。
 - ・ 國人及非國人比例：國人約為 100.0%，未觀察任何一位非國人。

從上述觀察之結果發現，團體觀眾除了兒創中心及 101/203 特展展間(需另購票)外，多數展間均以團體人數多於散客人數；另觀察國人觀眾與外籍觀眾的分佈，

很明顯可發現，故宮南院以國人觀眾為主，也與院內的人數統計資料相符。

四、 觀眾參觀動線分析

(一) 成功樣本結構

1. 北院

- 樣本數：共完成 100 位。
- 團體/散客:團體 17 位，散客 83 位。
- 居住地區:臺灣 35 位，大陸/港澳 40 位，日本 17 位，韓國 3 位，東南亞 4 位。

2. 南院

- 樣本數：共完成 107 位。
- 團體/散客:團體 36 位，散客 71 位。
- 居住地區:臺灣 78 位，外籍 29 位。

(二) 人流紀錄分析

1. 北院

(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(30 位)，其次則以「3 樓→2 樓→1 樓」(16 位)，再其次依序為「1 樓→3 樓」(7 位)、「1 樓→2 樓」(6 位)、「2 樓→3 樓」(6 位)及「3 樓→2 樓」(6 位)，其餘皆低於 5 位以下。

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	30	30.0%
3 樓-2 樓-1 樓	16	16.0%
1 樓-3 樓	7	7.0%
1 樓-2 樓	6	6.0%
2 樓-3 樓	6	6.0%
3 樓-2 樓	6	6.0%
1 樓-2 樓-3 樓-1 樓	4	4.0%
3 樓-2 樓-3 樓	3	3.0%
3 樓	3	3.0%
1 樓-3 樓-2 樓	2	2.0%
3 樓-1 樓-2 樓	2	2.0%
1 樓-2 樓-3 樓-2 樓-1 樓	1	1.0%
1 樓-2 樓-3 樓-2 樓	1	1.0%
1 樓-3 樓-1 樓	1	1.0%
1 樓-3 樓-2 樓-1 樓	1	1.0%
1 樓-3 樓-2 樓-3 樓-2 樓	1	1.0%
1 樓	1	1.0%
2 樓-1 樓	1	1.0%
2 樓-3 樓-1 樓	1	1.0%
2 樓-3 樓-2 樓-3 樓	1	1.0%
3 樓-1 樓-3 樓	1	1.0%
3 樓-2 樓-1 樓-2 樓	1	1.0%
3 樓-2 樓-1 樓-3 樓-1 樓	1	1.0%
3 樓-2 樓-3 樓-1 樓-3 樓-2 樓-1 樓	1	1.0%
3 樓-2 樓-3 樓-1 樓	1	1.0%
3 樓-2 樓-3 樓-2 樓-1 樓	1	1.0%
總計	100	100.0%

(2) 參觀展間數量

100 位受訪者中，參觀展間數量最少的為 3 個展間，最多的 25 個展間，平均參觀的展間數量為 12.7 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 10.9 個展間，散客約為 13.1 個展間；在居住地區方面，以韓國受訪觀眾平均參觀展間數量較多，約為 14.7 個展間，其次為日本，約為 14.2 個展間，再其次依序為中國/港澳受訪觀眾，約為 13.4 個展間、臺灣受訪觀眾(11.4 個展間)及東南亞地區受訪觀眾(10.5 個展間)。

此外，觀察參觀次數最多的展間則為 302 展間(72 人次)，也是本院最熱門的展間(常設展-翠玉白菜)，其次為 301 展間(68 人次)及 306 展間(68 人次)，均為常設展。

2. 南院

(1) 樓層流向

南院的展廳動線較為單純，故受訪觀眾的樓層參觀流向主要以「3 樓→2 樓」人數較多(82 位)，其次則以「3 樓→2 樓→1 樓」(13 位)，其餘皆低於 5 位以下。

表2、 受訪觀眾參觀樓層流向

參觀樓層動向	人數	占比
3 樓-2 樓	82	76.6%
3 樓-2 樓-1 樓	13	12.1%
2 樓-3 樓	3	2.8%
3 樓-1 樓	2	1.9%
3 樓	2	1.9%
1 樓-2 樓-3 樓	1	0.9%
2 樓-1 樓-3 樓	1	0.9%
2 樓-3 樓-1 樓-3 樓	1	0.9%
2 樓	1	0.9%
3 樓-2 樓-3 樓	1	0.9%
總計	107	100.0%

(2) 參觀展間數量

107 位受訪者中，參觀展間數量最少的為 2 個展間，最多的 9 個展間，平均參觀的展間數量為 6.6 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，團客及散客平均參觀展間數量均為 6.7 個展間；在居住地區方面，以臺灣受訪觀眾平均參觀展間數量較多，約為 6.7 個展間，外籍觀眾約為 6.5 個展間。

此外，觀察參觀次數最多的展間則為 302 及 303 展間(均各 102 人次)，其次為 201 展間(99 人次)、304 展間(98 人次)、202 展間(95 人次)、301 展間(88 人次)及 204 展間(71 人次)，其餘展間則低於 15 人次。

參、觀眾意見調查分析

一、北部院區

(一) 調查概述

1. 調查對象

考量歷年觀眾意見調查之比較，調查對象仍以 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。

2. 調查方法

本調查採用面訪方式進行，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。

3. 調查內容

調查內容設計則參考歷年北部院區的調查問卷及相關文獻資料，於 105 年 11 月 4 日、11 月 11 日與 貴單位進行訪談及問卷討論後，確認問卷初稿後並於 11 月 19 日進行預試調查，並於預試完成後提出預試分析報告且召開會議後，由 貴院確認定稿。

表3、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
2 觀眾對各項設施及服務的滿意度	使用語音導機的概況及使用滿意度；對展覽內容豐富性、展示設計吸引力、展資說明深淺適切性、多媒體展示內容及呈現、整體展覽的滿意度；展廳環境舒適度、整體活動、兒藝中心等整體性滿意度
3 觀眾對國立故宮博物院「公共服務區設施」的滿意度	洗手間的清潔及舒適度、休息設施的清潔舒適度、整體空間的空調舒適度、哺集乳室的清潔及舒適度、餐飲環境舒適度、禮品店環境舒適度等項目滿意度

主題	題號與題目
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、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	驗票服務人員、售票人員、服務臺人員、語音導覽機租借服務人員、餐飲服務人員、禮品販售人員、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 ◎ 每日下午 4:30 憑國人身分證件可免費參觀知悉度 ◎ 試辦展場有條件開放拍照的滿意度
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、是否曾到訪過故宮南院

4. 調查時間

調查期間為 105 年 11 月 19 日至 11 月 26 日，涵蓋了平日、假日及週五週六夜間開放時段。

5. 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，配置後未達 50 份則增補至 50 份，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。

表4、 樣本配置

	東南亞 團體	歐美 團體	日本 團體	韓國 團體	大陸/香港 團體	本國	外籍 散客	總計
人數占比	0.4%	0.3%	6.1%	3.6%	41.4%	18.6%	29.5%	100.0%
國籍	東南亞	歐美	日本	韓國	大陸/ 香港	本國		
外籍散客依團體國籍比例 攤提後占比	0.6%	0.5%	9.5%	5.6%	65.1%	18.6%	-	100.0%
比例配置	5	4	81	48	553	158	-	850
105 年建議樣本配置	50	50	80	50	320	300	-	850
104 年樣本配置	50	50	100		300	350	-	850

6. 調查接觸結果

本次調查共接觸 2,502 位參觀者，成功訪問 854 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 45.5%。

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		854	34.1%	45.5%
未完成訪問	拒訪	929	37.1%	49.5%
	中途拒訪	92	3.7%	4.9%
無法訪問之樣本	未入場參觀	315	12.6%	
	年齡不符	60	2.4%	
	配額已滿	252	10.1%	
合計		2,502	100.0%	100.0%

7. 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

▶ 次數分配

根據各題的樣本比例進行比較選項間的差異。

▶ 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。

▶ 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

▶ 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

1. 成功樣本結構

(1) 性別

受訪觀眾中，以女性觀眾居多，約占五成七，男性觀眾約占四成三。

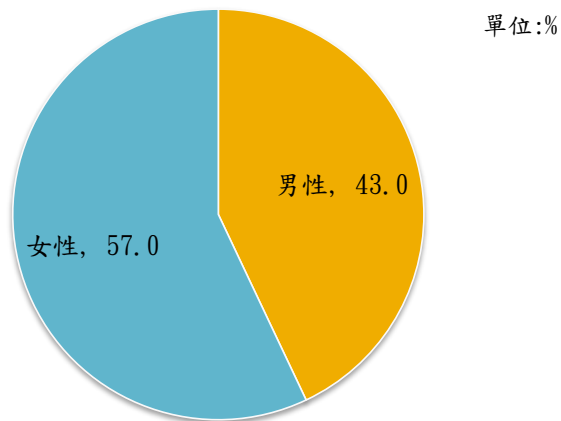


圖1、成功樣本結構-性別

(2) 年齡

受訪觀眾中，以 30-39 歲及 20-29 歲的觀眾居多，分別各占二成九及二成八，其次為 40-49 歲(約占一成七)及 50-59 歲(約占一成三)，其餘各年齡層則未達一成。

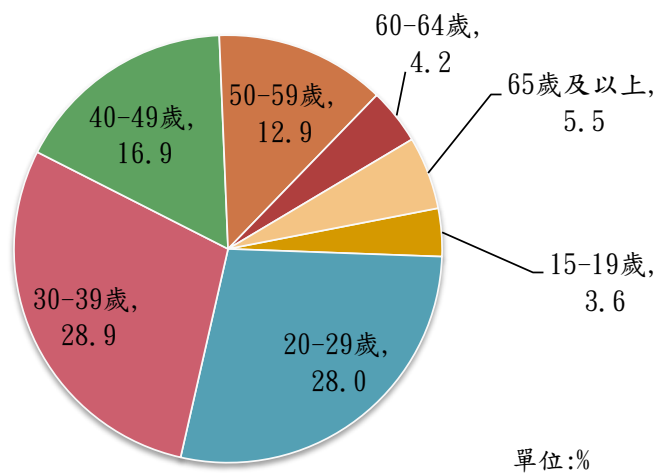


圖2、成功樣本結構-年齡

(3) 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，其次依序為研究所及以上(約占一成四)、高中/高職及以下(約占一成三)及專科(約占一成三)。

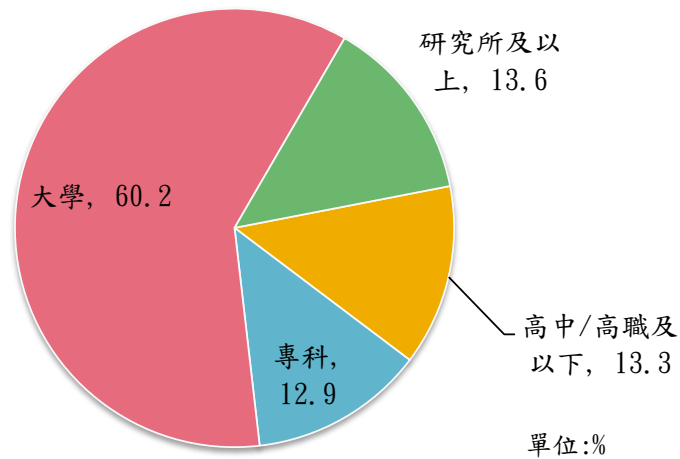


圖3、成功樣本結構-教育程度

(4) 從事行業

受訪觀眾中，以從事商業的觀眾居多，約占三成三，其次為服務業(約占一成九)、學生(約占一成四)、家管/退休/待業(約占一成二)及軍公教人員(約占一成)，其餘各項職業均低於一成。

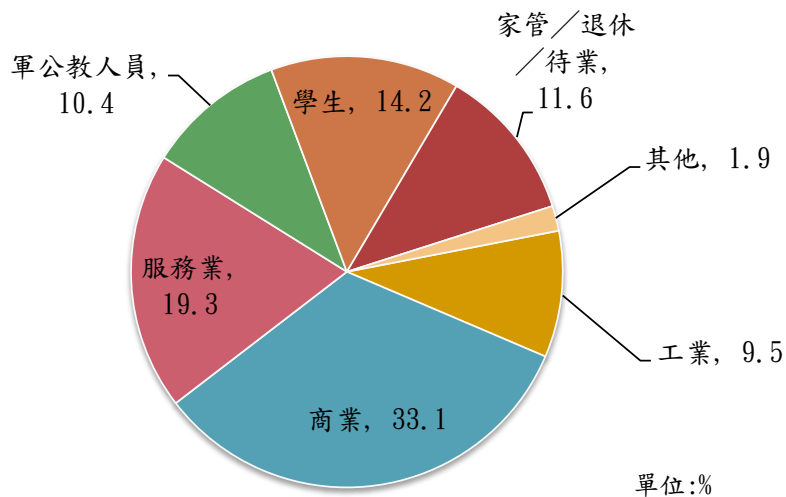


圖4、成功樣本結構-從事行業

(5) 婚姻狀況

受訪觀眾中，以已婚的觀眾居多，約占五成三，其次為未婚，約占四成六，其他狀況約占 1.1%。

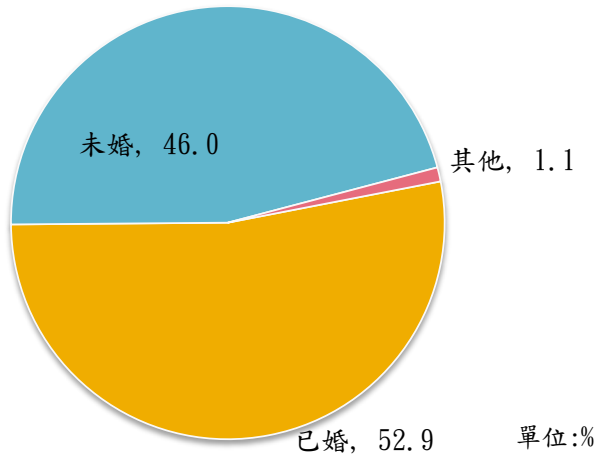


圖5、成功樣本結構-婚姻狀況

此外，進一步了解受訪觀眾是否有小孩，約有五成五沒有小孩，約有四成五是有小孩。

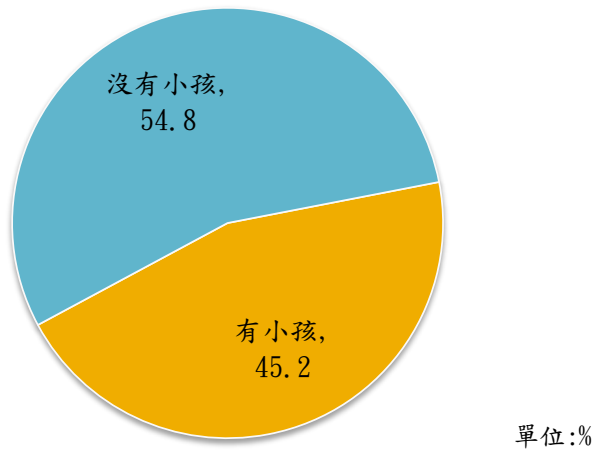


圖6、成功樣本結構-擁有小孩狀況

(6) 居住地區

受訪觀眾的居住地區則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。居住地區以居住大陸/港澳的觀眾居多，約占三成八，其次為臺灣，約占三成五，其他地區均低於一成。

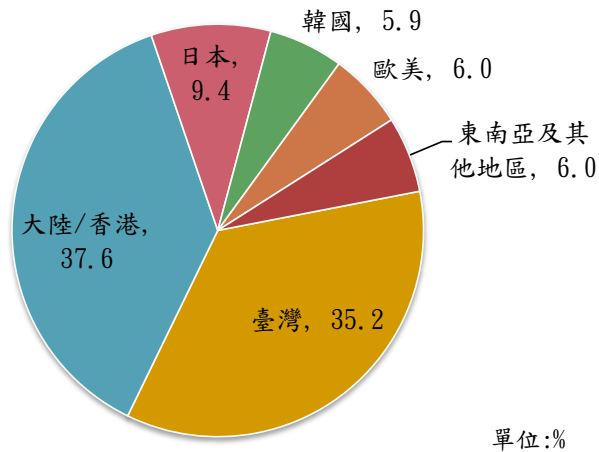


圖7、成功樣本結構-居住地區

(7) 來訪型態

受訪觀眾中，以散客的觀眾居多，約占六成四，團體觀眾約占三成六。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。

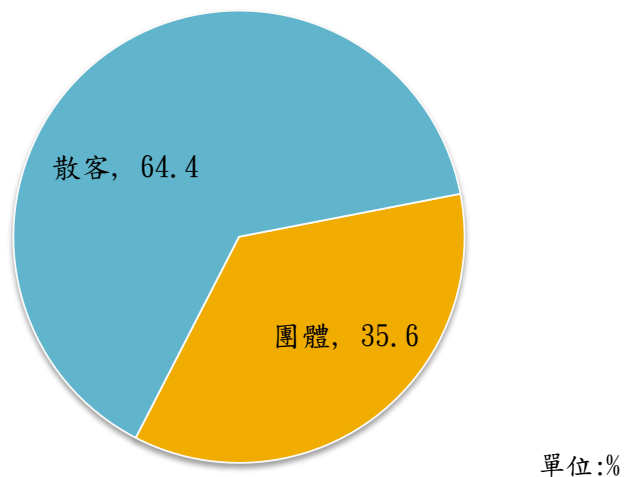


圖8、成功樣本結構-來訪型態

(三) 樣本結構之年度比較

觀察歷年成功樣本之結構，均以女性觀眾高於男性觀眾，以 20-39 歲的比例較高，教育程度也以大學及以上的比例較高，散客觀眾高於團體觀眾。但因本年度的調查期程(11 月份)與歷年(8-10 月份)在不同的月份，在 15-19 歲的觀眾有減少的趨勢，主要則因歷年的調查期間包含了暑假，故略有差異。

表6、 成功樣本結構-年度比較

題目		103 年度	104 年度	105 年度
有效樣本數		860	867	854
總計		100.0%	100.0%	100.0%
性別	男性	45.2%	39.6%	43.0%
	女性	54.8%	60.4%	57.0%
年齡	15-19 歲	6.7%	10.1%	3.6%
	20-29 歲	40.8%	39.4%	28.0%
	30-39 歲	30.1%	21.9%	28.9%
	40-49 歲	12.4%	18.2%	16.9%
	50-59 歲	7.1%	6.7%	12.9%
	60 歲及以上	2.8%	3.6%	9.7%
教育程度	國/初中及以下	0.6%	1.5%	1.8%
	高中/高職	9.4%	12.3%	11.6%
	專科	8.8%	9.5%	12.9%
	大學	66.5%	62.3%	60.2%
	研究所及以上	14.7%	14.4%	13.6%
觀眾屬性	團體	25.6%	21.9%	35.6%
	散客	74.4%	78.1%	64.4%

(四) 調查結果分析

1. 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六成四(64.4%)，而團體則約占三成六(35.6%)，因調查過程中團體觀眾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觀眾屬性的結構。

此外，觀察團體觀眾同行者(n=304)的概況，主要以觀光團為主，占七成七(77.3%)，其次為公司/機關團體，約占一成一(10.9%)，其餘包括社區/社團旅遊、校外教學、親友旅遊等均未達一成。

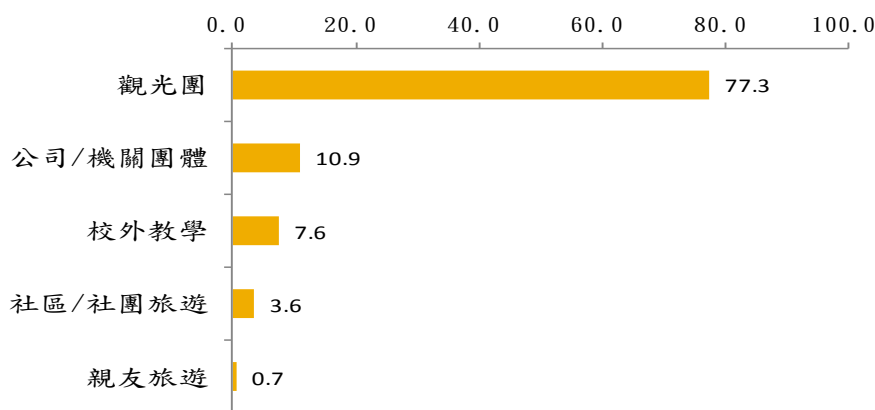


圖9、團體觀眾來訪類型

另觀察散客觀眾的同行者概況(n=550)，與家人/親戚一起同行的比例最高，占四成二(42.4%)，其次為與朋友/鄰居(34.9%)，自己單獨前往參觀約占一成六(16.4%)，其餘類型的同行者皆低於一成。

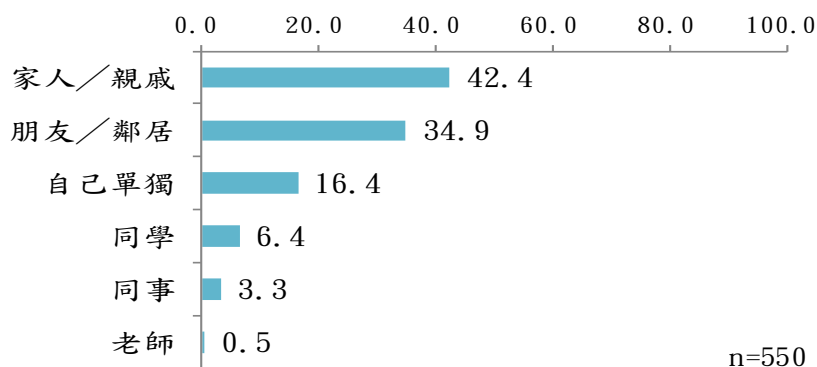


圖10、散客觀眾來訪類型

(2) 觀眾來訪所搭乘之交通工具

整體而言，觀眾以搭乘團體遊覽車/小巴為主，占三成七(37.1%)，其次為大眾運輸工具，占三成二(32.1%)，再其次為搭乘計程車(15.1%)及自行開車/騎摩托車(14.5%)，其餘各類交通工具皆低於1%。

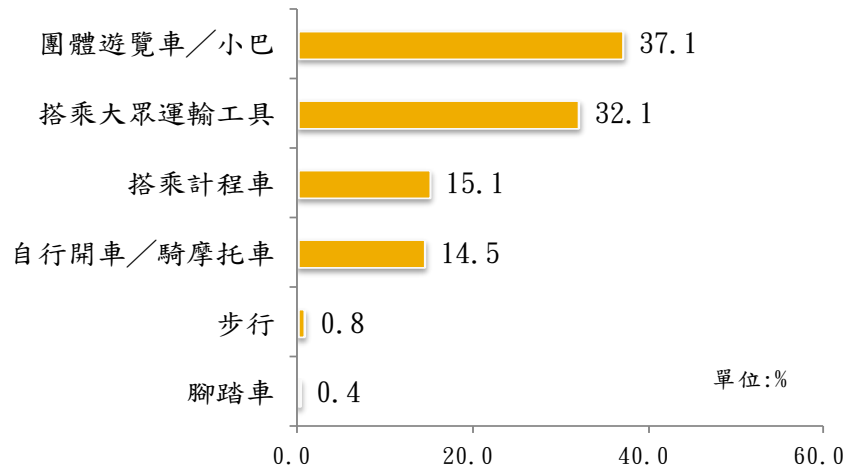


圖11、 觀眾來訪所搭乘之交通工具

(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，占四成四(43.6%)，其次為停留1-2小時占約三成五(35.2%)，再其次為停留3-4小時占一成一(11.2%)，而停留1小時以內占2.5%及停留4小時以上占7.5%。

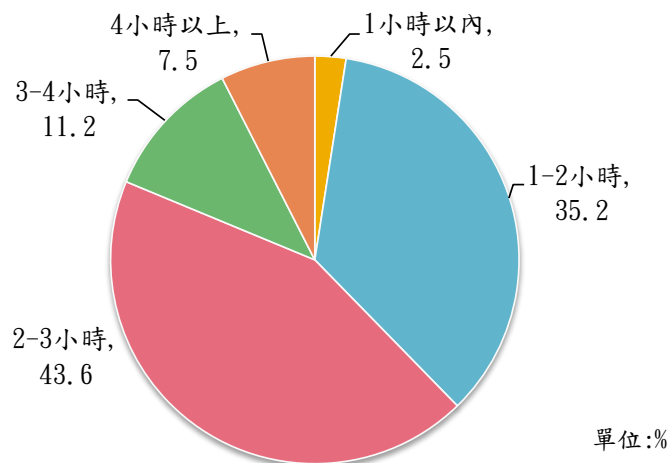


圖12、 觀眾類型停留時間

2. 觀眾對展覽的各項滿意度

觀眾對於展覽的各項滿意度包括展覽整體滿意度、展覽內容豐富性、展示設計吸引力、展資說明的深淺適切性、多媒體展示內容及呈現、參與活動整體滿意度、兒藝中心整體滿意度及語音導覽機，其調查結果發現，各項滿意度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）

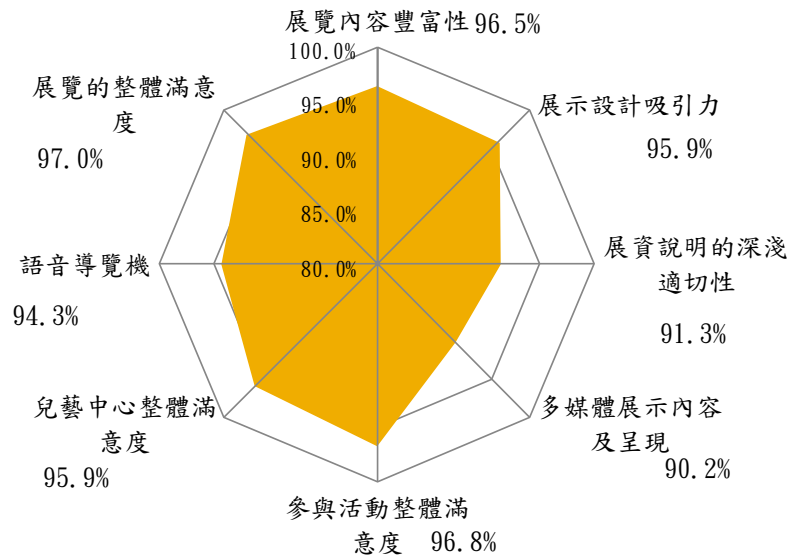


圖13、 觀眾對展覽的各項滿意度

(1) 展覽的整體滿意度

調查結果顯示，高達九成七(97.0%)的觀眾表示滿意國立故宮博物院在展覽的整體表現(非常滿意 53.5%、還算滿意 43.4%)，表示尚可約占 2.8%，而僅有 0.2%表示不滿意(不太滿意 0.2%、沒有任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-14)

- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 62.9%，居住在日本的觀眾則較低，占 41.3%。

(2) 展覽內容豐富性的滿意度

調查結果顯示，高達九成七(96.5%)的觀眾對展覽內容豐富性感到滿意(非常滿意 59.5%、還算滿意 37.0%)，表示尚可約占 3.4%，而僅有 0.1%表示不滿意(不

太滿意 0.1%、沒有任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-10)

- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 67.3%，居住在臺灣的觀眾則較低，占 51.5%。
- ▶ 參觀概況:首次參觀者(64.4%)表示非常滿意的比例高於曾經來過的觀眾(51.9%)。

(3) 展示設計吸引力的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(95.9%)的觀眾對展示設計吸引力感到滿意(非常滿意 55.5%、還算滿意 40.4%)，表示尚可約占 3.6%，而僅有 0.5%表示不滿意(不太滿意 0.4%、非常不滿意 0.1%)。

進一步瞭解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、教育程度、有無小孩、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 1-11)

- ▶ 性別:以女性(59.5%)表示非常滿意的比例高於男性(50.1%)。
- ▶ 年齡:以 60-64 歲表示非常滿意的比例較高，占 61.1%，其次是 40-49 歲(60.4%)，而表示尚可比例較高的為 30-39 歲(4.9%)。
- ▶ 教育程度:不同教育程度的觀眾表示非常滿意的比例均在 55.2%~56.4% 間，表示還算滿意比例較高的為高中職及以下教育程度者，占 43.0%，研究所及以上則較低，占 38.8%。
- ▶ 有無小孩:以有小孩的觀眾(59.8%)表示非常滿意的比例高於沒有小孩者(51.9%)。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 64.5%，居住在臺灣的觀眾則較低，占 48.8%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(62.5%)表示非常滿意的比例高於散客(51.6%)。

(4) 展資說明深淺適切性的滿意度

調查結果顯示，高達九成一(91.3%)的觀眾對展資說明深淺適切性感到滿意(非常滿意 51.2%、還算滿意 40.2%)，表示尚可約占 7.3%，而僅有 1.4%表示不滿意(不太滿意 1.4%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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、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 1-12)

- ▶ 性別:以女性(54.8%)表示非常滿意的比例高於男性(46.3%)。
- ▶ 行業:以其他行業別的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 87.5%，其次為家管/退休/待業者(65.7%)，而學生表示尚可的比例，占 17.4%，也是滿意度較低者。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 61.1%，居住在日本的觀眾則較低，占 38.8%，且也是表示尚可比例較高者，占 21.3%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(60.5%)表示非常滿意的比例高於散客(46.0%)。

(5) 多媒體展示內容及呈現的滿意度

調查結果顯示，高達九成(90.2%)的觀眾對多媒體展示內容及呈現感到滿意(非常滿意 51.5%、還算滿意 38.6%)，表示尚可約占 8.5%，而僅有 1.3%表示不滿意(不太滿意 1.3%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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、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 1-13)

- ▶ 性別:以女性(57.5%)表示非常滿意的比例高於男性(43.4%)，而男性表示尚可的比例較高，占 10.9%。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 62.8%，居住在日本的觀眾則較低，占 29.5%，且也是表示尚可比例較高者，占 14.1%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(62.4%)表示非常滿意的比例高於散客(45.3%)。
- ▶ 參觀概況:以首次參觀者(56.4%)表示非常滿意的比例高於曾經來過者(44.1%)。

(6) 參與活動的整體滿意度

調查結果顯示，高達九成七(96.8%)的觀眾對所參與活動感到滿意(非常滿意 39.0%、還算滿意 57.8%)，表示尚可約占 3.2%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解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 1-16)

- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 52.6%，居住在歐美的觀眾則較低，占 13.0%，但表示尚可比例較高的為日本(27.3%)。
- ▶ 觀眾屬性：以團客(48.3%)表示非常滿意的比例高於散客(34.3%)。
- ▶ 參觀概況：以首次參觀者(43.6%)表示非常滿意的比例高於曾經來過者(33.2%)。

(7) 兒藝中心的整體滿意度

調查結果顯示，高達九成六(95.9%)的觀眾對兒藝中心感到滿意(非常滿意 52.6%、還算滿意 43.3%)，表示尚可約占 2.9%，而僅有 1.2%表示不滿意(不太滿意 1.2%、沒有任何非常不滿意)。

由於兒藝中心僅有 171 位觀眾進行滿意度評價，因樣本數較少，故不進行交叉分析。(附表 1-20)

(8) 語音導覽機的使用概況及滿意度

調查結果顯示，約有二成二有使用個人語音導覽機，三成四為使用團體導覽機，有四成四則是沒有使用導覽機。深入了解沒有使用語音導覽機的原因，主要以沒有需要比例最高，約占八成八(87.6%)，其次為不知道可以租借語音導覽機，占 5.8，其餘原因則低於 5%以下。

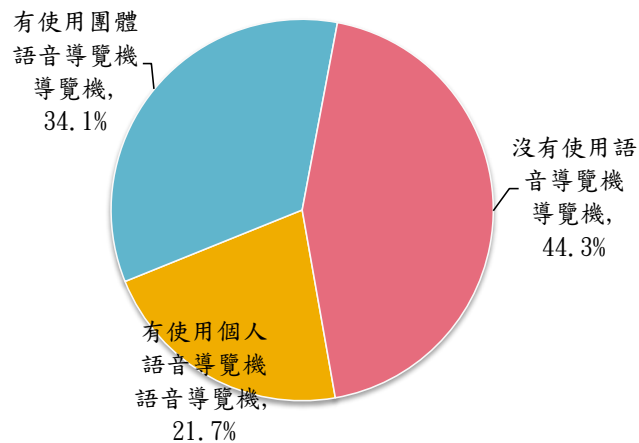


圖14、 觀眾使用語音導覽機的概況

針對有使用語音導覽機者(n=476)瞭解其滿意度，有高達九成四(94.3%)表示滿意(非常滿意 54.2%、還算滿意 40.1%)，表示尚可約占 4.8%，而僅有 0.8%表示不滿意(不太滿意 0.8%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-9)

- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 66.7%，居住在日本的觀眾則較低，占 21.7%，且表示尚可比例較高(10.1%)。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(62.2%)表示非常滿意的比例高於散客(41.6%)。

3. 觀眾對各項設施的各項滿意度

觀眾對於各項設施的滿意度包括陳列室的整體環境、洗手間清潔及舒適度、休息設施清潔及舒適度、整體空間的空調及舒適度、哺集乳室清潔及舒適度、餐飲環境舒適度、禮品環境舒適度及寄物處存放物品便利性，調查結果發現，各項滿意度均達九成三以上的高度肯定。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

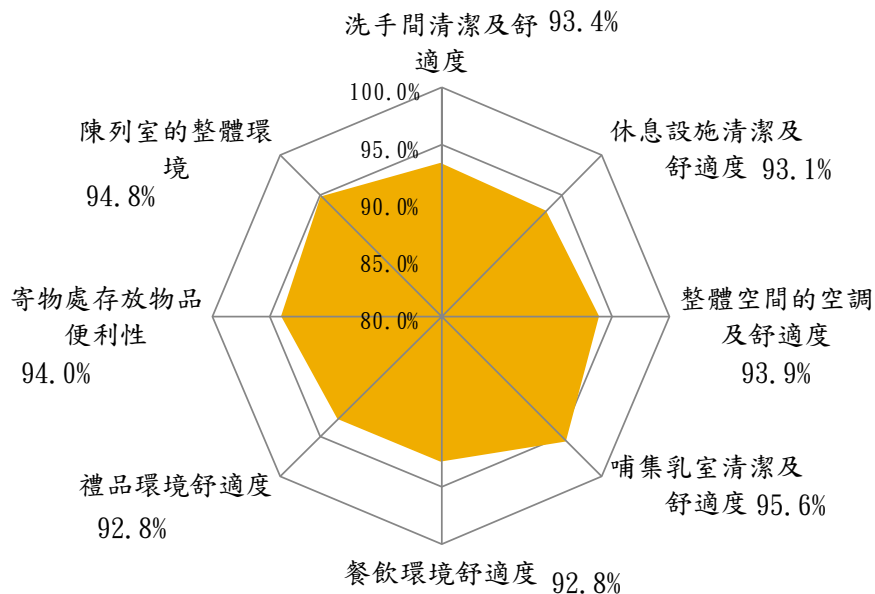


圖15、 觀眾對各項設施的滿意度

(1) 陳列室整體環境的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(94.8%)的觀眾對陳列室整體環境感到滿意(非常滿意 44.7%、還算滿意 50.1%)，表示尚可約占 4.2%，而僅有 0.9%表示不滿意(不太滿意 0.9%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同教育程度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 1-15）

- ▶ 教育程度:不同教育程度的觀眾表示非常滿意的比例均在 44.0%~46.5% 間，表示還算滿意比例較高的為大學教育程度者，占 51.8%，高中職及以下則較低，占 45.6%。
- ▶ 居住地區:以居住在東南亞及其他地區的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 54.9%，居住在臺灣的觀眾則較低，占 37.2%。

(2) 洗手間清潔及舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成三(93.4%)的觀眾對洗手間的清潔及舒適度感到滿意(非常滿意 56.9%、還算滿意 36.6%)，表示尚可約占 5.6%，而僅有 0.9%表示不滿意(不太滿意 0.9%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-18)

- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 68.4%，居住在日本的觀眾則較低，占 30.3%，且表示尚可的比例較高，占 13.6%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(63.9%)表示非常滿意的比例高於散客(53.0%)。

(3) 休息設施清潔及舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成三(93.1%)的觀眾對休息設施的清潔及舒適度感到滿意(非常滿意 55.0%、還算滿意 38.1%)，表示尚可約占 5.7%，而僅有 1.2%表示不滿意(不太滿意 1.2%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-19)

- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 65.7%，居住在日本的觀眾則較低，占 31.3%，且表示尚可的比例較高，占 13.8%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(61.2%)表示非常滿意的比例高於散客(51.6%)。

(4) 整體空間空調及舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成四(93.9%)的觀眾對整體空間空調及舒適度感到滿意(非常滿意 56.0%、還算滿意 37.9%)，表示尚可約占 4.9%，而僅有 1.2%表示不滿意(不太滿意 1.2%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-20)

- ▶ 居住地區:以居住在東南亞及其他地區的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 66.7%，居住在日本的觀眾則較低，占 36.3%，且表示尚可的比例較高，占 12.5%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(62.2%)表示非常滿意的比例高於散客(52.5%)。

(5) 哺集乳室清潔及舒適度的滿意度

調查結果顯示，於高達九成六(95.6%)的觀眾對哺集乳室清潔及舒適度感到滿意(非常滿意 63.3%、還算滿意 32.2%)，表示尚可約占 4.4%，無任何觀眾表示有不滿意。此外，哺集乳室也是各項設施中表示無接觸比較最高。

由於哺集乳室為各項設施中無接觸比例最高的項目，僅有 90 位觀眾進行滿意度評價，因樣本數較少，故不進行交叉分析。(附表 1-21)

(6) 餐飲環境舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成三(92.8%)的觀眾對餐飲環境舒適度感到滿意(非常滿意 49.8%、還算滿意 43.0%)，表示尚可約占 6.4%，而僅有 0.9%表示不滿意(不太滿意 0.4%、非常不滿意 0.4%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，均無顯著差異。(附表 1-22)

(7) 禮品環境舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成三(92.8%)的觀眾對禮品環境舒適度感到滿意(非常滿意 44.2%、還算滿意 48.6%)，表示尚可約占 5.8%，而僅有 1.4%表示不滿意(不太滿意 1.4%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同教育程度、婚姻狀況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 1-23)

- ▶ 教育程度:以研究所及以上表示非常滿意的比例較高，占 52.7%，高中職及以下較低(32.0%)。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(46.9%)表示非常滿意的比例高於已婚者(41.2%)。
- ▶ 居住地區:以居住在韓國的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 61.5%，居住在日本的觀眾則較低，占 14.3%，且表示尚可的比例較高，占 20.4%。

(8) 寄物處存放物品便利性的滿意度

調查結果顯示，高達九成四(94.0%)的觀眾對寄物處存放物品便利性感到滿意(非常滿意 53.4%、還算滿意 40.6%)，表示尚可約占 5.1%，而僅有 0.9%表示不滿意(不太滿意 0.9%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-26)

- ▶ 年齡:以 60-64 歲表示非常滿意的比例較高，占 78.6%，15-19 歲較低(38.1%)，而 30-39 歲表示尚可的比例較高，占 7.9%。
- ▶ 婚姻狀況:未婚及已婚觀眾表示非常滿意的比例無差異，但已婚者表示尚可的比例較高，占 6.0%。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 68.4%，居住在日本的觀眾則較低，占 22.7%，且表示尚可的比例較高，占 27.3%。

4. 觀眾對動線規劃的各項滿意度

觀眾對動線規劃的滿意度包括購票處動線規劃、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及導覽地圖清楚明確度，調查結果發現，各項滿意度均達九成二以上的高度肯定。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

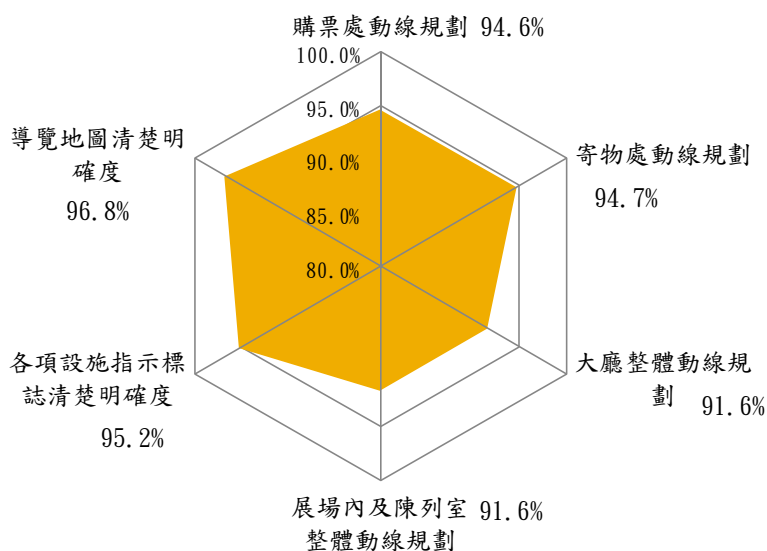


圖16、 觀眾對動線規劃的滿意度

(1) 購票處動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(94.6%)的觀眾對購票處動線規劃感到滿意(非常滿意 37.1%、還算滿意 57.5%)，表示尚可約占 5.1%，而僅有 0.3%表示不滿意(不太滿意 0.2%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解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 1-24）

- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 53.0%，居住在日本的觀眾則較低，占 19.1%，且表示尚可的比例較高，占 19.1%。
- ▶ 參觀概況：以首次參觀者(41.6%)表示非常滿意的比例高於曾經來過者(31.1%)。

(2) 寄物處動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(94.7%)的觀眾對寄物處動線規劃感到滿意(非常滿意 49.9%、還算滿意 44.8%)，表示尚可約占 4.3%，而僅有 0.9%表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解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 1-25)

- ▶ 婚姻狀況：以未婚者(48.2%)表示還算滿意的比例高於已婚者(41.4%)。
- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 65.6%，居住在日本的觀眾則較低，占 20.0%，且表示尚可的比例較高，占 15.0%。
- ▶ 觀眾屬性：以團客(60.2%)表示非常滿意的比例高於散客(46.7%)。

(3) 大廳整體動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成二(91.6%)的觀眾對大廳整體動線規劃感到滿意(非常滿意 37.8%、還算滿意 53.7%)，表示尚可約占 6.9%，而僅有 1.5%表示不滿意(不太滿意 1.3%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解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 1-27)

- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 54.8%，居住在日本的觀眾則較低，占 15.0%，且表示尚可的比例較高，占 17.5%。
- ▶ 觀眾屬性：以團客(44.4%)表示非常滿意的比例高於散客(34.2%)。

(4) 展場及陳列室整體動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成二(91.6%)的觀眾對展場及陳列室整體動線規劃感到滿意(非常滿意 35.0%、還算滿意 56.6%)，表示尚可約占 7.1%，而僅有 1.3%表示不滿意(不太滿意 1.1%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解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 1-28)

- ▶ 行業:以家管/退休/待業表示非常滿意的比例較高,占 51.5%,從事工業者較低,占 29.6%,但表示尚可比例較高的為軍公教人員,占 10.1%。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高,占 50.8%,居住在日本的觀眾則較低,占 18.8%,而表示尚可比例較高的為東南亞及其他地區,占 23.5%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(44.4%)表示非常滿意的比例高於散客(29.8%)。

(5) 各項設施指示標誌清楚明確的滿意度

調查結果顯示,高達九成五(95.2%)的觀眾對各項設施指示標誌清楚明確感到滿意(非常滿意 43.7%、還算滿意 51.5%),表示尚可約占 4.1%,而僅有 0.7%表示不滿意(不太滿意 0.6%、非常不滿意 0.1%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現,卡方檢定在不同教育程度、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 1-30)

- ▶ 教育程度:以專科教育程度者表示非常滿意的比例較高,占 49.1%,研究所及以上者較低,占 39.7%,且表示尚可的比例較高(9.5%)。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高,占 59.8%,居住在日本的觀眾則較低,占 20.0%,而表示尚可比例較高的為東南亞及其他地區,占 13.7%。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(51.6%)表示非常滿意的比例高於散客(39.3%)。

(6) 導覽地圖清楚明確的滿意度

調查結果顯示,高達九成七(96.8%)的觀眾對導覽地圖清楚明確感到滿意(非常滿意 41.6%、還算滿意 55.1%),表示尚可約占 2.9%,而僅有 0.4%表示不滿意(無任何表示不太滿意、非常不滿意 0.4%)。

進一步瞭解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 1-31)

- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高,占 57.9%,居住在日本的觀眾則較低,占 20.8%,且表示尚可比例較高(12.5%)。

- 觀眾屬性:以團客(51.5%)表示非常滿意的比例高於散客(37.1%)。

5. 觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度

觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度包括驗票人員、售票人員、服務台人員、語音導覽租借服務人員、餐飲服務人員、禮品販售服務人員、展廳內服務人員及整體服務人員，調查結果發現，各項滿意度均達九成七以上的高度肯定。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

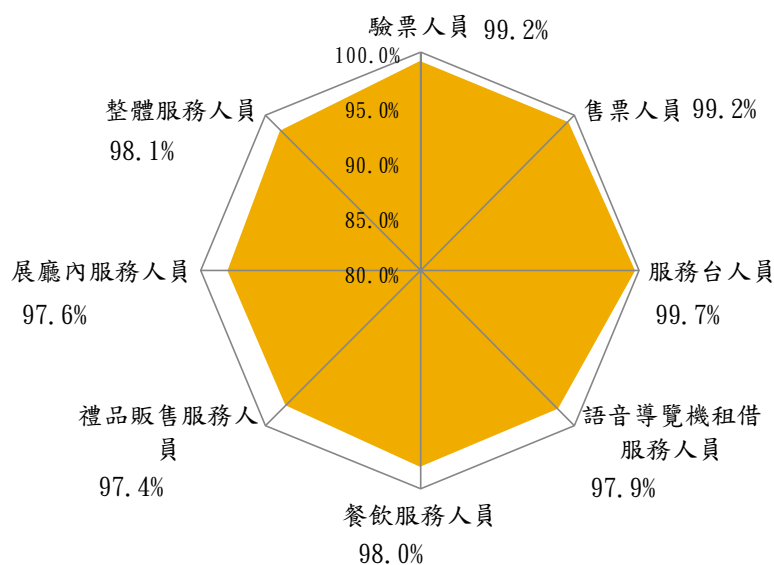


圖17、 觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度

(1) 驗票人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成九(99.2%)的觀眾對驗票人員服務態度感到滿意(非常滿意 61.3%、還算滿意 37.9%)，表示尚可約占 0.8%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同行業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 1-32)

- 行業:以從事服務業者表示還算滿意的比例較高，占 43.6%，而學生表示尚可的比例較高，占 3.1%。
- 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 72.9%，居住在日本的觀眾則較低，占 26.3%，且表示尚可比例較高(5.3%)。

(2) 售票人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成九(99.2%)的觀眾對售票人員服務態度感到滿意(非常滿意 64.7%、還算滿意 34.5%)，表示尚可約占 0.5%，而僅有 0.3%表示不滿意(不太滿意 0.3%、無任何表示非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-33)

- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 74.1%，居住在日本的觀眾則較低，占 41.0%。

(3) 服務台人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達近百分百(99.7%)的觀眾對服務台人員服務態度感到滿意(非常滿意 67.1%、還算滿意 32.6%)，表示尚可約占 0.3%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解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 1-34)

- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 75.7%，居住在歐美的觀眾則較低，占 47.2%，但表示尚可比例較高的為日本，占 7.1%。

(4) 語音導覽租借服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(97.9%)的觀眾對語音導覽租借服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 65.6%、還算滿意 32.3%)，表示尚可約占 1.7%，而僅有 0.4%表示不滿意(不太滿意 0.2%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解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 1-35)

- ▶ 年齡：以 65 歲以上、60-64 歲表示非常滿意的比例較高，分別占 78.9% 及 75.0%，15-19 歲則較低，占 55.6，且表示尚可的比例較高(22.2%)。
- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 78.0%，居住在日本的觀眾則較低，占 27.6%，但表示尚可比例較高

(17.2%)。

(5) 餐飲服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(98.0%)的觀眾對餐飲服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 59.8%、還算滿意 38.1%)，表示尚可約占 2.0%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解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 1-36)

- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 76.9%，居住在東南亞及其他地區的觀眾則較低，占 40.0%，但表示尚可比例較高的為日本，占 13.3%。

(6) 禮品販售服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成七(97.4%)的觀眾對禮品販售服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 49.5%、還算滿意 47.9%)，表示尚可約占 2.6%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解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、行業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 1-37)

- ▶ 年齡：以 60-64 歲表示非常滿意的比例較高，占 58.3%，但也是表示尚可比例較高的(16.7%)，顯示此年齡層對滿意度的看法較為分歧。
- ▶ 教育程度：教育程度越高者表示非常滿意的比例則越高，從高中職及以下的 31.3%到研究所及以上的 64.7%。
- ▶ 行業：以從事商業者表示還算滿意的比例較高，占 57.8%，軍公教人員擇較低，占 29.5%，且表示尚可的比例較高(6.8%)。
- ▶ 居住地區：以居住在東南亞及中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，分別占 66.7%及 60.5%，居住在日本的觀眾則較低，占 15.8%，且表示尚可比例較高(15.8%)。

(7) 展廳內服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(97.6%)的觀眾對展廳內服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 57.9%、還算滿意 39.7%)，表示尚可約占 2.1%，僅有 0.3%表示

不滿意(不太滿意 0.3%，無任何表示非常不滿意)。

進一步瞭解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 1-38)

- ▶ 年齡:以 40-49 歲表示非常滿意的比例較高，占 62.8%，65 歲及以上則較低，占 40.0%。
- ▶ 教育程度:以研究所以上教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 67.4%，高中職及以下者較低，占 46.8%，且表示尚可的比例較高(6.4%)。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，分別占 70.2%，居住在日本的觀眾則較低，占 14.0%，且表示尚可比例較高(15.8%)。

(8) 整體服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(98.1%)的觀眾對整體服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 55.7%、還算滿意 42.4%)，表示尚可約占 1.8%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解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、教育程度、行業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 1-39)

- ▶ 性別:不同性別表示非常滿意的比例無差異。
- ▶ 教育程度:以研究所及以上教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 62.1%，高中職及以下者較低，占 43.9%。
- ▶ 行業:以其他行業及家管/退休/無業表示非常滿意的比例較高，分別占 87.5%及 68.7%，從事商業者則較低，占 50.5%。
- ▶ 居住地區:以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，分別占 69.5%，居住在日本的觀眾則較低，占 21.3%，且表示尚可比例較高(11.3%)。

6. 國立故宮博物院北部院區整體滿意度

今年度觀眾對國立故宮博物院的整體滿意度達九成八(97.9%)，當中非常滿意占 47.2%，還算滿意占 50.7%，表示尚可約占 1.9%，僅有 0.2%表示不滿意(不太滿意 0.1%、非常不滿意 0.1%)。

進一步瞭解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 1-46)

- ▶ 性別：以女性(51.1%)表示非常滿意的比例高於男性(42.0%)。
- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，分別占 59.2%，居住在日本的觀眾則較低，占 33.8%。

7. 推薦親朋好友的意願度

調查結果顯示，高達九成八(97.5%)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 58.4%、可能會 39.1%)，表示不一定約占 2.1%，表示不會推薦僅占 0.4%(可能不會 0.2%、一定不會 0.1%)。

進一步瞭解意願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、有無小孩、行業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 1-47)

- ▶ 婚姻狀況：已婚者(63.1%)表示非常滿意的比例高於未婚者(52.7%)。
- ▶ 有無小孩：有小孩者(64.2%)表示非常滿意的比例高於沒有小孩者(53.6%)。
- ▶ 行業：以其他行業及家管/退休/無業表示非常滿意的比例較高，分別占 87.5%及 77.8%，從事工業者則較低，占 48.1%。
- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，分別占 68.8%，居住在日本的觀眾則較低，占 32.5%。

8. 國人曾到訪過故宮南院之概況

針對國人了解曾到訪故宮南院之概況(n=301)，約有一成四(13.6%)表示曾到訪過故宮南院，約有七成(69.8%)則表示知道有故宮南院但未曾到訪過，但有一成七(16.6%)則表示不知道有故宮南院。

進一步針對未曾到訪過故宮南院的國人觀眾(n=260)，未來一年參觀故宮南院的意願度，約有六成二(61.9%)表示有意願(非常有意願 32.7%、有點意願 29.2%)，考慮中約有二成七(27.3%)，另有一成六(16.2%)則表示沒有意願(不太有意願 8.1%、完全沒有意願 2.7%)，顯示未來仍應多加強宣導故宮南院的展覽活動。

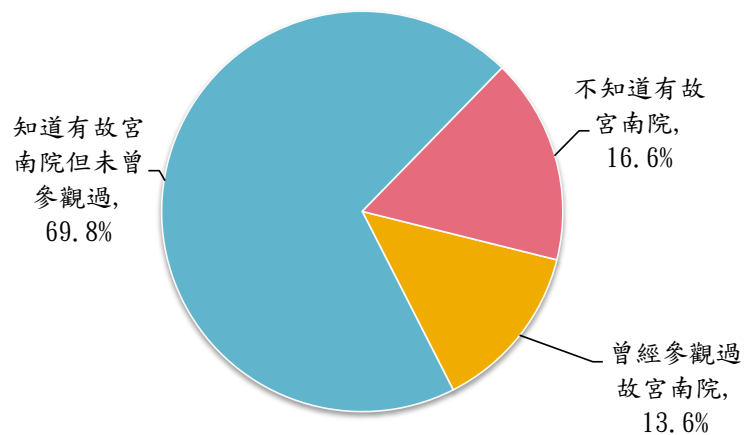


圖18、國人觀眾到訪過故宮南院的概況

9. 各項服務措施之看法

(1) 觀眾對夜間延長開放時間的知悉度

調查結果顯示，約有三成一(31.1%)的觀眾在來訪前就知道國立故宮博物院在週五及周六有延長開放時間至晚間九點，但仍有六成九的觀眾表示來訪前並不知道。

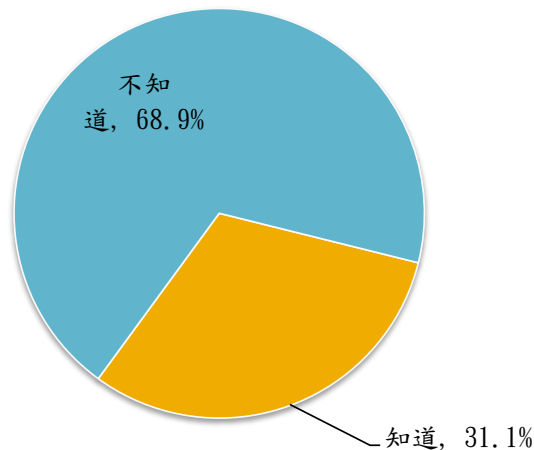


圖19、觀眾對夜間延長開放時間的知悉度

進一步瞭解知悉度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同年齡、教育程度、婚姻狀況、有無小孩、行業、居住地區、觀眾屬性及參觀概況有顯著差異，分析如下：（附表 1-40）

- ▶ 年齡：以 15-19 歲表示知道的比例高於其他年齡層，65 歲及以上知道比例較低(21.3%)。
- ▶ 教育程度：以研究所及以上教育程度者表示知道的比例較高，占 37.1%，高中職及以下者較低，占 17.5%。
- ▶ 婚姻狀況：未婚者(35.4%)知道的比例高於已婚者(27.7%)。
- ▶ 有無小孩：沒有小孩者(34.2%)知道的比例高於有小孩者(27.5%)。
- ▶ 行業：以學生知道的比例較高，占 43.0%，從事工業者比例較低，占 23.5%。
- ▶ 居住地區：以居住在臺灣的觀眾知道的比例較高，占 51.8%，日本則較低，占 5.0%。
- ▶ 觀眾屬性：以散客(38.2%)知道的比例高於團客(18.4%)。
- ▶ 參觀概況：以曾經來過者(44.8%)知道的比例高於首次來訪者(22.2%)。

(2) 國人對免費時段入場的知悉度

調查結果顯示，有超過半數(51.2%)的國人觀眾在來訪前就知道國立故宮博物院每日下午 4 點 30 分後憑國人身分證件可免費參觀，但仍有四成九的國人觀眾表示來訪前並不知道(48.8%)。

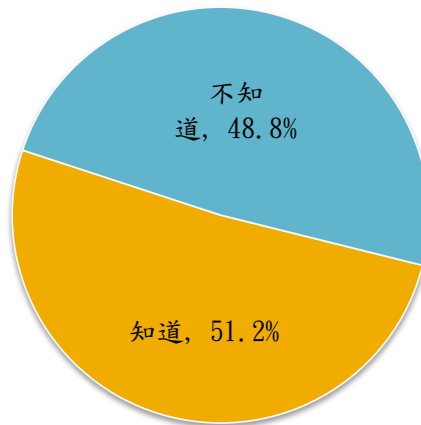


圖20、國人觀眾對免費時段入場的知悉度

進一步瞭解知悉度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異，故不進行交叉分析說明。（附表 1-41）

(3) 展場試辦有條件開放拍照措施的滿意度

調查結果顯示，約有八成五(85.1%)的觀眾對展場試辦有條件開放拍照的措施感到滿意(非常滿意 48.4%、還算滿意 36.8%)，表示尚可約占 8.9%，僅有 6.0% 表示不滿意(不太滿意 3.4%，非常不滿意 2.6%)。

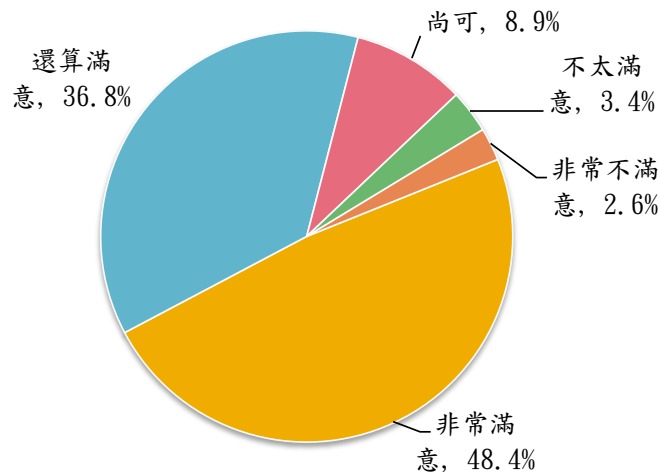


圖21、展場試辦有條件開放拍照措施的滿意度

進一步瞭解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、居住地區及參觀概況有顯著差異，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 1-45）

- ▶ 性別：以女性(53.2%)表示非常滿意的比例高於男性(42.0%)。
- ▶ 年齡：以 60-64 歲表示非常滿意的比例較高，占 55.6%，65 歲以上則較低(27.7%)，但表示尚可的比例較高，占 25.5%。
- ▶ 居住地區：以居住在中國大陸/港澳的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 62.3%，而居住在日本的觀眾則較低(32.5%)，但表示尚可的比例較高，占 30.0%。
- ▶ 參觀概況：以首次參觀者(51.5%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(43.6%)。

10. 資訊管道來源

(1) 國人獲得故宮相關資訊的管道來源

國人獲得故宮相關資訊的主要管道來源，以故宮官網的比例較高，占 52.2%，其次依序為電視(36.9%)、網路/部落格(29.9%)、旅遊書籍(14.0%)、旅遊手冊或 DM(12.0%)、報紙(11.3%)及故宮 FB 粉絲團(10.0%)，其餘管道則低於一成，另有 4.3%的國人觀眾表示沒有蒐集過相關資訊。

針對前三項主要資訊管道來源進一步了解其觀眾資料：

- ▶ 故宮官網：以 40-49 歲、研究所及以上教育程度者、學生及軍公教人員、團客等特質的國人觀眾比例較高。
- ▶ 電視：以男性、專科及以下教育程度者、已婚、家管/退休/無業等特質的國人觀眾比例較高。
- ▶ 網路/部落格：以男性、29 歲及以下、未婚、從事工業者、散客等特質的國人觀眾比例較高。

(2) 國人期望未來獲得故宮相關資訊的管道來源

國人期望未來獲得故宮相關資訊的主要管道來源，以故宮官網的比例較高，占 57.8%，其次依序為網路/部落格(32.6%)、電視(30.2%)、故宮 FB 粉絲團(20.9%)、手機 APP(12.3%)及旅遊手冊或 DM(12.0%)，其餘管道則低於一成，與目前國人觀眾所獲得的管道來源前三項相似。

11. 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，占二成九(28.5%)，其次為提升觀眾參觀素質(11.6%)，其餘項目皆低於一成，另有四成四(44.1%)表示沒有需要優先改善的項目。

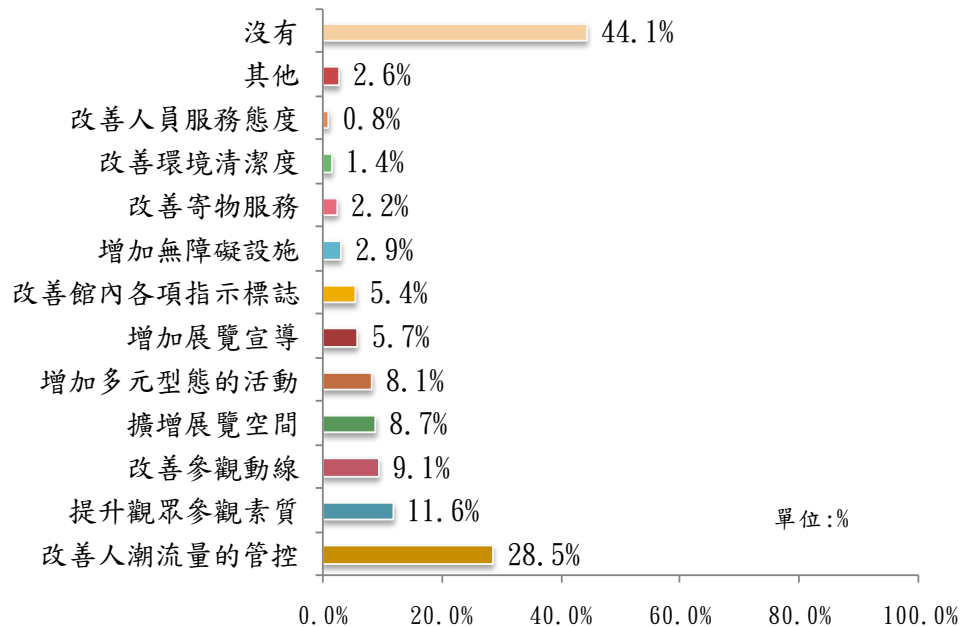


圖22、 觀眾對提升服務品質期望優先改善之項目

(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，以增加展示文物比例最高，占一成二(12.3%)，其次為擴大展示空間(11.7%)，其餘項目皆低於一成，另有四成七(46.5%)表示沒有需要加強的項目。

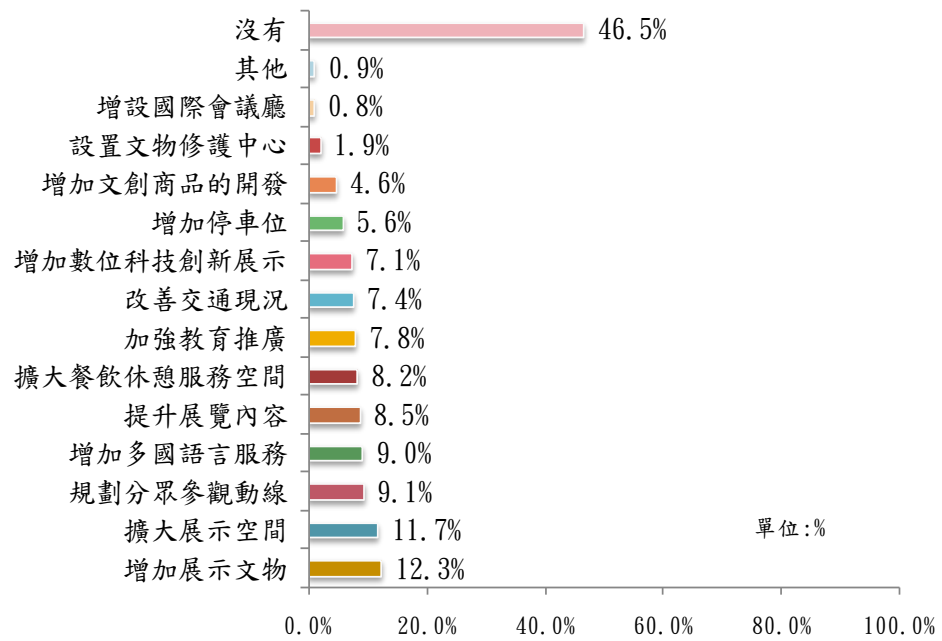


圖23、觀眾期望國立故宮博物院應加強之項目

(五) 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。

1. 整體性-重要性績效分析

- (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。本年度在競爭優勢項目有：整體人員、餐飲服務人員、禮品販售人員、展廳內服務人員、整體展覽滿意度、導覽地圖清楚明確度、整體活動滿意度、各項設施標誌清楚明確度、購票處動線規劃及哺集乳室清潔舒適度。
- (2) 超乎所需項目：觀眾認為服務台人員、售票人員、驗票人員、語音導覽租借人員、展覽內容豐富性、展示設計的吸引力、兒藝中心滿意度、寄物處動線規劃、陳列室整體環境、空調舒適度、洗手間清潔舒適度、寄物處存放物品便利性、休憩設施清潔舒適度、禮品環境舒適度、餐飲環境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：觀眾認為展場及陳列室動線規、大廳整體動線規劃、展資說明的深淺適切性、多媒體展示內容及呈現、試辦拍照措施為重要性較低，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：本年度並無任何項目在此象限內。

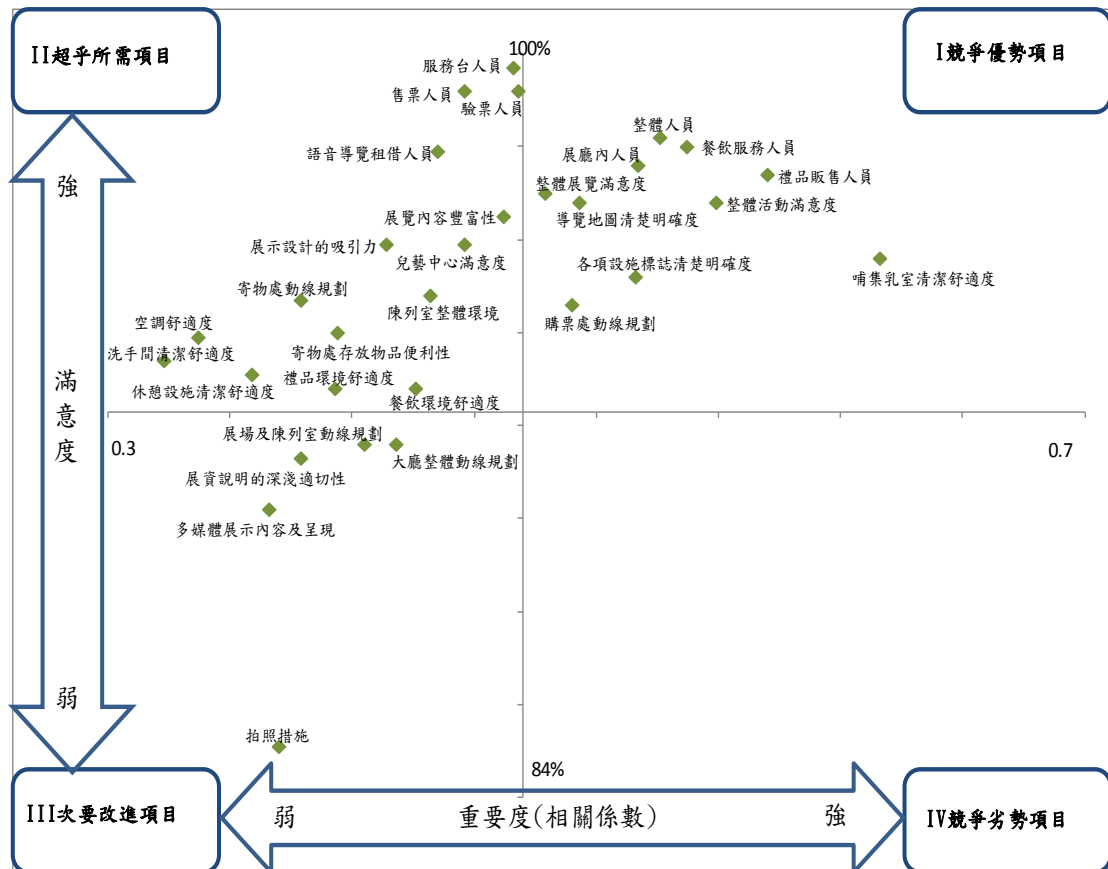


圖24、 各項滿意度與重要度模型-整體

2. 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，分析如下：

(1) 兩年度皆在同象限

比較本年度及 104 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」、「整體活動」、「設施指示標誌」、「導覽地圖清楚明確度」、「購票處動線規劃」、「展廳內服務人員」及「整體服務人員」；超乎所需項目為「洗手間清潔舒適度」。

(2) 移動至象限 I 競爭優勢項目：

比較本年度及 104 年度的「重要性－績效」分析，發現「哺乳室清潔舒適度」從超乎所需的象限移至本年度「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 104 年度的「重要性－績效」分析，發現有「陳列室整體環境」、「兒藝中心」、「休息設施清潔舒適度」、「寄物處動線規劃」、「服務台人員」及「語音導覽租借人員」在 104 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」，顯示滿意度不變，但重要度下降。

「整體空間的空調舒適度」在 104 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」，顯示滿意度上升，但重要度不變。

(4) 移動至象限 III 次要改進項目：

比較本年度及 104 年度的「重要性－績效」分析，發現有「大廳整體動線規劃」在 104 年度為象限 I「競爭優勢項目」，於本年度移至象限 III「次要改進項目」，顯示滿意度及重要度均呈現下滑。

「展場內/陳列室動線規劃」在 104 年度為象限 IV「競爭劣勢項目」，於本年度移至象限 III「次要改進項目」，顯示滿意度仍未提升且重要度下降。

表7、 整體觀眾 IPA 分析-年度比較

項目		IPA 象限	
		105 年度	104 年度
整體性服務	整體展覽	I	I
	陳列室整體環境	II	I
	整體活動	I	I
	兒藝中心	II	I
公共服務區各項設施	洗手間清潔舒適度	II	II
	休息設施清潔舒適度	II	I
	整體空間的空調舒適度	II	III
	哺集乳室清潔舒適度	I	II
動線規劃	大廳整體動線規劃	III	I
	展場內/陳列室動線規劃	III	IV
	設施指示標誌	I	I
	導覽地圖清楚明確度	I	I
	購票處動線規劃	I	I
	寄物處動線規劃	II	I
	服務台人員	II	I
服務人員服務態度	語音導覽租借人員	II	I
	展廳內服務人員	I	I
	整體服務人員	I	I

(六) 歷年趨勢分析

1. 觀眾來訪停留時間之歷年比較

綜觀各年度觀眾停留的時間，自 104 年度開始停留時間在 2-3 小時的比例有上升的趨勢，且高於停留 1-2 小時，今年度在超過 4 小時以上的比例也是歷年來最高，顯示觀眾整體停留的時間有增加的現象。

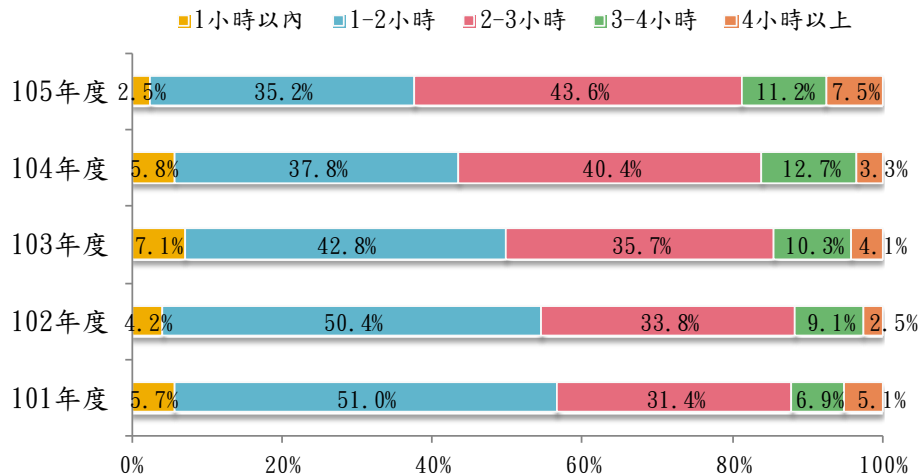


圖25、 觀眾停留時間之歷年比較

2. 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 97.9%與原訂目標值 (104 年度滿意度 94.7%) 相較，達成度為 103.4% ($97.9\% / 94.7\% = 103.4\%$)。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。

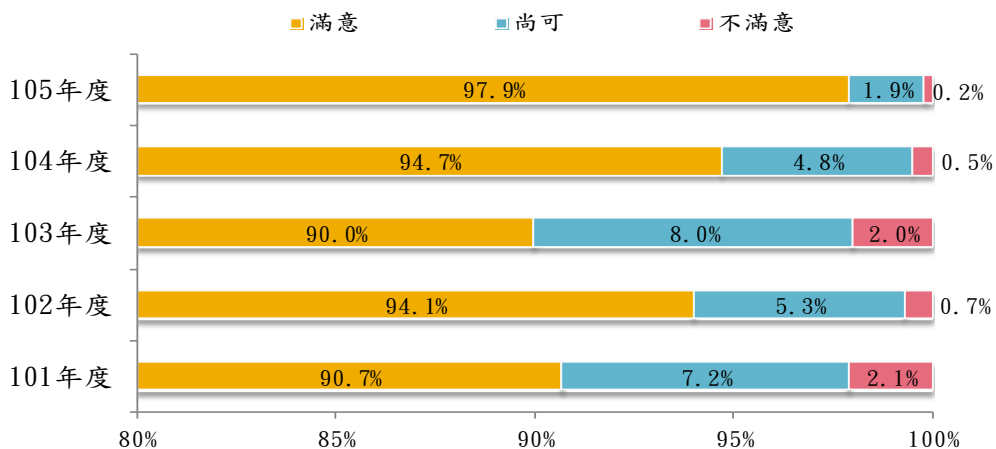


圖26、 觀眾對國立故宮博物院整體滿意度之歷年比較

3. 各項服務滿意度之歷年比較

(1) 展間及活動滿意度之歷年比較

綜觀近二年度在陳列室及各項活動等整體服務滿意度之表現，滿意度均呈現上升的趨勢，尤其以陳列室整體環境的表現最為亮眼，滿意度上升了 5.1 個百分點。

表 8、 展間及活動滿意度近二年度比較

	105 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	
陳列室整體環境	854	94.8%	4.2%	0.9%	867	89.7%	7.7%	2.6%	5.1%
整體活動	431	96.8%	3.2%	0.0%	434	94.9%	5.1%	0.0%	1.9%
兒藝中心	171	95.9%	2.9%	1.2%	176	93.7%	5.7%	0.6%	2.2%

4. 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，以整體空間空調舒適度正向滿意度進步最多，上升了 15.7 個百分點，但由於本年度的執行期間為 11 月底，於 104 年度調查期程在 8-10 月間，在季節上略有不同，故此項目的滿意度趨勢僅供參考。

在洗手間及休息設施的清潔舒適度的表現，今年度均呈現滿意度上升的趨勢，但在哺集乳室清潔舒適度的表現，雖百分比略有下降但仍在抽樣誤差範圍內，呈現持平的趨勢。

表 9、 公共服務區各項設施滿意度近二年度比較

	105 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	763	93.4%	5.6%	0.9%	766	88.9%	8.5%	2.6%	4.5%
休息設施清潔舒適度	854	93.1%	5.7%	1.2%	867	88.8%	8.7%	2.5%	4.3%
整體空間空調舒適度	854	93.9%	4.9%	1.2%	867	78.2%	12.6%	9.2%	15.7%
哺集乳室清潔舒適度	90	95.6%	4.4%	0.0%	158	96.8%	3.2%	0.0%	-1.2%

5. 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，以購票處動線規劃、各項設施指示標誌清楚明確、展場內及陳列室整體動線規畫進步最多，正向滿意度上升 5.1~5.6 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10、 各項動線規劃滿意度近二年比較

	105 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	854	91.6%	6.9%	1.5%	867	89.9%	8.2%	1.9%	1.7%
購票處動線規劃	631	94.6%	5.1%	0.3%	723	89.0%	9.4%	1.6%	5.6%
寄物處動線規劃	533	94.7%	4.3%	0.9%	661	92.1%	6.4%	1.5%	2.6%
展場內及陳列室整體動線規劃	854	91.6%	7.1%	1.3%	867	86.5%	10.5%	3.0%	5.1%
各項設施指示標誌清楚明確度	854	95.2%	4.1%	0.7%	867	89.9%	9.4%	0.7%	5.3%
導覽地圖清楚明確度	526	96.8%	2.9%	0.4%	639	92.5%	6.6%	0.9%	4.3%

6. 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，105 年度的評價為 98.1%與原訂目標值(104 年度滿意度 95.5%)相較，達成度為 102.7%(98.1/95.5=102.7%)。而各項人員服務態度的表現感受，與 104 年度相比均呈現進步的趨勢，以服務台人員的滿意度進步最多，上升了 4.4 個百分點。

表11、 各項人員服務態度滿意度近二年度比較

	105 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
服務台人員	645	99.7%	0.3%	0.0%	681	95.3%	4.1%	0.6%	4.4%
語音導覽機租借服務人員	468	97.9%	1.7%	0.4%	502	94.2%	5.0%	0.8%	3.7%
展廳內服務人員	715	97.6%	2.1%	0.3%	729	94.5%	5.1%	0.4%	3.1%
整體人員的服務	854	98.1%	1.8%	0.0%	867	95.5%	4.0%	0.5%	2.6%

7. 推薦親朋好友參觀國立故宮博物院意願度之歷年比較

綜觀近年來觀眾推薦親朋好友參觀國立故宮博物院的意願度，均維持在九成二以上，而本年度為歷年創新高，較 103 年度，上升了 5.6 個百分點，而與去年度呈現持平趨勢(抽樣誤差內)。

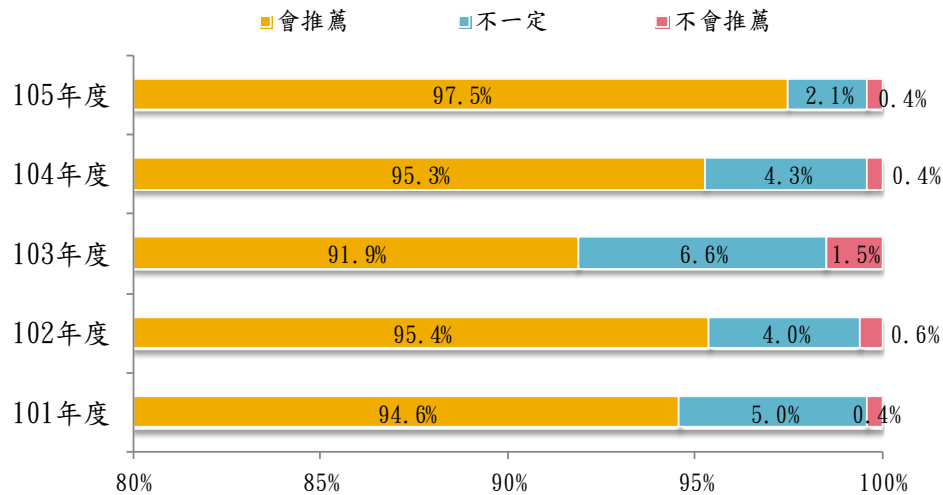


圖27、 推薦親朋好友參觀國立故宮博物院意願度年度比較

(七) 歷年性別滿意度比較

1. 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，本年度在不同性別的滿意度表現均無差異，觀察近年來的趨勢，在洗手間的清潔舒適度方面，不同性別於各年度並無差異；在休息設施的清潔舒適方面，僅有 101 年度及 102 年度男性滿意度高於女性，其餘年度均無差異；在整體空間空調舒適度方面，往年度均呈現男性滿意度高於女性，但今年度則無差異，可能受到今年度調查期程於不同月份所影響。

表12、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				
		101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度
洗手間的清潔舒適度	整體	86.1%	88.5%	84.0%	88.9%	93.4%
	男性	86.9%	89.5%	85.6%	89.8%	94.9%
	女性	85.3%	87.7%	82.7%	88.3%	92.3%
休息設施的清潔舒適度	整體	83.3%	83.9%	87.1%	88.8%	93.1%
	男性	85.2%	87.2%	87.9%	88.0%	93.7%
	女性	81.5%	81.5%	86.4%	89.3%	92.6%
整體空間的空調舒適度	整體	84.3%	81.0%	82.7%	78.2%	93.9%
	男性	87.0%	85.4%	87.4%	81.6%	95.6%
	女性	81.9%	77.6%	78.8%	76.0%	92.6%

2. 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，在大廳整體動線規劃，僅有 102 年度男性的滿意度高於女性，其餘年度均無差異；其他各項動線規劃在不同性別也均無差異。

表13、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				
		101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度
大廳整體動線規劃	整體		84.9%	82.0%	89.9%	91.6%
	男性		88.1%	81.5%	90.3%	91.6%
	女性		82.5%	82.4%	89.7%	91.6%
展場內及陳列室整體動線規劃	整體		78.5%	80.2%	86.5%	91.6%
	男性		80.5%	79.9%	87.2%	93.2%
	女性		77.0%	80.5%	86.1%	90.3%
各項設施指示標誌清楚明確度	整體	84.3%	85.4%	84.5%	89.9%	95.2%
	男性	85.4%	87.5%	86.6%	90.6%	94.8%
	女性	83.3%	83.8%	82.8%	89.3%	95.5%
導覽地圖的清楚明確度	整體	84.6%	84.1%	81.6%	92.5%	96.8%
	男性	86.5%	84.9%	83.0%	91.7%	97.1%
	女性	82.9%	83.5%	80.5%	93.1%	96.5%

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)

3. 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，不同性別對於各項人員服務態度也均無差異。

表14、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				
		101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度
整體服務人員	整體	91.4%	94.0%	93.0%	95.5%	98.1%
	男性	91.5%	95.9%	93.8%	95.6%	99.5%
	女性	91.4%	92.5%	92.4%	95.4%	97.1%
服務台人員	整體	94.6%	94.9%	94.3%	95.3%	99.7%
	男性	94.5%	96.5%	93.9%	96.8%	100.0%
	女性	94.8%	93.7%	94.6%	94.3%	99.5%
語音導覽機租借服務人員	整體	93.1%	93.8%	92.1%	94.2%	97.9%
	男性	92.9%	94.9%	94.1%	95.2%	99.0%
	女性	93.3%	93.1%	90.5%	93.5%	97.1%
展廳內服務人員	整體	86.2%	90.8%	90.8%	94.5%	97.6%
	男性	88.2%	90.6%	92.6%	95.5%	98.7%
	女性	84.3%	91.0%	89.6%	93.9%	96.9%

4. 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，不同性別也同樣無差異。

表15、不同性別觀眾對國立故宮博物院的整體滿意度

	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度
整體	90.7%	94.1%	90.0%	94.7%	97.9%
男性	91.9%	95.9%	90.0%	93.9%	98.1%
女性	89.6%	92.6%	90.0%	95.2%	97.7%

二、 南部院區

(一) 調查概述

1. 調查對象

調查對象以 13 歲以上參觀過國立故宮博物院南院展覽區，且本人未在院內工作(含志工)之觀眾為調查對象。

2. 調查方法

本調查採用面訪方式進行，由訪問員在國立故宮博物院南院 1 樓(展覽區出口的樓下)，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。

3. 調查內容

調查內容設計則參考歷年北部院區的調查問卷、南部院區需求及相關文獻資料，於 105 年 11 月 4 日、11 月 11 日與 貴單位進行訪談及問卷討論後，確認問卷初稿後並於 11 月 17 日進行預試調查，並於預試完成後提出預試分析報告且召開會議後，由 貴院確認定稿。

表16、 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、是否曾經來訪過、來訪動機、曾參觀博物館的頻率、是否有使用線上預約及購票系統及使用滿意度
2 觀眾對各項設施及服務的滿意度	使用語音導機的概況及使用滿意度；對展覽內容豐富性、展示設計吸引力、展資說明深淺適切性、多媒體展示內容及呈現、整體展覽的滿意度；展廳環境舒適度、整體活動、兒創中心等整體性滿意度
3 觀眾對公共服務區設施的滿意度	洗手間的清潔及舒適度、休息設施的清潔舒適度、整體空間的空調舒適度、哺集乳室的清潔及舒適度、餐飲環境舒適度、禮品店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	對購票/取票處動線規劃、寄物處動線規劃、寄物處存放物品便利性、大廳整體動線規劃、展場內及展廳整體動線規劃、各項設施指示標誌清楚明確度、導覽地圖的清楚明確度等項目滿意度、參觀過程中標示不清楚之標誌

主題	題號與題目
5 觀眾對各類人員服務態度的滿意度	驗票口服務人員、售票人員、服務臺人員、語音導覽機租借服務人員、餐飲服務人員、禮品販售人員、展廳內的服務人員、展場清潔人員、園區遊客中心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	◎ 開放時間的滿意度 ◎ 試辦展場有條件開放拍照的滿意度
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	◎ 參觀故宮南院的整體滿意度看法 ◎ 推薦親朋好友參觀故宮南院之可能性 ◎ 相關改善建議 ◎ 提升服務品質期望優先改善項目
9 基本資料	性別、年齡、從事行業類別、教育程度、婚姻狀況、居住地區、是否到訪過故宮北院

4. 調查時間

調查期間為 105 年 11 月 29 日至 12 月 11 日，涵蓋了平日及假日。

5. 抽樣設計

採分層隨機抽樣方式進行，依據與 南院提供的人數統計，本國人占總人數的 97.7%，外國籍僅占 2.3%，故依本國籍與外國籍分層，各層配置採比例配置，但因外籍觀眾配置後樣本數較少，則增補至 100 份，配置如下：

	本國	外籍
占比	97.7%	2.3%
比例配置	830	20
增補後樣本配置	750	100

6. 調查接觸結果

本次調查共接觸 2,337 位參觀者，成功訪問 853 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 53.7%。

表17、 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		853	36.5%	53.7%
未完成訪問	拒訪	672	28.8%	42.3%
	中途拒訪	63	2.7%	4.0%
無法訪問之樣本	未入場參觀	375	16.0%	
	年齡不符	98	4.2%	
	配額已滿	245	10.5%	
	只看特展	24	1.0%	
	其他	7	0.3%	
合計		2,337	100.0%	100.0%

7. 資料處理與檢誤

(1) 資料處理

與北部院區相同執行及處理方式，請詳見報告 p.11-12。

(2) 分析方法

▶ 次數分配

根據各題的樣本比例進行比較選項間的差異。

▶ 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。

▶ 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

(二) 觀眾基本資料分析

1. 成功樣本結構

(1) 性別

受訪觀眾中，以男性及女性觀眾約各占一半，女性約占五成一，男性觀眾約占四成九。

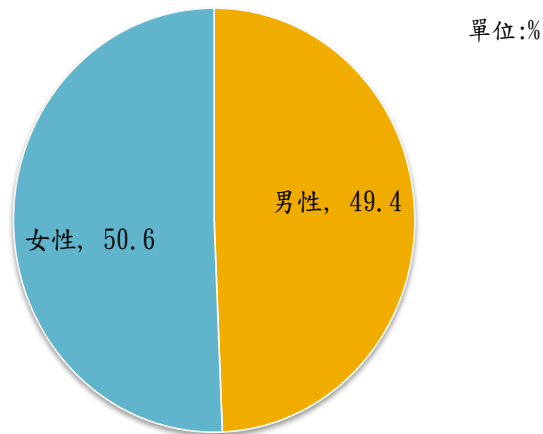


圖28、 成功樣本結構-性別

(2) 性別

受訪觀眾中，以 40-49 歲及 39-39 歲的觀眾居多，分別各占一成八及一成八，其次為 20-29 歲及 50-59 歲，各約占一成五，再其次為 60-64 歲，約占一成，其餘各年齡層則未達一成。

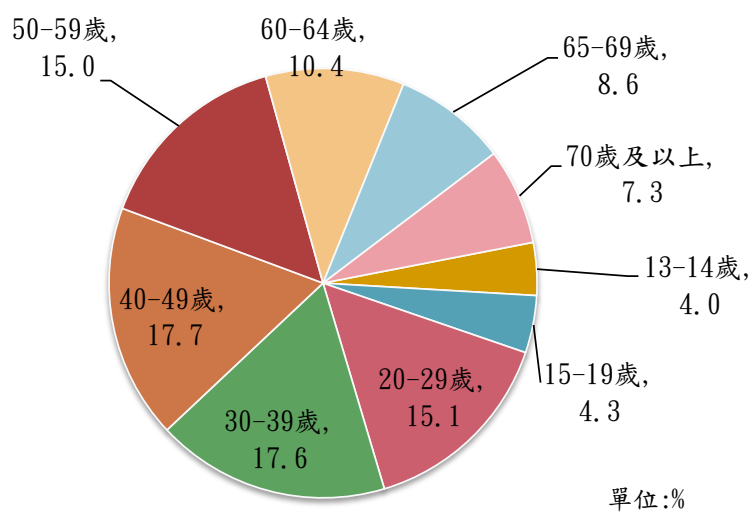


圖29、 成功樣本結構-年齡

(3) 教育程度

受訪觀眾中，以大學教育程度的觀眾居多，約占三成八，其次依序為高中/高職(約占一成九)、研究所及以上(約占一成七)、國/初中及以下(約占一成四)及專科(約占一成二)。

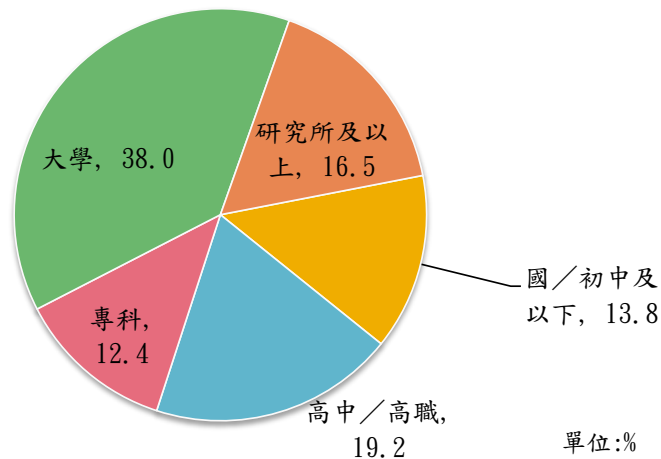


圖30、 成功樣本結構-教育程度

(4) 從事行業

受訪觀眾中，以家管/退休/待業的觀眾居多，約占二成五，其次為服務業(約占一成七)、商業及軍公教(各約占一成六)及學生(約占一成五)，其餘各項職業均低於一成。

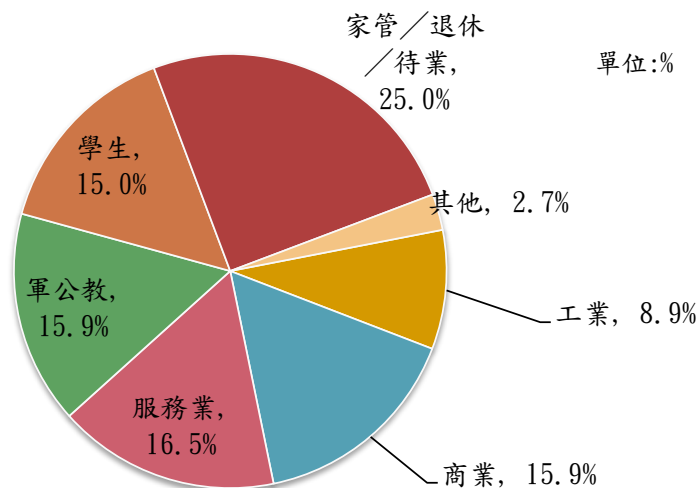


圖31、 成功樣本結構-從事行業

(5) 婚姻狀況

受訪觀眾中，以已婚的觀眾居多，約占六成六，其次為未婚，約占三成四，其他狀況約占 0.4%。

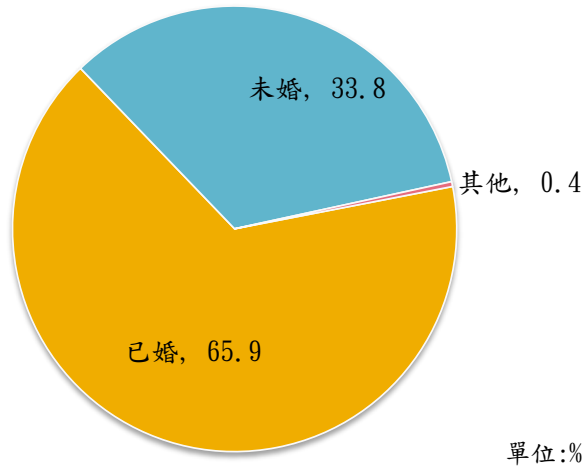


圖32、 成功樣本結構-婚姻狀況

此外，進一步了解受訪觀眾是否有小孩，約有六成一有小孩，約有三成九是沒有小孩。

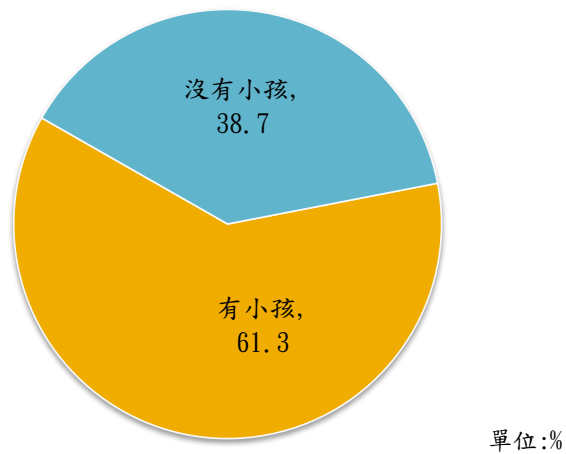


圖33、 成功樣本結構-擁有小孩狀況

(6) 居住地區

受訪觀眾的居住地區則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。居住地區以居住大陸/港澳的觀眾居多，約占三成八，其次為臺灣，約占三成五，其他地區均低於一成。

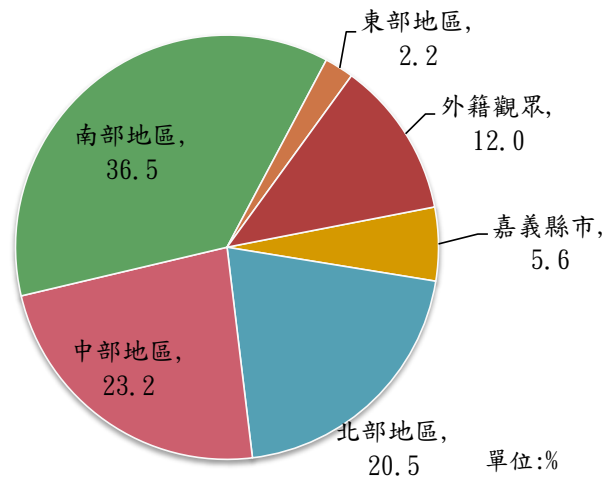


圖34、 成功樣本結構-居住地區

(7) 來訪型態

受訪觀眾中，以團體及散客的觀眾約各占一半，分別為 49.0%及 51.0%。由於訪問過程中，團體觀眾一個團體僅能抽取 1-2 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。

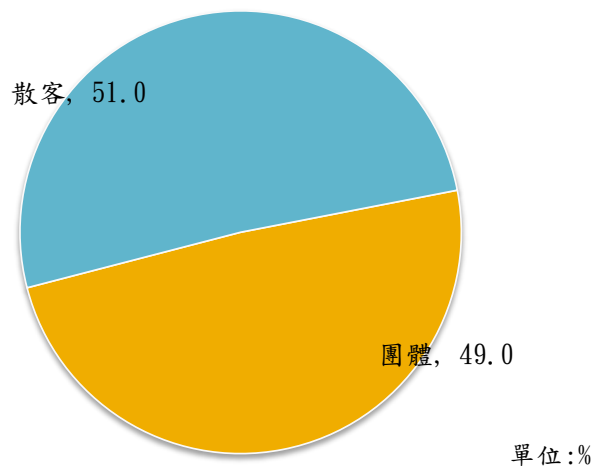


圖35、 成功樣本結構-來訪型態

(三) 調查結果分析

1. 觀眾來訪型態

(1) 觀眾屬性

整體而言，受訪觀眾的來訪型態團體及散客約各占一半(團體 49.0%、散客 51.0%)，調查過程中團體觀眾僅能抽取 1-2 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南部院區整體觀眾屬性的結構。

此外，觀察團體觀眾同行者(n=418)的概況，主要以校外教學、公司/機關團體旅遊及社區/社團旅遊為主，約占二成六至二成八間，其次為觀光團，約占一成七(17.2%)。

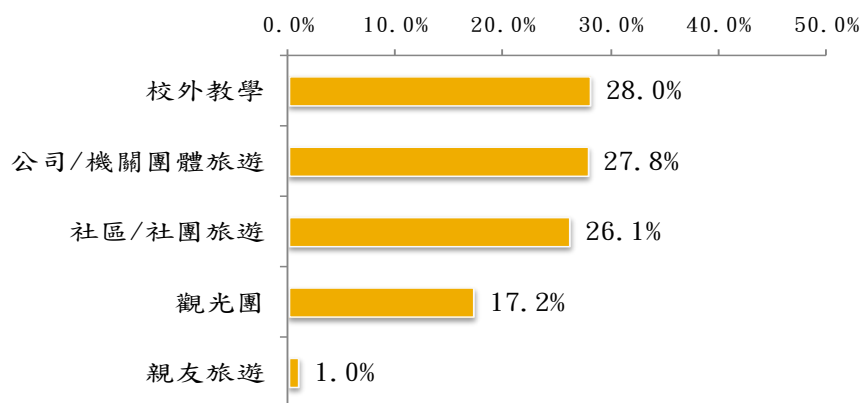


圖36、 團體觀眾來訪類型

另觀察散客觀眾的同行者概況(n=435)，與家人/親戚一起同行的比例最高，占七成二(72.4%)，其次為與朋友/鄰居(18.6%)，自己單獨前往參觀約占 7.8%，其餘類型的同行者皆低於 3%。

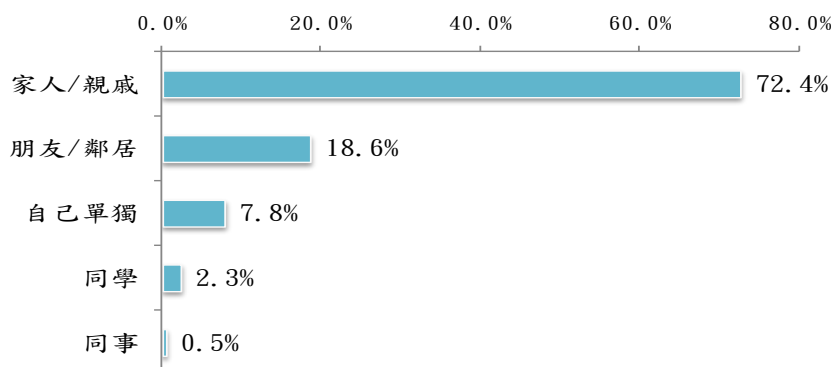


圖37、 散客觀眾來訪類型

(2) 觀眾來訪所搭乘之交通工具

整體而言，觀眾以搭乘團體遊覽車/小巴為主，約占四成八(47.8%)，其次為自行開車/騎摩托車，約占四成三(42.7%)，再其次為大眾運輸工具，占 7.6%，其餘各類交通工具皆低於 2%。

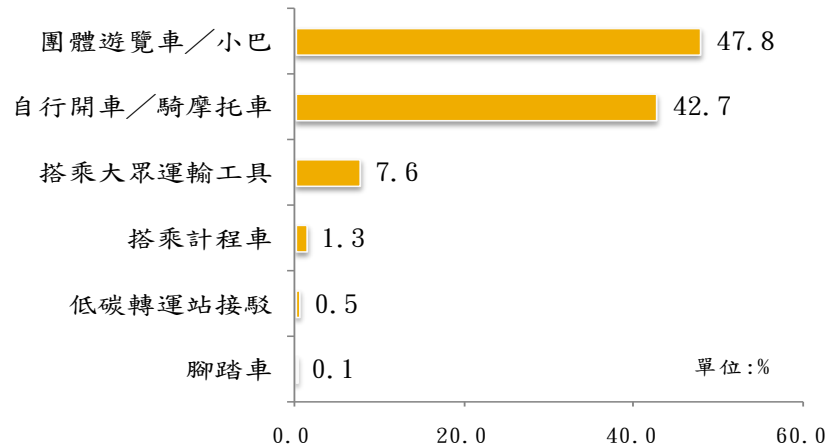


圖38、 觀眾來訪所搭乘之交通工具

(3) 觀眾停留時間

整體而言，觀眾所停留的時間，以停留 1-2 小時居多，占五成七(56.7%)，其次為停留 2-3 小時占約二成八(27.5%)，再其次為停留 1 小時以內(8.2%)、停留 3-4 小時(4.5%)及 4 小時以上(3.0%)。

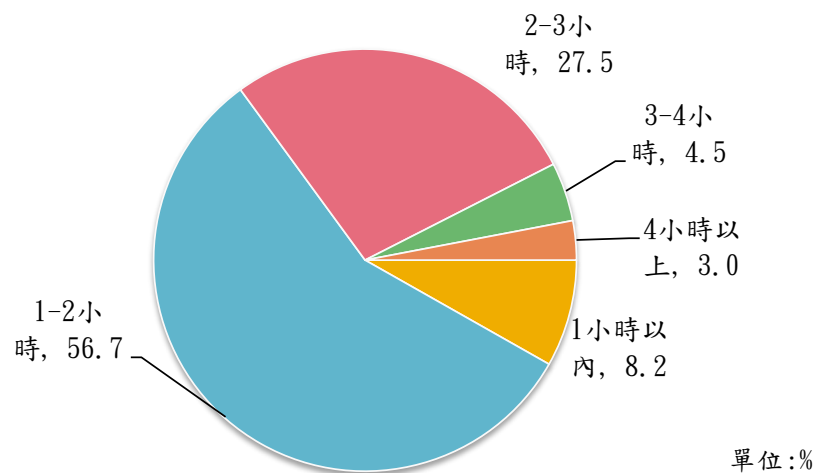


圖39、 觀眾類型停留時間

(4) 觀眾參觀故宮南院的概況及動機

整體而言，約九成(90.0%)的觀眾表示為首次參觀故宮南院，約有一成則表示曾經來訪參觀過。

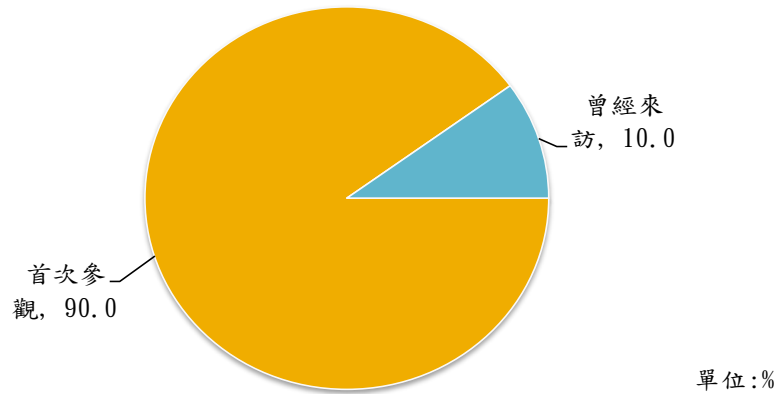


圖40、 觀眾參觀故宮南院的概況

進一步瞭解其來訪的動機，主要以想瞭解故宮文物比例較高，占三成五(35.2%)，其次為機關/公司團體出遊(30.8%)及親朋好友出遊(20.6%)，再其次為剛開幕好奇新鮮(8.1%)，其餘動機均低於3%。

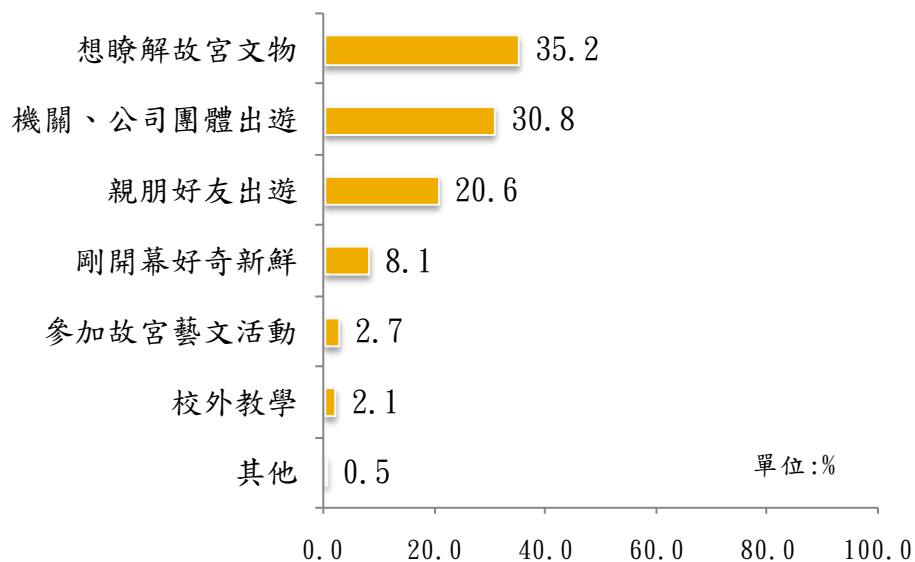


圖41、 觀眾參觀故宮南院的動機

(5) 觀眾近三年內參觀國內外博物院之次數

整體而言，約有一成六(15.7%)為從未到訪任何國內外的博物館，約有一成二(11.6%)為近三年來未到訪過但過去曾經有參觀過，曾參觀過1次及以上(不含當次到訪故宮南院)約有七成三，當中以曾參觀過1次的比例較高(25.6%)。

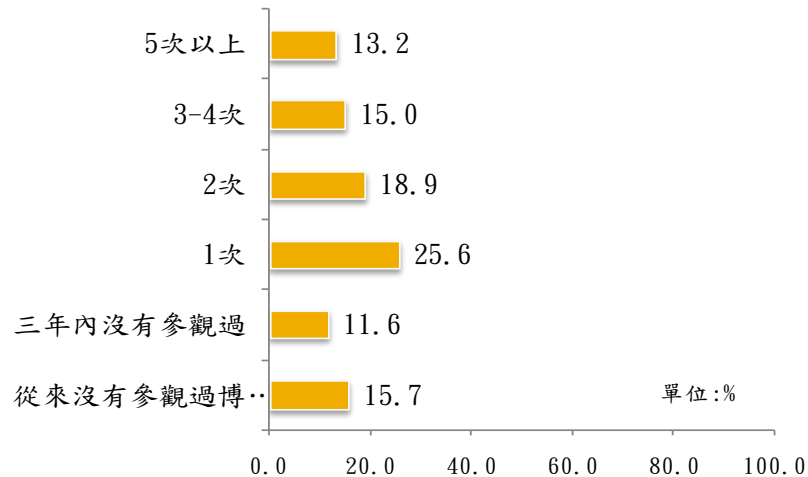


圖42、 觀眾近三年內參觀國內外博物院之次數

2. 觀眾對展覽的各項滿意度

觀眾對於展覽的各項滿意度包括展覽整體滿意度、展覽內容豐富性、展式設計吸引力、展資說明的深淺適切性、多媒體展示內容及呈現、參與活動整體滿意度、兒創中心整體滿意度及語音導覽機，其調查結果發現，以參與活動整體滿意度的滿意度評價最佳，達九成四，而展覽內容豐富性的滿意度評價較低，約占七成三。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

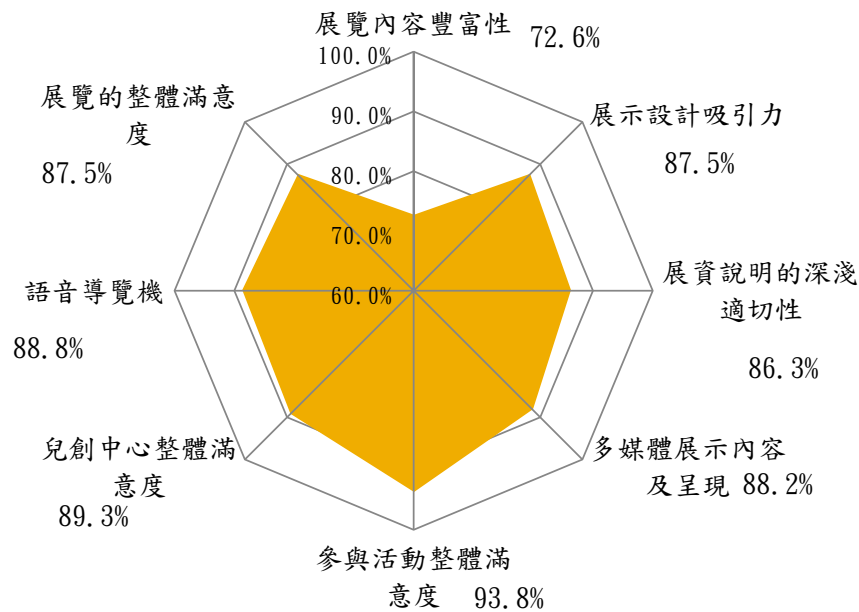


圖43、觀眾對展覽的各項滿意度

(1) 展覽的整體滿意度

調查結果顯示，高達八成八(87.5%)的觀眾表示滿意故宮南院在展覽的整體表現(非常滿意 27.3%、還算滿意 60.1%)，表示尚可約占一成(10.1%)，而僅有 2.5%表示不滿意(不太滿意 1.8%、非常不滿意 0.7%)。

進一步瞭解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 2-19)

- ▶ 年齡:以 13-19 歲表示非常滿意的比例較高，占 47.9%，而表示尚可比例較高的為 40-49 歲(17.2%)及 50-59 歲(14.1%)。
- ▶ 教育程度:以國初中及以下表示非常滿意的比例較高，占 41.5%，其餘各教育程度者均占 22.0%~28.7%間。
- ▶ 觀眾屬性:團客及散客表示非常滿意的差異不大，分別為 29.7%及 25.1%。

(2) 展覽內容豐富性的滿意度

調查結果顯示，約有七成三(72.6%)的觀眾對展覽內容豐富性感到滿意(非常滿意 24.5%、還算滿意 48.1%)，表示尚可約占 17.7%，而約有 9.7%表示不滿意

(不太滿意 8.8%、非常不滿意 0.9%)。

進一步瞭解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、婚姻狀況、有無小孩及參觀屬性有顯著差異，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 2-15)

- ▶ 年齡:以 13-19 歲表示非常滿意的比例較高，占 40.8%，而表示尚可比例較高的為 40-49 歲(23.8%)及 50-59 歲(21.1%)。
- ▶ 教育程度:以國初中及以下表示非常滿意的比例較高，占 34.7%，而表示尚可比例較高的為研究所以及上者占 23.4%。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚者(29.5%)表示非常滿意的比例高於已婚者(21.9%)。
- ▶ 有無小孩:以沒有小孩者(28.8%)表示非常滿意的比例高於有小孩者(21.8%)。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(27.8%)表示非常滿意的比例高於散客(21.4%)。

(3) 展示設計吸引力的滿意度

調查結果顯示，約達八成八(87.5%)的觀眾對展示設計吸引力感到滿意(非常滿意 31.3%、還算滿意 56.2%)，表示尚可約占 9.6%，而僅有 2.9%表示不滿意(不太滿意 2.1%、非常不滿意 0.8%)。

進一步瞭解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、教育程度、婚姻狀況、有無小孩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 2-16)

- ▶ 性別:不同性別表示非常滿意的比例無差異，分別為男性 30.9%、女性 31.7%。
- ▶ 年齡:以 13-19 歲表示非常滿意的比例較高，占 52.1%，而表示尚可比例較高的為 40-49 歲(15.9%)及 50-59 歲(13.3%)。
- ▶ 教育程度:以國初中及以下表示非常滿意的比例較高，占 39.0%，而表示尚可比例較高的為專科教育程度者占 12.3%。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚者(36.1%)表示非常滿意的比例高於已婚者(29.0%)。
- ▶ 有無小孩:以沒有小孩的觀眾(36.1%)表示非常滿意的比例高於有小孩

者(28.3%)。

- ▶ 觀眾屬性:以團客(34.9%)表示非常滿意的比例高於散客(27.8%)。

(4) 展資說明深淺適切性的滿意度

調查結果顯示，約有八成六(86.3%)的觀眾對展資說明深淺適切性感到滿意(非常滿意 30.9%、還算滿意 55.3%)，表示尚可約占一成(10.9%)，而僅有 2.8% 表示不滿意(不太滿意 2.2%、非常不滿意 0.6%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同教育程度、婚姻狀況及有無小孩有顯著差異，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 2-17)

- ▶ 教育程度:以國初中及以下表示非常滿意的比例較高，占 39.8%，而表示尚可比例較高的為大學教育程度者占 13.9%。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚者(34.0%)表示非常滿意的比例高於已婚者(29.5%)。
- ▶ 有無小孩:以沒有小孩的觀眾(34.5%)表示非常滿意的比例高於有小孩者(28.7%)。

(5) 多媒體展示內容及呈現的滿意度

調查結果顯示，約有八成八(88.2%)的觀眾對多媒體展示內容及呈現感到滿意(非常滿意 32.5%、還算滿意 55.7%)，表示尚可約占 9.9%，而僅有 1.8% 表示不滿意(不太滿意 1.1%、非常不滿意 0.7%)。

進一步瞭解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、婚姻狀況及有無小孩有顯著差異，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 2-18)

- ▶ 性別:以女性(34.9%)表示非常滿意的比例略高於男性(30.1%)，但男性表示尚可的比例較高，占 11.6%。
- ▶ 年齡:以 13-19 歲表示非常滿意的比例較高，占 50.7%，而表示尚可比例較高的為 40-49 歲，占 15.6%。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚者(36.4%)表示非常滿意的比例高於已婚者(30.6%)。
- ▶ 有無小孩:以沒有小孩的觀眾(38.1%)表示非常滿意的比例高於有小孩者(28.9%)。

(6) 參與活動的整體滿意度

調查結果顯示，高達九成四(93.8%)的觀眾對所參與活動感到滿意(非常滿意 30.0%、還算滿意 63.8%)，表示尚可約占 5.1%，而僅有 1.1%表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.3%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 2-20)

(7) 兒創中心的整體滿意度

調查結果顯示，約有八成九(89.3%)的觀眾對兒創中心感到滿意(非常滿意 31.6%、還算滿意 57.8%)，表示尚可約占 6.7%，而僅有 4.0%表示不滿意(不太滿意 4.0%、沒有任何非常不滿意)。

由於兒創中心僅有 225 位觀眾進行滿意度評價，因樣本數較少，故不進行交叉分析。(附表 2-21)

(8) 語音導覽機的使用概況及滿意度

調查結果顯示，約有一成六有使用個人語音導覽機，四成五為使用團體導覽機，有三成九則是沒有使用導覽機。深入了解沒有使用語音導覽機的原因，主要以沒有需要比例最高，約占八成九(88.9%)，其次為不知道可以租借語音導覽機，占 6.0，其餘原因則低於 3%以下。

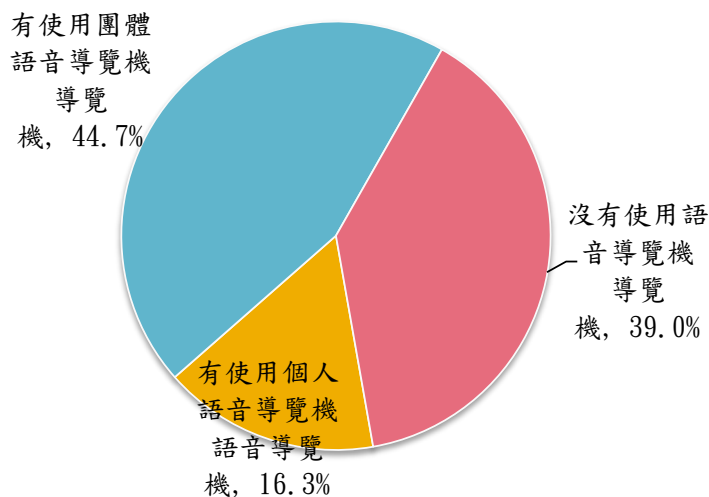


圖44、觀眾使用語音導覽機的概況

針對有使用語音導覽機者(n=520)瞭解其滿意度，約有八成九(88.8%)表示滿意(非常滿意 37.1%、還算滿意 51.7%)，表示尚可約占 6.7%，而僅有 4.4%表示不滿意(不太滿意 3.5%、非常不滿意 1.0%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。（附表 2-10）

3. 觀眾對各項設施的各項滿意度

觀眾對於各項設施的滿意度包括陳列室的整體環境、洗手間清潔及舒適度、休息設施清潔及舒適度、整體空間的空氣及舒適度、哺集乳室清潔及舒適度、餐飲環境舒適度、禮品環境舒適度及寄物處存放物品便利性，調查結果發現，各項滿意度均達九成三以上的高度肯定。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

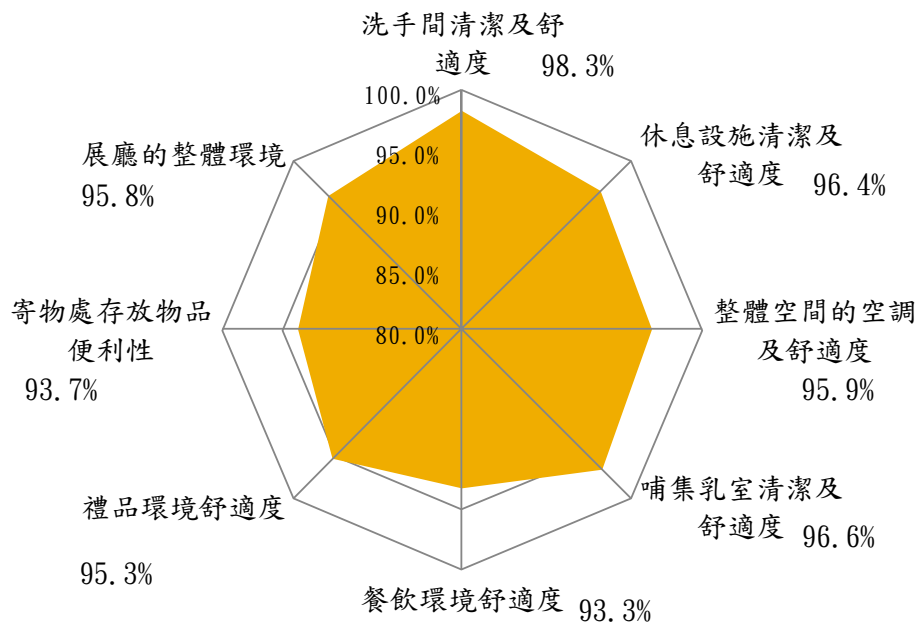


圖45、 觀眾對各項設施的滿意度

(1) 展廳整體環境的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(95.8%)的觀眾對展廳整體環境感到滿意(非常滿意 38.2%、還算滿意 57.6%)，表示尚可約占 2.8%，而僅有 1.4%表示不滿意(不太滿意 1.4%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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及有無小孩有顯著差異，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 2-22)

- ▶ 婚姻狀況:以未婚者(43.1%)表示非常滿意的比例高於已婚者(35.9%)。
- ▶ 有無小孩:以沒有小孩的觀眾(43.3%)表示非常滿意的比例高於有小孩者(35.0%)。

(2) 洗手間清潔及舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(98.3%)的觀眾對洗手間的清潔及舒適度感到滿意(非常滿意 65.8%、還算滿意 32.5%)，表示尚可約占 0.7%，而僅有 1.0%表示不滿意(不太滿意 1.0%、無任何非常不滿意)。

進一步瞭解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 2-23)

- ▶ 參觀概況：以首次參觀者(67.3%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(52.4%)。

(3) 休息設施清潔及舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(96.4%)的觀眾對休息設施的清潔及舒適度感到滿意(非常滿意 59.4%、還算滿意 36.9%)，表示尚可約占 2.1%，而僅有 1.5%表示不滿意(不太滿意 1.3%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 2-24)

(4) 整體空間空調及舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(95.9%)的觀眾對整體空間空調及舒適度感到滿意(非常滿意 58.1%、還算滿意 37.7%)，表示尚可約占 2.5%，而僅有 1.6%表示不滿意(不太滿意 1.4%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同行業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 2-25)

- ▶ 行業：以家管/退休/無業者表示非常滿意的比例較高，占 69.0%，而其他行業表示不太滿意的比例較高，占 8.7%。
- ▶ 參觀概況：以首次參觀者(59.6%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(44.7%)。

(5) 哺集乳室清潔及舒適度的滿意度

調查結果顯示，於高達九成七(96.6%)的觀眾對哺集乳室清潔及舒適度感到滿意(非常滿意 62.7%、還算滿意 33.9%)，表示尚可約占 3.4%，無任何觀眾表示有不滿意。此外，哺集乳室也是各項設施中表示無接觸比較最高。

由於哺集乳室為各項設施中無接觸比例最高的項目，僅有 59 位觀眾進行滿意度評價，因樣本數較少，故不進行交叉分析。（附表 2-26）

（6）餐飲環境舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成三(93.3%)的觀眾對餐飲環境舒適度感到滿意(非常滿意 41.4%、還算滿意 51.9%)，表示尚可約占 4.9%，而僅有 1.9%表示不滿意(不太滿意 1.1%、非常不滿意 0.7%)。

進一步瞭解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%，分析結果僅供參考，分析如下：（附表 2-27）

- ▶ 性別:以女性(55.3%)表示還算滿意的比例高於男性(47.4%)。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚者(47.7%)表示非常滿意的比例高於已婚者(38.7%)。

（7）禮品環境舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(95.3%)的觀眾對禮品環境舒適度感到滿意(非常滿意 47.0%、還算滿意 48.2%)，表示尚可約占 4.5%，而僅有 0.2%表示不滿意(不太滿意 0.2%、無任何表示非常不滿意)。

進一步瞭解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 2-28）

- ▶ 婚姻狀況:未婚及已婚者表示非常滿意的比例無差異。
- ▶ 觀眾屬性:以團客(51.1%)表示非常滿意的比例高於散客(43.8%)。

（8）寄物處存放物品便利性的滿意度

調查結果顯示，高達九成四(93.7%)的觀眾對寄物處存放物品便利性感到滿意(非常滿意 41.7%、還算滿意 52.0%)，表示尚可約占 4.3%，而僅有 2.0%表示不滿意(不太滿意 1.0%、非常不滿意 1.0%)。

進一步瞭解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 2-31）

- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(49.6%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(35.7%)。

- ▶ 居住地區：以外籍觀眾表示非常滿意的比例較高，占 51.0%，而居住在北部地區的國人觀眾表示尚可的比例較高，占 8.8%。

4. 觀眾對動線規劃的各項滿意度

觀眾對動線規劃的滿意度包括購票處動線規劃、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及導覽地圖清楚明確度，調查結果發現，各項滿意度均達九成三以上的高度肯定。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

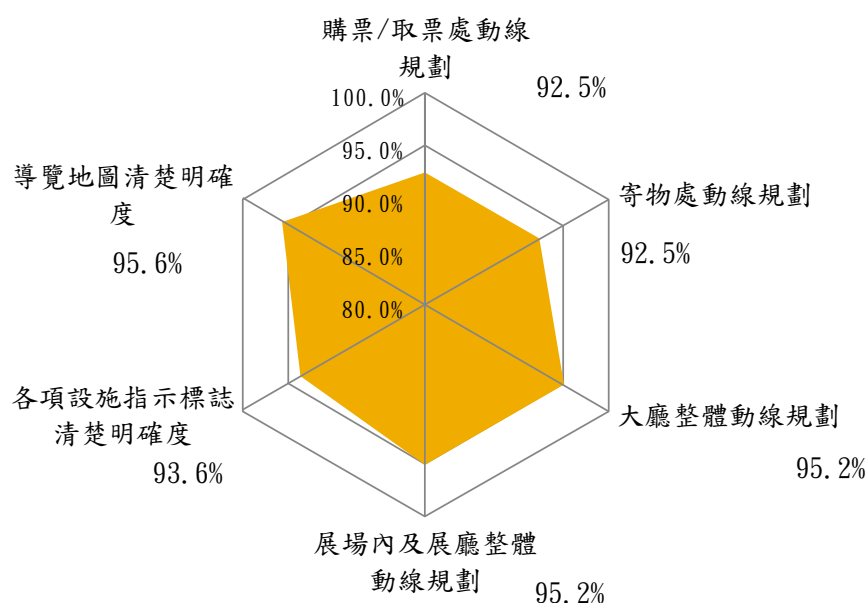


圖46、 觀眾對動線規劃的滿意度

(1) 購票/取票處動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成三(92.5%)的觀眾對購票/取票處動線規劃感到滿意（非常滿意 25.7%、還算滿意 66.8%），表示尚可約占 4.4%，而僅有 3.1%表示不滿意（不太滿意 1.8%、非常不滿意 1.3%）。

進一步瞭解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 2-29）

- ▶ 婚姻狀況：未婚及已婚者表示非常滿意的比例無差異。

(2) 寄物處動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成三(92.5%)的觀眾對寄物處動線規劃感到滿意(非常滿意 37.3%、還算滿意 55.2%)，表示尚可約占 3.9%，而僅有 3.6%表示不滿意(不太滿意 2.3%、非常不滿意 1.3%)。

進一步瞭解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 2-30)

- ▶ 婚姻狀況：以未婚觀眾(44.3%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(32.4%)。
- ▶ 居住地區：以居住在東部地區的國人觀眾及外籍觀眾表示非常滿意的比例較高，分別占 55.6%及 50.0%。

(3) 大廳整體動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(95.2%)的觀眾對大廳整體動線規劃感到滿意(非常滿意 24.3%、還算滿意 70.9%)，表示尚可約占 3.5%，而僅有 1.3%表示不滿意(不太滿意 1.2%、非常不滿意 0.1%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同教育程度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%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 2-32)

- ▶ 教育程度：以國初中教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 28.0%，而研究所及以上者表示尚可的比例較高，占 6.4%。
- ▶ 婚姻狀況：已婚及未婚觀眾表示非常滿意的比例無差異。

(4) 展場及展廳整體動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(95.2%)的觀眾對展場及展廳整體動線規劃感到滿意(非常滿意 27.9%、還算滿意 67.3%)，表示尚可約占 3.0%，而僅有 1.8%表示不滿意(不太滿意 1.4%、非常不滿意 0.4%)。

進一步瞭解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、婚姻狀況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 2-33)

- ▶ 年齡：以 13-19 歲表示非常滿意的比例較高，占 36.6%，其次為 65 歲及以上者(34.1%)。

- ▶ 教育程度:以國初中教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 33.1%，而研究所及以上者表示尚可的比例較高，占 5.0%。
- ▶ 婚姻狀況: 已婚及未婚觀眾表示非常滿意的比例無差異。
- ▶ 參觀概況:以首次來訪者(28.5%)表示非常滿意的比例略高於曾經來訪者(22.4%)。

(5) 各項設施指示標誌清楚明確的滿意度

調查結果顯示，高達九成四(93.6%)的觀眾對各項設施指示標誌清楚明確感到滿意(非常滿意 27.5%、還算滿意 66.0%)，表示尚可約占 4.1%，而僅有 2.3% 表示不滿意(不太滿意 1.9%、非常不滿意 0.5%)。

進一步瞭解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 2-35)

- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(30.6%)表示非常滿意的比例略高於已婚觀眾(26.0%)。
- ▶ 觀眾屬性:團客及散客表示非常滿意的比例無差異。

(6) 導覽地圖清楚明確的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(95.6%)的觀眾對導覽地圖清楚明確感到滿意(非常滿意 32.4%、還算滿意 63.2%)，表示尚可約占 1.7%，而僅有 2.8%表示不滿意(不太滿意 1.7%、非常不滿意 1.1%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同教育程度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%，分析結果僅供參考，分析如下：(附表 2-36)

- ▶ 教育程度: 以國初中教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 42.1%，高中/高職則較低，占 28.1%。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(37.6%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(29.2%)。

5. 觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度

觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度包括驗票人員、售票人員、服務台人員、語音導覽租借服務人員、餐飲服務人員、禮品販售服務人員、展廳內服

務人員、展場清潔人員、園區遊客中心服務人員及整體服務人員，調查結果發現，各項滿意度均達九成六以上的高度肯定。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

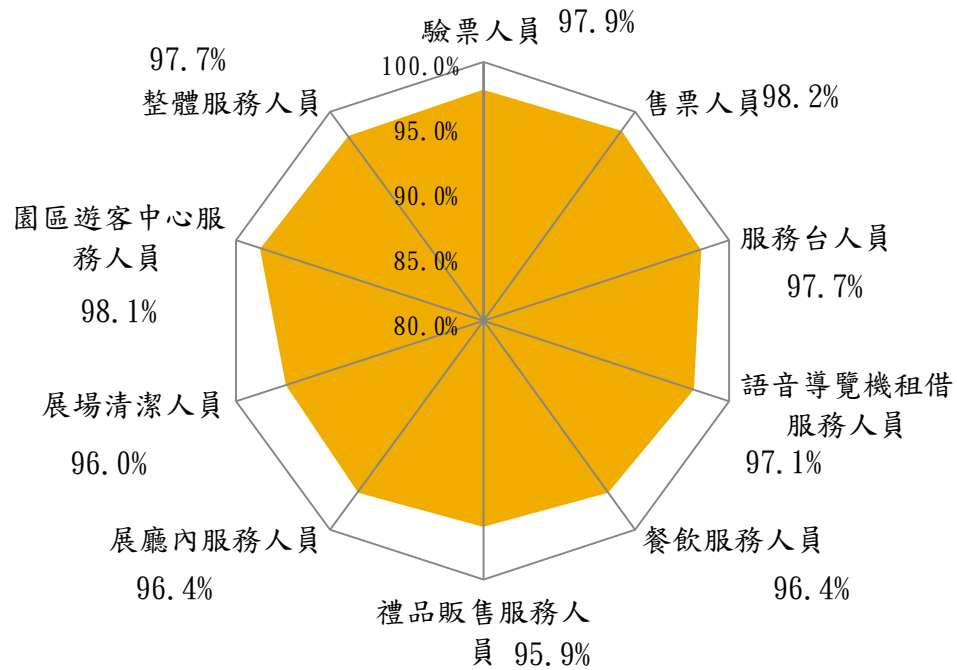


圖47、 觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度

(1) 驗票人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(97.9%)的觀眾對驗票人員服務態度感到滿意(非常滿意 54.4%、還算滿意 43.5%)，表示尚可約占 2.0%，而僅有 0.1%表示不滿意(不太滿意 0.1%、無任何表示非常不滿意)。

進一步瞭解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 2-37)

- ▶ 婚姻狀況：已婚及未婚觀眾表示非常滿意的比例無差異。
- ▶ 參觀概況：以首次來訪者(55.5%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(44.7%)。

(2) 售票人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(98.2%)的觀眾對售票人員服務態度感到滿意(非常滿意 53.1%、還算滿意 45.1%)，表示尚可約占 1.6%，而僅有 0.2%表示不滿意(無任何表示不太滿意、表示非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解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 2-38)

- ▶ 婚姻狀況：已婚及未婚觀眾表示非常滿意的比例無差異。
- ▶ 參觀概況：以首次來訪者(54.6%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(39.0%)。

(3) 服務臺人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(97.7%)的觀眾對服務臺人員服務態度感到滿意(非常滿意 51.7%、還算滿意 46.0%)，表示尚可約占 2.1%，而僅有 2.0%表示不滿意(不太滿意 0.2%、非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解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 2-39)

- ▶ 婚姻狀況：以未婚觀眾(57.1%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(49.2%)

- ▶ 參觀概況:以首次來訪者(52.5%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(44.1%)。

(4) 語音導覽租借服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成七(97.1%)的觀眾對語音導覽租借服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 52.9%、還算滿意 44.3%)，表示尚可約占 2.2%，而僅有 0.7%表示不滿意(不太滿意 0.7%、無任何表示非常不滿意)。

進一步瞭解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 2-40)

- ▶ 參觀概況:以首次來訪者(54.8%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(37.3%)。

(5) 餐飲服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(96.4%)的觀眾對餐飲服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 40.3%、還算滿意 56.1%)，表示尚可約占 3.6%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解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 2-41)

- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(47.8%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(36.7%)

(6) 禮品販售服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(95.9%)的觀眾對禮品販售服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 45.6%、還算滿意 50.3%)，表示尚可約占 4.1%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解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 2-42)

- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(52.7%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(42.9%)。
- ▶ 觀眾屬性:以散客觀眾(50.0%)表示非常滿意的比例高於團客觀眾

(40.3%)。

(7) 展廳內服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(96.4%)的觀眾對展廳內服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 43.6%、還算滿意 52.8%)，表示尚可約占 2.8%，僅有 0.7%表示不滿意(不太滿意 0.4%，非常不滿意 0.3%)。

進一步瞭解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 2-43)

- ▶ 婚姻狀況：以未婚觀眾(47.1%)表示非常滿意的比例略高於已婚觀眾(42.2%)。

(8) 展場清潔人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(96.0%)的觀眾對展場清潔人員服務態度感到滿意(非常滿意 48.6%、還算滿意 47.4%)，表示尚可約占 3.6%，僅有 0.4%表示不滿意(不太滿意 0.4%，無任何表示非常不滿意)。

進一步瞭解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及有無小孩有顯著差異，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 2-44)

- ▶ 婚姻狀況：以未婚觀眾(54.7%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(45.5%)。
- ▶ 有無小孩：以沒有小孩的觀眾(55.3%)表示非常滿意的比例高於有小孩的觀眾(44.4%)。

(9) 園區遊客中心服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(98.1%)的觀眾對園區遊客中心服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 46.1%、還算滿意 52.1%)，表示尚可約占 1.7%，僅有 0.2%表示不滿意(無任何表示不太滿意，非常不滿意 0.2%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的基本資料進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 2-45)

(10) 整體服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(97.7%)的觀眾對整體服務人員服務態度感到滿

意(非常滿意 44.5%、還算滿意 53.1%)，表示尚可約占 2.2%，僅有 0.1%表示不滿意(不太滿意 0.1%，無任何表示非常不滿意)。

進一步瞭解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 2-46)

- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(48.3%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(42.9%)。
- ▶ 參觀概況:以首次來訪者(46.2%)表示非常滿意的比例高於曾經來訪者(29.4%)。

6. 國立故宮博物院南部院區整體滿意度

今年度觀眾對國立故宮博物院南部院區的整體滿意度達九成三(93.2%)，當中非常滿意占 23.4%，還算滿意占 69.8%，表示尚可約占 4.7%，僅有 2.1%表示不滿意(不太滿意 1.4%、非常不滿意 0.7%)。

進一步瞭解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、婚姻狀況及有無小孩有顯著差異，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 2-50)

- ▶ 年齡:以 13-19 歲的觀眾表示非常滿意的比例較高，占 39.4%，50-59 歲則較低，占 13.3%。
- ▶ 婚姻狀況:以未婚觀眾(30.6%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(19.8%)。
- ▶ 有無小孩:以沒有小孩的觀眾(31.8%)表示非常滿意的比例高於有小孩的觀眾(18.2%)。

7. 推薦親朋好友的意願度

調查結果顯示，高達九成一(90.7%)的觀眾表示會推薦親朋好友來參觀國立故宮博物院南部院區(一定會 34.9%、可能會 55.8%)，表示不一定約占 4.9%，表示不會推薦僅占 4.3%(可能不會 1.8%、一定不會 2.6%)。

進一步瞭解意願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 2-51）

- ▶ 婚姻狀況：已婚及未婚者表示非常滿意的比例無差異。

8. 故宮南院觀眾曾到訪過故宮北院之概況

針對到訪南院觀眾曾到訪故宮北院之概況，約有三成七(36.8%)表示近五年內曾到訪過故宮北院，約有四成一(41.4%)則是超過五年前曾參觀過，另有二成二表示(21.8%)未曾參觀過故宮北院。

進一步瞭解北院參觀比例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、婚姻狀況、有無小孩、行業及居住地區有顯著差異，但婚姻狀況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 2-49）

- ▶ 年齡：以 40-49 歲的觀眾表示近五年內曾參觀過北院的比例較高，占 45.0%，13-19 歲較低，占 25.4%，且為從未參觀過比例最高者(62.0%)。
- ▶ 教育程度：以研究所及以上表示近五年內曾參觀過北院的比例較高，占 53.2%，國初中及以下較低，占 25.4%。
- ▶ 婚姻狀況：以已婚觀眾(47.7%)表示超過五年前曾參觀過的比例高於未婚觀眾(29.5%)。
- ▶ 有無小孩：以有小孩的觀眾表示超過五年前曾參觀過的比例較高，占 48.4%。
- ▶ 行業：以軍公教表示近五年內曾參觀過的比例較高，占 43.4%。
- ▶ 居住地區：以外籍觀眾表示近五年內曾參觀過的比例較高，占 49.0%。

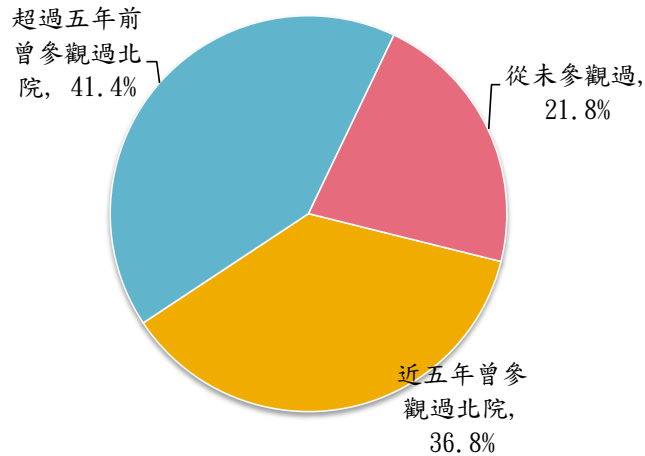


圖48、 南院觀眾曾到訪過故宮北院的概況

9. 各項服務措施之看法

(1) 觀眾對故宮南院開放時間的滿意度

調查結果顯示，觀眾對國立故宮博物院南部院區的開放時間滿意度達九成四(93.7%)，當中非常滿意占 26.1%，還算滿意占 67.5%，表示尚可約占 4.6%，僅有 1.8%表示不滿意(不太滿意 1.5%、非常不滿意 0.2%)。

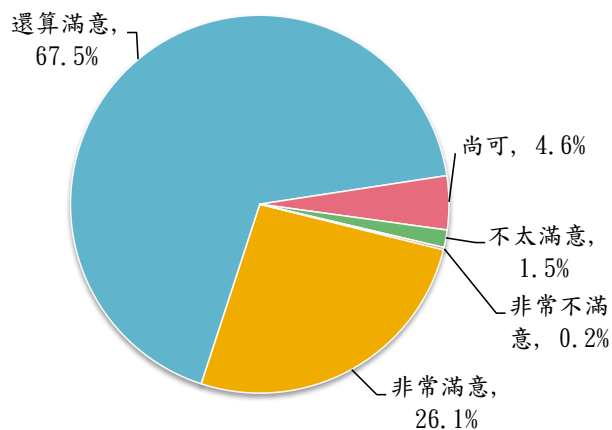


圖49、 觀眾對故宮南院開放時間的滿意度

進一步瞭解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有無小孩有顯著差異，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 2-47）

- ▶ 年齡: 以 20-29 歲(36.4%)表示非常滿意的比例高於其他年齡層，但也是表示尚可比例較高的，占 7.8%。

- ▶ 有無小孩：沒有小孩者(32.7%)表示非常滿意的比例高於有小孩者(22.0%)。

(2) 展場試辦有條件開放拍照措施的滿意度

調查結果顯示，約有九成(90.0%)的觀眾對展場試辦有條件開放拍照的措施感到滿意(非常滿意 38.6%、還算滿意 51.5%)，表示尚可約占 6.6%，僅有 3.4% 表示不滿意(不太滿意 2.3%，非常不滿意 1.1%)，其滿意度高於北院。

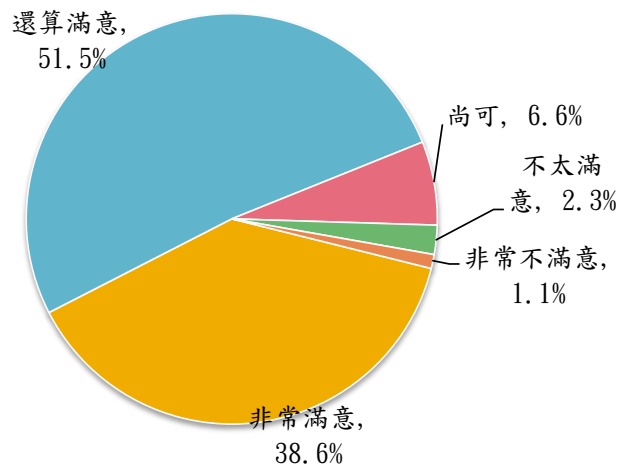


圖50、 展場試辦有條件開放拍照措施的滿意度

進一步瞭解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、有無小孩及觀眾屬性有顯著差異，但在年齡、婚姻狀況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 2-48)

- ▶ 年齡：以 20-29 歲表示非常滿意的比例較高，占 51.2%，而 40-49 歲則較低，占 27.8%。
- ▶ 婚姻狀況：以未婚觀眾(46.5%)表示非常滿意的比例高於已婚觀眾(34.7%)。
- ▶ 有無小孩：沒有小孩者(46.7%)表示非常滿意的比例高於有小孩者(33.5%)。
- ▶ 觀眾屬性：以散客觀眾(41.8%)表示非常滿意的比例高於團客觀眾(35.2%)。

(3) 線上預約及購票系統使用概況及滿意度

整體而言，約有二成四(24.3%)的觀眾表示在參觀故宮南院前有使用預約及購票系統，顯示約有七成六的觀眾沒有使用(75.7%)。深入了解沒有使用的原因(n=646)，以團體安排的比例較高，占 46.7%，其次為當天臨時決定無法預約，占 26.3%，再其次為太麻煩，現場購票就好(9.4%)、行程安排不確定時間(7.7%)及不知道有此系統(5.0%)，其餘原因則低於 5%。(附表 2-14)

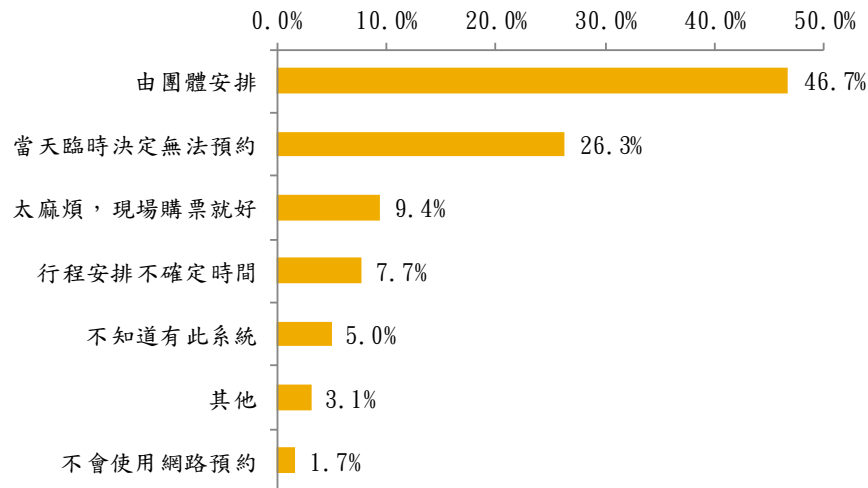


圖51、沒有使用線上預約及購票系統的原因

針對有使用者(n=130)了解使用此系統後的滿意度，約有八成九(89.2%)表示滿意(非常滿意 26.2%、還算滿意 63.1%)，有 6.2%表示尚可，另有 4.6%表示不滿意(不太滿意 3.8%、非常不滿意 0.8%)。(附表 2-13)

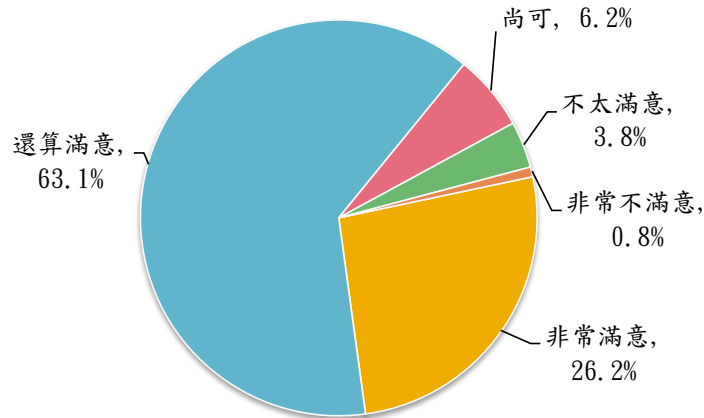


圖52、 使用線上預約及購票系統的滿意度

10. 資訊管道來源

(1) 獲得故宮相關資訊的管道來源

獲得故宮相關資訊的主要管道來源，以電視的比例較高，占 55.0%，其次依序為網路/部落格(37.9%)、故宮官網(24.6%)、報紙(12.4%)、親友師長告知(11.2%)，其餘管道則低於一成，另有 0.9%的觀眾表示沒有蒐集過相關資訊。

針對前三項主要資訊管道來源進一步了解其觀眾資料：

- ▶ 電視：以男性、年紀較長、教育程度較低者、已婚、家管/退休/無業等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 網路/部落格：以女性、20-49 歲、教育程度較高者、未婚等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 故宮官網：以 13-29 歲、教育程度較高者、學生等特質的觀眾比例較高。

(2) 期望未來獲得故宮相關資訊的管道來源

期望未來獲得故宮相關資訊的主要管道來源，仍以電視的比例較高，占 54.6%，其次依序為網路/部落格(38.2%)、故宮官網(32.8%)、故宮 FB 粉絲團(18.5%)、一般報紙(12.0%)及手機 APP(11.3%)，其餘管道則低於一成，與目前觀眾所獲得的管道來源前三項相似。

11. 吸引國人增加參觀故宮南院的誘因

整體而言，國人希望能增加誘因到訪故宮南院以舉辦多元藝文活動的比例較高，占 40.9%，其次依序為舉辦特定展覽(32.5%)、提供免費導覽服務(18.8%)及票價優惠(17.2%)，其餘誘因均低於一成，但有一成三(13.3%)的國人觀眾表示任何誘因都不會吸引，想來參觀就會來。

12. 觀眾期望優先改善項目及相關建議

為能提升服務品質，觀眾期望故宮南院優先改善的項目，以增加多元型態的活動比例最高，占 7.6%，其次為院內接駁服務(6.7%)、展覽宣導(5.9%)及停車場服務(5.3%)，其餘項目皆低於 5%，但有六成九(69.2%)的觀眾表示表示沒有需要優先改善的項目。

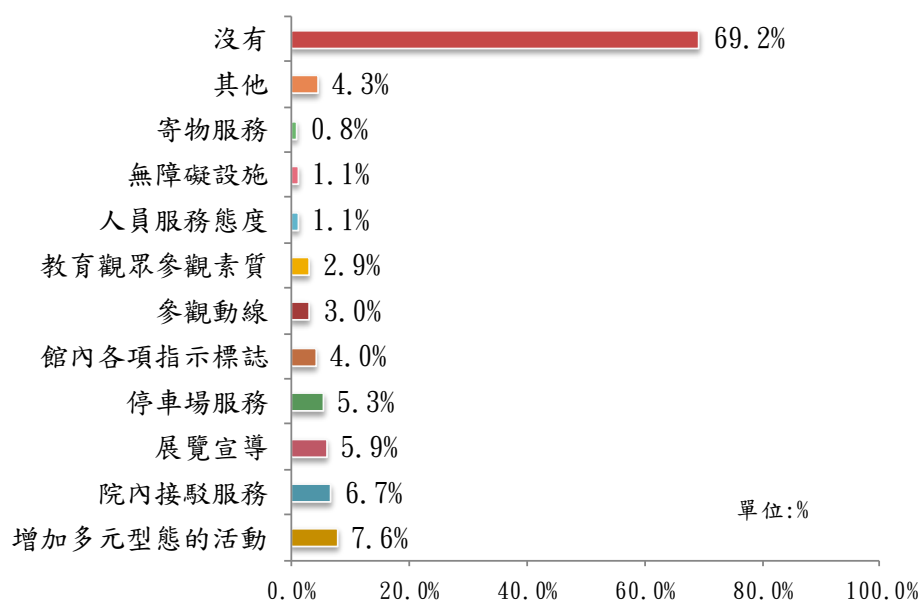


圖53、 觀眾對提升服務品質期望優先改善之項目

(四) 整重要性-績效分析(IPA 分析)分析

本年度故宮南院 IPA 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。本年度在競爭優勢項目有：餐飲服務人員、展廳內人員、整體展覽滿意度、導覽地圖清楚明確度、整體活動滿意度、哺集乳室清潔舒適度、多媒體展示內容及呈現、展示設計的吸引力及展資說明的深淺適切性。

2. 超乎所需項目

觀眾認為服務台人員、售票人員、驗票人員、語音導覽租借人員、兒藝中心滿意度、寄物處動線規劃、陳列室整體環境、空調舒適度、洗手間清潔舒適度、寄物處存放物品便利性、休息設施清潔舒適度、禮品環境舒適度、餐飲環境舒適度、展場及陳列室動線規、大廳整體動線規劃、試辦拍照措施、整體人員、禮品販售人員、各項設施標誌清楚明確度、購票處動線規劃、園區遊客中心服務人員及展場清潔人員之重要度較低，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

本年度並無任何項目在此象限內。

4. 競爭劣勢項目

觀眾認為展覽內容豐富性為重要度高，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。

。

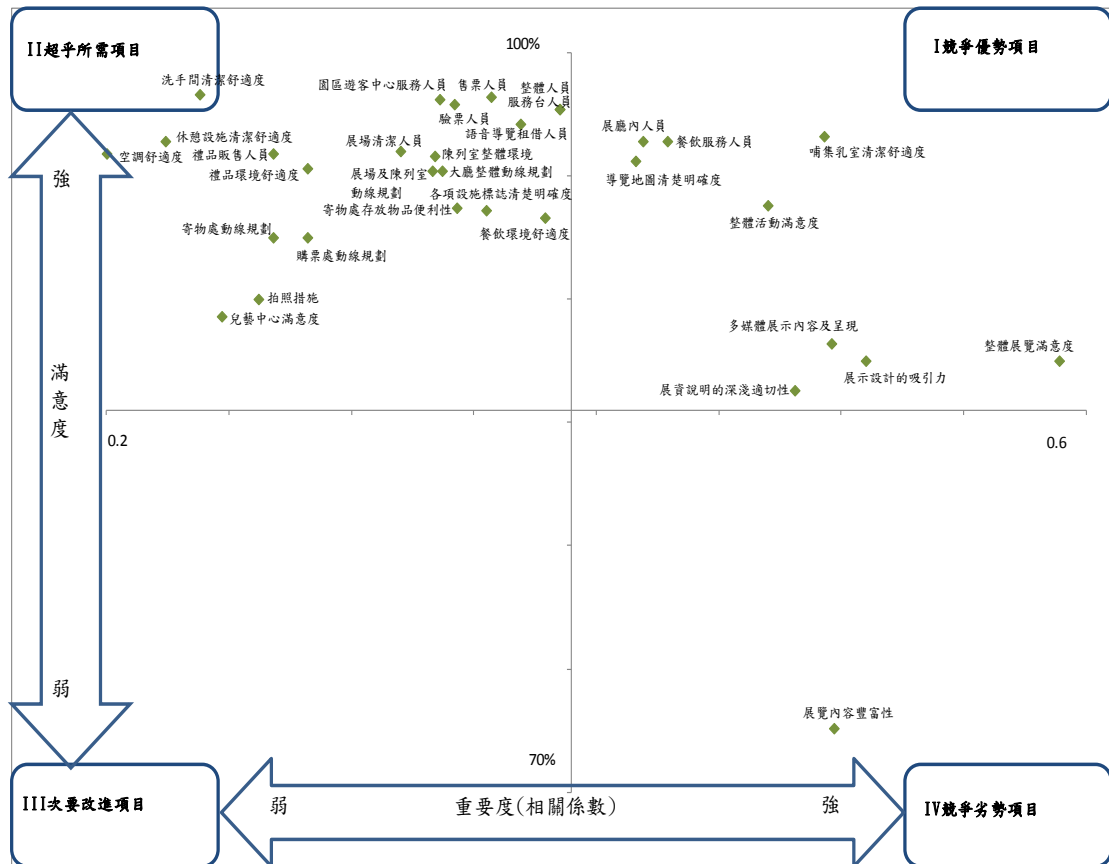


圖54、 各項滿意度與重要度模型-整體