

## 目錄

壹、 調查目的.....	1
貳、 觀眾組成分析.....	1
一、 觀眾組成分析-現場觀察 .....	1
二、 觀眾參觀動線分析 .....	4
參、 次級資料分析.....	5
肆、 觀眾意見調查分析.....	7
一、 調查概述 .....	7
二、 觀眾基本資料分析 .....	8
三、 調查結果分析 .....	14
四、 歷年趨勢分析 .....	56
伍、 結論及建議.....	58
一、 結論 .....	58
二、 建議 .....	61

## 表目錄

表 1、 受訪觀眾參觀樓層流向.....	4
表 2、 近五年總參觀人數統計.....	5
表 3、 成功樣本結構-年度比較.....	13
表 4、 整體性相關建議.....	53
表 5、 各項滿意度近三年度比較.....	57

## 圖目錄

圖 1、 近四年 1-10 月份人數統計.....	6
圖 2、 成功樣本結構-性別.....	8
圖 3、 成功樣本結構-年齡.....	9
圖 4、 成功樣本結構-教育程度.....	9
圖 5、 成功樣本結構-從事行業.....	10
圖 6、 成功樣本結構-婚姻狀況.....	10
圖 7、 成功樣本結構-擁有 18 歲以下小孩狀況.....	11
圖 8、 成功樣本結構-居住地區.....	11
圖 9、 成功樣本結構-來訪型態.....	12
圖 10、 團體觀眾來訪類型.....	14
圖 11、 散客觀眾來訪類型.....	15
圖 12、 觀眾停留時間.....	15
圖 13、 觀眾參觀故宮南院的概況.....	16
圖 14、 曾來訪觀眾近三年來訪的次數.....	17
圖 15、 曾來訪觀眾每次來訪有入館參觀的概況.....	17
圖 16、 觀眾參觀故宮南院的動機.....	18
圖 17、 觀眾來訪故宮南院使用的交通工具.....	19
圖 18、 觀眾使用接駁服務的概況.....	19
圖 19、 觀眾對整體接駁服務之滿意度.....	20
圖 21、 觀眾對展覽及展廳的各項滿意度.....	26
圖 22、 觀眾對各展廳的偏好.....	30
圖 23、 觀眾使用語音導覽機的概況.....	32
圖 24、 觀眾使用個人語音導覽機服務之滿意度.....	33
圖 25、 觀眾使用團體語音導覽機服務之滿意度.....	33
圖 26、 觀眾使用專人定時導覽服務之滿意度.....	34
圖 27、 觀眾對院區內友善平權設施的滿意度.....	35
圖 28、 觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度.....	37

圖 29、	國立故宮博物院南部院區整體滿意度.....	42
圖 30、	推薦親朋好友的意願度.....	43
圖 31、	再次來訪故宮南院的意願度.....	44
圖 32、	故宮南院的觀眾曾到北院的概況.....	45
圖 33、	來訪前故宮南院前是否有蒐集相關資訊.....	46
圖 34、	獲得故宮相關資訊的管道來源.....	47
圖 35、	期望未來獲得故宮相關資訊的管道來源.....	48
圖 36、	目前蒐集的資訊管道與期望獲得的資訊管道之差異.....	49
圖 37、	吸引觀眾增加參觀故宮南院的誘因.....	50
圖 38、	觀眾期望想看的展覽類型.....	51
圖 39、	觀眾來訪故宮南院概況之歷年比較.....	56
圖 40、	觀眾停留時間之歷年比較.....	56

## 壹、調查目的

故宮南院以當代博物館理念規劃設計，館內展覽故宮典藏文物，並且加入亞洲文化視野，以豐富文物詮釋角度，戶外園區寬闊舒適，活潑的各種教育推廣活動，讓觀眾從不同的角度親近文化藝術，並提供給南部觀眾有別於臺北院區的藝術文化饗宴。從開幕至今，參觀人數也不段增加，在展覽內容、服務品質等也都成為觀眾前往參觀或回訪意願的重要觀感之一。此外，今年受到新冠肺炎疫情的影響，所有國外的旅遊活動均停止，在防疫同時要如何讓國人安心來訪也是重要的課題。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，作為未來故宮各項施政之參考。

## 貳、觀眾組成分析

觀眾組成分析則透過現場觀察法進行，觀察項目二大項目，其一為瞭解故宮南部院區(以下簡稱故宮南院)所有展廳的觀眾組成，其二則是人流的走向動線分佈。

### 一、觀眾組成分析-現場觀察

#### (一) 調查方法及內容

採人員觀察法方式進行，由觀查人員於各展廳出口處(以路線規劃之出口為主)進行觀查觀眾之組成，觀查項目為性別、年齡、團體觀眾或散客觀眾、國內觀眾或國外觀眾等項目，透過觀查員辨別後紀錄方式。

#### (二) 調查期間

調查執行期間為 109 年 8 月 26 日、8 月 28 日-8 月 30 日，執行時段包括上午及下午。

### (三) 各展間觀眾組成分析

#### ▶ 101 展間(青銅饗宴：古代的禮儀與樂曲)

- 團體及散客比例：團體約為 5.6%，散客約為 94.4%。
- 國人及非國人比例：全數為國人 100.0%。
- 性別比例：男性約為 52.8%，女性約為 47.2%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 12.7%，13-20 歲約為 15.5%，21-40 歲約為 27.5%，41-60 歲約為 39.4%，61-70 歲約為 4.9%，無任何 71 歲以上的觀眾。

#### ▶ 201 展間(皇帝的多寶格)

- 團體及散客比例：全數為散客 100.0%。
- 國人及非國人比例：全數為國人 100.0%。
- 性別比例：男性約為 45.6%，女性約為 54.4%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 15.7%，13-20 歲約為 15.3%，21-40 歲約為 32.8%，41-60 歲約為 30.7%，61-70 歲約為 4.0%，71 歲以上約為 1.5%。

#### ▶ 202 展間(芳茗遠播—亞洲茶文化展)

- 團體及散客比例：全數為散客 100.0%。
- 國人及非國人比例：全數為國人 100.0%。
- 性別比例：男性約為 49.5%，女性約為 50.5%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 9.7%，13-20 歲約為 15.6%，21-40 歲約為 33.3%，41-60 歲約為 32.3%，61-70 歲約為 8.6%，71 歲以上約為 0.5%。

#### ▶ 203 展間(翰墨空間—故宮書畫賞析)

- 團體及散客比例：團體約為 17.4%，散客約為 82.6%。
- 國人及非國人比例：全數皆為國人 100.0%。
- 性別比例：男性約為 56.8%，女性約為 43.2%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 7.7%，13-20 歲約為 24.5%，21-40 歲約為 35.5%，41-60 歲約為 27.7%，61-70 歲約為 3.2%，71 歲以上約為 1.3%。

#### ▶ 204 展間〈藝心耳目—故宮多媒體體驗展〉

- 團體及散客比例：團體約為 4.9%，散客約為 95.1%。
- 國人及非國人比例：全數皆為國人 100.0%。
- 性別比例：男性約為 48.8%，女性約為 51.2%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 13.0%，13-20 歲約為 13.0%，21-40 歲約為 42.3%，41-60 歲約為 26.8%，61-70 歲約為 4.9%，無任何 71 歲以上的觀眾。

▶ 302 展間(人氣國寶展)

- 團體及散客比例：團體約 10.1%，散客約為 89.9%。
- 國人及非國人比例：國人約為 99.6%，非國人約為 0.4%。
- 性別比例：男性約為 51.5%，女性約為 48.5%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 8.8%，13-20 歲約為 12.8%，21-40 歲約為 32.2%，41-60 歲約為 29.5%，61-70 歲約為 14.5%，71 歲以上約為 2.2%。

▶ 303 展間(佛陀形影—院藏亞洲佛教藝術之美)

- 團體及散客比例：團體約為 5.6%，散客約為 94.4%。
- 國人及非國人比例：全數為國人 100.0%。
- 性別比例：男性約為 51.6%，女性約為 48.4%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 12.3%，13-20 歲約為 12.7%，21-40 歲約為 40.1%，41-60 歲約為 27.0%，61-70 歲約為 4.8%，71 歲以上約為 3.2%。

▶ 304 展間(呼畢勒罕—清代活佛文物大展)

- 團體及散客比例：團體約為 1.6%，散客約為 98.4%。
- 國人及非國人比例：全數為國人 100.0%。
- 性別比例：男性約為 47.0%，女性約為 53.0%。
- 年齡比例：12 歲以下約為 11.5%，13-20 歲約為 14.2%，21-40 歲約為 34.4%，41-60 歲約為 34.0%，61-70 歲約為 5.5%，71 歲以上約為 0.4%。

雖今年度受到新冠疫情的影響，但故宮南院主要以國人觀眾為主，因此在來訪觀眾組成上與歷年比較上差異並不大。觀察整體觀眾組成，仍以國人散客為主，在性別方面，只有 203 展間男性高於女性觀眾一成以上，其餘差異均在一成內；在年齡層方面，主要以 21-40 歲及 41-60 歲的人數較多。

## 二、 觀眾參觀動線分析

### (一) 成功樣本結構

共計完成 107 份有效樣本數，全數均為散客，當中男性 40 份，女性 67 份；在年齡的分布上，13-20 歲有 11 份，21-40 歲有 37 份，41-60 歲有 53 份，61 歲以上有 6 份。

### (二) 人流紀錄分析

#### 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(91 位)，其次則以「2 樓→3 樓」(8 位)，僅有一位觀眾則「3 樓→2 樓→1 樓」。

表1、 受訪觀眾參觀樓層流向

參觀樓層動向	人數	占比
3 樓-2 樓-1 樓	68	63.5%
3 樓-2 樓	28	26.2%
2 樓-3 樓-1 樓	4	3.7%
2 樓-3 樓	3	2.8%
1 樓-2 樓-3 樓	2	1.9%
1 樓-3 樓-2 樓-1 樓	2	1.9%
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 4 個展間，最多的 9 個展間(包括重複進入同一個展間)，平均參觀的展間數量為 7.6 個展間。

此外，觀察參觀次數最多的展間則為 304(107 人次)，每位觀眾均有參觀，其次是 201 及 303 展間(各 106 人次)，再其次依序為 302 展間(105 人次)、202 展間(104 人次)、203 及 204 展間(各 101 人次)，而參觀人次較少的為 101 展間(70 人次)，由於 101 展間於其他主要展間的位置上不同，可能因觀眾以為都參觀完畢，才發現有 101 展間但時間不夠，也可能沒有發現有 101 展間等狀況。

## 參、次級資料分析

故宮南院的整體參觀人數截至 10 月止約有 927,769 人，除 105 年開館當年外，為近幾年來參觀人數最多的一年。相較於去年度 1-10 月累積參觀人數增加約 1 萬人，若觀察 106-109 年度平均每月參觀人數，也是月均人數最多的一年。雖今年度受到疫情影響，但故宮南院自開館後努力耕耘，在展覽、活動及戶外園區等不斷的突破及創新，讓國人觀眾的人數突破近四年來的新高。

另觀察團體觀眾與散客的變動，南院的團體占比以售出團體票券的張數來計算，由於南院的主力觀眾以國人為主，若團體觀眾符合免費票券資格者，則不納入計算在團體票券中，因此，團體占比與實際數據會有低估狀況(如學生團體、超過 65 歲以上的團體)。

表2、 近五年總參觀人數統計

	105	106	107	108	109(1-10 月)
整體參觀人數	1,477,186	991,666	763,053	1,049,262	927,769
1-10 月參觀人數	1,284,296	888,634	653,422	917,025	927,769
月平均人數	123,099	82,639	63,588	87,439	92,777
團體	0.8%	1.7%	0.7%	3.5%	3.7%
散客	99.2%	98.3%	99.3%	96.5%	96.3%

註：團體與散客占比以團體票券計算，若團體觀眾使用免費票入場則納入散客計算

進一步觀察近四年度 1-10 月的參觀人數變化，在 1-2 月份為寒假且為農曆春節假期都會有一小段的高峰，3-6 月份的人數就會下滑，但很明顯可發現，今年度因疫情的關係，3-4 月份影響最大，也是歷年來人數最少的一年，到了 5 月國內疫情逐漸穩定開始防疫新生活後，國人陸續恢復正常活動後，到暑假期間故宮南院不僅各展間均有展覽，且活動相關多，也讓觀眾人數一路攀升，7-8 月份也創下近四年來新高。不過，從歷年的趨勢觀察，寒假及農曆春節會有一次小高峰，到暑假期間則是每年度的高峰。



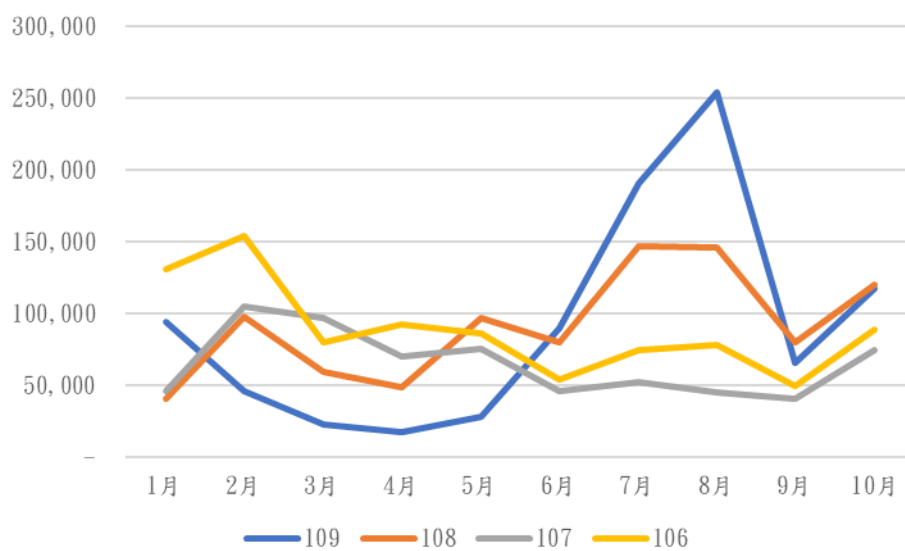


圖1、近四年 1-10 月份人數統計

## 肆、觀眾意見調查分析

### 一、調查概述

#### (一) 調查對象

調查對象以 15 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(含志工及委外廠商)之觀眾為調查對象。

#### (二) 調查方法

本調查採用 CAPI 電腦輔助面訪系統進行，由訪問員在國立故宮博物院南院 1 樓大廳，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，填寫或訪問完成後，所有資料均立即進入調查資料系統中。

#### (三) 調查內容

調查內容設計則參考歷年南部院區的調查問卷並與貴單位進行訪談及問卷討論後，確認問卷初稿後進行預試調查，同時在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，詳細調查問卷如附件。

#### (四) 調查時間

調查期間為 109 年 8 月 25 日至 8 月 30 日，涵蓋了平日及假日的開放時段。

#### (五) 抽樣設計

採隨機抽樣方式，預計至少完成 900 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。

#### (六) 資料處理

##### 1. 資料建檔及檢誤

調查執行採 CAPI 系統，在訪問及填答的同時資料即透過系統進行初步檢誤及建檔，但為確保資料準確性，調查結束後再由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

### (一) 成功樣本結構

本年度南院整體完成 936 份有效樣本數，在信心水準 95% 下，抽樣誤差控制在  $\pm 3.1\%$  間。

#### 1. 性別

受訪觀眾中，以女性觀眾(58.4%)略高於男性(41.6%)。

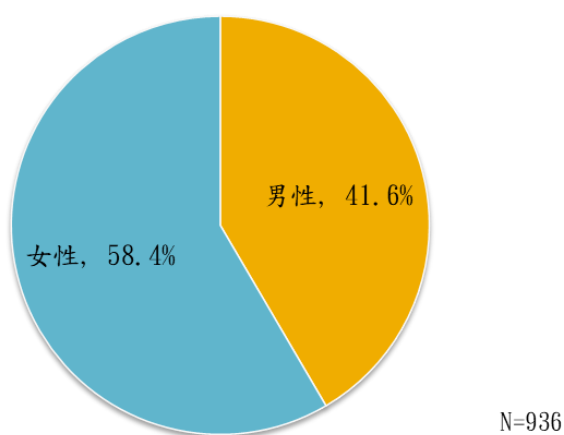


圖2、 成功樣本結構-性別

## 2. 性別

受訪觀眾中，以 35-44 歲的觀眾居多，約占三成七(36.5%)，其次為 45-54 歲，約占二成(19.9%)，再其次依序為 25-34 歲(15.7%)、15-24 歲(14.5%)、55-64 歲(8.0%)及 65 歲及以上(5.3%)。

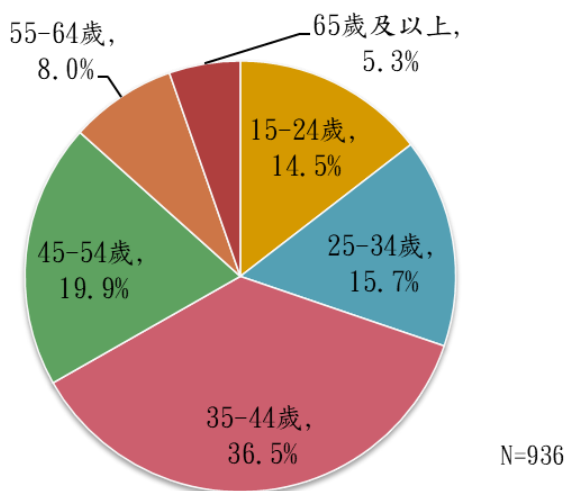


圖3、成功樣本結構-年齡

## 3. 教育程度

受訪觀眾中，以大學教育程度的觀眾居多，約占四成八(48.0%)，其次依序為專科(19.6%)、研究所及以上(14.6%)、高中/高職(13.1%)及國/初中及以下(4.7%)。

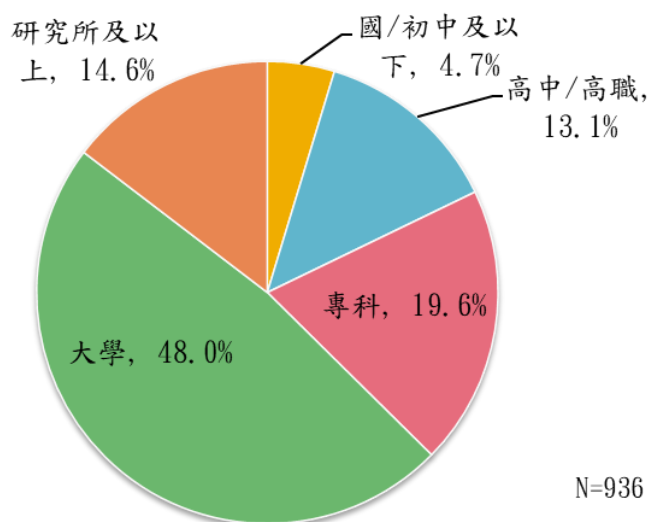


圖4、成功樣本結構-教育程度

#### 4. 從事行業

受訪觀眾中，以從事服務業的觀眾居多，約占三成(29.8%)，其次為家管/退休/待業，約占一成八(17.5%)，再其次依序為學生(12.7%)、軍公教(11.9%)、工業(10.6%)及商業(10.3%)，其餘各項職業均低於一成。

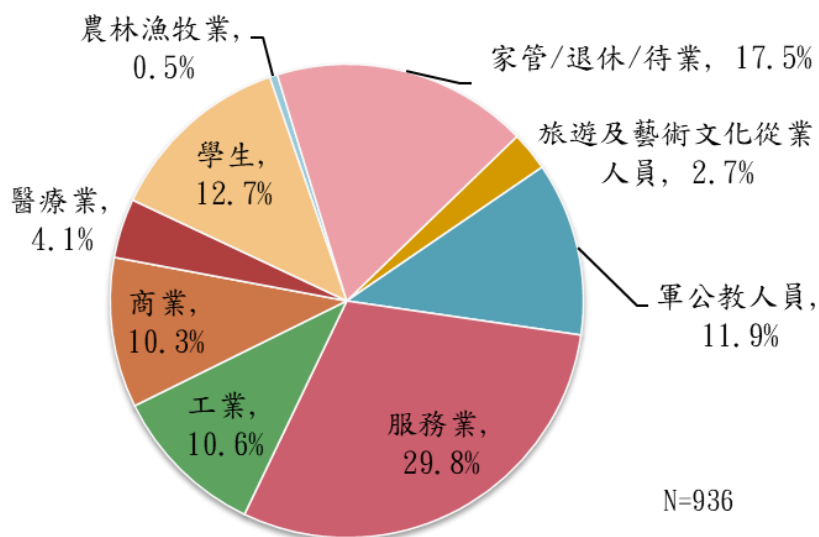


圖5、成功樣本結構-從事行業

#### 5. 婚姻狀況

受訪觀眾中，以已婚的觀眾居多，約占六成四(64.1%)，其次為未婚，約占三成六(35.7%)，其他狀況約占 0.2%。

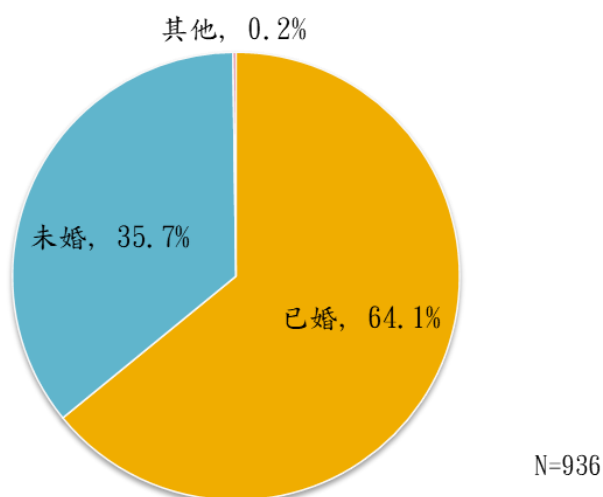


圖6、成功樣本結構-婚姻狀況

此外，進一步了解受訪觀眾是否有 18 歲以下的小孩，約有三成(29.5%)表示有，但超過半數以上約七成一(70.5%)是沒有 18 歲以下小孩。

針對有 18 歲以下小孩的觀眾(n=276)，其觀眾年齡結構為 25-34 占 5.4%，35-44 歲占 63.4%，45-54 歲占 28.6，55 歲以上占 2.5%。

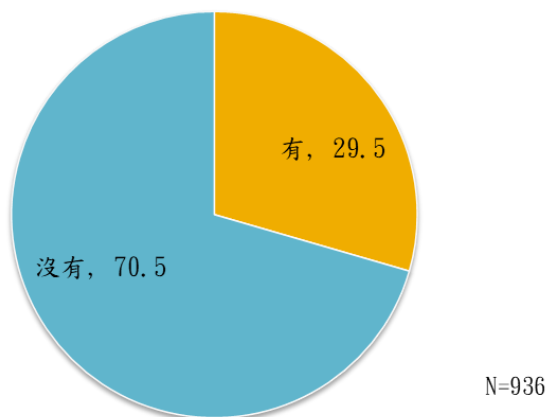


圖7、成功樣本結構-擁有 18 歲以下小孩狀況

#### 6. 居住地區

受訪觀眾以居住地區以居住北部地區的觀眾居多，約占三成七(37.1%)，其次為其他南部地區(未含嘉義縣市)，約占三成二(31.5%)，再其次為中部地區(17.0%)、嘉義縣市(12.5%)，其他地區均低於一成。若將嘉義縣市與其他南部地區加總，約占四成四(44%)，則高於北部地區的觀眾人數。若 108 年度相比，本年度在北部地區的觀眾較多(108 年度 19.5%)，中部地區則較少(108 年度 30.2%)，另與 107 年度相比，則與本年度的結構相似，可能因調查月份不同(107 年 12 月、108 年 10 月、109 年度 8 月)及今年度疫情政府提供了旅遊補助措施等因素所影響。

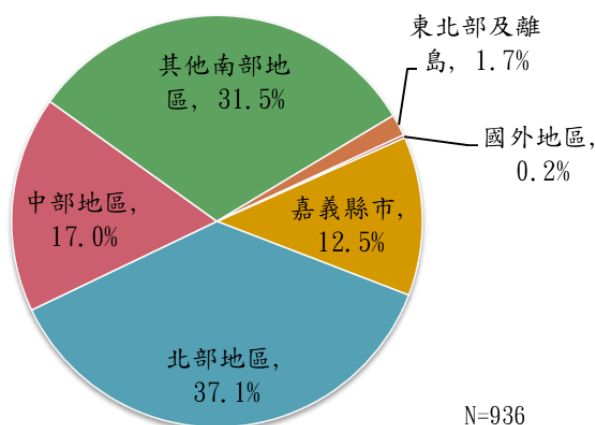


圖8、成功樣本結構-居住地區

## 7. 來訪型態

受訪觀眾中，以散客為主，約占九成九(98.7%)，但因訪問過程中，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。

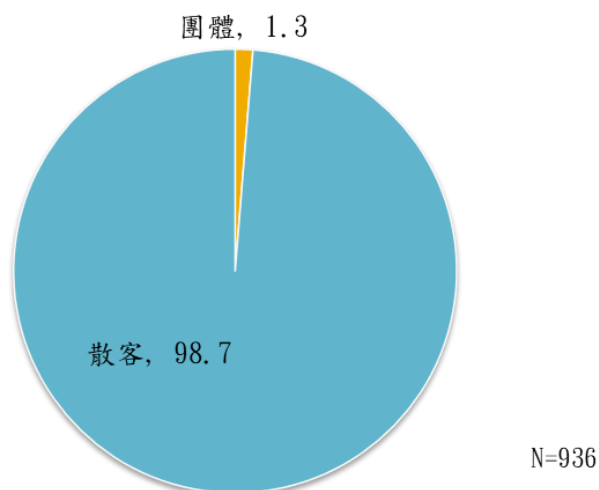


圖9、 成功樣本結構-來訪型態

## (二) 樣本結構之年度比較

觀察歷年成功樣本之結構，在性別方面，與去年度相仿，均為女性高於男性約 15 個百分點以上；在年齡方面，今年度在 25-34 歲較去年度減少 10.1 個百分點，而 35-44 歲則較去年增加 12.6 個百分點，主要原因為執行期間的不同，今年度在暑假 8 月份期間，而去年度則在 10 月份；在教育程度方面，今年度相較於去年在高中/高職以下有明顯減少；在觀眾屬性方面，團體觀眾則有大幅的減少。

表3、 成功樣本結構-年度比較

題目		105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
有效樣本數		853	892	1,010	1,089	936
總計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
性別	男性	49.4%	40.8%	48.6%	42.8%	41.6%
	女性	50.6%	59.2%	51.4%	57.2%	58.4%
年齡	15-24 歲				16.0%	14.5%
	25-34 歲				25.8%	15.7%
	35-44 歲				23.9%	36.5%
	45-54 歲				14.9%	19.9%
	55-64 歲				9.9%	8.0%
	65 歲及以上				9.6%	5.3%
教育程度	高中/高職及以下	33.0%	25.4%	15.3%	25.8%	17.8%
	專科	12.4%	11.1%	17.9%	60.3%	19.6%
	大學	38.0%	50.4%	54.5%		48.0%
	研究所及以上	16.5%	13.0%	12.3%	13.9%	14.6%
觀眾屬性	團體	49.0%	36.9%	13.7%	19.5%	1.3%
	散客	51.0%	63.1%	86.3%	80.5%	98.7%

註 1:105-106 年度為 11 月、107 年度為 12 月、108 年度為 10 月、109 年度為 8 月

註 2:105-107 年度年齡級距不同，故在此表不呈現



### 三、 調查結果分析

#### (一) 觀眾來訪型態

##### 1. 觀眾屬性

整體而言，受訪觀眾的來訪型態以散客為主(團體 1.3%、散客 98.7%)，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。

進一步針對觀眾屬性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有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考分析如下：

- ▶ 年齡: 以 55-64 歲為團體觀眾的比例較高，占 5.3%。

此外，觀察團體觀眾同行者(n=12)的概況，主要以公司/機關團體為主，約占四成一(41.7%)，其次為校外教學，約占三成三(33.3%)及社區/社團旅遊(25.0%)。由上述資料發現，團體觀眾在暑假期間相對較少，且無任何觀光團體。

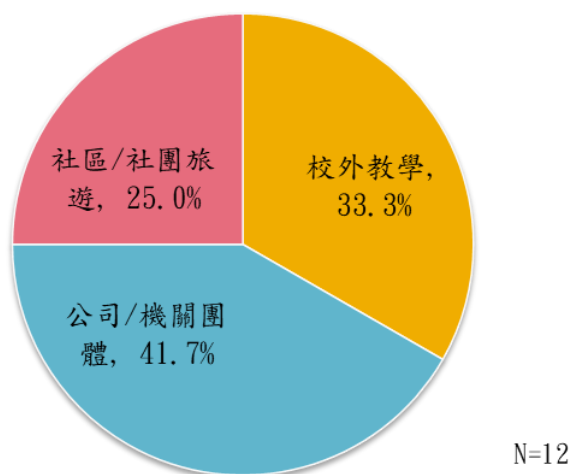


圖10、團體觀眾來訪類型

另觀察散客觀眾的同行者概況(n=924)，與家人/親戚一起同行的比例最高，占七成七(76.6%)，其次為與朋友／鄰居(11.6%)，而自己單獨前往參觀約占 7.4%，其餘各項均低於 5% 以下。

此外，散客觀眾有同行者中(n=924)，約有三成六(35.9%)同行者中有 12 歲以下的成員，約有一成三(13.3%)有 13-17 歲的同行者，因調查執行日期為暑假期間，約有近半數屬於親子觀眾前往參觀。

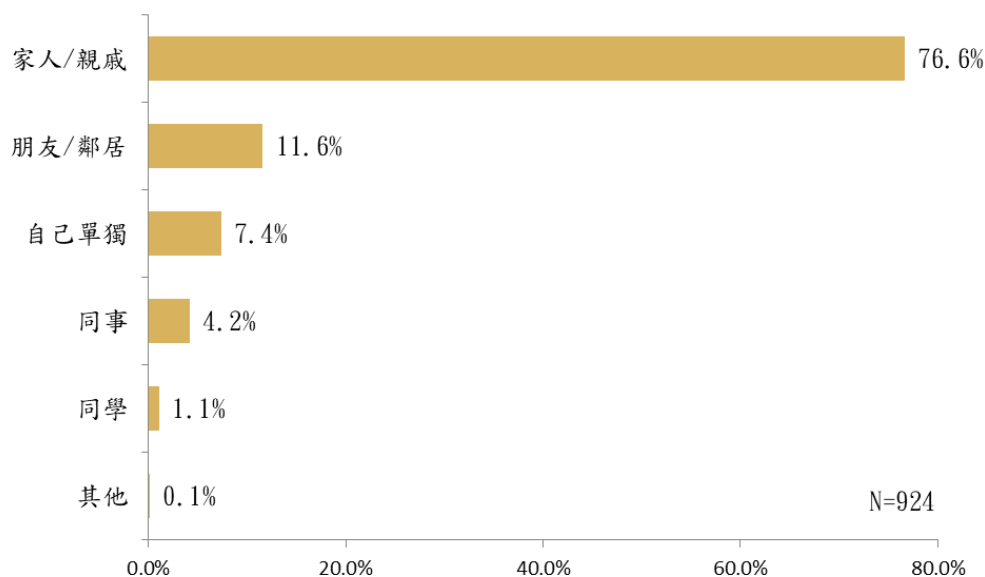


圖11、散客觀眾來訪類型

## 2. 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，占四成二(42.2%)，其次為停留 1-2 小時，約占二成五(24.9%)，再其次為停留 3-4 小時(19.4%)、4 小時以上(11.8%)及停留 1 小時以內 (1.7%)。

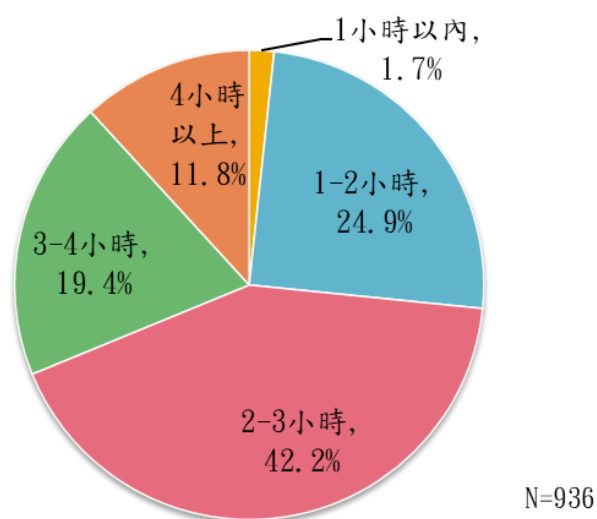


圖12、觀眾停留時間

進一步瞭解觀眾停留時間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、婚姻狀況、行業、參觀概況及居住地區有顯著差異，但婚姻狀況、行業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：

- ▶ 性別：停留時間在 4 小時以上以女性(14.1%)高於男性(8.5%)。
- ▶ 婚姻狀況：停留時間在 2-3 小時以未婚者(45.8%)高於已婚者(40.2%)。
- ▶ 行業：停留時間在 2-3 小時以商業從業人員(47.9%)比例較高。
- ▶ 參觀概況：停留時間在 3 小時以上則以曾經來訪的比例均高於首次來訪。
- ▶ 居住地區：停留時間在 2-3 小時則以距離故宮南院越遠者比例越高。

### 3. 觀眾參觀故宮南院的概況

整體而言，約七成六(76.0%)的觀眾表示為首次來訪故宮南院，約有二成四(24.0%)則表示曾經來訪過，當中又以半年內曾經來訪過的比例較高(9.7%)。

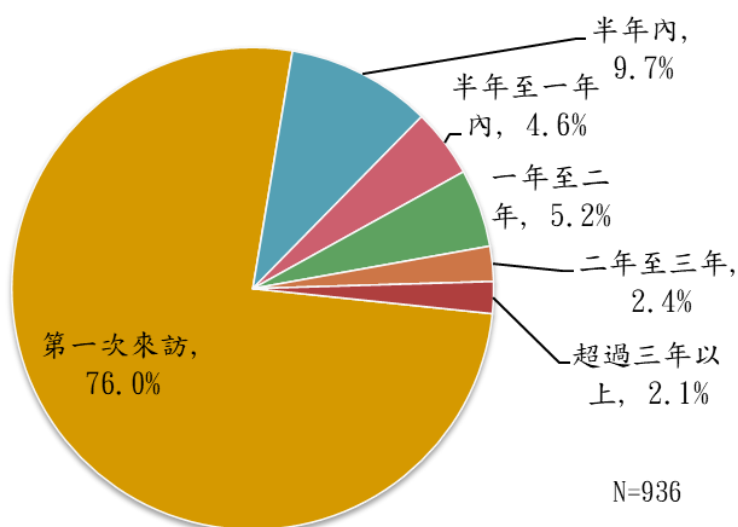


圖13、觀眾參觀故宮南院的概況

此外，觀察曾來訪觀眾近三年來訪的次數(n=205，未含首次來訪者)，主要以二次比例較高，占五成三(53.2%)，其次為三次(25.9%)，另超過六次以上者約有一成一(11.2%)。計算平均次數，曾來訪的觀眾於近三年的平均參觀次數約為 3.4 次，若包含首次參觀者整體之平均參觀次數為 1.5 次。

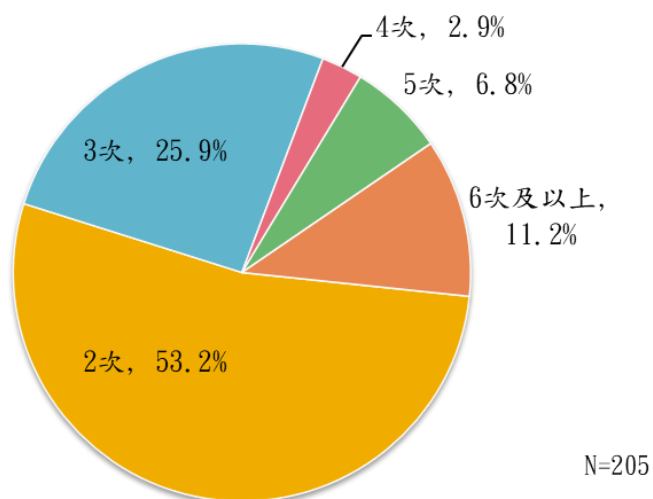


圖14、曾來訪觀眾近三年來訪的次數

由於故宮南院擁有優美的戶外園區，同時於園區內也經常舉辦各式活動，因此，有不少觀眾會到訪戶外園區但未入館來參觀，但本調查對象為參觀展覽者，故無法針對只到戶外園區卻未入場的觀眾進行了解。針對曾經來訪的觀眾，觀察每次到訪是否有入館的概況，約有七成九(79.0%)表示每次到訪均會入館參觀，約有一成九(18.5%)則表示超過半數來訪都有入館，另有 2.4%則表示偶爾才有入館。

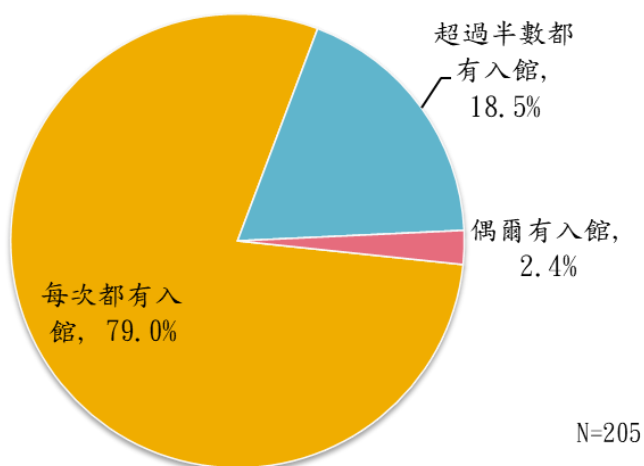


圖15、曾來訪觀眾每次來訪有入館參觀的概況

#### 4. 來訪故宮南院的動機

深入瞭解整體觀眾來訪的動機，主要以有想參觀的特展/展覽比例較高，占二成九(29.2%)，其次為親友出遊，約占二成八(28.1%)，再其次依序為沒來過好奇新鮮(18.7%)、喜歡參觀故宮文物(15.1%)，其餘動機均低於一成。

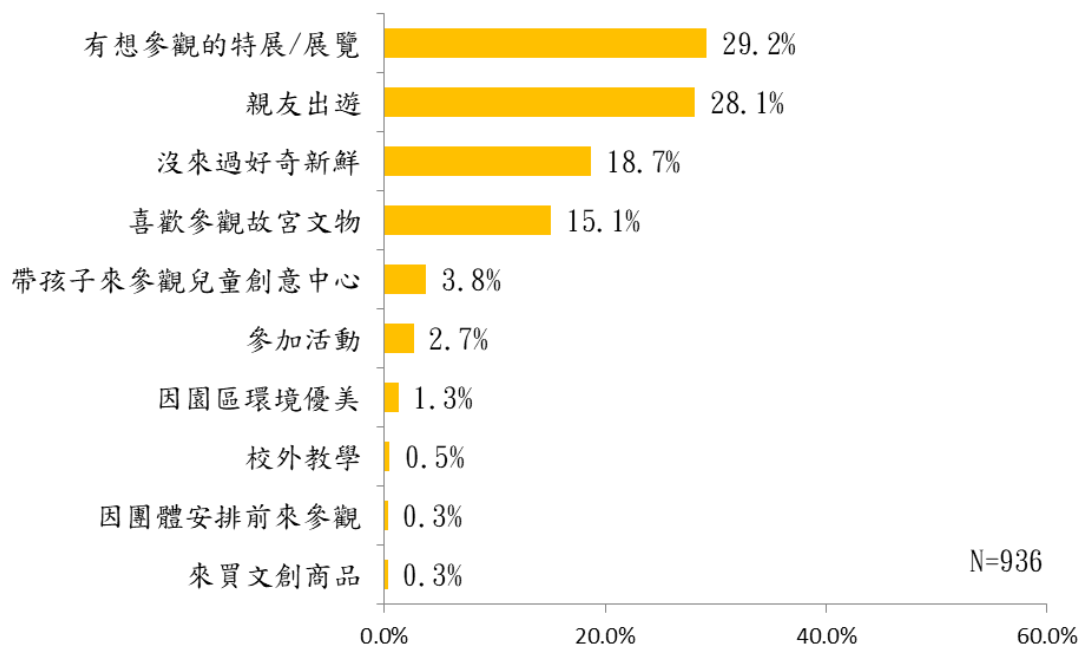


圖16、觀眾參觀故宮南院的動機

針對前三項主要來訪目的進一步了解其觀眾資料：

- ▶ 有想參觀的特展/展覽：以 55 歲及以上、專科/大學教育程度、未婚、旅遊及藝術文化從業人員、曾經來訪者及居住在嘉義縣市等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 親友出遊：以 55-64 歲、國初中及以下教育程度、已婚、首次來訪者、居住在北部及中部地區等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 沒來過好奇新鮮：以 25-44 歲、大學教育程度、醫療業、首次來訪者、居住在北部地區等特質的觀眾比例較高。

#### 5. 觀眾來訪使用的交通工具及接駁服務的使用概況

整體觀眾來訪故宮南院，主要以開車為主要交通工具，約占八成五（84.7%），其他交通工具均低於一成，顯示故宮南院所在位置及提供的大眾運輸系統較不方便。

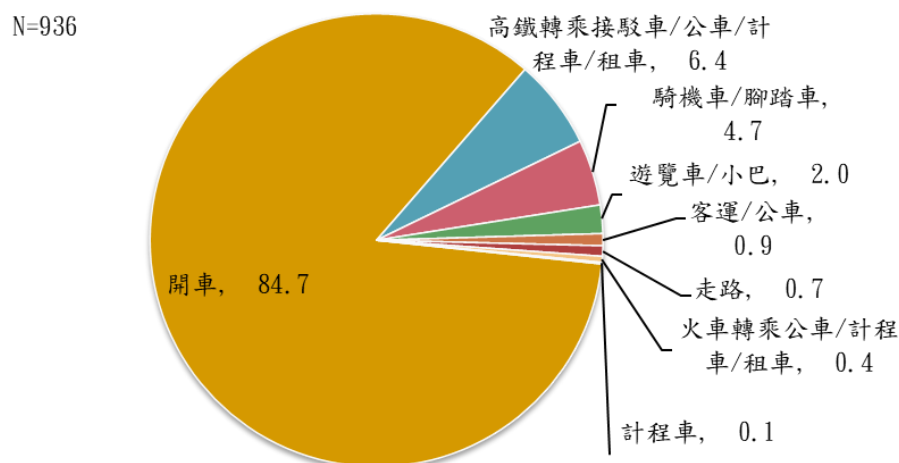


圖17、觀眾來訪故宮南院使用的交通工具

針對故宮南院的接駁服務，整體而言大多數觀眾是沒有使用的，約占七成七(76.5)，約有一成三(13.4)有使用園區內接駁服務，約有 4.5%使用高鐵接駁服務，但也有 5.7%表示不知道有接駁服務。

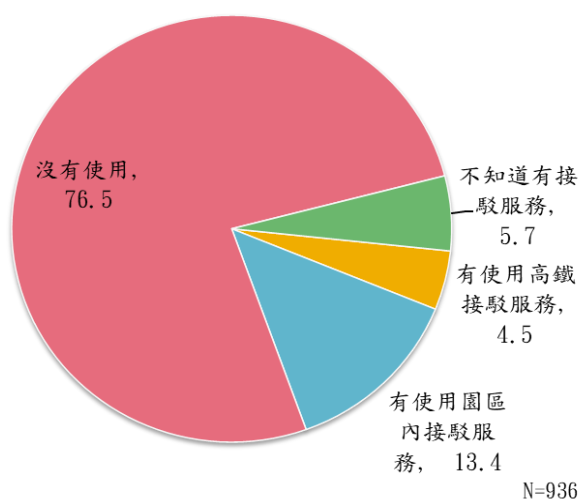


圖18、觀眾使用接駁服務的概況

進一步針對有使用接駁服務觀眾(n=167)對此項服務的滿意度，約有八成九(88.6%)表示滿意(非常滿意 32.3%、還算滿意 56.3%)，表示尚可約占 7.8%，僅有 3.6%表示不滿意(不太滿意 3.0%、非常不滿意 0.6%)。

若分別觀察使用園區內接駁服務與高鐵接駁服務之滿意度，使用高鐵接駁服務的滿意度約占八成八(88.1%)，但不滿意度有 9.5%，深入了解其不滿意原因(n=4)，接駁車等候時間太長(n=3)、接駁車指示不清楚(n=2)、搭乘人數太

多接駁車車次太少(n=2)。而園區內接駁服務的滿意度約占八成九(88.8%)，但不滿意度僅有 1.6%，其不滿意的原因(n=2)為接駁車等候時間太長(n=1)及搭乘人數太多接駁車車次太少(n=1)。

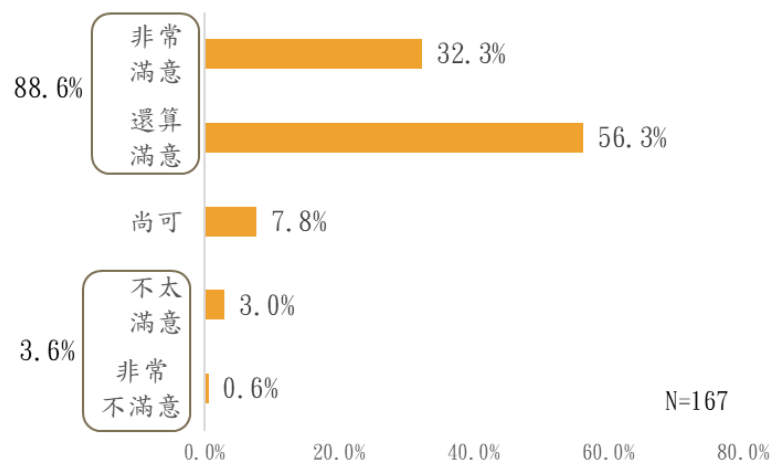


圖19、觀眾對整體接駁服務之滿意度

## (二) 觀眾對大廳及公共服務區域設施的滿意度

觀眾對於大廳及公共服務區域設施的滿意度包括寄物處存放物品便利性、購票處動線規劃、各項設施指示標誌清楚明確度、當期展覽資訊取得便利性、休息座椅設施數量、洗手間清潔、大廳及公共服務區域清潔及舒適度、餐飲服務的多元性、餐飲價格的合理性、文創商品的多元性及文創商品價格的合理性，其調查結果發現，除了餐飲及文創商品相關議題外，其餘各項滿意度均達九成以上，當中以洗手間清潔及大廳與公共服務區域的清潔及舒適度獲得九成七的高度肯定。（各項目之滿意度評價已排除未接觸者）

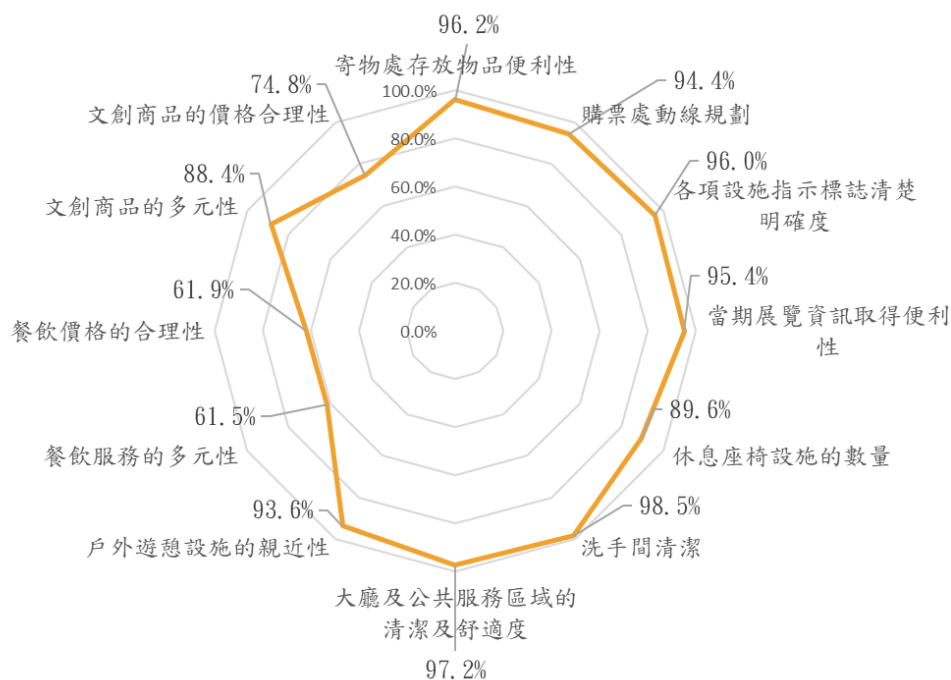


圖20、觀眾對各項大廳及公共服務區域設施滿意度

### 1. 寄物處存放物品便利性的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(96.2%)的觀眾表示滿意故宮南院在寄物處存放物品便利性(非常滿意 44.0%、還算滿意 52.2%)，表示尚可約占 3.8%，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，卡方檢定在不同年齡及行業有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：

- ▶ 年齡:以 45-54 歲表示非常滿意的比例較高(51.8%)。
- ▶ 行業:以醫療業的觀眾表示非常滿意的比例較高(51.9%)。

### 2. 購票處動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達九成四(94.4%)的觀眾對購票處動線規劃感到滿意(非常滿意 37.0%、還算滿意 57.3%)，表示尚可約占 5.1%，而僅有 0.6%表示不滿意(不太滿意 0.3%、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，卡方檢定在不同性別及年齡有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：



- ▶ 性別:女性(39.7%)表示非常滿意的比例高於男性(33.2%)。
- ▶ 年齡:以 15-24 歲表示非常滿意的比例較高(40.2%)，而 65 歲及以上的比例較低(19.1%)。

針對購票處動線規劃表示不滿意的原因或需要改善建議，以售票處的指引不清楚且動線規劃複雜(n=2)、購票需要到二樓覺得不便利(n=1)、二樓刷票口燈號會讓人誤解(n=1)、購票後服務人員忘記給票(n=1)。

### 3. 各項設施指示標誌清楚明確度的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(96.0%)的觀眾對各項設施指示標誌清楚明確度感到滿意(非常滿意 39.6%、還算滿意 56.4%)，表示尚可約占 3.6%，而僅有 0.3%表示不滿意(不太滿意 0.3%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

針對各項設施指示標誌清楚明確度表示不滿意的原因或需要改善建議，以標示指誌不清楚(n=2)、觀眾進出場的指示不是很明確清楚(n=1)、飲水機不好找希望能有明顯的指示(n=1)。

### 4. 當期展覽資訊取得便利性的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(95.4%)的觀眾對當期展覽資訊取得便利性感到滿意(非常滿意 37.8%、還算滿意 57.6%)，表示尚可約占 4.3%，而僅有 0.3%表示不滿意(不太滿意 0.1%、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有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：

- ▶ 行業:以學生表示非常滿意的比例較高，約占 47.1%，而表示尚可比例較高的則為醫療業(15.8%)。

針對當期展覽資訊取得便利性表示不滿意的原因或需要改善建議，以展覽資訊不夠直接(n=2)、希望館內可增加一些展覽介紹的文宣讓人方便取得(n=1)。

### 5. 休息座椅設施數量的滿意度

調查結果顯示，約有九成(89.6%)的觀眾對休息座椅設施數量感到滿意(非常

滿意 36.6%、還算滿意 53.0%)，表示尚可約占 8.9%，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，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

針對休息座椅設施數量表示不滿意的原因或需要改善建議，以休息座椅不足，希望能增加(n=12)、若下雨天無法使用戶外座椅，館內的休息座椅就會不夠(n=1)。

## 6. 洗手間清潔的滿意度

調查結果顯示，高達約九成九(98.5%)的觀眾對洗手間清潔感到滿意(非常滿意 56.1%、還算滿意 42.4%)，表示尚可約占 1.5%，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及行業有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：

- ▶ 年齡:以 25-54 歲表示非常滿意的比例較高，約在 59.3%~59.9%間，65 歲及以上的比例較低(30.6%)。
- ▶ 行業:以軍公教人員表示非常滿意的比例較高，約占 61.5%，而表示尚可比例較高的則為醫療業(5.6%)。

## 7. 大廳及公共服務區域清潔及舒適度的滿意度

調查結果顯示，高達九成七(97.2%)的觀眾對大廳及公共服務區域清潔及舒適度感到滿意(非常滿意 51.2%、還算滿意 46.0%)，表示尚可約占 2.8%，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，卡方檢定在不同年齡及行業有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：

- ▶ 年齡:以 25-34 歲表示非常滿意的比例較高，約占 55.8%，65 歲及以上的比例較低(28.0%)。
- ▶ 行業:以學生表示非常滿意的比例較高，約占 58.8%，旅遊及藝術文化從業人員則較低(28.0%)。

## 8. 戶外遊憩設施親近性的滿意度

調查結果顯示，高達九成四(93.6%)的觀眾對戶外遊憩設施親近性感到滿意(非常滿意 36.7%、還算滿意 56.9%)，表示尚可約占 6.2%，而僅有 0.2%表示不滿意(不太滿意 0.2%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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，卡方檢定在不同性別有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：

▶ 性別：以女性(42.0%)表示非常滿意的比例高於男性(29.4%)。

針對戶外遊憩設施親近性表示不滿意的原因或需要改善建議，以戶外休憩座位可以使用類似日本紅傘黑椅戶外茶座等異國或傳統式樣可增加風情(n=1)。

## 9. 餐飲服務多元性的滿意度

調查結果顯示，約有六成二(61.5%)的觀眾對餐飲服務的多元性感到滿意(非常滿意 18.9%、還算滿意 42.6%)，表示尚可約占 27.4%，但約有一成一(11.0%)表示不滿意(不太滿意 8.8%、非常不滿意 2.2%)。

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。

針對餐飲服務多元性表示不滿意的原因或需要改善建議，以只有一家餐廳可選擇性太少(n=31)、餐廳等候時間太長(n=2)、餐廳食物的口味味道太重(n=1)、餐廳內的空間太小(n=1)、增設館內用餐位若下雨就無法使用戶外用餐區(n=1)、孩童的餐點選擇性少(n=1)。

## 10. 餐飲價格合理性的滿意度

調查結果顯示，約有六成二(61.9%)的觀眾對餐飲價格合理性感到滿意(非常滿意 15.4%、還算滿意 46.5%)，表示尚可約占三成二(32.1%)，有 6.1%表示不滿意(不太滿意 5.1%、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。

針對餐飲價格合理性表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以餐點價格太高(n=18)、低消太高(n=1)。

### 11. 文創商品多元性的滿意度

調查結果顯示，約有八成八(88.4%)的觀眾對文創商品多元性感到滿意(非常滿意 27.1%、還算滿意 61.3%)，表示尚可約占一成二(11.2%)，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，卡方檢定在不同性別有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：

▶ 性別：以女性(31.5%)表示非常滿意的比例高於男性(20.5%)。

針對文創商品多元性表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以商品不夠多元，相似東西太多(n=2)。

### 12. 文創商品價格合理性的滿意度

調查結果顯示，約有七成五(74.8%)的觀眾對文創商品價格合理性感到滿意(非常滿意 16.8%、還算滿意 57.9%)，表示尚可約占二成四(23.5%)，僅有 1.7%表示不滿意(不太滿意 1.7%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

針對文創商品價格合理性表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以商品太貴(n=9)。

## (三) 觀眾對展覽的偏好及各項滿意度

觀眾對於展覽及展廳的各項滿意度包括展覽文物類別的多元性、展品數量的豐富度、多媒體及互動設施的親近性、展廳的動線規劃、展廳說明文字的字體大小、展廳說明文字內容理解度及整體展覽。

各項滿意度均高達九成二以上，當中又以整體展覽獲得的評價最高，約占九成八。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

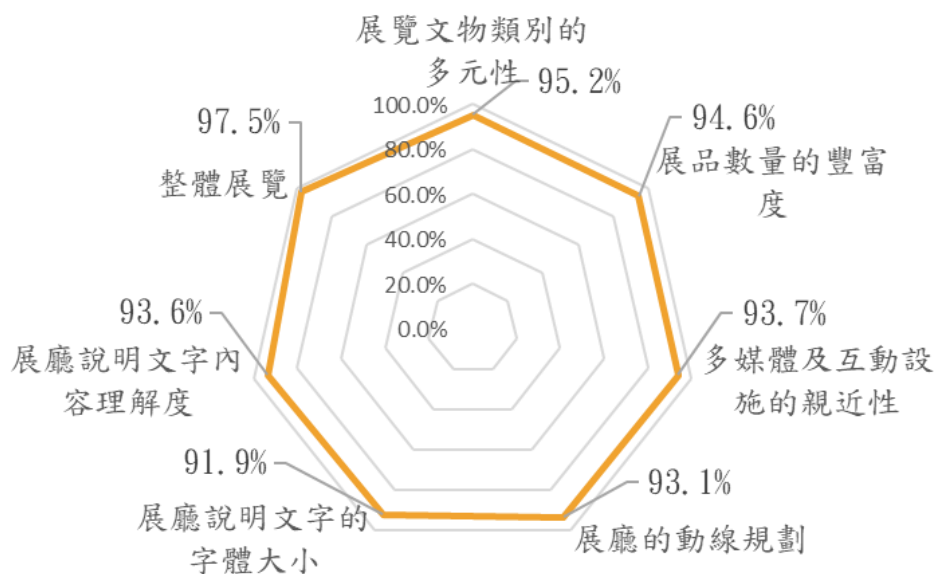


圖21、觀眾對展覽及展廳的各項滿意度

### 1. 展覽文物類別的多元性

調查結果顯示，高達九成五(95.2%)的觀眾對展覽文物類別的多元性表現感到滿意(非常滿意 37.0%、還算滿意 58.2%)，表示尚可占 4.5%，僅有 0.3%表示不滿意(不太滿意 0.2%、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%，分析結果僅供參考，分析如下：

- ▶ 年齡: 以 35-44 歲表示非常滿意的比例較高，占 40.9%，65 歲及以上則較低(28.0%)。

針對展覽文物類別的多元性表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以展品多元性少(n=3)、文物的歷史朝代沒有延續性(n=1)。

### 2. 展品數量豐富度的滿意度

調查結果顯示，高達九成五(94.6%)的觀眾對展品數量豐富度感到滿意(非常滿意 37.7%、還算滿意 56.8%)，表示尚可占 4.9%，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%，分析結果僅供參考，分析如下：

- ▶ 年齡:以 15-24 歲表示非常滿意的比例較高,占 42.6%,65 歲及以上則較低(22.0%)。

針對展品數量豐富度表示不滿意的原因或需要改善建議,主要以展品數量太少(n=5)。

### 3. 多媒體及互動設施親近性的滿意度

調查結果顯示,高達九成四(93.7%)的觀眾對多媒體及互動設施親近性感到滿意(非常滿意 37.3%、還算滿意 56.4%),表示尚可約占 5.9%,僅有 0.4%表示不滿意(不太滿意 0.3%、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%,分析結果僅供參考,分析如下:

- ▶ 性別:以女性(40.6%)表示非常滿意的比例高於男性(32.6%)。
- ▶ 年齡:以 35-44 歲表示非常滿意的比例較高,占 40.9%,65 歲及以上則較低(22.0%)。

針對多媒體及互動設施親近性表示不滿意的原因或需要改善建議,主要以多媒體互動設施少(n=2)、多媒體的互動感應不佳(n=1)、多媒體的內容只適合小孩不適合大人(n=1)。

### 4. 展廳動線規劃的滿意度

調查結果顯示,高達約九成三(93.1%)的觀眾對展廳動線規劃感到滿意(非常滿意 39.4%、還算滿意 53.6%),表示尚可占 5.3%,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,卡方檢定在不同性別有顯著差異,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:

- ▶ 性別:以女性(41.7%)表示非常滿意的比例高於男性(36.1%)。

針對展廳動線規劃表示不滿意的原因或需要改善建議,主要以展廳動線亂順暢度不佳(n=9)、參觀動線只有單向一條路,若重新入館要繞一大圈(n=4)、動線的指示不夠清楚(n=4)。

### 5. 展廳說明文字字體大小的滿意度

調查結果顯示，高達約九成二(91.9%)的觀眾對展廳說明文字字體大小感到滿意(非常滿意 37.0%、還算滿意 54.9%)，表示尚可占 7.4%，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，卡方檢定在不同性別、年齡及教育程度有顯著差異，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：

- ▶ 性別:以女性(40.2%)表示非常滿意的比例高於男性(32.4%)。
- ▶ 年齡:以 35-54 歲表示非常滿意的比例較高，分別為 35-44 歲(39.5%)及 45-54 歲(39.2%)，65 歲及以上則較低(26.0%)。
- ▶ 教育程度:以高中/高職教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 39.8%，國初中及以下則較低(22.7%)。

針對展廳說明文字字體大小表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以字體太小(n=7)。

#### 6. 展廳說明文字內容理解度的滿意度

調查結果顯示，高達約九成四(93.6%)的觀眾對展廳說明文字內容理解度感到滿意(非常滿意 39.7%、還算滿意 53.8%)，表示尚可占 5.9%，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、年齡及教育程度有顯著差異，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：

- ▶ 性別:以女性(43.0%)表示非常滿意的比例高於男性(35.2%)。
- ▶ 年齡:以 35-44 歲(43.6%)表示非常滿意的比例較高，65 歲及以上則較低(26.0%)。
- ▶ 教育程度:以大學、高中/高職表示非常滿意的比例較高，分別占 42.5%及 42.3%，國初中及以下則較低(25.0%)。

針對展廳說明文字內容理解度表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以說明不夠詳細(n=4)、文字描述不夠淺顯易懂(n=1)。

#### 7. 整體展覽的滿意度

調查結果顯示，高達約九成八(97.5%)的觀眾對整體展覽感到滿意(非常滿

意 43.9%、還算滿意 53.6%)，表示尚可占 2.4%，僅有 0.1%表示不滿意（無任何觀眾表示不太滿意、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，卡方檢定在不同年齡及行業有顯著差異，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：

- ▶ 年齡:以 15-24 歲表示非常滿意的比例較高，占 49.3%，65 歲及以上則較低(26.0%)。
- ▶ 行業:以服務業表示非常滿意的比例較高，占 54.5%，旅遊及藝術文化從業人員則較低(16.0%)。

針對整體展覽表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以展品不夠多元(n=1)。



## 8. 對展廳的的偏好

觀眾於參觀後最喜歡的前三名展廳以皇帝的多寶格最受到歡迎，約占六成四(64.15)，其次為人氣國寶展(48.4%)及呼畢勒罕(43.8%)。

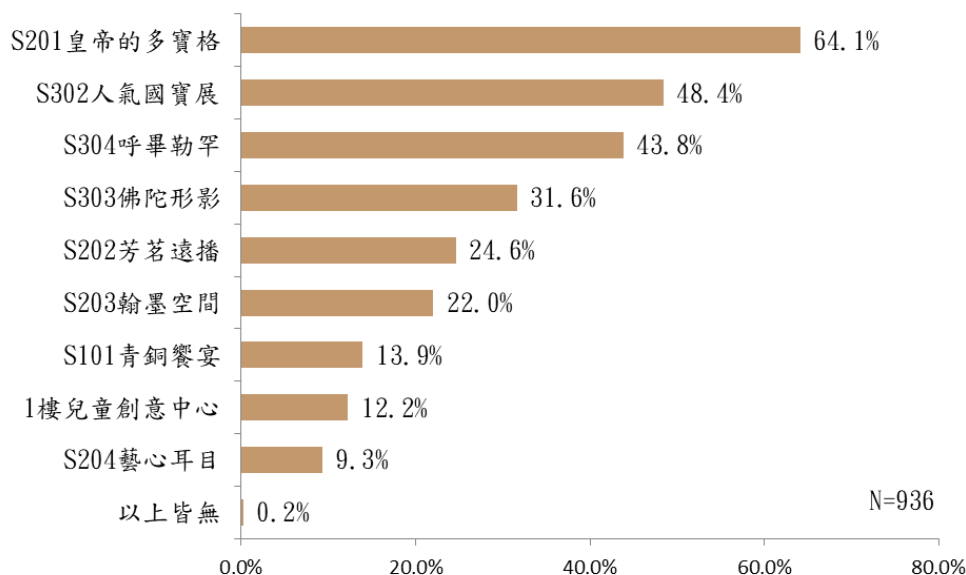


圖22、觀眾對各展廳的偏好

針對最喜歡前三名展廳進一步了解其觀眾資料：

- ▶ 皇帝的多寶格:以女性、35-54 歲、已婚、曾經來訪等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 人氣國寶展:以男性、35-54 歲、研究所及以上、已婚、居住在北部地區等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 呼畢勒罕:以男性、55-64 歲、專科教育程度、旅遊及藝術文化從業人員、曾經來過、居住在嘉義縣市等特質的觀眾比例較高。

## 9. 最需要改進的展廳

整體而言，絕大多數的觀眾都認為沒有需要改進的展廳，約占九成六(96.3%)，仍有少數觀眾表示有需要改進的展廳，但比例均在 1% 及以下。深入探討表示需要改進的原因如下：

- ▶ 青銅饗宴(n=9): 展品太少(n=9)、休憩座椅太少、展廳內迴音過大、展資說明太少、展覽類型不夠多元、展覽內容與主題不符(均 n=1)。
- ▶ 藝心耳目(n=7): 展品太少(n=5)、互動裝置不易使用(n=3)、參觀人數太多，造成無法仔細觀看(n=3)、展覽類型不夠多元(n=3)、展資說明

太少(n=2)、休憩座椅太少、展廳內迴音過大、展板設計不佳(如字太小)(均 n=1)。

- ▶ 佛陀形影(n=7):休憩座椅太少、參觀動線不佳、文字說明太艱深/難懂、展品太少、展覽類型不夠多元、展覽內容與主題不符(均 n=1)，另有 2 筆表示其他，一位表示因宗教信仰不同，另一位則表示對於內容不喜歡。
- ▶ 芳茗遠播(n=7):展資說明太少(n=3)、展品太少(n=3)、展覽類型不夠多元(n=3)、展廳內遊客說話音量過大(n=1)。
- ▶ 人氣國寶展(n=6):展品太少(n=4)、互動裝置不易使用、休憩座椅太少、參觀動線不佳、參觀人數太多，造成無法仔細觀看、展板設計不佳(如字太小)、展資說明太少、展覽內容與主題不符、其他(英文說明有拼錯字)(均 n=1)。
- ▶ 呼畢勒罕(n=6):休憩座椅太少(n=2)、展板設計不佳(如字太小)(n=2)、參觀指示不清楚、參觀動線不佳、展品太少、展覽內容與主題不符(均 n=1)，另有 1 筆表示其他則因宗教信仰不同。
- ▶ 翰墨空間(n=5): 展品太少(n=3)、互動裝置不易使用、休憩座椅太少、參觀人數太多，造成無法仔細觀看、文字說明太艱深/難懂(均 n=1)，另有 2 筆表示其他，一筆為希望能多展一些較早期的正品，目前展出的摩寫品較多，另一筆則是對於內容不喜歡。
- ▶ 皇帝的多寶格(n=3):展品太少(n=2)、參觀指示不清楚、文字說明太艱深/難懂(均 n=1)。
- ▶ 1 樓兒童創意中心(n=3): 互動裝置不易使用、展品太少、展覽內容與主題不符(n=1)。

#### (四) 觀眾對語音導覽設施的滿意度

##### 1. 各項語音導覽設施及服務的使用率

調查結果顯示，約有一成四(13.8%)有使用個人語音導覽機，1.0%有使用團體導覽機，2.1%有使用專人定時導覽服務，但整體約有八成三(83.1%)則是沒有使用任何導覽機或服務。

深入了解沒有使用語音導覽機或服務的原因，主要以沒有需要比例最高，約占八成八(87.9%)，其次為個人導覽機租借費用太高，占 4.6%，再其次為不知道可以租借語音導覽機，占 4.0%，其餘原因則低於 3%以下。

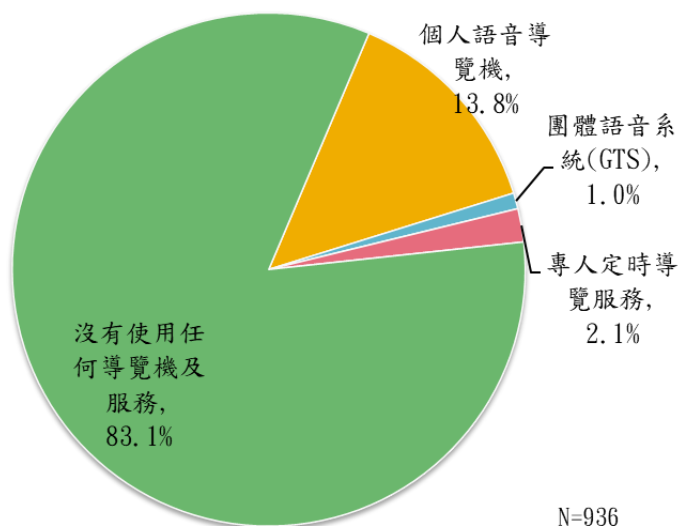


圖23、觀眾使用語音導覽機的概況

##### 2. 使用個人語音導覽機服務之滿意度評價

針對有使用個人語音導覽機服務(n=129)瞭解其滿意度，有高達九成四(93.8%)表示滿意個人語音導覽機服務(非常滿意 34.1%、還算滿意 59.7%)，表示尚可約占 3.1%，僅有 3.1%表示不滿意(不太滿意 1.6%、非常不滿意 1.6%)。

針對使用個人語音導覽機服務表示不滿意(n=4)的原因，解說內容不夠詳細(n=2)、機器解說聲音太小聲(n=1)、兒童個人語音導覽可聽的部分太少(n=1)、費用太貴(n=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，卡方檢定均為

無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

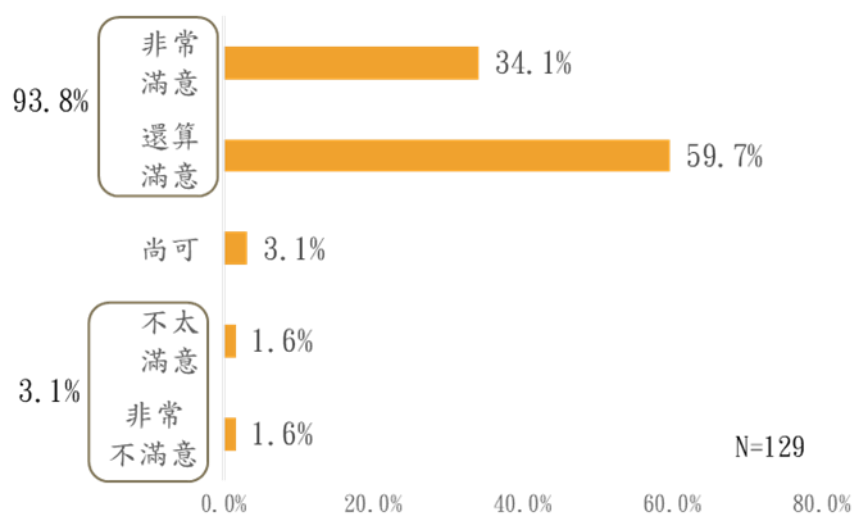


圖24、觀眾使用個人語音導覽機服務之滿意度

### 3. 使用團體語音導覽機服務之滿意度評價

針對有使用團體語音導覽服務(n=9)瞭解其滿意度，約八成九(88.9%)表示滿意團體語音導覽服務(非常滿意 11.1%、還算滿意 77.8%)，表示尚可約占一成(11.1%)，無任何有使用的觀眾表示不滿意。

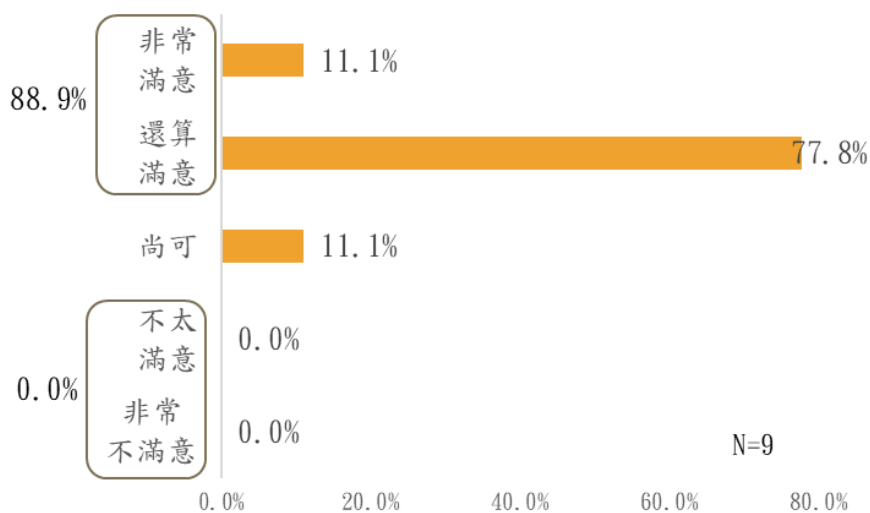


圖25、觀眾使用團體語音導覽機服務之滿意度

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，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

#### 4. 使用專人定時導覽服務之滿意度評價

調查結果顯示，有高達約九成五(95.0%)表示滿意專人定時導覽服務(非常滿意 35.0%、還算滿意 60.0%)，無任何觀眾表示尚可，僅有 5.0%表示不滿意(不太滿意 5.0%、無任何使用觀眾表示非常不滿意)。

針對使用專人定時導覽服務表示不滿意的原因(n=1)為解說內容無趣。

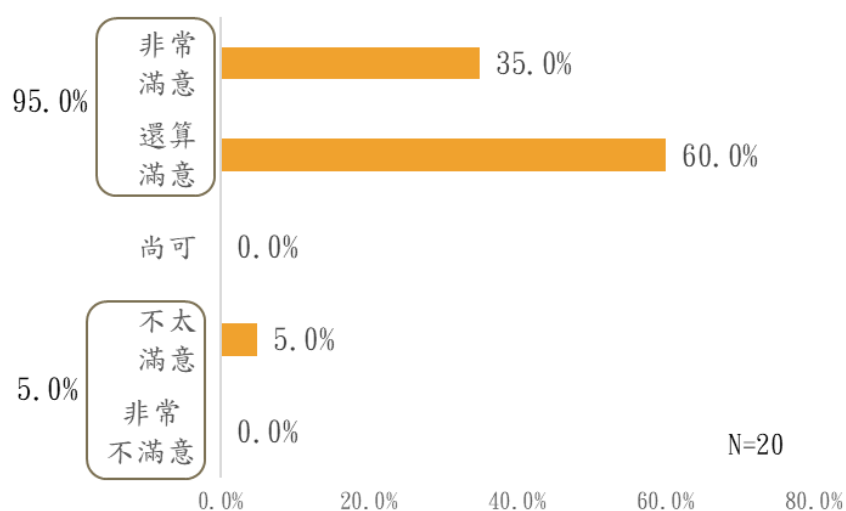


圖26、觀眾使用專人定時導覽服務之滿意度

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，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

#### (五) 觀眾對院區內友善平權設施的滿意度

觀眾對院區內友善平權設施的滿意度包括無障礙洗手間、輪椅借用、無障礙坡道及電梯、親子友善設施、嬰兒車借用、親子洗手間及整體性別平等友善環境，調查結果發現，除了輪椅借用外，其餘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)

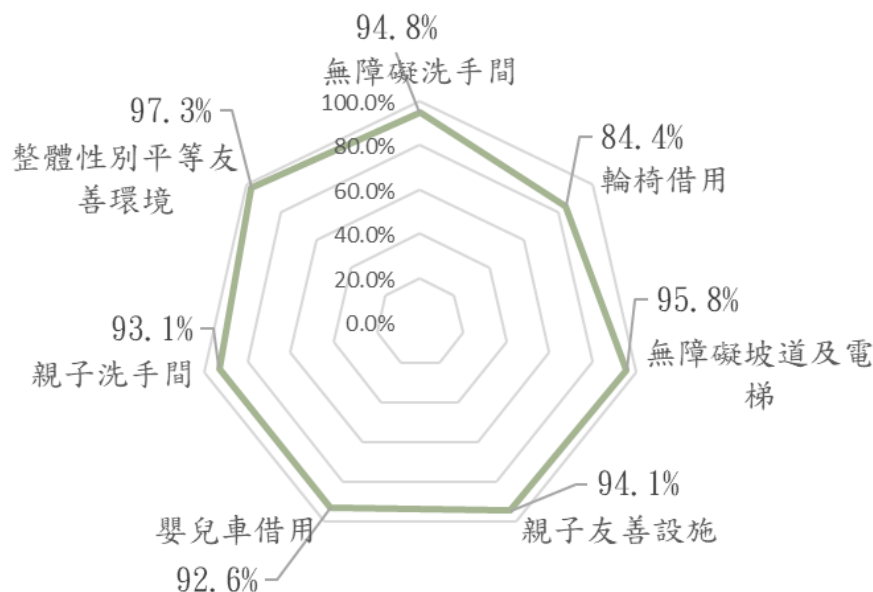


圖27、觀眾對院區內友善平權設施的滿意度

#### 1. 無障礙洗手間的滿意度

調查結果顯示，高達約九成五(94.8%)的觀眾對無障礙洗手間感到滿意(非常滿意 46.6%、還算滿意 48.3%)，表示尚可約占 1.7%，有 3.4%表示不滿意(不太滿意 1.7%、非常不滿意 1.7%)。

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行業有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，且整體樣本數僅有 58 筆，故不進行交叉分析。

針對無障礙洗手間表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以無障礙洗手間太少(n=2)。

#### 2. 輪椅借用的滿意度

調查結果顯示，約有八成四(84.4%)的觀眾對輪椅借用感到滿意(非常滿意 43.8%、還算滿意 40.6%)，表示尚可約占 6.3%，有 9.4%表示不滿意(不太滿意 3.1%、非常不滿意 6.3%)。

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，卡方檢定在不同性別及行業有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，且整體樣本數僅有 32 筆，故不進行交叉分析。

針對輪椅借用表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以未看到有輪椅借用的指示(n=3)。

### 3. 無障礙坡道及電梯的滿意度

調查結果顯示，高達九成六(95.8%)的觀眾對無障礙坡道及電梯感到滿意(非常滿意 54.2%、還算滿意 41.7%)，表示尚可約占 1.0%，有 3.1%表示不滿意(不太滿意 3.1%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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，卡方檢定在不同行業有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，且整體樣本數僅有 96 筆，故不進行交叉分析。

針對無障礙坡道及電梯表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以希望能增加電梯，一部電梯只能 1-2 台輪椅進入，當身障團體要入內參觀非常不便(n=2)、服務人員對於身障人員不太提供協助(n=1)。

### 4. 親子友善設施的滿意度

調查結果顯示，高達九成四(94.1%)的觀眾對親子友善設施感到滿意(非常滿意 52.9%、還算滿意 41.2%)，表示尚可約占 3.9%，有 2.0%表示不滿意(不太滿意 2.0%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

針對親子友善設施表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以兒童馬桶數量太少(n=1)。

### 5. 嬰兒車租用的滿意度

調查結果顯示，高達約九成三(92.6%)的觀眾對嬰兒車租用感到滿意(非常滿意 44.4%、還算滿意 48.1%)，表示尚可約占 7.4%，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及婚姻狀況顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，且整體樣本數僅有 27 筆，故不進行交叉分析。

### 6. 親子洗手間的滿意度

調查結果顯示，高達約九成三(93.1%)的觀眾對親子洗手間感到滿意(非常滿意 44.8%、還算滿意 48.3%)，表示尚可約占 6.9%，無任何表示不滿意。

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，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。

## 7. 整體性別平等友善環境的滿意度

調查結果顯示，高達九成七(97.3%)的觀眾對整體性別平等友善環境感到滿意(非常滿意 21.9%、還算滿意 75.4%)，表示尚可約占 2.6%，僅有 0.1%表示不滿意(無任何觀眾表示不太滿意、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有顯著差異，但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%，分析結果僅供參考，分析如下：

- ▶ 性別：以女性(25.2%)表示非常滿意的比例高於男性(17.2%)。

針對整體性別平等友善環境表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以未看到有設置性別平等友善設施的指示(n=1)。

## (六) 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售票人員、服務台人員、清潔人員、展場管理人員、餐飲服務人員、禮品販售服務人員及整體人員。調查結果發現，各項服務人員的滿意度均高達九成六以上，獲得觀眾非常高度的肯定。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

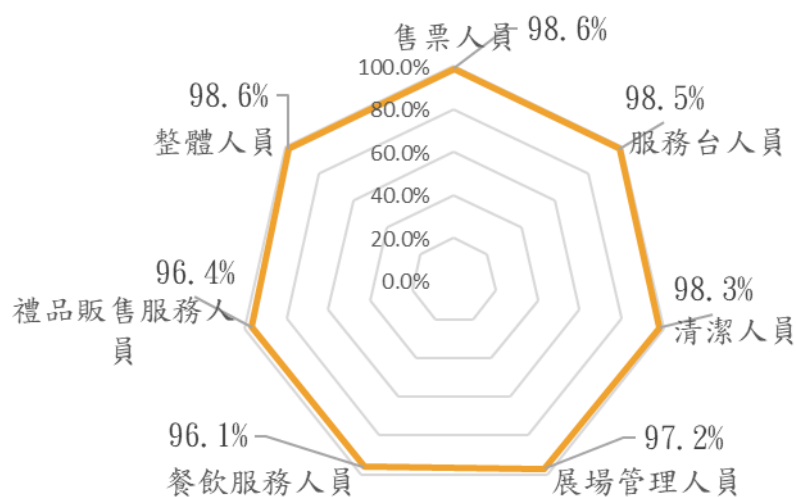


圖28、觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度



## 1. 售票人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達約九成九(98.6%)的觀眾對售票人員服務態度感到滿意(非常滿意 43.2%、還算滿意 55.4%)，表示尚可約占 1.1%，僅有 0.3%表示不滿意(不太滿意 0.1%、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，卡方檢定在不同性別、年齡、教育程度及行業有顯著差異，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：

- ▶ 性別:以女性(45.8%)表示非常滿意的比例高於男性(39.4%)。
- ▶ 年齡:以 15-24 歲表示非常滿意的比例較高，占 44.9%，55-64 歲則較低(26.4%)。
- ▶ 教育程度:以研究所及以上表示非常滿意的比例較高，占 48.5%，國初中及以下較低(25.0%)。
- ▶ 行業:以醫療業表示非常滿意的比例較高，占 55.3%，旅遊及藝術文化從業人員則較低(12.5%)。

針對售票人員服務態度表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以服務態度不佳(n=2)、購票後卻未給票(n=1)。

## 2. 服務台人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成九(98.5%)的觀眾對服務台人員服務態度感到滿意(非常滿意 49.3%、還算滿意 49.2%)，表示尚可約占 1.4%，僅有 0.1%表示不滿意(無任何觀眾表示不太滿意、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行業有顯著差異，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：

- ▶ 教育程度:以大學教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 54.3%，國初中及以下較低(30.0%)。
- ▶ 行業:以服務業表示非常滿意的比例較高，占 57.3%，旅遊及藝術文化從業人員較低(8.7%)。

針對服務台人員表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以服務人員缺乏主動服務的態度(n=1)、闖關活動的服務人員說話態度不佳且規則說明不清楚

(n=1)。由於暑假期間舉辦的夏日親子藝術月活動，現場有不少是活動廠商的服務人員，對於觀眾而言，可能無法判斷不同服務人員的差異，建議未來若有活動廠商人員進駐，應有明顯的識別，如名牌或背心，也應針對此類服務人員對於非活動相關資訊被詢問時，有統一 SOP 告知或處理方式，避免造成觀眾有服務上的差異。

### 3. 清潔人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成八(98.3%)的觀眾對清潔人員服務態度感到滿意(非常滿意 50.3%、還算滿意 47.9%)，表示尚可約占 1.6%，僅有 0.1%表示不滿意(不太滿意 0.1%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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，卡方檢定在不同性別、年齡及教育程度有顯著差異，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：

- ▶ 性別:以女性(53.0%)表示非常滿意的比例高於男性(46.6%)。
- ▶ 年齡:以 35-44 歲表示非常滿意的比例較高，占 55.1%，65 歲及以上則較低(29.5%)。
- ▶ 教育程度:以大學教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 55.4%，國初中及以下較低(25.7%)。

針對清潔人員表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以清潔人員未配戴口罩(n=1)。

### 4. 展場管理人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達九成七(97.2%)的觀眾對展場管理人員服務態度感到滿意(非常滿意 46.7%、還算滿意 50.6%)，表示尚可約占 2.3%，僅有 0.4%表示不滿意(不太滿意 0.4%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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，卡方檢定在不同性別、年齡、教育程度、婚姻狀況及行業有顯著差異，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：

- ▶ 性別:以女性(49.3%)表示非常滿意的比例高於男性(43.0%)。
- ▶ 年齡:以 45-54 歲表示非常滿意的比例較高，占 51.6%，65 歲及以上則較低(28.6%)。

- ▶ 教育程度:以大學教育程度者表示非常滿意的比例較高，占 51.5%，國初中及以下較低(21.4%)。
- ▶ 婚姻狀況:已婚及未婚表示非常滿意的比例相當，分別為 46.6%及 46.8%。
- ▶ 行業:以醫療業表示非常滿意的比例較高，占 54.1%，旅遊及藝術文化從業人員則較低(16.7%)。

針對展場管理人員表示不滿意的原因或需要改善建議，主要以人員態度不佳(n=2)、詢問問題回覆的態度不佳(n=1)、管理人員不夠主動，不會協助引導活動遊戲(n=1)。

#### 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(96.1%)的觀眾對餐飲服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 37.1%、還算滿意 59.1%)，表示尚可約占 3.9%，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：

- ▶ 婚姻狀況:未婚者(5.2%)表示尚可的比例高於已婚者(2.9%)。
- ▶ 參觀概況:曾經來過(38.9%)表示非常滿意的比例高於首次來訪者(36.2%)。

#### 6. 禮品販售服務人員服務態度的滿意度

調查結果顯示，高達約九成六(96.4%)的觀眾對禮品販售服務人員服務態度感到滿意(非常滿意 33.1%、還算滿意 63.3%)，表示尚可約占 3.4%，僅有 0.2%表示不滿意(無任何觀眾表示不太滿意、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，卡方檢定在不同性別、婚姻狀況及行業有顯著差異，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：

- ▶ 性別:以女性(37.8%)表示非常滿意的比例高於男性(25.9%)。
- ▶ 婚姻狀況:未婚者(5.4%)表示尚可的比例高於已婚者(2.1%)。

- ▶ 行業:以醫療業表示非常滿意的比例較高,占 56.0%,旅遊及藝術文化從業人員則較低(11.8%)。

針對禮品販售服務人員表示不滿意的原因或需要改善建議,主要以販售區域找不到服務人員來協助(n=1)。

## 7. 整體人員服務態度的滿意度

調查結果顯示,高達約九成八(98.6%)的觀眾對整體人員服務態度感到滿意(非常滿意 31.6%、還算滿意 67.0%),表示尚可約占 1.3%,僅有 0.1%表示不滿意(不太滿意 0.1%、無任何觀眾表示非常不滿意)。

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,卡方檢定在不同性別、年齡及行業有顯著差異,但因交叉細格期望值小於 5 的比例超過 20%,分析結果僅供參考,分析如下:

- ▶ 性別:以女性(36.7%)表示非常滿意的比例高於男性(24.4%)。
- ▶ 年齡:以 15-24 歲表示非常滿意的比例較高,占 37.5%,55-64 歲則較低(12.0%)。
- ▶ 行業:以醫療業表示非常滿意的比例較高,占 50.0%,旅遊及藝術文化從業人員則較低(8.0%)。

針對整體人員表示不滿意的原因或需要改善建議,主要以服務不夠主動積極(n=1)。

## (七) 國立故宮博物院南部院區整體滿意度

### 1. 對國立故宮博物院南部院區的整體滿意度

本年度觀眾對國立故宮博物院南部院區的整體滿意度獲得非常高度的肯定，達九成九(99.4%)，當中非常滿意占 33.7%，還算滿意占 65.7%，表示尚可約占 0.5%，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)。

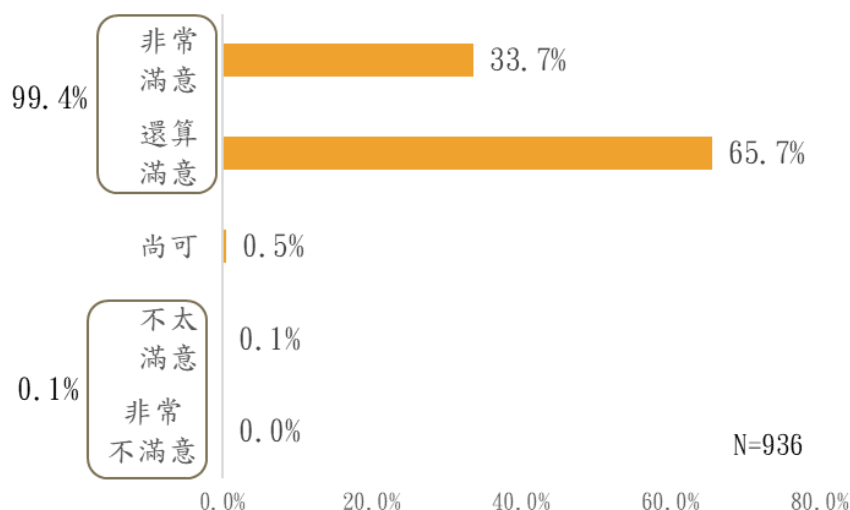


圖29、國立故宮博物院南部院區整體滿意度

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、年齡及行業的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：

- ▶ 性別：以女性(38.4%)表示非常滿意的比例高於男性(27.0%)。
- ▶ 年齡：以 15-24 歲及 45-54 歲表示非常滿意的比例較高，分別占 39.7% 及 38.7%，以 55 歲及以上較低，55-64 歲占 16.0%及 65 歲及以上占 18.0%。
- ▶ 行業：以醫療業表示非常滿意的比例較高，占 44.7%，旅遊及藝術文化從業人員則較低(20.0%)。

### 2. 推薦親朋好友的意願度

調查結果顯示，高達九成七(97.3%)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 48.7%、可能會 48.6%)，表示不一定約占 2.2%，僅有 0.4%表示不會推薦(可能不會 0.3%、一定不會 0.1%)。

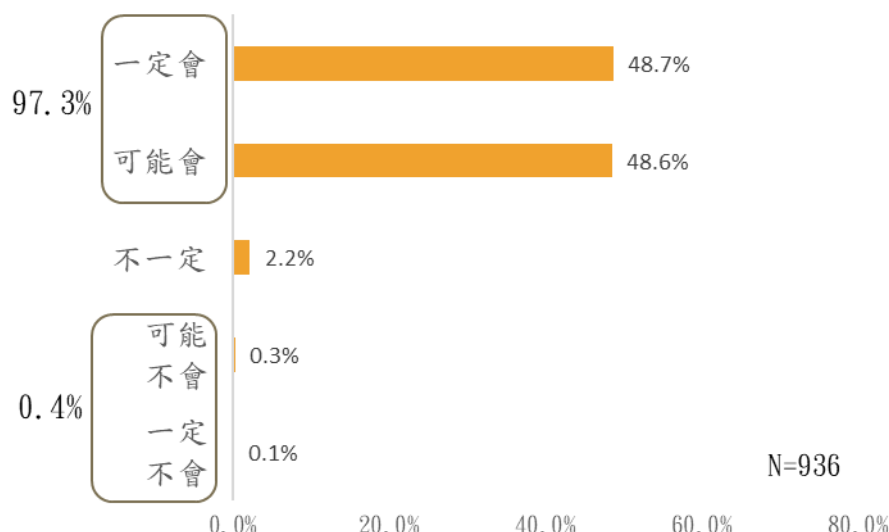


圖30、推薦親朋好友的意願度

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，卡方檢定在不同性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、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：

- ▶ 性別: 以女性(53.6%)表示一定會推薦的比例高於男性(41.9%)。
- ▶ 年齡: 以45-54歲表示一定會推薦的比例較高，占55.9%，25-34歲則較低(41.5%)。
- ▶ 教育程度: 以研究所及以上表示一定會推薦的比例較高，占62.0%，專科教育程度者則較低(36.1%)。
- ▶ 婚姻狀況: 已婚者(53.5%)表示一定會推薦的比例高於未婚者(39.8%)，但已婚者表示不會推薦的比例也高於未婚者。
- ▶ 行業: 以醫療業及軍公教人員表示一定會推薦的比例較高，分別占60.5%及60.4%。而表示不會推薦比例較高的為服務業(0.7%)。
- ▶ 參觀概況: 曾經來訪(59.6%)的觀眾表示一定會推薦的比例高於首次來訪者(45.3%)。

### 3. 再次來訪故宮南院的意願度

調查結果顯示，高達九成(90.3%)的觀眾表示未來會再次參觀國立故宮博物院南部院區(一定會48.9%、可能會41.3%)，表示不一定約占8.4%，表示不會再參觀僅占1.3%(可能不會1.2%、一定不會0.1%)。

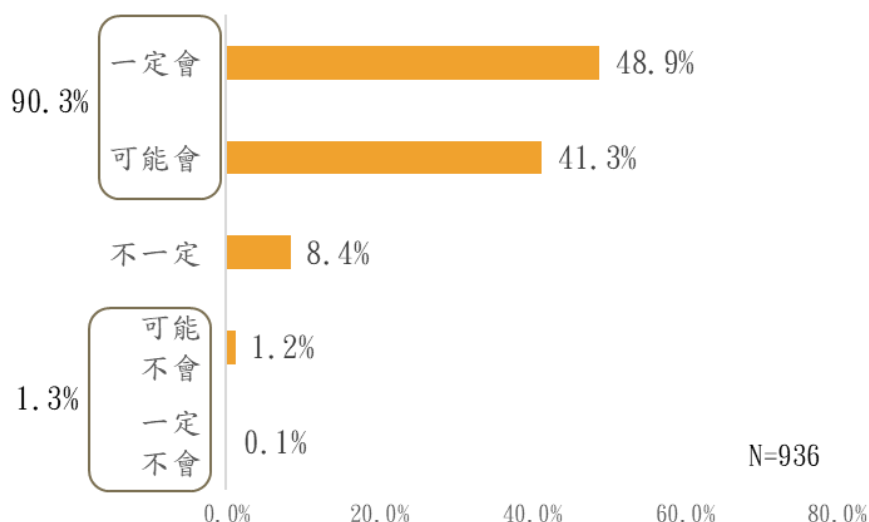


圖31、再次來訪故宮南院的意願度

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，卡方檢定在不同性別、教育程度、參觀概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：

- ▶ 性別：以女性(52.3%)表示一定會再次參觀的比例高於男性(44.2%)。
- ▶ 教育程度：以研究所及以上(57.7%)表示一定會再次參觀的比例較高，國初中及以下則較低(38.6%)。
- ▶ 參觀概況：曾經來訪者(66.2%)表示一定會再來參觀的比例高於首次來者(43.5%)。
- ▶ 居住地區：以距離最近的嘉義縣市(66.7%)表示一定會再來參觀的比例較高，北部地區及東北部及離島地區則較低(均各占43.8%)。

#### 4. 曾到訪過北院的概況

調查結果顯示，故宮南院觀眾曾到訪北院約有六成八(67.9%)，當中又以超過10年以上的到訪經驗者最多，約二成(19.7%)，而從未到訪過北院則有三成二(32.1%)。

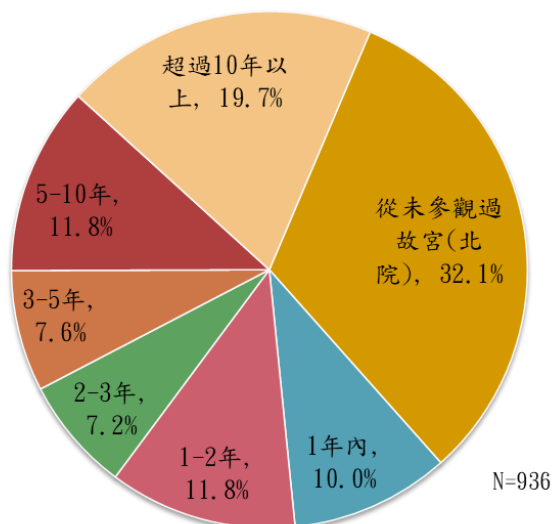


圖32、故宮南院的觀眾曾到北院的概況

進一步瞭解曾到訪概況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、行業、參觀概況及居住地區有顯著差異，但婚姻狀況、行業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：

- ▶ 性別：不同性別曾到訪過北院的比例差異不大，女性曾到訪為68.6%，男性為67.1%。
- ▶ 年齡：年齡越長曾到訪過北院的比例越高，從15-24歲到訪比例54.4%到65歲及以上82.0%。
- ▶ 教育程度：教育程度越高曾到訪北院的比例則越高，從國初中及以下54.5%到研究所以上的83.9%。
- ▶ 婚姻狀況：已婚者(73.5%)曾到訪的比例高於未婚者(57.8%)。
- ▶ 行業：以軍公教人員曾到訪過北院的比例較高，占83.8%，農林漁牧業則最低(40.0%)。
- ▶ 參觀概況：曾經來過南院者(79.6%)也曾到訪過北院的比例高於首次來訪者(64.3%)。
- ▶ 居住地區：以東北部/離島、北部地區曾到訪北院的比例較高，分別占81.3%及76.9%，其餘各地區則約在61.6%~62.4%間。



## (八) 資訊管道來源

### 1. 獲得故宮相關資訊的管道來源

整體而言，約有八成九(88.8%)的觀眾來訪前故宮南院前有事先蒐集相關資訊，換言之，約有一成一(11.2%)表示完全沒有蒐集任何資訊。

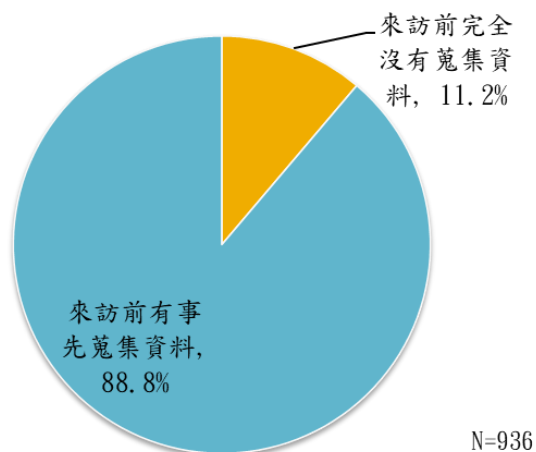


圖33、來訪前故宮南院前是否有蒐集相關資訊

針對有事先蒐集相關資訊的觀眾(n=831)，進一步瞭解透過哪些管道蒐集相關資訊，以故宮南院官網的比例較高，占 49.2%，其次依序為故宮北院官網(27.7%)、網路/部落格(23.5%)、故宮南院 FB 粉絲團(21.1%)及電視(14.8%)，其餘管道則低於一成。顯示多數來訪前會蒐集相關資訊的觀眾，仍以官方網站為主。

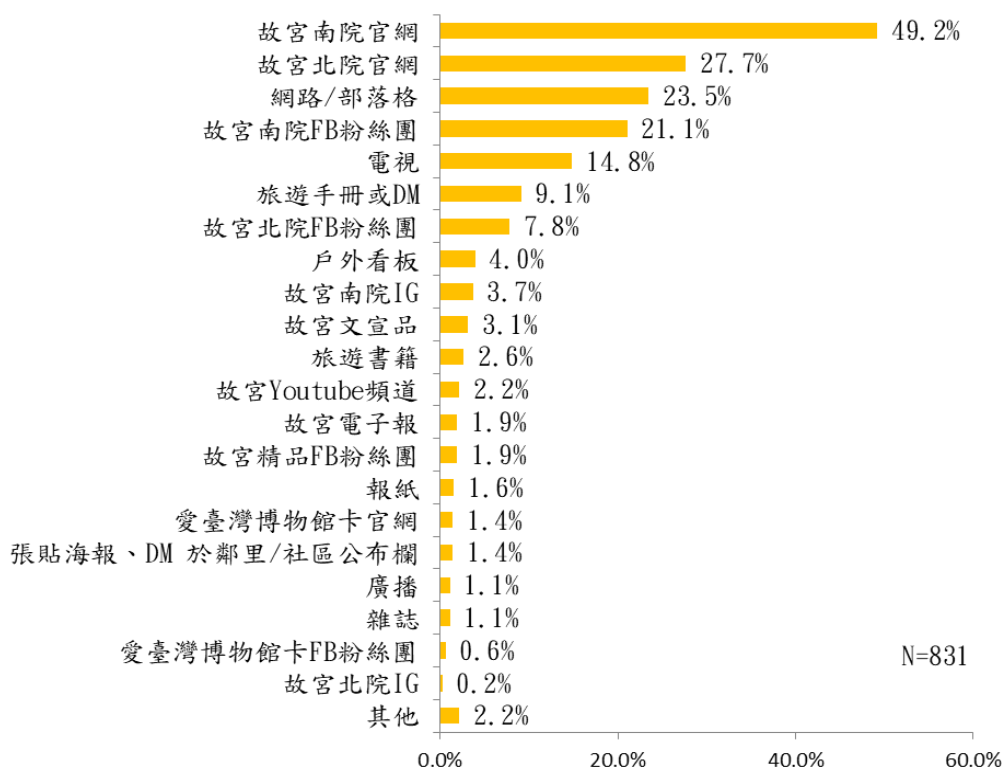


圖34、獲得故宮相關資訊的管道來源

針對前三項主要資訊管道來源進一步了解其觀眾資料：

- ▶ 故宮南院官網：以男性、15-24 歲、專科教育程度、未婚、醫療業、曾經來訪、居住在嘉義縣市等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 故宮北院官網：以男性、15-34 歲、專科教育程度、未婚、服務業、首次參觀者、居住在嘉義縣市特質的觀眾比例較高。
- ▶ 網路/部落格：以女性、35-44 歲、高中/高職教育程度、已婚、居住在東北部/離島地區等特質的觀眾比例較高。

此外針對完全沒有蒐集任何資訊的觀眾資料，則以 65 歲以上、國初中及以下教育程度、未婚、學生、首次來訪者、居住在中部地區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，仍以故宮南院官網的比例較高，占五成六(56.0%)，其次依序為故宮南院 FB 粉絲團(31.3%)、故宮北院官網(30.2%)、網路/部落格(21.3%)及電視(20.8%)，其餘管道則低於一成。

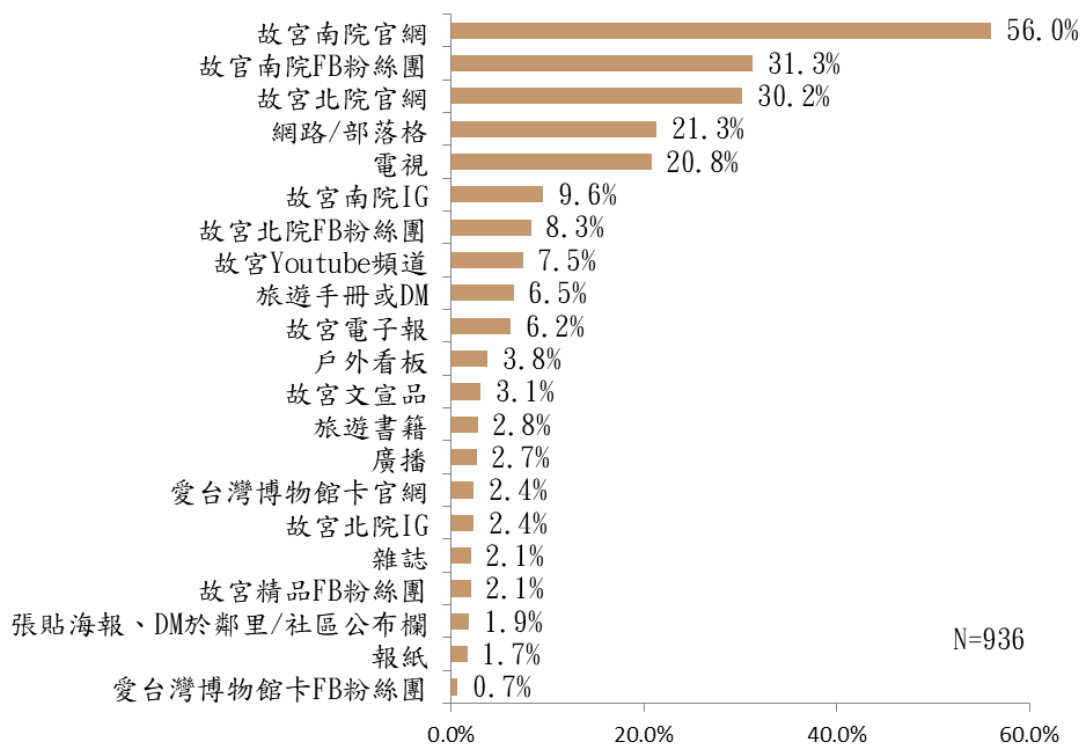


圖35、期望未來獲得故宮相關資訊的管道來源

針對前三項期望獲得資訊管道來源進一步了解其觀眾資料：

- ▶ 故宮南院官網：以男性、15-24 歲、專科及以上教育程度、未婚、服務業、曾經來訪者、居住在嘉義縣市等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 故宮南院 FB 粉絲團：以 25-44 歲、研究所及以上教育程度、曾經來訪者、居住在嘉義縣市等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 故宮北院官網：以男性、15-34 歲、專科及大學教育程度、未婚、服務業、首次參觀者等特質的觀眾比例較高。

若進一步了解目前蒐集的資訊管道與期望獲得的資訊管道之差異，期待獲得管道高於目前蒐集資訊館比例較高為故宮南院 FB 粉絲團(10.2%)、故宮南院官網(6.8%)、電視(6.0%)、故宮南院 IG(5.9%)、故宮 Youtube 頻道(5.3%)及故宮電子報(5.3%)，其餘管道的差異均低於 5%。

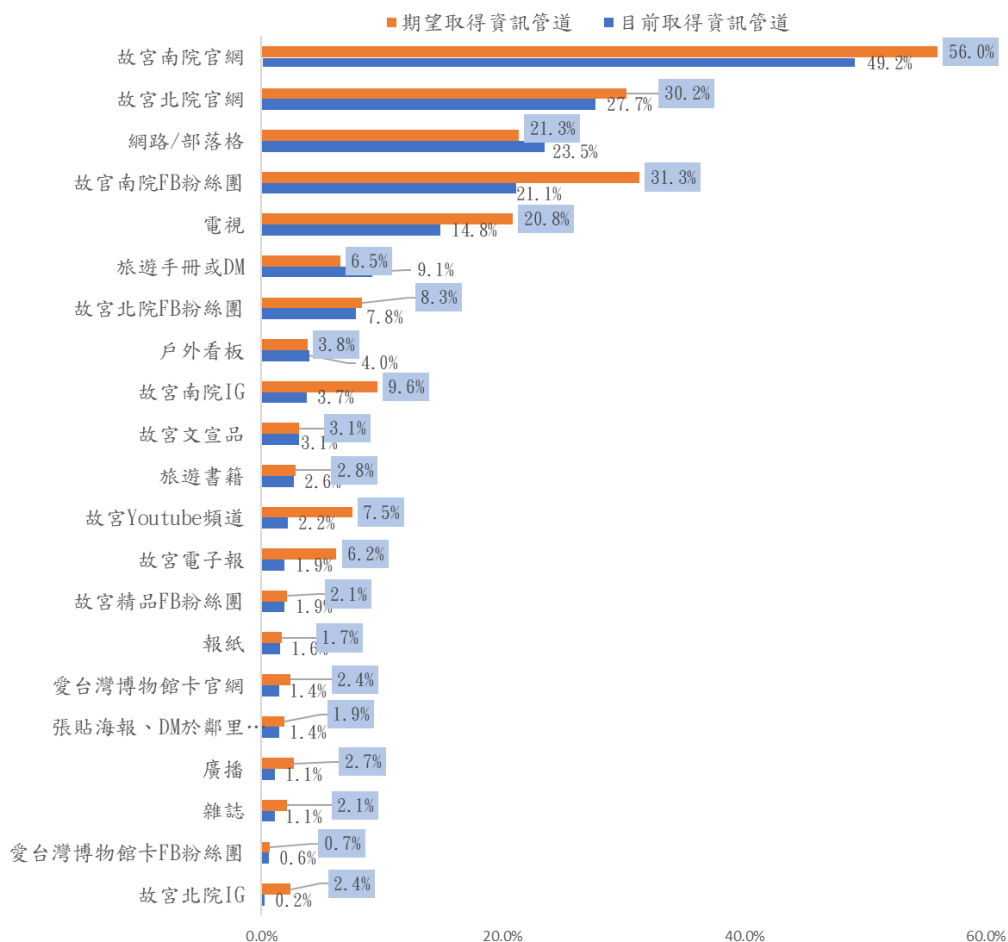


圖36、目前蒐集的資訊管道與期望獲得的資訊管道之差異

### (九) 吸引觀眾增加參觀故宮南院的誘因

整體而言，可增加觀眾到訪故宮南院的誘因以有想看的展覽的比例較高，約占七成九(78.7%)，其次依序為舉辦表演藝術活動(31.4%)、優美的園區景觀及建築(25.1%)、提供免費導覽服務(24.7%)、舉辦戶外野餐/音樂會(21.4%)、舉辦親子活動(21.3%)，其餘誘因均低於一成，僅有 0.3%的觀眾表示任何誘因都不會吸引或本身不喜歡博物館。

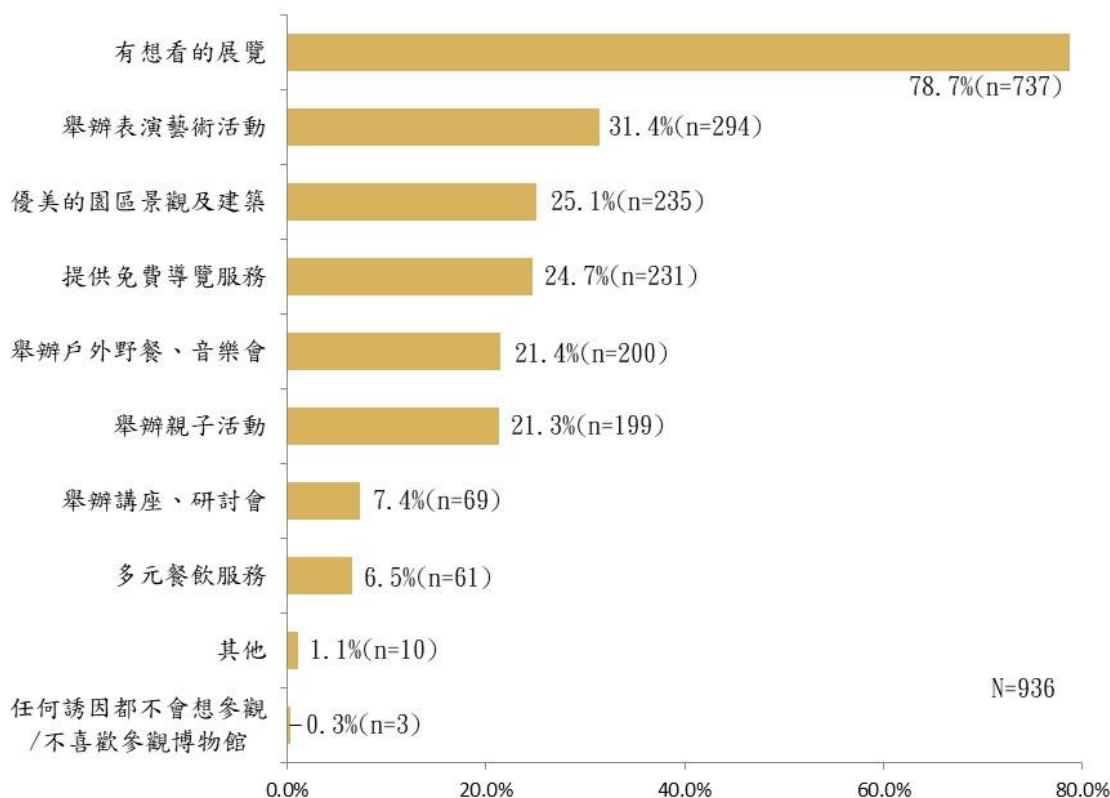


圖37、吸引觀眾增加參觀故宮南院的誘因

針對前三項誘因進一步了解其觀眾資料：

- ▶ 有想看的展覽：以 15-24 歲及 55-64 歲、研究所及以上教育程度、未婚、學生、曾經來訪、居住在東北部/離島地區等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 舉辦表演藝術活動：以 15-24 歲、大學及以上教育程度、未婚、旅遊及藝術文化從業人員、曾經來訪、居住在東北部/離島地區等特質的觀眾比例較高。
- ▶ 優美的園區景觀及建築：以 15-24 歲、大學及以上教育程度、未婚、學生、曾經來訪、居住在東北部/離島地區等特質的觀眾比例較高。

進一步深入了解針對有想看的展覽為誘因者(n=737)期望想看的展覽類型，以國際展覽比例較高，約占四成六(46.4%)，其次依序為玉器(36.9%)、書畫(35.8%)、陶瓷器(33.9%)、宗教藝術(32.7%)，其餘展覽類型均低於三成。

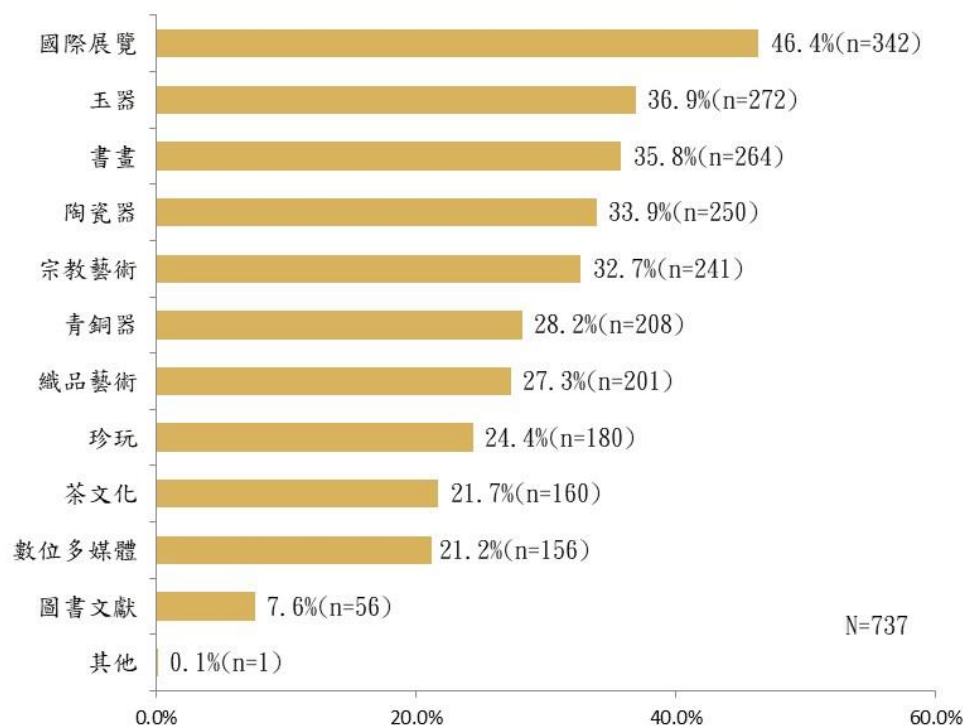


圖38、觀眾期望想看的展覽類型

## (十) 整體性相關建議

針對觀眾提出相關的建議(n=146)，經彙整後發現如下：

- ▶ 設施:以設施相關建議的人數較多，主要則因休息座椅數量觀眾認為不足。
- ▶ 餐飲:由於目前館內僅設有一家餐廳，雖假日戶外會有餐車，但多數觀眾認為餐飲的選擇性太少，且周邊相關的餐飲或商店少，距離也非常遠，希望館內能多增設一些不同類型的餐飲供觀眾選擇。
- ▶ 展覽內容:主要是希望能增加展覽內容的豐富性及多元性，同時在展品解說的內容上，能更加詳盡且用語要白話。
- ▶ 服務人員:希望服務人員能加強主動性，讓觀眾覺得有更加貼心。
- ▶ 接駁服務:希望增加接駁班次及乘載人數，此外接駁服務的告示牌及接駁時間表也希望能標示清楚。
- ▶ 動線規劃:此部分建議主要是認為整體動線不佳，希望能改善。
- ▶ 導覽服務:有部分觀眾認為語音導覽租用費太貴，在歸還語音導覽設備的地點距離展場出口太遠，有時會忘記歸還，希望能在出口處或接駁服務處增加歸還窗口。
- ▶ 交通服務:多數是針對停車場的建議，包括停車費用太高、停車場離展場入口太遠，尤其在天熱或下雨時，非常不便利。
- ▶ 行銷:希望能增加展覽及故宮南院的宣傳。
- ▶ 活動:主要是針對夏日親子藝術月活動的建議。
- ▶ 指示標誌:針對購票處、各項動線的指標較不清楚。

表4、 整體性相關建議

相關建議		次數
設施	休息座椅不足，建議能多增加	13
	戶外的遮陽遮雨措施可增多一點	3
	冷氣太冷	2
	親子設施可以再增加	1
	飲品寄物地方不便，希望可以增加一個區域可以飲用	1
	飲水機沒有水	1
	寄物櫃的門開啟標示不清楚	1
	建議椅子能增設有靠背	1
	希望無障礙空間電梯增建	1
	地板材質容易讓人跌倒	1
	外面翠玉白菜的擺設不好看	1
	加強友善環境設施	1
	戶外用餐設施太少	1
	戶外可以擺設更多藝品雕像	1
	互動裝置不要常當機	1
	下雨天建議可把冷氣溫度調高一些	1
	無礙廁所空間增大	1
	建議能提供觀賞用具， 例如：燈光明暗調整或放大器材	1
餐飲	餐廳選擇少	21
	餐飲價格太貴	2
	餐廳部分沒有穆斯林的餐點可以用，建議可以增加可直接帶走的素食速食	1
	增加便利商店	1
	希望餐飲空間能多一點	1
展覽內容	展覽內容可再豐富一些	5
	增加文物的影片介紹	2
	展品解說可以更深入詳細	2
	展覽內容可以再多元，例如邀請國外的精品設計展覽經典物品	1
	展品介紹需要再淺出，且增加時空脈絡的介紹	1
	歷史性文物太少	1
	建議可多提供展覽複製品，讓現場參觀時可以觸碰	1
	宗教類的文物太多	1
	希望能增加工藝手作活動	1
	希望能多展覽一些故宮北院的文物	1
	希望能三個月換展，讓南北文物多多交流	1



相關建議		次數
	文物若能搭配更多互動裝置會更吸引人	1
	文字解說字體太小，可以再大一些	1
服務人員	大廳服務人員很多但都不會主動協助	5
	建議賣票窗口人員可增加，可加快購票速度	2
	建議寄物處服務人員可主動提醒民眾需帶門票於身上	2
	展廳有點吵，舉牌人員都沒有制止	1
	展廳小孩吵鬧，工作人員應該主動規勸	1
	看展時，有清潔人員在展場玻璃上清潔，有點驚訝，會影響到參觀的品質	1
	服務人員很多，但卻找不到有人員可協助	1
	服務人員不夠親切，且不會協助詢問解決問題	1
	找不到服務人員，建議能增加服務人員	1
	本身已領有身障手冊，卻還要歸類哪種身障而無法順利搭乘接駁車，建議提供的服務應該更友善	1
	大廳的活動表演時間，沒有服務人員可提供協助，建議可放置告示牌或提供相關資訊	1
接駁服務	建議接駁班次多一點	6
	進來知道有接駁車，但不知道從哪裡搭車	1
	接駁服務可以再便利些，提供更體貼的服務	1
	接駁服務人員的態度不佳	1
	接駁服務人員太少了	1
	接駁車標示不清楚	1
	建議接駁車準時度可加強	1
	建議接駁車可開加火車站直連接駁行線	1
	建議雨天時可增加園區內的接駁服務趟次，從停車場走到展廳會淋濕	1
	希望接駁車可有時間表，並能張貼在容易看到的地方，比較能抓時間搭乘接駁車	1
動線規劃	整體動線不順暢	6
	觀眾太多時，造成展廳出口出路堵塞不便利	1
	闖關遊戲的動線可以再清楚一些	1
	進大廳後的動線順序左右會分不清楚	1
	看展動線不清楚，容易有展廳沒看到	1
	如果看展覽中途離場，希望能從離場樓層入場，不要再從三樓上去，對長者行動非常不便	1
	101 展間需另外驗票在進入，動線不佳	1

相關建議		次數
導覽服務	導覽租借費太貴	3
	語音導覽歸還處離出口太遠，很容易忘記直接離開	1
	建議語音導覽設備歸還處可設置於出口處	1
	兒童導覽內容可介紹詳細一點	1
	兒童語音導覽的內容太少且可聽到的文物介紹比較少，希望能看大人的語音導覽一致	1
	希望在接駁車服務區可以增設語音導覽歸還處	1
	有介紹的兒童導覽解說有介紹的文物較少，且文字敘述簡短 無法引起吸引注意 。	
交通服務	停車費太貴	1
	停車場離展場太遠	2
	停車場的停車位空格數資訊不夠清楚	1
	停車場到展館雨天不太方便，建議能改進	1
	停車位可優先導引靠近入口處	1
	高鐵接駁班次可再多一些	1
	建議機車停車進場可以採感應進入，出場付費，或是使用電子付費方式	1
行銷	建議能多增加宣傳	3
活動	實境解密太難	1
	遊戲活動的流程複雜	1
指示標誌	購票處標示不清楚	1
	動線指標不夠明確	1
	展覽資訊現在不夠清楚	1
其他	交通不便利	2
	週邊太荒涼，建議能多結合及開發附近的商圈	1
	建議可增加租借自走車服務	1
	官網連不上	1
	希望文創商品的價格可以再便宜一點	1
	地點偏僻	1

#### 四、 歷年趨勢分析

##### (一) 觀眾來訪故宮南院之概況

綜觀近三年觀眾來訪故宮南院之概況，曾來訪的比例皆維持在 21.6%~28.4% 間，以 108 年度曾經來訪的比例較高。

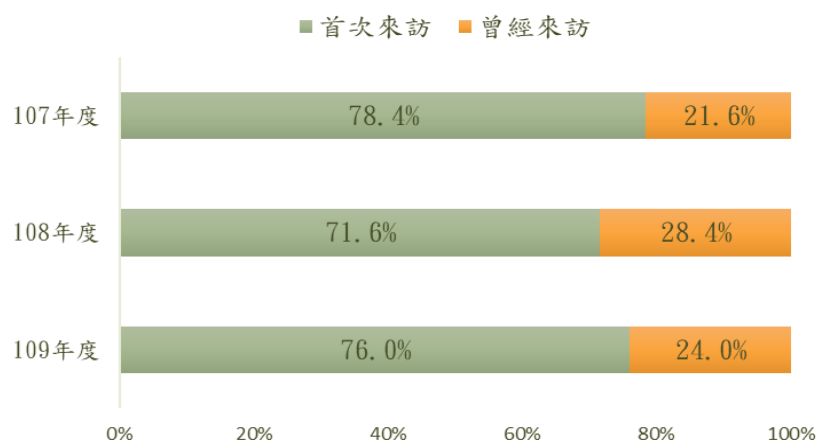


圖39、觀眾來訪故宮南院概況之歷年比較

##### (二) 觀眾停留時間

綜觀近三年觀眾停留的時間，今年度停留超過 2 小時以上的比例有明顯的增加，尤其是停留 3-4 小時都較前兩年的比例高，可能因今年度執行期間於暑假期間，所有展間均有展覽，並舉辦有夏日親子藝術月活動，加上戶外園區也舉辦相當多的活動，如水舞等，因此，讓觀眾停留時間拉長。

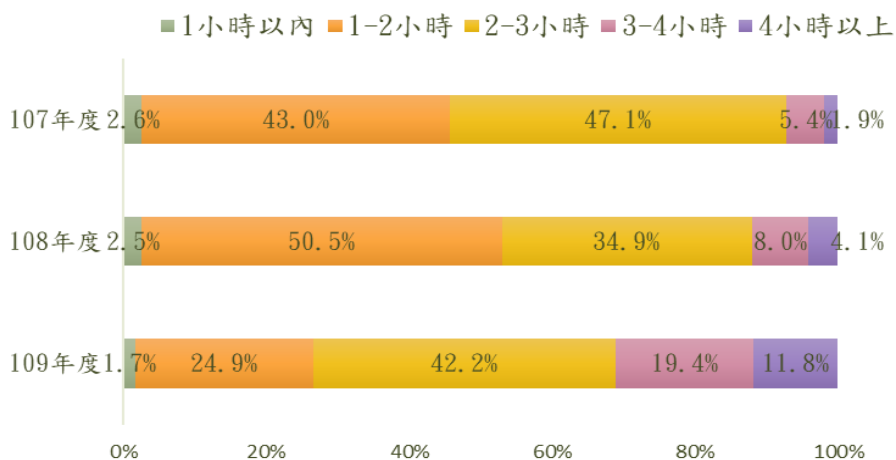


圖40、觀眾停留時間之歷年比較

## (三) 各項滿意度之歷年比較

綜觀近三年度在各項滿意度之表現，除了休息座椅設施的數量外，其餘各項本年度的滿意度均較 108 年度上升，以寄物處存放物品便利性及各項設施指示標誌清楚明確度正向滿意度進步最多，分別上升了 7.9 及 7.4 個百分點。而與 107 年度相較，整體的滿意度、向親友的推薦度及未來的回訪率均提升相當多，觀眾明顯感受到近二年來故宮南院的努力。

表5、各項滿意度近三年度比較

	107 年度				108 年度				109 年度			
	樣本數	正面	尚可	負面	樣本數	正面	尚可	負面	樣本數	正面	尚可	負面
寄物處存放物品便利性					341	88.3%	10.3%	1.5%	573	96.2%	3.8%	0.0%
各項設施指示標誌清楚明確度					1,089	88.6%	11.1%	0.3%	936	96.0%	3.6%	0.3%
休息座椅設施的數量					1,037	89.9%	9.0%	1.2%	936	89.6%	8.9%	1.5%
大廳及公共服務區域的清潔及舒適度					1,089	97.2%	2.8%	0.0%	936	97.2%	2.8%	0.0%
展廳說明文字內容理解度					1,089	87.3%	11.8%	0.8%	936	93.6%	5.9%	0.5%
售票人員					882	97.2%	2.6%	0.2%	903	98.6%	1.1%	0.3%
清潔人員					913	98.1%	1.5%	0.3%	803	98.3%	1.6%	0.1%
展場管理人員					991	94.5%	5.0%	0.5%	908	97.2%	2.3%	0.4%
餐飲服務人員					263	94.3%	5.3%	0.4%	337	96.1%	3.9%	0.0%
展覽整體滿意度	1,010	91.0%	6.8%	2.2%					936	97.5%	2.4%	0.1%
禮品販售服務人員					445	95.1%	4.9%	0.0%	496	96.4%	3.4%	0.2%
故宮南院整體滿意度	1,010	76.5%	21.5%	2.0%	1,089	93.5%	6.0%	0.6%	936	99.4%	0.5%	0.1%
向親朋好友的推薦度	1,010	70.3%	26.5%	3.2%	1,089	91.9%	7.9%	0.2%	936	97.3%	2.2%	0.4%
再次回訪南院的意願	1,010	57.7%	38.2%	4.1%	1,089	89.4%	10.2%	0.4%	936	90.3%	8.4%	1.3%

## 伍、結論及建議

### 一、結論

#### (一) 觀眾特性

故宮南院過往均以國人觀眾為主，雖今年受到新冠疫情的影響，但臺灣在夏天後陸續解封，故宮南院的人潮也逐漸多穩甚至已超過故宮北院的參觀人數。在觀眾特質上，年齡層今天在 15-24 歲的比例較去年增加 14 個百分點，可能是因調查期程今年是在 8 月份暑假期間，而去年度則在 10 月份所造成的觀眾結構上的差異。另一部分則是今年的團體觀眾為近五年來比例最低的，且大幅度的減少，其可能的影響包括，暑假期間多數為親子觀眾群或學生觀眾群，加上因應疫情後所推動的安心旅遊方案，多數國人採取自由行的比例較高；觀察剛開館時團體觀眾可能因新奇掀起團體參觀熱潮，但經過幾年後，熱潮減去需要動帶其他創新的活動或誘因來導入，才能創造另一個團體參觀的熱潮。

#### (二) 整體滿意度及推薦度

南院觀眾對整體滿意度創下新高，達九成九，較上年度上升了 5.9 個百分點，另從推薦度及回訪意願來看，也是高達九成七表示願意向親友推薦故宮南院，有九成表示有意願再回訪故宮南院，此兩項指標的正向比例以高於去年，顯示故宮南院不管在展覽內容及活動上的創新及用心，已受到觀眾的肯定。

#### (三) 交通便利性

整體而言，觀眾前往南院多數以自行開車為主，約占八成五，若加上騎機車/腳踏車及走路，不到一成的觀眾是使用大眾運輸工具來訪，主要是因地點位置離市區較遠，所及的客運/公車並不多，對於居住在嘉義縣市的年輕族群，若沒有騎車，要到訪故宮南院是相當不方便。是否因此而造成想來參觀卻因交通問題造成遲遲未到訪，目前的調查無法得知其比例。

#### (四) 各項滿意度評價

##### 1. 接駁服務滿意度評價

整體而言，僅有 4.5%有使用高鐵接駁服務，約有一成三的觀眾有使用園區內接駁服務，整體約有七成七是沒有使用任何接駁服務。針對有使用者瞭解其滿意度，高鐵接駁服務達八成八，園區接駁服務達八成九，均有不錯的表現，但針對不滿意的原因二項接駁車服務均以等候時間太長及搭乘人數較多為主因。

不少觀眾表示從停車場到展廳入口有一段滿長的路程，對於身障、有嬰幼兒、年長者等較不便利，雖有園區接駁服務但班次少假日人潮多，若遇到下雨天或大太陽天，沿途也無遮陽或遮雨設施。

##### 2. 大廳及公共服務區域設施之滿意度評價

調查結果顯示，除了餐飲及文創商品相關議題外，其餘各項滿意度均達九成以上，當中以洗手間清潔及大廳與公共服務區域的清潔及舒適度獲得九成七的高度肯定。而在餐飲方面，以餐飲服務的多元性及價格合理性的滿意度約有六成二，主要是因館內只設有一家餐廳，餐飲的選擇性較少且價格較貴。在文創商品方面，同樣也是文創商品的多元性及價格的滿意度較低，價格合理性滿意度約有七成五，商品的多元性約有八成八。

在各項高於九成以上的大廳及公共服務區域設施項目中，表示不滿意次數較多的則是休息座椅不足，其他還包括購票動線不佳也不易尋找、指示標誌不清楚等。

大廳及公共服務區域設施與歷年相同題目進行比較，除了休息座椅設施數量及大廳與公共服務區域的清潔及舒適度呈現持平外，其餘項目均為滿意度上升的趨勢。

##### 3. 對展覽的偏好及滿意度評價

南院整體的展廳約 8-9 個，從觀眾組成中大致可推估平均參觀的展間數約為 7.6 個，顯示大多數的觀眾均會參觀每個展間。針對故宮南院觀眾較偏好的展廳以皇帝的多寶格最受到歡迎，其次為人氣國寶展及呼畢勒罕特展，當問及需要改進的展廳時，絕大多數有九成六的觀眾表示目前沒有需要改進的展廳，

即便表示需要改進的展廳其比例也都在 1% 以下，前四名需要改進的展廳有青銅饗宴、藝心耳目、佛陀形影及芳茗遠播。

針對展覽及展廳的各項滿意度均高達九成二以上，當中又以整體展覽獲得的評價最高，約占九成八。各項滿意度項目中反映不滿意原因次數較多的則是展廳動線順暢度不佳、說明卡文字字體太小、展品數量太少等。

與去年度歷年相同的題目僅有展廳說明文字內容理解度，其滿意度則有大幅的進步。

#### 4. 對各項語音導覽的滿意度評價

整體觀眾有使用語音導覽服務僅有一成七，換言之約有八成三是沒有使用任何導覽服務，未使用的原因以沒有需要則占了八成八。個別觀察語音導覽服務的滿意度評價，以專人定時導覽服務及個人語音導覽的滿意度最高，均達九成四，而團體語音導覽的滿意度則為八成九，雖滿意度沒有前二項高，但團體語音導覽服務並無任何觀眾表示有不滿意的狀況。

#### 5. 對各項友善平權設施的滿意度評價

調查結果發現，除了輪椅租用外，其餘各項滿意度均達九成三以上的高度肯定，當中又以整體性別平等友善環境獲得最高九成七的滿意度。在輪椅租用方面，滿意度約有八成四，而不滿意度則快要有一成(9.4%)，主要是因沒有看到租用輪椅的指示，顯示對於有需求的觀眾於館內無法透過指標找到需要的服務外，服務人員也無主動性詢問。

#### 6. 各項人員之滿意度

調查結果發現，各項服務人員的滿意度均高達九成六以上，獲得觀眾非常高度的肯定，當中以售票人員及整體人員奪冠，均達九成九的正面評價。由於各項人員的不滿意度比例都未超過 1%，彙整不滿意度原因則以服務態度不佳及不夠積極主動為多。

各項人員滿意度與歷年相比，均呈現持平或進步的趨勢。

#### 7. 資訊管道來源

整體觀眾來訪前取得的資訊管道主要是故宮南院官網、故宮北院官網及網路/部落格，但也有約一成一的觀眾是來訪前不蒐集任何相關資訊。當問及未

來故宮南院的資訊期望之傳播管道，則以故宮南院官網、故宮南院 FB 粉絲團及故宮北院官網比例較高。進一步了解目前蒐集的資訊管道與期望獲得的資訊管道之差異，期待獲得管道高於目前蒐集資訊館比例較高為故宮南院 FB 粉絲團、故宮南院官網及電視，可發現故宮南院的官網及 FB 粉絲團對觀眾而言是非常重要的資訊傳播管道。

#### 8. 再訪故宮南院的誘因

整體而言，希望觀眾再訪故宮南院的誘因，以有想看的展覽、舉辦表演藝術活動、優美的園區景觀及建築、提供免費導覽服務、舉辦戶外野餐/音樂會及舉辦親子活動等，當中有想看的展覽又以國際展覽的比例較高，其次為玉器、書畫、陶瓷器及宗教藝術。

## 二、 建議

### (一) 增加館內餐飲的多元性選擇

綜觀今年度故宮南院的各項滿意度評價均獲得極高的肯定，唯獨在餐飲的多元性及價格合理性上滿意度較低。檢視目前館內的餐飲服務，僅有一家餐廳且只提供火鍋類的餐點，而假日天晴時，戶外會有提供餐車，餐點的型態包括漢堡、臺灣小吃等簡便的食物。觀察今年度觀眾停留館內的時間，有明顯較去年度停留時間較長，可能是因暑假期間有不少活動，尤其是親子活動，增長了停留時間，但也延伸出餐飲服務的需求。調查期間執行過程中，也觀察到只要接近中午用餐時間，排隊等待餐廳的人潮就會湧入，不少觀眾抱怨火鍋需要的用餐時間較久，易造成用餐時間輪轉率較低，排隊時間較長。此外若想要停留長一點的時間來參觀，但因無法用餐且附近周遭可用餐的地點較遠，一旦離開故宮南院就不可能會再回來繼續參觀，因而放棄下午的參觀行程或活動。建議未來應持續餐飲的招商，同時須考量餐點的多元性，如兒童適合的餐點、素食者等。

### (二) 指示標誌應定期從觀眾角度檢視

清楚的指示標誌是讓觀眾初步認識博物館的第一步，調查結果發現，整體多數的指標都很清楚明確，但仍有下列幾項指標需加強，(1)購票處，若從 1 樓入館後，是較多觀眾詢問或找不到的地方。(2)101 展間的告示，由於多數的展間都位



在 2 樓及 3 樓的展廳內，僅有 101 展間的位置較特別，多數觀眾也表示若沒有服務人員告知，是不會特別注意到此展間。(3)展廳內的展覽名稱告示，進入展間後，僅能知道展間的位置但無法得知該展間的展覽名稱，都需要走到展間門口或入內才能知道，所以當觀眾若進入後要直接找到特定的展覽展間，需一間一間進入確認，建議可於該樓層提供各展間的展覽名稱，且各展間的展覽名稱標誌也能從不同角度或位置可清楚到。(3)戶外園區的設施指標較不清楚，像沙坑，就有親子觀眾表示來訪幾次均不知道有此項設施。

### (三)應提供銀髮樂齡族群需求之服務

由於歷年觀眾意見調查期程均在 7-10 月左右，來訪觀眾受到暑假影響，多數觀眾結構較為年齡，但仍有近 1 成左右約 60 歲以上的族群。從各項服務措施的滿意度來看，雖年長者的滿意度都不低，但在購票處動線規劃、洗手間清潔、大廳及公共區域清潔與舒適度、展覽文物類別的多元性、展品數量的豐富度、多媒體及互動設施親近性、說明文字字體大小、說明文字內容理解度及整體展覽等在非常滿意度的比例均是各年齡最低的。此外，團體觀眾的年齡層除學生團體外，多數也都是年長者較多，國旅業者也提出對於年長者的需求，如從停車場步行到展間距離太遠、休息座椅不足等。銀髮樂齡族群在行動上、視覺上及對創新科技設施等較不同於其他族群需求，建議未來也應針對此族群的需求提供更貼心的服務。

### (四)持續開發不同型態的文創商品

文創商品的多元性在滿意度評價則低於九成，雖近幾年故宮的文創小物受到大家的熱愛，也引起許多話題，國人觀眾普遍認為雷同性太高，例如：以翠玉白菜為主題的商品，或是相同品項(如鑰匙圈等)，且多數以熱門國寶為主軸的產品較多，似乎較適合外國觀眾。另一方面，不少觀眾也提到文創商品的價格太高，國旅業者也提到，文創商品的吸引度也可帶動團客的到訪，但價格必須讓業者有競爭力。建議未來可多開發創新度、實用度較高的商品，且不需要侷限於熱門國寶的圖騰。而故宮南院所販售的文創商品與故宮北院是一致的，若能開發屬於南院限定的商品，相信也能帶動到訪南院的風氣。

### （五）分眾加強故宮南院的行銷宣導

調查發現，不少觀眾獲得故宮南院的資訊均為二手資訊，或是平常很難接觸到故宮南院展覽或活動的資訊。目前官方提供的南北院區的官網、FB 粉絲團、IG、Youtube 頻道、電子報等管道，大多數有需要的觀眾會到官網上去搜尋資料，但仍屬於被動型態的方式。而 FB 粉絲團獲得不少觀眾的好評，不僅有風趣的小編，還能獲得第一手的展覽或活動資訊，但不管是年輕族群或親子家長均表示，很少會跳出在 FB 中，建議可透過定期多舉辦抽獎活動或較具吸引力的網路活動，讓 FB 的臉有可多加分享，使觸及率增加。也可透過大數據的分析，加強購買廣告或不同屬性族群的曝光率。

此外，年輕人較不喜歡加入 LINE 的官方平台，主要是因為不喜歡一直跳出資訊，所以都會封鎖或不閱讀，變成垃圾資訊。但對於親子觀眾的家長而言，LINE 是最直接傳達的管道，也是最快速散播出去的方式，因此有不少親子活動家長都是透過 LINE 群組中獲得的。顯示不同屬性，有不同的需求，分眾行銷有其必要性。