

# 110 年度國立故宮博物院 數位資源網路調查報告

調查單位:智略市場研究股份有限公司

中國民國 110 年 12 月

## 目錄

壹、 調查概述 .....	5
一、調查目的.....	5
二、調查方法及對象.....	5
三、調查期間.....	5
四、調查內容.....	5
貳、 故宮博物院各項數位資源資料分析 .....	7
一、北院全球資訊網.....	7
二、南院全球資訊網.....	8
三、線上故宮.....	9
四、故宮北院 FB 及 IG .....	10
五、故宮南院 FB 及 IG .....	10
參、 調查結果分析 .....	11
一、樣本結構分布.....	11
二、故宮數位平台的知悉度及使用率.....	13
三、故宮北部院區官網的使用行為及滿意度.....	17
四、故宮南部院區官網的使用行為及滿意度.....	27
五、線上故宮的使用行為及滿意度.....	36
六、故宮北部院區 FB 的使用行為及滿意度.....	44
七、故宮北部院區 IG 的使用行為及滿意度 .....	52
八、故宮南部院區 FB 的使用行為及滿意度.....	58
九、故宮南部院區 IG 的使用行為及滿意度 .....	65
十、對故宮整體各項數位資源之評價.....	70
十一、參觀故宮及藝文活動的頻率.....	73
肆、 結論與建議 .....	78
一、結論.....	78
二、建議.....	81

## 圖目錄

圖 1. 北院全球資訊網瀏覽次數 .....	7
圖 2. 北院全球資訊網入口網各項瀏覽率前 10 名 .....	7
圖 3. 南院全球資訊網瀏覽次數 .....	8
圖 4. 南院全球資訊網入口網各項瀏覽率前 10 名 .....	8
圖 5. 線上故宮瀏覽次數 .....	9
圖 6. 線上故宮各項瀏覽排名 .....	9
圖 7. 故宮北院 FB 及 IG 觸及人數 .....	10
圖 8. 故宮南院 FB 及 IG 觸及人數 .....	10
圖 9. 故宮各項數位平台的知悉度 .....	13
圖 10. 故宮各項數位平台的使用率 .....	14
圖 11. 今年度故宮各項數位平台的使用率 .....	16
圖 12. 故宮北部院區官網各項資訊的瀏覽率 .....	17
圖 13. 使用故宮北部院區官網的目的 .....	18
圖 14. 使用故宮北部院區官網的頻率 .....	19
圖 15. 瀏覽故宮北部院區官網最常使用的載具 .....	20
圖 16. 對故宮北部院區官網各項滿意度評價 .....	21
圖 17. 故宮北部院區官網之整體滿意度 .....	21
圖 18. 故宮北部院區官網在資訊豐富度之滿意度 .....	22
圖 19. 故宮北部院區官網在操作介面流暢度之滿意度 .....	23
圖 20. 故宮北部院區官網在資訊搜尋難易度之滿意度 .....	24
圖 21. 故宮北部院區官網在頁面設計易讀性之滿意度 .....	25
圖 22. 故宮南部院區官網各項資訊的瀏覽率 .....	27
圖 23. 使用故宮南部院區官網的目的 .....	28
圖 25. 瀏覽故宮南部院區官網最常使用的載具 .....	30
圖 26. 對故宮南部院區官網各項滿意度評價 .....	31
圖 27. 故宮南部院區官網之整體滿意度 .....	31
圖 28. 故宮南部院區官網在資訊豐富度之滿意度 .....	32
圖 29. 故宮南部院區官網在操作介面流暢度之滿意度 .....	33
圖 30. 故宮南部院區官網在資訊搜尋難易度之滿意度 .....	34
圖 31. 故宮南部院區官網在頁面設計易讀性之滿意度 .....	35
圖 32. 線上故宮瀏覽或使用的次數 .....	36
圖 33. 得知線上故宮的管道 .....	37
圖 34. 曾瀏覽或使用線上故宮的項目 .....	37
圖 35. 對線上故宮的滿意度評價 .....	38
圖 36. 得知故宮北部院區 FB 的管道 .....	44
圖 37. 故宮北部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率 .....	45

圖 38.故宮北部院區 FB 之資訊對了解故宮的幫助度 .....	45
圖 39.對故宮北部院區 FB 的滿意度評價 .....	46
圖 40.得知故宮北部院區 IG 的管道 .....	52
圖 41.故宮北部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率 .....	53
圖 42.故宮北部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率 .....	53
圖 43.對故宮北部院區 IG 的滿意度評價 .....	54
圖 44.得知故宮南部院區 FB 的管道 .....	58
圖 45.故宮南部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率 .....	59
圖 46.故宮南部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率 .....	60
圖 47.對故宮南部院區 FB 的滿意度評價 .....	60
圖 48.得知故宮南部院區 IG 的管道 .....	65
圖 49.故宮南部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率 .....	66
圖 50.故宮南部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率 .....	66
圖 51.對故宮南部院區 IG 的滿意度評價 .....	67
圖 52.各項數位資源對認識故宮及典藏的文物之幫助度 .....	70
圖 53.各項數位資源對吸引親自造訪故宮之幫助度 .....	71
圖 54.整體數位資源之滿意度 .....	71
圖 55.期待數位資源可增加的项目 .....	72
圖 56.最近一次到訪故宮北部院區的期間 .....	73
圖 57.最近一次到訪故宮南部院區的期間 .....	74
圖 58.參觀博物館、美術館、畫展或藝文展覽的頻率 .....	75
圖 59.獲得藝文活動資訊的管道 .....	76

## 表目錄

表 1. 調查樣本結構 .....	12
表 2. 使用各項數位平台的交集狀況 .....	15
表 3. 對線上故宮的建議 .....	39
表 4. 對故宮北部院區 FB 的建議 .....	47
表 5. 對故宮北部院區 IG 的建議 .....	55
表 6. 對故宮南部院區 FB 的建議 .....	61
表 7. 對故宮南部院區 IG 的建議 .....	68

## 壹、調查概述

### 一、調查目的

在數位化的趨勢下，同時因受到疫情影響，故宮也投入許多數位資源，為能了解觀眾使用數位資源的行為及滿意度評價，則透過網路調查來蒐集使用者的看法，作為未來參考依據。

### 二、調查方法及對象

採網路調查方式進行，透過故宮南北院官網、FB 粉絲團、IG 及電子報訂閱發布本調查之訊息，由受訪者主動參與網路問卷自填。

調查對象則以曾經瀏覽過故宮的數位平台者，並透過網路問卷進行篩選。

### 三、調查期間

調查執行期間為 10 月 14 日(周四)至 11 月 4 日(周四)。

### 四、調查內容

1. 基本資料：包括居住縣市、年齡、性別、職業、教育程度、婚姻狀況、有無 18 歲以下小孩、參觀展覽的頻率、獲得藝文活動的管道等。
2. 瀏覽故宮數位平台經驗：包括對故宮數位平台的知悉度、曾經/近 1 年瀏覽過的故宮數位平台等。
3. 對故宮北院官網的看法：包括曾瀏覽或使用的資訊、使用目的、使用頻率、使用載具、對官網各項滿意度評價等。
4. 對故宮南院官網的看法：包括曾瀏覽或使用的資訊、使用目的、使用頻率、使用載具、對官網各項滿意度評價等。
5. 對線上故宮的看法：包括瀏覽/使用次數、得知管道、曾瀏覽/使用項目、整體滿意度及建議等。
6. 對故宮北院 FB 粉絲團的看法：包括得知管道、瀏覽/收到資訊頻率、FB 資訊對了解故宮的幫助度、整體滿意度及建議等。
7. 對故宮北院 IG 的看法：包括得知管道、瀏覽/收到資訊頻率、IG 資訊對了解故宮的幫助度、整體滿意度及建議等。

8. 對故宮南院 FB 粉絲團的看法：包括得知管道、瀏覽/收到資訊頻率、FB 資訊對了解故宮的幫助度、整體滿意度及建議等。
9. 對故宮南院 IG 的看法：包括得知管道、瀏覽/收到資訊頻率、IG 資訊對了解故宮的幫助度、整體滿意度及建議等。
10. 整體數位資源看法：包括各項數位資源對認識故宮及典藏的文物之幫助度、吸引親自造訪故宮的幫助度、整體滿意度、期待增加的內容等。
11. 來訪故宮的經驗：包括最近一次來訪故宮北院及南院的時間等。

詳細問卷內容請詳見附件一

## 貳、 故宮博物院各項數位資源資料分析

### 一、 北院全球資訊網

自 110 年 1 月至 10 月份瀏覽北院全球資訊網的次數，以 5 月份的瀏覽次數達到高峰，可能受到國內疫情影響。

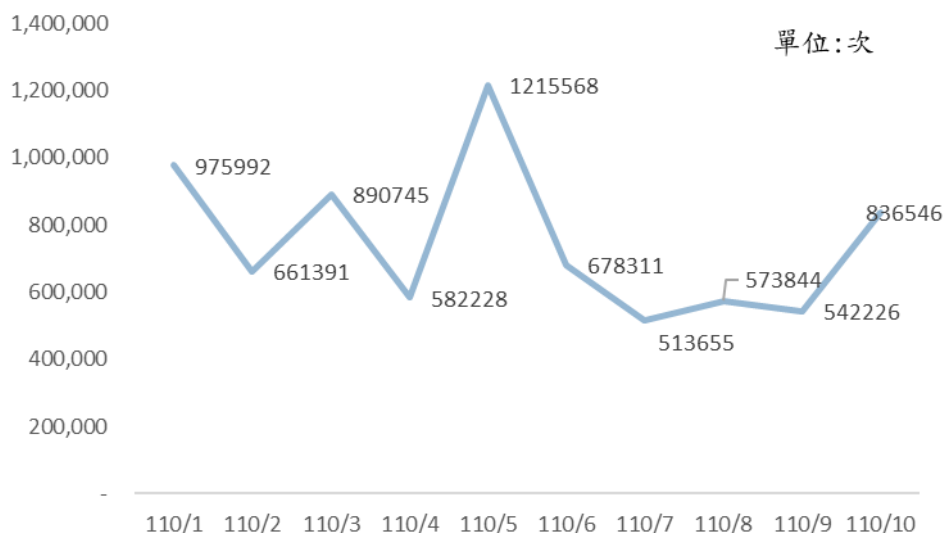


圖1. 北院全球資訊網瀏覽次數

由於北院全球資訊網於 110 年 8 月份進行改版，故統計資料自 110 年 8 月至 10 月份北院全球資訊網入口網各項瀏覽率前 10 名。

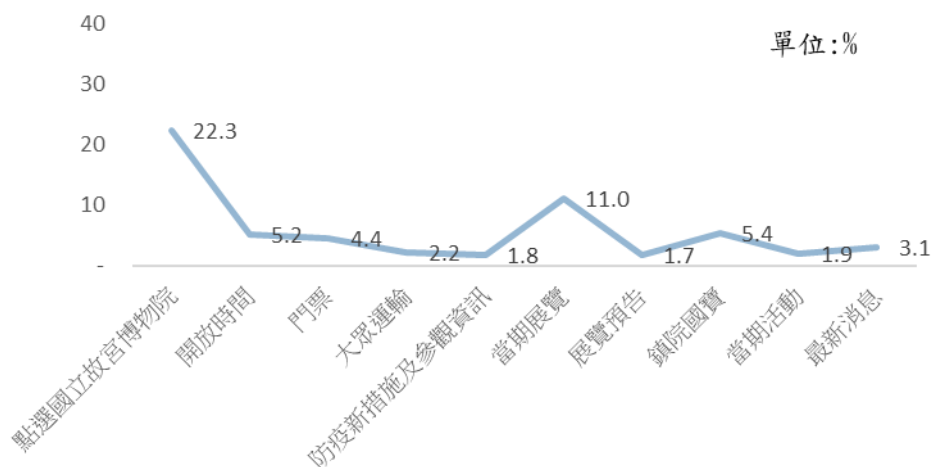


圖2. 北院全球資訊網入口網各項瀏覽率前 10 名



## 二、南院全球資訊網

自 110 年 1 月至 10 月份瀏覽南院全球資訊網的次數，與北院有截然不同的趨勢，國內疫情 5 月份爆發後，南院全球資訊網到 6 月為谷底，隨著 8 月後疫情逐漸趨緩，瀏覽次數則一直攀升，統計截至 10 月份為今年瀏覽次數最多。

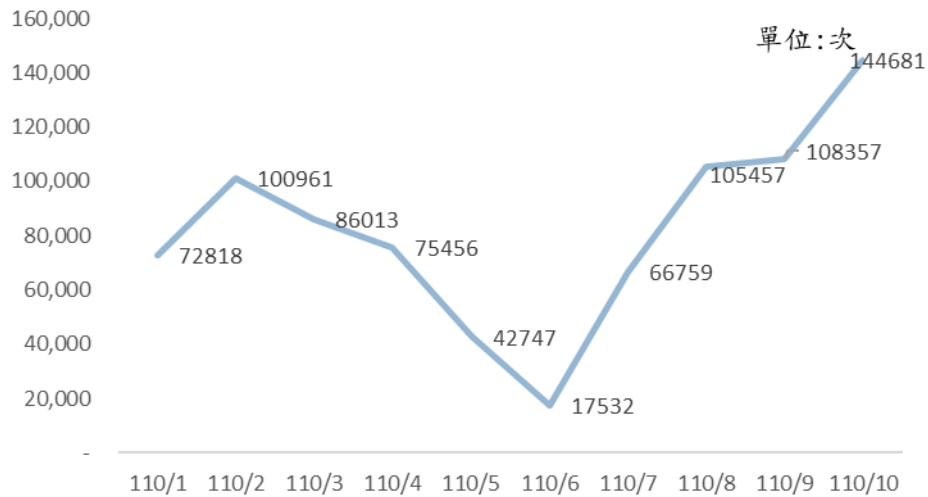


圖3. 南院全球資訊網瀏覽次數

109 年 10 月至 110 年 10 月份南院全球資訊網入口網各項瀏覽率前 10 名。

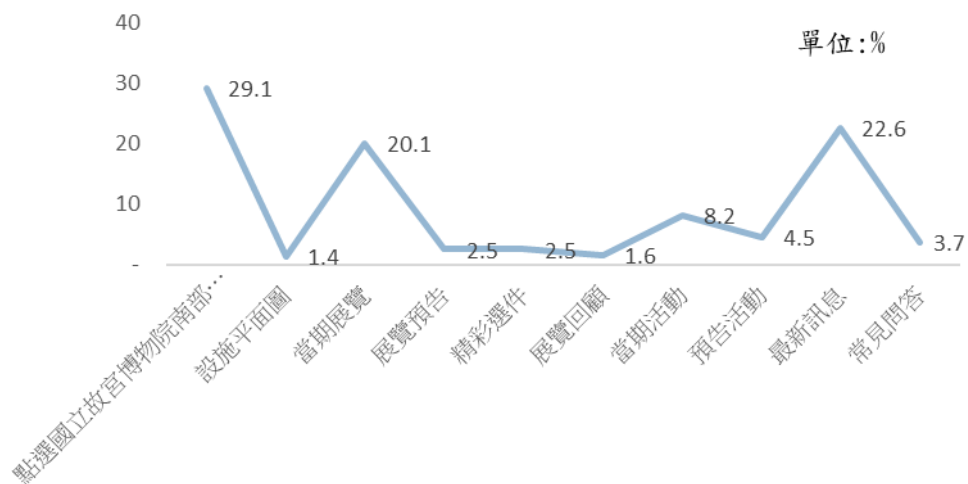


圖4. 南院全球資訊網入口網各項瀏覽率前 10 名

### 三、線上故宮

自 110 年 1 月至 10 月份瀏覽線上故宮的次數，與北院全球資訊網的趨勢較為相近，同樣為 5 月份到達高峰，隨後就開始下降，8 月至 10 月則緩慢上升。

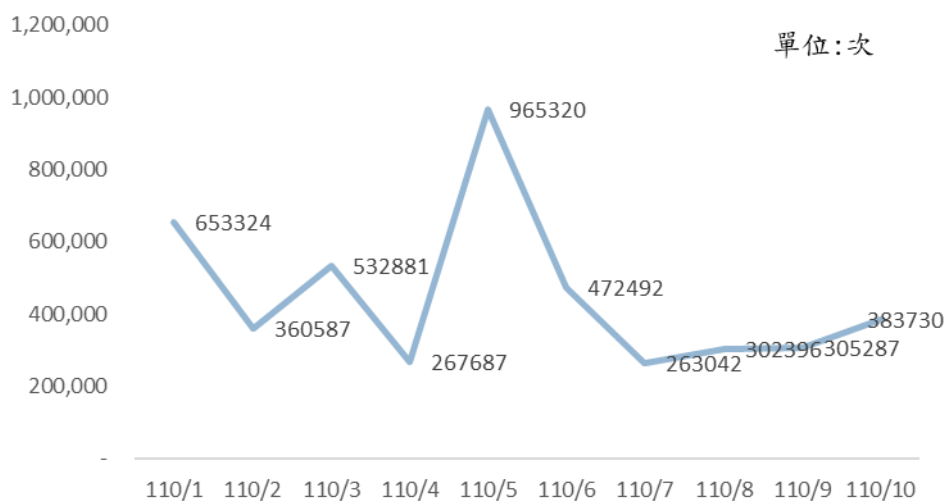


圖5. 線上故宮瀏覽次數

110 年 1 月至 110 年 10 月份線上故宮各項瀏覽率排名。

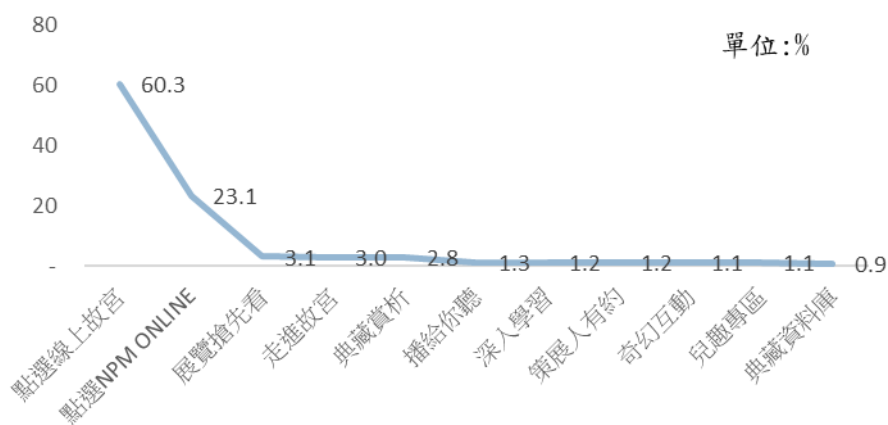


圖6. 線上故宮各項瀏覽排名

#### 四、故宮北院 FB 及 IG

自 110 年 1 月至 10 月份故宮北院 FB 及 IG 的觸及人數，FB 的觸及人數高於 IG。而 FB 觸及人數與南院全球資訊網的趨勢較為相近。

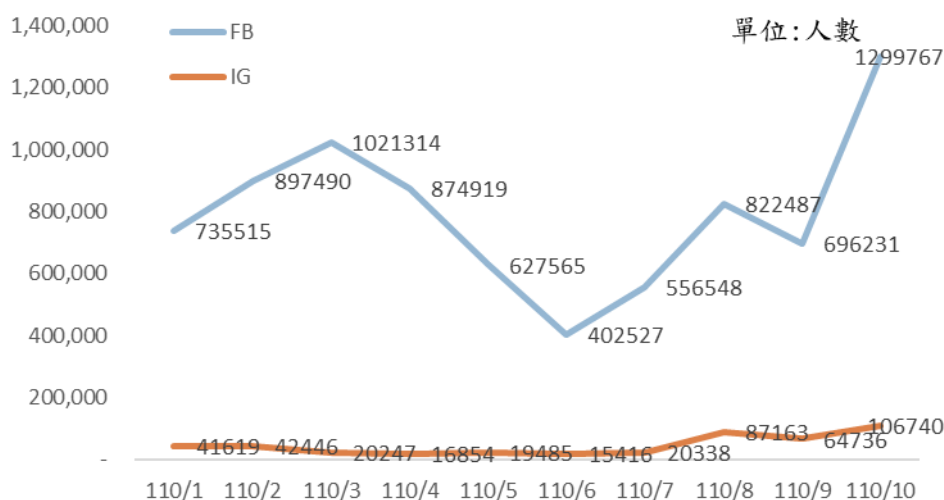


圖7. 故宮北院 FB 及 IG 觸及人數

#### 五、故宮南院 FB 及 IG

自 110 年 1 月至 10 月份故宮南院 FB 及 IG 的觸及人數，同樣也是 FB 的觸及人數高於 IG。而 FB 觸及人數自 5 月份疫情開始後，有逐步攀升的趨勢，而 IG 則是 6 月至 7 月有大幅度的上升，隨後就開始平穩。

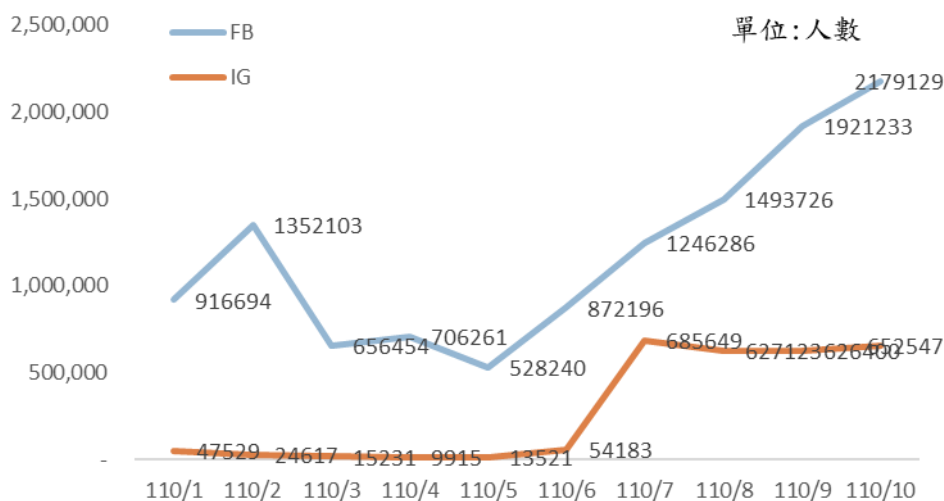


圖8. 故宮南院 FB 及 IG 觸及人數

## 參、調查結果分析

### 一、樣本結構分布

網路調查共計回收有效樣本 3,418 筆，性別方面，女性占 77.0% 高於男性的 22.3%，其他占 0.7%，雖性別占比與全國人口差異較大，但與 109 年度觀眾滿意度的網路調查相較，趨勢相符。

年齡方面，35-44 歲占 33.9% 較高，其次依序是 25-34 歲占 22.7%、45-54 歲占 20.0%、15-24 歲占 12.1%、54-64 歲占 8.0%、65 歲及以上占 1.7%、未滿 15 歲占 1.6%。

婚姻狀況方面，未婚占 50.7% 高於已婚的 46.8%，與 109 年度觀眾滿意度的網路調查相較，趨勢相符。

教育程度方面，大專占 61.5% 較高，其次為研究所及以上占 28.5%。

居住地區方面，雙北地區占 38.8% 較高，其次依序為其他南部地區占 20.7%、嘉義縣市占 13.9% 及其他北部地區占 13.1%。

有無 18 歲以下小孩方面，沒有者占 67.0%，有者占 33.0%，與 109 年度觀眾滿意度的網路調查相較，趨勢相符。

職業方面，家管/退休/待業占 16.6% 較高，其次依序是服務業占 14.5%、商業占 13.0%、學生占 12.7%、教職占 11.7%、工業占 8.9%、軍職/公務人員占 8.7%、醫療業占 5.6%、藝術文化從業人員占 5.0%、旅遊從業人員占 2.0%、其他占 0.4%，與 109 年度觀眾滿意度的網路調查相較，本次調查學生占比較高，其餘趨勢相符。

表1. 調查樣本結構

項目	占比	項目	占比	項目	占比
性別		教育程度		職業	
男性	22.3	國中及以下	2.5	旅遊從業人員	2.0
女性	77.0	高中職	7.5	藝術文化從業人員	5.0
其他	0.7	大專	61.5	教職	11.7
年齡		研究所及以上	28.5	服務業	14.5
未滿 15 歲	1.6	居住地區		工業	8.9
15-24 歲	12.1	雙北地區	38.8	商業	13.0
25-34 歲	22.7	其他北部地區	13.1	軍職/公務人員	8.7
35-44 歲	33.9	中部地區	12.0	學生	12.7
45-54 歲	20.0	嘉義縣市	13.9	家管/退休/待業	16.6
55-64 歲	8.0	其他南部地區	20.7	醫療業	5.6
65 歲及以上	1.7	東部及離島	1.5	其他	1.5
婚姻狀況		有無 18 歲以下小孩			
未婚	50.7	有	33.0		
已婚	46.8	沒有	67.0		
其他	2.4				

## 二、故宮數位平台的知悉度及使用率

### (一) 故宮各項數位平台的知悉度

本次網路調查整體受訪者對於故宮各項數位平台的知悉度，以「故宮北部院區官網」占 76.1% 比率最高，其次依序為「故宮北部院區 FB」及「故宮南部院區官網」各占 62.1%、「故宮南部院區 FB」占 57.1%。而知悉度未達 2 成的是「故宮電子報」占 18.7% 及「故宮教育頻道」占 12.9%。

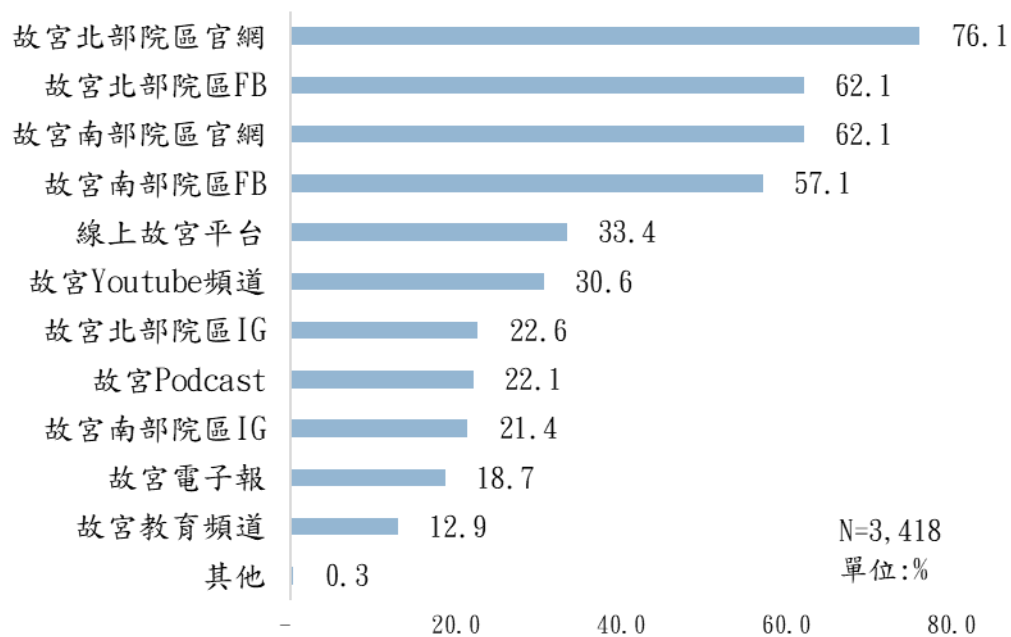


圖9. 故宮各項數位平台的知悉度

進一步針對知悉度較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 1)：

1. 故宮北部院區官網：以 15-24 歲及 54-64 歲、研究所及以上教育程度、居住雙北地區及其他北部地區、旅遊從業人員的知悉度較高。
2. 故宮北部院區 FB：以女性、15-24 歲、居住東部及離島地區與雙北地區、藝術文化從業人員的知悉度較高。
3. 故宮南部院區官網：35-44 歲、居住嘉義縣市的知悉度較高。

## (二) 故宮各項數位平台的使用率

針對故宮各項數位平台的使用率，以「故宮北部院區官網」占 64.5% 的比率最高，其次依序為「故宮北部院區 FB」占 47.4、「故宮南部院區官網」及「故宮南部院區 FB」均各占 46.0%、「故宮 Youtube 頻道」占 21.8%。而使用率較低是「故宮教育頻道」占 6.7%。

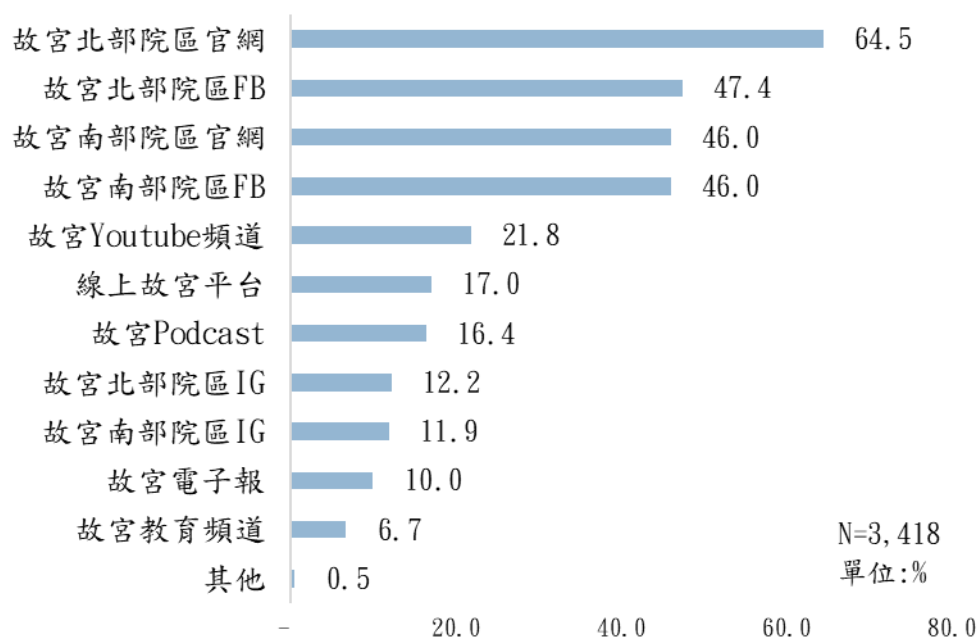


圖10. 故宮各項數位平台的使用率

進一步針對使用率較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 2)：

1. 故宮北部院區官網：以 55-64 歲及 15-24 歲、研究所及以上教育程度、居住雙北地區、未婚、旅遊從業人員的使用率較高。
2. 故宮北部院區 FB：以女性、15-24 歲、研究所及以上教育程度、居住東部及離島地區與雙北地區、未婚、藝術文化從業人員的使用率較高。
3. 故宮南部院區官網：以 35-44 歲及 15-24 歲、居住嘉義縣市、從事教職的使用率較高。
4. 故宮南部院區 FB：以女性、35-44 歲、居住嘉義縣市、從事醫療業的使用率較高。

此外，針對各不同數位平台使用的交集狀況來觀察，大致上與各項數位平台的使用比率順位相似，但較特別的是針對曾使用故宮教育頻道者同時也會使用 Youtube 頻道、Podcast、電子報及線上故宮的比率是較高的。

表2. 使用各項數位平台的交集狀況

	北院 官網	南院 官網	北院 FB	南院 FB	北院 IG	南院 IG	教育 頻道	You Tube 頻道	Podc ast	電子 報	線上 故宮	其他
故宮北部院區官 網		48.6%	59.4%	39.0%	16.7%	12.2%	9.1%	27.8%	21.2%	13.5%	21.0%	0.4%
故宮南部院區官 網	68.2%		50.5%	66.8%	14.6%	19.2%	9.9%	25.6%	19.0%	12.1%	19.3%	0.4%
故宮北部院區 FB	80.7%	49.0%		55.0%	20.7%	15.0%	10.9%	31.2%	24.9%	13.6%	20.9%	0.4%
故宮南部院區 FB	54.6%	66.8%	56.6%		14.0%	20.5%	9.2%	23.6%	17.4%	10.4%	16.3%	0.6%
故宮北部院區 Instagram	88.0%	54.9%	80.6%	52.8%		55.9%	18.0%	42.4%	39.8%	22.8%	31.2%	0.2%
故宮南部院區 Instagram	65.8%	74.0%	59.7%	79.4%	57.2%		16.7%	35.9%	30.5%	17.2%	27.5%	0.0%
故宮教育頻道	88.2%	68.4%	77.6%	63.6%	32.9%	29.8%		72.4%	48.7%	39.9%	49.6%	0.4%
故宮 Youtube 頻 道	82.0%	53.9%	67.7%	49.9%	23.7%	19.6%	22.1%		34.2%	21.4%	33.6%	0.5%
故宮 Podcast	83.1%	53.2%	71.9%	48.8%	29.5%	22.1%	19.8%	45.4%		22.8%	37.4%	0.5%
故宮電子報	87.1%	55.7%	64.8%	48.1%	27.9%	20.5%	26.7%	46.9%	37.5%		48.1%	0.9%
線上故宮平台	79.6%	52.1%	58.1%	44.0%	22.3%	19.2%	19.4%	43.1%	36.1%	28.2%		0.9%



### (三) 故宮各項數位平台今年度的使用率

針對曾使用過的數位平台進一步了解今年度的使用率，仍舊以「故宮北部院區官網」的使用率最高，占 51.4%，其次依序是「故宮南部院區 FB」占 42.2%、「故宮北部院區 FB」占 40.8%、「故宮南部院區官網」占 35.1%。同樣在今年度使用率較低的也是「故宮教育頻道」占 4.5%及「故宮電子報」占 7.1%。此外，有 3.2%則表示今年度未曾瀏覽過任何數位平台。

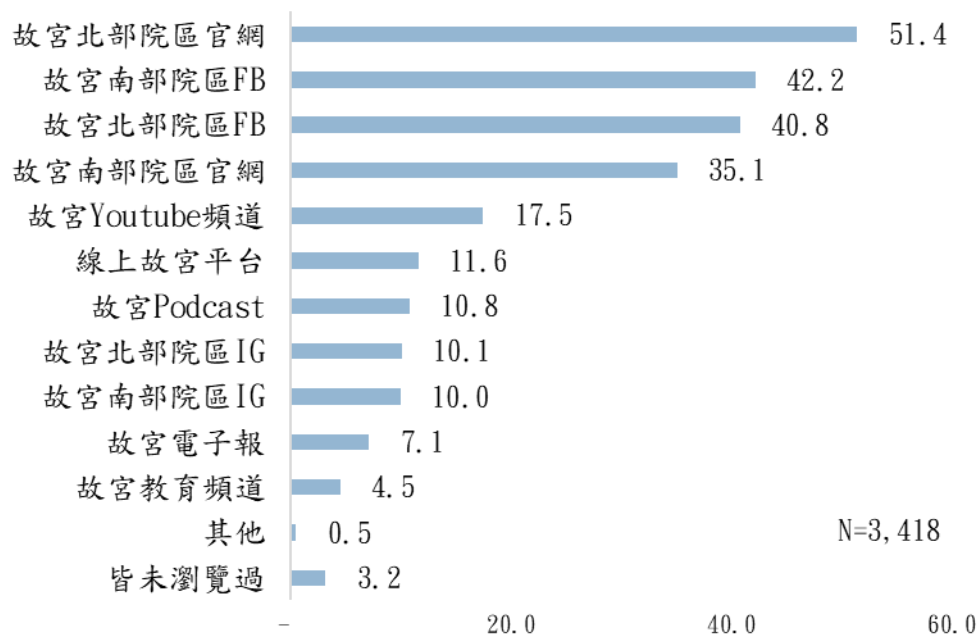


圖11. 今年度故宮各項數位平台的使用率

進一步針對今年使用率較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 3)：

1. 故宮北部院區官網：以 55-64 歲、研究所及以上教育程度、居住雙北地區、未婚、旅遊從業人員在今年的使用率較高，與使用率的特徵相似。
2. 故宮南部院區 FB：以女性、35-44 歲、居住嘉義縣市、從事醫療業在今年的使用率較高，與使用率的特徵相似。
3. 故宮北部院區 FB：以女性、65 歲及以上、研究所及以上教育程度、居住雙北地區與東部及離島地區、未婚、藝術文化從業人員在今年的使用率較高。
4. 故宮南部院區官網：以未滿 15 歲、居住嘉義縣市、從事教職在今年的使用率較高。

### 三、故宮北部院區官網的使用行為及滿意度

#### (一) 故宮北部院區官網各項資訊的瀏覽率

針對曾使用過故宮北部院區官網深入了解其瀏覽或使用的項目，有超過 8 成均表示曾瀏覽或使用過「展覽資訊」及「參觀資訊」，各占 88.7% 及 82.4% 為瀏覽率較高的二個項目，其次依序為「活動資訊」占 75.6%、「網路商城」占 32.1%、「典藏資料庫(含 Open data)」占 32.0%。而瀏覽率較低的項目則為「兒童學藝中心」占 14.1% 及「出版資訊(含月刊、電子報)」占 13.2%。

比對北院全球資訊網於 110 年 7 月至 10 月份各項瀏覽率前 11 名，除點選回首頁外(點選國立故宮博物院)，實際瀏覽率同樣也是展覽資訊排名第一，參觀資訊為第二，與調查結果相符。

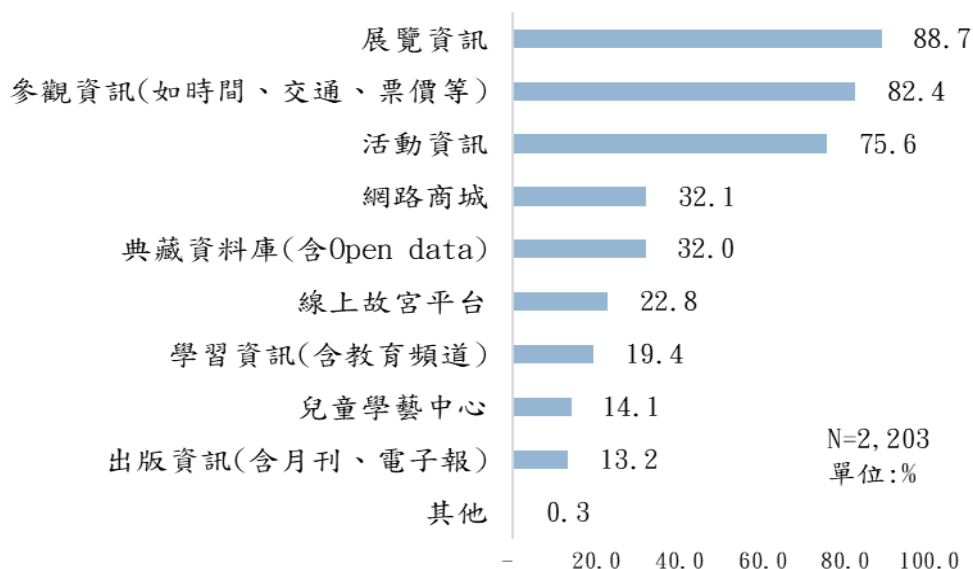


圖12. 故宮北部院區官網各項資訊的瀏覽率

進一步針對故宮北部院區官網瀏覽率較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 4)：

1. 展覽資訊：以女性、45-54 歲與 15-24 歲、大專及以上教育程度、居住其他南部地區與其他北部地區、未婚、從事醫療業與教職的瀏覽率較高。
2. 參觀資訊：以 25-34 歲、大專及以上教育程度、居住雙北地區與其他北部地區、從事醫療業的瀏覽率較高。
3. 活動資訊：以女性、15-24 歲、居住東部及離島地區、學生的瀏

覽率較高。

## (二) 使用故宮北部院區官網的目的

針對曾使用過故宮北部院區官網的受訪者了解其使用目的，以「想要了解特定展覽/文物」的比率最高，占 65.5%，其次為「參觀故宮前先蒐集資料」占 54.7%，再其次為「純粹喜愛文物」占 34.5%。

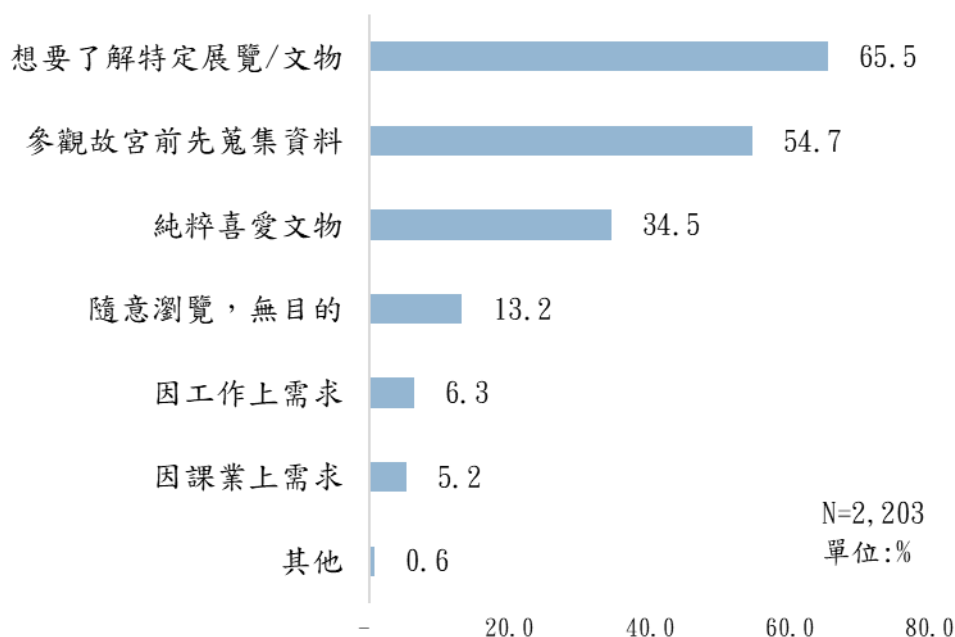


圖13. 使用故宮北部院區官網的目的

進一步針對使用故宮北部院區官網之目的比率較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 5)：

1. 想要了解特定展覽/文物：以女性、45-64 歲、研究所及以上教育程度、家管/退休/待業的比率較高。
2. 參觀故宮事先蒐集資料：以男性、35-44 歲、居住中部地區、育有 18 歲以下的孩子的比率較高。
3. 純粹喜愛文物：以女性、15-24 歲、居住東部及離島地區、學生的瀏覽率較高。

### (三) 使用故宮北部院區官網的頻率

針對曾使用過故宮北部院區官網的受訪者了解其使用頻率，以「每 1 個月使用 1 次」及「每半年使用 1 次」的比率較高，各占 20.1%，其次為「每 3 個月使用 1 次」占 13.1%。整體而言，高頻率(至少每個月使用 1 次)約占 4 成 1(40.9%)，中頻率(至少每半年使用 1 次)約占 4 成 2(41.6%)，低頻率(每年或以上使用 1 次)約占 1 成 8(17.5%)。

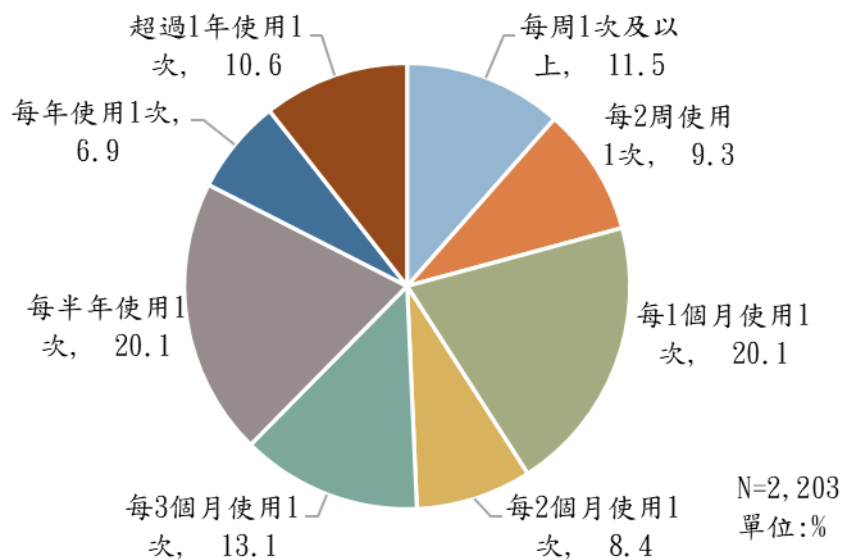


圖14. 使用故宮北部院區官網的頻率

透過交叉分析發現，使用故宮北部院區官網的頻率於年齡、居住地區及從事行業有顯著差異，其中，年齡有超過 20%的細格期望值小於 5，數據僅供參考。(附表 6)

- 年齡：使用超高頻率每周 1 次及以上在 15 歲以上年齡越長比例越高，從 15-24 歲的 7.2%上升到 65 歲及以上的 32.5%。而使用低頻率超過 1 年使用一次則以 15-24 歲的比率較高，占 15.7%。
- 居住地區：使用超高頻率每周 1 次及以上以居住在雙北地區的比率較高，占 13.5%。其次為其他北部地區占 11.6%。而使用低頻率超過 1 年使用一次則以居住在嘉義縣市的比率最高，占 24.6%。
- 從事行業：排除樣本數較少的其他行業(n=25)，使用超高頻率每周 1 次及以上則是從事旅遊從業人員比率最高，占 18.6%，其次為藝術文化從業人員占 15.8%及家管/退休/待業占 15.0%。而使用低頻率超過 1 年使用一次則從事工業的比率最高，占 15.3%。

#### （四） 瀏覽故宮北部院區官網最常使用的載具

針對曾使用過故宮北部院區官網的受訪者了解在瀏覽時最常使用的載具，有超過半數表示透過「手機」來瀏覽，占 54.8%也是比率最高，其次是「桌上型電腦」占 23.5%，再其次為「筆記型電腦」占 18.2%。手機的功能及聯網速度日趨便利及快速下，未來透過手機為瀏覽載具的人數也將日趨增加，建議未來的官網設計時需將手機介面的人性化做為考量。

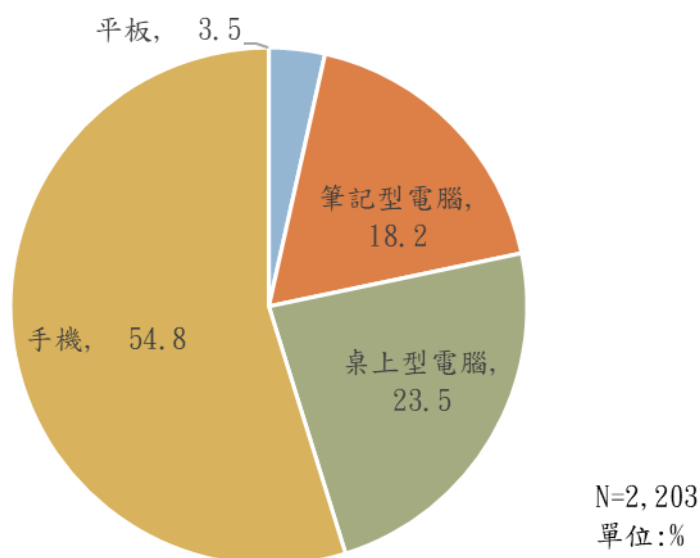


圖15. 瀏覽故宮北部院區官網最常使用的載具

透過交叉分析發現，瀏覽故宮北部院區官網最常使用的載具於教育程度、婚姻狀況及育有 18 歲以下的孩子有顯著差異，但均有超過 20% 的細格期望值小於 5，數據僅供參考。（附表 7）

- 教育程度：以手機為載具以高中職教育程度者的比率最高，占 66.7%，其次為國中及以下占 60.0%。
- 婚姻狀況：以手機為載具以其他婚姻狀況的比率較高，占 61.4%。
- 育有 18 歲以下孩子：以手機為載具以家中育有 18 歲以下孩子的比率高於沒有者，分別占 61.8% 及 52.1%。

## (五) 對故宮北部院區官網各項滿意度評價

針對曾使用過故宮北部院區官網的受訪者了解在使用過程中的各項滿意度，並透過 5 個面項來進行評價，大多數的受訪者給予故宮北部院區官網的整體表現正面肯定，「整體滿意度」達 90.8%，而各項中滿意度最高的為「資訊豐富度」，高達 92.6%，滿意度最低的為「資訊搜尋難易度」，僅有 79.5% 表示滿意。

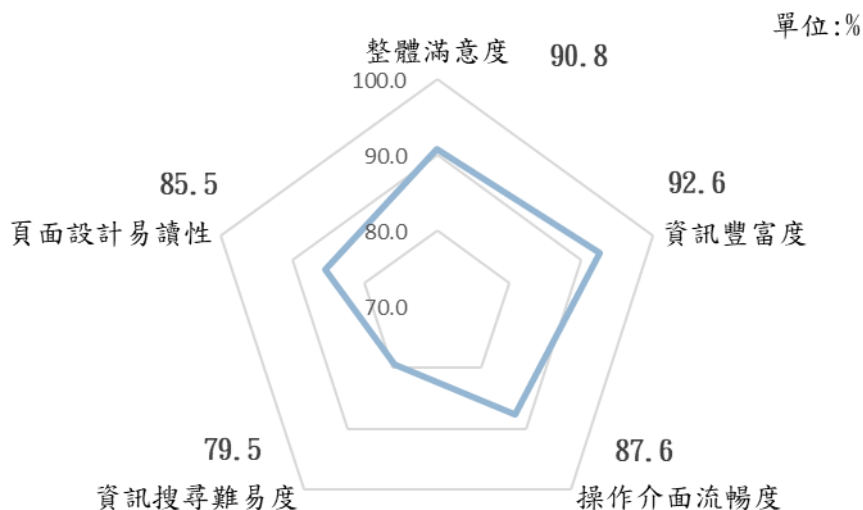


圖16. 對故宮北部院區官網各項滿意度評價

## 1. 整體滿意度

針對曾使用過故宮北部院區官網者，對官網整體滿意度的看法，有 90.8% 表示滿意 (33.5% 表示非常滿意、57.3% 表示滿意)，8.9% 表示普通，僅有 0.3% 表示不滿意 (非常不滿意 0.1%、不滿意 0.2%)。

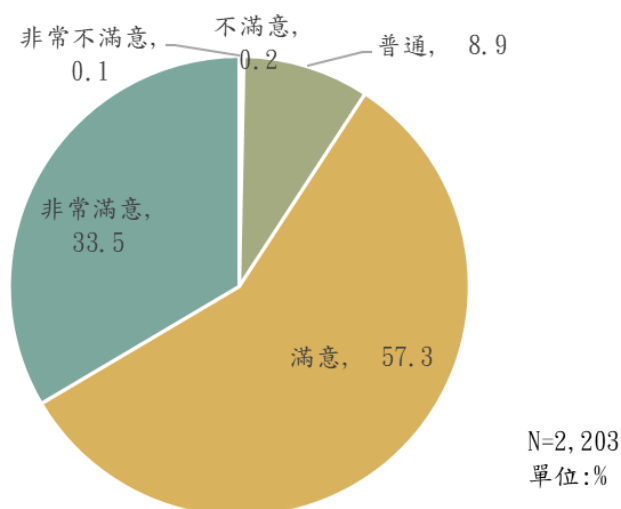


圖17. 故宮北部院區官網之整體滿意度

此外，針對 0.3%表示不滿意者(n=7)彙整不滿意的原因：

- ◆ 新版的網頁很多資料都找不到(n=1)
- ◆ 新版網頁的典藏資料庫資訊比舊版不足(n=1)
- ◆ 下期展覽預告的資訊未能即時更新(n=1)
- ◆ 資訊已經很不好找，當找到時資訊卻又不完整(如：展件說明資料)(n=1)
- ◆ 所有展覽(包括特展)並未全部公開有線上 360 度環景(n=1)
- ◆ 分類不夠明確，頁面設計不流暢(n=1)
- ◆ 線上資料庫的內容太少，很難滿足現在學生的作業需求(n=1)
- ◆ 應該可以設計得更易讀，更直覺可以使用(n=1)

透過交叉分析發現，對故宮北部院區官網整體滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 12)

## 2. 資訊豐富度

針對曾使用過故宮北部院區官網者，對資訊豐富度的看法，有 92.6%表示滿意(39.4%表示非常滿意、53.3%表示滿意)，7.1%表示普通，僅有 0.2%表示不滿意(非常不滿意 0.0%、不滿意 0.2%)。

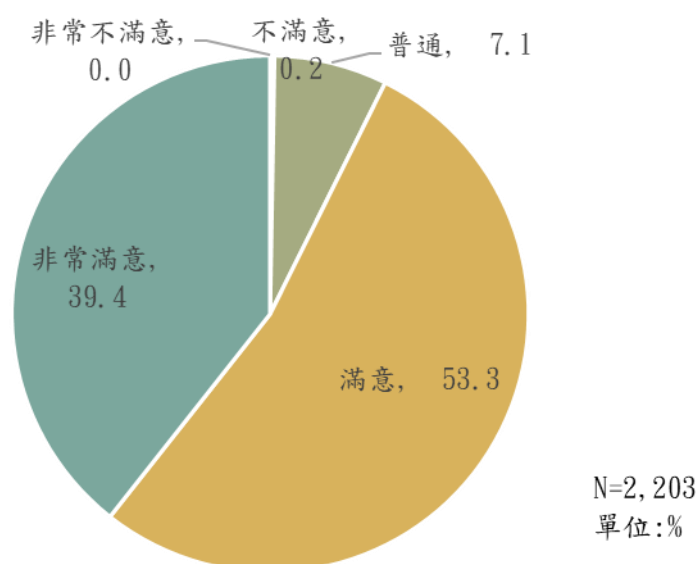


圖18. 故宮北部院區官網在資訊豐富度之滿意度

此外，針對 0.2%表示不滿意者(n=6)彙整不滿意的原因：

- ◆ 新版的網頁很多資料都找不到(n=1)
- ◆ 缺少英文學習資源，希望能有英文的學習影片或學習單(n=1)



- ◆ 很多內容沒有數位化，無法從網站上知道內容(n=1)
- ◆ 希望能提供更多高畫素的文物影像(n=1)
- ◆ 未回答原因(n=2)

透過交叉分析發現，對故宮北部院區官網在資訊豐富度之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 8)

### 3. 操作介面流暢度

針對曾使用過故宮北部院區官網者，對操作介面流暢度的看法，有 87.6%表示滿意(31.6%表示非常滿意、56.0%表示滿意)，11.7%表示普通，僅有 0.6%表示不滿意(無任何表示非常不滿意、0.3%表示不滿意)。

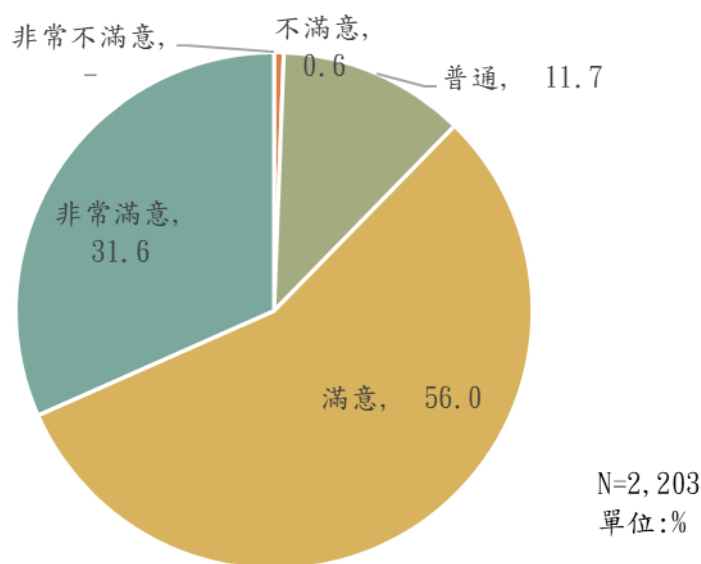


圖19. 故宮北部院區官網在操作介面流暢度之滿意度

此外，針對 0.6%表示不滿意者(n=14)彙整不滿意的原因：

- ◆ 資訊太多太複雜，很難找到想要的資訊(n=4)
- ◆ 改版後的網站，典藏資料庫有些圖片資訊無法輸出，且網站有時候當掉(n=1)
- ◆ 新版的網頁很多資料都找不到(n=1)
- ◆ 無法搜尋到想要找的資料(n=1)
- ◆ 特展需重複點選才能看到圖片(n=1)
- ◆ 新版的介面不易找到資料(n=1)
- ◆ 改版後使用不習慣，感覺變得比較單薄(n=1)
- ◆ 改版後跑太滿(n=1)
- ◆ 找不到想要的資料，而且會跳來跳去(n=1)



- ◆ 用手機查詢票價，資訊不清楚，免費的字樣不見了(n=1)
- ◆ 分類不夠明確，頁面設計不流暢(n=1)

透過交叉分析發現，對故宮北部院區官網在操作介面流暢度之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 9)

#### 4. 資訊搜尋難易度

針對曾使用過故宮北部院區官網者，對資訊搜尋難易度的看法，有 79.5%表示滿意(28.2%表示非常滿意、51.3%表示滿意)，為各項目中滿意度最低的，19.2%表示普通，僅有 1.2%表示不滿意(0.1%表示非常不滿意、1.1%表示不滿意)。

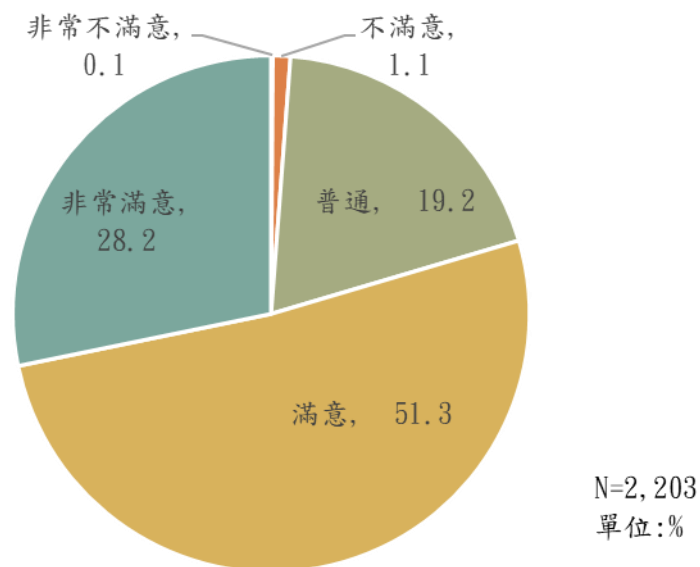


圖20. 故宮北部院區官網在資訊搜尋難易度之滿意度

此外，針對 1.2%表示不滿意者(n=28)彙整不滿意的原因：

- ◆ 太複雜很難搜尋(n=7)
- ◆ 有些資料很難搜尋，有時找到卻沒有公開/不齊全(n=4)
- ◆ 活動報名常找不到連結(n=2)
- ◆ 無精準關鍵字時，很難搜尋，需要一層層慢慢去看(n=2)
- ◆ 授權與文創的類別，不像以前放在顯著目錄，現在增加搜尋困難度(n=1)
- ◆ Open data 很難找到想要的內容(n=1)
- ◆ 找不到活動聯絡詢問電話的資訊(n=1)
- ◆ 資料分類太細瑣(n=1)
- ◆ 分類不明確(n=1)
- ◆ 數位典藏系統很難找到想要的內容(n=1)

- ◆ 最新消息的資訊很不好找(n=1)
- ◆ 文物說明過少，有些照片只有單張或部分(n=1)
- ◆ 新版網頁，很多資料都找不到(n=1)
- ◆ 搜尋資料時，有太多不同性質的網頁，不太容易找到(n=1)
- ◆ 搜尋時間很久(n=1)
- ◆ 購票資訊找不到只需付一次票價還是不同展覽需分開購票的資訊(n=1)
- ◆ 館內餐廳搜尋不到菜單(n=1)
- ◆ Open data 關鍵字搜尋資料不完整(n=1)

透過交叉分析發現，對故宮北部院區官網在資訊搜尋難易度之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 10)

## 5. 頁面設計易讀性

針對曾使用過故宮北部院區官網者，對頁面設計易讀性的看法，有 85.5%表示滿意(32.0%表示非常滿意、53.5%表示滿意)，13.8%表示普通，僅有 0.7%表示不滿意(0.1%表示非常不滿意、1.1%表示不滿意)。

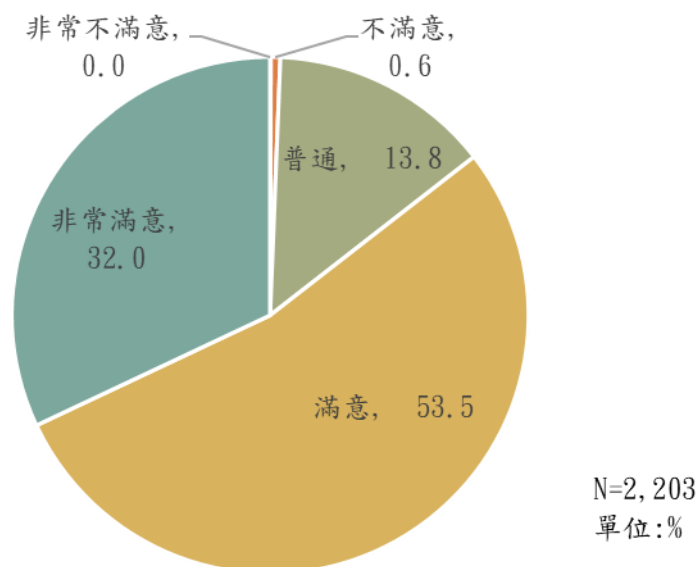


圖21. 故宮北部院區官網在頁面設計易讀性之滿意度

此外，針對 0.7%表示不滿意者(n=14)彙整不滿意的原因：

- ◆ 選項過於複雜，不夠直覺(n=4)
- ◆ 點選連結有時候會亂跳，就找不回原來的路徑，此時又必須選到首頁，重新操作，挺麻煩的(n=1)
- ◆ 圖片佔頁面比例太大、文字間隔太大，造成閱讀時必須頻繁拖、拉頁面(n=1)

- ◆ 資料太多太雜，對於門外漢不易找尋想看的資料(圖文太混雜了)(n=1)
- ◆ 手機板和電腦版的編排不同(n=1)
- ◆ 首頁塞滿巨大 Banner、Youtube 影片，視覺上雖然豐富，但眼花撩亂，對於搜尋資訊有些許影響(n=1)
- ◆ 建議可以參考 google art 的方式(n=1)
- ◆ 舊版比較好用(n=1)
- ◆ 頁面設計使用不流暢(n=1)
- ◆ 資訊分類複雜，不易閱讀(n=1)
- ◆ 其他(n=1)

透過交叉分析發現，對故宮北部院區官網在頁面設計易讀性之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 11)

## 四、故宮南部院區官網的使用行為及滿意度

### (一) 故宮南部院區官網各項資訊的瀏覽率

針對曾使用過故宮南部院區官網深入了解其瀏覽或使用的項目，有超過 8 成均表示曾瀏覽或使用過「展覽資訊」及「參觀資訊」，各占 82.8% 及 82.6% 為瀏覽率較高的二個項目，其次為「活動資訊」占 70.6% 及「最新消息」占 44.4%。而瀏覽率較低的項目則為「線上故宮平台」占 15.0% 及「學習資訊(含教育頻道)」占 15.7%。南北院區官網瀏覽率較高的前三項均相同，顯示使用者多數會以展覽或活動資訊及參觀資訊為主。

比對南院全球資訊網於 109 年 10 月至 110 年 10 月份各項瀏覽率前 10 名，除點選回首頁外(點選國立故宮博物院南部院區)，實際瀏覽率同樣也是展覽資訊排名第一，活動資訊為第二，與調查結果在參觀資訊的排名略有差異。

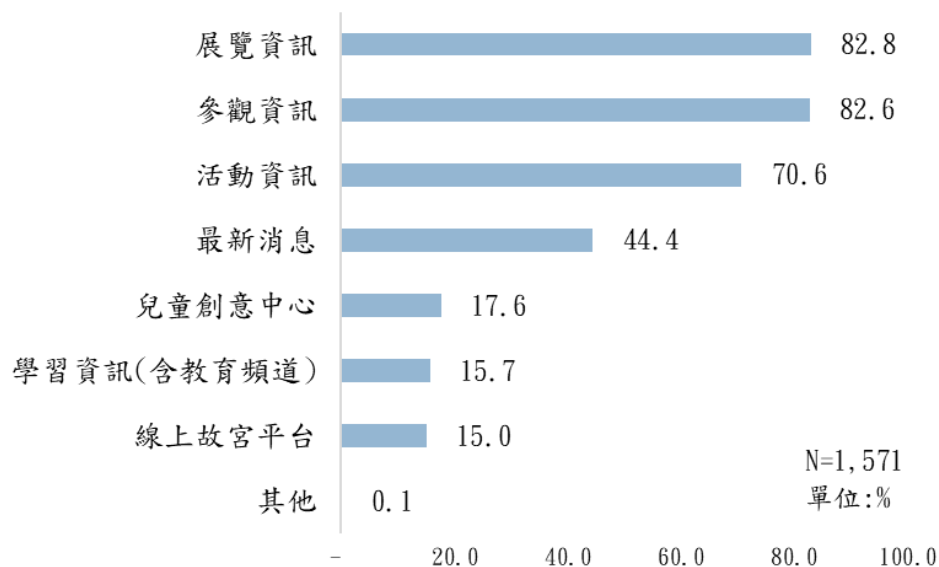


圖22. 故宮南部院區官網各項資訊的瀏覽率

進一步針對故宮南部院區官網瀏覽率較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 13)：

1. 展覽資訊：以女性、15-34 歲、研究所及以上教育程度、居住嘉義縣市、未婚、沒有 18 歲以下的小孩、從事醫療業的瀏覽率較高。
2. 參觀資訊：以女性、25-44 歲、居住中部地區、從事醫療業的瀏覽率較高。

- 活動資訊：以 15-24 歲、居住嘉義縣市、育有 18 歲以下小孩、從事醫療業的瀏覽率較高。

## (二) 使用故宮南部院區官網的目的

針對曾使用過故宮南部院區官網的受訪者了解其使用目的，以「想要了解特定展覽/文物」的比率最高，占 62.6%，其次為「參觀故宮南院前先蒐集資料」占 58.0%，再其次為「純粹喜愛文物」占 27.6%，其結果與北部院區官網的目的的一致。

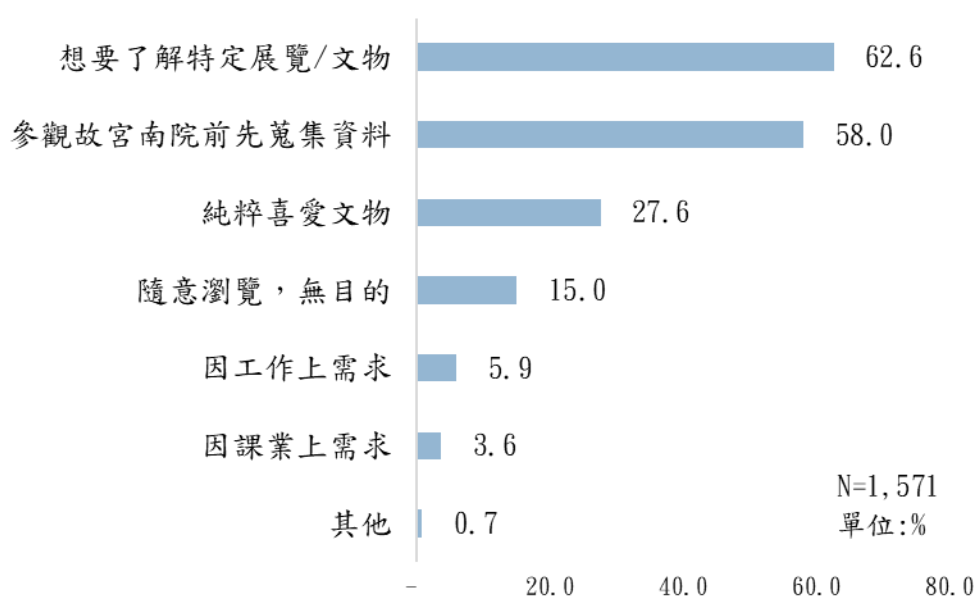


圖23. 使用故宮南部院區官網的目的

進一步針對使用故宮南部院區官網之目的比率較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 14)：

- 想要了解特定展覽/文物：以女性、45-54 歲、研究所及以上教育程度、居住在嘉義縣市、從事教職、家管/退休/待業及醫療業的比率較高。
- 參觀故宮南院前先蒐集資料：以 35-44 歲、研究所及以上教育程度、居住中部地區、已婚、育有 18 歲以下的孩子、從事工業的比率較高。
- 純粹喜愛文物：以未滿 15 歲、高中職教育程度、居住東部及離島地區、軍職/公務人員及學生的瀏覽率較高。

### (三) 使用故宮南部院區官網的頻率

針對曾使用過故宮南部院區官網的受訪者了解其使用頻率，以「每 1 個月使用 1 次」及「每半年使用 1 次」的比率較高，分別占 19.3% 及 19.0%，其次為「每周 1 次及以上」占 14.3%。

整體而言，高頻率(至少每個月使用 1 次)約占 4 成 4(43.8%)，中頻率(至少每半年使用 1 次)約占 3 成 7(36.9%)，低頻率(每年或以上使用 1 次)約占 1 成 9(19.3%)。

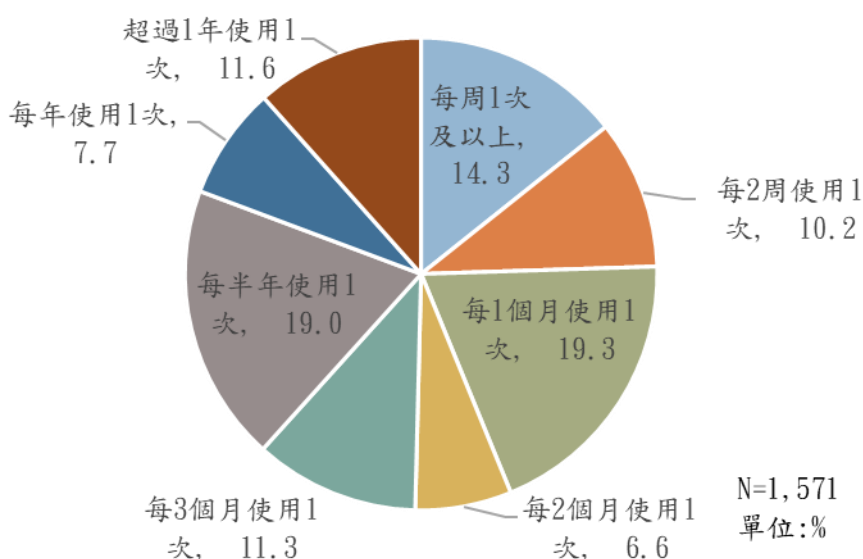


圖24. 使用故宮南部院區官網的頻率

透過交叉分析發現，使用故宮南部院區官網的頻率於年齡、教育程度及育有 18 歲以下小孩有顯著差異，其中，年齡有超過 20% 的細格期望值小於 5，數據僅供參考。(附表 15)

- 年齡：使用超高頻率每周 1 次及以上在未滿 15 歲的比率最高，占 25.9%，其次是 45-54 歲占 20.5%。而使用低頻率超過 1 年使用一次則以未滿 15 歲及 15-24 歲的比率較高，各占 18.5%。
- 教育程度：使用超高頻率每周 1 次及以上以教育程度越高比率越低，從國中及以下占 25.0%，降到研究所及以上的 13.1%。而使用低頻率超過 1 年使用一次則以高中職教育程度的比率較高，占 14.7%。
- 育有 18 歲以下的小孩：使用超高頻率每周 1 次及以上已育有 18 歲以下的小孩的比率高於沒有者，分別是 17.3% 及 12.8%。

#### （四） 瀏覽故宮南部院區官網最常使用的載具

針對曾使用過故宮南部院區官網的受訪者了解在瀏覽時最常使用的載具，有超過 6 成表示透過「手機」來瀏覽，占 65.4%也是比率最高，其次是「桌上型電腦」占 19.1%，再其次為「筆記型電腦」占 12.9%。與北部院區官網的使用者比較，手機為載具的比率又更增加了。

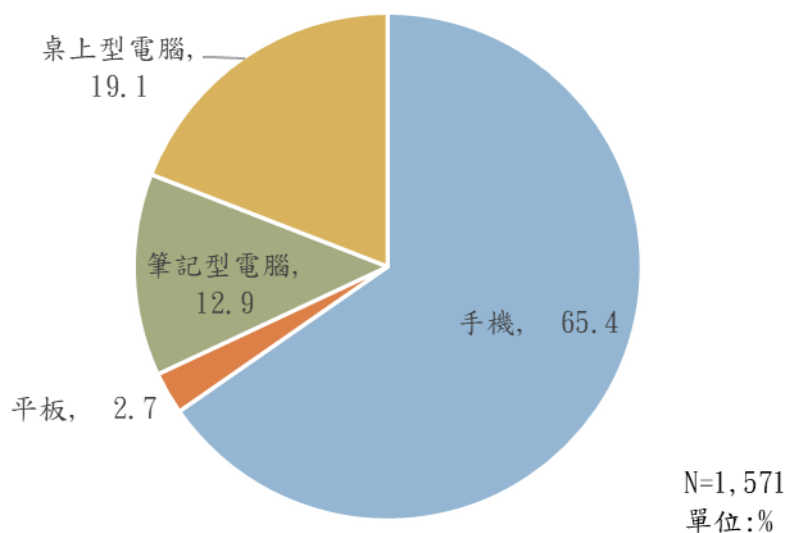


圖25. 瀏覽故宮南部院區官網最常使用的載具

透過交叉分析發現，瀏覽故宮南部院區官網最常使用的載具於教育程度、育有 18 歲以下的孩子有顯著差異，但均有超過 20% 的細格期望值小於 5，數據僅供參考。（附表 16）

- 教育程度：以手機為載具以高中職教育程度者的比率最高，占 78.4%，其次為大專與國中及以下，各占 67.6%及 67.5%。
- 育有 18 歲以下孩子：以手機為載具以家中育有 18 歲以下孩子的比率高於沒有者，分別占 74.4%及 60.6%。

### (五) 對故宮南部院區官網各項滿意度評價

針對曾使用過故宮南部院區官網的受訪者了解在使用過程中的各項滿意度，並透過 5 個面項來進行評價，大多數的受訪者給予故宮南部院區官網的整體表現正面肯定，「整體滿意度」達 90.2%，而各項滿意度並無低於 8 成，最高的為「資訊豐富度」，高達 90.1%，滿意度最低的為「資訊搜尋難度」，但仍有 83.8% 表示滿意。

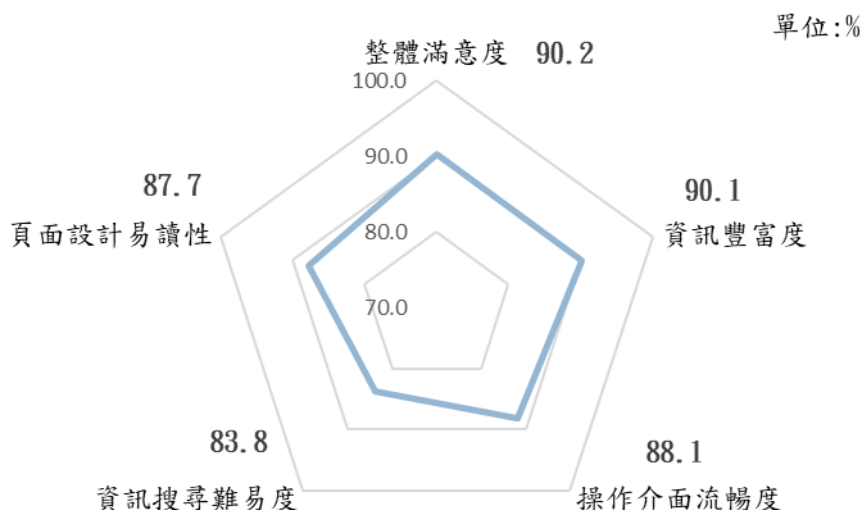


圖26. 對故宮南部院區官網各項滿意度評價

#### 1. 整體滿意度

針對曾使用過故宮南部院區官網者，對官網整體滿意度的看法，有 90.2% 表示滿意 (36.5% 表示非常滿意、53.7% 表示滿意)，9.5% 表示普通，僅有 0.3% 表示不滿意 (無任何表示非常不滿意、0.3% 表示不滿意)。

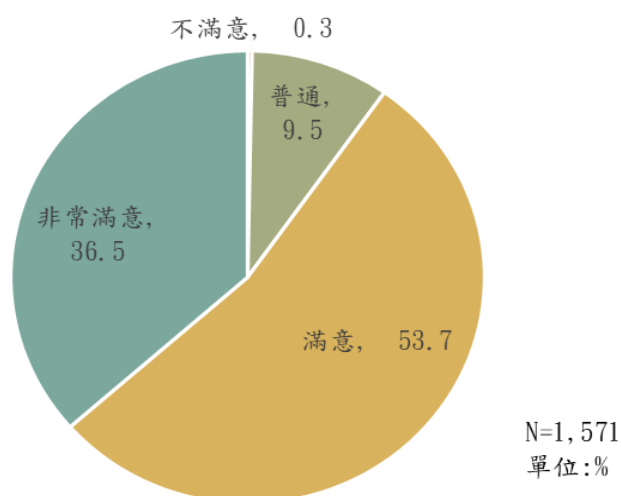


圖27. 故宮南部院區官網之整體滿意度



此外，針對 0.3%表示不滿意者(n=4)彙整不滿意的原因：

- ◆ 想瞭解最新消息、活動資訊或是展覽訊息，至少要點開三次才能找到所需資訊，對於初次使用者不友善，介面可以更直覺方便(n=1)
- ◆ 常常連不上網站(n=1)
- ◆ 版面設計過於制式化且沒有特色，文字解說也沒有動人(n=1)
- ◆ 資訊未完全公開及更新線上展覽(如:360 度環景)(n=1)

透過交叉分析發現，故宮南部院區官網整體滿意度於育有 18 歲以下的孩子有顯著差異，但有超過 20%的細格期望值小於 5，數據僅供參考。(附表 21)

- 育有 18 歲以下孩子:家中育有 18 歲以下孩子表示非常滿意的比率高於沒有者，分別占 40.8%及 34.2%。

## 2. 資訊豐富度

針對曾使用過故宮南部院區官網者，對資訊豐富度的看法，有 90.1%表示滿意(38.2%表示非常滿意、51.9%表示滿意)，9.5%表示普通，僅有 0.3%表示不滿意(無任何表示非常不滿意、0.3%表示不滿意)。

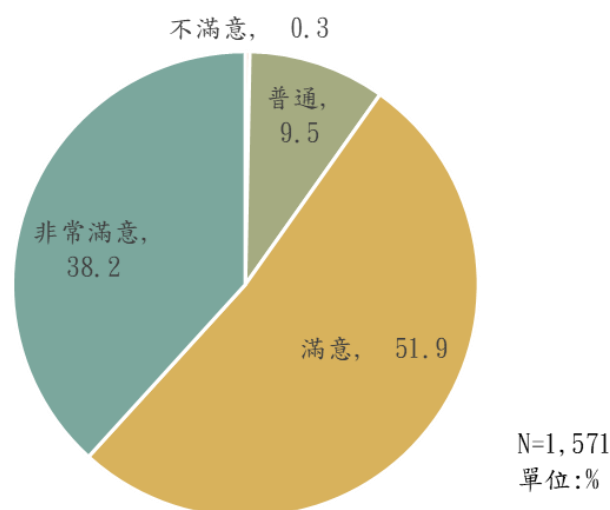


圖28. 故宮南部院區官網在資訊豐富度之滿意度

此外，針對 0.3%表示不滿意者(n=5)彙整不滿意的原因：

- ◆ 文物資訊太少(n=1)
- ◆ 南院離北部太遠，要下去一趟成本相對高，希望能夠用官網欣賞到南院的展覽和文物(n=1)

- ◆ 資料不夠全面(n=1)
- ◆ 南院所有典藏及展覽文物資料未揭露介紹(n=1)

透過交叉分析發現，故宮南部院區官網在資訊豐富度滿意度於育有 18 歲以下的孩子有顯著差異，但有超過 20% 的細格期望值小於 5，數據僅供參考。(附表 17)

- 育有 18 歲以下孩子：家中育有 18 歲以下孩子表示非常滿意的比率高於沒有者，分別占 43.8% 及 35.3%。

### 3. 操作介面流暢度

針對曾使用過故宮南部院區官網者，對操作介面流暢度的看法，有 88.1% 表示滿意(35.2% 表示非常滿意、52.9% 表示滿意)，11.8% 表示普通，僅有 0.1% 表示不滿意(無任何表示非常不滿意、0.1% 表示不滿意)。

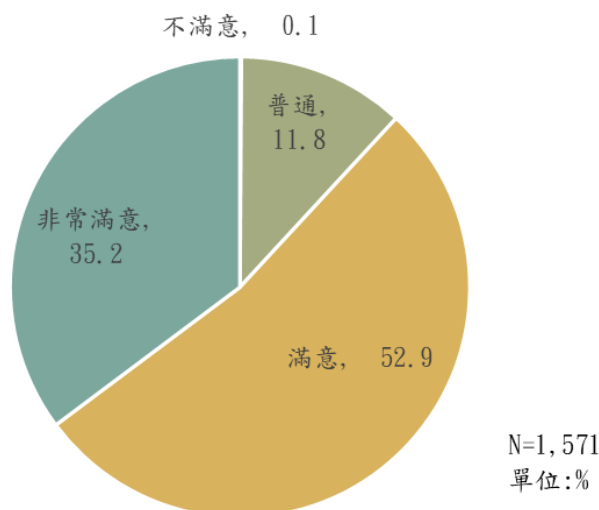


圖29. 故宮南部院區官網在操作介面流暢度之滿意度

此外，針對 0.1% 表示不滿意者(n=2)彙整不滿意的原因：

- ◆ 常見問題第二頁，點擊進館方式，跳到另外畫面，回列表後，跳到第一頁，必須重新找一次，希望能夠以展開方式回答問題(n=1)
- ◆ 字太小，對老人而言看得很痛苦(n=1)

透過交叉分析發現，對故宮南部院區官網在操作介面流暢度之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 18)

#### 4. 資訊搜尋難易度

針對曾使用過故宮南部院區官網者，對資訊搜尋難易度的看法，有 83.8% 表示滿意 (32.5% 表示非常滿意、51.3% 表示滿意)，15.6% 表示普通，僅有 0.6% 表示不滿意 (無任何表示非常不滿意、0.6% 表示不滿意)。

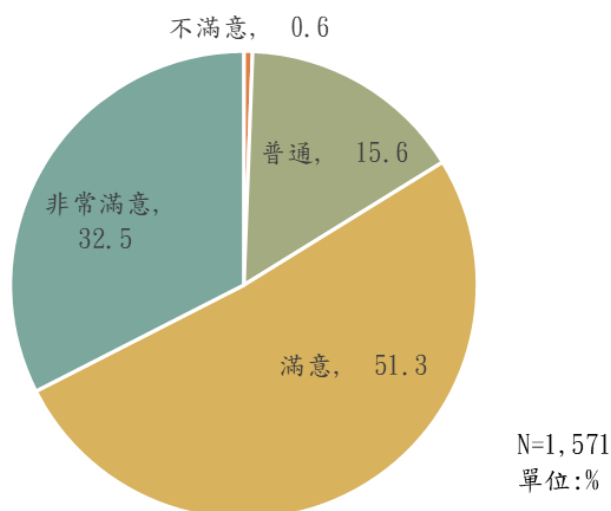


圖30. 故宮南部院區官網在資訊搜尋難易度之滿意度

此外，針對 0.6% 表示不滿意者 (n=9) 彙整不滿意的原因：

- ◆ 找不到需要的資訊 (n=3)
- ◆ 活動資訊不清楚且字太小 (n=1)
- ◆ 看不懂館區地圖，所以不清楚停車場到展館的路線，希望預估停車場到展館時間，以及接駁車時間預估 (n=1)
- ◆ 有時需層層搜尋才得到所需資訊 (n=1)
- ◆ 活動資訊很難查詢 (n=1)
- ◆ 文物資料查詢很複雜 (n=1)
- ◆ 交通資訊很雜亂，像水舞延長接駁車也有延長，但官網上完全沒寫 (n=1)

透過交叉分析發現，故宮南部院區官網在資訊搜尋難易度之滿意度於育有 18 歲以下的孩子有顯著差異，但有超過 20% 的細格期望值小於 5，數據僅供參考。(附表 19)

- 育有 18 歲以下孩子：家中育有 18 歲以下孩子表示非常滿意的比率高於沒有者，分別占 38.1% 及 29.6%。

#### 5. 頁面設計易讀性

針對曾使用過故宮南部院區官網者，對頁面設計易讀性的看法，有 87.7% 表示滿意 (35.1% 表示非常滿意、52.6% 表示滿意)，12.2% 表示普通，僅有 0.1% 表示不滿意 (無任何表示非常不滿意、0.1% 表示不滿意)。

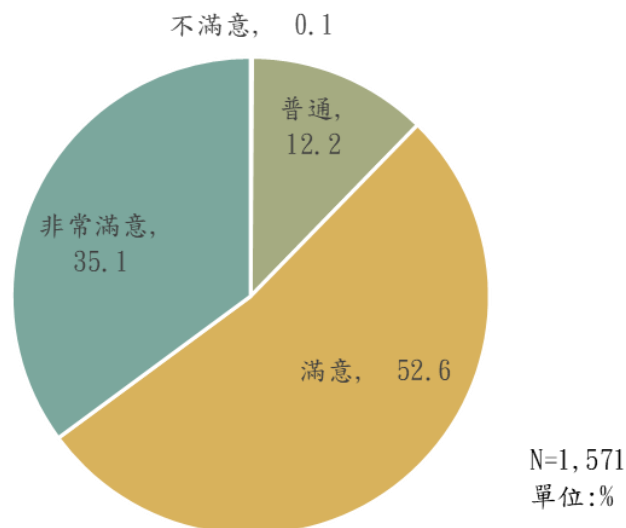


圖31. 故宮南部院區官網在頁面設計易讀性之滿意度

此外，針對 0.1% 表示不滿意者 (n=2) 彙整不滿意的原因：

- ◆ 較常瀏覽最新消息及活動或展覽訊息，但最新消息需以滑鼠或手指點開數次，與北院直接放在首頁頁面方便性還是稍嫌不便 (n=1)
- ◆ 常找不到路徑 (n=1)

透過交叉分析發現，對故宮南部院區官網在頁面設計易讀性之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 20)

## 五、線上故宮的使用行為及滿意度

### (一) 線上故宮的瀏覽或使用次數

針對曾使用過線上故宮進一步了解其瀏覽或使用的次數，以使用 10 次及以上的比率較高，占 35.4%，其次是使用 3 次占 16.7%及使用 2 次占 14.8%，而有 9.2% 表示只使用過 1 次。

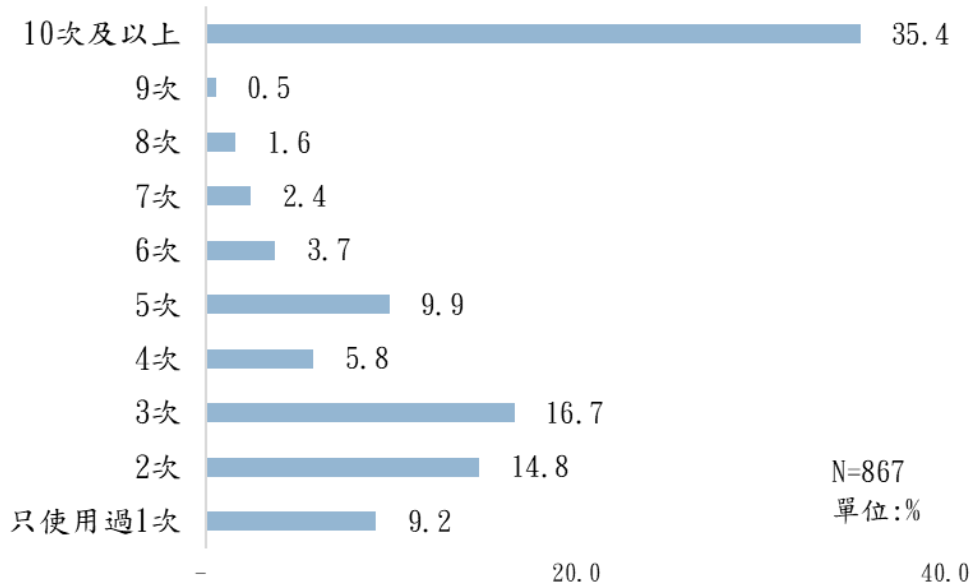


圖32. 線上故宮瀏覽或使用的次數

透過交叉分析發現，線上故宮瀏覽或使用次數與基本資料均無顯著差異。(附表 22)

### (二) 得知線上故宮的管道

針對曾使用過線上故宮了解其得知管道，以「瀏覽官網時看到」的比率最高，占 44.9%，其次是「從故宮 FB 或 IG 上得知」占 29.4%，其餘的管道均未達 1 成，顯示主要仍以故宮官方各平台為主要得知管道。

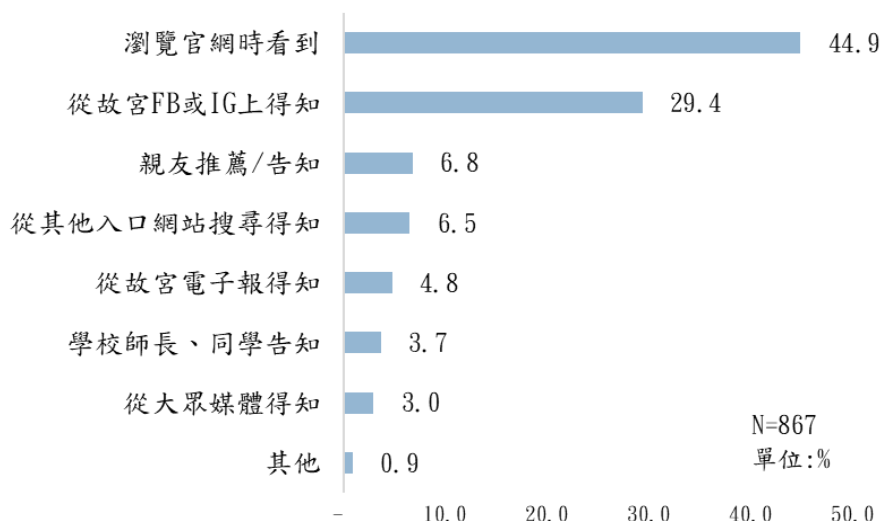


圖33. 得知線上故宮的管道

透過交叉分析發現，得知線上故宮的管道與基本資料均無顯著差異。  
(附表 23)

### (三) 曾瀏覽或使用線上故宮的項目

針對曾使用過線上故宮了解其使用項目，以「展覽搶先看」的比率最高，占 64.9%，其次是「典藏賞析」占 55.6%及「典藏資料庫」占 49.6%，無任何項目的瀏覽率低於 2 成。

與實際瀏覽次數(自 109 年 10 月至 110 年 10 月)相比，展覽搶先看皆為排名第一，但其他序位略有不同。

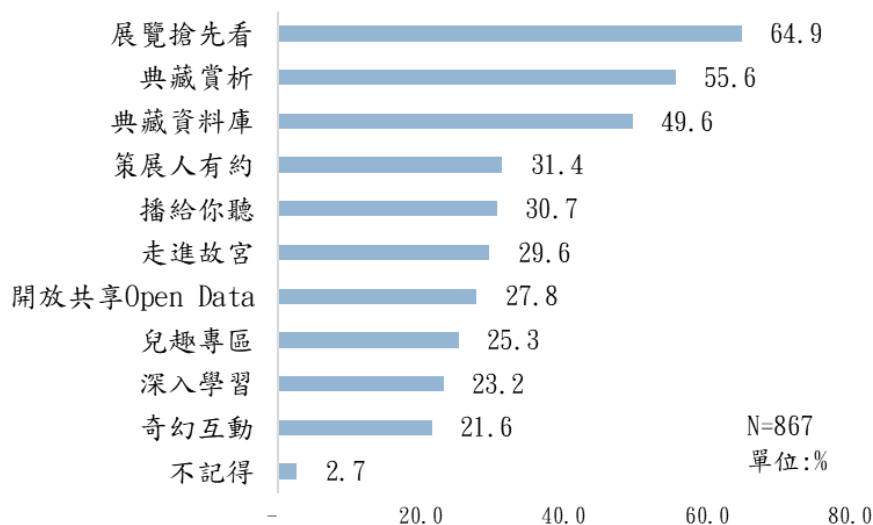


圖34. 曾瀏覽或使用線上故宮的項目

進一步針對曾瀏覽或使用線上故宮各項目比率較高的前三項瞭解其受訪者特徵(附表 24)：

1. 展覽搶先看：以未滿 15 歲與 65 歲及以上、國小及以下與研究所及以上教育程度、居住在雙北地區、藝術文化從業人員的比率較高。
2. 典藏賞析：以 54 歲及以上、研究所及以上教育程度、居住中部地區、沒有 18 歲以下的孩子、旅遊從業人員的比率較高。
3. 典藏資料庫：以 15-24 歲、研究所及以上教育程度、居住在東部及離島地區與其他南部地區、沒有 18 歲以下的孩子、學生的比率較高。

#### (四) 對線上故宮的滿意度評價

針對曾使用過線上故宮者了解其滿意度的看法，有 92.9%表示滿意(39.2%表示非常滿意、53.7%表示滿意)，6.8%表示普通，僅有 0.2%表示不滿意(0.1%表示非常不滿意、0.1%表示不滿意)。

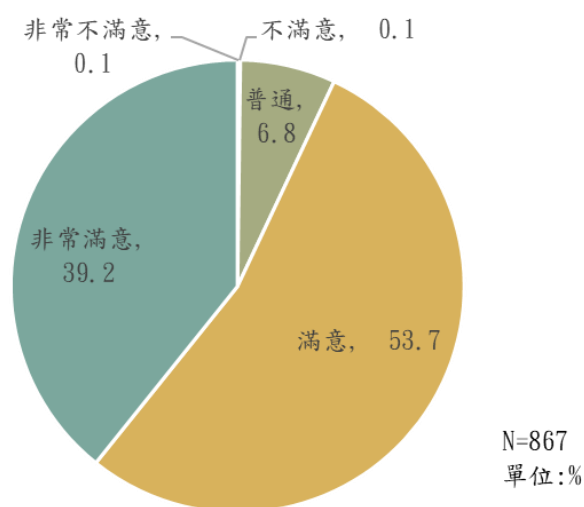


圖35. 對線上故宮的滿意度評價

透過交叉分析發現，線上故宮之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 25)

## (五) 對線上故宮的建議

彙整曾瀏覽過線上故宮的受訪者對線上故宮的建議，約有 4 成 1(40.8%)表示無意見，而另外的 5 成 9(59.2%)中，約有 2 成 7(27.2%)則給予線上故宮正面的肯定，而整體主要的建議均以針對線上故宮的內容為主，彙整後占比較高有「應該多讓大眾知道有這個工具」5.9%、「題材及文物可以多樣性一些」2.7%、「建議文物的資訊說明可增加並更深入」1.8%、「建議操作介面可簡化，可快速到達想要的頁面」1.7%及「希望能增加互動性內容或遊戲」1.3%，其餘建議均低於 1%。

表3.對線上故宮的建議

分類	建議	樣本數 N=867	百分比
	無意見		40.8
	給予正向鼓勵	236	27.2
對線上內容的建議	題材及文物可以多樣性一些	23	2.7
	建議文物的資訊說明可增加並更深入	16	1.8
	建議操作介面可簡化，可快速到達想要的頁面	15	1.7
	希望能增加互動性內容或遊戲	11	1.3
	希望能增加一些趣味性	5	0.6
	建議增加 Q 版，可以給小朋友看	5	0.6
	從官網不容易發現線上故宮的連結，能加強曝光在 官網一進去的地方	5	0.6
	建議能提供未公開的文物，先引發大家的興趣，有 利未來布展準備	5	0.6
	建議讀取速度可以快一點	5	0.6
	線上 VR 希望能介紹多一點，很多展品都沒有資訊	4	0.5
	建議增加不同語言	4	0.5
	建議可提供高清圖檔供下載	3	0.3
	建議字體能放大	3	0.3
	建議典藏資料庫可增加影片	2	0.2
	資訊很多能再整合分類	2	0.2
	希望 OPEN DATA 可以擴增內容	2	0.2
	建議可提供快速搜尋鍵或關鍵字	2	0.2
	希望能增加動畫的數量	2	0.2



分類	建議	樣本數 N=867	百分比
	典藏賞析的內容希望能再充實一點	2	0.2
	OPEN DATA 應該更符合使用者的需求，分更多明確的主題	2	0.2
	更新速度可加快	2	0.2
	能有更全面性的方式呈現	2	0.2
	希望能提供線上語音導覽或 APP	2	0.2
	希望首頁可增加搜尋功能	2	0.2
	希望能把線上故宮做成 APP	2	0.2
	建議可增加輔助語音的功能	2	0.2
	希望可以結合學校的社會科課本，讓學生可以有結合	2	0.2
	可以多一點親子互動的主題	2	0.2
	建議選項能明確一點	2	0.2
	閱讀難易度比較不容易掌控	2	0.2
	資訊太繁雜	2	0.2
	讓民眾可以線上看展，建議策畫展覽不只依照類別，也能以朝代/年代區分，讓我們能了解那個年代所有相關的文物點滴	1	0.1
	VR 模式時如有縮小地圖可快速點選至想要的位置會更好	1	0.1
	希望能提供更多歷史故事的視頻，並且能有英文字幕	1	0.1
	建議能邀請學者專家來介紹有趣美術品的故事	1	0.1
	建議能整合平台，只要一個對口能連到其他功能	1	0.1
	建議能增加國畫的介紹	1	0.1
	線上深度導覽突破實體導覽的時間和人數限制，期待有更多影片的產生	1	0.1
	故宮 podcast 內容較淺，希望也有更深入的內容讓愛好文物的聽者做選擇	1	0.1
	視訊會議背景圖，單看有些過於老氣，或許可以考慮和插畫家等，進行背景的二次創作	1	0.1
	建議可與藝文界聯名合作	1	0.1
	建議櫥窗裡的文物線上瀏覽的解析度可以再高一些，增加臨場感	1	0.1

分類	建議	樣本數 N=867	百分比
	建議可增加導讀的功能	1	0.1
	開放直播講座專區或與古代料理、器皿使用的還原或 VR 做一專欄	1	0.1
	建議可增加線上聊天室或討論版(類似 Dcard), 可讓網友自發性相互解答與學習	1	0.1
	建議策展人有約可以分成人版跟國高中生版	1	0.1
	希望能可下載視訊會議背景	1	0.1
	希望可提供更多的電子書籤跟桌面	1	0.1
	建議提供下載文物黑白線稿教學使用	1	0.1
	期待設計上可增加期待感, 可引起更多的關注	1	0.1
	建議可增加學童系列	1	0.1
	建議開設一個專門線上故宮的 IG	1	0.1
	除了明星作品外, 也能多介紹較少人知道的好作品	1	0.1
	希望能有更多志工導覽	1	0.1
	希望能增加故事宮寓	1	0.1
	未來影片會累積更多, 希望能更有系統的分類	1	0.1
	建議可增加故宮特色節日的活動	1	0.1
	典藏資料檢索查詢後文物會一張一張慢慢跑出來, 不像以前會直接跑一頁, 會降低查詢	1	0.1
	典藏資料庫有時候要搜尋特定文物較困難, 例如跨兩個朝代的書法家, 不知該以哪個朝	1	0.1
	希望典藏資料更換的時間及內容可事先公布	1	0.1
	希望每周能介紹一個新的文物	1	0.1
	希望能增加國外博物館的交流, 也可以觀摩國外博物館的軟硬體設施	1	0.1
	希望能增加書法館藏介紹	1	0.1
	希望能增加蘇東坡的館藏介紹	1	0.1
	希望能有新訊息的提醒	1	0.1
	希望能有手機桌面的古畫可以下載	1	0.1
	希望能更增加身歷其境的體驗	1	0.1
	希望有珍藏本文字書可查詢	1	0.1
	希望能有相關冷知識的補充	1	0.1
	希望能多一點特展資料	1	0.1

分類	建議	樣本數 N=867	百分比
	希望南院也能推出 VR 參觀的活動	1	0.1
	希望能多一點衣裳或飾品的介紹	1	0.1
	希望能有推播功能	1	0.1
	希望能增加瓷器的介紹	1	0.1
	希望可增設全景線上展場虛擬導覽	1	0.1
	希望能提供居家上課的線上學習	1	0.1
	建議可將國寶及故事畫成短篇漫畫	1	0.1
	建議封面背景可以更有中國美學	1	0.1
	建議可增加與台灣連結的主題	1	0.1
	建議可增加介面導覽解說的功能	1	0.1
	文物欣賞後，若可以增加介紹作者生平可以更有趣	1	0.1
	可以參考荷蘭 rijksmuseum	1	0.1
	希望可以有更多的經典展品	1	0.1
	希望能有更新穎的資訊	1	0.1
	可以多一點佛教文物	1	0.1
	可以多推出修復師及典藏人員的工作，會讓更多人重視文物	1	0.1
	Open Data 有部分文物照片較模糊	1	0.1
	IG 連結放在貼文之中會沒辦法直接複製或導過去的，希望未來連結的部分可以更清楚的標	1	0.1
	內容不夠吸引人	1	0.1
	建議操作介面可用不同的排列組合呈現	1	0.1
	首頁資訊瀏覽不便，標題和影片視窗太大，建議可設為點選後另開大視窗看影片	1	0.1
	偶爾會有誤植資料的狀況	1	0.1
	配樂不搭，可以用現代輕音樂來代替	1	0.1
	故宮文物月刊資料無法線上閱讀	1	0.1
	使用典藏資料時，會出現錯誤且畫面是黑的，建議能改進	1	0.1
	搜尋典藏文物時輸入年代，在檢索時會跑掉，又變成將全部年代的文物都出現，希望可	1	0.1
	使用局部放大的功能，有時不太穩定	1	0.1
	用筆電體驗	1	0.1

分類	建議	樣本數 N=867	百分比
	下載圖片和文字說明不一致，很難對照	1	0.1
對行銷宣傳的建議	應該多讓大眾知道有這個工具	51	5.9
	建議能向中小學老師及學生推廣，才能向下扎根	8	0.9
	多舉辦線上抽獎活動有利於推廣	3	0.3
	建議能提升推廣度	2	0.2
	建議可請知名網紅藝人宣傳，增加點閱率	1	0.1
Podcast	希望可以多增加 Podcast	1	0.1
	建議可開放大眾提問問題或是想要了解的主題，做成故宮 Podcast 一集形式	1	0.1
	故宮 podcast 內容較淺，希望也有更深入的內容讓愛好文物的聽者做選擇	1	0.1
	Podcast 希望可以增加當集討論主題的展覽展區位置	1	0.1
活動	建議有活動可提供直接連接	3	0.3
	多舉辦線上抽獎活動有利於推廣	3	0.3
	希望能增加更多策展人的線上直播講座	2	0.2
	直播的音量常常太小聲	1	0.1
	建議能舉辦國小老師的研習課程	1	0.1
	建議能辦理一些認證的課程	1	0.1
其他	還是習慣到現場看展	2	0.2

## 六、故宮北部院區 FB 的使用行為及滿意度

### (一) 得知故宮北部院區 FB 的管道

針對曾使用過故宮北部院區 FB 了解其得知管道，以「從 FB 或 IG 上得知」的比率最高，占 53.3%，其次是「瀏覽官網時看到」占 26.9%，其餘的管道均未達 1 成。

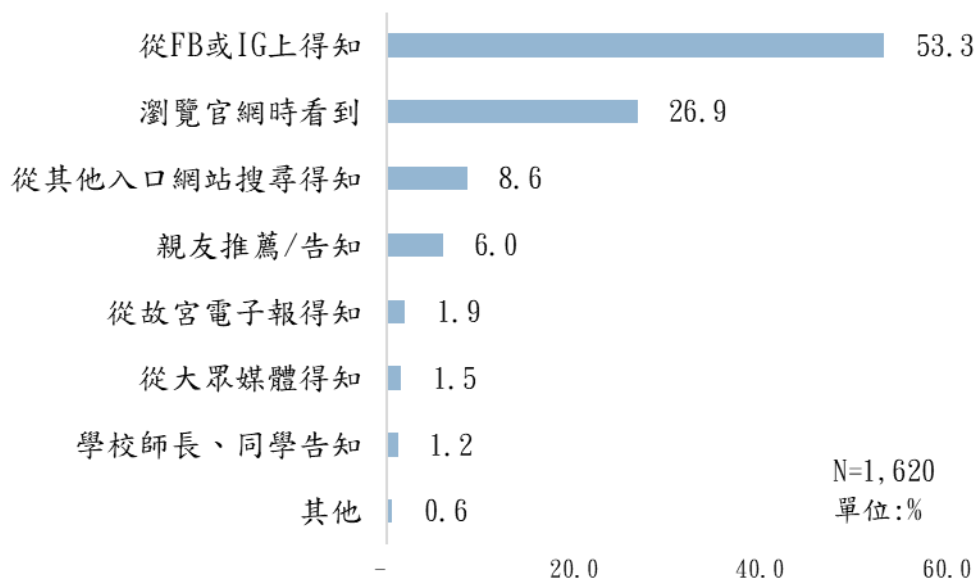


圖36. 得知故宮北部院區 FB 的管道

透過交叉分析發現，得知故宮北部院區 FB 的管道與基本資料均無顯著差異。(附表 26)

### (二) 故宮北部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率

針對曾使用過故宮北部院區 FB 了解其瀏覽或收到資訊的頻率，以「每天都會瀏覽到」及「每 3-5 天 1 次」的比率較高，分別占 22.2%及 22.1%，其次是「超過 1 個月以上 1 次」占 19.0%及「每周 1 次」占 15.7%。

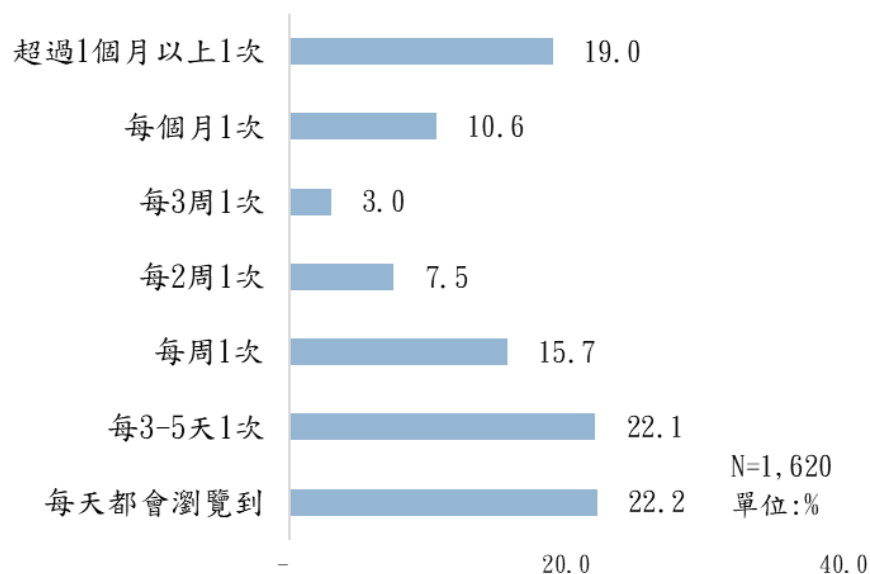


圖37. 故宮北部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率

透過交叉分析發現，得知故宮北部院 FB 瀏覽或收到資訊的頻率與基本資料均無顯著差異。(附表 27)

### (三) 故宮北部院區 FB 之資訊對了解故宮的幫助度

有高達 9 成 4(93.7%)曾使用過故宮北部院區 FB 者表示其資訊對了解故宮是有幫助的(54.1%表示非常有幫助、39.6%表示還算有幫助)，5.9%表示普通，僅有 0.5%表示沒有幫助(0.1%表示非常沒有幫助、0.4%表示有點沒有幫助)。

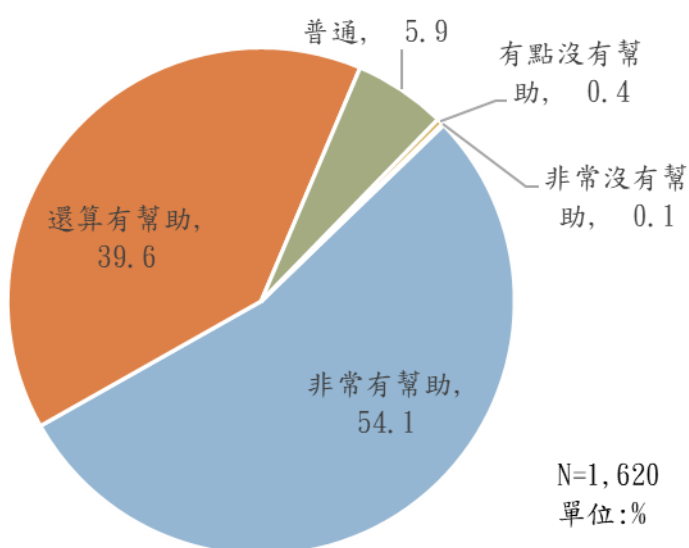


圖38. 故宮北部院區 FB 之資訊對了解故宮的幫助度

透過交叉分析發現，故宮北部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率與基本資料均無顯著差異。(附表 28)

#### (四) 對故宮北部院區 FB 的滿意度評價

針對曾使用過故宮北部院區 FB 者了解其滿意度的看法，有 91.5% 表示滿意(40.1% 表示非常滿意、51.4% 表示滿意)，8.3% 表示普通，僅有 0.2% 表示不滿意(0.1% 表示非常不滿意、0.1% 表示不滿意)。

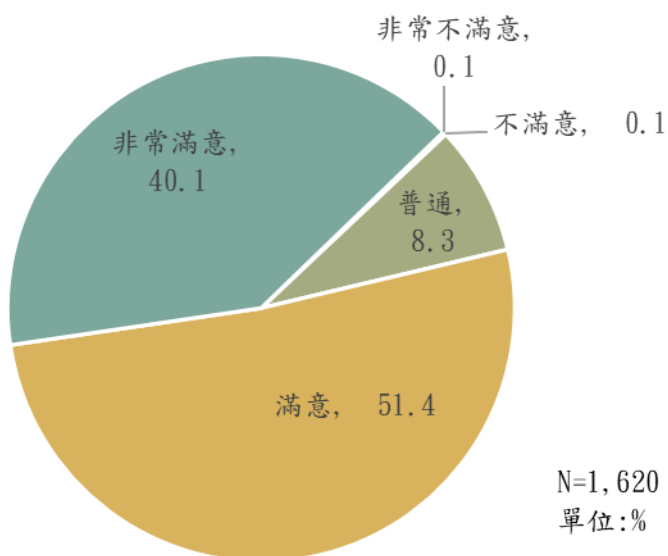


圖39. 對故宮北部院區 FB 的滿意度評價

透過交叉分析發現，對故宮北部院區 FB 的滿意度評價與基本資料均無顯著差異。(附表 29)

## (五) 對故宮北部院區 FB 的建議

彙整曾瀏覽過故宮北部院區 FB 的受訪者對故宮北部院區 FB 的建議，約有 4 成 5(45.4%)表示無意見，而另外的 5 成 5(54.6%)中，約有 2 成 5(25.2%)則給予故宮北部院區正面 FB 的肯定，其他主要的建議占比較高有「希望能舉辦活動或講座」2.9%、「增加文物介紹的頻率」2.3%、「多增加抽獎活動」1.7%、「FB 曝光率/觸及率不高」1.6%、「希望隨時可以更新最新消息」1.5%、「FB 經營方向可以更活潑一點，可吸引年輕族群」1.2%、「展覽換展時或是活動資訊比較不即時，希望能提早公布」1.1%、「希望貼文頻率可以更高一點」1.0%及「可以增加直播或線上演講的次數」1.0%，其餘建議均低於 1%。

表4. 對故宮北部院區 FB 的建議

分類	建議	樣本數 N=1,620	百分比
	無意見	736	45.4
	給予正向鼓勵	409	25.2
對 FB 內容 的建議	增加文物介紹的頻率	38	2.3
	多一些文物故事性的分享	13	0.8
	希望當前展覽訊息可以更明確的呈現及介紹	13	0.8
	希望資訊內容不要太長，寫重點就好，在 FB 上會不想看	12	0.7
	希望線上直播的影片可以存留久一點	10	0.6
	持續加強深入淺出的文物欣賞介紹	9	0.6
	希望能越來越貼近生活時事	7	0.4
	希望能多一些兒童學習的題材	6	0.4
	希望能有更多文物的美照	6	0.4
	希望每個月可以設定一個主題	6	0.4
	希望能多一些影音內容	5	0.3
	希望能有更多藝術鑑賞的小知識	4	0.2
	希望能增加圖文介紹，照片多一點才能吸引人	4	0.2
	資訊類別可更多元一些	3	0.2
	建議可多 PO 一些商品或餐飲，增加去故宮的機會購買	3	0.2
	希望在特展期間，能多發消息及 PO 文	3	0.2
	希望能提供更多博物館參觀資訊的宣導	3	0.2



分類	建議	樣本數 N=1,620	百分比
	希望能有每周一件經典名作的深入介紹	3	0.2
	希望特展的說明可以更多點，尤其是資深導覽員的解說一定要上傳，可以吸引更多人去	3	0.2
	希望可以增加館藏文物的深度解說	3	0.2
	希望線上講座能有目錄，可以更便利找到之前的演講	3	0.2
	希望能有英文說明	3	0.2
	可以 PO 一些觀眾參觀後的心得	2	0.1
	希望能有漫畫風的圖文介紹文物	2	0.1
	建議可以找名人來介紹故宮文物	2	0.1
	希望能增加一些知識性有趣的短片，老師跟學生都很需要	2	0.1
	希望活動能在 FB 上強力介紹，並非提供連結讓民眾去官網看	2	0.1
	期待北院的 FB 可以跟故宮精品一樣精彩	2	0.1
	故宮的族群很特定，希望可以增加故宮外的議題，引發大家好奇去搜尋	2	0.1
	目前很多都是資訊轉發的感覺，希望能有專題的說故事方式	2	0.1
	希望可以增加課程資訊的說明	2	0.1
	請提供高清圖檔可以下載	2	0.1
	PO 文可以加標題#	2	0.1
	可以介紹附近的景點	1	0.1
	不喜歡 FB，希望資訊還是能整合在管網上	1	0.1
	不喜歡有梗圖的方式	1	0.1
	不喜歡太多口語化的文字，應該要更正式和專業一點	1	0.1
	可以分享最新故宮月刊的內容	1	0.1
	太常 PO 訊息了	1	0.1
	希望可提供文物借展不在院內的訊息	1	0.1
	可以分享展覽幕後花絮	1	0.1
	可加強周邊交通資訊推播	1	0.1
	希望可增加日文說明	1	0.1

分類	建議	樣本數 N=1,620	百分比
	建議能有官網查詢資料的教學	1	0.1
	有些照片很暗，看不清楚	1	0.1
	希望能有一些依據各朝代年代順序的歷史文物來配合學校進行線上活動的課程	1	0.1
	希望能與學校合作，尤其是南部學校	1	0.1
	FB 上的展覽說明想確認，留言卻沒有回覆，致電去故宮也沒有人可以回答	1	0.1
	長文的排版可以加強	1	0.1
	建議可用條列式的方式讓閱讀更加方便	1	0.1
	建議可在 FB 介紹 Podcast	1	0.1
	建議可利用字體大小來凸顯貼文重點，增加易讀性	1	0.1
	不喜歡近 2 年的線上策展及宣導	1	0.1
	故宮月刊只能看到標題	1	0.1
	希望能介紹目前正在展覽中的文物，並且能提供連結到數位文物網站	1	0.1
	美感可以加強一點	1	0.1
	針對特展導覽的人數管控，希望能透過 FB 清楚即時告知	1	0.1
	除了文物或展覽的簡介外，希望能有一週篇小文章	1	0.1
	除了 PO 文外，希望能用 message 互動	1	0.1
	梗圖不好笑	1	0.1
	希望梗圖可以跟小學及中學所學有關，才能跟學生有緊密的連結	1	0.1
	南院有與插畫家及配音員合作的活動，希望北院也可以有	1	0.1
	希望可以展出未覽展過的文物分享	1	0.1
	希望可以增加書畫的資料介紹	1	0.1
	希望線上課程、演講能有專屬的 APP	1	0.1
	希望能有二次元帥哥	1	0.1
	在 FB 上搜尋一定要打上國立才能找到	1	0.1
	希望能跟 IG 的內容整合	1	0.1
	希望可以增加兒藝中心的介紹及內容	1	0.1
	希望展廳內容可以做動態的介紹	1	0.1

分類	建議	樣本數 N=1,620	百分比
	線上講座的 Youtube 連結不方便	1	0.1
	增加稀有文物的介紹	1	0.1
	希望可以增加語音導覽項目	1	0.1
	希望影片能下載轉傳，分享給好友	1	0.1
	線上講座課程 PPT 的字體太小	1	0.1
	希望講者可以活潑一些	1	0.1
	語音導覽的聲音有點催眠	1	0.1
	希望可以增加公告北部院區紀念章的公告	1	0.1
對活動的 建議	希望能舉辦活動或講座	47	2.9
	多增加抽獎活動	27	1.7
	可以增加直播或線上演講的次數	16	1
	希望可以像南院一樣，有比較多的親子活動	7	0.4
	希望能有每日一文物的活動	7	0.4
	線上講座的音量不夠清晰	6	0.4
	希望線上直播講座可以舉辦在假日	3	0.2
	未來希望可比照疫情期間，持續有線上課程	2	0.1
	希望活動分類能清楚一點	2	0.1
	講座時間通常較長，不太能開著臉書一直聽，希望也能在 podcast 建立一個單元，同步一起播放	2	0.1
	活動報名網站可從 FB 直接連結	2	0.1
	透過手機報名活動，系統不易接受，希望能區分電腦版和手機版	1	0.1
	有些活動貼文搞不清楚是什麼活動	1	0.1
	希望能有活動推播通知	1	0.1
	希望能增加青少年的課程	1	0.1
	希望針對特展推出互動活動	1	0.1
	希望直播的英文講座，可以有字幕	1	0.1
	期待有 18 歲以上的密室逃脫活動	1	0.1
	課程和活動很難搜尋	1	0.1
	希望講座或課程有晚上的場次	1	0.1
資訊即時 更新的建	希望隨時可以更新最新消息	24	1.5
	展覽換展時或是活動資訊比較不即時，希望能提早	18	1.1

分類	建議	樣本數 N=1,620	百分比
議	公布		
	對於重要活動可以偶爾重複幾次 P0 文，才不會容易被洗版都看不到	2	0.1
	建議一周可以發 3 次限動	1	0.1
	提早預報活動的時間，對於中南部的民眾很有幫助	1	0.1
對行銷宣傳的建議	FB 曝光率/觸及率不高	26	1.6
	希望貼文頻率可以更高一點	17	1
	FB 粉絲頁很難用關鍵字搜尋	2	0.1
	能多多推廣	1	0.1
對經營方向的建議	FB 經營方向可以更活潑一點，可吸引年輕族群	19	1.2
	可以像南院的粉絲頁一樣，多一點互動	15	0.9
	不夠親民，沒互動	1	0.1

## 七、故宮北部院區 IG 的使用行為及滿意度

### (一) 得知故宮北部院區 IG 的管道

針對曾使用過故宮北部院區 IG 了解其得知管道，以「從 FB 或 IG 上得知」的比率最高，占 65.2%，其次是「瀏覽官網時看到」占 20.6%，其餘的管道均未達 1 成。得知故宮北部院區 FB 與 IG 的管道來源均相同，皆以從 FB 或 IG 上得知及瀏覽官網時看到為主。

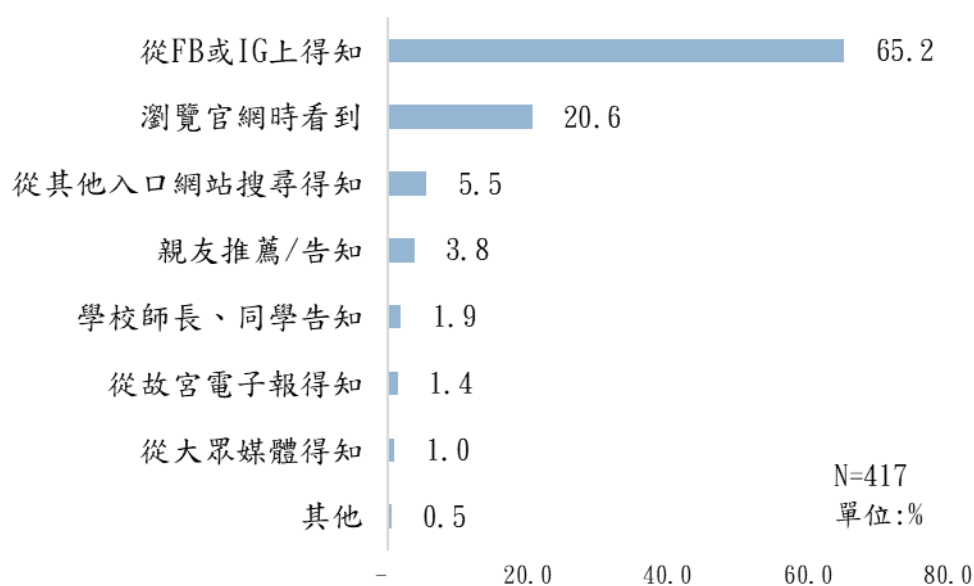


圖40. 得知故宮北部院區 IG 的管道

透過交叉分析發現，得知故宮北部院 IG 的管道與基本資料均無顯著差異。(附表 30)

### (二) 故宮北部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率

針對曾使用過故宮北部院區 IG 了解其瀏覽或收到資訊的頻率，以「每天都會瀏覽到」占 26.1%的比率最高，其次是「每 3-5 天 1 次」占 18.5%、「超過 1 個月以上 1 次」占 18.0%及「每周 1 次」占 17.3%。

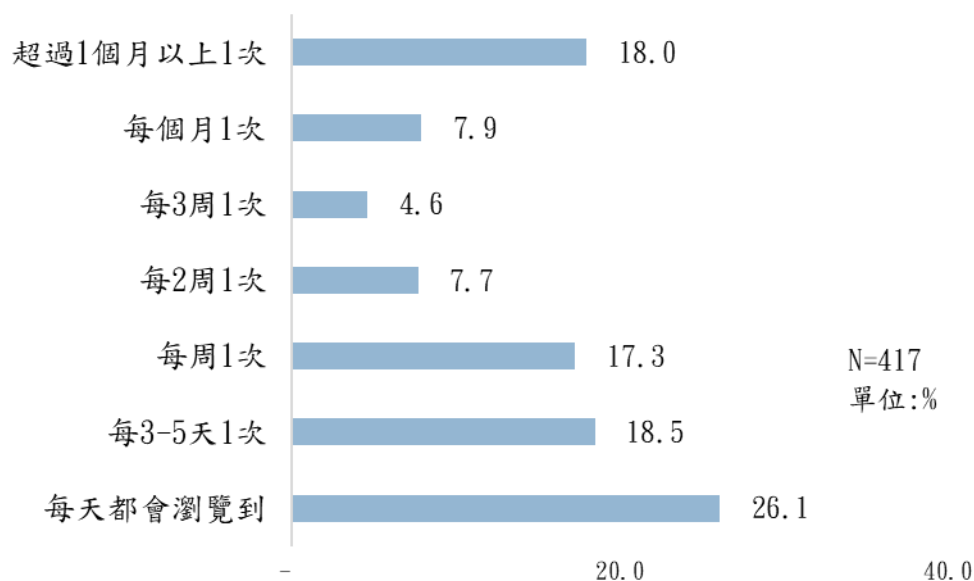


圖41. 故宮北部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率

透過交叉分析發現，得知故宮北部院 IG 瀏覽或收到資訊的頻率與基本資料均無顯著差異。(附表 31)

### (三) 故宮北部院區 IG 之資訊對了解故宮的幫助度

約 8 成 5(84.7%)曾使用過故宮北部院區 IG 者表示其資訊對了解故宮是有幫助的(45.1%表示非常有幫助、39.6%表示還算有幫助)，14.4%表示普通，僅有 0.9%表示沒有幫助(0.2%表示非常沒有幫助、0.7%表示有點沒有幫助)。與故宮北部院區 FB 的幫助度相比，略低於 FB 有 9 個百分點。

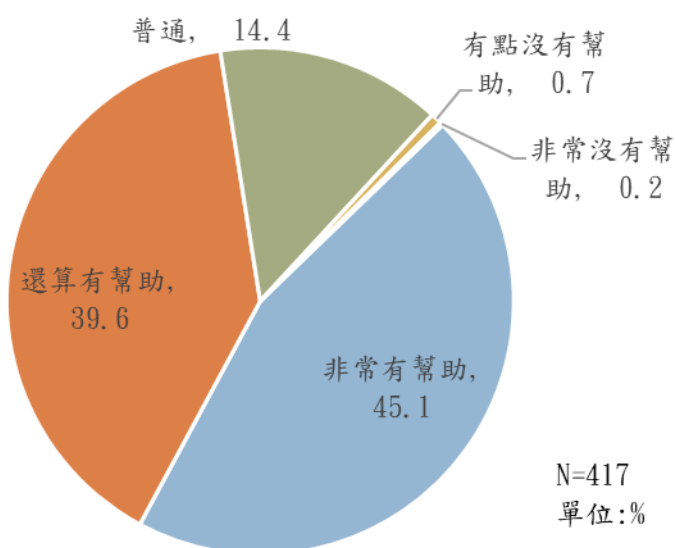


圖42. 故宮北部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率

透過交叉分析發現，故宮北部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率與基本資料均無顯著差異。(附表 31)

#### (四) 對故宮北部院區 IG 的滿意度評價

針對曾使用過故宮北部院區 IG 者了解其滿意度的看法，有 83.0% 表示滿意(38.6% 表示非常滿意、44.4% 表示滿意)，16.5% 表示普通，僅有 0.5% 表示不滿意(無任何表示非常不滿意、0.5% 表示不滿意)。

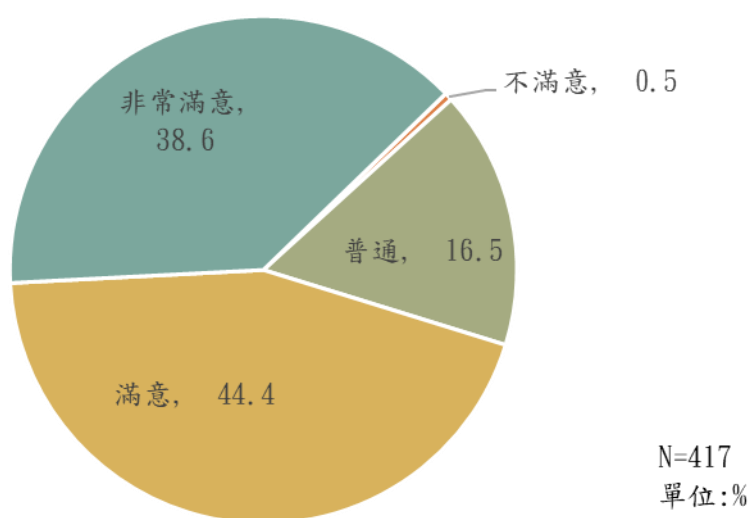


圖43. 對故宮北部院區 IG 的滿意度評價

透過交叉分析發現，對故宮北部院區 IG 的滿意度評價與基本資料均無顯著差異。(附表 33)

## (五) 對故宮北部院區 IG 的建議

彙整曾瀏覽過故宮北部院區 IG 的受訪者對故宮北部院區 IG 的建議，約有 4 成 8(47.5%)表示無意見，而另外的 5 成 3(52.5%)中，約有 2 成 2(22.3%)則給予故宮北部院區 IG 正面的肯定，其他主要的建議占比較高有「增加發文的頻率」2.6%、「增加限動頻率」2.6%、「持續提供精彩的照片」1.9%、「希望可以介紹更多的文物」1.7%、「希望能即時更新訊息」1.4%、「IG 內文無法直接點選網頁連結，很不方便」1.2%、「希望可以提供更多近期或未來展覽的資訊」1.2%、「感覺沒有南院活躍」1.2%、「希望增加提供活動的資訊」1.2%、「能呈現一些文物小故事」1.0%、「希望文物介紹可更深入些」1.0%、「希望內容可以豐富些」1.0%、「整體可在活潑一點，能吸引更多年輕人關注」1.0%及「希望能有可即時互動的小編」1.0%，其餘建議均低於 1%。

表5. 對故宮北部院區 IG 的建議

分類	建議	樣本數 N=417	百分比
	無意見	198	47.5
	給予正向鼓勵	93	22.3
對 IG 內容 的建議	持續提供精彩的照片	8	1.9
	希望可以介紹更多的文物	7	1.7
	IG 內文無法直接點選網頁連結，很不方便	5	1.2
	希望可以提供更多近期或未來展覽的資訊	5	1.2
	感覺沒有南院活躍	5	1.2
	希望增加提供活動的資訊	5	1.2
	能呈現一些文物小故事	4	1
	資訊不比其他平台充足，也沒有特殊亮點，感覺可有可無	3	0.7
	內容資訊量較少	3	0.7
	希望能有幕後工作的一日限動，感覺更貼近民眾	2	0.5
	目前呈現的內容有點凌亂	2	0.5
	經典文物希望能每天上一件	2	0.5
	感覺偏娛樂，以圖像為主	2	0.5
	希望能和 FB 的內容有所區別，不然感覺看了 2 次	2	0.5
	建議可以跟 FB 的內容整合	2	0.5
	整體版面不好看，建議可參考國際一流博物館的	2	0.5



分類	建議	樣本數 N=417	百分比
	經營方式及呈現		
	希望能多放一些資料照片及註解	2	0.5
	希望能用短片的方式，快速介紹文物精選	1	0.2
	希望能多一些文物懶人包	1	0.2
	希望能多一些文物修復的過程	1	0.2
	希望能多些知識性的文章	1	0.2
	希望能有一些文物小知識	1	0.2
	希望能針對展品的大小做說明，看照片很難有感覺	1	0.2
	希望能結合時事可吸引更多人	1	0.2
	增加很少展出的文物	1	0.2
	可以多一些文物與現代的連結關聯性	1	0.2
	常常會分不出來展覽或活動是北院還是南院，希望能標註清楚	1	0.2
	有時資訊內文太長	1	0.2
	希望能用動畫的方式介紹文物	1	0.2
	可增加英文說明	1	0.2
	能多使用#來發文	1	0.2
	能公布文物借展出去的資訊	1	0.2
	希望可以介紹展廳的規劃	1	0.2
	希望排版的色系可一致一點	1	0.2
	多增加梗圖，符合年輕人的喜愛	1	0.2
	視覺設計有點廉價感	1	0.2
	希望能放大圖片的細節，瀏覽更清楚	1	0.2
	希望能提供下載高清圖片	1	0.2
	希望文物介紹可更深入些	4	1
	希望內容可以豐富些	4	1
對行銷宣傳 的建議	增加發文的頻率	11	2.6
	增加限動頻率	11	2.6
	曝光率/觸及率不高	2	0.5
對經營方向 的建議	希望能有可即時互動的小編	4	1
	整體可增加趣味性	3	0.7

分類	建議	樣本數 N=417	百分比
	能更親民大眾化些	1	0.2
	整體可在活潑一點，能吸引更多年輕人關注	4	1
資訊即時更新的建議	希望能即時更新訊息	6	1.4
對活動的建議	可以多舉辦抽獎活動	2	0.5

## 八、故宮南部院區 FB 的使用行為及滿意度

### (一) 得知故宮南部院區 FB 的管道

針對曾使用過故宮南部院區 FB 了解其得知管道，以「從 FB 或 IG 上得知」的比率最高，占 56.8%，其次是「瀏覽官網時看到」占 22.4%，其餘的管道均未達 1 成。

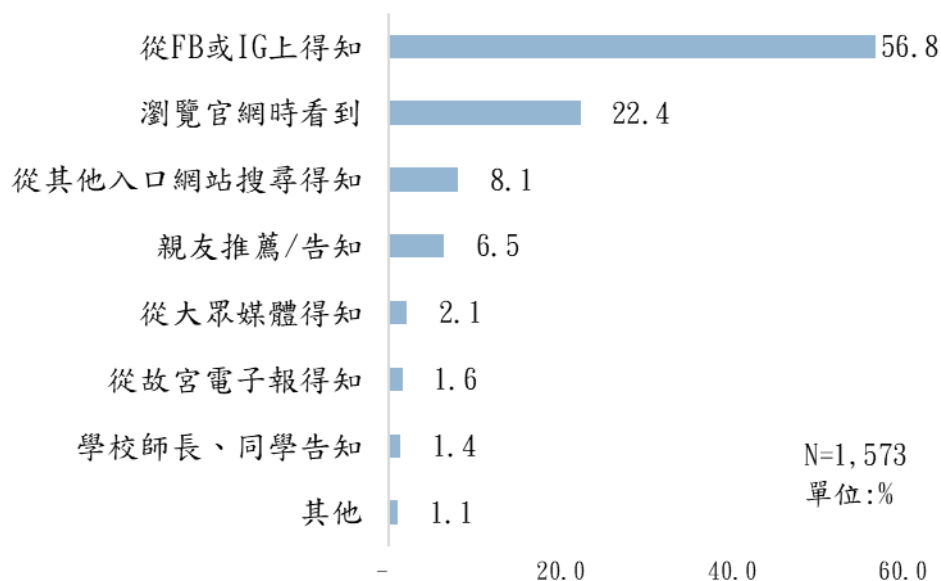


圖44. 得知故宮南部院區 FB 的管道

透過交叉分析發現，得知故宮南部院 FB 的管道於育有 18 歲以下的孩子有顯著差異。（附表 34）

- 育有 18 歲以下孩子：家中沒有 18 歲以下孩子從 FB 或 IG 上得知的比率高於育有 18 歲以下孩子，分別占 58.4% 及 54.1%。

### (二) 故宮南部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率

針對曾使用過故宮南部院區 FB 了解其瀏覽或收到資訊的頻率，以「每 3-5 天 1 次」占 22.2% 的比率較高，其次是「每天都會瀏覽到」及「超過 1 個月以上 1 次」，分別各占 20.7% 及 19.1%。

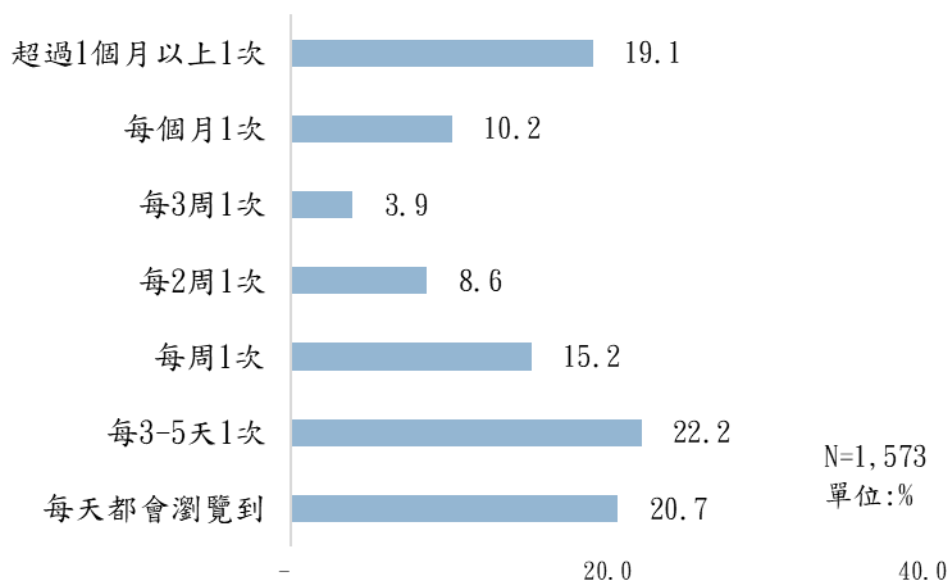


圖45. 故宮南部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率

透過交叉分析發現，得知故宮南部院 FB 瀏覽或收到資訊的頻率於教育程度有顯著差異。（附表 35）

- 教育程度：每 3-5 天瀏覽 1 次以高中職的比率較高，占 23.1%，國中及以下則最低，占 16.3%。

### （三） 故宮南部院區 FB 之資訊對了解故宮的幫助度

有高達九成四(93.6%)曾使用過故宮南部院區 FB 者表示其資訊對了解故宮是有幫助的(53.2%表示非常有幫助、40.4%表示還算有幫助)，6.0%表示普通，僅有 0.4%表示沒有幫助(0.3%表示非常沒有幫助、0.1%表示有點沒有幫助)。

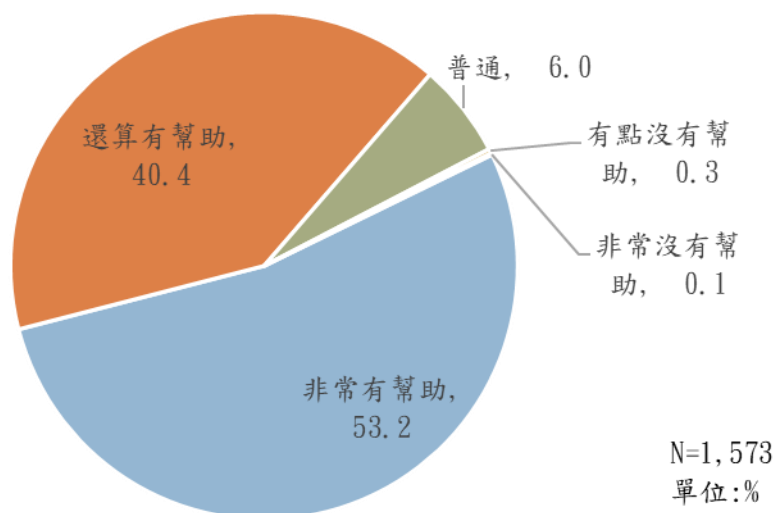


圖46. 故宮南部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率

透過交叉分析發現，故宮南部院區 FB 瀏覽或收到資訊的頻率與基本資料均無顯著差異。(附表 36)

#### (四) 對故宮南部院區 FB 的滿意度評價

針對曾使用過故宮南部院區 FB 者了解其滿意度的看法，有 90.9% 表示滿意(42.7% 表示非常滿意、48.2% 表示滿意)，9.1% 表示普通，僅有 0.1% 表示不滿意(0.1% 表示非常不滿意、無任何表示不滿意)。

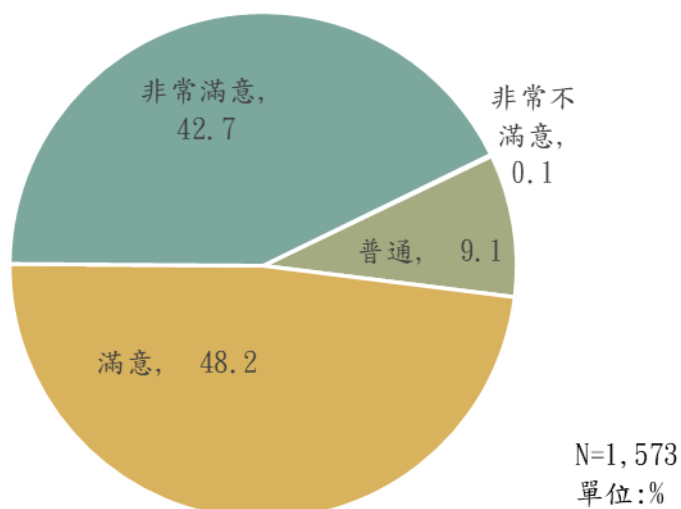


圖47. 對故宮南部院區 FB 的滿意度評價

透過交叉分析發現，對故宮南部院區 FB 的滿意度評價與基本資料均無顯著差異。(附表 37)

#### (五) 對故宮南部院區 FB 的建議

彙整曾瀏覽過故宮南部院區 FB 的受訪者對故宮南部院區 FB 的建議，約有 5 成 1(50.5%)表示無意見，而另外的 5 成(49.5%)中，約有 2 成 4(23.8%)則給予故宮南部院區 FB 正面的肯定，其他主要的建議占比較高有「多舉辦活動及課程」3.1%、「多舉辦抽獎活動」2.1%、「持續增加介紹文物」1.8%、「FB 曝光率/觸及率不高」1.7%、「增加發文的頻率」1.4%、「看到活動的資訊預告都是好幾天後了，希望能即時更新活動及展覽資訊」1.2%、「希望可以增加活動或課程內容的資訊」1.1%及「希望可以增加親子課程及活動」1.1%，其餘建議均低於 1%。

表6. 對故宮南部院區 FB 的建議

分類	建議	樣本數 N=1,573	百分比
	無意見	794	50.5
	給予正向鼓勵	375	23.8
對 FB 內容 的建議	持續增加介紹文物	28	1.8
	希望可以增加活動或課程內容的資訊	18	1.1
	能有更多元的資訊	12	0.8
	講座的音量太小聲，不夠清晰	10	0.6
	希望文物的介紹資料可更深入	8	0.5
	希望能增加文物小故事	7	0.4
	希望直播影片可以留存久一點	5	0.3
	有些資訊字數太多	4	0.3
	建議能結合附近的景點一起介紹，可以吸引北部民眾到南院參觀	4	0.3
	希望能有展覽重點的影片	3	0.2
	希望能用深入淺出的方式介紹文物	3	0.2
	希望能增加文物介紹的影片	3	0.2
	多數是活動資訊，很少看到展覽的項目及資訊	3	0.2
	希望能多增加一些圖片	3	0.2
	增加文創商品的訊息	3	0.2
	希望能增加文物短篇文章介紹	2	0.1

分類	建議	樣本數 N=1,573	百分比
	希望能有針對南院的主題、建築設計、展覽及營運方向作介紹	2	0.1
	可以增加活動的照片	2	0.1
	希望可以增加館藏文物的科普知識	2	0.1
	希望影片可以增加英文標題	2	0.1
	交通指引可以更清楚或推播交通資訊	2	0.1
	線上影片的畫質要好一點，不要拍得很模糊，或是需要畫面翻轉	2	0.1
	資訊正確性需要加強	2	0.1
	多一些幼兒的專區平台	2	0.1
	近期有許多異業合作，可以吸引到不同族群	2	0.1
	最近和臺灣吧合作的南宮學院很吸引人，希望能持續下去這個活動，讓更多角色出現	2	0.1
	希望兒童的活動內容可更豐富一些	2	0.1
	建議可提供高清圖檔供下載	2	0.1
	希望能分享最新的文物期刊內容	1	0.1
	希望能有展覽幕後花絮	1	0.1
	希望可增加東亞文化的內容	1	0.1
	希望可增加文物 3D 模型的連結	1	0.1
	希望可增加照歷史順序的文物和學校課程結合	1	0.1
	希望可以多增加玉器的資訊	1	0.1
	希望能增加觀眾的反饋	1	0.1
	希望能像前兩年泥土的座標那種有趣方式的介紹文物	1	0.1
	建議還是以文物為核心	1	0.1
	有些排版的文字很擁擠	1	0.1
	希望有些文章不要用太多詼諧開玩笑的方式幫文物做旁白	1	0.1
	南北院會有交叉重複的資訊，建議不用特別分開	1	0.1
	要看的資訊常被淹沒	1	0.1
	限動的圖希望能大一點	1	0.1
	最近在推廣的卡漫部分資訊太過頻繁，有點疲勞	1	0.1
	希望能跟北院多一點區隔	1	0.1
	Messenger 回覆能有效率些	1	0.1
	多增加一些故宮文物的動畫	1	0.1

分類	建議	樣本數 N=1,573	百分比
	多一些目前當期展覽的資訊	1	0.1
	建議可與國中小的課程連結	1	0.1
	希望能有優惠票價的折扣	1	0.1
	希望可以賣 RODY 跳跳馬	1	0.1
	希望能增加不同博物館的資訊	1	0.1
	可以增加日文說明	1	0.1
	線上深度導覽突破實體導覽的時間和人數限制，期待有更多影片的產生	1	0.1
	希望後疫情時代，也能繼續維持線上講座，方便也安全	1	0.1
	建議可採圖文同時介紹的方式，比較有記憶點	1	0.1
	建議可以增加國定假日開放的訊息	1	0.1
	希望能有漫畫風的方式來介紹文物	1	0.1
	希望能增加線上展覽，就不用特別南下參觀	1	0.1
	希望影片能有字幕	1	0.1
	可找名人來介紹南院的文物	1	0.1
	希望多增加梗圖	1	0.1
	希望可以越來越多次文化或時事的表現	1	0.1
	希望能有二次元帥哥	1	0.1
對活動的 建議	多舉辦活動及課程	48	3.1
	多舉辦抽獎活動	33	2.1
	希望可以增加親子課程及活動	17	1.1
	希望可以增加當月的活動訊息	11	0.7
	希望能多一點互動的活動	9	0.6
	希望有更多的直播講座	8	0.5
	希望能有現場活動的直播，讓無法參加的人可以線上觀賞或回顧瀏覽	6	0.4
	希望活動可以提早宣傳	5	0.3
	希望能提供每日一文物的活動	1	0.1
	下午茶的活動影片拍攝建議可以清楚一點	1	0.1
	線上講座跟特展的影片，不容易搜尋到	1	0.1
	直播時的網路很卡，設備需要改善	1	0.1
	很多活動感覺是為了辦而辦的活動，希望能以故宮的主體性來規劃及宣傳	1	0.1
	活動的標題都不明顯	1	0.1



分類	建議	樣本數 N=1,573	百分比
	學長活動一直 FB 跳轉 IG，雖然活動很驚艷，但是跳來跳去的如果沒有裝程式的很麻煩	1	0.1
	希望能把當月的活動置頂	1	0.1
	希望可以 PO 出活動報名成功的名單	1	0.1
	兒創的活動可以多推播一點	1	0.1
	南院與插畫家和配音員合作，希望現場能有更多互動活動	1	0.1
對行銷宣傳的建議	FB 曝光率/觸及率不高	26	1.7
	增加發文的頻率	22	1.4
	建議可分為上半年及下半年，在開展前 2-3 個月就在 FB 上開始宣傳	2	0.1
	可以增加在其他入口網站的曝光量	2	0.1
	可以多發限動	1	0.1
	建議可以跟台灣吧合作，擴大觸及	1	0.1
對經營方向的建議	展覽或活動文宣的介紹可活潑一點，不要太制式	8	0.5
	可以更生活化更親民的方式	6	0.4
	希望能多一點互動的留言	5	0.3
	整體不夠生動活潑，不太吸引人	3	0.2
	可以比照北院的 FB 內容較有趣	1	0.1
資訊即時更新的建議	看到活動的資訊預告都是好幾天後了，希望能即時更新活動及展覽資訊	19	1.2
其他	線上抽獎活動需求公平性，9 月 22 日的填字遊戲中有重複中獎 4 次的姓名	1	0.1

## 九、故宮南部院區 IG 的使用行為及滿意度

### (一) 得知故宮南部院區 IG 的管道

針對曾使用過故宮南部院區 IG 了解其得知管道，以「從 FB 或 IG 上得知」的比率最高，占 67.8%，其次是「瀏覽官網時看到」占 16.5%，其餘的管道均未達 1 成。得知故宮南部院區 FB 與 IG 的管道來源均相同，皆以從 FB 或 IG 上得知及瀏覽官網時看到為主。

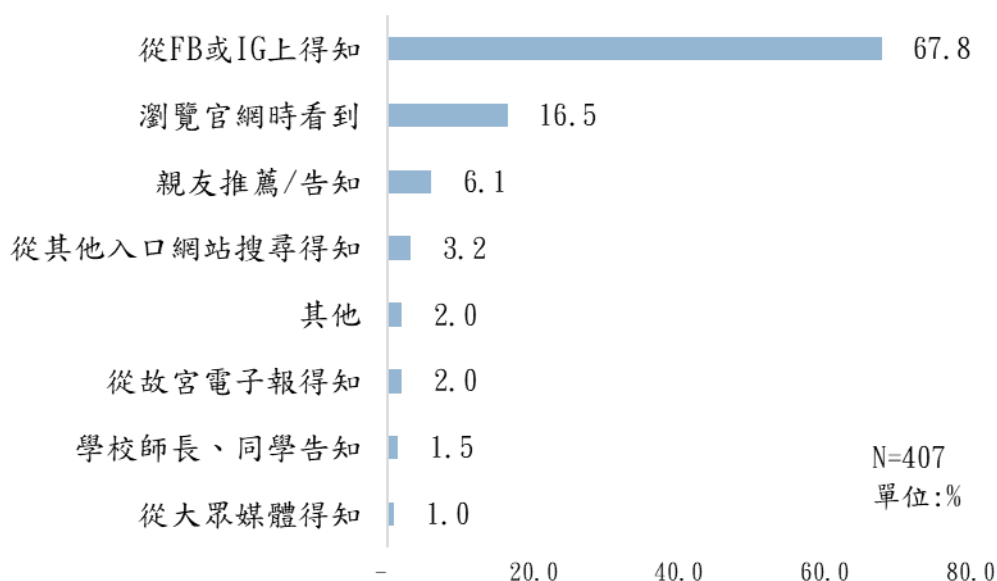


圖48. 得知故宮南部院區 IG 的管道

透過交叉分析發現，得知故宮南部院 IG 的管道於育有 18 以下的孩子有顯著差異，但有超過 20% 的細格期望值小於 5，數據僅供參考。(附表 38)

- 育有 18 歲以下的孩子：透過 FB 或 IG 上得知以沒有 18 歲以下孩子的比率高於育有 18 歲以下的孩子，分別占 71.5% 及。

### (二) 故宮南部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率

針對曾使用過故宮南部院區 IG 了解其瀏覽或收到資訊的頻率，以「每天都會瀏覽到」占 32.7% 的比率最高，其次是「每 3-5 天 1 次」占 17.2%、「超過 1 個月以上 1 次」占 16.2% 及「每周 1 次」占 13.8%。

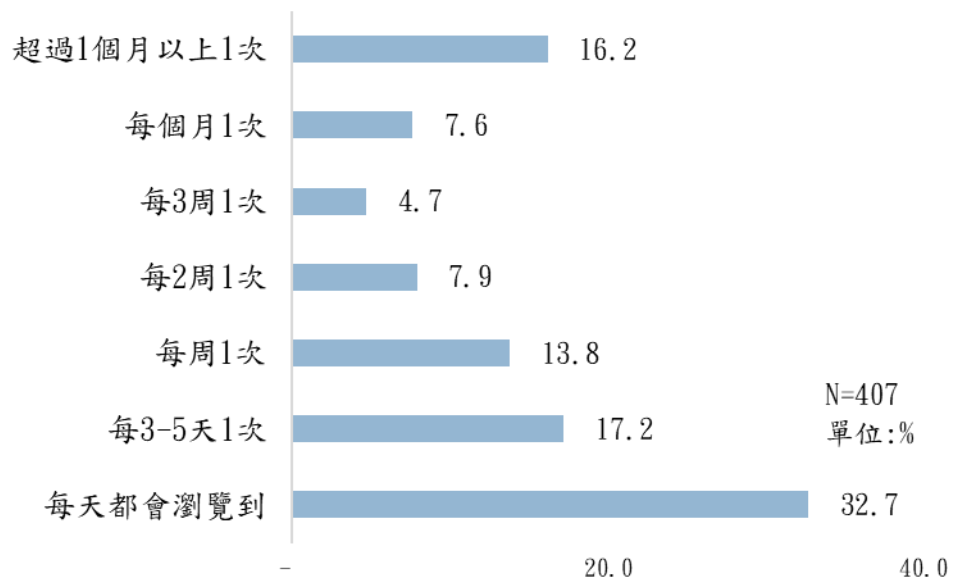


圖49. 故宮南部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率

透過交叉分析發現，得知故宮南部院 IG 瀏覽或收到資訊的頻率與基本資料均無顯著差異。(附表 39)

### (三) 故宮南部院區 IG 之資訊對了解故宮的幫助度

約 8 成 8(88.0%)曾使用過故宮南部院區 IG 者表示其資訊對了解故宮是有幫助的(51.4%表示非常有幫助、36.6%表示還算有幫助)，10.6%表示普通，有 1.5%表示沒有幫助(無任何表示非常沒有幫助、1.5%表示有點沒有幫助)。與故宮南部院區 FB 的幫助度相比，略低於 FB 有 5.6 個百分點。

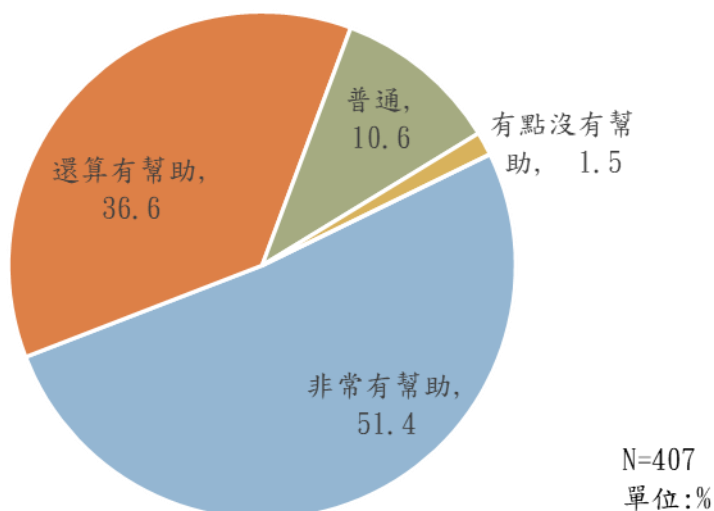


圖50. 故宮南部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率

透過交叉分析發現，故宮南部院區 IG 瀏覽或收到資訊的頻率與基本資料均無顯著差異。(附表 40)

#### (四) 對故宮南部院區 IG 的滿意度評價

針對曾使用過故宮南部院區 IG 者了解其滿意度的看法，有 88.9% 表示滿意(44.7% 表示非常滿意、44.2% 表示滿意)，10.8% 表示普通，僅有 0.2% 表示不滿意(無任何表示非常不滿意、0.2% 表示不滿意)。

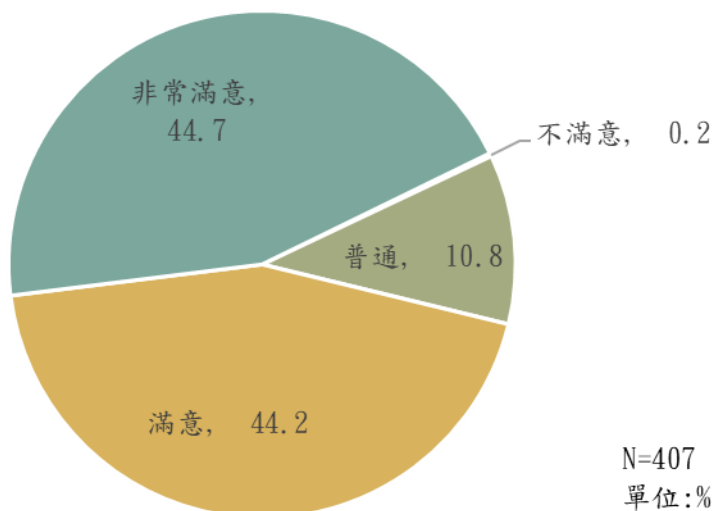


圖51. 對故宮南部院區 IG 的滿意度評價

透過交叉分析發現，對故宮北部院區 IG 的滿意度評價與基本資料均無顯著差異。(附表 41)

#### (五) 對故宮南部院區 IG 的建議

彙整曾瀏覽過故宮南部院區 IG 的受訪者對故宮南部院區 IG 的建議，約有 4 成 9(49.1%) 表示無意見，而另外的 5 成 1(50.9%) 中，約有 2 成 8(28.3%) 則給予故宮南部院區 IG 正面的肯定，其他主要的建議占比較高有「增加發文跟曝光度」2.5%、「希望能持續提供精彩的文物照片」1.5%、「多舉辦活動」1.2%、「希望活動資訊能即時更新」1.2%、「能多宣傳目前的當期展覽資訊」1.2% 及「提供的資訊較少」1.0%，其餘建議均低於 1%。

表7. 對故宮南部院區 IG 的建議

分類	建議	樣本數 N=407	百分比
	無意見	200	49.1
	給予正向鼓勵	115	28.3
對 IG 的內容建議	希望能持續提供精彩的文物照片	6	1.5
	提供的資訊較少	4	1
	希望文物的介紹資料可更深入	3	0.7
	持續增加介紹文物	3	0.7
	希望能增加文物小故事	2	0.5
	希望能增加文物介紹的影片	2	0.5
	希望能與 FB 有一點區別	2	0.5
	希望能多發一些南院的美景，吸引人去參觀	2	0.5
	增加限動的問答	2	0.5
	能多用圖文方式，吸引人關注	1	0.2
	希望能有展覽幕後花絮	1	0.2
	希望能每天更新一個文物的照片	1	0.2
	希望能有淺顯易懂的方式解釋文物	1	0.2
	希望可以增加館藏文物的科普知識	1	0.2
	希望能用活潑的限動來介紹文物	1	0.2
	希望能增加特展的介紹	1	0.2
	希望影片可以增加英文標題	1	0.2
	文字介紹內容太豐富了，建議點到即可，若需要深入了解可附官網連結	1	0.2
	IG 貼文不能截圖，希望能多一些圖片在限動，可直接截圖變成手機桌布	1	0.2
	希望 IG 的連結不要一直跳出 IG 連到 FB 的 Messenger	1	0.2
	IG 的設計是不能直接連結網址，建議有連結的網址都放在簡介，方便直接點選	1	0.2
	建議用詞應該更精準，避免使用浮誇的用詞	1	0.2
	除了被看見，應該要思考如何被需要	1	0.2
	發文太過頻繁	1	0.2
	建議可提供高清图檔供下載	1	0.2
	迷因圖很吸粉，能增加與粉絲的互動	1	0.2
	希望之後精選限動有學長姐桌布專區	1	0.2

分類	建議	樣本數 N=407	百分比
對行銷宣傳的建議	增加發文跟曝光度	10	2.5
	能多宣傳目前的當期展覽資訊	5	1.2
	IG 的發文頻率較 FG 少	3	0.7
	多推廣 IG 這個平台	2	0.5
	希望能多發限動	2	0.5
	希望能多宣傳官網	1	0.2
資訊即時更新的建議	希望活動資訊能即時更新	5	1.2
	希望能增加活動預告的訊息	3	0.7
	希望能跟 FB 的訊息同步	2	0.5
	希望能天天更新	2	0.5
對活動的建議	多舉辦活動	5	1.2
	多舉辦抽獎活動	3	0.7
	可以多推廣親子活動	1	0.2
對經營方向的建議	多增加互動	3	0.7
	IG 的使用族群比 FB 年輕，希望內容也能年輕一點	2	0.5
	增加趣味性	2	0.5

## 十、對故宮整體各項數位資源之評價

### (一) 各項數位資源對認識故宮及典藏的文物之幫助度

高達9成5(95.4%)的全體受訪者表示故宮各項數位資源對了解故宮及典藏的文物是有幫助的(56.9%表示非常有幫助、38.5%表示還算有幫助)，4.3%表示普通，僅有0.3%表示沒有幫助(0.1%表示非常沒有幫助、0.2%表示有點沒有幫助)。

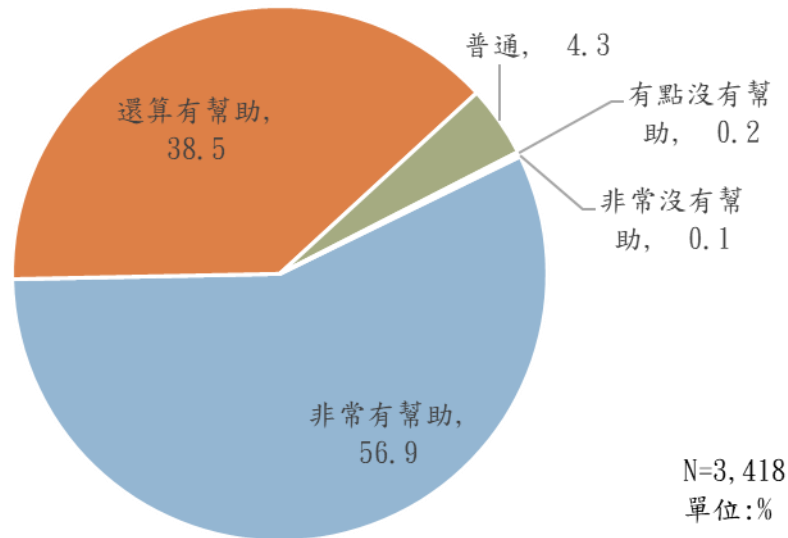


圖52. 各項數位資源對認識故宮及典藏的文物之幫助度

透過交叉分析發現，對各項數位資源對認識故宮及典藏的文物之幫助度與基本資料均無顯著差異。(附表 42)

### (二) 各項數位資源對吸引親自造訪故宮之幫助度

高達9成4(93.8%)的全體受訪者表示故宮各項數位資源對吸引親自造訪故宮是有幫助的(55.2%表示非常有幫助、38.6%表示還算有幫助)，5.6%表示普通，僅有0.7%表示沒有幫助(0.1%表示非常沒有幫助、0.6%表示有點沒有幫助)。

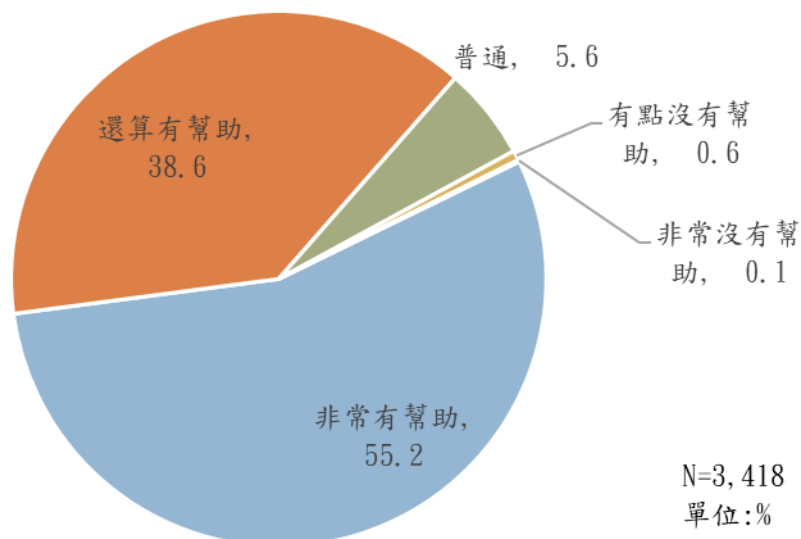


圖53. 各項數位資源對吸引親自造訪故宮之幫助度

透過交叉分析發現，對各項數位資源對吸引親自造訪故宮之幫助度與基本資料均無顯著差異。(附表 43)

### (三) 整體數位資源之滿意度

高達 9 成 3(92.5%)的全體受訪者表示對故宮整體數位資源感到滿意(41.7%表示非常滿意、50.8%表示滿意)，7.4%表示普通，僅有 0.2%表示不滿意(無任何表示非常不滿意、0.2%表示不滿意)。

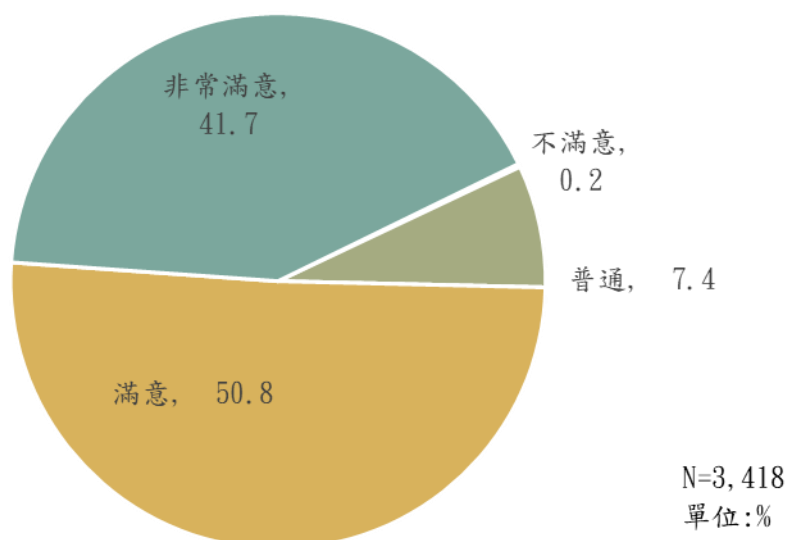


圖54. 整體數位資源之滿意度



透過交叉分析發現，對整體數位資源之滿意度與基本資料均無顯著差異。(附表 44)

#### (四) 期待數位資源可增加的项目

全體受訪者對故宮數位資源期待可增加的项目以「線上虛擬展覽」及「線上導覽」的比率較高，分別占 55.1%及 54.4%，其次依序為「知識文章」占 45.9、「線上課程」占 42.4%、「互動遊戲」占 36.2%及「多媒體專區」占 30.7%。

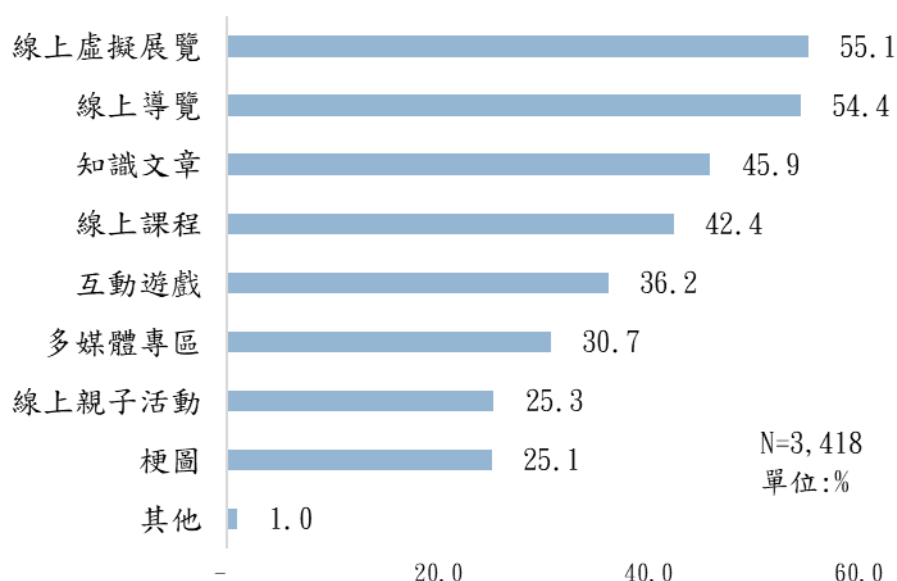


圖55. 期待數位資源可增加的项目

進一步針對期待數位資源可增加项目比率較高的前三項瞭解其受訪者特徵：

1. 線上虛擬展覽：以 15-24 歲、居住在中部地區、未婚、沒有 18 歲以下的孩子、學生的比率較高。
2. 線上導覽：以 54 歲及以上、研究所及以上教育程度、居住中部地區、沒有 18 歲以下的孩子、旅遊從業人員的比率較高。
3. 知識文章：以 15-24 歲、研究所及以上教育程度、東部及離島地區、未婚、沒有 18 歲以下孩子、學生的比率較高。

## 十一、參觀故宮及藝文活動的頻率

### (一) 最近一次到訪故宮北部院區的期間

整體而言，全體受訪者最近一次到訪故宮北部院區的期間以「6 個月內」的比率最高，占 26.2%，其次是「超過 36 個月以上」占 21.9%，再其次則是「6-12 個月間」占 14.4% 及「12-18 個月間」占 10.0%，而當中有 8.4% 表示從未到訪過故宮北部院區，換言之，約有九成二(91.6%)則是曾訪過。

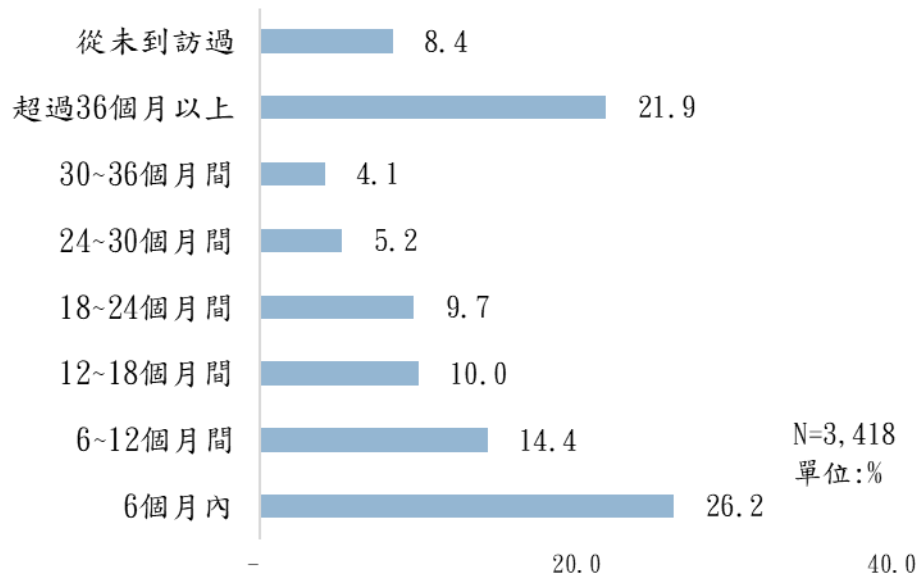


圖56. 最近一次到訪故宮北部院區的期間

透過交叉分析發現，最近一次到訪故宮北部院區於年齡、教育程度、居住地區、婚姻狀況、育有 18 以下的孩子、從事行業有顯著差異。(附表 46)

- 年齡：最近 6 個月內曾到訪過故宮北部院區以 54 歲及以上的比率較高，65 歲及以上占 41.4%、54-64 歲占 40.7%，而 15-24 歲的比率最低，占 21.9%。此外，從未到訪過則以未滿 15 歲的比例最高，占 38.9%。
- 教育程度：最近 6 個月內曾到訪過故宮北部院區以研究所以上程度者的比率較高，占 31.0%，而高中職程度者較低，占 18.0%。此外，從未到訪過以教育程度越高比率越低，從國中及以下的 32.9% 降到研究所及以上的 3.6%。
- 居住地區：最近 6 個月內曾到訪過故宮北部院區以雙北地區的比率較高，占 43.6%，而嘉義縣市及其他南部地區則較低，分別占 10.1% 及 10.2%，可能是受到所在地理位置的影響。此外，從未到訪過以嘉義縣

市的比率較高，占 17.9%。

- 婚姻狀況：最近 6 個月內曾到訪過故宮北部院區未婚和已婚的差異大大，各占 25.8%及 26.2%。此外，從未到訪過則以未婚的比率高於已婚者，分別占 10.1%及 6.6%。
- 育有 18 歲以下的孩子：最近 6 個月內曾到訪過故宮北部院區以沒有 18 歲以下孩子的比率略高於育有 18 歲以下的孩子，分別占 27.3%及 24.2%。
- 從事行業：最近 6 個月內曾到訪過故宮北部院區以藝術文化從業人員的比率最高，占 40.0%，而從事工業者較低，占 19.1%。此外，從未到訪過以學生的比率最高，占 18.9%。

## （二） 最近一次到訪故宮南部院區的期間

整體而言，全體受訪者最近一次到訪故宮南部院區的期間以「從未到訪過」的比率最高，占 32.5%，其次是「6 個月內」占 26.2%，再其次則是「6-12 個月間」占 11.9%，顯示約有六成八(67.5%)是曾經到訪過。

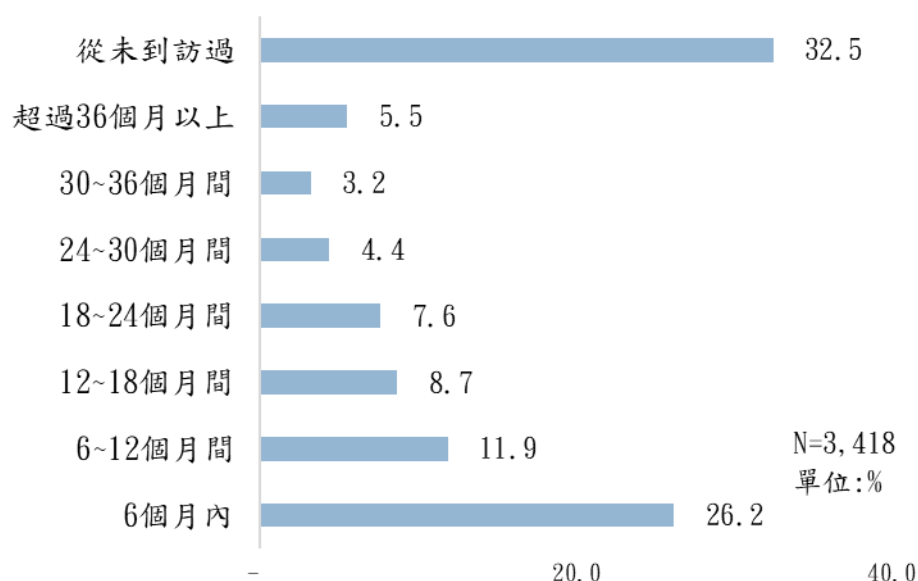


圖57. 最近一次到訪故宮南部院區的期間

透過交叉分析發現，最近一次到訪故宮南部院區於年齡、居住地區、婚姻狀況、育有 18 以下的孩子、從事行業有顯著差異。（附表 47）

- 年齡：最近 6 個月內曾到訪過故宮北部院區以未滿 15 歲的比率較高，占 40.7%，而 54-64 歲的比率最低，占 18.9%。此外，從未到訪過則以 15-24 歲的比例最高，占 41.2%。

- 居住地區：最近 6 個月內曾到訪過故宮南部院區以嘉義縣市的比率最高，占 71.8%，而東部及離島地區與雙北地區則較低，分別占 10.0% 及 11.9%，同樣可能是受到所在地理位置的影響。此外，從未到訪過以雙北地區的比率最高，占 48.7%。
- 婚姻狀況：最近 6 個月內曾到訪過故宮南部院區以已婚的比率高於未婚，分別占 29.0% 及 23.6%。此外，從未到訪過則以未婚的比率高於已婚者，分別占 36.6% 及 27.8%。
- 育有 18 歲以下的孩子：最近 6 個月內曾到訪過故宮南部院區以育有 18 歲以下孩子的比率略高於沒有 18 歲以下的孩子，分別占 32.7% 及 23.0%。此外，從未到訪過則以沒有 18 歲以下孩子的比率高於育有 18 歲以下孩子者，分別占 35.9% 及 25.7%。
- 從事行業：最近 6 個月內曾到訪過故宮南部院區以從事醫療業的比率最高，占 36.6%，而藝術文化從業人員則較低，占 13.5%。此外，從未到訪過以藝術文化從業人員的比率最高，占 40.6%。

### （三） 參觀博物館、美術館、畫展或藝文展覽的頻率

整體而言，全體受訪者參觀博物館、美術館、畫展或藝文展覽的頻率以「每 2-3 個月 1 次」的比率最高，占 26.1%，其次是「每個月 1 次」占 19.7%，再其次則是「1 年 1 次」占 18.8%。

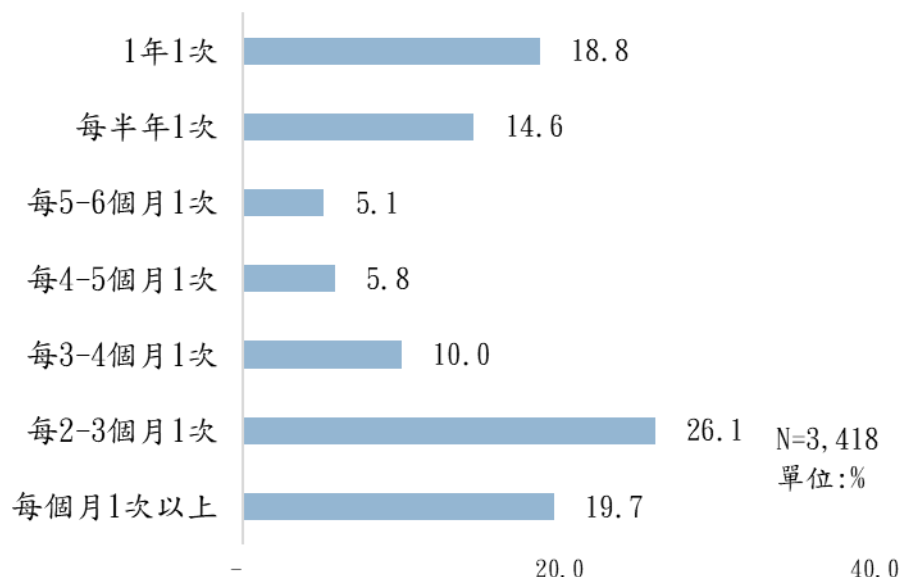


圖 58. 參觀博物館、美術館、畫展或藝文展覽的頻率

透過交叉分析發現，參觀博物館、美術館、畫展或藝文展覽的頻率於性別、教育程度、居住地區、從事行業有顯著差異，但有超過 20% 的細格期望值小於 5，數據僅供參考。（附表 48）

- 性別：每 2-3 個月 1 次的參觀頻率以女性略高於男性，分別占 26.5% 及 23.9%。
- 教育程度：每 2-3 個月 1 次的參觀頻率以教育程度越高比率越高，從國中及以下的 16.5% 上升到研究所及以上的 28.3%。
- 居住地區：每 2-3 個月 1 次的參觀頻率以嘉義縣市的比率較高，占 28.4%，而東部及離島地區較低，占 20.0%。
- 從事行業：每 2-3 個月 1 次的參觀頻率以教職的比率較高，占 33.0%，而服務業較低，占 22.3%。

#### （四） 獲得藝文活動資訊的管道

整體而言，全體受訪者獲得藝文活動資訊的管道以「各博物館、美術館 FB」的比率最高，占 70.0%，其次是「各博物館、美術館官網」占 59.9% 及「網路」占 51.8%。

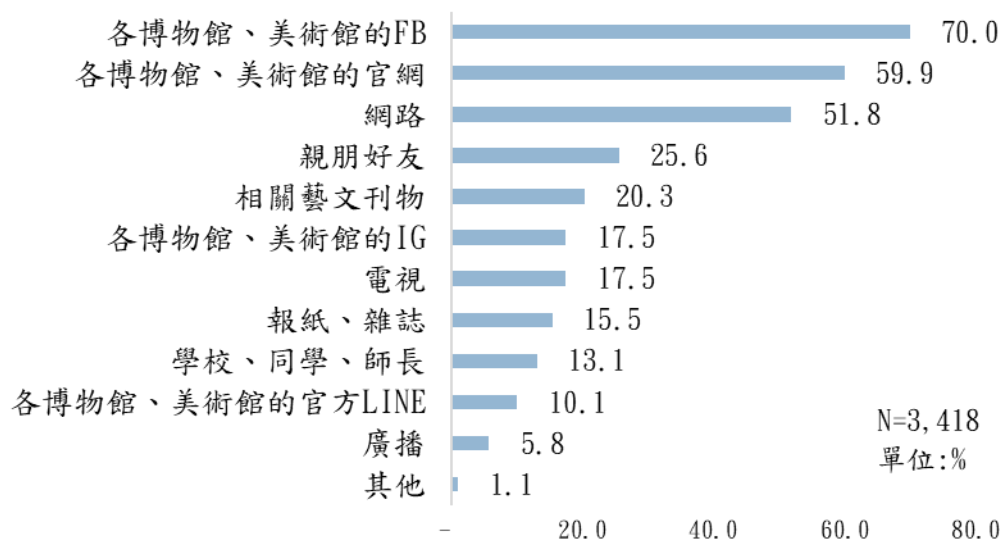


圖59. 獲得藝文活動資訊的管道

進一步針對獲得藝文活動資訊管道比率較高的前三項瞭解其受訪者特徵：

1. 各博物館、美術館的 FB：以女性、35-44 歲、大專及以上教育程度、居住在東部及離島地區與嘉義縣市、藝術文化從業人員的比率較高。

2. 各博物館、美術館官網：以男性、54-64 歲、研究所及以上教育程度、居住雙北地區、藝術文化從業人員的比率較高。
3. 網路：以 15-24 歲、大專及以上教育程度、居住雙北地區、未婚、沒有 18 歲以下小孩、學生的比率較高。

## 肆、結論與建議

### 一、結論

#### (一) 對故宮各項數位平台的知悉度及使用率

整體受訪者對於故宮各項數位平台的知悉度均未達 8 成，知悉度最高為故宮北部院區官網占 7 成 6，其次為故宮北部院區 FB 及故宮南部院區官網，各占 6 成 2。而在使用率上，與知悉度的序位一致，同樣也是以故宮北部院區官網的使用率最高，達 6 成 5，但在今年度的使用率上，故宮南部院區 FB 的使用率則躍上第二名，故宮南部院區官網則下降到第四名，顯示故宮南部院區 FB 在今年度的觸及率有提升。

#### (二) 故宮北部院區官網的使用行為及滿意度評價

故宮北部院區官網為知悉度及使用率最高的一項，而使用者最常瀏覽的項目為展覽資訊、參觀資訊及活動資訊，再進一步觀察使用目的，主要是想要了解特定展覽及文物與參觀故宮前先蒐集資料。在使用頻率上，高頻率(至少每個月使用 1 次)的使用者約占 4 成 1(40.9%)，主要使用者以雙北地區、旅遊及藝術文化從業人員的使用頻率較高。在使用載具上，超過半數的使用者以手機為主，透過電腦(桌上型及筆記型)為載具約有 4 成 2，顯示未來官網頁面設計的需求應考量手機介面的使用習慣。此外，網路商城的瀏覽使用率也不可忽視，排名第四，顯示文創商品對於使用者而言也是非常重要的。

在故宮北部院區官網的各項滿意度評價上，整體滿意度高達 9 成 1(90.8%)，顯示大多數的使用者都非常肯定。而各項目中滿意度最高的是資訊豐富度，達 9 成 3(92.6%)，滿意度最低的是資訊搜尋難易度，僅有近 8 成的滿意度(79.5%)，主要不滿意的原因則是太複雜很難搜尋，或是搜尋到才發現資料沒有公開等。

#### (三) 故宮南部院區官網的使用行為及滿意度評價

故宮南部院區官網使用者最常瀏覽的項目與北部院區官網排名前三名是一致的，以展覽資訊、參觀資訊及活動資訊為主，同樣在使用目的性上也相同，都是因想要了解特定展覽及文物與參觀前蒐集資料為主，而南部院區官網排名第四的為最新消息，顯示使用者對即時性的資訊需求高。在使用頻率上，高頻率(至少每個月使用 1 次)的使用者約占 4 成 4(43.8%)，略高於北部院區官網的使用者，主要使用者以教育程度越高使用率有越高的趨勢。在使用載具上，以手機為主的已超過 6 成 5(65.4%)，較北部院區官網使用者更高。

在故宮南部院區官網的各項滿意度評價上，整體滿意度高達 9 成(90.2%)，顯示大多數的使用者都非常肯定。而各項目中滿意度最高的同樣也是資訊豐富度，達 9 成(90.1%)，滿意度未有低於 8 成的項目，最低的同樣也是資訊搜尋難易度，滿意度為 8 成 4(83.8%)，主要不滿意的原因則是找不到需要的資訊，除了活動或文物展覽資訊外，南部院區官網對於交通資訊的需求較高，像是停車場及接駁車時間等均有受訪者反映不易搜尋。

#### (四) 線上故宮的使用行為及滿意度評價

整體受訪者曾使用過線上故宮雖只有 1 成 7(17.0%)，但使用者曾瀏覽或使用次數達 10 次及以上的比率較高，占 3 成 5(35.4%)。得知線上故宮的管道以瀏覽官網時看到及從故宮 FB 或 IG 上得知的比率較高，從曾使用線上故宮者也曾使用過故宮北院官網、故宮北部院區 FB 及故宮南院部區官網的比率較高可印證。而使用者最常瀏覽的項目以展覽搶先看、典藏賞析及典藏資料庫。

對線上故宮的整體滿意度高達九成 3(92.9%)，有相當高的正面評價，使用者也認為是非常好的資源，希望能繼續更新及創新。而在建議方面，不少使用者希望能有更多人知道線上故宮，應加強宣傳，同時也期待題材能更多樣性，對於文物的資訊說明可更深入等。

#### (五) 故宮北部院區 FB 的使用行為及滿意度評價

整體受訪者曾使用過故宮北部院區 FB 約有 4 成 7(47.4%)，今年度的使用率約 4 成 1(40.8%)，在使用頻率上，每天都會瀏覽及每 3-5 天瀏覽 1 各約占 2 成 2(22.2%及 22.1%)。針對故宮北部院區 FB 的資訊對了解故宮之幫助度，有 9 成 4(93.7%)表示有幫助，相當高的正面幫助。

在滿意度評價上，高達 9 成 2(91.5%)的使用者表示滿意，對於 FB 的經營方式都覺得有趣又有收穫，對於小編的努力給予肯定。而在建議方面，不少使用者都期待能多舉辦活動及講座，尤其是直播講座非常受到喜愛，同時也有使用者表示，能將直播的影片繼續保留，讓無法參與的觀眾也能透過回播來感受講者的用心。此外，FB 的曝光率與觸及率也希望能提升，並能即時更新活動或展覽資訊，同時增加說明活動及展覽的相關資訊。

#### (六) 故宮北部院區 IG 的使用行為及滿意度評價

整體受訪者曾使用過故宮北部院區 IG 約有 1 成 2(12.2%)，今年度的使用率約 1 成(10.1%)，整體的使用率均低於故宮北部院區 FB。在使用頻率上，每天都會瀏覽約占 2 成 6(26.1%)，黏著度略高於故宮北部院區 FB，每 3-5 天 1 也約占 1 成 9(18.5%)。針對故宮北部院區 IG 的資訊對了解故宮之幫助度，有 8 成 5(84.7%)表示有幫助，也略低於 FB。



在滿意度評價上，約有 8 成 3(83.0%)表示滿意，雖不滿意度僅有 0.5%，但約有 1 成 7(16.5%)表示普通，顯示仍有進步的空間。而在建議方面，希望能多發文及限動，持續性地提供精彩的照片與更多文物的介紹，有部分使用者反映，IG 上無法直接點選網頁的連結，對於活動、展覽或相關資訊的點選較不方便。此外，有使用故宮北部院區 IG 者同時也曾使用過故宮北部院區 FB 達 8 成 1(80.6%)，但有使用故宮北部院區 FB 且也曾使用過故宮北部院區 IG 僅有 2 成 1(20.7%)，該如何經營 FB 及 IG 的特性也是未來需進一步觀察了解的。

#### (七) 故宮南部院區 FB 的使用行為及滿意度評價

整體受訪者曾使用過故宮南部院區 FB 約有 4 成 6(46.0%)，今年度的使用率約 4 成 2(42.2%)。在使用頻率上，每 3-5 天瀏覽 1 次約占 2 成 2(22.2%)，其次是每天都會瀏覽占 2 成 1(20.7%)。針對故宮南部院區 FB 的資訊對了解故宮之幫助度，有 9 成 4(93.6%)表示有幫助，相當高的正面幫助。

在滿意度評價上，高達 9 成(90.9%)的使用者表示滿意，可於 FB 上獲得很多豐富的資訊，也有不少使用者同時使用北部院區 FB 表示，南部院區 FB 的發文頻率及互動性更高。而在建議方面，同樣也是有不少使用者期待能多舉辦活動、講座及親子活動，尤其近期故宮南院與異業合作，受到觀眾喜愛，也希望能夠持續有不同創新可吸引到不同的族群。

#### (八) 故宮南部院區 IG 的使用行為及滿意度評價

整體受訪者曾使用過故宮南部院區 IG 約有 1 成 2(11.9%)，今年度的使用率約 1 成(10.0%)，整體的使用率均低於故宮南部院區 FB。在使用頻率上，每天都會瀏覽約占 3 成 3(32.7%)，每天的黏著度高於為故宮南部院區 FB 及故宮北部院區 FB 與 IG 的頻率。針對故宮南部院區 IG 的資訊對了解故宮之幫助度，約有 8 成 8(88.0%)表示有幫助，低於故宮南部院區 FB 的幫助度。

在滿意度評價上，約有 8 成 9(88.9%)的使用者表示滿意，對於 IG 的發文風格也都表示幽默有趣。而在建議方面，同樣也是期待多發文來增加曝光度，同時活動資訊的即時更新也是相當重要。

#### (九) 故宮整體各項數位資源的評價

整體受訪者認為故宮各項數位資源對了解故宮及典藏文物的幫助度高達 9 成 5(95.4%)，而對於進一步吸引到訪故宮的幫助度也是達 9 成 4(93.8%)，顯示數位資源不僅僅只有線上的成效，更能拉近使用者到訪故宮的機會。在滿意度評價上，約有 9 成 3(92.5%)肯定各項數位資源的表現。

整體受訪者對於數位資源期待可增加的項目，有超過半數期待可增加線上虛擬展覽及線上導覽，其次是知道文章及線上課程，透過受訪者提出的建

議中，不難發現，許多使用者無法經常性的到訪故宮，但可以透過數位資源中獲得欣賞文物的管道，並能從中增加不少知識。

## 二、建議

### (一) 提升各項數位資源的知悉度及使用率

本次調查方式是透過故宮各數位平台發布，故受訪者多數已經是使用者，但各項數位資源的知悉度仍未達 8 成，尤其在教育頻道、電子報等未達 2 成的項目，而南北院區的 IG 知悉度也僅有 2 成左右。此外，使用率超過 5 成也僅有故宮北部院區的官網，未達 2 成使用率的包括有教育頻道、電子報、故宮南北院區 IG、Podcast 及線上故宮，未來如何讓各項數位資源能讓更多數的民眾得知，除了故宮自有數位資源外，也應多與其他入口網站或異業合作的曝光方式。

此外，南北院區 IG 與 FB 不管是知悉度或使用率有較大的落差，從實際瀏覽人數來觀察，也是如此，而 IG 的主力族群較為年輕，未來可增加在 IG 上的發文及限動的頻率。

### (二) 加強官網手機介面的設計

在行動上網越來越普及的情況下，透過手機上網瀏覽南北院區的官網已經是趨勢且為主流，而官網主要的使用項目為展覽資訊、參觀資訊及活動資訊，不僅要讓使用者可快速獲得相關資訊外，搜尋功能、對應的對內或對外連結等，也應有更人性化的設計，像是交通資訊可直接連結至 Google 地圖、展覽或活動日期可連結至行事曆等，都能讓使用者感到貼心及便利，進而可提昇黏著度。

### (三) 強化 FB 與 IG 的資訊更新速度

FB 與 IG 最大不同點在於資訊可更快速推播給使用者，同時也可呈現更多元的面向。從使用者的建議中發現，南北院區的 FB 及 IG 都有資訊更新速度的問題，這當中有可能是因 FB 或 IG 的演算法造成，如何讓使用者能活動或展覽期間可快速得知資訊，除了增加發文外，多與使用者有互動、轉發能方式，也能讓資訊快速傳播。如果持續性每日有不同的主題發文及限動，讓使用者也能養成每日追蹤的習慣。

#### (四) 提升線上講座的硬體品質

線上講座獲得使用者高度的肯定及喜愛，同時也希望能夠持續性且增加不同主題的線上講座活動。但線上直播在影像及聲音的傳送品質則非常重要，不少受訪者提到，直播的聲音太小聲且音質不佳，此部分可透過設備的改善立即達成。

此外，線上講座多數在平日上午或下午舉辦，上班族則無法參與直播，建議未來可增加場次於晚上或假日。對於過往的線上講座也能將影片分享至數位資源平台中，讓有興趣的民眾可隨時點選參與。