

112 年度北部院區觀眾意見調查 —性別議題調查報告



執行廠商:智略市場研究股份有限公司

112 年 11 月

目 錄

壹、 專案目的	1
貳、 觀眾意見調查分析	1
一、 調查概述	1
二、 觀眾基本資料分析	3
三、 調查結果分析	7
四、 歷年趨勢分析	44
參、 結論與建議	55
一、 結論	55
二、 建議	58

圖目錄

圖 1、成功樣本結構-性別	3
圖 2、成功樣本結構-性別-訪問類別	4
圖 3、成功樣本結構-性別-年齡	4
圖 4、成功樣本結構-教育程度	5
圖 5、成功樣本結構-性別-從事行業	5
圖 6、成功樣本結構-婚姻狀況	6
圖 7、成功樣本結構-性別-本國/外國觀眾	6
圖 8、來訪型態	7
圖 9、觀眾參觀概況	7
圖 10、觀眾停留時間	8
圖 11、觀眾曾經到訪故宮北院的情形	8
圖 12、觀眾來訪故宮北院的目的	10
圖 13、觀眾來訪故宮北院使用的交通工具	10
圖 14、有入場觀眾購票方式	11
圖 15、有入場觀眾使用電子售票機之滿意度	11
圖 16、觀眾參觀後最喜歡的前三名展覽	12
圖 17、觀眾參觀後覺得需要改善的展覽	14
圖 18、觀眾對展覽及展廳的滿意度	15
圖 19、觀眾對館內設施及服務的滿意度	17
圖 20、觀眾使用語音導覽機的概況	22
圖 21、使用個人語音導的滿意度	23
圖 22、使用團體語音導的滿意度	24
圖 23、使用專人語音導的滿意度	24
圖 24、觀眾對各類服務人員整體服務態度的滿意度	25
圖 25、觀眾對院區內友善平權設施的滿意度(面訪)	26
圖 26、觀眾對院區內友善平權設施的便利度	28
圖 27、國立故宮博物院北部院區整體滿意度	29
圖 28、觀眾推薦親朋好友來參觀故宮北院之意願度	29
圖 29、禮品紀念品消費的付款方式-面訪	31
圖 30、餐飲消費的付款方式-面訪	32
圖 31、到訪兒藝中心者首次到訪的占比	33
圖 32、上一次到訪兒藝中心的時間	33
圖 33、觀眾對兒藝中心各項服務的滿意度	34
圖 34、對兒藝中心各項設施及規劃的便利度	36
圖 35、觀眾推薦親朋好友來參觀兒藝中心之意願度	36
圖 36、對故宮數位平台及社群媒體的知悉度	38

圖 37、故宮數位平台及社群媒體的使用率.....	39
圖 38、故宮數位平台及社群媒體使用後對了解故宮之幫助度.....	40
圖 39、期待未來故宮北院相關資訊獲得的管道.....	41
圖 40、觀眾對符合免費入場故宮的知悉度.....	42
圖 41、展廳動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡層.....	44
圖 42、展廳動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	44
圖 43、說明內容理解度滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡層.....	45
圖 44、說明內容理解度滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	45
圖 45、多媒體及互動設施親近性滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	46
圖 46、多媒體及互動設施親近性滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	46
圖 47、購票處動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	47
圖 48、購票處動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	47
圖 49、導覽地圖清楚明確度滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	48
圖 50、導覽地圖清楚明確度滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	48
圖 51、各項設施指示標誌清楚明確度滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	49
圖 52、各項設施指示標誌清楚明確度滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	49
圖 53、洗手間清潔滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	50
圖 54、洗手間清潔滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	50
圖 55、大廳及公共服務區域舒適度滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	51
圖 56、大廳及公共服務區域舒適度滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	51
圖 57、禮品多元性滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	52
圖 58、禮品多元性滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	52
圖 59、禮品價格合理性滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	53
圖 60、禮品價格合理性滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	53
圖 61、三希堂-餐飲多元性滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡.....	54
圖 62、三希堂-餐飲多元性滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗.....	54

壹、專案目的

科技的發展、人類生活型態的轉變及全球疫情後的影響，博物館受到相當大的衝擊與影響，如何讓觀眾有更好的體驗，才能提升觀眾的再訪率。此外，如何打造性別友善的參觀環境及服務，也是現階段博物館很重要的議題，本份報告分析將針對不同性別進行了解，對於作為未來施政上之參考依據。

貳、觀眾意見調查分析

一、調查概述

(一) 調查對象

以 15 歲以上入館(北院)觀眾為調查對象。

(二) 調查方法

本調查以電子問卷調查為主，輔以面訪問卷調查。電子問卷部分，於館內設置 QR CODE，由觀眾主動填寫問卷，為吸引觀眾填卷，則透過抽獎活動增加誘因。面訪部分，採人員面訪方式進行，於出口處邀請已完成參觀的觀眾進行訪問，並透過 CAPI 平板電腦輔助進行。

(三) 調查內容

調查內容則依據院內訪談、期初會議、預試調查後修正且經過審查確認後定稿，同時於每月開始進行調查前，針對展覽的部分則依據訪問期程進行調整。

(四) 調查時間

電子問卷於 112 年 4 月 28 日至 10 月 31 日進行資料蒐集。面訪調查則於 7 月 28 日-31 日、8 月 13-17 日、9 月 22-25 日、10 月 1-2 日、10 月 4-5 日及 10 月 9 日，上午 10:30-17:00 涵蓋平日及假日時段。

(五) 抽樣設計

1. 抽樣母體

以調查期間內至國立故宮博物院北部院區參觀且年滿 15 歲之觀眾。

2. 抽樣方法

面訪採隨機抽樣法進行，於出口處及 B1 規劃之訪問地點尋找已參觀完畢的觀眾，若為同一個團體或同行之觀眾，僅能抽取 2 位，確保抽樣之隨機性。

3. 樣本配置規劃

電子問卷則按月蒐集資料，整年度預計至少完成 1,068 份有效樣本數。在面訪調查部分，上下年度採等比例配方式進行，上下半年度預計各完成 425 份有效樣本數，總計完成 850 份有效樣本數。

(六) 資料處理

1. 資料建檔及檢誤

調查執行採網路調查及 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。

▶ 滿意度百分比分析

滿意=非常滿意+還算滿意

不滿意=非常不滿意+不太滿意

二、 觀眾基本資料分析

(一) 成功樣本結構

112 年度面訪完成 860 份有效樣本數及線上問卷 6,618 份有效樣本數，共計完成 7,478 份有效樣本數。

1. 性別

整體受訪觀眾中，女性約占 6 成 3，男性約占 3 成 7，另有 0.7% 表示其他。

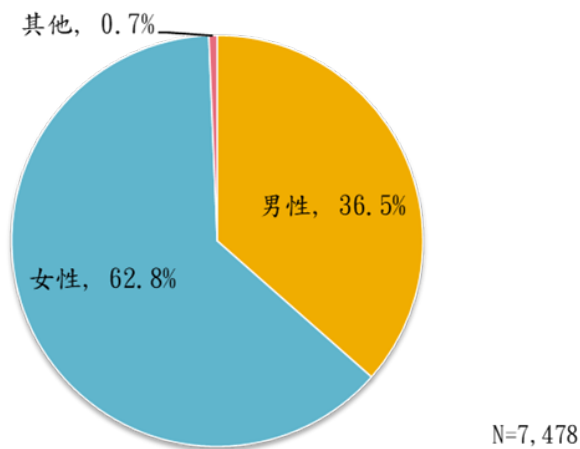


圖1、 成功樣本結構-性別

2. 性別-訪問類別

整體受訪觀眾中，以女性-網路填卷-下半年度比例較高，約占 4 成 1，其次依序為男性-網路填卷-下半年度(約占 2 成 2)、女性-網路填卷-上半年度(約占 1 成 6)，顯示網路填卷以女性的填卷意願較高。

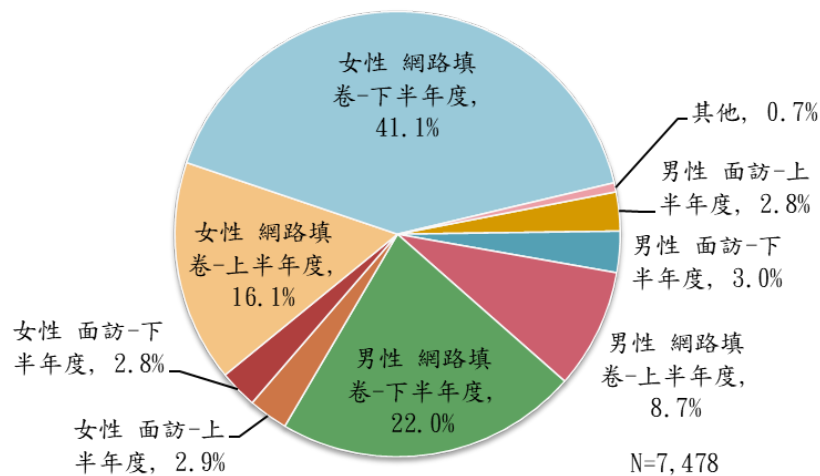


圖2、 成功樣本結構-性別-訪問類別

3. 性別-年齡

整體受訪觀眾中，以女性-35-44 歲比例較高，約占 1 成 8，其次依序為女性-15-24 歲(約占 1 成 4)、女性-25-34 歲及女性 45-54 歲(各約占 1 成 3 及 1 成 2)，其餘各層均低於一成。

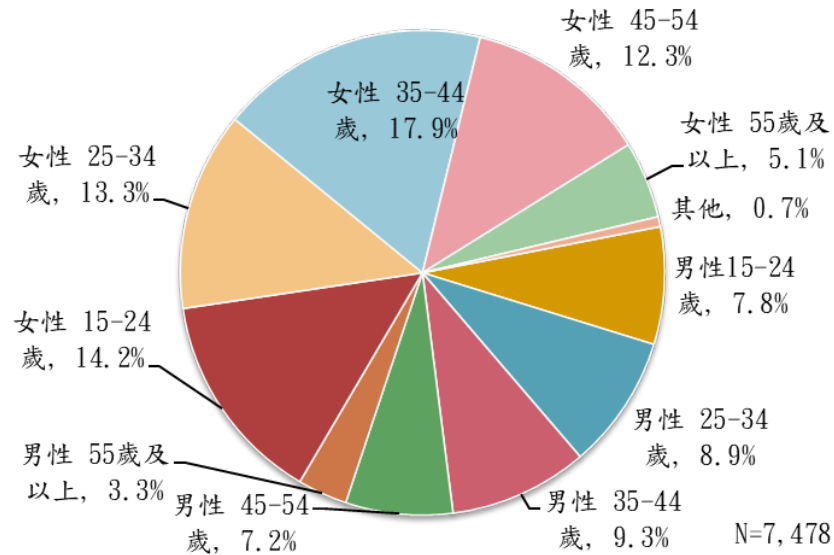


圖3、 成功樣本結構-性別-年齡

4. 性別-教育程度

整體受訪觀眾中，以女性-大學教育程度者居多，約占 3 成 6，其次依序為男性-大學(約占 1 成 9)、女性-研究所及以上(約占 1 成 5)、男性-研究所及以上(約占 1 成 1)，其餘分層均低於一成。

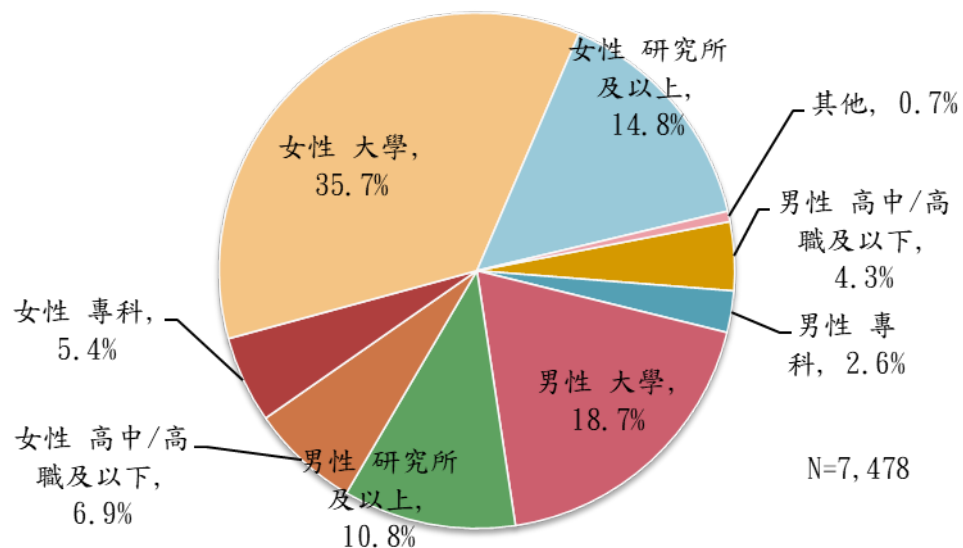


圖4、 成功樣本結構-教育程度

5. 性別-從事行業

整體受訪觀眾中，以女性-學生的比例較高，約占 1 成 3，其次依序為女性-家管/退休/待業及女性-商業，各約占 1 成，其餘各層均低於 1 成。

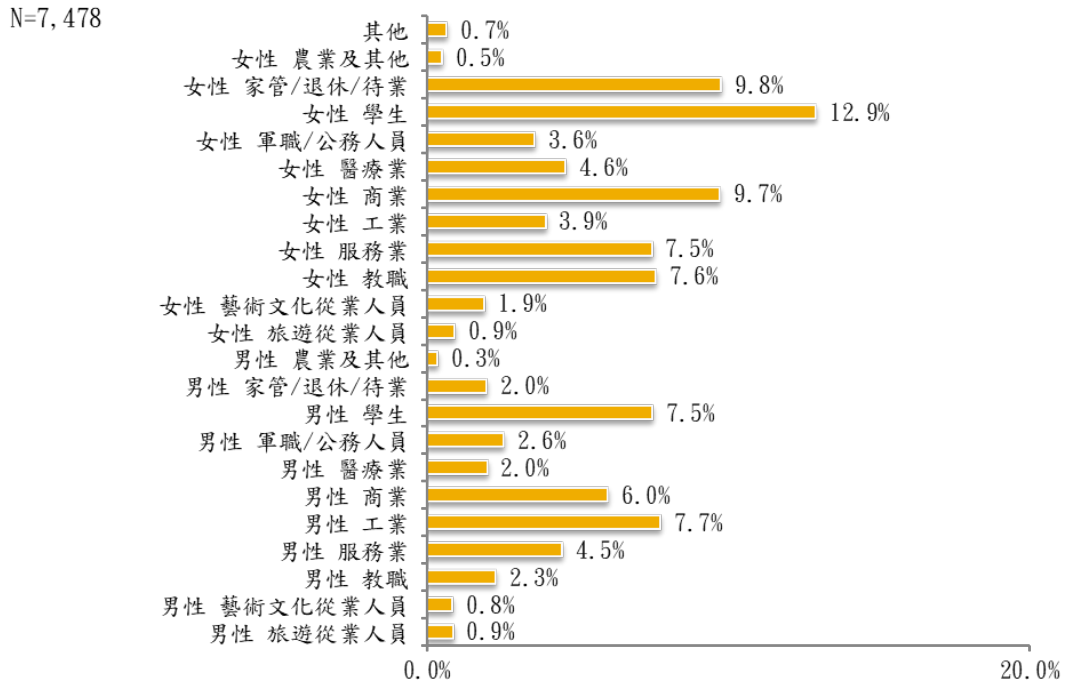


圖5、 成功樣本結構-性別-從事行業

6. 性別-婚姻狀況

整體受訪觀眾中，女性-未婚的比例較高，約占 3 成 2，其次依序為女性-已婚(2 成 9)、男性-未婚(1 成 9)及男性-已婚(1 成 7)，其餘分層均低於 2%。

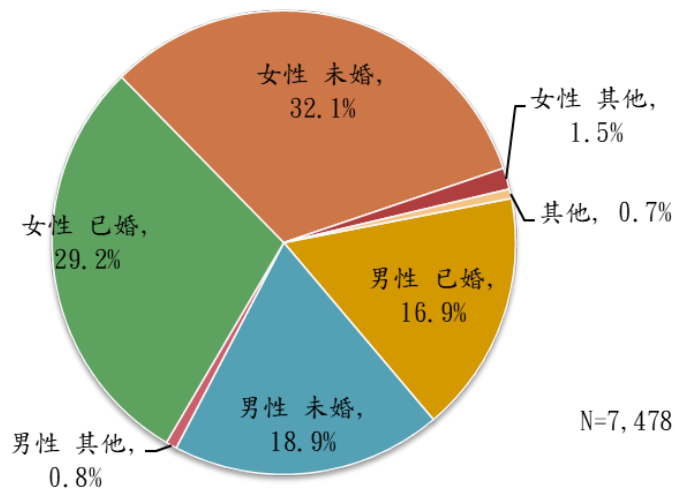


圖6、 成功樣本結構-婚姻狀況

7. 性別-本國/外國觀眾

整體受訪觀眾中，以女性-本國觀眾的比例較高，約占 5 成 2，其次為男性-本國觀眾，約占 2 成 7，再其次為女性-外國觀眾(約占 1 成 1)及男性-外國觀眾 (9.3%)。

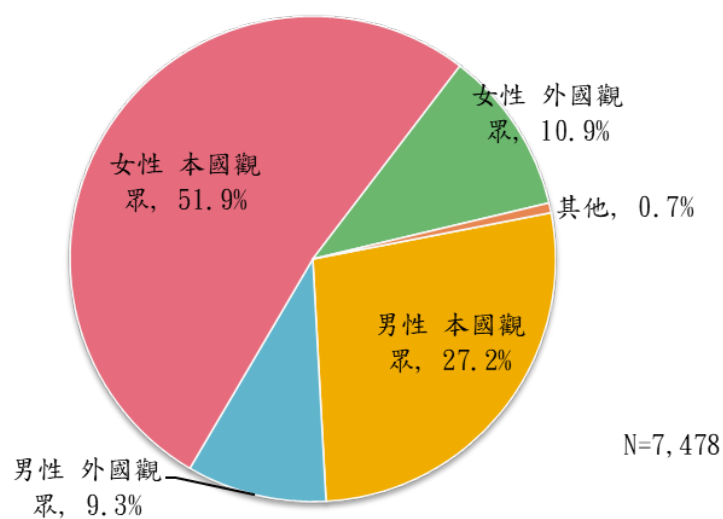


圖7、 成功樣本結構-性別-本國/外國觀眾

三、 調查結果分析

1. 觀眾來訪型態

1. 來訪型態

整體受訪觀眾中，以散客的觀眾居多，約占 9 成 5，團體觀眾僅占 5.1%。

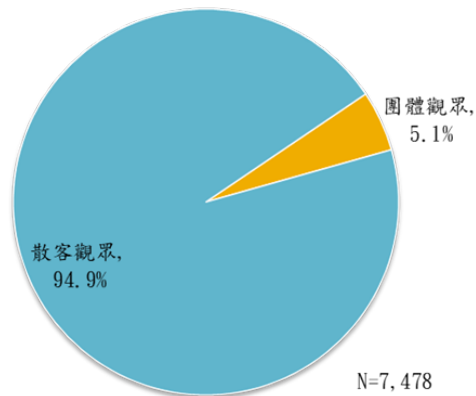


圖8、來訪型態

2. 參觀概況

整體受訪觀眾，只入場參觀展覽約占 8 成 4，只參觀兒藝中心但未入場參觀展覽占 1.9%，有參觀展覽也有參觀兒藝中心約占 1 成 4，整體而言，約有 9 成 8 的受訪觀眾都有進入場參觀展覽。

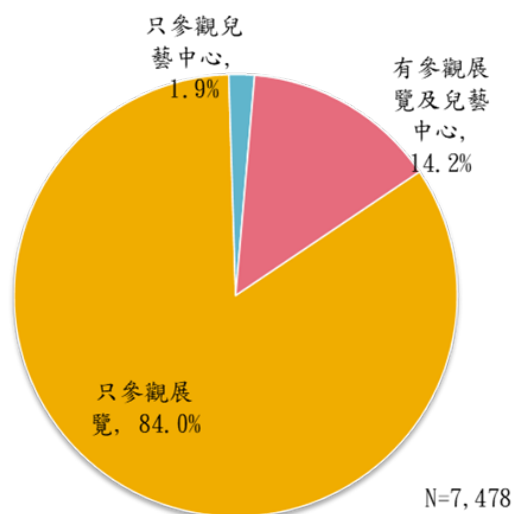


圖9、觀眾參觀概況

3. 觀眾停留時間

整體而言，觀眾所停留的時間，以停留 2-3 小時居多，約占 4 成，其次為停留 3-4 小時(占約 2 成 3，再其次為停留 4 小時及以上(約占 1 成 8)及 1-2 小時(約占 1 成 7)，而停留 1 小時以內僅占 0.9%。

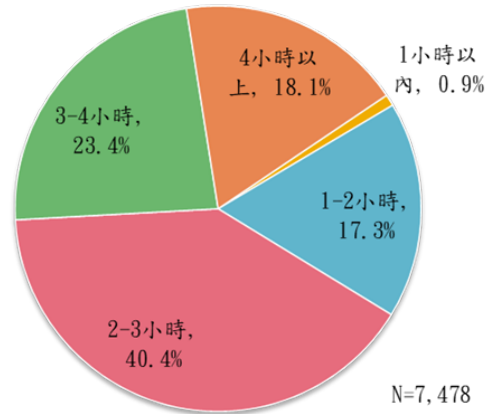


圖10、觀眾停留時間

進一步針對觀眾停留時間的與觀眾的性別_特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異。(附表 3)

4. 觀眾曾經到訪故宮北院的情形

針對有入場參觀展覽的觀眾中，約有 3 成 6 為首次參觀故宮北院，約有 6 成 4 曾經來訪參觀過，當中上一次來訪時間超過三年以上比例最高，占 3 成 6，其次為一年至三年，約占 1 成 1，而曾來訪觀眾近三年來訪的平均次數約為 2.2 次。

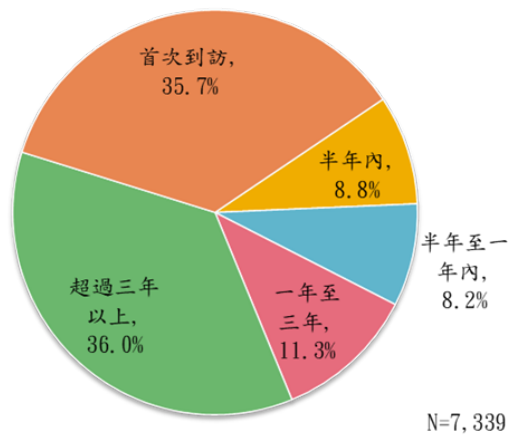


圖11、觀眾曾經到訪故宮北院的情形

進一步針對觀眾曾經到訪故宮北院的情形與觀眾的性別_特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同性別-年齡、性別-教育程度、性別-本國/外國觀眾、性別-婚姻狀況、性別-行業及性別-調查方式及期間有顯著差異，以下針對有顯著差異進行交叉分析。（附表 4）

- 性別-年齡：首次到訪以男性-15-24 歲的比例較高(54.7%)，女性-55 歲級以上的比例較低(15.8%)。
- 性別-教育程度:首次到訪以男性-高中/高職及以下的比例較高(51.4%)，女性-研究所及以上則較低(22.1%)。
- 性別-本國/外國觀眾:首次到訪以男性-外國觀眾的比例較高(78.6%)，女性-本國觀眾則較低(24.9%)
- 性別-婚姻狀況:首次到訪以男性-其他的比例較高(49.1%)及男性-未婚(48.5%)，女性-已婚則較低(24.6%)。
- 性別-行業:首次到訪以男性-農業及其他的比例較高(61.5%，但因樣本數未達 30 份，其分析僅供參考)，其次為女性-學生(48.9%)，而女性-教職及女性-軍職/公務人員的比例較低，分別為 21.8%及 21.9%。
- 性別-調查方式及期間:首次到訪以男性-面訪-下半年度的比例較高(68.3%)，而女性-網路填卷-上半年度則較低(29.9%)。

5. 觀眾來訪故宮北院的目的

整體而言，觀眾來訪故宮北院的主要目的以喜歡參觀故宮文物及想來走走/放鬆休息的占比較高，各約占 2 成 7 及 2 成 5，其次為親友出遊及有想參觀的特展/展覽(各約占 1 成 9)，其餘各目的均低於 3%。

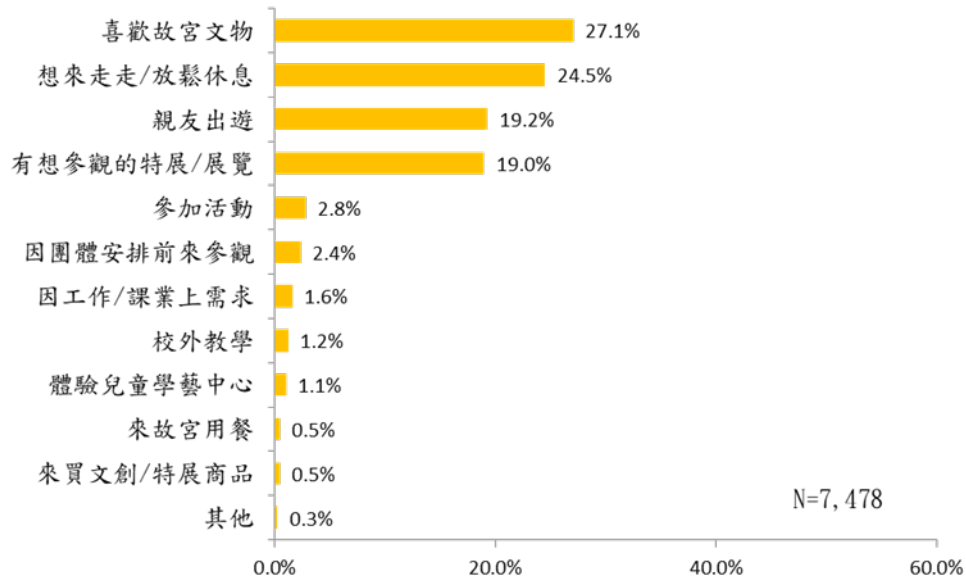


圖12、觀眾來訪故宮北院的目的

進一步針對觀眾來訪故宮北院的目的與觀眾的性別_特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異。

6. 觀眾來訪故宮北院使用的交通工具

觀眾來訪故宮北院使用的交通工具，主要以公車為主，約占 4 成 9，其次為自行開車/騎車約占 3 成 6，再其次為計程車(占 1 成)及遊覽車/小巴(3.7%)，其餘交通工具則低於 3%。

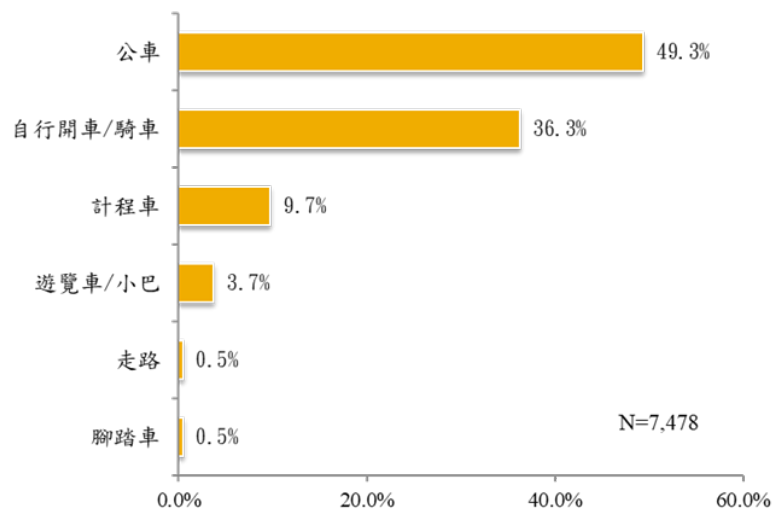


圖13、觀眾來訪故宮北院使用的交通工具

進一步針對觀眾來訪故宮北院使用的交通工具與觀眾的性別_特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異。

7. 購票方式及滿意度

有入場觀眾購票方式主要以現場櫃台購買紙本票券居多，約占 3 成 8，其次為現場電子售票機，約占 3 成 2，而免費則約占 1 成 5，其餘購票方式則低於 1 成。

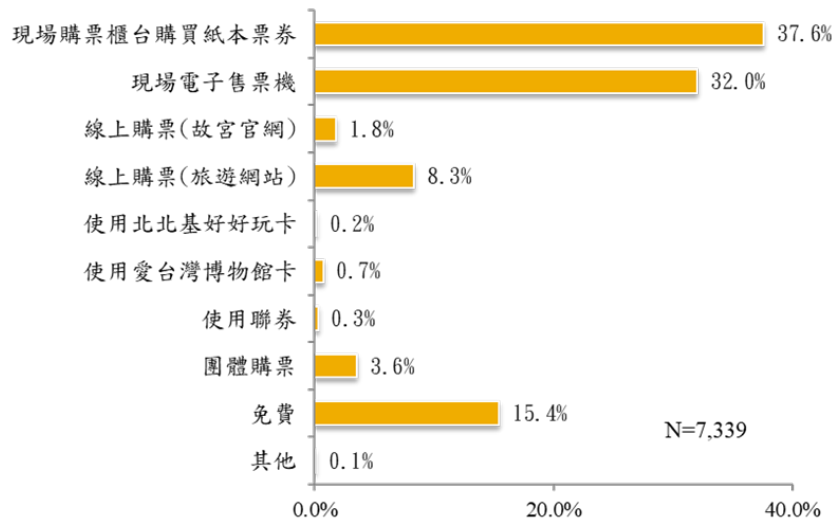


圖14、有入場觀眾購票方式

進一步針對觀眾購票方式與觀眾的性別_特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異。

針對使用電子售票機者(n=2,349)，對於使用電子售票機的滿意度，約有 9 成 7 表示滿意(非常滿意 77.7%、還算滿意 19.0%)，有 2.6%表示尚可，僅有 0.7%表示不滿意(非常不滿意 0.1%、不太滿意 0.6%)。

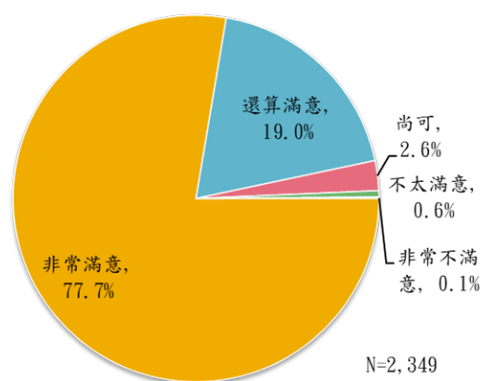


圖15、有入場觀眾使用電子售票機之滿意度

進一步針對電子售票機滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 8)

2. 觀眾對展覽及展廳各項設施及規劃之滿意度

1. 觀眾參觀後最喜歡的展覽

觀眾參觀後表示最喜歡的前三名展覽，以「集瓊藻-院藏珍玩精華展」、「風格故事-琺瑯彩瓷特展」、「慈悲與智慧-宗教雕塑藝術」、「貴胄榮華-清代宮廷的日常風景」及「敬天格物—院藏玉器精華展」的占比較高，約各占3成至1成5間。

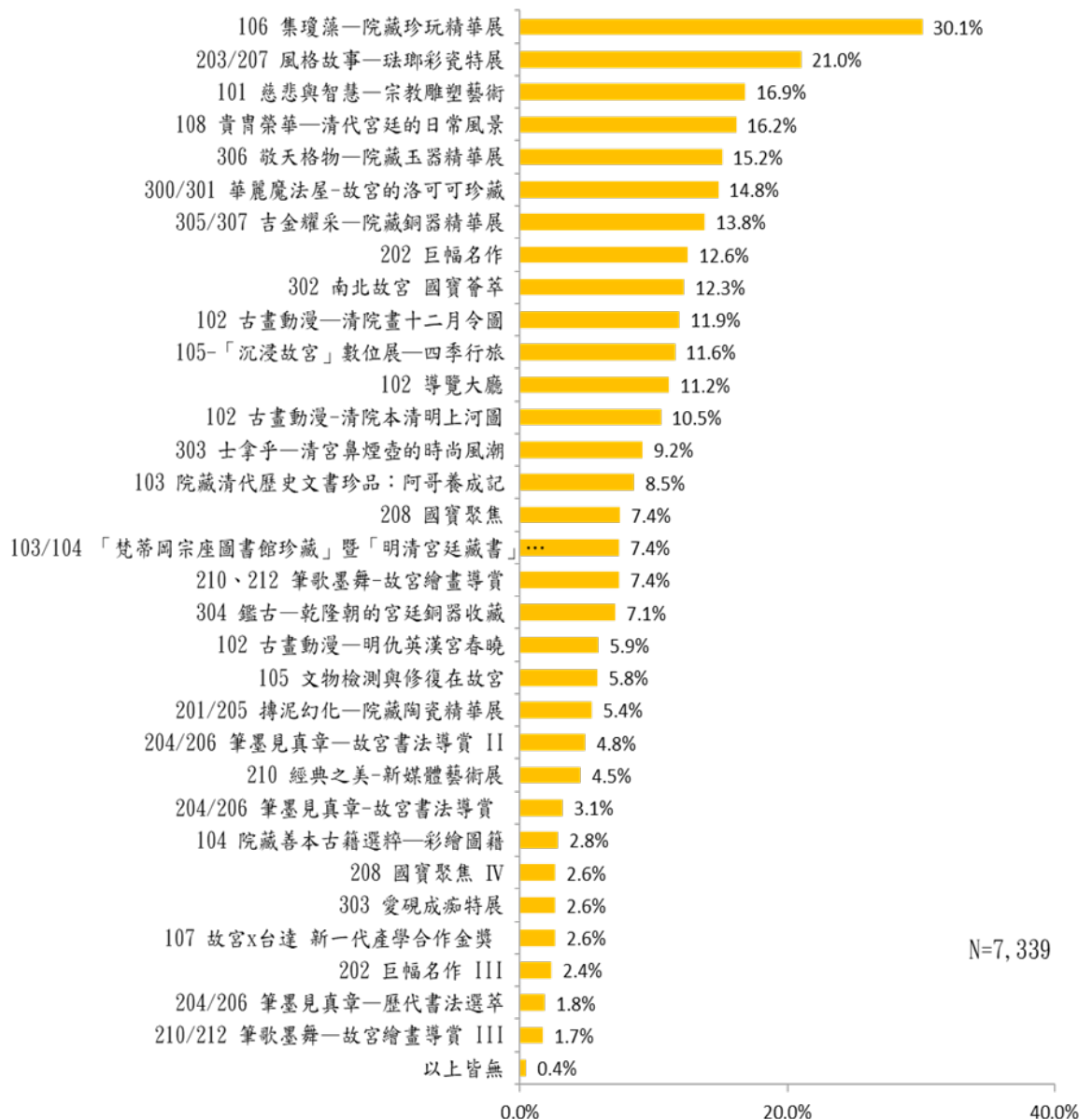


圖16、觀眾參觀後最喜歡的前三名展覽

針對觀眾最喜歡展覽比例較高的前三名進一步了解其觀眾特質:

- 集瓊藻—院藏珍玩精華展:以男性-25-34 歲、女性-55 歲及以上、男性-大學教育程度、男性-外國觀眾、女性-外國觀眾、男性-首次到訪、男性-商業、男性-面訪-下半年度等特質的觀眾比例較高。
- 風格故事-琺瑯彩瓷特展:以女性-25-34 歲、女性-大學教育程度、女性-本國觀眾、女性-曾經來訪過、女性-其他婚姻狀況、女性-藝術文化從業人員、女性-網路填卷-下半年度、女性-網路填卷-上半年度等特質的觀眾比例較高。
- 慈悲與智慧-宗教雕塑藝術:以男性-55 歲及以上、男性-高中/高職及以下、男性-外國觀眾、男性-首次到訪、男性-未婚、男性-藝術文化從業人員、男性-網路填卷-下半年度等特質的觀眾比例較高。

2. 觀眾參觀後覺得需要改進的展覽

整體而言，超過 6 成的觀眾在參觀後都覺得沒有需要改善的展覽，但仍有 4 成觀眾覺得有需要改善的展覽，其中占比較高的有「導覽大廳」、「慈悲與智慧—宗教雕塑藝術」、「故宮 x 台達 新一代產學合作金獎」及「華麗魔法屋-故宮的洛可可珍藏」。



圖17、觀眾參觀後覺得需要改善的展覽

針對觀眾覺得需要改進的展覽進一步了解其觀眾性別-特徵複合變項：

- 絕大部分各類屬觀眾都表示沒有需要改善的展覽的比例較高，尤其是女性-55歲及以上、女性-高中/高職及以下、女性-本國觀眾、女性-曾經來訪過、女性-已婚、女性-農業及其他行業、男性-面訪-上半年度及女性-面訪-上半年度等觀眾。

3. 對展覽及展廳的滿意度

觀眾對展覽及展廳的各項滿意度包括展廳的動線規劃、說明文字的字體大小、說明內容的理解度及多媒體及互動設施的親近性，當中以展廳的動線規劃滿意度最高，約占 9 成，其餘三項之滿意度則在 8 成 2 至 8 成 3 間。

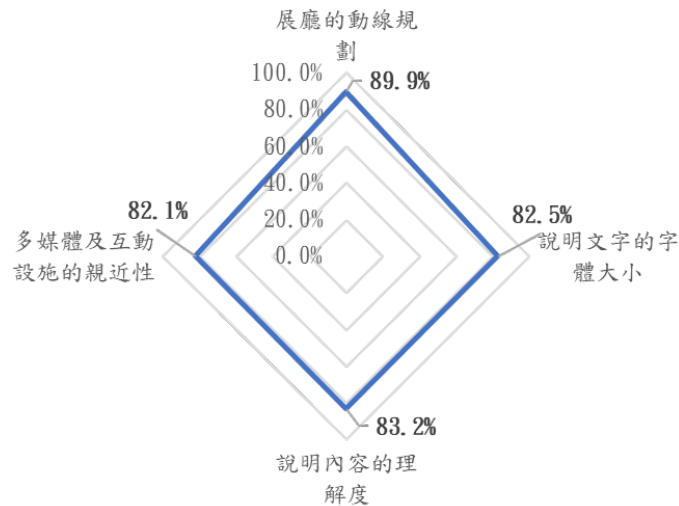


圖18、觀眾對展覽及展廳的滿意度

1. 展廳的動線規劃的滿意度

調查結果顯示，約有 9 成的觀眾表示滿意展廳的動線規劃(非常滿意 45.1%、還算滿意 44.8%)，表示尚可占 8.7%，僅有 1.4%表示不滿意(不太滿意 1.2%、非常不滿意 0.2%)。

進一步針對展廳的動線規劃滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 11)

2. 說明文字字體大小的滿意度

調查結果顯示，約有 8 成 3 的觀眾對說明文字的字體大小感到滿意(非常滿意 39.6%、還算滿意 42.9%)，表示尚可約占 1 成 4，約有 3.2%表示不滿意(不太滿意 2.9%、非常不滿意 0.3%)。

進一步針對說明文字字體大小滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 12)

3. 說明內容理解度的滿意度

調查結果顯示，約有 8 成 3 的觀眾對說明內容的理解度感到滿意(非常滿意 41.2%、還算滿意 42.0%)，表示尚可占 1 成 4，約有 2.5%表示不滿意(不太滿意 2.2%、非常不滿意 0.3%)。

進一步針對說明內容理解度滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 13)

4. 多媒體及互動設施親近性的滿意度

調查結果顯示，約有 8 成 2 的觀眾對多媒體及互動設施的親近性感到滿意(非常滿意 42.2%、還算滿意 39.9%)，表示尚可約占 1 成 6，約有 2.3%表示不滿意(不太滿意 2.0%、非常不滿意 0.3%)。

進一步針對多媒體及互動設施親近性滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 14)

5. 對整體展覽及展廳規劃之便利性

調查結果顯示，約有 9 成 3 的觀眾對整體展覽及展廳規劃感到便利(非常便利 46.6%、還算便利 46.2%)，表示尚可占 6.6%，僅有 0.6%表示不便利(不太便利 0.5%、非常不滿意 0.1%)。

進一步針對整體展覽及展廳規劃之便利性與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 15)

3. 觀眾對館內設施及服務之滿意度

觀眾對館內設施及服務的滿意度包括寄物處存放物品便利性、購票處動線規劃、導覽地圖的清楚明確度、各項設施指示標誌清楚明確度、洗手間的清潔、休息座椅設施的數量、大廳及公共服務區域的空調及舒適度、閒居賦-餐飲的多元性、閒居賦-餐飲價格的合理性、三希堂-餐飲的多元性、三希堂-餐飲價格的合理性、禮品的多元性及文禮品價格的合理性，其調查結果發現，除了餐飲及禮品外，其餘各項滿意度均達 8 成 7 以上。(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)

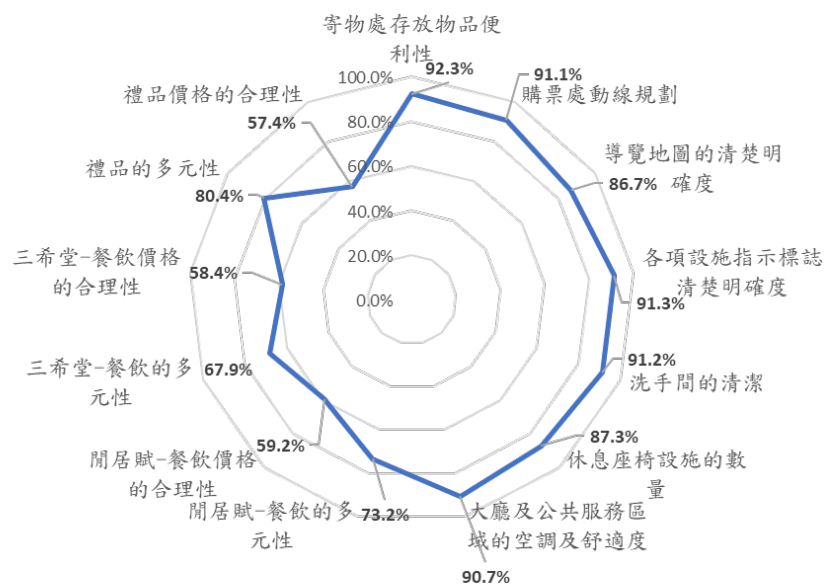


圖19、觀眾對館內設施及服務的滿意度

1. 寄物處存放物品便利性的滿意度

調查結果顯示，高達 9 成 2 的觀眾表示滿意寄物處存放物品便利性(非常滿意 60.3%、還算滿意 32.0%)，表示尚可占 7.2%，僅有 0.5%表示不滿意(不太滿意 0.4%、非常不滿意 0.1%)。

進一步針對寄物處存放物品便利性滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 16)

2. 購票處動線規劃的滿意度

調查結果顯示，高達9成1觀眾對購票處動線規劃感到滿意(非常滿意58.0%、還算滿意33.1%)，表示尚可占7.8%，僅有1.1%表示不滿意(不太滿意0.9%、非常不滿意0.2%)。進一步針對購票處動線規劃滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 17)

3. 導覽地圖清楚明確度的滿意度

調查結果顯示，約有8成7的觀眾對導覽地圖清楚明確度感到滿意(非常滿意49.0%、還算滿意37.8%)，表示尚可占1成2，約有1.8%表示不滿意(不太滿意1.6%、非常不滿意0.2%)。

進一步針對導覽地圖清楚明確度滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 18)

4. 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9成1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51.2%、還算滿意40.0%)，表示尚可占7.8%，約有1.0%表示不滿意(不太滿意0.8%、非常不滿意0.2%)。

進一步針對各項設施指示標誌清楚明確度滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 19)

5. 洗手間清潔的滿意度

調查結果顯示，高達約9成1的觀眾對洗手間清潔感到滿意(非常滿意59.5%、還算滿意31.7%)，表示尚可占7.4%，約有1.4%表示不滿意(不太滿意1.2%、無非常不滿意0.2%)。

進一步針對洗手間清潔滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 20)

6. 休息座椅設施數量的滿意度

調查結果顯示，約 8 成 7 的觀眾對休息座椅設施數量感到滿意(非常滿意 52.4%、還算滿意 34.9%)，表示尚可約占 1 成，約有 2.5%表示不滿意(不太滿意 2.2%、非常不滿意 0.3%)。

進一步針對休息座椅設施數量滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 21)

7. 大廳及公共服務區的空調及舒適度之滿意度

調查結果顯示，高達 9 成 1 的觀眾對大廳及公共服務區的空調及舒適度感到滿意(非常滿意 57.6%、還算滿意 33.1%)，表示尚可占 7.6%，約有 1.6%表示不滿意(不太滿意 1.4%、非常不滿意 0.2%)。

進一步針對大廳及公共服務區的空調及舒適度之滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 22)

8. 閒居賦-餐飲的多元性之滿意度

調查結果顯示，約有 7 成 3 的觀眾對閒居賦餐飲的多元性感到滿意(非常滿意 35.8%、還算滿意 37.4%)，表示尚可約占 2 成 3，約有 3.9%表示不滿意(不太滿意 2.7%、非常不滿意 1.2%)。

進一步針對閒居賦-餐飲的多元性之滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 23)

9. 閒居賦-餐飲價格合理性之滿意度

調查結果顯示，約有 5 成 9 的觀眾對閒居賦餐飲價格合理性感到滿意(非常滿意 28.0%、還算滿意 31.1%)，表示尚可約占 3 成 1，約有 1 成表示不滿意(不太滿意 7.2%、非常不滿意 2.6%)。

進一步針對閒居賦-餐飲價格合理性之滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 24)

10.三希堂-餐飲的多元性之滿意度

調查結果顯示，約有 6 成 8 的觀眾對三希堂餐飲的多元性感到滿意(非常滿意 33.0%、還算滿意 34.9%)，表示尚可約占 2 成 7，約有 4.8%表示不滿意(不太滿意 3.8%、非常不滿意 1.0%)。

進一步針對三希堂-餐飲的多元性之滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 25)

11.三希堂-餐飲價格合理性之滿意度

調查結果顯示，約有 5 成 8 的觀眾對三希堂餐飲價格合理性感到滿意(非常滿意 27.9%、還算滿意 30.5%)，表示尚可約占 3 成 1，約有 1 成 1 表示不滿意(不太滿意 8.6%、非常不滿意 2.8%)。

進一步針對三希堂-餐飲價格合理性之滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 26)

12.禮品多元性的滿意度

調查結果顯示，約有 8 成的觀眾對禮品多元性感到滿意(非常滿意 37.5%、還算滿意 43.0%)，表示尚可占 1 成 8，約有 1.9%表示不滿意(不太滿意 1.7%、非常不滿意 0.2%)。

進一步針對禮品多元性滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 27)

13.禮品價格合理性的滿意度

調查結果顯示，約有 5 成 7 的觀眾對禮品價格合理性感到滿意(非常滿意 20.0%、還算滿意 37.4%)，表示尚可約占 3 成 7，約有 8.9%表示不滿意(不太滿意 7.5%、非常不滿意 1.4%)。

進一步針對禮品價格合理性的滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 28)

14.對館內各項設施及服務之便利性

整體而言，觀眾對館內各項設施及服務約有 9 成 4 感到便利(非常便利 51.0%、還算便利 43.1%)，表示尚可約占 5.6%，僅有 0.3% 表示不便利（不太便利 0.4%、非常不便利 0.0%）。

進一步針對館內各項設施及服務便利性之滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 29)

4. 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 1 成 8 有使用個人語音導覽機，4.1%有使用團體導覽機，2.3%有使用專人定時導覽服務，但整體約有 7 成 6 則是沒有使用任何導覽機或服務。

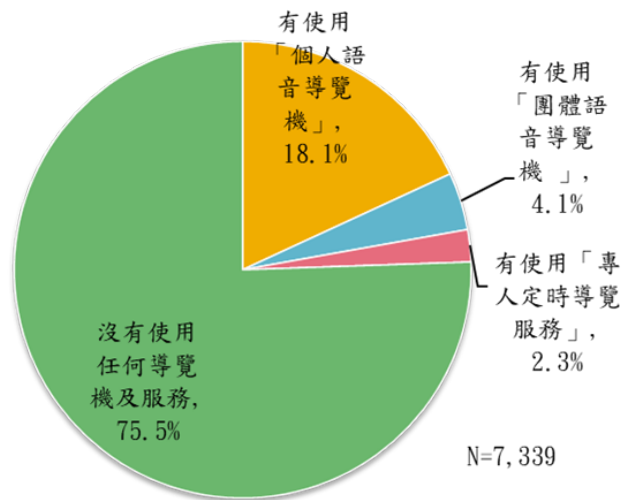


圖20、觀眾使用語音導覽機的概況

進一步針對觀眾使用語音導覽機的概況度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定在不同性別-年齡、性別-教育程度、性別-本國/外國觀眾、性別-來訪型態及性別-調查方式及期間有顯著差異，以下針對有顯著差異進行交叉分析。（附表 30）

- 性別-年齡：沒有使用任何導覽機及服務，以女性-15-24 歲的比例較高(82.5%)，女性-35-44 歲及女性-45-54 歲則較低，分別占 68.7%及 68.9%。而有使用「個人語音導覽機」則以男性-45-54 歲的比例較高(23.3%)。
- 性別-教育程度：沒有使用任何導覽機及服務，以女性-高中/職及以下的比例較高(80.1%)，男性-研究所及以上則較低(71.6%)。而有使用「個人語音導覽機」則以男性-研究所及以上教育程度的比例較高(23.0%)。
- 性別-本國/外國觀眾：沒有使用任何導覽機及服務，以男性-本國觀眾及其他性別的比例較高，分別占 77.8%及 77.6%，女性-外國觀眾則較低(68.7%)。而有使用「個人語音導覽機」則以女性-外國觀眾的比例較高(24.2%)。
- 性別-來訪型態：沒有使用任何導覽機及服務，以男性-曾經來訪過的比例較

高(78.8%)，女性-曾經來訪過則較低(73.7%)。而有使用「個人語音導覽機」則以女性-首次到訪的比例較高(20.0%)。

- 性別-調查方式及期間:沒有使用任何導覽機及服務，以男性-網路填卷-下半年度的比例較高(77.8%)，女性-面訪-下半年度則較低(63.5%)。而有使用「個人語音導覽機」則以女性-面訪-下半年度的比例較高(25.5%)。

2. 使用個人語音導覽的滿意度

針對有使用個人語音導覽機服務(n=1,329)瞭解其滿意度，有高達 8 成 8 表示滿意個人語音導覽機服務(非常滿意 51.6%、還算滿意 36.4%)，表示尚可占 8.6%，有 3.4%表示不滿意（不太滿意 3.0%、非常不滿意 0.4%）。

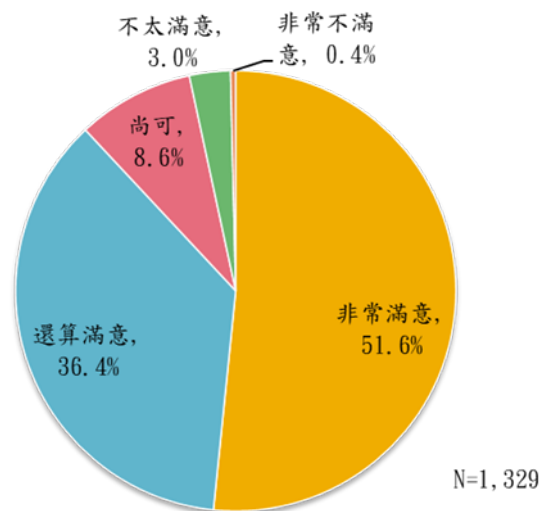


圖21、使用個人語音導的滿意度

進一步針對個人語音導覽滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 31)

3. 使用團體語音導覽的滿意度

針對有使用團體語音導覽服務(n=299)瞭解其滿意度，有高達 9 成 3 表示滿意團體語音導覽機服務(非常滿意 51.8%、還算滿意 41.5%)，表示尚可占 3.0%，有 6.3%表示不滿意（不太滿意 3.3%、非常不滿意 0.3%）。

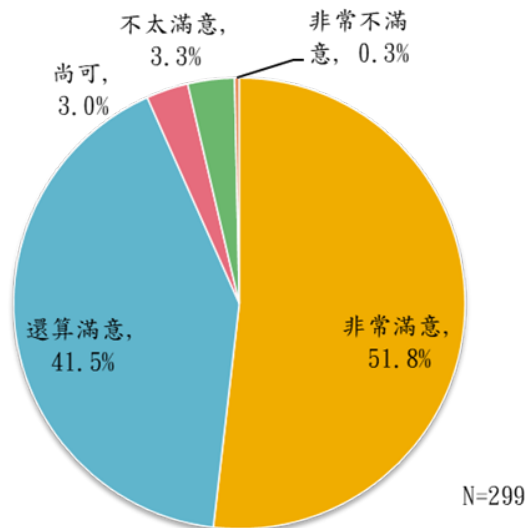


圖22、使用團體語音導的滿意度

進一步針對團體語音導覽滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異。(附表 32)

4. 使用專人語音定時導覽的滿意度

針對有使用專人定時導覽服務(n=167)瞭解其滿意度，有高達 9 成 5 表示滿意專人定時導覽服務(非常滿意 65.3%、還算滿意 29.3%)，表示尚可占 3.0%，有 2.4% 表示不滿意（不太滿意 2.4%、無任何表示非常不滿意）。

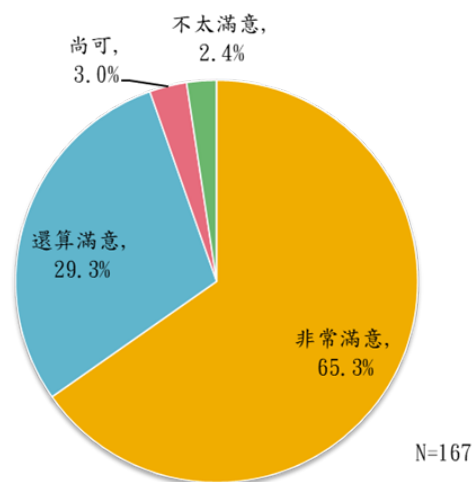


圖23、使用專人語音導的滿意度

進一步針對專人語音定時導覽滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 33)

5. 觀眾對各項服務人員服務態度的滿意度

觀眾對各類服務人員整體服務態度的滿意度，高達 9 成 5 表示滿意(非常滿意 59.8%、還算滿意 34.7%)，表示尚可占 5.2%，僅有 0.3% 表示不滿意(不太滿意 0.3%、非常不滿意 0.0%)。

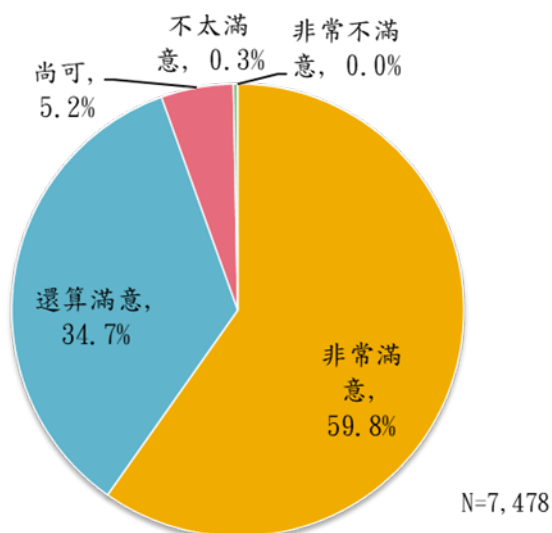


圖24、觀眾對各類服務人員整體服務態度的滿意度

進一步針對各類服務人員整體服務態度滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 34)

6. 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設施空間(含無障礙洗手間)、輪椅借用、無障礙坡道、育嬰友善設施(如哺集乳室、尿布臺等)及宗教平權服務設施(如祈禱室)。由於此題線上問卷與面訪的題目略有不同，面訪調查結果發現，各項滿意度均達 8 成 8 以上(各項目之滿意度評價已排除未接觸者)。

針對線上問卷調查結果，同樣也是高達約 9 成 5 的觀眾表示對各項友善平權設施感到滿意(非常滿意 61.5%、還算滿意 33.6%)，表示尚可占 4.4%，僅有 0.5% 表示不滿意(不太滿意 0.2%、非常不滿意 0.2%)。進一步針對不滿意者(n=3)了解對那些友善平權設施感到不滿意，包括有無障礙坡道(n=2)、哺集乳室(n=2)、無障礙洗手間(n=1)、輪椅借用(n=1)、尿布臺(n=1)及祈禱室(n=1)。

以下分析的各項友善平權設施滿意度分析為面訪之結果。

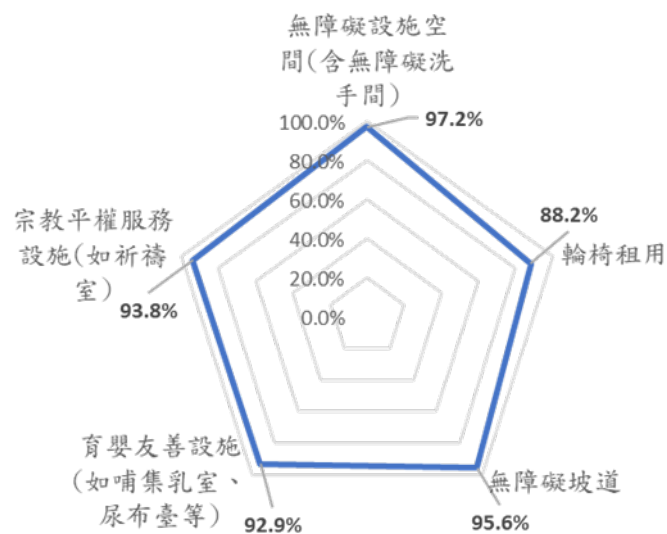


圖25、觀眾對院區內友善平權設施的滿意度(面訪)

1. 無障礙設施空間(含無障礙洗手間) 的滿意度

調查結果顯示，高達約 9 成 7 的觀眾對無障礙設施空間(含無障礙洗手間)感到滿意(非常滿意 64.8%、還算滿意 32.4%)，表示尚可占 2.8%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 35)

2. 輪椅借用的滿意度

調查結果顯示，約有 8 成 8 的觀眾對輪椅借用感到滿意(非常滿意 58.8%、還算滿意 29.4%)，表示尚可占 1 成 2，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 36)

3. 無障礙坡道的滿意度

調查結果顯示，高達 9 成 6 的觀眾對無障礙坡道感到滿意(非常滿意 44.4%、還算滿意 51.1%)，表示尚可占 2.2%，僅有 2.2% 表示非常不滿意(n=1)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 37)

4. 育嬰友善設施(如哺集乳室、尿布臺等)的滿意度

調查結果顯示，高達 9 成 3 的觀眾對育嬰友善設施感到滿意(非常滿意 50.0%、還算滿意 42.9%)，表示尚可占 7.1%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 38)

5. 宗教平權服務設施(如祈禱室)的滿意度

調查結果顯示，約有 9 成 4 的觀眾對宗教平權服務設施(如祈禱室)感到滿意(非常滿意 43.8%、還算滿意 50.0%)，表示尚可占 6.3%，無任何觀眾表示不滿意。

進一步瞭解滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 39)

6. 整體無障礙及友善環境設施的便利度

整體而言，觀眾對院區內無障礙及各項友善環境設施約有 9 成 6 感到便利(非常便利 45.6%、還算便利 50.2%)，表示尚可占 4.2%，無任何觀眾表示不便利。

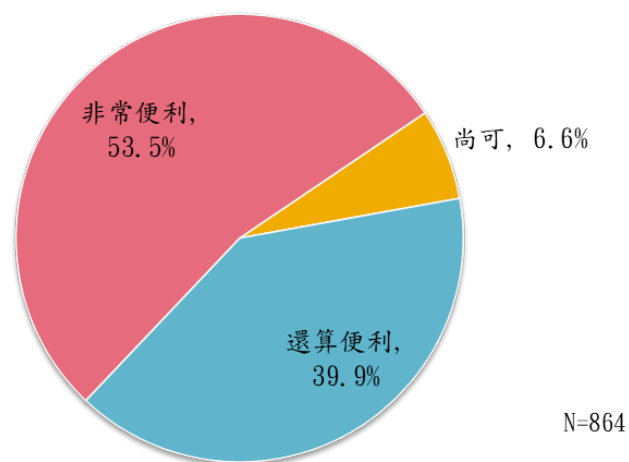


圖26、觀眾對院區內友善平權設施的便利度

進一步針對整體無障礙及友善環境設施的便利度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 40)

7. 國立故宮博物院北部院區整體滿意度

1. 觀眾對故宮北院的整體滿意度

觀眾對國立故宮博物院北部院區的整體滿意度達 9 成 5，當中非常滿意占 53.6%，還算滿意占 41.7%，表示尚可占 4.3%，僅有 0.3% 表示不滿意(不太滿意 0.3%、非常不滿意 0.1%)。

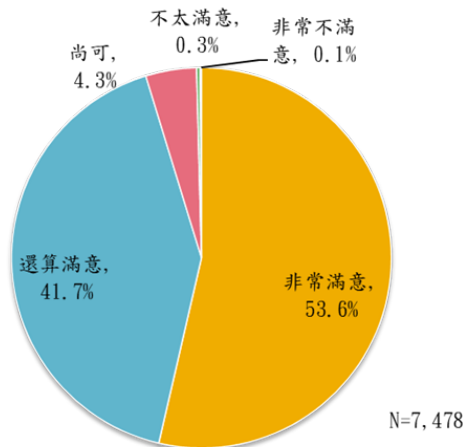


圖27、國立故宮博物院北部院區整體滿意度

進一步針對故宮北院整體滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 41)

2. 觀眾推薦親朋好友來參觀故宮北部院區之意願度

調查結果顯示，高達約 9 成 7 的觀眾表示會推薦親朋好友來參觀故宮北部院區(一定會 71.3%、可能會 25.2%)，表示不一定占 3.1%，表示不會推薦僅占 0.4%(可能不會 0.3%、一定不會 0.1%)。

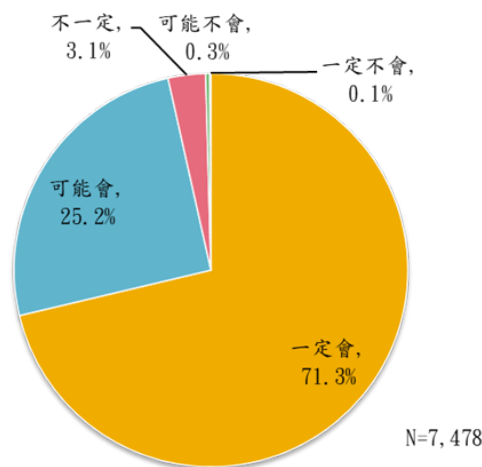


圖28、觀眾推薦親朋好友來參觀故宮北院之意願度

進一步針對推薦意願度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 42)

3. 整體性相關建議-與性別相關

針對觀眾提出的各項建議，與性別較為相關的多數在洗手間、空調冷氣及參觀動線等設施，彙整相關設施的建議與性別進行分析：

- ▶ 女廁的數量太少(n=1)-女性
- ▶ 冷氣太冷(n=9)-女性(n=6)
- ▶ 洗手間設備太老舊(n=2)-男性(n=1)、女性(n=1)
- ▶ 洗手間會有異味(n=1)-男性(n=1)
- ▶ 每一層樓的參觀動線指示沒有很清楚(n=4)-女性(n=3)

8. 館內消費概況

館內消費的題組僅有面訪有詢問，故無納入線上問卷。

1. 禮品紀念品消費概況

整體約有 2 成 1 在館內禮品紀念品有消費，每人平均消費金額約為 816 元。而付款方式，則以現金占比最高，約占 5 成 5，其次為刷卡，約占 3 成 7。

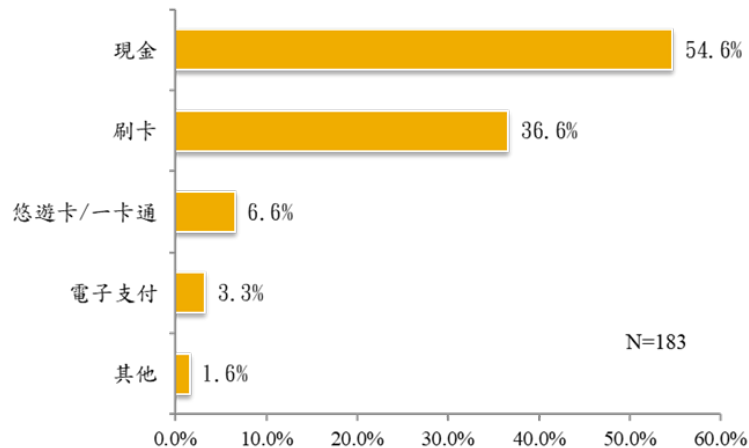


圖29、禮品紀念品消費的付款方式-面訪

觀察不同性別-特徵複合變項之平均消費金額發現，以男性-25-34 歲(2,342 元)、男性-35-44 歲(885 元)、男性-大學教育程度(1,443 元)、女性-研究所及以上(975 元)、男性-本國觀眾(1,684 元)、男性-外國觀眾(979 元)、男性-未婚(1,290 元)、男性-已婚(991 元)、男性-工業(2,880 元)、男性-醫療業(1,244 元)、男性-首次到訪(1,218 元)的平均消費金額較高。

2. 館內餐飲消費概況

整體約有 1 成 1 在館內餐飲有消費，每人平均消費金額約為 464 元。而付款方式，同樣也是以現金占比最高，約占 5 成 5，其次為刷卡，約占 4 成 4。

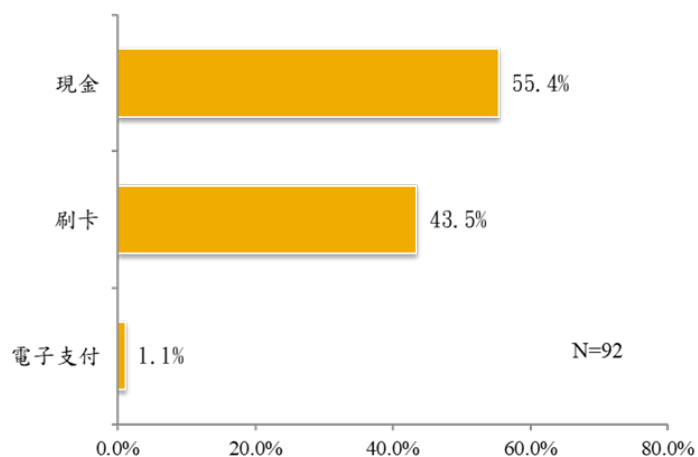


圖30、 餐飲消費的付款方式-面訪

觀察不同性別-特徵複合變項之平均消費金額發現，以女性-35-44 歲(889 元)、女性-大學教育程度(763 元)、女性-本國觀眾(898 元)、女性-已婚(615 元)、女性-服務業(3,631 元)、男性-醫療業(796 元)、女性-曾經來訪過(709 元)的平均消費金額較高。

9. 對兒童學藝中心之看法

1. 來訪概況

整體而言，約有 1 成 6 的觀眾有到訪兒童學藝中心，針對有到訪兒藝中心者，約有 7 成 5 是首次到訪，約有 2 成 5 則曾經來訪過。

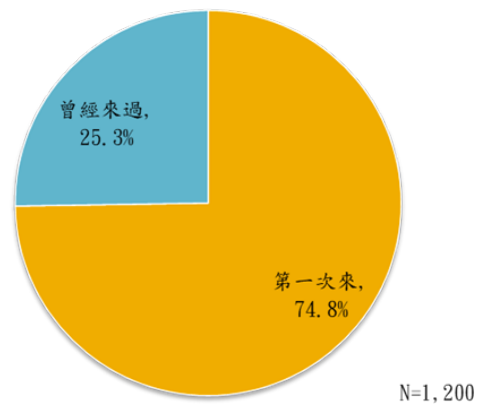


圖31、到訪兒藝中心者首次到訪的占比

2. 曾到訪的時間

針對到訪兒藝中心且曾經來訪者(n=303)，上一次到訪以超過 2 年以上的占比較高，約占 3 成 8，其次為則是在半年至一年內，約占 2 成 1。而近二年平均到訪的次數約為 2.4 次(含本次到訪)。

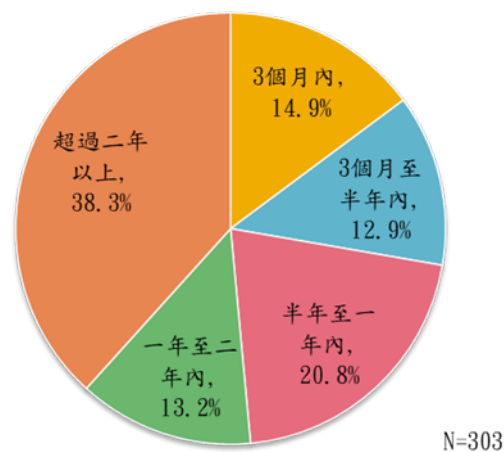


圖32、上一次到訪兒藝中心的時間

3. 對兒藝中心的滿意度

兒藝中心各項服務滿意度包括展覽主題內容的豐富度與教育性、多媒體及互動設施的易操作性、館內指標及參觀動線的清楚度、展覽引導說明圖文的理解度、無障礙及親子友善設施及兒藝中心服務人員的態度，各項滿意度均在 8 成 8 以上。

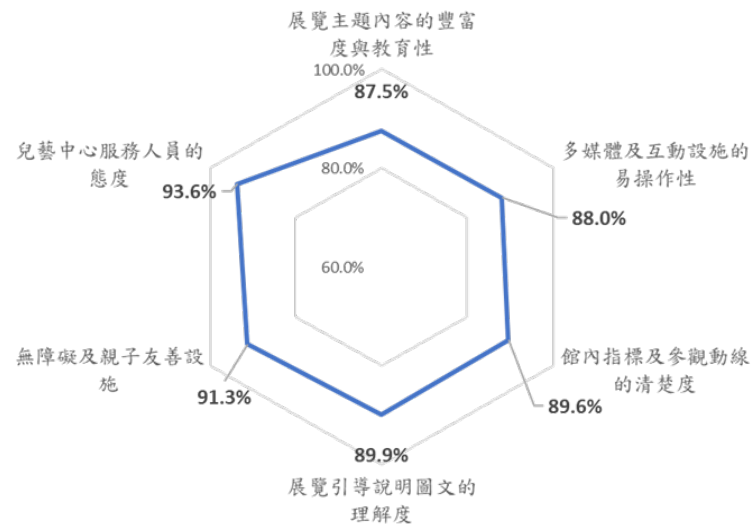


圖33、觀眾對兒藝中心各項服務的滿意度

(1) 展覽主題內容豐富度與教育性的滿意度

調查結果顯示，高達約 8 成 8 的兒藝中心觀眾對展覽主題內容豐富度與教育性感到滿意(非常滿意 48.3%、還算滿意 39.3%)，表示尚可占 1 成 1，約有 1 成 1 表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.3%)。

進一步瞭解滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 47)

(2) 多媒體及互動設施易操作性的滿意度

調查結果顯示，高達約 8 成 8 的兒藝中心觀眾對多媒體及互動設施易操作性感到滿意(非常滿意 48.3%、還算滿意 39.7%)，表示尚可占 1 成，約有 1.7% 表示不滿意(不太滿意 1.2%、非常不滿意 0.5%)。

進一步針對滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 48)

(3) 館內指標及參觀動線清楚度的滿意度

調查結果顯示，高達約 9 成的兒藝中心觀眾對館內指標及參觀動線清楚度感到滿意(非常滿意 52.8%、還算滿意 36.8%)，表示尚可占 9.5%，僅有 0.9% 表示不滿意(不太滿意 0.5%、非常不滿意 0.4%)。

進一步針對滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 49)

(4) 展覽引導說明圖文理解度的滿意度

調查結果顯示，高達約 9 成的兒藝中心觀眾對展覽引導說明圖文理解度感到滿意(非常滿意 51.9%、還算滿意 38.0%)，表示尚可占 8.8%，約有 1.2% 表示不滿意(不太滿意 0.8%、非常不滿意 0.4%)。

進一步針對滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 50)

(5) 無障礙及親子友善設施的滿意度

調查結果顯示，高達 9 成 1 的兒藝中心觀眾對無障礙及親子友善設施感到滿意(非常滿意 53.1%、還算滿意 38.2%)，表示尚可占 8.1%，約有 0.7% 表示不滿意(不太滿意 0.3%、非常不滿意 0.4%)。

進一步針對滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 51)

(6) 兒藝中心服務人員的滿意度

調查結果顯示，高達 9 成 4 的兒藝中心觀眾對兒藝中心服務人員感到滿意(非常滿意 61.3%、還算滿意 32.3%)，表示尚可占 5.6%，僅有 0.9% 表示不滿意(不太滿意 0.7%、非常不滿意 0.2%)。

進一步針對滿意度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 52)

4. 對兒藝中心各項設施及規劃的便利度

整體而言，高達 9 成 3 的兒藝中心觀眾對兒藝中心各項設施及規劃感到滿意(非常滿意 53.5%、還算滿意 39.8%)，表示尚可占 6.3%，僅有 0.5% 表示不滿意(不太滿意 0.3%、非常不滿意 0.2%)。

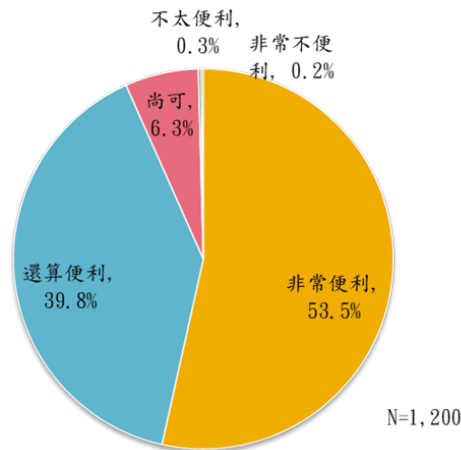


圖34、對兒藝中心各項設施及規劃的便利度

進一步針對兒藝中心各項設施及規劃的便利度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 53)

5. 觀眾推薦親朋好友來參觀兒藝中心之意願度

調查結果顯示，高達 9 成 3 的兒藝中心觀眾表示會推薦親朋好友來參觀兒藝中心(一定會 60.1%、可能會 32.5%)，表示不一定占 6.0%，僅有 1.4% 表示不會推薦(可能不會 1.0%、一定不會 0.4%)。

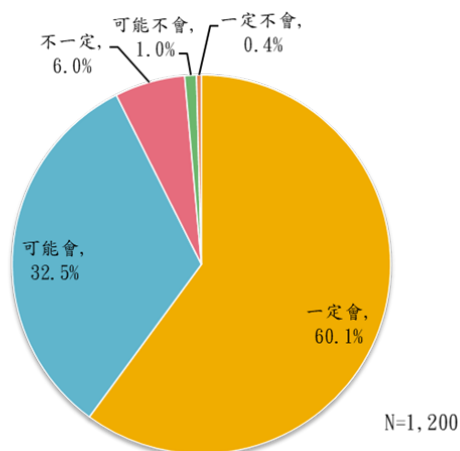


圖35、觀眾推薦親朋好友來參觀兒藝中心之意願度

進一步針對推薦意願度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 54)

10. 對故宮數位平台及社群媒體的看法

1. 故宮數位平台及社群媒體的知悉度

調查結果顯示，約有 7 成 1 知道故宮有數位平台及社群媒體，當中以故宮北院官網的知悉度最高，約有 5 成 8，其次為故宮北院 FB 約有 2 成 3，再其次為故宮 Youtube 頻道，約有 1 成 3，其餘項目的知悉度則低於 1 成。另有 2 成 9 則表示不知道任何故宮的數位平台及社群媒體。

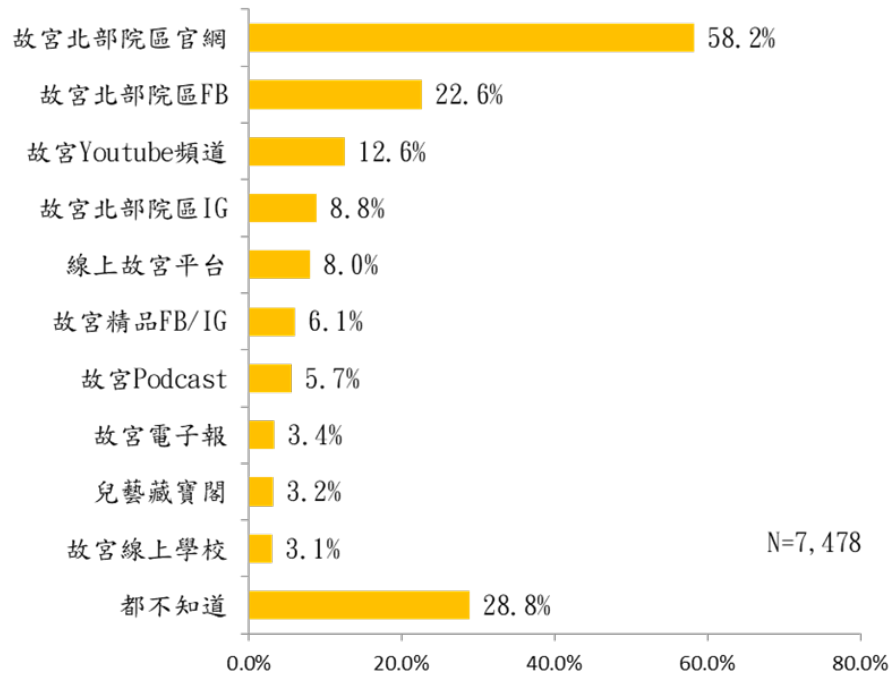


圖36、對故宮數位平台及社群媒體的知悉度

針對觀眾知悉的故宮數位平台及社群媒體進一步了解其觀眾性別-特徵複合變項：

- 故宮北院官網：以女性-45-54 歲、女性-大學教育程度、女性-本國觀眾、女性-曾經來訪過、女性-已婚、男性-軍職/公務人員、女性-網路填卷一下半年度等特質的觀眾比例較高。
- 故宮北院 FB：以女性-35-44 歲、女性-研究所及以上、女性-本國觀眾、女性-曾經來訪、女性-已婚、女性-藝術文化從業人員、女性-網路填卷-上半年度等特質的觀眾比例較高。
- 故宮 Youtube 頻道：以女性-55 歲及以上、男性-高中/高職及以下、男性-本國觀眾、男性-曾經來訪、女性-其他婚姻狀況、女性-農業及其他、男性-網路填卷-上半年度等特質的觀眾比例較高。

2. 故宮數位平台及社群媒體的使用率

針對知道故宮數位平台及社群媒體的觀眾了解其使用概況，以故宮北院官網的使用率最高，約有 5 成 3，其次為故宮北院 FB，約有 1 成 7，其餘項目均低於 1 成，而約有 3 成 1 為知道故宮相關的數位平台及社群媒體，但均未使用過。

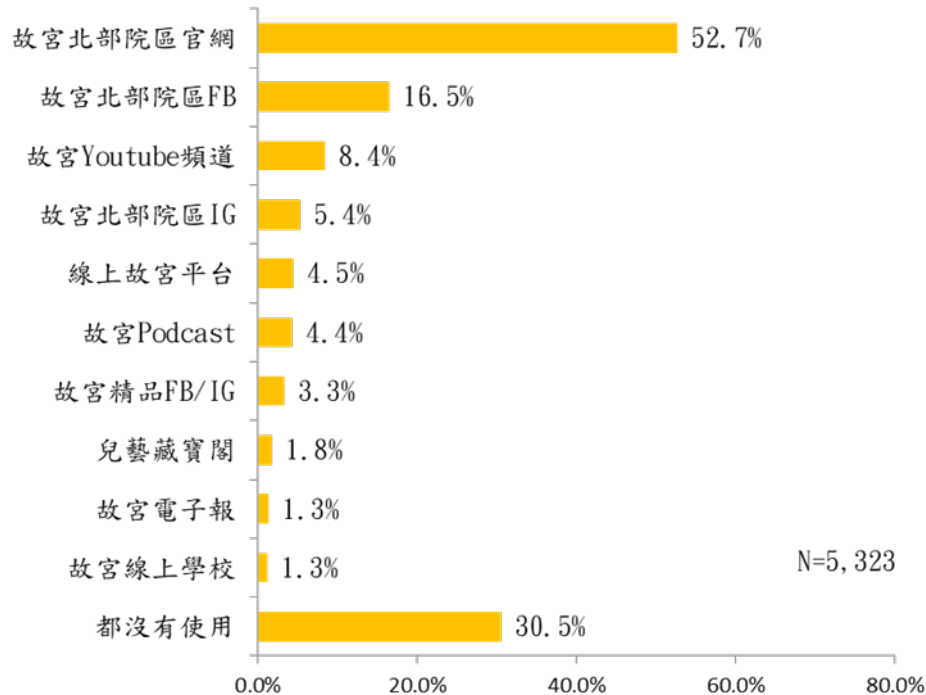


圖37、故宮數位平台及社群媒體的使用率

針對觀眾對故宮數位平台及社群媒體的使用狀況進一步了解其觀眾性別-特徵複合變項：

- 故宮北院官網：以女性-55 歲及以上、男性-大學教育程度、男性-本國觀眾、男性-外國觀眾、男性-曾經來訪、男性-其他婚姻狀況、女性-旅遊從業人員、女性-面訪-下半年度等特質的觀眾比例較高。
- 故宮北院 FB：以女性-45-54、女性-研究所及以上、女性-本國觀眾、女性-曾經來過、女性-已婚、女性-藝術文化從業人員、女性-網路填卷-上半年度、女性-面訪-下半年度等特質的觀眾比例較高。
- 故宮 Youtube 頻道：以女性-55 歲及以上、男性-高中/高職及以下、男性-外國觀眾、男性-曾經來過、男性-其他婚姻狀況、女性-農業及其他行業、男性-服務業、男性-面訪-上半年度等特質的觀眾比例較高。

3. 故宮數位平台及社群媒體使用後對了解故宮之幫助度

觀眾瀏覽或使用過故宮數位平台及社群媒體後，約有 9 成 5 的觀眾表示有助於了解故宮(非常有幫助 53.0%，有一點幫助 41.5%)，有 5.1%表示尚可，僅有 0.4%表示沒有幫助(有點沒幫助 0.2%、非常沒有幫助 0.2%)。

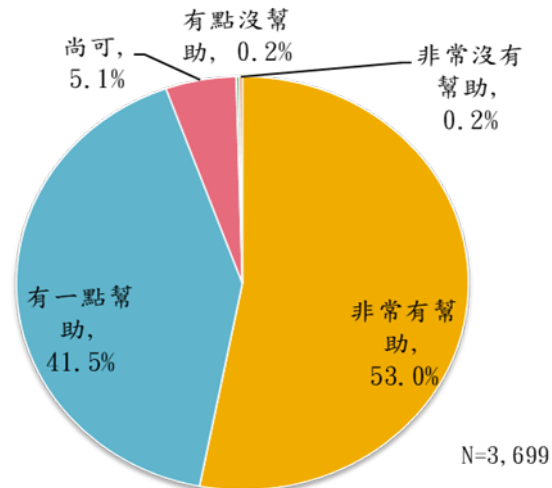


圖38、故宮數位平台及社群媒體使用後對了解故宮之幫助度

進一步針對使用故宮數位平台及社群媒體之幫助度與觀眾的性別-特徵複合變項進行交叉分析後發現，卡方檢定均為無顯著差異，故不進行交叉分析說明。(附表 54)

11. 資訊傳播媒體的取得概況

觀眾期待未來故宮北院相關資訊獲得的管道，以故宮北院官網占比較高，約有 6 成 2，其次為故宮北院 FB 粉絲專頁，約有 3 成 7，再其次依序為故宮北院 IG 約占 2 成 4、故宮 Youtube 頻道約占 1 成 9，網路/部落格約占 1 成 4，其餘管道皆低於 1 成。

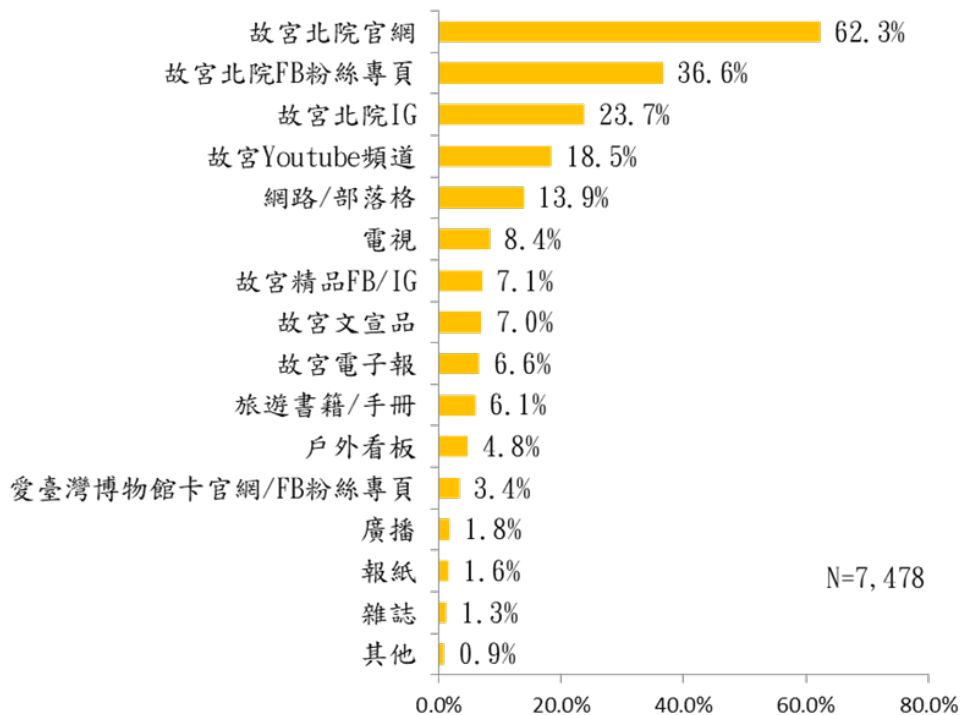


圖39、期待未來故宮北院相關資訊獲得的管道

針對觀眾期待未來故宮北院相關資訊獲得的管道，進一步了解其觀眾性別-特徵複合變項：

- 故宮北院官網：以男性-45-54 歲、男性-本國觀眾、男性-曾經來過、男性-已婚、男性-軍職/公務人員、男性-網路填卷-下半年度等特質的觀眾比例較高。
- 故宮北院 FB：以女性-35-44 歲、女性-研究所及以上、女性-本國觀眾、女性-曾經來過、女性-已婚、女性-軍職/公務人員、女性-網路填卷-下半年度等特質的觀眾比例較高。
- 故宮北院 IG：以女性-15-24 歲、男性 高中/高職及以下、女性-本國觀眾、女性-首次到訪、女性-未婚、女性-學生、男性-網路填卷-上半年度等特質的觀眾比例較高。

12. 觀眾對符合免費入場故宮的知悉度

調查結果顯示，約有 2 成 3 的觀眾表示不知道任何可以符合免費入場故宮的條件，知道又以 65 歲以上(本國籍)平日免費、年齡未滿 18 歲(不分國籍)及本國學生的占比較高，各約占 5 成、4 成 9 及 4 成 6，其次為身障者及其陪同者一人(不分國籍)及志工憑本國志願服務榮譽卡，各約有 3 成 6 及 2 成 6，其餘項目則低於 2 成。

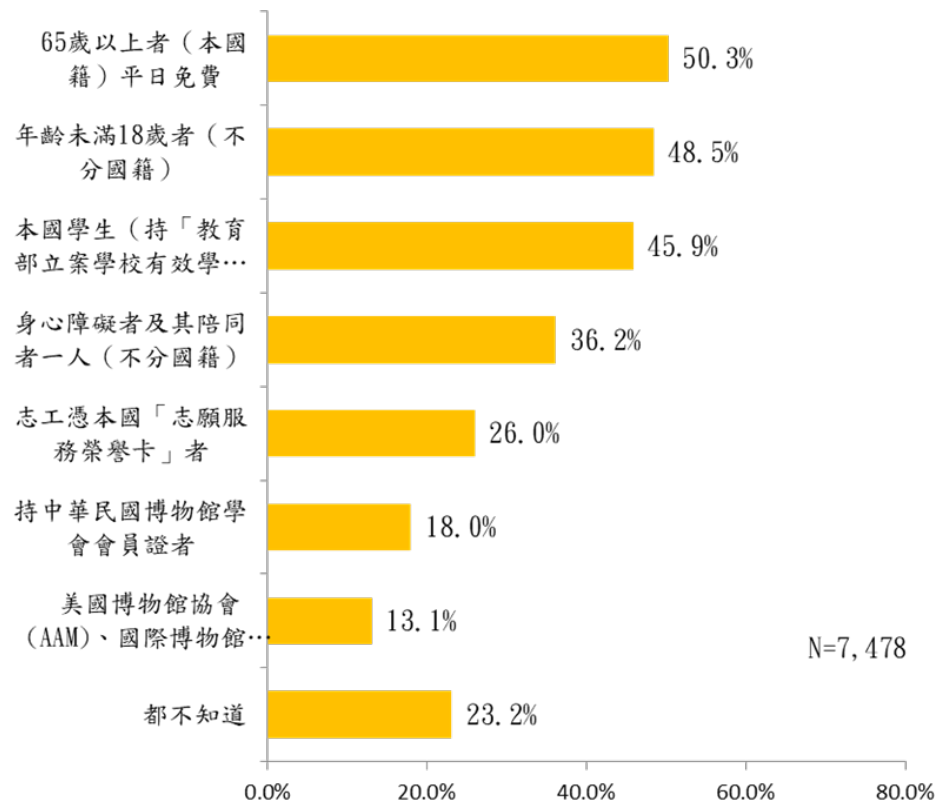


圖40、觀眾對符合免費入場故宮的知悉度

針對觀眾對符合免費入場故宮的知悉度進一步了解其觀眾性別-特徵複合變項：(附表 59)

- 65 歲以上(本國籍)平日免費：以女性-55 歲及以上、女性-研究所及以上、女性-本國觀眾、女性-曾經來訪、女性-已婚、女性-教職、女性-網路填卷-下半年度等特質的觀眾比例較高。
- 年齡未滿 18 歲(不分國籍)：以女性-45-54 歲、男性-高中/高職及以下、女性-本國觀眾、女性-曾經來訪、女性-已婚、女性-藝術文化從業人員、女性-網路填卷-下半年度等特質的觀眾比例較高。

- 本國學生：以女性-15-24 歲、女性-大學教育程度、女性-本國觀眾、女性-曾經來訪、女性-未婚、女性-學生、女性-網路填卷-下半年度等特質的觀眾比例較高。

四、 歷年趨勢分析

此部分將依據各項滿意度中與 111 年度相比有顯著性差異之項目(相關資料可參考 112 年度北部院區觀眾意見調查報告)，進而了解不同性別特徵中，滿意度之趨勢變化。

(一) 展廳的動線規劃

今年度展廳的動線規劃之滿意度較 111 年度下降 2.9 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 35-44 歲的男性、55 歲及以上的男性及 35-44 歲的女性下降幅度具顯著差異。

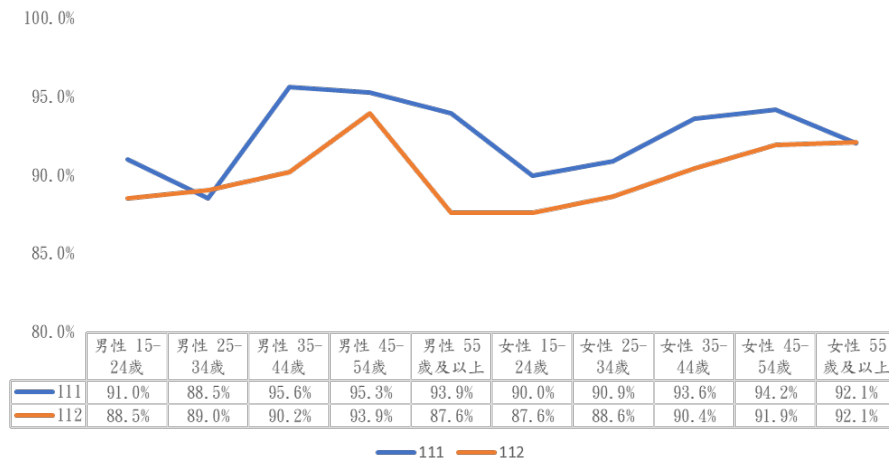


圖41、 展廳動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡層

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性曾經來訪過及女性曾經來訪過下降的幅度具顯著差異。

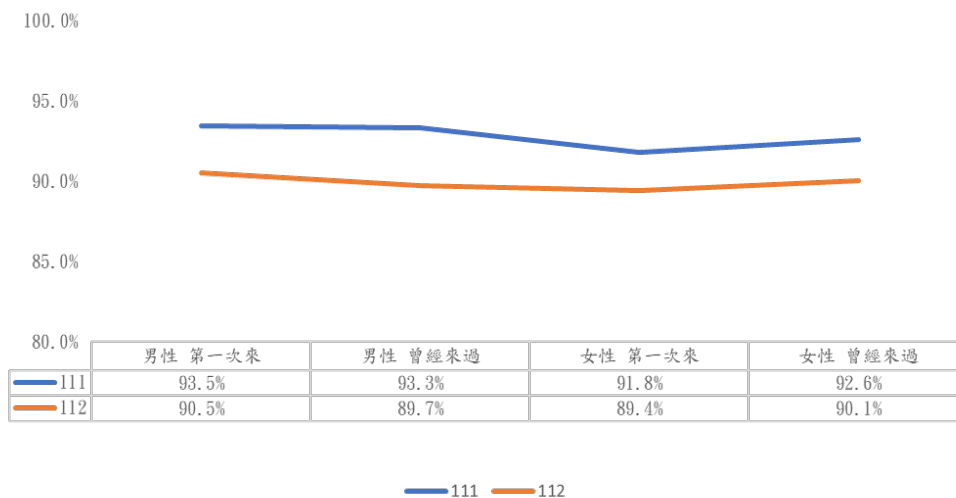


圖42、 展廳動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(二) 說明內容的理解度

今年度說明內容的理解度之滿意度較 111 年度下降 3.8 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 35-44 歲的男性、25-34 歲的女性及 35-44 歲的女性下降幅度具顯著差異。

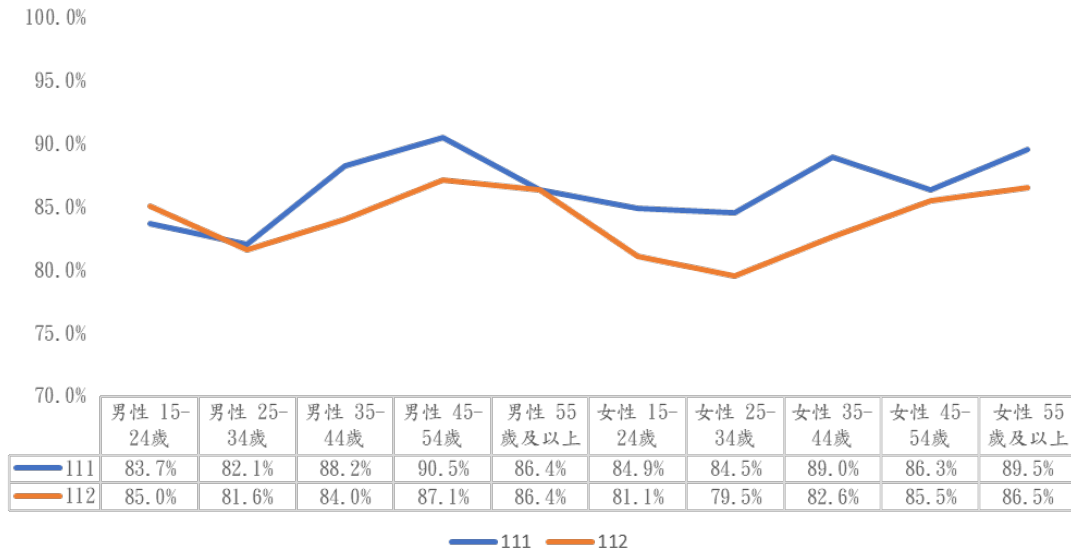


圖43、說明內容理解度滿意度2年度比較-不同性別之年齡層

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性曾經來訪過下降的幅度具顯著差異。

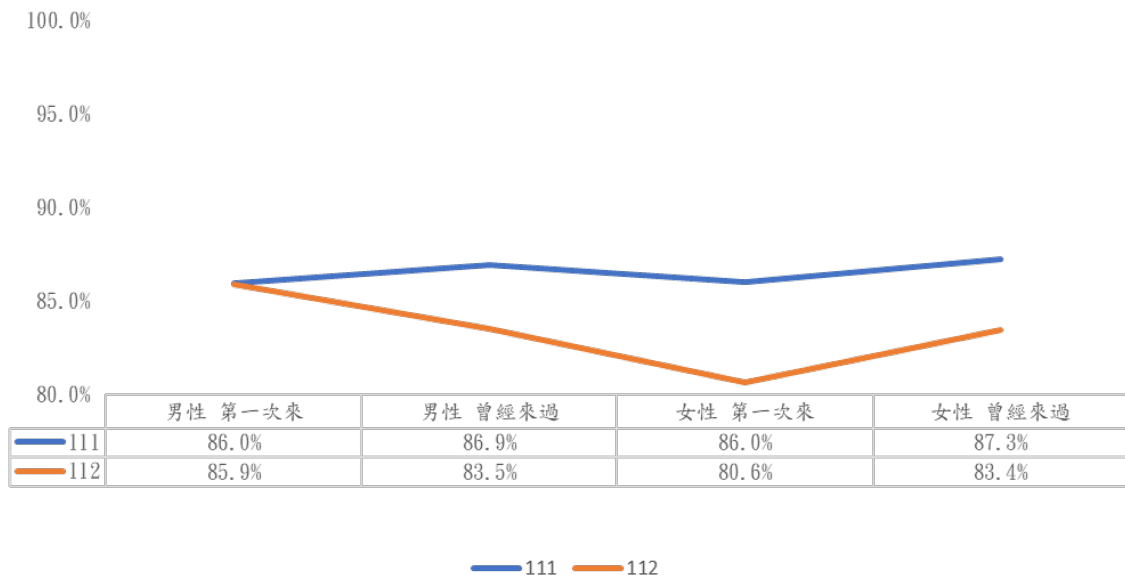


圖44、說明內容理解度滿意度2年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(三) 多媒體及互動設施的親近性

今年度多媒體及互動設施的親近性之滿意度較 111 年度下降 1.9 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，無顯著差異。

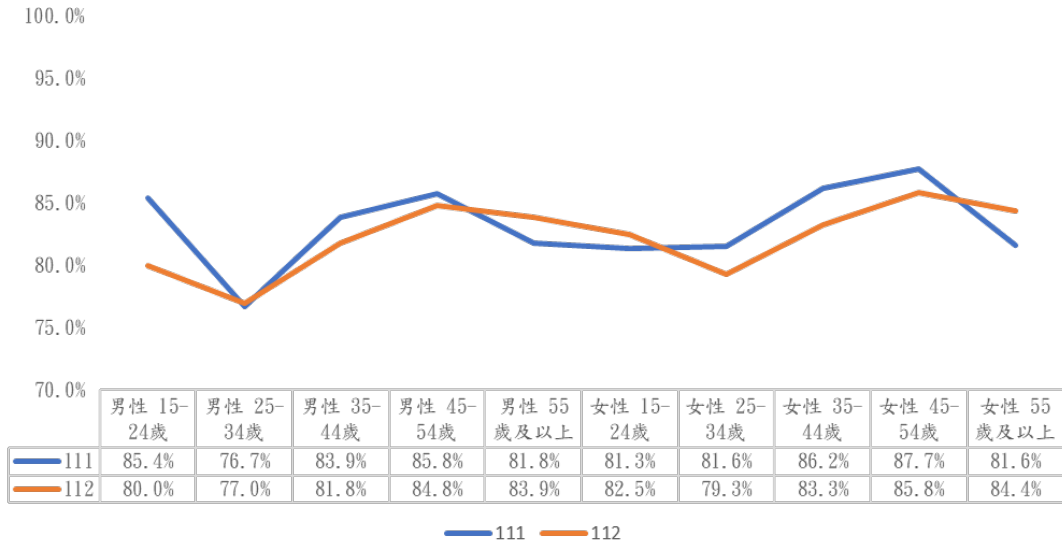


圖45、多媒體及互動設施親近性滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性首次來訪及女性曾經來訪過下降的幅度具顯著差異。



圖46、多媒體及互動設施親近性滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(四)購票處動線規劃

今年度購票處動線規劃之滿意度較 111 年度下降 4.1 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 15-24 歲男性、25-34 歲男性、35-44 男性、35-44 歲女性及 45-54 歲女性下降的幅度具有顯著差異。

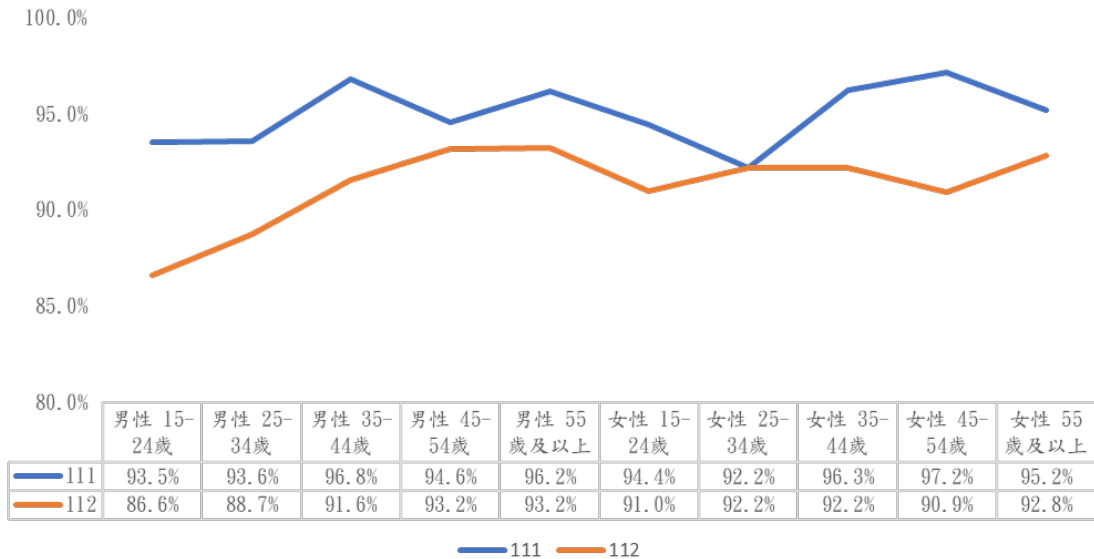


圖47、購票處動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性首次來訪、男性曾經來訪過及女性曾經來訪過下降的幅度具顯著差異。

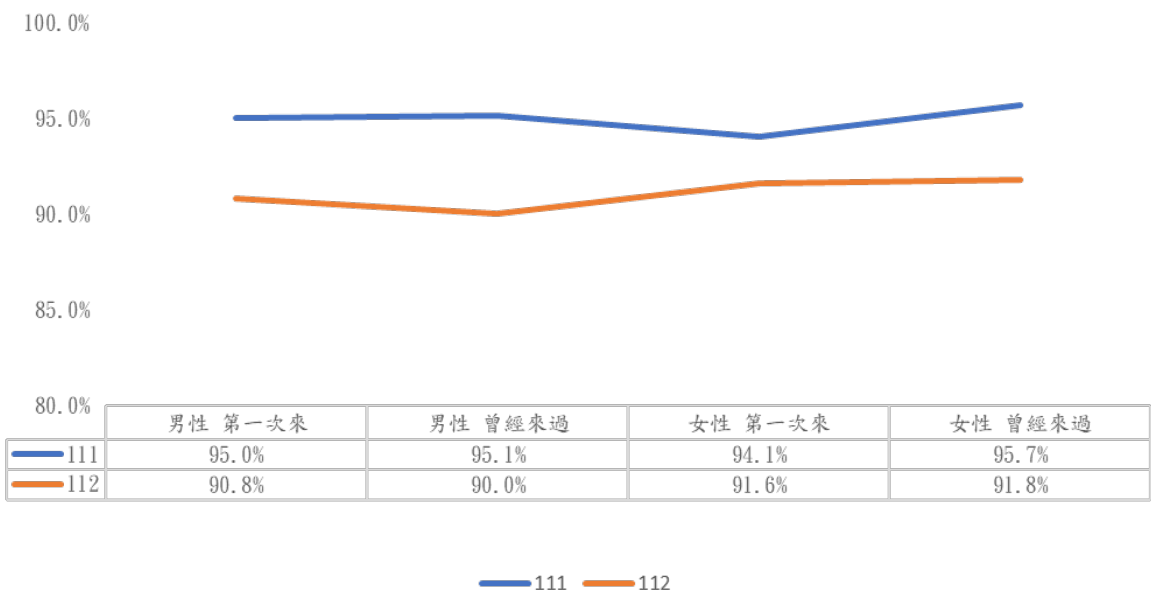


圖48、購票處動線規劃滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(五) 導覽地圖清楚明確度

今年度導覽地圖清楚明確度之滿意度較 111 年度下降 4.1 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 15-24 歲男性、35-44 歲男性、15-24 女性、35-44 歲女性及 45-54 歲女性下降的幅度具有顯著差異。

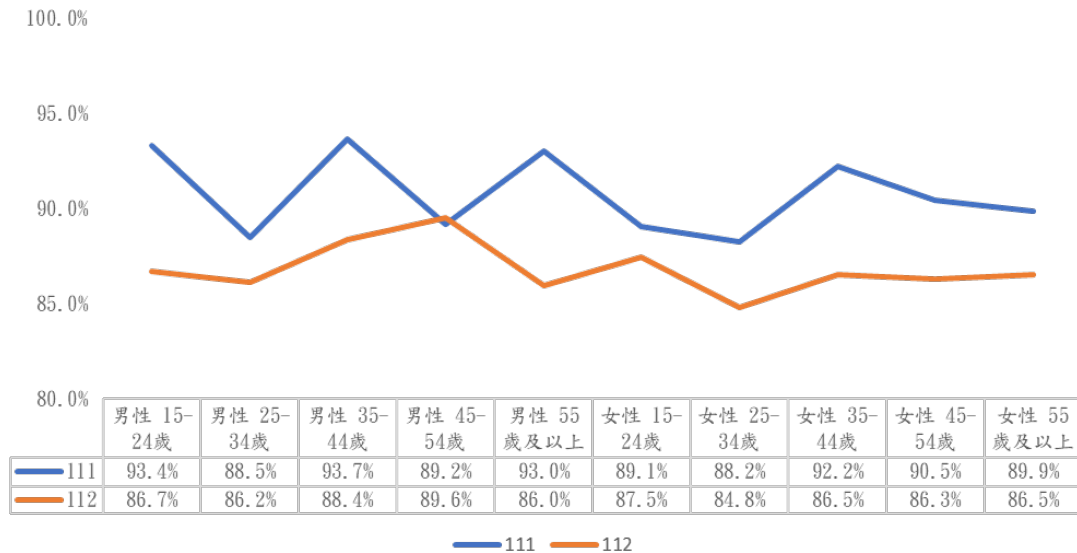


圖49、 導覽地圖清楚明確度滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性首次來訪、男性曾經來訪過、女性首次來訪及女性曾經來訪過下降的幅度均具顯著差異。

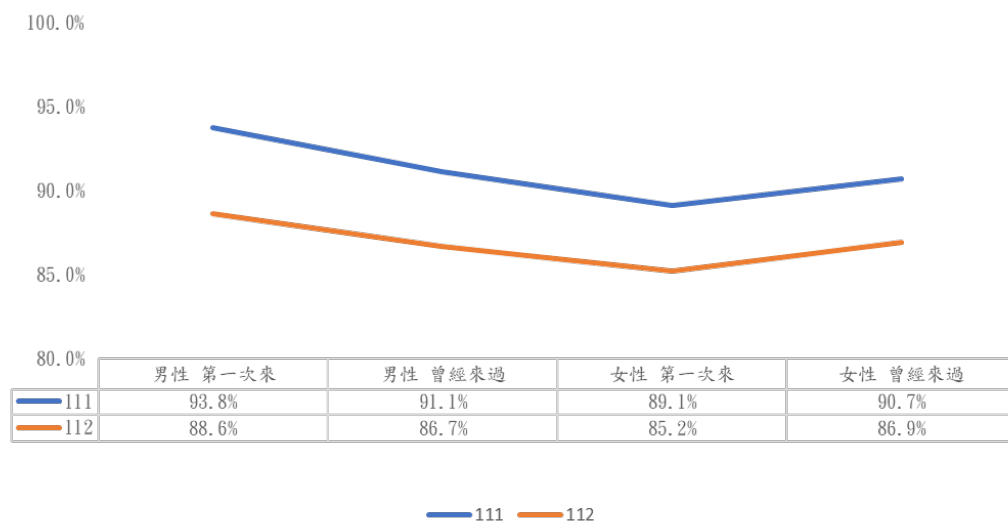


圖50、 導覽地圖清楚明確度滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(六) 各項設施指示標誌清楚明確度

今年度各項設施指示標誌清楚明確度之滿意度較 111 年度下降 1.7 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，均無顯著差異。

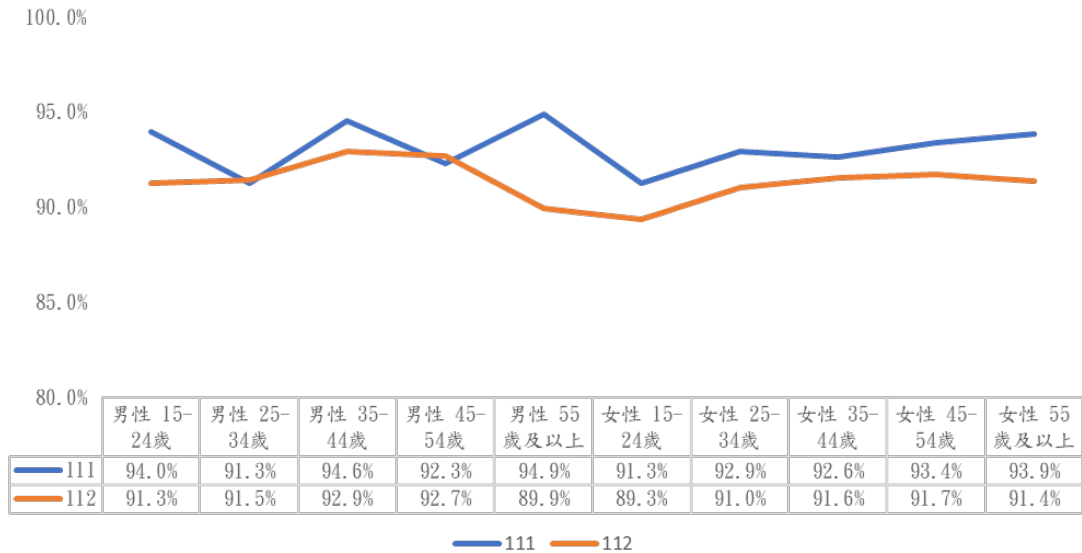


圖51、各項設施指示標誌清楚明確度滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性曾經來訪過及女性首次來訪下降的幅度均具顯著差異。

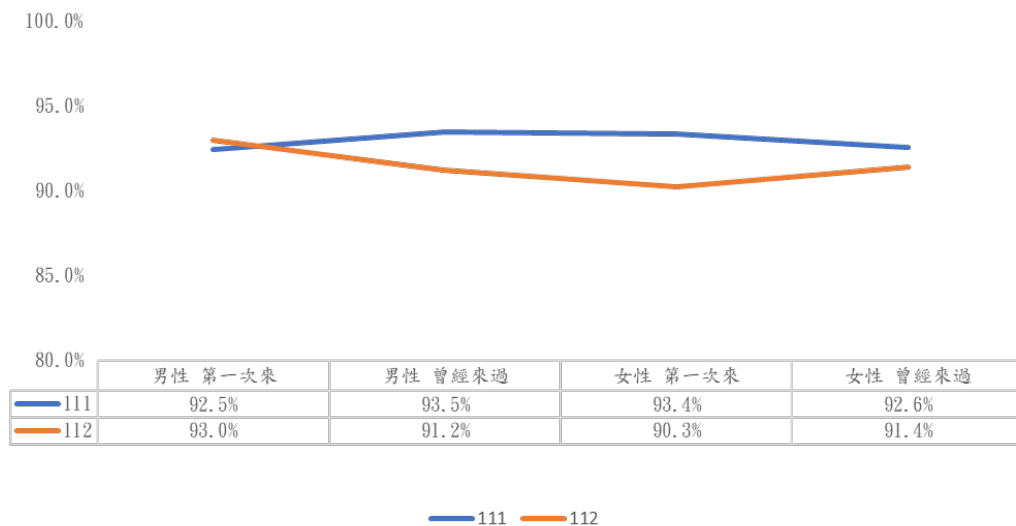


圖52、各項設施指示標誌清楚明確度意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(七) 洗手間的清潔

今年度各項設施指示標誌清楚明確度之滿意度較 111 年度下降 2.9 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 35-44 歲男性、55 歲及以上男性、15-24 女性、25-34 歲女性及 45-54 歲女性下降的幅度具有顯著差異。

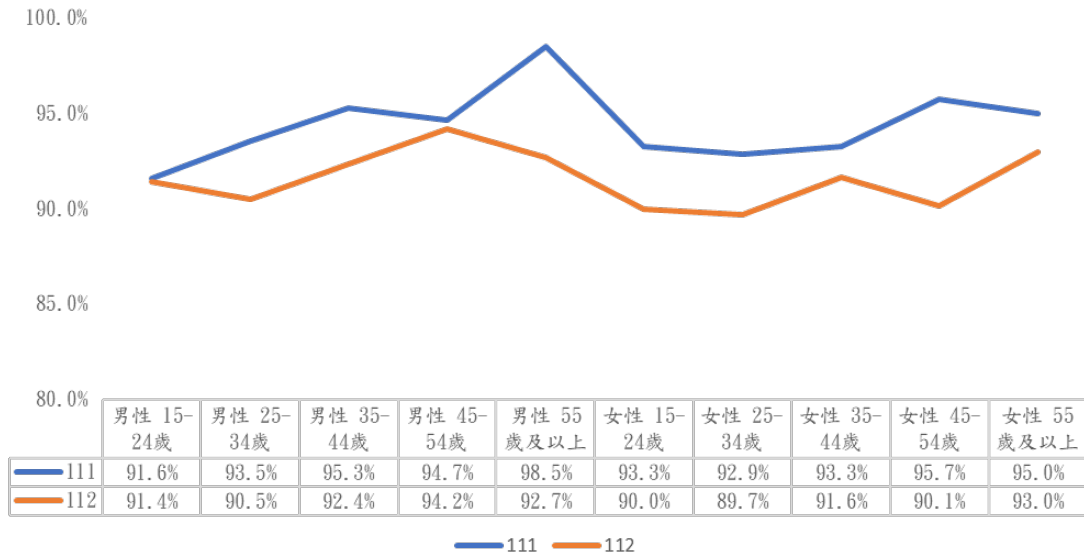


圖53、洗手間清潔滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性曾經來訪過及女性曾經來訪過下降的幅度均具顯著差異。

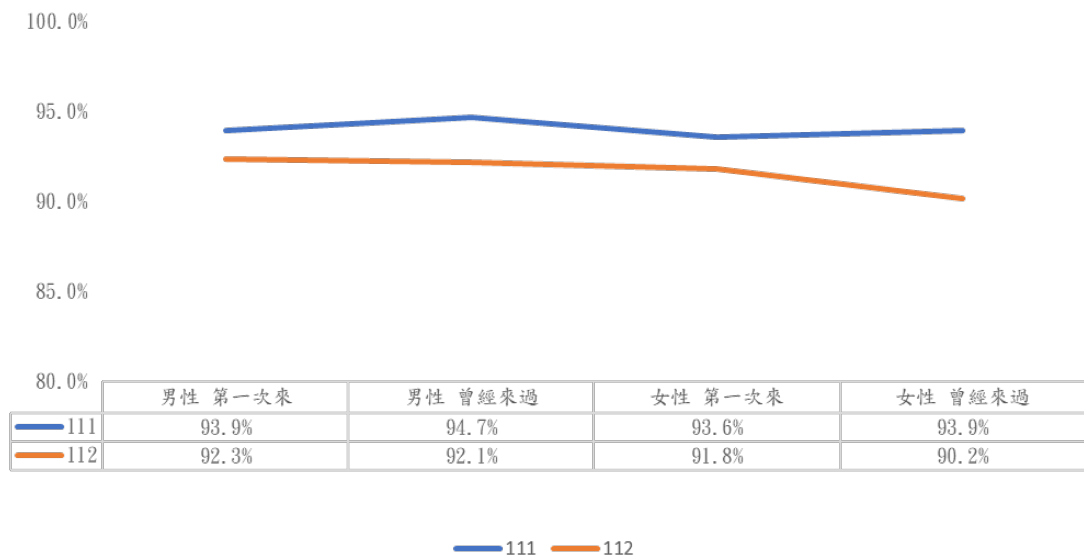


圖54、洗手間清潔滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(八) 大廳及公共服務區域的舒適度

今年度大廳及公共服務區域舒適度之滿意度較 111 年度下降 2.6 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 35-44 歲男性、55 歲及以上男性、15-24 女性、35-44 歲女性及 45-54 歲女性下降的幅度具有顯著差異。

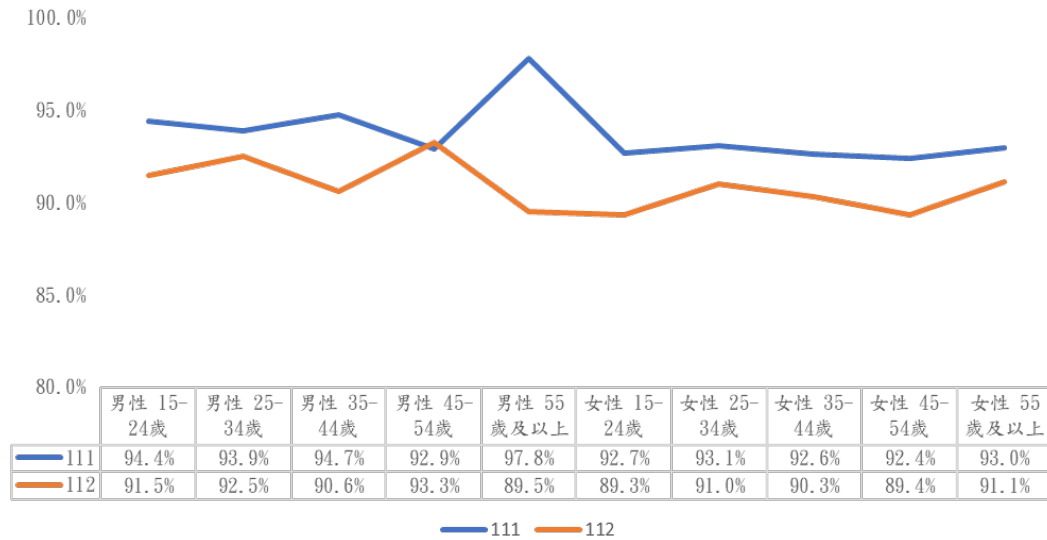


圖55、大廳及公共服務區域舒適度滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性曾經來訪過、女性首次來訪及女性曾經來訪過下降的幅度均具顯著差異。

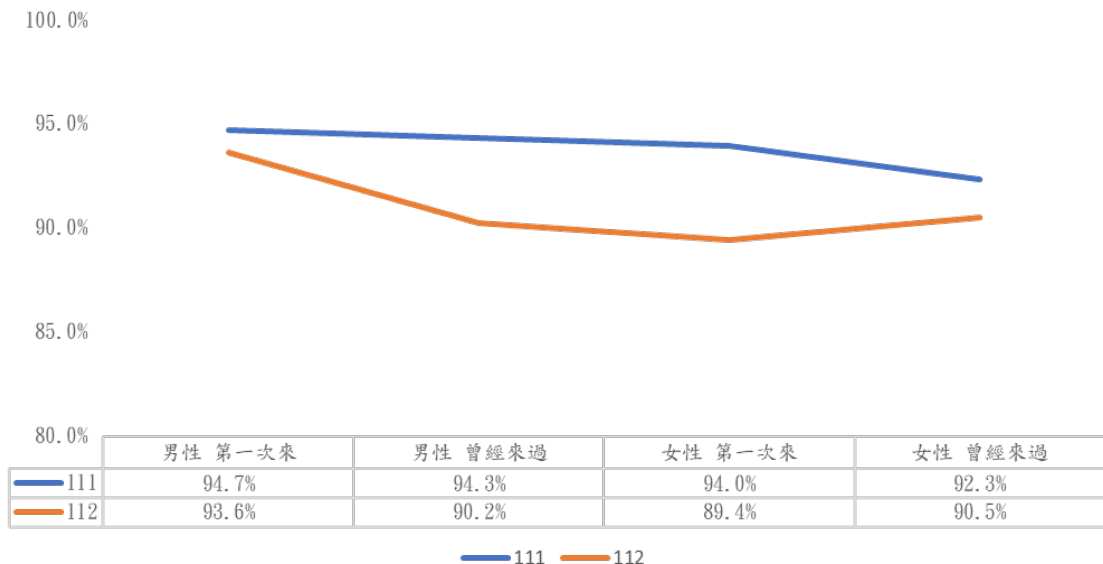


圖56、大廳及公共服務區域舒適度滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(九)禮品的多元性

今年度禮品多元性之滿意度較 111 年度下降 2.1 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 35-44 歲男性及 55 歲及以上男性下降的幅度具有顯著差異。

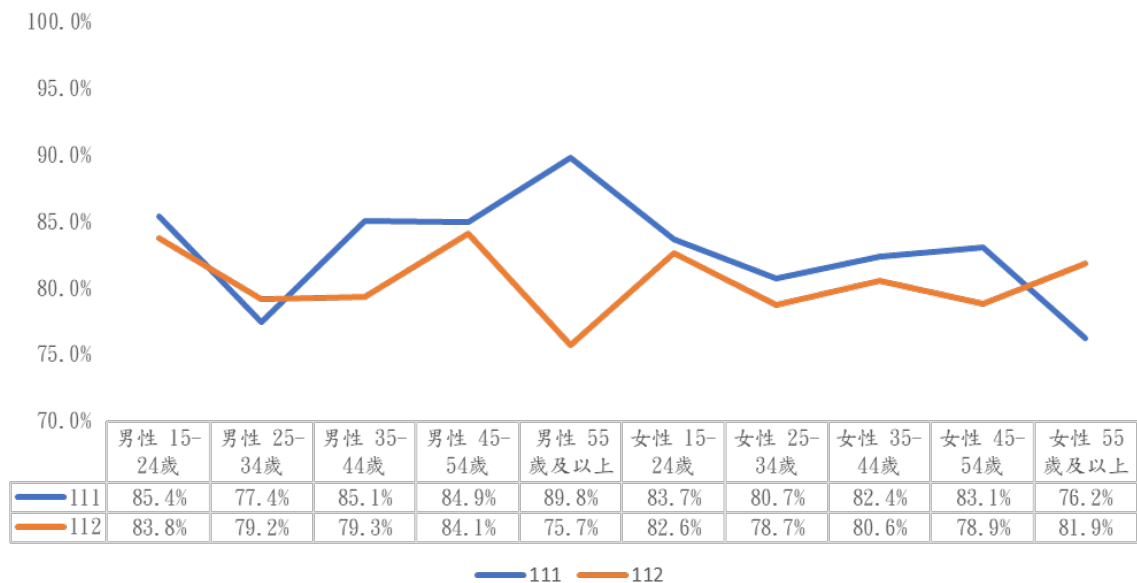


圖57、禮品多元性滿意度2年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性曾經來訪過下降的幅度均具顯著差異。

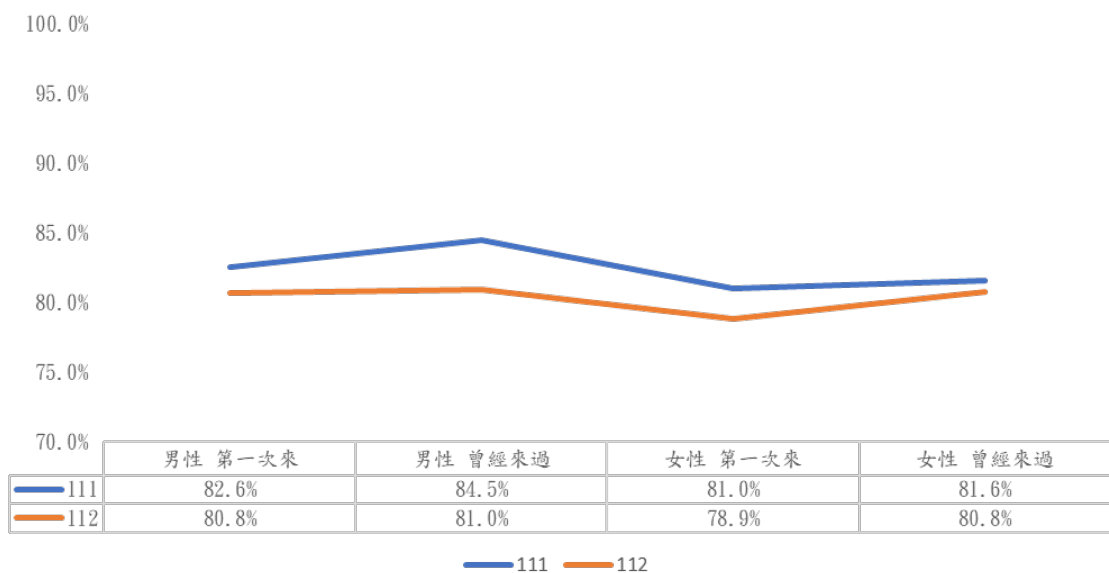


圖58、禮品多元性滿意度2年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(十) 禮品價格的合理性

今年度禮品價格合理性之滿意度較 111 年度下降 2.7 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 35-44 歲男性下降的幅度具有顯著差異。

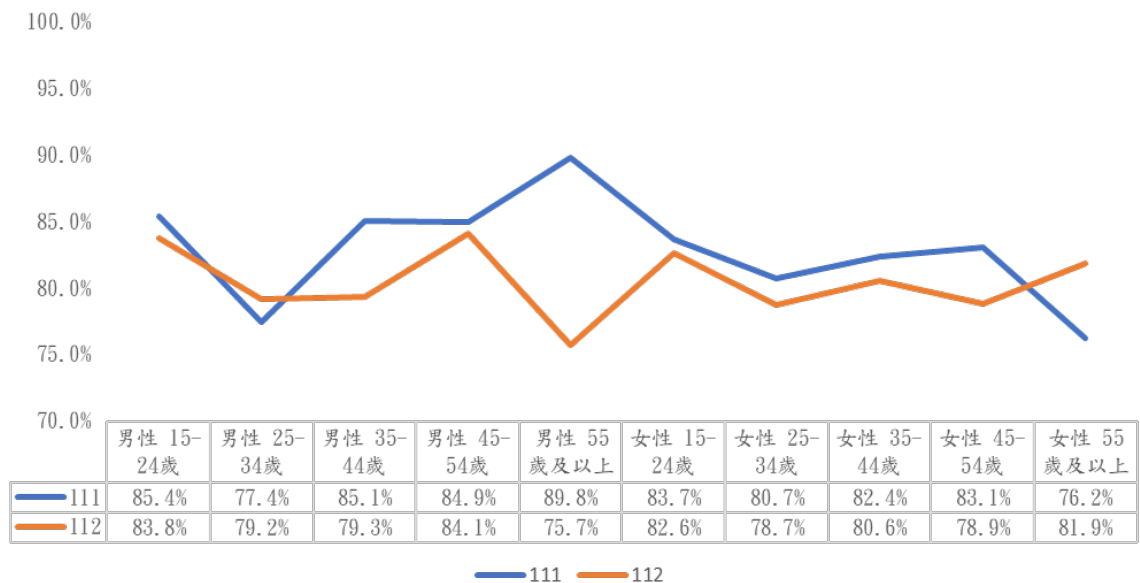


圖59、禮品價格合理性滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，以男性曾經來訪過下降的幅度均具顯著差異。

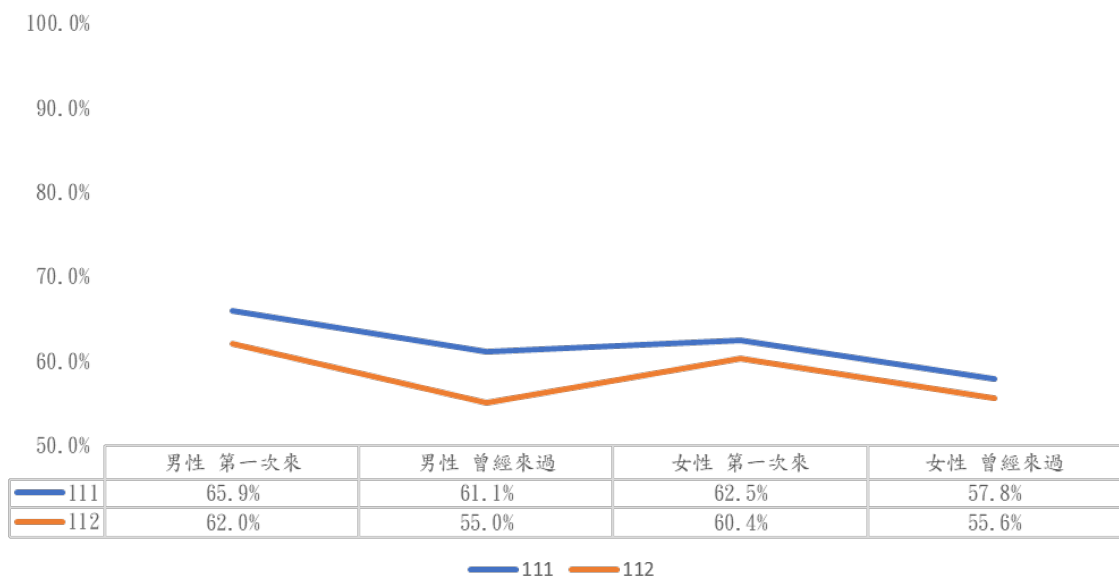


圖60、禮品價格合理性滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

(十一) 三希堂-餐飲的多元性

今年度三希堂-餐飲多元性之滿意度較 111 年度下降 2.2 個百分點，觀察不同性別之各年齡層的差異，以 55 歲及以上女性下降的幅度具有顯著差異。

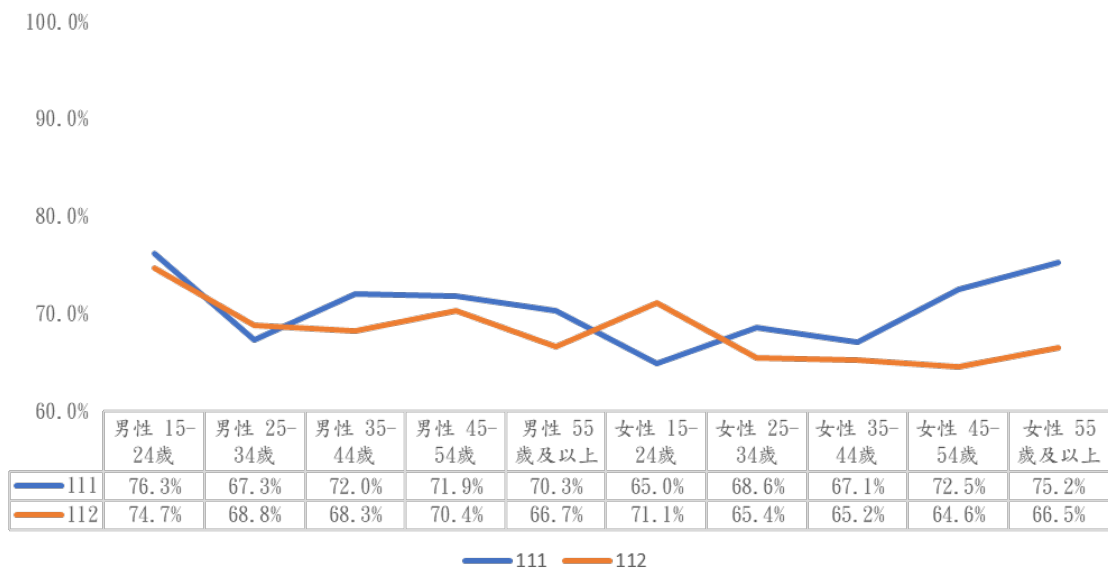


圖61、三希堂-餐飲多元性滿意度 2 年度比較-不同性別之年齡

觀察不同性別之曾經來訪的差異，均無顯著差異。

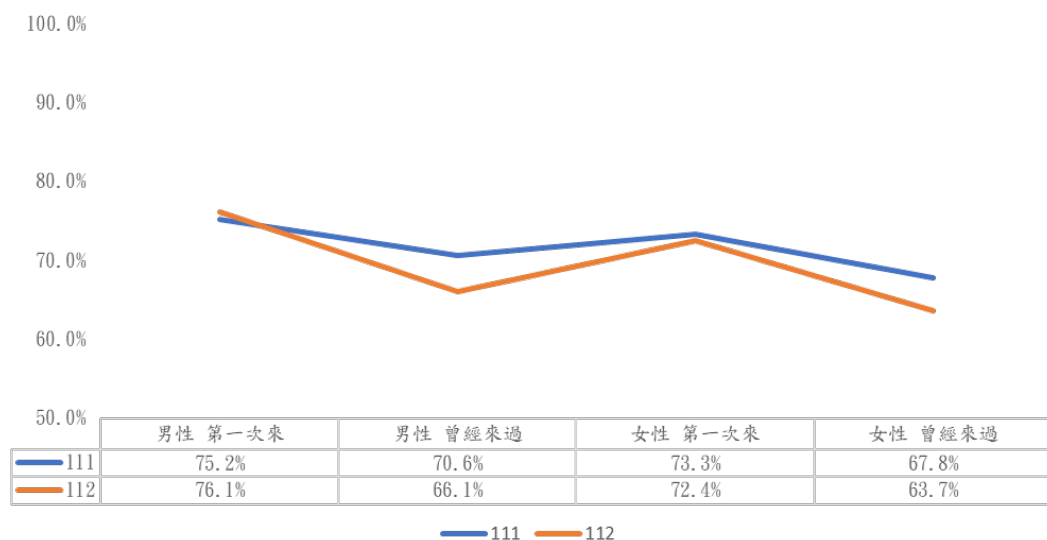


圖62、三希堂-餐飲多元性滿意度 2 年度比較-不同性別之曾經來訪經驗

參、結論與建議

一、結論

(一) 成功樣本結構分析

整體成功樣本以女性約占 6 成 3，高於男性的 3 成 7 及其他的 0.7%，且主動願意網路填卷的受訪觀眾也是以女性的比例較高。在年齡方面，以女性 35-44 歲比例較高，約占 1 成 8，其次依序為女性 15-24 歲(約占 1 成 4)，而男性各年齡層均為達 1 成。在從事行業方面，以女性學生的比例較高，約占 1 成 3，其次則是女性家管/退休/待業及女性商業，各約占 1 成，而男性則以從事工業的比例較高，約占 7.7%。在婚姻狀況方面，以女性未婚的比例較高，約占 3 成 2，男性也同樣以未婚的比例較高，約占 1 成 9。在本國/外國觀眾，以女性本國觀眾的比例較高，約占 5 成，其次則是男性本國觀眾，約占 2 成 7。

(二) 展覽及展廳各項設施及規劃之滿意度

在展廳的動線規劃之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，15-24 歲的女性、55 歲及以上的男性及首次到訪的女性滿意度較低。

在說明文字字體大小之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，55 歲及以上的男性、45 歲以及上的女性滿意度較低。

說明內容的理解度之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，25-34 歲的女性滿意度較低。

多媒體及互動設施親近性之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，25-34 歲的男性、大學教育程度的男性滿意度較低。

整體展覽或展廳中各項設施及規劃之便利性，整體性別並無差異，但進一步觀察，以男性其他婚姻狀況表示便利性的比例較低。

(三) 館內設施及服務之滿意度

在寄物處存放物品便利性之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，55

歲及以上的男性、專科教育程度的男性滿意度較低。

在購票處動線規劃之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，15-24 歲的男性滿意度較低。

在導覽地圖清楚明確度之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，25-34 歲的女性滿意度較低。

在洗手間清潔之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，15-24 歲的女性、從事農業及其行業的女性滿意度較低。

在休息座椅設施數量之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，35-44 歲的男性、高中/高職及以下的男性、本國觀眾的男性、曾經來訪過的男性滿意度較低。

大廳及公共服務區域的空調及舒適度之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，15-24 歲的女性、45-54 歲的女性、首次到訪的女性、女性面訪及網路填卷的下半年度(夏天)的滿意度較低。

在閒居賦-餐飲多元性之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，45-54 歲的女性、研究所及以上的女性、曾經來訪過的女性滿意度較低。

在閒居賦-餐飲價格合理之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，15-24 歲女性、一年內曾來訪過的女性、從事農業/其他的男性及學生的女性、研究所及以上的女性滿意度較低。

在三希堂-餐飲多元性之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，45-54 歲的女性、研究所及以上的女性、本國觀眾的女性、曾經來訪過的女性、已婚的女性的滿意度較低。

在三希堂-餐飲價格合理之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，45-54 歲的女性、研究所及以上的女性、曾經來訪過的女性、已婚的女性滿意度較低。

在禮品多元性之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，55 歲及以上的男性、專科教育程度的男性、首次到訪的女性的滿意度較低。

在禮品價格合理性之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，35-44 歲的女性、本國觀眾的女性的滿意度較低。

(四) 語音導覽的使用情形及滿意度

整體觀眾約有 7 成 6 未使用任何導覽服務，進一步觀察，以 15-24 歲女性、高中/高職及以下教育程度的女性、本國觀眾的男性、曾經來訪過的男性、下半年度網路填卷的男性未使用任何導覽服務的比例較高。

在個人語音導之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，以 25-34 歲的女性、專科教育程度的女性、外國觀眾的女性滿意度較低。

(五) 各項服務人員之滿意度

在整體人員之滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，以從事農業及其他行業的滿意度較低。

(六) 整體滿意度

在整體滿意度，整體性別並無差異，但進一步觀察，以其他性別、其他婚姻狀況的男性、藝術文化從業人員的男性、農業及其他行業的女性的滿意度較低。

在推薦親朋好友來參觀故宮之意願度，整體性別並無差異，但進一步觀察，以其他性別願意推薦的比例較低。

二、 建議

(一) 建立來訪觀眾在性別友善之設施及服務需求

觀察調查成功樣本，以女性有效樣本數高於男性及其他性別，但抽樣調查可能受限於男性填卷意願度較低，故無法全盤了解來訪觀眾性別的占比及差異。建議未來可於售票系統或入場設備中，建立相關性別統計功能，以了解實際到訪觀眾的性別分布狀況。

此外，各項設施的滿意度雖在不同性別特質的觀眾並無顯著差異，但從整體建議中發現，女性表示洗手間的數量較為不足，女性對於參觀動線上的明確度也希望能夠有所改進。建議應長期建立來訪人數性別的統計人數，進而在相關的設施需求能有更友善的設計與規劃。

(二) 部分特質的女性觀眾對於語音導覽的使用率較低且滿意度也較低

觀察語音導覽的使用情形，以 15-24 歲女性、高中/高職及以下教育程度的女性、本國觀眾的男性、曾經來訪過的男性未使用的比例較高。而個人語音導覽之滿意度，也則以 25-34 歲的女性、專科教育程度的女性、外國觀眾的女性滿意度較低。顯示部分特質的女性觀眾對於語音導覽的使用率較低且滿意度也較低，建議未來在語音導覽的設計規劃及行銷上可針對此一族群了解其需求，來提升個人語音導覽的使用率及滿意度。

(三) 長期持續性蒐集不同性別的觀眾對於餐飲及禮品的需求

觀察歷年的調查資料可發現，餐飲及禮品的多元性及價格合理性之滿意度，一直滿意度較低的項目。雖這些項目與整體性別並無顯著差異，但深入觀察，部分特質的女性觀眾對於餐飲及禮品的滿意度較低，除價格可能因女性的敏感度較男性高外，對於餐飲的偏好度或感官上體驗，不同性別可能均有差異。建議餐飲相關單位可長期蒐集不同性別及特質觀眾的意見，來作為改善之依據。