

高雄市立歷史博物館

穿越時空的火車-高雄臨港線動態鐵道場景展

觀眾研究統計分析報告

研究人員：林雨勤（推廣行銷組助理編輯）

研究時間：100年5月7日至100年9月25日

樣本數 3,662

2011.9.26

壹、前言

火車，承載城市的記憶，也銘刻城市的發展歷程。台灣最大的都市環狀鐵路—高雄臨港線，就是這麼一條見證高雄歷史的鐵道：從日治時期至二次戰後，它為高雄打下了紮實的工業基礎，在高雄市發展快速的時期，各項物資隨著臨港線的眾多支線深入各廠區，帶動經濟；而它也是全台灣唯一的市區環狀鐵路，間接為市民帶來休閒生活的便利。

時至今日，高雄臨港線雖已停駛，但是它對城市的影響力卻始終不曾消失。臨港線上的舊打狗驛（原高雄港站，今打狗鐵道故事館），創建於西元1900年，在日治時期是位於縱貫鐵路最南端的高雄港站，也是全高雄市最早的火車站，為當時南台灣貨運樞紐，也是商貿往來重要據點，奠定了哈瑪星的繁榮市景，具有歷史意義，廢站後現由文化局認養、高雄市立歷史博物館接管打狗鐵道故事館，車站辦公室以原貌保留，重現1960年代營運盛況的氛圍，深具文化資產活化保存意涵。由於站體結構保存十分完整，被列入文建會歷史建築百景之一。

在高雄臨港線動態鐵道場景模型上，迷你小火車穿梭奔馳而過，具體而微地展現著高雄市豐富獨特的文化資產，本次「穿越城市的火車—高雄臨港線動態鐵道場景模型展」，就是希望透過動態鐵道場景模型平易近人、老少咸宜、輕鬆有趣的特點，重建當年的高雄臨港線風光，以及高雄市的重要古蹟、歷史建築，讓參觀者在視覺上看見高雄市豐富的文化資產樣貌，親自感受高雄臨港線的獨特性，見證成就高雄都市發展的重要命脈，更要傳遞高雄臨港線的重要性及保存價值，讓文化資產保存精神能夠繼續傳續。

本次展覽的經費由高雄市政府文化局、高雄市文化基金會、高雄市立歷史博物館三單位共同分擔，為適時的掌握參觀民眾的基本資料與參觀動機，特別於展覽期間進行相關研究，針對觀眾參觀情形進行相關調查，期望可藉由民眾的參觀行為分析出：特展參觀的主要目標對象群、參與特展的動機與未來規劃收費性展陳的策劃建議，做為未來策辦大型展覽之參考。

貳、研究動機：

傳統的博物館功能以蒐集、典藏、研究教育為主，但隨著經濟成長、社會型態的轉變，民眾有較多的時間從事休閒活動，博物館功能逐漸受到重視，間接促成博物館經營方式的變革。

過往，博物館被定位為公共財，導致公立博物館無法自營利僅能依靠公務預算來經營博物館業務，在展覽內容及公共服務日新月異且文物保存技術日益精進，若無法在公務預算不便的情況之下另闢財源提升服務品質，將使博物館經營出現危機。故此，在國內爭相辦理收費性特展的公有館舍如雨後春筍的相繼冒出，將透過本次收費特展進行相關研究，以了解南台灣收費展的顧客特性及各方建議，並試圖以統計問卷的方式進行調查研究，找出展覽之效用並進行評估。

叁、調查方法：

本次調查以量化研究的方式進行，為掌握並逐年檢視高美館觀眾特質，特別依據2005年與2008年之本館參觀者調查研究之結構為基本架構，扣除「展場觀眾滿意度調查」部分，分三大內容：

一、觀眾基本資料調查，含：性別、年齡、教育程度等。二、特展參觀調查，含：參觀次數、參觀資訊取得、參觀理由、交通工具、如何前來、服務品質及展場設計等。三、特展營運意見調查：收費方式、繼續參觀指數、門票價格合理性等。之後再予進行相關交叉分析，以瞭解不同對象對於特展的需求、看法與期待。

本次調查的對象群以參觀特展之民眾為調查對象，調查時間為開館日100年5月7日至100年9月25日，每日9：00～17：00，共計123天，並於本展覽售票口處發送，並於服務台由志工協助回收問卷，總計回收（已剔除廢卷）共計3,662份問卷。就本館特展期間參觀人數 58,784人次計，約佔 6.22%。

第一部份：參觀民眾基本資料

一、特展參觀民眾基本資料之次數分析：

- 性別：參觀民眾男性51.2%，女性48.8%，平均而言男女的比例均等。
- 年齡：參觀民眾的年齡，本研究區分為六個階段：8~15歲17%、16~25歲18%、26~35歲23%、36~45歲23%、46~60歲5%、60歲以上2%，本研究可以看出，以鐵道為主體的展覽而言，仍然是年輕人喜愛的主题，16歲至25歲的參觀民眾佔總參觀民眾的18%，比例仍顯高；但26歲至45歲的民眾高達總參觀人數的46%比例非常高的原因，分析如後：首先，本展覽收費方式為115公分以下免票的優惠方式，又這些兒童大多為6歲以下，其父母估算大多年齡分布在26歲至45歲的民眾，又8~15歲的兒童也占17%，故此得知，本次展覽家庭群眾是主要大宗。
- 教育程度：分為五個區段，國小15%、國中4%、高中17%、大學51%、研究所13%，以高雄臨港線鐵道故事或歷史而言，本展覽所要陳述的高雄臨港線與高雄都市、港口經濟的發展的歷史脈絡，若以教育程度來看，仍然可以讓民眾接受並且瞭解，以達到本次展覽在高雄都市發展史的教育推廣功能。若比較26歲至45歲的民眾高達總參觀人數46%的比例，亦可以分析出現在的家長的學歷也普遍提升，更可以藉此引導家庭學習高雄史的功能。

第二部分：特展參觀調查，含：參觀次數、參觀資訊取得、參觀理由、交通工具、如何前來、服務品質及展場設計等。

- 從參觀次數的比例觀察，首次造訪史博館的民眾占有67%、第二次到訪的民眾有12%、第三~五次的民眾有10%、5次以上為11%，也可以確實感覺到本次展覽足以吸引更多民眾首度參訪史博館，也可得知收費性的特展並非無法提升參觀人數，反而藉著收費特展，讓展覽更為精緻，更為豐富。
- 針對交通工具的分析而論，分為步行8%、腳踏車3%、自行開車50%、大眾運

輸交通工具22%、遊覽車、計程車3%及其他交通工具14%；分析而言，本次展覽大多數民眾仍以自行開車為最大宗，占總參觀比例的50%；首先，針對展覽首度開放民眾可以停放本館廣場，是吸引大量民眾參觀本館的主因；理由為博物館附近並無適當的停車場地，加上停放本館並無收費，這便民的做法，確實達到參觀人次增加的目的；另外搭乘大眾交通工具的民眾比例也達22%，顯示民眾可以接受搭乘捷運或公車抵達史博館，更是之後辦理收費性大展可以參考借鏡，並鼓勵民眾可以多搭乘大眾運輸工具。

- 參觀民眾抵館的交通時間，30分鐘54%、30~60分鐘29%、1~2小時10%、2小時以上5%、其他2%；從比例觀察，民眾平均抵達史博館參觀的時間為60分鐘內，達83%，更足以顯示本展覽參觀民眾的比例仍以大高雄地區為主，若細分而看，30分鐘內抵館的民眾為54%，也可以看出高雄市區到達史博館參觀展覽的比例偏高。
- 參觀民眾購券方式：1樓現場購票93%、7-11 ibon購票為4%、網路購票1%、其他2%、全家萊爾富因樣本數過少，無法計數。也可以看出，民眾參觀售票展覽仍以現場購票為大宗。
- 參觀民眾接觸本次展覽活動的媒體管道分析如下：海報文宣23%、戶外廣告21%、網路14%、電視12%、廣播2%、報紙5%、親友介紹18%、其他5%。從研究數據戶外廣告的部分為21%及海報文宣23%，這些宣傳點都以高雄地區為主，若比較抵館的交通時間，更可觀察出本展覽大都仍為高雄市民為參觀主要客群。
- 對於展覽內容滿意度調查，非常滿意33%、滿意46%、普通17%、不滿意3%、非常不滿意1%，由以上的數據得出本展覽的民眾滿意度達79%，以比例而言明顯偏高，不過值得注意的是，仍有17%的民眾認為普通，也有4%的民眾不滿意，也是策展者需要注意的地方。
- 對展覽參觀動線及引導指標滿意度調查：非常滿意28%、滿意51%、普通18%、不滿意2%、非常不滿意1%；展覽的指引指標非常重要，指標可以帶領民眾一步步參觀策展者所設計規畫的展覽內容，而本次展覽民眾滿意度達79%，也可以顯示民眾針對這次展覽的滿意度是值得被凸顯。
- 對展覽工作人員滿意度調查，非常滿意37%、滿意48%、普通13%、不滿意1%、非常不滿意1%；本次展覽的工作人員，係採取人力委外辦理，而本次展覽對於工作人員的滿意度達85%，足以顯示以工作人員委外辦理，可以提升本館的服務品質，也讓收費性的展覽的參觀品質得以讓民眾滿意。
- 是否會介紹或帶親友來參觀，回答是的比例達91%，研究發現口碑行銷確實是對於展覽達到行銷的目的；但是仍有9%回答不會介紹或帶親友來參觀，也可顯示出有這些比例的民眾對於本次展覽沒有信心推薦或是認定不足以推薦，是值得注意的地方。

第三部分：特展營運意見調查：收費方式、門票價格合理性等。

- 對本次展覽99元的票價接受度而論，非常合理15%、合理38%、普通33%、不合理10%、非常不合理4%，從普通以上的總比例來看為86%，顯示民眾對於價格的部分仍可接受，又從展覽的滿意度比較，還可以了解到民眾仍然對於99元的價格的展覽滿意且可以接受這樣的價位，故此，日後收費展覽可以以99元為訂價基礎。
- 未來可以接受的單張票價，100元76%、100~200元23%、200~300元1%、300元以上0%，以市場賣價而論，100元的票價仍是民眾可以接受的大宗，值得注意的是100~200元23%，讓未來的展覽定價可以有一個參考指標。

肆、總結

- 一、家庭參與度提升，顯示參觀博物館已經成為家庭文化活動重要的一環。本次展覽，男女比例幾乎相等，可以顯示展覽的內容男女性都能接受，又從年齡及教育程度交叉比較後，更發現展覽收費方式為115公分以下免票的優惠方式，又這些兒童大多為6歲以下，其父母估算大多年齡分布在26歲至45歲的民眾，又8~15歲的兒童也占17%，若比較26歲至45歲的民眾高達總參觀人數46%的比例，亦可以分析出現在的家長的學歷也普遍提升，更可以藉此引導家庭學習高雄史的功能。又故此得知，本次展覽家庭群眾是主要大宗。
- 二、針對特展展覽內容與行銷方式，第一次蒞館參觀的民眾比例很高，而本次展覽透過文宣品發送、廣播、電視廣告、戶外廣告等露出，也是吸引來館參觀新客群的重要原因之一；而根據調查，本次展覽的來訪遊客大多數皆為本市居民，經過交叉比較，發現第一次又是高雄市居民的比重高，更值得我們持續觀察與留意，如何針對高雄市居民提供更多優質的展覽及行銷通路的擴增。
- 三、高雄市立歷史博物館實施收費性特展的可行性評估？最大優勢、劣勢為何？以這次展覽民眾對於特展營運收費方式及門票價格合理性意見調查等看來。又由民眾滿意度交叉分析，普遍接受收費性展覽，但基本上票價的部分，民眾仍然僅能接受200元以下，這也是收費性展覽日後提升票價的隱憂。
- 四、博物館自行辦理收費性特展行銷執行方式及人力資源管理及運作模式是否可行？有何需要調整部分？本次展覽的工作人員，係採取人力委外辦理，而本次展覽對於工作人員的滿意度達85%，足以顯示以工作人員委外辦理，可以提升本館的服務品質，也讓收費性的展覽的參觀品質得以讓民眾滿意。
- 五、配合博物館大展公共服務層面需要哪些調整，如何透過大眾交通路線規劃、餐飲服務、紀念品賣店服務等提升博物館競爭力？展覽的指引指標非常重要，指標可以帶領民眾一步步參觀策展者所設計規畫的展覽內容，而本次展覽民眾滿意度達79%，也可以顯示民眾針對這次展覽的滿意度是值得被凸顯。又本次特展亦提供鐵道賣店，也是讓民眾駐足博物館及再來光臨的主要原因之一。
- 六、本研究了解博物館辦理收費型展覽是具有具體成效及經濟效益；並透過主客觀的觀察與檢視，提供評估日後可以繼續辦理收費性特展的可能性。

穿越城市的火車－高雄臨港線動態鐵道場景模型展 展覽問卷

您好：感謝您參觀本次展覽，為使展覽更臻完美，請您撥冗提供寶貴意見，俾作

為未來辦理

展覽參考，感謝您！

高雄市立歷史

博物館 敬啟

1. 請問您是第幾次來到本館？ 首次造訪 第2次 第3~5次 第5次以上
2. 請問您參觀本館的原因是？（可複選）
 - 對展覽主題有興趣 建築外觀吸引 想瞭解高雄歷史 工作或課業需求
 - 與孩子一同參觀 陪同親友參觀 其他：_____
3. 您是以何種方式抵達本館：（可複選）
 - 步行 腳踏車 自行開車 大眾運輸交通工具 搭遊覽車、計程車 其他
4. 您大約花費多少交通時間到本館？
 - 30分鐘內 30~60分鐘 1~2小時 2小時以上 其他：_____
5. 您是於何處購得本展票券？（可複選）
 - 本館1樓售票亭 網路購票 7-11 全家 萊爾富 其他：_____
6. 請問您如何得知本次展覽訊息？（可複選）
 - 海報文宣 戶外廣告（例：公車燈箱、路燈旗） 網路 電視 廣播
 - 報紙 親友介紹 其他：_____
7. 您對展覽內容的感覺如何？ 非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
8. 對於本次展覽的參觀動線及引導指標，您覺得
 - 非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
9. 對於本次展覽工作人員的服務態度，您覺得
 - 非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
10. 如果有機會，您是否會介紹或帶親朋好友來博物館參觀？是 否
11. 對於本次展覽的票價（99元），您覺得
 - 非常合理 合理 普通 不合理 非常不合理
12. 如本館未來辦理售票展覽，您可以接受的單張票價為？

100 元以下 100~200 元 200~300 元 300 元以上

13. 除了本次展覽的主題以外，您還希望本館未來辦理什麼主題的售票展覽？

14. 可否請您與我們分享您參觀本次展覽的心得或建議？

15. 個人資料

性別：男 女 年齡：8-15 16-25 26-35 36-45 46-60

60 以上

教育程度：國小 國中 高中 大學 研究所

E - M a i l : _____

感謝您撥空填寫本問卷！歡迎您繼續參與本館未來展覽及相關活動！