

# 高雄市政府文化局

## 藝文人口倍增研究調查報告



東方線上股份有限公司

民國 94 年 12 月 9 日

# 目錄

第一章 高雄市藝文活動與人口概況.....	4
第一節 藝文活動概況.....	5
第二節 北高都會區藝文人口輪廓概況.....	9
第二章 調查目的、方法與樣本描述.....	11
第一節 研究目的.....	12
第二節 研究方法與設計.....	13
第三節 調查樣本描述.....	15
第三章 過去一年曾在高雄買票欣賞者之特性.....	17
第一節 基本資料描述.....	18
第二節 欣賞行為.....	21
第三節 購票欣賞的驅力.....	25
第四節 訊息管道.....	31
第五節 在外縣市欣賞藝術表演的情形.....	37
第六節 小結.....	39
第四章 過去一年曾在高雄買票欣賞者之差異比較分析...42	
第一節 分析原則.....	43

第二節	欣賞行為.....	44
第三節	購票欣賞的驅力.....	50
第四節	訊息管道.....	55
第五節	小結.....	57
第五章	過去一年未在高雄買票欣賞者之特性.....	60
第一節	基本資料描述.....	61
第二節	購票欣賞的驅力.....	64
第三節	訊息管道.....	70
第四節	在外縣市欣賞藝術表演的情形.....	72
第五節	欣賞戶外藝術表演的情形.....	74
第六節	小結.....	77
第六章	過去一年未在高雄買票欣賞者之差異比較分析...80	
第一節	購票欣賞的驅力.....	81
第二節	訊息管道.....	86
第三節	欣賞戶外藝術表演的情形.....	88
第四節	小結.....	90
第七章	高雄市各項展演場地設施資料更新.....	92
第八章	國內外相關案例與文獻檢閱.....	98

第一節	國外相關案例與文獻檢閱.....	99
第二節	國內相關案例與文獻檢閱.....	102
第三節	小結.....	105
第九章	結論與建議.....	107
第一節	結論.....	108
第二節	建議.....	115
附錄	問卷.....	121

# 第一章

## 高雄市藝文活動與人口概況

## 第一節 藝文活動概況

最近許多去過高雄的人都說高雄變了、特別是藝文的氣息變得濃厚起來。無論是各種嘉年華會式的藝文活動，例如貨櫃藝術節、愛河音樂季；還是具體的藝文空間，像是城市光廊、愛河曼波等，都在這幾年像雨後春筍般地紛紛冒出頭來。但是這些琳瑯滿目的藝文活動究竟只是曇花一現？還是已經深深地打進了高雄市民的心中？可以透過幾個方向來看目前高雄市藝文表演活動的現況：

### 一、戶外展演空間增加

高雄市這幾年在戶外展演空間上有相當程度的增加。根據高雄市各項展演場地設施資源調查的資料，可以發現與 97 年相比，在戶外展演空間的部分成長了三個。雖然在數量上不是很多，但是由於新成立的戶外空間，「城市光廊」與「愛河曼波」一個有地理上的優勢，另一個則沿著愛河成帶狀區域，比起以前的中山運動場，顯然在空間上與人更為親近。因此實質上所成長的空間絕非數字上所顯示的那麼少。

表 1-1 高雄市戶外展演空間數

年份	戶外展演空間數
1997 年	26
2005 年	29

### 二、非正式展演活動增加

在戶外展演空間增加的情形下，再加上政府的鼓勵與安排，也使得表演團體的表演活動也大幅增加。如前所述，城市光廊有地理上的優勢，而且與餐飲搭配，每晚都有表演活動；而愛河曼波沿愛河發展成帶狀區域，搭配咖啡座，使得表演團體可以在愛河的任何一段盡情表演。這都使得人與表演空間的距離變得更加親近，表演活動也大幅增加了。但是除了上述兩項優點，高雄市在面對正式的表演活動時仍然面臨了以下的困境：

### 三、表演團體成立數目與表演場次失衡

透過陳以亨對高雄藝文資料的研究，高雄市新成立的表演團體數雖然有變多，但是這些表演團體發表的作品或場次似乎與成立數目不成比例。<sup>1</sup>

### 四、表演團體多缺乏經濟奧援難以在地化

根據蕭新煌的研究，台灣表演團體的經濟來源主要來自於政府補助、申請國藝會補助、企業贊助、門票收入<sup>2</sup>。但是在高雄，長久以來的南北資源的分配不均使得政府補助極為有限；以挹注表演團體為主要目的的基金會數目更遠少於台北<sup>3</sup>。這都使得表演團體要在高雄生根變得更加困難。

表 1-2 表演藝術團體資金來源表(1997-1999)

	音樂	舞蹈	戲劇	民俗
政府補助	5.1	13.7	1.5	6.9
申請國藝會補助	18.9	25.0	17.0	35.0
企業贊助	11.6	4.7	1.5	8.0
門票	54.6	38.1	62.6	3.9
其他	9.8	18.5	17.4	46.2

### 五、傳統藝術的凋零

高雄市這幾年的藝文活動行銷雖然有一定的成效，但主要是侷限在戶外表演與嘉年華會式的活動上。這一些活動的表演內容多為現代的表演藝術。相對來說，一些傳統的藝術類別反而容易被漠視。一旦隨著老一輩逐漸凋零，傳統藝術的困境會更嚴重。

### 六、「文化動能」不足

套用陳水財的說法，高雄市民的「文化動能」尚未完全建立<sup>4</sup>。雖然近來已

<sup>1</sup> 陳以亨，高雄文化環境分析，*高雄文化發聲*，2005。

<sup>2</sup> 蕭新煌，*86 至 88 年補助案成果分析與興革芻議報告書*，國家文化藝術基金會。

<sup>3</sup> 根據文建會 2001 年的資料，全國性文化基金會，台北地區有 78 家，高雄地區只有 3 家。

<sup>4</sup> 陳水財，*高雄的美術策略：營造一個自由競逐的文化場域*，*高雄文化發聲*，2005。

久許多的藝文空間與藝文活動，但是都只是浮面的假象。這離讓市民對表演藝術產生興趣，進而買票走進表演場所欣賞還有相當的空間。若是從休閒阻礙的角度來看，在「個人內在阻礙」的問題還沒解決之前，「結構性阻礙」只是用來掩飾的藉口<sup>5</sup>。舉例而言，若是本來就對表演藝術的興趣不強，其他如沒時間、交通不便等理由都只是掩飾的藉口。而這個現象在表演硬體設備更加不足的高雄市就更加嚴重了。台灣戲劇表演家的李宗熹團長就曾經表示，人們會因為沒時間、票價太貴等理由而不去看，可是人們一天會花多少時間看電視？一個月又會花多少講手機？可見重點是「個人內在阻礙」的問題。

## 七、與其他城市相比：比上不足

若是與台灣其他城市相比，高雄的藝文表演活動表現得如何呢？根據嚴祖弘在 2001 年的研究資料顯示<sup>6</sup>(如表 1-2)，全台灣的音樂、舞蹈、戲劇與民俗等四類表演節目，若是以藝文表演場次而言，高雄市在全台灣 23 個縣市中雖然僅次於台北市名列第二，但是卻僅佔 10%的場次，與台北市的 56%有相當程度的差距。以高雄市身為台灣第二大城來看，確實還有相當的努力空間。

至於高雄市内音樂、舞蹈、戲劇與民俗等四類表演節目的藝文表演場次分布，則是以音樂類節目最多，約有七成的比率；其次則是戲劇，約有一成七的比率。若是根據高雄市文化局在 2005 年 10 月的資料(表 1-3)，高雄市内音樂、舞蹈、戲劇與民俗等四類表演節目的藝文表演場次分布，可發現與 2001 年的研究資料分布相近。對比於觀眾人數的分布比率，也與表演場次相近，音樂類節目最多，約有近九成的比率；其次則是戲劇，約有將近一成的比率。雖然表演場次與觀眾比率之間有部分的落差，這是由於各類表演節目在場地屬性、票價等都各有差異，因此斷難論定高雄市民最愛的表演類別是音樂類節目。這一部分需要藉由進一步的調查來了解高雄市民的意見。

表 1-3 台灣地區各縣市付費藝文節目統計表

縣市	音樂	舞蹈	戲劇	民俗	合計	縣市百分比(直)
台北市	4369	487	1496	812	7164	56.0
高雄市	935	156	230	10	1331	10.4
(橫百分比)	(70.3)	(11.7)	(17.3)	(0.7)	(100.0)	

<sup>5</sup> Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Science*, 9, p119-127.

<sup>6</sup> 嚴祖弘，台閩地區藝文節目付費意願趨勢研究，行政院文建會，2001。



台北縣	97	50	85	15	247	1.9
基隆市	45	18	34	7	104	0.8
新竹市	128	40	43	10	221	1.7
台中市	397	132	188	69	786	6.1
嘉義市	131	30	45	5	211	1.6
台南市	394	22	188	12	616	4.8
宜蘭縣	122	61	51	46	280	2.2
桃園縣	129	67	106	19	321	2.5
新竹縣	37	22	29	4	92	0.7
苗栗縣	27	26	9	10	72	0.6
台中縣	133	40	56	19	248	1.9
彰化縣	41	18	22	59	140	1.1
南投縣	42	24	46	14	126	1.0
雲林縣	18	16	9	3	46	0.4
嘉義縣	1	1	1	4	7	0.1
台南縣	21	27	36	14	98	0.8
高雄縣	96	72	134	11	313	2.4
屏東縣	72	5	42	8	127	1.0
台東縣	18	9	13	1	41	0.3
花蓮縣	90	44	36	15	185	1.4
澎湖縣	11	3	4	8	26	0.2
合計	7354	1370	2903	1175	12802	100.0
類型百分比(橫)	57.4	10.7	22.7	9.2	100.0	

表 1-4 高雄市動態藝文活動表演場次與欣賞人數(2005 年 10 月)

	音樂	舞蹈	戲劇	民俗	合計
表演場數	74.0	9.7	16.0	0.0	62
觀眾人數	89.0	3.1	8.1	0.0	151845

## 第二節 北高都會區藝文人口輪廓概況

本部分將以東方線上資料庫做為藝文人口比對的基準。為了取得足夠分析的樣本數，乃選取資料庫 2001 年至 2005 年內「常欣賞藝術表演」與「現在不常欣賞藝術表演但未來想」的人，合計在大台北都會區共有 163 名受訪者，大高雄地區則共有 83 名。<sup>7</sup>

基本上，北高都會區藝文人口的共同輪廓是以「女性」、年齡介於「20-49 歲」、職業別為「學生」、「一般白領上班族」與「自營者」為主。個人月收入集中在「沒有收入」與「二至四萬」之間。家庭生命週期<sup>8</sup>則是以滿巢二三末期為主。在差異的部分，高雄藝文人口的「女性」、年齡介於「20-29 歲」、個人月收入在「二至三萬」、家庭生命週期在「滿巢三末期」的比例比台北更高；而「家庭主婦」、「沒有收入」與「滿巢二期」的比例則比台北來得低。

根據上述的差異，可以發現高雄藝文人口的女性雖然比台北多，但一方面家庭主婦的比例較低，另一方面「20-29 歲」與「滿巢三末期」的比例較高，可見相對於台北，高雄藝文人口的特色是以「中年職業婦女」與「女學生」為主。但在藝文行為與態度上的特性，則要藉由進一步的調查才能偵知。

表 1-4 北高都會區藝文人口的輪廓

		台北都會區	高雄都會區
性別	男	40.5	32.5
	女	59.5	67.5
年齡	13-19	17.8	18.1
	20-29	19.0	28.9
	30-39	22.7	19.3
	40-49	25.8	21.7

<sup>7</sup> 由於台中都會區五年合計的樣本數僅有 31 人，為避免樣本過少而在分析上產生偏差故未納入。

<sup>8</sup> 家庭生命週期的定義如下：

單身：未婚且未與父母同住

新婚：已婚且家中沒有小孩與年長的長輩

滿巢一期：家中小孩最小的在 6 歲以下(二代)

滿巢二期：家中最小的小孩在 6-18 歲之間(二代)

滿巢三期：家中最小的小孩在 18 歲以上(二代)

滿巢末期：年紀大的夫婦與年輕夫妻同住(三代同堂)

空巢期：年紀大的夫妻獨居

	50-59	12.9	12.0
	60-64	1.8	0.0
職業	國高中職學生	12.9	13.3
	研究所大學專科學生	10.4	15.7
	專門技術職	8.6	4.8
	事務職	14.1	18.1
	服務銷售職	13.5	19.3
	勞務職	6.1	9.6
	自營者	12.9	13.3
	家庭主婦	17.2	3.6
	無職或其他	4.3	2.4
個人月收入	沒有收入	38.0	25.3
	10,000 元以下	2.5	1.2
	10,001-20,000 元	3.1	8.4
	20,001-30,000 元	16.6	25.3
	30,001-40,000 元	14.7	19.3
	40,001-50,000 元	9.8	9.6
	50,001-60,000 元	7.4	2.4
	60,001 元以上	8.0	8.4
家庭生命週期	單身階段	6.7	1.2
	新婚夫婦	1.2	2.4
	滿巢一期	11.0	4.8
	滿巢二期	37.4	27.7
	滿巢三期	22.1	36.1
	滿巢末期	13.5	22.9
	空巢期	2.5	1.2
全體		163	83

## 第二章

### 調查目的、方法與樣本描述

## 第一節 研究目的

本研究背景是在於瞭解高雄市藝文消費人口的比例與特性，而藉此提出高雄市藝文消費人口倍增之可行建議。並希望能藉此區隔出藝文消費人口，分別瞭解其藝文消費的實態、原因，以及相關的訊息來源管道，以做為高雄市政府日後規劃藝文人口倍增時的參考。研究目的如下：

1. 主要藝文消費人口之比例
2. 藝文消費人口之輪廓、消費實態、消費原因與考慮因素、訊息來源
3. 提供藝文人口消費倍增的建議

## 第二節 研究方法與設計

### 一、調查對象選取

要定義「藝文消費人口」，必須先定義「藝文」與「消費」。本研究指的「藝文」包含了各種動態型式的表演藝術活動：舉凡戲劇、舞蹈、古典音樂(劇)、現代音樂(劇)等都在本研究的「藝文」界定範圍內。而在「消費」的部分，主要指的是會購票「欣賞」上述的表演藝術。若是花錢「參加表演性質的社團」、「學習表演藝術」、或是「取得相關的資訊」，則不在此列。

由於要瞭解「高雄市的藝文消費人口」的比例。所以理論上應該全高雄市的民眾都是合格的受訪對象。但由於高雄市的藝文人口比例可能會比較低，若是將受訪對象完全設定在高雄市民而不施加條件限制，可能會造成最後真正的藝文人口樣本數過低而無法分析的情形。考量到實際參與藝文活動的人口特性：年紀太輕的人，其欣賞藝術表演活動的自主性較低；年紀太長的人欣賞藝術表演的活動能力較低，因此將受訪者年齡設定在「年齡 15-70 歲」。

### 二、調查方式：電話訪問

由於本研究需要瞭解「高雄市藝文消費人口」的比例，因此建議採用電話訪問方式進行調查，能夠以最快速有效的方式瞭解高雄市民對於藝文消費的態度與行為。

#### 1. 樣本選取

根據高雄市之電話簿為抽樣母體，並以 RDD (Random Digital Dial) 電話末兩碼隨機進行抽樣，並利用分層比例抽樣方式控制居住區域、性別、年齡等變項，以求樣本能符合母體分佈。

由於抽樣過程需同時兼顧高雄市各面向的人口輪廓，必須在同一抽樣架構

下進行選樣才能夠滿足。在此條件下，市內電話末兩碼隨機是最能夠顧及各人口輪廓的方式。即使有一些特殊族群不易用市內電話接觸到(例如學生)，這部份會藉由性別、年齡、與居住地區配額的方式來讓調查樣本盡可能符合母體。

## 2 成功樣本數

根據一般量化調查的水準，總樣本數為 1068 份。在 95% 的信心水準下，抽樣誤差介於正負 3% 之間。

## 3. 配額之細項劃分

利用分層比例抽樣控制居住區域、性別、年齡等變項。劃分的依據在年齡上以 10 歲為一單位來區分；居住地區上則是以高雄市 11 個行政區來劃分。

表 2-1 本次調查控制項目劃分表

性別	男	女				
年齡	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-70
居住區域	楠梓區	左營區	三民區	鼓山區	苓雅區	新興區
	前金區	鹽埕區	前鎮區	旗津區	小港區	

### 第三節 調查樣本描述

本次調查的執行時間是民國 94 年 10 月 24 日至 11 月 7 日。在高雄市 15-70 歲的人口中，共完成了 1068 份成功樣本，並根據性別、年齡、與居住地區進行配額。樣本結構如下：

表 2-2 本次調查樣本結構表

項目別		次數	全體百分比
性別	男	532	49.8
	女	536	50.2
年齡	15-19 歲	105	9.8
	20-29 歲	263	24.6
	30-39 歲	239	22.4
	40-49 歲	228	21.4
	50-59 歲	152	14.3
	60-70 歲	80	7.5
職業	高中職學生	94	8.8
	大專研究所學生	134	12.5
	管理職	18	1.6
	專門技術職	80	7.5
	一般事務職	180	16.8
	勞務職	168	15.7
	自營者	172	16.1
	家庭主婦	98	9.2
	無職	69	6.4
	退休	17	1.6
	其它	30	2.8
	拒答	10	0.9
教育程度	小學及以下	73	6.9
	國中	226	21.2
	高中職	439	41.1
	專科	117	11.0
	大學	172	16.1
	研究所	18	1.7
	拒答	23	2.1



婚姻狀況	未婚	439	41.1
	已婚	562	52.6
	已婚單身	49	4.6
	拒答	18	1.7
家中有無 12 歲孩子	有	310	29.8
	無	301	28.8
	未婚+拒答	896	41.4
個人月收入	沒有收入	225	21.1
	10000 以下	86	8.1
	10001-20000 元	135	12.6
	20001-30000 元	301	28.2
	30001-40000 元	209	19.6
	40001-50000 元	53	4.9
	50001-60000 元	3	0.3
	60001 元以上	6	0.5
	拒答	50	4.7
	居住地區	楠梓區	117
左營區		128	12.0
三民區		256	24.0
鼓山區		75	7.0
苓雅區		139	13.0
新興區		43	4.0
前金區		21	2.0
鹽埕區		21	2.0
前鎮區		139	13.0
旗津區		21	2.0
小港區		107	10.0
合計			1068

### 第三章

## 過去一年曾在高雄買票欣賞者 之特性

## 第一節 基本資料描述

過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動的比率為 18.7%。所謂的「過去一年」指的是離調查期往前推最近的一年，因此約是在民國 93 年 10 月至 94 年 10 月間。人口組成以「女性」、「20-29 歲」、「未婚」、「一般事務職」為主。教育程度介於「高中職」至「大學」，個人月收入集中在「20000-30000 元」，大部分居住在「三民區」與「苓雅區」。

母體結構中若某一類別人口比例很高，可能會使這群人的人口特性失真。因此需要與全體樣本進行比較。經由這樣的方式可發現其這群人年齡在「15-19 歲」與「60-70 歲」、職業狀況為「專門技術職」與「退休」者，都比全體的比率高。

表 3-1 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動之比率

項目別	次數	百分比
有	200	18.7
沒有	868	81.3
合計	1068	100

表 3-2 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者之人口輪廓

項目別	次數	百分比	全體百分比	
性別	男	66	32.8	49.8
	女	134	67.2	50.2
年齡	15-19 歲	23	11.4	9.8
	20-29 歲	64	31.9	24.6
	30-39 歲	45	22.7	22.4
	40-49 歲	32	16.1	21.4
	50-59 歲	8	3.8	14.3
	60-70 歲	28	14.1	7.5
職業	高中職學生	18	9.1	8.8
	大專研究所學生	27	13.5	12.5
	管理職	3	1.7	1.6
	專門技術職	21	10.7	7.5
	一般事務職	49	24.7	16.8
	勞務職	25	12.5	15.7

	自營者	30	14.9	16.1
	家庭主婦	7	3.3	9.2
	無職	5	2.3	6.4
	退休	11	5.7	1.6
	其它	2	1.1	2.8
	拒答	1	0.6	0.9
教育程度	小學及以下	4	2.1	6.9
	國中	38	18.8	21.2
	高中職	79	39.4	41.1
	專科	18	9.2	11
	大學	51	25.7	16.1
	研究所	8	4.2	1.7
	拒答	1	0.6	2.1
婚姻狀況	未婚	88	43.9	39.8
	已婚	103	51.4	54.0
	已婚單身	9	4.7	4.6
	拒答	0	0	1.6
家中有無 12 歲孩子	有	50	24.8	29.8
	無	63	31.4	28.8
	未婚+拒答	88	43.9	41.4
個人月收入	沒有收入	40	20.1	21.1
	10000 以下	16	8.2	8.1
	10001-20000 元	15	7.6	12.6
	20001-30000 元	75	37.5	28.2
	30001-40000 元	31	15.5	19.6
	40001-50000 元	11	5.5	4.9
	50001-60000 元	1	0.6	0.3
	60001 元以上	3	1.7	0.5
	拒答	7	3.4	4.7
居住地區	楠梓區	26	12.9	11.0
	左營區	23	11.3	12.0
	三民區	41	20.3	24.0
	鼓山區	15	7.7	7.0
	苓雅區	36	17.9	13.0
	新興區	9	4.7	4.0
	前金區	3	1.6	2.0
	鹽埕區	2	1.0	2.0
	前鎮區	23	11.4	13.0

---

旗津區	1	0.6	2.0
小港區	21	10.4	10.0
合計	200	100.0	100.0

---

## 第二節 欣賞行爲

### 一、平均購票欣賞次數

過去一年在高雄購票欣賞藝術表演次數爲一次的比例爲 55%，兩次的比例爲 23%，明顯集中在「1 次」與「2 次」。在扣除了「不知道/忘記了」的人以後，購票欣賞藝術表演的平均次數爲 1.65 次。

表 3-3 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者之欣賞次數

項目別	次數	百分比
1 次	110	55.3
2 次	45	22.6
3 次	10	5.1
4 次	1	0.4
5 次	2	1.1
8 次	2	1.0
20 次	1	0.6
不知道/忘記了	28	13.9
Total	200	100

### 二、購票欣賞的節目類型與原因

#### 1. 購票欣賞的節目類型

有購票欣賞者其欣賞的節目類型以「器樂類節目」最多，有兩成六的比率，在可明確說出表演類別的受訪者中，回答「鋼琴演奏」者最多，合計佔全體 7%。此外，「戲劇類節目」也有一成五的比率，其中以舞台劇最多，佔全體 7%。

表 3-4 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者之欣賞節目類型(複選)<sup>9</sup>

項目別		次數	細項百分比	大項百分比
舞蹈	舞蹈_無法明確說明細項	11	5.5	11.5
	舞蹈_汎美舞蹈團	1	0.5	
	舞蹈_踢踏舞	2	1.0	
	舞蹈_芭蕾舞	1	0.5	
	舞蹈_國標舞	1	0.5	
	舞蹈_現代舞	4	2.0	
	舞蹈_溜冰舞	1	0.5	
	舞蹈_舞王	1	0.5	
	舞蹈高雄爵士芭蕾舞團	1	0.5	
器樂	樂器演奏_無法明確說明細項	24	12.0	26.5
	樂器演奏_管絃樂	1	0.5	
	樂器演奏_鋼琴	4	2.0	
	樂器演奏_鋼琴合奏	8	4.0	
	樂器演奏_鋼琴獨奏	2	1.0	
	樂器演奏_小提琴	2	1.0	
	樂器演奏_古典音樂	2	1.0	
	樂器演奏_交響樂	1	1.0	
	樂器演奏_國樂	6	3.0	
	樂器演奏_銅管五重奏	1	0.5	
	樂器演奏風新高中音樂會	1	0.5	
	爵士	爵士	2	
打擊樂	打擊音樂會	2	1.0	1.0
聲樂	聲樂_無法明確說明細項	4	2.0	4.0
	合唱團	3	1.5	
	合唱團高市合唱團發表	1	0.5	
	台灣歌謠	5	2.5	
演唱會	演唱會_無法明確說明細項	10	5.0	6.5
	演唱會_五月天	2	1.0	
	演藝人員演唱會	1	0.5	
戲劇	戲劇_無法明確說明細項	3	1.5	15.5
	戲劇(鐘樓怪人)	1	0.5	
	戲劇_百老匯	1	0.5	

<sup>9</sup> 只要在本研究報告所出現的複選題表格，由於總和不等於 100，因此總和百分比將統一不列出。

	戲劇_莎士比亞	1	0.5	
	戲劇_傳統戲劇	1	0.5	
	戲劇_歌仔戲	4	2.0	
	戲劇_舞台劇	14	7.0	
	戲劇_親子劇	2	1.0	
	戲劇_台表_七個女人的故事	1	0.5	
	戲劇_南風_女之物語	1	0.5	
	戲劇_屏風_西出陽關	1	0.5	
	戲劇_外表坊-雲淡風輕	1	0.5	
說唱藝術/相聲	相聲	12	6.0	7.0
	說唱藝術	2	1.0	
民俗	民俗_無法明確說明細項	1	0.5	2.5
	民俗表演	1	0.5	
	民俗舞蹈	3	1.5	
文藝電影	文藝電影	1	0.5	0.5
不知道/忘記了		45	22.5	22.5
Total		200		

## 2. 購票欣賞的原因

近五成的受訪者是因爲「陪家人/朋友/男女朋友」而購票欣賞，另外有三成六是因爲「表演團體/個人/節目是自己喜歡的」。若是觀察購票欣賞各表演類別的人，以欣賞舞蹈類節目的人而言，有近五成是因爲「陪家人/朋友/男女朋友去看」；器樂類節目則有三成五是「表演團體/個人/節目是自己喜歡的」，另有兩成六是「陪家人/朋友/男女朋友去看」；戲劇類節目有高達八成七是因爲「表演團體/個人/節目是自己喜歡的」，另外則有三成八是「陪家人/朋友/男女朋友去看」。

表 3-5 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動之原因(複選)

項目別		次數	細項百分比
全體	有優惠票價	32	16.2
(N=200)	陪家人/朋友/男女朋友去看	100	49.7
	找得到人陪同去看	20	10.1
	表演團體/個人/節目是自己喜歡的	73	36.2



	表演團體/個人/節目是知名的	15	7.3
	表演團體/個人/節目感到好奇	18	8.9
	其他	10	5.1
<b>舞蹈</b>	有優惠票價	1	4.3
<b>(N=23)</b>	陪家人/朋友/男女朋友去看	11	47.8
	找得到人陪同去看	4	17.4
	表演團體/個人/節目是自己喜歡的	3	13.0
	表演團體/個人/節目是知名的	1	4.3
	表演團體/個人/節目感到好奇	2	8.7
	其他	1	4.3
<b>器樂</b>	有優惠票價	7	13.2
<b>(N=53)</b>	陪家人/朋友/男女朋友去看	14	26.4
	找得到人陪同去看	3	5.7
	表演團體/個人/節目是自己喜歡的	19	35.8
	表演團體/個人/節目是知名的	3	5.7
	表演團體/個人/節目感到好奇	1	1.9
	其他	6	11.3
<b>戲劇</b>	有優惠票價	3	9.7
<b>(N=31)</b>	陪家人/朋友/男女朋友去看	12	38.7
	找得到人陪同去看	1	3.2
	表演團體/個人/節目是自己喜歡的	27	87.1
	表演團體/個人/節目是知名的	3	9.7
	表演團體/個人/節目感到好奇	6	19.4
	其他	6	19.4

## 第三節 購票欣賞的驅力

### 一、對欣賞藝術表演產生興趣的起源

有購票欣賞者之中有近三成七是「因為家人/朋友/男女朋友的影響」而開始對欣賞藝術表演產生了興趣。其次有三成是「因為表演的團體/個人/節目很有名氣」；另外則有兩成六是「因為對表演的團體有興趣」。

表 3-6 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者產生興趣的起源(複選)

項目別	次數	百分比
自己有上過相關的課程而有興趣	42	21.0
因為家人/朋友/男女朋友的影響	74	36.9
陪家人/朋友/男女朋友去看過一次以後就喜歡上了	11	5.4
因為表演的團體/個人/節目很有名氣	61	30.4
因為對表演的團體有興趣	53	26.4
因為對表演者有興趣	12	5.8
因為家人/朋友/男女朋友是表演者	2	0.8
其他	6	3.1
Total	200	

### 二、更願意欣賞藝術表演的因素

#### 1. 外在因素

在更能夠吸引其前來欣賞的情境或原因上，以「現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別」最多，約有五成五；其次則是「多邀請自己喜歡或知名的團體」與「有人陪同觀賞」，約有三成多。

表 3-7 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞的原因(複選)

項目別	次數	百分比
票價降低	47	23.5
自己閒暇時間變多	33	16.5
住家附近增闢表演場所	37	18.6
有人陪同觀賞	60	30.1
現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別	109	54.6
現在的表演場所多邀請自己喜歡的或知名的表演團體	70	35.0
多發佈表演活動的訊息	47	23.4
改善現有表演場所的設施與停車設施	16	8.2
其它	1	0.6
Total	200	

## 2.節目面

對於有購票欣賞者來說，有近八成認為若是在高雄能夠多上演「戲劇類節目」就會更願意欣賞，在可明確說出表演類別的受訪者中，有最多人選擇舞台劇與歌劇。另有近七成希望高雄能夠多上演「音樂類節目」，其中是以古典音樂為主。值得注意的是，有近兩成受訪者希望能多上演「舞蹈類節目」中的「爵士與踢踏舞」。

至於在表演團體上，可以明確表示出團名或節目名的受訪者中，有最多人會希望邀請「歌劇魅影」。

表 3-8 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞的節目(複選)

項目別	次數	細項百分比	大項百分比	
舞蹈	舞蹈_無法明確說明細項	42	20.8	58.1
	芭蕾舞	18	9.0	
	現代舞	20	9.9	
	爵士及踢踏舞	37	18.4	
音樂	音樂_無法明確說明細項	64	31.8	69.1
	古典音樂	30	15.0	
	國樂	12	5.8	

	打擊樂	20	9.8	
	合唱及獨唱	13	6.7	
<b>流行歌曲</b>	流行歌曲	78	39.1	39.1
<b>戲劇</b>	戲劇_無法明確說明細項	33	16.6	79.4
	歌劇	43	21.6	
	舞台劇	46	22.9	
	傳統戲曲	17	8.7	
	親子劇	2	0.8	
	偶劇	11	5.7	
	默劇	6	3.1	
<b>說唱相聲</b>	說唱/相聲	21	10.7	10.7
<b>民俗</b>	民族舞蹈	24	12.0	18.9
	原住民歌舞	14	6.9	
	其它	4	2.0	2.0
Total		200		

表 3-9 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞的團體(複選)

項目別	次數	百分比
Angra	1	0.5
AT	1	0.5
cat's	1	0.5
Stratovarius	1	0.5
Winds	1	0.5
三大男高音	1	0.5
大河之舞(愛爾蘭踢踏舞)	2	1.0
中國舞集	1	0.5
舞王(火焰之舞)	4	2.0
外表坊實驗團	1	0.5
朱宗慶	1	0.5
明華園	1	0.5
國光豫劇團	1	0.5
雪狼湖	2	1.0
雲門舞集	3	1.5
歌劇魅影	7	3.5
流行團體	12	6.0

都可以	137	68.5
不知道團體名	42	21.0
Total	200	

### 3.政府面

有購票欣賞者最希望政府做的是「邀請國際知名演出團體到國內表演」，有四成三的比率，其次則是「設立藝文活動獎項,鼓勵表演團體」，有近四成。

**表 3-10 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者希望政府之作爲(複選)**

項目別	次數	百分比
設立藝文活動獎項,鼓勵表演團體	78	38.9
補助民間表演團體的演出	46	23.3
興建符合國際水準的演出場地	55	27.4
邀請國際知名演出團體到國內表演	86	43.2
舉辦免費藝文活動,吸引民眾觀賞興趣	69	34.5
中小學藝術教育的培養	13	6.6
其它	3	1.7
Total	200	

### 4.票價面

有購票欣賞者可以接受的最高票價分布範圍很廣，從 100 元至 6000 元，整體平均為 608 元。

**表 3-11 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者可接受的最高票價**

項目別	次數	百分比
0	20	10.0
100	12	5.8

150	7	3.7
200	5	2.3
250	13	6.5
300	20	9.8
350	15	7.6
400	5	2.7
450	5	2.7
500	38	18.9
550	3	1.4
600	12	5.8
700	1	0.6
800	8	4.2
1000	10	5.0
1200	8	3.8
1500	7	3.6
1800	2	1.1
2000	2	1.1
2500	1	0.6
3000	2	1.1
3600	1	0.6
5000	1	0.6
6000	1	0.6
Total	200	100

## 5.選擇節目的考慮因素

有購票欣賞者在選擇表演節目時最重要的考慮因素是「演出的節目或曲目」，共有五成七的比率；其次則是「表演團體的知名度」；第三則是「演出場所的遠近或交通便利」，分別有近四成與三成二的比率。

表 3-12 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者選擇表演節目之考慮因素  
(複選)

項目別	次數	百分比
-----	----	-----

票價	43	21.5
演出場所的設施好壞	30	14.9
演出場所的遠近或交通便利	63	31.8
能夠同行的親朋好友想看的節目	27	13.6
演出的節目或曲目	113	57.0
表演團體的知名度	79	39.9
親友意見或風評	21	10.4
其它	2	1.1
Total	200	

## 第四節 訊息管道

### 一、主要的訊息來源管道

對於過去一年來在高雄有購票欣賞的人來說，有近六成是從「電視」得到藝文表演相關訊息；另外也各有三成會透過「網路」與「親友介紹」來得知相關訊息。而主要透過「傳單」得到訊息的人，其得到傳單的管道則是以「表演場所周邊」、「學校」與「咖啡店/餐廳」為主，都有四成左右的比率。

表 3-13 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者之訊息來源管道 (複選)

項目別	次數	百分比
傳單/平面宣傳品	37	18.6
報紙	18	9.0
雜誌	13	6.4
廣播	24	11.9
電視	117	58.6
網路	62	31.1
親友介紹	61	30.7
巡迴演出	9	4.3
其它	2	0.8
Total	200	

表 3-14 得到傳單的管道 (複選)

項目別	次數	百分比
表演場所周邊	16	43.2
學校	15	40.5
售票點	8	21.6
書店	12	32.4
咖啡店或餐廳	14	37.8
其他	4	10.8
Total	37	



## 二、希望的訊息來源管道

有購票欣賞者之中有六成希望從「電視」得到藝文表演相關訊息；另外也有近五成希望透過「網路」來得知相關訊息。

表 3-15 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者希望的訊息來源管道  
(複選)

項目別	次數	百分比
閱讀報紙	30	15.1
閱讀雜誌	20	10.0
收聽廣播	27	13.5
收看電視	121	60.5
上網	97	48.5
在公共場所放置傳單/平面宣傳品	49	24.5
郵寄相關訊息	18	8.8
巡迴演出	11	5.3
手機簡訊	2	1.1
其他	7	3.5
Total	200	

## 三、細部的訊息來源管道(EICP 資料庫分析)

爲了進一步瞭解細部的媒體行爲，此處將納入東方線上資料庫輔助分析。爲了取得足夠分析的樣本數，乃選取資料庫 2001 年至 2005 年內「常欣賞藝術表演」與「現在不常欣賞藝術表演但未來想」的人，合計共有 83 名受訪者。分布情形如下：

### 1. 電視

根據 EICP 資料庫，高雄市這群主要藝文人口在最近七天內最常收看的電視頻道是「HBO」，有超過一半的比率；其次幾個主要頻道則是「民視」、「三立台灣台」、「三立都會台」、「TVBS-N」、「中視」與「衛視西片台」等。基本上是以西片台、本土性與都會性的綜合性頻道為主。若是觀察他們較常收看的電視節目類型，則是以「綜藝節目類」為主，約有八成；其次則是「西洋影集/電影」與「新聞報導」，約有五成的比率；再其次則是「國語電影」與「旅遊/風景/民俗」類的節目，約有三成的比率。

**表 3-16 主要藝文人口最近七天內常收看的電視頻道**  
(複選七項，未列出低於 10%的選項)

項目別	次數	總數	百分比
HBO	45	83	54.2
民視	28	83	33.7
三立台灣台	28	83	33.7
三立都會台	23	83	27.7
TVBS-N	21	83	25.3
中視	20	83	24.1
衛視西片台	20	83	24.1
東森新聞台	17	83	20.5
東森電影台	15	83	18.1
GTV 八大綜合台	15	83	18.1
台視	14	83	16.9
TVBS	14	83	16.9
緯來日本台	14	83	16.9
國家地理頻道	14	83	16.9
DISCOVERY	13	83	15.7
華視	12	83	14.5
東森洋片台	12	83	14.5
TVBS-G 黃金娛樂台	12	83	14.5
中天新聞台	12	83	14.5
中天娛樂台	11	83	13.3
AXN	10	83	12.0
GTV 戲劇	10	83	12.0

東森新聞 S 台	10	83	12.0
GTV 八大綜藝台	2	18 <sup>10</sup>	11.1
旅遊探險頻道	6	55	10.9
東森綜合台	9	83	10.8
緯來綜合台	9	83	10.8

表 3-17 主要藝文人口較常收看的電視節目類型  
(複選五項，未列出低於 10%的選項)

項目別	次數	總數	百分比
綜藝節目	68	83	81.9
西洋影集/電影	43	83	51.8
新聞報導	42	83	50.6
國語電影	25	83	30.1
旅遊/風景/民俗	25	83	30.1
新聞追蹤	18	83	21.7
國語連續/單元劇	16	83	19.3
美容/流行	2	11	18.2
娛樂新聞	14	83	16.9
流行歌曲/MTV	13	83	15.7
台語連續劇	13	83	15.7
人物專訪	13	83	15.7
烹飪/美食	12	83	14.5
韓國單元/連續劇	11	83	13.3
日本連續劇	10	83	12.0
大陸連續劇	10	83	12.0
體育轉播	10	83	12.0
健康/醫療	10	83	12.0
香港連續劇	9	83	10.8
科學/自然	9	83	10.8

## 2.網路

<sup>10</sup> 若有總數不等於 83 的項目，表示該選項並非橫跨五年都存在，而是後幾年才成立。因此本部分的比率分母會有所不同。

根據 EICP 資料庫，高雄市主要藝文人口在最近 1 個月內較常瀏覽的網站類型是「入口網站」，有七成多的比率；其次則是「搜尋引擎」，約有四成二的比率；再其次則是「音樂網站」、「算命/心理測驗」、「購物網站」與「流行時尚」等，約有兩至三成的比率。至於其主要從事的網路活動，則是以「收 Email」為主，約有六成四；其次則是「使用搜尋引擎找資料」，有三成四的比率；再其次則是「資料庫查詢」與「閱覽新聞」，約有兩至三成的比率。至於「線上訂票」的比率則大概有 5.1%。

**表 3-18 主要藝文人口最近 1 個月較常瀏覽的網站類型**  
(複選五項，未列出低於 10%的選項)

項目別	次數	總數	百分比
入口網站	43	59	72.9
搜索引擎類	25	59	42.4
音樂網站	17	59	28.8
算命/心理測驗	13	59	22.0
購物網站	12	59	20.3
流行時尚	8	42	19.0
新聞媒體類	10	59	16.9
遊戲類	9	59	15.3
女性網站	9	59	15.3
聊天交友網站	9	59	15.3
影視娛樂資訊	9	59	15.3
公司或產品網站	8	59	13.6
3C 資訊類	8	59	13.6
旅遊網站	8	59	13.6
理財網站	7	59	11.9

**表 3-19 主要藝文人口最近 1 個月曾從事的網路活動**  
(複選，未列出低於 5%的選項)

項目別	次數	總數	百分比
E-MAIL	38	59	64.4
使用搜尋引擎找資料	20	59	33.9
資料庫查詢	14	59	23.7
閱覽新聞	12	59	20.3

---

動畫影片欣賞	10	59	16.9
理財	6	36	16.7
即時通訊(如 MSN)	9	59	15.3
聊天室/留言版	8	59	13.6
討論區	7	59	11.9
線上諮詢	3	59	5.1
預訂售票	3	59	5.1
參加家族/會員	3	59	5.1
競標拍賣	3	59	5.1

---

## 第五節 在外縣市欣賞藝術表演活動的情形

### 一、比率

對於過去一年來有在高雄購票欣賞的人來說，僅一成的人在過去一年有在外縣市看過表演。

表 3-20 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者有無在外縣市看過表演  
(複選)

項目別	次數	百分比
有	20	10.2
沒有	179	89.8
Total	200	100.0

### 二、欣賞的團體與類型

過去一年有在外縣市看過表演的人當中，大部分都無法記得團體的名稱。其看的表演類型則是以「戲劇類節目」最多。

表 3-21 在外縣市看過的表演團體 (複選)

項目別	次數	百分比
大河之舞	1	5.0
大陸的苗主	1	5.0
屏風表演班	1	5.0
雲門舞集	1	5.0
河左岸團	1	5.0
忘記了/不清楚	16	80.0
Total	20	

表 3-22 在外縣市看過的表演類型 (複選)

項目別		次數	細項百分比	大項百分比
舞蹈	舞蹈	2	10.0	20.0
	國標舞	1	5.0	
	踢踏舞	1	5.0	
器樂	樂器演奏	2	10.0	20.0
	樂器演奏_鋼琴	1	5.0	
	交響樂	1	5.0	
歌唱	歌唱	2	10.0	10.0
戲劇	歌劇	4	20.0	35.0
	歌劇魅影	2	10.0	
	幾米音樂劇	1	5.0	
相聲	相聲	1	5.0	5.0
Total		20		

### 三、欣賞的縣市

過去一年有在外縣市看過表演的人當中，主要是在台北欣賞。

表 3-23 在哪一外縣市看過 (複選)

項目別	次數	百分比
台北	13	65.0
台中	5	25.0
嘉義	1	5.0
台南	2	10.0
Total	20	

## 第六節 小結

### 一、比率與人口特性

高雄市 15-70 歲的人口中，有 18.7% 在過去一年有在高雄購票欣賞過藝術表演。但根據其購票欣賞的次數分布，大多數仍集中在 1 次，所以在這 18.7% 的人之中，深度藝文人口的比率並不高。

有購票欣賞者在人口特性上，是女性、高教育程度者、住在「三民區」與「苓雅區」的比率比較高。但在年齡與職業上則分成兩個區塊，一是 15-29 歲的學生與白領上班族，另一則是 60-70 歲的退休人士。

### 二、購票欣賞的節目類型與原因

有購票欣賞者主要欣賞的節目類型以「器樂類節目」與「戲劇類節目」較多。若觀察他們希望看的節目類型，可發現也是以「戲劇類節目」與「音樂類節目」為主。

至於在決定買票欣賞上述表演的原因上，若是分各表演類別來看，戲劇類節目與器樂類節目主要是因為「表演團體/個人/節目是自己喜歡的」。由此可知會購票欣賞這兩類節目的人，本身的興趣是最主要的因素，特別是「戲劇類節目」。

但是若從全部的藝術表演來看，「陪家人/朋友/男女朋友去看」的比率還是遠比「表演團體/個人/節目是自己喜歡的」來得高。由此可以看出 15-70 歲的高雄市民比較喜歡的藝術表演類型仍是以「戲劇類節目」與「器樂類節目」為主；但對於大部分的藝術表演類型，購票欣賞的原因都非自己主動。

### 三、對欣賞藝術表演產生興趣的起源



有購票欣賞者開始對欣賞藝術表演產生興趣，主要是「因為家人/朋友/男女朋友的影響」。其次是「因為表演的團體/個人/節目很有名氣」與「因為對表演的團體有興趣」。簡言之，周圍親友同儕的耳濡目染力，會比團體或表演者本身的名氣或明星效應要稍微來得強。

## 四、更願意欣賞藝術表演的因素與方式

在更能夠吸引其前來欣賞的情境或原因上，以「多上演自己喜歡的表演類別」最多；其次則是「多邀請自己喜歡或知名的團體」與「有人陪同觀賞」。再其次則是「票價降低」與「多發佈表演活動的訊息」。

若是分別從上述幾個層面來看，可以發現：

- 1.多上演自己喜歡的表演類別：「戲劇類節目」與「音樂類節目」。
- 2.多邀請自己喜歡或知名的團體：風潮性團體。
- 2.票價降低：平均可接受票價為 608 元。
- 3.多發佈表演活動的訊息：「電視」及「網路」為主，其次為「公共場所放置傳單/平面宣傳品」。

雖然有許多人提到希望能「多邀請自己喜歡或知名的團體」，但是真正能具體說出團名的人其實很少。這表示他們真正在乎的是高雄沒有世界知名的團體表演，而並非是在高雄演出的藝文團體的水準不夠，所以這其實是流行風潮的問題。

另外在政府面，他們最希望政府做的事情是「邀請國際知名演出團體到國內表演」；其次則是「設立藝文活動獎項，鼓勵表演團體」；再其次為「舉辦免費藝文活動，吸引民眾觀賞興趣」。

在有購票欣賞者想要欣賞的表演團體上，有許多反映時下北部或全國正在風靡熱賣的風潮性團體，例如「雪狼湖」、「歌劇魅影」，都能夠吸引高雄市民。

## 五、選擇表演節目的考慮因素

有購票欣賞者在選擇表演節目時最重要的考慮因素是「演出的節目或曲

目」，其次則是「表演團體的知名度」；第三則是「演出場所的遠近或交通便利」。由此可看出節目內容的本身仍是其考慮時最重要的因素。

## 六、訊息來源管道

有購票欣賞者得到表演活動訊息的管道主要是來自於「電視」；其次會透過「網路」與「親友介紹」。對比其最希望得到相關訊息的來源管道，「電視」與「網路」依舊是他們最想要得到訊息的管道。

以電視而言，最常欣賞的頻道類型是以西片台、本土性與都會性的綜合性頻道為主。較常收看的電視節目類型則是以「綜藝節目類」為主；其次則是「西洋影集/電影」與「新聞報導」；再其次則是「國語電影」與「旅遊/風景/民俗」類的節目。

在網路方面，最常瀏覽的網站類型是「入口網站」；其次則是「搜尋引擎」；再其次則是「音樂網站」、「算命/心理測驗」、「購物網站」與「流行時尚」等。主要從事的網路活動，則是以「收 Email」為主；其次則是「使用搜尋引擎找資料」；再其次則是「資料庫查詢」與「閱覽新聞」。因此可以考慮針對這群人建立資料庫，採用 Email 的人際傳播方式或是寄送 EDM 的方式來主動告知相關的訊息；另外、還可以考慮透過搜尋引擎關鍵字行銷以及公關策略的方式，讓表演團體能夠多接受專訪，直接變成新聞話題讓大眾知道最近的表演項目為何。至於「線上訂票」的比率則大概有 5.1%，比率相對較低。

主要透過「傳單」得到訊息的人，得到傳單的管道是以「表演場所周邊」、「學校」與「咖啡店/餐廳」為主。

## 七、去其它縣市欣賞藝術表演的情形

對於過去一年來在高雄有購票欣賞的人來說，僅一成的人在過去一年有在外縣市看過表演。他們大部分都無法記得團體的名稱，看的表演類型是以「戲劇類節目」最多；欣賞的地區則是以台北為主。

## 第四章

# 過去一年曾在高雄買票欣賞者之 差異比較分析

## 第一節 分析原則

本章會將基本變項納入交叉分析，針對交叉之後有意義的變項來觀察是否會因不同人口特質而有差異。基本上，納入分析的三個變項為「性別」、「年齡」與「職業」。此乃由於「教育程度」、「婚姻狀態」、「個人月收入」等項目均與「年齡」或「職業」有相關性，為避免太過複雜乃鎖定上述三變項。至於「居住地區」的部分則會是被解釋的變項，適時地納入分析。

此外，若是人口變項中有某一細項(例如「職業」變項中「家庭主婦」)的樣本數過低，為了避免發生偏差，將不納入該細項。由於職業別的細項樣本數普遍偏低，此處會進行式歸併以利分析。歸併方式如下：<sup>11</sup>

原類別		新類別	
細項名	樣本數	細項名	樣本數
高中職學生	18	學生	45
大專研究所學生	27		
管理職	3	管理職/專門技術職	24
專門技術職	21		
一般事務職	49	一般事務職	49
勞務職	25	勞務職	25
自營者	30	自營者	30
家庭主婦	7	不予分析	
無職	5	不予分析	
退休	11	不予分析	
其它	2	不予分析	
拒答	1	不予分析	

<sup>11</sup> 理論上，分析的樣本數均應大於 30，但由於在高雄地區「勞務職」有其重要性，且「管理/專門職」在工作的屬性上與「一般事務職」差異較大，因此仍予以保留。但不宜過度推論。

## 第二節 欣賞行爲

### 一、平均購票欣賞次數

基本上，「20-29 歲」、「管理/專門職」與「學生」過去一年購票欣賞的次數較高。

表 4-1 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者平均欣賞次數交叉分析

% 平均次數		N
性別	男	1.78 66
	女	1.59 134
年齡	15-19 歲	1.56 23
	20-29 歲	2.07 64
	30-39 歲	1.61 45
	40-49 歲	1.45 32
	60-70 歲	1.07 28
職業	學生	1.95 45
	管理/專門職	2.75 24
	一般事務職	1.37 49
	勞務職	1.15 25
	自營者	1.28 30
子女狀況	有 12 歲以下孩子	1.78 50
	無 12 歲以下孩子	1.83 63
	全體	1.65 200

### 二、購票欣賞的原因

除了「15-19 歲」、「40-49 歲」與「管理專門職」主要是因為「表演團體/個人/節目是自己喜歡的」而購票欣賞外，其它主要都是因為「陪家人/朋友/男女朋友去看」。

表 4-2 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者欣賞原因之交叉分析(複選)

%	有優惠 票價	陪親友 去看	找得到人 陪同去看	表演團體/個人/ 節目是自己喜歡	表演團體/個人/ 節目是知名的	表演團體/個人/ 節目感到好奇	N
性 男	22.1	49.6	9.1	32.0	9.8	5.1	66
別 女	13.2	49.7	10.6	38.3	6.1	10.8	134
年 15-19 歲	9.8	24.8	23.5	38.2	12.4	4.9	23
齡 20-29 歲	23.4	52.6	10.6	31.2	10.1	10.8	64
30-39 歲	14.8	65.9	7.6	32.2	5.0	11.7	45
40-49 歲	3.8	39.2	3.5	51.0	9.5	10.5	32
60-70 歲	17.5	62.1	8.2	30.7	0	0	28
職 學生	20.0	34.3	19.3	30.0	8.7	7.5	45
業 管理/專門職	27.7	38.8	4.6	57.5	13.7	17.0	24
一般事務職	14.7	64.4	4.5	36.6	6.3	9.4	49
勞務職	23.5	53.7	0	30.7	4.5	4.5	25
自營者	3.8	48.7	4.1	32.2	10.3	11.3	30
子 有 12 歲以下	10.1	56.1	9.3	38.1	6.8	2.3	50
女 無 12 歲以下	25.2	51.7	13.1	42.6	0	5.4	63
全體	16.2	49.7	10.1	36.2	7.3	8.9	200

### 三、購票欣賞的節目類型

在扣除掉流行團體的演唱會後，除了「男性」、「30-39 歲」主要欣賞「音樂」與「相聲」之外，各人口欣賞的表演節目仍是以「戲劇類節目」與「器樂類節目」為主。相對而言，「女性」、「無 12 歲以下孩子」、「20-29 歲」與「勞務職」有較高比率欣賞「舞蹈類節目」；「15-19 歲」、「學生」則是「器樂類節目」；「30 歲以下」、「學生及一般事務職」則是「演唱會」。「20 歲以上」則是「戲劇類節目」。

表 4-3 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者欣賞節目類型之交叉分析(複選)

項目別		男	女	有 12 歲以下孩子	無 12 歲以下孩子
舞蹈	無法說出細項	3.0	6.0	2.3	9.5
	踢踏舞	1.5	0.7		
	芭蕾舞		0.7		
	國標舞		0.7		
	現代舞		2.9	1.1	1.6
	溜冰舞		0.7		1.6
	汎美舞蹈團		2.2		
	舞王		0.7		1.6
	高雄爵士芭蕾舞團		0.7		
	合計	4.5	15.7	3.4	14.3
器樂	無法說出細項	9.1	13.4	11.3	11.1

	管絃樂		0.7			
	鋼琴		2.2	2.3		4.8
	鋼琴合奏	3.0	2.2	3.9		1.6
	鋼琴獨奏		1.5	2.3		1.6
	小提琴	1.5	0.7			1.6
	古典音樂	1.5	0.7	2.5		
	交響樂	1.5	0.7			
	國樂	6.1	1.5	7.4		
	銅管五重奏	1.5				1.6
	風新高中音樂會		0.7			
	<b>合計</b>	<b>22.7</b>	<b>28.4</b>	<b>29.7</b>		<b>22.3</b>
<b>爵士</b>	爵士		1.5			3.2
<b>打擊樂</b>	打擊音樂會	1.5	0.7			
<b>聲樂</b>	無法說出細項		3.0	5.3		
	合唱團		2.2			
	高市合唱團		0.7			1.6
	台灣歌謠	3.0	2.2	1.6		3.2
	<b>合計</b>	<b>3.0</b>	<b>8.1</b>	<b>6.9</b>		<b>4.8</b>
<b>演唱會</b>	無法說出細項	10.6	20.9	13.1		7.9
	五月天	3.0		2.3		
	演藝人員演唱會	1.5		2.3		
	<b>合計</b>	<b>15.2</b>	<b>20.9</b>	<b>17.7</b>		<b>7.9</b>
<b>戲劇</b>	無法說出細項		2.2			3.2
	七個女人的故事		0.7			1.6
	鐘樓怪人		0.7	1.1		
	百老匯	1.5				
	莎士比亞		0.7			
	戲劇_傳統戲劇		0.7			1.6
	戲劇_歌仔戲	3.0	1.5	3.9		3.2
	戲劇_舞台劇	6.1	8.2	12.7		4.8
	戲劇_親子劇	0.1	0.7	1.1		1.6
	戲劇_南風劇團女之物語		0.7			
	戲劇_屏風-西出陽關		0.7			
	戲劇_外表坊-雲淡風輕		0.7			
	<b>合計</b>	<b>10.6</b>	<b>17.9</b>	<b>18.8</b>		<b>16.0</b>
<b>相聲</b>	相聲	13.6	3.0	3.1		7.9
<b>說唱藝術</b>	說唱藝術	3.0		2.3		
<b>民俗</b>	民俗_無法說出細項		0.7			
	民俗表演		0.7	1.1		
	民俗舞蹈	6.0	2.2	3.6		6.3
	<b>合計</b>	<b>6.0</b>	<b>3.7</b>	<b>4.5</b>		<b>6.3</b>
<b>文藝電影</b>	文藝電影		0.7			
<b>不知/忘記</b>		28.8	19.4	22.5		30.2
<b>樣本數</b>		66	134	50		63

表 4-4 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者欣賞節目類型之交叉分析  
(複選)

項目別	15-19	20-29	30-39	40-49	60-70
舞蹈			1.6	6.7	9.4
無法定出細項					12.0
踢踏舞			3.1		

	芭蕾舞			2.2		
	國標舞		1.6			
	現代舞		3.2	2.2		
	溜冰舞			2.2		
	汎美舞蹈團		4.7			
	舞王		1.6			
	高雄爵士芭蕾舞團		1.6			
	<b>合計</b>		<b>17.2</b>	<b>13.3</b>	<b>9.4</b>	
<b>器樂</b>	無法說出細項	26.1	9.4	8.9	9.4	9.7
	管絃樂	4.3				
	鋼琴			6.6		4.0
	鋼琴合奏		7.8	6.7		
	鋼琴獨奏			2.2	3.1	
	小提琴			2.2	3.1	
	古典音樂		1.6		3.1	
	交響樂			2.2		
	國樂	4.3	3.1	2.2	3.1	
	銅管五重奏				3.1	
	風新高中音樂會	4.3				
	<b>合計</b>	<b>39.1</b>	<b>21.9</b>	<b>31.1</b>	<b>25.0</b>	<b>13.7</b>
<b>爵士</b>	爵士				6.3	
<b>打擊樂</b>	打擊音樂會		3.2			
<b>聲樂</b>	無法說出細項			4.4	3.1	4.4
	合唱團		4.7			
	高市合唱團		1.6			
	台灣歌謠		1.6	2.2	6.3	2.9
	<b>合計</b>		<b>7.9</b>	<b>6.6</b>	<b>9.4</b>	<b>7.3</b>
<b>演唱會</b>	無法說出細項	26.1	26.6	17.8	12.5	2.0
	五月天		3.1			
	演藝人員演唱會			2.2		
	<b>合計</b>	<b>26.1</b>	<b>29.7</b>	<b>20.0</b>	<b>12.5</b>	<b>2.0</b>
<b>戲劇</b>	無法說出細項		3.1	2.2		
	七個女人的故事		1.6			
	鐘樓怪人			2.2		
	百老匯		1.6			
	莎士比亞		1.6			
	戲劇_傳統戲劇				3.1	
	戲劇_歌仔戲					14.8
	戲劇_舞台劇		10.9	2.2	18.8	6.8
	戲劇_親子劇				3.1	2.9
	戲劇_南風劇團女之物語		1.6			
	戲劇_屏風-西出陽關		1.6			
	戲劇_外表坊-雲淡風輕		1.6			
	<b>合計</b>		<b>23.4</b>	<b>6.7</b>	<b>25.0</b>	<b>24.5</b>
<b>相聲</b>	相聲		4.7	11.1	9.4	
<b>說唱藝術</b>	說唱藝術				3.1	
<b>民俗</b>	民俗_無法說出細項		1.6			
	民俗表演				3.1	
	民俗舞蹈		1.6	4.4	3.1	
	<b>合計</b>		<b>3.2</b>	<b>4.4</b>	<b>6.2</b>	
<b>文藝電影</b>	文藝電影					
<b>不知/忘記</b>		43.5	18.8	26.7	9.4	
<b>樣本數</b>		23	134	45	32	28



表 4-5 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者欣賞節目類型之交叉分析  
(複選)

項目別		學生	管理專 門職	一般事務 職	勞務職	自營者
舞蹈	無法說出細項	2.2		4.1	8.0	6.7
	踢踏舞			2.0	4.0	
	芭蕾舞			2.0		
	國標舞			2.0		
	現代舞	2.2		4.1		
	溜冰舞					3.3
	汎美舞蹈團	4.4				
	舞王				4.0	
	高雄爵士芭蕾舞團		4.2			
	<b>合計</b>	<b>8.9</b>	<b>4.2</b>	<b>14.3</b>	<b>16.0</b>	<b>10.0</b>
器樂	無法說出細項	24.4	4.2	8.2	4.0	13.3
	管絃樂	2.2				
	鋼琴		4.2	6.1		
	鋼琴合奏	4.4	8.4	6.1		3.3
	鋼琴獨奏			2.0		3.3
	小提琴			2.0		3.3
	古典音樂		4.2	2.0		
	交響樂		4.2	2.0		
	國樂	4.4			12.0	3.3
	銅管五重奏			2.0		
	風新高中音樂會	2.2				
	<b>合計</b>	<b>37.8</b>	<b>25.0</b>	<b>30.6</b>	<b>16.0</b>	<b>26.7</b>
	爵士	爵士				
打擊樂	打擊音樂會		4.2			3.3
聲樂	無法說出細項		4.2	2.0	4.0	
	合唱團			4.1		3.3
	高市合唱團				4.0	
	台灣歌謠		4.2	2.0	4.0	3.3
	<b>合計</b>		<b>8.4</b>	<b>8.1</b>	<b>12.0</b>	<b>6.6</b>
演唱會	無法說出細項	24.4	16.7	28.6	8.0	13.3
	五月天	2.2		2.0		
	演藝人員演唱會					3.3
	<b>合計</b>	<b>26.6</b>	<b>16.7</b>	<b>30.6</b>	<b>8.0</b>	<b>16.6</b>
	戲劇	無法說出細項	6.7			
七個女人的故事		2.2				
鐘樓怪人				2.0		
百老匯				2.0		
莎士比亞		2.2				
戲劇_傳統戲劇					4.0	
戲劇_歌仔戲			4.2		4.0	
戲劇_舞台劇		4.4	4.2	10.2	4.0	10.0
戲劇_親子劇				2.0		
戲劇_南風劇團女之物語			4.2			
戲劇_屏風-西出陽關			4.2			
戲劇_外表坊-雲淡風輕			4.2			

	合計	15.6	20.8	16.3	12.0	10.0
相聲	相聲	2.2	12.5	6.1	4.0	10.0
說唱藝術	說唱藝術			2.0	4.0	
民俗	民俗_無法說出細項				4.0	
	民俗表演			2.0		
	民俗舞蹈		4.2	4.0	8.0	
	合計		4.2	6.0	12.0	
文藝電影	文藝電影		4.2			
不知/忘記		31.1	29.2	12.2	24.0	13.3
樣本數		45	24	49	25	30

### 第三節 購票欣賞的驅力

#### 一、對欣賞藝術表演產生興趣的起源

「15-29 歲」、「學生」、「專門管理職」、「自營者」主要是「表演團體/個人/節目有名而去看過」而對欣賞藝術表演活動產生興趣；「女性」、「20-70 歲」、「一般事務職」與「勞務職」則是「親朋好友的影響」；「40-49 歲」則是「對表演團體/個人/節目有興趣」。

另外相對於其它人口，「學生」對欣賞藝術表演產生興趣的根源，比較是因為「上過相關課程」。

表 4-6 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者產生興趣起源之交叉分析  
(複選)

%	上過相 關課程	親友的 影響	陪親友 看過	表演團體/個 人/節目有名	對表演團 體有興趣	對表演者 有興趣	親友是表 演者	N
性 男	16.5	34.4	6.8	34.9	18.7	5.2	1.7	66
別 女	23.2	38.1	4.8	28.2	30.2	6.2	0.4	134
年 15-19 歲	35.7	19.8	4.9	45.7	40.9	0	7.4	23
齡 20-29 歲	31.1	34.1	2.6	33.4	21.3	12.1	0	64
30-39 歲	12.3	54.0	9.9	33.5	18.2	3.7	0	45
40-49 歲	13.3	32.2	4.4	20.7	33.8	0	0	32
60-70 歲	4.0	40.5	7.8	21.6	30.1	8.0	0	28
職 學生	39.3	20.1	2.5	36.0	30.7	8.4	3.7	45
業 管理/專門職	29.8	18.3	14.7	28.2	27.4	13.7	0	24
一般事務職	7.6	59.3	6.8	29.8	21.7	0	0	49
勞務職	13.5	49.1	7.9	21.3	17.2	8.9	0	25
自營者	15.0	30.1	2.8	39.9	28.4	0	0	30
子 有 12 歲以下	15.5	42.0	1.1	29.3	20.5	5.4	4.6	50
女 無 12 歲以下	12.0	37.3	11.1	27.2	32.1	9.0	1.3	63
全體	21.0	36.9	5.4	30.4	26.4	5.8	0.8	200

#### 二、更願意欣賞藝術表演的因素

## 1.外在因素

除了「學生」主要會因為「有人陪同」而願意欣賞；其餘主要都是因為「多上演自己喜歡的表演類型」，另外「多邀請喜歡或知名的團體」也有相當的影響力。

相對於其它人口，「15-19 歲」與「學生」還比較會因為「票價降低」、「閒暇時間變多」更願意欣賞藝術表演；「60-70 歲」則比較會因為「住家附近增闢表演場所」；「管理/專門職」則是比較會因為「多發佈相關訊息」更願意欣賞藝術表演。

表 4-7 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞的原因之交叉分析(複選)

%	票價降低	閒暇時間變多	住家附近增闢場所	有人陪同	多上演自己喜歡的表演	多邀請喜歡或知名團體	多發佈表演訊息	改善場所設施	N
性男	23.4	17.8	24.2	28.1	52.6	29.3	15.5	11.9	66
別女	23.5	15.8	15.9	31.1	55.7	37.8	27.2	6.4	134
年15-19 歲	55.5	54.3	13.5	48.1	38.3	27.3	7.4	18.5	23
齡20-29 歲	35.5	24.9	15.6	37.7	49.8	30.8	33.9	6.5	64
30-39 歲	19.8	5.4	16.4	21.7	64.9	41.8	22.5	10.4	45
40-49 歲	3.5	3.5	15.8	14.8	70.6	45.7	16.4	3.5	32
60-70 歲	5.4	4.0	41.6	37.8	40.1	18.2	20.1	0	28
職學生	59.1	42.4	15.4	49.8	38.4	18.7	8.7	9.3	45
業管理/專門職	13.7	9.1	4.6	9.1	61.7	33.9	42.8	13.6	24
一般事務職	10.7	5.7	30.1	31.7	51.8	45.1	32.8	12.4	49
勞務職	5.6	5.6	17.3	24.0	60.9	39.3	40.0	6.7	25
自營者	14.1	15.8	7.9	8.9	79.8	53	15.4	3.8	30
子有12 歲以下	13.6	6.8	30.3	20.5	54.4	46.3	10.7	3.4	50
女無12 歲以下	25.7	13.4	18.5	32.9	43.7	31.2	27.9	8.0	63
全體	23.5	16.5	18.6	30.1	54.6	35.0	23.4	8.2	200

## 2.更願意欣賞的表演節目

除了「學生」與「一般事務職」主要更願意欣賞「戲劇」與「舞蹈」之外，各人口更願意欣賞的表演節目仍是以「戲劇類節目」與「音樂類節目」為主。相對而言，「女性」、「20-49 歲」更願意欣賞「舞蹈類節目」；「60 歲以下」、「管理

專門職」、「自營者」則是「音樂類節目」；「男性」、「60 歲以上」則是「戲劇類節目」。至於「家中有無 12 歲下的孩子」與「是否更願意欣賞親子劇」之間的關係則不明顯。

表 4-8 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞的節目之交叉分析(複選)

項目別		男	女	年齡					學生	管理 專門 職	一般 事務 職	勞務 職	自營 者
				15-19	20-29	30-39	40-49	60-70					
舞蹈	無法說出細項	8.2	27.0	39.7	14.3	24.3	25.1	15.7	24.9	4.5	24.0	11.2	37.0
	芭蕾舞	4.7	11.1	19.7	14.1	5.6	6.1	0.0	14.8	9.1	13.7	4.5	0.0
	現代舞	6.4	11.7	28.5	6.8	13.0	1.7	1.4	18.0	12.4	14.5	0.0	3.8
	爵士及踢踏舞	23.7	15.9	13.4	31.2	18.6	12.3	5.4	31.4	14.1	20.4	16.2	13.3
	合計	<b>43.0</b>	<b>65.7</b>	<b>10.1</b>	<b>66.4</b>	<b>61.5</b>	<b>45.2</b>	<b>22.5</b>	<b>89.1</b>	<b>40.1</b>	<b>72.6</b>	<b>31.9</b>	<b>54.1</b>
音樂	無法說出細項	26.2	34.6	43.2	34.6	27.5	41.1	10.3	38.1	22.8	28.7	18.4	51.2
	古典音樂	24.9	10.2	27.1	6.6	18.3	25.3	8.4	17.8	39.7	7.7	0.0	16.5
	國樂	5.5	6.0	0.0	5.3	5.0	7.0	6.3	5.0	12.4	2.5	4.5	7.6
	打擊樂	10.7	9.3	16.0	13.4	5.8	1.7	14.9	14.6	4.6	5.7	17.9	7.8
	合唱及獨唱	2.1	9.0	0.0	10.5	7.4	7.1	4.0	0.0	4.6	10.8	11.2	2.7
	合計	<b>69.4</b>	<b>69.1</b>	<b>86.3</b>	<b>70.4</b>	<b>64.0</b>	<b>82.2</b>	<b>43.9</b>	<b>75.5</b>	<b>84.1</b>	<b>55.4</b>	<b>52.0</b>	<b>85.8</b>
流行歌曲	流行歌曲	<b>33.4</b>	<b>41.9</b>	<b>37.2</b>	<b>59.7</b>	<b>34.7</b>	<b>27.8</b>	<b>16.3</b>	<b>41.9</b>	<b>22.8</b>	<b>46.6</b>	<b>45.7</b>	<b>45.3</b>
戲劇	無法說出細項	18.4	15.7	4.9	14.3	23.7	20.9	19.2	10.9	9.1	21.0	9.5	31.9
	歌劇	28.1	18.4	22.2	21.4	25.4	6.9	30.2	30.5	4.6	22.6	16.1	20.2
	舞台劇	23.1	22.8	16.1	22.1	27.9	22.0	21.5	20.8	34.5	29.5	15.8	12.7
	傳統戲曲	12.8	6.6	0.0	0.0	0.0	14.2	4.5	0.0	5.0	5.5	22.2	7.9
	親子劇	0.0	1.1	0.0	1.8	0.9	0.0	0.0	0.0	4.6	0.0	0.0	1.3
	偶劇	5.5	5.8	15.0	3.7	0.0	0.0	20.1	7.7	7.9	2.3	0.0	0.0
	默劇	1.9	3.8	0.0	3.1	0.0	9.6	4.4	0.0	4.6	5.1	5.6	0.0
	合計	<b>89.8</b>	<b>74.2</b>	<b>58.2</b>	<b>66.4</b>	<b>77.9</b>	<b>73.6</b>	<b>99.9</b>	<b>69.9</b>	<b>70.3</b>	<b>86.0</b>	<b>69.2</b>	<b>74.0</b>
說唱相聲	說唱/相聲	<b>18.6</b>	<b>6.8</b>	<b>8.5</b>	<b>4.8</b>	<b>6.2</b>	<b>22.5</b>	<b>14.2</b>	<b>4.3</b>	<b>4.6</b>	<b>11.0</b>	<b>23.6</b>	<b>15.4</b>
民俗	民族舞蹈	12.6	11.8	3.6	7.0	2.5	12.2	44.5	1.8	7.9	8.0	26.1	3.8
	原住民歌舞	7.7	6.5	0.0	7.0	7.4	6.1	14.3	0.0	22.9	1.1	19.0	2.7
	合計	<b>20.3</b>	<b>18.3</b>	<b>3.6</b>	<b>14.0</b>	<b>9.9</b>	<b>18.3</b>	<b>58.8</b>	<b>1.8</b>	<b>30.8</b>	<b>9.1</b>	<b>45.1</b>	<b>6.5</b>
其它	其它	1.7	2.1	0.0	0.9	2.5	0.0	0.0	0.0	13.6	1.1	0.0	0.0
樣本數		66	134	23	134	45	32	28	45	24	49	25	30

表 4-9 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞的節目之交叉分析(複選)

項目別		有 12 歲以下孩子	
		有 12 歲以下孩子	無 12 歲以下孩子
舞蹈	無法說出細項	13.0	26.8
	芭蕾舞	6.8	8.5
	現代舞	5.7	9.2
	爵士及踢踏舞	14.1	17.9
	合計	<b>39.6</b>	<b>62.4</b>
音樂	無法說出細項	28.0	25.8
	古典音樂	16.4	13.0

	國樂	16.6	0
	打擊樂	9.0	9.4
	合唱及獨唱	0	7.2
	<b>合計</b>	<b>70.0</b>	<b>55.4</b>
<b>流行歌曲</b>	流行歌曲	<b>31.0</b>	<b>34.6</b>
<b>戲劇</b>	無法說出細項	20.4	17.6
	歌劇	21.5	25.0
	舞台劇	28.7	23.6
	傳統戲曲	10.2	16.4
	親子劇	3.1	0
	偶劇	4.1	7.6
	默劇	3.6	4.1
	<b>合計</b>	<b>91.6</b>	<b>94.3</b>
<b>說唱相聲</b>	說唱/相聲	<b>13.8</b>	<b>8.5</b>
<b>民俗</b>	民族舞蹈	15.5	15.4
	原住民歌舞	11.9	4.6
	<b>合計</b>	<b>27.4</b>	<b>20.0</b>
	其它	0	1.8
樣本數		66	134

### 3.票價面

各人口可以接受的最高票價，以「男性」、「20-29 歲」與「學生」最高。

表 4-10 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者可接受票價之交叉分析

		平均可接受票價	N
性別	男	713	66
	女	557	134
年齡	15-19 歲	764	23
	20-29 歲	808	64
	30-39 歲	609	45
	40-49 歲	521	32
	60-70 歲	123	28
職業	學生	916	45
	管理/專門職	892	24
	一般事務職	478	49
	勞務職	381	25
	自營者	474	30
子女	有 12 歲以下	500	50
	無 12 歲以下	530	63
	全體	608	200

#### 4. 選擇節目的考慮因素

除了「60-70 歲」在選擇表演節目時主要會考慮「場所遠近/交通便利性」；其餘主要是考慮「演出的節目內容」。

相對於其它人口，「15-19 歲」與「學生」在選擇表演節目時比較會考慮「票價」與「親友意見風評」；「15-19 歲」與「40-49 歲」比較會考慮「場所設施好壞」；「30-39 歲」則比較會考慮「表演團體的知名度」。

表 4-11 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者選擇節目考慮因素之交叉分析(複選)

%	票價	場所設施 好壞	場所遠近/ 交通便利	同行的親 友想看的	演出節目 或曲目	表演團體 知名度	親友意見 或風評	N
性 男	25.2	19.7	29.6	10.1	43.6	42.7	16.3	66
別 女	19.7	12.6	32.9	15.3	63.4	38.5	7.6	134
年 15-19 歲	39.4	29.6	32	15.9	55.4	18.6	40.9	23
齡 20-29 歲	27.5	13.5	23.3	18.8	56.7	38.4	7.3	64
30-39 歲	14.8	7.4	33.9	6.7	64.7	58.3	2.4	45
40-49 歲	25.2	30.9	17.2	21.8	52.0	50.4	2.5	32
60-70 歲	5.8	4.0	64.7	5.4	40.4	26.5	17.8	28
職 學生	36.1	19.6	20.0	13.3	49.1	22.8	26.1	45
業 管理/專門職	18.2	9.1	18.3	14.7	63.2	47.2	4.6	24
一般事務職	18.8	17.2	26.3	20.8	65.1	46.9	7.1	49
勞務職	24.7	4.5	29.1	9.5	63.6	48.7	4.9	25
自營者	2.7	19.4	45.6	11.4	57.2	56.9	1.3	30
子 有 12 歲以下	18.4	6.8	42.6	13.8	62.0	34.6	4.5	50
女 無 12 歲以下	20.0	16.2	33.7	7.5	57.7	43.5	19.0	63
全體	21.5	14.9	31.8	13.6	57.0	39.9	10.4	200

## 第四節 訊息管道

### 一、主要的訊息來源管道

在幾個主要的訊息來源管道中，「電視」無論在哪一人口組成中皆為最主要的。除了電視以外，「15-29 歲」、「學生」、「管理\專門職」也會透過「網路」作為主要取得訊息的來源；「30 歲以上」、「一般事務職」則是會透過「親友介紹」。

相對而言，比較會透過「傳單/宣傳品」取得相關訊息的有「15-19 歲」；「報紙」則是「15-19 歲」；「親友介紹」則是「勞務職」。

表 4-12 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者訊息來源管道之交叉分析  
(複選)

%	傳單/ 宣傳品	報紙	雜誌	廣播	電視	網路	親友 介紹	巡迴 演出	N
性 男	24.1	12.0	6.4	18.5	48.5	24.5	35.2	3.0	66
別 女	16.0	7.5	6.5	8.7	63.5	34.4	28.5	5.0	134
年 15-19 歲	38.1	28.3	14.9	23.3	44.5	36.1	24.7	2.4	23
齡 20-29 歲	20.8	7.1	12.5	8.3	63.0	40.9	29.9	8.3	64
30-39 歲	17.4	13.1	0.9	7.5	52.9	27.9	32.2	3.7	45
40-49 歲	11.1	0	3.5	9.5	55.0	33.4	42.6	0	32
60-70 歲	5.8	4.0	0	23.9	70.1	0	22.7	4	28
職 學生	31.8	16.7	15.2	14.2	43.3	42.3	30.4	6.2	45
業 管理/專門職	14.5	13.7	0	21.5	52.7	39.1	17.0	6.8	24
一般事務職	10.2	2.3	2.3	3.9	70.7	28.6	36.8	1.1	49
勞務職	14.6	0	4.5	2.2	53.7	30.3	45.2	5.6	25
自營者	7.6	16.0	8.9	14.1	58.6	29.3	28.1	3.8	30
子 有 12 歲以下	8.5	6.8	1.7	11.8	76.2	24.9	33.6	2.3	50
女 無 12 歲以下	28.4	7.2	10.3	15.3	51.5	21.4	27.6	1.8	63
全體	18.6	9.0	6.4	11.9	58.6	31.1	30.7	4.3	200

### 二、希望的訊息來源管道

除了「15-19 歲」與「學生」最希望透過「網路」作為取得訊息的管道，其餘都最希望「電視」。



相對而言，比較會希望透過「傳單/宣傳品」取得相關訊息的有「20-29 歲」與「一般事務職」；「雜誌」則是「15-19 歲」；「廣播」則是「15-19 歲」與「60-70 歲」；「網路」則是「20-29 歲」、「學生」與「自營者」；「郵寄」則是「管理專門職」。

**表 4-13 過去一年曾在高雄買票欣賞藝術表演活動者希望的訊息管道之交叉分析 (複選)**

%	閱讀 報紙	閱讀 雜誌	收聽 廣播	收看 電視	上網	宣傳品	郵寄	巡迴 演出	N
性 男	13.9	9.0	20.5	58.2	40.8	17.8	9.0	8.6	66
別 女	15.7	10.5	10.0	61.6	52.3	27.8	8.7	3.7	134
年 15-19 歲	24.8	27.0	32.1	60.3	55.8	13.5	2.4	2.4	23
齡 20-29 歲	13.8	7.7	8.8	55.8	69.1	38.4	8.7	6.6	64
30-39 歲	14.9	10.0	5.0	59.1	46.5	33.8	9.3	8.1	45
40-49 歲	2.5	2.5	6.9	61.9	43.1	18.9	13.1	4.4	32
60-70 歲	29.0	13.0	33.7	69.2	0	0	2.9	2.9	28
職 學生	20.1	19.5	26.0	44.5	65.4	27.8	3.4	1.2	45
業 管理/專門職	18.3	9.1	7.8	42.1	59.7	31.5	27.4	0	24
一般事務職	8.5	4.6	6.9	73.3	43.0	38.7	6.5	4.0	49
勞務職	7.8	4.5	14.5	66.4	38.5	4.9	4.5	15.8	25
自營者	7.6	0	3.7	71.8	65.7	24.1	14.1	7.6	30
子 有 12 歲以下	14.9	0.8	11.9	70.2	31.0	11.8	14.1	5.7	50
女 無 12 歲以下	20.6	17.4	18.3	53.7	40.5	31.3	4.4	4.9	63
全體	15.1	10	13.5	60.5	48.5	24.5	8.8	5.3	200

## 第五節 小結

### 一、購票欣賞次數

「20-29 歲」、「管理/專門職」與「學生」過去一年購票欣賞的次數較高。

### 二、購票欣賞的原因與類別

經由交叉分析的結果，可以發現過去一年有在本地購票欣賞藝術表演的高雄市民，在各人口結構上購票欣賞的原因皆比較被動，主要都因為「陪同親友而去」；真正因為表演者會節目本身而去看的只有「15-19 歲」、「40-49 歲」與「管理專門職」。

在過去一年購票欣賞的表演類別中，整體而言，戲劇類節目與器樂類節目仍是欣賞比率最高的項目。相對而言，則大致呈現女性欣賞舞蹈，男性欣賞相聲，15-19 歲學生欣賞器樂類節目，20 歲以上欣賞戲劇類節目的情形。

### 三、對欣賞藝術表演產生興趣的起源

「15-29 歲」、「學生」、「專門管理職」、「自營者」主要是「表演團體/個人/節目有名」而對欣賞藝術表演活動產生興趣；而「女性」、「20-70 歲」、「一般事務職」與「勞務職」則是「親朋好友的影響」。這對於高雄市政府在思考長期的藝文人口策略時有指標性的意義。基本上，會受到至親好友的人際影響力的是成年女性，最好的方式應該是利用教育讓家中小一輩的人能夠先對表演藝術產生興趣再來影響長者。而對於年輕的一輩，除了透過教育途徑，還需要善用「團體或節目的明星效應」，因此可以多邀請對年輕一輩來說有名的團體，藉此誘發其對表演藝術的興趣。

## 四、更願意欣賞藝術表演的因素

對於一般大眾而言，短期可以吸引他們前來欣賞的作法是「多上演自己喜歡的表演類型」，另外「多邀請喜歡或知名的團體」也有相當的影響力。所以應該多安排高雄市民最喜歡的「戲劇類節目」與「器樂類節目」。而在邀請的團體上需有策略上的安排，結合當時流行風潮來邀請團體。

對於年輕的學生而言，除了透過教育與明星效應，真正擋住他們無法常來欣賞的門檻是「課業壓力」與「票價」；此外，年輕的學生在行為上多有集體性。因此，可以在每週或是每月的課程中安排欣賞藝術表演的時數，搭配同行優惠的票價，在客觀環境與主觀誘因上刺激其前來欣賞。在節目設計上則建議以「戲劇類節目」或「舞蹈類節目」為主。

「住家附近增闢表演場所」將更能夠吸引「60-70 歲」者前來。這反映了高雄市藝文表演的場所不足或分佈不夠廣，所以對於行動力較弱的中老年人，場所因素成為阻擋其前來的門檻，至於能夠吸引他們前來的節目則是以「戲劇類節目」為主。

另外「管理/專門職」由於工作繁忙，所以在相關的訊息接收上必須用更推促的方式。例如鎖定他們愛看的電視節目來打廣告、或者郵寄。而「親子類節目」對於家中有 12 歲以下孩子者無明顯吸引力。

## 五、選擇表演節目的考慮因素

若是從表演團體彼此競爭吸引來客的角度，在選擇節目的考慮因素上，除了「60-70 歲」主要會考慮「場所遠近/交通便利性」；其餘主要是考慮「演出的節目內容」。這再次反映了高雄市藝文表演的場所不足或分佈不夠廣。

除了「票價」以外，「15-19 歲」與「學生」由於受限於對藝術瞭解程度以及集體性行為的影響，比較會考慮「親友意見風評」；「30-39 歲」與「40-49 歲」則比較會考慮「表演團體的知名度」與「表演場所設施的好壞」。

## 六、訊息來源管道

「電視」與「網路」是藝術表演最重要的訊息來源管道。兩者的差別在於「15-29 歲」、「學生」與「自營者」比較會希望透過網路，其餘則是「電視」。

至於在其他幾個管道上，「管理專門職」由於較為忙碌，所以會希望透過催促性較強或是與工作較有關的管道，例如「郵寄」或「網路」。「雜誌」與「宣傳品」則是對年輕人較有效的管道；廣播則是對於最年輕與最年長較有效的管道。「親友介紹」則是對 30 歲以上的「一般事務職」與「勞務職」較有效。

## 第五章

# 過去一年未在高雄買票欣賞者 之特性

## 第一節 基本資料描述

過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動的比率為 81.3%。人口組成上則是男性略多、平均分佈在 20-49 歲、以已婚、一般事務職、勞務職與自營者為主。教育程度介於「高中職」至「國中」，個人月收入集中在「20000-30000 元」，大部分居住在三民區，但前鎮、左營、苓雅、楠梓等區亦有分布。

若與全體樣本進行比較，可發現其分布與全體大致相似。但年齡在「50-59 歲」、職業為「家庭主婦」者，都比全體的比率高。

表 5-1 過去一年在高雄買票欣賞藝術表演活動之次數分配

項目別	次數	百分比
有	200	18.7
沒有	868	81.3
合計	1068	100

表 5-2 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者之人口輪廓

項目別	次數	百分比	全體百分比	
性別	男	467	53.8	49.8
	女	401	46.2	50.2
年齡	15-19 歲	82	9.5	9.8
	20-29 歲	199	22.9	24.6
	30-39 歲	194	22.3	22.4
	40-49 歲	196	22.6	21.4
	50-59 歲	145	16.7	14.3
	60-70 歲	52	6.0	7.5
職業	高中職學生	76	8.7	8.8
	大專研究所學生	107	12.3	12.5
	管理職	14	1.6	1.6
	專門技術職	59	6.8	7.5
	一般事務職	130	15.0	16.8
	勞務職	143	16.5	15.7
	自營者	142	16.4	16.1
	家庭主婦	92	10.6	9.2

	無職	64	7.4	6.4
	退休	5	0.6	1.6
	其它	27	3.2	2.8
	拒答	9	1.0	0.9
教育程度	小學及以下	69	8.0	6.9
	國中	189	21.8	21.2
	高中職	360	41.5	41.1
	專科	99	11.4	11.0
	大學	120	13.9	16.1
	研究所	9	1.1	1.7
	拒答	22	2.5	2.1
婚姻狀況	未婚	337	38.8	39.8
	已婚	474	54.6	54.0
	已婚單身	39	4.5	4.6
	拒答	17	2.0	1.6
家中有無 12 歲孩子	有	269	30.9	29.8
	無	245	28.2	28.8
	未婚+拒答	354	40.8	41.4
個人月收入	沒有收入	185	21.3	21.1
	10000 以下	70	8.0	8.1
	10001-20000 元	120	13.8	12.6
	20001-30000 元	226	26.1	28.2
	30001-40000 元	178	20.5	19.6
	40001-50000 元	42	4.8	4.9
	50001-60000 元	2	0.2	0.3
	60001 元以上	2	0.3	0.5
	拒答	44	5.0	4.7
居住地區	楠梓區	92	10.6	11.0
	左營區	106	12.2	12.0
	三民區	216	24.8	24.0
	鼓山區	59	6.8	7.0
	苓雅區	103	11.9	13.0
	新興區	33	3.8	4.0
	前金區	18	2.1	2.0
	鹽埕區	19	2.2	2.0
	前鎮區	116	13.4	13.0
	旗津區	20	2.3	2.0
	小港區	86	9.9	10.0

合計	868	100.0	100.0
----	-----	-------	-------



## 第二節 購票欣賞的驅力

### 一、不欣賞的原因

「沒有時間」是過去一年未在高雄購票欣賞藝術表演活動的主要的原因，有近三成八的比率。其次則是「不知道表演活動的相關訊息」、「表演場所離家太遠」、「沒有興趣」，也分別約有兩成四的比率。

表 5-3 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動的原因(複選)

項目別	次數	百分比
沒有興趣	212	24.4
票價太貴	125	14.4
沒有時間	329	37.9
表演場所離家太遠	214	24.6
沒有人可以陪同觀賞	165	19.0
沒有自己喜歡的表演的團體/個人/節目	161	18.5
沒有知名的表演的團體/個人/節目	80	9.2
不知道表演活動的相關訊息	215	24.7
表演場所環境不太理想	35	4.1
其它	3	0.3
Total	868	

### 二、願意欣賞的因素

#### 1. 外在因素

在能夠吸引其前來欣賞的原因上，以「現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別」與「有人陪同觀賞」最多，約有三成五左右的比率；其次則是「住家附

近增闢表演場所」與「自己閒暇時間變多」，分別各有三成二與三成的比率。

若是將「居住地區」與「住家附近增闢表演場所」進行交叉，可以發現居住在「前金區」與「鹽埕區」的人，希望「住家附近增闢表演場所」的比率較高。

**表 5-4 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞的原因(複選)**

項目別	次數	百分比
票價降低	211	24.3
自己閒暇時間變多	260	30.0
住家附近增闢表演場所	282	32.5
有人陪同觀賞	306	35.3
現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別	316	36.4
現在的表演場所多邀請自己喜歡的或知名的表演團體	216	24.9
多發佈表演活動的訊息	161	18.6
改善現有表演場所的設施與停車設施	49	5.6
其它	9	1.0
Total	868	

**表 5-5 各地區希望住家附近增闢表演場所的比例**

項目別	希望「住家附近增闢表演場所」的比例%	N
楠梓區	26.3	92
左營區	29.4	106
三民區	31.6	216
鼓山區	30.8	59
苓雅區	35.9	103
新興區	27.3	33
前金區	40.0	18
鹽埕區	50.0	19
前鎮區	31.0	116
旗津區	25.0	20
小港區	25.9	86
全體	32.5	868

## 2.節目面

未購票欣賞者有將近九成認為若是在高雄能夠多上演「戲劇類節目」會願意去欣賞，其中又以舞台劇為主。其次則是「音樂類節目」，有近七成的受訪者表示更願意欣賞，其中是以古典音樂為主。另外舞蹈類節目的「爵士及踢踏舞」與「現代舞」也有約兩成的比率。

至於在表演團體上，大多受訪者無法明確說出團名。

表 5-6 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者願意購票欣賞的節目(複選)

項目別	次數	細項百分比	大項百分比	
舞蹈	舞蹈_無法明確說明細項	135	15.6	55.8
	芭蕾舞	76	8.8	
	現代舞	124	14.4	
	爵士及踢踏舞	146	17.0	
音樂	音樂_無法明確說明細項	202	23.5	69.5
	古典音樂	143	16.6	
	國樂	72	8.3	
	打擊樂	112	13.0	
	合唱及獨唱	70	8.1	
流行歌曲	流行歌曲	280	32.5	32.5
戲劇	戲劇_無法明確說明細項	116	13.5	87.4
	歌劇	113	13.2	
	舞台劇	175	20.3	
	傳統戲曲	141	16.4	
	親子劇	39	4.5	
	偶劇	79	9.1	
	默劇	89	10.4	
說唱相聲	說唱/相聲	116	13.5	13.5
民俗	民族舞蹈	24	12.0	25.1
	原住民歌舞	113	13.1	
	其它	2	0.2	
Total	868			

表 5-7 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者願意欣賞的團體(複選)

項目別	次數	百分比
CAT	1	0.1
了然木偶劇團	1	0.1
朱宗慶打擊樂團	1	0.1
果陀	1	0.1
法國鐘樓怪人	1	0.1
相聲瓦舍	1	0.1
部落舞蹈工作室	1	0.1
雪狼湖	2	0.2
雲門	3	0.3
鐘樓怪人	1	0.1
流行團體	30	3.5
都可以	621	71.5
說不出團體名	204	23.5
Total	868	

### 3.政府面

過去一年未在高雄購票欣賞的人最希望政府做的事情是「舉辦免費藝文活動,吸引民眾觀賞興趣」,有近五成的比率;其次則是「補助民間表演團體的演出」與「設立藝文活動獎項,鼓勵表演團體」,有近三成的比率。

表 5-8 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者希望政府之作爲(複選)

項目別	次數	百分比
設立藝文活動獎項,鼓勵表演團體	244	28.1
補助民間表演團體的演出	247	28.4
興建符合國際水準的演出場地	126	14.5
邀請國際知名演出團體到國內表演	226	26.0
舉辦免費藝文活動,吸引民眾觀賞興趣	421	48.5
中小學藝術教育的培養	76	8.7
不知道	11	1.2

Total	868
-------	-----

#### 4.票價面

未購票欣賞者可以接受的最高票價範圍極廣，從 50 元到 5000 元，整體平均為 316 元。

表 5-9 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者可接受的最高票價

項目別	次數	百分比
0	321	36.9
50	5	0.6
100	40	4.7
150	57	6.5
200	68	7.9
250	33	3.8
300	54	6.2
350	25	2.8
400	19	2.2
450	4	0.5
500	93	10.7
550	4	0.4
600	23	2.7
650	1	0.1
700	7	0.8
750	2	0.3
800	19	2.2
900	1	0.1
1000	45	5.2
1200	11	1.2
1250	1	0.1
1300	1	0.1
1500	19	2.2

1600	2	0.2
1800	3	0.4
2000	8	0.9
3000	1	0.1
5000	1	0.1
Total	868	100

## 5. 選擇節目的考慮因素

未購票欣賞者在選擇表演節目時最重要的考慮因素是「演出的節目或曲目」，共有四成二的比率；其次則是「演出場所的遠近或交通便利」與「票價」，分別有近三成四與三成二的比率。

表 5-10 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者選擇藝術表演之考慮因素  
(複選)

項目別	次數	百分比
票價	285	32.8
演出場所的設施好壞	139	16.0
演出場所的遠近或交通便利	295	34.0
能夠同行的親朋好友想看的節目	191	22.1
演出的節目或曲目	369	42.5
表演團體的知名度	152	17.5
親友意見或風評	63	7.3
其它	15	1.8
Total	868	

### 第三節 訊息管道

#### 一、主要的訊息來源管道

對於過去一年未在高雄有購票欣賞的人來說，有四成一是從「電視」得到相關的訊息；其次有近三成二會透過「廣播」；另外還有兩成五是透過「傳單/平面宣傳品」。而主要透過「傳單」得到訊息的人，其得到傳單的管道主要則是在「表演場所周邊」，有將近四成四的比率；其次則是「學校」與「咖啡店/餐廳」，分別各有兩成八與兩成三。

表 5-11 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者訊息來源管道 (複選)

項目別	次數	百分比
傳單/平面宣傳品	217	25.0
報紙	174	20.0
雜誌	160	18.4
廣播	277	31.9
電視	363	41.8
網路	178	20.5
親友介紹	152	17.6
巡迴演出	29	3.4
手機簡訊	45	5.2
其它	16	1.8
Total	868	

表 4-25 得到傳單的管道 (複選)

項目別	次數	百分比
表演場所周邊	95	43.9
學校	61	28.2
售票點	13	5.8
書店	36	16.4
咖啡店或餐廳	51	23.3
其他	12	5.3

Total	217
-------	-----

## 二、希望的訊息來源管道

「電視」與「廣播」是這群受訪者最希望得到相關訊息的管道，分別有六成三與三成八的比率。

表 5-12 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者希望的訊息來源管道  
(複選)

項目別	次數	百分比
閱讀報紙	217	25.0
閱讀雜誌	174	20.0
收聽廣播	330	38.0
收看電視	548	63.2
上網	226	26.0
在公共場所放置傳單/平面宣傳品	98	11.2
郵寄相關訊息	51	5.9
巡迴演出	41	4.8
手機簡訊	36	4.2
其他	16	1.8
Total	868	



## 第四節 在外縣市欣賞藝術表演活動的情形

### 一、比率

過去一年未在高雄有購票欣賞的人當中，有在外縣市看過表演的比率僅2.4%。

表 5-13 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者有無在外縣市看過表演  
(複選)

項目別	次數	百分比
有	20	2.4
沒有	848	97.6
Total	868	

### 二、欣賞的團體與類型

他們大部分無法記得團體名稱，而在表演類型上，則是以流行歌手的演唱會與戲劇類節目為主。

表 5-14 在外縣市看過的表演團體 (複選)

項目別	次數	百分比
了然劇團	1	5.0
俄羅斯芭蕾舞團	1	5.0
流行團體	5	25.0
忘記了/不知道名字	13	65.0
Total	20	

表 5-15 在外縣市看過的表演類型 (複選)

項目別	次數	細項百分比	大項百分比	
舞蹈	芭蕾舞	1	5.0	10.0
	街舞	1	5.0	
器樂	西樂團演奏	1	5.0	15.0
	鋼琴演奏	2	10.0	
演唱會	演唱會	5	25.0	25.0
戲劇	戲劇_未明確說出細項	1	5.0	25.0
	舞台劇	2	10.0	
	歌劇	1	5.0	
	木偶劇	1	5.0	
民俗	傳統文化	1	5.0	10.0
	阿美族舞蹈	1	5.0	
校園活動		1	5.0	5.0
忘記了		2	10.0	10.0
Total		20		

### 三、欣賞的團體與類型

在欣賞的縣市別上，是以台北為主。

表 5-16 在哪一外縣市看過 (複選)

項目別	次數	百分比
台北	8	40.0
台中	6	30.0
台南	4	20.0
高雄縣	1	5.0
屏東	1	5.0
Total	20	

## 第五節 欣賞戶外藝術表演的情形

### 一、比率與場所

有欣賞過戶外藝術表演的比率將近三成。而在有看過戶外藝術活動的人當中，主要是在「黃金愛河」與「城市光廊」，分別有四成左右。

表 5-17 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者欣賞戶外活動的情形  
(複選)

項目別	次數	百分比
有	251	29.0
沒有	617	71.0
Total	868	100

表 5-18 戶外欣賞的場所 (複選)

項目別	次數	百分比
音樂館戶外廣場	14	5.5
文化中心圓形廣場	60	23.7
美術館戶外圓形廣場	15	5.8
社教館露天劇場	3	1.3
星光碼頭	18	7.2
黃金愛河	102	40.4
城市光廊	110	43.6
其它	14	5.4
Total	251	

## 二、欣賞的藝術類型

過去一年有在高雄欣賞過戶外藝術的人，主要的欣賞類別為「歌唱類」，約有四成二的比率，其中又以「民歌」為主，佔全體的 12.4%。

表 5-19 戶外欣賞的藝術類別 (複選)

項目別		次數	百分比	
舞蹈	舞蹈	49	19.5	35.9
	舞蹈_土風舞	8	3.2	
	舞蹈_國際舞	1	0.4	
	舞蹈_現代舞	5	2.0	
	舞蹈_街舞	25	10.0	
	舞蹈_踢踏舞	2	0.8	
器樂	樂器演奏	45	17.9	35.5
	樂器演奏_二胡	2	0.8	
	樂器演奏_大提琴	2	0.8	
	樂器演奏_小提琴	2	0.8	
	樂器演奏_古典音樂	1	0.4	
	樂器演奏_吉他	10	4.0	
	樂器演奏_電子琴	1	0.4	
	樂器演奏_電子樂器	1	0.4	
	樂器演奏_鋼琴	19	7.6	
	樂器演奏_薩克斯風	4	1.6	
	爵士	2	0.8	
歌唱	歌唱	52	20.7	42.6
	歌唱_合唱團	5	2.0	
	歌唱_樂團演唱	8	3.2	
	歌唱_獨唱	1	0.4	
	民歌	31	12.4	
	演唱會	10	4.0	
戲劇	小型舞台劇	1	0.4	2.4
	相聲	1	0.4	
	街頭藝術	4	1.6	
民俗	民俗_扯鈴	1	0.4	9.2

	民俗_捏陶土	1	0.4	
	民俗_彩繪	1	0.4	
	民俗表演	10	4.0	
	民俗舞蹈	10	4.0	
其它	水舞	1	0.4	0.4
<b>Total</b>		<b>251</b>		

### 三、欣賞的原因

過去一年有在高雄欣賞過戶外藝術的人，會停下來欣賞的主要原因為「表演內容吸引人」，約有八成七的比率；另外「好奇」、「很多人都在看」、「同行同伴的影響」也約有兩成二左右的比率。

**表 5-20 停下來欣賞戶外表演活動的原因 (複選)**

項目別	次數	百分比
同行同伴的影響	56	21.8
表演者很帥或很美	17	6.4
好奇	58	22.6
該表演的音樂(表演內容)很動聽	147	56.8
很多人都在看	57	22.1
表演者很有名	15	5.7
其它	4	1.7
<b>Total</b>	<b>251</b>	

## 第六節 小結

### 一、比率與人口特性

高雄市 15-70 歲的人口中，有 81.3% 在過去一年未在本地購票欣賞過藝術表演。這群人在組成上則是男性略多、年齡平均分佈在 20-49 歲、教育程度介於中下、職業別以一般事務職、勞務職、自營者與家庭主婦相對較多。個人月收入集中在「20000-30000 元」，大部分居住在三民區，但前鎮、左營、苓雅、楠梓等區亦有分布。

### 二、不欣賞的原因

之所以過去一年未在高雄購票欣賞藝術表演活動，主要是因為「沒有時間」，其他幾個重要的原因則是「不知道表演活動的相關訊息」、「表演場所離家太遠」、「沒有興趣」。

### 三、願意欣賞藝術表演的因素與方式

在最能夠吸引其前來欣賞的前三個重要情境或原因上，以「現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別」與「有人陪同觀賞」最多，其次則是「住家附近增闢表演場所」與「自己閒暇時間變多」。

若是分別從上述幾個層面來看，可以發現：

1. 多上演自己喜歡的表演類別：「戲劇類節目」與「音樂類節目」。
2. 住家附近增闢表演場所：「前金區」與「鹽埕區」。

在政府面，未購票欣賞者最希望政府作的事情是「舉辦免費藝文活動,吸引民眾觀賞興趣」，其次則是「補助民間表演團體的演出」與「設立藝文活動獎項,鼓勵表演團體」。

## 四、選擇表演節目的考慮因素

未購票欣賞者在選擇表演節目時最重要的考慮因素是「演出的節目或曲目」，其次則是「演出場所的遠近或交通便利」與「票價」。由此可看出節目內容的本身仍是他們在考慮時最重要的因素。

## 五、訊息來源管道

未購票欣賞者得到表演活動訊息的管道主要是來自於「電視」；其次會透過「廣播」；第三則是「傳單/平面宣傳品」。對比他們最希望得到相關訊息的來源管道，「電視」與「廣播」依舊是他們最想要得到訊息的管道。

而主要透過「傳單」得到訊息的人，其得到傳單的管道主要是「表演場所周邊」；其次則是「學校」與「咖啡店/餐廳」。

## 六、去其它縣市欣賞藝術表演的情形

對於過去一年未在高雄購票欣賞的人來說，僅 2.4%的人在過去一年有在外縣市看過表演。其大部分都無法記得團體的名稱，看的表演類型是以「流行歌手演唱會」與「戲劇類節目」最多；欣賞的地區則是以台北為主。

## 七、欣賞戶外藝術表演的情形

過去一年來在高雄有購票欣賞的人當中，有三成在過去一年有在戶外看過表演。他們欣賞的地點上是以「黃金愛河」與「城市光廊」最多，主要的欣賞類別

爲「歌唱類」，其中又以「民歌」爲主。停下來欣賞的主要原因爲「表演內容吸引人」，其次則是「好奇」、「很多人都在看」、「同行同伴的影響」。



## 第六章

# 過去一年未在高雄買票欣賞者之 差異比較分析

## 第一節 購票欣賞的驅力

### 一、不欣賞的原因

在不購票欣賞的原因中，「15-49 歲」、「學生」、「管理專門職」、「一般事務職」、「自營者」、「家庭主婦」最主要都是因為「沒時間」；「50-59 歲」與「勞務職」則是「不知相關訊息」；「60-70」歲則是「表演場所太遠」。

相對於其它人口，「15-19 歲」與「學生」比較是因為「票價貴」；「20-29 歲」與「60-70 歲」則比較是「沒有喜歡的表演」。

表 6-1 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動的原因之交叉分析(複選)

%	沒興趣	票價貴	沒時間	表演場所太遠	沒人陪	沒有喜歡的表演	沒有知名的表演	不知相關訊息	表演場所不好	N
性男	27.2	14.2	34.5	23.9	16.1	17.1	7.4	25.2	3.8	467
別女	21.3	14.8	42.1	25.5	22.4	20.3	11.2	24.3	4.4	401
年15-19 歲	31.8	25.8	54.2	23.9	19.9	12.6	6.1	21.7	3.4	82
齡20-29 歲	23.2	22.2	39.2	22.4	20.1	28.4	15.5	26.3	4.3	199
30-39 歲	32.5	11.5	43.1	27.6	15.5	22.1	10.8	25.9	4.5	194
40-49 歲	17.6	14.0	46.3	23.1	25.2	16.2	9.9	22.0	2.8	196
50-59 歲	26.7	5.3	21.0	20.3	17.2	2.6	0.8	29.6	7.0	145
60-70 歲	7.5	5.6	4.5	41.3	8.8	30.1	4.3	16.2	0	52
職學生	26.6	28.5	41.5	23.6	18.9	23.6	11.8	25.7	4.0	182
業管理/專門職	16.3	17.2	43.4	18.5	22.5	19.7	13.1	24.5	8.1	73
一般事務職	16.6	10.9	40.1	32.5	17.8	20.7	9.0	21.9	6.4	130
勞務職	22.8	11.6	26.6	20.6	14.8	22.2	9.8	34.5	3.0	143
自營者	29.6	7.8	41.2	31.7	23.6	19.7	7.4	18.4	2.8	142
家庭主婦	27.6	15.1	42.9	21.3	24.1	8.0	7.1	26.1	0	92
子有12 歲以下	20.1	12.6	42.0	23.8	19.1	19.1	9.5	32.9	3.9	269
女無12 歲以下	24.6	7.8	28.4	26.5	17.4	10.7	7.4	18.0	3.5	245
全體	24.4	14.4	37.9	24.6	19	18.5	9.2	24.7	4.1	868

### 二、願意欣賞的因素

## 1.外在因素

在主要能夠吸引其前來願意欣賞的因素中，「60-70 歲」、「管理專門職」、「一般事務職」、「家庭主婦」、「家中有 12 歲以下孩子」會因為「多上演喜歡的表演類型」而願意前來欣賞；「15-29 歲」與「學生」則是「票價降低」；「30-39 歲」歲則是「閒暇時間變多」；「40-49 歲」、「勞務職」與「自營者」則是「有人陪同」；「50-70 歲」與「家中無 12 歲以下孩子」則是「住家附近增闢表演場所」。

相對於其它人口，「15-19 歲」還比較會因為「時間變多」而考慮；「一般事務職」則是「多發佈訊息」。

表 6-2 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞原因之交叉分析  
(複選)

%	票價 降低	時間 變多	住家附近 增闢場所	有人 陪同	多上演喜 歡的表演	多邀請喜歡或 知名的團體	多發佈 訊息	改善場 所設施	N
性 男	20.9	31.5	30.1	32.4	35.4	21.1	18.7	6.2	467
別 女	28.6	28.8	35.7	39.1	38.1	29.6	18.7	5.1	401
年 15-19 歲	47.0	42.4	32.8	40.0	28.2	27.7	8.5	4.2	82
齡 20-29 歲	44.7	30.2	31.7	35.8	40.5	31.4	23.1	9.9	199
30-39 歲	22.0	38.0	31.5	35.6	34.4	29.1	26.1	5.9	194
40-49 歲	18.9	34.6	25.1	41.4	40.4	23.2	14.5	5.5	196
50-59 歲	4.3	16.4	42.5	32.0	31.2	21.0	14.3	2.9	145
60-70 歲	0	4.5	42.1	14.7	44.2	0	18.6	0	52
職 學生	51.2	33.9	29.1	35.2	36.0	28.3	17.5	7.0	182
業 管理/專門職	13.8	28.6	28.2	32.2	44.7	28.8	19.7	9.5	73
一般事務職	21.9	23.9	34.3	30.8	35.0	22.8	28.7	5.9	130
勞務職	10.9	29.7	28.6	32.5	31.4	21.9	20.5	8.7	143
自營者	25.8	32.8	30.8	44.0	32.7	28.0	19.8	2.4	142
家庭主婦	14.4	32.5	33.5	34.1	44.4	26.9	14.2	3.8	92
子 有 12 歲以下	17.2	30.9	27.0	32.7	35.7	26.8	22.0	5.7	269
女 無 12 歲以下	8.6	23.9	42.6	35.9	39.1	18.5	14.0	3.2	245
全體	24.3	30	32.5	35.3	36.4	24.9	18.6	5.6	868

## 2.更願意欣賞的表演節目

除了「30 歲以下」、「學生」更願意欣賞「音樂」與「舞蹈」；「60 歲以上」更願意欣賞「戲劇」與「民俗表演」之外，各人口更願意欣賞的表演節目仍是以「戲劇類節目」與「音樂類節目」為主。相對而言，「女性」更願意欣賞「舞蹈

類節目」；「60歲以下」與「管理專門職」則是「音樂類節目」；「男性」、「30歲以上」、「非學生」則是「戲劇類節目」。至於「家中有無12歲下的孩子」與「是否更願意欣賞親子劇」之間的關係則不明顯。

表 6-3 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞表演之交叉分析  
(複選)

項目別	男	女	15	20	30	40	50	60	學生	管理 專門 職	一般 事務 職	勞 務 職	自 營 者	家 庭 主 婦	
			19	29	39	49	59	70							
舞蹈	無法說出細項	11.4	20.7	15.7	17.9	13.8	18.9	14.2	7.0	18.2	13.7	17.3	14.3	13.3	14.4
	芭蕾舞	4.7	11.7	4.5	8.3	9.3	9.6	7.9	0.8	7.7	10.0	6.4	10.1	7.4	12.1
	現代舞	13.0	16.5	22.8	16.9	17.2	13.8	7.3	7.2	21.3	14.4	16.1	11.0	12.6	11.6
	爵士及踢踏舞	16.5	17.3	22.1	24.3	22.4	13.6	4.9	5.6	22.0	10.9	16.6	20.9	17.2	16.3
	合計	<b>45.6</b>	<b>66.2</b>	<b>65.1</b>	<b>67.4</b>	<b>62.7</b>	<b>55.9</b>	<b>34.3</b>	<b>20.6</b>	<b>69.2</b>	<b>49.0</b>	<b>56.4</b>	<b>56.3</b>	<b>50.5</b>	<b>54.4</b>
音樂	無法說出細項	28.0	24.9	37.9	35.0	31.8	20.9	17.7	3.7	35.8	38.0	25.7	18.2	20.9	24.0
	古典音樂	13.7	17.7	17.8	17.3	16.8	13.6	11.7	19.5	16.2	16.8	10.2	13.3	20.9	18.2
	國樂	8.3	7.8	4.1	4.2	12.6	8.0	11.9	2.1	1.9	10.0	9.6	11.2	12.1	5.5
	打擊樂	16.7	13.7	13.4	23.1	15.3	17.4	6.9	4.0	14.4	7.7	21.2	16.2	15.7	15.0
	合唱及獨唱	7.9	10.2	14.4	11.2	4.9	4.9	16.5	1.0	11.9	8.2	8.8	7.1	7.8	6.8
	合計	<b>74.6</b>	<b>74.3</b>	<b>87.6</b>	<b>90.8</b>	<b>81.4</b>	<b>64.8</b>	<b>64.7</b>	<b>30.3</b>	<b>80.2</b>	<b>80.7</b>	<b>75.5</b>	<b>66.0</b>	<b>77.4</b>	<b>69.5</b>
流行歌曲	流行歌曲	<b>28.6</b>	<b>35.7</b>	<b>61.6</b>	<b>47.9</b>	<b>25.5</b>	<b>22.6</b>	<b>17.2</b>	<b>23.5</b>	<b>58.2</b>	<b>25.8</b>	<b>30.8</b>	<b>18.0</b>	<b>22.7</b>	<b>30.5</b>
戲劇	無法說出細項	15.0	13.0	15.5	8.8	16.1	12.6	22.1	7.5	10.8	23.0	19.0	6.9	14.8	21.5
	歌劇	11.5	12.1	5.5	10.7	4.1	17.9	8.3	40.7	9.3	12.2	14.6	12.7	9.4	12.5
	舞台劇	16.3	19.6	10.9	21.7	14.8	17.4	22.8	12.4	17.4	14.9	21.4	20.0	17.4	24.8
	傳統戲曲	26.4	9.3	3.1	3.1	17.3	15.5	42.2	51.0	3.7	22.3	15.3	30.6	23.0	9.8
	親子劇	7.4	5.1	3.1	0.3	8.4	6.8	13.0	6.4	1.4	6.6	4.1	9.1	10.2	10.3
	偶劇	8.0	11.0	11.5	9.3	6.1	11.2	11.3	7.3	11.5	10.8	7.8	13.3	5.5	9.5
	默劇	11.0	11.2	9.4	9.5	13.8	13.5	6.2	14.2	6.3	6.5	11.3	11.3	15.0	10.3
	合計	<b>95.6</b>	<b>81.3</b>	<b>59.0</b>	<b>63.4</b>	<b>80.6</b>	<b>94.9</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>60.4</b>	<b>96.3</b>	<b>93.5</b>	<b>100.0</b>	<b>95.3</b>	<b>98.7</b>
說唱相聲	說唱/相聲	<b>16.7</b>	<b>7.2</b>	<b>12.0</b>	<b>10.3</b>	<b>12.5</b>	<b>5.5</b>	<b>13.4</b>	<b>42.0</b>	<b>11.7</b>	<b>7.5</b>	<b>10.2</b>	<b>12.4</b>	<b>14.5</b>	<b>5.8</b>
民俗	民族舞蹈	9.9	8.5	4.4	5.4	5.5	9.7	17.8	20.3	6.0	5.5	7.6	13.4	7.7	16.9
	原住民歌舞	15.1	8.8	1.5	4.9	14.8	14.0	19.4	19.8	4.2	15.8	12.3	15.9	8.9	9.8
	合計	<b>25</b>	<b>17.3</b>	<b>5.9</b>	<b>10.3</b>	<b>20.3</b>	<b>23.7</b>	<b>37.2</b>	<b>40.1</b>	<b>10.2</b>	<b>21.3</b>	<b>19.9</b>	<b>29.3</b>	<b>16.6</b>	<b>26.7</b>
其它	0.3	1.1	0.0	0.0	0.0	0.6	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	1.4	1.2	
樣本數	467	401	82	199	194	196	145	52	182	73	130	143	142	92	

表 6-4 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者更願意欣賞表演之交叉分析  
(複選)

項目別	有 12 歲以下孩子	無 12 歲以下孩子	
舞蹈	無法說出細項	12.4	16.5
	芭蕾舞	9.8	5.7
	現代舞	12.3	13.5
	爵士及踢踏舞	14.2	14.7
	合計	<b>48.7</b>	<b>50.4</b>
音樂	無法說出細項	18.2	22.8

	古典音樂	18.4	16.3
	國樂	6.9	7.3
	打擊樂	11.4	9.2
	合唱及獨唱	8.1	8.2
	<b>合計</b>	<b>63.0</b>	<b>63.8</b>
<b>流行歌曲</b>	流行歌曲	<b>24.0</b>	<b>25.1</b>
<b>戲劇</b>	無法說出細項	17.5	13.0
	歌劇	15.7	15.3
	舞台劇	23.3	19.7
	傳統戲曲	21.3	26.8
	親子劇	5.1	6.9
	偶劇	8.3	8.6
	默劇	11.2	8.9
	<b>合計</b>	<b>100.0</b>	<b>99.2</b>
<b>說唱相聲</b>	說唱/相聲	<b>10.2</b>	<b>18.1</b>
<b>民俗</b>	民族舞蹈	12.4	14.0
	原住民歌舞	13.3	20.6
	<b>合計</b>	<b>25.7</b>	<b>34.6</b>
	其它	0.2	0.5
樣本數		269	245

### 3.票價面

基本上，「女性」、「20-29 歲」、「管理專門職」、「家中有 12 歲以下孩子」可接受的票價較高。

表 6-5 過去一年未在高雄買票欣賞藝術表演活動者可接受最高票價之交叉分析

		平均可接受票價	N
性別	男	267	467
	女	375	401
年齡	15-19 歲	351	82
	20-29 歲	432	199
	30-39 歲	400	194
	40-49 歲	300	196
	50-59 歲	140	145
	60-70 歲	74	52
職業	學生	405	182
	管理/專門職	429	73
	一般事務職	387	130
	勞務職	189	143
	自營者	345	142
	家庭主婦	282	92
子女	有 12 歲以下	335	269

無 12 歲以下	165	245
全體	316	868

#### 4. 選擇節目的考慮因素

在選擇表演節目時會考慮的主要因素中，「40-59 歲」、「管理專門職」、「勞務職」、「自營者」、「家庭主婦」主要會考慮「演出節目內容」；「15-39 歲」與「學生」則是「票價」；「60-70 歲」與「一般事務職」歲則是「表演場所遠近與交通便利性」。而相對於其它人口，「20-29 歲」比較會考慮「團體知名度」。

表 6-6 過去一年末在高雄買票欣賞藝術表演活動者選擇節目考慮因素之交叉分析(複選)

%	票價	場所設施	場所遠近或交通便利	同行親友想看的	演出節目	團體知名度	親友意見風評	N
性 男	28.4	14.5	39.2	23.8	41.8	15.3	7.8	467
別 女	38.5	18.1	28.9	20.5	44.2	20.4	6.8	401
年 15-19 歲	51.9	11.6	24.0	27.8	46.5	23.3	13.3	82
齡 20-29 歲	51.7	14.8	22.8	11.0	32.0	28.5	7.0	199
30-39 歲	44.3	23.7	32.2	24.3	38.5	16.7	7.3	194
40-49 歲	23.1	21.3	28.7	30.9	47.4	16.3	10.4	196
50-59 歲	1.7	9.3	49.9	23.5	62.0	7.2	0.9	145
60-70 歲	18.5	0	79.4	11.9	24.9	6.2	5.9	52
職 學生	50.7	13.1	22.7	21.2	40.6	26.3	9.8	182
業 管理/專門職	25.8	13.1	34.5	21.4	50.4	10.1	9.3	73
一般事務職	36.0	15.9	39.0	9.7	34.4	20.8	7.4	130
勞務職	22.3	17.8	33.0	24.4	37.9	16.4	9.0	143
自營者	40.3	20.8	34.9	24.6	46.0	16.0	3.8	142
家庭主婦	24.0	17.3	39.9	27.8	45.3	13.8	6.0	92
子 有 12 歲以下	33.0	18.1	36.1	20.2	40.7	11.2	7.1	269
女 無 12 歲以下	9.8	15.8	48.3	30.0	52.7	15.7	4.6	245
全體	32.8	16	34	22.1	42.5	17.5	7.3	868

## 第二節 訊息管道

### 一、主要的訊息來源管道

在主要的訊息來源管道中，「15-49 歲」與「家中有 12 歲以下孩子」主要會透過「電視」；「50-70 歲」與「家中無 12 歲以下孩子」則是透過「廣播」。

相對而言，比較會透過「傳單/宣傳品」取得相關訊息的有「15-29 歲」與「學生」；「雜誌」則是「50-59 歲」；「網路」則是「15-29 歲」與「學生」。

表 6-7 過去一年末在高雄買票欣賞藝術表演活動者訊息來源管道之交叉分析  
(複選)

%	宣傳品	報紙	雜誌	廣播	電視	網路	親友介紹	巡迴演出	手機簡訊	N
性男	21.4	21.4	16.4	35.7	37.6	17.9	16.0	3.7	6.1	467
別女	29.4	18.6	21.0	27.9	47.2	23.8	19.6	3.1	4.1	401
年 15-19 歲	41.6	17.4	6.9	19.2	59.3	40.2	13.8	2.7	.4	82
齡 20-29 歲	44.4	18.7	15.9	24.2	53.7	37.9	18.2	5.2	1.7	199
30-39 歲	28.2	23.8	18.2	31.5	46.1	14.0	17.9	4.5	9.5	194
40-49 歲	15.2	23.3	23.8	31.8	32.4	18.5	26.7	3.7	4.6	196
50-59 歲	4.0	21.7	28.4	46.3	26.3	4.9	10.4	0.8	5.4	145
60-70 歲	11.5	0	0	46.0	35.7	1.1	6.8	0	10.4	52
職 學生	44.1	20.9	8.8	19.3	57.2	41.3	16.7	4.5	1.8	182
業 管理/專門職	13.8	16.1	13.8	32.5	32.7	21.2	25.0	5.7	9.4	73
一般事務職	27.9	18.6	18.9	32.5	37.0	20.7	20.4	4.9	6.7	130
勞務職	19.4	14.7	17.4	37.7	44.6	9.8	21.3	2.5	6.9	143
自營者	23.7	25.9	23.3	39.9	39.3	19.5	13.9	2.2	5.9	142
家庭主婦	15.4	20.7	26.7	30.7	38.4	13.6	18.5	4.4	2.4	92
子 有 12 歲以下	19.9	15.2	10.8	28.6	48.9	17.3	24.1	4.1	5.7	269
女 無 12 歲以下	11.0	25.7	32.5	42.1	23.4	6.1	10.3	0	5.7	245
全體	25	20	18.4	31.9	41.8	20.5	17.6	3.4	5.2	868

### 二、希望的訊息來源管道

在主要希望的訊息來源管道中，「15-59 歲」與「家中有 12 歲以下孩子」主

要會透過「電視」；「60-70 歲」與「家中無 12 歲以下孩子」則是透過「廣播」。

相對而言，比較希望透過「報紙」取得相關訊息的有「30-39 歲」、「管理/專門職」與「自營者」；「網路」則是「15-29 歲」與「學生」。

**表 6-8 過去一年末在高雄買票欣賞藝術表演活動者希望訊息管道之交叉分析  
(複選)**

%	閱讀 報紙	閱讀 雜誌	收聽 廣播	收看 電視	上網	宣傳 品	郵寄相 關訊息	巡迴 演出	手機 簡訊	N
性 男	25.2	18.7	37.1	59.5	20.8	10.4	5.0	3.8	4.8	467
別 女	24.8	21.5	39.0	67.4	32.0	12.2	6.8	6.0	4.2	401
年 15-19 歲	17.7	13.6	31.7	81.8	53.5	12.1	0	9.6	2.7	82
齡 20-29 歲	33.4	27.1	32.9	69.2	43.1	13.1	5.6	3.8	2.5	199
30-39 歲	35.9	25.4	32.5	54.0	21.0	11.3	9.2	4.6	6.1	194
40-49 歲	23.5	17.2	39.2	62.7	24.2	16.0	6.2	4.9	8.9	196
50-59 歲	14.0	16.3	51.2	64.8	5.3	4.0	5.5	5.0	0	145
60-70 歲	0	4.3	45.7	41.7	0	4.5	3.7	0	0	52
職 學生	26.7	23.7	36.2	74.3	50.7	14.1	1.0	7.5	3.3	182
業 管理/專門職	37.5	17.4	33.6	52.5	22.2	14.6	7.1	7.1	5.2	73
一般事務職	26.5	23.3	29.4	62.3	31.1	11.1	9.1	5.8	5.2	130
勞務職	16.5	17.7	41.0	54.3	18.3	13.2	6.8	3.6	7.5	143
自營者	64.3	21.5	42.6	56.7	18.4	10.4	4.7	2.5	4.5	142
家庭主婦	22.5	16.8	36.4	9.1	16.5	5.5	11.6	5.8	1.2	92
子 有 12 歲以下	27.9	13.1	30.3	56.2	24.0	14.7	8.3	5.8	6.4	269
女 無 12 歲以下	17.8	21.6	49.1	63.0	7.2	6.4	3.9	1.9	3.1	245
全體	25	20	38	63.2	26	11.2	5.9	4.8	4.2	868



### 第三節 欣賞戶外藝術活動的情形

#### 一、比率與場所

「60-70 歲」與「20-29 歲一般事務職」有較高比例曾在戶外欣賞過藝術表演。而在最常欣賞戶外表演的地點上，除了「60-70 歲」最常在「文化中心圓形廣場」；「30-59 歲」、「管理專門職」與「家庭主婦」常在「黃金愛河」外，其餘都最常在「城市光廊」。

表 6-9 過去一年末在高雄買票欣賞藝術表演活動者欣賞戶外活動之交叉分析(複選)

%	有	沒有	N
性男	28.7	71.3	467
別女	29.4	70.6	401
年 15-19 歲	24.1	75.9	82
齡 20-29 歲	36.0	64.0	199
30-39 歲	23.7	76.3	194
40-49 歲	21.4	78.6	196
50-59 歲	31.0	69.0	145
60-70 歲	51.9	48.1	52
職 學生	29.1	70.9	182
業 管理/專門職	33.8	66.2	73
一般事務職	43.5	56.5	130
勞務職	31.5	68.5	143
自營者	16.2	83.8	142
家庭主婦	27.2	72.8	92
子 有 12 歲以下	38.7	61.3	269
女 無 12 歲以下	18.8	81.2	245
全體	29.0	71.0	868

表 6-10 欣賞戶外活動地點之交叉分析(複選)

%	音樂館戶外 廣場	文化中心圓 形廣場	美術館戶外 圓形廣場	星光碼頭	黃金愛河	城市光廊	N
性男	2.4	18.3	6.1	6.1	39.6	40.1	134
別女	9.1	29.8	5.4	8.5	41.4	47.6	118
年 15-19 歲	0	34.5	0	5.8	57.6	77.0	20
齡 20-29 歲	6.3	14.7	5.5	8.6	45.2	64.7	72
30-39 歲	11.1	32.4	4.0	6.2	41.6	18.5	46

40-49 歲	2.6	32.2	11.5	13.7	31.5	34.4	42
50-59 歲	2.7	11.0	0	0	43.7	38.9	45
60-70 歲	7.2	32.7	14.3	8.2	22.1	28.5	27
職 學生	6.3	17.7	4.2	11.5	49.8	73.6	53
業 管理/專門職	15.9	34.4	10.8	4.5	48.1	37.7	25
一般事務職	4.2	26.4	1.0	6.8	32.7	41.7	57
勞務職	0	17.5	5.9	2.5	34.3	41.8	45
自營者	0	42.4	0	4.9	40.6	23.3	23
家庭主婦	9.1	13.1	5.7	5.7	52.8	27.0	25
子 有 12 歲以下	3.2	23.6	3.5	7.2	38.4	34.2	104
女 無 12 歲以下	6.9	22.0	11.1	4.8	32.1	33.1	46
全體	5.5	23.7	5.8	7.2	40.4	43.6	251

## 二、欣賞的原因

除了「30-39 歲」主要是因為「同行同伴的影響」；其餘都主要是因為「表演內容吸引人」。相對而言，「15-19 歲」、「家庭主婦」比較容易受到「同行同伴的影響」；「15-19 歲」則是「表演者很帥或很美」。

表 6-11 停下來欣賞戶外表演活動的原因 (複選)

%	同行同伴的 影響	表演者很帥 或很美	好奇	表演內容吸 引人	很多人都在 看	表演者很有 名	N
性 男	19.3	5.5	16.1	58.2	26.6	1.8	134
別 女	25.8	6.4	27.1	58.3	16.2	8.0	118
年 15-19 歲	48.8	24.5	36.6	63.4	6.2	12.2	20
齡 20-29 歲	21.1	7.6	27.0	58.6	25.4	9.9	72
30-39 歲	45.1	5.7	23.4	25.8	21.3	5.6	46
40-49 歲	12.2	5.3	21.2	68.8	16.2	0	42
50-59 歲	9.3	0	8.4	73.1	22.6	0	45
60-70 歲	11.4	0	14.3	60.3	30.5	0	27
職 學生	30.2	17.2	31.4	60.4	20.5	8.9	53
業 管理/專門職	19.1	4.6	23.3	62.2	18.7	9.1	25
一般事務職	24.2	3.9	17.6	61.1	14.9	2.0	57
勞務職	11.1	0	19.7	63.7	27.7	0	45
自營者	29.7	4.9	19.5	33.5	26.6	9.8	23
家庭主婦	36.6	0	20.5	47.2	25.8	0	25
子 有 12 歲以下	26.6	3.3	16.7	55.8	17.8	3.3	104
女 無 12 歲以下	2.5	0	10.4	71.2	34.2	0	46
全體	21.8	6.4	22.6	56.8	22.1	5.7	251

## 第四節 小結

### 一、不欣賞的原因與願意欣賞的因素

由於這一批受訪者過去一年未在高雄購票欣賞藝術表演，其對藝術表演的興趣與瞭解程度可能也相對較低，所以只要稍微忙碌一點，就可能成爲不來欣賞的理由。若要讓他們前來欣賞，被動地等待其「閒暇時間變多」可能不切實際，而必須要用更積極的方法。

若是詢問主要能夠吸引其前來欣賞的前三因素，可發現對於白領上班族與家庭主婦而言，「多上演他們喜歡的表演類型」是比較有效的方法。而他們喜歡的藝術類型主流也是「戲劇類節目」與「音樂類節目」。在細項上，「專門管理職」喜歡傳統戲曲；「一般事務職」喜歡打擊樂與舞台劇；「家庭主婦」喜歡舞台劇。

另外對於年輕的學生而言，真正擋住其不來欣賞的門檻也是「課業壓力」與「票價」。因此在每週或是每月的課程中安排欣賞藝術表演的時數，搭配優惠票價，依舊是在客觀環境與主觀誘因上刺激其前來欣賞的方式。而在節目安排上則是以「音樂類節目」與「舞蹈類節目」爲主。

至於在「勞務職」與「自營者」可能由於本身較少出入這一類的場合，所以則會希望能夠「有人陪同」。因此在作法上應該要結合高雄職業別中有相當比例是屬於勞工與勞務服務的屬性，在表演場地上打破一般的思維，多以開放式、或是非正式的氣氛來吸引他們。

最後，若是「住家附近增闢表演場所」將更能夠吸引「50-70歲」者前來。這也再次反映了高雄市藝文表演的場所不足或分佈不夠廣，所以對於行動力較弱的中老年人，場所因素成爲阻擋其前來的門檻。至於在節目安排上則是以「戲劇」與「民俗表演」爲主。

### 二、選擇表演節目的考慮因素

若是從表演團體彼此競爭吸引來客的角度，在選擇節目的考慮因素上，除了

「60-70 歲」與「一般事務職」主要會考慮「場所遠近/交通便利性」；「15-39 歲」與「學生」主要會考慮「票價」，其餘主要是考慮「演出的節目內容」是最重要的考慮因素。此外，相對於其它人口，「20-29 歲」比較會考慮「團體知名度」。

值得注意的是，除了「演出內容」之外，與過去一年有在高雄購票欣賞的人相比，他們顯然更會考慮表演內容本身之外的因素。會注意「票價」的年齡層更廣了，「團體知名度」對年輕人有其吸引力，而甚至連行動能力強的「一般事務職」也會在乎「場所遠近/交通便利性」。這代表若從表演團體彼此競爭吸引來客的角度來看，一些非藝術性本身的誘因是有其效果的。

### 三、訊息來源管道

基本上，在幾個取得藝術表演相關訊息的主要管道中，「電視」與「廣播」是最重要的。兩者的差別在於「15-59 歲」比較會希望透過「電視」，「60-70 歲」則是「廣播」。

至於在其他幾個管道上，「網路」與「傳單宣傳品」對於年輕人與學生是有效的管道。「報紙」則對「30-39 歲」、「管理專門職」與「自營者」較有效。

### 四、戶外欣賞藝術表演活動比率與場所

「60-70 歲」與「20-29 歲一般事務職」有較高比例曾在戶外欣賞過藝術表演。而在最常欣賞戶外表演的地點上，除了「60-70 歲」最常在「文化中心圓形廣場」；「30-59 歲」、「管理專門職」與「家庭主婦」常在「黃金愛河」外，其餘都最常在「城市光廊」。

至於在欣賞的原因上，除了「30-39 歲」主要是因為「同行同伴的影響」；其餘都主要是因為「表演內容吸引人」。相對而言，「15-19 歲」、「家庭主婦」比較容易受到「同行同伴的影響」；「15-19 歲」則是「表演者很帥或很美」。

# 第七章

## 高雄市展演場地設施資料更新

如表 7-1 所示，可發現在高雄的 11 個行政區當中，是以苓雅、前鎮、三民三個區的表演空間最多，而最少的則是旗津、小港、鼓山、鹽埕、前金等區。若是將表演空間分成展演設施、準展演設施與戶外展演空間，更可以發現只有苓雅與新興兩區擁有最正式的展演設施。

根據本次的調查，前金與鹽埕兩區的人比較希望「住家附近能夠增闢表演場所」。就實際的分布來看，其實這兩區的表演空間雖然也不多，但並非是最少的。若觀察該兩區的表演空間(如表 7-2)，可以發現雖然有戶外的表演場所，但是室內的場所卻多為學校禮堂。因此該兩區的準展演設施線然沒有被充分利用，或者是被充分宣傳，以致於對該兩區的居民而言，會覺得住家附近沒有表演場所。

表 7-1 高雄市各行政區展演場所分布

	三民	小港	左營	前金	前鎮	苓雅	新興	楠梓	鼓山	旗津	鹽埕	全市
展演設施(動態)	0	0	0	0	0	9	2	0	0	0	0	11
準 教育單位	10	4	3	2	5	8	1	9	4	0	2	48
展 機關禮堂	2	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	7
演 居民社團聚所	0	0	1	0	0	3	0	1	0	0	0	5
設 特定使用者	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	6
施 商業附屬空間	0	0	0	2	6	1	1	0	0	0	0	10
體育場館	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4
其他	0	0	2	0	0	1	2	0	1	0	0	6
合計	13	4	6	4	16	22	4	10	5	0	2	86
戶 公共設施	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	1	4
外 建築附屬空間	5	0	4	0	4	2	4	3	0	1	2	25
合計	5	0	4	2	4	3	4	3	0	1	3	29
總計	18	4	10	6	20	34	10	13	5	1	5	126

表 7-2 高雄市各行政區展演場所細項分布<sup>12</sup>

場所	代碼	行政區
正興國小操場、前庭	2_1_8	三民區
民族國小活動中心	2_1_9	三民區
莊敬國小學生活動中心	2_1_10	三民區
東光國小活動中心	2_1_11	三民區
文藻外語專校化雨堂	2_1_34	三民區
高雄中學演奏廳	2_1_35	三民區
樹德家商活動中心	2_1_38	三民區
高雄醫學院附設醫院自強大樓一樓	2_1_46	三民區
高雄醫學院濟世大樓	2_1_47	三民區
高雄醫學院綜合實驗大樓一樓	2_1_48	三民區
博愛職訓中心展覽坊	2_2_6	三民區
博愛職訓中心視聽室	2_2_7	三民區
三民青少年中心	2_4_6	三民區
三鳳宮廟埕	3_2_8	三民區
三鳳宮文化大樓	3_2_9	三民區
保安宮廟埕	3_2_10	三民區
覆鼎金保安宮新廟	3_2_11	三民區
積禪 50 藝術空間	3_1_5	三民區
太平國小活動中心	2_1_21	小港區
鳳鳴國小活動中心	2_1_22	小港區
坪頂國小活動中心	2_1_23	小港區
二苓國小操場	2_1_24	小港區

<sup>12</sup> 代碼說明

展演設施(動態)	1_1
準 教育單位	2_1
展 機關禮堂	2_2
演 居民社團聚所	2_3
設 特定使用者	2_4
施 商業附屬空間	2_5
體育場館	2_6
其他	2_7
戶 公共設施	3_1
外 建築附屬空間	3_2

榮華幼稚園禮堂	2_1_1	左營區
新民國小操場	2_1_16	左營區
三民家商活動中心	2_1_39	左營區
復興里活動中心	2_3_2	左營區
基督教國語禮拜堂一樓	2_7_3	左營區
基督教國語禮拜堂二樓	2_7_4	左營區
高雄市孔廟廣場	3_2_1	左營區
高雄蓮池潭風景區簡報室	3_2_2	左營區
高雄蓮池潭風景區廣場	3_2_3	左營區
啓明堂廟埕	3_2_22	左營區
建國國小禮堂	2_1_7	前金區
前金國中禮堂	2_1_26	前金區
國賓大飯店一樓外樓	2_5_6	前金區
國賓大飯店國際廳	2_5_7	前金區
立德棒球場	3_1_2	前金區
城市光廊	3_1_3	前金區
愛河曼波	3_1_4	前金區
仁愛國小活動中心	2_1_2	前鎮區
復興國小禮堂	2_1_3	前鎮區
瑞豐國小活動中心	2_1_4	前鎮區
鎮昌國小活動中心	2_1_5	前鎮區
前鎮高中附設社區圖書館	2_1_36	前鎮區
勞工育樂中心大禮堂	2_2_1	前鎮區
勞工育樂中心廣場	2_2_2	前鎮區
無障礙之家禮堂	2_2_3	前鎮區
無障礙之家聯誼廳	2_2_4	前鎮區
無障礙之家簡報室	2_2_5	前鎮區
SOGO 百貨 17 樓文化館	2_5_1	前鎮區
SOGO 百貨騎樓	2_5_2	前鎮區
大立伊勢丹百貨 10 樓展示場	2_5_3	前鎮區
大立伊勢丹百貨公司騎樓	2_5_4	前鎮區
新光三越百貨文化館	2_5_8	前鎮區
新光三越百貨騎樓	2_5_9	前鎮區
三龍宮廟埕	3_2_4	前鎮區
天台聖宮三樓	3_2_5	前鎮區
天台聖宮五樓	3_2_6	前鎮區



廣濟宮廟埕	3_2_7	前鎮區
高雄市立中正文化中心管理處第二會議室	1_1_3	苓雅區
高雄市立中正文化中心管理處第一會議室	1_1_4	苓雅區
高雄市立中正文化中心第一文物館	1_1_5	苓雅區
高雄市立中正文化中心第二文物館	1_1_6	苓雅區
高雄市立中正文化中心至真堂	1_1_7	苓雅區
高雄市立中正文化中心至美軒	1_1_8	苓雅區
高雄市立中正文化中心至善廳	1_1_9	苓雅區
高雄市立中正文化中心至德堂	1_1_10	苓雅區
高雄市立中正文化中心廣場	1_1_11	苓雅區
福東國小操場	2_1_6	苓雅區
五福國中操場	2_1_29	苓雅區
大仁國中活動中心	2_1_30	苓雅區
道明中學道茂堂	2_1_40	苓雅區
三信家商行政大樓七樓講堂	2_1_41	苓雅區
三信家商紀念館	2_1_42	苓雅區
國立高雄師範大學大禮堂	2_1_44	苓雅區
國立高雄師範大學演講廳	2_1_45	苓雅區
高雄市長青綜合服務中心表演廳	2_3_3	苓雅區
高雄市長青綜合服務中心老人用品展示室	2_3_4	苓雅區
高雄市長青綜合服務中心老人作品展覽室	2_3_5	苓雅區
國軍英雄館展示廳	2_4_1	苓雅區
國軍英雄館中正廳	2_4_2	苓雅區
國軍英雄館二樓會議室	2_4_3	苓雅區
國軍英雄館三樓會議室	2_4_4	苓雅區
苓雅青少年中心	2_4_5	苓雅區
遠東百貨公司騎樓	2_5_5	苓雅區
中正技擊館八卦庭二樓	2_6_1	苓雅區
中正技擊館八卦庭五樓	2_6_2	苓雅區
中正技擊館空手道館	2_6_3	苓雅區
中正技擊館會議室	2_6_4	苓雅區
八〇二醫院電化教室(國軍高雄總醫院)	2_7_1	苓雅區
中正體育場	3_1_1	苓雅區
高雄關帝廟廟埕	3_2_20	苓雅區
高雄關帝廟長青活動中心	3_2_21	苓雅區
南風劇團展覽廳	1_1_1	新興區

南風劇團表演廳	1_1_2	新興區
信義國小音樂廳	2_1_20	新興區
福華飯店福華廳	2_5_10	新興區
基督教環球佈道團一樓	2_7_5	新興區
基督教環球佈道團四樓	2_7_6	新興區
高雄市文化院活動室	3_2_16	新興區
宏法寺大殿	3_2_17	新興區
宏法寺華藏講堂	3_2_18	新興區
宏法寺寺前廣場	3_2_19	新興區
和平國小操場	2_1_17	楠梓區
援中國小禮堂	2_1_18	楠梓區
右昌國小禮堂	2_1_19	楠梓區
油廠國小活動中心	2_1_25	楠梓區
右昌國中活動中心	2_1_28	楠梓區
高雄海專活動中心音樂廳	2_1_31	楠梓區
高雄海專活動中心小劇場	2_1_32	楠梓區
高雄海專活動中心國際會議廳	2_1_33	楠梓區
中山高中操場	2_1_37	楠梓區
中興等五里活動中心	2_3_1	楠梓區
三山國王廟廟埕	3_2_12	楠梓區
右昌元帥府廟埕	3_2_14	楠梓區
楠梓代天宮廟埕	3_2_23	楠梓區
內惟國小操場	2_1_14	鼓山區
壽山國小禮堂	2_1_15	鼓山區
鼓山國中操場	2_1_27	鼓山區
中山大學逸仙館	2_1_43	鼓山區
高雄市立婦幼綜合醫院	2_7_2	鼓山區
旗津天后宮廟埕	3_2_24	旗津區
忠孝國小禮堂	2_1_12	鹽埕區
忠孝國小操場	2_1_13	鹽埕區
財團法人高雄市文武聖殿	3_2_13	鹽埕區
沙多宮廟埕	3_2_15	鹽埕區
愛河曼波	3_1_4	鹽埕區

# 第八章

## 國內外相關案例與文獻探討

# 第一節 國外相關案例與文獻探討

## 一、藝文市場區隔的角度

若要讓藝文消費人口能夠倍增，在實質意義上可以區分為兩個方向：第一是讓已經有藝文消費習慣的人增加他們藝文消費的頻率；第二則是讓沒有藝文消費習慣的人能夠開始從事藝文消費行為。要能夠達到上述的效果，就必須要能夠區隔出哪些人是屬於第一種；哪些人又是屬於第二種，並分別針對這兩種人不同的特性來訂定不同的策略。所以要選出哪一種區隔方式就變得很重要。

在研究區隔藝文市場人口的相關理論中，有以下四種區隔方式：地理區隔、人口統計區隔、消費心態區隔與行為區隔(Hill, C. O'Sullivan, T. O'Sullivan, 2003)<sup>13</sup>。分別陳述如下：

### 1. 地理區隔

地理區隔是依觀眾居住地距離表演場所的遠近所做出的區隔。每個表演場所必須要能確認其提供服務的範圍有多大，並在服務範圍內去評估觀眾的屬性，掌握哪一類型的人比較會願意前來欣賞藝術表演。若是服務範圍與其它表演場所的服務範圍重疊，則更需要掌握範圍內觀眾的屬性，才能精確地經營觀眾。本途徑多用在研究目的以競爭者分析為主要的研究上，例如與鄰近城市競逐藝文消費，或是與同地區其它表演場所競逐觀眾。

### 2. 人口統計區隔

人口統計區隔是依目標對象的性別、年齡、教育程度等變項做出區隔。希望能夠藉由同一人口團體屬性接近的特性，使得行銷能夠更精準。

### 3. 消費心態區隔

---

<sup>13</sup> Hill, C. O'Sullivan, T. O'Sullivan, *Creative Arts Marketing*, 2003, Butterworth Heinemann. (中譯本：林潔盈譯，*如何開發藝術市場*，2004，五觀)。

消費心態區隔指的是，根據目標對象對於特定事務消費的心態與行為情境做出區隔。一般而言，可以依據態度與行為區隔成以下四種族群：

- 1.真正參加者：對於藝術抱持正面的態度、也會實際去參與藝術活動。
- 2.預計參加者：對於藝術抱持正面態度、但不太會實際參與藝術活動。
- 3.漠不關心者：對藝術沒有特別的意見，也沒有什麼念頭參加藝術活動。
- 4.懷有敵意者：對藝術抱持負面態度，也不會參與藝術活動。

一般而言，由於消費心態區隔是直接打破其它的變項，所以最能夠從心態面與行為面去瞭解，藝文活動人口的心態與參與的困難。

#### 4. 行為區隔

行為區隔乃是根據目標對象對藝術行為活動的面向與強度來區隔。主要是採用以下五點來作為依據：

- 1.參與的時間點
- 2.參與的原因
- 3.參與的情境
- 4.多久參與一次
- 5.參與者具備的相關知識

在行為區隔的途徑中，多會搭配其它的途徑來一併分析，藉以掌握各個目標市場的藝文消費實態與考慮因素。

## 二、設施需求的角度

在探討設施需求時，多借用經濟學上的區位理論。利用消費者的需求以及場地的供應情形，來訂出需求的程度。在這一方面的理論中，Davies 曾經提出「中心性指數」的概念來作為測量的工具。設施需求的途徑常被放在競爭者分析的架構下，藉此比較鄰近幾個主要都市的藝文基礎設施情形，試圖掌握藝文人口可能的流動與消長。

### 三、休閒阻礙的角度

Crawford與Godbey則是從休閒阻礙的角度來分析休閒活動的涉入問題<sup>14</sup>。他們認為人們基本上會對於休閒有所喜好，但是會因為休閒阻礙因素的介入而使得他們不會從事休閒活動。Crawford與Godbey兩人收集了各種可能的休閒阻礙，而將阻礙休閒的因素歸納成以下三類：

#### 1. 個人內在阻礙

本部分指的是個體因內在的心裡狀態或態度而影響休閒喜好或參與。例如壓力、憂慮、信仰、自我能力、以及對休閒活動的主觀評價。

#### 2. 人際間的阻礙

在解決了個人內在的阻礙後，若是有休閒活動非獨立可完成者，人際間的態度會成為下一個層次的阻礙因素。包括有無同伴、與其它參與者的互動狀況等。

#### 3. 結構性阻礙

指的是影響參與休閒活動的外在因素。例如季節、氣候、資源不足、設備、時間等。Crawford 與 Godbey 認為這三類休閒阻礙有層次性。必須要由內而外逐一突破才能夠達到最後實際的參與行為。因此透過這樣的分析工具可以有助於瞭解每個城市或是每類藝文人口的屬性與遇到的休閒阻礙為何，以擬定適當的方式來解決。

---

<sup>14</sup> Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Science*, 9, p119-127.

## 第二節 國內相關案例與文獻探討

### 一、藝文市場區隔的角度

國內有許多的研究成果是從藝文市場區隔的角度來著手，茲整理如下：

#### 1. 地理區隔

台灣由於面積較小，且藝文設施的基礎環境普遍不足，因此少有以地理區隔為主題進行的研究，主要的研究重點是放在場館的設施上。

#### 2. 人口統計區隔

王嘉隸對國家系劇院與國家音樂廳兩廳院觀眾曾經做過研究<sup>15</sup>，發現表演藝術觀眾多為年輕、高教育程度者，並以女性的比例較高，而且觀賞者會因為人口統計變項的不同而在觀賞動機上也有不同的取向。

鄺佩珍以觀賞過表演藝術的台北市民進行研究<sup>16</sup>，發現會因為年齡、職業、每月所得、家庭生命週期、與居住地區的不同，而在欣賞的表演類型上有所差異。

#### 3. 消費心態區隔

陳亞萍從生活形態的角度來對台北市參與表演藝術觀眾進行研究<sup>17</sup>。結果發現參與音樂類活動者，多數為主修藝術課程者，經常購買古典音樂CD、逛書局、美術館等地方；時常看雜誌，特別是藝文類雜誌；主要搭乘的交通工具是捷運。

董育任針對國家音樂廳觀眾群進行研究<sup>18</sup>，發現表演藝術觀賞者多為對藝術

---

<sup>15</sup> 王嘉隸，表演藝術觀賞行為與自我監控、藝術觀感、生活形態之研究，*國立政治大學企管所博士論文*，1995。

<sup>16</sup> 鄺佩珍，台北市民觀賞表演藝術行為之區隔化研究，*東吳大學企管所碩士論文*，1996。

<sup>17</sup> 陳亞萍，北市表演藝術觀眾之生活形態與行銷研究，*國立中央大學藝術學研究所碩士論文*，2000。

<sup>18</sup> 董育任，觀賞者對表演藝術節目與設施評估之研究—以國立中正文化中心國家音樂廳為例，

興趣濃厚，且自主性強不易受他人影響；學習過音樂類課程最多，參加過藝術團體較少，大部分會閱讀藝術消息，每月藝術休閒費用在 3000 元以下。

林義郎曾以價值觀與生活形態的角度，針對台北市觀眾進行研究<sup>19</sup>。結果發現在擁有不同價值觀與生活形態的觀眾，在欣賞的表演類型上也會有所不同。

#### 4. 行為區隔

戴湘珺針對台北市的研究中<sup>20</sup>發現，消費者的產品知識、擁有偏好藝術的朋友數目、自我認知的社會地位、兒童與青少年時期的接觸經驗、家庭成員的藝術消費量及表演團體的知名度等，會與表演藝術的消費量成正相關。

何哲仁則是從藝術消費的行為面來進行研究<sup>21</sup>。發現台灣地區 15 歲以上的居民主要的藝文消費群是女性、年輕、高學歷、學生與專業人士、所得不高、單身、多居住在都會區。他們觀賞的最主要動機是「接觸新觀念、擴大知識領域」。主要的相關資訊來源是報紙，參觀的重要評估是「演出節目內容」。頻率是以 1-3 次最多，音樂類節目最受歡迎。

## 二、設施需求的角度

行政院文建會在曾經利用「中心性指數」的概念來分析台灣各主要生活圈文化設施的資源配置狀況。其分析的方式乃是將展演設施分為「文化展演設施」、「文化準展演設施」與「戶外展演空間」三類，根據其分析結果，可發現高雄的排名是第三。

表 8-1 台灣都會生活圈展演空間設施機能指數

中心性指數	文化展演設施	文化準展演設施	戶外展演空間	總值	順位
都 台北	40.89	11.06	11.78	63.74	1
會 桃園	2.48	2.63	4.31	9.46	11
生 新竹	2.48	15.34	3.16	20.98	5

中國文化大學觀光事業研究所，2000。

<sup>19</sup> 林義郎，表演藝術節目觀賞行為與其價值觀及生活形態之研究，國立政治大學企管所碩士論文，1984。

<sup>20</sup> 戴湘珺，影響表演藝術消費經驗之因素及評估準則，國立政治大學企管系，2001。

<sup>21</sup> 何哲仁，表演藝術團體之整合行銷溝通策略初探。國立台灣大學商研所碩士論文，1998。



活 台中	12.42	8.69	9.39	30.49	4
圈 台南	9.11	10.86	21.07	41.04	2
高雄	8.94	9.81	12.36	31.11	3

另外謝玉玲曾經用類似的概念來做過研究<sup>22</sup>，發現在縣市級演藝類文化設施建設需求指數上，最高的為高雄市、台北縣；最低的為宜蘭縣。

鄭政利就以各縣市文化中心為研究對象，試圖瞭解國人對既有音樂廳之滿足程度及對音樂性能之反應<sup>23</sup>。結果發現觀眾普遍對音質的評估能力仍嫌不足。

### 三、休閒阻礙的角度

洪凡育曾經以休閒阻礙的角度對台灣地區民眾參與音樂類表演的行為進行研究<sup>24</sup>，結果發現，除了居住地區之外，性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、家庭狀況、家庭收入與參與意願皆有顯著差異。在想付費參與的人當中，主要是以女性、25歲以下與55歲以上、大專以上教育程度、學生、單身或夫婦家庭居多。研究的結果還發現男性、公務員、農製造業人員與家管面臨了較高的阻礙，阻礙的原因則是太多家務、感覺不愉快、家人與朋友不認同、同伴沒有交通工具、展演場所人潮太多、不知道展演場地、沒有足夠的錢、沒有休閒同伴等。

### 四、假設市場評價法的角度

殷志男曾經運用經濟學上的假設市場評價法作為分析的工具來研究北高兩市居民藝文表演活動的情形<sup>25</sup>。結果發現北高兩市的居民都認為國外的音樂與戲劇表演水準都值得付更多的價格來觀賞；同時北高兩市的居民也認為當各類的表演節目在國家級的表演場地上演時，會有較高的付費意願。

<sup>22</sup> 謝玉玲，「文化展演數師建設需求評估指標之研究」，*國立成功大學建築研究所碩士論文*，2004。

<sup>23</sup> 鄭政利，*音樂廳建築音響性能主觀測試之研究*，*國立成功大學建築工程研究所碩士論文*，1985。

<sup>24</sup> 洪凡育，*台灣地區民眾參與音樂類表演藝術活動阻礙之研究*，*大葉大學休閒事業管理所碩士論文*，2002。

<sup>25</sup> 殷志男，*運用假設市場評價法探討民眾參與表演藝術節目付費意願之研究—以北高兩市居民為例*，*大葉大學休閒事業管理所碩士論文*，2002。

## 第三節 小結

從上述的文獻中，可以發現大部分的研究都是針對台北，對於高雄的研究相當少，而在這些研究當中可以歸納出幾個重點：

### 一、藝文市場區隔的角度

#### 2. 人口統計區隔

女性、年輕、高教育程度者、學生為藝文人口的主力。

#### 3. 消費心態區隔

對藝術有興趣、常參與各類藝文活動、同儕對藝文的興趣高、有學過藝術相關課程、自我認知的社會地位高、個性自主不易受他人影響者為藝文人口的主力。

#### 4. 行為區隔

對藝文的知識足、表演節目內容佳、表演團體的知名度大等，會與表演藝術的消費量成正相關。頻率是以 1-3 次最多。

### 二、設施需求的角度

高雄市的文化設施相對不足，但需求很高。

### 三、休閒阻礙的角度

男性、公務員、農製造業人員與家管面臨了較高的阻礙，阻礙的原因則是太多家務、感覺不愉快、家人與朋友不認同、同伴沒有交通工具、展演場所人潮太多、不知道展演場地、沒有足夠的錢、沒有休閒同伴等。

#### 四、假設市場評價法的角度

國外的音樂與戲劇表演水準以及在國家級的表演場地上演的節目，被認為值得付更多的價格來觀賞

# 第九章

## 結論與建議

## 第一節 結論

### 一、高雄市藝文大環境現況

1. 戶外展演空間增加
2. 非正式表演活動增加
3. 表演團體成立數目與表演場次失衡
4. 表演團體多缺乏經濟奧援難以在地化
5. 傳統藝術的凋零
6. 「文化動能」不足
7. 與其他城市相比：比上不足，比下有餘

簡而言之，高雄市雖然為全台第二大都市，但主要藝人消費人口的比例不到兩成，所以在整體的市場需求上仍相當有限；政府的預算以及相關基金會的補助都相對較低；藝文表演場地的設施也相對不足，在在都使得表演團體在高雄落地生根有其困難性。這幾年在政府的大力改善軟硬體的設施下已經使得戶外表演空間與各種非正式的表演活動大幅增加，民眾也對於表演藝術產生了興趣。但還需要用更多的方式讓民眾對藝文表演的興趣得以深植人心，而願意欣賞一場正式的表演。

### 二、主要藝文消費人口之特性

#### 1.比例

若是以過去一年有在高雄市購票欣賞藝術表演的人視為主要的藝文消費人口，15-70 歲的主要藝文消費人口比例為 18.7%。

## 2. 輪廓

女性、高教育程度者、住在「三民區」與「苓雅區」的比率比較高。在年齡與職業上則是以「15-29 歲的學生與白領上班族」與「60-70 歲的退休人士」為主。

## 3. 對欣賞藝術產生興趣的根源

有購票欣賞者對欣賞藝術表演開始產生興趣，親友同儕耳濡目染的力量，會比團體或表演者本身的名氣或明星效應要稍微來得強。主要因為親友影響而開始產生興趣的是「一般事務職或勞務職的成年女性」；而因為團體或表演者本身的名氣或明星效應而產生興趣的則是「學生、專門管理職與自營者」。

## 4. 消費實態與原因

過去一年大多數人購票的次數集中在 1 次，可見在主要藝文消費人口中，深度藝文人口的比率並不高。「20-29 歲」、「管理/專門職」與「學生」過去一年購票欣賞的次數較高。

高雄市內音樂、舞蹈、戲劇與民俗等四類表演節目的藝文表演場次分布，則是以音樂類節目最多，約有七成的比率；其次則是戲劇，約有一成七的比率。若是根據本次調查，從觀眾的人數來看，有購票欣賞者主要欣賞的節目類型以「器樂類節目」與「戲劇類節目」較多，未來希望希望看的節目類型也是以「戲劇類節目」與「音樂類節目」為主。而且欣賞這兩類節目的人是因為表演團體或節目本身，而非票價、有人陪同等表演藝術之外的因素而去欣賞。所以這兩類節目是主要藝文消費人口最喜歡看的節目類型。值得注意的是，若以全體而言，則大部分還是為了陪親友才去看。經由交叉分析，也可發現大部分購票欣賞的原因也是為了陪親友才去看；真正因為表演團體或節目本身而去看的只有「15-19 歲」、

「40-49 歲」與「管理專門職」。

戲劇類節目與器樂類節目仍是有購票欣賞者欣賞比率最高的項目。相對而言，則大致呈現女性欣賞舞蹈，男性欣賞相聲，15-19 歲學生欣賞器樂類節目，20 歲以上欣賞戲劇類節目的情形。

## 5. 選擇節目的考慮因素

若是從表演團體彼此競爭吸引來客的角度，有購票欣賞者在選擇表演節目時最重要的考慮因素是節目本身，其次則是表演團體的知名度；第三則是演出場所的遠近或交通便利性。由此可看出節目內容的本身與表演團體仍是他們在考慮時最重要的因素，而非票價、有人陪同等表演藝術之外的因素而去欣賞。透過交叉分析，也可發現大部分選擇節目的考慮因素也是「演出的節目內容」；會重視「表演場所遠近與交通便利性」的只有「60-70 歲」。

## 6. 更願意欣賞藝術表演的因素或方式

在更能夠吸引其前來欣賞的情境或原因上，以「多上演自己喜歡的表演類別」最多，其次則是「多邀請自己喜歡或知名的表演團體」與「有人陪同觀賞」，第三則是「票價降低」與「多發佈表演活動的訊息」。

若是分別從上述幾個層面來看，可以發現：

- 1.多上演自己喜歡的表演類別：「戲劇類節目」與「音樂類節目」。
- 2.多邀請自己喜歡或知名的表演團體：風潮性團體。
- 3.票價降低：平均可接受票價為 608 元。
- 4.多發佈表演活動的訊息：「電視」（綜藝節目、西洋電影影集、新聞報導）及「網路」（Email、入口網站/搜尋引擎、閱覽新聞），其次為「公共場所放置傳單/平面宣傳品」（「表演場所周邊」、「學校」、「咖啡店/餐廳」）。

透過交叉分析，大部分人會因此前來欣賞的主要也是「多上演自己喜歡的表演類型」與「多邀請喜歡或知名的團體」。所以在作法上應該多安排高雄市民最喜歡的「戲劇類節目」與「器樂類節目」。而在邀請的團體上需有策略上的安排，結合風潮來邀請團體。至於年輕的學生而言，真正擋住他們無法常來欣賞的門檻是「課業壓力」與「票價」；此外，「有人陪同」也可能促使他們會前來欣賞。

此外，若是「住家附近增闢表演場所」將更能夠吸引「60-70 歲」者前來。這反映了高雄市藝文表演的場所不足或分佈不夠廣，所以對於行動力較弱的中老年人，場所因素成爲阻擋其前來的門檻。另外「管理/專門職」由於工作繁忙，所以在相關的訊息接收上必須用更推促的方式。例如鎖定他們愛看的電視節目來打廣告、或者郵寄。最後，對於家中有 12 歲以下的孩子者，「親子劇」的影響力並不大。

另外在政府面，他們最希望政府作的事情是「邀請國際知名演出團體」；其次則是「設立藝文活動獎項,鼓勵表演團體」；再其次爲「舉辦免費藝文活動」。

## 7. 訊息來源

在主要的訊息來源管道中，「電視」與「網路」最爲重要。兩者的差別在於「15-29 歲的學生或自營者」比較會希望透過網路，其餘則是「電視」。

## 8. 去其它縣市欣賞藝術表演的情形

對於過去一年來在高雄有購票欣賞的人來說，僅一成的人在過去一年有在外縣市看過表演。他們大部分都無法記得團體的名稱，看的表演類型是以「戲劇類節目」最多；欣賞的地區則是以台北爲主。

# 三、過去一年未購買欣賞者

## 1. 選擇節目的考慮因素

若是從表演團體彼此競爭吸引來客的角度，未購票欣賞者在選擇表演節目時最重要的考慮因素是「演出的節目或曲目」，其次則是「演出場所的遠近或交通便利」與「票價」。由此可看出節目內容的本身仍是他們在考慮時最重要的因素。相對而言，與過去一年有在高雄購票欣賞的人相比，他們顯然更會考慮表演內容



本身之外的因素。

## 2. 不願意欣賞的原因與願意欣賞的因素

未購票欣賞者之所以過去一年未在高雄購票欣賞藝術表演活動，主要是因為「沒有時間」，其他則是「不知道表演活動的相關訊息」、「表演場所離家太遠」、「沒有興趣」。

在能夠吸引其來欣賞的前三重要情境或原因上，以「現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別」與「有人陪同觀賞」；其次則是「住家附近增闢表演場所」與「自己閒暇時間變多」。

若是分別從上述幾個層面來看，可以發現：

- 1.多上演自己喜歡的表演類別：「戲劇類節目」與「音樂類節目」。
- 2.住家附近增闢表演場所：「前金區」與「鹽埕區」。

經由交叉分析，可發現「多上演他們喜歡的表演類型」（「戲劇類節目」與「音樂類節目」）比較能夠吸引白領上班族與家庭主婦前來。對於年輕的學生而言，真正擋住其不來欣賞的門檻也是「課業壓力」與「票價」。至於在「勞務職」與「自營者」可能由於本身較少出入這一類的場合，所以則會希望夠「有人陪同」。最後，若是「住家附近增闢表演場所」將更能夠吸引「50-70歲」者前來。

在政府面，他們最希望政府作的事情是「舉辦免費藝文活動,吸引民眾觀賞興趣」，其次則是「補助民間表演團體的演出」與「設立藝文活動獎項,鼓勵表演團體」。

## 3. 訊息管道

未購票欣賞者得到表演活動訊息的管道主要是來自於「電視」；其次會透過「廣播」；第三則是「傳單/平面宣傳品」。差別在於「15-59歲」比較會希望透過「電視」；「60-70歲」則是「廣播」；「傳單宣傳品」則是對於年輕人與學生是較有效。

#### 4. 去其它縣市欣賞藝術表演的情形

對於過去一年來在高雄有購票欣賞的人來說，僅 2.4% 的人在過去一年有在外縣市看過表演。因此他們未在高雄購票欣賞的原因主要不是高雄市本身的問題，而與他們本身對藝術表演的態度有關。他們大部分都無法記得團體的名稱，看的表演類型是以「流行歌手演唱會」與「戲劇類節目」最多；欣賞的地區則是以台北為主。

#### 5. 欣賞戶外藝術表演的情形

對於過去一年來未在高雄購票欣賞的人來說，有三成的人在過去一年有在戶外看過表演，其中「60-70 歲」與「20-29 歲一般事務職」有較高比例。

在欣賞的地點上是以「黃金愛河」與「城市光廊」最多，除了「60-70 歲」最常在「文化中心圓形廣場」；「30-59 歲」、「管理專門職」與「家庭主婦」常在「黃金愛河」外，其餘都最常在「城市光廊」。

主要的欣賞類別為「歌唱類」，其中又以「民歌」為主。他們停下來欣賞的主要原因為「表演內容吸引人」，其次則是「好奇」、「很多人都在看」、「同行同伴的影響」。

### 四、高雄市藝文人口輪廓的特性

北高都會區藝文人口的共同輪廓是以「女性」、年齡介於「20-49 歲」、職業別為「學生」、「一般白領上班族」與「自營者」為主。個人月收入集中在「沒有收入」與「二至四萬」之間。家庭生命週期<sup>26</sup>則是以滿巢二三末期為主。在差異

---

<sup>26</sup> 家庭生命週期的定義如下：

單身：未婚且未與父母同住

新婚：已婚且家中沒有小孩與年長的長輩

滿巢一期：家中小孩最小的在 6 歲以下(二代)

滿巢二期：家中最小的小孩在 6-18 歲之間(二代)

滿巢三期：家中最小的小孩在 18 歲以上(二代)

的部分，高雄藝文人口的「女性」、年齡介於「20-29 歲」、個人月收入在「二至三萬」、家庭生命週期在「滿巢三末期」的比例比台北更高；而「家庭主婦」、「沒有收入」與「滿巢二期」的比例則比台北來得低。可見相對於台北，高雄藝文人口的特色是以「中年職業婦女」與「女學生」為主。

## 五、高雄市藝文表演空間的分布

在高雄的 11 個行政區中以苓雅、前鎮、三民三個區的表演空間最多，而最少的則是旗津、小港、鼓山、鹽埕、前金等區。若是將表演空間分成展演設施、準展演設施與戶外展演空間，只有苓雅與新興兩區擁有最正式的展演設施。

---

滿巢末期：年紀大的夫婦與年輕夫妻同住(三代同堂)

空巢期：年紀大的夫妻獨居

## 第二節 建議

針對高雄藝文大環境的問題，排除政府資源分配不公等外力因素外，最主要的問題仍是在於藝文人口過少，以致於整個藝文表演的市場沒有辦法支撐所有的表演團體、民間資金亦不願投入。因此「強化」與「提升」藝文人口才能解決問題。所謂的「強化」指的是使得讓主要人口的藝文消費頻率提升；而「提升」則是讓潛在藝文消費人口願意欣賞。

### 一、主要藝文消費人口

根據藝文消費行爲的特性，可以將主要藝文消費人口可以分成幾類：

#### 1. 學生

在主要藝文消費人口中，學生是其中的一支主力。就行爲面來看，他們欣賞的頻率雖然相對較高，但是否是因為對表演藝術本身有興趣仍值得存疑，因為他們容易受到「明星效應」的影響。但由於有許多學生對藝術表演開始產生興趣也是因為欣賞過世界知名的表演團體，若能利用「明星效應」來激發學生對表演藝術的興趣也是很好的方式。

值得注意的是，真正擋住學生無法常來欣賞的門檻是「課業壓力」與「票價」。學生雖然也重視「表演內容本身」，但只要沒有時間或負擔的票價費用過高，他們就不會來欣賞。另外，學生雖然在乎票價的問題，但是他們可接受的票價(832元)相對來說是最高的。這表示學生其實有透過直接或間接的方式瞭解實際票價，所以對於藝術表演的現況是比較實際的，因此若能針對學生來進行推廣，所能夠收到的成效會更好。

此外，由於年輕的學生在行爲上多有集體性。因此，可以利用在每週或是每月的課程中安排欣賞藝術表演的時數，搭配同行優惠的票價，在客觀環境與主觀誘因上刺激其前來欣賞。至於在訊息的傳播上則多利用網路。以訂票系統、欣賞

滿意度問卷填答方式建立資料庫後，採用 Email 的人際傳播方式或是寄送 EDM 的方式來主動告知相關的訊息；另外、還可以考慮透過搜尋引擎關鍵字行銷以及公關策略的方式，讓表演團體能夠多接受專訪，直接變成新聞話題讓他們最近的表演項目為何。

## 2. 白領上班族

在主要藝文消費人口中，白領上班族為另一支主力。但白領上班族會因其級職的差異而在行為上也有所不同。「管理專門職」與「一般事務職」相同的地方是，「多上演自己喜歡的表演類型」與「多邀請喜歡或知名的團體」都是可以刺激他們前來的的方式，所以「戲劇類節目」與「器樂類節目」、以及結合風潮的團體上都是適合的邀請對象。

至於兩者不同的地方，「管理專門職」對藝術表演產生興趣的起源是「表演團體/個人/節目有名」；而「一般事務職」是「親友的影響」。另外，「專門管理職」在過去一年的欣賞次數與可接受票價上都比「一般事務職」來得高。最後，「管理專門職」購票欣賞的原因是「表演節目本身」；「一般事務職」則是「陪親友去欣賞」。

從以上的分析大概可以看出，「專門管理職」本身對於藝術表演的接受程度都比「一般事務職」要來得主動。所以針對「專門事務職」，利用「明星效應」並提供相關的課程就可以達到吸引的效果。但對於「一般事務職」而言，除了「明星效應」之外，還必須要深入家庭。由於主要藝文人口中是以女性較多，可以利用成年女性在家中常扮演與孩子最親近的角色，且最容易受到至親好友的人際影響力。也就是應該是利用教育的途徑讓家中小一輩的人能夠先對表演藝術產生興趣再來影響長者。但值得注意的是，「親子劇」的影響力並不大，所以此處所謂產生興趣的藝術表演仍是以正式的為主。

至於在管道上，電視是最好的方式，但對於管理專門職忙碌的工作型態，最好能在輔以郵寄。至於就電視的部分，較常收看的電視節目類型則是以「綜藝節目類」為主；其次則是「西洋影集/電影」與「新聞報導」；再其次則是「國語電影」與「旅遊/風景/民俗」類的節目。所以可以利用這些節目時段來打廣告，或是以公關方式暴露於新聞與綜藝節目中。

## 3. 60-70 歲退休人士

60-70 歲退休人士在主要藝文消費人口中的比例雖然並非是最高的，但相對於全體樣本中 60-70 歲的比例，其實是相對較高的，所以有必要瞭解如何吸引這一群人。從各個面向來看，都可以發現這一群人最在乎的因素只有一個：就是「表演場所的遠近與交通便利性」。這反映了高雄市藝文表演的場所不足或分佈不夠廣，所以才會對於行動力較弱的中老年人造成負擔。不過仔細觀察，其可接受的票價是非常低的(123 元)，這個水準與一般表演的票價有所差距。所以對於他們來說，最好的方式是發展社區性的表演場所。

## 二、潛在藝文消費人口

基本上，過去一年未在高雄購票欣賞藝術表演的人，主要並非是高雄市本身的藝術環境有問題而不看，而是本身對於藝術表演的活動能力相對較低，對票價的接受度也更低(316 元)。因此在宣傳與推廣的策略上必須要更為積極主動，才有辦法吸引這群人前來欣賞。

根據其可能的藝文消費特性，也可以分成四類：

### 1. 白領上班族與家庭主婦

「多上演他們喜歡的表演類型」比較能夠吸引他們前來。其喜歡的藝術類型主流是「戲劇類節目」與「音樂類節目」。在有明確回答表演細項的受訪者中，「專門管理職」比較喜歡傳統戲曲；「一般事務職」比較喜歡打擊樂與歌舞劇；「家庭主婦」比較喜歡歌舞劇。同時也因為這一群人本來對於表演藝術的訊息就沒有常看的人那麼敏感，因此更需要用主動的方法去讓他們得知訊息，例如其常看電視的節目或廣告。

### 2. 學生

對於年輕的學生而言，真正擋住其不來欣賞的門檻也是「課業壓力」與「票價」。因此在每週或是每月的課程中安排欣賞藝術表演的時數，搭配優惠票價(417

元)，依舊是在客觀環境與主觀誘因上刺激其前來欣賞的方式。而他們比較希望欣賞的是「音樂類節目」與「舞蹈類節目」。

### 3. 勞務職與自營者

「勞務職」與「自營者」可能由於本身較少出入這一類的場合，所以則會希望「有人陪同」才會願意來。因此在作法上應該要結合高雄職業別中有相當比例是屬於勞工與勞務服務的屬性，在表演場地上打破一般的思維，多以開放式、或是非正式的氣氛來吸引他們。

### 4. 50-70 歲者

「住家附近增闢表演場所」將更能夠吸引「50-70 歲」者前來，特別是「前金區」與「鹽埕區」。這也再次反映了高雄市藝文表演的場所不足或分佈不夠廣，所以對於行動力較弱的中老年人，場所因素成爲阻擋其前來的門檻。至於在節目安排上則是以「戲劇」與「民俗表演」爲主。

從表演團體彼此競爭吸引來客的角度，若是該他們已經對該表演的內容產生興趣，表演內容本身之外的因素有相當的影響力。會注意「票價」的年齡層更廣了，「團體知名度」對年輕人有其吸引力，而甚至連行動能力強的「一般事務職」也會在乎「場所遠近/交通便利性」。這代表若從表演團體彼此競爭吸引來客的角度來看，一些非藝術性本身的誘因是有其效果的。

最後觀察欣賞戶外藝術表演的情形，可以發現有三成的人會因爲戶外表演而有停下來欣賞的經驗。雖然在比例上是以「60-70 歲」與「20-29 歲一般事務職」有較高比例，但若觀察他們欣賞的地點，可以發現「60-70 歲」主要是在「文化中心圓形廣場」：一個有許多老人家做晨間運動而且也有許多表演團體採排的地點，因此他們的欣賞行爲很有可能是運動休息而自然產生。因此戶外欣賞的主力，仍是年輕的白領上班族。所以在能夠多邀請風潮性團體的情形下，應該可以吸引他們前來，甚至啓發他們對藝術表演深一層的興趣。

## 三、環境面的改革

## 1. 增闢表演場所、利用表演場所、宣傳表演場所

根據許多國內的研究，都發現高雄市現有的藝文設施並不足以滿足藝文人口的需求。這可分為幾個層面：對於國際級的一流表演場地而言，高雄市的數量明顯較少，有必要以增建的方式來解決。如此一方面既能吸引國際一流的表演團體前來演出帶動風潮；另一方面高雄市民本來就對國際級表演場地與國際級表演團體有著較高的欣賞意願，因此增建一流表演場所可在吸引觀眾上收得事半功倍之效。

另外針對準表演設施，則應該採取多加利用並宣傳的作法。以本次調查來看，前金與鹽埕兩區的人比較希望「住家附近能夠增闢表演場所」。但實際的分布來看，其實這兩區的表演空間雖然也不多，但並非是最少的。若觀察該兩區的表演空間，可以發現雖然有戶外的表演場所，但是室內的場所卻多為學校禮堂。顯然該兩區的準展演設施沒有被充分利用，或者是被充分宣傳，以致於對該兩區的居民而言，會覺得住家附近沒有表演場所。所以對於準表演設施需要充分利用與宣傳，既可以讓地方性表演團體能夠有表演的舞台，也能夠讓一般民眾的欣賞需求被滿足。

## 2. 以嘉年華會式的體驗活動來重塑傳統藝術

如前所述，近年來高雄市舉辦了許多嘉年華會式的藝文活動，確實吸引了相當的興趣。但這一類的活動的內容多以現代藝術為主題，因此可能會掩蓋傳統藝術凋零的事實。若要重新喚起年輕人對傳統藝術的興趣，勢必要對傳統藝術重新包裝再出發。嘉年華會式的活動不但在媒體上有聚焦性，也能夠藉由參與者的實際體驗對傳統藝術產生興趣。但應該如何包裝，將傳統藝術元素去蕪存菁，需要專業傳統藝術人士的規劃。

## 3. 調高戲劇類節目的比例

「音樂類節目」與「戲劇類節目」是最受高雄市民喜愛的兩大類表演節目。高雄市内音樂、舞蹈、戲劇與民俗等四類表演節目的藝文表演場次分布，則是以



音樂類節目最多，約有七成的比率；其次則是戲劇，約有一成七的比率。若是根據本次調查，從觀眾的人數來看，有購票欣賞者主要欣賞的節目類型則是以戲劇類節目最多，約有近八成的比率；其次則是音樂，約有近七成的比率。雖然會因為各類表演節目場次與觀眾人數之間的關係會因為表演性質、票價等因素而受到影響，但戲劇類節目仍有增加的空間。



# 高雄「藝文人口倍增計畫」調查問卷

東方線上 941011 第3版

## 問卷開場白與篩選題

您好！我們是東方線上市場調查公司的訪員，接受高雄市政府文化局的委託進行調查，想要請教您一些有關於表演藝術活動的問題，可以請您家中 15-70 歲的人來聽電話接受訪問嗎？

1. 請問您今年幾歲了？

\_\_\_\_\_歲【請訪員紀錄並注意配額狀況，14 歲含以下與 71 歲含以上者結束訪問】

(95)拒答【結束訪問】

2. 請問您目前居住在高雄市哪一區？【若地區配額已滿，結束訪問】

高雄市

- (1) 楠梓區 (2) 左營區 (3) 三民區  
(4) 鼓山區 (5) 苓雅區 (6) 新興區  
(7) 前金區 (8) 鹽埕區 (9) 前鎮區  
(10) 旗津區 (11) 小港區

(12) 非高雄市之地區

(95)拒答

【結束訪問】

【結束訪問】

3. 請訪員記載或詢問性別【請注意配額狀況】

(1) 男性

(2) 女性

4. 請問過去一年來，您看過多少次表演藝術活動？（不專門針對未付費活動）

\_\_\_\_\_次 (92) 不知道/忘記了

5. 請問過去一年來，您有沒有在高雄買票欣賞過表演藝術活動？

(1) 有【問第一部份問題】

(2) 沒有【問第二部份問題】

**【第一部份 針對過去一年“有”購票欣賞過藝術表演者】**

6.請問您過去一年來，買票看過幾次表演藝術活動？

\_\_\_\_\_次

(92) 不知道/忘記了

7.那麼您這一年來，有買票去欣賞的節目是什麼？還有嗎？ **【訪員追問三項】**

\_\_\_\_\_7-1\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_7-2\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_7-3\_\_\_\_\_

(92) 不知道/忘記了

8.請問您為什麼會去買票欣賞\_\_\_\_7-1,2,3\_\_\_\_的表演？ **【訪員請針對上題三個答案分開問】**

- (1) 有優惠票價
- (2) 陪家人/朋友/男女朋友去看
- (3) 找得到人陪同去看
- (4) 表演的團體/個人/節目是自己喜歡的
- (5) 表演的團體/個人/節目是知名的
- (6) 表演的團體/個人/節目感到好奇
- (90) 其它\_\_\_\_\_ **【請訪員紀錄】**

9.請問您是在什麼樣的情況或原因之下，“開始”對欣賞表演藝術活動有興趣？

- (1) 自己有上過相關的課程而有興趣
- (2) 因為家人/朋友/男女朋友的影響
- (3) 陪家人/朋友/男女朋友去看過一次以後就喜歡上了
- (4) 因為表演的團體/個人/節目很有名氣而產生好奇心想去看
- (5) 因為對表演的劇團有興趣
- (6) 因為對表演者有興趣
- (7) 因為家人/朋友/男女朋友是表演者
- (90) 其它\_\_\_\_\_ **【請訪員紀錄】**

10.請問您大多是從哪裡得知表演藝術活動的相關訊息？ **【複選，最多三項】**

- (1) 傳單/平面宣傳品 → **【續問第 11 題】**
- (2) 報紙
- (3) 雜誌
- (4) 廣播
- (5) 電視 → **【跳問第 12 題】**
- (6) 網路
- (7) 親友介紹
- (8) 巡迴演出
- (9) 手機簡訊
- (90) 其它\_\_\_\_\_

11. 請問您是從哪些地方得到或看到這些傳單？

- (1)表演場所周邊 (2)學校 (3)售票點 (4)書店  
(5)咖啡店或餐廳 (90)其他\_\_\_\_\_

12.請問您會希望用“哪些方式”來得到表演藝術活動的相關訊息？【複選】

- (1) 閱讀報紙  
(2) 閱讀雜誌  
(3) 收聽廣播  
(4) 收看電視  
(5) 上網  
(6) 在公共場所放置傳單/平面宣傳品 【傳單發送地點若有不同，請訪員記錄在其他】  
(7) 郵寄相關訊息  
(8) 巡迴演出  
(9) 手機簡訊  
(90) 其它\_\_\_\_\_

13. 您希望在高雄多上演哪一類型的表演藝術活動，會更吸引您去欣賞？【不提示選項，複選三】

- (1) 古典音樂 (2) 國樂 (3) 打擊樂 (4) 合唱及獨唱  
(5) 歌劇 (6) 傳統戲曲 (7) 歌舞劇 (8) 兒童劇  
(9) 偶劇 (10) 默劇 (11) 芭蕾舞 (12) 民族舞蹈  
(13) 現代舞 (14) 爵士及踢踏舞 (15) 原住民歌舞 (16) 流行歌曲  
(17) 說唱/相聲 (18) 音樂 (19) 戲劇 (20) 舞蹈  
(無法追問出細項者) (無法追問出細項者) (無法追問出細項者)

(90)其它\_\_\_\_\_  
(請訪員追問)

14. 那麼您會希望多邀請哪些表演藝術“團體”到高雄演出？【最多追問三項】

\_\_\_\_\_  
(91)都可以 (92)不知道

15.請問什麼樣的原因或在什麼樣的情況下，您會“更常”買票去觀賞表演藝術活動？【複選，最多三項】

- (1) 票價降低  
(2) 自己閒暇時間變多  
(3) 住家附近增闢表演場所  
(4) 有人陪同觀賞  
(5) 現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別  
(6) 現有的表演場所多邀請自己喜歡或知名的表演團體  
(7) 多發佈表演活動的訊息  
(8) 改善現有表演場所的設施與停車設施  
(90) 其它\_\_\_\_\_

16. 如果同時有幾個性質差不多的表演藝術節目，都是您所喜歡的，那麼最後讓您做出選擇的“最主要因素”會是什麼？【提示選項，複選】

- (1)票價 (2)演出場所的設施好壞 (3)演出場所的遠近或交通便利性  
(4)能夠同行的親朋好友想看的節目 (5)演出的節目或曲目 (6)表演團體的知名度  
(7)親友意見或風評 (90)其它\_\_\_\_\_

17.一般來說，欣賞一場表演藝術活動，您可以接受的“最高”票價是多少？

- \_\_\_\_\_元 (92) 只願意欣賞免費的表演

18. 請問，您認為高雄市政府文化局還可以多做些什麼，來促進高雄市表演藝術活動的發展？

- (1) 設立藝文活動獎項，鼓勵表演團體 (2) 補助民間表演團體的演出  
(3) 興建符合國際水準的演出場地 (4) 邀請國際知名演出團體到國內表演  
(5) 舉辦免費藝文活動，吸引民眾觀賞興趣 (6) 中小學藝術教育的培養  
(90) 其它\_\_\_\_\_ (96) 忘記了

19. 請問您過去有沒有專程到其它縣市看過表演藝術活動？

- (1) 有【續問 20 題】 (2) 沒有【跳問 23 題】

20.是什麼團體？\_\_\_\_\_

21.是什麼表演？\_\_\_\_\_

22.在哪個縣市演出？\_\_\_\_\_

23.請問您的職業是？

- (1) 高中職學生  
(2) 大專研究所學生  
(3) 管理職(公私機構課長以上)  
(4) 專門技術職(律師、醫生、大學教授、教師、會計師、科技生化電子等工程師)  
(5) 一般事務職(一般公務員、行政文書人員、其他事務職)  
(6) 勞務職(技工、黑手、作業員、司機)  
(7) 自營者  
(8) 家庭主婦  
(9) 無職  
(10) 退休  
(90) 其它\_\_\_\_\_  
(95) 拒答

24.請問您的教育程度是？

- (1)小學及以下 (2)國中 (3)高中職 (4)專科 (5)大學

(6)研究所

(95)拒答

25.請問您目前的婚姻狀況是？

(1)未婚

(2)已婚

(3)已婚單身(離婚、分居或鰥寡) (95)拒答

【跳問第 27 題】

【續問第 26 題】

【跳問第 27 題】

26.請問您家中有沒有 12 歲以下的孩子？【第 25 題回答「已婚」與「已婚單身」者作答】

(1)有

(92)沒有

27.請問您個人每個月的收入大概是多少？

(1)沒有收入

(2)10,000 元以下

(3)10,001~20,000 元

(4)20,001~30,000 元

(5)30,001-40,000 元

(6)40,001~50,000 元

(7)50,001~60,000 元

(8)60,001 元以上

(95)拒答

\*\*\*我們的訪問就到這裡結束，謝謝您接受訪問\*\*\*

【第二部份 針對過去一年“沒有”欣賞過表演活動者】

6.請問您為什麼過去一年來都沒有去欣賞表演藝術活動？【可複選】

- (1) 沒有興趣
- (2) 票價太貴
- (3) 沒有時間
- (4) 表演場所離家太遠
- (5) 沒有人可以陪同觀賞
- (6) 沒有自己喜歡的表演的團體/個人/節目
- (7) 沒有知名的表演的團體/個人/節目
- (8) 不知道表演活動的相關訊息
- (9) 表演場所環境不太理想
- (90) 其它\_\_\_\_\_

7.您對哪一類的表演藝術活動有興趣？還有嗎？【不提示選項，訪員追問出三項】

- |            |             |            |            |
|------------|-------------|------------|------------|
| (1) 古典音樂   | (2) 國樂      | (3) 打擊樂    | (4) 合唱及獨唱  |
| (5) 歌劇     | (6) 傳統戲曲    | (7) 歌舞劇    | (8) 兒童劇    |
| (9) 偶劇     | (10) 默劇     | (11) 芭蕾舞   | (12) 民族舞蹈  |
| (13) 現代舞   | (14) 爵士及踢踏舞 | (15) 原住民歌舞 | (16) 流行歌曲  |
| (17) 說唱/相聲 | (18) 音樂     | (19) 戲劇    | (20) 舞蹈    |
|            | (無法追問出細項者)  | (無法追問出細項者) | (無法追問出細項者) |

(90)其它\_\_\_\_\_

(請訪員追問)

8.請問您大多是從哪裡得知表演藝術活動的相關訊息？【複選，最多三項】

- (1) 傳單/平面宣傳品 → 【續問第 9 題】
- (2) 報紙
- (3) 雜誌
- (4) 廣播
- (5) 電視 → 【跳問第 10 題】
- (6) 網路
- (7) 親友介紹
- (8) 巡迴演出
- (9) 手機簡訊
- (90) 其它\_\_\_\_\_

9. 請問您是從哪些地方得到或看到這些傳單？

- |           |             |        |       |
|-----------|-------------|--------|-------|
| (1)表演場所周邊 | (2)學校       | (3)售票點 | (4)書店 |
| (5)咖啡店或餐廳 | (90)其他_____ |        |       |

10.請問您會希望用“哪些方式”來得到表演藝術活動的相關訊息？【複選】

- (1) 閱讀報紙
- (2) 閱讀雜誌
- (3) 收聽廣播
- (4) 收看電視
- (5) 上網
- (6) 在公共場所放置傳單/平面宣傳品 【傳單發送地點若有不同，請訪員記錄在其他】
- (7) 郵寄相關訊息
- (8) 巡迴演出
- (9) 手機簡訊
- (90) 其它\_\_\_\_\_

11. 您希望在高雄多上演哪一類型的表演藝術活動，會更吸引您去欣賞？【複選三】

- |            |             |            |            |
|------------|-------------|------------|------------|
| (1) 古典音樂   | (2) 國樂      | (3) 打擊樂    | (4) 合唱及獨唱  |
| (5) 歌劇     | (6) 傳統戲曲    | (7) 歌舞劇    | (8) 兒童劇    |
| (9) 偶劇     | (10) 默劇     | (11) 芭蕾舞   | (12) 民族舞蹈  |
| (13) 現代舞   | (14) 爵士及踢踏舞 | (15) 原住民歌舞 | (16) 流行歌曲  |
| (17) 說唱/相聲 | (18) 音樂     | (19) 戲劇    | (20) 舞蹈    |
|            | (無法追問出細項者)  | (無法追問出細項者) | (無法追問出細項者) |

(90)其它\_\_\_\_\_

(請訪員追問)

12. 那麼您希望多邀請哪些表演藝術“團體”到高雄演出？【訪員紀錄，最多三項】

\_\_\_\_\_

(91)都可以

\_\_\_\_\_

(92)不知道

13. 請問什麼樣的原因或在什麼樣的情況下，您會“更願意”買票觀賞表演藝術活動？

【可複選，最多三項】

- (1) 票價降低
- (2) 自己閒暇時間變多
- (3) 住家附近增闢表演場所
- (4) 有人陪同觀賞
- (5) 現有的表演場所多上演自己喜歡的表演類別
- (6) 現有的表演場所多邀請自己喜歡或知名的表演團體
- (7) 多發佈表演活動的訊息
- (8) 改善現有表演場所的設施與停車設施
- (90) 其它\_\_\_\_\_

14. 如果同時有幾個性質差不多的表演藝術節目，都是您所喜歡的，那麼最後讓您做出選擇的“最主要因素”會是什麼？【提示選項，複選】



- (1)票價 (2)演出場所的設施好壞 (3)演出場所的遠近或交通便利性  
 (4)能夠同行的親朋好友想看的節目 (5)演出的節目或曲目 (6)表演團體的知名度  
 (7)親友意見或風評 (90)其它\_\_\_\_\_

15.一般來說，欣賞一場表演藝術活動，您可以接受的“最高”票價是多少？

\_\_\_\_\_元

(92) 只願意欣賞免費的表演

16. 請問，您認為高雄市政府文化局還可以多做些什麼，來促進高雄市表演藝術活動的發展？

- (1) 設立藝文活動獎項，鼓勵表演團體 (2) 補助民間表演團體的演出  
 (3) 興建符合國際水準的演出場地 (4) 邀請國際知名演出團體到國內表演  
 (5) 舉辦免費藝文活動，吸引民眾觀賞興趣 (6) 中小學藝術教育的培養  
 (90) 其它\_\_\_\_\_ (96) 忘記了

17. 請問您過去有沒有專程到其它縣市看過表演藝術活動？

(1) 有【續問 18 題】

(2) 沒有【跳問 21 題】

18.是什麼團體？\_\_\_\_\_

19.是什麼表演？\_\_\_\_\_

20.在哪個縣市演出？\_\_\_\_\_

21.請問過去一年來，您有沒有曾經因為在街頭或公共場所，看到表演藝術活動而特地停下來欣賞，或是因而走進所屬的咖啡店或餐廳消費的經驗？

(1) 有【續問第 22 題】

(2) 沒有【跳問第 25 題】

22.請問您主要是在哪些場所欣賞？

- (1)音樂館戶外廣場 (2)文化中心圓形廣場 (3)駁二藝術特區  
 (4)美術館戶外圓形廣場 (5)社教館露天劇場 (6)星光碼頭  
 (7)黃金愛河 (8)城市光廊 (90)其它\_\_\_\_\_

23.請問您欣賞過的表演藝術活動有哪些？還有嗎？【訪員追問三項】

\_\_\_\_\_

24.那麼，會讓您想要停下來欣賞的原因是什麼？

- (1)同行同伴的影響 (2)表演者很帥或很美 (3)好奇  
 (4)該表演的音樂(表演內容)很動聽(很賞心悅目、很有趣) (5)很多人都在看  
 (6)表演者很有名 (90)其它\_\_\_\_\_

25.請問您的職業是？

- (1) 高中職學生
- (2) 大專研究所學生
- (3) 管理職(公私機構課長以上)
- (4) 專門技術職(律師、醫生、大學教授、教師、會計師、科技生化電子等工程師)
- (5) 一般事務職(一般公務員、行政文書人員、其他事務職)
- (6) 勞務職(技工、黑手、作業員、司機)
- (7) 自營者
- (8) 家庭主婦
- (9) 無職
- (10) 退休
- (90) 其它\_\_\_\_\_
- (95) 拒答

26.請問您的教育程度是？

- (1)小學及以下      (2)國中                      (3)高中職                      (4)專科                      (5)大學
- (6)研究所              (95)拒答

27.請問您目前的婚姻狀況是？

- (1)未婚                      (2)已婚                      (3)已婚單身(離婚、分居或鰥寡) (95)拒答
- 【跳問第 29 題】                      【續問第 28 題】                      【跳問第 29 題】

28.請問您家中有沒有 12 歲以下的孩子？【第 26 題回答「已婚」與「已婚單身」者作答】

- (1)有                                      (92)沒有

29.請問您個人每個月的收入大概是多少？

- (1)沒有收入                      (2)10,000 元以下                      (3)10,001~20,000 元                      (4)20,001~30,000 元
- (5)30,001-40,000 元                      (6)40,001~50,000 元                      (7)50,001~60,000 元                      (8)60,001 元以上
- (95)拒答

\*\*\*我們的訪問到這裡結束，謝謝您接受訪問\*\*\*