高雄市立美術館
女人・小鳥・星星：米羅特展
2014 年觀眾研究統計分析報告

研究人員：張淵舜（教育推廣組組長）

研究時間：2013 年 12 月 31 日至 2014 年 1 月 8 日

樣本數：560 份

2014.7.4

前言

在高雄市政府文化局與旺旺中時集團時藝多媒體傳播股份有限公司支持下，於2013-2014年推出「女人・小鳥・星星：米羅展」(以下簡稱特展)，為適時的掌握參觀者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國際大展的策劃建議，作為高雄市立美術館（以下簡稱高美館）未來策辦國際大型展覽之參考。

壹、　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，特別依據高美館參觀者調查研究之結構為基本架構，分三大內容：

一、觀眾基本資料調查，含：性別、年齡、教育程度、身份、收入、居住地等。

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、教育活動的參與、最喜歡特展中哪一個主題、參觀動線滿意度、展示設計滿意度、導覽服務滿意度、特展官網滿意度、整體環境滿意度、整體服務品質滿意度、高美館官網滿意度等。

三、未來營運（特展營運）意見調查。對於未來國際大展策劃上的看法：收費方式、門票價格合理性等。

之後再予進行相關分析，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10歲以上參觀特展之民眾為調查對象，調查時間為開館日2013年12月31日（二）至2014年1月8日（日），每日上午10：00～10：30下午15：00～16：30兩時段，共計兩週時間，於特展展場最後一間（105展覽室）出口處發送並回收問卷，總計回收（已剔除廢卷）共計560份問卷。就高美館特展期間參觀人數55,057人次計，約佔1.37%。

貳、結果分析與比較：

因為本次調查，為掌握近年來觀眾行為的變化樣態，如上所述本次問卷的三大部分仍延續高美館長年問卷結構，以瞭解高美館觀眾近年來的趨勢。因此，於結果分析時特別將2005[1]、2008[2]年二年之觀眾研究的結果併入本年度分析比較中。分析資料剔除遺漏值，以有

[1]「高雄市立美術館2005年七月針對來館的參觀者進行一份問卷調查(1986份)，調查內容包括：一、參觀民眾基本資料。

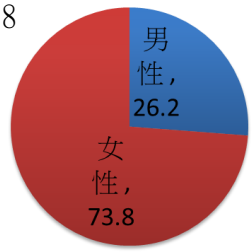
效百分比進行統計敘述如下：

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：

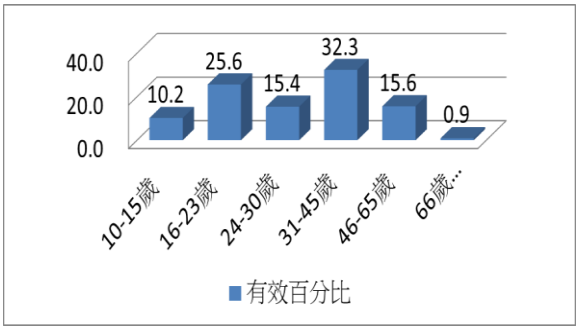
含性別、年齡、教育程度、身份、收入、居住地等

（一）性別：參觀民眾以女性 73.8%，男性 26.2%，以女性佔多數約為男性觀眾的 2.8 倍。



2005、2008 比較 2005 年所調查的女性佔 61.2%，男性 38.8%（1.5 倍）；2008 年女性 62.1%，男性 37.9%（1.6 倍）。2005 年與 2008 年男女參與的比例呈現女多男少的現象，此二年比例呈現平穩的現象。但 2014 年本次特展參觀者顯然更為集中為女性觀眾。

（二）年齡層：以 31-45 歲觀眾最多 32.2%，16-23 歲次之 25.6%，46-65 歲 15.6%，24-30 歲 15.4%。10-15 歲 10.2%，66 歲以上民眾最少 0.9%。整體而言以 31-45 歲（32.2%）與 16-23 歲（25.6%）觀眾佔一半以上 57.8%，為最主要參觀族群。

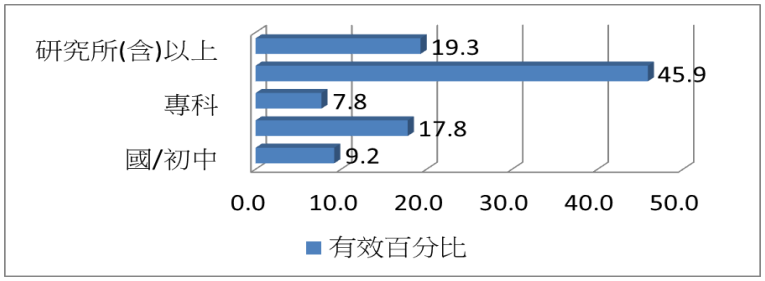


與 2008 年比較 19-25 歲為主要對象 34.8%，次要族群為 26-40 歲者 28.9%。顯然有所不同，反而非就學階段之年齡層，而是較高年齡的參觀者。就本次問卷結果看來主要參觀對象顯有更為年長的趨勢。

（三）教育程度：大學為主 45.9%，研究所為次 19.3%，高中/職 17.8%、國/初中與大

二、觀眾參觀展覽、參與教育活動一般情形。三、觀眾對高美館展示規劃上的滿意程度。四、觀眾對高美館未來相關營運策略的看法。從參觀民眾的基本資料與其他變項的分析，我們可以整理出：誰來高美館？誰是經常來高美館參觀的人？觀眾對高美館展示規劃的滿意情形？而對高美館的未來營運，不同的族群又會有不同的期待，我們且來看看數據怎麼說話」資料來源：曾媚珍。

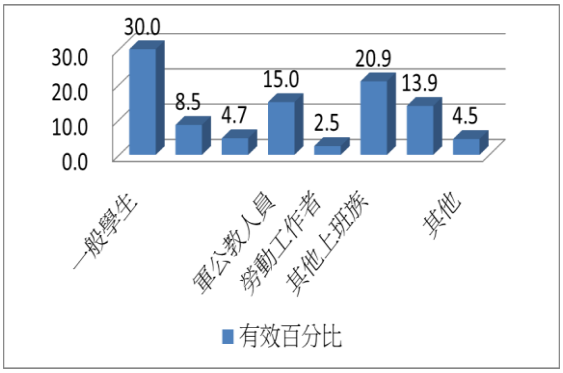
[2]2008 年問卷，以高美館八歲以上參觀民眾為調查對象，選擇開館日參觀民眾較多的時段調查，調查時段為每星期二至星期日（星期一休館）上午 10 時至 11 時，下午 3 時至 4 時，調查期間共有 7 個展覽同時展出，於每個展場的出口發送並回收問卷，自 97 年 3 月 4(二)至 16 日(日)進行三週的問卷調查。總共回收並剔除廢卷得有效問卷 1012 份。資料來源：〈誰來美術館？2008 年高雄市立美術館參觀者調查研究〉，曾媚珍文。



專分別為 9.2%與 7.8%。

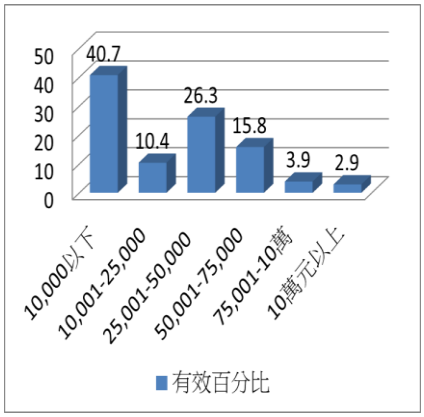
與 2008 年比較 大學 52.0%，高中職次之 16.4%，專科 12.9%，研究所 11.1%，較為明顯的是本次特展大學參觀者稍有減少，而研究所與高中職的參觀者相較於 2008 年皆有增加，特別是研究所者增加 8.2%。

（四）身份：以一般學生為主 30%，上班族次之 20.9%，軍公教 15%，家管退休人員 13.9%，藝術相關科系學生 8.5%，藝術相關工作者 4.7%，其他 4.5%，勞動工作者 2.5%。本次調查較往年明顯的部分，呈現一種較為常態的分佈情形，並無一個族群高佔一半以上的比例，但仍以學生 30%及上班族 20.9%兩大族群為主，佔一半。



（五）個人每月平均收入：10,000 元以下觀眾佔 40.7%，25,001-50,000 元者佔 26.3%，為兩大族群，50,001-75,000 元者 15.8%，10,001-25,000 元者 10.4%次之，75,001-10 萬元者 3.9%，10 萬元以上 2.9%。

與 2008 年比較 同樣的二大族群 10,000 元以下觀眾佔 43.1%，25,001-50,000 元者佔 28.3%。50,000 元以上高收入者並不多。然本次 5 萬元以上者之高收入者佔 22.6%，較以往少見。

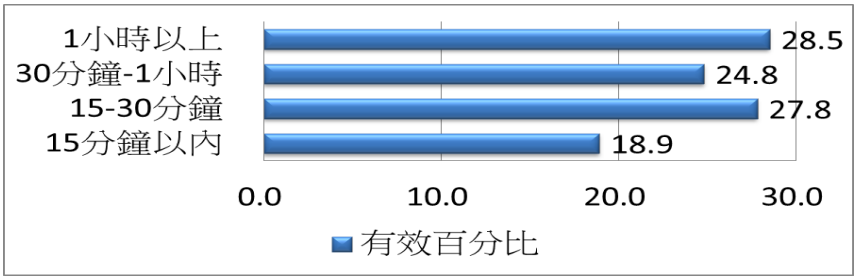


（六）居住地：大高雄地區佔一半以上 65.2%，原高雄市 48.1%（其中三民區較為多 12.9%，美術館所在地鼓山區次之 8.1%，左營區 7.9%，苓雅區第四 6.1%，佔 35%）、原高雄縣 17.1%，大高雄地區以外佔 33.9%。顯見本展外縣市的參觀人數不少，其餘為海外人士 0.9%。

與 2008 年比較 同樣的高雄市約佔一半 48.1%（高雄市行政區中以接近高美館的三民區、鼓山區、左營區較多）顯有地利之便。原高雄縣佔 17.1%與外

縣市佔 33.9%合計佔 51%，較 2008 年 41.2%（含高雄縣 13.4%與外縣市 27.8%）增加 9.7%，大高雄地區以外之參觀者增加 6%。

（七）從家中到達高美館的時間：1 小時以上 28.5%，15-30 分鐘佔 27.8%，30 分鐘～1 小時 24.8%，15 分鐘以內 18.9%，其中一小時一上者最為多人，顯然此次特展以外縣市人口或本縣市外圍參觀者為主，15 分鐘以內的參觀族群為排名第四。30 分鐘以上車程者佔 53.3%。



小結：

一、本次特展參觀的對象以女性為主佔 7 成（73.8%），且 2.8 倍於男性觀眾（26.2%），近年來女性已成為特展的主要參觀對象。

二、參觀者年齡層有往上升高的趨勢，以往為 19-25 歲為主要對象 34.8%，但本次特展以 31-45 歲者 32.2%為主，

三、就學歷而言以高學歷大學 45.9%、研究所 19.3 者為主，佔 65.2%。

四、從居住地而言，大高雄以外參觀者較多 33.6%，較原高雄縣也不少 17.1%，總體佔一半（51%），現然特展對外部人口較有吸引力。

第二部份：特展參觀行為與各項滿意調分析：

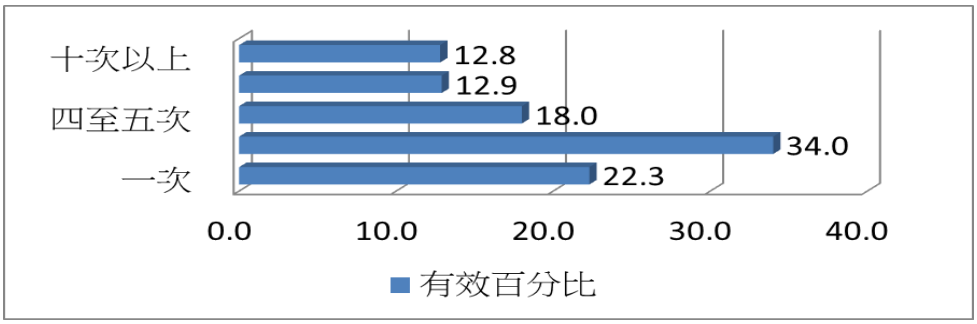
含參觀次數、參觀資訊取得、參觀理由、交通工具、如何前來、教育活動的參與以及參觀動線、展示設計、導覽手冊與設備、導覽服務、特展官網、整體環境、整體服務品質、高美館官網等滿意度等。

一、過去三年與過去一年到館參觀次數：

高美館自開館以來已進入二十個年頭，在 2005 年的觀眾研究中顯示民眾已漸漸懂得使用高美館，以近三年來參觀過高美館的人，到館二至三次人數最多佔 27.4%，到館十次以上次佔 23.9%，此兩類人數已超過五成 51.3%，另只約有二成（19.9%）來館一次，這人數中包括有「初次」來館參觀者，以及並非第一次來館參觀但近三年來僅來一次者。此外，來館次數十次以上者，亦以高齡、高學歷、高收入、藝術相關工作者，居住於鄰近者顯著較高。

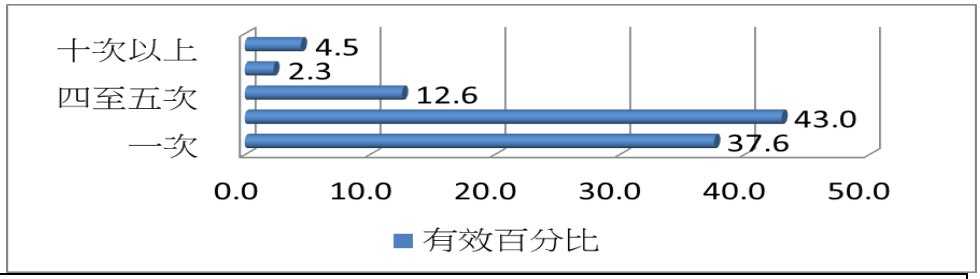
2009 年特展的調查顯示，這三年來到館一次最多佔 40.6%，到館二至三次者次之 31.3

%，四次到五次者第三 13.4%，十次以上者第四 8.8%，六至九次者最少 5.9%。與 2005 年比較最大的差異是，來館一次者（即「初次」來館參觀者，以及並非第一次來館參觀但近三年來僅來一次者）是最多數者，顯見多數參觀者是因 Andy Warhol 特展而來，如此特展對平常不來館的觀眾顯有一定的吸引力。另一角度而言，高美館開館多年顯然對此一族群而言並未能養成他們固定來館的習慣。



2014 年米羅特展調查顯示，過去三年來到館二到三次者最多 34%，一次者 22.3%，四到五次者 18%，六至九次者 12.9%，十次以上 12.8%。

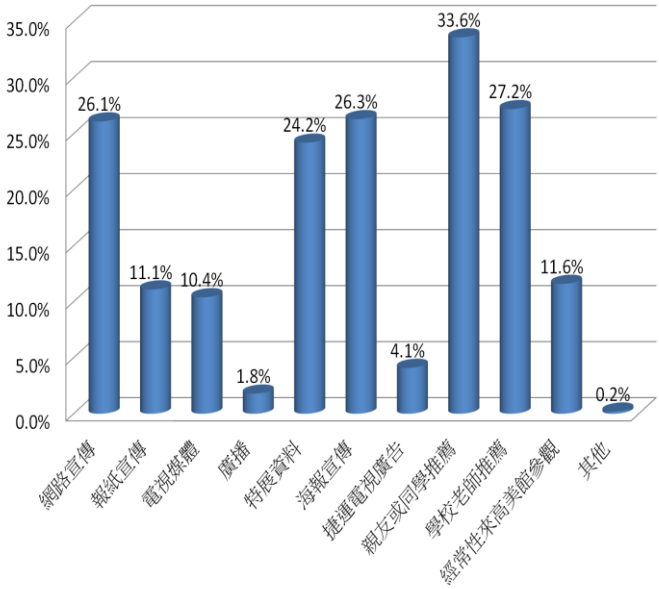
過去一年參觀過展覽以二到三次者為最多 43%，一次者次之 37.6%，四到五次者 12.6%，十次以上 4.5%，六至九次 2.3%最少。



小結：
與 2005 與 2009 年相較顯然本次特展，吸引常來看展的人前來，三年來看展二次以上者佔 77.7%，一年來看展二次以上者佔 62.7%。

二、參觀者從哪裡取得相關資訊（可複選）？

參觀者參觀前取得資訊的管道本較多元，並非僅經由單一管道取得，因此我們以複選題設計之，本次調查我們得知受訪者以「親友或同學的推薦」為最多33.6%，「學校老師的推薦」第二27.2%，「海報宣傳」第三26.3%，「網路宣傳」第四26.1%，「特展資訊」第五24.2%，「經常性來館」第六11.6%，「報紙宣傳」第七11.1%，「電視宣傳」第八10.4%，



「捷運廣告」4.1%，「廣播」1.8%最少。

與2005年調查中有所差異，2005年我們得知受訪者以「特展資訊吸引」為主要33.5%，接著為親友同學推薦次之30.0%，也發有經常性參觀的民眾佔26.0%位居第三，學校教師推薦亦佔19.8%，其餘依序為海報宣傳、報紙、網路、電視媒體等，有此可知特展資訊仍有其一定的吸引力，仍是吸引大多數民眾前來參觀的誘因。

2008 年則是親友同學推薦最多 29.9%，經常性參觀 25.7%第二，為特展資訊而來第三 22.5%（當時的羅浮宮館藏銅版畫展），教師推薦 19.8%，網路宣傳 10.3%，海報 8.0%，報紙 6.1%，電視 5.1%。

2009 年以「親友或同學的推薦」為最多約 4 成（39.6%），「學校老師的推薦」第二 27.3%，「網路宣傳」第三 26.2%，「電視宣傳」第四 25.5%，「特展資訊吸引」第五 24.2%，「海報宣傳」第六 20.8%，「報紙宣傳」第七 15.7%，「廣播宣傳」4.5%，「經常性來館」最少 3.8%。

小結：

一、「親友與同學推薦」排第一：

（2014 年 33.6%排名第一，2009 年 39.6%排名第一，2008 年 29.9%排名第一，2005 年 30.0%排名第二）此四年的數據，皆顯示出參觀者取得資訊的主要管道為「親友同學」。

二、學校教師是重要的影響者：

學校教師推薦（2014 年 27.2%排名第二，2009 年 27.3%排名第二，2008 年 19.8%排名第四，2005 年 19.8%排名第四）亦為重要管道，因此特展宣傳需有一定的作為針對學校，特別是學校教師教師培訓活動，因為老師本身是「影響者」當教師取得更多資訊，即可對學生多所建議。

三、網路宣傳日益重要：

網路宣傳從 2005 年排名第七、2008 年排名第五 10.3%，2009 年排名第三 26.2%，2014 排名第四 26.1%，相較於 2009 年退步一名，但是近年來網路的影響一路上升甚為明顯，因此美術館的文宣對於網路必須有一定程度的掌握。

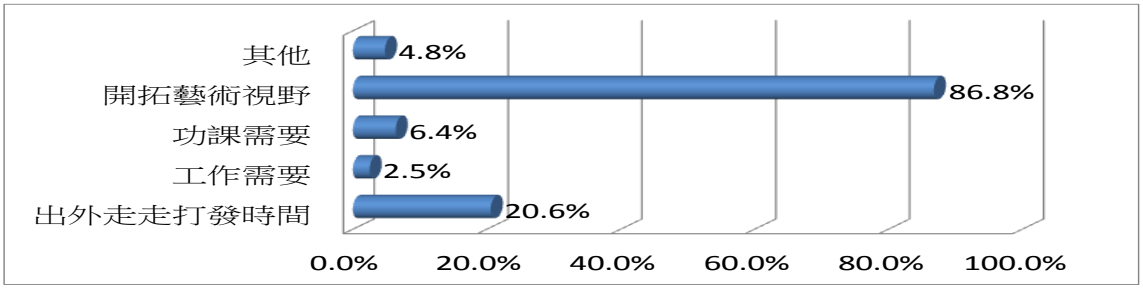
四、「報紙宣傳」第七 11.1%，「電視宣傳」第八 10.4%，「捷運廣告」4.1%，「廣播」1.8%最少，此類大眾傳播工具似乎影響力不高各約佔一成觀眾受影響，廣播尤其少，這是歷年少見，不知是否因為投資金額不足，沒有呈現出影響力，或是民眾的藝文接收管道已改變，值得觀察。

三、參展前是否聽過米羅或西班牙三大藝術家？

聽過米羅者 42.2%，聽過米羅且聽過西班牙三大藝術家者 31.9%，聽過西班牙三大藝術家者 15.4%，都沒聽過 10.5%，顯然米羅確實為民眾所熟悉之藝術家，僅有一成觀眾沒聽過。顯然這是一位高知名度的藝術家，展覽以藝術加之名，是具有一定的傳播效益。

四、參觀主要理由（可複選）

民眾來館的理由與動機較為多元，因此我們於問卷中以複選設計，2014年我們得知民眾「開拓藝術視野」人數最多且佔八成多86.8%排名第一，可見參觀者的參觀需求皆「為著藝術或藝術品」而來較多，純休閒的「出外走走打發時間」佔20.6%，工作需要2.5%或功課需要6.4%反而並不多僅佔8.9%，比例差距很大。



2005年結果以「以欣賞平常看不到的藝術品」人數最多且佔六成63.7%，「增加藝術知識」者次之佔四成41.9%，可見參觀者的參觀需求皆「為著藝術或藝術品」而來較多。純休閒的「打發時間」佔三成左右31.3%，工作或功課需要反而並不多僅佔13.8%。

2008年「以欣賞平常看不到的藝術品」人數最多且佔四成41.4%，純休閒的「打發時間」佔40.2%，「增加藝術知識」者佔35.4%。

2009年我們得知民眾「以欣賞平常看不到的藝術品」人數最多且佔六成67.1%排名第一，「增加藝術知識」者次之亦佔六成61.5%，可見參觀者的參觀需求皆「為著藝術或藝術品」而來較多，純休閒的「打發時間」佔16.1%，工作或功課需要反而並不多僅佔15.6%。

小結：

一、　本次的特展民眾為了開拓藝術視野而來動機更為強烈佔86.8%，而「為工作或功課」的需求前來者僅有8.9%與前者動機相差甚大。

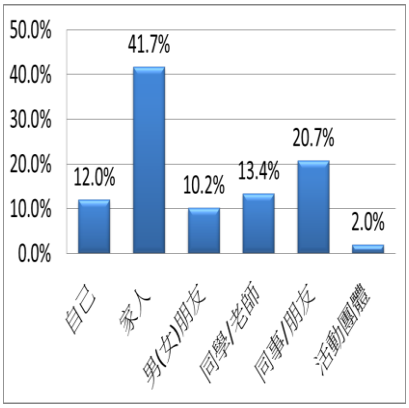
二、　歷年來民眾到美術館參觀的動機，皆傾向主動對藝術的瞭解與探求，並非被動式因工作或功課要求，或隨意的打發時間而來。

五、到館的交通工具：自用汽車最多 40.5%，摩托車次之 30.4%，為大宗佔 71%，其他 8.6%，捷運 7%，遊覽車 6.3%，公車 5.9%，腳踏車 1.3%。

小結：
併同參觀者到館時間與居住地資料顯示，以大高雄地區外圍參觀者較多，故民眾以自用遠程交通工具為主如汽車、機車。

六、今天參觀與誰同來？

2014年從結果得知有「與家人」41.7%排名第一，「與同事朋友」28.7%排名第二，「與同學老師」13.4%排名第三，「自己一人」12%排名第四，「男女朋友」10.2%排名第五， 「團體一起來」2%最少。



與2005、2008年調查顯有差異，2005年「與家人同來」者最多且約佔半數47.8%，顯然高美館的參觀活動較偏重於家庭的活動，其次是與同事或朋友16.1%、自己一人10.3%、男（女）朋友9.9%、同學/老師9.9%以及團體一起來5.1%。

2008年「與家人同來」者最多30.1%，其次同事或朋友20.9%，同學老師20.3%，男女朋友14.8%，自己一人10.0%，團體3.6%。

2009年資料顯示有31.9%「與同學老師」排名第一，24.2%「與同事朋友」排名第二，22.2%「與家人」排名第三，12.0%「男女朋友」排名第四，6.1%「自己一人」排名第五，2.8%最少「團體一起來」。

小結：
一、與往年比較，「與家人同來」（41.7%）又回到排名第一，家庭的觀眾仍是我們應持續關注的焦點，家庭性的欣賞活動也應持續規劃。
二、對照於參觀動機參觀者確實為自發性與家人、朋友為增廣藝術見聞而來，親友的影響力甚大。

七、參觀展覽幾人同行？

2人者最多40.6%，3-5人次之34.7%，自己12%，10人以上9.8%，6-9人最少2.9%

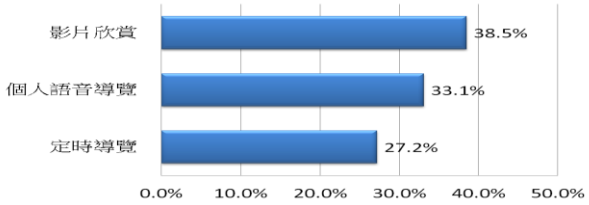
小結：

一、兩人同行者40.6%為最大宗，難怪各特展常推出「雙人」套票措施，確實一定民眾雙人結伴同行參觀展覽。

八、參觀者參觀行為探討：含參與推廣活動情形以及何種活動對展品瞭解較為有幫助，以及參觀時間與是否參觀其他展覽等

（一）認為哪些教育活動最有幫助？（依序選填）

影片欣賞第一38.5%，個人語音導覽33.1%，定時導覽27.2%，專題講座11.3%，互動牆6.8%，特別的是「影片欣賞」成為民眾在認知上認為是參觀展覽重要要教育活動。



（二）承上題，民眾參加過高美館的哪些推廣活動（可複選）

團體預約導覽 13.4%第一，藝術送到家 7.3%次之，教師研習 6.1%，音樂會 5.9%，工坊 5.7%，參加的比例不高。參加者以導覽為較多人。

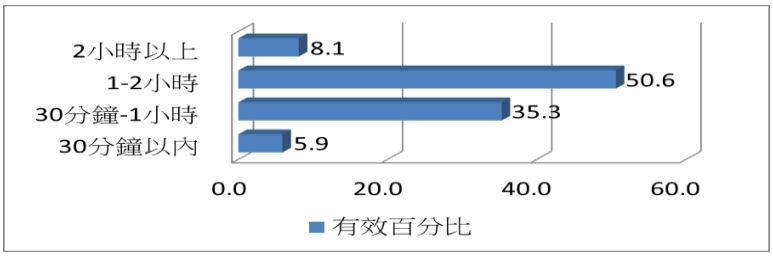
本次米羅特展中未能提供影片欣賞部分，甚為可惜，未來應於展覽中增設影片區，以滿足參觀者的需要。

（三）最喜歡米羅特展的那一個主題？（可複選）

少年時光第一 68.5%，多元嘗試 50.1%，符號出登場 23.1%，躍上世界舞台的藝術大師 15.7%，顯然入口第一主題區是最受民眾歡迎的區域。

（四）參觀時間

1-2 小時最多 50.6%，30 分鐘-1 小時 35.3%，2 小時以上 8.1%，30 分鐘以內 5.9%。



（五）是否還參觀其他展覽

否 59%，是 41%

（六）如繼續參觀，要參觀哪些

動漫美學 48.3%，兒美館 30.4%，虞曾富美展 26.1%，張宏圖展 23.8%，園區 20.8%，捐贈展 20.2%，書法雙年展 14.3%。

小結：

一、「影片欣賞」38.5%重要性提升，已超越往年「導覽服務」，成為民眾在認知上認為「影片欣賞」是參觀展覽重要的教育活動。顯然近年來各大博物館於展覽室中陳設「影片專區」是有其必然性，也符合民眾的期待。。

二、民眾特展參觀時間以 1-2 小時（50.6%）為主要，顯然非走馬看花，且有約四成民眾還要繼續參觀其他展覽。

九、滿意度調查

針對特展中參觀動線、展示設計、導覽手冊與設備、導覽服務、特展官網、整體環境、整體服務品質、高美館官網等滿意度進行調查分係如下：

（一）參觀動線滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.14 分，滿意 64.9%，非常滿意 25%，普通 9.5%，不滿意 0.4%，非常不滿意 0.2%。

（二）展示設計滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.19 分，滿意 63.7%，非常滿意 28.2%，普通 7.2%，不滿意 0.7%，非常不滿意 0.2%。

（三）導覽手冊或租用導覽設備

1 是否購買導覽手冊或租用導覽設備

否 63.5%，是 36.5%

2 購買導覽手冊或租用導覽設備滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.06 分，滿意 64.8%，非常滿意 21.2%，普通 12.3%，不滿意 0.6%，非常不滿意 1.1%。

（四）人員現場導覽

1.是否聆聽人員現場導覽

否 64.6%，是 35.4%

2 人員現場導覽滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.26 分，滿意 49.4%，非常滿意 42.6%，普通 5.7%，不滿意 1.7%，非常不滿意 0.6%。

（五）米羅官網

1.是否知道米羅官網

否 54.9%，是 45.1%

2.是否點閱過米羅官網

否 68.9%，是 31.1%

3.現場米羅官網滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.11 分，滿意 58.1%，非常滿意 26.5%，普通 14.8%，不滿意 0.6%，非常不滿意 0%。

（六）整體環境設施滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.28 分，滿意 60.5%，非常滿意 33.7%，普通 5.6%，不滿意 0.2%，非常不滿意 0%。

（七）整體服務品質滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.25 分，滿意 62.5%，非常滿意 31.6%，普通 5.7%，不滿意 0.2%，非常不滿意 0%。

（八）高美館官網

1 是否知道高美館官網

否 16%，是 84%

2 是否點閱過高美館官網

否 23.8%，是 76.2%

3 對於高美館官網滿意度（5 分非常滿意-1 分非常不滿意）

平均滿意度 4.02 分，滿意 63.3%，非常滿意 17.5%，普通 19.1%，不滿意 0.1%，非常不滿意 0%。

小結：

一、針對本次特展**參觀動線、展示設計、導覽手冊與設備、導覽服務、特展官網、整體環境、整體服務品質、高美館官網等滿意度，**整體而言皆超過 4 分以上滿意度，顯然民眾對於高美館的特展以及相關的服務與環境設施，甚為滿意，其中以「整體環境設施」滿意度最高為 4.28 分（滿意與非常滿意佔 94.2%），次之為導覽服務 4.26 分（滿意與非常滿意佔 92%），第三為整體服務品質 4.25 分（滿意與非常滿意佔 94.1%）。

二、就官網而言，民眾對於高美館官網甚為熟悉，知道者 84%，使用過者 76.2%，也達 4.02 分滿意度（滿意與非常滿意佔 80.5%），相較於米羅特展官網知道者僅 45.1%，使用過者更少些 31.1%，儘管達 4.11 分滿意度（滿意與非常滿意佔 84.6%），因此特展官網未來仍有很大推廣的空間，也可多與高美館官網結合一起行銷。

第三部份：未來營運（特展營運）分析

一、特展門票購票管道、票種、收費期待與合理性

（一）何種管道購票

推廣單位書局或學校 71.5%，高美館票口 17.9%，ibon9.6%

（二）購買何種票

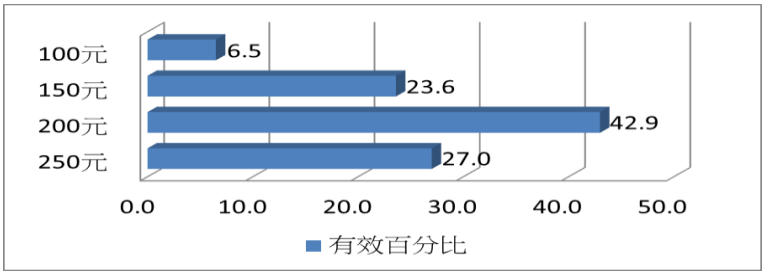
優待票學生最多 40%，全票次之 18.4%，教育推廣票 16.5%，預售票 14%，團體票 9.5%，特惠敬老 1.6%

（三）此次米羅特展門票收入是否合理：

民眾對於此次特展門票收入認為合理者佔對多數 59.4%，普通者第二 25.5%，非常合理者第三 13.3%，不合理者 1.4%，非常不合理者 0.4%。非常合理與合理佔 72.7%。可見民眾已可接受 200 元以上之票價。

（四）國際大展的門票合理的收費：

民眾對於大展門票認為較為合理的費用是 200 元者佔第一 42.9%，250 元者第二 27%，150 元者 23.6%，100 元者 6.5%。



小結：

一、整體而言，民眾以學生購買最多 40%，且經由推廣單位購得 71.4%，顯然校園與特定通路仍為本展的銷售通路。

二、對於本次大展的門票價位 7 成（72.7%）以上認為合理（合理者 59.4%或非常合理者 13.3%）。

三、相較於 2009 年售票性大展較為合理的價位為 150 元 39.6%與 200 元 32.7%，150 元與 200 元票價所佔百分比相差約 6.9%差距不大，顯然 200 元或 150 元是民眾可接受之特展門票價位。2014 年民眾已經可以接受 200 元（42.9%）與 250 元（27%）之票價，不知與近年物價調整，民眾已可理解大型特展成本高昂，已經沒有預期較低票價的心

理。

總結：

一、女性、教育程度大學以上（含研究所），近年來已成為重要的參觀族群，而且她們是每年會來 2 次以上的參觀者，因此女性議題的內容似乎也可以是我們未來規劃展覽活動的重點之一。

二、本次調查顯示美術館的參觀多數是結伴同行，或受家人親友的影響，大眾傳播媒體（「報紙宣傳」第七 11.1%，「電視宣傳」第八 10.4%，「廣播」1.8%最少）的影響力大大減弱下，因此口碑的形成，成為特展重要的影響力，如何建立口碑，成為一特展重要的行銷策略，因此，策展之初亟需建構特定暖身計畫為前導。

三、本次調查發現特展對於原高雄市 48.1%以及原高雄縣與外縣市小計 51%（17.1%＋33.9%）各約有一半的人口，城市外部人口的推廣也要留意，然而在大眾媒體影響力的減弱下，實在不容易操作，需再有不同的思維。

四、針對民眾對於教育措施的認知，「影片欣賞」重要性已躍升為第一位，甚至超卻導覽服務，這是以往調查中所沒有的現象，值得持續觀察，另一方面從展場的直接觀察中也可以發現近年來的參觀者，越來越喜歡經由影片來瞭解展覽或藝術家。因此有聲有影的視覺效果，值得於未來的展示規劃中納入。

五、從滿意度整體，不管是**參觀動線、展示設計、導覽手冊與設備、導覽服務、特展官網、整體環境、整體服務品質、高美館官網等滿意度，**整體而言皆超過 4 分以上滿意度，顯見高美館展覽本質專業與相關配套服務措施，廣受民眾肯定。

四、高消費、高票價的時代，隨著物價調整，已經來臨，相較於 2009 年之前，民眾已可以接受 200 元或 200 以上之特展價位。

附件：

高雄市立美術館「女人・小鳥・星星：米羅特展」參觀情形調查問卷

(請雙面作答)

親愛的受訪者您好：

這是一份關於「女人・小鳥・星星：米羅特展」參觀情形的調查問卷，請您就個人參觀該特展後的看法與感受回答下列問題。此份問卷採不記名方式，敬請安心填答，其調查結果將彙整為本館未來規劃特展的重要參考依據。您的每一項寶貴意見都是使本館營運更臻完善的力量，衷心感謝您的支持與協助，請您填妥問卷後交給工作人員並領取紀念品乙份。敬祝

順心如意！ 高雄市立美術館 敬上

一、基本資料 （請在適當選項之□內打ˇ）

1. 性別：□1.男 □2.女

2. 年齡：□1.10-15 歲 □2.16-23 歲 □3.24-30 歲 □4.31-45 歲 □5.46-65 歲 □6.66 歲(含)以上

3. 教育程度：□1.國/初中(含)以下 □2.高中/職 □3.專科 □4.大學 □5.研究所(含)以上

4. 身分：□1.一般學生 □2.藝術相關科系學生 □4.藝術相關工作者 □5.軍公教人員 □6.勞動工作者 □7.其他上班族 □8.家管或退休人員□9.其他____

5. 個人每月平均收入：□1. 10,000 以下 □2. 10,001-25,000 □3. 25,001-50,000 □4. 50,001-75,000 □5. 75,001-10 萬 □6. 10 萬元以上

6. 居住地：大高雄地區 □1.鹽埕區 □2.鼓山區 □3.左營區 □4.楠梓區 □5.三民區 □6.新興區 □7.前金區 □8.苓雅區 □9.前鎮區 □10.旗津區 □11.小港區 □12.鳳山區 □13.岡山區 □14.旗山區 □15.美濃區 □16.大寮區 □17.林園區 □18.仁武區 □19.路竹區 □20.大樹區 □21.鳥松區 □22.梓官區 □23.橋頭區 □24.茄萣區 □25.大社區 □26.燕巢區 □27.阿蓮區 □28.湖內區 □29.彌陀區 □30.內門區 □31.六龜區 □32.永安區 □33.杉林區 □34.田寮區 □35.甲仙區 □36.桃源區 □37.茂林區 □38.那瑪夏區 □40.其他縣市(請註明)_____ □50.海外地區(請註明)_____

7. 請問您從家中到達高美館需時多久？
□1. 15 分鐘以內 □2. 15-30 分鐘 □3. 30 分鐘-1 小時 □4. 1 小時以上

二、參觀情況調查 (請在適當選項之□內打ˇ或依照題目敘述填上排序)

1. 過去三年內，您曾參觀高美館幾次(含本次)？
□1.一次 □2.二至三次 □3.四至五次 □4.六至九次 □5.十次以上

2. 過去一年內，您曾參觀高美館幾次(含本次)？
□1.一次 □2.二至三次 □3.四至五次 □4.六至九次 □5.十次以上

3. 請問您是從何處獲知展覽相關資訊？ (可複選)
□1.網路宣傳 □2.報紙宣傳 □3.電視媒體 □4.廣播 □5.特展資料 □6.海報宣傳 □7.捷運電視廣告 □8.親友或同學推薦 □9.學校老師推薦 □10.經常性來高美館參觀 □11.其他_____

4. 請問您參觀展覽之前，是否曾聽過米羅或西班牙三大藝術家呢？
□1.兩者皆無 □2. 聽過米羅 □3.聽過西班牙三大藝術家 □4.兩者皆有

5. 請問您參觀米羅特展的主要理由是什麼？ (可複選)
□1.出外走走打發時間 □2.工作需要 □3.功課需要 □4.開拓藝術視野 □5.其他__

_____

6. 您今天前來參觀米羅特展所使用的交通工具是什麼？
□1.腳踏車 □2.機車 □3.捷運轉乘 □4.公車 □5.自用汽車 □6.遊覽車 □7.其他_____

7. 請問您今天和誰一起來參觀展覽？
□1.自己 □2.家人 □3.男(女)朋友 □4.同學/老師 □5.同事/朋友 □6.活動團體 □7.其他___

8. 請問您此次參觀展覽共約幾人同行（包含自己）？
□1. 自己 □2. 2 人 □3. 3-5 人 □4. 6-9 人 □5. 10 人以上

9. 請問您認為米羅特展中，那些常態性教育推廣活動對您最有幫助？
(請依序填選三項，在最有幫助之項目前的□填 1，第二有幫助者填 2，更次之者填 3)
__1.定時導覽 __2.個人語音導覽 __3.影片欣賞 __4.專題講座 __5.北大廳展覽互動牆

10. 承上題，您是否還有參加過其他本特展舉辦的教育推廣活動？（可複選）
□1.教師研習活動(9/28) □2.團體預約導覽（需預約） □3.祝你米羅快樂！音樂會(10/26) □4.符碼米羅體驗工坊 □5.「藝術送到家」教育活動（館外推廣活動，事先預約）

11. 請問您最喜歡米羅特展的哪項主題？(可複選)
□1.童心、詩意、想像力馳騁的少年時光 □2.人文薈萃的巴黎，米羅符號語彙的初登場 □3.超現實主義與創作素材的多元嘗試 □4.躍上世界舞台的加泰隆尼亞藝術大師：米羅

12. 請問您對本次特展的參觀動線是否滿意呢？
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

13. 請問您對本次特展的展示設計方式是否滿意呢？
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

14. 請問您是否購買米羅特展導覽手冊或租用視聽導覽設備？□1.是□2.否（如答「否」請前往第 16 題）

15. 承上題，如果您有購買/租用，請問您對本次特展之導覽手冊或視聽導覽設備是否滿意？
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

16. 請問您是否有聆聽米羅特展本館人員之現場導覽？□1.是 □2.否（如答「否」請前往第 18 題）

17. 承上題，若您有聆聽，請問您對現場人員導覽服務是否滿意？
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

18. 請問您是否知道米羅特展擁有官網？□1. 是 □2. 否 （如答「否」請前往第 21 題）

19. 承上題，請問您是否點閱過米羅特展的官網？□1. 是 □2. 否 （如答「否」請前往第 21 題）

20. 承上題，如果您點閱過，請問您對米羅特展官網品質是否滿意？
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

21. 請問您對於高美館的整體環境設施是否滿意?
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

22. 請問您對於高美館的整體服務品質是否滿意?
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

23. 請問您是否知道高美館擁有官網？□1. 是 □2. 否 （如答「否」請前往 **未來策展方向調查** 第1題）

24. 承上題，請問您是否點閱過高美館的官網？□1. 是 □2. 否（如答「否」請前往 **未來策展方向調查** 第1題）

25. 承上題，如果您點閱過，請問您對高美館的官網品質是否滿意？
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

三、未來策展方向調查（請在適當選項之□內打ˇ）

1. 請問您是經由何種管道購票？
□1.高美館售票口 □2.ibon 端點 □3.其他推廣單位（如書局、學校代售等）

2. 請問您購買的是何種票種？
□1.預購票 □2.全票 □3. 優惠票(學生) □4. 特惠票(敬老) □5.團體票 □6.教育推廣票

3. 您認為米羅特展的門票售價是否合理？
□1.非常合理 □2.合理 □3.普通 □4.不合理 □5.非常不合理

4. 您認為國際展的合理門票收費應為：□1.250 元 □2.200 元 □3.150 元 □4.100 元

5. 請問您今天花了多久時間參觀米羅特展？
□1. 30 分鐘以內 □2. 30 分鐘-1 小時 □3. 1-2 小時 □4. 2 小時以上

6. 請問您今天是否要參觀高美館其他展覽？□1. 是 □2. 否

7. 如果您願意繼續參觀高美館，請問您想要參觀哪些部份？(可複選)
□1. 愛你一生一世：動漫美學雙年展 2013-14 □2.在路上－張宏圖的藝術旅程□3.自然的氣勢與夢幻：虞曾富美創作 50 年展 □4. 樹衛時代・2013-14 傳統與實驗書藝雙年展 □5.珍・藏：東方媒材類作品捐贈展 □6.園區 □7.兒童美術館

8. 如果您願意收到高美館 E-DM（電子化展覽訊息），請留下電子信箱：

_____

「女人・小鳥・星星：米羅特展」特展參觀情形調查問卷訪員手冊

❄ 訪員訓練日期：2013.12.30
❄ 訪員訓練目的：讓訪員熟悉本次調查內容，以代表研究人員進行資料蒐集。
❄ **調查日期： 2013/12/31-01/08，共計 7 天。(1/6 休館)**
❄ 調查時段：每日上午 10：30~12：00，下午 15：00~16：30。
❄ 調查地點：105 展覽室出口(104 展覽室平台)
❄ 訪員：1 人
❄ 共計：7 天x每日上下午各 40 份＝560 份

問卷說明

一. **問卷編號及其意義：**

問卷編號共計 5 碼，前 2 碼代表第 N 天(分 01~07 共 7 天，01 代表第一天，07 代表第 10 天)，第 3 碼代表調查時段(分 1,2 兩段，1 代表上午，2 代表下午)，第 4、5 碼代表問卷編號，各以完成有效卷 40 份為上限，如 04105 代表調查第 4 天（2/1）上午展場回收之第五份問卷。

❄ 問卷編號已登錄在**問卷標題**的右側空白處。

二、訪前語及其功用：本次調查之訪前語如下：

> 親愛的受訪者您好：
>
> 這是一份關於「女人・小鳥・星星：米羅特展」參觀情形的調查問卷，請您就個人參觀該特展後的看法與感受回答下列問題。此份問卷採不記名方式，敬請安心填答，其調查結果將彙整為本館未來規劃特展的重要參考依據。您的每一項寶貴意見都是使本館營運更臻完善的力量，衷心感謝您的支持與協助，請您填妥問卷後交給工作人員並領取紀念品乙份。敬祝順心如意！
>
> 高雄市立美術館 敬上

訪前語之功用在於說明問卷之目的，並提示其採用不記名方式，以期取得受訪者信任，並願意誠實填答。

三、基本資料：本次調查之基本資料如下：

8. 性別：□1. 男 □2. 女
9. 年齡：□1. 10-15 歲 □2. 16-23 歲 □3. 24-30 歲 □4. 31-45 歲 □5. 46-65 歲 □6. 66 歲(含)以上
10. 教育程度：□1. 國/初中(含)以下 □2. 高中/職 □3. 專科 □4. 大學 □5. 研究所(含)以上
11. 身分：□1. 一般學生 □2. 藝術相關科系學生 □4. 藝術相關工作者 □5. 軍公教人員 □6. 勞動工作者 □7. 其他上班族 □8. 家管或退休人員□9. 其他____
12. 個人每月平均收入：□1. 10,000 以下 □2. 10,001-25,000 □3. 25,001-50,000

□4. 50,001-75,000 □5. 75,001-10 萬 □6. 10 萬元以上

13. 居住地：

大高雄地區 □1.鹽埕區 □2.鼓山區 □3.左營區 □4.楠梓區 □5.三民區 □6.新興區 □7.前金區 □8.苓雅區 □9.前鎮區 □10.旗津區 □11.小港區 □12.鳳山區 □13.岡山區 □14.旗山區 □15.美濃區 □16.大寮區 □17.林園區 □18.仁武區 □19.路竹區□20.大樹區 □21.鳥松區 □22.梓官區 □23.橋頭區 □24.茄萣區 □25.大社區 □26.燕巢區

□27.阿蓮區 □28.湖內區 □29.彌陀區 □30.內門區 □31.六龜區 □32.永安區 □33.杉林區 □34.田寮區 □35.甲仙區 □36.桃源區 □37.茂林區 □38.那瑪夏區 □40.其他縣市(請註明)_____ □50.海外地區(請註明)_____

14. 請問您從家中到達高美館需時多久？

□1. 15 分鐘以內 □2. 15-30 分鐘 □3. 30 分鐘-1 小時 □4. 1 小時以上

【規定事項】

❄ 年齡、身分、個人每月平均收入皆請受訪者勾選最適切之項目(皆僅限一項)

❄ 居住地中「其他縣市」指大高雄市以外之縣市，「海外地區」指居住海外之所有本國人與外國人，均請受訪者勾選並註明。

❄ 居住地為「海外地區」之受訪者，其到達高美館的時間均勾選「1 小時以上」。

❄ 請勿作過度引導，某些分類若無法確定，請讓受訪者自行判斷、認定。

❄ 本次調查，為確保受訪者皆確實了解題意，故規定以 **10 歲以上參觀者為受訪對象**。

❄ 10 歲受訪者若由父母陪同，可詢問父母部分題意，但不可共同作答。**一份問卷只能由一人作答**。

四、一般情況調查：本次「特展參觀情況調查」之題項如下：

26. 過去三年內，您曾參觀高美館幾次(含本次)？

□1.一次 □2.二至三次 □3.四至五次 □4.六至九次 □5.十次以上

27. 過去一年內，您曾參觀高美館幾次(含本次)？

□1.一次 □2.二至三次 □3.四至五次 □4.六至九次 □5.十次以上

28. 請問您是從何處獲知展覽相關資訊？ (可複選)

□1.網路宣傳 □2.報紙宣傳 □3.電視媒體 □4.廣播 □5.特展資料 □6.海報宣傳 □7.捷運電視廣告 □8.親友或同學推薦 □9.學校老師推薦 □10.經常性來高美館參觀 □11. 其他_____

29. 請問您參觀展覽之前，是否曾聽過米羅或西班牙三大藝術家呢？

□1.兩者皆無 □2. 聽過米羅 □3.聽過西班牙三大藝術家 □4.兩者皆有

30. 請問您參觀米羅特展的主要理由是什麼？ (可複選)

□1.出外走走打發時間 □2.工作需要 □3.功課需要 □4.開拓藝術視野 □5.其他_____

31. 您今天前來參觀米羅特展所使用的交通工具是什麼？

□1. 腳踏車 □2. 機車 □3. 捷運轉乘 □4. 公車 □5. 自用汽車 □6. 遊覽車 □7. 其他_____

32. 請問您今天和誰一起來參觀展覽？
□1. 自己 □2. 家人 □3. 男(女)朋友 □4. 同學/老師 □5. 同事/朋友 □6. 活動團體 □7. 其他____

33. 請問您此次參觀展覽共約幾人同行（包含自己）？
□1. 自己 □2. 2 人 □3. 3-5 人 □4. 6-9 人 □5. 10 人以上

34. 請問您認為米羅特展中，那些常態性教育推廣活動對您最有幫助？
(請依序填選三項，在最有幫助之項目前的□填 1，第二有幫助者填 2，更次之者填 3)
__1. 定時導覽 __2. 個人語音導覽 __3. 影片欣賞 __4. 專題講座 __5. 北大廳展覽互動牆

35. 承上題，您是否還有參加過其他本特展舉辦的教育推廣活動？（可複選）
□1. 教師研習活動(9/28) □2. 團體預約導覽（需預約） □3. 祝你米羅快樂！音樂會(10/26) □4. 符碼米羅體驗工坊 □5.「藝術送到家」教育活動（館外推廣活動，事先預約）

36. 請問您最喜歡米羅特展的哪項主題？(可複選)
□1. 童心、詩意、想像力馳騁的少年時光 □2. 人文薈萃的巴黎，米羅符號語彙的出登場 □3. 超現實主義與創作素材的多元嘗試 □4. 躍上世界舞台的加泰隆尼亞藝術大師：米羅

37. 請問您對本次特展的參觀動線是否滿意呢？
□1. 非常滿意 □2. 滿意 □3. 普通 □4. 不滿意 □5. 非常不滿意

38. 請問您對本次特展的展示設計方式是否滿意呢？
□1. 非常滿意 □2. 滿意 □3. 普通 □4. 不滿意 □5. 非常不滿意

39. 請問您是否購買米羅特展導覽手冊或租用視聽導覽設備？□1. 是□2. 否（如答「否」請前往第 16 題）

40. 承上題，如果您有購買/租用，請問您對本次特展之導覽手冊或視聽導覽設備是否滿意？
□1. 非常滿意 □2. 滿意 □3. 普通 □4. 不滿意 □5. 非常不滿意

41. 請問您是否有聆聽米羅特展本館人員之現場導覽？□1. 是 □2. 否（如答「否」請前往第 18 題）

42. 承上題，若您有聆聽，請問您對現場人員導覽服務是否滿意？
□1. 非常滿意 □2. 滿意 □3. 普通 □4. 不滿意 □5. 非常不滿意

43. 請問您是否知道米羅特展擁有官網？□1. 是 □2. 否 （如答「否」請前往第 21 題）

44. 承上題，請問您是否點閱過米羅特展的官網？□1. 是 □2. 否 （如答「否」請前往第 21 題）

45. 承上題，如果您點閱過，請問您對米羅特展官網品質是否滿意？
□1. 非常滿意 □2. 滿意 □3. 普通 □4. 不滿意 □5. 非常不滿意

46. 請問您對於高美館的整體環境設施是否滿意?
□1. 非常滿意 □2. 滿意 □3. 普通 □4. 不滿意 □5. 非常不滿意

47. 請問您對於高美館的整體服務品質是否滿意?
□1. 非常滿意 □2. 滿意 □3. 普通 □4. 不滿意 □5. 非常不滿意

48. 請問您是否知道高美館擁有官網？□1. 是 □2. 否 （如答「否」請前往 **未來策展方向調查** 第

1題）

49. 承上題，請問您是否點閱過高美館的官網？□1. 是 □2. 否（如答「否」請前往 **未來策展方向調查** 第1題）

50. 承上題，如果您點閱過，請問您對高美館的官網品質是否滿意？
□1.非常滿意 □2.滿意 □3.普通 □4.不滿意 □5.非常不滿意

【規定事項】

❄ 複選題(第3、5、10題)之選項無數量限制，只要是受訪者之答案，皆可勾選。

❄ 第7題第六選項「活動團體」指參與「某團體主辦、有帶隊人」之參訪團，含旅行社、學校及公司行號參訪團等；第四個選項「同學/老師」及第五個選項「同事/朋友」指10人(不含)以下、少數幾位相熟、**無某團體主辦**之小群參訪者。

❄ **同一團體最多可有2人受訪。**

❄ 第9題依序選三項，亦即在後面7個選項中選擇三項，依有幫助的程度填入1、2、3，最有幫助者填1，次之填2，更次之者填3。

五、未來策展方向調查:

本題項組旨在了解門票合理性、夜間延長時間之宣傳與滿意度、觀眾對此次展覽與未來國際展策劃之期望。其題組如下：

9. 請問您是經由何種管道購票？
□1.高美館售票口 □2.ibon端點 □3.其他推廣單位（如書局、學校代售等）

10. 請問您購買的是何種票種？
□1.預購票 □2.全票 □3.優惠票(學生) □4.特惠票(敬老) □5.團體票 □6.教育推廣票

11. 您認為米羅特展的門票售價是否合理？
□1.非常合理 □2.合理 □3.普通 □4.不合理 □5.非常不合理

12. 您認為國際展的合理門票收費應為：□1.250元 □2.200元 □3.150元 □4.100元

13. 請問您今天花了多久時間參觀米羅特展？
□1. 30分鐘以內 □2. 30分鐘-1小時 □3. 1-2小時 □4. 2小時以上

14. 請問您今天是否要參觀高美館其他展覽？□1. 是 □2. 否

15. 如果您願意繼續參觀高美館，請問您想要參觀哪些部份？(可複選)
□1. 愛你一生一世：動漫美學雙年展 2013-14 □2.在路上－張宏圖的藝術旅程
□3. 自然的氣勢與夢幻：虞曾富美創作50年展 □4. 樹衛時代‧2013-14傳統與實驗書藝雙年展□5.珍‧藏：東方媒材類作品捐贈展 □6.園區 □7.兒童美術館

16. 如果您願意收到高美館E-DM（電子化展覽訊息），請留下電子信箱：

_____

_____

【規定事項】

❄ E-DM目前已上線，可告知民眾索取E-DM可用最即時、環保的方式得到展覽資訊。

❄ 每日調查時段：每日上午10：30~12：00，下午15：00~16：30。只要在上述時間出場，

年滿 10 歲以上之參觀者皆為受訪對象，即使是最後一分鐘入場也須進行調查。但每一展場每一時段以完成有效問卷上、下午各 40 份為上限，故同一時段中，若已提前完成**該時段所需有效問卷，即可停止訪問**。

- ❄ 原則上問卷由受訪者填寫，訪員只須進行說明與備詢，但如遇受訪者願接受訪問卻不方便填寫(不識字或看不懂問卷)之情況，則訪員應逐題訪問，並代為填寫。
- ❄ 只要受訪者能了解題意，並確實填答，則同一訪員可在相同時間內讓多位受訪者填答問卷。
- ❄ **問卷回收後請訪員確實檢查是否兩面皆完整填答，有漏答之處應請受訪者補上。**
- ❄ 如整張問卷填答同一答案者亦歸為無效問卷。
- ❄ 每個訪問點請多準備 2 份問卷，以防熱情民眾積極參與的可能性。
- ❄ 民眾須參觀完展場始能填答問卷，故請在展場出口處進行問卷發放、回收，並提醒民眾領取紀念品。
- ❄ 訪問完成，若當日調查時發生特殊情形請書寫於信封袋上。**信封上需註明資訊為：(1)當日所有問卷之編號，如 01101~01140，表當日共完成 40 份問卷（2）無效問卷之編號（3）其他特殊情況**