

新北市立黃金黃金博

114 年遊客線上問卷統計分析

壹、	前言.....	1
貳、	遊客輪廓分析 .....	4
參、	遊客行程安排 .....	9
肆、	滿意度分析.....	16

## 摘要

新北市立黃金博物館(下稱黃金博)為了解到館遊客輪廓、遊客如何安排行程以及黃金博諸項服務的遊客滿意度，辦理線上問卷調查。為擷節經費人力，黃金博利用 google 表單製作線上問卷，省去印刷問卷、回收統計等相關支出。遊客使用自己的智慧型手機或其他行動裝置，掃描 QRcode 後填寫問卷，無須購置填寫問卷用的硬體。本問卷調查自 114 年 1 月 1 日起，至 12 月 31 日，共計收集 434 份問卷。

根據 434 份問卷統計結果，有關黃金博遊客輪廓如下：約 6 成 5 為女性；遊客來自全台，約 4 成來自雙北；8 成 4 為青壯年(20 到 49 歲)；約 9 成遊客學歷在大專以上；遊客的職業主要為「商業、一般公司行號、服務業」、學生及軍公教。有關遊客行程安排如下：遊客來訪的目的，約 6 成 6 是為了與家人朋友出遊；約 8 成 2 使用公車客運到館；約 3 成 5 是從親友處得知黃金博訊息，約 3 成 7 是從官方網站、社群媒體或網路上得知相關訊息；5 成 8 是上午到館參觀；近 3 成 3 停留 1 到 2 小時，約 3 成 9 的遊客停留 2 到 3 小時。有關黃金博服務滿意度調查是針對遊客對黃金博的整體滿意度、標示動線、休憩設備、環境整潔、展示、現場服務等 14 項服務內容的滿意度做調查，採用李克特(Likert scale)五點態度量表，選項從「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」，共分成五個等級，統計時則分別給予 5、4、3、2、1 分。滿意度簡要說明如後：整體滿意度平均分數為 4.70；最高分者為「服務人員服務品質」，為 4.85；其次為「導覽服務品質」，為 4.72；低於 4.50 的只有 1 項，「廁所清潔」，平均分數 4.46。與 113 年滿意度調查結果相較，有 10 個服務項目滿意度平均分數較 113 年提升；另，「服務人員服務品質」及「導覽服務品質」自 112 年至 114 年，都是蟬連滿意度調查第一及第二名。

## 壹、前言

水金九地區，包括水湳洞、金瓜石、九份，位於台灣東北角，行政上屬於新北市瑞芳區。該區蘊含獨特的金銅礦業文化資產及豐富的自然景觀，形成特殊的自然人文地景。新北市立黃金博(下稱黃金博)成立之宗旨，即致力於保存並推廣該地礦業遺址、歷史記憶等珍貴的文化資產。

黃金博位於金瓜石，自 93 年開館以來，營運迄今已逾 20 年。經過黃金博戮力經營，與鄰近的九份、水湳洞等，以水金九之名行銷，是北台灣國際級的觀光旅遊景點。黃金博參觀人次統計分為入園人次、入館人次以及購票人次。入館人次包括免門票遊客及購票遊客。免票遊客包括新北市市民以及 12 歲以下國民、全國學生、65 歲以上國民及 55 歲以上原住民。依下表 1，近 10 年來的參觀人次，以 105 年最高，入園<sup>1</sup>人次達 218.4 萬多人。由下圖 1 可知，105 年至 108 年，入園人次整體趨勢是呈現緩慢下滑。108 年全球爆發新冠疫情，109 年台灣首次出現確診個案，110 年 5 月全國進入三級警戒，疫情來到高峰期，當年度黃金博多次因疫情休館。111 年 10 月，邊境解封，旅遊活動逐漸復甦。受疫情影響，黃金博入園人次大幅度減少，從 108 年的 197.2 萬多人降至 109 年 99.1 萬多人。疫情最為嚴重的 110 年，入園人次僅剩下約 52 萬，是近 10 年來的最低點。111 年疫情趨緩後，入園人次上升至 73.4 萬多人。到了 113 年入園人次突破百萬。

九份，距離黃金博約 15 分鐘車程，為東北角最知名的國際觀光景點，觀光人潮歷久不衰。從交通部觀光署觀光統計資料庫擷取瑞芳風景特定區遊客人次資料整理如下表 2。該風景特定區包括九份老街、金瓜石、黃金瀑布、陰陽海等景點。從表 2 可以看出，105 年至 108 年疫情爆發前，該區域(主要人潮集中在九份老街)遊客人次逐年上升，108 年參觀人次相較於 105 年成長了 18.55%。同時期，黃金博參觀人次卻是緩慢下滑。自 108 年疫情爆發至 110 年疫情最嚴峻時期，瑞芳風景特定區參觀人次從 512.5 萬多急降至 191 萬。之後逐年增加，到了 114 年，參觀人次已經破 600 萬，為近 10 年來最高。

表 1：黃金博近 10 年參觀人次統計

	入園	入館	購票人次	入館/入園	購票/入園
105	2,184,043	1,083,927	261,857	49.63%	11.99%
106	1,933,380	934,747	388,254	48.35%	20.08%
107	1,885,476	532,194	345,042	28.23%	18.30%

<sup>1</sup> 黃金博營運面積約 4.5 公頃，包括遊客中心等館舍、賣店、餐廳、洗手間以及戶外園區等。為多館舍、無圍牆之黃金博。驗票點設在各館舍門口，不進館舍的遊客毋需購票。無票遊客仍可以在園區散步、使用賣店、餐廳、洗手間等服務設施。

108	1,972,451	524,560	255,401	26.59%	12.95%
109	991,416	265,438	122,698	26.77%	12.38%
110	514,932	118,041	48,466	22.92%	9.41%
111	734,160	173,990	67,942	23.70%	9.25%
112	974,239	315,203	160,229	32.35%	16.45%
113	1,033,650	288,592	137,428	27.92%	13.30%
114	1,081,796	355,477	139,077	32.86%	12.86%

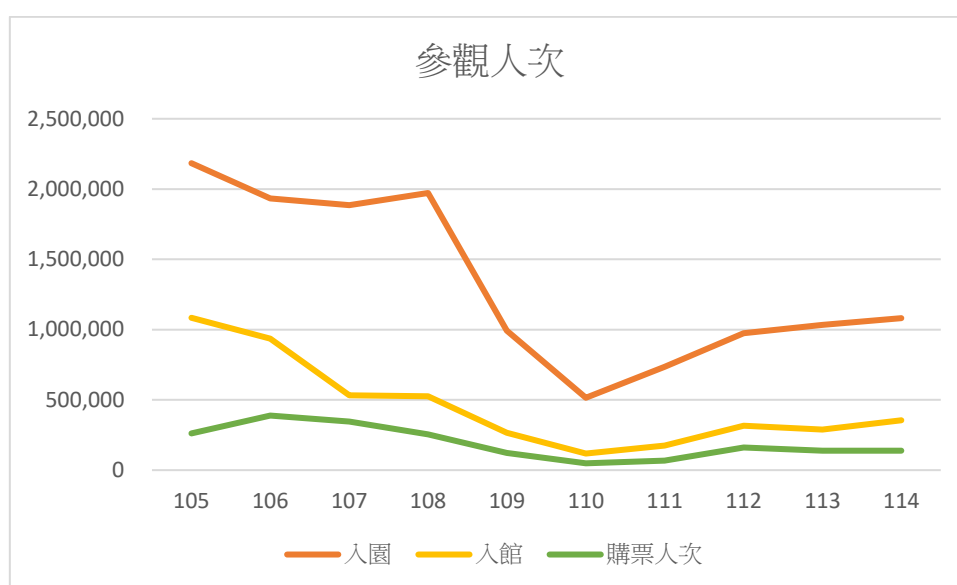


圖 1：黃金博近 10 年參觀人次統計圖

表 2：瑞芳風景特定區與黃金博 105 年起參觀人次統計

	瑞芳風景特定區	新北市立黃金博
105	4,322,675	2,184,043
106	4,751,400	1,933,380
107	5,027,500	1,885,476
108	5,124,500	1,972,451
109	2,904,000	991,416
110	1,910,000	514,932
111	3,074,000	734,160

112	3,929,731	974,239
113	3,545,080	1,033,650
114	6,036,599	1,081,796
總計	42,871,738	16,675,150

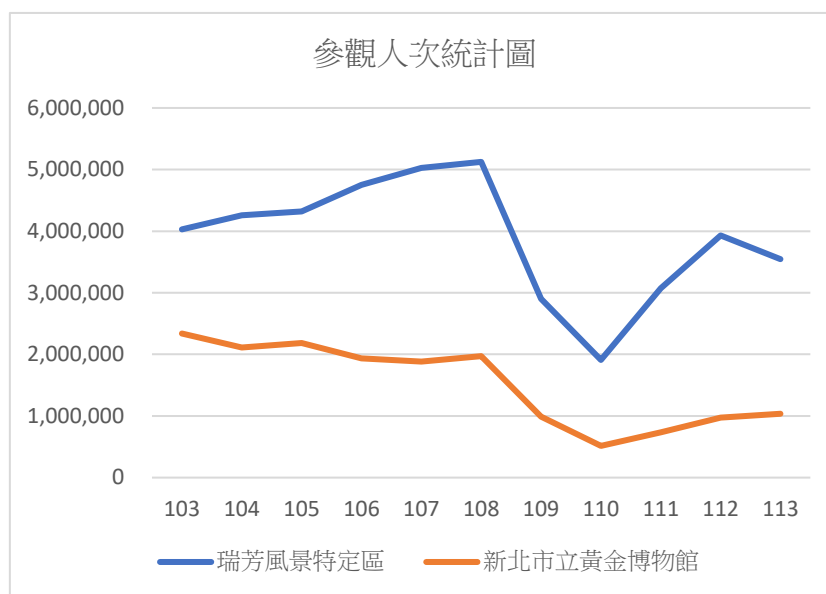


圖 2：瑞芳風景特定區與黃金博近 10 年參觀人次統計圖

為擷節經費，且智慧型手機普及率高，因此黃金博遊客研究以線上問卷方式進行。本研究問卷利用 google 表單的免費資源設計，經學者專家審核後，於遊客中心櫃台設置 QRcode，現場服務人員視情況會親切提醒遊客利用自己的智慧型手機或行動裝置掃描 QRcode 後填寫問卷。線上問卷調查的優點是可節省問卷印刷費、發放問卷的人力、後續整理紙本問卷等相關支出。缺點是容易排除掉不擅長使用或是沒有智慧型手機的遊客。

本問卷內容分為三部分，包括行程安排、滿意度調查以及遊客輪廓調查。行程安排主要是想了解遊客造訪頻率、目的、所使用的交通工具、遊程旅伴、遊程訊息來源、造訪時間以及在黃金博停留時間；滿意度調查是針對遊客對黃金博的整體滿意度、標示動線、休憩設備、環境整潔、展示、現場服務等 15 項服務內容的滿意度調查，採用李克特(Likert scale)五點態度量表，選項從「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」，共分成五個等級，統計時則分別給予 5、4、3、2、1 分；遊客輪廓調查則包括居住地、性別、年齡、教育程度、以及職業等。

## 貳、遊客輪廓分析

本問卷針對遊客輪廓設計有5個問題，分別是居住地、性別、年齡、教育程度、以及職業。

### 一、遊客居住地

依據下表3，429筆回饋資料中，來訪遊客居住地佔比最高為新北市，近2成5；次之為台北市居民，約1成5；9成5的遊客來自台灣西部。填寫「其他」選項的遊客其居住地包括香港、中國大陸、馬來西亞、新加坡等。

表3：遊客居住地統計

	人數	百分比
新北市	107	24.94%
臺北市	66	15.38%
中彰投	67	15.62%
桃竹苗	56	13.05%
雲嘉南	55	12.82%
高屏	48	11.19%
宜花東	12	2.80%
基隆市	5	1.17%
澎湖、金門、馬祖、離島	1	0.23%
其他(香港、中國大陸、馬來西亞、新加坡)	12	2.80%
總計	429	100.00%

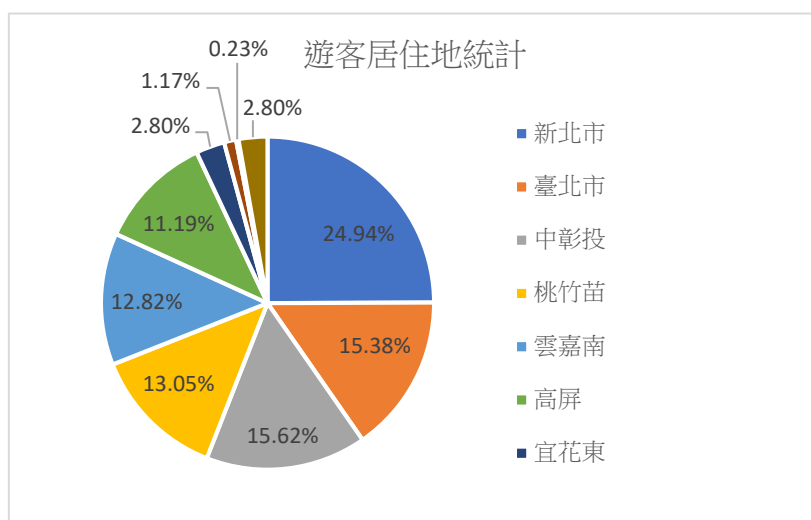


圖3：遊客居住地統計圖

## 二、遊客性別

依據下表 4，428 筆回饋資料，來訪遊客女性較多，約佔 6 成 5。

表 4：遊客性別統計

	人數	百分比
女	278	64.95%
男	144	33.64%
其他	6	1.40%
總計	428	100.00%

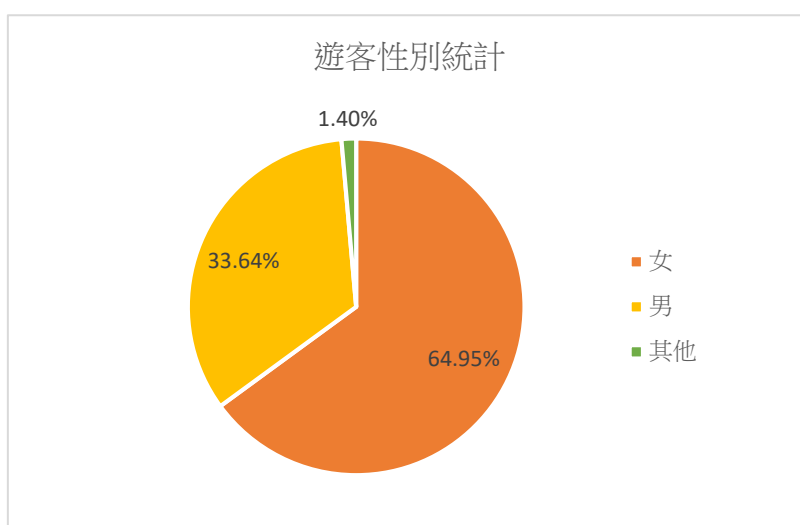


圖 4：遊客性別統計圖

## 三、遊客年齡

依據下表 5，431 筆回饋資料，來訪遊客以青壯年(20 歲至 49 歲)最多，約佔 8 成 4。

表 5：遊客年齡統計

	人數	百分比
19 歲以下	30	6.96%
20~29	157	36.43%
30~49	204	47.33%
50~65	32	7.42%
65 歲以上	8	1.86%
總計	431	100.00%

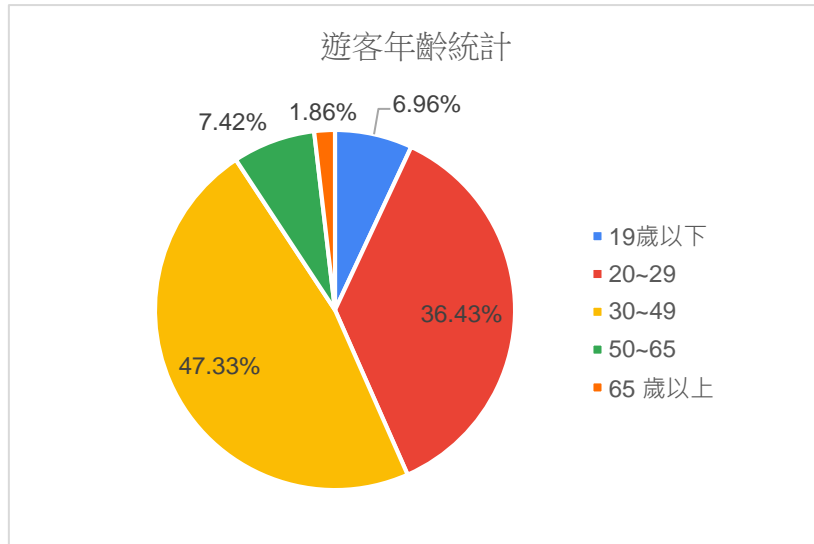


圖 5：遊客年齡統計圖

#### 四、遊客教育程度

依據表 6、430 筆回饋資料，來訪遊客教育程度多為大專以上，將近 9 成。

表 6：遊客教育程度統計

	人數	百分比
國中以下	7	1.63%
高中職	37	8.60%
專科/大學	295	68.60%
研究所以上	91	21.16%
總計	430	100.00%

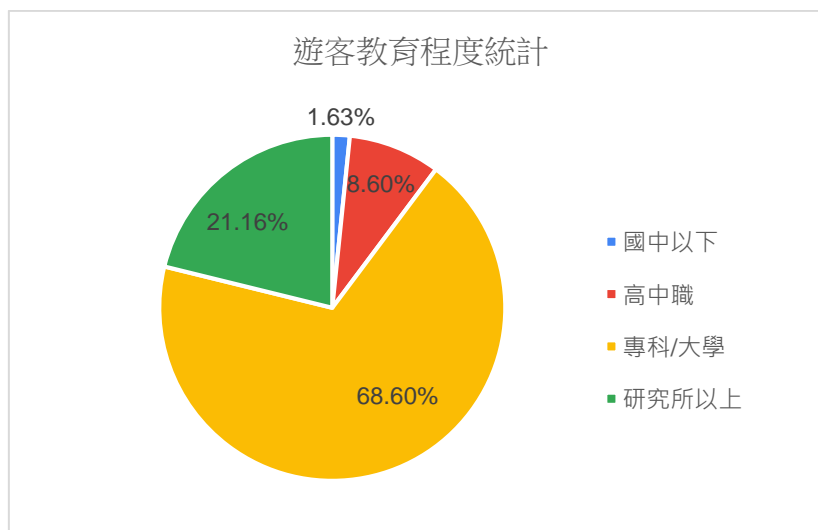


圖 6：遊客教育程度統計圖

## 五、遊客職業

本問卷將職業分為 9 類(包括「其他」)。依據 419 筆遊客回饋資料，以「商業、一般公司行號、服務業」佔比最高，近 3 成 4；次之為「學生」，約 1 成 9；佔比最低為「農、林、漁、牧相關」，僅 0.24%。回饋資料中，「其他」一項為遊客自己填寫，包括有家管、自由業、待業等。

表 7：遊客職業統計

	人數	百分比
商業、一般公司行號、服務業	142	33.89%
學生	79	18.85%
軍公教	59	14.08%
工業、科技業	48	11.46%
藝文相關	31	7.40%
醫療	30	7.16%
退休人士	19	4.53%
農、林、漁、牧相關	1	0.24%
其他	10	2.39%
總計	419	100.00%

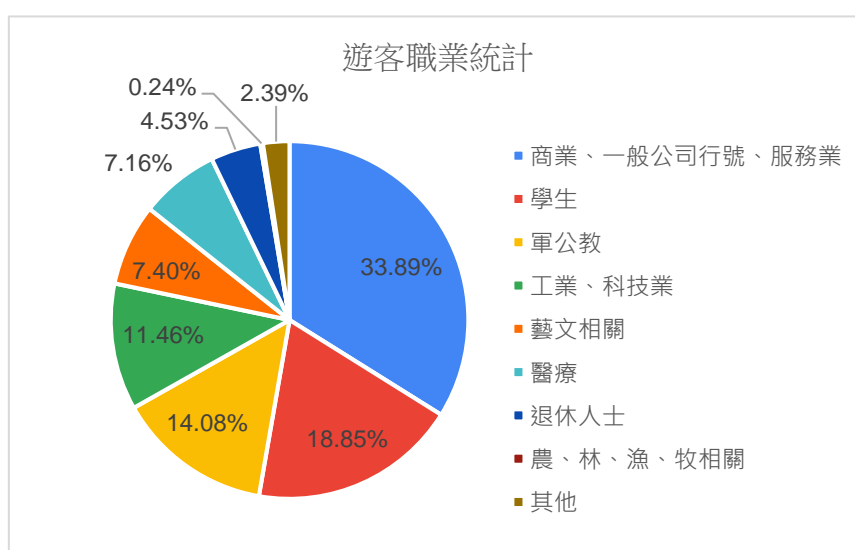


圖7：遊客職業統計圖

綜整以上統計資料，黃金博遊客來自全台各地，顯示黃金博知名度已經擴及全台，是台灣重要旅遊景點。其中，因交通便捷、TPASS 通勤月票及新北市市民免票優惠措施，近 2 成 5 遊客來自新北，佔比最高。從性別統計來看，黃金博遊客女性較多，約佔 6 成 5；從年齡分布來看，黃金博遊客年齡主要分佈在 20 至 49 歲之間，約佔 8 成 4。65 歲以上的遊客最少，約佔 1.86%。黃金博遊客教育程度多為大專以上。大專(學)及研究所以上兩者共計約 9 成。從職業

類別來看，黃金博遊客以「商業、一般公司行號、服務業」佔比最高，近**3成4**；前三名職業類別分別是「商業、一般公司行號、服務業」、「學生」、「軍公教」。

與**113**年線上遊客問卷統計結果相比，兩者遊客輪廓相似。都是女性較多；青壯年為主，**65**歲以上人口非常少；多來自雙北；學歷多在大專(學)以上；職業多為「商業、一般公司行號、服務業」、「學生」、「軍公教」。

## 參、遊客行程安排

有關遊客行程安排，本問卷設計有7個問題，包括造訪頻率、目的、所使用的交通工具、遊程旅伴、遊程訊息來源、造訪時間以及在黃金博停留時間。

### 一、遊客造訪頻率

依據下表8，433筆回饋資料，約8成9的遊客為第一次造訪黃金博，其次為造訪2次者，僅7.85%。

表8：遊客造訪頻率(含本次)

	人數	百分比
1次	384	88.68%
2次	34	7.85%
3-4次	9	2.08%
5-6次	2	0.46%
7次以上	4	0.92%
總計	433	100.00%

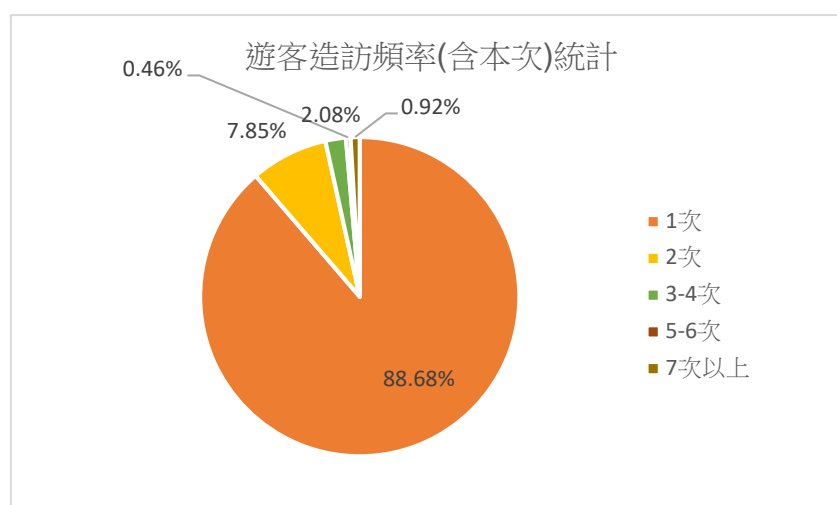


圖8：遊客造訪頻率統計圖

### 二、遊客造訪目的

有關造訪目的，約6成6的遊客是為了與家人朋友出遊而來黃金博。其次，約1成3的遊客是想要了解金瓜石地區的歷史；觀賞自然風景與參觀其他景點而順便造訪的遊客差不多，大約有8.53%及7.37%。為了看展覽而造訪的遊客僅佔2.53%。

表 9：遊客造訪目的

	人數	百分比
與家人朋友出遊	285	65.67%
了解金瓜石地區的歷史	58	13.36%
觀賞自然風景	37	8.53%
參觀其他景點，順便造訪。	32	7.37%
看展覽	11	2.53%
參加活動	6	1.38%
其他	5	1.15%
總計	434	100.00%

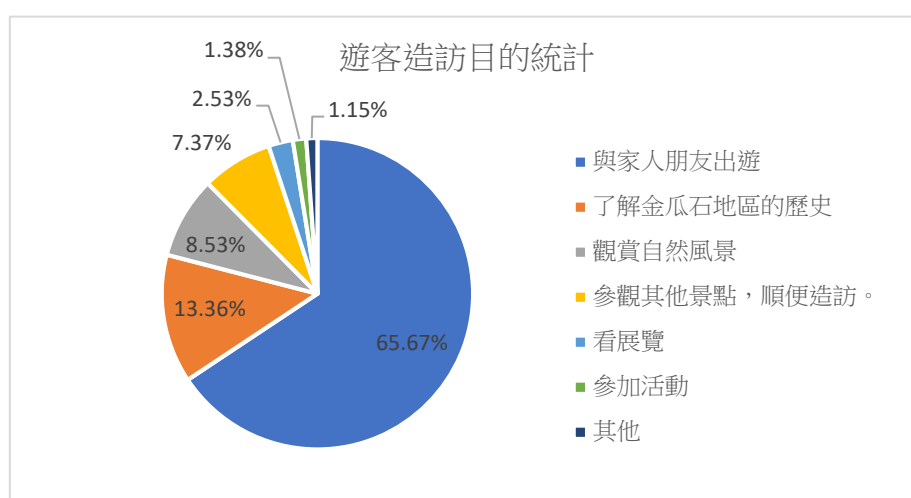


圖9：遊客造訪目的統計圖

### 三、遊客交通工具

由於黃金博所在的水金九山城乃沿山坡形成的聚落，平緩可設停車場的空間非常少，加上大眾運輸系統尚稱便捷，因此，遊客多半搭乘公車客運到館。依下表10，433筆回饋資料，來訪旅客以搭乘公車客運最多，約佔8成2；其次是自行開車，僅7.16%。「其他」選項則包括計程車、從九份走路等。

表10：遊客交通工具

	人數	百分比
公車客運	355	81.99%
自用汽車	31	7.16%
機車	22	5.08%
其他	20	4.62%
遊覽車	5	1.15%
總計	433	100.00%

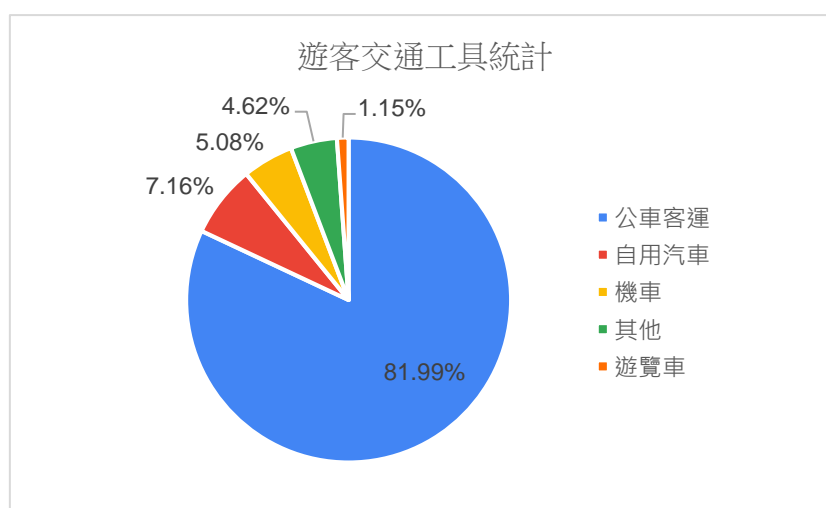


圖10：遊客交通工具統計圖

#### 四、遊客遊程旅伴

依據下表11，431筆回饋資料，來訪遊客偏好結伴同行。其中，約5成3的遊客是與朋友來訪；另約3成8的遊客是與與家人(夫妻、親子同遊或長輩同行)來訪。獨自參觀也有7.66%。

表11：遊客遊程旅伴

	人數	百分比
朋友同好	228	52.90%
與家人(夫妻、親子同遊或長輩同行)	165	38.28%
獨自參觀	33	7.66%
團體旅遊(公司、社團、校外教學)	3	0.70%
其他	2	0.46%
總計	431	100.00%

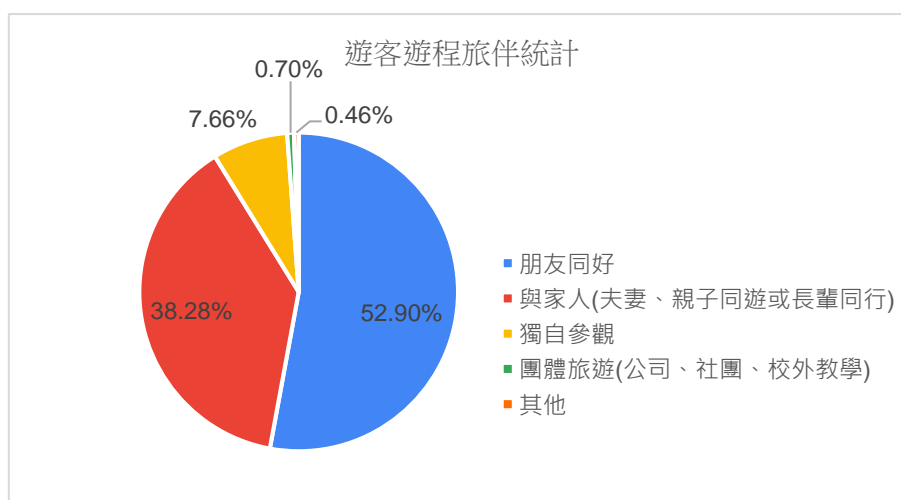


圖11：遊客遊程旅伴統計圖

### 五、遊客遊程資訊來源

依下表 12，427 筆回饋資料，約 3 成 5 的遊客是因親友介紹來訪；近 2 成遊客是從網路資訊如 youtube、社群媒體等獲得資訊；另約 1 成 8 的遊客是從黃金博官方網站、IG、臉書粉絲頁等獲知資訊。共計有 3 成 7 的遊客是從網路得知黃金博相關訊息。只有 5.39% 的遊客是從電視、廣播等媒體獲得遊程資訊，佔比還不如路過而來參觀的遊客。由問卷結果得知，傳統媒體，如報章雜誌、電視、廣播等，訊息傳播的影響力已經遠不如網路媒體。「其他」一項則包括小紅書、google map、民宿老闆推薦、小學校外教學來過、以前來過、在地人、導覽活動得知等。

表12：遊客遊程資訊來源

	人數	百分比
親友介紹	150	35.13%
網路資訊如youtube、社群媒體	82	19.20%
官方網站、IG、臉書	75	17.56%
路過	58	13.58%
其他	28	6.56%
電視、廣播等媒體	23	5.39%
文宣品、報章雜誌	11	2.58%
總計	427	100.00%

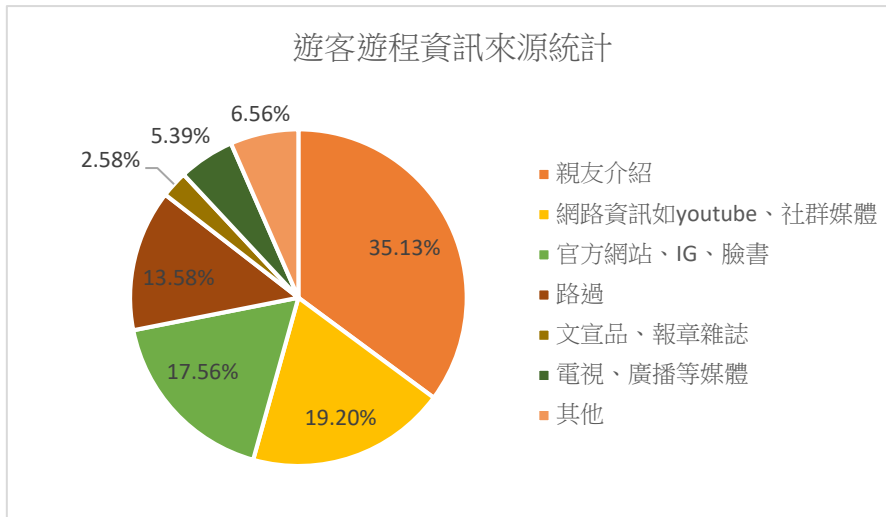


圖12：遊客遊程資訊來源統計圖

#### 六、遊客造訪時間

依據下表 13，425 筆回饋資料，約 5 成 8 的遊客在上午來訪。

表13：遊客來訪時間

	人數	百分比
上午	246	57.88%
下午	179	42.12%
總計	425	100.00%

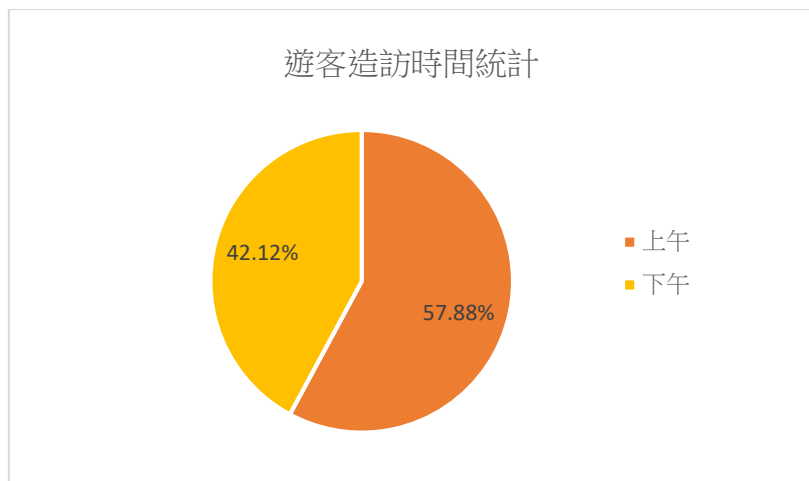


圖13：遊客造訪時間統計圖

#### 七、遊客停留時間

依下表14，432筆回饋資料，僅停留1小時的遊客非常少，僅佔4.63%，還低於停留4小時以上者。約7成1的遊客停留時間在1至3小時以內。停留時間在3至4小時的遊客也有1成6。

表14：遊客停留時間

	人數	百分比
1 小時	20	4.63%
1-2 小時	141	32.64%
2-3 小時	167	38.66%
3-4 小時	71	16.44%
4 小時以上	33	7.64%
總計	432	100.00%

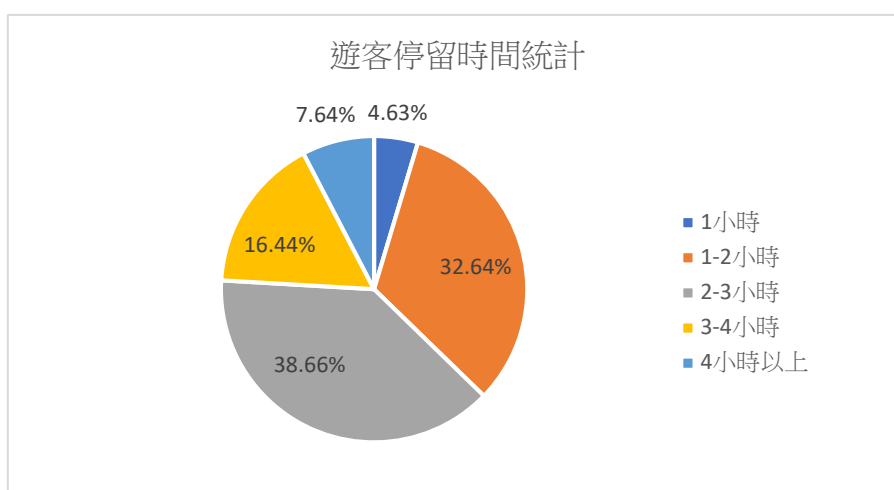


圖14：遊客停留時間統計圖

依據本問卷統計結果，黃金博來訪遊客 8 成 9 為首次造訪。造訪目的，佔比最高的，約 6 成 6 是為了與家人朋友出遊。其次是為了「了解金瓜石地區的歷史」、「觀賞自然風景」、「參觀其他景點，順便造訪」等。為了展覽及黃金博活動而來訪的遊客僅有 2.53% 及 1.38%，是所有造訪目的選項佔比最低的。顯示在遊客認知中，黃金博是個與親友一起出遊的好景點，水金九山城的自然風景、在地人文歷史比黃金博展覽及活動更吸引遊客。

黃金博位於台灣東北角，從台北出發，如果搭乘大眾運輸工具，約需 2 小時車程；從基隆出發搭車，約需 1 小時車程。大眾運輸工具有火車、公車、客運等，交通便捷且有通勤月票優惠措施。本地山坡陡峭，聚落沿山興建，平緩空地很少，不利停車場設置。在地居民利用零星小平地，或是閒置民宅做停車生意，故也難以實施假日遊客量、車輛的總量管制措施。假日遊客量暴增時，停車位置不敷需求，容易造成塞車、停車困難，造成民怨。大眾運輸便捷優惠、加上停車困難、停車費用昂貴等，來訪遊客大多選擇大眾運輸，與 113 年相較，佔比還略為上升。到訪黃金博的遊客多半是攜伴同行，佔比最高的是與朋友同好出遊；其次是與家人，包括夫妻、親子、或長輩同行出遊。前兩者相

加佔了 9 成 1。

遊客遊程所需資訊管道前三名為「親友介紹」、「網路資訊(如 youtube、社群媒體)」、「官方網站、IG、臉書」。另值得注意的是有 13.58%的遊客是「路過」，顯示黃金博雖然不在遊客原來的預定行程內，還是願意進來參觀。從前述資料可以看到，除了親友的口碑行銷，行程相關資訊來源管道主要是遊客上網搜尋。傳統媒體，如電視、廣播、報章雜誌等，觸及遊客的效果甚至還低於「路過」這個選項。因此，黃金博目前主要的行銷資源配置在官網、社群媒體等網路媒體的策略是正確的。

黃金博館區各設施沿山坡設置，佔地約 4.5 公頃，服務設施多元，包括 7 處館舍、3 處體驗設施、1 處餐廳、2 處賣店等。遊客從大門口公車站下車，如無參觀沿途館舍，逕自步行至黃金館參觀鎮館之寶「大金磚」需一路上坡，約 15 分鐘路程。因此，如需獲得較好參觀體驗，考量民眾體力及參觀品質，通常需至少安排 2 小時為佳。本問卷統計結果也符合前述情況及觀察。有關遊程時間安排，遊客通常都是上午到館參觀。停留時間以 2 至 3 小時最多；其次為停留 1 至 2 小時者。停留 3 至 4 小時者也有 1 成 6。僅停留 1 小時的遊客最少，僅 4.63%。

## 肆、滿意度分析

本問卷針對黃金博15項服務進行滿意度調查，包括：整體滿意度、館舍空間規劃、館內外標示、指標規劃、休憩設備、廁所清潔、環境整潔、場館溫溼度空調、展覽主題、內容、展場動線、展覽方式、服務人員服務品質、導覽服務品質、願意再訪黃金博、願意推薦黃金博、關於黃金博的其他意見。採用李克特(Likert scale)五點態度量表，選項從「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」，共分成五個等級，統計時則分別給予5、4、3、2、1分。

### 一、整體滿意度

依下表 15，433 筆回饋資料中，73.67%的觀眾感到非常滿意，約 23.09%的觀眾感到滿意，總計約 96.79%的遊客對於該次遊程感到滿意。平均為 4.70 分。

表 15：整體滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	0	13	100	319	433
百分比	0.23%	0.00%	3.00%	23.09%	73.67%	100.00%

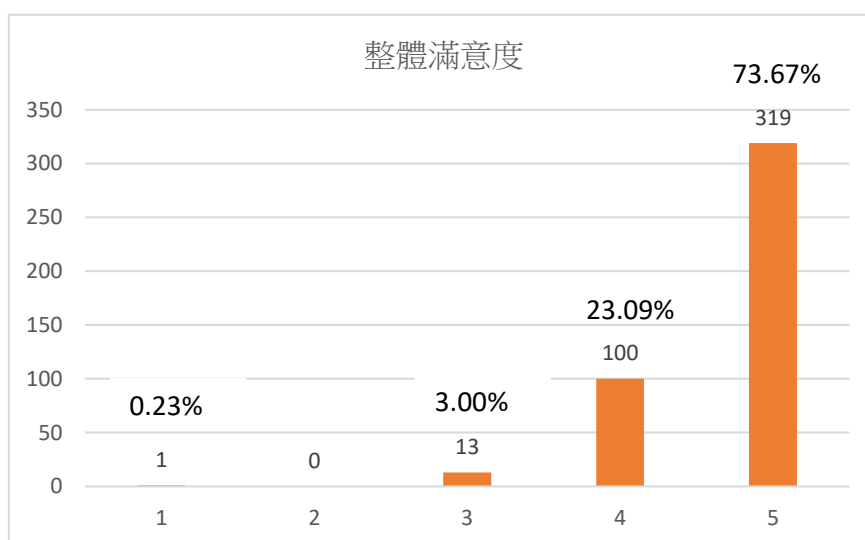


圖 15：整體滿意度統計圖

### 二、館舍空間規劃

依下表 16，433 筆回饋資料，71.36%的觀眾感到非常滿意，約 21.71%的觀眾感到滿意，總計約 93.07%的遊客對於館舍空間規劃感到滿意。平均為 4.64 分。

表 16：館舍空間規劃滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	0	3	27	94	309	433
百分比	0.00%	0.69%	6.24%	21.71%	71.36%	100.00%

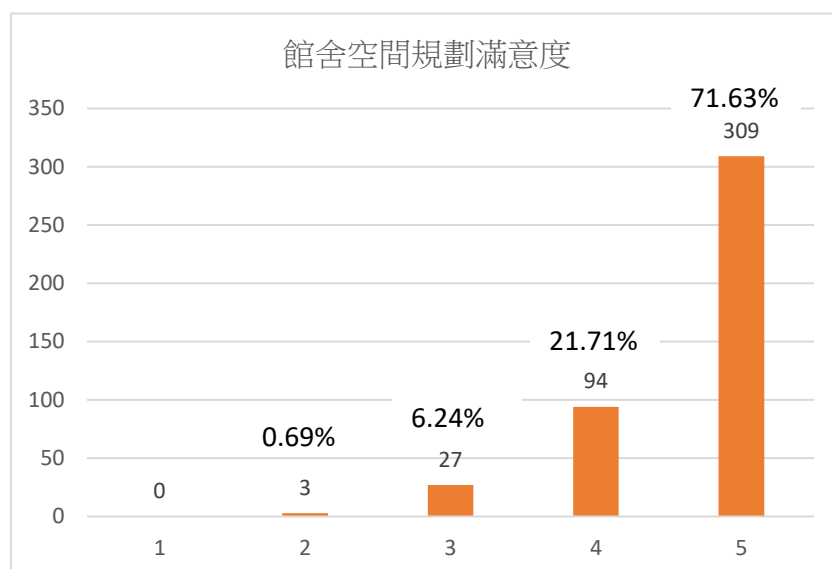


圖 16：館舍空間規劃滿意度統計圖

### 三、館內外標示、指標規劃

依據表 17，431 筆回饋資料，70.07%的觀眾感到非常滿意，21.58%的觀眾感到滿意，總計 91.65%遊客對於館內外標示、指標規劃感到滿意。平均為 4.68 分。

表 17：館內外標示、指標規劃滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	2	33	93	302	431
百分比	0.23%	0.46%	7.66%	21.58%	70.07%	100.00%

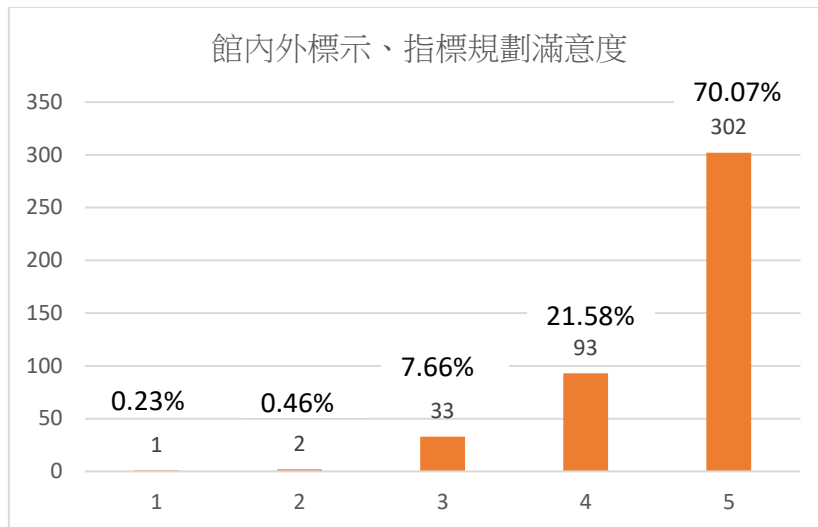


圖 17：館內外標示、指標規劃滿意度統計圖

#### 四、休憩設備

依下表 18，431 筆回饋資料，67.05%的觀眾感到非常滿意，23.43%的觀眾感到滿意，總計 90.48%的遊客對於館內休憩設備感到滿意。平均為 4.53 分。

表 18：休憩設備滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	2	3	36	101	289	431
百分比	0.46%	0.70%	8.35%	23.43%	67.05%	100.00%

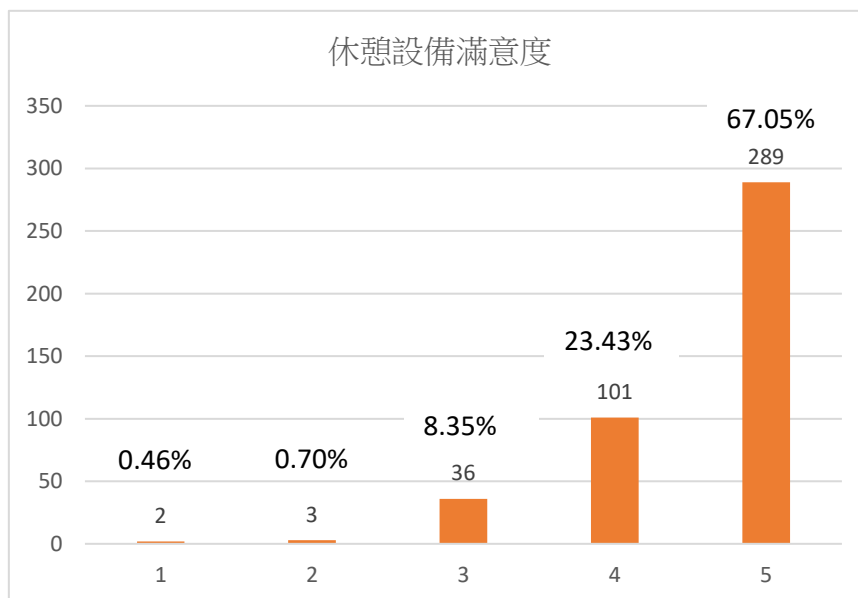


圖 18：休憩設備滿意度統計圖

#### 五、廁所清潔

依據表 19，429 筆回饋資料，59.91%的觀眾感到非常滿意，27.97%的觀眾感到滿意，總計 87.88%的遊客對於館內廁所清潔感到滿意。平均為 4.46 分。

表 19：廁所清潔滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	5	46	120	257	429
百分比	0.23%	1.17%	10.72%	27.97%	59.91%	100.00%

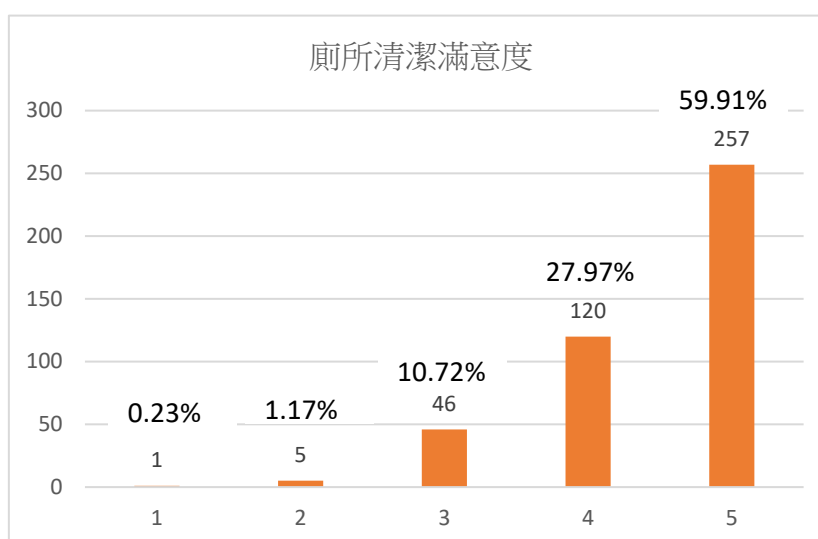


圖 19：廁所清潔滿意度統計圖

## 六、環境整潔

依據表 20，432 筆回饋資料，72.92%的觀眾感到非常滿意，24.07%的觀眾感到滿意，總計 96.99%的遊客對於園區整體環境清潔感到滿意。沒有遊客感到不滿意。平均為 4.70 分。

表 20：環境整潔滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	0	0	13	104	315	432
百分比	0.00%	0.00%	3.01%	24.07%	72.92%	100.00%

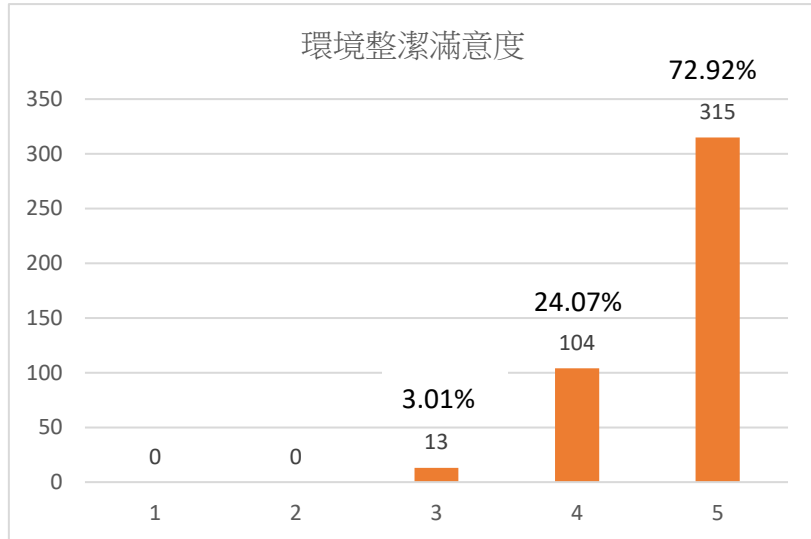


圖 20：環境整潔滿意度統計圖

### 七、場館溫溼度空調

依據表 21，430 筆回饋資料，73.49%的觀眾感到非常滿意，21.86%的觀眾感到滿意，總計 95.35%的遊客對於黃金博場館溫溼度空調感到滿意。平均為 4.68 分。

表 21：場館溫溼度空調滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	3	16	94	316	430
百分比	0.23%	0.70%	3.72%	21.86%	73.49%	100.00%

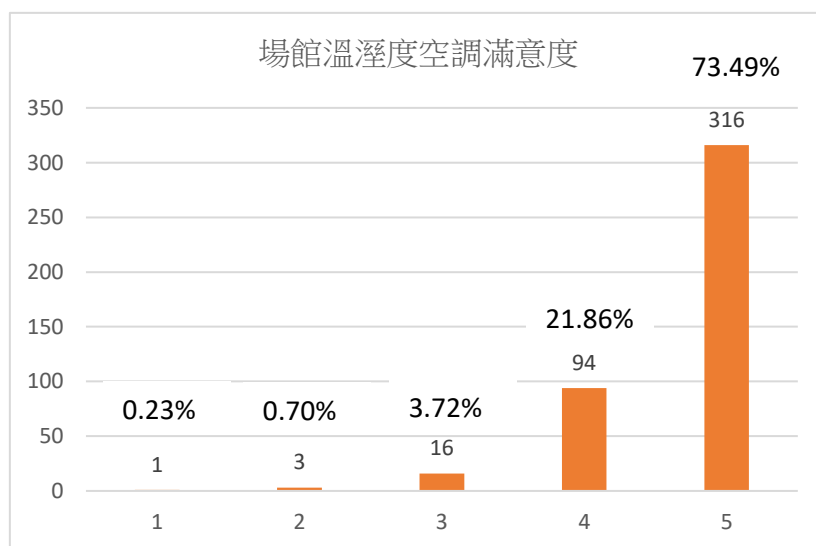


圖 21：場館溫溼度空調滿意度統計圖

## 八、展覽主題、內容

依據表 22，429 筆回饋資料，72.73%的觀眾感到非常滿意，20.51%的觀眾感到滿意，總計 93.24%的遊客對於黃金博展覽主題、內容感到滿意。平均為 4.66 分。

表 22：展覽主題、內容滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	0	2	27	88	312	429
百分比	0.00%	0.47%	6.29%	20.51%	72.73%	100.00%

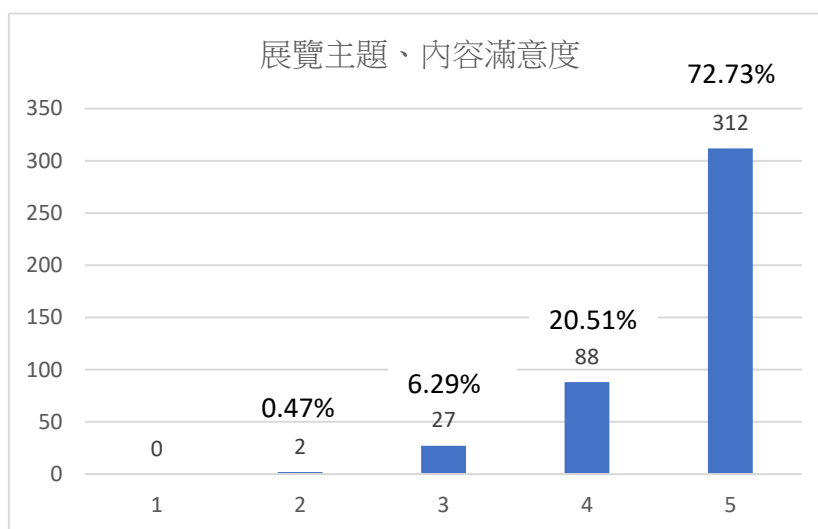


圖 22：展覽主題、內容滿意度統計圖

## 九、展場動線

依據表 23，430 筆回饋資料，71.86%的觀眾感到非常滿意，21.40%的觀眾感到滿意，總計 93.26%的遊客對於黃金博展場動線感到滿意。平均為 4.64 分。

表 23：展場動線滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	4	24	92	309	430
百分比	0.23%	0.93%	5.58%	21.40%	71.86%	100.00%

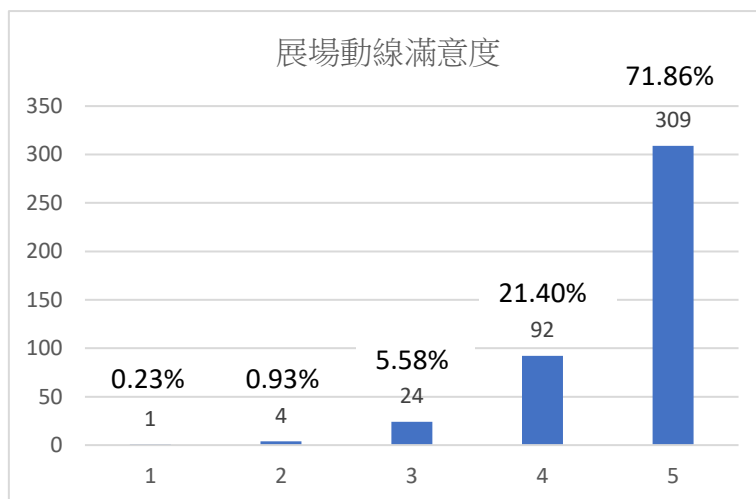


圖 23：展場動線滿意度分析圖

#### 十、展覽方式

依據表 24，432 筆回饋資料，73.15%的觀眾感到非常滿意，21.06%的觀眾感到滿意，總計 94.21%的遊客對於黃金博展覽方式感到滿意。平均為 4.66 分。

表 24：展覽方式滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	3	21	91	316	432
百分比	0.23%	0.69%	4.86%	21.06%	73.15%	100.00%

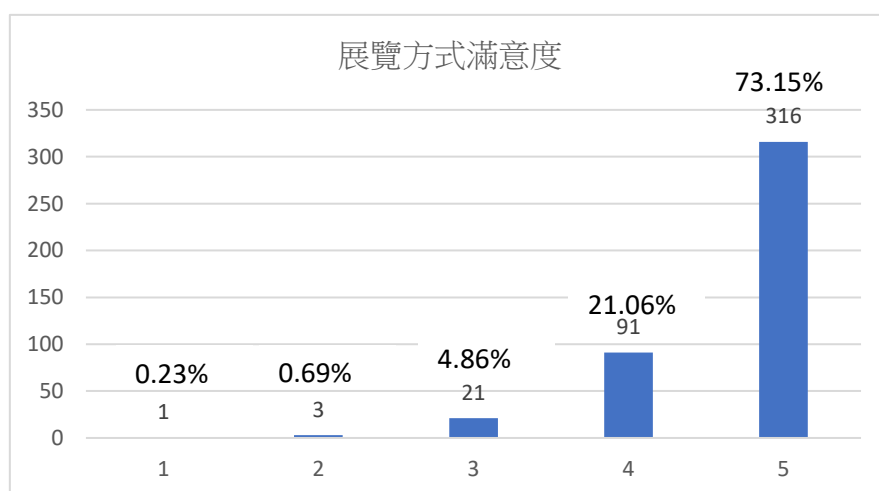


圖 24：展覽方式滿意度統計圖

#### 十一、服務人員服務品質

依據表 25，430 筆回饋資料，87.91%的觀眾感到非常滿意，10.00%的觀眾感到滿意，總計 97.91%的遊客對於黃金博服務人員服務品質感到滿意。平均為 4.85 分。

表 25：服務人員服務品質滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	1	7	43	378	430
百分比	0.23%	0.23%	1.63%	10.00%	87.91%	100.00%

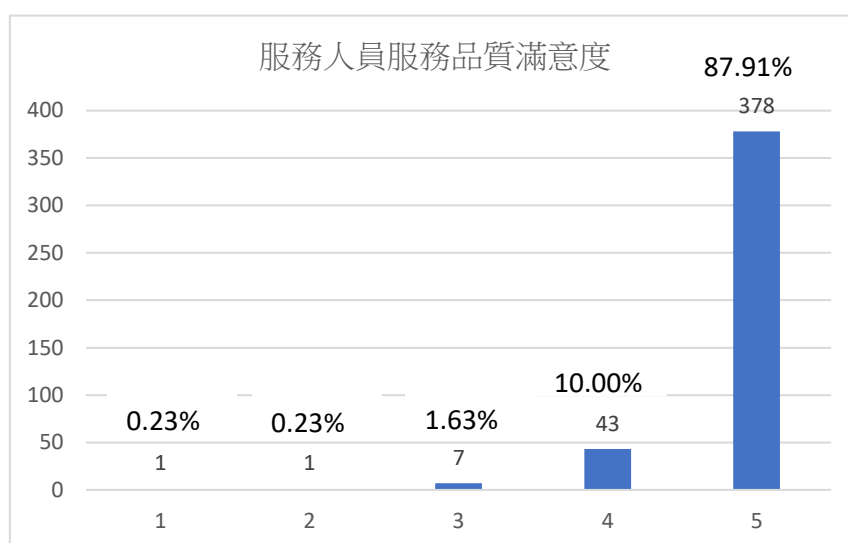


圖 25：服務人員服務品質滿意度統計圖

## 十二、導覽服務品質

依據表 26，425 筆回饋資料，78.12%的觀眾感到非常滿意，16.24%的觀眾感到滿意，總計 94.36%的遊客對於黃金博導覽服務品質感到滿意。平均為 4.72 分。

表 26：導覽服務品質滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	0	1	23	69	332	425
百分比	0.00%	0.24%	5.41%	16.24%	78.12%	100.00%

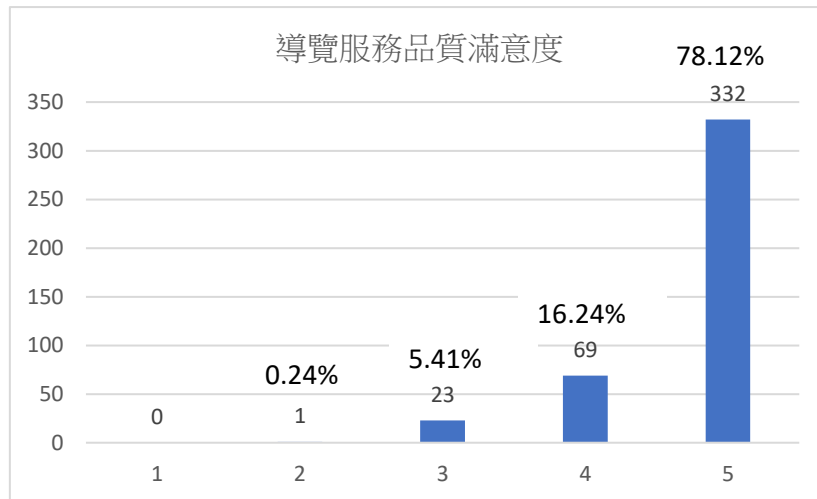


圖 26：導覽服務品質滿意度統計圖

### 十三、願意再訪黃金黃金博

依據表 27，429 筆回饋資料，70.40%的觀眾感到非常滿意，19.81%的觀眾感到滿意，總計 90.21%的遊客願意再訪黃金黃金博。平均為 4.59 分。

表 27：願意再訪黃金黃金博滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	6	35	85	302	429
百分比	0.23%	1.40%	8.16%	19.81%	70.40%	100.00%

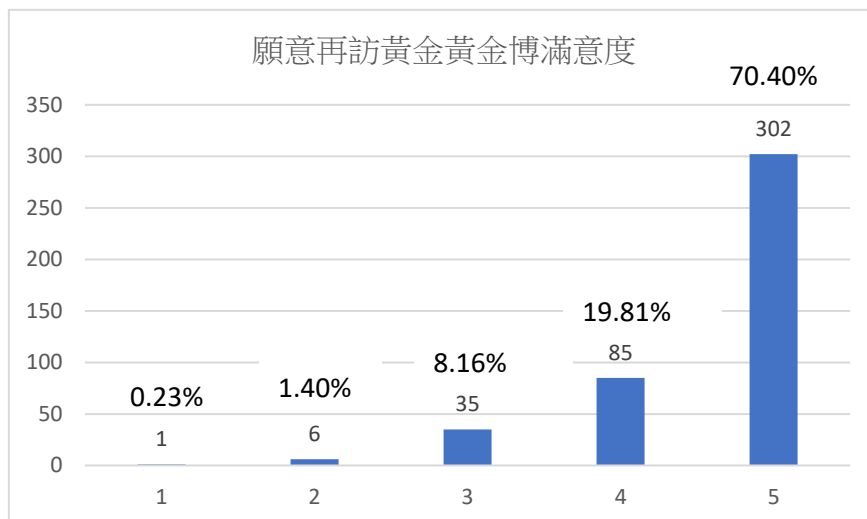


圖 27：願意再訪黃金黃金博統計圖

### 十四、願意推薦黃金博物館

依據表 27，425 筆回饋資料，75.76%的觀眾感到非常滿意，19.29%的觀眾感到滿意，總計 95.05%的遊客願意推薦黃金博物館。平均為 4.70 分。

表 28：願意推薦黃金黃金博滿意度

滿意度	1	2	3	4	5	總計
人數	1	0	20	82	322	425
百分比	0.24%	0.00%	4.71%	19.29%	75.76%	100.00%

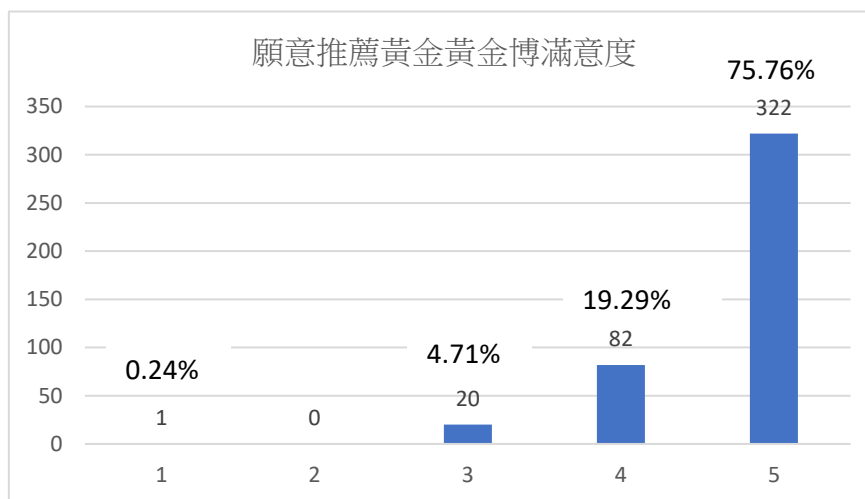


圖 28：願意推薦黃金黃金博統計圖

#### 十五、關於黃金黃金博的其他意見

434 筆回收問卷中，有 113 筆回饋意見，其中有 17 則是稱讚現場服務人員及導覽員。與 113 年問卷統計結果相同，服務人員服務品質及導覽員服務品質高居黃金博各項服務滿意度調查前兩名。在服務設施方面，遊客提到希望增強無障礙設施、增設停車空間、更新指示牌、希望飲水機提供冰水等；在展覽及活動方面，肯定本山五坑體驗、淘金體驗；遊客也肯定 VR 體驗，希望能增加 VR 體驗場次及每場體驗人次；希望展覽增加更多互動性展示等；希望黃金博活化神社；希望太子賓館儘快開放。遊客回饋意見詳見附錄 1。

整理以上 14 項對於黃金博各項服務的滿意度平均分數，如下表 29。與 113 年滿意度統計結果相較，有 10 個服務項目滿意度平均分數較 113 年提升，僅有「服務人員服務品質滿意度」及「願意再訪黃金黃金博」平均分數較 113 年下降；「導覽服務品質滿意度」及「休憩設備滿意度」平均分數與 113 年一樣。14 個項目中，僅有「廁所清潔滿意度」的平均分數低於 4.5，但跟 113 年(4.37)相比仍略微上升，為 4.46。

從排名來看，與 113 年相較，有 5 個服務項目排名上升，有 4 個服務項目排名下降，有 5 個服務項目與 113 年的排名一樣。其中，「服務人員服務品質滿意度」及「導覽服務品質滿意度」近 3 年，112 年至 114 年都是第 1 及第 2 名。「休憩設備滿意度」及「廁所清潔滿意度」近 3 年，112 年至 114 年都是第 13 及第 14 名。雖然「廁所清潔滿意度」排名一直難以提升，但「環境整潔

滿意度」從 113 年第 7 名爬升至第 3 名，顯示遊客對於園區整體環境，包括戶外空間、各展館的環境清潔認同度高。推測是因為廁所使用人數太多、且設備老舊、夏天枯水期容易水壓不足等因素，容易造成遊客主觀感受不佳。另，「環境整潔滿意度」、「場館溫溼度空調滿意度」、「館內外標示、指標規劃滿意度」這 3 項，排名進步幅度最大。自 114 年起，各展館陸續更換空調設備，所以「場館溫溼度空調滿意度」大幅提升。

在遊客回饋意見中，有 1 成多肯定現場服務人員及導覽團隊親切、貼心、主動積極，為旅程留下美好回憶。雖然僅有 2.53% 的遊客造訪黃金博是為了展覽，但是有關展覽的 3 項滿意度調查，包括展覽主題、內容、展覽方式、展場動線等，平均分數都在 4.6 以上。顯示遊客對於黃金博展覽的嘉許。整體來說，無論在人員服務、展覽規劃、館舍硬體、指標動線、清潔等，來訪遊客大多肯定黃金博各項作為。

表 29：各服務項目滿意度平均分數一覽

	114 年 滿意度 平均分 數	114 年 名次	113 年 滿意度 平均分 數	113 年 名次	112 年 滿意度 平均分 數	112 年 名次
服務人員服務品質滿意度	4.85	1	4.87	1	4.84	1
導覽服務品質滿意度	4.72	2	4.72	2	4.69	2
環境整潔滿意度	4.70	3	4.61	7	4.63	4
願意推薦黃金博	4.70	3	4.69	3	4.55	9
整體滿意度	4.70	3	4.68	4	4.64	3
展覽主題、內容滿意度	4.68	6	4.64	5	4.59	5
場館溫溼度空調滿意度	4.68	6	4.58	10	4.52	12
館內外標示、指標規劃滿意度	4.68	6	4.55	12	4.54	11
展覽方式滿意度	4.66	9	4.64	5	4.59	5
館舍空間規劃滿意度	4.64	10	4.61	7	4.56	7
展場動線滿意度	4.64	10	4.56	11	4.55	8
願意再訪黃金博	4.59	12	4.61	7	4.55	9

休憩設備滿意度	4.53	13	4.53	13.	4.48	13
廁所清潔滿意度	4.46	14	4.37	14	4.40	14

附錄 1：遊客回應「關於黃金黃金博的其他意見」

1. 購票資訊應重新設計，幾乎所有人看完都還要再問一次到底要不要買票，那些體驗要重新買票，很浪費時間。2. 建議入園就有更清楚的指示目前開放參觀的館區以及其可及性，多數地方需要爬不短的階梯，入口應該有更清楚明確的指示 2. 工作人員服務態度不佳，驗票前還在摳牙齒摳嘴巴，個人衛生堪慮 3. 旅客服務中心可以寄放行李很優質，謝謝
vr 人數開放太少了～
VR 展覽正好沒有開放有點可惜，希望網站能更明確的標示。
人員都很客氣！行李寄放服務很貼心，謝謝～
人員超級好態度超好
工作人員都非常親切，早上還介紹警察局旁邊榕樹上的貓頭鷹！
工作人員都很親切會微笑！讚
互動體驗偏少，管區分散不知道內容有啥
太子賓館快點開
太子賓館沒開 有點失望
台車一小圈 120 偏貴
四連棟沒有全部參觀到覺得有點可惜
四連棟很讚
如果可以多些与访客的互动体验展览，连贯每个环节，如像去主题乐园概念。
冷氣可以多一點
坑道體驗維修，但未先告知，有點可惜
希望金瓜石神社可以舉辦 夏日觀星金幸福 的活動，地理條件很好，很適合夜晚觀星以及欣賞山腳下的夜景。
希望提供館內各館的位置和參觀資訊
希望郵局除了明信片還有賣黃金博相關的郵票
希望飲水機有冰水
我好像有看到 1、2 座閒置的建築，我覺得可以多加利用。以及圓形紀念幣如果能夠做得更有特色，感覺更能吸引大家收藏。
更多 VR 設施更好
每一場的 VR 眼鏡的數量太少，多人同行無法預約同一場，分開預約又太浪費時間
沒有很完美
沒有規劃公有停車位，沒有無障礙通道，小火車的班次可以多一點
沒有複選
辛苦了

官網似乎沒有公告大地館換展中，無開放。
服務人員，親切有禮，讚！
服務人員服務和態度都非常好又很貼心
服務人員非常熱心
服務人員很親切！
服務人員都非常親切，詢問路線跟公車資訊都講得很清楚！很棒喔！
服務人員超親切
服務人員態度良好
服務人員熱情推薦景點
服務中心人員都非常友善樂意幫助解說清楚 希望能標示出距離 因為都是爬坡
服務中心工作人員很親切
服務中心的志工老師非常熱心
服務很讚
服務態度極好、很滿意
服務優良
門票太貴
非常值得來的行程，互動式遊戲都做的非常好，展品也都很有趣
非常棒感謝你們～～
非常滿意，工作人員服務好
建議停供愛心傘、和廁所 建議乾爽一點
很好
很喜歡行李寄放服務，背包客友善！
很棒
很棒！人員態度很好
很滿意
很讚
指示牌多已斑駁看不清字跡，建議要更新。
展區豐富多元
展場有點小，希望能展出更多相關歷史文物
神社好遠 ㄟ_ㄟ
假日開放停車場或更多停車場
停車不太方便
淘金跟 VR 有時間限制，沒辦法參觀很可惜，建議提供多個時段
淘金活動有趣以外，各館服務人員非常之熱情！尤其是在淘金館的姊姊在回程路上遇見我們之後，為我們打算及規劃了後面的金瓜石瀑布的行程，真心感謝這一趟旅程遇見這裡的服務人員♥。

淘金體驗很有趣（雖然很冷）
淘金體驗很棒！感謝
這次台車體驗在維修，很可惜，希望下次來可以體驗到
這次很可惜，太子賓館跟大地館都在整理不開放，少了能參觀的展館
都很棒唷
喜歡
廁所水很小、需要自備衛生紙
最愛摸金磚行程
期待太子賓館的開放。
期待後續展覽開放
棒
無
無，都很好
飲水機可以有標示
飲水機廁所很方便。服務台很有耐心說明。
黃金館旁的廁所味道比較重
園區乾淨，工作人員親切
想看一頓的黃金
遊客中心的服務人員都很親切，而且提供行李寄放和愛心傘實在是太棒了。 導覽路線比較不清楚，希望未來可以提供園區地圖給遊客。
遊客服務中心和大地館人員友善，其他普通
過來的交通路線可以增設交通號誌，以防塞車
網頁沒有顯示兩人同行半價，提前購買淘金套票無法退換。在入園購票處換 紙本票但是每個館入口操作不熟練，總是問為什麼兩張票都是 0 元
蒐集活動的禮物貼紙沒有很可愛☹
導覽人員及服務中心人員很熱情！
導覽人員很熱心提供參觀建議，隨時提供即時資訊，謝謝你們
謝謝服務
謝謝服務中心小姐的幫忙
謝謝導覽員吳先生的介紹，讓我們更了解礦產，以及金瓜石，解說導覽的很 棒，收益良多。
購票的動線可以再清楚一些
礦工便當很好吃
蠻棒的
讚
讚讚



版權頁

新北市立黃金黃金博  
114 年遊客線上問卷統計分析

---

發行人	林文中
主編	徐蕙
執行編輯	王慧珍
出版機關	新北市立黃金博物館
	統一編號/29332513
	地址/新北市瑞芳區金瓜石金光路 8 號
	電話/02-24962800
	傳真/02-24962820
	網址/ <a href="http://www.gep.ntpc.gov.tw">www.gep.ntpc.gov.tw</a>
出版日期	115 年 5 月

---