

# 2018 新北市兒童藝術節「重返怪獸島」

## 滿意度問卷調查報告

問卷調查執行單位：新北市政府文化局

主持人：林寬裕 局長

共同主持人：李慶華 助理研究員

中 華 民 國 1 0 7 年 1 1 月



## 謝誌與總評

本自行研究案，感謝新北市立圖書館總館同仁支援兒藝節期間的訪員工作。尤其是問卷調查期間，兩位訪員督導，國蘭(出勤 8 次)和坤泉(出勤 19 次)，都能確實督導並執行面訪應注意的事項。國蘭並協助問卷調查前的前置作業和問卷調查後的訪員服務心得彙整、支援人力統計等後續工作。

今年兒藝節人力支援，原本規劃每日 2 場(上半場 15:00~18:00；下半場 17:00~21:00)共 14 人(市圖行政人員 4 人，文化局志工 10 人)。後因種種因素，第 4 天起全部由市圖總館行政人員支援，每日 2 場計支援 10 至 12 人。問卷調查期間，合計支援 126 人次(包括市圖 97 人次和文化局志工 29 人次)。以 80 元/人 誤餐費計，合計支出 10,080 元。此外，問卷調查採用線上填答的方式進行，不僅省去了人工輸入資料的人力，也可以知道每筆問卷填答的時間。(「藝起 Summer2013 新北市夏日藝術節」是由展演科簽辦 9 萬多的小額採購案，請廠商執行問卷設計、600 份問卷調查和資料輸入的工作，我則負責撰寫問卷調查報告)。

在網路使用方面，兩臺網路分享器使用的是 3G 網路卡，網路較為不穩定。後來加入坤泉的手機吃到飽 4G 網路，以他為基地台分享網路給支援的平板，就讓工作能順利進行下去。此問題，已在活動結束後檢討並解決。除了購置新的行動裝置，並配合採用 4G 網路卡使用。

本研究，運用近年來社會科學廣泛使用的「結構方程模型」來探討品牌創建、城市意象和忠誠度的關係。前述概念是屬於抽象概念的研究，必須藉由觀察變數(問卷中的每一個題項)來衡量。為了增加整個模型的穩定性，每個潛在變數的指標(觀察變數)，一般會取三個以上。今年題目雖多，但不至於影響信效度。首先是問卷數夠多(1,827 份)，一些政治意識形態濃厚

的問卷回覆都沒刪除，整體滿意度仍高達九成二。其次，用平板做線上問卷，民眾不知問卷題數的多寡，只是當逐題、逐頁的點選問卷到最後，才會發現題目很多，因此在意見回覆欄會有小小埋怨，但是不影響其對後面問題回覆的信效度。

在構面和因子的選擇上，我們花了一番功夫。包括問卷開始的題目設計和施作問卷前測。事後在題項取捨上也花了一番功夫。從統計檢定的角度來看，有些題目不到刪除的標準，但是從觀察到的結果，剔除「讓我心情放鬆」。這題非常有信度，每天都一致的相對較低分(人潮眾多，民眾心情上較無法放鬆)，但是沒有達到做為兒藝節品牌的效度。剔除後，「結構方程模型」的配適值也跟著提高。訪員或觀眾的意見回覆也讓我們刪除了「社會價值」構面的相關問項。本研究問卷題項設計所參考的文獻，有可能是因為節慶性質不同，因此本研究不適合採用「社會價值」構面的相關問項。

有關信效度，若以「射箭」來做比喻，當箭(受訪者的回覆)集中在外圈的某部份(即結果蠻一致，但因為落在外圈並沒有測量出我們想要的主題「兒藝節品牌創建」)，表示高信度與低效度。若是箭落在紅心(即受訪的結果一致、也測出我們想要測量的主題「兒藝節品牌創建」)，表示高信度與高效度。

今年問卷調查結果在信效度上都有達到滿意解，要感謝市圖的人力支援。整體來看，市圖對於問卷執行結果功不可沒。

李慶華 謹誌於新北市政府文化局

民國 107 年 11 月

# 目 次

調查摘要.....	1
壹、調查背景與目的.....	5
一、調查緣起.....	5
二、調查目的.....	6
貳、調查方法.....	7
一、調查對象.....	7
二、調查時間.....	7
三、調查方式.....	7
四、樣本配置及回收樣本數.....	7
五、統計分析方法.....	7
參、樣本結構.....	8
一、受訪者年齡分佈.....	8
二、受訪者性別分佈.....	10
三、受訪者居住地分佈.....	12
肆、調查結果分析.....	14
一、受訪者歷年參加新北市兒童藝術節活動的情形.....	14
二、受訪者得知「2017 新北市兒童藝術節」消息管道.....	16
三、受訪者對活動的喜好度.....	18

伍、兒藝節品牌創建、城市意象、滿意度與忠誠度.....	20
陸、結論與建議.....	40
附錄一、問卷執行服務心得與建議.....	49
附錄二、民眾得知活動訊息的其他管道.....	83
附錄三、建議事項.....	87
附錄四、問卷題目.....	113
版權.....	117

## 【表目錄】

表 3-1 受訪者年齡分佈.....	8
表 3-2 受訪者性別分佈.....	10
表 3-3 受訪者居住地點分佈.....	12
表 4-1 受訪者歷年參加新北市兒童藝術節活動的情形.....	14
表 4-2 受訪者歷年參加新北市兒童藝術節活動的情形.....	16
表 4-3 受訪者對活動的喜好度.....	18
表 5-1 情感意象(品牌創建)同意度.....	26
表 5-2 嘗新意象(品牌創建)同意度.....	26
表 5-3 認知意象(品牌創建)同意度.....	26
表 5-4 整體滿意度.....	27
表 5-5 城市整體意象.....	27

表 5-6 忠誠度.....	27
表 5-7 兒藝節整體滿意度.....	30
表 5-8 測量模型之驗證性分析表.....	32
表 5-9 區別效度檢定表.....	33
表 5-10 結構模型參數估計表.....	34
表 5-11 整體模式的間接、直接、整體效果.....	37

## 【圖目錄】

圖 3-1-1 受訪者年齡分佈.....	8
圖 3-1-2 2017 年與 2018 年受訪者年齡分佈比較.....	9
圖 3-2-1 受訪者性別分佈.....	10
圖 3-2-2 2017 年與 2018 年受訪者性別分佈比較.....	11
圖 3-3-1 受訪者居住地點分佈.....	12
圖 3-3-2 2017 年與 2018 年受訪者居住地分佈比較.....	13
圖 4-1 2017 年與 2018 年受訪者參加「新北市兒童藝術節」活動情形比較.....	15
圖 4-2 2017 年與 2018 年受訪者得知「新北市兒童藝術節」消息管道比較.....	17
圖 4-3-1 2018 年受訪者對活動的喜好度.....	19
圖 4-3-2 2017 年與 2018 年受訪者對活動喜好度比較.....	19
圖 5-1 概念模型圖.....	22
圖 5-2 兒藝節品牌創建、城市意象、滿意度與忠誠度.....	25

圖 5-3 2017 年與 2018 年滿意度與忠誠度比較.....	28
圖 5-4 2018 兒藝節整體表現滿意度.....	28
圖 5-5 2017 年與 2018 年滿意度比較.....	29
圖 5-6 整體模式路徑圖.....	38
圖 5-7 「兒藝節品牌創建」構面的二階驗證性因素分析圖.....	38

# 調查摘要

以藝術節(Arts Festival)行銷都市始於二次世界大戰後，運用藝術節的事件行銷，吸引大眾的注意與媒體的報導，為都市創造正面形象與提高知名度，並且標榜差異化以達到城市行銷的目的。本研究，運用近年來社會科學廣泛使用的「結構方程模型」來尋找建構「新北市兒童藝術節」活動品牌創建的關鍵要素，及以此活動品牌作為城市行銷工具，並進而提高遊客對活動的忠誠度的可能性。

此外，為瞭解參加2018新北市兒童藝術節活動之民眾對於本次活動之整體評價，本研究採用問卷調查方式，以便利抽樣的方式，派訪員實地進行面訪，於活動現場對參觀民眾做問卷調查。本次調查施行時間為107年8月3日至8月12日，共計回收有效問卷1,827份，在信心水準95%的情況下，抽樣誤差為正負2.29%。喜好度、同意度的測量尺度係採李克特(Likert scale)五點評量尺度，從「非常不喜歡/非常不同意(1分)至非常喜歡/非常同意(5分)」進行評量。使用描述性統計、交叉分析、內部一致性效標法、獨立樣本t檢定、變異數分析、信度分析、因素分析、結構方程模型等方法分析資料，藉以了解民眾對2018新北市兒童藝術節活動的整體觀感，並作為未來相關活動規劃之參考。

調查顯示，有49.2%(898人)的受訪者是第1年參加新北市兒童藝術節，

第 2 年和第 3 年參加兒藝節的比例依序是 25.0%(457 人)和 15.0%(274 人)，連續 7 年都參加的比例為 2.1% (38 人)。受訪者是第 2 年參加新北市兒童藝術節的比例為 25.0%，遠高於去年的 17.6%，表示在留住既有觀眾上，已有不錯的成績。

調查顯示，民眾得知「2018 新北市兒童藝術節」消息之主要管道為「網路」(每百人為 62 人)，其次為「親友告知」(每百人為 36 人)和「電視」(每百人為 11 人)。去年與今年的民眾得知兒藝節消息之主要和次要管道皆為「網路」和「親友告知」。進一步觀察，得知今年在「網路」和「親友告知」的比例皆高於去年。顯示「網路」仍是最佳的行銷利器，而「親友告知」的口碑行銷也不容忽視。

民眾對活動喜好度以「恐龍展品」的喜好度最高(4.56 分)，其次為「team Lab 滑梯水果園」的 4.53 分。此外，連續兩年皆有的活動，今年的喜好度都高於去年。綜觀兩年，活動喜好度最高的為今年的「恐龍展品」(4.56 分)，和「team Lab 滑梯水果園」(4.53 分)。兩者的喜好度皆高於去年活動喜好度第一名的「AR 擴增實驗體驗區」(4.47 分)。

民眾對 2018 兒藝節整體表現滿意度的平均分數 4.40。高達 92%的民眾對本次兒藝節活動感到滿意，但是仍略低於去年的 94.6%。經由單因子變異數分析，顯示不同年齡受訪者的滿意度有顯著差異。12 歲(含)以下的受訪者有 96.0%滿意今年的活動，平均分數 4.57 分，高於其他年齡層的民眾。

比較今年和去年的滿意度與忠誠度，結果顯示，除了「推薦親友」持平皆為 4.51 分，在「明年會再來」的同意度上，今年的分數高於去年。

結構方程模型結果顯示，影響「遊客忠誠度」的最重要因素為「兒藝節品牌創建」(整體效果 0.912)。在「兒藝節品牌創建」中，則以「嘗新意象」為最重要因素，其次為「情感意象」、「認知意象」。在「嘗新意象」中，以「有驚奇感」為最重要因素。「情感意象」和「認知意象」也不可忽視，其中，「情感意象」包括「增加親子間情感」、「感受到歡樂氣氛」、「覺得很開心」，「認知意象」則包括「交通便利有利遊程安排」、「場地設施規劃安全」。

整體來看，相對最低分的是「場地設施規劃安全」(4.35 分)。今年因民眾參與活動熱烈，在場地、排隊動線規劃上，造成民眾不少埋怨。雖然活動喜好度高於去年，但是整體滿意度卻略低於去年。

其次，「兒藝節品牌創建」正向影響民眾對新北市的「城市意象」。而「城市意象」主要來自參加兒藝節的民眾對新北市的整體觀感，包括「兒童藝術之都」、「市府週邊吸引力」、「市府整體形象」。其中，以「兒童藝術之都」為最重要因素。利用「兒藝節品牌創建」的過程，不僅可以打造新北市為「兒童藝術之都」的形象，並且可以提高新北市「市府整體形象」及增加「市府週邊吸引力」，以達到行銷新北市的目的。

此外，研究結果顯示民眾對新北市的「城市意象」正向影響其對兒藝節活動的忠誠度。因此，若「兒藝節品牌創建」的過程提供給觀眾正面的「品牌形象」，並進而提高觀眾對新北市「兒童藝術之都」的「城市意象」，當這些觀眾帶著正面觀點參加活動時，他們參觀後的經驗就會加強和確認他們原本對活動本身的正向觀點，繼而提高其對活動的忠誠度。

最後，本研究結果顯示「兒藝節品牌創建」正向影響民眾對兒藝節活動的忠誠度。「遊客忠誠度」主要包括「正面評價」、「推薦別人」、「明年再來」。其中，以「推薦別人」為最重要因素，其次為「正面評價」、「明年再來」。此結果顯示，若要提升「遊客忠誠度」，則須重視「推薦別人」為主要的關鍵因素。亦即，透過口碑行銷(Word of Mouth Marketing)把顧客變成積極的品牌推廣者。

最後，整體模型中影響「遊客忠誠度」的最重要因素為「兒藝節品牌創建」（整體效果 0.912），由此，不難理解「兒藝節品牌創建」的重要性。藉由「兒藝節品牌創建」的過程，我們希望在民眾心中形塑出「在地的、科技的、與眾不同的、歡樂的、親子的、友善的、體驗的、學習的」的「新北市兒童藝術節」品牌形象(Brand Image)。當我們能提供給民眾強烈、鮮明、有趣、討人喜歡、獨特的「品牌聯想」(Brand Associations)時，正面的「品牌形象」就會深植人心，進而帶動民眾再次造訪(Revisit)和推薦(Recommend)的意願。

# 壹、調查背景與目的

## 一、調查緣起

「2018 新北市兒童藝術節」於 2018 年 8 月 3 日到 14 日開展。今年正式邁入第七屆的兒藝節，延續去年的「怪獸島」概念，以「重返怪獸島」為主題，邀請所有的大小朋友一起來到充滿童趣的怪獸樂園，喚醒每個人身體裡的童心！

今年共規劃超過 50 個節目或設施。市民廣場的「重返怪獸島」主題活動，囊括藝術互動遊戲、行動博物館設施、戶外藝術裝置以及兒童劇場，帶給觀眾全方位的藝術體驗。法國絕美燈光裝置《Les Luminéoles 光之鳥》與《FierS à Cheval 夢幻之馬》的演出，將市民廣場變身為一座充滿魔幻色彩的怪獸島!!

市府大廳的「科技叢林」，則是數位多媒體藝術裝置，帶給觀眾藝術與科技的嶄新視野。不但有會動會叫的恐龍、滑梯水果園、數位藝術體驗，還有多媒體展示裝置的翱翔水金九、海洋魔立方及各種周邊活動，帶給所有大小朋友一個既充滿樂趣又富有教育意義的暑假生活。

壓軸的「歡樂變裝大遊行」則是兒藝節的重頭戲，不僅有非常多在地表演團隊、學校、社區團體及藝術團體的熱情參與，也吸引家長們帶著小朋友參加年度暑假最歡樂的變裝趴。

## 二、調查目的

問卷調查可作為市府施政措施的可量化指標，藉以瞭解市民對市府施政措施暨成果的認知與觀感。本次透過問卷調查擬瞭解參加2018新北市兒童藝術節之民眾，參加新北市兒童藝術節的次數、獲知本次兒童藝術節之宣傳管道、對各項活動的喜好程度、對於兒藝節活動的品牌創建、市府整體形象的打造、整體活動的滿意度、推薦親友及明年再訪的忠誠度，及對於本次活動之回饋意見等，藉以了解民眾對2018新北市兒童藝術節的整體觀感，並作為未來相關活動規劃之參考。

## 貳、調查方法

### 一、調查對象

參與 2018 新北市兒童藝術節「重返怪獸島」的民眾。

### 二、調查時間

調查日期：中華民國 107 年 8 月 3 日至 8 月 12 日，計 10 日。

調查時間：配合活動辦理時間進行調查。

### 三、調查方式

以便利抽樣的方式，派訪員實地進行面訪，於活動現場詢問參觀民眾。

訪員為本局同仁及志工。

### 四、樣本配置及回收樣本數

本年度主要活動場地分為「市府一樓大廳」及「新北市市民廣場」的戶外場地。本次調查共計回收 1,827 份有效問卷，在信心水準 95% 的情況下，抽樣誤差為正負 2.29%。

### 五、統計分析方法

使用 SPSS 和 AMOS 統計軟體進行資料統計分析。

## 參、樣本結構

### 一、受訪者年齡分佈

本次受訪者年齡分佈以 21-40 歲的民眾比例最高，占 57.5%(1,051 人)。其次為 41-60 歲的民眾，占 21.6%(395 人)。(詳見表 3-1、圖 3-1-1)

項目別	次數	百分比
12 歲(含)以下	223	12.2
13-20 歲	89	4.9
21-40 歲	1,051	57.5
41-60 歲	395	21.6
61 歲(含)以上	69	3.8
總計	1,827	100.00

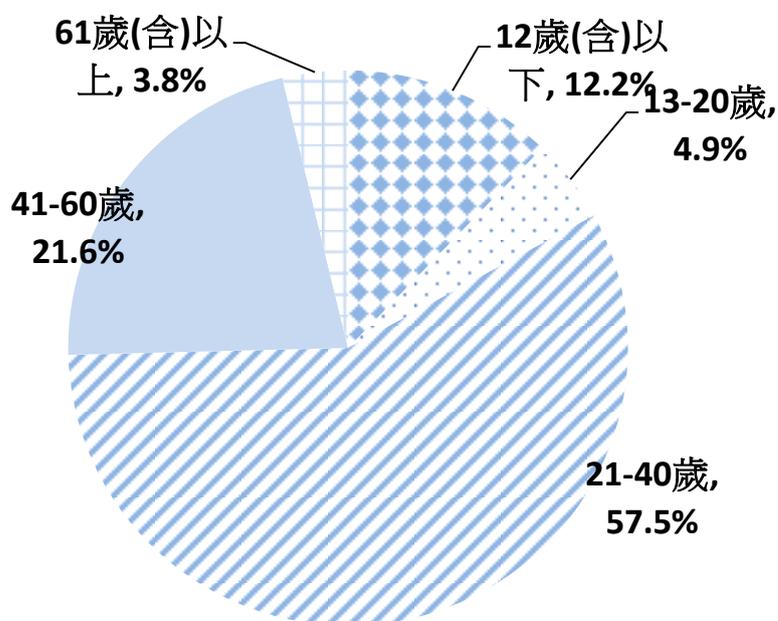


圖 3-1-1 受訪者年齡分佈

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者年齡分佈，可以得知今年的受訪者年齡集中在 21-60 歲，占 79.2%，高於去年的 57.4%。(詳見圖 3-1-2)

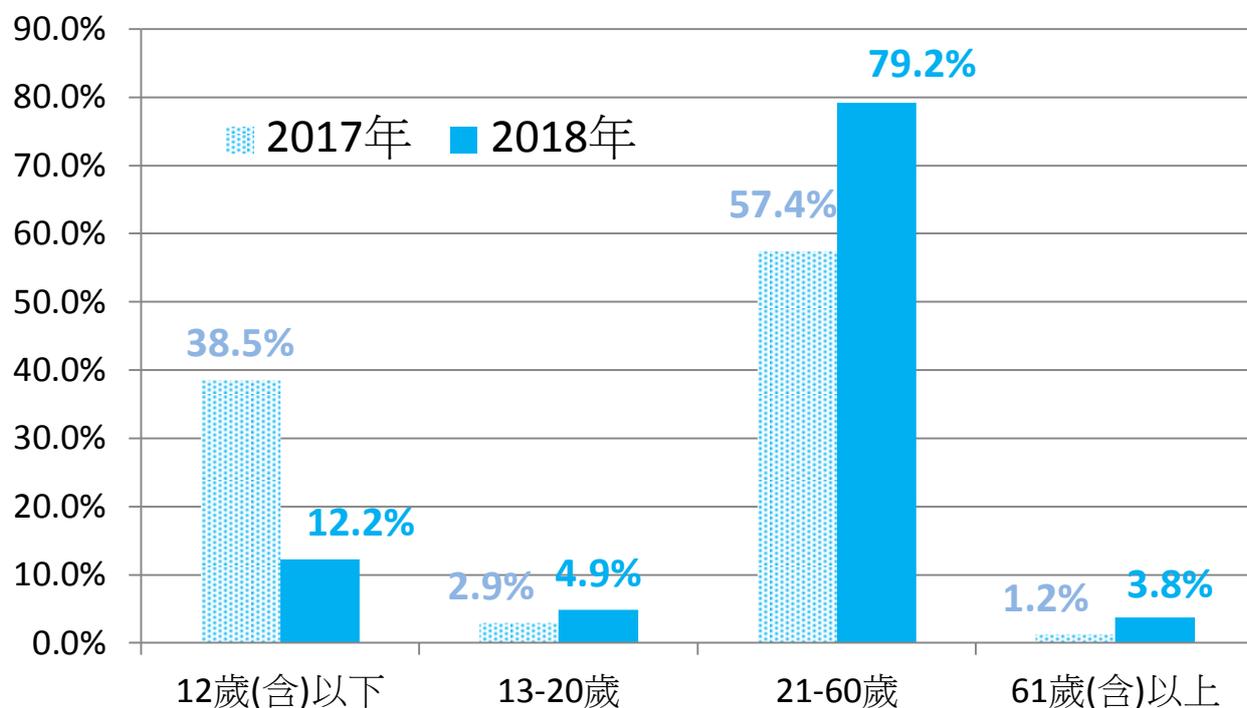


圖 3-1-2 2017 年與 2018 年受訪者年齡分佈比較

## 二、受訪者性別分佈

本次受訪者的性別，以女性居多，占 69.7%(1,274 人)，男性占 28.1% (514 人)，不想說的比例占 2.2% (39 人)。(詳見表 3-2、圖 3-2-1)

項目別	次數	百分比
男	514	28.1
女	1,274	69.7
不想說	39	2.2
總計	1,827	100.0

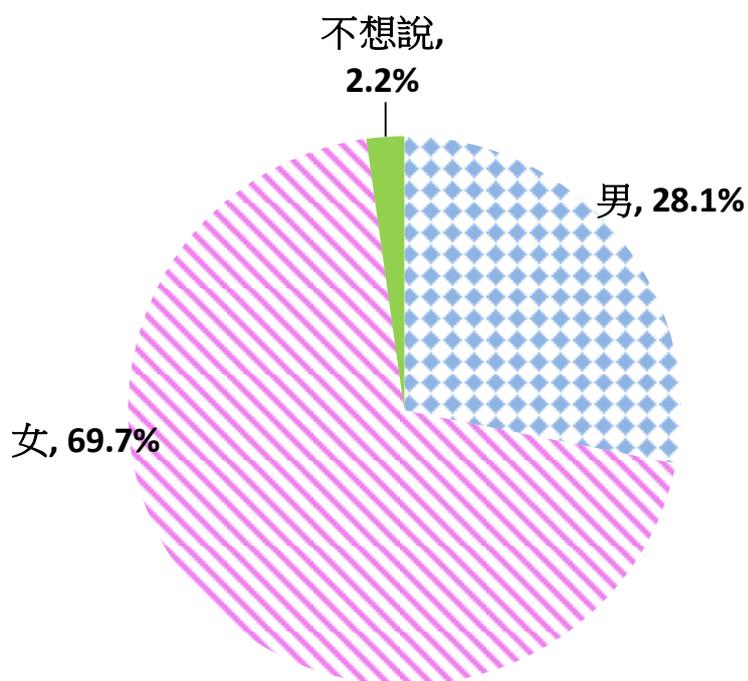


圖 3-2-1 受訪者性別分佈

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者性別分佈，顯示今年的受訪者女性比例占 69.7%，高於去年的 62.2%。(詳見圖 3-2-2)

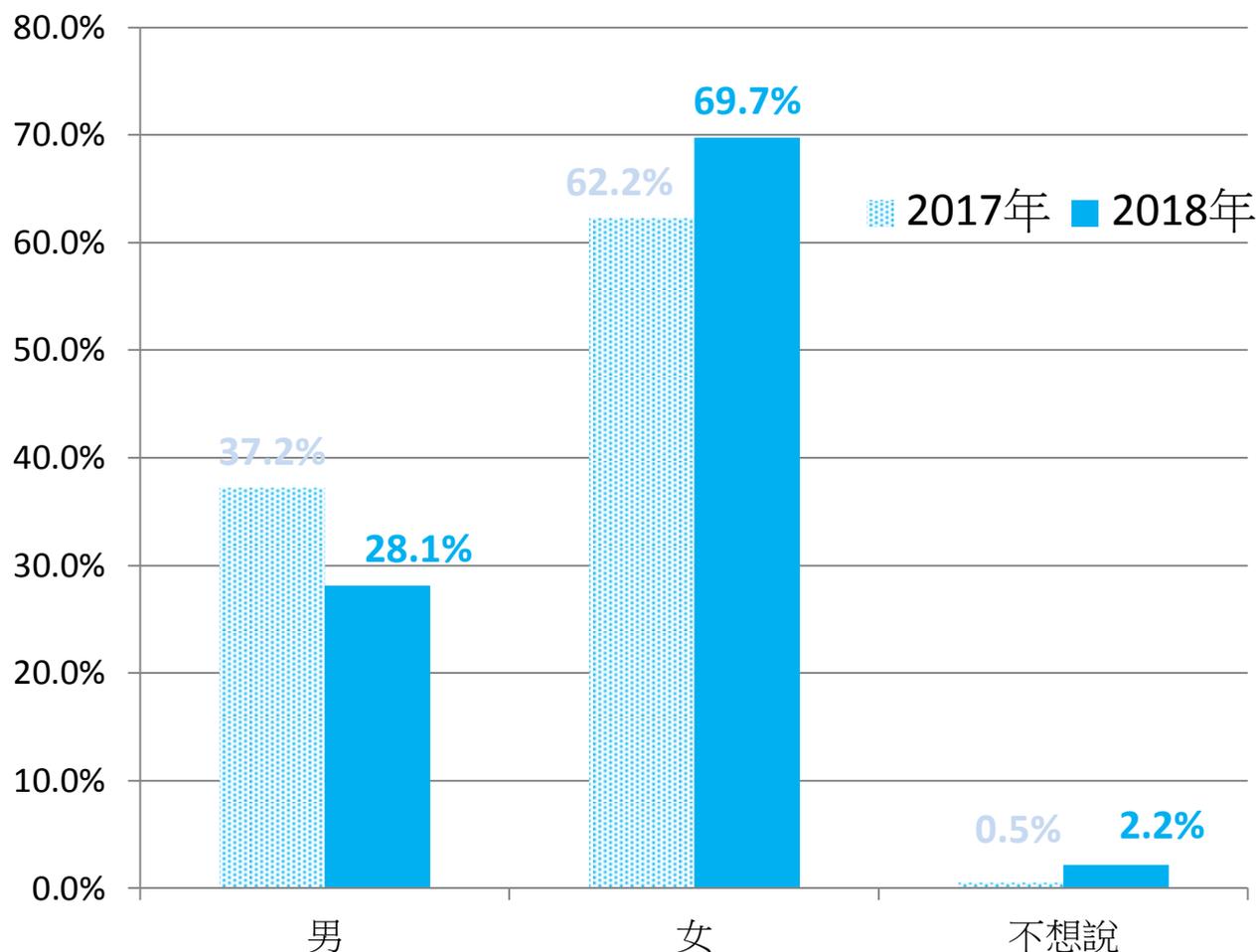


圖 3-2-2 2017 年與 2018 年受訪者性別分佈比較

### 三、受訪者居住地分佈

本次受訪者居住地分佈，以居住新北市比例最高，逾七成（70.1%；1,281人），而臺北市居次（13.3%；242人）。受訪者居住基隆市、桃園市、宜蘭縣三縣市占9.0%（165人）。（詳見表3-3、圖3-3-1）

項目別	次數	百分比
新北市	1,281	70.1
臺北市	242	13.3
基隆市、桃園市、宜蘭縣	165	9.0
中部	90	4.9
南部	29	1.6
東部及離島	15	0.8
境外	5	0.3
總計	1,827	100.0

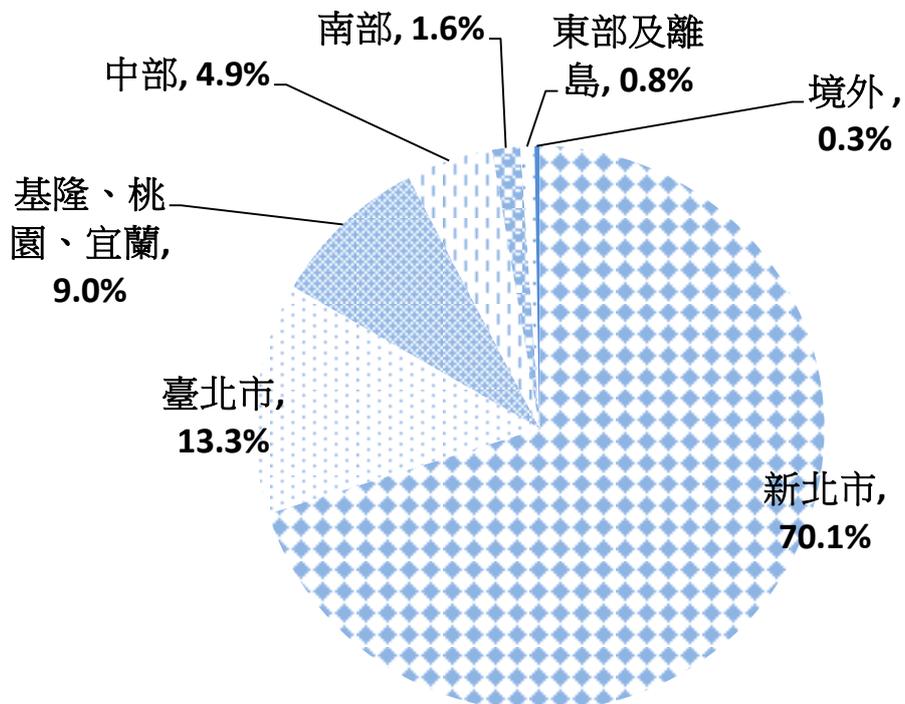


圖 3-3-1 受訪者居住地點分佈

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者居住地點分佈，可以得知今年的受訪者居住新北市比例與去年相當，皆逾七成。受訪者居住臺北市的比例今年為 13.3%，高於去年的 10.8%（詳見圖 3-3-2），表示新北市兒藝節的活動有逐漸吸引臺北市的民眾前來參與。

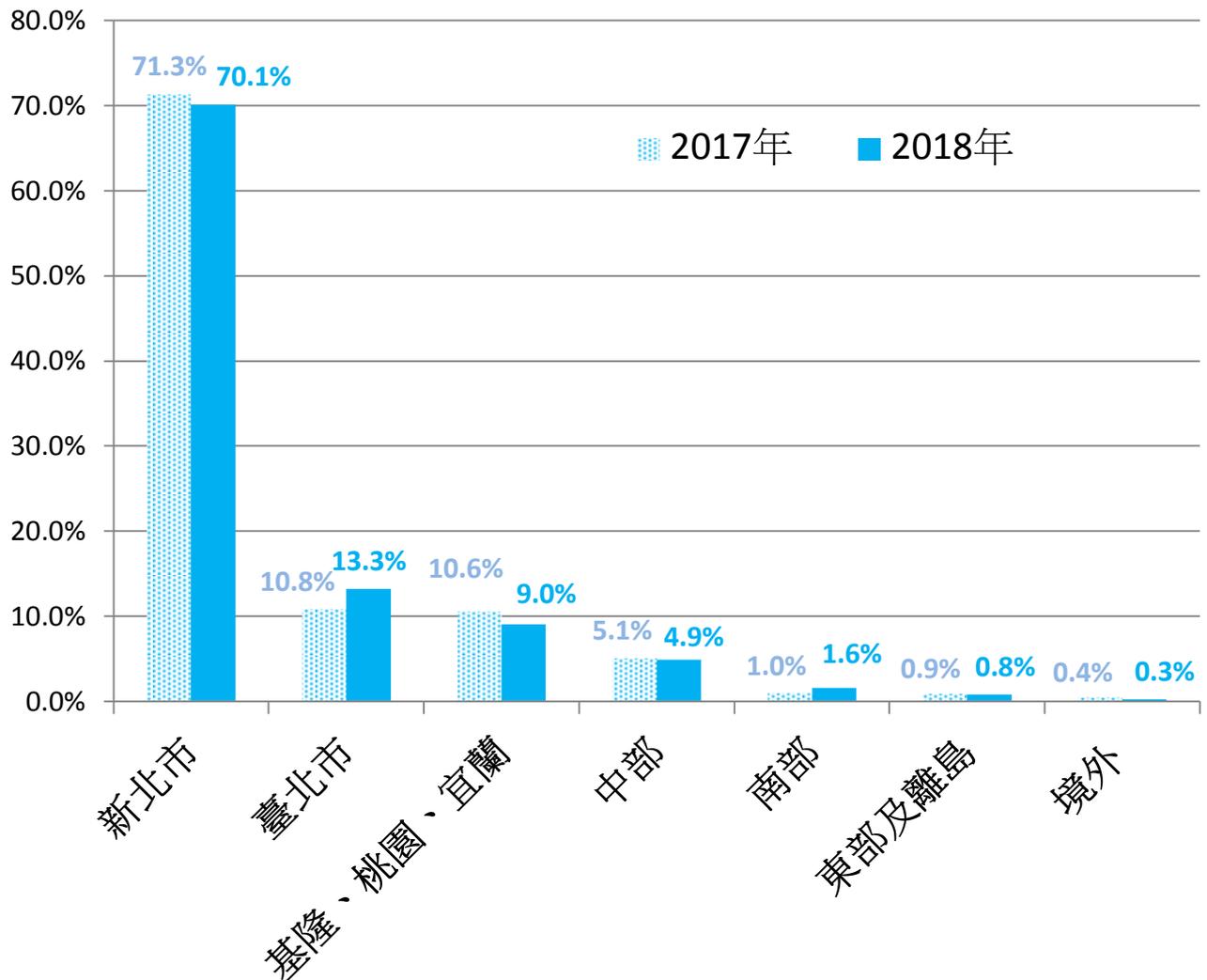


圖 3-3-2 2017 年與 2018 年受訪者居住地分佈比較

## 肆、調查結果分析

本單元呈現民眾參加新北市兒童藝術節活動的情形、獲知本次兒童藝術節之宣傳管道、對各項活動的喜好程度、對於兒童藝術節活動的品牌認知、市府整體形象的打造、整體活動的滿意度、推薦親友及明年再訪的忠誠度等統計分析結果。並利用結構方程模型探討以「新北市兒童藝術節」品牌創建作為城市行銷的工具，進而提昇遊客對「新北市兒童藝術節」的忠誠度。

### 一、受訪者歷年參加新北市兒童藝術節活動的情形

調查顯示，有 49.2%(898 人)的受訪者是第 1 年參加新北市兒童藝術節，第 2 年和第 3 年參加兒藝節的比例依序是 25.0%(457 人)和 15.0%(274 人)，連續 7 年都參加的比例為 2.1% (38 人)。(詳見表 4-1)

項目別	次數	百分比
第 1 年	898	49.2
第 2 年	457	25.0
第 3 年	274	15.0
第 4 年	96	5.3
第 5 年	40	2.2
第 6 年	24	1.3
第 7 年	38	2.1
總計	1,827	100.0

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者歷年參加新北市兒童藝術節活動的情形，結果顯示，受訪者是第 2 年參加新北市兒童藝術節的比例為 25.0%，遠高於去年的 17.6%，表示在留住既有觀眾上，已有不錯的成績。（詳見圖 4-1）

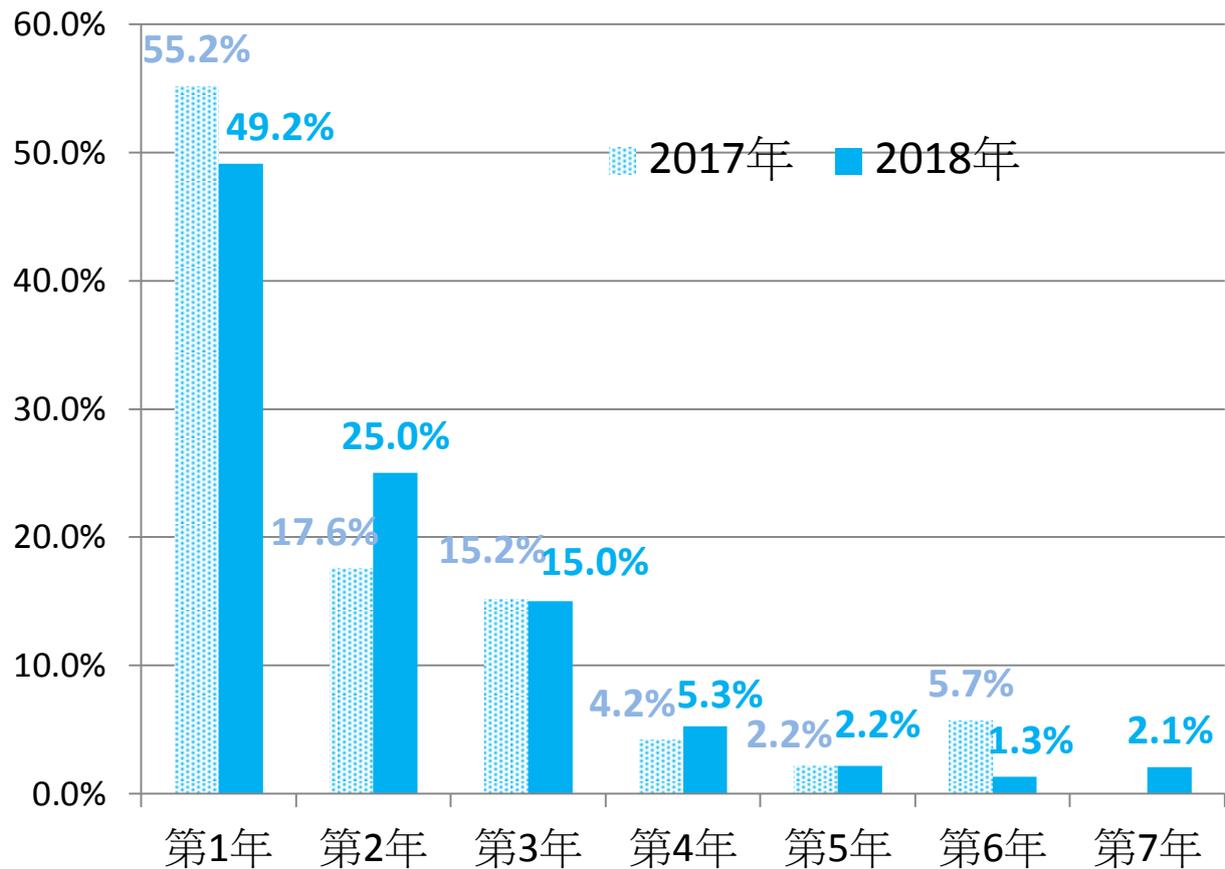


圖 4-1 2017 年與 2018 年受訪者參加「新北市兒童藝術節」活動情形比較

## 二、受訪者得知「2017 新北市兒童藝術節」消息管道

調查顯示，民眾得知「2018 新北市兒童藝術節」消息之主要管道為「網路」（每百人為 62 人），其次為「親友告知」（每百人為 36 人）和「電視」（每百人為 11 人）。（詳見表 4-2）

項目別	次數	人/百人
親友告知	657	36
網路	1,141	62
雜誌	39	2
DM/折頁/海報	113	6
電視	195	11
報紙	61	3
廣播	26	1
其他	106	6

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者得知兒藝節消息之主要和次要管道皆為「網路」和「親友告知」。進一步觀察，得知今年在「網路」和「親友告知」的比例皆高於去年。顯示「網路」仍是最佳的行銷利器，而「親友告知」的口碑行銷也不容忽視。（詳見圖 4-2）

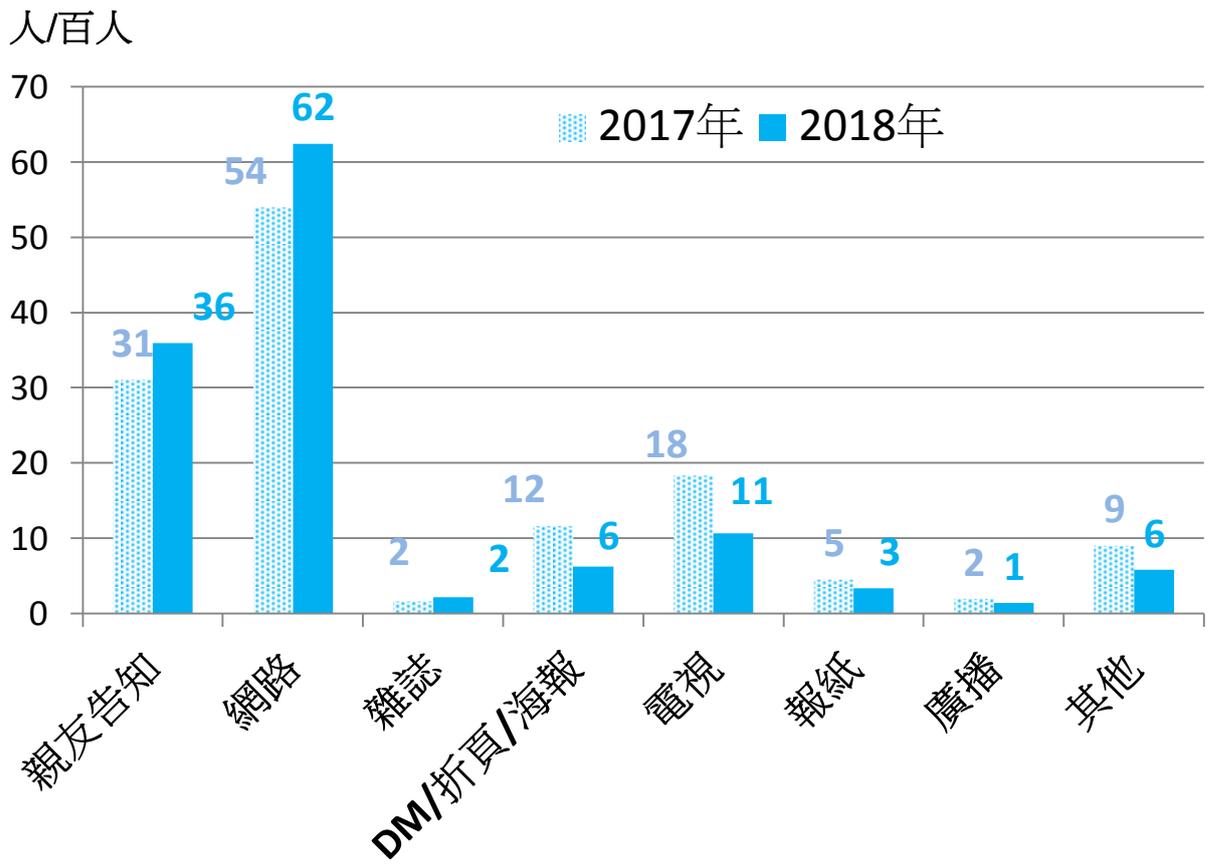


圖 4-2 2017 年與 2018 年受訪者得知「新北市兒童藝術節」消息管道比較

### 三、受訪者對活動的喜好度

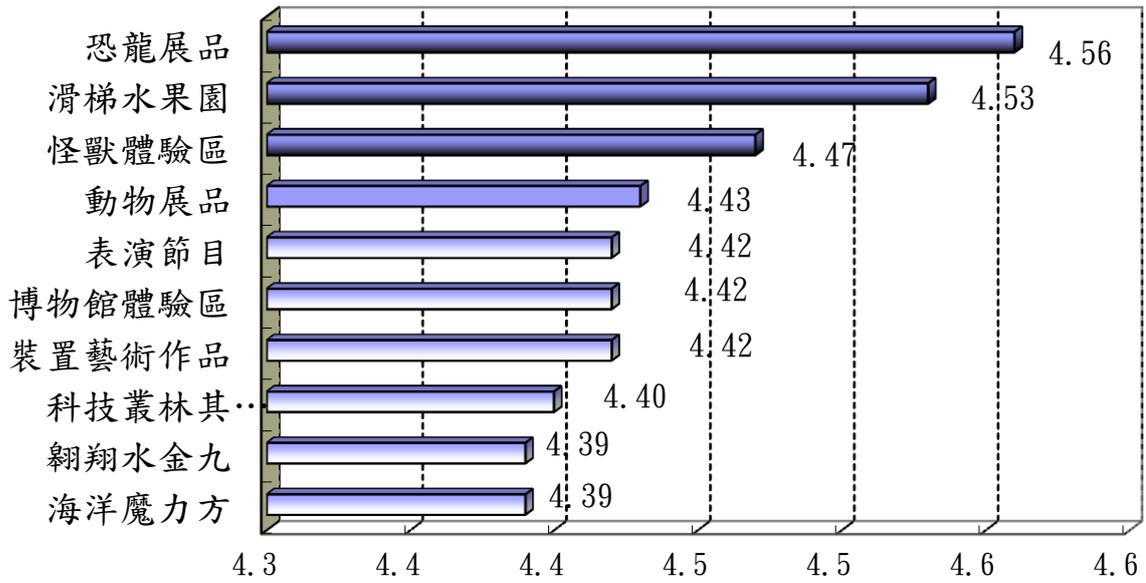
民眾對活動喜好度的測量尺度係採李克特(Likert scale)五點評量尺度，從「非常不喜歡(1分)至非常喜歡(5分)」進行評量。其中，以「恐龍展品」的喜好度最高(4.56分)，其次為「team Lab 滑梯水果園」的4.53分。(詳見表4-3、圖4-3-1)

表 4-3 受訪者對活動的喜好度

活動項目	喜好 度平 均值	非常 喜歡 (5分)	喜歡 (4分)	普通 (3分)	不喜歡 (2分)	非常 不喜歡 (1分)	沒體驗 / 不知道
恐龍展品	4.56	60.0%	34.7%	3.9%	0.2%	0.1%	1.1%
動物展品	4.43	50.7%	40.3%	7.3%	0.3%	0.1%	1.4%
team Lab 滑梯水果園	4.53	56.2%	28.4%	6.8%	0.3%	0.1%	8.1%
科技叢林其他活動	4.40	45.9%	40.9%	7.1%	0.4%	0.0%	5.6%
裝置藝術作品	4.42	48.6%	42.4%	6.6%	0.4%	0.1%	1.9%
博物館體驗區	4.42	47.2%	38.8%	7.6%	0.3%	0.0%	6.1%
怪獸體驗區	4.47	51.1%	36.3%	5.5%	0.6%	0.0%	6.4%
表演節目	4.42	47.1%	38.3%	7.9%	0.1%	0.1%	6.6%
海洋魔力方	4.39	44.5%	36.5%	8.8%	0.3%	0.1%	10.0%
翱翔水金九	4.39	45.8%	35.7%	9.2%	0.2%	0.1%	9.0%

註：樣本數 1,827

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者對活動的喜好度，結果顯示連續兩年皆有的活動，今年的喜好度都高於去年。綜觀兩年，活動喜好度最高的為今年的「恐龍展品」(4.56分)，和「team Lab 滑梯水果園」(4.53分)。兩者的喜好度皆高於去年活動喜好度第一名的「AR 擴增實驗體驗區」(4.47分)。(詳見圖 4-3-2)



樣本數：1,827

圖 4-3-1 2018 年受訪者對活動的喜好度

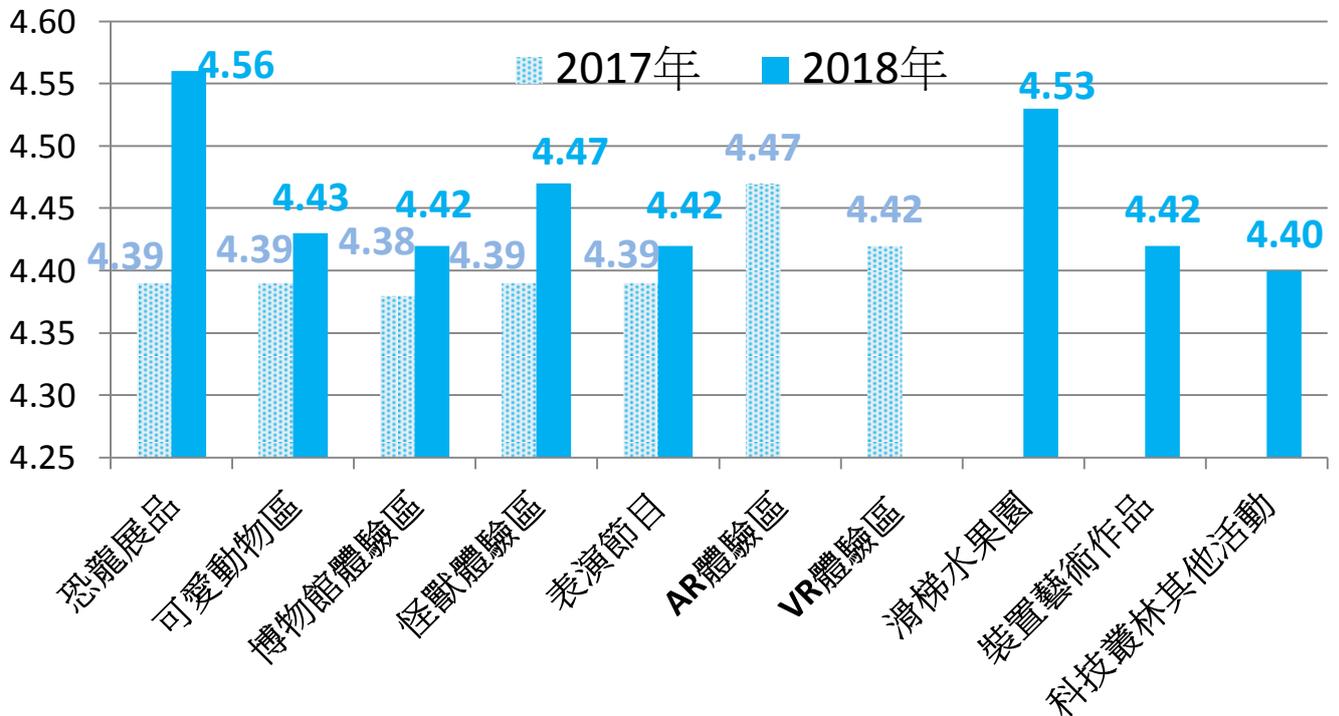


圖 4-3-2 2017 年與 2018 年受訪者對活動喜好度比較

## 伍、兒藝節品牌創建、城市意象、滿意度與忠誠度

本研究，運用近年來社會科學廣泛使用的「結構方程模型」(Structural Equation Model, SEM) 來尋找建構「新北市兒童藝術節」活動品牌創建的關鍵要素，及以此活動品牌作為城市行銷工具，並進而提高遊客對活動的忠誠度的可能性。

結構方程模型除了可以處理觀察變數(問卷中的每一個題項)與潛在變數(如：兒藝節品牌創建、城市意象、滿意度和忠誠度)，以及各潛在變數之間的關係外，同時也考慮了誤差變數的問題。結構方程模型結合了傳統統計學上的因素分析與路徑分析技術，並解決了迴歸分析與路徑分析只能處理可直接觀察的變數的困擾。

結構方程模型的基本概念是：研究者根據過去文獻中所提及的理論，然後依據本身所具備的知識與經驗，經過觀念釐清、文獻整理、分析、理論的邏輯推導等理論性的辨證與演繹後，從而建立一個足以描述一組變數之間相互關係的概念性模型(通常屬因果關係模型)。研究者可透過概念性模型的繪製而清楚描述變數間的假設性關係，進而透過樣本資料的蒐集，最後運用統計檢驗技術驗證概念性模型的合理性(陳寬裕、王正華，2010)<sup>1</sup>。

探討品牌創建、城市意象、滿意度和忠誠度是屬於抽象概念的研究，必

---

<sup>1</sup>陳寬裕、王正華(2010)。論文統計分析實務：SPSS 與 AMOS 的運用。台北：五南圖書出版股份有限公司。

須藉由觀察變數(問卷中的每一個題項)來衡量。為了增加整個模型的穩定性，每個潛在變數的指標(觀察變數)，一般會取三個以上。在問卷設計中，通常會為每個潛在變數(品牌創建、城市意象、滿意度和忠誠度)多設計幾個指標(觀察變數，亦即問卷中的每一個題項)，然後根據預試結果再去刪除一些多餘的指標(題項)。

## 一、研究假設與研究架構

以藝術節(Arts Festival)行銷都市始於二次世界大戰後，運用藝術節的事件行銷，吸引大眾的注意與媒體的報導，為都市創造正面形象與提高知名度，並且標榜差異化以達到城市行銷的目的。

本研究以相關文獻為基礎，推論「新北市兒童藝術節」的品牌創建不但會直接影響遊客忠誠度，也會透過城市意象來影響忠誠度。本研究提出以下假設：

H1：「兒藝節品牌創建」正向影響民眾對新北市的「城市意象」。

H2：「兒藝節品牌創建」正向影響民眾對兒藝節活動的忠誠度。

H3：民眾對新北市的「城市意象」正向影響其對兒藝節活動的「忠誠度」。

所建構的模型架構如圖5-1所示：

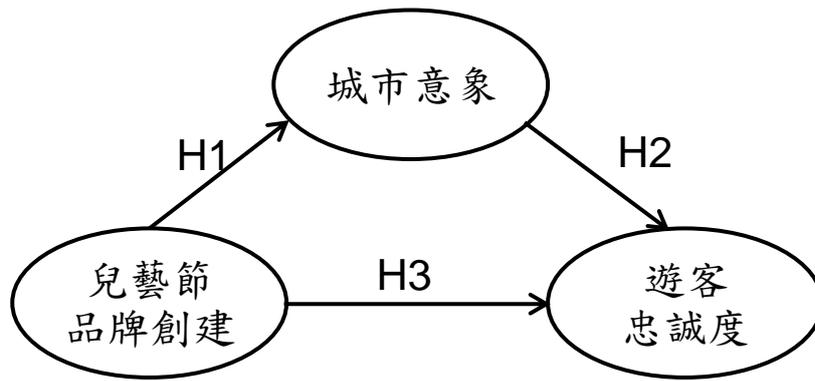


圖 5-1 概念模型圖

## 二、問卷設計、修訂與資料分析

本研究問卷的設計先以相關文獻為基礎，並考量「新北市兒童藝術節」品牌創建的可能因子做修正，且經相關專業人員對其內容審慎檢視，繼而進行預試及修正，因此本研究所使用之衡量工具應能符合內容效度的要求。在問卷的項目分析上，因為線上問卷設計採所有題項皆要回答才能繼續，因此降低了無效問卷的可能性。若因網路問題而中斷問卷作答，造成問卷回答不完整，則刪除此份問卷回覆。

此外，採「內部一致性效標法」來檢驗各題項是否具有鑑別度。本研究將個案依問卷題項總分而分成高、低兩組。高分組係指問卷題項總分大於第73百分位數以上的個案所形成的組別，而低分組則是問卷題項總分小於第27百分位數以下的個案所形成的組別，檢驗高、低極端兩組於各題項上之得分狀況的平均數據是否有顯著差異。結果顯示所有題項於兩極端組的得分具有顯著差異，亦即所有題項皆具有鑑別度。

本研究透過探索性因素分析（Exploratory Factor Analysis, EFA）建立問

卷因素結構，再用驗證性因素分析（Confirmatory Factor Analysis, CFA）去檢定建構效度，刪除不適切的題項。最後，利用結構方程模型，探討「兒藝節品牌創建」、「城市意象」與「遊客忠誠度」的關係。

### 三、操作性定義與測量

#### （一）品牌創建

「品牌創建」操作為民眾對活動品牌的感受與認知程度。計有3大構面（「情感意象」、「嘗新意象」、「認知意象」）共8題項，測量受訪者參加「新北市兒童藝術節」活動後的感受與認知程度，以李克特(Likert scale)五點尺度進行衡量，從「非常不同意(1分)至非常同意(5分)」進行評量。

#### （二）整體滿意度

「整體滿意度」操作為民眾經由參加「新北市兒童藝術節」活動後，所產生的整體滿意與否的程度表現。計有3個衡量題項，測量受訪者實際參加「新北市兒童藝術節」後，對「新北市兒童藝術節」的整體滿意程度，以李克特(Likert scale)五點尺度進行衡量。

#### （三）城市意象

「城市意象」操作為民眾對城市的整體印象。計有3個衡量題項，測量受訪者實際參加「新北市兒童藝術節」活動後，對新北市整體形象的想法，以李克特(Likert scale)五點尺度進行衡量。

#### (四) 遊客忠誠度

「遊客忠誠度」操作為民眾參加「新北市兒童藝術節」活動後，會給予正面評價、願意再訪和推薦親友的同意程度。計有3個衡量題項，測量受訪者實際參加「2018新北市兒童藝術節」活動後，給予正面評價、願意再訪和推薦給親友的同意程度，以李克特(Likert scale)五點尺度進行衡量。

### 四、實證結果

#### (一) 品牌創建問項同意度、整體滿意度、忠誠度

觀察圖5-2及表5-1至5-6，可以發現在「情感意象」的問項中，同意度依次為「增加親子間情感」(4.54分)、「感受到歡樂氣氛」(4.49分)、「覺得很開心」(4.48分)。

在「嘗新意象」的問項中，同意度依次為「科技與藝術融合的創意」(4.49分)、「有驚奇感」(4.47分)、「在地文化與國際展演並重」(4.38分)。

在「認知意象」的問項中，同意度依次為「交通便利有利遊程安排」(4.42分)、「場地設施規劃安全」(4.35分)。

在「整體滿意度」的問項中，同意度依次為「正確的決定」(4.41分)、「滿意此次活動」(4.40分)、「讓我樂在其中」(4.39分)。

在「城市意象」的問項中，同意度依次為「打造兒童藝術之都的形象」(4.54分)、「增加週邊的吸引力」(4.53分)、「市府整體形象提昇」(4.52分)。

在「遊客忠誠度」的問項中，同意度依次為「正面評價」(4.53分)、「明年會再來」(4.52分)、「推薦給別人」(4.51分)。

整體來看，「增加親子間情感」(4.54分)、「打造兒童藝術之都的形象」(4.54)的同意度並列最高，最低分的是「場地設施規劃安全」(4.35分)。

其中，「城市意象」和「遊客忠誠度」的問項分數皆高於4.51分。但是，「認知意象」及「整體滿意度」的問項分數則相對較低。

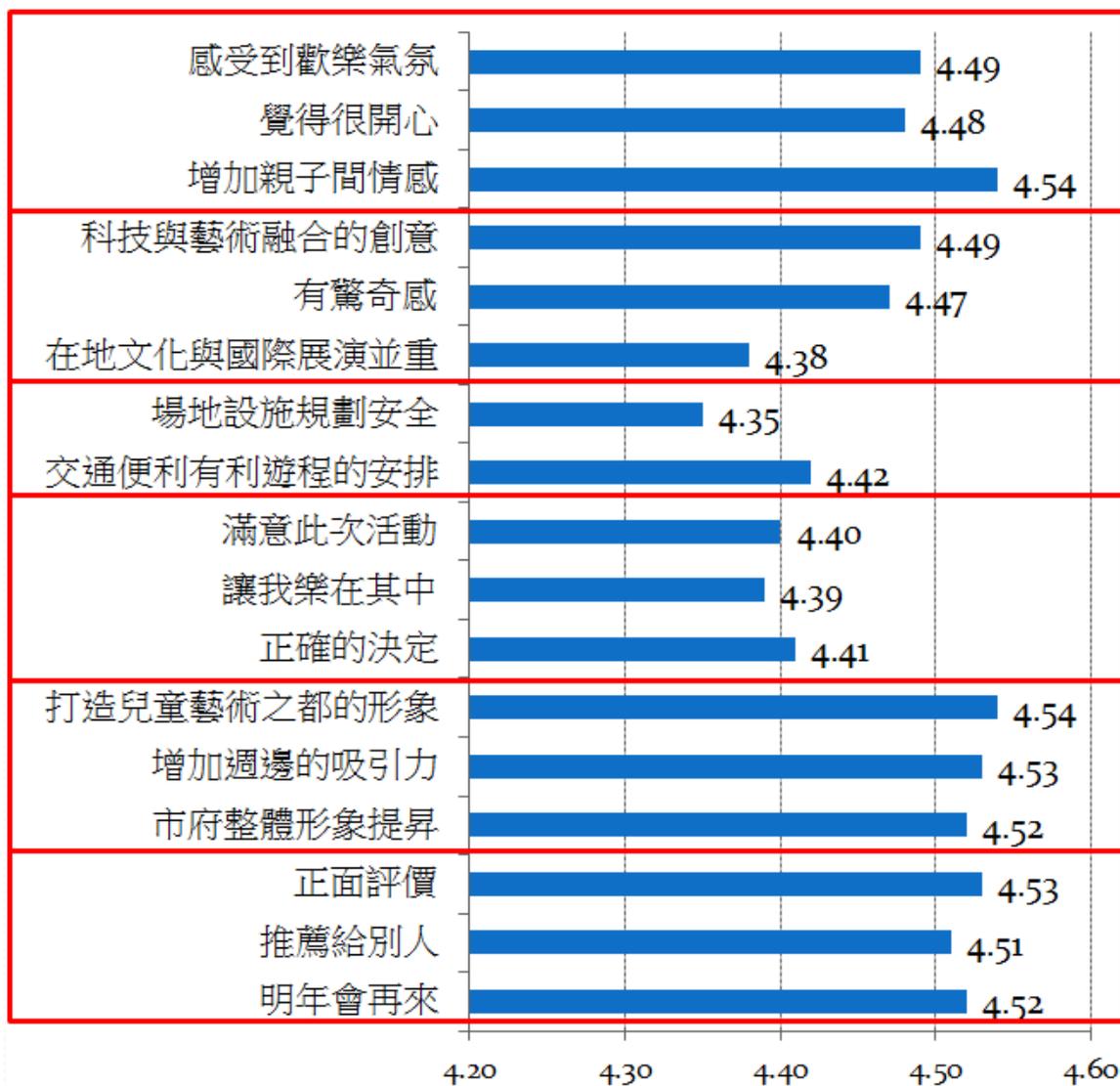


圖 5-2 兒藝節品牌創建、城市意象、滿意度與忠誠度

表 5-1 情感意象(品牌創建)同意度

題目問項	同意 度平 均值	非常 同意 (5分)	同意 (4分)	普通 (3分)	不 同意 (2分)	非常 不同意 (1分)
感受到歡樂氣氛	4.49	56.3%	38.3%	4.3%	0.7%	0.4%
覺得很開心	4.48	56.2%	37.2%	5.2%	0.9%	0.5%
增加親子間情感	4.54	61.4%	32.7%	5.0%	0.7%	0.2%

註：樣本數 1,827

表 5-2 嘗新意象(品牌創建)同意度

題目問項	同意 度平 均值	非常 同意 (5分)	同意 (4分)	普通 (3分)	不 同意 (2分)	非常 不同意 (1分)
科技與藝術融合的創意	4.49	55.0%	39.9%	4.5%	0.4%	0.2%
有驚奇感	4.47	54.6%	38.2%	6.4%	0.7%	0.1%
在地文化與國際展演並重的	4.38	49.0%	41.7%	8.2%	0.6%	0.4%

註：樣本數 1,827

表 5-3 認知意象(品牌創建)同意度

題目問項	同意 度平 均值	非常 同意 (5分)	同意 (4分)	普通 (3分)	不 同意 (2分)	非常 不同意 (1分)
場地設施規劃是安全的	4.35	46.8%	43.1%	9.1%	0.5%	0.6%
交通便利有利遊程安排	4.42	51.9%	40.0%	6.7%	1.0%	0.4%

註：樣本數 1,827

**表 5-4 整體滿意度**

題目問項	同意 度平 均值	非常 同意 (5分)	同意 (4分)	普通 (3分)	不 同意 (2分)	非常 不同意 (1分)
整體上滿意此次活動	4.40	49.7%	42.3%	6.9%	0.6%	0.6%
讓我樂在其中	4.39	49.3%	41.8%	7.8%	0.7%	0.4%
是正確的決定	4.41	50.4%	41.9%	6.6%	0.8%	0.3%

註：樣本數 1,827

**表 5-5 城市整體意象**

題目問項	同意 度平 均值	非常 同意 (5分)	同意 (4分)	普通 (3分)	不 同意 (2分)	非常 不同意 (1分)
兒童藝術之都	4.54	59.9%	35.5%	4.1%	0.3%	0.3%
增加市府週邊吸引力	4.53	58.4%	37.0%	4.2%	0.3%	0.2%
市府整體形象提昇	4.52	58.0%	36.6%	5.0%	0.2%	0.2%

註：樣本數 1,827

**表 5-6 忠誠度**

題目問項	同意 度平 均值	非常 同意 (5分)	同意 (4分)	普通 (3分)	不 同意 (2分)	非常 不同意 (1分)
我給予正面評價	4.53	59.1%	36.0%	4.0%	0.6%	0.4%
會推薦給別人	4.51	58.7%	34.9%	5.6%	0.4%	0.4%
明年會再來	4.52	60.1%	33.2%	5.8%	0.6%	0.4%

註：樣本數 1,827

比較 2017 年與 2018 年的滿意度與忠誠度，結果顯示，除了「推薦親友」持平皆為 4.51 分，在「明年會再來」的同意度上，2018 年的分數高於 2017 年。（詳見圖 5-3）

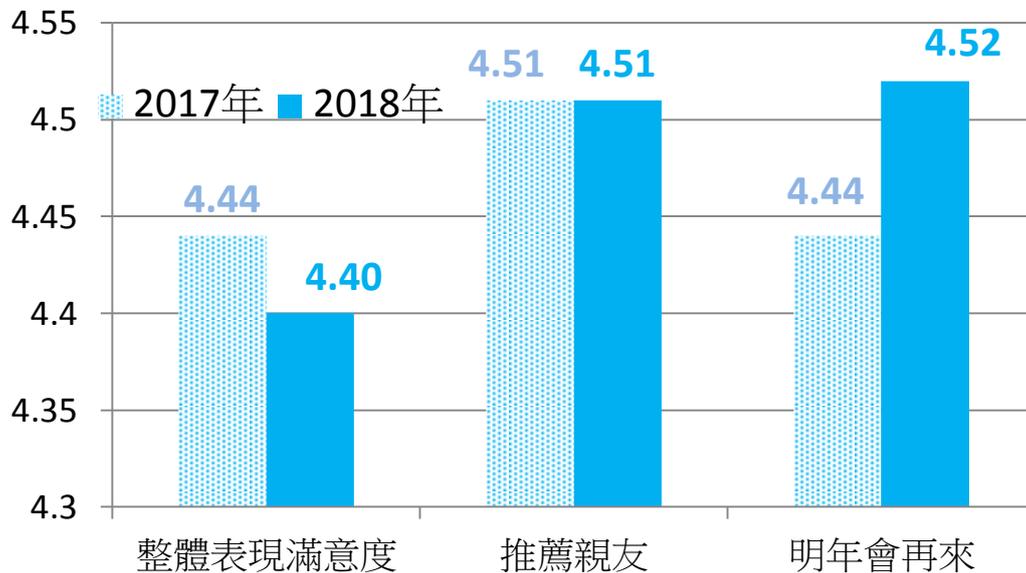


圖 5-3 2017 年與 2018 年滿意度與忠誠度比較

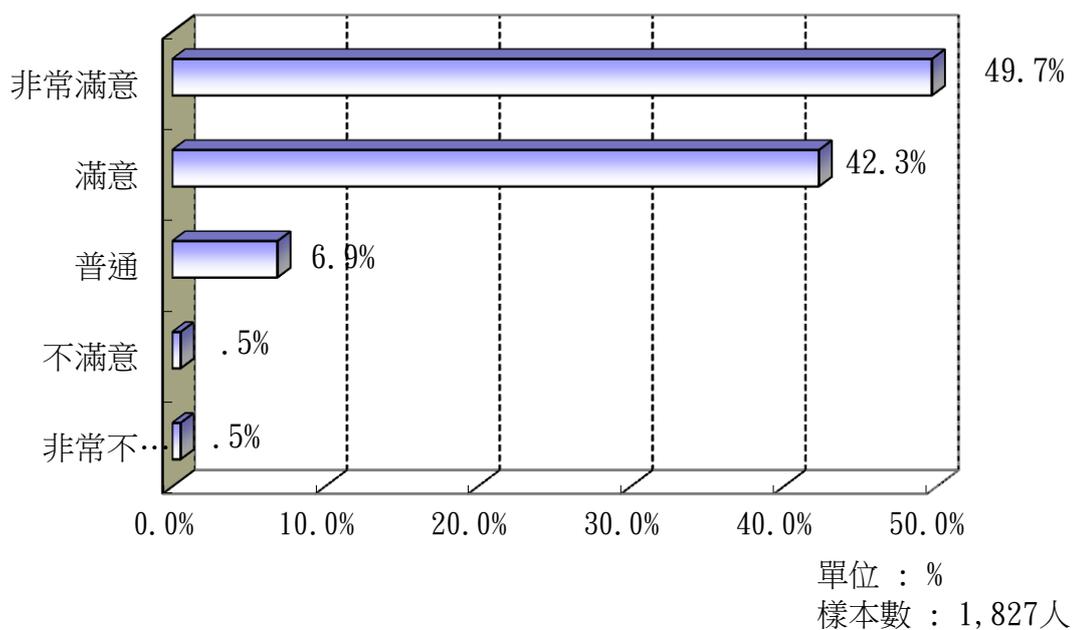


圖 5-4 2018 兒藝節整體表現滿意度

民眾對 2018 兒藝節整體表現滿意度的平均分數 4.40。其中，非常滿意的比例為 49.7%，滿意的比例為 42.3%（詳見圖 5-4）。亦即高達 92% 的民眾對本次兒藝節活動感到滿意，但是仍略低於去年的 94.6%（非常滿意 49.8%，滿意 44.8%）。（詳見圖 5-5）

此外，經由獨立樣本 t 檢定，顯示不同性別受訪者的滿意度並無顯著差異。經由單因子變異數分析，顯示不同年齡受訪者的滿意度有顯著差異。觀察表 5-7，得知 12 歲（含）以下的受訪者有 96.0% 滿意今年的活動，平均分數 4.57 分，高於其他年齡層的民眾。

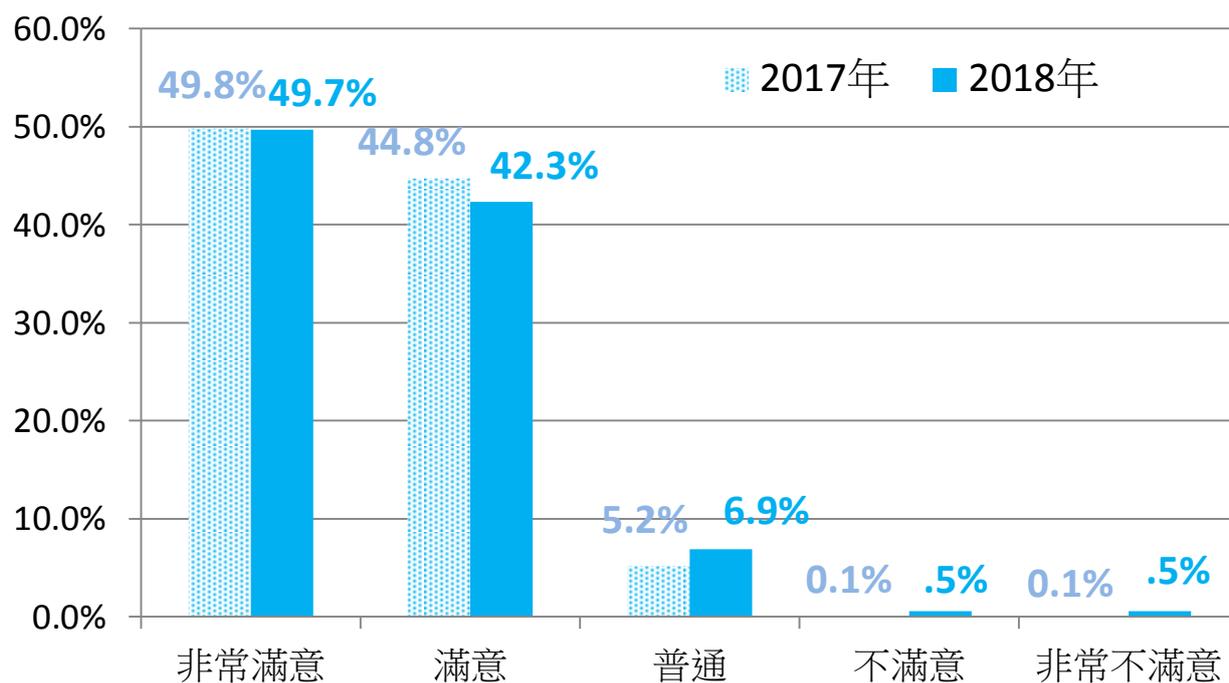


圖 5-5 2017 年與 2018 年滿意度比較

表 5-7 2018 兒藝節整體滿意度

項目別	滿意度 平均值	非常 滿意 (5分)	滿意 (4分)	普通 (3分)	不滿意 (2分)	非常 不滿意 (1分)
整體	4.40	49.7%	42.3%	6.9%	0.5%	0.5%
<b>性別</b>						
男	4.39	48.6%	43.2%	7.6%	0.0%	0.6%
女	4.42	50.7%	42.3%	6.1%	0.5%	0.4%
不想說	3.72	30.8%	30.8%	23.1%	10.3%	5.1%
<b>年齡*</b>						
12歲(含)以下	4.57	61.0%	35.0%	4.0%	0.0%	0.0%
13-20歲	4.21	39.3%	43.8%	15.7%	1.1%	0.0%
21-40歲	4.41	49.4%	43.3%	6.4%	0.4%	0.6%
41-60歲	4.37	47.8%	43.3%	7.3%	0.8%	0.8%
61歲(含)以上	4.22	42.0%	43.5%	10.1%	2.9%	1.4%
<b>居住地</b>						
新北市	4.41	50.2%	42.5%	6.2%	0.5%	0.6%
臺北市	4.36	46.7%	43.8%	8.7%	0.4%	0.4%
基隆市、桃園市、宜蘭縣	4.34	46.7%	42.4%	9.7%	0.6%	0.6%
中部	4.48	54.4%	38.9%	6.7%	0.0%	0.0%
南部	4.48	55.2%	37.9%	6.9%	0.0%	0.0%
東部及離島	4.40	53.3%	40.0%	0.0%	6.7%	0.0%
境外	3.80	40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%

註：樣本數 1,827；「\*」經由單因子變異數分析，顯示不同年齡受訪者的滿意度有顯著差異。

## （二）兒藝節品牌創建之因素分析

本研究利用SPSS 21.0軟體進行「兒藝節品牌創建」的探索性因素分析，採用主成份分析法（Principal Components Analysis）抽取因素，利用最大變異數法（Varimax）進行因素軸旋轉，並以Bartlett's 球型考驗與KMO適切性抽樣檢定進行因素分析。其中Bartlett's 球型考驗結果達到顯著，且KMO係數為0.917，顯示「兒藝節品牌創建」之問項具有良好的抽樣適切度。透過因素軸旋轉，「兒藝節品牌創建」之解釋總變異量為81.997%，且各因素的信度Cronbach's  $\alpha$ 值皆大於0.8，「情感意象」、「嘗新意象」、「認知意象」的Cronbach's  $\alpha$ 值分別為0.889、0.873、0.824，整體問卷信度為0.926，表示問卷之信度不錯。而各問項之因素負荷量方面，則全部都大於0.7，說明本問卷具有相當不錯的收斂效度。

## （三）驗證性因素分析

經由常態性檢定，發現本研究樣本資料屬非多元常態，故採漸近自由分配法（Asymptotically Distribution-Free, ADF）來進行模型估計。此外，本研究利用AMOS 21.0 軟體進行驗證性因素分析，檢定模型的建構效度（收斂效度與區別效度）。表5-8 顯示所有題項的標準化因素負荷量介於0.812~0.927之間，並沒有超過或太接近1的現象；標準誤介於0.068~0.103之間，也沒有太大的標準誤；測量誤差的變異數介於0.056~0.155之間，全屬正。由此可研判，概念性模型並沒有違犯估計的問題。各因素的信度Cronbach's  $\alpha$ 值介於0.824~0.929，而整體問卷信度為0.961，表示問卷之信度很好。各子

構面的組合信度分別介於0.826~0.929 之間，皆大於0.6；各子構面的平均變異抽取量（AVE）分別為介於0.704~0.814之間，皆大於0.5。整體而言，各構面皆已能符合收斂效度之要求，因此測量模型的內在品質亦佳。

本研究目的「兒藝節品牌創建」構面的卡方值與自由度比值（ $\chi^2/df$ ）為1.382，在3以下，表示可以接受模型與資料的配適度。

表 5-8 測量模型之驗證性分析表

測量變數	標準化之因素負荷量	因素負荷量的標準誤	誤差變異數	多元相關平方	$\alpha$ 值	組合信度	平均變異萃取量
<b>兒藝節品牌創建</b>							
情感意象					0.889	0.900	0.751
感受到歡樂氣氛	0.901***	0.071	0.077***	0.812			
覺得很開心	0.884***	0.073	0.097***	0.782			
增加親子間情感	0.812***	0.068	0.056***	0.660			
嘗新意象					0.873	0.878	0.705
科技與藝術融合的創意	0.827***	0.078	0.138***	0.685			
有驚奇感	0.868***	0.087	0.118***	0.753			
在地文化與國際展演並重	0.824***	0.087	0.104***	0.679			
認知意象					0.824	0.826	0.704
場地設施規劃安全	0.826***	0.098	0.155***	0.683			
交通便利有利遊程安排	0.852***	0.103	0.155***	0.726			
城市意象					0.926	0.926	0.807
打造兒童藝術之都形象	0.905***	0.077	0.069***	0.820			
增加市府週邊吸引力	0.884***	0.079	0.082***	0.782			
整體形象的提昇	0.906***	0.075	0.070***	0.821			
遊客忠誠度					0.929	0.929	0.814
正面評價	0.881***	0.087	0.091***	0.776			
推薦別人	0.927***	0.008	0.061***	0.859			
明年再來	0.898***	0.086	0.086***	0.806			

註：\*\*\*表示  $p < .01$

在區別效度檢定方面，判斷準則為每一個構面的平均變異抽取量(AVE)平方根大於各構面的相關係數，至少需佔整體的比較個數75%以上。觀察表5-9各構面之AVE的平方根（表5-9對角線的區域）介於0.839~0.902，大於各構面的相關係數佔整體的比較個數75%以上，此分析結果顯示各構面皆滿足判斷準則，顯示問卷具有區別效度。

表 5-9 區別效度檢定表

構面	項目數	相關係數				
		v1	v2	v3	v4	v5
v1. 情感意象	3	0.867				
v2. 嘗新意象	3	0.714 <sup>***</sup>	0.840			
v3. 認知意象	2	0.689 <sup>***</sup>	0.708 <sup>***</sup>	0.839		
v4. 城市意象	3	0.713 <sup>***</sup>	0.749 <sup>***</sup>	0.710 <sup>***</sup>	0.898	
v5. 遊客忠誠度	3	0.759 <sup>***</sup>	0.720 <sup>***</sup>	0.734 <sup>***</sup>	0.849 <sup>***</sup>	0.902

註：\*\*\*表示  $p < .01$

#### （四）結構模型分析

經過前述測量模型之驗證後發現，各構面的信度、收斂效度和區別效度均已達可接受的水準值，故以單一衡量指標取代多重衡量指標應是可行的。本研究將利用結構方程模型對假設模型進行驗證。「兒藝節品牌創建」包含數個指標構面，所以在結構模型中，將以各指標構面的衡量題項得分之平均值作為該指標構面的得分。

##### 1. 違犯估計之檢驗

觀察表5-10的結構模型參數估計表，模型中標準化迴歸加權係數介於0.290 到0.920之間，皆未超過.95。標準誤介於0.055 到0.206 之間，也沒有太大的標準誤。測量誤差的變異數介於0.057 到0.122 之間，全屬正。由此

可研判，模型並不存在違犯估計的問題。因此，可以進行整體模式配適檢定。

表 5-10 結構模型參數估計表

參數		標準化 迴歸加 權係數	標準 誤	t 值	誤差變 異數	t 值	多元 相關 平方
情感意象	← 兒藝節 品牌創建	0.843***	0.075	28.672	0.095***	14.070	0.711
嘗新意象	← 兒藝節 品牌創建	0.878***	0.062	37.155	0.078***	11.997	0.771
認知意象	← 兒藝節 品牌創建	0.833***	0.071	33.024	0.122***	15.161	0.694
兒童藝術之都	← 城市意象	0.913***	0.057	18.277	0.062***	12.237	0.834
增加市府週邊吸引力	← 城市意象	0.906***	0.056	17.961	0.065***	12.481	0.820
市府整體形象提昇	← 城市意象	0.907***	0.055	18.703	0.066***	12.473	0.822
正面評價	← 遊客 忠誠度	0.919***	0.063	11.498	0.057***	9.423	0.844
推薦別人	← 遊客 忠誠度	0.920***	0.064	11.590	0.059***	9.953	0.846
明年再來	← 遊客 忠誠度	0.915***	0.067	11.404	0.066***	8.808	0.837
城市意象	← 兒藝節 品牌創建	0.910***	0.146	15.061	-	-	-
遊客忠誠度	← 城市意象	0.684***	0.159	6.098	-	-	-
遊客忠誠度	← 兒藝節 品牌創建	0.290***	0.206	4.804	-	-	-
兒藝節品牌創建		-	-	-	0.232*** <sup>a</sup>	14.336	-
城市意象		-	-	-	0.053*** <sup>b</sup>	9.351	0.828
遊客忠誠度		-	-	-	0.026*** <sup>c</sup>	5.749	0.914

註：「-」表無估計值。a.表兒藝節品牌創建的變異數。b.表城市意象的結構誤差。c.表遊客忠誠度的結構誤差。 \*\*\*表示 $p < .01$

## 2. 整體模型配適度檢驗

在確定無違犯估計後，進行整體模型配適度檢驗。在絕對配適指標方面， $\chi^2=72.119$ 、 $df=24$ ， $p=0.000$ 小於建議值0.05； $p$ 值雖小於0.05，但因卡方值( $\chi^2$ )易受樣本數大小影響，因此Bagozzi與Yi (1988)<sup>2</sup>建議使用卡方值與自由度比值( $\chi^2/df$ )來取代卡方值，以檢定模型配適度，同時建議其比值宜介於1~5之間，而最好是小於3。在本研究中， $\chi^2/df=3.005$ ，接近於接受值3； $GFI=0.950$ 、 $AGFI=0.906$ ，均大於接受值0.90； $RMR=0.018$ 、 $SRMR=0.033$ 、 $RMSEA=0.033$ ，均小於接受值0.08；由上述可知絕對配適指標均達接受值，表示模型配適度良好。相對配適指標方面， $NFI=0.886$ （相當接近0.9）、 $NNFI=0.879$ （相當接近0.9）、 $CFI=0.919$ 、 $RFI=0.829$ （接近0.9）、 $IFI=0.921$ ，除了 $NFI$ 、 $NNFI$ 和 $RFI$ 外， $CFI$ 指標大於接受值0.90，顯示模型尚可以接受。精簡配適指標方面， $PNFI=0.591$ 、 $PGFI=0.506$ ，均大於接受值0.50； $CN=923$ ，大於接受值200，顯示模型配適度良好。整體而言，雖然 $NFI$ 、 $NNFI$ 和 $RFI$ 未達接受值，但也相當接近或接近接受值0.9，尚可接受。三類型的配適指標均通過考驗，顯示這是一個配適良好的模型，因此可以進一步進行研究假設檢定。

上述相關指標說明， $\chi^2$  (Chi-Square) 為卡方統計值； $\chi^2/df$  (Normed Chi-square) 為卡方自由比； $GFI$  (Godness of Fit Index) 為配適度指標； $AGFI$  (Adjust Goodness of Fit Index) 為調整後配適度指標； $RMR$  (Root Mean Square Residual) 為殘差均方根； $SRMR$  (Standardized Root Mean Square

---

<sup>2</sup> Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.

Residual) 為標準化殘差均方根；RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) 為近似誤差均方根；NFI (Normed Fit Index) 為基準配適指標；NNFI (Non-Normed Fit Index) 為非基準配適指標；CFI (Comparative Fit Index) 為比較配適指標；RFI (Relative Fit Index) 為相對配適度指標；IFI (Incremental Fit Index) 為增值配適度指標；PNFI (Parsimony Normed Fit Index) 為精簡後的規範配適指標；PGFI (Parsimony Goodness of Fit Indices) 為精簡配適指標；CN值為臨界樣本數。

### 3. 假設檢定

觀察表5-10，分析各潛在構面間路徑係數之假設的顯著性與變異的解釋力，分析結果發現研究模型中的路徑，所有路徑皆顯著。各路徑之標準化係數（直接效果）為：「兒藝節品牌創建→城市意象」0.910、「城市意象→遊客忠誠度」0.684、「兒藝節品牌創建→遊客忠誠度」0.290。由此可知，本研究所有假設皆獲支持。此外，模型對各依變項之變異解釋力（ $R^2$ ）分別為：「城市意象」0.828、「遊客忠誠度」0.914。

除了直接效果外，變數間亦可經由其他變數而產生間接影響。表5-11顯示研究模型中各變數之直接效果、間接效果與整體效果。整體模型中影響「遊客忠誠度」的最重要因素為「兒藝節品牌創建」（整體效果0.912），由此，不難理解「兒藝節品牌創建」的重要性。

表 5-11 整體模式的間接、直接、整體效果

潛在依變項	潛在自變項	直接效果	間接效果	整體效果	假設結果
城市意象	兒藝節 品牌創建	0.910***	-	0.910	H1 成立
遊客忠誠度	城市意象	0.684***	-	0.684	H2 成立
遊客忠誠度	兒藝節 品牌創建	0.290***	0.622	0.912	H3 成立

註：\*\*\*表示  $p < .01$ ，「—」表示無該效果

觀察表 5-10 與圖 5-6，顯示「兒藝節品牌創建」主要來自民眾對兒藝節的主觀感受，包括「情感意象」、「嘗新意象」、「認知意象」。三者之因素負荷量分別為 0.843、0.878 與 0.833，t 值皆大於 1.96，達到顯著水準。R<sup>2</sup>（多元相關平方）值分別為 0.711、0.771 與 0.694，皆大於 0.5，表示具解釋能力。比較因素負荷量可得知，在「兒藝節品牌創建」中，以「嘗新意象」為最重要因素，其次為「情感意象」、「認知意象」。此結果顯示，若要提升「兒藝節品牌創建」，則須重視「嘗新意象」為主要的關鍵因素。

此外，觀察表 5-8 與圖 5-7，顯示「嘗新意象」包括「科技與藝術融合」、「有驚奇感」、「在地文化與國際展演並重」。三者之因素負荷量分別為 0.827、0.868 與 0.824，t 值皆大於 1.96，達到顯著水準。R<sup>2</sup>（多元相關平方）值分別為 0.685、0.753 與 0.679，皆大於 0.5，表示具解釋能力。比較因素負荷量可得知，在「嘗新意象」中，以「有驚奇感」為最重要因素，其次為「科技與藝術融合的創意」、「在地文化與國際展演並重」。此結果顯示，若要提升「嘗新意象」，則須重視「有驚奇感」為主要的關鍵因素。

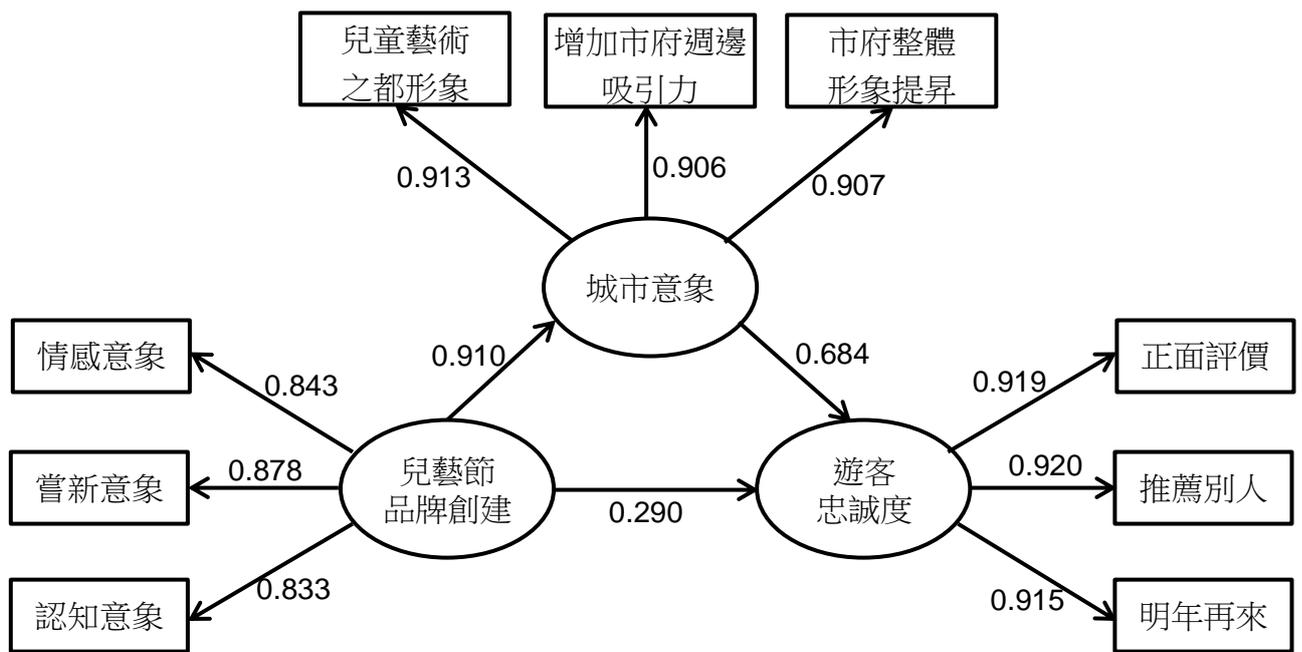


圖 5-6 整體模式路徑圖

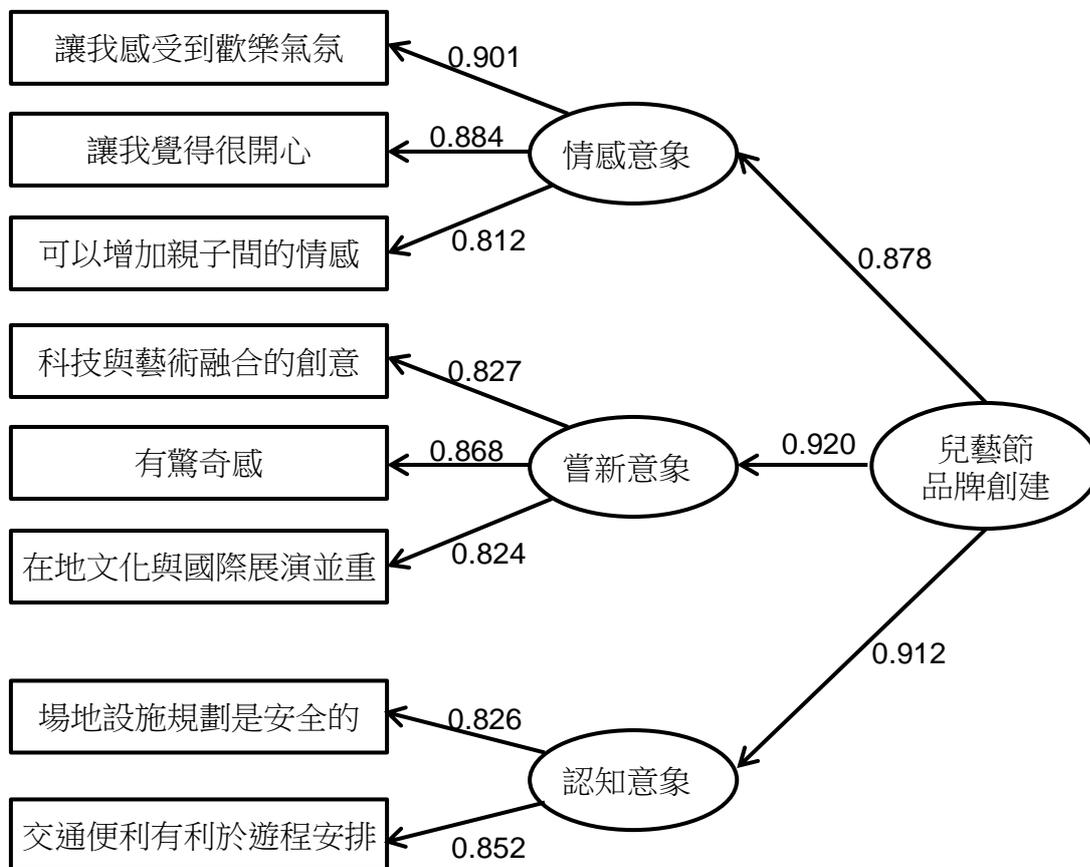


圖 5-7 「兒藝節品牌創建」構面的二階驗證性因素分析圖

觀察表 5-10 與圖 5-6，顯示「城市意象」主要來自參加兒藝節的民眾對新北市的整體觀感，包括「兒童藝術之都」、「增加市府週邊吸引力」、「市府整體形象提昇」。三者之因素負荷量分別為 0.913、0.906 與 0.907，t 值皆大於 1.96，達到顯著水準。 $R^2$ （多元相關平方）值分別為 0.834、0.820 與 0.822，皆大於 0.5，表示具解釋能力。比較因素負荷量可得知，在「城市意象」中，以「兒童藝術之都」為最重要因素，其次為「市府整體形象提昇」、「增加市府週邊吸引力」。此結果顯示，若要提升新北市的「城市意象」，則須重視打造「兒童藝術之都」為主要的關鍵因素。

觀察表 5-10 與圖 5-6，顯示「遊客忠誠度」主要包括「正面評價」、「推薦別人」、「明年再來」。三者之因素負荷量分別為 0.919、0.920 與 0.915，t 值皆大於 1.96，達到顯著水準。 $R^2$ （多元相關平方）值分別為 0.844、0.846 與 0.837，皆大於 0.5，表示具解釋能力。比較因素負荷量可得知，在「遊客忠誠度」中，以「推薦別人」為最重要因素，其次為「正面評價」、「明年再來」。此結果顯示，若要提升「遊客忠誠度」，則須重視「推薦別人」為主要的關鍵因素。

## 陸、結論與建議

### 一、近九成二的受訪者對本次兒藝節整體表現感到滿意

高達 92.0%的受訪者對本次兒藝節活動的整體表現感到滿意。其中，非常滿意的比例為 49.7%，滿意的比例為 42.3%，滿意度平均分數 4.40。但是仍略低於去年的 94.6%(非常滿意 49.8%，滿意 44.8%，滿意度平均分數 4.44)。不同年齡受訪者的滿意度有顯著差異。12 歲（含）以下的受訪者有 96.0%滿意今年的活動，平均分數 4.57 分，高於其他年齡層的民眾。

比較今年和去年的滿意度與忠誠度，結果顯示，除了「推薦親友」持平皆為 4.51 分，在「明年會再來」的同意度上，今年的分數高於 2017 年。

雖然滿意度的比例略低於去年，但是創意的活動設計，確實吸引民眾明年再次參加的意願。

### 二、受訪者是第 2 年參加新北市兒童藝術節的比例上升

調查顯示，受訪者是第 2 年參加新北市兒童藝術節的比例為 25.0%，遠高於去年的 17.6%，表示在留住既有觀眾上，已有不錯的成績。今年有 50.8%的受訪者是再次參加兒藝節的活動，高於去年的 44.9%。從既有觀眾的角度來看，維繫和舊觀眾的長期關係，以期能累積基礎的觀眾群，也是行銷的重要課題。

根據研究顯示，開發新顧客的成本是留住舊顧客的 4 至 10 倍(視產業情況而有所不同)。而要能夠將觀眾變為活動品牌的粉絲，則有賴於「為觀眾提供其想要的服務」。首先，要在既有優勢上創新，其次，改善服務流程，讓觀眾感覺舒服與愉快。

去年打破過往 5 年以童話世界為主題的活動內容，以「歡迎光臨怪獸島」為主題，用原創的 6 隻新北小怪獸帶來 6 大藝術互動體驗區。此外，除了加入新北市各大博物館體驗區，更特別加入科技藝術元素。市府大廳 1 樓除了「科技藝術體驗區」外，「可愛動物區」的大型擬真玩偶和各項恐龍展品，也是大受歡迎。創新的活動內容吸引觀眾今年持續回流，今年除了延續去年的主題活動外，也加入不同的科技藝術體驗，並擴大活動內容的多樣化，因此在「明年會再來」的同意度上也高於去年。可見得在既有優勢上創新與改進，確實是留住既有觀眾的很重要因素。

### 三、「網路」和「親友告知」為民眾得知活動消息的主要管道

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者得知兒藝節消息之主要和次要管道皆為「網路」和「親友告知」。進一步觀察，得知今年在「網路」和「親友告知」的比例皆高於去年。顯示「網路」仍是最佳的行銷利器，而「親友告知」的口碑行銷也不容忽視。善用社群網站或通訊軟體，可以讓訊息傳播得又快又遠。而口碑行銷結合網路科技的通訊軟體，則可以讓人們在沒有面對面的情況下去談論和關心所要行銷的品牌，例如「新北市兒

藝節」這個品牌。提供優質的活動內容和體貼的服務流程，就可以留住觀眾的心。其中，服務的態度則是最關鍵的因素。因為盡心盡力的服務態度可以彌補活動流程的缺失，讓觀眾感受到真心與真誠的付出。

#### **四、連續兩年皆有的活動，今年的喜好度都高於去年**

觀察去年 2017 年與今年 2018 年的受訪者對活動的喜好度，結果顯示連續兩年皆有的活動，今年的喜好度都高於去年。綜觀兩年，活動喜好度最高的為今年的「恐龍展品」(4.56 分)，和「team Lab 滑梯水果園」(4.53 分)。兩者的喜好度皆高於去年活動喜好度第一名的「AR 擴增實驗體驗區」(4.47 分)。

同樣是「恐龍展品」，今年的新北市政府一樓大廳改造成科技叢林，帶領民眾重返「侏羅紀世界」，逼真的場景和會動會叫的恐龍吸引民眾的目光。今年「恐龍展品」喜好度 4.56 分，遠高於去年的 4.39 分。其他同樣名稱的體驗活動，今年都有做細部的修正，帶給民眾不一樣的新鮮感受，因此喜好度也都高於去年。

#### **五、「場地設施規劃安全」分數相對最低**

整體來看，相對最低分的是「場地設施規劃安全」(4.35 分)。今年因民眾參與活動熱烈，在場地、排隊動線規劃上，造成民眾不少埋怨。雖然

活動喜好度高於去年，但是整體滿意度卻略低於去年，不過，仍在誤差範圍內。

今年因為參與民眾數高於往年，在維持秩序的人力支援上估算錯誤，且未能在活動開始前有效徵調志工。第一輪徵調志工時，志工興致很高，但因為局方對所需人力估算錯誤，有些志工甚至無法入選。等到發現人力不夠時，就一輪又一輪的徵調志工，到第4輪時，志工已經不耐煩了。

建議業務單位在人力支援上，初期可以大量徵調志工，包括市圖的志工。等到須加派人力時，才啟用局方的人員。因為局方人員是比較好掌控的部分，機動力高，應該放在最後才動用。

## 六、影響「遊客忠誠度」的最重要因素為「兒藝節品牌創建」

研究結果顯示，整體模型中影響「遊客忠誠度」的最重要因素為「兒藝節品牌創建」（整體效果 0.912）。在「兒藝節品牌創建」中，則以「嘗新意象」為最重要因素，其次為「情感意象」、「認知意象」。此結果顯示，若要提升「兒藝節品牌創建」，則須重視「嘗新意象」為主要的關鍵因素。

「嘗新」(Epistemic)從「消費價值」的觀點來看，意味提供的產品或經驗能引發顧客的好奇心，提供新穎性，或滿足顧客對知識的渴望。「嘗新」可以是全新的體驗，也可以只是簡單的改變某些步驟。

研究結果顯示，在「嘗新意象」中，以「有驚奇感」為最重要因素。近

兩年來的兒藝節，打破過往的活動主軸，將藝術注入科技的元素。一方面推廣在地文化，另一方面也引進國際知名的展演活動。同樣的活動名稱，因為注入新的展現方式，讓民眾「有驚奇感」。從「兒藝節品牌創建」的過程中，培育和創造品牌的過程也是不斷創新的過程。

兒藝節活動「品牌創建」(Branding)可以從「品牌標識」(Brand Identity)和「品牌形象」(Brand Image)兩方面來談。「品牌標識」(Brand Identity)是「提供者」(Supplier)，藉由提供各種不同於其他競爭者的特色和活動，來做為其行銷時的「市場定位」(Market Positioning)。「品牌形象」(Brand Image)則是「接收者」(Receiver)，亦即民眾心中對活動的整體印象。因此當我們能提供給民眾強烈、鮮明、有趣、討人喜歡、獨特的「品牌聯想」(Brand Associations)時，正面的「品牌形象」就會深植人心，進而帶動民眾再次造訪(Revisit)和推薦(Recommend)的意願。藉由「兒藝節品牌創建」的過程，我們希望在民眾心中形塑出「在地的、科技的、與眾不同的、歡樂的、親子的、友善的、體驗的、學習的」的「新北市兒童藝術節」品牌形象。

因此，除了「嘗新意象」，「情感意象」和「認知意象」也不可忽視。其中，「情感意象」包括「增加親子間情感」、「感受到歡樂氣氛」、「覺得很開心」，「認知意象」則包括「交通便利有利遊程安排」、「場地設施規劃安全」。

## 七、「兒藝節品牌創建」正向影響民眾對新北市的「城市意象」

本研究結果顯示「兒藝節品牌創建」正向影響民眾對新北市的「城市意象」。而「城市意象」主要來自參加兒藝節的民眾對新北市的整體觀感，包括「兒童藝術之都」、「市府週邊吸引力」、「市府整體形象」。其中，以「兒童藝術之都」為最重要因素，其次為「市府整體形象」、「市府週邊吸引力」。因此，若要提升新北市的「城市意象」，則須重視打造「兒童藝術之都」為主要的關鍵因素。因此，利用「兒藝節品牌創建」的過程，不僅可以打造新北市為「兒童藝術之都」的形象，並且可以提高新北市「市府整體形象」及增加「市府週邊吸引力」，以達到行銷新北市的目的。

## 八、民眾對新北市的「城市意象」正向影響其對兒藝節的忠誠度

本研究結果顯示觀眾對新北市的「城市意象」正向影響其對兒藝節活動的忠誠度。

Pekarik、Doering 與 Bickford (1999)<sup>3</sup>曾經幫「美國歷史國家博物館」(National Museum of American History)的一個展覽「美國生活中的科學」(Science in American Life)做了一個觀眾研究。其緣起是因為這個展覽，探究 1876 年至今的科學與社會之間的相互作用。因為展覽內容同時提出美國文化的許多有關科學的議題，爭議和成就，包括原子彈研究。因此展出後

---

<sup>3</sup> Pekarik, A. J., Doering, Z. D., & Bickford, A. (1999). Visitors' role in an exhibition debate: Science in American life.

一年，美國物理學會和化學學會提出抗議，認為這個展覽給公眾一個對科學負面的觀點。因此，Pekarik 等人(1999)用「出入口問卷設計」(Entrance/Exit Survey Design)研究觀眾對此展覽的看法。其研究結果發現當觀眾對科技抱持著非常正面觀點參觀此展覽時，他們的參觀後經驗會加強和確認他們原本對科技的正向觀點。

因此，若「兒藝節品牌創建」的過程提供給觀眾正面的「品牌形象」，並進而提高觀眾對新北市的「城市意象」，當這些觀眾帶著正面觀點參加活動時，他們參觀後的經驗就會加強和確認他們原本對活動本身的正向觀點，繼而提高其對活動的忠誠度。

## 九、「兒藝節品牌創建」正向影響觀眾對兒藝節活動的忠誠度

本研究結果顯示「兒藝節品牌創建」正向影響遊客對兒藝節活動的忠誠度。整體模型中影響「遊客忠誠度」的最重要因素為「兒藝節品牌創建」（整體效果 0.912），由此，不難理解「兒藝節品牌創建」的重要性。

「遊客忠誠度」主要包括「正面評價」、「推薦別人」、「明年再來」。其中，以「推薦別人」為最重要因素，其次為「正面評價」、「明年再來」。此結果顯示，若要提升「遊客忠誠度」，則須重視「推薦別人」為主要的關鍵因素。亦即，透過口碑行銷(Word of Mouth Marketing)把顧客變成積極的品牌推廣者。而口碑行銷的第一個重點是要「識別並鎖定目標客群」。此外，

要能夠將觀眾變為活動品牌的粉絲，則有賴於「為觀眾提供優質的服務」，而且必須讓觀眾「方便留下評論、建議」，以做為日後活動內容與執行改進的依據。



## 附錄一、問卷執行服務心得與建議



一、8月3日

## 訪員 1 的綜整意見

第一天也是第一次去兒藝節當工作人員，老實說自己沒參與過這種大型且兒童又多的活動，讓我覺得還蠻新鮮的。我們這群沒什麼前人的指導，要找人做問卷是有點困難，其實自己對於做問卷就沒什麼意願，更何況是民眾。但還好有個誘因讓民眾願意做問卷的好方法就是送貼紙，再來就是用平板做問卷，那大部分小朋友一聽到會送貼紙時，爸爸媽媽都很願意做問卷，為了小朋友他們只好默默的點平板。由於市府 wifi 收訊不是很好，工作人員的最大困難就是網路分享器如果人員分散太開，wifi 就會收不到，所以在做問卷的時候，經常做到一半就斷訊。

在做問卷的其中其實民眾都還搞不清楚活動狀況，不太熟悉現場的遊戲設備或體驗區活動在哪，所以問卷的數量也就比較少一點，給的建議及意見都是動線不清楚、標示不明、號碼牌不知道什麼時候拿之類的。

後來網路吃到飽的人開分享給平板做連線，網路就比較順，但人員距離還是不能太開，做問卷的人數愈來愈多，大家也覺得很有成就感，這對團體來說也很重要。下午雖然天氣熱，但跟大家一起行動跟一個人做問卷動力也多一點，然後跟民眾互動也較多一點，可以聊兒藝節活動內容之類的。只要做一張問卷就會送狗狗型狀的擦布和精美貼紙，民眾一樣非常的勇躍參與，提供的意見也都是好評。

## 訪員 2 的綜整意見

值班時間為兒藝節開幕第一天下午 15:00-18:00，在新北市政府一樓大廳做問卷調查。搭配兩位新北市政府文化局志工，兩位均為熱心的長輩，因為此次問卷調查不是發紙本，而是使用平板的線上問卷調查，由於志工不熟悉 3C 產品，需花一些時間教導使用。

遇到困難的地方，網路分享器只有一台，所以館員必須跟兩位志工不可距離太遠，否則會斷線，填寫問卷就要重新來過，網路不穩的問題，需要靠館員幫忙志工連線，及隨時注意距離不可分太開問題。

尋找民眾填寫問卷，建議可以找正在排隊的民眾，加上事先說明填問卷會送貼紙，填寫意願會提高。小朋友都滿喜歡貼紙的，大人會想要幫小朋友拿貼紙，所以接受填問卷機率會提高。其中，有遇到從台北市來的小弟弟，是第五年來參與新北的兒藝節的活動，對流程很了解，也對活動很有興趣。

下班後，實際逛兒藝節活動，很吸引大小朋友參加，有聲光科技效果，恐龍做得很逼真，有聲音還會眨眼。民眾蓋章也很踴躍，其中，集章活動的筆刷怪印章，都已經沒墨水了。周圍的裝置藝術品，看起來滿可愛與特別，像光之鳥、穿西裝的老虎等，滿吸引民眾拍照。

二、8月4日

### 訪員 1 的綜整意見

下午 15 點～下午 18 點，在一開始人員及志工集合後，網路設定上總是無法順利上網，導致無法第一時間進行問卷調查(最後只能自行運用自己手機網路分享，才順利進行問卷)，緊隨著廣場一場大雨，所有人擠進一樓大廳，造成壅擠狀況。在市府大廳隨機做兒藝節問卷調查，民眾對於需先抽號碼牌或如何排隊的反應表示進行路線標示不清(滑梯水果園)，孩子喜歡的場景因會人潮過多導致取景拍照不易。民眾建議應將標示牌字體放大放置入口處讓每位民眾可清楚知道進行方式。恐龍世界區則非常吸睛，大人和小孩都覺得設計超逼真，讓孩子感受超開心。民眾問最多的問題是，每年市政府都一樣會辦理同樣性質的活動嗎？明年還有嗎？

在二樓觀察到有許多爸媽跟小孩們，都坐在地上休息及玩手機。媽媽一邊回答著問卷調查，一邊說出從二樓往下看的感覺，媽媽說應設置休息區，大夥坐在地上很難看。也同時反應排隊太長，建議應該舉牌告知『指示動線』，避免浪費排隊時間產生民怨。有特地從台中上來參與活動的民眾，建議應該於現場增加更多志工舉牌，方便民眾前往活動區域。整體來說，民眾認為這次的兒藝節，比起往年變化多了許多，特別是增加很多手作區及部一樣的體驗，讓他們有機會陪孩子一起玩。

## 訪員 2 的綜整意見

下午 2 點多，雖外場未開放，但在市府外場已有民眾頂熱烈陽，在體驗區外排隊等候，一場傾盆大雨，打散所有人，快速奔入市府內躲雨，身上背著網路分享器與志工們，在二樓與大廳隨機做兒藝節問卷調查，民眾在做問卷時，網路頻頻斷訊，孩子在旁吵，讓民眾覺得不耐煩，甚至把平板還給我，說：「我沒時間等網路恢復」我一直跟民眾道歉。

因網路狀況太不穩了，只好採用自己的網路，才順利進行，今年贈品貼紙太可愛了，路過民眾會主動詢問，要如何取得貼紙，經說明，願意停下腳步帶著孩子排隊，等候填寫問卷，有媽媽還帶著好幾個一起來的家庭來排隊呢。

民眾反映對於體驗活動，不知要事先預約，開放時間到體驗區都是呈現已額滿，所以都排不到體驗，認為宣導不夠，有點失望，一邊問卷調查，一邊說出從二樓往下看的感覺，只能當觀眾看別人體驗。

大廳會動的恐龍，小孩都覺得超酷，是駐留最久處，滑梯水果園、海洋魔力方，科技效果彷彿深入其境，是拍照景點，非常讚。因為人潮讓參與民眾汗流浹背，直喊好熱歐…，又無處休息，大夥坐在地上很難看。建議大廳冷氣開強並增加休息區。

## 訪員 3 的綜整意見

下午 6 點～下午 9 點在市府大廳隨機做兒藝節問卷調查，民眾對於各區

的反應都是非常滿意，孩子喜歡也適合取景拍照。不過，有民眾建議應多開放體驗名額或時段，讓更多人能夠體驗的到。

因人群過多，故改轉至市府外隨機做問卷調查，在外做問卷時，常會遇到民眾詢問活動位置與時間，因為太多資訊無法一一述明，且很多地點並不清楚，故無法明確告知民眾位置。有些民眾拿著 DM 來詢問，只能盡力協助尋找位置，對於不確定性答案，只能請民眾詢問服務台。

對於戶外展示區的部分，則一致認為應該及早開放，雖然有解釋天氣過於炎熱，怕大家中暑，家長表示能夠諒解，但因排不到大廳體驗，孩子沒地方玩，還是覺得很麻煩。最後，一致建議增加大廳休息區座位，冷氣開強一點，太熱了。

另外針對問卷部分，有民眾反映平板的反應和連線速度很慢，有時還會斷線，導致民眾要再重填一次，且手上有時有其他東西，不方便拿著填寫，建議能改成紙本或請民眾用手機掃 QRcode 後自行上網填寫，減少網路不順的問題發生。

#### **訪員 4 的綜整意見**

下午 6 點～下午 9 點，在市府外隨機做兒藝節問卷調查，民眾大部分都第一次參加，且是因為有了小孩才知道有此活動，皆表示非常開心。許多民眾都是拿著會場 DM，看著地圖詢問是否可以幫忙蓋章，因為要蓋很多章，內外都有要集點處，範圍太廣，為了集點到處跑很累人。

舞台區座位的工作人員沒有全部掛識別證，問卷員首當其衝被質疑沒收參加民眾的包包，又不知放於何處（活動中，主持人有一直講不要拿包包佔位），另有家長反應已有位置座，但嬰兒車卻沒地方放置，廣播又講不能放走道，也沒講何處可以集中放置，很不方便。

此次做問卷時，有幾位父母為了帶孩子參與各項活動，單手拿著問卷用平板，另一隻手抓著小孩前進，必需一直緊跟，很擔心平板會摔破，且網路很慢，問卷又太多頁，很多家長會一直問還有幾頁要做，建議是否可以改家長自行上網回答，然後抽獎送禮的方式。

總結：

1. 減少平板問卷，改請參與家長自行上網，避免網路連線太慢的不耐及平板損壞危機。
2. 活動舞台區要設可以放置嬰兒車及上台活動的小朋友家長區，避免家長不知該如何照顧小朋友或隨身物。

### 三、8月5日

#### 訪員 1 的綜整意見

一年一度大型活動兒藝節又來臨了，在新北市政府舉辦，酷熱的暑假家長帶小朋友，踴躍參加體驗，於8月5日(日)是活動的第一個星期天，人潮湧入兒藝節的活動，為了讓小朋友度過快樂的暑假不畏懼天氣炎熱排隊等待，天下父母心好敬佩。

負責兒藝節問卷調查送小禮物，用平板電腦填問卷，網路不穩定常常當機，汗流浹背如洗三溫暖般，難以形容的熱熱熱，天氣非常悶熱快要熱衰竭了。有位阿嬤疼孫，不辭辛勞填報 5 頁問卷，只為一張可愛貼紙，對阿嬤使用平板有挑戰性，教學相長數位學習。在問卷得知：

1. 活動動線太擁擠，排隊太久，外面廣場活動因天氣很熱，參加意願不高。
2. 問卷題目太多，填寫要花很多時間，應設計簡單易懂易寫的問題，較能有可信度的調查。

活動中小插曲：

有位新住民媽媽帶 2 位小朋友來玩，因要排隊等填問卷，因小孩子哭鬧，我先給貼紙讓安撫小朋友，媽媽先帶出去逛一逛，原本以為不會回來找我填問卷，隔一陣子，很守信回來填問卷，身教不如言教，是很好學習榜樣。

## 訪員 2 的綜整意見

星期日的今天人潮眾多，大家大朋友帶小朋友一起前來本市府參加兒藝節。經詢問大部份小朋友是坐捷運來因為有看到嬰兒手推車，選擇捷運真的是最好的選擇，而且出站後皆有緩坡步道，方便使用嬰兒車的父母親前來。

雖然當天天氣炎熱，但還是抵擋不了民眾與小朋友的熱情，下午 3 點大家幾乎都往市內移動及有秩序的排隊。隨著工作人員熱情的指揮下，大家馬上就定位，可以看見小朋友期待的表情，另外現場恐龍及可愛動物都是

小朋友愛拍照的對象；還有滑梯水果園更是讓現場大小朋友們從場內排到場外。

時間來到下午 5 點，在戶外的大小朋友們開始聚集在新北市政府舞台前，首先由 YOYO 家族開場，開始帶動唱，之後一連串精彩節目表演……一直到本組人員與晚班人員交班，正式結束一天精彩的行程。整體來說，民眾都很高興有這樣的活動，也很喜歡這樣大型活動的感覺，但大家都覺得希望現場民眾可以少一點，這樣大家都可以減少排隊的時間。還有天氣太熱冷氣要開強一點。

### 訪員 3 的綜整意見

下午五點至九點，與值班同仁測試並教導志工問卷系統的使用方式後，到市府大廳、市民廣場做兒童藝術節的問卷調查。在市府大廳方面，民眾對於滑梯水果園、恐龍世界、海洋魔力方等活動區的評價是滿意的，且上述活動區的佈置吸引不少小朋友的注意，能看見很多家長和小孩取景拍照。不過，有民眾建議大廳應該規劃人數管制及進出動線，原因在於大廳的空間有限，在人潮洶湧的情況下，許多家長帶著 2~6 歲小孩來體驗活動，很容易會碰撞到個頭小的孩子；在市民廣場方面，雖然天色漸暗，卻沒有減少民眾對戶外活動區的體驗興致，特別是怪獸藝術體驗，不論是活動區外的怪獸設計(如音樂怪、燈光怪、跳舞怪等)還是體驗遊戲，相當受家長與小朋友的喜愛。在請民眾填寫問卷的過程中，許多人對於戶外活動遊戲的

設計是感到滿意，且相較於去年兒藝節的活動，覺得有趣又好玩，但部份民眾有建議活動體驗區的空間規劃可再做調整，如遊戲器材的擺設、活動區出入口的規劃等。

整體來說，今年的兒藝節活動體驗項目令許多民眾滿意，且小朋友也玩得不亦樂乎。另外，因值班時間為晚上，看到一些情況，雖然廣場有照明設置，但有些活動區旁的走道燈光較不明顯，加上所設置的走道寬度有限以及活動區與活動區の間隔離得近，排隊區幾乎占了一半的走道，所以有小朋友在行走時為避開排隊區的人而差點跌倒，建議將活動區的走道再做規劃。

#### 四、8月6日

##### 訪員 1 的綜整意見

下午3點~下午6點，在一開始人員及志工集合後，網路設定順利上網，第一時間馬上進行問卷調查，一樓大廳滿滿人潮，壅擠狀況一樣進行著。在市府大廳隨機做兒藝節問卷調查，這次加贈”狗狗”限量版橡皮擦，增加了填寫問卷意願，為了填寫問卷出現小小的排隊狀況，民眾反映去年活動九點就開始，對於活動時間的調整為下午三點真得太熱了，明年時間可否調整早一點，反應表示排隊進行路線讓他們感覺不是很清楚，孩子像熱鍋上的螞蟻，整天最花時間的就是排隊再排隊，但是體驗時間又很短，孩子喜歡的場景因為人潮又多導致走到哪都是人潮，下午活動天氣又很熱。

民眾提出針對建議體驗卷 30 分鐘才發放 30 張(待求證確實狀況)感覺有點少，恐龍區造型設計則非常吸睛，大人和小孩覺得活動設計超逼真，在恐龍邊照相的孩子還擔心被恐龍咬到，有部分小小孩有點怕怕不敢靠近，但是還是讓孩子感受超開心。民眾問市政府廣場還會辦理同樣性質的活動嗎？明年的活動現場時間還是安排在下午嗎？下午辦理活動天氣比較熱可以搭帳棚嗎？參與體驗時間可以加長嗎？是否採集點方式，參與越多次活動的人可免費再玩一次或玩體驗活動可免費跟辛苦的工作人員照相的建議。

活動觀察到有許多爸媽跟小孩們，玩得很開心，兒藝節活動雖然天氣很熱，家長們還是頂著大太陽排隊，只為讓小朋友度過一個開心愉快的暑假回憶。

## 訪員 2 的綜整意見

這是我第一次參與兒藝節，給我的整體印象不佳，主要原因有以下幾項：

1. 整體的場地過於壅擠，無明顯動線或指示，常見很多民眾窩成一團但卻不知道是為何，或是不斷詢問活動場地所在。
2. 部分活動與主題不相干，例如博物館的各項活動，與怪獸的連結力不夠，恐龍跟怪獸的相關性是什麼，這些都是值得去思考的。
3. 地點的安排相當奇怪，市府大廳為辦公大樓，曾有來洽公的民眾在跟我抱怨為何將場地設置在辦公大樓內，他說他不反對有些藝術裝置，但像

這樣佔據整個市府 1 樓，十分誇張。

4. 設備十分缺乏，因為是電子問卷，不僅沒有網卡，就連平板都是由自身支援。最常被民眾抱怨的就是問卷內容過多，且許多問題意義重複，網路也常會斷線，造成做到一半的問卷就此中斷。曾有民眾說，他原本覺得喜歡，因為這點小事變成普通。希望下次可以由局內備妥相關設備。

對於民眾來說，反應呈現兩極化，部分家長覺得活動非常有意義，讓小朋友體驗到一些聲光效果的活動，但有部分家長則是興致缺缺，甚至有家長覺得如果要體驗這些東西，他們可以到其他博物館，在這裡反而缺乏整體感，但也有家長覺得這樣的宣傳方式頗為新鮮。整體詢問民眾的結果都還算是滿意，讓我算是訝異，畢竟要在這種很熱又很吵又讓人煩躁的環境下待上如此久的時間，卻還可以感到滿意，顯見台灣人的容忍力之高。

## 五、8 月 7 日

### 訪員 1 的綜整意見

今日值班時間為下午 3 點起至 6 點，一開始先由室內做問卷，民眾聽到填答問卷就會送小贈品都很主動過來，但不知是否是人潮過多的因素，網路速度比較慢，尤其是按下一頁的時候，都會停頓幾秒。室內雖然不會曬到太陽，但人潮多相對的吵雜聲很大，空氣品質也跟著差，若能加強空氣流通會比較好。

於戶外做問卷時，有民眾反映排隊時間希望能從早上開始，因為他們一

家人特地從桃園來參與此活動，下午才能開始排隊，加上每項設施幾乎都得排隊，所以能玩到的設施並不多。因戶外溫度高，加上平板一直使用，背板整個發燙，希望能每隔半小時就讓平板休息幾分鐘。

有不少民眾是這幾年來都有參加兒童藝術節，對於戶外區帳篷內多新增冷氣可吹，極為讚許，也有民眾認為我們在大熱天戶外做問卷很辛苦，表達慰勞之意，甚感欣慰。建議明年在活動開放前，能有個說明會或讓訪員先行體驗各項設施，對於活動才会有更深入的了解。

## 訪員 2 的綜整意見

下午 5 點～晚上 9 點，到現場後先跟前一班同仁交接注意事項及吃飯，後來原本是要每人各自找人填問卷，但 1 人行動時，現場的民眾較不理同仁，相對的同仁也因一直被拒絕後，較不好意思去找民眾，後來臨時改為大家一起行動，由一人先把民眾聚集起來，其他同仁就請民眾填問卷，當同時有 2~3 組民眾及同仁在做問卷時，其他民眾看到時，也會因好奇而圍過來看，此時同仁也會立即詢問要不要做一下問卷，通常反應都是好的。

當我在請民眾填寫問卷時，我都會口頭跟他詢問他來玩多久了，第一次來玩嗎？玩到現在覺得有什麼地方要改進嗎？或是覺得有什麼地方是他覺得很好的可以鼓勵我們的，通常我會一個問題問完，他回答後，我才會再問下一個問題，不會一下子就把我要問的問題給說出來，有點像是引導式的詢問民眾，此時他問卷也大約填到最後一項意見時，我就會請他把剛剛跟

我聊到的意見填到意見欄，此時民眾大多都會填寫，不然意見欄都會是無意見。

此次填問卷時，民眾大多反應都大同小異，例如大廳冷氣空調不夠冷，當下午天氣熱時，大廳的人又多時，空氣就會變的相當悶且又會有異味，還有排隊的動線相當不明顯，及蓋章的地點，一到晚上就相當的不明顯，希望可以加個燈，還有是現在環保當道，很多人都會自帶水壺，但飲水機的位置相當不明顯，有時詢問志工或現場的工作人員，也會不清楚。還有很多人反應說他們大多數都是坐大眾運輸工具來的，但下車後指標相當不清楚，常常要問很多人才會知道地點，希望可以在公車站或捷運站出口有相關的指標及 DM 可以拿，這樣也不用到活動現場後還要找服務台拿集章卷或 DM，同時 DM 上也會有相關的地點位置圖，這樣民眾才可以知道他現在的所在位置及方向。

此次訪問大部分的民眾都說今年的活動很創新，活動很好玩，希望活動能延長，還有很多民眾誇獎我們的志工及工作人員服務態度很好，大熱天的站在太陽下為民眾服務及回答問題，很辛苦，但不會因人多或天氣熱而口氣不好。

### **訪員 3 的綜整意見**

下午 5 點~晚上 9 點在市府大廳及廣場隨機進行兒藝節問卷調查，在恐龍世界區小朋友都會詢問恐龍骨骼恐龍骨架是真的，還是假的覺得超酷，

家長覺得可透過有真實刺激的恐龍與勤親子間多了互動，也對古生物有探險的樂趣，非常讚。對於可愛動物區孩子們都喜歡也適合取景拍照。

在科技藝術體驗區，觀察到有許多小孩在排隊時心情會興奮及期待，當小朋友從水果的溜滑梯下來時，會馬上拉著爸爸媽媽或阿公阿嬤分享在溜滑梯下來時的有趣的生態互動，讓小朋友體驗溜滑梯的同時，享受其滑動的速度感以及互動視覺。但也有家長反應排隊太長讓小孩站到不耐煩、生氣。建議明年要保留 teamLab 滑梯水果園此項設備，分享給更多人都是可以玩到。另東側電扶梯旁有設置積木區，看到許多父母帶著 2~6 歲的小小孩在牆上貼積木，吸引孩子注意力及減少吵鬧。

廣場處許多民眾反映因晚上視線不良，不容易找到闖關集章處，須加個燈之類，比較便民。戶外藝術裝置吸引許多親子、情侶互動取景拍照。一位媽媽今年是第五年參加他對於小老闆市集部分非常讚許，報名市集活動讓小朋友把自己過往的玩具、用品從收集、分類到賣出，讓小朋友體驗贈予的幸福及珍惜，是一項有意義的活動。民眾認為這次的兒藝節，比起往年好玩、生動，一致建議都喜望增加大廳休息區座位，因人潮太，需冷氣開強一點，多太熱了。

**六、8月8日**

**訪員 1 的綜整意見**

8月8號炎熱的下午，本以為參予的民眾應該寥寥無幾，心想著一定很

難達成指定的問卷數量，沒想到抵達現場時，很驚訝地發現人蠻多的！裝置藝術前，有家長在幫孩子們拍照、體驗營外，都有很多家長帶著小孩排隊登記入場時間，在看到這麼多熱情的家長和小朋友後，我也跟著熱情起來！

領隊以活潑的方式開場，鼓勵家長踴躍填寫問卷調查，並送精美小禮物，好的開始是成功的一半，第一個點家長和小朋友都非常踴躍，甚至出現排隊等候填問卷，因此很快的就達標，為了讓現場的小朋友都能得到小禮物，我們休息片刻後，緊接著移動到下一個點。現場艷陽高照，包括我們在內，各個都汗流浹背，小朋友臉頰更是熱到紅撲撲，本應心浮氣躁的小朋友，在家長填寫問卷時，卻總是安安靜靜的等候，我將心中的疑惑說了出來，一位媽媽說：「暑假的活動嘛～很正常的！暑假裡有這麼棒的活動，可以全家一起參予已經很開心了，熱也無所謂。」，在旁的小朋友聽完後，有的靦腆的點頭附和，有點大聲的說：「我玩得很開心，一點都不怕熱！我明天還要再來！」當下心中好感動！想趕緊將這個活動訊息告訴姪女們，讓他們也可以來體驗 2018 新北市兒童藝術節！

## 訪員 2 的綜整意見

本日下午在市府大廳與戶外廣場協助做問卷調查，現場各個設施及場館排的家長很多，但現場排隊路線規劃有點凌亂，而且不管是戶外廣場或市府大廳內都很熱…希望未來能夠改進。以下建議幾點提供參考：

1. 戶外廣場部分可安排一些乘涼或有遮陰的休息區，因為下午或白天時間太陽很大，而且夏天下午容易有午後雷陣雨，規劃一下有遮陰的休息區或小場館比較好。
2. 室內體驗活動的海洋魔力方做問卷的時候有幾位家長抱怨，都說完全搞不清楚這項體驗是在做什麼，只讓小朋友戴上護目鏡及潛水裝備，然後就站在體驗牆看影片，但完全不清楚是在體驗什麼東西，沒有互動性，建議可以加入一些互動體驗的設備，讓民眾更有體驗的樂趣。
3. 每項體驗活動的時間可因應平日或假日人潮的不同而調整，像是平日的人潮比較少一點，體驗的時間可以比較長；但假日活動的人潮較多，可以將體驗活動的時間縮短，以減少民眾排隊的不耐煩，因為現場許多家長都有這樣的抱怨。
4. 部分遊客是從其他縣市來的，建議可以提供一些體驗名額是給其他縣市的遊客，更能增加其他縣市遊客的觀光人潮。

### 訪員 3 的綜整意見

下午在市府大廳與戶外廣場做兒藝節問卷調查，第一站先從戶外廣場體驗區開始，因為剛好當天的 88 節，有很多爸爸媽媽帶著小朋友來參加，有的從開幕的第 1 天，就開始玩到今天，而小朋友們對於填問卷有貼紙拿非常的有興趣，家長們大致對這次的兒藝節相當支持，不過有些小小的建議。

建議如下：

1. 兒藝節的平面圖、規劃動線希望能有更清楚的標示及規劃，讓他們可以自行依據平面圖去找到想去搶關的關卡。
2. 有家長希望可以多增設一些，可以與小朋友一起玩的親子互動的體驗，因為覺得小朋友的體驗活動比較多，少了與爸媽之間可以共同完成任務的團隊默契。
3. 大部份的家庭都是全家一起來，有些家長會對於大廳內的人數控制會希望可以管制，因為人很多場地有限，這樣會有人多的狀況，就覺得冷氣空調似乎不冷，在大廳內還是很熱的情形。
4. 家長對於填寫問卷的部分，很贊同因為可以與主辦單位有溝通的管道，不過建議是否可以把問卷的內容再濃縮簡短一點。雖然當家長在認真填寫問卷時，我們都會主動幫忙看著他們家的小寶貝，但家長還是會覺得問卷可以在簡短一些會更好。

#### 訪員 4 的綜整意見

今年很榮幸的參與文化局年度盛事-兒藝節活動之最最最低調的問卷工作，在整個調查過程中，不變的感覺就是不停的流汗、擁擠的人潮及喧嘩的吵鬧聲。在進行問卷前，心中充滿著問號，真的有人願意停下腳步定下心來填一份冗長的問卷嗎?所幸可愛的貼紙及狗狗橡皮擦飛快的擄獲小朋友的心，幾乎碰到的孝順爸媽都蜂擁過來填問卷，使得我們不負長官所託，順利完成問卷調查工作。以下綜整一些民眾填問卷時的小小回應：

1. 題目有點多。
2. 大廳空間太小、動線規劃不良。
3. 展期太短，建比照歡樂耶誕城。
4. 人潮擁擠，每樣都要排隊。
5. 空氣太悶。

當然還有優點如下：

1. 今年的內容比去年豐富。
2. 戶外表演聲光效果具佳。
3. 站在新北廣場看光之鳥，真的感覺新北市是一個國際化的都市。
4. 大廳的互動裝置真的另人耳目一新。

最後是職的小小建議：穿著淺藍色工作人員制服，但對民眾一些排隊發號碼牌、換獎品及表演的詢問不是很清楚，有點糗。建議業務單位要針對所有工作人員做一個懶人包，讓所有工作同仁(包括志工)都可以幫忙解決民眾的問題。

很高興參與兒藝節問卷調查工作，希望我們用汗水及口水做的問卷能對未來活動的規劃能有所助益。新北文化局的同仁真得很辛苦很辛苦很辛苦！

七、8月9日

### 訪員 1 的綜整意見

下午在市府大廳與戶外廣場做兒藝節問卷調查，很多民眾都不是第一次參加，大廳裡的每一個娛樂區都排滿了民眾，以滑梯水果園和海洋魔力方最受歡迎，隊伍最長，家長們多集中在滑梯水果園前面為孩子們拍照。有民眾反映滑梯水果園的參加方式，說6點來排隊拿到的號碼牌都已經是8點多的券了，覺得有點兒誇張，等太久，希望整個參加流程能更清楚。

大部分都是家庭一起來玩，少數有情侶在動物區拍照。民眾對於兒藝節的評價大多很滿意，小孩子也都玩得很盡興開心，只是還是覺得人潮多、場地太小。另因下午下雷陣雨，環境不至於太熱，雖人潮稍微擁擠但也還不到妨礙通行。以填問卷送貼紙的方式很容易進行，小朋友也很喜歡可愛的貼紙，甚至也想填問卷表達自己的想法。

晚上至戶外廣場做問卷時，恰逢碰到表演開幕，因觀眾忙著欣賞台上表演，長官建議不用在表演區進行問卷調查，因此多在科技叢林、周邊設施等，主要找正在排隊等玩遊戲的民眾做問卷。另建議說，應多設置兒藝節的平面圖、規劃動線、更加清楚明瞭的標示各區之參與流程，才不會混亂。整體來說，民眾仍以北部人居多，但也有不少從中部上來，還帶著行李箱，對於這次的兒藝節相當滿意，就一些上述地方可再加強改善。

八、8月10日

### 訪員 1 的綜整意見

今年的夏天很熱鬧，新北市兒童藝術節以「重返怪獸島」為主題，邀請大小朋友一同到新北市政府的市民廣場同樂，與各種可愛的怪獸們重返怪獸島！雖然天氣十分炎熱，氣溫都飆高至 35 度以上，仍然不減民眾攜家帶眷一起參與兒童藝術節活動。今年共超過 50 個節目或設施，包括各種藝術互動遊戲、行動博物館設施、兒童劇場與戶外藝術裝置，不管室內或是室外，每一種設施遊戲前都排了很長的人龍隊伍。

我們帶著平板電腦邀請排隊隊伍中的大小朋友填寫線上問卷，大家都很踴躍的參與問卷填答的活動，在填答的過程中，也感受到民眾對於活動的肯定與支持，以及小朋友的雀躍心情。大家對於填寫問卷送的貼紙與橡皮擦都非常喜歡，讓問卷的填答過程十分熱絡。

許多民眾表示每年都會參加兒藝節活動，對於能有這樣的體驗機會感到很开心、興奮，但活動人潮過多，以至於排隊時間過長，且天氣過熱，讓人有些吃不消。小朋友們對於恐龍世界、滑梯水果園、海洋魔力方、翱翔水金九等活動都非常喜歡，暑假能參加兒藝節活動，感覺非常高興。

新北市兒童藝術節動員了許多單位的同仁及志工，大家在酷暑下揮汗如雨的工作，相信一定能帶給民眾一個難忘的怪獸之夏！

## 訪員 2 的綜整意見

下午在戶外廣場東側(近大遠東百貨這)、市府大廳西側(聯合辦公中心)做問卷調查，在我接觸的民眾有許多是從外縣市來參加活動，有從新竹、台中、台南，也有從台東北上來參加的，甚至也有從金門遠道而來的民眾，大部分都是透過網路訊息而得知兒藝節活動。

在訪問的過程中，和民眾聊聊對於活動的看法，民眾對於所展出的內容及體驗活動都非常讚賞，每一區都是大排長龍的景況，滑梯水果園和海洋魔力方當然是最受孩子們喜愛的，恐龍區就是大家搶著拍照留念地方，雖然天氣非常炎熱，但不減民眾前來參予的興致。同時也詢問了民眾希望活動該加强的地方有哪些?當然除了希望增加更多更新的設備及體驗外，更希望能提供休息乘涼區及延長活動的時間，讓遠道而來的民眾都能參與到每一項體驗設施，對於兒藝節的評價大多都很滿意，孩童也玩得盡興、開心，礙於人潮多、場地小的緣故，所以民眾希望能有一個較寬敞的環境來舉辦活動，例如:比照童玩節的場地及活動時間。

這次填選問卷即送貼紙及小禮物的方式，讓我們很容易跟民眾進行互動，也可以讓小朋友挑選自己喜歡的貼紙，當然也有小朋友堅持自己填選問卷以表達自己的想法，但民眾對於七張問卷的內容有提出建議，希望問卷內容可以簡短扼要，整體來說，民眾對於兒藝節活動相當滿意，希望能將上述小缺失加強改善，就更完美了。

### 訪員 3 的綜整意見

下午五點前來到市府與第一批的問卷夥伴會合，我們主要以定點的方式進行兒藝節問卷調查，收集民眾對今年活動的滿意度。

最先來到進行調查的地點是位於滑梯水果園前的手扶梯處，此處有設置座位供民眾休憩，正在休息的民眾得知填問卷能取得貼紙，都很樂意填寫問卷。

剛參加完滑梯水果園來旁邊休息的家長反映，希望能把整個排隊的動線規劃得更清楚，因為大廳內的空間並不大，顯得展區略顯擁擠，各展區的排隊隊伍有時候會找不到正確的排隊路線。

第 2 個進行調查問卷的地點為行動博物館的展區，位於舞台的東側前方，向正在排隊的家長與小朋友說明後，戶外的問卷調查蒐集也相當順利，家長跟小朋友都很踴躍的參與問卷調查活動，戶外展區的民眾對今年兒藝節的辦理普遍都相當滿意。戶外民眾的意見包含天氣炎熱，希望主辦單位除了在市府大廳能設置強一點的冷氣外，戶外展區也能定時使用乾冰降溫，因為即便是沒有日光的晚上，光是排隊或者欣賞戶外舞台表演，幾十分鐘後都能汗如雨下，晚上的氣溫仍然處於高溫的 30 度以上；另一組民眾則建議戶外展區空間可以設計的更寬廣，並且將展區與展區的號碼牌發放時間錯開，家長表示為了拿取 A 展區的體驗活動號碼牌，但與 B 展區的發放時間相近，後來因此沒拿到 B 展區的號碼牌，希望這部分能改進。

參與今年兒藝節活動的大多是北部人，尤其以新北市民最多，一邊做訪

談時，有遇到許多民眾表示就住板橋離活動地點很近，覺得交通地點便利，一半以上的民眾表示有參加過往年的活動，並且認為今年的活動很滿意。

## 九、8月11日

### 訪員 1 的綜整意見

下午 5 點~晚上 9 點參考先前幾天同仁做問卷的經驗，我們一行 5 名訪員採取集中據點的方式進行問卷調查，地點分布在市府大廳及廣場，這各時段剛好有踩街的表演活動，其他志工也很辛苦的協助進出場人數控管，大多屬民眾對於踩街隊伍的表演讚不絕口，踩街表演告一段落後大廳人潮開始湧現，大部分的小朋友對於水果溜滑梯、恐龍模型特別情有獨鍾，但有些家長因沒有排到體驗卷有點不太高興，但整體在實施問卷調查時家長幾乎都抱持著非常正向，滿意度幾乎都有滿意的水準，只是對於部分沒體驗到的活動表達排隊排太久或是表示太壅擠、太熱。

### 訪員 2 的綜整意見

8 月 11 日下午在市府大廳與戶外廣場第一次做兒藝節問卷調查。大廳裡的每一個娛樂區都排滿了民眾，參與狀況真的很踴躍，各區排隊隊伍都很長，證明兒藝節活動真的很受市民歡迎，只是也有不少民眾反映等太久，覺得人潮多、場地太小，綜合而言，民眾對於兒藝節的評價大多很滿意，小孩子也都玩得很盡興開心。

在進行問卷調查時，以填問卷送貼紙的方式很容易進行，小朋友很喜歡

可愛的貼紙，甚至也想填問卷表達自己的想法。家長普遍都願意配合，只是問卷太長，在大太陽底下調查時，多少有被抱怨一下。

與民眾做問卷時，發現從基隆到台中來的民眾都有，詢問之下認為這次的兒藝節，比起往年更為進步及好玩，特別是增加很多手作區及戶外攀繩區，另外整個表演也讓現場氣氛更為熱絡。也有民眾建議說，應多設置兒藝節的平面圖、規劃動線、更加清楚明瞭的標示各區之參與流程，才不會混亂。整體來說，民眾仍以北部人居多，但也有不少從中部上來，對於這次的兒藝節相當滿意。

本次做問卷調查適逢踩街遊行，調查時亦有不少民眾詢問該怎麼走，這點沿路上標示不明顯，是有點美中不足。但整體而言，本次踩街遊行內容豐富、參與踴躍，亦是兒藝節的一大亮點。

### 訪員 3 的綜整意見

遇到新住民家庭，媽媽請小朋友填答問卷，小朋友年紀大約低年級，問項對小朋友來說太難，對新住民媽媽來說，更是完全不懂中文字。後來改用口述方式詢問媽媽代填，但是很多問項過於艱澀，實難轉換成較為口語方式表達。建議問卷用語可以再修改有親和性、柔性一些。

問卷項目有稍微多，分頁也比較多。民眾在填答時會感到不知道到底有多長、進行到哪一個階段了。建議如果有一整頁，從頁首連續填答到頁尾，民眾也比較能理解整份問卷的精神，以及進行的完成度。也可以在問項標

明，第幾頁、共幾頁。另外，線上問卷用分頁方式有個缺點；曾有一組填答民眾填到一半時，網路斷訊，等到網路訊號恢復後，剛剛的作答又都不見了。

受訪談者中有民眾表示，裡面有些問項他尚未參與到，該如何填寫？表示受訪者很難滑到最後才發覺，答案有未體驗到的選項，建議以後可以將此項放在最前端。針對問項會不會增加朋友談論話題，民眾表示剛剛體驗，無法得知。

#### **訪員 4 的綜整意見**

很榮幸參與新北市政府年度盛會-兒童藝術節，8月11日(星期六)正值藝術團體踩街遊行，為整個活動最高潮時刻，周六假日人潮更是絡繹不絕，家長帶著小朋友，在炎炎夏日之中，享受新北市政府舉辦的兒童藝術節慶典，為兒童暑假最好的遊憩處所，共享天倫之樂。

這次擔任問卷調查人員，雖然只有短短 3 個小時服務，卻也感受到每一位大朋友小朋友對兒藝節的期待及喜愛。大部分民眾對於新北市政府每年舉辦兒藝節都表達正向的回應，配合各博物館將教育融於活動，寓教於樂，展現新北市重視兒童的成長過程，一年復一年更加盛大熱鬧，深表感謝！對於負面意見，主要為天氣太熱，加上遊樂設施人潮太多，導致等候時間過長，容易降低民眾興致……等，過程中，也感受到民眾對於過多的問卷問題略顯不耐煩，尤其在夏日排隊等候，更加速降低民眾的耐心，建議以後可以摘要重點即可，抑或是找尋正在等候遊樂設施一併填寫問卷，配合

有吸引力的贈品，讓問卷填答流程更順利。

在工作之後，趁此機會，我隨興悠遊活動現場，感受一下以民眾的角度欣賞，今年首度引進 teamLab 滑梯水果園、夢幻之馬、光之鳥等國外名氣設施，以及小朋友喜愛的動物世界、恐龍世界，搭配許多遊樂設施，新北市政府廣場宛如遊樂園，許多光影設施，整個市府廣場越夜越美麗，身為新北市民也越來越幸福。

十、8月12日

### 訪員 1 的綜整意見

下午 3 點~下午 6 點因為戶外體驗區為最後一天，人潮排隊延伸至往火車站的方向，今天民眾做問卷都非常踴躍，但普遍的意見仍為排隊排太久或是表示太壅擠、太熱，但也有新增對於動線安排不佳、活動時間太短以及提議問卷可以用雲端掃描方式實施可避免訪員使用的平板因受線網路速度而使做問卷系統的節奏有點慢等不同於前天民眾的建議。小結：來說民眾對於活動的滿意度都有一定水準的認同，但倘若活動可以再聯結公益團體的行程，不僅有機會讓攤位更加豐富，也可以讓民眾在歡樂之餘兼作公益善行，因為有公益團體的加入，或許也可以減清承辦單位本身志工的排班負擔。

### 訪員 2 的綜整意見

兒藝節最後一個週日下午，波浪般的雲朵映照著斜陽餘暉，上午時分下

了幾陣小雨，此時空氣不再令人燥熱難耐，反倒有幾分閒適慵懶。和同仁在服務台簽到、分配裝備後，我們首先抵達了音樂怪跟電影怪之間的行動博物館區，開始填寫第一波問卷。問題雖多，但貼紙的吸引力夠大，小朋友們挑選的時間足以讓家長好好填完一整份問卷。

夜幕低垂，人潮未減反增。問卷小組也移動至跳舞怪區，除了發放貼紙外，也儘量和排隊的小朋友們玩猜拳互動，以便填寫問卷的家長安心作答，不必顧慮孩子的動向。簡單用餐後，我們將問卷火力集中至市府一樓大廳。這裡聚集了許多排隊等待滑梯水果園的民眾，更有不少被會動的恐龍吸引，張大嘴巴的驚呆小童。問卷活動在此處也獲得不少響應，最後在水果拼盤區劃下句點。

本次問卷活動尚稱圓滿，經訪員觀察及與民眾互動所得之回饋，仍有改善空間如下：

1. 問卷問題太多太冗長，建議日後可將其重點濃縮至三至五頁以內，節省民眾時間。
2. 贈品價值落差太大。小狗橡皮擦單價 NT. 90，遠高於貼紙，但其吸引力及時間效益遠不及後者。
3. 貼紙種類太多。部分小朋友花很長的時間挑選貼紙，影響後來的小朋友及家長作答。
4. DM 發放點不足。訪員常遇到民眾詢問活動 DM 要去哪裡拿？其實我也不知道！借問 DM 何處有，訪員遙指服務台。

5. 動線標示不清。問卷調查期間，偶有民眾會問路如：茶博館在哪？水金九去哪裡看？飲水機在哪邊？除此之外，活動排隊路線僅靠少數工作人員拿牌引導，人多時場面稍顯混亂。
6. 怪獸規模與數量不如往年。以往的兒藝節，最令人印象深刻的就是占據市府四個角落的怪獸，還有攀附在市府上方的巨大觸鬚；今年的怪獸不但小隻，種類又很少，僅靠一隻充氣大暴龍跟光之鳥撐場，和主題怪獸島很難有直接連結。
7. 網路不穩定。問卷調查時，必須使用同仁自身手機的網路吃到飽服務，才得以順利進行整個流程。試問小組當中若無同仁有申辦吃到飽服務，整晚是否白忙一場？
8. 訪員制服太醜。以兒童為主的兒藝節，工作人員的制服應該鮮豔、色彩活潑。訪員身穿藍不藍灰不灰的 Polo 衫，猛一看好像連鎖大賣場的工讀生跑出來兼差……這樣不對吧！

### 訪員 3 的綜整意見

晚上在市民廣場行動博物館區與跟著怪獸玩藝術區附近，找正在排隊的民眾做兒藝節問卷調查，因為大家聽到有精美的貼紙可拿，父母都相當踴躍的填寫問卷，小孩拿到貼紙都很開心，其中還有大學生主動說要填寫問卷，可見貼紙的魅力所在。在作問卷調查的過程中，大部分反應天氣炎熱、人潮眾多、排隊很久，建議廣場外的排隊動線能更加清楚以及能設置戶外

帳篷可遮陽及遮雨。少數幾個在填寫中發現問卷題目到第 7 頁才結束，有點不耐煩，建議問卷題目能更精簡些。

最後一小時在市府大廳裡面做問卷調查，大廳裡的每項娛樂區都排滿了民眾，因此很容易吸引民眾來參加問卷活動，其中又以滑梯水果園最深得小孩的心，還有會叫會動的恐龍模型，兒童們都與它拍照留念，不過有家長反應滑梯水果園排隊很久，終於排到了但小孩玩的時間很少不盡興。填寫問卷的人大多都是新北市的居民，有遇到桃園及新竹的家長帶著孩童來參加，他們覺得這活動很棒很有意義，建議活動時間能再延長個幾天。整體來說，民眾對兒藝節的科技藝術體驗與驚奇度都是廣受好評。

#### 訪員 4 的綜整意見

##### 一、 人力調度問題：

1. 在 7/31，方通知本次填寫問卷每梯次文化局支援志工 5 位因找不到人，要由市圖找志工協助，後續又在 8/2 通知其實已經排有志工填寫問卷，但一時未排入班，因此無須市圖志工支援，最後在 8/5 時又通知人力不足，因此於協調後改排定問卷支援志工支援定點，且要求市圖志工加入排班，如此無法於第一時間確認志工人數及需求，讓我們通知志工時反覆再三更改，強烈影響志工配合時間及意願外，也影響文化局對文化局志工及市圖志工的誠信。
2. 當第一時間二樓市圖無法擺攤時，負責規劃本次活動科室其實就該靈活

規劃利用市圖行政及志工人力，以減低文化局內部同仁及志工排班壓力，而不是在活動正式開始時才要求臨時調度配合，在時間不足的情況下一切變得匆促而急就章。

3. 作為如同「大腦」一般，本次活動一切聯絡、報到的服務台，負責駐點的展演科服務人員一問三不知，對於志工的報到、支援的位置，乃到便當的領取，前三天一片混亂，不但無法提供解決的方式，只會讓很多事徒增困擾，應該要有做事交接的 SOP，更應該有熟悉整體活動規劃的專員及科長級人員排班駐點服務臺，或分區擔任巡邏督導一職，協助排除困難，而不是讓這些一級主管到現場支援維持秩序等細微末節，浪費人力。
4. 中午活動開始時，外面服務台並未有人，所以一開始志工就在市府內服務台報到，造成前三天有兩個報到處的奇特現象，加上各個志工服務時間至少有 3-5 種不同的時段，所以在資訊告知時非常混亂，有的跨越兩時段支援志工下午報到時還是會跑到裡面服務台報到，使得前三天原本要在下午服務台報到的問卷志工跑錯地方，浪費時機在彼此尋找上面。

## 二、問卷調查部分：

1. 原先規劃以公用網路行動 WIFI 為中心，以 2-3 人為一組在場地內外進行問卷訪談的方式，但因為現場民眾過多，公用網路行動 WIFI 的訊號不佳，時常有中斷的情況，而一旦中斷，整份問卷就必須從頭再作，往往造成受訪者的不悅，後續改由有吃到飽網路同仁手機分享熱點方式進行，有

較為改善，建議明年網路收訊部分可能還是得再考慮如易付卡或公用手機網路分享熱點等其他方式，不然以支援人員自己的網路處理公務，總是不便。

2. 問卷部分，一般來說反應還是覺得問卷長度太長，有趣的是小朋友填得比大人更認真，也更愛分享自己感受，只是對於問卷裡的文字對小朋友而言仍嫌稍難，很多時候都要由訪員或家長加以說明，也會影響整個問卷完成的時間。
3. 在填寫問卷時，本來安排每位訪員一邊進行問卷訪談，一邊發小禮物及貼紙，但對訪員來說整個負擔太大，因此後續改由一個人進行說明及讓小朋友挑貼紙等雜務，其他人專心針對問卷跟受訪者詳細說明，整體填答的效率也較為提升。
4. 對小朋友來說，本局所發放的小狗橡皮擦跟貼紙都很有吸引力，但貼紙的種類更多，且可以由小朋友挑選喜歡的圖案，因此更吸引小朋友帶家長來做問卷，而家長對小狗的橡皮擦的接受度較高，但因為這個橡皮擦並沒有貼上產品相關說明，所以必須一一提醒這個是橡皮擦，不能食用，希望下次能有產品標籤說明，以方便民眾知道使用細節。



## 附錄二、受訪者得知活動訊息的其他管道



編號	受訪者得知活動訊息的其他管道
1	市府員工
2	路過看到
3	路過
4	學校發放 dm
5	app
6	住附近
7	fb
8	fb
9	現場得知
10	路過
11	公所輿情
12	住附近
13	路過
14	路過
15	住在這裡
16	路過看到
17	line
18	公司在附近
19	經過看到
20	臉書
21	路過洽公
22	臉書
23	路過
24	車
25	路過
26	住在附近
27	Line 羣組分享
28	去年參加過
29	住附近
30	新北市政府臉書
31	路過
32	路過
33	住附近
34	路過

編號	受訪者得知活動訊息的其他管道
35	fb
36	市府員工
37	新北市府 line
38	路過
39	line@
40	廣告
41	fb
42	fb
43	路過
44	line
45	我的新北市 fb
46	路過
47	路過

### 附錄三、建議事項



編號	其他意見或建議?
1	增加網路預約名額
2	排隊好長
3	好
4	人多，都要排好很久
5	希望展出日期增加
6	非常好
7	活動內容可以再增加
8	時間太短
9	無
10	中午太熱希望增加棚子遮陽
11	很滿意
12	好好玩
13	排隊太長希望可以發號碼牌
14	排隊太久搭棚子很熱
15	領號碼排隔太遠會來不及排下一個
16	排隊索取號碼牌的機制要改善
17	舉辦兒童活動很有意義
18	日期可再長一些
19	馬很棒
20	法國的表演很棒
21	排隊太久很熱很累
22	很高興
23	多辦此類活動 很棒
24	時間太短
25	太熱
26	希望展區可以規劃的更完善,人太多了
27	希望多舉辦這類兒童活動
28	增加排隊動線
29	資訊要更明確
30	資訊設計要更明確
31	展期太短
32	增設更多展區

編號	其他意見或建議?
33	延長日期
34	好玩有趣開心
35	要排隊很累
36	活動地區均須排隊 15-20 分鐘，宣傳還須要多元化，市府活動很用心，已參加多場-感謝所有工作人員，辛苦了。
37	活動很棒很喜歡
38	覺得可以結合設計 是一件很好的事情
39	第一次參加普遍滿意
40	希望各個表演跟展區時間可以錯開才能參加到, 不會撞期, 希望展區可以規劃的更大才不會擁擠
41	很棒
42	排隊太久了
43	天氣有點熱，小朋友排隊有點沒耐性
44	各展館可在擴大避免過多的等待時間
45	遊樂設施在多一点
46	謝謝
47	戶外體驗小屋較擠，排隊時容易碰撞！
48	很好玩
49	工作人員的制服太醜
50	滿意
51	人太多，場地太小，動線太亂
52	室內場地擁擠。
53	動線規畫不良
54	人太多排隊太久
55	要續辦
56	人太多排太久
57	展期希望一個月
58	希望以後會有更多的藝術裝置
59	遊戲排隊太久
60	人太多排隊太久
61	時間太短 體驗太少玩不到
62	排隊太久
63	排隊太久

編號	其他意見或建議?
64	人潮眾多
65	人太多；排隊太久
66	可以再繼續
67	無
68	ㄉㄨㄥ ㄊㄨㄥ ㄊㄨㄥ ㄊㄨㄥ ㄊㄨㄥ ㄊㄨㄥ
69	網路太慢
70	場地太複雜
71	ㄇㄨㄥ ㄊㄨㄥ
72	有些不需排隊的體驗館應管制進場人數 會有較好的品質 2. 整體很棒 最喜歡恐龍
73	遊戲排隊太久
74	可以多搭帳篷，減少日曬雨淋的機會
75	休息區不足、動線不清
76	很滿意
77	排太久
78	ㄊㄨㄥ ㄊㄨㄥ
79	沒有
80	太熱
81	事前推廣活動訊息不足
82	排隊太久
83	時間太短
84	排隊太長，排隊資訊不足
85	人多場地小
86	太多人
87	人多排隊久
88	排隊太久
89	太熱
90	很好玩
91	排隊太久
92	排隊太久
93	排對太久
94	排隊很久又很熱
95	排隊太久
96	排隊太久

編號	其他意見或建議?
97	時間太短
98	排隊對伍較久
99	排隊太久，應多點進行
100	時間太短
101	活動日期延長人多
102	排隊太久
103	東西多組些
104	排隊人潮較多
105	排隊太久
106	很好 明年見
107	很熱
108	好玩
109	無
110	以後溜滑梯可以開放多一點時間
111	人潮太多了，排隊要等很久
112	排隊很久，人潮太多。小朋友覺得很好完。
113	很滿意
114	讚
115	科技遊戲排隊放式可以說明更清楚些
116	繼續辦下去
117	來了兩天都排不到體驗活動建議增加攤位數量 以及規模
118	很好玩
119	想多看一些會動的動物
120	恐龍多一點
121	無
122	太熱
123	排很久
124	發扇子
125	排隊時間過於冗長
126	場地有點小
127	不錯
128	很好
129	去吓日乜

編號	其他意見或建議?
130	增加群聚活動有助蘇散人群及等候時間
131	人太多
132	排隊隊伍太長
133	人太多
134	新住民不認識國字
135	活動成功。人多
136	無
137	無
138	攤位太少；
139	na
140	太熱
141	人太多；天氣太熱
142	無
143	人好多
144	題目多的離譜。活動好玩。
145	體驗區次數太少
146	加油明年繼續
147	期成太短
148	問卷太長
149	問卷太長。
150	很熱
151	太熱了
152	排隊太熱
153	內容在豐富
154	場地大一點
155	很熱、設施都要排很久
156	場地可以在擴大
157	很特別
158	人潮太多，排隊遮陽處太少
159	很好玩希望明年也有
160	太熱了
161	無
162	很熱
163	兌換獎品時間提早較好

編號	其他意見或建議?
164	很熱
165	加油，繼續努力
166	太熱
167	超讚的
168	非常開心的活動
169	問券好長。
170	問卷太多。
171	展場很熱、空調值得改善。
172	人很多
173	活動有趣是暑假小孩的最佳去處，剛好在炎熱的夏季，之後可以考慮消暑的水上活動區域，會更受歡迎
174	增加候補名額
175	建議時間可以延長至少三週，可以提供購物之餐點，另外有桌子可以給小朋友吃飯
176	無
177	好玩
178	恐龍太可怕了對比較小的小朋友來說, 希望增加可愛的怪獸
179	活動很好玩但室內場地小排隊等很累
180	抽號碼牌太麻煩
181	很好，但人太多
182	人太多
183	非常好
184	內容豐富、小孩喜歡
185	很好
186	第一次來看恐龍很開心
187	希望週邊可以有賣吃的
188	戶外太熱
189	希望週邊可以有賣吃的
190	都很好，很熱鬧
191	無
192	我喜歡
193	舞台區再多搭遮陽的棚子
194	人潮太多

編號	其他意見或建議?
195	空間上感覺起來擁擠。
196	人太多、場地太小
197	感覺很棒
198	今年辦得比去年更好
199	活動天數可以長一點，如三週
200	人太多 玩不到
201	秋天再舉行 因為太熱了
202	這個問卷有些奇怪了……比如物超所值…自豪，怪
203	大廳場地太小明年可找大一點的場地辦理
204	無
205	加油
206	每個遊戲是否可以區分兒童和幼兒年齡，
207	ㄉㄌ / ㄉㄌ ㄉㄌ \、ㄉㄌ / ㄉㄌ ∨ ㄌ 一 又 ∨
208	全部現場排隊. 不要預約
209	辦的很成功，但希望能多一些 2 歲以下的
210	排隊等太久了，明天會帶新竹朋友來
211	活動規則標示不清楚
212	展演時間可拉長
213	停車規劃很好
214	規劃不周詳排隊時間太久一張體驗卷只能玩一項太累人了
215	非常好
216	排隊太久
217	無
218	還不錯的活動
219	人太多，天氣太熱，供不應求
220	天數可以二週
221	人太多了
222	增加夜間燈光秀
223	很用心的活動
224	很熱！
225	很棒，希望明年再來參加
226	設計很滿意
227	領取號碼牌希望可用線上預約 或 qr

編號	其他意見或建議?
228	多提供椅子
229	希望能有網路報名
230	冷氣不涼
231	提供一些椅子
232	動線可再稍微說明清楚 2-4 歲孩童能體驗創作活動可再多一點
233	發放體驗卷和現場候補的比例可調整
234	擴活動範圍
235	很讚
236	讚!
237	希望增加試營運
238	希望增加天數能有 1 個月
239	活動時間太短 人太多
240	很棒，請持續辦。
241	好玩
242	有點混亂
243	太長太熱
244	展期太短 網路預約
245	排隊動線需明確有指揮人員協助很棒
246	Ok
247	怪獸逼真
248	無
249	沒有
250	藝術節好好玩
251	可以經常辦
252	室內的活動可以更多
253	恐龍好玩
254	太熱
255	人太多
256	日期可多展覽多天
257	太熱了
258	好棒棒
259	車站外景點標示不清，
260	很棒的活動

編號	其他意見或建議?
261	太有趣
262	非常棒
263	the timing too short
264	很有趣的活動
265	好玩
266	展期太短
267	展期太短
268	排隊太長
269	都很棒 持續辦理
270	沒有特別想說
271	都很好
272	希望更多好的劇團表演
273	很好玩唷
274	很棒
275	排隊太長
276	排隊太辛苦
277	好玩
278	天氣熱，等待久
279	希望有開放體驗
280	好熱
281	天氣太熱沒有休息區
282	戶外熱
283	希望設施可以擴大讓更多人，不要排隊排太久
284	等待時間比較久
285	天氣很熱
286	等候很久
287	無
288	等候很久
289	太多人
290	小孩很開心
291	等待時間太長
292	天氣太熱
293	活動很好玩 可多舉辦類似活動！

編號	其他意見或建議?
294	排隊太久
295	今年整體不錯
296	溜滑梯排隊太久
297	展很豐富，但是人太多
298	活動內容豐富！
299	開心
300	天氣太熱，沒有提供休息區域。
301	很棒但很熱
302	很棒
303	外面場佈動線太擁擠
304	太熱
305	不要太多排隊的遊戲
306	很有趣。但時間太短希望可以延長一點。
307	人潮應管制
308	明年還要來
309	活動太多針學齡前，應該加點青少年的
310	我覺得真的辦得很好
311	人太多，動線太亂
312	非常棒
313	人多動線待改善
314	這麼好的活動一定要持續
315	非常棒
316	希望增加青少年活動
317	新北市有 line 提供訊息很棒
318	後補增加名額
319	題目太多
320	動態多一點，年齡層提高，參與率更高
321	排隊隊伍太長
322	無
323	排隊太久。問卷有點太多。
324	天熱人多，建議寒假辦
325	展期希望長一點，因為暑假很長
326	明年還要來
327	讓小朋友知道藝術的文化

編號	其他意見或建議?
328	市內的動線太亂太擠有點危險
329	目前沒遇到什麼問題，都很好
330	節目表演單如果更容易取得更好。
331	等太久希望有更好的排隊方式
332	動線可以再清楚一點
333	很棒，小孩非常非常喜歡這個活動，謝謝辛苦的工作人員。
334	都不錯喔
335	擠
336	真的很適合小朋友來
337	排隊人潮擁擠
338	問卷內容太長，有些題目很相似
339	活動設計很好ㄟㄟ✓
340	非常好玩!!!
341	增加撒水系統降溫
342	希望延長展期時間
343	活動分室內室外很好，可以躲豔陽。但室外活動三點開始有點可惜，時間太短。
344	非好的活，可以多 多辦一些
345	希望展期再延長一點
346	排隊快些 分流人群
347	希望排隊可快一點
348	很棒的活動
349	還蠻好玩的
350	活動時間日期長一點
351	活動分室內室外很好，可以躲豔陽。但室外活動三點開始有點可惜，時間太短。
352	一樓大廳動線有一點亂
353	號碼牌太難領了
354	活動結合科技，滿好的
355	希望可事先預約
356	太擁擠
357	延長兩天，很開心
358	太少垃圾桶，冷氣不冷

編號	其他意見或建議?
359	活動期間再延長
360	可以再更多元化
361	冷氣涼一些
362	可提供 app 預約
363	動線稍嫌凌亂
364	活動很棒 很有參與感
365	很好玩，滑梯很難排。
366	人很多。
367	空間太小，人多但活動棒
368	無
369	無
370	無
371	休息室不足
372	等候很久都沒玩到
373	希望冷氣強一些
374	很好玩
375	玩遊戲等太久了
376	等候很久、可提供 app 預約
377	空間太小，整體活動很不錯玩
378	希望增加座位休息
379	指標不明顯、DM 太小印出來放大還字太小
380	太熱，需搭棚
381	活動很棒
382	好玩
383	很熱
384	戶外椅子多
385	年齡限制
386	年齡限制太狹窄
387	人很多排太久，年齡限制
388	很熱
389	很好
390	無
391	場地路線規劃可以在好一點
392	希望活動的時間能長一點

編號	其他意見或建議?
393	去年的開幕禮較吸引人…
394	很好玩!!!
395	太熱了……
396	很好玩有趣
397	好棒
398	很棒的活動
399	問卷調查內容太多，有點浪費逛的時間
400	立倫，來我們花蓮取暖
401	室內有點熱
402	天氣太熱，室內空調不夠
403	天氣太熱！冷氣不涼
404	小台加油！
405	沒有
406	立倫，出來選總統，凍蒜
407	厚啲！問卷太長了啦！
408	感恩
409	動線規劃再加強，多增加親子一起互動活動
410	主要室內太熱
411	人太多
412	小朋友都很開心這活動很棒
413	無
414	覺得非常的好玩
415	光之鳥很棒不用排隊
416	非常棒繼續加油
417	使用者可付費
418	非常好玩
419	嬰兒車不便進出，希望動線更好
420	活動內容很棒謝謝舉辦
421	太多人排隊很難體驗到設施
422	冷氣不涼
423	人太多，遊戲要等好久
424	立倫，我也想當你的萬里阿嬤😊😊😊
425	無
426	廣場遮陰處太少。活動很多，好玩。

編號	其他意見或建議?
427	人太多很熱
428	恐龍很可愛
429	辛苦了工作人員
430	今年是最棒的
431	新北市真不錯
432	無
433	加油
434	沒有
435	號碼牌難拿
436	排隊排比較久
437	領號碼排隊很久 要玩也是要等很久 希望就是一次排隊加玩和體驗
438	市內空間與旁邊體驗館規劃需加強
439	人潮眾多
440	非常好玩
441	增加遮陽傘，供排隊人潮使用，避免中暑。
442	為期可以長一點
443	排隊動線不是很好
444	室內很熱建議提供風扇
445	非常喜歡
446	立倫，你這樣選不上總統的啦！
447	無
448	無
449	希望活動能延續下去 每一年都有
450	媽，我阿榮啦，你寄來的鐵牛運動散很有效
451	立倫，我淡水阿公啦，不要再吃我老婆豆腐
452	寬裕，是我啦！
453	我又來填問卷拿禮物了！
454	很開心
455	時間太短希望玩的時間多一點
456	太擁擠
457	我喜歡玩溜滑梯

編號	其他意見或建議?
458	1. 魔方主題設計目標不夠明確，小朋友不知道體驗的目的是什麼 2. 假日的人潮較多，建議體驗時間跟平日時間有區隔 3. 現場排隊名額可以給外地遊客多一點名額，外地遊客來的路途遙遠，可以提供名額給外來民眾使用
459	立倫，我淡水阿嬤啦！我來給你看了。
460	小朋友很喜歡
461	很熱鬧，孩子排隊時會沒有耐心。
462	讚
463	建議部分設施可分時間出卷以分散人潮
464	熱鬧好玩
465	開心
466	人潮過多！排隊規定不太完善
467	希望裡面排隊的時間可以錯開
468	場地太小，擁擠
469	戶外廣場太熱，人太多
470	很棒
471	熱
472	請多些遮陽棚
473	無
474	沒意見
475	活動整體非常棒
476	每項都抽太過耗時
477	很棒
478	人潮過多 較不好走動
479	太擠
480	體驗活動可多增加場次
481	戶外廣場很熱
482	人好多，好熱
483	一切皆喜歡
484	晚上戶外蓋章區要加燈
485	人潮疏導可有進步空間！假日
486	兒童設施可以再多一些
487	飲水機標示不清楚 熱門遊戲可以同時多人進行已免排隊太久

編號	其他意見或建議?
488	恐龍不錯
489	捷運站出來後指標不明顯
490	辛苦工作人員
491	排隊時間有點長
492	希望可以增加恐龍展品
493	與親子增加交流
494	人太多沒排隊動力
495	親子參加很有趣是愉快的經驗
496	排隊動線不是很清楚，大小孩的活動不足蓋章點不清楚
497	空調悶悶的
498	恐龍先生好好玩
499	問券題目太多
500	很好
501	可以增加互動
502	可以跟孫子玩的很開心
503	非常喜歡這次活動
504	人太多，排隊太久
505	人潮有點多 動線上可再增強
506	活動很棒，大廳不夠冷
507	建議未來可以增加戶外溜滑梯數量
508	適合大小孩的遊戲多一點
509	熱熱熱
510	事前宣傳可以再多一點
511	場地偏小
512	好好玩
513	每年皆有進步
514	好玩
515	請加強地貼標示以利民眾方向依循辨識
516	排隊動線不明顯
517	能增加販售冷飲及冰品更好
518	活動延長為 1 個月
519	勺一么一弓√
520	戶外遊戲區較狹窄

編號	其他意見或建議?
521	希望時間延長
522	動線設計
523	人好多好擁擠
524	天氣太熱空間太小
525	問卷題目太多了，明年可設計少一點。
526	太熱
527	活動動線很不清楚
528	人太多排隊時間很久
529	排隊預約的體驗時段希望早上就開始
530	非常棒
531	感謝新北市政府
532	辛苦 S
533	很好
534	人太多
535	我們是新竹縣的民眾，很好玩
536	動線不是太清楚
537	人太多
538	人太多了地方有點小
539	人太多
540	動線不是太清楚
541	人太多場地小
542	人潮洶湧，體驗要排很久
543	場地太小
544	好玩
545	太難排隊
546	問卷太多
547	沒有意見
548	排隊等待太久
549	問卷太多
550	無
551	很棒
552	場次可增加
553	人多 空調要加強
554	遊戲規劃路線不良 容易撞到其他遊客

編號	其他意見或建議?
555	隊伍排太長
556	無
557	題目設計少一點
558	建議飲, 食區
559	希望增加飲食區
560	建議可以用民眾的手機填寫加快速度
561	小台巴子還算可以
562	活動時間安排很好, 有替民眾著想, 早上活動在室內, 晚上在室外
563	問卷太長
564	增加、動物多一點冷氣空調開大一點
565	問卷好長
566	人潮多, 場地太小
567	覺得沒什麼特別的
568	我要小禮物
569	建議問卷題目少一點, 因為要顧小朋友
570	建議能在網路上預約活動, 以免排隊浪費很多的時間
571	為了拿贈品, 隨便填的啦
572	問卷設計可再精簡 題目太多花時間
573	場地可以再選大一點, 會更好
574	水金九區的內容很有趣且有教育意義
575	問卷題目太多
576	很棒的活動, 希望每年都會有 2 次
577	希望問卷調查題目能短一點
578	排隊等太久
579	問卷調查可以精簡一點
580	排隊等很久
581	很好
582	排隊好長
583	都很好
584	問卷調查太多業
585	無
586	海盜船對孩子很棒

編號	其他意見或建議?
587	場地太小
588	設施等候時間過長
589	人潮超多
590	場地太小
591	場地太丁一幺
592	動線不是很清楚 跟市府工作人員路線撞到
593	人潮太多，排隊太長，很不耐煩
594	人太多
595	希望可以排隊一次就可以體驗，不用拿號碼牌
596	蠻豐富的
597	太熱應該是營業晚一點時間
598	體驗區可以改室內
599	博物館區有冷氣很好
600	遊樂設施希望家長能陪同
601	餐飲太少
602	垃圾桶太少
603	希望有加賣小點心
604	下午來洽公，讓我傻眼
605	太擠 排隊等很久
606	空間有點小
607	30 分鐘只開放 30 個名額太少了
608	人比去年多 但去年活動好像比較順
609	太爛
610	動物好少 qq
611	恐龍很大聲 不舒服
612	排很久才玩一下子，我要推薦什麼給人？
613	太擁擠了，要排很久
614	又熱又擠，沒有其他地點了嗎？爛死了！
615	問卷題目太多
616	希望可以提供飲用水跟小點心
617	人潮亂，廁所很少
618	希望可以有多點遮陽的棚子
619	排隊等很久. 可否提早時間開始並增加體驗券



編號	其他意見或建議?
651	體驗卷發放的張數
652	好有趣
653	人太多了，戶外超熱 一直流汗💧
654	人太多，冷氣不夠冷
655	體驗區可以再多一點點
656	提供博愛座
657	沒有
658	提供博愛座
659	謝謝新北市文化局
660	動線不佳
661	熱，辦時太晚
662	贈品可以多一點
663	太熱
664	太熱很曬沒遮陽地方 活動時間又短一直在排隊 體驗時間短
665	希望活動時間能提早
666	排隊等很久
667	市府室內動線太混亂
668	號碼牌可以增加
669	好玩
670	下雨時外面的印章會很難蓋
671	多些遮陽的東西
672	整體感覺很好
673	排隊動線不量
674	室內的動線要改進
675	太熱是否能有更多遮陽設施
676	交通很方便
677	滿有聲音及視覺效果
678	好熱，希望下一年可以限制進場人數 隊伍有夠長😁😁
679	大廳有點熱
680	廣場太熱
681	酷喔
682	路線須加強
683	動線很亂

編號	其他意見或建議?
684	飲水機不夠
685	排隊比較久，大廳有些關卡有些熱
686	拍隊太久
687	停車困難
688	管制活動區人數
689	很棒
690	排隊太久
691	很熱
692	請增加飲水機設備
693	展期太短
694	太熱了人太多
695	設施排隊規劃可以做更好
696	排隊排很長
697	無
698	人太多小孩怕走失空間太擠
699	非常好
700	動線不順暢太擁擠空氣不佳很熱
701	人太多
702	無
703	無
704	停車位難停
705	今年設備非常棒 但排太久
706	很好玩
707	名額可以多點
708	人很多
709	人太多
710	無
711	展期可加長
712	口乜
713	太擠
714	停車不便
715	無
716	人太多冷氣不夠
717	無

編號	其他意見或建議?
718	人太多，排太久
719	天氣太熱無避暑方案；週末人潮太擠無疏導安排
720	無
721	大一點
722	無
723	人太多假日不宜參加
724	都很好
725	動線太ㄥ一ㄨ
726	大家辛苦了
727	good
728	大廳場地太小，排隊動線互相影響，空調太熱
729	空調不夠
730	人多雍趕緊
731	过多
732	用 app 預約體驗
733	無
734	冷氣可以涼一些，不通風
735	可進行人數控管
736	無
737	動線規劃可在更明確
738	溜滑梯的名額希望能多點
739	標示明顯的排隊路線
740	動線不清楚
741	要號碼牌很麻煩
742	領取號碼牌混亂
743	排隊太久
744	排隊動線不清楚



## 附錄四、問卷題目



## 2018新北市兒童藝術節「重返怪獸島」滿意度問卷調查報告

Q1. 請問您對以下活動的喜好程度？	非常喜歡	喜歡	普通	不喜歡	非常不喜歡	沒體驗 / 不知道
恐龍展品						
動物展品						
team Lab 滑梯水果園(市府 1 樓大廳)						
科技叢林其他活動(市府 1 樓大廳)						
市府廣場裝置藝術作品						
博物館體驗區						
怪獸體驗區						
表演節目						
海洋魔力方						
翱翔水金九						

Q2. 參與此活動	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
讓我感受到歡樂氣氛					
讓我覺得很開心					
可以增加親子間的情感					

Q3. 此活動					
看到科技與藝術融合的創意					
有驚奇感					
是在地文化與國際展演並重的					

Q4. 我認為	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
場地設施規劃是安全的					
此地的交通便利，有利於整個遊程的安排					
整體而言，我滿意此次活動					
參與此活動讓我樂在其中					
來參加此活動是一項正確的決定					

Q5. 此活動	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
有助於打造新北市成為兒童藝術之都的形象					
會增加整個市府週邊的吸引力					
有助於市府整體形象的提昇					
我給予正面評價					
我會推薦給別人					
我明年還會再來參加					

Q6. 請問這是您第幾年來到新北市兒童藝術節?

1. 第1年 2. 第2年 3. 第3年 4. 第4年 5. 第5年 6. 第6年 7. 第7年

Q7. 請問您是如何得知今年新北市兒童藝術節的消息? (可複選)

1. 親友告知 2. 網路 3. 雜誌 4. DM/折頁/海報 5. 電視 6. 報紙 7. 廣播  
8. 其他,請說明

Q8. 年齡: 1. 12歲(含)以下 2. 13-20歲 3. 21-40歲 4. 41-60歲 5. 61歲(含)以上

Q9. 性別: 1. 男 2. 女 3. 不想說

Q10. 居住地:

1. 新北市  
2. 臺北市  
3. 基隆市、桃園市、宜蘭縣  
4. 中部(新竹縣市、苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣)、  
5. 南部(嘉義縣市、臺南市、高雄市、屏東縣)、  
6. 東部及離島(花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、金門縣、連江縣)  
7. 境外 (港澳大陸, 其它等) (請說明): \_\_\_\_\_

Q11. 其他意見或建議: \_\_\_\_\_

版權

2018新北市兒童藝術節「重返怪獸島」

滿意度問卷調查報告

發行人：林寬裕

發行所：新北市政府文化局

地址：新北市板橋區中山路1段161號28樓

網址：<http://www.culture.ntpc.gov.tw/>

電話：(02) 29603456

出版日期：中華民國107年11月