

新北市立十三行博物館

職務上應用統計分析報告



螢幕後的博物館觀眾 —Facebook 粉絲專頁使用者性別統計分析

統計機關：新北市立十三行博物館

中華民國 110 年 5 月

目次

摘要.....	3
壹、 前言.....	4
貳、 研究背景.....	5
參、 十三行博物館粉絲專頁簡介.....	7
肆、 性別統計.....	11
伍、 結論.....	13

摘要

新北市立十三行博物館自 2012 年起創立粉絲專頁，於平臺發布訊息且直接與使用者對話，建立有別於官方網站，更為人性化的訊息發布與溝通平臺，並從中累積關注者(粉絲)，透過圖文、抽獎活動等多元行銷策略，增加與 Facebook 使用者互動的機會，達成緊密且友善的服務關係。

110 年 5 月粉絲數約 3 萬 5,300 人，女性佔 66%、男性佔 34%；追蹤者約 3 萬 6,800 人，女性佔 66%、男性佔 33%；觸及人數約 15 萬 6,630 人，女性佔 54%、男性佔 45%；參與互動的用戶約 3,370 人，女性佔 67%、男性佔 32%，皆以女性居多。

依據本次調查結果，本館未來應調整貼文內容，可加強知識型面向，增加男性使用者關注度。實體活動應強化男性觀眾適合參與的意象，透過線上社群媒體與線下實體活動同步調整，建立性別平等的全民友善博物館。

壹、前言

我國文化部 2015 年制訂的博物館法，將博物館定義為「從事蒐藏、保存、修復、維護、研究人類活動、自然環境之物質及非物質證物，以展示、教育推廣或其他方式定常性開放供民眾利用之非營利常設機構」。而以上功能必須借助行銷宣傳，將訊息利用媒介傳達至民眾，網路行銷便是其中方式。

自社會進入 web2.0 時代，行銷手法更加著重互動性及即時性，各公、私立博物館紛紛建立 Facebook 粉絲專頁，新北市立十三行博物館自 2012 年起創立粉絲專頁，於平臺發布訊息並直接與使用者對話，建立有別於官方網站，更為人性化的訊息發布與溝通平臺，並從中累積關注者(粉絲)，透過軟性圖文、抽獎活動等操作方式，達成緊密且友善的服務關係。

Facebook 官方免費提供臉書粉絲專頁管理者完整的「洞察報告」功能，讓行銷人員能輕鬆掌握社群成員的組成屬性及互動情形，並有助於檢驗與規劃管理，從而有所依據地調整經營行銷策略。本文就新北市立十三行博物館經營之 Facebook 粉絲專頁分析，以 Facebook 官方提供之「洞察報告」功能，分析粉絲、追蹤者、觸及人數及參與互動的用戶之性別與年齡組成，找出螢幕背後的觀眾樣貌，進而了解並掌握使用者喜好。

貳、研究背景

台灣網路資訊中心 2020 年「台灣寬頻網路使用調查」報告指出，臺灣上網人口約有 1,761 萬人，12 歲以上民眾的上網率為 83.0%。臺灣民眾使用網路的目的，主要是透過網路進行資訊蒐集、交換，以及影音娛樂等休憩活動，所使用的網路服務前 3 名為「即時通訊」、「社群媒體」、「影音娛樂」，其中「社群媒體」使用率為 80.1%，12-39 歲的使用率較高，且高達九成以上(圖 1)。

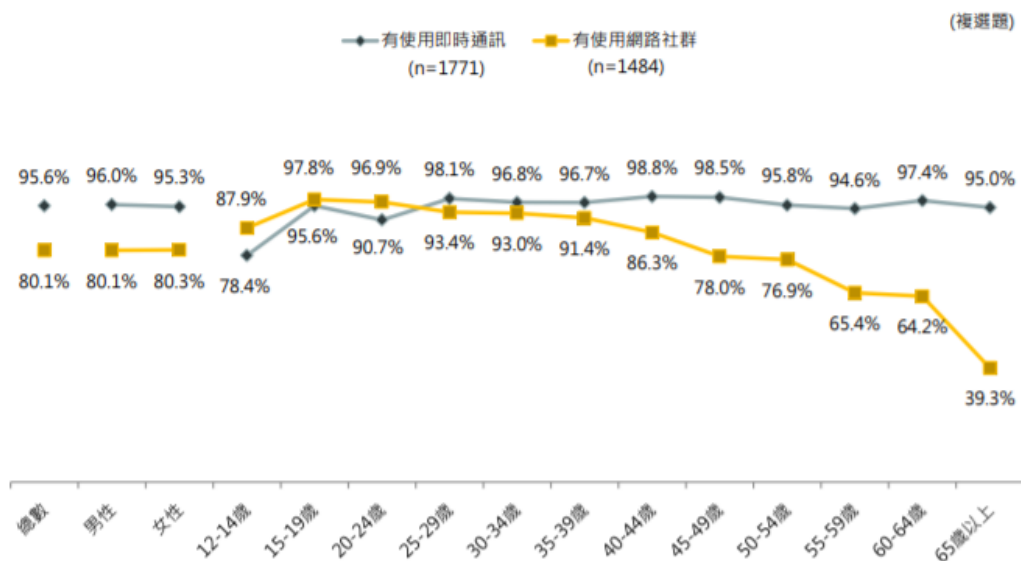


圖 1: 社交應用使用者輪廓

觀察各國的社群媒體使用率，亞洲地區中，臺灣社群媒體使用率排第 1 位，在使用媒體的內容上以 Facebook 的比例最高，為 94.2%(圖 2)，顯示臺灣民眾對於使用 Facebook 進行社交行為之普及。

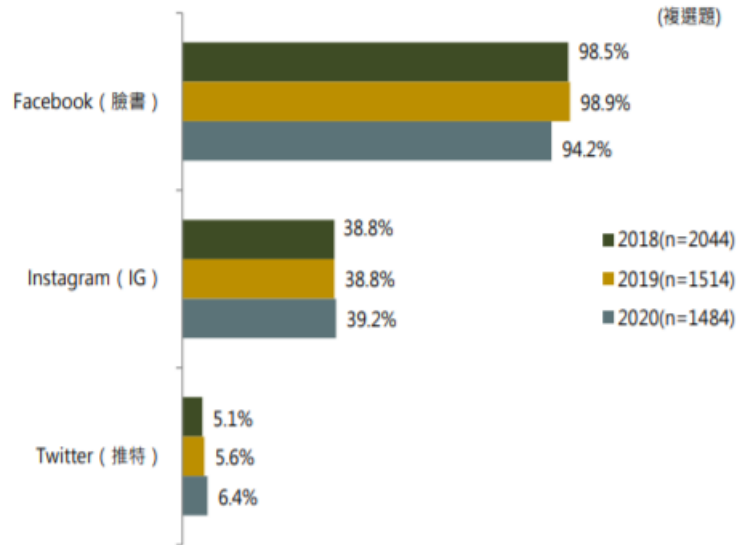


圖 2: 社群媒體使用比例與人數

另外，依據社群媒體行銷工具 napoleoncat 報告顯示，至 2021 年 4 月臺灣有 1,965 萬名 Facebook 用戶，佔總人口的 82.3%。其中女性佔 51.2%，用戶年齡層最多集中於 25-34 歲，佔 520 萬名。以性別與年齡組成區分，人數差異最大的發生於 35 歲至 44 歲的使用者中，其中女性比男性多 20 萬人(圖 3)。

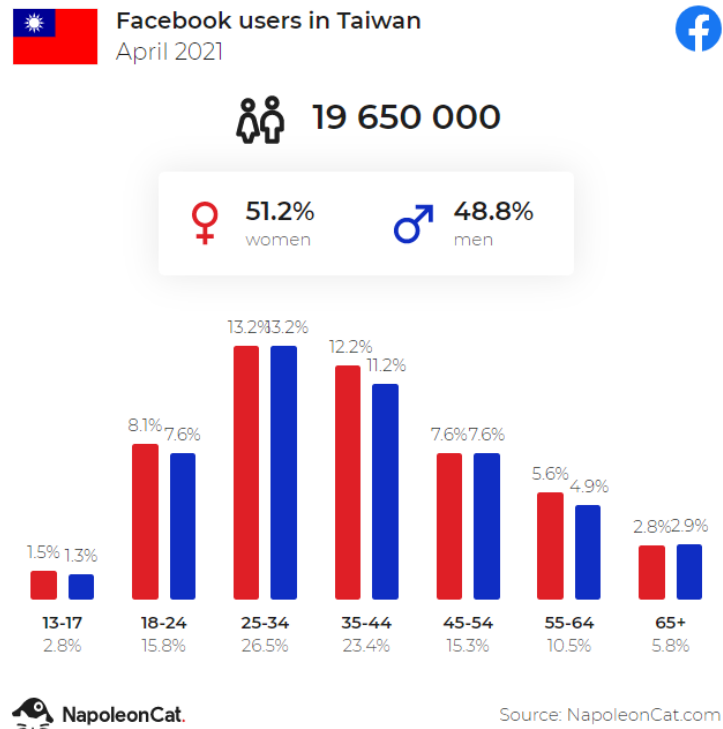


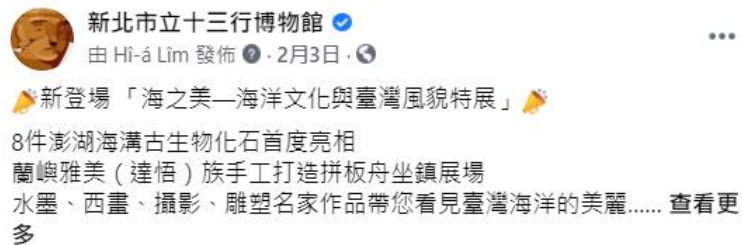
圖 3: 臺灣 Facebook 使用者組成

參、十三行博物館粉絲專頁簡介

十三行博物館自 2012 年起創立粉絲專頁，早期貼文以展覽、活動訊息發布為主，近年 Facebook 使用者日益增加，博物館逐漸重視臉書經營，從訊息發布調整為增加日常招呼、趣味貼文、互動遊戲、網路活動等多元行銷策略，增加與 Facebook 使用者互動的機會。

貼文內容可分為以下類型：

一、展覽訊息:展覽預告、展覽介紹、展品分享、展場照片。



二、推廣活動訊息:活動預告、活動介紹、花絮及報名資訊。



新北市立十三行博物館

由 Hi-á Lim 發佈 · 4月27日下午8:00 ·

【2021新北考古生活節 演出團隊大公開】

今年的演出很不一樣...
整個活動會場不只是表演者的舞台
也會是您的大舞台..... 查看更多



三、專業知識：考古學、人類學、民族學等知識



新北市立十三行博物館


由 Hi-á Lim 發佈 · 2020年8月17日 ·

【眼力測試 - 宣示主權用的霸氣石碑】

觀音山石曾經是北臺灣重要的營建、雕刻用石材
一般來說不管是做墓碑、做龍柱或是做佛像
都是從山區開採出石材之後..... 查看更多




四、 服務訊息:服務措施介紹、招募、徵件。

 **新北市立十三行博物館** ✓
由 Hi-á Lím 發佈 · 3月4日 · 🌐

【十三行文化商店 商品寄賣徵選中】

來來來~好看的、好聽的、好玩的~全部攏總來!!!
十三行文化商店歡迎各路文創好手來此大展身手
徵件日期至4/30止,手腳要快喔!!!..... [查看更多](#)



五、 周邊訊息:館舍建築照、地區活動、旅遊情報、相關活動 轉貼分享。

 **新北市立十三行博物館** ✓
由 Hi-á Lím 發佈 · 1月26日 · 🌐

哇~那麼「水」的海岸公路是在哪裡啊?
嘿嘿...其實就在十三行博物館前面沒多遠!
您看到的正是目前正在施工中「淡江大橋」八里端引道..... [查看更多](#)



六、生活分享:趣味貼文、生活問候。

新北市立十三行博物館
由 Hi-á Lím 發佈 · 5月21日上午10:31 ·

【家有停課小孩的日常】

十三行博物館向辛苦的父母們致上最高敬意

在家學習不中斷

歡迎來十三行數位博物館逛逛

文史知識突飛猛進~

👉 <https://sshm.vm.ntpc.gov.tw/> ✓



七、粉絲專頁活動:留言抽獎等互動型活動。

新北市立十三行博物館
由 楊茗蕙 發佈 · 4月16日 ·

【新北考古生活節回來啦! 留言抽iPAD!】

I'm Back!!!全國最大考古主題嘉年華再度登場

5/1-5/2新北考古公園不見不散..... 查看更多



肆、性別統計

一、粉絲

Facebook 官方將粉絲定義為：看過粉絲專頁任何一則貼文至少一次。十三行博物館粉絲專頁 110 年 5 月粉絲數約 3 萬 5,300 人，其中女性佔 66%、男性佔 34%；兩者又以 35-44 歲區間為大宗，35-44 歲女性使用者佔所有女性使用者 29%、男性佔 10%(圖 4)。

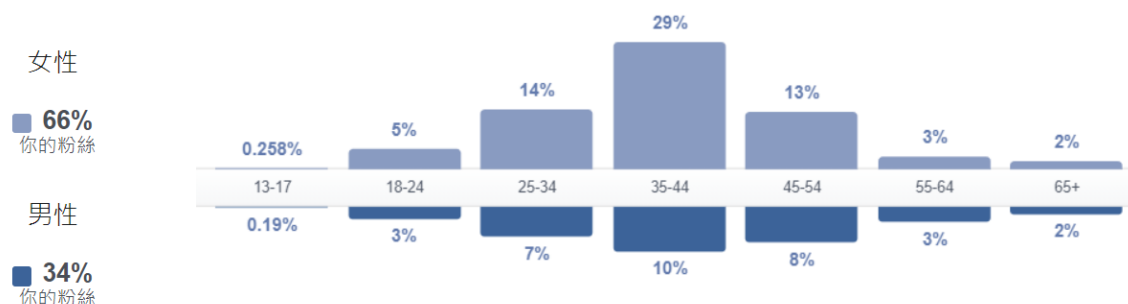


圖 4:十三行博物館粉絲專頁-
粉絲用戶組成

二、追蹤者

十三行博物館粉絲專頁 110 年 5 月追蹤者約 3 萬 6,800 人，其中女性佔 66%、男性佔 33%；兩者又以 35-44 歲區間為大宗，35-44 歲女性使用者佔所有女性使用者 29%、男性佔 10%(圖 5)。

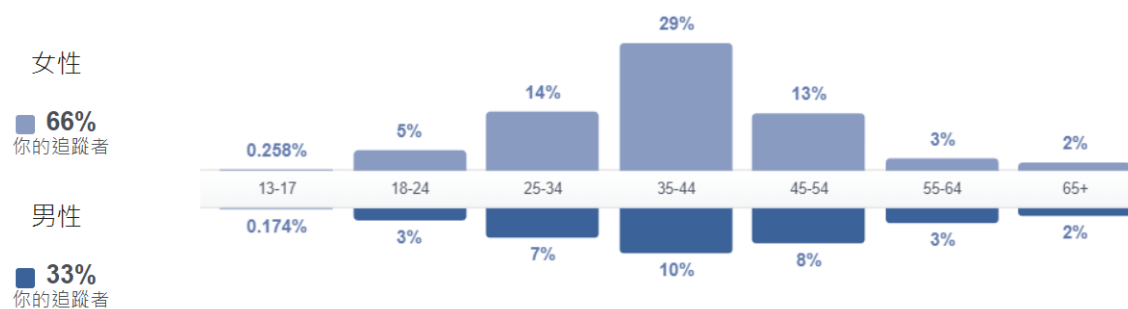


圖 5:十三行博物館粉絲專頁-
追蹤者用戶組成

三、觸及人數

Facebook 官方將觸及人數定義為：任何來自粉絲專頁或有
關專頁的內容進入其瀏覽畫面的用戶人數。十三行博物館粉絲專
頁 110 年 5 月觸及人數約 15 萬 6,630 人，其中女性佔 54%、男
性佔 45%；兩者又以 35-44 歲區間為大宗，35-44 歲女性使用者
佔所有女性使用者 19%、男性佔 15%(圖 6)。

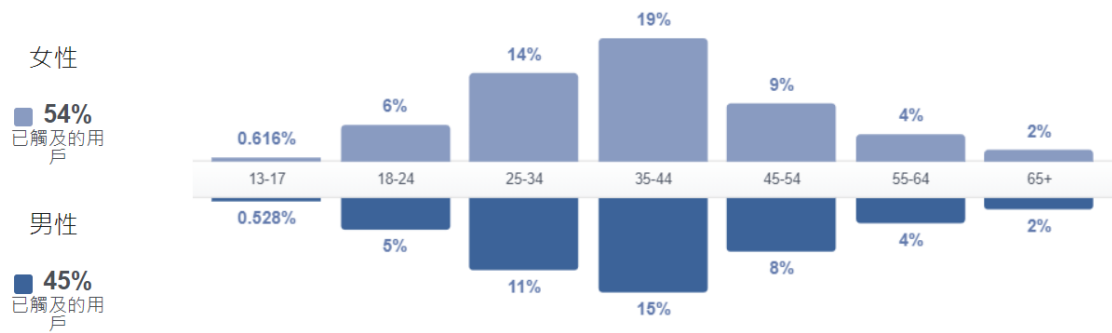


圖 6: 十三行博物館粉絲專頁-
已觸及用戶組成

四、參與互動的用戶

Facebook 官方將參與互動定義為：正在談論專頁的用戶人
數。十三行博物館粉絲專頁 110 年 5 月參與互動的用戶約 3,370
人，其中女性佔 67%、男性佔 32%；兩者又以 35-44 歲區間為大
宗，35-44 歲女性使用者佔所有女性使用者 26%、男性佔 12%(圖
7)。

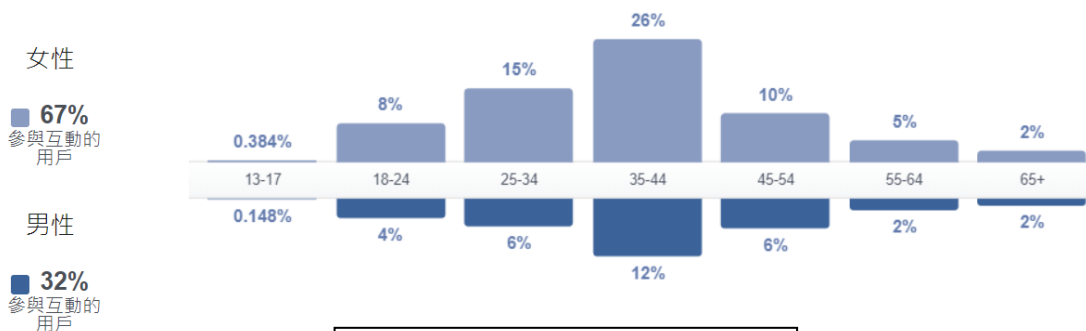


圖 7: 十三行博物館粉絲專頁-
參與互動的用戶組成

伍、結論

一、粉絲專頁使用者以女性居多

在各項用戶之性別比例上，除觸及人數用戶，其他女性使用者比例皆達 66% 以上，高於全臺 Facebook 用戶女性 51.2%。

分析可能因關注博物館、藝術文化者女性比例偏高，來館觀眾亦以女性居多，又因十三行博物館具教育、休閒功能，入館觀眾部分為親子、家庭，母親較關注粉絲專頁活動訊息發布，以即時為孩子報名相關活動。

就使用動機來看，科技部傳播調查資料庫 2015 年報告指出，安排活動或行程的需求使用社群媒體者，在女性民眾中則較男性有更高的比例，顯示女性較高的活動安排需求，符合本館粉絲專頁性質。



圖 8: 社群媒體使用動機

二、 粉絲專頁使用者年齡層以 35-44 歲居多

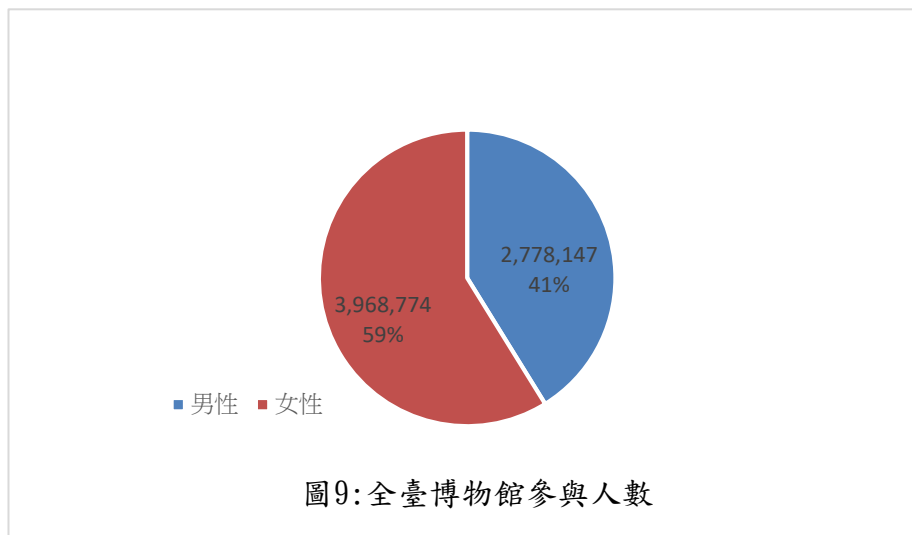
在各項用戶年齡層比例上，以 35-44 歲者為最多，而全臺 Facebook 用戶年齡層則集中於 25-34 歲。分析原因可能與實際入館觀眾部分為親子客群有關。

三、 觸及人數男女性比例與粉絲、追蹤者有顯著差異

觸及使用者女性佔 54%、男性佔 45%，為所有使用者組成中男女性比例最為平衡，顯示男性潛在使用者可能未追蹤、關注粉絲專頁，為本館可進一步開發目標。

四、 粉絲專頁使用者與博物館觀眾性別比例略有差異

依據文化部「109 年度性別統計指標-文化與休閒」統計(圖 9)，109 年度全臺博物館參與人數為 674 萬 6,921 人次，女性佔 59%、男性佔 41%，與本館粉絲專頁使用者相較，同樣為女性比例偏高，但本館粉絲專頁使用者女性比例略有過高情形，顯示部分博物館觀眾非本館粉絲專頁使用者。



綜上，本館粉絲專頁使用者女性比例皆高於各項指標，且高達6成5以上，在未來經營上應調整貼文內容，增加男性使用動機，開發新觀眾。

而本館為考古主題博物館，應為男性感興趣之層面，粉絲專頁可加強知識型面向內容，提升專業形象同時，提升關注度。

在活動設計方面，建議未來加強操作性高之技術或運動類活動，親子類活動應鼓勵男性陪同者，或搭配男性友善措施或方案，加強行銷宣傳，強化男性觀眾適合參與的意象。透過線上社群媒體與線下實體活動同步調整，打造十三行博物館成為性別平等的全民友善博物館。

發行人：柏麗梅

出版者：新北市立十三行博物館

地址：24947 新北市八里區博物館路 200 號

電話：(02)26191313

網址：<https://www.sshm.ntpc.gov.tw/>

出版日期：中華民國 110 年 5 月

◆版權所有・翻印必究◆