

新北市立鶯歌陶瓷博物館

108-109 年「智能新北—數位陶瓷博物館」 網站流量分析初探



統計機關：新北市立鶯歌陶瓷博物館

中華民國 110 年 5 月

目錄

壹、前言.....	3
貳、網站瀏覽量分析.....	4
參、訪客分析.....	6
肆、結論.....	9

壹、前言

隨著數位科技的進步，人們的生活型態也在時代洪流中更迭，過去的未來已是無法想像的現代。當實體的博物館不再只是民眾獲取博物館知識的唯一途徑與場域，在這後疫情的時空背景之下，民眾認識博物館、欣賞展覽的方式已有了轉換，取而代之的是數位科技在轉動中所帶來的便利性，人們從線下走入了線上化。因此，數位博物館更是成為了不可或缺的存在，同時也是加深民眾與館方的連結。近期疫情更使數位科技以跳躍式進化，改變人們生活習慣。

新北市立鶯歌陶瓷博物館（以下簡稱陶博館）自 2004 年始建置數位資料，逐步建構現代陶藝網、鶯歌文化觀光網、陶瓷學院、圖書出版、臺灣陶瓷數位博物館等網站。因應轉型及語法變動，在 2018 年陸續整合成「智能新北—數位陶瓷博物館」，至今仍持續擴增服務與功能，內容涵蓋策劃線上展覽、典藏查詢、數位學習，藉由數位服務功能，提供民眾多元教育學習陶瓷知識管道與強化本館數位服務機能。

本篇將透過 Google Analytics 的運用，分析在 2019~2020 年「智能新北—數位陶瓷博物館」的網站瀏覽量及使用者組成。

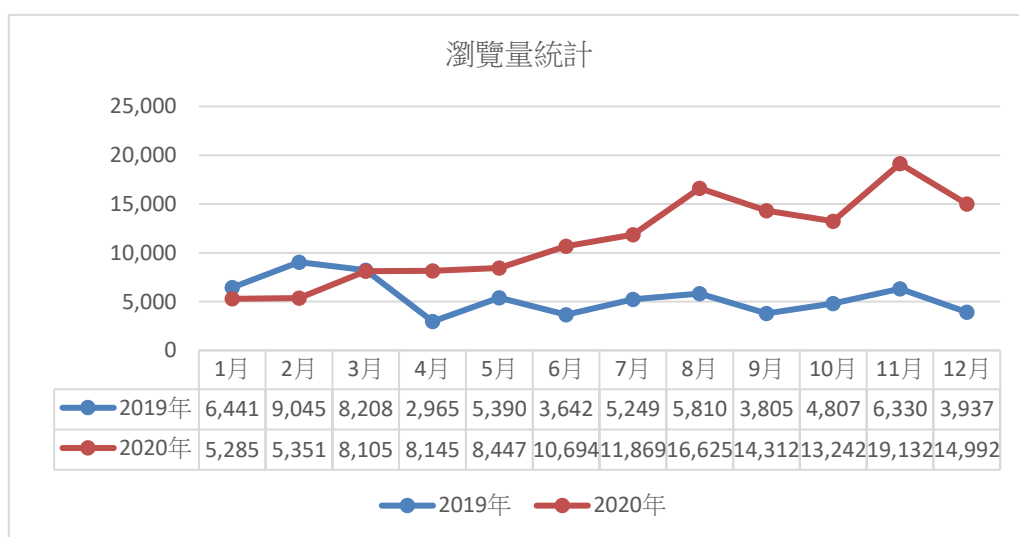


貳、網站瀏覽量分析

陶博館「智能新北—數位陶瓷博物館」2019年網站瀏覽量為6萬5,629人次；2020年網站瀏覽量為13萬6,199人次，其中經歷過網站改版設計及後臺系統增修，增設歷屆臺灣國際陶藝雙年展及臺灣陶藝獎專區，建置數位化資料及新手介紹頁等，將網頁改版棋盤化便利民眾使用。瀏覽量顯示2020年較2019年同期成長達107%(表1、圖一)，從2019~2020年期間各月瀏覽量統計折線圖中，顯示出11月瀏覽量大幅成長達202%，為2019-2020間的最高峰。

表1：2019~2020年各月瀏覽量統計

瀏覽量統計			
月份	2019年	2020年	成長比(%)
1月	6,441	5,285	-18
2月	9,045	5,351	-41
3月	8,208	8,105	-1
4月	2,965	8,145	175
5月	5,390	8,447	57
6月	3,642	10,694	194
7月	5,249	11,869	126
8月	5,810	16,625	186
9月	3,805	14,312	276
10月	4,807	13,242	175
11月	6,330	19,132	202
12月	3,937	14,992	281
總計	65,629	136,199	107



圖一：2019~2020年期間各月瀏覽量統計折線圖

由數據所觀察到，至 2019 年網頁改版及增設功能後，瀏覽量明顯上升，在 Google Analytics 的「使用者常造訪哪些網頁」中整理出以下 2019 與 2020 年度網頁瀏覽量前 10 名(表 2)。

前述中 2019~2020 年期間各月瀏覽量統計顯示，2020 年 11 月為瀏覽量最高峰(表 1、圖一)，在同期使用者常造訪的網頁中，排名第 1 的是當月於本館 3F 特展室開展的「2020 臺灣國際陶藝雙年展」。此顯示出實體展覽與網頁瀏覽量亦有相互的影響，瀏覽數據亦顯示將過往展覽數位化後，身受網路使用者的喜愛(表 2)。

表 2：使用者常造訪的前 10 名網頁

使用者常造訪的前 10 名網頁				
排名	2019 年	瀏覽量	2020 年	瀏覽量
1	數位典藏(改版前)	8,091	2020 臺灣國際陶藝雙年展	27,446
2	2018 臺灣國際陶藝雙年展	7,627	亞熱帶花園—彩繪陶瓷展	16,263
3	數位博物館 首頁(改版後)	4,259	數位博物館 首頁	12,229
4	線上展覽(改版前)	1,671	2020 臺灣國際陶藝雙年展(英文版)	6,628
5	2020 臺灣國際陶藝雙年展	1,333	硿味鶯歌城	5,792
6	數位博物館 首頁(改版前)	925	青韻流動 東亞青瓷的誕生與發展	4,950
7	環物影像	686	環物影像	4,534
8	數位典藏(改版前-英文版)	455	飲食物語—陶瓷器皿與文化的日常	2,064
9	2020 臺灣國際陶藝雙年展(英文版)	405	線上展覽	1,822
10	容器的聯想—現代陶藝典藏展	247	醫事錄：臺灣早期醫用陶瓷	1,684
總計		65,639		136,199

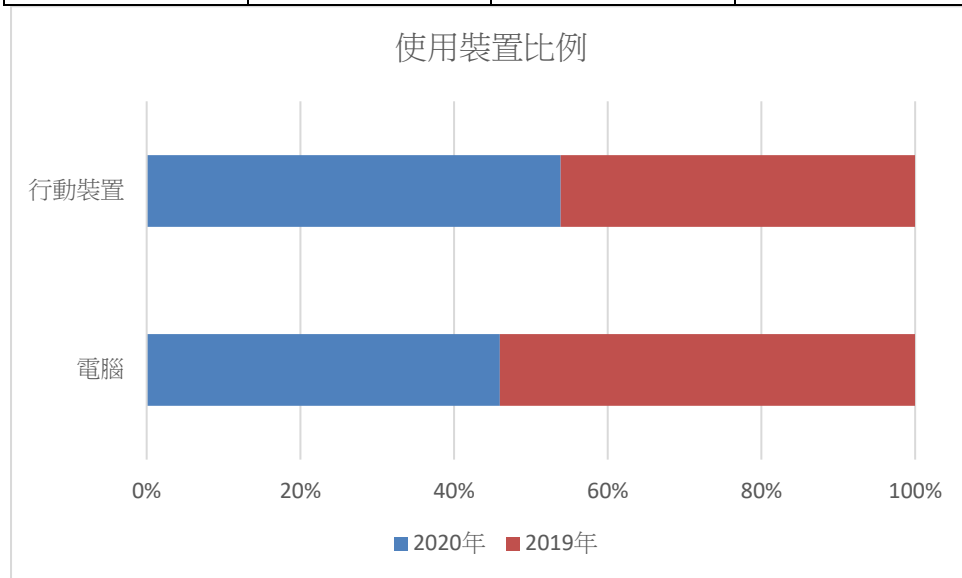
參、訪客分析

一、使用裝置分析

2019 年期間使用行動裝置(如平板、手機)者達 47.24%、電腦為 52.76%；2020 年期間使用行動裝置(如平板、手機)者達 55.17%、電腦為 44.83%；可知民眾對於進入數位博物館所使用的裝置，使用行動裝置(如平板、手機)者較前一年(2019)同期增長了 7.93%(表 3、圖二)。

表 3：使用裝置比例

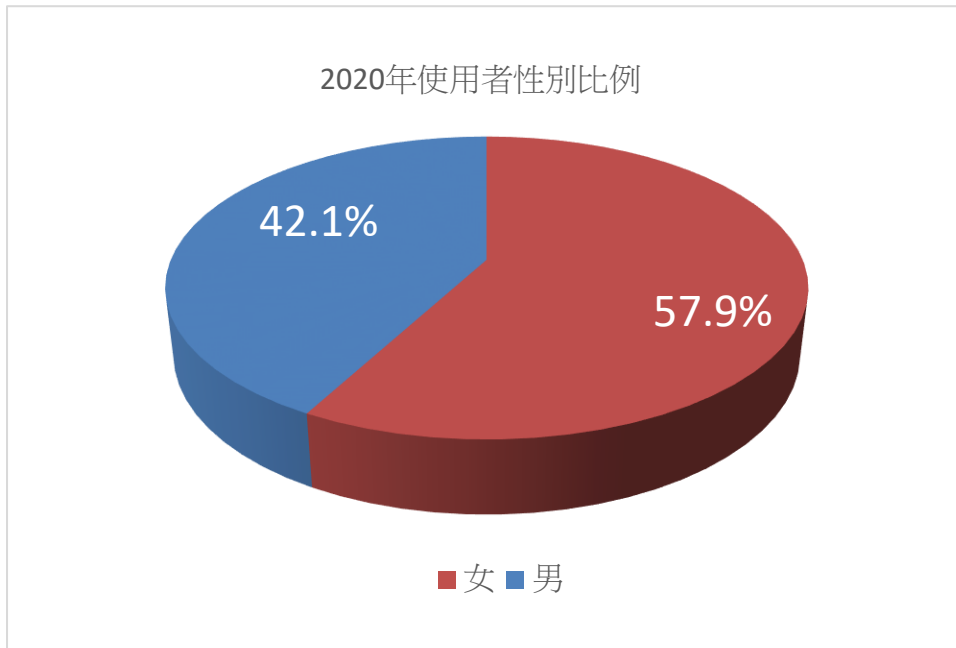
年度/類型	2019年	2020年	成長比
電腦	52.76%	44.83%	-7.93%
行動裝置	47.24%	55.17%	7.93%



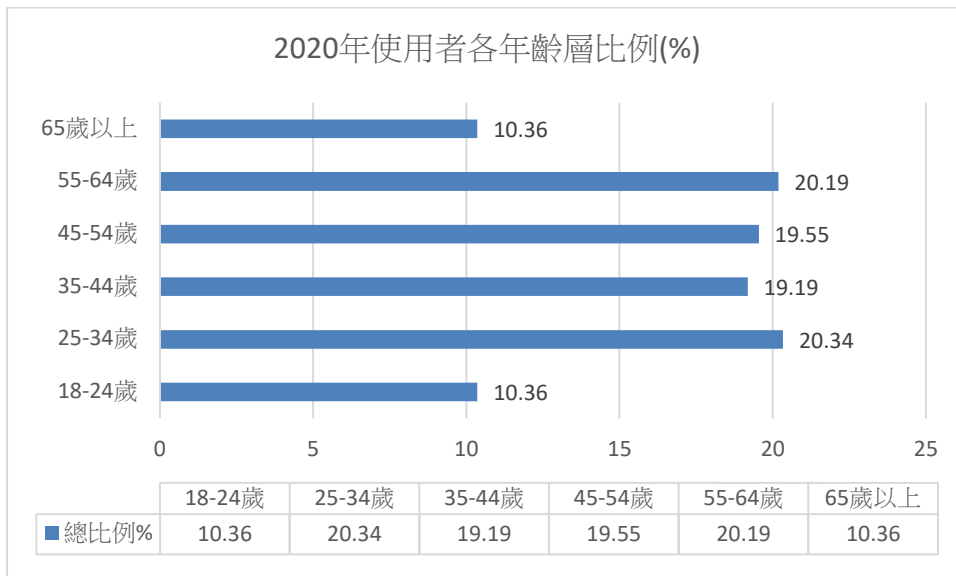
圖二：2019~2020 年期間使用裝置百分比圖

二、使用者性別及年齡層分析

使用者性別及年齡層統計功能於 2020 年開啟，可知 2020 年間女性占 57.9%、男性占 42.1%，使用者性別女性高於男性 15.8%(圖三)，顯現女性使用者較男性使用者活躍。在年齡層的部分：18-24 歲 10.36%，25-34 歲 20.34%，35-44 歲 19.19%，45-54 歲 19.55%，55-64 歲 20.19%，65 歲以上 10.36%；是以 25-34 歲者居多(表 3、圖四)。(因 2019 時尚未開啟此功能，故本次不探討 2020 年與 2019 年間性別及年齡層分析。)

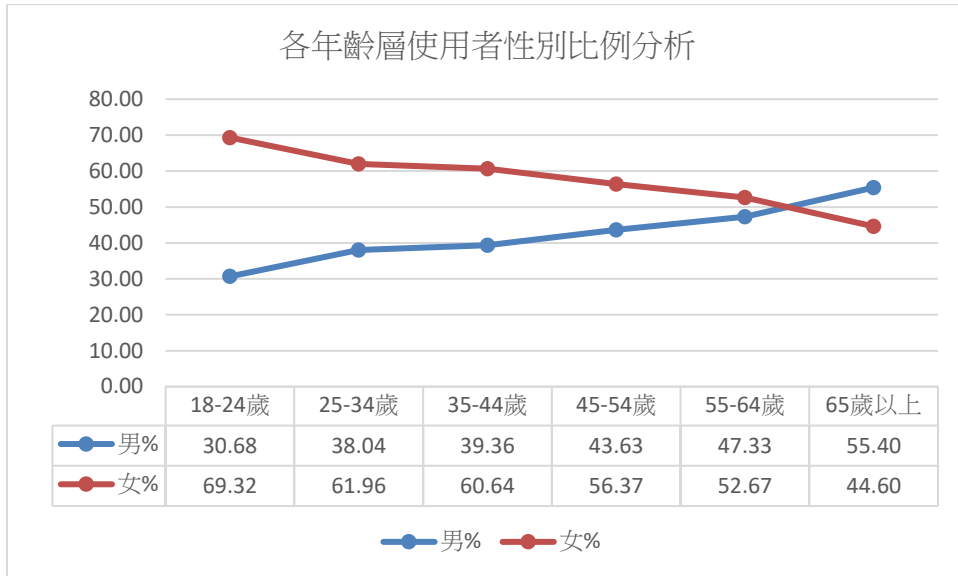


圖三：2020 年使用者性別比例

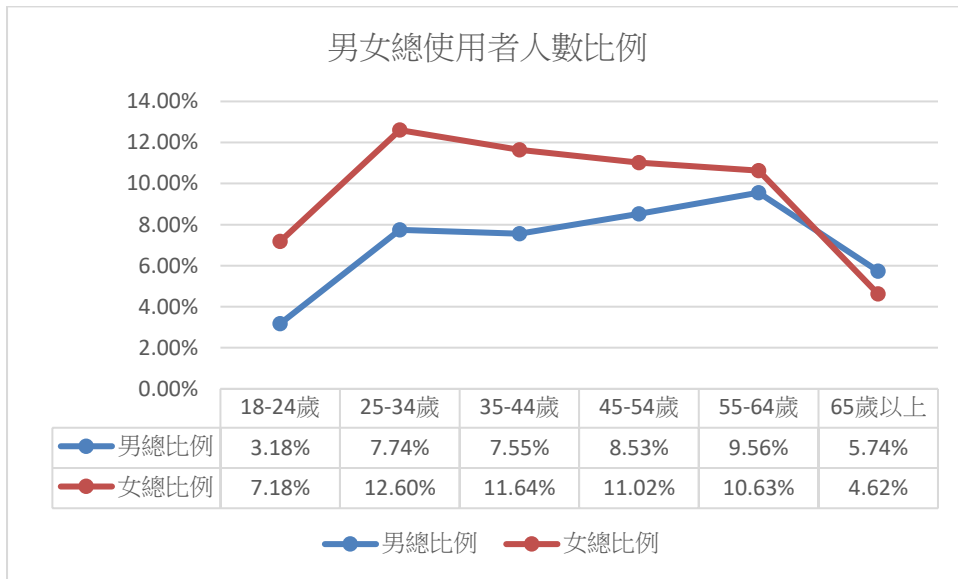


圖四：2020 年使用者各年齡層比例

以總使用者來觀察男女使用者人數比例年齡分布情形，顯示女性使用者比例隨著年齡層下降逐漸上升，有年輕化的趨勢，而男性使用者比例是隨著年齡層上升之趨勢(圖五)。男性使用者年齡以 55-64 歲以上(9.56%)最多，45-54 歲(8.53%)次之，25-34 歲(7.74%)居三，而女性使用者年齡以 25-34 歲(12.6%)最多，35-44 歲(11.64%)次之，45-54 歲(11.02%)居三(圖六)。



圖五：各年齡層使用者性別比例分析



圖六：男女總使用者人數比例

肆、結論

綜合前述統計及分析，透過 2019 至 2020 年間的數據分析，我們從中可觀察到民眾對於數位博物館的使用率大幅提升，透過使用者常造訪的前 10 名網頁報表中可知，民眾多數是因為對展覽相關有興趣，透過在家如同逛博物館欣賞展覽，便利了使用者的需求。

我們正處在赫伯特·馬素·麥克魯漢（Herbert Marshall McLuhan，加拿大哲學家及教育家，1911.7.21~1980.12.31）所提出的「世界村」的時代中。透過網路及數位科技的進步及普及，串聯起更多的人，新的人際、社交、互動模式同時也帶來不同過往的體驗。而參觀博物館不再只是一種地方性的存在，需要人們親自抵達當地，亦可發現參觀已不再受到地區以及時間的限制，任何的空間地點，開啟電腦拿起手機或任何裝置只要能連接上網，就可以暢遊博物館，如同 24 小時開放參觀，與博物館產生關聯性。

另一方面，民眾先從網頁上對本館、對展覽做初步的認識，進一步的加深他們的興趣與否，進而帶起了來親訪陶博館的動機，從館方的另一個層面來說，數位博物館的形式儼然成為了宣傳行銷博物館的一種行為模式，陶博館透過數位化，將歷屆精華以新的形態展示在觀眾的面前，永久地保留供欣賞以及研究使用，能更有效推廣陶瓷之美，帶動文化、人文與藝術涵養的昇華。

如何更有效的完善數位陶瓷博物館網站亦成為現今的重點方向之一，結合本館的特色創造符合觀眾需求的內容亦是本館所重視的，也是探索博物館永續發展的方向之一。未來陶博館也將持續強化「智能新北—數位陶瓷博物館」，為民眾帶來更多的便利服務、知識學習及體驗優化。

版權

發行人：吳秀慈

出版者：新北市立鶯歌陶瓷博物館

地址：新北市鶯歌區文化路 200 號

電話：(02)86772727 (代表號)

網址：<http://www.ceramics.ntpc.gov.tw/>

出版日期：中華民國 110 年 5 月