

新北市立淡水古蹟博物館
「臨危—密室逃脫」活動效益分析



新北市立淡水古蹟博物館

中華民國 113 年 4 月 11 日

目 錄

壹、前言	01
一、 活動背景	01
二、 活動發想	01
貳、研究目的	04
參、活動規劃理念及內容	05
一、 「密室逃脫」遊戲介紹	05
二、 「密室逃脫」遊戲在臺灣的發展	07
三、 「臨危—密室逃脫」活動資訊	08
肆、研究方法	16
一、 調查時間	16
二、 活動參與人數	16
三、 綜合研究	16
四、 受測者人數	20
五、 受測問卷統計	20
伍、活動效益分析	27
一、 問卷統計分析	27
二、 質性效益分析	43
三、 博物館形象的創新	46
陸、結論	47

壹、前言

一、活動背景

身處於這個快速變遷的時代，人們時常追求與關注新奇事物與現代科技，卻讓我們遺忘了身邊那些擁有豐富歷史與文化內涵的文化資產。2023 年適逢新北市立淡水古蹟博物館（以下簡稱本館）設館 18 周年之館慶，為了喚醒人們對於文化資產的關心及重視，本館針對轄下相關古蹟場域及文化資產等進行評估，希望透過活化、再利用相關歷史地景，辦理兼具新奇現代與歷史連結的古蹟推廣活動，導入以歷史脈絡為特色之元素，期教育民眾並推廣淡水文化及歷史觀光之風貌。

二、活動發想

本館參考了近年來我國流行的相關休閒活動，活動鎖定年輕學子為主要客群，聚焦年輕化、新奇、科技、互動、歷史文化脈絡等訴求，希望可以在保留傳統的同時，力推文化資產與當代社會的保持連結，並以「身體力行」的方式喚起對國定古蹟的關注，結合傳統的歷史脈絡與科技互動來辦理本館 2023 年夏季的指標性活動「光陰淡水」。由此，擇定本館下轄古蹟館舍之一的國定古蹟「滬尾礮臺」（圖 1-圖 4）辦理時下最夯的「密室逃脫」活動，希冀能夠活化這個淡水地區較少為人到訪的古老文化資產，期盼

透過新奇、科技的元素導入嚴肅的軍事古蹟，透過有趣生動的腳本及冒險刺激的關卡設定，使其融入年輕人的休閒娛樂，寓教育於遊戲，實現古蹟活化，推展國防教育內涵，促進文化資產再利用價值。



圖 1 國定古蹟「滬尾礮臺」入口處（營門）



圖 2 國定古蹟「滬尾礮臺」北側甬道戶外一景



圖 3 國定古蹟「滬尾礮臺」門額「北門鎖鑰」四字



圖 4 國定古蹟「滬尾礮臺」甬道一景

貳、研究目的

本研究旨在探討在國定古蹟中舉辦密室逃脫活動的效益，並著墨於博物館作為推動古蹟活化的核心角色，為確實了解本館所規劃的「密室逃脫」內容是否符合參與玩家之需求，及活化、再利用國定古蹟「滬尾礮臺」的質性效益，故以遊戲玩家回饋的相關數據及筆者語言系玩家的深度訪談內容進行研究，透過質性分析與量化統計，期許研究結果可作為瞭解本館或其他機關未來辦理相關活動之依據與參考，另供日後檢討、改善與發展各項業務之資料分析。相關研究目的如下：

一、 探討密室逃脫活動對博物館參觀者互動與參與度的影響：

透過觀察參與者在密室逃脫活動中的互動行為、參與程度等，評估密室逃脫活動對本館參觀者的吸引力，並檢視是否能夠促使玩家更深入地參與本館其他展覽或活動。

二、 分析密室逃脫活動對博物館教育效果的影響：透過問卷調查或觀察參與者的反饋，評估活動對參與者歷史、文化知識

的教育效果，以確保密室逃脫活動不僅是娛樂，更具有教育意義。

三、 了解密室逃脫活動對博物館形象的影響：透過參與者的回饋和觀察博物館形象在社會媒體上的呈現，評估活動對博

物館形象的改變，以確保活動舉辦後博物館能夠更吸引並符合現代參觀者的期待。

參、 活動規劃理念及內容

一、 「密室逃脫」遊戲介紹

密室逃脫遊戲是一種互動式的現實生活體驗，參與者進入一個被設計成封閉空間的場景，通常是一個主題化的房間，並需要在限定時間內通過解謎、合作和尋找線索，最終找到解謎的關鍵，成功逃脫。以下簡述密室逃脫遊戲的基本遊戲方式：

（一）主題設計：每個密室逃脫遊戲都有一個獨特的主題，可

能是科幻、驚悚、歷史、推理……等。場景內的裝置、道具和謎題都與主題相關，創造出一種「身歷其境」的沉浸式感受。

(二) 參與者（遊戲玩家）：通常一支小隊（4 至 10 人不等）被困在一個密室內，小隊必須合作解決各種謎題才能逃脫。這強調了團隊協作和溝通的重要性。

(三) 限時挑戰：每場密室逃脫遊戲都有一個時間限制，通常為 60 至 90 分鐘；參與者需要在限定時間內找到解謎的關鍵，否則失敗。

(四) 解謎和謎題：遊戲中充滿了各種不同難度的謎題，包括數字謎題、密碼破解、物品尋找、邏輯推理等。參與者必須仔細觀察，合理推斷，並在規範時間內解開這些謎題。

(五) 物品與道具：遊戲場景內會放置各種物品和道具，參與者需要仔細檢查和使用這些物品，有時還需要將它們結合起來以解開某些謎題。

(六) 遊戲輔助者：通常會有一名遊戲主持或者工作人員負責監視參與者作為「小隊長」的角色，除了在遊戲過程中執行某些任務以增添趣味性外，更兼具團隊輔助、脈絡

鋪陳、提供必要的提示或解釋……等協助闖關的功能，

亦有控制小隊闖關時間的輔助。

密室逃脫遊戲的樂趣來自於參與者在有限時間內通過合作、思考和解謎，體驗一場真實的冒險。這種互動性和現實感使得密室逃脫成為一種受歡迎的娛樂方式。

二、「密室逃脫」遊戲在臺灣的發展

臺灣的密室逃脫遊戲在近五年間蓬勃發展，成為在地實境娛樂產業的一項引領者，這一獨特的體驗結合了謎題解謎和互動敘事，深深植根於臺灣玩家心中，成為朋友、家庭和企業團隊之間的受歡迎活動。在這段時間內，臺灣密室逃脫業者成功舉辦了數萬場活動，吸引了數百萬名參與者。遊戲參與者們通過這種刺激的互動體驗，培養了團隊協作和問題解決的能力，同時享受到冒險所帶來的成就感。

近來臺灣密室逃脫遊戲業者積極導入最新的科技元素，包括虛擬實境（VR）和擴增實境（AR）等技術，提升了遊戲的視覺和感官體驗，視覺科技呈現的融合體驗使得遊戲更具魅力，吸引了更多的參與者，也開發大量的潛在客群。同時，臺灣的密室逃脫社群也在這近幾年中迅速擴張，在新媒體社群中相互流通資訊，分享解謎技巧，也會呼朋引伴，揪隊組團到各地去

闖關，並透過網絡平台分享心得和經驗。

總體而言，臺灣密室逃脫遊戲的蓬勃發展展現了當地對於創新和娛樂體驗的熱愛，成為全球密室逃脫領域備受矚目的一部分。

三、「臨危—密室逃脫」活動資訊

（一）活動地點

擇定國定古蹟「滬尾礮臺」中此次活動選擇區域完整性高、距離較近的三塊區域，即「北側甬道」、「西側甬道」及「子藥庫」三處（圖5），亦考量雨備因素而擇定。

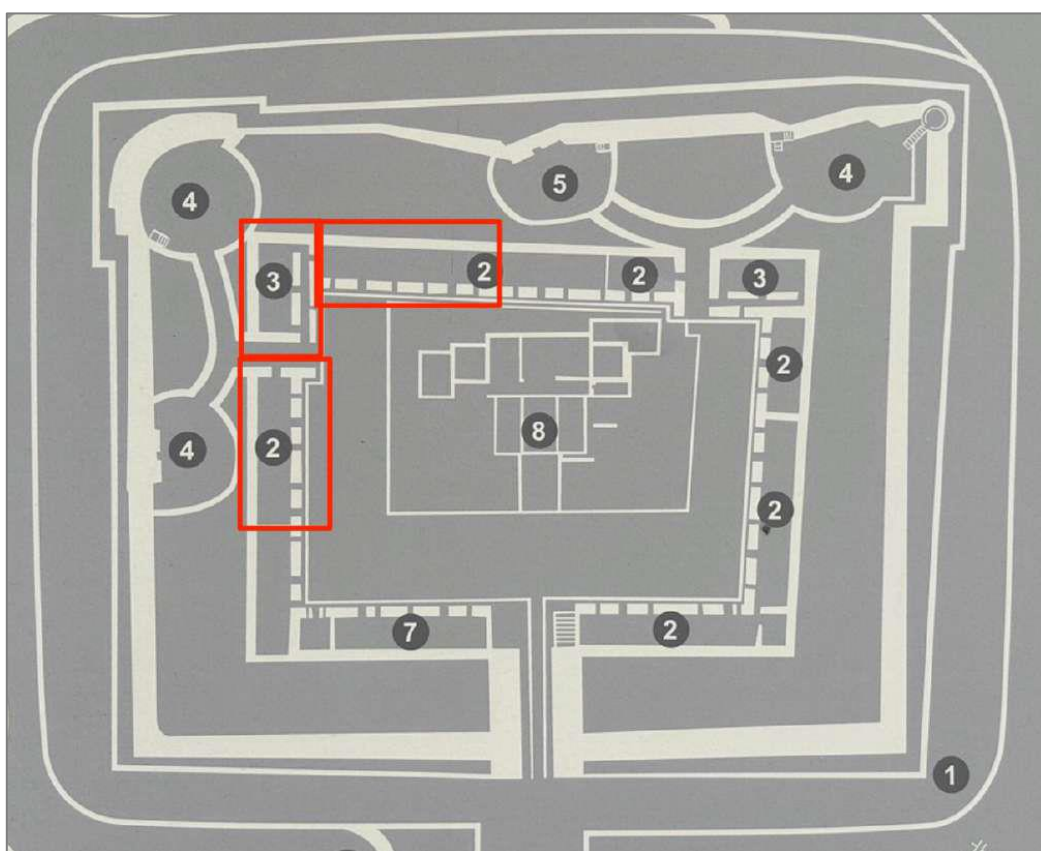


圖5 國定古蹟「滬尾礮臺」辦理密室逃脫之空間場域

1、甬道(北邊)：規劃為玩家儲物、觀看影片之區域。

2、甬道(西邊)：規劃為 2 區，分為「搬運砲彈、射擊訓練區域」及「戰備室」。

3、子藥庫：規劃為 3 區，包含「走道(藏鑰匙、最後逃出之通道)」、「倉庫(火藥秤重、北門鎖鑰拼字、雷射機關、時空門)」及「異空間(炸彈本體所在處、第 2 座時空柱)」。

以上總共規劃 6 區供玩家進行遊戲。

(二) 故事腳本設定

一個神祕的組織預告了一個極度危險的陰謀，潛藏著巨大的危機，玩家接受神秘組織的高層指示執行秘密任務(圖 6)，必須要在 19 世紀末的滬尾礮臺「搬運砲彈、射擊訓練區域」及「戰備室」中開始找尋各式線索，並解開謎題以獲得前往下一關的謎腳，目的是為了解開某間暗室中的炸藥線索，避免爆炸意外的發生，改變歷史，方能轉換時空後安全無恙的回到現代，結束任務；以下是腳本設定的線索提示開場：

▲開場畫面：畫面中，纏繞浮現在年代“19 世紀末”和年代“2023”，透過時光的轉換，讓玩家感受到時光的流逝。

▲畫面 1：19 世紀末的滬尾礮臺，燈光昏暗，衛兵神情嚴肅。

神秘組織以現代穿越者的身份出現，快速躲避人群消失在一間密室內。

△旁白 1：「他回到 19 世紀末，是為了摧毀我們的未來。」

▲畫面 2：一間作戰室的螢幕上顯示某一間暗室藏著巨型爆炸，現代人們的表情逐漸凝重起來。

△旁白 2：「一顆致命的爆炸彈，即將毀掉我們的未來。」

▲畫面 3：指揮官對著螢幕前的玩家說道。

△旁白 3：「在無限的過去與未來的交界線上，我們組織都在奮力拯救未來，你們是被選為解決這次案件的特務，必須在炸彈引爆前拆除，不要讓歷史被改變了。」

▲畫面 4：時間開始倒數，催促玩家趕緊去完成任務。

△旁白 3：「快出發吧，時間不多了，小隊長會帶領你們前往那個時空。」



圖 6 遊戲故事腳本中的神秘組織正在交辦任務予遊戲玩家

(三) 活動主視覺海報

本次活動主視覺設計以設定好的故事腳本為發想，希望
玩家可以在解謎的過程中，即使面對時間限制的壓力還能夠
「臨危」不亂。畫面試圖營造一種 19 世紀末的復古調性，
加上了很多遊戲中的解謎素材，隱喻了即將辦理的密室逃脫
活動的部分謎腳，勾勒出逃脫的線索與蛛絲馬跡（圖 7）。

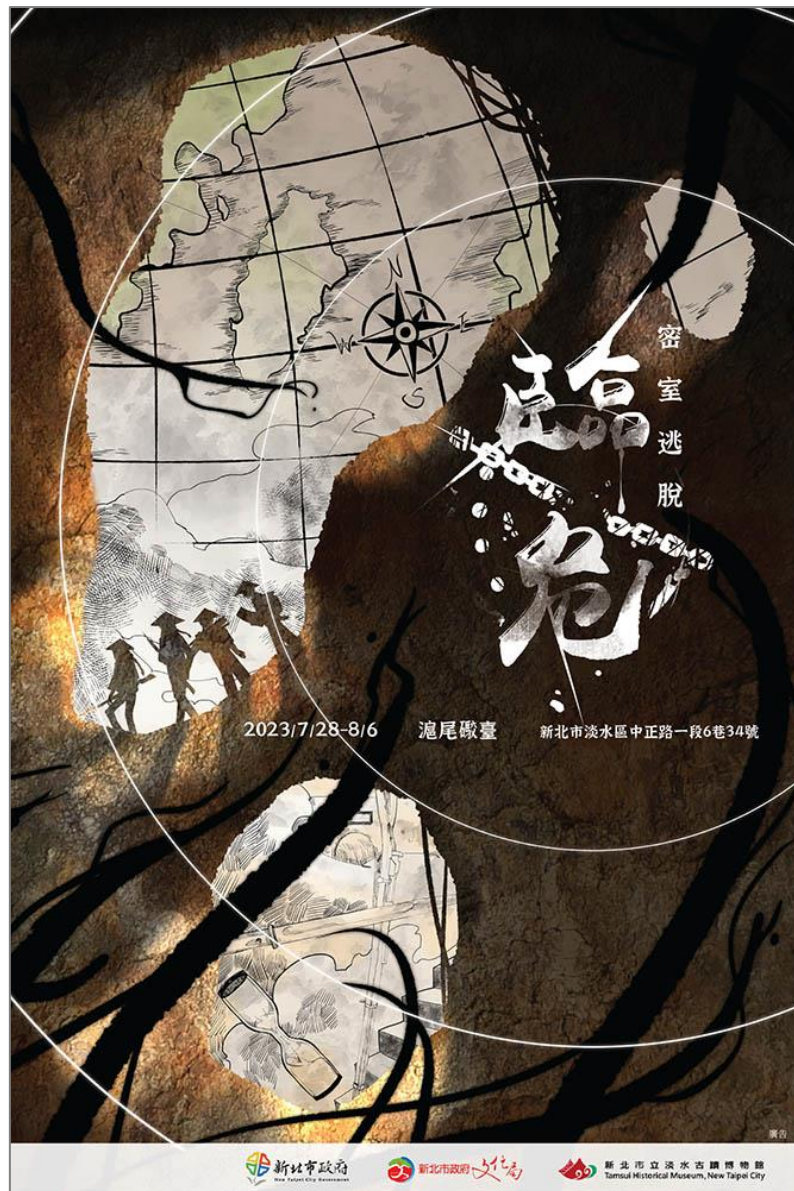


圖 7 活動主視覺海報

(四) 遊戲時間長度：每場次遊戲時間約為 60 分鐘

(五) 活動場次安排

本活動規劃辦理期程為 112 年 7 月 28 日（五）至 112 年 8 月 6 日（五），計 10 日，共規劃對外受理報名及販售門票的場次共 45 場（其中包含了 34 場的日間體驗場及 11 場的夜間體驗場）及保留場次計 3 場，共計 48 場次（圖 8）。

7/28(五)	7/29(六)	7/30(日)	7/31(一)	8/1(二)	8/2(三)	8/3(四)	8/4(五)	8/5(六)	8/6(日)
教育訓練	12:00 ~ 13:00	12:00 ~ 13:00	12:30 ~ 13:30	12:30 ~ 13:30	12:30 ~ 13:30	12:30 ~ 13:30	12:00 ~ 13:00	12:00 ~ 13:00	12:00 ~ 13:00
13:30 ~ 14:30	13:30 ~ 14:30	13:30 ~ 14:30	14:00 ~ 15:00	保留場	保留場	13:30 ~ 14:30	13:30 ~ 14:30	13:30 ~ 14:30	13:30 ~ 14:30
15:00 ~ 16:00	15:00 ~ 16:00	15:00 ~ 16:00	15:30 ~ 16:30	15:30 ~ 16:30	15:30 ~ 16:30	15:30 ~ 16:30	15:00 ~ 16:00	15:00 ~ 16:00	15:00 ~ 16:00
16:30 ~ 17:30	16:30 ~ 17:30	16:30 ~ 17:30					16:30 ~ 17:30	16:30 ~ 17:30	16:30 ~ 17:30
保留場	夜間場 18:00 ~ 19:00	夜間場 18:00 ~ 19:00					夜間場 18:00 ~ 19:00	夜間場 18:00 ~ 19:00	夜間場 18:00 ~ 19:00
夜間場 19:30 ~ 20:30	夜間場 19:30 ~ 20:30	夜間場 19:30 ~ 20:30					夜間場 19:30 ~ 20:30	夜間場 19:30 ~ 20:30	夜間場 19:30 ~ 20:30

圖 8 原活動場次規劃表

(六) 售票模式

本活動採用 Accupass 線上活動售票系統對外販售「臨危—密室逃脫」活動門票（圖 9、10），並透過線上刷卡消費及超商繳費二種方式供遊戲玩家付費。另於活動現場提供遊戲玩家（團隊）以現場購票的方式增加成員，現場購票採 Accupass 系統線上刷信用卡，刷卡成功後進行遊戲。



圖9 Accupass 對外販售「臨危—密室逃脫」活動門票線上頁面 01

• 活動場次

7/28(五)	7/29(六)	7/30(日)	7/31(一)	8/1(二)	8/2(三)	8/3(四)	8/4(五)	8/5(六)	8/6(日)
	12:00~ 13:00	12:00~ 13:00	12:30~ 13:30	12:30~ 13:30	12:30~ 13:30	12:30~ 13:30	12:00~ 13:00	12:00~ 13:00	12:00~ 13:00
13:30~ 14:30	13:30~ 14:30	13:30~ 14:30	14:00~ 15:00			14:00~ 15:00	13:30~ 14:30	13:30~ 14:30	13:30~ 14:30
15:00~ 16:00	15:00~ 16:00	15:00~ 16:00	15:30~ 16:30	15:30~ 16:30	15:30~ 16:30	15:30~ 16:30	15:00~ 16:00	15:00~ 16:00	15:00~ 16:00
16:30~ 17:30	16:30~ 17:30	16:30~ 17:30					16:30~ 17:30	16:30~ 17:30	16:30~ 17:30
	夜間場 18:00~ 19:00	夜間場 18:00~ 19:00					夜間場 18:00~ 19:00	夜間場 18:00~ 19:00	夜間場 18:00~ 19:00
夜間場 19:30~ 20:30	夜間場 19:30~ 20:30	夜間場 19:30~ 20:30					夜間場 19:30~ 20:30	夜間場 19:30~ 20:30	夜間場 19:30~ 20:30

• 購買票券

1. 單場次每人票券售價為新臺幣250元，可選擇「日間場」或「夜間場」體驗。現場將以售票平台之APP進行掃碼核對票券，請妥善保管該QR CODE資訊。
2. 購票完成後如需退票，請於票券有效時間8個工作天前至售票平台進行退票。退票手續費等事宜將依售票平台之規範辦理。
3. 凡成功報名且參加活動者，可憑遊戲結束後核發之憑證於民國112年8月13日(日)前免費進入國定古蹟滬尾藏書室參觀，一個憑證限抵用一人，逾期無效。

• 活動前準備

1. 考慮夏季悶熱及蚊蟲等情事，參加遊戲前建議穿著輕便透氣衣物、運動鞋，攜帶飲用水，也可準備防蚊液、涼感紙巾等個人備品。

• 保險

1. 本活動場地保有「公共意外責任險」，惟遊戲過程中仍須注意自身安全。

• 活動報到

1. 活動地點為新北市淡水區國定古蹟滬尾藏書室(新北市淡水區中正路一段6巷34號)，建議自行開車或搭乘大眾交通工具前往。【搭乘公車】建議從淡水捷運站轉乘「836」路公車至「滬尾砲台(雲門劇場)」站下車步行1分鐘即可達。【自行開車】請參考「台灣高爾夫球場停車場」、「紅毛城停車場」、「滬尾藝文休閒園區停車場」等地停駐。
2. 為維護遊戲呈現與玩家權益，請務必於報名場次開始前10分鐘進行報到，如有遲到或未到場情事，視為自動放棄參與活動權益且不予退費。

• 其他注意事項

1. 如遇天災、不可抗力（如颱風、地震、流行疾病等）或其他不可歸責於主辦單位之因素，活動將會延後一週舉辦，相關消息將會於主辦單位之官方網站與粉絲專頁等社群平台公布，另由主辦單位主動聯繫參加者更改場次或退費。
2. 如因天災、不可抗力（如颱風、地震、流行疾病等）或其他不可歸責於主辦單位之因素，該日活動場次必須延後舉辦時，優先以8/7(五)~8/13(日)此週之相同時間場次為原則辦理，主辦單位將主動聯繫參加者更改場次，如時間上無法配合將會進行退費。
3. 活動場地「滬尾藏書室」為國定古蹟，活動過程中請勿有破壞古蹟之情事，相關規範依《文化資產保

圖 10 Accupass 對外販售「臨危—密室逃脫」活動門票線上頁面 02

肆、 研究方法

一、 調查時間：活動執行日 112 年 7 月 28 日至 112 年 8 月 7 日

（原活動規劃至 8 月 6 日，惟 8 月 3 日之 3 場次因故延期至 8 月 7 日辦理）。本次統計中，因 8 月 3 日因卡努颱風致停班停課，當日 3 場活動依機制延期至 8 月 7 日辦理，以上計 10 日。

二、 活動參與人數：207 人（遊戲者性別比例：生理男性 90 人，生理女性 117 人）。受測組數與對外販售場次相同（不含保留場次），計 45 組，受測人數 207 人中參與深度訪談者計有 12 人。

三、 綜合研究

（一）問卷調查

透過線上 APP 軟體 Survey Cake 設計受測問卷表單，並於每一場遊戲結束後，邀請每一位遊戲玩家實施線上問卷調查，即時獲取遊戲玩家對密室逃脫活動「滿意度」、「遊戲體驗經驗」及「資訊獲得渠道」等項目之看法，另透過口頭詢問遊戲玩家於活動後對本館其他展覽、活動或導覽的興趣與參與意願；問卷內容請詳參「問卷受測統計分析」。問卷填寫過程中，本館工作人員皆陪同在

旁，視需要解釋問卷內容，以提升問卷施測之信度與效度，降低無效樣本之可能性。

（二）觀察與記錄

筆者於本活動曾經扮演兩種角色，一是做為觀察者，在不干擾遊戲進行的前提下於玩家遊戲進行現場側面觀察，記錄遊戲玩家的遊戲行為、遊戲考量、性別主導性、互動程度、困難點、困境反應、從屬身分、積極程度……等因素，及玩家進行遊戲的流暢度、闖關難易度、工作人員投入程度及歷史文本的關注程度等因素；另一種角色為遊戲參與者，筆者扮演遊戲中的清兵長官，對於歷史脈絡腳本詮釋，負責提供更強化的情境感受，作為博物館館員更較廠商工作人員扮演的清兵長官角色，更精準地闡述透過歷史脈絡與文化情境於遊戲玩家，另亦可增加遊戲的趣味性。透過直接觀察，可以獲得參與者實際參與活動的情境和反應，並於遊戲結束後，直接請被觀察者提供意見回饋，更有機會獲得進行深度訪談之進行。

（三）社交媒體分析

分析活動期間和之後在社交媒體平台上的相關討

論、分享、及參與者的互動情況。這包括社交媒體上的評論、按讚數、觸及數等，以評估活動對博物館在線上社群中的影響。

（四）深度訪談

邀請有願意進行更多意見回饋的個別玩家，透過約 15 至 30 分鐘的深度訪談，了解他們對活動更深層次的反應與回饋，包括對博物館形象變化的感受、活動帶來的文化體驗、遊戲設定之背景故事等脈絡鋪陳、遊戲難易度適切性……等。同時，也訪談本館的遊戲測試工作人員，瞭解他們對於活動辦理的看法和遊戲機制設定及回饋的影響。

深度訪談提綱彙整如下：

1、 初次參與的動機。

- 為什麼您決定參加與本館辦理的密室逃脫遊戲？
- 您是否曾經參與過其他類似（但不屬於密室逃脫）的體驗活動？如果有，是甚麼活動？遊戲經驗如何？

2、 遊戲前的期望和預期。

- 您在進入本活動前對這次體驗有哪些期望？
- 是否對本館辦理的密室逃脫遊戲有特別的期待或興趣？

3、 遊戲中的互動和合作體驗。

- 遊戲過程中，您和隊友之間的合作和溝通如何？
- 是否遇到了難解的謎題？請分享一些挑戰環節的有趣經歷。
- 您是專業玩家嗎？是否在遊戲中扮演解謎的關鍵角色？

4、 學習和知識收穫。

- 遊戲中是否有發現涉及博物館的歷史或文化元素？
- 是否認為這次體驗讓您對本館或滬尾礮臺的歷史或其他方面有更深的了解？

5、 感情和情感體驗。

- 遊戲中是否產生了一些特別的情感體驗？如同袍情誼？
- 是否有令人振奮、激動或驚奇的時刻？

6、 博物館體驗和密室逃脫的結合。

- 您原本認為密室逃脫遊戲與本館結合的方式如何？本館的規劃是否增添了遊戲的趣味性？
- 是否感覺到這樣的結合可對本館的吸引力有所提升？
- 是否覺得對於本館的形象有提升及助益？

7、 未來參與本館辦理活動的意願。

- 是否考慮再次參與本館辦理的密室逃脫活動？

- 未來是否考慮參加本館本裡的其他活動？

- 有沒有任何建議或改進意見？

8、 感知價值和成本效益。

- 您覺得參與這次密室逃脫遊戲的性價比如何？是否符合您的預期？

- 再體驗過活動後，您願意花多少錢參加本次辦理的密室逃脫活動？

9、 推薦和口碑效應。

- 您是否會向朋友、家人或同事推薦本館辦理的密室逃脫遊戲？

- 是否會透過社交媒體或其他途徑分享您的體驗？

四、 受測者人數

(一) 受測人數：遊戲玩家 45 組，計 207 人。

(二) 闖關成功失敗組別：

10、 闖關成功：43 組，194 人，約 93.7%。

11、 闖關失敗：2 組，13 人，約 6.3%。

五、 受測問卷統計

問卷的樣本數與實際受測狀況有部分效度落差，有些較年幼的玩家沒有智慧型手機，無法填寫問卷，會由家長當下

詢問相關問題代為填寫。問卷填寫完畢後會視玩家意願進行深度訪談，不願意接受訪談則不勉強。

(一) 遊戲玩家年齡統計

- 1、 12 歲（小學六年級）以下：5 人，約 2.5%。
- 2、 13~15 歲（國中生）：5 人，約 2.5%。
- 3、 16~18 歲（高中生）：20 人，約 9.6%。
- 4、 19~22 歲（大學生）：11 人，約 5.3%。
- 5、 23~27 歲（社會新鮮人）：34 人，約 16.4%。
- 6、 28~35 歲（出社會 10 年內）：89 人，約 43%。
- 7、 36 歲以上（父母、專業玩家）：43 人，約 20.7%。

(二) 性別比例統計

- 1、 生理男性 90，約 43%。
- 2、 生理女性 117 人，約 57%。

(三) 居住地統計

- 1、 北部區域（基隆市、臺北市、新北市、桃園市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣）：195 人，占比 94.1%。
 - (1) 基隆市：0 人，0%。
 - (2) 臺北市：67，約 32.4%。
 - (3) 新北市：111 人，約 53.5%。

(4) 桃園市：11 人，約 5.3%。

(5) 新竹市：3 人，約 1.4%。

(6) 新竹縣：0 人，0%。

(7) 宜蘭縣：3 人，約 1.5%。

2、 中部區域（苗栗縣、臺中市、彰化縣、雲林縣、南投縣）：7 人，占比 3.4%。

(1) 苗栗縣：0 人，0%。

(2) 台中市：7 人，約 3.4%。

(3) 彰化縣：0 人，0%。

(4) 雲林縣：0 人，0%。

(5) 南投縣：0 人，0%。

3、 南部區域（嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣）：5 人，占比 2.5%。

(1) 嘉義縣：0 人，0%。

(2) 嘉義市：0 人，0%。

(3) 臺南市：2 人，約 1%。

(4) 高雄市：3 人，約 1.5%。

(5) 屏東縣：0 人，0%。

(6) 澎湖縣：0 人，0%。

4、 東部區域（花蓮縣、臺東縣）：0 人，占比 0%。

(1) 花蓮縣：0 人，0%。

(2) 臺東縣：0 人，0%。

5、 離島區域（金門縣、連江縣）：0 人，占比 0%。

(1) 金門縣：0 人，0%。

(2) 連江縣：0 人，0%。

(四) 是否初次到訪「滬尾礮臺」統計

1、 首次來到滬尾礮臺：160 人，77.3%。

2、 曾經來過滬尾礮臺：47 人，22.7%。

(五) 是否有參加過「密室逃脫」類的活動統計

1、 曾經玩過「密室逃脫」活動：157 人，75.8%。

2、 從未玩過「密室逃脫」活動：50 人，24.2%。

(六) 如何得知此次活動資訊統計

1、 朋友告訴我的（口碑傳播）：137 人，66.3%。

2、 在活動承攬廠商的社群媒體看到：21 人，10.1%。

3、 在淡水古蹟博物館的社群媒體看到：17 人，8.2%。

4、 在淡水古蹟博物館的官網介紹看到：5 人，2.4%。

5、 在密室逃脫專魔入口網站「逃脫吧」看到：4 人，
1.9%。

6、 在捷運站時看到廣告影片：1 人，0.5%。

7、 其他管道（網路新聞、其他新媒體等）：22 人，
10.6%。

（七）對遊戲難度的感受

1、 相當簡單：28 人，13.5%。

2、 還算簡單：64 人，30.9%。

3、 難易適中：71 人，34.3%。

4、 還算困難：31 人，15%。

5、 相當困難：13 人，6.3%。

（八）對本遊戲好玩程度評分統計

1、 相當好玩：127 人，61.3%。

2、 還算好玩：72 人，34.8%。

3、 普普通通：7 人，3.4%。

4、 不算好玩：1 人，0.5%。

5、 很不好玩：0 人，0%。

（九）受測者對遊戲內容印象深刻的回饋描述統計

該項目評測除透過線上問卷軟體讓玩家自行填寫回饋
文本，並取得 371 筆描述文本，另透過玩家訪談來輔助受測
結果文本的效度，玩家藉此可以提供更多細膩的感受性回饋。

1、 正向回饋描述：

- (1) 遊戲有趣環節—以槍射擊敵方船艦：35 筆，9.4%。
- (2) 遊戲有趣環節—反射雷射光通關：28 筆，7.5%。
- (3) 遊戲有趣環節—時空門聲光特效：27 筆，7.2%。
- (4) 遊戲有趣環節—透過線索解謎拆解炸彈以取出能量石的過程：25 筆，6.7%。
- (5) 於國定古蹟場域進行遊戲：23 筆，6.2%。
- (6) 遊戲有趣環節—館方館員扮演清兵長官（老孫）角色的趣味及互動性：9 筆，2.4%。
- (7) 工作人員親切：6 筆，1.6%。
- (8) 夜間探索古蹟（開、關國定古蹟大門）的刺激感：5 筆，1.3%。
- (9) 將歷史脈絡置入遊戲腳本的教育模式：5 筆，1.3%。
- (10) 遊戲結束的回饋小禮物：5 筆，1.3%。
- (11) 其他（工作人員的服裝與道具、現場可以加購參與者、遊戲前來電提醒、付款機制、滬尾礮臺拼字解謎環節、遊戲結束後的小故事、手舉牌內容有趣……等）：23 筆，6.2%。

2、 負向回饋描述：

- (1) 票太難買：26 筆，7%。
- (2) 最後一關（能量石製作反轉解謎）太難：16 筆，4.4%。
- (3) 環境有點悶熱：16 筆，4.4%。
- (4) 蚊蟲太多：14 筆，3.8%。
- (5) 遊戲關卡太簡單：14 筆，3.8%。
- (6) 遊戲地點交通不便：13 筆，3.5%。
- (7) 票太便宜（導致搶票現象）：10 筆，2.8%。
- (8) 電風扇聲音太干擾（回到現實的感覺）：5 筆，1.3%。
- (9) 其他（反射雷射光太難、人數不足時很難通關……等）：21 筆，5.7%。

3、 期望回饋描述：

- (1) 希望明年（113 年）再辦一次：16 筆，4.4%。
- (2) 場次、名額太少，希望可以增加：14 筆，3.8%。
- (3) 希望可以辦理專屬於孩童的遊戲給小朋友玩：5 筆，1.3%。
- (4) 人數不足難報名，希望可以湊團：5 筆，1.3%。
- (5) 希望可以辦在涼爽的秋天：4 筆，1.1%。

(6) 希望可以辦理簡易版（或親子）的遊戲給小朋友

玩：1 筆，0.3%。

(十) 對工作人員的評分統計

1、 表現優秀：178 人，86%。

2、 表現良好：28 人，13.5%。

3、 表現普通：1 人，0.5%。

4、 表現不良：0 人，0%。

5、 表現差勁：0 人，0%。

伍、 活動效益分析

一、 問卷統計分析

(一) 遊戲玩家年齡分析

本次密室逃脫活動共報名 207 人，數據顯示 12 歲（小學六年級）以下：5 人，約 2.5%；13～15 歲（國中生）：5 人，約 2.5%；16～18 歲（高中生）：20 人，約 9.6%；19～22 歲（大學生）：11 人，約 5.3%；23～27 歲（社會新鮮人）：34 人，約 16.4%；28～35 歲（出社會 10 年內）：89 人，約 43%；36 歲以上（父母或專業玩家）：43 人，約 20.7%。

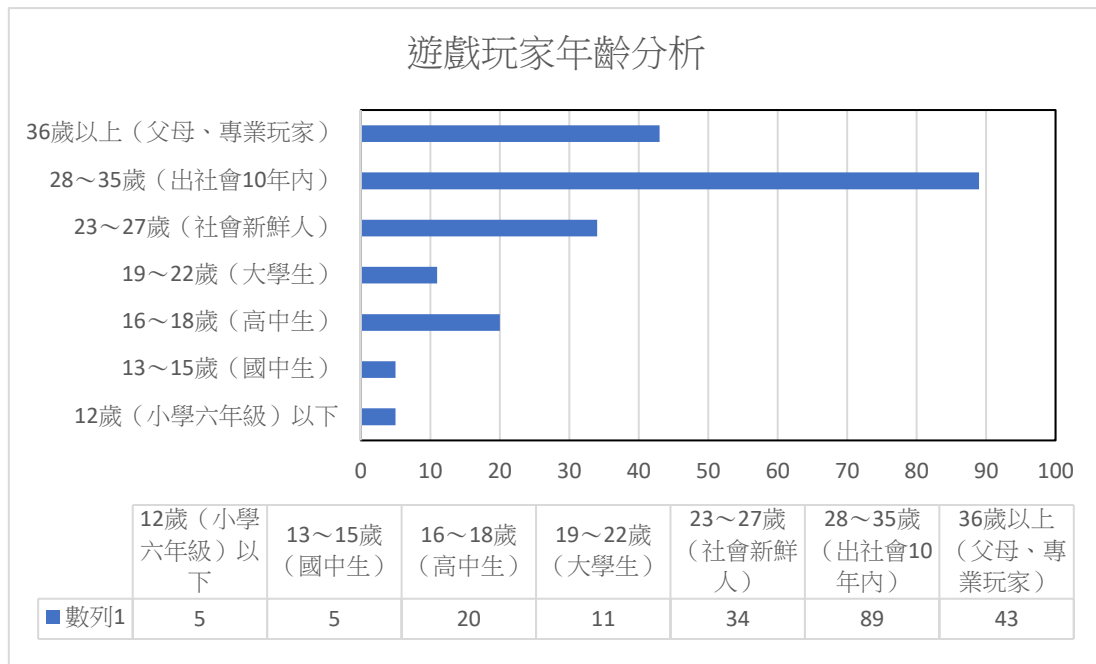


圖 11 「臨危-密室逃脫」遊戲玩家年齡統計

由以上數據分析，較具經濟自主優勢的社會人士（社會新鮮人、出社會 10 年內及父母、專業玩家）合計有 166 人，占比約為 80.1%，為遊戲主流客群，出社會、有工作的玩家因日常工作壓力因素，需要參與休閒活動以釋放壓力的需求明顯，尤以商業型「密室逃脫」類型的活動受眾年齡大約介於 18 至 45 歲之結果相當符合，屬於相對年輕的客群，該客群亦是職場的主流受薪階層，在意生活品質，在工作與休閒之間六球平衡，亦有相應的經濟資源，空暇時間來實踐休閒活動。另據訪談後得出可能包含的個人遊戲的背景或訴求包含：單身、約會、好友群聚、同事培養默契、喜歡刺激冒險、剛出社會、破關成就感、揪團、來淡水玩、釋放壓力、跟風、測試智商……等，顯示密室逃脫遊戲的客群個別化需求明顯，

但又互不相斥，是一個年齡與興趣光譜趨近於年輕且生活多元、喜歡接觸新奇事物的遊戲受眾。

此外，由於密室逃脫遊戲在業界商家推出的遊戲定價並不便宜，依遊戲設定及製作成本不同，均價約為新臺幣（以下同）600 元至 1,200 元間，亦有單場遊戲超過 2 小時的實境專屬設定及客製化設定，票價介於 1,500 元至 4,000 元不等，專業玩家因深諳此道，對照本館辦理活動的定價 250 元，為市場行情約六分之一至三分之一，性價比極高的訂價策略吸引了各類型的消費受眾積極預定，其中也包含了有多年遊戲經驗的專業玩家。

（二）遊戲玩家性別分析

本次密室逃脫活動共報名 207 人，其中男性玩家為 90 人（占比 43.5%），女性玩家為 117 人（占比 56.5%），顯示女性玩家似乎較男性玩家更青睞於參加「密室逃脫」及同質性的冒險遊戲（圖 12）。就筆者作為「遊戲觀察者」的身分進一步觀察，女性玩家在遊戲解謎中較男性玩家更為關注遊戲劇情主線發展及劇情脈絡，甚至是在謎腳文本的解讀上，更能仔細斟酌文意與提示，此舉能有助於解謎的進程，並提升了女性玩家在遊戲場中的主導地位，成為團體中的領導者，

進而控制整場遊戲的步調與氛圍。此外，除了解題目的外，女性玩家較男性玩家更享受遊戲中的氛圍與趣味性，情緒（開心、疑惑、疲倦、驚嚇……等）的反應亦較為豐富。

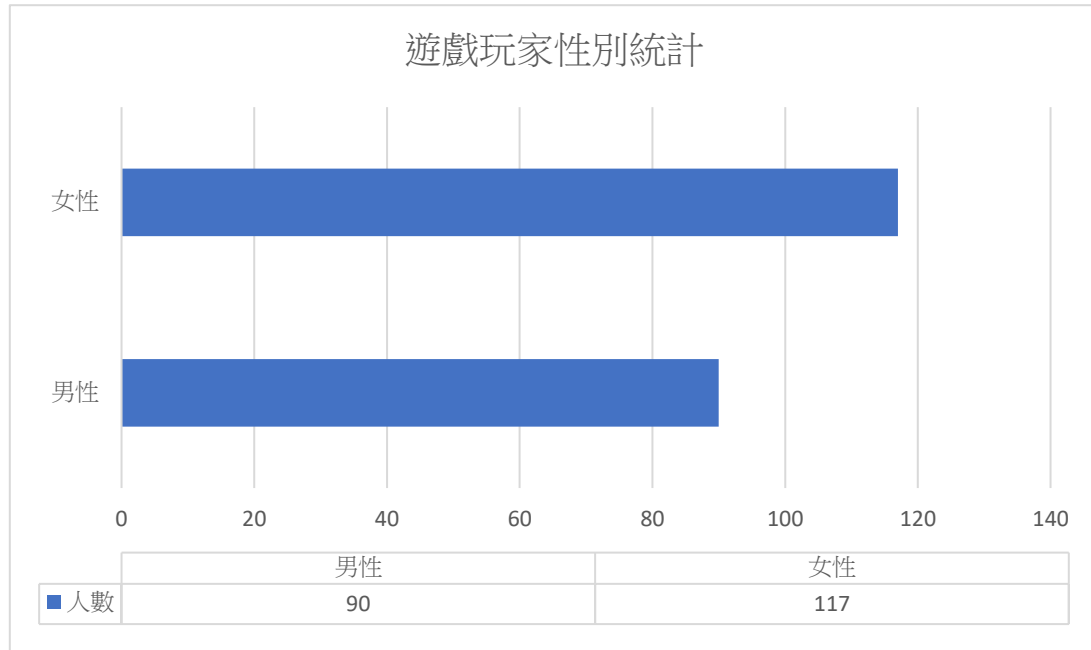


圖 12 「臨危-密室逃脫」遊戲玩家性別統計

此外，研究發現組隊玩家中的女性占比越高，通關的速度相較於男性占比較高的組隊來得更快、更容易，且更投入，顯示女性玩家具備細心、專注及感性感受性等特質，在密室逃脫遊戲中作為解謎與控場的關鍵角色展現無遺。

（三）遊戲玩家地域（居住地）分析

本次密室逃脫遊戲針對玩家地域性作統計，參考了行政院國家發展委員會「都市及區域發展」針對臺灣行政場域之劃分，作為本研究遊戲玩家居住地的依據。數據顯示(圖 13)，北部區域（基隆市、臺北市、新北市、桃園市、新竹市、新

竹縣、宜蘭縣)報名參加的遊戲玩家計195人,占比94.2% (圖13),幾乎就是根據活動辦理所在地點的距離作為遊戲參與的重要考量因素。本次活動辦理地點為新北市(淡水區),考量路程距離、交通便利性、行銷資訊渠道等因素,大部分玩家都來自於北部地區的調查結果並不意外,由此,東部區域(花蓮縣、臺東縣)及離島區域(金門縣、連江縣)參加者皆為0人,更強化辦理活動時,路程距離及交通便利性是關鍵性的分析考量。



圖 13 「臨危-密室逃脫」遊戲玩家地域(居住地)統計

另外,本次活動在中部區域之臺中市有7人參與,臺南市與高雄市亦有5人參與,呈現出對於活動熱衷的遊戲玩家或顯性玩家,仍願意承受並克服交通距離的問題前來遊玩,顯示密室逃脫活動遊戲者中存在不少對於遊戲熱衷支持的

「鐵粉」；就筆者進一步訪談了解，部分中南部的遊戲玩家不辭距離來到淡水參加遊戲，包含了「想要在古蹟內玩密室逃脫」、「想要解開○○工作室（廠商）規劃設計的所有密室逃脫遊戲」及「參加密室逃脫活動，順便排定淡水、基隆北海岸 2 日遊旅程」等因素，顯示部分玩家中對於特定廠商所規劃的密室逃脫遊戲有相當吸引力，有訴求分眾之趨勢；另作為遊戲開發者的本館，未來在執辦類似活動時，亦可考量規劃「遊戲+遊程」的專案活動套餐，藉以吸引更多非北部區域的遊客前來。

（四）滬尾礮臺首次到訪分析

本次活動針對玩家調查是否到訪過活動主辦場域「國定古蹟—滬尾礮臺」的調查（圖 14），數據結果為首次來到滬尾礮臺的玩家計 160 人，占比 77.3%；曾經到訪過滬尾礮臺的玩家計 47 人，占比 22.7%，透過數據顯示，近八成的遊戲玩家不曾到訪過滬尾礮臺。滬尾礮臺與淡水紅毛城同為國定古蹟，因滬尾礮臺的地裡位置位於淡水五虎崗的第一崗丘陵地上，路程稍遠且需要步行爬坡，又位於主流旅遊範圍之邊陲，相較位於淡水老街且交通便利的本館其他古蹟點而言略為不便。另因考量各項因素，本館歷年營運行銷之重點館舍

為紅毛城，亦相對弱化了滬尾礮臺的知名度與投注於活動辦理的機會與資源。

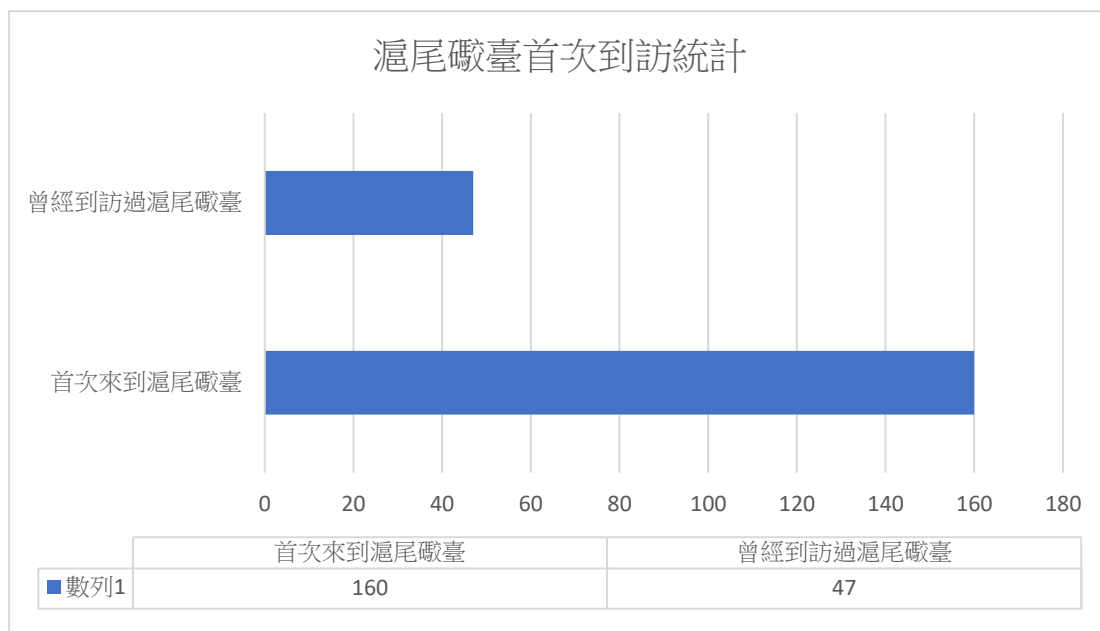


圖 14 玩家首次到訪滬尾礮臺統計

該特性亦直接影響本轄下各古蹟點的實際到訪人數統計，以 112 年度的參訪人數比較，滬尾礮臺較淡水紅毛城少了約數倍的參訪人數，該因素亦成為本館辦理密室逃脫活動選址的重要參考依據，以古蹟活化、再利用的角度作為新客群的開發與推廣，擁有國定古蹟身分的滬尾礮臺相對是首選的遊戲選址場域。

(五) 遊戲經驗分析

本次活動針對遊戲玩家調查（圖 15），曾經玩過「密室逃脫」活動的玩家計 157 人，占比 75.8%，從未玩過「密室逃脫」活動的玩家計 50 人，占比 24.2%，顯示近八成的密室

逃脫遊戲玩家客群對於該遊戲具有高忠誠度，接觸遊戲後不會只有消費一次，大部分玩家會選擇「入坑」並默默加入成為潛在玩家，隨著解謎經驗的堆疊及技巧的提升，另有一部分的人會轉變成專業玩家，征戰全國各商家推出的密室逃脫遊戲，甚至出國挑戰的也不在少數。

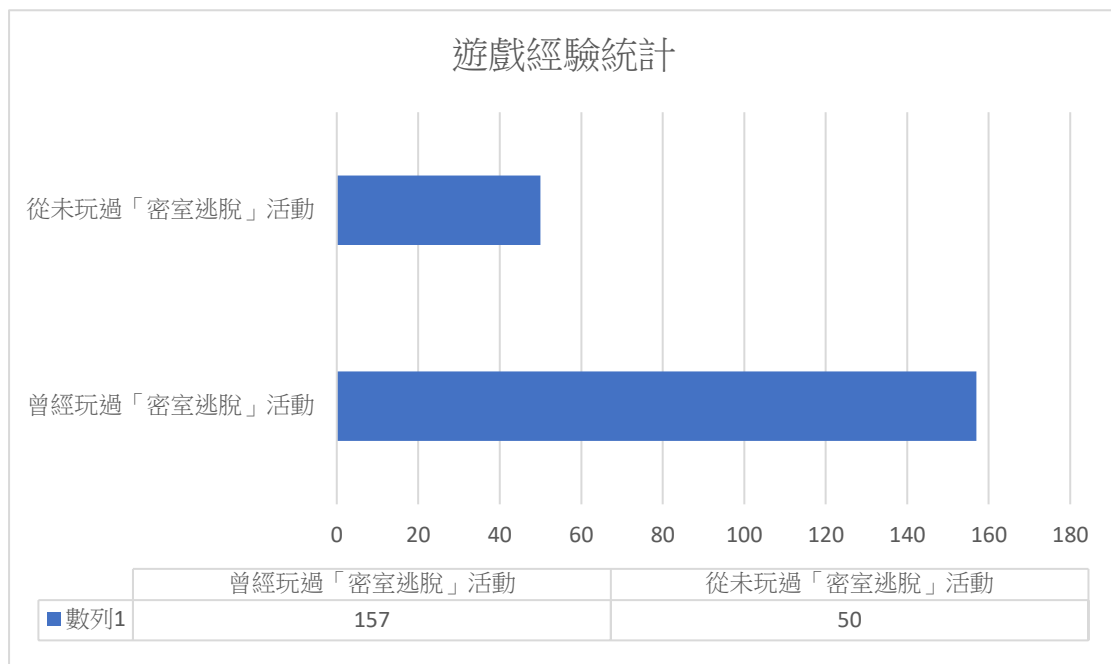


圖 15 「臨危-密室逃脫」遊戲玩家遊戲經驗統計

本研究另針對數名從未玩過「密室逃脫」活動的玩家進行訪談，詢問有關接觸過本館辦理的密室逃脫活動後，是否有意願繼續參與類似的密室逃脫遊戲，幾乎都表示正向且積極參與意願，顯示本館辦理的密室逃脫活動遊戲魅力極高，玩家普遍希望本館能夠再次辦理類似的活動供民眾參加。

(六) 資訊獲得渠道分析

據資料顯示，絕大部分的遊戲玩家(137 人，占比 66.3%)

得知本活動的辦理資訊為朋友告知，「口碑傳播」儼然成為密室逃脫活動最成功的行銷渠道（圖 16）。本研究深度訪談了二位承辦廠商的核心工作人員，比較本館與廠商辦理的密室逃脫傳播渠道發現結果雷同，顯示密室逃脫的客群中，資訊傳達的方式在玩家之間的流通速度遠比其他管道來得快而有效率。

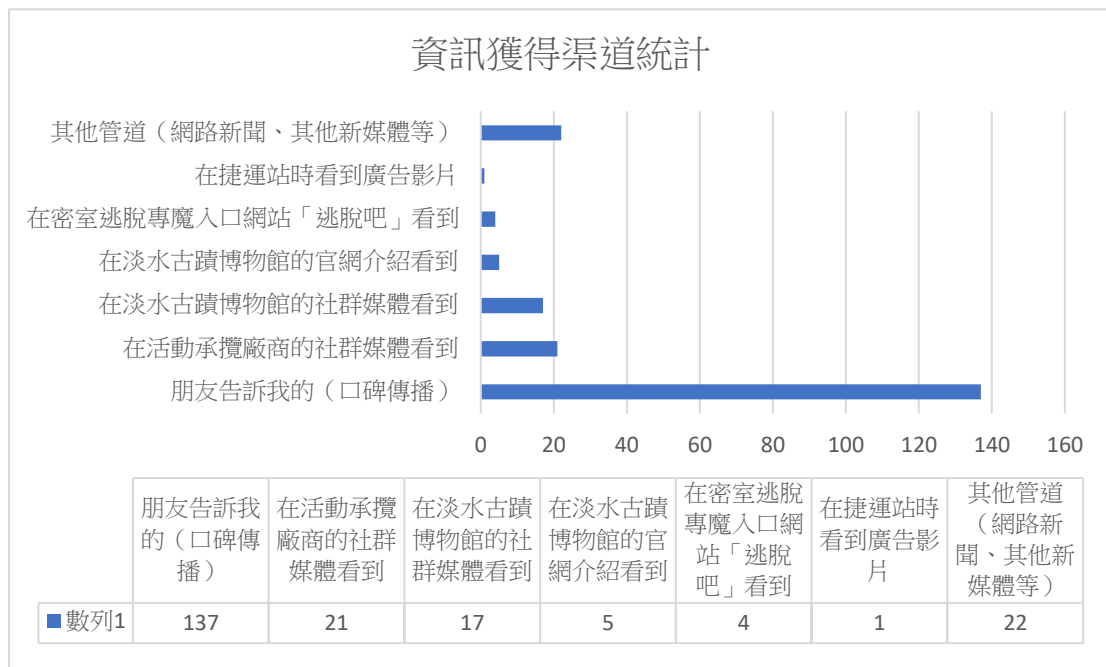


圖 16 「臨危-密室逃脫」資訊獲得渠道統計

本研究發現，密室逃脫遊戲和口碑傳播密不可分，因遊戲的品質、挑戰性和趣味性直接影響參與者的感受，當遊戲玩家在遊戲中獲得滿足感和良好體驗時，他們更傾向於在社交媒體上分享這樣的體驗，透過口頭、文字或圖片形式傳遞，但為了不提前預揭謎底，遊戲玩家也會使用有趣的加密文本「預告」社群同好們關於遊戲資訊的各種「梗」（有趣的橋

段或是伏筆)，但不會輕易的評價遊戲的優劣以免「爆雷」

(預先揭露關鍵資訊)，這種「吊胃口」的社交分享進一步擴大了口碑的影響範圍。

此外，因密室逃脫遊戲的「組隊」闖關特性，最佳遊戲人數介於 4 至 8 人間，人數不足會大大降低遊戲品質，需要湊到一定人數報名遊戲的特性也直接促使了「口碑傳播」的資訊傳遞，朋友之間互向揪團詢問參與意願時，無形中也將活動資訊散布出去。

(七) 遊戲難易度感受性分析

在本館推出「臨危—密室逃脫」前的規畫階段，因考量遊戲的受眾為一般社會大眾，希望規劃出較一般密室逃脫遊戲難易度設定「中間偏簡單」的模式來設計遊戲，並以廠商的專業角度出發對於遊戲的故事腳本、劇情走向、謎腳設計、關卡設定及道具設計等作調整，希望整場遊戲環節的四個訴求為「享受解謎的過程」、「操作道具的精妙」、「沉浸古蹟的氛圍」、「科技導入的刺激」，相較於能否順利通關，本館更希望在遊戲過程中的玩家是相對放鬆、趣味的，並在此的狀態下潛移默化完成教育的推廣，成功行銷滬尾礮臺。

承上，本次統計中，覺得遊戲相當簡單及還算簡單的玩

家計有 92 人，占比 44.4%；覺得遊戲難易適中計 71 人，占比 34.3%；覺得遊戲還算困難及相當困難計有 44 人，占比 21.3%(圖 17)，對於近半數的受眾覺得遊戲偏向簡單的結果令人不意外，也精確的達到本館當初規劃本活動的難易度設定與訴求。經訪談數位遊戲玩家發現，玩家普遍對於遊戲難易度的感受不明顯，一部份原因在於遊戲過程中由工作人員扮演的「小隊長」扮演了即時支援的角色，在不過度干預遊戲的前提下視情況給予玩家適時協助，控制遊戲的節奏，在對照本遊戲成功通關的小隊組別為 43 場（失敗為 2 組），設定結果高度符合實際狀態。

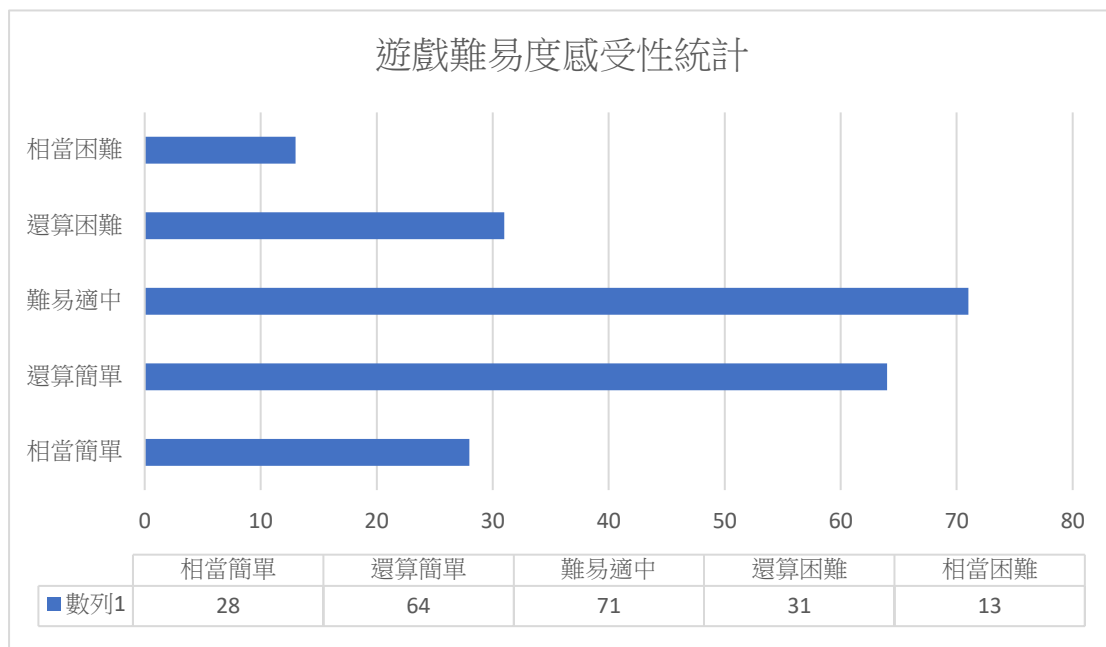


圖 17 「臨危-密室逃脫」遊戲難易度感受性統計

(八) 遊戲好玩程度評價分析

本次遊戲好玩程度統計中，覺得相當好玩及還算好玩的

玩家計 199 人，占比 96%，幾乎完全屬於正面評價（圖 18），顯示玩家對於本館規劃密室逃脫遊戲中的各項遊戲環節持高度肯定。另透過訪談發現，原大部份遊戲玩家對於公部門辦理類似活實境解謎活動會有刻板、無趣、說教或是強加諸多政策性、教育性或相關歷史脈絡於遊戲中的刻板印象，並以該現象直接反應至遊戲票價（250 元），實際參加遊戲前並不會有太多期待，直到參加了本館辦理的「臨危—密室逃脫」遊戲後，對於上述的刻板印象並無明顯感受外，甚至某些環節的操作令人驚豔，顯示遊戲腳本中的歷史脈絡導入比例適中，或是將相關教育訴求精妙地融合於各個遊戲環節，讓玩家有了本活動性價比極高、值回票價的感受。

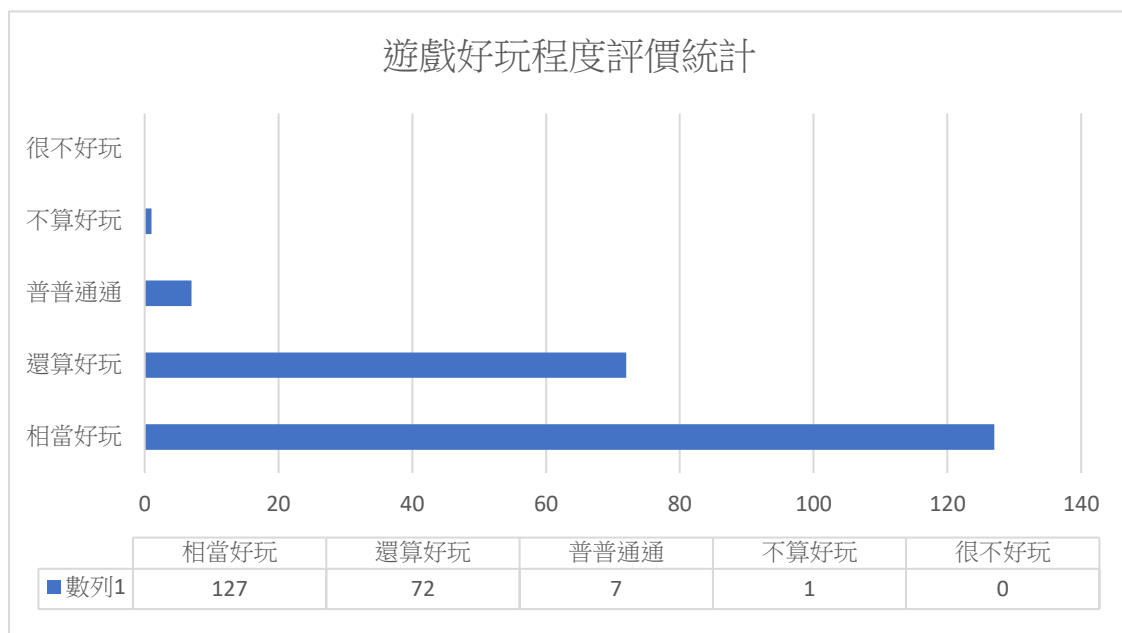


圖 18 「臨危-密室逃脫」遊戲好玩程度評價統計

（九）遊戲回饋描述分析

本研究整理了線上統計問卷的相關描述計 371 筆（圖 19），經過分類後，正向的回饋描述大抵有：「以槍射擊敵方船艦」、「反射雷射光通關」、「時空門聲光特效」、「透過線索解謎拆解炸彈以取出能量石過程」及「館方館員扮演清兵長官角色的趣味及互動性」等遊戲闖關設定的有趣的環節外（124 筆，佔比 33.4%），資料顯示本活動三分之一的玩家相當在意遊戲自身的環節，尤其是通關的各式關卡。相較於活動的其他面向，玩家最在意的還是遊戲設定的有趣程度，也是遊戲的靈魂。

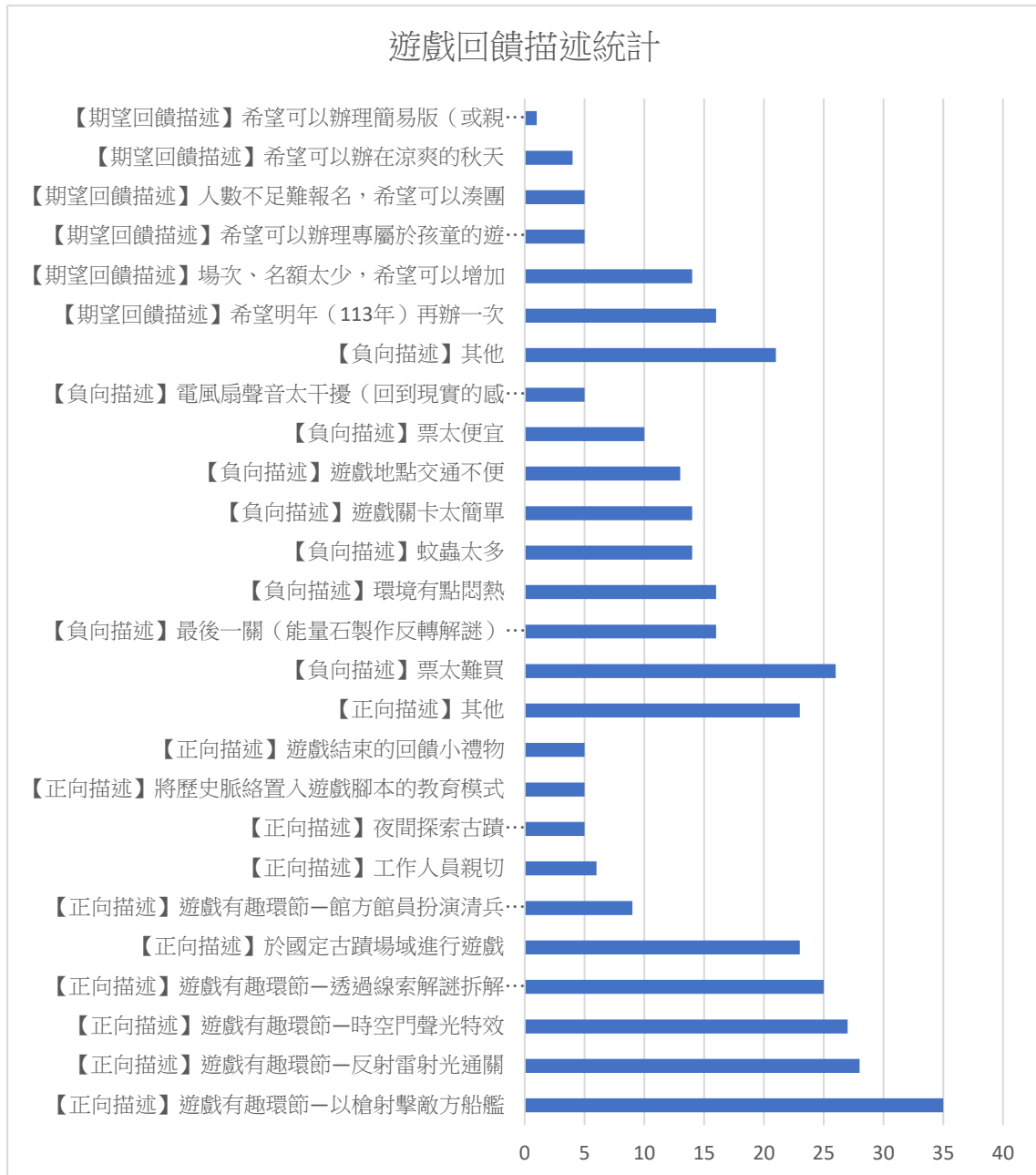


圖 19 「臨危-密室逃脫」遊戲回饋描述統計

此外，於國定古蹟場域進行「身歷其境」而非「裝潢空間」的遊戲體驗成為了玩家隨機回饋的重點評價項目(23筆，佔 6.2%)，顯示部分玩家對於環境的真實程度有一定的吸引力，青睞高度的真實沉浸感。通過訪談回饋，部分玩家對於滬尾礮臺內的「原始狀態」對於遊戲場域的設定相當具吸引

力，如部分甬道的幽暗冰涼、窗戶旁的蜘蛛網、粗糙的壁面質感、恐怖的回音、部分潮濕漏水的環境等，皆強化了遊戲中的沉浸體驗效果。其他如「工作人員親切」、「夜間探索古蹟（開、關大門）的刺激感」、「將歷史脈絡置入遊戲腳本的教育模式」、「遊戲結束的回饋小禮物」等回饋亦是持正面肯定的意見回饋；其他回饋意見如「工作人員的服裝與道具」、「現場可以加購參與者」、「遊戲前來電提醒」、「付款機制」、「滬尾礮臺拼字解謎環節」、「遊戲結束後的小故事」、「手舉牌內容有趣」等亦可作為未來執辦活動的參考意見。

負向回饋描述中，「票太難買（26 筆，7%）」及「票太便宜（10 筆，2.8%）」為玩家相當在意的環節。本活動設定販售 45 場次，於開賣後 3 分鐘內售出 43 場次，24 小時內所有場次皆已售罄，且無人退票。具分析，性價比及定價策略仍為玩家們評估是否參加活動的主要考量因素，因此吸引了絕大部分的北部區域玩家搶購，沒有搶到票的玩家甚至當下於本館社群媒體中表達遺憾，並詢問是否有加開場次的可能。

有關遊戲闖關環節的負向描述，如「最後一關（能量石製作反轉解謎）太難」（16 筆，4.4%），但也有抽樣數量相

近的玩家表示遊戲關卡太簡單（14 筆，3.8%），顯示對於遊戲的難易度感受可能會因玩家的遊戲經驗、年齡等因素而有所不同；另外尚有關環境場域的描述如「環境有點悶熱（16 筆，4.4%）」、「蚊蟲太多（14 筆，3.8%）」等意見回饋；及「遊戲地點交通不便（13 筆，3.5%）」、「電風扇聲音太干擾（5 筆，1.3%）」，另有「反射雷射光太難」、「人數不足時很難通關」……等回饋意見。

期望回饋描述部份，「希望明年（113 年）再辦一次的玩家計（16 筆，4.4%）」及「場次、名額太少，希望可以增加計（14 筆，3.8%）」皆是偏向對於本遊戲辦理的肯定期望；其他另有關於遊戲規劃設定的期望建議，如「人數不足難報名，希望可以湊團（5 筆，1.3%）」、「希望可以辦在涼爽的秋天（4 筆，1.1%）」、「希望可以辦理簡易版（或親子）的遊戲給小朋友玩（1 筆，0.3%）」，皆是相當有建設性的意見回饋。

（十）工作人員表現分析

據統計資料顯示，覺得「臨危—密室逃脫」遊戲工作人員表現「優秀」及「良好」的有 206 人，占比 99.5%（圖 20），幾乎所有的遊戲玩家對於本活動工作人員表現

給予最大肯定。

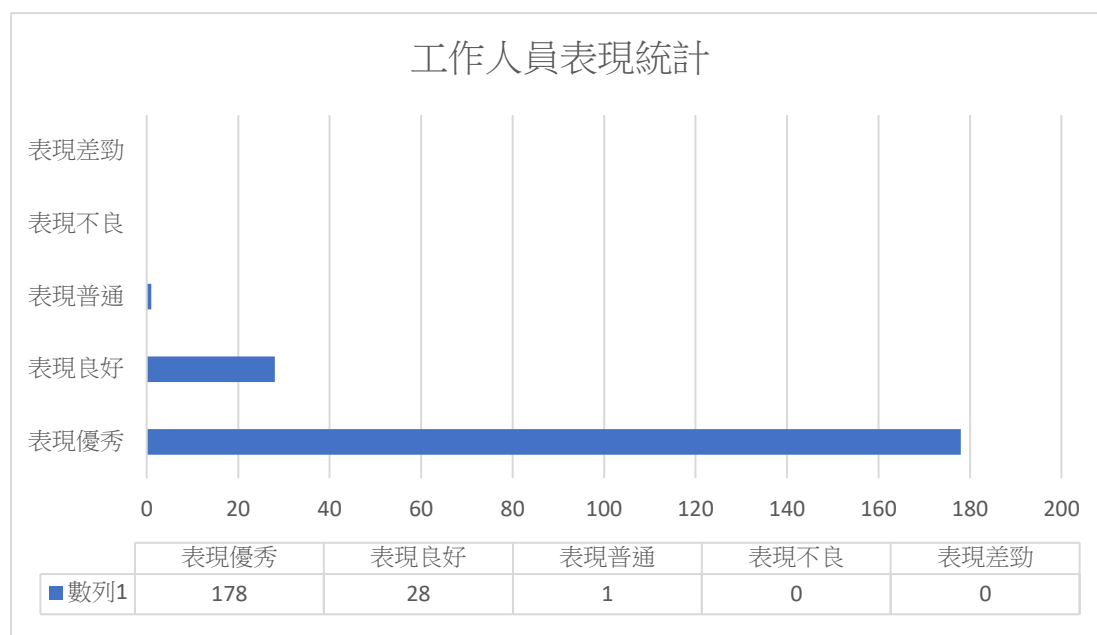


圖 20 「臨危-密室逃脫」工作人員表現統計

二、質性效益分析

綜上所述，本研究藉由問卷得到了量化數據所帶來對於本館辦理「臨危—密室逃脫」活動的效益回饋，透過深度訪談強化了部分活動向度的效度測量，亦包括部份外溢效應及樣本誤差，彌補部分受測者回答文本的不精確，或是樣本數不足導致容易流於主觀判別的迷思，以下歸納出本館辦理「臨危—密室逃脫」活動的效益結論：

（一）古蹟活化的新思維模式

國定古蹟作為文化的瑰寶，擁有豐富的歷史與文化底蘊。然而，單純的保存並不能完全發揮古蹟的價值。透過密室逃脫活動的辦理，為活動規劃注入全新思維，將古蹟

變身為一個充滿活力與驚奇的冒險場所，不僅使古蹟更具吸引力，同時也讓參與者透過互動式的體驗更深刻地感受到歷史與文化的價值。另外，「臨危-密室逃脫」活動為全國第一次在國定古蹟中辦理的密室逃脫遊戲，突破以往古蹟景物點在一般民眾心中的刻板印象，讓民眾更貼近古蹟本體，感受古蹟直觀式參與帶來的質感與震撼。

（二）古蹟活化、再利用的可持續性

密室逃脫活動提供了一個具有創意且可持續的方式，提供了文化資產古蹟融入當代休閒場域的可能性之一。本次活動雖然前置評估及作業時程較長，但是對於個別玩家「身歷其境」的感受程度相當震撼，亦將自身更專注於投入遊戲之中，透過遊戲參與潛移默化參與了古蹟再利用的過程，有趣的反饋及傳播效益不僅帶動了古蹟的人氣，更有助於提高其可持續活化、再利用的能力與價值。在遊戲時間之中專注於與場景歷史背景配合的謎題與事件，讓玩家能夠在這樣的環境中寓教於樂，融入氣氛之中。該成功辦理之模式，也讓全國所有的古蹟景點有更多參考及借鏡的可能性，活動期間亦有相關公部門及民間機關報名活動擷取相關經驗，更於活動後與本館承辦館員交換心得，相

談甚歡。

（三）實境教育推廣，提供多元學習

本次活動設定的歷史背景及闖關腳本中，參考了《臺北縣國定古蹟滬尾礮臺修復或再利用計畫》及《國定古蹟滬尾礮臺復砲調查研究計畫成果報告》等本館調查研究報告作為發想素材及活動文本的應用參考，其中汲取了關於滬尾礮臺曾經因為人為的疏失可能引發火藥爆炸的古怪事件做為遊戲通關背景，鋪陳了現代遊客在參觀國定古蹟滬尾礮臺時，意外穿越到 19 世紀末的當下地點，並為了改變歷史拯救同伴免於爆炸意外，進而努力解謎闖關的一系列設定。

相較於以文字解說牌呈現的教育推廣，活動直接以遊戲的方式進行「身歷其境」的探索；所有的闖關環節即離不開「滬尾礮臺」的歷史脈絡，例如某一關的解謎過程即以零散的「滬尾礮臺」筆畫作為謎腳，玩家必須於正確設定的區域拼湊出完整的「滬尾礮臺」四個字後方可過關，其沉浸式的教育的涵養透過多元的方式進行推廣，成效顯著且長久。此外，遊戲結束後也由工作人員提供滬尾礮臺的幾個小故事供玩家回味，工作人員也會介紹館方規劃的滬尾礮臺導覽行程供玩家做參考，也有許多玩家趁著來這

體驗遊戲的機會，順便預約下一個時段的導覽，試圖更加認識滬尾礮臺。

辦理密室逃脫活動不僅為古蹟帶來新的生命，更有助於打破人們對古蹟的傳統觀念。這種新穎的活動方式吸引了更多不同年齡層、文化背景的參與者，使古蹟不再是冷冰冰的歷史之塔，而是一個充滿活力的場所。這種轉變不僅讓古蹟更貼近當代生活，也為文化遺產注入了新的生命力。

三、 博物館形象的創新

博物館作為文化古蹟的管理者，負有將歷史傳承給未來的使命。透過辦理密室逃脫活動，我們能夠活化古蹟，打破人們對博物館的傳統印象。這不僅是一場尋找線索、解謎的遊戲，更是一場與歷史互動的奇妙冒險。這種創新的形式使博物館從陳列展品的地方轉變為充滿生氣的文化互動場所，展現出當代博物館多元的面貌，也帶來了更多探索性及實驗性的各種可能。

密室逃脫活動以其互動性贏得了遊戲玩家的青睞，大多數的玩家在活動結束後透過調查 APP 或口述的回饋，直接或間接肯定本館對於活動規劃的創新性作為；他們認為透過本次活動的執辦，博物館不再是冷冰冰的展覽空間，而是一個充滿活力和趣味的冒

險場域，透過遊戲中的互動體驗，建立起博物館與參與者之間的情感聯繫，讓參與者對博物館產生更親近、更直觀的感受，這種情感連結有助於樹立博物館在參與者心中的形象，使其成為一個文化、知識、娛樂交融的新式博物館場域，在這場文化的奇妙冒險中，博物館與遊客可共同攜手探索，重新發現那些被時間深埋的寶藏。

陸、 結論

本研究針對本館辦理「密室逃脫」活動的效益進行了全面分析。結果顯示，這一創新活動形式成功提升了博物館的知名度，尤其在社交媒體上取得了顯著的曝光效果。此外，「密室逃脫」活動吸引了大量新客群蒞臨，包括許多年輕族群和首次參訪的遊客，更有許多遠從中部、南部及東部縣市專程前來進行遊戲的玩家，使博物館的受眾群體更加多元，也強化了本館（及相關古蹟館舍）的知名度。

最後，密室逃脫活動成功為本館的古蹟活化注入了新的元素，並在參與度、教育能量、博物館形象方面帶來了多方面的正面影響，建議我國相關博物館或機關應進一步挖掘這種新型活動的潛力，不斷創新以滿足不同客群的需求，並在未來的文化事業活動中發揮引領作用。

發行人：黃麗鈴

出版者：新北市立淡水古蹟博物館

地址：新北市淡水區中正路一段6巷32之2號

電話：02-2621-2830

網址：<http://www.tshs.ntpc.gov.tw>

出版日期：113 年 4 月