

「2026 新北考古生活節」滿意度調查

新北市立十三行博物館

壹、背景說明

新北市立十三行博物館（以下簡稱十三行博物館）每年舉辦「新北考古生活節」，配合年度特展制定活動主題，邀集國內外博物館、駐臺機構、學術單位等參與國際考古論壇及考古體驗攤位，提供民眾考古知性學習及史前生活趣味體驗，認識文化保存與環境教育的重要性，蔚為臺灣年度重要的公眾考古盛會。

新北考古生活節緣起於 2012 年館方舉辦 9 週年館慶，參考國際友館韓國全谷博物館「漣川郡舊石器節」以及日本兵庫縣立考古博物館「考古博古代體驗・秋祭典」的辦理經驗，舉辦臺灣首度以「考古」為主題的節慶活動，一方面讓博物館內的考古專業人員走向戶外，另一方面邀請民眾走進博物館，透過考古體驗認識這塊土地(馬元容, 2014: 2、34)。

首屆「2012 新北考古生活節」系列活動包括「左岸藝術節暨社區營造」、「考古博覽會」、「考古工作坊」及「遺址踏查」。其中，「考古博覽會」就是現在的「考古生活節」，「考古工作坊」即為「國際考古論壇」，但何謂左岸藝術節？

十三行博物館落成之初，2003 年 4 月曾舉辦「日安、八里左岸藝術節」，將博物館與附近八里左岸、渡船頭串聯起來¹。這就要提及尚在籌建階段的十三行博物館，旁邊是污水處理廠，後方還有砂石車每日呼嘯來去，淡水河岸則充斥著廢土垃圾與違建鐵皮，故主政者以「生態博物館」作為倡議明燈，於 2001 年提出「水岸・社區・博物館」社區總體營造計畫，被臺北縣政府（今新北市政府）列入重大施政方針，並要求各局處全力協助，2002 年推出「八里左岸景觀地貌改造工程」（林明美，2006：50-51），2003 年十三行博物館開館後，隔年第 1、2 期也陸續完工，包含八里水岸整治計畫、景觀綠美化工程及親水公園景觀工程等。現今廣為人知的八里左岸，串接起八里渡船頭至十三行博物館的自行車道，築構出對於兼具自然、生態、史蹟與休閒的人文生態走廊之期待。十三行博物館建館之初，趕上國家政策順風車，由上而下，期透過環境營造帶動地方文化觀光發展。

十三行博物館是搶救十三行遺址下的產物，開館後明定營運目標為研究、保存、蒐藏及展示遺址文物，但在與位於八里污水處理廠的遺址保存區有著一牆之隔，且搶救發掘文物大多保存於中央研究院歷史語言研究所的情況下，順應「新博物館學」潮流，營運基礎轉向「以人為主」，且在全臺各地節慶活動百花齊放的情勢下，創建具在地特色的考古主題節慶活動，在宣示文化保存貼近大眾生活之餘，冀望再創一波博物館參觀人潮。

¹ 總統陳水扁先生在當時的臺北縣長蘇貞昌陪同下，參觀整治後的老街和渡船口沿岸商店改造情形，以及老榕碉堡等河岸景觀建設，最終站至甫啟用的十三行博物館參觀。中華民國總統府「總統參加『日安・八里左岸藝術節』」，<https://www.president.gov.tw/NEWS/355>（2026.6.15）。

新北考古生活節的誕生，取經自韓、日大型考古主題節慶活動，前者為官方依地方特色籌辦主導的大型節慶活動，後者集博物館界及地方社群力量匯聚而成。

在韓國全谷博物館舉辦的「漣川郡舊石器節」，是韓國第一個公眾考古的活動，1993年起由京畿道漣川郡主辦，漣川郡全谷里舊石器節促進委員會辦理，由漢陽大學裴基同教授籌辦，時間大都選在韓國兒童節5月5日當週辦理，目標清楚鎖定親子組群。主舞臺節目也會邀請具知名度的偶像歌手壓軸演出，吸引追星族。

漣川郡舊石器節還規劃有「世界舊石器體驗村」，是國際性的公共考古體驗攤位。十三行博物館於2014年受邀參加時，同時有英、德、西班牙、澳大利亞、日、韓等博物館共7國參與。該屆贊助單位包括韓國文化體育觀光部、農林水產部、行政安全部、京畿道、韓國觀光公社、京畿觀光公社、慶熙大學校、漢陽大學校等。主辦單位甚至調派軍隊維護秩序，以及會說外言的軍人支援國外教育推廣攤位的翻譯工作。

而日本兵庫縣立考古博物館舉辦的「考古博古代體驗·秋祭典」，第6屆是由「古代體驗·秋祭典」執行委員會主辦，兵庫縣及兵庫縣教育委員會、播磨町、播磨町教育委員會贊助，兵庫縣城市規劃技術中心埋藏文化財調查部、兵庫縣考古樂俱樂部合辦。活動緣起於博物館開館籌備之時，跟全國各地博物館商借文物規劃開幕展，同時構思舉辦「體驗古代人生活」的節慶活動，邀請各博物館一起設攤進行教育推廣。

兵庫縣立考古博物館開館定位即以教育為導向，常設展設定以親子家庭與兒童教育為主，許多展示都是以動手做（hand's on）或用腦思考（mind's on）性質的互動展示學習，將考古學術性的研究和發現，轉化成簡單易懂、方便操作的體驗。舉辦活動設置教育推廣攤位此一想法，受到各博物館響應，以2013年十三行博物館受邀參加的第6屆為例，參加單位包含博物館、美術館、文化財資料館、體驗館、學習館、教育委員會、史跡公園、大學等26個單位共襄盛舉。

「考古博古代體驗·秋祭典」共有2大活動區，一是由兵庫縣立考古博物館設置考古教育攤位，另一區則是在大中遺址公園，由兵庫縣地區各單位及學校負責籌辦。博物館區共有31個考古教育攤位，讓參與遊客透過動手實作，近距離體驗考古與傳統生活。大中遺址公園約有50個攤位，以「社區營造」概念進行在地社群合作，成為當地居民及學校的年度盛事。

十三行博物館參考國外考古類型博物館舉辦節慶活動案例，決定於2012年舉辦「新北考古生活節」，由單一地方市立博物館主導，向國內、外博物館、學術界及考古相關單位廣發邀請，以節慶活動的形式推廣公眾考古，同時希望透過藝術展演打開博物館的界牆，向社區開放。因此，首屆考古生活節不僅在館區內舉辦跨國工作坊及考古博覽會，2月起邀請八里地區居民進行社區戲劇培訓，於4月考古生活節的戶外舞臺進行成果發表，演繹八里在地故事，還邀請八里愛心教養院院生及志工演出音樂劇，且邀請專業劇團前往八里在地5間中小學進行演出，將系列活動名為「左岸藝術節」。

隔年，考慮到博物館現有人力與能量，決定將舉辦時間集中在4月25至27日，第1天為跨國工作坊，第2、3天為考古博覽會，主題活動及國內、外考古體驗攤位達82個，並增加了美食區。2014年起配合年度特展，定調整體活動主軸。該年度將活動主題

定為「植物考古趣」，即是配合年度大展「見微知著—植物考古學特展」。又，為提前預告 4 月的新北考古生活節，館方選擇八里常見植物「構樹」，設計活動代言人「構樹妹」，2 月起至八里國小宣傳，進行「植物大使選拔活動」，2 月 11 日至 4 月 7 日收件，4 月 26 日至 4 月 27 日公開決選，5 月 18 日頒獎。

綜上，自 2012 年舉辦首屆新北考古生活節，並依 2013、2014 年實際執行經驗調整過後，基本上確立活動辦理基調。2016 年，十三行博物館成為新北市第一個通過環教場所認證的博物館，坐擁自然環境與在地人文優勢，將考古遺址的公眾推廣與環境教育結合。館舍位處淡水河河海交接處，一側面臨臺灣海峽及挖子尾自然保留區，另一側面臨觀音山與重要文化資產國定大坌坑遺址，周邊亦有許多史前遺址及歷史建物。歷屆的考古生活節，以考古學為核心，依在地特色策劃不同主題，吸引民眾從各層面關注文化保存及環境永續議題，讓參與者申請 4 小時環境教育時數。

轉眼間，新北考古生活節來到下個十年。其時，繼新北市於 2022 年發布《新北市 2050 淨零路徑暨氣候行動白皮書》，選定八里區為「淨零生活示範區」，十三行博物館起身響應，設定 2025 年為永續元年，並公布「2025-2030 永續計畫書」，成為新北市首座完整揭示永續發展藍圖的博物館，期以在地文化特色為基礎，勾勒出文化保存與環境共生的創新路徑。配合上位政策，新北考古生活節結合環境友善與永續議題持續擴大辦理。

2024 年，十三行博物館推出「臺灣史前動物特展」，新北考古生活節以「史前動物派對」為名，引介史前人類運用自然動物資源的生活智慧。除了 4 月 18 日「新北國際考古論壇」與為期 2 天的新北考古生活節（4 月 20、21 日），亦於活動前夕的兒童節進校園推廣，續於 5 月每周末舉辦 4 場不同主題「萬獸市集」，納入社區參與，與社會團體加強合作。其中，「萌寵星球」與動物保護機關協會合作，現場提供寵物領養、寵物疫苗及預防針施打服務；「叢林探險」首度與莊福文化教育基金會合作，推出動物手作 DIY 及宣導品義賣活動，用行動支持動物保育與環境永續；市集也能看到在地八里新住民關懷協會、八里新住民家庭關懷服務站設攤，推廣多元文化。

2025 年，新北考古生活節響應國際賽事「2025 雙北世界壯年運動會」，於館內推出「運動競化論—古代生活與現代競技特展」，並以「山海競技」為活動主題，從生存與競技的視角，探討人類演進過程與大自然的依存關係，並促成實際行動實踐現代環保作為。4 月與全臺最大二手市集「小樹市集」共同舉辦前導活動「十三綠時尚」永續市集，現場超過 200 個親子二手及手作攤位，並設置「二手童書漂流站」和「小小食物銀行募集站」，鼓勵資源循環再利用。而配合世壯運於 5 月 24、25 日舉辦的新北考古生活節，亦籌劃「十三綠色市集」，募集攤商響應淨零碳排政策，提供消費優惠，鼓勵民眾自帶餐具及環保袋；並設置「永續環保區」，落實垃圾分類；還向新北市政府環保局租借循環環保杯「新北 Ucup」，減少一次性容器使用。

至於在地社群參與的部分，十三行博物館積極偕同八里區、淡水區商圈文化觀光協會及八里渡船頭商圈協會等，以「十三門票吃喝加碼」活動串聯近百間淡水河畔特色店家，憑博物館門票享特約商家專屬優惠，包含八里福朋喜來登酒店、將捷金鬱金香酒店、

福容大飯店、淡水禮菜廣場等，為博物館門票創造附加價值，促進地方文化經濟與永續觀光發展，為淡江大橋的開通預先暖身，並在考古生活節期間進行策略行銷。

2026 年，為響應淡江大橋通車，以及國際交流大展「臺韓海洋文化交流特展—阮・海海人生」，以「海洋文化」為主題，擴大舉辦為「新北考古季」，系列活動包含 3 月「文資進校園」，4 月「新北考古生活節」、「新北市國際考古論壇」及 5 月「十三綠時尚」永續市集。新北考古生活節自第 10 屆起歷經 2 年調整，搖身一變為新北考古季，串聯淡水河兩岸，呼應永續議題，拉長活動宣傳週期，提升品牌曝光度。

迄今，十三行博物館逐年透過舉辦品牌活動，集結國內、外夥伴策略合作，包含國內的博物館、學術單位及機關團體，還有日本宮崎縣立西都原考古博物館、日本兵庫縣立考古博物館、日本山梨縣立考古博物館、日本沖繩縣立博物館・美術館、韓國國立海洋博物館、韓國全谷史前博物館、韓國漢城百濟博物館等國外首屈一指的專業博物館，藉由國際考古論壇及考古教育活動，相互交流國際間最新文化保存專業知識，以及博物館永續作為經驗談。

自 2012 年舉辦首屆考古工作坊，以「考古博物館的營運與推廣教育」為主題，進行跨國考古單位交流，至 2017 年起統一改稱「新北市國際考古論壇」。2024 年作為博物館永續啟動年，國際考古論壇從史前人類與自然環境的互動經驗，省思現代生活，配合年度特展將主題定為「考古學中的動物群相」。隔年則搭配世壯運，訂定主題為「考古視野中的競技與永續」。2026 年則以「考古、海洋文化與永續」為題，延續前一年「臺日韓永續實務對話」基礎，廣邀臺、日、韓 3 國博物館長及學者，從考古視角探討人類與海洋環境的互動關係，並交流博物館在永續經營、低碳展示及教育推廣上的實踐經驗。

貳、新北考古生活節滿意度調查

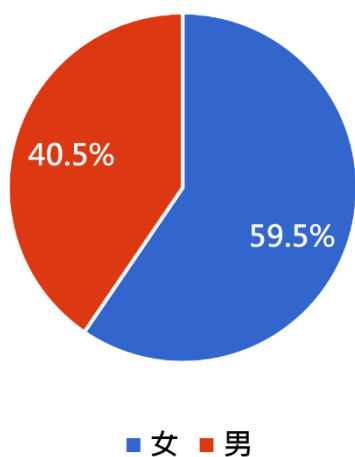
本次調查委託活動執行廠商，針對活動現場參與民眾，以手機掃描 QR code 填寫線上問卷方式進行。調查期間為 2026 年 4 月 25 日至 2026 年 4 月 26 日舉辦考古生活節活動兩天，共回收 808 份問卷，在信心水準 95% 的情況下，信賴區間為 $\pm 3.45\%$ 。

問卷題目包含詢問活動現場民眾之參加次數、訊息管道、喜歡的體驗項目、整體滿意度及基本資料等。透過整體評價及回饋意見，瞭解參與民眾對於本屆「2026 年新北市考古生活節」的接受度與觀感，並作為未來活動規劃之參考。

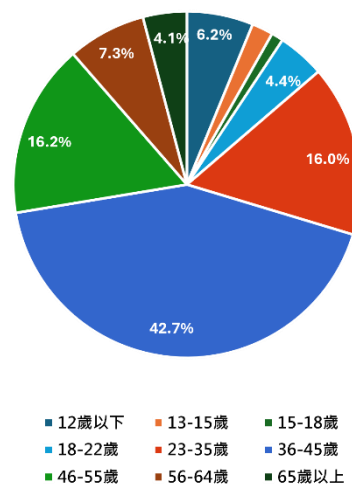
滿意度調查問卷的 QR code 放置現場大會服務臺，鄰近新北考古公園入口。為鼓勵民眾填寫，本次活動向知名企業如保力達、味全募得贊助小贈品，提供實質獎勵。此外，本屆主題體驗活動與蹦世界合作推出「考古冒險王」，以現地實體關卡，結合線上輸入通關密碼集點的方式，進行博物館內、外探索。參與遊戲民眾前往會場服務臺認證時，現場的工作人員也會引導民眾填寫整體活動的滿意度調查問卷。

本次調查中，參與受訪者性別女高於男（圖一），年齡以 36~45 歲比率最高，占 42.7%（圖二），其次是 46~55 歲占 16.2%，23~35 歲占 16%；居住地在「新北市」者占半數，八里在地居民占 18.7%（圖三），與家人親戚同行者達 79.6%（圖四）。綜上顯示，活

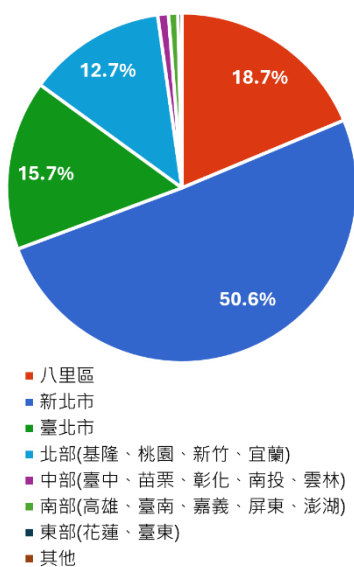
動參與者以北部居多，且以擔負家庭責任的中壯年組群占多數，與 2025 年調查結果相去不遠（圖五至八）。



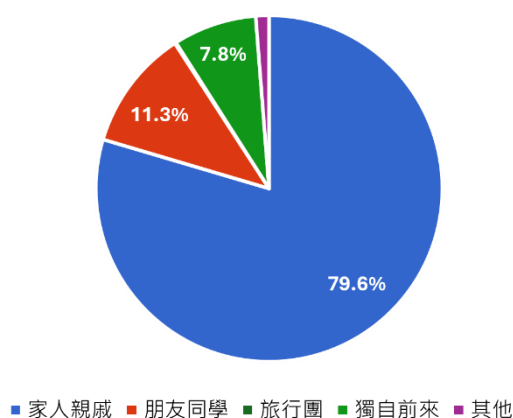
圖一 2026 年新北考古生活節受訪民眾性別



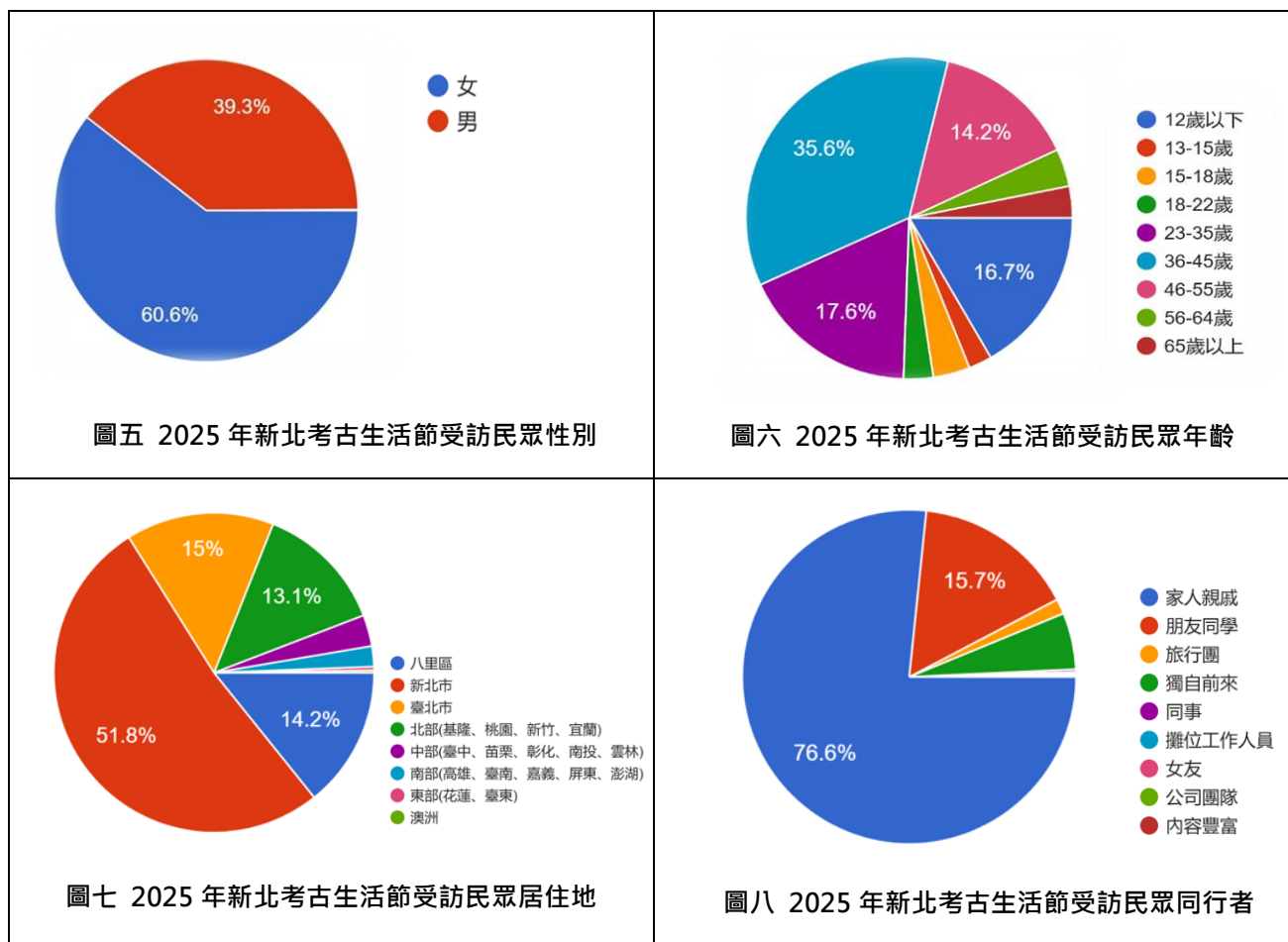
圖二 2026 年新北考古生活節受訪民眾年齡



圖三 2026 年新北考古生活節受訪民眾居住地

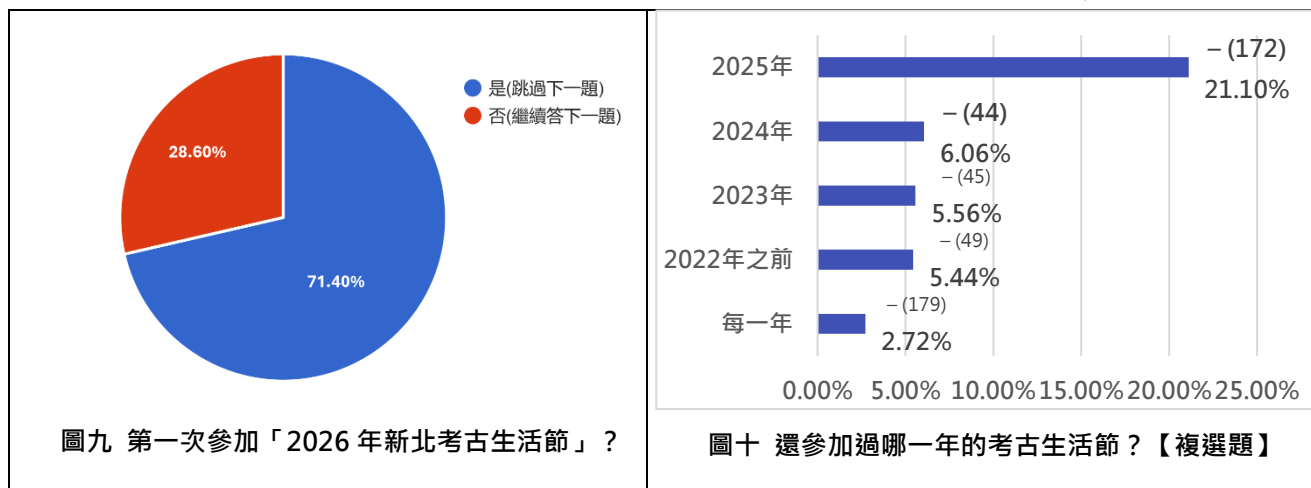


圖四 2026 年新北考古生活節受訪民眾同行者



資料來源：新北市立十三行博物館

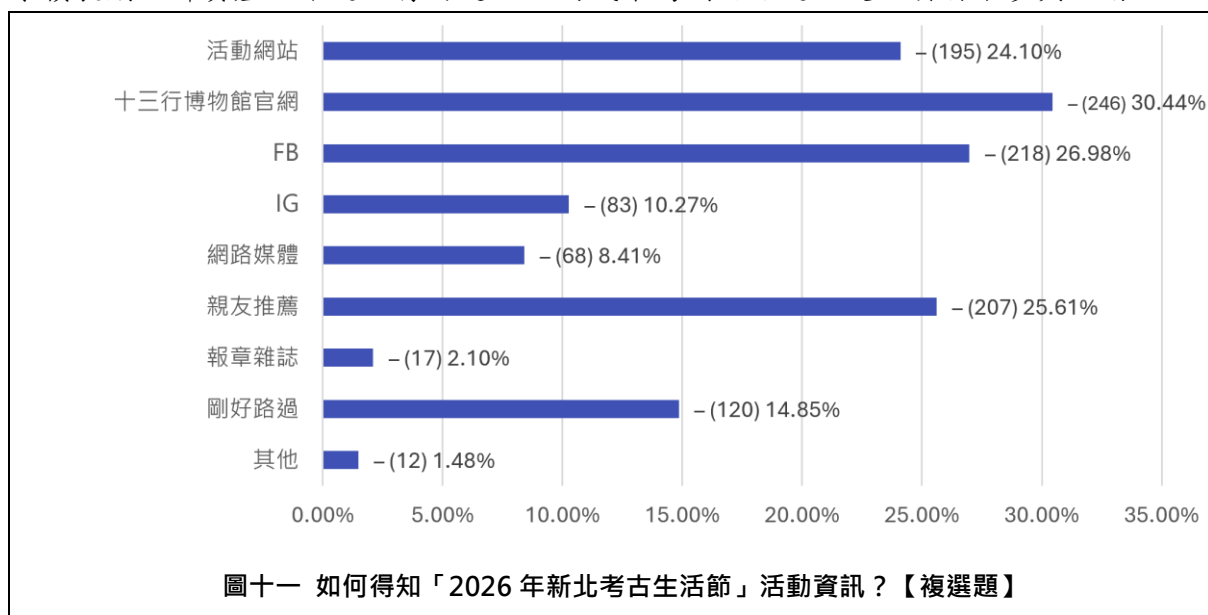
經調查，受訪者首次參加「2026 年新北考古生活節」，占 71.4%（圖九），遠高於回訪民眾（28.6%）其中參加過前年活動者占 21.1%（圖十），顯示本次活動宣傳吸引超過七成新客，與 2025 年調查結果得知首訪者占 69%雷同；該年度回收問卷共計 822 份。



資料來源：新北市立十三行博物館

本次調查結果，受訪者大多從十三行博物館官網獲知活動訊息（30.44%），其次為 FB（26.98%）、親友推薦（25.61.%），新北考古生活節活動網站則有 24.1%（圖十一），

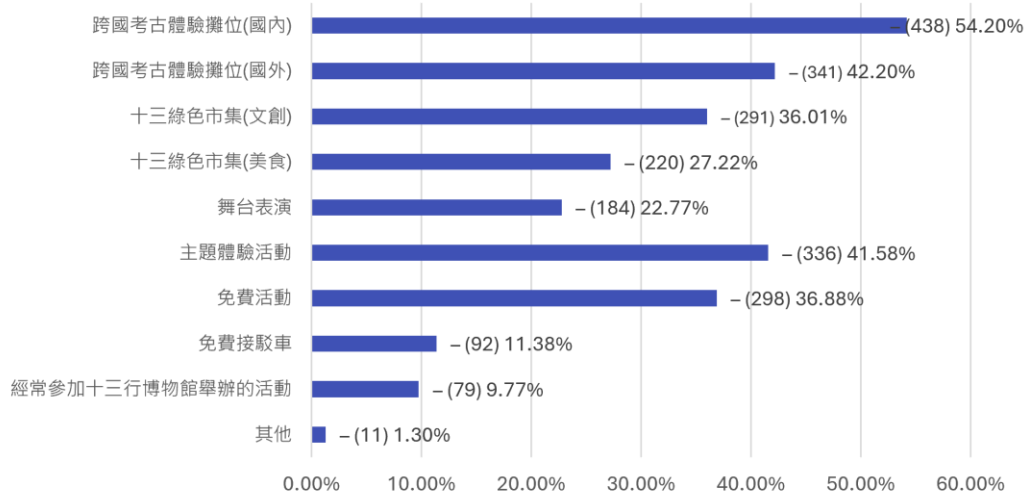
與去年受訪者的訊息來源差異不大（館方官網 33%，FB 27.9%，親友推薦 27%，活動網站 23.6%），顯示數位行銷為最有效的宣傳管道，且往年活動辦理成效有助於口碑擴散，累積長期品牌資產。不過也有將近 15% 的民眾為剛好路過，受吸引留下參與活動。



資料來源：新北市立十三行博物館

受訪者表示，最能吸引其參加「2026 年新北考古生活節」的主要原因（圖十二），分別為「國內考古體驗攤位」（54.2%）、「國外考古體驗攤位」（42.2%）、「主題體驗活動」（41.58%）、「十三綠色市集（文創）」（36.01%）、「十三綠色市集（美食）」（27.22%）及「舞臺表演」（22.77%）等。也有超過三成民眾表示，免費活動是吸引其參加的原因。另外，約有一成民眾為十三行博物館的忠實觀眾，經常參加館方所舉辦活動；也有 11.38% 的民眾提到，活動設置免費接駁車服務，為吸引其參加的原因之一（圖十三至十六）。

歷屆新北考古生活節最大亮點，莫屬跨國考古體驗攤位。2026 年邀請到韓國全谷史前博物館、漢城百濟博物館、日本兵庫縣立考古博物館、宮崎縣立西都原考古博物館、山梨縣立考古博物館等 6 間日、韓博物館設置國外考古體驗攤位（圖十七至十九），還有駐臺單位「駐臺北土耳其貿易辦事處」，以及在地「新北市八里新住民關懷協會」、「八里新住民家庭關懷服務站」等。國內則有十三行博物館設置的國定大坌坑、十三行考古遺址（圖二十至二十二），以及全臺各考古遺址監管保護單位、博物館、學術單位等的推廣攤位，還有新北市政府環境保護局、新北市八里垃圾焚化廠、交通部觀光署北海岸及觀音山國家風景區管理處—野柳地質公園、交通部觀光署東部海岸國家風景區管理處等政府部門宣導淨零政策及保育知識（圖二十三至二十四）。



圖十二 參加「2026 年新北考古生活節」主要原因？【複選題】



圖十三 「2026 年新北考古生活節」以海洋文化為主題，設計好玩又有趣的主題體驗活動



圖十四 主舞臺節目邀請萬花筒劇團演出「永續海洋·守護蔚藍」，正視海洋汙染議題



圖十五 「十三綠色市集」提供環保餐具租借服務，減少使用一次性容器



圖十六 「2026 新北考古生活節」節響應低碳綠色運輸，提供低底盤電動專車接駁服務



圖十七 韓國全谷史前博物館推出「因紐特雪鏡裝飾體驗」，右一為漢城百濟博物館員手持像素積木拼製而成的文物「七支刀」



圖十八 日本宮崎縣立西都原考古博物館推出「南九州繩文土器：貝殼紋飾壓印體驗」



圖十九 日本山梨縣立考古博物館模仿國寶級文物，製作鯊魚齒形石製項鍊



圖二十 十三行博物館設置國定大坌坑考古遺址推廣攤位，推出漁網袋編織體驗



圖二十一 駐臺北土耳其貿易與 SOLO 歐洲家居合作提供馬賽克體驗 DIY



圖二十二 八里新住民家庭關懷服務站運用「交叉穿織」製作造型可愛的編織小魚



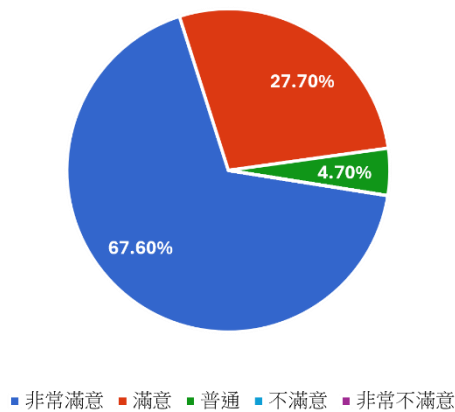
圖二十三 新北市政府環境保護局「淨零綠生活機智問答」，推廣綠色消費及減少一次性用品



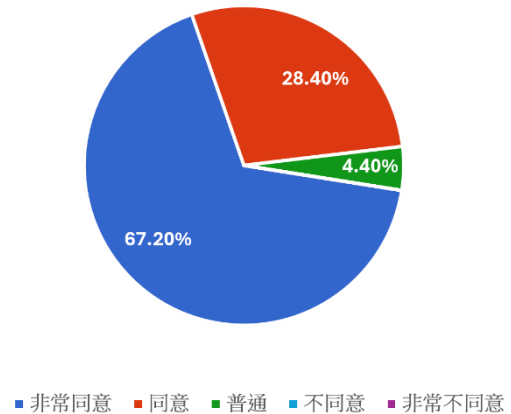
圖二十四 交通部觀光署北海岸及觀音山國家風景區管理處介紹野柳海膽化石

資料來源：新北市立十三行博物館

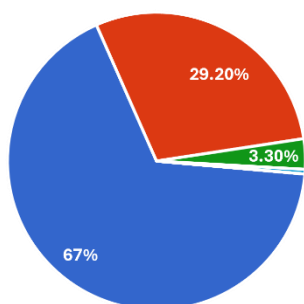
經調查，受訪者對於「2026 新北考古生活節」的整體滿意度達 95.3%（非常滿意 67.6%、滿意 27.7%，如圖二十五）。超過 9 成的民眾表示，參加活動對於考古學或海洋文化有更多認識，並產生學習興趣，也更加了解史前文化的重要性（圖二十六至三十一）。從參加民眾所提供的正面回饋，多與上開量化調查結果相符，也表達活動結合多元方式，顯得年輕有活力，更貼近群眾，且寓教於樂，但可惜跨國考古體驗攤位名額有限，開放領取體驗卷後立即秒殺，特別是國外攤位。而活動的設計讓民眾普遍認為適合假日闔家參與，參加後更能體會考古及環境保護的重要性。忠實粉絲們表示每年必來，活動兩天都到，風雨無阻。但也有民眾反應是路過博物館才知道有在舉辦活動，這樣棒的活動應該更廣為宣傳；初訪者亦表示明年期待繼續參加這項活動。



圖二十五 「2026 新北考古生活節」整體滿意度

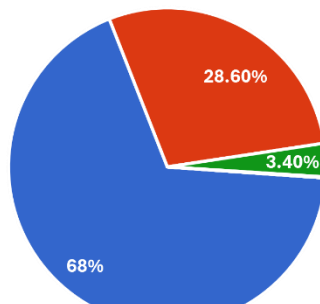


圖二十六 參與活動對於考古學或考古工作更加了解



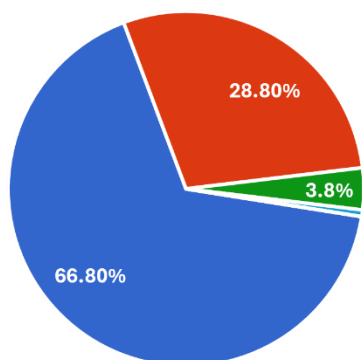
■ 非常同意 ■ 同意 ■ 普通 ■ 不同意 ■ 非常不同意

圖二十七 參加活動對於海洋文化有更多認識



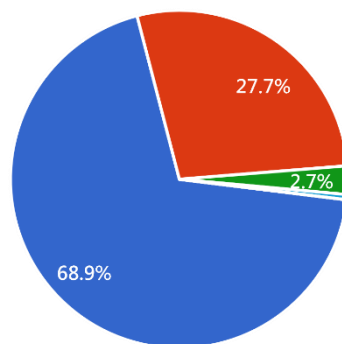
■ 非常同意 ■ 同意 ■ 普通 ■ 不同意 ■ 非常不同意

圖二十八 參與活動更加了解臺灣史前文化的重要性



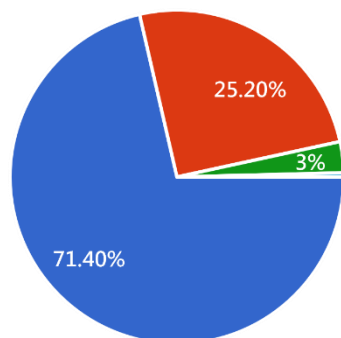
■ 非常同意 ■ 同意 ■ 普通 ■ 不同意 ■ 非常不同意

圖二十九 參加活動後，對考古或歷史文化產生學習興趣



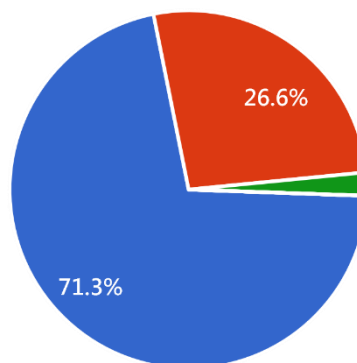
■ 非常理解 ■ 理解 ■ 普通 ■ 不理解 ■ 非常不理解

圖三十 參與活動後，對永續發展觀念有更多理解



■ 非常願意 ■ 願意 ■ 普通 ■ 不願意 ■ 非常不願意

圖三十一 參與活動後，願意將永續選擇（如減塑、節能、低碳飲食或支持友善環境產品等）融入日常生活



■ 非常願意 ■ 願意 ■ 普通 ■ 不願意 ■ 非常不願意

圖三十二 願意推薦這項活動給親戚朋友

資料來源：新北市立十三行博物館

參、小結

綜整本次問卷調查結果，民眾對「2026 新北考古生活節」整體活動規劃、內容設計及現場服務皆給予高度肯定，整體滿意度達 95% 以上，推薦意願亦接近 98%（非常願意 71.3%，願意 26.6%，如圖三十二），顯示活動已成功建立優質品牌形象，並有效達成文化推廣、教育學習及親子參與等目標。從參與者結構分析可發現，本次活動以家庭客群為主要參與族群，其中以 36 至 45 歲家長及親子家庭為大宗，顯示活動已具備穩定的親子教育推廣基礎，擁有活動品牌定位與差異化特色。

十三行博物館舉辦新北考古生活節，將公眾考古的推廣融進手作體驗，潛移默化永續觀念，不僅僅是為期兩天的節慶式活動，並以發表研究成果的國際考古論壇作為前導活動，且前進校園進行教育扎根，依年度特展主題設計輕鬆有趣的課程，加強與在地學校的教育推廣合作。2026 年為響應淡江大橋開通，推廣學校從八里在地拓展至淡水、三芝、石門等 7 間國小。

在活動規劃方面，跨國考古體驗攤位及主題體驗活動依然是考古生活節最受歡迎的部分，顯示民眾對於具互動性、參與感及文化深度之活動內容具有高度興趣。以十三行博物館的「國定大坌坑考古遺址」攤位為例，參與民眾透過環保手提網袋 DIY 體驗，認識史前人類如何編織魚網，以及何謂考古出土文物「網墜」。此外，本次主題體驗活動以史前人類生業型態設計闖關關卡，包含「天才捕手」（捕魚）、「獵人之眼」（射箭）、「山林之力」（扛山豬）、「大海撈寶」（海邊採集）等，於體驗時段開放隨到隨玩，並推出多人競賽「山海生存挑戰賽」，邀親子族群報名分組闖關。這些實體關卡還結合了「永續環保區」垃圾分類及考古主題咖啡廳「13 CAFÉ」打卡，設計一款線上實境解謎遊戲「考古冒險王」，捨棄紙本，採電子集章方式，輸入通關密語，完成闖關後參加抽獎，提升活動趣味性與參與動機。

至於跨國考古攤位的手作體驗，時長約 30~60 分鐘不等，這種辦理形式因場地限制、準備材料數量及講師人力負擔，面臨舉辦場次及參與人數上限瓶頸。每年都會有民眾反應 DIY 名額有限，排隊時間較長，建議未來增加體驗場次及參與名額，或希望導入線上預約、分時段報名及現場候補機制，以提升活動效率及參與便利性。事實上，考古生活節的活動型態相當多元且與時俱進，不僅有隨到隨玩的主題體驗活動，線上實境解謎遊戲，美食、文創永續市集，精彩的舞臺演出，還有國際交流大展等，但由於考古體驗名額有限，加之排隊人潮引發從眾效應，反而易使民眾抱持遺憾心態。

今年的參與民眾，約 7 成是第一次參與，也有不少路過民眾被活動人潮所吸引。從滿意度調查的民眾回饋中可以得知，儘管考古生活節已辦理十多年，仍有民眾不知此一活動，顯示以博物館當前能量所辦理的大型活動，開發新客仍有一定空間。

然而，不管從網路行銷吸引首訪民眾的成效，或是接近 3 成的長期穩定來訪舊客，整體來看，新北考古生活節已成功建立兼具考古教育啟蒙、親子參與、國際交流及永續推廣之品牌特色，確認活動辦理方向。雖說屬大型節慶活動，在限有資源下，就博物館的教育推廣立場而言，看重的不光是活動規模及參與人潮，而是其在公眾考古及國際交流上的實質影響力。

又從滿意度調查可知，超過 9 成 5 的民眾認為，參加活動有助於了解考古及史前文化，且能引發學習興趣，還有超過 9 成 6 的民眾表示，參加過後有助於認識理解環境永續觀念，也願意在日常生活中實踐淨零碳排相關作為。往後，新北考古生活節不再只是公眾考古盛事，還將持續對接市府政策強化永續發展目標，諸如透過舉辦十三綠色市集，諸如市集攤商招募機制、響應環保的消費優惠、減少使用一次性容器及提供餐具租借服務等，並透過多元主題的發想設計，廣邀國內、外策略合作夥伴響應參與，小至市集攤商、在地商圈，大至國際友館及參與民眾，擴大拓展綠色創新影響力。

肆、參考文獻

林明美

2006《水岸·社區·博物館：十三行博物館與周邊總體營造》。臺北縣八里鄉：北縣十三行博物館。

馬元容

2014《博物館節慶活動之行銷策略研究—以新北市考古生活節為例》。新北市政府 103 年度自行研究報告。