



臺東縣海端鄉統計通報

海端鄉布農族文化館入館人數概況統計報告

報告單位：文化暨觀光產業發展所
報告人：胡所長 思芸
製作人：專業助理 胡捷明

中 華 民 國 1 1 4 年 4 月 3 0 日



目錄

Contents

摘要.....	摘要-1
壹、統計目的.....	1
貳、統計概述.....	1
參、年度入館人數分析.....	1
肆、月、季人數趨勢分析.....	3
伍、訪客種類分析.....	4
陸、訪客入館目的分析.....	5
柒、入館訪客出發地分析.....	6
捌、訪客停留時間分析.....	7
玖、結論與重要指標.....	9

臺東縣海端鄉統計通報

海端鄉布農族文化館入館人數概況統計報告

摘要

海端鄉布農族文化館（以下簡稱文化館）民國 85 年開始籌備，民國 91 年館舍落成並於同年 2 月 2 日正式開館營運。文化館的興建，不僅使海端鄉成為台灣首波擁有地方館的原住民族鄉鎮之一，更是海端鄉文化建設的重要發展指標。

為掌握文化館近年入館趨勢，本所針對民國 112 年至 114 年第 1 季的入館資料進行彙整與分析。透過時間序列、季節變化與訪客類型等面向統計，發現 112 年為近年高峰（2,017 人次），雖 113 年略降至 1,977 人次，但 114 年第 1 季即達 916 人次，顯示入館人數正以倍增方式成長。

人流高峰多集中於 3 至 5 月與 11 月至隔年 1 月，與地方歲時祭儀及冬季溫泉觀光活動有關；訪客主要來自外縣市，以參展為主要目的，停留時間多介於 30 分鐘至 1 小時內。

本統計報告將作為文化館後續展覽與活動設計、行銷策略之重要依據，以提升文化館服務品質及文化推廣成效與發揮文化館功能。

壹、統計目的

本統計報告旨在掌握文化館近年入館情形，作為未來展覽規劃與文化推廣策略依據，以提升文化館整體品質與發揮文化館功能，特對 112 年～114 年第 1 季入館資料進行彙整與分析。

貳、統計概述

一、統計區域與統計對象

國內外入館之不分年齡訪客。

二、統計期間

民國 112 年 1 月 1 日～114 年第 1 季。

三、統計內容

(一)參展節令

(二)參展期日

(三)訪客停留時間

(四)參展人數

(五)參展訪客種類

(六)訪客出發地

(七)訪客入館目的

四、統計方法

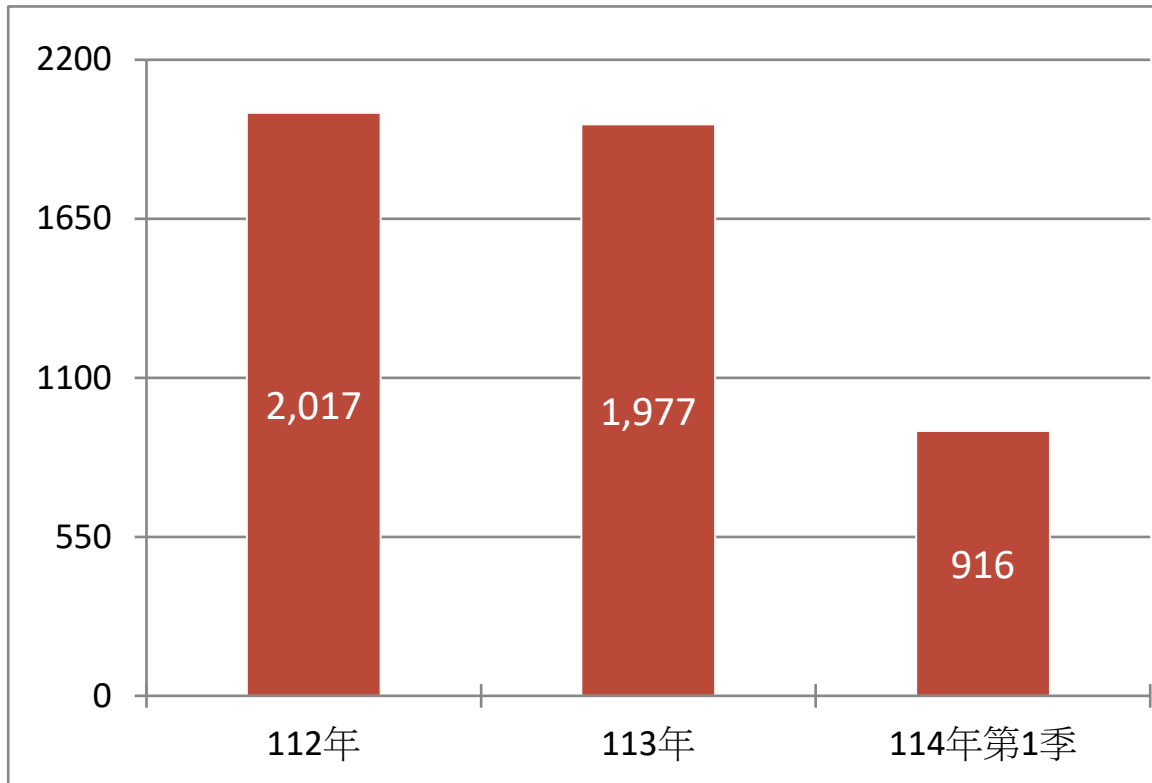
本統計報告分別運用交叉分析法、成長率分析法、時間序列分析法、季節分析法及分類統計分析法。

參、年度入館人數分析

依統計資料，112 年度為近二年入館人數之最 2,017 人，113 年度略有下滑，年增率為負 1.98%。原因分析，113 年第 3 季文化館換展未開放入館，假未換展，113 年度應呈現正年增率。另 114 年僅第 1 季入館人數已達 916 人次，比較 113 年第 1 季，年增率為正 94.48%以倍增方式成長，若後續維持相同入館熱度，114 年度入館人數有望突破 3,000 人次成為歷年新高。

表 1-文化館 112 年~114 年第 1 季總入館人數統計

單位：人



註：資料來源：海端鄉布農族文化館。

表 2-文化館 112 年~114 年第 1 季入館人數成長率

單位：%

年度	總入館人數(人)	年增率%	說明
112	2,017	-	
113	1,977	負 1.98	
114 年第 1 季	916	正 94.48	比較值 113 年第 1 季

註：1.年增率計算公式： $\frac{(113 \text{ 年度人數}-112 \text{ 年度人數})}{112 \text{ 年度人數}} \times 100$

2.資料來源：海端鄉布農族文化館。

肆、月、季人數趨勢分析

一、以月為單位分析人流變化趨勢，每年 3 月～5 月為入館人流高峰期，次為每年 11 月～隔年 1 月。

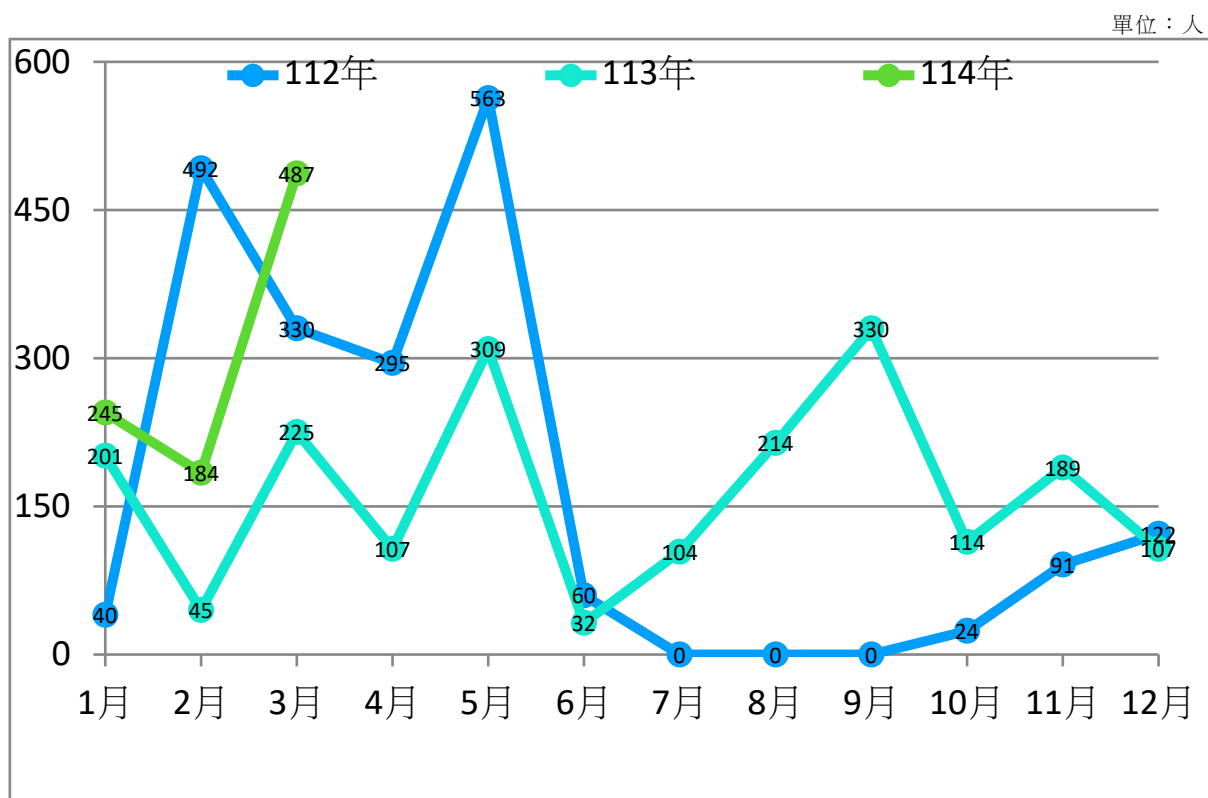
二、以季分析，112 年旺季為第 2 季，佔比為 45.5%；113 年旺季為第 3 季，佔比為 32.8%。

三、原因分析

主要受地方節、期影響，分述如下：

- 1、每年 3 月～5 月為海端鄉布農族歲時祭儀-射耳祭、每年 12 月～隔年 1 月為海端鄉新武部落之梅花祭及利稻部落之櫻花祭，故較多國人會選擇這些期間至海端鄉旅遊。另每年 11 月至隔年 1 月為冬令期間，嗜好野溪溫泉之國人亦會趁此期間來朝聖利松野溪溫泉或轆轤野溪溫泉。
- 2、因海端鄉所處地理位置，每年春季至夏季氣候較為涼爽，入秋後受低氣壓影響，經常有豪大雨或颱風，是國人為避開高風險旅遊地區（如土石流、坍方...等），每年 7 月～9 月則會選擇相較安全地區作為旅遊地。由此可窺知國人選擇旅遊地時，具有一定程度受季節變化影響。

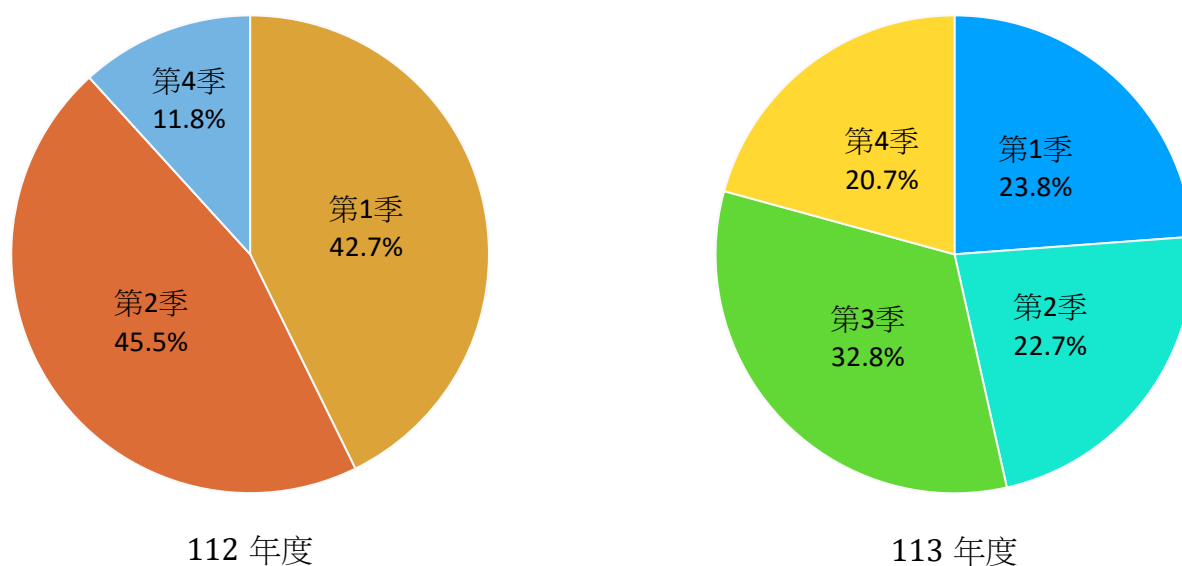
表 3-文化館 112 年~114 年第 1 季各月份人數趨勢表



註：1.112 年 7 月～9 月為換展期間未開放入館。

2.資料來源：海端鄉布農族文化館。

圖 1-文化館 112 年~113 年各季人數佔比圖

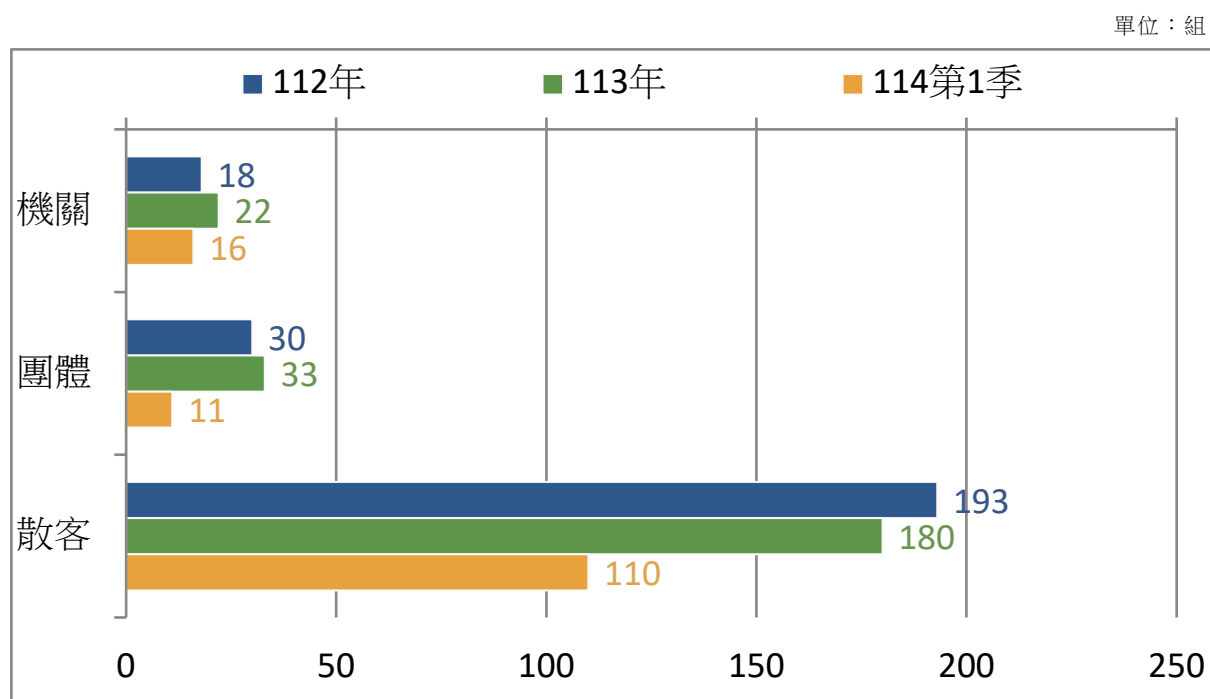


註：1.112 第 3 季為換展期間未開放入館，是該季佔比率“0”。
2.114 僅統計第 1 季，故不列入本項分析。

伍、訪客種類分析

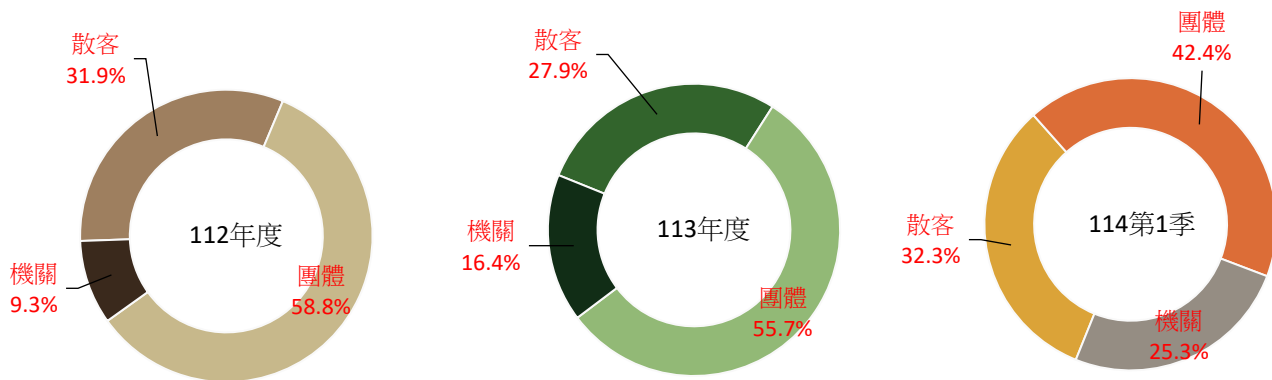
入館之訪客種類，各年度均以散客居多，112 年合計 110 組散客，113 年合計 180 組，114 年第 1 季合計 110 組。以訪客種類之各別人數分析，則以團體人數佔比較高，112 年團體人數佔 58.8%，113 年團體人數佔 55.7%，114 年第 1 季團體人數佔 42.4%。

表 4-文化館 112 年~114 年第 1 季入館訪客種類統計表



註：1.團體，係指民間團體，含旅遊團、協會、企業...等。
2.機關，係指各級行政機關與各級學校(含私立、幼兒園...等)。
3.資料來源：海端鄉布農族文化館。

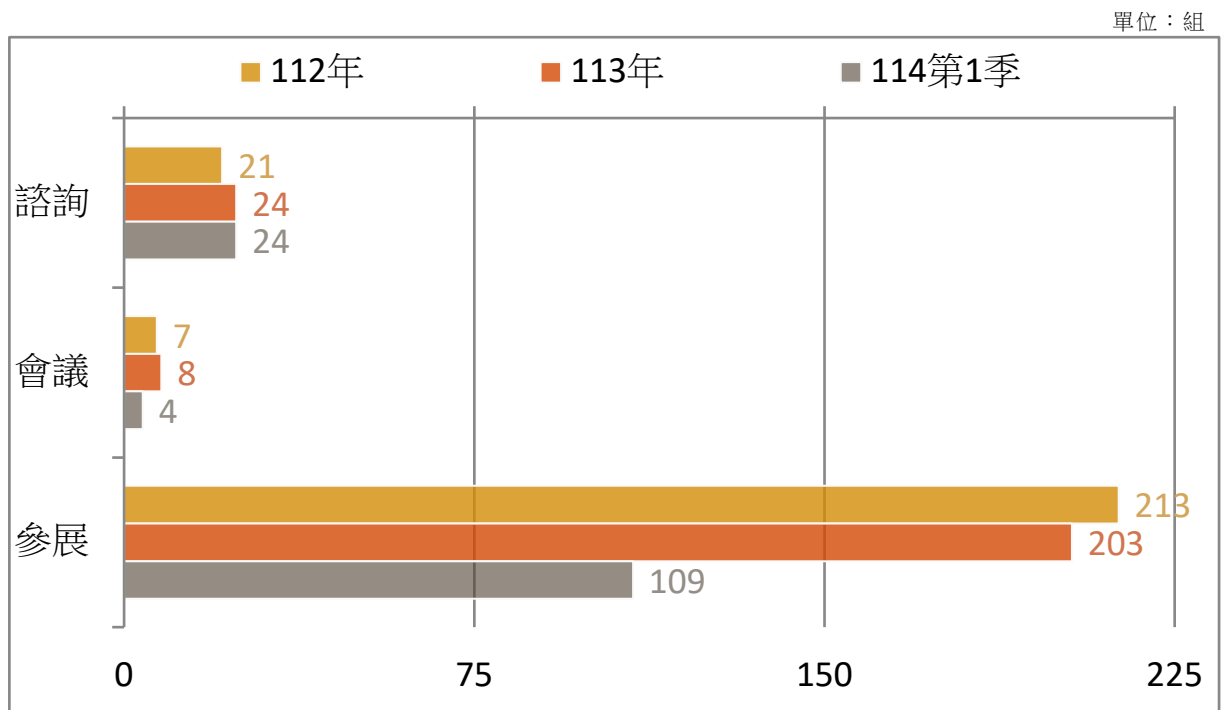
圖 2-文化館 112 年~114 年第 1 季各訪客種類人數佔



陸、訪客人館目的分析

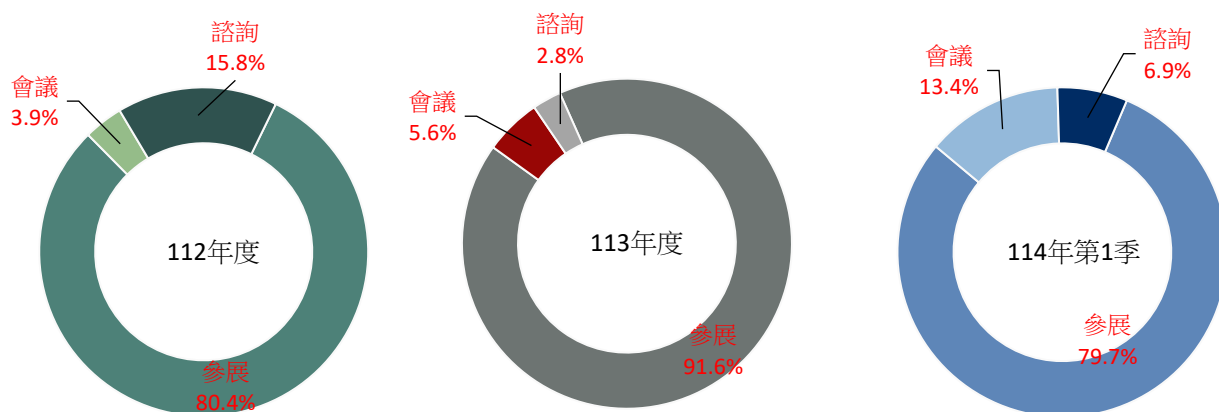
入館之目的，各年度均以參展為主，合計 524 組。次為諮詢，合計 69 組。另文化館多功能會議廳不定期會辦理會議、研習、課程或講座...等，合計辦理 19 場次。又各入館目的中，參展項以 113 年較高，佔比 91.6%，會議項以 114 年第 1 季較高，佔比 13.4%，諮詢項以 112 年較高，佔比 15.8%。

表 5-文化館 112 年~114 年第 1 季入館目的統計表



- 註：1.諮詢，包含旅遊資訊、路線及活動諮詢、借用洗手間...等。
 2.會議，包含參加研習、課程、講座...等。
 3.資料來源：海端鄉布農族文化館。

圖 3-文化館 112 年~114 年第 1 季訪客各入館目的人數佔比

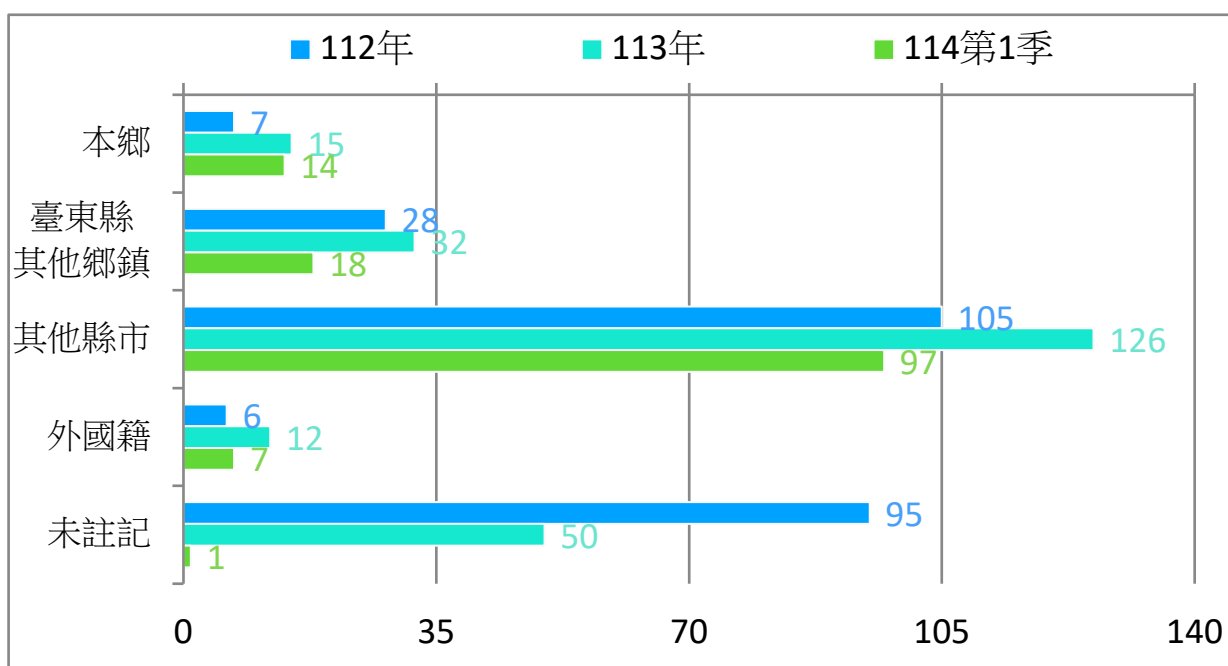


柒、入館訪客出發地分析

入館訪客之出發地，以其他縣市最高，共 328 組，次為臺東縣其他鄉鎮，共 78 組。在出發地之各別人數分析中，從本鄉入館者，以 114 年第 1 季較高，佔比 22.6%；從臺東其他鄉鎮入館者，以 114 年第 1 季較高，佔比 19.4%；從其他縣市入館者，以 112 年較高，佔比 66.8%；從外國入館者，以 114 年第 1 季較高，佔比 3.5%。

表 6-文化館 112 年~114 年第 1 季訪客出發地統計表

單位：組

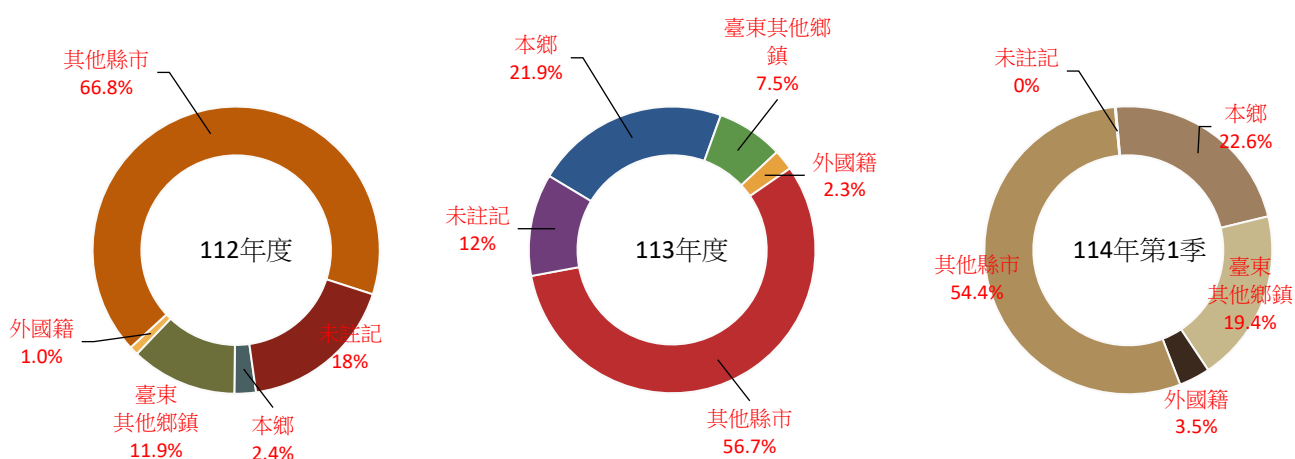


註：1.其他縣市，包含臺北、高雄、金門...等臺灣各縣市。

2.未註記，係指未填寫出發地。

3.資料來源：海端鄉布農族文化館。

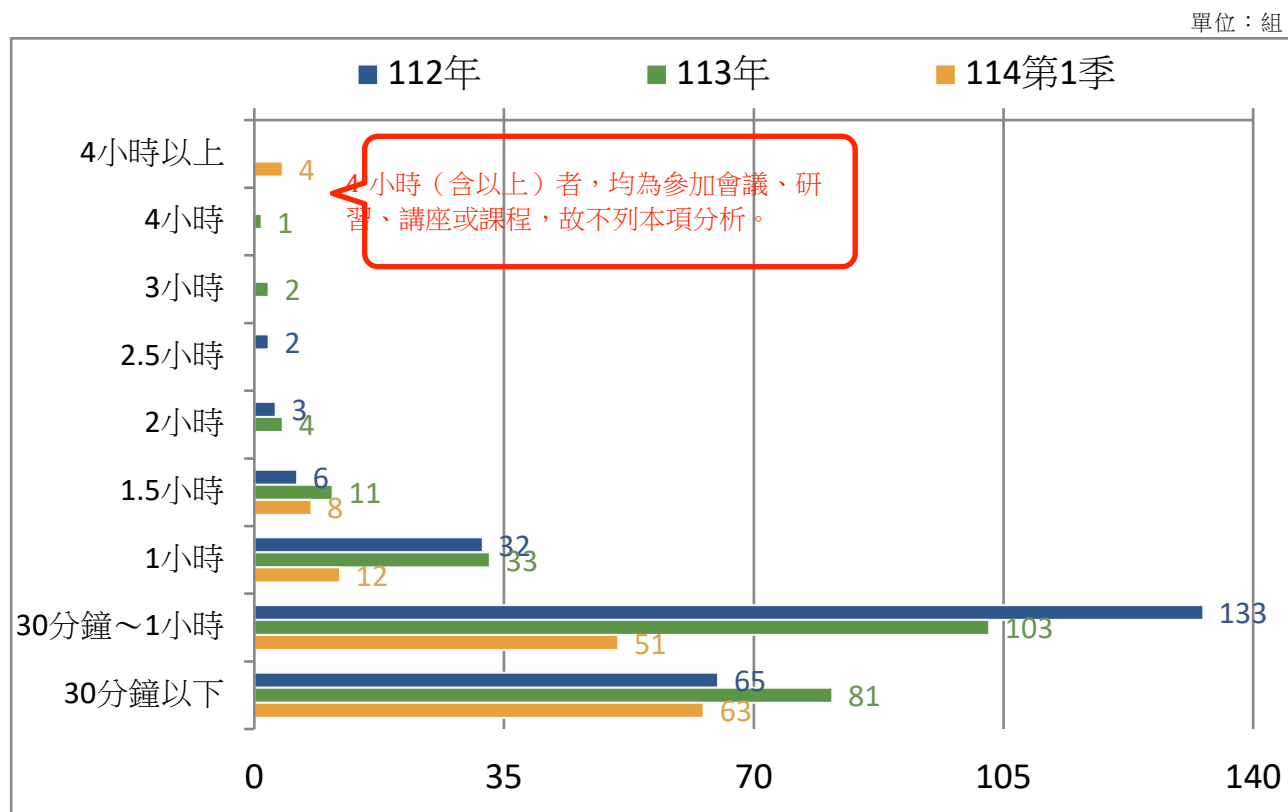
圖 4-文化館 112 年~114 年第 1 季各訪客出發地人數佔比圖



捌、停留時間分析

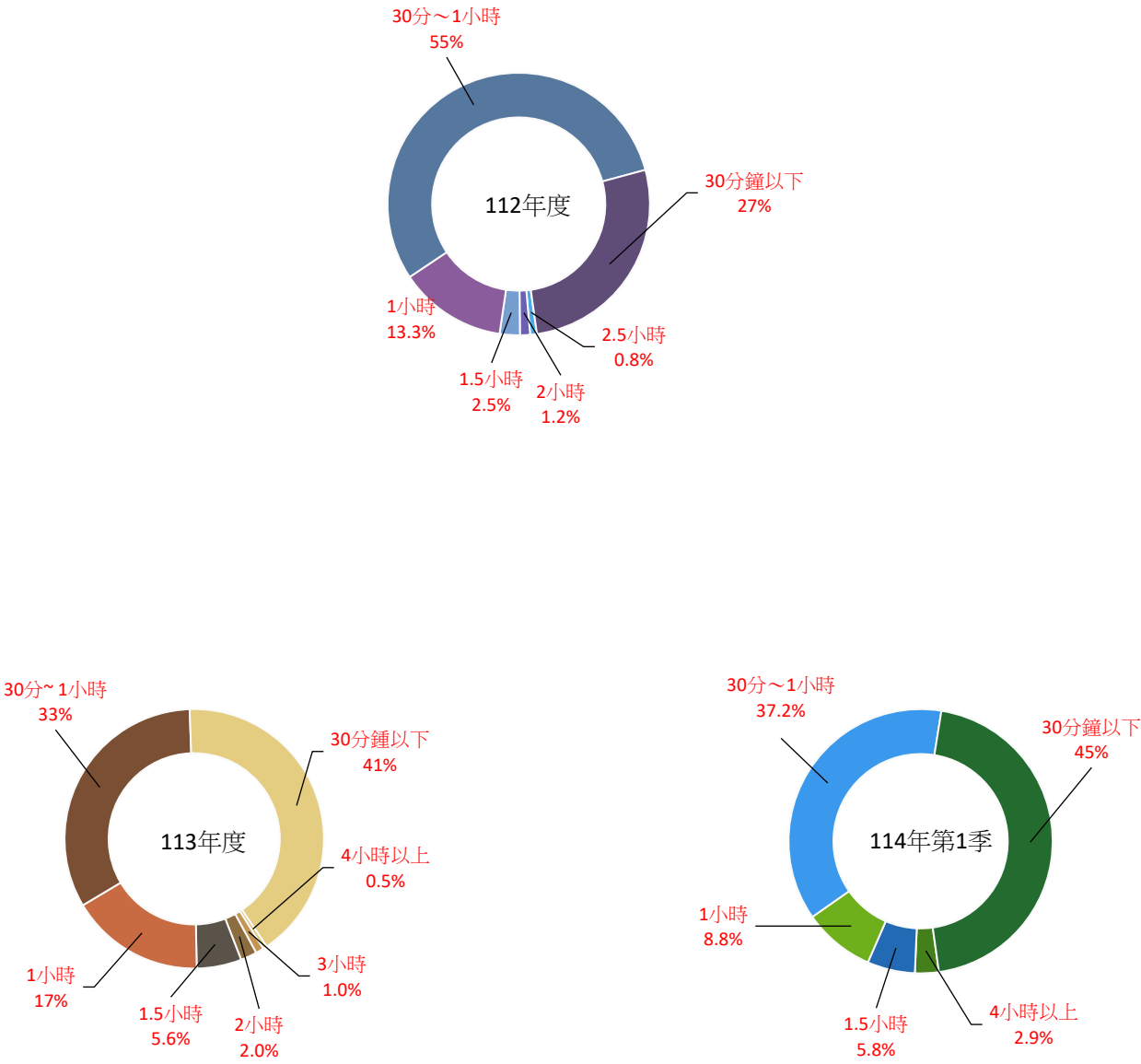
訪客停留時間以 1 小時內為居多，停留 30 分鐘以下者，以 113 年為較高，佔比 41%，停留 30 分~1 小時者，以 112 年為較高，佔比 55%，其中停留最長的時間係 113 年，停留時間 3 小時，佔比 1%。

表 7-文化館 112 年~114 年第 1 季訪客停留時間統計



註：資料來源：海端鄉布農族文化館。

圖 5-文化館 112 年~114 年第 1 季訪客停留時間佔比



玖、結論與重要指標

文化館自開館以來，為地方文化傳承與布農族意象推廣的重要據點。透過本統計報告分析可窺知，館舍經歷 COVID-19 後疫情時代，有顯著回溫趨勢。特別是 114 年第 1 季人次成長幅度高達 94.48%，若全年維持此熱度，將突破歷年入館新高，顯示其潛力與吸引力持續提升。從流量趨勢來看，人流明顯集中於春末與冬初，與射耳祭、梅花祭、櫻花祭、野溪溫泉等在地資源密切相關。建議文化館可進一步整合地方節慶與展覽主題，形成具「文化＋觀光」特色的季節性活動方案

在地參與，本鄉居民入館佔比雖有成長（114 年第 1 季為 22.6%），然仍未達到「全民參與」的理想門檻。以海端鄉人口數約 4,305 人（資料來源：關山戶政事務所），若期望達成「每位鄉民至少入館一次」目標，全年需達本鄉居民入館人次 4,000 以上，尚需額外推動近 3,000 人次的本地參訪。建議透過學校戶外教學、串聯部落遊程、文化課程、行動博物館、一日館員體驗等方式，推動「文化館走進社區、社區走進文化館」的雙向模式。

此外，訪客停留時間多集中於 30 分鐘至 1 小時內，顯示參觀仍偏向淺層體驗。建議導入「文化微旅行」概念，設計與地方資源結合的半日遊行程，將平均停留時間至 1.5 小時以上，以強化教育價值與記憶深度。

另，值得注意的是，其他縣市為入館訪客的主要來源群體（112 年佔比高達 66.8%，114 年第 1 季亦達 54.4%），顯示外部旅遊市場對文化館具有穩定吸引力。建議設定每年來自其他縣市訪客人次達 2,500 人次為目標值，並搭配：

1. 與旅行社合作推出「文化＋自然」主題行程。
2. 透過縣市觀光網站與社群媒體發送宣傳素材。
3. 建立數位導覽功能以吸引散客與自由行族群。

外國籍訪客，雖佔比較低（114 年第 1 季佔比 3.5%），但顯示出國際能見度初具雛形。未來建議以年度接待 200 位以上外國遊客為初步指標，並透過以下策略推動：

1. 建置多語言導覽解說與 QR code 語音介紹。
2. 與國際背包客青旅與導遊平台合作推廣。
3. 結合國際大學、在台外籍學生與文化交流團體辦理特展或文化體驗課程。
4. 發展「文化館＋部落＋生態自然」的英語（或其他外國語言）文化日活動；係針對國際自由行旅客（Free Independent Travelers, FIT）所設計的一日文化深度體驗行程，整合「文化館＋部落＋生態自然」三大核心元素，並以英語進行導覽與互動，達成「文化推廣 × 國際友善 × 地方觀光」的三贏策略。

最後，本次統計資料內容未納入訪客的年齡、性別、教育程度等人口基本變項，為資料分析上一大缺口。建議未來導入數位問卷系統，於入館登記或參

與活動時收集這些匿名基本資料，建立多維度訪客資料庫，以利後續行銷分眾策略與展覽內容優化。這些變項對統計與實務具有以下重要性：

- 1.年齡：有助判斷服務對象年齡分布，規劃親子、學生、樂齡導向內容。
- 2.學歷：可了解文化理解能力與展覽接受度，調整導覽深度或語言風格。
- 3.性別：可分析不同性別對文化館的偏好與參與模式。
- 4.族群：可評估是否有效觸及原住民族社群或特定旅遊市場。

五大面向策略發展：

- 1.提升在地參與率：達成「每位鄉民入館一次」的文化普及目標。
- 2.延長停留時間：發展互動與深度體驗，強化文化教育與停留價值。
- 3.擴大外縣市行銷：以年吸引 2,500 名外縣市遊客為推廣目標。
- 4.國際接軌布局：推動多語言服務與國際觀光合作，提升國際能見度。
- 5.落實人口統計變相調查機制：建構完整資料庫，支援精準策略決策。

透過這些具體指標及數據導向與行動策略的持續推動，文化館將能從地方文化場域進一步邁向在地根基、區域聯結、國際友善的永續文化場館典範。