

質詢事項

甲、行政院答復部分

(一) 行政院函送陳委員學聖就國立故宮博物院網站流量問題所提質詢之書面答復，請查照案。

(行政院函 中華民國 101 年 10 月 25 日院臺專字第 1010067442 號)
(立法院函 編號：8-2-4-659)

陳委員學聖質詢：「建請行政院重視國立故宮博物院建置之『故宮全球資訊網』網站流量逐月驟降問題，積極檢討問題並提出改善方案，以提升網路行銷之效益」乙案，經交據國立故宮博物院查復如下：

- 一、經查國立故宮博物院近年來網站流量呈正成長現象，其 99 年度網站流量為 2,008,808 人次，100 年度增加為 2,532,402 人次，101 年 1~9 月亦已達 1,885,193 人次。以月平均數分析，99 年度每月平均流量 167,400 人次，100 年度 211,033 人次，101 年度（統計至 9 月）月平均流量為 209,465 人次。
- 二、承上，故宮 100 年度網站流量驟升，係因 100 年度 6 至 8 月故宮推出知名度高且備受民眾喜愛之「山水合璧－黃公望與富春山居圖特展」及「慕夏大展－新藝術·烏托邦特展」兩檔展覽，帶動該時期網站流量短期大幅成長，致 101 年 6 至 8 月網站流量較 100 年同期略為下降，應屬合理。若將 99 年 6 至 8 月、100 年 6 至 8 月及 101 年 6 至 8 月合併比較，101 年度之網站流量雖仍有進步空間，但並未遽降，仍維持穩定之造訪人次。此外，就總體月平均流量而言（詳如表 1），亦符合前述現象。

《表 1、國立故宮博物院全球資訊網網站訪次統計表》
(自 99 年 1 月至 101 年 9 月)

	99 年	100 年	101 年
1 月	138,301	190,591	231,928
2 月	110,735	196,882	209,501
3 月	174,684	178,012	214,618
4 月	177,185	191,198	203,942
5 月	180,734	238,186	232,304
6 月	151,786	250,939	189,926
7 月	176,436	243,599	201,077
8 月	162,674	229,977	191,673
9 月	156,347	203,486	210,224
10 月	192,430	211,985	
11 月	193,020	196,114	

12 月	194,476	201,433	
總 計	2,008,808	2,532,402	1,885,193
平均每月	167,400	211,033	209,465

三、貴委員所提國立故宮博物院在全球的網路行銷與受歡迎程度有落差乙節，與中國大陸封鎖政府機關網站有關，致網站流量與到院參觀人數難以共同成長，說明如下：

(一)故宮近年到院參觀人數屢創歷史新高，99 年度 344 萬人次、100 年度 384 萬人次；其中 99 年度大陸觀光客約 116 萬人次、100 年度大陸觀光客約 143 萬人次，分別約佔年度參訪人次之 33% 及 37%。

(二)我國近年雖已開放大陸人士來臺觀光，然大陸領導當局對大陸地區民眾瀏覽臺灣政府單位網段之網站 (.gov.tw) 仍採封鎖方式，影響大陸觀光客及大陸地區居民瀏覽故宮網站之權利。為克服上述限制，故宮自 98 年 7 月起，於臺灣學術網路 (TANet) 架設 npm.edu.tw 網站，嘗試透過政府網際服務網 (GSN) 以外之教學研究網路 (TANet)，突破大陸當局官方封鎖。藉由台灣學術網路 (TANet)，大陸網友瀏覽故宮 npm.edu.tw 網站之訪客數，由 98 年 5,025 訪次、99 年 87,906 訪次、100 年 133,669 訪次，成長至 101 年 (1 至 9 月) 139,104 訪次，顯示網站造訪人次逐年成長中，故宮將繼續觀察其成效。

(三)另故宮去 (100) 年曾嘗試透過承包廠商於大陸地區進行網站行銷宣傳，惟因網站全銜名稱之官方背景，遭大陸當局拒絕，也成為網站流量無法與故宮觀光人數同步成長的因素之一。

四、為有效增加故宮網站流量，該院已規劃並執行各項網路行銷策略，說明如下：

(一)除發送「故宮電子報」中英文版雙週刊 (訂閱統計詳如表 2)、參加各式展覽與網站競賽外，每年亦配合 10 月份故宮院慶，舉辦網路推廣活動 (如故宮現正舉辦之「挑戰漢字小博士網路贈獎活動」等)，更運用網路媒體宣傳，結合院慶及當期特展整體推廣故宮網站。

《表 2、故宮電子報 (中文版+英文版) 訂閱統計表》
(自 99 年 1 月至 101 年 9 月)

	電子報總訂閱數	該年度增加訂閱數
99 年	194,320	
100 年	202,773	8,453
101 年 1~9 月	220,965	18,192

(二)另鑒於社群媒體與行動化服務方興未艾，故宮亦於 100 年 5 月起投入社群網站臉書 (facebook) 粉絲專頁之經營，提供網友向故宮直接表達意見之平台，惟故宮 facebook 粉絲專頁經營雖已凝聚 2 萬 3 千多位關心故宮之網友，但皆未計入全球資訊網參訪流量。在行動化服務方面，故宮於本 (101) 年積極規劃建置手機 App 行動服務，預計於本年度結束前在 Apple 及 Android 兩大系統上架。

(三)在其他異業合作方面，故宮 101 年 4 月更與 Google 合作，加入 Google Art Project，結合 Google 龐大的網路資源，與法國羅浮宮、英國大英博物館及美國大都會博物館共同成為全球性網路虛擬博物館之一，有效吸引全球網友透過 Google 網站進入故宮。此外，故宮現亦積極加入美國知名非營利性授權組織 ARTstor 及 Global Memory Net 等國際性之藝術教育網站，以擴展更多喜愛中華文化之網友。

五、故宮近年來積極參與各式國際競賽均屢獲佳績，有目共睹，備受國際博物館界及全球觀眾之肯定。如日前甫獲英國知名旅遊網站 TripAdvisor 主動授予 2012 年高等評價與優質服務獎 (Certificate of Excellence)，並獲四點優質評價。TripAdvisor 網站係廣受全球消費者歡迎與信賴的旅遊評論網站，自 2009 年 10 月迄今，國立故宮博物院共有來自世界各國超過 940 則旅客評論，並有逾 200 多張旅客上傳與分享之照片。依據 TripAdvisor 網站內容，許多旅客推薦故宮的理由除豐富的館藏、現代與傳統的結合外，故宮透過社群網站臉書 (Facebook) 提供即時展覽訊息，也是廣受遊客讚許的原因。未來，故宮除將持續發展多元網路應用服務外，亦會加強網路宣傳行銷，期使故宮各項網路應用服務穩定成長。

(二) 行政院函送陳委員學聖就近期發生虐待貓隻案件而引發民眾動員集結抗議等負面問題所提質詢之書面答復，請查照案。

(行政院函 中華民國 101 年 10 月 25 日院臺專字第 1010067852 號)
(立法院函 編號：8-2-5-692)

陳委員就近期發生虐待貓隻案件而引發民眾動員集結抗議等負面問題所提質詢，經交據本院農業委員會查復如下：

- 一、有關本會統計各縣(市)政府自動物保護法施行日起至 99 年 10 月 31 日止，接獲民眾申訴檢舉疑似涉屬虐待、傷害及不當飼養管理動物案件 6 千餘件，其中查有實證處分案 226 件，成案率不足 3%一節，主要係因當時社會背景下，相關舉報虐待、傷害動物案情，多數僅通報發現受害動物，但事件的行為人、發生時間與地點等事實證物則難回溯調查，在無事證條件下，難以成案裁罰。惟近年因智慧型手機廣為民眾使用、網路科技日新月異及警政單位願意協助調查等因素，使動物受虐或不當飼養等案件之調查成案比例已有提升，依本會統計 100 年 1 月 1 日至 101 年 9 月 30 日期間，全國該類申訴檢舉案計 2,932 件，其中依法勸導改善 425 件、裁罰 44 件，成案率 16%。另本會及各地方政府均設有申訴檢舉專線，將持續鼓勵民眾提供檢舉資料，期更有效結合民力共同防杜虐待動物案件，提升我國動物福利。
- 二、有關我國現有公立動物收容處所管理品質提升一節，依新北市政府通報，該市於 100 年度再予關閉一處品質較差之區級臨時動物收容所，現行全國公立動物收容處所計為 38 處。另雲林縣政府亦規劃興建縣級動物收容中心，並已完成土地變更編定作業，正進行硬體工程規劃及後續興建工作。此外，本會為全面提升公立動物收容處所品質，於 101 年度向行政院提報 6 年中長程全面提升動物福利計畫，案經相關部會審查後建議再予修正，本會將依審查意見儘速修正，期納入 103 年度公共工程建設經費推動之。另農委會近年加強輔導地方政府與民間團