

首届两岸三地大熊猫保护教育 学术研讨会论文集

Proceedings of the 1st Session of Giant Panda Conservation and Education
Workshop among the Mainland, Taiwan and Hong Kong SAR

贾建生 主编



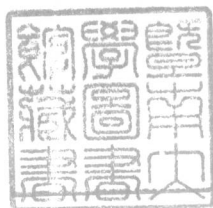
 中国农业出版社

Q959.838-53
20121

首届两岸三地大熊猫保护教育 学术研讨会论文集

Proceedings of the 1st Session of Giant Panda Conservation and Education
Workshop among the Mainland, Taiwan and Hong Kong SAR

贾建生 主编



中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

首届两岸三地大熊猫保护教育学术研讨会论文集 /
贾建生主编. —北京: 中国农业出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-109-15334-9

I. ①首… II. ①贾… III. ①大熊猫-保护-中国-
学术会议-文集 IV. ①Q959.838-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 265323 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 黄向阳 刘 玮

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 23.25

字数: 535 千字 印数: 1~1 000 册

定价: 48.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

内 容 简 介

“首届两岸三地大熊猫保护教育学术研讨会”论文集共收录 43 篇学术论文和 8 篇摘要。这些文章观点新颖，内容丰富，从不同角度反映了最近几年中国内地、香港和台湾地区在大熊猫野外保护、圈养繁殖、基因组计划、科学普及、公众教育及大熊猫文化等方面的研究现状和进展，同时也体现了“百花齐放、百家争鸣”的欣欣向荣局面。其中，有些论文是有关大熊猫“就地保护”和“迁地保护”的最新研究成果，有些是对研究成果、学术观点和方法的总结和评论，有些是对争议较大的课题进行的探讨。

本书可作为动物生态学、保护生物学、动物行为学、野生动物饲养学和兽医学等相关学科的科研人员，自然保护区、动物园和野生动物救护中心工作人员，以及大专院校的教师和学生从事科研、科普知识宣传与教学的参考资料。

主 编：贾建生

副 主 编：吴兆铮 张陕宁 张和民 李绳宗

叶杰生 崔多英

参加编写人员：张金国 崔多英 王泽重 杨 静

张成林 卢雁平 彭真信

会议主办单位：北京动物园

卧龙中国保护大熊猫研究中心

香港海洋公园

台北市立动物园

会议承办单位：北京动物园

序

大熊猫是中国特有濒危野生动物，有“国宝”和“活化石”之称，具有极高的生态、科研、文化及美学价值，深受世界各国人民喜爱，在国家政治、经济和外交等领域扮演着独特的角色。开展大熊猫及其栖息地保护工作，对提高公众保护意识、促进生物多样性保护、推进生态文明、扩大对外交往和树立国家良好形象等方面具有十分重要的作用。

在社会各界和广大人民群众的关注和大力支持下，中国政府采取切实有效措施，使大熊猫面临的严峻形势得到好转，取得了良好效果。从20世纪60年代建立卧龙、王朗、白河和喇叭河等自然保护区开始，至今全国已建立以保护大熊猫为主的自然保护区62处，总面积超过3万 km^2 ，有效保护了近60%的大熊猫栖息地和70%以上的野外大熊猫个体。全国第三次大熊猫调查显示，野外大熊猫种群数量已发展到近1600只，分布范围有所扩大，栖息地质量有所改善，种群数量有所增加。

在不断加强野外大熊猫及其栖息地保护的同时，中国政府积极开展大熊猫迁地保护工作。早在1953年就在成都动物园开始了大熊猫人工饲养工作。1963年，北京动物园首次在人工条件下成功繁育大熊猫，并在圈养大熊猫人工授精和低温贮存大熊猫精液方面积累了宝贵经验。随着卧龙中国保护大熊猫研究中心和成都大熊猫繁育研究基地不断发展，我国科研人员相继解决了圈养大熊猫发情难、配种受孕难和育幼成活难的“三难”问题，使全国大熊猫圈养种群发展到目前的290只，基本实现自我维持，并已开始圈养种群野化放归的科学实验。

在漫长的历史长河中，大熊猫这一神奇而美丽的物种向我们款款走来。据考证，在200多万年前的更新世早期到100万年前的更新世中晚期，大熊猫曾广布于我国的南半部地区，组成了“大熊猫—剑齿象”动物群。今天，虽然该动物群中的许多物种都已经灭绝，但大熊猫却奇迹般地存活下来，留给世人颇多启迪。

2009年9月11~12日,北京动物园、卧龙中国保护大熊猫研究中心、香港海洋公园和台北市立动物园共同举办了“首届两岸三地大熊猫保护教育学术研讨会”,我国内地、香港和台湾45家单位的85位从事大熊猫研究与保护的学者和管理人员欢聚一堂。会议共收到大熊猫研究论文51篇,开展学术报告38场,展现了近年来我国内地、香港和台湾有关大熊猫的野外保护、圈养繁殖、公众教育及文化领域的最新成果,堪称是一场汇集我国两岸三地从事大熊猫保护工作的学者和专家的学术盛会。

这次会议首次将我国两岸三地的大熊猫保护力量凝聚在一起,综合讨论大熊猫的“就地保护”和“迁地保护”工作,实现了大熊猫保护工作中不同专业、不同领域研究成果相互整合的良好效果,构筑了内地、香港、台湾大熊猫保护工作者的交流合作平台。主办单位将会议论文结集成册,实为有益之举,将对进一步开展大熊猫保护工作发挥积极作用。

值此会议论文集正式出版之际,欣然为序,再次祝贺我国“首届两岸三地大熊猫保护教育学术研讨会”成功举办,期待我国两岸三地及世界各地的野生动物保护工作者携手同心,为大熊猫等濒危野生动植物保护作出更大贡献。

国家林业局野生动植物保护
与自然保护区管理司司长



2010年3月5日

目 录

序

大熊猫来台相关营销活动对媒体与社会大众观感探讨	1
调控游客数量对保育行销之影响	15
大熊猫保育工作——香港海洋公园保育基金	27
大熊猫对香港公众的影响	28
大熊猫教育在海洋公园十个年头之学与思	31
香港海洋公园老年大熊猫护理摘要	32
训练术语和理论在动物训练中的应用	35
亚洲动物天地的建设——从概念到成馆	45
吹管注射和徒手肌内注射氯胺酮对大熊猫麻醉效果的比较	46
大熊猫急性胰腺炎 1 例	50
大熊猫主食竹拐棍竹地下茎结构研究	56
基于大熊猫 (<i>Ailuropoda melanoleuca</i>) 觅食行为的栖息地管理策略	67
四川卧龙国家级自然保护区水青树生态特性的初步研究	75
幼龄大熊猫异氟醚麻醉效果的观察	81
凉山山系大熊猫种群的空间遗传结构	87
大熊猫生境破碎化及种群动态：基于种群和景观遗传学分析的证据	89
“5·12”地震后四川白水河国家级自然保护区大熊猫现状初探	91
“5·12”地震前白水江国家级自然保护区大熊猫生境因子选择	97
9 例大熊猫肝脏和肾脏的器官病理学观察	104
白水江国家级自然保护区社区对大熊猫的影响和对策	112
白水江国家级自然保护区大熊猫栖息地生境特征分析	116
不同干燥方法对大熊猫粪样中类固醇激素影响初探	122
秦岭大熊猫可食竹的研究现状与思考	129
秦岭大熊猫保护体系建设存在问题 and 对策研究	134
秦岭大熊猫产仔育幼洞穴分布与特征初步分析	143
秦岭大熊猫冬季栖息地的功能和面临的主要问题	153
秦岭太白山大熊猫主食竹、栖息地结构以及生境选择研究	161
大熊猫精子低渗膨胀试验与其他精子质量评估试验相关性研究	187
大熊猫群体遗传多样性的微卫星分析	193
大熊猫主食竹开花的生态效应和高光谱遥感研究	206

发情期圈养大熊猫 (<i>Ailuropoda melanoleuca</i>) 听觉通讯	213
粪便内性类固醇激素对大熊猫性别判定的指示作用	223
一例亚成体大熊猫急性肾功能衰竭的诊治	230
红外触发相机技术在大熊猫监测中的应用	233
黄金周游客干扰对圈养大熊猫应激影响初探	240
圈养大熊猫对竹类及其部位选择的研究	248
陕西老县城自然保护区夏季大熊猫取食微生境选择研究	256
太白山自然保护区大熊猫主食竹的种类与分布	266
“大熊猫基因组计划” 简介	273
大熊猫放归计划探索与突破	275
关于大熊猫文化价值之我见	283
福州大熊猫牙齿健康状况调查	288
兰州大熊猫饲养管理及现状	292
圈养环境中人为因素对大熊猫行为的影响	295
大熊猫戊型肝炎病毒感染初探	305
大熊猫粪样内类固醇激素的保存时效研究	312
大熊猫感染魏氏梭菌导致急性溶血性贫血的诊疗	319
一例大熊猫外伤性眼前房出血的治疗	327
妊娠期雌性大熊猫尿中生殖激素的初步研究	331
大熊猫“吉妮”的调理饲养	337
四川唐家河自然保护区大熊猫种群分布及保护对策研究	343
台北动物园大熊猫饲养管理	349
两岸三地大熊猫保护教育学术研讨会倡议书	360

大猫熊^{*}来台相关行销活动对媒体与社会大众观感探讨

朱孝芬¹ 苏美龄²

(1. 台北市立动物园 推广组 台北; 2. 台北市立动物园 园本部 台北)

摘要: 大猫熊属于华盛顿公约附录一的濒危动物, 来台与否多年来一直受到中外各界瞩目, 在台北市立动物园 2008 年 8 月以保育教育为优势雀屏中选为大猫熊最佳居住场所后, 分别展开大猫熊来台前、来台时与来台后的三阶段筹划工作, 以一连串大猫熊教育行销及媒体宣传等活动来欢迎这两位众所瞩目的大猫熊团团圆圆的加入。本研究针对自 2008 年 10 月 20 日至 2009 年 8 月 5 日为止台北动物园主动提供媒体报道素材与资讯之媒体报道量进行研究分析, 期间共发布了 59 个议题, 主动发布有关大猫熊的运输相关议题报道共 75 则, 大猫熊检疫完成如期开展报道计 47 篇, 大年初一参观猫熊秩序良好报道 60 则, 期间引发媒体之回应报道共 1 743 则, 研究结果得知媒体专注的焦点在来台前、展示当月及展示后于政治性、商业性、活动性、服务性报道均有明显的差异变化, 而对于为大猫熊的食、住、行、育、乐、性(繁衍)及外观等之新闻引用动物园消息来源的报道率均在 16% 以上。

本研究亦分析媒体对于动物园办理教育活动之报道意愿, 台北动物园主动依不同的时序与主题发布各项新闻议题, 在大猫熊来台前后办理如大猫熊保育明信片设计大赛、动物黑白拍趣味摄影比赛、百人绘百熊图活动及“台北大猫熊保育网站”开通等多场次活动, 研究结果发现, 媒体关心的重点并非全然依循动物园议题设定之框架, 可见未来动物园主动发布的新闻可参酌媒体较有兴趣之议题发展内容, 以置入性行销的方式提升动物园新闻刊登, 善用此次机会借大猫熊保育旗舰物种的效应, 透过媒体传播, 深耕动物保育观念。

关键词: 大猫熊, 行销活动, 媒体

第一作者介绍: 朱孝芬, 女, 组长, 从事台北动物园推广教育及行销工作, E-mail: hgx04@zoo.gov.tw。

第二作者介绍: 苏美龄, 女, 机要秘书, 从事襄助台北动物园园长推动园务工作, E-mail: forsu@zoo.gov.tw。

* 我国内地与香港、台湾地区对大熊猫的称谓不同, 内地称大熊猫, 而香港、台湾地区称大猫熊。

The Probe of the Media and Public Response of the Giant Pandas in Taiwan Related Marketing Events

Zhu Xiao-fen¹, Su Mei-ling²

(1. Education department of Taibei Zoo, Taibei;

2. Director office of Taibei Zoo, Taibei)

Abstract: The giant panda is an endangered species under Appendix I of the Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES) and has received much attention worldwide in years. Since Taibei Zoo was chosen to display giant panda for the zoo's predominance on conservation education program from August 2008, a series of educational-marketing events were held in the form of a three-part promotional program to celebrate of the giant pandas arrival: prior to the panda's arrival; as the panda was arriving; and after arrived. This study aim to analyze the relevant media reports in quantity assessment. From October 20, 2008, to August 5th, 2009, Taibei Zoo actively issued a total of 59 different media release and reports to the public. Of these, 75 articles were related to the shipping of giant pandas, 47 articles were related to the quarantine inspection of the giant pandas; and 60 articles related to the New Year panda visiting well performance. During this period, the number of zoo correspondence with media totaled 1 743 times, with the focus of media attention being the panda's diet, shipment, education, entertainment, and reproduction issues. The result indicate the apparent differences of media focus on political, commercial, event and custom service issues prior and after the panda's arrival. Articles relating to panda visitation times and ticketing, and public response to seeing the giant pandas etcetera, average about 16% that quoted from zoo's news release.

This study also investigated mass media inclination to report educational activities from Taibei Zoo. Taibei Zoo devoted to the varies events with different timing and subjects to rise more media reports as well as public attention, such as "Black & White Animal Photo Contest", "Group Bear Painting" and "Giant Panda in Taibei Web". The result shows media attention does not agree with zoo's agenda propose, suggest that a better fitting to the media interests would benefit zoo news carry into publish in the future. It is our hope to root the issue of giant panda conservation on this land of Taiwan, and using this opportunity of the power of flagship species to promote deeper concern of native endangered

species.

Key words: giant panda, marketing events, media

每年台北市立动物园主动创造出数十个新闻议题来让民众参与及关心,根据以往研究民众对于事物的关心程度与媒体报道议题有相关性,本研究动机及目的希望借由收集分析台湾地区四大主要综合性平面媒体——“中国时报”、“自由时报”、“联合报”与“苹果日报”报道与大猫熊来台相关的新闻,了解媒体在报道大猫熊相关议题关注之重点,以新闻“报道量”来分析媒体关注的程度;以新闻内容分析其方向、立场,以了解台北动物园为推动大猫熊的各项行销性活动与新闻配套措施,是否充分为媒体界所了解及运用。

因此,希望经过大猫熊来台新闻个案之研究,了解哪些新闻议题框架是报道动物园的媒体所关心的重点。更希望未来,操作民众比较不关心的议题时,可配合加入媒体有兴趣的元素,达到更好的宣达效果。动物园经常办理之行销活动与创造出新闻议题,除了活动规划与议题内容外,在推广方面,更需搭配新闻媒体的宣传,借由媒体的新闻发布,提升活动知名度与新闻的阅听率,在实质面上,吸引更多的人潮参访与期待更多的民众重视动物的保育教育的议题,进而塑造正面的形象达到动物园永续经营之目的。

1. 研究方法

1.1 研究方法与研究范围

1.1.1 研究方法 本文采量化研究常用的“内容分析法”,内容分析的运用开始于18世纪的瑞典,自1930年随着宣传分析和传播研究的发展广为运用,至今已成为传播学术与其他社会科学的重要研究方法,内容分析是对明显的传播内容(manifest content of communication)做客观、系统及量化描述的研究方法。学者杨孝荣认为内容分析在分析单位上着重分析传播内容中的各种语言特色。内容分析最主要的部分,便是类目的建构与分析单位的决定。内容分析通常有三种单位(王石番,1992):抽样单位(sampling units)、记录单位(recording units)和脉络单位(context units)。本研究采用的归类单位以则数作为抽样单位,而所谓则乃是以具有独立的标题者为一则(盛竹玲,2001),依据王石番(1992)内容分析的步骤为:界定母群体、抽取样本、界定分析单位、建构类目、预测信度、内容编码等六步骤进行内容分析。

1.1.2 界定母群体与抽取样本

1.1.2.1 选择报纸的理由 印刷媒体较能提供长期知识来源、报纸是平面媒体中较为普遍易取得的媒体、报纸有较多编采人员,分工较细、报道较具深度。

1.1.2.2 报别选择的理由 依据尼尔森(ACNielsen Media Index)对台湾2008年主要报纸发行量及传阅率的调查结果,其中以联合报、苹果日报、中国时报、自由时报之发行量、传阅率及阅读人数等均为前四名。另参考润利艾克曼国际事有限公司2008年12月广播/报纸/杂志调查结果,显示北、中、南、东部各区报纸阅读率前4名分别为联合报(65.9%)、苹果日报(60.1%)、中国时报(37%)、自由时报(24.4%),而该公司2009年第一季媒体大调查结果,阅听众对广播、网络、报纸及杂志四大媒体之接触率,以报纸

阅报率为 52.7%。

1.1.2.3 透过“猫熊”、“大熊猫”、“新光特展馆”等关键字于动物园本身建置之新闻剪辑资料库进行检索,共得出 1 743 则与研究主题相关之报道。

1.1.3 研究范围与分析单位 本研究选择的研究时间自 2008 年 10 月自 2009 年 4 月止,即是以 2009 年 1 月底大熊猫团团圆圆开展的当月(高峰期)往前推 2 个月(酝酿期)及往后推 3 个月(延续期),共计 6 个月作为主要的研究时间范围,选择发行量前四名的中国时报、联合报、自由时报、苹果日报等四大报纸之全台版,地方版新闻,搜集大熊猫来台前自 2009 年 10 月 20 日至 11 月 3 日间及《大熊猫展出》期间前后一周,共检索到 108 则样本数,大熊猫来台前样本数为 19 则,前一周样本数为 28 则、展出当周为 48 则及展后第一周为 13 则,展出时适逢农历大年初一,研究期间起始日期为 2008 年 10 月 20 日到 2009 年 2 月 8 日。

内容分析所采用的分析单位(analysis unit)分为两种:①计量单位(unit of enumeration);②归类单位(unit of classification)。就每则报道内文的部分进行分析,而分析之计算则以语干为记录单位(recording units)。所谓语干(theme)乃指某一主题的一个宣告或主张,通常为研究宣传、价值、态度、信仰等主题不可或缺的单位(转引自杨振扬、徐木兰与刘仲矩,1997),系指报纸上的一篇完整报道、评论或投书。

1.1.4 建构类目 内容分析的类目分为两大类,一是来自内容,也就是处理“说什么”,分析其报道之信息内涵。另一类目来自内容形式“如何说”,分析新闻如何呈现。

1.1.4.1 本研究就其报道语气类目,对于大熊猫来台相关报道之报道语气分为中立、正面与负面三种。

1.1.4.1.1 正面 即报道内容给人正面感觉者,包含赞美、推荐、鼓励与肯定等语气。

1.1.4.1.2 中性 新闻报道或文章在语气描述时,倾向中立无任何意见之阐述。

1.1.4.1.3 负面 即报道内容充满负面的措辞,如丑化、权益损失等。

1.1.4.2 就其信息内涵所建构之类目为 本次研究设计选择取样以四大报中对“大熊猫来台”报道新闻为主作内容分析,依报道主题内容将新闻分为:保育教育性、商业性、政治性、服务性、活动性、动物性(食、住、行、外观、管理、性、辨识)、其他等七大类。

1.1.5 预测信度与内容编码 根据 Kassirjian (1977) 认为信度系数若大于 0.85,编码结果乃位于可接受范围,本研究以评分员信度法检视三位编码员间相互同意度后,再求算信度系数。在充分讨论且取得共识后,于进行编码之前,针对编码表中的主题类目与向度类目进行讨论,进行意见交换,取得一致共识之后,随机抽取 10% 的样本,进行编码及信度的预测。根据相互同意度(Cronbach's alpha)也就是内容分析之信度分析公式计算所求得相互同意度为 0.88,信度为 0.97,符合大于 0.85 可接受范围。

本研究样本之收集期间自 2008 年 10 月至 2009 年 4 月底为止共 6 个月,共收集 1 743 则报道。全部资料经三位编码员编码后,再次计算编码员间平均相互同意度为 0.83,信度为 0.96,达到可接受的信度水准。

2. 结果分析

为充分了解大猫熊来台前后期间媒体的报道趋势与面向, 分别就以下几个问题面探讨:

- 2.1 大猫熊来台期间是否与无尾熊、企鹅来台期间媒体报道趋势走向雷同?
- 2.2 大猫熊来台展示期间台北动物园主动发出新闻主题之媒体报道率如何?
- 2.3 大猫熊来台前后媒体报道所持中立、负面及正向之比例如何?
- 2.4 大猫熊来台期间媒体报道内容议题的走向为何?
- 2.5 大猫熊来台期间台北动物园所办理之教育行销活动对媒体的接受度?
- 2.6 大猫熊来台前后媒体对台北动物园发出之新闻议题之报道意向?
- 2.7 大猫熊来台前媒体台北动物园发布雷同性主题行销活动之报道趋势比较?
- 2.8 社会大众对大猫熊引进事件之观感? 认为台北动物园应重视的考量为何?

本研究依以上各项问题研究结果整理成以下各图表, 透过动物园设定之框架与议题来比较媒体新闻的信息建构, 结合内容分析法、分析报道内容, 以新闻框架理论等, 了解特定的报道方向所建构主客观事实, 并与动物园本身所提供框架做比对, 剖析动物园议题框架建构与媒体曝光之关系, 以为往后议题设定之依据方针, 将本研究资料整理为下列 8 图及 3 表:

图 1 为台北市立动物园 1999—2009 年十年间无尾熊、企鹅及大猫熊三次明星动物来台, 开放展示前后 6 个月期间, 个别月份所呈现的新闻报道量比较, 研究明星动物来台期间媒体报道率趋势走向。

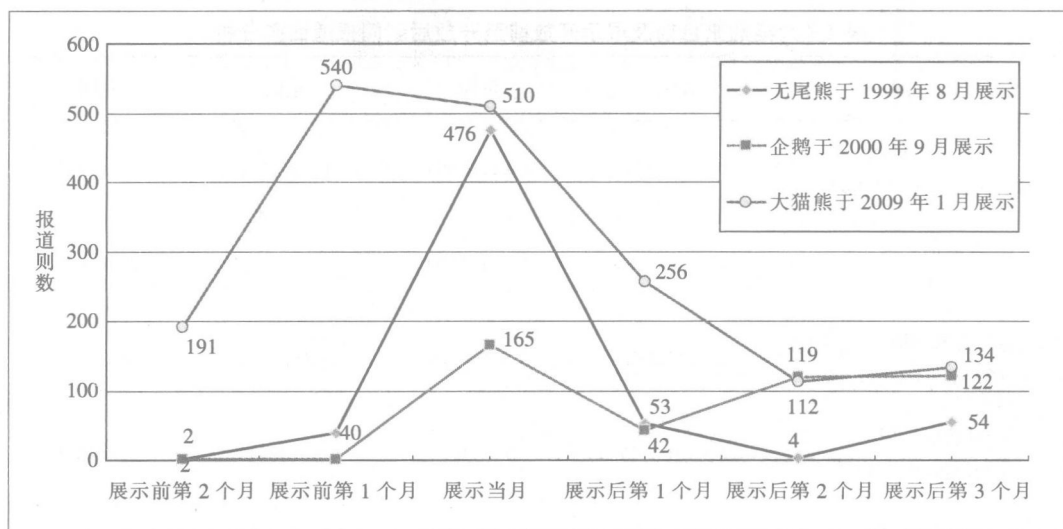


图 1 明星动物来台展示期间媒体报道热度分析

图 2 为台北市立动物园 2008 年 10 月至 2009 年 7 月在大猫熊来台期间主动发出新闻主题之媒体报道率分析图。

表 1 则说明大猫熊来台 2008 年 10 月至 2009 年 2 月抽样期间媒体报道所持中立、负

面及正向之分布比例结果。

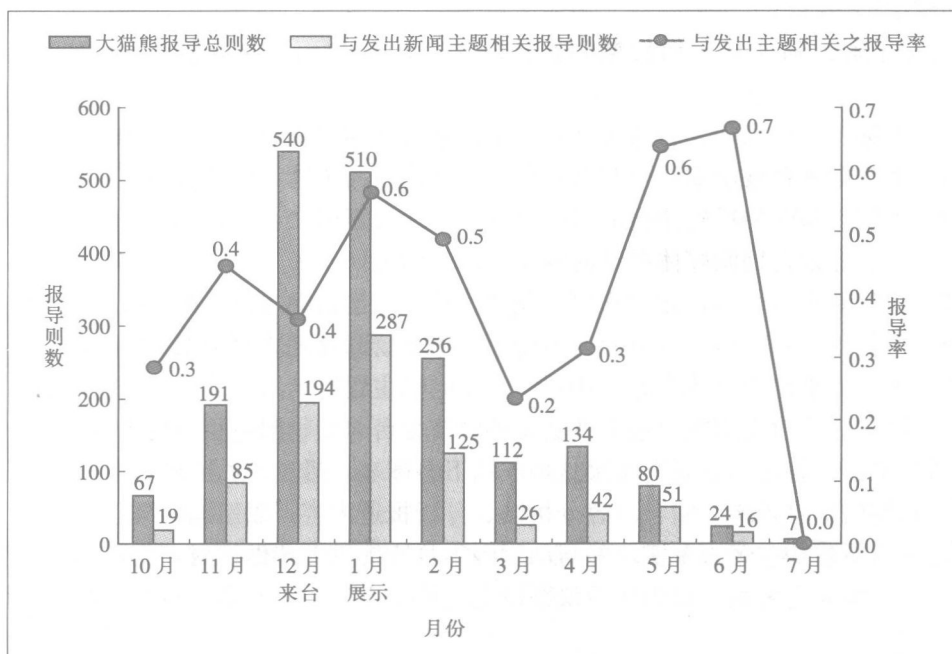


图2 大熊猫来台期间动物园主动发出新闻主题之媒体报道率
(本分析结果取材自动物园新闻剪辑系统之媒体报道)

表1 大熊猫来台前及展示开放前至开放后新闻报道面向分析

期 间	中立	负面	正向	总则数
大熊猫来台前 (2008/10/20~11/03)	15 (78.9%)	3 (15.8%)	1 (5.3%)	19 (100%)
开放前一周 (2009/01/19~01/25)	16 (57.1%)	6 (21.4%)	6 (21.4%)	28 (100%)
开放当周 (01/26~02/01)	47 (97.9%)	1 (2.1%)	0 (0.0%)	48 (100%)
开放后一周 (02/02~02/08)	13 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	13 (100%)
不同面向则数	91 (84.3%)	10 (9.3%)	7 (6.7%)	108 (100%)

图3为说明大熊猫来台2008年10月至2009年2月抽样期间媒体报道内容议题的走向变化。

表2为显示大熊猫来台2008年10月至2009年1月抽样期间台北动物园所办理之教

育行销活动对媒体的接受度。

表 3 为 2008 年 12 月 21 日至 24 日大猫熊来台期间媒体对台北动物园发出之新闻议题之报道意向分析结果。

图 4 则是于 2008 年 1 月 23 日至 2009 年 8 月 5 日为止之办理参观大猫熊馆游客量累计定额活动之四大媒体报道情况分析。

图 5 至图 8 为台北动物园自 2003 年 12 月至 2009 年 4 月之取样期间针对大猫熊来台展示相关议题于网站调查社会大众对大猫熊引进事件之观感及大众认为台北动物园应重视的考量重点。

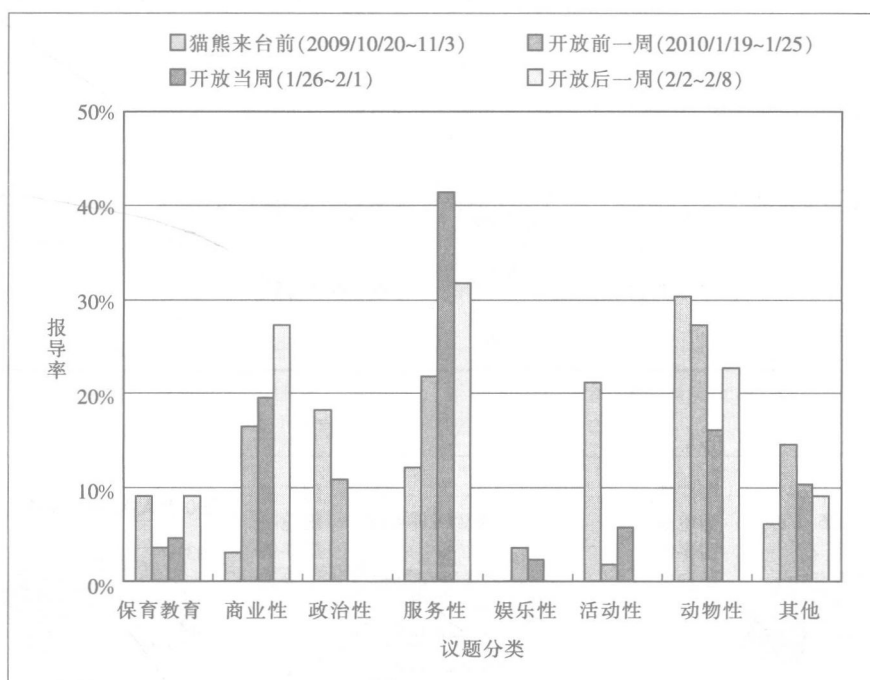


图 3 大猫熊来台及展示开放前一周至开放后一周新闻报道议题分布

表 2 2008 年 10 月至 2009 年 1 月大猫熊来台期间教育行销活动新闻报道率

活动项目	10 月	11 月	12 月	1 月	总则数	行销活动报道率
百人绘百熊	4	11	0	0	15	17.9%
大猫熊保育明信片设计	9	0	7	1	17	20.2 %
动物黑白拍趣味摄影比赛	6	1	1	1	9	10.7 %
认识新朋友珍惜老朋友园庆活动	20	0	0	0	20	23.8 %
台北大猫熊保育网开通	—	—	23	—	23	27.4 %

(取样自动物园新闻剪辑系统之媒体报道)

表 3 大熊猫来台前后媒体报道与动物园发出新闻议题报道率

2008 年 12 月	21 日	22 日	23 日	24 日	总则数
大熊猫的运输	1 (9.1%)	27 (69.2%)	28 (58.3%)	19 (34.5%)	75 (47.5%)
认识新朋友—旗舰物种 大熊猫	7 (63.6%)	1 (2.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8 (5.1%)
窝窝头作法大公开	0 (0.0%)	2 (5.1%)	2 (4.2%)	2 (3.6%)	6 (3.8%)
管理员在大熊猫研究保 护中心的一天	1 (9.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.6%)
大熊猫赠送仪式	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (9.1%)	5 (3.1%)
“团团”、“圆圆” 12 月 23 日入住台北动物园	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (10.4%)	6 (10.9%)	11 (7.0%)
动物园发出相关议题的 总报道率	81.8%	76.9%	62.5 %	58.2 %	67.1%
其他议题	2 (18.2%)	9 (23.1%)	18 (37.5%)	23 (41.8%)	52 (32.9%)
每日则数总和	11	39	53	55	158

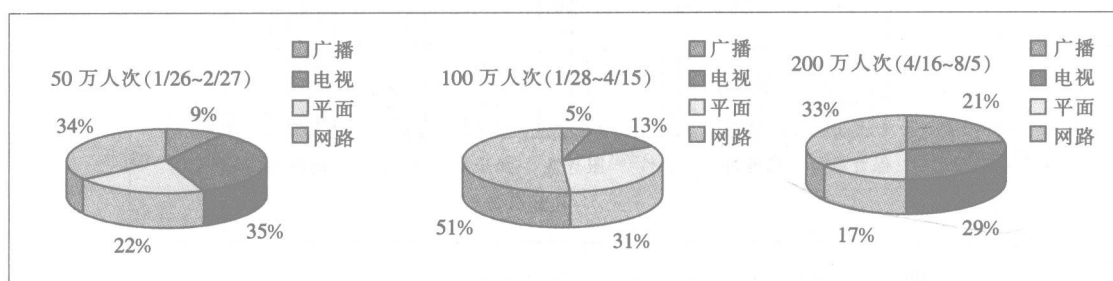


图 4 参观大熊猫馆游客量累计定额活动之四大媒体报道情况

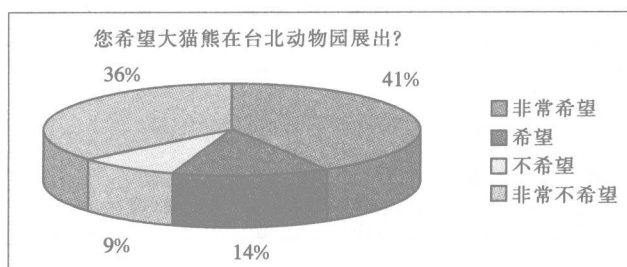


图 5 台北动物园网站调查结果：您希望大熊猫在台北动物园展？

(N=1 175, 调查期间：2003/12/5~12/10)