




沛县博物馆  
PEI COUNTY MUSEUM

# 沛县博物馆观众调查报告 (2021 年度)





沛县博物馆  
PEI COUNTY MUSEUM



# 目 录

CONTENTS

1

## 调查方案设计背景

2

## 项目分析

(一) 观众行为分析

(二) 2021年度沛县博物馆观众的基本构成

3

## 如何赢得观众的对策

4

## 结语

# 前 言

博物馆作为公共文化服务机构，承担着传承人类文明，传播优秀人文精神与价值理念的社会职责，肩负着“为社会和社会发展服务”的时代使命。面对社会公众不断提高的精神文化需求。博物馆人也一直在思考怎么做、做什么才能更好地服务社会。“以人为本”的博物馆服务理念要求博物馆必须了解研究观众的真实需求，观众的认识、感悟、休闲、参与等现实需求，都应成为博物馆改进服务工作的指向。现阶段，观众调查仍是博物馆收集、了解、掌握观众感受、意见和建议等的一种好方法。

# 一、调查方案设计背景

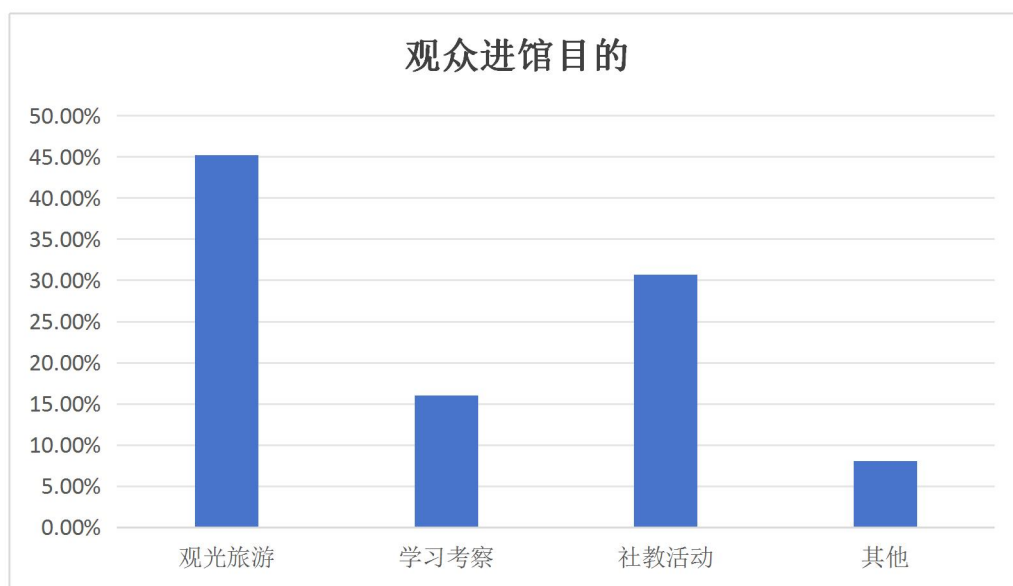
2020年12月，沛县博物馆社会服务部结合当年度观众调查数据分析之后最终形成了2021年“沛县博物馆观众满意度调查问卷”。于2021年1月1日启动观众调查，截止至12月31日，通过向公众发放问卷、网站通道、留言本三种途径发放调查问卷共计1760份，回收有效问卷1578份，有效回收率为89%。

问卷内容主要包括：一是主体问题，其中第1到5题是对授受周查者行为(参观目的、次数、停留时间、信息渠道等)提出的单选题；6-9题是满意度评价部分，每题按照总体满意度评价和若干项针对博物馆的展厅陈列、展区情况、硬件设施、服务质量展开的共24小项的满意度指标组成，所有满意度计量均采用李克特5点计量尺度，依次表示为①非常满意②满意③一般④不满意⑤非常不满意；10-12题为多选题，针对调查公众对博物馆未来在陈展内容、参与方式和开展的活动情况；13-14题为观众总体满意度以及意见建议；二是本年度徐州博物馆观众的基本构成情况，包含了全年观众量的统计和被调查者的个人基本信息，主要目的是采集博物馆观众的个人背景资料，为情物组成众的分众化研究提供可靠数据。本年度观众调查以参观过徐博的观众为主，采取随机抽样的方式进行问卷分析。

## 二、项目分析

### 1 观众行为分析

#### 1、观众参观博物馆的目的呈多样化趋势



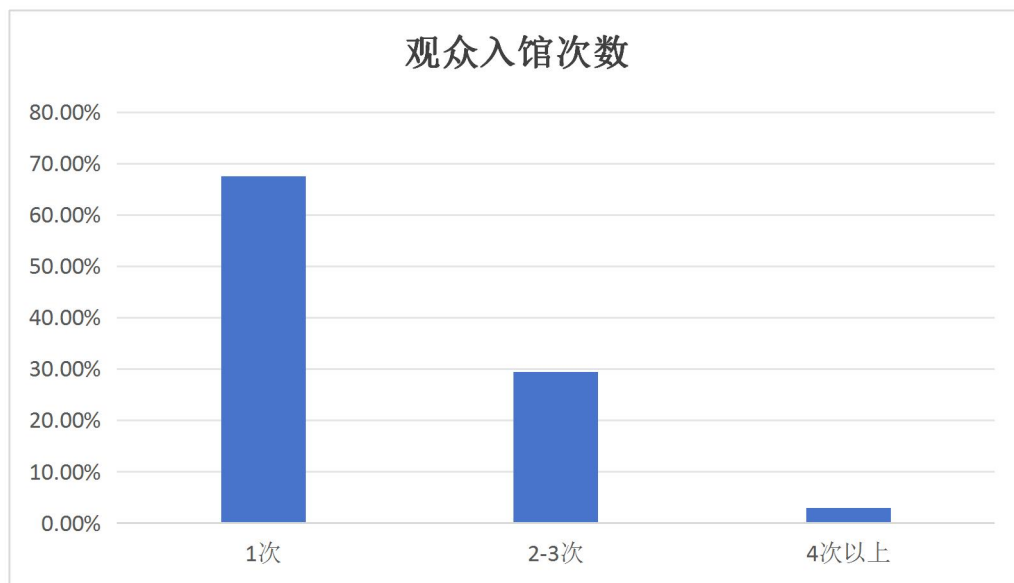
充分了解掌握观众参观的目的，可以帮助博物馆有的放矢地开展工作，提供更好的文化服务，由图一显示，观众参观博物馆的目的并不单一，而是呈现多样化趋势。参观省中观光旅游占 45.2%，学习考察占 16%参与社教活动的占 30.7%，其它占 8.1%。从调查结果分析，观光旅游所占比重居首，无论旅行社团队来沛还是沛县官方或是企业举办的会议、商洽等活动，博物馆是必游之地。

参与社教活动的观众稍透观光旅游，说明参观博物馆正从传统的进展厅看文物学习的观念向参与体验文化休闲活动的观念转变。这一群体尤以青少年为主，说明了沛县博物馆确是对青少年进行传统文化和教育的重要场所，也说明了我们在本年度重视青少年宣教收效显

著。博物馆应积极适应形势，设计更多合理科学社教活动项目，以满足走进博物馆的观众的真实需求，实现寓教于乐，吸引更多的观众爱上博物馆。

学习考察占现众占 16%。这部分群体大多是高学历者，由同行、专家学者等构成。这需要在文物展出、文化传播方面，多为专业研究者提供一些便利，文物展出时的说明牌、电子设备等更为详实、充分，既要满足求知者，更要吸引更多的专业研究者。

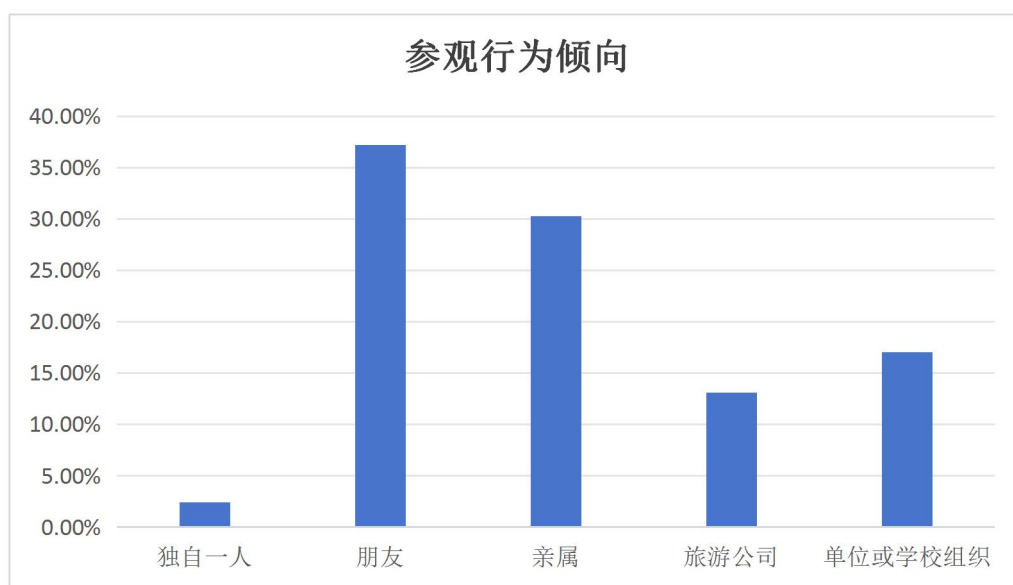
## 2、本年度观众参观沛县博物馆频率 1 次为主



从参观频率上看，一年时间内大多数人参观博物馆的次数为 1 次的 67.5% 人群仍是博物馆观众的主体。根据这一数据显示的情况，可以推测由于博物馆的大部分陈列在相当长的时间内都是不变的，或者因为展览的内容单调、乏味等原因，导致相当一部分现众看过一次之后第二次就不会有很大的兴趣。一年内参观博物馆 4 次以上观众所占比例为 3%，这部分观众对于我们来说意义是重大的，参观频次在一定程度上反映了博物馆文化对观众的吸引力大小。通过对观众更

进一步的调查分析或许能从他们那里知道如何更好地吸引公众走进博物馆。不可否认，还有很大一部分人甚至从未走进沛县博物馆。很大一部分原因可能是因为他们不了解沛县博物馆，或者没能获悉博物馆的信息，说明博物馆的工作仍存在盲区，需要积极反省，加大对博物馆自身的宣传力度 最大限度展示博物馆的文化魅力，力争让更多的人了解沛博、走进沛博。

### 3、结伴和团队参观依然是主体



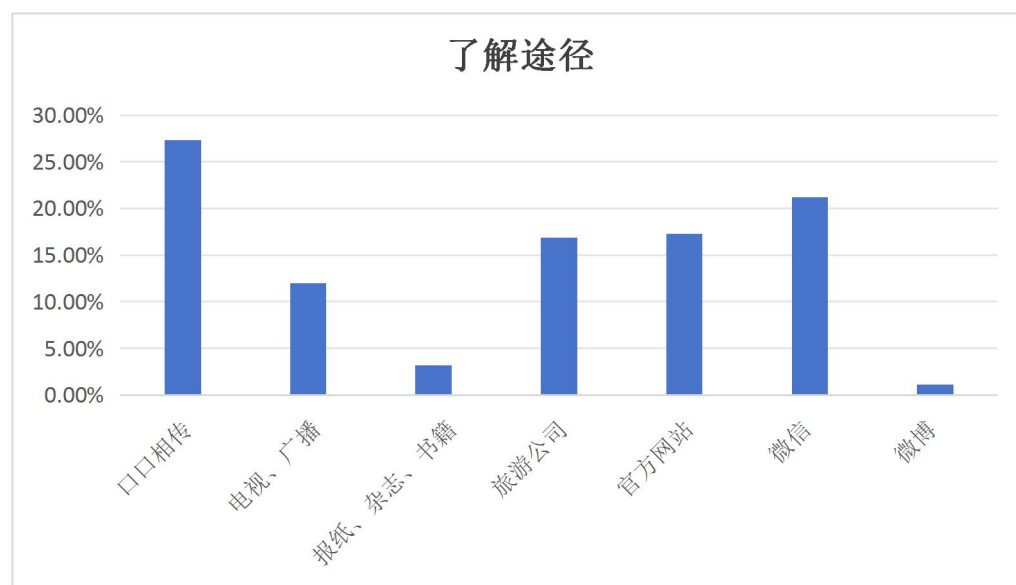
对于与谁一起去参观博物馆，调查结果数据显示大部分的人是陪同亲属或朋友，分别占了 30.3%和 37.2%的比例，总计超过了 60%。跟随旅游团体参观博物馆的观众占 13.1%。独自前来参观博物馆的观众占了 2.4% 。接受调查的参观者中还有 17%的是随学校或是单位组织来参观博物馆的。

数据是最有力的语言，从图中我们可以分析发现，博物馆是一个向大众展示历史文明，传播先进文化的地方。对于旅游团体而言，还是有较大的吸引力，但更是一个日常休闲节假日时与朋友、家人共聚

的好去处。参观博物馆，放松身心的同时接受文化的熏陶，两全其美；可以发现，通常偏向独自前来参观博物馆的观众也占了不少的比例，一个人参观博物馆，因为对文化的憧憬而来，他们的针对性以及要求更高，这类人往往是博物馆发烧友，他们在参观中的感受以及意见建设性更高；学校以及单位组织来参观的也是基数不少的群体，说明沛县博物馆是本地区爱国主义教育、家乡文化、传统文化宣传的一个重要基地，是精神文明建设的主阵地。

对于参观人群与谁一起去和参观目的性这些问题的研究对博物馆今后针对不同人群做出不同展览内容的调整以及如何更好的拓展与延伸博物馆文化等有着非常重要的意义。

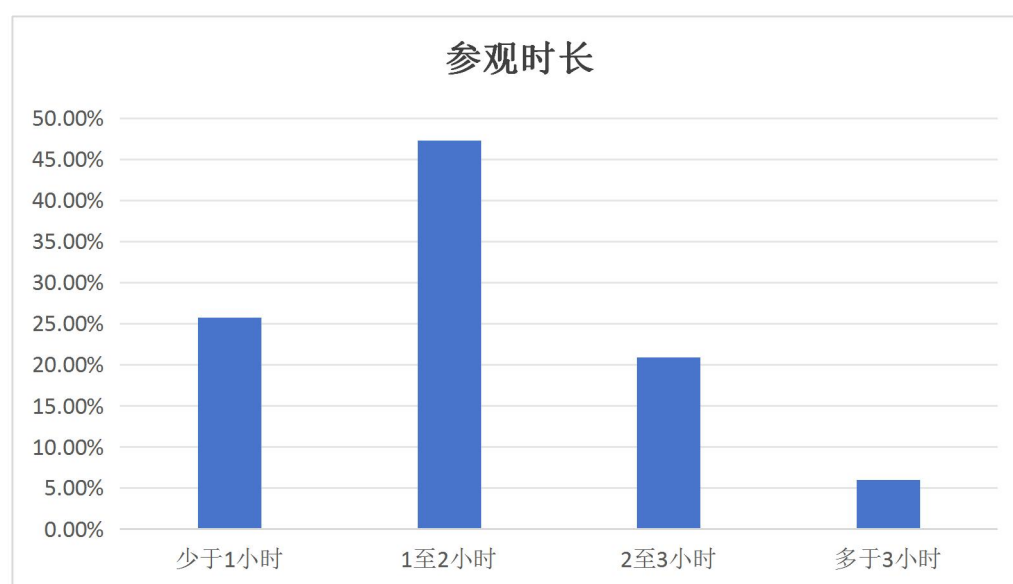
#### 4. 观众通过官网等新传媒了解沛县博物馆的力度稍显薄弱



近年来沛县博物馆宣传方向主要还是传统媒体——电视、广播、报纸等。通过与观众交流访谈中，我们了解本县观众获取博物馆或展览信息渠道通常是亲友之间的口口相传；外地游客中的团队基本是通过旅游公司来馆，散客多是通过沛博多年营造的口碑和宣传片慕名而

来。观众了解沛县博物馆的渠道主要还是依靠口口相传高达 27.3%，但是随着数字化时代的来临，沛博已建立了官方网站、微信公众号，期望通过网站和微信广泛进行博物馆文化的推广传播，但是从数据显示，官网占到 17.3%，微信微博分别是 21.2%和 1.1%，关于这个结果，并不符合互联网时代的信息传播规律。对于这个反常现象，应该做进一步分析，让更多人在信息时代大发展的当下“知道”和“选择”博物馆。

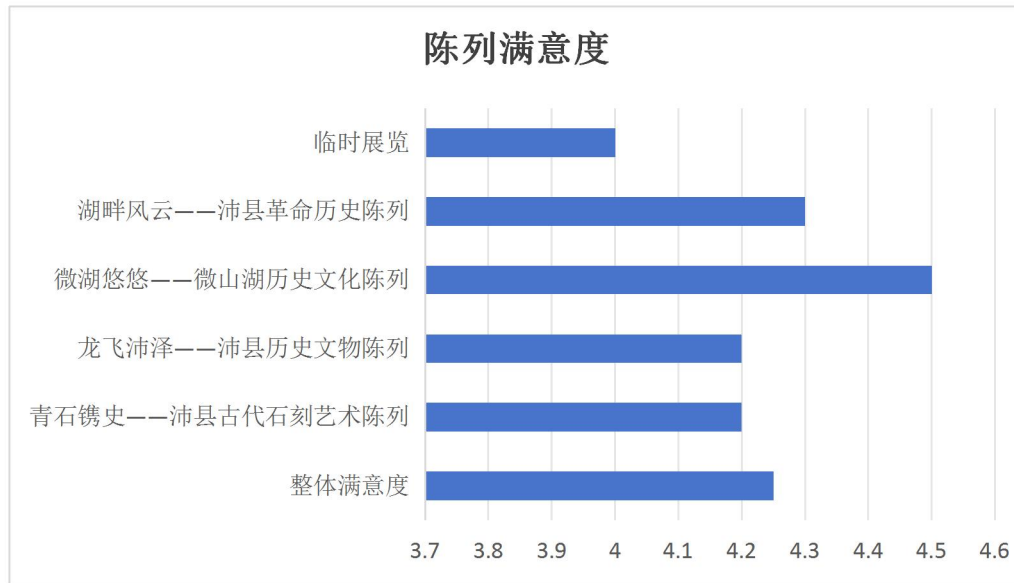
### 5. 观众停留时间以 1-2 小时居多



观众在博物馆停留的时间通过数据按照从高往低分别为：1-2 小时 47.3%、小于 1 小时 25.7%、2-3 小时 21%、大于 3 小 6%。可见观众实际停留时间整体较短，时间短暂的原因也很复杂，主要是团队游客时间受限制另外和各人预留参观时间长短关系很大，今后如何在陈列和社教活动的丰富程度上下功夫，争取博得更多的游客愿意在博物馆里“多呆一会儿”是我们的努力方向。

### 6、对于博物馆展厅陈列满意度数据显示，继续发挥优势，把具

有沛县地方特色的文物展览做精、做强。

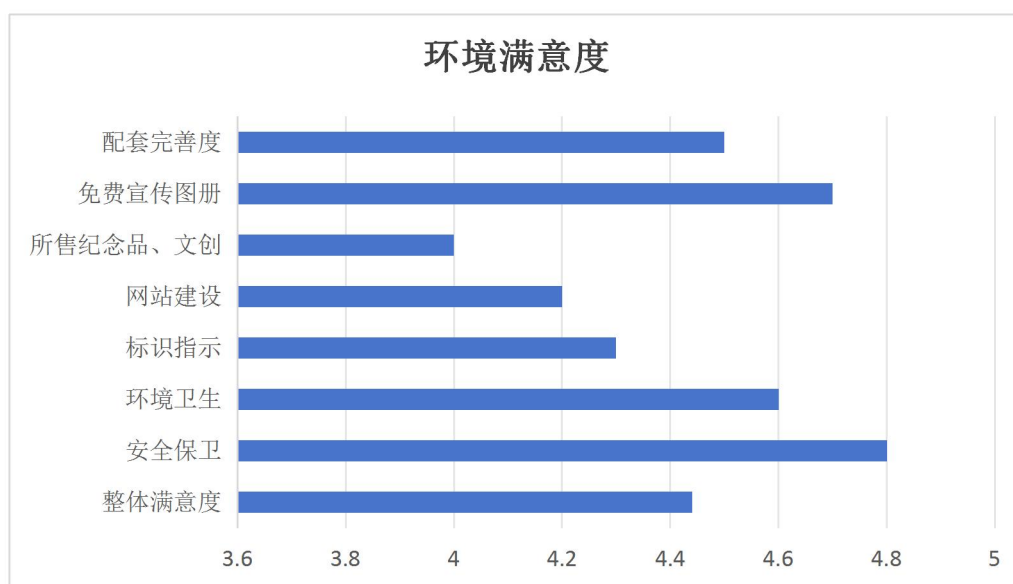


由图可以看出，观众整体满意度平均值达 4.25，说明沛县博物馆观众对展厅陈列整体满意度较高。沛县博物馆主楼的陈列包括“青石镌史——沛县古代石刻艺术陈列”“龙飞沛泽——沛县历史文物陈列”“微湖悠悠——微山湖历史文化陈列”“湖畔风云——沛县革命历史陈列”“临时展览”五大板块，除“临时展览”外，其余各个展厅均是 2018 年新馆开馆时的陈展条件、理念和布局，所以在观众综合评议时多少会受影响，最终数据显示排名从高往低分别是：微湖悠悠——微山湖历史文化陈列、龙飞沛泽——沛县历史文物陈列、湖畔风云——沛县革命历史陈列、青石镌史——沛县古代石刻艺术陈列、临时展览。

不难看出，公众对沛县地区的汉代文化、战争文化情有独钟，今后我们将继续把这一类具有本土特色的展品做精做大；“临时展厅”也给公众带来耳目一新之感，《丹青香故土——王伟先生及子女捐赠当代名家书画作品展》、《庆祝建党百年红色文化展》、《丰县老课

本临展》、《俊采星驰字画展》等精品展览也吸引了大批市民慕名而来，获得显著的社会效益。特别是《庆祝建党百年红色文化展》、《丰县老课本临展》，勾起了老一辈对过去生活的怀念，也让不少小朋友们直呼“大开眼界”。

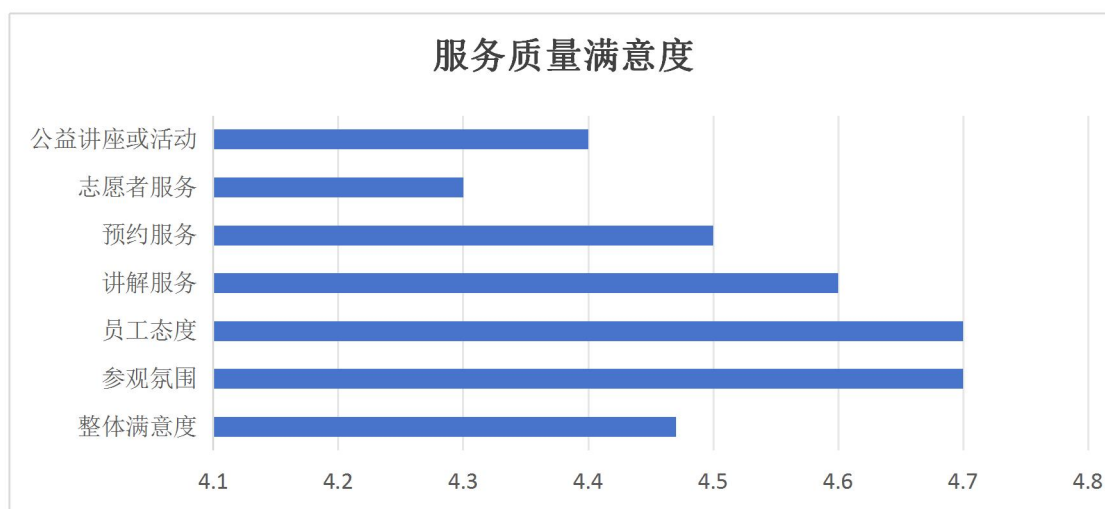
### 7、对于沛博的硬件设施满意度，公众认为还有很大提升空间



对于沛县博物馆的硬件设施观众整体满意度评价的平均值为4.44，公众对很多硬件配套要求与时俱进呼声很高。本馆作为县级综合类博物馆，2018年迁至新馆。各项设施较为完善，但现实工作中还发现很多不便。八个分项满意度按照数图显示山高到低分别是：安全保卫、免费宣传图册、环境卫生、配食完善度、标识指示、网站建设、所售纪念品文化品。今年下半年，沛县针对标识指示、文创产品、网站建设等一大批薄弱缺口从无到有，从少到精加大财力人力支撑，收效显著。由于是全年统计数据，所以也一定程度影响了数据的完整性。

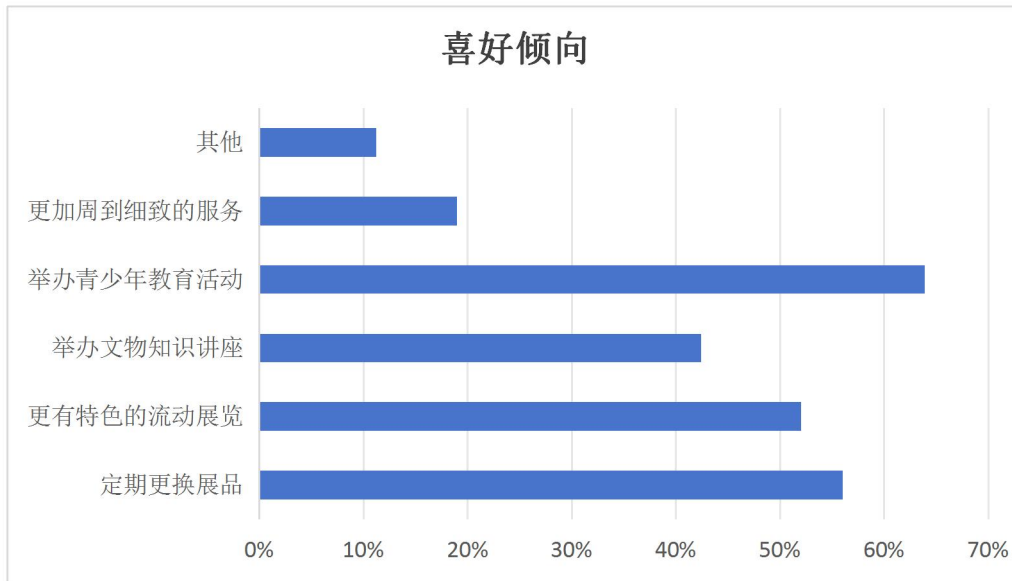
### 8、公众对于博物馆整体服务满意度高，但对于志愿者、公益活

动的需求还得不到满足



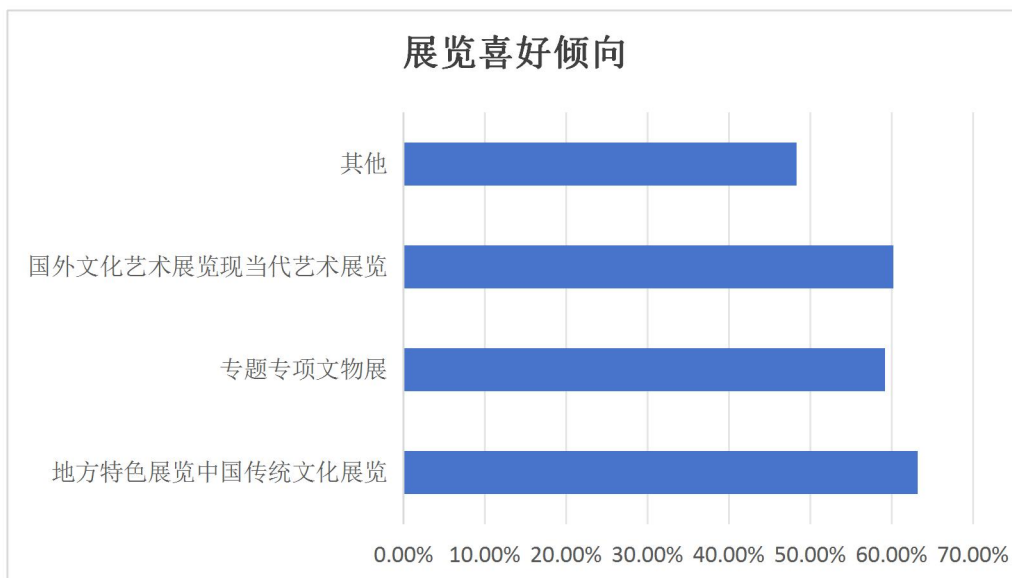
对于沛县博物馆的服务质量观众整体满意度评价的平均值为**4.47**，说明今年沛博在“软件”的建设管理上观众很认可。六个分项满意度按照数据显示由高到低分别是：参观氛围、员工态度、讲解服务、预约服务、志愿者服务、公益讲座或活动。对于公益讲座活动的开展沛县博物馆今年的侧重点。针对不同群体，尤其是青少年儿童的一系列社会教育项目也得到了不少老百姓的支持。对此，不少游客反应，活动太火爆，很多时候刚看到活动邀请就已经报满了。这反映了市民对于博物馆活动的参与度很高，但从评分上来看，我们的活动人数容量还不够，这也是我们需要积极反思改进的方向。

9、博物馆未来只有不断推陈出新才能赢得公众



博物馆免费向社会开放，观众不仅数量增加，而且层次众多，需求多样，而因对展品以及讲座活动的口味更加刁钻，这种新变化要求博物馆的各项活动服务水平必须相应提高，通过定期更换展品、举办流动展览文物讲座等以造应不同观众媒的不同需求，不仅要把博物馆办成“文化传播中心”也要办成“智性休闲娱乐中心”，使博物馆成为公众终身学习的场所。

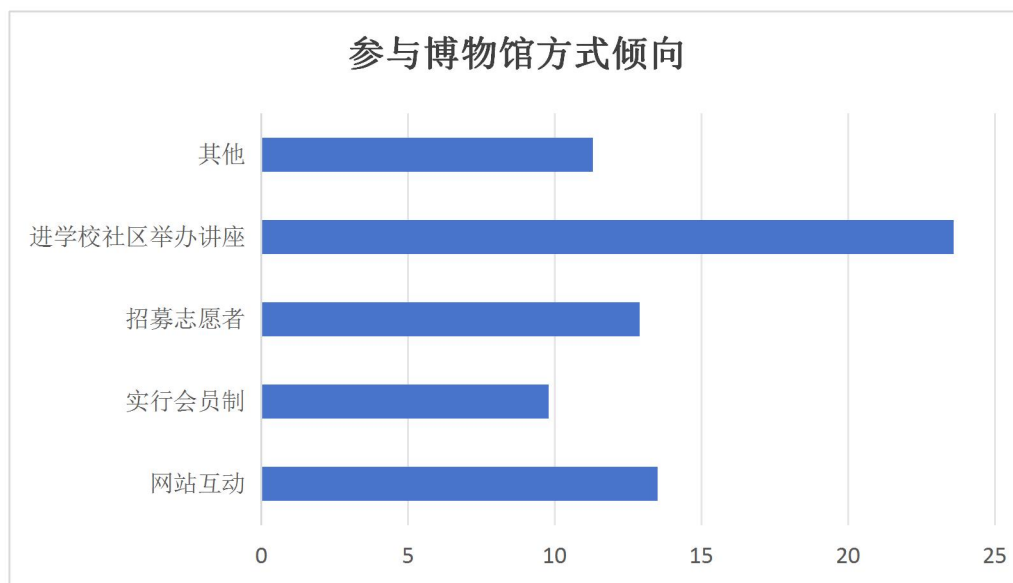
#### 10、观众渴望博物馆未来推出的展览内容形形色色



观众选择博物馆未来推出的展览图表显示，专题专项文物展、地

方特色展览、国外文化艺术展、中国传统文化展览、国外文化艺术展、现当代艺术展览选择基本持平。表明当下观众欣赏趣味的多元化，博物馆也应顺应潮流，层出不穷的推出各类展览，以适应日益提升的观众精神文化需求，保障社会公众基本文化权益。

### 11、市民愿意以不同的角色融入博物馆



市民对博物馆很多事务认知不够，这也是我们工作本身宣传力度欠缺的表现，很多活动开展总是局限在馆内，进学校、进社区、网站互动力度还是不到位。通过交流我们知道并不是市民不愿意加入志愿者、会员，而是不了解。很多潜在的博物馆爱好者们我们并没有挖掘过来加入队伍，下阶段的工作博物馆将对症下药，把市民、团体组织好，统筹各方优势特长，邀请他们融入博物馆事务中来，共同促进本地区文化大繁荣。

### 12、96.6%的观众会重游并推荐亲友参观博物馆

### 是否会重游或推荐博物馆

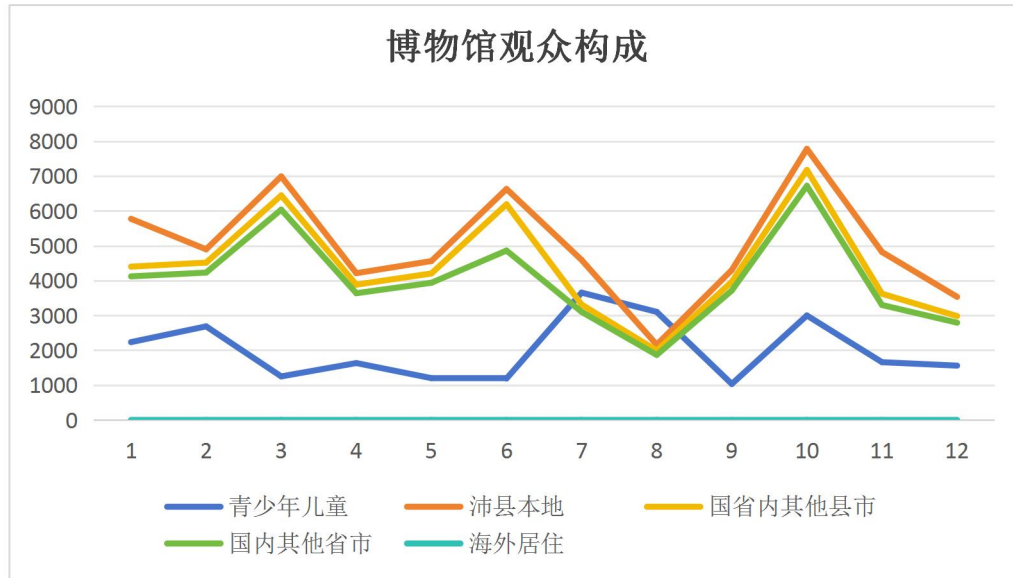


根据调查和数据分析结果显示，高达 96.6%的观众参观完博物馆后表示会重游并推荐亲友，这个结果是我们乐于见到的。同时，我们在交流中了解到，大部分第一次来博物馆的观众，参观完博物馆后，普遍认为博物馆的精彩程度比心理预期的要高。这提醒了博物馆应该转变在公众心里的形象，应将博物馆的“学术性、象牙塔”形象转变为“温馨、亲切、有吸引力”的文化家园。

## 2

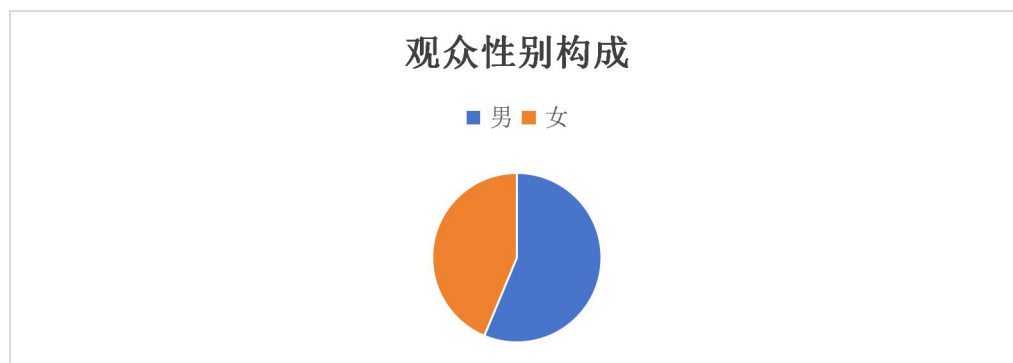
## 博物馆观众基本构成

### 1、来馆人次总览



沛县博物馆 2021 年度参观观众量为 161214 人次，其中青少年儿童 24183 人次，主要进馆时间为节假日及寒暑假期间。本县进馆人次为 58563（本数据包含青少年儿童人次），省内其他县市入馆人数为 52673 人次（本数据包含青少年儿童人次），国内其他省市入馆人数为 49978 人次（本数据包含青少年儿童人次），因疫情影响，海外游客为 0 人次。

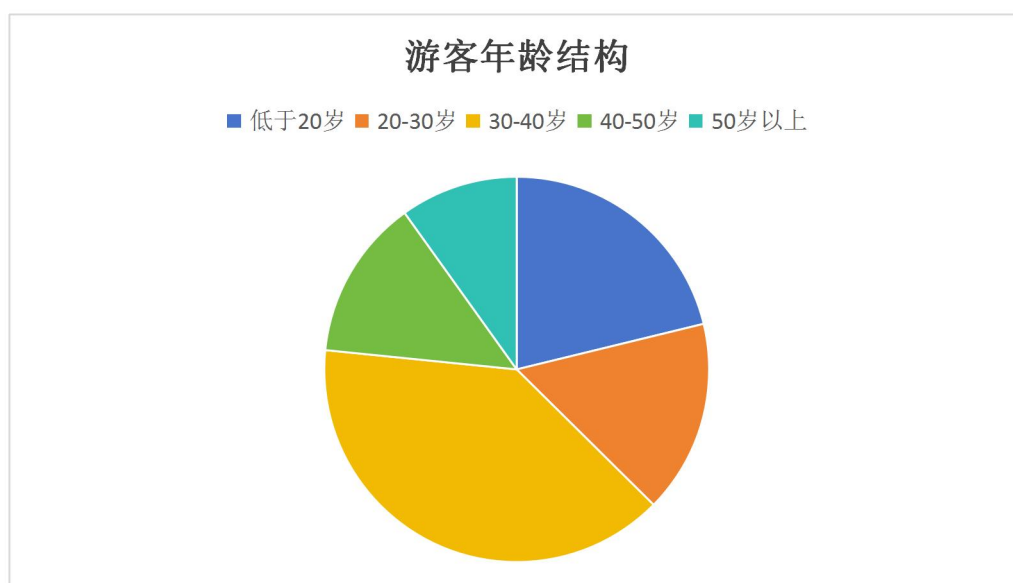
### 2、观众性别构成



根据观众背景的数据分析频率表，从性别构成上看，男性观众占

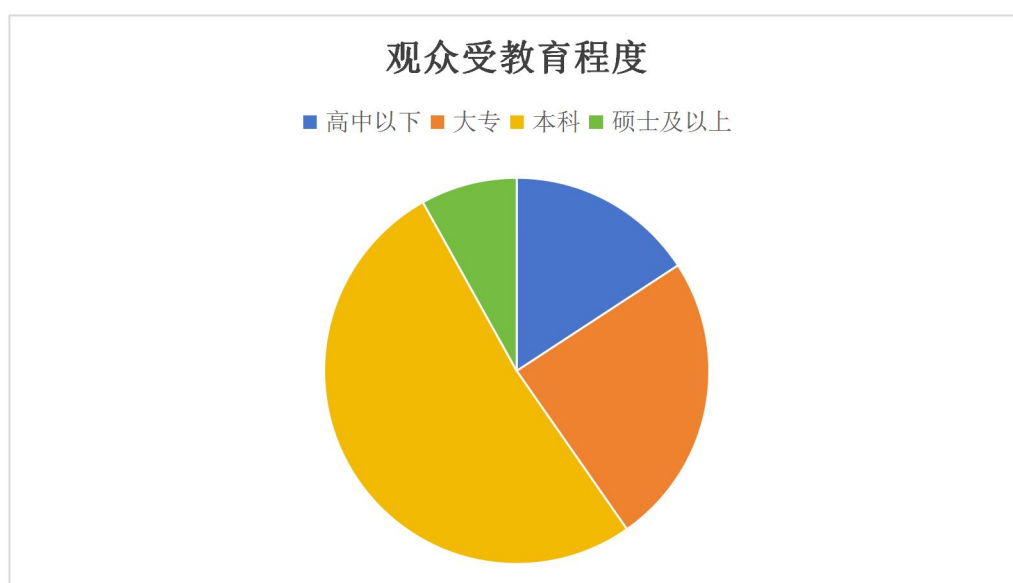
56.3%，女性观众占 43.7%，男性观众数量稍微高于于女性观众。

### 3、观众年龄层次构成



从年龄分布来看，低于 20 岁的观众占 21.2%，20-30 岁观众占 16.2%，30-40 岁的观众占到了 39.2%，40-50 岁的观众占 13.5%，50 岁以上的观众占到了 9.9%，数据显示年轻观众居多。还是可以体现出博物馆的主体观众年轻化的可喜现象。

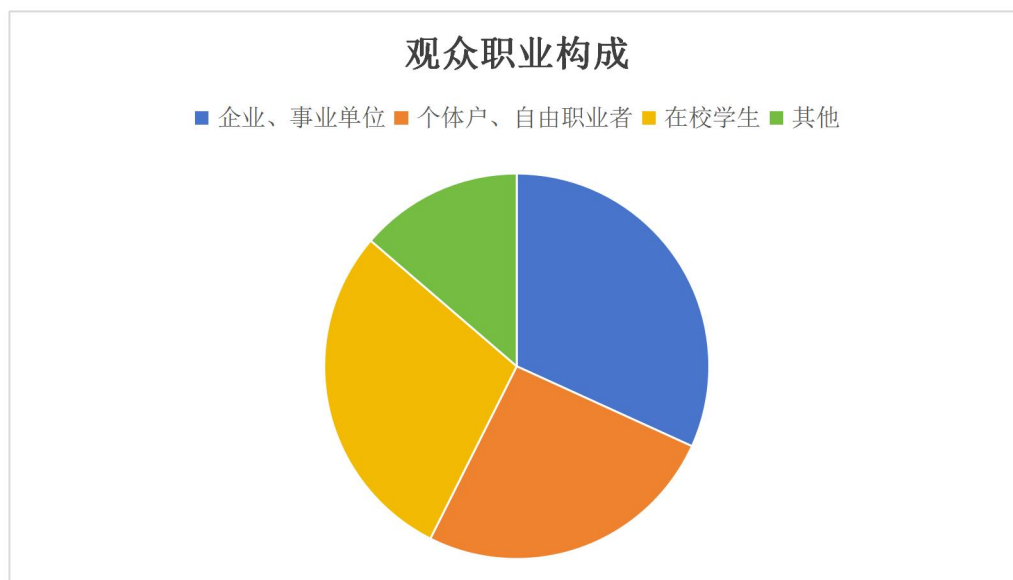
### 4、观众受教育程度构成



从受教育程度上看，接受调查的观众中受教育程度大学本科(含

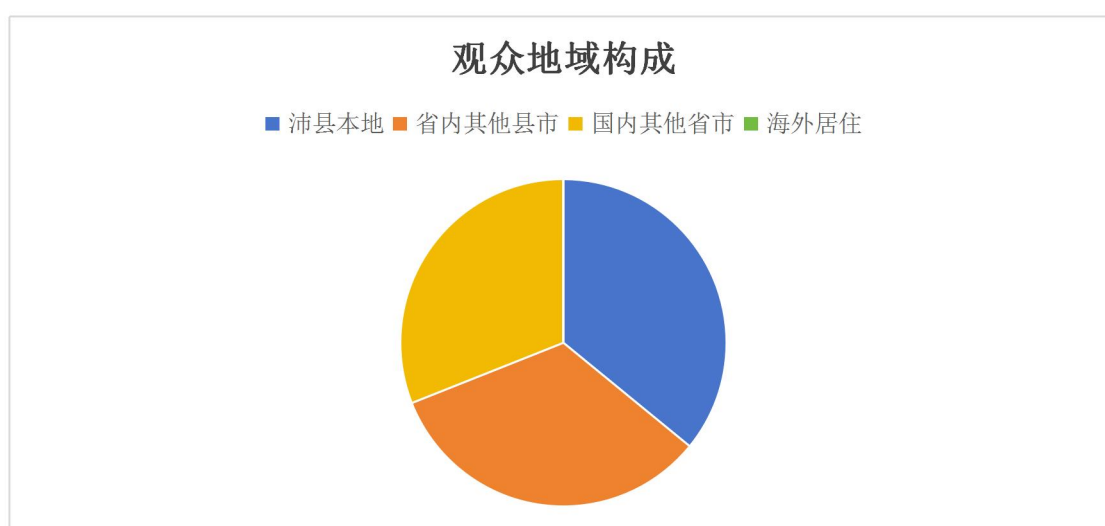
专科)的占了 76.1%，目前，博物馆的观众仍然以中高等教育程度的人为主，高中以下为 15.8%，而硕士及以上的人仅仅占到了 8.1%。

### 5、观众职业构成



从职业看，在校学生占 28.9%，企事业单位工作人员为 31.8%，参观者主要以这两大职业为主，个体经营和自由职业者仅占了 25.6%。

### 6、观众地域构成



从观众居住地分析沛县本地游客 35.9%，省内其他县市为 33.1%、国内其他省市为 31%，而海外游客为零。因疫情影响，海外游客为 0，但是从数据来看，各地游客还是把博物馆当做休闲娱乐的好去处。我

们既要保持对本地和周边地区游客的吸引力，也要考虑后续正常开放后，博物馆基础设施、服务的优质性。

### **三、如何赢得观众的对策**

深入博物馆和公众之间的“互通”。沛县博物馆应该有意识的建立更加完备的观众信息系统，例如强化观众流量统计系统，收集观众数据与信息，定期汇总并处理分析，掌握新时期观众心理以及需求，如果条件允许可以走出馆外进行调查了解，利用多种信息渠道的调查。联合式调查、奖励式调查等等都可为我馆所用。

博物馆需要和公众建立情感上的互动。无论在策展陈列、设计社教活动、文创产品开发、数字化博物馆建设，都应该建立与公众的稳定联系途径。可以尝试一些特定的活动空间，组织团体定期活动或是特定的媒体据点，跟观众建立稳定关系，从而形成博物馆与群众相互参与的局面，真实把握住当下社会公众文化需求来开展工作。

### **四、结语**

当今博物馆事业发展已进入高速阶段，博物馆作为公共社会服务机构，有责任、有义务将博物馆文化传递给社会，而社会有权利享受博物馆文化。观众调查是博物馆努力调动社会积极性。

社会的支持是社会了解博物馆的一种方式，也是参与博物馆的一种途径。阶段性的观众调查可以及时了解观众需求，及时修正工作思路，及时调整工作对策，时刻充满活力，才能在文化惠民、文化共享、文化反哺等方面发挥积极作用。



沛县博物馆  
PEI COUNTY MUSEUM

# 倾听观众的声音



沛县博物馆 2021 年度观众调查报告