



2021 年度 满意度调查暨 观众构成情况说明

松山湖望野博物馆

为了全面充分反映博物馆事业发展成果，健全博物馆质量评价体系，根据《博物馆条例》第三十八条要求，国家文物局制定了《博物馆定级评估办法》、《博物馆定级评估标准》等政策文件，要求博物馆建立观众调查制度，运用调查成果，充分体现观众调查的重要性。

松山湖望野博物馆为了不断完善场馆服务，提升观众的满意度和获得感，开展 2021 年度观众调查工作，全面梳理 2021 年松山湖望野博物馆服务全貌。

调查数据结果表明，2021 年松山湖望野博物馆在陈列展览方面实现了突破创新，观众对本馆的满意度达 96.87%，95.36%的观众表示未来愿意再次参观松山湖望野博物馆，观众忠诚度和未来推荐意愿处于较高水平。未来仍需不断提升人员服务、丰富活动内容和形式，营造更优质的参观游览体验。

一、调查内容：

根据《博物馆年度考核标准》和《评分细则计分表》等文件和标准的解读，本次观众调查从观众行为、观众满意度和需求三个维度实施，具体指标体系如下：

附表 松山湖望野博物馆调查指标体系

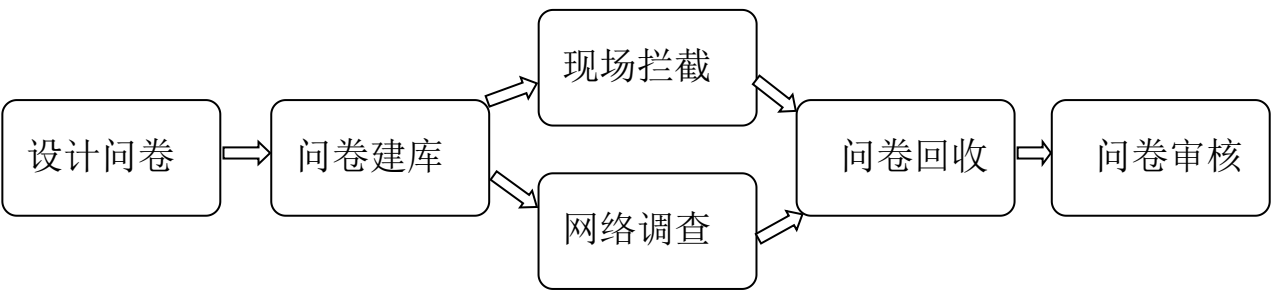
一级指标	二级指标
观众行为	知晓渠道
	游览形式
	游览目的
	游览次数
	游览停留时间
观众满意度	馆内展品数量
	馆内展品品质
	导览服务
	参观游览路线
	场馆环境
	公共设施
	文创产品种类和质量
	活动开展
	场馆宣传
	网络平台建设
	工作人员服务
	观众投诉处理
	整体满意度
	未来游览意愿
	推荐意愿
观众需求	设备、功能或服务需求
	活动知晓渠道需求

二、调查方法：

本次调查采取现场拦截与网络问卷调查相结合的形式开展。

网络问卷调查部分通过松山湖望野博物馆微信公共号“松山湖馆问卷调查”，由观众自主进行填答。现场拦截部分由馆内讲解人员在博物馆出入口和各展区进行观众拦截访问，填写调查表。

附图 松山湖望野博物馆调查操作流程



附图 松山湖望野博物馆调查问卷（部分）

02 您是通过何种途径得知松山湖望野博物馆的？ * 多选

(多选)

☐ 网络、微信

☐ 学习

☐ 好友推荐

☐ 报纸、展览宣传品

☐ 广播电视

☐ 旅游

☐ 外国宣传指引（路牌、建筑、海报平面广告等）

03 您来松山湖望野博物馆参观的主要目的是什么？ * 多选

(多选)

☐ 观看展览和文物

☐ 休闲旅游，放松心情

☐ 参加活动

☐ 专业研究

☐ 对博物馆不了解，想了解更多

☐ 对博物馆的建筑比较感兴趣

☐ 启蒙子女

☐ 了解历史

04 您通常习惯以下哪种参观方式？ *

(必选)



望野博物馆
WANGYE MUSEUM

观众意见调查表

参观时间	_____年_____月_____日
展览总体评价	☐ 很感兴趣/很满意 ☐ 感兴趣/满意 ☐ 一般 ☐ 不感兴趣/不满意
年龄	☐ 12周岁以下 ☐ 13-18 ☐ 19-29 ☐ 30-39 ☐ 40-50 ☐ 60周岁以上
生活地	☐ 东莞市区、各区县 ☐ 广东省地区 ☐ 外省 ☐ 外国
信息来源 (可多选)	☐ 网络、微信 ☐ 学习 ☐ 好友推荐 ☐ 报纸、展览宣传品 ☐ 广播电视 ☐ 旅游 ☐ 外国宣传指引（路牌、建筑、海报平面广告等） ☐ 其他_____
参观目的	☐ 假日休闲 ☐ 旅行 ☐ 看展览 ☐ 参加活动 ☐ 学习研究 ☐ 其他
感觉展览中做得 比较优秀的项目	☐ 展览主题 ☐ 展品展示 ☐ 展厅环境设计与布置 ☐ 展览互动 ☐ 影视影像 ☐ 展览中的文字内容 ☐ 其他_____

三、具体执行情况：

本次公众调查从 2021 年 7 月 20 日正式开展，截止 2021 年 8 月 20 日，采集本次调查一共发出和回收问卷 660 份，有效问卷 656 份。（未填答完成、重复提交等视为无效）。有效问卷率 99%。

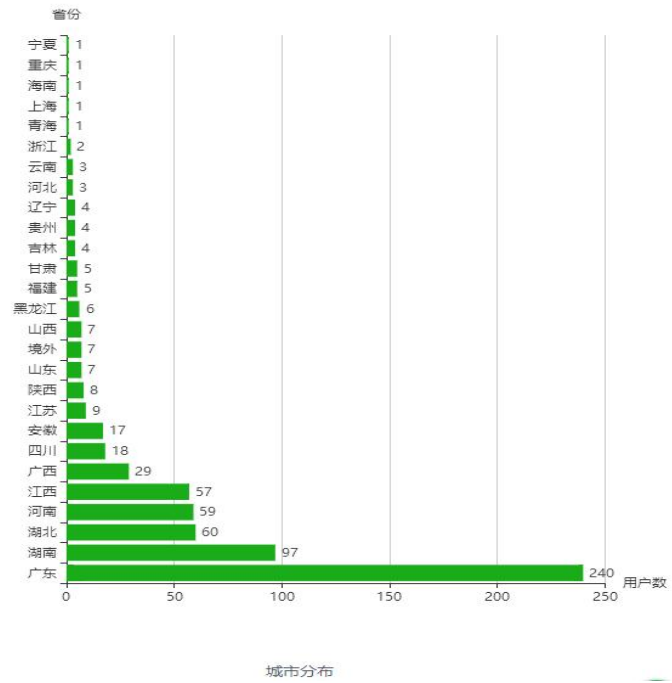
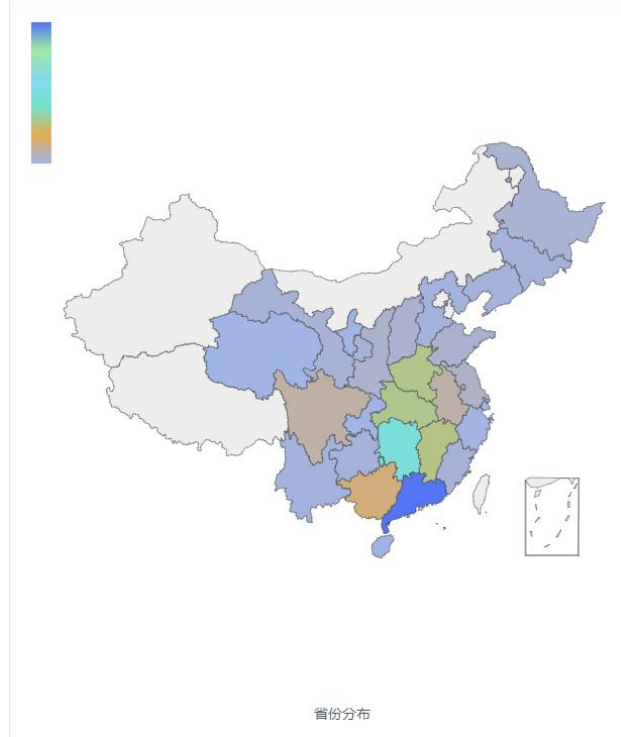
四、2021 年观众调查分析：

重点从观众的基本构成、参观行为、满意度及需求四个方面介绍 2021 年观众调查结果。问卷结果显示，2021 年松山湖望野博物馆观众以年轻，整体受教育程度较高，职业呈现多元化。目前观众主要通过官方媒体平台等渠道了解博物馆，周末、节假日出游为主流，同时观众游览目的以教育性和娱乐性为主。观众对松山湖望野博物馆的整体满意度率达 96.87%，95.36%的观众表示未来愿意再次参观松山湖望野博物馆，观众的忠诚度和未来推荐意愿处于较高水平。

（一）观众的基本构成：

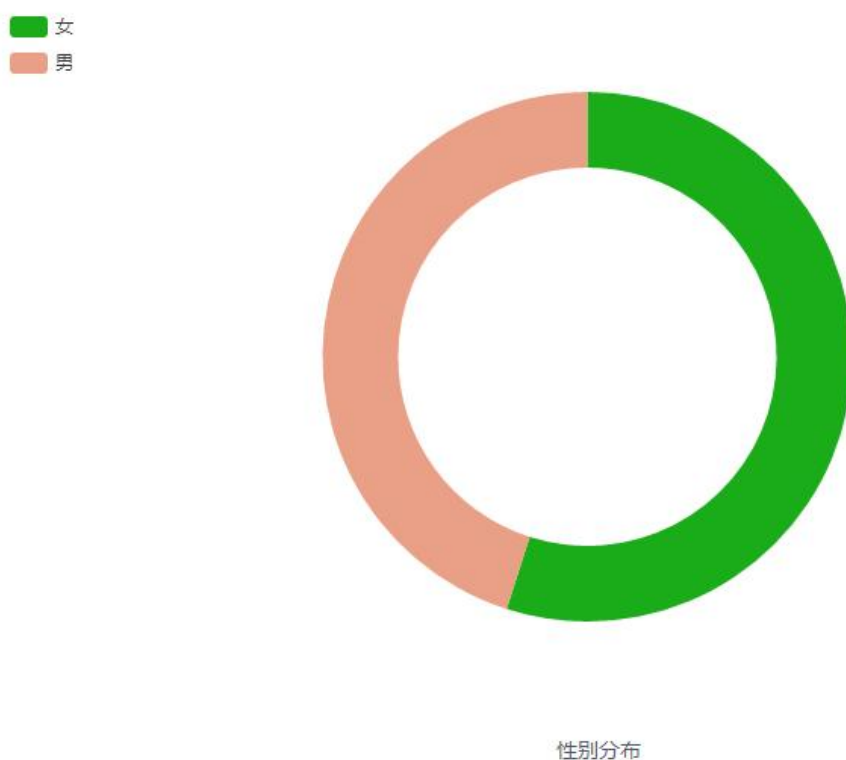
1、观众的地域分布

广东省占 36 %，湖南占 14%，湖北占 9%，河南占 9%，江西占 9%，其他区域占 23%。



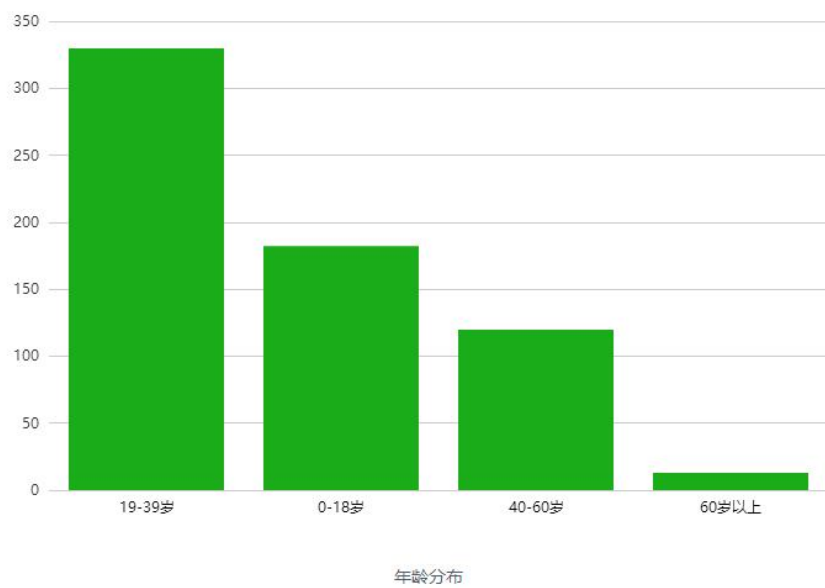
2、观众的性别分布

在受调查的观众性别构成方面，女性观众的比列是 58.3%，男性观众的比列是 41.7%，前者略多于后者。



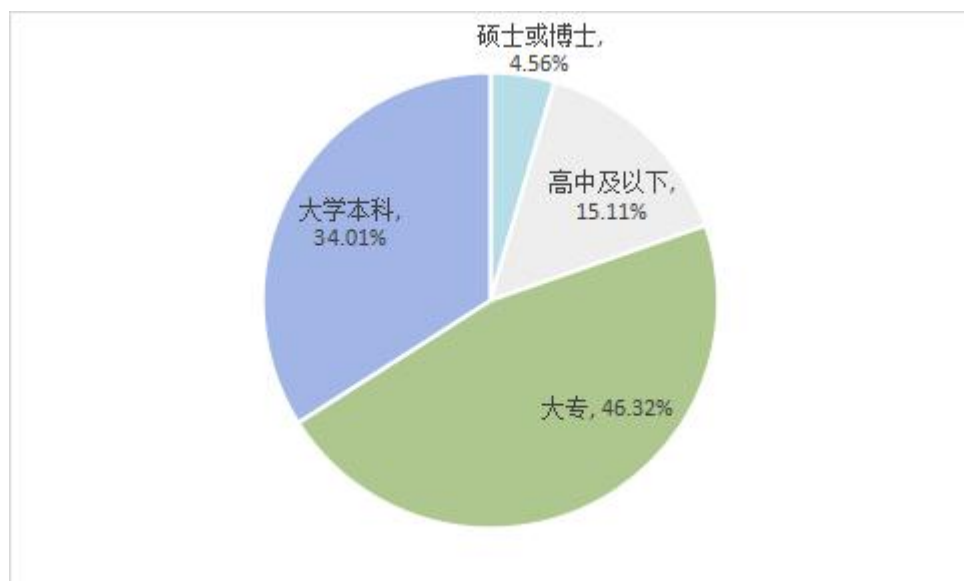
3、观众年龄分布

根据调查资料统计结果显示，松山湖望野博物馆观众年龄比例是：0-18 岁的观众占 28%，19-39 岁的观众占 50%，40-60 岁的观众占 19%，60 岁以上的观众展 3%。在受调查的观众中以年轻人居多。



4、观众学历分布

从观众的学历分布来看，松山湖望野博物馆的观众整体受教育程度较高，本科及以上学历的观众占比 38.57%，大专学历的观众占 46.32%。高中及以下的学历占 15.11%。



5、职业化

观众职业分布来看，2021 年松山湖望野博物馆观众中，企业职工占比最为 30.56%，专业技术人员占比为 18.50%，在校学生占比为 17.2%、等，观众职业整体呈现多元化，侧面表明松山湖望野博物馆各类社会群体中均有一定的观众基础。

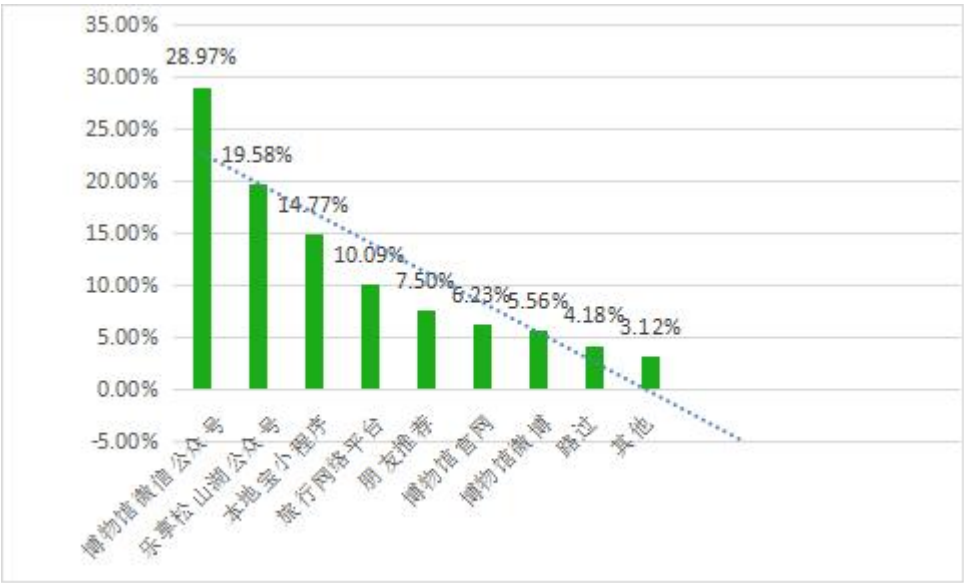


（二）观众的行为分析

1. 知晓渠道：官方媒体平台、社区网络平台、旅行平台，宣传形式多样。

调查结果显示，网络平台推荐是观众知晓松山湖望野博物馆的主要渠道，其超 8 成。其中博物馆官方媒体平台：微信公众号（28.97%）、官方网站（6.23%）、微博（5.56%）；社区网络平台：乐享松山湖公众号（19.58%）、本地宝小程序（14.77%）；

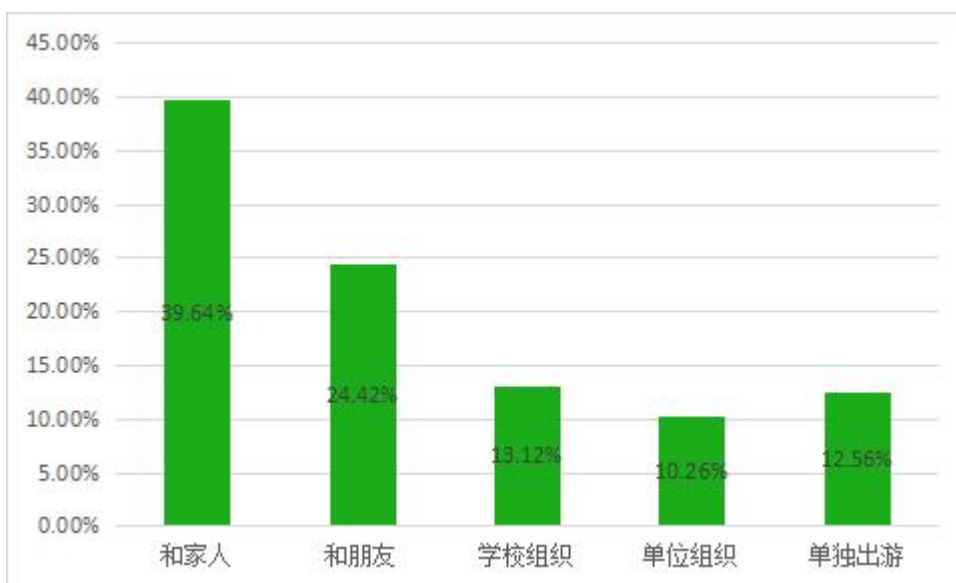
旅行网络平台：大众点评（3.89%）携程（3.58%）、马蜂窝（2.62%）；朋友推荐 7.50%；外出路过 4.18%；其他平台：小红书、新闻报道等（3.12%）。



2、游览形式：以亲友共同出游形式较为常见。

从游览形式来看，松山湖望野博物馆以亲友共同出游的形式较为常见。其中 39.64%观众是与家人一同参观；24.42%是为朋友、同学一起到馆参观，另外松山湖望野博物馆于社会机构如学校、单位等合作开展社会教育活动，观众是学校组织的 13.12 % ，单位组织 10.26% ，独自出游的观众 12.56%。

附图 2021 年松山湖望野博观众知晓渠道



3、游览目的：以教育和娱乐出行为主。

调查结果表明，观众参观松山湖望野博物馆兼具娱乐和教育功能。

24.3%的观众来松山湖望野博物馆的主要目的是休闲娱乐，且青年人（19岁-35岁）占比最高；31.01%的观众是为了增广见闻，学习历史文化；25.54%的陪同家人、朋友参观；19.15%的单位组织参观。

4、游览次数，以首次参观居多。

从游览次数来看，绝大多数观众是首次参观松山湖望野博物馆，观众占8成，重复参观（2次及以上）的观众比例2层，从侧面反映，松山湖望野博物馆新展，吸引着观众多次前往。

5、游览停留时间：集中在30分钟-60分钟以内。

在游览停留时长方面，由讲解员带领参观时间一般在一个小时左右，独自参观时间普遍为半小时，极少数观众参观超过2小时。

博物馆未来的展览形式、内容等方面进一步的走进观众，吸引观

众，提升观众的获得感。

（三）观众满意度与未来参观、推荐分析

1、观众评价：

整体满意率达到 96.87%，工作人员服务仍有提升的空间。结合重要性加以分析，工作人员服务是首要改进的指标。工作人员作为博物馆事业发展的基础与中坚力量，松山湖望野博物馆需不断加强人才队伍建设，强化工作人员的专业素养和服务水平。此外，博物馆的参观游览路线、文创产品种类和质量、场馆秩序、场馆宣传、馆内展品品质也需逐步优化完善。

2、未来参观意愿：

调查结果显示，观众未来继续参观意愿强烈，95.67%的观众表示未来愿意再次参观松山湖望野博物馆，其中非常愿意的观众占比达 77.22%。仅 0.67%的观众表示未来不太愿意再次参观。

3、推荐意愿：

调查结果显示，松山湖望野博物馆的推荐者占比为 86.14%，即非常愿意向亲友推荐。贬损者占比为 3.00%，观众对松山湖望野博物馆没有忠诚度，不愿意向亲友推荐松山湖望野博物馆。总体而言，松山湖望野博物馆的净推荐值为 83.14，充分表明观众对松山湖望野博物馆有一定的忠诚度，未来推荐意愿强烈。

五、提升建议：

（一）科技支撑，增加观众互动性博物馆里科学知识与公众相遇的方式已然从观看收藏、接受教育到部分互动参与再到“玩转”的转变。博物馆的展示方式亦从“单向知识传输”到“融入社会生活”，注重与公众的互动。因此，在当前的信息化科技时代，应将互联网、物联网、大数据、虚拟现实、人工智能等科技手段充分融入博物馆标识系统、解说系统、保护与开发当中，丰富松山湖望野博物馆的陈列展示、服务管理、开发利用方式，让历史文物在新时代融合新鲜血液，提高与观众的参与度、互动性。通过打造有温度、科技化融入、互动性充盈的博物馆，从而调动观众口味，延长观众游览时间，增强观众体验粘性。

（二）丰富活动，激发观众兴趣 通过节庆活动（如文创集市大会）、知识闯关体验活动（如知识大比拼）、现场创意活动（如彩陶绘画体验）以及“跟着博物馆去旅行”“假如文物会说话”等科普研学活动设计，打造令人眼前一亮、为之一振的新亮点，从而吸引不同年龄段、需求的观众。此外，松山湖望野博物馆可以利用其极具科学研究价值、历史考古价值的藏品来开展各类文物专业展览讲座、历史专题讲座等系列活动，活动内容可依据不同年龄段分类、分层策划，以多层次、多角度化呈现。

（三）强化管理，组建专业队伍博物馆的发展是否能够取得成效，其中博物馆的管理者发挥很大的决定性作用。调查问卷中显示，工作

人员服务是亟待改善的指标，因此，组建一支优秀的专业博物馆人才队伍是松山湖望野博物馆强化管理、提升服务质量的重要途径，可以从馆内人才、志愿者服务和馆外专家顾问团队三方面着手：

1、打造一支业务精的文博管理人才队伍，主要负责松山湖望野博物馆的日常管理、规范运转、组织建设、人才培养和组织协调，在具备管理知识的同时，还要对松山湖望野博物馆的各个方面都有所了解，并能在准确把握松山湖望野博物馆工作规律的基础上高效地组织和管理松山湖望野博物馆的各项工作。

2、广泛招募，组建本馆专业志愿者团队。根据志愿者的专业知识、职业特点、文化层次、服务志向等对每个人进行明确定位，把他们充实到各个部门中。

3、聘请具有丰富实践经验的专家担任学术顾问，专家团队深入到业务的各个方面，包括陈列展览、文化产品创意开发、文物鉴定、修复等，发挥专家团队的智库作用。