

无锡信利博物馆观众满意度调查报告

无锡信利博物馆问卷调查组

2022.12

无锡信利博物馆观众满意度调查报告

为完善无锡信利博物馆免费开放的各项工作，进一步提高观众对展览服务的认知认可度，提升无锡信利博物馆临展的陈列布展水平和公众服务水平，满足观众日益增长的对博物馆的需求，综合分析 2021 年观众满意度调查报告的数据，2022 年调查问卷新增 2 题，优化部分题目提问角度与选项设置，我馆于 2022 年 11 月组织开展无锡信利博物馆观众满意度调查。本次调查对象均为无锡信利博物馆的观众，调查采用线上问卷和线下问卷随机抽样调查方式进行，共计回收有效问卷 1716 份。无锡信利博物馆观众满意度调查共涉及 14 个测评项目及 6 项满意度调查，分别针对无锡信利博物馆展览信息了解途径、参观目的、感兴趣的展览主题、对展陈服务、环境卫生、总体满意度等情况进行全面调查。通过统计分析，综合满意率为 95.7%。

一、观众调查表

1.您的性别?

A.男

B.女

2.您的年龄?

A.18 岁以下

B.18-40 岁

C.41-59 岁

D.60 岁以上

3.您的学历?

A.初中及以下

B.高中/职中/中专

C.大专

D.本科

E.研究生及以上

4.您就职于?

A.党政军机关

B.事业单位

C.外企

D.国内企业

E.自营业者

F.学生

G.农民

H.退休

I.其他

5.您一年参观无锡信利博物馆的次数？

A.一次

B.两次

C.多次参观

6.您居住在？

A.无锡市（不含江阴、宜兴）

B.江阴

C.宜兴

D.本省

E.其他省市

F.国外

7.您更希望的陈列展览主题？

A.书籍、文献

B.老照片

C.书画

D.工艺品

E.其他

8.您通过什么渠道了解信利博物馆的信息？

A.亲友介绍

B.网络媒体

C.偶尔经过

D.传统媒体（如电视、广播、报刊杂志等）

E.组织参观

9.您愿意花多长时间参观信利博物馆？

A.1 小时以内

B.1-2 小时

C. 2-3 小时

D.一整天

10.您来博物馆参观目的?

A.放松心情

B.提升文化艺术修养

C.带亲友参观

D.教育后代

E.学术研究

11.您希望博物馆以后出现哪种展示方式?

A.实物

B.模型

C.视频

D.虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等科技运用

E.其他

12.参观最大的收获是什么?

A.增长知识

B.满足好奇心

C.视觉享受

D.教育子女

E.其他

13.您对信利博物馆内最感兴趣的部分?

A.常设展览

B.临时展览

C.社会教育活动

D.知识分享会

14.您对博物馆展览内容的满意度?

A.非常满意

B.满意

- C.一般
- D.不太满意
- E.不满意

15.您对博物馆参观路线规划的满意度?

- A.非常满意
- B.满意
- C.一般
- D.不太满意
- E.不满意

16.您对信利博物馆宣传力度的满意度?

- A.非常满意
- B.满意
- C.一般
- D.不太满意
- E.不满意

17.您对信利博物馆环境卫生的满意度?

- A.非常满意
- B.满意
- C.一般
- D.不太满意
- E.不满意

18.您对博物馆工作人员态度的满意度?

- A.非常满意
- B.满意
- C.一般
- D.不太满意
- E.不满意

19.是否有必要增加展陈的趣味性、互动性、观赏性?

- A.非常有必要
- B.比较有必要

C.一般般

D.没必要

20.您对信利博物馆整体情况的满意度?

A.非常满意

B.满意

C.一般

D.不太满意

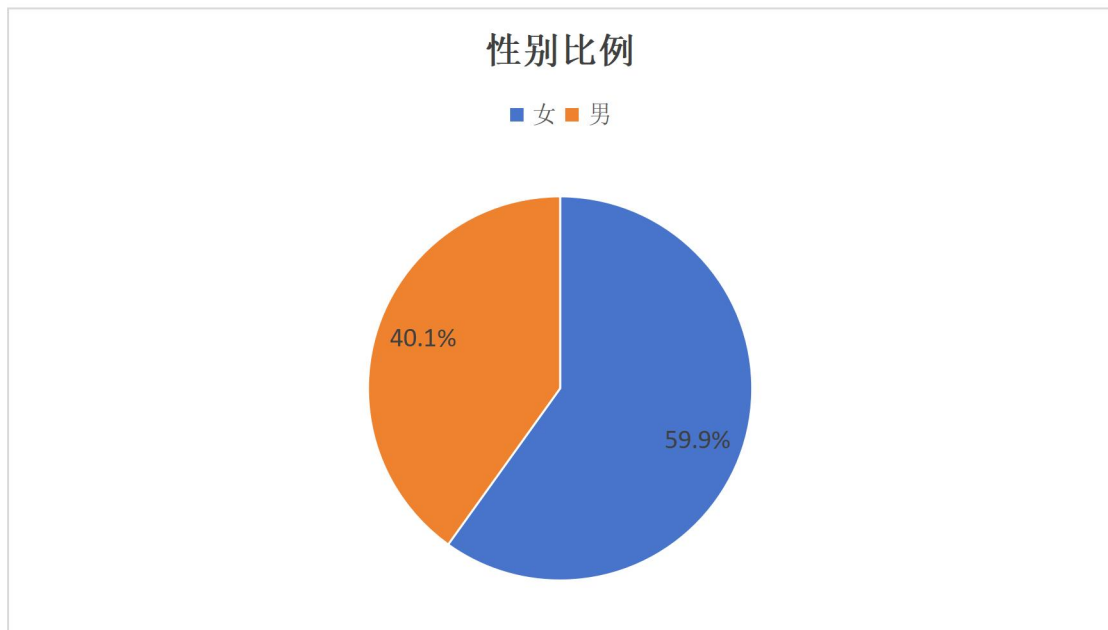
E.不满意

二、观众调查报告

1.调查基本情况

2022年无锡信利博物馆由于新冠疫情的影响，观众总人数为34445人，本地观众的人数占多数，其中来自经开区的观众占51.7%，非经开区的观众占48.3%。1716份有效调查问卷中，调查对象性别、年龄、职业、文化程度、所在地区具体情况如下：

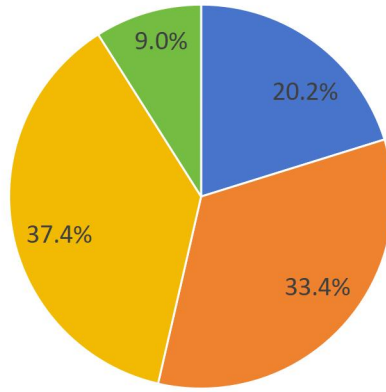
(一) 性别构成：男性688人，占40.1%；女性1028人，占59.9%。



(二) 年龄构成：18岁以下347人，占20.2%；18-40岁573人，占33.4%；41-59岁642人，占37.4%；60岁以上154人，占9%。

年龄构成

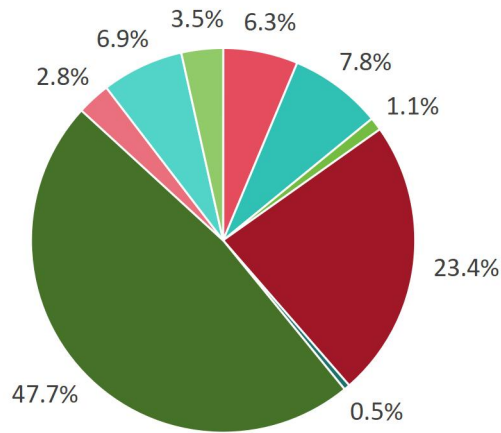
■ 18岁以下 ■ 18-40岁 ■ 41-59岁 ■ 60岁以上



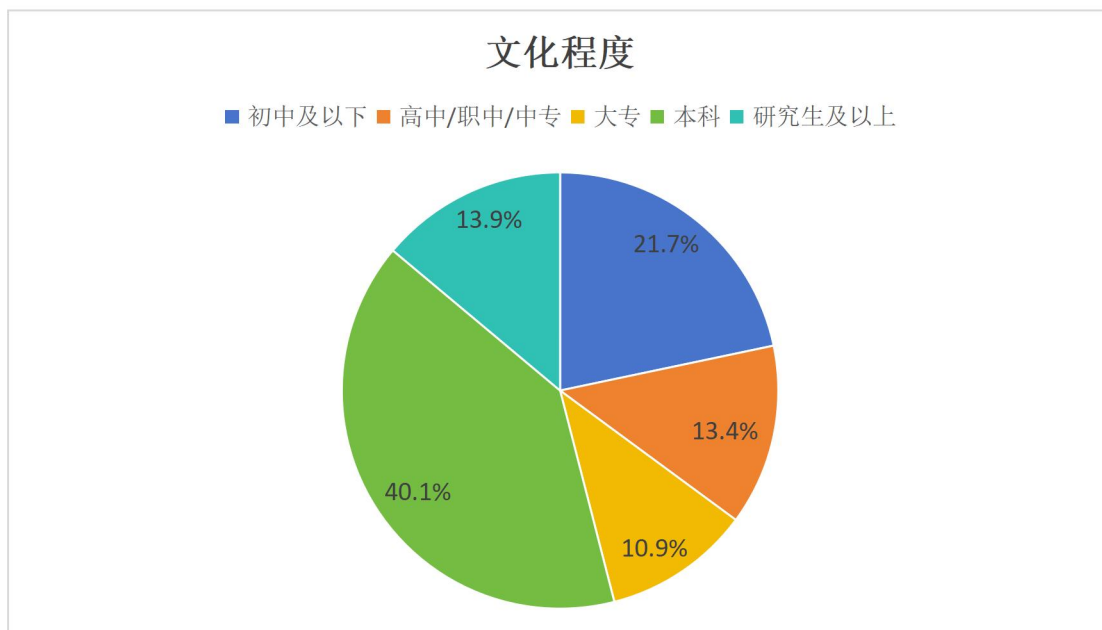
(三) 职业分布：党政军机关 108 人，占 6.3%；事业单位 134 人，占 7.8%；外企 19 人，占 1.1%；国内企业 402 人，占 23.4%；自营业者 60 人，占 3.5%；学生 819 人，占 47.7%；农民 48 人，占 2.8%；退休 118 人，占 6.9%；其他 8 人，占 0.5%。

职业分布

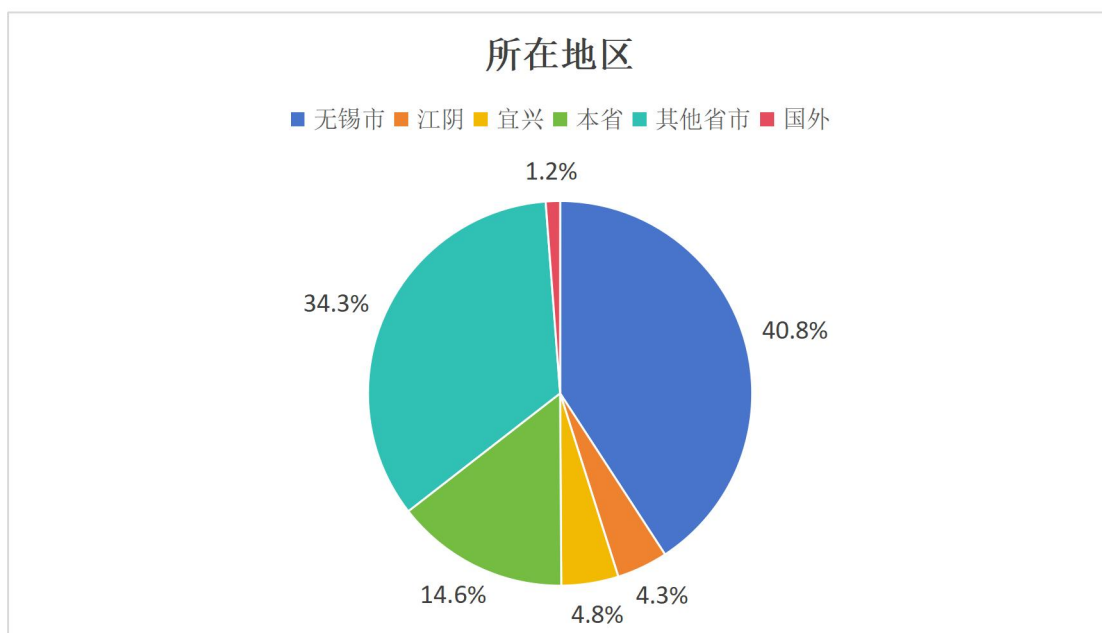
■ 党政军机关 ■ 事业单位 ■ 外企 ■ 国内企业 ■ 其他 ■ 学生 ■ 农民 ■ 退休 ■ 自营业者



(四) 文化程度：初中及以下 372 人，占 21.7%；高中/职中/中专 230 人，占 13.4%；大专 187 人，占 10.9%；本科 688 人，占 40.1%；研究生及以上 239 人，占 13.9%。



(五) 所在地区：无锡市（不含江阴、宜兴）700 人，占 40.8%；江阴 74 人，占 4.3%；宜兴 82 人，占 4.8%；本省 251 人，占 14.6%；其他省市 589 人，占 34.3%；国外 20 人，占 1.2%。



2. 调查内容情况

无锡信利博物馆观众满意度调查共涉及 14 个测评项目及 6 项满意度调查，分别针对无锡信利博物馆展览信息了解途径、参观目的、感兴趣的展览主题、对展陈服务、环境卫生、总体满意度等情况进行全面调查，1716 份有效调查问卷具体数据如下：

(一) 6 项满意度：观众对无锡信利博物馆展览内容、参观路线、宣传力度、员工态度、

环境卫生情况、整体情况满意率情况如下表：

类别	满意率 (%)	较 2021 年增长 (%)
展览内容	92	1
参观路线	95.4	0.1
宣传力度	94.6	/
员工态度	97.6	1.2
环境卫生情况	96.5	0.3
整体情况	98	0.4

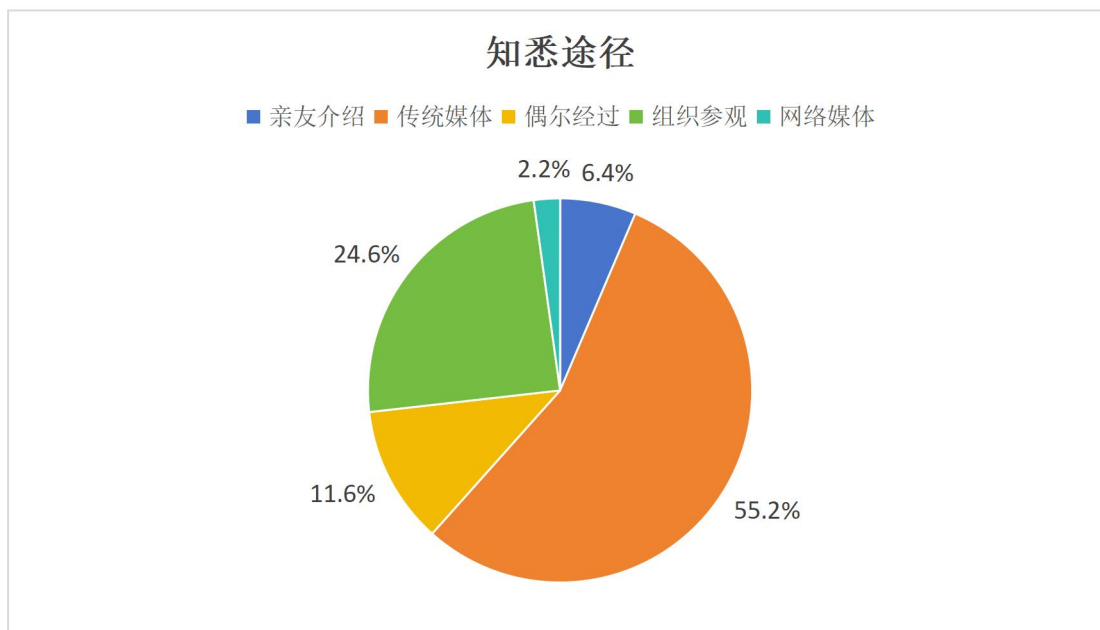
6 项满意度调查数据中：6 项满意率基本都达到 95%以上，6 项综合满意率 95.7%。展览内容满意率、参观路线满意率、员工态度满意率、环境卫生情况和整体情况满意率较 2021 年均有所提高。1716 份有效问卷中，仅 68 人对无锡信利博物馆服务展览内容、参观路线、宣传力度、员工态度、环境卫生情况、整体情况表示不满意。

（二）14 个调查项目：本次调查对象中 34.4%的观众为第一次参观无锡信利博物馆，65.6%的观众是第二次或多次参观。具体情况如下：

1、新媒体为主导，线上线下宣传并行

数据显示：五成以上观众通过官网、微信、抖音等新媒体渠道获取博物馆及博物馆展览信息，传统媒体如电视、广播、报刊杂志等宣传覆盖率占两成。具体数据如下：

“博物馆知悉途径”：6.4%的观众通过亲友介绍；55.2%的观众通过网络媒体；11.6%的观众是偶尔经过进馆参观；24.6%的观众通过传统媒体（如电视、广播、报刊杂志等）；2.2%的观众通过组织参观。



意见建议：博物馆作为一个教育场所，可以积极进行教育推广，吸引学校和教育机构组织学生参观。与社区建立紧密的合作关系，将博物馆纳入社区的文化生活中。博物馆作为一个文化品牌，需要进行有效的品牌推广，提高知名度和美誉度。定期开展各种主题活动，以吸引观众的关注。

2、丰富展品类型，创新展陈模式

数据显示：对于观众希望出现的展览主题即想要增加什么类型的展品，四成的观众希望增加书画类展品，四成的观众希望增加工艺品类展品，一成的观众希望增加书籍、文献类展品，一成的观众希望增加老照片类展品。对于希望展品以什么样的方式展出，四成的观众希望加强实物展示，三成观众希望加强视频展示、一成观众希望加强模型展示，一成观众希望加强虚拟现实、增强现实等科技运用。关于是否需要增加展陈的趣味性、互动性、观赏性，四成观众认为没必要，认为有必要的观众占六成。具体数据如下：

“希望出现的展览主题”：10.6%的观众希望增加书籍、文献类的展品；8.1%的观众希望增加老照片类的展品；38.4%的观众希望增加书画类的展品；41.8%的观众希望增加工艺品类的展品；1.1%的观众希望增加其他类的展品。

“希望出现的展示方式”：44.9%的观众希望加强实物展示；9.9%的观众希望加强模型展示；28.3%的观众希望加强视频展示；13.5%的观众希望加强虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等科技运用；3.4%的观众希望有其他展示方式。

“是否有必要增加展陈的趣味性、互动性、观赏性”：38.4%的观众认为非常有必要；19.5%的观众认为比较有必要；13.6%的观众认为一般般；28.5%的观众认为没必要。

意见建议：提升陈列品质：博物馆应该注重展品的保护和呈现，确保展品的质量和完整性。注重陈列的艺术性和观赏性，利用灯光、装置等手段，增强观众的审美感受。**加强展品解说：**在展览中加强对展品的解说和故事讲述，增强观众参与感。利用文字、图片、音频、视频等多媒体手段，向观众提供全面的解读和信息，帮助观众更好地理解 and 欣赏展品。**创新展览形式：**博物馆可以通过创新展览形式，增加观众的参与度。比如丰富的互动环节，如虚拟现实、增强现实等技术手段，使观众可以参与到展览中，增强体验感和参与度。**增加互动性：**在展览中增加观众互动环节，使观众可以参与到展览中，增强参与感。可以设置一些互动展项，如触摸、试验、游戏等，使观众可以亲身体验展品所呈现的内容。**加强展览规划：**在展览规划中注重整体性和连贯性，确保展览内容有条理、章节分明。合理规划展品的陈列顺序和布局，使观众能够有清晰的参观路径，全面了解展品内容。**制定参观指南：**为了方便观众参观，博物馆可以制定参观指南，提供参观路线、展览介绍、观展须知等信息。为观众提供便利设施，如座椅、休息区、餐厅等，增加观众的舒适度。**多样化展览内容：**博物馆应该着力丰富展览内容，不断推出新的主题展览，吸引不同兴趣的观众。可以与其他博物馆、文化机构、学术机构合作，借用和展出其他国家或地区的文物，增加展览的多样性和国际化。**增强社会影响力：**博物馆应该注重自身对社会的影响力和服务功能。通过举办社会活动、教育讲座、公益展览等方式，积极回馈社会，增加博物馆的社会认可度和影响力。**利用科技手段：**随着科技的快速发展，博物馆可以利用新的科技手段，增强展览效果。比如利用虚拟现实技术，在有限的空间内展示大量文物，增加展览的内容丰富度；利用人工智能技术，提供个性化的讲解服务等。

3、提升公共服务水平，优化服务引导功能

数据显示：关于观众到博物馆参观的目的，四成的观众是为了提升文化艺术修养，三成的观众是为了放松心情，一成的观众是因为带亲友参观，一成的观众是为了教育后代。对于观众最感兴趣的环节，五成的观众对常设展览最感兴趣，二成的观众对临时展览最感兴趣，二成的观众对社会教育活动最感兴趣，一成的观众对知识分享会最感兴趣。对于参观后最大的收获，五成的观众最大的收获是增长知识，二成的观众最大的收获是满足好奇心，一成的观众最大的收获是视觉享受，一成的观众最大的收获是教育子女。具体数据如下：

“来博物馆参观目的”：31.8%的观众因为放松心情；38.5%的观众为了提升文化艺术修养；10.1%的观众是带亲友参观；12.4%的观众为了教育后代；7.2%的观众是为了学术研究。

“最感兴趣的环节”：51.4%的观众对常设展览感兴趣；21.3%的观众对临时展览感兴趣；16.5%的观众对社会教育活动感兴趣；10.8%的观众对知识分享会感兴趣。

“参观最大的收获”：53.8%的观众最大收获是增长知识；23.4%的观众最大收获是满足好奇心；10.7%的观众最大收获是视觉享受；9.5%的观众最大收获是教育子女；2.6%的观众有其他收获。

意见建议：更新服务方式：虽然博物馆有着免费开放的政策，但是这种政策的目的是为了更好的服务社会大众，通过这种措施，来培养社会大众的文化素养，让博物馆成为人们生活中的重要教育场所而为了做到这些。优化教育方式：习近平总书记曾说：“让博物馆收藏的文物，广袤的土地上展出的遗产，古代书籍中的文字，以及中华文明和中国人民创造的丰富内涵。世界。与丰富多彩的文明一起，它为人类提供了正确的精神指导和强烈的精神动力”，可见，文物只有活起来，才能够展现出其真正的价值。完善传播机制：为了加强博物馆的公共服务功能，博物馆内部也需要不断的完善文化传播机制，提升服务质量。硬件和形式的更新：新时期，博物馆中的展示形式也可以更加的多元化，从内容和形式上推陈出新，在博物馆中，需要从根本上提升硬件的建设，利用高科技的手段，逐步提升展览水平，不断的创新。例如应用 VR 技术，吸引到更多的观众，让观众身临其境，感受历史文化的魅力，在内容上，需要更新教育方式，将专业知识通过更加有趣的方式展现出来，逐步改善硬件设备，使得博物馆中文物品种和风格丰富起来，更加具有感染力。积极培养人才，加强人员结构调整：在博物馆中，社教部是公共服务的一线，是博物馆在展开公共服务工作的核心，需要协调好博物馆中的各项工作。所以，在博物馆队伍的建设中，需要合理的招聘专业人才，制定专业的人才培养计划，进而培养出更加专业的公共服务人员，缓解公共服务人才紧缺所带来的问题。对于博物馆中的人员，需要进行整体规划，保证博物馆中人员结构的合理性，为了加强其专业的能力，需要进行定期的培训，建立合理公正的考核制度，不仅需要其具备专业知识，还需要具备一定的工作经验，良好的沟通能力，处理好公共服务中所出现的问题。

三、工作开展情况说明

在开展 2022 年观众满意度问卷调查工作中，我们采用了多种方法和工具，确保调查工作的全面性和准确性。

一、制定详细的调查计划和流程，明确了调查对象、调查内容和调查方法。通过多渠道宣传和公告，吸引居民参与问卷调查，并提供便捷的填写方式，包括在线填写和纸质调查表的发放和收集。

二、组织专门的调查团队，包括工作人员和志愿者，进行线下的问卷发放和回收工作。工作人员和志愿者与观众面对面交流，收集问卷，并解答观众对调查的疑问。

三、利用信息化技术，开展了在线调查和数据统计工作。观众可以通过微信、官网等平

台进行在线填写问卷，我们通过系统自动化分析和比对数据，提高了调查结果的准确性和及时性。

四、积极宣传和反馈调查结果，通过多种方式向观众公布调查结果，并针对一些突出问题进行解读和改进对策的宣传，以加强广大观众的参与和反馈意识。

总的来说，我们的观众满意度问卷调查工作取得了较好的成果。通过这次调查，我们进一步了解了观众对博物馆建设的意见和建议，为下一步的工作提供了有效的参考和依据。在今后的工作中，我们将进一步完善调查方法和流程，提高调查的参与度和反馈效果，为建设更具影响力的博物馆贡献力量。

附件：1.调查数据汇总表

无锡信利博物馆问卷调查组

2022年12月13日

附件 1

调查数据汇总表

序号	调查内容	百分比
1	您的性别?	
	A. 男	40.1%
	B. 女	59.9%
2	您的年龄?	
	A. 18 岁以下	20.2%
	B. 18-40 岁	33.4%
	C. 41-59 岁	37.4%
	D. 60 岁以上	9%
3	您的学历?	
	A. 初中及以下	21.7%
	B. 高中/职中/中专	13.4%
	C. 大专	10.9%
	D. 本科	40.1%
	E. 研究生及以上	13.9%
4	您就职于?	
	A. 党政军机关	6.3%
	B. 事业单位	7.8%
	C. 外企	1.1%
	D. 国内企业	23.4%
	E. 自营业者	3.5%
	F. 学生	47.7%
	G. 农民	2.8%
	H. 退休	6.9%
	I. 其他	0.5%
5	您一年参观无锡信利博物馆的次数?	
	A. 一次	34.4%

	B. 两次	51.1%
	C. 多次参观	14.5%
6	您居住在？	
	A. 无锡市（不含江阴、宜兴）	40.8%
	B. 江阴	4.3%
	C. 宜兴	4.8%
	D. 本省	14.6%
	E. 其他省市	34.3%
	F. 国外	1.2%
7	您更希望的陈列展览主题？	
	A. 书籍、文献	10.6%
	B. 老照片	8.1%
	C. 书画	38.4%
	D. 工艺品	41.8%
	E. 其他	1.1%
8	您通过什么渠道了解信利博物馆的信息？	
	A. 亲友介绍	6.4%
	B. 网络媒体	55.2%
	C. 偶尔经过	11.6%
	D. 传统媒体（如电视、广播、报刊杂志等）	24.6%
	E. 组织参观	2.2%
9	您愿意花多长时间参观信利博物馆？	
	A. 1 小时以内	10.4%
	B. 1-2 小时	43.6%
	C. 2-3 小时	37.1%
	D. 一整天	8.9%
10	您来博物馆参观目的？	
	A. 放松心情	31.8%
	B. 提升文化艺术修养	38.5%

	C. 带亲友参观	10.1%
	D. 教育后代	12.4%
	E. 学术研究	7.2%
11	您希望博物馆以后出现哪种展示方式?	
	A. 实物	44.9%
	B. 模型	9.9%
	C. 视频	28.3%
	D. 虚拟现实 (VR)、增强现实 (AR) 等科技运用	13.5%
	E. 其他	3.4%
12	参观最大的收获是什么?	
	A. 增长知识	53.8%
	B. 满足好奇心	23.4%
	C. 视觉享受	10.7%
	D. 教育子女	9.5%
	E. 其他	2.6%
13	您对信利博物馆内最感兴趣的部分?	
	A. 常设展览	51.4%
	B. 临时展览	21.3%
	C. 社会教育活动	16.5%
	D. 知识分享会	10.8%
14	你对博物馆展览内容的满意度?	
	A. 非常满意	75.4%
	B. 满意	16.6%
	C. 一般	4.2%
	D. 不太满意	2.7%
	E. 不满意	1.1%
15	您对博物馆参观路线规划的满意度?	
	A. 非常满意	64.1%
	B. 满意	31.3%

	C. 一般	2.3%
	D. 不太满意	1.4%
	E. 不满意	0.9%
16	您对信利博物馆宣传力度的满意度?	
	A. 非常满意	72.5%
	B. 满意	22.1%
	C. 一般	3.1%
	D. 不太满意	1.3%
	E. 不满意	1%
17	您对信利博物馆环境卫生的满意度?	
	A. 非常满意	76.4%
	B. 满意	20.1%
	C. 一般	1.8%
	D. 不太满意	1.1%
	E. 不满意	0.6%
18	您对博物馆工作人员态度的满意度?	
	A. 非常满意	85.6%
	B. 满意	12%
	C. 一般	1.8%
	D. 不太满意	0.4%
	E. 不满意	0.2%
19	是否有必要增加展陈的趣味性、互动性、观赏性?	
	A. 非常有必要	38.4%
	B. 比较有必要	19.5%
	C. 一般般	13.6%
	D. 没必要	28.5%
20	您对信利博物馆整体情况的满意度?	
	A. 非常满意	87.4%
	B. 满意	10.6%

	C. 一般	1.3%
	D. 不太满意	0.5%
	E. 不满意	0.2%