

湖北省博物馆 2025 年度观众满意度调查报告

为准确把握公众参观需求与期待，持续优化服务品质，湖北省博物馆于 2025 年 10 月至 12 月组织开展了 2025 年度观众满意度专项调查。本次调查共回收有效问卷 1869 份，经统计分析，观众整体满意度为 97.64%，较 2024 年度提升了 0.78%。调查问卷围绕观众基本信息、展览内容评价、配套设施与服务体验及综合反馈建议等四个维度，共设 33 项具体问题。现将调查情况报告如下：

一、调查背景与方法

（一）调查目的

本次调查旨在全面掌握观众对湖北省博物馆服务的体验与评价，深度剖析不同群体观众的参观需求与偏好，科学评估陈列展览、讲解接待、基础配套及文化衍生服务的实际成效。通过征集观众在展览内容设计、场馆设施便捷性、信息化服务水平等方面的意见建议，精准定位服务优化方向，为提升参观体验、统筹资源配置提供数据支撑。

（二）样本与数据

本次调查通过线上、线下随机抽样进行，有效避免抽样偏差，保证样本的多样性和代表性。从观众构成来看，性别、职业、年龄、受教育程度、居住地区等维度均有涉及，且分布呈现出一定的差异性。不同群体的观众在参观需求、评价标准上可能存在差异，全面涵盖这些维度，能够充分收集各类观众的

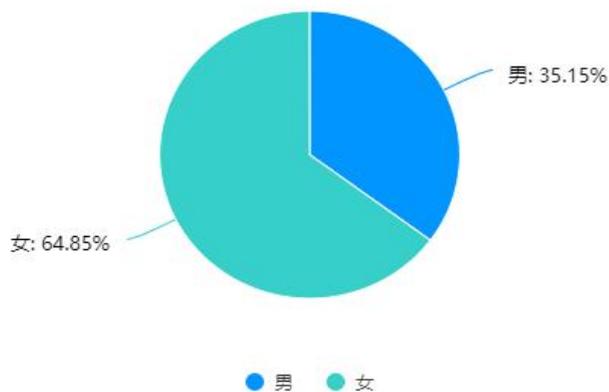
意见，准确把握博物馆服务在不同层面的表现，为针对性改进提供依据。

二、调查结果分析

(一) 观众基本信息

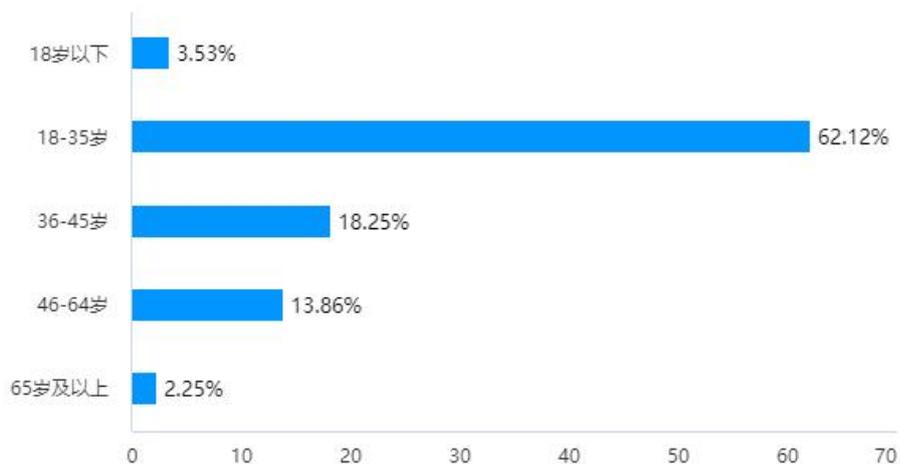
1. 性别

参与调查的对象中，女性比例显著高于男性，其中女性观众占比 64.85%，男性观众占比 35.15%。与女性更愿意参与问卷调查有一定关系。



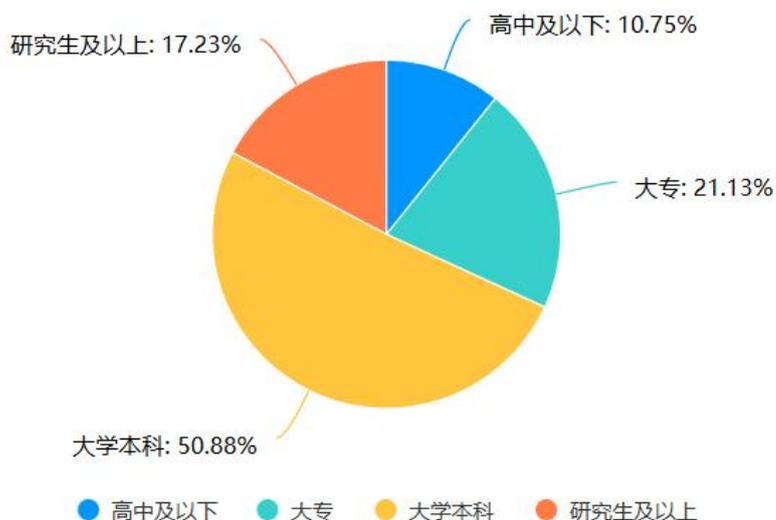
2. 年龄

18-35 岁人群占比 62.12%，是所有年龄段中比例最高的群体，60 岁以上的观众最少，为 2.25%。



3. 受教育程度

大学本科学历者占比 50.88%，超过一半，高中及以下学历者占比最少（10.75%）。



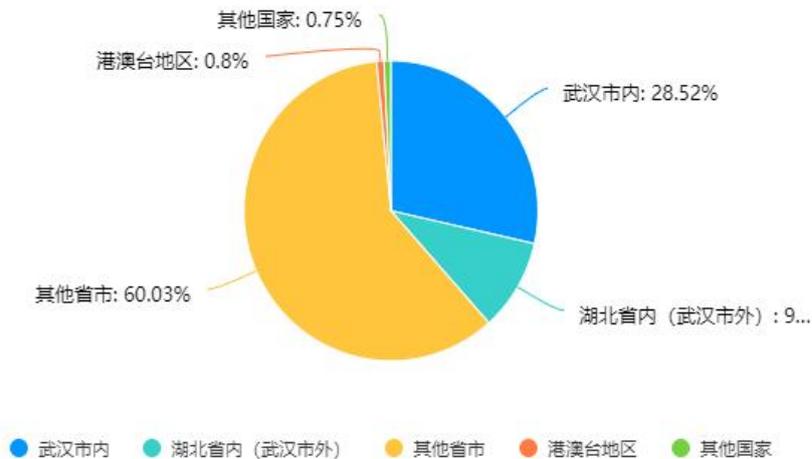
4. 职业

学生占比最高（26.38%），其次为企业管理人员和职员（19.15%），退休人员占比最少（6.15%）。与 2024 年相比，学生群体占比有所上升，反映出博物馆研学功能的重要性日益凸显。



5. 居住地区

来自其他省市的观众占比最高，达到 60.03%，超过半数，武汉市本地观众占比 28.52%，港澳台地区和其他国家的观众占比最少，分别为 0.8%和 0.75%。与 2024 年相比，外省观众虽仍占多数，但本地观众占比略提升，表明博物馆在本地居民日常文化生活中的渗透率有所提高。



调查数据表明，湖北省博物馆的核心受众为青、中年群体，学生群体与职场人士构成参观主力军，凸显出博物馆在文化传播与社会教育层面的重要价值。从受众画像来看，参观人群整体文化素养较高，对于知识与文化有着强烈的探索意愿。与此同时，湖北省博物馆对全国范围内的观众具备较强吸引力，成为外地游客来鄂的重要文化打卡地，但在海外文化传播方面仍需加强。

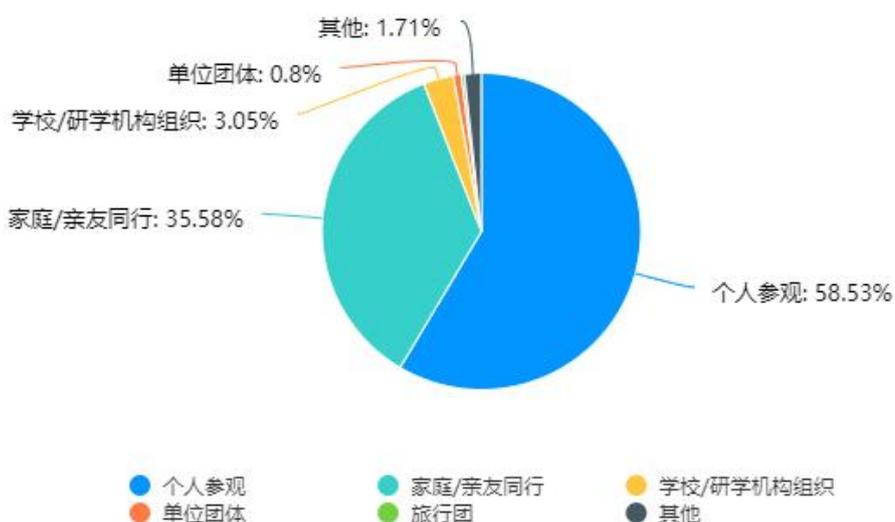
值得注意的是，将参与问卷调查的观众特征与全年进馆观众的整体情况进行比对后发现：全年进馆观众中男女比例与调查问卷具有一致性，女性（占比 56%）多于男性，亲子家庭参观需求持续释放，女性作为家庭出行的主要决策者带

动了女性观众比例；年龄分布和地域分布基本保持一致。

(二) 参观方式与目的

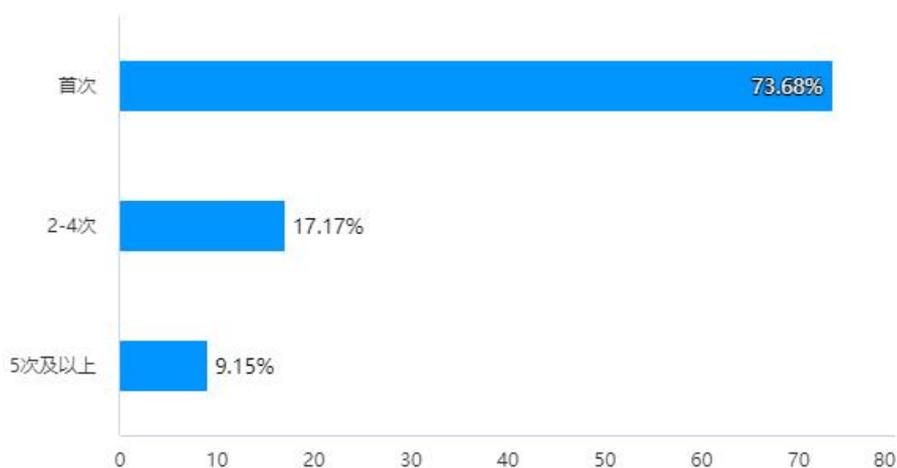
1. 参观形式

个人参观的观众占比最高（58.53%），家庭或亲友同行占比 35.58%，单位团体参观的观众占比最少（0.8%）。与 2024 年数据相比，个人参观比例略有上升，反映了自由行、深度游成为主流参观方式。



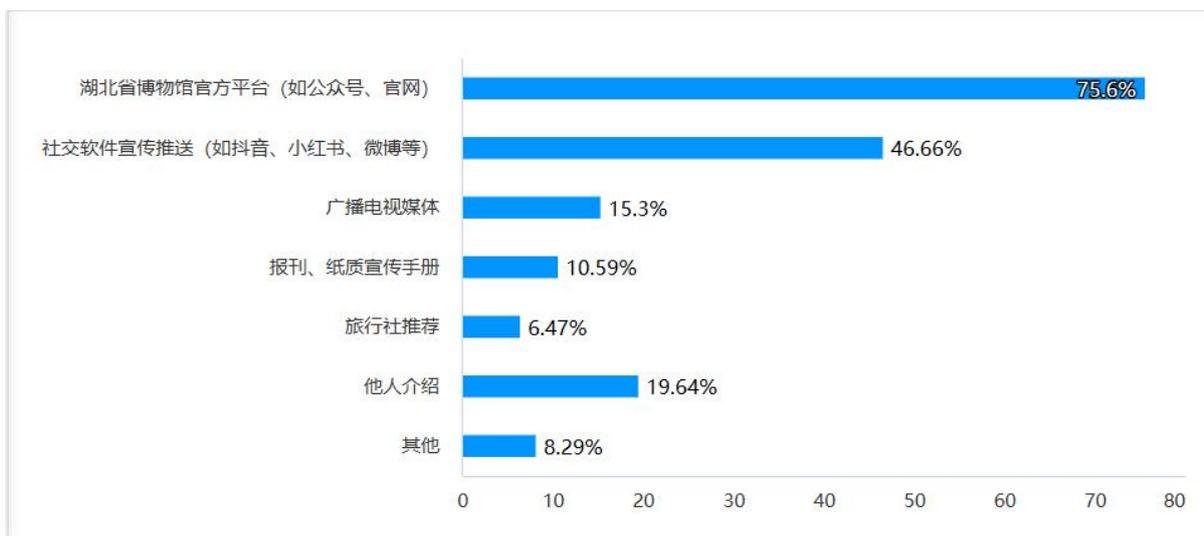
2. 参观次数

73.68%的观众是首次参观，17.17%的观众参观次数为 2—4 次，5 次及以上的观众占比 9.15%。



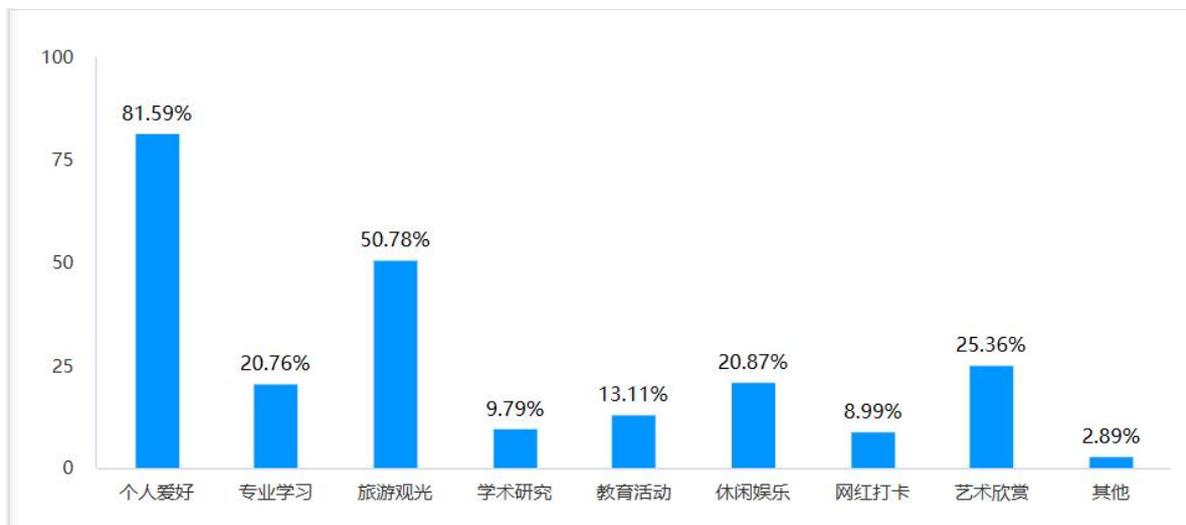
3. 信息获取途径（多选）

75.6%的观众通过官网、公众号官方平台获取博物馆信息，社交软件宣传推送占比46.66%，旅行社推荐占比最少（6.47%）。公众号是目前省博唯一官方移动端预约渠道，也是观众获取参观信息的主要途径，所以公众号运营方式和效果至关重要。



4. 参观原因（多选）

受访观众的参观目的以个人爱好、旅游观光、艺术欣赏为主，体现出博物馆作为公共文化空间，在满足大众休闲观光、涵养审美素养、普及历史文化知识等方面的重要作用。



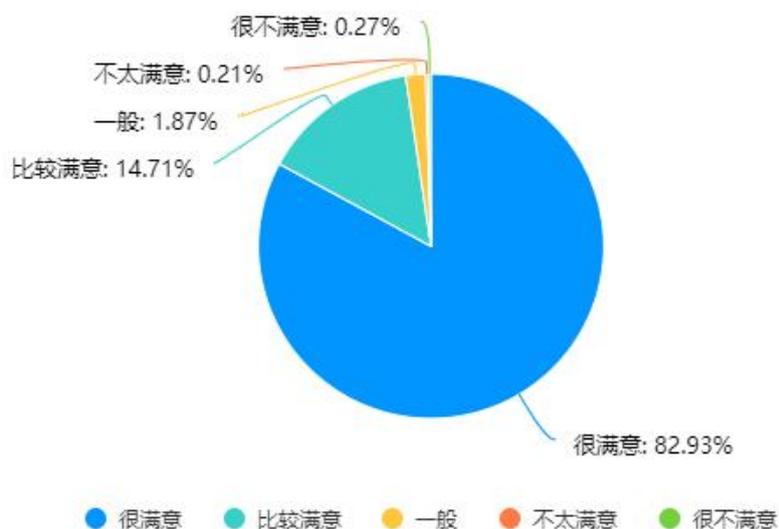
5. 通常使用博物馆公众号/官网的目的（多选）
 公众号/官网作为门票预约使用的观众占比最高（91.55%），作为投诉建议渠道的占比最少（1.23%）。

选项	小计	比例
门票预约	1711	91.55%
了解展览信息	691	36.97%
浏览官方新闻	327	17.5%
购买文创产品	277	14.82%
了解社教活动	145	7.76%
参观咨询	208	11.13%
投诉建议	23	1.23%
线上观展	111	5.94%
其他	43	2.3%
本题有效填写人次	1869	

（三）整体满意度与展览评价

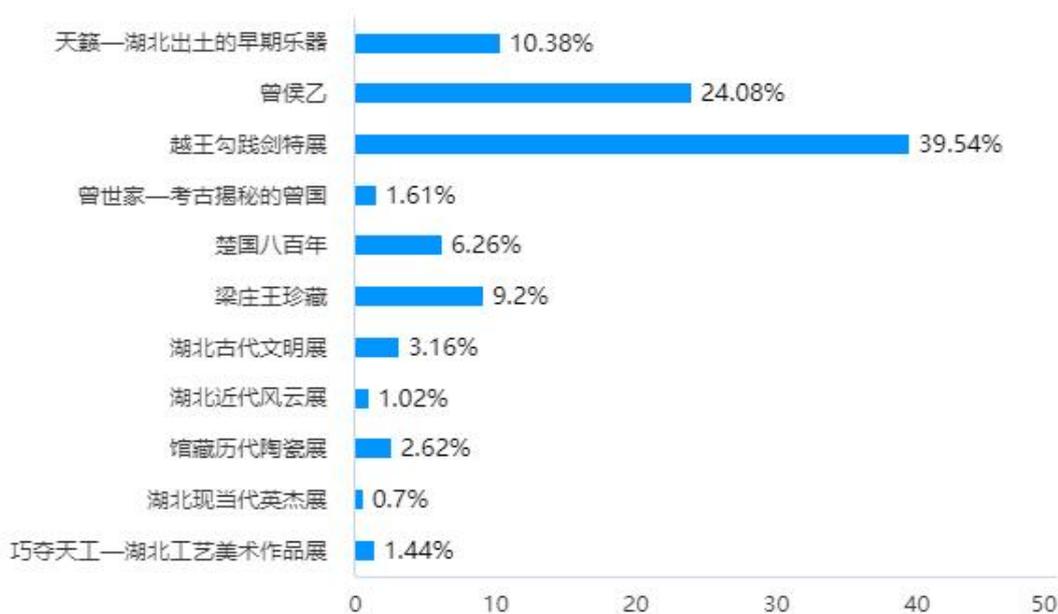
1. 参观整体满意度情况

观众整体参观满意度达 97.64%，其中 82.93% 的观众表示**很满意**，14.71% 的观众为**比较满意**，充分体现出场馆在展陈呈现、服务保障、参观体验等方面的工作成效获得大众高度认可，整体参观体验符合观众预期。



2. 常设展览影响力排名

在“最喜欢的常设展览”调研中，39.54%的观众对越王勾践剑特展印象最深，曾侯乙展厅以24.08%的占比位居其次，湖北现当代英杰展占比仅0.7%，为观众印象最浅的展览。这一结果反映出，馆藏中具有标志性、高知名度的珍贵文物类展览，凭借独特的历史价值、文物稀缺性与文化代表性，更易吸引观众关注、形成深刻印象，成为大众对场馆的核心记忆点。



3. 展陈质量满意度情况

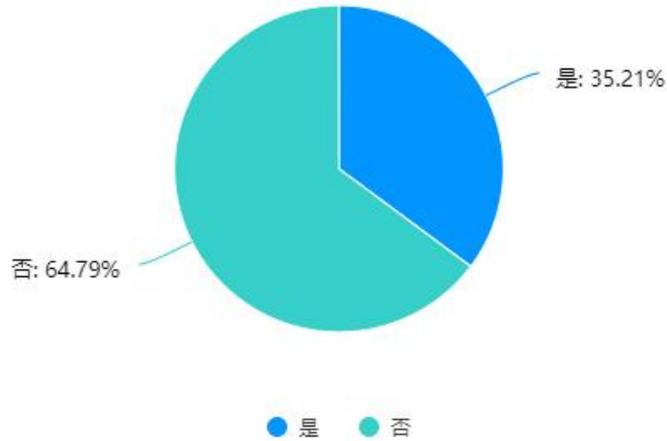
总体满意度为94.3%，观众对展品陈列、展览介绍、布展设计等方面的满意度均较高。

题目\选项	很不满意	不太满意	一般	比较满意	很满意
展品陈列	48(2.57%)	6(0.32%)	21(1.12%)	198(10.59%)	1596(85.39%)
展览介绍	49(2.62%)	9(0.48%)	52(2.78%)	211(11.29%)	1548(82.83%)
布展设计	48(2.57%)	10(0.54%)	34(1.82%)	209(11.18%)	1568(83.9%)
参观线路设计	53(2.84%)	19(1.02%)	69(3.69%)	217(11.61%)	1511(80.85%)
场馆智能化、信息化水平	49(2.62%)	8(0.43%)	58(3.1%)	216(11.56%)	1538(82.29%)
小计	247(2.64%)	52(0.56%)	234(2.5%)	1051(11.25%)	7761(83.05%)

(四) 官方讲解

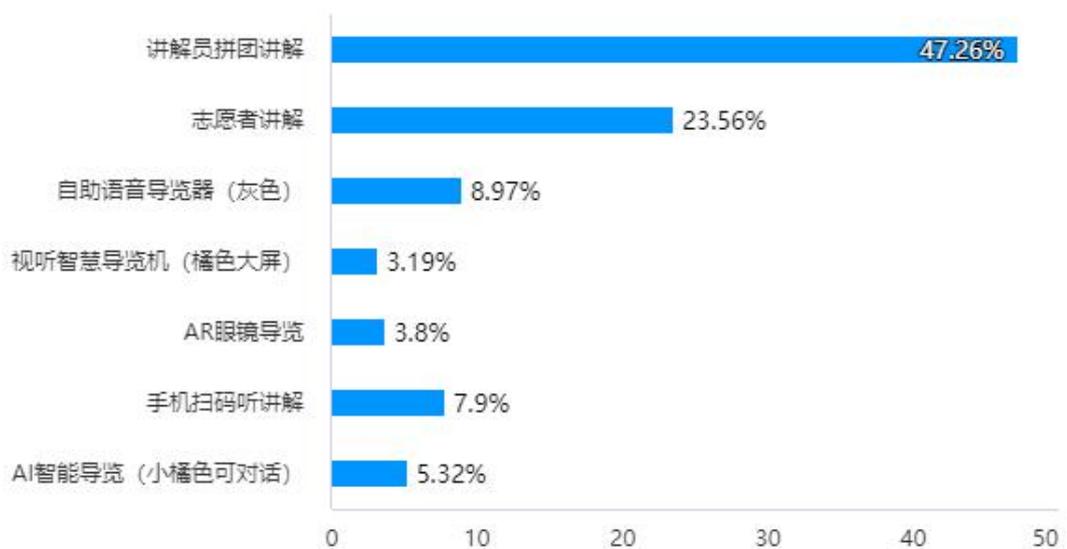
1. 是否选择官方讲解

参与调查的观众中，35.21%的观众选择了官方讲解。



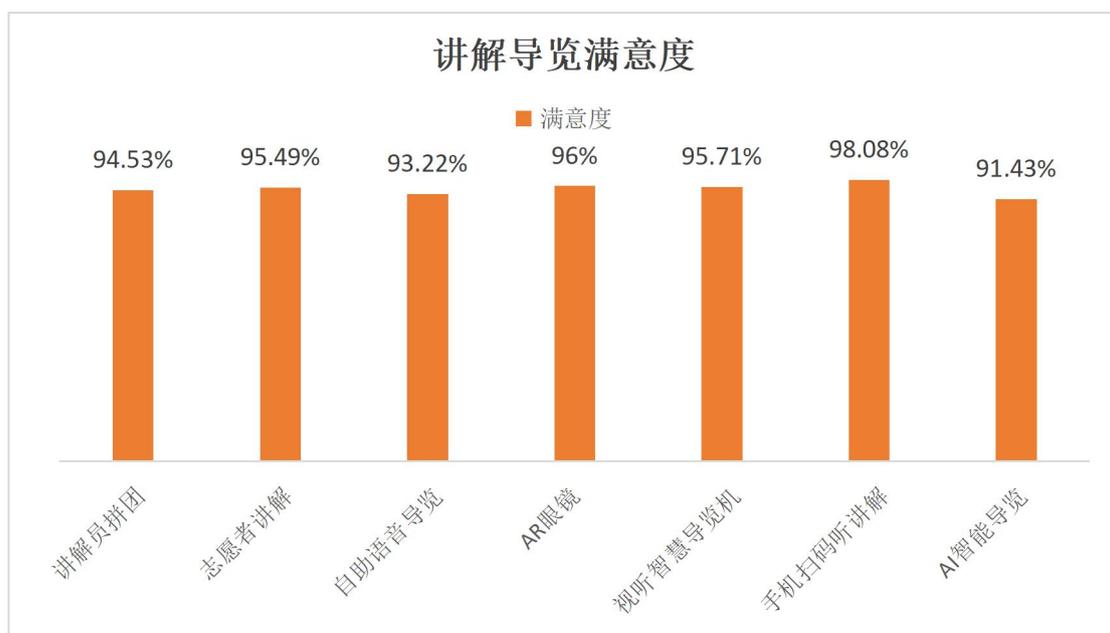
2. 讲解方式选择情况

选择官方讲解的观众中，选择讲解员拼团讲解的观众占比最高（47.26%），其次是志愿者讲解，占比 23.56%，选择视听智慧导览机（橘色大屏）的观众占比较低（3.19%）。



3. 讲解导览满意度情况

题目\选项	很不满意	不太满意	一般	比较满意	很满意
讲解员拼团讲解	8 (2.57%)	2 (0.64%)	7 (2.25%)	20 (6.43%)	274 (88.1%)
志愿者讲解	4 (2.58%)	1 (0.65%)	2 (1.29%)	11 (7.1%)	137 (88.39%)
自助语音导览器	1 (1.69%)	0 (0%)	3 (5.08%)	12 (20.34%)	43 (72.88%)
视听智慧导览机	1 (4.76%)	1 (4.76%)	1 (4.76%)	6 (28.57%)	12 (57.14%)
AR眼镜导览	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	4 (16%)	20 (80%)
手机扫码听讲解	0 (0%)	0 (0%)	1 (1.92%)	5 (9.62%)	46 (88.46%)
AI智能导览	0 (0%)	0 (0%)	3 (8.57%)	3 (8.57%)	29 (82.86%)

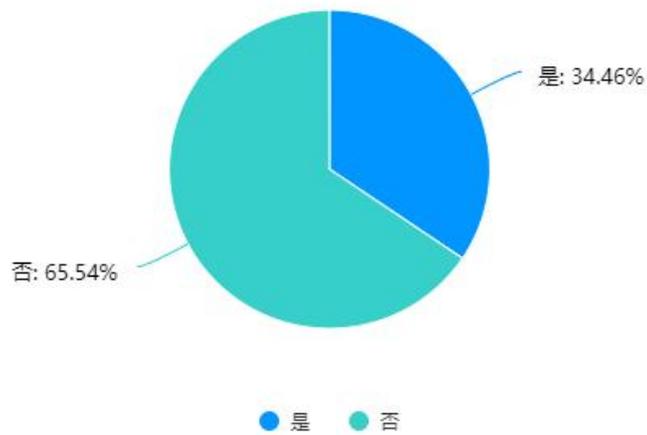


本年度的讲解导览满意度调查在 2024 年度的基础上进行了优化与完善，新增“是否选择官方讲解”以及“选择何种官方讲解”两项前置问题。这一调整，有效规避了“未体验某类讲解却参与评分”的无效反馈，使采集到的满意度数据更贴合观众真实体验，显著提升了满意度调查的科学性与数据的精准性。

（五）演出项目

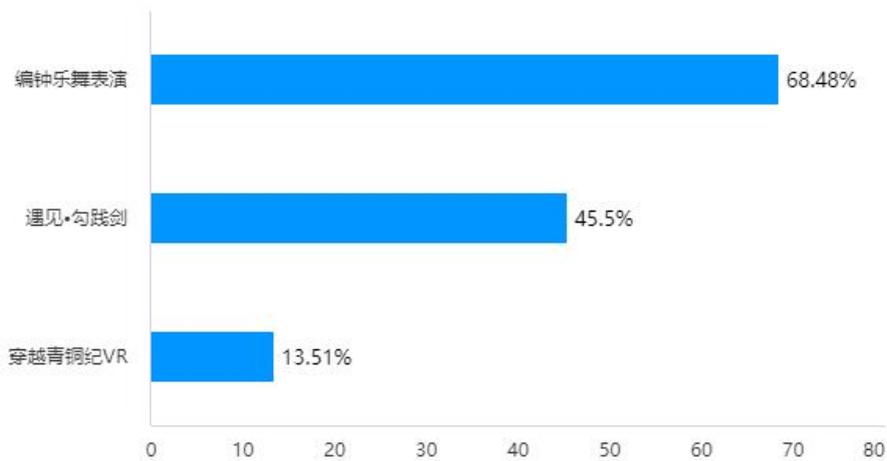
1. 是否观看演出项目

参与调查的观众中，34.46%的观众观看了演出项目，65.54%的观众没有观看演出项目。



2. 观看演出项目情况

观看了演出项目的观众中，68.48%的观众选择了编钟乐舞表演，45.5%的观众选择了“遇见·勾践剑”，13.51%的观众选择了青铜纪VR。



3. 观演项目满意度情况

题目\选项	很不满意	不太满意	一般	比较满意	很满意
编钟乐舞表演	5 (1.13%)	1 (0.23%)	6 (1.36%)	40 (9.07%)	389 (88.21%)
遇见·勾践剑	5 (1.71%)	0 (0%)	8 (2.73%)	30 (10.24%)	250 (85.32%)
穿越青铜纪 VR	2 (2.3%)	1 (1.15%)	1 (1.15%)	4 (4.6%)	79 (90.8%)

(六) 配套设施与服务

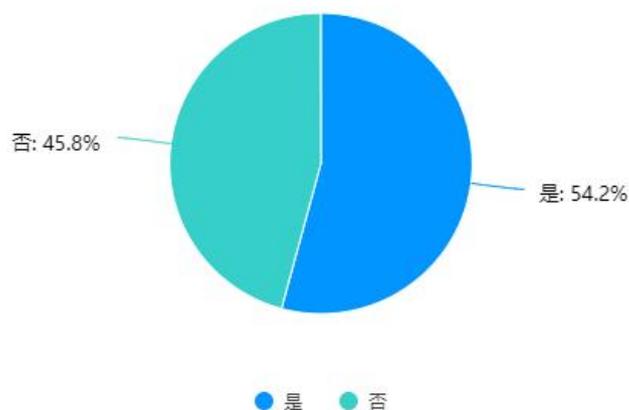
1. 基础服务满意度

基础服务满意度为 95.66%，观众对工作人员服务、公共环境秩序与卫生、助老助残服务设施便利性等方面的满意度较高。

题目\选项	很不满意	不太满意	一般	比较满意	很满意
工作人员服务	36(1.93%)	6(0.32%)	32(1.71%)	199(10.65%)	1596(85.39%)
标识标牌指引	39(2.09%)	12(0.64%)	47(2.51%)	211(11.29%)	1560(83.47%)
公共环境秩序与卫生	37(1.98%)	6(0.32%)	28(1.5%)	208(11.13%)	1590(85.07%)
公共服务设施 (休息区、卫生间、母婴室等)	38(2.03%)	9(0.48%)	36(1.93%)	214(11.45%)	1572(84.11%)
助老助残服务设施便利性 (无障碍通道、轮椅、第三卫生间等)	38(2.03%)	6(0.32%)	35(1.87%)	202(10.81%)	1588(84.97%)
小计	188(2.01%)	39(0.42%)	178(1.9%)	1034(11.06%)	7906(84.6%)

2. 文创商店消费情况

参与调查的观众中，54.2%的观众在文创商店有消费。



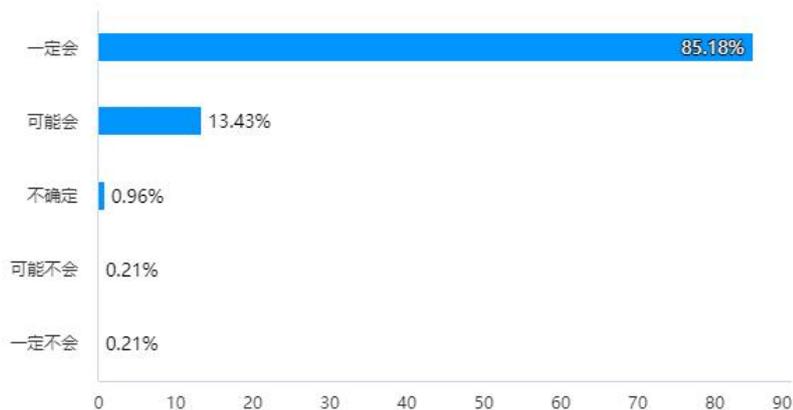
3. 文创商品满意度

购买了文创商品的观众中，文创商品的总体满意度为92.21%，观众对文创商品文化内涵、外观设计、产品多样性等方面的满意度较高。

题目\选项	很不满意	不太满意	一般	比较满意	很满意
外观设计	35(1.87%)	3(0.16%)	84(4.49%)	289(15.46%)	1458(78.01%)
产品多样性	33(1.77%)	5(0.27%)	84(4.49%)	286(15.3%)	1461(78.17%)
价格定位	36(1.93%)	22(1.18%)	168(8.99%)	293(15.68%)	1350(72.23%)
文化内涵	32(1.71%)	3(0.16%)	78(4.17%)	295(15.78%)	1461(78.17%)
小计	136(1.82%)	33(0.44%)	414(5.54%)	1163(15.56%)	5730(76.65%)

4. 推荐他人参观本馆意愿

参与调查的观众中，85.18%的观众选择一定会推荐他人参观本博物馆，13.43%的观众表示可能会推荐他人参观本博物馆。整体来说，观众的推荐意愿较高。



三、观众意见及改进建议

（一）优化展陈与照明

部分展厅灯光偏暗或照明不均，影响观展体验及拍照效果。部分文物说明标签过简或缺失，建议补充二维码、增加用途及背景介绍，提升文物信息展示的完整性与通俗性。个别展品标签存在文字错误，建议加强校对与日常检查工作。

（二）规范动线与标识

馆内参观动线设计不够清晰，易造成走重复路线或漏看展区。导览标识系统不完善，包括楼层指引、热门展品位置、卫生间、母婴室等标识不够醒目。建议增设纸质导览图、优化电子导览功能，并在入口处提供推荐参观路线图。

（三）完善公共服务设施

部分区域缺少饮水设备，母婴室、无障碍通道等服务设施需进一步完善。部分展柜玻璃存在污渍、指纹，影响观展清晰度，建议加强日常清洁维护。部分区域通风不佳、温度偏高，影响参观舒适度。

（四）增加讲解导览供给

人工讲解服务供给不足，建议增加讲解人员及场次，并提供更多语种讲解服务。志愿者讲解备受好评，建议保持并扩大志愿者服务规模，完善预约与信息公开机制。部分智能导览设备定位不够准确，建议优化设备功能并提升用户体验。

（五）加强参观秩序管理

越王勾践剑展厅人流密集，建议优化分流措施与参观流程。馆内存在导游现场私自揽客的现象，建议加强现场秩序维护与文明参观引导。

（六）丰富文创餐饮服务

文创产品设计丰富、质量较好，但部分商品价格略高，建议推出更多亲民化、多样化产品。餐饮方面建议丰富品类、提升性价比，并完善就餐环境。部分观众反映编钟表演等内容质量可进一步提升，建议加强演出内容与形式的创新。

2025年度湖北省博物馆观众满意度调查工作已圆满结束。感谢每一位参与问卷填写的观众，你们的反馈与建议我们悉心聆听、认真研读。从中我们深切感受到公众对文物与历史文化的热爱，也读懂了大家对湖北省博物馆未来发展的殷切期盼。作为荆楚文化的重要承载者与传播者，湖北省博物馆始终以传承中华文明、弘扬优秀文化为己任，深知前路责任重大、使命光荣。我们将充分运用本次调查成果，围绕展览内容、服务设施及参观体验等方面持续推进优化与创新，努力将湖北省博物馆打造成为一座最有温度、最具人文关怀的公共文化殿堂。