

2023 年度中国现代文学馆观众调查报告

（一）调查背景与目的

为更好地提升中国现代文学馆的公共服务水平及社会影响力，中国现代文学馆通过多种途径开展观众调查，旨在全面了解中国现代文学馆的观众构成、参观体验满意度及参观需求，深入了解公众的公共文化需要，以及对中国现代文学馆的认知、态度及评价，以便更好地满足观众的公共文化需求、及时获知观众参观诉求的动态变化，为文学馆下一年度提升公共文化服务质量提供依据。

（二）调查实施的基本情况

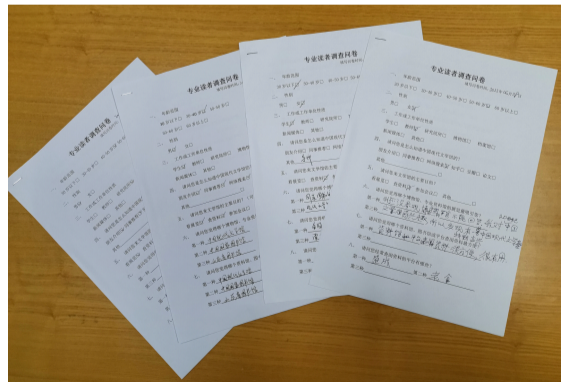
中国现代文学馆的观众调查采用线上线下相结合的方式，综合各方数据得出调研结果。线上调研以发布线上调查问卷为主，同时定期采集大众点评 app 上中国现代文学馆的相关评价，并对文学馆官网、微信、抖音、小红书等平台留言进行统计；线下调研主要通过随机邀请来馆观众、来馆读者填写调查问卷来进行。



阅读 1482 文章已于2023-11-10修改



3条留言 写留言



(三) 调查的主要成果

1. 文学馆观众画像

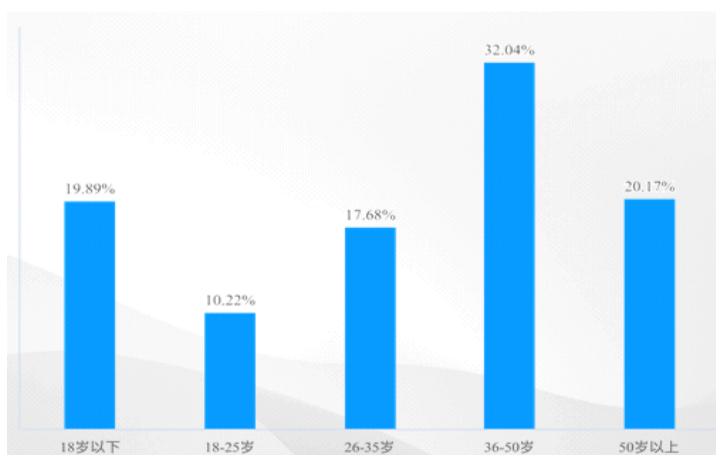
(1) 年龄结构

问卷及随机调查数据显示，观众地域范围涉及全国及海外。参观人群中 18 岁以下的占比 19.89%，大部分为组团参观的在校学生；18--25 岁的年轻参观族群约占 10.22%；26--35 岁的观众占 17.68%；36 岁至 50 岁的观众占比达到 32.04%；50 岁以上的中老年观众占比在 20.17%，这部分观众对红色经典主题展的兴趣度更高。

附图 观众地域分布图



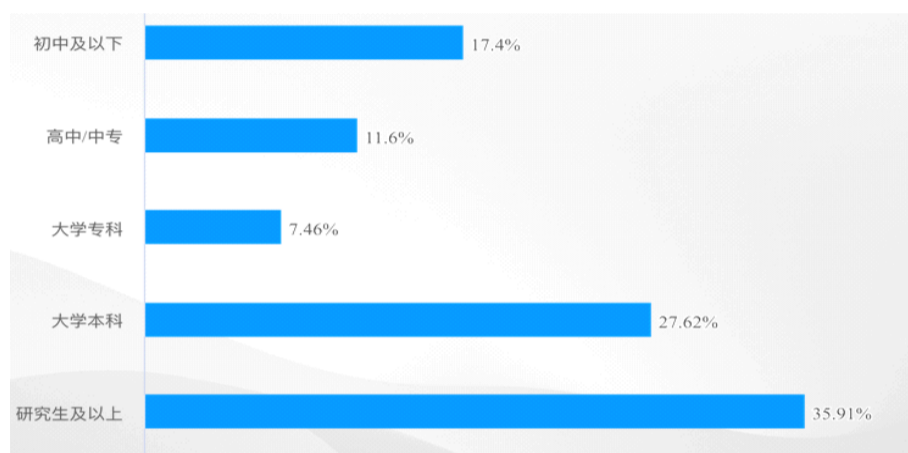
附图 观众年龄结构调查



（2）受教育程度

来中国现代文学馆参观的观众整体受教育程度较高，高中及以下的群体占比不到三成（29%），且这部分观众有相当部分的数据为18岁以下的在校学生，拥有大学专科以上学历的观众占七成以上，其中大学专科及本科学历的占比27.62%，研究生及以上学历的观众占比35.91%。

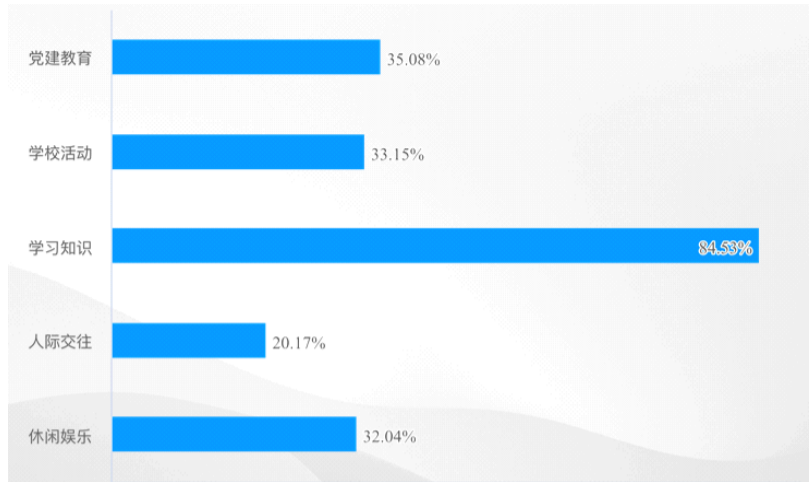
附图 受教育程度图



（3）参观目的

有84.53%的观众来馆参观以学习知识为主要目的；其次是以参观红色文学主题展览进行党建教育及主题党日活动为目的，占比35.08%；以参加学校研学活动和休闲旅游为目的的观众比例相近，分别占比33.15%及32.04%，还有20.17%的观众出于人际交往的目的来馆参观。由此可见，文学馆在观众心中同时具备社会教育属性及社交娱乐属性。未来，文学馆在提升公共文化服务方面会考虑社会教育与休闲娱乐相结合，充分考虑观众需求，提供丰富多彩的活动，吸引更多的人走进文学馆。

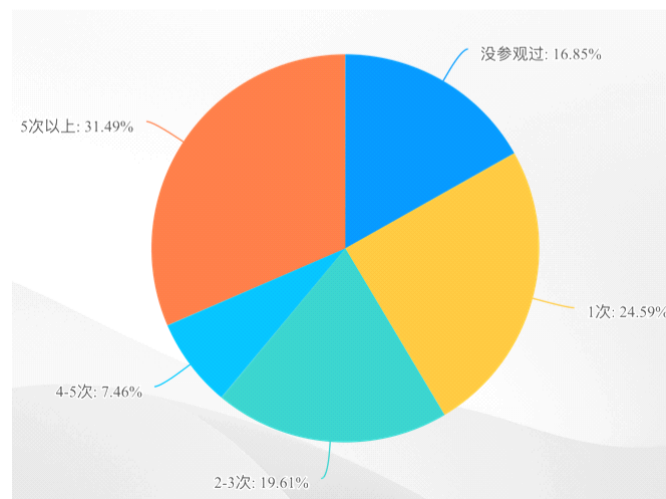
附图 调研观众的参观目的



(4) 参观频次

调研结果显示大多数观众曾多次参观中国现代文学馆，有过两次及以上参观经历的观众占比总计近六成（58.56%），未到文学馆现场参观的观众占比一成多（16.85%），但此部分观众与曾观看过文学馆外地巡展的观众有部分重合。目前来看，多次到访中国现代文学馆的观众比例较高，外地观众的关注度也较高，中国现代文学馆由于其专业性，在相当一部分观众中具有较强的社会影响力。未来，文学馆也将依据自身特点，进一步提高服务品质，为文学馆忠实观众做好文学服务工作的同时，也要加强文学普及工作，进一步扩大文学馆的社会影响力。

附图 观众参观次数调查

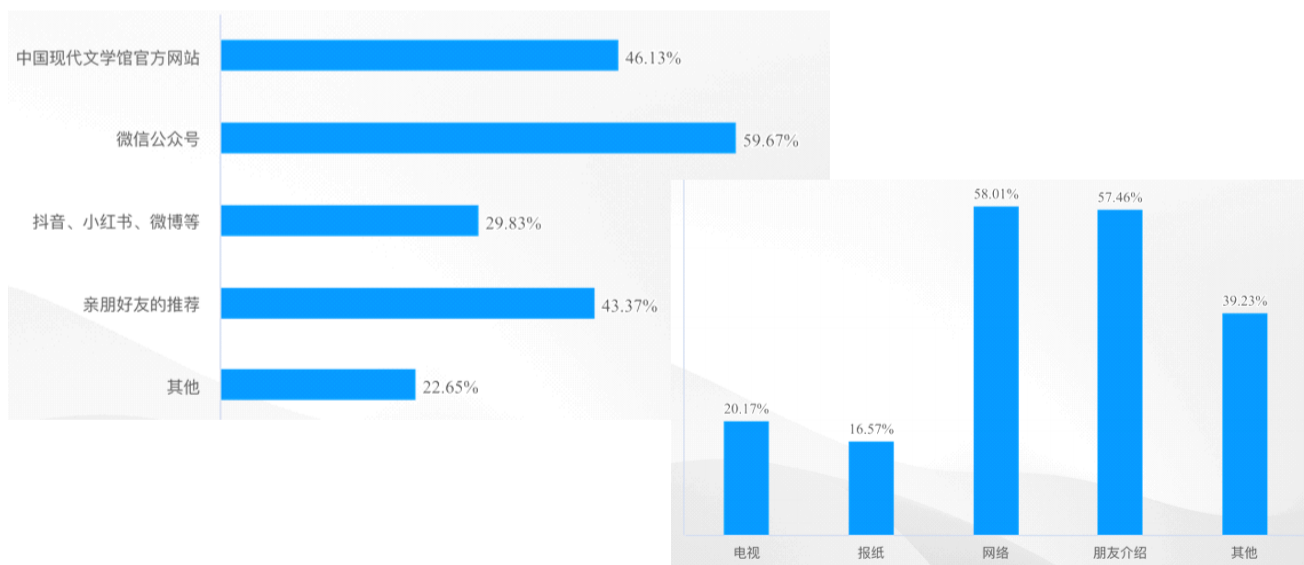


2. 对文学馆的认识

(1) 认识途径

来馆参观的观众了解到中国现代文学馆的主要途径为网络和朋友介绍，分别占比 58.01%及 57.46%，排名第三的为其他方式，占比 39.23%；了解文学馆展览与活动信息的主要渠道是微信公号（59.67%），其次是文学馆官方网站（46.13%）及亲朋好友推荐（43.37%），有 29.83%的观众通过抖音、小红书、微博等新媒体平台获知，仍有 22.65%的观众通过其他渠道获取文学馆相关活动信息。由数据可见，近年来文学馆开始融入现代传播格局，积极经营微信公众号等新媒体账号，已取得一定传播效果，获得许多年轻观众的关注，但仍有相当比例的观众通过朋友及其他渠道得知，显示文学馆仍存在一定程度的“酒香也怕巷子深”问题，需进一步加大宣传力度，扩大文学馆的社会影响力。

附图 调研观众的信息获取途径



（2）文学馆存在意义

增加大众文化认同、促进社会教育及传承文化遗产是观众认为文学馆存在的三大意义，分别占比 87.2%、80.66%及 80.39%，提升城市形象占比 53.04%，培养探索精神占比 49.45%，由数据可见，观众对文学馆的存在价值及意义具有较高的认可，未来文学馆也会不负时代赋予的文学使命，不断满足人民对美好生活的向往，增强人民精神力量，为实现中华民族伟大复兴提供强大的价值引导力、文化凝聚力、精神推动力。

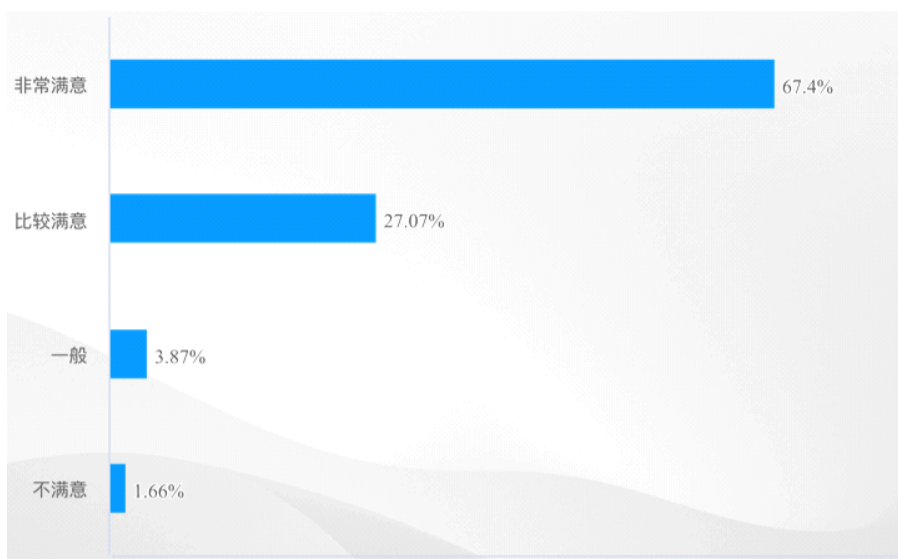


3. 观众参观体验与满意度

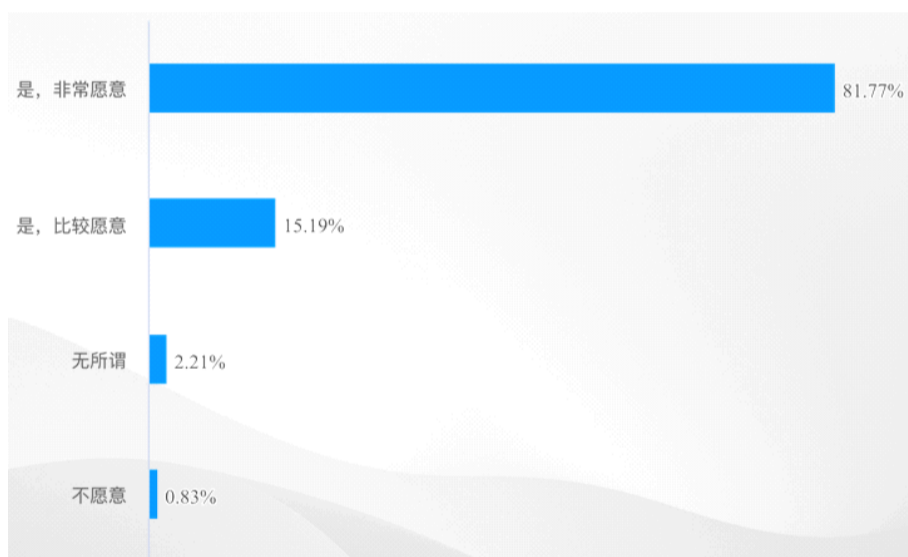
（1）观众满意度

观众对中国现代文学馆的总体满意度为 98.34%，处在高满意度区间，非常满意的观众占六成以上，不满意的观众占比极小（1.66%），与此同时，观众具有极高的向他人推荐参观文学馆的意愿，非常愿意占比 81.77%，比较愿意占比 15.19%。

附图 观众对中国现代文学馆总体满意度调查



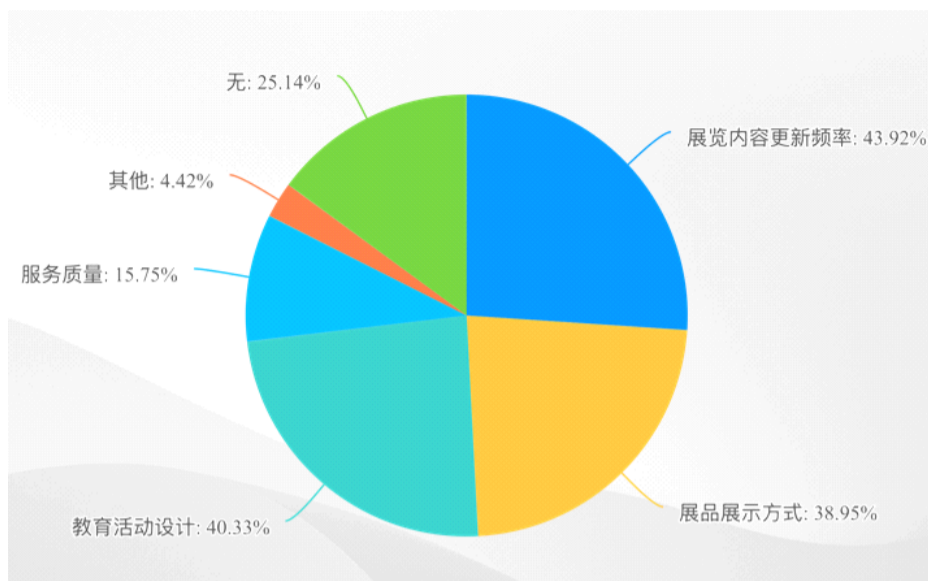
附图 对于推荐他人参观意愿的调查



(2) 观众认为展览陈列需要改进的方面

观众对展览陈列方面最主要的期望是提高展览内容更新频次 43.92%，其次希望文学馆能够提供更多的教育活动（40.33%），再次为改善展品展示方式（38.95%）。

附图 调研观众认为中国现代文学馆需要改进的方面



4. 调研结论和建议

从观众画像看，观众年龄结构呈多元化分布，25岁以下的人群占比三成，26-35岁之间的人群也占比近二成，50岁以上的较年长的观众占比在二成；受教育程度较高，大专及以上学历者占七成以上；大部分观众以知识学习和来馆开展主题党日等党建教育活动为主要目的；多数观众曾多次参观中国现代文学馆。从观众对文学馆的认识来看，观众认识中国现代文学馆以及获取相关信息的最主要渠道是官方微信公众号等新媒体，与此同时，观众对文学馆的认识定位及意义具有极高的认可。观众对中国现代文学馆的总体满意度为98.34%，处在高满意度区间；在服务方面，最主要的期望是改善停车服务，其次是增加便民设施和改进周边餐饮服务；在内容方面，观众希望可以提高展览内容更新频次，以吸引观众更高频次走进中国现代文学馆，同时也希望文学馆提供更加丰富多彩的教育活动，增加观众参与和互动。

基于以上调研，表明中国现代文学馆由于具备文学专业性，在相当一部分观众（文学爱好者、文学专业学者等）中具有较强的社会影响力，未来，文学馆也将依据自身特点，保持自身服务优势，进一步提高服务品质，继续为文学馆忠实观众做好文学服务工作，与此同时，也要继续加强文学普及工作，加强与观众的互动，积极融入现代传播格局，加大微信公众号等新媒体账号的宣传力度，以进一步扩大文学馆的社会影响力。

在社教服务方面，未来将在展陈方面营造特色，适当增加展览频率，并在教育活动设计上加大投入力度，提升场馆吸引力和美誉度。在服务设施方面，将努力改善周边的停车服务，提高洗手间清理频次，营造更加良好舒适的参观环境；在服务细节方面，继续保持志愿讲解服务方面的优势，提升咨询引导和安检方面服务质量，最大限度地保证观众的良好参观体验。

观众普遍对文学馆的存在价值及意义具有较高的认可与期待，未来文学馆也会牢记文学使命，不断满足人民对美好生活的向往，增强人民精神力量，为实现中华民族伟大复兴提供强大的价值引导力、文化凝聚力、精神推动力。

附图 观众调查表样式

1.您的性别是? [单选题]

选项
男
女
本题有效填写人次

2.您目前的年龄段是? [单选题]

选项
18岁以下
18-25岁
26-35岁
36-50岁
50岁以上
本题有效填写人次

3.您的教育水平? [单选题]

选项
初中及以下
高中/中专
大学专科
大学本科
研究生及以上
本题有效填写人次

4.您所居住的省自治区直辖市 [填空题]

5.您所居住社区的具体类型 [单选题]

选项
城市
郊区
农村
本题有效填写人次

6.对您而言, 游览中国现代文学馆的目的是 [多选题]

选项
党建教育
学校活动
学习知识
人际交往
休闲娱乐
本题有效填写人次

7.您是否曾经参观过中国现代文学馆 [单选题]

选项
没参观过
1次
2-3次
4-5次
5次以上
本题有效填写人次

8.您主要通过什么途径了解到中国现代文学馆？（多选） [多选题]

选项	
电视	
报纸	
网络	
朋友介绍	
其他	
本题有效填写人次	

9.您主要通过哪种渠道了解中国现代文学馆的展览与活动情况？

选项	
中国现代文学馆官方网站	
微信公众号	
抖音、小红书、微博等	
亲朋好友的推荐	
其他	
不了解	
本题有效填写人次	

10.您是否参加过中国现代文学馆举办的会议或活动？ [单选题]

选项	
是	
否	
从未了解	
本题有效填写人次	

14.在您看来，中国现代文学馆存在的意义是什么？(多选)

选项	
增加大众文化认同	
提供休闲娱乐场所	
促进社会教育	

选项	
培养探索精神	
提升城市形象	
促进旅游业发展	
传承文化遗产	
没有意义	
其他 [详细]	
本题有效填写人次	

15.您是否愿意推荐他人参观中国现代文学馆？ [单选题]

选项	
是，非常愿意	
是，比较愿意	
无所谓	
不愿意	
本题有效填写人次	