

2022 年法门寺博物馆观众调查报告

为全面深入地了解观众基本背景、参观体验与需求，法门寺博物馆对参观观众进行问卷调查，通过调查所得的第一手资料，全面分析来法门寺博物馆参观观众的基本信息、参观诉求，为博物馆更好地服务观众提供依据。

一、调查实施的基本情况

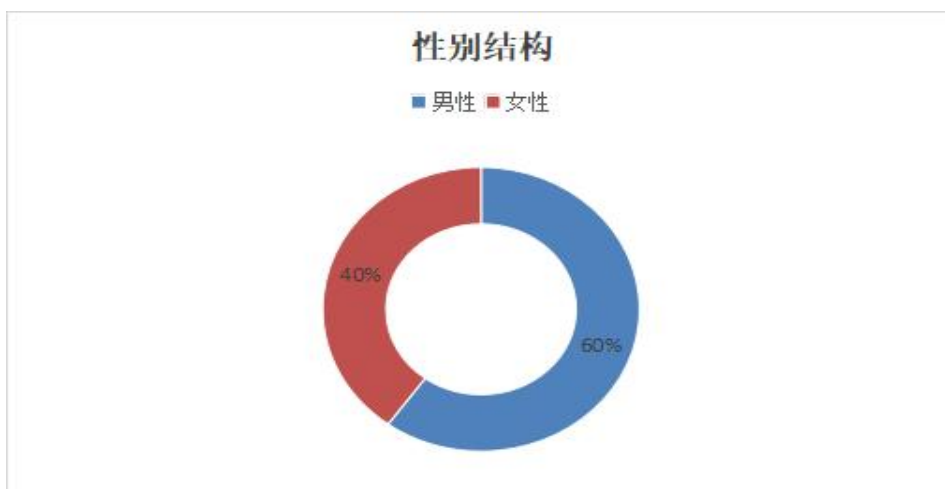
2022 年 5 月 17 日至 6 月 11 日，工作人员在博物馆出口处，对参观完博物馆的观众进行定点面访，共发放调查问卷 1600 份，经过甄选，实际有效问卷为 1580 份，有效率为 98.75%。

二、调查的内容

（一）观众的基本背景情况

1. 性别结构

博物馆参观人群中，男性占比 60%，女性占比 40%。



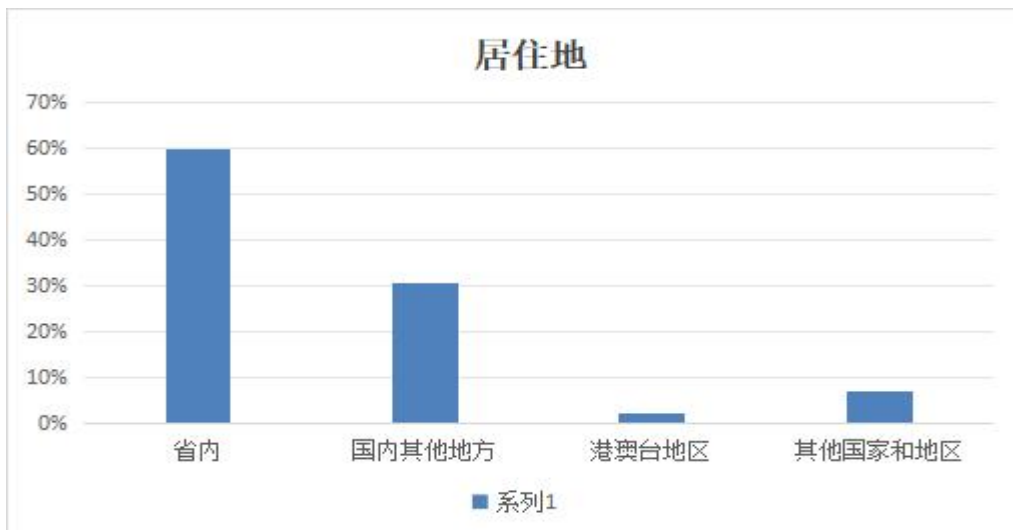
2. 婚姻结构

参与调查观众的婚姻结构中，已婚占比 67.33%，未婚占比 32.67%。



3. 来源地

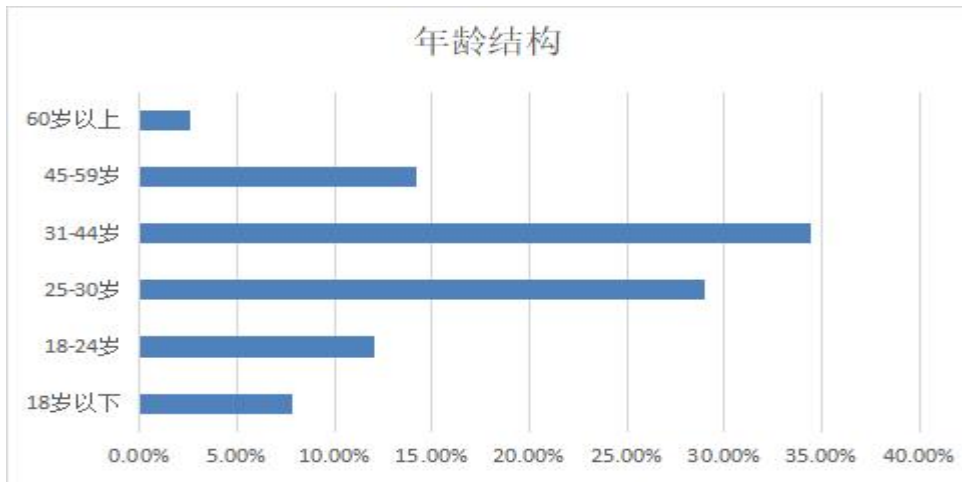
省内观众占比 60%，国内其他地方观众占比 30.7%，港澳台地区观众占比 2.2%，其他国家和地区占比 7.1%。



4. 年龄结构

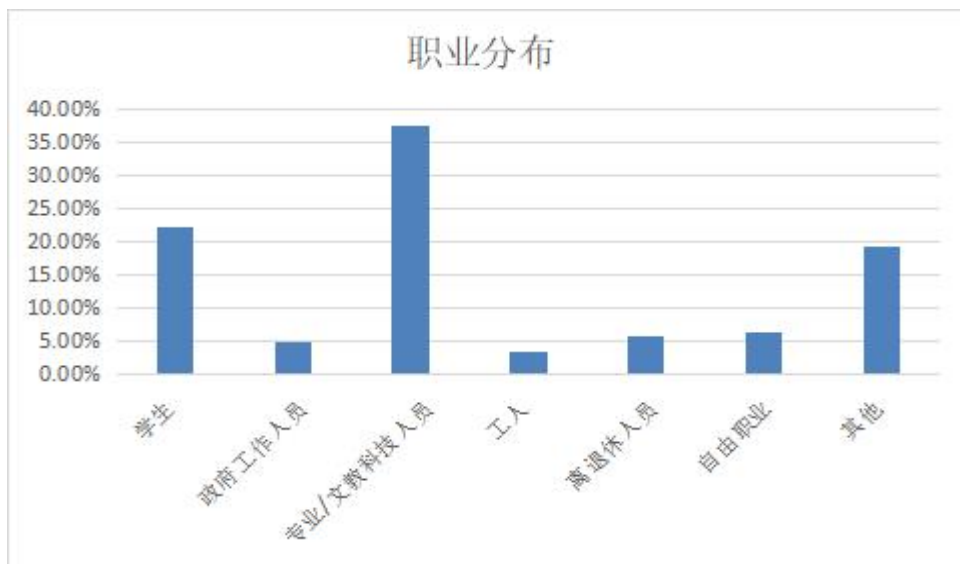
青壮年为出游中坚力量。年龄结构中，博物馆参观人群中 18 岁以下的占比 7.8%，18-24 岁的年轻参观族群占比 12%，

25-30 岁的观众占比达到 29%，31-44 岁的观众占比达到 34.41%，45-59 岁的观众占比达到 14.23%，60 岁以上观众占比为 2.56%。



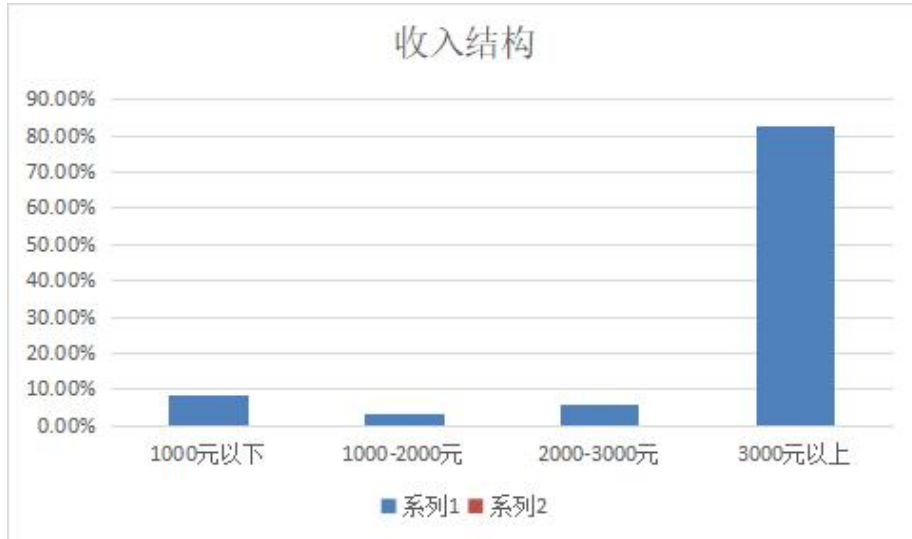
5. 职业分布

观众的职业分布中学生占比 22.32%；政府工作人员、专业/文教科技人员、工人、离退休人员、自由职业、其他所占比重分别为 5.05%、37.7%、3.39%、5.71%、6.33%、19.5%。



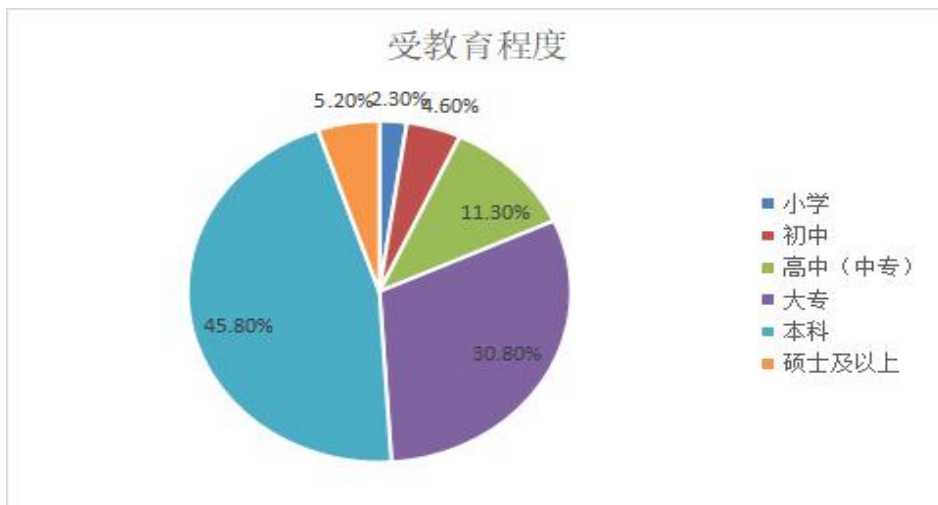
6. 收入结构

参与调查的游客月均收入方面，收入在 3000 元以上的比重为 82.41%；2000-3000 元的比重为 5.7%；1000-2000 元的比重为 3.39%；1000 元以下的比重为 8.5%。



7. 受教育程度

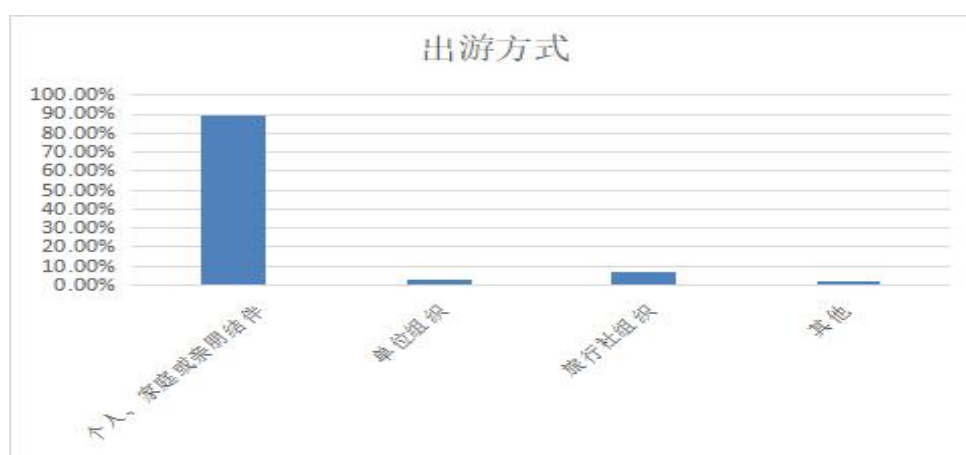
观众整体受教育程度相对较高，小学群体的占比 2%，初中群体的占比 4%，高中（中专）群体的占比 16%，大专群体的占比 30%，本科学历的占比 45%，硕士及以上学历的占比为 5%。



（二）观众的参观习惯与偏好

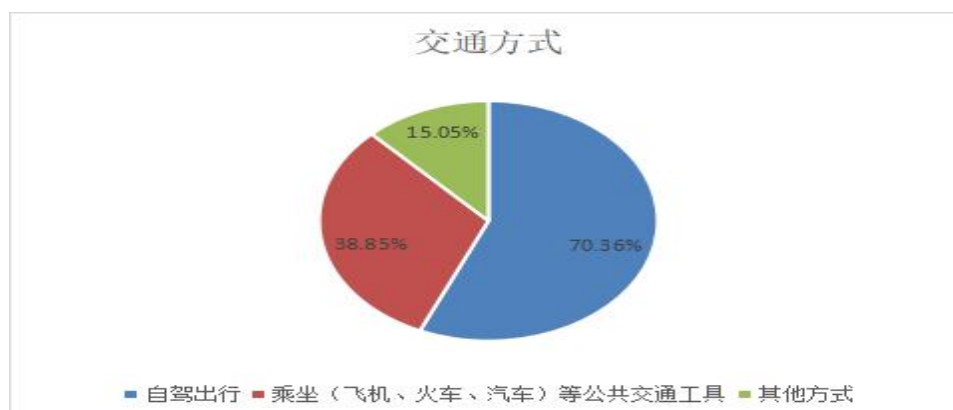
1. 出游方式

结伴出行是游客外出旅游的主要方式。游客外出组织方式中，依旧以个人、家庭或亲朋结伴的游客为主，占比为90.24%，单位组织占比为7.2%，旅行社组织占比为2.56%，其他仅为1.7%。



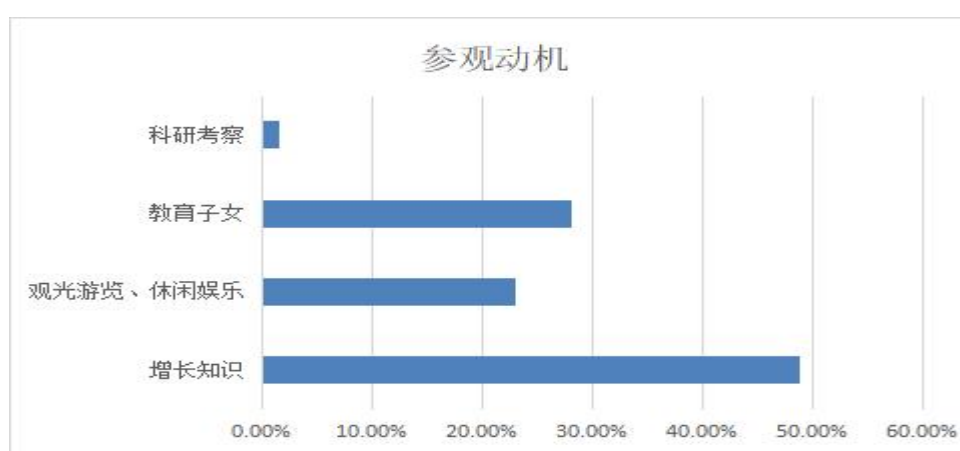
2. 交通方式

自驾车出行更受游客青睐。游客出行交通方式中，自驾出行的游客填写问卷比例高达占70.36%；乘坐（飞机、火车、汽车）等公共交通工具出行比例为38.85%；其他方式出行为15.05%。



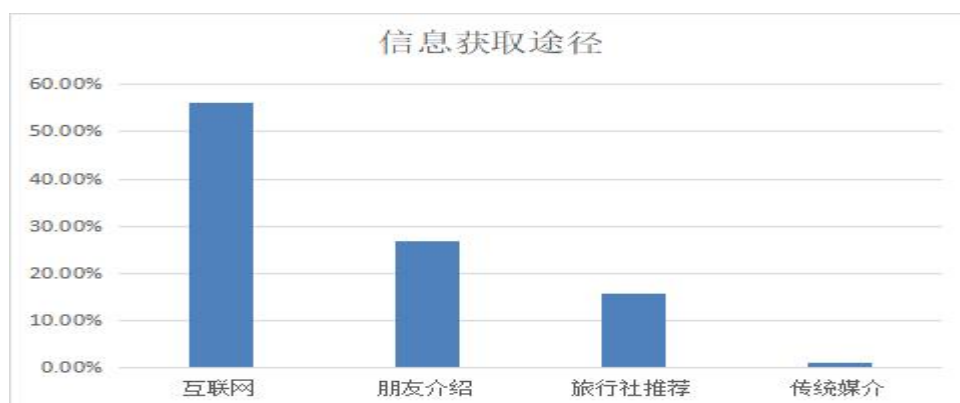
3. 参观动机

来法门寺博物馆参观的观众主要以增长知识为目的，比例为 48.9%，以观光游览、休闲娱乐为目的的观众占比 23%，以教育子女为目的的占比为 28.1%，其它目的性比较强的是科研考察参观占比为 1.6%，可见，法门寺博物馆已经成为观众了解唐代历史文化的重要场所。



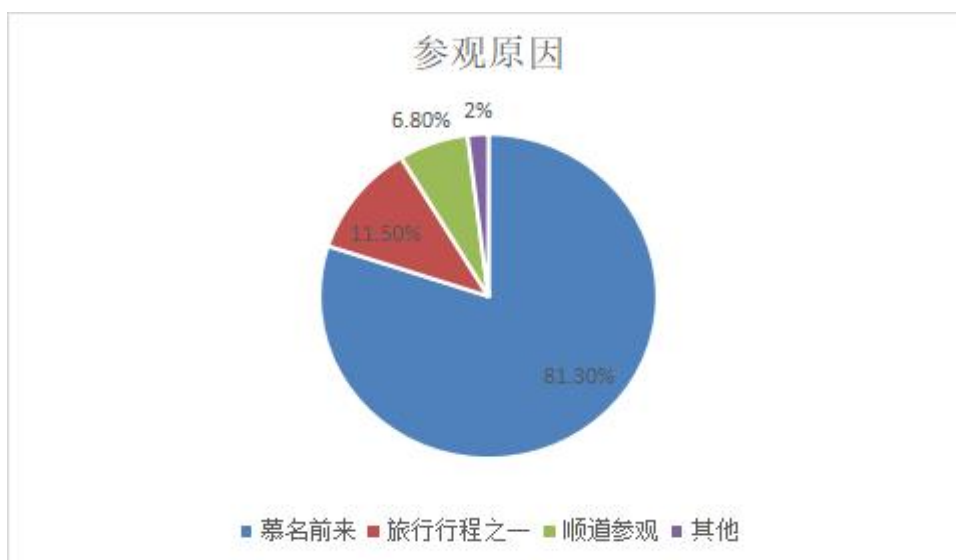
4. 信息获取途径

观众获取法门寺博物馆信息的主要渠道是通过互联网占比达到 56.1%，其次是朋友介绍为 27%，另外还有旅行社推荐为 15.7%，通过传统媒介（电视、书籍、报纸杂志等）获取的比例最小，占比 1.2%。



5. 参观原因

参观的观众中，大部分是慕名前来，占比 81.3%，旅行行程之一占比 11.5%，顺道参观占比 6.8%，其他占比 2%。



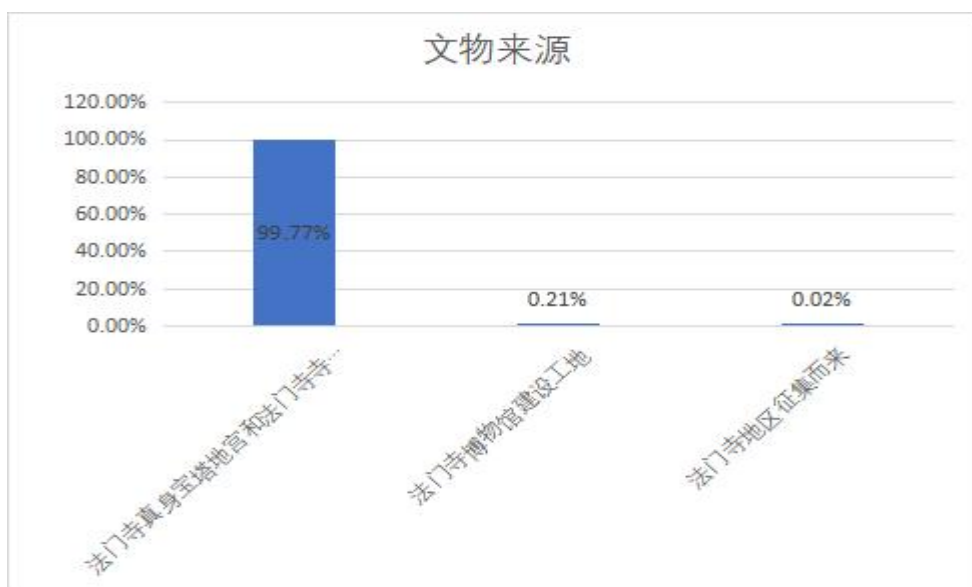
6. 参观频次

大部分观众都是第一次来法门寺博物馆参观，占比 79.1%，第二次来参观的观众比例为 15.3%，来法门寺博物馆多次的占比 5.6%。



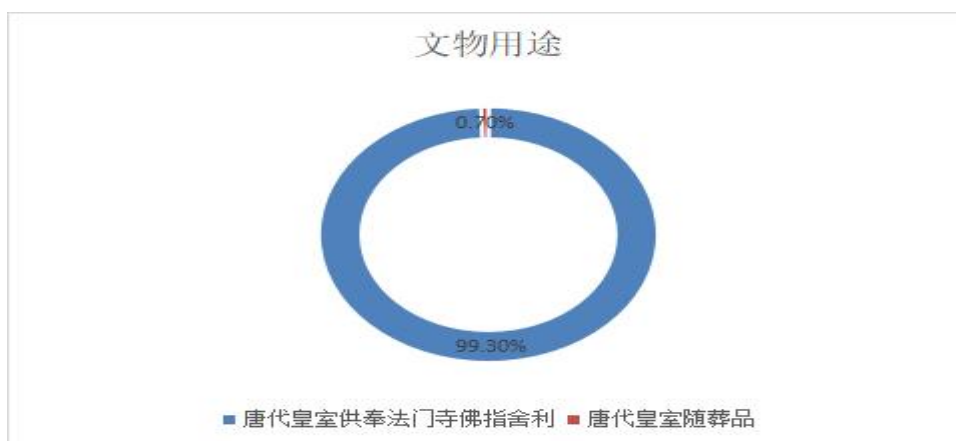
7. 对文物来源的看法

绝大部分观众认为法门寺博物馆陈列的主要文物来源于法门寺真身宝塔地宫和法门寺寺院，占比为 99.77%，0.21% 的观众认为来源于法门寺博物馆建筑工地，另外，有 0.02% 的观众认为是法门寺地区征集而来。



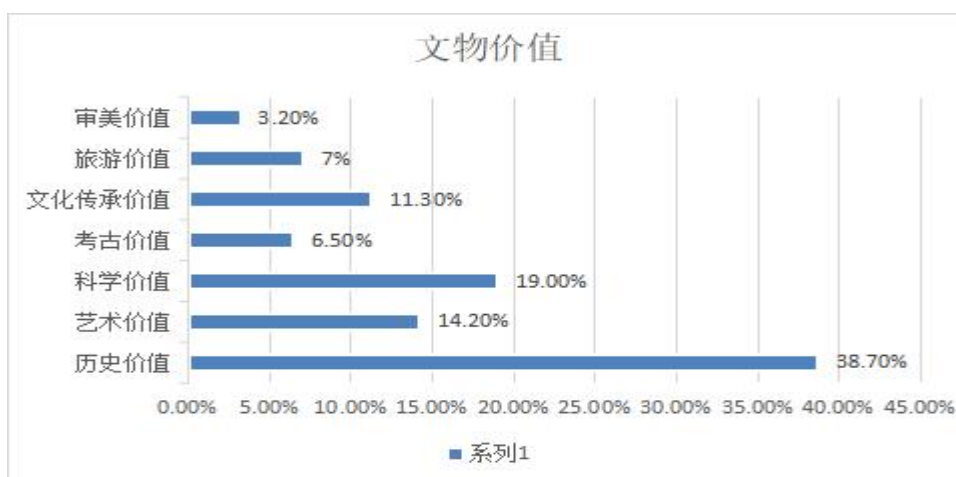
8. 对地宫文物用途的看法

大部分观众对法门寺博物馆文物的原来用途有一定的了解，认为展出文物是唐代皇室供奉法门寺佛指舍利的 99.3%，认为展出文物是唐代皇室随葬品的仅占 0.7%。



9. 对文物价值看法

大部分观众主要关注的是博物馆展品的历史价值，占比43%，其次关注的是艺术价值和科学价值，分别占比29%和21%，关注文物的考古价值、文化传承价值、旅游价值、审美价值关注的观众，分别占比6.5%、11.3%、7%、3.2%。



10. 景点分布

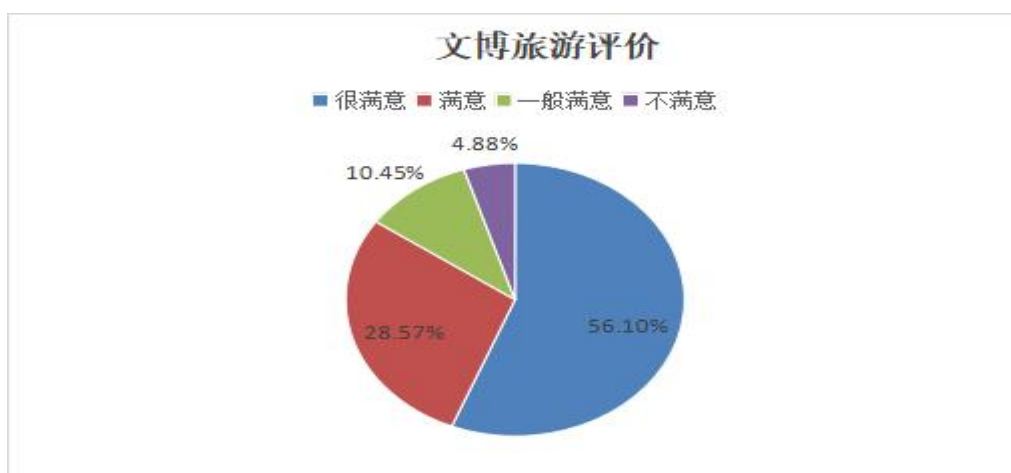
绝大多数的观众可能提前做过攻略，对法门旅游区及周边的景点有充分的了解，知道附近旅游景点有法门寺寺院和法门寺博物馆的占比高达96.2%，知道旅游区附近除过法门寺寺院和法门寺博物馆，还有周原博物馆和扶风县博物馆的占比为3.8%。



（三）观众满意度

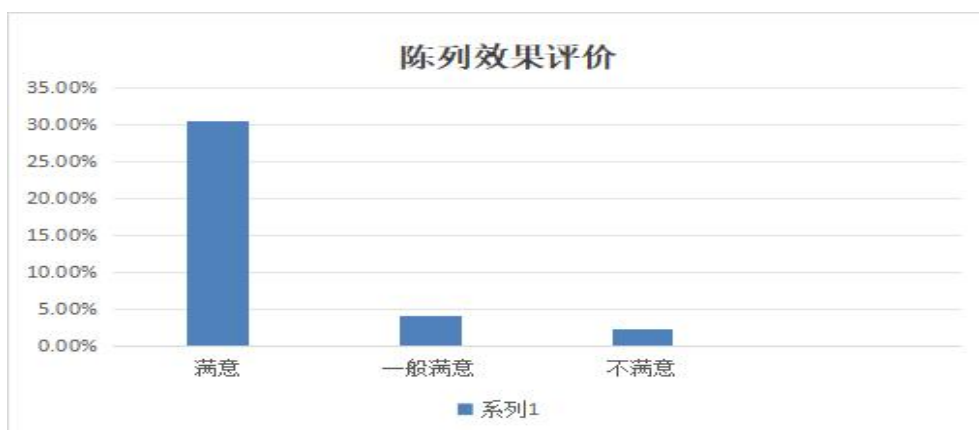
1、文博旅游评价

2022年观众对法门寺博物馆的文博旅游工作评价满意度为95.12%，其中很满意为56.1%、满意为28.57%，一般满意为10.45%，不满意为4.88%。



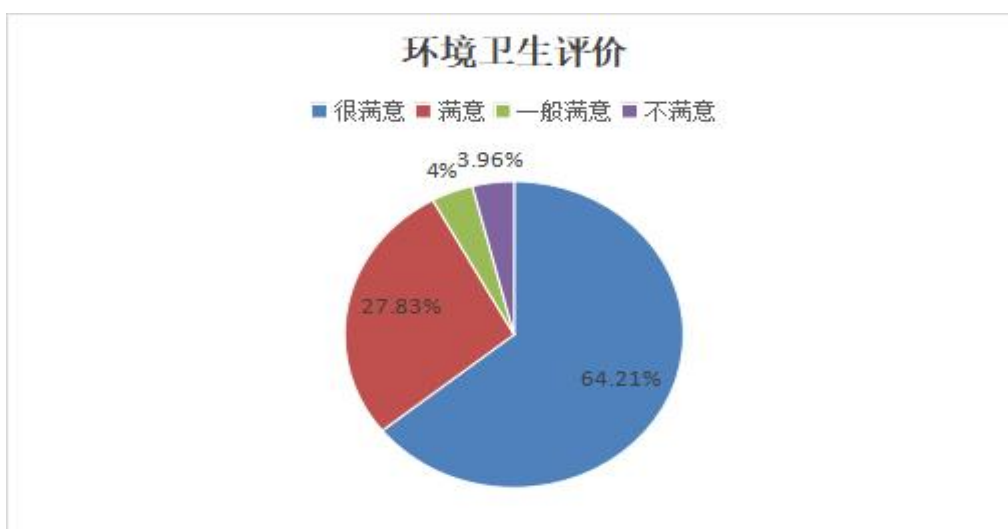
2、陈列效果评价

展厅陈列效果，是吸引更多观众的一个重要因素。2022年观众对法门寺博物馆的展厅陈列效果总体感受与评价的满意度97.74%，观众总体满意度较高，其中很满意占比63.12%，满意占比30.46%，一般满意占比4.16%，不满意占比2.26%。



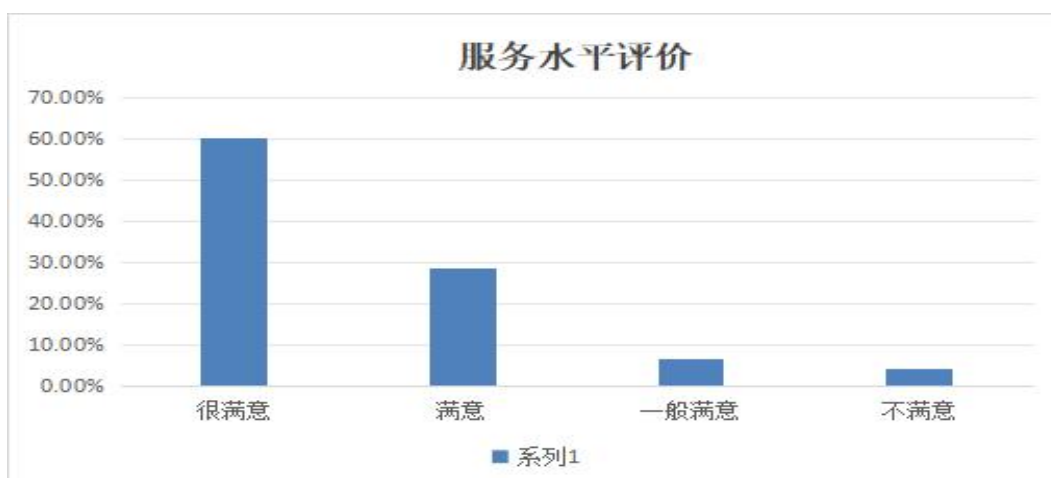
3、环境卫生评价

调查发现，2022年法门寺博物馆环境卫生满意度为96.04%，其中很满意占比64.21%，满意占比27.83%，一般满意占比4%，不满意占比3.96%。



4、服务水平评价

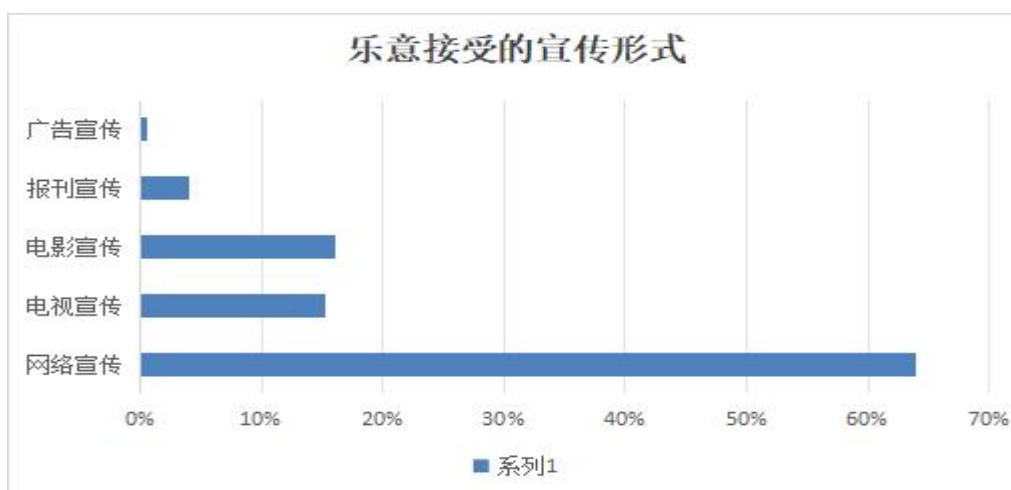
绝大多数的观众对2022年法门寺博物馆的服务水平评价满意度为95.83%，其中很满意占比60.4%，满意占比28.83%，一般满意占比6.6%，不满意占比4.17%。



(四) 提升和改进方向

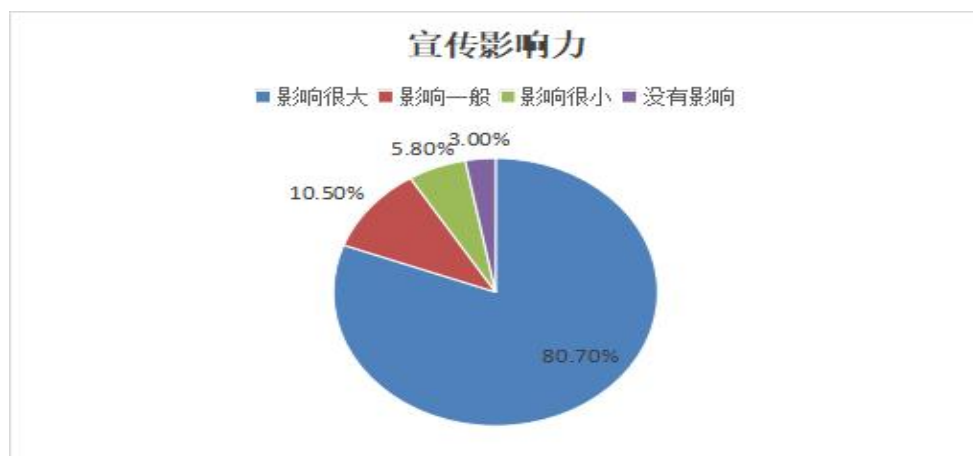
1. 最乐意接受的宣传形式

参观的观众中，最乐意接受网络宣传占比 64%，乐意接受电视宣传和电影宣传的，分别占比 15.3%、16.1%，乐意接受报刊宣传的占比 4.1%，乐意接受广告宣传的为 0.5%



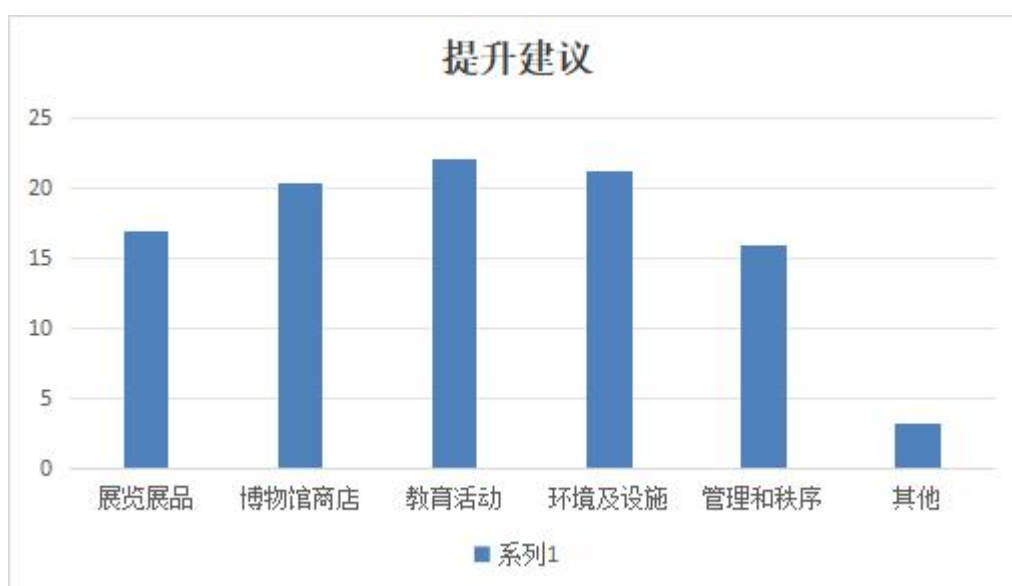
2. 宣传影响力

80.7%观众认为法门寺博物馆和法门寺在自己所在城市和地区的影响很大，有 10.5%的观众认为法门寺博物馆和法门寺在自己所在城市的影响一般，有 5.8%的观众认为法门寺博物馆和法门寺在自己所在城市影响很小，有 3%的观众认为法门寺博物馆和法门寺在自己所在城市的没有影响。



3. 观众认为需要提升的方面

希望提升博物馆展览展品的观众占 17%，希望提升博物馆商店的观众占 20.4%，希望提升教育活动的观众占 22.1%，希望提升环境及设施的观众占 21.3%，希望提升管理和秩序的观众占 16%，期望提升其他部分的观众占 3.2%。



三、结论与建议

法门寺博物馆观众年龄结构多元化，受教育程度较高，在校学生与各类企事业单位职工的比例相对更高，且以省内的观众为主。大部分游客是第一次来参观法门寺博物馆，主要以增长知识、教育孩子和休闲娱乐为目的，观众获取法门寺博物馆信息的最主要的渠道是互联网和亲友介绍。

观众对法门寺博物馆的文博旅游、陈列效果、环境卫生、服务水平的满意度均为 95%以上，处在高满意度区间。他们对于博物馆的文物本身的关注度较高，都有一定的知识储备，

希望深入挖掘文物的价值，突出文物的历史、文化、科学等方面的价值。同时，观众也对法门寺博物馆提出了一些宝贵的意见，如提升管理和秩序服务、增强社会教育互动体验、增加环境卫生及公共服务设施、丰富展览形式等。

基于以上分析，法门寺博物馆可以更加积极主动地在新媒体平台上进行宣传推广，多策划一些社会教育活动，丰富陈列展览的趣味性，增强对观众的吸引力，增加回头观众的比例。在服务上，要进一步提升管理服务水平，从咨询引导、讲解服务、公共设施、安全秩序方面着手，保证观众的良好参观体验。