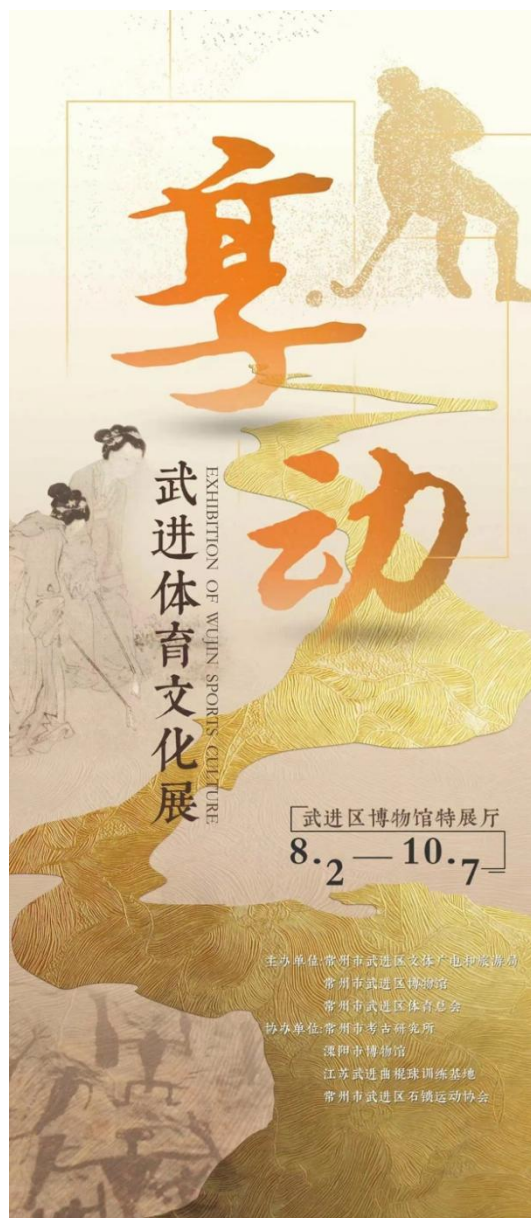


## 常州市武进区博物馆

### “享·动—武进体育文化展”调查报告



常州市武进区博物馆

2022年

课题负责人：孙斌

执行团队：上海大学、上海博堡文化传播有限公司

学术顾问：潘守永

特别鸣谢：常州市武进区博物馆志愿者团队

上海博堡文化传播有限公司

## 目录

一、 调查背景 .....	21
二、 展览概况 .....	22
三、 调查及分析方法 .....	23
四、 调查数据分析 .....	25
(一) 观众基本信息 .....	25
(二) 主题问卷分析 .....	30
附件: .....	52

## 一、 调查背景

党的十八大以来，中国体育事业蓬勃发展。2019年2月1日，习近平总书记在北京考察北京冬奥会、冬残奥会筹办工作时强调，体育强则国家强，国家强则体育强。发展体育事业不仅是实现中国梦的重要内容，还能为中华民族伟大复兴提供凝心聚气的强大精神力量。我们要弘扬中华体育精神，弘扬体育道德风尚，推动群众体育、竞技体育、体育产业协调发展，加快建设体育强国。2020年9月22日，习近平总书记在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上强调，体育是提高人民健康水平的重要途径，是满足人民群众对美好生活向往、促进人的全面发展的重要手段。“十四五”时期，要加快推进体育改革创新步伐，为我国体育事业发展注入新的活力和动力。2014年10月，国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（以下简称《意见》），全民健身上升为国家战略。《意见》以增强人民体质、提高健康水平为根本目标，把体育产业作为绿色产业、朝阳产业培育扶持，开拓了发展体育产业的新思路，使体育产业成为经济转型升级的重要力量。《体育强国建设纲要》强调“大力弘扬中华体育精神。深入挖掘中华体育精神，将其融入社会主义核心价值体系建设。传承中华传统体育文化。加强优秀民族体育、民间体育、民俗体育的保护、推广和创新，推进传统体育项目文化的挖掘和整理。开展体育文物、档案、文献等普查、收集、整理、保存和研究利用工作。开展传统体育类非物质文化遗产展示展演活动。”

随着2022年2月和3月，北京冬奥会、冬残奥会成功举办，社会公众对体育的关注和热情也更加高涨，以此时间节点为契机常州市武进区

博物馆举办了“享·动——武进体育文化展”。了解观众对传统体育文化的关注和反馈是本次调查的重要内容。

## 二、 展览概况

中国古代体育根植、发端于传统文化的土壤之中，历数千载之演进，最终形成了一套独特而完整的身体运动体系。由常州市武进区文体广电和旅游局、常州市武进区博物馆、常州市武进区体育总会主办的原创展览“享·动——武进体育文化展”于8月2日在武进区博物馆开展。展览至10月7日闭幕。

展览共分为三个单元，第一单元：生活 萌芽，讲述体育的历史最早源于原始人类的生产活动与劳动。通过石斧、石钺、石刀、石矛等远古先民在采集、渔猎的劳动中所创造出来的生产工具，以及这些工具的出现也使投掷、射箭、奔跑、跳跃等动作成为人们日常生活中最经常的肢体活动，人类体育运动由此萌芽。第二单元：竞技 休闲，讲述了从商周时期“礼、乐、书、术、射、御”六艺中与体育运动有关的“射”和“御”、战国的“弩机”，西周的投壶，春秋战国的御术，春秋淹城的田猎，元、辽、金的四季捺钵制的巡游渔猎活动，常州的“阳湖拳”，淹城遗址中出土的“天下第一舟”，宋朝的蹴鞠以及风筝、舞龙、舞狮等休闲体育。展现中国古代丰富的体育项目。第三单元：拼搏 超越，展示的是武进地区的运动健儿在赛场上的辉煌战绩。

本次展览通过“文物+体育+非遗”跨界合作，将体育发展中所蕴含的竞技、娱乐、科学和教育价值展现给大众，希望向公众传达历史

积淀出的具有独特东方人文特点的体育精神。

### 三、 调查及分析方法

本研究通过使用定量研究，应用SPSS进行观众完成数据录入、数据整理、探索分析、分析报告、建立模型、预测分析等。

#### 1. 频数分析

频数分析用于研究问卷中定类数据的分布情况，选择频数和百分比分别是多少。

#### 2. 多选题分析

对于问卷中的多选题，主要通过“响应率”、“普及率”及“帕累托图”进行分析，响应率用于对比各个选项的相对选择比例情况，普及率用于某项的选择普及情况。

响应率为多选题(X)各选项的全部选择项比例情况。

普及率为有效样本下的各选项的选择比例。

卡方拟合优度检验是用来检验观测数与依照某种假设或分布模型计算得到的理论数之间一致性的一种统计假设检验，以便判断该假设或模型是否与实际观测数相吻合。其步骤为：

- 1) 将观测值分为  $K$  组。
- 2) 计算  $n$  次观测值中每组的观测频数，记为  $O_i$ 。
- 3) 根据变量的分布规律或概率运算法则，计算每组的理论频率为  $P_i$ 。
- 4) 计算每组的理论频数  $T_i$ 。

5) 检验  $O_i$  与  $T_i$  的差异显著性, 判断两者之间的不符合度。

a、零假设:  $H_0: O-T=0$ ; 备择假设:  $O-T \neq 0$

b、检验统计量: 这里要求  $n$  充分的大, 当  $n \geq 50$  时 (最好  $\geq 100$ ), 所定义的检验统计量近似服从卡方分布,

$T_i = nP_i$  不得小于 5, 若小于 5, 将尾区相邻的组合并, 直到合并后的组的  $T_i \geq 5$ , 合并后再计算卡方值。

$$X_{df}^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - T_i)^2}{T_i}$$

c、建立拒绝域

d、作出统计学结论

帕累托图 (Pareto Chart) 又称排列图法、主次因素分析法, 是一种条形图和折线图的组合, 为品质管理上经常使用的一种图表方法。1930 年由约瑟夫·朱兰首次应用于品管当中。按照发生的频度排序, 显示了多少结果是由每一个识别出来的原因产生。

帕累托图根据“关键的少数和次要的多数”的原理而制作, 其结构为两个纵坐标和一个横坐标, 合并长条图及折线图所构成。左侧纵坐标表示频率, 右侧纵坐标则表示累计频率 (以百分比表示), 横坐标表示影响质量的各种因素之名称, 按影响大小顺序排列, 直方形高度表示相应的因素的影响程度 (即出现频率为多少), 上方之折线则表示累计频率线 (又称帕累托图曲线)。

帕累托图是“二八原则”的图形化体现, 80%的问题是由20%的原因所

致，累计比率为0%-80%对应的选项（“至关重要项”），累计比率在80%-100%对应的选项，其为“微不足道项”，此类项重要性较低。

### 3. 交叉卡方分析

对问卷中不同问题的交叉分析，可通过卡方分析研究X（定类）对于Y（定类）是否呈现出显著性。若P值小于0.05或0.01，则X与Y之间具有相关性；大于0.05，则不具有相关性。

## 四、 调查数据分析

本调查采用电子问卷填写的方式，使用pad作为采样工具，共收集样本1920份，问卷回收率100%，问卷有效率100%，以下是对样本数据进行分析的结果：

### （一）观众基本信息

#### 1. 观众性别

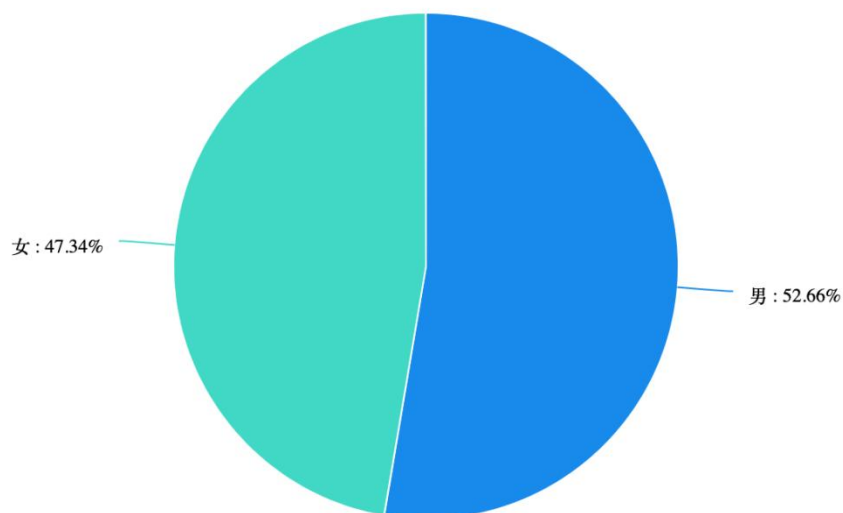
观众性别的分布上，调查数据显示，男性观众占比52.66%，女性观众占比47.34%。

Q17观众性别

项	频数	百分比	累积百分比
男	1011	52.66%	52.66%
女	909	47.34%	100.00%
合计	1920	100.0%	



Q17观众性别

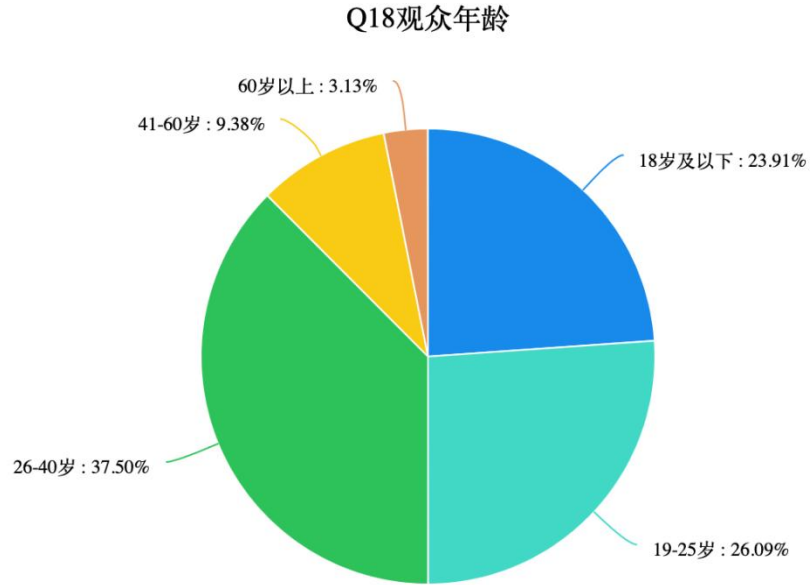


## 2. 观众年龄

观众年龄的分布上，调查数据显示，样本中18岁及以下的观众占比23.91%，19-25岁的观众占比26.09%，26-40岁的观众占比37.50%，41-60岁的观众占比9.38%，60岁以上的观众占比3.13%。其中26-40岁的观众占比最大。具体数据如下如表：

Q18观众年龄

项	频数	百分比	累积百分比
18岁及以下	459	23.91%	23.91%
19-25岁	501	26.09%	50.00%
26-40岁	720	37.50%	87.50%
41-60岁	180	9.38%	96.88%
60岁以上	60	3.13%	100.00%
合计	1920	100.0%	

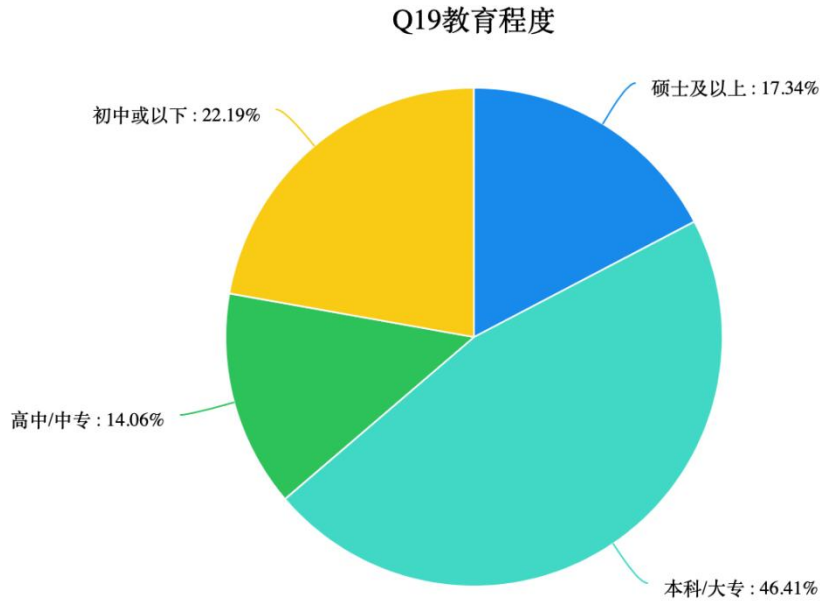


### 3. 观众受教育程度

观众受教育程度的分布上，调查数据显示，样本中大部分观众学历为本科/大专，比例是46.41%。硕士及以上学历的观众占比17.34%，高中/中专的观众占比14.06%，初中及以下学历的观众占比22.19%。

Q19教育程度

项	频数	百分比	累积百分比
硕士及以上	333	17.34%	17.34%
本科/大专	891	46.41%	63.75%
高中/中专	270	14.06%	77.81%
初中或以下	426	22.19%	100.00%
合计	1920	100.0%	

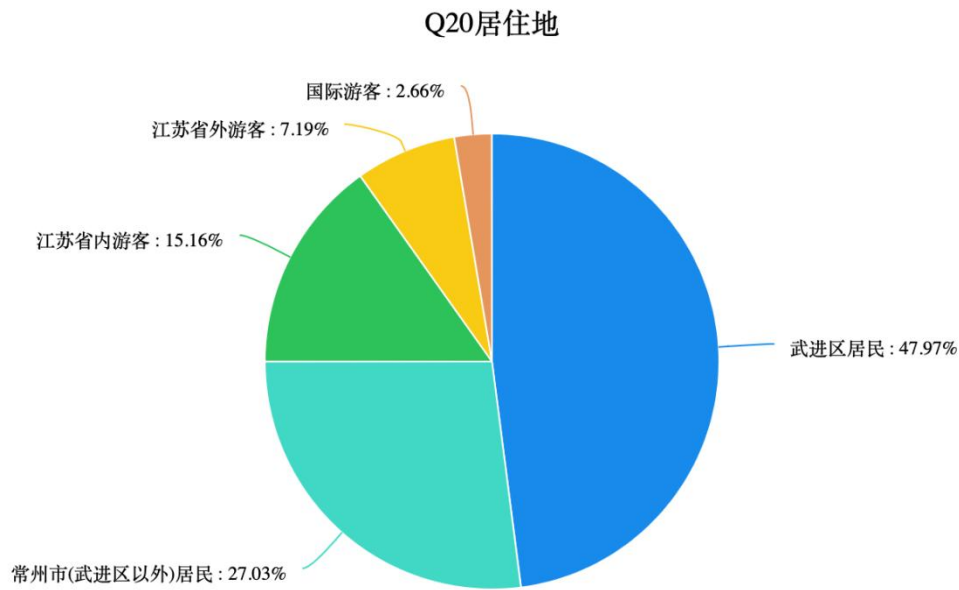


#### 4. 观众居住地

观众的属地分布上，47.97%的观众是武进区的居民，27.03%的观众来自于常州（武进区以外），15.16%的观众是江苏省内游客（常州外），7.19%的观众是江苏省外游客，2.66%的观众是国际游客。具体数据见下表：

Q20居住地

项	频数	百分比	累积百分比
武进区居民	621	47.97%	47.97%
常州市(武进区以外)居民	519	27.03%	75.00%
江苏省内游客	291	15.16%	90.16%
江苏省外游客	138	7.19%	97.34%
国际游客	51	2.66%	100.00%
合计	1920	100.0%	



## 5. 观众职业

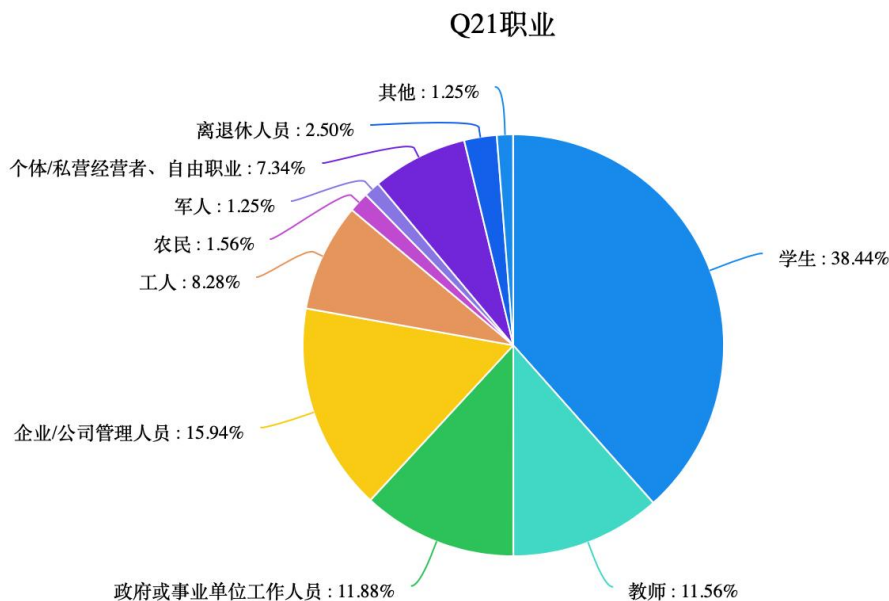
观众的职业分布上, 38.44%的观众是学生, 也是占比最多的群体。11.56%的观众是教师, 11.88%的观众是政府或事业单位工作人员, 15.94%的观众是企业/公司管理人员, 8.28%的观众是工人, 1.56%的观众是农民, 1.25%的观众是军人, 7.34%的观众是个体或自由职业者, 2.50%的观众是退休人员, 还有1.25%的观众从事其他职业, 具体数据如下图表:

Q21职业

项	频数	百分比	累积百分比
学生	738	38.44%	38.44%
教师	222	11.56%	50.00%
政府或事业单位工作人员	228	11.88%	61.88%
企业/公司管理人员	306	15.94%	77.81%
工人	159	8.28%	86.09%
农民	30	1.56%	87.66%
军人	24	1.25%	88.91%
个体/私营经营者、自由职业	141	7.34%	96.25%

Q21职业

项	频数	百分比	累积百分比
离退休人员	48	2.50%	98.75%
其他	24	1.25%	100.00%
合计	1920	100.0%	



## （二）主题问卷分析

### 1. 观众参观频率

通过频数分析，每年来馆参观 1—3 次的观众占比最多，比例为 34.06%。有 21.41% 的观众第一次来馆参观，22.19% 的观众每年参观 4—5 次，22.34% 的观众每年参观 5 次以上。

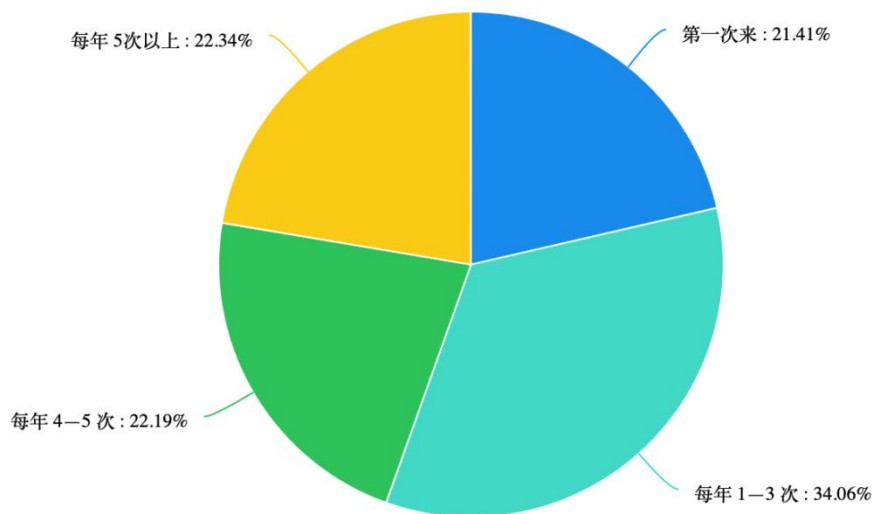
Q1 参观频率

项	频数	百分比	累积百分比
第一次来	411	21.41%	21.41%

Q1参观频率

项	频数	百分比	累积百分比
每年 1—3 次	654	34.06%	55.47%
每年 4—5 次	426	22.19%	77.66%
每年 5次以上	429	22.34%	100.00%
合计	1920	100.0%	

Q1参观频率



## 2. 观众了解展览信息的渠道

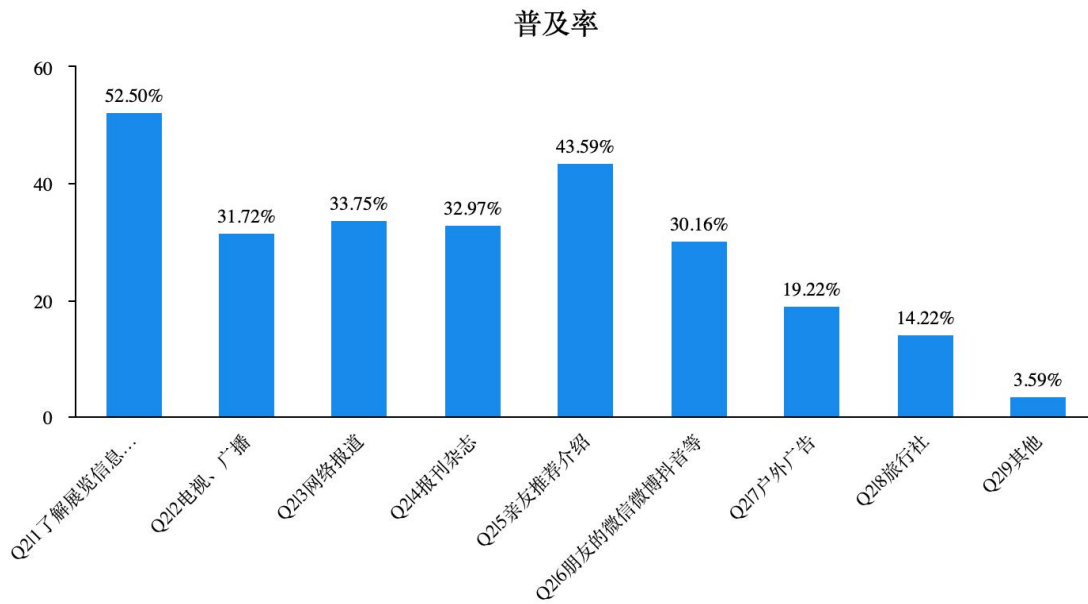
通过使用卡方拟合优度检验进行分析，拟合优度检验呈现出显著性 ( $\chi^2=389.955$ ,  $p=0.000<0.05$ ), 意味着各项的选择比例具有明显差异性。响应率数据直观显示出, 博物馆网站、微信公众号也是观众获取展览信息的最主要渠道, 其次是亲友推荐, 再次是网络报道、报刊杂志、电视广播、朋友的微信微博抖音等。普及率数据显示, 52.50%的观众通过博物馆网站、微信公众号了解过展览信息, 43.59%的观众亲友推荐介绍过展览, 33.75%的观众通过网络报道了解过展览信息, 32.97%的观众通过报刊杂志得知过展览信息, 31.72%的观众通过电视

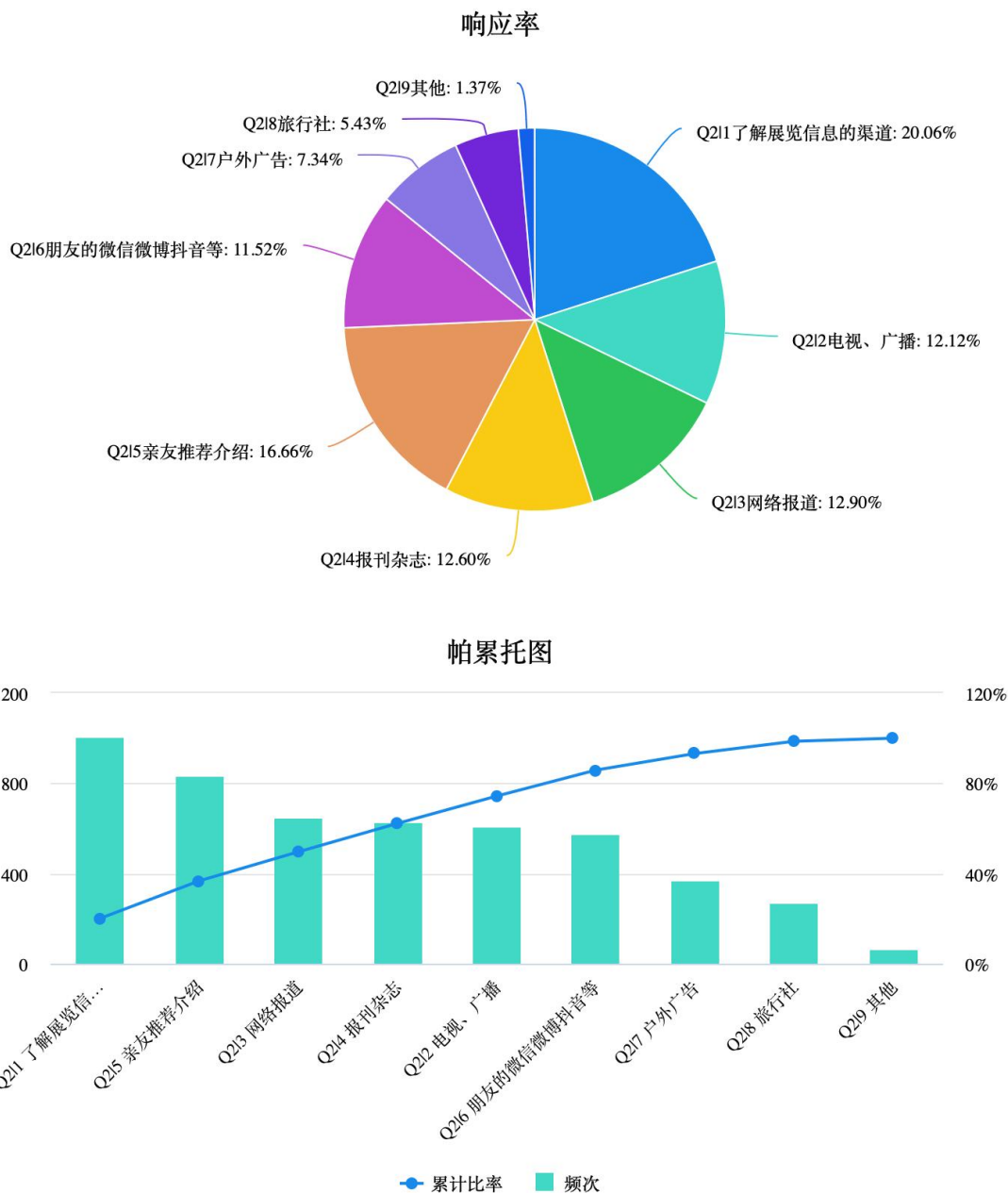
广播得知过展览信息，19.22%的观众通过户外广告看到过展览信息，14.22%的观众通过旅行社得知过展览信息，还有3.59%的观众通过其他渠道了解到展览信息。具体数据如下图表：

响应率和普及率汇总表格

项	响应		普及率 (n=1920)
	n	响应率	
Q2 1武进博物馆网站、微信公众号	1008	20.06%	52.50%
Q2 2电视、广播	609	12.12%	31.72%
Q2 3网络报道	648	12.90%	33.75%
Q2 4报刊杂志	633	12.60%	32.97%
Q2 5亲友推荐介绍	837	16.66%	43.59%
Q2 6朋友的微信微博抖音等	579	11.52%	30.16%
Q2 7户外广告	369	7.34%	19.22%
Q2 8旅行社	273	5.43%	14.22%
Q2 9其他	69	1.37%	3.59%
汇总	5025	100%	261.72%

拟合优度检验： $\chi^2=1169.864$   $p=0.000$





### 3. 观众从出发地到馆的路程

频数分析显示，样本中34.22%的观众距离博物馆要10—20分钟的车程；25.31%的观众距离博物馆要21—30分钟的车程；23.44%的观众距离博物馆比较近，可以步行到达；10.94%的观众距离博物馆要31—60分钟的车程；6.09%的观众距离博物馆要一小时以上的路程。

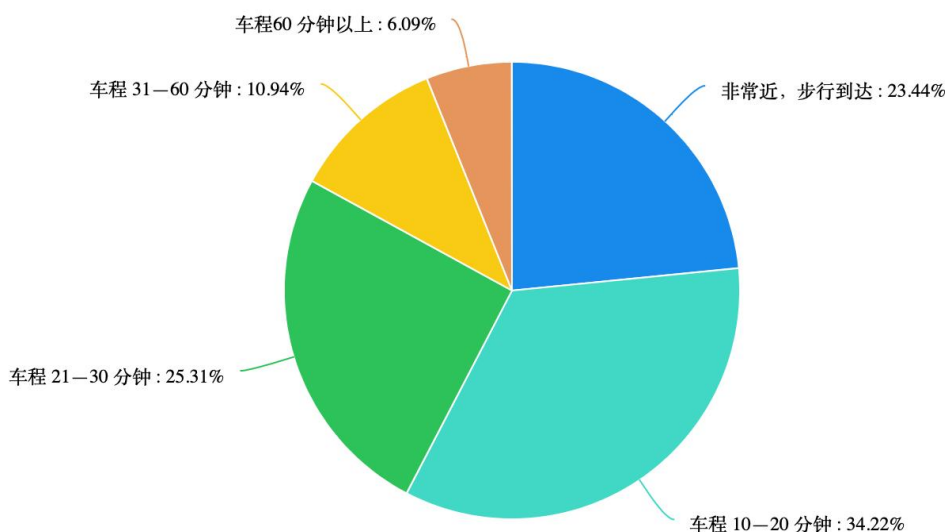


具体数据如下图表：

Q3从家到馆的路程

项	频数	百分比	累积百分比
非常近，步行到达	450	23.44%	23.44%
车程 10—20 分钟	657	34.22%	57.66%
车程 21—30 分钟	486	25.31%	82.97%
车程 31—60 分钟	210	10.94%	93.91%
车程60 分钟以上	117	6.09%	100.00%
合计	1920	100.0%	

Q3从家到馆的路程



#### 4. 参观同行人员

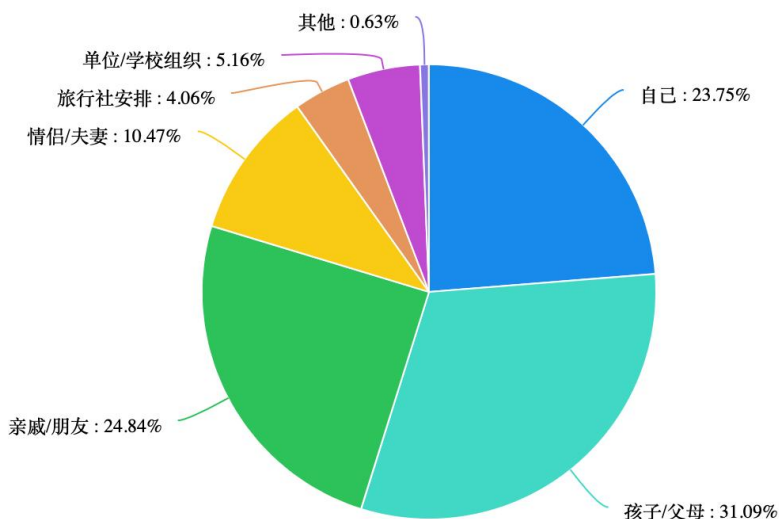
频数分析显示：样本中与孩子/父母共同参观博物馆的观众的比重最大，比例为31.09%；其次是与亲戚/朋友共同参观，比例为24.84%；选择自己独自参观的观众比例为23.75%，选择情侣/夫妻共同参观的比例为10.47%，还有5.16%的观众为单位或学校组织参观；4.06%的观众是跟随旅行社参观，还有0.63%的观众是其他方式参观。具体数据

如下图表：

Q4参观同行入

项	频数	百分比	累积百分比
自己	456	23.75%	23.75%
孩子/父母	597	31.09%	54.84%
亲戚/朋友	477	24.84%	79.69%
情侣/夫妻	201	10.47%	90.16%
旅行社安排	78	4.06%	94.22%
单位/学校组织	99	5.16%	99.37%
其他	12	0.63%	100.00%
合计	1920	100.0%	

Q4参观同行入



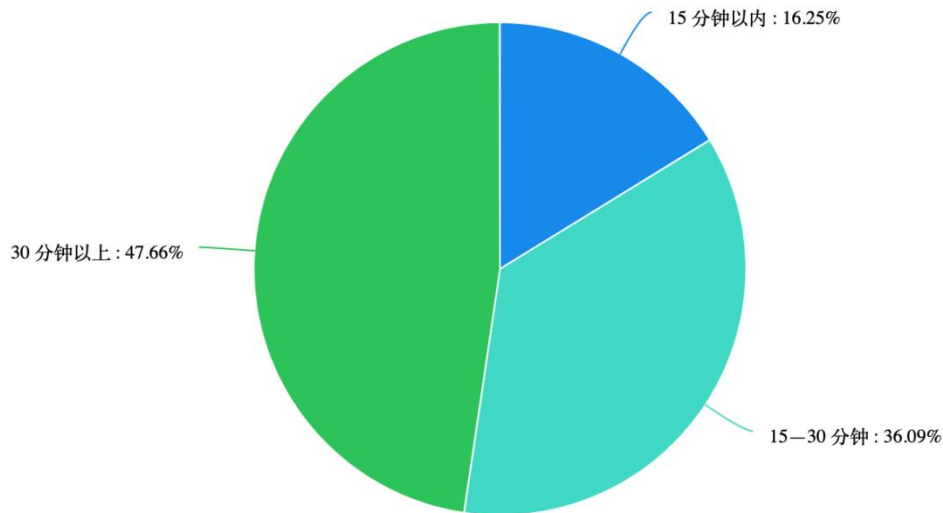
## 5. 参观展览的时长

频数分析显示：样本中参观时长在30 分钟以上的观众相对较多，比例为47.66%，有36.09%的观众参观时长为15—30 分钟，参观时间在15分钟以内的观众有16.25%。具体数据如下图表：

Q5 参观时长

项	频数	百分比	累积百分比
15 分钟以内	312	16.25%	16.25%
15—30 分钟	693	36.09%	52.34%
30 分钟以上	915	47.66%	100.00%
合计	1920	100.0%	

Q5 参观时长

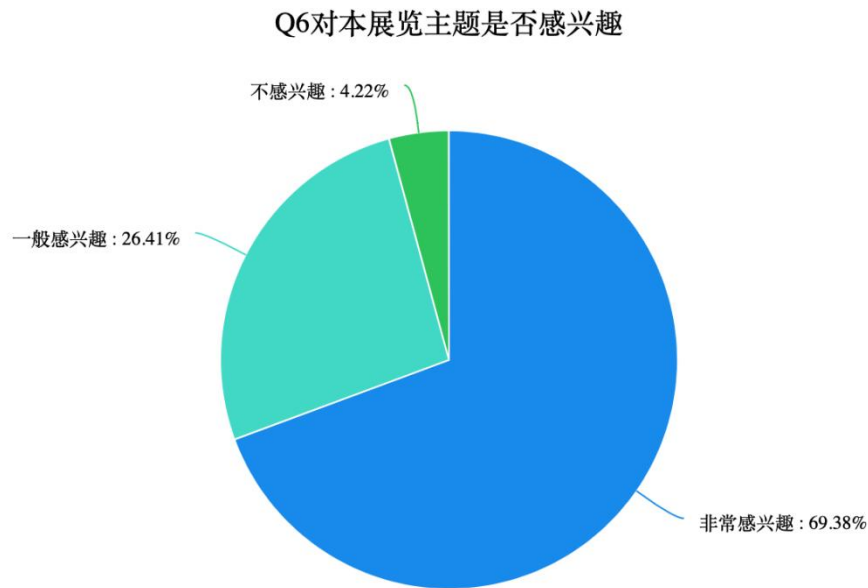


## 6. 对展览主题的兴趣

频数分析显示：样本中大部分观众表示对展览主题非常感兴趣，所占比重为69.38%；26.41%的观众表示对展览感兴趣的程度一般，有4.22%的观众对展览主题不感兴趣。具体数据如下图表：

Q6对本展览主题是否感兴趣

项	频数	百分比	累积百分比
非常感兴趣	1332	69.38%	69.38%
一般感兴趣	507	26.41%	95.78%
不感兴趣	81	4.22%	100.00%
合计	1920	100.0%	



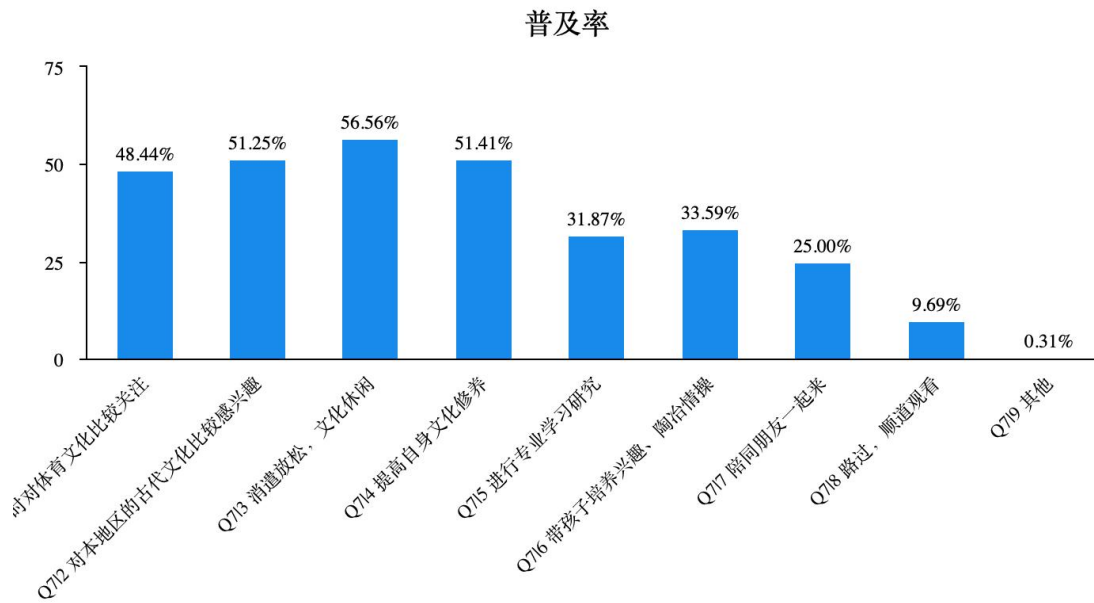
## 7. 参观展览的动机

通过使用卡方拟合优度检验进行分析,拟合优度检验呈现出显著性( $\chi^2=584.958$ ,  $p=0.000<0.05$ ),意味着各项的选择比例具有明显差异性。响应率数据直观显示,“平时对体育文化比较关注”、“对本地区的古代文化比较感兴趣”“消遣放松,文化休闲”以及“提高自身文化修养”是观众进行展览参观的重要目的。普及率显示,有56.56%的观众参观动机中包含“消遣放松和文化休闲”,51.41%的观众参观动机中包含“提升自身文化修养”,51.25%的观众参观动机中包含“对本地区的古代文化比较感兴趣”,48.44%的观众参观动机中包含“平时对体育文化比较关注”,33.59%的观众参观动机中包含“带孩子培养兴趣、陶冶情操”,31.87%的观众参观动机中包含“进行专业学习研究”,25%的观众参观动机中包含“陪同朋友”,9.06%的观众是路过,顺道观看。具体数据如下图表:

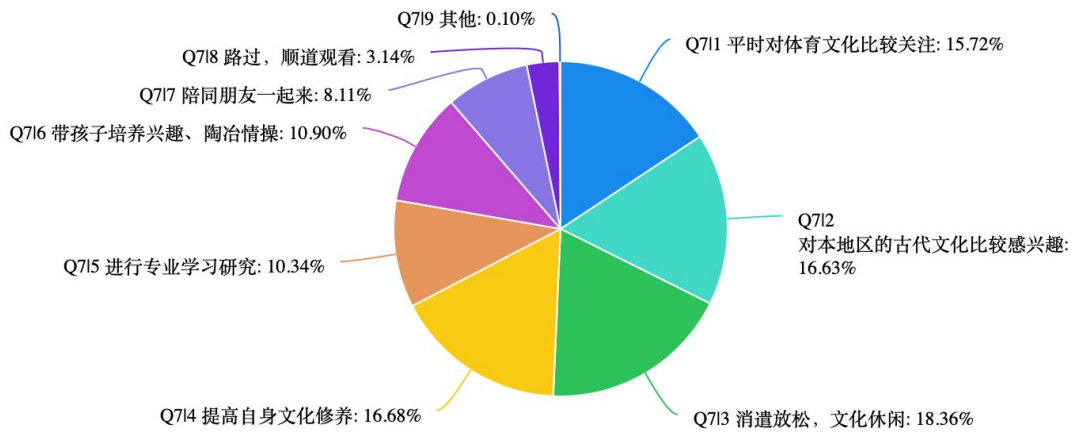
响应率和普及率汇总表格

项	响应		普及率 (n=1920)
	n	响应率	
Q7 1 平时对体育文化比较关注	930	15.72%	48.44%
Q7 2 对本地区的古代文化比较感兴趣	984	16.63%	51.25%
Q7 3 消遣放松, 文化休闲	1086	18.36%	56.56%
Q7 4 提高自身文化修养	987	16.68%	51.41%
Q7 5 进行专业学习研究	612	10.34%	31.87%
Q7 6 带孩子培养兴趣、陶冶情操	645	10.90%	33.59%
Q7 7 陪同朋友一起来	480	8.11%	25.00%
Q7 8 路过, 顺道观看	186	3.14%	9.69%
Q7 9 其他	6	0.10%	0.31%
汇总	5916	100%	308.13%

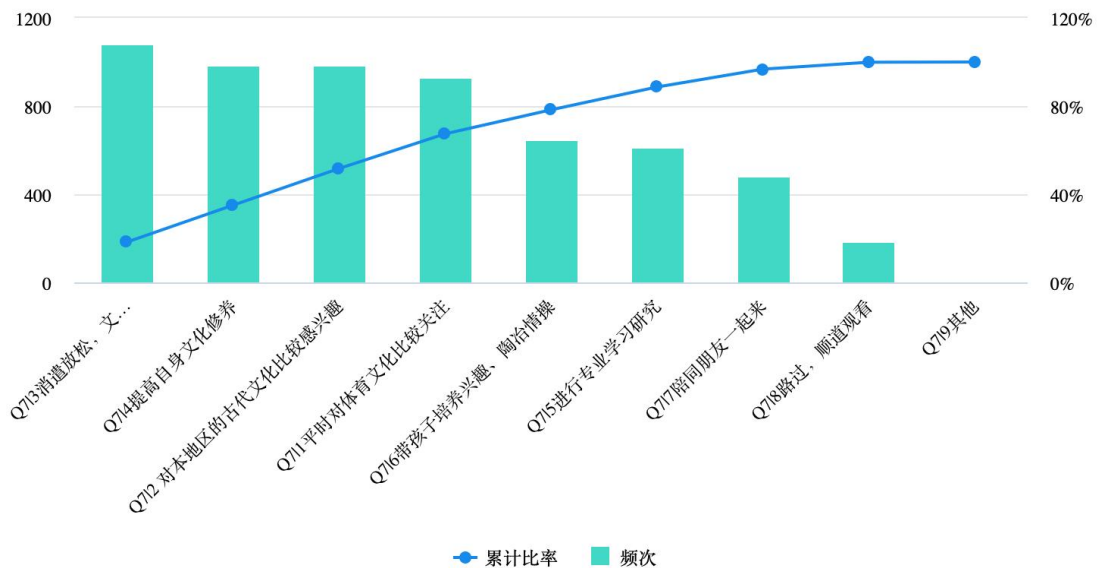
拟合优度检验:  $\chi^2=1754.875$   $p=0.000$



响应率



帕累托图



## 8. 观众希望通过展览取得的收获

通过使用卡方拟合优度检验进行分析, 拟合优度检验呈现出显著性 ( $\chi^2=395.320$ ,  $p=0.000 < 0.05$ ), 意味着各项的选择比例具有明显差异性。数据显示, 观众主要希望通过展览了解“武进地区古代体育文化”、“武进地区出土古代体育类文物”、“武进地区古代体育和现代体育的传承”“武进区现代取得的体育成就”以及“武进地区体

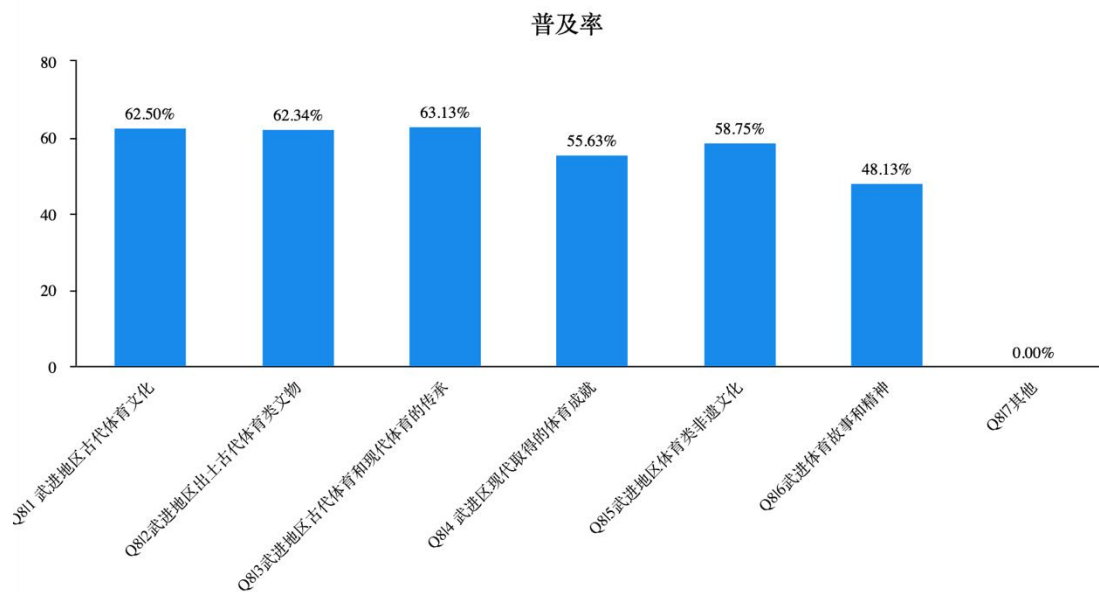
育类非遗文化”，此外还希望了解“武进体育故事和精神”等内容。

具体数据如下图表：

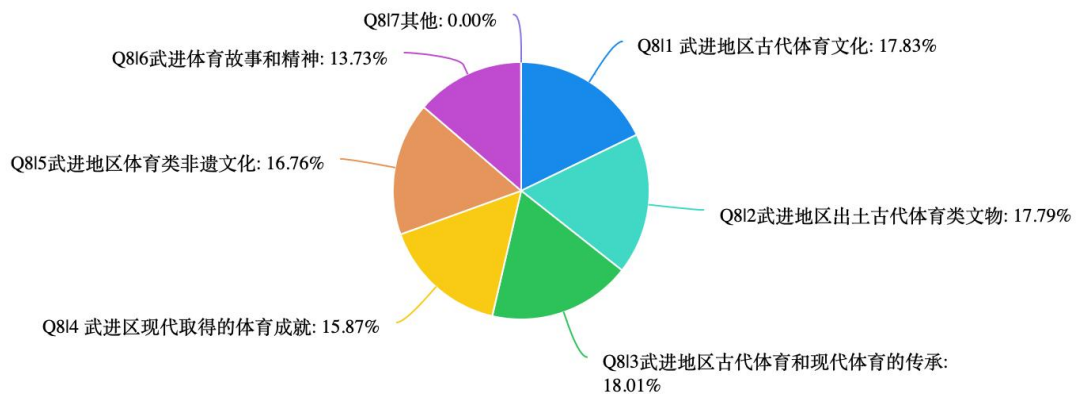
响应率和普及率汇总表格

项	响应		普及率 (n=640)
	n	响应率	
Q8 1 武进地区古代体育文化	1200	17.83%	62.50%
Q8 2 武进地区出土古代体育类文物	1197	17.79%	62.34%
Q8 3 武进地区古代体育和现代体育的传承	1212	18.01%	63.13%
Q8 4 武进区现代取得的体育成就	1068	15.87%	55.63%
Q8 5 武进地区体育类非遗文化	1128	16.76%	58.75%
Q8 6 武进体育故事和精神	924	13.73%	48.13%
Q8 7 其他	0	0.00%	0.00%
汇总	6729	100%	350.47%

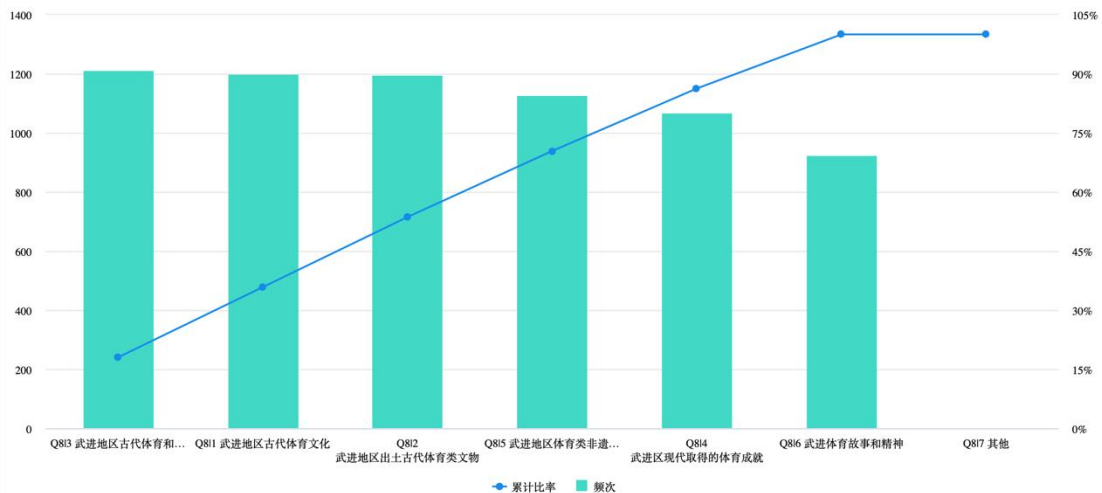
拟合优度检验： $\chi^2=1185.959$   $p=0.000$



响应率



帕累托图



## 9. 展览中展板文字是否有帮助

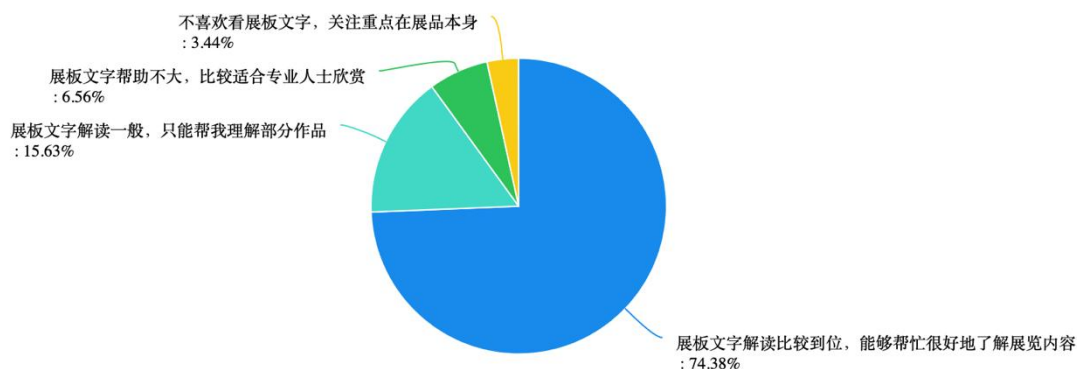
频数分析显示：74.38%的观众表示“展板文字解读比较到位，能够帮忙很好地了解展览内容”，15.63%的观众表示“展板文字解读一般，只能帮我理解部分作品”，6.56%的观众表示“展板文字帮助不大，比较适合专业人士欣赏”，3.44%的观众表示“不喜欢看展板文字，关注重点在展品本身”。具体数据如下图表：

Q9展览中展板文字是否有帮助



项	频数	百分比	累积百分比
展板文字解读比较到位，能够帮忙很好地了解展览内容	1428	74.38%	74.38%
展板文字解读一般，只能帮我理解部分作品	300	15.63%	90.00%
展板文字帮助不大，比较适合专业人士欣赏	126	6.56%	96.56%
不喜欢看展板文字，关注重点在展品本身	66	3.44%	100.00%
合计	1920	100.0%	

Q9展览中展板文字是否有帮助



## 10. 展览中原始人射箭场景和围棋对弈场景是否能够满欣赏需求

频数分析显示：81.41%的观众表示展览中原始人射箭场景和围棋对弈场景能够满欣赏需求，丰富了展览形式，14.22%的观众表示一般，体验感不足，也有4.06%的观众表示不能满足需求。具体数据如下图表：

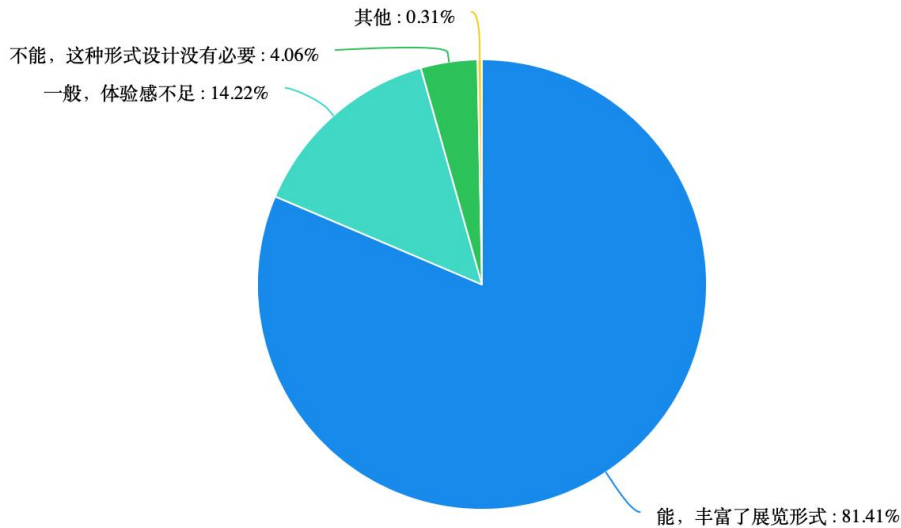
Q10展览中原始人射箭场景和围棋对弈场景是否能够满欣赏需求

项	频数	百分比	累积百分比
能，丰富了展览形式	1563	81.41%	81.41%
一般，体验感不足	273	14.22%	95.63%
不能，这种形式设计没有必要	78	4.06%	99.69%

Q10展览中原始人射箭场景和围棋对弈场景是否能够满欣赏需求

项	频数	百分比	累积百分比
其他	6	0.31%	100.00%
合计	1920	100.0%	

Q10展览中原始人射箭场景和围棋对弈场景是否能够满欣赏需求



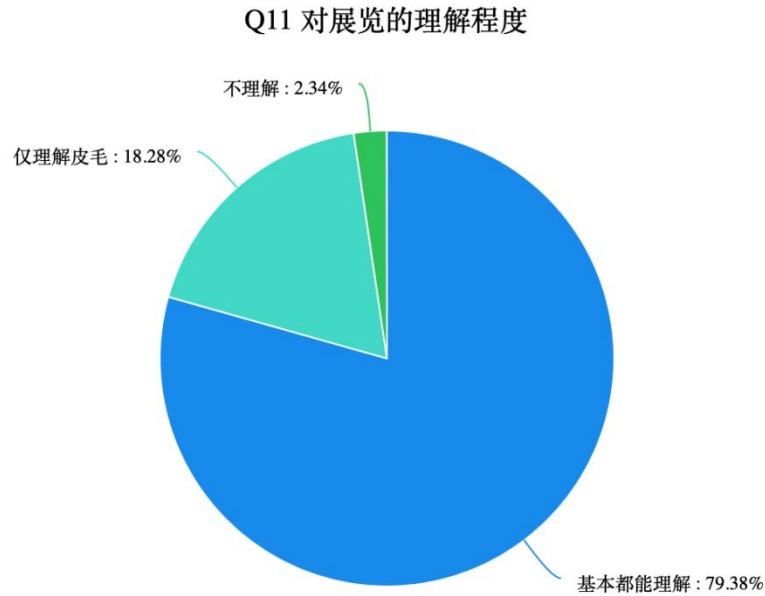
### 11. 对展览的理解程度

频数分析显示：样本中有79.38%的观众表示展览内容基本都能理解，18.28%的观众表示仅理解皮毛，也有2.34%的观众表示不理解。

具体数据如下图表：

Q11 对展览的理解程度

项	频数	百分比	累积百分比
基本都能理解	1524	79.38%	79.38%
仅理解皮毛	351	18.28%	97.66%
不理解	45	2.34%	100.00%
合计	1920	100.0%	



## 12. 您认为以下哪些辅助手段可以更好地帮助理解展览

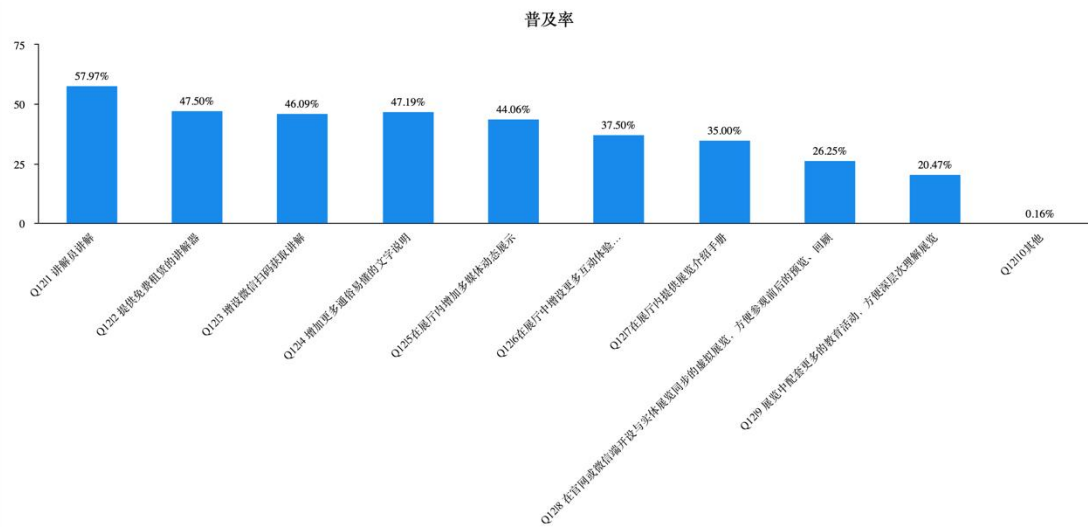
通过使用卡方拟合优度检验进行分析，拟合优度检验呈现出显著性 ( $\chi^2=447.194$ ,  $p=0.000 < 0.05$ ), 意味着各项的选择比例具有明显差异性。数据显示, “讲解员讲解” “提供免费租赁的讲解器” “增设微信扫码获取讲解” “增加更多通俗易懂的文字说明” “在展厅内增加多媒体动态展示” 这五项的相应率及普及率较高, 是观众认为主要可以帮助理解的展览手段。此外, 观众认为 “在展厅中增设更多互动体验类项目” “在展厅内提供展览介绍手册” 也可以帮助理解展览。以及 “在官网或微信端开设与实体展览同步的虚拟展览, 方便参观前后的预览、回顾” “展览中配套更多的教育活动, 方便深层次理解展览” 等。具体数据如下图表:

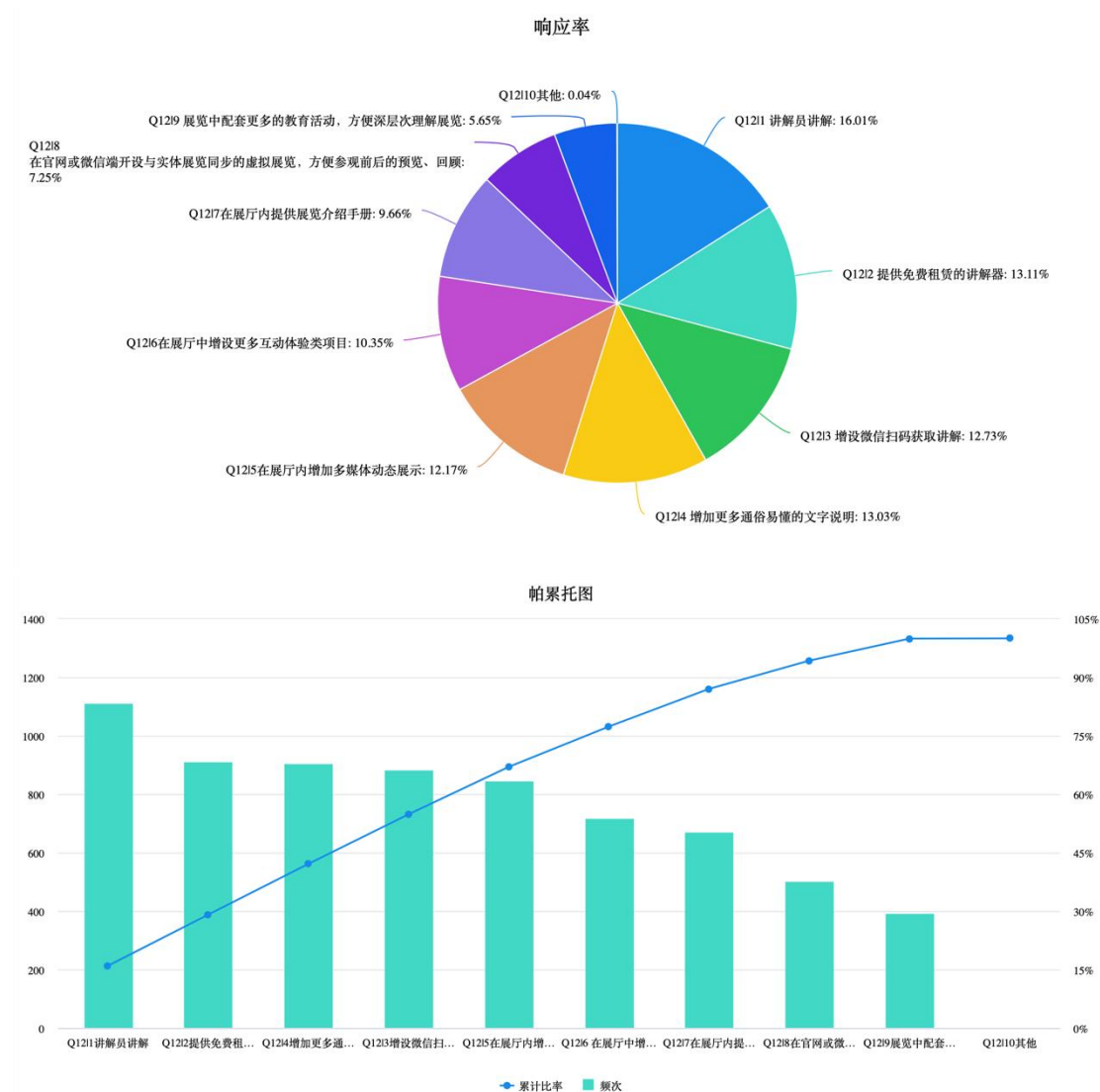
响应率和普及率汇总表格

项	响应	普及率
---	----	-----

	<i>n</i>	响应率	
Q12 1讲解员讲解	1113	16.01%	57.97%
Q12 2提供免费租赁的讲解器	912	13.11%	47.50%
Q12 3增设微信扫码获取讲解	885	12.73%	46.09%
Q12 4增加更多通俗易懂的文字说明	906	13.03%	47.19%
Q12 5在展厅内增加多媒体动态展示	846	12.17%	44.06%
Q12 6 在展厅中增设更多互动体验类项目	720	10.35%	37.50%
Q12 7在展厅内提供展览介绍手册	672	9.66%	35.00%
Q12 8在官网或微信端开设与实体展览同步的虚拟展览，方便参观前后的预览、回顾	504	7.25%	26.25%
Q12 9展览中配套更多的教育活动，方便深层次理解展览	393	5.65%	20.47%
Q12 10其他	3	0.04%	0.16%
汇总	6954	100%	362.19%

拟合优度检验： $\chi^2=1341.582$   $p=0.000$





### 13. 观众的参观收获

通过使用卡方拟合优度检验进行分析, 拟合优度检验呈现出显著性 ( $\chi^2=490.107$ ,  $p=0.000 < 0.05$ ), 意味着各项的选择比例具有明显差异性。响应率和普及率数据显示, 观众参观后的反馈的主要收获有“看到了精美的古代文物”“对古代体育文化有一定了解”“对武进体育从古至今的发展、传承有一定了解”“对武进体育类非遗文化有一定了解”, 此外, 观众的收获还有“对武进现代体育成就有了一定了解”“对武进体育精神有所感受”“对一些体育项目产生了体验的

兴趣”以及“得到了很多体育相关的知识，便于日后研究、创作”等。

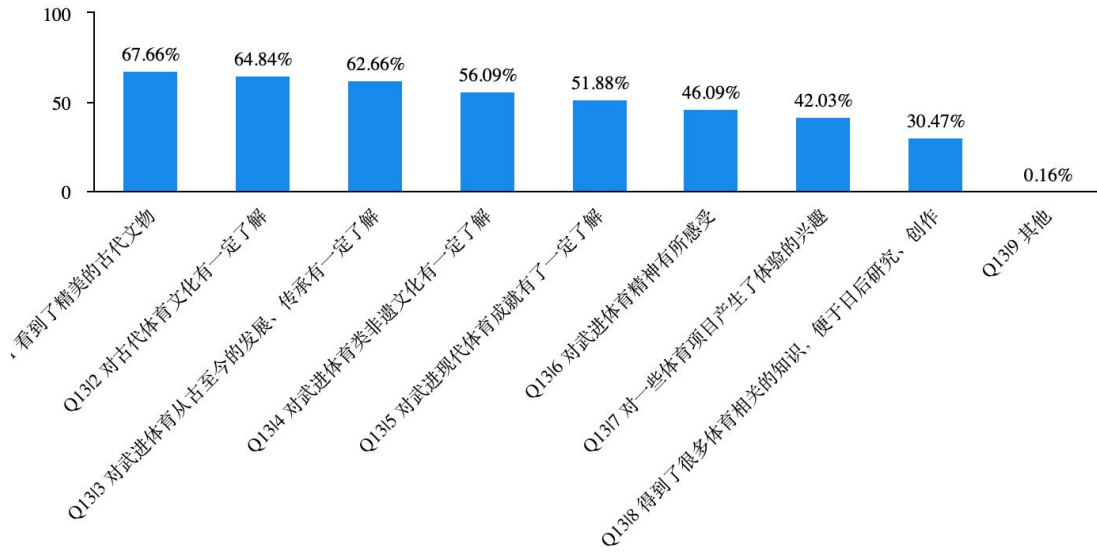
具体数据如下图表：

响应率和普及率汇总表格

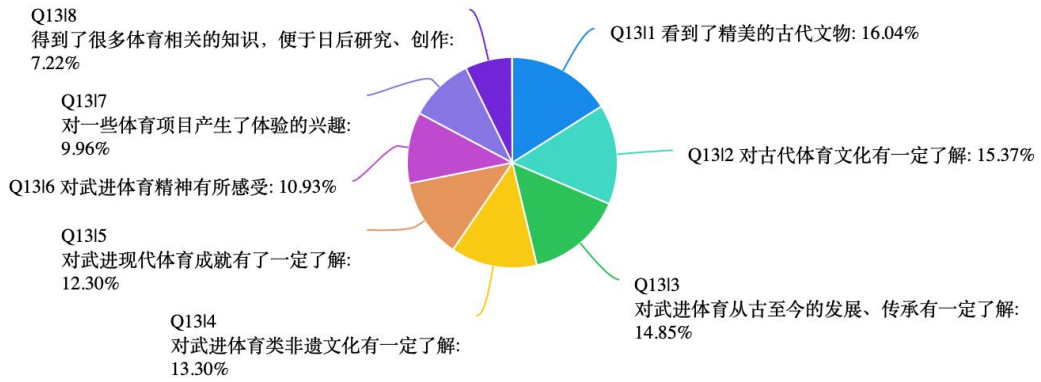
项	响应		普及率 (n=1920)
	n	响应率	
Q13 1看到了精美的古代文物	1299	16.04%	67.66%
Q13 2 对古代体育文化有一定了解	1245	15.37%	64.84%
Q13 3 对武进体育从古至今的发展、传承 有一定了解	1203	14.85%	62.66%
Q13 4 对武进体育类非遗文化有一定了解	1077	13.30%	56.09%
Q13 5 对武进现代体育成就有了一定了解	996	12.30%	51.88%
Q13 6 对武进体育精神有所感受	885	10.93%	46.09%
Q13 7 对一些体育项目产生了体验的兴趣	807	9.96%	42.03%
Q13 8 得到了很多体育相关的知识，便于 日后研究、创作	585	7.22%	30.47%
Q13 9 其他	3	0.04%	0.16%
汇总	8100	100%	421.88%

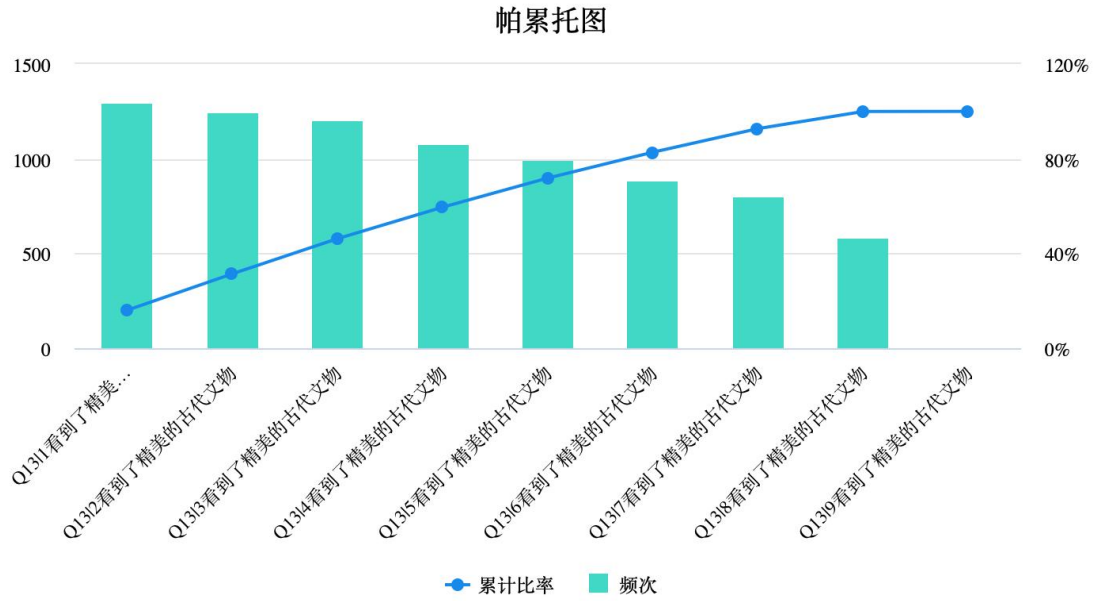
拟合优度检验： $\chi^2=1470.320$   $p=0.000$

普及率



响应率





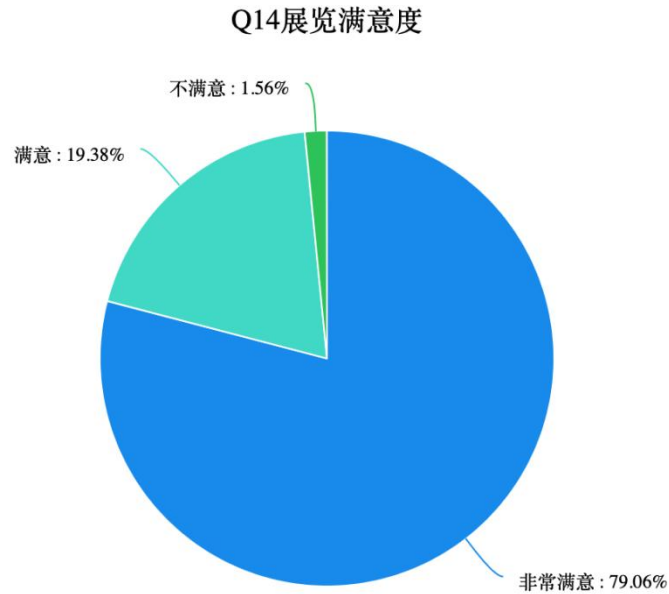
#### 14. 观众对展览满意度

频数分析显示：大部分观众表示对展览“非常满意”，比例是79.06%，对展览表示满意的观众有19.39%，展览的整体满意率达到98.44%。具体数据如下图表：

Q14展览满意度

项	频数	百分比	累积百分比
非常满意	1518	79.06%	79.06%
满意	372	19.38%	98.44%
不满意	30	1.56%	100.00%
合计	1920	100.0%	





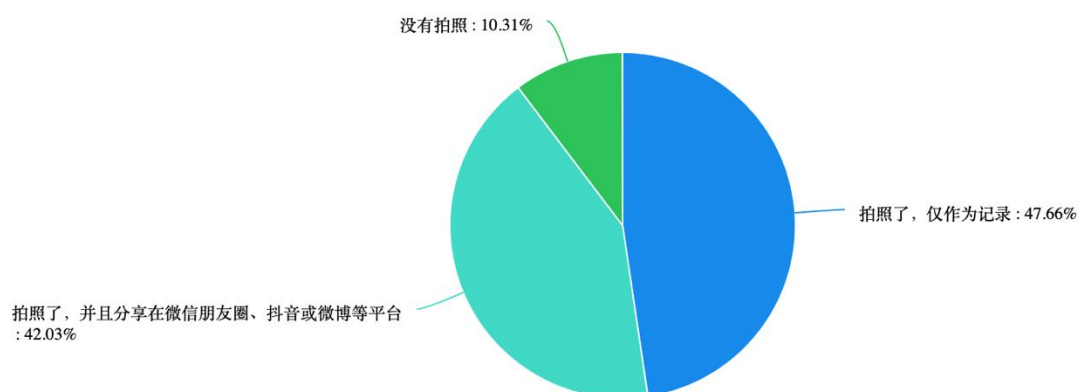
### 15. 在展览中是否对展品或场景进行拍照

频数分析显示：47.66%的观众表示在参观展览的过程中拍了照片，但仅作为记录，42.03%的观众表示拍照并且分享在微信朋友圈、抖音或微博等平台，仅有10.31%的观众没有拍照的行为。

Q15在展览中是否对展品或场景进行拍照

项	频数	百分比	累积百分比
拍照了，仅作为记录	915	47.66%	47.66%
拍照了，并且分享在微信朋友圈、抖音或微博等平台	807	42.03%	89.69%
没有拍照	198	10.31%	100.00%
合计	1920	100.0%	

Q15在展览中是否对展品或场景进行拍照



## 16. 建议意见

观众在参观之后也有观众从自身的参观需求方面提出了“增加微信扫码讲解”“增设多媒体互动”等方面的建议。

附件：

### “享·动——武进体育文化展”观众调查问卷

亲爱的观众朋友：您好!为了更好地了解您的参观体验和需求，邀请您参与本次问卷调查。您的意见与建议，是提升本馆服务水平的重要依据。我们承诺对您填写的问卷内容保密，请放心填写。祝您参观愉快!

1、您平均每年参观博物馆的次数 【单选题】

- 第一次来
- 每年 1—3 次
- 每年 4—5 次
- 每年 5次以上

2、您是通过什么渠道知道本次展览信息的(可多选) 【多选题】

- 武进博物馆网站、微信公众号
- 电视、广播
- 网络报道
- 报刊杂志
- 亲友推荐介绍
- 朋友的微信微博抖音等
- 户外广告
- 旅行社
- 其他

3、您从住处过来，路上用了多少分钟 【单选题】

- 非常近，步行到达
- 车程 10—20 分钟
- 车程 21—30 分钟
- 车程 31—60 分钟
- 60 分钟以上

4、您是和谁一起来博物馆的 【单选题】

- 独自
- 孩子/父母
- 亲戚/朋友
- 情侣/夫妻
- 旅行社安排
- 单位/学校组织

其他

5、您参观本次展览大约用了多长时间 【单选题】

- 15 分钟以内
- 15—30 分钟
- 30 分钟以上

6、您对本次展览“体育”主题感兴趣么 【单选题】

- 非常感兴趣
- 一般感兴趣
- 不感兴趣

7、您来看“享动——武进体育文化展”的原因有哪些(可多选) 【多选题】

- 平时对体育文化比较关注
- 对本地区的古代文化比较感兴趣
- 消遣放松，文化休闲
- 提高自身文化修养
- 进行专业学习研究
- 带孩子来培养兴趣、陶冶情操
- 陪同朋友一起来
- 路过，顺道观看
- 其他

8、您希望通过本次展览了解到什么(可多选) 【多选题】

- 武进地区古代体育文化
- 武进地区出土古代体育类文物
- 武进地区古代体育和现代体育的传承
- 武进区现代取得的体育成就
- 武进地区体育类非遗文化
- 武进体育故事和精神
- 其他

9、您觉得展览中展板文字是否有帮助 【单选题】

- 展板文字解读比较到位，能够帮忙很好地了解展览内容
- 展板文字解读一般，只能帮我理解部分作品
- 展板文字帮助不大，比较适合专业人士欣赏
- 不喜欢看展板文字，关注重点在展品本身

10、您觉得展览中原始人射箭场景和围棋对弈场景是否能够满足您的欣赏需求 【单选题】

- 能，丰富了展览形式

- 一般，体验感不足
- 不能，这种形式设计没有必要
- 其他

11、您对展览的理解程度 【单选题】

- 基本都能理解
- 仅理解皮毛
- 不理解

12、您认为以下哪些辅助手段可以更好地帮助理解展览 (可多选) 【多选题】

- 讲解员讲解
- 提供免费租赁的讲解器
- 增设微信扫码获取讲解
- 增加更多通俗易懂的文字说明
- 在展厅内增加多媒体动态展示
- 在展厅中增设更多互动体验类项目
- 在展厅内提供展览介绍手册
- 在官网或微信端开设与实体展览同步的虚拟展览，方便参观前后的预览、回顾
- 展览中配套更多的教育活动，方便深层次理解展览
- 其他

13、看过展览后有何收获 (可多选) 【多选题】

- 看到了精美的古代文物
- 对古代体育文化有一定了解
- 对武进体育从古至今的发展、传承有一定了解
- 对武进体育类非遗文化有一定了解
- 对武进现代体育成就有了一定了解
- 对武进体育精神有所感受
- 对一些体育项目产生了体验的兴趣
- 得到了很多体育相关的知识，便于日后研究、创作
- 其他

14、您对展览的整体满意度 【单选题】

- 非常满意
- 满意
- 不满意

15、您在展览中是否对展品或场景进行拍照 【单选题】

- 拍照了
- 拍照了，并且分享在微信朋友圈、抖音或微博等平台
- 没有拍照

16、您对“享·动——武进体育文化展”是否还有其他的意见与建议 【填空题】

\_\_\_\_\_

17、您的性别 【单选题】

- 男
- 女

18、您的年龄 【单选题】

- 18岁及以下
- 19-25岁
- 26-40岁
- 41-60岁
- 60岁以上

19、您的受教育程度 【单选题】

- 硕士及以上
- 本科/大专
- 高中/中专
- 初中或以下

20、您的现居住地是 【单选题】

- 武进区居民
- 常州市(武进区以外)居民
- 江苏省内游客
- 江苏省外游客
- 国际游客

21、您的职业 【单选题】

- 学生
- 教师
- 政府或事业单位工作人员
- 企业/公司管理人员
- 工人
- 农民
- 军人
- 个体/私营经营者、自由职业
- 离退休人员
- 其他