



基于博物馆观光体验的满意度研究
——以贵州省博物馆为例

A STUDY ON THE SATISFACTION OF MUSEUM
SIGHTSEEING EXPERIENCE—— A CASE STUDY
OF GUIZHOU PROVINCIAL MUSEUM

王雅婧
YAJING WANG

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理硕士学位
工商管理专业(中文体系)课程学习的一部分
二〇一九年二月

书脊

基于博物馆观光体验的满意度研究——以贵州省博物馆为例 王雅婧 二〇一九年



基于博物馆观光体验的满意度研究 ——以贵州省博物馆为例

**A STUDY ON THE SATISFACTION OF MUSEUM
SIGHTSEEING EXPERIENCE—— A CASE STUDY
OF GUIZHOU PROVINCIAL MUSEUM**

王雅婧
YAJING WANG

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理硕士学位
工商管理专业(中文体系)课程学习的一部分
二〇一九年二月
版权归正大管理学院所有

摘要

独立研究报告题目： 基于博物馆观光体验的满意度研究——以贵州省博物馆为例

作者： 王雅婧

导师： 尚鸿雁教授

学位名称： 工商管理硕士学位

专业名称： 工商管理专业(中文体系)

学年： 二〇一八年

贵州省博物馆是省内唯一的省级综合性博物馆，因为少数民族居多，具有独特的文化资源优势，贵州省博物馆自从 2017 年 9 月新馆开馆以来也吸引了一部分游客，尽管如此，与其他省博物馆游览量相比却微乎其微。

本文研究目的是从游客的角度探索贵州省博物馆，以游客的满意程度对贵州省博物馆提出建议，以游客个人背景、游客参观博物馆的满意程度及游客的后续行为三个主要部分作为研究提纲，首先采用的是定性研究进行资料的收集整理，了解到相关因素进入访谈环节，从而解决第一个议题。然后进行定量研究，采用问卷调查法，得到的数据进行描述性分析，在通过方差分析来测试游客个人因素与游客满意度这两者之间是否存在相互影响的关系及使用相关性分析判断游客满意度与游客后续所产生的行为之间的联系。最后对得出的结果进行提炼和总结，希望以此能为贵州省博物馆提供参考建议，从而使其能建立起自己独有的客源市场。

关键词： 贵州省博物馆 博物馆游客 游客满意度

ABSTRACT

Title: A Study on the Satisfaction of Museum Sightseeing Experience--A Case Study of Guizhou Provincial Museumt

Author: Yajing Wang

Advisor: Dr.Hongyan Shang

Degree: Master of Business Administration

Major: Business Administration (Chinese Program)

Academic Year: 2018

Guizhou provincial museum is the only provincial-level comprehensive museum in the province. Because of the large number of ethnic minorities and the unique cultural resource advantages, guizhou provincial museum has attracted a part of tourists since the new museum opened in September 2017. However, compared with other provincial museums, the number of visitors is very small.

The purpose of this paper studies from the Angle of the visitors to explore the guizhou province museum, put forward the proposal to tourists' satisfaction degree in guizhou province museum, this paper takes tourists personal background, and satisfaction with the degree of tourists visit the museum visitors the subsequent behavior of three main parts as the research outline, first USES a qualitative research to collect data to understand the related factors into the interview link, so as to solve the first issue. Then quantitative research is conducted, questionnaire survey is adopted, and descriptive analysis is conducted on the data obtained. Anova is used to test whether there is an interactive relationship between individual factors of tourists and tourist satisfaction, and correlation analysis is used to judge the relationship between tourist satisfaction and subsequent behaviors of tourists. In the end, this paper summarizes the results and hopes to provide some Suggestions for the guizhou provincial museum, so that it can establish its own unique tourist market.

Keywords: Guizhou Provincial Museum Museum Visitors Visitor Satisfaction

目录

摘要.....	I
ABSTRACT.....	II
目录.....	III
表格目录.....	VI
图片目录.....	VII
第一章 引言.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.1.1 中国博物馆的发展及现状.....	2
1.1.2 贵州博物馆的背景.....	3
1.1.3 贵州省博物存在的问题.....	4
1.2 研究目的.....	4
1.3 研究意义.....	5
第二章 文献综述.....	6
2.1 中国博物馆的概念界定.....	6
2.1.1 中国博物馆的功能.....	6
2.2 贵州省博物馆的类型及特色.....	7
2.2.1 贵州省博物馆的藏品分类.....	7
2.3 对博物馆解说系统的研究.....	8
2.4 基于游客满意度的相关研究.....	8
2.4.1 游客满意度的含义.....	8
2.4.2 游客满意度的影响因素.....	9
2.4.3 提高游客满意度措施的研究.....	9
2.5 基于博物馆游客的行为研究.....	10

目录（续）

2.5.1 欧美研究综述.....	10
2.5.2 中国研究综述.....	11
2.6 基于博物馆旅游开发的研究.....	11
第三章 研究方法 with 框架.....	12
3.1 研究对象.....	12
3.2 研究结构.....	12
3.3 理论框架.....	12
3.4 研究假设.....	13
3.4.1 研究模型.....	14
3.5 研究方法.....	14
3.5.1 文献法.....	14
3.5.2 定量研究.....	15
3.5.4 问卷设计.....	15
3.5.5 样本量确定.....	16
第四章 研究结果和分析.....	17
4.1 问卷回收与数据录入.....	17
4.2 样本特征描述.....	17
4.4 信度分析.....	23
4.5 效度分析.....	23
4.6 游客个人背景与游客满意度方差分析.....	26
4.6.1 游客后续行为相关性分析.....	26
4.7 游客满意度分析.....	27
4.7.1 游客期望值分析.....	27
4.7.2 游客观光满意度分析.....	29

目录（续）

第五章 总结与建议.....	32
5.1 分析与总结.....	32
5.1.1 影响博物馆游客满意度的要素.....	32
5.1.2 博物馆游客特征分析.....	32
5.1.3 博物馆游客个人背景与体验满意度之间的关系.....	33
5.1.4 游客参观博物馆后的满意度与后续行为意向之间的关系.....	34
5.2 提升游客参观博物馆满意度的建议.....	34
5.2.1 对博物馆环境层面的建议.....	34
5.2.2 对博物馆活动层面的建议.....	35
5.2.3 对博物馆体验层面的建议.....	35
5.2.4 对博物馆服务层面的建议.....	35
5.2.5 对博物馆收获层面的建议.....	36
5.3 对博物馆讲解服务方面的建议.....	36
5.4 研究的局限性和展望.....	37
参考文献.....	38
附录 A.....	41
附录 B.....	44
附录 C.....	46
致谢.....	47
声明.....	48
个人简历.....	49

表格目录

表 3.1 研究假设.....	13
表 4.1 问卷收集情况统计.....	17
表 4.2 样本基本信息频数分析统计表.....	17
表 4.3 可靠性统计量.....	23
表 4.4 KMO 和 Bartlett 的检验.....	24
表 4.5 解释的总方差统计.....	24
表 4.6 游客个人属性与游客满意度的方差检验.....	26
表 4.7 游客体验的五个因素与游客后续行为的相关性分析结果.....	27
表 4.8 游客期望值排名表.....	27
表 4.9 游客满意度排名表.....	29

图片目录

图 1.1 贵州省主要博物馆罗列.....	2
图 2.1 贵博文物陈列图.....	8
图 3.1 研究模型.....	14
图 4.2 游客年龄比例图.....	19
图 4.3 游客受教育程度比例图.....	20
图 4.4 游客职业比例图.....	20
图 4.5 游客月收入比例图.....	21
图 4.6 游客对贵州省历史兴趣比例图.....	21
图 4.7 游客参观博物馆原因比例图.....	22
图 4.8 游客一年中参观博物馆的次数比例图.....	22

第一章 引言

本章为研究背景、研究目的、研究意义的介绍。

1.1 研究背景

世界上现有 200 多个国家或地区，无论历史长短、人口多寡、经济贫富，抑或民族构成、宗教信仰如何，几乎都拥有博物馆类型的机构，博物馆无所不在，而博物馆的伟大在于它能帮助人类更好的了解到了我们从哪来，是怎么从过去走到了现在，又如何走向未来。（段永，2017）。

博物馆是征集、典藏、陈列和研究代表自然和人类文化遗产的实物的场所，并对那些有科学性、历史性或者艺术价值的物品进行分类，为公众提供知识、教育和欣赏的文化教育的机构、建筑物、地点或者社会公共机构。

随着时代的发展及社会经济的繁荣,中国居民对于精神文化产品的需求日益提升.在此背景之下,中国的博物馆日渐增多.作为城市文化的重要组成部分及城市历史的见证,博物馆在日常的运行过程中承担着文化传递以及历史保护的重任。中国历史悠久，地大物博，造就了不同的文化风情，各地博物馆中的珍贵藏品数不胜数，每个博物馆都展示着不同历史背景中的文化内涵。随着中国近年提出的文化兴国，文化强民族强，央视推出了一档大型文博探索节目《国家宝藏》，节目大火后各博物馆门庭若市，成为全国旅游之大热。贵州因为少数民族居多，具有独特的文化资源优势，且贵博非常纯粹的展示当地的少数民族文化及少数民族的珍贵藏品，以此区别于其他博物馆，贵博自 17 年 9 月新馆开馆以来也吸引了一部分游客，尽管如此，与其他省博物馆游览量相比却微乎其微。因此本文决定从博物馆的核心——服务对象，也就是观光客着手研究，了解他们参观博物馆之后的看法，他们是否满意贵博所提供的旅游参观资源，以此为贵博提供有效的反馈信息，为贵州省博物馆日后的发展提供有效的建议和数据。

为了能了解和掌握到到顾客观光贵博的满意度，本文将从以下几个方面作为研究背景：1.贵州省博物馆的发展现状、2.贵州省博物馆的特色。

以上作为研究提要，首先了解博物馆的发展背景在进行相关文献的查阅检索工作，收集信息和数据，最后结合顾客的观光体验，整合出行之有效的解决办法。

类型	名称	开放时间	类型	名称	开放时间
综合性	贵州省博物馆	1958年	专门性	镇远青龙洞民族建筑博物馆	1987年
纪念性	遵义会议纪念馆	1955年	专门性	安顺蔡官地戏博物馆	1988年
纪念性	息烽集中营革命历史纪念馆	1997年	专门性	台江刺绣博物馆	1989年
纪念性	贵阳达德学校旧址陈列馆	1982年	专门性	贵州酒文化博物馆	1989年
纪念性	修文阳明洞文物陈列馆	1989年	专门性	贵州蜡染文化博物馆	1989年
纪念性	甲秀楼文物陈列馆	1993年	专门性	贵州民族节日博物馆	1988年
专门性	雷山上郎德民族村寨博物馆	1986年	专门性	兴义民族婚俗博物馆	1989年
专门性	贵州侗文化博物馆	1991年	专门性	贵州龙博物馆	2003年
专门性	思南乌江博物馆	1992年	专门性	贵州地质博物馆	1985年
专门性	六枝梭嘎苗族生态博物馆	1998年	专门性	贵州少儿科技博物馆	1995年
专门性	花溪镇山布依族生态博物馆	2002年	专门性	贵阳美术馆	2005年
专门性	锦屏隆里古城生态博物馆	2004年	专门性	贵州三线建设博物馆	2013年
专门性	黎平堂安侗族生态博物馆	2005年	专门性	贵州工业遗址博物馆	筹建

图 1.1 贵州省主要博物馆罗列

以上图表为贵州省主要博物馆，民族民俗类博物馆在贵州专门性博物馆中占主导地位，科技类，美术类，行业类，地质类都有所建立，但规模小，数量也少，此次研究主要对象为贵州省博物馆。

1.1.1 中国博物馆的发展及现状

中国近代博物馆的创建始自 19 世纪下半叶，1868 年，法国教士 P·厄德在上海建立徐家汇博物院，以收藏植物标本为主，但不对外开放。1905 年张謇筹建南通博物苑。1911 年辛亥革命后促进了中国科学文化教育事业的活跃，因此推动了中华民国政府创办了一批博物馆选址在北京、天津、南京、杭州、广州等地。1925 年皇宫紫禁城改为故宫博物院，它是中国最大的博物馆。1933 年蔡元培等提议建立国立中央博物院（今南京博物院），1936 年开工建设，是中国第一座仿欧美的一流的现代综合性博物馆。1936 年抗日战争前夕，中国共有 77 座博物馆。1937 年日本发动侵华战争，以致中国博物馆遭到严重的摧毁破坏。中华人民共和国建立时，中国只留下博物馆 24 个。（资料来源：百度百科——中国博物馆简介）

据文化和旅游部的数据表明：1996—2017 年中国博物馆规模逐年速增，博物馆数量达到 4721 个（1996 年数量为 1219 个），占文物机构的 47.5%。截至 2016 年底，比 2015 年度有多增加了 181 家（国家文物局公布数据），全国经各地注册的博物馆总数达到了 4873 家。截至 2017 年，全国文物机构拥有文物藏品总数为 5096.32 万件，

比上年末增长 14.4%，其中，博物馆文物藏品总数为 3938.32 万件，占文物藏品总量的 77.3%。根据国家统计局数据显示，2006-2017 年，中国博物馆参观人数趋势呈逐年上升状态。2017 年，全国文物机构接待游客数量为 114773 万人次，其中博物馆接待游客数量为 97172 万人次，增长 14.2%，占文物机构接待观众总数的 84.7%。^①

由此可见博物馆事业在中国呈飞速发展的趋势，博物馆里所蕴藏的最古老神秘的东方文化正在被中国乃至世界所关注。

1.1.2 贵州博物馆的背景

贵州省博物馆筹建委员会成立的时间确定在 1953 年 1 月 1 日，可将其历史追溯到民国时期创建的省立科学馆和艺术馆，民国省立科学馆和艺术馆应是 1953 年筹建的贵州省博物馆的两个源头。（李飞 .2018）。

1958 年新馆舍落成，同年 5 月 1 日，推出《贵州矿产资源》、《贵州少数民族美术工艺》等 4 个专题陈列后正式对外开展，贵州省博物馆由此诞生。1958 年 5 月 1 日，贵州省博物馆在北京路落成并正式开放。2017 年 9 月 30 日，贵州省博物馆新馆正式开放。这些时间的节点，反映出贵州的博物馆发展脉络。

贵州省博物馆隶属于省文化厅，是全省历史文物、民族文物、革命文物和古生物化石、野生动物植物标本的主要收藏、宣传教育和科学研究机构，是介绍贵州社会主义物质文明和精神文明的重要窗口。

贵州的博物馆事业发轫于本世纪初叶，是全国起步比较早的。由于近代历史中，贵州的邮政极不稳定，经济基础又十分薄弱，文化建设比较落后，以致博物馆发展的相当缓慢，时断时续。到四十年代末，仍为形成规模。

贵州省博物馆 1958 年正式开馆，占地面积 106.29 亩，总建筑面积 46450 平方米。新馆于 2007 年立项，2010 年开工，2013 年 6 月 28 日迁址建设，2018 年新馆落成，同年 7 月正式开馆。

新馆工程总投资近 6 亿元，该建筑的外墙采用了鱼鳃式的构造，十分有民族特色，展区围绕贵州多民族多文化的特点，着重介绍了各民族的由来、风貌、服饰及习俗等及贵州从古至今的一个发展历程，人文方面以夜郎国为中心以此展开，着重突出了多彩贵州的历史文化背景。

经过近 60 年发展，贵州省博物馆藏品总数已积累至 27 万余件。民族文物为贵博馆藏亮点，在国内独树一帜。其中中国苗族服饰库和中国苗族银饰库位居全国第一。另外，馆藏贵州古生物化石，旧石器时代出土文物以及反映地方历史人文和文化多样性的各类文物，也是贵州省博物馆的亮点。（资料来源：贵州省博物馆官网——贵博概况）

^① 资料来源：前瞻产业研究院整理 <https://new.qq.com/omn/20180622/20180622A0839A.html>

胡进把贵州省博物馆的发展路径,历史的演变过程进行了最为详细的记录,让后人可以通过该博物馆的历史脉络了解到它的成长史,以供博物馆今后的发展得到最清晰的图址。

1.1.3 贵州省博物存在的问题

一、知名度小,宣传推广不到位

旧馆:贵博的市场认知度、品牌知名度较少,即是博物馆自身的核心竞争力开发不足,也是由于宣传推广不到位的问题,作为全省最大的博物馆居然有很大一部分本身民众都不知道贵博的存在,贵博是在2012年开通的官方网站,但该网站的网页设计不新颖、信息公布栏、专栏数据库都存在很多缺陷,网站建设较为粗糙,内容也不丰富,更没有设置游客交流平台,实用性不强,导致该网站根本不能为推广贵博起到作用。

新馆:自新馆落成,贵州省各门户网站的大力宣传,知名度有所提高,但也只是对比性的提高(针对旧馆),开通了新的官方网站,该网站设计简洁大方,首页也很好的展示了贵博的主要藏品,起到了一定的扩知作用,信息栏有导览、展览、咨询、服务等博物馆标准选项,网站资讯较为完善,但还是没有游客交流平台,至使网站还是没有生气,也不鲜活,像一个高端的摆设品。

二、参与旅游市场低,旅游功能未被开发

没有在基于旅游市场调研、目标市场的定位基础上进行博物馆旅游产品开发,很少进行博物馆之间以及与旅行社、旅游景区以及在线网站间的合作,只能被动迎客,导致博物馆门可罗雀的现象。(单延芳 2017)也浪费了博物馆活生生的地域资源。

三、缺乏吸引力

旧馆:建筑及设施太老旧,规模小,博物馆的经营理念仍很保守,管理方面也不够专业,在展品陈列上过于单一,博物馆的文化观念和艺术水准也欠缺独特的见解,非常刻板,无法吸引游客。

新馆:新馆的设计展现了贵州省的民族特色,设施也逐渐完备,在展品陈列方面也融合了地方文化独有的特色,在吸引游客的基础上已初有气色。

1.2 研究目的

本文希望通过此次的调查研究找出游客观光贵博的具体原因及在参观贵博时是否满意,通过整合资料之后得出的具体数据及总结意见能为贵州省博物馆提供参考,从而使贵州省博物馆能建立起自己独有的客源市场。

1.3 研究意义

学术意义：目前还没有对贵州省博物馆游客观馆的满意度进行研究的论文，本文通过整合大量文献，细化目标市场对游客需求差异进行研究，以此得出有效的理论数据，为贵博此后进行市场推广提供参考数据，也能给贵州省博物馆今后的发展提出切实有效的建议和意见。

现实意义：贵博虽经过几十年的发展，藏品数量不断攀升，新馆也在 18 年落成，但贵博在没有外来临时性展览时，馆内可以用“门可罗雀”来形容。本文研究的现实意义是针对顾客的观馆满意度及意见进行分析梳理，从而能让贵博能得到更有意义的建议，以此让贵博在推广发展上能更加明确、精准，也为更多人能更好的了解到贵州的传统历史文化起到推波助澜的作用。

第二章 文献综述

本章主要对中国博物馆的概念进行界定及贵博的概况及相关的理论和文献进行整合、梳理，以此为之后的研究奠定基础。

2.1 中国博物馆的概念界定

博物馆是以文化遗产的典藏、陈列、研究、教育为主，它是人类历史发展的文化实证处所，也是当代社会中一种很重要的设施。从某种角度来说，博物馆直接关系到一个国家的整体文化和教育的发展，是中国精神文明建设工作中的重点内容，对中国文化的传播以及教育事业均有极其重要的意义。

2.1.1 中国博物馆的功能

博物馆最早起源于公元前四世纪，那时博物馆只是一个为学者提供场所的研究机构，直到十七世纪之后真正具有现代意义的博物馆才逐渐出现。自人类进入 21 世纪以来，我们所面临最为突出问题之一就是不同族裔文化之间的冲突，因此如何协调人类与各种文化之间的矛盾已是当今世界最重要紧迫的任务。博物馆是沟通文化的桥梁亦是推动社会变迁前进的力量。博物馆在保护文化、生物的多样性开展不同族裔、不同文化之间的对话及交流沟通方面具有不可磨灭的优势。

根据《国际博物馆协会章程》定义：博物馆是一个为面向全社会发展服务的，对公众全面开放的非营利的永久性机构。为研究、教育、传播、普及、鉴赏之目的征集、保护、研究、并向全世界展示人类及人类环境的物质和非物质遗产。通过这一系列的标尺定义从中我们可以了解到教育、研究及欣赏是博物馆的三项基本功能。博物馆汇集了人类历史发展过程中几乎所有现存的与生活、文化、自然、环境、生产、活动有关的物证，是人类社会无尽宝库。它保存了从人类民族的起源更迭及人类社会不断演变，文化不断更新的精神财富，为人类的未来积累了历史经验。博物馆是沟通文化的桥梁，是推进社会变迁发展的能动力。现代博物馆的功能在不断拓展，博物馆应当将这些珍贵文化遗产的研究成果奉献给全社会，供大众与学术界及其艺术界接受汲取老祖先凝结的智慧，开展研究、欣赏艺术，促进文化共享的目的。随着经济社会的发展与变革，博物馆新的功能也在不断拓展不断的被发现，希望在日后博物馆依然跟上社会前进的脚步能永远与人类发展相互依存。

2.2 贵州省博物馆的类型及特色

贵博属中国省级综合性博物馆，以地方历史文化为主要展示内容，是兼具社会科学和自然科学双重性质的博物馆，陈列内容以馆藏文物为主，展示贵州重要历史文物和民族文物。

每个省市因历史的背景、文化及地理环境的不同造就了不同的区域文化特色，博物馆是历史遗迹的收藏所，是该地区文化的根源所在，贵州是一个多民族共居的省份，因此有着非常多元的民族文化，也形成了与其他地区不同的文化氛围，它的存在本身就是与众不同的，中国历史文化博大精深，贵州的历史因鲜有人知，也对大众保持着神秘色彩。

贵博的旧馆在上世纪五六十年代之时只具有单一的征集、收藏、保管、陈列、展览历史文物的功能（范同寿 2010），而且展馆设施老旧，特色不明显，展品陈列不科学，用一句话形容就是一流的展品，二流的展览，三流的服务等各种原因造成了它无人问津的困状，如今新馆落成后，定名为“多彩贵州”，特色鲜明，主旨明确，分为“民族贵州”、“古生物王国”、“历史贵州”和“黔山红迹”四个部分，分别展现了贵州 18 个世居民族的民风民俗、生产生活风貌，贵州的历史文化发展状况以及贵州的生态面貌等（贵州省博物馆新馆开放.2017），馆内展示着贵州省最鲜明的少数民族服饰，生活等文化，以夜郎国做为馆内大主题而展开（可追溯到战国后期，夜郎国逐步发展成为西南地区的大国之一，大部分疆域在今贵州境内），《史记·西南夷列传》中夜郎王的一句“汉孰与我大”让世人贻笑千年，但随着考古的不断发现，夜郎作为一个古老文明的国度，它的人文价值正逐渐受到重视，贵博将让观众在神秘的夜郎文化陈列厅中探寻这个失落的西南文明。（张梅 孙浚哲 2013）

2.2.1 贵州省博物馆的藏品分类

贵博是中国省级综合性博物馆，贵博馆藏文物、标本 20 余万件。民族文物是该馆重点藏品之一，除刺绣、蜡染、挑花、织锦、银饰等 1000 余件。典型藏品有苗族婚姻记事符木、苗族刻绘动物图案酒角、苗族青缎镶花边饰银铃银坠女夹衣，彝族土司八卦龙袍、彝文《六祖纪略》手抄本和水族墓葬石刻“铜鼓”。

其中中国苗族服饰库和中国苗族银饰库位居全国第一。另外，馆藏旧石器时代出土文物贵州古生物化石，以及反映地方历史人文和文化多样性的各类文物，也是贵博的闪光点之一。（资料来源：贵州省博物馆官网）

	历史文物	民族文物	史前文物标本
文物陈列	铜车马、立虎辨耳大铜釜、石寨山铜鼓、杨餐墓铜鼓、铜柄铁剑、鎏金铜鍪、一字格剑、明代金冠、彩釉陶俑仪队。	苗族女盛装、西江苗族女盛装、木祖鼓、施洞独木龙舟、鼓藏幡、傩面具、地戏面具、刺绣、蜡染、银饰、竹木生活用具。	贵州龙化石、海龙化石、鱼龙化石、海百合化石等。

图 2.1 贵博文物陈列图

贵博的藏品中以古生物化石最引人注目，其中海百合和龙化石最为人熟悉，距今有 2~3 亿年历史。贵州是中国沉积地层发育特别完整的地区，地层中保存的古生物化石十分丰富。

2.3 对博物馆解说系统的研究

博物馆里所典藏的神秘文物是对游客最为致命的吸引，但也因为它们的神秘使其大部分游客对此物的来源知之甚少，大家都求知若渴，因此解说系统无疑就是博物馆游客最需要的工具之一中最重要的，但大部分博物馆的解说系统都是清水白粥式的输出信息，毫无吸引力，甚至可以说是枯燥无味，听众难以继续使用，解说系统可以说是我们对博物馆存在的另一种理解，罗马巴斯博物馆馆长斯蒂芬·克鲁斯认为解说系统的信息能为游客答疑，使信息得以传递，能让游客更好的理解藏品的来源及历史意义，因此博物馆的解说系统是至关重要的存在。

2.4 基于游客满意度的相关研究

2.4.1 游客满意度的含义

美国学者 Gardozo 于 1965 年第一次提出满意度的概念，并指出顾客满意能带动顾客的行为，伴随着旅游市场竞争越发激烈，以游客为中心的概念就越来越受到重视，其重点在于游客的期望和实际之间的差距，以此提出他们的主观感受。在此基础上对顾客的满意度以及后续行为（是否会成为回头客等）进行研究探讨。

到目前为止，关于满意度的定义层出不穷，但大多数的定义还是建立在奥利佛（Olive）的期望差距模型理论之上的，他认为满意度是从先前的期望与消费后的体验

不一致之间的差异而产生的。而当体验结束后，消费者在期望体验和实际消费后的对比中没有感受到差异，实际的消费体验感高于期望感，那么消费者会表示满意，换言之，如实际的消费体验感低于期望感，消费者便会感到不满意。Pizam 认为游客的满意度是指游客对他所旅游的目的地期望和实际的旅游体验相对比之后的结果，如果实际的旅游体验高于期望值，那么视为游客是满意的，与之相反就是不满意。Reisinger 与 Turner 提出游客的满意度是指游客在体验之前的期望和体验之后的感受进行比较，如果产生满足感就视为满意，如若产生不愉快的感觉就视为不满意。

以上国外学者对与满意度的研究一度成为国内对于满意度这一块研究的基石，杨丽华、廖进中、时格格（2010）对于在顾客在体验消费之前会根据过去的体验、购买经历、宣传、广告等途径形成对产品的期望，在购买时会把此感受带入购买体验的过程，并在这个过程中进行比较和判断，如符合预期则视为满意，如不符合即视为不满意。周永广、马燕红（2007）利于数据的转换来进行比较分析，根据游客的评价好坏程度进行数据分析，用数字高低值进行区分，分别表示满意、不满意、一般、很满意、很不满意五个等级，进行归一化处理后得到游客满意度的数据。

当然，还有很多国内外学者对于满意度的不同研究与探讨，这也与不同的国家及文化背景之下所产生的文化视角、服务、资源、理念不同。综合以上文献总结：游客的满意度主要强调的是游客体验之前的期望和体验之后产生的实际感受相比较的心理结果。

2.4.2 游客满意度的影响因素

肖朝霞、杨桂华（2004）通过在香格里拉碧塔海景区的实证研究中，提出了五大影响因素，分别是：服务质量、旅游资源、旅游设施、管理状况、交通设施。李志虎（2003）指出如果出现旅客不满意的状况无外乎就是工作人员与游客沟通不当、对内部工作人员培训不够两个方面的原因。贾建锡（2004）指出服务的好坏是顾客满意度最重要的指标，服务的质量有内部和外部两项标准，服务是贯穿于旅游体验整个过程的，也是基于旅游产品之上最生动、易变的重要因素，因此游客对旅游体验是否满意很大程度上取决于服务质量之上。郭燕、周梅华、黄大志（2011）在旅游景区游客满意度的测评指标体系研究生提出影响游客满意度的因素分别是：讲解服务、环境卫生、安全性、景观设施、游客容量、管理服务、资源吸引力等。

2.4.3 提高游客满意度措施的研究

市场的核心就是顾客，而顾客满意度的高低就是决定企业是否能生存和发展的重要保障，因此提高顾客的满意度势在必行。博物馆作为非营利性质的机构在消费市场有一定的特殊性，因此了解顾客的心理构成也是营销博物馆的关键点。

吴红超（2008）认为游客是通过感官思维对所处的环境进行体验和感受，游客满意度的好坏在于所体验的内容所及内容的呈现形式和体验之后的效果分高低好坏，所以为了使游客满意必须在所开发的项目和项目设计上着重提升体验感，故此才能维持吸引力。贾建锡（2004）认为旅游必须具有创新性，旅游消费是属于精神上的追求，而精神是需要有刺激性的冲击的，而中国在旅游业这条产业链上无论是从旅游产品，还是服务亦或是项目都比较相似，因此无论是在特色产品还是个性化的服务上都需要大力创新和不断进步，这样才能不断满足现今消费者的需求的多变性。李志虎（2003）提出要从了解游客的个人需求下手，做好整体的服务营销，提高服务质量并提供超值服务，让游客有焕然一新的服务体验感，变不满意为满意。王大悟（2004）提出要增强游客的体验认同感应该通过一线员工与游客之间的互动交流实现。在整个旅游体验中，游客最频繁接触的就是一线员工，因此这种面对面的服务是一次高质量的服务体验，一定会让游客有不一般的感受，由此提升体验价值。

以上文献内容是国内学者对满意度的不同层面的研究，其游客的满意度也具有特殊性、复杂性、多样性等特点，因此除以上之外的其他因素也会影响顾客的满意度，其中存在的各种变量因素也会直接和间接影响消费者的决策，因此必须进行进一步的拓展研究。

2.5 基于博物馆游客的行为研究

2.5.1 欧美研究综述

自上世纪 70 年代开始，世界博物馆的发展开始了与旅游业的密切结合，欧美国家在博物馆旅游的研究方面无论是内容、方法、研究的深度甚至成果都领先于国内。通过对国外游客观光博物馆的相关文献的进行学习、检索和分析，发现他们对博物馆观光者的研究主要在以下几个方面：游客的需求及决策研究、游客的期望研究及动机研究、游客感知形象研究及游客的体验、满意度和真实性研究。

首先是游客的需求方面：理查德·普兰提斯和安德里亚·戴维斯（Richard Prentice/Andrea Davies）提出以遗产吸引地的潜在的游客的概念。以访问频率对游客进行区分，分别以经常性旅游的游客、偶尔旅游的游客、无旅游经验的游客进行细分，对其中无旅游经验的游客进行了更进一步的拓展研究。然后是游客的期望和动机方面：简森·沃贝克和凡·瑞克研究城市博物馆游客的旅游动机，结果显示游客去博物馆旅游的三个主要动机，分别是：学知识、丰富业生活和放松自己，他们采用了梯级洞察法分析数据，研究证实了博物馆在城市旅游产品中具有一席之地。朱莉娅·哈里森（Julia Harrison）以夏威夷博物馆为例进行实证研究，获得了一组有关博物馆旅游者的定性和定量数据，研究发现人们热切期望博物馆所带来的启迪、历史、文化能深

扎在城市的经济文化之中，这也反应出博物馆在当地的重要性及当地人对历史文化的渴求。最后是游客感知形象方面：约翰·考希尔（John Coshall）使用了凯利方格分析法，在伦敦的十一家博物馆进行了实证测试，得出了游客在制定计划以及得到作出决策的活动中有三项相关的因素，他们对历史、文物、艺术是否有一定的了解或是兴趣，他们对英国传统博物馆的看法等等，不过这项测试还是需要通过定量的调查方法进行进一步的验证。（司莉娜，夏杰 2011）

以上内容都是国外学者针对游客行为的一些研究，亦是对博物馆的研究中比较重要的一部分。

2.5.2 中国研究综述

目前中国对博物馆旅游的研究成果多为管理，经营及产品开发方面的研究，对游客层面的研究相对较少。史萍通过分析上海市博物馆的客源市场变化和时代特征，提出了上海市博物馆的市场开发应该从强化服务意识、完善功能配置、提高游客的二次消费等方面进行突破。李安秋通过研究集体记忆视角下的巴渝民俗博物馆游客体验归纳出游客在巴渝民俗博物馆中存在观光体验、休闲体验、认同体验、怀旧体验的四种体验类型。戴昕通过研究记载国外博物馆游客的文献资料里提炼得出了博物馆游客的行为及当前影响博物馆旅游的研究。龚金红把广州的三大博物馆作为研究对象，通过了解、分析等一系列研究得到游客的行为特点，最后提出了博物馆于旅游市场可施行的开发策略。

以上内容为国内研究学者在博物馆游客的行为等研究上所使用的一系列方法及最后得到的结论。

2.6 基于博物馆旅游开发的研究

博物馆的发展应当是与社会发展同步的，它典藏并记载了人类世界一切的来源，当今博物馆的旅游开发也应该根据社会发展的需求不断更新，以实时保证它与人类能“不断”交流，实现文化与经济能相互融合的繁荣景象。交流必须是相互依存的，因此在博物馆旅游开发的基础上就必须让博物馆的游客参与其中，无论是在博物馆旅游项目的开发抑或是管理上都应该融合他们的意见，这样才能使这个项目能行驶在正轨上。

当代博物馆必须不断发展创新，调整现有的经营模式和管理方法，丰富馆内的体验内容，并依靠当下最具宣传推广效果的线上媒体及其他有效营销手段进行推广，才能达到效益增倍，为文化产业提供养分提高价值才能使其飞速发展。

第三章 研究方法 with 框架

3.1 研究对象

本次研究的主要调查对象是贵州省博物馆的游客，据中华人民共和国国家统计局显示，贵阳市截止 2016 年年末人口总数为 401.35 万人^①，截止 2016 年全年贵州省所有博物馆的参观人数为 1653.50 万次^②，而贵州省博物馆从 2017 年 9 月截止 2018 年 10 月参观人数为 60 万次。（资料来源：贵州省博物馆）

3.2 研究结构

本文的主要研究内容为：

第一：研究背景，以此深入了解我所研究事物的具体来源、情况，找到研究方向、研究目的及研究意义。

第二：确定博物馆在中国的所属功能和定位，及博物馆于旅游开发上的研究，还有深入分析国内外学者对于博物馆游客满意度及行为研究。

第三：根据现有文献资料进行深入的探索、总结。并根据总结出的问题设计问卷，然后收集数据。

第四：使用数据分析工具最后得到的数据进行分析整理，确定哪些因素和问题会影响博物馆游客的选择，进行重要度的排序，使用方差法分析检验不同特征的博物馆游客与各种因素重要度之间是否存在不同之处。

第五：最后根据分析的结果找出解决问题的方法及提出有效的意见。

3.3 理论框架

贵州省博物馆属综合类博物馆，是兼具社会科学和自然科学双重性质的博物馆。自 2018 年新馆开馆落成以来，馆内展品相较于旧馆而言，布置特色分明，主题明确，以贵州省特有的少数民族文化为主。虽相比以往旧馆的浏览量有所起色，但还是处于全国博物馆浏览量末端位置，因此本文决定从博物馆游客的角度对贵州省博物馆进行研究分析。

根据相关文献分析指出影响游客满意度的因素有五大因素，分别是：服务质量、

^① 资料来源：中华人民共和国国家统计局
<http://data.stats.gov.cn/search.htm?s=%E8%B4%B5%E9%98%B3%E4%BA%BA%E5%8F%A3>

^② 资料来源：中华人民共和国国家统计局
<http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=E0103&zb=A0Q02®=520000&sj=2016>

旅游资源、旅游设施、管理状况、交通设施（肖朝霞、杨桂华 2004）。贾建锡（2004）指出服务的好坏是顾客满意度最重要的指标。影响游客行为的因素有性别、年龄、文化程度及职业等（孟华 2012），可根据研究的内容自行选取。张梅、孙浚哲指出文物的布展水平、博物馆的服务、博物馆的外观及建筑设施都影响游客是否愿意参观的重大因素。司莉娜、夏杰（2011）博物馆的信息来源以及对博物馆的认知也都对游客有显著的影响。近年来国外的研究学者把游客的行为从定性研究转到定量研究，Hood（1983）从参观者的角度把博物馆游客的研究分为三类：经常参观、偶尔参观、从未参观，又把，从未参观的游客分为考虑或不考虑参观人群两类。

以上述理论框架为基础，本文将从博物馆游客的基本信息特征、博物馆的布置水平、外观、服务及游客对博物馆的认知，需求等方面进行分析，进而得博物馆游客的观光因素。

3.4 研究假设

本段根据上一章节文献资料的收集查阅，对博物馆游客对旅游的满意度及参观博物馆时的特征及因素有了初步的了解，以此提出了研究假设。要从博物馆游客的个人背景、满意度、期望、及后续产生的行为中找出联系和相关性，从国内外学者对博物馆游客研究的文献中记录着，博物馆游客的个人背景及学识影响着他们的期望值，博物馆游客的期望值与满意度共同作用于他们对博物馆参观时的体验效果，而博物馆游客的满意度又会直接影响他们的后续产生的行为。因此提出以下研究假设：

表 3.1 研究假设

编号	假设内容
1	博物馆游客的个人背景会影响他们参观博物馆时的体验感
2	博物馆游客的期望值与满意度两者共同决定了他们参观过程中体验感的好坏。
3	博物馆游客参观过程中的体验感与他们的后续行为有正相关性，既他们参观体验时的感受越好，选择重游或推荐他人的机会越大。

3.4.1 研究模型



图 3.1 研究模型

3.5 研究方法

本章的前期主要是透过查阅文献资料来获取信息，采用的是定性研究，然后透过访谈收集第一手资料，从而解决第一个议题。然后进行定量研究，采用问卷调查法，得到的数据进行描述性分析，在通过方差分析来测试游客个人因素与游客满意度这两者之间是否存在相互影响的关系及使用相关性分析判断游客满意度与游客后续所产生的行为之间的联系。最后对得出的结果进行提炼和总结。

3.5.1 文献法

通过网络资源和相关的书面记载等查阅和分析现存的文献资料，从中获取与本文研究有关的一切内容、信息、数据，达到调研目的的方法。本文收集国内外与博物馆相关、博物馆游客相关及博物馆旅游研究的一切资料，解析这条食物链，了解博物馆存在于这世界的意义，在中国的现有功能，及可能被发现的其他未开发功能，了解博物馆与旅游结合的现状，只有清楚了解到根基在何处才能寻根而下，以此帮助贵州省博物馆发展，本文主要目的也是为了检索博物馆的心——“游客”他们对博物馆的需求及参观博物馆的特征因素。以上既作为本次理论研究及实证研究的基础，并作为本文研究问题的理论依据及理论假设，以此为实证调查设计问卷。

3.5.2 定量研究

本文通过运用多种统计分析法对博物馆游客参观过程中所产生的想法等多项假设研究进行验证。其中包括描述性统计分析、信度分析、方差分析、相关性分析。

(1) 描述性统计分析

描述性统计分析是使用 spss 软件中的描述统计法的频数对参与调查的博物馆游客的基本信息采集后进行统计分析，主要以百分比的统计形式来描述其分布的情况，从而对博物馆游客的各种需求属性进行程度分析，主要以最大、最小值和均值依次来分析之间的影响因素的重要程度。

(2) 信度分析

信度分析是针对调查问卷的调查结果是否有效的一种分析方法，是测量调查问卷结果的稳定性的一种分析方法，该分析法是为了保障其问卷的测量质量与分析质量。

(3) 效度分析

效度分析是专门检测问卷数据正确行的一种分析法，效度越高表示所测量的数据越能反应研究的必要性及有用性，此分析法通常用来检测其问卷的结构、内容、思路是否合理。

(4) 方差分析 (ANOVA)

方差分析适用于检测两个或两个以上的样本数值差别性，本文需探究游客背景与游客在博物馆观光后的满意度这两者之间是否存在相互影响的关系，故使用此研究。

(5) 相关性分析

相关性分析主要是判断研究项两者之间是否存在关系亦或是判断关系紧密程度的一种分析法，相关系数大于 0.4 则表示关系紧密，使用此研究法主要是为了判断游客满意度与游客后续所产生的行为之间的联系。

3.5.4 问卷设计

本问卷主要分为三个部分，分别为：博物馆游客的基本特征，对游客参观博物馆的影响调查及游客参观博物馆的后续意向调查，问卷共 23 题，具体问题见文本附录。

3.5.5 样本量确定

本文主要调查贵阳市参观博物馆的游客，根据 krejcie 与 morgan (1970) 的样本量计算公式：

$$N = \frac{Z^2 P(1-P)}{E^2} = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} = 384$$

样本量计算得出 384 份，应考虑到问卷的有效性，顾决定发放 431 份问卷。本研究运用网上问卷形式，通过问卷网站发放调查问卷，后收集问卷进行分析。

第四章 研究结果和分析

4.1 问卷回收与数据录入

本次问卷主要针对参观过贵州省博物馆的人群发放，使用问卷网站进行制作与调查，后通过互联网平台及微信等社交软件进行问卷的发放工作，问卷只针对去过贵州省博物馆的人群，问卷发放时间为2018年11月30日至2018年12月6日之间，共7天。问卷分为三部分，游客的基本信息调查、游客参观博物馆之前的期望值与参观后的满意度及最后游客参观完博物馆的后续调查。

本问卷共发放431份问卷，回收431份问卷。有效样本量为384份，因此已近达到预期要求的份额。本次研究有效的问卷为431份（如表4.1所示）。

表 4.1 问卷收集情况统计

实际发放问卷	收回 431 份	100%
	有效问卷 384 份	89%
	无效问卷 47 份	11%

4.2 样本特征描述

本研究利用统计分析软件中的描述性分析——频数分析对样本游客的个人基本信息，分别从年龄、学历、月收入、职业、对贵州历史的兴趣、去博物馆的原因、每年去博物馆的次数进行分析，以频数、百分比的方式展示，对游客基本信息部分进行描述性统计，从而得出数据以此判断出样本的代表性程度。

通过对384份有效问卷的收集录入，对第一部分的游客基本信息进行人口统计特征的频数分析，如表4.2的信息统计表所示：

表 4.2 样本基本信息频数分析统计表

频数分析结果			
名称	选项	频数	百分比(%)
1.年龄	18岁以下	10	6.67
	18~25	47	31.33
	26~30	40	26.67

续表 4.2 样本基本信息频数分析统计表

	31~40	29	19.33
	41~50	16	10.67
	51~60	8	5.33
2.学历	高中及以下	14	9.33
	大学	105	70
	硕士研究生	27	18
	博士研究生	4	2.67
3.月收入	1000 以内	25	16.67
	1000-3000 元	27	18
	3000-5000	46	30.67
	5000-8000	38	25.33
	8000 以上	14	9.33
4.您目前从事的职业	公务员/社会团体/事业单位	37	24.67
	企业中高层管理人员	7	4.67
	企业普通办公室职员	11	7.33
	科研、教学、文艺、等专业人员	23	15.33
	学生	58	38.67
	个体户	4	2.67
	专业人士(如设计师、律师、记者等)	3	2
	离退休人员	1	0.67
	其他	6	4
5.是否想要深入了解贵州历史	有兴趣	85	56.67
	没有兴趣	7	4.67
	一般	45	30
	非常有兴趣	13	8.67

续表 4.2 样本基本信息频数分析统计表

6.您去博物馆的直接原因	增长知识	95	63.33
	陪同亲人朋友	10	6.67
	工作需要/学术研究	6	4
	子女教育	13	8.67
	单位/学校组织	13	8.67
	博物馆引进了国外的展览	3	2
	看到媒体宣传后的好奇心驱使	5	3.33
	打发时间	5	3.33
7.您一年中去博物馆的次数	1次	93	62
	2-3次	44	29.33
	3-5次	9	6
	5次以上	4	2.67
合计		150	100

<1>年龄

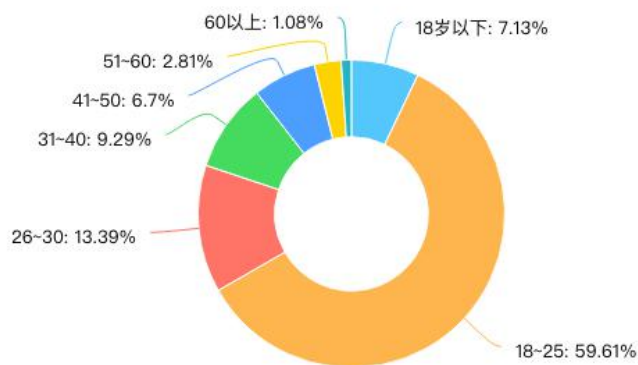


图 4.2 游客年龄比例图

根据上图所示，从参与此次调查的游客年龄分布来看，18岁—25岁之间的游客人数最庞大的，占总样本的59.61%，其次是26岁—30岁之间的游客，占总样本的13.39%，其次是31岁—40岁之间的游客，占总样本的9.29%，41岁—50岁之间的游客，占总样本的6.7%，51岁—60岁之间的游客，占2.81%，60岁以上，占总样本的1.08%。由此可见，参观的主体对象是18岁—25岁之间年轻的游客群体。

<2>学历

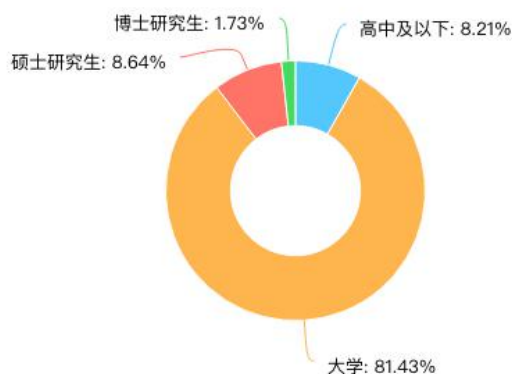


图 4.3 游客受教育程度比例图

根据上图所示，从参与此次调查的游客受教育程度来看，大学学历（本科、大专）的游客比例是最高的，占抽样调查中总人数为 81.43%，人数为 377 人。其次是研究生学历的游客，占抽样调查中总样本的 8.64%，人数为 40 人。然后是高中及以下学历，占调查总样本的 8.21%，人数为 38 人。最后是博士学历，占调查总样本的 1.73%，总人数为 8 人。有此调查可看出，贵州省博物馆的游客的受教育程度普遍较高，大部分受过高等教育，这也反应了贵州省博物馆游客的基本属性。

<3>职业

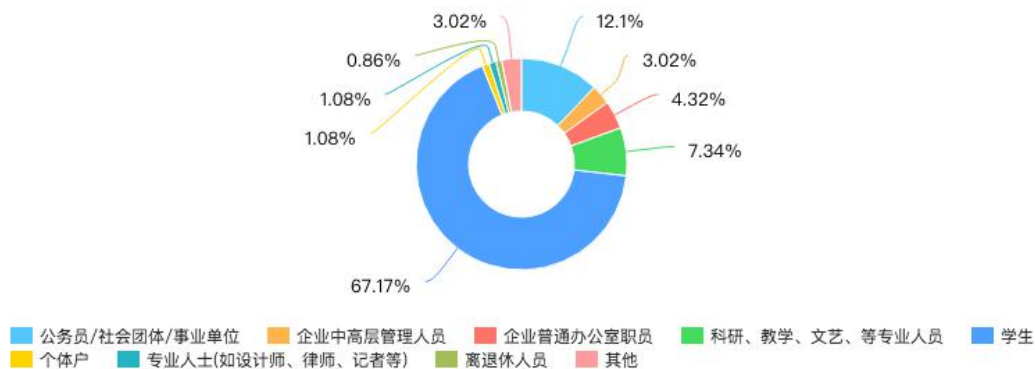


图 4.4 游客职业比例图

根据上图所示，从参与此次调查的游客的职业方面来看，参与此次调查的游客中，学生占的比例是最大的，占总样本的 67.17%，其次是公务员、事业单位人员及社会群体，占总样本的 12.1%，再是科研、教学、文艺等专业技术人员，占总样本的 7.34%。贵州省博物馆是综合性博物馆，馆内多以当地历史文化展示为主，为学生增长积累知识提供了很好的环境，也为当地科研教学工作者提供了很好的研究平台。

<4>月收入

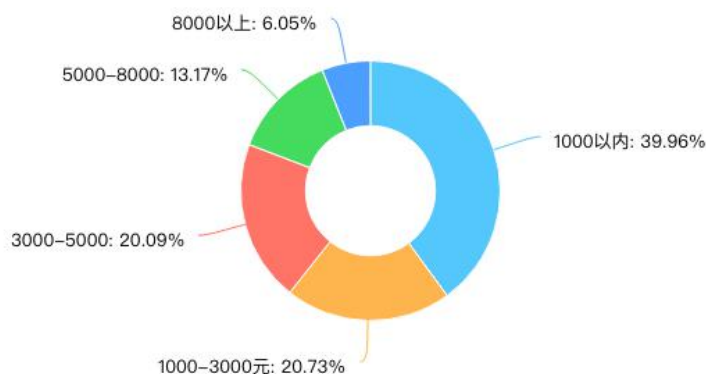


图 4.5 游客月收入比例图

根据上图所示，从参与此次调查的游客的月收入比重来看，博物馆游客收入 1000 元以内的占总样本的 39.96%，参照上部分数据可得知，游客大部分是学生，没有固定的收入来源。接着是 1000 元—3000 元之间及 3000 元—5000 元，这两个数据分别占了总样本的 20.73%和 20.09%，相差甚小，然后是收入 5000 元—8000 元的游客，占总样本的 13.17%，最后是 8000 以上，占总样本的 6.05%。表明参与此次调查的游客大多为无固定收入的学生群体。

<5>是否想要深入了解贵州历史

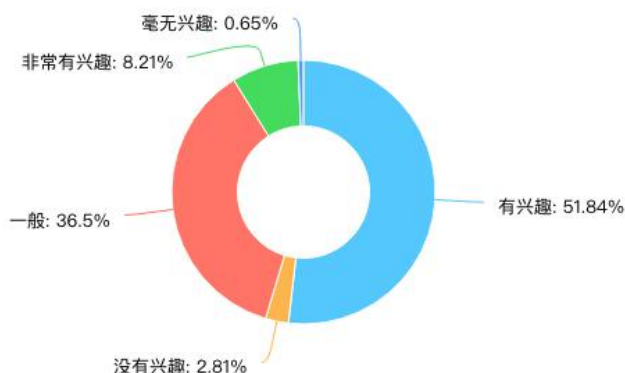


图 4.6 游客对贵州省历史兴趣比例图

根据上图所示，参与此次调查的游客中对贵州省历史感到有兴趣的游客占总样本的 51.84%，兴趣值一般的游客占总样本的 36.5%，非常有兴趣的游客占总样本 8.21%，没兴趣的游客占总样本的 2.81%，最后毫无兴趣的游客占总样本的 0.65%，由此可见参观博物馆的游客中有绝大部分游客是对贵州省的历史有着浓厚的兴趣的。

<6>参观博物馆的直接原因

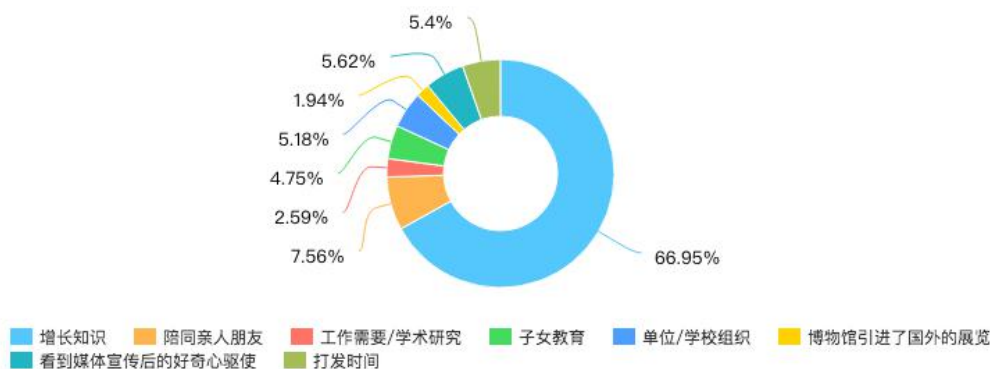


图 4.7 游客参观博物馆原因比例图

根据上图所示，参与此次调查的游客参观贵州省博物馆最主要的原因是为了增长知识，为了求知而来的游客占总样本的 66.95%，陪同家人朋友来参观的游客占总样本的 7.56%，看到媒体宣传而来的和单位、学校组织来的及打发时间的游客分别占总样本的 5.62%、5.4%、5.18%，数量上极为相近。由此可见，来参观博物馆的游客中大部分人群是为了来增长知识的。

<7>参观博物馆的次数

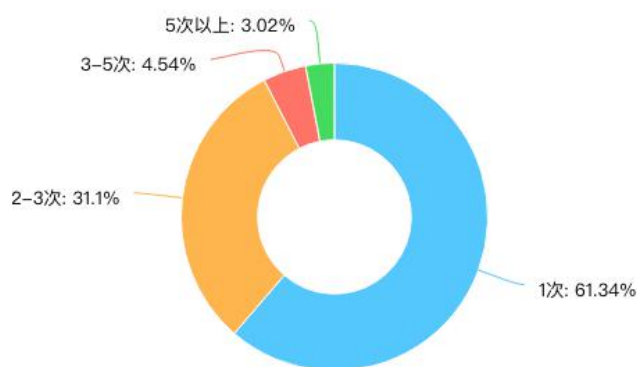


图 4.8 游客一年中参观博物馆的次数比例图

根据上图所示，从参与此次调查的游客一年中参观博物馆的次数来看，一年参观一次的游客占总样本的 61.34%，是图中占百分比最大的，其次是参观 2—3 次的游客，占总样本的 31.1%，之后参观是 3—5 次的游客，占总样本的 4.54%，最后是参观 5 次以上的游客，占总样本的 3.02%，由此可见，参观贵州省博物馆的游客每年参观博物馆的均值不高，大多为 1 次，其次是 2—3 次左右。

4.4 信度分析

信度分析是检测问卷是否可靠的一种分析方法，是为了证明检测结果能否真实反映出被检测事物的一贯性及是否具备稳定性的特征，因此做问卷调查必须要做信度分析，因为这样才得以保证问卷的结果是否有效、可靠。

信度分析用于研究定量数据，首先分析 α 系数，如果此值高于 0.8，则说明信度高；如果此值介于 0.7~0.8 之间；则说明信度较好；如果此值介于 0.6~0.7；则说明信度可接受；如果此值小于 0.6；说明信度不佳；

表 4.3 可靠性统计量

可靠性统计	
克隆巴赫 Alpha	项数
.954	23

根据上表 4.3 表所示：信度系数值为 0.954，大于 0.9，因而说明研究数据信度质量很高。针对“项已删除的 α 系数”，分析项被删除后的信度系数值并没有明显的提升，因而说明题项全部均应该保留，进一步说明研究数据信度水平高。针对“CITC 值”，分析项对应的 CITC 值全部均高于-0.2，因而说明分析项之间具有良好的相关关系，同时也说明信度水平良好。综上所述，研究数据信度系数值高于 0.9，删除题项后信度系数值并不会明显提高，综合说明数据信度质量高，可用于进一步分析。

4.5 效度分析

效度分析是专门检测问卷数据正确行的一种分析法，简单来说效度越高表示所测量的数据越能反应研究的必要性及有用性，此分析法通常用来检测其问卷的结构、内容、思路是否合理。

表 4.4 KMO 和 Bartlett 的检验

KMO 和 Bartlett 检验		
KMO 取样适切性量数		.961
Bartlett 球形度检验	近似卡方	19662.999
	自由度	666
	显著性	.000

根据表 4.4 所示，KMO 值接近 1，说明变量间的相关性越强。根据 Bartlett 的检验，得到 Sig 值为 0，可得出本文研究的数据适合做进一步分析。

表 4.5 解释的总方差统计

总方差解释						
成分	初始特征值			提取载荷平方和		
1	18.366	49.638	49.638	18.366	49.638	49.638
2	2.350	6.352	55.990	2.350	6.352	55.990
3	1.917	5.182	61.172	1.917	5.182	61.172
4	1.470	3.973	65.145	1.470	3.973	65.145
5	1.222	3.302	68.447	1.222	3.302	68.447
6	1.108	2.994	71.440	1.108	2.994	71.440
7	1.052	2.843	74.283	1.052	2.843	74.283
8	.968	2.616	76.899			
9	.886	2.394	79.293			
10	.865	2.337	81.630			
11	.792	2.140	83.770			
12	.692	1.871	85.642			
13	.600	1.622	87.264			

续表 4.5 解释的总方差统计

14	.471	1.272	88.535			
15	.429	1.160	89.695			
16	.376	1.017	90.712			
17	.318	.860	91.572			
18	.286	.772	92.344			
19	.278	.752	93.095			
20	.268	.724	93.819			
21	.240	.650	94.469			
22	.218	.590	95.059			
23	.200	.540	95.599			
24	.192	.520	96.119			
25	.179	.484	96.603			
26	.163	.441	97.045			
27	.155	.420	97.465			
28	.144	.390	97.854			
29	.125	.337	98.192			
30	.109	.295	98.487			
31	.107	.288	98.775			
32	.102	.275	99.050			
33	.085	.229	99.279			
34	.080	.217	99.496			
35	.070	.188	99.684			

续表 4.5 解释的总方差统计

36	.062	.166	99.850			
37	.055	.150	100.000			
提取方法：主成分分析法。						

4.6 游客个人背景与游客满意度方差分析

本研究采用游客的个人背景与游客在博物馆的体验两项因素中的各个指标进行方差分析，从游客的年龄、学历、职业、月收入这四项与游客在博物馆体验的五项因数探究这两者之间是否存在相互影响的关系。见下表 4.6 所示：

表 4.6 游客个人属性与游客满意度的方差检验

个人背景 满意度	年龄	学历	月收入	职业
	显著性	显著性	显著性	显著性
环境满意度	0.245	0.019	0.769	0.441
活动满意度	0.301	0.020	0.934	0.504
体验满意度	0.186	0.003	0.843	0.419
服务满意度	0.237	0.002	0.846	0.473
收获满意度	0.283	0.002	0.602	0.484

由上表可得出游客的个人背景其中的学历方面对于博物馆的满意度有显著性的影响，博物馆存在的本身不同于其它一般的旅游景点，博物馆是一个储蓄了太多知识与历史的场所，一般博物馆的游客可分为两大类，一种是博物馆爱好者另一种则是纯游客，而博物馆爱好者大多具有一定的学历，对历史文化有一定的识别性，由于学历的不同对于环境的要求、服务的好坏、体验的程度、活动的设置、及最后的收获是有很大区别的。

4.6.1 游客后续行为相关性分析

本研究主要是针对游客观光博物馆后的满意度与游客后续行为之间是否存在相关性，使用此研究法主要是为了判断游客体验后的满意度与游客后续所产生的行为之

间的联系。下表 4.7 所示：

表 4.7 游客体验的五个因素与游客后续行为的相关性分析结果

		环境满意度	活动满意度	体验满意度	服务满意度	收获满意度
愿意重游	相关系数	0.063	0.028	0.036	0.036	0.044
	显著性检验	0.000	0.030	0.000	0.010	0.040

此表为游客满意度与游客后续行为相关系数的研究结果，因两项因素是对等结果，因此上表就是得出的结论，由此表可知，游客的后续意向，是否愿意重游抑或推荐其亲友与游客光顾博物馆满意度的五个因素，即环境满意度、活动满意度、体验满意度、服务满意度、收获满意度的显著性检验依次为：0.000、0.030、0.000、0.010、0.040，表示游客的体验情况与上述游客的后续行为是有很显著的相关性。其中五个因素与游客是否愿意选择重游的相关系数依次为：0.063、0.028、0.036、0.036、0.044，显著系数为正相关，即表示游客对博物馆观光的满意度越高，因此游客选择重游的意愿就越高，由上述结果得出以上因素均对游客后续意向产生影响。

4.7 游客满意度分析

4.7.1 游客期望值分析

此表是按照游客观光博物馆之前对贵州省博物馆期待值的进行排名的，以描述性统计的均值作为参考数据。由下表 4.8 所示：

表 4.8 游客期望值排名表

描述统计						
	排名	平均值	偏度		峰度	
	统计	统计	统计	标准误差	统计	标准误差
博物馆内独有的多彩贵州民族文化展展示出了贵州省多元的民族文化特色—参观前期望值	1	4.443	-1.301	0.118	1.579	0.235

续表 4.8 游客期望值排名表

对贵州省博物馆所提供的服务满意—参观前期望值	2	4.429	-1.338	0.118	2.279	0.235
在参观博物馆的过程中馆内所营造的氛围让您感到舒适满意—参观前期望值	3	4.418	-1.295	0.118	1.95	0.235
贵州省博物馆展品陈列的方式专业，且具有一定的水平—参观前期望值	4	4.415	-1.284	0.118	1.838	0.235
贵州省博物馆的开馆时间合理—参观前期望值	5	4.408	-1.094	0.118	0.726	0.235
在参观完博物馆之后，提升了您对贵州省文化及历史的了解—参观前期望值	6	4.401	-1.075	0.118	0.576	0.235
贵州省博物馆每期举办的主题展览让博物馆的文化活动变得更加丰富多元—参观前期望值	7	4.397	-1.206	0.118	1.034	0.235
贵州省博物馆周边的交通环境便利—参观前期望值	8	4.394	-1.16	0.118	1.28	0.235
贵州省博物馆的游览顺序舒适—参观前期望值	9	4.392	-1.255	0.118	1.73	0.235
贵州省博物馆馆内不同展馆的主题分类专业合理—参观前期望值	10	4.39	-1.11	0.118	0.979	0.235
贵州省博物馆馆内的藏品具有吸引力—参观前期望值	11	4.367	-1.308	0.118	1.641	0.235
贵州省博物馆展示出了贵州省多元的历史文化特色—参观前期望值	12	4.346	-1.196	0.118	1.064	0.235
博物馆所出售的周边商品丰富有特色，且值得购买—参观前期望值	13	4.343	-1.145	0.118	1.173	0.235

续表 4.8 游客期望值排名表

贵州省博物馆的对外宣传及在参观完博物馆后具有强烈的落差—参观前期望值	14	4.306	-1.276	0.118	1.725	0.235
有效个案数（成列）	384					

4.7.2 游客观光满意度分析

此表是按照游客观光贵州省博物馆后的满意度排名，以描述性统计的均值作为参考数据。由下表 4.9 所示：

表 4.9 游客满意度排名表

描述统计						
	排名	平均值	偏度		峰度	
	统计	统计	统计	标准误差	统计	标准误差
博物馆内独有的多彩贵州民族文化展展示了贵州省多元的民族文化特色—参观后满意度	1	4.515	-1.052	0.118	0.192	0.235
对贵州省博物馆所提供的服务满意—参观后满意度	2	4.499	-1.304	0.118	2.201	0.235
贵州省博物馆展品陈列的方式专业，且具有一定的水平—参观后满意度	3	4.485	-1.042	0.118	0.63	0.235
在参观博物馆的过程中馆内所营造的氛围让您感到舒适满意—参观后满意度	4	4.485	-1.311	0.118	2.233	0.235
贵州省博物馆的开馆时间合理—参观后满意度	5	4.471	-1.16	0.118	1.666	0.235

续表 4.9 游客满意度排名表

贵州省博物馆每期举办的主题展览让博物馆的文化活动变得更加丰富多元—参观后满意度	6	4.466	-1.073	0.118	0.648	0.235
在参观完博物馆之后,提升了您对贵州省文化及历史的了解—参观后满意度	7	4.466	-1.139	0.118	1.681	0.235
贵州省博物馆的游览顺序舒适—参观后满意度	8	4.459	-1.402	0.118	2.602	0.235
贵州省博物馆周边的交通环境便利—参观后满意度	9	4.459	-1.199	0.118	1.406	0.235
贵州省博物馆馆内不同展馆的主题分类专业合理—参观后满意度	10	4.455	-1.268	0.118	1.608	0.235
贵州省博物馆馆内的藏品具有吸引力—参观后满意度	11	4.452	-0.988	0.118	1.263	0.235
贵州省博物馆展示出了贵州省多元的历史文化特色—参观后满意度	12	4.427	-1.094	0.118	1.288	0.235
博物馆所出售的周边商品丰富有特色,且值得购买—参观后满意度	13	4.39	-1.269	0.118	1.98	0.235
贵州省博物馆的对外宣传及在参观完博物馆后具有强烈的落差—参观后满意度	14	4.381	-1.557	0.118	3.254	0.235
有效个案数(成列)	384					

由此表可得出游客期望指标的均值、偏度与峰度,偏度绝对值小于3,峰度绝对值小于10时表示数据可适用于下一步骤的分析。

从上述数据中可看出游客参观完博物馆之后的满意度与期望值的排序变化较小,表示游客体验感的落差不大,贵州省博物馆的外部建筑及内置的特色展示从期望到光顾的满意度都位居榜首,表明游客对博物馆的环境方面满意度还是较高的,在藏品的吸引力与专业的展示度方面游客的满意度比较低,表示博物馆还需要大力征集文物与

提高展馆的专业性布置，毕竟博物馆的灵魂及吸引力也跟其典藏的物件有很大的关系，最后是博物馆所出售的周边商品，不管是体验前的期望值还是观光后的满意度都是处于最劣势的序位，目前北京故宫博物馆也在大力研发及推广文创商品，说明文创商品对于博物馆吸引游客抑或是增加博物馆的经济收益都是至关重要的突破口。

第五章 总结与建议

5.1 分析与总结

本研究通过对博物馆游客的期望、满意度及后续的行为与体验因素之间是否具有相关性，通过对文献的研究、对游客进行访谈及问卷调查三个部分得出博物馆游客在观光体验后形成的满意度，并通过因子分析确定出博物馆体验满意度的构成因素指标的正确性。后通过对博物馆游客体验的期望值与满意度找出游客的背景及后续的行为意向之间的关系，以此得出影响博物馆体验的原因及提升博物馆体验的关键因素。

5.1.1 影响博物馆游客满意度的要素

本文通过对相关文献的查阅与收集，结合贵州省博物馆自身的特色整理出影响游客体验感的两大因素，首先是个人因素，分别是：年龄、学历、月收入、职业、对贵州省历史的兴趣、参观博物馆的原因、每年去博物馆的次数，七项。影响游客满意度因素，分别是：博物馆的特色、藏品的吸引力、主题展的活动丰不丰富、馆内最主要展品的特色性是否到标、展馆主题分类的合理性、展品陈列的专业性、馆内氛围的舒适性、博物馆对外宣传和参观后的对比性、周边产品的丰富性与特色性、提供的服务质量、参观的游览顺序、交通环境的便利性、开馆时间的合理性、参观后对贵州历史提升度项，14项。

之后通过对三位游客的访谈记录进行分析，访谈内容主要是针对博物馆服务层面的要求，经过笔者细化总结，共9项，即加强区域说明、丰富周边商品、讲解生动有趣、周末体验活动、完善儿童休息区、增加母婴休息室、开设儿童参与性强的体验活动、加强工作人员服务性、增加讲解设备和讲解员。

5.1.2 博物馆游客特征分析

根据数据调查分析得出博物馆游客以下特征：

（1）年龄方面

根据表 4.1 所示，在年龄方面，参观贵州省博物馆的主体对象是 18 岁—25 岁之间年轻的游客群体，其次是 26 岁—30 岁之间的游客，表明参观博物馆的游客主要受众是非常年轻的群体，说明博物馆还有很大的晋升空间以吸引年纪稍长的客源群。

（2）文化程度方面

根据表 4.2 所示，在文化程度方面，大学学历（本科、大专）的游客比例是最高的，其次是研究生学历的游客，可看出贵州省博物馆的的游客的受教育程度普遍较高，

大部分受过高等教育。

（3）职业方面

根据表 4.3 所示，在职业方面，学生占的比例是最大的，其次是公务员、事业单位人员及社会群体，再是科研、教学、文艺等专业人员，表明参观博物馆的群体以学生群体为首，其次是已经参与工作的各行各业社会人士，表明博物馆的受众比较广。

（4）月收入方面

根据表 4.4 所示，在月收入方面，博物馆游客收入 1000 元以内最多，参与此次调查的游客大部分是学生，没有固定的收入来源。接着是 1000 元—3000 元之间及 3000 元—5000 元，表明大多博物馆游客的月收入不高。

（5）对贵州历史兴趣方面

根据表 4.5 所示，在对贵州历史兴趣方面，对贵州省历史感到有兴趣的游客占比量过半，表明绝大部分游客是对贵州省的历史有着浓厚的兴趣的。因此建议博物馆可通过各大线上媒体平台进行对贵州省的历史的大力宣传推广，以扩知。

（6）游客参观博物馆的原因方面

根据表 4.6 所示，在对游客参观博物馆的原因方面，游客参观贵州省博物馆最主要的原因是为了增长知识，博物馆应加强本省历史信息、文物的征集，为博物馆增添更多丰富的文化历史资源。

（7）每年去博物馆的次数方面

根据表 4.7 所示，在对每年去博物馆的次数方面，一年参观一次的游客最多的，其次是参观 2—3 次的游客，表明博物馆的参观频数是非常低的。

5.1.3 博物馆游客个人背景与体验满意度之间的关系

本研究主要针对游客个人背景会不会对博物馆的体验感知产生影响进行了系统的分析，主要从游客的年龄、学历、职业、月收入着手与满意度形成的五个因素进行配比，发现由于游客的文化程度不同会对博物馆各个层面的问题需求和感知都更高，特别是对于服务层面与收获层面都是最为显著的，博物馆本身的存在也是为大众提供历史的价值及信息的，大部分游客都是抱着求知的欲望踏入博物馆，因此对于收获方面的需求毫无疑问是最高的，其数据显示亦同。其次就是体验层面就是一个博物馆的特色所在，从展馆是否体现出该博物馆应有的特色到博物馆的陈列水平、宣传方式及出售的周边商品都对不同文化程度的游客有着明显的影响。之后是博物馆的活动层面亦对不同学历的游客有着显性影响，贵州省博物馆的文化活动是以每期举办不同的主题展为主，建议多开展其他有关历史、教育、互动体验有关的交流主题活动，增加博物馆的吸引力。

5.1.4 游客参观博物馆后的满意度与后续行为意向之间的关系

本研究主要针对游客观光博物馆后的满意度与游客观光体验完产生的后续行为选择进行了相关性分析，此研究结果证明了游客对博物馆体验的满意程度越高进而选择重游亦或推荐他人的意愿就越大，其中五个因素（即环境满意度、活动满意度、体验满意度、服务满意度、收获满意度）的显著性与游客是否愿意选择重游的相关系数最高的是环境层面与体验层面，表明博物馆历史文化的渲染、藏品的吸引力、周边环境和交通的便利度等环境因素及展品的陈列水平、对外宣传与真实体验的感受差距小即博物馆文创商品等体验因素是对游客的后续行为意向及选择影响最大的，其次是服务层面，一切需要营销的场所都需要优质的服务作为陪衬，游客满意度的高低一部分也源自于该场所所提供的服务，因此博物馆作为当地城市的名片，应该在服务范畴进行更为专业的培训，以此对服务层面进行升级。

5.2 提升游客参观博物馆满意度的建议

5.2.1 对博物馆环境层面的建议

博物馆是每一个城市最鲜活的形象标志，因此它所处的环境和它所营造出的环境就格外的重要。以下三项是对博物馆环境层面提出的参考建议：

外部条件：从外观建筑到内部装饰、摆设都是博物馆对外展示的第一形象，外部建筑无疑是吸引游客的第一关键要素，建筑物本身就是非常庞大的瞩目体，在车水马龙的城市里，各种钢铁建筑驻扎在城市的每个角落，因此想要突破重围就必须给人眼前一亮的视效，贵州博物馆在外观建筑来说，据上述数据显示大部分游客表示满意，认为建筑的本身显示出了贵州省特有的少数民族特色。除此之外笔者也在网络平台查阅了部分网友的意见，重叠度较高的意见认为博物馆建筑的外观形象不似印象中博物馆般的庄严，比较偏向于文化艺术中心的现代感。

内部条件：从博物馆藏品的吸引度、馆内氛围及周边的交通环境都属于内部吸引力的关键，先说藏品，贵州省博物馆的藏品数量在全国各大博物馆的储蓄量来说排不上名，也是因为历史重要度的问题，因此在藏品方面属薄弱项，想要靠文物来吸引大众有点吃力，而贵州省特有的民族文化是全国独有的，因此可以大力挖掘本身的历史民族文化来丰富博物馆的内容，面向广大群众进行文物的征集与提高本省民族文化的活跃性。

交通条件：经过查阅各项信息，发现贵州省博物馆的交通条件还算便利，但据游客的调查情况来看，博物馆的交通便利度排名偏后，笔者搜索了通往博物馆的各项渠道发现可使用的交通工具还是很多的，究其原因笔者认为博物馆地处的位置比较偏远，虽然交通情况不错但大多游客需要花费大量的时间来往，因此重返的频率就会较

低。

5.2.2 对博物馆活动层面的建议

博物馆本身除了具备典藏、征集、展示文物的作用外还应辅佐时代的发展，因此它需要在具备其他更实用的功能，以不脱离社会，让人类与博物馆的融合度更高。所以笔者认为博物馆应多开始和大众可互动交流的活动，除了贵州省博物馆每期举办的主题展之外开设其他类别的体验。

教育活动：西方国家的孩子可以说是在博物馆里长大的，对比起来中国的孩子去博物馆的次数是极少的，无疑是中国在教育方面的一个遗憾，毕竟国家的根源都藏在博物馆里。根据相关内容的搜索，发现美国有 88%的博物馆提供从幼儿时期到少年时期的教育项目，在过去的几年中有 70%的博物馆增加了面向教师和学生的新服务。在中国多数博物馆中不止没有面向服务未成年人的展览内容和展示空间更缺乏专门针对于儿童的解说员和解说词，几乎所有人都使用相同的讲解内容和方式，因此建议贵州省博物馆可以开设博物馆的教育功能，让博物馆的凸显出更广泛的作用。

民族文化活动：多开设与有本省民族文化特色的相关的互动体验活动，既能起到推广本省民族文化的作用也可以让民族文化更贴入大众的生活，得以更好的传承下去。

5.2.3 对博物馆体验层面的建议

体验感是游客观光整个博物馆后满意度的核心标准，游客满意度的好坏与游客在体验过程中的感受是密不可分的，根据上述游客满意度的排名情况来看游客体验感比较优异的是博物馆对于贵州省民族文化特色的展示及藏品的陈列这一块，游客体验感较差的是，认为展馆分类不够合理及博物馆所售卖的周边商品不够丰富，无任何吸引力，特别是文创商品这一块，无论是期望值还是满意度都在排名的最末端，表明游客本身对贵州省所售卖的周边商品就不抱任何期待，且游览过后认为依然没有可买性。因此笔者建议贵州省博物馆应跟紧时代脚步，开辟蹊径。目前北京故宫博物馆也在大力研发及推广文创商品，说明文创商品对于博物馆吸引游客抑或是增加博物馆的经济收益都是至关重要的突破口。

5.2.4 对博物馆服务层面的建议

服务对于所有需要口碑营销的行业来说都是至关重要的环节，对于博物馆来说亦是如此，因为服务的好坏是游客对博物馆评判对标准及其有力的影响，服务也是贯穿于整个游览过程的，其中就包含工作人员的服务态度、解说员的讲解能力、博物馆的开闭馆时间的合理性及游览时的舒适度。根据上述满意度排名来看，游客对于贵州省博物馆工作人员提供的服务及态度还是很满意的，开馆时间也比较合理，其次是排在

中位考后的游览顺序，证明还可以做出适当的调整，让游客在参观过程中更为舒适。

5.2.5 对博物馆收获层面的建议

从收获层面来看，其一，多数游客是抱着求知欲与好奇心踏入博物馆的，他们参观博物馆的目的大多是为了欣赏文物、了解历史、放松自己并希望在知识层面有所收获，上述数据表明多数游客对于收获历史信息层面给予了较高的期待，而在参观后收获和期待有微小的出入，想要获得的信息稍低于期待值。因此建议博物馆在文物简介上多下功夫，游客可凭借有趣的宣传册内容来补充一些想要了解的信息，以此增加知识层面的获得感。其二，部分游客是陪同亲友前往，在整个体验过程中游客应该是抱着舒缓放松的状态及需要与亲友联络感情的心态而来，所以馆内所营造的环境与氛围就非常重要，建议在灯光视效上下功夫，亦或增加富有博物馆独有特色的咖啡厅，以此还能增加经济收益。

5.3 对博物馆讲解服务方面的建议

根据访谈结果来看，受访游客均对博物馆的解说系统提出了要求，解说系统无疑就是博物馆最重要的工具之一，但大部分解说系统都是清水白粥式的输出信息，毫无吸引力，听众难以继续使用，因此希望博物馆对解说员大力培训，让他们解说时更生动风趣以此带来吸引力。以下提出几点建议：

一、学会运用语言的丰富性，给文物赋予色彩

博物馆讲解员需提高自身对语言解说方面的能力，用语言的丰富性、趣味性亦或发觉不同语言风格来调高游客的收听欲，解说员在讲解文物、藏品的过程中如语调太过单一会让听众觉得乏味，以此会对博物馆的体验产生不好的印象，反之，如果讲解员的解说生动有趣，语调轻快和谐会让听众对解说的事物产生强烈的好奇心，以此增加体验过程的好感度。

二、强化专业领域的学习，提升解说员文化素养

一名出色的博物馆解说员自然能让博物馆沉睡的文物变得活灵活现，让游客流连忘返，因此解说员也属于提升博物馆形象的重要指标，如何成为一名出色的讲解人员，首先一定要具备较高的文化素养，想要吸引游客的注意力必须具备很强的专业基础知识及能力，并要对博物馆的每件藏品、文物都深入了解，熟知其出处、背后的故事和历史价值，以此才能讲解到位、得以适用。

三、建立奖励机制，积极提高员工的热情度

为能加强讲解员精益求精的精神，提高博物馆讲解功能的质量，以讲解氛围带动博物馆的整体形象就必须提升讲解员的工作环境，建立一定的奖励机制，并对杰出讲解员进行公开赞扬和物质奖励，以此提高讲解员工作的积极性。

5.4 研究的局限性和展望

第一、本文研究主要是针对贵州省博物馆游客参观后的满意度，代表的是游客的主观看法，并不具备对博物馆专业性的判断。

第二、由于时间的限制与局限性，本研究的研究样本仍有诸多的不足之处，问卷的发行也只限于网络收集，而填写问卷的游客群也不是当下时段的正在进行中的参观者，因此可能会与现有状况有些许的差异。

第三、由于笔者查阅的文献数量有限，在参考过程中能提取的数据也只是少部分，因此本研究只能结合贵州省博物馆的特点和现状进行分析调整，并以游客个人背景和满意度的状况两个因素进行研究，笔者会在今后的学习与工作中在进行深入的调查与提炼更多相关有用的信息。

最后，希望在今后的学习中能更加完善本文研究的内容，更希望以上建议能给贵州省博物馆提供参考意见，并为其以后的发展出一份绵薄之力。

参考文献

- 蔡思夫.(2015).浅海精灵与永不凋谢的“花朵”——贵州省博物馆藏贵州龙化石与海百合化石,安徽师范大学国土资源与旅游学院.
- 陈琴.(2012).“大博物馆旅游综合开发”模式研究,生态经济.
- 戴昕,陆林,杨兴柱,王娟.(2007).国外博物馆旅游研究进展及启示,安徽师范大学国土资源与旅游学院.
- 戴彦秀.(2018).博物馆藏品的数字化管理,文物鉴定与鉴赏.
- 单霁翔.(2013).提升博物馆讲解服务质量的思考,敦煌研究.
- 董军农、董志宏、王建军、王静.(2015).提升博物馆讲解员讲解服务技巧的有效对策,大众文艺.
- 付文军.(2010).走在非营利的道路上,广州西汉南越王博物馆.
- 高伟.(2002).博物馆中的网络建设,中原文物.
- 关鑫爵.(2016).浅析现代化博物馆藏品的专业化管理,现代国企研究.
- 胡进.(1999).贵州早期博物馆事业发展概述,贵州省博物馆.
- 黄岚.(2013).浅析博物馆藏品的管理工作,科教文汇(下旬刊).
- 纪远新.(2010).博物馆数字化建设,科技传播.
- 贾春丽.(2014).博物馆展览规划要点分析,技术与市场.
- 李安秋.(2017).集体记忆视角下的巴渝民俗博物馆游客体验研究,重庆师范大学.
- 李飞.(2018).科学、艺术与博物.贵州省博物馆的历程,海龙屯考古工作站,贵州省博物馆.
- 梁太鹤.(2014).珍藏历史记忆 架设沟通桥梁——贵州省博物馆掠影,贵州省博物馆贵州省文史馆.

- 刘贤强.(2013).浅谈博物馆藏品保管工作, 黑龙江史志.
- 刘洋.(2015).浅谈中国数字化博物馆SWOT, 商.
- 陆文静.(2016).博物馆藏品保护管理的研究分析, 中国管理信息化.
- 罗新宇、张怡.(2018).贵州省博物馆新馆消防设计简介, 清华大学建筑设计研究院有限公司.
- 马秋芳.(2006).传统旅游城市入境游客满意度评价及其期望-感知特征差异分析——以西安欧美游客为例, 旅游学刊.
- 马晓麟、嘉木、黄圆、王英、万泰华、杨甜甜、吴道欢.(2016).贵州省博物馆新馆运行, 贵阳文史.
- 司莉娜、夏杰.(2011).博物馆感知形象的相关分析——以首都博物馆为例, 湖南工程职业技术学院.
- 王丽萍.(2017).当前博物馆藏品管理的发展探究, 文化创新比较研究.
- 王雪.(2017).大唐芙蓉园景区感知形象与投射形象对比研究, 西安外国语大学.
- 洗俊韬、黄圆.(2016).林城东路上的贵州省博物馆新馆, 贵阳文史.
- 徐娥.(2010).中国博物馆旅游的开发现状与对策分析, 上海工会管理职业学院经济管理系.
- 许建.(2010).体验经济时代下体验旅游产品开发策略, 资源开发与市场.
- 许潞梅.(1990).博物馆藏品的使用应向社会化发展, 文物春秋.
- 薛婧、王恒.(2018).大博物馆旅游综合体模式研究——以贵州省为例.贵州中国特色社会主义理论研究中心省委党校基地, 贵阳学院.
- 杨帆.(2013).从一名讲解员的角度谈博物馆免费开放, 群文天地.
- 杨曼琳.(2017).加强贵州省古籍保护工作的思考——以贵州省博物馆为例, 遵义师范学院学报.

殷华.(2014).博物馆藏品搜集、保护、利用的认识与建议,戏剧之家.

曾亚玲.(2012).博物馆旅游与文化创意产业的融合发展,旅游经济.

赵刘.(2016).旅游体验中对文化景观的意义诠释,旅游论坛.

张晶.(2010).浅谈博物馆网站建设的意义,山西博物院.

张岚、薛辉.(2009).博物馆旅游市场特征及开发对策探讨——以上海市为例,上海师范大学金融学院.上海工程技术大学.

张江龙.(2017).博物馆数字化展示技术及虚拟展览研究.中国博物馆.

张梅、孙浚.(2013).浅析贵州省博物馆的展览现状,西南民族大学.

朱云玲.(2016).提升博物馆讲解服务质量的策略思考,科学与财富.

附录 A

贵州省博物馆游客满意度调查问卷

您好，感谢您在百忙之中抽出时间来填写问卷，本问卷调查是研究者完成硕士学位的重要任务之一，这些数据只用于学术性研究，绝不作其他用途，调查不记名，并承诺会对您所有信息保密，请放心填写。再次感谢！

第一部分：博物馆游客基本信息调查

1.年龄 [单选题] *

- 18 岁以下
- 18~25
- 26~30
- 31~40
- 41~50
- 51~60
- 60 以上

2.学历 [单选题] *

- 高中及以下
- 大学
- 硕士研究生
- 博士研究生

3.月收入 [单选题] *

- 1000 以内
- 1000-3000 元
- 3000-5000
- 5000-8000
- 8000 以上

4.您目前从事的职业： [单选题] *

- 公务员/社会团体/事业单位
- 企业中高层管理人员
- 企业普通办公室职员
- 科研、教学、文艺、等专业人员
- 学生
- 个体户
- 专业人士(如设计师、律师、记者等)
- 离退休人员
- 其他

5.您对贵州省的历史是否具有一定的兴趣 [单选题] *

- 有兴趣
- 没有兴趣
- 一般
- 非常有兴趣
- 毫无兴趣

6.您去博物馆的直接原因 [单选题] *

- 增长知识
- 陪同亲人朋友
- 工作需要/学术研究
- 子女教育

- 单位/学校组织
- 博物馆引进了国外的展览
- 看到媒体宣传后的好奇心驱使
- 打发时间

7.您一年中去博物馆的次数 [单选题] *

- 1 次
- 2-3 次
- 3-5 次
- 5 次以上

附录 B

第二部分：博物馆游客参观博物馆满意度调查

影响游客的参观因素	选题	来源
贵州省博物馆的环境满意度		
1. 贵博展示出了贵州省多元的历史文化	参观前期望值 A. 非常低 B. 低 C. 一般 D. 高 E. 非常高	参观后满意度 A. 非常不满意 B. 不满意 C. 一般 D. 较为满意 E. 非常满意
2. 贵博的藏品具有吸引力		
3. 贵博周边的交通环境便利		
4. 在参观贵博的过程中馆内所营造的氛围让您感到舒适满意		
贵州省博物馆的活动满意度		
5. 贵博每期举办的主题展让文化活动变得更丰富多元	参观前期望值 A. 非常低 B. 低 C. 一般 D. 高 E. 非常高	参观后满意度 A. 非常不满意 B. 不满意 C. 一般 D. 较为满意 E. 非常满意
贵州省博物馆体验的满意度		
6. 贵博馆内独有的多彩贵州民族文化展展示出了贵州省多元的民族文化特色	参观前期望值 A. 非常低 B. 低 C. 一般 D. 高 E. 非常高	参观后满意度 A. 非常不满意 B. 不满意 C. 一般 D. 较为满意 E. 非常满意
7. 贵博馆内不同展馆的主题分类专业合理		
8. 贵博展品陈列的方式专业，且具有一定的水平		
9. 贵博的对外宣传及在参观完博物馆后具有强烈的落差		

10.贵博所出售的周边商品丰富有特色，且值得购买			
贵州省博物馆服务的满意度			
11.对贵博所提供的服务感到满意 12.贵州省博物馆的游览顺序舒适 13.贵博的开馆时间合理	参观前期望值 A.非常低 B.低 C.一般 D.高 E.非常高	参观后满意度 A.非常不满意 B.不满意 C.一般 D.较为满意 E.非常满意	
贵州省博物馆收获的满意度			
14.在参观完贵博之后，提升了您对贵州省文化及历史的了解	参观前期望值 A.非常低 B.低 C.一般 D.高 E.非常高	参观后满意度 A.非常不满意 B.不满意 C.一般 D.较为满意 E.非常满意	

附录 C

第三部分：博物馆游客参观博物馆的后续意向调查

序号	游客参观博物馆的后续意向调查	分类	来源
22	请问您是否愿意再度光临贵博	A.愿意 B.不愿意 C.无意见	自编
23	请问你是否愿意推荐贵州省博物馆给亲友	A.愿意 B.不愿意 C.无意见	

致谢

本文是在我的导师尚鸿雁教授的精心指导和悉心教诲下完成的，从选题确定、论证方式及基础资料的收集无不倾注着尚教授的心血和汗水，使我把握了论文的写作方向，顺利地完成了写作，在此表示最诚挚的谢意！

其次，感谢所有任课老师的谆谆教诲和亲切关怀，老师们渊博的学识、严谨的治学态度、崇高的敬业精神必将在我未来的人生轨迹中起到指引方向的作用。借此论文完成之际，谨向我的任课老师致以诚挚的敬意和祝福！

最后，感谢爸妈为女儿倾注的半生心血，你们对女儿深沉的爱，用世间任何词语描述都略显苍白。

望所有同学都能顺利毕业！

王雅婧

二〇一九年二月十二日

声 明

作者郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下进行研究工作所取得的成果。尽我所知，除文中已经注明引用内容和致谢的地方外，本论文不包含其他个人或集体已经发表的研究成果，也不包含其他已申请学位或其他用途使用过的成果。与我一同工作的同志对本研究所做的贡献均已在独立研究报告中做了明确的说明并表示了谢意。

若有不实之处，本人愿意承担相关法律责任。

独立研究报告题目：基于博物馆观光体验的满意度研究——以贵州省博物馆为例

作者签名：_____

日期：二〇一九年二月十二日

个人简历

姓名：王雅婧

学历：

2019 年 工商管理硕士（工商管理中文方向）
泰国正大管理学院中国研究生院

2013 年 经济学
贵阳学院

E-mail: 413430672@qq.com