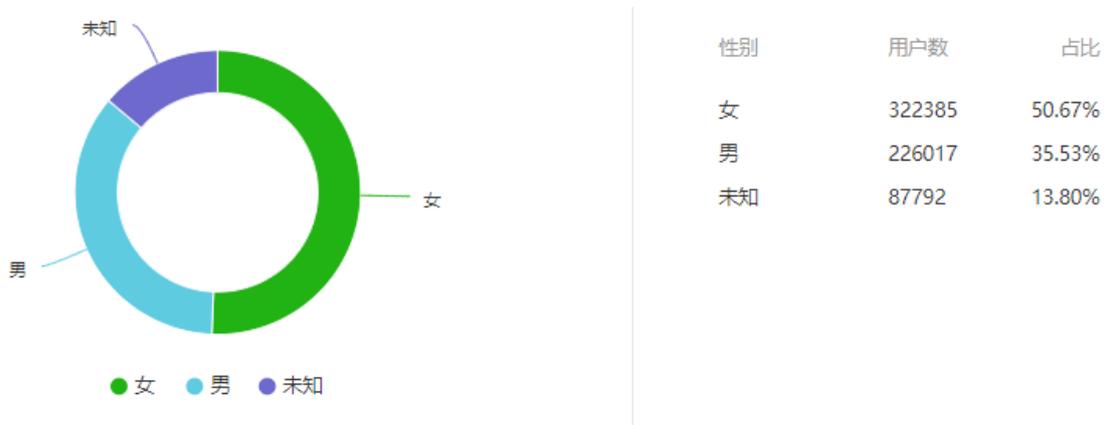


附件：

江苏数字文化馆云平台大数据分析具体内容

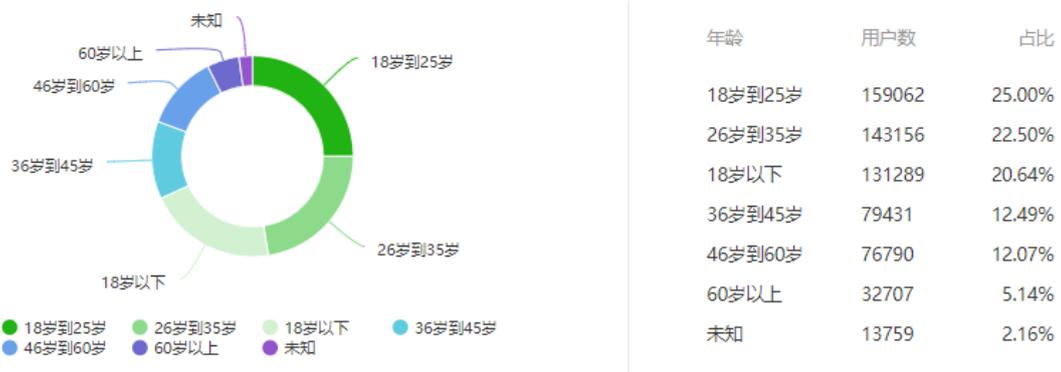
一、用户数据分析

1、平台关注用户中，女性用户达到 50.67%，高于男性用户群体的 35.53%。女性用户群体借助数字化平台预约文化服务的概率高于男性群体。



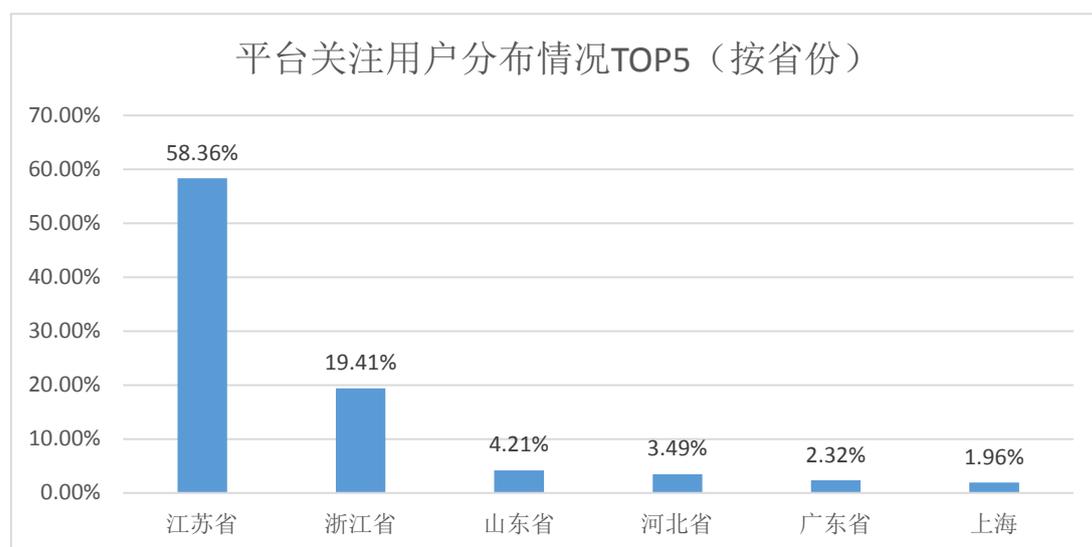
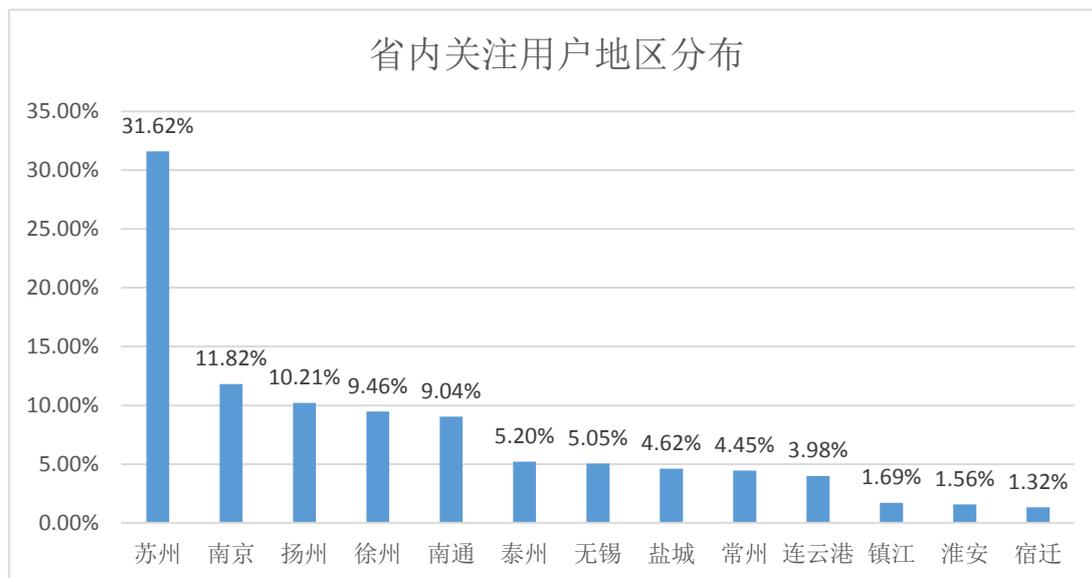
注：本数据来源于微信

2、平台关注用户中，35岁以下用户群体占比 68.14%。青少年用户群体相比于中老年用户群体更容易接受数字化服务模式。



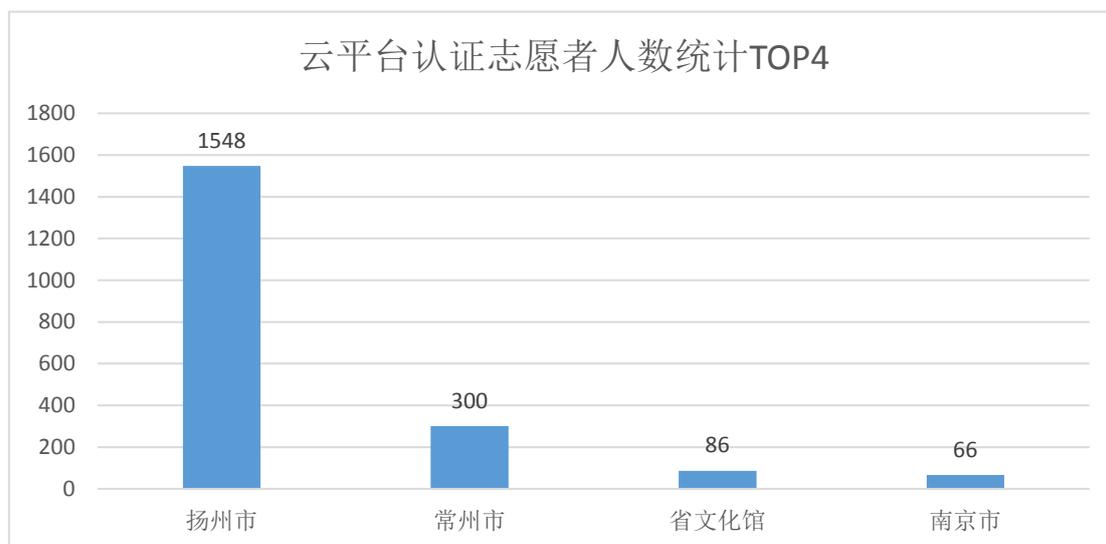
注：本数据来源于微信

3、基于地区人口及信息化应用普及的优势，苏南地区关注数字文化服务的用户量多于省内其他地区。其中苏州地区关注江苏数字文化馆云平台的用户最多，占平台关注总人数的31.62%。平台的影响力逐渐覆盖到其他的省份。

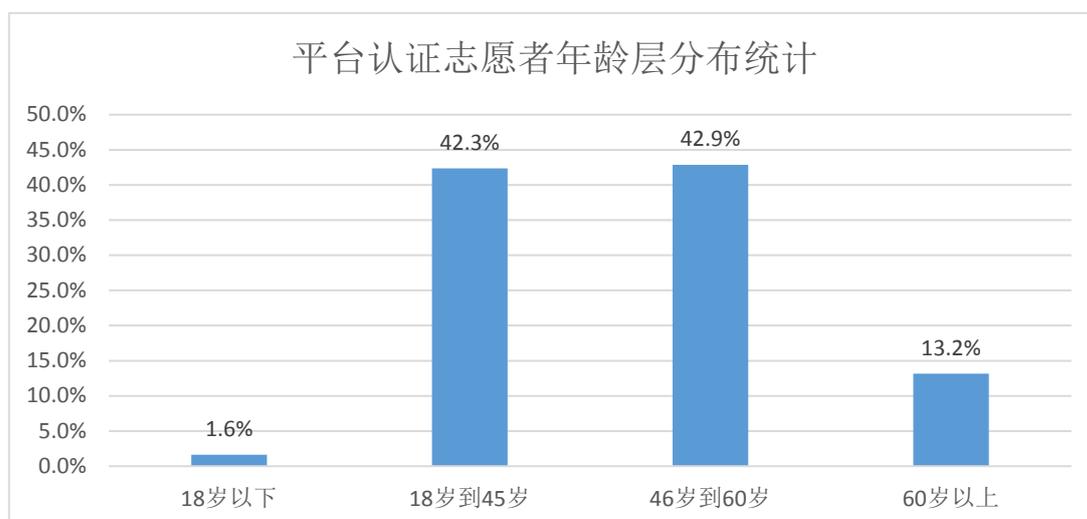


注：本数据来源于微信

4、扬州市认证志愿者数量最多，达到 1548 人。

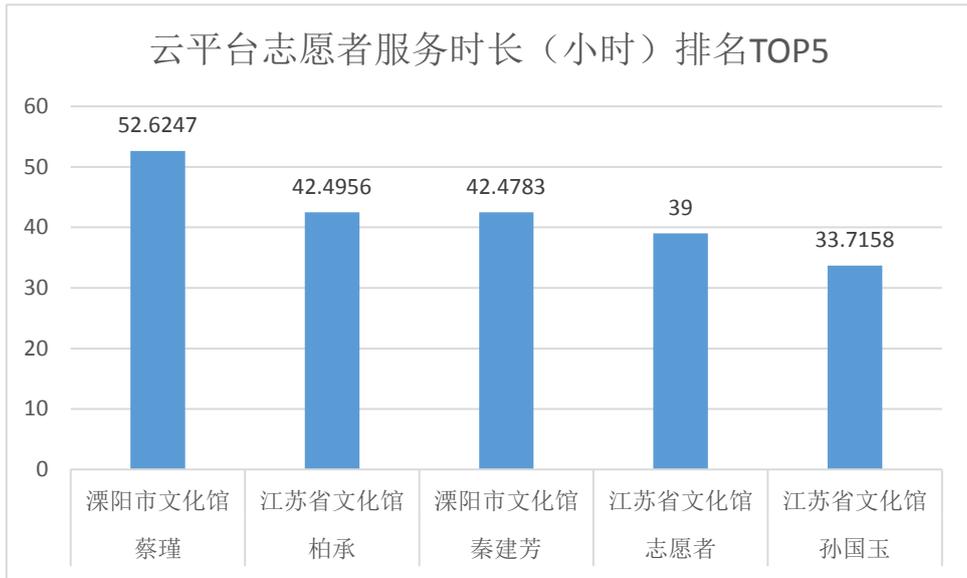


平台认证志愿者以青少年群体及中年群体居多，占平台志愿者总数的 85.2%



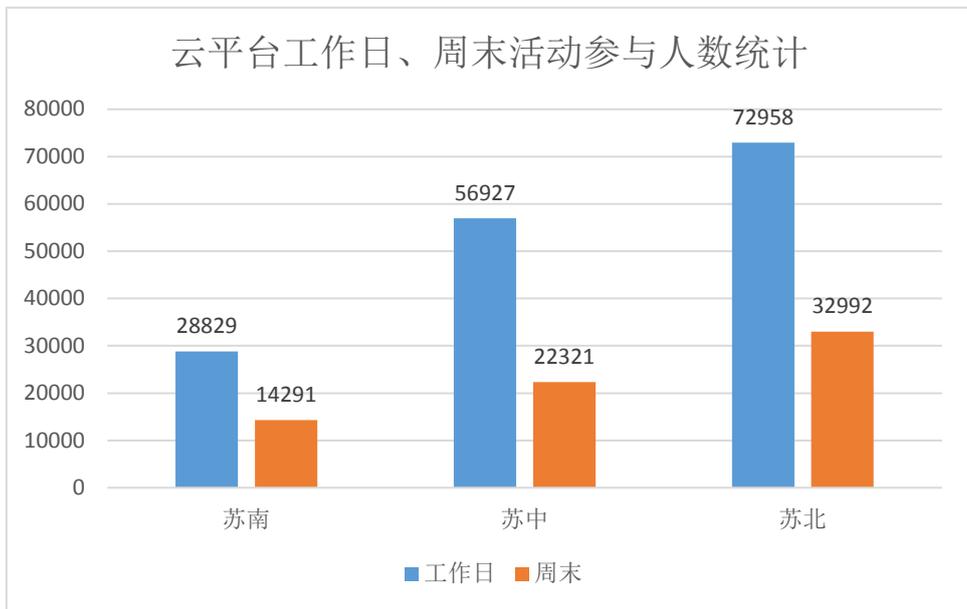
平台志愿者累计服务时长 1234.37 小时，其中溧阳市文化馆志愿服务团队服务时长最高，累计共服务 823.15 小时。

溧阳市文化馆志愿志愿者蔡瑾个人服务时长最高，达到 52.62 小时，为平台志愿服务之星。

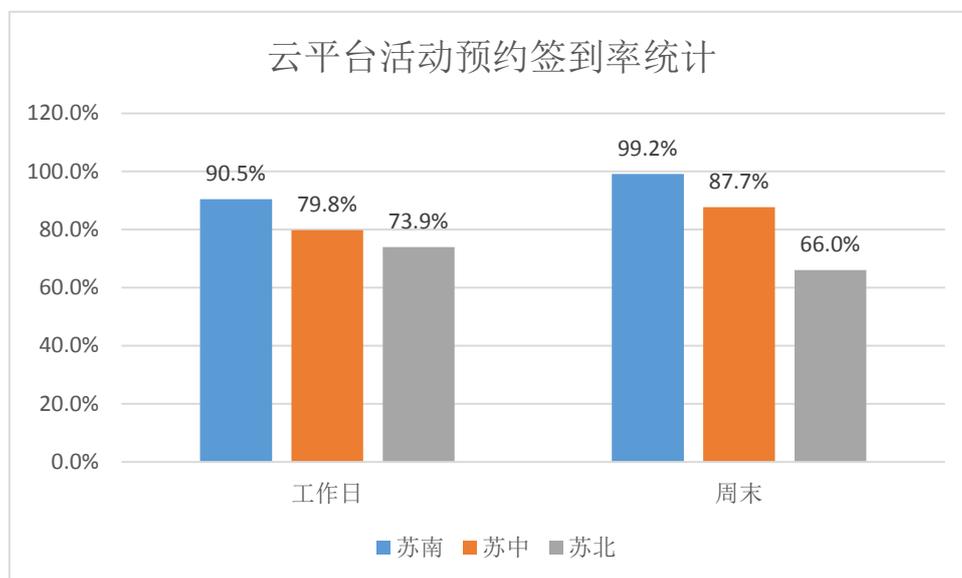


二、活动数据分析

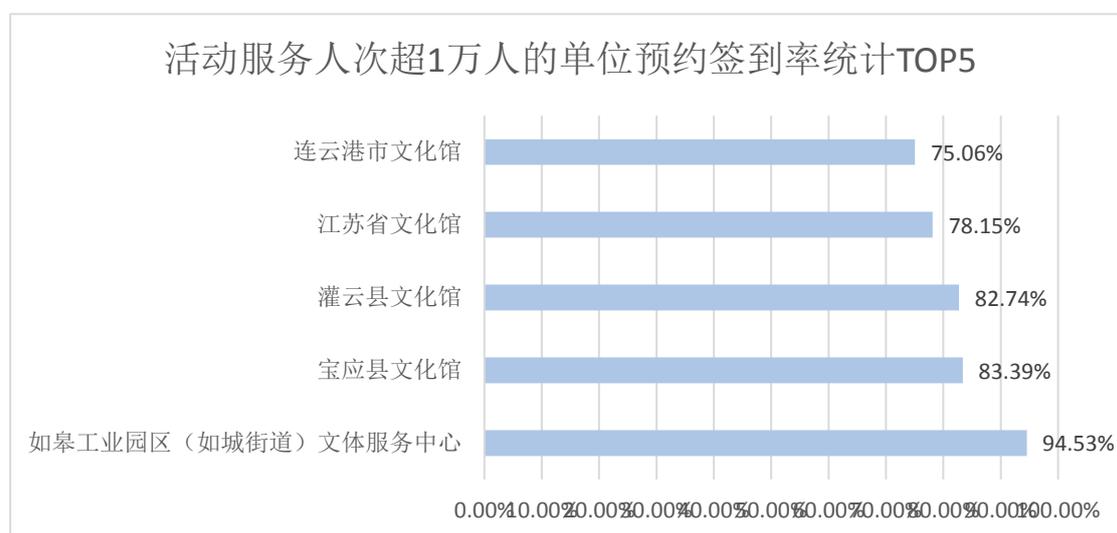
1、苏北地区群众通过数字文化馆云平台预约参与活动的人数高于苏中、苏南地区；平台群众倾向于在工作日预约、参与文化活动，工作日预约用户高于周末预约的用户。



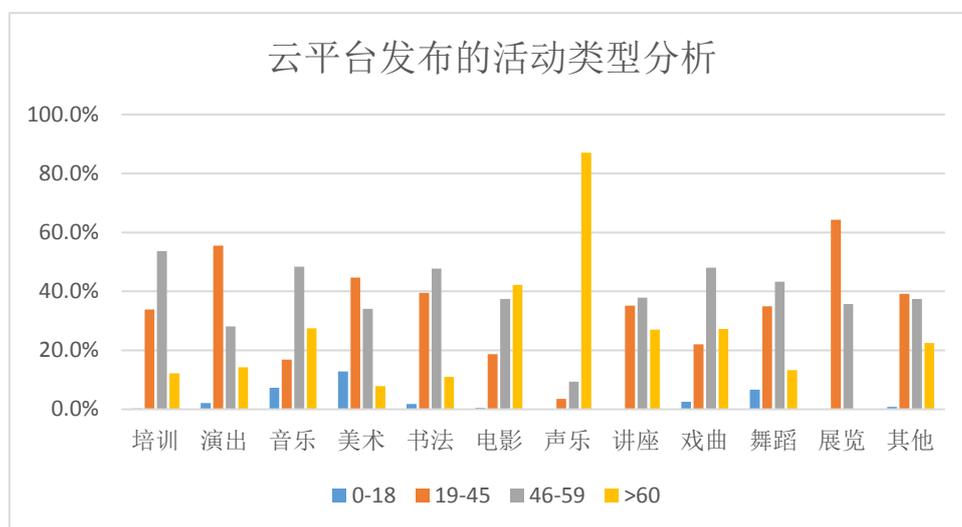
2、苏南地区在活动签到方面做的较好，签到率高于苏中、苏北地区；总体上，周末活动到场率高于工作日；



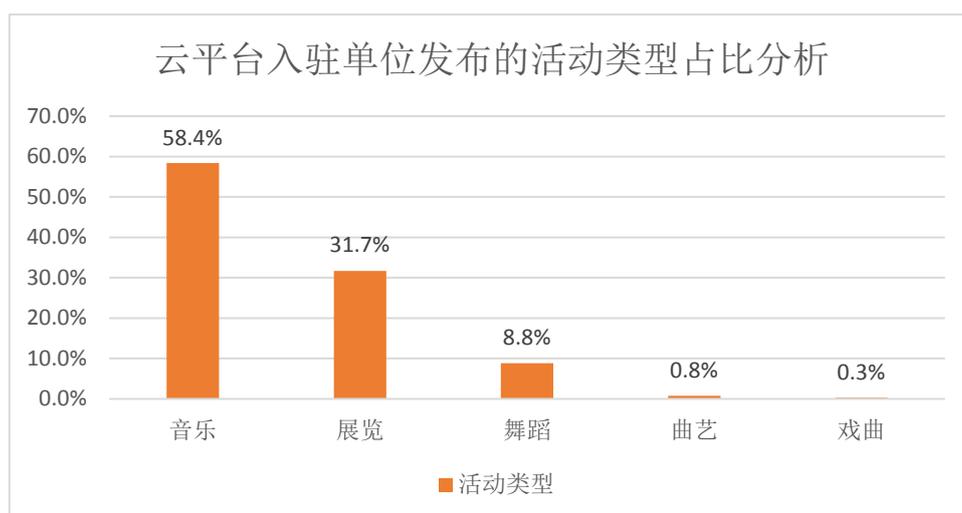
对活动服务人数超过 1 万人的单位进行签到率分析，南通如皋市如皋工业园区（如城街道）文体服务中心签到率居全省第一，高达 94.53%。



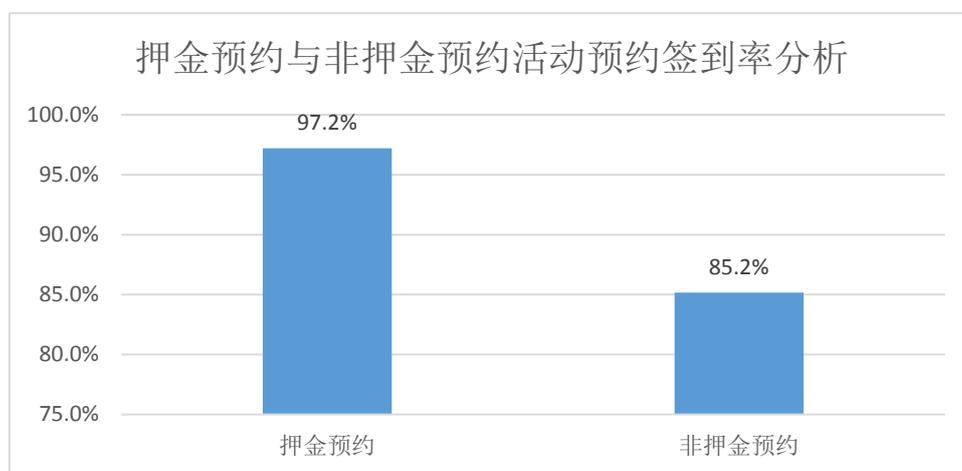
3、入驻单位通过云平台开展活动类型丰富，其中青少年群体喜欢参加展览、演出类活动。中老年用户群体热衷于参与声乐、戏曲、培训类活动



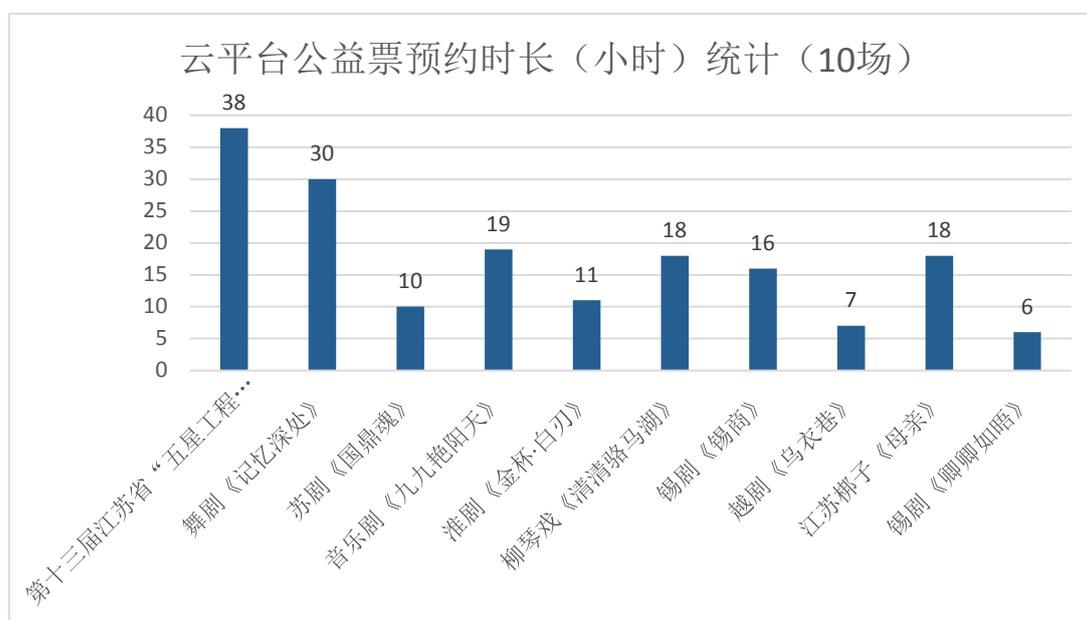
4、通过数字文化馆云平台发布的音乐、展览类型活动数量远高于其他类型活动数量，因此，平台音乐、展览类活动资源积累丰富。其中音乐类活动占活动发布总数的 58.4%。



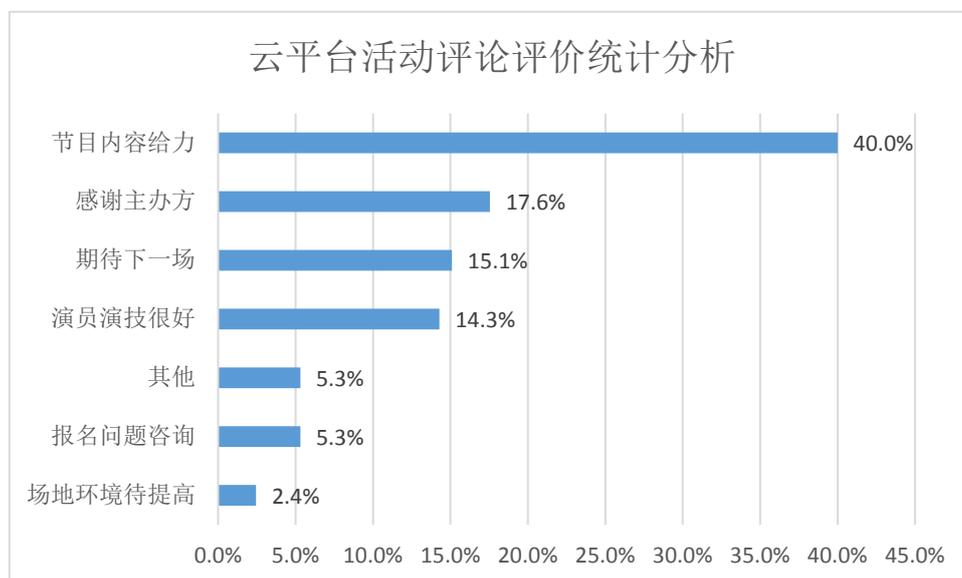
5、平台开展押金预约活动 22 场，场均预约签到率达到 97.2%，相比非押金预约活动，群众到场签到率提升了 12 个百分点。



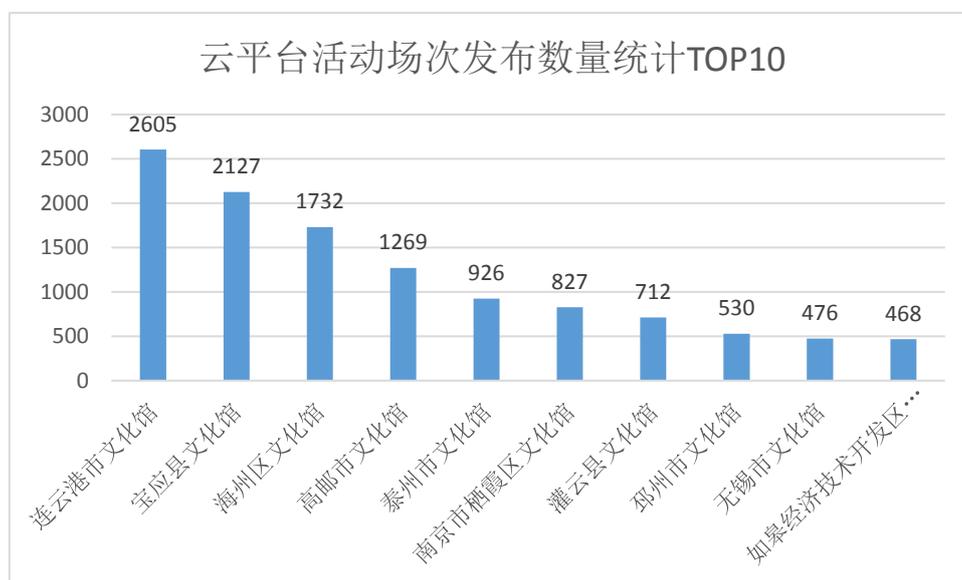
6、平台发布了多场江苏大剧院演出活动，场均 300 张演出票，均在 20 小时内售罄。售票期内，平台用户活跃度明显提升，抢票热情高涨，热门稀缺资源对提高平台用户活跃度有显著帮助。

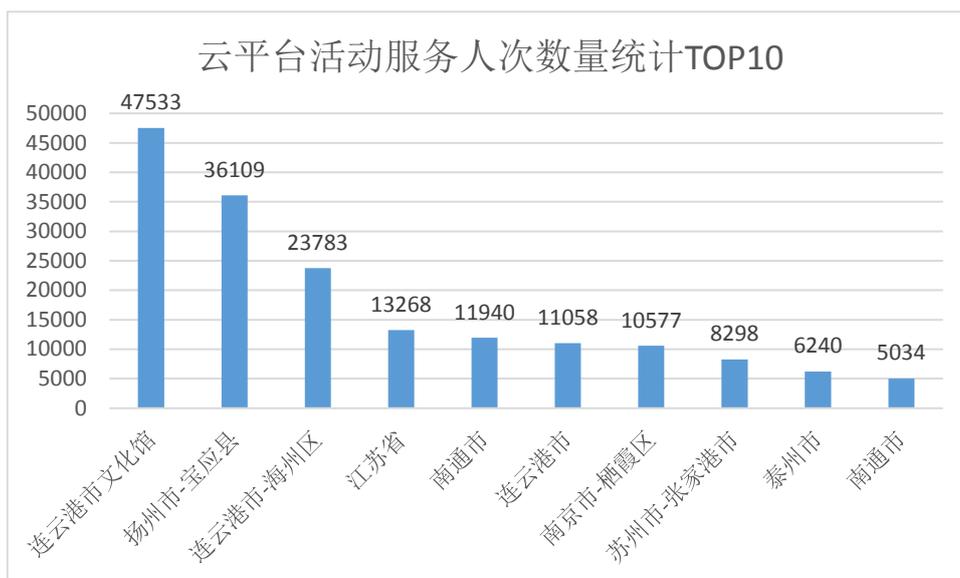


7、对平台活动评论评价内容进行统计，参与评论的用户多数对活动内容、演员、主办单位及现场服务等表示满意。

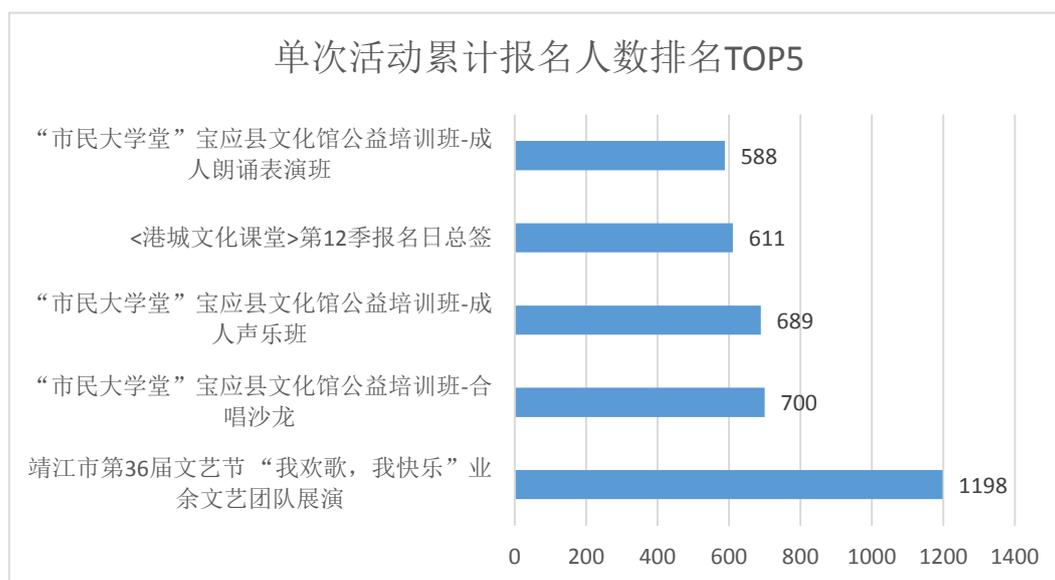


8、连云港市文化馆通过江苏数字文化馆云平台发布的活动场次、活动累计服务人次居全省第一。

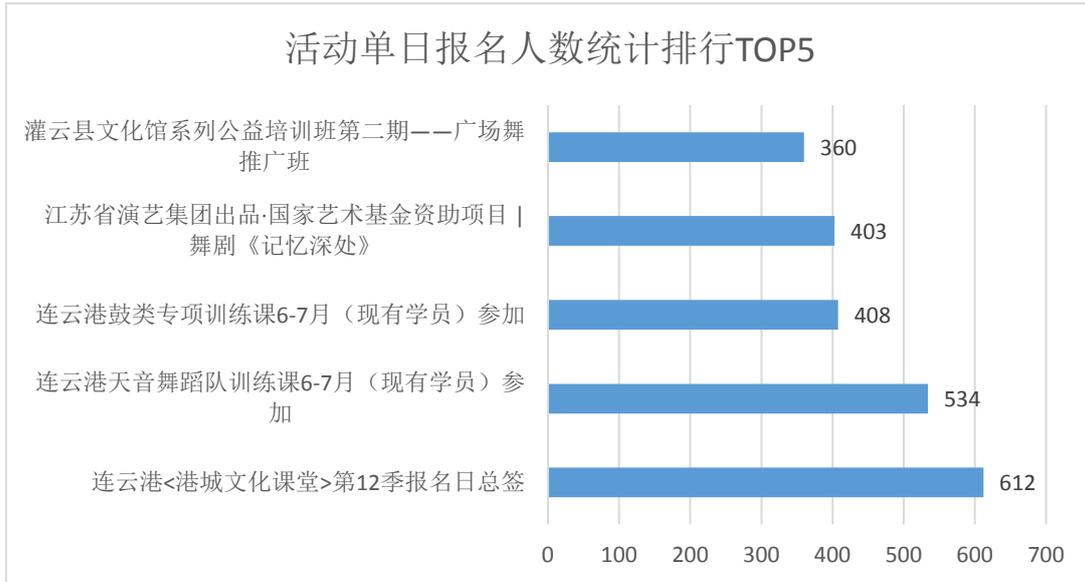




9、靖江市第36届艺术节“我欢歌，我快乐”业余文艺团队展演活动报名参与人数最多，累计1198人预约参与。

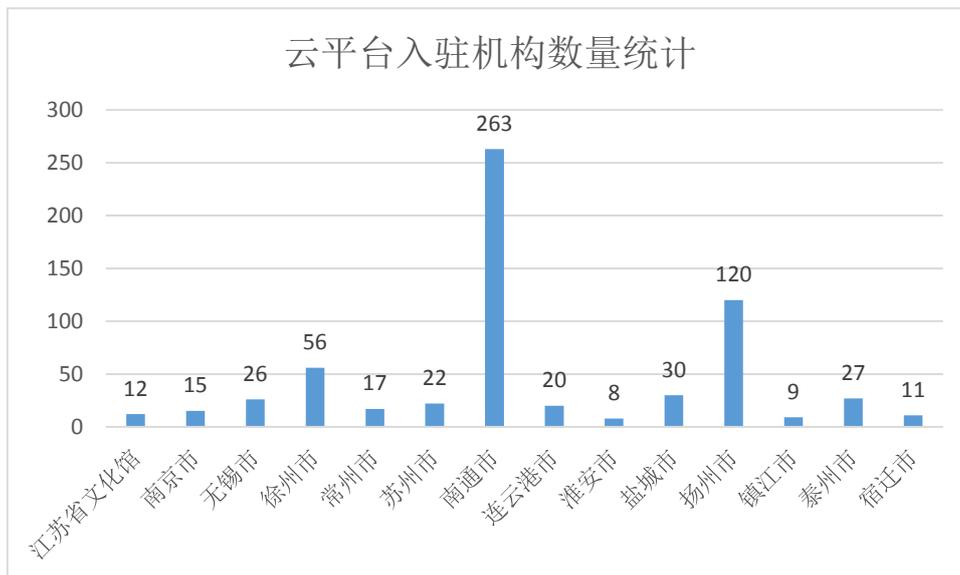


10、连云港市文化馆“<港城文化课堂>第12季报名日总签”活动单日报名人数最多，单日共有612人报名。



三、机构数据分析

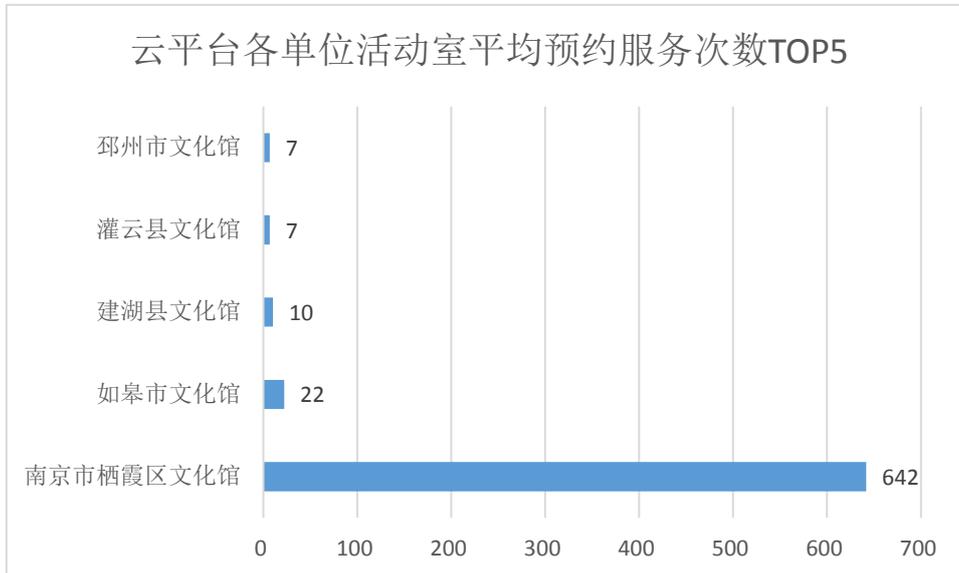
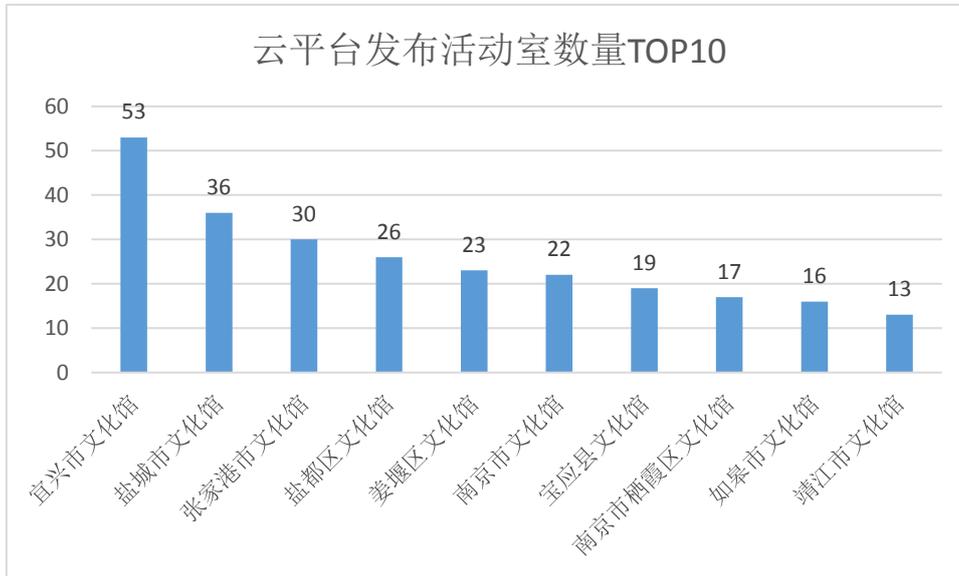
1、南通市入驻云平台的机构数量最多，扬州市率先实现全市文化馆（站）、图书馆（站）一次性入驻云平台。



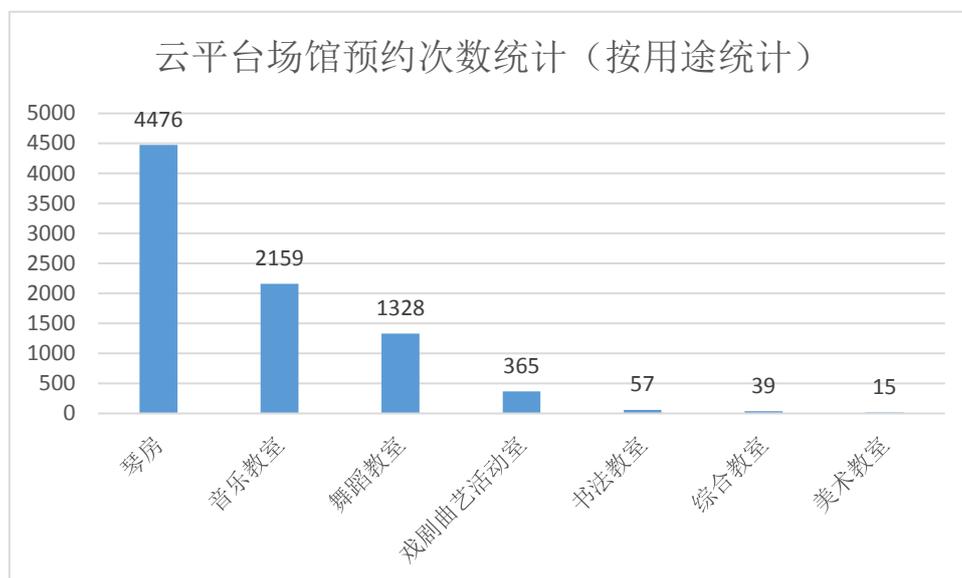
2、云平台入驻社会机构 12 家，非遗保护中心单位 2 家，文广（体）旅局单位 8 家。

四、场馆数据分析

1、 苏南地区场馆发布数量领先于苏中、苏北地区。南京市栖霞区文化馆场馆预约使用率在平台入驻机构中排名第一。

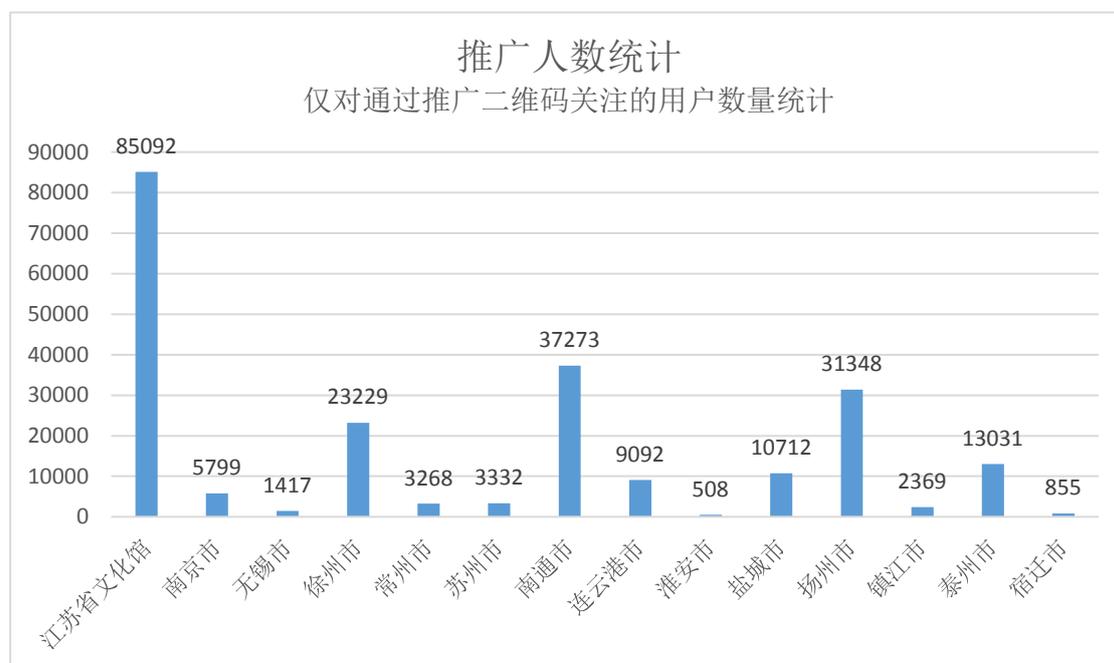


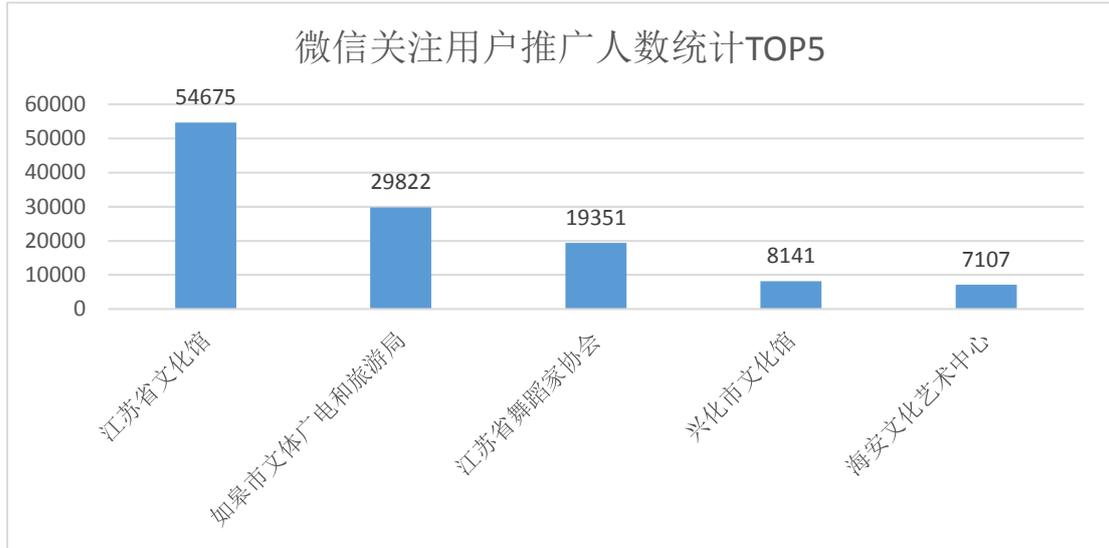
2、琴房、音乐教室、舞蹈教室较受平台群众的欢迎，预约使用次数领先于其他类型的活动室。



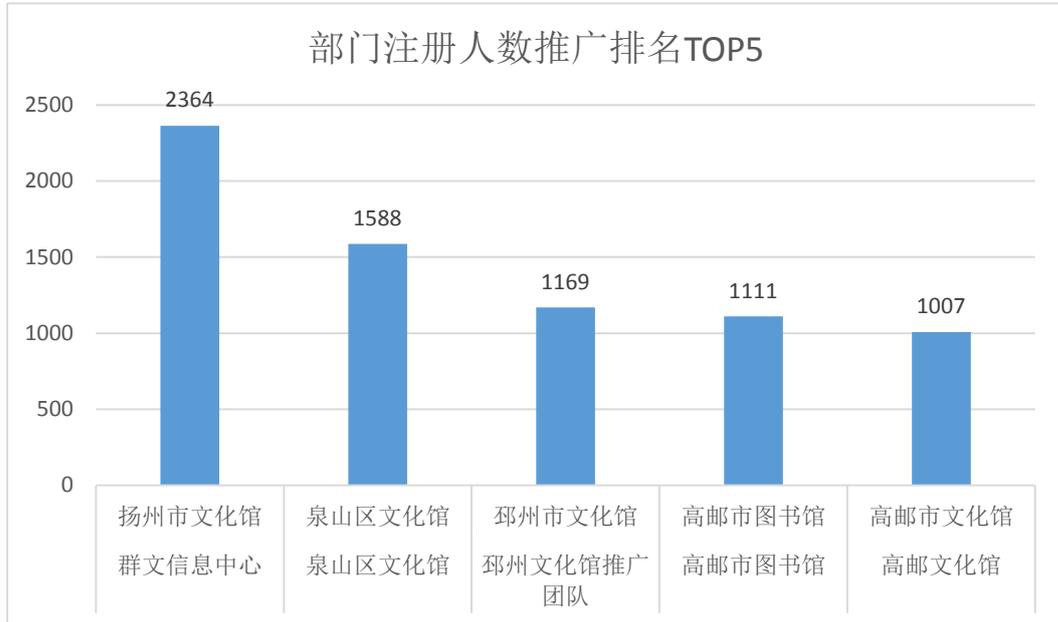
五、推广数据分析

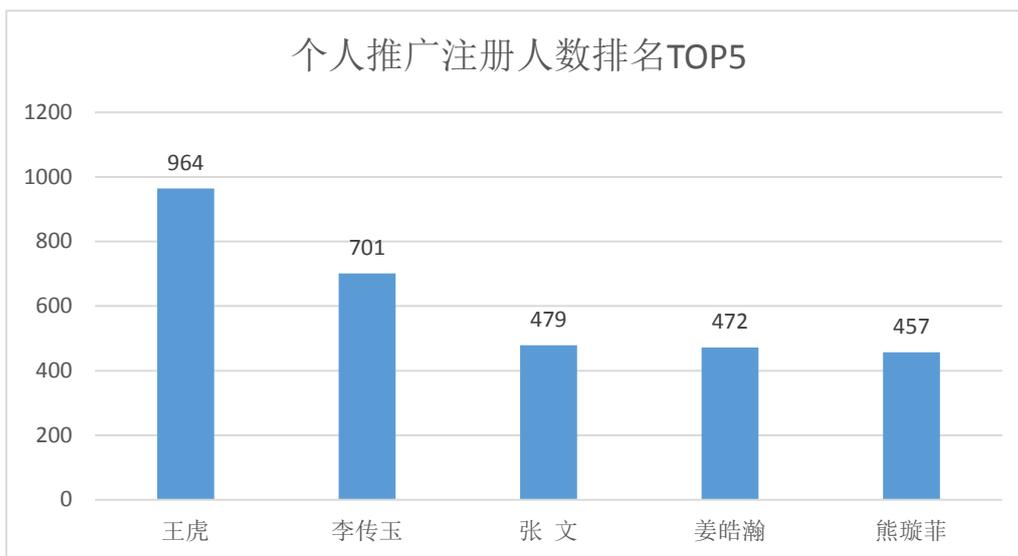
1、苏南、苏中地区平台宣传推广力度高于苏北地区。江苏省文化馆宣传推广力度最大，推广关注人数最多。



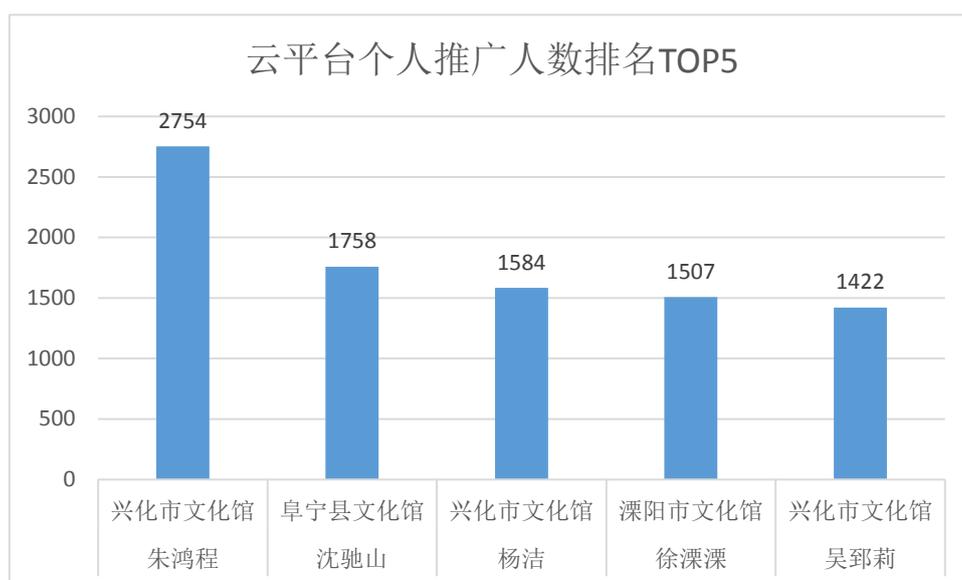


2、扬州市文化馆群文信息中心小组推广云平台注册人数最多，共推广注册用户 2364 人。徐州云龙区文化馆王虎推广注册用户最多，共 964 人，获得个人注册用户推广之星。



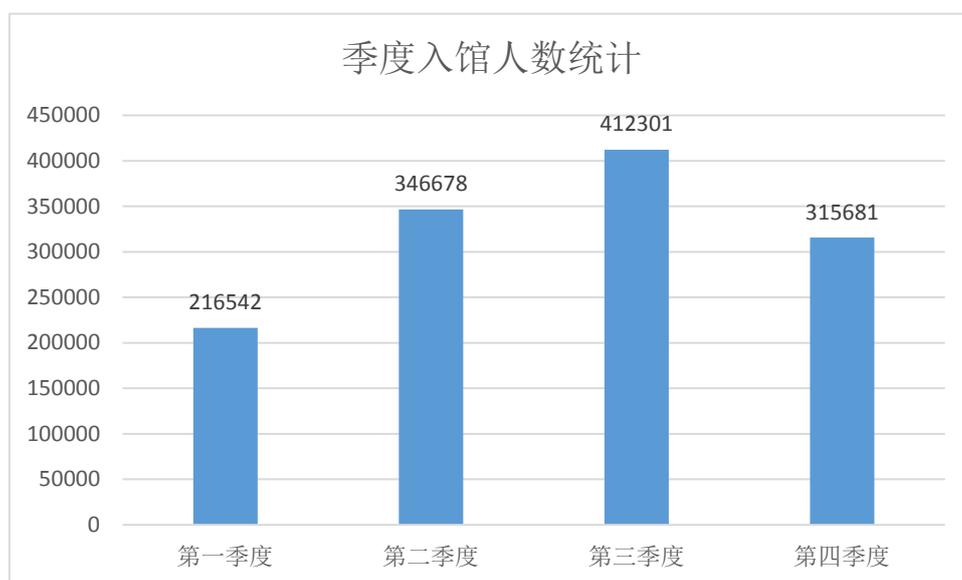


3、兴化市文化馆个人推广数据排名第一，其中兴化市文化馆朱鸿程荣获个人推广关注用户推广之星。



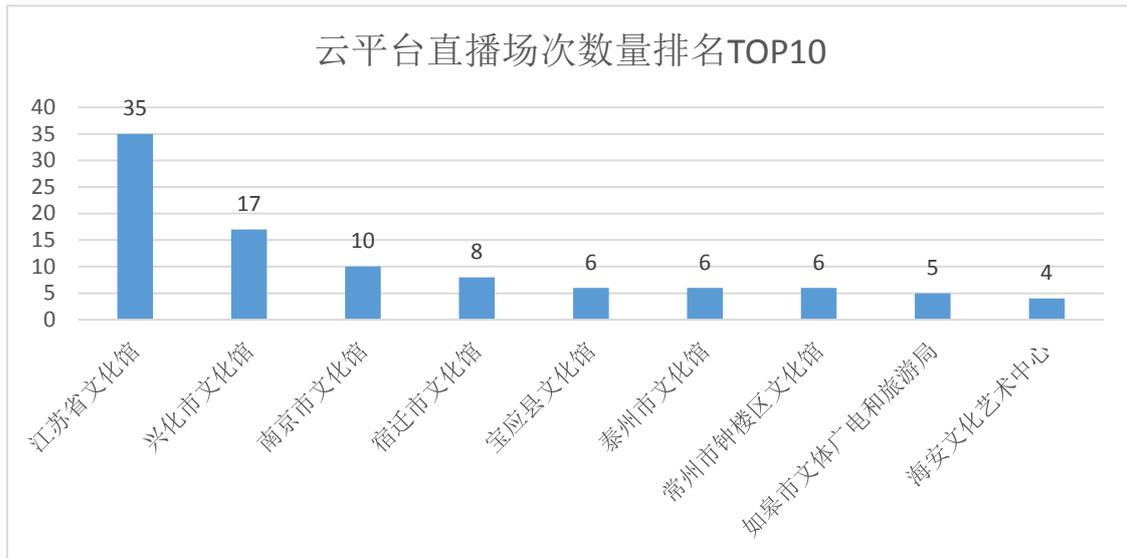
六、入馆人数分析

南京市栖霞区文化馆，昆山市文化馆，宝应县文化馆，如皋市文化馆，盐都区文化馆 5 个场馆安装了客流统计设备，设备已稳定运行 12 个月，如皋市文化馆入馆服务人数最多，达到 48.2 余万人次。按照季度维度对 5 个馆的入馆总人次进行统计，暑假期间入馆人次最多。

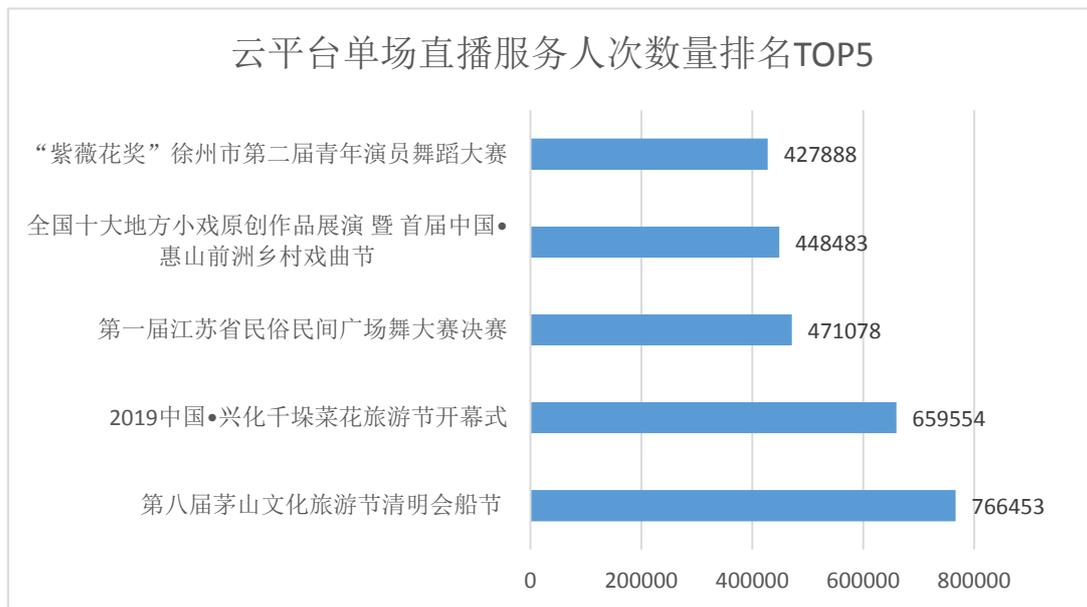


七、直播数据分析

平台发布网络直播 144 场，观看人次 1991 万余次，其中江苏省文化馆发布直播场次最多。



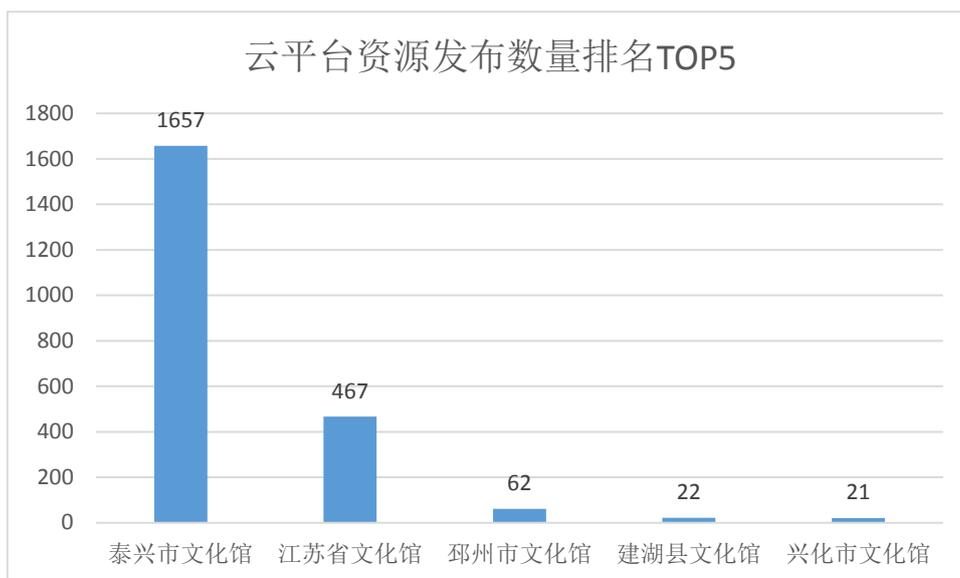
兴化市文化馆举办的直播节目最受欢迎,场均观看人次达到14.8万人次。



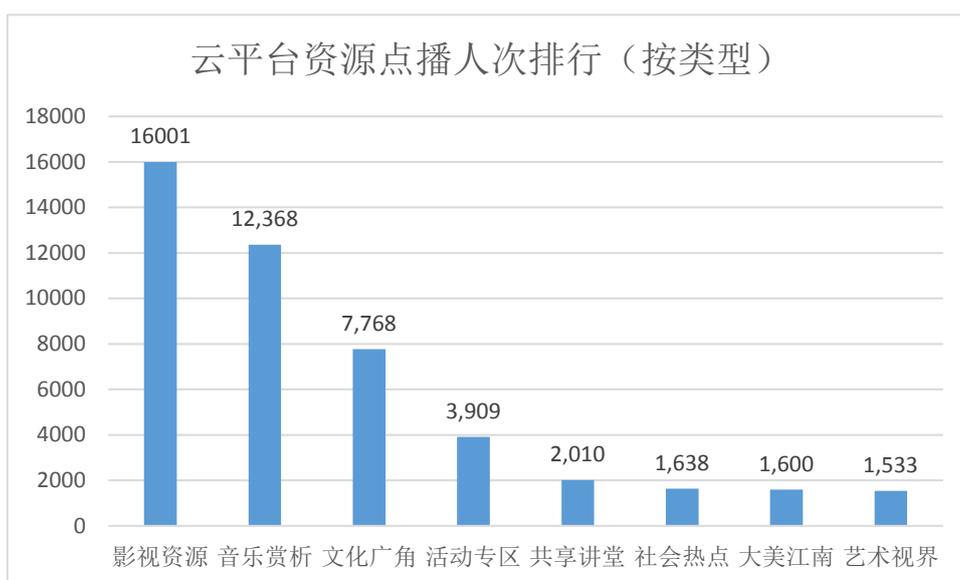
八、资源服务分析

1、资源发布数据分析

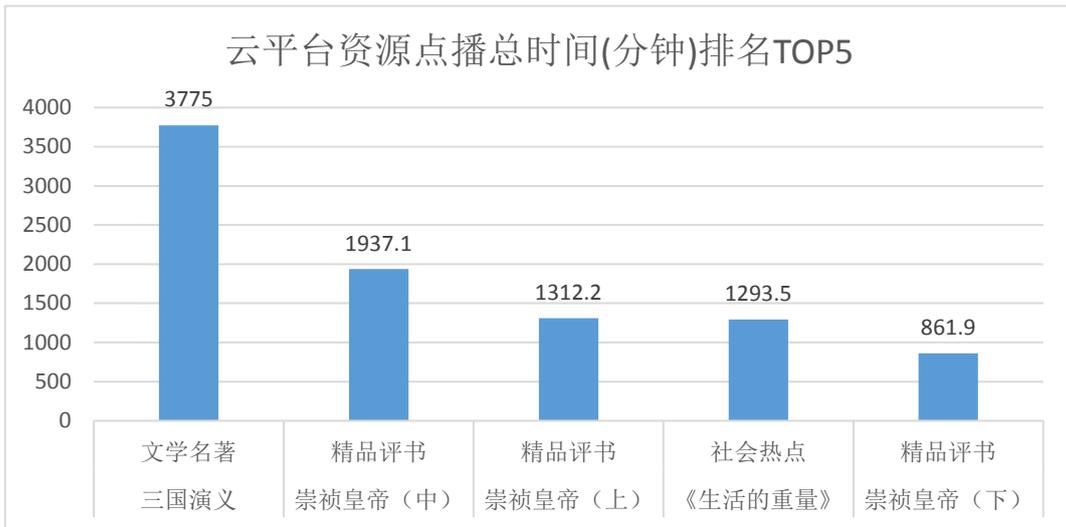
平台发布资源 2389 个,服务人次 6.83 万余人,其中泰兴市文化馆发布资源 1657 个,占资源发布总量的 69.3%。



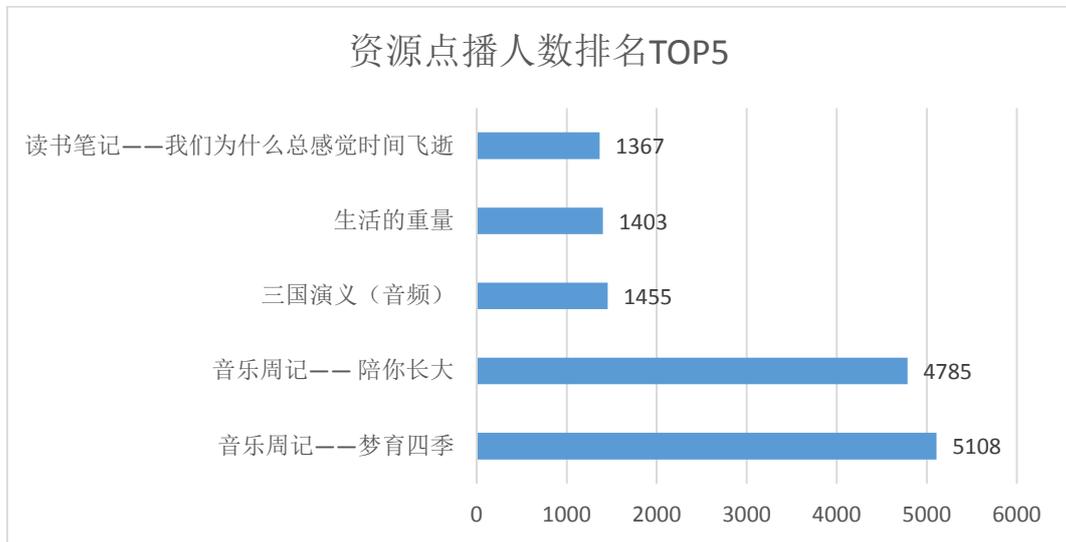
2、影视、音乐资源较受群众的喜爱，其中影视资源服务人数最多。



3、精品评书资源深受群众喜爱，文学名著三国演义总浏览时间最长。

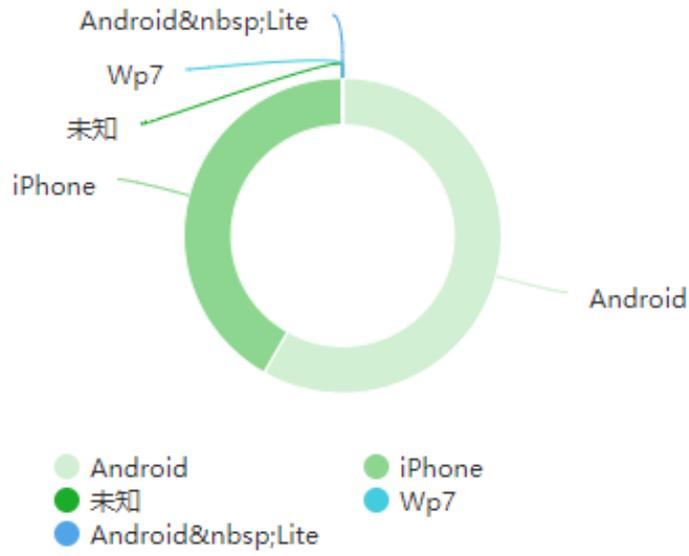


宿迁市文化馆音乐周记类资源最受群众的欢迎。



九、平台终端分析

1、移动终端成为数字公共文化服务的主流访问方式，平台关注用户中，安卓用户占比最高。



2、微信推文是公共文化服务资源触达终端用户的重要途径之一，通过公众号消息阅读推文的用户占比最高。

