

博雅e刊 02

2022年第2期
(总第77期)

博 / 采 / 寰 / 宇

雅 / 行 / 天 / 下

e

博物馆 Museums

【博雅研究】

科技带来智慧的博物馆旅游

【博雅案例】

《山西文旅数字体验馆》



电话：010-82781426 24小时专家热线：18600992591

官网：www.onpku.com

邮箱：boya.sc@onpku.com

地址：北京市丰台区南四环西路188号总部基地17区18号楼9层



中国幸福产业引领者

The Leading Player of Chinese Happiness Industry

北京博雅方略文化旅游集团（简称：博雅方略文旅集团）遵循百年北大精神，秉承“中国幸福产业引领者”使命，充分整合旅游规划、景观园林设计、旅游品牌与营销、旅游地产服务、企业管理咨询、投融资、景区运营、IT 信息化、国土资源规划与整治、科技展览、体育旅游等业务链条，开展一站式服务，已发展成为文旅行业全产业链综合服务商。

2018 年以来，集团实施“1234”战略，围绕着“实业+资本”两个基点，聚焦三个业务：“咨询+资本+建运”和行业“旅游+文化+科技”，通过“四化”即集团化、资本化、平台化、本地化，目标打造十亿级企业。博观而约取，厚积而薄发。在为人民美好生活而奋斗之路上，我们始终不忘初心，孜孜前行。

 规划设计 战略研究与产业规划 旅游规划与景区提升 国土空间规划 城市设计与城市更新 乡村振兴与村庄规划、特色小镇 建筑与景观设计	 管理咨询 企业咨询 政府咨询 博雅商学院	 投资管理 旅游产业投资 基金管理 投资管理服务	 旅游开发 托管运营 咨询服务 投资开发 IP 项目输出
 智旅科技 智慧旅游 虚拟现实 夜游产品	 文化传媒 品牌策划与规划 数字整合营销与传播 品牌实施 文创产品开发与设计	 创展文化 数字场馆 文化遗产数字化 公共艺术 文旅休闲空间策划及运营	 泛户外产业 新媒体营销 阳光泛户外生活荟 泛户外基地 泛户外会展 / 运动会 泛户外学院



· 旅游规划设计甲级资质



· 城乡规划编制乙级资质



· 土地规划等级证书



· 高新技术企业证书



· 信息系统集成及服务资质证书



· 国际标准认证证书



2022年第2期(总第77期)

Authorities in Charge 主管 博雅方略文旅集团

Sponsor 主办 博雅方略研究院

Editor in Chief 主编 窦文章

Deputy Editors 执行主编 谢雯 李国栋 杜金桥

Text Editors 文字编辑 吴春玲 聂雯 赵玲玲

Visual Editor 视觉编辑 楚君



Advisors 顾问 (按姓氏笔画排列)

于希贤、毛小岗、王兴斌、王英杰、王尚义、王宝刚、王艳平、
王富德、王聚英、尹怀庭、申元村、冯长春、吕斌、刘思敏、
李明德、李庚、李宝中、杨勤业、肖星、吴浩、邵春、武弘麟、
范家驹、郭焕成、董锁成、蔡克光

Editorial Committee 编委会 (按姓氏笔画排列)

王成武、白涛、吕洪梅、刘丽艳、苏凯诗、杜金桥、李刚、李伟明、
李旻、李国栋、李国卿、李勇、李辉、余明兴、张士满、张建国、
陈惠民、郑忠林、段元强、夏冬利、高慷、梁建军、董品伽、谢雯、
靳亚利、窦文章



全国咨询电话 010-82781426

24小时专家热线 18600992591

E-mail ekanboya@163.com

地址 北京市丰台区南四环西路188号总部基地17区18号楼9层

邮编 100044

网址 <http://www.onpku.com>

注：部分图片素材来源于网络，若涉及版权问题，请与我们联系。

卷首语 // PRELUDE

一根杠杆连古今，这根伟大的杠杆就是博物馆。

几乎每座城市都有大大小小的数个博物馆，书写着城市的记忆，文化的沧桑。博物馆自带神秘的时代气息，仿若一条时光隧道，回荡着遥远时代的神秘召唤。那里有我们的来处，藏着远古文明与文化的记忆，展示着曾经辉煌的文明。

乔治·布朗·古德曾说过，“博物馆者，非古董者之墓地，乃活思想之育种场。”通过参观博物馆，我们得以让内心和历史进行直观的交流，让大脑进行深入的思考。博物馆所代表的远古文明，所展示的远古时代的展品，让我们暂时忘却人类的渺小与短暂，冲破时间的藩篱，链接过去、现在与未来，给我们以力量，以永恒的启示。知来处，明去处。以过去为史，挖掘未来的可能，或许才是博物馆如此动人与吸引人的最大价值与意义。

时代与技术的发展使得博物馆里的文物脱离了以往单一的展览形式，推动全民文博热潮的兴起。2022年虎年除夕的视春晚，舞蹈史诗《只此青绿》一出场便成为火热爆点，引发了一波网络刷屏与转发潮。较早之前的河南春晚，《唐宫夜宴》也以年轻化、趣味化的节目形态得到观众的喜爱。多样化的展现形式让“国宝”真正动了起来，以另一种更为接地气、更为沉浸式的形式为观众展现文物的魅力。这种创新使得博物馆与文物脱离了“阳春白雪”式的高冷，深入人们生活，带来另一种视角与体验。

近年来，博物馆与文创的连接、与企业跨界营销也为博物馆带来别样的活力与魅力，为弘扬文化自信，复苏中华文化带来了巨大的促进作用。从电视节目《我在故宫修文物》《国家宝藏》到《上新了·故宫》、再到文创的创新，如宫的雪、故宫的花、故宫猫、文物师傅已成为故宫文创产品的御用“IP”，以至于现在的博物馆与其他产业的跨界组合，如故宫博物院以《千里江山图》为创作蓝本，与网易游戏联合开发的手机游戏《绘真·妙笔千山》，三星堆博物馆在微信表情商店上线“古蜀萌娃”系列表情包等，都为博物馆贴近人们生活提供了条件。

疫情爆发已有两年多，为博物馆带来了前所未有的危机，技术加持下的文化创新则为博物馆的展示带来全新的体验与活力。层出不穷的博物馆线上展览掀起新的“文博热”。数字经济时代，博物馆数字化升级为博物馆展览带来另一种沉浸式的魅力。

然而，无论技术如何改变、形式如何改变，博物馆所代表的精神内核是恒久不变。消费主义盛行的时代，数字经济迅猛发展的时代，技术日新月异的时代，我们更应该珍惜博物馆承载的文化价值，并探索如何实现这份文化价值的最大化，推动文化复兴。本期博雅e刊，我们聚焦文旅融合背景下的博物馆旅游、科技化的博物馆发展趋势、文化遗产旅游开发与保护等话题，从多维度的视角探索博物馆与文化遗产的未来。

CONTENTS

P03 卷首语

P06 博雅研究

链接历史未来——博物馆的前世与今生 08

文旅融合和生态文明建设下的生态博物馆旅游 14

科技带来智慧的博物馆旅游 24

P32 展陈实践

博物馆展陈的交互方式研究 34

文旅融合背景下的博物馆旅游发展思考 38

P46 创新发展

创意赋能，博物馆文创发展新路径 48

博物馆数字科技转型策略 54

大开眼界！中国各省博物馆的镇馆之宝 58

P70 博雅案例

山西文旅数字体验馆 - 博雅智旅 70

P72 团队风采

规划五所 72

MUSEUM

博雅研究





链接历史未来—— 博物馆的前世与今生

博物馆是一个城市、一个国家、一个民族文化的窗口，是在历史长河中沉淀下来的宝贵财富，是跨越几千年历史的文脉的传承。博物馆里承载着时间的力量，文化的力量，是重要的精神文化财富。博物馆的产生有哪些历史渊源呢？又经历了怎样的发展？未来的博物馆发展又将走向何处？

一、博物馆的定义

2007年8月，国际博物馆协会（ICOM）的维也纳全体大会通过了修改后的《国际博物馆协会章程》。章程英文版中对博物馆的定义是：“一个为社会及其发展服务的、向公众开放的非营利性常设机构，为教育、研究、欣赏的目的征集、保护、研究、传播并展出人类及人类环境的物质及非物质遗产”。

自国际博物馆协会1946年成立并首次对博物馆进行定义以来的70年间，国际博物馆协会共对博物馆定义进行过7次修订。ICOM对博物馆2007年的最新定义代表的是国际博物馆界最广泛的共识，其曾经引发过国内学者的讨论并对近年来中国博物馆的学科探索及发展产生过不小的影响，也是当下主流所采纳的定义。

然而，伴随着近十年来全球政治、经济、文化、科技等发展变化带来冲击，对博物馆定义进行修订以更好适应未来发展也逐渐成为共识。

2016年，国际博物馆协会成立“博物馆定义：前景和潜力”常务委员会，专题研究影响博物馆定义的所有语境因素。

2022年5月9日，国际博物馆协会公布了经特别咨询委员会会议投票产生的博物馆定义两个最终提案。国际博协将对最终提案开通线上投票，经各委员会主席投票后，在5月20日举行的咨询委员会第91次会议上确定最终提案提交执行委员会。2022年8月举行的国际博协布拉格大会中的特别全体大会上，将由会员代表进行最终表决。

两个提案如下

提案一

博物馆是常设的非营利机构，面向公众，为社会服务。它以专业的、符合道德且可持续的方式研究、收集、保护、阐释和展示物质和非物质的文化与自然遗产，致力于提供教育、深思和欣赏。博物馆以具有包容

性、多样性和参与性的方式进行运营并与社区和公众进行交流。

Proposal A

A museum is a permanent, not-for-profit institution, accessible to the public and of service to society. It researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible cultural and natural heritage in a professional, ethical and sustainable manner for education, reflection and enjoyment. It operates and communicates in inclusive, diverse and participatory ways with communities and the public.

提案二

博物馆是为社会服务的非营利性常设机构,它研究、收藏、保护、阐释和展示物质与非物质遗产。向公

众开放,具有可及性和包容性,博物馆促进多样性和可持续性。博物馆以符合道德且专业的方式进行运营和交流,并在社区的参与下,为教育、欣赏、深思和知识共享提供多种体验。

Proposal B

A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing.

众开放,出现了专业的组织。史密松学院这种大型博物馆出现。等到二战以后,博物馆类型多样化,博物馆的管理、宣传等科学化。各种新型博物馆也不断兴起。

对于中国来说,中国博物馆的渊源可以追溯到春秋时期的孔子庙堂。直到20世纪初,西学东渐。王韬对“博物馆”一词的翻译,中国才对博物馆有了早期的认识。随着与西方文化的交流加大,外国人在华建立了一系列的博物馆,如震旦博物馆、徐家汇博物馆、北疆博物馆。

张謇建立的南通博物苑,是中国第一座公共博物馆,分中、南、北三馆;中馆为动物标本,南馆为字画,北馆为化石;又养有珍禽异兽及种有植物,故而为一座综合性博物馆。新式学校的博物馆,农业、动物标本、工业产品等。

改革开放以来,我国博物馆数量增多,质量提高,

各方面的功能不断完善,在文化事业和社会发展中发挥了应有的作用。博物馆事业蓬勃发展、日益繁荣。

近年来,我国博物馆体系布局不断优化,“十三五”以来我国平均每2天新增1家博物馆,截至2020年底,全国备案博物馆5788家,其中国家一二三级博物馆达1224家,类型丰富、主体多元的现代博物馆体系基本形成。

2021年5月,国务院新闻办举行博物馆改革

三、博物馆的定位与功能

博物馆定位

博物馆的定位涉及机构的性质和目标两个方面,并且两者之间在某种程度上存在着内容互补的特征。在法律属性的层面,国际社会和我国都将博物馆认定为“非营利组织”,但又都没有进一步明确博物馆这种常设机构的具体机构属性。

对于包括博物馆在内的公共文化服务机构应该具备哪些共性的特点,学术界存在不同认识,但“公共性”“公益性”“服务性”这三个特点是得到较为普遍认同的。

在现阶段,我国政府将博物馆的机构属性确定为公共文化服务机构。如2017年正式实施的《中华人民共和国公共文化服务保障法》中就明确了博物馆的公共文化服务性,而公共文化服务就“是指由政府主导、社会力量参与,以满足公民基本文化需求为主要目的而提供的公共文化设施、文化产品、文化活动以及其他相关服务”。

文旅融合中的博物馆定位

以博物馆为载体,把历史文化和现代文明融入旅游经济中,是博物馆的新使命。在中国博物馆协会理事长刘曙光看来,我国博物馆多样的类型以及丰富的资源,为文旅融合奠定了坚实基础。博物馆免费开放的文化政策,为文旅融合提供了强有力的

支撑。当前,博物馆旅游已经成为一种颇具热度的旅游形式,博物馆在文旅融合当中的积极作用也得到了业内外的一致认可。

发展《关于推进博物馆改革发展的指导意见》新闻发布会。国家文物局副局长关强表示,面对新的时代需求,进一步激发博物馆发展活力,实现博物馆由数量增长向质量提升的根本性转变,是博物馆事业发展迫切需要解决的问题。《意见》提到,到2035年,中国特色博物馆制度更加成熟定型,博物馆社会功能更加完善,基本建成世界博物馆强国。

博物馆界还习惯于将博物馆的主要功能限定在藏品保管、研究和教育上,对博物馆的休闲娱乐功能认识不足,特别是在具体的旅游开发项目中,缺乏主动性和系统性。而旅游界对于发展博物馆旅游的导向原则和目标市场,也缺乏深入系统的总体研究。他建议,博物馆要立足自身发展要求,找准最佳切入点,推动文化和旅游相互支撑、优势互补、协同共进,拓展新的发展空间、形成新的发展优势,让人民群众享受到高品质文化、旅游产品和服务。

博物馆的功能,虽然国际社会已取得不少共识,但不同行业组织、国家或地区之间仍然因为政治、经济、文化和体制上的差异而形成了并不完全相同的描述。

博物馆的功能

如美国博物馆联盟认为博物馆的功能是“保存、保护、研究、阐释、收集和展览具有教育和文化价值的物体和标本”,而英国博物馆协会则认为“征集、保护、展示文物和标本”的功能更加重要。其他如联合国教科文组织、法国等国际组织和国家也都有自己对博物馆功能的不同认识。

总的看来,征集、保存、保护、研究、展示等应该是博物馆功能中最基本和最被广泛认可的,这些功能也都是博物馆应该努力做好的核心业务,也是博

四、博物馆的未来发展趋势

面对新时代、新形势、新需求,博物馆发展不平衡、不充分与人民日益增长的美好生活需要之间的矛盾还比较突出,如何回应时代需求,进一步激发博物馆发展活力,实现博物馆由数量增长向质量提升的根本性转变,是博物馆事业发展迫切需要解决的问题。

1、特色博物馆建筑提升博物馆精神文化价值

“博物馆与其他类型的公共建筑相比,还有文化建筑的属性,应该有比较丰富的地域文化特点,但现在的问题是各地博物馆都以历史题材或者地方文化题材做造型或者找说法,忽略了从环境、空间场所去叙述文化主题。”中国工程院院士、建筑学家崔愷说。

建筑的失语只能靠展陈说话。很多博物馆因为展陈的套路性,缺乏创新和空间的配合,所以无法给人留下清晰印象,“可能学到了历史知识,但文化精神没有获得相应提升。”崔愷指出,“博物馆设计应尽快走出唯造型、找说法的老路,让建筑空间感染力得到加强,让建筑展示出应有的价值。”

“博物馆是一个非常重要的文化场所,不仅可以学习历史知识,而且可以思考未来,因此,特别需要博物馆的建筑能够打动人,能够建立一种新的体验,精神上得到升华。”崔愷说。

2、数字经济赋能让传统博物馆“活起来”

互联网技术的迅猛发展为传统博物馆发展带来了极大的活力。

一方面,数字化线上活动为疫情期间无法正常开馆的博物馆带来了另一个互动空间。

博物馆工作开展和良好运营的出发点和归宿。需要注意的是,教育在不少行业组织和国家是被设定为博物馆的终极目标之一,而不是列为功能要素。

疫情给全球博物馆行业带来了严峻挑战,也加快了博物馆数字化建设的步伐。据国际博物馆协会《博物馆、博物馆从业人员与新冠肺炎疫情调查报告》显示,2020年4月,受疫情影响,世界各地无数博物馆被迫关闭。在闭馆期间,许多博物馆增加了数字化活动。在接受调查的107家博物馆中,一半以上的博物馆在社交媒体上增加了相关活动。

故宫博物院自2022年1月26日至5月4日举办名为“何以中国”的特展。这次特展在开展之初,就吸引众多观众,网上门票预订场场爆满,“朋友圈”里也遍是“刷展”和排队如“长龙”的照片。“何以中国”特展运用最新学术成果,结合精品文物,从不同时代、不同民族、不同领域充分展示了中国的文化内涵。

新冠肺炎疫情令英国博物馆迷忍受了近两年的“闭门羹”,但闭门不等于闭馆。伯明翰博物馆信托基金会从旗下的伯明翰博物馆和美术馆中选取了200件绘画作品,其中包括福特·马多克斯·布朗的《最后的英格兰》和但丁·加布里埃尔·罗塞蒂的《珀耳塞福涅》。参与者可以自由利用这些作品,自己来策划、设计和构建一个自认为最棒的数字艺术展览。“占领白墙”有超过7.5万名用户,在游戏中,玩家们可以合作策划展览;在虚拟环境中,用户既可以将文艺复兴时期的画作与现代艺术结合起来,又可以史无前例地将世界各地的画作聚集在同一空间展出。

一些英国博物馆长期以来,都会在世界民俗节日期间安排主题活动。在疫情期间,它们也仍然坚持这么做。伦敦国家海事博物馆去年就邀请了伦敦

华埠商会舞狮队录制春节视频,通过网络平台举办春节亲子日活动,讲述馆内中国藏品故事,举办线上中国传统手工课。当地博物馆之所以这样安排,原因之一是希望继续获得海外博物馆迷的关注,因为英国博物馆在疫情暴发前,海外访客人数相当可观。仅伦敦大英博物馆,每年接待的国际访客就超过600万。

另一方面,VR、AR等技术发展为博物馆的展览、展示等带来了更大的突破。随着人工智能、物联网、大数据、云计算、5G、区块链等技术在博物馆行业的应用逐渐普及,越来越多的博物馆人开始探讨如何应用高科技手段助力博物馆建设。全国人大代表、首都博物馆研究馆员齐玫指出,“博物馆作为特定主题或区域文化的信息集约式汇集点,在一个物理信息飞速涌入元宇宙的趋势下,博物馆的信息集群必将成为这一场技术革命的信息甬道。”

齐玫描绘出这样一个信息发展路径:文字——图片——视频——VR/AR+局部交互——沉浸式——元宇宙。她认为博物馆未来也将沿着这样的脉络发展。齐玫认为,与传统博物馆相比,智慧博物馆的功能和作用应呈现出更加多元的特点。

在建设上,应将物联网技术、通讯技术等科技手段结合,实现实时自动获取各项数据并对其进行科学处理、数据共享、智慧决策等应用,为博物馆智慧化、信息化发展在服务、管理、辅助决策等领域应用提供新思路。

3、文商旅跨界提升博物馆经济效益

作为公共文化机构,非营利性或者说社会公益性是博物馆的本质属性,但这并不意味着博物馆要摒弃一切经营性创收。在实现社会效益的同时提高经济效益,通过合理方式获得经济收入,可以为博物馆可持续发展提供有力保障。

在政策方面,国家文物局出台了《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》,发挥博物馆主体作用,多渠道开发文创产品,探索授权开发与经营,与腾讯、百度、中国移动等都开展了战

略合作,推动文物资源创新性发展、创造性转化。此外,像故宫博物院、中国国家博物馆、敦煌研究院,到河南博物院、三星堆博物馆等,文创产品开发队伍在不断地扩大,像考古盲盒、唐宫夜宴等这些新的文创产品也相继面世,引领了国潮消费的新时尚。越来越多的博物馆历史文化元素也走进了人们的美好生活。

与国外博物馆相比,我国博物馆的经营活动起步较晚,但近年来也取得了不俗成绩。不仅故宫博物院、国家博物馆等大型博物馆广受称道,小微博物馆也探索出了符合自身发展的社会化运营之路。北京郭守敬纪念馆执行馆长张鹏表示,该馆通过展览、文创、教育课程、研学项目实现创收,而与高校以及企业联合开展文化遗产展览活动并开发人文素质相关课程,也是该馆获得资金支持的方式之一。在张鹏看来,无论是文创产品的销售,还是研学项目的开发,都是博物馆在满足基本公共文化服务之余,面向群众的深层次需求而提供的分层次服务。用“有偿”的部分帮助“公益”的部分持续运行,可以实现博物馆更好发展。e

参考文章:

一位馆长的深度思考:博物馆定义及未来发展——

广东省博物馆馆长魏峻

博物馆的定义,要改了! -- 文博圈

为构建美好世界贡献博物馆力量 - 中国社会科学报《博物馆未来会变成什么样?》- 中国经济网

2022,全球博物馆谨慎重启 - 光明网

为构建美好世界贡献博物馆力量 - 中国社会科学网
创新科技赋能智慧博物馆建设——北京晚报



文旅融合和生态文明建设下的生态博物馆旅游

文 / 博雅方略研究院 白墨

>>> 摘要：

本文首先介绍了生态博物馆的概念、发展及生态博物馆与旅游之间的关系，然后介绍了国内外的生态博物馆发展以及生态博物馆旅游发展。最后得出生态博物馆旅游肩负着生态文明建设和文旅融合的重任，将在恢弘发扬传统文化和全面建设小康的幸福社会中发挥重要作用。

>>> 关键词：

生态博物馆 生态博物馆旅游 生态文明 文旅融合

在加快推进生态文明建设、建设美丽中国的进程中，生态博物馆与文化遗产的活态保护、深层生态系统及理论、生态文明建设等都有关系。生态博物馆以重构自然与文化、遗产与人民、过去与现在的新型关系为重心，被广泛运用于中国的传统村落、历史街区、工业遗产、城市双修等保护和利用中，在新型城镇化、文旅融合、生态文明建设中发挥着重要作用。

1 生态博物馆的前世今生

1.1 生态博物馆概念

生态博物馆的概念最早于 1971 年由法国人弗朗索瓦·于贝尔和乔治·亨利·里维埃在国际博物馆协会第九届大会举办期间提出,定义其“生态”涵义既包括自然生态,也包括人文生态。随后,创导者里维埃对其定义也不断进行修正。1973 年定义强调生态学和环境的存在;1978 年则强调了生态博物馆的实验性质,在描述自然公园的进化意义的同时,阐述了地方社区的作用;1980 年他逝世前最后的定义指出:生态博物馆是由公共权力机构和当地居民共同设想共同修建、共同经营管理的一种工具。公共机构的参与是通过有关专家、设施及设施机构所提供的资源来实现的;当地人民的参与则靠的是他们的志向、知识和个人的热情。

1981 年法国政府颁布了生态博物馆的官方定义:“生态博物馆是一个文化机构这个机构以一种永久的,在一块特定的土地上,伴随着人们的参与,保证研究、保护和陈列的功能,强调自然和文化遗产的整体,以展示其有代表性的某个领域及继承下来的生活方式。”

随着生态博物馆在世界各地推广,各国在引进生态博物馆理念时,都会与本国实践相结合,形成各具特色的概念。



国际博协 2010 年出版的《博物馆学大辞典》中,对里维埃的长篇定义加以简化提炼后,最终生态博物馆的表述为:“生态博物馆,是一个致力于社区发展的博物馆化的机构。它融合了对该社区所拥有的文化和自然遗产的保存、展现和诠释功能,并反映某特定区域内一种活态的和运转之中的(人文和自然)环境,同时从事与之相关的研究。”其“生态”的涵义、生态博物馆的概念既包括自然生态,也包括人文生态。

如今,生态博物馆理念已传遍全球,据不完全统计,世界范围内大约有 400 余座生态博物馆,蓬勃发展。

1.2 生态博物馆与旅游的关系

与传统旅游不同,生态博物馆旅游是在保护与传承基础上,通过向游客适度地展示与阐述文化遗产,达到文化交流、沟通和理解以及民众自觉保护文化遗产的目的,以此构建旅游开发、保护与传承文化、社区发展三者协调共进的良性循环。生态博物馆的建设和旅游发展是一个不停产生与解决问题的过程,也是一项长期而无法感知其效果的工作,是一个行动与学习的过程……

1) 生态博物馆有效保护了当地的物质文化遗产,包括自然、环境、文化、历史、建筑、景观等遗产,更多地保护了地区传统的文化和自然遗产,这构成了文化旅游的资源基础。

2) 生态博物馆旅游是经过考虑后发展和管理自然及当地遗产的旅游。从根本上保护地区传统独特性以及保持风景区的物理环境对旅游业的重要性出发,使得生态博物馆旅游成为当地长期经济发展的重要机会。

3) 生态博物馆促进了当地非物质文化遗产(无形遗产)的传承、弘扬、发展和保护,带动了当地生态旅游的兴起,文化保护的同时,使得乡村、工业、生态等文化旅游和文化展示表演空间得到发展。

4) 保持旅游和文化遗产保护之间平衡的动态交互作用。鼓励文化遗产保护和旅游业间的对话,使旅游企业明了脆弱的自然遗产和当地文化,寻找出一些

解决方案,避免自然遗产和当地文化在旅游业面前受到的破坏和冲击。

5) 生态博物馆旅游尝试在保护遗产和利用遗产方面的平衡发展,开展了旅游扶贫,并促进了当地经济发展。旅游对文化保护某种程度上存在危险性,要避免真正具有质量的旅游产品被破坏,便宜的复制品、蹩脚的仿造等威胁生态博物馆质量的旅游开发,从而导致游客的选择路线转移。

6) 生态博物馆为工业遗产保护利用和旅游发展提供一条多赢的解决方案。有的生态博物馆建设在废弃的工业旧址上,通过保护和再利用原有的工人、工业机器、生产设备、厂房建筑等,将之改造成一种能够吸引观众了解工业文化和文明,同时具有独特的观光、休闲和旅游功能的教育基地。

7) 通过自身摸索实践,世界各国各地已经相继出现许多类似生态博物馆的旅游点,由试验转向充实完善和发展,大大丰富了世界范围内生态博物馆旅游的理论 and 实践,促进社区经济发展,改善了当地的居民生活。

8) 生态博物馆把文化的含义与价值与人联系起来,突出加强文化拥有者的认同、解释、保护传承、开发利用的权利,对文化遗产、传统工艺技术、物质文化资料进行整体活态保护,旅游嵌入、沉浸式、体验式的尊重态度来进行公众参与和民主管理生态博物馆旅游。

9) 当旅游和文化保护发生冲突时,生态博物馆是具有一种通过长远和历史性的规划来优先保护文化,在保护文物古迹遗产的同时又鼓励以传统工艺制造旅游产品,制止损害长久文化的短期经济行为。

10) 改变了遗产地和旅游目的地的经济发展思路。基于地方经济发展与文化遗产保护的双重需求,地方政府的自上而下与当地发展经济的自下而上对接,生态博物馆旅游保护性开发原生态、传统文化、民族风情、工业遗址和遗产,旅游成为体现遗产整体化、在地化和活态化保护及社区参与的有机表现形式。



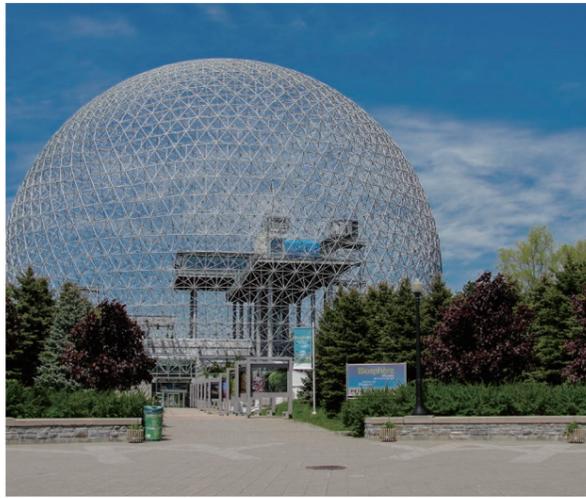
2 国外的生态博物馆与旅游探究

2.1 生态博物馆国外发展

生态博物馆被提出之后,一直受到国际文化遗产和博物馆领域关注。生态博物馆首先在法国和加拿大法语区传播开来,迅速向世界各地蔓延,包括欧洲大陆、美洲和东亚地区的日本、韩国、中国台湾和大陆等,都有不少实验和探索。具体来说北欧具有突出农业和工业经济的产业型生态博物馆,北美地区则强调民族文化特性的族群型生态博物馆,俄罗斯生态博物馆基于民族政治环境和谐发展,法国生态博物馆基于工业发展转型而保护工业遗产、手工作坊,美国生态博物馆基于少数民族文化复兴与评估等。

据不完全统计,世界范围内大约有 400 余座生态博物馆,其中,西欧、南欧约有 70 多座,主要集中在法国、西班牙和葡萄牙;北欧约有 50 多座,主要集中于挪威和丹麦;拉丁美洲约有 90 多座,主要集中于巴西和墨西哥;北美洲约有 20 多座。另外,亚洲日本、韩国、印度、中国等也有类似的保护文化生态形式,但具体形态和管理模式上各不相同。

西方发达国家的生态博物馆保存的大多为工业化社会的文化,一般产生于关闭的历史原址,例如矿区、钢厂、发电厂,许多以前的工人失业或退休,成为此类博物馆的创办者。



欧洲的生态博物馆

在欧洲,生态博物馆主要是将一些自然风光优美、人文资源丰富、民俗文化艺术富有特点的地方保留下来,不发展任何工业,使其成为一个天然的生态博物馆。旅游者在参观这些文化遗产时,能从这些文化遗产所产生的自然环境和人文环境中体验到其中的内涵。亲眼看到这些土生土长的、有生命的、活的文化,无疑要有意意思得多,也吸引人得多。

法国的生态博物馆第一代生态博物馆在里维埃的指引下,于 20 世纪 60 年代末到 70 年代中期影响了法国地方公园系统的形成。以人与环境的紧密结合为特征。在生态博物馆另一位倡导者戴瓦兰引导下,于 1971-1974 年在法国索勒特索煤矿区建立工业社区生态博物馆。在生态博物馆的发源地法国,继“法国地方天然公园”和克勒索矿区后,第三代生态博物馆自称为“社区生态博物馆”是独立的(自发的),具有私人协会的自治性质。目前法国拥有 52 个地区天然公园。法国生态博物馆管理采取的是特许经营管理体制。

意大利乡村“生态博物馆”始于 2000 年,意大利结合政府立法的形式进行管理,由一些学者与当地政府、社区、文化和旅游协会共同创造设计提出实施方案。其宗旨是力图以保护、创新和可持续利用自然环境和文化遗产的方式,将当地的自然环境、文化遗

产和民众的生产生活方式一体化地、整体互动地,展示给意大利国民和外来参观者,借此保护乡村的自然生态和人文景观,进行爱国主义的教育。

瑞典遗产保护运动发展于 20 世纪早期。著名人类学者阿图尔·哈左勒斯在斯德哥尔摩建立了遗产保护机构,瑞典遗产保护运动有将近 50 万人参加,在 25 年内,瑞典建立了 12 个生态博物馆,多数生态博物馆反映的是在工业化进程中居民的生活和生产方式。其中有表现少数民族萨米人(Samipeople)文化的昨日、今天的日常生活;有表现环境的,其中有珍贵动植物。总之,瑞典生态博物馆表现人类长期利用和改变自然,由此形成的本土文化的历程。

北美的实践

加拿大的生态博物馆因地制宜,各具特色。生态博物馆扩大到小型社会的整体,被称为“社会生态博物馆”。1979 年,加拿大法语区魁北克在里维埃指导下开辟了生态博物馆新试验区,第一个生态博物馆是为防止上比沃斯(Haute-Beauce)地区一些重要的地方文化遗产流失而建的,得到村庄居民和社会团体的大力支持。随后在魁北克先后涌现保护工人住宅区文化的“全社会之家”、保护自然文化区的“岛上居民之家”、保护和研究历史遗产的洛格山谷生态博物馆、配合生态学教育的圣康斯坦特生态博物馆等。加拿大生态博物馆取得专家与社区居民共同认知,强调公众参与、社区往事的共同回忆和建立解释中心,开设大众博物馆学课程。

美国的生态博物馆汲取了加拿大的经验,美国的生态(社区)博物馆主要由独立文化团体史密森学会开发实践。1987 年开始开发的亚克钦印第安社区博物馆,建立了类似解释中心的组织和建筑,但直接称为生态博物馆。居民把生态博物馆看成是信息中心,信息中心也制定和实施遗产保护和档案管理的培训计划。美国史密森学会的南茜·福勒女士通过 10 年工作发现,生态博物馆计划是为适应社区需要而制定的,而社区博物馆面临的核心任务是有针对性地发动群众直接参与各方面的文化管理,起到“联系现实和过

去的社区研究中心”的作用。

亚洲的探索

生态博物馆在亚洲的发展带有更多的社区博物馆性质。

70 年代,生态博物馆的思想在日本被发展为“造乡运动”,即一村一品,旨在守护原生态、培育特色农作物和传承“生活生产”技能与文化。以应对东京一极化和乡村人口外流,“造乡运动”强调内发性,各不雷同,由当地居民做起,以一些村庄作试点,成立生活工艺馆,馆内设木工、陶艺、编织等工房。以自然风光和传统文化特色吸引了大批的观光客。还使村民们不离乡土,走上富裕之路,并有效保存了当地特色文化。随后日本于 1991 年在广岛县安艺高田市的吉田山上建立了第一座钢铁制造区遗址生态博物馆,之后又出现了一批具有生态理念的社区博物馆,并于 1995 年成立日本生态博物馆协会。

印度从 20 世纪 80 年代开始了生态博物馆理论研究。其核心内容是关于文化和自然资源利用和保护问题,探讨社区、遗产和发展关系。如 1999 年初马哈拉施特拉邦建成的考莱社区博物馆。印度西部地区具有建设文化多样性的生态博物馆潜力,正在建设生态博物馆的有拉贾斯坦邦的阿尔瓦市和古吉拉特邦等。此外,在印度东北部阿萨姆邦的沙楚(satras,僧侣居住建筑院)里僧侣通过其文化传播方式将传统知识留传下去,这也是一种生态博物馆的形式。

哈萨克斯坦位于中亚中部,是我国一带一路最重要的中亚国家,其卡拉干达生态博物馆是全国最富想象力的博物馆,致力于环境保护,藏品包括落在哈萨克大草原上的火箭主体。

启示借鉴:从世界范围看,生态博物馆的探索与实践具有很强的借鉴意义,生态博物馆只是一种理念,而非一种固定的模式,因此各个生态博物馆都是不同的。但国内外生态博物馆一致的共同点是“社区参与”,即生态博物馆由社区发起、维护,继而以此为依托支持当地发展。人们通过生态博物馆,探讨与人类有关的自然、社会、历史和文化环境。

2.2 国内生态博物馆发展

国内早在 1980 年就开始引入生态博物馆概念。20 世纪 90 年代,开始生态博物馆实践。1995 年初,中国和挪威政府把贵州六盘水市六枝特区梭嘎苗族彝族回族乡定为“中国也是亚洲第一座生态博物馆”建立地,1998 年 10 月 31 日正式开馆开放。之后陆续建立堂安侗寨生态博物馆、锦屏隆里生态博物馆、花溪镇山生态博物馆等。2001 年在内蒙古建立中国北方第一座生态博物馆,敖伦苏木草原文化生态博物馆;2003 年 12 月,广西第一座生态博物馆,南丹里湖白裤瑶生态博物馆奠基,广西在全区范围内建成 10 座“民族村寨型”生态博物馆;2006 年,在我国云南省西双版纳地区建立了布朗族生态博物馆。首先建立的生态博物馆大多在偏远、落后、交通不发达、具有浓郁的民族文化特征和建筑特征的地区,更多表现为对民族文化的区域化展示和保护。福州三坊七巷博物馆在 2011 年也成为我国第一家社区博物馆,城市里坊制度、明清建筑特色、近代中国名人、闽都民俗与非物质文化遗产向世人全方位展示中国近代史。

我国 30 多年的实践探索,先后在少数民族聚居地区以及东部发达地区的古村古镇、工业遗址和城市传统社区等,建成 50 座生态博物馆或社区博物馆。已经建成的西部和南部基于少数民族风俗的生态博物馆,承担起保护苗族、布依族、侗族、瑶族、蒙古族、汉族等多种文化的任务。随着经济发展和生态环境破坏等原因,以及生态博物馆理念的丰富,我国生态博物馆逐渐多样化。与国际接轨具有真正意义上的生态博物馆也开始显现,特别是在东部发达地区。如浙江省的安吉生态博物馆包括“十二专题馆”和多个“村落文化展示馆”,涉及范围广,对覆盖范围内的农村文化展示更是全面,这是生态博物馆在东部发达地区发展模式的探索。2011 年全国生态(社区)博物馆研讨会又将生态博物馆的理念延伸到城市社区中,开创了基于城市历史街区活态保护的社区博物馆模式。随着示范作用,近年来,新疆、福建、湖南、黑龙江等地陆续提出建设生态博物馆的目标和构想,目前全国各地在建和

拟建的生态博物馆约有 80 座。

而我国台湾的生态博物馆建设与社会政策环境的背景其实是紧密相关的,生态博物馆立足点在于保存并提升传统文化,保存并提升传统工艺,改善当地居民环境(而不仅仅是营造旅游点),表现为“整旧如旧”的社区营造。先有对某事某物的建馆计划或保护计划,再在契机下引入生态博物馆概念,例如台湾,例如猴硐生态博物馆。

我国的生态博物馆集展示、宣传、研究等多种功能为一体,以传播生态文明,倡导人与自然和谐共生为己任。定位是“绿色旗帜 环保先锋”,对自然环境、人文环境、物质文化遗产、非物质文化遗产,进行整体、原地、动态保护以及居民保护,宗旨是“传递一份爱心,增添一抹绿色”。具有如下的重要特点:将自然与人文的各类遗产要素综合考量;以地方和当地人为中心进行物人关系的整体性营建;对遗产进行活态的、动态的、生态的保护,在利用中保护,在传承中发展;强调人类由生物性与文化性两个部分构成,强调文化遗产是过程而非结果;强调生态与人文一体,不仅关注“物件”本身,更主要的是呈现一种“文化过程”。

我国生态博物馆的问题

1. 国内最突出的问题是政府干预,政府意志,自

上而下的发展方式与其生态博物馆由下而上的初衷相悖。

2. 生态博物馆理念的理解也存在问题地方政府、本地民众、知识精英、一般游客至今仍缺乏基本了解和正确理解,个别知识精英甚至缺少“宽容态度”,学术批评也远多于肯定的意见。

3. 管理、运营模式存在困境,专业队伍缺乏,当地居民文化自觉意识不高,生态博物馆所要求的“自治”因居民意识和公众参与不足不能自发“形成”。

4. 历届地方政府也都把生态博物馆当作文化的工具,而是看成一个“工程项目”,违背了生态博物馆的根本宗旨。

5. 目前的数量、规模距离我国民族村寨、工业遗产和古村古镇等保护的现实需求还有较大差距;生态博物馆需要在功能和层次上提升。

6. 迄今为止,还没制定全国性的生态博物馆发展规划,也没有生态博物馆建设管理的“行业标准”和机制,生态博物馆的建设和发展处于一种“自发”状态。

2.3 国内外生态博物馆旅游

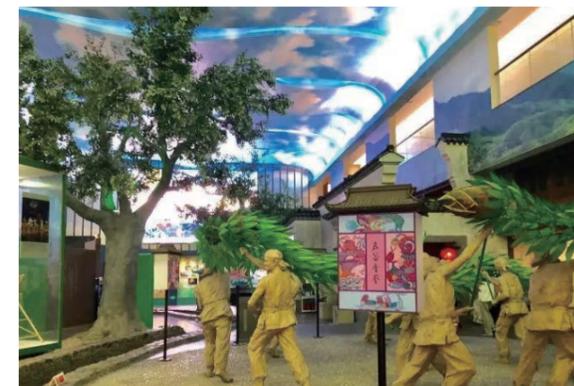
生态博物馆展示给人们建筑物、风景以及人文景观等珍贵展品。当游客来到这里,可以身临其境地感



受当地文化,它不仅仅是常规博物馆带来的视觉体验,而是视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉全方位的沉浸式立体体验。

法国是生态博物馆的发源地,也是文化遗产大国。在第一文化旅游大国的基础上,通过称为地区公园的生态博物馆进行文化遗产保护和旅游的现代开发。比如法国贝尔蒙特的地区公园,覆盖哈特山谷和波里鲁阿之间山区的大部分,这里有古老的考罗考罗大坝、二战弹药库和最初从惠灵顿延伸出的旅游交通公路。贝尔蒙地区公园的山谷风景秀丽,树木林立,是游客步行、跑步、骑山地自行车和骑马的好去处。11 条步行道及徒步旅行路线蜿蜒穿过瀑布、溪流河谷,沿着山脊穿过壮观的草场平原,走完各条步行道所需时间从 15 分钟到 8 小时不等。游客可欣赏沿途壮观的风景,也达到了强身健体的体育旅游功效。

意大利的乡村生态博物馆以乡村大本营为核心,以周围山林牧场为半径实地展示,并且还可以进行演示,使参观者能够领略到村庄民众各种真实的生活情景,还为游客有的进行周期性的流动农牧活动。有的乡村“生态博物馆”包括“艺术和工艺园”,陈列着各种传统的工艺品和制作工艺品的工具。为参观者设计各种徒步参观路线,除自然景观、文化景观,还普遍设计出与宗教信仰相关的文化路线,作为生态博物馆的组成部分,反映村庄民众的宗教信仰生活。如村庄民众收藏的各时期的宗教绘画、雕塑作品、宗教装饰品、圣经、文艺复兴时期的各种宗教题材的艺术品。不少“生态博物馆”还成立有战争博物馆,比如 Caoria 村的战



争博物馆里就有 2000 多件展品,这样做是要让后人记住当地那些在无情战火中毁灭了的生命,记住国家经历过的悲惨而不幸的历史。

瑞典遗产保护运动不仅收藏各种文物,还将瑞典不同地区的建筑和相关建成环境搬到斯德哥尔摩,有一万四千座农舍被保留了下来,以传统风格原样复建建筑装饰,制作了村舍日常生活模型,并向观众开放。在 25 年内,瑞典建立了 12 个生态博物馆,各种各样表现环境的和珍贵动植物生态博物馆、工业区生态博物馆、传统农业和历史遗迹的生态博物馆、表现少数民族的文化过去现在的日常生活来吸引游客,比如萨米人生态博物馆。

自然生态博物馆 (Biodome de Montreal) 是蒙特利尔著名的生态博物馆之一,紧挨着奥林匹克体育馆,由原来的自行车比赛场馆改建,1992 年开幕。全馆共有超过 4000 只动物和 5000 棵植物,分热带雨林、极地、加拿大落叶林、圣罗伦斯河等四个自然生态区,以及水族馆等,展示整个美洲从热带雨林到南北极的自然生态,每一展示区的气候都是模拟实际的气候,并且馆内有丰富的动植物种群、海洋馆,有大量珍稀动植物供人参观,深受游客的喜爱,是集休闲、旅游、观光和教育意义于一体的生态博物馆。这种自然生态博物馆不但丰富了博物馆的展示形态,也为生态博物馆的理念注入了新的活力。

美国安纳考斯提亚社区博物馆由当地一个废弃的小型电影院改建而成,举办了数次有影响力的展览,唤醒社会对贫困社区发展的关注,也吸引了游客参观。



美国的威廉斯堡作为让时光倒流的、抹去现代生活痕迹的生态博物馆,游客还可通过官方网站自行设计参观路线、选择性活动,来游览 18 世纪的城市生活场景,展现原汁原味的制鞋、制衣、印刷、烘培、打铁等日常生活,游客可亲身参与体验传统生活、聆听古典音乐会、参观文物和艺术展品、购买各种按古法制作的商品或仿制品,并在传统节日参加大型庆典活动。

日本的“造乡运动”让每一乡、每一村努力挖掘包括人的资源、生产资源、自然资源在内的、富有乡土特色的人文资源,营造一个优美、自然、富有人情味的故乡,以吸引都市生活的人们。以村庄作试点成立生活工艺馆。馆内设木工、陶艺、编织、涂装等工房,游客们既可以参观,也可以亲自动手参与制作,并把自己的作品买走。有些地方则建起了供人参观的民艺村落和供住宿的农舍。这些民艺村落集工艺制作、表演、收集、陈列、研究、培训、销售于一体,民间艺人一边箍桶、竹编、织布、打草鞋、制陶,一边授“徒”。以自然风光和传统文化特色吸引了大批的观光客。

我国的生态博物馆立足中国实际,从贵州梭戛、镇山的第一代生态博物馆、内蒙古敖伦苏木的第二代生态博物馆、云南西定布朗族的第三代生态博物馆到浙江吉安的四代生态博物馆,以旅游支撑社区发展成为国内生态博物馆保护、传承、展示地方文化的主要路径。我国生态博物馆建设肇始于西部民族地区,具有发展旅游的先天优势,民族文化旅游发展之路不可避免。生态博物馆与民族文化旅游结合对于促进民族文化保护传承、增强社区参与和带动地方经济发展具有整合效益,是一种可持续旅游的发展模式。

在旅游开发初期,国内多数生态博物馆采取“先馆后旅游”发展模式。由于以民族村寨为主要对象的生态博物馆基本不考虑游客需求,不但没有服务于游客的相应设施、设备,也没有应对游客的策略,制约了生态博物馆的发展。在博物馆管理经费、发展经济、居民生活水平提高的需要下,我国的生态博物馆与生态旅游相结合,达成了生态博物馆生态保护与旅游发展的平衡点。

我国的生态博物馆旅游与经济发展、扶贫致富、乡村振兴、生态文明建设等国家大政方针相结合。如山西省文物局结合扶贫工作,在平顺县选择三个传统建筑风貌保存相对较好的汉族村庄,探索遗产保护、展示与旅游、科普、乡村发展相结合的可持续发展新模式,并将其命名为“太行三村生态博物馆”。生态博物馆旅游为生态博物馆文化保护、旅游开发与社区发展提供了有效途径,成为让乡村复兴和遗产活起来的具有普遍意义的理论与方法。

随着旅游开发的逐步深入推进,出现了以“旅游促馆建”的社区发展路径,东部发达地区具有天然的地域和后发优势,适用生态博物馆理论方法处理各类遗产资源和乡村遗产。整体性借用生态和社区博物馆理念,在城市核心地段探索完整、系统地保存、展示有形与无形遗产并和旅游、文创、城市发展相结合的综合模式。龙脊生态博物馆、安吉生态博物馆群等生态博物馆突出旅游的价值,并将生态和生计并置,践行以“文化为引领的新发展观”,对生态博物馆的长期发展无疑有着积极作用。“让文物活起来”,生态博物馆理念和方法被广泛运用于传统村落、历史街区、工业遗产、专题遗产等各种不同类型的生态博物馆保护和利用中,极大地丰富和完善了文化旅游形式和内容。

3. 结论

十九大报告明确指出,我们要建设的现代化是人与自然和谐共生的现代化,既要创造更多物质财富和精神财富以满足人民日益增长的美好生活需要,也要提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要。生态文明的推进以及文化和旅游的融合要求使得生态博物馆旅游承担这一重任。

生态博物馆是一个持续演化的过程,在中央倡导的“五位一体”生态文明建设中,生态博物馆旅游是没有终点的可持续过程。在旅游发展中,生态博物馆唯有建立一个长效的跟踪机制,寻求自我管理与发展,引导并促进旅游健康稳步发展,才是生态博物馆旅游



可持续发展的重要动力。

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。生态博物馆超越了传统博物馆围墙,探索将自然与人文遗产综合保护、展示和利用的一套理论和方法。生态博物馆是独特的、稀有的、民族的、物质文化遗产和非物质文化遗产保护传承和旅游开发的主体,是文化景观精华所在,具有很强的文化旅游吸引力和文化复兴力,也是新时代实现文化遗产的公众参与、社区营造、民主进程、城市双修、留住乡愁的根本所在。今后,生态博物馆旅游对于我国提高对自我民族文化的认知和认同、用其文化资源积极开展旅游扶贫,实现全面小康和幸福社会意义重大。生态博物馆旅游是美丽中国、传统文化复兴下的中国梦的必然之路。e

【参考文献】

- [1] 潘守永.生态博物馆没有固定模式.2015-07-03
- [2] 傅斌.生态博物馆与生态文明建设.考古汇.2017-03-17
- [3] 李若星.生态博物馆建设的探索与实践(美丽中国).人民日报.2018-08-05
- [4] 吴伟峰.广西民族生态博物馆建设的意义和效益.
- [5] 大地风景:生态博物馆:一种富于生命的保护与开发形式.大地景观.2011-08-19
- [6] 六枝特区人民政府.中国第一座生态博物馆.六枝特区人民政府网.2017-04-08

[7] 潘守永.生态(社区)博物馆的中国经验与学术性批判反思.文博圈.2018-02-05

[8] 杨雪.“得其意而忘其形”的博物馆.科技日报.2019-01-11

[9] 陶静.民族生态博物馆的建设.《中国旅游报》.2012-12-24

[10] 陈毛应 陆健 潘剑凯.安吉建成世界最大生态博物馆群.《光明日报》.2012-10-30

[11] 张慧.生态博物馆:馆群模式保护地方文化.《中国社会科学报》.2014年10月10日第654期

[12] 苏琨 郝索.国内外生态博物馆研究综述.安徽农业科学.2012,44(29)

[13] 井原满明 田乃鲁 李京生.生态旅游与生态博物馆:日本的经验.小城镇建设.2018年04期

[14] 蔡琴.生态博物馆:非物质文化遗产保护的新领域.浙江文物网.2015-05-07

[15] 谢菲 麦西.多重力量交互下的生态博物馆旅游与社区发展——基于广西龙脊壮族生态博物馆发展分析与评价.《西南边疆民族研究》.2015-09-18

[16] 生态(社区)博物馆的中国经验与学术性批判反思.央广网.2018-02-05

[17] 黄仞段廉廉.建设中国式生态博物馆的思考.萍乡高等专科学校学报.2013(01):108-109.

[18] 金露.生态博物馆理念、功能转向及中国实践.贵州社会科学.2014(6):46-51.



科技带来智慧的博物馆旅游

文 / 博雅方略研究院 白墨

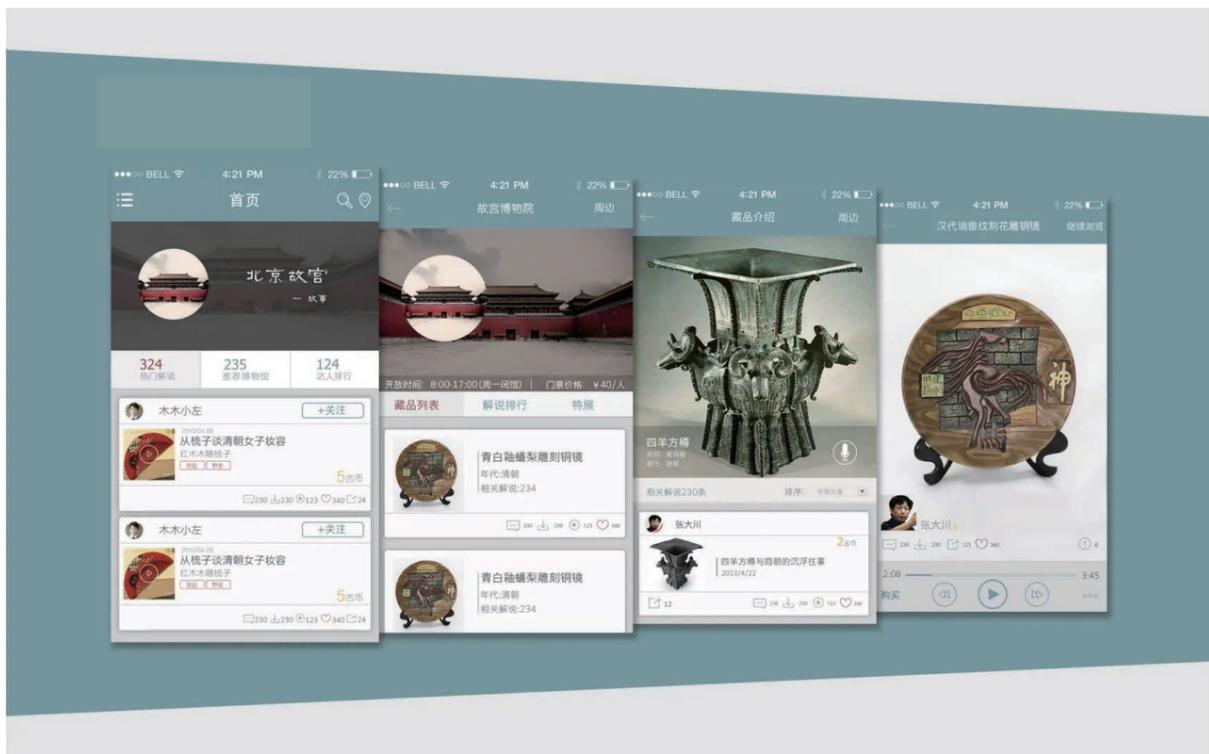
一年一度的国际博物馆日到了，今年的主题是“博物馆的力量 (The Power of Museums)”。国际博协指出，博物馆有能力改变我们周围的世界。作为无可比拟的发现之地，博物馆教会我们了解自己的过去，并打开我们的思想去接受新的观点，而这正是人们构建更美好未来的两个基本步骤，并从三个维度对于博物馆日的主题进行了阐释，三个视角分别为“实现可持续发展的力量；数字化与可及性创新的力量；通过教育进行社区建设的力量。”数字化及创新成为博物馆发展的重要动力。博物馆已经成为创新的乐园，新技术在这里可得以发展并应用于日常生活。数字化创新让博物馆更容易接近和参与，帮助观众理解复杂且精细的概念。

1、博物馆旅游的前世今生

博物馆是征集、典藏、陈列、研究代表自然和人类文化遗产的实物的场所、多功能社会机构，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、地点或社会公共机构。博物馆是人类收藏历史记忆凭证和熔铸新文化的殿堂，担负着保护、研究和展示人类及人类环境遗存，推动人类文明发展的重要职能。公元前三世纪托勒密·索托在埃及的亚历山大城创建了一座专门收藏文化珍品的“缪斯神庙”，被公认

为是人类历史上最早的“博物馆”。博物馆并非从诞生之日起就一直作为教育学范畴下的实体概念实际上，它是炫耀与私欲经过漫长演化后得出的最终结论。

博物馆旅游是以博物馆为载体的旅游活动方式，是近几十年来国内外逐渐兴起的一种新兴旅游形式。博物馆旅游是城市旅游发展的重要组成部分。博物馆往往坐落在城市文化中心，城市的过去、现在与未来集中在博物馆中展现，注定博物馆成为人们到访一座城市所试图参观、游览和留下美好记忆的地方。这使得博物馆旅游活动由一般的游览观光上升到高文化含量的游憩活动。随着文化旅游与都市旅游的快速发



展,博物馆作为一个城市的重要文化标志,旅游功能越来越明显。

旅游是博物馆公众服务功能与社会结合之后的客观产物。博物馆的“在地性”对城市发展有至关重要的作用。到 2050 年城市人口将占 70%,博物馆作为城市公共文化空间,所承载的文化是博物馆吸引人前来参观的原因,是博物馆旅游功能实现的基础,也是城市旅游和文化旅游发展的长久生命力所在。博物馆旅游已经成为文化产业和旅游产业的一个组成部分,正在成为城市旅游业发展的重要文化资源和旅游休闲空间,为旅游业发展做出自身独特的贡献。

从其他国家的发展现状来看,美国博物馆已经成为家庭旅游目的地的重要选择,而英国的几座著名博物馆如大英博物馆、泰特当代美术馆和伦敦国家画廊成为英国旅游目的地排名前三位。欧美国博物馆已经成为象征知识和文化品位的旅游圣地,甚至能够通过旅游效应等多个方面提升所在社区的经济文化价

值。博物馆是极有价值的旅游资源,世界知名博物馆每年都要接待上百万慕名而来的游客。对好的博物馆来说,不但优秀的展览和活动是高品质的旅游产品,而且建筑外观也能够提升城市形象和艺术品位,如西班牙毕尔巴鄂古根海姆博物馆。

我国 2000 多座博物馆是我国历史、文化的浓缩,成为吸引游客,特别是吸引异质文化游客的高品位的旅游资源。目前我国的博物馆旅游发展正处于一个重要的转型时期,主要问题是使博物馆旅游成为旅游行为的一个重要组成部分,而博物馆要加强旅游产品的开发能力和提高旅游服务的质量,从而实现博物馆在旅游产业发展体系中的重要作用。

2、科技对博物馆旅游的影响

科技对博物馆产生了越来越深刻的影响。技术巩固博物馆的文化,重返设立初衷的慈善理想,拓展了

博物馆的旅游功能。科技发展使得博物馆可以将藏品数字化,为展览增添多媒体元素。博物馆通过新的藏品阐释手段找到新的观众。此外,在博物馆文物保管、修复,藏品展示,观众参观体验,安全保卫和管理等方面,无不闪烁着现代科技进步的光芒。引入的现代科技手段改善和提高了博物馆的工作,同时,也使博物馆的旅游有了明显的提升,惠及了更多的人。

科技影响博物馆涉及到硬件、软件、网络发展和数字化应用等各方面,并倾向选择敏捷性、灵活性、易用性的新技术。博物馆数字化包括网站、社交媒体、移动工具、APP、电子筹款等。以人、物、数据动态多元交互传播为核心,穿越时空的博物馆旅游应运而生,实现了博物馆旅游从数字化的智慧转型升级。

虚拟现实(VR)兴起,充满历史纵深感的博物馆也开始了新尝试。动辄上千年历史的藏品与近年兴起的 3D 技术、VR 技术碰撞出火花。博物馆利用虚拟现实技术,结合网络技术,文物的展示、保护提高到了一个崭新的高度;也推动了实体博物馆的旅游业,全人类的文化遗产给更多人带去了知识和乐趣。

借助数字化、三维建模、多媒体、虚拟现实等在实体博物馆内搭建数字化展厅,实现了传统展览不具备的展示功能。数字化交互技术赋予艺术新定义,技术也可用于扩大艺术作品的展示空间,同时带给观众丰富的情感变化和个性化体验。高新虚拟技术与艺术品完美结合,让古代艺术品“活”起来,给予用户极大的视觉享受和虚拟“把玩”的新模式。观众可通过对感应终端的操作,实现对虚拟文物的旋转、放大缩小等操作,更可外接感应终端,模拟文物形态、重量等外部特征。从而实现了真实文物无法提供的新颖的交互式参观模式。如银河空间 3D 博物馆,利用虚拟现实和 3D 技术让参观者与藏品更近一步。有很多的高新技术使逛展更方便。如有一个专门给青少年儿童作导览的 APP,叫“耳朵里的博物馆”,是以情景化的形式专门给孩子出博物馆音频。

依托互联网搭建网上虚拟博物馆,实现藏品在线展示。人们足不出户就能走进智慧博物馆的虚拟



世界,领略其魅力,省钱、省时、省力,而且能享受到互动性极强的沉浸式体验。人们可以登录网站参观网上博物馆并参加其各项活动,也可以利用手机、平板电脑等移动终端,轻松“参观博物馆”并将信息与体验与亲友分享。使用新技术(数字化展品、多媒体展示、活跃的社交媒体、app 应用、特色文创设计等)让大众更亲近博物馆很值得期待。

新的互动技术使得博物馆还会根据观众的知识结构、兴趣爱好而设计观赏路线,引导观众参观。处理与趣味性展示并重,提供多种互动活动展示。大数据分析使得文物展陈能够及时合理调整,将观众关注度最高的展品放在突出展示的位置,并从海量的观众信息中悟出问题的关键,因人而异地提供相关服务,以增加观众感知的深度。

近年来,博物馆通过开发手机 APP,实现了运营模式与移动应用、社交网络的紧密结合。为应对观众排队时间过长,观众扫描二维码就能链接到展出的书画信息。博物馆还会开发更多的互动体验。只需扫一下展品旁边的二维码,即可随意在手机或平板电脑上放大、缩小、旋转,360 度观察展品和放大展品的某处细节。

国内博物馆的新媒体在微博上的表现都很亮眼,不少的博物馆也推出了自己的 APP 或者是公众号,博物馆公众号非常多。官微人设化是蓝 V 的一个大方向,博物馆尤甚。上博、苏博的 APP 很不错,从三星堆官博到故宫淘宝,再到海昏侯这些官微营造出来的形

象,都不一样,在卖萌的同时又相互配合地进行综合科普,转赞点评的量都非常漂亮。

此外,智慧博物馆重新梳理和构建博物馆各要素,使博物馆服务、保护和管理智能化,预防性维护工作更简单、高效,技术水平提高和 workflows 优化,极大提升了管理效率和服务水平。以往博物馆现场某件展品被围观后来者挤不进去的尴尬场面将不再发生。如采用先进的计算机控制的光照调节系统,可始终保持馆内明亮而柔和的自然光照,使展品既有足够的观赏条件,又最大限度保护展品不受紫外线损害。

科技使得博物馆提供更多的旅游产品,促进文物保护。经过 7 年多的研发,荷兰梵·高博物馆推出一项能精确复制画作的 3D 技术——浮雕体层摄影术。目前,梵·高博物馆正计划利用这项技术创造收益。复制品均对外出售,每幅售价 2.2 万英镑,售给那些真正喜爱梵·高画作的人。除出售产品赚钱,博物馆开发此项技术还有教育目的。出于名画保护,博物馆收藏的梵·高系列画作原本只能被有限的观众欣赏。如今,公众与名画接触的机会大大增多。参观者现在不仅能够走近梵·高画作,还能触摸它们,这对视力受损的人来说也是好消息。

数字手段的展品介绍,比如扫二维码获取介绍,可以减少租借语音导览的麻烦。此外,国外的一些特展有专属的 APP,对每一件展品都有介绍和图片,感觉就比较方便。

国际博物馆协会 2020 年发布的报告显示,受疫情影响,全球博物馆大面积关门停业,线上的数字体



验成为人们与文物互动的重要方式。博物馆不断拓展数字体验、丰富数字内容,同时也开始重新思考数字科技对于博物馆的意义。今年的国际博物馆日,多个城市充分动员各家博物馆,通过短视频、直播、数字展览等形式,缩短文物与公众距离,弘扬中华优秀传统文化。

中国园林博物馆副馆长刘明星介绍,自 2020 年疫情以来,园林博物馆的讲解员就纷纷转型为科普老师,录制短视频进行线上分享。园林博物馆还开发了数字博物馆,在手机上点开“云园林”链接,选择“云游”模式,就能够听取园内景点的语音导览,足不出户在美景中徜徉。

位于湖北省武汉市的盘龙城遗址博物院对遗址全貌、基本陈列、临时展览进行全景复原。盘龙城遗址博物院院长万琳说,网上数字博物馆突破了实体博物馆的限制,丰富了藏品展陈方式、扩展了展陈内容,以最大限度还原展厅风貌,为观众提供全视角、沉浸式体验。

近年来,一些博物馆开设的无接触、数字化的体验项目受到游客青睐。位于四川成都的金沙遗址博物馆遗迹馆,名为“考古时空门”的数字体验项目自去年投入使用以来,就受到游客欢迎。据介绍,该项目 2021 年全年共接待观众 108 万。

艺术作品的展示方式也可以被用于教育。如利用 3D 打印技术模拟计算机里的虚拟世界,带给人们身

临其境的感觉。利用新技术再现古代场景,引领参观者穿越时空,亲历古代的事与物。这种方法既可以保护文物,也可以丰富参观者的历史体验。弗莱艺术博物馆 (The Frye Art Museum) 正在通过冥想课,以模拟的方法帮助参观者建立艺术欣赏逻辑。

博物馆正在创立全新的数字体验吸引更多的观众,可以扩大博物馆观众规模,还可以提升互动交流的品质。

3、国内外博物馆旅游案例

出于保护文物的需要,博物馆中的藏品大多“只能看不能摸”,而交互式 3D 技术让藏品触手可得,弥补了这一遗憾。

英国伦皮特里埃及文物博物馆收藏了约 8 万件藏品,是国际上陈列埃及和苏丹文物最多的博物馆之一。为吸引游客、增强游客体验度,博物馆借助 3D 激光扫描技术,制作出高品质的 3D 藏品影像;同时还将 3D 影像带来的立体视觉效果与动作识别技术相结合,让游客实现“不仅看得到,更能摸得到”双重体验。“尼罗河之旅”iPad 应用程序只需参观者用摄像头扫一下馆内特制的尼罗河遗址地图,各遗址上出土的文物就能以 3D 影像的形式出现在屏幕上。该应用一经推出,立刻受到游客欢迎。博物馆表示,将进一步拓



展该技术,开发在智能手机上运行的类似程序。

英国化石标本 3D 数据库值得期待。英国地质调查局目前正开发化石标本在线 3D 数据库,涵盖英国所有文博机构的化石标本。完全建成时,约 2.1 万个标本都将配有高品质的 3D 图像和可随意旋转的 3D 模型,参观者可在交互式界面下对模型旋转、放大和下载,也可用 3D 打印机打印立体的三叶虫标本实物。

约克城堡博物馆的复原场景很好。约克维京中心是在维京时代考古遗址之上建立的一个互动体验空间,人们可以坐着“时光机”穿越到维京时代的约克街道,据说连气味(很臭)都是考证复原的。这个博物馆的建立让约克考古信托中心在两年之内回本了,为开发考古资金来源的一个借鉴。

首尔的清溪川博物馆用现代技术展现了这条河两岸的变迁,主题明确,站线清晰。清溪川展览关注的是首尔一条河流周围的经济、社会变迁,是这条河流附近普通市民的生活在几百年间的变化。展览视角和所展现的人文关怀很吸引游客。

法国卢浮宫是第一家把藏品从展厅搬上网络的博物馆。早在 2004 年,卢浮宫就把 3.5 万件馆内公开展示的藏品及 13 万件馆藏绘画放到改造后的网站上,并提供法语、英语、西班牙语和日语 4 种版本的 3D 虚拟参观项目。建立虚拟展馆的直接效应是卢浮宫网站的访问人数持续上升。推出当年,网上浏览人数已

与实际进入卢浮宫参观的游客人数持平,达到 600 万。2012 年,卢浮宫网站的浏览量突破 1100 万人次,比去年全年实际接待的游客人数还多 100 万。

Cybermuseum 平台是专门针对新加坡博物馆建立的一个国际性 3D 互动虚拟博物馆平台,由 Visual Factory 公司开发,同时适用于亚洲文明博物馆、新加坡国家博物馆、新加坡美术馆等 6 家文博机构,通过整套的 3D 虚拟在线展厅,世界各地的游客可通过平台参观新加坡知名博物馆。Cybermuseum 平台下的虚拟展馆百分百还原了展馆内的陈设,并强调用户参与度,参观者不仅能用欣赏图片的方式逛博物馆,还能像玩网络游戏一样,选择虚拟角色,仿佛置身博物馆。贴心的是,参观者并不是孤零零一个人在游览,通过选择与其他用户在线聊天等功能,来自世界各地



的游客可以一起畅游这个虚拟世界。

故宫博物院顺应了“互联网+”的发展趋势,将数字技术作为文化发展的重要引擎,借助互联网和新技术平台,把故宫广博的文化资源分享给社会公众。故宫的陶瓷馆和数字影院都把新技术作为对展品的有效延伸。故宫博物院发布第九款应用“故宫社区”,提出社区化概念,是新媒体互动性产品的有益尝试。故宫装着说不完的前朝故事,“数字故宫社区”的“数字故宫”在线项目,包括全景故宫、故宫出品系列 APP,及数字展厅里分享的古建筑修缮、藏品保护、科学研究、文化传播等各方面最新进展和最新成果。为广大观众呈现出一个更丰富、多元、精彩的“数字故宫”。“故宫出品系列 APP+V 故宫”荣获首届数字遗产最佳实践案例大赛最高奖——最佳实践奖。

4、博物馆旅游的未来展望

未来,不断升级技术设备,博物馆向观众提供高质量的解说服务,提高观众对展品的理解。博物馆教育及解说技术的重要进展是自带设备 (BYOD),也称为自带技术 (BYOT),是指人们在学习和工作环境中使用自己携带的笔记本电脑、平板电脑、智能手机或其他移动设备的一种行为。博物馆也逐步创建了自带设备的工作环境,并向参观者提供优质的在线服务。

博物馆将投入使用游戏和游戏化的技术:受电子游戏影响的人越来越多,一些具有艺术性、社交性与合作性特点的游戏,游戏在传递新的思维和行为模式方面具有巨大潜力。将学习环境游戏化的方法受到了博物馆行业的青睐。世界各地博物馆也正在通过开发手游来实现在线互动,从而提高人们对博物馆的兴趣。引入游戏模式已经成为博物馆创新学习模式的重要方面。

创客空间将引入博物馆旅游,利用创客空间,鼓励参观者和艺术家尝试实验和工艺品制作,使他们形成了一个学习共同体。大都会博物馆艺术实验室建立的创客空间,就是希望通过这个方法研究新兴技术



对博物馆参观体验的影响。

未来可穿戴技术、自动量化技术都有可能被应用到藏品展示当中。AR 演播室结合多角度屏幕三维缝合技术、红外跟踪定位极速、三维实时 PBR 渲染、多通道渲染同步显示,无需抠像技术就可以获得完整的虚拟空间,环境和内容直观可见。此外,LED 是自发光布景,逼真还原虚拟环境的光影效果,开创了一种新型立体拍摄演播环境。有了这个技术,旅游就可以“足不出户,行万里路”!博物馆吸引了越来越多的游客。e

参考文献:

- [1] 赵振江 陈柯芯·单霁翔:新技术对博物馆是一把双刃剑. 澎湃新闻 .2015-10-16
- [2] 休闲|想知道博物馆+3D 技术是一种怎样的体验,那就去这家博物馆吧. 搜狐旅游 .2016-12-17
- [3] 国外博物馆如何玩转 3D 技术. 中国文化

报 .2013-08-29

- [4] 不少高科技手段的运用激发了人们对博物馆学习和旅游的兴趣. 金羊网 .2018-05-21
- [5] 张力平·智能新技术让博物馆更“智慧”. 人民邮电报 .2016-02-19
- [6] 未来五年,这 6 大技术将对博物馆产生巨大影响. 中国艺术展讯网 .2016-11-27
- [7] 未来五年博物馆行业发展技术趋势与挑战分析. 搜狐财经 .2015-09-10
- [8] 钱成熙·对谈 | 国际博物馆日,聊聊新时代带来的新博物馆. 澎湃新闻 .2018-05-18

MUSEUM

實踐
展覽





博物馆展陈的交互方式研究

传统博物馆展陈设计中展品被放在首要位置,新时代的博物馆设计理念则由原来的以物为本开始向以人为本转型,交互越来越多地作为展示手段存在于博物馆展陈设计中交互式展陈方式以观者视角为主,引导其主动与博物馆互动,唤醒他们的求知欲。

博物馆一词源于希腊语 Mouseion,原意指供奉希腊女神缪斯(Muse)的“缪斯馆”。早期博物馆的展陈方式主要分为壁橱式、纵向推进式和年谱式。传统博物馆展陈设计中展品被放在首要位置,这种展览方式因忽略观者需求往往显得单调无趣。这种方式下展品与观者的关系相对静止,所以博物馆在成立初被当作一个收纳历史文物、民族文化遗产和自然遗产的实

体仓库。

随着时代的发展,博物馆不仅肩负获取、保存和推广藏品的职责,还要准确地建立和传播文化。列夫·曼诺维奇教授曾说过:“19世纪的‘文化’由小说定义,20世纪的‘文化’由电影定义,而21世纪的‘文化’将会由交互界面定义。”狭义的“交互”是指人与设备、系统、网站等的直接或间接的通信过程。“交互设计”指设计用于支持人们日常工作、生活的交互式产品。广义来讲,交互指一切存在物的相互作用与影响。交互设计是“人类交流和交互空间的设计”。

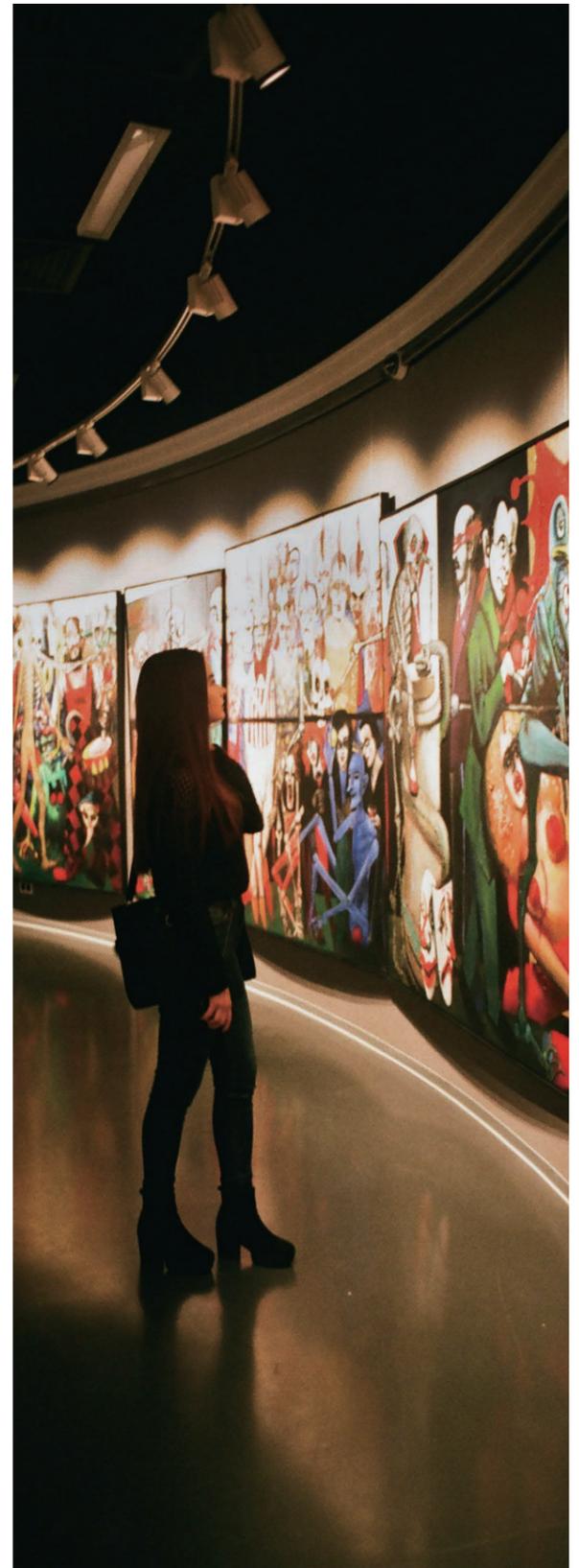
从台式电视机到笔记本电脑,从固定电话到各类手机,从投影布幕到3D影院我们的生活充斥着各种

数码产品,我们的眼睛逐渐被各种数字影像占领,这一切的发展改变了人们的日常行为与需求,也给展示行业带来了颠覆性的转变。为了使公众更好地接收文化讯息,博物馆在深入发展教育职能的同时开始重视其交流和娱乐性,让观者在参观过程中能够手脑并用。设计理念由原来的以物为本开始向以人为本转型,交互越来越多地作为展示手段存在于博物馆展陈设计中。关于博物馆展陈中的交互设计,美国波士顿儿童博物馆有这样一个形象的说法:“我听了,但我忘了;我看了,我记住了;我做了,于是我明白了。”博物馆对观者传递信息的方式不再单向而是以观者视角为主。

引导其主动与博物馆互动,唤醒他们的求知欲。一、数字化交互体验设计对博物馆展示空间的影响目前数字化交互体验设计在参观的方式、设计逻辑、展示的内容和容量等多个方面都有了一定的突破,由传统静态的、孤立的陈列向动态、关联的数字化交互体验上转变,为参观者提供一个多维的参与空间,促使观者自发地互动和思考,不仅可以通过实地参观式体验,还能通过网络移动端虚拟的方式参观数字博物馆来满足学习的需求。“新博物馆的展示理念即致力于营造一个自由舒适的展示空间,由观众自己通过自身的听觉、视觉、触觉、嗅觉甚至味觉来体验陈列所要传达的主题和每一件展品的内涵。”数字化交互体验设计在博物馆展示空间中的介入,更加注重人的参与,是一种互动的实现过程,这里所说的交互不仅包括人与人的交流,还包括人与空间的交互以及空间与环境的交互。这也是顺应体验经济的时代的需求,促使交互设计在现代博物馆展示空间设计中的广泛应用。

博物馆展陈交互方式

博物馆展示空间的侧重对象由“物”到“人”的转变传统博物馆展示空间的设计主要是围绕展品而呈现出的视觉效果,通过对展台陈列和灯光效果的别致设计增添展品本身的吸引力。空间的展览形态很大程度上会受到展品形式的影响。新媒体时代下,交互





体验设计也逐步运用到传统的博物馆展示空间中,其展示手法多样化,从视听设备、灯光的操控和数字化交互设计的运用,共同营造了一个相对动态的展示空间,使其设计的重点由对空间、展品等“物质实体”的关注上转向对“人”的关注,更好地吸引参观者的注意力,关注人的参观需求,增加信息传达的高效性,同时也试图解决着人与物、人与空间及人与展示技术之间的关联。作为世界上最大的收藏装饰艺术之一的库珀·休伊特国家设计博物馆 (Cooper Hewitt Museum) 在过去三年的重新设计中更多的增添了科技感的数字化交互体验的展示方式。巧妙地运用数字笔“ThePen”作为媒介,看似简单的交互工具。但是功用却十分强大。参观者可以利用它扫描展品的标签获取信息,并建立自己的虚拟收藏,还可以使用这支笔在触摸面板上选择数码的图案样式随意勾勒将其投影到墙面上。并且设置为墙纸实现电脑与墙面的多种互动。这种创意性的沉浸式体验空间极大地丰富了参观者的视觉感知。

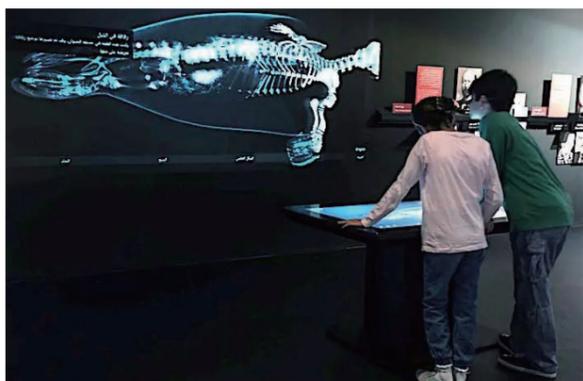
参观者作为博物馆展示空间中的主体,在交互体验中可以感受到时间的流逝和空间的变化。“人”作为交互体验设计的起点和终点,其灵魂来自于以人为本的用户体验设计,设计师不断地挖掘用户的参观需求,在设计过程中加入用户体验环节,使用户在参与交互体验的过程中达到深层次的、近乎完全融入的沉浸式状态。展示空间的交互设计会影响观者的情绪状态,开放式的交互体验设计有助于参观者充分理解展示

内容,空间环境的整体营造也带动参观者不自觉地进入设定的展示情节中。

参观者需求由“被动”到“主动”转变

体验经济的到来,信息传播媒介的不断更新迭代,参观者的审美观念也逐步提升,渴望在展示空间中获取更多样化的感官体验来满足精神需求。现代博物馆的展示空间已经不再是传统意义上仅供展览学习的参观式展览空间,而是由“静态”的陈列展示转变为动态可参与的展示模式,通过数字化的交互体验设计从更多的渠道获知展示信息,调动观者的参与欲望,由简单、被动接受信息的单向交流转变为积极、主动参与的状态。根据展示主题的不同,从听觉感官到视觉感官,不断尝试营造更加满足观者需求的交互设计环境。在体验环节为他们带来更多的乐趣,达到信息高效的传播,不断激发参与者的的好奇心。探索新的体验。参观者的主动参与有利于设计师从观者的角度出发,思考他们的“意识流”使得展览想要表达的意图更加容易让人接受。博物馆展示空间逐渐脱离图文说明、辅助展品等静态的被动教育模式多采用超体感技术为支撑的交互体验设计,以触屏、多屏互动、移动终端等技术增加展览过程中的可感、可触的操控体验,吸引观众主动的求知欲。

博物馆展示空间功能由“收藏、展陈”到“互动交流”的转变博物馆展示空间的功能在原先的收藏、展陈的基础上逐步增加了交互体验的数字化展示技术,由原



先单向乏味的信息传播转变为交流互动的双向体验。

从参观者的角度出发,将数字符号转化为视觉、听觉、触觉等能识别的感知信息,越来越突出人性化的展览特征。随着交互体验理念的加入,逐渐改变了传统博物馆的信息传播方式突破了实在的建造空间,拓宽了展示的延展性,更多地强调设计具有参与性的互动传播体验空间。博物馆展示空间中更多地采用各种声光电等高新技术给人以身临其境的超感官体验。让观众通过聆听、触摸、操作等方式获取知识,在交互体验过程中最大程度地激发公众的创造力,构建人与空间、展品交流互动的桥梁。

展陈形式的物质与精神创新

博物馆展陈的物质创新博物馆展陈形式的物质创新指的是展项物质化的创新,主要有趣味化、人性化、互动化、情感化、科技化的特征,这就需要打破展览的技术界线,创造新的展陈形式。比如说当前比较流行的互动多媒体,它基本就符合上述特征并深受观众的欢迎。但博物馆的多媒体展陈辅助手段也要不断创新和突破,不能是简单的屏幕投影。在日本,他们的多媒体展陈如幻影方式,已经将大型卡通幻影与真人实景演出立体电影方面也实现了机器人与真人同台演出,其展览效果已被大众所认可。由此可见,展陈形式物质创新在于重新组合组合之后的展陈手段就是创新。将这些创新拆分开来其中的技法都是我们所熟悉的,但根据故事线索重新整合后效果就有很大的不同了。

交互式展览形式不仅具有知识性、趣味性、科学性,最主要的是它还具有互动性,互动能够增强观众的视觉效果,重构参观者的知识世界,增强对展览内容的理解和回忆。

博物馆展陈的精神创新

博物馆展陈形式的精神创新。是通过交互式展项来影响观众精神意识的创新,它利用精神形式和个性风格的创新来实现对观众意识上的引导。博物馆交互式展陈形式是现代博物馆展陈设计的发展趋势,作为博物馆的设计师,他需要在特定的展陈环境中,采取交互形式,通过具体的媒介手段把信息传递出去,观众在参观的过程中就可以接受到信息,这样,博物馆的展陈就与观众形成了互动。这种信息的传递不是简单的发与收。而是一种信息处理与调整的主观的交互式传递。

结语

当代博物馆从诞生之初的“以物为中心”到今天的“以沟通为中心”。经历从收藏、展示、研究到教育、休闲、服务的蜕变,如何让科技服务与当代博物馆的展陈,建立完善的社会信息平台,成为人们精神依归的场所,是当代博物馆应承担起的社会职能。体验经济时代下的博物馆展陈借助智能交互技术,为展品注入了生机与活力。增进了人与展品的协调与亲和,为观众提供了个性化的体验服务。让人们在接受知识的同时留下美好的情感体验。这也正是设计关怀的最佳体现。 

参考文献:

- [1] 付琳,张雯. 多媒体虚拟博物馆的现实与将来 [C] // 第三届交互设计国际会议论文集南京:江苏凤凰美术出版社.2014:116—124.
- [2] 黄鑫,李女仙当代博物馆展示中的交互设计方式. 装饰, 2011(04):104—105

文旅融合背景下的 博物馆旅游发展思考

摘要：

“宜融则融，能融尽融，以文促旅，以旅彰文”是新时期文化和旅游工作的基本思路。博物馆作为“文化的中枢”，文化形态多样，是公共服务的重要阵地。面向未来，博物馆拥有独特且丰富的文化旅游资源，伴随旅游市场的快速发展，必须将文化公共服务与旅游发展有机结合，构建旅游与博物馆文化保护、开发、传承之间的良性互动，创新博物馆发展模式，提升旅游品质。

经过对博物馆与博物馆旅游、国内外博物馆旅游及国内博物馆旅游存在的问题的梳理研究，阐释国内博物馆旅游的发展机遇，兼并思考未来博物馆旅游发展路径。

一、前言

博物馆既是公共文化服务的重要阵地，又是旅游发展的重要载体。改革开放 40 年以来，各领域推进全面深化改革，我国博物馆事业发展取得显著成绩。博物馆是保护和传承人类文明的殿堂，是连接过去、现在、未来的桥梁。党的十八大以来，习近平多次就文博工作发表重要论述、作出重要指示批示，为新时代文博事业发展指明方向 [1]。

一直以来，博物馆拥有独特且丰富的文化旅游资源，在留存历史文化、展示民族风情、传承优秀传统文化等方面发挥了巨大的作用。

近年来，我国进入大众旅游时代，旅游经济持续保持高于人均国内生产总值的快速上涨，国内旅游市场和出境旅游市场稳步发展，博物馆游、科技游等新型文化和旅游业态已成为推进全国文旅休闲消费提质升级的重要组成部分 [2]。

面向未来，伴随旅游市场的快速发展，必须将公共文化服务与旅游发展有机结合，构建旅游与博物馆文化保护、开发、传承之间的良性互动，创新博物馆发展模式，提升旅游品质。

再者，博物馆旅游在给人民群众带来获得感、幸福感，成为人民向往美好生活一部分的同时，自身也面临新的发展机遇和挑战。

二、博物馆旅游研究综述

（一）博物馆与博物馆旅游的关系

2016 年，习近平主席向深圳召开的国际博物馆高级别论坛致贺信中指出：“中国各类博物馆不仅是中国历史的保存者和记录者，也是当代中国人民为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗的见证者和参与者。”具有独特精神标识的博物馆在对中华优秀传统文化进行创造性转化和创新性发展方面发挥着巨大的作用。

博物馆在现代意义上是指“一个为社会及其发展

服务的非营利的永久性机构，并向大众开放。它为研究、教育、欣赏之目的，征集、保护、研究、传播并展出人类及人类环境的物证。[3]”博物馆是一个机构，一个场馆，作为公共文化服务的重要阵地，对当代的人们有天然的吸引力，可以帮助观众穿越时空与历史对话，又可以向公众传播科学文化知识，提供社会教育服务。而旅游业是综合性产业，是 21 世纪最具朝气与活力的产业之一。

伴随着国家文化和旅游部、各级文化和旅游行政部门的成立以及文化旅游市场的快速发展，一大批文化旅游、科技旅游、研学旅游、休闲旅游、定制旅游等旅游形态逐渐兴盛。博物馆游是文化旅游的关键一环，在培育新型文化和旅游业态、丰富特色文化旅游产品、促进全域旅游发展、构建文旅产业融合互通、促进文旅消费等方面将发挥重要作用。

旅游是文化传播最直接的方式和介质，博物馆与旅游有着天然的联系。随着时代的发展，游客知识层次、旅游行为和经济能力都在发生着变化，对于景区建设、博物馆发展也提出了不同以往的需求。从融合发展的角度来看，博物馆旅游是以博物馆场所和博物馆内容为依托和载体，以文化为核心吸引物，将文化活动和游览观光有机结合，把一般的旅游观光上升到高文化含量的文化体验。

博物馆未来发展需以大众旅游需求为导向，树立“博物馆 + 旅游”发展理念，既要围绕展览和特色教育项目等核心文化资源，建设适应发展的博物馆旅游营销体系，又要优化布局，不断强化旅游服务设施建设，切实发挥博物馆文化中枢和旅游平台的作用。

（二）国外博物馆旅游研究简述

国外博物馆旅游研究初始于 20 世纪 20 年代，而后的 50 年间，博物馆学研究与旅游研究结合得更加紧密。80 年代开始，国际博物馆对于遗产保护、文化发展和环境变化有了新的认知，博物馆旅游开始对博物馆公众有了更多的关注和关心，这为博物馆旅游从理论走向现实奠定了发展基础。这个阶段的博物馆旅游主要从博物馆功能、设施、旅游者行为研究、满意度





研究以及二者的关系展开。

英国莱斯特大学博物馆学院教授理查德·桑德尔(Richard Sandell, 1998)认为,博物馆作为一个具有社会凝聚功能的机构,能促进社会的平等、和谐发展;弗朗斯·肖滕(Frans Schouten, 1995)对于提高游客满意度进行了分析和归纳;罗杰·佛汉(Roger Vaughan, 2001)对游客反馈的博物馆形象进行了探讨。

另外,还有大批博物馆和旅游领域的学者把重心放在了二者关系上来,论文和专著大多从旅游营销、功能延伸、游客体验、社会服务等内容展开,但是真正从文化提升旅游品质,旅游促进文化创新发展切入的论述并不多。

国外博物馆旅游研究是博物馆研究的重要组成部分,具有以下几方面特点:

一是运用多种研究方法,从供需方面对旅游者的心理及行为模式进行了较多的分析和考察;

二是从二者的相互关系与作用入手,逐渐构建起现代博物馆旅游发展的基本体系和未来计划,并试图提出在世界范围内博物馆旅游的性质、特点与发展走势;

三是对博物馆参与市场竞争、成为旅游经济主体等内容进行了全面的论述[4]。

(三) 国内博物馆旅游研究简述

博物馆旅游研究在国内仍属于相对较新的内容,国内真正意义上的博物馆旅游研究始于 20 世纪 90

年代末期,落后西方国家近 20 年时间,且研究深度和广度仍有较大差距。

国内博物馆旅游研究与旅游市场发展密不可分,研究起步虽晚,但立足博物馆发展和旅游市场发展的国情,经过近 30 年的努力,对博物馆旅游的规律把握和未来发展也有了充分的思考和认识。

博物馆与旅游最初结合是在场馆建设与旅游功能开发方面[5],后来认识到需要强化和开发博物馆的休闲娱乐功能。博物馆旅游发展过程中,一直存在观念落后、设施陈旧、体制落后、宣传营销不足、工作人员服务意识较差等问题[6]。同时,博物馆作为特殊的文化机构,以公益性为主,又涵盖一定的商品性[7],在开发博物馆旅游时仍要追求社会效益的最大化,与经济效益共生互动,相互促进。

总结来讲,国内学者在博物馆旅游方面,关注较多的是文化和旅游行政部门融合、博物馆教育与休闲娱乐、博物馆营销、博物馆文化资源开发与转化以及博物馆公益属性与经济属性的关系等内容。这些研究对博物馆旅游进行了概念定位、资源梳理和数据分析并提出发展对策,但在学科建立、规律性研究、发展趋势研究等方面仍处于初级阶段。



(四) 国内博物馆旅游存在的问题

近年来,在政策引领、消费升级和博物馆自我转型过程中,“博物馆热”持续升级。以北京故宫博物院、中国国家博物馆等为标杆的博物馆事业出现前所未

有的快速发展,人民群众对博物馆的关注参与程度显著增强,博物馆工作方式不断创新,精品展览迭出,博物馆在对外文化交流中也扮演着越来越重要的角色。

与此同时,博物馆发展面临新的社会环境和受众群体,伴随着文化生态、业务运行、服务模式、全球化引领的发展和变革,博物馆旅游领域仍存在着基础理论研究起步晚、发展慢;博物馆旅游价值发挥不明显,现代化程度不够高,信息化建设不够完善,大数据资源欠缺;产品开发良莠不齐,缺少宏观整体的合理规划;博物馆旅游资源丰富,但缺乏有效的资源配置手段,资源梳理和利用效率整体不高;博物馆领域发展不平衡不充分;城市建设与城市旅游吸引力和服务能力较差,博物馆品牌效应不明显,对于都市旅游业的整体贡献率较低等问题。

三、博物馆旅游的时代机遇

(一) 文博旅游正成为满足人民群众对美好生活新期待的重要组成部分

习近平高度重视文化工作,多次参观考察国内外不同类型和主题的博物馆,明确提出要让收藏在禁宫里的文化、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。随着全民小康和全面脱贫时代的到来,人均可支配收入稳步提升,基本型消费逐步升级为发展型和享受型消费,消费者文化消费需求日益强烈,博物馆旅游关注度和服务人次持续增长。

近 20 年以来,中国博物馆持续快速发展,2008 年全国共有博物馆 2970 座,2017 年增长到 5136 座,平均每年新增 240 座。截至 2016 年,共收藏藏品近 3600 万件(套),举办展览 2.2 万个,年均接待观众 5-6 亿人次。根据中国政府的规划,2020 年全国要达到每 25 万人拥有一座博物馆。

据统计,仅 2018 年国庆假期,超过 90% 的游客参加了文化活动,超过 40% 的游客参加了 2 项文化游览活动,前往博物馆、美术馆等文博单位的游客达到 40% 以上,37.8% 的游客花在文化游览的停留时



间为 2-5 天。携程的博物馆游、途牛的文化精品游陆续受到大众的青睐和追捧,可见文博旅游已经成为人民群众旅游活动的重要组成部分。

党的十九大对于我国社会主要矛盾的变化进行了论述,对于各领域发展理念、质量和效益提升也提出了新的要求。就博物馆事业而言,随着博物馆免费开放逐步推进,全国博物馆办馆量、展览举办量、教育活动场次和年参观人次呈现跨越式增长,博物馆营销、博物馆文化创意产品营销等也成为文化文物单位的创新发展典范。

据统计,文博单位参观人数从 2001 年的 1.13 亿人次提高到 2017 年的 11.48 亿人次,增加了 9.2 倍。另外,仅 2017 年,全国共接待入境旅游者 1.39 亿人次,国内旅游者 50 亿人次,全国旅游总收入为人民币 5.4 万亿元,博物馆旅游在展览、产品和服务方面发展空间巨大。

博物馆旅游在旅游产业和文化产业获得重要发展的前提下,其规模和影响力也在迅速提升,给人民群众带来的获得感和幸福感不断增强,正成为满足人民群众对美好生活新期待的重要组成部分。

(二) 机构改革推进、政策红利凸显,为博物馆旅游发展营造良好氛围

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体,文化和旅游融合已成为现实社会发展的必然要求。2018 年 3 月,国务院机构改革方案提出组建文化和旅游部。同年 8 月,《文化和旅游部职能配置、内部机构和人员编制规定》出台,截止到 12 月,全国 31 个省(市)文化和旅游厅(委)挂牌全部完成。2019 年 3 月,市县领

域内机构改革全部完成。

随着机构改革的推进,国家文化和旅游部确立新时期文化和旅游“宜融则融,能融尽融,以文促旅,以旅彰文”的工作思路,为文旅融合、文化建设和旅游发展提供了坚实的制度和体制支撑。

在国家政策和制度规划层面,近几年国家相关部门出台了系列政策性通知和意见。《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》[9]明确了博物馆在宣传和传播先进文化方面的重要作用,免费开放可为公众提供更多、更好的公共文化产品和服务,吸引大批游客走进博物馆。《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》[10]指出文化创意和设计服务贯彻经济社会各领域各行业,要促进产品和服务创新,也为后来“博物馆热”奠定了产品基础。

另外,《关于进一步加强文物工作的指导意见》《国家文物事业发展“十三五”规划》《关于加快发展旅游业的意见》《关于促进旅游业改革发展的若干意见》等政策意见也为丰富博物馆旅游内涵、创新博物馆旅游产品、促进博物馆与旅游扶贫、非遗扶贫深度融合等提供了政策保障、方向指导和实践路径,营造了良好的社会共建共享环境氛围。



四、博物馆旅游的发展路径思考

博物馆是文化展示和文化服务的重要载体 [11],博物馆旅游是文化事业、文化产业与旅游业融合的主要形式,在政策驱动、理论支撑和实践发展的基础上,我国旅游市场快速发展,博物馆旅游体系日益完善,

在提供文化服务、旅游产品、旅游休闲和满足人民群众对美好生活新期待方面发挥着重要的作用,但其发展也面临新的机遇和挑战。

(一) 坚持以人民为中心的工作导向,创造具有国际视野和中国特色的博物馆旅游文化

文化和旅游部部长雒树刚在 2018 年 12 月 25 日举办的全国博物馆工作座谈会上指出,博物馆在经济社会发展中的作用持续显现,给人民群众带来的获得感、幸福感不断增强,已经成为人民向往的美好生活的一部分。同时强调,博物馆发展必须坚持中国特色社会主义文化发展道路,牢牢把握博物馆工作的正确方向,坚持以人民为中心的工作导向,不断满足人民群众对美好生活的新期待 [12]。

当前,中国博物馆事业发展呈现出良好态势,发展成就受到国际社会的高度关注和赞誉。博物馆及其所代表的文化正在展开一场全球化运动,主要表现在一些国际著名的博物馆纷纷制定了全球化发展战略,相继在异地甚至他国开设分馆 [13]。北京故宫博物院、中国国家博物馆、广东省博物馆、南京博物院、三星堆博物馆等国内一线博物馆在开设分馆国际合作、馆际交流等领域深入推进,起到了引领和表率作用。

在新的历史条件下,博物馆正在一步步走向市场,处于竞争激烈、全球化发展的市场化的环境中。这是文化体制改革和不断深化的大众文化旅游消费观的改变产生的必然结果。

因此,伴随着文化和旅游融合走向纵深和发展路径更加清晰,更要坚持博物馆旅游的正确方向,跳出“小旅游”理念,形成“大旅游”格局,立足自身馆藏特色和城市文化发展,着力推进理念融合、产业融合和市场融合,创造具有国际视野和中国风格的特色博物馆和博物馆文化。

(二) 坚持“内容为核”的发展理念,提高文化旅游消费品质

要解决博物馆旅游发展中客观存在的不平衡不充分问题,最根本的是通过供给侧结构性改革,坚持“内容为核”的发展理念,扩大有效和中高端消费



供给,切实提高文化消费品质,满足多样化的博物馆旅游需求。这里所说的核心内容,从供给侧的角度来看,主要包括博物馆的展览和文化创意产品的开发两方面。

展览是博物馆工作的主责主业,也是核心文化内容,无论藏品还是研究,归根到底都要为展览服务,都要支撑和服务于展览。打造策展品牌,强化策展才能,提高博物馆工作的核心竞争力,多元的展览主题、丰富的展览形态,分主题、成系列、成规模、有计划的精品展览才能让观众有得看、有得玩、有得聊,期待而来、满意而归。

从文创产品层面来讲,它是蕴含丰富博物馆精神内容沉淀的文化商品,对其开发与推广,是博物馆深入挖掘馆藏文化资源、弘扬中华优秀传统文化、推动文化资源与现代生产生活相融合的重要途径和关键一招,也是让文物“活起来”和吸引高品质文化游客资源的重要一环。文创产品的开发必须关注藏品、关注非遗,让传统文化“动”起来,完美发挥博物馆文物的物质属性和精神属性。

近年来,从大英博物馆的盛装小黄鸭到北京故宫博物院的“萌萌哒”系列文具,从陕西历史博物馆的文物饼干到成都金沙遗址博物馆的小夜灯,越来越多的博物馆在文创产品上下起了功夫,帮助人们实现“把博物馆带回家”的基本诉求。

据不完全统计,2017 年度全国博物馆的文化创意产品开发收入约为人民币 35.2 亿元,开发文创产品种类超过 4 万种。这些创意十足、鲜活可爱的文创

产品逐渐成为人们爱上博物馆的新理由。在吸引大批游客走进博物馆、爱上博物馆的同时,这些有文化内涵和实用性较强的旅游商品既可满足游客的精神文化需求,向游客传播文化知识,也能极大地提高自身的产品附加值,打造具有自身特色的超级文化 IP,提升知名度和影响力,从而实现社会效益和经济效益平衡发展。

(三) 坚持融合共享的发展要求,促进资源有机整合

文化和旅游融合发展是社会发展的必然要求。博物馆与旅游融合不仅可以加强博物馆与社会各相关职能机构组织的沟通合作,深入了解游客不断变化的具体要求,举办不同类型的展览展示,还可以通过文创产品开发和“以展带会、以会促游”的展览展示在公共服务领域实现资源的软融合和产业发展的强融合。

博物馆和旅游的融合,是城市文化和历史文化的融合,也是城市文化和历史文化的传承与再创造,对于推进城市可持续发展,提高城市综合竞争力具有重要的作用。

在文化地标逐渐成为城市“网红”的发展期,越来越多的博物馆、文化馆、图书馆成为城市的核心吸引物和打卡地,对于塑造城市形象、深化文化内涵、提高旅游收益等发挥了积极的作用。



这就要求博物馆旅游不断创新发展模式,跳出博物馆场域环境,把“大融合”走向纵深,逐步实现博物馆与旅游、博物馆旅游与文化遗产保护、工业、现代服务业等跨界全要素的深度聚合与重组,相互促进、相互融合、相互宣传。

(四) 坚持科技引领的发展策略, 推进智慧化智能化数字化体验

科学技术是第一生产力, 博物馆走向技术驱动时代已是必然。传统的研发、品牌的培育、业态的创新, 都离不开科技的力量。随着互联网的快速发展和信息化时代的到来, 观众对展览数字化、产品数字化、文化内容数字化的要求不断加强, 博物馆会越来越成为文化知识的生产者、时代风尚的见证者和先进技术手段的应用者。

这就要求博物馆旅游必须按照国家文物局关于建设智慧博物馆的要求, 打破时空限制, 打破博物馆“围墙”, 将互联网、物联网、云计算、大数据、虚拟现实、移动通讯等新技术, 构建以信息、数据、互联为依托的智能比五官发展新形态, 实现藏品、环境、人员信息的“耳目通达”, 文化知识传播的“善解人意”, 观众服务的“无所不在”。

让博物馆能“说话”、说“文化话”、说“旅游话”。推进智慧化智能化体验, 不断调动观众口味、激发观众兴趣、增强观众体验粘性, 留得住观众的人, 进了观众的心, 把第一生产力的作用充分展示出来。



(五) 坚持现代营销的发展思路, 提高讲好故事的能力

博物馆事业发展同社会发展一样, 已经进入新媒体、自媒体和融媒体时代。博物馆旅游想要跟上国内旅游市场大潮, 必须做好博物馆旅游市场营销。

今天, 博物馆观众呈现多元化的特征, 博物馆市

场营销也必然出现多样化的趋势。现代市场营销离不开营销媒介和营销思路。在媒体融合新时代, 博物馆想要获得更多的关注, 吸引更多的游客, 产生更大的“流量”, 通过手段创新, 即使不进展馆、没有文物, 也同样可以运用平台和工具呈现文物的图像和传达文物的内涵, 关键是要积极回应观众, 更要学会讲故事, 调整运营方式, 优化营销思路, 培育一批复合型的博物馆旅游人才, 主动突破常规、“晒”出宝贝, 让博物馆和博物馆资源“火爆媒体”“火爆观众”, 主动营造良好的运营氛围。以北京故宫博物院为例, 通过《我在故宫修文物》《上新了, 故宫》等影视节目和纪录片将年轻群体的目光吸引了过来。

通过抖音、直播、“吐槽”等互动体验, 将故宫建筑、故宫形象等通过视觉化和分众化的思维呈现给广大网友。通过“故宫淘宝”新零售平台, 进行文创产品线上线下同步销售, 文创产品年收入突破人民币 10 亿元, 也让超千万的消费者成为粉丝, 其中 90 后占比超过 50%。

这些营销思维不仅吸引了社会关注, 传播了故宫文化, 还带来观众消费观念的转变, 通过文创产品将故宫文化带回了家, 产生了可观的经济效益, 契合文化和旅游融合的消费理念, 实现了事业和产业发展双赢。

对于博物馆旅游来说, 市场营销是一把“双刃剑”, 它既对博物馆的运营和发展起到积极推动作用, 同时也面临商业化的威胁 [14]。因此, 博物馆营销需牢记文化传承和文化引领基本使命和任务, 把握正确的理念和尺度, 以内容为支撑, 以科技为手段, 深挖隐藏在文物背后的人文精神, 不断提高讲好中国故事的能力。

五、启示与展望

新时期博物馆旅游要有新变化, 更要有新作为。不可否认的是, 文化要素逐渐成为对旅游者产生吸引力的核心要素, 文化休闲需求日渐凸显, 博物馆旅游之所以潜力无穷, 一是博物馆和所藏文物本身的价值



吸引, 更重要的是其背后所蕴含的人文精神、文化故事、文化基因和具有当代价值的文化精神。发展博物馆旅游是振兴博物馆文化、振兴城市经济与城市文化的共同需要和必然选择。

2019 年是文旅融合的开局之年, 站在时代的大风口, 政府将全面聚焦实施路径, 定将出台更多的指导性政府文件, 完善博物馆体制机制建设, 提高博物馆资源利用, 促进博物馆与旅游在理念、产业、市场和服务等领域的深度融合, 二者实现双向赋能和价值共创。各文博单位将携手共进, 不断探索文旅融合新路径、创新文旅融合新产品、寻求文旅融合新突破、满足文旅消费新需求。

期待博物馆旅游在科学研究领域不断深化发展, 在全要素资源方面深度聚合与重组, 在培育弘扬社会主义核心价值观和满足人民群众对美好生活的新期待等方面发挥更加重要的作用。e

作者简介:

苗宾, 男, 中央文化和旅游管理干部学院助理研究员, 教育学硕士, 主要研究方向: 文化和旅游融合。

参考文献:

- [1] 雒树刚. 在“新时代新气象新作为: 全国博物馆馆长论坛”上的致辞 [J]. 中国国家博物馆馆刊, 2018(5): 7-8.
- [2] 关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见 [EB/OL]. (2020-03-13). https://www.mct.gov.cn/whzx/ggtz/202003/t20200313_851857.htm

htm

- [3] 庄锡昌. 世界的博物馆 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 1993.
- [4] 王玲. 基于公共文化空间视角的上海市博物馆旅游发展研究 [D]. 上海: 复旦大学, 2010.
- [5] 李永乐, 孙婷, 华桂宏. 博物馆游客满意因素与价值追寻研究——以中国漕运博物馆为例 [J]. 东南文化, 2019(3): 118-126.
- [6] 陈来生. 休闲娱乐功能的强化与博物馆的可持续发展——以苏南地区为例 [J]. 江南社会学院学报, 2003(3): 60-64.
- [7] 王晓宇. 大连市博物馆旅游发展的瓶颈与对策研究 [J]. 边疆经济与文化, 2008(11): 15-16.
- [8] 王丽明. 博物馆的双重营销理念——关于博物馆公益事业与经济产业营销的思考 [J]. 中国博物馆, 2008(1): 79-83.
- [9] 关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知 [EB/OL]. (2008-02-01). http://www.gov.cn/gzdt/2008-02/01/content_877540.htm
- [10] 国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见 [EB/OL]. (2014-03-14). http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-03/14/content_8713.htm
- [11] 冯英杰, 钟水映. 全域旅游视角下的博物馆文化旅游发展研究——基于游客满意度的调查 [J]. 西北民族大学学报 (哲学社会科学版), 2018(3): 66-75.
- [12] 李瑞. 全国博物馆工作座谈会在京召开 [M]//2019 年中国博物馆文集汇编 (上). 中国博物馆协会, 2019: 9-11.
- [13] 王春法. 关于新时代博物馆事业发展的若干思考 [J]. 中国国家博物馆馆刊, 2018(5): 12-19.
- [14] 单霁翔. 博物馆市场营销是一把“双刃剑” [J]. 故宫博物院院刊, 2013(4): 6-19+159.

本文来源 《中国博物馆》杂志 2020 年第 2 期

MUSEUM

創新發展



创意赋能， 博物馆文创发展新路径

近年来，伴随着国潮兴起，以博物馆为生产主体的文创产品在消费市场独领风骚，迅速崛起。据统计，2021年12月30日晚，“运河出土小麦盆栽”在聚划算百亿补贴直播间首发，瞬间售罄。河南博物院推出的考古盲盒，过去的10个月时间里，卖出了约36万个，甚至还走出国门，出口到了加拿大，成为全球人民的“玩具”。2021年天猫双十一开售首日博物馆文创产品迎来爆发，销售额同比增长超400%。平台方面更是举办《国宝不止一面》考古盲盒活动，邀请河南博物院、甘肃省博物馆、洛阳博物馆、三星堆博物馆、苏州博物馆5大博物馆，联合李佳琦、晁然、金铭等头部主播，将博物馆文创的热度进一步推向高潮。

从2016年开始，国务院、文化部、国家文物局相继出台了多个关于用好文物开发文创产品的相关文件，充分表明已经将博物馆文创事业的发展上升到国家的文化战略高度。2018年6月，山东省文化厅等7家单位联合公布了《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的实施意见》，其中明确：“力争到2020年打造一批叫得响、拿得出的文化文物单位文化创意产品品牌。”

然而，博物馆文创是以博物馆为生产主体的文化商品，较之其他消费商品，也有其自身的独特性与局限性。博物馆文创热的背后存在着什么样的问题？如何开发适应时代发展的博物馆文创商品？这都是值得业内人士深入思考的问题。



可见，“博物馆文化创意产品”通过吸收和转化博物馆藏品所具有的符号意义、美学特征、人文精神等文化元素，同时关照消费者的精神与文化偏好，以创意重构产品的艺术价值、文化价值和娱乐价值，最终寻求面向市场的价值认同。

一、什么是博物馆文创产品

谈到博物馆“文创”，我们会想到很多不同的概念，例如“博物馆文化产品”、“博物馆文化创意产品”、“博物馆衍生品”、“博物馆纪念品”、“博物馆商品”等。这些不同概念在使用中并未被加以严格的区分，实际使用也比较混乱。在本文中，我们主要采取“博物馆文化创意产品”这一概念进行探讨。

“博物馆文化创意产品”，简称“博物馆文创产品”，“是指在博物馆商店或者电商平台销售的，创新性提取、运用馆藏文物的文化艺术元素设计、制作的融观赏性、纪念性、实用性为一体的特殊商品。”博物馆文创产品“以传播与弘扬先进民族文化和价值观为核心，以满足社会公众个性化文化需求，推动社会发展为导向，以文物藏品信息、历史文化知识、文物科学研究成果及其衍生品的创新性加工、利用为基础，以现代高新科技，特别是大规模复制和传播技术的应用为基本手段”，“通过与文化创意产业的结合，将创造性思维与博物馆馆藏文化进行结合，将文化和创意思维这两种抽象的意识相统一，并整合加工成带有博物馆文化特色的创意产品。”

二、博物馆文创产品的意义

1、博物馆文创产品弘扬文化自信

博物馆文创产品在原有博物馆展品、文物的基础上，通过大胆创新、衍生变化，并加入各种流行元素，开发出生动活泼、文化底蕴厚重的特色文创产品，以一种更为活泼、更为接地气、更贴近生活的方式传播了传统文化，用文化为生活添彩，增加了人们的文化自信

2、博物馆文创产品延伸和扩展博物馆的传播功能

文创产品是以博物馆文化元素为核心的消费商品，通过购买文创产品，实质上是购买的博物馆的文化信息。因此，文创产品与博物馆的展览、教育活动等一样，是博物馆的重要的传播媒介之一。

3、博物馆文创产品具备一定的教育意义

文化创意产品在社会教育目标上也发挥着重要作用，人们在驻足浏览和欣赏把玩文创产品的同时，历史工艺、审美等知识在无形中传递，从这个意义上说，文创商店和博物馆展厅发挥着同样的作用，成为博物



馆的展厅之一。

4、博物馆文创产品能够为博物馆带来一定的经济效益

通过开发文创商品,能够为博物馆带来一定的经济效益,这样的发展模式在国外较为成熟。以卢浮宫和大英博物馆为例,打开他们的官方网站可以清晰地看到线上商店的图标一目了然,被放到了显眼的位置,甚至与门票售卖同等。点进商店就可以看到,各种类型的博物馆文创产品覆盖了生活中的方方面面,价格从低到高各个消费层次都得到了满足。

三、国内博物馆文创产品开发存在的问题

国内的博物馆文创产品的开发虽然呈现一片生机勃勃之象,但是由于经营体制受限制、缺乏相关人才等综合原因,目前总体上大致处于探索、发展阶段,与发达国家相比仍存在较大差距。结合部分博物馆的文创产品开发现状,其开发存在以下几点问题:

第一,前期调研不够。文创产品也是一种消费商品,因此,要充分考虑市场需求,了解人们的物质和精神需求。有的博物馆文创产品开发是自说自话,直到产品投入市场,才发现不适合市场需求,造成遇冷。



第二,文创产品缺乏特色创意,大量雷同。诸如文化衫、U盘、书签、纸扇、明信片等产品在各博物馆文化创意产品的名头出现,只是多了一个名头,不能体现一个博物馆的精神内涵,文化附加值不大,对观众来说缺乏吸引力。

第三,博物馆文创产品结构不合理,无法形成系列。有些博物馆在研发产品前,对整体的产品架构没有规划,产品缺乏多样性,产品和产品之间缺乏联系、难以形成系列。

第四,经费紧张,经验缺乏,政策不完善。如今,博物馆大多是免费开放,经费来源主要依赖国家财政拨款,每年的经费一般只够维持日常运营,开发文创产品明显资金匮乏。另一方面在日常运营中,博物馆与市场接触机会较少,致缺乏文创产品营销经验。

第五,博物馆文创产品价格定位偏高。适合的定位能够为博物馆文创产品带来更多的顾客。

四、如何开发适应时代需求的博物馆文创产品

首先要明确博物馆的定位。博物馆文创产品最根本的功能应是“寓教于乐”,而不能只是“饱眼福”“供娱乐”,应能使受众从中更深刻认识中国文物的丰富内涵,从而激发公众自觉保护历史、传承文化。因此,做文创产品最根本的一点是要坚持“守正”——“寓教于乐”“乐中重教”,亦即:适时进行文创热下的理性思考与回归,守“传播历史文化遗产”之正,守“传承优秀民族传统”之正,守“正向引领社会发展”之正,守“博物馆社会公益服务”之正,坚持回归博物馆弘扬优秀历史文化、增进民族凝聚力的本义,而不应仅仅成为博眼球、赚流量、吸粉丝、聚钞票的昙花一现的网红产品。

另一方面,开发博物馆文创产品要重视创新,从产品开发、体制机制等多角度进行创新创意赋能,以打造适应时代需求的博物馆文创产品。如何让考古与文物不再是“神秘仰望”?如何让文物活起来?这是河南省博物院院长马萧林一直在思考的,在其看来,这个“活”字有两层含义:一是让文物走出“深闺”,只有动起来,才能更多地走近群众;二是让文物走进百姓生活,把“文物”带回家,“想让文物火起来,必须吃透两头”,既要吃透文物背后尘封千年的历史,解读深厚的文化



意蕴,做到胸有丘壑、眼有星辰,又要吃透群众的心理,精准分析百姓的喜好,找准结合点,激活兴奋点。“博物馆要真正放下包袱,和年轻人进行真诚的交流和对话,在内容和形式上进行有趣的创新。”马萧林曾在不同场合多次提到。

1、博物馆文创产品的开发设计创新

从最初的简单复刻到现代的多样化跨界,博物馆文创产品已经走过了四个阶段,并逐步呈现百花齐放的成熟态势。

1.0版 复印文物形象,简单叠加

1.0版的文创,通常是将文物按一定比例仿制,或者是将文物的形象、博物馆建筑图案、logo的元素直接印制到产品上面。其中,仿制品只有纯观赏性功能、缺乏实用价值,且定价较高,常有观众高呼“买不起”。总体来说,1.0版的文创,跨界幅度比较小,产品带给公众的吸引力不足。

2.0版 提取文物元素,创意生活

2.0版的文创少了“冰冷”,多了“鲜活”,开始留意提取文物中吸引人的元素进行产品设计。2.0版的文创,产品使用场景逐渐生活化,一个个既有颜值又有实用性的文创陆续走红。胶带、镇尺、手机座、帆布袋、

雨伞……这些产品颇具个性的时尚感,既符合了现代人的审美需求,又满足了人们穿越时空的愉悦感,成功吸引了公众对博物馆文化的关注。

3.0版 脱离文物本体,挖掘内涵

打破次元壁,玩转流行文化。随着博物馆跨界品牌授权合作的深入,各种各样令人耳目一新的“博物馆+”纷纷出现:+餐饮、+科技、+金融、+美妆、+旅游、+游戏……



如,中国国家博物馆与欧莱雅联名推出的《千秋绝艳》系列口红,将五种“明星色号”与五位“古典美人”相对应,将中国古典优雅感融入美妆;故宫博物院与网易游戏联合开发的手机游戏《绘真·妙笔千山》,以《千里江山图》为创作蓝本,玩家如身临其境,一秒穿越回北宋的大好河山;三星堆博物馆在微信表情商店上线“古蜀萌娃”等;

4.0版 打破文物局限,拓展外延

4.0版的文创,不仅是对于博物馆原有内容的开发,还尽力扩大其外延,实现价值的自我创造,是跨界合作的又一次“升级更新”。4.0版目前是博物馆文创跨界合作的高级阶段,此时的产品已不再是1.0版的文具、包包,而是深挖了博物馆的文化潜能,跨界合作更系统、科学、拥有着较为成熟的运作体系。

例如,敦煌研究院将自家文创中心分为“如是敦煌”“念念敦煌”“星空下人类的敦煌”三个子品牌,分别来挖掘阐释敦煌艺术、对外品牌合作和组织举办公众活动;将反弹琵琶、飞天、骆驼、藻井、九色鹿、菩萨等特色元素融入文创中;跨界合作启动“数字丝路”计划,推出敦煌动画剧、“敦煌诗巾”小程序等数字产品,形成了网络时代文创产品开发新模式,用大众喜闻乐见的方式,生动解读了跨越千年的壁画故事。

2、博物馆文创产品的运营创新

一个成功的文创产品,从创意设计到生产质量把控,从市场宣传到销售渠道,任何环节缺一不可。如何通过资源整合,建设完善的文创运营体系,是博物馆文创团队要考虑的结构性问题。

一是建立多渠道的产品销售

博物馆文创产品的销售场地多在博物馆内,有博物馆的“最后一个展厅”之称,因此其销售量受到参观数量的影响。在网络、交通日益发达的今天,开设博物馆文创产品网店,与购物网站合作;在火车站或飞机场设置博物馆文创产品店,展现城市的文化风采;南阳博物馆首创的“博物馆商店联盟”运营模式。

二是要充分利用媒体宣传

文创产品的宣传对产品的销售和博物馆品牌也具有一定推动作用。在信息快速传播的时代,利用媒体的宣传如报纸专刊、电视节目、各种公众号等,达到广而告之的目的,能够强化文创产品的品牌效应,有助于加强博物馆的文化,吸引更多的人来关注博物馆文创产品。

三是通过在博物馆开展活动,举办展销会

博物馆利用自身的资源优势,开展讲座、鉴定、研讨会等活动吸引人员,彼此之间相互学习和交流,同时利用机会展览、宣传、销售文创产品。

以陕西历史博物馆为例,陕西历史博物馆的文创



开发由自主研发、合作开发、授权开发三种主要模式组成。

·在销售策略上,健全的销售渠道(线上营销与线下营销相结合)和合理的产品定价是最为关键的两个环节。有产品,有渠道,陕西历史博物院同样重视宣传策略。

·在宣传内容上,以陕西历史博物馆重要展览、特色馆藏为主。在宣传理念上,活用多种媒体形式,在传统媒体上坚守阵地,在自媒体上灵活运用,在新媒体上强势引进。

·在宣传思路,进行“广联络”“强聚焦”“多角度”“全过程”“深合作”全方位宣传。

3、博物馆文创产品的体制机制创新

各地博物馆进行文创开发时,都遇到了这样那样的难题。国家文物局博物馆与社会文物司科技处副处长吴寒分析,究其根本,可以归结于四方面的原因:一是博物馆长期以来依赖财政拨款,自我发展意识和能力不强;二是各地区、各个单位落地受益政策等制度不明确,无法将文创收益与自身利益挂钩,导致文化创意产品开发工作积极性不高;三是缺乏专业化的开发团队和制作生产链;四是缺乏对厂商的筛选和质量监督机制。而从从业人员认为,说千道万,最大的难题,还是现有体制机制未能充分调动积极性的问题。

第十二届广东省人大代表、原广州市非物质文化遗产保护中心书记肖东指出,由于大型博物馆大都是公益性质的国有单位,财务制度和程序上由地方财政监管,博物馆进行具有经营性质的文创工作,势必涉及经营资格、经营主体、资金来源、收入处理、博物馆知识产权的授权等一系列问题由于缺乏明确规定,博物馆不敢放开手脚进行文创开发。

因此,博物馆文创产品要得到充分的发展,仍然需要积极的政府和政策支持,推进博物馆文创产品

开发的体制机制创新。

对此,全国各地也做出了积极的尝试。2018年6月5日,北京市发布《关于推动北京市文化文物单位文化创意产品开发试点工作的实施意见》,提出文化文物试点单位可从文化创意产品开发取得的净收入中提取70%及以上奖励开发工作人员。

2022年5月5日,江苏省《关于推进博物馆改革发展的实施意见》(以下简称《实施意见》)正式印发。《实施意见》提出,要创新体制机制,从有效提高博物馆治理能力的角度,提出“三权分置”、政府投入+慈善公益(基金会)、“大馆带小馆”等新发展模式,探索博物馆公益单位与市场机制相融合的务实举措,以社会力量“活水”为博物馆发展带来“活力”。^[e]

参考文章:

从1.0到4.0博物馆文化借助跨界文创不断破圈走近大众——海报新闻

我国八大博物馆的文创发展之路——文化在线



博物馆数字科技转型策略

博物馆是收集、保护、陈列和研究代表人类历史文化记忆文物的重要载体，是连接过去与现在，是保护、传承与弘扬传统文化的重要公共文化场所。近年来，随着数字化技术日益成熟，多地博物馆纷纷加快数字化建设，利用数字科技技术，打造数字化文物保护、线上线下展陈互动与体验，以此拉近文化遗产与公众之间的距离，吸引越来越多参与文物在线数字化互动，体验博物馆线下“打卡”。

中宣部、国家发改委、教育部、科技部等部门日前发布《关于推进博物馆改革发展的指导意见》，提出优化传播服务，推进博物馆大数据体系建设，加强与融媒体、数字文化企业合作，创新数字文化产品和服务，大力发展博物馆云展览、云教育，构建线上线下相融合的博物馆传播体系。

一、数字化助推博物馆文化的保护、传承与弘扬

保护：

文物数字化是数字科技体验的前提与基础

文物数字化包括二维数字化和三维数字化，其核心是重要的是数字化标准。在二维数字化标准方面，

2014年，科技部批复设立了《文物数字化保护标准体系及关键标准研究与示范》项目，研究制定文物数字化保护标准体系框架标准，核心元数据标准。在三维数字化方面，2020年9月，由北京市文物局发布的北京市地方标准《文物三维数字化技术规范-器物》初稿，并公开向社会征求意见，该规范从器物三维数字化的基本要求、技术方法、工作准备、数据采集、数据加工、

成果制作、成果提交等方面，就总体技术要求、具体技术指标、工作流程、作业要求、质量控制、成果检查等做了规范。各地也在陆续探索出台相关标准规划。在统一标准规范基础上，相关部委也在大力加强博物馆数字化资金扶持。2021年5月九部委联合出台《指导意见》提出，大力发展智慧博物馆，向财力困难地区倾斜，加强预防性保护和数字化保护项目支持。

传承：

以沉浸式、体验式互动场景占领游客心智

以深入挖掘和弘扬馆藏文物的文化价值为核心，在保护博物馆文化设施以及文物2D、3D数字化的基础上，综合运用全息数字演艺、户外影像媒体、虚拟智能交互、情景仿真与认知、自然地理仿真、奇境制造系统、仿生机交互、虚拟视觉与信息可视化等数字科技手段，以数字化技术、场景化情感体验，激发游客心里的家国情怀，激发现代人与前辈先人的情感共鸣，既拉近了博物馆与观者之间的距离，又可以全方位展示博物馆与藏品的风采。

以虚拟现实、增强现实讲解；数字化复原；体验式展品互动；故事解密型博物馆参观体验；乃至以数字化形式展示暂时无法展出的藏品，加强馆藏文物与游客之间的互动。以现代数字科技与文化创意结合的藏品表现方式，带给观众新奇的博物馆体验与感受，使各年龄层，尤其是年轻人群，对博物馆展览产生好奇心与观看欲望，是博物馆文化传承的重中之重。

弘扬：

打造线上线下文化IP，突破博物馆文化弘扬的物理边界

以提炼IP故事、营造IP场景、打造体验式IP产品，探寻博物馆馆藏文物的时代价值，促进传统文化形象与文化精神的活化与弘扬。以“云展览”“云直播”“云游戏”等形式，打造线上文化体验。同时，开发博物馆文创产品，拓宽博物馆数字化以及文物活化与弘扬的思路。以现代艺术与文物历史艺术相碰撞，激发文创火花，挖掘馆藏资源的文创潜力，推动博物馆公共文化传播事业与地方文化创意产业的有机融合发展。

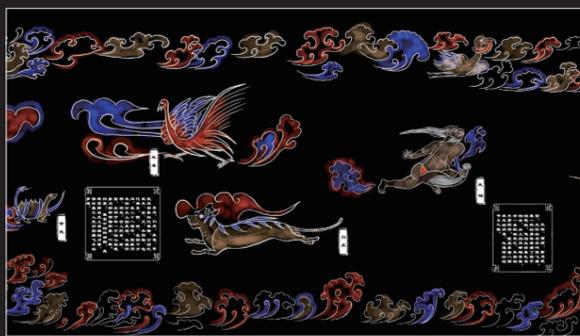


二、数字科技融入文物展览

博物馆的数字化升级，为观众走近文物架起了一座桥梁。观众可通过互动式与沉浸式体验，在生动的数字展品中开启“漫游”之旅，直观深入地感知文物背后的历史与内涵。

山西博物院

首个文物数字化展览“壁画的平行世界——狄仁杰带你探北朝”，是由文物数字展是“壁上乾坤”实体展的数字化延伸，是数字保护的一个阶段性成果。它以无实物、场景化、重交互为特点，继续演绎这场北朝社会、历史、文化和艺术的探索之旅。



首都博物馆 <<<
万年永宝——中国馆藏文物保护成果展



浙江省博物馆 <<<
丽人行——中国古代女性图像云展览



吉林省数字博物馆 <<<

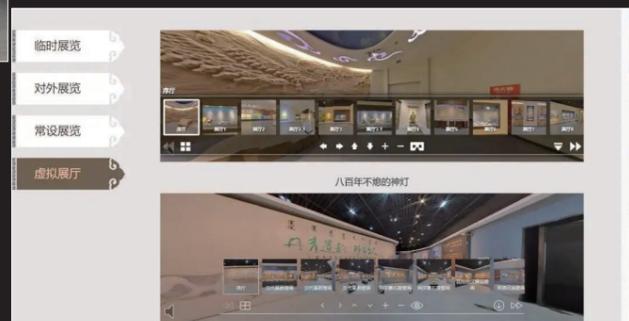
>>> 山西博物院
壁画的平行世界——狄仁杰带你探北朝



>>> 扬州中国大运河博物馆
运河上的舟楫



>>> 湖南省博物馆
闲来弄风雅——宋朝人慢生活镜像



首都博物馆

“万年永宝——中国馆藏文物保护成果展”依靠华为河图平台,引入AR技术——观众拿起手机对准跪射俑,稍等片刻,这件展品就会“飞”出展柜,“跃”上手机屏幕,展示它从出土时的残片到被修复完好的过程,观众可以从中学到更多知识。

扬州中国大运河博物馆

则巧用光影高科技,唯美呈现千年运河画卷。在720度全景展厅中,观众可沉浸式观看8分钟的“河之恋”体验展;在“运河上的舟楫”专题展中,观众可登上一艘长约21米、桅杆高15米的“沙飞船”,模拟坐船扬帆远行,“身临其境”感受繁华盛景。

数字技术和互联网思维丰富展陈方式

云展览通过互联互通,将各要素进行重组整合,最大限度地发挥馆藏资源的价值。

浙江省博物馆

推出的“丽人行——中国古代女性图像云展览”汇集32家博物馆的1000余幅古代女性图像,打通观众调研、线上互动等环节,涵盖100余个女性主题展览超链接、220余件相关文创产品等丰富内容,受到不少网友喜爱。

湖南省博物馆

展厅的《闲来弄风雅——宋朝人慢生活镜像》专题,运用AR、VR、三维影像制作、多媒体信息技术等,制作了360度全景线上虚拟展厅,通过“晴窗抚琴”“挥毫作书”“品茶论道”等场景,带领网友体验宋朝文人雅士的“慢生活”。

吉林省数字博物馆

立足于博物馆“公共服务”的核心理念,内容上,充分挖掘博物馆丰富的文物信息资源,建立健全不同清晰度文物影像展示机制,极大丰富藏品展示手段;在技术方面,使用互联网、多媒体、虚拟现实、增强现实、360度全景环拍等多种信息化技术手段,实现博物馆工作流程和规范重构,扩展博物馆传播服务体系。遴选了吉林省内多家博物馆精品展览和文物,进行数字信息采集并虚拟重建;建立全省展览(文物)数字资源

展示平台,包括网上数字展厅管理、陈列展览虚拟展示、藏品虚拟展示等系统;建立吉林省级移动智能终端APP,实现与微信互动。

三、建设智慧博物馆是博物馆高质量发展的必由之路

因新冠疫情肆虐,促使越来越多的博物馆将展览纷纷转为线上举办,逐渐成为一种常态,线上形式改变的不仅仅是博物馆的展示模式,更深层的发展模式也正在发生变化。

从文物保护角度来看,通过智慧保护,不仅能够建立环境监测与调控系统对文物进行预防性保护,建立文物修复管理系统提升修复能力,还能从某种意义上实现文物的永生。可以说,对文物进行智慧保护,不仅仅是博物馆的发展趋势,更是文物保护的必然要求。

从博物馆管理角度来看,博物馆智慧管理主要分为内部管理和外部管理两大板块。外部管理主要围绕观众及其活动展开,通过对观众信息、行为等数据的采集、分析和利用,在优化博物馆运营方式的同时,为观众提供更加高质量的服务。内部管理包含的藏品资源管理、财产资源管理和人力资源管理等业务所涉及的技术和架构,与社会其他行业联系最为密切、发展最为成熟。

从博物馆服务角度来看,智慧博物馆通过虚拟现实、数字展示、体感互动等技术,为展厅中的观众提供全方位、沉浸式的高质量体验;通过举办配套的“云展览”为非现场观众提供服务,打破博物馆服务时间和空间的限制;通过建立文物知识图谱与知识平台,提升博物馆教育质量。此外,智慧博物馆使老年人、残障人士等弱势群体也能够乐享博物馆,助力文化平权。^e

注:内容综合自各博物馆官方网站、公众号网络资源等。

大开眼界！ 中国各省博物馆的镇馆之宝

要了解一个地方的过去和现在，最好的办法是从博物馆开始，博物馆可以折射出一个城市、甚至一个国家文明发展的沧桑巨变。中国是有着五千年历史的文明古国，国内涉及历史、科技、艺术等主题的博物馆数量众多，截止到 2020 年，共备案 5788 家博物馆。本文将细数其中最具代表性的博物馆，探究各大博物馆的镇馆之宝。



01 中国国家博物馆

标签：国家一级博物馆、红色经典景区



中国国家博物馆是集中展现中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的最高历史文化艺术殿堂。作为国内博物馆事业发展的行业头雁，拥有 140 万余件藏品，其中近 6000 件为国家一级文物，具象印证了中华民族 5000 年的血脉绵延、170 多年的不懈奋斗、建国 70 年特别是改革开放 40 年来的艰难探索和十八大以来的砥砺奋进。

镇馆之宝：四羊方尊

朝代：商

大小：上口最大径 44.4 厘米，高 58.6 厘米，重 34.6 千克



四羊方尊是商代晚期青铜礼器，为祭祀用品。出土于湖南宁乡县黄材镇月山铺转耳仑的山腰上，现属炭河里遗址。方尊器身方形，方口大沿，长颈高圈足，四羊四龙相对的造型展示了酒礼器中的至尊气象。

02 故宫博物院

标签:AAAAA 级景区文物保护单位、国家一级博物馆



“故宫博物院”既是明清故宫(紫禁城)建筑群与宫廷史迹的保护管理机构,也是以明清皇室旧藏文物为基础的中国古代文化艺术品的收藏、研究和展示机构。“故宫博物院”馆藏文物体系完备、涵盖古今、品质精良、品类丰富。现有藏品总量已达180余万件(套),以明清宫廷文物类藏品、古建类藏品、图书类藏品为主。藏品总分25种大类别,其中一级藏品8000余件(套),堪称艺术的宝库。



镇馆之宝:王希孟《千里江山图》 朝代:北宋 大小:长51.5厘米,宽1191.5厘米

该作以长卷形式,画面细致入微,烟波浩渺的江河,层峦起伏的群山,构成了一幅美妙的江南山水图,渔村野市,水榭亭台,茅庵草舍,水磨长桥,捕鱼驶船,游玩赶集,动静结合,刻画栩栩如生。

03 南京博物院

标签:AAAA 级景区、国家一级博物馆



南京博物院是中国三大博物馆之一,位于南京市玄武区中山东路321号,其前身是1933年蔡元培等倡建的国立中央博物院,是中国创建最早的博物馆、中国第一座由国家投资兴建的大型综合类博物馆,是大型综合性的国家级博物馆、全国综合性历史艺术博物馆。

截止2020年,南京博物院拥有各类藏品42万余件(套),馆藏数量居中国前三,上至旧石器时代,下迄当代;既有全国性的,又有地域性的;既有宫廷传世品,又有考古发掘品,还有一部分来源于社会征集及捐赠,均为历朝历代的珍品佳作和备受国内外学术界瞩目的珍品。

镇馆之宝:金兽

朝代:西汉 大小:纵16厘米,横10.2厘米

金兽重达9100克,含金量达99%,是迄今我国出土文物中最大最重的金器。金兽是青铜铸造工艺与金器锤击工艺相结合的产物,这种制作手法极为少见。



04

山西博物馆

标签：国家一级博物馆

山西博物院展览面积 1.3 万平方米,文物库区 1.2 万平方米,共有藏品 50 余万件,以青铜、瓷器、石刻、佛教造像、壁画、书画等颇具特色,其中珍贵文物 40282 件,包括一级文物 2129 件,另有图书古籍 11 万余册。基本陈列以“晋魂”为主题,由文明摇篮、夏商踪迹、晋国霸业、民族熔炉、佛风遗韵、戏曲故乡、明清晋商等 7 个历史文化专题和土木华章、山川精英、翰墨丹青、方圆世界、瓷苑艺葩等 5 个艺术专题构成。

镇馆之宝:晋侯鸟尊

朝代:西周

大小:高 39 厘米,长 30.5 厘米,宽 17.5 厘米

盛酒器。出土于第一代晋侯燮父墓中,整体造型为伫立回首的凤鸟形,凤尾下弯成一象首,与双腿形成三点支撑。器盖和腹底铸有铭文“晋侯作向太室宝尊彝”,可证明为宗庙礼器。



05

辽宁省博物馆

辽宁省博物馆于 1949 年成立,是新中国第一座博物馆,现位于市府广场东侧。立至今的 60 多年间,辽宁省博物馆在首创讲解员制、辽宁省博物馆度、率先摹制清宫散佚书画等方面作为先行者积累了很多可资参考的经验。辽宁省博物馆藏品总量达 11.5 万件,以辽宁地区考古出土文物和传世的历史艺术类文物为主体,藏品分为考古、书画、雕刻、陶瓷、丝绣、服饰、铜器、货币、漆器、景泰蓝、家具、古生物、少数民族文物、甲骨、碑志等 17 类文物,形成了规模宏大的收藏体系,其中尤以晋唐宋元书画精品、宋元明清缂丝刺绣、红山文化玉器、商周时期窖藏青铜器、辽代陶瓷、历代碑志、明清版画、古地图、清李佐贤《古泉汇》著录的历代货币等最具特色和影响。



镇馆之宝:《簪花仕女图》 朝代:唐代 作品长 180 厘米,高 46 厘米,以绢本设色制成

在辽宁省博物馆丰富的藏品中,有一件书画作品十分特殊。它被收进了教科书,甚至成为邮票的图案;它以绢制成,却历经 1200 余年,躲过无数次浩劫保存至今;全世界的学者无不关注着它,研究文章比比皆是,然而仍有许多未解之谜等待着我们去探索。因其无与伦比的重要性,这幅作品不仅是辽宁省博物馆的“镇馆之宝”,而且成了中国古代书画中的璀璨明珠,不可替代。它就是上面这幅《簪花仕女图》。

06

浙江省博物馆

标签:国家一级博物馆

浙江省博物馆始建于 1929 年,是集收藏、研究、保护、展示和教育等多功能为一体的综合性人文科学博物馆,也是国家一级博物馆、全国中小学生研学实践教育基地。博物馆包括有孤山馆区、武林馆区、沙孟海旧居、黄宾虹纪念室、古荡文物保护科研基地等部分,馆藏文物及标本十万余件,文物品类丰富,年代序列完整,都是极具地域特色及学术价值的珍贵历史文物。



镇馆之宝:《新石器时代良渚文化玉琮》

年代:新时期年代

尺寸:长 8.2 厘米,宽 8 厘米,高 5.6 厘米,内径 5.6 厘米

琮为古代一种玉器,外边八角,中间圆形,常用作祭地的礼器。此玉琮为青玉,由于受土浸严重,色呈灰白。器形呈扁矮的方柱体,内圆外方。器身分上下两组琢刻兽面纹饰,雕刻线条纤细有力,而区域间隔线条则粗犷圆熟,全身各部位有多处残损。

07

上海博物馆

标签:AAAA 级景区 国家一级博物馆



上海博物馆 (Shanghai Museum) 是一座大型的中国古代艺术博物馆, 上圆下方的造型寓意中国“天圆地方”之说。陈列面积 2,800 平方米。馆藏珍贵文物 14 万件, 其中尤以青铜器、陶瓷器、书法、绘画为特色。收藏了来自青铜器之乡 - 宝鸡及河南、湖南等地的青铜器, 藏品之丰富、质量之精湛, 在国内外享有盛誉, 有文物界“半壁江山”之誉。

镇馆之宝:《大克鼎》

朝代:西周中期

大小:通高 93.1 厘米, 口径 75.6 厘米, 腹径 74.9 厘米, 腹深 43 厘米, 重 201.5

大克鼎为上海博物馆镇馆之宝, 五件不得出境国宝之一。大克鼎是西周孝王时期所铸的青铜重器, 高 93.1 厘米, 重 201.5 公斤, 1890 年陕西省扶风县出土。大克鼎铭文共 28 行 290 字, 记载了周天子对贵族“克”的册命辞, 字体圆润古拙, 又不失劲健, 无论在布局书写上、还是铸造效果上都十分精美。大克鼎原为收藏家潘祖荫收藏, 1951 年捐献给了国家, 成为了上海博物馆中最重要的文物。



08

云南省博物馆

标签:国家一级博物馆



云南省博物馆位于云南省昆明市广福路 6393 号, 成立于 1951 年, 是云南省最大的综合性博物馆, 占地面积 150 亩、建筑面积 6 万平方米、展厅面积达 16500 平方米, 是首批国家一级博物馆。博物馆主体建筑正方体造型取意于云南“一颗印”式传统民居建筑, 外墙采用了错落有致的折面体和贯穿多层的长缝造型, 喻意云南石林。

建馆以来, 经过考古发掘、调查征集、社会收购和接受捐赠等方式, 云南省博物馆已经收藏了青铜器、古钱币、陶瓷器、古书画、碑帖、邮票及各类工艺品共计 20 余万件。云南省博物馆的藏品最具特色的是滇文化青铜器, 南诏与大理国时期的佛教文物, 以及近现代多姿多彩的少数民族文物精品。

镇馆之宝:《宋代大理国银鍍金镶珠金翅鸟》

大理国时期作品, 1978 年出土于大理崇圣寺主塔。金翅鸟梵名“迦楼罗”, 被尊为大理的保护神, 是佛教护法中的天龙八部。传说金翅鸟原来是一种很凶的大鸟, 可慑服诸龙, 体积很大, 展翅时可达 336 万里, 以龙为食, 使龙族苦不堪言。后来金翅鸟皈依佛法, 成为佛教的护法神。这座金翅鸟鸟头饰羽冠, 羽翅向内卷作欲飞状, 两爪锋利有利, 立于莲座之上; 镂花火焰形背光插在尾、身之间, 饰水晶珠 5 粒。制作时, 先将头、翼、身、尾分别锤刻, 再焊接为整体, 体态雄健圆浑, 充满勃勃生机, 工艺细腻, 造型精美绝伦。



09

湖北省博物馆

标签：国家一级博物馆

湖北省博物馆是中国地方性博物馆。位于武汉市武昌东湖边，占地4万平方米。1953年建立。馆藏文物近9千余件，大多具有地方特色。其中较珍贵的有反映湖北地区革命斗争史实的实物和领导人的信札、手稿以及照片、报刊；太平天国的纪年武器和城门石刻；辛亥革命武昌首义的布告、入城证和一部分文献。在历史文物方面，突出的是出土文物，包括石器、陶器、青铜器、漆器等，尤以



屈家岭文化、楚国历史和古代乐器等方面的藏品为典型，其中江陵出土的越王勾践剑、吴王夫差矛和随县出土的曾侯乙大型成套编钟极为珍贵，出土以来一直受到中外学者珍视。该馆建馆以来，举办各类陈列展览近百个，主要有《湖北省自然环境与自然资源展览》、《曾侯乙墓出土文物陈列》、《湖北战国秦汉漆器展览》、《董必武同志纪念展览》、《新四军第五师革命斗争史展览》等。其中《随县曾侯乙墓出土文物陈列》，陈列了从该墓出土的1万余件文物中挑选的青铜器、漆器、兵器、乐器等精品600件，并吸收了多年来有关曾侯乙墓研究的科学成果，内容丰富，形式设计亦较新颖。主要出版物有《京山屈家岭》、《云梦睡虎地秦墓》、《随县曾侯乙墓》。

镇馆之宝：《越王勾践剑》

朝代：春秋晚期

大小：长55.7厘米，宽4.6厘米

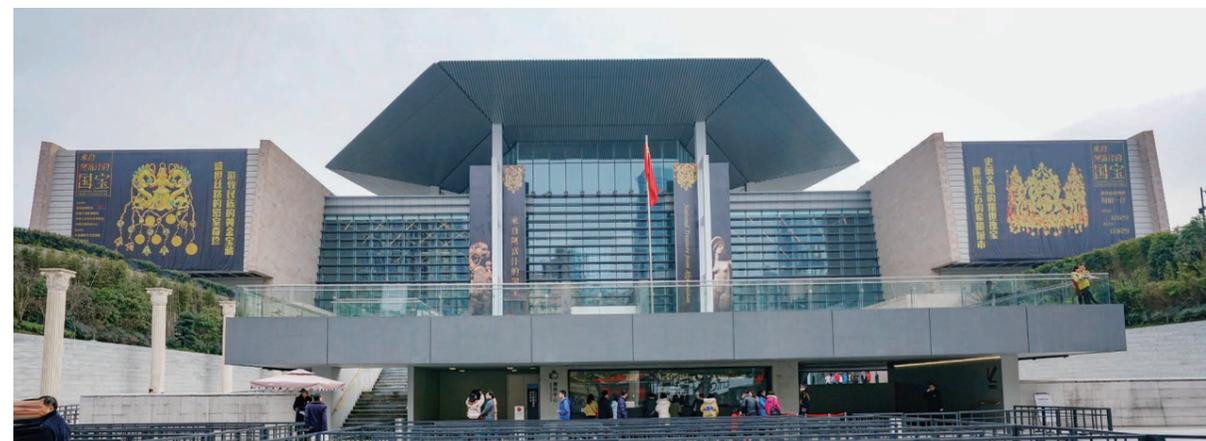
越国青铜器。剑身中脊起棱，饰黑色菱形花纹。正面近格处有“越王鸠浅（勾践）自乍（作）用剑”的鸟篆铭文。剑格正面嵌蓝色琉璃，背面绿松石。历经两千余年，纹饰仍然清晰精美，剑身锋利无比。



10

湖南省博物馆

标签：AAAA级景区、国家一级博物馆



湖南博物馆最早的历史可以追溯到清光绪23年（1897年），郴州学会组建郴州学会博物院，后随戊戌变法的失败而夭折。1956年，湖南省博物馆以建设“地志性博物馆”为目标，在长沙西北的烈士公园落成开馆。1972年至1974年，20世纪中国乃至世界的重大考古发现之一——马王堆汉墓的发掘，对湖南博物馆的发展起到了重要作用。数千件精美的文物和保存完好的汉代女尸的发现与出土，让湖南博物馆成为世界关注的焦点。

湖南省最大的综合性历史艺术博物馆，馆藏文物丰富，尤以马王堆汉墓文物、商周青铜器等最具特色。陈列馆里展有薄如蝉翼的素纱单衣、完好无损的印花绵袍、彩绘漆器帛画以及各种木俑和乐器、兵器等。陈列有保存于地下室的女尸及其内脏器官，复原的巨大棺以及保存于马王堆现场的3号墓坑与2号坟堆。

镇馆之宝：《直裾素纱单衣》

朝代：西汉

大小：衣长132厘米，
通袖长181.5厘米，重49克

素纱单衣是西汉时期纺织技术巅峰时期的作品，重49克，是世界上最轻最早的印花织物，薄如蝉翼，轻若烟雾。它代表了西汉初养蚕、缫丝、织造工艺的最高水平。



11

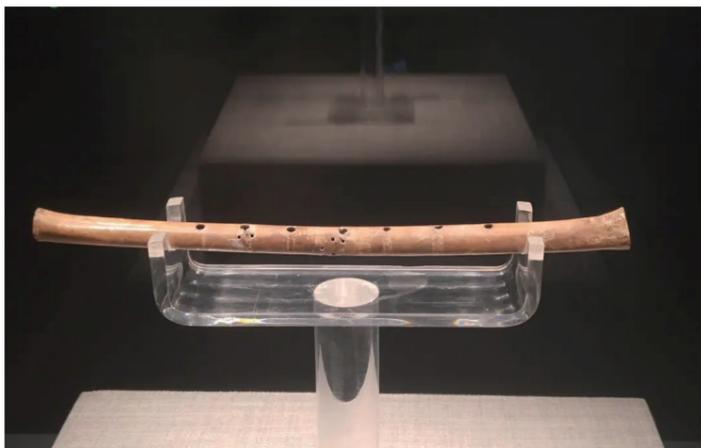
河南省博物馆

标签：国家一级博物馆

河南博物院，位于河南省郑州市金水区农业路8号，民国十六年（1927年）7月，确定开封法院西街前法政学校校舍为馆址，是为河南博物院发轫之始。1961年，河南省博物馆由开封迁至省会郑州，位于紫荆山的河南展览馆“禅让”给有着厚重历史的河南博物馆。1997年7月，中原石刻艺术馆与河南省博物馆合并，成立河南博物院。1998年，河南省博物馆从郑州市人民路迁至郑州市农业路更名为“河南博物院”；同年5月1日，河南博物院新馆落成开放。



河南博物院占地面积126亩，建筑面积5.5万平方米。截至2022年1月，河南博物院有馆藏文物17万余件（套），尤以史前文物、商周青铜器、历代陶瓷器、玉器及石刻最具特色。精品文物数量多、种类全、品位高、价值大，是见证中华文明发展轨迹，展示中国历史发展脉络的文化艺术宝库。多来自于二十世纪初商丘洛阳安阳开封、浙川、三门峡、辉县、新郑等地的考古发掘，史前文物、商周青铜器、历代陶瓷器、玉器最具特色。其中国家一级文物与国家二级文物5000多件，历史文化艺术价值极高，一部分藏品被誉为国之重器。



镇馆之宝：《贾湖骨笛》

朝代：新石器时代 大小：长23.6厘米

这是一支来自远古的笛子，以鹤类禽鸟中空的尺骨制成，可以演奏出近似七声音节的乐曲，是中国发现的年代最早的可吹奏管乐器，为研究中国音乐与乐器发展史，提供了弥足珍贵的实物资料。

12

陕西历史博物馆

标签：AAAA级景区、国家一级博物馆



陕西历史博物馆位于西安大雁塔的西北侧，筹建于1983年，1991年6月20日落成开放，是中国第一座大型现代化国家级博物馆，前身可以追溯到1909年成立的陕西“劝业陈列所”，它的建成标志着中国博物馆事业迈入了新的发展里程。这座馆舍为“中央殿堂、四隅崇楼”的唐风建筑群，主次井然有序，高低错落有致，气势雄浑庄重，融民族传统、地方特色和时代精神于一体。馆区占地65000平方米。建筑面积55600平方米，文物库区面积8000平方米，展厅面积11000平方米，

馆藏文物1717950件（组）。上起远古人类初始阶段使用的简单石器，下至1840年前社会生活中的各类器物，时间跨度长达一百多万年。文物不仅数量多、种类全，而且品位高、价值广，其中的商周青铜器精美绝伦，历代陶俑千姿百态，汉唐金银器独步全国，唐墓壁画举世无双。可谓琳琅满目、精品荟萃。

镇馆之宝：《镶金兽首玛瑙杯》

朝代：唐

唐代酒器。这是迄今所见唐代唯一的一件俏色玉雕，也是唐代玉雕艺术中的精品。酒杯选用极其稀有的五彩缠丝玛瑙制成，杯体状若兽角，前部雕刻为牛形兽首，双眼圆睁，炯炯有神，其造型特征来源于一种西方的酒具“来通”，兽嘴镶金处其实是酒杯的塞子，酒可以从这儿流出。



经典案例：

山西文旅数字体验馆 -- 博雅智旅科技



一、项目名称

山西文旅数字体验馆

二、项目特色

山西文旅数字体验馆是国内首座省级文化旅游融合的数字化综合体验展馆。该馆以“华夏古文明，山西好风光”为主题，聚合了全省文化资源、旅游资源、文物资源，用最先进的数字技术创造独特视角，充分运用人工智能、混合现实、全息成像、AR、VR、体感交互等技术，打破历史、艺术、技术的界限，再现了山西五千年的文明。2021年11月，入选“国家旅游科技示范园区”。目前该馆已成为大专院校及中小学生研学实践基地、科普教育基地、党（团）建培训基地。

三、项目概况

项目位置：太原市小店区龙城大街

建筑面积：5093 平方米

展陈面积：3801 平方米

运营时间：2018 年 10 月 31 日开工建设，2019 年 10 月 11 日正式开馆运营

项目定位：

- 兼具社会与经济效益的综合性展示与经营空间
- 领导接待、企业展示、资源推广、数字体验、文创新零售、数字文旅经济多效合一的平台
- 展示山西文旅资源、文旅规划和公众了解山西文旅资源的重要场所

· 体现山西文旅规划建设的城市名片

设计理念：

· 展馆以文化为纲，以设计为体，以科技为用，通过人工智能、大数据、边缘计算、CAVE 空间等先进的数字技术创造独特视角，再现山西丰富文旅资源和悠久历史文明，实现信息技术赋能旅游产业布局，将文明和文旅转化成可体验、可感受、可传播、可留存、可互动、可迭代、可数字化的新业态。

· 体验馆以“华夏古文明，山西好风光”为主题，让游客通过超现实体验，感受华夏文明历程。其中，“华夏

古文明”以时间为主线，阅五千年历史人文，以人动人；“山西好风光”以空间为主线，赏三晋表里山河，以景宜人。

四、重点展区

整个体验馆涵盖华夏源头、汇通天下、民俗风情、秘境山西、古建华章、世界遗产、黄河之魂、大美太行、长城博览、旗舰劲旅、文创空间等模块。在体验馆中，可以鸟瞰长城内外，体感奔腾之水汇流黄河，亦可纵览太行之美，穿越峡谷，感受大自然的清新绿茵。在这里，可跨越古城与平遥合影，可上云霄自由飞翔。在这里，可观大院文化，听晋音晋曲，赏非遗手艺，品山西汾酒。

华夏源头

华夏古文明的浮雕呈现眼前，女娲、神农、大禹等带领游客开启千年之旅。紧挨着的数字按键将为游客点亮山西旅游城市，通过 720° 沉浸式镜像长廊，如同悬空跨过山西每一寸土地。

汇通天下

晋商以经世济民、以义取利、开拓创新的精神，以茶为载体，纵跨中蒙俄三国，走出了万里茶路。在这个展区，游客可以寻找到传承百年以上的“老字号”，那些古朴的桌椅、算盘、书画，还在讲述当年的辉煌。

秘境山西

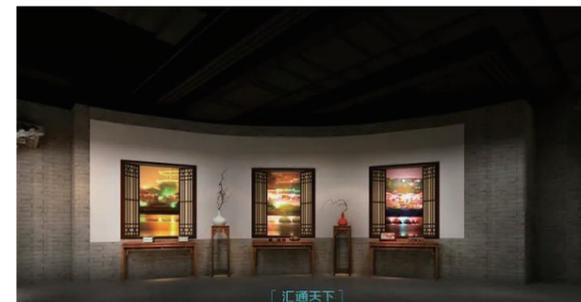
在“秘境”展区，数字再现艺术所蕴含的文化灵光，经历千年依然矗立在这片神奇土地上的文物，永乐宫、岩山寺、开化寺、绵山、娘子关、平遥古城、云冈石窟……

文创空间

药茶、孝义皮影、上党堆锦、麦秆画、漆器、刺绣、木器类、陶瓷类、剪纸、布艺、砖雕、澄泥砚、推光漆器、云雕漆器……这里是“山西礼物”的主场，每一件作品都是一个故事，突出山西文化内涵和地域特色。



华夏源头



汇通天下



秘境山西



秘境山西

规划五所

01 五所简介

博雅方略旅游规划设计院五所，是一支专业、高效、团结、充满激情的规划设计团队，多年来深耕于旅游规划行业，一直秉持着质量至上、勇于创新的工作原则，以专业的技术成果服务市场。

02 团队简介

我们是一支专业背景多元、具备创新意识、充满热情、专注业务的团队。我们秉承精准、规范的工作原则，以创意服务取得信誉，以优质、高效、快捷的服务技术赢得市场。



侯爱华 所长
城市景观设计



雷凤丽 项目经理
旅游管理



李晓娜
旅游管理



徐超颖
风景园林



张渊博
城市规划

03 代表项目

总体规划类

- 五常市全域旅游发展规划
- 滕州市全域旅游发展规划
- 平谷区峪口镇旅游总体规划
- 恩施-利川旅游观光铁路总体规划
- 阿勒泰阿禾景区旅游总体规划
- 佛山都市农业观光体验公园总体规划
- 山西娘子关景区总体规划

景区提升类

- 民和县五景区修建性详细规划
- 石楼县红军东征文化园重要地块修建性详细规划
- 扎龙景区创建国家 5A 级旅游景区提升规划
- 鄂豫皖苏区首府景区创建国家 5A 级旅游景区提升规划
- 太原植物园创建国家 4A 级旅游景区规划

村庄规划类

- 昌平区延寿镇系列美丽乡村规划、
- 密云区古北口镇杨庄子村美丽乡村规划
- 密云区巨各庄镇久远庄村美丽乡村规划

专项规划类

- 湘鄂川(渝)黔革命根据地红色旅游发展规划
- 临沂市红色文化发展专项规划
- 佛山市南海区 5 个万亩农业示范片区总体规划
- 吴忠市国家农业产业园总体规划
- 乡宁生态文化旅游示范区总体规划

