

我国公立博物馆商业化发展模式探讨

李鹃

重庆中国三峡博物馆

[摘要]公立博物馆的商业化发展近年来成为了国家人文社科基础设施建设事业中的重要发展内容。公立博物馆合理、合法开展商业模式,有利于提高其资金来源,降低国家财政负担,是一项十分优秀的举措。本文对我国公立博物馆的商业发展现状进行了介绍,并在此基础上分析了我国公立博物馆商业化发展模式存在的现有问题。最后,本文结合问题分析的基础,从开拓创意商业游览活动、丰富销售纪念品种类两个层面为公立博物馆的商业发展提出了改善建议。

[关键词]公立博物馆; 商业发展; 创意游览; 纪念品销售

在我国,公立出资建设经营博物馆是博物馆行业发展的主流趋势,国内大大小小的城市,拥有的公立博物馆数不胜数。公立博物馆在我国主要包含历史人文类、自然遗产类、艺术类、体育类、科技类、军事类等多个种类。截至2019年,全国共有各类公立博物馆3060座(含纪念馆,下同),与公立博物馆相关的收入总金额为683117.7万元,平均每个博物馆收入为223.24万元,这一数据相较于2004年提高了约17%。相较于我国旅游业经济产值的增长而言,公立博物馆的营收能力提升缓慢,这也反映了我国公立博物馆在提高经营收入,创造商业价值上缺少有效的商业发展策略。

一、我国公立博物馆商业发展现状

(一) 门票销售业务发展现状

目前,我国的3060座公立博物馆中,需要收费参观的共有2729座,仅有331座公立博物馆为不收费、可免费参观的博物馆。在博物馆销售门票的票价分布上,门票价格在30元以下的博物馆共有426座,占到了收费参观博物馆总数的15.61%;门票价格在30-60元区间的博物馆共有1471座,占到了收费参观博物馆总数的53.90%;门票价格在60-90元区间的博物馆共有595座,占到了收费参观博物馆总数的21.80%;门票价格在90元以上的博物馆共有237座,占到了收费参观博物馆总数的8.68%。通过上述数据可以看出,目前我国公立博物馆的收费区间主要集中在30-60元以及60-90元两个区间内。

相较于2018年而言,我国公立博物馆新增收费参观博物馆数量为13座,增长率0.48%。近十年来,我国公立博物馆收费参观的数量不断连年增加,从2009年2356座公立博物馆收费参观发展到2019年的2729座公立博物馆收费参观,可以看出,收费参观模式以及成为了公立博物馆所普遍认可的经营模式,也有越来越多的免费参观博物馆开始考虑或正在向收费参观模式进行转变。产生这一现象的主要原因在于,随着博物馆数量的不断增加,国家和地方财政对于单个博物馆的维护、保养财政补贴投入逐渐减少,因此越来越多的公立博物馆为了获得足够的资金维持经营,开始通过门票收费的形式,期望能够获取财政补贴之外的其他资金用于投入博物馆的维护和运营。

(二) 纪念品销售业务发展现状

除了门票销售业务之外,我国公立博物馆的另外一大商业发展模式便是纪念品销售业务。在国内博物馆推出纪念品销售这一商业模式的早期,许多博物馆为了提高经营效益,创造更多利润而出现了绑定消费、强制消费、诱导性消费等侵犯游客权益的行为,因此国家出台了一系列规章制度进行整顿。经过长时间的管控和市场环

境引导,如今国内的绝大多数博物馆在纪念品销售业务上基本都做到了游客自愿消费原则,即使有个别博物馆管理方还存在违规推销、强制消费的行为,在接到群众投诉和举报后也很快进行了处罚和整顿。

2019年,我国公立博物馆推出了纪念品、周边产品售卖业务的共有2903家,纪念品销售业务在国内公立博物馆的覆盖率达到94.87%。这也表明了相对于销售门票的形势而言,博物馆关联方在推出纪念品销售商店、开拓纪念品销售业务上表现出了更加积极的态度。这也为我国公立博物馆的商业化发展打下了良好的基础。《2019年中国博物馆行业发展分析报告》显示,目前我国数量众多的公立博物馆中,销售的常见纪念品主要可以划分为:印章类纪念品、邮票类纪念品、影像商品、证书商品、周边特色商品等等,在纪念品的设计和布局上主要还是以旅游纪念意义作为主要卖点。

二、我国公立博物馆商业化发展面临的困难

(一) 收费参观模式与国家人文社科建设要求矛盾

如今,在绝大多数欧美国家,一些大型公立博物馆对本国国民免费开放几乎都已经实现。博物馆是对人类历史、人文、科学、经济发展成果的一种直观展现,一个国家的公立博物馆往往也是对该国历史、文化、科学、经济发展成果的一种展示。博物馆教育也是青少年和国民素质及爱国教育中十分重要的一环。因此,我国近年来在人文社科建设发展工作中也充分吸取了欧美国家的发展经验,引导博物馆等一系列人文社科公共设施向国民免费化的方向发展。近年来国家对于全国各个省市的省、市级重点博物馆均做出了收费限价、免费开放的要求。越来越多的公立博物馆开始响应中央政府号召,积极降低博物馆门票价格或向国民实行免费开放政策。

即使在还未实行完全免费开放政策的公立博物馆中,对于60岁以上老人、军人、1米2以下儿童的免费政策近年来也基本都得到了执行。而国务院近年来也提出了公立博物馆节假日免费参观游览以促进旅游业发展的号召。从种种政策的制定与实施,以及公立博物馆经营发展的大方向来看,公立博物馆免费已经成为了一个大的趋势。因此原先依赖门票销售这一商业行为获取资金维持收支平衡的公立博物馆,随着时间的推移将不得不面临其现有的收费经营模式与国家人文社科基础设施发展要求相矛盾的情况。

(二) 纪念品销售品种单一

除了在门票销售业务上与国家人文社科基础设施发展存在矛盾之外,我国的公立博物馆目前常用的另一类商业发展模式“纪念品销售”模式,也存在纪念品销售品种单一,导致游客不买账、销量不佳的情况。从当前我国公立博物馆的商业经营现状来看,来门票

(下转第43页)

可以通过哪些措施让这种行为的威胁降到可接受的范围呢,由此,让学生在学习了基本知识点后,进一步对相关问题进行探索,培养良好的职业素养和深入学习的习惯。

3 案例教学法应用中应注意的问题

3.1 教师的素质问题

采用案例教学法,首先要求教师走出学校,参与项目,积累案例,并严格把控案例的质量,建立自己的案例库,并及时更新调整具有时效性的或已经发生改变不再适用的案例,同时,注意案例的真实性和代表性,真实的、有代表性的案例能够使得审计教学更客观,与事实相符,同时多案例难度的把握也是教师选择案例的一个重要考虑因素,过难或者过易都不利于学生学习,而且在案例教学过程中,学生之间互动增多,也有可能出现学生离开自己座位,和其他同学组成小组进行讨论的情况,这样难免显得课堂混乱,这时教师如何在保证教学质量的前提下,维护课堂纪律,提高教学效果就是对自身素质的一个挑战。

3.2 案例教学法与传统讲授法的平衡

案例教学法在应用过程中,由于课时有限,教师如何在“以学生为主体”的教学理念下,平衡两种方法的教学时长、教学安排十分关键。教师不能厚此薄彼,不能仅仅依靠学生分析谈论案例,省略自己该讲授的基本知识,也不能仅仅讲授,让案例教学流于形式,因此,教师应当尽可能在每节上课前,对本节内容做总体规划,结合自身的教学经验和对对学生学习情况的掌握,有的放矢的对基本

理论讲授和案例教学的案例时长和侧重点进行合理分配,对这两种方式的教学内容和教学时长做设定,使得两种方式下的教学既符合课程教学目标和进度要求,又能促进案例教学法与传统讲授法的有机结合,从而达到事半功倍的效果。

3.3 案例教学的成绩考核

审计学课程一般以期末考试和平时成绩两部分来评定学生该门课程最终的成绩,那在平时成绩中,如何分配以及分配多大比例的案例讨论分值就至关重要,如果分值过小,将大大影响学生参与案例的积极性,另外案例角色的分配如何确定分值也是需要考的因素,这样可以减少学生搭便车行为,使真正参与案例分析和讨论的学生得到相应的评价,使案例教学真正落到实处。

4 结语

在审计学教学的各环节引入不同形式的案例,不仅可以提高学生审计的兴趣,也培养了学生分析和解决实际问题的能力,但在应用过程中,要注意案例库的建立和维护、案例教学法与讲授法的学时和内容安排以及学生案例成绩的考核,使案例教学法真正行之有效。

参考文献

- [1] 刘菁婉. 高职《基础审计》实践教学平台的构建与应用[J]. 职业技术学院学报, 2016(1).
- [2] 吕珺, 何玉岭, 杨元贵. 多元化教学方法在会计学专业《审计学》课程教学中的运用[J]. 商业会计, 2014(14).

(上接第36页)

销售业务逐渐被削弱或取消之后,纪念品销售获取利润几乎成为了国内公立博物馆当前最为主要的商业经营模式。

然而,目前国内的公立博物馆在纪念品的定制和销售上,主要还是依赖于各类纪念品摆件、影像资料的销售,没有对纪念品的品种进行扩展,也没有对纪念品的载体和创意进行更新。因此随着国内外游客游览的不同博物馆次数越多,千篇一律的博物馆纪念品再也难以激发游客的购物欲望,这也导致近年来国内公立博物馆纪念品平均销售额度的持续走低。

三、我国公立博物馆商业化发展面临的建议

(一) 开展商业创意游览活动

对于国内的公立博物馆而言,现有的商业发展模式已经存在诸多缺陷和限制,因此开发更多具有创意的商业发展模式将能够有效提高公立博物馆的经营获利能力,也能够充分吸引游客。例如,结合公立博物馆的实际经营情况,推出服装特色游、定制化游览路线等收费项目,在增加游客游览博物馆体验的同时,还能结合各个公立博物馆的实际情况,各自推出具有差异化和特色化的服务。相较于单一的纪念品销售模式而言,这一类商业发展模式既具有创造力,又能为博物馆带来一定的经营收益。

(二) 丰富纪念品种类

公立博物馆应当在应当在现有的印章类纪念品、邮票类纪念品、影像商品、证书商品、周边特色商品等几大类商品基础上,增加更

多具有创意的商品。例如博物馆可以制作带有馆藏物品详细文字加图解的全套科普精品图书进行销售,这既能吸引青少年游客及其家长的兴趣,同时也能够起到一定的教育和科普作用。此外,博物馆还可以推出以博物馆内部建筑结构为基础模型、玩具、拼图等商品,来充分吸引游客的目光。总之,在公立博物馆纪念品销售业务的发展过程中,各个博物馆应当结合自身展品风格和特点,有针对性地进行产品设计创意和创新,以达到各个博物馆间纪念品种类差异化发展的目的,避免给游客带来纪念品的审美疲劳,影响其采购积极性。

(三) 开拓纪念品“线上+线下”销售模式

此外,为了提高纪念品销量,方便游客选购,博物馆还可以进行纪念品“线上+线下”双轨制销售模式。如今的公立博物馆基本都开设了以“微信”“微博”等软件为基础的公众号平台,博物馆可以以此为基础,打造纪念品网上挑选商城,对纪念品进行线上销售。这样的销售模式既能够丰富游客的选购途径,同时也能让一部分离开博物馆后想要回过头来购买纪念品的游客有一个可用的采购途径。

参考文献

- [1] 陈春舫. 把南京路建成“活”的商业博物馆如何?[J]. 上海商业, 2011(11):36-38.
- [2] 郭春明. 博物馆文化产业的开拓[J]. 黑龙江科技信息, 2011(29):150.