

“博物馆热”如何保持温度

◎ 记者 刘青



端午小长假就在眼下，博物馆，在国际博物馆日（5月18日）刚过去不久的现下，仍然存在着供需问题。

原因很简单，博物馆的种类众多，越来越“好玩”。而游客特别是年轻游客们，正以别开生面的方式，将一些博物馆变成了新兴的“打卡地”：他们在这里“试戴”珠宝、和文物错位合影、co-splay“霸王别姬”雕塑……

然而，大家追着要打卡的博物馆，怎么永远都抢不到票？

各博物馆的预约平台上，“已满”二字格外显眼。介绍预约攻略、吐槽抢票难的帖子满天飞。

在即将到来的端午“博物馆热”中，矛盾是否依旧。

票子难抢，冷热不均



大家追着要打卡的博物馆，怎么永远都抢不到票？

各博物馆的预约平台上，“已满”二字格外显眼。

网友们纷纷吐槽：“要在高铁上抢票啊，抢不到根本抢不到，为什么博物馆的票会这么难抢？”“有时旅游是随性的，路过了便想去看看，却碰到了得提前7天预约？”“预约小程序服务跟不上！刚开始抢票就崩网，再进去已经被抢光！”

一方面，博物馆门票很难抢；另一方面，又出现了很多黄牛和第三方服务。比如故宫门票难求，但通过一些购物网站的讲解团，却能轻易进入。带来的结果是，原本40元的门票，在平台上价格翻了数倍，这“吃相”未免太难看。

在经济学中的“二八”定律同样适用于旅游业，即80%的人去了20%的地方。

统计数据和媒体报道呈现给公众冷热不均的感受，往往表现为在公共假期时头部博物馆与尾部博物馆“强者恒强、弱者恒弱”的马太效应。如故宫博物院、国家博物馆、上海博物馆、河南博物院、陕西历史博物馆等在这些时段往往是观众如织、一票难求，而一些地区的中小博物馆则出现了相反的现象。特别是一些非国有博物馆更是在可持续运营方面还面临诸多困难，缺乏自身造血机能。

旅行社也存在着“团散之难”

中国青年旅集团智库专家、国家金牌导游窦俊杰作为一个导游，曾表示，目前对于旅行社而言，“不保证进故宫”已经成为了地接与组团方之间写进合同里的必要项了。

“去年我几个朋友的旅行社，因为暑期买不到故宫门票，遭遇了退款和违约赔付，而且现在开放了入境游，这又变成了入境旅行社的一大阻碍。我为什么要说这些呢？其实就是就围绕如何优化预约，保证旅游团队的一些‘福利’，各种方法和建议都想过，依然没有最优解。”

随着暑期旅游旺季的到来，这一领域的改革成效将再次接受考验。

“据我所知，目前国博是采用配比制。它会按照基础团量，对你下一个月的预报进行一个动态的平衡。而故宫目前旅行社团队预约的通道一直都有。”窦俊杰说。

不同于散客，在博物馆参观、研学游中，团队游很容易出现干扰参观秩序、讲

解内容错乱等问题。2023年8月，针对公众和媒体所反映的团队游、研学游中存在的讲解秩序、内容错谬等问题，国家文物局出台了《关于进一步提升博物馆讲解服务工作水平的指导意见》，提出了优化馆内讲解服务供给、规范引导社会讲解服务等要求，从行业管理的角度提出了具体要求和方向。

对此，河南博物院、国家博物馆、故宫等文博机构在此前后也都相继出台了优化预约、规范社会讲解、加强团队参观管理的办法，从博物馆运行者的角度对团队旅游相对责任人提出了具体的管理措施。



政府动态调整，馆方自强恒强

“我个人认为，这一问题有较为复杂的历史原因、现实因素，并受到旅游中聚集效应的影响，反映出的是文旅服务产品有效供给不足的问题，不宜简单的用一刀切的方式解决。宏观而言，采取明确观众需求与程度、丰富服务内容与数量、分众设计服务项目、分时错峰引导流量、加强信息即时公开与反馈等提高有效供给的方式，或许有助于缓解。”曾任职河南省安阳博物馆馆长、副研究馆员，有24年文博系统工作经验的周伟表示说。



为了吸引客流，各博物馆也可以说是使出浑身解术。今年4月20日，“国丝汉服节·古韵新风”在位于杭州的中国丝绸博物馆举行。在中国丝绸博物馆馆长季晓芬看来，博物馆之所以如此受欢迎，一方面是因为在国家文化战略、政策的引导下，道路自信、文化自信在经济社会生活方面的必然映射。明确观众需求与程度，即明确本馆定位并与观

众期望相结合，提供合适的服务产品尤为重要。

作为头部的细分领域博物馆，中国丝绸博物馆直接从自己的名号出发，推出“国丝汉服节”，众多汉服表演团队都带来了由丝绸为面料的自家产品，进行了“古韵今风”主题走秀，将传统汉服与现代时尚完美融合，让大家领略汉服文化的无限可能。

数据表明，到2023年年底为止，中国注册的博物馆数量增至6833家。其中，超过90%的博物馆对公众免费开放。

针对一些非国有博物馆缺乏自身造血机能，周伟建议，丰富服务内容与数量，即依托本馆资源，提高研究与内容再生产能力，增加服务产品的数量、种类，提高服务质量，满足观众的参观体验与需求；分众设计服务项目，即依托预约系统、流量系统采集到的观众数据，对观众进行合理分类，精准设计展览、社教活动、数字化、文创等服务项目，确定1条（或多条）主线+多条支线的服务策略；加强信息即时公开机制，即依托采集到的观众数据，配合信息化辅助决策系统，即时公开观众流量数据、热点区域、候场时间，并推荐其他参观路线，使观众主动调整参观路线和目的地。

文旅部也着手实施多项针对性措施，包括：

△延长服务时间，尤其针对热门博物馆，在旅游高峰期间

△优化预约系统，推行弹性错峰预约及动态票额管理，及时回收未使用预约名额

△保留线下预约窗口，确保外籍游客及不擅长线上操作的老年人群体也能便捷访问

随着暑期旅游旺季的到来，这一领域的改革成效将再次接受考验。

