



论博物馆的旅游开发

——以西安兵马俑博物馆为例



李雁

(江西省艺术档案馆)

博物馆是收集、陈列、展览各种历史文物、自然实物标本,以反映某一方面事物发展历史或状态的场所。

中国历史悠久,名人辈出,地方民俗文化丰富多彩;中国疆域辽阔,自然遗存丰富,生物种类繁多,这都为我国的博物馆建设提供了良好的基础,也为各地发展旅游业提供了丰富的条件。近年来,我国利用博物馆开展旅游活动的成功事例很多,比如旅游者到井冈山一般都会参观“井冈山博物馆”;到西安旅游,也都要去“秦始皇兵马俑博物馆”看看;到北京,绝大多数旅游者会去“故宫博物院”旅游。

博物馆在城市中,主要承担社会教育的责任,它的服务对象是城市当地的居民,而不一定是外来的旅游者,所以它的首要目标是服务于当地社区。博物馆对当地居民之所以缺乏旅游吸引力,主要原因是缺乏市场基础,对博物馆存在偏见的人较多,人们已经形成了博物馆是存放古董的场所的印象。但在城市旅游方面,博物馆的旅游开发价值越来越高,因此充分发挥我国博物馆的优势,是旅游开发的一个重要课题。

国内目前博物馆的旅游开发价值没有充分得到发挥的原因很多,主要表现在以下几个方面:

首先,长期以来,我国在科普教育方面的投入不大,不管是社会还是学校教育都以应试教育为主,学校自不必说,即使是社会,也都要求考取各种证书,或者是学历证书,或者是上岗证书。因此社会上追求功利心较重,民众缺乏提高自身文化素养的自觉性,因而博物馆作为最主要的社会教育场所,缺乏广泛的市场基础。

其次,我国的博物馆基本上都是属于国家的事业单位,他们的职能是收集、保管、展览文物,以及进行科学研究,没有将社会教育作为自己的一项责任。

博物馆的各种办公费用和在编人员的工资由国家发放,因而缺乏主动投入旅游市场运作的内在愿望,从事旅游开发对大多数博物馆来说,仅仅是一项副业,旅游收入也只不过是“贴补家用”。

第三,我国大多数博物馆文化教育人才较多,市场开发人才非常缺乏,因而很难设计出符合旅游者需要的博物馆产品。

第四,博物馆的发展与时代有所脱节,目前国内大多数博物馆还是以静态的展示为主,展品也主要是文字、图片、或实物。虽然有些博物馆开始引进各种电子放映设备,对几十年来的博物馆面孔稍有改变,但基本内容没有任何变化。因此在博物馆参观,给大多数居民的印象仍然是,一边走路,一边看墙。

近年来西安兵马俑博物馆在旅游开发方面十分成功,他们在市场运作方面有不少成功的经验。

到西安旅游,参观秦始皇兵马俑博物馆几乎是所有旅游者必备的一个旅游节目,兵马俑博物馆也成为古城西安的主要旅游目的地。1979年10月1日,中华人民共和国成立三十周年时,秦始皇兵马俑博物馆正式开馆对外展出。秦俑博物馆经过近二十年的改革开放和艰苦发展历程,规模从小到大,已成为我国目前最大的历史遗址博物馆。为了适应广大参观者的要求,博物馆还不定期地在综合陈列大楼内举办各种展览。

随着中国科技事业的发展,秦俑博物馆也增加了各种科技表现方式,新建了360度环幕电影放映厅,使观众能够身临其境地感受到秦兵马俑以及它所产生的历史背景。每个展厅内都设置了计算机触摸屏系统,观众可以方便地浏览和查询到自己所关心的各种信息。综合服务楼面积达4282平方米,可以为观众游客提供餐饮、购买纪念品等服务。还有贵宾接待厅、秦文化艺术厅等,使博物馆的各项功能得

到进一步的完善。为了丰富秦始皇兵马俑博物馆的展出内容,扩大接待国内外游人的容量,博物馆还打算规划建设文物陈列馆,以陈列复原的兵器 and 战车,展示当时陶俑的制作过程,使观众在参观遗址现场的宏伟景观后,更深刻、全面地了解秦始皇兵马俑的历史。兵马俑博物馆的工作人员在旅游开发方面也有不少创新:自博物馆开放接待旅游者以来,多次对博物馆进行改造,提高了博物馆的旅游吸引力,比如创造性地对旅游者开放兵马俑挖掘现场,让旅游者体会到考古旅游的魅力;引进现代化的表现手法,让旅游者全方位地了解博物馆的展览现状;模拟兵马俑的制作过程,并让旅游者亲自参与;举办其他主题的展览等等。

兵马俑博物馆能够成为西安的主体旅游吸引物的原因在于:西安是历史最悠久的古都,而且是最强盛的两个朝代(汉、唐)的都城,这提高了西安的知名度;秦始皇是中国第一个皇帝,又是中国妇孺皆知的人物,在社会各阶层的影响很大,使得兵马俑是中国国宝的印象已经在全国深入人心;媒体几十年来不遗余力地宣传中国拥有世界第八大奇迹,这种宣传的效果远远大于单纯的广告宣传效果。因此到西安看看兵马俑成为外地大多数旅游者的主要选择。

但是到兵马俑参观的旅游者,却很少有真正了解兵马俑意义的。很多旅游者参观过兵马俑博物馆后表示,来到西安,没去兵马俑博物馆是绝对的遗憾,但看过兵马俑之后,很少有人会认为兵马俑具有较高的观赏性。与其说旅游者是在欣赏兵马俑,倒不如说旅游者是在观赏黄金,因为所有的旅游者都知道兵马俑是国宝级文物,其身价应该可以与黄金相媲美。由此可以看出,兵马俑博物馆的旅游意义也就没有得到充分的发挥。

目前游客前往兵马俑博物馆参观点主要内容是:到陈列大厅参观出土兵马俑实物,兵马俑数量虽然较多,陈列大厅虽然较大,但旅游者能够在里面逗留的时间十分有限。由于保护的需要,旅游者也只能在兵马俑坑上面观看陈列在坑中的兵马俑,因此大多数旅游者参观完兵马俑博物馆的印象就是总算看到了世界上最早、最著名的泥塑。但总体来说在挖掘兵马俑旅游素材、设计适合旅游者游览观赏要求的旅游产品还有欠缺。兵马俑博物馆的旅游开发当务之急不是展览新的文物,也不是扩大展览面积,以招徕更多的旅游者。经过20多年的旅游开发,兵马俑博物馆应该关注的不是游客数量的增长,而是旅游内容的深化,旅游效益的增长。从兵马俑博物馆旅游

开发的角度,能应从以下几方面入手。

首先,挖掘远古中国军事文化的线索是兵马俑博物馆旅游开发的重要方向。兵马俑提供了博物馆旅游开发的重要的线索,兵马俑是秦始皇留给后人的一幅完整的古代军阵的实景图。兵马俑之所以被西方人称为世界第八大奇迹,原因在于2000多年前的西方也曾经崛起过几支强大的军队,这就是古代马其顿和古罗马的军队。古罗马军队的军阵是其战无不胜,攻无不克的法宝,西方人也充满了对古罗马人的崇敬。但古罗马军队的军阵除了有一些文献记载以外,没有任何实物资料。秦军几乎是与古罗马同时代的军队,秦始皇能够统一全国,正是依赖他的强大军队。而他军队的强大,就在于它的军阵是当时最先进的。因此博物馆应该以各种科学手段展示秦军的军阵,军阵的构成,以及这支军队的作战过程。展示的手段可以是实物资料,也可以采用现代化的高科技手段,甚至可以由人物进行现场演示。兵马俑博物馆显然已注意到这点,近年来已开始举办有关秦军事文化主题的旅游活动。

第二,兵马俑是整个秦始皇陵的一个组成部分,如何挖掘秦始皇陵的旅游价值,是兵马俑博物馆旅游开发向深度发展的资源凭借。史书上对秦始皇陵有非常详细的记载,并不一定要将始皇陵挖开才能进行旅游开发,完全可以根据史书记载,进行复原,现代科技手段可以再造类似的始皇灵寝。因此应将兵马俑置于整个秦始皇陵的体系内来定位,使得兵马俑博物馆有深度开发的后续资源保障。

从西安兵马俑博物馆旅游开发的成功与不足方面来看,博物馆的旅游开发应该有新的思路。

首先,应该充分发挥博物馆拥的先天优势。比如博物馆有雄厚的考古能力,有众多的历史学、民俗学、军事史专家,博物馆不乏高素质的管理人员和丰富的馆藏文物。但是博物馆的文物只是其旅游开发的素材,是吸引旅游者的龙头,不能完全依靠博物馆的文物直接产生经济效益,而应该通过对博物馆旅游素材的整合,设计适合旅游者需要的旅游产品。考古材料和文物本身并不是旅游产品,只有考古材料和文物蕴含的文化信息才能成为旅游开发的产品依据。博物馆不仅是研究、保存文物的场所,更是旅游产品策划和设计的宝库。

当然博物馆的展览是传统的旅游形式,在一定的时期内展览依然是博物馆的主要功能,但这种旅游不能是冷冰冰的说教。从运作手段来说,应该把

(下转第104页)

致意见请了汪庆正先生撰写前言,文字虽仅数千言,但对景德镇青白瓷的发生、发展的源流及其在景德镇陶瓷发展史上的地位和作用,作了极其深刻的高度概括,他还特别指出:“在中国陶瓷发展史中,人们往往对元代的重视是不够的。元代青白瓷的成就,同样容易为大家所忽视。……景德镇元代青白瓷的重大功绩,还在于它孕育着枢府瓷的诞生,同时又是元青花和釉里红瓷得以产生的母体,而青花瓷的大发展,又正是为瓷都景德镇的确立奠定了基础。”2004年是瓷都景德镇建镇1000年,中国古陶瓷学会定于10月下旬在景德镇召开年会暨千年传统陶瓷文化学术研讨会,作为中国陶瓷学会的会长,大家都翘首以待汪庆正先生能莅临大会,但不幸的是他在会前因病住进了瑞金医院,医生不同意他赴会,他只好撰写了一篇以“景德镇陶瓷的生命力在于创新”为题的书面致词,致词中最后说:“今天,当我们回顾历史,深入研究景德镇瓷业的千年发展历程,我觉得有一点应该和大家一起共勉,那就是一种老品种、老品牌不可能的永远主宰世界,创新是景德镇的生命线,只有创新才能使景德镇再创辉煌!”词文虽短,却情切

切,意绵绵,画龙点睛,切中要害,可以说,这是一个大半生潜心研究中国陶瓷史的著名而杰出的学者对瓷都景德镇陶瓷研究的最后绝唱,也饱含深情地对新时期瓷都景德镇瓷业发展的殷切期望。

2004年10月25日,因赴日探亲途经上海,午后我捧着鲜花到瑞金医院探望汪先生,他躺在病床上,脸部显得清瘦,他告诉我因胃炎翌日就要动手术,我说好人一生平安,凭您的乐观、自信和毅力,手术一定顺利,定能早日康复。离开病房后,我想到就在前一年的12月一个周末的午后,他竟独自捧着鲜花到中山医院探望我的太太,那时他是那样的精神矍铄,气宇轩昂,想不到一年后他也病倒了,更不曾想到,再一年后他竟永别了我们。

呜呼!值此汪先生仙逝周年之际,谨以此文,化成一瓣心香,以祭告慰于先生在天之灵!

二〇〇六年七月二十日于赣水之滨洪城诚勤斋

(责任编辑:刘慧中)

(上接第136页)

握几个要点:一是博物馆的每项展览都应该围绕一个符合时代背景,切合现实要求的主题,展览主题是博物馆的灵魂,特别是综合性的大型博物馆(一般都在省城),展览主题应该定期变换;二是在表现手法方面,博物馆的展览产品必须改变以静态展示为主的作法,符合不断变化的受众心理要求,更多地采用现代化的表现手法,加强博物馆的动态活动的内容,提供给参观者参与性的机会,增强趣味性;三是展览的内容不仅要有实物,而且应该围绕主题要求,有逻辑地以实物资料展示其在历史时期的作用、影响等。

其次,改变人们对博物馆的形象,加强博物馆的市场运作,培养博物馆旅游市场是博物馆要做的首要工作。博物馆有不少专业人才和管理人才,但缺乏市场运作人才。博物馆往往是城市社区的文化活动的核心,博物馆的目标市场首先是其所能够辐射的社区,如果没有丰富的文化活动项目策划,博物馆就很难改变冷冰冰的老旧坛罐收藏所的公众印象。因此主动向社区出击,加强博物馆与社会教育、文化等

部门的合作,营造博物馆在城市社区中的亲和力,经常性地举办与地方历史、文化相关的主题活动,是培养博物馆市场基础的重要任务。

第三,博物馆经济收益不仅仅体现在门票收入上,而更多地体现在博物馆衍生产品的开发上。旅游收益是综合性收益,博物馆的作用只体现在吸引游客光临,提供旅游者的活动和消费的场所,而博物馆经济效益的实现,则要注重服务产品的创新,博物馆的服务也是综合性的,它包括各种文化和参观活动产品收益、餐饮、纪念品开发等等。

参考文献:

- ① 甄朔南:《世纪之交的博物馆与博物馆学》,《学会月刊》2002年第3期。
- ② 黄郁成:《新概念旅游开发》,对外经济贸易大学出版社,2002年。

(责任编辑:刘慧中)